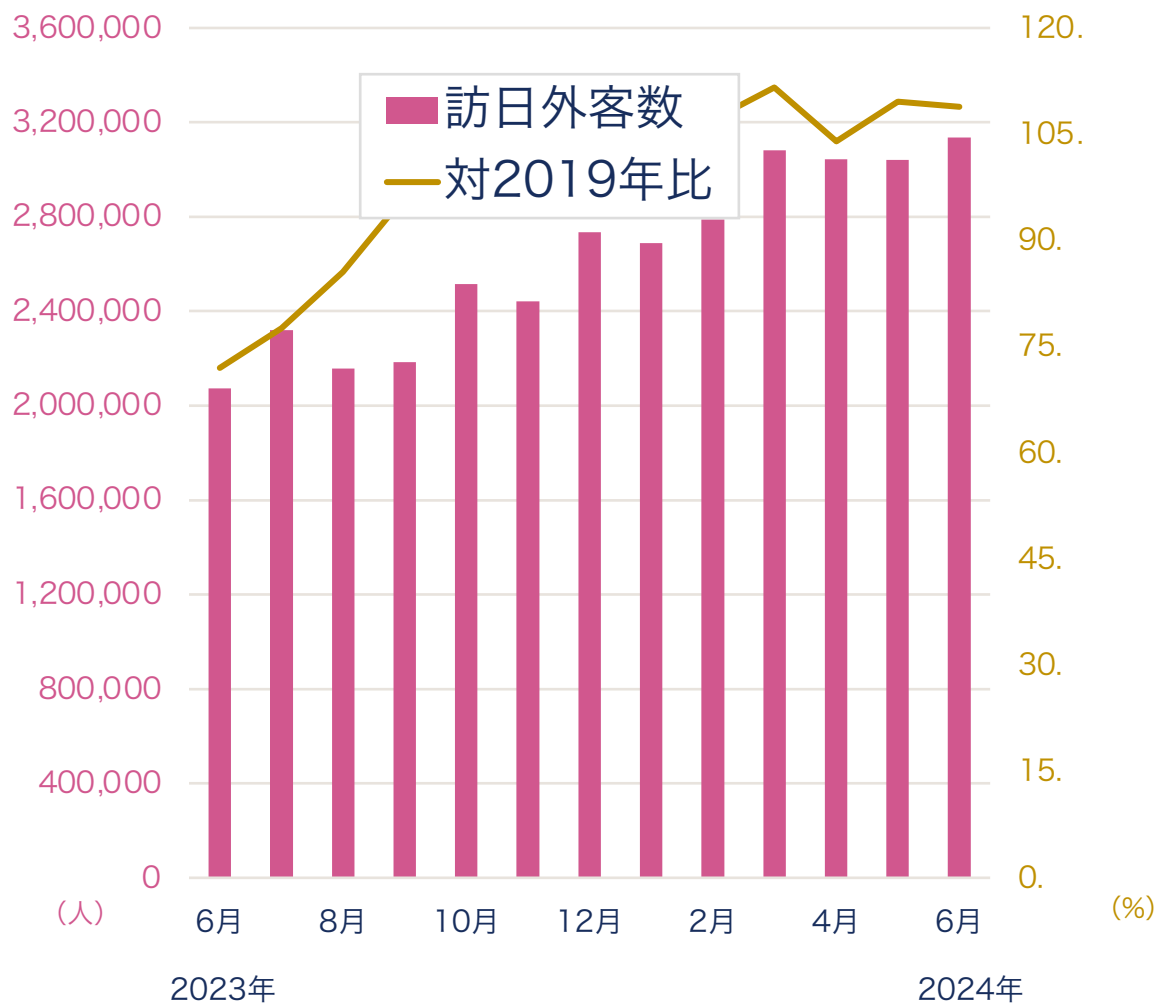


# 2024年8月 インバウンドマーケット資料





## 6月の訪日外客数 313万人 4ヶ月連続の単月300万人超え

2024年6月の訪日外客数は、前年同月比151.2%、2019年比108.9%の313万5600人で4ヶ月連続での300万人突破となりました。

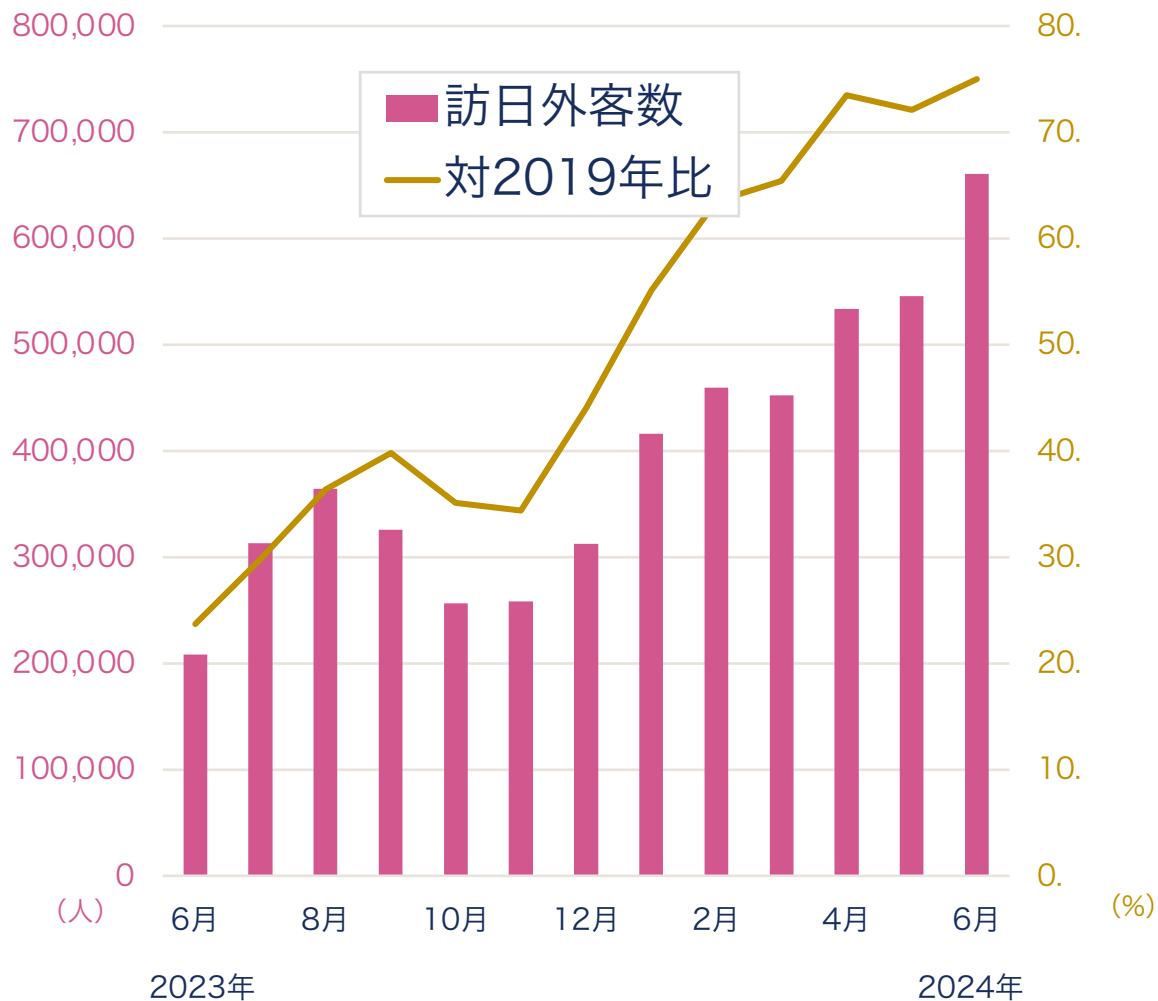
また6月までの累計は1,777万人となり、上半期の累計において過去最高を記録していた2019を100万人以上、上回りました。

	2024年6月 主要国 訪日数 (人)	6月 対2019年比 (%)	6月 対2023年比 (%)
総数	3,135,600	108.9	151.2
韓国	703,300	114.9	129.0
中国	660,900	75.0	316.9
台湾	574,500	124.6	147.7
香港	250,600	119.9	134.5
シンガポール	58,900	124.6	107.9
インド	19,900	129.6	140.1
米国	296,400	168.9	130.7
英国	28,800	111.6	141.1
豪州	61,800	165.8	145.7
メキシコ	10,800	190.3	159.9
中東地域	14,100	182.0	154.4

## 主要な市場のうち8割で 過去最高の訪日人数を記録

23市場のうち18市場において、6月として2009年の計測以来過去最高を記録し、台湾・米国では単月での過去最高も更新しました。

一部市場において学校休暇を含む連休にあわせた訪日需要の高まりがみられたほか、台湾、フィリピン、米国などで訪日外客数が増加したことが、今月の押し上げ要因となりました。

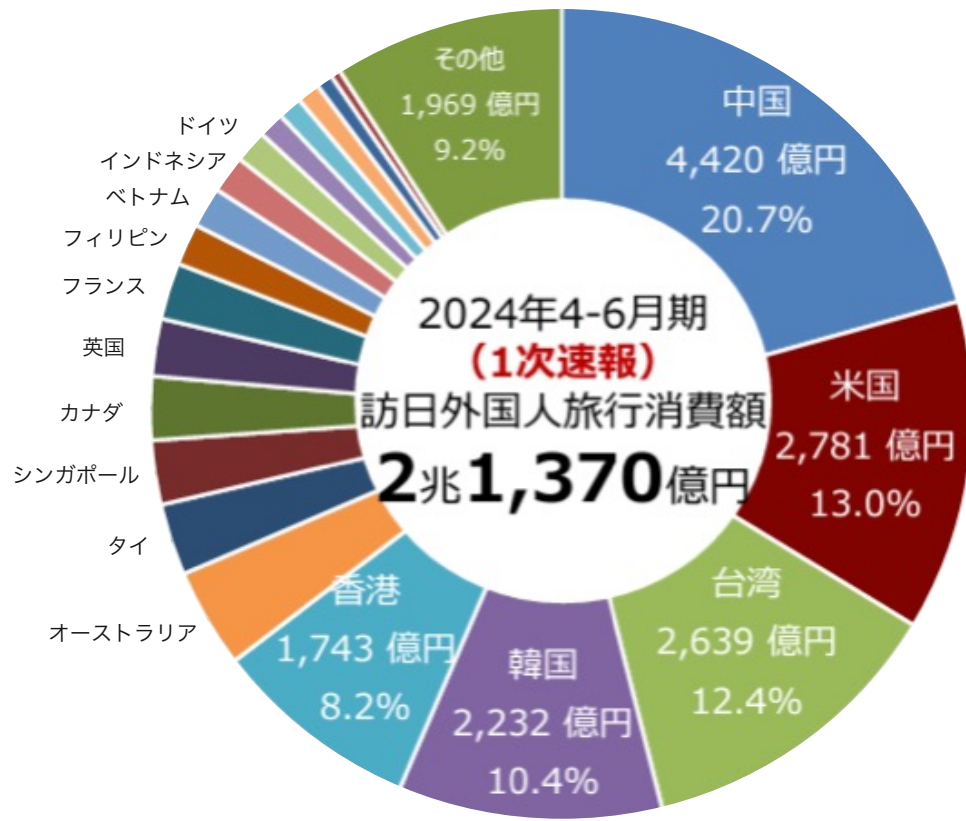


## 訪日中国人数は66万人 2019年比75%

2024年6月の訪日中国人数は、2019年比75.0%の66万900人。

2019年比の回復率としては堅調な推移ですが、人数自体は5月の54万人から12万人も増加しています。

# 4-6月期 訪日消費額



2024年4-6月期の訪日外国人消費額（1次速報）は、**2019年同期比68.6%増**の2兆1,370億円となりました。

物価上昇や円安の影響も考えられますが、1-3月期よりもさらに約20%数字を伸ばし、インバウンドが与える経済効果はより大きくなっています。

国籍・地域別では**1位が中国（4,420億円）、次いで米国、台湾、韓国。**

コロナ禍前と比較すると、米国が大きく順位を伸ばしていることも特徴です。

## 1人あたりの旅行支出は 23万9,385円 香港・中国が牽引

国籍・地域	総額	1日あたり
全国籍・地域	239,385	34,198
韓国	106,260	31,253
台湾	181,063	35,503
香港	273,439	43,403
中国	281,131	42,596
英国	432,641	33,538
フランス	437,635	27,875
米国	381,063	36,292
オーストラリア	421,876	30,571

2024年4-6月期の訪日外国人観光客1人あたり旅行支出（観光・レジャー目的）は、2019年比154.8%の**23万9,385円**と推計されています。

国籍・地域別では、フランス、英国、オーストラリア…と滞在日数の長い欧米が上位を占めていますが、**1日あたりの平均支出額**で計算すると、**香港と中国が圧倒的に多くの旅行消費**をしていることがわかります。

※国籍・地域別にみる一般客1人当たり費目別旅行支出（観光・レジャー目的）をもとに、総額を平均泊数で割って算出



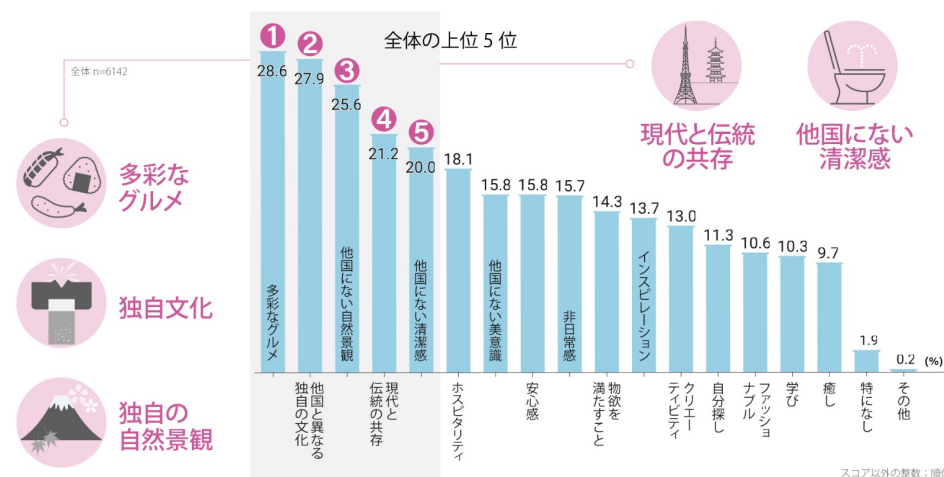
## 「観光目的で再訪したい国・地域」1位は日本 リピート意向も好調

株式会社電通が実施した「ジャパブランド調査2024」（対象：15の国・地域の20～59歳の7460人）によると、**世界で再び観光に訪れたい国・地域の1位は日本（34.6%）**となりました。

また、日本に期待されていることの上位3つは、「**多彩なグルメ**」「**他国と異なる独自の文化**」「**他国にない自然景観**」の順に。

さらに“日本でお金を払って体験・利用したいもの”の1位は「**庶民的な和食レストラン**」（41.4%）であったほか、「**高級な和食レストラン**」（中国で1位、韓国で2位）も人気であることがわかります。

JapanBrand  
【図表3】 Q.ほかの海外旅行と比べ、あなたが特に日本に期待したいことは何ですか？(MA3) 期待 | 訪日観光に期待していること



## インバウンド二重価格 訪日客「たいした金額差ではない」の声も

歴史的な円安などで訪日客にとっては買い物にもサービスにも「割安感」が漂う中、一部では、国内客よりも高い料金を取る「二重価格」を設定する動きも出てきています。

今年4月に渋谷にオープンした飲食店では、食べ放題コースの日本人と国内在住者への提供価格を、男性外国人客への提供価格から1100円割り引くという事実上の「二重価格」を導入。

SNSの動画で同店を知ったという台湾人の男性は「たいした金額の差ではないので気にはならない」と話し、「日本で食べるのはおいしい。店員の対応も良い」と満足した様子でした。

円安の影響や接客コストを考えると、民間企業にとって二重価格の導入は自然のなりゆきといえます。ただし、外国人だけを対象にする明確な理由付けは求められそうです。







Japan ticket