

ショートコメント vol.87 (2017年12月7日)

テーマ：民泊を利用する訪日客の8割強がアジア
～中国、韓国がそれぞれ約3割を占める～

●訪日客による民泊利用の増加

観光庁の調査では、訪日客による民泊の利用が増加傾向にある（図表1）。

訪日客が宿泊する際に、民泊を含む「有償による民間住宅」などを利用する割合をみると、2016年頃までは6%台にとどまっていたが、今年に入ってから急上昇し、直近の7-9月は15.4%に達している。

これを国ごとにみると、訪日数に占める民泊利用者の割合が最も高いのはフランスの28.6%であるが、観光目的での訪日客にに限ると、最も高いのはシンガポール（39.5%）となっている（図表2）。

そのほか、上位にはインドネシア、オーストラリア、カナダなど、欧米やアジアを含む、幅広い顔ぶれが並んでいる。民泊関連の企業では米国のエアビーアンドビー（Airbnb）社が有名であるが、事業範囲は世界にまたがる。自国で見慣れたサービスであれば、日本での利用にも躊躇はないとみられる。

●民泊の主要ユーザーは近隣アジア諸国

上記のとおり、民泊の利用率の高さではシンガポールやフランスが上位となるが、民泊利用者の数でみると、少し傾向が異なる。

図表3によると、民泊利用者が最も多い国は中国であり、全体の31%に上る。それに韓国が約27%と続き、結果としてこの2か国で約6割を占めている。

日本への進出を強めている民泊企業としては、エアビーアンドビーのほかにトゥージア（途家）といった中国系の企業も挙げられるが、この結果をみれば納得がいく。

結局、中国と韓国に台湾、香港を加えたトップ4で、全体の8割以上を占めていることから、民泊の主要ユーザーは近隣のアジア諸国ということになる。

●関西に集中する民泊利用者

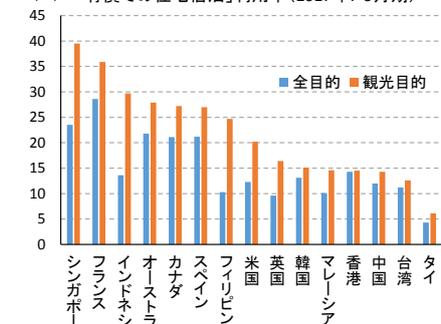
一方、民泊利用について、訪問地別の特徴をみると、全体的には関西と関東に集中する傾向が強い。そのなかでも、特に関西は

【図表1】
（%）訪日客による日本滞在中の「民泊等」の利用率の推移



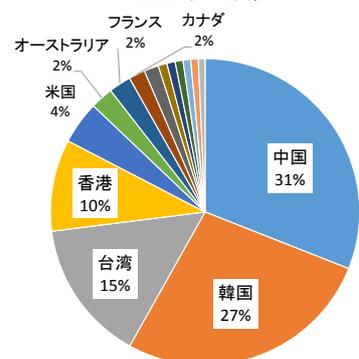
（出所）観光庁「訪日外国人消費動向調査」を元に、リそな総研作成
※「民泊等」は「有償での住宅宿泊」のほか、以下の宿泊施設以外。ホテル、旅館、別荘・コンドミニアム、学校の寮・会社所有の宿泊施設、親戚・知人宅、ユースホステル・ゲストハウス

【図表2】
（%）「有償での住宅宿泊」利用率（2017年7-9月期）



（出所）観光庁「訪日外国人消費動向調査」

【図表3】
「有償での住宅宿泊」利用者数の国・地域別比率（2017年7-9月期）



（出所）観光庁「訪日外国人消費動向調査」

※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。

訪問率の高さが目立つ。

観光庁の調査では、民泊利用者による訪問率のトップは大阪（63.7%）で、それに京都（48.9%）が続く（図表4）。民泊利用者が最も多く訪れるのが大阪であり、京都を含め、その規模は東京を上回っている。

これが、そのまま大阪や京都での民泊利用の多さを示すわけではないが、その可能性を示唆していることは間違いない。

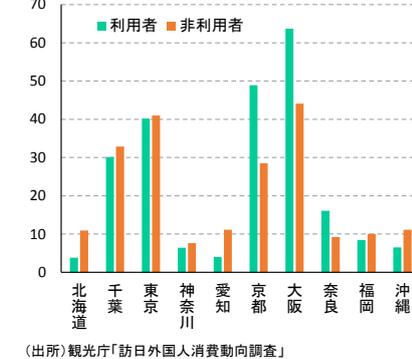
●民泊利用者数の推計

観光庁のアンケート結果を元にして、全国での民泊利用者数を推計すると、2017年の7月から9月の3か月間で約88万人に上る。さらに、そのうち大阪、京都を訪れるのは、それぞれ56万人、43万人程度と考えられる。

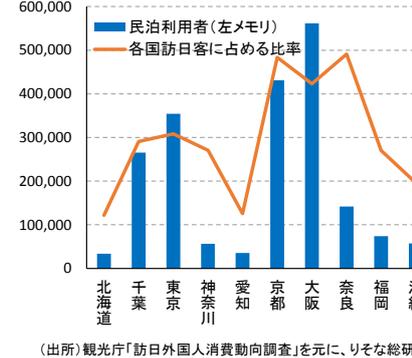
大阪、京都の訪日客の総数は、それぞれ265万人、178万人であることから、民泊利用者の比率は21.2%、24.2%と2割を超える（図表5）。これは、物件さえあれば、4人に1人、5人に1人は民泊を利用する可能性があることを意味する。東京は15.4%、愛知は6.3%にとどまることから、大阪、京都の高さが分かる。

既存のホテルからは、すでに民泊に客が流れているといった声も聞かれるなか、例えばエアビーアンドビーのサイトでは登録物件数が着実に増えている。今後、この状況がエスカレートしかねないだけに、ホテル業界への影響などには注意が必要とみられる。

【図表4】 「有償での住宅宿泊」利用の有無別
訪日客の都道府県別訪問率（2017年7-9月期）



【図表5】 「有償での住宅宿泊」の推計利用者数
(2017年7-9月期)



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。