

VISA  
査証

WELCOME  
歡迎光臨

# 2017年第4四半期の 訪日外国人消費指数の動きと 中国・アメリカの1人当たり消費額 (母国通貨建て) の変化

~ *Traveler Consumption Index* ~

平成30年4月10日

経済解析室

SHOPPING  
쇼핑

SIGHTSEEING  
日本観光

## 訪日外国人数は過去最高。旅行消費額、一人当たり支出も増加。

- 29年第4四半期の訪日外国人旅行消費額は、前年同期比プラス27.8%の1兆1,400億円。
- 訪日外国人旅行者数は、同プラス23.6%の750万人と、過去最高の数値。
- 1人当たり旅行支出額は同プラス3.4%の15万2,119円と2期連続の上昇。

	訪日外国人旅行者数		一人当たりの旅行支出額		旅行消費額	
	(千人)	前年(同期)比(%)	(円)	前年(同期)比(%)	(億円)	前年(同期)比(%)
平成28年	24,039	21.8	155,896	-11.5	37,476	7.8
29年	28,691	19.4	153,921	-1.3	44,161	17.8
28年Ⅳ期	6,062	15.5	147,174	-12.2	8,922	1.3
29年Ⅰ期	6,537	13.6	148,070	-8.5	9,679	4.0
29年Ⅱ期	7,220	21.1	149,249	-6.7	10,776	13.0
29年Ⅲ期	7,439	18.8	165,412	6.6	12,305	26.6
29年Ⅳ期	7,494	23.6	152,119	3.4	11,400	27.8

(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%、29年は81.1%と拡大。一方、欧米の割合は、22年は16.2%、29年は8.8%と縮小している。
- 一人当たり旅行支出額は、22年、29年ともに、全国籍の支出額と比較して、アジアが低く、欧米が高い。
- 旅行消費額を見ると、全体に占めるアジアの割合は、22年は63.0%、29年は76.9%と拡大。一方、欧米の割合は縮小し、29年は10.9%と1割程度。

	訪日外国人旅行者数（千人）		一人当たりの旅行支出額（円）		旅行消費額（億円）	
	平成22年	29年	平成22年	29年	平成22年	29年
全国籍	8,611	28,691	133,766	153,921	11,519	44,161
アジア	6,207	23,257	116,916	145,994	7,257	33,953
欧米	1,391	2,533	166,106	189,604	2,311	4,802

（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

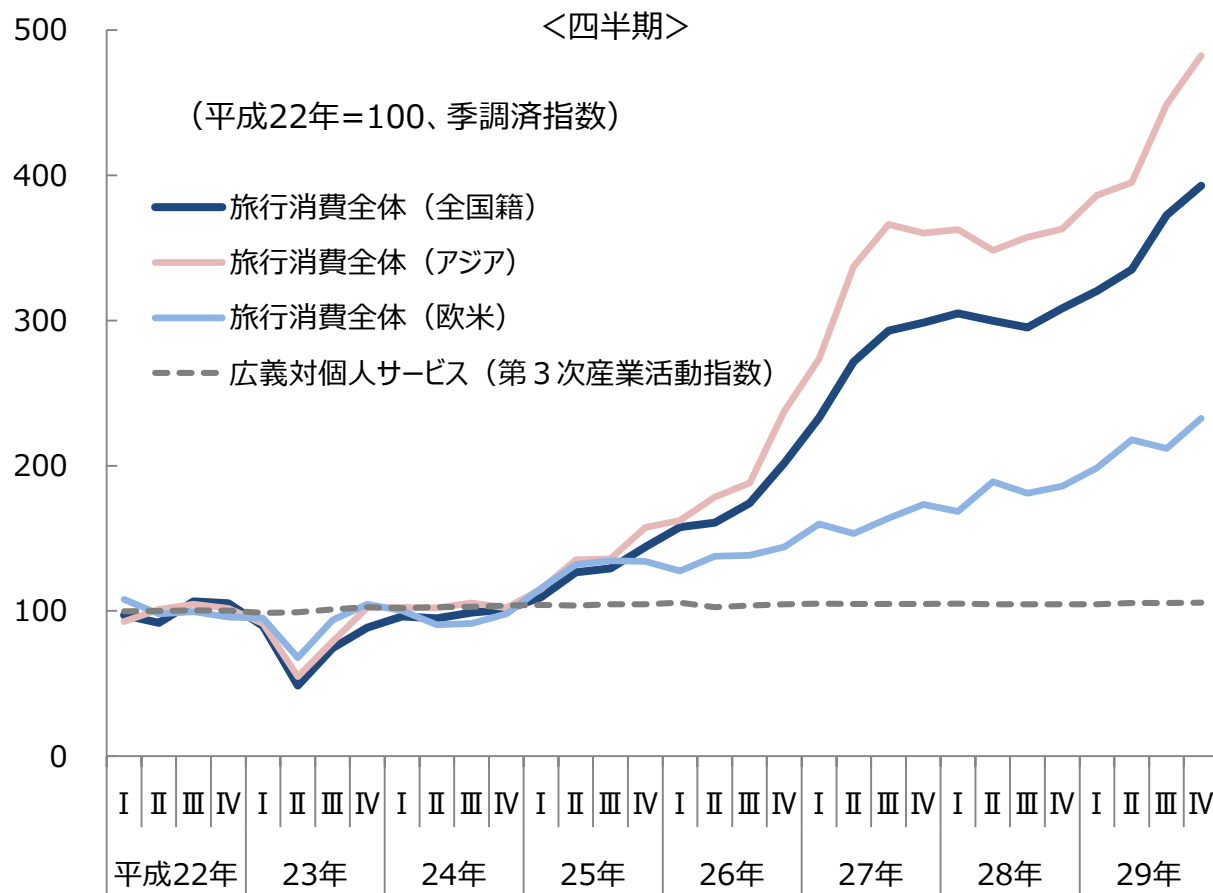
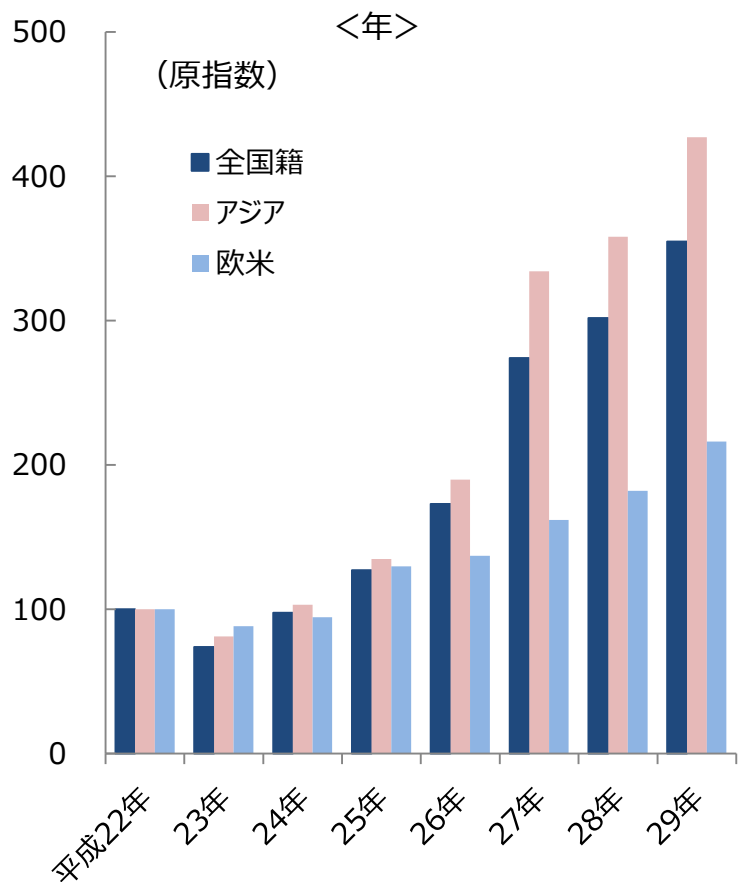
訪日外国人  
消費指数

※上記図表についての詳細は、35～37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4四半期の訪日外国人消費指数は好調を維持

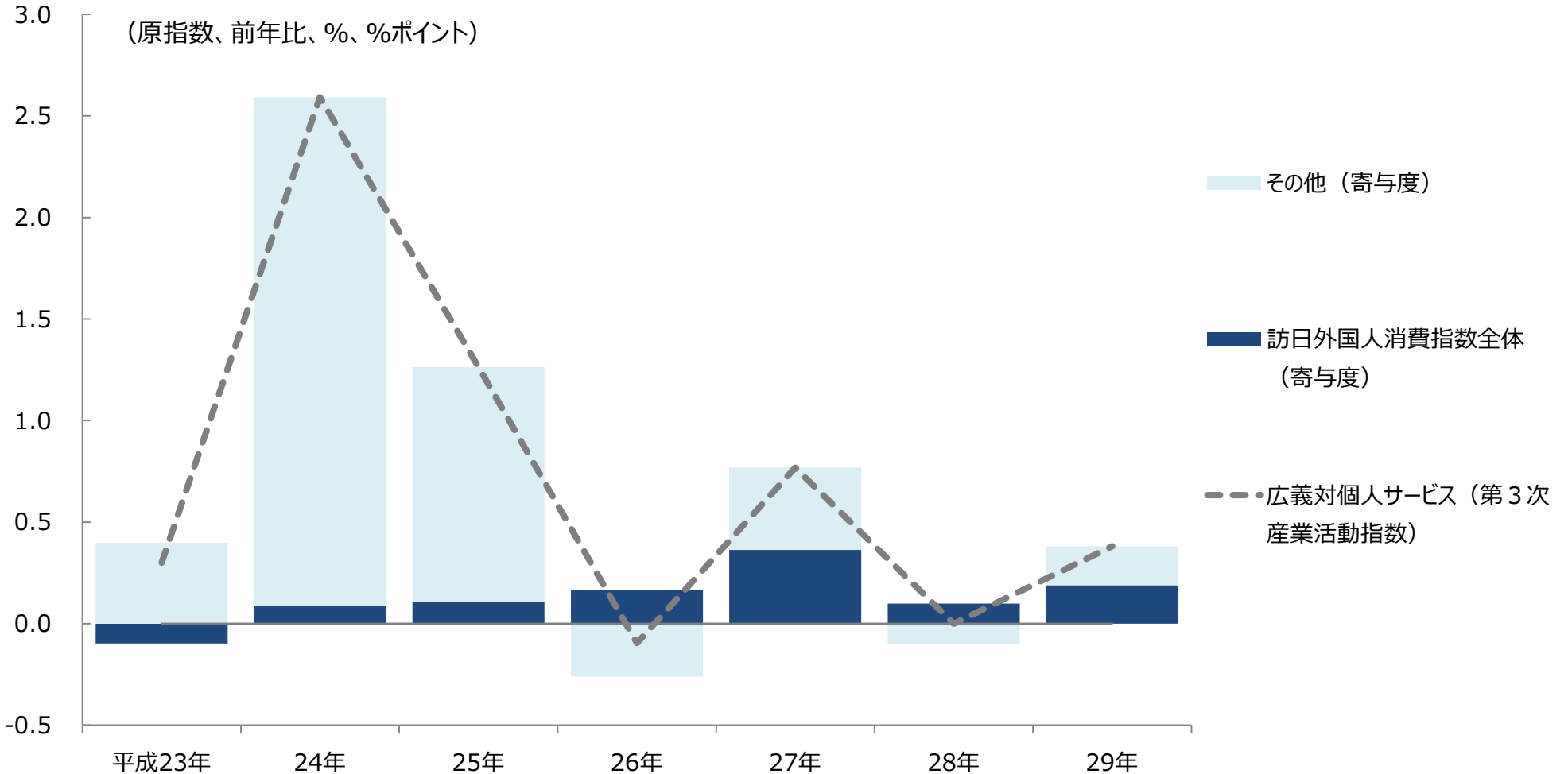
- 29年第4四半期の訪日外国人消費指数は、指数値392.9、前期比5.4%と5期連続の上昇。
- アジアは指数値482.6、同7.5%と6期連続の上昇。欧米は指数値232.8、同9.8%と2期ぶりの上昇。



(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。

# 平成27年以降の訪日外国人消費指数の寄与（前年比）

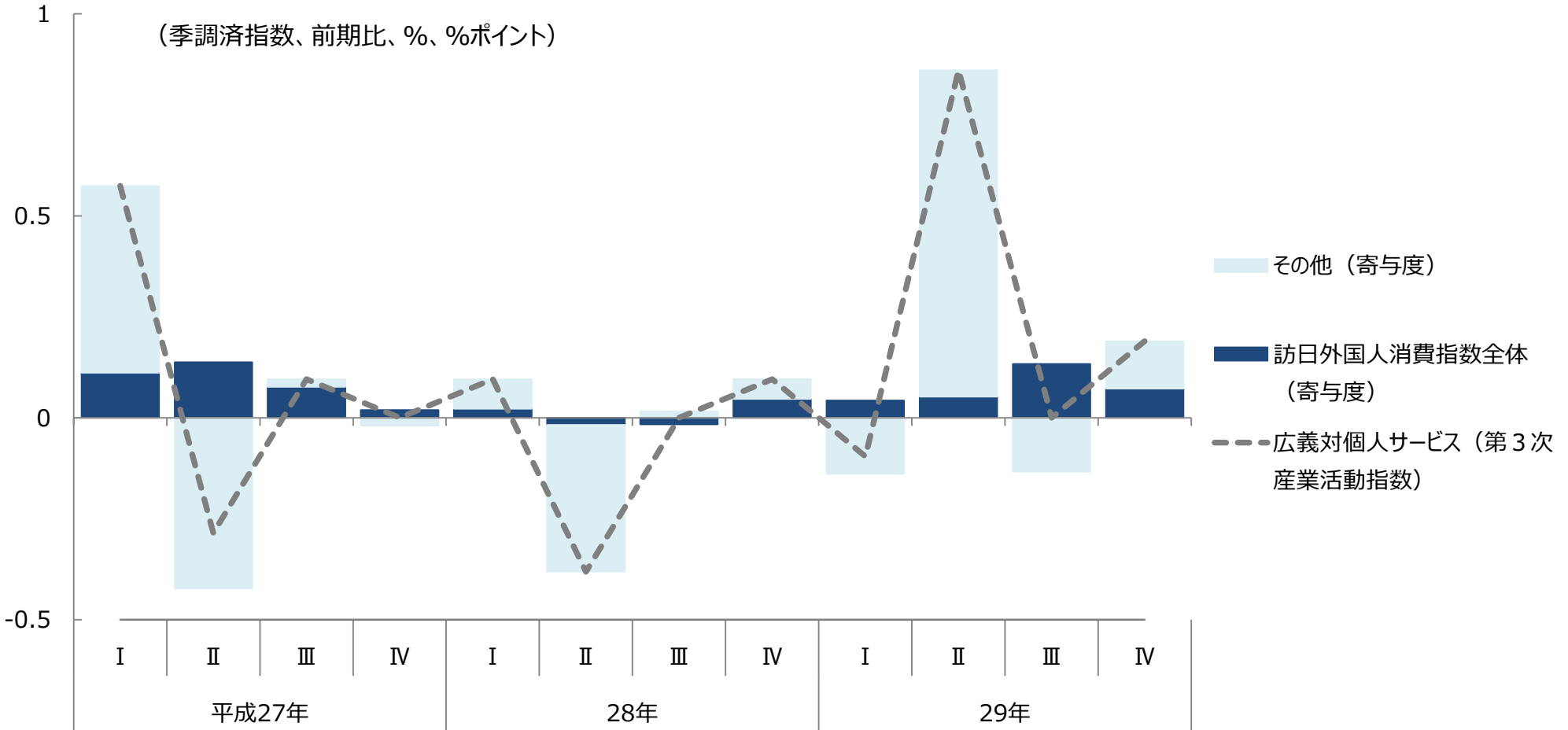
- 日本国内の対個人サービス活動の変動に対する訪日外国人消費指数の貢献度（寄与）をみると、29年は、対個人サービス全体の前年比0.4%上昇に対し、訪日外国人消費指数は、プラス0.19%ポイントの上昇寄与。



(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（前期比）

- 29年第4四半期の対個人サービス活動の変動に対する寄与をみると、対個人サービス全体の前期比0.2%上昇に対し、訪日外国人消費指数は、プラス0.07%ポイントの上昇寄与。

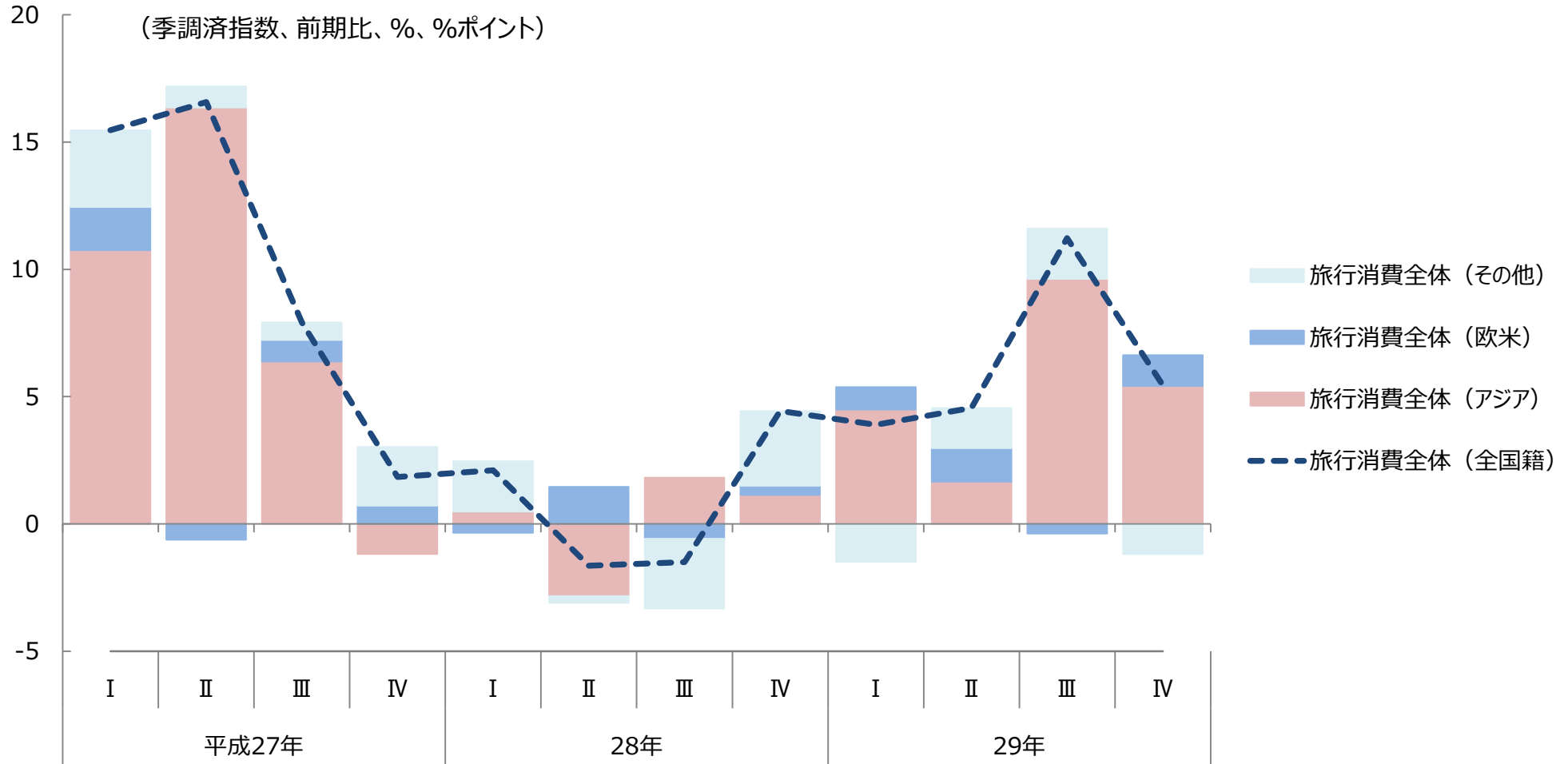


(資料) 訪日外国人消費指数：訪日外国人消費動向調査（観光庁）、訪日外客数（日本政府観光局）、消費者物価指数（総務省）などを用いて試算。



# 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4四半期は、訪日外国人全体の前期比5.4%上昇に対し、アジア指数はプラス5.44%ポイントの上昇寄与、欧米指数はプラス1.22%ポイントの上昇寄与。

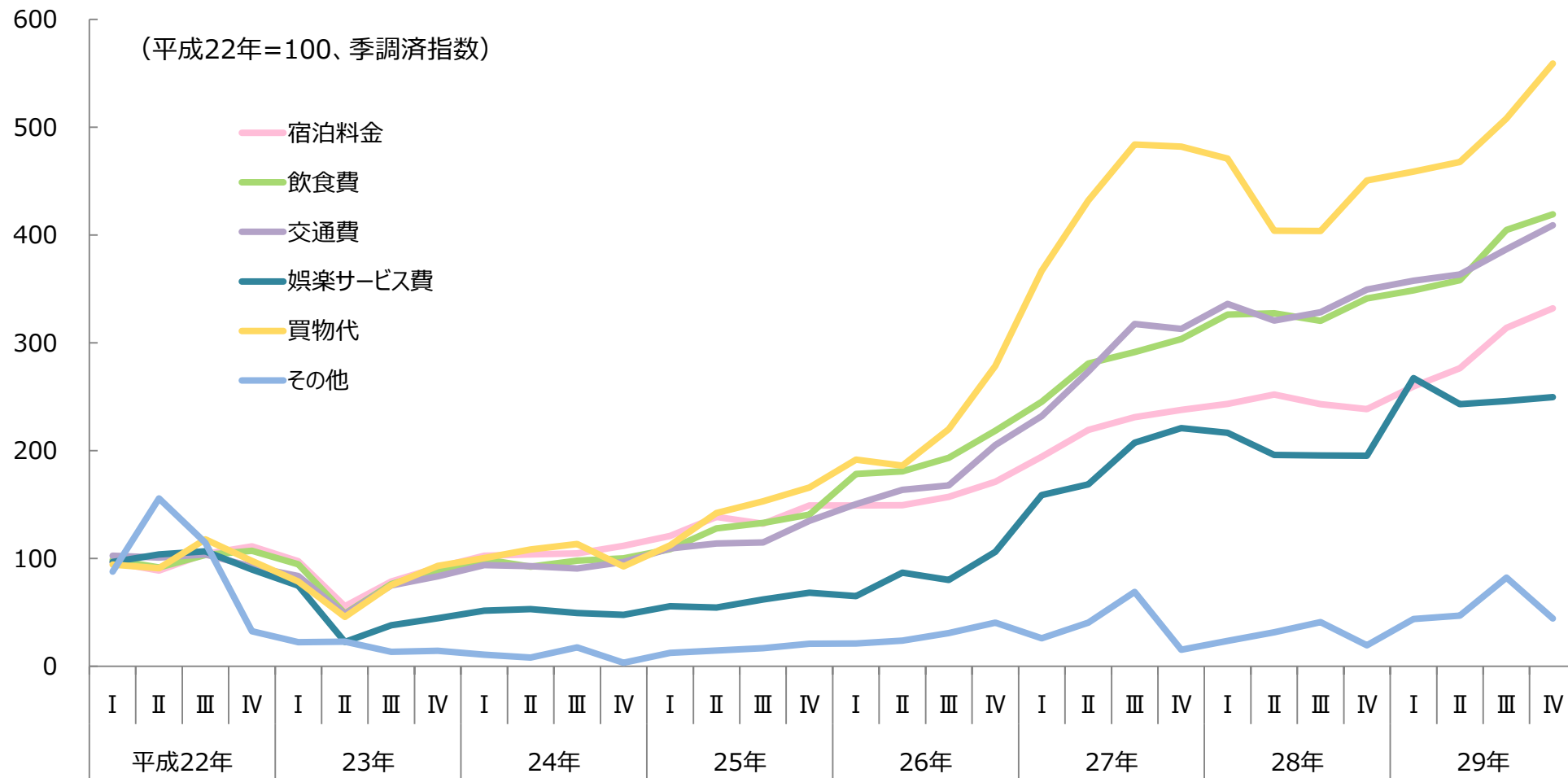


(資料) 訪日外国人消費指数：訪日外国人消費動向調査（観光庁）、訪日外客数（日本政府観光局）、消費者物価指数（総務省）などを用いて試算。

# 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

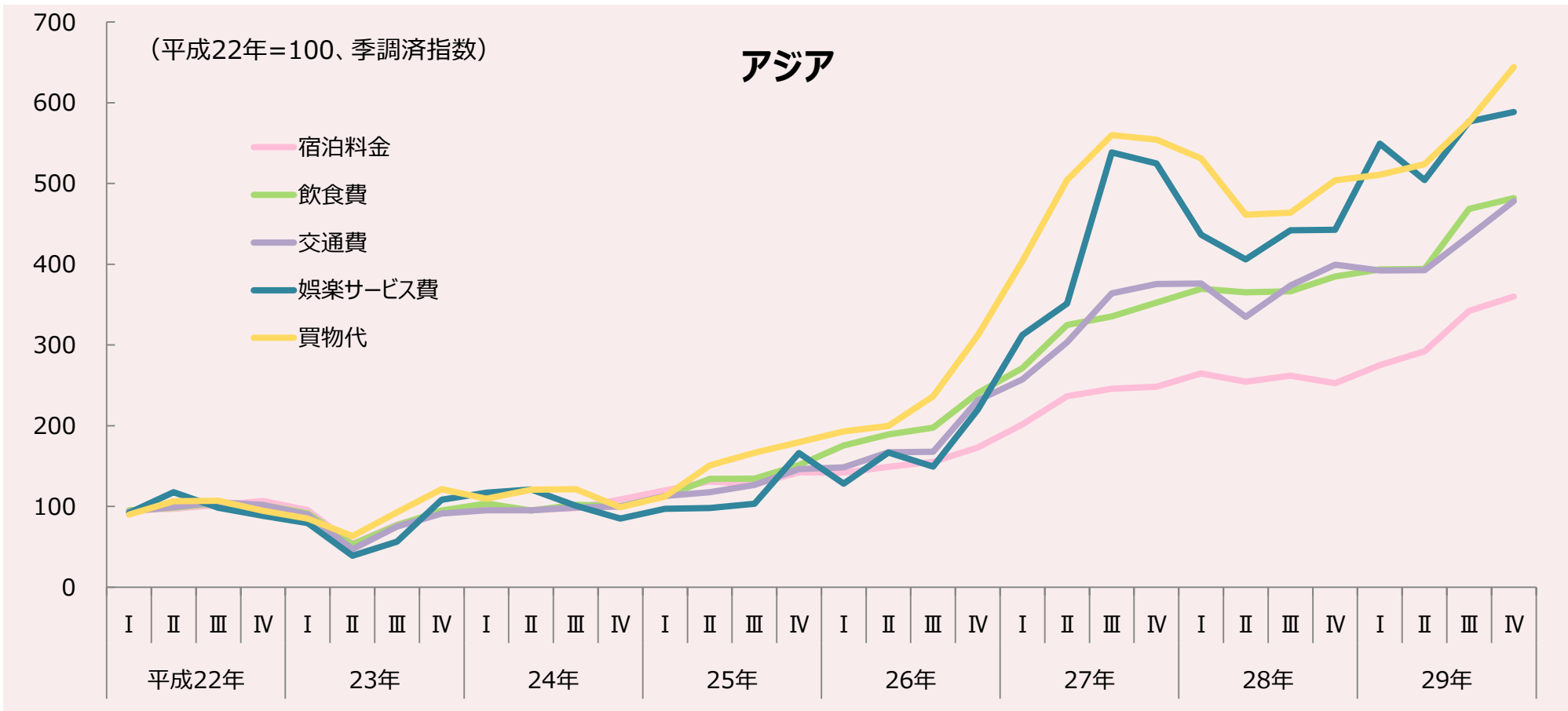
- 29年第4四半期の費目別指数の動きをみると、「その他」以外の費目が前期比上昇。
- 買物代は指数値559.2と、当期も過去最高値を更新。



(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）

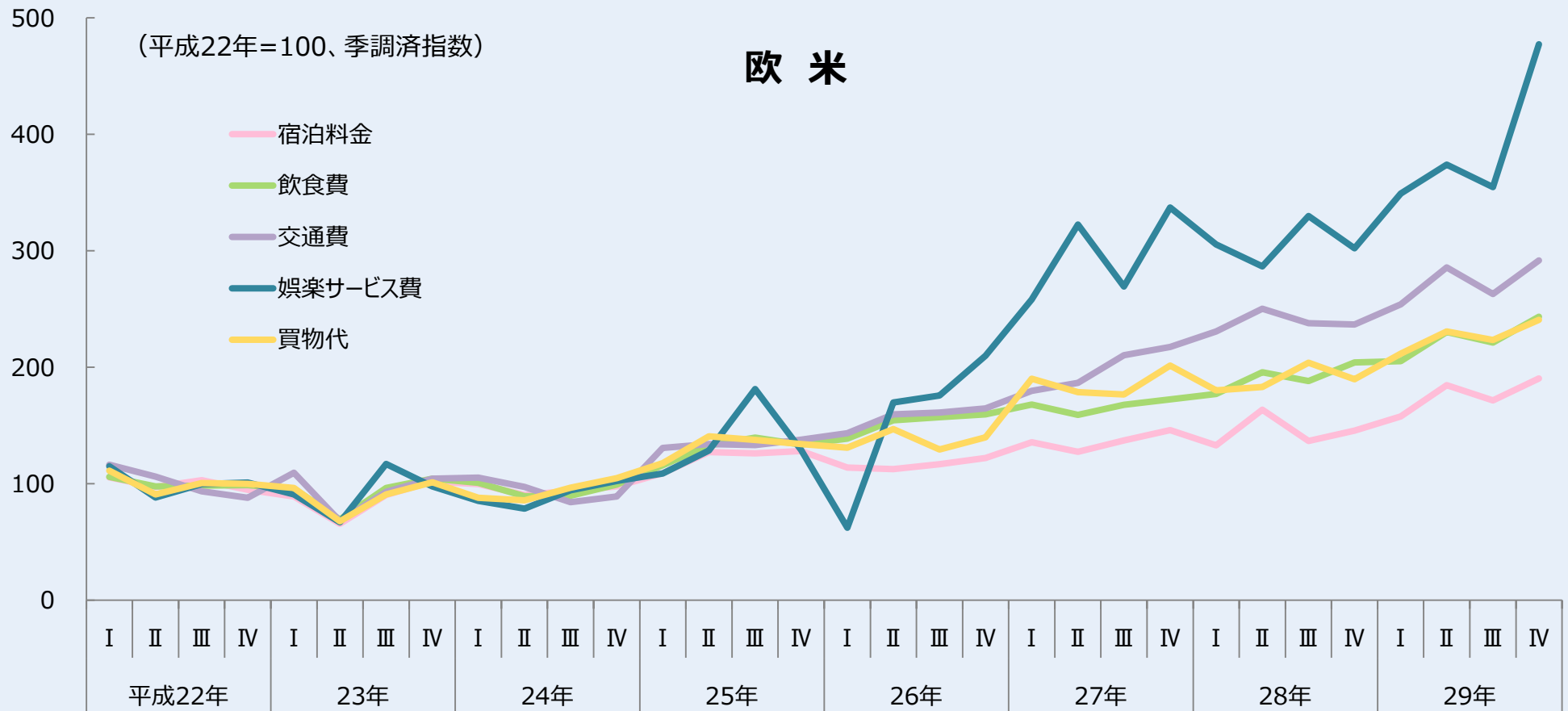
- 29年第4四半期のアジア指数の費目別の動きをみると、全ての費目が前期比上昇となり、過去最高の指数値を記録。
- 最も高い指数値は買物代の644.4、次いで娯楽サービス費の588.6。



（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）、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）

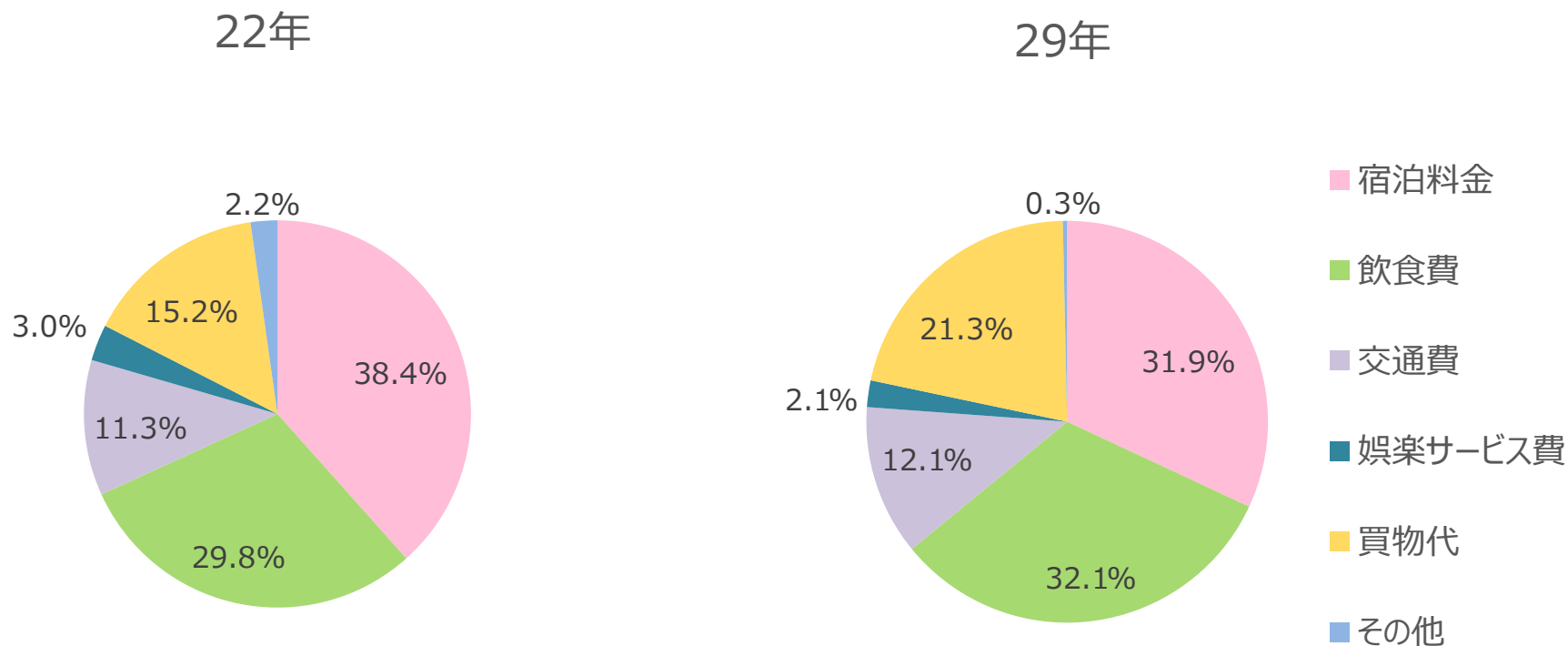
- 29年第4四半期の欧米指数の費目別の動きをみると、全ての費目が前期比上昇となり、過去最高の指数値を記録。
- 最も高い指数値は娯楽サービス費の477.4、次いで交通費の291.8。



（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

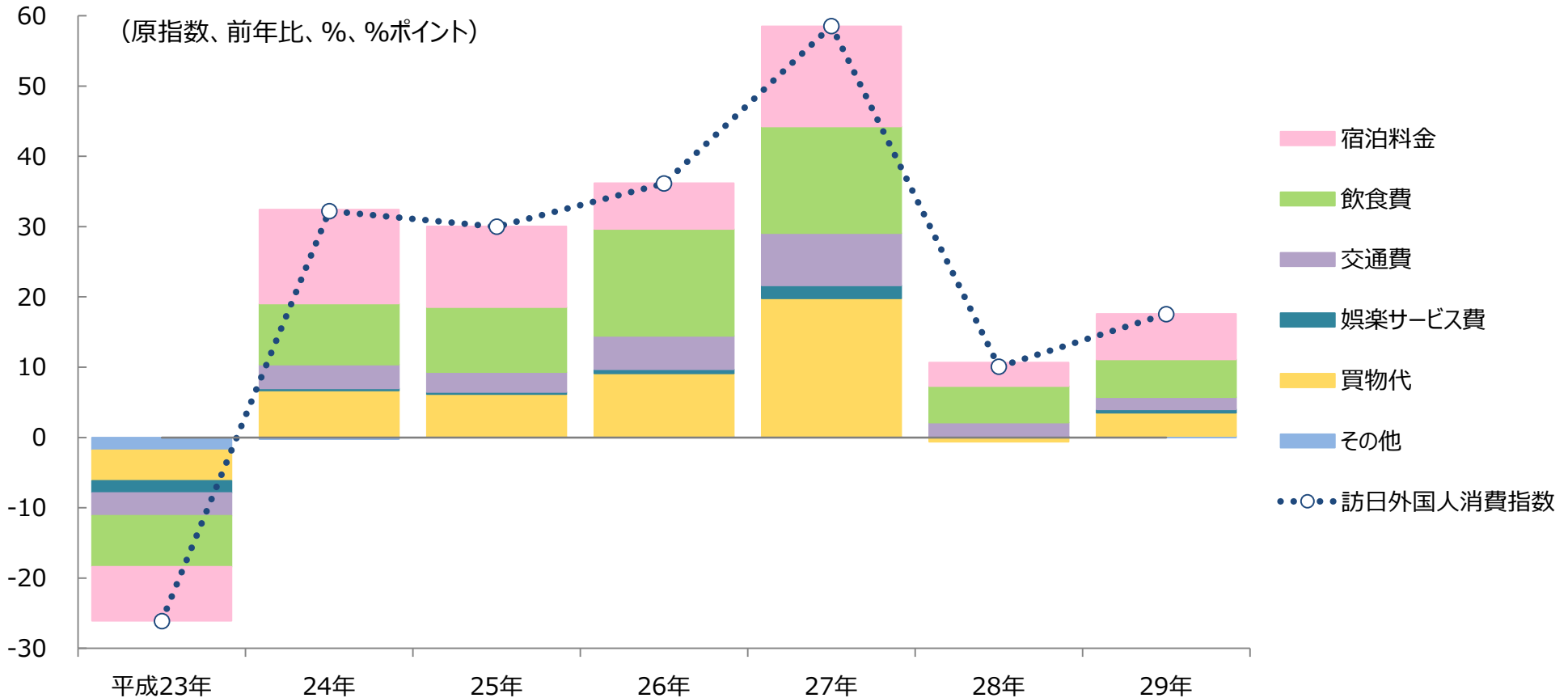
- 費目別構成比をみると、22年は宿泊料金の構成比が最も高く、およそ4割を占めていたが、29年は飲食費の構成比が3割を超え、最も高くなっている。
- 買物代の構成比も上昇し、29年は2割を超えている。
- 宿泊料金が縮小した分、飲食費と買物代の構成比が伸びている。



(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）

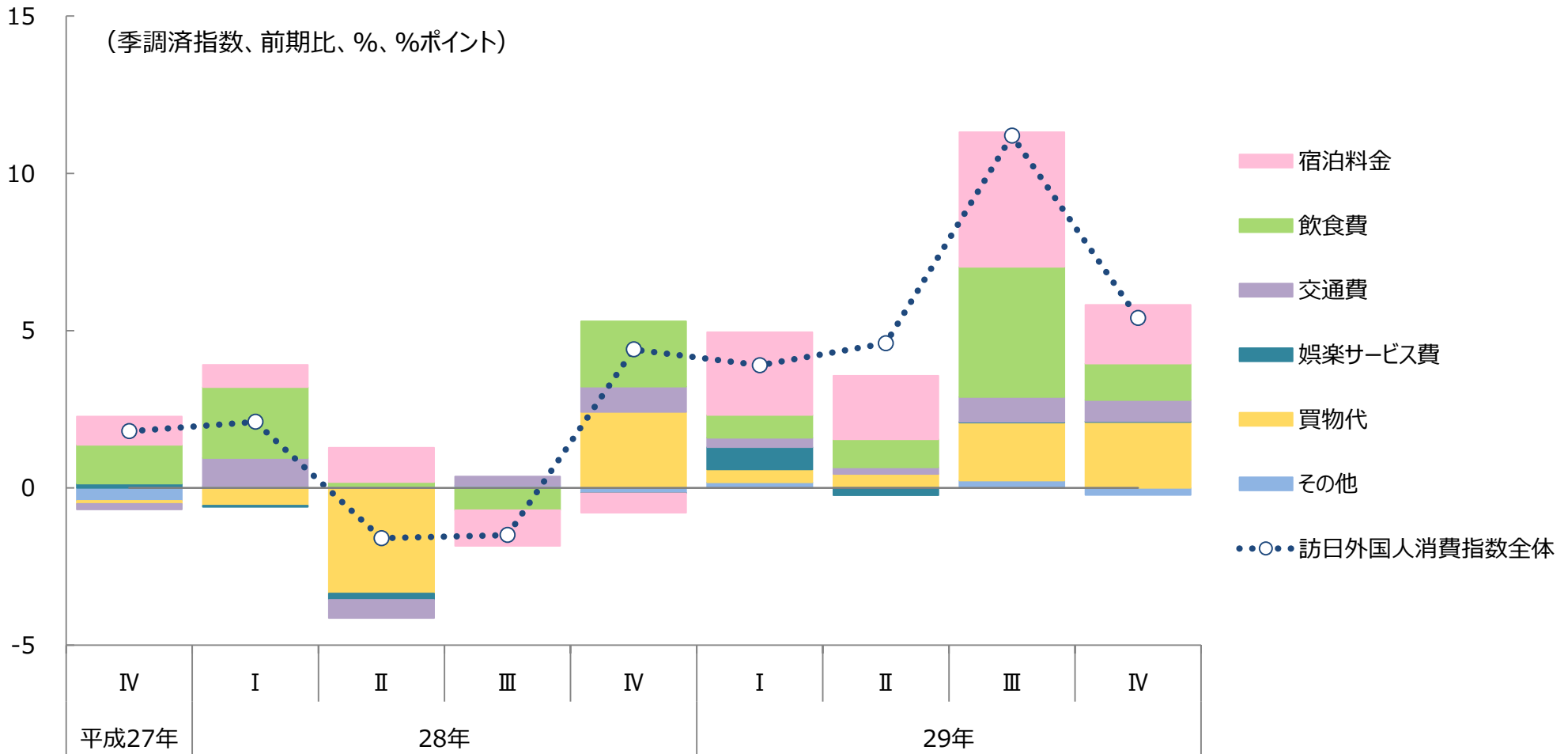
- 29年の内訳費目別の影響度合い（全体の前年比に対する寄与度）をみると、全ての費目でプラス寄与となった。
- 29年は、全体の前年比17.6%上昇に対し、宿泊料金が6.5%ポイント、飲食費が5.4%ポイントと、両者の上昇寄与が7割近くを占めている。



(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4四半期は買物代と宿泊料金の寄与が大きく、全体の前期比5.4%上昇に対し、買物代が2.09%ポイント、宿泊料金が1.87%ポイントと、両者の上昇寄与が7割以上を占めた。それに次ぐのは、飲食費の1.16%ポイント。

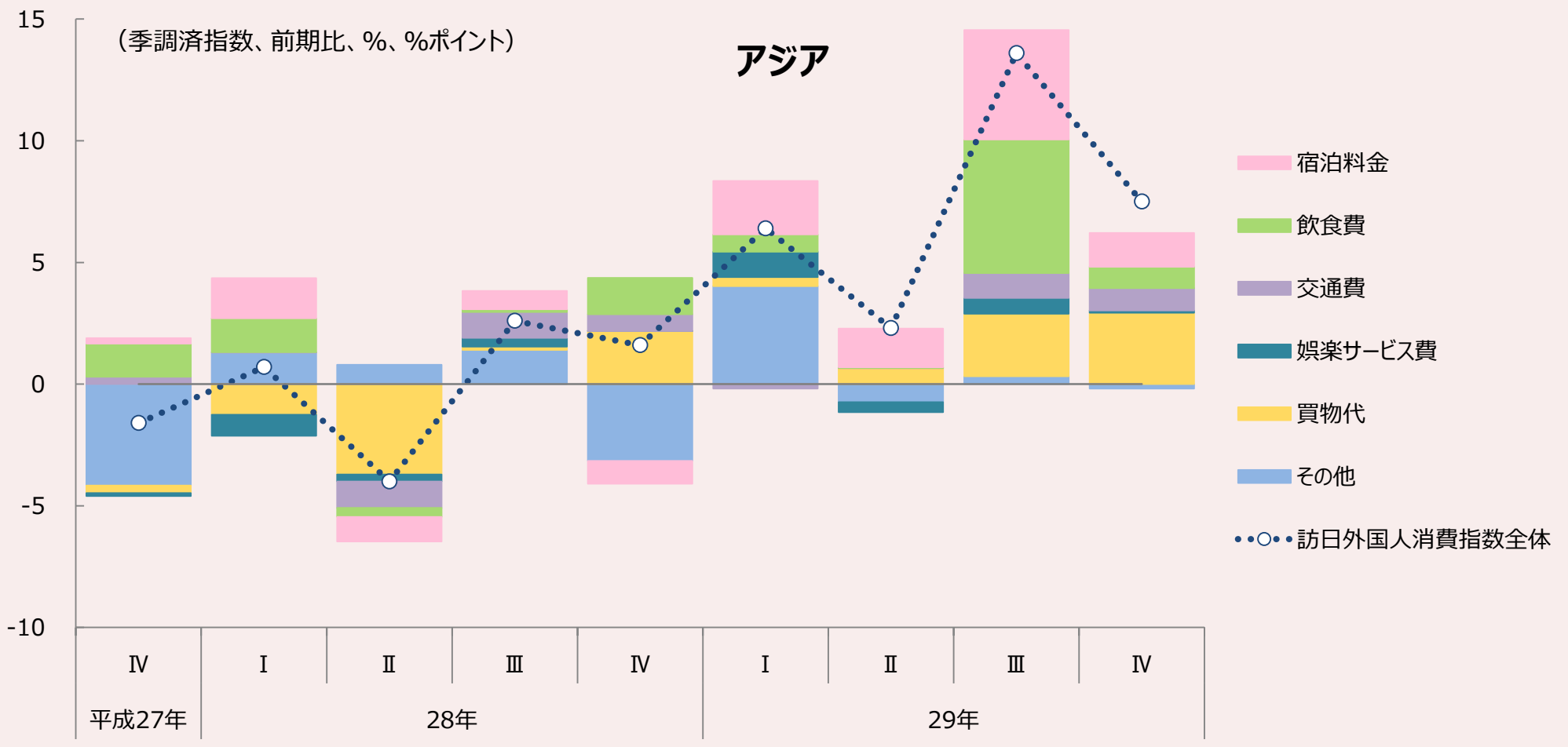


(資料) 訪日外国人消費指数：訪日外国人消費動向調査（観光庁）、訪日外客数（日本政府観光局）、消費者物価指数（総務省）などを用いて試算。



# 訪日外国人消費指数の費目別寄与度（前期比）（アジア）

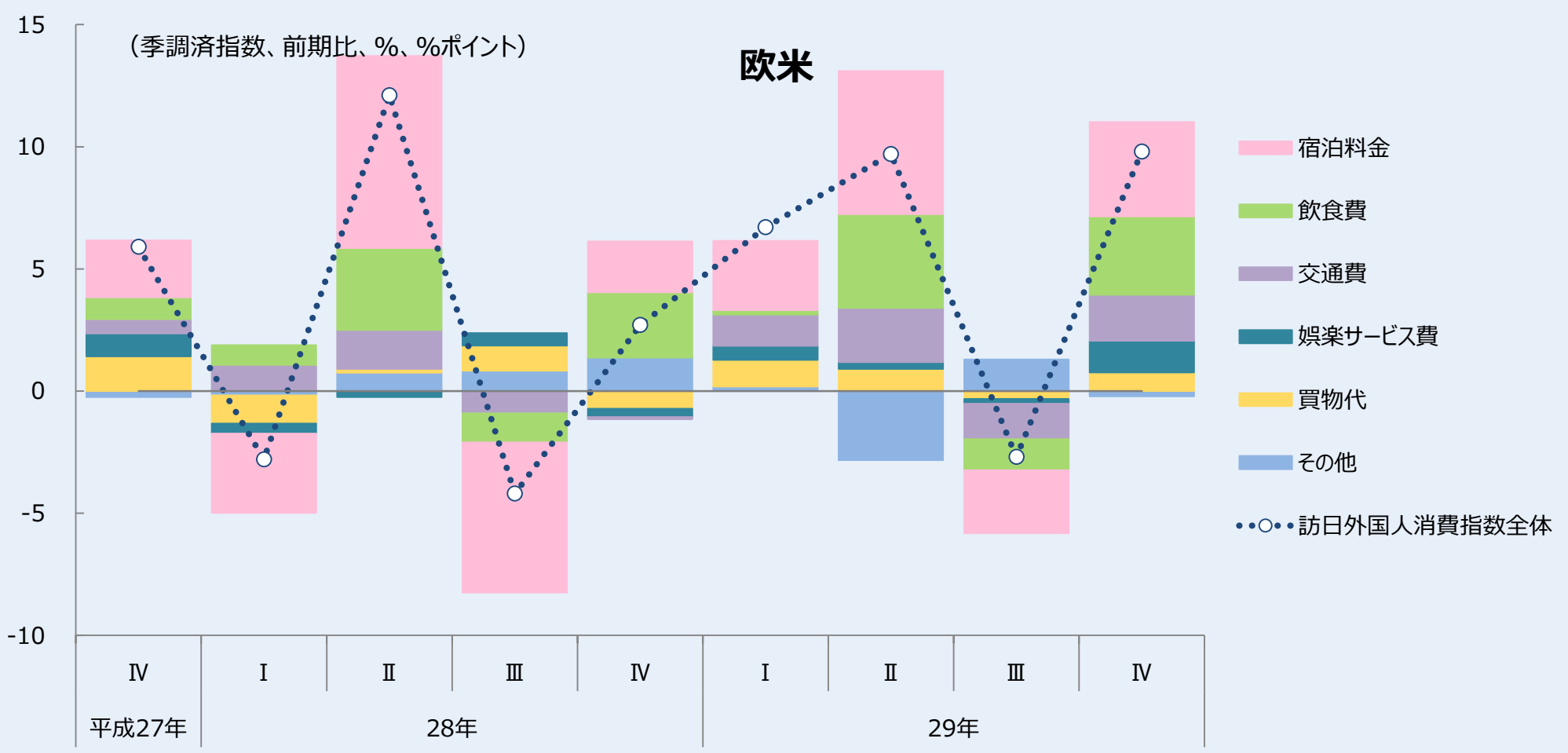
- アジア指数の費目別の寄与をみると、29年第4四半期は買物代の寄与が非常に大きく、全体の前期比7.5%上昇に対し、買物代の上昇寄与が2.93%ポイント。それに次ぐのが、宿泊料金の1.40%ポイント。



(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。

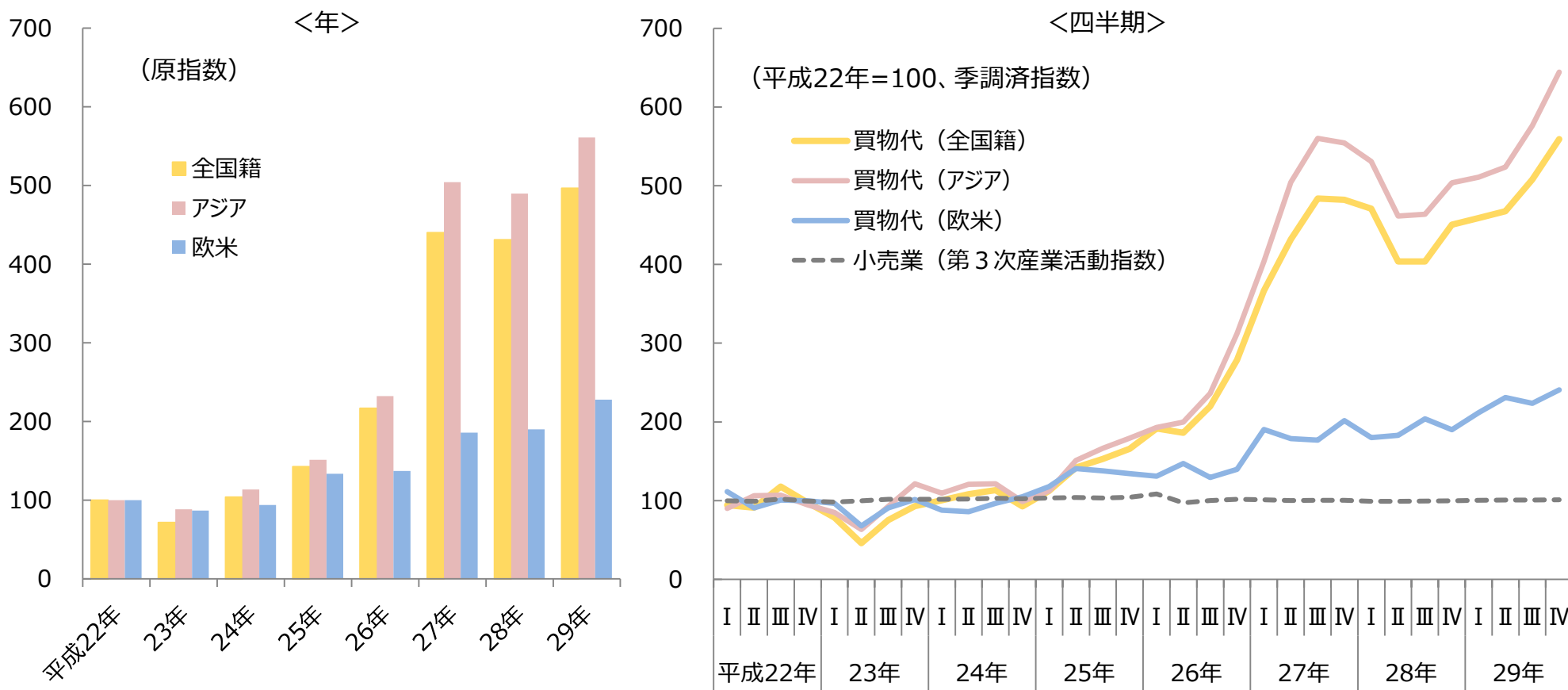
# 訪日外国人消費指数の費目別寄与度（前期比）（欧米）

● 欧米指数の費目別の寄与をみると、29年第4四半期は宿泊料金と飲食費の寄与が大きく、全体の前期比9.8%上昇に対し、宿泊料金がプラス3.89%ポイント、飲食費がプラス3.22%ポイントと、両者の上昇寄与が7割以上を占めた。



# 訪日外国人消費 買物代指数の推移

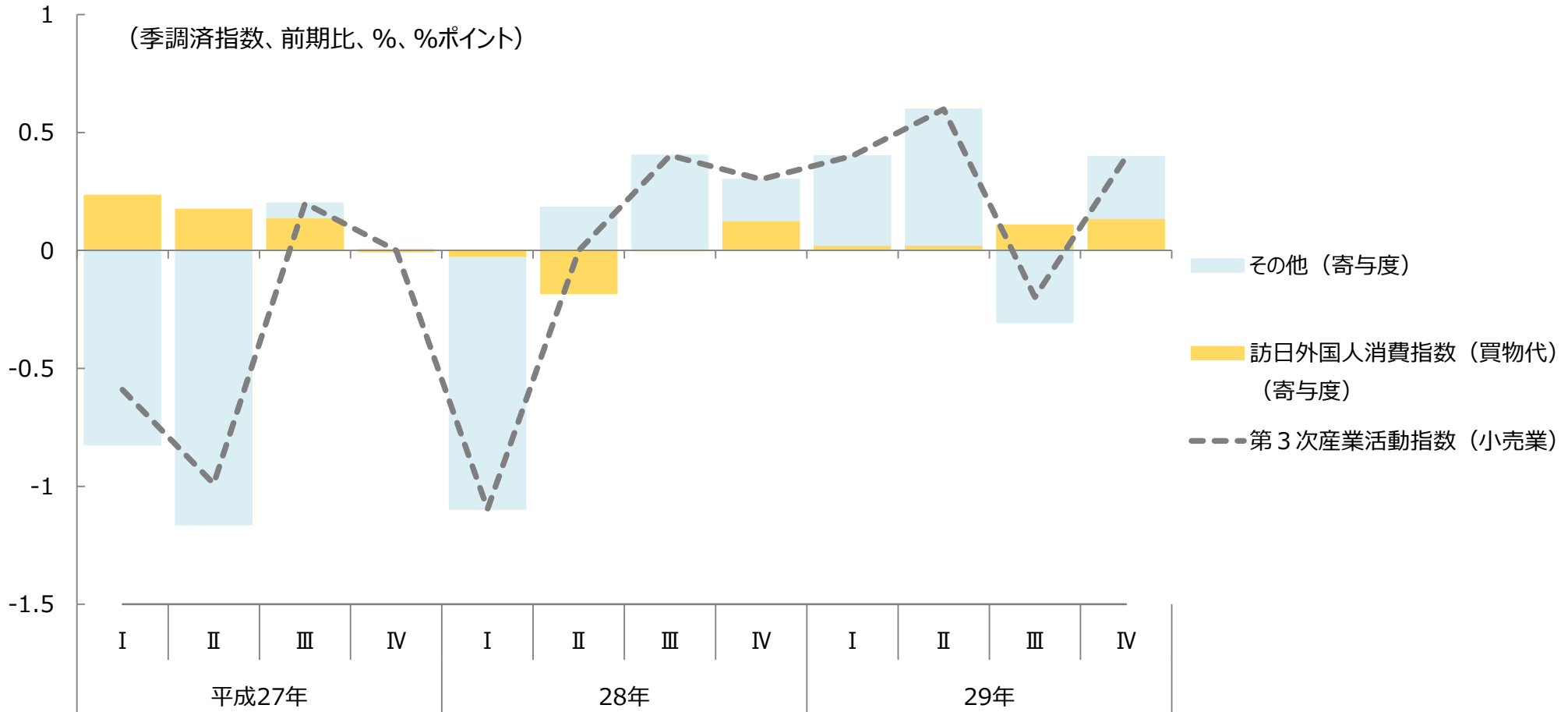
- 29年第4四半期の買物代指数は、指数値559.2、前期比10.1%と5期連続の上昇。
- アジアは指数値644.4、同11.8%と6期連続の上昇。欧米は指数値240.7、同7.7%と2期ぶりの上昇。
- アジア、欧米ともに過去最高値を更新。



(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

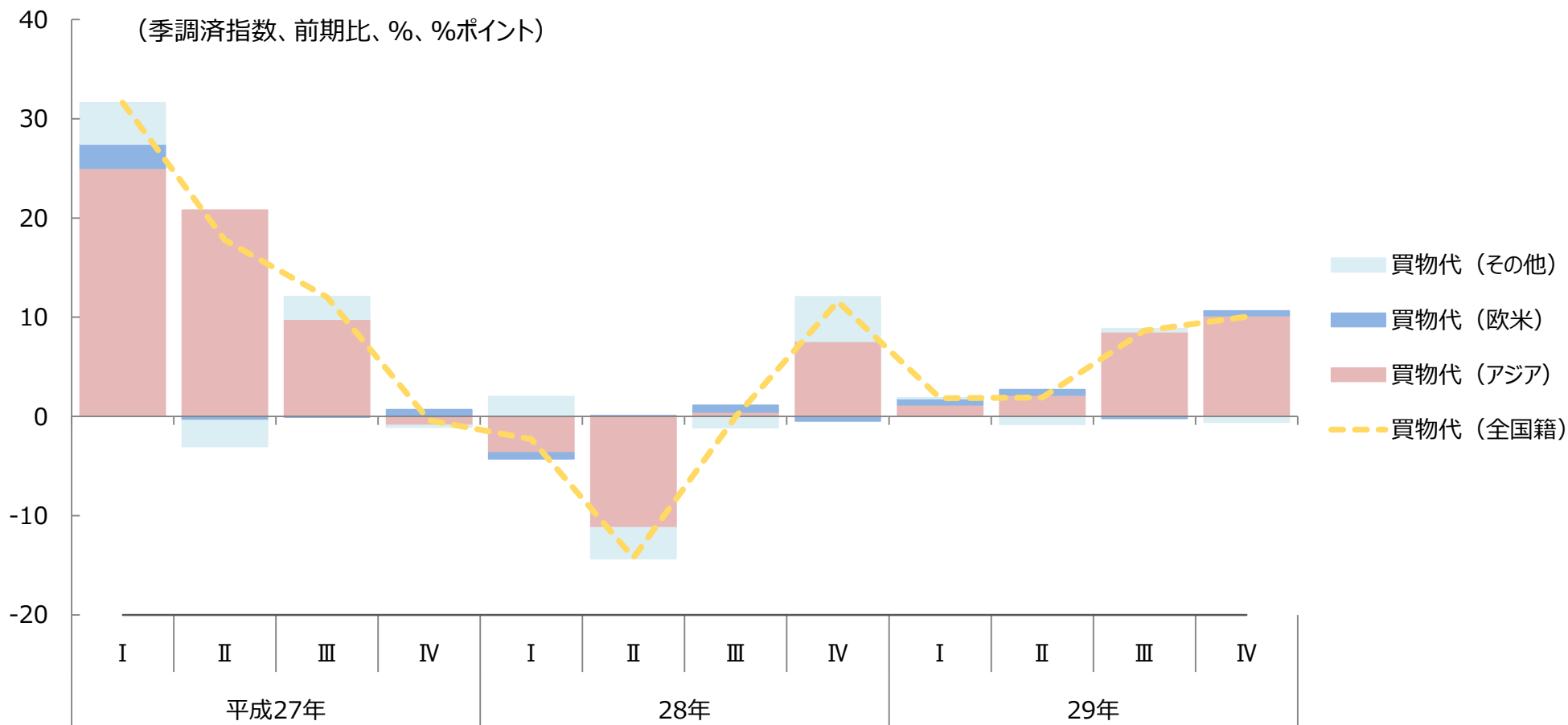
- 29年第4四半期の国内「小売業」活動に占める訪日外国人の買物代指数の割合※は、1.5%。
- 第4四半期の国内「小売業」活動の前期比0.4%上昇に対し、買物代指数の寄与は0.14%ポイントのプラス寄与。



(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。それぞれウェ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）

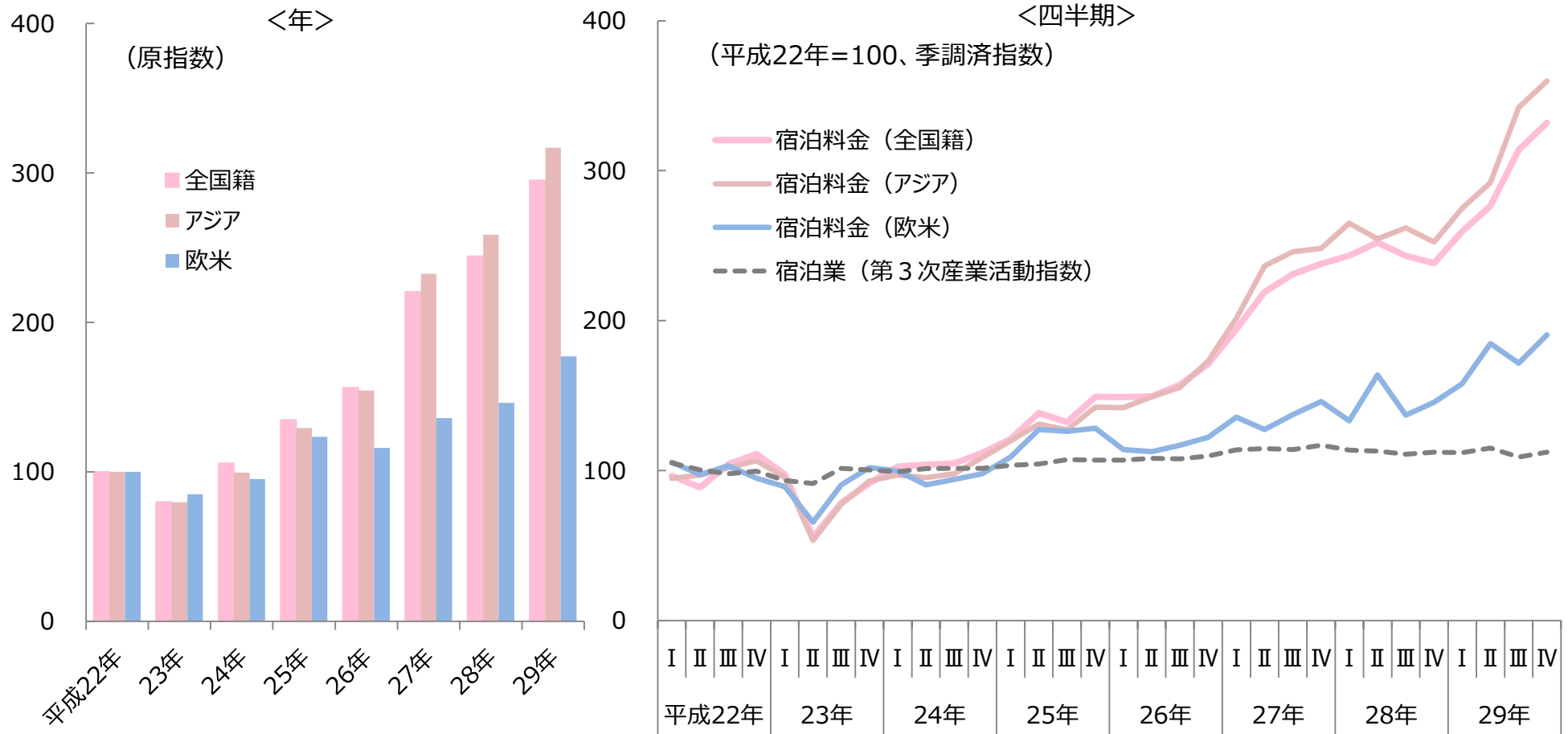
- 訪日外国人全体の買物代指数の変動に対するアジア指数及び欧米指数の貢献度（寄与）をみると、29年第4四半期は、訪日外国人全体の前期比10.1%上昇に対し、アジア指数はプラス10.17%ポイント、欧米指数はプラス0.45%ポイントの上昇寄与。



(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。  
 ※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。それぞれウェ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

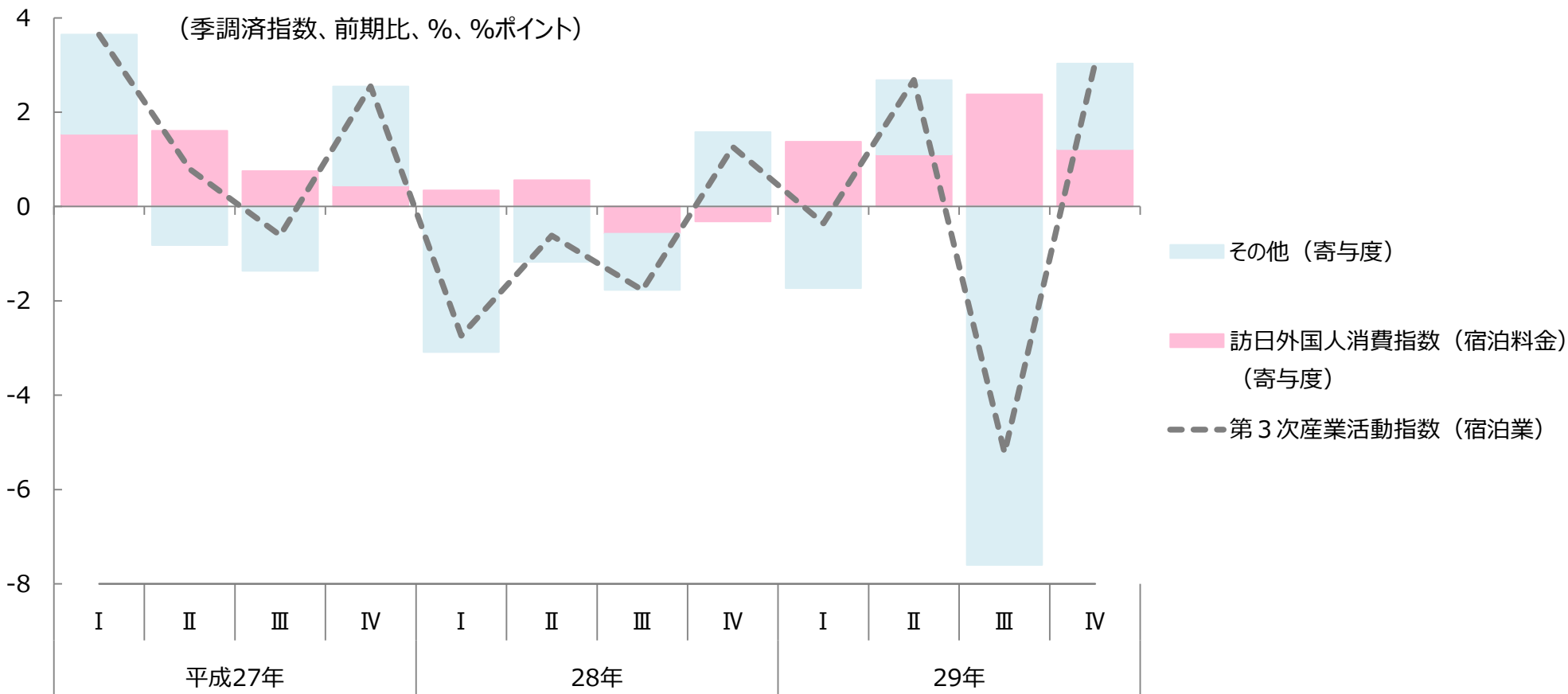
- 29年第4四半期の宿泊料金指数は、指数値331.9、前期比5.8%と4期連続の上昇。
- アジアは指数値359.8、同5.2%と4期連続の上昇。欧米は指数値190.5、同11.1%と2期ぶりの上昇。
- アジア、欧米ともに過去最高値を更新。



(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

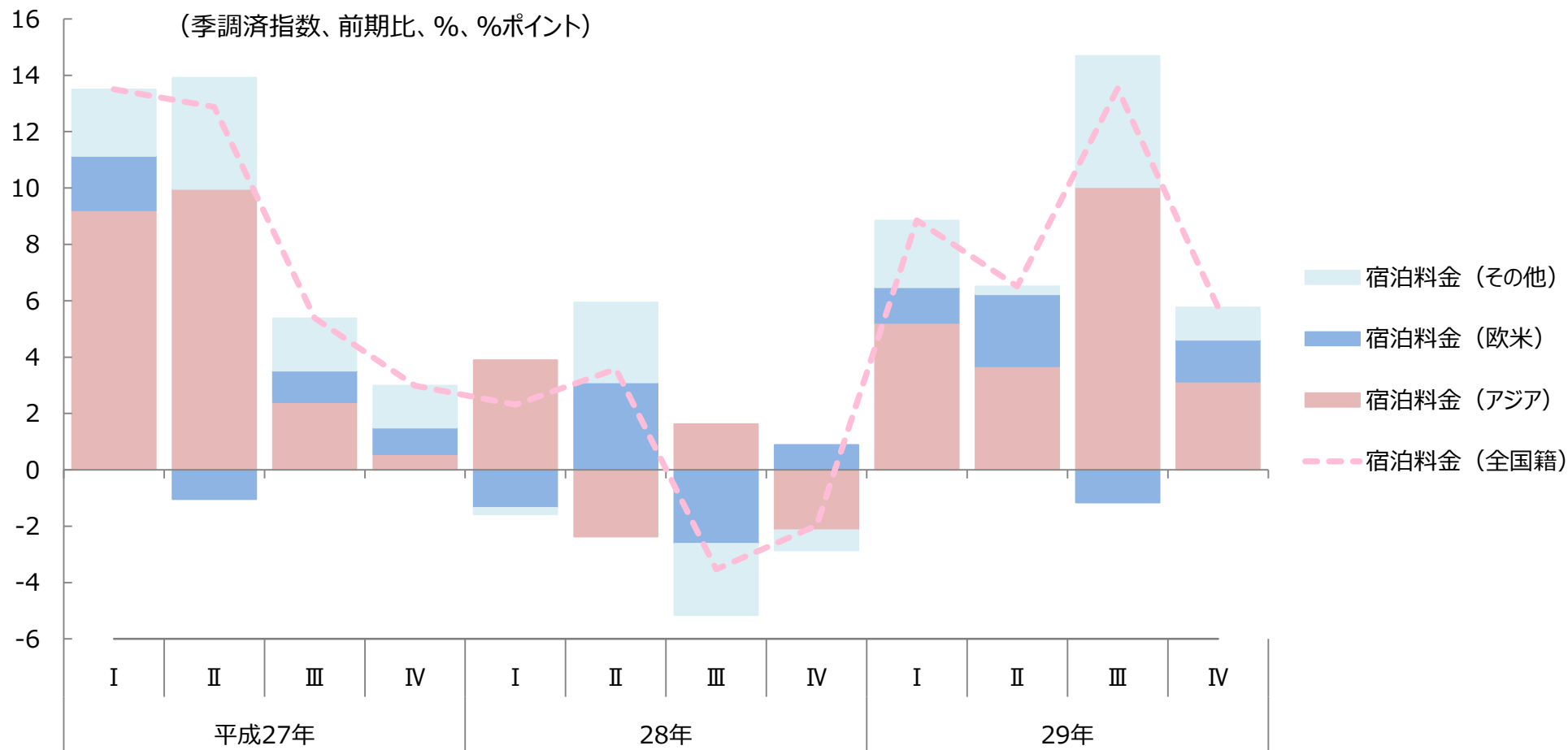
- 29年第4四半期の国内「宿泊業」活動に占める訪日外国人の宿泊料金指数の割合※は、21.6%。
- 第4四半期の国内「宿泊業」活動の前期比3.0%上昇に対し、宿泊料金指数の寄与は1.22%ポイントのプラス寄与。



(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。それぞれウェ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4四半期は、訪日外国人全体の前期比5.8%上昇に対し、アジア指数はプラス3.13%ポイント、欧米指数はプラス1.49%ポイントの上昇寄与。

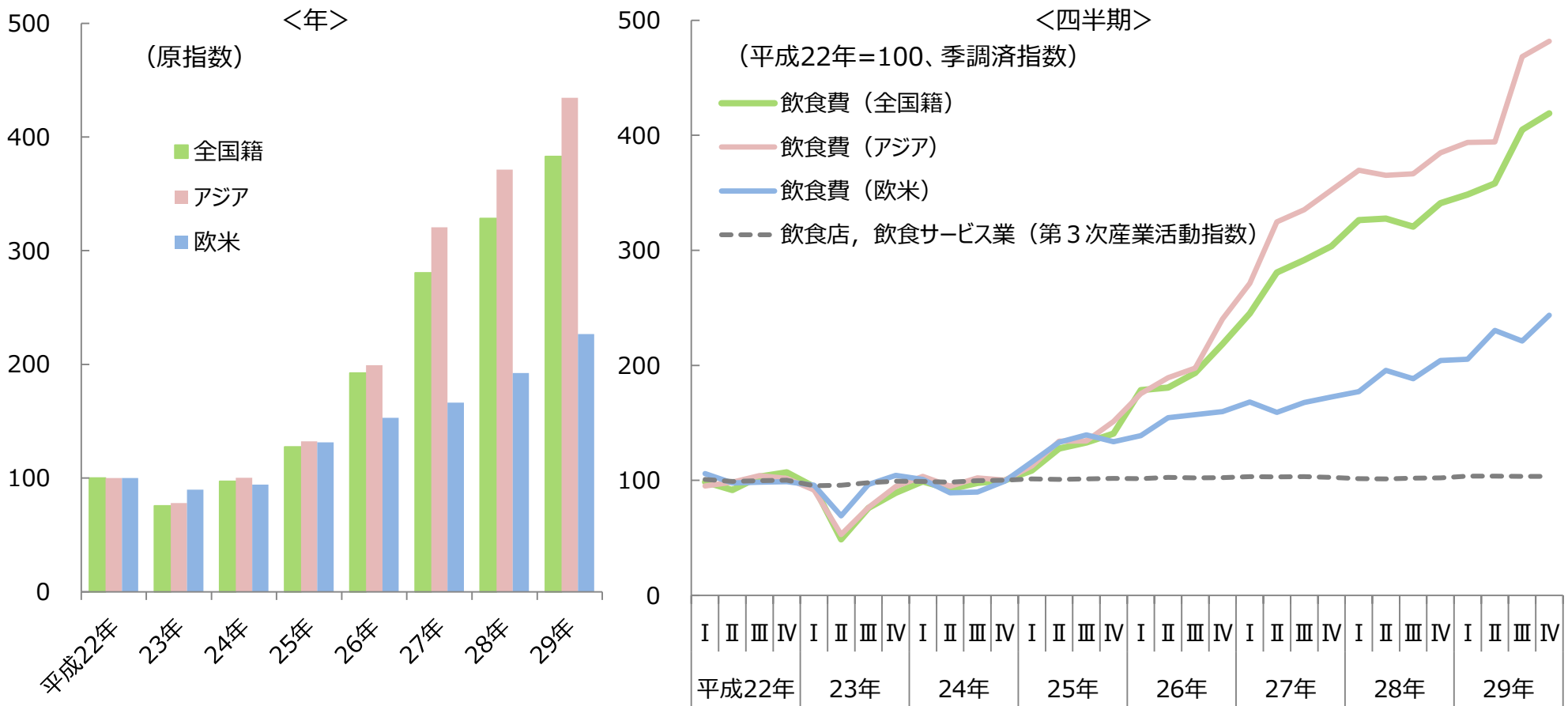


(資料) 訪日外国人消費指数：訪日外国人消費動向調査（観光庁）、訪日外客数（日本政府観光局）、消費者物価指数（総務省）などを用いて試算。  
 ※第3次産業活動指数「宿泊業」に対する訪日外国人消費指数「宿泊料金」の割合。それぞれウェイトを乗じた指数値で試算。



# 訪日外国人消費 飲食費指数の推移

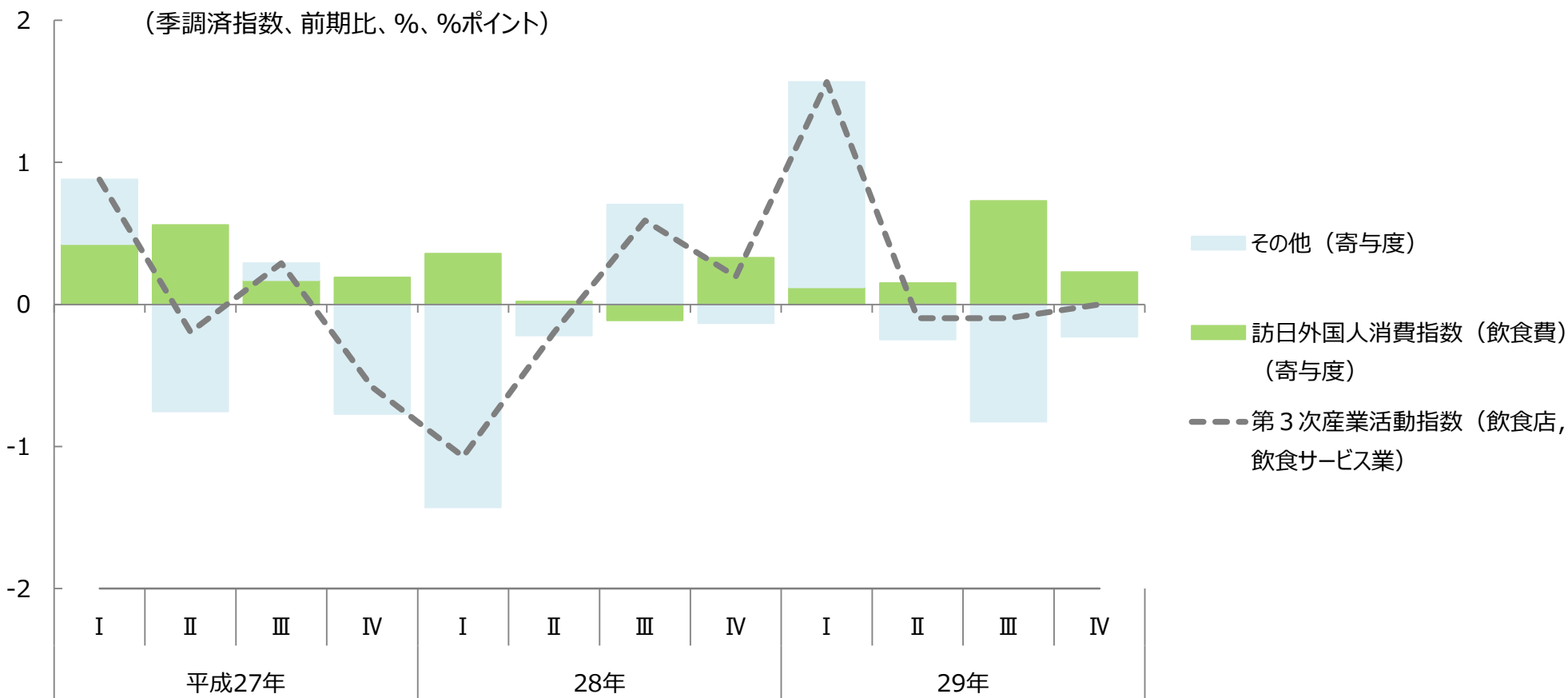
- 29年第4四半期の飲食費指数は、指数値419.2、前期比3.6%と5期連続の上昇。
- アジアは指数値481.8、同2.9%と6期連続の上昇。欧米は指数値243.6、同プラス10.1%と2期ぶりの上昇。
- アジア、欧米ともに過去最高値を更新。



(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

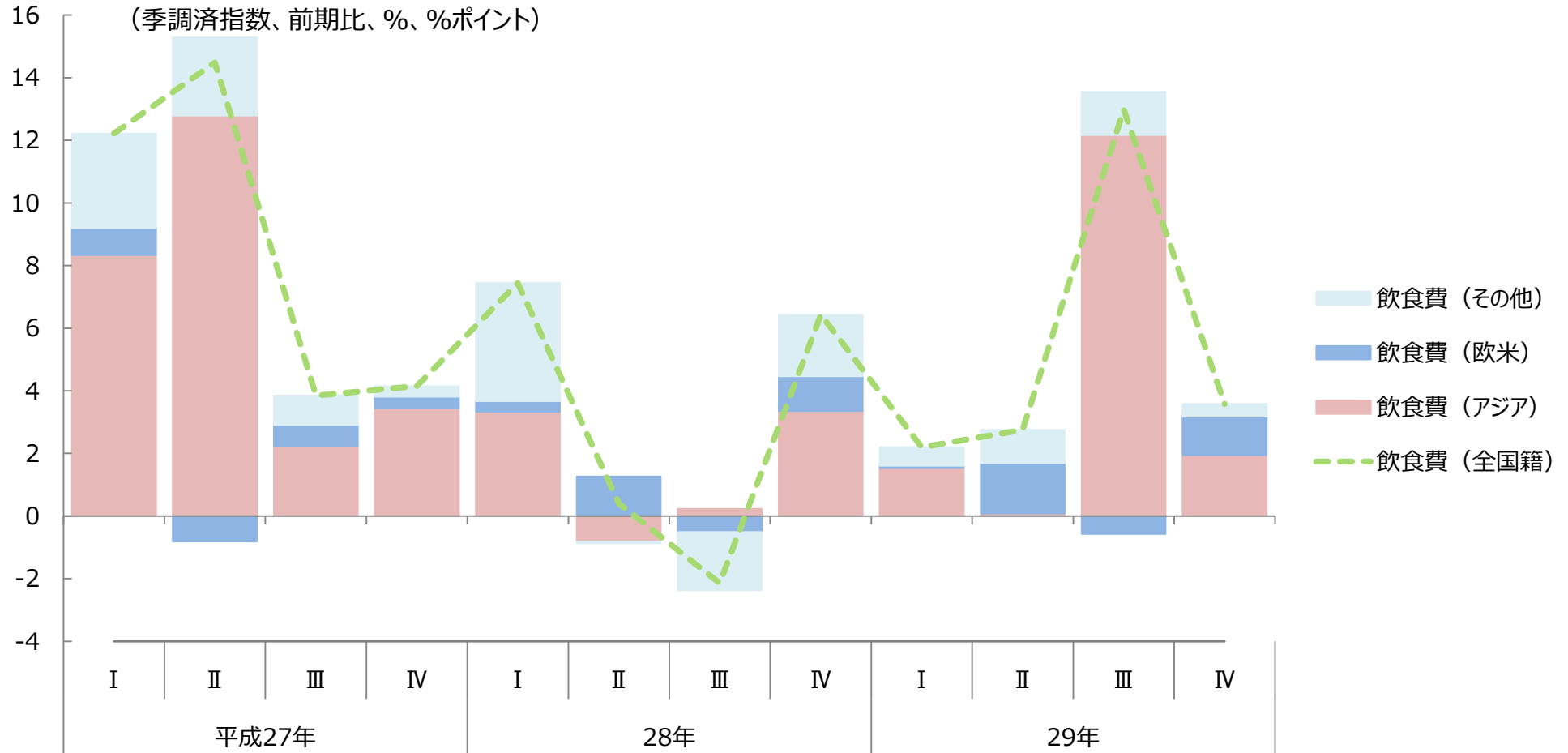
- 29年第4四半期の国内「飲食店、飲食サービス業」活動に占める訪日外国人の飲食費指数の割合※は、6.6%。
- 第4四半期の国内「飲食店、飲食サービス業」活動の前期比横ばいに対し、飲食費指数の寄与は0.23%ポイントのプラス寄与。



(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4四半期は、訪日外国人全体の前期比3.6%上昇に対し、アジア指数はプラス1.94%ポイント、欧米指数はプラス1.24%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。  
 ※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年及び29年第4四半期の訪日外国人消費

- 29年の訪日外国人数は2,869万人、旅行消費額は4.4兆円といずれも過去最高を更新。一方、1人当たりの支出は前年比低下。
- 29年第4四半期の訪日外国人数は749万人、旅行消費額は1.1兆円で、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392.9、前期比5.4%と5期連続の上昇。対個人サービスの前期比0.2%上昇に対し、訪日外国人消費の寄与は0.07%ポイント。
- 費目別の寄与をみると、買物代と宿泊料金の前期比上昇寄与が大きい。
- 買物代指数は、前期比10.1%と5期連続上昇。指数値は559.2。
- 宿泊料金指数は、前期比5.8%と4期連続上昇。指数値は331.9。
- 飲食費指数は、前期比3.6%と5期連続上昇。指数は419.2。
- 訪日外国人消費は、当期も上昇を維持して過去最高を更新。
- 飲食費に関しては、対応する「飲食点，飲食サービス業」の国内居住者による消費低下を訪日外国人消費が補ったことにより、前期比横ばいにとどめた形となっている。

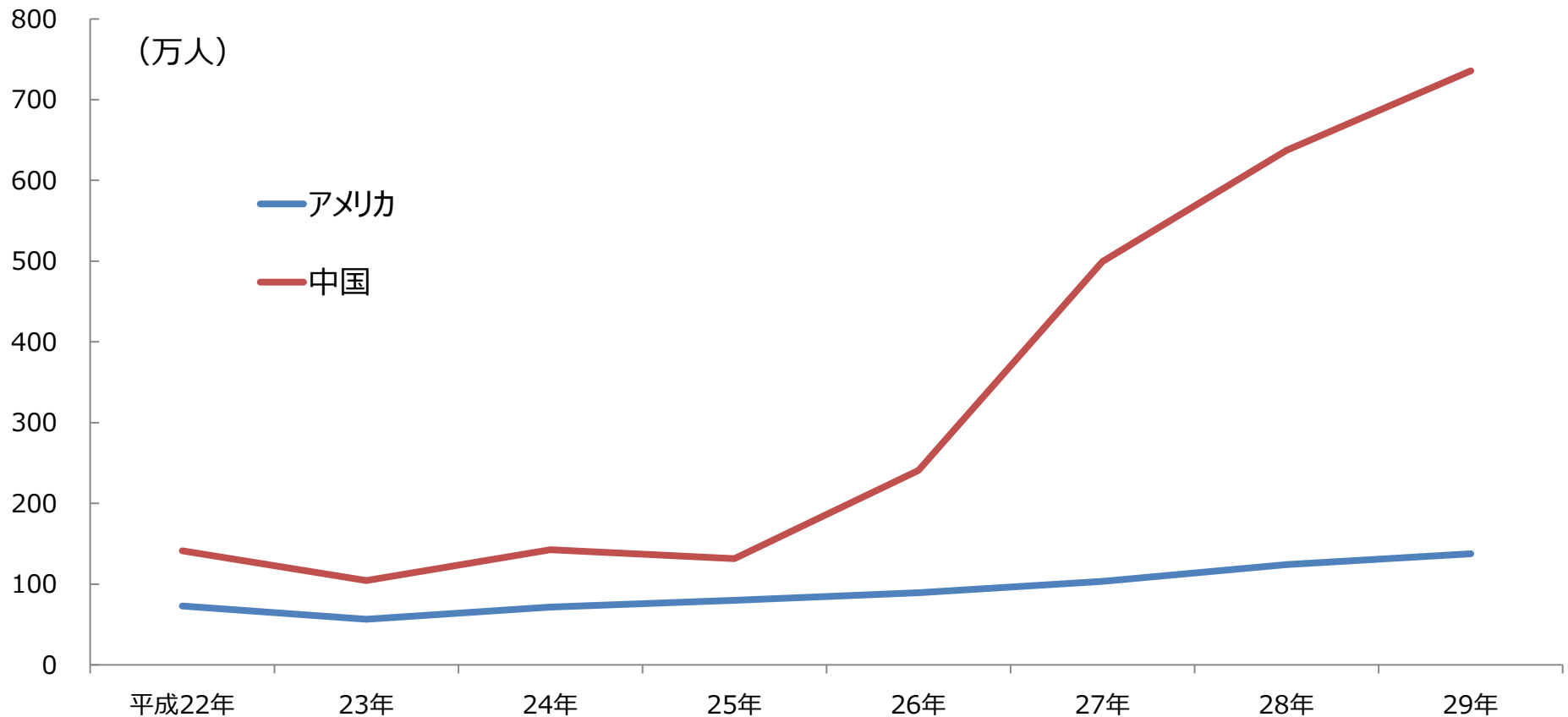
## 平成29年及び29年第4四半期のアジアと欧米からの訪日消費

- 29年の訪日外国人人数2,869万人のうち、アジアからが2,326万人、欧米からが253万人。旅行消費額4.4兆円のうち、アジア客の消費額が3.4兆円、欧米客の消費額が0.5兆円。
- 29年第4四半期の訪日外国人消費アジア指数は482.6、前期比7.5%と6期連続上昇、欧米指数は232.8、同9.8%と2期ぶりの上昇。訪日外国人消費全体の上昇は、アジア指数の上昇寄与が大きい。
- アジア指数の上昇に対する費目別の寄与をみると、買物代の前期比上昇寄与が大きい。全体の買物代指数の前期比上昇に対しても、アジア客の貢献が非常に大きい。
- 欧米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。前期は「その他」以外の全ての費目で低下寄与となっていたが、当期は一転、「その他」以外の費目が全て前期比上昇に転じた。
- アジア指数と欧米指数のグラフの動きをみると、アジア指数は伸びを更に加速し、欧米指数は再び上昇基調に。

# 中国・アメリカの1人当たり消費額の変化

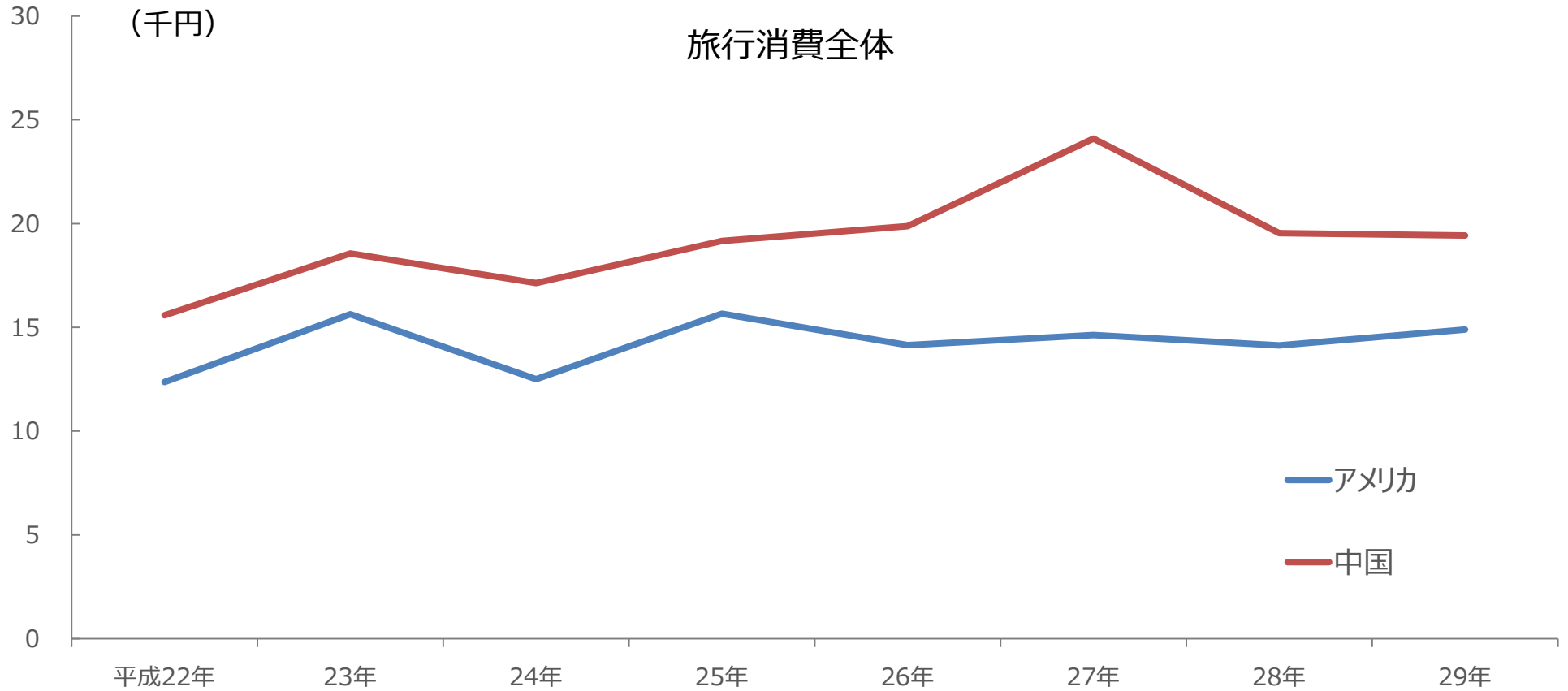
# 訪日外客数の推移（中国・アメリカ比較）

- 29年の訪日外客数をみると、中国は736万人、アメリカは137万人。
- 22年（基準年）と比較すると、中国は5倍を超えて急拡大しているのに対し、アメリカは2倍にも満たない。



# 1人あたり旅行消費額（中国・アメリカ比較）

- 中国及びアメリカの1人あたり旅行消費額※を比較すると、いずれの時点も中国がアメリカを上回っている。
- 中国は27年をピークに低下、アメリカは25年をピークに横ばい傾向にあるが、ともに、22年（基準年）と比較すると29年は上昇している。



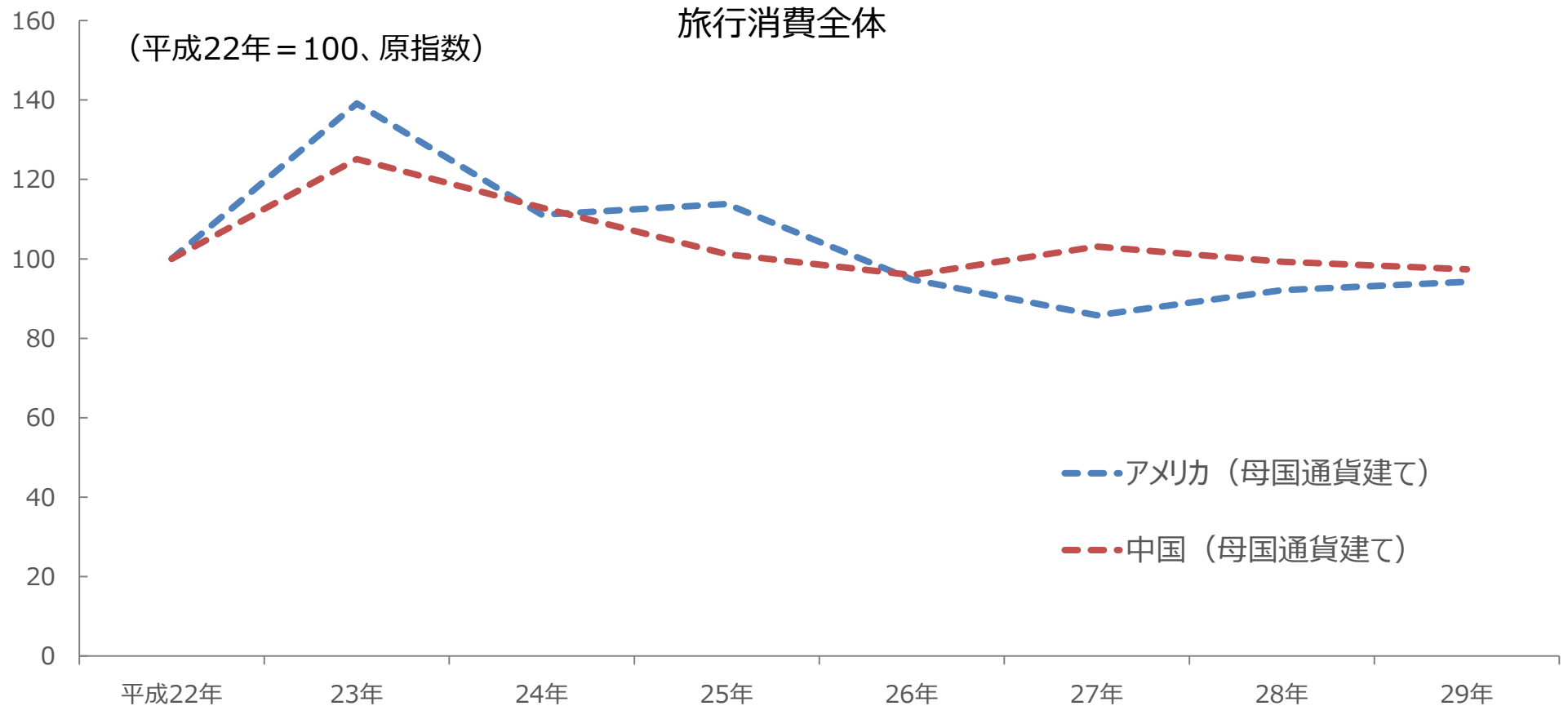
(資料) 訪日外国人消費動向調査（観光庁）、訪日外客数（日本政府観光局）、消費者物価指数（総務省）を用いて試算。

※ 1人あたり旅行消費額を、消費者物価指数を用いて実質化。



# 1人当たり旅行消費額（中国・アメリカ比較）母国通貨建て

- 中国及びアメリカの1人当たり旅行消費額を、為替情報を用いて各国通貨価値に換算して比較。
- 中国、アメリカともに23年をピークに低下。ここ数年は横ばい傾向にあるが、ともに、22年（基準年）と比較すると29年は低下している。

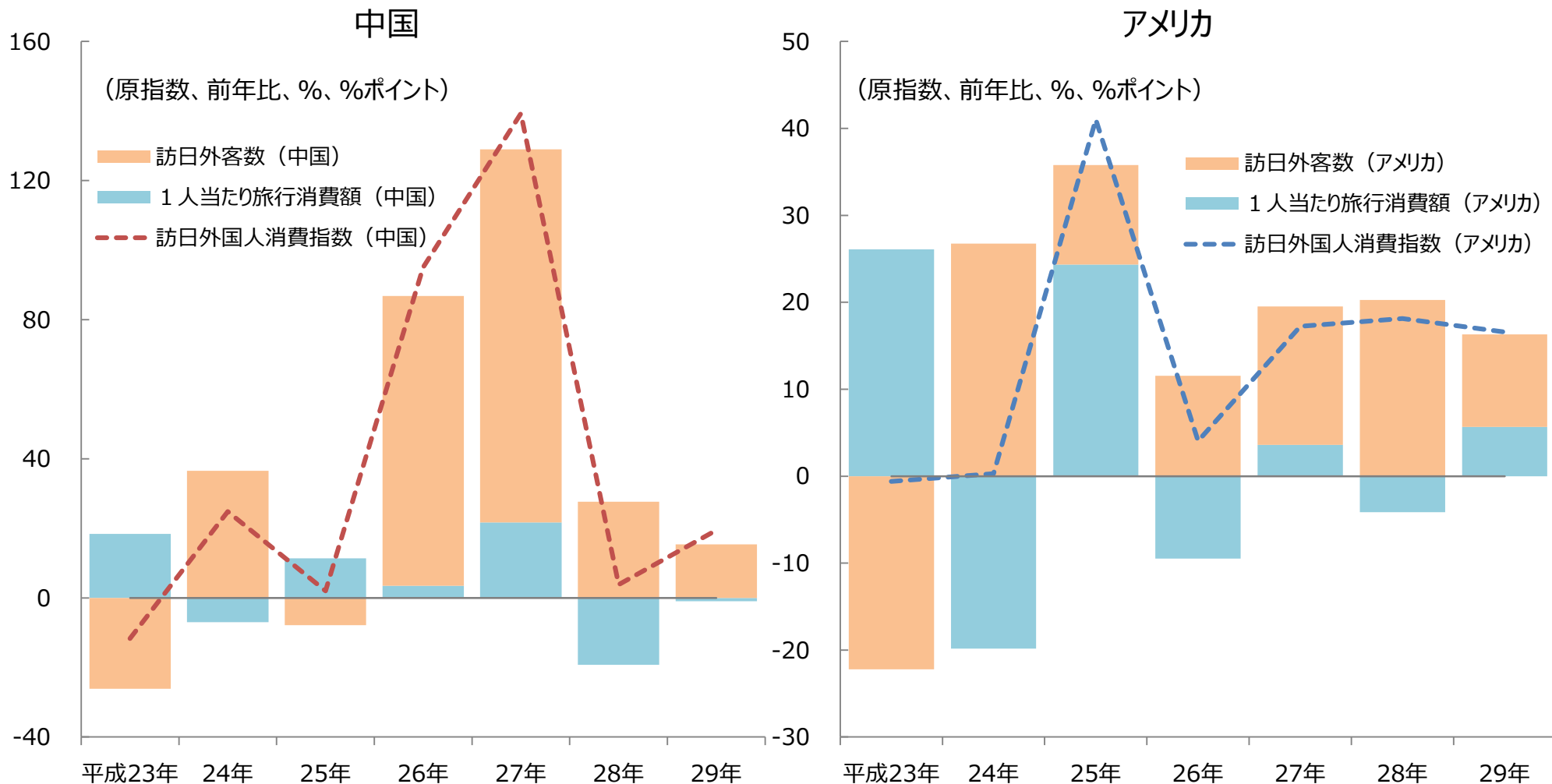


(資料) 訪日外国人消費動向調査（観光庁）、訪日外客数（日本政府観光局）、消費者物価指数（総務省）、為替情報（OECD）を用いて試算。

※ 1人当たり旅行消費額を、消費者物価指数を用いて実質化し、為替情報により各国通貨価値に換算。

# 1人当たり旅行消費額 及び 訪日外客数の推移（中国・アメリカ比較）

- 訪日外国人消費指数の前年比に対する、1人当たり旅行消費額 及び 訪日外客数の寄与をみると、中国、アメリカともに、訪日外客数の寄与が圧倒的に大きい。



(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) を用いて試算。

## 訪日外国人消費指数の構成要素の推移（中国・アメリカ比較）

- 訪日外国人消費指数の主な構成要素である「1人当たり旅行消費額」と「訪日外客数」の推移を年単位で比較。
- 29年の「訪日外客数」をみると、22年（基準年）に対し、中国は5倍を超えて急拡大しているのに対し、アメリカは2倍にも満たない。
- 「1人当たり旅行消費額」を比較すると、いずれの時点も中国がアメリカを上回っている。中国は27年をピークに低下、アメリカは25年をピークに横ばい傾向にあるが、ともに、22年と比較すると29年は上昇。
- 「1人当たり旅行消費額」を、各国通貨価値に換算して比較すると、中国、アメリカとも23年をピークに低下。両国とも、22年と比較すると29年は低下。
- 訪日外国人消費指数の前年比に対する、「1人当たり旅行消費額」及び「訪日外客数」の寄与をみると、中国、アメリカともに、訪日外客数の寄与が圧倒的に大きい。

# (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	宿泊業	宿泊	6.962
飲食費	26,598		2,290	飲食店	132,290	飲食店	332	飲食店、飲食サービス業	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	運輸業、郵便業 自動車賃貸業	交通	2.052
娯楽サービス	6,803		586	娯楽業	262,142	娯楽業	275.2	娯楽業	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	小売業	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](mailto:qqcebc@meti.go.jp)