

ショートコメント vol.308 (2024年1月23日)

テーマ：訪日客の買物意欲に対する過信は禁物か

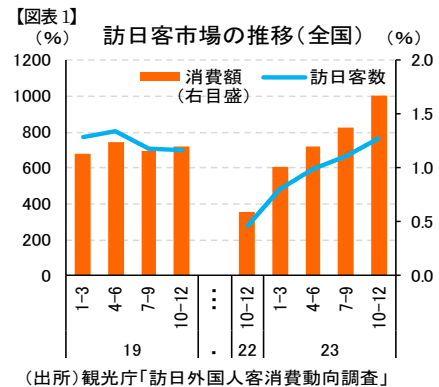
～23年の訪日客消費は過去最高も、増加の大半は「宿泊費」～

●23年の訪日客消費

23年の訪日外国人客による消費は5.3兆円となり、過去最高を記録した。コロナ前の19年は4.8兆円であり、増加率は9.9%に上る。図表1は四半期ベースの推移であるが、消費額が今年に入って一気に伸びた様子が分かる（図表1）。

中国人客の回復がまだ限定的な中、消費がコロナ前を上回った要因の一つには、円安効果が挙げられよう。19年は1ドル110円前後で推移したのに対し、23年は前半に130円台となる局面もあったが、後半は140円を超える水準となった。

これに伴い、単純計算ではドルベースでの購買力が1.3倍近くに高まることになる。この影響が消費増加の一因となったことは間違いない。

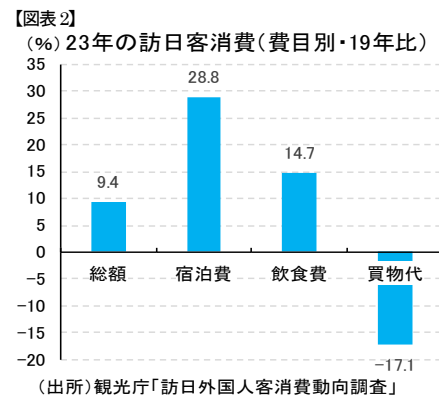


●訪日客消費の費目別動向

国内消費がインフレの悪影響で停滞気味となる中、訪日客消費がコロナ前を上回ったことは明るい材料であるが、楽観一色とも言い切れない。

訪日客消費で大きなウェイトを占めるのは、主に宿泊費、飲食費、買物代であり、この3費目で8割以上を占める。このうち、コロナ前比で伸びが目立つのは宿泊費であり、29%の増加となっている（図表2）。同様に、飲食費も15%の増加がみられる一方、注目されるのは買物代の減少である。

インバウンドといえば買物のイメージが強い中、消費総額が増えた一方、買物代が約2割の減少となったのは意外といわざるを得ない。円安による追い風を加味すると尚更である。

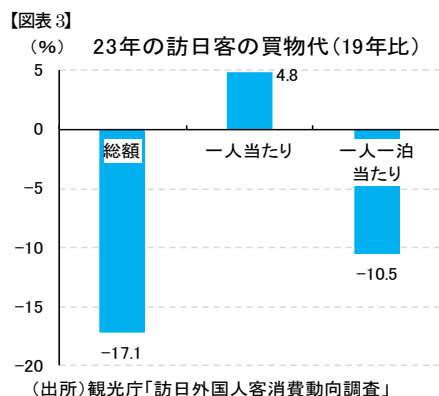


●1泊当たりの買物代の減少

買物代をコロナ前比でみると、総額が減少となった一方、1人当たりでは増加、1人1泊当たりでは減少となっている（図表3）。1人当たりでは増えている一方、総額が減少している要因には、訪日客数がコロナ前を下回っていることが挙げられよう。

一方、気になるのは1人1泊当たりの買物代の減少である。1泊当たりの消費は様々な要因で変動するため、必ずしも増えるとは限らない。ただ、円安による追い風もあった中で、2けたの減少率は大きい。

23年の訪日客消費が5兆円を突破したことで、訪日客の購買力が改めて評価されているが、正味の部分に関しては慎重な判断が求



※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。

められよう。

●宿泊費の大幅な増加

その一方、宿泊費の動きは図表4のとおりである。総額、1人当たり、1人1泊当たりの全てで増加しており、特に1人当たりの増加が目立つ。

これについては、平均宿泊数の増加が一因といえよう。19年の8.9泊に対し、23年は10.5泊と18%増えている。ただ、それ以上に大きな影響を及ぼしているのは、宿泊単価の上昇である。23年は19年比で33%の上昇と、3割以上のアップとなっている。

宿泊数が18%の増加、宿泊単価が33%の上昇という状況のみを限り、宿泊費の増加については、宿泊単価の上昇が主な要因と判断すべきであろう。

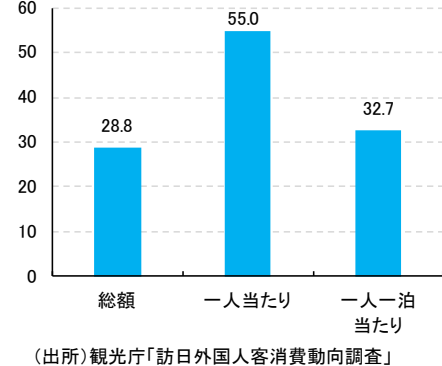
宿泊単価は、四半期ごとにみても明らかな上昇傾向となっている(図表5)。ホテル側からすれば、インバウンドの旺盛な需要を背景に、コストの上昇分を料金に転嫁できる環境にあるといえよう。

●訪日客の購買力をどうみるか

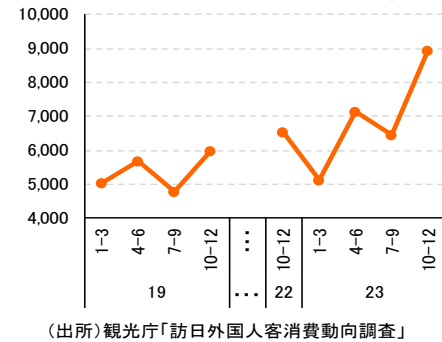
ここまでの動きを総合すると、23年の訪日客消費はコロナ前を大きく上回ったが、宿泊費の増加が中心であり、その要因は宿泊料金の上昇にあると考えられる。

一方、買物代については、円安の追い風にもかかわらずコロナ前を下回っていることから、訪日客の購買力への判断には慎重さが求められる。いわゆる円安効果については、買物の増加ではなく、滞在日数の延長の形で表れている可能性はあるが、1泊当たりの買物代が大きく減っている点は気になる。体験型観光へのシフトが予想以上に進んでいる可能性も含め、今後の推移が注目されよう。

【図表4】
(%) 23年の訪日客の宿泊費(19年比)



【図表5】
(円) 訪日客の一人一泊あたり宿泊費



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