

ショートコメント vol.372 (2025年7月18日)

テーマ：円高によるインバウンドの購買力低下

～そのしわ寄せは買物代に。ホテル需要は引き続き好調～

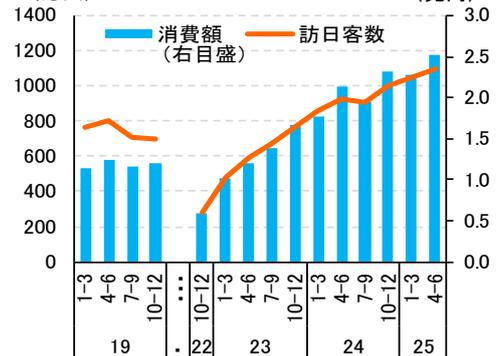
●訪日客消費の増加

観光庁から25年4-6月の訪日客の消費額が公表された。訪日客数の増加が続くなか、訪日客による消費も増加が続いている。25年4-6月は2兆5250億円と、四半期ベースで過去最高となった(図表1)。

前年比では18%増と大きな伸びをみせ、金額では約4千億円の増加となるなど、国内消費が低迷する中、需要の貴重な押し上げ要素となっている。

ただ、従来からのトレンドと異なる点として、1人当たり消費額の伸びが止まったことが挙げられる。先に述べたように、今回の消費総額は前年比で18%増えたが、基本的には訪日客数の増加によるものであり、1人当たりの消費は小幅のマイナスとなっている(図表2)。

【図表1】 訪日客市場の推移(全国)(兆円)



(出所)観光庁「訪日外国人客消費動向調査」

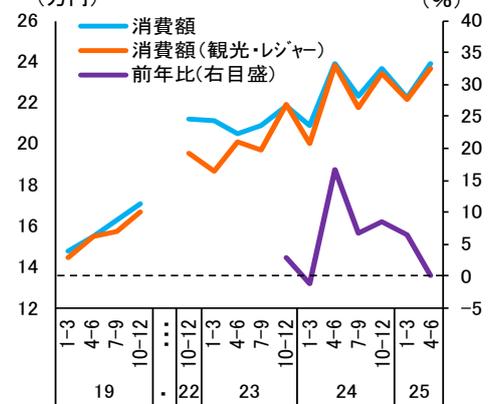
●1人当たり消費額の鈍化

1人当たりの消費の鈍化については、円高の影響が指摘されている。昨年4-6月の1ドル150円台後半での推移に対し、今年は140円台後半が中心となるなど、前年比では円高傾向が進んだ。

結果的にインバウンドにとっては円ベースでの購買力の低下につながり、1人当たりの消費の停滞を招いた可能性が高い。

今後の為替動向については、米国の金融政策による影響も大きいとみられる中、現状はトランプ関税の影響が見通せない。今年の年末に向けた金融市場の見通しについても、円高シナリオ、円安シナリオの両方が存在する中、今後の推移には注目が集まろう。

【図表2】 1人当たり消費額



※前年比は消費額

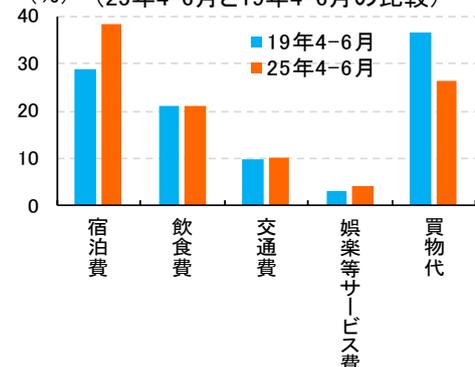
●消費内訳の変化

一方、訪日客の消費のトレンドには大きな変化がみられる。

1人当たりの消費の内訳についてコロナ前と比較すると、宿泊費の割合が大きく伸びている(28.9%⇒38.5%)一方、買物代の割合は大幅な低下がみられる(36.8%⇒26.2%)(図表3)。

娯楽サービス費や飲食費はほとんど伸びていない点から、これはいわゆる「モノからコトへ」の転換を意味するものではない。端的に表現するならば、宿泊費用がかさんだ影響で、買物代にしわ寄せがきているという風にみえる。つまり、買物代が

【図表3】 訪日客消費の内訳 (25年4-6月と19年4-6月の比較)



※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。

旅行予算の調整弁になっているとも言えられよう。

ここ数年の両者のトレンドをみても、宿泊費の増加は堅調であり、シェアが完全に逆転している（図表4）。

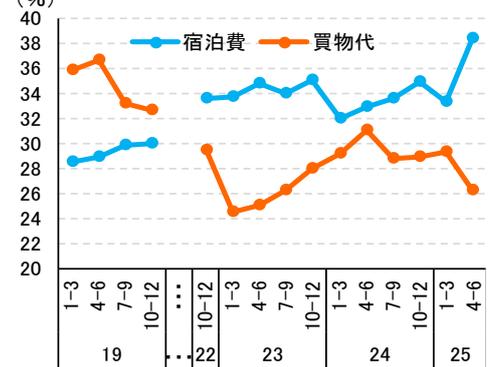
●ホテルと百貨店の明暗

インバウンドにとって宿泊コストは宿泊の日数だけ必要となるものであり、いわば固定費であるため、大幅な削減は難しい。加えて、円高傾向が進行する中でも、インバウンドの平均宿泊数は昨年よりも伸びていることから、なおさら宿泊コストは増えやすい状況にある。

こうした傾向をふまえれば、インバウンド市場における業界別の影響にも大きな差が出ざるを得ない。ホテル業界には引き続き追い風が吹く一方、百貨店業界には逆風が強まる懸念が大きく、両者の売上の推移は明暗が分かれる形となろう。

ただ、インバウンドの宿泊需要についても、世界経済の急速な悪化や過度な円高の進行など、環境の大きな変化が起きた場合には減少に転じる可能性は否定できない。仮に、インバウンドのホテル需要が減少するとすれば、インバウンド市場全体が悪化トレンドに転換したことを意味しよう。

【図表4】 訪日客消費での宿泊・買物代の比率



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。