

VISA
査証

WELCOME
歡迎光臨

2017年第3四半期の 訪日外国人消費指数の動きと 上位5カ国・地域からの訪日客の消費動向

～ *Traveler Consumption Index* ～

平成30年1月26日

経済解析室

SHOPPING
쇼핑

SIGHTSEEING
日本観光

訪日外国人数、旅行消費額とも過去最高。一人当たり支出も増加。

- 29年第3四半期の訪日外国人旅行消費額は、前年同期比プラス26.7%の1兆2,305億円と過去最高の数値。
- 訪日外国人数は、同プラス18.8%の744万人と、過去最高の数値。
- 1人当たり旅行支出額は同プラス6.6%の16万5,412円と7期ぶりの上昇。

	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(同期)比(%)	(億円)	前年(同期)比(%)	(円)	前年(同期)比(%)
平成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
28年Ⅲ期	6,263	17.1	9,716	-2.9	155,123	-17.1
28年Ⅳ期	6,062	15.5	8,922	1.3	147,174	-12.2
29年Ⅰ期	6,537	13.6	9,679	4.0	148,070	-8.5
29年Ⅱ期	7,220	21.1	10,776	13.0	149,249	-6.7
29年Ⅲ期	7,439	18.8	12,305	26.7	165,412	6.6

(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)

地域別の訪日外国人人数及び旅行消費額の変化

- 訪日外国人消費について「アジア」及び「欧米」として地域別にみると、全体の訪日外国人旅行者数に占めるアジアの割合は、22年は72.1%、28年は80.1%、29年第3四半期は83.0%と、拡大を続けている。一方、欧米の割合は徐々に縮小し、29年第3四半期には8.2%と1割を切っている。
- 一人当たり旅行支出額は、22年、28年、29年第3四半期のいずれの時点においても、全国籍の支出額と比較して、アジアが低く、欧米が高くなっている。

	訪日外国人旅行者数（千人）			一人当たりの旅行支出額（円）		
	平成22年	28年	29年Ⅲ期	平成22年	28年	29年Ⅲ期
全国籍	8,611	24,040	7,439	133,766	155,896	165,412
アジア	6,207	19,251	6,171	116,916	150,453	156,898
欧米	1,391	2,300	607	166,106	173,154	197,557

（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）

※地域分類は、国別指数の作成可能な国を訪日外客数の地域分類を参考に作成。

各地域の一人当たり旅行支出額は、訪日外国人旅行者数で加重平均して作成。

アジア：韓国、台湾、中国、香港、タイ、シンガポール、マレーシア、インド 欧米：英国、ドイツ、フランス、ロシア、米国、カナダ

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。
- 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、**足下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

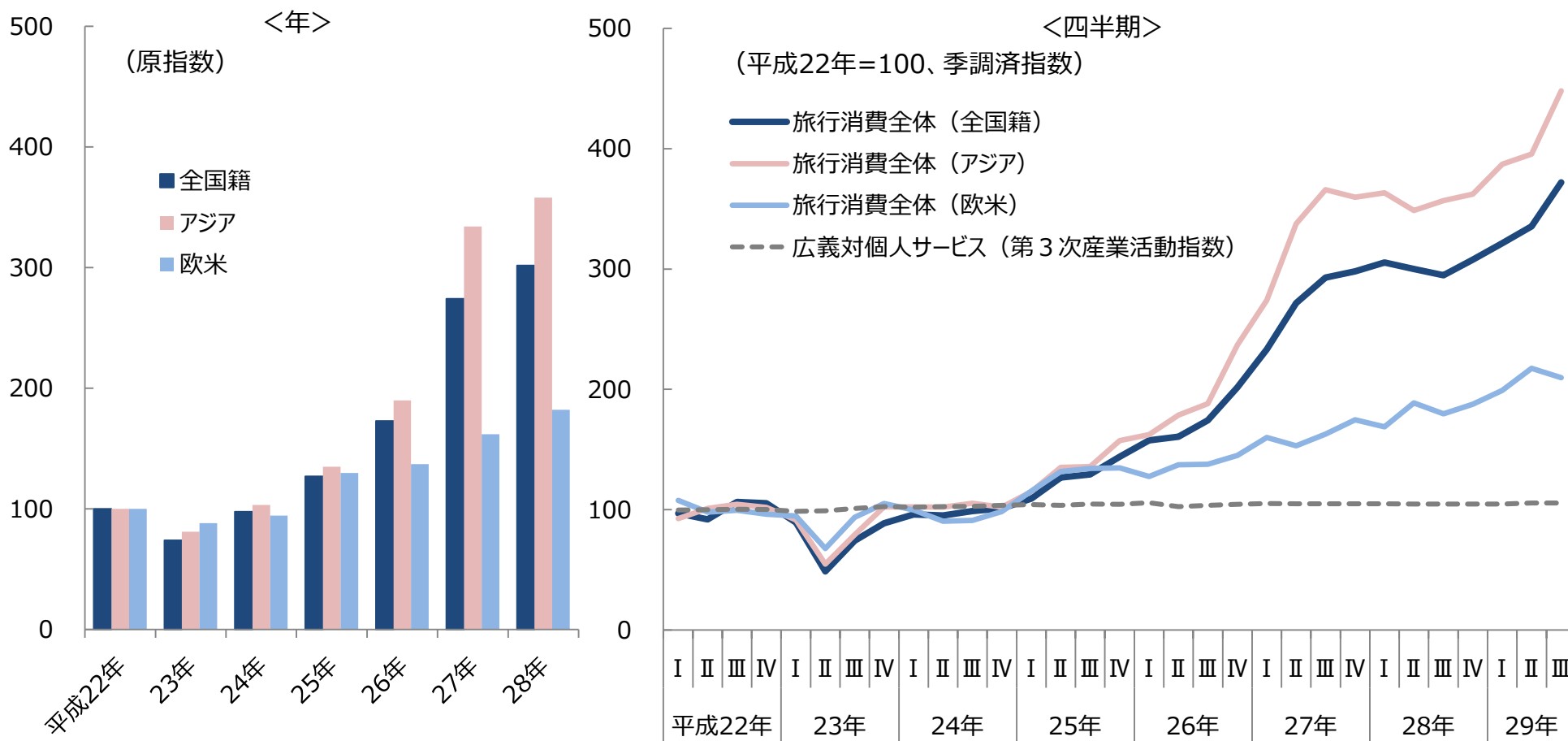
訪日外国人
消費指数

※上記図表についての詳細は、39～41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。

平成29年第3四半期の訪日外国人消費指数は好調を維持

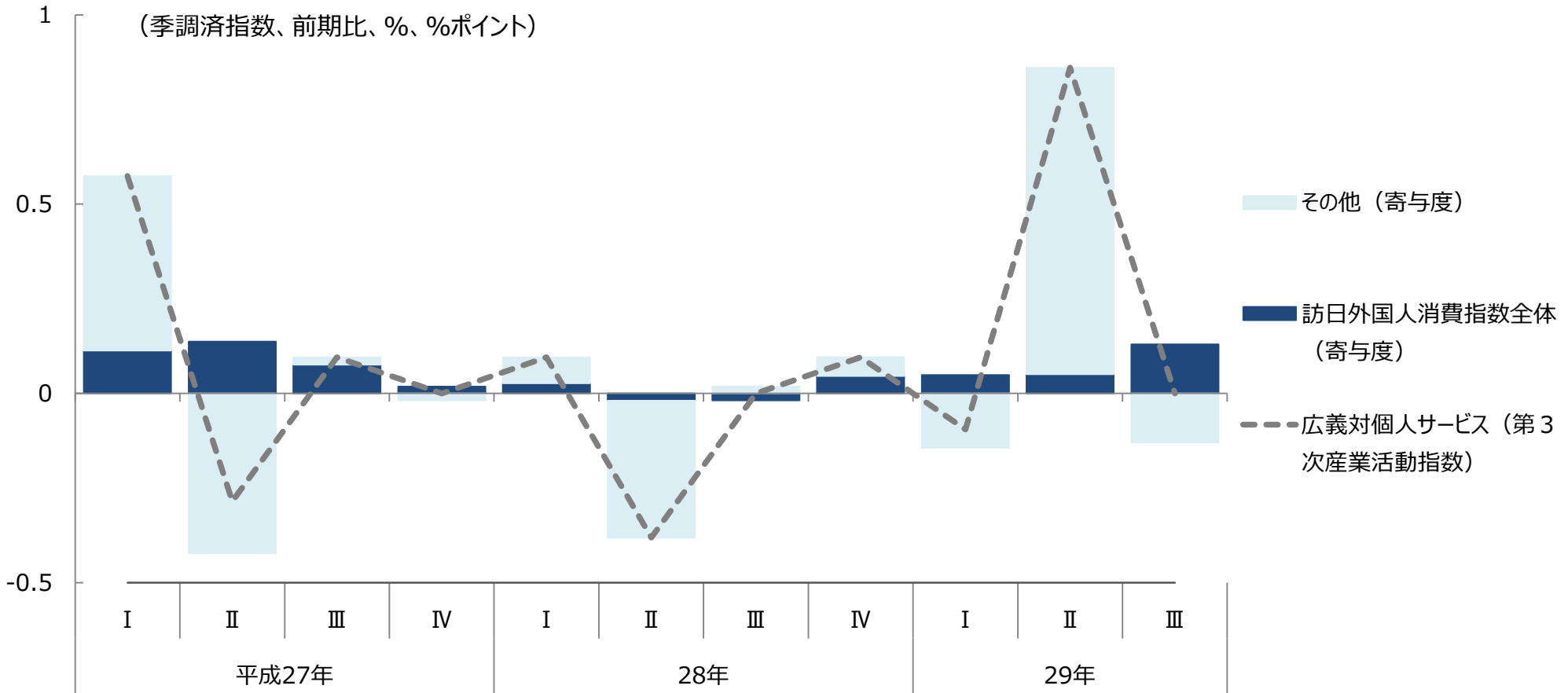
- 29年第3四半期の訪日外国人消費指数は、指数値371.9、前期比10.9%と4期連続の上昇。
- アジアは指数値448.0、同13.3%と5期連続の上昇。欧米は指数値209.7、同マイナス3.6%と4期ぶりの低下。



(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年以降の訪日外国人消費指数の寄与

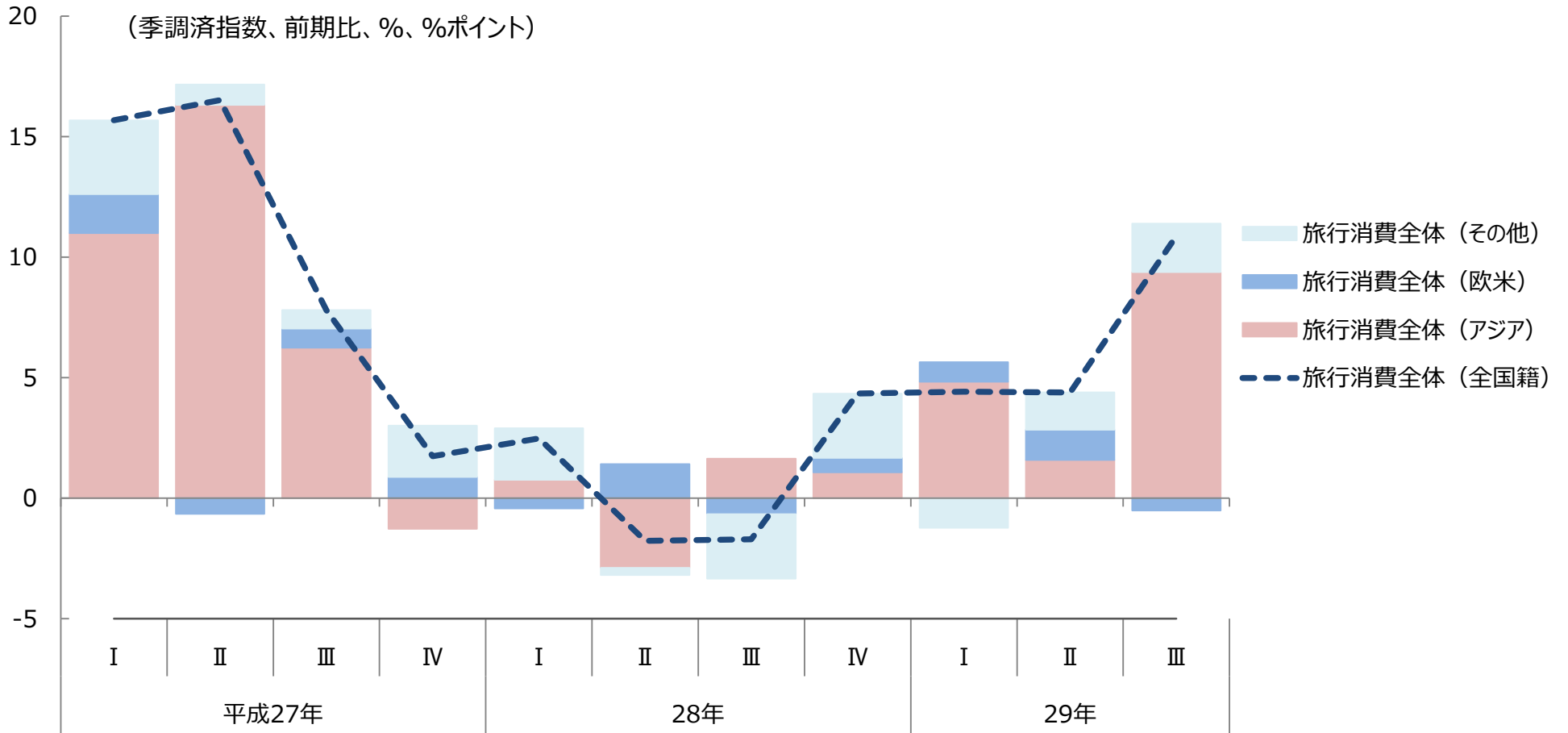
- 日本国内の対個人サービス活動の変動に対する訪日外国人消費指数の貢献度（寄与）をみると、29年第3四半期は、対個人サービス全体の前期比0.0%の横ばいに対し、訪日外国人消費指数は、プラス0.13%ポイントの上昇寄与。



(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。

平成27年以降の訪日外国人消費指数の寄与（アジア、欧米）

- 訪日外国人全体の旅行消費指数の変動に対するアジア指数及び欧米指数の貢献度（寄与）をみると、29年第3四半期は、訪日外国人全体の前期比10.9%上昇に対し、アジア指数はプラス9.38%ポイントの上昇寄与。一方、欧米指数はマイナス0.51%ポイントの低下寄与。

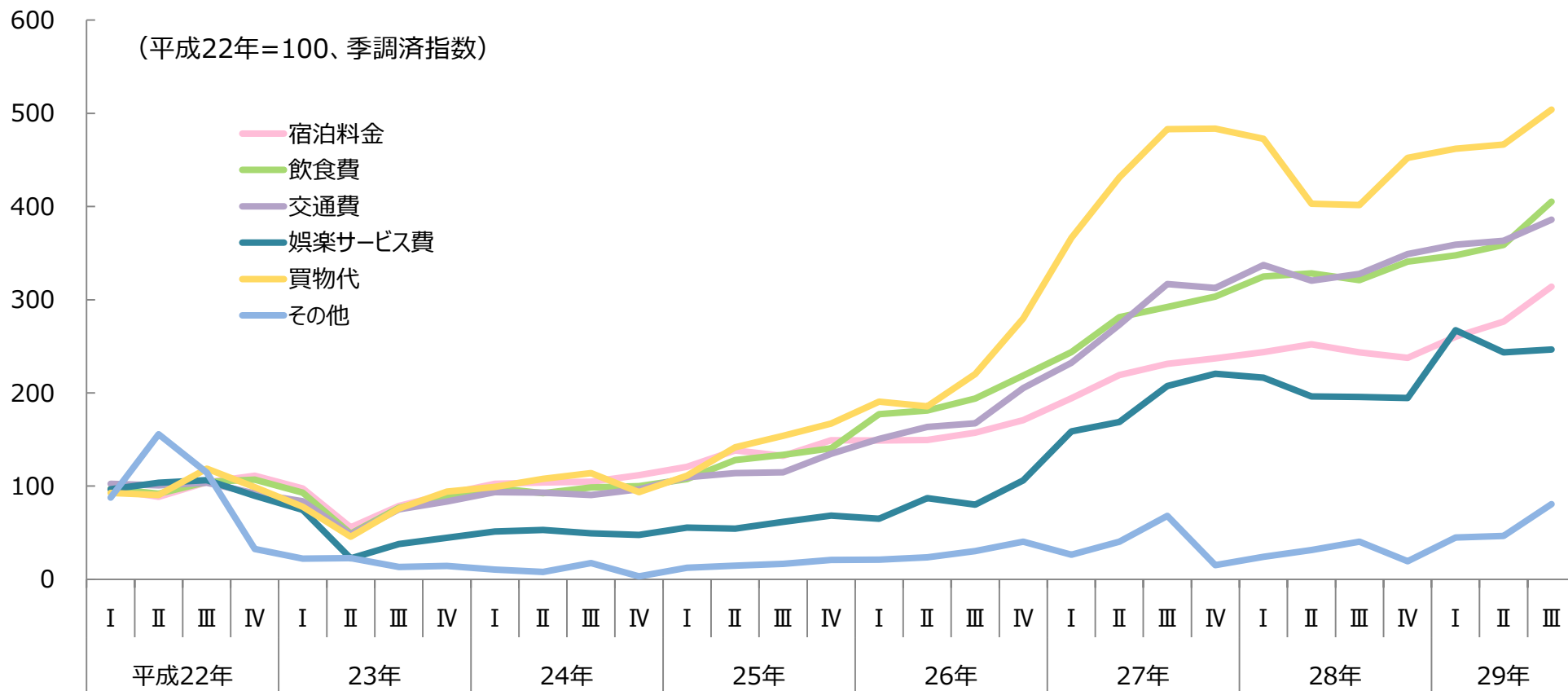


(資料) 訪日外国人消費指数：訪日外国人消費動向調査（観光庁）、訪日外客数（日本政府観光局）、消費者物価指数（総務省）などを用いて試算。

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

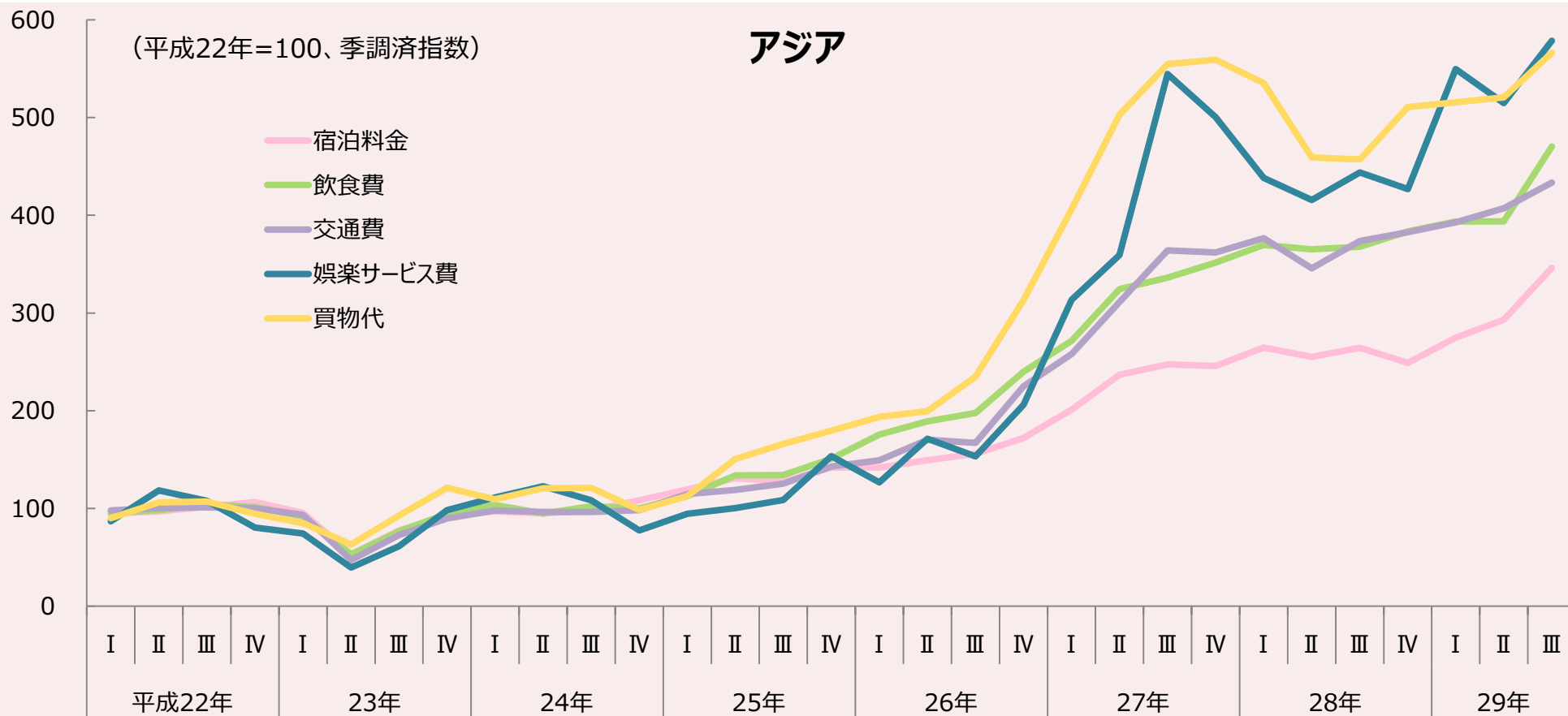
- 29年第3四半期の費目別指数の動きをみると、全ての費目が前期比上昇。
- 買物代は指数値504.0と500台に突入し、過去最高値を記録。
- 娯楽サービス費は、第2四半期に低下となったが、当期は再び上昇。



(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。

費目別にみた訪日外国人消費指数の推移（アジア）

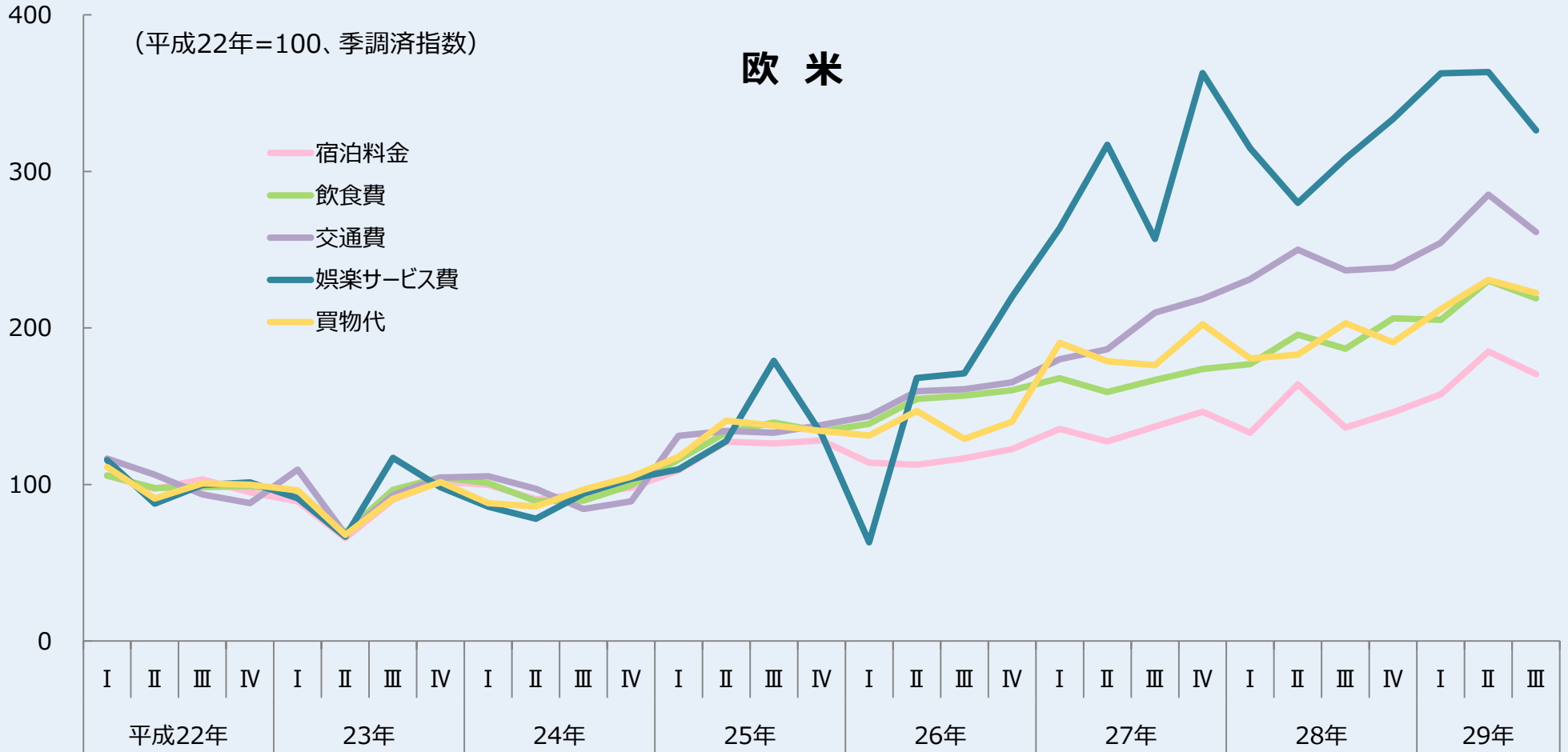
- 29年第3四半期のアジア指数の費目別の動きをみると、全ての費目が前期比上昇となり、過去最高の指数値を記録。
- 最も高い指数値は娯楽サービス費の578.6、次いで買物代の566.2。



（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。

費目別にみた訪日外国人消費指数の推移（欧米）

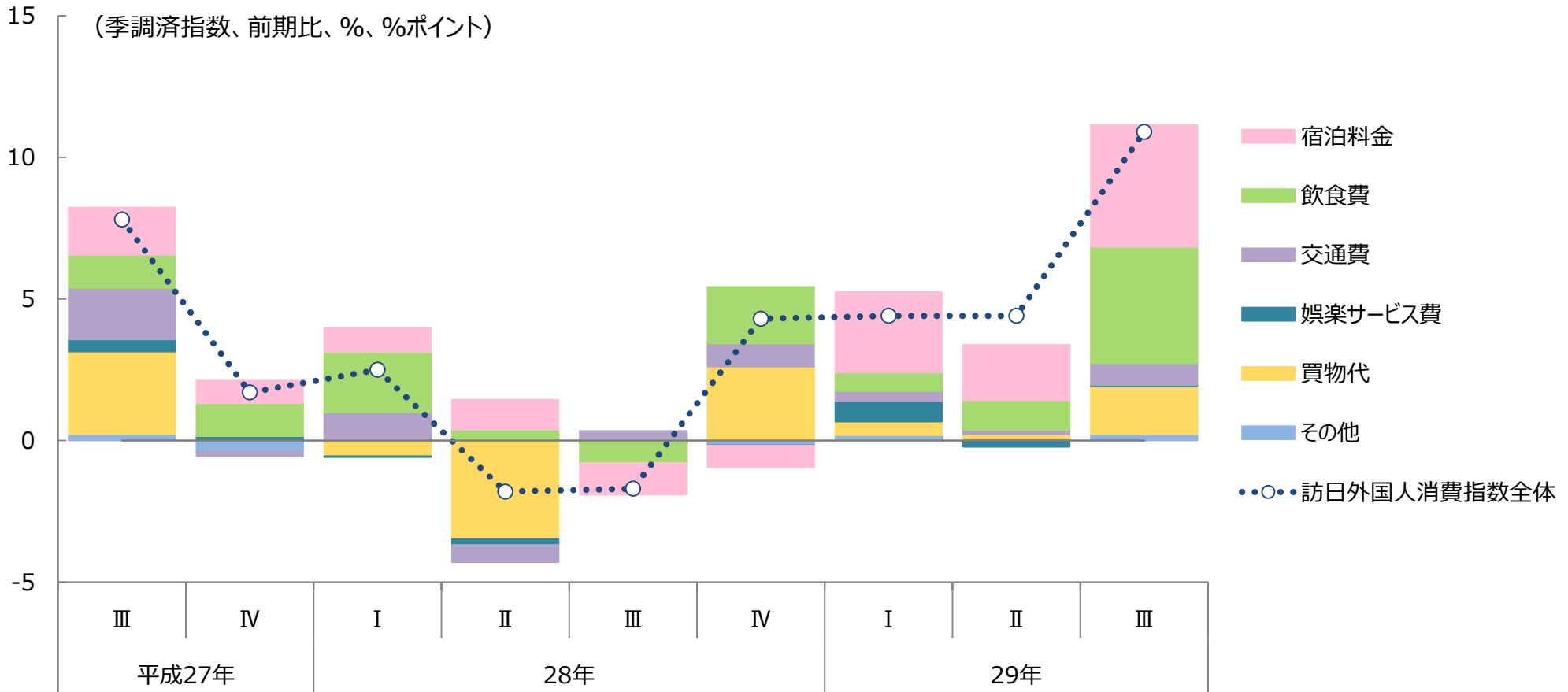
- 29年第3四半期の欧米指数の費目別の動きをみると、全ての費目で前期比低下。
- 最も高い指数値は娯楽サービス費の326.1、次いで交通費の261.3。



(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寄与度（前期比）

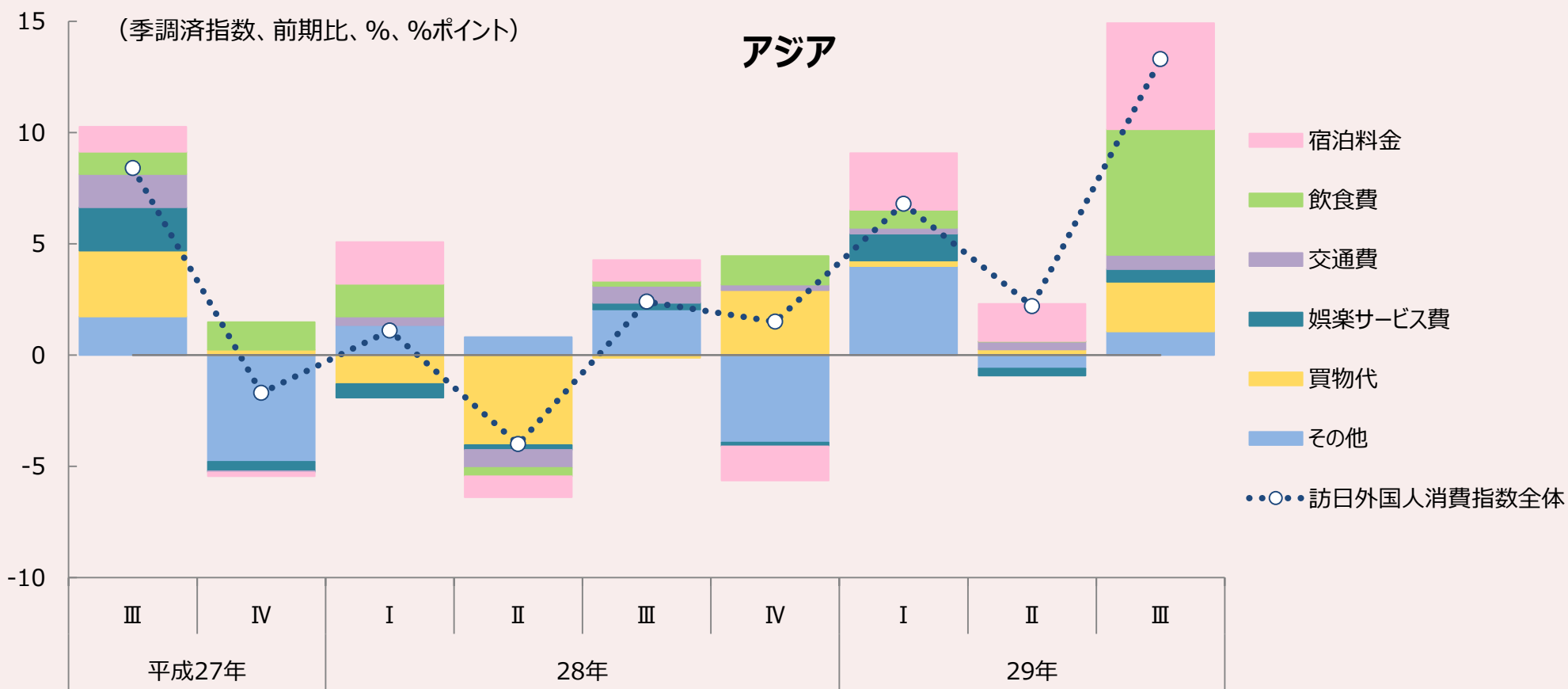
- 費目別の寄与をみると、29年第3四半期は宿泊料金と飲食費の寄与が大きく、全体の前期比10.9%上昇に対し、宿泊料金が4.29%ポイント、飲食費が4.12%ポイントと、両者の上昇寄与が8割以上を占めた。それに次ぐのは、買物代の1.70%ポイント
- 当期は全ての費目が上昇寄与となった。



(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。

訪日外国人消費指数の費目別寄与度（前期比）（アジア）

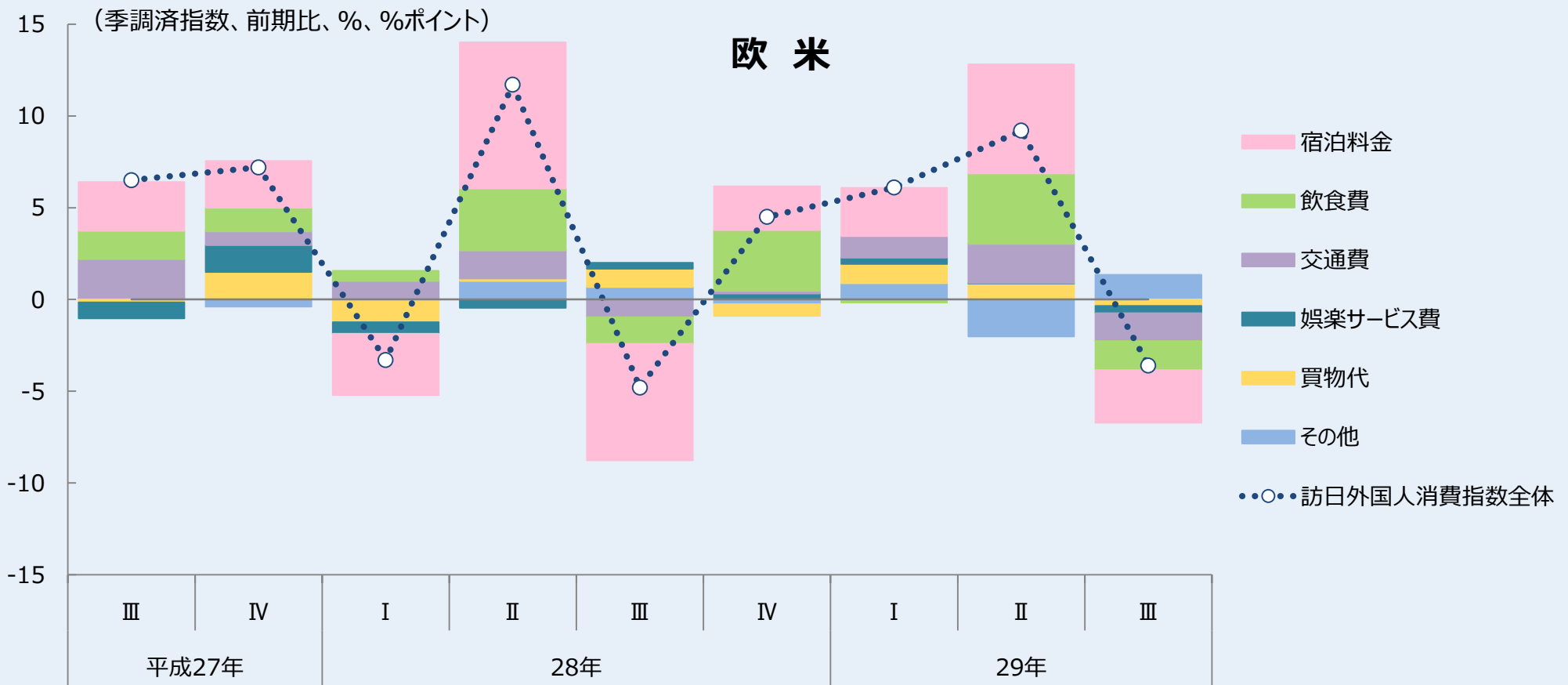
- アジア指数の費目別の寄与をみると、29年第3四半期は飲食費の寄与が非常に大きく、全体の前期比13.3%上昇に対し、飲食費の上昇寄与が5.65%ポイント。それに次ぐのが、宿泊料金の4.77%ポイント。
- 当期は全ての費目が上昇寄与となった。



(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。

訪日外国人消費指数の費目別寄与度（前期比）（欧米）

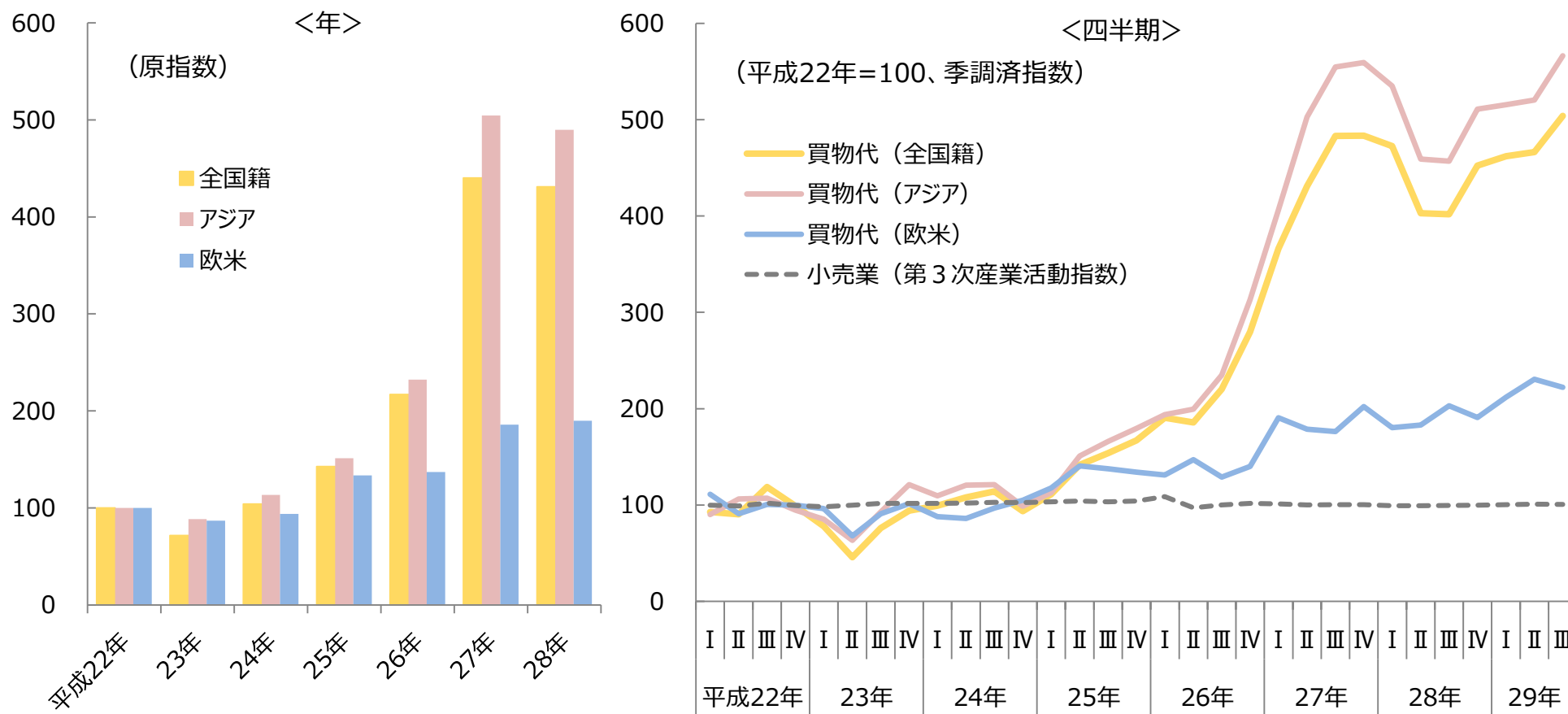
- 欧米指数の費目別の寄与をみると、29年第3四半期は宿泊料金の寄与が非常に大きく、全体の前期比マイナス3.6%低下に対し、宿泊料金の低下寄与がマイナス2.87%ポイント。それに次ぐのが、飲食費のマイナス1.58%ポイント。
- 当期は、「その他」以外の費目は全てマイナス寄与となった。



(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

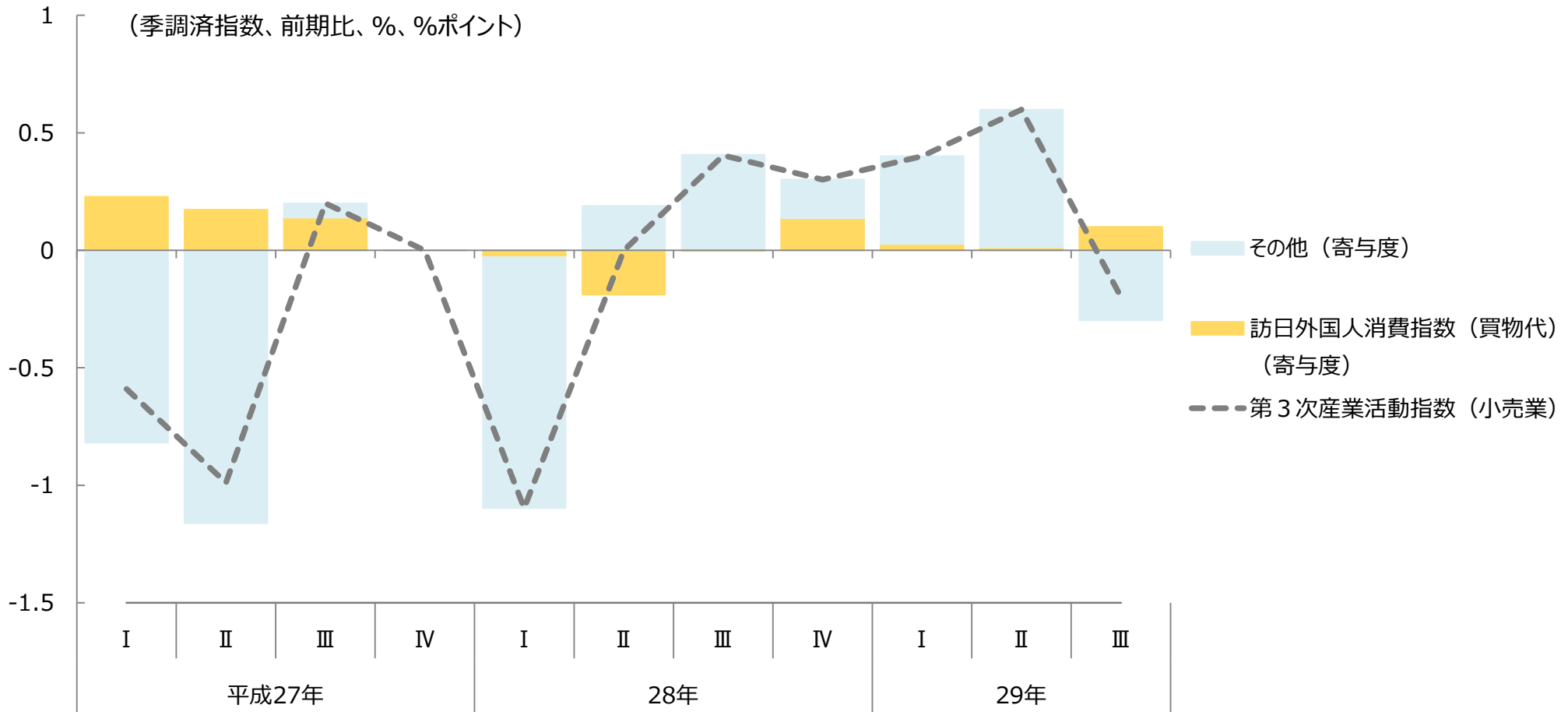
- 29年第3四半期の買物代指数は、指数値504.0、前期比8.0%と4期連続の上昇。
- アジアは指数値566.2、同8.8%と4期連続の上昇。欧米は指数値222.3、同マイナス3.6%と3期ぶりの低下。
- アジアは過去最高値を記録。欧米は上昇基調が鈍化。



(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年以降の訪日外国人消費 買物代指数の寄与

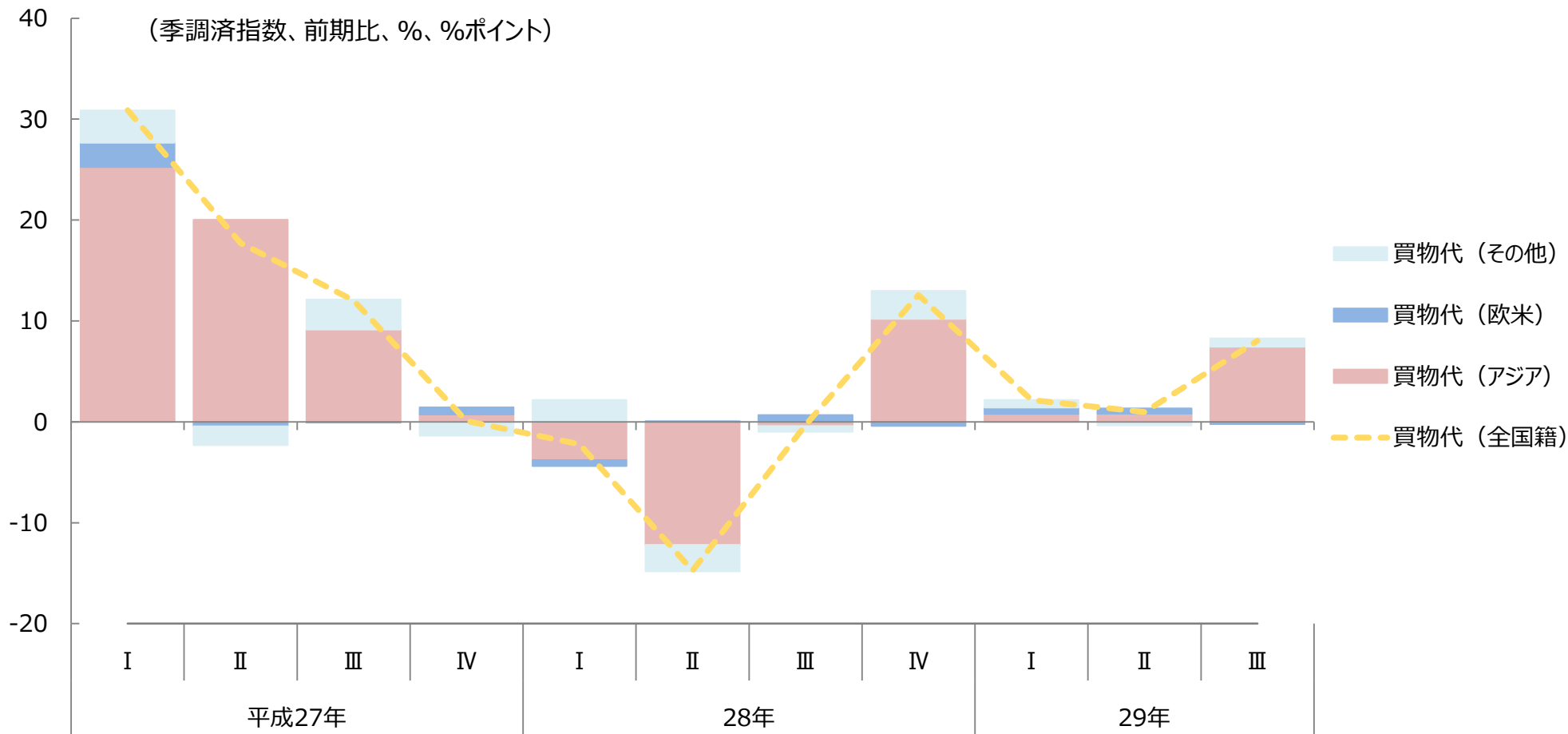
- 29年第3四半期の国内「小売業」活動に占める訪日外国人の買物代指数の割合※は、1%程度。
- 第3四半期の国内「小売業」活動の前期比マイナス0.2%低下に対し、買物代指数の寄与は0.10%ポイントのプラス寄与。



(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「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。

平成27年以降の訪日外国人消費 買物代指数の寄与（アジア、欧米）

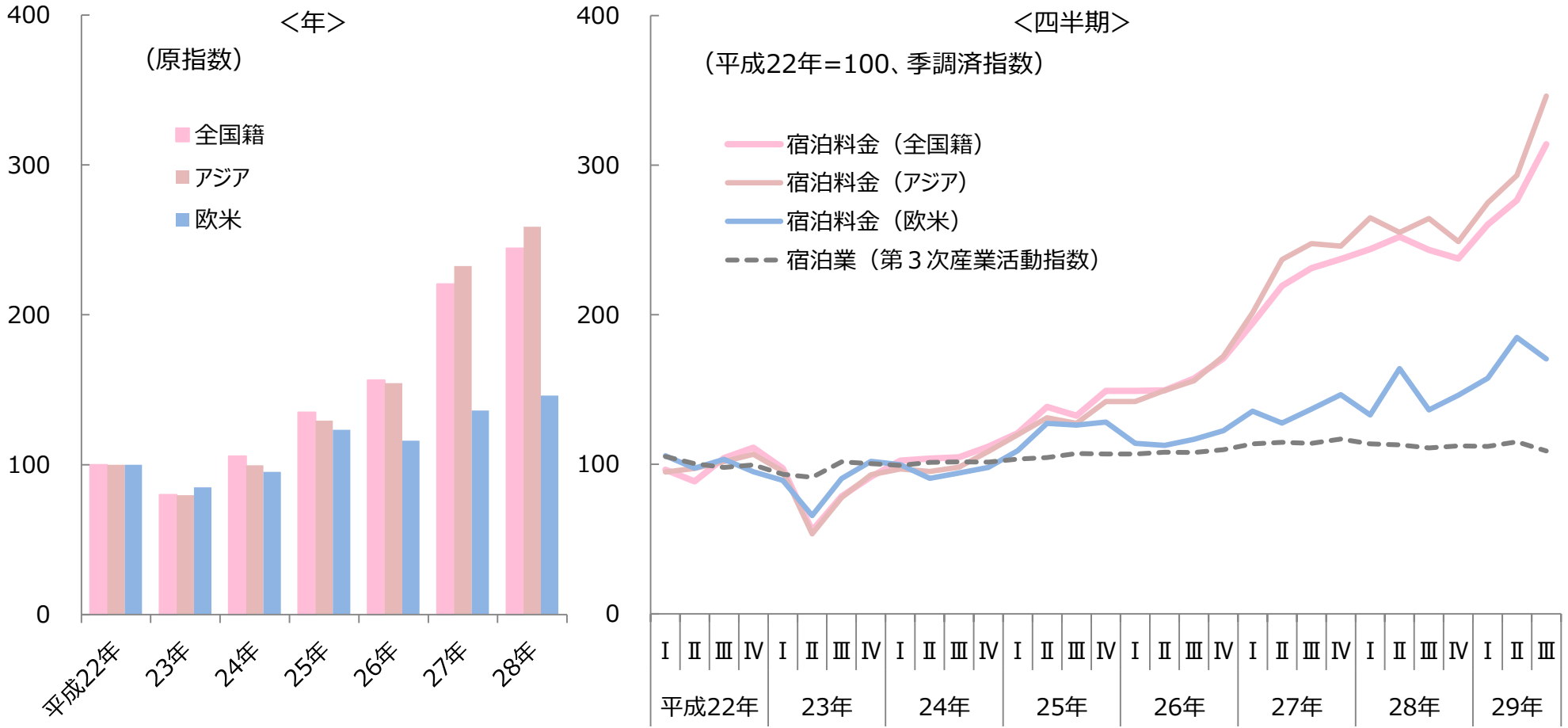
- 訪日外国人全体の買物代指数の変動に対するアジア指数及び欧米指数の貢献度（寄与）をみると、29年第3四半期は、訪日外国人全体の前期比8.0%上昇に対し、アジア指数はプラス7.44%ポイントの上昇寄与。一方、欧米指数はマイナス0.24%ポイントの低下寄与。



(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「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

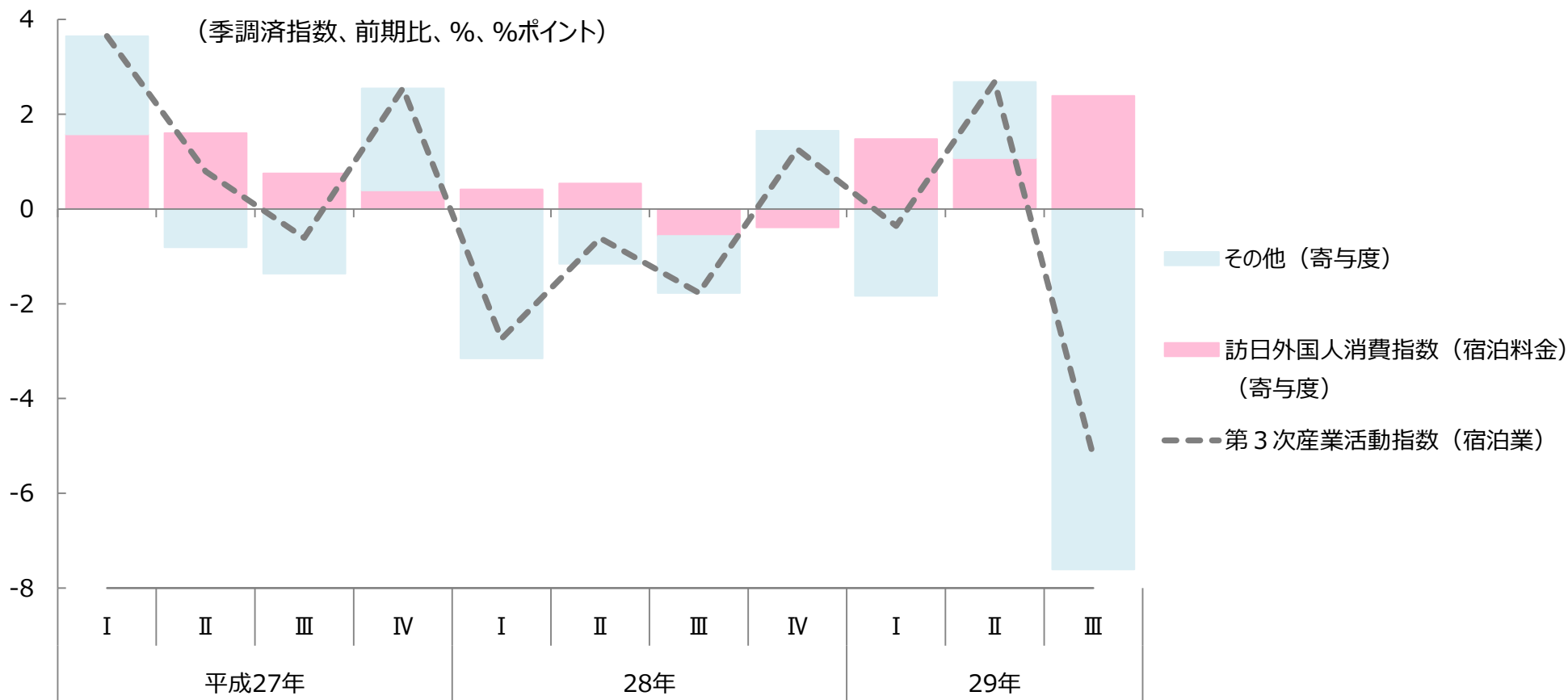
- 29年第3四半期の宿泊料金指数は、指数値314.1、前期比13.6%と3期連続の上昇。
- アジアは指数値346.2、同18.1%と3期連続の上昇。欧米は指数値170.5、同マイナス7.8%と4期ぶりの低下。
- アジアは過去最高値を記録。欧米は上昇基調が鈍化。



(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年以降の訪日外国人消費 宿泊料金指数の寄与

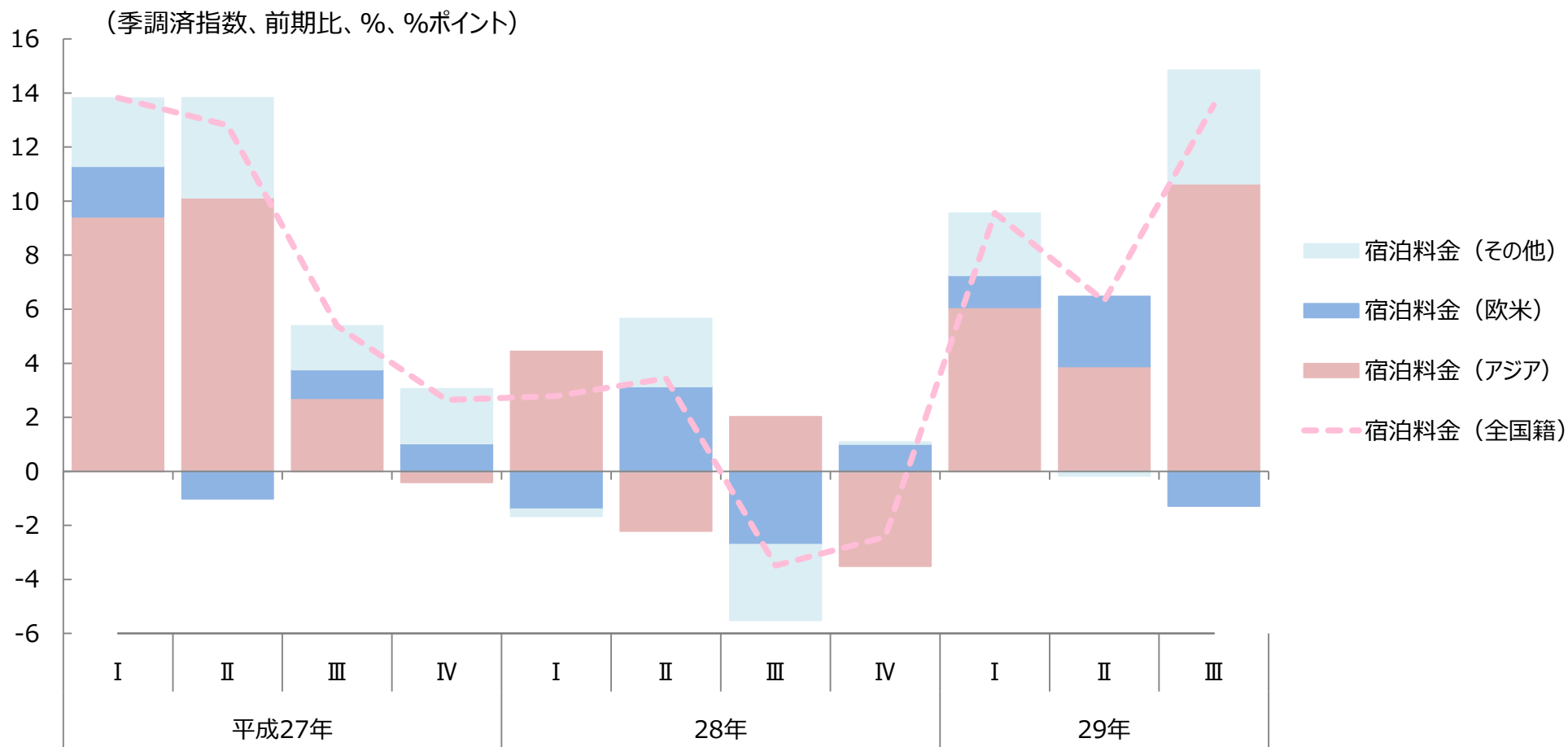
- 29年第3四半期の国内「宿泊業」活動に占める訪日外国人の宿泊料金指数の割合※は、21%程度。
- 第3四半期の国内「宿泊業」活動の前期比マイナス5.2%低下に対し、宿泊料金指数の寄与は2.39%ポイントのプラス寄与。



(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。それぞれウエイトを乗じた指数値で試算。

平成27年以降の訪日外国人消費 宿泊料金指数の寄与（アジア、欧米）

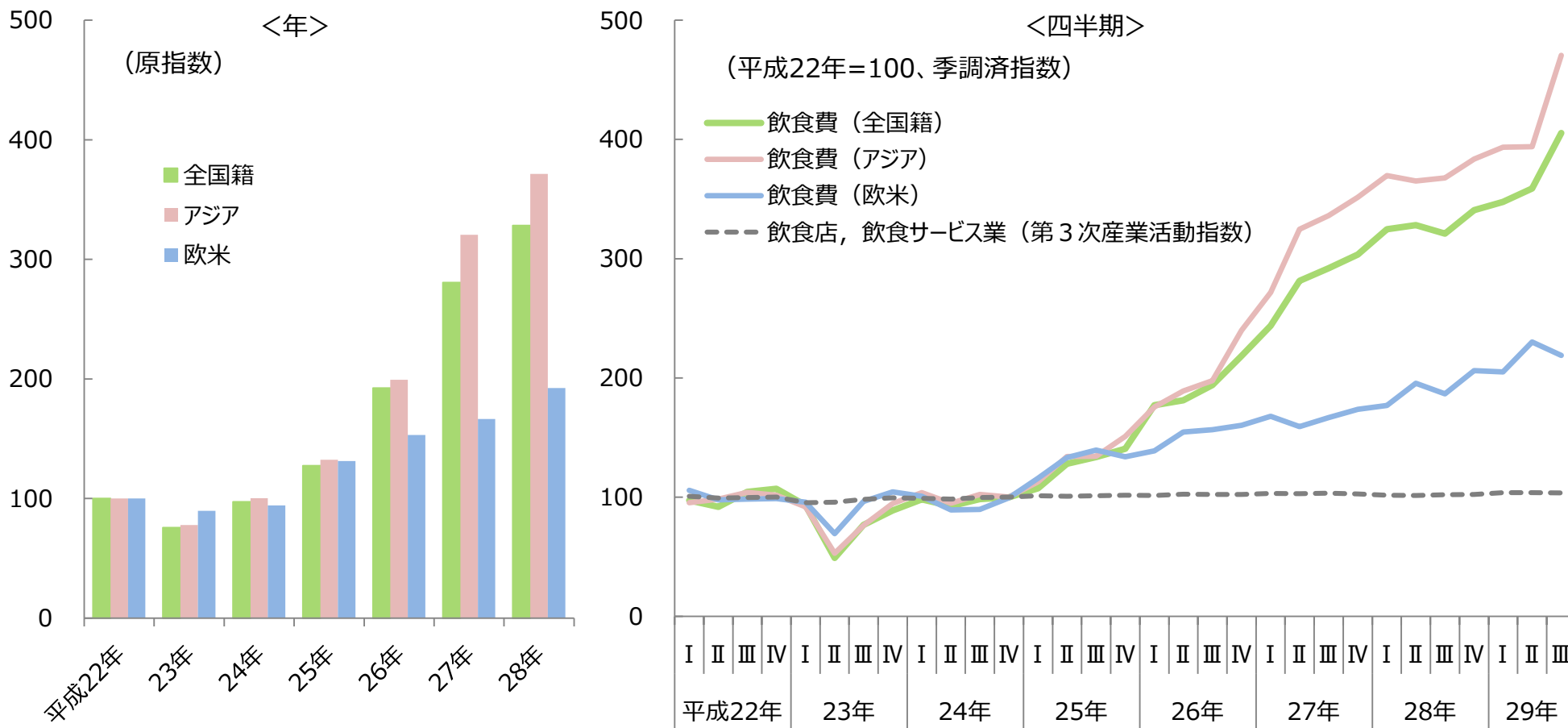
- 訪日外国人全体の宿泊料金指数の変動に対するアジア指数及び欧米指数の貢献度（寄与）をみると、29年第3四半期は、訪日外国人全体の前期比13.6%上昇に対し、アジア指数はプラス10.65%ポイントの上昇寄与。一方、欧米指数はマイナス1.28%ポイントの低下寄与。



(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

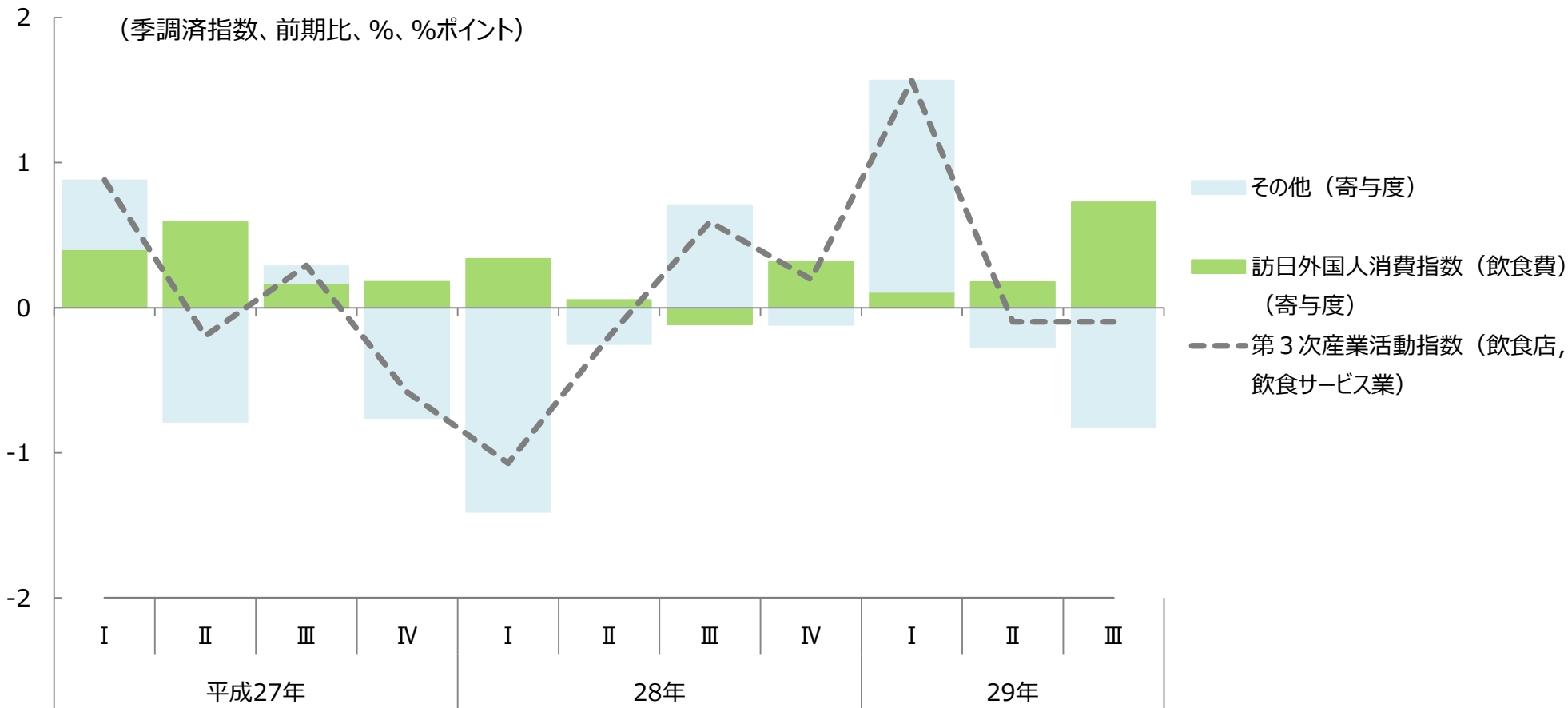
- 29年第3四半期の飲食費指数は、指数値405.3、前期比12.9%と4期連続の上昇。
- アジアは指数値470.5、同19.4%と5期連続の上昇。欧米は指数値218.9、同マイナス4.9%と2期ぶりの低下。
- アジアは過去最高値を記録。欧米は上昇基調が鈍化。



(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年以降の訪日外国人消費 飲食費指数の寄与

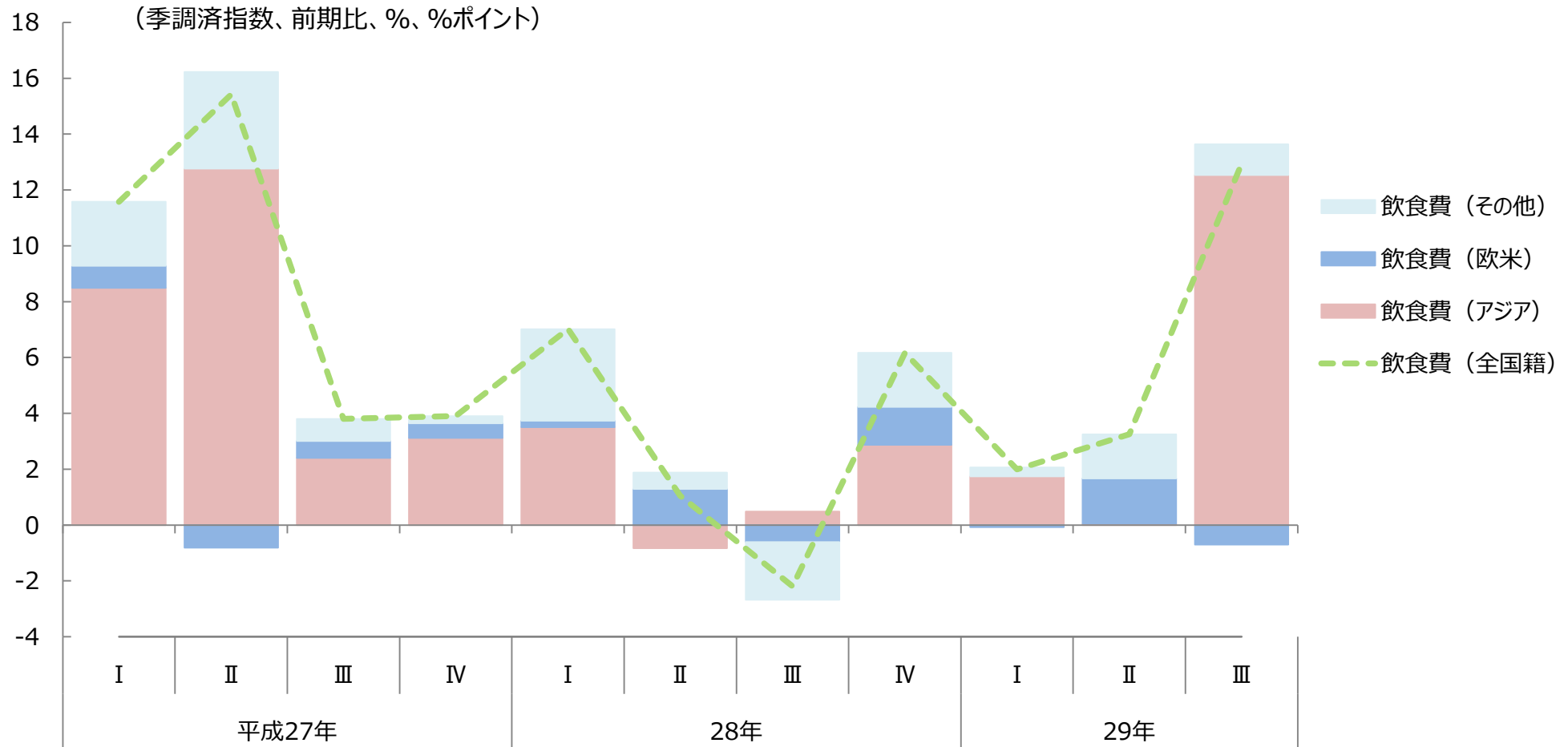
- 29年第3四半期の国内「飲食店、飲食サービス業」活動に占める訪日外国人の飲食費指数の割合※は、6%程度。
- 第3四半期の国内「飲食店、飲食サービス業」活動の前期比マイナス0.1%低下に対し、飲食費指数の寄与は0.73%ポイントのプラス寄与。



(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27年以降の訪日外国人消費 飲食費指数の寄与（アジア、欧米）

- 訪日外国人全体の飲食費指数の変動に対するアジア指数及び欧米指数の貢献度（寄与）をみると、29年第3四半期は、訪日外国人全体の前期比12.9%上昇に対し、アジア指数はプラス12.53%ポイントの上昇寄与。一方、欧米指数はマイナス0.70%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「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29年第3四半期の訪日外国人消費

- 29年第3四半期の訪日外国人数は740万人超え、旅行消費額は1.2兆円で過去最高、1人当たりの支出も前年水準を上回る。
- 訪日外国人消費指数は371.9、前期比10.9%と4期連続で上昇。対個人サービスの前期比横ばいに対し、訪日外国人消費の寄与は0.13%ポイント。「その他」部分の前期比低下を訪日外国人の消費活動が補った。
- 費目別の寄与をみると、宿泊料金と飲食費の前期比上昇寄与が大きい。
- 買物代指数は、前期比8.0%と4期連続上昇。指数も500を超過。
- 宿泊料金指数は、前期比13.6%と3期連続上昇。指数も300を超過。
- 飲食費指数は、前期比12.9%と4期連続上昇。指数も400を超過。
- 訪日外国人消費は、全体でみても、各費目でみても、大きく上昇し、過去最高を更新している。また、各費目に対応する第3四半期のサービス全体はあまり振るわなかったが、国内居住者のそれらサービスの消費低下を、訪日外国人消費が補った形になっている。

平成29年第3四半期のアジアと欧米からの訪日消費

- 29年第3四半期の訪日外国人人数744万人のうち、アジアからが617万人、欧米からが61万人。旅行消費額1.2兆円のうち、アジア客の消費額が9,683億円、欧米客の消費額が1,199億円。
- 訪日外国人消費アジア指数は448.0、前期比13.3%と5期連続上昇、欧米指数は209.7、同マイナス3.6%と4期ぶりの低下。訪日外国人消費全体の上昇は、アジア指数の大きな上昇寄与によるもの。
- アジア指数の上昇に対する費目別の寄与をみると、宿泊料金と飲食費の前期比上昇寄与が大きい。この2つの費目指数及び買物代指数の前期比上昇に対しても、アジア客の貢献が大きい。
- 欧米指数の低下に対する費目別の寄与をみると、宿泊料金と飲食費の前期比低下寄与が大きい。各費目指数に対しても、欧米客の費目指数は低下寄与。
- アジア指数と欧米指数のグラフの動きでも、アジア指数は伸びを加速しているように見えるが、欧米指数では一旦ピークアウトという様相。ただし、28年も欧米指数は第3四半期に低下したが、そこから回復しているので、29年に同様となるか要注視。

訪日外国人消費の国別・地域別指数 (上位5カ国・地域)

国別・地域別の訪日外国人人数及び旅行消費額の変化

- 28年の訪日外国人消費額（＝訪日外国人旅行者数×一人当たりの旅行支出額）の上位5カ国・地域（中国（含む香港）、台湾、韓国、米国、タイ）について注目してみる。
- 全体の訪日外国人旅行者数に占める上位5カ国・地域の割合は、22年は76.3%、28年は81.8%、29年第3四半期は85.1%と、拡大を続けている。
- 一人当たり旅行支出額は、29年第3四半期で、全国籍の16.5万円に対し、中国（含む香港）（22.2万円）及び米国（15.6万円）が高くなっている。

	訪日外国人旅行者数（千人）			一人当たりの旅行支出額（円）		
	平成22年	28年	29年Ⅲ期	平成22年	28年	29年Ⅲ期
全国籍	8,611	24,040	7,439	133,766	155,896	165,412
アジア	6,207	19,251	6,171	116,916	150,453	156,898
欧米	1,391	2,300	607	166,106	173,154	197,557
中国（含む香港）	1,922	8,213	2,876	160,847	215,541	221,626
台湾	1,268	4,168	1,172	103,888	125,854	127,106
韓国	2,440	5,090	1,822	80,875	70,281	74,726
米国	727	1,243	322	159,414	171,418	192,162
タイ	215	902	142	143,424	127,583	155,627

（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）

※地域分類は、国別指数の作成可能な国をJNTOの地域分類を参考に作成。各地域の一人当たり旅行支出額は、訪日外国人旅行者数で加重平均して作成。

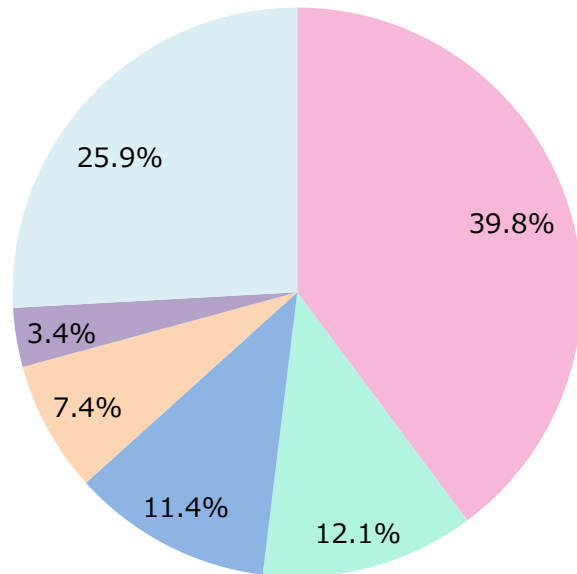
アジア：韓国、台湾、中国、香港、タイ、シンガポール、マレーシア、インド　欧米：英国、ドイツ、フランス、ロシア、米国、カナダ

訪日外国人旅行消費額構成比比較 - 上位5カ国・地域 -

- 上位5カ国・地域の構成比を28年と29年第3四半期で比較。
- 28年でも中国（含む香港）からの訪日客の消費額が4割を占めていたが、29年第3四半期にはさらに拡大し、5割目前にまで達している。また、韓国の構成比も上昇。

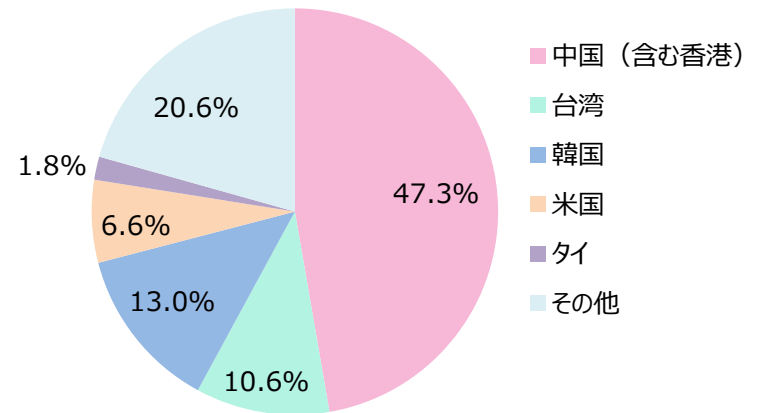
28年

訪日外国人消費額
3兆7,476億円



29年第3四半期

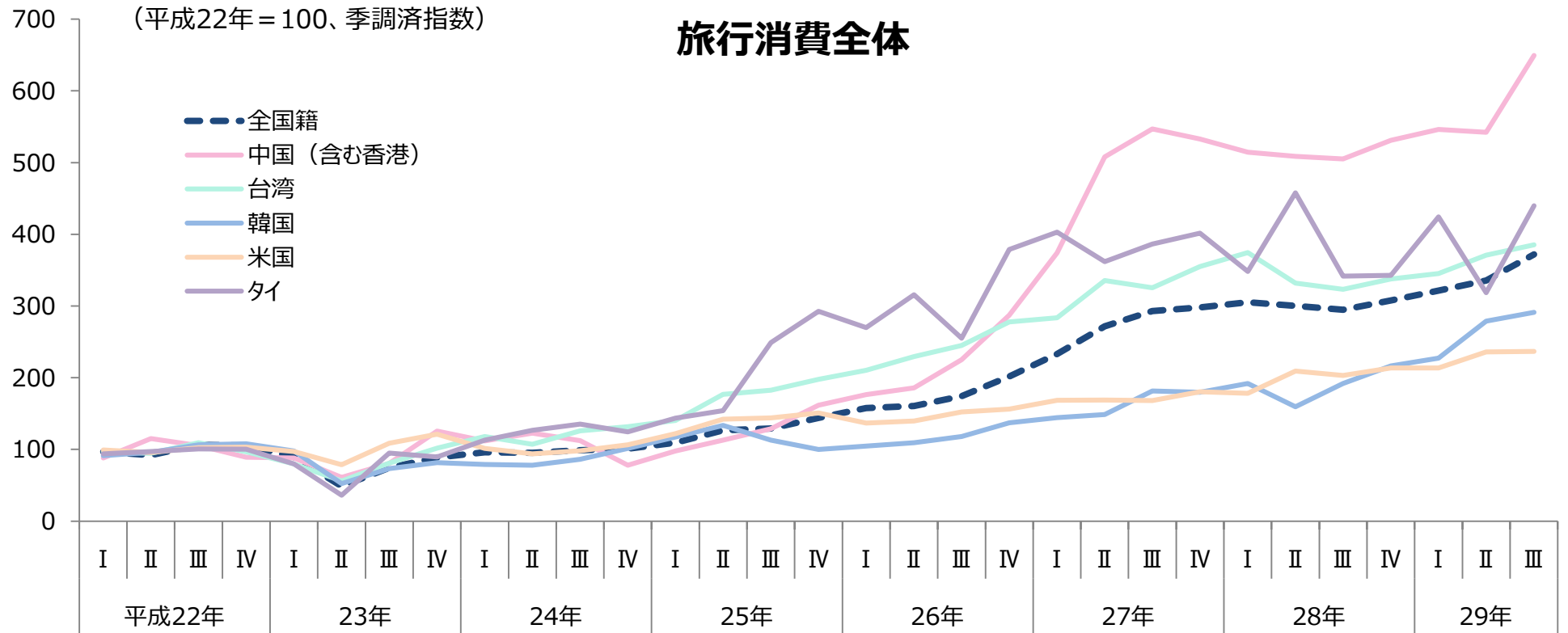
1兆2,305億円



（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、地域別の旅行消費全体指数にそれぞれのウェイトを乗じた数値を用いて作成。

訪日外国人消費の国別・地域別指数（旅行消費全体）－上位5カ国・地域－

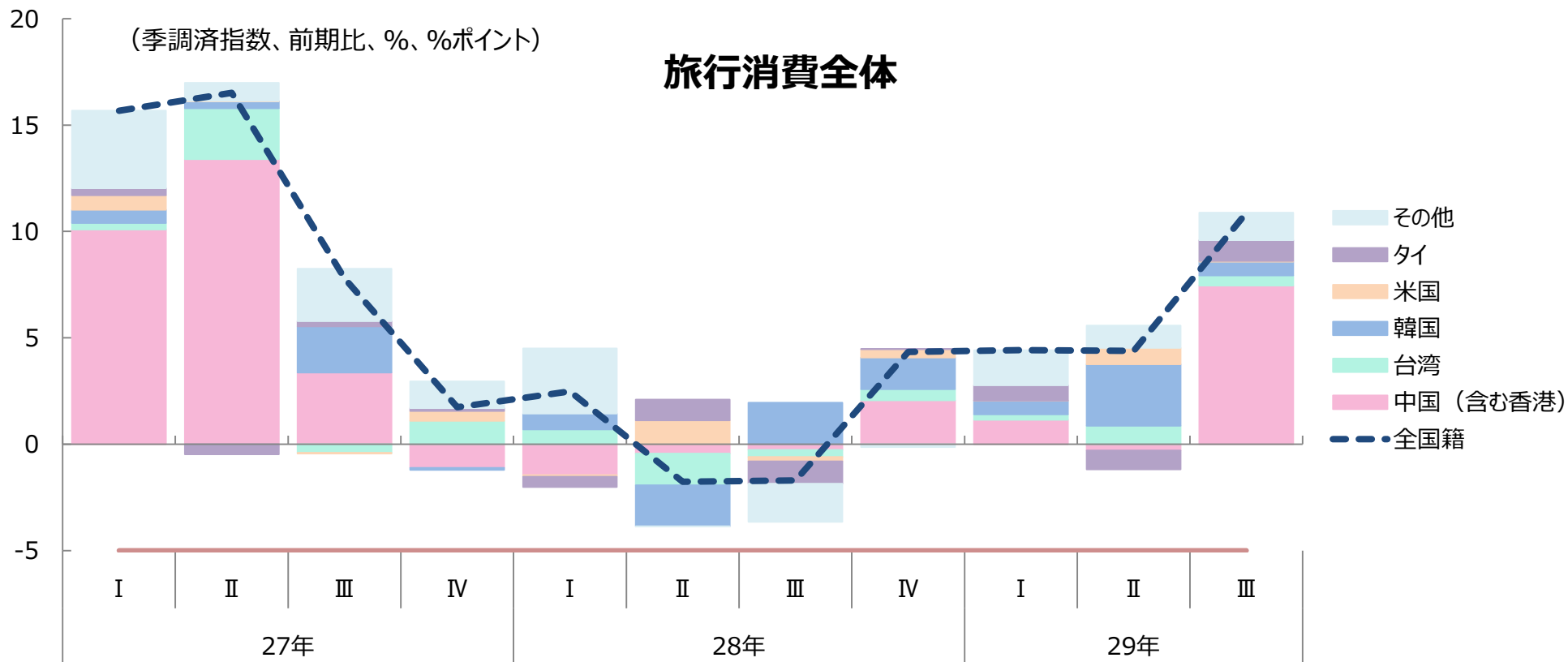
- 上位5カ国・地域の旅行消費全体指数をみると、29年第3四半期は、中国（含む香港）が指数値649.3と2期ぶりの上昇でトップ。
- それに次ぐのはタイで、指数値439.7と2期ぶりの上昇。
- 中国（含む香港）の圧倒的な強さが目立つが、タイも上下動はありながらも拡大基調にある。



（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。

訪日外国人全体に対する国別・地域別の寄与（旅行消費全体）－上位5カ国・地域－

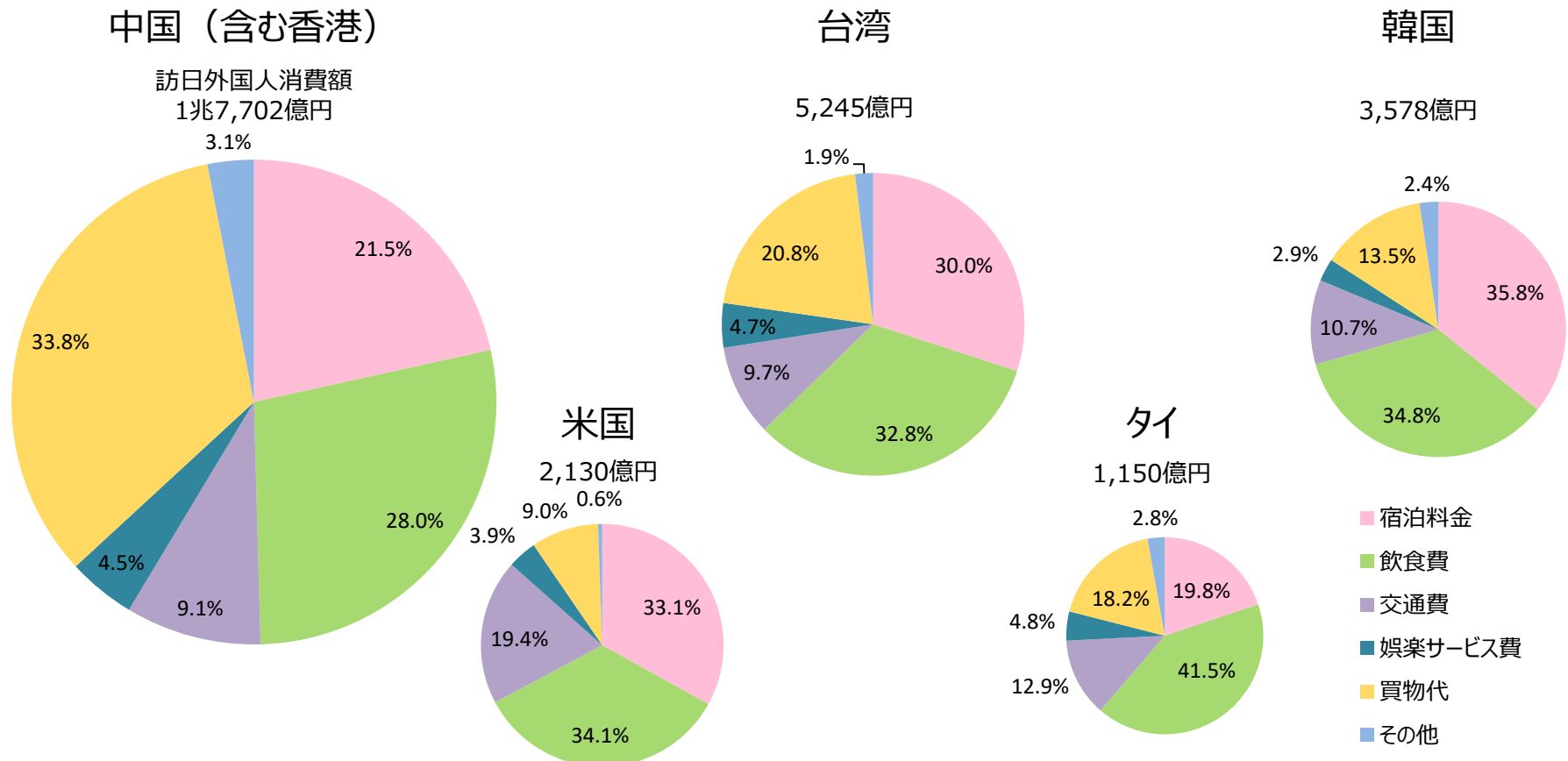
- 訪日外国人全体の旅行消費指数の変動に対する上位5カ国・地域の貢献度（寄与）をみると、29年第3四半期は、訪日外国人全体の前期比10.9%上昇に対し、最も大きい寄与をみせたのは中国（含む香港）指数で、プラス7.46%ポイントと圧倒的。これに次ぐ寄与はタイ指数の0.98%ポイント。
- 中国（含む香港）指数は、第2四半期にはマイナス寄与となっていたが、第3四半期に再び大きなプラス寄与をみせた。



(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。

費目別構成比比較 - 上位5カ国・地域 -

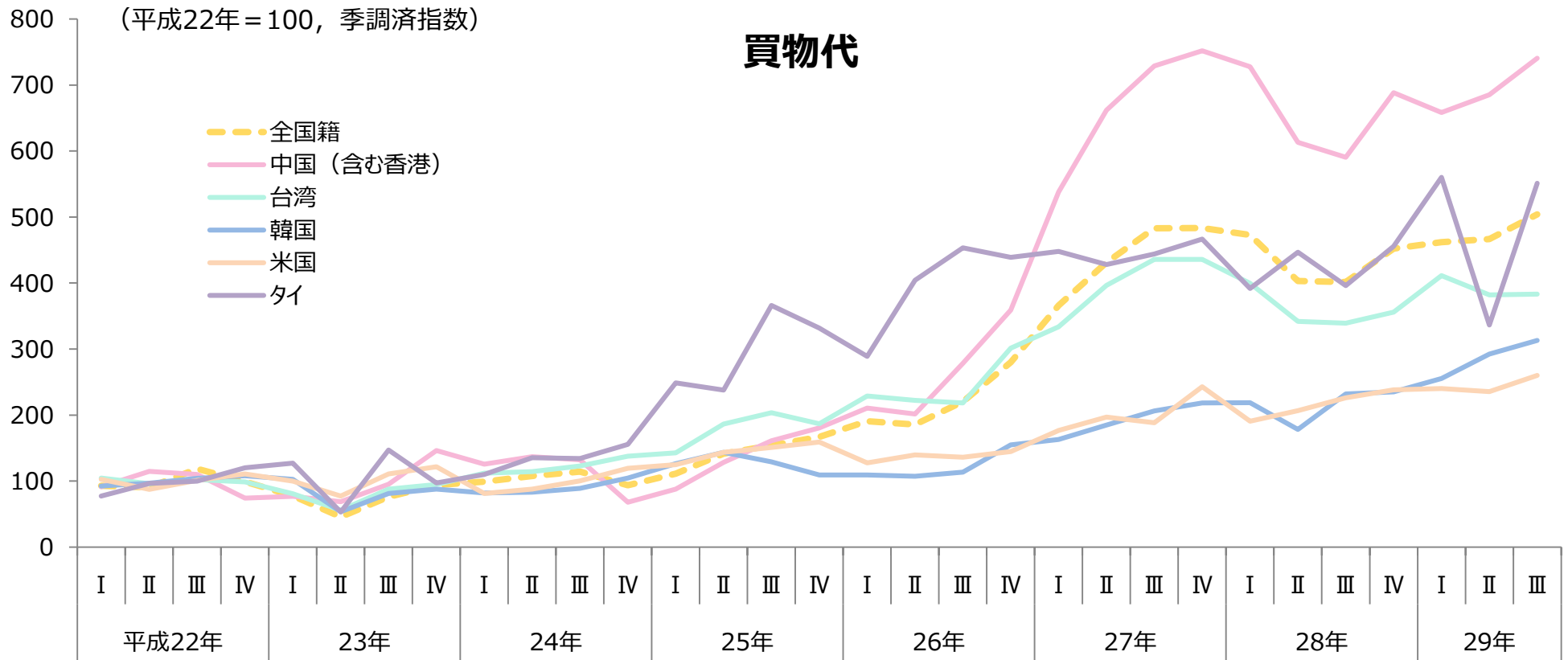
- 28年の費目別構成比を、上位5カ国・地域別に比較。
- 中国（含む香港）は買物代の構成比が最も高く、韓国は宿泊料金が最も高い。その他の3カ国・地域は、飲食費の構成比が最も高く、特にタイは飲食費の構成比が4割を超えている。



(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。

訪日外国人消費の国別・地域別指数（買物代）－上位5カ国・地域－

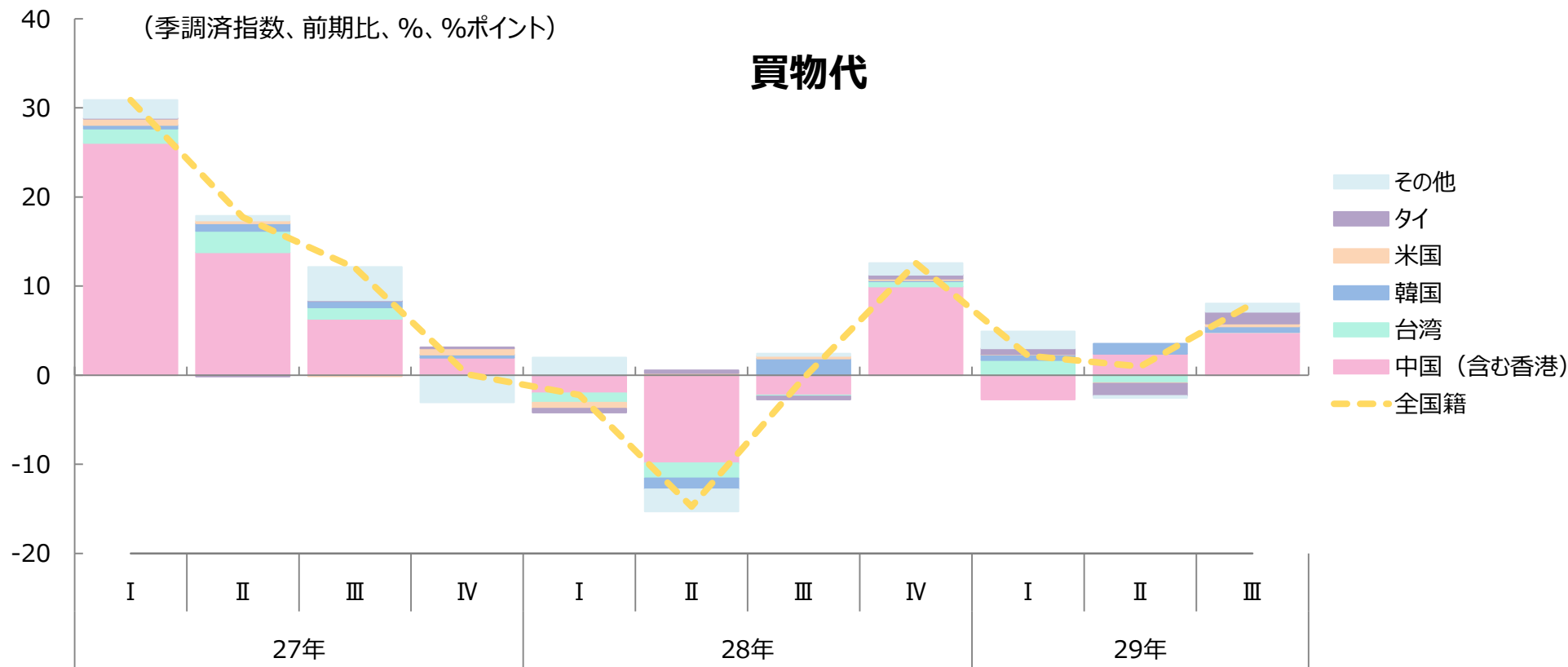
- 上位5カ国・地域の買物代指数をみると、29年第3四半期は、中国（含む香港）が指数値740.6と2期連続の上昇でトップ。
- それに次ぐのはタイで、指数値551.2と2期ぶりの上昇。
- 中国（含む香港）は最も高い27年第4四半期の751.9に迫る勢いで再び拡大。



（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。

訪日外国人全体に対する国別・地域別の寄与（買物代）－上位5カ国・地域－

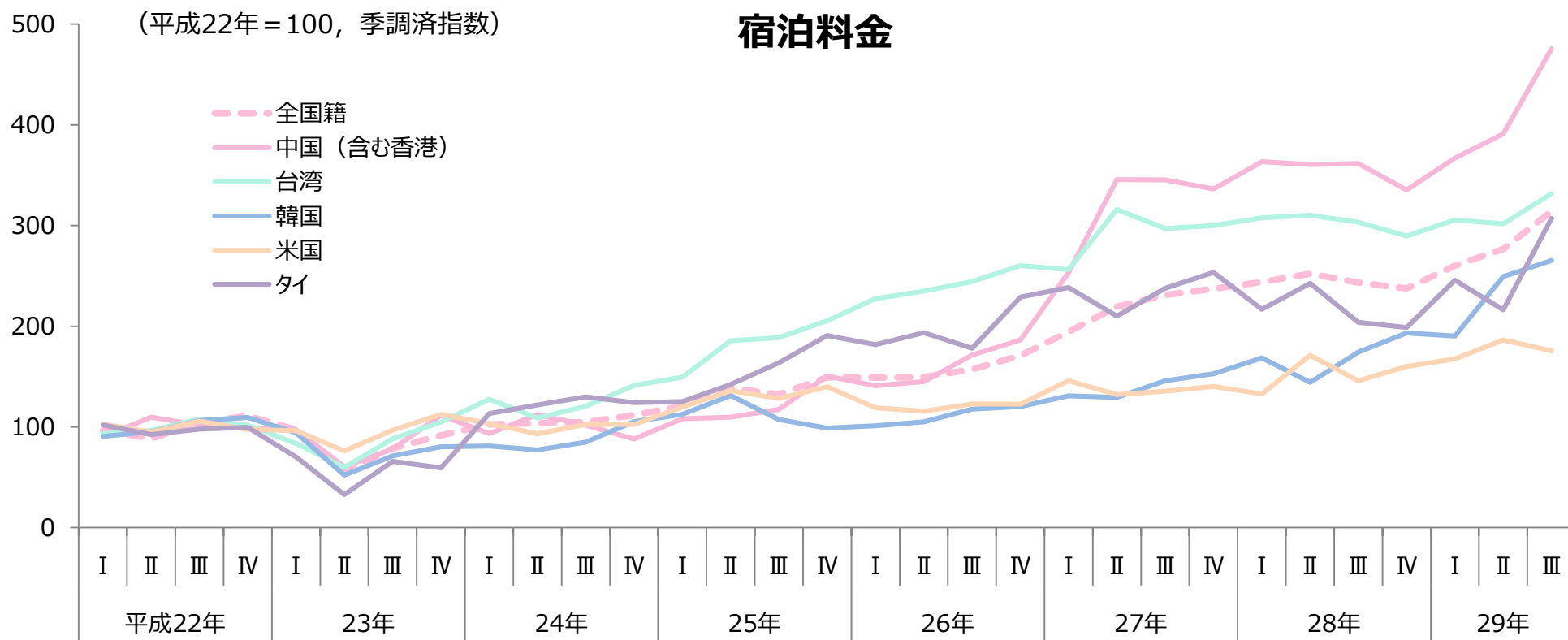
- 訪日外国人全体の買物代指数の変動に対する上位5カ国・地域の貢献度（寄与）をみると、29年第3四半期は、訪日外国人全体の前期比8.0%上昇に対し、最も大きい寄与をみせたのは中国（含む香港）指数で、プラス4.82%ポイントと6割を占める。これに次ぐ寄与はタイ指数の1.32%ポイント。
- 中国（含む香港）指数の寄与が再び拡大。タイ指数は第2四半期はマイナス寄与となっていたが、第3四半期には逆転してプラス寄与をみせた。



（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。

訪日外国人消費の国別・地域別指数（宿泊料金）－上位5カ国・地域－

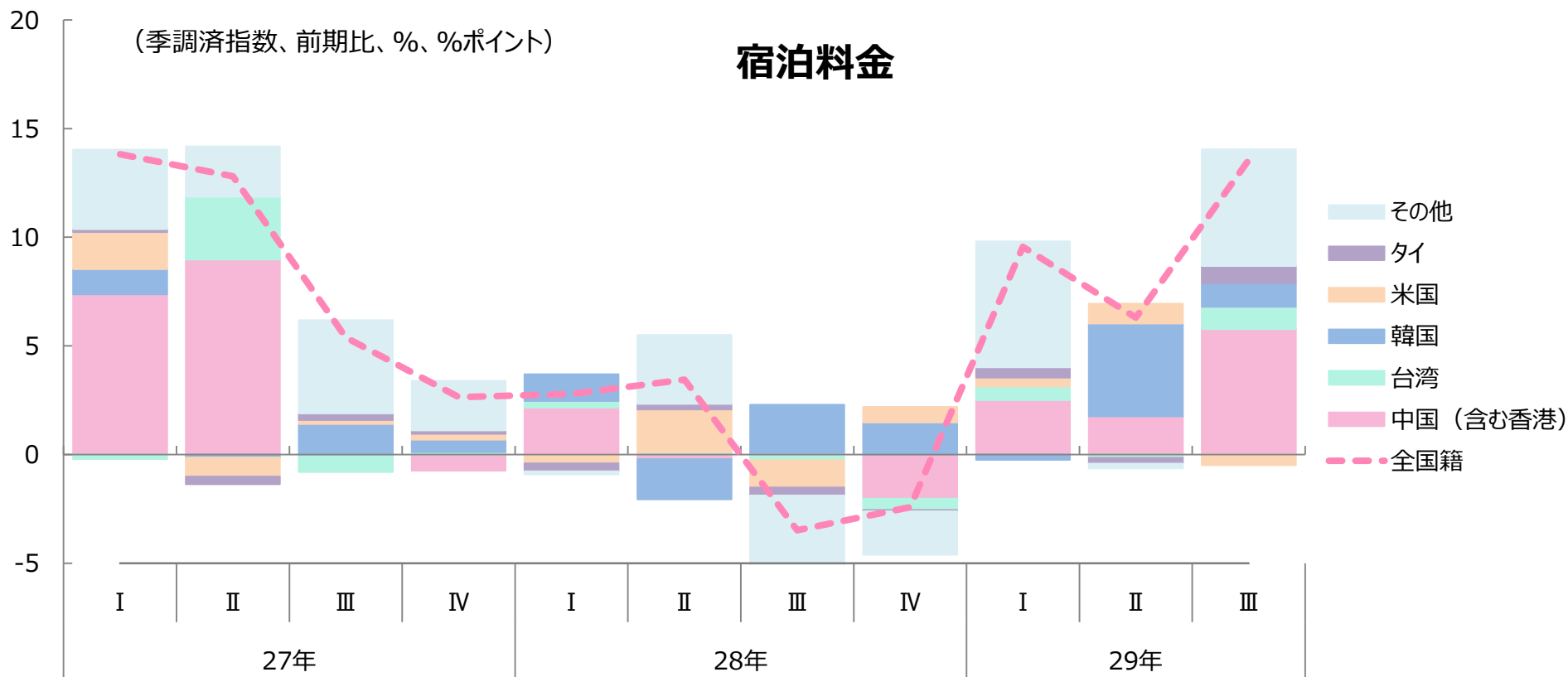
- 上位5カ国・地域の宿泊料金指数をみると、29年第3四半期は、中国（含む香港）が指数値475.7と3期連続の上昇でトップ。
- それに次ぐのは台湾で、指数値331.6と2期ぶりの上昇。
- 中国（含む香港）は29年に入って急拡大をみせている。



（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。

訪日外国人全体に対する国別・地域別の寄与（宿泊料金）－上位5カ国・地域－

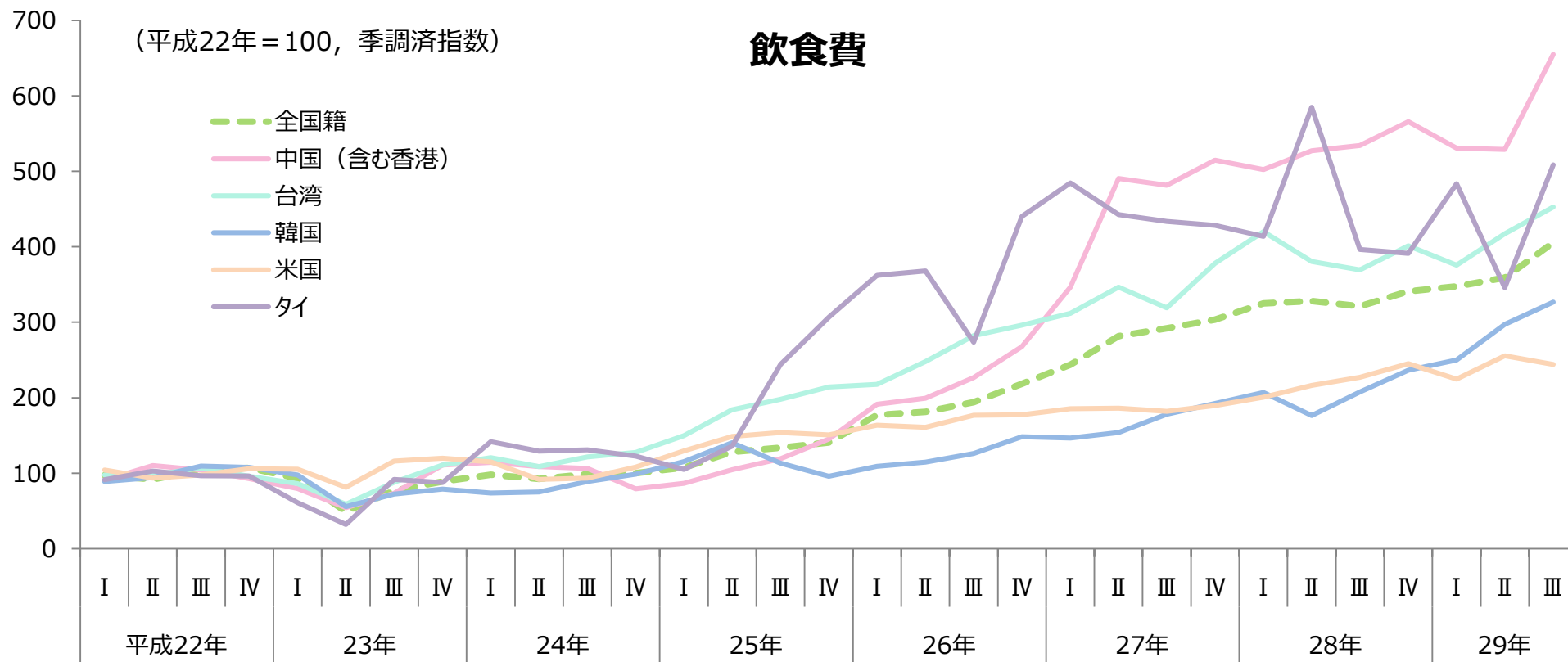
- 訪日外国人全体の宿泊料金指数の変動に対する上位5カ国・地域の貢献度（寄与）をみると、29年第3四半期は、訪日外国人全体の前期比13.6%上昇に対し、最も大きい寄与をみせたのは中国（含む香港）指数で、プラス5.77%ポイント。これに次ぐ寄与は韓国指数の1.08%ポイント。
- 中国（含む香港）指数の寄与が再び拡大。韓国指数は第2四半期よりも寄与が縮小。また、米国指数はマイナス寄与に転じた。



(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。

訪日外国人消費の国別・地域別指数（飲食費）－上位5カ国・地域－

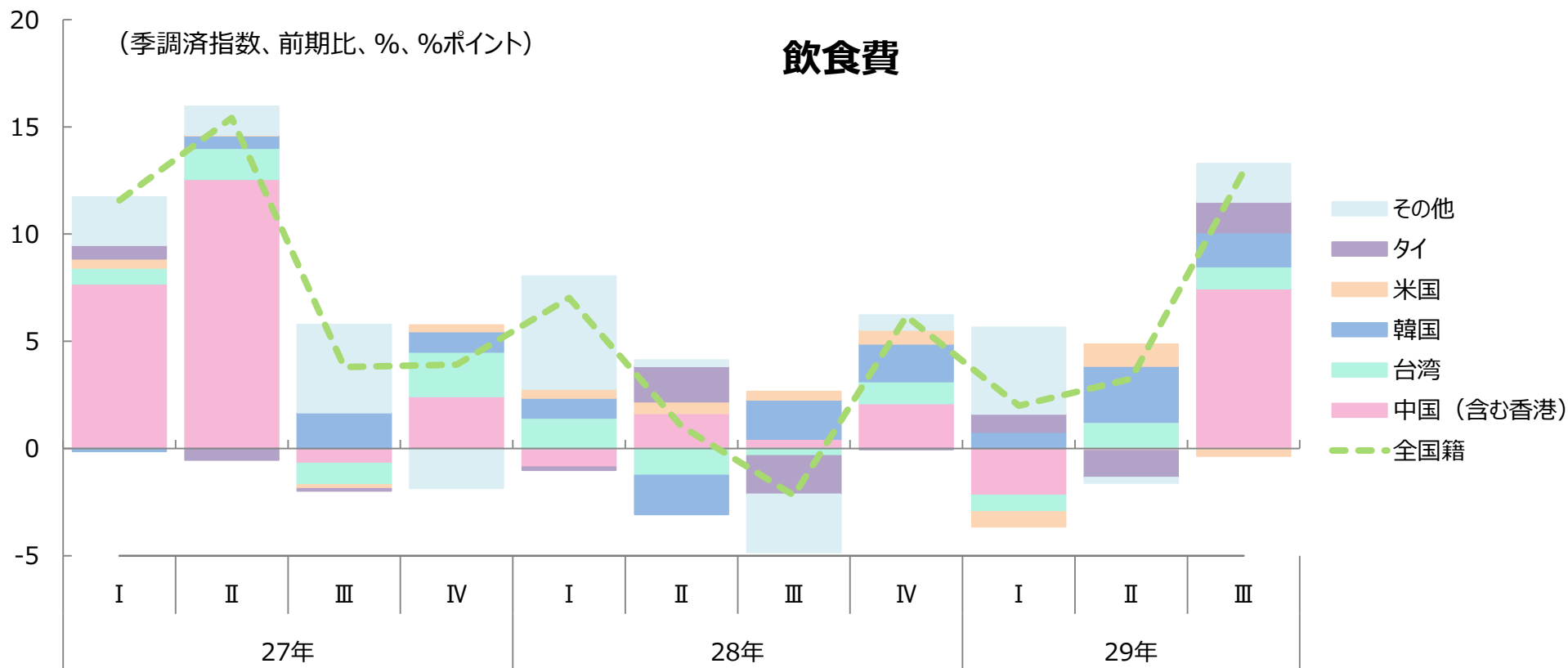
- 上位5カ国・地域の飲食費指数をみると、29年第3四半期は、中国（含む香港）が指数値654.9と3期ぶりの上昇でトップ。
- それに次ぐのはタイで、指数値508.4と2期ぶりの上昇。
- 中国（含む香港）は今期急拡大。韓国は26年から安定した上昇基調となっている。



（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。

訪日外国人全体に対する国別・地域別の寄与（飲食費）－上位5カ国・地域－

- 訪日外国人全体の飲食費指数の変動に対する上位5カ国・地域の貢献度（寄与）をみると、29年第3四半期は、訪日外国人全体の前期比12.9%上昇に対し、最も大きい寄与をみせたのは中国（含む香港）指数で、プラス7.46%ポイントと過半を占めている。これに次ぐ寄与は韓国指数の1.60%ポイント。
- 中国（含む香港）指数は第1、第2四半期ともマイナス寄与となっていたが、第3四半期は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。

訪日外国人消費上位5カ国・地域の特徴

- 訪日外国人の国籍・地域別消費額の上位5カ国・地域は、中国（含む香港）、台湾、韓国、米国、タイとなっている。この5カ国・地域からの訪日客の消費額が平成28年全体の4分の3近くを占める。29年第3四半期では、その割合が上昇。
- 構成比をみると、中国（含む香港）からの訪日客の消費額がおおむね4～5割、台湾、韓国からの訪日客の消費額が1割を少し超えている。米国やタイは、数%。
- 消費指数の伸びを見ると、中国（含む香港）からの訪日客の伸びが大きく、2010年の6倍以上。それに次ぐのはタイで、4倍を超える伸び。
- 費目別構成比をみると、中国（含む香港）では買物代の割合が高く、タイでは飲食費の割合が高いという特徴。台湾、韓国、米国は、宿泊料金、飲食費が3分の1ずつと似たような構成。
- 費目別指数の伸びを比較すると、買物代指数については、中国（含む香港）の伸びが著しく、タイの伸びも大きい。他の3カ国・地域の伸びは全体の伸びを下回っている。
- 宿泊料金指数については、中国（含む香港）の伸びがひとときわ目立ち、台湾、韓国、タイが2番手グループ。米国の宿泊料金指数の伸びは低い。
- 飲食費指数については、中国（含む香港）、タイ、台湾の伸びが高く、上位グループを形成。韓国と米国は、全体の伸びを大きく下回っている。

(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。
- 地域別指数のウェイトは、2010年の全国籍の費目別旅行消費額に対する地域別の費目別旅行消費額の割合で、全国籍のウェイトを配分して作成。
- 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		
	全国籍	アジア	欧米
訪日外国人消費指数（全体）	18.129	10.863	3.962
宿泊	6.962	3.861	1.718
飲食	5.398	3.170	1.208
交通	2.052	1.038	0.549
娯楽サービス	0.549	0.385	0.089
買物	2.764	2.100	0.370
その他	0.404	0.309	0.028

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（全国籍）のウェイト		
a1	a2	a=a1*a2	b	c	d=b/c	e=a/d	g	h=g*e		
(円/人)	(人)	(億円)	(億円)	(%)	(億円)	(%)	2010年	2010年		
合計	133,426	8,611,175	11,490				合計		全体	18.129
宿泊料金	41,659		3,587	宿泊業	46,129	宿泊業	95.2	95.2	宿泊	6.962
飲食費	26,598		2,290	飲食店	132,290	飲食店	332	332	飲食	5.398
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	996.8	996.8	交通	2.052
娯楽サービス	6,803		586	娯楽業	262,142	娯楽業	275.2	275.2	娯楽サービス	0.549
買物代	41,273		3,554	小売業	1,291,802	小売業	1028.1	1028.1	買物	2.764
その他	2,973		256						その他	0.404

※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！

◎ 三二経済分析：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！！

【問合せ先】

ご不明な点はコチラにお問合せください。

経済産業省 大臣官房 調査統計グループ 経済解析室

電話：03-3501-1644（直通）

F A X：03-3501-7775

E-MAIL：qqcebc@meti.go.jp