

第6節 グローバル需要の取り込み

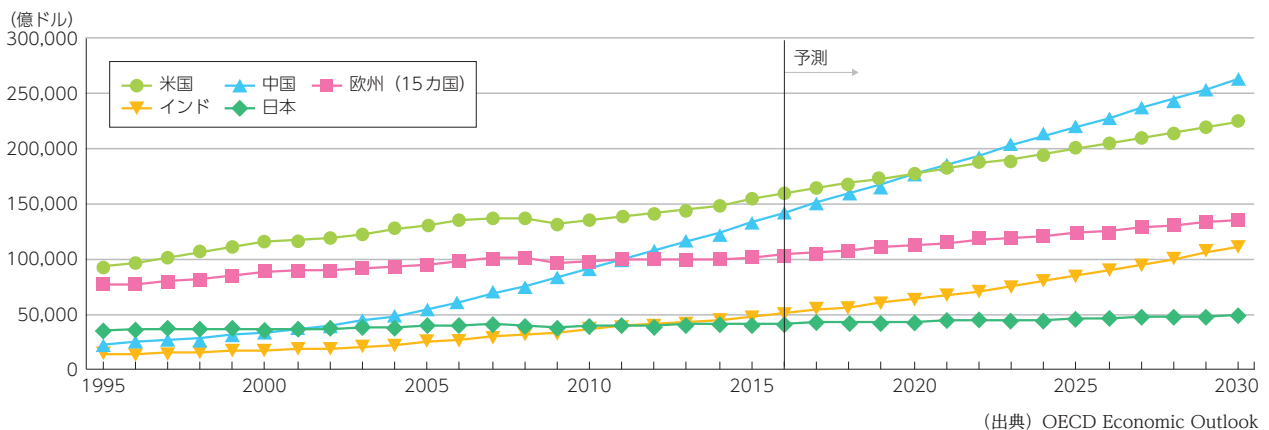
1 グローバル需要取り込みの必要性

本章の冒頭において言及したように、人口減少に伴う国内需要縮小を補うためには外需、すなわちグローバル需要を見据えることが必須である。今後も更なる拡大が見込める新興国を中心に、輸出・海外展開によるアウトバウンド、訪日外国人の誘客等によるインバウンドの両面で市場の成長性の取り込みを図っていく必要がある。

1 グローバルの経済規模の推移

主要な経済圏の実質GDPについてみると、米国は成長を続けており今後も一定の成長率で経済規模が拡大していくことが予想される。欧州圏（OECD加盟15カ国）においては、経済危機を経験しながらも一定の規模を維持している状況である。他方、近年は、中国の成長が著しく、2010年以降、我が国経済規模との格差は開く一方であり、欧州圏の規模も上回った。2020年以降には米国を上回ることが予想されている。また、インドをはじめとする新興国・地域も堅調に成長している。我が国は、長期的にみると、これらの国と比べると成長率は低迷しており、今後は新興国・地域をはじめとする外需の成長性を取り込んでいくことがますます重要となる（図表2-6-1-1）。

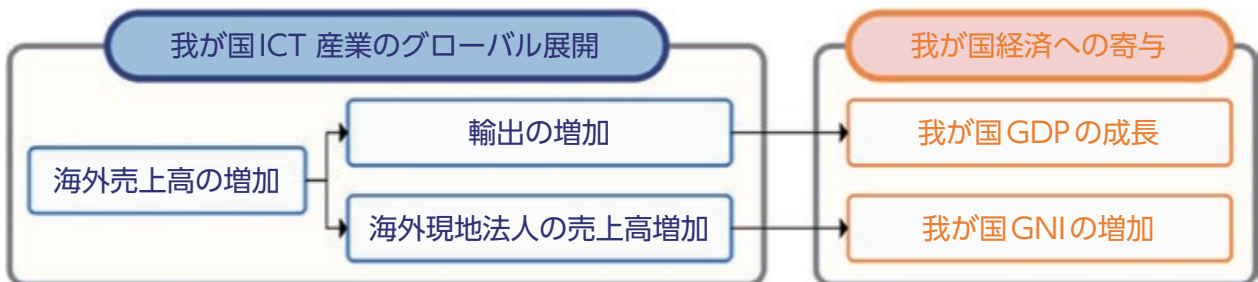
図表2-6-1-1 主要国の実質GDPの経済規模の推移及び予測^{*1}



2 海外展開の意義

我が国産業の海外展開について、海外売上高の増加から捉えた場合、その経路としては、「輸出の増加」と対外投資を通じた「海外現地法人の売上高増加」の二つが挙げられる。「輸出の増加」は、我が国のGDP成長に直接寄与する。「海外現地法人の売上高増加」は、それが我が国企業の投資収益の向上につながる場合には、国民総所得（GNI）を増加させ、国民一人ひとりの実質的な豊かさの向上に貢献し得る（図表2-6-1-2）。

図表2-6-1-2 産業の海外展開による経済貢献



(出典) 総務省「ICTによるイノベーションと新たなエコノミー形成に関する調査研究」(平成30年)

^{*1} 欧州はOECD加盟15カ国の合計（オーストリア、ベルギー、エストニア、フィンランド、フランス、ドイツ、ギリシャ、アイルランド、イタリア、ルクセンブルグ、オランダ、ポルトガル、スペイン、スロバキア、スロベニア）

また、それぞれの経路においては、ミクロではその目的やビジネスの性質等に応じて多様な手段が挙げられる。経済貢献として直接的な計上にはならないものの、ビジネスとして重要かつ有効な手段として「業務提携」が挙げられる。海外ビジネスなどの新規開拓においては、事業のバリューチェーン上で必要な要素を補完するために、パートナーを見つけて事業基盤を構築していくことが重要になる。そのため、国内企業あるいは海外企業との「業務提携」が有効な手段となる。

分類	説明		備考
輸出 (貿易)	直接輸出	直接海外客先に輸出する取引形態。	形のある商品 (財貨) の取引を指すが、サービス貿易や技術貿易のように無形物の取引もある。
	間接輸出	商社などの貿易会社 (第三者) を通じて輸出する取引形態 (輸出が困難な国の場合等)。	
投資	直接投資	投資先企業の経営の支配、あるいは経営の参加を目的としたもの。100%出資して投資先の国に新規に法人を設立したり (グリーンフィールド投資)、既存の企業を買収する形態 (M&A) が挙げられる。	出資比率の観点から「独資 (100%出資)」と「海外企業との共同出資」に、また投資対象の観点から「同業種への投資」と「異業種への投資」に分けることができる。
	間接投資	経営介入を伴わず、利子・配当、売却益による収益確保を目的としたもの	
業務提携	海外企業と特定の分野や事業等において業務上の協力関係を締結するもの		技術開発・供与、生産、資材調達、物流、人材交流、販売促進など。

(出典) 総務省「ICTによるイノベーションと新たなエコノミー形成に関する調査研究」(平成30年)

国・地域間で行われる経済取引は国際収支統計より把握することができる。具体的には、貿易 (製品の輸出入等) や投資 (海外出資会社からの配当等) などの国際経済活動の区分けで整理することができる (図表 2-6-1-4)。投資の収支を表す所得収支は、国外で発生した我が国の所得の受取と国内で発生した外国への所得の支払の差額であり、投資の対価の受取と支払の差額である投資収益が多くを占めている。

これらの国際収支の観点からは、直接的に我が国GDPに計上されるのは、輸出額 (ICTであれば端末やインフラ機器等の輸出額) やサービスに係る特許等使用料、また対外直接投資については海外出資会社からの配当金等、投資収益の一部が国内経済に還流することになる。

国際収支の分類		主な項目	ICT 産業による貢献 (例)
経常収支	貿易サービス収支	貿易収支	輸出 輸入
		サービス収支	輸送 旅行 その他サービス 知的財産等使用料、 通信・コンピュータ・情報サービスを含む*
	第一次所得収支	直接投資収益	電機メーカー、通信キャリアの海外出資会社からの配当金等
		証券投資収益	
		その他投資収益	
第二次所得収支	官民の無償資金協力、寄付、贈与		

※通信・コンピュータ・情報サービスの解説

※1 通話サービス

電話、テレックス、衛星、インターネットといった通信手段の利用代金を計上。基幹通信網の利用代金を含む。

※2 コンピュータサービス

コンピュータによる情報処理、OSやアプリケーション等ソフトウェアの委託開発、ウェブページ的设计・製作、ハードウェアのコンサルティング・維持修理、ハードウェアの設置・ソフトウェアのインストール等のサービス取引を計上。

※3 情報サービス

報道機関によるニュース配信のほか、音声・映像やソフトウェア以外のコンテンツをオンラインで提供するサービスの取引を計上。データベース、検索エンジン、図書館・アーカイブに係るサービス取引も含む。

(出典) 財務省国際収支統計用語解説及び「国際収支統計 (IMF 国際収支マニュアル第6版ベース)」の解説

2 輸出・海外展開の状況

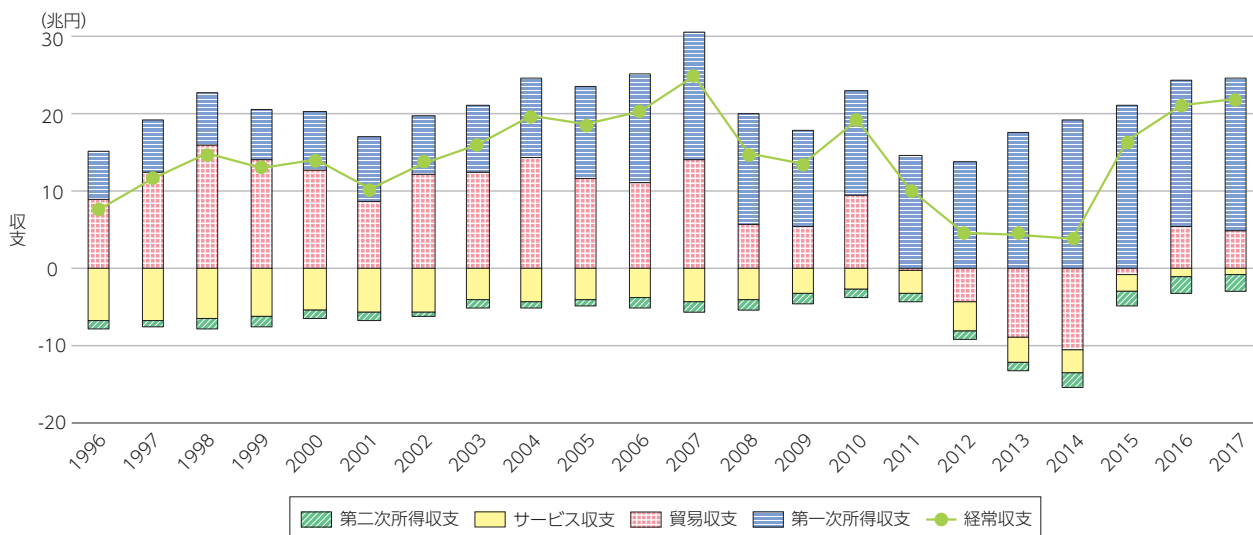
本項では、我が国全体の輸出・海外展開の状況について俯瞰する。

1 我が国輸出の状況

まず、我が国の貿易・サービス収支についてみてみる。貿易収支については、東日本大震災以降貿易赤字が続いていたが、2016年度では黒字に転じている。これは、中国市場向けの液晶デバイスが牽引するなど、アジア向けの輸出額が過去最高を記録した上、原油相場の低迷や円高の影響で輸入額が減った等の要因によるものである。主

に海外資産が生み出す利子や配当などの収益からなる第一次所得収支については、世界経済危機の影響から2007年をピークに3年連続で減少したものの、2011年以降は投資収益の受取増加により拡大傾向が続いており、2015年には20兆円を超えた。このように、近年は貿易・サービス収支から所得収支へと構造が変化している状況であることから、引き続き海外投資を進めていくことが大きな意味を持つ。

図表2-6-2-1 我が国の国際収支の推移



(出典) 財務省「国際収支統計」

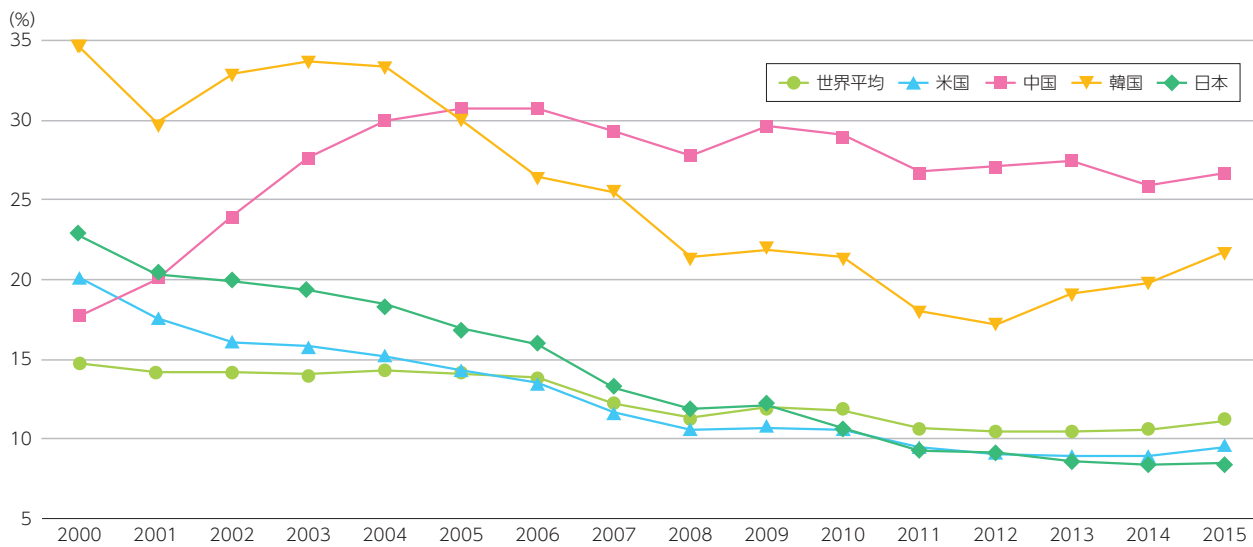
次に、製品輸出全体においてICT製品^{*2}が占める割合についてみる。世界平均をみると、15%から10%水準へ緩やかに低下している傾向がみられる中、我が国の輸出財においてICTが占める割合は、2000年から下降傾向が見られ、2000年の25%弱から15年間低下を続け、2015年時点では10%を下回っており、主要4カ国及び世界平均で最も低い水準である。また、米国も我が国と同様の傾向がみられる。他方、中国や韓国は、一時期を除き20%以上で推移しているおり、輸出のICT財への依存度が比較的高いといえる(図表2-6-2-2)。

また、同様に、サービス輸出に占めるICTサービス^{*3}の割合は、世界平均は緩やかに増加している傾向がみられる。我が国は20%~30%で横ばいしており、米国や韓国も2016年時点では同水準である。中国は上昇傾向が見られ、製品輸出・サービス輸出ともに、他3カ国と比べても高い割合を占めている。

*2 コンピューター及び周辺機器、通信機器、消費者向け電子機器、電子部品・コンポーネントなどが含まれる。

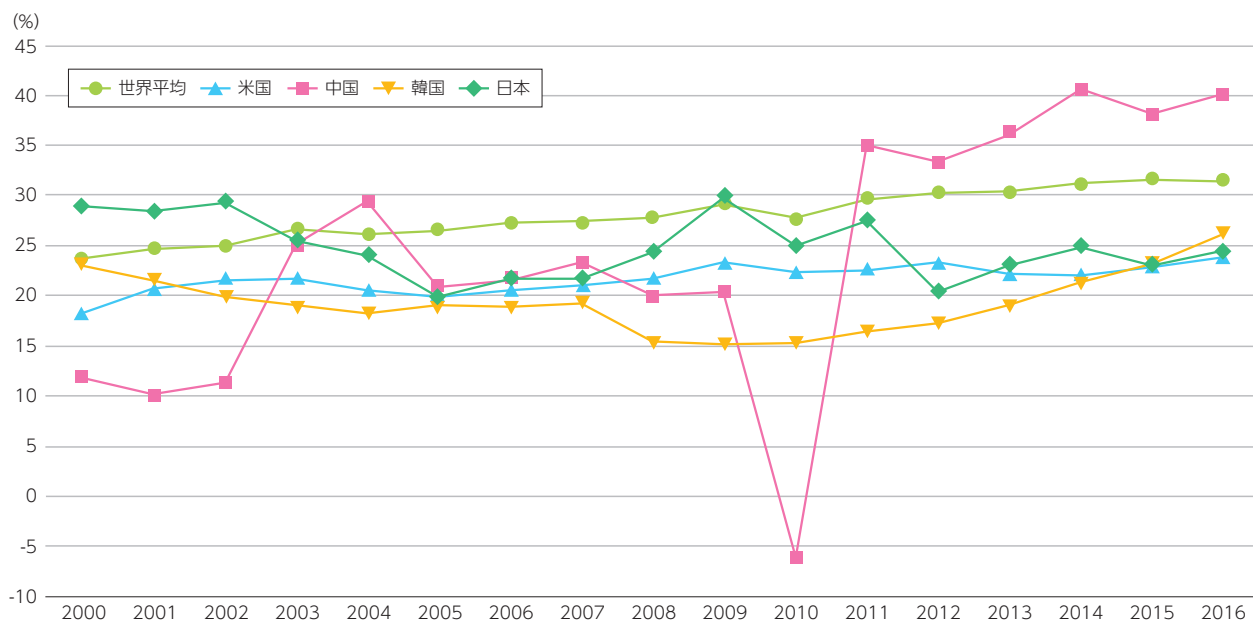
*3 通信サービス(ケーブル・衛星などによる映像・音声・画像等の情報通信サービス、移動通信・インターネットサービス)、コンピューターサービス(コンピューターのハードウェア・ソフトウェアに関連するサービス、データ加工サービスなど)、情報サービス(ニュース、データベース、アーカイブ、ライブラリサービスなど)が含まれる。

図表 2-6-2-2 製品輸出財にICT財が占める割合



(出典) 総務省「ICTによるイノベーションと新たなエコノミー形成に関する調査研究」(平成30年)
(国連貿易開発会議「UNCTAD STAT」より作成)

図表 2-6-2-3 サービス輸出にICTサービスが占める割合



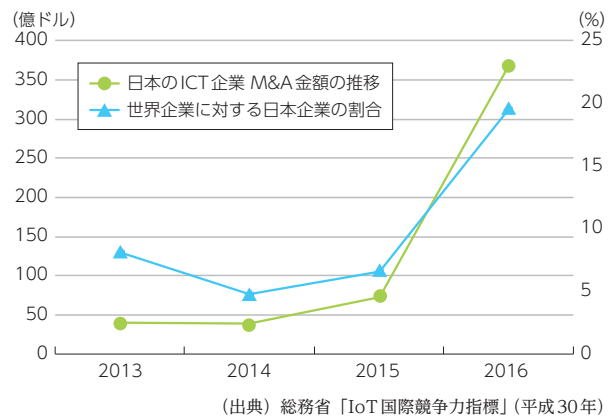
(出典) 総務省「ICTによるイノベーションと新たなエコノミー形成に関する調査研究」(平成30年)
(国連貿易開発会議「UNCTAD STAT」より作成)

2 対外直接投資の状況

企業のグローバル化の動きは、対外直接投資の推移で確認することができる。対外直接投資の活動としては、海外拠点の設置や海外企業への資本参加などが挙げられ、さらに資本を取り込むというアプローチとして、M&A（企業合併・買収）が挙げられる。M&Aは、海外における市場やその成長性を取り込んだり、技術を短期間で獲得するための有効な手段として挙げられる。

直近4年間の日本のICT企業によるM&A金額の推移を見ると増加傾向が見られ、それに伴い世界のICT企業のM&A金額に占める日本企業の割合が変動している。特に、2016年は367億ドルへ飛躍的に増大している。これはソフトバンクグループによるイギリス半導体設計大手のARM社の買収が含まれている。同買収は、我が国企業で過去最大の3兆3000億円強に上ったことから、金額及び割合ともに大幅な増加につながった。

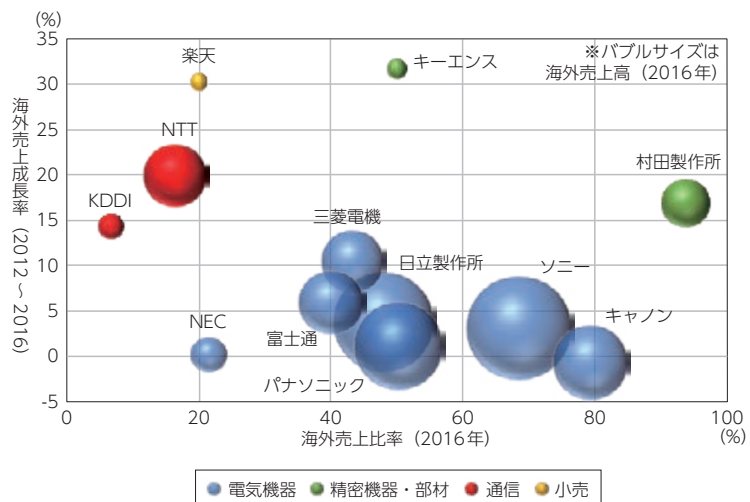
図表 2-6-2-4 我が国ICT企業によるM&A金額の推移



3 国内主要ICT企業の海外展開状況

国内主要ICT企業について、2012年から2016年までの5年間の海外展開売上高の業績について、業種別に比較してみる(図表 2-6-2-5)。まず、通信事業者は内需依存度が高く、海外売上比率は20%未満であるが、近年の海外売上高成長率が15%以上と高い。小売事業者(楽天)はさらに成長率が高く、今後海外売上比率が高まることが予想される。他方、電気機器ベンダーは、既に長年海外展開を推進してきていることから、海外売上高比率が高く、かつ同売上高規模も大きい成長率は相対的に低く、全体としては安定している。精密機器・部材は、海外の関連市場の拡大等を背景に、成長期が続いている状況がみてとれる。

図表 2-6-2-5 国内主要ICT企業の海外展開の業績

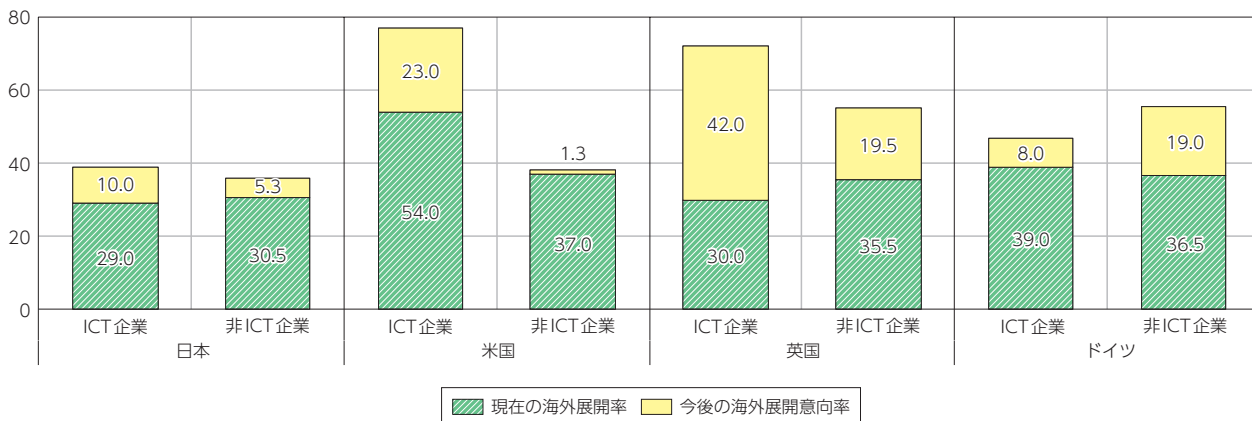


4 企業の海外展開の意向

企業の海外進出の状況及び今後の海外進出意向について、企業向けアンケート調査結果に基づき、各国企業の特徴をみてる(図表 2-6-2-6)。日本の企業は、現在の海外展開比率はICT企業と非ICT企業では差は見られないが、今後の展開意向率についてはICT企業の方が、非ICT企業よりもやや高い。しかしながら両者を合計しても、他の3カ国の展開率及び展開意向比率よりも低い状況である。

米国は、ICT企業の海外展開比率の方が10ポイント以上高く、さらに展開意向率も高く、同国のICT産業の海外展開はさらに進むことが想定される。同様に、イギリスも、現在のICT企業の海外展開率は日本の企業と同水準であるが、今後の展開意向率は倍以上であることから、特に同国ICT企業の海外展開が顕著に進むことが予想される。一方、ドイツは、今後の展開意向率は非ICT企業の方がICT企業よりも高い。

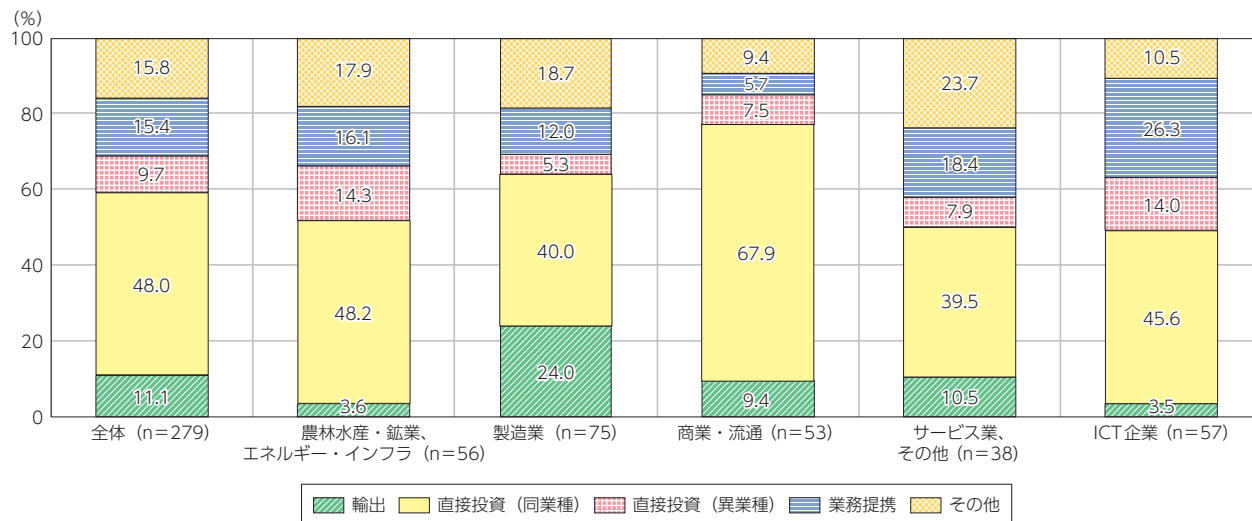
図表 2-6-2-6 企業の海外進出状況及び意向（アンケート調査結果）



(出典) 総務省「ICTによるイノベーションと新たなエコノミー形成に関する調査研究」(平成30年)

国内企業の今後取りうる海外展開の手法について、アンケート調査結果に基づき傾向をみている(図表2-6-2-7)。全体で見ると、最も割合が高いのが直接投資(同業種)であり、回答の概ね半数を占めている。次いで、「業務提携」、「直接投資(異業種)」の順に多い。業種別にみても、ICT企業は他業種と比べて「業務提携」が高く、また「直接投資(異業種)」も比較的高い。「業務提携」には、提携先が異業種の企業であったり、また同業種の企業間でも業務提携を通じて異業種へ参入することも想定される。そのため、他業種の企業と比べると相対的に異業種とのビジネスを志向しているといえる。商業・流通業企業においては「直接投資(同業種)」が占める割合が突出して高い。

図表 2-6-2-7 企業の海外進出手段（アンケート調査結果、最も多い手段）*4



(出典) 総務省「ICTによるイノベーションと新たなエコノミー形成に関する調査研究」(平成30年)

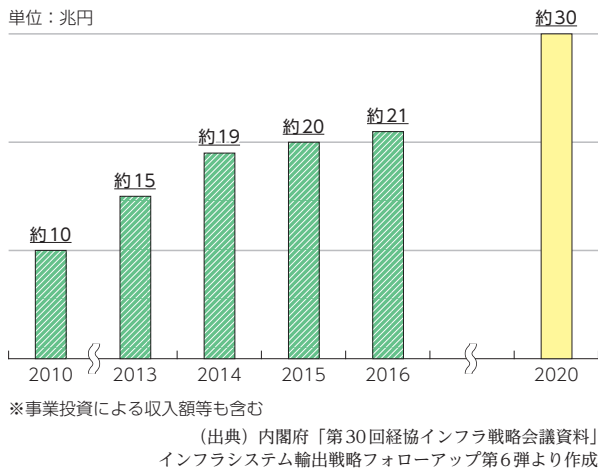
5 官民による取組：インフラ輸出

新興国を中心とした世界のインフラ需要は膨大であり、急速な都市化と経済成長により、今後の更なる市場の拡大が見込まれる。このため、日本の「強みのある技術・ノウハウ」を最大限に活かして、世界の膨大なインフラ需要を積極的に取り込むことにより、我が国の力強い経済成長につなげていくことが肝要である。また、我が国企業による「機器」の輸出のみならず、インフラの設計、建設、運営、管理を含む「システム」としての受注や、現地での「事業投資」の拡大など、我が国企業の多様なビジネスを展開させていくことも重要である。

*4 本アンケートは、海外展開・進出時に最も多く活用する手段(単一回答)。定量化についてはアンケート回答者の解釈に委ねているが、基本的には海外展開・進出に係る件数(事業、製品・サービス単位)の内訳として解釈。

こうした背景等から、我が国では、多様な分野におけるインフラシステムの海外展開について、民間投資を喚起し持続的な成長を生み出すための我が国の成長戦略・国際展開戦略の一環として、官民あげて戦略的に取り組んできている。政府は、『インフラシステム輸出戦略』*5において、我が国企業が2020年に約30兆円のインフラシステムを受注*6することを目標として掲げ、当該目標の実現に向けて、電力、鉄道、情報通信、医療、宇宙、港湾、空港等の主要産業又は重要分野における海外展開を積極的に推進している。実際に、我が国のインフラ受注実績は堅調に拡大しており、2010年の約10兆円から2015年には約20兆円に達しており、成長戦略の成果目標の軌道に乗っていることが示されている（図表2-6-2-8）。分野別実績（2015年）で見ると、情報通信が約10兆と最も多く、次いでエネルギーとなっている（図表2-6-2-9）。

図表2-6-2-8 統計等に基づくインフラ受注実績及び目標



図表2-6-2-9 分野別のインフラ受注実績 (概数)

単位：兆円

分野	2010	2015	2016
エネルギー	3.8	4.4	4.7
交通	0.5	1.3	1.3
情報通信	通信事業	6.0	6.1
	通信機器等	3.0	2.9
基盤整備	1.0	1.7	2.2
生活環境	0.3	0.5	0.5

※事業投資による収入額等も含む
 (出典) 内閣府「第30回経協インフラ戦略会議資料」
 インフラシステム輸出戦略フォローアップ第6弾より作成

特に、情報通信分野のインフラ輸出においては、同分野の引き続きの世界的な市場拡大、特に、IoT、ビッグデータ、AI等の新たな技術・サービスの発展に伴い、これらを支える大容量の情報通信インフラ及び当該インフラを活用した様々なシステムへの需要が世界的に増大していくことが見込まれていることから、当該需要を積極的に取り込むことが重要と考えられる*7（図表2-6-2-10）。

総務省においては、情報通信分野の海外展開戦略（2017年10月31日策定）も踏まえ、海底ケーブル、放送システム（地デジ等）、ブロードバンド網整備、郵便システム等のハードインフラのほか、セキュリティ・セーフティシステム（生体認証システム等）、防災ICT、医療ICT等のソフトインフラも含めた形で、我が国ICTの海外展開をパッケージで推進している。その際、経済性（ライフサイクルコスト）、安全性・強靱性、持続可能性等を強みとする「質の高いICTインフラ」の提供、世界的に評価される高い技術力や課題解決力等の我が国の強みを活かした取組を推進することが重要である。また、展開地域としては、成熟市場である欧米市場のほか、特に成長著しい地域に注力して取り組むこととしている。

*5 平成25年5月決定（平成29年5月改定）

*6 事業投資による収入額等を含む

*7 総務省（2017）「海外展開戦略（情報通信）」：http://www.soumu.go.jp/main_content/000514838.pdf

図表 2-6-2-10 インフラ輸出におけるICTの位置づけ（戦略対象）

インフラのICT活用

公共交通	航空	都市開発	道路・橋	エネルギー	防災	金融	物流	農業	教育	医療	...
運行管理等	航空管制等	スマートメータ等	耐久性審査等	電源管理等	情報分析 早期警報 情報収集等	証券取引等	通関等	出荷支援等	教材電子化等	遠隔医療等	...

ICTインフラ

ハードインフラ	海底ケーブル	無線通信	衛星	データセンタ	スパコン	地上デジタル放送	...
ソフトインフラ	ビッグデータ解析		生体認証		サイバーセキュリティ対策		...

(出典) 総務省「質の高いインフラを実現する日本のICT」を元に作成

図表 2-6-2-11 我が国のICTを活用したインフラ輸出事例

分野	国	事業概要
公共交通	ベトナム	ベトナムITS（高度道路交通システム）事業 南北高速道路（ホーチミン〜ソウライ間）にITSをパッケージ（有料道路自動料金収受システム（ETC）、交通管制システム、設備監視システム）で整備し、交通渋滞緩和に寄与。円借款を活用し、インフラ整備とICT活用を一体的に実施（土木はベトナム企業等、ITSは本邦ICT企業・総合商社によるJV）。
	シンガポール	シンガポール次世代道路課金システム GNSS（全地球航法衛星システム）により測位する位置 データを収集・解析。例えば、渋滞を緩和したい特定の道路を対象とし、都度ドライバーに通知しながら課金を行う等、走行区域や走行距離に応じた課金を柔軟に行い、渋滞を緩和。日本・シンガポールのコンソーシアムが受注。
都市開発	インド	インド・アンドラプラデシュ（AP）州との取組 インド政府の掲げる「100都市スマートシティ化計画」の一環。都市のセキュリティ強化のための ビデオ監視システム及びスマート都市交通システムの導入を推進。本邦ICT企業がMOUを締結。
道路・橋	ベトナム	ベトナム・カントー橋モニタリングシステム メコンデルタ流域の地盤は非常に緩く、地盤沈下による橋梁への悪影響が懸念されることから、各種センサーで橋のデータ（ひずみ、振動等）をリアルタイムで解析し、異常をいち早く検知。円借款を活用し、インフラ整備とICT活用を一体的に実施。（土木は日本のゼネコン等、モニタリングシステムは本邦ICT企業が受注）。
エネルギー	フィリピン	フィリピン発電所次世代遠隔監視システム 発電所のデータを遠隔で監視・解析を行い、稼働率向上・性能向上・保守費低減を支援。現地電力会社と本邦企業が協調し、現地のニーズに合ったサービスを提供
物流	ベトナム	ベトナム通関システム（VNACCS） 日本の通関システムを無償資金協力・技術協力によりベトナム全土に展開。約56,000社がVNACCSを利用し、99%の輸出入申告をVNACCSを通じて実施（2015年8月時点）。通関手続きの所要時間が大幅に短縮（平均総通関所要時間：輸入42時間（2013）⇒34時間（2014）、輸出16時間（2013）⇒6時間（2014））。
農業	ポルトガル	ポルトガル加工トマト栽培の実証事業 日本の食品企業とICT企業が圃場に設置した各種センサーや人工衛星等から得られるデータをもとに、コンピューター上に仮想圃場を生成し、高精度な生育シミュレーションを実施。水・肥料・農薬等の使用量の最適化、収穫量の最大化（ポルトガルの平均単収と比較して一部は5割増の高収量も）を実現。

(出典) 総務省「ICTによるイノベーションと新たなエコノミー形成に関する調査研究」(平成30年)

インフラ輸出分野に関しては、公共交通、都市開発、道路・橋、エネルギー等の様々な分野のインフラについて、我が国の高度で応用力のあるICTとの連携を通じた高付加価値化の実現が期待される。特に、AI・IoTのポテンシャルを世界に先駆け実用化することで、インフラの付加価値を飛躍的に向上させることが可能である。例えば、海外において、これまでICTの適用が十分に進んでいなかった分野（農業、教育、医療等）へのAI・IoTの適用によるブレークスルーが考えられる。

なお、総務省においては、情報通信分野以外の総務省所管分野も含めた*8海外展開の更なる強化を通じ、諸外国

*8 情報通信、郵便、消防、統計、行政相談制度、地方自治など

の社会課題解決とともに我が国の経済再生、地域再生に一層貢献するため、総務省の海外展開の取組を包括的に取りまとめた「総務省海外展開戦略」(「世界に貢献する総務省アクションプラン」)を2018年2月に策定している。この中でも、国内の地域活性化、社会課題解決、地域ICT活用の取組の海外展開や、分野横断的な取組を推進することとしている。

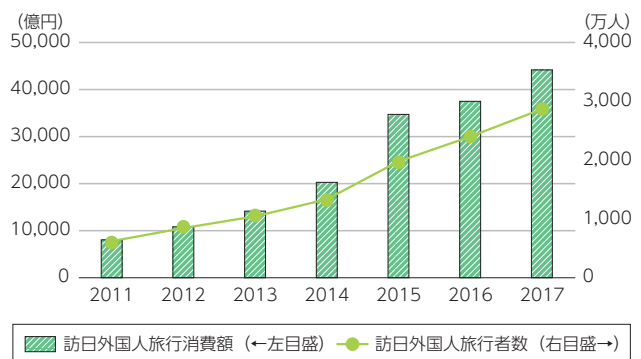
(総務省の海外展開取組については、第6章第9節を参照)

3 増大するインバウンド需要

1 インバウンドの状況

近年、訪日外国人旅行者数は、急速な拡大を遂げてきた。昨年の訪日外国人旅行者数は2,869万人となり、訪日外国人旅行消費額は4兆4,162億円まで拡大し、観光は我が国の経済を支える産業へと成長しつつある(図表2-6-3-1)。従来の訪日外国人旅行者数2,000万人の目標達成が視野に入ってきたことを踏まえ、2016年3月には、内閣総理大臣を議長とする「明日の日本を支える観光ビジョン構想会議」において、2020年に訪日外国人旅行者数を4,000万人、訪日外国人旅行消費額を8兆円とし、さらには2030年にそれぞれを6,000万人、15兆円とすること等も踏まえた、その実現のための施策を、「明日の日本を支える観光ビジョン」(以下「観光ビジョン」という。)としてとりまとめた。観光ビジョンは、観光は「地方創生」への切り札であり^{*9}、GDP600兆円達成への成長戦略の柱であるとし、国を挙げて「観光先進国」という新たな挑戦に踏み切る覚悟が必要であることを示した。

図表2-6-3-1 訪日外国人旅行者数及び訪日外国人旅行消費額の推移



(出典) 観光庁「訪日外国人消費動向調査」及び日本政府観光局(JNTO)

2 受け入れ環境の整備

訪日外国人旅行者の増加に伴い、旅行者の国内における受入環境の整備が急務となっている。政府は、観光ビジョンに基づき、すべての旅行者がストレスなく、快適に観光を満喫できる環境整備に向け、受入体制に関する施策を推進している。とりわけ、「ソフトインフラ」の飛躍的な改善の方向性として、例えば、無料公衆無線LAN環境(以下、無料Wi-Fi環境)の整備促進や利用手続の簡素化、SIMカード・モバイルWi-Fiルーターとの相互補完利用、多言語翻訳システム、個人のニーズに合わせた観光情報の配信など最適なサービス提供基盤の社会実装化などが挙げられる。

観光庁の調査^{*10}によれば、訪日外国人旅行者が旅行中困ったこととしては「施設等のスタッフとのコミュニケーションがとれない」(26.1%)が最も高く、次いで「多言語表示の少なさ・わかりにくさ」(21.8%)、「無料公衆無線LAN環境」(21.2%)となっている(2017年度調査)。無料Wi-Fi環境整備については、過去のアンケート調査結果からも、整備促進が求められており、総務省では、観光庁と連携し、地方自治体、通信・交通等の民間事業者で構成する「無料公衆無線LAN整備促進協議会」を平成26年に立ち上げ、無料Wi-Fi整備の促進、周知・広報等に取り組んでいる。他方、訪日外国人による日本滞在中のコミュニケーションやそのための多言語対応においては引き続き課題となっている。今後、訪日外国人旅行者の個人旅行化が一層進むことを考慮すると、複雑なコミュニケーションが必要となるような場面も増えることが考えられることから、VoiceTra技術を活用した多言語音声翻訳システム、多言語に対応した屋内外のデジタルサイネージや多様なアプリケーション等のICTを活用することが期待される。

*9 観光庁「宿泊旅行統計調査」によれば、平成29年(速報値)の訪日外国人旅行者の地方部における延べ宿泊者数の伸び率は、3年連続で三大都市圏を上回り、平成29年は地方部における訪日外国人旅行者のシェアが4割を突破した。

*10 観光庁「訪日外国人旅行者の国内における受入環境整備に関するアンケート」

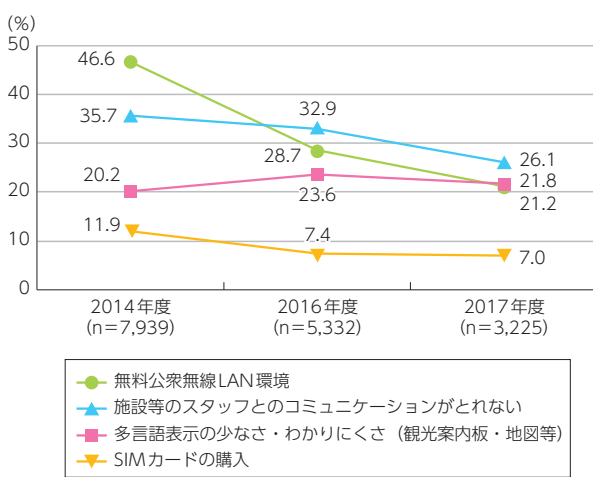
こうした、受入環境は「攻め」のツールともなりうる。例えば、無線LANによる通信環境の整備は、観光客にとっての利便性の向上のみならず、Wi-Fiを活用した情報配信（商店街のクーポン、イベント情報など）による回遊や消費喚起など、効果的な活用方法が考えられる。

また、支払等の決済面での受入環境の整備も重要といえる。電子決済サービスの充実により、自国で普及し使い慣れているキャッシュレス環境と同様に渡航先で使えるようになると、利便性が飛躍的に高まり、消費が一層喚起されることが想定される。例えば、訪日外国人旅行者の多くを占める中国人観光客は、支払い手段としてWeChat PayやAlipayといったスマホでの決済を利用する傾向が強い。

こうした点も背景に、前述の観光ビジョンにおいては、主要な商業施設や宿泊施設、観光スポットにおける「100%のクレジットカード決済対応」及び「100%の決済端末のIC対応」、3メガバンクにおける海外発行カード対応ATMの設置計画の大半の大幅な前倒し要請（2018年中にその大半を設置）などによる、キャッシュレス環境の飛躍的改善も目標として掲げられている。直近の傾向をみると、クレジットカード利用は56.6%、次いでデビットカードが13.0%、ATMが8.4%となっている（図表2-6-3-3）。

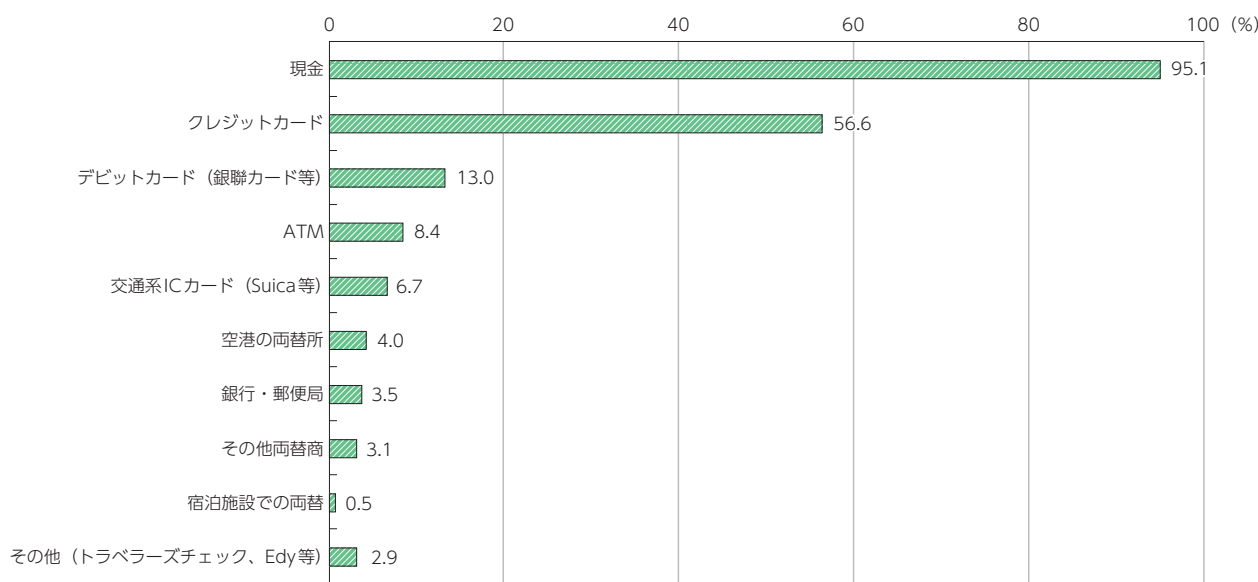
このように、情報と決済の両面において、ICTを活用した受入環境の整備を進めることで、総体的にサービスや満足度の向上へつなげ、新規のみならずリピーターを増やしていくことが、継続的なインバウンド需要の取り込みにおいて重要といえるであろう。

図表 2-6-3-2 訪日外国人旅行者が旅行中に困ったこと



（出典）下記出典を元に総務省作成
 平成26年度「訪日外国人旅行者の国内における 受入環境整備に関する現状調査」
 平成28年度「訪日外国人旅行者の国内における 受入環境整備に関するアンケート」
 平成29年度「訪日外国人旅行者の受入環境整備における国内の多言語対応に関するアンケート」

図表 2-6-3-3 訪日外国人旅行者が利用した金融機関や決済方法（複数回答）



（出典）観光庁「訪日外国人消費動向調査」（平成29年）を元に総務省作成

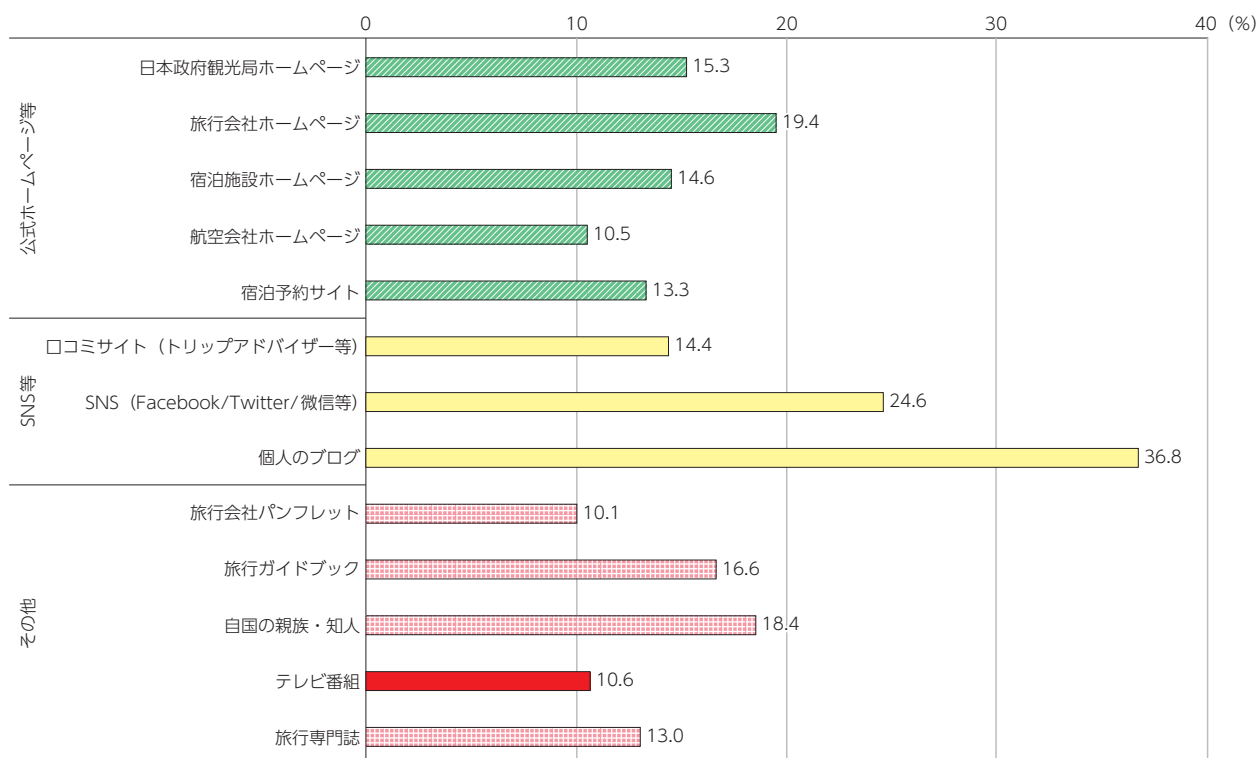
3 ソフトパワーの活用

インバウンド需要の拡大に向けては、前述の受入環境整備に加え、日本への関心や興味を増大させ、継続的に訪日を喚起することが肝要である。そのため、我が国のソフトパワーを生かし、海外に向けた情報発信を強化していくことが必須である。政府は、放送コンテンツを活用し、日本の魅力を発信していくための取り組みを官民一体で推し進めている。

放送コンテンツは、日本の魅力を発信するための具体的な手段として、注目されている。実際に、訪日外国人旅行者が出発前に得た旅行情報源で役に立ったものについてみると、各種公式ウェブサイトやSNSに並び、「テ

テレビ番組」(10.6%)が挙げられており、外国人にとって放送コンテンツが重要な情報源となっていることがわかる(図表2-6-3-4)。

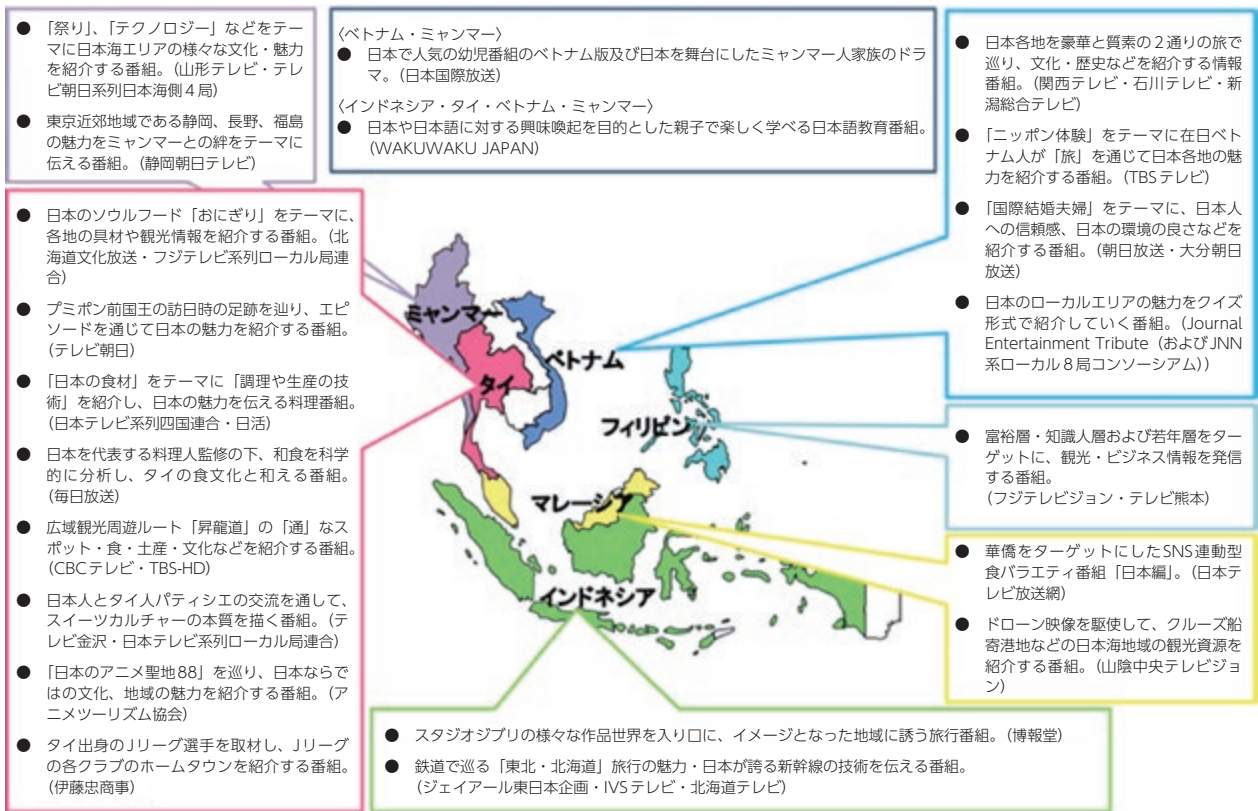
図表2-6-3-4 訪日外国人旅行者の出発前に得た旅行情報源で役に立ったもの(複数回答、10ポイント以上)



(出典) 観光庁「訪日外国人消費動向調査」(平成29年)を元に総務省作成

総務省では、放送コンテンツを制作する民間事業者等と、他分野・他産業(観光業、地場産業、他のコンテンツ等)、地方公共団体等の関係者が幅広く協力し、「クールジャパン戦略」、「ビジットジャパン戦略」及び「地方の創生」等に資する放送コンテンツを制作、発信するとともに、様々な連動プロジェクトを一体的に展開する取組を継続的に支援している。

図表 2-6-3-5 放送コンテンツ海外展開に関する事業の例^{*11}



このように、放送コンテンツの海外展開は放送番組の輸出に留まらず、番組を通じた日本に関する情報発信により訪日観光客の増加、地域産品の販路拡大などの経済波及効果が期待される。例えば、ASEAN6か国を対象とした放送コンテンツ海外展開事業（平成27年度補正予算事業）では、事業費（約8.8億円）の約11.5倍に相当する総額100.3億円の経済波及効果をもたらされたと試算されている^{*12}。そのうちインバウンド効果は、77.7億円と8割弱を占めている。

4 今後の課題

「クールジャパン」や「ビジットジャパン」など官民による戦略的な対外的情報発信を背景に、従来の日本のコアファンのみならず、新たな訪日観光客の誘客も進み、訪日外国人のセグメントは多様に変化している。今後はこうした変化に対応しながら、インバウンド経済を持続的に拡大していくことが肝要である。

例えば、受入環境としての無線LAN環境の整備・利活用においては、各種データを詳細に把握し、その情報をビッグデータ化していくことで、既存の取組の評価、ニーズや実態を踏まえた観光地域づくりの戦略の立案や、地方への訪問率向上に向けた取組に資するマーケティングの実施の一助としていくことが望ましい。

第2章まとめ

本章の冒頭でも述べたとおり、人口減少社会において、国内市場が縮小していく中で、持続的成長を図るためには、経済的側面から見ると「需要」と「供給」の双方を伸ばす必要がある。本章では主に需要を拡大させる方向として、「市場」に関する観点から考察を行った。

一点目として、デジタルトランスフォーメーションによるビジネスエコシステムの変化によってもたらされる新たなエコノミーの形成を取り上げた。産業・業種を超えてICTが導入されることで、新しい価値や仕組みが提供される「x-tech」の動きが様々な分野で広がりつつある。そこではICT「プラットフォーム」によってデータの

^{*11} 平成29年度採択案件一覧（大規模型21件）
^{*12} 総務省「放送コンテンツの海外展開について」（平成29年12月）

やりとりが容易化することで情報が「見える化」されることにより、企業間（BtoB）、企業と消費者（BtoC）、消費者間の関係（CtoC）が変化している。その変化により、プレーヤー間連携による生産・開発の最適化、ニーズのマッチング、個人の持つ有形無形の資産の活用などが進展し、それらが新しい価値や仕組みを生み出そうとしている。

我が国においても、これらの新たなICT利活用サービスが多く登場しているが、一方で既存のサービスとの関係が課題となりうる。新たなサービスが登場すれば既存のサービスと競合し、侵食することがままある。既存の事業者との提携を進める新興サービス提供者の動きや、従来からの大手企業がICT関連の新サービスに進出を図る動きも見られ、極力摩擦が少ない形で進展していくことが望まれる。

また、大手のプラットフォーマーによる情報の囲い込みも懸念される。適切な競争と、消費者の保護が必要である。

「市場」拡大の二点目として、ICT輸出・海外展開とインバウンド需要喚起といったグローバル需要の取り込みを取り上げた。人口減少に伴う国内需要の縮小を最小限に抑えるだけでなく、海外の需要を取り込むことも欠かせない。ICT企業も輸出、M&Aや業務提携など、様々な形で海外展開を図っている。特にインフラ・システム輸出について我が国は官民挙げて取り組んでおり、ICT分野でも進展が期待される。また、インバウンドに関しては、特に受入態勢に関しては、Wi-Fiの整備や多言語対応などICTの利活用によって柔軟かつ迅速に訪日客のニーズに対応していくことが必要である。

これらについては、都市部はもちろん地方の経済活性化にも貢献すると期待されており、先進的な事例は各地で登場している。