

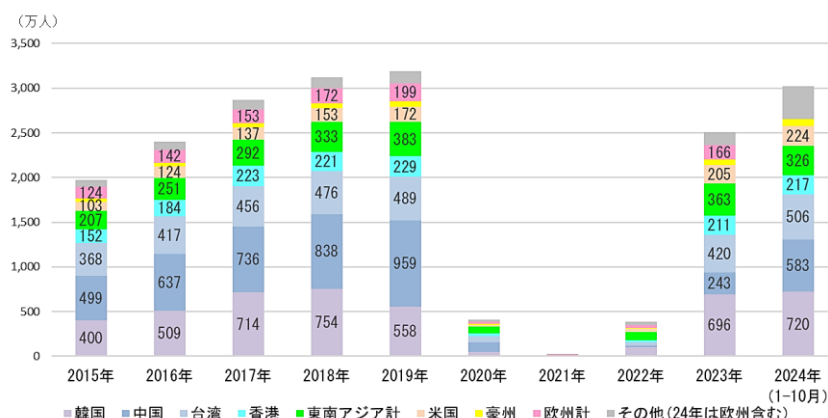
2024年のインバウンド市場規模、過去最高更新か

◆2024年の訪日客総数、外国人旅行消費額ともに過去最高更新へ

2024年の日本のインバウンド市場規模は過去最高となる見込みだ。24年11月に日本政府観光局（JNTO）が発表した1～10月の訪日外国人客数は総計3,019万人で、過去最高であった19年の年間客数の99%に達している。

主要な国・地域からの来日客数はいずれも伸びており、韓国・中国・台湾・香港など東アジアからの訪日客が67%を占める。中国人客数の回復により、東アジアからの客数が7割を占めていたコロナ前の水準に戻りつつある。

訪日客数推移（主要国・地域別）



（JNTO「訪日外客数総数」を基にARC作成）

訪日外国人旅行消費額については、国土交通省観光庁によると、24年1～9月は5兆8,582億円で、すでに19年の年間額比122%、また過去最高であった23年比110%となっている。1人当たり消費額についても、24年の四半期ごとの値は前年同期を超えている。23年3月閣議決定の「観光立国推進基本計画」で掲げた「25年までに、訪日外国客数19年実績超え、訪日外国人旅行消費額5兆円、1人当たり消費額20万円」の3目標とも24年に前倒しで達成しそうだ。

◆平均滞在日数が伸びて1人当たりの旅行消費額が増加

1人当たりの旅行消費額の増加要因は、円安、物価上昇などのほか、平均滞在日数の増加がある。観光庁の「訪問外国人の消費動向（2023年年次報告）」の訪

ハイライト

日客数が10万人を上回る19ヵ国・地域の年間データを19年と比較すると、1人当たり旅行消費額はいずれも19年を上回り、平均滞在日数はフィリピン、ベトナム、米国の3ヵ国以外ではすべて増加した。東アジアはリピーター率が高く、滞在日数は短めだが買い物消費が多い。これに対して、欧米はリピーター率が低く、新規客が多い。また買物代比率は低めだが、滞在日数が長く、複数の地域を旅行する割合が高いため、1人あたり支出が多くなっている。24年1～10月も欧米豪からの訪日客数は3割以上伸びており、観光で活性化する地域の広がりが期待される。

2023年訪日客動向 主要国・地域別分析

	訪日客の国・地域	訪問客数	順位	1人当たり旅行消費額（円）	買物代比率（％）	平均宿泊数（泊）	男性の割合（％）	リピーター率（％）	3運輸局*以上のエリア訪問率（％）
東アジア	韓国	6,958,494	1	106,312	25.0	4.7	54.2	76.5	0.0
	台湾	4,202,434	2	189,116	34.8	7.0	45.2	88.6	0.0
	中国	2,425,157	3	320,125	38.0	16.2	47.1	65.0	0.0
	香港	2,114,402	4	227,360	31.3	7.2	46.7	91.3	7.4
東南アジア	タイ	995,558	6	193,409	28.8	9.3	40.5	78.3	東南アジア 10.8
	シンガポール	591,267	9	289,881	25.3	9.2	53.4	76.2	
	マレーシア	415,712	13	224,078	28.0	9.5	47.7	56.4	
	インドネシア	429,382	11	198,442	26.8	13.8	49.7	58.2	
	フィリピン	622,293	7	177,315	30.5	16.1	51.3	61.4	
	ベトナム	573,916	10	211,330	32.2	30.1	51.1	41.3	
欧州	インド	166,394	17	231,539	23.0	22.5	77.7	36.0	欧州 47.7
	英国	321,482	14	327,505	14.4	15.3	70.2	38.7	
	ドイツ	277,436	15	301,712	12.0	15.3	71.0	38.9	
	フランス	233,410	16	329,332	15.7	17.5	65.6	38.8	
	イタリア	152,305	18	334,346	12.2	13.8	70.4	28.6	
	スペイン	115,873	19	336,130	12.8	16.1	70.0	23.7	
北米	米国	2,045,854	5	296,813	15.6	12.1	67.4	41.4	18.1
	カナダ	425,874	12	277,433	12.3	12.3	64.8	38.2	—
豪州		613,062	8	340,661	15.8	13.8	59.4	43.1	44.5

	1人当たり旅行支出（円）	買物代比率（％）	平均宿泊数（泊）	男性の割合（％）	リピーター率（％）
	30万円以上	30%以上	14日以上	70%以上	70%以上
	25万以上30万円未満	25%以上30%未満	10日以上、14日未満	60%以上70%未満	50%以上70%未満

* 運輸局：ここでは全国9つの運輸局管轄地域（北海道・東北・関東・北陸信越・中部・近畿・中国・四国・九州）と沖縄県

（国土交通省 観光庁「訪問外国人の消費動向2023年年次報告」「都道府県別訪問状況分析（2023年）」よりARC作成）

◆ターゲットは台湾、香港、米国、豪州からの訪日客

23年11月～24年2月に、じゃらんリサーチセンターが全国のDMO（観光地域づくりの司令塔として地域と協同して観光地域マネジメント・マーケティングを担う法人）を対象に実施したインバウンドに関する調査によると、訪日客のターゲットは、全国10の地域区分のいずれも、1位が台湾で、次いで香港、米国、豪州などが多かった。理由は「自地域の観光資源と相性が良い（64.4%）」「自地域への来訪実績が多い（48.6%）」「訪日リピーターが多い（42.4%）」「訪日旅行の消費金額が高い（36.7%）」などである。一方で、課題には、1位「受入れ体制整備（68.9%）」、2位「人手確保（65.5%）」、3位「誘客プロモーション（58.2%）」、

4位「コンテンツ造成・磨き上げ（54.8%）」、5位「周遊促進（42.9%）」などを挙げた。受入れ体制整備に関しては、外国人向け表示やガイド確保のほか、多言語対応が課題である。また外国人向けの魅力的なコンテンツの創出・商品化を行う体制の未整備、それを誘客に結び付ける人材の不足も指摘されている。

◆トラベルテックが多言語化対応や誘客プロモーションをサポート

インバウンド課題の解決をサポートするITサービスが次々と登場している。特に食の体験を容易にするサービスが多い。訪日外国人の約8割が訪日目的に「日本食」を挙げているが、言語の壁により店やメニューの選択が難しい、ハラルやベジタリアンへの対応が不明などの問題がある。24年11月にFoodmenu.worldは、英語、スペイン語、中国語、韓国語で利用可能な「日本メニュー表」アプリを訪日客数上位20ヵ国で公開したと発表した。ChatGPT、Google Translate、DeepLのAIサービスを活用して、精度の高い翻訳を行う。また、24年8月にテーブルクロスが、日本食に特化した食の体験やレストラン予約のプラットフォーム「by.Food.com」について、中国語対応を開始した。英語と中国語で訪日客の約6割に対応できる。このプラットフォームは、1人の予約につき、10食分の食事を途上国の子供たちに寄付する社会貢献の仕組みにもなっている。

また、ビッグデータ提供で戦略策定やプロモーションをサポートするサービスも拡大している。24年11月にクロスロケーションズは、収集可能なスマホ位置情報データを月間で全世界42億台分、また国内9,300万台分に拡大し、訪日外国人を対象とした広告配信・インバウンド人流分析サービスを強化したと発表した。訪日客の詳細な行動分析が可能になり、マーケティング戦略策定や広告配信による集客などに役立てることができる。

◆25年は大阪・関西万博の年、インバウンド需要拡大に期待

World Tourism Organizationによる2023年の世界外国人観光客数ランキングをみると、日本は15位である。受入客数は1位のフランスの1億人と比較すると3分の1であり、伸ばす余地がある。急速なインバウンド拡大に対して、地域の対応が追い付かないなどの課題も顕在化しているが、25年は大阪・関西万博の開催年であり、さらなるインバウンド需要獲得への挑戦が期待される。 【石井由紀】