

ショートコメント vol.365 (2025 年 5 月 28 日)

テーマ：欧州からのインバウンドの急増（25 年 4 月）

～イースター要因に加え、万博効果の可能性も。5 月の推移に注目が集まる～

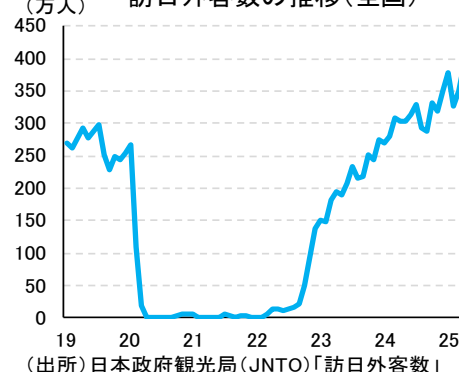
●4 月の訪日客数は過去最高

観光庁によると、25 年 4 月の訪日外客数は 390 万 8900 人で、前月比で 28.5%増と大きく増えた。過去最高であった今年 1 月の 378 万 1629 人を上回り、単月では過去最高を記録している（図表 1）。

このように訪日客数が増え続ける一方、訪日客の消費については、ここへきて減速感が強まっている。特に、百貨店の免税売上は減速が顕著であり、直近では前年割れが続いている（図表 2）。

つまり、直近のインバウンド市場では、訪日客数と消費額のトレンドがやや乖離する形となっている。

【図表 1】 訪日外客数の推移（全国）



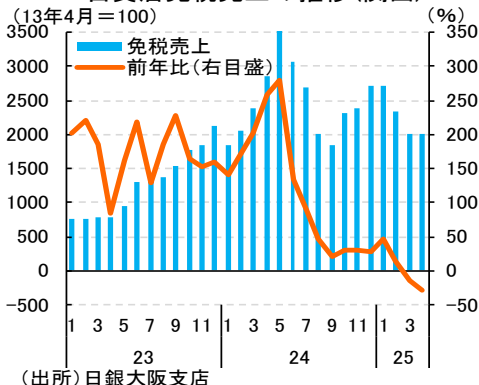
●4 月の 2 つの好調要因

観光庁はこの 4 月の訪日客数の増加について、花見シーズンに伴う動きを第一に挙げている。実際に、訪日客の間で日本の桜は有名であり、花見の時期にあわせた訪日が多いことは間違いない。

また観光庁は、アジアの一部や欧米豪に関しては、イースター休暇に伴う海外旅行需要の増加も指摘している。昨年は 3 月からであった休暇が、今年は 4 月にずれたことで、前年比での動きが改善したというものである。

ただ、こうした要因だけでは説明しきれないのが、地域別の好不調の格差である。

【図表 2】 百貨店免税売上の推移（関西）



●欧米からの訪日客の増加

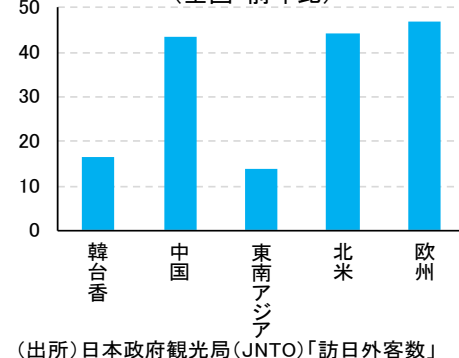
地域別の訪日客数の動向をみると、前年比での増加が目立つのは、主に中国と米国、欧州（5 か国）となっている（図表 3）。※欧州 5 か国：英国、フランス、ドイツ、イタリア、スペイン

このうち中国と米国は以前から好調が続いているのに対し、欧州は前月までの推移とは異なり、前年比での伸びが一気に拡大した（次ページ・図表 4）。

こうした事情から、欧州の増加要因については、観光庁の挙げる要因のほかにも、プラスアルファの材料があるとみられる。その一つに挙げられるのが、大阪・関西万博の開催効果である。

もちろん現時点では期待感に過ぎないものの、元々アジアからの訪日客が買物目的である傾向が強い一

【図表 3】 主な地域からの訪日客数（25 年 4 月）
（全国・前年比）



※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。

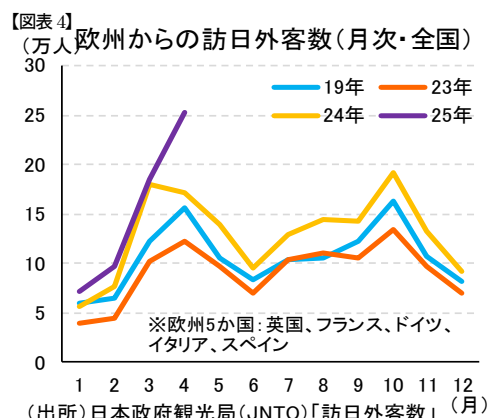
方、欧米はどちらかといえば、文化や歴史、伝統への興味が上位にくる。こうした中で、万博の開催が欧州からの訪日客を引き付けた可能性は否定できない。

●今後の注目点

仮にそうであれば、継続的な増加への期待にもつながる。実際に前年を大きく上回る動きが続くならば、万博の来場者に占めるインバウンド比率が予想を上回る可能性も出てくる。

万博協会などの事前予想の多くは、訪日客による来場者の比率を全体の1割強とするケースが多い。その比率が上振れすることになれば、会場外等で発生する付随的な消費の上振れにもつながる。

4月の欧州からの増加が、花見やイースター需要によるものか、万博の開催によるものか。その答えは5月の動向が一つの判断材料となる。5月も4月並みの増加が続くようであれば、万博需要の可能性が出てくることから、まずは5月の動きに注目が集まろう。



本件照会先: 大阪本社 荒木秀之
TEL: 06-7668-8805 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。