

経済レポート

訪日中国人観光客の動向

～中国人インバウンドの高い伸びは続かない～

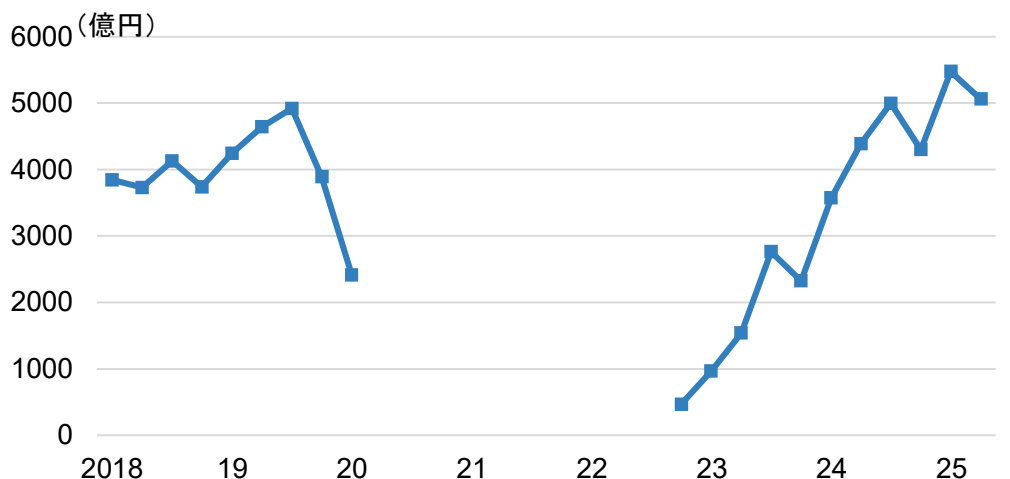
調査部 副主任研究員 丸山健太

- 中国人の訪日旅行は、コロナ禍後の 2023 年以降、本格的に回復している。今年は訪日客数と一人当たり消費額のいずれも堅調で、通年の消費額は 2019 年を上回り、過去最高を更新する見通しである。
- もっとも、訪日旅行需要の強さの要因をみると、今後の高い伸びは期待しにくい。訪日客数の増加は、バーツ高・円安とタイの治安への懸念を背景とした、中国人のタイへの旅行減少と日本への旅行のシフトによるところが大きい。また、一人当たり消費額は、人民元換算では 2019 年を大きく下回っているうえ、日本国内の物価高により実質では大きく減少しており、中国人観光客の消費意欲低下が顕著にみられる。
- 今後も中国人の訪日旅行消費は中国経済の成長と中間層の拡大で一定の増加が見込まれるが、対人民元での円高が抑制要因となるだろう。日本のインバウンド業界は、中国人観光客が伸び悩む状況を逆に好機と捉え、量的拡大から質の向上への転換を加速させ、持続可能な形で観光地としての魅力向上を目指すことが重要となる。

1. 中国人の訪日旅行は足元で増加

中国人の訪日旅行は、新型コロナウイルス感染症の影響が一段落した 2023 年以降、順調に回復している。訪日中国人の旅行消費額は、2024 年 7～9 月期にコロナ禍前の 2019 年を上回り、直近でも増加傾向が続いている(図表 1)。

図表 1 訪日中国人による旅行消費額



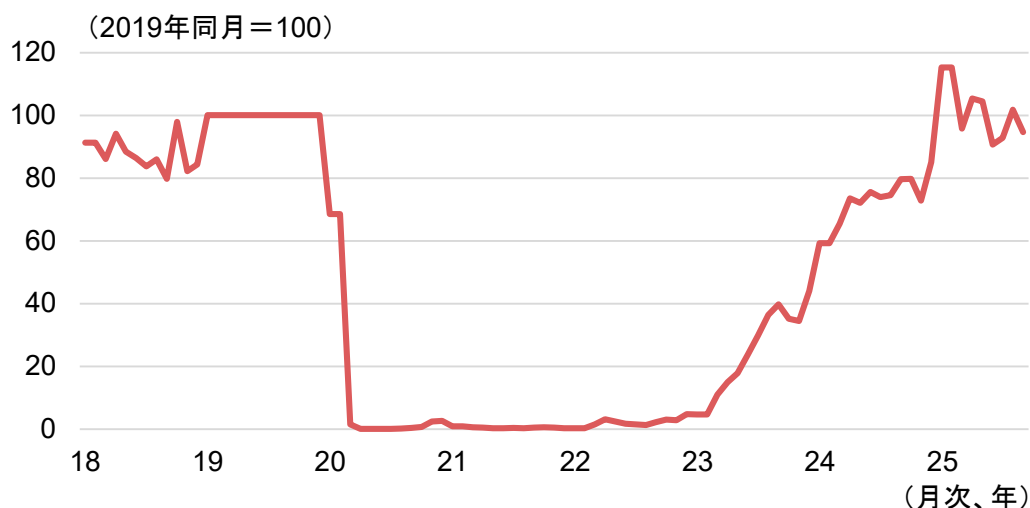
(注) 2020 年 4～6 月期から 2022 年 7～9 月期まで、新型コロナウイルス (四半期、年) 感染症の影響で公表なし

(出所) 観光庁「インバウンド消費動向調査」

コロナ禍が始まるまで、中国人旅行者は日本のインバウンド消費の3分の1以上を占め、国・地域別で最多だった。日本は新型コロナウイルス感染症の流行を受け、2020年4月以降、海外からの観光客受け入れを停止したが、2022年6月から段階的に再開した。そうした中、中国では厳格な行動制限を伴うゼロコロナ政策が実施されていたため、中国人訪日客の受入再開は2023年4月まで遅れた。このため、中国人訪日客の回復は他国より遅れたが、足元では順調に持ち直している。2023年のインバウンド消費額の首位を台湾に譲ったものの、2024年には中国が5年ぶりに首位に返り咲き、2025年も過去最高額を更新し、首位を維持する見通しである。

中国人のインバウンド消費額を訪日客数と一人当たり消費額に分けてみると、いずれもコロナ前の水準へと順調に回復してきた。まず、訪日中国人の人数については、2023年に中国人の訪日旅行が解禁されて以降、順調に回復している。2025年は1～9月の累計でこれまで最多だった2019年を上回っており、年間を通じても過去最高を更新する見込みである(図表2)。

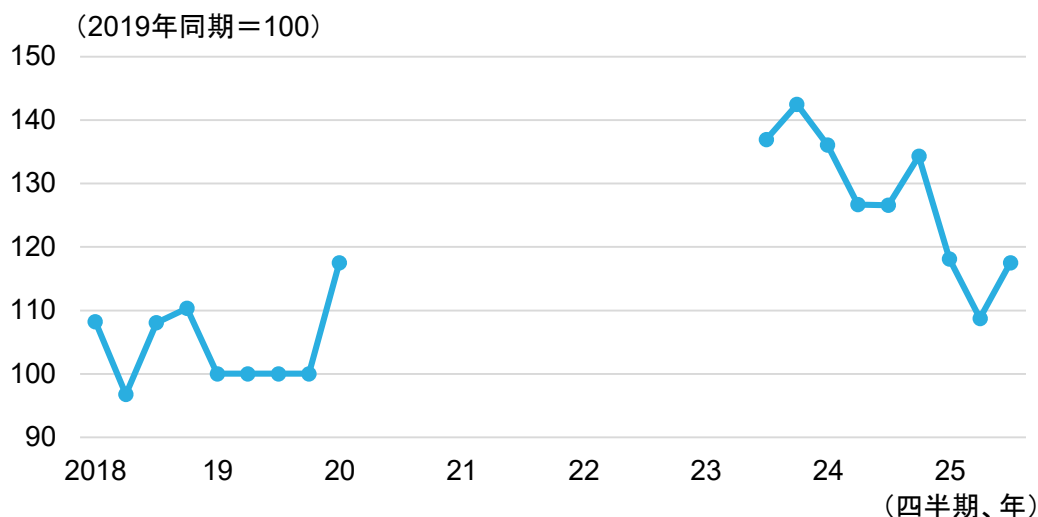
図表2 中国人の訪日客数(2019年同月=100)



(注) 春節の影響を除くため、1～2月は両月の平均値を使用
 (出所) 日本政府観光局「訪日外客数」

また、訪日中国人の一人当たり消費額は、他国と比べるとやや伸び悩み、足元では減少がみられるものの、2019 年を 1 割以上上回る水準で推移している(図表 3)。回復初期は、比較的裕福な層や消費意欲の高い層が先行して訪日していたため、一人当たり消費額が高くなっていた。現在の訪日中国人の一人当たり消費額は、旅行者層の拡大に伴い一時的に減少しているに過ぎず、コロナ禍明け以降、底堅さを維持している。

図表 3 訪日中国人の一人当たり消費額(2019 年同期=100)



(注 1) 2020 年 4～6 月期から 2022 年 10～12 月期まで、新型コロナウイルス感染症の影響で公表なし

(注 2) 2023 年 1～3 月期と同年 4～6 月期は回復初期で過去を大幅に上回る水準だったため、グラフの見やすさのためカット

(出所) 観光庁「インバウンド消費動向調査」

2. 中国人のインバウンド消費は必ずしも安泰ではない

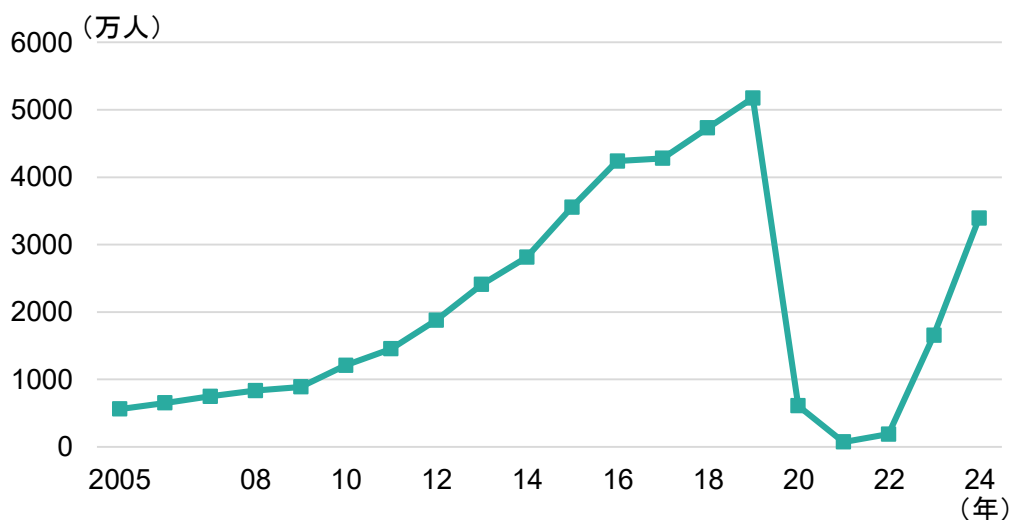
中国人のインバウンド消費はコロナ禍での落ち込みから順調に回復し、今後も増加が期待される。しかし、訪日客数と一人当たり消費額を分けてみると、いくつかの課題もあり、必ずしも安泰ではない。

(1) 訪日中国人数 ～ タイ離れが日本への旅行の後押しに

中国人の海外旅行は、経済成長に伴う可処分所得の増加や人民元高による購買力の上昇、受入国のビザ要件の緩和などを背景に、2010年頃から増加が続き、2019年には2010年比で4倍以上となった。コロナ禍では中国政府がゼロコロナ政策を実施し、強力な水際対策を講じたことで、2020年から2022年にかけて中国人の海外旅行需要は大幅に減少した。2022年12月のゼロコロナ政策の解除とともに海外旅行も解禁されると、2023年以降は海外旅行需要が急速に回復している。

中国人の主要な海外旅行先¹の受入国側統計によれば、2024年の中国人観光客数は2019年の65%まで回復した(図表4)。2025年も回復傾向が続き、1～8月累計では2019年の72%となった。中国人の海外旅行全体が増加する中でも、日本への旅行は足元ですでに2019年の水準を超えており、全体の伸びを大きく上回っている。これは、単に海外旅行需要が回復しただけでなく、これまで中国人の最多渡航先だったタイから日本へと旅行先がシフトしたためだと考えられる。

図表4 中国人観光客数(受入国側統計ベース)

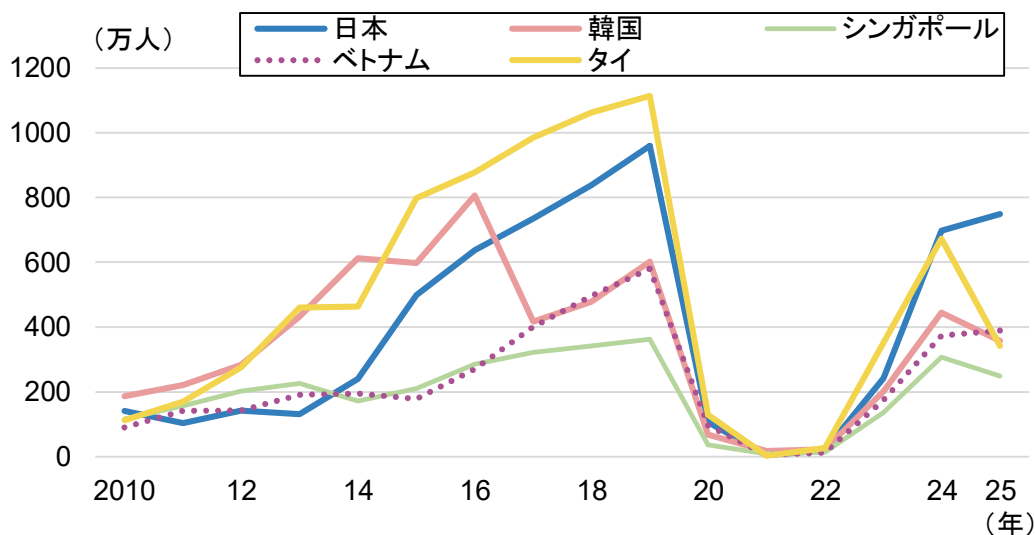


(出所) 日本政府観光局、タイ観光・スポーツ省、韓国観光公社、ベトナム統計総局、マレーシア政府観光局、シンガポール政府観光局、米国商務省旅行・観光局、インドネシア中央統計庁、ドイツ連邦統計局、オーストラリア統計局、フィリピン政府観光庁、ニュージーランド統計局

¹ 日本、ベトナム、韓国、タイ、シンガポール、マレーシア、米国、インドネシア、オーストラリア、ドイツ、台湾、フィリピン、ニュージーランドの13カ国・地域

コロナ前は直行便の多さやビザ手続きの容易さ、物価の安さなどから、タイは中国人にとって海外の観光地として最も人気であり、2015年から2020年まで最多の渡航先だった(図表5)。しかし、2024年には日本がわずかにタイを上回り、2025年1～9月にはその差が拡大したうえ、タイを訪れた中国人の数は大幅に減少している。

図表5 国別中国人観光客数



(注) 2025年は1～9月の累計値。韓国の2025年は1～8月の累計値

(出所) 日本政府観光局、タイ観光・スポーツ省、韓国観光公社、ベトナム統計総局、シンガポール政府観光局

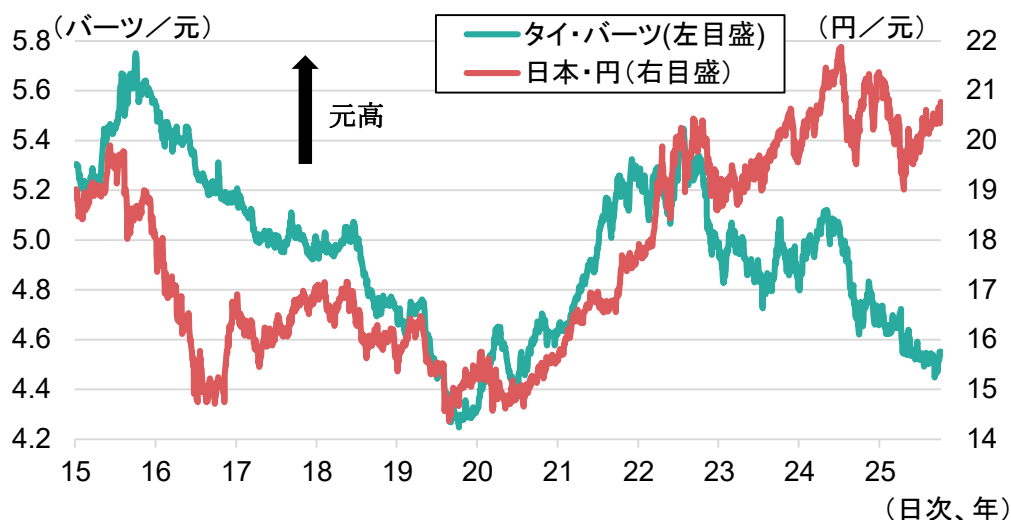
中国人のタイへの旅行が減少している要因として、主に以下の2点が挙げられる。

第一に、タイの治安に対する懸念が高まった。2025年1月、タイを訪れた中国人俳優がミャンマーとの国境付近で行方不明となった。ミャンマーを拠点とする詐欺集団による誘拐であり、事件発覚2日後に救出されたが、中国国内ではSNSを中心にタイの治安に対する不安が広がった。さらに、同年5月以降、タイとカンボジアの国境紛争がエスカレートしたことも、観光地としてのイメージ低下に拍車をかけた。

第二に、タイ・バーツ高の進行により、中国人にとってタイへの旅行の費用負担が増加している。2022年7月以降、バーツ対人民元相場は上昇し、2025年10月20日時点で2022年初から12.2%上昇した。バーツ高の背景には、米国の金融緩和に伴いドル安が進んだことや、2025年9月に「タイの誇り党」のアヌティン氏が首相に就任し、政局の安定化への期待が高まったことなどが挙げられる。

タイ・バーツ高が進行する一方、日本・円は人民元に対して下落したことが、中国人の訪日旅行人気を高める要因となった。2025年10月20日時点で、円の対人民元相場は2022年初から17.0%下落しており、バーツとは対照的な動きとなっている(図表6)。この結果、タイへの旅行が割高となる一方、日本への旅行の割安感が強まり、中国人の海外旅行需要が日本に流れたと考えられる。

図表 6 対人民元相場の推移

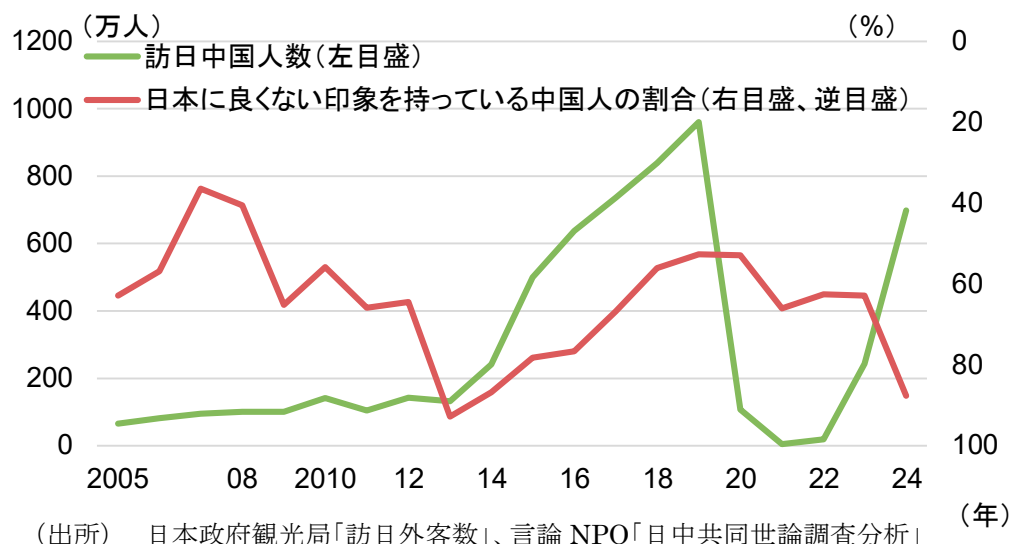


(出所) タイ銀行、三菱 UFJ フィナンシャル・グループ

なお、2024 年以降、中国人の対日感情は大きく悪化している。言論 NPO の「日中共同世論調査分析」によると、日本に対して「良くない／どちらかといえば良くない印象を持っている」と回答した中国人の割合は、2023 年の 62.9%から 2024 年には 87.7%と急上昇した。2025 年は中国にとって抗日戦争勝利 80 周年にあたり、夏には「南京写真館」や「731」など旧日本軍の侵略を描いた抗日映画が相次いで公開されており、反日感情は一段と高まっているとみられる。

ただし、こうした状況下でも訪日旅行への影響は限定的と考えられる。過去には尖閣諸島問題で日中関係が悪化した際、訪日中国人数は停滞したが、その後、対日感情の改善に伴い急増するなど、影響は軽微かつ一時的にとどまった(図表 7)。また、筆者の中国滞在経験からも、反日感情を持つ層と訪日旅行を希望する層は必ずしも重ならないと感じている。対日感情の悪化が訪日旅行を一時下押しする可能性はあるが、大幅な下振れを招くリスクは小さいだろう。

図表 7 訪日中国人と対日感情

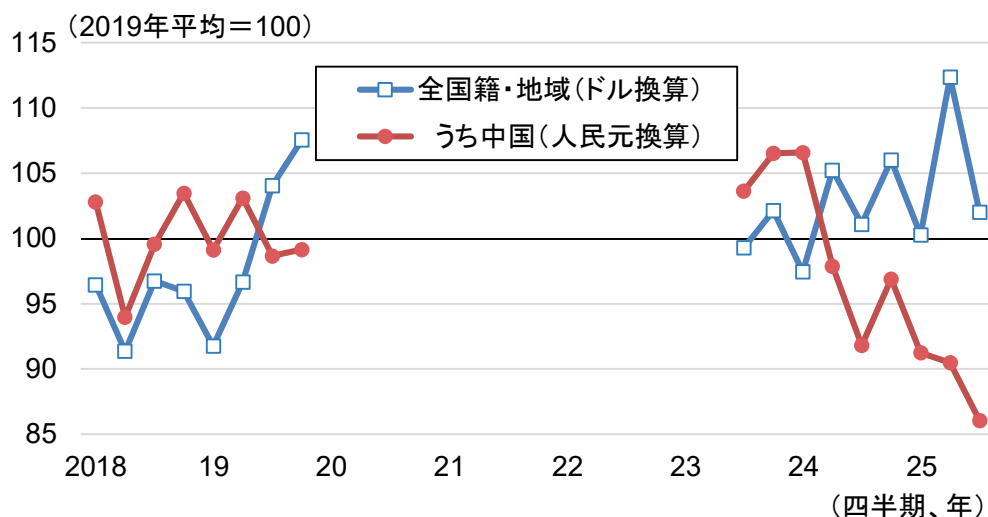


(出所) 日本政府観光局「訪日外客数」、言論 NPO「日中共同世論調査分析」

(2) 中国人訪日客の一人当たり消費額 ～ 為替と物価を考慮すると弱さが目立つ

先述の通り、中国人訪日客の一人当たり消費額は、足元で減少しているものの、2019 年を 1 割以上上回る水準で推移している。しかし、人民元換算では依然としてコロナ禍前の 2019 年の水準を大きく下回っており、円建ての消費額の増加は主に円安の影響によるものである(図表 8)。他国からの観光客の消費額が増加傾向にあることと比較すると、中国人観光客の消費意欲の弱さが目立つ。

図表 8 訪日外国人の一人当たり消費額(ドル、人民元換算)



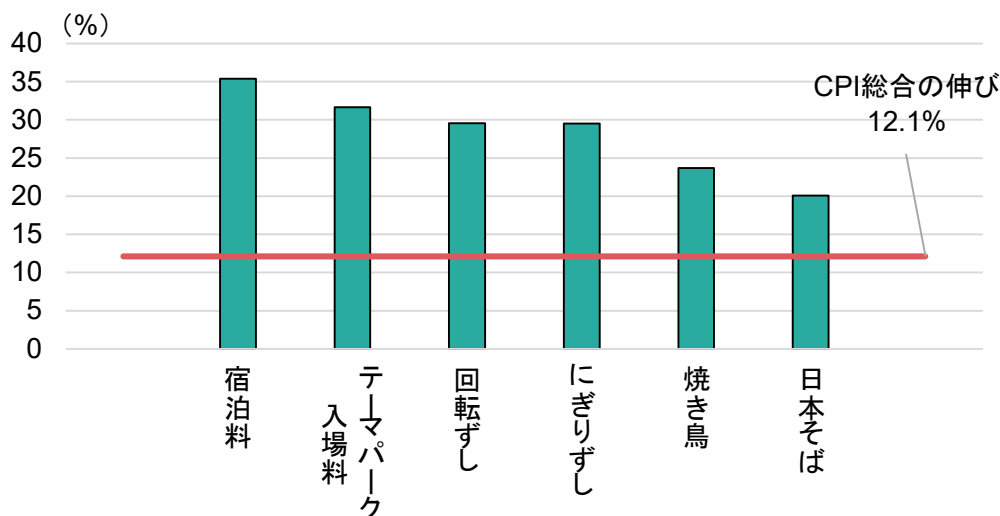
(注 1) 2020 年 4～6 月期から 2022 年 10～12 月期まで、新型コロナウイルス感染症の影響で公表なし

(注 2) 2020 年 1～3 月期と 2023 年 1～3 月期、同年 4～6 月期はコロナ禍の影響で過去を大幅に上回る水準だったため、グラフの見やすさのためカット

(出所) 観光庁「インバウンド消費動向調査」、Federal Reserve Board

さらに、日本では 2022 年以降、インフレ率が上昇し、宿泊費をはじめとする観光関連財・サービスの価格も大きく値上がりしている。コロナ禍での行動制限の緩和によりインバウンド需要や日本人の外出需要が急速に回復し、需給バランスが崩れた結果、観光関連物価は 2019 年比で物価全体を上回る上昇となった(図表 9)。下図の通り、観光関連財・サービスの価格は 2019 年から 2 割以上上昇した一方、中国人観光客の一人当たり消費額は円建てで 1 割強の上昇にとどまっており(前掲図表 3)、円換算でも実質消費額は 2019 年比で減少したと考えられる。

図表 9 観光関連の物価上昇率(2025 年 8 月、19 年同月比)



(注) 「回転ずし」、「にぎりずし」、「焼き鳥」、「日本そば」はいずれも外食
(出所) 総務省統計局「消費者物価指数」

2019 年の中国人によるインバウンド消費の内訳では、宿泊費が全体の 20.4%、飲食費が 16.7%を占めていたが、2025 年 1～9 月には宿泊費が 29.2%、飲食費が 20.8%と大きく上昇した。一方、消費額のうち最大の割合を占める買物代は、2019 年の 52.9%から 2025 年 1～9 月には 37.6%へと低下している。日本の物価上昇により、中国人観光客は宿泊や飲食のような必要な支出以外の買い物を控える傾向が強まっている。その結果、かつて話題となった「爆買い」は影を潜めている。

なお、中国人観光客のインバウンド消費意欲が低下している背景には、日本の物価上昇だけでなく、中国経済の減速や、越境 EC の普及により中国国内でも日本の商品が手軽に適正な価格で購入できるようになったことが挙げられる。こうした中国側の構造的な要因も影響していることから、今後日本のインフレが落ち着いたとしても、中国人のインバウンド消費の大幅な増加は期待しにくいだろう。

3. 今後の展望

今後の中国人のインバウンド消費については、一定の増加が見込まれるものの、急激な伸びは期待しにくい。中国経済は減速傾向にあるが、実質 GDP は毎年 5%前後で成長しており、経済格差の縮小に伴い、海外旅行が可能な中間層も増加している。中国の人口は 14 億人だが、2019 年に海外に出かけたのは延べ 1 億人程度だった。一方、人口が中国の 10 分の 1 以下である日本の同年の出国者数は約 2,000 万人であり、中国の海外旅行者数には今後も拡大の余地が残されている。

また、タイの治安に対する中国人の懸念が足元で高まっているが、これは単にイメージの問題ではなく、実際にタイの治安には問題もある。そのため、中国人のタイへの旅行の回復は当面見込みにくく、日本に需要がシフトした状況は続くと思われる。国際的なシンクタンクの経済平和研究所の世界平和度指数によれば、犯罪認知件数や殺人率に関する指標はタイが中国よりも悪い水準となっている。客観的事実に裏打ちされた悪いイメージを払拭するのは容易ではないだろう。

以上より、中国人の訪日旅行は増加が予想されるものの、為替動向が訪日中国人数や一人当たり消費額を下押しする可能性がある。直近では、10 月初旬に拡張的な財政・金融政策を掲げる高市早苗氏が自民党総裁に就任し、早期利上げ観測が後退したことなどから円安が進んだ。もっとも、高市新首相は衆参両院で少数与党という環境の下、経済政策を思うように実行できない可能性があるうえ、金利水準やインフレ動向を踏まえ、日本銀行による追加利上げが年内にも実施されとの見方が依然優勢であることから、円安が一段と進む可能性は低い。今後は現状維持、もしくは緩やかな円高が進むとみられ、為替動向は訪日中国人数と一人当たり消費額をいずれも下押しするだろう。

中国人の訪日旅行消費がかつてのような高成長を見込めない現状は、日本のインバウンド業界にとって厳しい面もあるが、新たな機会にもなり得る。コロナ禍明けのインバウンド回復に伴い、京都や北海道などの人気観光地にキャパシティを超える観光客が殺到し、観光公害やオーバーツーリズムなどの問題が注目されるようになった。こうした中、日本政府は 2023 年に「観光立国推進基本計画」を閣議決定し、持続可能な形での観光立国の復活を目指し、質の向上を重視する姿勢を示したものの、問題は未だ解消されず、観光産業の今後の成長に不透明感をもたらしている。今後は、中国からの観光客の伸び悩みを逆に好機と捉え、量の拡大でなく、質の向上や付加価値の創出に注力する戦略をこれまで以上に強化し、持続可能な形で観光地としての魅力を高めることが重要となる。

－ ご利用に際して －

- 本資料は、執筆時点で信頼できるとされる各種データに基づいて作成されていますが、当社はその正確性、完全性を保証するものではありません。
- また、本資料は、執筆者の見解に基づき作成されたものであり、当社の統一した見解を示すものではありません。
- 本資料に基づくお客さまの決定、行為、およびその結果について、当社は一切の責任を負いません。ご利用にあたっては、お客さまご自身でご判断くださいますようお願い申し上げます。
- 本資料は、著作物であり、著作権法に基づき保護されています。著作権法の定めに従い、引用する際は、必ず出所:三菱 UFJ リサーチ&コンサルティングと明記してください。
- 本資料の全文または一部を転載・複製する際は著作権者の許諾が必要ですので、当社までご連絡ください。