

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

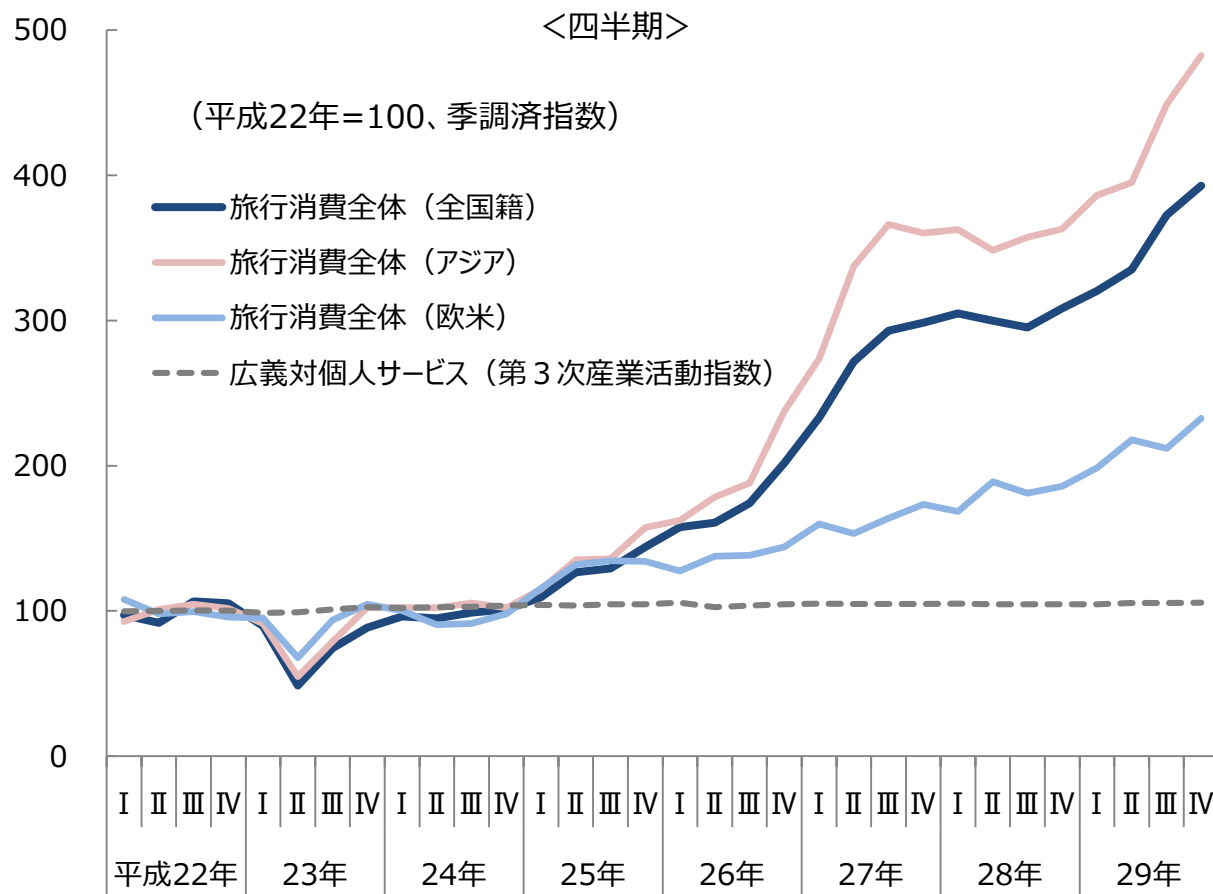
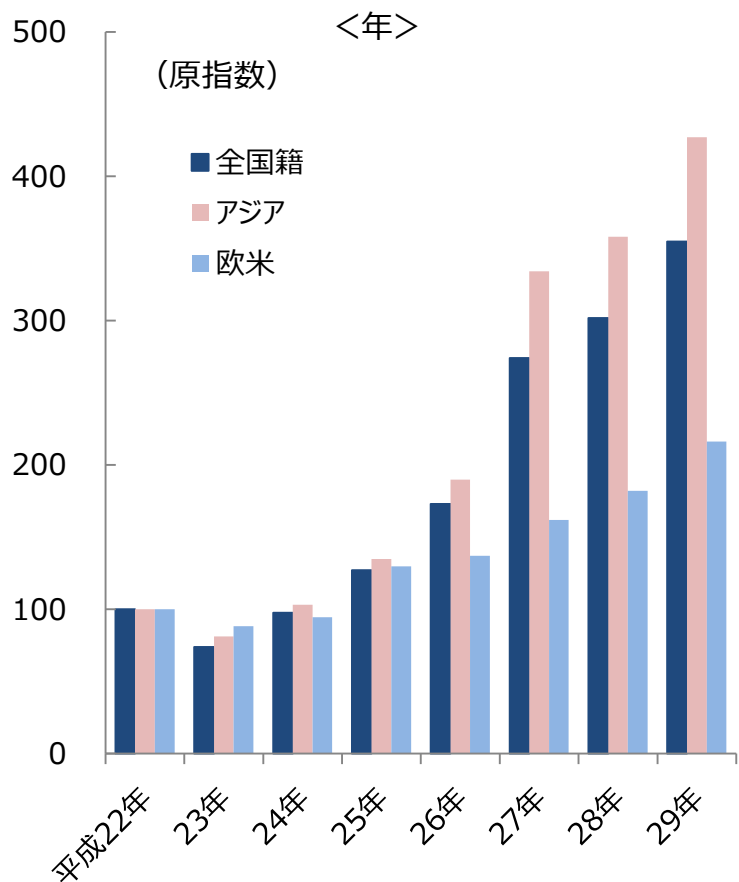
訪日外国人
消費指数

※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

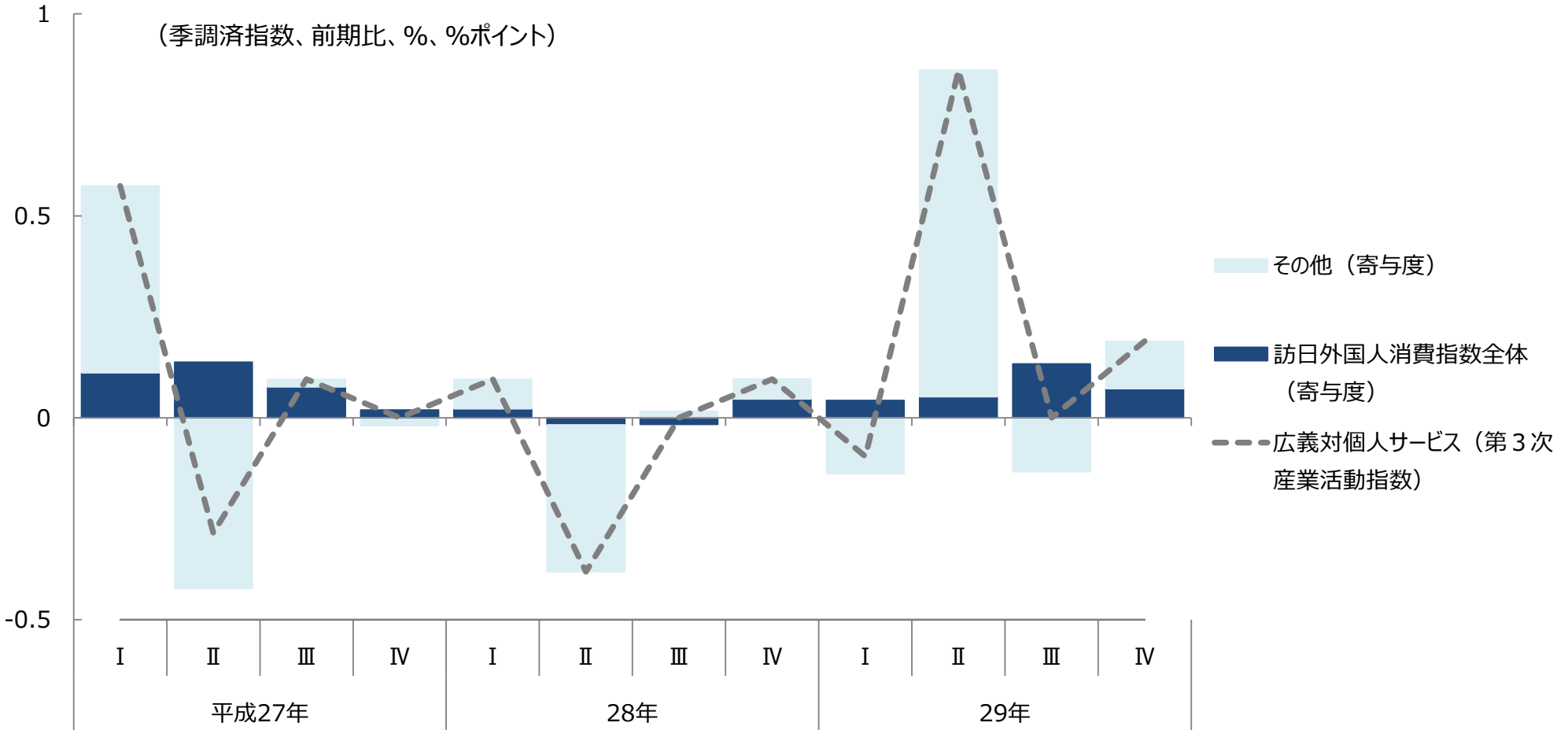
- 29年第4四半期の訪日外国人消費指数は、指数値392.9、前期比5.4%と5期連続の上昇。
- アジアは指数値482.6、同7.5%と6期連続の上昇。欧米は指数値232.8、同9.8%と2期ぶりの上昇。



(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）

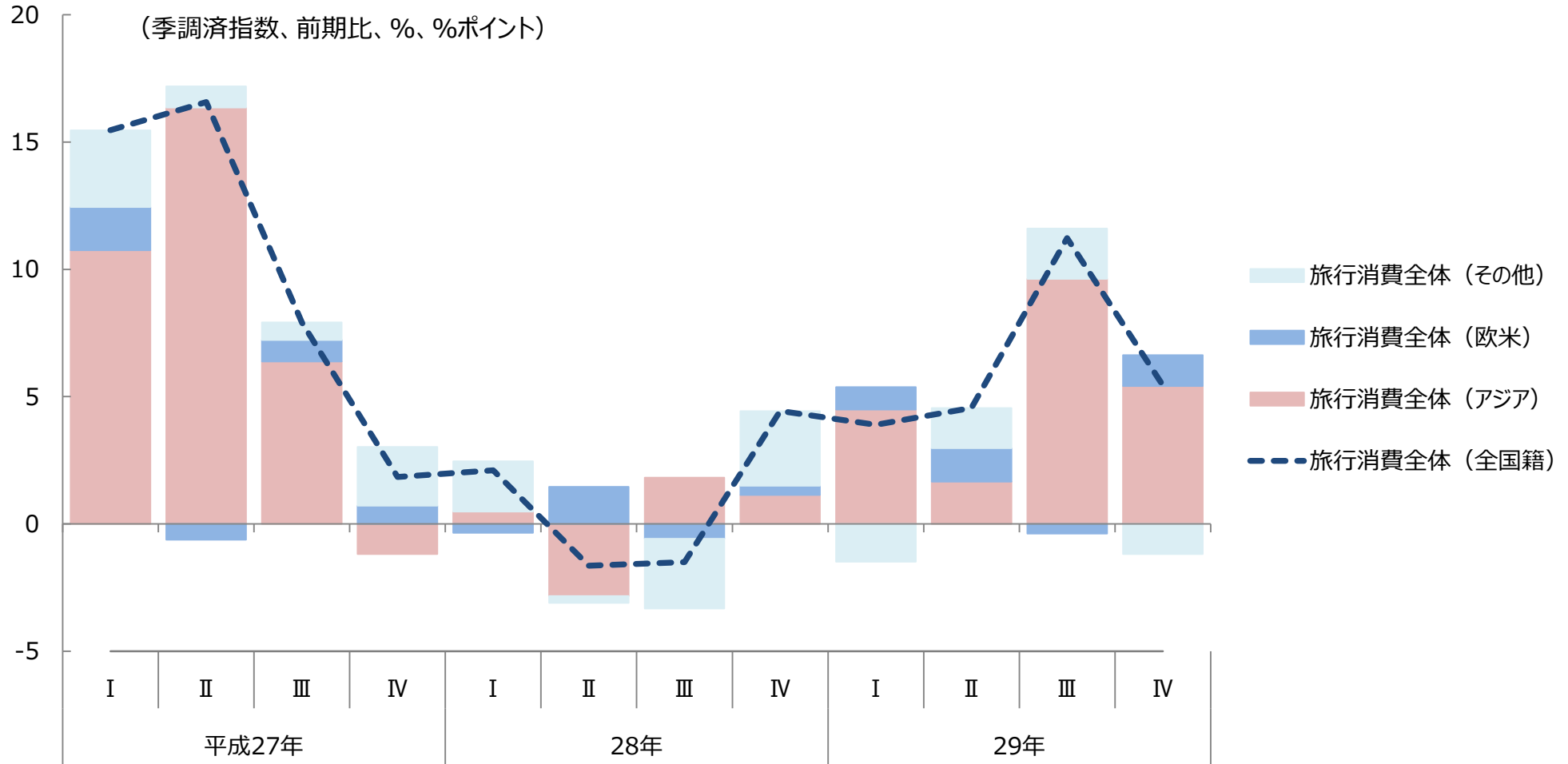
- 29年第4四半期の対個人サービス活動の変動に対する寄与をみると、対個人サービス全体の前期比0.2%上昇に対し、訪日外国人消費指数は、プラス0.07%ポイントの上昇寄与。



(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）

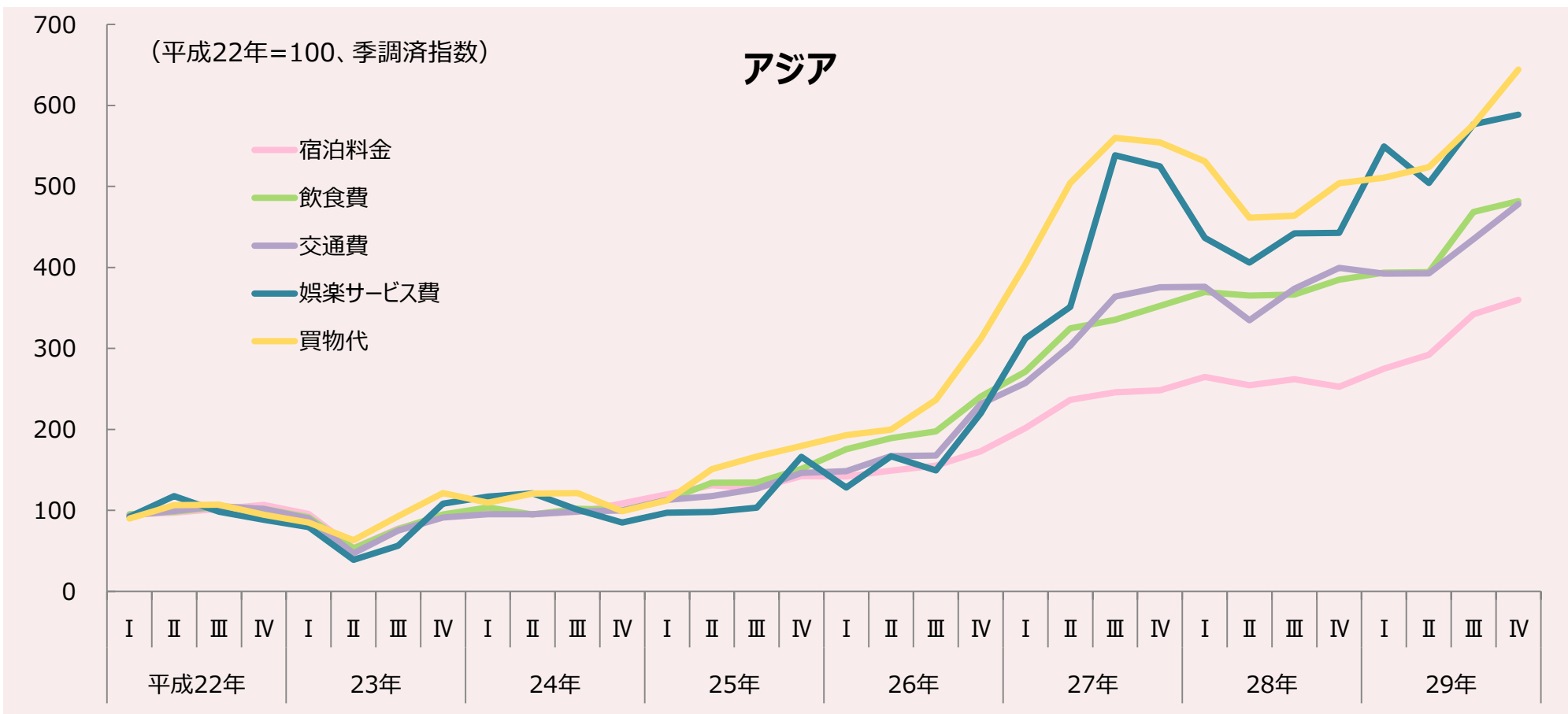
- 訪日外国人全体の旅行消費指数の変動に対するアジア指数及び欧米指数の貢献度（寄与）をみると、29年第4四半期は、訪日外国人全体の前期比5.4%上昇に対し、アジア指数はプラス5.44%ポイントの上昇寄与、欧米指数はプラス1.22%ポイントの上昇寄与。



(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。

費目別にみた訪日外国人消費指数の推移（アジア）

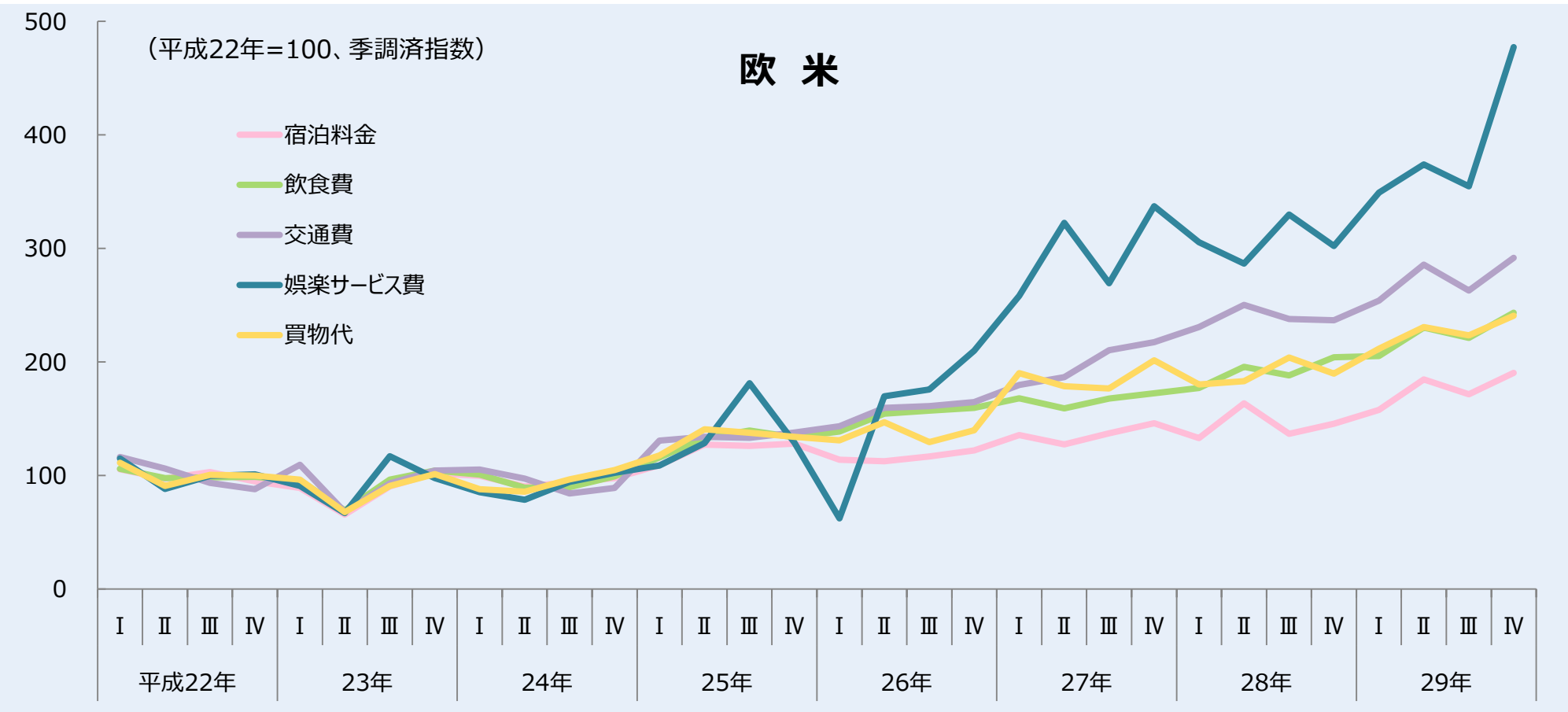
- 29年第4四半期のアジア指数の費目別の動きをみると、全ての費目が前期比上昇となり、過去最高の指数値を記録。
- 最も高い指数値は買物代の644.4、次いで娯楽サービス費の588.6。



（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）

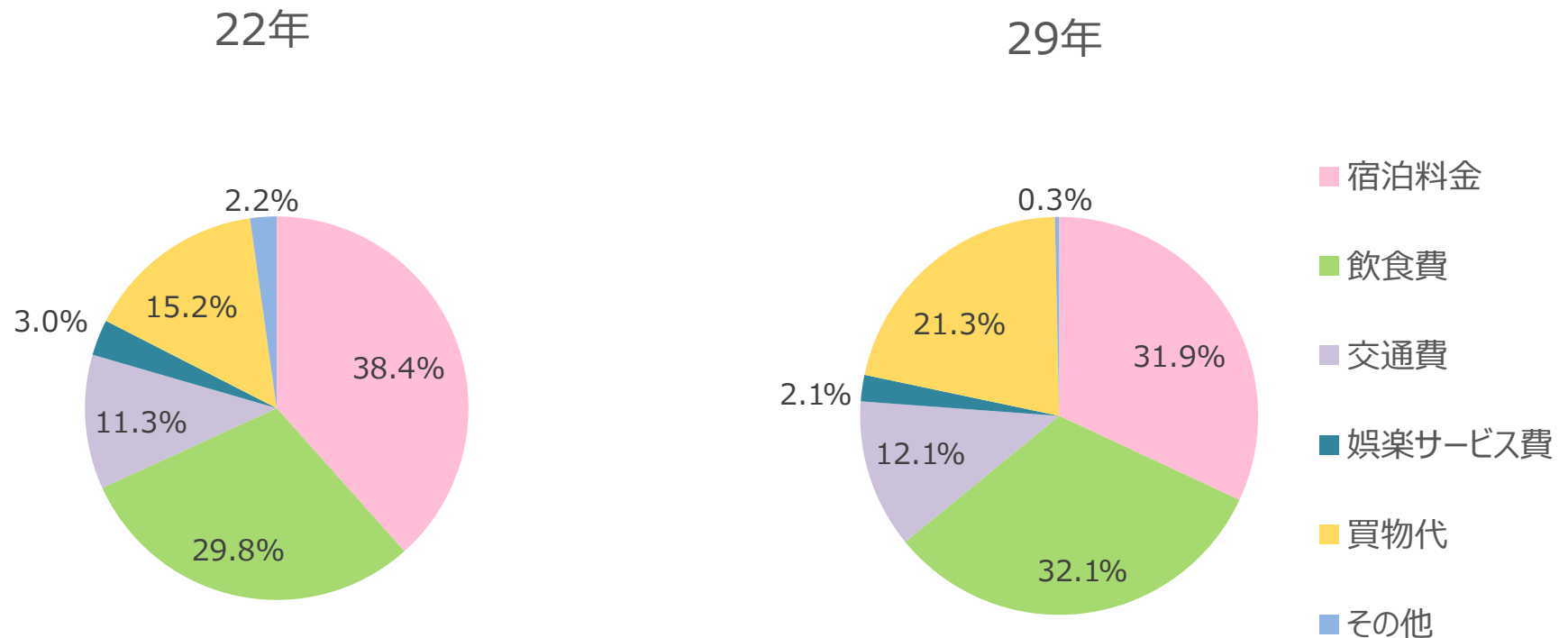
- 29年第4四半期の欧米指数の費目別の動きをみると、全ての費目が前期比上昇となり、過去最高の指数値を記録。
- 最も高い指数値は娯楽サービス費の477.4、次いで交通費の291.8。



(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

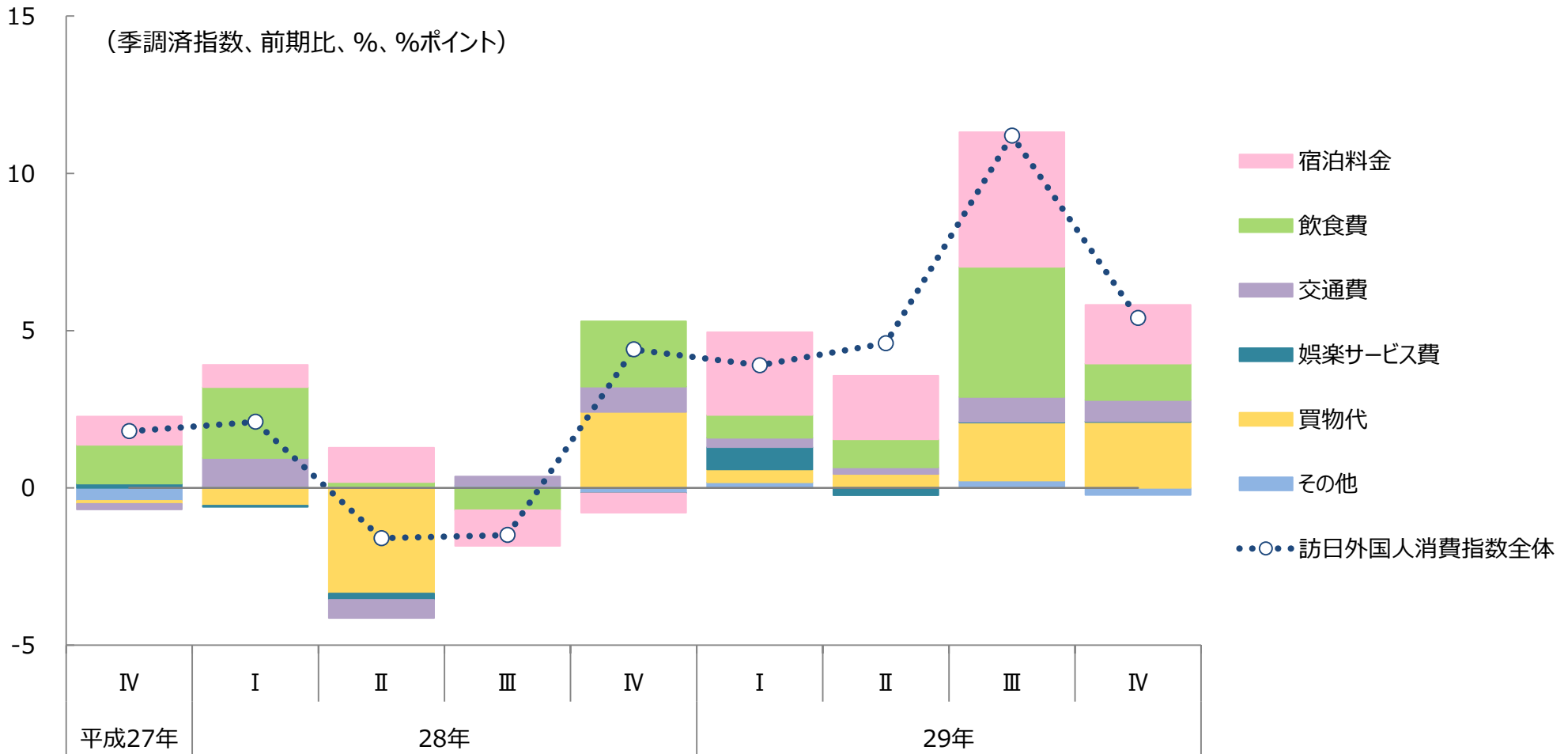
- 費目別構成比をみると、22年は宿泊料金の構成比が最も高く、およそ4割を占めていたが、29年は飲食費の構成比が3割を超え、最も高くなっている。
- 買物代の構成比も上昇し、29年は2割を超えている。
- 宿泊料金が縮小した分、飲食費と買物代の構成比が伸びている。



(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。