

# 訪日外国人消費動向調査

## 【トピックス分析】

### 訪日外国人観光客の消費税免税制度手続きの実施状況

～免税費目の拡大により免税手続きの実施率が大幅に増加

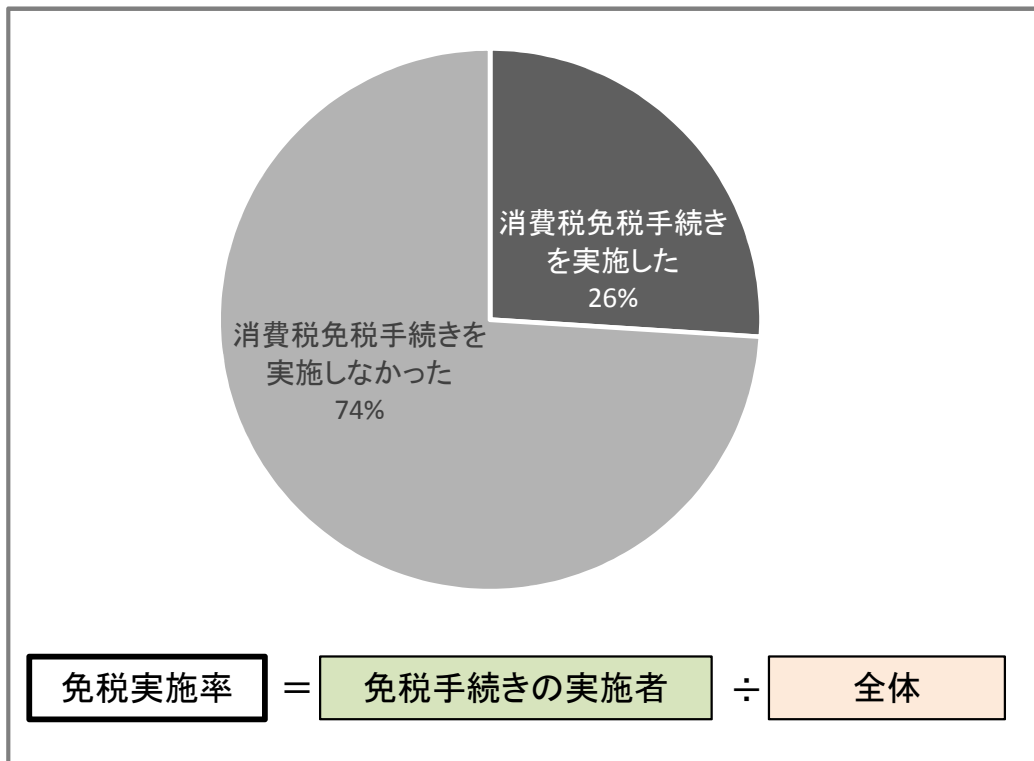
平成27年2月26日

観光庁観光戦略課調査室

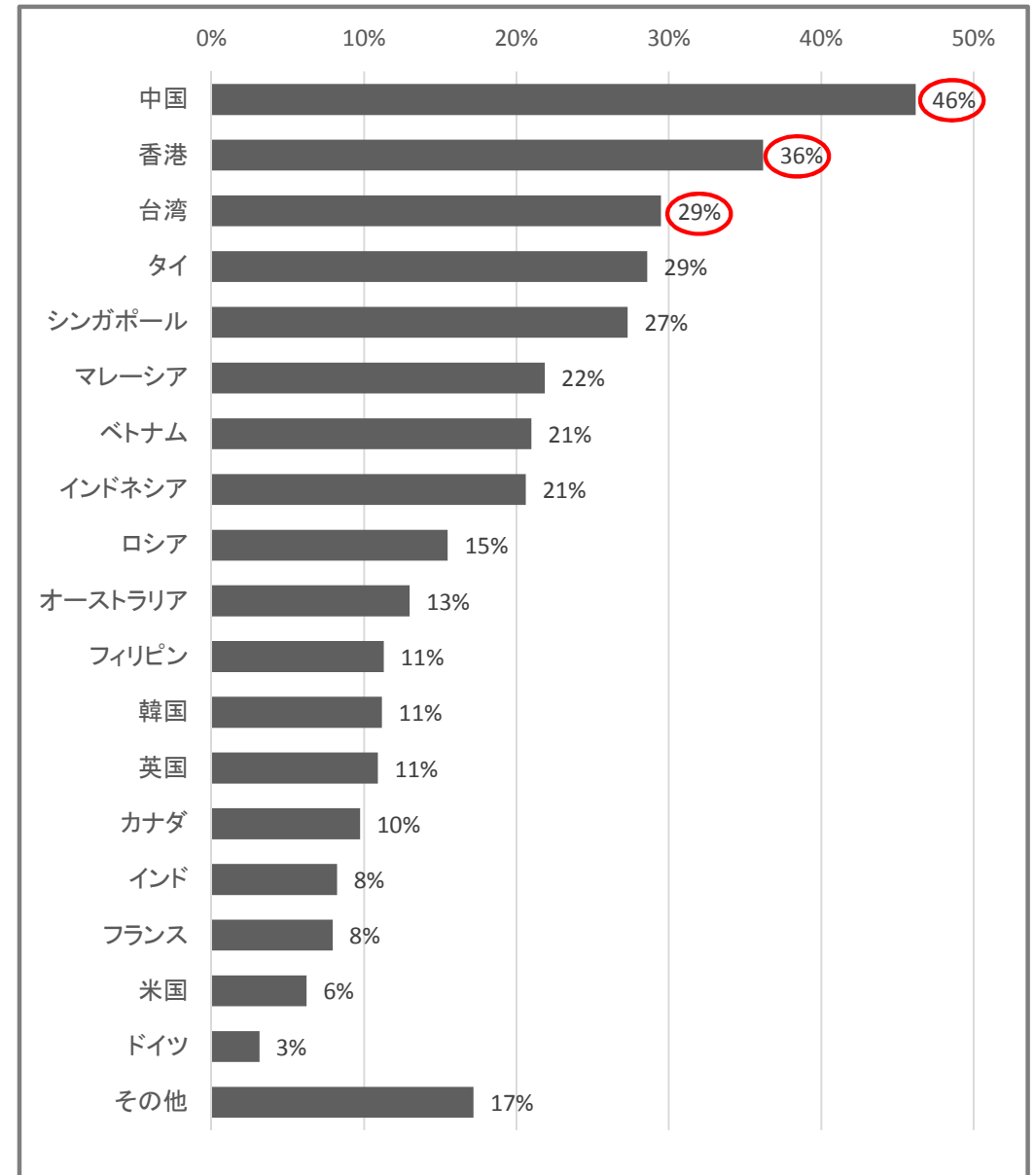
# 観光客の約1/4が消費税免税手続きを実施。中・香・台で高い

- 平成26年の調査の結果、「観光・レジャー」目的客(以降、観光客と記載)の26%が日本滞在中に消費税の免税手続きを行ったと回答した。(図表1)
- 消費税免税手続きを実施した比率(以降、免税実施率と記載)を国籍・地域別にみると、中国で最も高く46%、次いで香港で36%、台湾で29%と続く。一方、欧米各国は英国で11%、カナダで10%、フランスで8%などと全体的に低い傾向にある。(図表2)
- 今期のトピックス分析では、観光客の消費税免税手続き実施の実態を整理する。

図表1 免税実施率(観光・レジャー目的客)



図表2 国籍・地域別の免税実施率

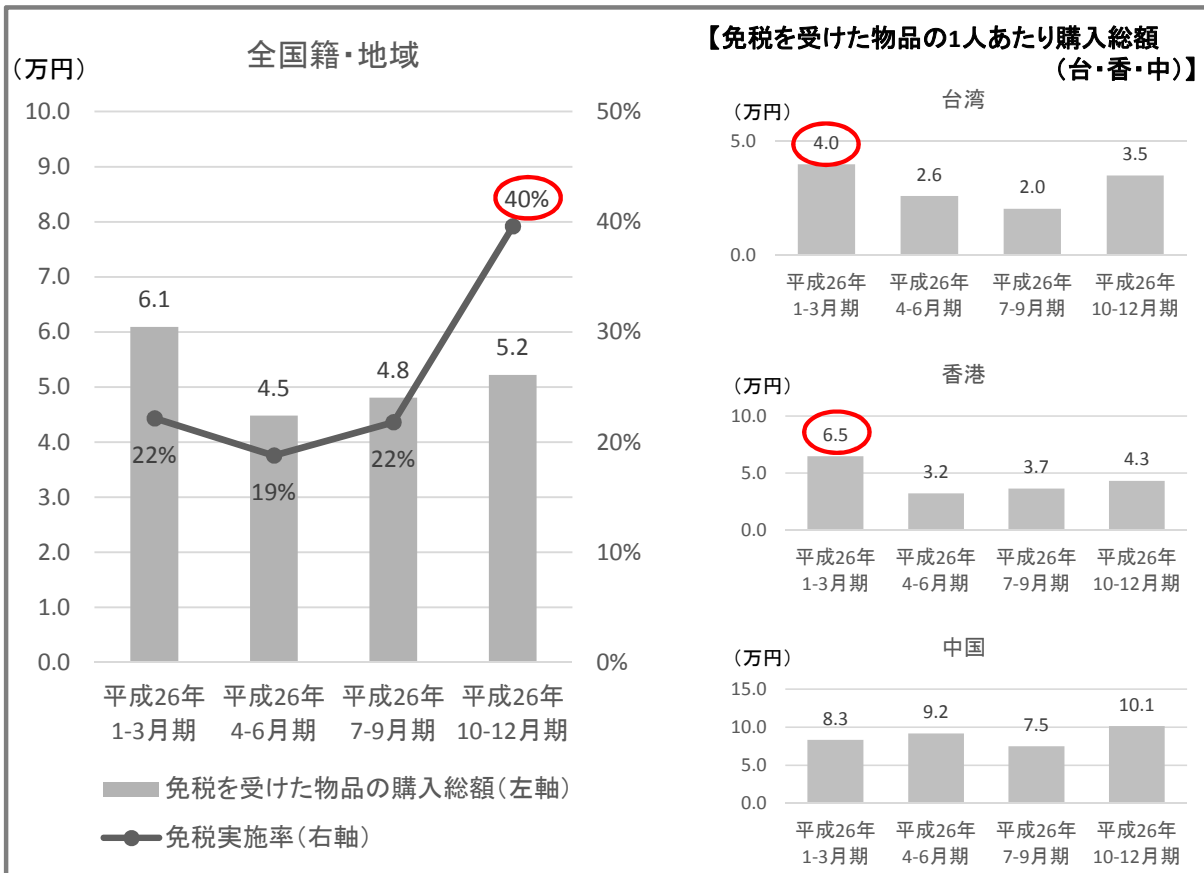


注1) 本ページの集計では平成26年1-3月期、4-6月期、7-9月期、10-12月期調査で免税手続きを実施したと回答した「観光・レジャー」目的客の比率に対し、国籍別および四半期別訪日外客数によるウェイトバック処理を行っている。平成26年の訪日外客数のうち、11月、12月は推計値を用いている。データ出所：日本政府観光局(JNTO)

# 10-12月期に免税実施率が大幅に増加し、4割に到達

- 四半期ごとの消費税免税(以降、「消費税免税」を「免税」と記載)実施率の推移をみると、平成26年1-3月期～7-9月期は20%前後で推移していたが、10-12月期は40%に大幅に増加した。(図表3)
- 免税を受けた物品の購入総額の推移をみると、平成26年1-3月期は6.1万円、4-6月期は4.5万円、7-9月期は4.8万円、10-12月期は5.2万円となっている。1-3月期が高い理由としては、春節時期による影響(台湾・香港)などが考えられる。(図表3)
- 国籍・地域別の免税実施率上位5位までをみると、中国、香港、台湾は1-3月期～10-12月期まで全ての時期で上位5位までに含まれている。(図表4)
- タイやシンガポールなどは、時期によって上位5位に含まれることもある。(図表4)

図表3 免税実施率及び免税を受けた物品の1人あたり購入総額



図表4 国籍・地域別の免税実施率上位5位

【平成26年1-3月期】			【平成26年4-6月期】		
順位	国籍・地域	比率	順位	国籍・地域	比率
1位	中国	45%	1位	中国	38%
2位	シンガポール	33%	2位	香港	27%
3位	香港	27%	3位	タイ	27%
4位	台湾	24%	4位	シンガポール	18%
5位	マレーシア	23%	5位	台湾	17%

【平成26年7-9月期】			【平成26年10-12月期】		
順位	国籍・地域	比率	順位	国籍・地域	比率
1位	中国	42%	1位	中国	60%
2位	香港	31%	2位	香港	55%
3位	タイ	25%	3位	台湾	54%
4位	ロシア	24%	4位	ベトナム	42%
5位	台湾	23%	5位	シンガポール	35%

注1) 本ページの集計では平成26年1-3月期、4-6月期、7-9月期、10-12月期調査で免税手続きを実施したと回答した「観光・レジャー」目的客の比率に対し、国籍別および四半期別訪日外客数によるウェイトバック処理を行っている。平成26年の訪日外客数のうち、11月、12月は推計値を用いている。データ出所：日本政府観光局(JNTO)

# 免税の対象品目拡大が免税実施率押し上げの要因に

- 2014年10月より消費税免税制度が改正された。これに伴い、消耗品である「菓子類」や「その他食料品・飲料・酒・たばこ」「化粧品・香水」などが新規に免税品目となった。(図表5)
- 平成26年10-12月期調査では、免税実施率は40%であったが、新規免税費目の免税実施率はそのうち19%を占めている。(図表6)

- 免税実施率を国籍・地域別にみると、台湾や香港、中国では5割を超える。(図表7)

図表5 消費税免税制度の改正

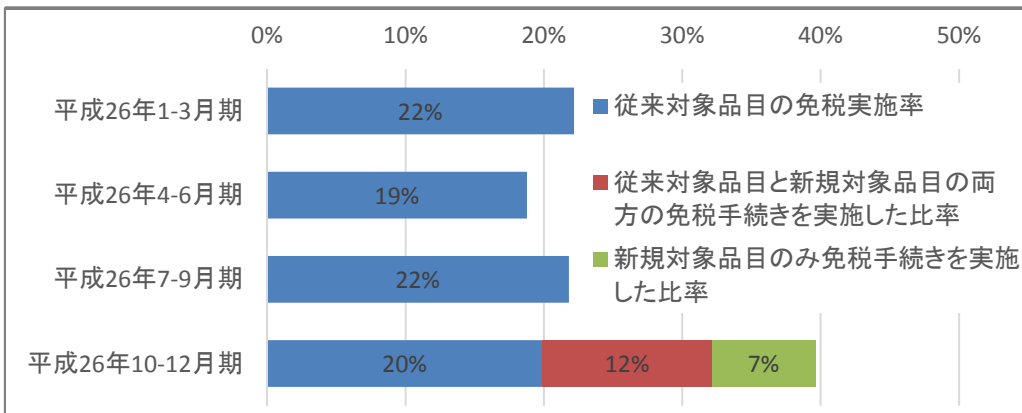
**消費税免税品目の拡大**

2014年10月より、食品類、飲料類、薬品類、化粧品類等の消耗品(新規免税品目)が新たに免税対象に。

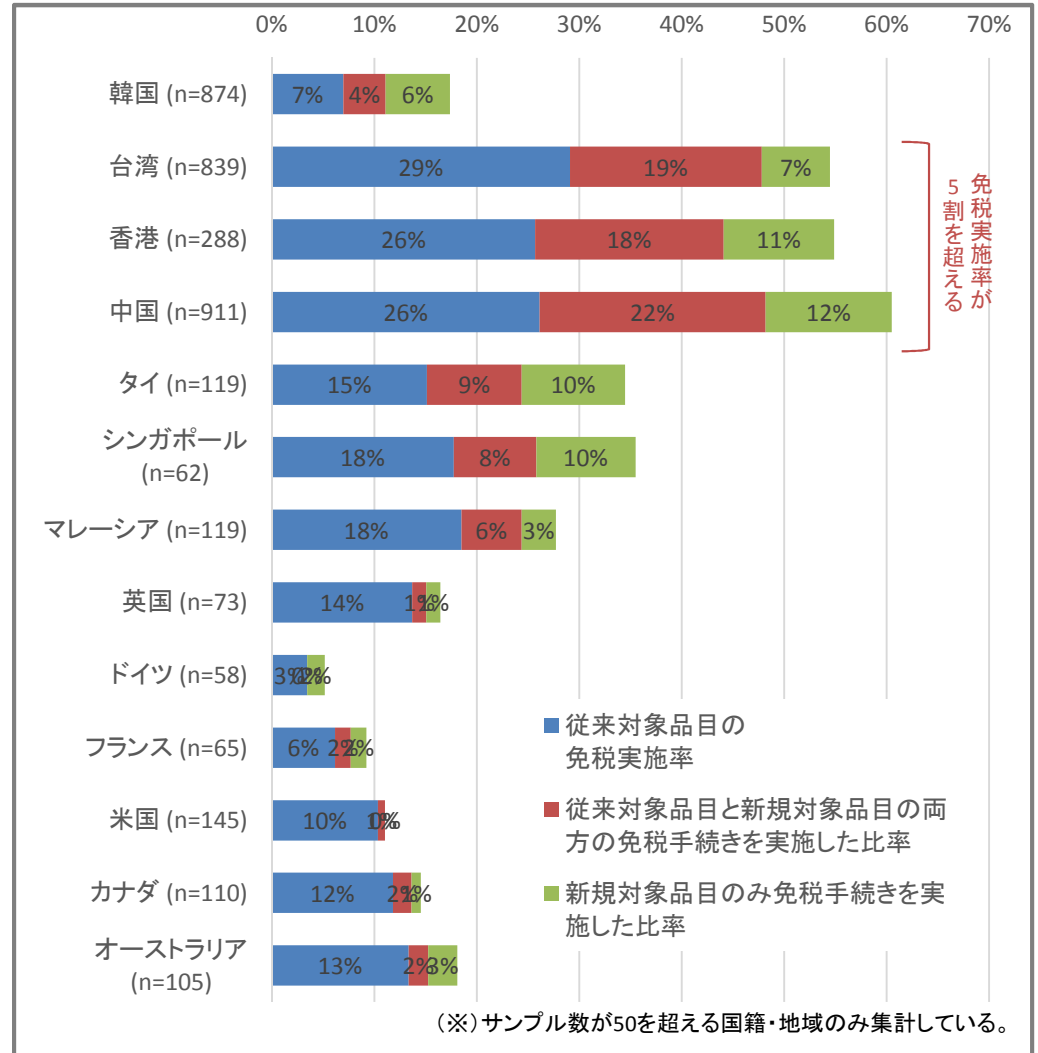
**消費税免税対象額の見直し**

新規追加品目は1店舗あたり5,001円以上50万円以下(税抜)購入すると消費税が免税対象。  
※既存の品目については、従来通り1店舗あたり10,001円以上(税抜)で消費税免税対象

図表6 消費税免税制度改正前後の免税実施率の比較(全国籍・地域)



図表7 消費税免税制度の改正後(平成26年10-12月期)の免税実施率とその内訳

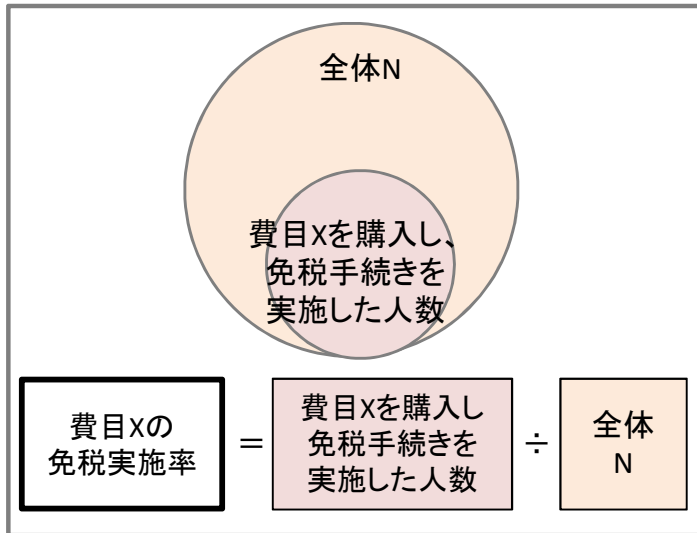


注1) 本ページの集計では平成26年1-3月期、4-6月期、7-9月期、10-12月期調査で免税手続きを実施したと回答した「観光・レジャー」目的客の比率に対し、国籍別および四半期別訪日外客数によるウェイトバック処理を行っている。平成26年の訪日外客数のうち、11月、12月は推計値を用いている。データ出所：日本政府観光局(JNTO)

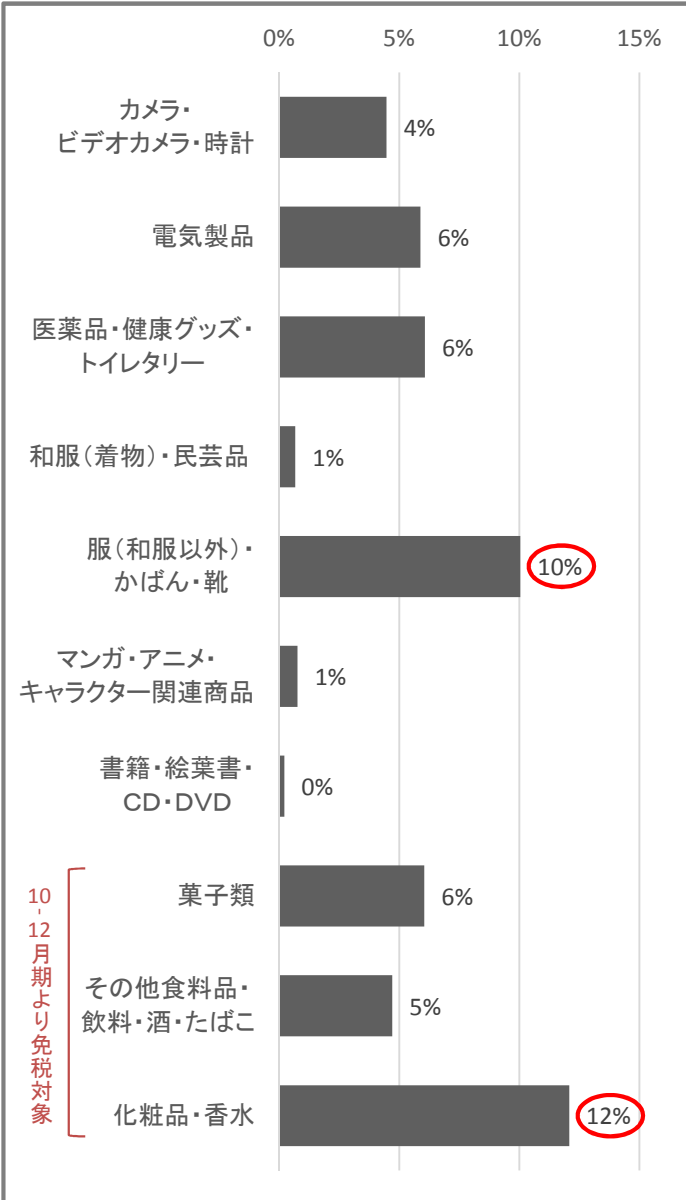
# 免税手続き実施者の方が当該費目の支出が高い傾向

- 各費目を購入し、免税手続きを実施した人を訪日外国人観光客数で除した値を、「費目別の免税実施率」と定める。(図表8)
- 費目別の免税実施率は、「化粧品・香水」が12%と最も高く、次いで「服(和服以外)・かばん・靴」が10%となっている。(図表9)
- それぞれの費目を購入した観光客について、免税手続きの実施有無による各費目の購入者単価の違いを比較すると、いずれの費目でも免税手続きをした方が購入者単価は高い。具体的には、「カメラ・ビデオカメラ・時計」(8.6万円)で、次いで「服(和服以外)・かばん・靴」(6.4万円)となっている。(図表10)

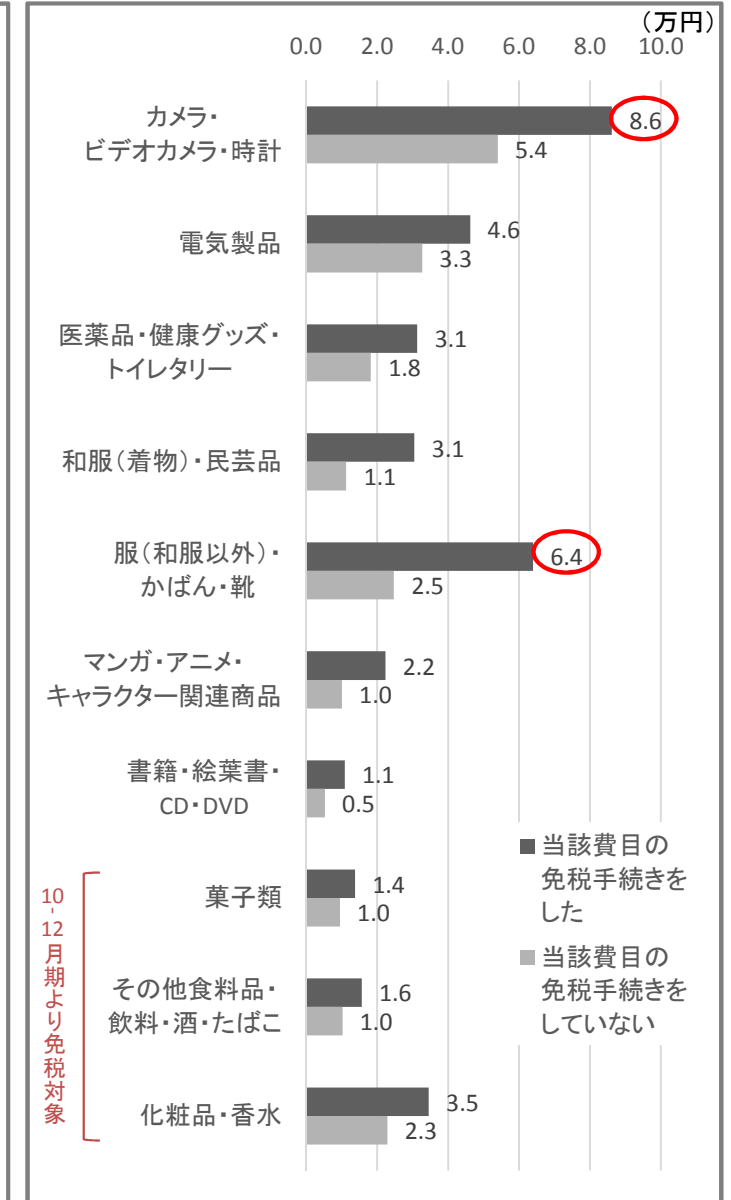
図表8 費目別の免税実施率の定義



図表9 費目別の免税実施率



図表10 免税手続きの実施有無別の購入者単価



注1) 図表中の数値は、平成26年1-3月期、4-6月期、7-9月期、10-12月期の「観光・レジャー」目的客の回答を単純集計した(訪日外客数によるウェイトバック処理は施していない)。ただし、「菓子類」「その他食料品・飲料・酒・たばこ」「化粧品・香水」については、平成26年10-12月期の観光客の回答のみを集計している。

# いずれの費目も免税実施率の上位をアジアが占める

- 費目別および国籍・地域別に免税実施率をみると、いずれの費目についても東アジアや東南アジアの国・地域における実施率の高さが目立つ。特に、中国は「菓子類」を除く6費目で上位に位置する。(図表11)
- 「菓子類」はベトナムやタイ、シンガポールなど東南アジア、「その他食料品・飲料・酒・たばこ」は香港や台湾、「カメラ・ビデオカメラ・時計」は中国のほか、上位を東南アジアの各国が占める。(図表11)
- 「電気製品」はロシアやフランスでも免税実施率が高く、上位に入っている。(図表11)

図表11 費目別の免税実施率の上位5カ国籍・地域

【菓子類】			【その他食料品・飲料・酒・たばこ】			【カメラ・ビデオカメラ・時計】			【電気製品】		
順位	国籍・地域	実施率	順位	国籍・地域	実施率	順位	国籍・地域	実施率	順位	国籍・地域	実施率
1位	ベトナム	16.7%	1位	香港	7.3%	1位	中国	12.4%	1位	中国	16.7%
2位	タイ	10.9%	2位	台湾	7.0%	2位	フィリピン	5.3%	2位	ベトナム	6.7%
3位	香港	9.7%	3位	中国	6.9%	3位	タイ	5.2%	3位	ロシア	5.0%
4位	台湾	8.1%	4位	インドネシア	3.2%	4位	マレーシア	4.3%	4位	台湾	4.7%
4位	シンガポール	8.1%	5位	韓国	3.1%	5位	シンガポール	3.7%	5位	フランス	3.4%

【化粧品・香水】			【医薬品・健康グッズ・トイレタリー】			【服(和服以外)・かばん・靴】		
順位	国籍・地域	実施率	順位	国籍・地域	実施率	順位	国籍・地域	実施率
1位	中国	26.5%	1位	台湾	11.1%	1位	香港	20.6%
2位	香港	17.0%	2位	中国	10.3%	2位	中国	16.9%
3位	台湾	13.8%	3位	香港	6.1%	3位	シンガポール	13.8%
4位	タイ	10.9%	4位	ベトナム	4.4%	4位	マレーシア	13.0%
5位	ベトナム	8.3%	5位	タイ	2.5%	5位	タイ	11.7%

凡例

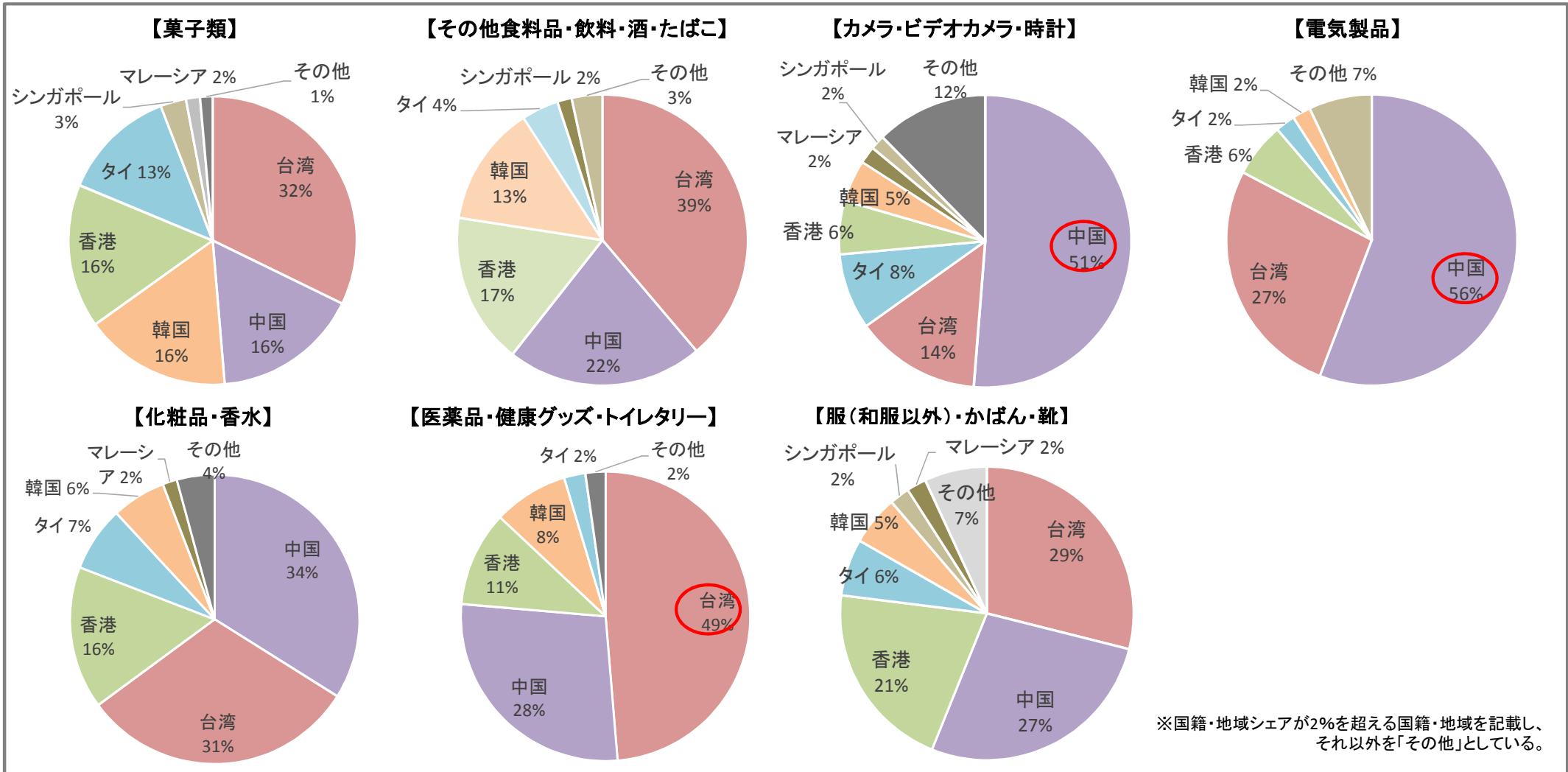
- 東アジアの国・地域
- 東南アジアの国・地域
- 欧米の国・地域

注1) 本ページの集計では平成26年1-3月期、4-6月期、7-9月期、10-12月期調査で免税手続きを実施したと回答した「観光・レジャー」目的客の比率に対し、国籍別および四半期別訪日外客数によるウェイトバック処理を行っている。平成26年の訪日外客数のうち、11月、12月は推計値を用いている。データ出所：日本政府観光局(JNTO)

# カメラ類や電気製品は免税手続き実施者の過半数が中国

- 費目別の免税実施率に訪日外国人観光客数を掛けることで、各費目の免税手続き状況の国籍・地域別シェアを算出することができる。
- 「カメラ・ビデオカメラ・時計」や「電気製品」では免税手続き実施者の半数以上が中国である。また、「菓子類」「その他食料品・飲料・酒・たばこ」「医薬品・健康グッズ・トイレタリー」では台湾が最も多く、「医薬品・健康グッズ・トイレタリー」は台湾がほぼ半数を占める。(図表12)

図表12 費目別免税手続き実施者の国籍・地域シェア

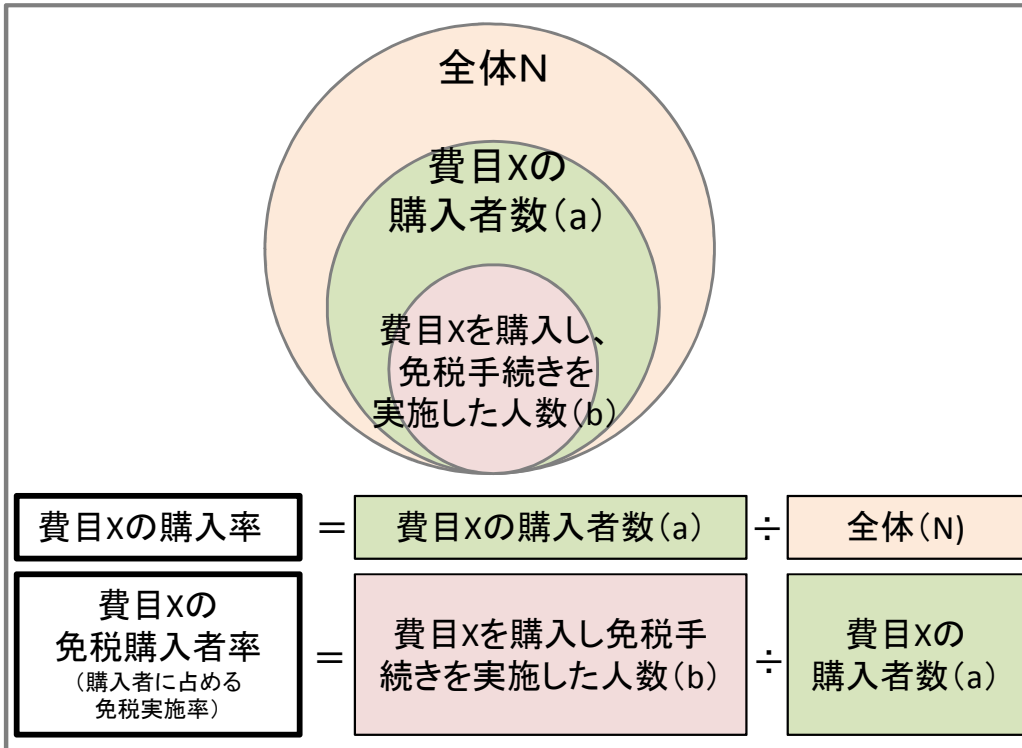


注1) 本ページの集計では平成26年1-3月期、4-6月期、7-9月期、10-12月期調査で免税手続きを実施したと回答した「観光・レジャー」目的客の比率に対し、国籍別および四半期別訪日外客数によるウェイトバック処理を行っている。平成26年の訪日外客数のうち、11月、12月は推計値を用いている。データ出所：日本政府観光局(JNTO)

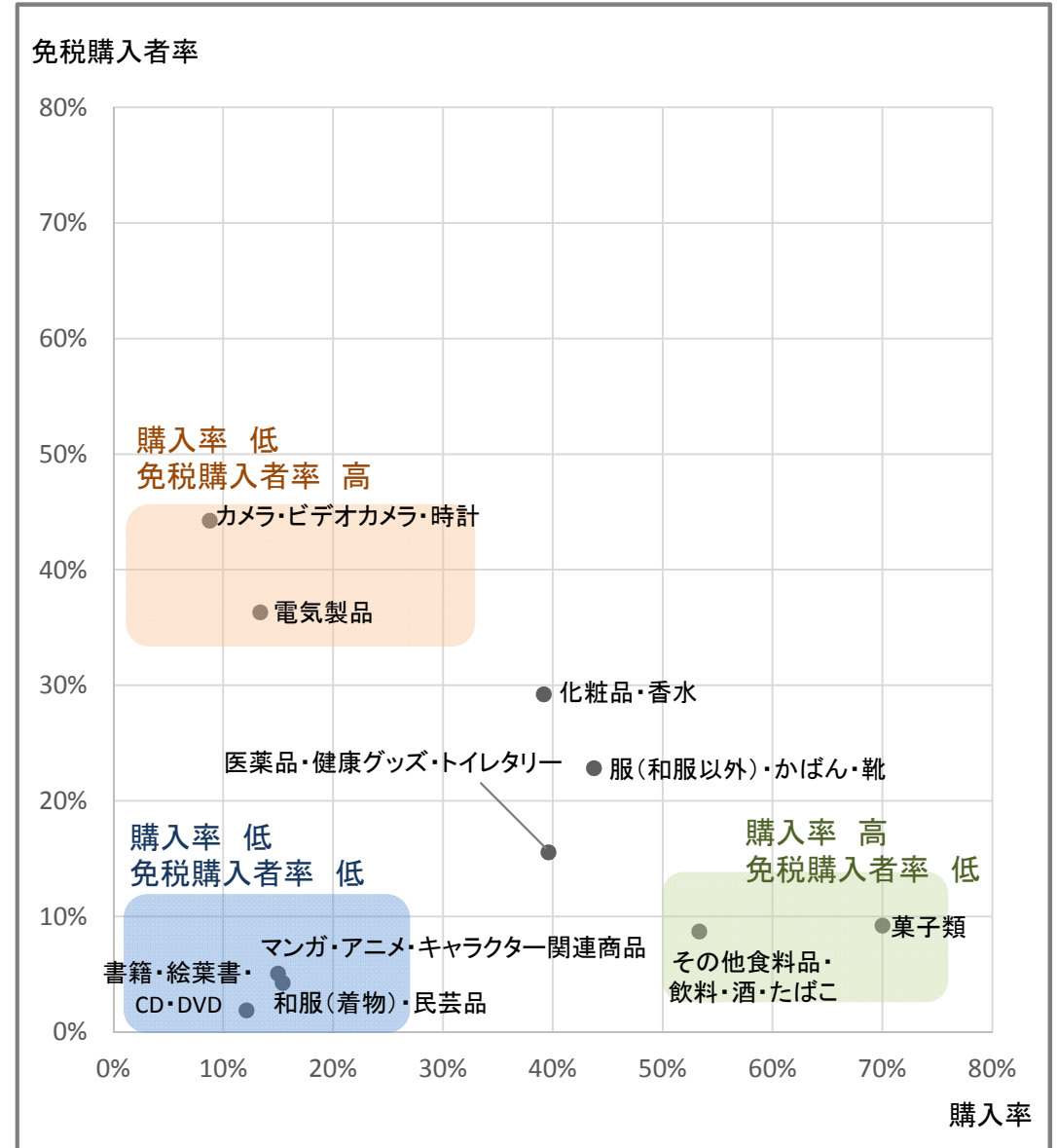
# カメラ類・電気製品は購入者に占める免税実施率が高い

- 免税実施率は、各費目の購入率と関係すると考えられる。そこで、各費目を購入した観光客のうち、免税手続きを実施した比率を免税購入者率として定め、費目別に整理をする。(図表13)
- 購入率と免税購入者率の関係をみると、「カメラ・ビデオカメラ・時計」「電気製品」は購入率は低いものの免税購入者率が高い。「菓子類」「その他食料品・飲料・酒・たばこ」は購入率は高いが免税購入者率は低い。一方、「マンガ・アニメ・キャラクター関連商品」「和服(着物)・民芸品」「書籍・絵葉書・CD・DVD」は購入率・免税購入者率ともに低い。(図表14)

図表13 免税購入者率と購入率の考え方



図表14 免税購入者率と購入率の関係



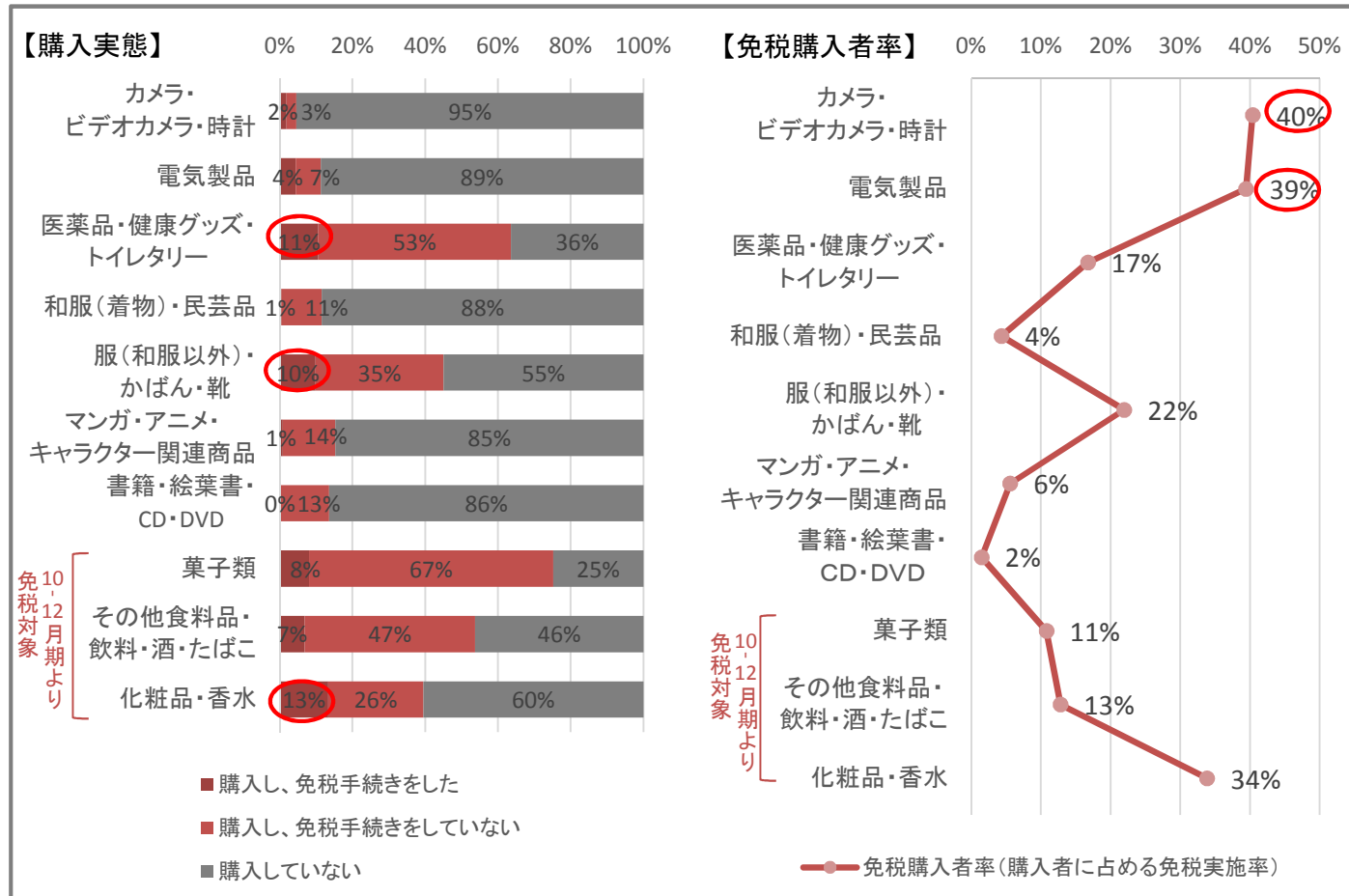
注1) 図表中の数値は、平成26年1-3月期、4-6月期、7-9月期、10-12月期の「観光・レジャー」目的客の回答を単純集計した(訪日外客数によるウェイトバック処理は施していない)。ただし、「菓子類」「その他食料品・飲料・酒・たばこ」「化粧品・香水」については、平成26年10-12月期の観光客の回答のみを集計している。



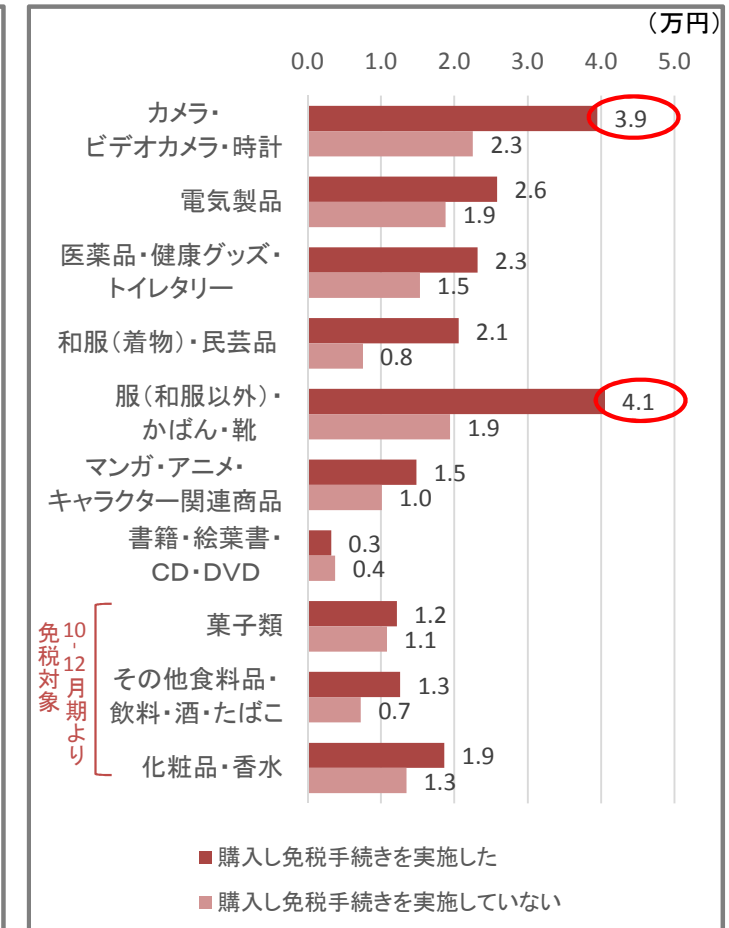
# 【台湾】購入者の4割程度がカメラ類や電気製品の手続き実施

- 以降では、年間を通して免税実施率の高い台湾、香港、中国(図表2・図表4参照)の観光客について、免税手続き実施の実態を整理する。
- 台湾の観光客について、費目別に購入実態と免税手続きの状況を見ると、「医薬品・健康グッズ・トイレタリー」「服(和服以外)・かばん・靴」「化粧品・香水」は免税実施率が1割を超える。(図表15)
- 費目別に免税購入者率をみると、「カメラ・ビデオカメラ・時計」では購入者の40%、「電気製品」が39%と高い。一方、「書籍・絵葉書・CD・DVD」は2%と低い。(図表15)
- 各費目を購入した観光客について、免税手続きの有無で購入金額を比較すると、「カメラ・ビデオカメラ・時計」「服・かばん・靴」で特に免税手続きを実施した方が購入金額は高い。(図表16)

図表15 費目別の購入実態および免税購入者率



図表16 免税手続きの実施有無と購入者単価

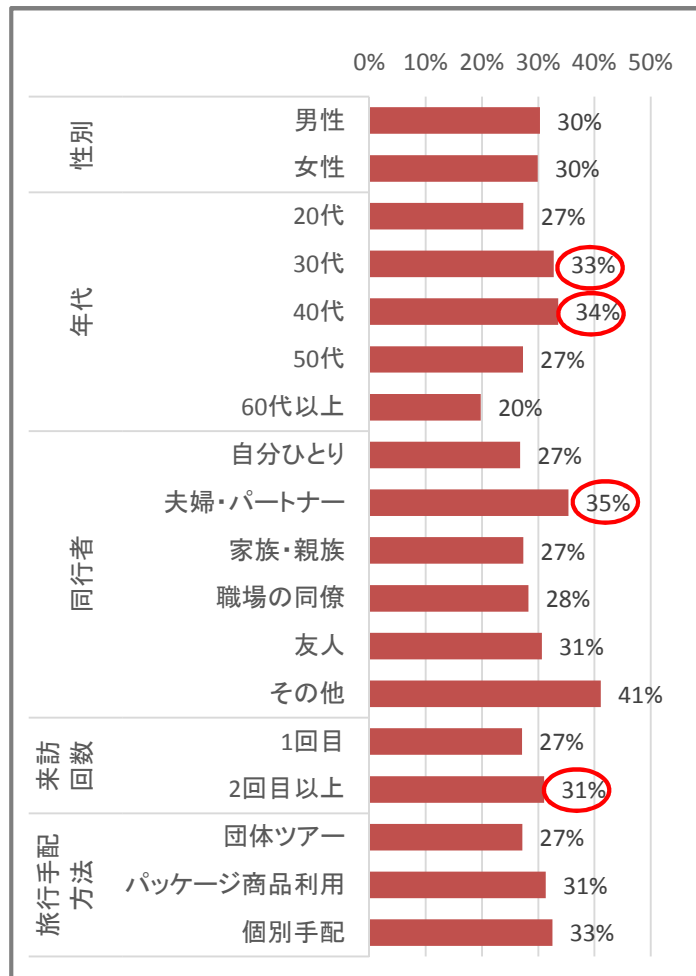


注1) 図表中の数値は、平成26年1-3月期、4-6月期、7-9月期、10-12月期の「観光・レジャー」目的客の回答を単純集計した(訪日外客数によるウェイトバック処理は施していない)。ただし、「菓子類」「その他食料品・飲料・酒・たばこ」「化粧品・香水」については、平成26年10-12月期の観光客の回答のみを集計している。

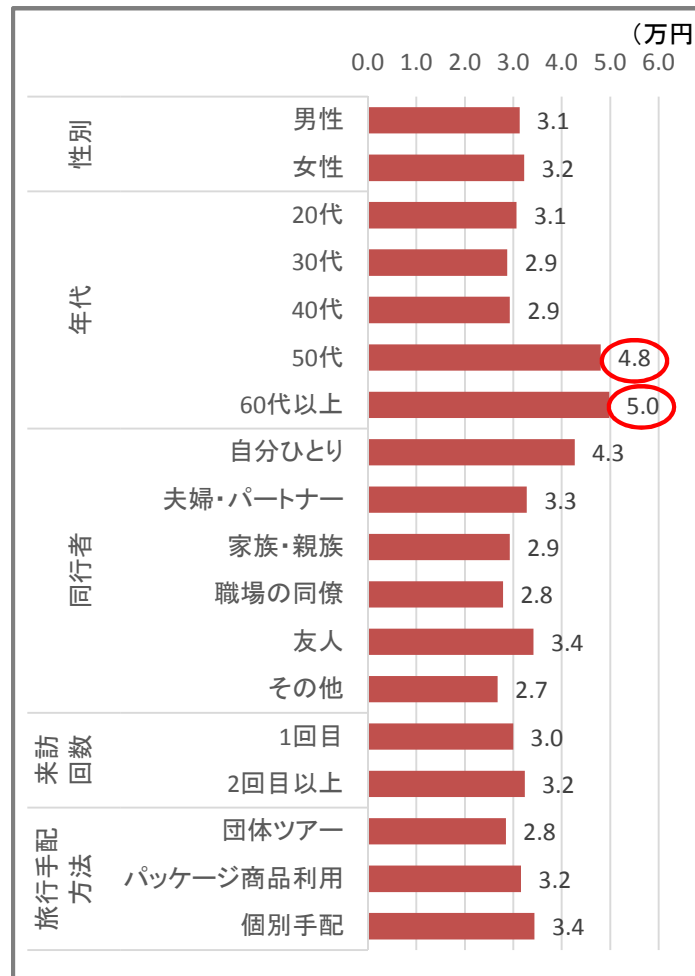
# 【台湾】実施率は30代・40代、購入額は50代以上で高い

- 台湾の観光客について、免税手続きの実施状況を見ると、性別による免税実施率の違いは見られない。年代別には「30代」「40代」の免税実施率が高く、同行者別では「夫婦・パートナー」、来訪回数別では「2回目以上」の免税実施率が高い。(図表17)
- 客層別に消費税免税を受けた物品の購入総額を比較すると、「50代」「60代以上」で5万円程度と高い。(図表18)
- 「百貨店・デパート」や「ファッション専門店」などは免税手続きを実施した観光客の方が利用率が高い。(図表19)

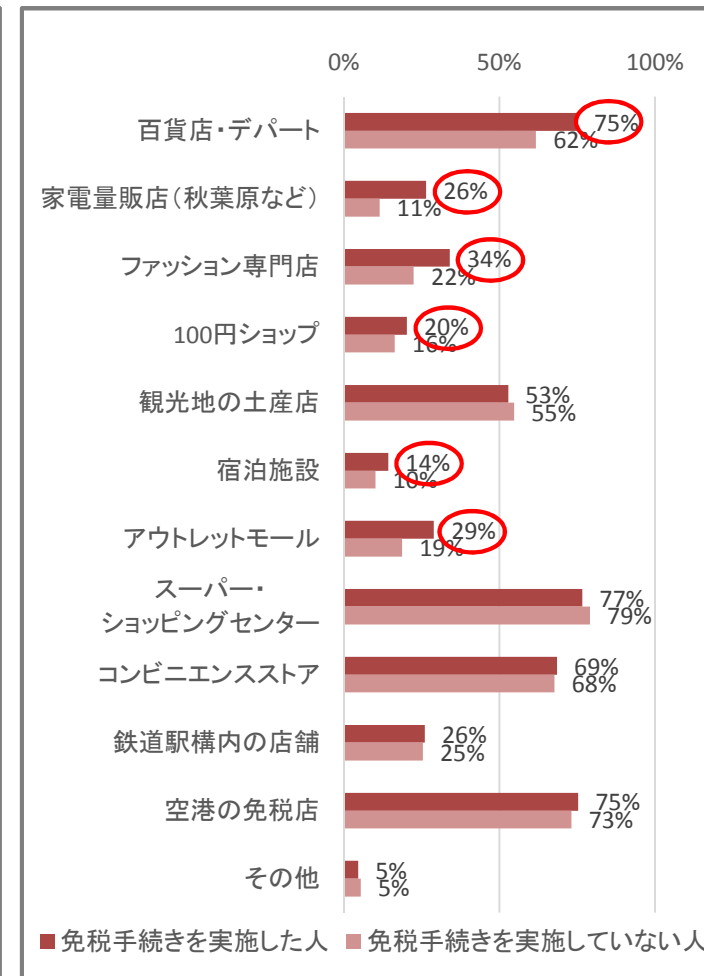
図表17 客層別の免税実施率



図表18 客層別の1人あたり免税購入総額



図表19 免税手続きの実施有無と買い物場所

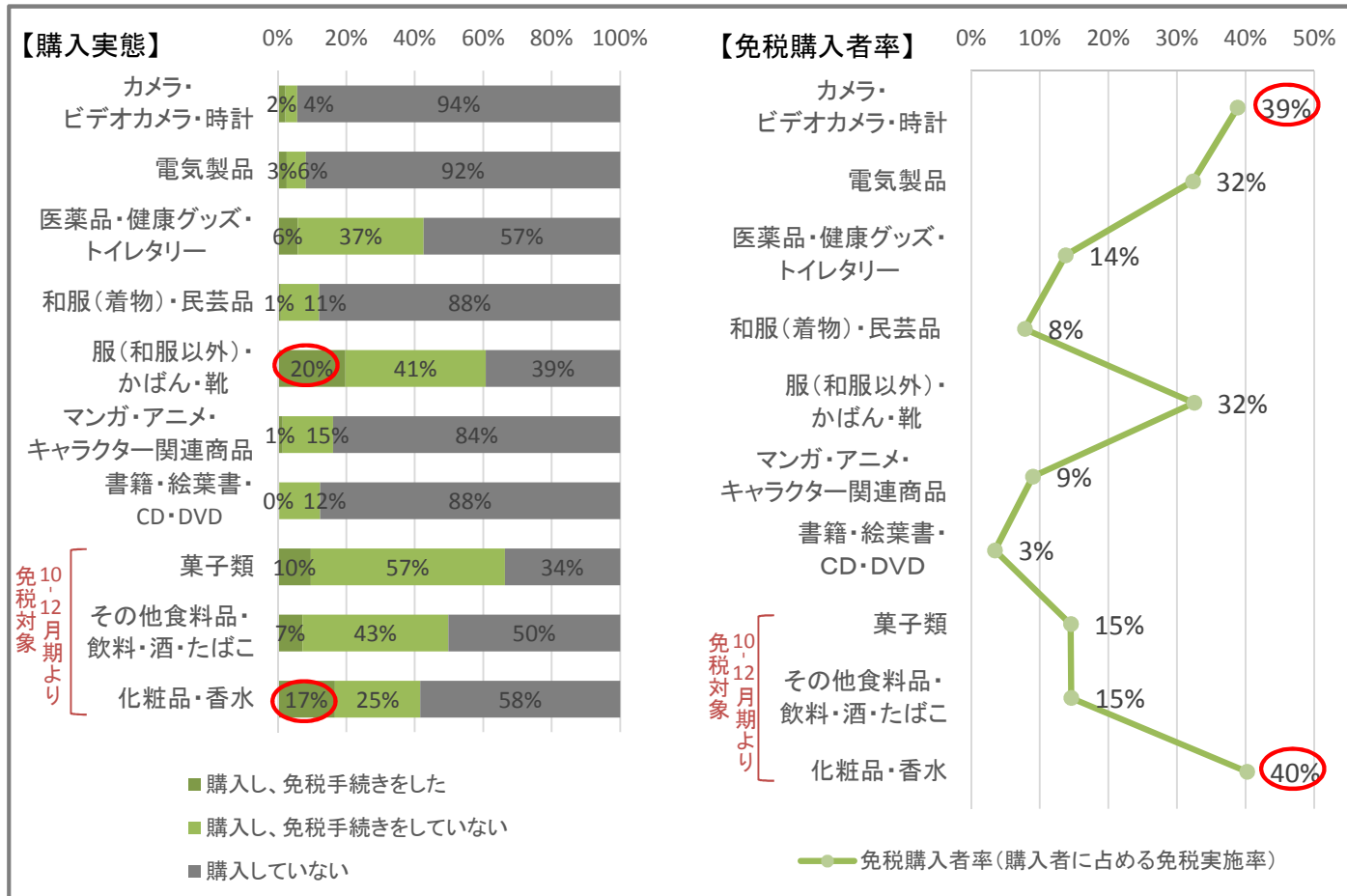


注1) 図表中の数値は、平成26年1-3月期、4-6月期、7-9月期、10-12月期の「観光・レジャー」目的客の回答を単純集計したもの(訪日外客数によるウェイトバック処理は施していない)。

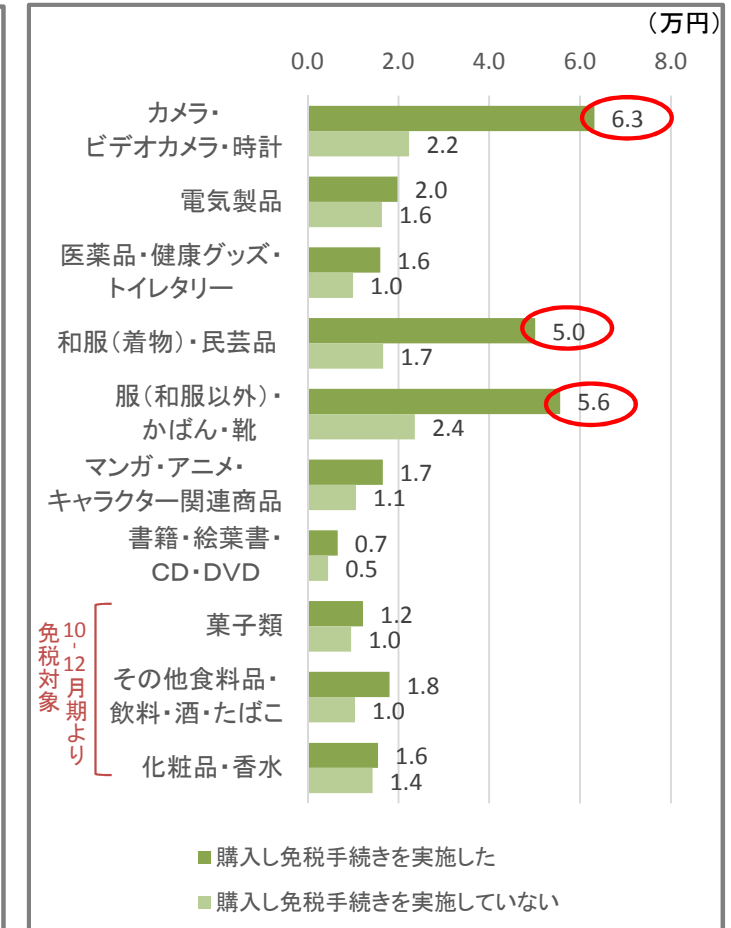
# 【香港】購入者の4割程度がカメラ類や化粧品類の手続き実施

- 香港の観光客について、費目別に購入実態と免税実施率の状況を見ると、「服(和服以外)・かばん・靴」や「化粧品・香水」で2割前後となっている。(図表20)
- 費目別に免税購入者率をみると、「化粧品・香水」では購入者の40%、「カメラ・ビデオカメラ・時計」が39%と高い。(図表20)
- 各費目を購入した観光客について、免税手続きの有無で購入金額を比較すると、全ての費目で免税手続きを実施した方が購入金額は高い。特に「カメラ・ビデオカメラ・時計」についてはその差が大きく、「和服(着物)・民芸品」や「服(和服以外)・かばん・靴」でも免税手続きを実施した観光客の購入金額は5万円を超える。(図表21)

図表20 費目別の購入実態および免税購入者率



図表21 免税手続きの実施有無と購入者単価

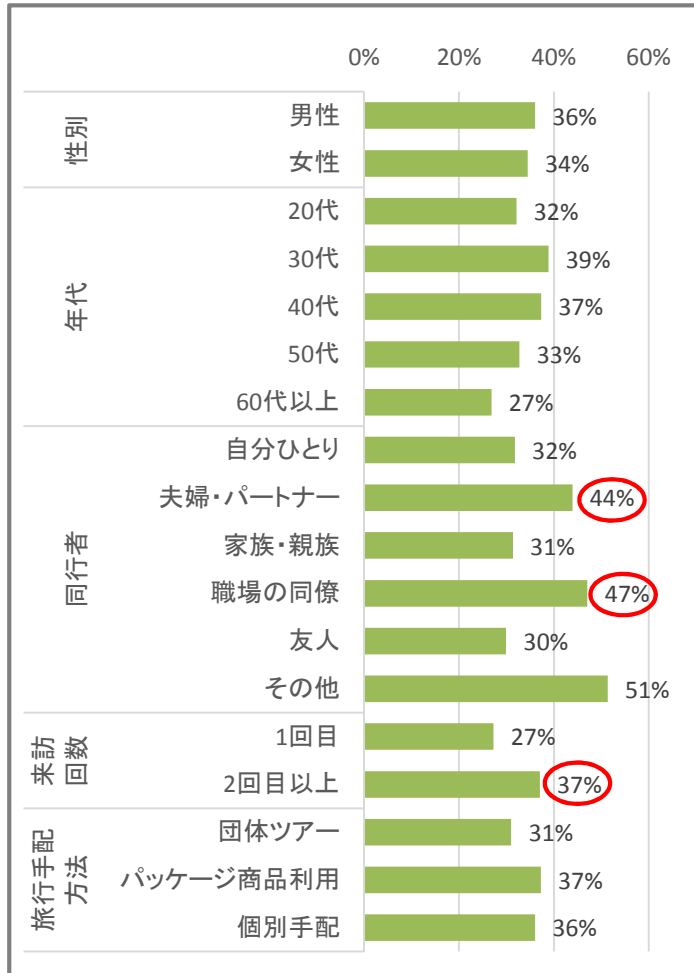


注1) 図表中の数値は、平成26年1-3月期、4-6月期、7-9月期、10-12月期の「観光・レジャー」目的客の回答を単純集計した(訪日外客数によるウェイトバック処理は施していない)。ただし、「菓子類」「その他食料品・飲料・酒・たばこ」「化粧品・香水」については、平成26年10-12月期の観光客の回答のみを集計している。

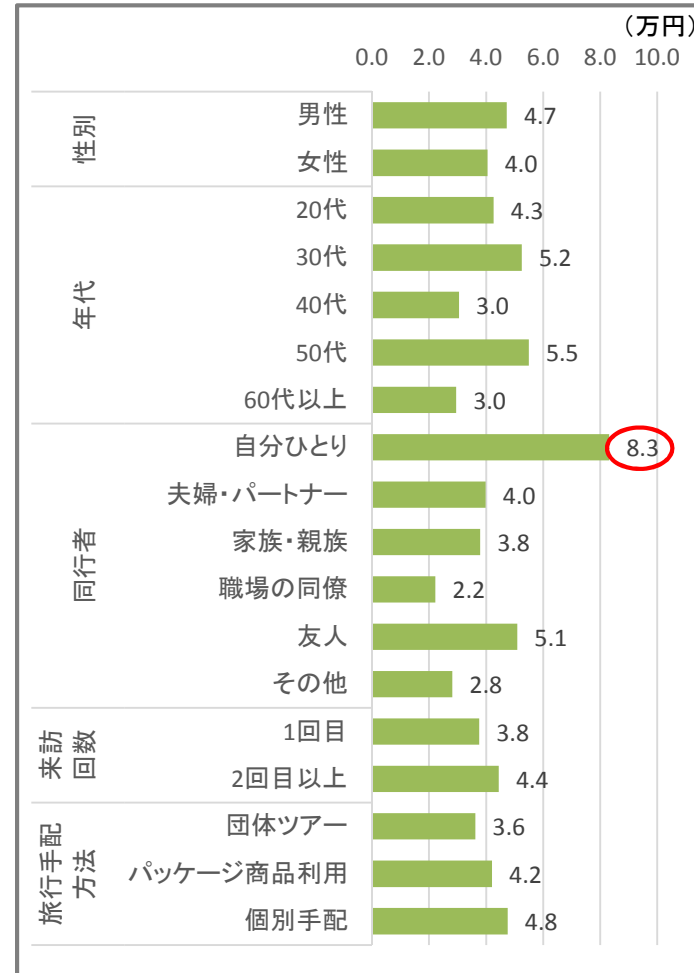
# 【香港】リピーターの免税実施率が高い

- 香港の観光客について、免税手続きの実施状況を見ると、同行者別では「夫婦・パートナー」「職場の同僚」で高く、4割を超える。また、来訪回数別では「2回目以上」の免税実施率が高い。(図表22)
- 客層別に消費税免税を受けた物品の購入総額を比較すると、「自分ひとり」で8万円超と高い。(図表23)
- 「百貨店・デパート」や「ファッション専門店」「空港の免税店」などは免税手続きを実施した観光客の方が利用率が高い。(図表24)

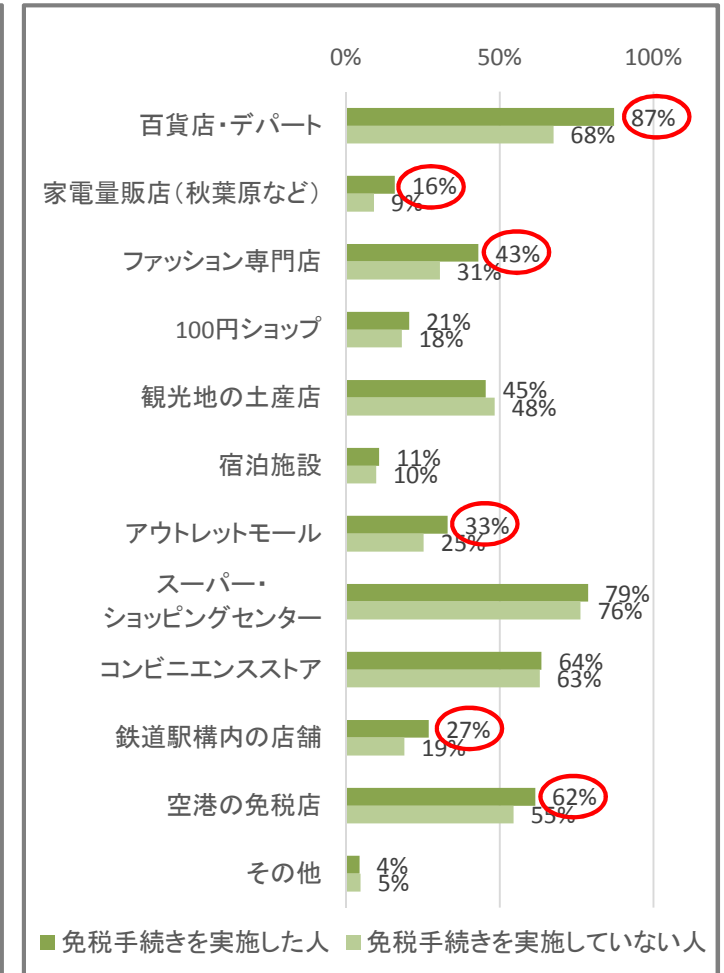
図表22 客層別の免税実施率



図表23 客層別の1人あたり免税購入総額



図表24 免税手続きの実施有無と買い物場所

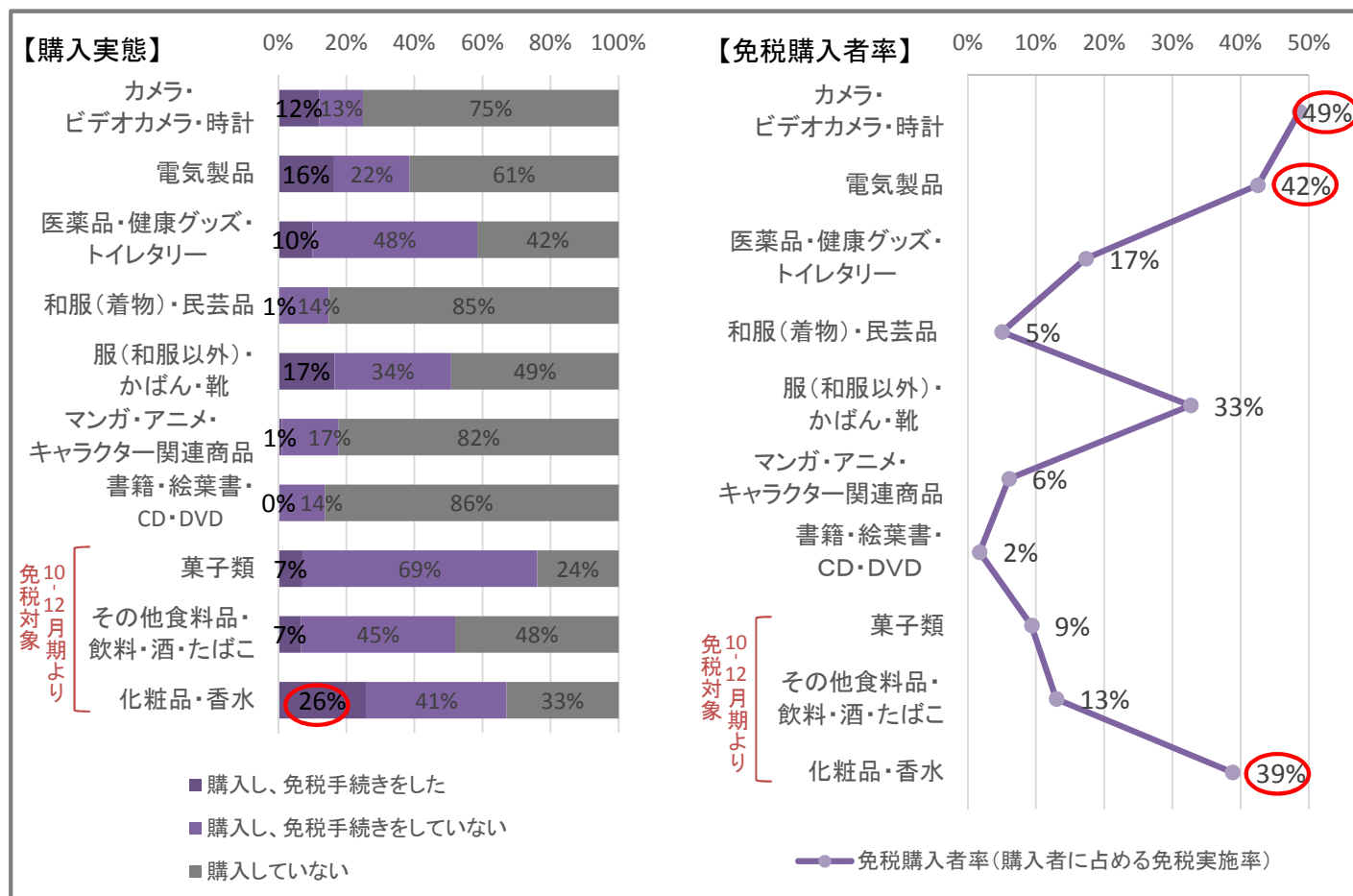


注1) 図表中の数値は、平成26年1-3月期、4-6月期、7-9月期、10-12月期の「観光・レジャー」目的客の回答を単純集計したもの(訪日外客数によるウェイトバック処理は施していない)。

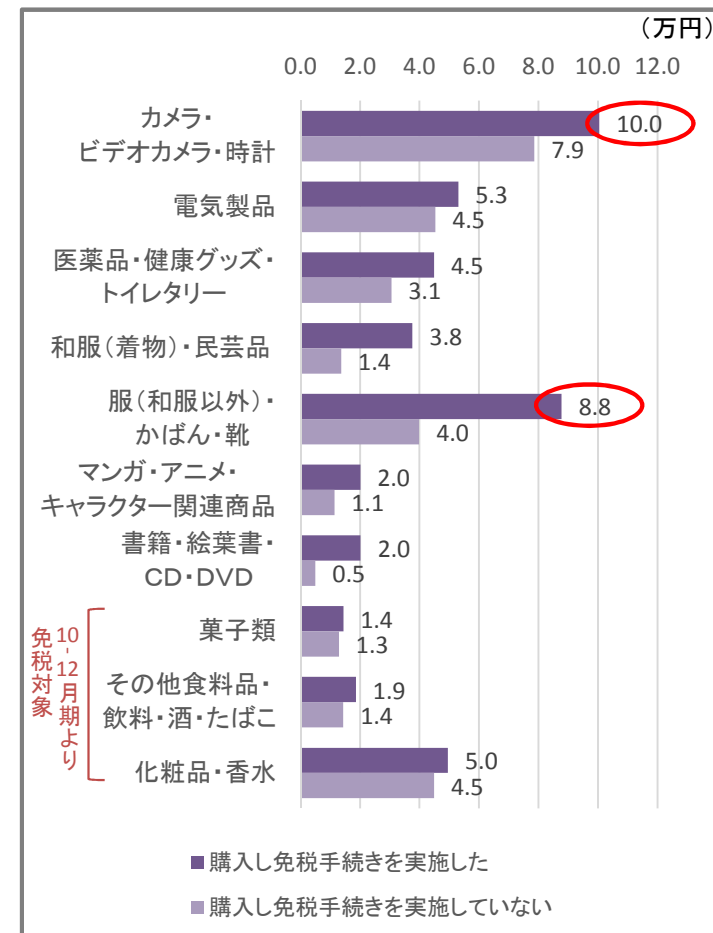
# 【中国】カメラ等の免税手続き実施者の購入単価は10万円超

- 中国の観光客について、費目別に購入実態と免税手続きの状況を見ると、「化粧品・香水」で免税実施率が2割超と高い。(図表25)
- 費目別に免税購入者率をみると、「カメラ・ビデオカメラ・時計」では購入者の49%、「電気製品」で42%と高く、「化粧品・香水」についても39%と高い。(図表25)
- 各費目を購入した観光客について、免税手続きの有無で購入金額を比較すると、全ての費目で免税手続きを実施した方が購入金額は高い。特に「カメラ・ビデオカメラ・時計」については免税手続きを実施した観光客は購入金額が10万円を超える。「服(和服以外)・かばん・靴」についても約9万円と高い。(図表26)

図表25 費目別の購入実態および免税購入者率



図表26 免税手続きの実施有無と購入者単価



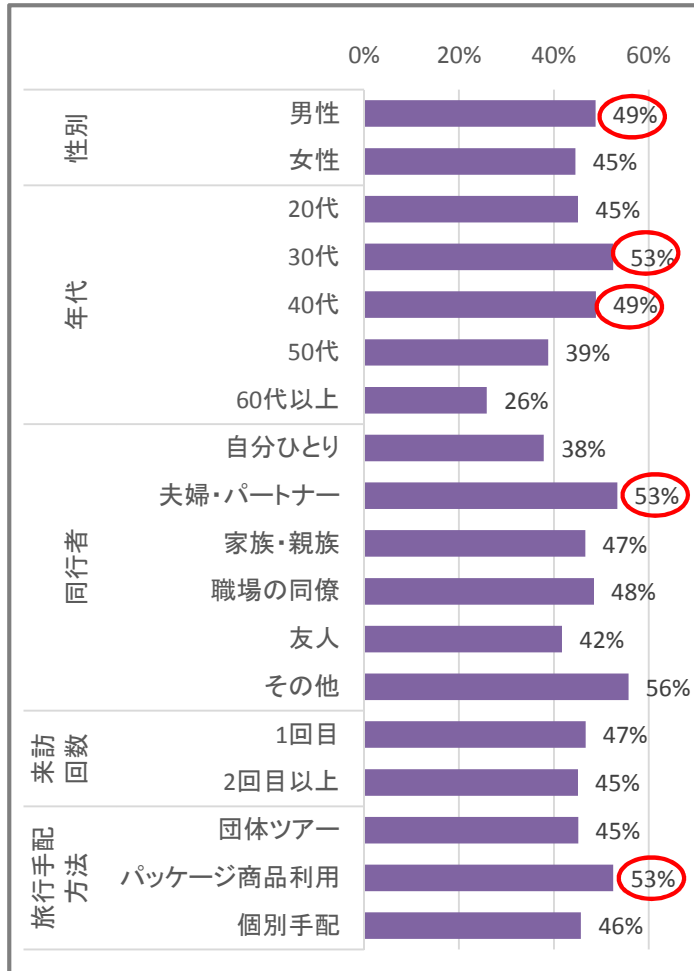
注1) 図表中の数値は、平成26年1-3月期、4-6月期、7-9月期、10-12月期の「観光・レジャー」目的客の回答を単純集計した(訪日外客数によるウェイトバック処理は施していない)。ただし、「菓子類」「その他食料品・飲料・酒・たばこ」「化粧品・香水」については、平成26年10-12月期の観光客の回答のみを集計している。

# 【中国】30代や40代で免税実施率が高く、50代以上は低め

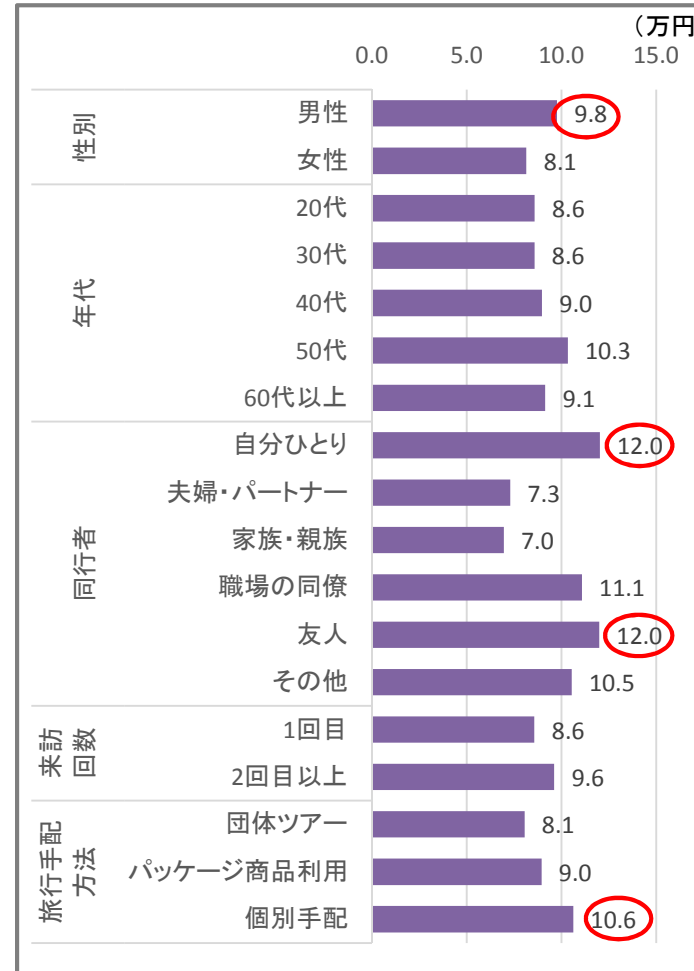
- 中国の観光客について、免税手続きの実施状況を見ると、性別では「男性」、年代では「30代」「40代」、同行者では「夫婦・パートナー」、旅行手配方法では「パッケージ商品利用」の免税実施率が高い。(図表27)

- 客層別に消費税免税を受けた物品の購入総額を比較すると、同行者別では「自分ひとり」「友人」、旅行手配方法別では「個別手配」でそれぞれ10万円超と高い(図表28)
- 「百貨店・デパート」や「空港の免税店」などは免税手続きを実施した観光客の方が利用率が高い。(図表29)

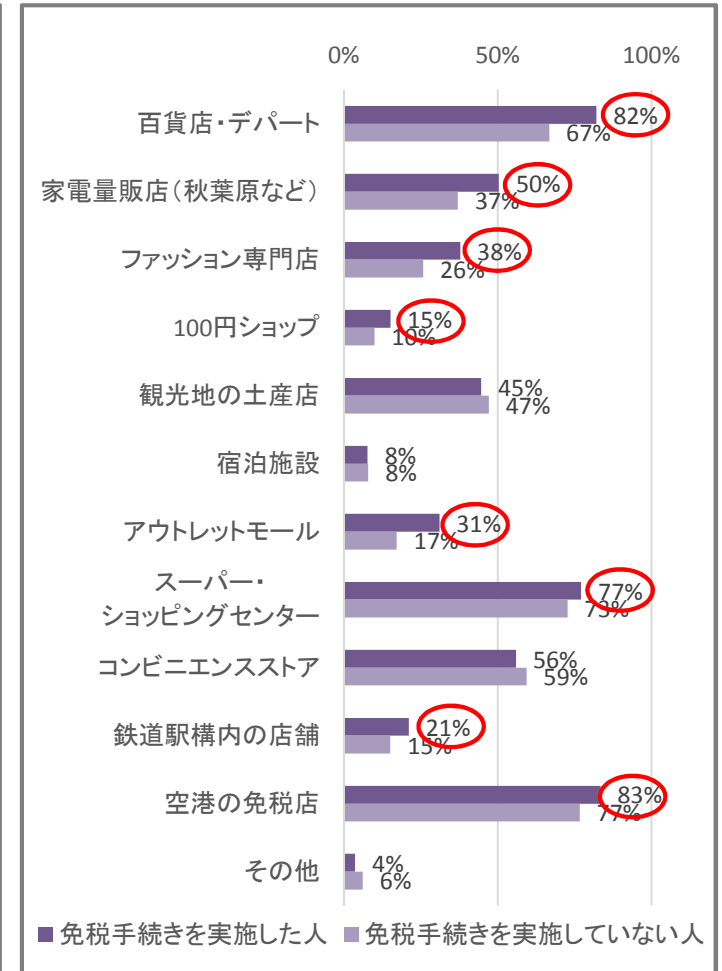
図表27 客層別の免税実施率



図表28 客層別の1人あたり免税購入総額



図表29 免税手続きの実施有無と買い物場所



注1) 図表中の数値は、平成26年1-3月期、4-6月期、7-9月期、10-12月期の「観光・レジャー」目的客の回答を単純集計したもの(訪日外客数によるウェイトバック処理は施していない)。