

# 訪日外国人消費動向調査 【トピックス分析】

## 1年以内に再来訪する 訪日高頻度リピーター(観光・レジャー目的客)の動向

本トピックス分析は、訪日外国人消費動向調査のデータを利用し、我が国での訪日外国人の動向についてテーマを設け、詳細な分析を行ったものである。

今回は、2018年1月からA全国調査の調査票に新たに追加された「訪日頻度」に関する設問の調査結果を用いて、年に複数回訪日している訪日高頻度リピーター(観光・レジャー目的)の2018年における動向をまとめた。

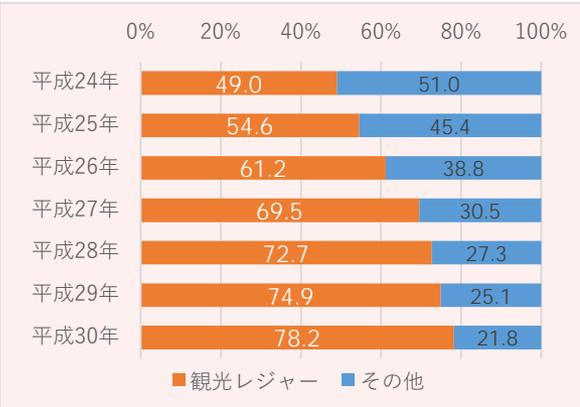
観光庁 観光戦略課 観光統計調査室

# 訪日リピーター数の推移と高頻度層の割合(観光・レジャー目的客)

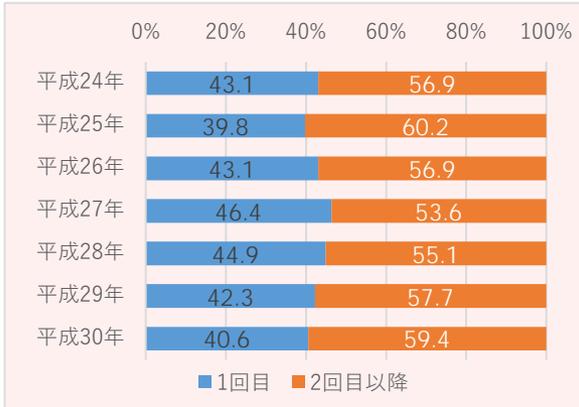


- 訪日外国人旅行者のうち観光・レジャー目的は年々増加している。
- 観光レジャー目的の訪日リピーターの割合は6割前後で推移しているが、人数は年々増加している。
- 観光レジャー目的の訪日リピーターのうち前回来訪時期で最も多いのは「1年以内」でおよそ6割となっている。
- 前回来訪時期が「1年以内」の訪日リピーター(以下、「訪日高頻度リピーター」)の国籍・地域別構成比は、韓国(32.9%)、台湾(23.1%)、中国(16.2%)、香港(14.8%)の順に多く、東アジア近隣4ヶ国・地域で全体の87.1%を占めている。

図表1:訪日目的割合の推移(全目的)※1



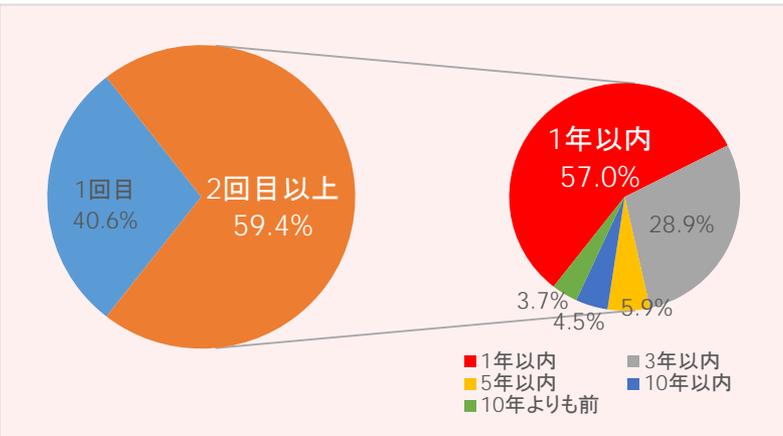
図表2:訪日リピーターの割合(観光・レジャー目的)※2



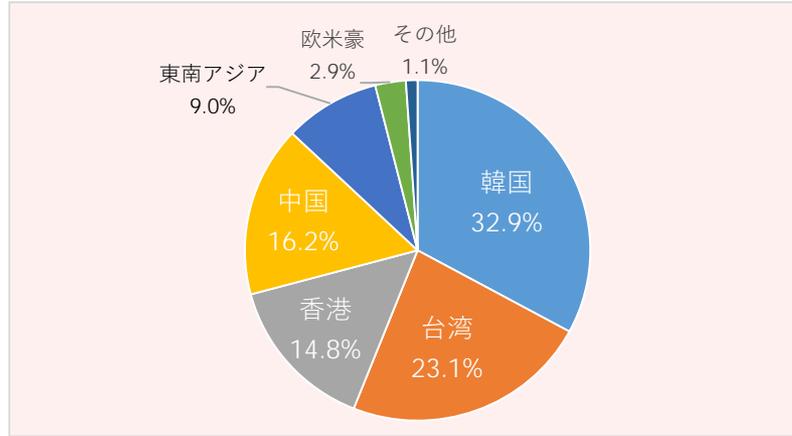
図表3:訪日リピーター数の推移(観光・レジャー目的)※2



図表4:訪日リピーター(観光・レジャー目的)の前回来訪時期(平成30年)※3



図表5:前回来訪時期「1年以内」の国籍・地域別構成比※3



※1: 数値は平成24年から平成30年に実施した調査の年4回分のサンプルのうち、訪日外客数(平成30年のみクルーズ客を除く)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。  
 ※2: 数値は平成24年から平成30年に実施した調査の年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(平成30年のみクルーズ客を除く)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: 数値は平成30年に実施した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(クルーズ客を除く)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。

# 【韓国】訪日高頻度リピーター(観光・レジャー目的客)の特徴

- 観光・レジャー目的の訪日外国人に占める「1年以内」・「1年よりも前」(以下、「訪日リピーター」)の割合は67.3%、前回来訪時期が「1年以内」の訪日高頻度リピーターは41.9%。
- 訪日高頻度リピーターのうち訪日回数10回以上割合は21.2%と高く、「自分ひとり」の割合が22.8%と高いことが特徴である。

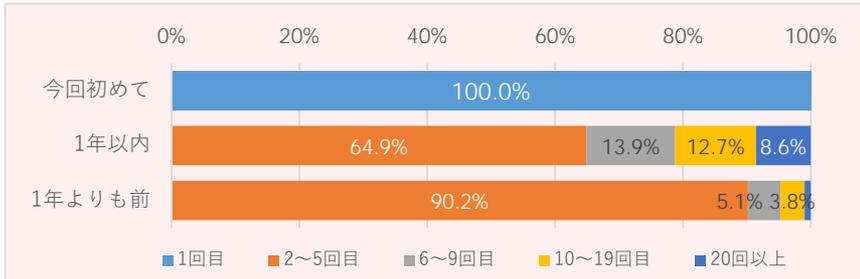
## ① 前回来訪時期



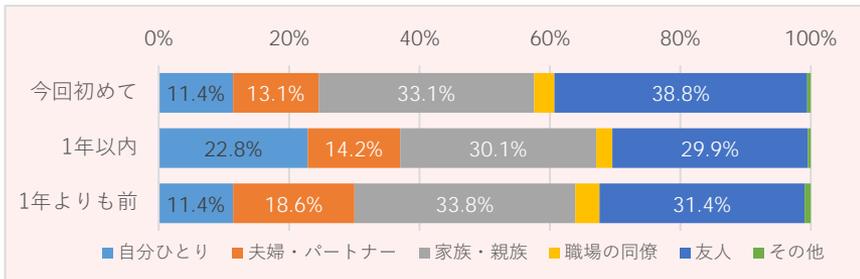
## ② 性年代

	今回初めて	1年以内	1年よりも前
1位	女性20～29歳 26.7%	女性20～29歳 23.8%	女性20～29歳 23.1%
2位	男性20～29歳 25.6%	男性20～29歳 17.4%	男性20～29歳 19.4%
3位	男性30～39歳 11.2%	男性30～39歳 15.6%	男性30～39歳 15.5%

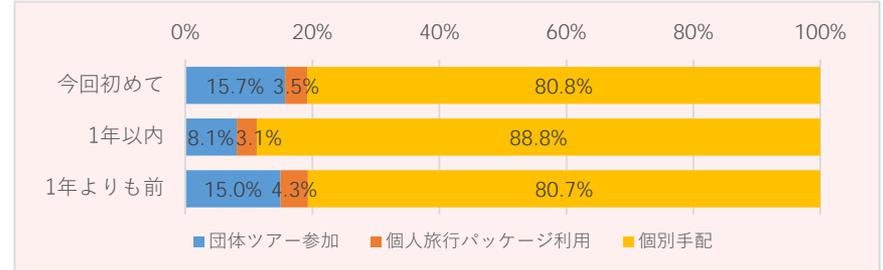
## ③ 日本への来訪回数



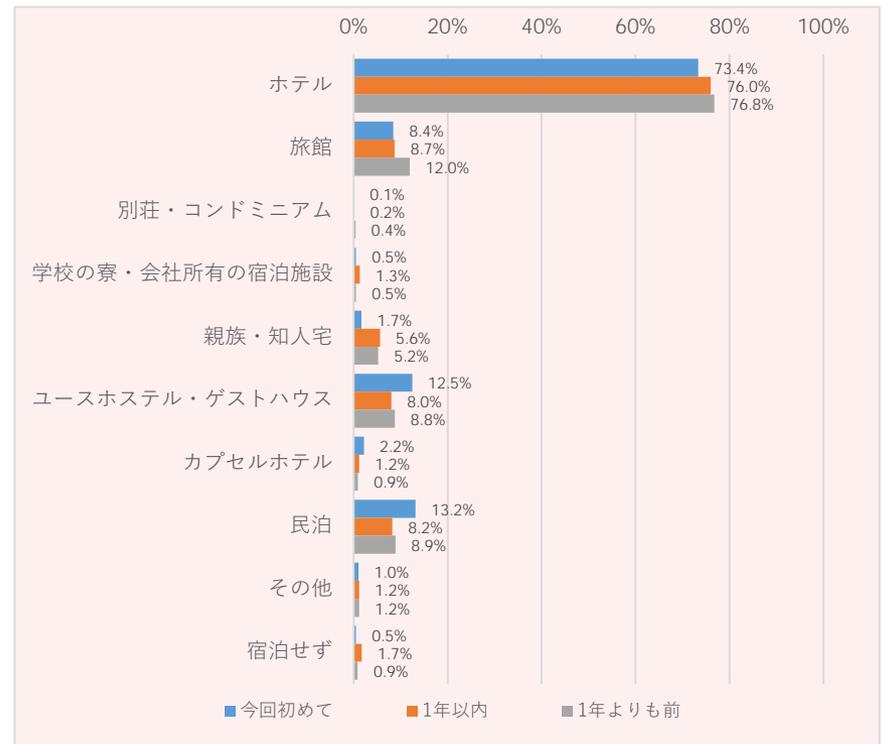
## ④ 同行者



## ④ 手配方法



## ⑤ 利用した宿泊施設

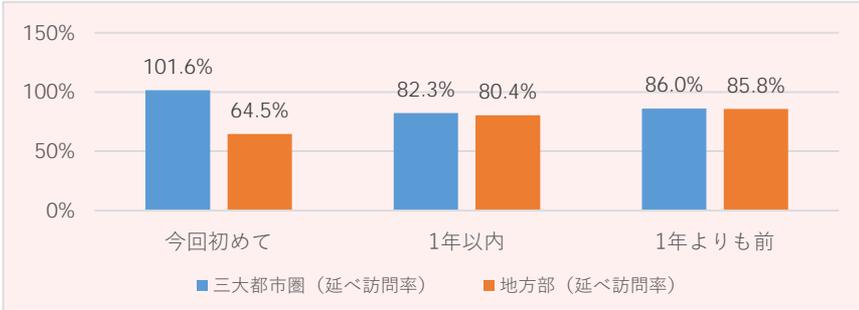


※本ページに記載している数値は平成30年に実施した4回分のサンプルのうち、観光・レジャー目的のサンプルについて訪日外客数(クルーズ客を除く)による国籍・地域別および四半期別ウェイトバック処理を行い分析した。

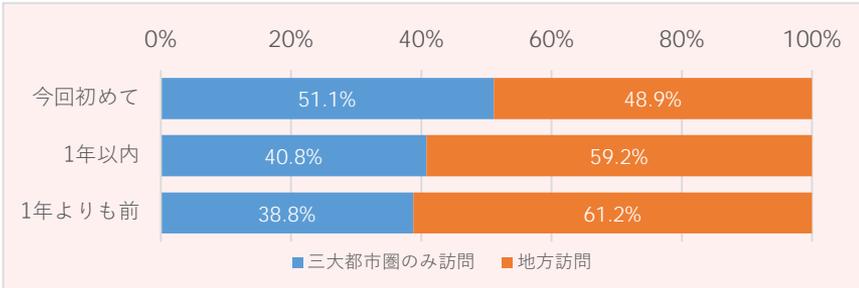
# 【韓国】訪日高頻度リピーター(観光・レジャー目的客)の特徴

- 「今回初めて」に比べ、訪日リピーターは地方部の延べ訪問率、地方訪問の割合が高い傾向があるが、訪日リピーターの訪日頻度による地方訪問率の大きな差は見られない。
- 訪日高頻度リピーターは満足度(「大変満足」が36.8%)、再来訪意向(「必ず来たい」が41.4%)とも高い。

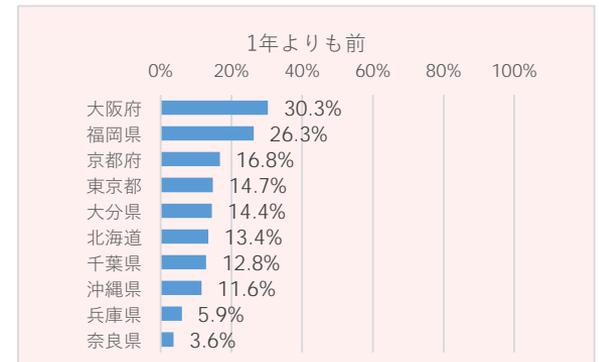
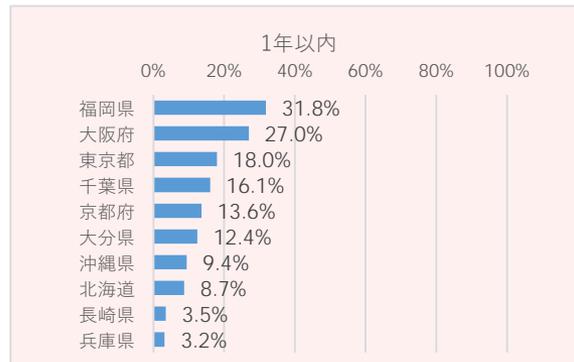
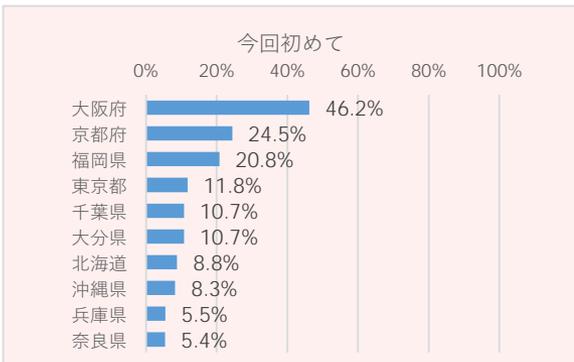
## ① 都市部と地方部の延べ訪問率



## ② 地方訪問の割合



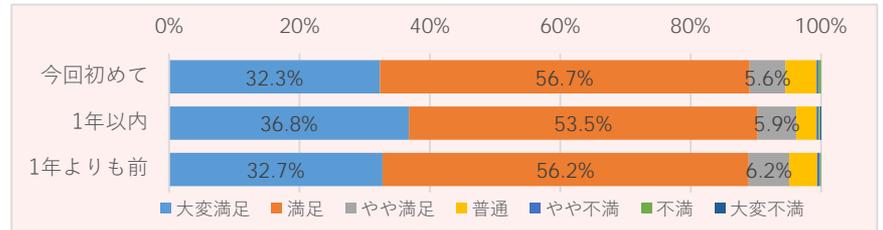
## ③ 主な訪問地(上位10都道府県)



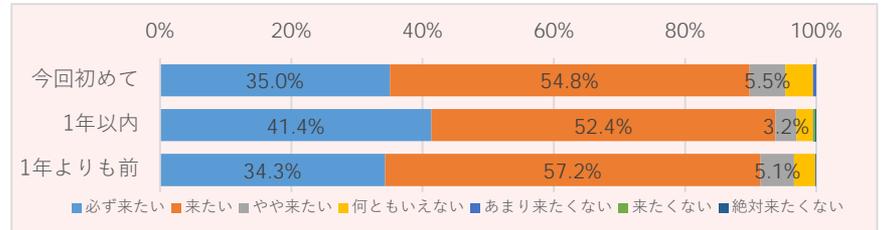
## ④ 泊数平均

訪日頻度	平均泊数
今回初めて	3.2泊
1年以内	3.3泊
1年よりも前	3.4泊

## ⑤ 満足度



## ⑥ 再来訪意向

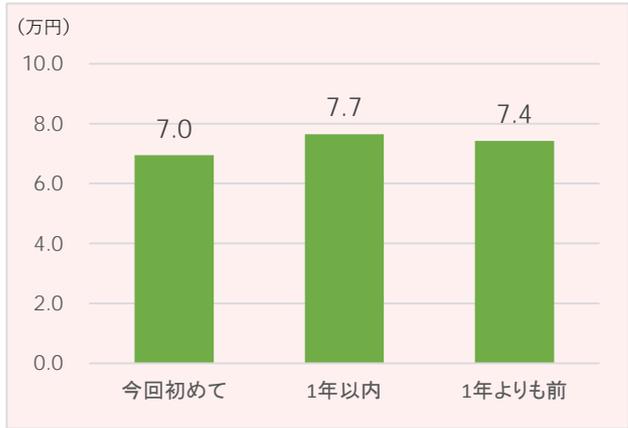


※本ページに記載している数値は平成30年に実施した4回分のサンプルのうち、観光・レジャー目的のサンプルについて訪日外客数(クルーズ客を除く)による国籍・地域別および四半期別ウェイトバック処理を行い分析した。

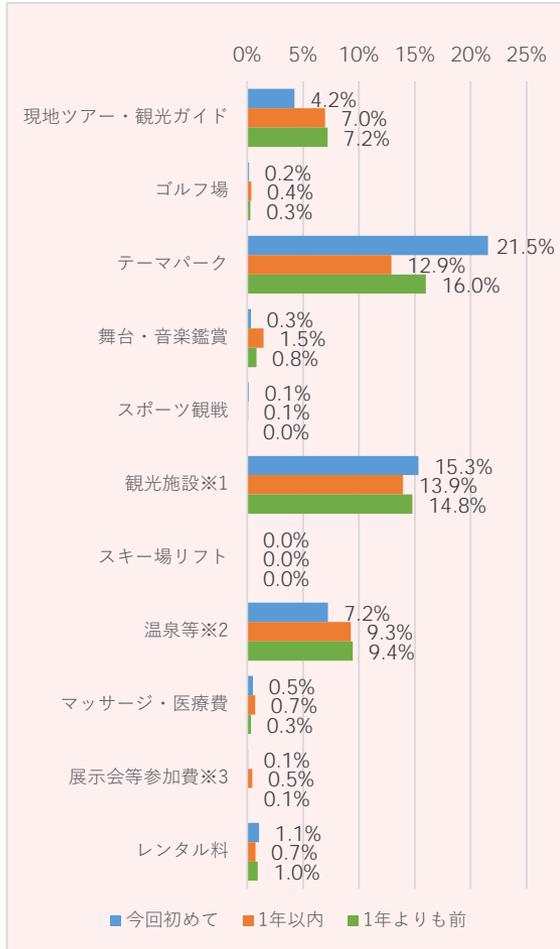
# 【韓国】訪日高頻度リピーター(観光・レジャー目的客)の消費動向

- 1人当たり旅行支出の総額は、「今回初めて」に比べ、訪日リピーターが高く、特に訪日高頻度リピーターは7.7万円程度と高い。
- 娯楽サービス費では、「今回初めて」の「テーマパーク」(21.5%)、「観光施設」(15.3%)、「レンタル料」(1.1%)の購入率が高い。
- 訪日高頻度リピーターの購入者単価は、多くの費目で高い傾向となっているが、特に「ゴルフ場」、「舞台・音楽鑑賞」、「スキー場リフト」、「マッサージ・医療費」で高い。

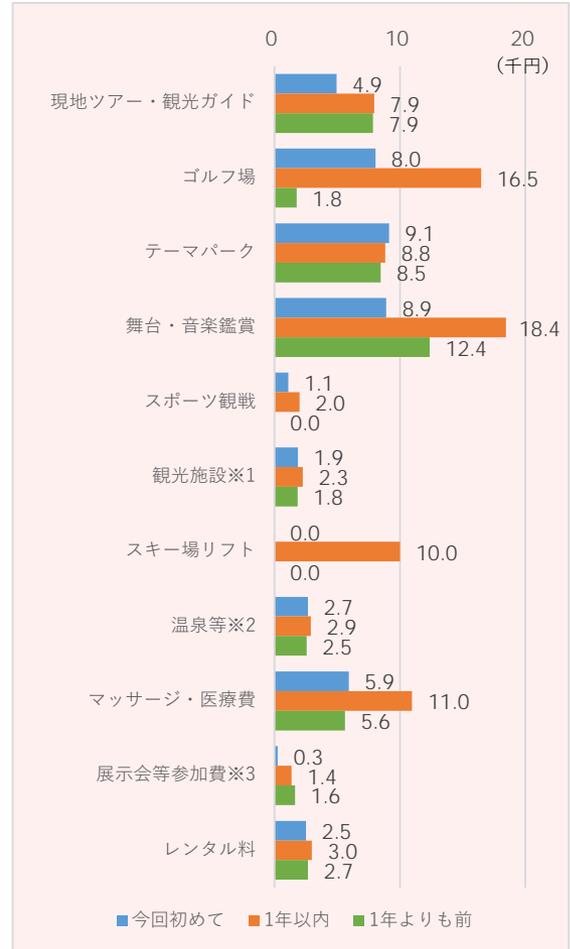
① 1人当たり旅行支出※(総額)



③ 娯楽サービス費(購入率)



④ 娯楽サービス費(購入者単価)



② 1人当たり旅行中支出※(費目別)



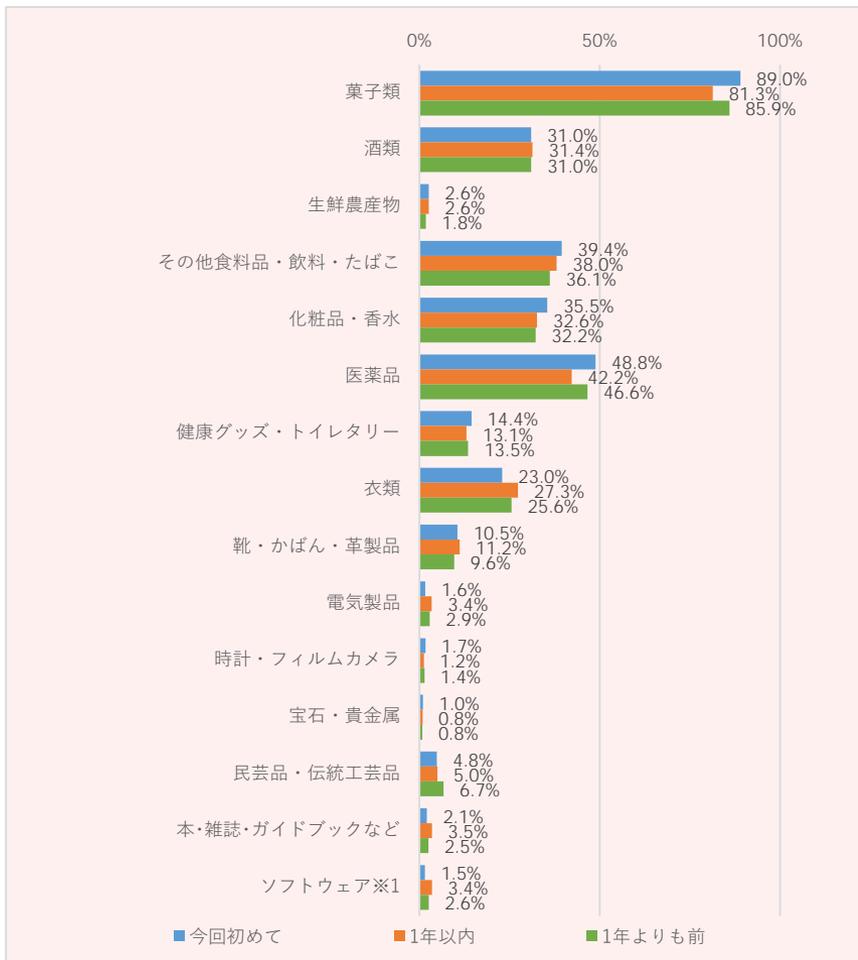
※パッケージ参加費に含まれる日本国内収入分が含まれる

※1:美術館・博物館・動植物園・水族館  
 ※2:温泉・温浴施設・エステ・リラクゼーション  
 ※3:展示会・コンベンション参加費

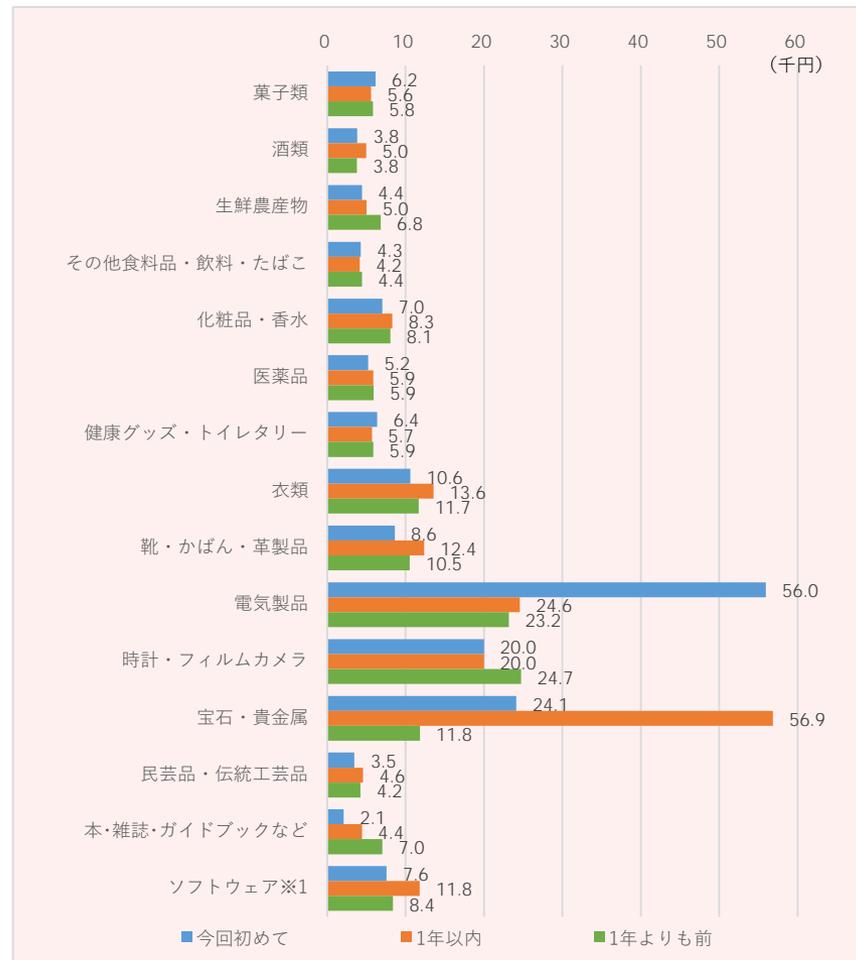
# 【韓国】訪日高頻度リピーター(観光・レジャー目的客)の消費動向

- 買物代では、訪日高頻度リピーターは「酒類」(31.4%)、「衣類」(27.3%)、「靴・かばん・革製品」(11.2%)、「電気製品」(3.4%)、「本・雑誌・ガイドブックなど」(3.5%)、「ソフトウェア」(3.4%)の日用品の購入率が高い。
- 訪日高頻度リピーターは「酒類」、「化粧品・香水」、「医薬品」、「衣類」、「靴・かばん・革製品」、「宝石・貴金属」、「ソフトウェア」の購入者単価が高い。

① 買物代(購入率)



② 買物代(購入者単価)



※1:音楽・映像・ゲームなどのソフトウェア

# 【台湾】訪日高頻度リピーター(観光・レジャー目的客)の特徴

- 観光・レジャー目的の訪日外国人に占める訪日リピーターの割合は81.5%、前回来訪時期が「1年以内」の訪日高頻度リピーターは46.6%。
- 訪日高頻度リピーターは個人旅行パッケージの利用と個別手配の割合を合わせると73.5%と高く、利用した宿泊施設では、「親族・知人宅」の利用率(6.0%)が高いことが特徴である。

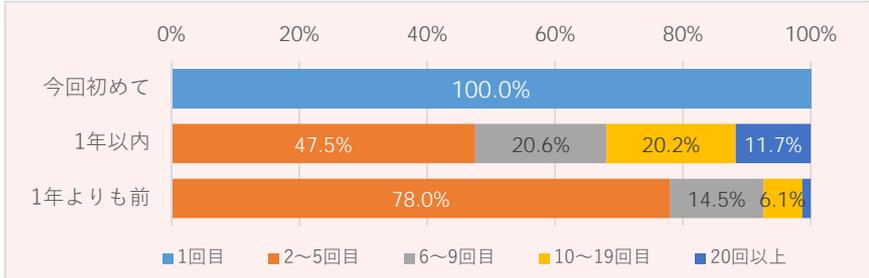
## ① 前回来訪時期



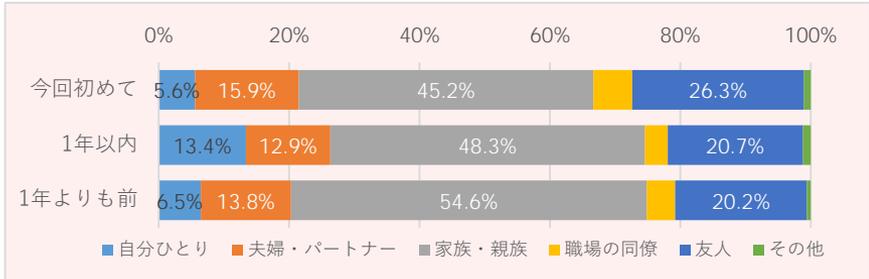
## ② 性年代

	今回初めて	1年以内	1年よりも前
1位	男性20～29歳 20.0%	女性30～39歳 19.8%	女性30～39歳 20.2%
2位	女性20～29歳 17.7%	男性30～39歳 16.2%	女性20～29歳 14.8%
3位	男性30～39歳 15.8%	女性40～49歳 13.1%	男性30～39歳 12.9%

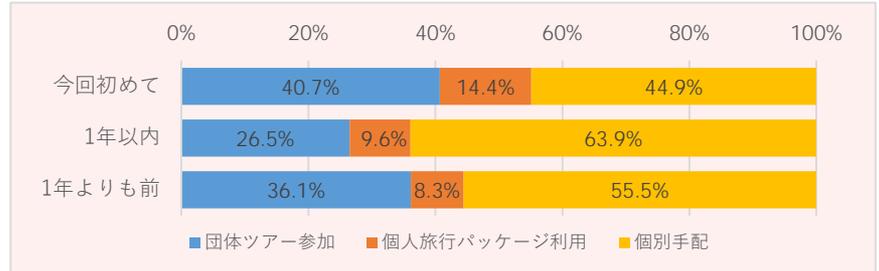
## ③ 日本への来訪回数



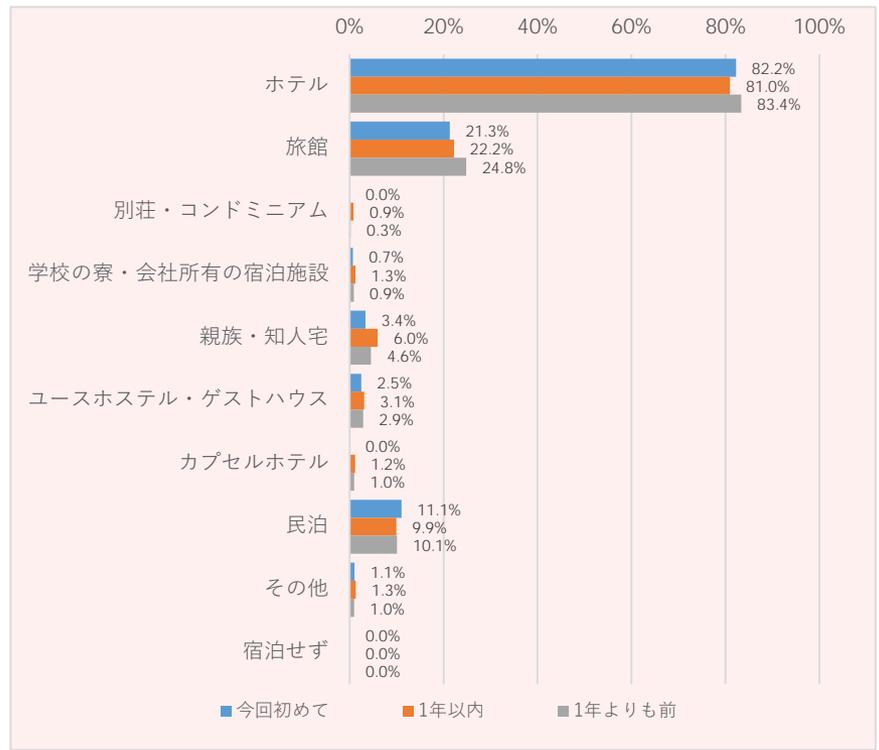
## ④ 同行者



## ④ 手配方法



## ⑤ 利用した宿泊施設

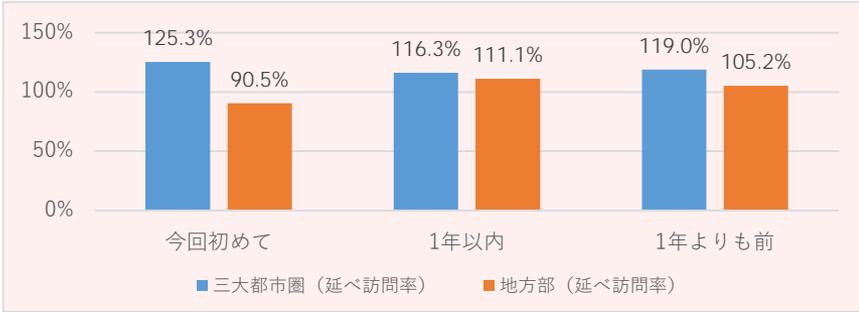


※本ページに記載している数値は平成30年に実施した4回分のサンプルのうち、観光・レジャー目的のサンプルについて訪日外客数(クルーズ客を除く)による国籍・地域別および四半期別ウェイトバック処理を行い分析した。

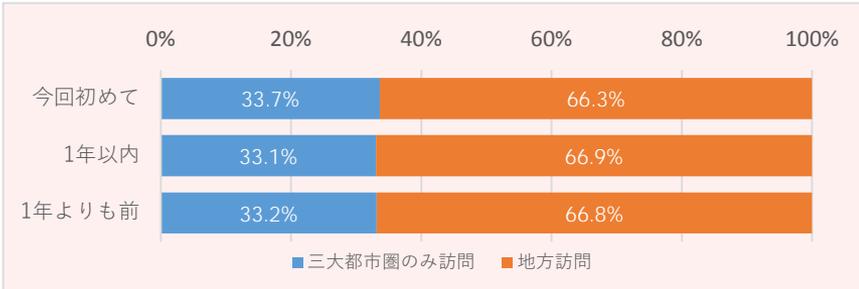
# 【台湾】訪日高頻度リピーター(観光・レジャー目的客)の特徴

- 訪日高頻度リピーターの地方部の延べ訪問率は111.1%と高いが、三大都市圏のみ訪問した人の割合(3割程度)と、地方も訪問した人の割合(7割程度)は来訪頻度による大きな差はない。
- 来訪頻度による満足度に大きな差は見られないが、訪日高頻度リピーターの再来訪意向は74.9%と高い。

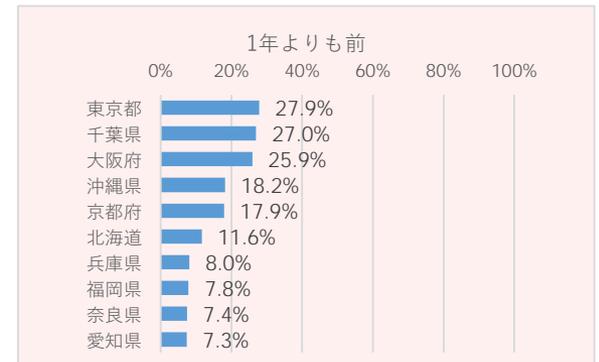
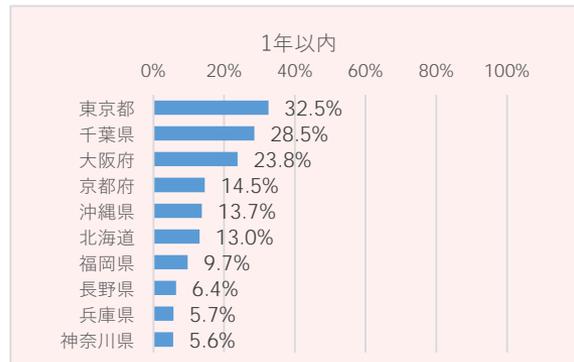
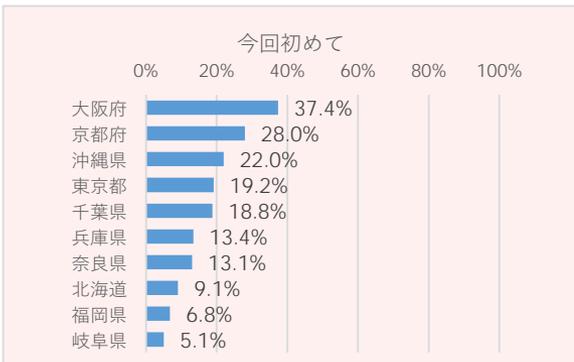
## ① 都市部と地方部の延べ訪問率



## ② 地方訪問の割合



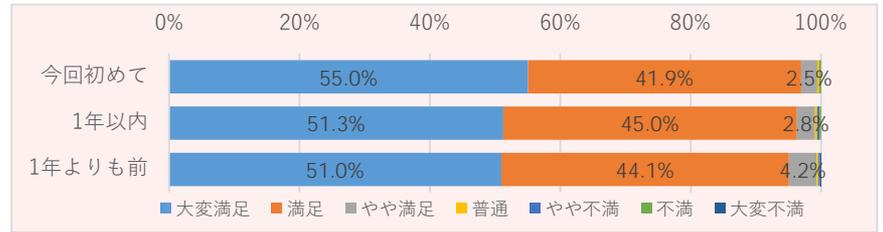
## ③ 主な訪問地(上位10都道府県)



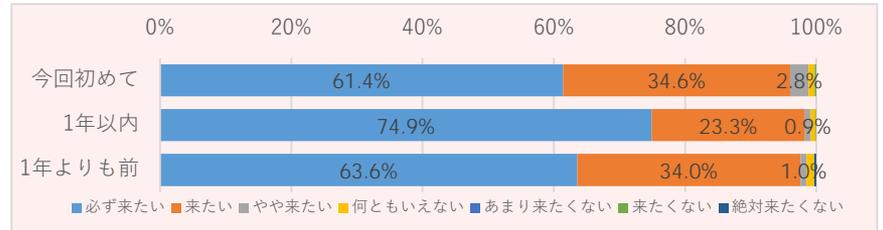
## ④ 泊数平均

来訪頻度	平均泊数
今回初めて	4.7泊
1年以内	5.3泊
1年よりも前	4.9泊

## ⑤ 満足度



## ⑥ 再来訪意向

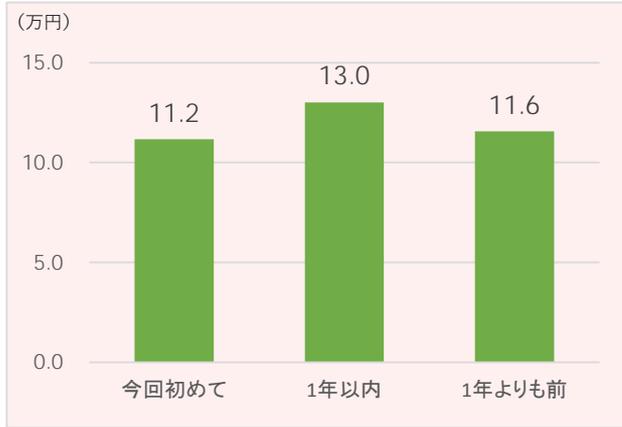


※本ページに記載している数値は平成30年に実施した4回分のサンプルのうち、観光・レジャー目的のサンプルについて訪日外客数(クルーズ客を除く)による国籍・地域別および四半期別ウェイトバック処理を行い分析した。

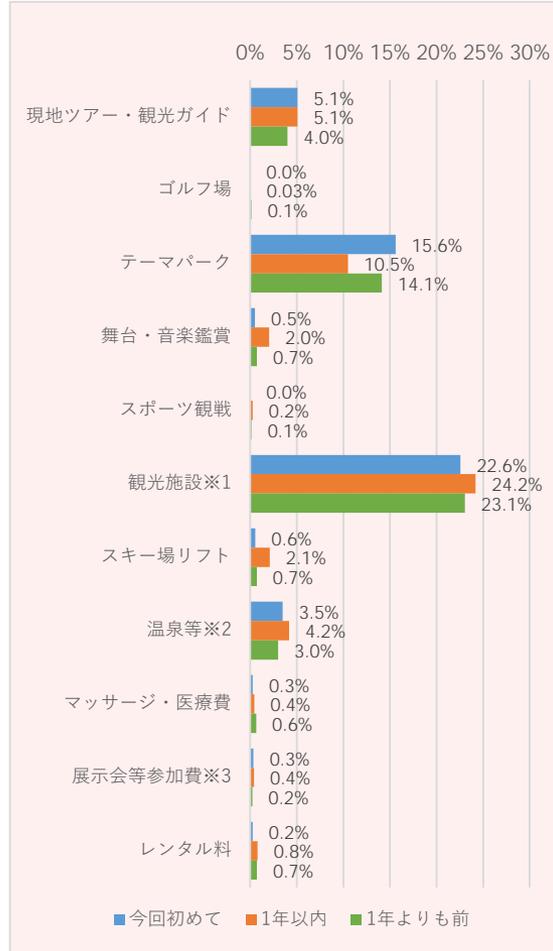
# 【台湾】訪日高頻度リピーター(観光・レジャー目的客)の消費動向

- 1人当たり旅行支出の総額は訪日高頻度リピーターが13.0万円と高い。
- 娯楽サービス費では、訪日高頻度リピーターの「舞台・音楽鑑賞」(2.0%)、「観光施設」(24.2%)、「スキー場リフト」(2.1%)、「温泉等」(4.2%)等の購入率が高く、「現地ツアー・観光ガイド」、「ゴルフ場」、「舞台・音楽鑑賞」、「温泉等」、「レンタル料」の購入者単価が高い。

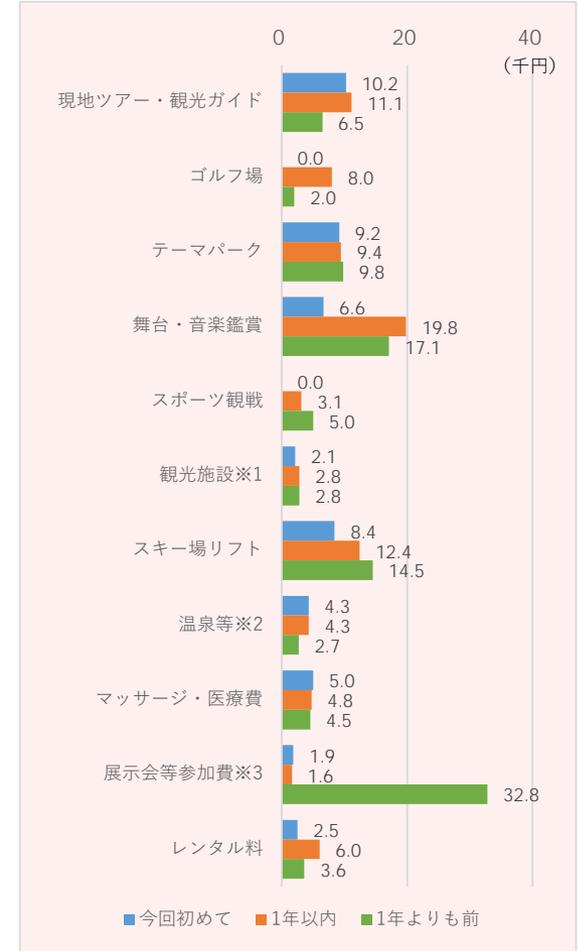
① 1人当たり旅行支出※(総額)



③ 娯楽サービス費(購入率)



④ 娯楽サービス費(購入者単価)



② 1人当たり旅行中支出※(費目別)



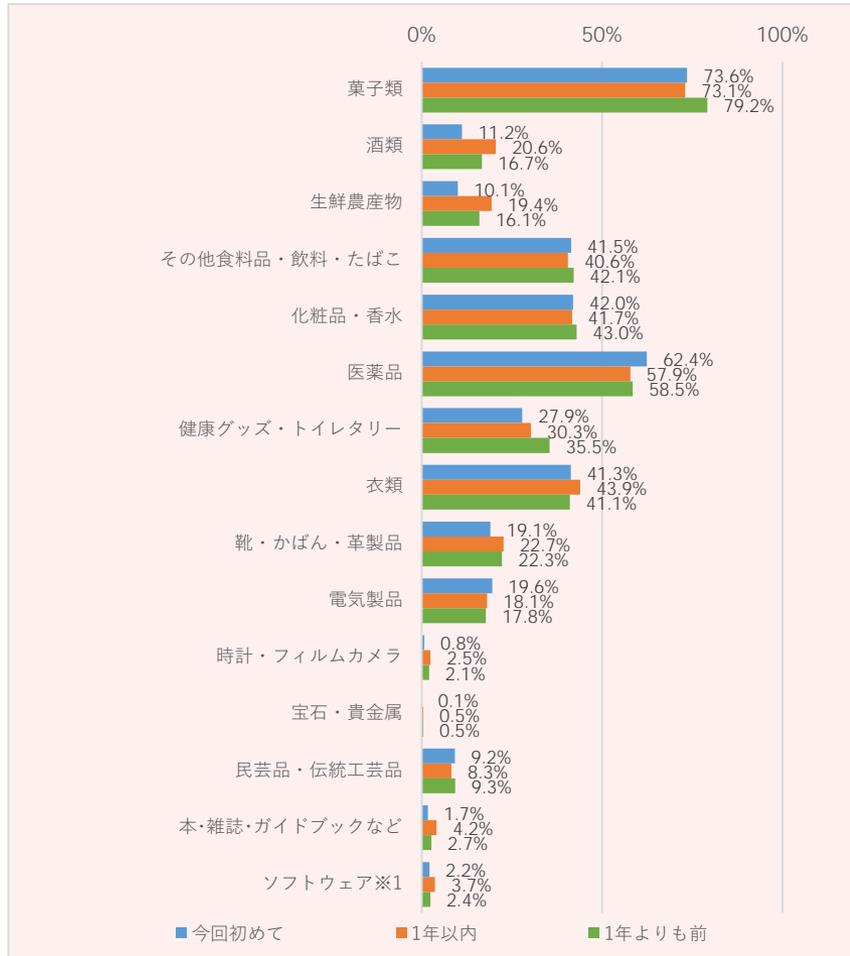
※パッケージ参加費に含まれる日本国内収入分が含まれる

※1:美術館・博物館・動植物園・水族館  
 ※2:温泉・温浴施設・エステ・リラクゼーション  
 ※3:展示会・コンベンション参加費

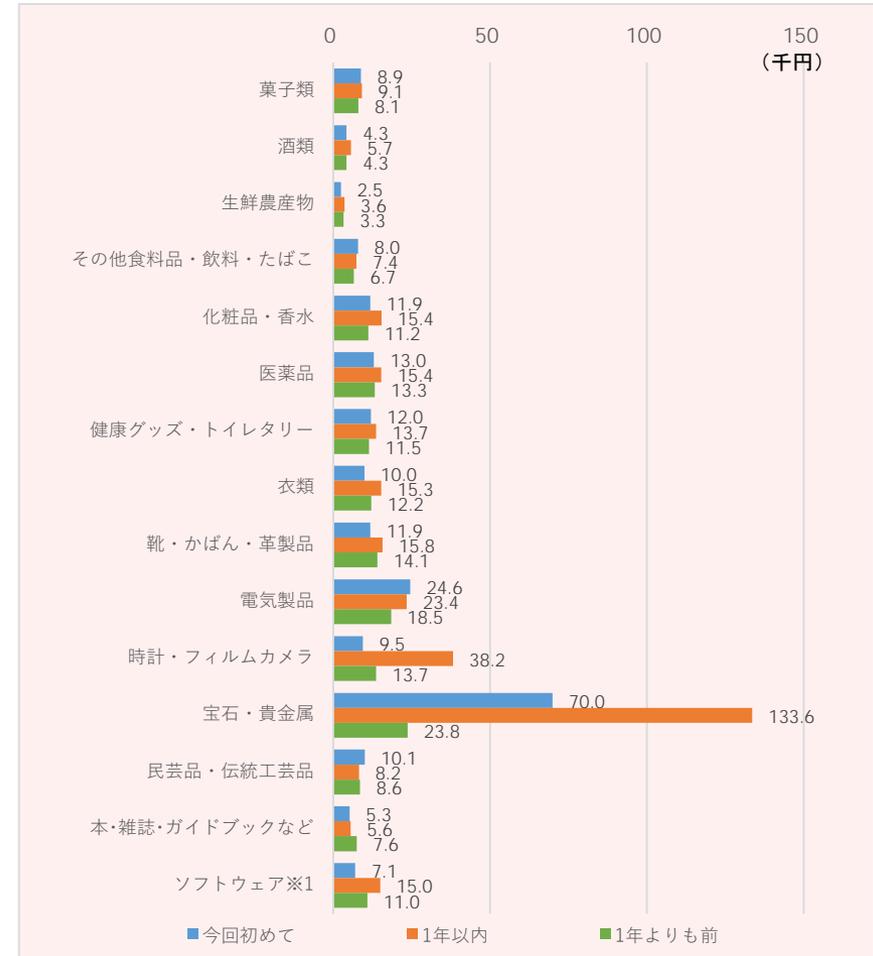
# 【台湾】訪日高頻度リピーター(観光・レジャー目的客)の消費動向

- 買物代では、訪日高頻度リピーターの「酒類」(20.6%)、「生鮮農産物」(19.4%)、「衣類」(43.9%)、「靴・かばん・革製品」(22.7%)、「本・雑誌・ガイドブックなど」(4.2%)、「ソフトウェア」(3.7%)等の日用品の購入率が高い。また、訪日高頻度リピーターは、特に「時計・フィルムカメラ」、「宝石・貴金属」の購入者単価が高い。

① 買物代(購入率)



② 買物代(購入者単価)



※1:音楽・映像・ゲームなどのソフトウェア

# 【香港】訪日高頻度リピーター(観光・レジャー目的客)の特徴

- 観光・レジャー目的の訪日外国人に占める訪日リピーターの割合は85.1%、前回来訪時期が「1年以内」の訪日高頻度リピーターは58.7%。
- 訪日高頻度リピーターの約4割が訪日回数10回以上。個人旅行パッケージ利用と個別手配を合わせると9割を超え、利用した宿泊施設では、旅館の利用率が高く(24.3%)、民泊の利用率が低い(6.8%)ことが特徴である。

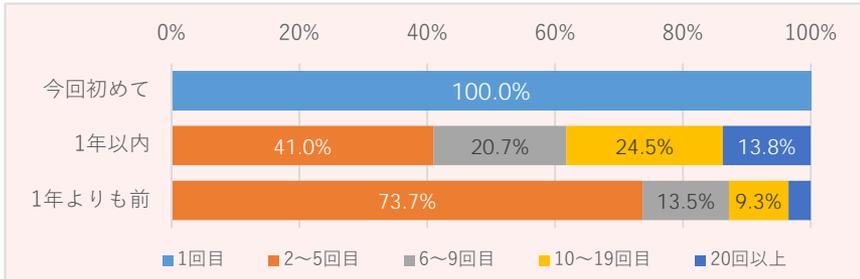
## ① 前回来訪時期



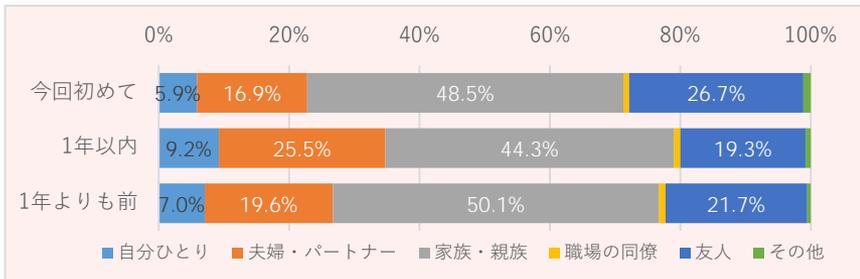
## ② 性年代

	今回初めて	1年以内	1年よりも前
1位	女性20～29歳 18.0%	女性30～39歳 17.1%	女性30～39歳 16.8%
2位	男性20～29歳 14.7%	女性40～49歳 14.2%	女性20～29歳 15.1%
3位	女性30～39歳 13.8%	女性20～29歳 12.9%	女性40～49歳 11.8%

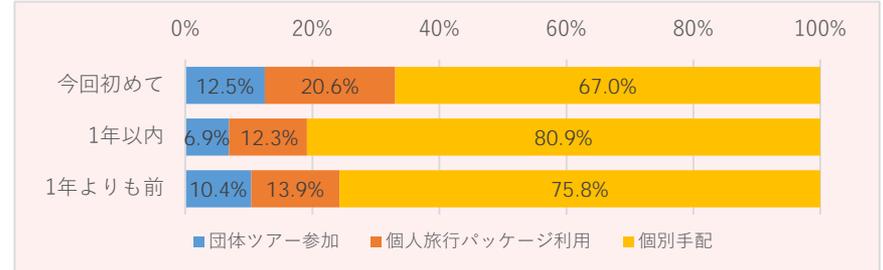
## ③ 日本への来訪回数



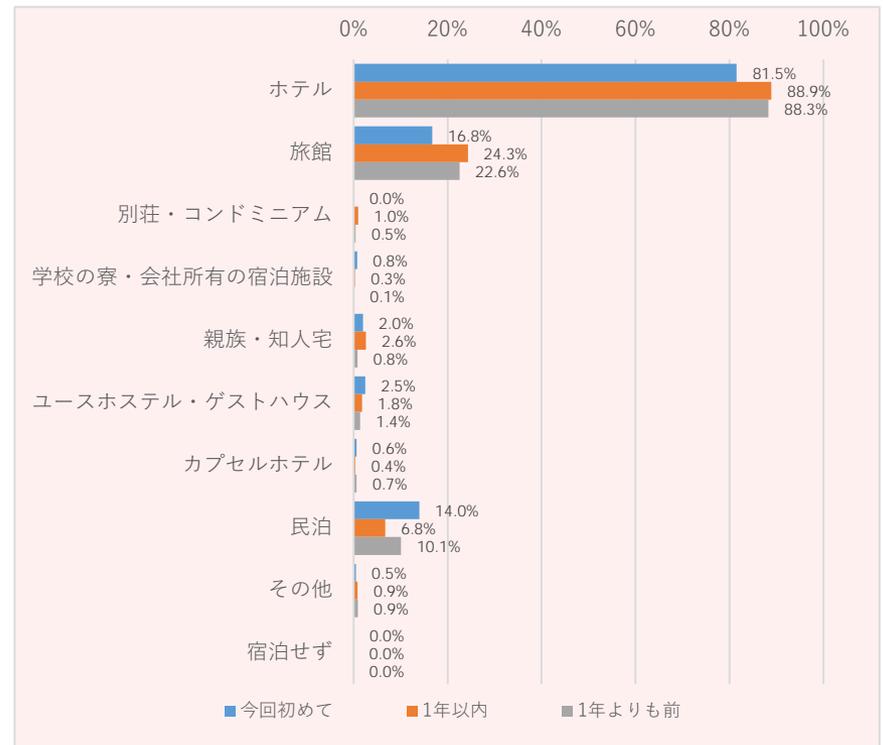
## ④ 同行者



## ④ 手配方法



## ⑤ 利用した宿泊施設

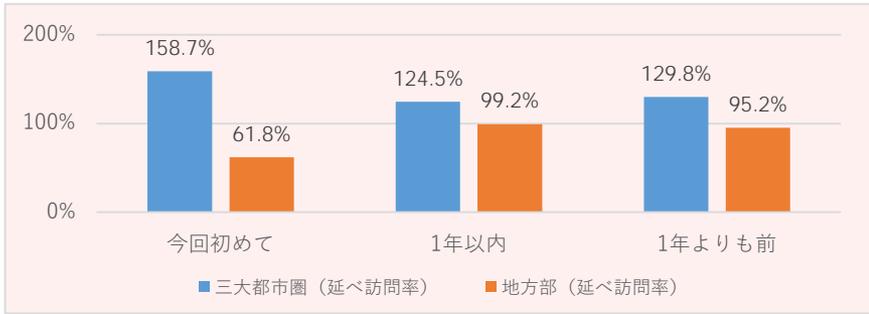


※本ページに記載している数値は平成30年に実施した4回分のサンプルのうち、観光・レジャー目的のサンプルについて訪日外客数(クルーズ客を除く)による国籍・地域別および四半期別ウェイトバック処理を行い分析した。

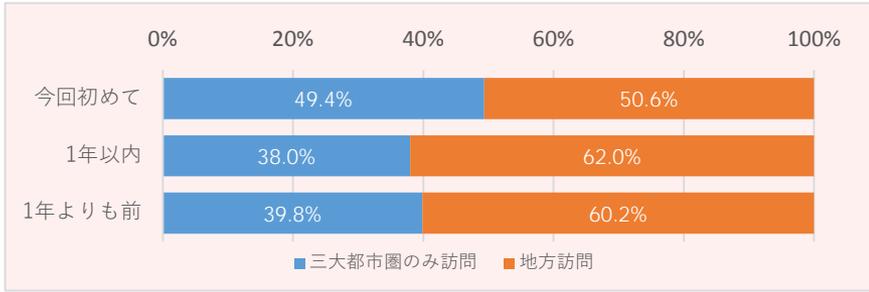
# 【香港】訪日高頻度リピーター(観光・レジャー目的客)の特徴

- 「今回初めて」に比べ、訪日リピーターは地方部の延べ訪問率、地方訪問の割合が高い傾向があるが、訪日リピーターの訪日頻度による地方訪問率の大きな差は見られない。
- 訪日高頻度リピーターは再来訪意向で「必ず来たい」の割合が63.7%と高い。

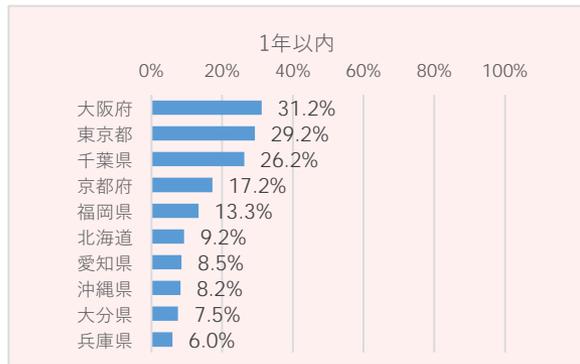
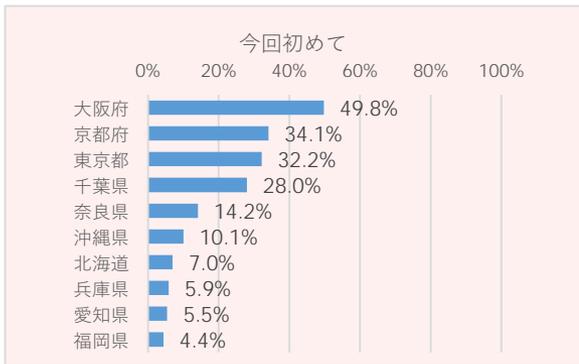
## ① 都市部と地方部の延べ訪問率



## ② 地方訪問の割合



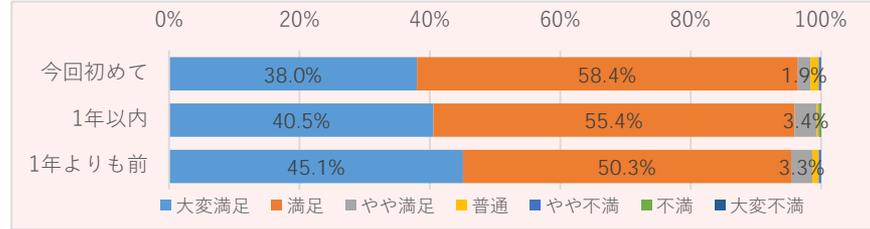
## ③ 主な訪問地(上位10都道府県)



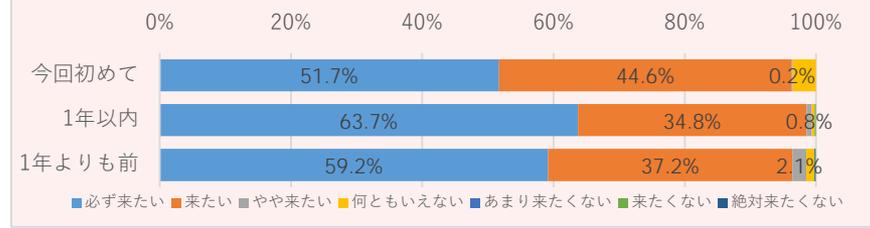
## ④ 泊数平均

訪問頻度	平均泊数
今回初めて	5.4泊
1年以内	5.7泊
1年よりも前	5.7泊

## ⑤ 満足度



## ⑥ 再来訪意向



※本ページに記載している数値は平成30年に実施した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(クルーズ客を除く)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。

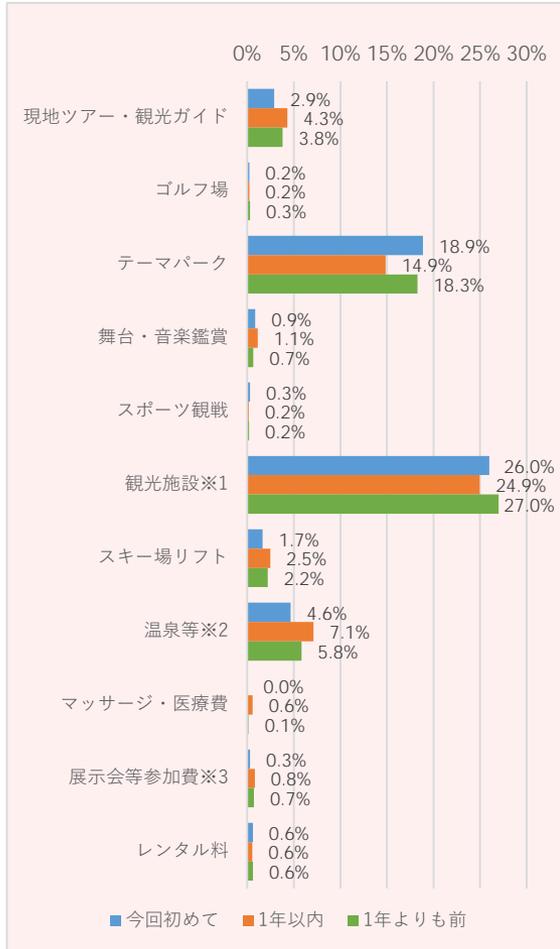
# 【香港】訪日高頻度リピーター(観光・レジャー目的客)の消費動向

- 1人当たり旅行支出の総額は訪日高頻度リピーターが15.8万円と高い。
- 娯楽サービス費では、「今回初めて」の「テーマパーク」(18.9%)の購入率が高く、「現地ツアー・観光ガイド」、「ゴルフ場」、「スポーツ観戦」等の購入費が高い。訪日高頻度リピーターは、主に「現地ツアー・観光ガイド」(4.3%)、「スキー場リフト」(2.5%)、「温泉等」(7.1%)の購入率が高く、「スキー場リフト」、「温泉等」、「マッサージ医療費」、「レンタル料」の購入者単価が高い。

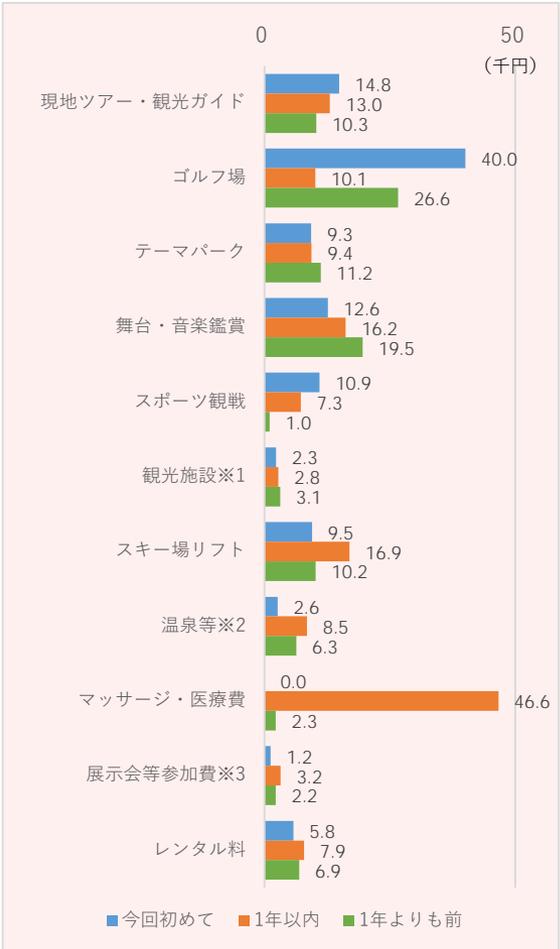
① 1人当たり旅行支出※(総額)



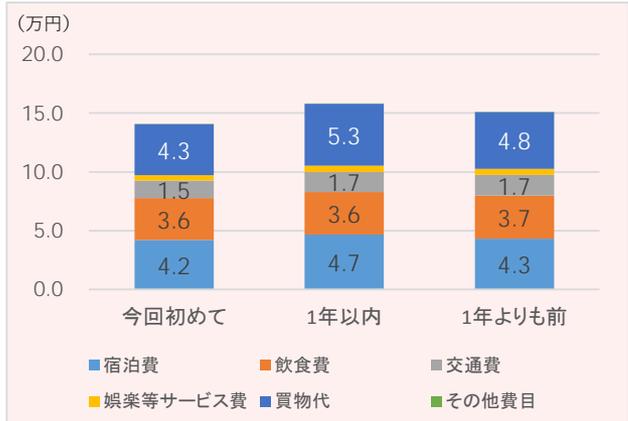
③ 娯楽サービス費(購入率)



④ 娯楽サービス費(購入者単価)



② 1人当たり旅行中支出※(費目別)



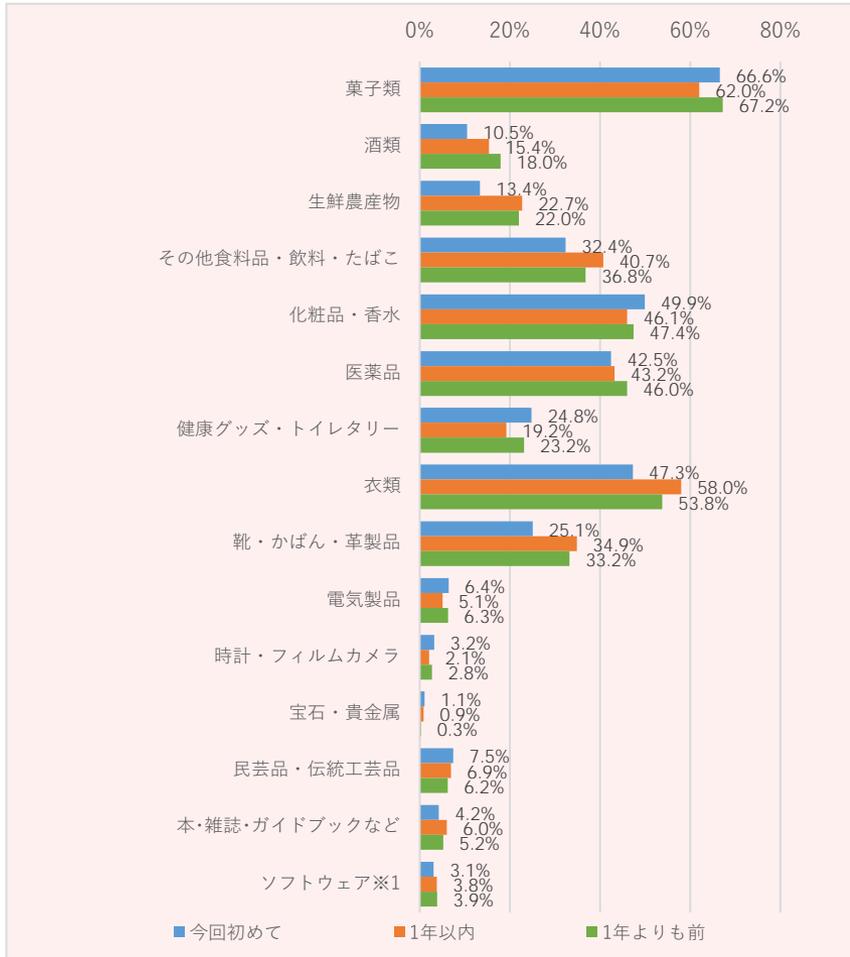
※パッケージ参加費に含まれる日本国内収入分が含まれる

※1: 美術館・博物館・動植物園・水族館  
 ※2: 温泉・温浴施設・エステ・リラクゼーション  
 ※3: 展示会・コンベンション参加費

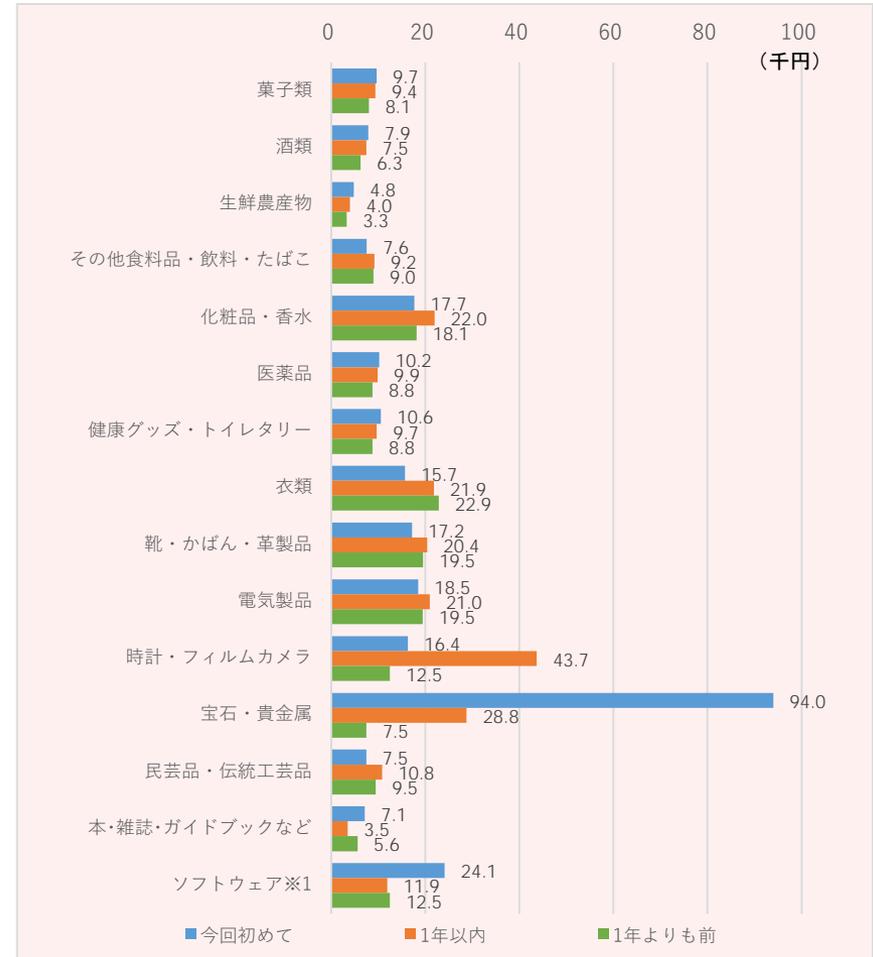
# 【香港】訪日高頻度リピーター(観光・レジャー目的客)の消費動向

- 買物代では、訪日高頻度リピーターでは主に「生鮮農産物」(22.7%)、「その他食料品・飲料・たばこ」(40.7%)、「衣類」(58.0%)、「靴・かばん・革製品」(34.9%)、「本・雑誌・ガイドブックなど」(6.0%)、等の購入率が高い。また、「今回初めて」の「宝石・貴金属」や「ソフトウェア」の購入者単価が高い。

① 買物代(購入率)



② 買物代(購入者単価)

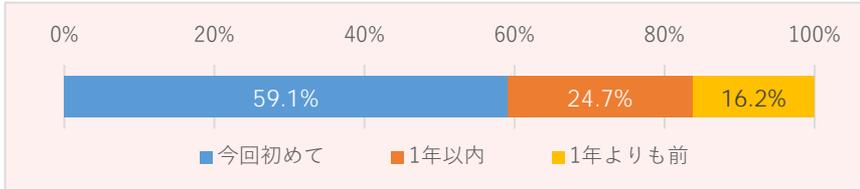


※1:音楽・映像・ゲームなどのソフトウェア

# 【中国】訪日高頻度リピーター(観光・レジャー目的客)の特徴

- 観光・レジャー目的の訪日外国人に占める訪日リピーターの割合は40.9%、前回来訪時期が「1年以内」の訪日高頻度リピーターは24.7%。
- 訪日高頻度リピーターの約2割が「自分ひとり」で、「学校の寮・会社所有の宿泊施設」や「親族・知人宅」の利用率が高いことが特徴である。

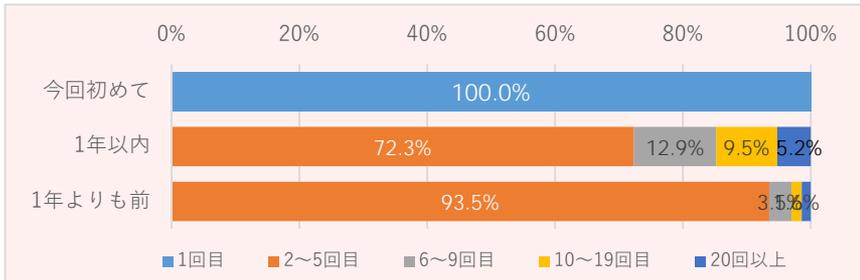
## ① 前回来訪時期



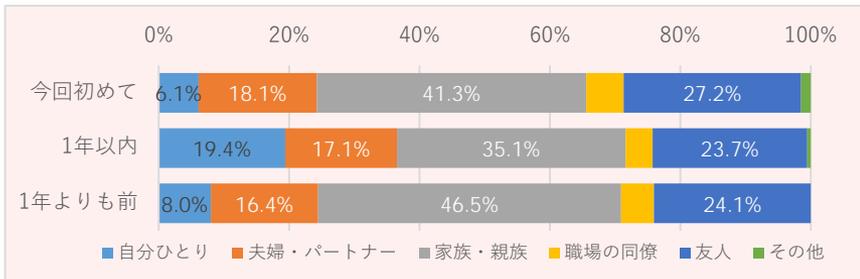
## ② 性年代

順位	性別・年代	今回初めて		1年以内		1年よりも前	
		割合	性別・年代	割合	性別・年代	割合	性別・年代
1位	女性20～29歳	27.8%	女性30～39歳	28.3%	女性20～29歳	23.4%	
2位	女性30～39歳	17.4%	女性20～29歳	22.0%	女性30～39歳	22.0%	
3位	男性30～39歳	13.1%	男性30～39歳	16.8%	男性30～39歳	15.2%	

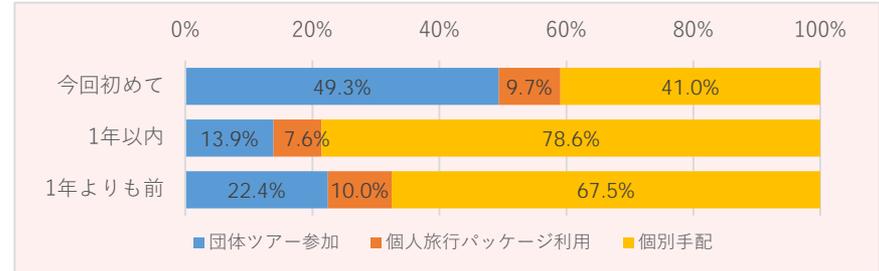
## ③ 日本への来訪回数



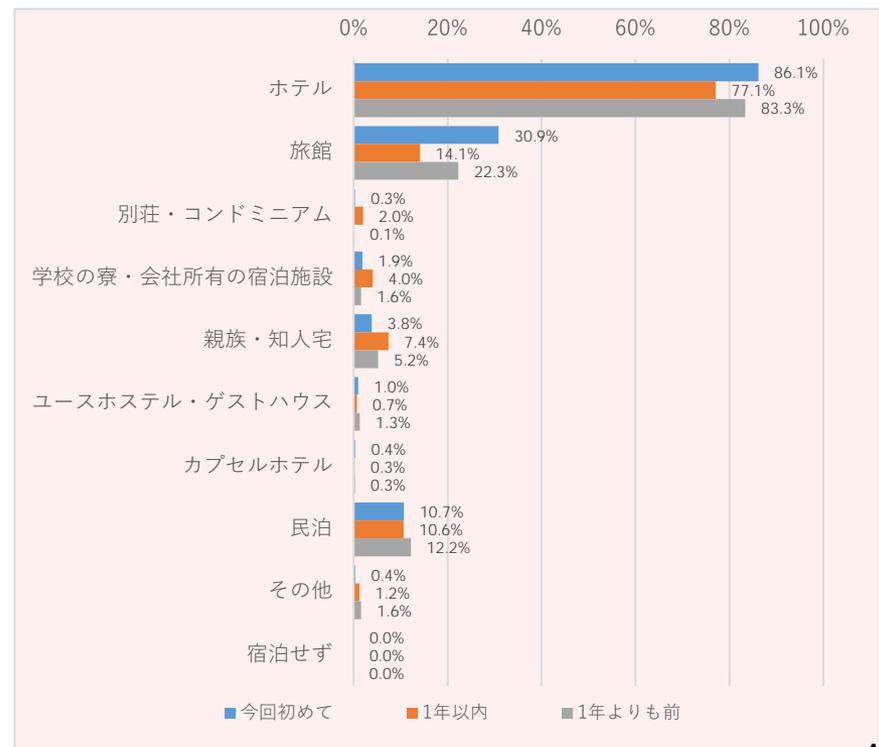
## ④ 同行者



## ④ 手配方法



## ⑤ 利用した宿泊施設

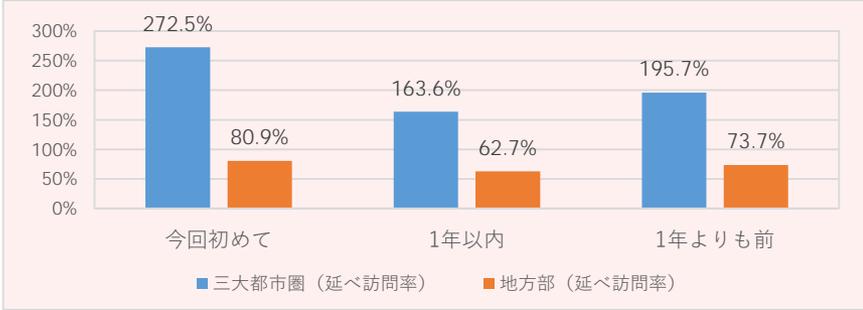


※本ページに記載している数値は平成30年に実施した4回分のサンプルのうち、観光・レジャー目的のサンプルについて訪日外客数(クルーズ客を除く)による国籍・地域別および四半期別ウェイトバック処理を行い分析した。

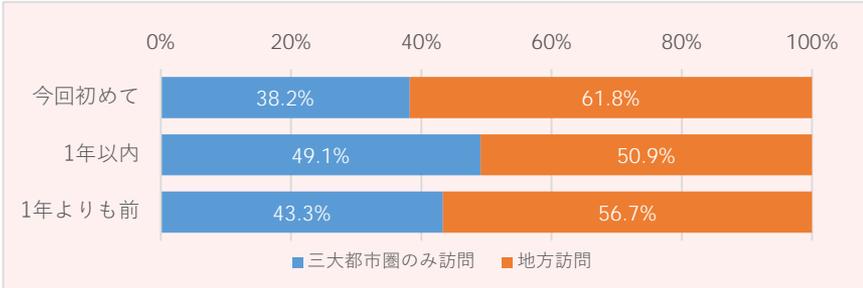
# 【中国】訪日高頻度リピーター(観光・レジャー目的客)の特徴

- 地方部の延べ訪問率、地方訪問の割合ともに、「今回初めて」が高く、訪日高頻度リピーターが低い。
- 「今回初めて」に比べ、訪日リピーターの泊数は長い傾向があるが、来訪頻度別の大きな差は見られない。
- 満足度(「大変満足」が55.0%)、再来訪意向(「必ず来たい」が66.6%)ともに高い。

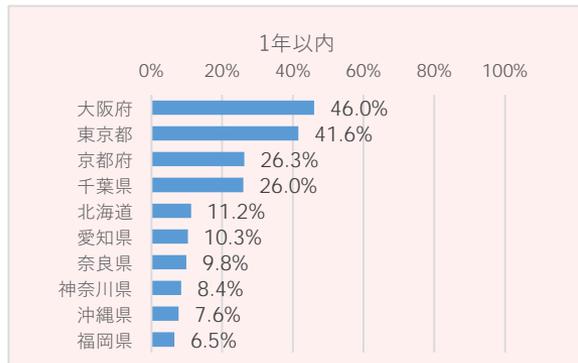
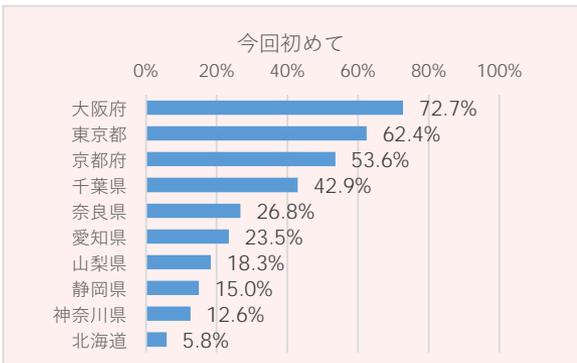
## ① 都市部と地方部の延べ訪問率



## ② 地方訪問の割合



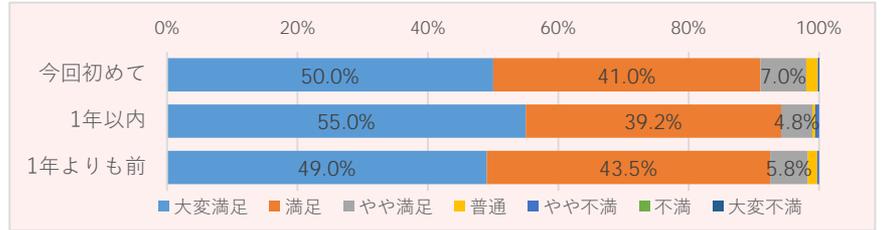
## ③ 主な訪問地(上位10都道府県)



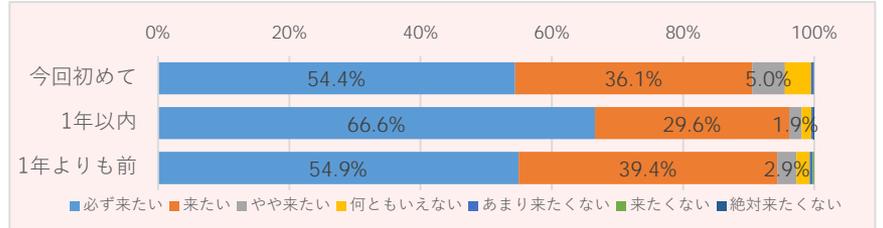
## ④ 泊数平均

来訪頻度	平均泊数
今回初めて	5.8泊
1年以内	6.3泊
1年よりも前	6.3泊

## ⑤ 満足度



## ⑥ 再来訪意向

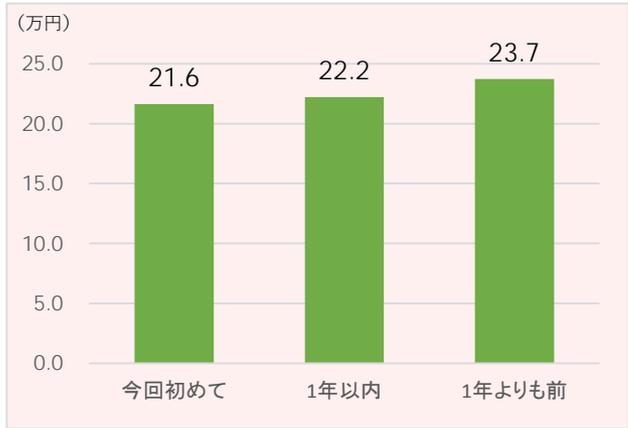


※本ページに記載している数値は平成30年に実施した4回分のサンプルのうち、観光・レジャー目的のサンプルについて訪日外客数(クルーズ客を除く)による国籍・地域別および四半期別ウェイトバック処理を行い分析した。

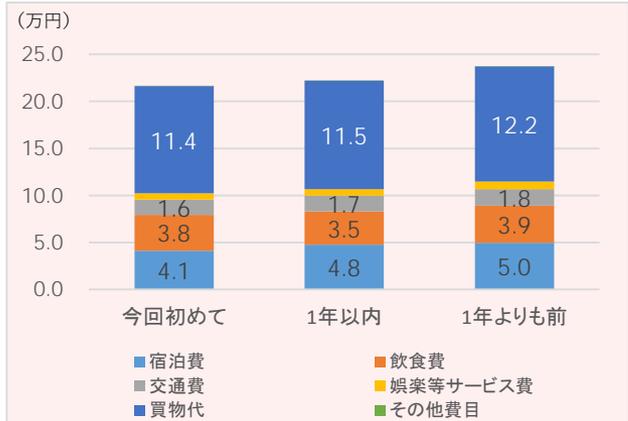
# 【中国】訪日高頻度リピーター(観光・レジャー目的客)の消費動向

- 1人当たり旅行支出の総額は「1年よりも前」が最も高く、23.7万円。
- 娯楽サービス費では、「1年よりも前」の「現地ツアー・観光ガイド」(5.7%)、「テーマパーク」(22.1%)、「観光施設」(22.9%)等の購入率が高い。訪日高頻度リピーターは「スキー場リフト」(2.9%)、「温泉等」(6.1%)の購入率が高く、「舞台・音楽鑑賞」、「マッサージ・医療費」、「レンタル料」の購入者単価が高い。

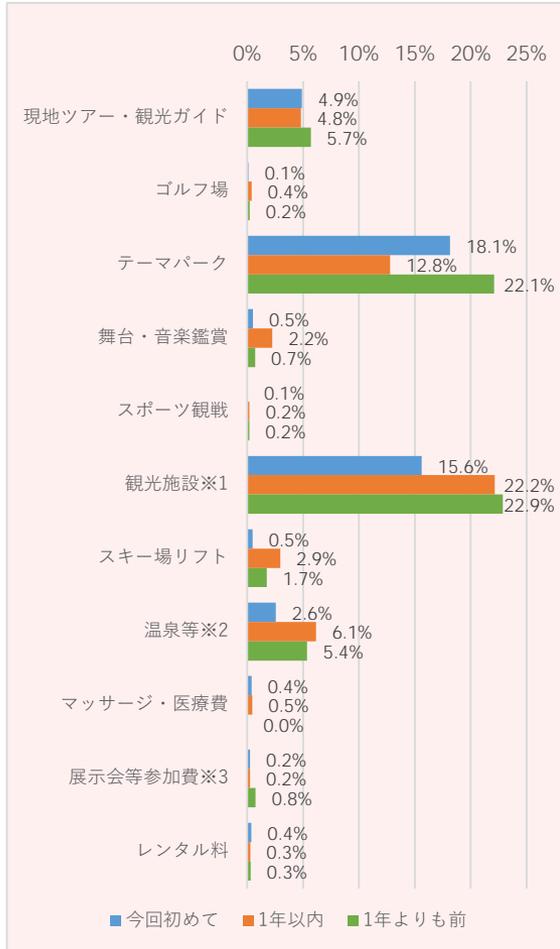
① 1人当たり旅行支出※(総額)



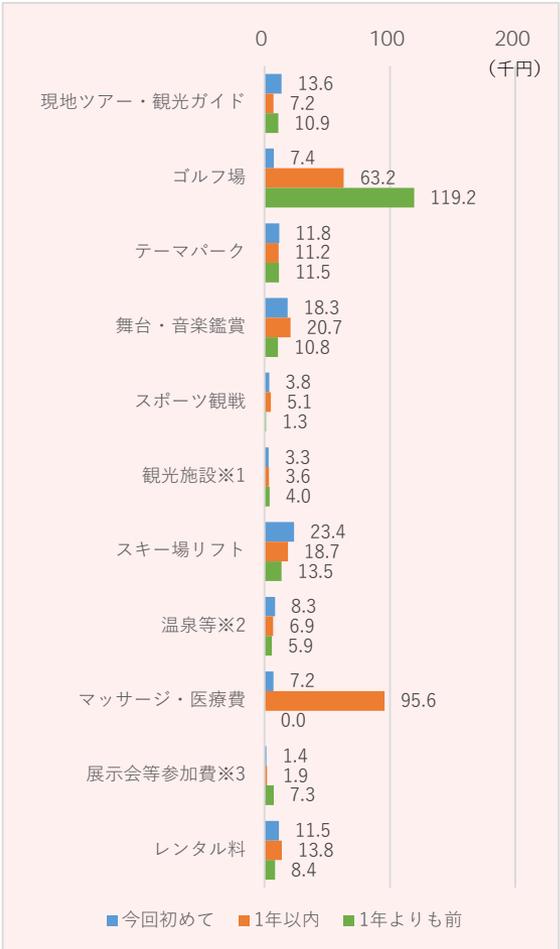
② 1人当たり旅行中支出※(費目別)



③ 娯楽サービス費(購入率)



④ 娯楽サービス費(購入者単価)



※パッケージ参加費に含まれる日本国内収入分が含まれる

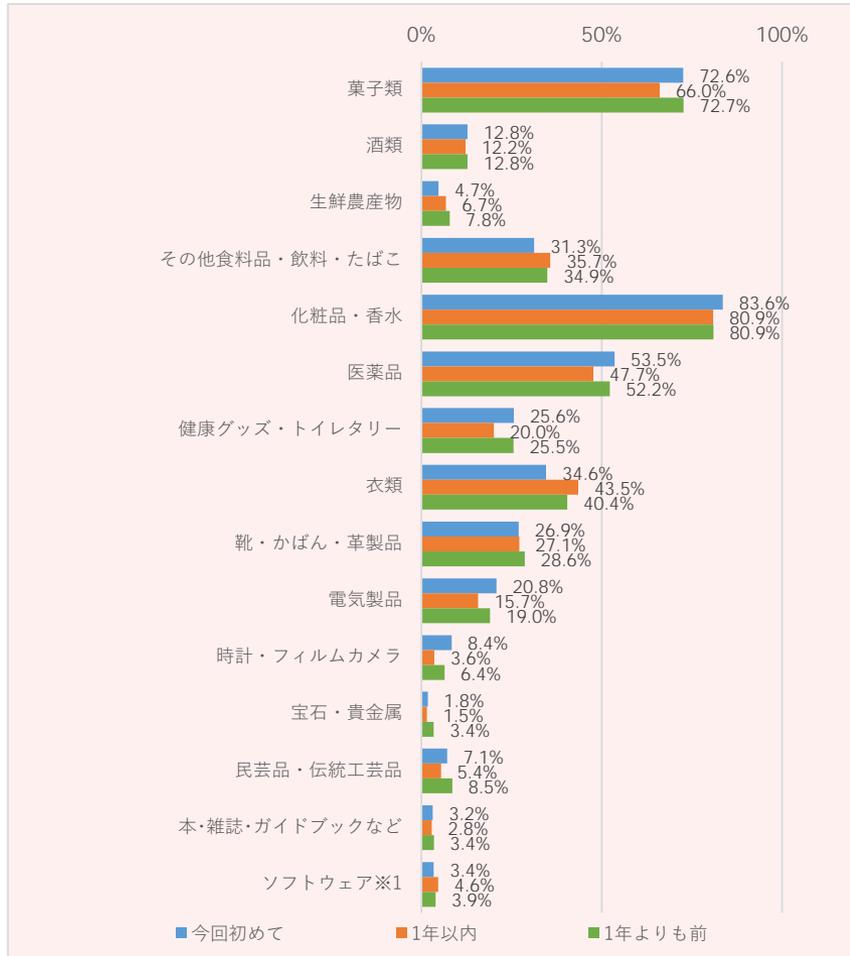
※1:美術館・博物館・動植物園・水族館  
 ※2:温泉・温浴施設・エステ・リラクゼーション  
 ※3:展示会・コンベンション参加費

※本ページに記載している数値は平成30年に実施した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(クルーズ客を除く)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。

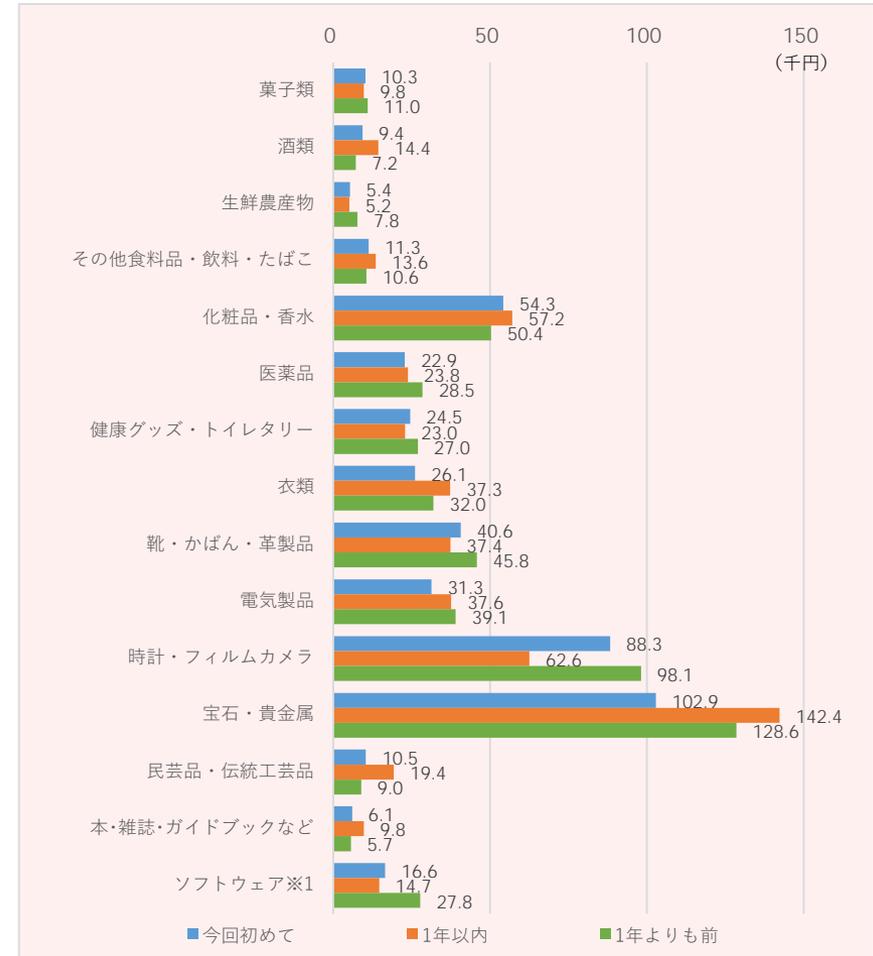
# 【中国】訪日高頻度リピーター(観光・レジャー目的客)の消費動向

- 買物代では、「今回初めて」は、主に「化粧品・香水」(83.6%)、「医薬品」(53.5%)、「電気製品」(20.8%)、「時計・フィルムカメラ」(8.4%)等の購入率が高い。訪日高頻度リピーターは「その他食料品・飲料・たばこ」(35.7%)、「衣類」(43.5%)、「ソフトウェア」(4.6%)の購入率が高く、「酒類」、「その他食料品・飲料・たばこ」、「化粧品・香水」、「衣類」、「宝石・貴金属」、「民芸品・伝統工芸品」、「本・雑誌・ガイドブックなど」の購入者単価が高い。

① 買物代(購入率)



② 買物代(購入者単価)



※1:音楽・映像・ゲームなどのソフトウェア