

最近のインバウンド消費の変調

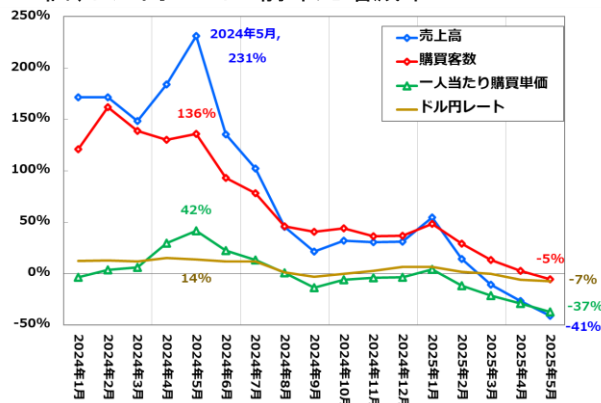
大和不動産鑑定株式会社
主席研究員 竹内 一雅

- ・百貨店の免税売上高は3カ月連続の前年割れで、2025年5月には前年比-4割の大幅減だった。
- ・一方、インバウンド消費動向調査によると、2025年4-6月期の、訪日客全体の旅行消費額は前年比で増加、一人当たり旅行支出は横ばいだった。費目別には、一人当たり買物代が前年比1.1万円減、宿泊費は同1.3万円増で、宿泊費の増加が買物代などの支出を減少させたようにみえる。
- ・この傾向は、アジア圏からの訪日客にもみられた。欧米からの訪日客では、宿泊費の増加や買物代の減少は顕著ではなかったが、飲食費の減少が相対的に大きかった。なお中国からの訪日客の一人当たり買物代が大幅に減少しており、百貨店免税売上の減少に影響した可能性もありそうだ。
- ・訪日客の一人当たり旅行支出が頭打ちとなっているため、訪日客の旅行消費額の増加は、訪日客数増加に依存する状況にある。中国からの訪日客の爆買いなど買物支出が落ち着き始めたと思われるなかで、訪日客の一人当たり旅行支出をいかに拡大するかは、今後の重要な課題と思われる。

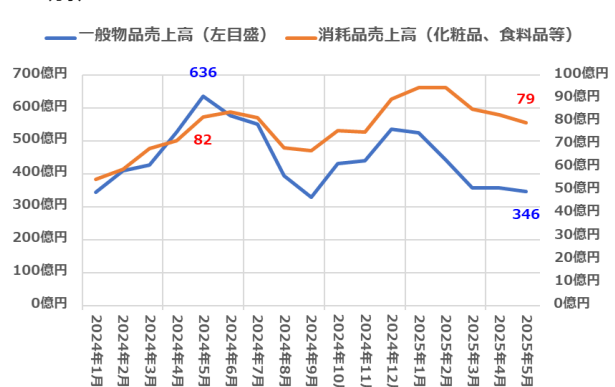
1. 百貨店の免税品売上

- 百貨店協会によると、百貨店の免税売上高が、2025年5月は前年比-41%と大きく減少し、3カ月連続の前年割れだった。購買客数も同5%減、一人当たり購買単価は37%減だった（図表1）。
- 免税品売上高のうち、高級ブランド品など一般物品売上が大きく落ち込む一方（前年比46%減）、化粧品などの消耗品売上はわずかな減少（前年比3%減）で収まった（図表2）。なお、過去一年間の免税品売上減少額293億円のうち、一般物品（高級ブランド品含む）の減少が99%を占めた。
- なお、ドン・キホーテでは、4月の免税売上高が単月で過去最高となり、医薬品や化粧品を中心に免税品売上高は好調に推移しているという。このように、品目や業態による格差も出ているようだ。
- 百貨店免税売上の減少には、最近の円高基調が影響しているという分析も多くみるが、前年比で10%弱程度の円高が免税売上を同4割以上減少させたという説明には多少の違和感を覚える。

図表1: 百貨店の免税売上高・購買客数・購買単価、ドル円レート 前年比増減率



図表2: 百貨店の免税売上高(一般物品・消耗品別)

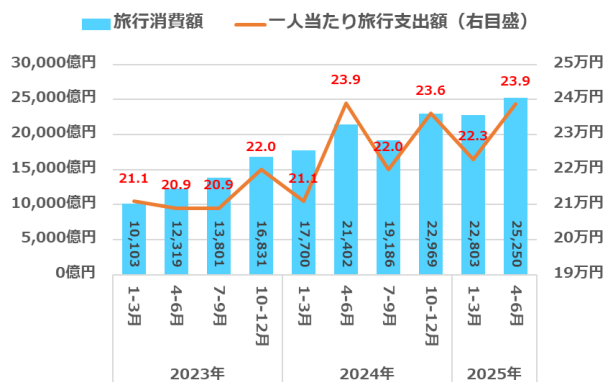


(出所) 日本百貨店協会「免税売上高・来店動向」、(図表2注) 2019年1月を100とした時の数値。

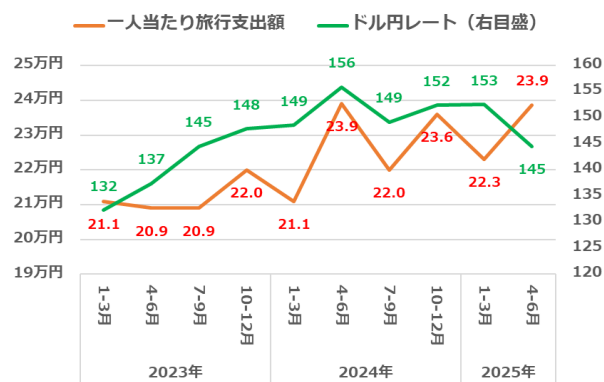
2. インバウンド消費の動向

- そこで、インバウンド消費動向調査（2025 年 4-6 月期）をみると、百貨店の免税売上高の大幅減少とは異なり、旅行消費額は増加し、一人当たり旅行支出は横ばいだった。前年比でも前期比でも円高は進んでいるが、一人当たり旅行支出は、それに応じた減少とはなっていない（図表 3、4）。

図表3： 訪日客旅行消費額、一人当たり旅行支出



図表4： 訪日客一人当たり旅行支出、ドル円レート

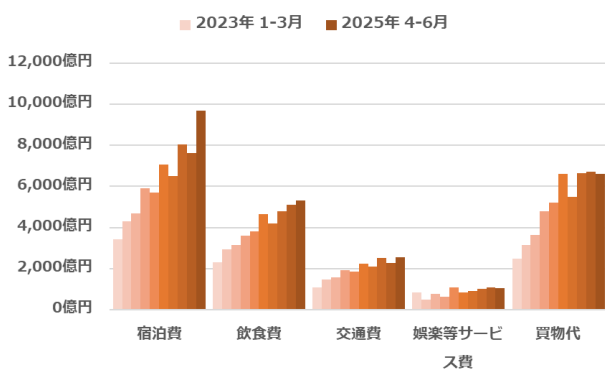


（出所）観光庁「インバウンド消費動向調査」（以下、特に記さない場合は同じ）、（図表 4）ドル円レートは月中平均値の四半期平均。

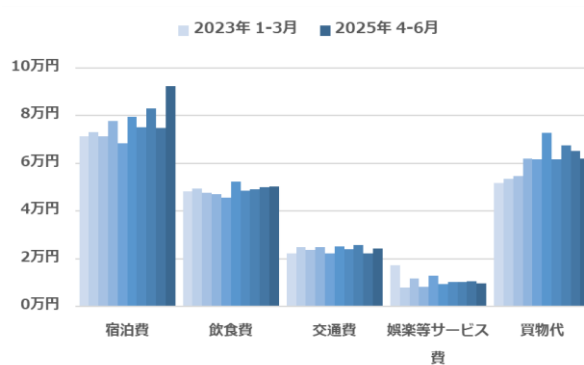
3. 費目別にみた訪日客の消費動向

- 費目別にみると、旅行消費額と一人当たり旅行支出の双方で、買物代の伸びの停滞と、宿泊費の堅調な増加が確認できる（図表 5～8）。2025 年 4-6 月期の前年比増減額をみると、一人当たり旅行支出は、宿泊費が前年比で 1.3 万円増加し、買物代は同 1.1 万円減少した。
- 一人当たり旅行支出の総額は、前年比で横ばいのため（図表 3）、全体として、最近の宿泊単価上昇等による宿泊への支出増が、他の支出を抑制させ、特に買物代を減少させたようにみえる。

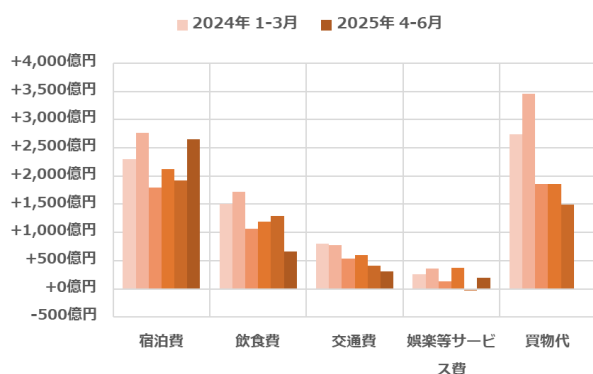
図表5： 費目別 旅行消費額



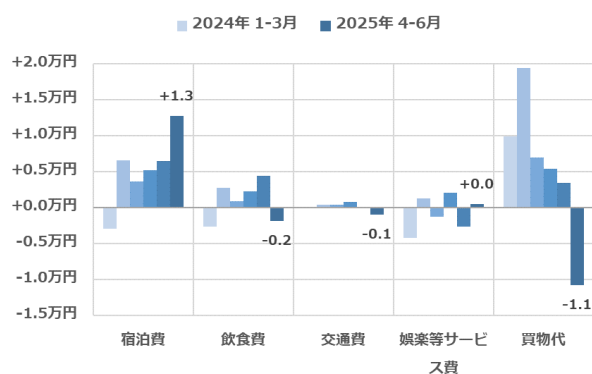
図表6： 費目別 一人当たり旅行支出



図表7： 費目別 旅行消費額 前年比増減額



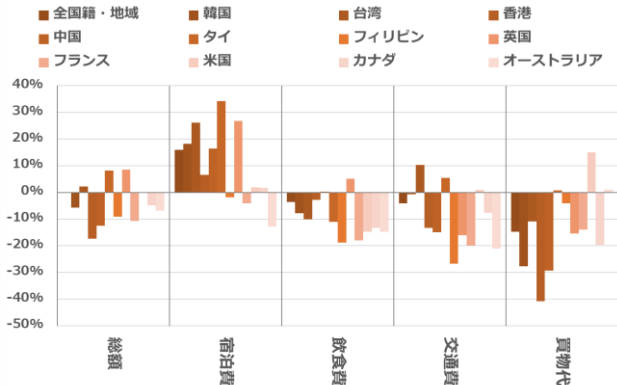
図表8： 費目別一人当たり旅行支出 前年比増減額



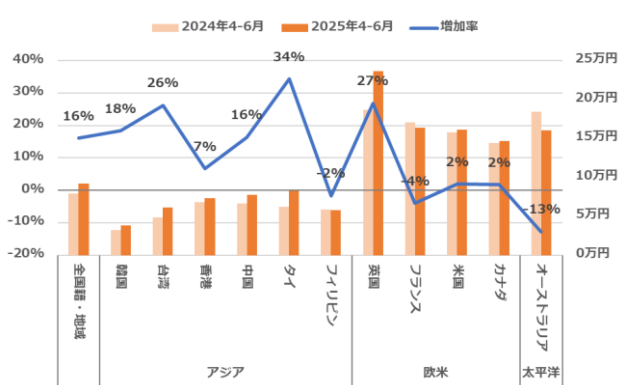
4. 国籍・地域別にみた訪日客の一人当たり旅行支出

- 国籍・地域別にみると、韓国、台湾、中国などのアジア主要国からの訪日客では、全体の傾向と同様に、一人当たり宿泊費の大幅な増加と、買物代の顕著な減少という傾向がみられた（図表 9、11）。
- 欧米に関しては、英国からの訪日客では宿泊費の増加（泊数が増加）がみられたが、欧米からの訪日客の宿泊費はもともと高いためか、英国以外では、宿泊費の前年比増加率は高くなく（図表 10）、概して買物代の減少率は大きくなかった。その一方で、飲食費の減少が顕著にみられた。
- なお、買物代消費額の 3 割を占める中国からの訪日客では、一人当たりの買物代が前年比 3 割減（4.0 万円減）で、一人当たり支出総額も 3.5 万円の減少だった。中国からの訪日客の一人当たり買物代は、訪日客の全体平均と比べ、2023 年 4-6 月には 2.7 倍の 14.6 万円だったが、2025 年 4-6 月には 1.6 倍の 9.7 万円へと低下した。中国からの訪日客の一人当たり買物代支出の大幅減（および香港からの訪日客数の減少）などが、百貨店での高級ブランド品の免税売上を減少させた可能性もありそうだ。中国などからの訪日客の旅行が、これまでのような爆買いから節約型へと変化・定着するなら、日本側のインバウンド販売方法等にも変化が必要となるかもしれない。

図表 9： 費目別 主要国籍・地域別 一人当たり旅行支出の前年比増減率(2025 年 4-6 月期)



図表 10： 主要国籍・地域別 一人当たり宿泊費と前年増減率



図表 11： 主要国籍・地域別一人当たり旅行支出、訪日客数、旅行消費額の前年比増減率・増減額

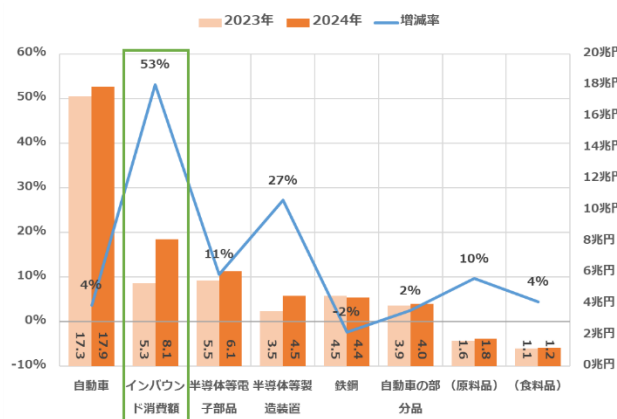
前年比増減率(2025年4-6月)		訪日外国人一人当たり旅行支出						平均泊数	訪日客数	旅行消費額	参考:訪日客数構成比 (2025年4-6月)	参考:旅行消費額構成比 (2025年4-6月)
		総額	宿泊費	飲食費	交通費	娯楽等サービス費	買物代					
全国籍・地域		0%	16%	-4%	-4%	5%	-15%	11%	18%	18%	100%	100%
アジア	韓国	-6%	18%	-8%	-1%	-8%	-28%	-5%	8%	2%	21%	9%
	台湾	2%	26%	-10%	10%	17%	-11%	20%	8%	11%	15%	12%
	香港	-17%	7%	-3%	-13%	2%	-41%	-8%	-4%	-21%	6%	5%
	中国	-12%	16%	0%	-15%	-30%	-29%	-1%	36%	19%	19%	20%
	タイ	8%	34%	-11%	5%	-8%	1%	23%	8%	17%	3%	3%
欧米	英国	9%	27%	5%	-16%	-1%	-15%	31%	33%	45%	1%	3%
	フランス	-11%	-4%	-18%	-20%	20%	-14%	11%	15%	3%	1%	2%
	米国	0%	2%	-15%	1%	0%	15%	-7%	28%	27%	9%	14%
太平洋	オーストラリア	-7%	-13%	-15%	-21%	82%	1%	-3%	21%	13%	2%	4%

前年比増減額(2025年4-6月)		訪日外国人一人当たり旅行支出(円/人)						平均泊数	訪日客数 (万人)	旅行消費額 (億円)	参考:一人当たり旅行支出 (2025年4-6月)
		総額	宿泊費	飲食費	交通費	娯楽等サービス費	買物代				
全国籍・地域		-335	12,727	-1,876	-1,030	471	-10,794	0.9	164	3,894	238,693
アジア	韓国	-6,239	5,885	-2,296	-52	-378	-9,398	-0.2	17	48	102,071
	台湾	3,886	12,662	-4,168	1,689	1,041	-7,411	1.0	12	282	184,546
	香港	-46,398	4,503	-1,518	-3,119	140	-45,576	-0.5	-3	-363	219,990
	中国	-35,465	10,833	174	-3,006	-3,343	-40,238	-0.1	54	817	248,481
	タイ	16,714	21,194	-5,593	1,153	-542	544	1.9	2	102	222,643
欧米	英国	35,076	50,028	4,347	-10,003	-124	-9,101	4.0	4	211	443,945
	フランス	-44,259	-6,917	-16,118	-13,017	2,560	-10,766	1.8	2	14	370,783
	米国	-684	2,996	-12,777	419	-28	8,650	-0.9	21	764	363,231
太平洋	オーストラリア	-29,051	-23,526	-13,402	-11,936	18,892	771	-0.5	4	112	395,448

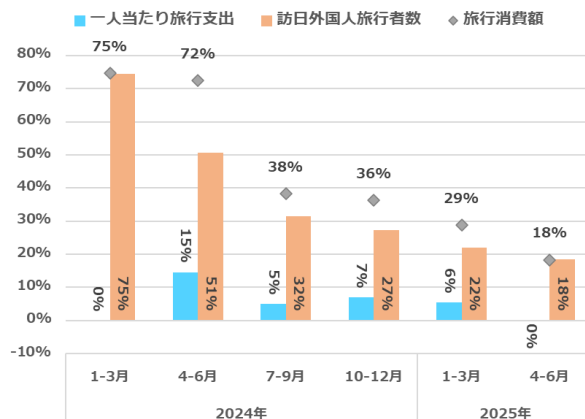
5. インバウンド消費の増加は今後も続くか

- 2024 年のインバウンド消費額は 8.1 兆円に達した。日本の主要輸出額（商品別）と比べても、自動車（17.9 兆円）に次ぐ規模に相当しており、日本の主要な産業となっている（図表 12）。
- コロナ禍からの回復が進み、四半期別にみると、インバウンド消費の成長率は徐々に緩やかになってきた。特に、訪日客一人当たり旅行支出の増加が頭打ちで、旅行消費額の増加は、訪日客数の増加に依存するようになっている（図表 13）。

図表 12: インバウンド旅行消費額と、日本の主要商品別輸出額(2023~24 年)



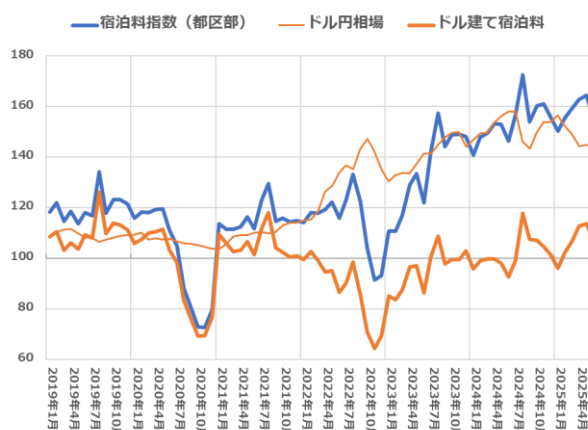
図表 13: インバウンド旅行消費・一人当たり旅行支出、訪日客数の前年比増減率



(図表 12 出所)財務省貿易統計、インバウンド消費動向調査、(図表 12 注)品目名が()書きされているのは大分類項目(参考までに記載)

- オーバーツーリズム問題などから、今後の訪日客数の大幅な増加を期待するのが難しいなら、百貨店免税売上高の回復など、インバウンド消費を確実に拡大させるには、訪日客一人当たりの旅行支出拡大が必要だ。
- 中国からの訪日客の爆買いなど一人当たり買物支出が落ち着き始めたとみられるなかで、訪日客一人当たり支出をいかに拡大させるかは、今後の重要な課題と思われる。日本全体や国内各地域のブランド価値の向上をはじめ、これまで以上に、様々なアイデアや対策が必要となりそうだ。
- なお、ドル建てでみると、宿泊料金は必ずしも大幅な上昇とはなっていない。直近の円建ての都区部宿泊料は 2020 年平均比で 56% の上昇となっているが、ドル建てでは 15% の上昇であった（図表 14）。

図表 14: 都内宿泊料指数とドル建て宿泊料(宿泊料指数は 2020 年=100)



(出所)消費者物価指数、日銀(ドル円相場は月中平均)より作成
(注)消費者物価指数の都区部宿泊料(2020 年基準)とドル円相場(月末値)を用いて、ドル建て宿泊料指数を算出。
ドル建て宿泊料指数=宿泊料指数/ドル円相場*100

<お問い合わせ>

リサーチ&マーケティング部

support-RM@daiwakantei.co.jp

- ・ 本資料は情報提供のみを目的としており、特定の商品やサービスの購入、投資、その他の取引を推奨するものではありません。
- ・ 本資料は信頼できると判断した情報源に基づき作成しておりますが、その正確性、完全性、最新性を保証するものではありません。
- ・ 本資料に関する権利は当社に帰属し、無断での複製、転載等は禁じております。
- ・ 本資料に記載されている内容や見解は筆者個人の意見・見解であり、必ずしも当社の公式な見解や方針を代表するものではありません。