



観光統計

平成30年3月20日
観光庁

平成29年訪日外国人消費動向調査【トピックス分析】

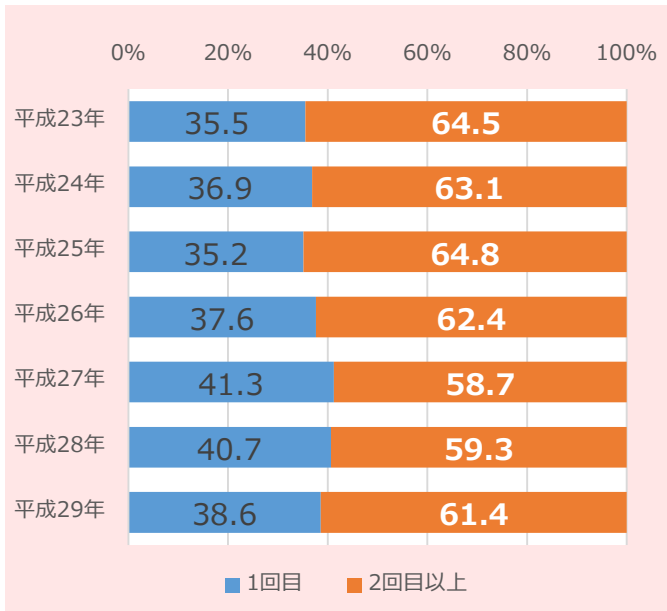
訪日外国人旅行者の訪日回数と消費動向の関係について ～ 韓・台・香・中の訪日回数の多いリピーターは1人当たり旅行支出が高い～

- 訪日外国人旅行者の**61.4%**が訪日回数2回目以上のリピーター。リピーターの割合は、ほぼ横ばいで推移しているが、**リピーター数は大きく増加**。
- 観光・レジャー目的の訪日外国人旅行者のリピーターの国籍別構成比では、韓国(30%)、台湾(25%)、中国(18%)、香港(13%)の順に多く、**東アジア近隣4ヶ国・地域で86%**を占めており、今回この**4ヶ国・地域のリピーターについて分析を行った**。
- **訪日回数の増加とともに1人当たり旅行支出が高くなる**傾向があり、特に「**10回以上**」の客層では**1回目に比べ2～4割程度高い**。
- 訪日回数が増えると、**地方を訪れる割合が高くなる**。また、**ひとり旅の割合が高くなり**(香港は「夫婦・パートナー」の割合が増加)、**個別手配の割合が高くなる**傾向がある。
- 日本滞在中の行動は、訪日回数が増えるほど「**日本の酒を飲むこと**」「**温泉入浴**」は**増える**傾向。
- 「**スキー・スノーボード**」「**スポーツ観戦**」は**次回の訪日で実施したい**との希望が国籍・地域、訪日回数にかかわらず実績を上回っている。

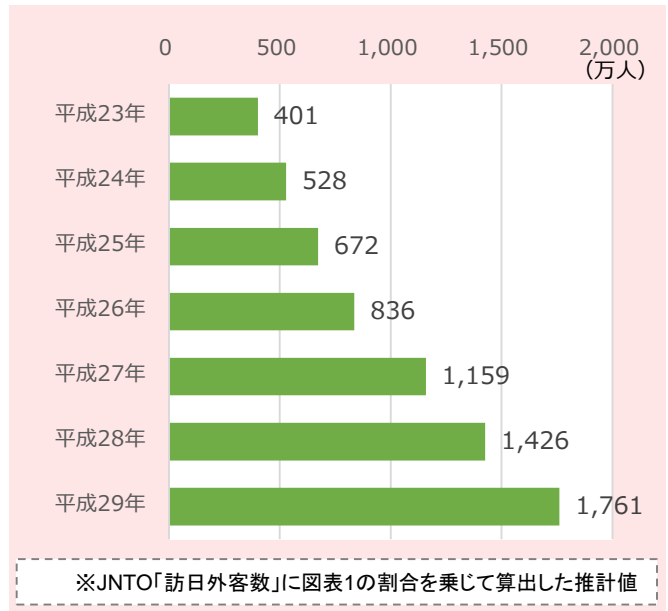
1. 訪日リピーターの割合と訪日リピーターの延べ人数の推移 【図表1】【図表2】

- 訪日回数2回目以上のリピーター(以下、「訪日リピーター」)の割合は**6割前後で推移**している。
- 訪日リピーター割合に大きな変化はないが、訪日外国人旅行者数の増加に伴い、**訪日リピーター数は年々増加**しており、平成29年は1,761万人と推計される。

【図表1】訪日リピーター割合の推移
(全国籍・地域) 全目的



【図表2】訪日リピーター数
(全国籍・地域) 全目的



本ページに掲載している数値は平成23年から平成29年に実施した調査年4回分のサンプルのうち、訪日外客数による国籍・地域別および四半期別ウェイトバック処理を行い分析した。

【問い合わせ先】

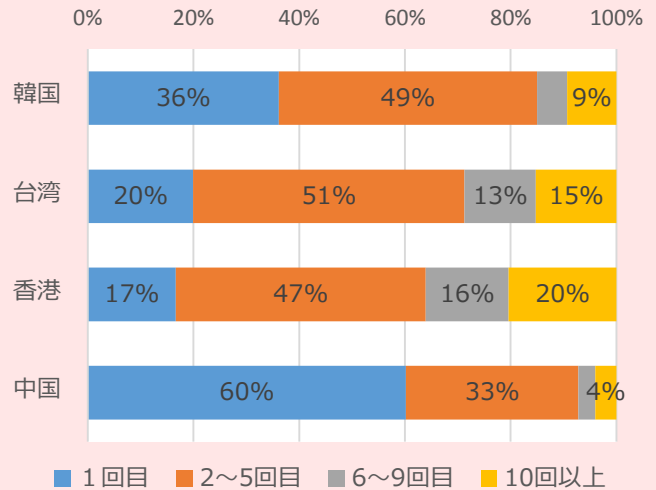
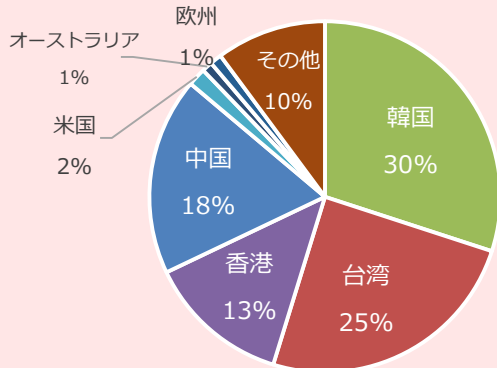
観光戦略課観光経済調査室 曾我、秋元
TEL 03-5253-8111 (内線27-223、27-216)
03-5253-8325 (直通)
FAX 03-5253-1563

2. 訪日リピーターの国籍・地域別構成比・訪日回数別構成比【図表3,4】

- 訪日リピーターの国籍別構成比では、韓国(30%・約370万人)、台湾(25%・約310万人)、中国(18%・約230万人)、香港(13%・約160万人)の順に高く、**東アジア近隣4ヶ国・地域**からが8割以上を占めている。
- 韓国、台湾、香港では特に訪日リピーターの割合が高い。また、台湾、香港では10回以上日本を訪れているリピーター(以下、「訪日ヘビーリピーター」)が2割程度を占めている。

【図表3】 訪日リピーターの国籍・地域別構成比
(平成29年) 観光・レジャー目的

【図表4】 東アジア4ヶ国・地域の訪日回数別構成比
(平成29年) 観光・レジャー目的

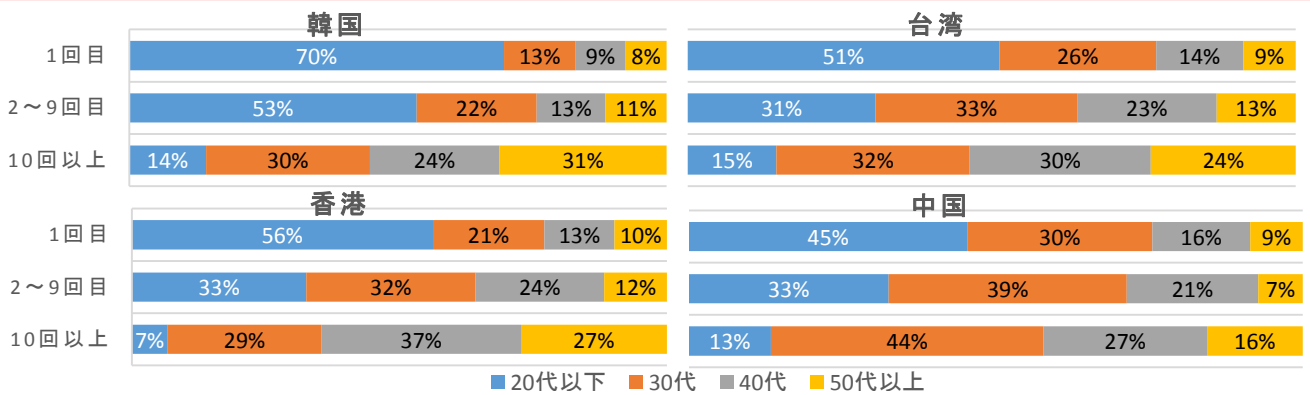


※JNTO「訪日外客数」に本調査の「観光・レジャー」比率と「日本への来訪回数」から算出された訪日リピーター比率を乗じて国籍別の訪日リピーター数を推計し、全国籍・地域の訪日リピーター数を100としたときの国籍別構成比を算出
※欧州は英国、ドイツ、フランス、イタリア、スペインが含まれる

3. 訪日回数別年代別構成比【図表5】

- 訪日回数が増えると30代以上の割合が増加し、特に訪日ヘビーリピーターでは30~40代の割合が高い。

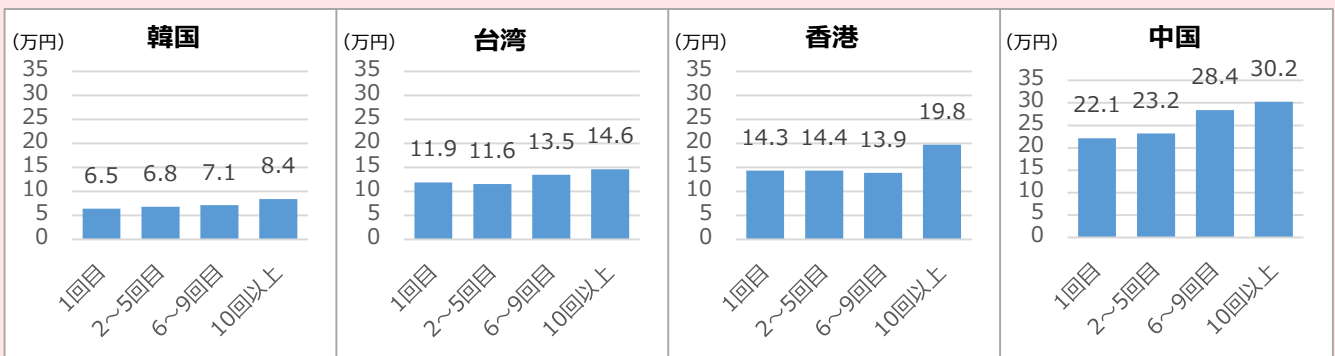
【図表5】 訪日回数別年代別構成比 (平成29年) 観光・レジャー目的



4. 訪日回数別1人あたり旅行支出【図表6】

- 訪日回数が増えると、1人あたり旅行支出が増加している。特に訪日ヘビーリピーターは1回目と比較して2~4割程度高い。

【図表6】 訪日回数別1人あたり旅行支出 (平成29年) 観光・レジャー目的



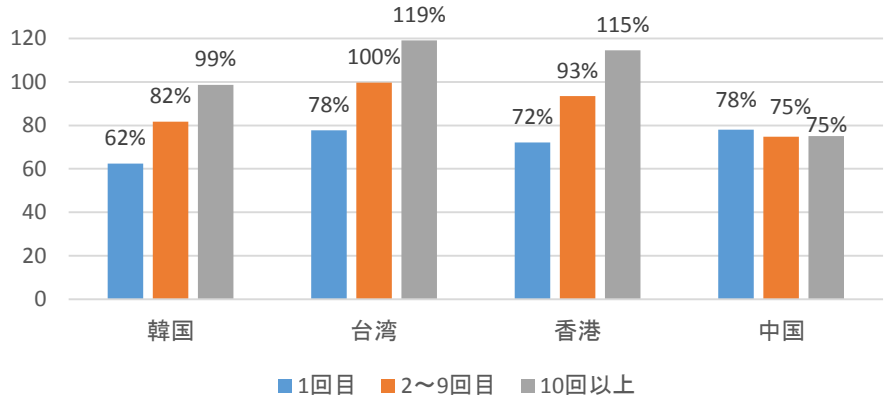
※「1人あたり旅行支出」はパッケージツアー参加費に含まれる日本国内収入分が含まれている。

5. 訪日回数別地方訪問率 【図表7】

【図表7】訪日回数別地方訪問率（観光・レジャー目的）

- 韓国、台湾、香港では、訪日リピーターの地方訪問率が高い。
- 中国は、訪日回数が増えるほど地方への広がりが見られる。（P.10参照）

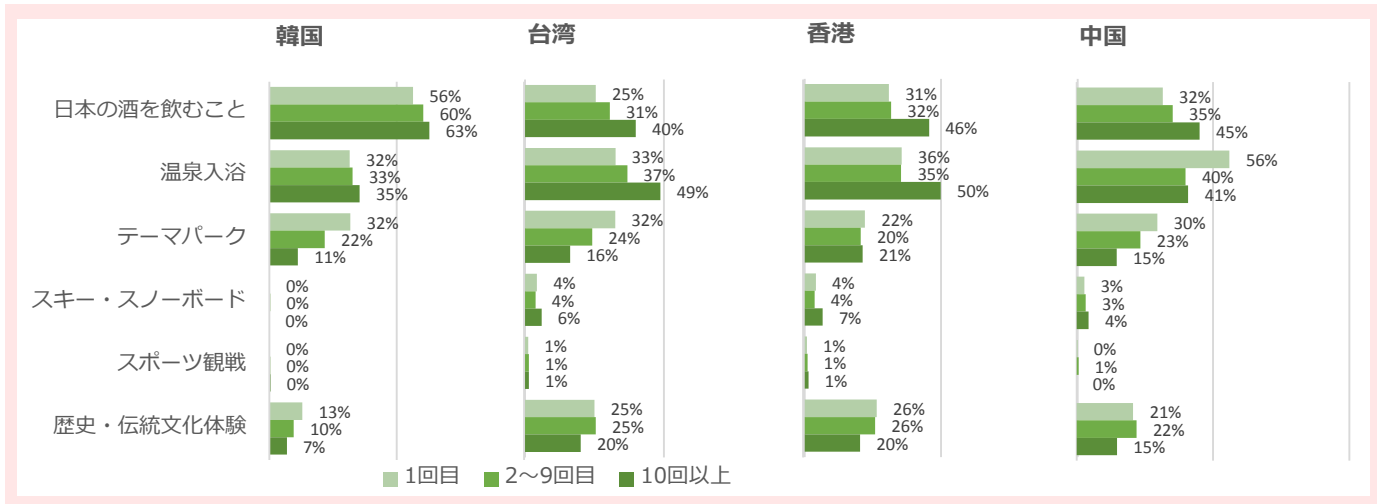
※訪問率は、旅行者が各都道府県を訪れた割合。地方は、都道府県のうち、千葉県・埼玉県・東京都・神奈川県・愛知県・京都府・大阪府・兵庫県以外。



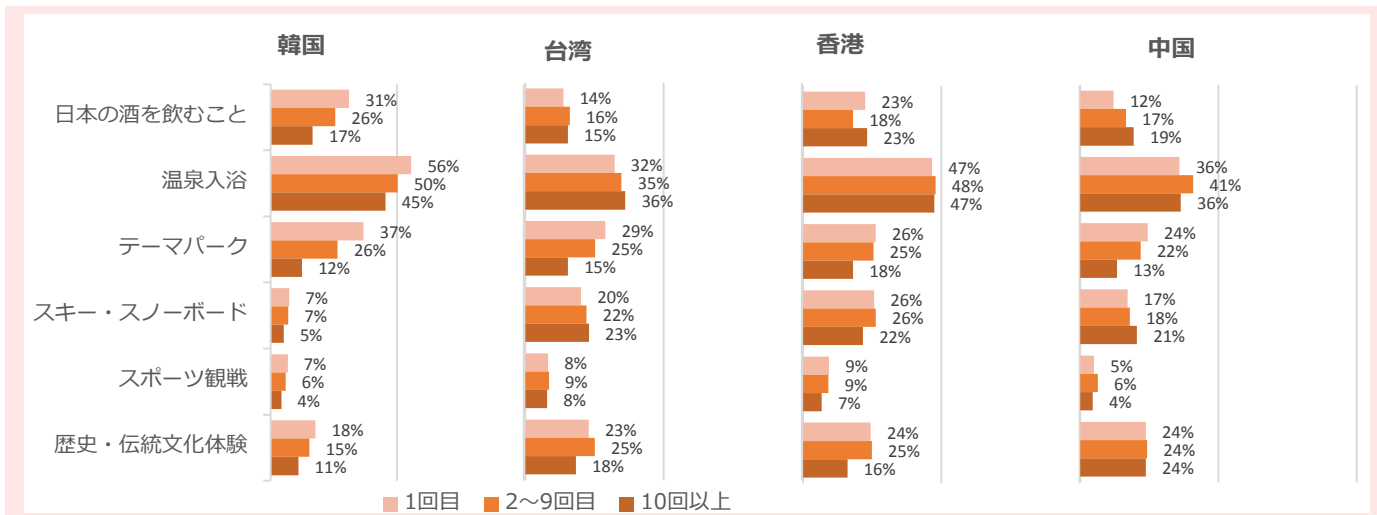
6. 訪日回数別日本滞在中の行動と次回したいこと 【図表8】【図表9】

- 韓国、台湾、香港は、訪日回数が増えるほど「日本の酒を飲むこと」「温泉入浴」の実施率が高い。
- 韓国、台湾、中国の「テーマパーク」は、初回の実施率が高い。
- 訪日回数にかかわらず「スキー・スノーボード」「スポーツ観戦」は、実施率より、次回訪日してほしいことで選択率が高い。

【図表8】訪日回数別今回したこと（観光・レジャー目的） ※複数回答



【図表9】訪日回数別次回したいこと（観光・レジャー目的） ※複数回答

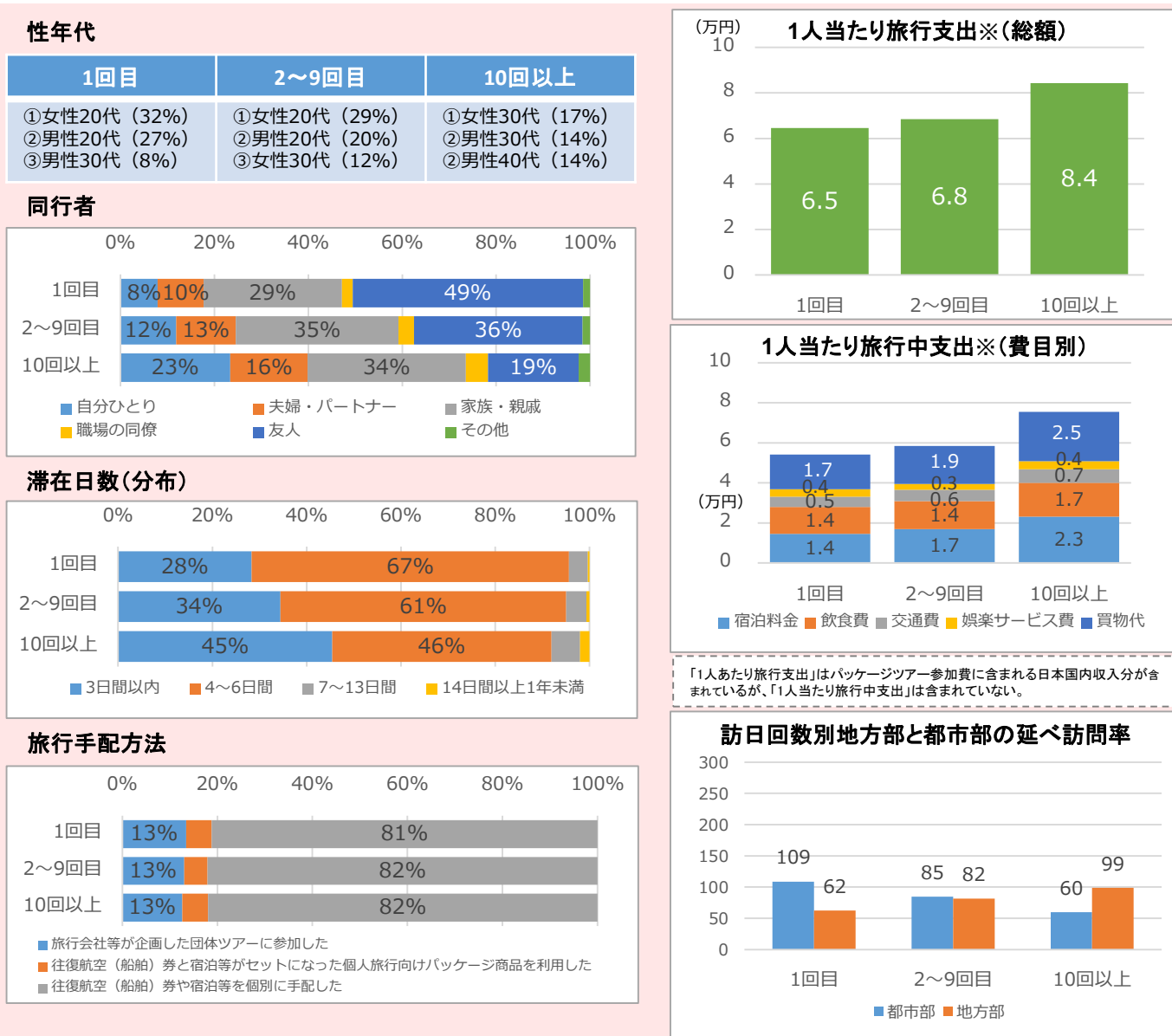


本ページに掲載している数値は平成29年に実施した調査4回分のサンプルのうち、観光・レジャー目的のサンプルについて訪日外客数による国籍・地域別および四半期別ウェイトバック処理を行い分析した。

7. 訪日リピーターの動向－韓国－【図表10】

- 訪日回数が増えると1人当たり旅行支出が増えており、「10回以上」では8.4万円程度と「1回目」と比べ2万円程度高い。
- 旅行内容では訪日リピーターは友人旅行の割合が低くなり、ひとり旅の割合が高くなる。

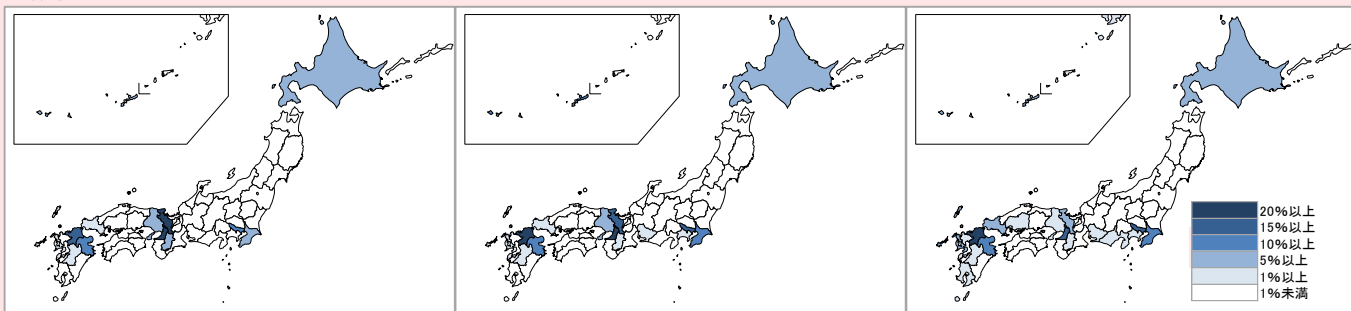
【図表10】韓国の訪日リピーターの旅行内容・消費動向(1)観光・レジャー目的



訪問地(1回目)

訪問地(2～9回目)

訪問地(10回以上)

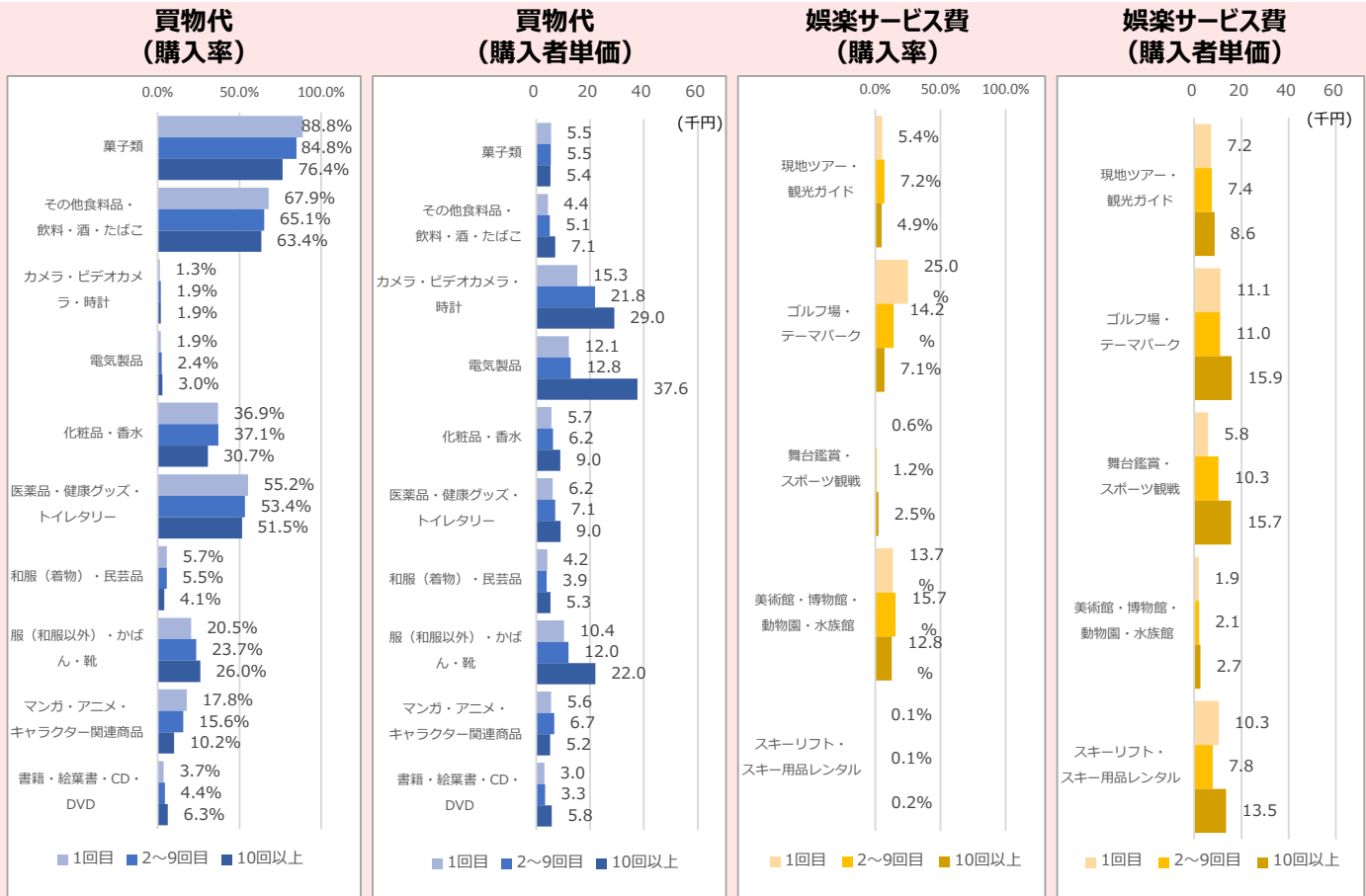


本ページに掲載している数値は平成29年に実施した調査4回分のサンプルのうち、観光・レジャー目的のサンプルについて訪日外客数による国籍・地域別および四半期別ウェイトバック処理を行い分析した。

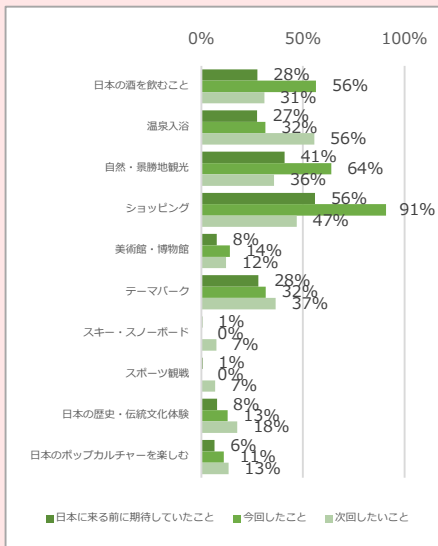
7. 訪日リピーターの動向－韓国－【図表11】

- 訪日ハードリピーターの「娯楽サービス費」の購入率・体験率は低いが、購入者単価は全ての項目で高い。
- 「菓子類」「その他食料品・飲料・酒・たばこ」「医薬品・健康グッズ・トイレタリー」など日用品は、「1回目」の購入率が高い。一方、「カメラ・ビデオカメラ・時計」「電気製品」「服・かばん・靴」「書籍・絵葉書・CD・DVD」は、訪日リピーターの購入率が高い。

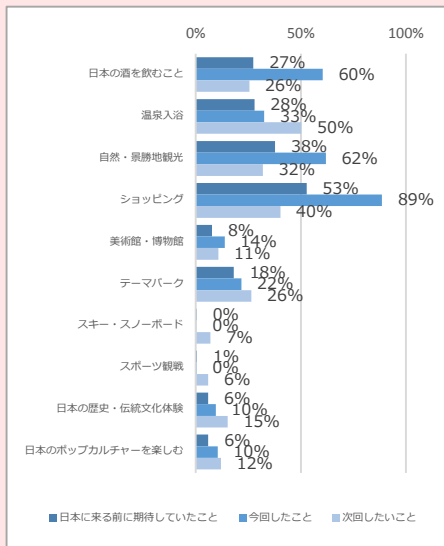
【図表11】韓国の訪日リピーターの旅行内容・消費動向(2)観光・レジャー目的



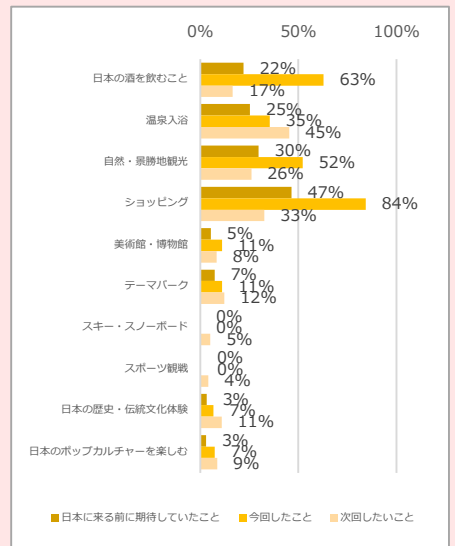
日本滞在中の行動 (1回目)



日本滞在中の行動 (2～9回目)



日本滞在中の行動 (10回以上)

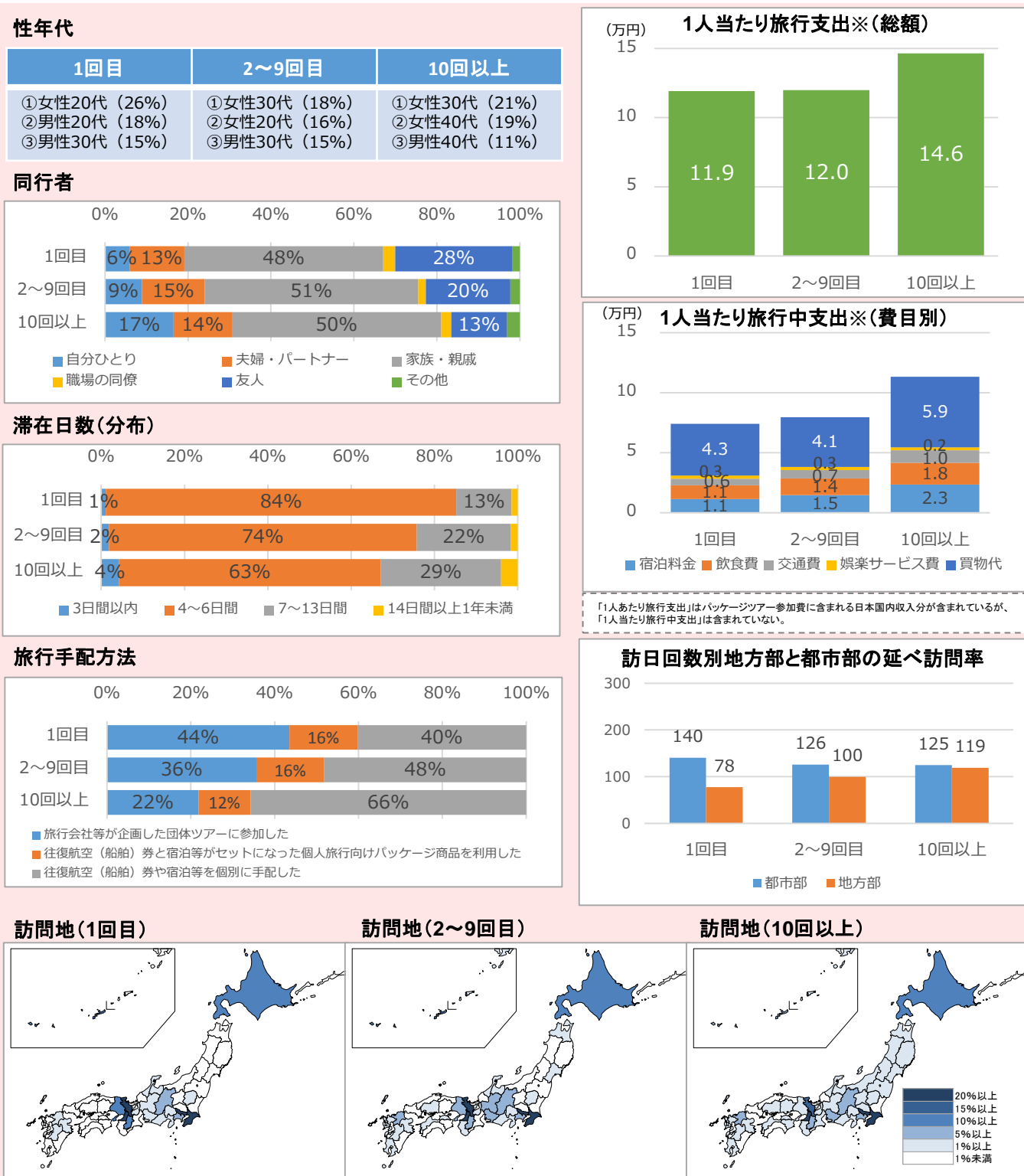


本ページに掲載している数値は平成29年に実施した調査4回分のサンプルのうち、観光・レジャー目的のサンプルについて訪日外客数による国籍・地域別および四半期別ウェイトバック処理を行い分析した。

8. 訪日リピーターの動向－台湾－【図表12】

- 訪日回数が増えると1人当たり旅行支出が増えており、「10回以上」では14.6万円と「1回目」と比較して2.7万円程度高い。
- 旅行内容では訪日回数が増えると地方への訪問率も高くなり、かつ訪れる地域に広がりが見られる。

【図表12】台湾の訪日リピーターの旅行内容・消費動向(1)観光・レジャー目的



訪問地(1回目)

訪問地(2～9回目)

訪問地(10回以上)

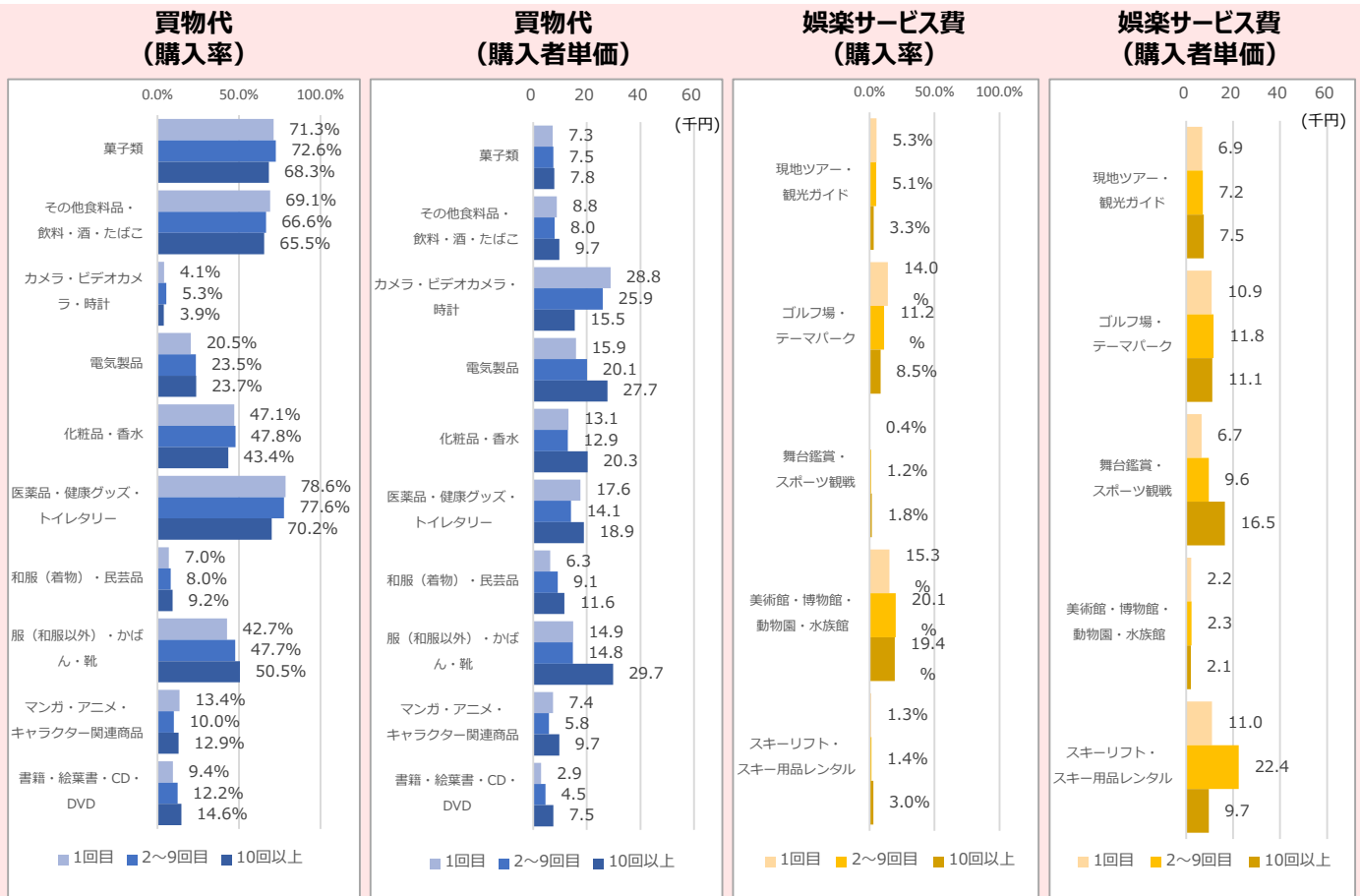
本ページに掲載している数値は平成29年に実施した調査4回分のサンプルのうち、観光・レジャー目的のサンプルについて訪日外客数による国籍・地域別および四半期別ウェイトバック処理を行い分析した。

6/11

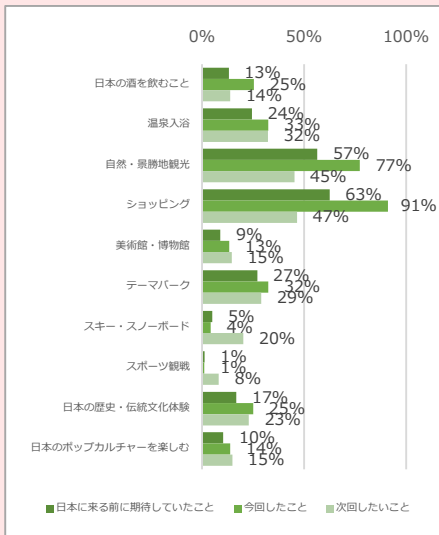
9. 訪日リピーターの動向－台湾－【図表13】

- 娯楽サービス費では「美術館・博物館・動物園・水族館」で訪日リピーターの体験率が高い。
- 買物代では、「1回目」は日用品の購入率が高く、訪日リピーターは日用品以外の購入率が高い傾向がある。
- 「10回以上」の訪日ヘビーリピーターは「日本の酒を飲むこと」や「温泉入浴」の実施率が高い。

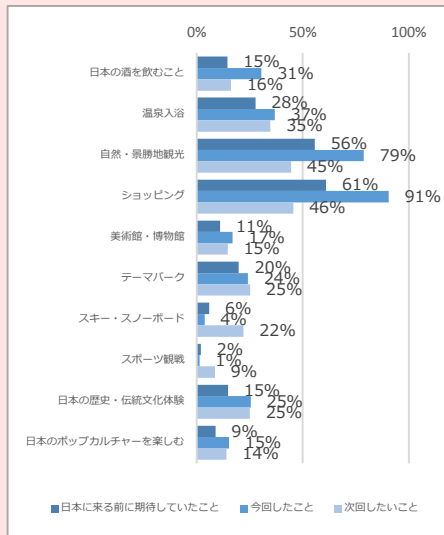
【図表13】台湾の訪日リピーターの旅行内容・消費動向(2)観光・レジャー目的



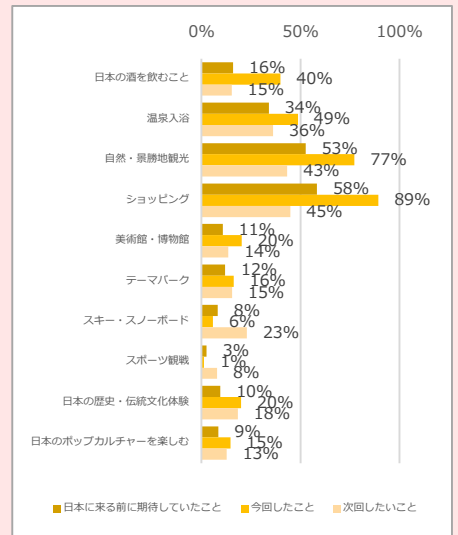
日本滞在中の行動 (1回目)



日本滞在中の行動 (2~9回目)



日本滞在中の行動 (10回以上)



本ページに掲載している数値は平成29年に実施した調査4回分のサンプルのうち、観光・レジャー目的のサンプルについて訪日外客数による国籍・地域別および四半期別ウェイトバック処理を行い分析した。

9. 訪日リピーターの動向－香港－【図表14】

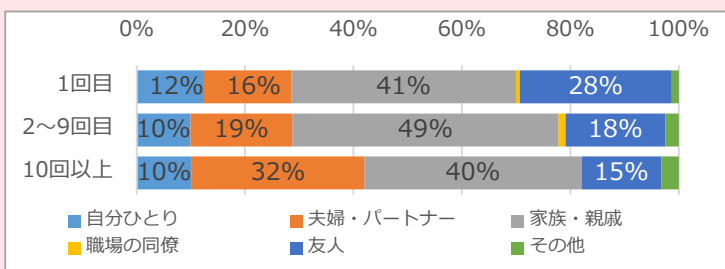
- 訪日回数が増えると1人当たり旅行支出が増えており、「10回以上」では19.8万円と「1回目」と比較して5.5万円程高い。
- 旅行内容では訪日回数が増えると地方への訪問率も高くなり、かつ訪れる地域に広がりが見られる。

【図表14】香港の訪日リピーターの旅行内容・消費動向(1)観光・レジャー目的

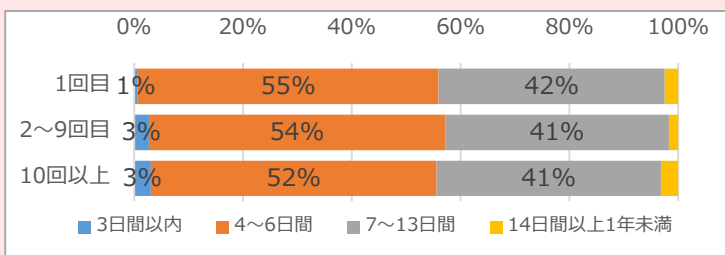
性年代

1回目	2～9回目	10回以上
①男性20代 (27%)	①女性30代 (17%)	①女性40代 (22%)
②女性20代 (21%)	②女性20代 (16%)	②女性30代 (19%)
③女性30代 (13%)	③男性30代 (15%)	③男性40代 (15%)

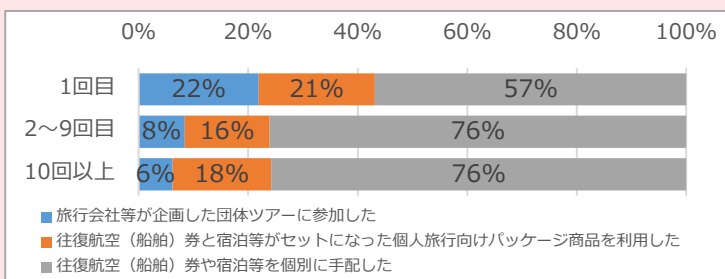
同行者



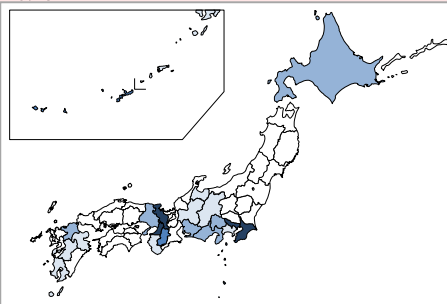
滞在日数(分布)



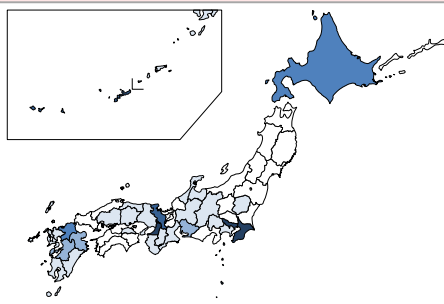
旅行手配方法



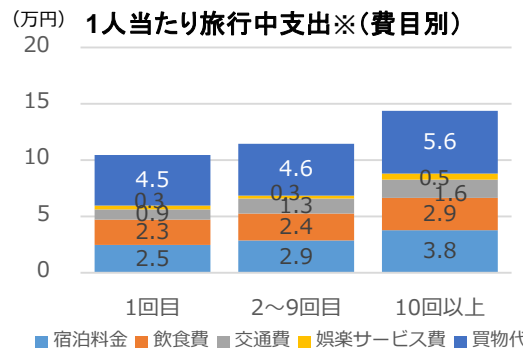
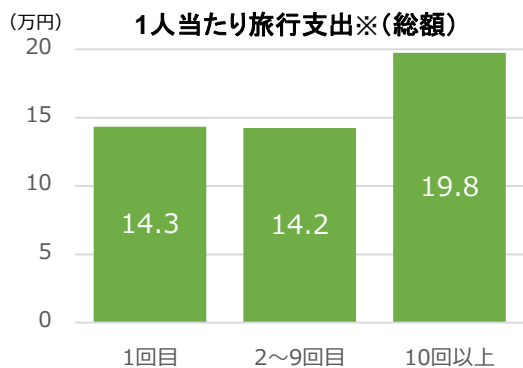
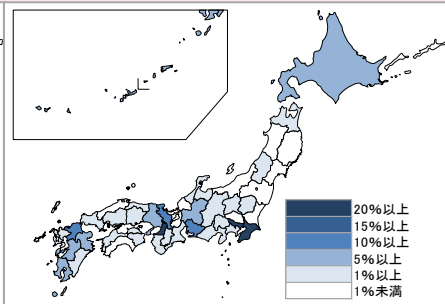
訪問地(1回目)



訪問地(2～9回目)

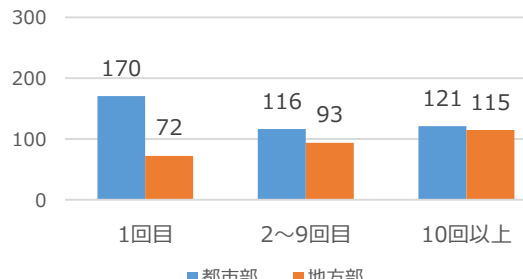


訪問地(10回以上)



「1人あたり旅行支出」はパッケージツアー参加費に含まれる日本国内収入分が含まれているが、「1人あたり旅行中支出」は含まれていない。

訪日回数別地方部と都市部の延べ訪問率

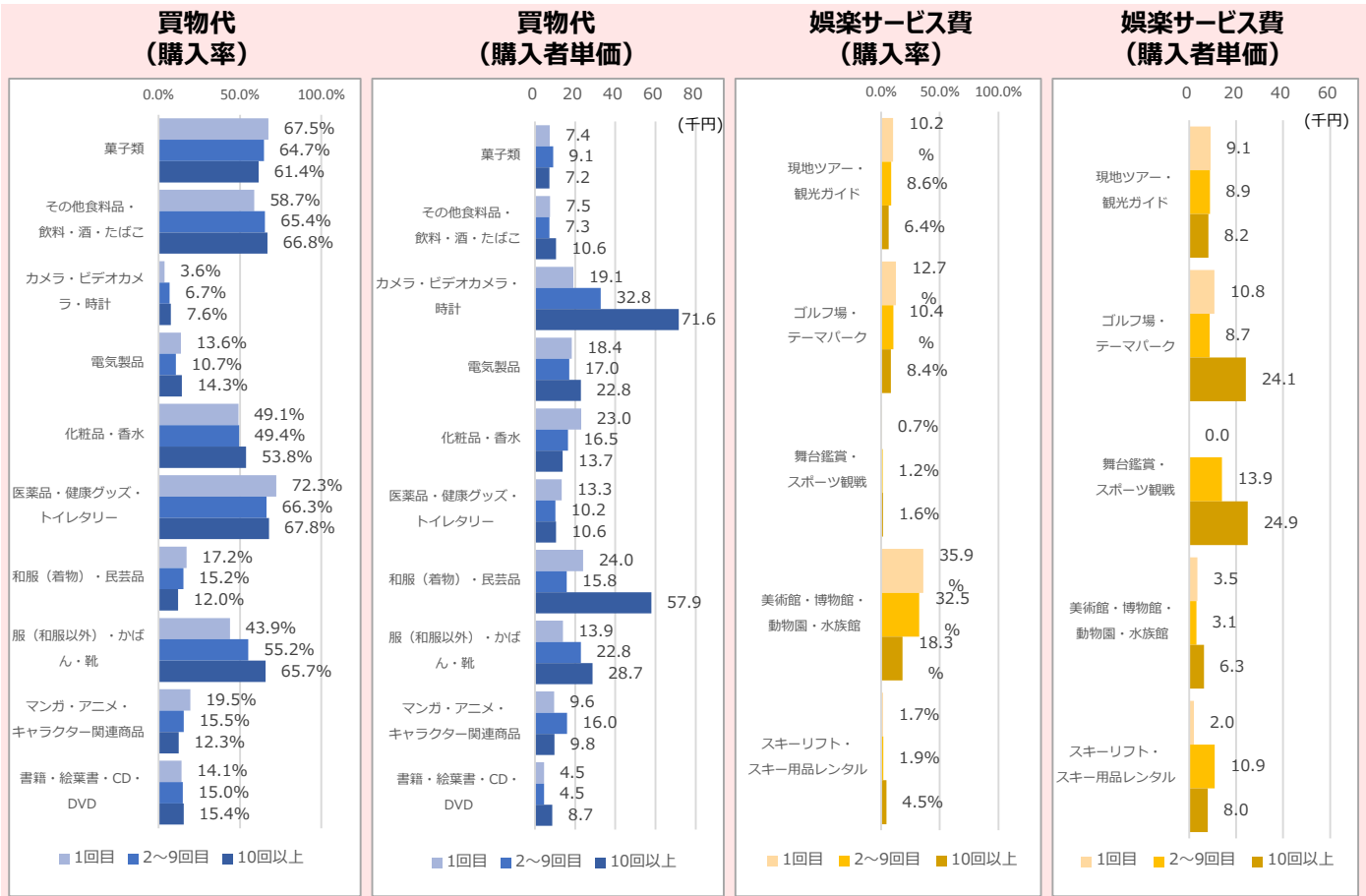


本ページに掲載している数値は平成29年に実施した調査4回分のサンプルのうち、観光・レジャー目的のサンプルについて訪日外客数による国籍・地域別および四半期別ウェイトバック処理を行い分析した。

3. 訪日リピーターの動向－香港－ 【図表15】

- 買物代では、「10回以上」の訪日ヘビーリピーターは「その他食料品・飲料・酒・たばこ」「カメラ・ビデオカメラ・時計」「電気製品」「化粧品・香水」「服・かばん・靴」「書籍・絵葉書・CD・DVD」の購入率が高い。また、「カメラ・ビデオカメラ・時計」「服・かばん・靴」「書籍・絵葉書・CD・DVD」は購入者単価も高い。

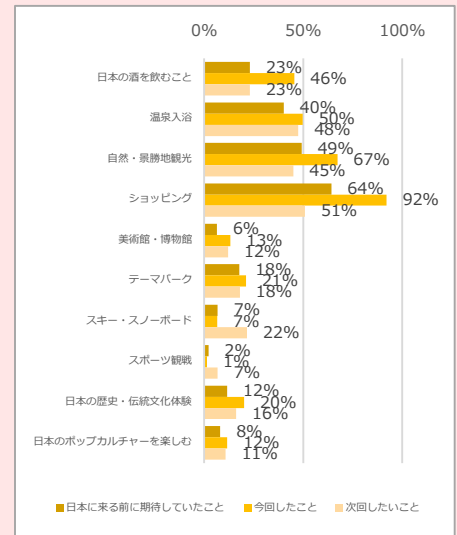
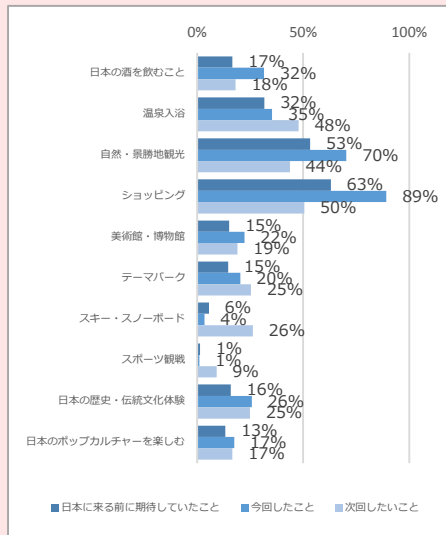
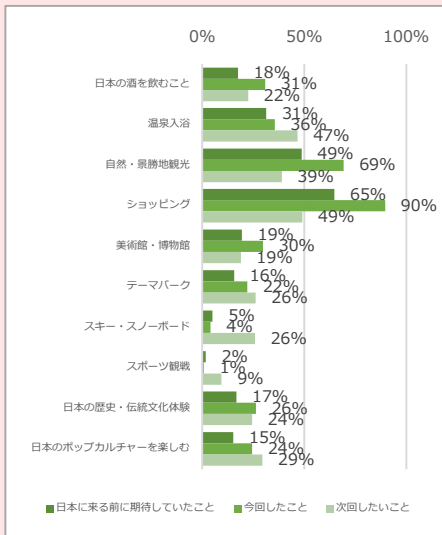
【図表15】香港の訪日リピーターの旅行内容・消費動向(2)観光・レジャー目的



日本滞在中の行動 (1回目)

日本滞在中の行動 (2~9回目)

日本滞在中の行動 (10回以上)



本ページに掲載している数値は平成29年に実施した調査4回分のサンプルのうち、観光・レジャー目的のサンプルについて訪日外客数による国籍・地域別および四半期別ウェイトバック処理を行い分析した。

10. 訪日リピーターの動向－中国－ 【図表16】

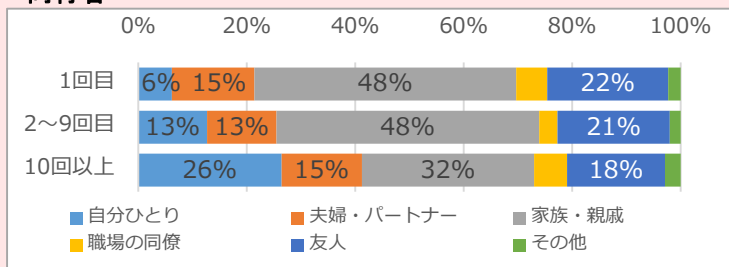
- 訪日回数が増えると1人当たり旅行支出が増え、「10回以上」(30.2万円)は「1回目」と比較して8.1万円程高い。
- 1人当たり旅行中支出は「娯楽サービス費」を除く全ての費目で「10回以上」が高い。
- 旅行内容では訪日リピーターは友人旅行の割合が低くなり、ひとり旅の割合が高くなる。

【図表16】中国の訪日リピーターの旅行内容・消費動向(1)観光・レジャー目的

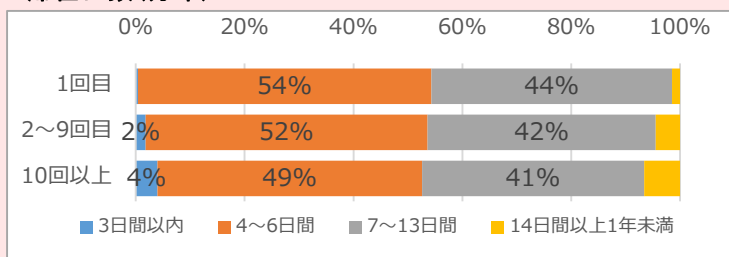
性年代

1回目	2～9回目	10回以上
①女性20代 (23%)	①女性30代 (25%)	①男性30代 (23%)
②女性30代 (18%)	②女性20代 (19%)	②女性30代 (22%)
③男性20代 (13%)	③男性30代 (14%)	③男性40代 (14%)

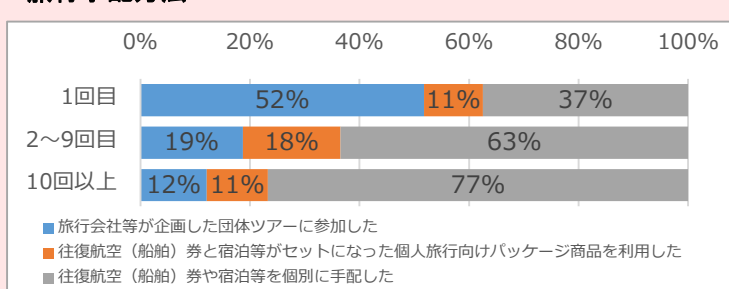
同行者



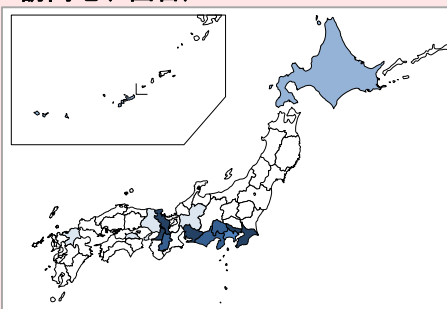
滞在日数(分布)



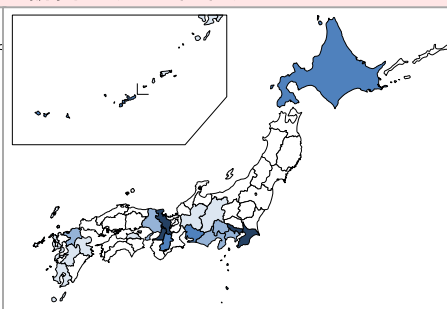
旅行手配方法



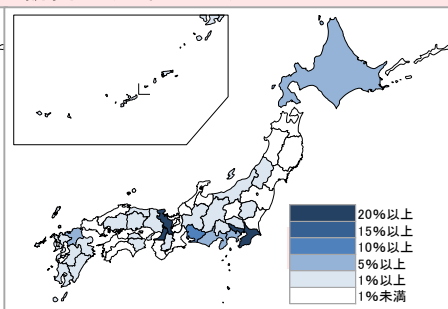
訪問地(1回目)



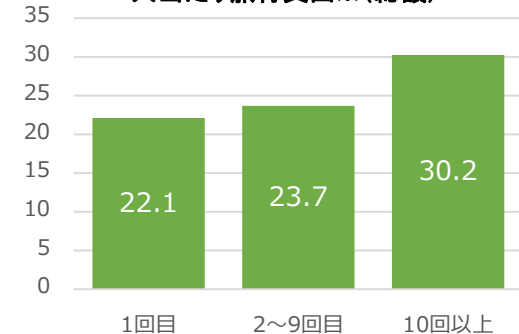
訪問地(2～9回目)



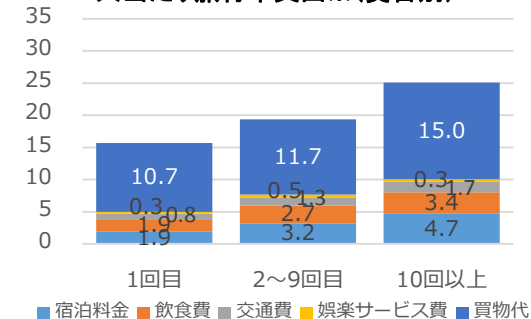
訪問地(10回以上)



1人当たり旅行支出※(総額)

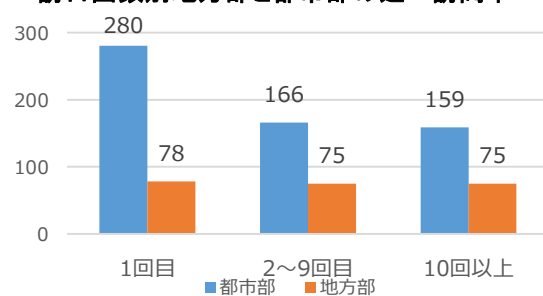


1人当たり旅行中支出※(費目別)



「1人あたり旅行支出」はパッケージツアー参加費に含まれる日本国内収入分が含まれているが、「1人あたり旅行中支出」は含まれていない。

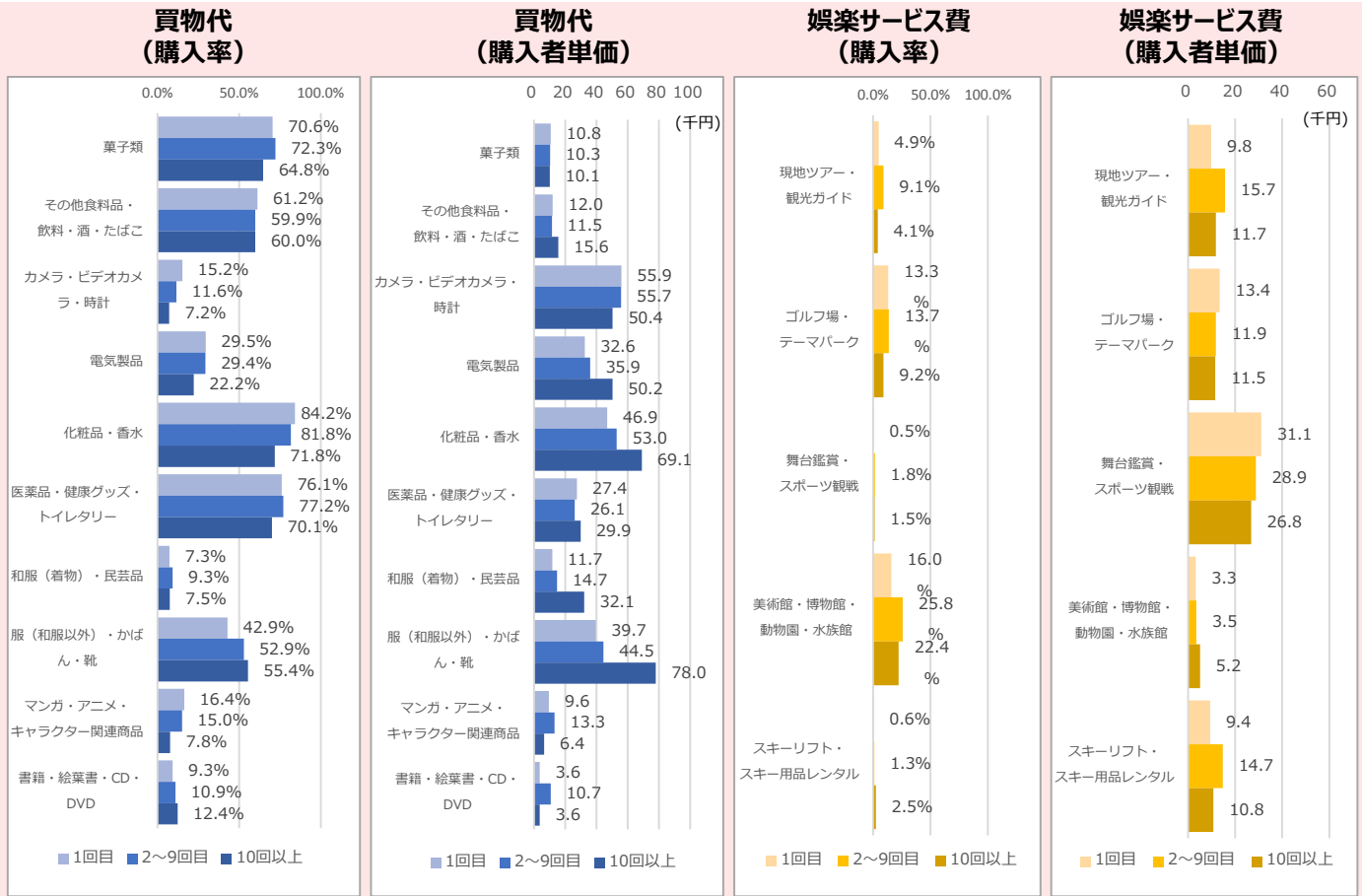
訪日回数別地方部と都市部の延べ訪問率



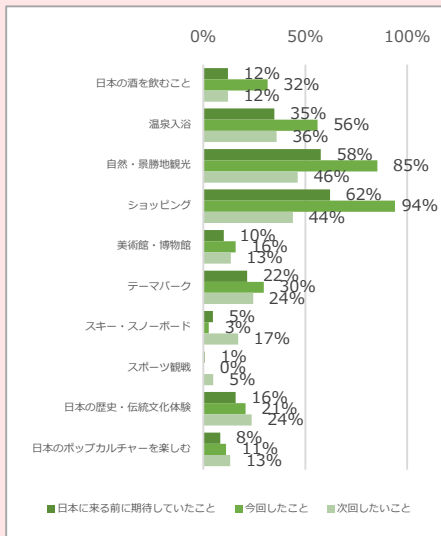
3. 訪日リピーターの動向－中国－ 【図表17】

- 娯楽サービス費では、「2～9回目」の訪日リピーターの「現地ツアー・観光ガイド」「スキーリフト・スキー用品レンタル」、「10回以上」の訪日ヘビーリピーターの「美術館・博物館・動物園・水族館」の購入者単価が高い。
- 「今回したこと」では、訪日リピーターの「日本の酒を飲むこと」、「美術館・博物館」等の実施率が高い。

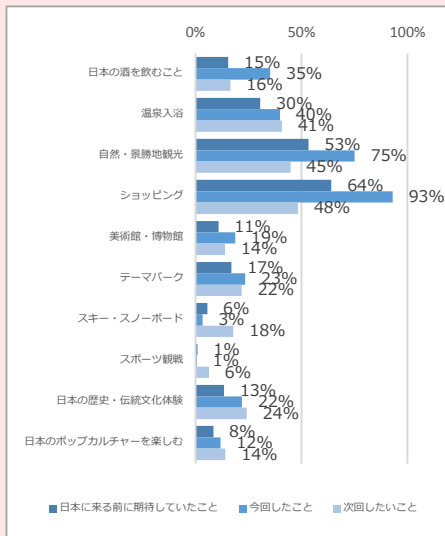
【図表17】中国の訪日リピーターの旅行内容・消費動向(2)観光・レジャー目的



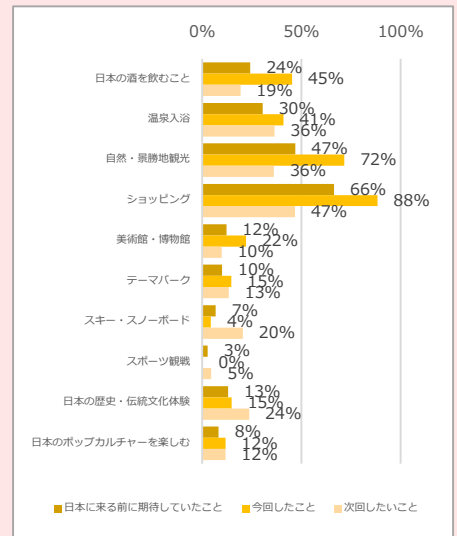
日本滞在中の行動 (1回目)



日本滞在中の行動 (2～9回目)



日本滞在中の行動 (10回以上)



本ページに掲載している数値は平成29年に実施した調査4回分のサンプルのうち、観光・レジャー目的のサンプルについて訪日外客数による国籍・地域別および四半期別ウェイトバック処理を行い分析した。