

ショートコメント vol.21 (2014年2月27日)

テーマ：「あべのハルカス」全面開業で厚みを増す関西の観光・レジャー市場

○ 外国人観光客の動向に注目が集まる

大阪・阿倍野の超高層ビル「あべのハルカス」が3月7日に全面開業を迎えます。日本一の高さを誇るビルとして知名度も高く、関西圏外からの集客にも十分期待されますが、特に注目されるのは外国人観光客の来訪です。現在、アジアを中心とした外国人観光客の間では、心齋橋・難波エリアが人気を集めていますが、「あべのハルカス」の全面開業で阿倍野への来訪が増えることになれば、関西の観光市場がより厚みを増すこととなります。阿倍野と心齋橋・難波については、その近さから都市間競争の話題が絶えませんが、外国人観光客は国内客よりも周遊の動きが期待できるだけに、その近さがシナジー効果を生む可能性もあるのではないのでしょうか。

足元の市場環境についても、十分に期待が持てる状況です。昨年は関西国際空港を利用する外国人旅客数が463万人に達するなど（前年比29%増）、関西を訪れる外国人客が急増していますが、彼らの宿泊行動をみても、関西の人气が高まっていることが分かります。昨年1～9月の外国人宿泊者数は全国的にも約27%増と増加がみられる中、特に関西、大阪市内では40%以上の高い伸び率となっています（図表1）。人数でいえば、関西で約100万人、大阪市内で約60万人が増えた計算です。それだけ関西で長い時間を過ごす人が増えていることに他なりません。

さらに、訪日外国人客による関西への訪問率の高さは以前から知られていますが（図表2）、特に、直近の関西への訪問率が40%を超える国（中国、タイ、米国）については、様々な地域を周遊したり、関西でもあちこちに行く傾向がみられます（各地域の訪問率を合計すると100を上回る）。こういった点を含め、関西を訪れる外国人観光客には概ね活動的な特徴があることも、「あべのハルカス」には追い風の一つとなりそうです。

（図表1）直近の外国人宿泊者数（延べ人数）

| | 2012年1～9月 (人数・全国シェア) | 2013年1～9月 (人数・全国シェア) | 増加率 |
|-----|---------------------------|---------------------------|--------|
| 全国 | 1110万人 <small>100</small> | 1406万人 <small>100</small> | 26.8%増 |
| 首都圏 | 551万人 <small>49.7</small> | 635万人 <small>45.2</small> | 15.2%増 |
| 近畿 | 238万人 <small>21.4</small> | 343万人 <small>24.4</small> | 44.6%増 |
| 大阪市 | 124万人 <small>11.2</small> | 186万人 <small>13.2</small> | 49.8%増 |
| 京都市 | 75万人 <small>6.7</small> | 108万人 <small>7.7</small> | 44.1%増 |

（出所）観光庁「宿泊旅行統計調査」

※首都圏：東京都、埼玉県、千葉県、神奈川県

（図表2）外国人観光客による訪問率（2013年10～12月）

| | 全体 | 韓国 | 台湾 | 香港 | 中国 | タイ | 米国 |
|------|------|------|------|------|------|------|------|
| 北海道 | 11.3 | 7.6 | 12.9 | 11.1 | 9.7 | 21.9 | 2.5 |
| 関東 | 47.7 | 16.4 | 33.2 | 37.7 | 73.9 | 64.4 | 88.7 |
| 中部 | 12.0 | 2.9 | 9.5 | 12.4 | 25.5 | 16.9 | 10.3 |
| 近畿 | 41.1 | 29.5 | 29.2 | 27.0 | 69.4 | 45.7 | 54.4 |
| 滋賀県 | 0.7 | 0.0 | 1.5 | 0.3 | 1.3 | 0.0 | 2.0 |
| 京都府 | 29.7 | 11.2 | 23.4 | 18.1 | 49.4 | 28.3 | 46.1 |
| 大阪府 | 32.5 | 27.2 | 25.3 | 22.4 | 64.8 | 37.9 | 18.6 |
| 兵庫県 | 7.5 | 6.2 | 9.9 | 8.1 | 8.7 | 4.6 | 4.9 |
| 奈良県 | 7.8 | 4.2 | 8.0 | 5.9 | 12.3 | 8.2 | 9.8 |
| 和歌山県 | 2.3 | 1.5 | 1.8 | 4.9 | 1.9 | 0.5 | 1.5 |
| 九州 | 14.7 | 42.7 | 12.1 | 13.7 | 1.3 | 3.7 | 9.3 |

（出所）観光庁「訪日外国人消費動向調査」

※1人で2地域を訪れた場合は両方でカウントされるため、各地域の合計は100を上回る

※本稿は情報提供が目的であり、商品取引を勧誘するものではありません。また、本稿は当社が信頼できると判断した各種データに基づき作成しておりますが、その正確性、完全性を保証するものではありません。なお、本稿に記載された内容は執筆時点でのものであり、今後予告なしに変更されることがあります。

格安航空会社（LCC）の就航増加が続くなど、こと外国人観光客に関しては今後も明るい材料が多い中、同施設はスポットとしての魅力も十分なだけに、新たな集客装置として期待が持たれます。

○消費増税後に高まる時間消費型施設への需要

それに加えて、「あべのハルカス」の時間消費型施設としての機能にも注目が集まります。というのも、4月からの消費増税でレジャー関連でも節約志向が強まるなか、郊外の大型ショッピングモールをはじめとする、同種の施設がその受け皿になると考えられるからです。特に、家族客が気軽に出かけられる場所は需要が高まるとみられ、飲食を含む各種サービスの充実、子ども向けスペースや休憩スペースの効果的な配置といった工夫をこらした同施設は、休日を過ごすための来訪の増加が期待されます。

昨年12月、千葉県に「体験型ショッピングモール」と呼ばれる大型施設がオープンし、話題となっているように、「モノ」ではなく「コト」をメインに扱う動きが様々な業態で広がりつつあります。まさに「あべのハルカス」はその先駆けでもあり、その機能に対する認知度が高まるにつれて、集客力も向上していくことが期待されます。間もなく消費増税が開始となる中、家族客を中心にレジャー需要が予想以上に低下することもあるだけに、いかに彼らを取り込めるかが一つのカギとなりそうです。

本件照会先：大阪本社 荒木秀之
TEL:06(4705)3635 mail:hd-araki@rri.co.jp

※本稿は情報提供が目的であり、商品取引を勧誘するものではありません。また、本稿は当社が信頼できると判断した各種データに基づき作成しておりますが、その正確性、完全性を保証するものではありません。なお、本稿に記載された内容は執筆時点でのものであり、今後予告なしに変更されることがあります。