

VISA
査証

WELCOME
歡迎光臨

訪日外国人消費指数の動きと 季節変動パターン

~ *Traveler Consumption Index* ~

平成29年4月4日

経済解析室

SHOPPING
ショッピング

SIGHTSEEING
日本観光

訪日外国人数、旅行消費額とも過去最高。一人当たり支出は減少。

- 平成28年の訪日外国人旅行消費額は、前年比プラス7.8%の3兆7,476億円と過去最高の数値。
- 訪日外国人数は、前年比プラス21.8%の2,403万9千人と、過去最高の数値。
- 一方で、旅行者1人当たり旅行支出額は前年比マイナス11.5%の15万5,896円と減少。

	訪日外国人旅行者数		旅行消費額		一人当たりの旅行支出額	
	(千人)	前年比 (%)	(億円)	前年比 (%)	(円)	前年比 (%)
平成24年	8,358	34.4	10,846	33.3	129,763	-0.8
25年	10,364	24.0	14,167	30.6	136,693	5.3
26年	13,413	29.4	20,278	43.1	151,174	10.6
27年	19,737	47.1	34,771	71.5	176,167	16.5
28年	24,039	21.8	37,476	7.8	155,896	-11.5

(資料) 訪日外国人消費動向調査 (観光庁)、訪日外客数 (日本政府観光局)

訪日外国人消費指数とは？

- 訪日外国人消費指数（TCI）とは、訪日外国人の消費金額を、消費者物価指数を用いて**実質指数化**したもの。
- 費目ごとに実質化することにより、日本国内の価格変化の影響を除外した動きを見ることができるようになる。
- 訪日外国人の消費金額については、訪日外国人消費動向調査（観光庁）の訪日客1人当たりの費目別売上高に、訪日外客数（日本政府観光局）を乗ずることで算出。
- 費目ごとの実質指数を加重平均するウェイトは、**サービス産業（第3次産業）活動指数と比較できるウェイト**として算出。
- **国内のサービス産業の動向と訪日外国人消費の動きの関係**を分析できるように設計。
- 試験的に季節調整を実施し、前年比だけでなく、四半期の前期比も計算でき、**足元の動きの方向感も見定める**ことができる。

訪日外国人消費指数（TCI）のしくみ

宿泊料金 飲食費
交通費 娯楽サービス費
買物代 その他
の6系列

宿泊料金指数

1人当たり費目別
支出額

季節調整

費目別
消費額

原指数

季節調整済
指数

訪日外客数

実質化

ウェイト算出
↓
費目別指数を加重平均

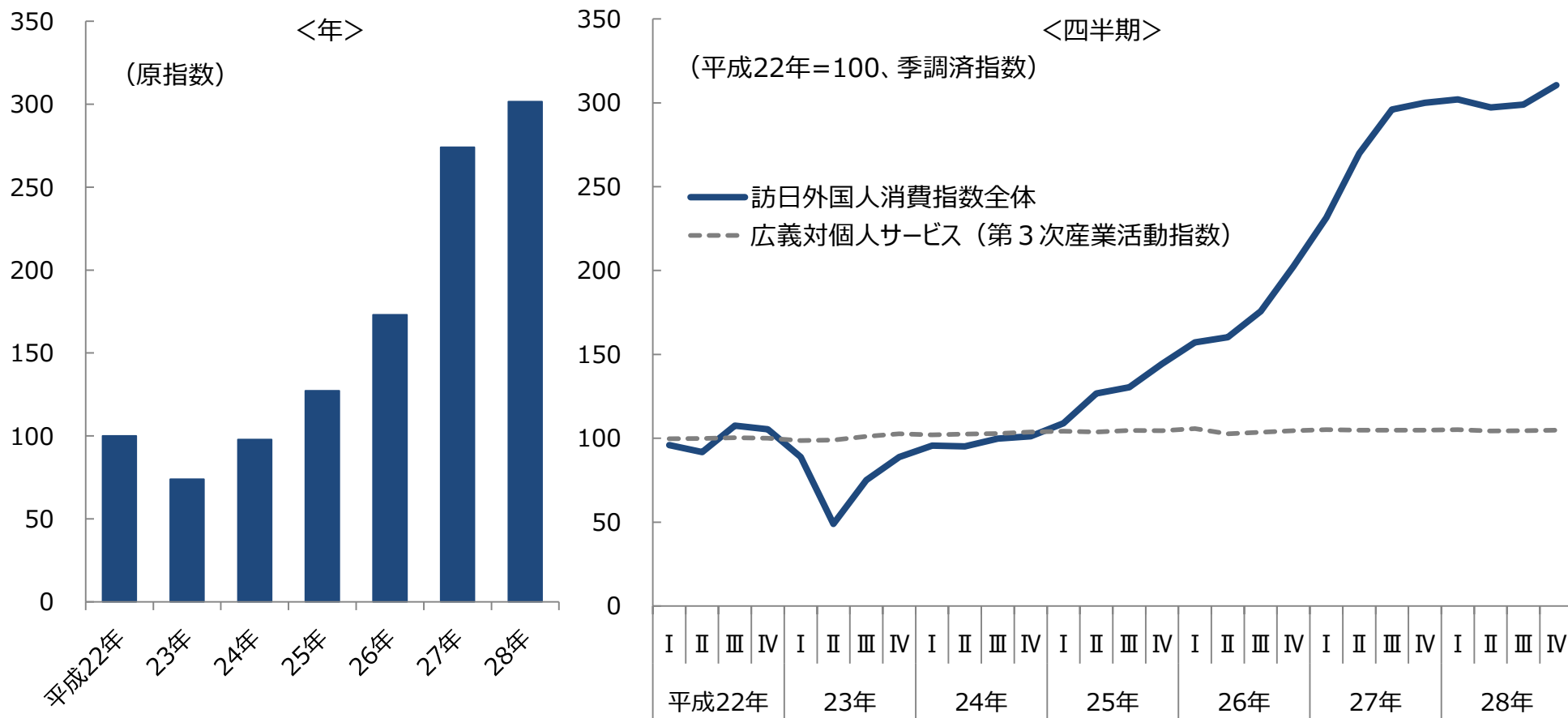
訪日外国人
消費指数

※上記図表についての詳細は、37～39頁「（参考）訪日外国人消費指数の作成方法」を参照。

（資料）訪日外国人消費動向調査（観光庁）、訪日外客数（日本政府観光局）、消費者物価指数（総務省）などを用いて試算。

28年の訪日外国人消費指数は高い水準で横ばい

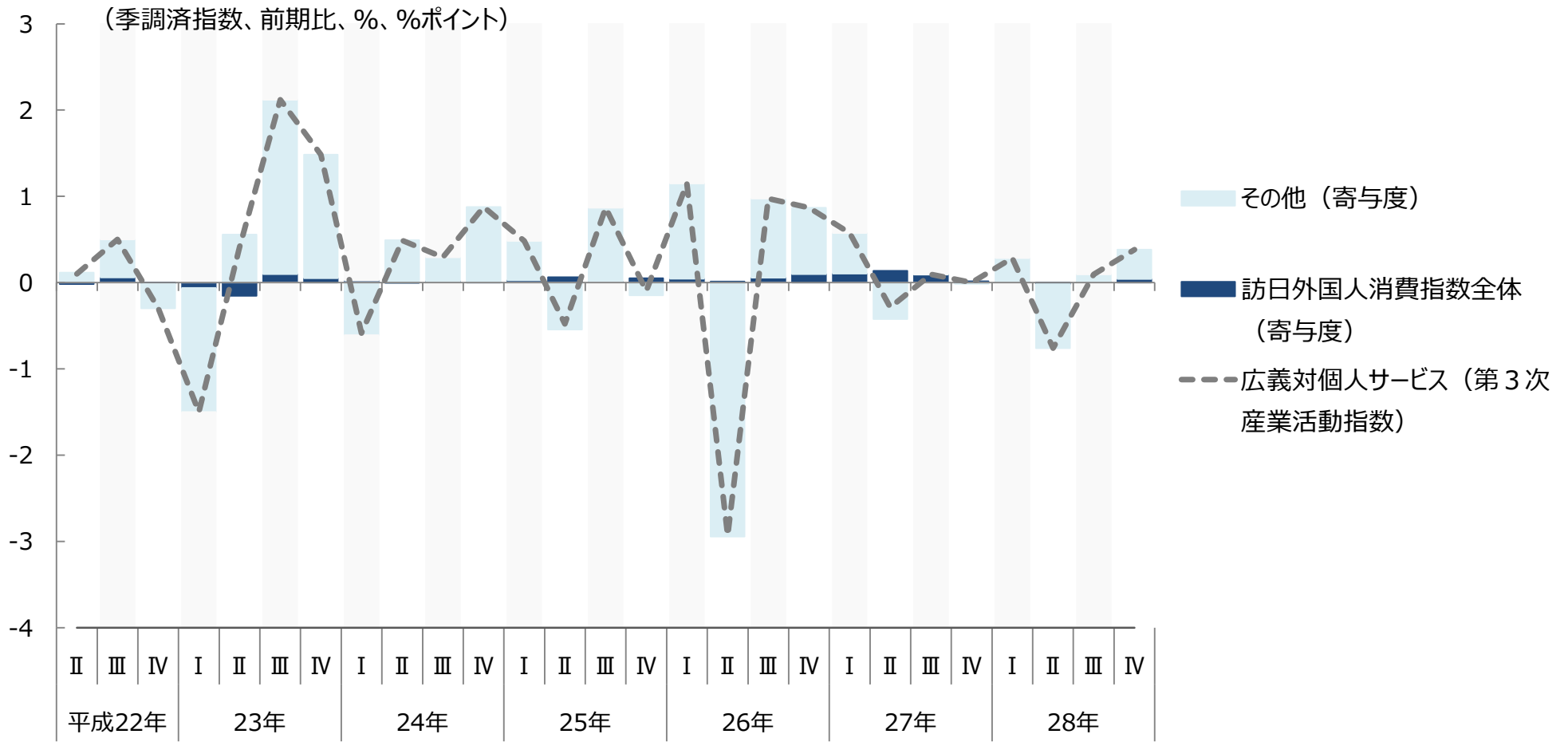
- 訪日外国人消費指数は、5年連続で前年比上昇も、27年第4四半期に指数レベル300になった後、急上昇はみせなくなり、横ばいに。
- 28年第2四半期には、4年ぶりに前期比マイナスもみせたが、第4四半期は前期比3.8%上昇。



(資料) 訪日外国人消費指数：訪日外国人消費動向調査（観光庁）、訪日外客数（日本政府観光局）、消費者物価指数（総務省）などを用いて試算。

28年の訪日外国人消費指数の対個人サービス前期比への寄与推移

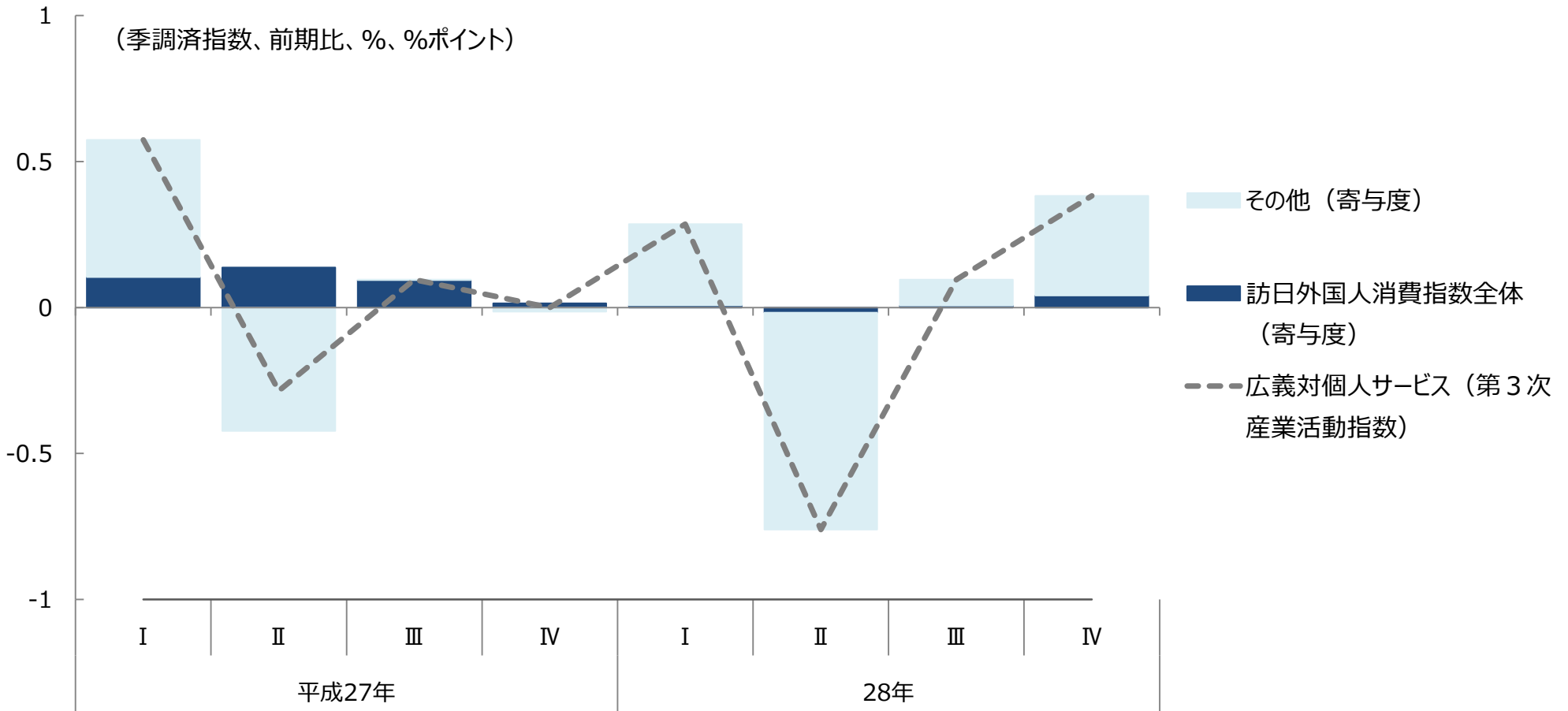
- 小売業を含む対個人サービス活動全体の前期比変動に対する訪日外国人消費指数の影響度合い（寄与）は、限定的。
- 23年第3四半期以降プラス寄与が続き、最もプラスに寄与したのは27年第2四半期の0.14%ポイント。



(資料) 訪日外国人消費指数：訪日外国人消費動向調査（観光庁）、訪日外客数（日本政府観光局）、消費者物価指数（総務省）などを用いて試算。

平成27、28年の訪日外国人消費指数の寄与

- 訪日外国人消費指数が急伸した27年は、対個人サービスの前期比に対する訪日外国人消費指数の寄与が目立った。
- 高水準での横ばい推移に移行した28年は、寄与がかなり小さくなったが、第4四半期は、対個人サービスの前期比0.4%に対し、訪日外国人消費の寄与は、0.04%ポイント。

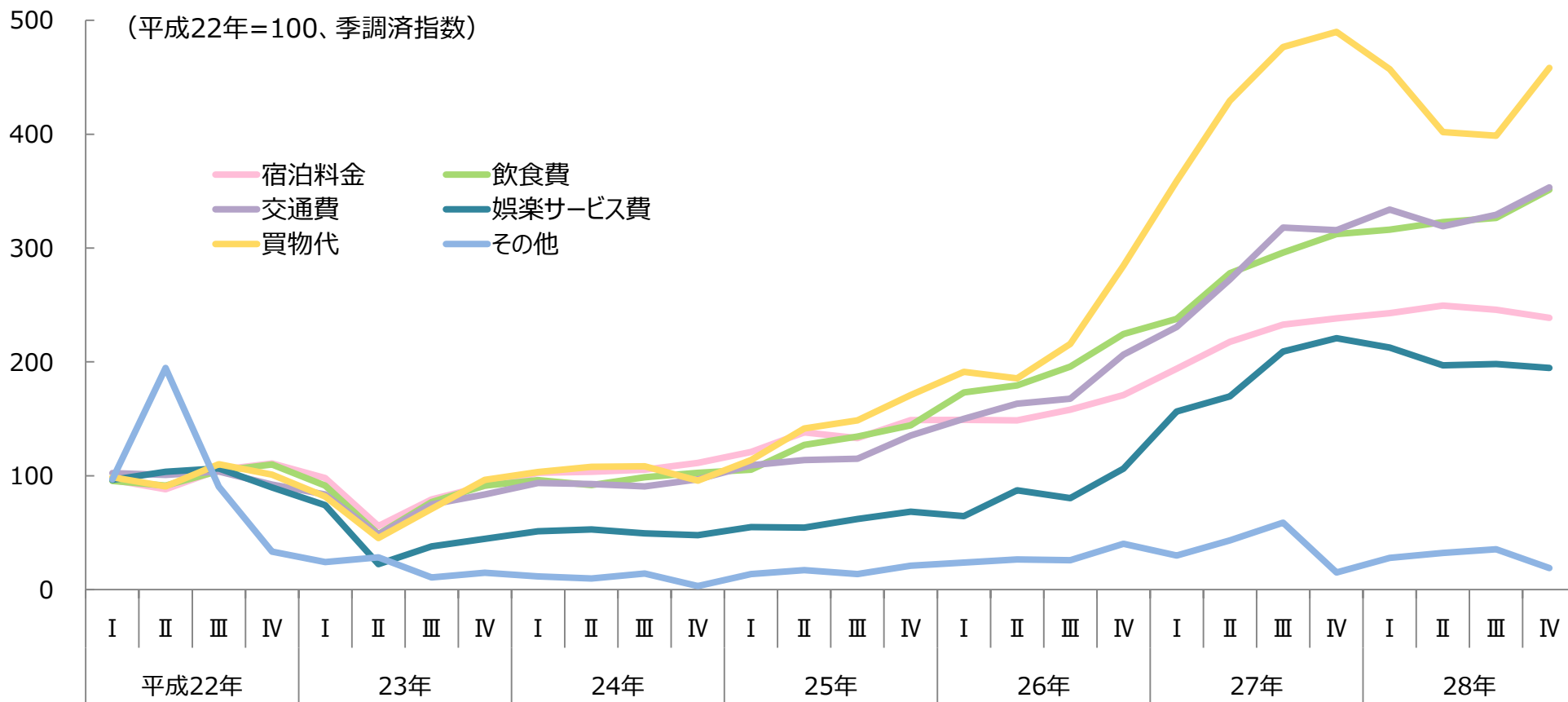


(資料) 訪日外国人消費指数：訪日外国人消費動向調査（観光庁）、訪日外客数（日本政府観光局）、消費者物価指数（総務省）などを用いて試算。

訪日外国人消費の費目別指数と 第3次産業活動指数の業種別の動き

費目別にみた訪日外国人消費指数の推移

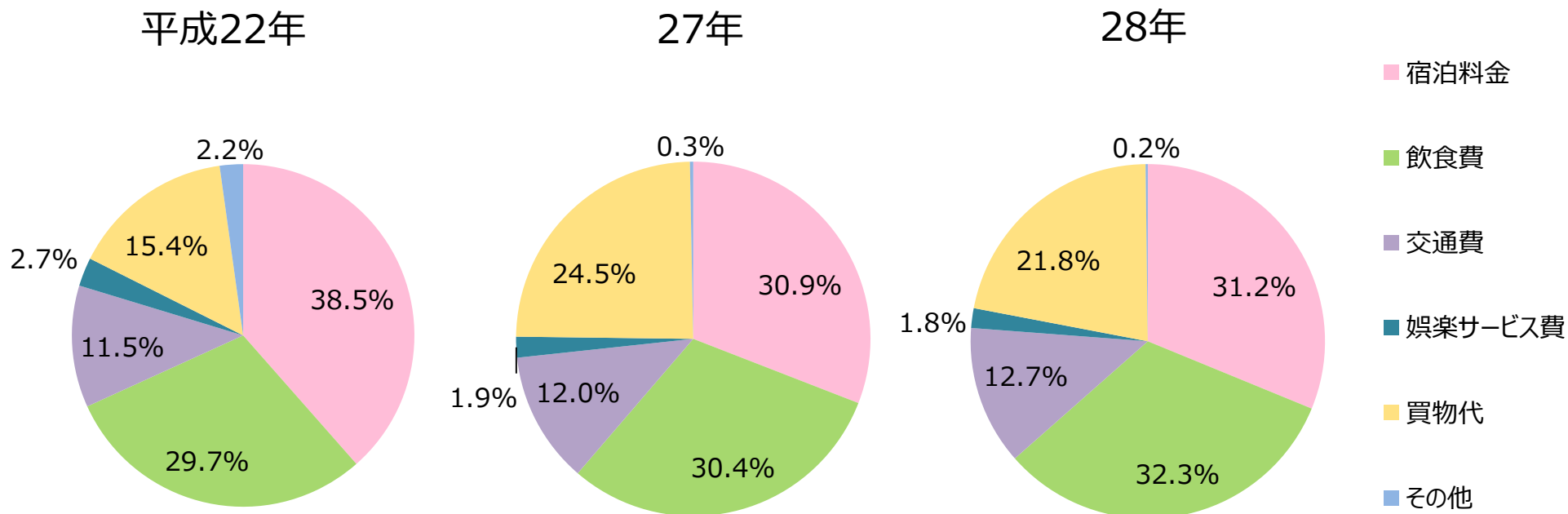
- 費目別指数で、最も伸びの著しいのが買物代。26年後半～27年前半まで買物代は急上昇、その後、円高等の影響から急降下。ただ、28年第4四半期に再度上昇。
- 次いで、伸びが大きいのが、飲食費と交通費。両者とも23年第3四半期以降、比較的安定した上昇推移。
- 宿泊費は28年に入って頭打ち感。娯楽サービス費の伸びは低く、早くも頭打ち状態。



(資料) 訪日外国人消費動向調査(観光庁)、訪日外客数(日本政府観光局)、消費者物価指数(総務省)などを用いて試算。

訪日外国人消費指数の費目別構成比

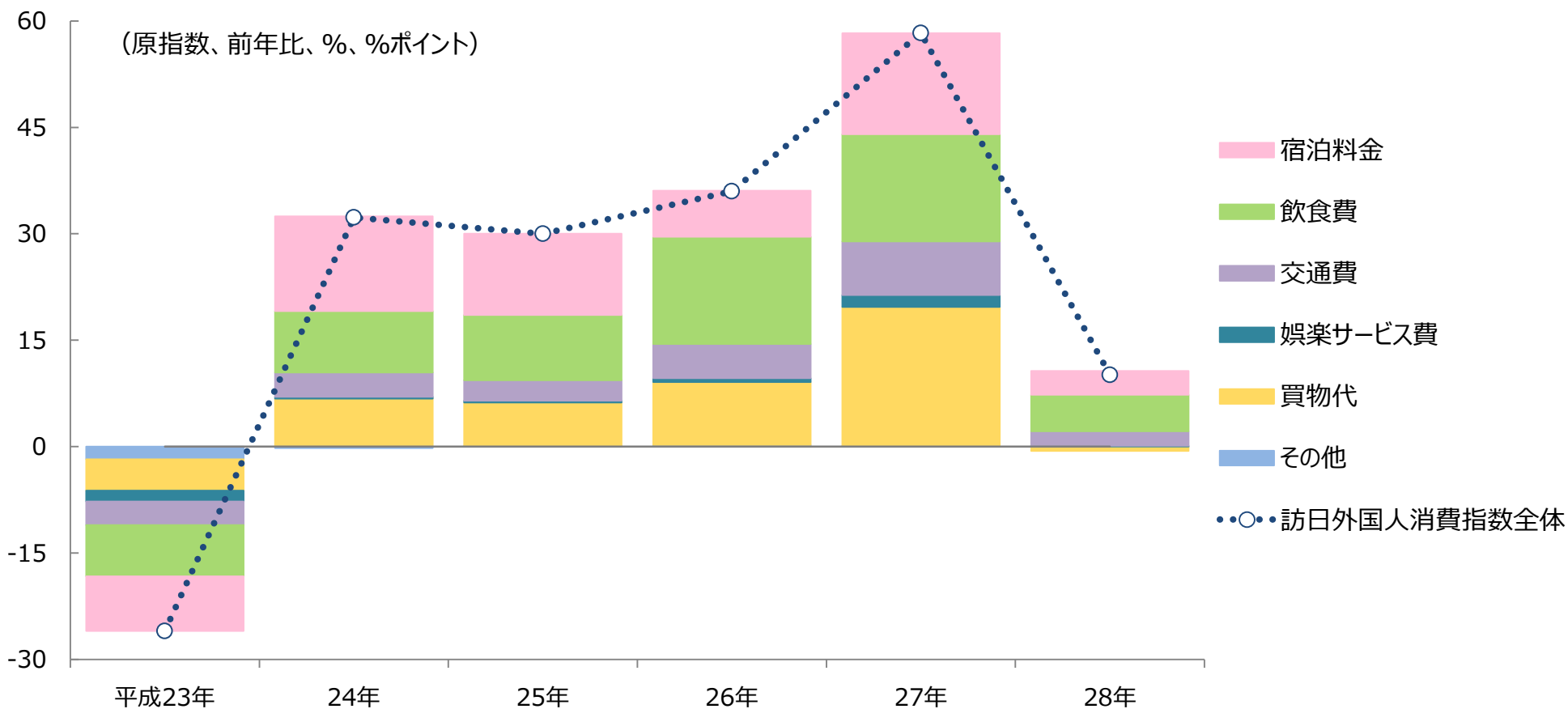
- 費目別構成比をみると、宿泊料金と飲食費の割合が3割を占めているが、22年と比較すると、構成比の逆転がみられる。
- 22年と比較すると、「爆買い」が話題になった27年には、買物代の構成比が上昇し、2割に。
- ほぼ3分の1を占める飲食費とほぼ2割を占める買物代の構成比が伸びている。



(資料) 訪日外国人消費動向調査(観光庁)、訪日外客数(日本政府観光局)、消費者物価指数(総務省)などを用いて試算。
グラフは、費目別指数にそれぞれのウェイトを乗じた数値を用いて作成。

訪日外国人消費指数の費目別寄与度（前年比）

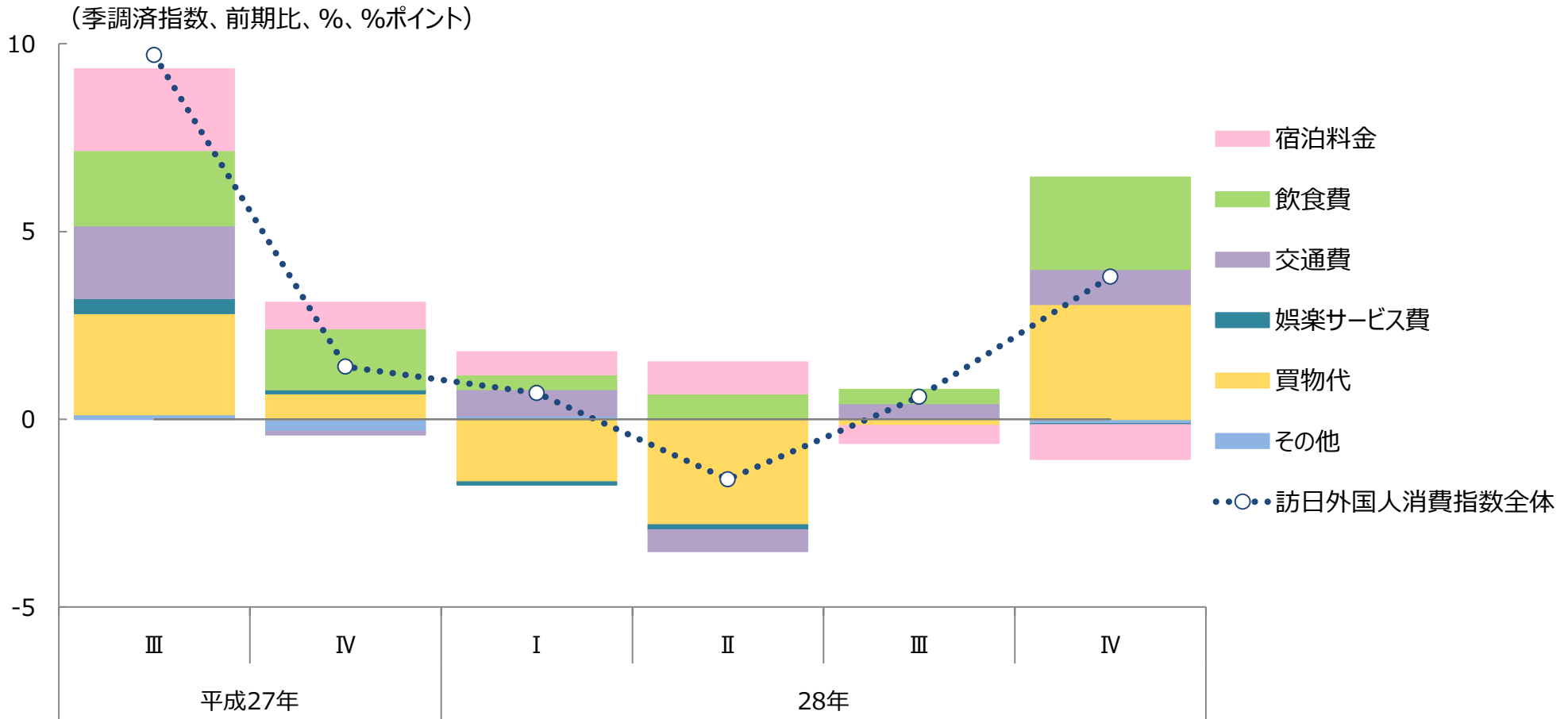
- 24年以降、訪日外国人消費指数の内訳費目別の影響度合い（全体の前年比に対する寄与度）では、低下寄与となった費目は、ほとんどない。ただ、28年には、買物代がわずかな低下寄与となっている。
- 訪日外国人消費という「爆買い＝買物」を思い浮かべるが、買物代は変動が大きく、訪日外国人消費の伸びを安定して支えているのは、実は飲食費や宿泊料金の寄与であることがわかる。



(資料) 訪日外国人消費指数：訪日外国人消費動向調査（観光庁）、訪日外客数（日本政府観光局）、消費者物価指数（総務省）などを用いて試算。

訪日外国人消費指数の費目別寄与度（前期比）

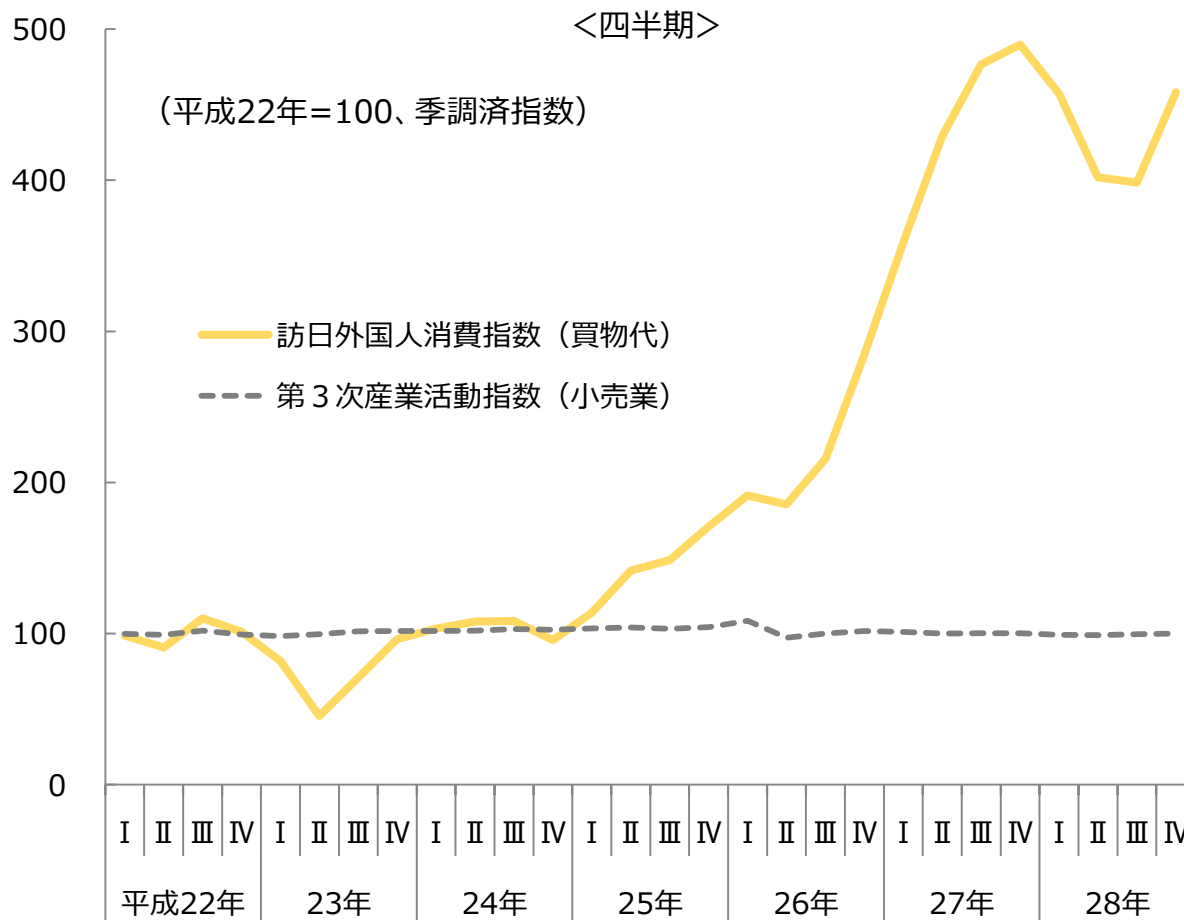
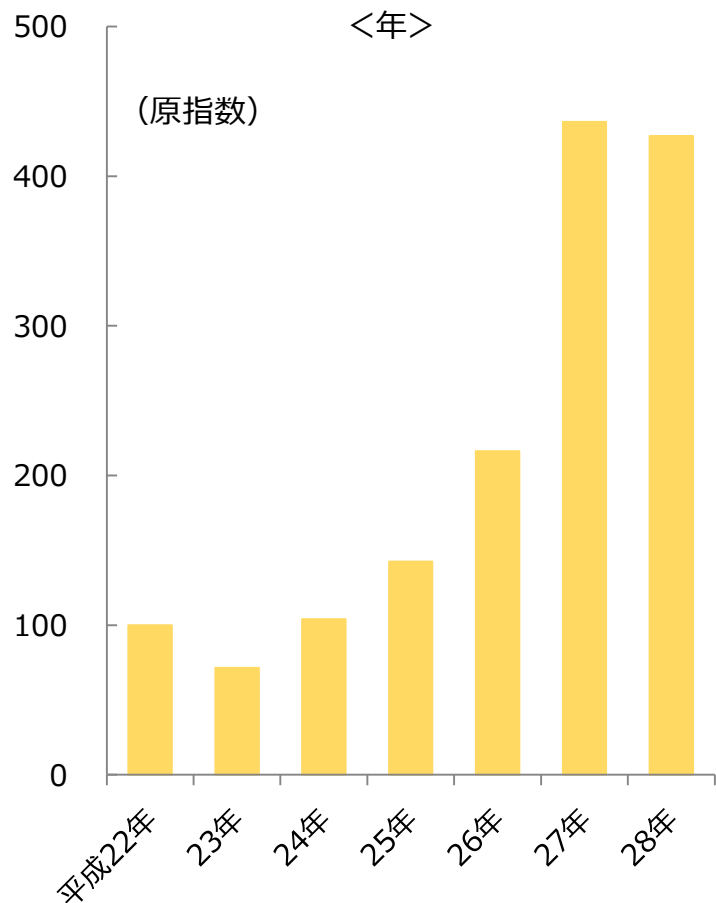
- 27年後半以降、訪日外国人消費指数の内訳費目別の影響度合い（全体の前期比に対する寄与度）をみると、買物代の28年前半のマイナス寄与が目立つ。ただ、同年第4四半期にはプラス寄与に巻き返し。
- 28年後半には宿泊料金が2期連続して低下寄与。飲食費だけは期間を通してプラス寄与を維持し、第4四半期に大きなプラス寄与をみせた。



(資料) 訪日外国人消費指数：訪日外国人消費動向調査（観光庁）、訪日外客数（日本政府観光局）、消費者物価指数（総務省）などを用いて試算。

訪日外国人消費 買物代指数の推移

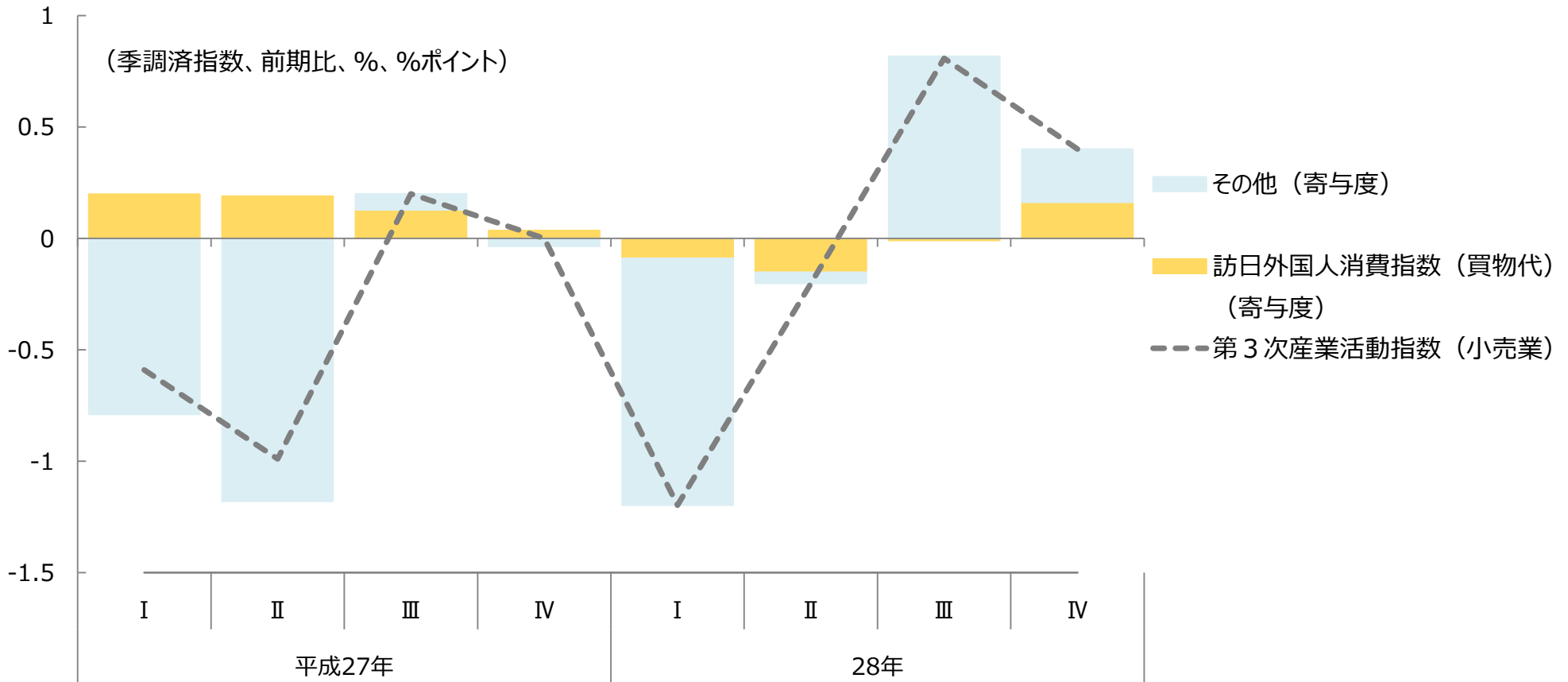
- 訪日外国人消費指数が300台に対し、買物代の指数値は500近い水準で、22年の約5倍。
- 26年第3四半期から1年ほど急上昇、28年に入って急降下。同年第4四半期には再び上昇に。



(資料) 訪日外国人消費指数：訪日外国人消費動向調査（観光庁）、訪日外客数（日本政府観光局）、消費者物価指数（総務省）などを用いて試算。

平成27、28年の訪日外国人消費 買物代指数の寄与

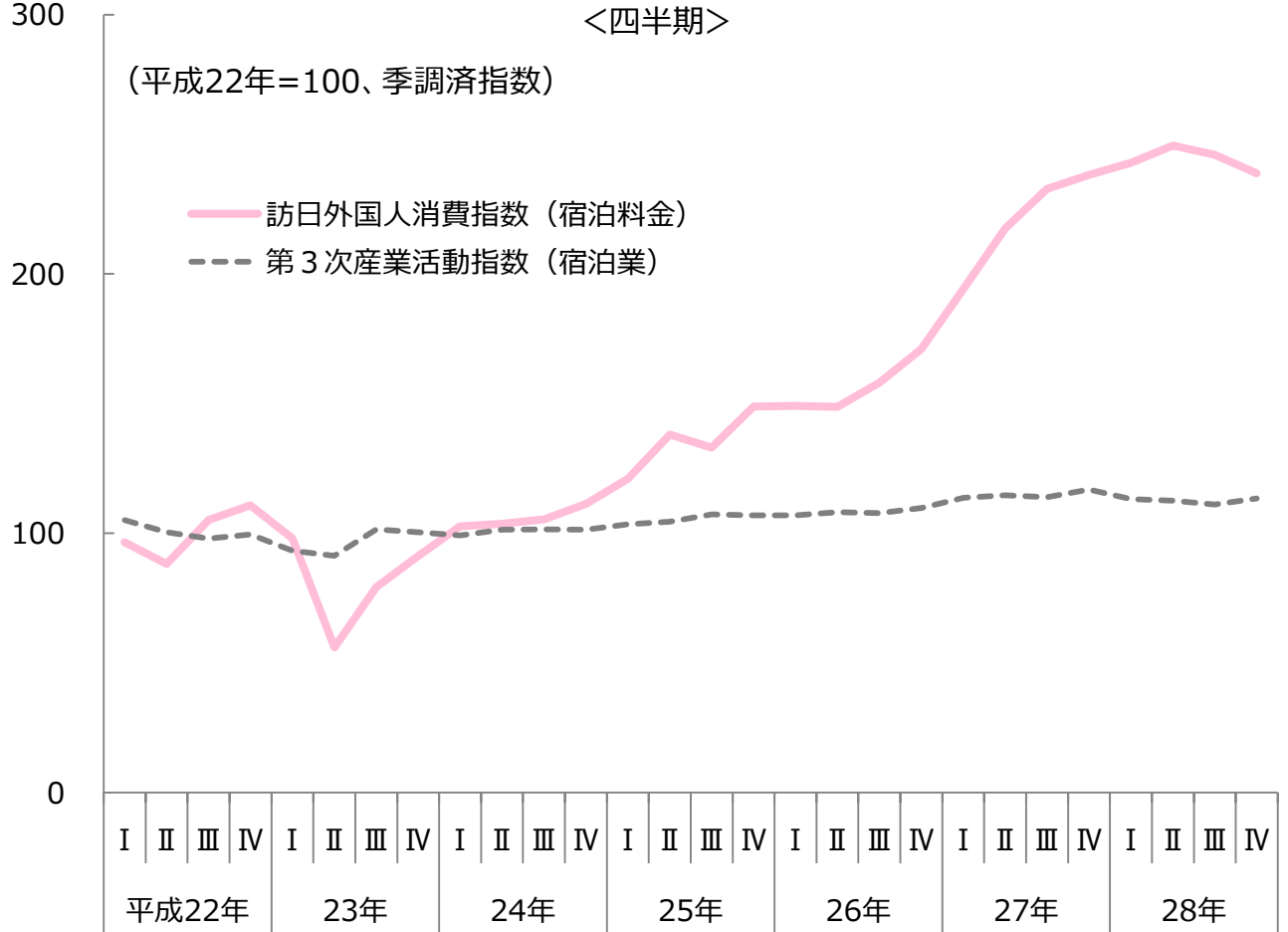
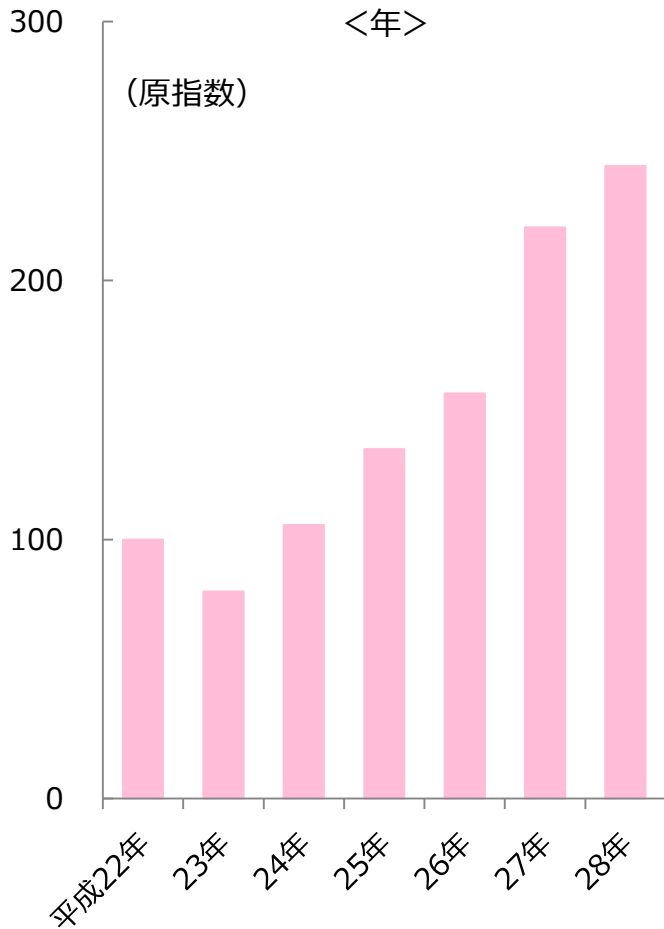
- 国内「小売業」活動に占める訪日外国人消費の割合を試算※すると、28年第4四半期は1.2%。
- 占める割合は小さいが、27年中は、小売業活動に対して、訪日外国人の買物代指数のプラス寄与が目立った。
- 28年の買物代指数はマイナス寄与推移だったが、一転、第4四半期には、小売業の前期比0.4%に対し、買物代指数が0.16%ポイントと半分に近いプラス寄与をみせた。



(資料) 訪日外国人消費指数：訪日外国人消費動向調査（観光庁）、訪日外客数（日本政府観光局）、消費者物価指数（総務省）などを用いて試算。
 ※第3次産業活動指数「小売業」に対する訪日外国人消費指数「買物代」の割合。それぞれウエイトを乗じた指数値で試算。

訪日外国人消費 宿泊料金指数の推移

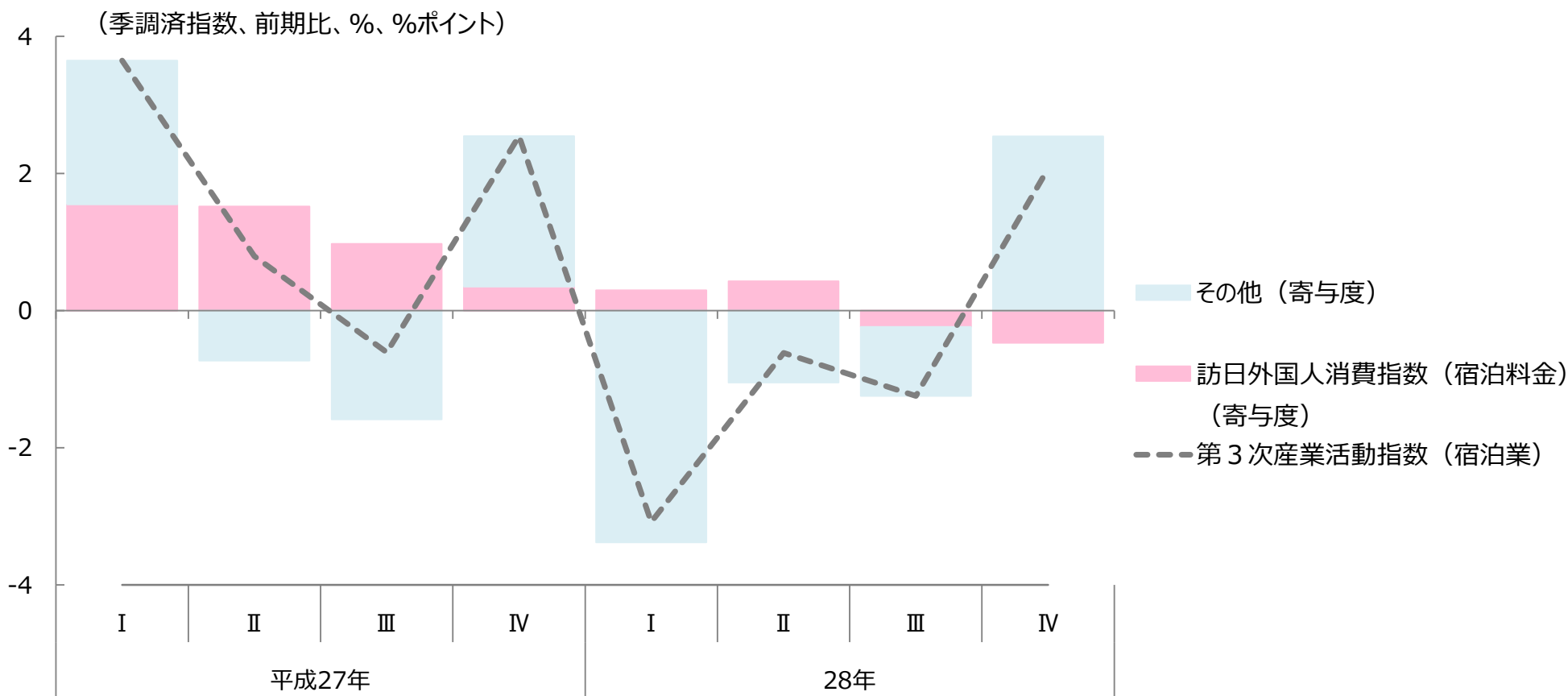
- 訪日外国人消費指数300台に対し、宿泊料金の指数値は250前後の水準に留まっている。
- 26年第3四半期以降高い伸びを見せたが、27年第3四半期に鈍化、28年の第3、4四半期は2期連続の前期比低下となっている。



(資料) 訪日外国人消費指数：訪日外国人消費動向調査（観光庁）、訪日外客数（日本政府観光局）、消費者物価指数（総務省）などを用いて試算。

平成27、28年の訪日外国人消費 宿泊料金指数の寄与

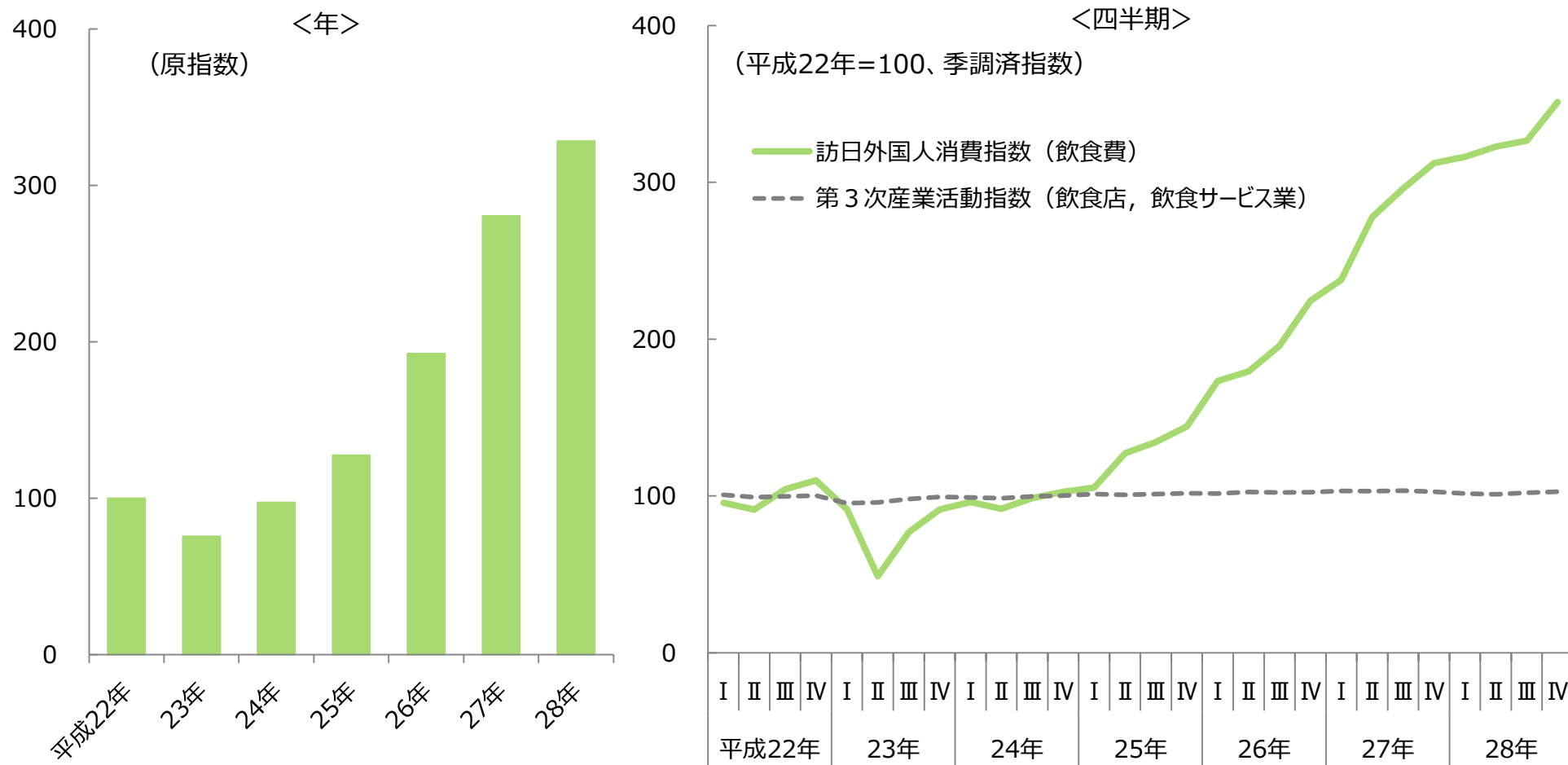
- 国内「宿泊業」活動に占める訪日外国人消費の割合を試算※すると、28年第4四半期は15.5%。他の費目に比べると、かなり高めの割合で、宿泊業前期比に対する寄与も大きい。
- 27年の各期に大きなプラス寄与だったが、28年には寄与幅が縮小。第3、4四半期はマイナス寄与となっており、第4四半期には、宿泊業全体の前期比2.1%に対し、宿泊料金指数が-0.47%ポイントの低下寄与。



(資料) 訪日外国人消費指数：訪日外国人消費動向調査（観光庁）、訪日外客数（日本政府観光局）、消費者物価指数（総務省）などを用いて試算。
 ※第3次産業活動指数「宿泊業」に対する訪日外国人消費指数「宿泊料金」の割合。それぞれウェイトを乗じた指数値で試算。

訪日外国人消費 飲食費指数の推移

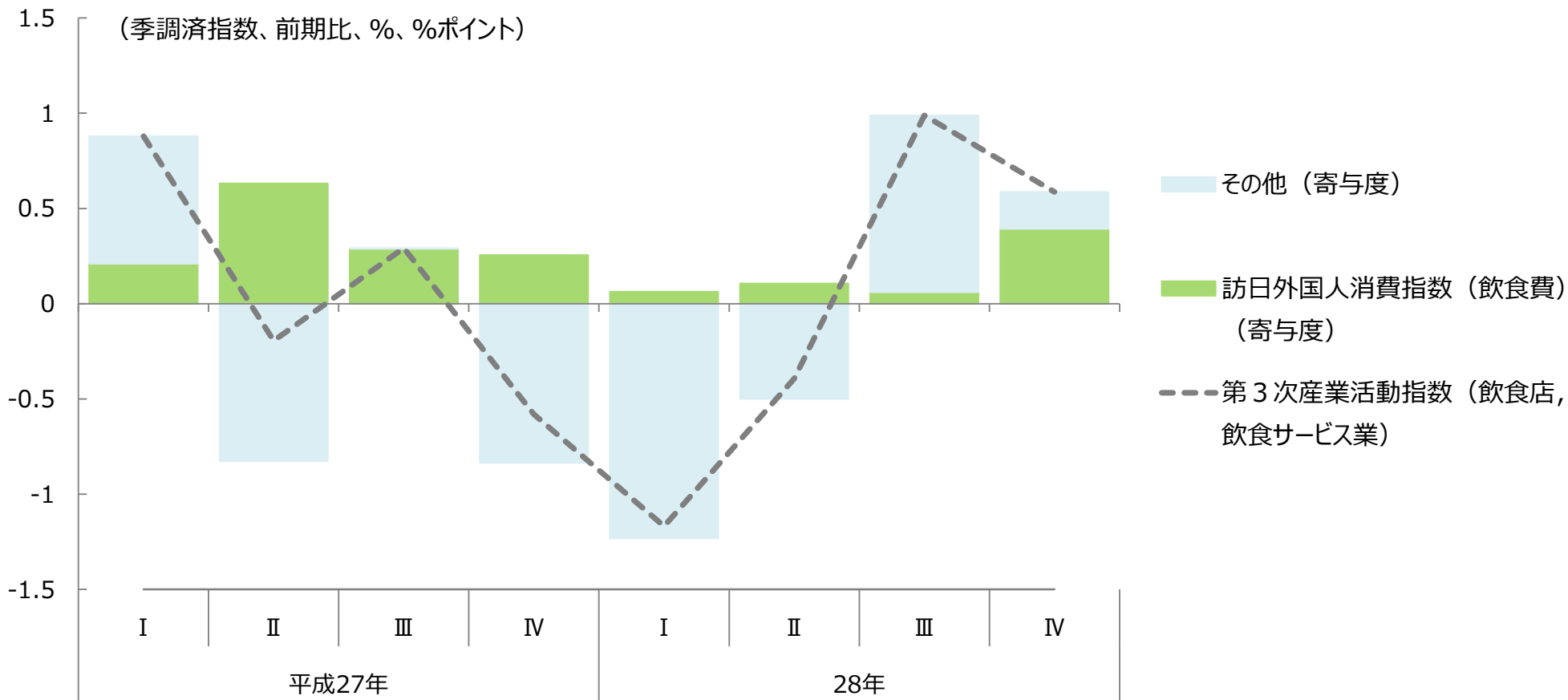
- 訪日外国人消費指数300台に対し、飲食費の指数値は、相対的に全体と近い350を超える水準。
- 25年から27年にかけて安定して上昇、28年に伸び率が低下したが、第4四半期に再び急伸。



(資料) 訪日外国人消費指数：訪日外国人消費動向調査（観光庁）、訪日外客数（日本政府観光局）、消費者物価指数（総務省）などを用いて試算。

平成27、28年の訪日外国人消費 飲食費指数の寄与

- 国内「飲食店，飲食サービス業」活動に占める訪日外国人消費の割合を試算※すると、28年第4四半期は5.6%と小売業に比べて大きめ。そのため、飲食業前期比に対し、安定的なプラス寄与を見せている。
- 27年は大きめのプラス寄与で、最も寄与したのは27年第2四半期。28年に入って寄与幅が縮小だが、第4四半期には、「飲食店，飲食サービス業」の前期比0.6%に対し、飲食費指数が0.39%ポイントと過半以上の寄与。



(資料) 訪日外国人消費指数：訪日外国人消費動向調査（観光庁）、訪日外客数（日本政府観光局）、消費者物価指数（総務省）などを用いて試算。
 ※第3次産業活動指数「飲食店，飲食サービス業」に対する訪日外国人消費指数「飲食費」の割合。それぞれウエイトを乗じた指数値で試算。

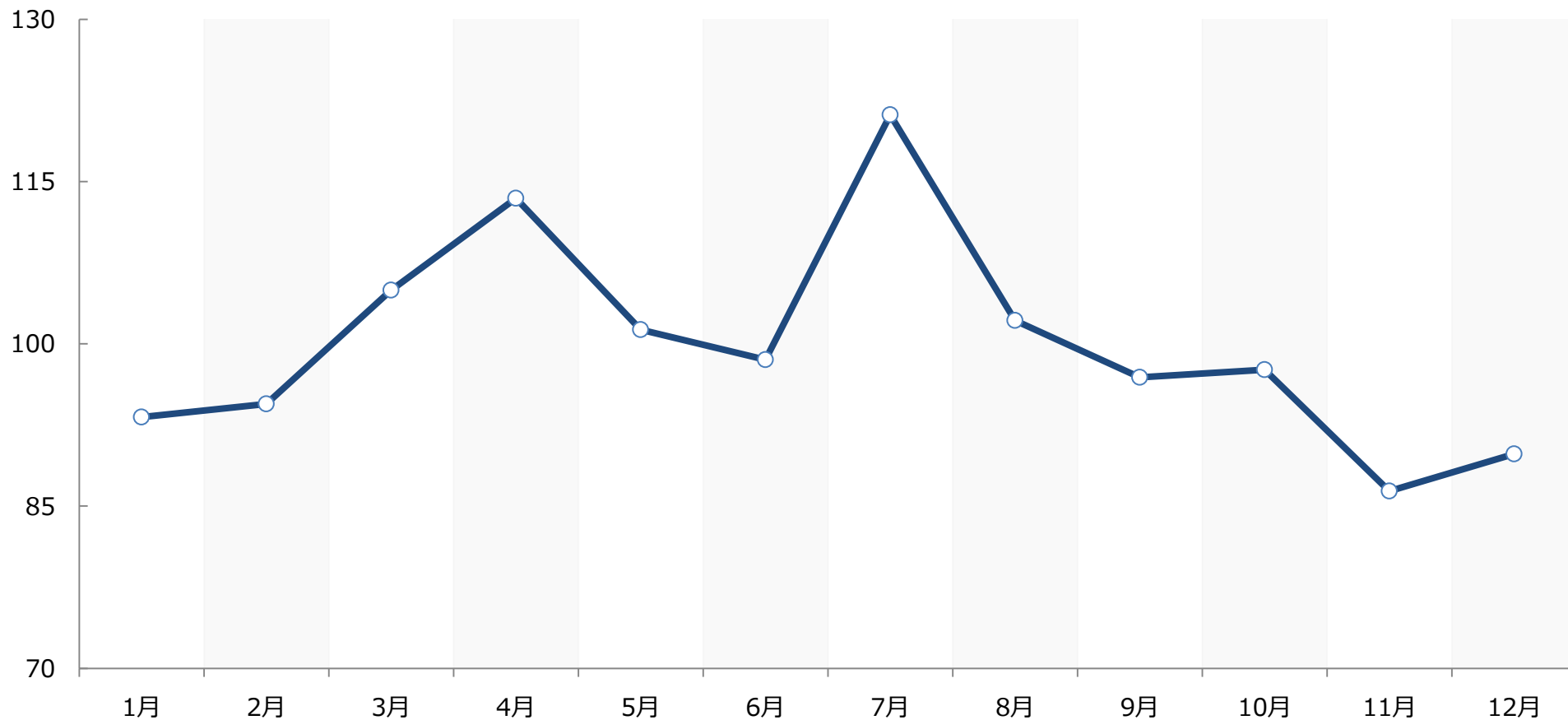
平成28年と第4四半期の訪日外国人消費

- 28年の旅行者1人当たり旅行支出額は前年比マイナス11.5%と減少だが、訪日外国人人数は過去最高、この結果、**訪日外国人旅行消費額も過去最高**を記録。
- 訪日外国人消費指数は、5年連続で前年比上昇も、27年第4四半期に指数レベル300になった後、急上昇はみせなくなり、横ばいに。28年第2四半期には、4年ぶりに前期比マイナスもみせたが、第4四半期は前期比3.8%上昇で、同期の**対個人サービスの前期比0.4%に対し、訪日外国人消費の寄与は、0.04%ポイント**。
- 22年以降の費目別の推移をみると、買物代が伸びているが28年には低下、飲食費・交通費は安定的な上昇推移、宿泊料金と娯楽サービス費に頭打ち感がある。
- 費目別構成比をみると、宿泊料金と飲食費の割合が3割、「爆買い」が話題になった買物代が2割に。構成比を着実に伸ばしているのは、実は飲食費で、宿泊料金の構成比は低下。
- 28年第4四半期の費目別指数の対応サービス活動指数の変化に対する寄与をみると、
①小売業の前期比0.4%に対し、買物代指数が0.16%ポイントと半分に近いプラス寄与、
②宿泊業全体の前期比2.1%に対し、宿泊料金指数が-0.47%ポイントのマイナス寄与、
そして、
③「飲食店， 飲食サービス業」の前期比0.6%に対し、飲食費指数が0.39%ポイントと過半以上の寄与。**国内のサービスビジネスに対し、小売、飲食の面で、訪日外国人消費が重要な寄与をみせた。**

訪日外国人消費指数の季節指数 一月次の季節変動パターンの可視化ー

訪日外国人消費指数の月次の季節変動パターン

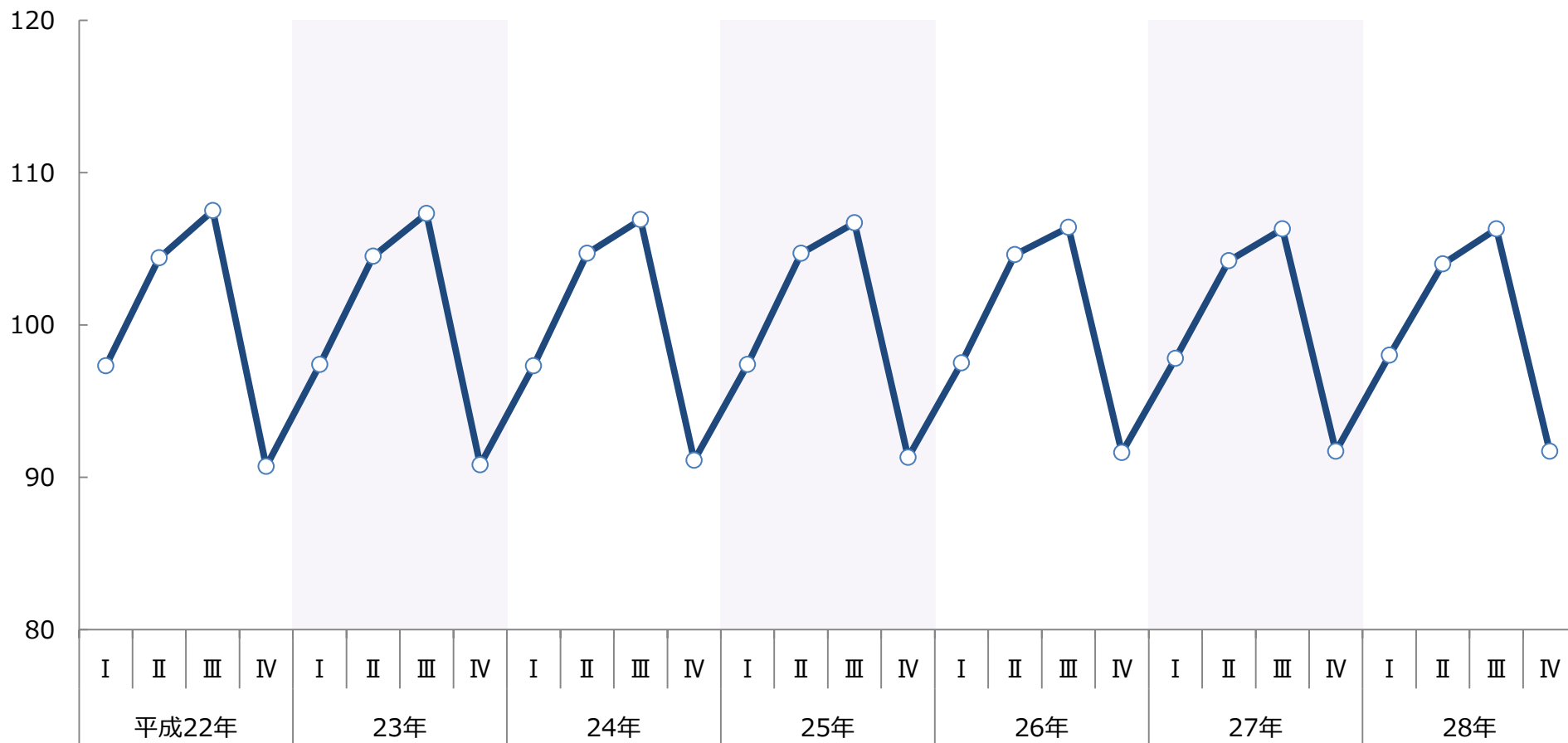
- 訪日外国人消費指数の季節変動パターンを表す「季節指数」のピークは7月。次いで4、3月が高くなっており、夏期と春期の指数が高い。一方で、ボトムは11月。次いで12、1、2月が低く、冬季の指数が低い。
- 意外にも、春節（1～2月）の影響はあまりないことが分かる。



(資料) 訪日外国人消費指数：訪日外国人消費動向調査（観光庁）、訪日外客数（日本政府観光局）、消費者物価指数（総務省）などを用いて試算。試算した指数を、米国センサス局が開発したX-12-ARIMAの機能のうちX-11の機能のみを使用して季節調整を行い、季節指数を算出。グラフは、平成22～28年の季節指数の各月の平均値で作成。

訪日外国人消費指数の過去7年分の四半期季節変動

- 季節指数を四半期平均で見ると、ピークは第3四半期（7～9月）で、次いで第2四半期（4～6月）。夏期と春期が高くなっている。
- ボトムは、毎年、第4四半期、冬期の季節指数が低い。「春節」期を含む第1四半期の季節指数は低い。



(資料) 訪日外国人消費指数：訪日外国人消費動向調査（観光庁）、訪日外客数（日本政府観光局）、消費者物価指数（総務省）などを用いて試算。
試算した指数を、米国センサス局が開発したX-12-ARIMAの機能のうちX-11の機能のみを使用して季節調整を行い、季節指数を算出。

訪日外国人消費指数の季節パターンの変化（全体）

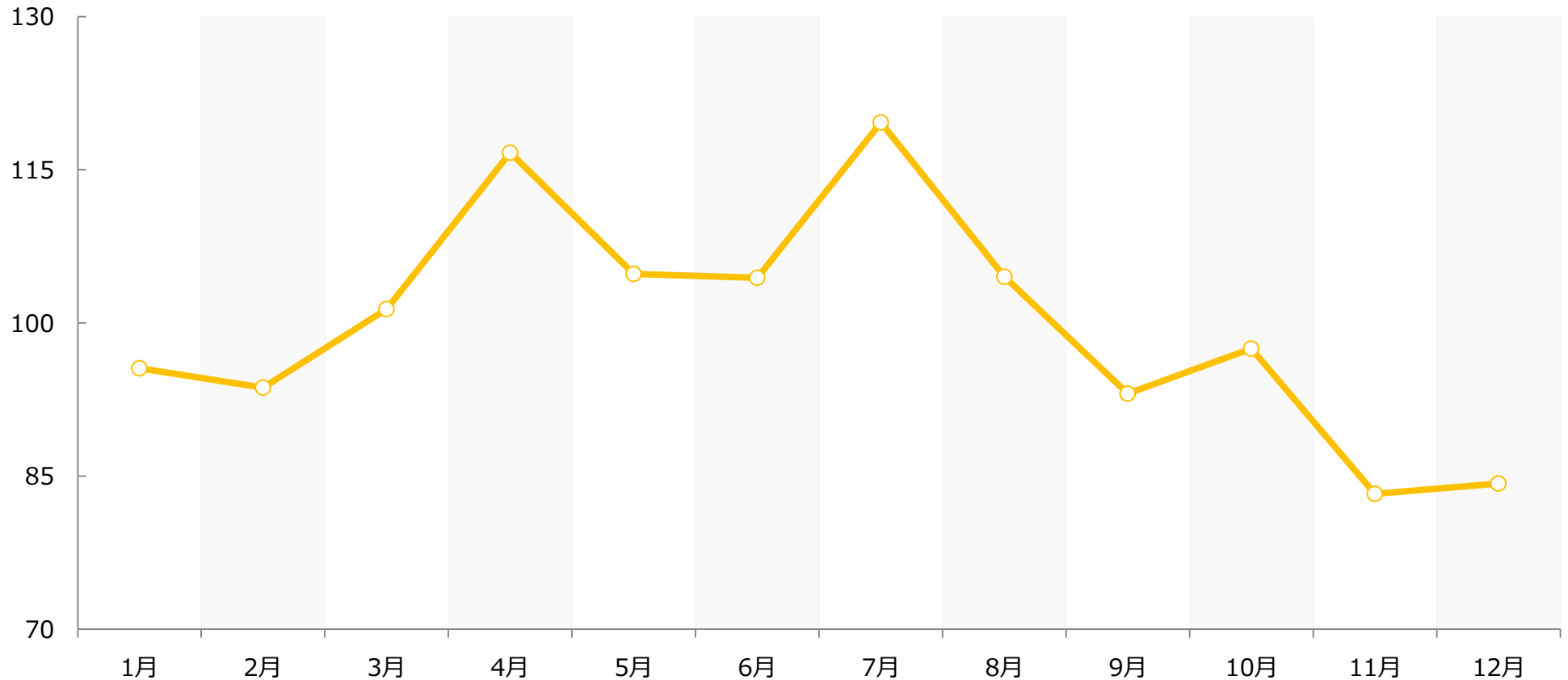
- 訪日外国人消費指数の季節指数のピーク値は22年122.20から28年120.07に低下、ボトム値は86.15から86.31に微増。ピークとボトムの差も、36.05から33.76に縮小。
- 全期間を通して、ピークは7月、ボトムは11月で変化はないが、時間が進むごとに、月々の変動が少しずつ平準化されてきている。

平成22年		平成25年		平成28年	
ピーク	122.20 (7月)	ピーク	121.27 (7月)	ピーク	120.07 ↓ (7月)
ピーク2位	113.16 (4月)	ピーク2位	113.94 (4月)	ピーク2位	112.90 (4月)
ボトム2位	88.70 (12月)	ボトム2位	89.74 (12月)	ボトム2位	91.17 (12月)
ボトム	86.15 (11月)	ボトム	86.55 (11月)	ボトム	86.31 ↑ (11月)

（資料）訪日外国人消費指数：訪日外国人消費動向調査（観光庁）、訪日外客数（日本政府観光局）、消費者物価指数（総務省）などを用いて試算。試算した指数を、米国センサス局が開発したX-12-ARIMAの機能のうちX-11の機能のみを使用して季節調整を行い、季節指数を算出。

買物代指数の季節変動パターン

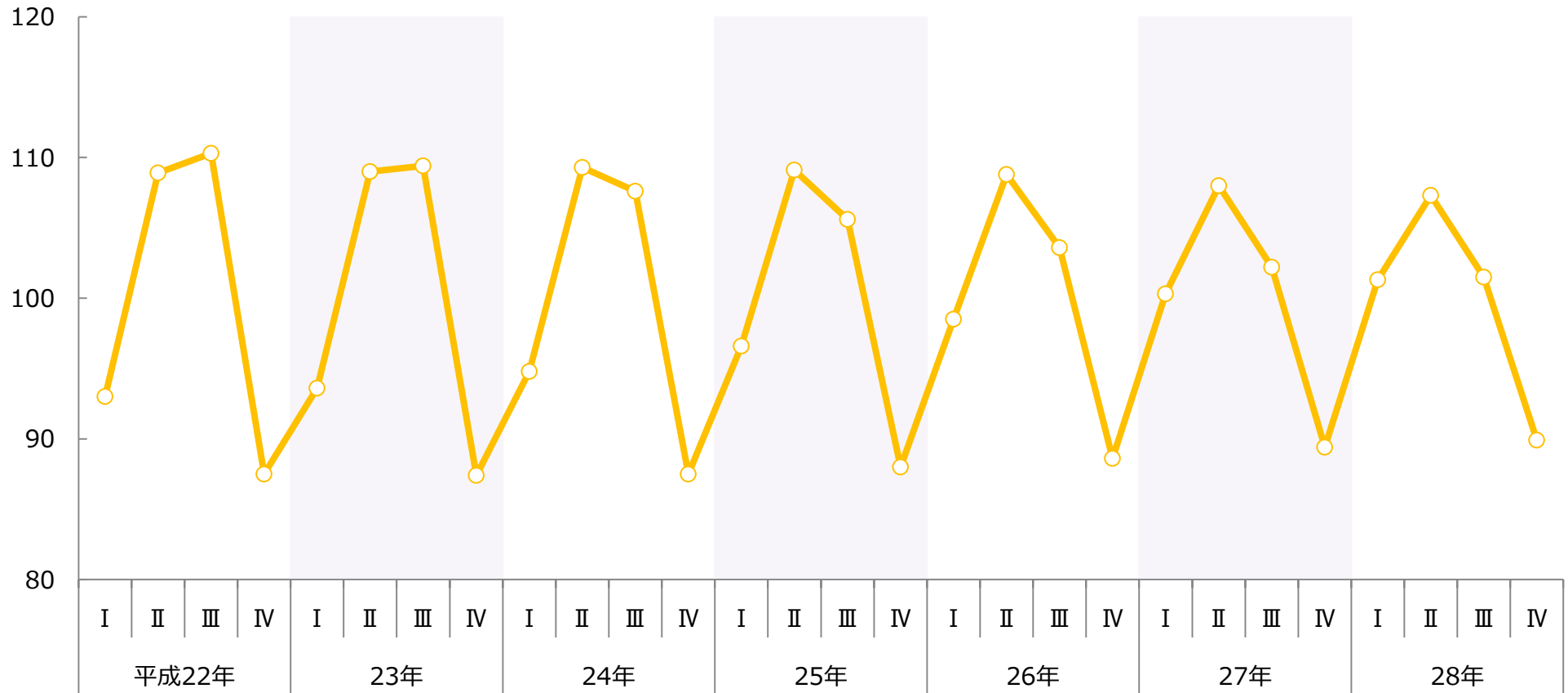
- 買物代の季節指数のピークは7月。次いで4月となっており、夏期と春期の指数が高い。ボトムは11月。冬期が低くなっている。
- 意外にも、春節（1～2月）の時期の季節指数は高くない。



(資料) 訪日外国人消費指数：訪日外国人消費動向調査（観光庁）、訪日外客数（日本政府観光局）、消費者物価指数（総務省）などを用いて試算。
試算した指数を、米国センサス局が開発したX-12-ARIMAの機能のうちX-11の機能のみを使用して季節調整を行い、季節指数を算出。
グラフは、平成22～28年の季節指数の各月の平均値で作成。

買物代指数の過去7年分の四半期季節変動

- 季節指数を四半期平均で見ると、ピークは、23年までは第3四半期で、24年以降は第2四半期。訪日外国人消費指数のピークとは異なっている。ボトムは、全期間を通して第4四半期。
- 買物代指数でも「春節」期の盛り上がりは見えず、また、月次ピークを含まない、春節後の春3か月の季節指数が高くなっている。



(資料) 訪日外国人消費指数：訪日外国人消費動向調査（観光庁）、訪日外客数（日本政府観光局）、消費者物価指数（総務省）などを用いて試算。試算した指数を、米国センサス局が開発したX-12-ARIMAの機能のうちX-11の機能のみを使用して季節調整を行い、季節指数を算出。

買物代指数の季節パターンの変化

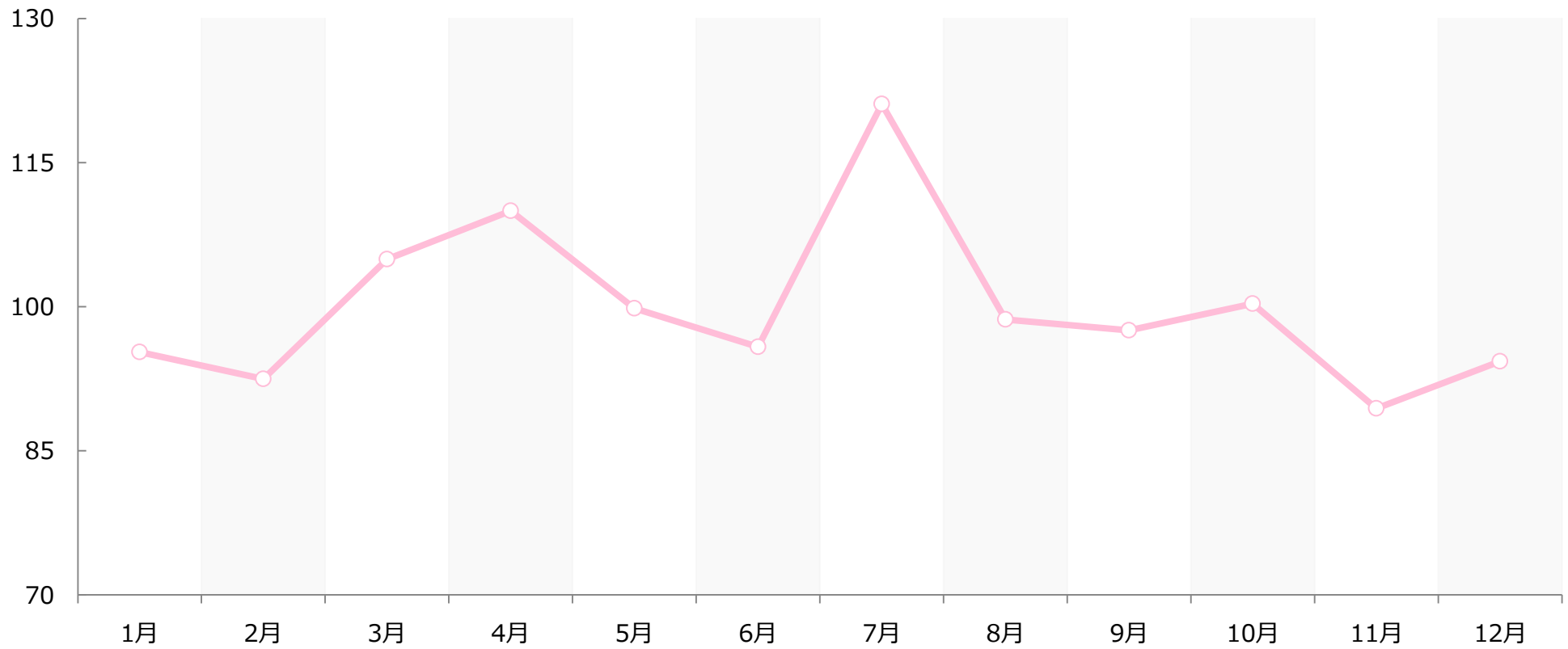
- 買物代指数の季節指数のピーク値は22年125.22から28年118.46に低下、ボトム値は81.97から85.20に上昇。ピークとボトムの差も、43.25から33.26に縮小。平準化が進んでいる。
- 全期間を通して、ボトムは11月だが、ピークについては、従前の7月から、26年以降4月に入れ替わっている。4月と7月の差も縮んでおり、4月が伸びたというより、7月が低下という動き。

平成22年		平成25年		平成28年	
ピーク	125.22 (7月)	ピーク	119.71 (7月)	ピーク	118.46 ↓ (4月)
ピーク2位	113.42 (4月)	ピーク2位	117.42 (4月)	ピーク2位	113.92 (7月)
ボトム2位	83.13 (12月)	ボトム2位	82.93 (12月)	ボトム2位	86.75 (12月)
ボトム	81.97 (11月)	ボトム	83.57 (11月)	ボトム	85.20 ↑ (11月)

(資料) 訪日外国人消費指数：訪日外国人消費動向調査（観光庁）、訪日外客数（日本政府観光局）、消費者物価指数（総務省）などを用いて試算。試算した指数を、米国センサス局が開発したX-12-ARIMAの機能のうちX-11の機能のみを使用して季節調整を行い、季節指数を算出。

宿泊料金指数の季節変動パターン

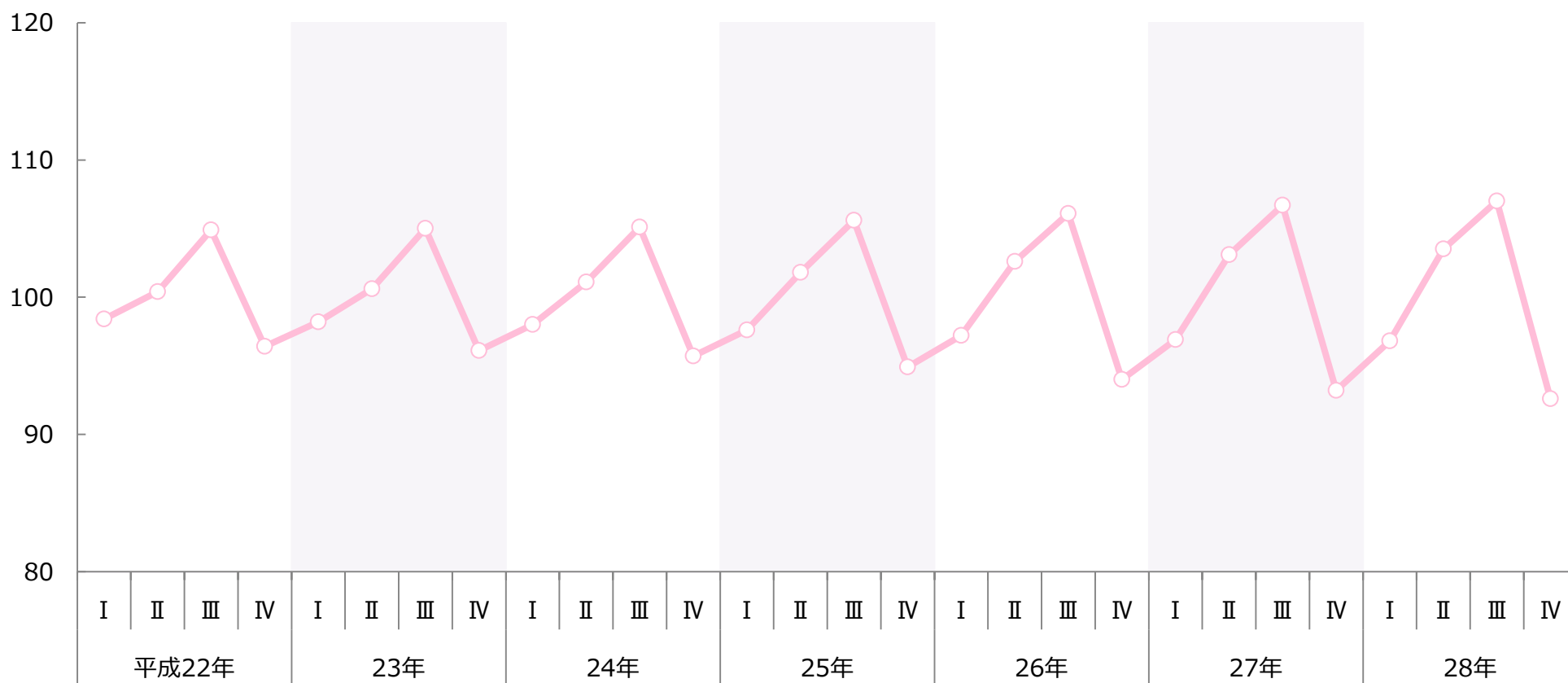
- 宿泊料金の季節指数のピークは7月。次いで4、3月。夏期と春期の指数が高い。一方で、ボトムは11月。次いで2、12月と冬期が低くなっている。
- 買物代同様、意外にも春節（1～2月）の時期の水準は、むしろ、11、12月並みのレベル。



(資料) 訪日外国人消費指数：訪日外国人消費動向調査（観光庁）、訪日外客数（日本政府観光局）、消費者物価指数（総務省）などを用いて試算。
試算した指数を、米国センサス局が開発したX-12-ARIMAの機能のうちX-11の機能のみを使用して季節調整を行い、季節指数を算出。
グラフは、平成22～28年の季節指数の各月の平均値で作成。

宿泊料金指数の過去7年分の四半期季節変動

- 季節指数を四半期平均で見ると、ピークは第3四半期で、次いで第2四半期。夏期と春期が高くなっている。ボトムは第4四半期。冬期の指数値が低い。
- 季節変動のパターン形状が相似的に安定しており、ピーク値とボトム値の差が小さい。ただ、グラフの形状だけからでも、振幅が拡大していることが分かる。



(資料) 訪日外国人消費指数：訪日外国人消費動向調査（観光庁）、訪日外客数（日本政府観光局）、消費者物価指数（総務省）などを用いて試算。試算した指数を、米国センサス局が開発したX-12-ARIMAの機能のうちX-11の機能のみを使用して季節調整を行い、季節指数を算出。

宿泊料金指数の季節パターンの変化

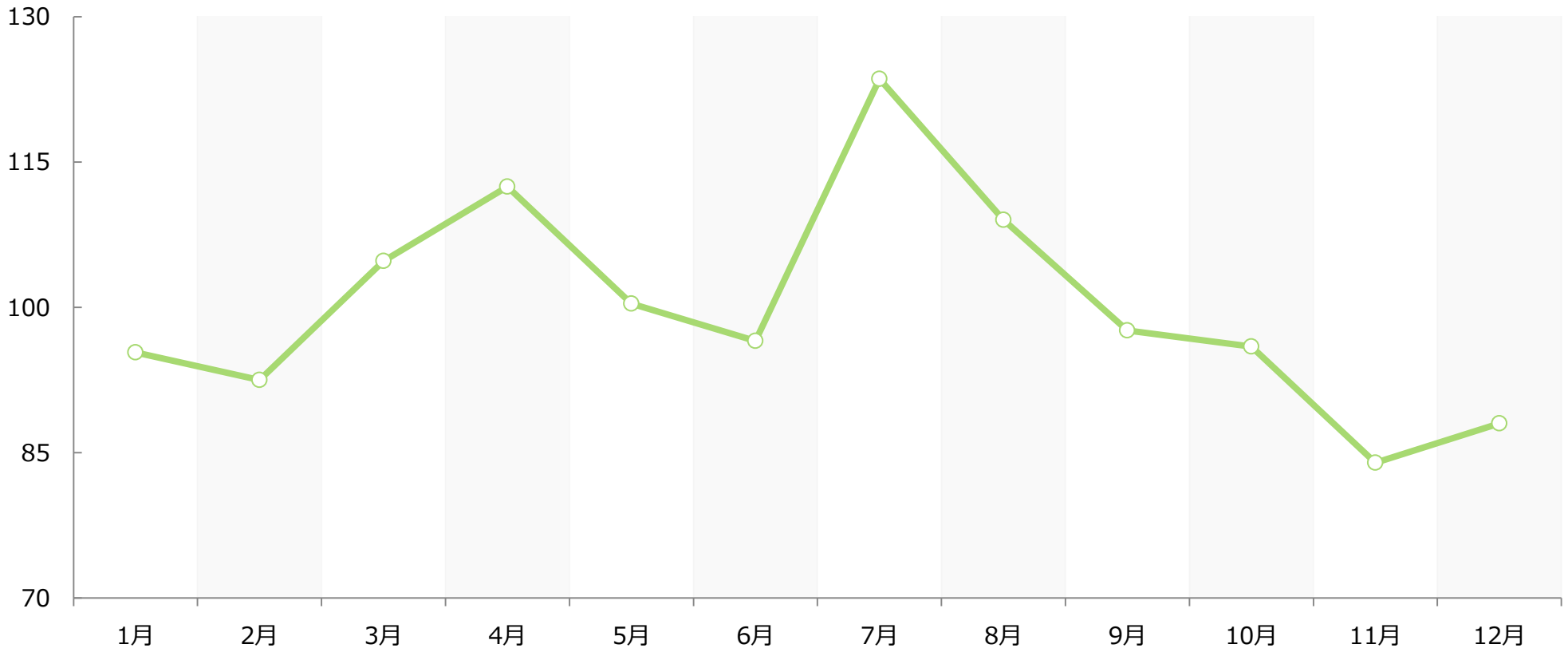
- 買物代指数の季節指数のピーク値は22年120.49から28年121.69に微増、ボトム値は91.43から86.63に低下。ピークとボトムの差も、29.06から35.06に拡大。振幅が拡大している。
- 全期間を通して、ピークは7月、ボトムは11月で変化はないが、時間が進むごとに、11月のボトム値の低下により、ピークとボトムの振幅が拡大している。

平成22年		平成25年		平成28年	
ピーク	120.49 (7月)	ピーク	121.16 (7月)	ピーク	121.69↑ (7月)
ピーク2位	109.63 (4月)	ピーク2位	109.94 (4月)	ピーク2位	110.59 (4月)
ボトム2位	92.11 (2月)	ボトム2位	92.13 (2月)	ボトム2位	93.57 (2月)
ボトム	91.43 (11月)	ボトム	89.80 (11月)	ボトム	86.63↓ (11月)

(資料) 訪日外国人消費指数：訪日外国人消費動向調査（観光庁）、訪日外客数（日本政府観光局）、消費者物価指数（総務省）などを用いて試算。
 試算した指数を、米国センサス局が開発したX-12-ARIMAの機能のうちX-11の機能のみを使用して季節調整を行い、季節指数を算出。

飲食費指数の季節変動パターン

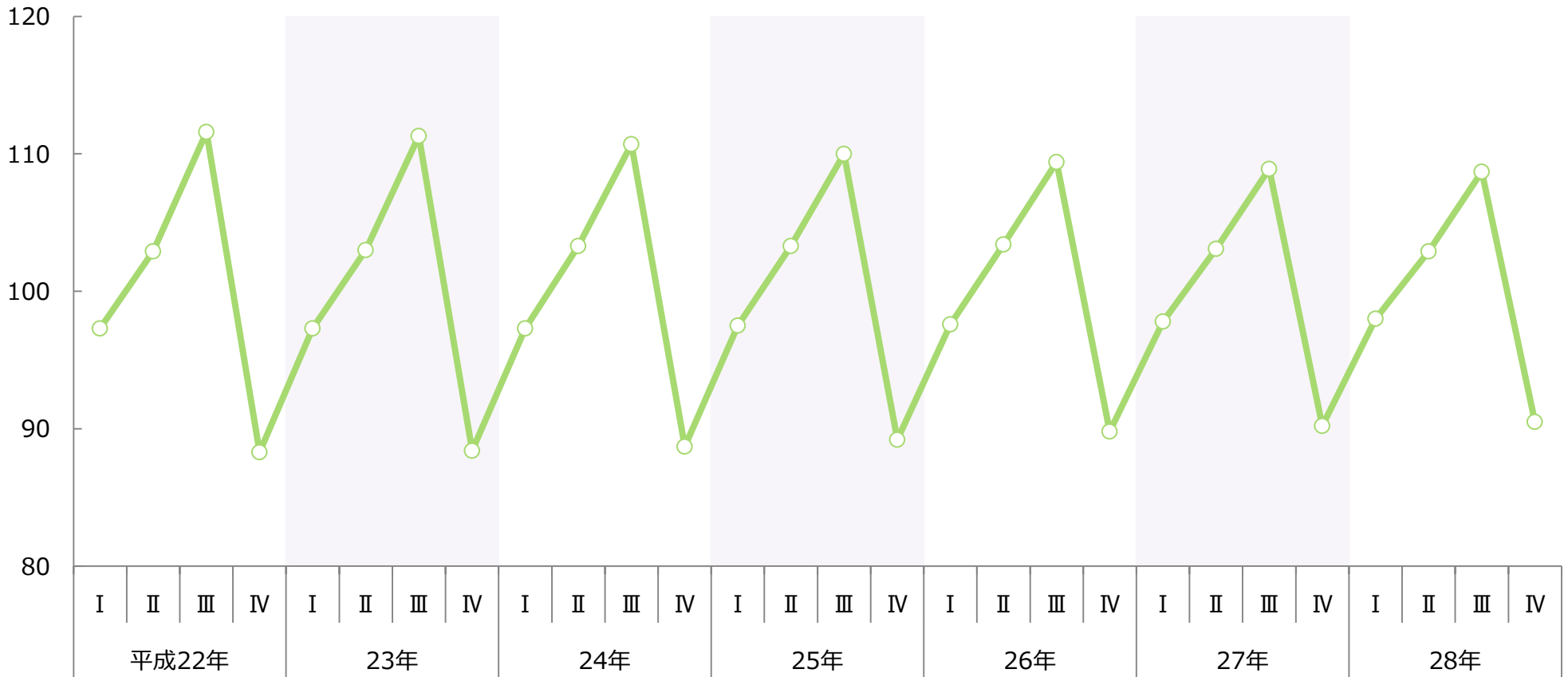
- 飲食費についてみると、季節指数のピークは7月。次いで4、8月。夏期と春期の指数が高い。一方で、ボトムは11月。次いで12、2月と、冬期が低くなっている。
- 買物・宿泊同様、やはり春節（1～2月）の時期の季節指数は高くない。



(資料) 訪日外国人消費指数：訪日外国人消費動向調査（観光庁）、訪日外客数（日本政府観光局）、消費者物価指数（総務省）などを用いて試算。試算した指数を、米国センサス局が開発したX-12-ARIMAの機能のうちX-11の機能のみを使用して季節調整を行い、季節指数を算出。グラフは、平成22～28年の季節指数の各月の平均値で作成。

飲食費指数の過去7年分の四半期季節変動

- 季節指数を四半期平均で見ると、ピークは第3四半期で、次いで第2四半期。宿泊料金と同様に夏期と春期が高くなっている。ボトムは第4四半期。冬期の指数値が低い。
- グラフの形状からも、第3四半期への集中度が高いことが分かる。



(資料) 訪日外国人消費指数：訪日外国人消費動向調査（観光庁）、訪日外客数（日本政府観光局）、消費者物価指数（総務省）などを用いて試算。試算した指数を、米国センサス局が開発したX-12-ARIMAの機能のうちX-11の機能のみを使用して季節調整を行い、季節指数を算出。

飲食費指数の季節パターンの変化

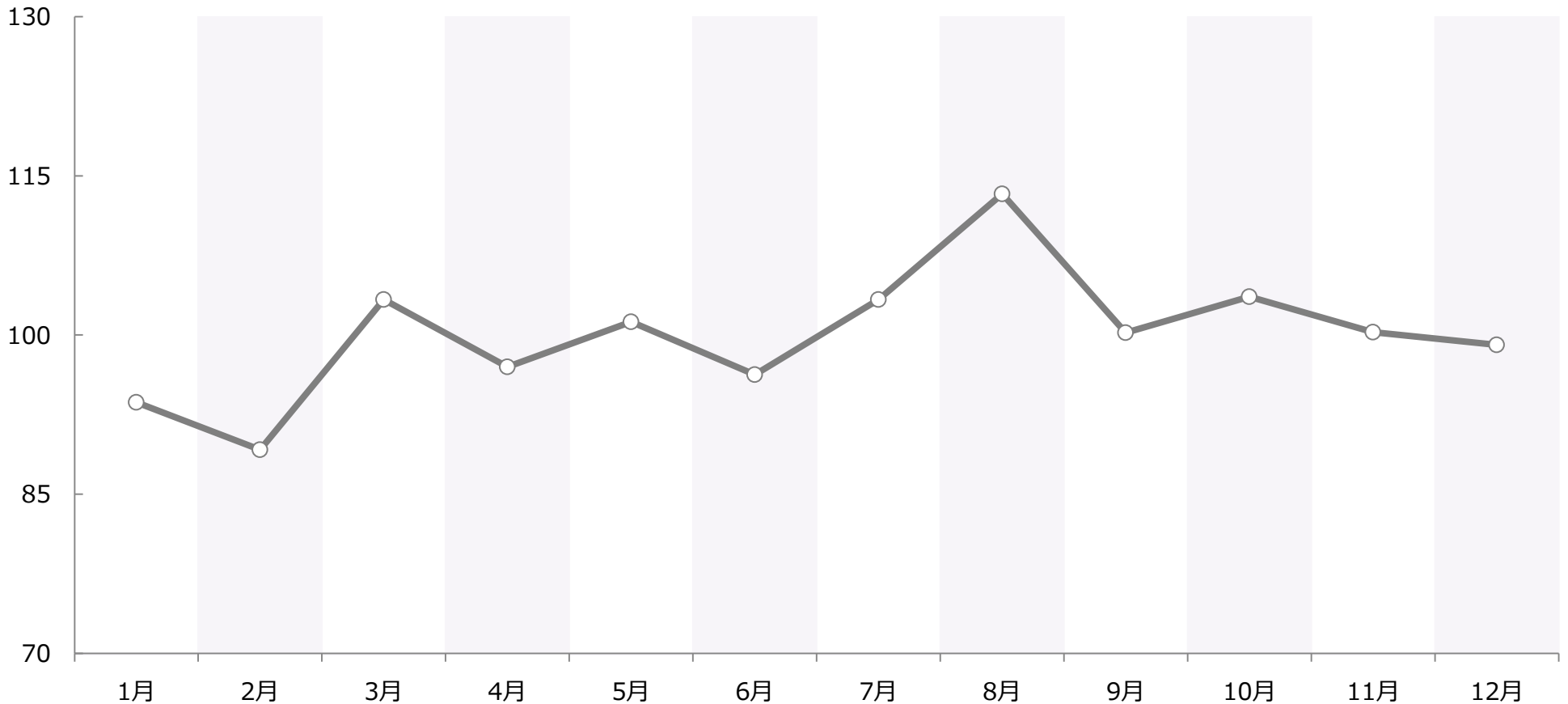
- 飲食費指数の季節指数のピーク値は22年125.83から28年121.25に低下、ボトム値は82.92から85.12に上昇。ピークとボトムの差も、42.91から36.13に縮小。
- 全期間を通して、ピークは7月、ボトムは11月で変化はないが、時間が進むごとに、月々の変動が少しずつ平準化されてきている。

平成22年		平成25年		平成28年	
ピーク	125.83 (7月)	ピーク	123.61 (7月)	ピーク	121.25 ↓ (7月)
ピーク2位	111.63 (4月)	ピーク2位	112.92 (4月)	ピーク2位	112.35 (4月)
ボトム2位	86.62 (12月)	ボトム2位	88.09 (12月)	ボトム2位	89.27 (12月)
ボトム	82.92 (11月)	ボトム	83.93 (11月)	ボトム	85.12 ↑ (11月)

(資料) 訪日外国人消費指数：訪日外国人消費動向調査（観光庁）、訪日外客数（日本政府観光局）、消費者物価指数（総務省）などを用いて試算。
 試算した指数を、米国センサス局が開発したX-12-ARIMAの機能のうちX-11の機能のみを使用して季節調整を行い、季節指数を算出。

観光関連産業（第3次産業活動指数）の季節変動パターン

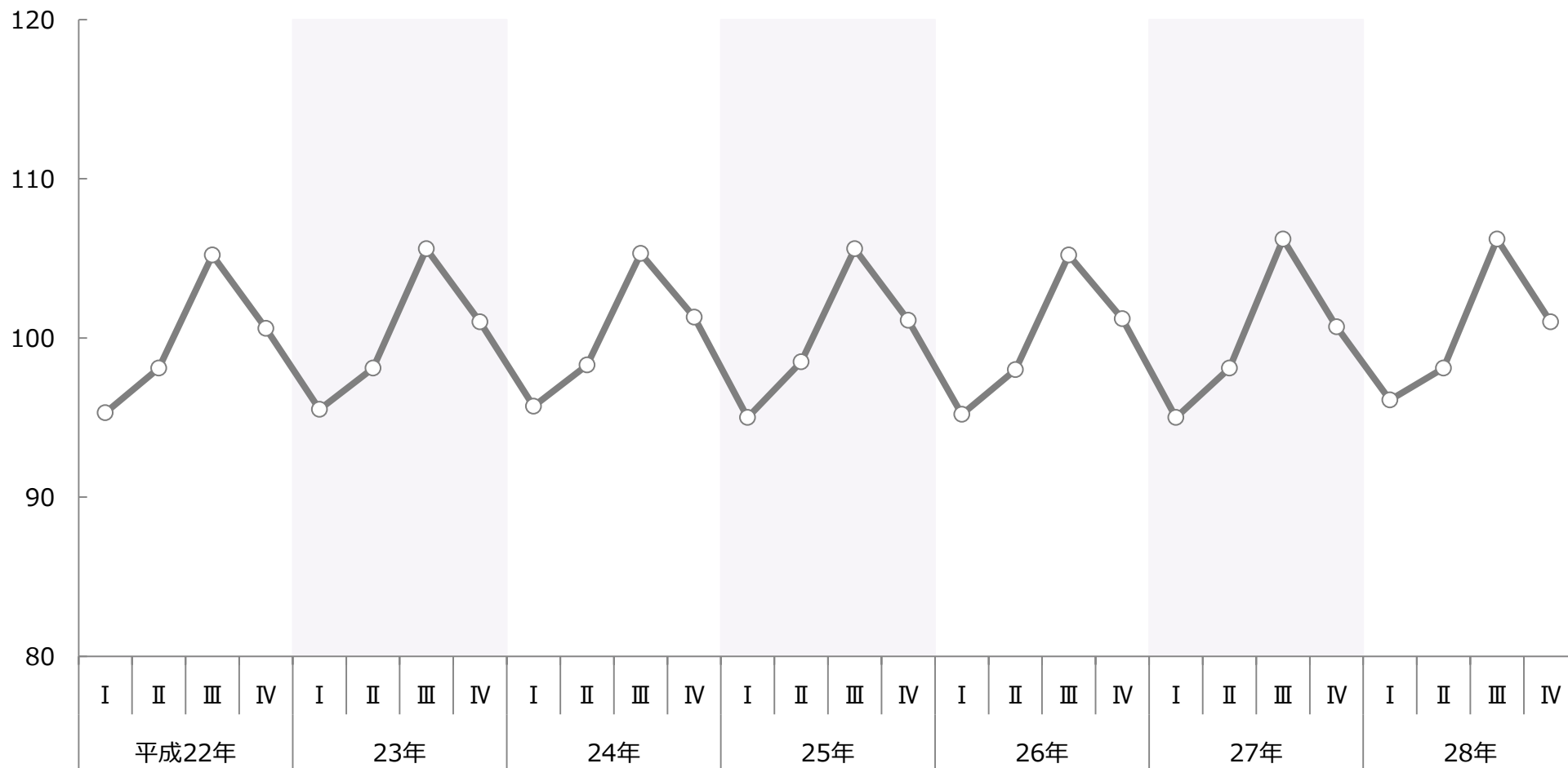
- 第3次産業活動指数の観光関連産業についてみると、季節指数のピークは8月。ボトムは2月、次いで1月となっている。
- 8月の盛り上がり、1、2月の冬場の盛り下がりというパターン。



(資料) 第3次産業活動指数（経済産業省）
グラフは、平成22～28年の季節指数の各月の平均値で作成。

観光関連産業（第3次産業活動指数）の7年四半期の季節指数

- 季節指数を四半期平均で見ると、ピークは第3四半期で、次いで第4四半期。夏期と秋期が高い。
- ボトムは第1四半期。年明けの冬期の指数値が、明瞭に一段レベルが低い。



(資料) 第3次産業活動指数 (経済産業省)

観光関連産業（第3次産業活動指数）の季節パターンの変化

- 観光関連産業の季節指数のピーク値は22年111.87から28年115.58に上昇、ボトム値も88.84から90.36に上昇。ピークとボトムの差は、23.03から25.22に若干拡大。
- ピークは全期間を通して8月で変化なし。ピーク2位はその年によって3、7、10月のいずれかで変動。ボトムは2月で変化なし。
- ピーク値、ボトム値がともに上昇しており、振幅拡大しているとはまでは、言い切れない。

平成22年	
ピーク	111.87 (8月)
ピーク2位	103.64 (7月)
ボトム2位	93.57 (1月)
ボトム	88.84 (2月)

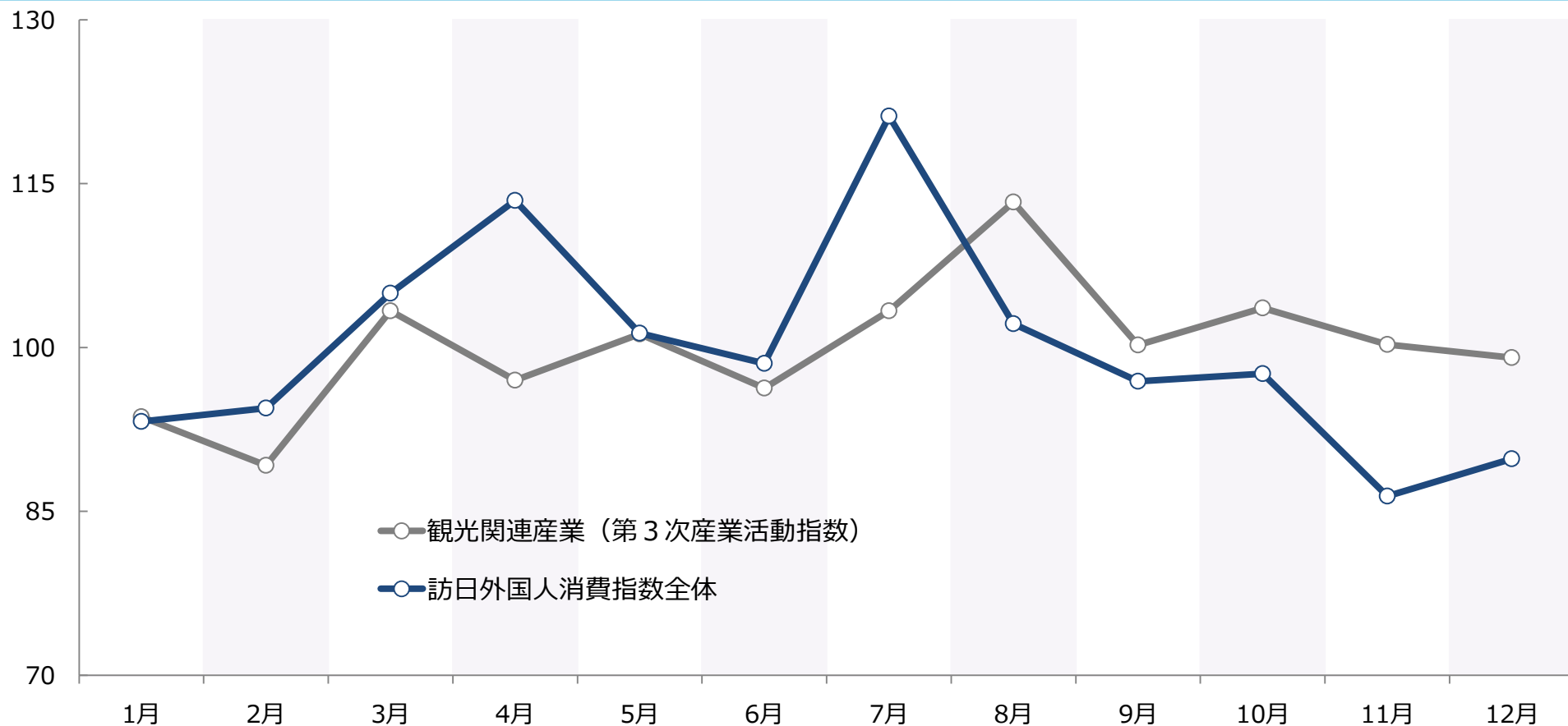
平成25年	
ピーク	113.58 (8月)
ピーク2位	103.37 (7月)
ボトム2位	93.30 (1月)
ボトム	88.68 (2月)

平成28年	
ピーク	115.58 ↑ (8月)
ピーク2位	103.80 (10月)
ボトム2位	94.22 (1月)
ボトム	90.36 ↑ (2月)

(資料) 第3次産業活動指数 (経済産業省)

訪日外国人消費・観光関連産業両指数の平均季節変動パターンの比較

- 両指数のピークは夏場で、冬場4か月低迷することは同じ。しかし、ピーク月には1か月のズレがあり、春先に外国人消費指数には「もう一山」がある。
- 観光関連産業のパターンと比較すると、4月と7月に、訪日外国人消費が盛り上がるのが分かる。



(資料) 第3次産業活動指数（経済産業省）
グラフは、平成22～28年の季節指数の各月の平均値で作成。

訪日外国人消費指数の季節変動パターンの特徴

- 訪日外国人消費指数の季節変動パターンを表す「季節指数」のピークは7月。次いで4、3月が高くなっており、**夏期と春期の指数が高い**。一方で、ボトムは11月。次いで12、1、2月が低く、**冬季の指数が低い**。
- 意外にも、**春節（1～2月）の影響はあまりない**ことが分かる。
- 時間が進むごとに、**月々の変動が少しずつ平準化**されてきている。
- 費目別指数の季節変動パターンも類似したものではあるが、22年から28年にかけて、**買物代、飲食費では平準化が進み、宿泊料金では振幅拡大**がみられる。
- 訪日外国人消費指数と日本国内全体の観光関連産業の指数の変動パターンを比較すると、①両指数のピークは夏場で、冬場4か月低迷することは同じ、②しかし、ピーク月には1か月のズレがあり、春先に外国人消費指数には「もう一山」がある という違い。
- 日本人の国内旅行が太宗を占める観光関連産業指数の季節パターンと比較すると、**4月と7月に、訪日外国人消費の盛り上がりが大きくなる**ということが分かる。

(参考)
訪日外国人消費指数の作成方法

個別の「費目」指数の作成方法

- 「訪日外国人消費動向調査」（観光庁）の訪日客 1 人当たりの費目別（宿泊、飲食、交通、娯楽、買物、その他の 6 項目）売上高に、「訪日外客数」（日本政府観光局）を乗じて訪日外国人旅行消費金額を算出し、消費者物価指数（総務省）を用いて実質指数化。
- 指数採用データの詳細は、次頁参照。

費目指数を加重平均して統合するためのウェイトの作成方法

- 「経済センサス活動調査」（総務省・経済産業省）の2011年の産業別売上高を、「サービス産業動向調査」（総務省）及び「商業動態統計」（経済産業省）の2011年の産業別売上高前年比で除して2010年の産業別売上高を推計。対応する産業別売上高に対する2010年の費目別訪日外国人旅行消費金額の割合を、「第3次産業活動指数」（経済産業省）の業種別ウェイトに乗じて算出。
- ウェイト算定データは、次頁参照。

第3次産業総合	10000.0
広義対個人サービス	4846.2
訪日外国人消費指数（全体）	18.2
宿泊	7.0
飲食	5.4
交通	2.1
娯楽サービス	0.5
買物	2.8
その他	0.4

季節調整方法

- 米国センサス局が開発したX-12-ARIMAの機能のうちX-11の機能のみを使用して季節調整を実施。

指数作成に用いたデータ

業種名	採用データ	
	実数データ	デフレータ
訪日外国人消費指数（全体）		
宿泊	訪日外国人消費支出（宿泊料金）＝①×② ①訪日外国人1人当たり旅行支出（宿泊料金） 「訪日外国人消費動向調査」（観光庁） ②訪日外客数 「訪日外客数調査」（日本政府観光局） （以下出典は同様）	宿泊料 「消費者物価指数」（総務省） （以下出典は同様）
飲食	訪日外国人消費支出（飲食費）	一般外食
交通	訪日外国人消費支出（交通費）	以下の各品目の加重平均値 航空運賃、鉄道運賃（JR）、鉄道運賃（JR以外）、一般路線バス代、高速バス代、タクシー代、有料道路料、レンタカー料金
娯楽サービス	訪日外国人消費支出（娯楽サービス費）	以下の各品目の加重平均値 ゴルフ練習場、ゴルフプレー料金、テーマパーク入場料金、演劇観覧料、サッカー観覧料、プロ野球観覧料、文化施設入場料、映画観覧料、ボウリングゲーム代、プール使用料、フィットネスクラブ使用料、カラオケルーム使用料
買物	訪日外国人消費支出（買物代）	以下の各品目の加重平均値 菓子類、飲料、酒類、たばこ、教養娯楽用耐久財、腕時計、家事用耐久財、化粧品、医薬品・健康保持用摂取品、保健用医療用品・器具、衣料、シャツ・セーター類、履物類、他の被服、かばん類、玩具、書籍、雑誌、コンパクトディスク、ビデオソフト、財 ※免税対象商品については、免税購入率（訪日外国人消費動向調査）により調整。
その他	訪日外国人消費支出（その他）	総合

ウェイト算定データ

訪日外国人消費調査			経済センサス活動調査		サービス産業動向調査 商業動態統計				第3次産業活動指数				
一人当たり消費支出	訪日外客数	訪日外国人消費額		売上高 (企業集計)		前年比	売上高 (推計値)	訪日外国人消費額の割合(推計値)	ウェイト	訪日外国人消費指数のウェイト			
a1	a2	a=a1*a2		b		c	d=b/c	e=a/d	g	h=g*e			
2010年	2010年	2010年		2011年		2011年	2010年	2010年	2010年	2010年			
(円/人)	(人)	(億円)		(億円)		(%)	(億円)	(%)					
合計	133,426	8,611,175	11,490						合計	全体	18.2		
宿泊料金	41,659		3,587	宿泊業	46,129	宿泊業	-6.0	49,054	7.3	宿泊業	95.2	宿泊	7.0
飲食費	26,598		2,290	飲食店	132,290	飲食店	-6.1	140,862	1.6	飲食店、飲食サービス業	332	飲食	5.4
交通費	14,120		1,216	運輸業、郵便業 自動車賃貸業	565,913	運輸業、郵便業 自動車賃貸業	-4.2	590,573	0.2	運輸業、郵便業 自動車賃貸業	996.8	交通	2.1
娯楽サービス	6,803		586	娯楽業	262,142	娯楽業	-10.8	293,852	0.2	娯楽業	275.2	娯楽サービス	0.5
買物代	41,273		3,554	小売業	1,291,802	小売業	-2.3	1,322,212	0.3	小売業	1028.1	買物	2.8
その他	2,973		256									その他	0.4

※訪日外国人消費指数の「その他」のウェイトは、2010年の訪日外国人消費額合計に占める「その他」の割合から推計した。

こちら是非御覧下さい！

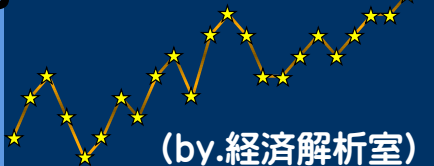
◎ ミニ経済分析：色々なテーマあります



ぜひお手持ちの電話で
QRコードを読み取って
下さい！！

◎ お役立ちミニ経済解説：
総合ポータルサイトです

お役立ちミニ経済解説



お役立ちミニ経済解説、
ミニ経済分析、動きで見る経済指標、
お役立ちミニ経済解説、
お役立ちミニ経済解説など