

近畿のインバウンドの動向について

<ポイント>

1. 2024年の訪日外客数は、過去最高であった2019年の3,188万人を約500万人上回る3,687万人となった。インバウンド消費額も、過去最高であった2023年の5.3兆円を大きく上回る8.1兆円となり、大きな経済効果が生み出されている。本稿では、インバウンドの増加の恩恵を強く受けているとみられる近畿¹について、インバウンドによる景況感への影響とともに、背景となる宿泊や消費の動向を確認する。
2. まず、2024年の景気ウォッチャー調査²において、景気の判断理由(現状判断)で「インバウンド」又は「外国人」に言及したコメントの割合を地域別にみると、近畿が最も高くなっている(図1)。近畿におけるコメント数の推移をみると、4月がピークとなり、その後減少傾向にあったが、12月に持ち直した。これらのコメントが付された回答から得られるDIをみると、2～7月にかけて全体の現状判断DI(全国)を上回り、押上げ要因となった。その後、一時的に押上げ効果が見られなくなったが、12月には再びDIを押し上げた。
3. こうしたウォッチャーの見立てを実際の統計で確認しよう。まず、延べ宿泊者をみると、近畿は最も外国人比率が高い地域となっている。(図2)。次に、近畿の外国人延べ宿泊者を国籍・地域別にみると、特に中国が多い(図3)。また、一人当たり旅行支出³をみると、中国人客の買物代は11万9千円と訪日外国人全体の6万6千円の2倍弱となっており、中国人客の宿泊割合が多い近畿は、インバウンド増加による買物への押上げ効果が大きいことがうかがえる⁴。
4. 近畿における2024年の外国人延べ宿泊者数は、コロナ禍前の2019年から36.7%増加したが、全国の伸び(41.5%増)を若干下回っている(図4)。外国人延べ宿泊者数を府県別にみると、大阪と京都ではコロナ前より4割程度増加している一方、百貨店等での買物目的の割合が少ないとみられる奈良と滋賀では二桁台の減少となっており、地域内でコロナ後の回復に偏りがみられる。
5. 最後に、近畿における百貨店の免税売上の動向をみると、2024年はコロナ禍前を大きく上回る水準となった(図5)。同地域の大手百貨店グループの決算資料によると、2024年度の3四半期累計(4～12月)で、中国人客への売上高は、前年同期の2倍以上に増加しており、免税売上高全体に占める割合は6割ほどになっている(図6)。同百貨店グループへのヒアリングによると、最近の中国人客は、富裕層が中心となっており、コロナ禍前に比べると、高額商品の購入増加など消費パターンに変化がみられるようになっている。またそういったニーズに合わせ、富裕層向けの商品やサービス拡充が行われている。
6. このように、近畿へのインバウンド客数はコロナ禍前を上回り、免税売上高は中国人客を中心に大幅に増加し、景況感にもプラスの影響を与えている。他方、各府県の特性の違いにより地域内でもコロナ禍後の回復には二極化の動きもみられる。近畿におけるインバウンド消費の更なる拡大のためには、消費パターンの多様化を踏まえ、買物のみならず、幅広い観光需要を喚起することも求められる。

¹ 日本銀行大阪支店の「関西におけるインバウンド消費の動向と観光業の見通し」(2025年2月)によると、関西2府4県の経済の全国シェアはインバウンド関連指標では1/4を占めており、インバウンド消費は半導体等電子部品に次ぐ輸出産業となっている。

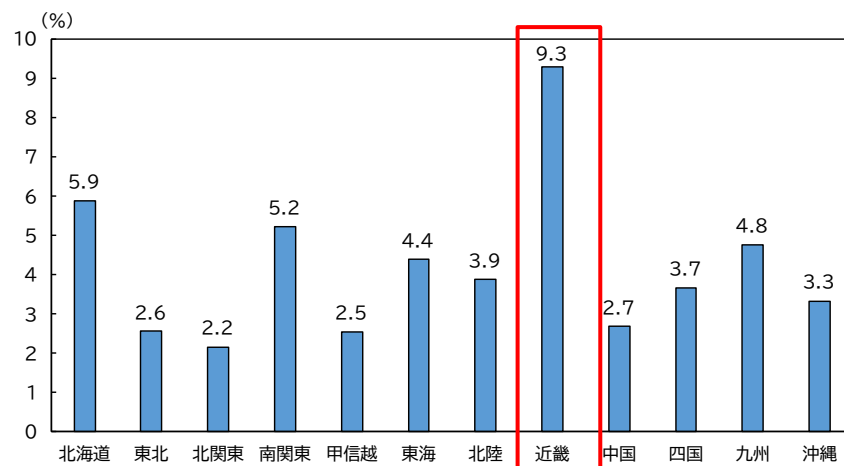
² 内閣府「景気ウォッチャー調査」は、全国2,050人の景気ウォッチャーから、地域の景況について、「良くなっている」から「悪くなっている」まで5段階の「判断」と、その判断理由について「コメント」を聴取している。このような二つの次元からなる調査設計により、①5段階の「判断」に基づく景況感指数(DI)を算出し、各月の景況感を定量的に把握できることに加え、②景況感を左右する特徴的な単語(キーワード)をコメントした回答者数(コメント数)と、そのキーワードに言及した回答者グループのDI(コメントDI)の変化を分析することで、景況感を構成する要因を把握できることが特長となっている。

³ 観光庁「インバウンド消費動向調査」。

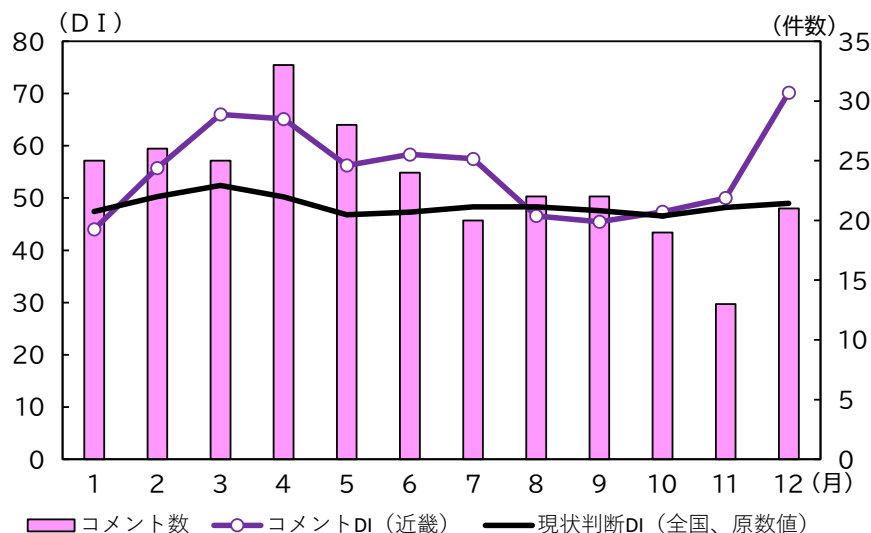
⁴ アジア太平洋研究所の「インバウンドツーリズムの持続可能性」(2025年2月)によると、訪日外客の買物に対する世帯所得及び為替レートとの弾力性は、中国が他国・地域と比べても相対的に高くなっており、環境の変化が支出に影響しやすいことが分かっている。

図1 景気ウォッチャー調査における「インバウンド」又は「外国人」を含むコメント(現状判断)

(1)有効回答者数に占める割合(2024 年の平均)



(2)近畿でのコメント数と DI の推移(2024 年)



(3)近畿でのコメント内容

(◎良、○やや良、□不変、▲やや悪、×悪)

調査月	判断	コメント
4月	○	・ 円安を背景に、インバウンド売上で過去最高が続いている。一部の海外ブランド店の前には、入店待ちの客がかなり並んでいる(百貨店)。
7月	□	・ 外国人観光客による利用が、4月と比べると1割ほど減少している(その他サービス業[店舗開発])。
10月	▲	・ 3か月前と比べると、これまで全体をけん引してきた、インバウンド消費の増加傾向に鈍化がみられる。中国経済や為替の変動による影響もあるが、消耗品を中心に来客数、客単価が大幅にダウンしたことで、売上は20%増に落ち着いている(百貨店)。
12月	○	インバウンド需要が好調に推移しており、販売単価の引上げに貢献している(都市型ホテル)。

図2 延べ宿泊者数に占める外国人の比率(2024 年)

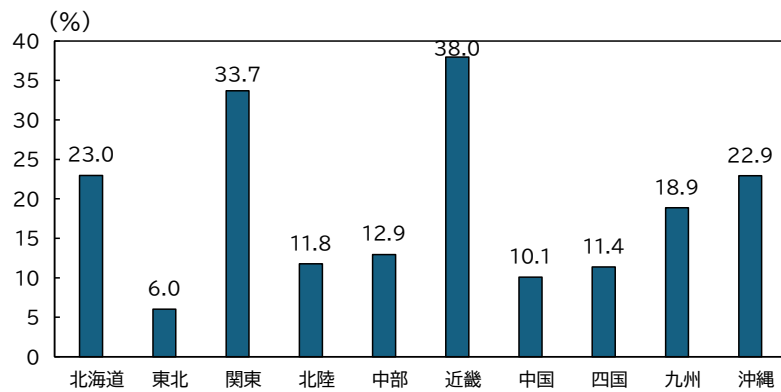


図3 外国人延べ宿泊者数の国籍・地域別構成(2024 年)

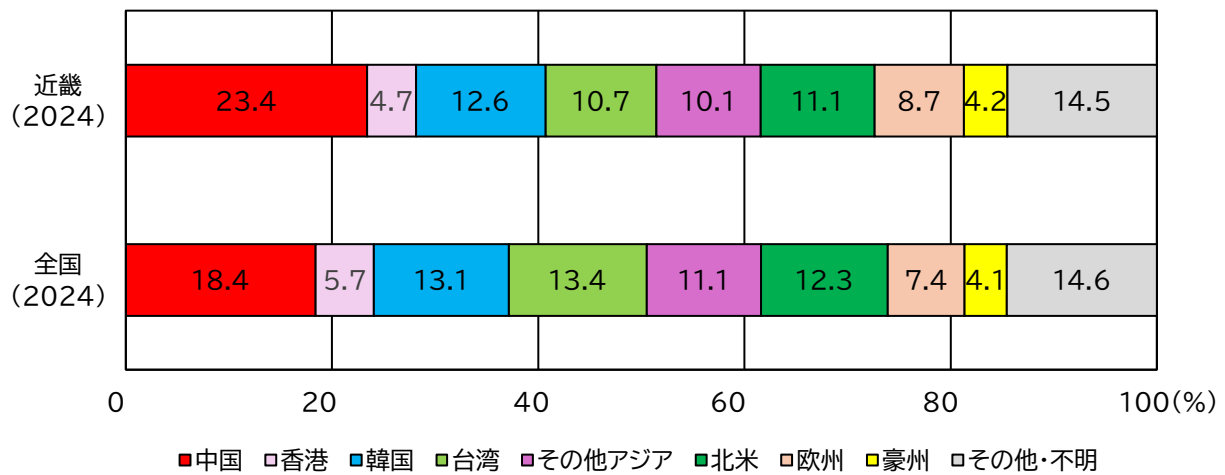


図4 近畿地域の外国人延べ宿泊者数

	2019年 (人泊)	2024年 (人泊)	増減 (%)
全国	115,656,350	163,598,990	41.5
近畿	32,935,720	45,013,480	36.7
大阪	17,926,170	25,336,000	41.3
京都	12,025,050	16,613,290	38.2
兵庫	1,366,850	1,534,340	12.3
和歌山	658,480	791,970	20.3
奈良	535,290	396,000	-26.0
滋賀	423,890	341,870	-19.3

図5 百貨店の免税売上高指数(大阪、京都、神戸)

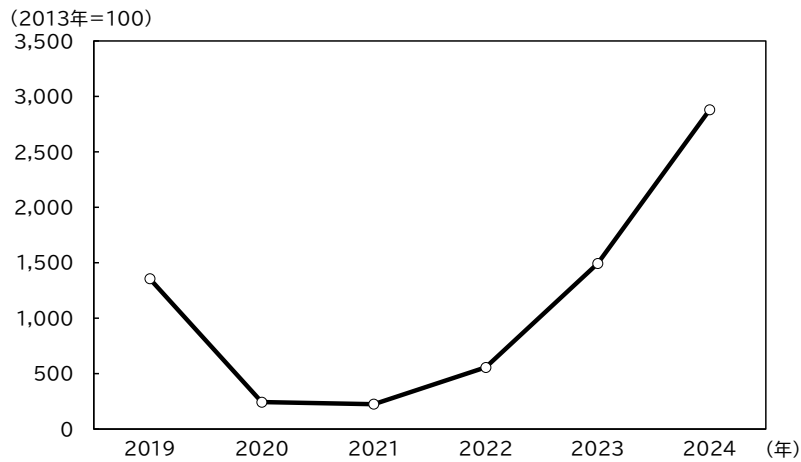
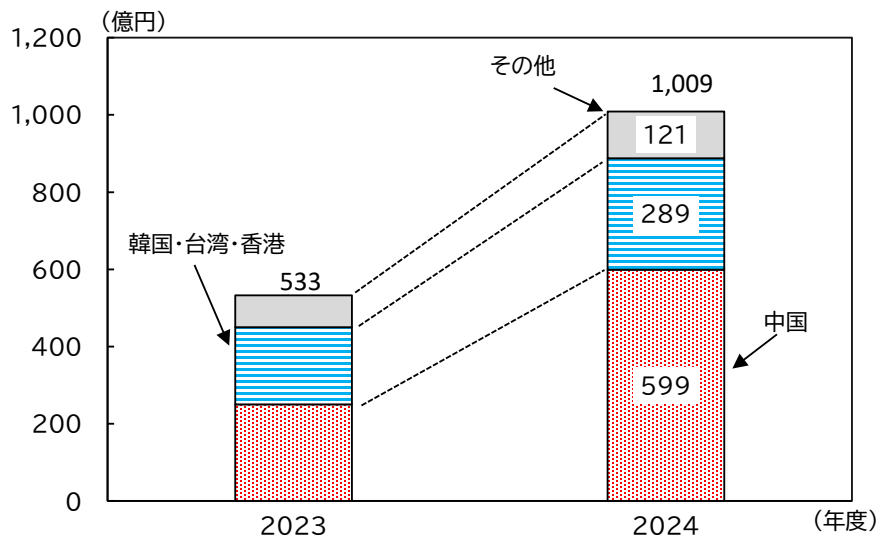


図6 大手百貨店グループのインバウンド売上高(国籍・地域別)



(備考)

1. 図1は、「景気ウォッチャー調査」2024年1～12月調査(調査期間:各月25日から月末)の調査結果より作成。
2. 図2～4は、観光庁「宿泊旅行統計」により作成。
3. 図5は、日本銀行大阪支店「百貨店免税売上」により作成。インバウンド需要の観点から主要とみられる大阪、京都、神戸の百貨店各店舗における外国人旅行者などの非居住者による消費税免税物品の購入額(免税申請ベース)。
4. 図6は、エイチ・ツー・オー リテイリング株式会社の決算資料により作成。第1四半期～第3四半期の累計。

担当:参事官(経済財政分析－地域担当)付 本田 真理子

直通:03-6257-1576

本レポートの内容や意見は執筆者個人のものであり、必ずしも内閣府の見解を示すものではない。