

NEWS RELEASE

2026 年 1 月 20 日

各位

三井住友カード株式会社

三井住友カード 訪日外国人のクレジットカード消費動向レポート ～2025年のクレジットカード決済額は2024年比20%増～

三井住友カード株式会社（本社：東京都江東区、代表取締役社長：大西 幸彦、以下：「三井住友カード」）は、三井住友カードが保有する決済データをもとに、訪日外国人のクレジットカード消費動向を時系列、決済地域別、国・地域別、業種別などに細分化して整理・分析したレポートを作成しましたので、お知らせします。

1. 調査結果

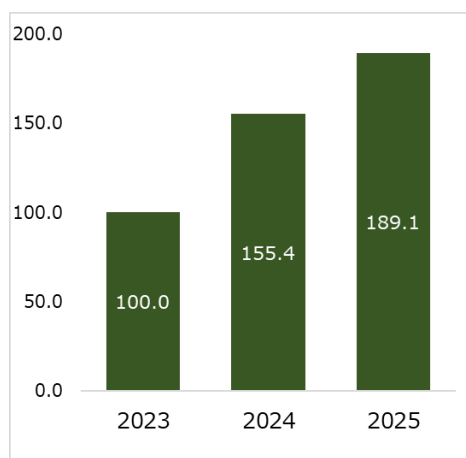
(1) 決済額の推移

クレジットカード決済データに基づく 2025 年のインバウンド消費額は、コロナ禍後期である 2023 年から約 1.9 倍の成長を記録しました。さらに、前年の 2024 年からも約 20%の成長を維持しており、円安の追い風を受けて引き続き堅調に拡大しました。加えて、4 月から 10 月にかけて開催された大阪・関西万博もインバウンド消費を押し上げる一因となりました。

月別の動向では、桜が見頃を迎える 4 月や紅葉の美しい 10 月に、消費が特に好調でした。また、2024 年には 2 月であった旧正月（春節）が 2025 年は 1 月 29 日にあたったことから、これに伴う旅行需要が高まり、1 月の決済額は前年を大きく上回る結果となりました。

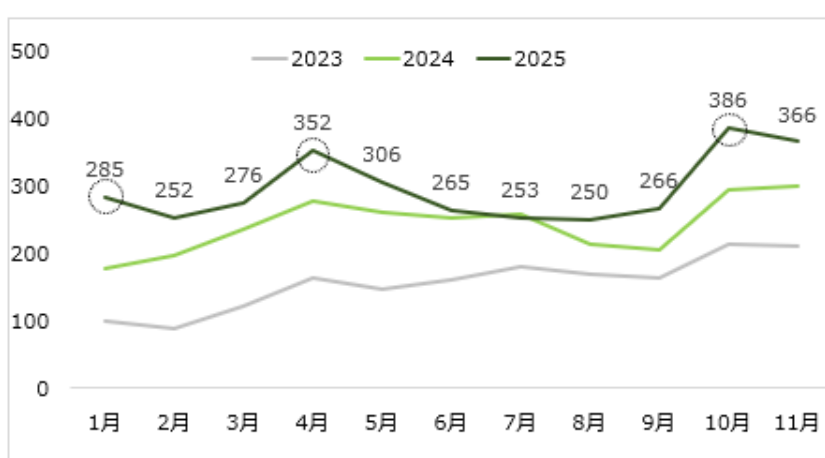
決済額年次推移

(金額指数(2023 年 1-11 月の決済額=100))



決済額月次推移

(金額指数(2023 年 1 月の決済額=100))



いいキャッシュレスが、いい毎日を作る。

Have a good Cashless.

(2)決済地域別の推移

決済額のボリュームは関東や近畿が依然として大きいものの、前年同期比では四国・中国・東北の成長率が高く、インバウンドのゴールデンルートから地方部への消費拡大が見られます。国際線の増便、キャッシュレス決済の普及、SNS による魅力の発信などが一因として挙げられます。特に愛媛県や山形県、岡山県などでは、その土地ならではの飲食消費が好調でした。

関東と近畿を比較すると、近畿の成長率が顕著であり、関東の伸びを 2 倍近く上回っています。金額ボリュームが大きい都道府県においては、東京・千葉は高い水準で安定している一方、大阪の成長率は顕著に高く、成長を続けています。この背景には、大阪・関西万博の開催や、それに伴うキャッシュレス決済の広がり、宿泊やレジャー利用の増加が寄与していると考えられます。

地域別の訪日外国人決済額推移

(金額指数(2023 年 1-11 月の全国の決済額=100))

	期間	期間	期間		
	2023年 (1-11月)	2024年 (1-11月)	2025年 (1-11月)	2023年 同期比(%)	2024年 同期比(%)
関東	59.0	86.3	99.6	+68.9	+15.4
近畿	26.2	43.6	56.6	+116.3	+29.8
九州沖縄	5.8	9.9	12.4	+112.5	+25.1
中部	3.8	7.1	8.5	+122.7	+19.5
北海道	3.6	5.8	8.0	+122.7	+37.4
中国地方	0.7	1.1	1.7	+134.9	+52.3
東北	0.5	0.8	1.2	+148.4	+47.0
四国	0.4	0.7	1.1	+168.3	+66.4
全国	100.0	155.4	189.1	+89.1	+21.7

決済額上位 10 都道府県の
訪日外国人決済額推移

(金額指数(2023 年 1-11 月の全国の決済額=100))

	期間	期間	期間		
	2023年 (1-11月)	2024年 (1-11月)	2025年 (1-11月)	2023年 同期比(%)	2024年 同期比(%)
東京都	46.5	67.8	78.1	+67.9	+15.2
大阪府	19.5	32.4	42.4	+117.2	+30.8
千葉県	9.9	14.9	17.0	+71.7	+14.5
京都府	5.3	9.0	11.2	+110.3	+24.2
福岡県	3.7	6.5	8.0	+116.2	+23.2
北海道	3.6	5.8	8.0	+122.7	+37.4
神奈川県	2.1	3.0	3.7	+79.1	+22.7
愛知県	1.4	3.0	3.4	+140.2	+14.0
沖縄県	1.1	1.8	2.5	+126.1	+44.7
兵庫県	0.8	1.3	1.9	+135.8	+47.1
全国	100.0	155.4	189.1	+89.1	+21.7

(3)国・地域別の決済額構成比

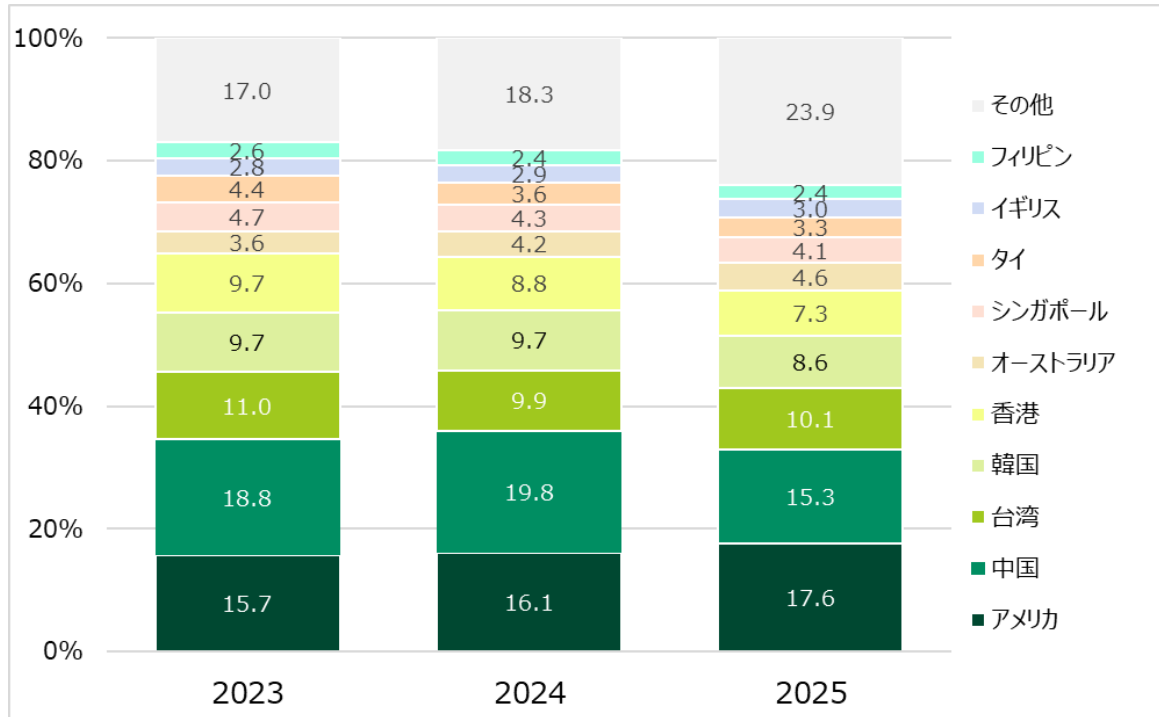
国・地域別の動向を見ると、金額上位の国・地域の中では、歴史的な円安を背景に、遠方であるアメリカやオーストラリアのシェアが伸長しています。

一方、2024 年と比較して上位 10 か国・地域を合算したシェアが 5.6 ポイント低下しており、特定の国・地域に依存しない「訪日客の多様化」が急速に進みました。特にドイツやカナダをはじめとする欧米諸国の決済額が増加し、シェアが拡大しています。

こうした傾向は 2025 年 4 月の大阪・関西万博開幕以降、さらに加速しており、日本に訪れる観光客の構成の変化が進んだ一年となりました。

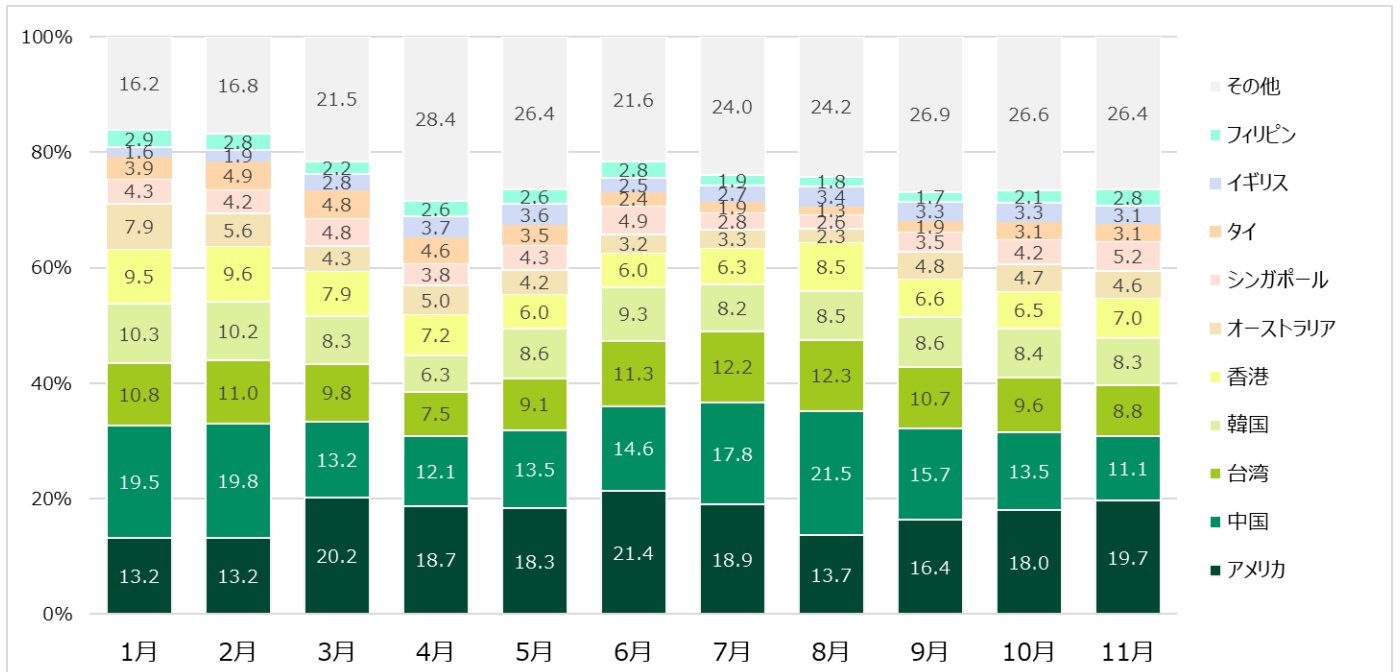
訪日外国人決済額の国・地域別構成比

(決済額上位 10 か国・地域以外を「その他」として合算)



2025 年月別 訪日外国人決済額の国・地域別構成比推移

(決済額上位 10 か国・地域以外を「その他」として合算)



(4) 決済業種別の推移

業種別では、飲食、テーマパークといった「コト消費」に関連する業種が好調です。特に香港、タイ、フィリピンなどでは、日本食に対する関心の高さが見られました。

一方で、免税店や貴金属・時計の売上は減少傾向にあり、その傾向は特に決済額上位 10 か国・地域で顕著です。これら上位の国・地域では訪日リピーター層が拡大しており、訪問回数を重ねるにつれて、購買行動が「高額なモノ消費」から「体験重視のコト消費」へシフトしているものと推察されます。

業種別の決済額推移

(金額指数(2023 年 1-11 月の全業種合計=100))

	期間	期間	期間	2023年	2024年
	2023年	2024年	2025年	2023年	2024年
	(1-11月)	(1-11月)	(1-11月)	同期比(%)	同期比(%)
ホテル・旅館	22.5	32.5	37.5	+66.3	+15.3
ショッピングセンター・百貨店	17.4	29.1	34.3	+97.0	+18.0
空港店舗	13.6	19.5	20.7	+52.5	+5.8
飲食店・レストラン	4.2	8.1	13.0	+208.6	+60.7
テーマパーク	4.9	6.9	9.2	+89.8	+33.7
免税店	3.8	9.0	8.0	+110.2	-11.5
貴金属・時計	7.4	8.8	7.0	-5.9	-20.8
家電量販店	3.7	5.7	6.5	+76.1	+13.7
衣服小売	2.8	4.3	5.6	+103.0	+29.7
その他	19.7	31.3	47.3	+139.9	+51.0
合計	100.0	155.4	189.1	+89.1	+21.7

貴金属・時計、免税店決済額の前年同期比較

	2024年同期比(%)	
	上位10か国・地域	その他の国・地域
貴金属・時計	-25.1	+16.8
免税店	-14.9	+37.1

2. 展望と示唆

インバウンド消費の伸びは、緩やかになりつつも依然として成長過程にあり、2030 年の政府目標である訪日客 6,000 万人・消費額 15 兆円の達成に向けて、引き続き伸びていくものと見られます。訪日客の国・地域は多様化しており、アジア以外からの訪日も増加傾向にあります。これに伴い、観光ニーズの多様化も進んでいくものと予想されます。

また、消費動向は高額な「モノ消費」から、その土地でしか味わえない食や文化を重視する「コト消費」へシフトしています。同時に、訪問先も都市部から地方部へと着実に広がっており、地方部にとっては、都市部にはない独自の魅力を発信し、訪日客にその土地ならではの体験を楽しんでもらう絶好の機会といえます。特に、地方ならではの食文化は、体験型消費拡大の潮流と合致し、高付加価値な消費を生み出す可能性があります。

さらに、訪日客がリピート訪問をする際、これまで訪れたことのない地域の新たな魅力を求める傾向も見られます。今後は、地域の魅力の効果的な発信や、観光資源の磨き上げを進めるとともに、キャッシュレス決済を含む観光インフラの整備が一層期待されます。

＜本レポートに関するご留意事項＞

- ・三井住友カードが保有するクレジットカード決済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。
- ・分析には、2025 年 11 月末までの決済データを使用しています。
- ・調査対象は日本国外で発行された、Visa、Mastercard、銀聯ブランドのクレジットカードの当社加盟店における決済データです。
- ・加盟店の業種区分は三井住友カードにて分類した区分です。
- ・三井住友カードが保有するクレジットカード決済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。
- ・資料上の考察は三井住友カードの独自の想定見解であり、確定事項ではございません。

＜三井住友カード データ分析サービス「Custella」について＞



「Custella」は、三井住友カードが保有するキャッシュレスデータを統計化し、個人や加盟店が特定されない形で、顧客属性や購買実績などを多角的に分析・可視化することで、加盟店のマーケティングを支援する分析サービスです。

＜業種別消費レポート「Custella Trend（カステラ トренд）」について＞

世の中の消費トレンドを業種別、性・年代別、エリア別などで分析可視化したレポートを、ご登録いただいたメールアドレスに毎月お届けする無料配信の WEB レポートサービスです。顧客消費トレンドを捉え、世の中の変化への打ち手としてご利用いただけます。

Custella Trend（カステラ トренд） 申込サイト

<https://custella.smbc-card.com/custellatrend/apply>



以 上