

【2018年訪日外国人の年間動向と2019年の予測】

訪日外客数伸び率1位はベトナム、検索数から見える訪日外国人のトレンドは？

アウンコンサルティング株式会社(東証二部:2459、本社:東京都文京区、代表取締役:信太明、以下アウンコンサルティング)は、アジア9拠点で、マーケティング(SEM(検索エンジンマーケティングサービス、インターネット広告など)、アセットなどのグローバルコンサルティングを展開しています。また、アジアにおいていち早くSEOを事業化し、2018年6月より21期目を迎えています。

3,119万人の訪日外国人客(以下、訪日客)数を記録した2018年。中国では、全市場で初めて800万人台に達したほか、タイでは113万人と東南アジア市場で初めて100万人台を突破しました。また、香港を除く19市場で過去最高を記録するなど、国別に見ても記録的な年となりました。訪日市場は、東アジアからの訪日客のリピーター化や、東南アジアの訪日客が前年比で大きく増加するなど、常にトレンドが変化しています。

この度は、2018年の訪日外国人の年間動向調査結果と、2019年の予測を発表いたします。

2018年のインバウンド市場

■中国、全市場初の800万人突破。伸び率が最も多いのはベトナム

2017年の訪日客数は、前年比19.3%増の約2,869.1万人(+465万人)に対し、2018年の訪日客数は、前年比8.7%増の約3,119.1万人(+250万人)に達しました。日本政府観光局(JNTO)が統計を取り始めた1964年以降、累計で過去最高を更新し、7年連続の増加となりました。一方で、北海道や関西の震災等の影響もあり、2017年と比較して訪日客の伸び(数、率ともに)が鈍化しているため、今後も引き続き積極的なプロモーションが必要となってくるでしょう。

国・地域別で見ると、訪日客が多い上位3地域は、昨年と同様、1位:中国838.0万人(前年比102.4万人増、13.9%増)、2位:韓国753.9万人(前年比39.8万人増、5.6%増)、3位:台湾475.7万人(前年比19.3万人増、4.2%増)となりました。

また、伸び率が増加している国・地域として、ベトナム38.9万人(前年比8.0万人増、26.0%増)、ロシア9.4万人(前年比1.7万人増、22.7%増)、スペイン11.8万人(前年比1.9万人増、19.1%増)が挙げられます。欧米圏は、米国152.6万人(前年比15.1万人増、11.0%増)、英国33.4万人(前年比2.3万人増、7.6%増)という結果になりました。

なお、観光庁では、団体旅行の割合が高いベトナムで現地旅行会社に向けた取り組みを強化し、セミナー商談会や旅行会社と連携した訪日旅行推進キャンペーンなどの実施や、SNSでの情報発信に力を入れていました。このような取り組みがベトナム訪日客の伸び率上昇の後押しをしたと考えられます。

2018年インバウンド市場に関わる出来事

■2018年インバウンド市場に関わる主な出来事

- ・タイ・エアアジアX: 札幌—バンコク便再開開始(4月)
- ・Airbnb: 住宅宿泊事業法の施行に伴い、6月15日以降の無届け物件の予約大量キャンセル(6月)
- ・地震と台風の影響で2013年以来、5年8か月ぶりに前年同月比で訪日数減(9月)
- ・台湾: 遠東航空 新潟—台北線 12月~3月インバウンド向け臨時便を週4便へ増便(12月)
- ・シンガポール航空: 羽田便を1日4便に増便(12月)

今年には災害が非常に多く、夏から秋にかけての一連の災害等の影響で韓国(6月から)や台湾(9月から)においては前年同月期を下回りましたが、SNSなどを通して正確な情報を届ける等、観光需要の復興に向けた取り組みによって前年同月を上回るまでに回復しました。

リピーターについて

■訪日回数について

以下は、2014年・2017年・2018年の訪日客数の多い時期(7-9月)にレジャー・観光を目的とした訪日回数を比較したデータとなります。リピーターの割合が増えていく中で、東南アジアのシンガポール(+6.6%)、ベトナム(+5.5%)、インド(+23.9%)について、初回訪問の比率が増えています。これらの国々は、東アジアと比較して移動距離が長い為、リピーターを獲得するための施策を強化していく必要があります。また、訪日に限らず、越境 EC などを通して日本文化や日本の商品への需要を継続的に誘発する施策を考えていく必要があります。

<アジア圏の訪日回数比較>

訪日回数		韓国	台湾	香港	中国	タイ	シンガポール
2014年	1回目	39.4%	23.0%	17.2%	75.2%	41.5%	34.0%
	リピーター	60.6%	77.0%	82.8%	24.8%	58.5%	66.0%
2017年	1回目	36.5%	20.6%	12.3%	63.3%	32.8%	25.6%
	リピーター	63.5%	79.4%	87.7%	36.7%	67.2%	74.4%
2018年	1回目	26.7%	18.7%	13.3%	60.8%	31.8%	32.2%
	リピーター	73.3%	81.3%	86.7%	39.2%	68.2%	67.8%

訪日回数		マレーシア	インドネシア	フィリピン	ベトナム	インド
2014年	1回目	45.8%	51.1%	76.9%	73.3%	-
	リピーター	54.2%	48.9%	23.1%	26.7%	-
2017年	1回目	45.9%	65.6%	53.2%	73.7%	57.1%
	リピーター	54.1%	34.4%	46.8%	26.3%	42.9%
2018年	1回目	44.8%	61.9%	46.3%	79.2%	81.0%
	リピーター	55.2%	38.1%	53.7%	20.8%	19.0%

出典: 観光庁 訪日外国人消費動向調査 平成26年7月~9月 集計結果

参考表3 国籍・地域(19区分)別 回答者属性および旅行内容【観光・レジャー目的】

観光庁 訪日外国人消費動向調査 平成 29 年 7 月～9 月 集計結果

参考表3 国籍・地域(21 区分)別 回答者属性および旅行内容【観光・レジャー目的】

観光庁 訪日外国人消費動向調査 平成 30 年 7 月～9 月 集計結果

参考 4 国籍・地域(21 区分)別 回答者属性および旅行内容【観光・レジャー目的】を参考に
アウンコンサルティングで加工

都道府県別宿泊者数

■地方観光地への宿泊者数が増加

以下は、訪日外国人の都道府県別宿泊者数をまとめたものです。上位 10 位に変化はありませんでしたが、前年同期比の増加率を見ると主要観光地に加え、東北や九州など地方観光地がランクインしています。ただし、比較データ期間が 7-9 月と夏の時期であるため、季節による偏りがある可能性があります。

<2017 年/2018 年 7-9 月都道府県別宿泊者数>

7-9月都道府県別宿泊者数TOP10				前年同期比増加数TOP10		
	2017年		2018年			前年同期比
	1	北海道	5,245,600	北海道		
2	千葉県	3,759,180	千葉県	3,919,620	東京都	414,250
3	長野県	3,440,750	東京都	3,577,900	沖縄県	183,560
4	静岡県	3,420,910	長野県	3,494,390	千葉県	160,440
5	沖縄県	3,208,170	大阪府	3,418,330	福島県	70,210
6	東京都	3,163,650	沖縄県	3,391,730	香川県	54,620
7	神奈川県	2,873,640	静岡県	3,303,310	長野県	53,640
8	大阪府	2,811,480	京都府	2,593,030	新潟県	42,390
9	京都府	2,713,700	神奈川県	2,088,070	鹿児島県	41,880
10	山梨県	1,945,090	山梨県	1,976,300	秋田県	41,390

出典：観光庁 宿泊旅行統計調査 平成 29 年 7 月～9 月 集計結果

第3表 年、月(12 区分)、施設所在地(47 区分及び運輸局等)、従業者数(4 区分)、宿泊目的割合(2 区分)別実宿泊者数

観光庁 宿泊旅行統計調査 平成 30 年 7 月～9 月 集計結果

第3表 施設所在地(47 区分及び運輸局等)、従業者数(4 区分)、宿泊目的割合(2 区分)別実宿泊者数を参考にアウンコンサルティングで加工

<2018年7-9月都道府県別訪問率>

	韓国	台湾	香港	中国	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア	フィリピン	ベトナム	インド
北海道	8.1%	5.3%	4.1%	2.1%	12.5%	6.9%	21.9%	0.2%	0.7%	2.2%	2.6%
茨城県	0.1%	0.2%	0.1%	0.2%	0.8%	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	5.3%
千葉県	7.7%	12.4%	13.3%	11.7%	28.3%	17.8%	16.6%	23.3%	28.6%	18.3%	34.2%
東京都	9.2%	13.1%	14.5%	19.1%	25.5%	27.5%	16.4%	31.0%	27.6%	23.2%	23.7%
神奈川県	0.8%	2.2%	2.4%	3.2%	3.0%	2.4%	3.3%	3.1%	5.6%	2.7%	10.5%
山梨県	0.2%	1.5%	1.7%	2.4%	6.6%	2.8%	2.6%	4.3%	2.3%	13.0%	5.3%
愛知県	1.1%	2.1%	3.8%	6.5%	1.2%	4.0%	1.0%	1.2%	1.4%	10.2%	2.6%
京都府	8.8%	8.0%	8.3%	13.8%	3.0%	10.0%	10.3%	12.5%	7.3%	9.9%	3.9%
大阪府	17.7%	10.4%	13.6%	19.4%	6.7%	11.9%	15.5%	15.4%	11.9%	13.5%	6.5%
奈良県	1.6%	4.3%	4.3%	6.9%	1.1%	1.9%	3.9%	1.2%	3.7%	1.4%	0.0%
広島県	0.2%	0.8%	0.7%	0.2%	0.2%	1.3%	0.4%	0.4%	0.4%	0.4%	2.6%
福岡県	17.2%	4.0%	4.9%	1.2%	0.7%	1.2%	0.8%	0.2%	2.0%	0.3%	0.0%
大分県	6.4%	2.2%	2.4%	0.4%	0.2%	0.7%	0.4%	0.4%	0.6%	0.1%	0.0%
沖縄県	6.1%	9.0%	4.7%	2.1%	2.8%	0.5%	0.0%	0.1%	0.1%	0.1%	0.0%

出典：観光庁 訪日外国人消費動向調査 平成29年7月～9月 集計結果

参考表6 国籍・地域(21区分)別 都道府県別訪問率【観光・レジャー目的】

観光庁 訪日外国人消費動向調査 平成30年7月～9月 集計結果

参考表6 国籍・地域(21区分)別 都道府県別訪問率【観光・レジャー目的】を参考にアウコンサルティングで加工

外国人消費動向

■インドネシア・フィリピンが個人旅行パッケージ商品にシフト

以下は、アジアの国と地域の消費動向をまとめたものです。旅行前支出に関しては、母数は少ないものの団体パッケージツアーからの申込がインドネシア(-23.9%)・フィリピン(-93.8%)と減少し、個人旅行向けパッケージ商品の申込がインドネシア(+56.4%)・フィリピン(+85.4%)と増加しています。また、リピーターの多い台湾では個人旅行向けパッケージ商品の申込が前年同期比+22.3%となりました。

<旅行前支出>

調査項目	韓国			台湾			香港			
	回答数	平均消費金額(円)	現地通貨換算(KRW)	回答数	平均消費金額(円)	現地通貨換算(TWD)	回答数	平均消費金額(円)	現地通貨換算(HK\$)	
2017年7-9月	旅行前支出	3,274	35,582	598,484	881	80,932	23,805	226	94,111	9,381
	合計/平均									
	団体パッケージツアー	369	82,427	829,242	317	122,311	33,975	22	180,469	12,727
	個人旅行向けパッケージ商品	147	68,481	688,941	136	86,166	23,935	45	153,155	10,801
往復航空(船舶)運賃	2,758	27,561	277,270	428	48,621	13,506	159	65,452	4,616	
2018年7-9月	旅行前支出	768	37,981	623,757	572	80,786	25,495	626	76,563	8,309
	合計/平均									
	団体パッケージツアー	116	86,201	867,211	203	120,237	33,399	45	160,100	11,291
	個人旅行向けパッケージ商品	30	72,479	729,164	62	105,380	29,272	82	133,712	9,430
往復航空(船舶)運賃	622	27,325	274,895	307	49,733	13,815	499	59,639	4,206	
前年比 (2017-2018)	合計/平均	-2.50%	2.51%	25.27%	-30%	6.08%	1.69%	400	-15.20%	-1.07%
	団体パッケージツアー	-25%	3.77%	37.96%	-11%	-2.07%	-5.76%	23	-20.36%	-1.43%
	個人旅行向けパッケージ商品	-11%	3.99%	40.22%	-7%	19.21%	5.37%	37	-19.44%	-1.37%
	往復航空(船舶)運賃	-2.13%	-2.36%	-2.37%	-12%	1.11%	3.09%	340	-5.81%	-4.10%
前年同期比 (2018/2017)	合計/平均	-76.5%	6.7%	4.2%	-35.1%	-0.2%	7.1%	177.0%	-18.6%	-11.4%
	団体パッケージツアー	-68.6%	4.6%	4.6%	-36.0%	-1.7%	-1.7%	104.5%	-11.3%	-11.3%
	個人旅行向けパッケージ商品	-79.6%	5.8%	5.8%	-54.4%	22.3%	22.3%	82.2%	-12.7%	-12.7%
	往復航空(船舶)運賃	-77.4%	-0.9%	-0.9%	-28.3%	2.3%	2.3%	213.8%	-8.9%	-8.9%

調査項目	中国			タイ			シンガポール			
	回答数	平均消費金額(円)	現地通貨換算(元)	回答数	平均消費金額(円)	現地通貨換算(THB)	回答数	平均消費金額(円)	現地通貨換算(SG \$)	
2017年7-9月	旅行前支出									
	合計/平均	1,209	106,696	7,233	99	78,717	27,708	39	93,660	2,458
	団体パッケージツアー	488	144,209	8,952	18	107,284	31,462	2	204,692	2,527
	個人旅行向けパッケージ商品	169	142,940	8,873	11	109,663	32,159	3	325,989	4,025
	往復航空(船舶)運賃	552	62,436	3,876	70	66,509	19,504	34	66,629	823
2018年7-9月	旅行前支出									
	合計/平均	848	95,683	6,840	207	70,280	25,417	107	79,255	1,841
	団体パッケージツアー	307	130,902	8,125	55	96,583	28,323	2	170,886	2,110
	個人旅行向けパッケージ商品	74	133,047	8,259	15	107,822	31,619	4	203,977	2,518
	往復航空(船舶)運賃	467	66,611	4,135	137	55,610	16,308	101	72,501	895
前年比 (2017-2018)	合計/平均	-361	-6,342	-394	108	-7,814	-2,291	68	-49,982	-617
	団体パッケージツアー	-181	-13,308	-826	37	-10,702	-3,138	0	-33,806	-417
	個人旅行向けパッケージ商品	-95	-9,893	-614	4	-1,841	-540	1	-122,012	-1,506
	往復航空(船舶)運賃	-85	4,174	259	67	-10,898	-3,196	67	5,872	72
	前年同期比 (2018/2017)	合計/平均	-29.9%	-10.3%	-5.4%	109.1%	-10.7%	-8.3%	174.4%	-15.4%
団体パッケージツアー	-37.1%	-9.2%	-9.2%	205.6%	-10.0%	-10.0%	0.0%	-16.5%	-16.5%	
個人旅行向けパッケージ商品	-56.2%	-6.9%	-6.9%	36.4%	-1.7%	-1.7%	33.3%	-37.4%	-37.4%	
往復航空(船舶)運賃	-15.4%	6.7%	6.7%	95.7%	-16.4%	-16.4%	197.1%	8.8%	8.8%	

調査項目	マレーシア			インドネシア			フィリピン			
	回答数	平均消費金額(円)	現地通貨換算(MYR)	回答数	平均消費金額(円)	現地通貨換算(IDR)	回答数	平均消費金額(円)	現地通貨換算(PHP)	
2017年7-9月	旅行前支出									
	合計/平均	132	89,512	5,266	56	94,859	21,359,370	67	64,720	47,115
	団体パッケージツアー	25	208,407	7,856	5	267,500	34,740,260	7	180,321	84,658
	個人旅行向けパッケージ商品	11	160,265	6,041	7	161,218	20,937,423	6	71,799	33,708
	往復航空(船舶)運賃	96	50,442	1,901	44	64,683	8,400,427	54	48,948	22,980
2018年7-9月	旅行前支出									
	合計/平均	209	88,885	4,984	120	82,969	22,127,662	133	53,784	30,853
	団体パッケージツアー	41	191,863	7,232	13	203,576	26,438,487	1	11,137	5,228
	個人旅行向けパッケージ商品	13	148,127	5,583	7	252,124	32,743,326	2	133,124	62,499
	往復航空(船舶)運賃	155	56,677	2,136	100	55,449	7,201,174	130	52,891	24,832
前年比 (2017-2018)	合計/平均	77	-7,482	-282	64	5,916	768,292	66	-34,639	-16,262
	団体パッケージツアー	16	-16,543	-624	8	-63,924	-8,301,773	-6	-169,185	-79,429
	個人旅行向けパッケージ商品	2	-12,138	-458	0	90,905	11,805,903	-4	61,325	28,791
	往復航空(船舶)運賃	59	6,234	235	56	-9,234	-1,199,253	76	3,944	1,852
	前年同期比 (2018/2017)	合計/平均	58.3%	-0.7%	-5.4%	114.3%	-12.5%	3.6%	98.5%	-16.9%
団体パッケージツアー	64.0%	-7.9%	-7.9%	160.0%	-23.9%	-23.9%	-85.7%	-93.8%	-93.8%	
個人旅行向けパッケージ商品	18.2%	-7.6%	-7.6%	0.0%	56.4%	56.4%	-66.7%	86.4%	86.4%	
往復航空(船舶)運賃	61.5%	12.4%	12.4%	127.3%	-14.3%	-14.3%	140.7%	8.1%	8.1%	

調査項目	ベトナム			インド			
	回答数	平均消費金額(円)	現地通貨換算(VND)	回答数	平均消費金額(円)	現地通貨換算(INR)	
2017年7-9月	旅行前支出						
	合計/平均	16	134,964	28,258,002	19	111,101	-
	団体パッケージツアー	4	177,013	36,877,604	1	345,000	225,490
	個人旅行向けパッケージ商品	7	150,934	31,444,603	0	-	-
	往復航空(船舶)運賃	5	78,969	16,451,800	18	98,107	64,122
2018年7-9月	旅行前支出						
	合計/平均	167	140,976	28,815,714	40	101,522	86,825
	団体パッケージツアー	118	147,633	30,756,794	8	168,453	110,100
	個人旅行向けパッケージ商品	17	162,109	33,772,725	3	152,263	99,518
	往復航空(船舶)運賃	32	105,205	21,917,623	29	77,809	50,856
前年比 (2017-2018)	合計/平均	151	2,677	557,712	21	-	-64,328
	団体パッケージツアー	114	-29,380	-6,120,810	7	-176,547	-115,390
	個人旅行向けパッケージ商品	10	11,175	2,328,122	3	-	-
	往復航空(船舶)運賃	27	26,236	5,465,823	11	-20,298	-13,267
	前年同期比 (2018/2017)	合計/平均	943.8%	4.5%	2.0%	110.5%	-8.6%
団体パッケージツアー	2850.0%	-16.6%	-16.6%	700.0%	-51.2%	-51.2%	
個人旅行向けパッケージ商品	142.9%	7.4%	7.4%	-	-	-	
往復航空(船舶)運賃	540.0%	33.2%	33.2%	61.1%	-20.7%	-20.7%	

出典：観光庁 訪日外国人消費動向調査 平成29年7月～9月 集計結果

参考表4 国籍・地域(21区分)別 費目別購入率および購入者単価【観光・レジャー目的】

観光庁 訪日外国人消費動向調査 平成30年7月～9月 集計結果

参考5 国籍・地域(21区分)別 費目別購入率および購入者単価【観光・レジャー目的】を参考にアウンコンサルティングで加工

国名		マレーシア			インドネシア			フィリピン		
	潜在中支出	回答数	平均消費金額(円)	現地通貨換算(MIR)	回答数	平均消費金額(円)	現地通貨換算(IDR)	回答数	平均消費金額(円)	現地通貨換算(PHP)
2017年7-9月	合計/平均	353	33,607	1,178	114	31,144	3,738,218	183	25,707	11,297
	宿泊料金	83	49,618	1,870	25	40,318	5,236,072	42	47,119	22,122
	飲食費	75	27,508	1,037	24	22,717	2,950,294	39	18,153	8,523
	交通費	72	21,851	824	22	32,117	4,170,978	35	14,984	7,035
	娯楽サービス費	41	14,374	542	13	10,141	1,316,994	27	8,424	3,955
	買物代	82	42,916	1,618	30	38,629	5,016,753	40	31,637	14,853
2018年7-9月	潜在中支出									
	合計/平均	773	33,870	1,263	491	24,729	3,066,790	571	29,555	13,194
	宿泊料金	152	48,651	1,834	95	37,991	4,933,896	115	42,632	20,015
	飲食費	162	27,850	1,050	108	16,676	2,165,686	126	25,687	12,060
	交通費	168	19,891	750	102	19,355	2,513,626	126	18,379	8,629
	娯楽サービス費	92	30,221	1,139	67	9,317	1,210,032	76	9,001	4,226
買物代	199	40,970	1,544	119	34,732	4,510,711	128	44,817	21,041	

前年比 (2018/2017)	合計/平均	420	2,263	85	377	-5.170	-671,428	388	4,040	1,897
	宿泊料金	69	-968	-36	70	-2,327	-302,176	73	-4,487	-2,106
	飲食費	87	342	13	84	-6,041	-784,608	87	7,534	3,537
	交通費	96	-1,960	-74	80	-12,762	-1,657,353	91	3,395	1,594
	娯楽サービス費	51	15,848	597	54	-824	-106,962	49	577	271
	買物代	117	-1,946	-73	89	-3,897	-506,043	88	13,180	6,188
前年比割合 (2018/2017)	合計/平均	599.5%	19.2%	19.2%	1705.7%	-18.1%	-18.1%	1058.4%	20.6%	20.6%
	宿泊料金	83.1%	-2.0%	-2.0%	280.0%	-5.8%	-5.8%	173.8%	-9.5%	-9.5%
	飲食費	116.0%	1.2%	1.2%	350.0%	-26.6%	-26.6%	223.1%	41.5%	41.5%
	交通費	133.3%	-9.0%	-9.0%	363.6%	-39.7%	-39.7%	260.0%	22.7%	22.7%
	娯楽サービス費	124.4%	110.3%	110.3%	415.4%	-8.1%	-8.1%	181.5%	6.8%	6.8%
	買物代	142.7%	-4.5%	-4.5%	296.7%	-10.1%	-10.1%	220.0%	41.7%	41.7%

国名		ベトナム			インド		
	潜在中支出	回答数	平均消費金額(円)	現地通貨換算(VND)	回答数	平均消費金額(円)	現地通貨換算(INR)
2017年7-9月	合計/平均	27	52,670	8,024,663	59	37,795	21,977
	宿泊料金	4	30,500	6,354,167	15	77,693	50,780
	飲食費	7	27,690	5,768,849	12	17,048	11,142
	交通費	6	9,720	2,025,000	12	24,117	15,763
	娯楽サービス費	1	9,275	1,932,292	8	5,162	3,374
	買物代	9	115,406	24,043,008	12	44,101	28,824
2018年7-9月	潜在中支出						
	合計/平均	300	41,171	6,339,806	147	26,795	17,612
	宿泊料金	29	47,132	9,819,218	25	48,752	31,864
	飲食費	47	23,394	4,873,739	33	25,372	16,583
	交通費	37	15,761	3,283,511	29	25,133	16,427
	娯楽サービス費	21	11,258	2,345,508	25	8,779	5,738
買物代	166	54,610	11,377,052	35	26,697	17,449	

前年比 (2018/2017)	合計/平均	273	-8,087	-1,684,857	88	-6,678	-4,364
	宿泊料金	25	16,632	3,465,051	10	-28,941	-18,916
	飲食費	40	-4,297	-895,110	21	8,325	5,441
	交通費	31	6,041	1,258,511	17	1,015	664
	娯楽サービス費	20	1,983	413,216	17	3,618	2,364
	買物代	157	-60,797	-12,665,956	23	-17,404	-11,375
前年比割合 (2018/2017)	合計/平均	5457.5%	14.0%	14.0%	787.5%	9.3%	9.3%
	宿泊料金	625.0%	54.5%	54.5%	66.7%	-37.3%	-37.3%
	飲食費	571.4%	-15.5%	-15.5%	175.0%	48.8%	48.8%
	交通費	516.7%	62.1%	62.1%	141.7%	4.2%	4.2%
	娯楽サービス費	2000.0%	21.4%	21.4%	212.5%	70.1%	70.1%
	買物代	1744.4%	-52.7%	-52.7%	191.7%	-39.5%	-39.5%

出典:観光庁 訪日外国人消費動向調査 平成29年7月~9月 集計結果

参考表4 国籍・地域(21区分)別 費目別購入率および購入者単価【観光・レジャー目的】

観光庁 訪日外国人消費動向調査 平成30年7月~9月 集計結果

参考5 国籍・地域(21区分)別 費目別購入率および購入者単価【観光・レジャー目的】を参考にアウンコンサルティングで加工

<大阪旅行>

No.	国	キーワード	日本語キーワード	2018年検索数												前年検索数 同期比
				1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	
1	香港	大阪旅遊	大阪旅行	1600	1000	1600	1600	1600	1300	1600	1900	1300	1900	1600	1300	51.0%
2	台湾	大阪旅遊		4400	3600	5400	4400	3600	4400	4400	3600	2900	3600	3600	3600	13.6%
3	ベトナム	Du lịch Osaka		260	210	480	480	320	480	390	390	320	390	480	320	69.3%
4	タイ	เดินทางโตซาก้า		30	30	30	20	30	10	10	10	20	40	20	30	21.7%
5	タイ	Osaka travel		390	260	480	260	260	210	260	260	260	320	320	320	-15.5%
6	米国	Osaka travel		3600	2900	3600	2900	2900	2900	2900	2900	2900	2900	2900	2900	-16.0%

No.	国	キーワード	日本語キーワード	2017年検索数												前年検索数 同期比
				1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	
1	香港	大阪旅遊	大阪旅行	880	720	1000	1300	1300	880	1000	1300	1000	720	720	1300	45.0%
2	台湾	大阪旅遊		3600	3600	3600	3600	3600	3600	3600	2900	2900	3600	3600	3600	17.1%
3	ベトナム	Du lịch Osaka		140	170	210	170	140	210	260	260	320	320	260	210	50.0%
4	タイ	เดินทางโตซาก้า		30	20	10	20	10	10	10	20	30	20	30	20	-14.8%
5	タイ	Osaka travel		1000	170	320	320	320	210	170	260	390	320	390	390	53.8%
6	米国	Osaka travel		5400	1600	6600	6600	5400	3600	2400	2400	1900	2400	2400	2400	29.7%

<京都旅行>

No.	国	キーワード	日本語キーワード	2018年検索数												前年検索数 同期比
				1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	
1	香港	京都旅遊	京都旅行	320	260	480	320	320	390	320	390	210	390	320	210	-13.1%
2	台湾	京都旅遊		1900	1600	2400	1900	1900	1600	1900	1600	1600	1600	1900	1600	-6.1%
3	ベトナム	Du lịch Kyoto		140	110	260	390	170	170	210	210	170	210	260	170	33.5%
4	タイ	เดินทางเกียวโต		10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	-7.7%
5	タイ	Kyoto travel		90	110	140	50	90	50	70	70	50	90	90	70	-14.9%
6	米国	Kyoto travel		720	720	720	590	720	590	590	720	590	720	720	720	-14.1%

No.	国	キーワード	日本語キーワード	2017年検索数												前年検索数 同期比
				1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	
1	香港	京都旅遊	京都旅行	390	390	480	320	480	320	390	390	320	390	390	260	29.9%
2	台湾	京都旅遊		1900	2400	2400	1900	1900	1900	1900	1600	1600	1900	1900	1600	8.0%
3	ベトナム	Du lịch Kyoto		140	210	170	110	140	140	140	140	170	210	140	140	26.7%
4	タイ	เดินทางเกียวโต		10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	-7.1%
5	タイ	Kyoto travel		110	70	110	90	110	40	70	90	110	110	140	90	-5.0%
6	米国	Kyoto travel		1000	1000	1300	1000	1000	720	590	590	590	590	590	480	-32.7%

※Google AdWords キーワードプランナーツール利用による検索数データ

2019年の予測

■政府目標：2020年の訪日客数4,000万人・消費金額8兆円に向けて

多くの災害や民泊サイト Airbnb の大量キャンセルなどの大きな変動要素もありましたが、訪日客数は、中国で初の800万人突破など、順調に推移していき、全体では史上初めて3,000万人を超え、3,119万人を達成しました。2018年もインバウンドマーケットとしては、順調に拡大・成長した年といえます。一方で、政府が掲げている2020年までに訪日客数4,000万人、消費金額8兆円という目標について、特に消費金額に大きな開きがあります。「爆買いブーム」が去り、平均消費金額も徐々に減少している状況の中で、より一層の努力が必要といえます。

【2020年4,000万人に向けて必要な訪日外国人増加数】

2016年：2,403万人(前年比430万人増、+21.8%)

2017年：2,869万人(前年比466万人増、+19.3%)

2018年：3,119万人(前年比250万人増、+8.7%)

2019年：3,559万人(前年比440万人増、+14.9%が必要)

2020年：4,000万人(前年比440万人増、+12.9%が必要)

【 今後、毎年 440 万人増加した場合の消費金額想定 】

2016 年:3 兆 7,476 億円(+7.8% ※平均消費額/人:15.6 万円)

2017 年:4 兆 4,161 億円(+16.9% ※平均消費額/人:15.4 万円)

2018 年:4 兆 5,064 億円(+2.0% ※平均消費額/人:15.3 万円)

2019 年:5 兆 1,796 億円(+14.9% ※平均消費額/人:15.3 万円)

2020 年:5 兆 8,528 億円(+12.9% ※平均消費額/人:15.3 万円)

※2019 年以降の平均消費金額は 2018 年度同金額にて算出

まず、訪日客数の目標を達成するためには、毎年最低でも 440 万人ずつの増加が必要になります。今後、安定的に毎年 440 万人の増加を目指すためには、訪日客数を増やす更なる取り組みが必要だと考えます。

また、消費金額に関しては、近年、訪日客が増加しているのに対して、平均消費金額は減少傾向にあります。仮に訪日客数が順調に増加したとしても目標額に届かない事が想定されるため、より一層の努力が必要です。なお、以下のような取り組みが考えられます。

▽外国人訪日者数増加に向けた取り組み

- ・インフラ(受入)整備の拡充化継続
- ・更なるビザ緩和、免除拡大
- ・リピーター獲得に向けた取組(インフラ整備、地方圏への誘客、Web を活用した細かなプロモーション)
- ・民泊関連の整備(宿泊施設供給数の増加)
- ・アジア圏以外の国・地域からの訪日旅行客の増加へ向けた取組(プロモーション強化)

▽平均消費金額増加にむけた取り組み

- ・ナイトタイムエコノミーへの取り組み
- ・滞在日数の増加、地方への誘客(+1 日の取組み)
- ・越境 EC を活用した旅前プロモーション

2018 年 7 月 20 日には IR 推進法が可決されました。ナイトエコノミーの推進を含め、従来の取り組み事項に加えてインバウンドマーケットの成長に向けてより一層の努力が必要です。また、2019 年には東京オリンピックに先立ってラグビーワールドカップが開催されます。今後もインバウンドマーケットに目が離せません。

2019 年のインバウンド市場における Web プロモーションは？

■訪問先が分散するリピーター層に対しては SNS を活用したプロモーションが鍵

2018 年は、リピーターが多く FIT(個人旅行)化が進んでいる国に向けて、SNS を活用したインフルエ

ンサー施策が行われ、訪日客数の増加を後押ししました。今後もリピーターが増加し、「地方誘致」や「ニーズの分散」が進んでいく中で、より細かなターゲティングが可能な SNS を活用した Web プロモーションがトレンドになると予測します。

■旅行中の消費額増加を目的とした越境 EC の活用

東アジアを中心に越境 EC が盛り上がりを見せる中、東南アジアでもその需要は高まっています。しかし、特に東南アジアでは偽物が多く、その不信感から、現地に旅行した際に実物を確認して大量購入するというトレンドになっています。そのため、訪日前にいかに商品の認知度を高めていけるかが重要となってきます。

今年は IR 推進法の動きが強まるなど、新たな動きが予想される同市場に対して当社としても、日々多くのインバウンド事象を分析し、価値ある情報を発信したいと考えています。

もちろん政府が掲げた目標を達成する事体がインバウンドマーケットの成長というわけではありませんが、東京オリンピック終了後も見据えたインバウンドマーケットの成長に少しでも貢献できるよう、尽力して参ります。

調査概要

【調査主旨】

【2018 年訪日外国人の年間動向と 2019 年の予測】

訪日外客数伸び率 1 位はベトナム、検索数から見える訪日外国人のトレンドは？

【調査要綱】

調査日：2019 年 1 月 8 日 ~ 2018 年 2 月 1 日

調査対象時期：2018 年

プレスリリース本文に出てくる各社サービス名称は、各社の登録商標または商標です。

本プレスリリースをご掲載される場合、『アウンコンサルティング調べ』とご記載の上、弊社までご連絡をお願いいたします。

[プレスリリースに関するお問合せ]

広報担当 金井 TEL:03-5803-2776 /MAIL:pr@auncon.co.jp

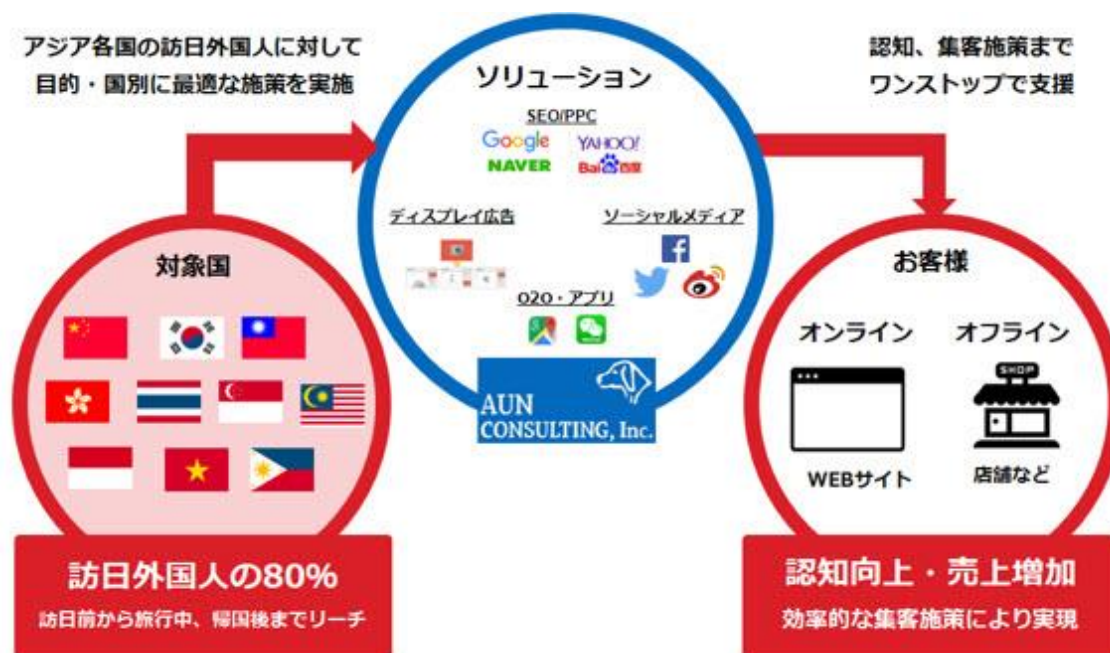
この記事のリンクを共有する



■アウンコンサルティングのインバウンドマーケティングサービスのご紹介

インバウンドマーケティングは国によって、訪日回数や観光先など好まれるポイントや消費金額が異なるため、各国ごとに適したマーケティングを行うことが必要です。

アウンコンサルティングは弊社現地拠点リソースや蓄積ノウハウを活用し、対象国にあわせて最適な施策を組み合わせ、認知・販促効果の最大化を支援致します。



アウンコンサルティングでは、SEO(検索エンジン最適化)、PPC(検索連動型広告)、ソーシャルメディア、スマートフォン広告などのグローバルマーケティングサービスを、日本語だけではなく、外国語も対象に行っています。現在 48 の国と地域にサービス実績があり、英語、中国語(簡体字、繁体字)、タイ語やその他の外国語にも幅広く対応しています。また、台湾、香港、フィリピン、タイ、ベトナム、シンガポール、韓国の海外 7 拠点を生かし、アジアの現地情報やグローバルインターネットマーケティングにおけるナレッジを蓄積しております。グローバルマーケティングについて、また、現地情報の収集の際にも是非ご相談ください。

【グローバルマーケティングのサービス概要】

URL: <https://www.auncon.co.jp/service/service.html>



アウンコンサルティング株式会社

[事業内容]

東京、沖縄、台湾、香港、フィリピン、タイ、ベトナム、シンガポール、韓国のアジア 9 拠点で、SEO、PPC(リスティング広告)、ソーシャルメディア、リサーチなどのグローバルマーケティング事業及びアセット事業を展開

[設立] 1998 年 6 月 8 日

[本社] 東京都文京区後楽 1-1-7 グラスシティ後楽 2F

[代表者] 代表取締役 信太明

[資本金] 341,136 千円 (2018 年 11 月末現在)

[URL] <https://www.auncon.co.jp>

[プレスリリースに関するお問合せ]

広報担当 金井 TEL:03-5803-2776 /MAIL:pr@ auncon.co.jp