

【トピックス分析】インバウンド消費動向調査(参考)

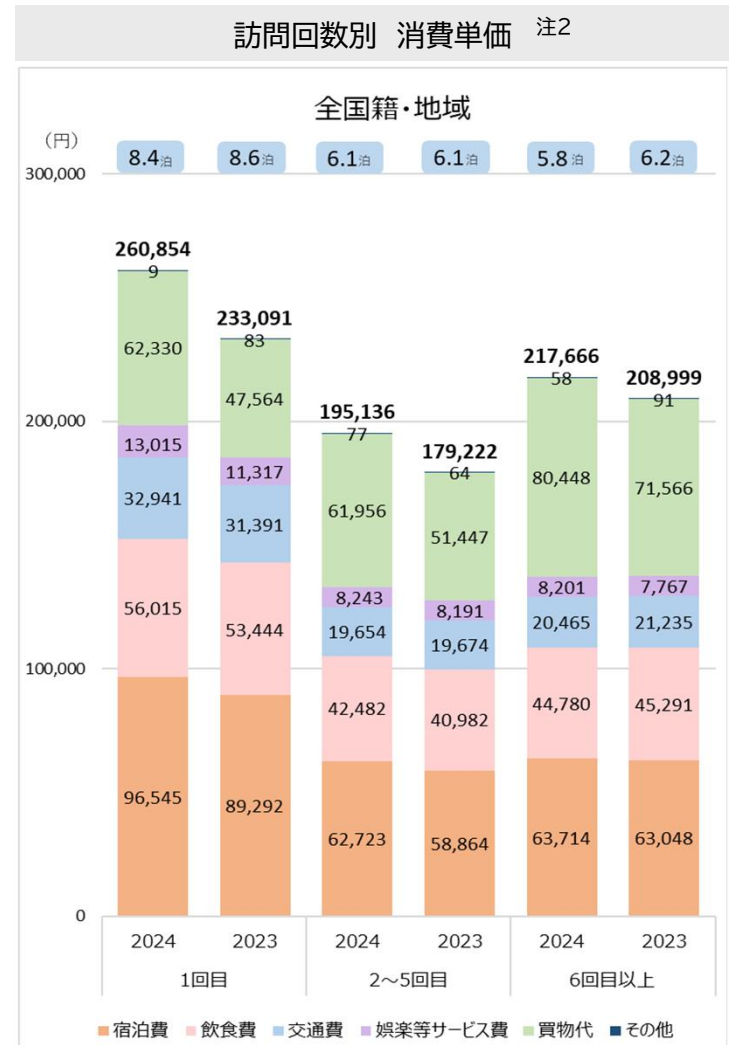
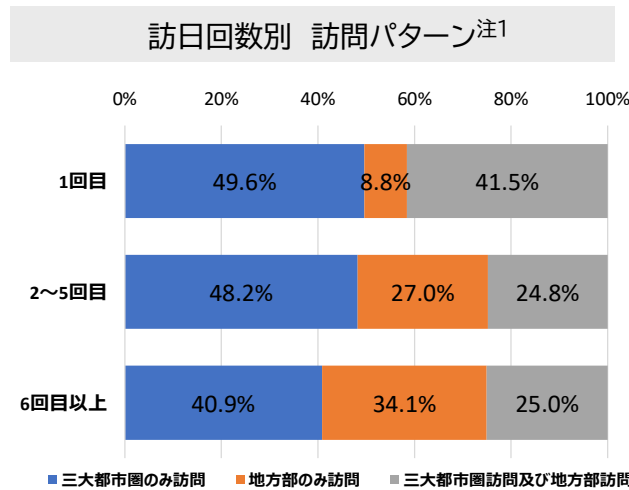
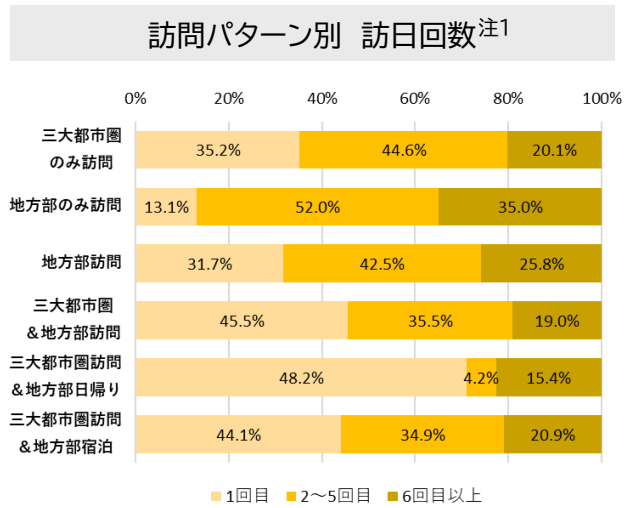
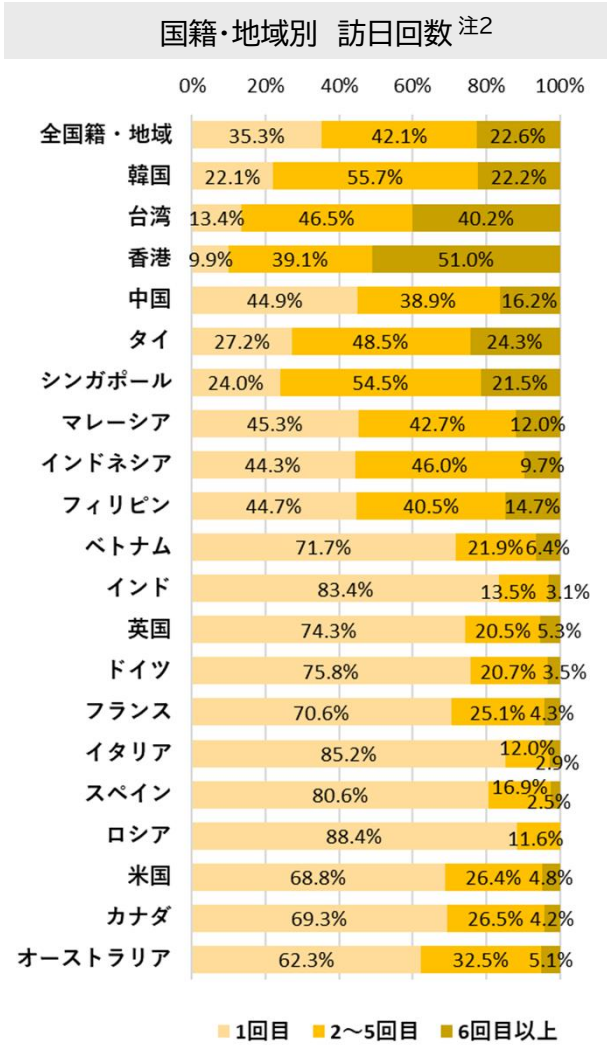
訪日外国人旅行者(観光・レジャー目的)の 訪日回数に関する分析

【対象調査】A1.全国調査, B1.地域調査

【分析データ】2024年暦年確報値

訪日外国人旅行者(観光・レジャー目的)の訪日回数に関する分析(全国籍・地域)

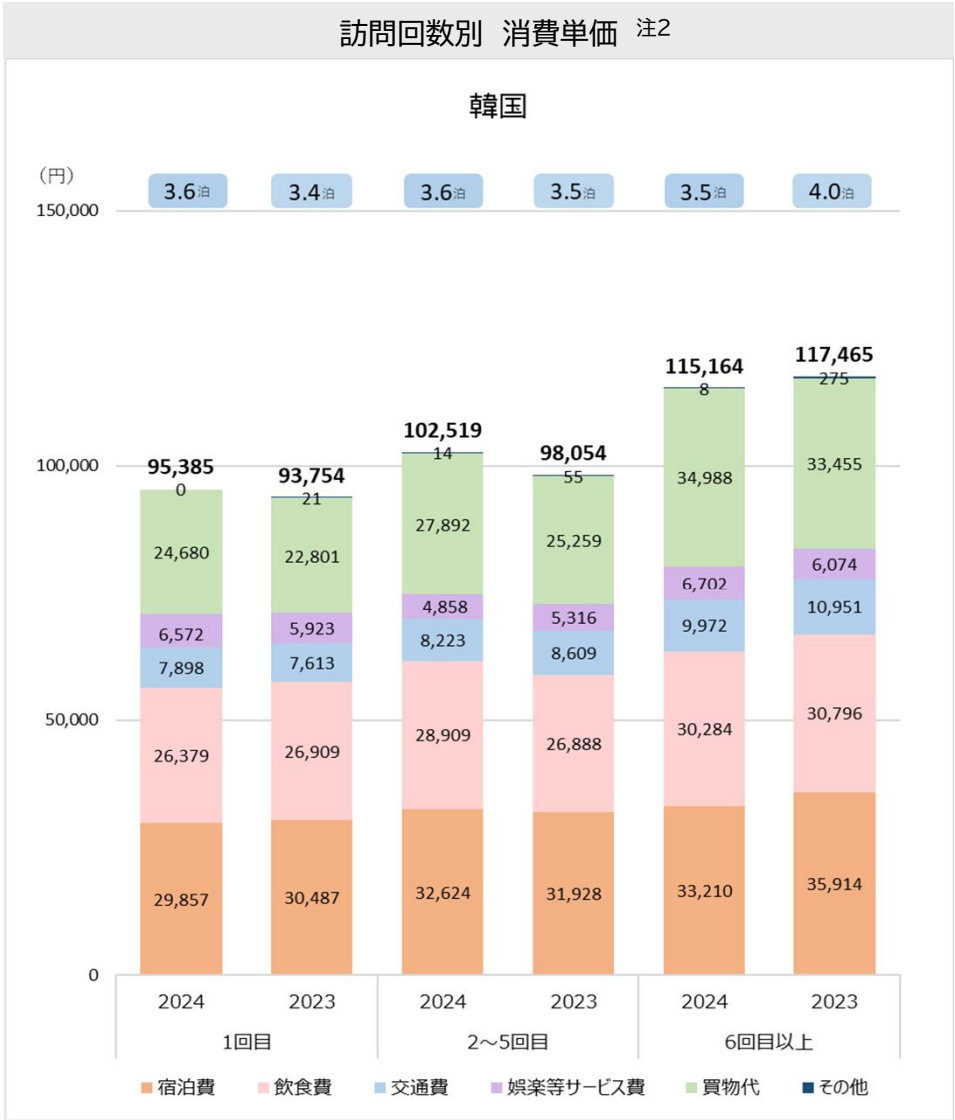
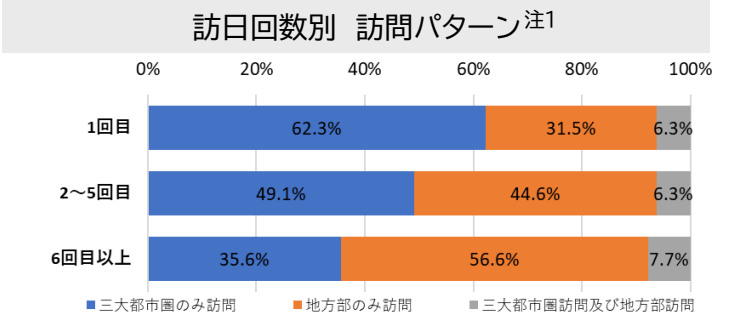
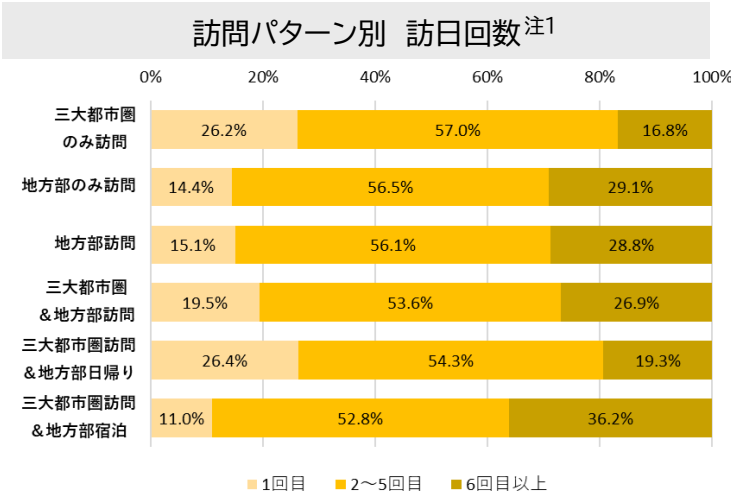
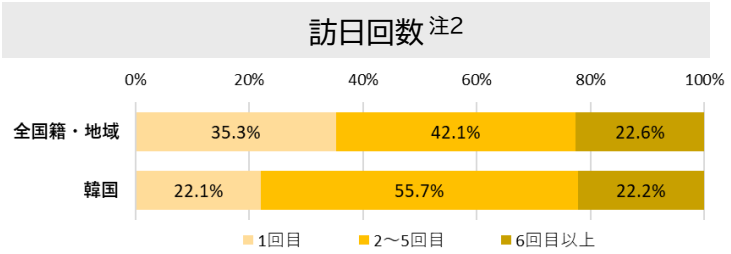
- ・ 国籍・地域別訪日回数をみると、アジア圏はリピーター比率が高い傾向にある一方、欧米豪は初回訪問中心となっている。
- ・ 訪日回数別訪問パターンをみると、初回訪問での地方部のみ訪問は1割未満にとどまるが、訪日回数が増加するにつれその割合は高まり、6回目以上では3割を超えている。
- ・ 訪日回数別消費単価では初回訪問が最も高く、2～5回目で一度下がり、6回目以上で再び上昇している。これは2回目以降の訪問者の国籍構成比において欧米豪と比較し消費単価の低い傾向にあるアジア圏の比率が高まることが起因している。(国籍・地域ごとの訪日回数別消費単価の傾向は次ページ以降を参照のこと。)



注1) 本資料は「B1地域調査」個票データ(観光・レジャー目的)により作成。
 注2) 本資料は「A1全国調査」個票データ(観光・レジャー目的)により作成。

訪日外国人旅行者(観光・レジャー目的)の訪日回数に関する分析(韓国)

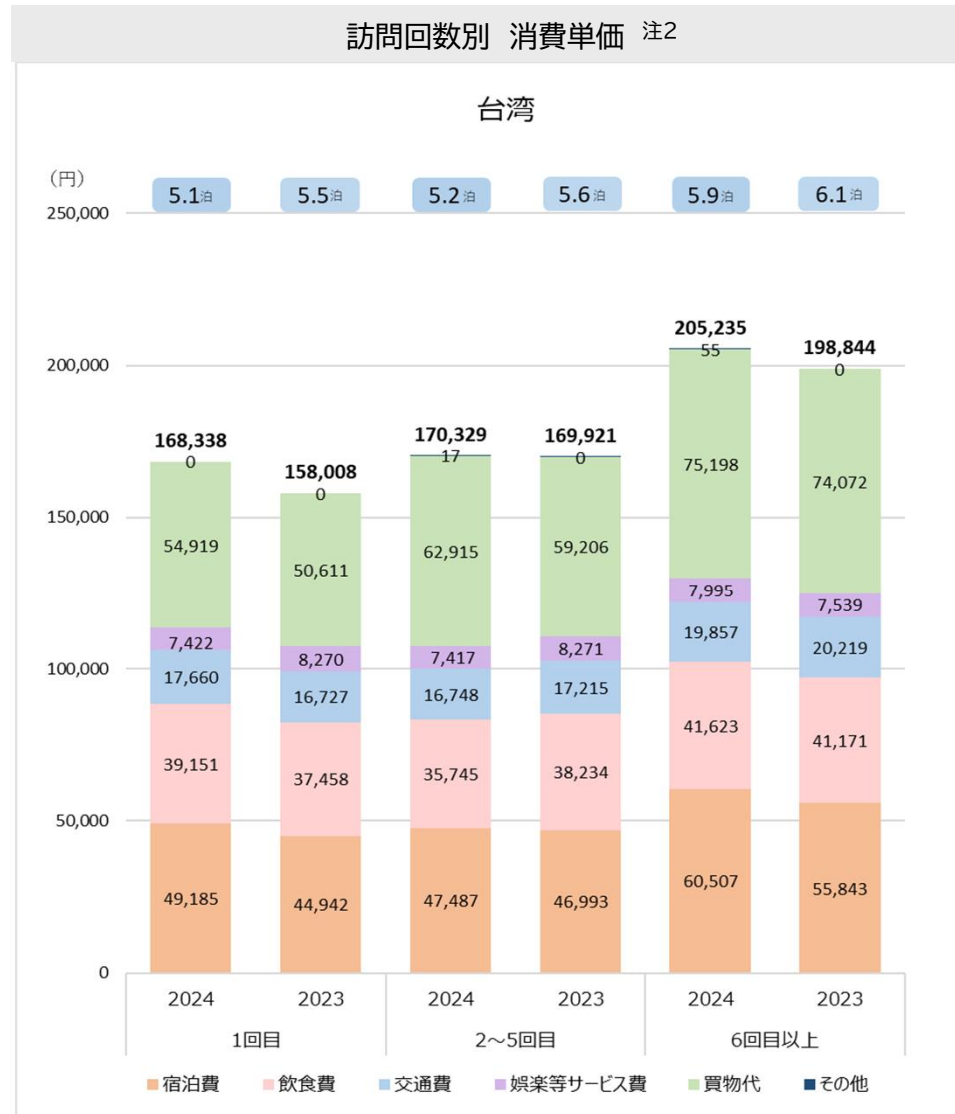
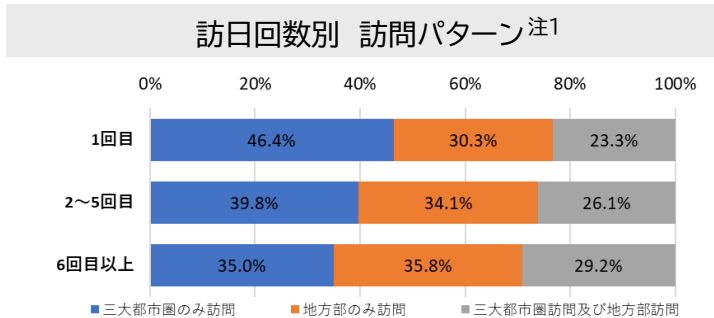
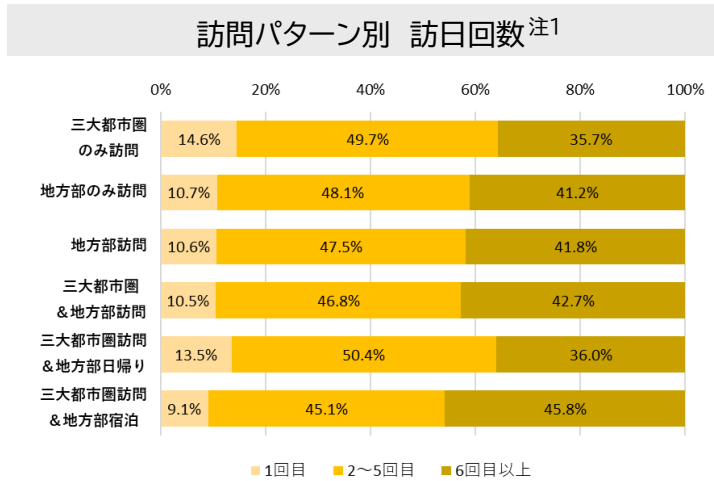
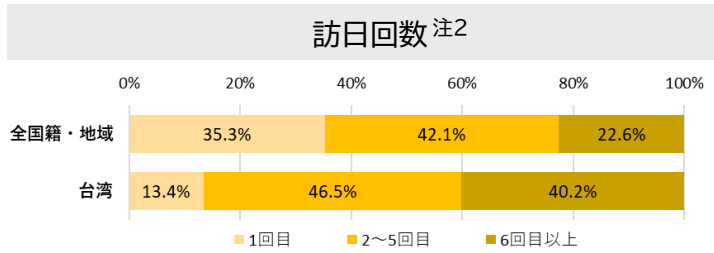
- ・ 訪日回数では、全国籍・地域と比べると初回訪問の割合が低く、リピーターの割合が約8割と高い。特に2～5回目が半数以上の割合を占める。
- ・ 訪問パターン別訪日回数では、地方部に宿泊するパターンにおいて特にリピーターの割合が高まる。
- ・ 訪日回数別訪問パターンでは1回目は三大都市圏のみ訪問者が最も多いが、訪日回数が増えるほど地方部訪問割合が高まる傾向が強い。
- ・ 訪日回数増加に伴い平均泊数に大きな差は見られないが、訪日回数が増えるほど消費単価は上昇し、特に買物代の増加が見られる。



注1) 本資料は「B1地域調査」個票データ(観光・レジャー目的)により作成。
注2) 本資料は「A1全国調査」個票データ(観光・レジャー目的)により作成。

訪日外国人旅行者(観光・レジャー目的)の訪日回数に関する分析(台湾)

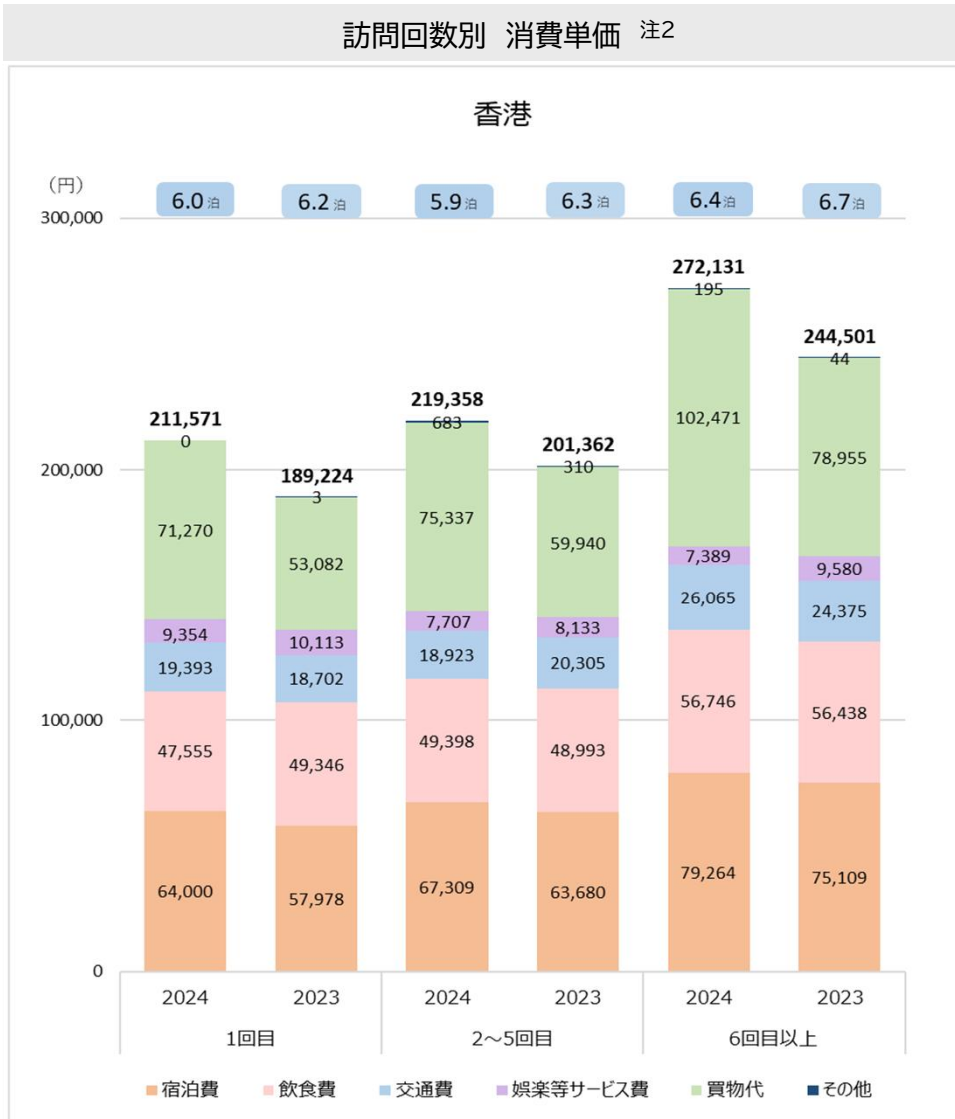
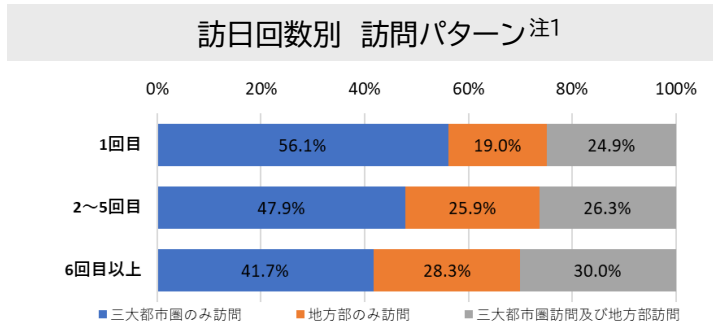
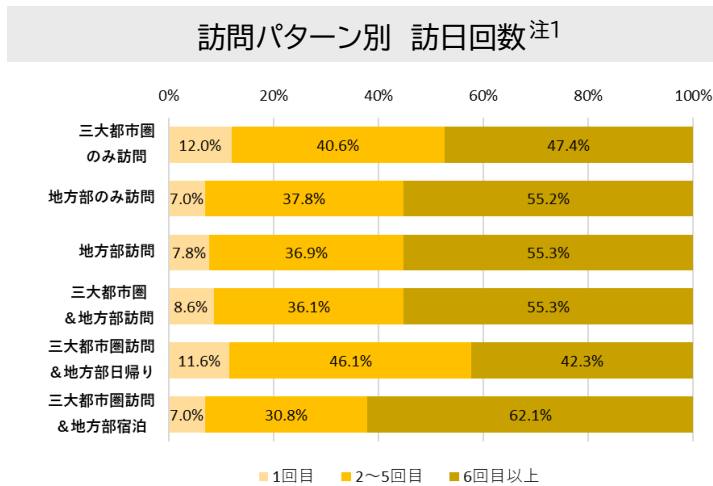
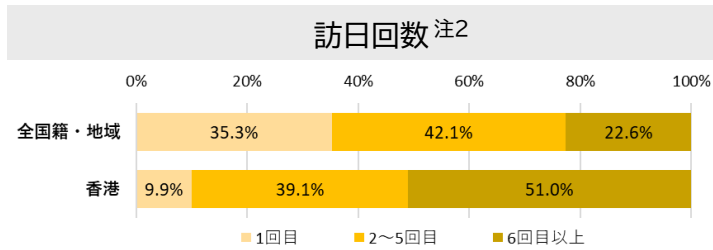
- 訪日回数では、リピーターの割合が9割近くと大半を占め、6回目以上の割合が大きいことも特徴である。
- 訪日回数別訪問パターンでは、初回訪問では三大都市圏のみの訪問が最多であるものの、地方部を含む訪問が過半を占めており、初回から地方部が重要な訪問先となっていることが示唆される。
- 訪日回数別消費単価では、1回目と2～5回目の消費単価の差は小さいが、6回目以上は宿泊費と買物代が大きく増加している。



注1) 本資料は「B1地域調査」個票データ(観光・レジャー目的)により作成。
注2) 本資料は「A1全国調査」個票データ(観光・レジャー目的)により作成。

訪日外国人旅行者(観光・レジャー目的)の訪日回数に関する分析(香港)

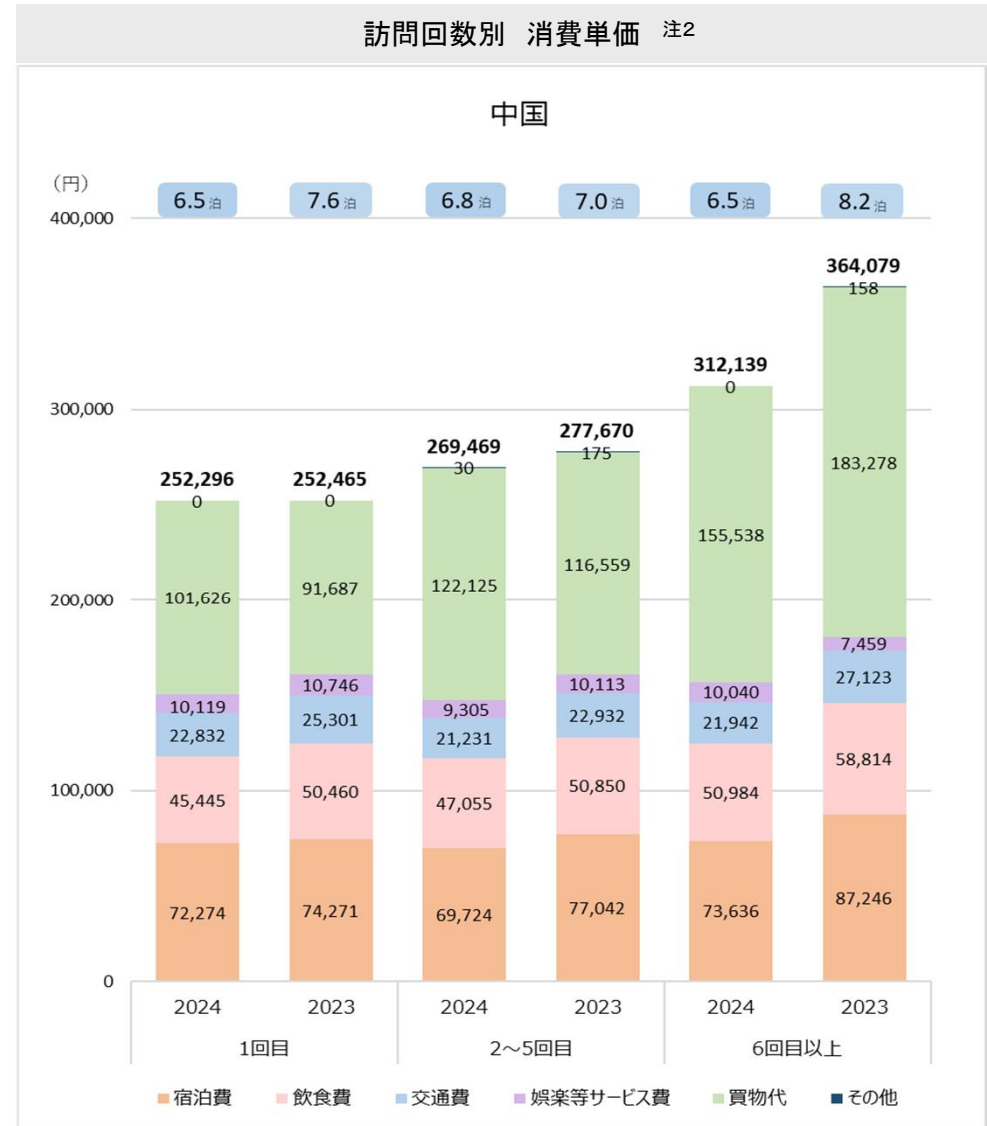
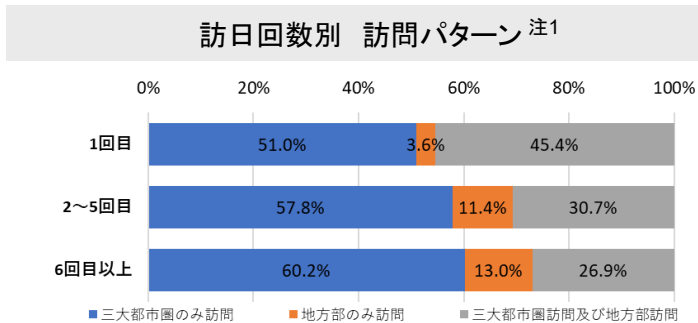
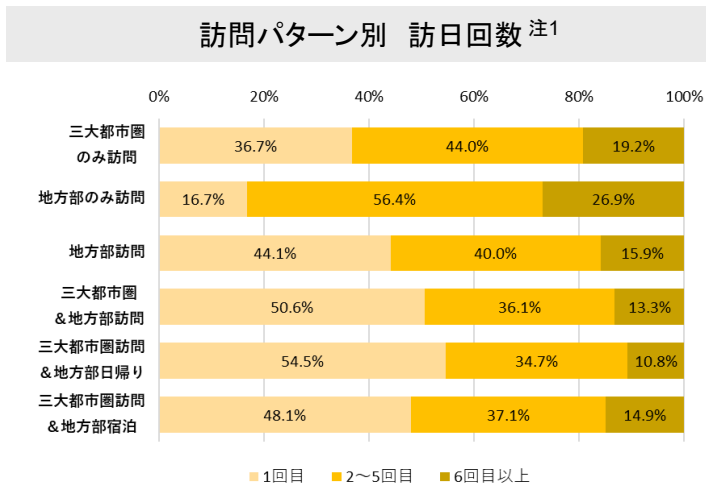
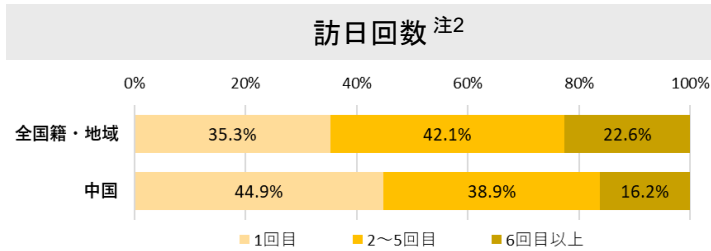
- 訪日回数ではリピーターの割合が約9割と全国籍・地域の中で最も高い。「6回目以上」の割合が5割を超えている点も大きな特徴である。
- 訪日回数別訪問パターンでは、訪日回数の増加とともに地方部訪問を含む割合は上方する一方、6回目以上でも三大都市圏のみの訪問が一定割合を占めており、地方部への訪問は拡大途中にあることが示唆される。
- 訪日回数別消費単価では訪日回数が増えるほど上昇する傾向があり、特に6回目以上で買物代が大きく増加している。



注1) 本資料は「B1地域調査」個票データ(観光・レジャー目的)により作成。
注2) 本資料は「A1全国調査」個票データ(観光・レジャー目的)により作成。

訪日外国人旅行者(観光・レジャー目的)の訪日回数に関する分析(中国)

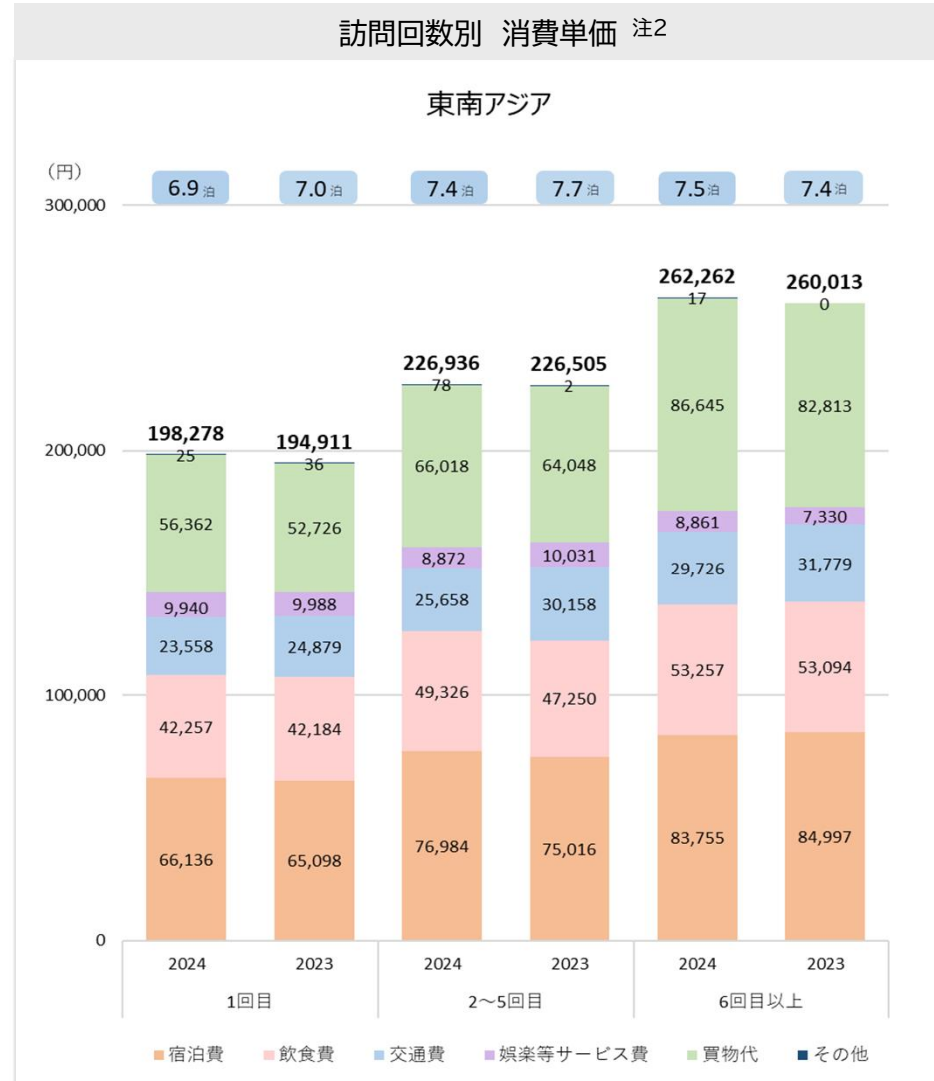
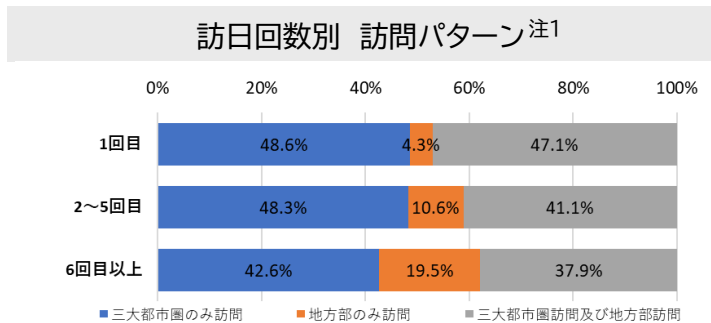
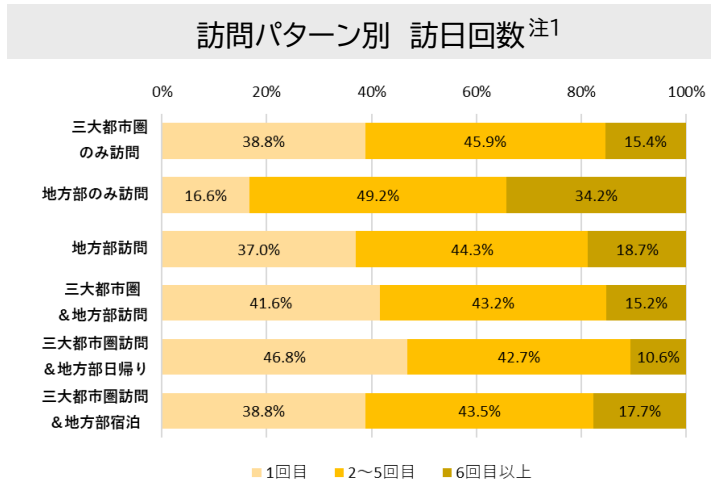
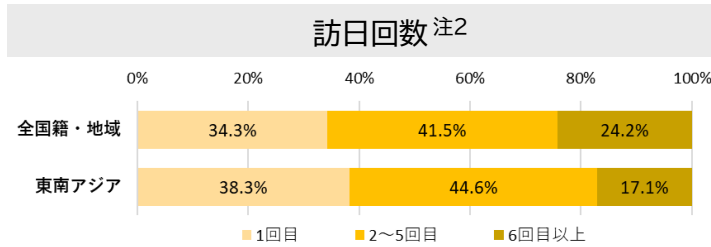
- ・ 訪日回数では、全国籍・地域と比べると初回訪問の割合が高い。
- ・ 訪日回数別訪問パターンでは、初回訪問では地方部を含む訪問が約半数を占めているものの、訪日回数が増えるにつれて三大都市圏のみの訪問割合が高まり、6回目以上では6割を占めている。訪日回数の増加が必ずしも地方部訪問の拡大につながっていないことが分かる。
- ・ 訪日回数別消費単価では、訪日回数が増えるほど消費単価は上昇し、特に買物代の増加が見られる。



注1) 本資料は「B1地域調査」個票データ(観光・レジャー目的)により作成。
注2) 本資料は「A1全国調査」個票データ(観光・レジャー目的)により作成。

訪日外国人旅行者(観光・レジャー目的)の訪日回数に関する分析(東南アジア)

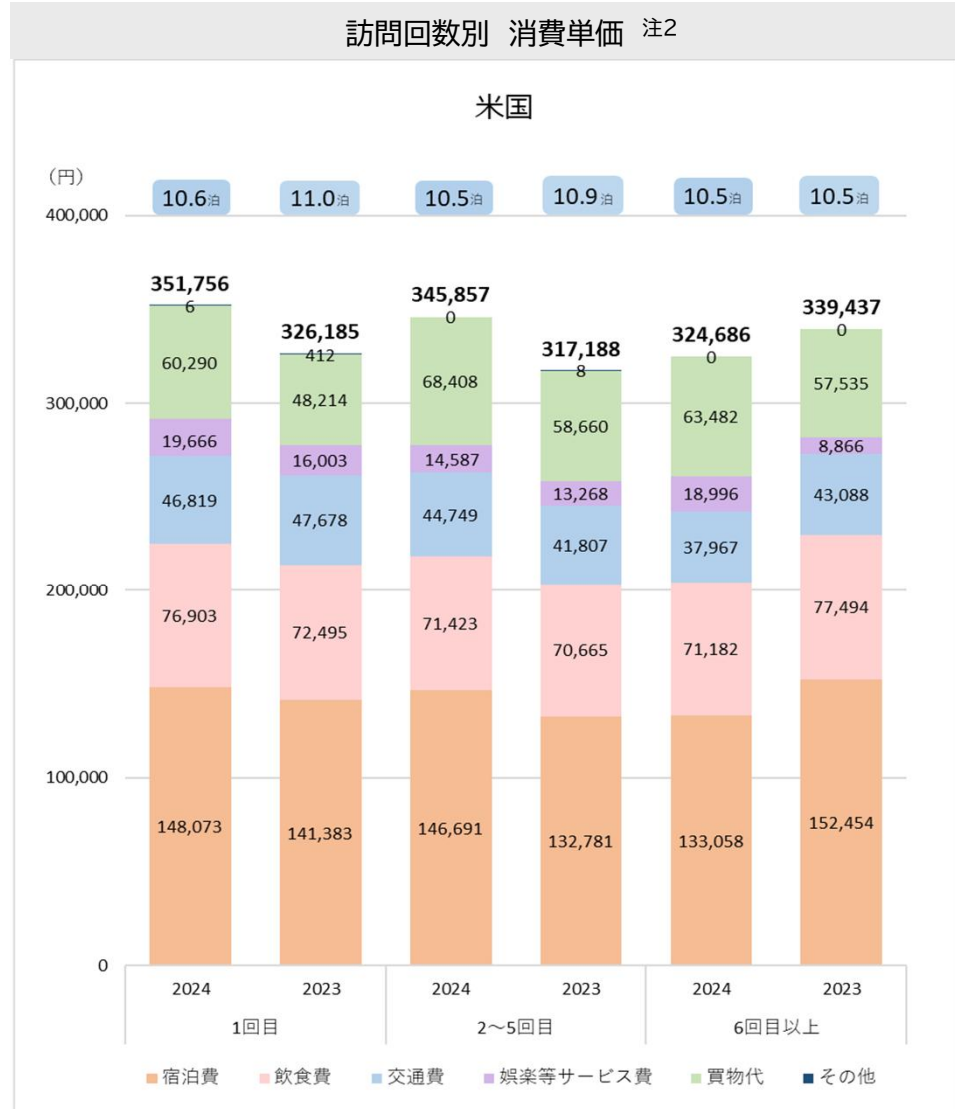
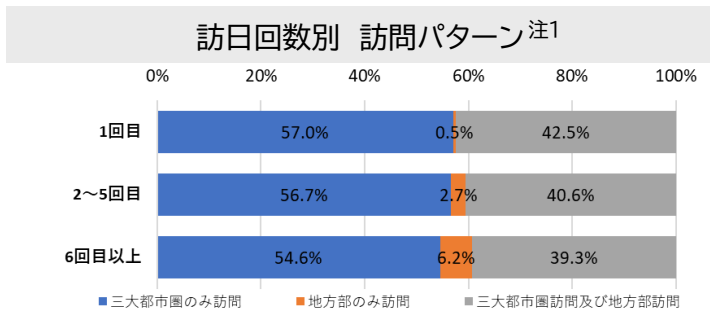
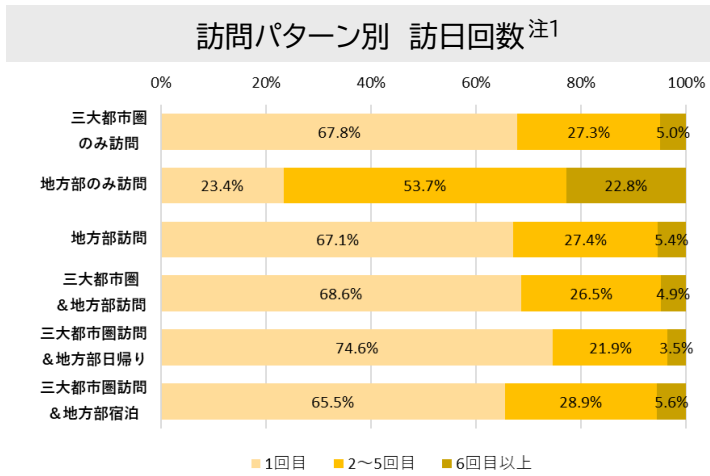
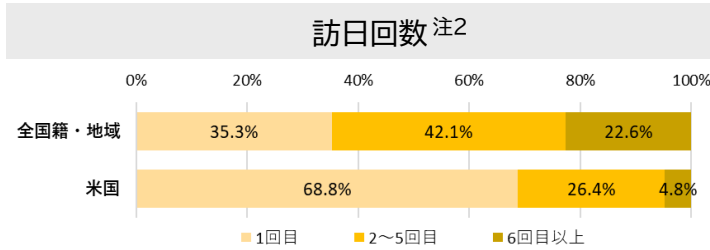
- ・ 訪日回数では全国籍・地域と比べると初回訪問の割合が高い。
- ・ 訪問パターン別訪日回数では、地方部のみ訪問するパターンにおいて特にリピーターの割合が高まる。
- ・ 訪問回数別訪問パターンでは、初回訪問者も半数以上は地方部に訪問しており、回数が増えるにつれ地方部訪問の割合が高くなる。
- ・ 訪問回数別消費単価では、回数が増えるにつれ消費単価が高くなる傾向で、特に買物代が増加している。



注1) 本資料は「B1地域調査」個票データ(観光・レジャー目的)により作成。
注2) 本資料は「A1全国調査」個票データ(観光・レジャー目的)により作成。

訪日外国人旅行者(観光・レジャー目的)の訪日回数に関する分析(米国)

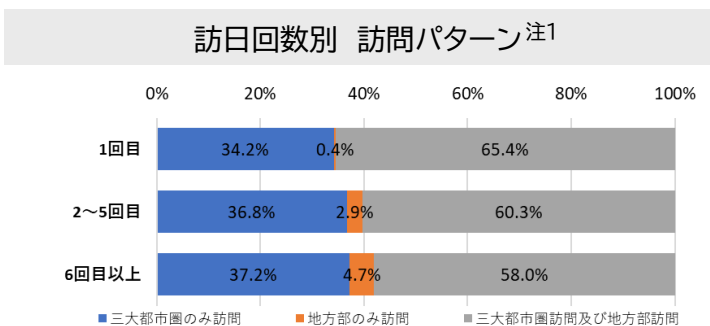
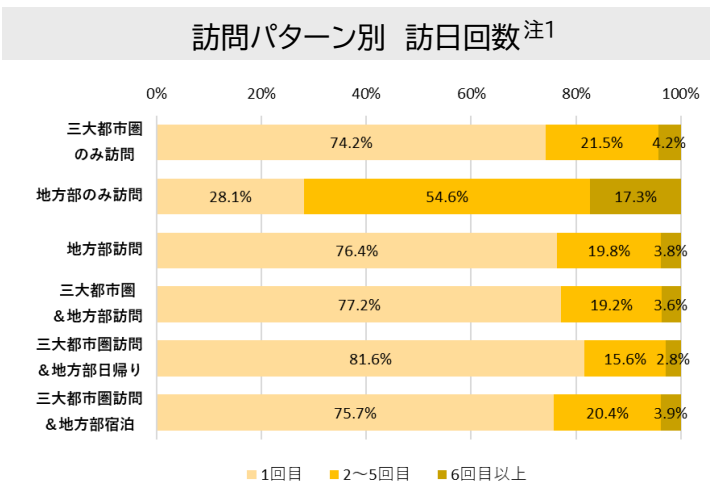
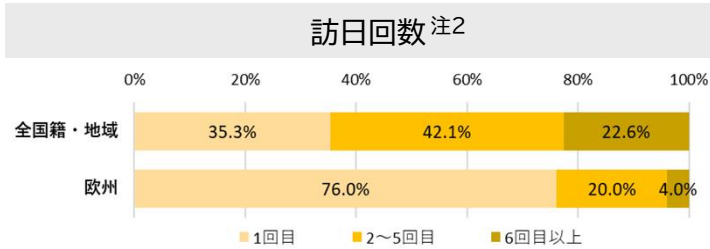
- ・ 訪日回数では全国籍・地域と比べると初回訪問の割合が高く、特に6回目以上のリピーターは1割にも満たない。
- ・ 訪日回数別訪問パターンでは、訪日回数にかかわらず三大都市圏中心の訪問の傾向が強い。



注1) 本資料は「B1地域調査」個票データ(観光・レジャー目的)により作成。
注2) 本資料は「A1全国調査」個票データ(観光・レジャー目的)により作成。

3. リピータ分析(欧州)

- ・ 訪日回数では全国籍・地域と比べると初回訪問の割合が高く、リピーター割合は約2割にとどまる。
- ・ 訪日回数別訪問パターンでは、初回訪問、リピーターともに三大都市圏・地方部両方を訪問するパターンの割合が高い。また訪日回数が増えるほど三大都市圏のみ訪問者の割合が高まることも特徴である。
- ・ 訪日回数別消費単価では、2～5回目の訪問者は泊数が伸びることに伴い消費単価が高くなっている。



注1) 本資料は「B1地域調査」個票データ(観光・レジャー目的)により作成。
注2) 本資料は「A1全国調査」個票データ(観光・レジャー目的)により作成。