

アウンコンサルティング発表 2016年のインバウンド市場動向総括と今後の展望 ～2020年に向けて必要なことは何か～

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8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、2016年6月より第19期目を迎えております。

この度、2016年におけるインバウンド市場動向と、アウンコンサルティングが予測する今後のインバウンド市場の展望を発表いたします。

アウンコンサルティング発表 2016年のインバウンド市場動向総括と今後の展望

■訪日外国人観光客の概況

2015年の訪日外国人観光客(以下訪日客)数は、前年比47.1%増の約1,974万人(+632万人)に対し、2016年1月から12月までの訪日客数は、前年比21.7%増の約2,404万人(+430万人)(推計値)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、これで5年連続の増加となりました。

地域・国別で見ると、訪日客が多い上位3地域は、昨年と同様、1位:中国637万人(前年比27.6%増)、2位:韓国509万人(前年比27.2%増)、3位:台湾417万人(前年比13.3%増)となりました。

リピーター等を換算しない場合、韓国においては人口の約10%、台湾においては約17%が訪日していることになり、日本の人気の高さが伺えます。

※日本における年間の海外旅行客数(日本→海外)が人口の約12%となるため(※1)、日本からの海外渡航者全員が一つの国を選んでいるのと同程度の割合で、韓国や台湾で日本を選んでいきます。

また、伸び率が上がっている国として、インドネシア27万人(前年比32.1%増)、フィリピン35万人(前年比29.6%増)、マレーシア39万人(前年比29.1%増)が挙げられ、東南アジアが今後の訪日客の増加に大きく影響すると想定されます。

欧米圏についても、米国 124 万人（前年比 20.3%増）、英国 29 万人（前年比 13.2%増）と、訪日客数は増加していますが、訪日客の分布は、アジアだけで訪日客全体の約 84%となり、引き続き重視すべき訪日客はアジアに多いといえるでしょう。

※1 日本人口 1 億 2,686 万人に対し、2016 年の海外旅行者数：約 1,600 万人であり、人口の約 12%となる。

出典：日本政府観光局(JNTO) 訪日外国人旅行客統計

総務省 人口データ

外務省 各国基礎データ

観光庁 日本人海外旅行者数

▼訪日客の消費金額

2015 年は「爆買い」という言葉が流行語になったように、主に中国からの訪日客が家電やブランド品を大量に購入し、訪日客＝買い物というイメージが強く印象付けられました。

しかし 2016 年 4 月 8 日、中国において海外で購入した商品を国内で持ち込む際にかかる関税を引き上げたことや為替影響等で買い物量が減少しました。小売業界としても、2016 年は 2015 年と比較して、訪日客の消費行動がモノから観光や食・美容等のコト消費にシフトしたことで、売上が減少するなどの影響が出ました。リピーターが増えるにつれて、上記の傾向（モノ→コトへ変化）は更に顕著になると考えられます。

実際の消費動向を探るため、訪日客が多い時期である 7 月から 9 月期の方訪日者消費動向データを 2015 年と 2016 年で比較したものが以下となります。

【 旅行前：支出金額 】

国名	韓国			台湾			香港			
	回答数	購入者単価(¥)	為替単価(ウォン)	回答数	購入者単価(¥)	為替単価(台湾ドル)	回答数	購入者単価(¥)	為替単価(香港ドル)	
2016	[旅行前支出]									
	合計/平均	3,610	¥33,559	356,471	1,002	¥74,396	23,367	244	¥87,415	6,640
	団体パッケージツアー	254	¥83,013	881,784	340	¥120,229	37,763	29	¥180,909	13,742
	個人旅行向けパッケージ商品	231	¥71,076	754,979	143	¥86,580	27,194	52	¥136,580	10,375
往復航空(船舶)運賃	3,125	¥26,766	284,316	519	¥41,012	12,882	163	¥55,096	4,185	
2015	合計/平均	3,592	¥47,104	443,114	1,006	¥97,236	24,832	234	¥114,952	7,184
	団体パッケージツアー	429	¥95,195	895,507	404	¥134,685	34,396	45	¥151,845	9,490
	個人旅行向けパッケージ商品	410	¥67,445	634,458	165	¥102,909	26,281	59	¥153,345	9,584
	往復航空(船舶)運賃	2,753	¥36,581	344,121	437	¥60,474	15,444	130	¥84,756	5,297
増減額 (2016-2015)	合計/平均	18	-13,545	-86,643	-4	-22,841	-1,465	10	-27,537	-544
	団体パッケージツアー	-175	-12,182	-13,723	-64	-14,455	3,367	-16	29,064	4,252
	個人旅行向けパッケージ商品	-179	3,631	120,520	-22	-16,329	913	-7	-16,765	791
	往復航空(船舶)運賃	372	-9,815	-59,805	82	-19,462	-2,562	33	-29,660	-1,112
前年同期比 (2016/2015)	合計/平均	0.5%	-28.8%	-19.6%	-0.4%	-23.5%	-5.9%	4.3%	-24.0%	-7.6%
	団体パッケージツアー	-40.8%	-12.8%	-1.5%	-15.8%	-10.7%	9.8%	-35.6%	19.1%	44.8%
	個人旅行向けパッケージ商品	-43.7%	5.4%	19.0%	-13.3%	-15.9%	3.5%	-11.9%	-10.9%	8.2%
	往復航空(船舶)運賃	13.5%	-26.8%	-17.4%	18.8%	-32.2%	-16.6%	25.4%	-35.0%	-21.0%

国名		中国			タイ			シンガポール		
[旅行前支出]		回答数	購入者単価(¥)	為替単価(元)	回答数	購入者単価(¥)	為替単価(バーツ)	回答数	購入者単価(¥)	為替単価(シンガポールドル)
2016	合計ノ平均	1,391	¥97,301	6,329	173	¥81,811	28,013	74	¥108,222	1,420
	団体パッケージツアー	575	¥120,590	7,844	32	¥135,454	46,381	6	¥236,630	3,105
	個人旅行向けパッケージ商品	247	¥133,845	8,707	9	¥117,506	40,235	4	¥107,229	1,407
	往復航空(船舶)運賃	569	¥57,902	3,767	132	¥66,373	22,727	64	¥96,246	1,263
2015	合計ノ平均	1,412	¥145,750	7,309	155	¥120,751	34,122	72	¥108,166	1,197
	団体パッケージツアー	680	¥177,852	8,919	34	¥215,644	60,937	4	¥159,197	1,762
	個人旅行向けパッケージ商品	225	¥183,085	9,182	7	¥199,281	56,313	8	¥196,616	2,177
	往復航空(船舶)運賃	507	¥86,126	4,319	114	¥87,628	24,762	60	¥92,970	1,029
増減額 (2016-2015)	合計ノ平均	-21	-48,450	-980	18	-38,940	-6,109	2	56	222
	団体パッケージツアー	-105	-57,262	-1,075	-2	-80,190	-14,556	2	77,433	1,342
	個人旅行向けパッケージ商品	22	-49,239	-475	2	-81,776	-16,078	-4	-89,388	-770
	往復航空(船舶)運賃	62	-28,224	-553	18	-21,255	-2,035	4	3,275	234
前年同期比 (2016/2015)	合計ノ平均	-1.5%	-33.2%	-13.4%	11.6%	-32.2%	-17.9%	2.8%	0.1%	18.6%
	団体パッケージツアー	-15.4%	-32.2%	-12.1%	-5.9%	-37.2%	-23.9%	50.0%	48.6%	76.2%
	個人旅行向けパッケージ商品	9.8%	-26.9%	-5.2%	28.6%	-41.0%	-28.6%	-50.0%	-45.5%	-35.4%
	往復航空(船舶)運賃	12.2%	-32.8%	-12.8%	15.8%	-24.3%	-8.2%	6.7%	3.5%	22.7%

国名		マレーシア			インドネシア			フィリピン		
[旅行前支出]		回答数	購入者単価(¥)	為替単価(リンギット)	回答数	購入者単価(¥)	為替単価(ルピア)	回答数	購入者単価(¥)	為替単価(ペソ)
2016	合計ノ平均	175	¥84,214	3,348	122	¥86,211	11,056,105	126	¥59,128	27,266
	団体パッケージツアー	21	¥175,800	6,988	7	¥186,729	23,946,819	3	¥78,568	36,230
	個人旅行向けパッケージ商品	22	¥164,611	6,543	10	¥103,928	13,328,080	5	¥149,841	69,096
	往復航空(船舶)運賃	132	¥56,244	2,236	105	¥77,823	9,980,346	118	¥54,790	25,265
2015	合計ノ平均	198	¥112,069	3,449	129	¥164,686	18,066,010	127	¥67,564	24,828
	団体パッケージツアー	33	¥209,797	6,458	28	¥239,284	26,249,466	2	¥101,530	37,310
	個人旅行向けパッケージ商品	19	¥178,423	5,492	19	¥303,726	33,318,768	4	¥189,522	69,646
	往復航空(船舶)運賃	146	¥81,345	2,504	82	¥106,996	11,737,484	121	¥62,971	23,141
増減額 (2016-2015)	合計ノ平均	-23	-27,855	-102	-7	-78,474	-7,009,905	-1	-8,436	2,437
	団体パッケージツアー	-12	-33,997	530	-21	-52,556	-2,302,647	1	-22,961	-1,080
	個人旅行向けパッケージ商品	3	-13,812	1,051	-9	-199,799	-19,990,688	1	-39,681	-549
	往復航空(船舶)運賃	-14	-25,101	-268	23	-29,173	-1,757,139	-3	-8,181	2,125
前年同期比 (2016/2015)	合計ノ平均	-11.6%	-24.9%	-3.0%	-5.4%	-47.7%	-38.8%	-0.8%	-12.5%	9.8%
	団体パッケージツアー	-36.4%	-16.2%	8.2%	-75.0%	-22.0%	-8.8%	50.0%	-22.6%	-2.9%
	個人旅行向けパッケージ商品	15.8%	-7.7%	19.1%	-47.4%	-65.8%	-60.0%	25.0%	-20.9%	-0.8%
	往復航空(船舶)運賃	-9.6%	-30.9%	-10.7%	28.0%	-27.3%	-15.0%	-2.5%	-13.0%	9.2%

国名		ベトナム			インド		
[旅行前支出]		回答数	購入者単価(¥)	為替単価(ドン)	回答数	購入者単価(¥)	為替単価(ルピー)
2016	合計ノ平均	46	¥100,078	21,849,529	110	¥91,436	59,613
	団体パッケージツアー	8	¥190,757	41,647,193	3	¥172,752	112,627
	個人旅行向けパッケージ商品	2	¥264,500	57,747,227	6	¥107,309	69,961
	往復航空(船舶)運賃	36	¥70,792	15,455,732	101	¥88,078	57,423
2015	合計ノ平均	41	¥153,743	26,684,964	120	¥111,202	57,347
	団体パッケージツアー	3	¥240,796	41,794,732	4	¥201,103	103,709
	個人旅行向けパッケージ商品	6	¥173,667	30,143,150	2	¥212,423	109,546
	往復航空(船舶)運賃	22	¥87,714	15,224,471	114	¥106,272	54,805
増減額 (2016-2015)	合計ノ平均	5	-53,665	-4,835,434	-10	-19,766	2,266
	団体パッケージツアー	-8	-50,039	-147,539	-1	-28,351	8,919
	個人旅行向けパッケージ商品	-1	90,833	27,604,077	4	-105,113	-39,585
	往復航空(船舶)運賃	14	-16,922	231,262	-13	-18,194	2,619
前年同期比 (2016/2015)	合計ノ平均	12.2%	-34.9%	-18.1%	-8.3%	-17.8%	4.0%
	団体パッケージツアー	-50.0%	-20.8%	-0.4%	-25.0%	-14.1%	8.6%
	個人旅行向けパッケージ商品	-33.3%	52.3%	91.6%	200.0%	-49.5%	-36.1%
	往復航空(船舶)運賃	63.6%	-19.3%	1.5%	-11.4%	-17.1%	4.8%

出典：観光庁発表 訪日外国人消費動向調査 平成 27 年 7 月～9 月 集計結果

第 4 表 国籍・地域 (21 区分) 別 費目別購入率および購入者単価の旅行前支出と

観光庁発表 訪日外国人消費動向調査 平成 28 年 7 月～9 月 集計結果

第 4 表 国籍・地域 (21 区分) 別 費目別購入率および購入者単価旅行前支出を参考に

アウンコンサルティングで加工

【 滞在中：支出金額 】

	韓国			台湾			香港			
	国名	回答数	購入者単価(¥)	為替単価(ウォン)	回答数	購入者単価(¥)	為替単価(台湾ドル)	回答数	購入者単価(¥)	為替単価(香港ドル)
	[旅行前支出]									
	合計/平均	13,496	¥16,645	176,802	2,611	¥27,605	8,670	628	¥32,695	2,483
2016	宿泊料金	2,793	¥24,814	263,577	430	¥45,986	14,444	130	¥49,447	488,282
	飲食費	3,289	¥17,444	185,291	608	¥22,271	6,995	140	¥27,554	293,024
	交通費	2,837	¥8,240	87,525	557	¥12,546	3,940	140	¥16,401	174,417
	娯楽サービス費	1,277	¥8,016	85,145	278	¥7,623	2,394	74	¥9,885	55,567
	買物代	3,218	¥19,843	210,772	737	¥40,230	12,636	143	¥50,377	547,206
	その他	82	¥6,002	63,755	1	¥4,750	1,492	1	¥15,000	1,139
	合計/平均	3,592	¥12,575	185,683	2,400	¥33,525	8,562	660	¥46,508	2,907
2015	宿泊料金	2,355	¥29,104	273,781	367	¥50,677	12,942	109	¥62,114	423,150
	飲食費	3,044	¥19,139	180,045	566	¥20,312	5,187	161	¥30,409	305,990
	交通費	2,804	¥9,599	90,299	497	¥14,121	3,606	142	¥17,513	155,424
	娯楽サービス費	1,019	¥9,428	88,686	256	¥9,991	2,552	70	¥9,735	42,590
	買物代	3,299	¥24,510	230,567	710	¥57,436	14,668	178	¥89,105	991,290
	その他	54	¥74,699	702,693	4	¥2,625	670	0	¥0	0

増減額 (2016-2015)	合計/平均	9,904	4,070	-8,881	211	-5,921	109	-32	-13,813	-423
	宿泊料金	438	-4,290	-10,203	63	-4,691	1,502	21	-12,667	65,132
	飲食費	245	-1,696	5,246	42	1,959	1,808	-21	-2,855	-12,966
	交通費	33	-1,359	-2,774	60	-1,575	334	-2	-1,111	18,993
	娯楽サービス費	258	-1,412	-3,542	22	-2,388	-157	4	151	12,977
	買物代	-81	-4,667	-19,795	27	-17,206	-2,032	-35	-38,728	-444,084
その他	28	-68,696	-638,938	-3	2,125	822	1	15,000	1,139	
前年同期比 (2016/2015)	合計/平均	275.7%	32.4%	-4.8%	8.8%	-17.7%	1.3%	-4.8%	-29.7%	-14.6%
	宿泊料金	18.6%	-14.7%	-3.7%	17.2%	-9.3%	11.6%	19.3%	-20.4%	15.4%
	飲食費	8.0%	-8.9%	2.9%	7.4%	9.6%	34.9%	-13.0%	-9.4%	-4.2%
	交通費	1.2%	-14.2%	-3.1%	12.1%	-11.2%	9.3%	-1.4%	-6.3%	12.2%
	娯楽サービス費	25.3%	-15.0%	-4.0%	8.6%	-23.7%	-6.2%	5.7%	1.5%	30.5%
	買物代	-2.5%	-19.0%	-8.6%	3.8%	-30.0%	-13.9%	-19.7%	-43.5%	-44.8%
その他	51.9%	-92.0%	-90.9%	-75.0%	81.0%	122.6%	-	-	-	

	中国			タイ			シンガポール			
	国名	回答数	購入者単価(¥)	為替単価(元)	回答数	購入者単価(¥)	為替単価(バーツ)	回答数	購入者単価(¥)	為替単価(シンガポールドル)
	[旅行前支出]									
	合計/平均	3,065	¥60,369	3,927	354	¥33,752	11,557	253	¥43,521	571
2016	宿泊料金	448	¥84,356	2,458,323	59	¥55,297	1,117,127	63	¥70,747	58,477
	飲食費	826	¥44,373	2,384,231	84	¥27,395	787,949	55	¥34,396	24,820
	交通費	585	¥23,880	908,719	74	¥21,158	536,118	61	¥19,863	15,897
	娯楽サービス費	303	¥13,345	263,041	35	¥12,700	152,202	15	¥11,770	2,316
	買物代	900	¥101,469	5,940,502	102	¥42,884	1,497,752	57	¥44,064	32,953
	その他	3	¥417,667	81,508	0	¥0	0	2	¥381,109	10,000
	合計/平均	2,905	¥78,571	3,940	393	¥41,680	11,778	225	¥52,778	584
2015	宿泊料金	377	¥89,152	1,685,549	88	¥59,820	1,487,553	50	¥73,034	40,424
	飲食費	799	¥41,615	1,667,488	77	¥32,681	711,095	48	¥80,131	42,578
	交通費	533	¥23,241	621,226	88	¥21,550	535,874	54	¥19,983	11,946
	娯楽サービス費	267	¥21,765	291,434	29	¥29,941	245,360	18	¥6,987	1,392
	買物代	917	¥152,991	7,035,662	109	¥53,121	1,636,180	55	¥57,669	35,112
	その他	12	¥241,584	145,385	2	¥22,476	12,703	0	¥0	0

増減額 (2016-2015)	合計/平均	160	-18,202	-13	-39	-7,929	-221	28	-9,255	-13
	宿泊料金	71	-4,796	772,775	-29	-4,523	-370,427	13	-2,287	18,053
	飲食費	27	2,759	716,743	7	-5,286	76,855	7	-45,735	-17,758
	交通費	52	639	287,493	-14	-391	244	7	-120	3,951
	娯楽サービス費	36	-8,420	-28,393	6	-17,241	-93,158	-3	4,783	924
	買物代	-17	-51,522	-1,095,160	-7	-10,237	-138,427	2	-13,606	-2,159
その他	-9	176,083	-63,877	-2	-22,476	-12,703	2	381,109	10,000	
前年同期比 (2016/2015)	合計/平均	5.5%	-23.2%	-0.3%	-9.9%	-19.0%	-1.9%	12.4%	-17.5%	-2.3%
	宿泊料金	18.8%	-5.4%	45.8%	-33.0%	-7.6%	-24.9%	26.0%	-3.1%	44.7%
	飲食費	3.4%	6.6%	43.0%	9.1%	-16.2%	10.8%	14.6%	-57.1%	-41.7%
	交通費	9.8%	2.7%	46.3%	-15.9%	-1.8%	0.0%	13.0%	-0.6%	33.1%
	娯楽サービス費	13.5%	-38.7%	-9.7%	20.7%	-57.6%	-38.0%	-16.7%	68.5%	66.4%
	買物代	-1.9%	-33.7%	-15.6%	-6.4%	-19.3%	-8.5%	3.6%	-23.6%	-6.1%
その他	-75.0%	72.9%	-43.9%	-100.0%	-100.0%	-100.0%	-	-	-	

	国名	マレーシア			インドネシア			フィリピン		
		回答数	購入者単価(¥)	為替単価(リンギット)	回答数	購入者単価(¥)	為替単価(ルピア)	回答数	購入者単価(¥)	為替単価(ペソ)
2016	[旅行前支出]									
	合計/平均	458	¥32,204	1,280	343	¥38,130	4,889,890	396	¥35,965	16,585
	宿泊料金	94	¥56,788	2,257	76	¥66,874	651,792,874	73	¥70,915	2,387,175
	飲食費	103	¥23,172	921	75	¥31,195	300,047,291	86	¥34,511	1,368,604
	交通費	104	¥16,181	643	80	¥29,005	297,580,241	83	¥13,569	519,347
	娯楽サービス費	30	¥8,683	345	29	¥8,176	30,406,576	42	¥11,671	226,044
	買物代 その他	127 0	¥40,010 ¥0	1,590 0	82 1	¥37,684 ¥8,750	396,283,192 1,122,135	112 0	¥40,009 ¥0	2,066,340 0
2015	合計/平均	533	¥42,412	1,305	334	¥43,357	4,756,282	402	¥38,783	14,252
	宿泊料金	88	¥66,818	180,985	61	¥78,486	525,207,480	76	¥63,787	1,781,478
	飲食費	121	¥31,819	118,504	73	¥36,301	290,698,864	98	¥38,295	1,379,111
	交通費	112	¥23,735	81,823	68	¥29,036	216,599,194	91	¥18,143	606,714
	娯楽サービス費	57	¥9,511	16,687	34	¥9,989	37,256,453	32	¥12,676	149,063
	買物代 その他	155 0	¥62,421 ¥0	297,806 0	98 0	¥48,261 ¥0	518,836,334 0	105 0	¥46,985 ¥0	1,812,941 0

増減額 (2016-2015)	合計/平均	-75	-10,208	-25	9	-5,228	133,608	-6	-2,818	2,333
	宿泊料金	6	-10,029	-178,727	15	-11,612	126,585,394	-3	7,128	605,697
	飲食費	-18	-8,646	-117,583	2	-5,105	9,348,427	-12	-3,784	-10,507
	交通費	-8	-7,554	-81,180	12	-31	80,981,047	-8	-4,574	-87,367
	娯楽サービス費	-27	-828	-16,342	-5	-1,813	-6,849,877	10	-1,005	76,981
	買物代 その他	-28 0	-22,411 0	-296,216 0	-16 1	-10,577 8,750	-122,553,142 1,122,135	7 0	-6,976 0	253,399 0
	前年同期比 (2016/2015)	合計/平均	-14.1%	-24.1%	-1.9%	2.7%	-12.1%	2.8%	-1.5%	-7.3%
宿泊料金		6.8%	-15.0%	-98.8%	24.6%	-14.8%	24.1%	-3.9%	11.2%	34.0%
飲食費		-14.9%	-27.2%	-99.2%	2.7%	-14.1%	3.2%	-12.2%	-9.9%	-0.8%
交通費		-7.1%	-31.8%	-99.2%	17.6%	-0.1%	37.4%	-8.8%	-25.2%	-14.4%
娯楽サービス費		-47.4%	-8.7%	-97.9%	-14.7%	-18.2%	-18.4%	31.3%	-7.9%	51.6%
買物代 その他		-18.1% 0.0%	-35.9% 0.0%	-99.5% 0.0%	-16.3% 0.0%	-21.9% 0.0%	-23.6% 0.0%	6.7% 0.0%	-14.8% 0.0%	14.0% 0.0%

	国名	ベトナム		インド			
		回答数	購入者単価(¥)	為替単価(ドン)	回答数	購入者単価(¥)	為替単価(ルピー)
2016	[旅行前支出]						
	合計/平均	114	¥54,915	11,989,321	325	¥51,284	33,435
	宿泊料金	13	¥99,959	283,707,628	66	¥113,799	4,896,705
	飲食費	31	¥70,137	474,696,489	79	¥32,965	1,697,877
	交通費	24	¥20,445	107,129,169	77	¥30,638	1,538,059
	娯楽サービス費	7	¥14,364	21,951,735	18	¥13,609	159,709
	買物代 その他	39 0	¥56,291 ¥0	479,297,522 0	85 0	¥46,450 ¥0	2,574,094 0
2015	合計/平均	91	¥83,227	14,445,604	451	¥46,838	24,155
	宿泊料金	12	¥185,543	386,454,869	95	¥91,693	4,492,200
	飲食費	21	¥76,996	280,645,886	117	¥48,556	2,929,738
	交通費	19	¥21,216	69,967,400	104	¥24,423	1,309,859
	娯楽サービス費	6	¥20,169	21,004,788	29	¥10,789	161,352
	買物代 その他	33 0	¥97,154 ¥0	556,477,007 0	106 0	¥36,597 ¥0	2,000,565 0

増減額 (2016-2015)	合計/平均	23	-28,312	-2,456,283	-126	4,446	9,281
	宿泊料金	1	-85,584	-102,747,241	-29	22,106	404,505
	飲食費	10	-6,859	194,050,603	-38	-15,591	-1,231,861
	交通費	5	-771	37,161,769	-27	6,215	228,200
	娯楽サービス費	1	-5,806	946,947	-11	2,820	-1,643
	買物代 その他	6 0	-40,864 0	-77,179,485 0	-21 0	9,853 0	573,529 0
	前年同期比 (2016/2015)	合計/平均	25.3%	-34.0%	-17.0%	-27.9%	9.5%
宿泊料金		8.3%	-46.1%	-26.6%	-30.5%	24.1%	9.0%
飲食費		47.6%	-8.9%	69.1%	-32.5%	-32.1%	-42.0%
交通費		26.3%	-3.6%	53.1%	-26.0%	25.4%	17.4%
娯楽サービス費		16.7%	-28.8%	4.5%	-37.9%	26.1%	-1.0%
買物代 その他		18.2% 0.0%	-42.1% 0.0%	-13.9% 0.0%	-19.8% 0.0%	26.9% 0.0%	28.7% 0.0%

出典：観光庁発表 訪日外国人消費動向調査 平成 27 年 7 月～9 月 集計結果

第 4 表 国籍・地域 (21 区分) 別 費目別購入率および購入者単価

日本滞在中の費目別支出の各カテゴリと

観光庁発表 訪日外国人消費動向調査 平成 28 年 7 月～9 月 集計結果

第 4 表 国籍・地域 (21 区分) 別 費目別購入率および購入者単価

日本滞在中の費目別支出の各カテゴリを参考にアウンコンサルティングで加工

中国訪日客の滞在中の支出金額は、2015年と比較して平均購入者単価が約18,000円減少していますが、現地通貨に換算するとほぼ前年と変わらない金額であることがわかります。

内訳として、買い物代は日本円にして約50,000円、現地通貨100万円ほど減少していますが、飲食費・交通費は現地通貨換算で合計約100万円増加しております。

内訳で見れば、確かに買い物代の金額は減少しているかもしれませんが、訪日中国人が日本国内で消費する金額は前年とほぼ変化はありません。市場はほぼ変動せず、訪日客数が増えた分消費金額も増加しているのは確かであり、内訳が変動していることが大きな要因といえるでしょう。

▼団体ツアーと個人客、リピーターと初訪日者

中国訪日客を中心に、これまで多かった団体ツアー客が個人旅行へとシフトしている傾向があります。以下データは2015年7月～9月と2016年7月～9月の団体ツアーと個人旅行客の割合を表したものです。

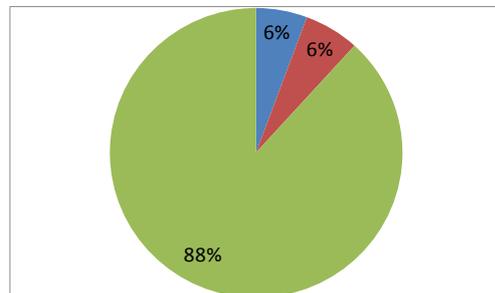
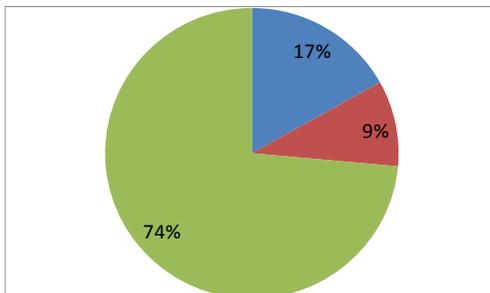
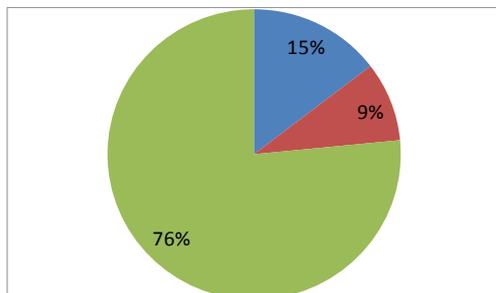
【 団体ツアーと個人旅行客の割合 】

全体

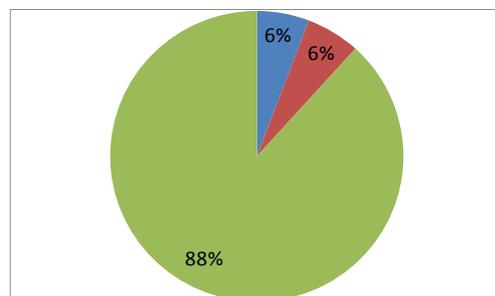
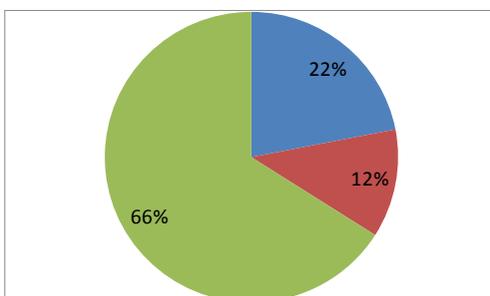
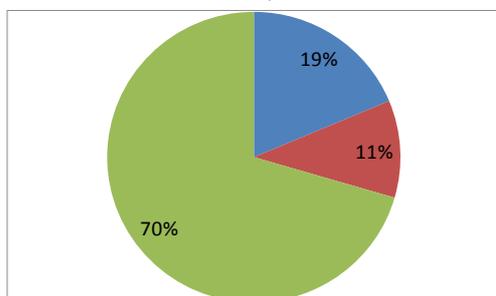
アジア

欧米

2016年



2015年



■ 団体ツアーに参加 ■ 個人旅行向けパッケージ商品を利用 ■ 個人手配

出典：観光庁 訪日外国人消費動向調査 平成 27 年 7 月～9 月 集計結果

第 1 表国籍・地域（21 区分）別 回答者属性および旅行内容の旅行手配方法と
観光庁 訪日外国人消費動向調査 平成 28 年 7 月～9 月 集計結果
第 1 表国籍・地域（21 区分）別 回答者属性および旅行内容の旅行手配方法を
参考にアウンコンサルティングで加工

※「個人旅行向けパッケージ商品を利用」と「個人手配」を合わせて個人旅行とする。

訪日客全体でみても個人旅行は前年比 6%増、アジアだけで見ると前年比 8%増となりました。欧米の現状を見ると、2015 年、2016 年どちらも 90%以上が個人旅行であることがわかります。近年ではこの割合にほとんど変化がないため、ほぼ上限割合とも想定できます。アジア地域も今後、同程度までは個人旅行比率が伸びる可能性があり、アジア地域の訪日客のリピーターが増えることにも影響すると考えられます。

以下は、2015 年と 2016 年の訪日回数を比較したデータとなります。全体で見るとほぼ変化はありませんが、各国・地域別で見ると 1%から 2%ほど変化がみられます。

観光時の行動を考慮するとリピーターが多い国・地域においては更に「モノ→コト」、「首都圏→地方圏」が進むと想定されます。一方で中国においてはリピーター40%に満たない割合です。総人口に占める訪日者数がまだまだ少ないため、今後も一定の新規の訪日者が来ると考えられます。

【 訪日回数 】

訪日回数	全体平均	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	
2016	1回目	43.5%	33.8%	19.8%	18.5%	63.7%	28.4%	21.1%	39.3%	50.3%	48.9%	60.3%	47.5%
	リピーター	56.5%	66.2%	80.2%	81.5%	36.3%	71.6%	78.9%	60.7%	49.7%	51.1%	39.7%	52.5%
2015	1回目	44.4%	35.0%	21.7%	16.2%	66.7%	28.6%	34.8%	41.2%	46.5%	44.6%	56.4%	43.0%
	リピーター	55.6%	65.0%	78.3%	83.8%	33.3%	71.4%	65.2%	58.8%	53.5%	55.4%	43.6%	57.0%

出典：観光庁 訪日外国人消費動向調査 平成 28 年 7 月～9 月 集計結果

第 1 表国籍・地域（21 区分）別 回答者属性および旅行内容の日本への来訪回数を参考に
アウンコンサルティングで加工

▼訪日客が訪れる日本の都道府県

訪日客が訪れる都道府県上位は、東京・大阪といった首都圏や京都や北海道といった観光地が中心です。そして、観光地の近くで宿泊することが多いと想定されます。

以下は都道府県別の宿泊施設の稼働率です。

【 宿泊施設稼働率 】

順位	都道府県	2016年年間稼働率 (1月～10月)	2015年年間 平均稼働率	前年比	順位	都道府県	2016年年間稼働率 (1月～10月)	2015年年間 平均稼働率	前年比
1	大阪府	84.02%	84.80%	-0.78%	1	長野県	35.40%	36.59%	-1.19%
2	東京都	79.07%	82.60%	-3.53%	2	福井県	42.70%	40.85%	1.85%
3	京都府	70.56%	71.30%	-0.74%	3	新潟県	41.60%	41.22%	0.38%
4	福岡県	70.46%	68.40%	2.06%	4	奈良県	45.40%	44.12%	1.28%
5	愛知県	70.26%	71.20%	-0.94%	5	秋田県	45.60%	44.83%	0.77%
6	千葉県	68.60%	71.40%	-2.80%	6	山梨県	47.50%	46.40%	1.10%
7	沖縄県	68.38%	66.70%	1.68%	7	高知県	47.50%	46.57%	0.93%
8	神奈川県	67.72%	66.80%	0.92%	8	和歌山県	47.90%	46.77%	1.13%
9	広島県	66.13%	64.60%	1.53%	9	山形県	47.10%	48.19%	-1.09%
10	埼玉県	65.60%	66.70%	-1.10%	10	徳島県	50.40%	48.99%	1.41%

稼働率高い上位 10 都道府県

稼働率低い上位 10 都道府県

出典：観光庁 宿泊統計調査 平成 28 年 1 月～10 月 集計結果

2-2 都道府県別外国人別延べ宿泊者数推移表 対前年（同月）比推移表を参考に
アウンコンサルティングで加工

最も稼働率が高いのは大阪府の 84%、次いで東京都の 79%となります。4 位の福岡県は、前年から 2%増加し、ランクも 2 ランク上昇しました。2016 年と 2015 年の稼働率上位都道府県は大きく変わってはいませんが、前年比で稼働率 3.5%低下している東京都を始め、前年よりも稼働率が低下している都府県が多数みられます。対して、稼働率の低い都県は長野県と山形県以外は上昇している傾向があります。稼働率の高い上位の県は首都圏および観光名所を多く有する地域であることが多く、稼働率の低い県は地方圏であることが多いです。しかし、2015 年から 2016 年の流れを見ると、首都圏から徐々に地方に宿泊客が流れている傾向が見られます。以下は前年比で稼働率が上昇した上位 10 件です。

順位	都道府県	2016年年間稼働率 (1月～10月)	2015年年間 平均稼働率	前年比
1	香川県	59.21%	54.40%	4.81%
2	三重県	54.63%	50.20%	4.43%
3	青森県	52.24%	49.90%	2.34%
4	福岡県	70.46%	68.40%	2.06%
5	栃木県	50.13%	48.20%	1.93%
6	熊本県	56.98%	55.30%	1.68%
7	沖縄県	68.38%	66.70%	1.68%
8	北海道	63.36%	61.80%	1.56%
9	佐賀県	56.56%	55.00%	1.56%
10	広島県	66.13%	64.60%	1.53%

稼働率の上昇率が高い上位 10 都道府県

出典：観光庁 宿泊統計調査 平成 28 年 1 月～10 月 集計結果

2-2 都道府県別外国人別延べ宿泊者数推移表 対前年（同月）比推移表を参考に
アウンコンサルティングで加工

香川県、三重県、青森県、栃木県など、規模の大きな空港などが無い地域の稼働率が上昇して
います。多くの訪日客を中心とした観光客が、日本国内の移動手段を使い、多くの地方への流れ
ていることがわかります。

■検索市場におけるインバウンドの現状

検索市場におけるインバウンド状況として、昨年同様「日本旅行」「東京旅行」「大阪旅行」「京
都旅行」「沖縄旅行」「北海道旅行」の検索数を調べました。

【 Google AdWords 検索数 】

No.	国	キーワード	日本語キーワード	2016年検索数												前年検索数合計 増減比
				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	日本旅遊	日本旅行	4,400	1,900	2,400	2,400	2,400	2,400	1,900	1,900	1,600	2,400	2,900	2,900	101%
2	台湾	日本旅遊		27,100	33,100	40,500	27,100	27,100	33,100	27,100	27,100	22,200	33,100	33,100	33,100	122%
3	タイ	ท่องเที่ยวญี่ปุ่น		1,600	1,300	1,300	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	720	1,000	880	81%
4	タイ	Japan Travel		880	880	880	880	720	590	720	590	720	720	880	720	121%
5	米国	Japan Travel		4,400	3,600	4,400	3,600	3,600	2,900	2,900	3,600	3,600	3,600	3,600	2,900	143%
				2015年検索数												前年検索数合計 増減比
No.	国	キーワード	日本語キーワード	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	日本旅遊	日本旅行	1,600	1,300	2,400	1,900	2,400	2,400	1,900	2,400	2,900	2,900	3,600	3,600	224%
2	台湾	日本旅遊		22,200	18,100	33,100	22,200	27,100	27,100	22,200	22,200	27,100	27,100	27,100	22,200	129%
3	タイ	ท่องเที่ยวญี่ปุ่น		1,600	1,600	1,600	1,300	1,000	1,300	1,000	1,300	1,300	1,300	1,300	1,300	90%
4	タイ	Japan Travel		590	590	720	590	480	480	480	590	880	720	720	720	135%
5	米国	Japan Travel		2,900	2,400	2,900	2,900	2,400	2,400	2,400	2,400	2,400	2,400	1,900	2,400	125%
				2014年検索数												前年検索数合計 増減比
No.	国	キーワード	日本語キーワード	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	日本旅遊	日本旅行	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	880	1,000	1,300	1,600	1,300	
2	台湾	日本旅遊		12,100	22,200	18,100	18,100	18,100	18,100	14,800	14,800	22,200	22,200	27,100	22,200	
3	タイ	ท่องเที่ยวญี่ปุ่น		1,600	1,600	1,600	1,600	1,300	1,300	1,600	1,300	1,300	1,600	1,600	1,300	
4	タイ	Japan Travel		480	590	480	480	390	390	390	480	480	480	480	480	
5	米国	Japan Travel		2,400	1,900	2,400	1,900	1,900	1,900	1,900	1,900	1,900	1,900	1,900	1,900	
				検索数												前年検索数合計 増減比
No.	国	キーワード	日本語キーワード	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	東京旅遊	東京旅行	1,600	1,000	1,300	1,600	1,900	1,900	1,600	1,000	1,000	1,900	1,900	1,000	166%
2	台湾	東京旅遊		5,400	4,400	5,400	4,400	4,400	4,400	4,400	3,600	3,600	4,400	4,400	4,400	103%
3	タイ	เที่ยวโตเกียว		20	30	30	40	20	20	30	10	30	10	20	10	129%
4	タイ	Tokyo travel		110	140	210	110	110	110	210	140	140	170	170	140	133%
5	米国	Tokyo travel		880	880	1,000	880	880	880	880	1,600	1,300	880	880	880	153%
				検索数												前年検索数合計 増減比
No.	国	キーワード	日本語キーワード	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	東京旅遊	東京旅行	720	480	880	720	880	880	880	880	720	1,000	1,300	1,300	226%
2	台湾	東京旅遊		3,600	2,900	4,400	4,400	4,400	4,400	4,400	5,400	4,400	4,400	4,400	4,400	125%
3	タイ	เที่ยวโตเกียว		20	20	20	20	10	10	20	10	20	20	20	20	131%
4	タイ	Tokyo travel		90	90	140	110	110	110	110	110	140	110	110	90	110%
5	米国	Tokyo travel		590	590	720	720	720	590	720	590	590	590	590	720	590
				検索数												前年検索数合計 増減比
No.	国	キーワード	日本語キーワード	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	東京旅遊	東京旅行	320	320	390	320	390	390	390	320	320	480	590	480	
2	台湾	東京旅遊		2,400	3,600	3,600	3,600	3,600	3,600	3,600	3,600	2,900	3,600	3,600	3,600	
3	タイ	เที่ยวโตเกียว		10	10	10	10	10	10	10	20	10	20	20	20	
4	タイ	Tokyo travel		90	90	140	110	70	70	110	90	140	110	110	70	
5	米国	Tokyo travel		480	590	590	480	590	480	390	480	480	480	480	480	

No.	国	キーワード	日本語キーワード	検索数												前年検索数合計 増減比
				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	590	590	720	720	590	480	480	480	480	590	590	590	96%
2	台湾	大阪旅遊		3,600	2,900	4,400	3,600	2,400	2,400	2,400	2,400	2,400	2,400	2,900	2,400	110%
3	タイ	เชียงใหม่		20	20	20	20	30	20	20	20	30	30	20	20	104%
4	タイ	Osaka travel		110	90	110	110	110	90	140	90	90	140	140	90	128%
5	米国	Osaka travel		170	170	210	210	210	140	260	210	170	170	170	140	119%

No.	国	キーワード	日本語キーワード	検索数												前年検索数合計 増減比
				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	480	390	590	480	590	720	720	720	720	720	590	480	167%
2	台湾	大阪旅遊		1,900	1,300	2,400	1,900	2,400	2,900	3,600	2,900	2,400	3,600	2,900	2,900	149%
3	タイ	เชียงใหม่		20	20	10	10	30	20	30	10	30	40	20	20	1300%
4	タイ	Osaka travel		90	110	90	110	90	90	90	110	10	10	110	110	95%
5	米国	Osaka travel		170	140	210	170	170	140	170	140	140	140	140	140	126%

No.	国	キーワード	日本語キーワード	検索数											
				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	320	390	390	480	480	320	260	390	320	320	390	260
2	台湾	大阪旅遊		1,300	1,600	1,900	1,900	1,900	2,400	1,900	1,900	1,600	1,600	1,600	1,300
3	タイ	เชียงใหม่		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	10	10
4	タイ	Osaka travel		70	70	110	70	50	50	110	90	110	140	110	90
5	米国	Osaka travel		110	110	140	110	170	140	90	110	110	110	140	140

No.	国	キーワード	日本語キーワード	検索数												前年検索数合計 増減比
				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	390	320	390	260	170	210	260	260	320	320	127%
2	台湾	京都旅遊		1,900	1,600	1,900	1,600	1,600	1,600	1,600	1,600	1,900	2,400	1,900	109%	
3	タイ	เชียงใหม่		30	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	350%	
4	タイ	Kyoto travel		90	50	90	90	50	70	50	50	50	90	90	89%	
5	米国	Kyoto travel		260	320	390	260	320	260	260	320	320	320	260	90	100%

No.	国	キーワード	日本語キーワード	検索数												前年検索数合計 増減比
				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	140	110	210	210	260	260	170	170	260	320	320	320	148%
2	台湾	京都旅遊		1,300	1,000	1,900	1,300	1,600	1,600	1,900	1,900	1,600	1,900	1,600	127%	
3	タイ	เชียงใหม่		0	0	0	0	0	0	0	0	0	20	10	0%	
4	タイ	Kyoto travel		50	70	90	90	70	50	70	50	70	110	110	90	105%
5	米国	Kyoto travel		320	260	390	320	260	320	260	260	260	260	210	260	124%

No.	国	キーワード	日本語キーワード	検索数											
				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	140	140	170	170	170	140	170	140	140	170	170	140
2	台湾	京都旅遊		1,000	1,300	1,300	1,000	1,300	1,300	1,300	1,300	1,600	1,600	1,300	1,000
3	タイ	เชียงใหม่		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
4	タイ	Kyoto travel		40	50	70	70	70	40	70	90	110	110	110	50
5	米国	Kyoto travel		210	210	260	260	260	210	210	210	260	260	210	170

No.	国	キーワード	日本語キーワード	検索数												前年検索数合計 増減比
				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	沖縄旅遊	沖縄旅行	480	590	880	1,000	1,000	880	880	720	590	590	1,600	1,600	120%
2	台湾	沖縄旅遊		12,100	9,900	14,800	22,200	27,100	27,100	27,100	18,100	8,100	9,900	18,100	22,200	108%
3	タイ	沖縄		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0%	
4	タイ	Okinawa travel		30	20	30	30	20	20	20	20	40	30	20	70	140%
5	米国	Okinawa travel		260	210	260	320	210	210	260	210	210	210	170	170	118%

No.	国	キーワード	日本語キーワード	検索数												前年検索数合計 増減比
				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	沖縄旅遊	沖縄旅行	480	480	880	1,000	880	720	590	880	880	880	590	720	164%
2	台湾	沖縄旅遊		9,900	9,900	18,100	22,200	33,100	22,200	12,100	22,200	18,100	14,800	8,100	9,900	153%
3	タイ	沖縄		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0%	
4	タイ	Okinawa travel		20	10	30	20	20	20	10	30	20	20	30	20	86%
5	米国	Okinawa travel		210	170	260	210	170	140	170	170	140	260	210	170	118%

No.	国	キーワード	日本語キーワード	検索数											
				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	沖縄旅遊	沖縄旅行	390	590	720	590	480	480	390	390	390	390	390	260
2	台湾	沖縄旅遊		8,100	12,100	14,800	8,100	4,400	14,800	12,100	9,900	14,800	12,100	14,800	5,400
3	タイ	沖縄		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
4	タイ	Okinawa travel		40	20	40	50	10	20	20	10	10	20	30	20
5	米国	Okinawa travel		170	140	170	140	140	140	170	170	210	170	140	170

No.	国	キーワード	日本語キーワード	検索数												前年検索数合計 増減比
				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	北海道旅遊	北海道旅行	390	320	390	390	480	480	320	260	260	320	390	390	90%
2	台湾	北海道旅遊		8,100	6,600	8,100	8,100	8,100	8,100	5,400	6,600	9,900	14,800	14,800	12,100	134%
3	タイ	@hansen1n1e		20	10	10	20	10	10	10	10	10	20	20	20	106%
4	タイ	Hokkaido travel		90	90	90	70	90	70	90	50	70	90	90	70	94%
5	米国	Hokkaido travel		140	110	140	140	140	140	170	170	140	170	140	90	139%

No.	国	キーワード	日本語キーワード	検索数												前年検索数合計 増減比
				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	北海道旅遊	北海道旅行	320	170	480	390	390	480	390	480	590	480	320	390	153%
2	台湾	北海道旅遊		6,600	6,600	9,900	8,100	4,400	4,400	6,600	6,600	6,600	6,600	8,100	8,100	69%
3	タイ	@hansen1n1e		10	20	20	20	10	10	10	10	10	10	10	20	1600%
4	タイ	Hokkaido travel		70	110	110	90	90	90	90	90	70	70	70	70	113%
5	米国	Hokkaido travel		110	90	90	140	140	110	110	90	70	70	90	110	139%

No.	国	キーワード	日本語キーワード	検索数											
				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	北海道旅遊	北海道旅行	210	170	260	260	260	210	260	320	320	390	260	
2	台湾	北海道旅遊		5,400	6,600	8,100	9,900	9,900	9,900	9,900	14,800	14,800	14,800	5,400	
3	タイ	@hansen1n1e		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	10	
4	タイ	Hokkaido travel		50	70	90	90	70	70	70	70	70	90	70	
5	米国	Hokkaido travel		70	50	70	70	90	70	70	90	70	90	70	

※データ元：Google AdWords

※中国については、百度（バイドゥ）で取得できる検索数データが日別平均のみ、且つ過去の検索数データが取得不可能なため、今回は調査対象から除外しております。

検索数は全体的に2015年と比較しても増加している傾向がありますが、訪日者数と同様、伸び率が若干低下しています。2015年と比較して平均20~30%程度のため、訪日客数の伸び率とほぼ同じ結果となりました。

国別で見るとタイや台湾は前年より検索数が下回り、伸び率も低い傾向でした。両地域ともリープターが多い地域でもあるため、初歩的な旅行情報を検索しない（別のより具体的なキーワードでの検索が増加している可能性がある）傾向があると考えられます。

キーワードを都道府県別に見ると、東京・大阪などの首都圏より、北海道・京都といった地方の検索数の方が伸び率の高い傾向がありました。こちらも地方の宿泊場所稼働率と比例した結果となりました。

また、2015年に爆買の現場となった各百貨店や家電量販店についての検索数は以下通りとなりました。

【 Google AdWords 検索数 】

No.	国	キーワード	日本語キーワード	2016年検索数												前年検索数合計 増減比
				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	伊勢丹	伊勢丹	480	390	480	390	590	590	390	480	590	480	590	720	112%
2	台湾	伊勢丹		720	720	1,000	880	880	1,000	880	720	720	880	1,000	880	102%
3	タイ	伊勢丹		1,000	1,000	1,300	1,300	1,600	1,300	1,300	1,000	1,300	1,300	1,300	1,300	5000%
4	タイ	ISETAN		1,600	1,300	1,600	1,600	1,600	1,600	1,600	1,600	1,600	1,300	1,600	1,600	641%
5	米国	ISETAN		880	1,000	1,300	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	880	880	109%

No.	国	キーワード	日本語キーワード	2015年検索数												前年検索数合計 増減比
				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	伊勢丹	伊勢丹	390	320	480	480	480	590	480	480	390	480	480	480	176%
2	台湾	伊勢丹		720	590	1,000	880	720	880	880	880	880	880	880	880	146%
3	タイ	伊勢丹		0	10	0	0	0	0	10	0	0	0	0	10	75%
4	タイ	ISETAN		260	170	320	260	210	210	260	210	260	210	210	320	129%
5	米国	ISETAN		720	880	1,300	1,000	880	880	880	880	880	880	880	880	120%

No.	国	キーワード	日本語キーワード	2014年検索数											
				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	伊勢丹	伊勢丹	260	210	260	260	260	320	260	260	210	210	320	320
2	台湾	伊勢丹		480	480	590	480	590	590	590	590	480	590	720	720
3	タイ	伊勢丹		0	10	10	0	10	10	0	0	0	0	0	0
4	タイ	ISETAN		170	170	170	170	170	170	210	140	170	210	210	320
5	米国	ISETAN		720	880	880	880	720	720	720	720	720	720	720	720

No.	国	キーワード	日本語キーワード	2016年検索数												前年検索数合計 増減比			
				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	三越百貨	三越	40	70	90	90	170	210	140	110	110	140	140	140	227%			
2	台湾	三越百貨		140	140	170	170	260	320	260	170	170	260	210	260		158%		
3	タイ	びんぽう		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			0%	
4	タイ	Mitsukoshi		70	70	90	110	140	110	90	90	140	140	140	140				125%
5	米国	Mitsukoshi		1,000	1,300	1,300	1,300	1,300	1,000	1,000	1,300	1,000	1,300	1,300	1,300				
2015年検索数				70	50	70	50	50	50	50	50	50	50	50	90%				
1	香港	三越百貨	90	70	110	140	140	170	140	170	210	110	110	125%					
2	台湾	三越百貨	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			0	0%		
3	タイ	びんぽう	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			0		128%	
4	タイ	Mitsukoshi	90	50	90	110	90	90	90	70	70	90	70			110			110%
5	米国	Mitsukoshi	1,000	880	1,000	1,300	1,000	1,000	1,000	880	1,000	1,000	1,000		1,000				
2014年検索数				40	70	50	90	90	70	70	40	70	40	40	40	130%			
1	香港	三越百貨	90	90	90	170	110	70	110	70	110	140	90	140	97%				
2	台湾	三越百貨	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			113%		
3	タイ	びんぽう	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0				98%	
4	タイ	Mitsukoshi	70	70	70	90	70	40	70	40	50	90	70	70					130%
5	米国	Mitsukoshi	880	880	880	880	1,000	880	880	880	880	1,000	880	1,000					

No.	国	キーワード	日本語キーワード	2016年検索数												前年検索数合計 増減比			
				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	bic camera	ビックカメラ	8,100	6,600	9,900	6,600	9,900	8,100	6,600	5,400	5,400	6,600	8,100	9,900	90%			
2	台湾	bic camera		60,500	60,500	74,000	60,500	60,500	60,500	49,500	49,500	60,500	60,500	60,500	74,000		97%		
3	タイ	びんぽう		2,900	2,900	2,900	2,400	2,400	1,900	2,400	2,400	2,400	2,400	2,900	3,600			113%	
4	タイ	bic camera		2,400	1,900	2,900	1,900	1,600	1,300	1,300	1,300	1,600	1,600	1,900	2,400				98%
5	米国	bic camera		1,300	1,000	1,900	1,300	1,300	1,300	1,300	1,600	1,600	1,600	1,600	1,600				
2015年検索数				6,600	6,600	9,900	8,100	9,900	9,900	8,100	8,100	8,100	9,900	8,100	8,100	262%			
1	香港	bic camera	33,100	33,100	60,500	60,500	74,000	74,000	74,000	74,000	74,000	74,000	60,500	60,500	396%				
2	台湾	bic camera	2,400	1,900	1,900	1,900	1,600	1,600	1,900	2,400	2,900	2,900	2,900	3,600			132%		
3	タイ	びんぽう	1,300	880	1,600	2,400	1,900	1,600	1,900	1,900	1,900	2,400	2,400	2,400				191%	
4	タイ	bic camera	880	880	1,000	1,000	1,000	1,000	1,300	1,300	1,000	1,000	1,300	1,300					161%
5	米国	bic camera	880	880	1,000	1,000	1,000	1,000	1,300	1,300	1,000	1,000	1,300	1,300					
2014年検索数				2,400	1,900	2,400	1,900	2,400	1,900	1,900	1,900	2,900	2,900	8,100	8,100	91%			
1	香港	bic camera	9,900	9,900	12,100	9,900	9,900	9,900	9,900	12,100	18,100	22,200	33,100	33,100	91%				
2	台湾	bic camera	1,900	1,900	1,900	1,600	1,600	1,300	1,600	1,600	1,600	1,900	1,900	2,400			91%		
3	タイ	びんぽう	880	880	1,300	1,300	1,000	880	590	480	720	880	1,300	1,600				91%	
4	タイ	bic camera	590	480	720	590	720	590	590	590	720	720	880	880					91%
5	米国	bic camera	590	480	720	590	720	590	590	590	720	720	880	880					

百貨店については、検索数自体は増加していますが、タイ等の現地に店舗がある場合もあるため、訪日のみのニーズを把握することが難しくなります。対して、前年よりも検索数が低下しているのは、家電量販店であるビックカメラです。海外店舗ではなく、訪日客のみの検索であると考えられますが、家電の購入量減少に伴い、店舗名の検索も減少したものと想定されます。

尚、「訪日客の消費金額」でも触れたとおり、買い物代に変わって増加したのは飲食代や移動費です。今回は以下のキーワード新しく対象として調査しました。

【 Google AdWords 検索数 】

No.	国	キーワード	日本語キーワード	2016年検索数												前年検索数合計 増減比				
				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	機器人餐廳	ロボットレストラン	0	0	0	0	0	30	40	30	70	50	40	50	50	360増			
2	台湾	機器人餐廳		0	0	0	0	0	720	1,000	880	880	720	720	720	720		6,360増		
3	タイ	ร้านอาหารหุ่นยนต์		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			0%	
4	タイ	Robot restaurant		170	170	210	210	170	170	170	170	170	320	170	260	260				91%
5	米国	Robot restaurant		2,400	2,400	3,600	2,900	2,900	2,400	2,400	2,400	2,900	2,900	2,900	2,900	2,900				
2015年検索数				1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	91%			
1	香港	機器人餐廳	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		91%		
2	台湾	機器人餐廳	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			91%	
3	タイ	ร้านอาหารหุ่นยนต์	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0				91%
4	タイ	Robot restaurant	320	320	320	260	170	140	140	140	140	260	210	210	210	91%				
5	米国	Robot restaurant	2,400	2,400	3,600	2,900	2,400	1,900	2,400	2,400	2,400	2,900	2,400	2,900	1,900					

No.	国	キーワード	日本語キーワード	2016年検索数												前年検索数合計 増減比	
				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	一風堂	一風堂	1,900	2,400	2,400	2,900	2,900	2,900	2,900	2,900	2,900	2,400	2,900	2,900	2,900	130%
2	台湾	一風堂		9,900	9,900	12,100	12,100	14,800	12,100	14,800	14,800	12,100	12,100	9,900	9,900		
3	タイ			-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
4	タイ	JPPUDO		880	720	720	720	720	720	590	480	590	590	590	720		
5	米園	JPPUDO		27,100	22,200	22,200	27,100	27,100	22,200	22,200	22,200	22,200	27,100	33,100	33,100	33,100	

No.	国	キーワード	日本語キーワード	2015年検索数											
				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	一風堂	一風堂	1,900	1,600	1,900	1,600	1,900	1,900	3,600	2,400	1,900	1,900	1,900	2,400
2	台湾	一風堂		9,900	9,900	9,900	9,900	9,900	8,100	9,900	12,100	9,900	9,900	8,100	8,100
3	タイ			-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4	タイ	JPPUDO		1,000	720	720	880	590	590	590	480	390	480	480	590
5	米園	JPPUDO		22,200	18,100	22,200	22,200	18,100	22,200	22,200	22,200	22,200	22,200	22,200	22,200

No.	国	キーワード	日本語キーワード	2016年検索数												前年検索数合計 増減比
				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	一蘭	一蘭	2,400	2,400	2,400	2,400	3,600	3,600	2,900	2,900	3,600	4,400	4,400	4,400	105%
2	台湾	一蘭		2,400	2,400	2,900	4,400	5,400	5,400	4,400	4,400	6,600	6,600	6,600	5,400	
3	タイ			-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
4	タイ	ICHIRAN		70	70	90	110	320	260	210	170	260	390	590	480	
5	米園	ICHIRAN		590	590	720	880	880	880	880	1,000	480	12,100	12,100	6,600	

No.	国	キーワード	日本語キーワード	2015年検索数											
				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	一蘭	一蘭	2,400	2,400	2,400	2,400	2,900	4,400	4,400	3,600	2,900	2,900	2,400	2,900
2	台湾	一蘭		1,900	1,600	2,400	1,900	1,900	1,900	2,400	2,400	2,400	2,400	2,400	
3	タイ			-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4	タイ	ICHIRAN		50	50	70	70	40	40	50	50	40	70	90	
5	米園	ICHIRAN		590	390	480	390	480	390	480	480	480	480	480	590

No.	国	キーワード	日本語キーワード	2016年検索数												前年検索数合計 増減比
				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	日本鐵路通票	JAPAN RAIL PASS	20	30	30	40	40	40	20	10	20	30	30	50	180%
2	台湾	日本鐵路通票		70	70	110	70	50	70	90	50	70	90	70	70	
3	タイ	viaibuchufw#		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
4	タイ	Japan Rail Pass		12,100	9,900	12,100	9,900	8,100	6,600	6,600	5,400	8,100	9,900	9,900	9,900	
5	米園	Japan Rail Pass		18,100	22,200	33,100	27,100	27,100	22,200	22,200	22,200	22,200	18,100	22,200	22,200	

No.	国	キーワード	日本語キーワード	2015年検索数											
				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	日本鐵路通票	JAPAN RAIL PASS	0	0	10	10	10	10	20	20	20	30	30	40
2	台湾	日本鐵路通票		10	10	20	30	50	30	70	70	70	90	70	70
3	タイ	viaibuchufw#		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
4	タイ	Japan Rail Pass		9,900	9,900	12,100	9,900	9,900	8,100	6,600	8,100	8,100	9,900	9,900	8,100
5	米園	Japan Rail Pass		12,100	14,800	22,200	18,100	18,100	18,100	14,800	18,100	18,100	22,200	14,800	14,800

※データ元：Google AdWords

※中国については、百度（バイドゥ）で取得できる検索数データが日別平均のみ、且つ過去分の検索数データが取得不可能なため、今回は調査対象から除外しております。

ロボットレストランは、元々欧米地域での認知度が高く、検索数も多い状況でしたが、2016年はアジア地域でも検索数が増加しました。一風堂・一蘭といった「とんこつラーメン店」は、訪日客の行列をよく目にする店舗ではありますが、こちらも2016年にかけて検索数が増加しています。滞在中の支出金額の内訳についても、検索結果と組み合わせてみると相関性、連動性があることが分かりました。

■2016年のインバウンド市場で見えた課題と今度の対策

2016年におきた爆買の収束（実際には高価な商品の購入減少）とよく報道されましたが、結果的に訪日客数は歴代最高数であり、市場も全体的に拡大中です。

ひとつの区切りとなる2020年に向けて、一人あたりの消費金額は減少しつつも、訪日客数の伸びがカバーし、最終的な消費金額総額は増加していくことが予想されます。ただし、今ある目標として、政府が掲げているのは2020年に訪日客数4,000万人、消費金額8兆円です。2015年までの伸び率であれば、達成可能と想定されますが、2016年はマクロ環境の変化等により伸

び率が鈍化したことで非常に難しくなることが予想されます。2014年から2015年で訪日客数は前年比47.1%増加しましたが、2015年から2016年は前年比21.7%の増加となりました。

2020年の訪日客政府目標である4000万人を達成するためには、2017年以降、毎年最低でも400万人ずつの訪日客の増加が必要になります。以下が400万人で増加した場合の訪日客数推移です。

【 毎年400万人増加した場合の訪日客数想定 】

2016年：	2,400万人（+21.7%）
2017年：	2,800万人（+16.7%）
2018年：	3,200万人（+14.3%）
2019年：	3,600万人（+12.5%）
2020年：	4,000万人（+11.1%）

母数が増加するので必要伸び率は下がりますが、直近傾向から鑑みると、今後数年にかけて400万人の増加という数字は、それなりにハードルが高いといえます。

訪日客数4,000万人達成ためには、今後、一部の国・地域に対するビザ発給の更なる緩和や解禁、リピーターの方が増えるような仕組みや魅力づくり等が必要になってくるかもしれません。

また、消費金額の目標についても目標8兆円に対して、仮に上記の訪日客数となった場合の消費金額想定に関しては以下となります。

【 毎年400万人増加した場合の消費金額想定 】

2016年：	3兆7476億円
2017年：	4兆2,000億円（+16.7%）
2018年：	4兆8,000億円（+14.3%）
2019年：	5兆4,000億円（+12.5%）
2020年：	6兆0,000億円（+11.1%）

※一人あたりの消費金額を爆買影響が発生する前、2014年の消費金額（151,174円）をベースに150,000円としました。

仮に消費金額が2014年度水準まで一旦低下し、その後キープ、且つ訪日客数が政府目標通りになったとしても消費金額は8兆円に届かないという見通しになります。

市場が拡大していくとはいえ、以上を踏まえると、現実的には「訪日客数の目標以上増加」や「訪日客の消化金額増加施策（一人当たりの単価増）」を更に強化していく必要があります。

訪日客の増加施策としては、引き続きビザの緩和を始めとした国単位の施策も必要になります。また、それ以外にも海外現地の方に対して各自自治体・各企業が日本旅行の啓蒙活動やプロモーションを行っていく必要があります。今まではマクロ環境の変化から「行きやすい国」「行ける国」

としての海外旅行先の候補に挙がりやすくなりましたが、更に訪日客数の増加を図るためには、その他の渡航先（国）よりも、日本が「行きたい国」になることが重要だと考えます。

そのためには、各自治体や企業が持つ観光資源、魅力的な施設や体験などを現地の方に伝え、日本を選んでもらう必要があります。日本国内からでも現地に向けたプロモーション方法はいくらかでもあり、特にウェブを使った手法は多くの人に対してリーチが可能となります。国の施策だけにとらわれない姿勢が必要だと考えます。

また、訪日客の消費金額増加施策ですが、これは一人当たりの消費金額を増加させることを意味します。訪日客が増えればその分消費金額も増加するので、訪日客の増加とも比例しますが、単価を上げることは別の問題です。

訪日客の消費金額の内訳は、渡航前にかかる費用（宿泊先の予約や飛行機のチケット代など）と、滞在中にかかる費用（買い物代、飲食代、レジャー代、国内での移動交通費等）の二つです。渡航前にかかる費用を上げるためには、宿泊先に関連する対策をとることが重要になると考えます。

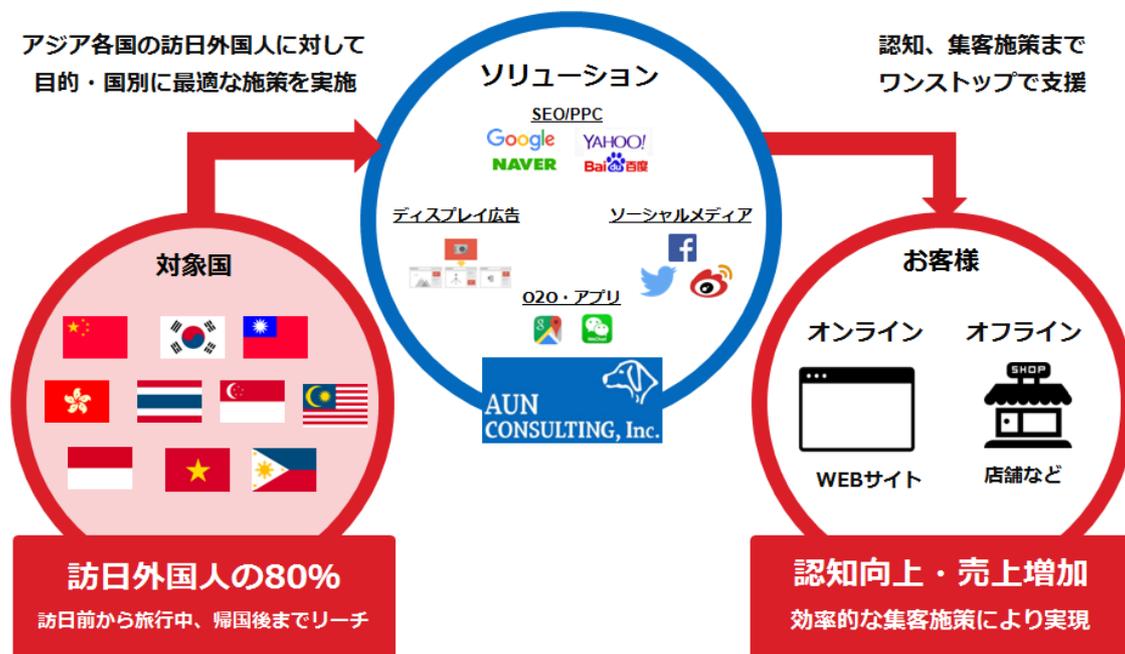
モノからコトへ（買い物から体験へ）消費行動が変化しつつある状況においては、買い物やレジャーの合計単価を増やすよりも、一人あたりの宿泊日数を増やしてもらう（プラスして、地方や地域を観光してもらう等）事で最終的な消費金額を増やしてもらうという方が現実的かもしれません。

インバウンド市場は成長途中の市場であり、課題も多くあります。オリンピックが終着地点ではなく、その後の成長性もあり、見えている未来は明るい市場でもあります。今いる現状を正しく捉え、目標を明確にした上でそれぞれに対応していく必要があります。

■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・地域によって、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、シンガポール、韓国の海外 6 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: <http://www.globalmarketingchannel.com/promotion.html>

調査概要

【調査主旨】

アウンコンサルティング発表 2016年のインバウンド市場動向総括、2017年の予測
～2020年の政府目標達成のために必要なことは何か～

【調査要綱】

- ・ 調査機関：アウンコンサルティング調べ
- ・ プレスリリース本文中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。

【参考・引用元】

- ・ 日本政府観光局（JNTO）
- ・ 観光庁
- ・ 総務省
- ・ 外務省
- ・ Google AdWords



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、シンガポール、韓国のアジア8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 (2016年11月末現在)

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

[沿革]

1998年6月	千葉県松戸市で設立
1998年9月	福島県福島市へ本社移転
1999年10月	SEOコンサルティングを開始
2001年1月	東京営業所を東京都文京区に開設
2002年11月	PPC(リスティング)広告を販売開始
2002年4月	東京都文京区に本社移転
2005年11月	東京証券取引所マザーズ市場上場
2006年12月	沖縄支店を沖縄県那覇市に開設
2008年4月	タイ・バンコクに現地法人設立
2010年6月	台湾・台北に現地法人設立
2010年9月	香港、韓国・ソウルに現地法人設立
2010年11月	シンガポールに現地法人設立
2015年6月	フィリピンに現地法人設立
2016年10月	東京証券取引所二部市場上場

[プレスリリースに関するお問合せ]

広報担当 七原 TEL:03-5803-2739 /MAIL:pr@ auncon.co.jp(ただし、@は半角)