

ショートコメント vol.360 (2025 年 4 月 23 日)

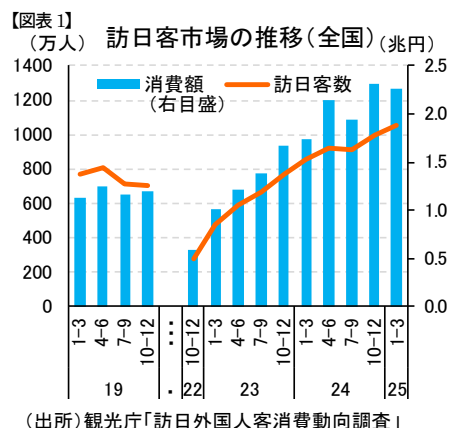
テーマ：訪日客消費の牽引役は「単価上昇」から「客数増」にシフト
～客数の増加は中国が中心だけに、先行きは楽観できず～

●直近の訪日客消費

25 年 1-3 月の訪日客消費は 2 兆 2720 億円と、前年比で 28.4% 増となった（図表 1）。

これまでの増勢に比べるとやや鈍化の動きがみられるとはいえ、前年比では 2 けた増を継続しており、全体としては好調を維持している。好調の主な要因としては、訪日客数の増加傾向が挙げられよう。25 年 1-3 月の訪日客数は四半期ベースで初めて 1 千万人を突破し、前年比でも 23.1% 増と大きく伸びた。

一方、訪日客消費について国別の動きをみると、中国が 5443 億円で最大となり全体の 24% を占めた。また、前年比でも 52.3% と大きく伸びたことで、全体の増加に対する寄与度も 10.6 ポイントと高く、全体の伸びの 3 分の 1 強を占める形となっている。なお、中国以外の動きでは、台湾や韓国、米国などによる寄与度の高さが目立つ。



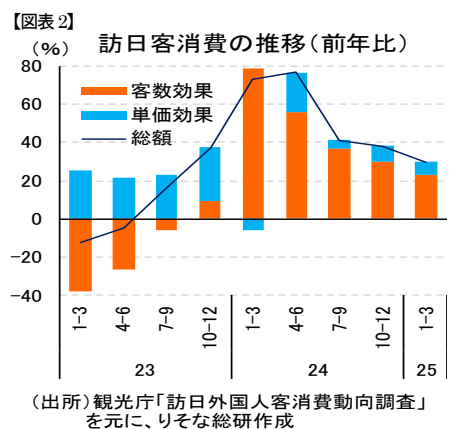
●単価効果から客数効果にシフト

こうした中、一見すると訪日客消費の増加傾向に大きな変化はなさそうであるが、そうとも言い切れない。訪日客消費の増加要因を、客数効果と単価効果に分けた場合、その内訳に変化が起きている。

23 年から 24 年前半にかけては、円安効果の追い風を受けて、単価効果が全体をけん引した。その一方、24 年後半以降は単価効果の伸びが縮小し、客数効果によるけん引にシフトしている（図表 2）。

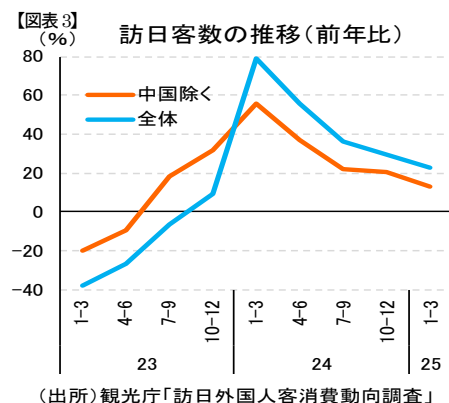
これをふまえれば、今後の訪日客消費を展望する上では、訪日客数の推移が大きな意味をもつことになろう。

すでに述べたように、直近 25 年 1-3 月の訪日客数は、四半期ベースではじめて 1 千万人を超えるなど好調に推移し、前年比でも 23% の増加と大きく増えている。この動きをみる限り、しばらくは大きな懸念もなさそうであるが、注意が必要なのは、直近の増加の大半は中国が占める点である。



●中国を除いた動きの鈍化

訪日客から中国を除いた訪日客数の動きをみると、前年比での増加率は、先ほどもみた 23% から 13% に縮小する（図表 3）。依然として 2 ケタ増は維持できているものの、伸び率の縮小傾向は顕著と



※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。

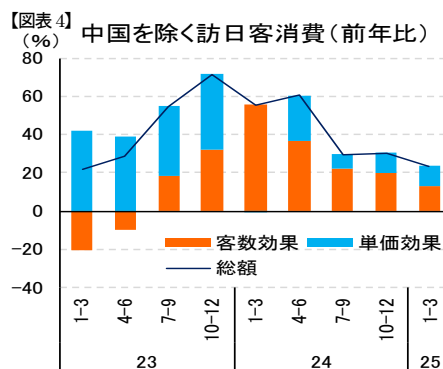
なっている。

さらに、中国を除いた訪日客消費の増加要因について、改めて客数効果と単価効果をみると、直近は両者ともに縮小傾向にあることが分かる（図表4）。

率直にみて、増勢の鈍化が顕著であることから、先行きもあまり楽観できない状況といえよう。特に今後については、米国による輸入関税の引き上げ等の影響が顕在化する。為替市場でもさらなる円高傾向が進みかねず、その場合はインバウンド市場に逆風が吹く。

加えて、足元で訪日客の増えている中国については、米中間の報復関税合戦により、景気のさらなる悪化が避けられない。

こうした状況をふまえれば、インバウンド市場は今後警戒すべき局面に入る形になろう。もちろん大阪・関西万博の開催は大きなプラス材料であるものの、楽観はできない。円高の急進や、中国以上の予想以上の悪化といった条件が重なれば、インバウンド消費が前年割れとなる事態も否定できないとみられる。



（出所）観光庁「訪日外国人客消費動向調査」を元に、りそな総研作成

本件照会先：大阪本社 荒木秀之
TEL: 06-7668-8805 mail: hd-araki@mri.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。