

## 国内インバウンド市場に関する調査を実施(2016年)

—16年の市場規模は一旦縮小するも、今後は安定した伸びを予測—

### 【調査要綱】

矢野経済研究所では次の調査要綱にて国内のインバウンド市場の調査を実施した。

1. 調査期間:2016年1月～9月
2. 調査対象:百貨店、ブランド企業、その他小売業など
3. 調査方法:当社専門研究員による直接面談、電話によるヒアリング、ならびに文献調査併用

#### ＜本調査におけるインバウンド市場とは＞

本調査におけるインバウンド市場とは、日本国内で訪日外国人客(ビジネス目的も含む)が主に物品を購入した規模をさし、市場規模は商品ごとの市場を調査し、それぞれの市場ごとにインバウンド購入金額を算出、その金額を積算したものである。なお、国土交通省観光庁が発表しているデータとは異なり、矢野経済研究所の独自の推計値である。

### 【調査結果サマリー】

#### ◆ 2020年の訪日外国人客数は2015年の約1.9倍となる3,679万人と予測

本調査では、訪日外国人客数に関するデータを国別の人口や旅行トレンド、経済的背景などを基に分析し、2020年の訪日外国人客数を3,679万人と予測する。特に中国をはじめとするアジア地域からの訪日客数が順調に拡大するとみられる。なお、世界情勢、経済情勢、為替動向などを考慮すると、急激な伸びは治まり、トレンドとしては徐々に穏やかなものになっていくと推測される。

#### ◆ 2020年の国内インバウンド市場規模は2015年の約1.3倍の1兆8,764億円を予測、急激な市場規模の拡大は収束するも、訪日客数増加に伴い安定的な伸びを見込む

訪日外国人客による国内インバウンド市場(物品購入のみ、宿泊費や交通費は含まない)は、2016年に一旦縮小するものの、2017年以降は、1人当たりの購買単価こそ2016年の水準が継続すると思われるが、訪日客数の増加が大きく、市場規模としては再び拡大傾向に向かうとみられ、2020年には、2015年の約1.3倍となる1兆8,764億円を予測する。

#### ◆ 2015年の都道府県別のインバウンド市場規模は東京都(6,077億円)が1位、2位の大阪府の約3.4倍の規模と推計

国内インバウンド市場は地域性が顕著に表れている。ここ数年の好調なインバウンド需要は、実際のところ一部の地域が大きな恩恵を受けている一方で、大半の地域では、まだそこまでではないのが実状である。都道府県別の規模を見ると、東京都が約6,077億円と、国内インバウンド市場全体の40.9%を占める結果となった。次いで大阪府が続き、その他、北海道、千葉県、京都府、福岡県、沖縄県といった地域も訪日客数の多さと比例して日本での消費スポットとなっているものと考えられる。

#### ◆ 資料体裁

資料名:「インバウンドマーケットの実態と今後の予測」  
 発刊日:2016年9月30日  
 体裁:A4判 187頁  
 定価:150,000円(税別)

#### ◆ 株式会社 矢野経済研究所

所在地:東京都中野区本町2-46-2 代表取締役社長:水越 孝  
 設立:1958年3月 年間レポート発刊:約250タイトル URL:<http://www.yano.co.jp/>

本件に関するお問合せ先(当社HPからも承っております <http://www.yano.co.jp/>)

(株)矢野経済研究所 マーケティング本部 広報チーム TEL:03-5371-6912 E-mail:[press@yano.co.jp](mailto:press@yano.co.jp)

本資料における著作権やその他本資料にかかる一切の権利は、株式会社矢野経済研究所に帰属します。  
 本資料内容を転載引用等されるにあたっては、上記広報チーム迄お問合せ下さい。

## 【 調査結果の概要 】

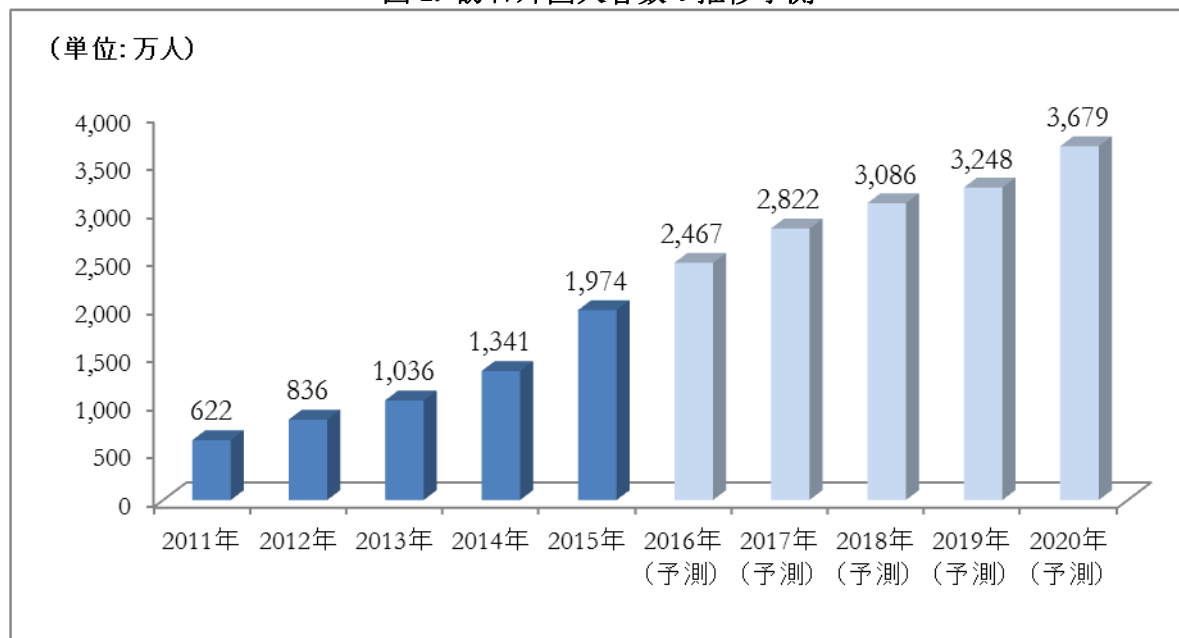
### 1. 訪日外国人客数の今後の予測

本調査では、2003年から2015年までの訪日外国人客数に関するデータを国別の人口や旅行トレンド、経済的背景などを基に分析し、2020年までの訪日外国人客数の予測を行った。

2015年の加熱した状況から2016年は落ち着きが見えつつあり、世界情勢、経済情勢、為替動向などを考慮すると、トレンドとしては徐々に穏やかなものになっていくと推測する。日本政府は2020年の訪日外国人客数4,000万人を新たな目標として掲げ、発給ビザ緩和をはじめ、様々な対策を講じてくるはずである。今後は大幅な増加というよりも、安定した訪日外国人客数が見込める状況になることが期待され、その意味ではリピーターの増加が鍵を握るものと考えられる。

2020年の訪日外国人客数は、国内の経済環境、市場環境がある程度継続するという前提で、特に中国をはじめとするアジア地域からの訪日客数が順調に拡大するものと想定し、2015年の約1.9倍となる3,679万人に達すると予測する。

図1. 訪日外国人客数の推移予測



注1. 2011年～2015年は日本政府観光局(JNTO)データより引用、2016年～2020年は矢野経済研究所予測値

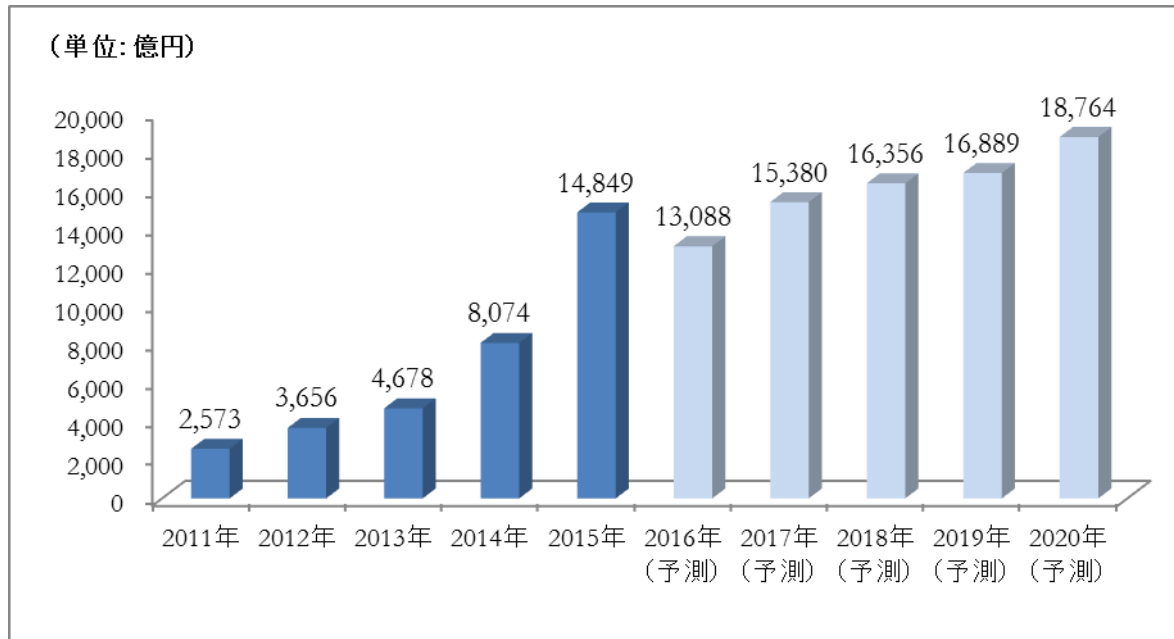
### 2. 国内インバウンド市場規模の今後の予測

本調査では商品アイテムごとの市場を調査し、それぞれの商品アイテム市場におけるインバウンド購入金額を算出し、その金額を積算したものを市場規模としている。

訪日外国人客によるインバウンド市場(物品購入のみ、宿泊費や交通費は含まない)は、2011年以降拡大が続いており、2015年の市場規模は、前年比83.9%増の1兆4,849億円であった。2015年は、訪日外国人客数の急増もさることながら、消費金額はその伸びを上回る拡大を見せる結果となった。2014年から2015年の市場規模が大幅に拡大した背景としては、円安の進行により、まとめ買いなどをする外国人が増加したこと、2014年10月に行われた免税対象商品枠の拡大等が寄与していると思われる。また、圧倒的に消費金額の高い中国人訪日客数の伸びも重なり、更なる市場規模の押し上げに繋がったものと考えられる。

2016年は、訪日外国人客数自体は2016年9月までの状況から前年をさらに上回ると推測されるが、インバウンド市場規模に関しては一旦縮小が見込まれる。これは、中国での関税の取り締まり強化など、中国政府が政策的な面を強化してきたことにより、代理購入や業者購入といったまとめ買い行動（爆買）が見られなくなったことで、1人当たりの購買単価が大きく落ち込むことがその要因になると考える。ただ、2017年以降は、1人当たりの購買単価こそ2016年の水準が継続すると思われるが、訪日外国人客数の増加が大きく、市場規模としては再び拡大傾向に向かうとみられ、2020年には2015年の約1.3倍となる1兆8,764億円を予測する。但し、為替相場、株価、そして各国の経済情勢によっては、2兆円という大台に乗る可能性も十分にあるとみる。

図2. 国内インバウンド(物品購入のみ)市場規模推移



矢野経済研究所推計

注2. 訪日外国人客(ビジネス目的も含む)による物品購入のみの消費金額ベース、但し宿泊費や交通費は含まない

注3. 本市場規模はそれぞれの商品アイテム市場におけるインバウンド購入金額を算出し、その金額を積算したものである。国土交通省観光庁が発表しているデータとは異なり、矢野経済研究所の独自の推計値である。

注4. (予測)は予測値

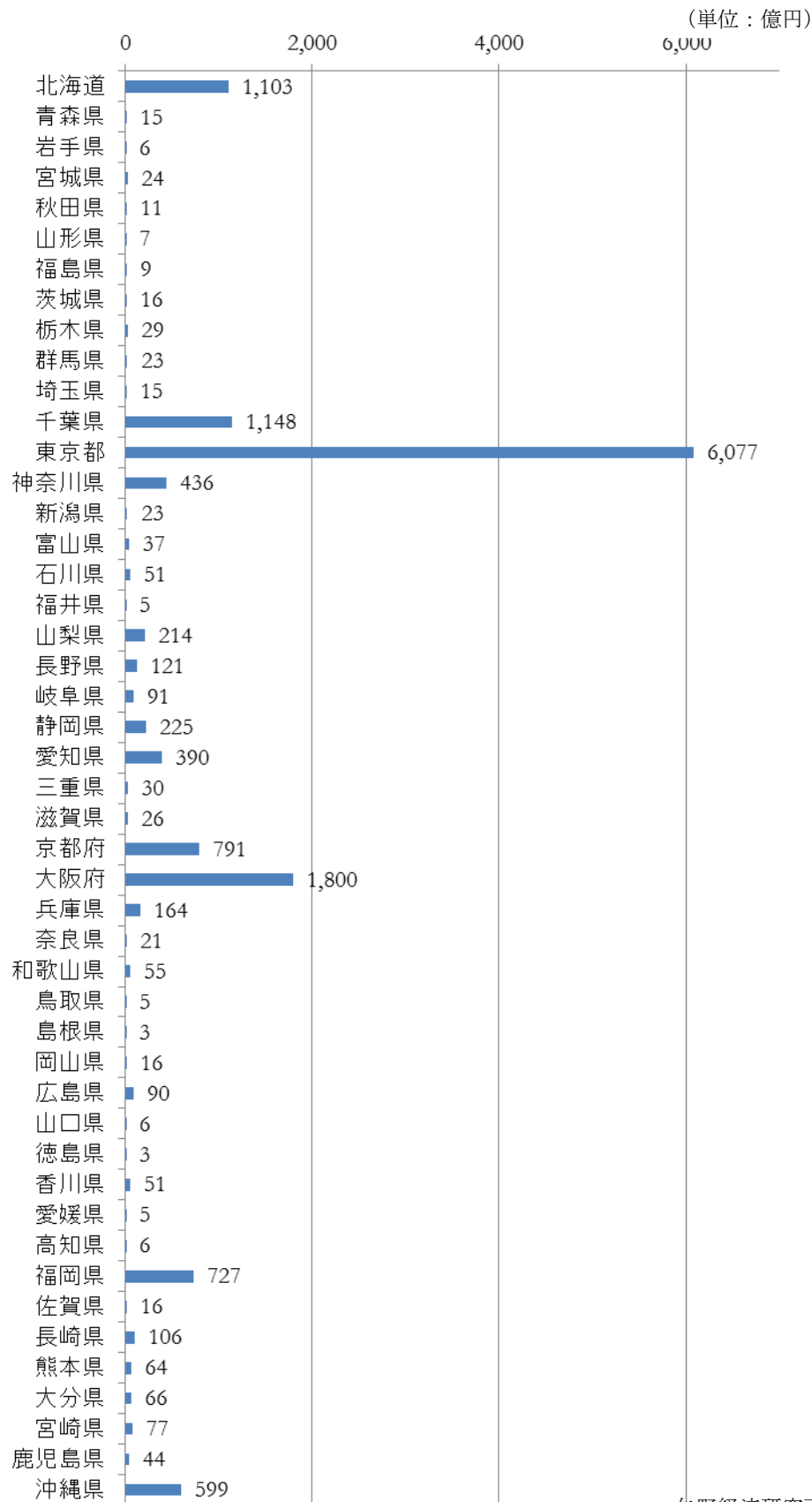
### 3. 都道府県別のインバウンド市場規模

国内インバウンド市場は地域性が顕著に表れている。ここ数年の好調なインバウンド需要は、実際のところ一部の地域が大きな恩恵を受けている一方で、大半の地域では、まだそこまでではないのが実状である。

2015年における都道府県別のインバウンド市場規模を見ると、東京が6,077億円と、日本におけるインバウンド市場規模全体の40.9%を占める結果であった。東京エリアには銀座をはじめ、新宿、お台場、原宿など消費スポットが随所にあり、訪問数も高いことがこの結果となっている。次いで大阪府が、1,800億円(市場規模に占める構成比12.1%)であった。インバウンドの賑わいという点では、東京に勝るとも劣らず、特に心齋橋筋の外国人数は日本国内のどの地点より高いとみられる。またレジャースポットとして人気のユニバーサル・スタジオ・ジャパン(USJ)の存在も大きなプラスとなっている。

尚、千葉県が3位になっている理由としては、東京ディズニーランドの集客力と、3箇所あるアウトレットモールの販売力、更に国際空港である成田空港等での消費によるものと推測される。その他、北海道、京都府、福岡県、沖縄県といった地域も訪日客数の多さと比例して日本での消費スポットとなっているものとする。

図3. 都道府県別インバウンド市場規模(2015年)  
(物品購入における訪日外国人客の都道府県別消費金額)



矢野経済研究所推計

注5. 訪日外国人客(ビジネス目的も含む)による物品購入のみの消費金額ベース、但し宿泊費や交通費は含まない