

インバウンド需要の回復状況

～ クレジットカード決済データが示す構造変化 ～

2023年1月30日



- 本レポートでは、三井住友カードのクレジットカード決済データからインバウンド関連決済を抽出し、時系列・国籍別・決済地域別・業種別などに細分化して整理・分析した。
- 日次データでみると、インバウンド決済は昨年10月の水際対策緩和の後から急増している。
- 地域別にみると、関東・中部・東北などではコロナ前を上回っているのに対し、近畿・北海道などの回復は遅れている。
- 業種別にみると、服飾小物ブランド、外食、衣服、テーマパークはコロナ前水準を大きく上回っているのに対して、百貨店、家電、ドラッグストアなどはコロナ前水準を大きく下回っている。
- カード当たりの決済額をみると、コロナ前に比べて大幅に上振れている。この背景として、①昨年来の円安による外国人の購買力向上、②3年ぶりの訪日旅行に伴うリベンジ効果、③潤沢な外国人のコロナ貯蓄、などが考えられる。
- より詳しくみると、“コト”よりも“モノ”に対する支出意欲が盛り上がっている。とくに、ショッピングセンターや服飾小物ブランドの決済額が大幅に増加しており、短期的には「爆買い」傾向が強まっている可能性がある。
- 以上のように、訪日外国人の支出行動は大きく変化しており、自治体・企業は柔軟な対応が必要になる。また、今後のインバウンド戦略を考えるにあたっては、国籍の多様化・分散化に取り組むこと、有効な人手不足対策を進めること、などが求められる。

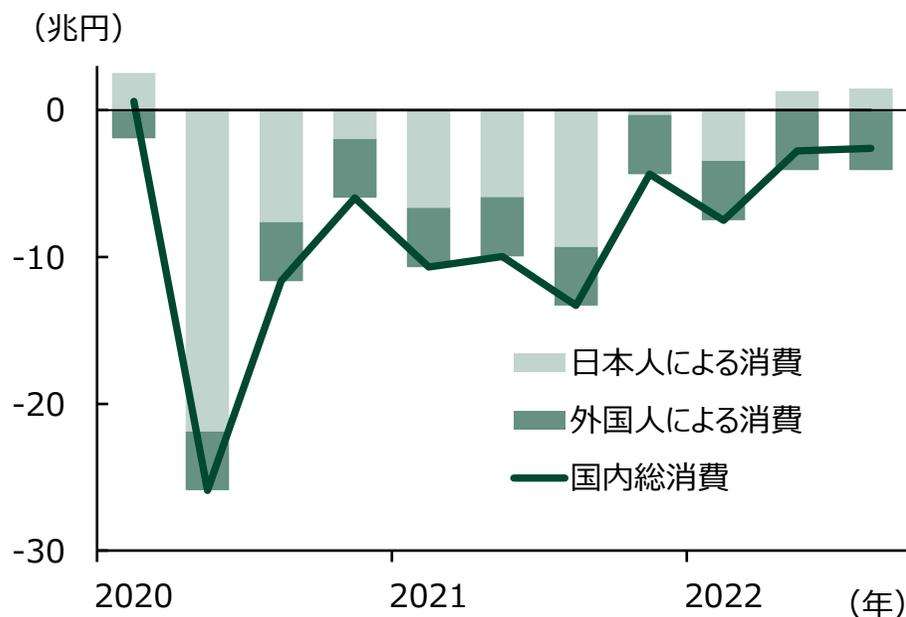
【データに関する留意事項】

- 三井住友カードが保有するクレジットカードのデータを個人および利用店舗が特定されないよう個人情報保護法および関連法を順守し、三井住友カードにて適切な加工・統計化処理を実施したデータにて分析をおこなっています。
- 2023年1月10日までに三井住友カードへ到着したキャッシュレスデータを使用しております。
- 加盟店の業種区分は三井住友カードにて分類した53区分となります。
- 訪日外国人によるクレジットカードの決済データをもとに、支出内容や行動特性などを勘案して、インバウンド関連決済を抽出して分析しております。
- 三井住友カードのデータのみを分析したものであるため、実態の傾向とは異なる可能性があります。

足元の訪日外国人は急回復。

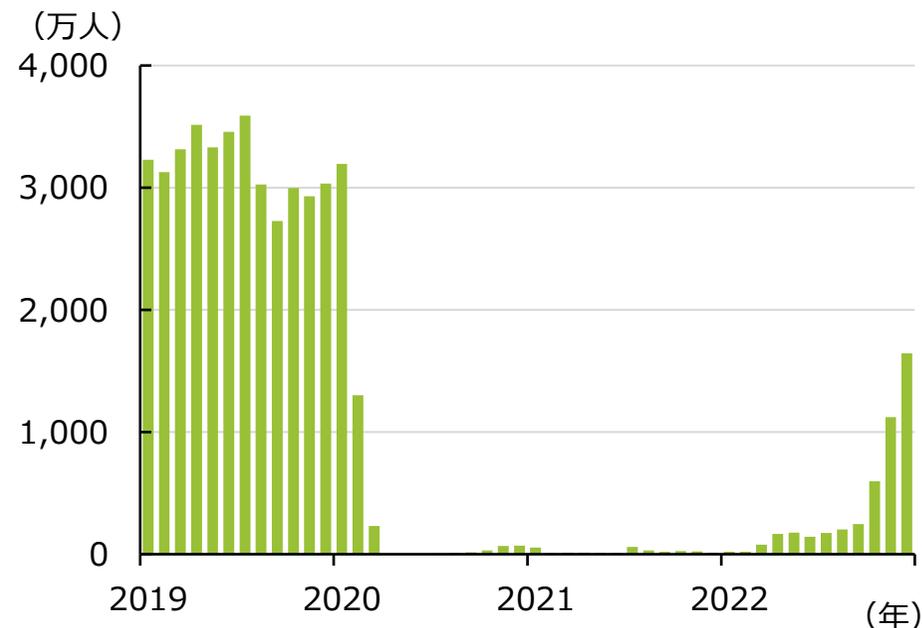
- コロナ禍で大きく落ち込んだ国内消費市場は回復傾向にある。ただし、日本人による消費はコロナ前（2019年10～12月期）水準を回復した一方、インバウンド需要の回復には遅れが見られる。
- 足元では、昨年10月の水際対策の緩和により、訪日外国人数は急ピッチで増加。国内景気の押し上げ要因となっている。
- もっとも、コロナ前と比べると、①中国人観光客の減少、②円安進行、③海外諸国で積み上がったコロナ貯蓄、といった大きな環境変化がある。本レポートでは、三井住友カードのクレジットカード決済データをもとに、足元のインバウンド需要の特徴を分析した。

コロナ前と比べた国内消費市場の変化（年率換算）



（資料）内閣府をもとに日本総研作成

訪日外国人数（年率換算）



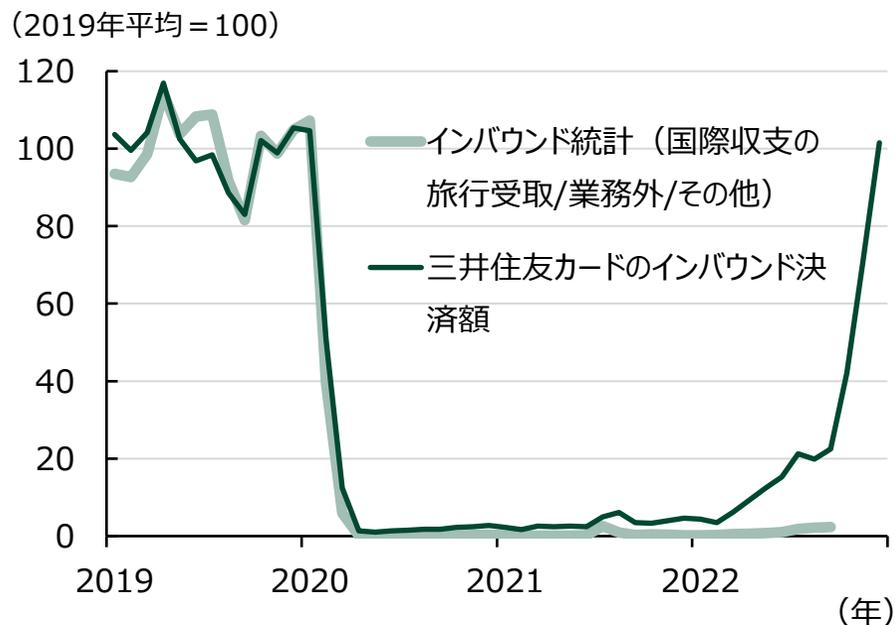
（資料）日本政府観光局をもとに日本総研作成

マクロのインバウンド統計とほぼ連動。

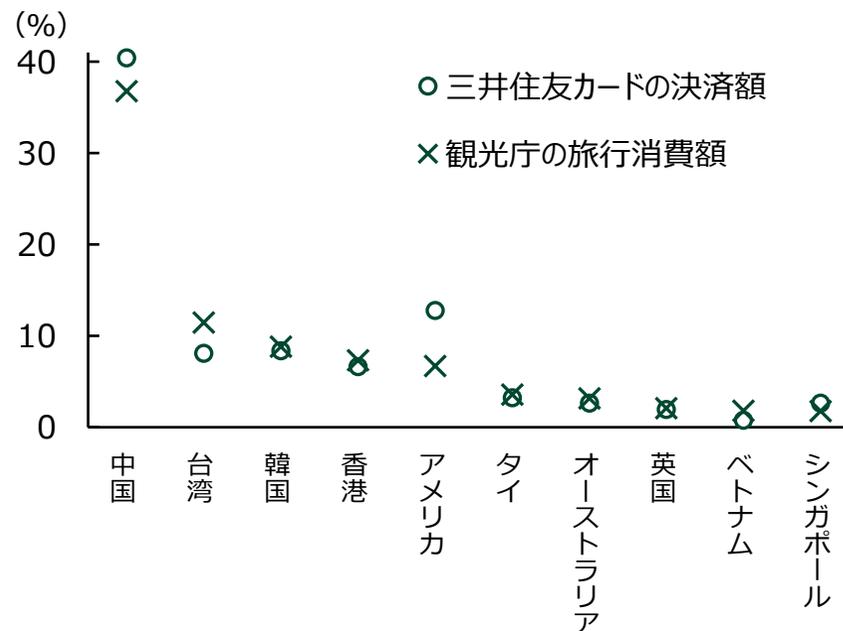
- 外国人によるクレジットカード決済データをもとに、支出内容や行動特性などを勘案して、インバウンド関連決済を抽出(注)。マクロのインバウンド統計（国際収支の旅行受取/業務外/その他）と比較すると、約3%をカバーしている計算となる。
- コロナ前の時系列推移をみると、マクロのインバウンド統計とほぼ連動している。
- コロナ前の国別決済シェアをみると、観光庁「訪日外国人の消費動向」とおおむね同じ構造である。ただし、三井住友カードの決済データの方が、台湾は若干下振れ、中国・米国は若干上振れているといった違いがある。

(注) 外国人のカード決済データ（2022年12月の利用者数：約200万人）のうち、短期の旅行者である確度が高いデータのみを厳選。EC・ビジネス・長期滞在者のカード決済データは可能な限り排除。

月次のインバウンド消費と三井住友カード決済額



2019年の国別決済シェア

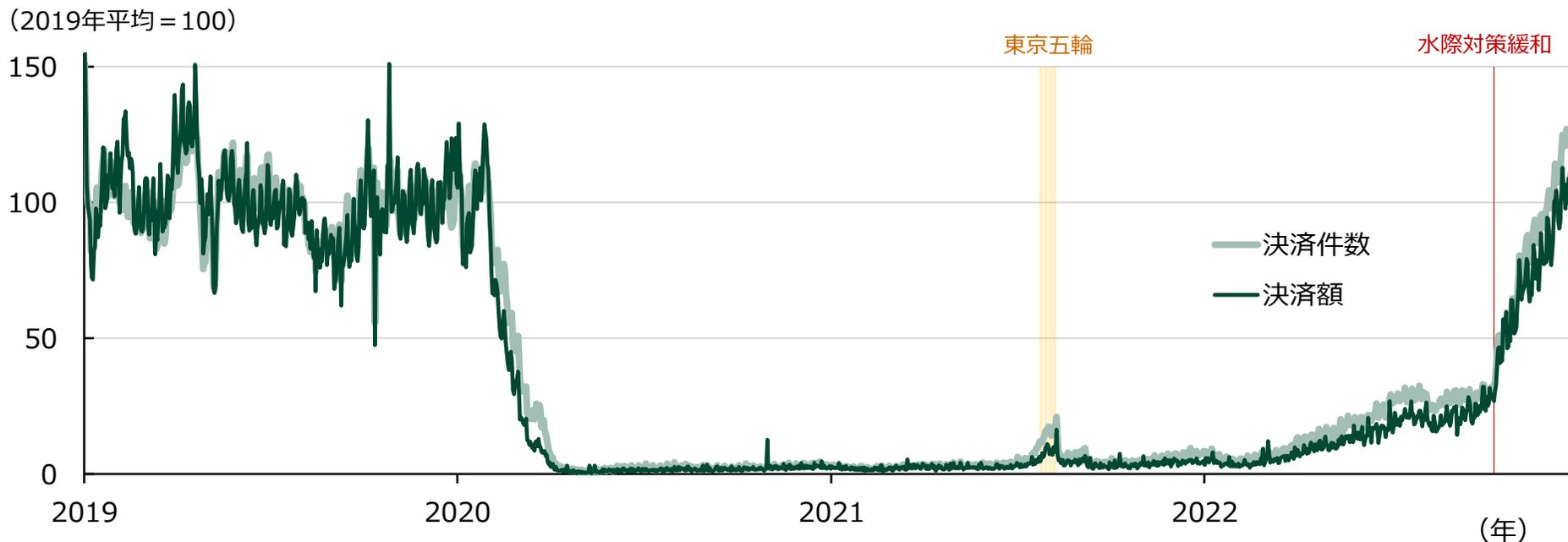


水際対策緩和後のインバウンド決済が急増。

- 日次のインバウンド決済をみると、コロナ発生直後の水際対策強化、東京五輪、水際対策緩和など、イベント発生時の訪日外国人の動きをかなり正確にトレースしている。
- インバウンド決済は、2022年入り後から緩やかに増加し始め、昨年10月の水際対策緩和の後に急回復して、昨年12月まで右肩上がり増加している。直近では、コロナ前の水準まで持ち直している^(注)。

(注) クレジットカード決済比率が上昇している可能性があるため、ある程度幅をもって捉えることが必要。

日次のインバウンド決済



(資料) 三井住友カードをもとに日本総研作成

4. 地域別①

地域間の回復力に大きな差。

- 地域別にみると、インバウンド決済の回復状況に大きな格差がある。関東・中部・東北などではコロナ前を上回る水準に達しているのに対し、近畿・北海道などの回復には遅れが見られる。
- 都道府県別にみると、特定の地方が先行して回復した印象である。元々のインバウンド需要規模が小さかったという側面はあるものの、山形県・群馬県・福井県などのインバウンド決済額はコロナ前を大幅超過している。逆に、コロナ前を大幅に下回る府県もある。

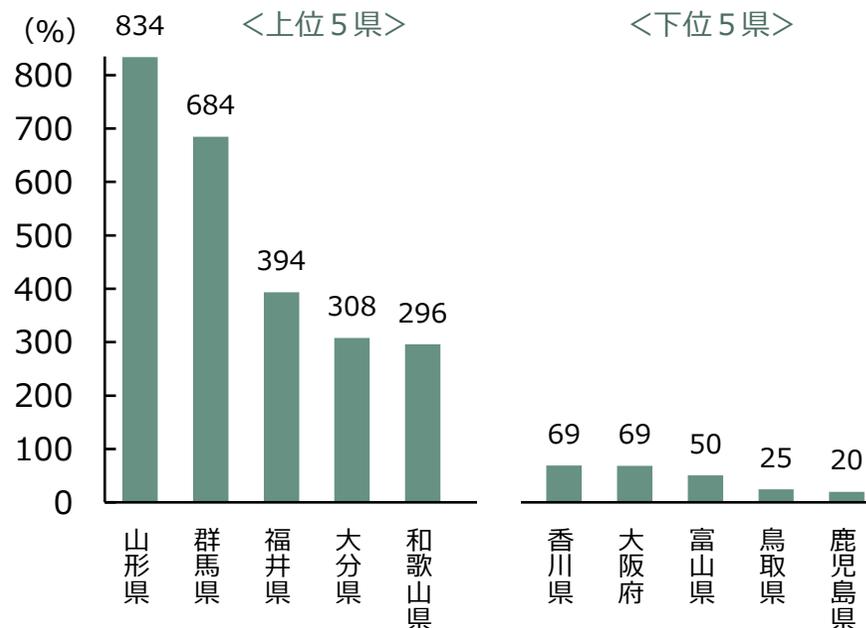
地域別のインバウンド決済額

(2019年12月全国のインバウンド決済額合計 = 10,000)

	2019年 12月	2022年12月	
		金額	(回復率、%)
関東	5,739	5,921	103.2
近畿	2,410	1,799	74.7
九州沖縄	785	752	95.8
北海道	784	631	80.4
中部	168	216	128.7
中国	58	51	88.4
四国	37	34	90.5
東北	20	34	172.7

(資料) 三井住友カードをもとに日本総研作成

地域別のインバウンド回復率 (2019/12→2022/12)



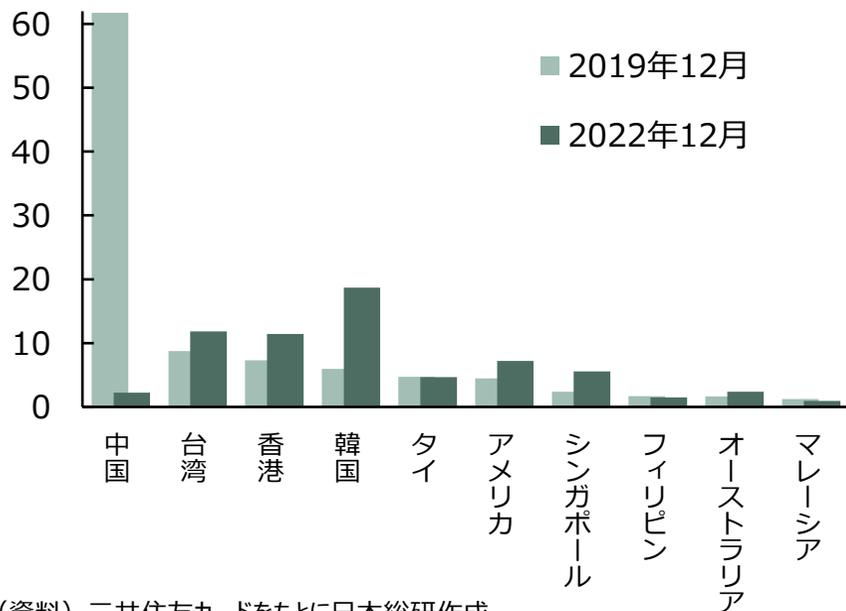
(資料) 三井住友カードをもとに日本総研作成

中国依存リスクが鮮明に。

- 回復が遅れている都道府県の代表例として、大阪府のインバウンド決済をみると、回復の早い韓国などの決済額は増えているものの、シェアの大きかった中国の決済額が大幅に落ち込んで足を引っ張っている状況である。
- 回復が先行している都道府県の代表例として、大分県のインバウンド決済をみると、特定の国に依存することなしに、満遍なくインバウンド決済額が回復している様子が見られる。

大阪府のインバウンド決済額

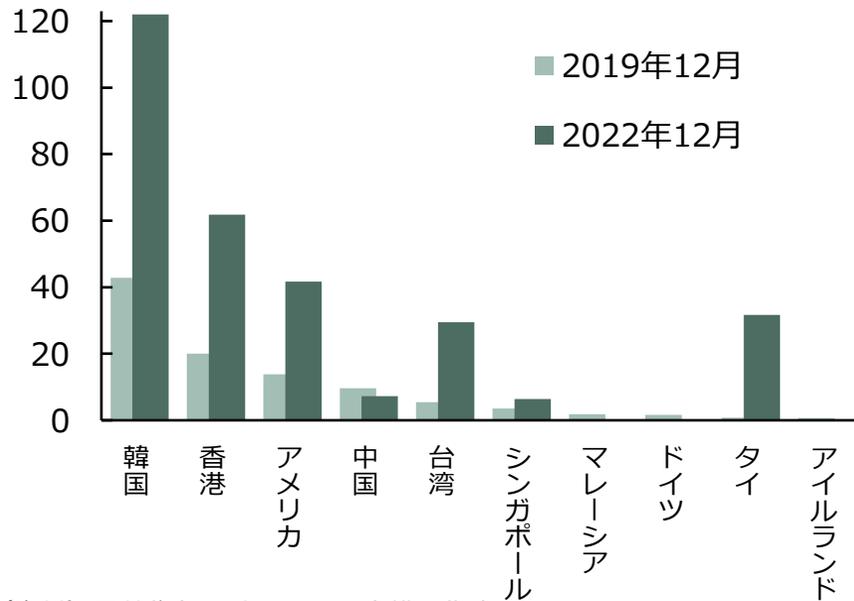
(2019年12月大阪府のインバウンド決済額合計 = 100)



(資料) 三井住友カードをもとに日本総研作成

大分県のインバウンド決済額

(2019年12月大分県のインバウンド決済額合計 = 100)



(資料) 三井住友カードをもとに日本総研作成

業種間の回復力にも大きな差。

- 業種別にみても、インバウンド決済の回復度合いに大きな格差がある。服飾小物ブランド（バッグ・財布など）、外食、衣服、テーマパークはコロナ前水準を大きく上回っているのに対して、百貨店、家電、ドラッグストアなどはコロナ前水準を大きく下回っている状況である。
- さらに詳細にみると、コロナ前に比べてコンビニやスーパーでの決済額が大幅に増加している。訪日外国人の間でも中食（なかしょく）シフトが進んでいる可能性がある。

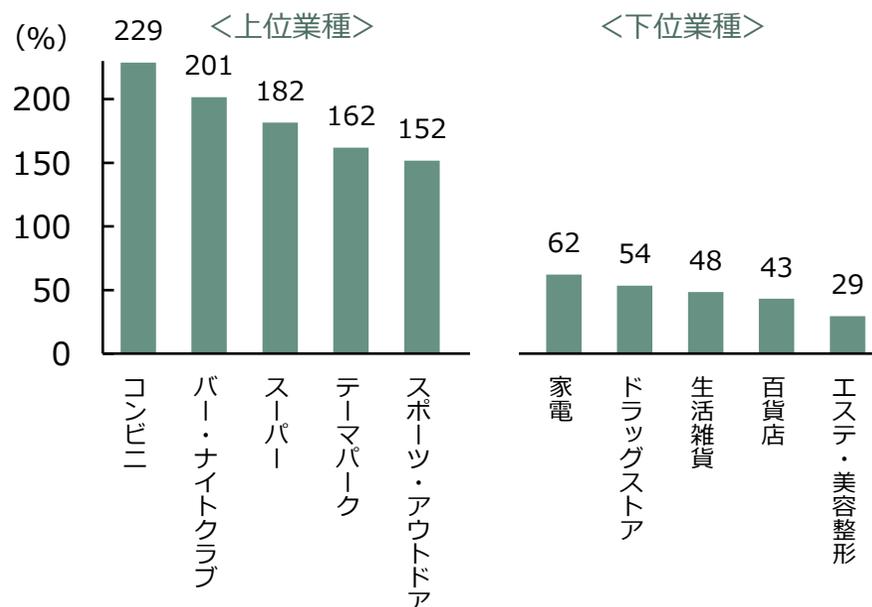
業種別のインバウンド決済額

（2019年12月全業種のインバウンド決済額合計 = 10,000）

	2019年 12月	2022年12月	
		決済額	(回復率、%)
ショッピングセンター	4,207	3,486	82.9
百貨店	712	307	43.1
服飾小物ブランド	419	605	144.4
外食	304	392	129.0
衣服	304	428	140.9
家電	289	180	62.2
ドラッグストア	176	94	53.6
テーマパーク	131	212	161.8

（資料）三井住友カードをもとに日本総研作成

業種別のインバウンド回復率（2019/12→2022/12）



（資料）三井住友カードをもとに日本総研作成

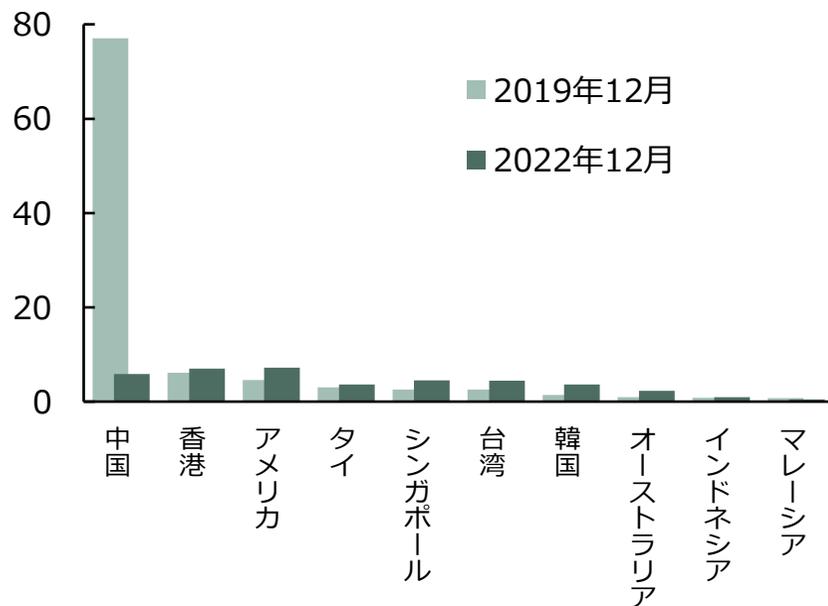
（注）2019年12月の決済額が一定額以上の業種のみ一部抜粋。

中国依存リスクが鮮明に。

- 回復が遅れている業種の代表例として、百貨店のインバウンド決済をみると、多くの国でコロナ前水準を上回っているものの、シェアの大きかった中国の決済額が大幅に落ち込んで足を引っ張っている状況。これは大阪府と同じ構図である。
- 回復が先行している業種の代表例として、バー・ナイトクラブのインバウンド決済をみると、米国・台湾・シンガポール・オーストラリア人の決済額が大幅に増加。ナイトタイム・エコミーが一部復活している模様である。

百貨店のインバウンド決済額

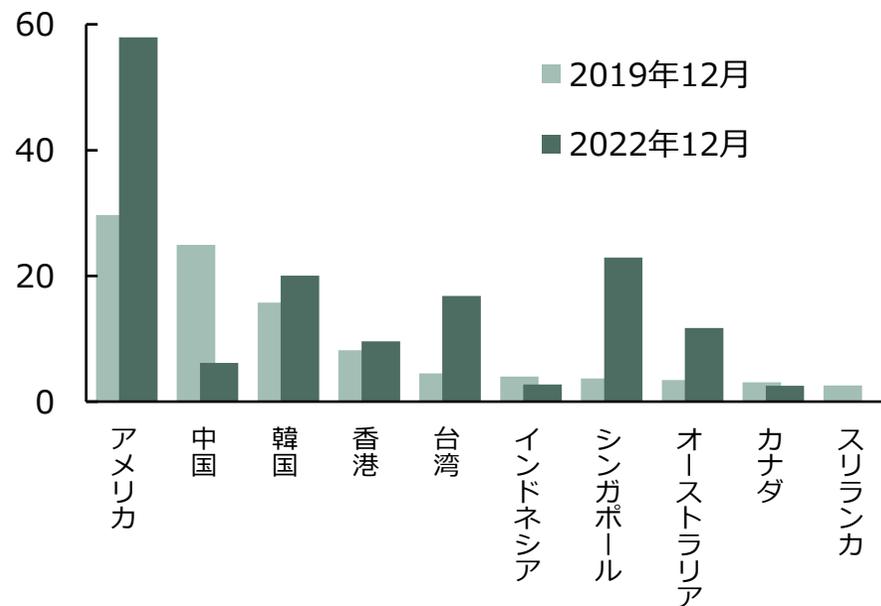
(2019年12月百貨店のインバウンド決済額合計 = 100)



(資料) 三井住友カードをもとに日本総研作成

バー・ナイトクラブのインバウンド決済額

(2019年12月バー・ナイトクラブのインバウンド決済額合計 = 100)



(資料) 三井住友カードをもとに日本総研作成

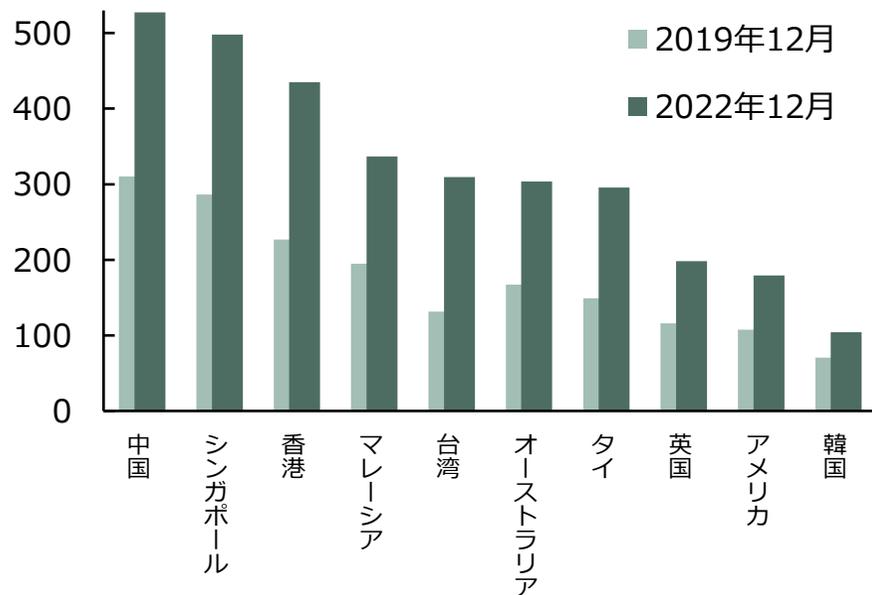
6. 円安効果①

カード当たり決済額が大幅増。

- カード当たりの決済額をみると、いずれの国・地域もコロナ前に比べて大幅上振れ。この背景として、以下3点を指摘できる。
 - ① 昨年来の為替変動で1～2割の円安進行。結果、外国人が日本で消費する際の購買力が大幅向上。
 - ② 3年ぶりの訪日旅行に伴うリベンジ効果。
 - ③ 海外諸国でも積み上がっているコロナ貯蓄で、日本への旅行原資が潤沢に。

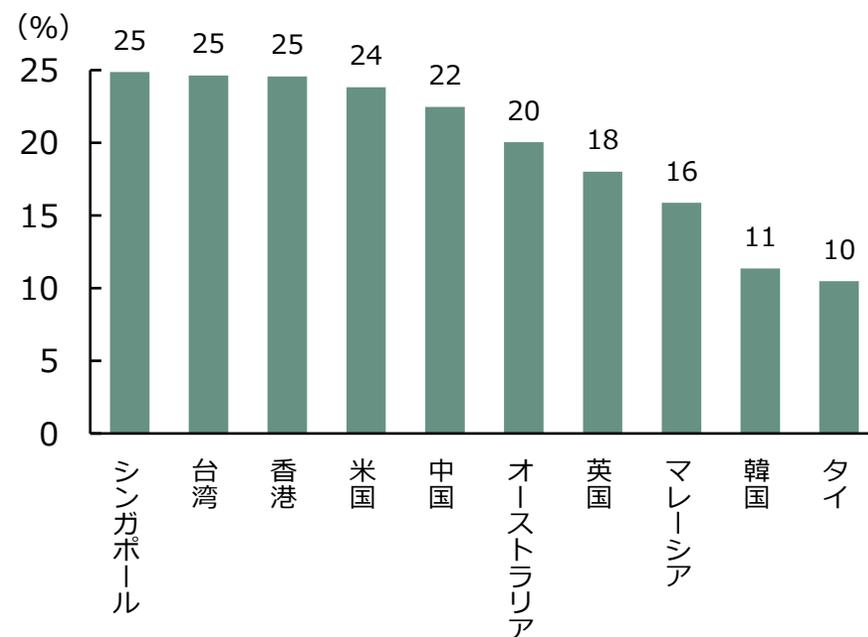
カード当たりのインバウンド決済額（総額上位10カ国）

(2019年12月カード当たりインバウンド決済額平均 = 100)



(資料) 三井住友カードをもとに日本総研作成

円安による対円購買力上昇率（2019年→2022/12）



(資料) Datastreamをもとに日本総研作成

コト消費よりモノ消費を选好。

- 全体的に、商品に対する支出意欲が盛り上がっている印象である。とくに、ショッピングセンターや服飾小物ブランドの決済額が大幅に増加している。衣服や百貨店への支出意欲も旺盛。3年ぶりの日本旅行で、短期的には「爆買い」傾向が強まっている可能性がある。
- 決済額の増加分から回数要因と単価要因を抽出してみると、国籍や業種によって大きな違いがある。衣服に関しては、米国では決済回数の増加が主因で、台湾では決済単価の上昇が主因である。一方、米国・台湾に共通した動きでは、百貨店は決済単価増だけで、コンビニは決済回数増だけで説明可能である。

米国人のカード当たり決済額

(2019年12月、米国人のカード当たり決済額の全業種合計 = 10,000)

	2019年 12月	2022年 12月	増加額	増加額	
				回数要因	単価要因
ショッピングセンター	3,205	4,983	1,778	476	1,117
ホテル・旅館	2,206	3,636	1,430	881	421
服飾小物ブランド	161	782	621	443	169
衣服	322	724	402	418	-35
コンビニ	182	524	342	310	22
外食	534	790	256	197	28
テーマパーク	161	361	200	184	7
家電	169	353	185	49	126
百貨店	242	404	162	-146	294
スポーツアウトドア	48	143	95	83	9

(資料) 三井住友カードをもとに日本総研作成

台湾人のカード当たり決済額

(2019年12月、台湾人のカード当たり決済額の全業種合計 = 10,000)

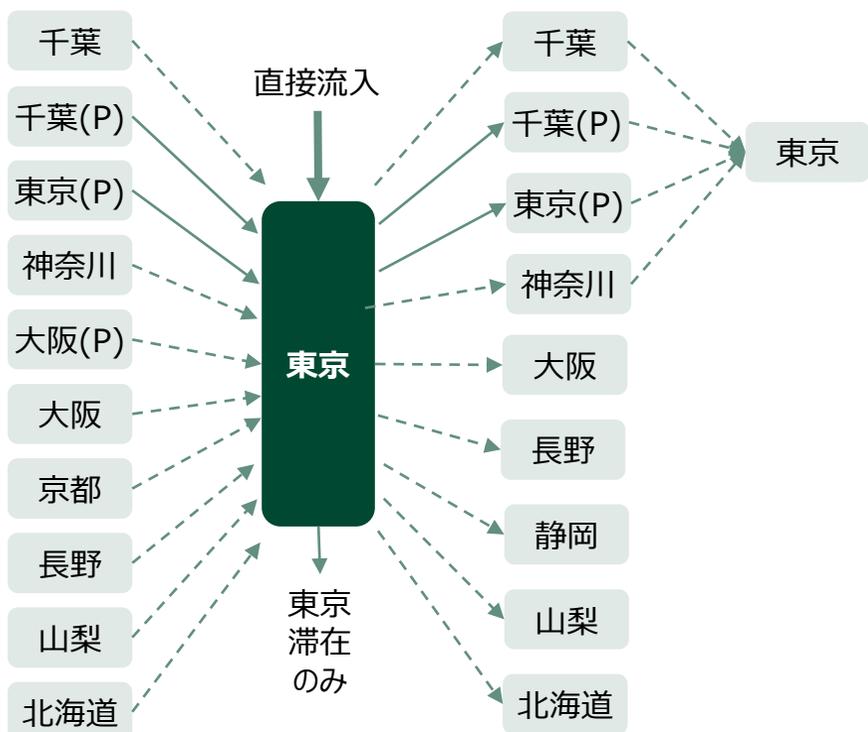
	2019年 12月	2022年 12月	増加額	増加額	
				回数要因	単価要因
ショッピングセンター	5,068	13,484	8,417	-9,630	13,316
服飾小物ブランド	463	2,236	1,773	-38	1,378
ホテル・旅館	716	1,717	1,001	27	305
百貨店	208	700	492	-175	473
衣服	322	797	475	15	160
テーマパーク	107	329	223	76	47
衣服ブランド	78	267	189	82	35
外食	136	342	205	75	3
スポーツアウトドア	68	205	137	19	56
コンビニ	95	254	159	102	-31

(資料) 三井住友カードをもとに日本総研作成

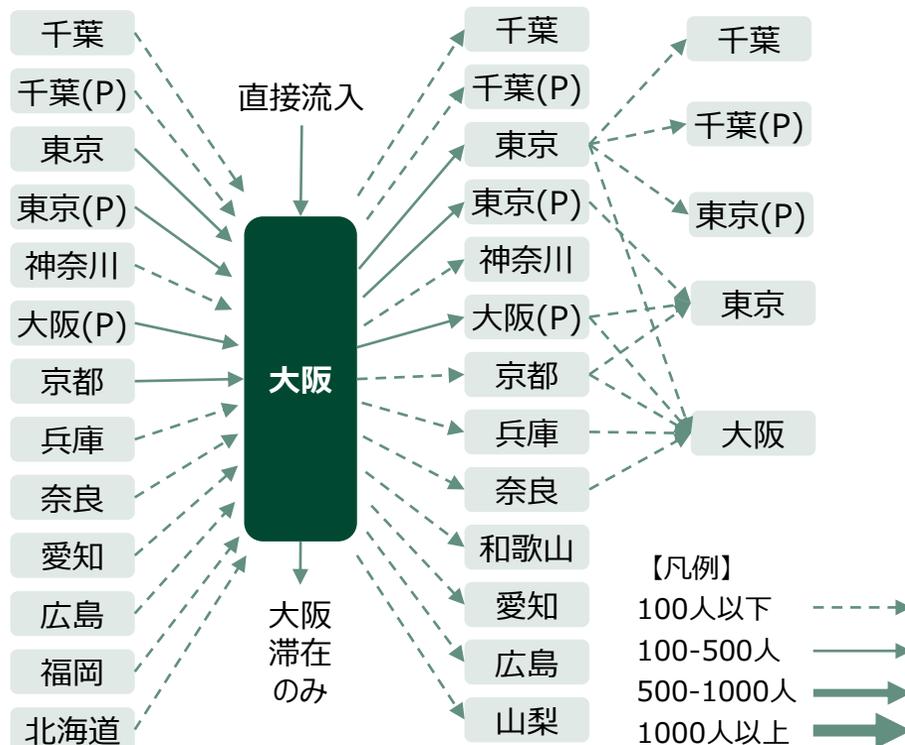
米国人は多数の地域を訪問。

- その他国籍の外国人では以下のような特徴がある。
 - ① 香港人も韓国人同様、特定地域内で完結する傾向。ただし、韓国人より地方に足を伸ばす割合が大。
 - ② 米国人は多くの都道府県を訪れる傾向。関西・関東間の往来だけでなく、北海道・九州・中国地方を訪問する行動も一定数存在。

2022年10～11月の滞在経路（香港人の東京滞在）



2022年10～11月の滞在経路（米国人の大阪滞在）



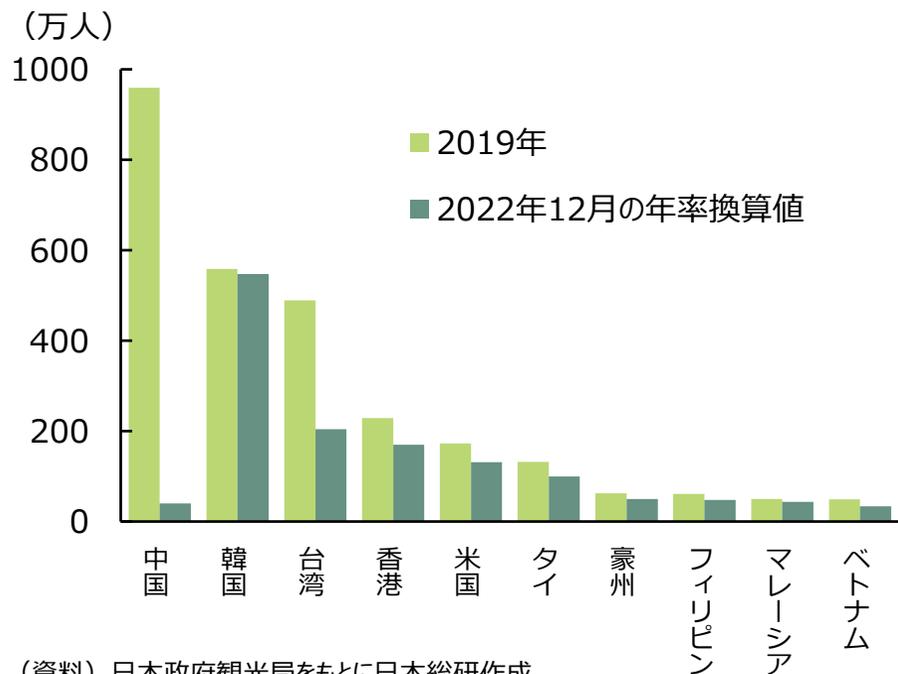
【凡例】
 100人以下 ---
 100-500人 →
 500-1000人 →
 1000人以上 →

(※) 注目する都道府県に対し、直前の1都道府県および直後の2都道府県について、一定の移動があった場合に経路として抽出。(P)は空港・港周辺での決済を示す。

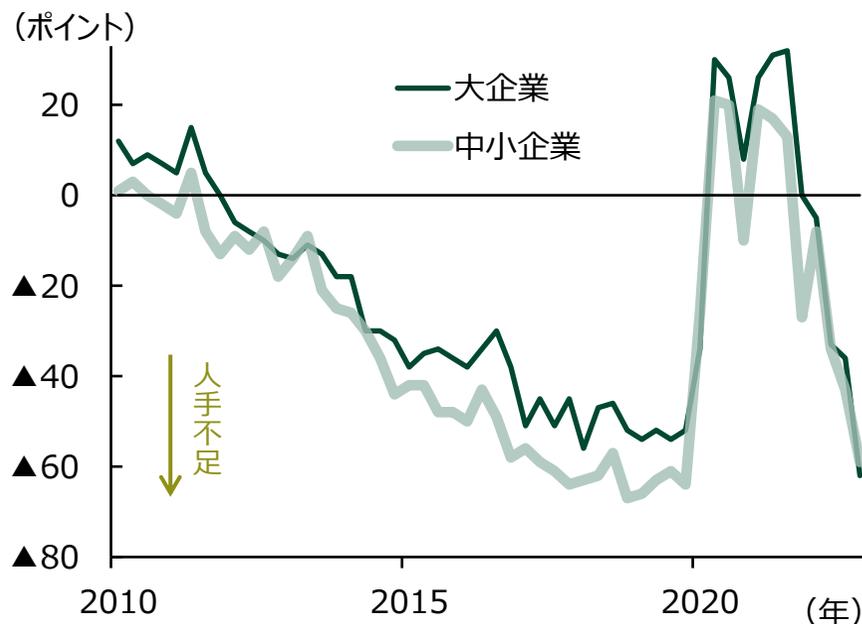
アフターコロナの新たなインバウンド戦略を。

- コロナ禍による内外の環境変化を受け、訪日外国人の支出行動は大きく変化。自治体・企業は柔軟な対応が必要である。
- 今後のインバウンド需要の回復ペースは、中国人観光客の戻り方に大きく左右される。インバウンド需要を安定した地域経済活性化につなげるためには、国籍の多様化・分散化に取り組むことが不可欠である。
- 円安効果等による支出意欲の高まりを、今後の観光産業振興に役立てることも重要である。例えば、支出単価の増加分を賃上げ原資やデジタル化投資等に活用して、とくに観光産業で深刻化している人手不足対策に備えることも一案である。

国別の訪日外国人数



宿泊・飲食業の雇用人員判断DI



所属	担当者	役割	照会先
日本総合研究所	調査部	忝村 秀樹	レポーティング 照会先代表者 matsumura.hideki@jri.co.jp 080-1029-6343
	先端技術ラボ	近藤 浩史	ビッグデータ解析 —
三井住友カード	データ戦略部	堀 郁哉 櫻田 隆之	データ設計・抽出・集計 ビッグデータ解析 —

・ 本資料は、情報提供を目的に作成されたものであり、何らかの取引を誘引することを目的としたものではありません。
 ・ 本資料は、作成日時時点で一般に信頼できるとされる資料に基づいて作成されたものですが、情報の正確性・完全性を保証するものではありません。また、本資料の情報の内容は、経済情勢等の変化により変更されることがあります。
 ・ ご利用に際しては、お客さまご自身の判断にてお取扱いいただきますようお願い致します。本資料の一部または全部を、電子的または機械的な手段を問わず、無断での複製または転送等することを禁じております。