

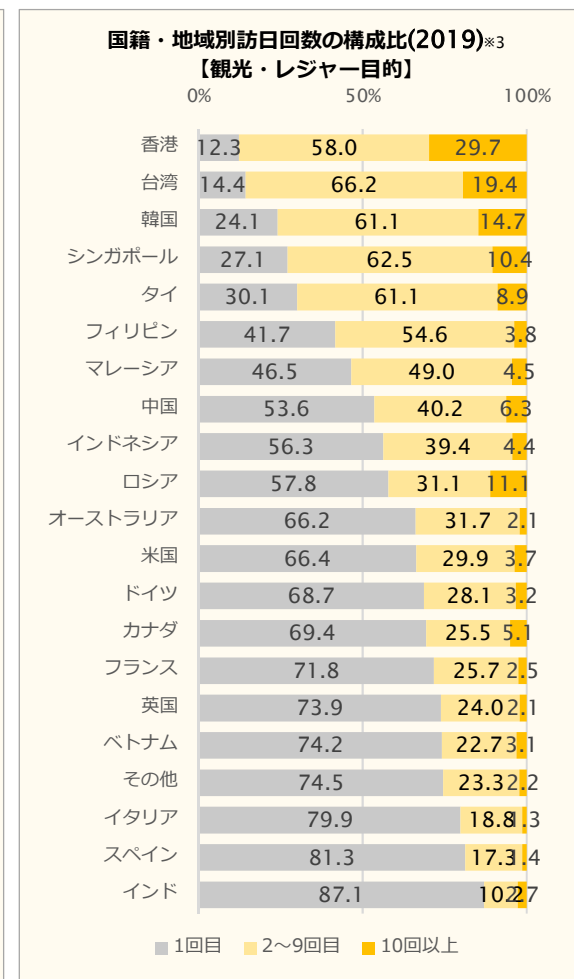
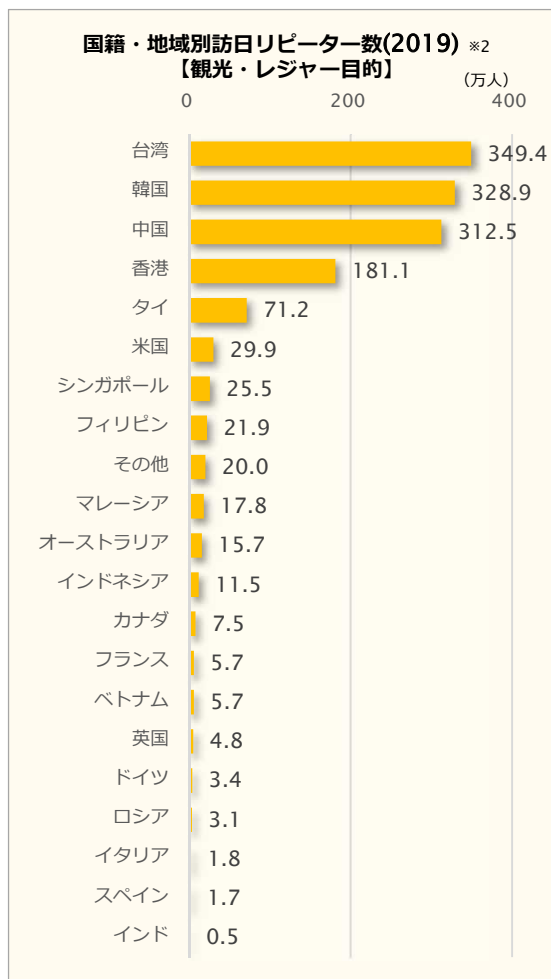
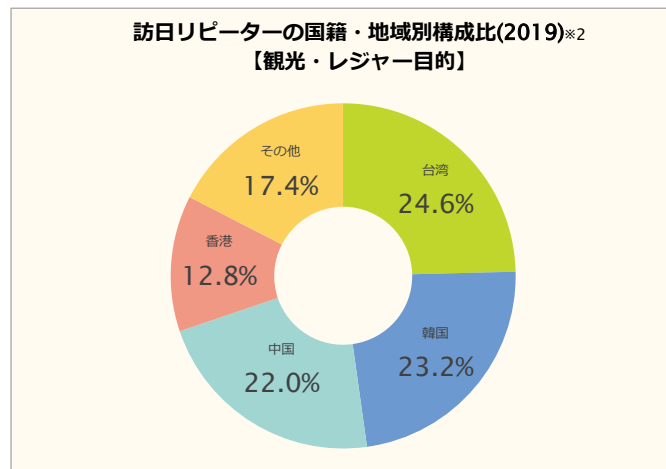
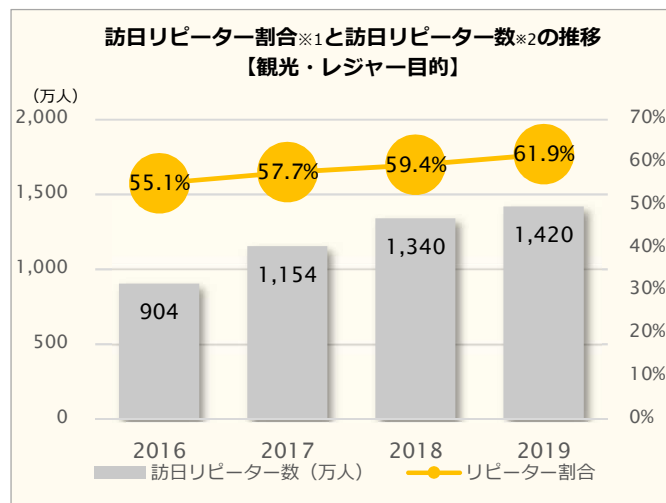
令和元年訪日外国人消費動向調査【トピックス分析】

訪日外国人旅行者(観光・レジャー目的)の 訪日回数と消費動向の関係について

観光庁 観光戦略課 観光統計調査室

【概要】訪日リピーターの現状(観光・レジャー目的)

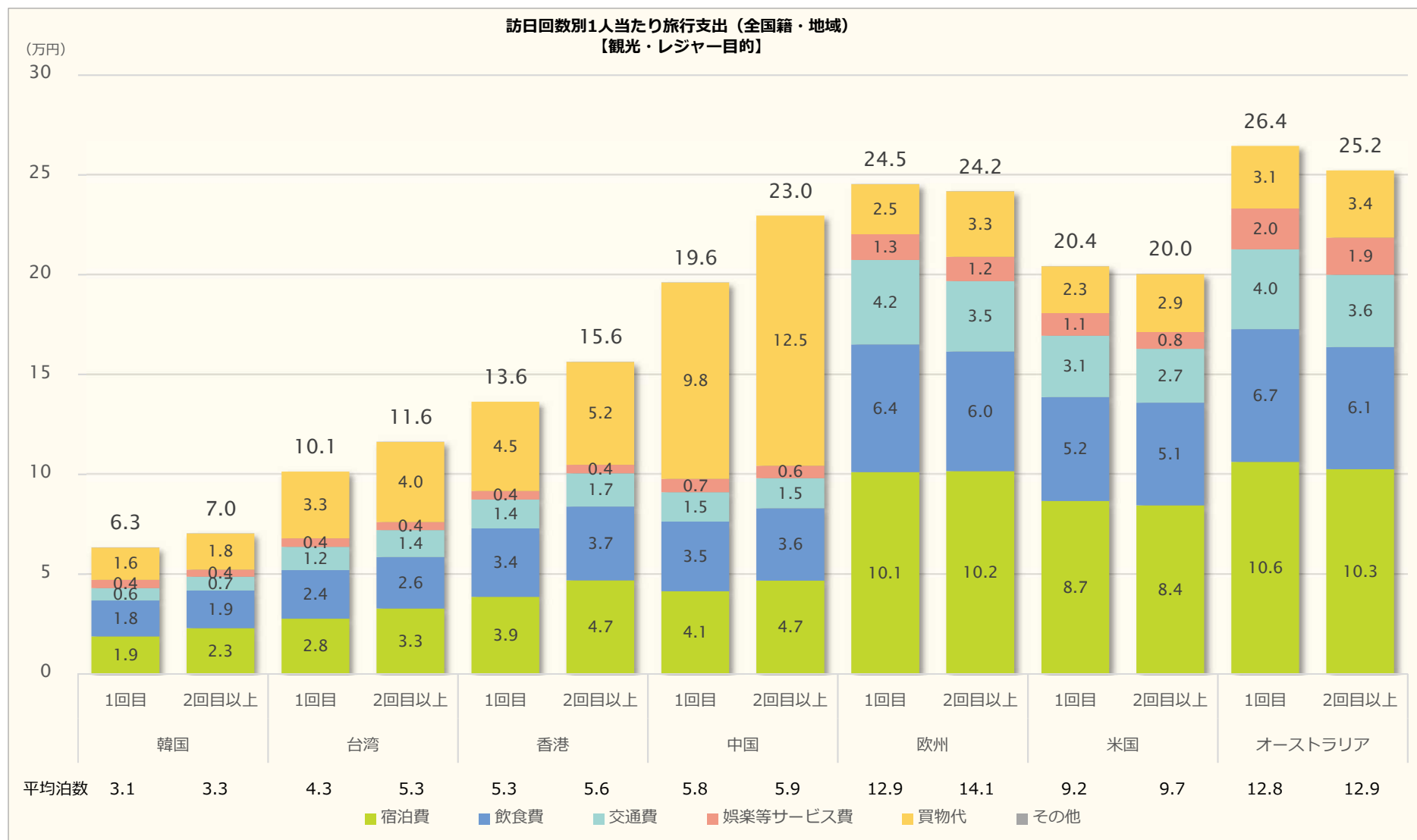
- 観光レジャー目的の訪日回数が2回以上の「訪日リピーター」の割合は2016年以降、6割前後で推移している。
- 訪日リピーター数は年々増加しており、2019年は2016年から約1.6倍となった。国籍・地域別では、台湾（24.6%）、韓国（23.2%）、中国（22.0%）、香港（12.8%）の順に多く、これらの東アジア4ヶ国・地域で82.6%を占める。
- 東アジア4ヶ国・地域の中でも香港（29.7%）や台湾（19.4%）では、訪日回数が「10回以上」の「訪日ヘビーリピーター」の割合も高い。



※1：数値は2016～2019年の調査サンプルを対象とし、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実施した上で、観光・レジャー目的の分析を行ったものである。
 ※2：訪日リピーター数は「訪日外客数」（クルーズ客を除く）に観光庁「訪日外国人消費動向調査」の「主な来訪目的」の「観光・レジャー」の割合と、「日本への来訪回数」の「2回目」以上の割合を乗じて算出した推計値である。
 ※3：数値は2019年に実施した調査サンプルを対象とし、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実施した上で、観光・レジャー目的の分析を行ったものである。

【概要】訪日回数別の1人当たり旅行支出(観光・レジャー目的)

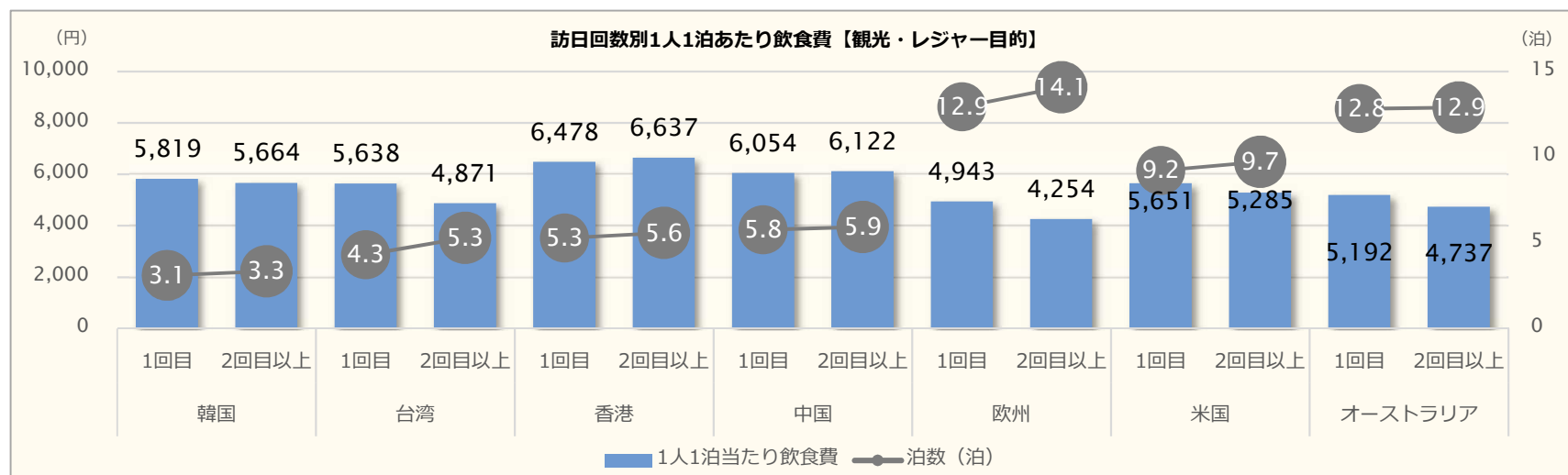
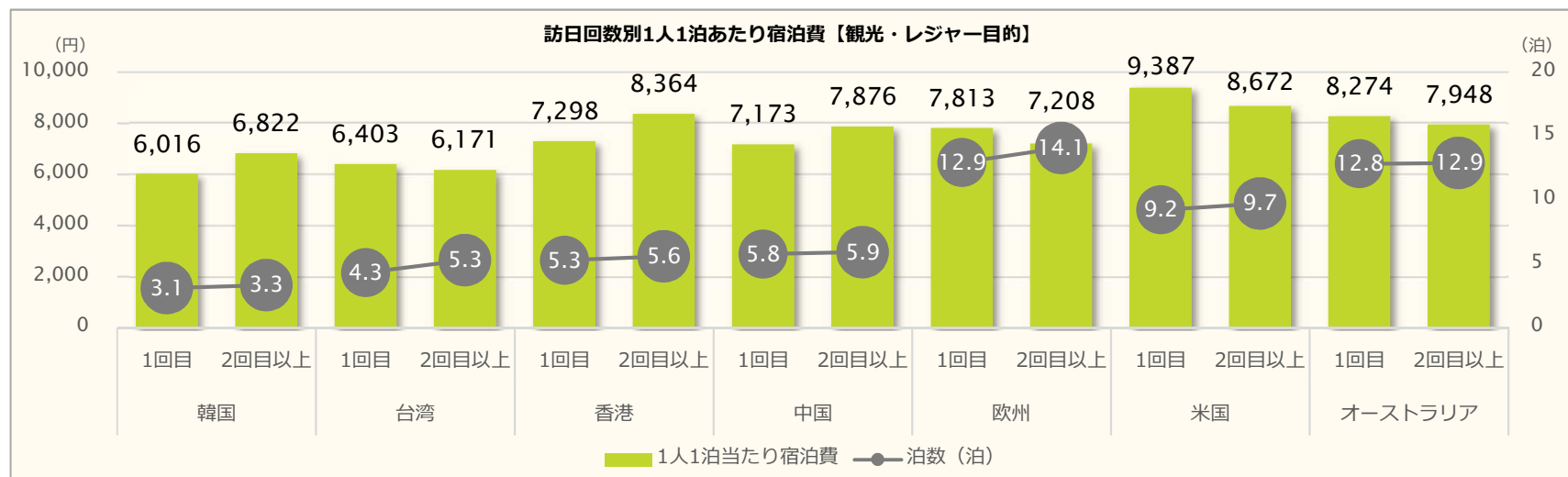
- 1人当たり旅行支出の総額は東アジア4ヶ国・地域（韓国・台湾・香港・中国）で訪日回数「1回目」と比較して訪日リピーターが高い。欧米豪は訪日回数による大きな変化がみられない。



※本ページに記載している数値は2019年に実施した調査サンプルを対象とし、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実施した上で、観光・レジャー目的の分析を行ったものである。
※「全国籍・地域」は韓国、台湾、香港、中国、タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナム、インド、英国、ドイツ、フランス、イタリア、スペイン、ロシア、米国、カナダ、オーストラリア、その他を含む。

【概要】訪日回数別の1人当たり旅行支出(観光・レジャー目的)

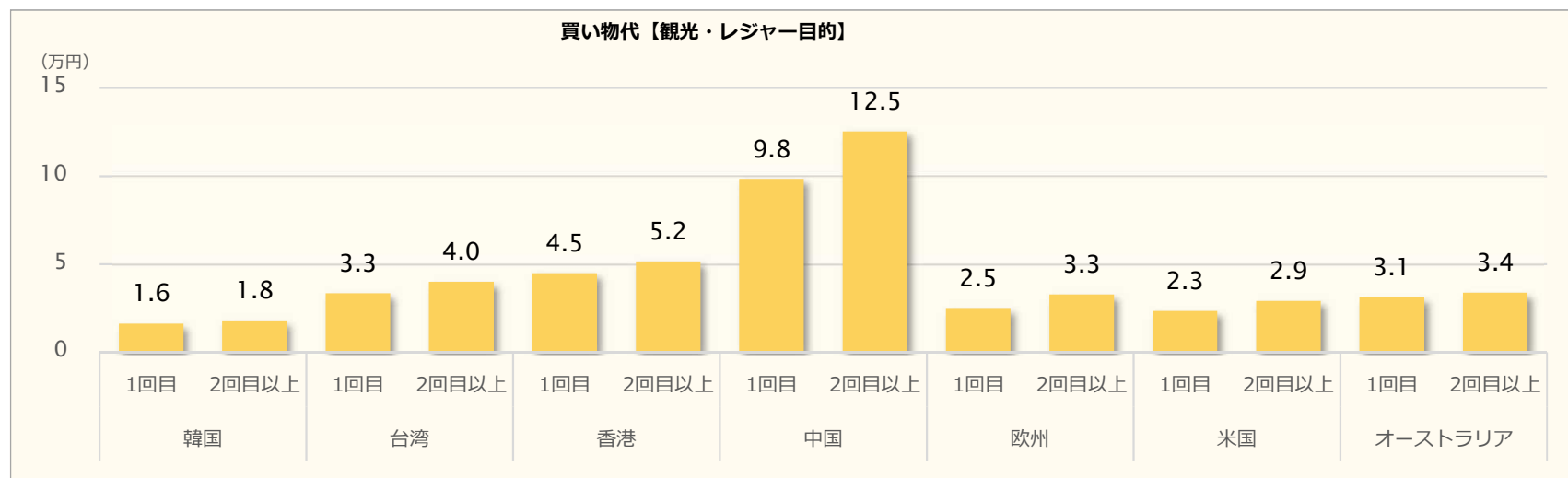
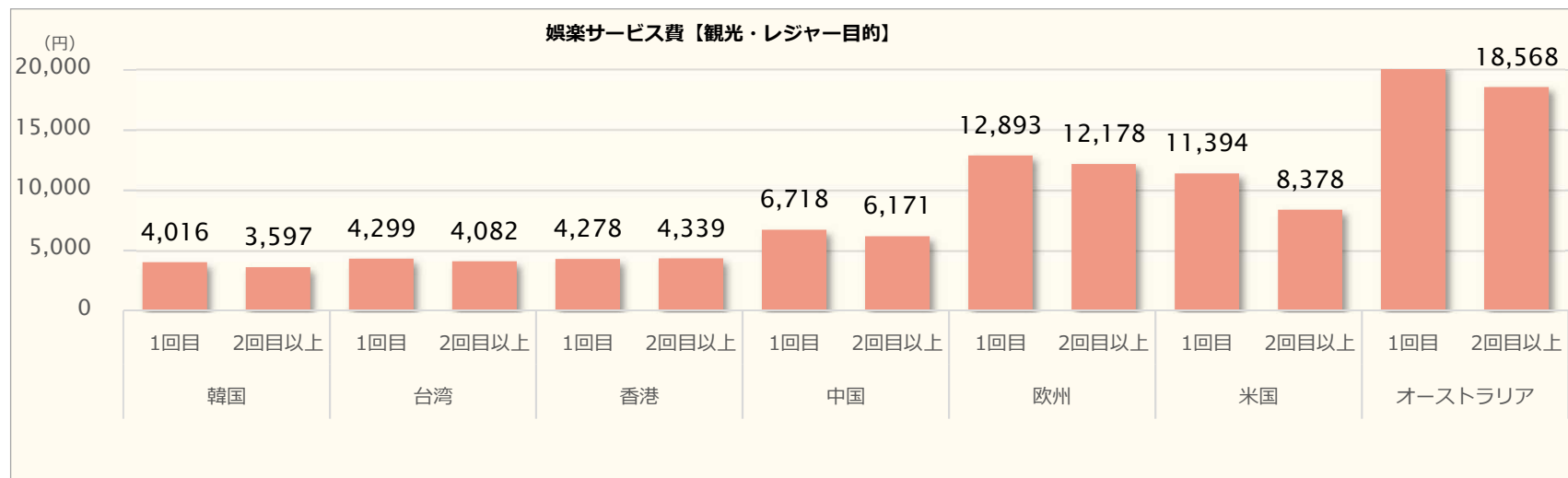
- 1人1泊あたりの宿泊費は、韓国、香港、中国で訪日回数「1回目」と比較して訪日回数「2回目以上」の訪日リピーターが高い。
- 1人1泊あたり飲食費は、香港、中国で訪日回数「1回目」と比較して訪日リピーターが高い。



※本ページに記載している数値は2019年に実施した調査サンプルを対象とし、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実施した上で、観光・レジャー目的の分析を行ったものである。
※「全国籍・地域」は韓国、台湾、香港、中国、タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナム、インド、英国、ドイツ、フランス、イタリア、スペイン、ロシア、米国、カナダ、オーストラリア、その他を含む。

【概要】訪日回数別の1人当たり旅行支出(観光・レジャー目的)

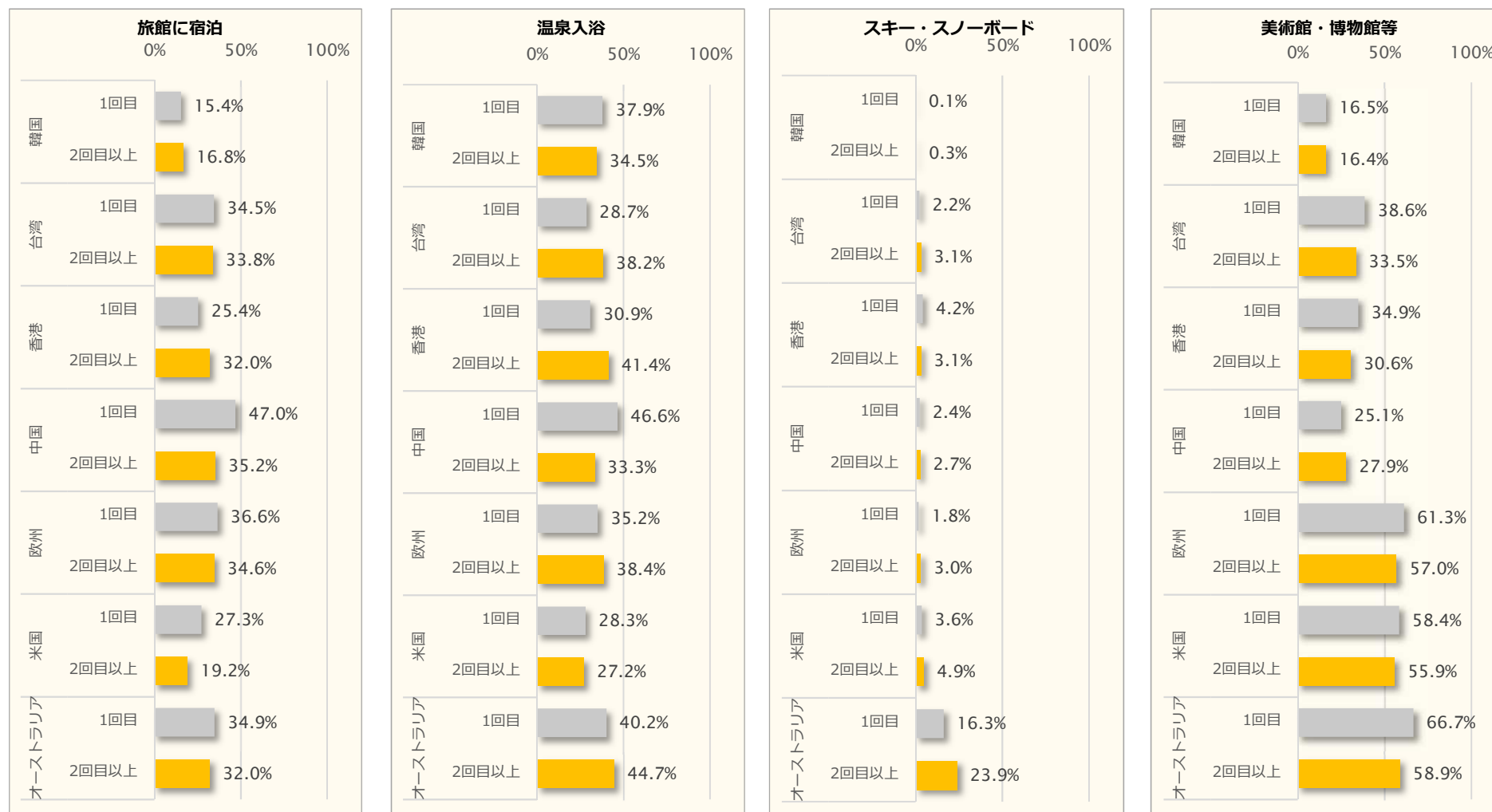
- 娯楽等サービス費では、訪日回数「2回目以上」の訪日リピーターと比較して、訪日回数「1回目」が高い。
- 買物代では、全ての国籍・地域で訪日回数「1回目」と比較して、訪日リピーターが高い。



※本ページに記載している数値は2019年に実施した調査サンプルを対象とし、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実施した上で、観光・レジャー目的の分析を行ったものである。
 ※「全国籍・地域」は韓国、台湾、香港、中国、タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナム、インド、英国、ドイツ、フランス、イタリア、スペイン、ロシア、米国、カナダ、オーストラリア、その他を含む。

【概要】訪日回数別の日本での活動(観光・レジャー目的)

- 温泉入浴の実施率は、台湾、香港、欧州、オーストラリアで訪日回数「1回目」と比較して訪日回数「2回目以上」の訪日リピーターが高い。
- スキー・スノーボードの実施率は、特にオーストラリアで訪日回数「1回目」と比較して訪日リピーターが高い。

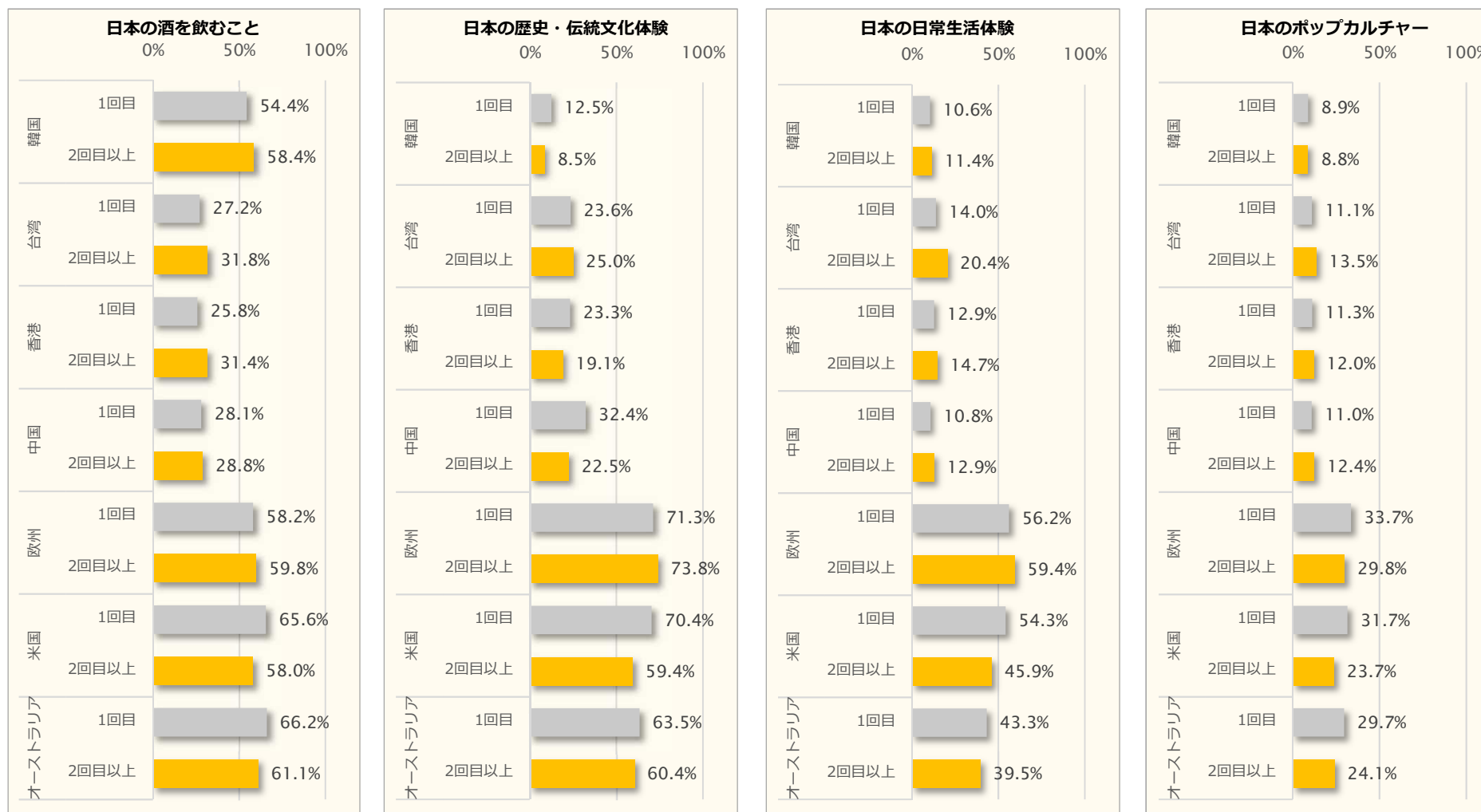


※1：美術館・博物館・動植物園・水族館

※本ページに記載している数値は2019年に実施した調査サンプルを対象とし、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実施した上で、観光・レジャー目的の分析を行ったものである。
※「全国籍・地域」は韓国、台湾、香港、中国、タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナム、インド、英国、ドイツ、フランス、イタリア、スペイン、ロシア、米国、カナダ、オーストラリア、その他を含む。

【概要】訪日回数別の日本での活動(観光・レジャー目的)

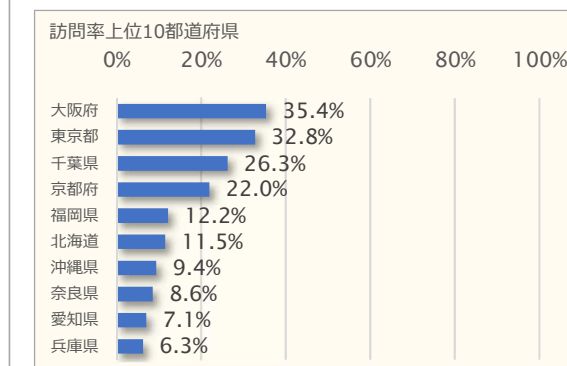
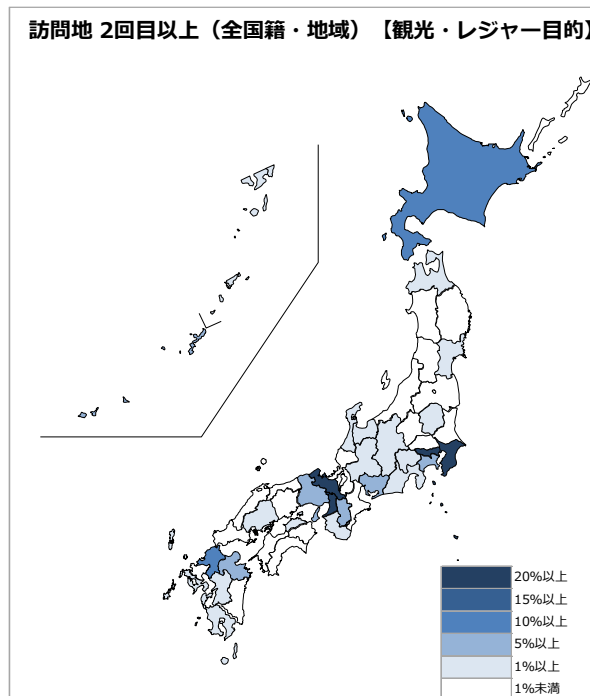
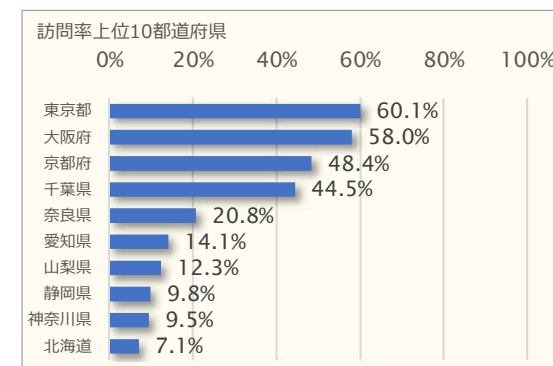
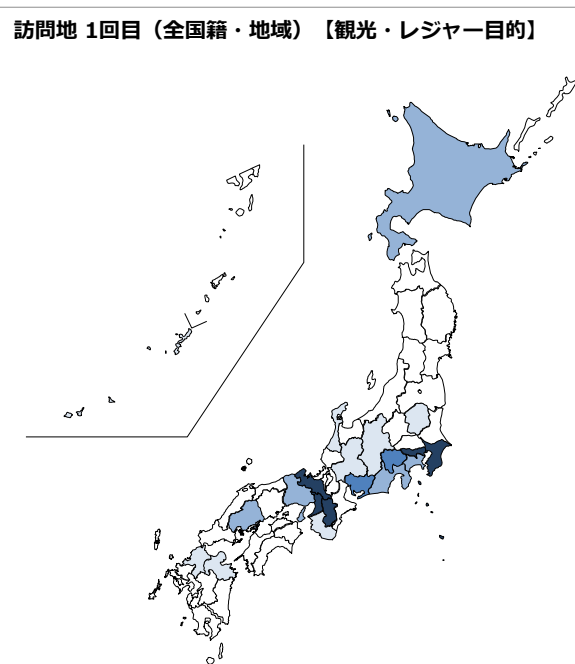
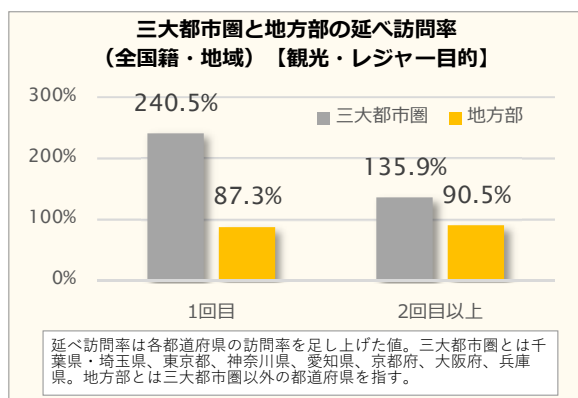
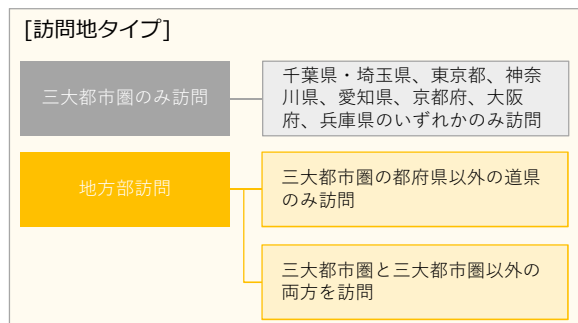
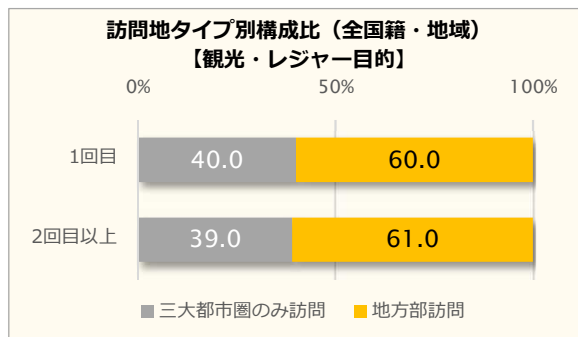
- 日本酒を飲むことの実施率は韓国、台湾、香港、中国、欧州で訪日回数「1回目」と比較して、訪日回数「2回目以上」の訪日リピーターが高い。
- 日本の歴史・伝統文化体験、日本の日常生活体験、日本のポップカルチャーの実施率は、東アジア4ヶ国に比べ、欧米豪が高い。



※本ページに記載している数値は2019年に実施した調査サンプルを対象とし、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実施した上で、観光・レジャー目的の分析を行ったものである。
※「全国籍・地域」は韓国、台湾、香港、中国、タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナム、インド、英国、ドイツ、フランス、イタリア、スペイン、ロシア、米国、カナダ、オーストラリア、その他を含む。

【概要】訪日回数別の訪問地(観光・レジャー目的)

- 三大都市圏の延べ訪問率は訪日回数「1回目」が高く、地方部の延べ訪問率は訪日回数「2回目以上」の訪日リピーターが高い。

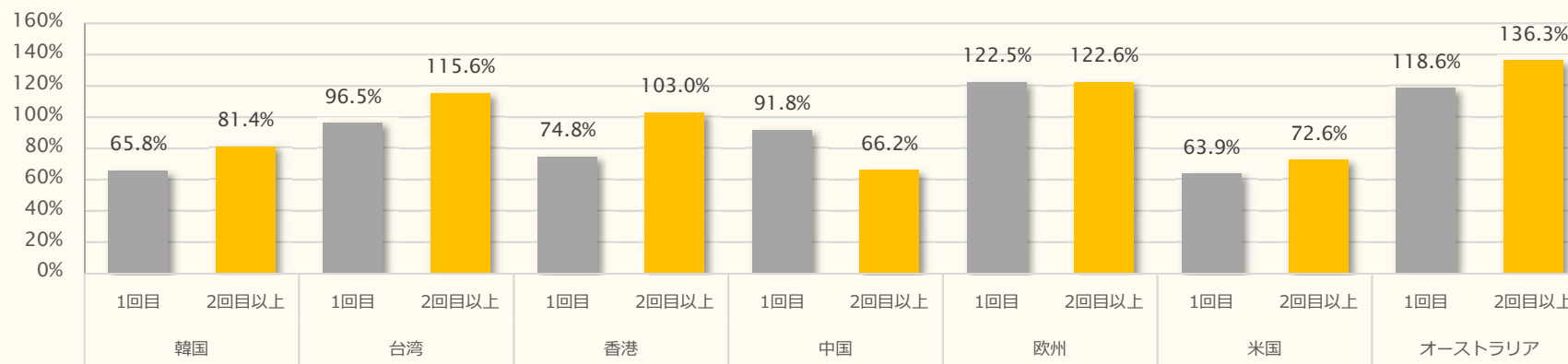


※本ページに記載している数値は2019年に実施した調査サンプルを対象とし、訪日外客数(クルーズ客を除く)による国籍・地域別および四半期別ウェイトバック処理を実施した上で、観光・レジャー目的の分析を行ったものである。
※「全国籍・地域」は韓国、台湾、香港、中国、タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナム、インド、英国、ドイツ、フランス、イタリア、スペイン、ロシア、米国、カナダ、オーストラリア、その他を含む。

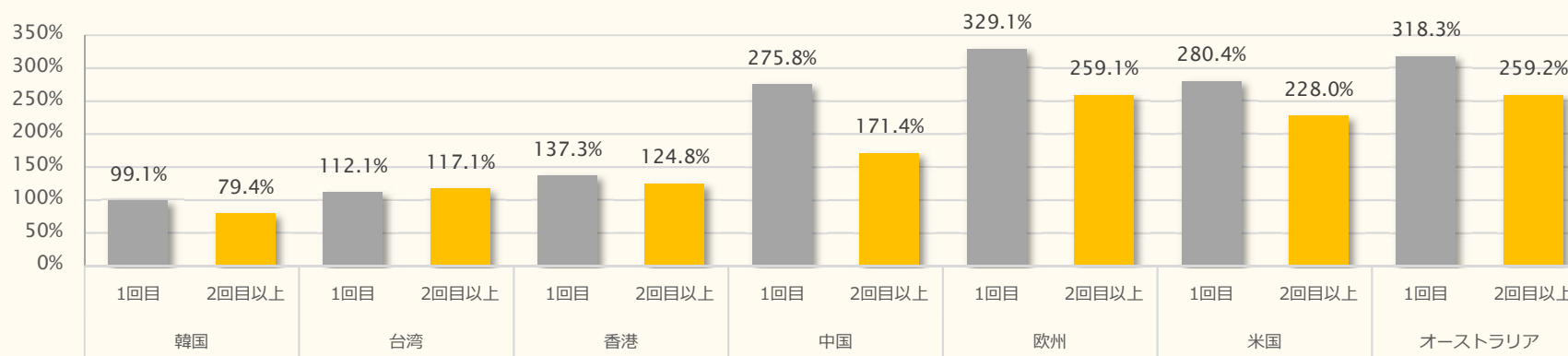
【概要】訪日回数別の訪問地(観光・レジャー目的)

- 地方部の延べ訪問率は、中国を除く国籍・地域で訪日回数「2回目以上」の訪日リピーターが高い。
- 三大都市圏の延べ訪問率は、台湾を除く国籍・地域で訪日回数「1回目」が高い。

訪問回数別地方部の延べ訪問率【観光・レジャー目的】



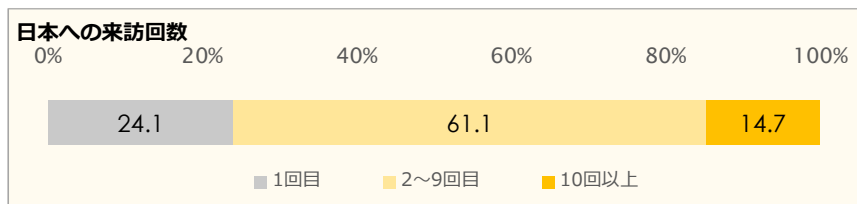
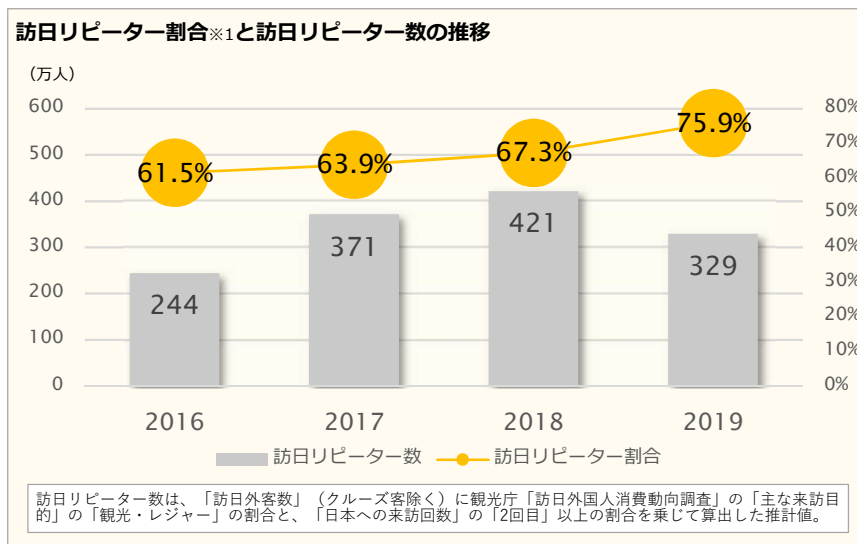
訪問回数別三大都市圏の延べ訪問率【観光・レジャー目的】



※本ページに記載している数値は2019年に実施した調査サンプルを対象とし、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実施した上で、観光・レジャー目的の分析を行ったものである。
 ※「国籍・地域」は韓国、台湾、香港、中国、タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナム、インド、英国、ドイツ、フランス、イタリア、スペイン、ロシア、米国、カナダ、オーストラリア、その他を含む。

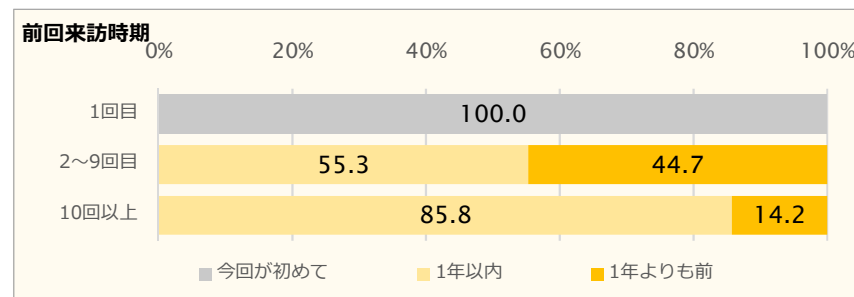
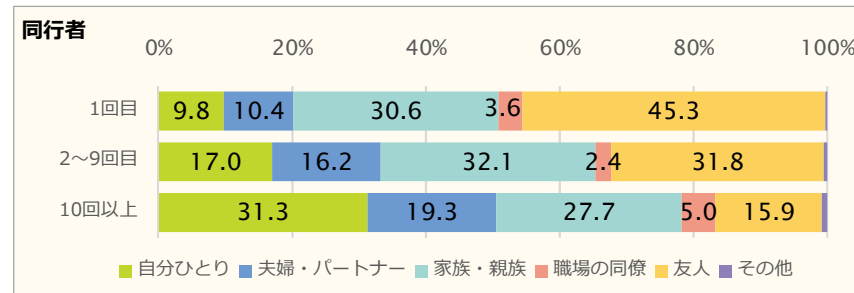
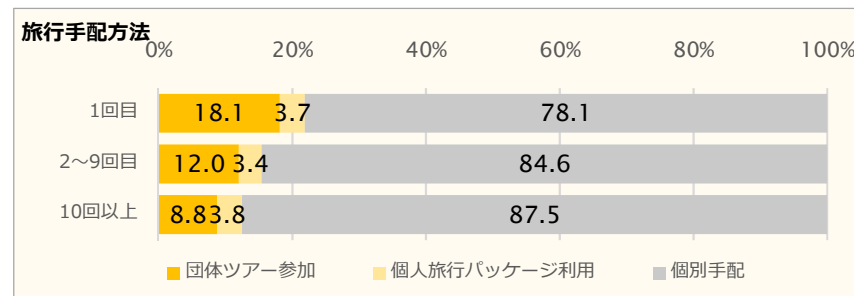
【韓国】旅行内容(観光・レジャー目的)

- 観光・レジャー目的の訪日リピーター割合は2016年以降増加しており、2019年は75.9%となった。訪日リピーター数は2016年以降増加していたが、2019年は329万人（対前年78.1%）と減少した。
- 同行者では、訪日回数が増えると「自分ひとり」の割合が高くなり、「友人」の割合が低くなる。



性年代

	1回目	2～9回目	10回以上
1位	男性20～29歳	35.6% 女性20～29歳	23.3% 男性30～39歳
2位	女性20～29歳	19.1% 男性20～29歳	22.0% 女性30～39歳
3位	男性30～39歳	10.1% 男性30～39歳	13.0% 男性40～49歳
			11.3%



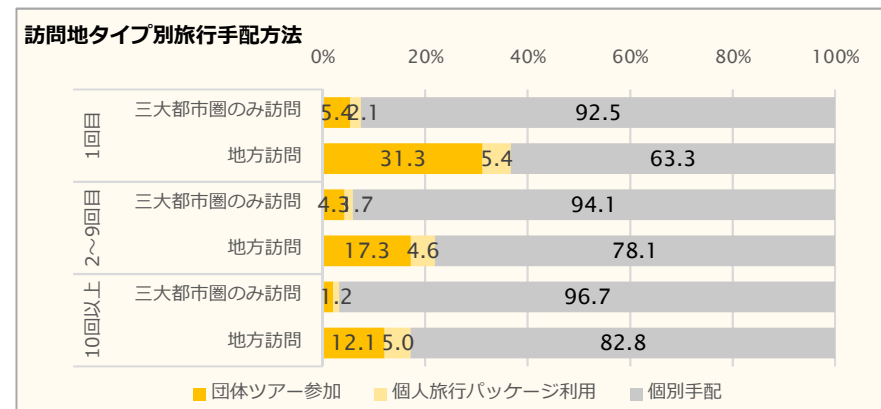
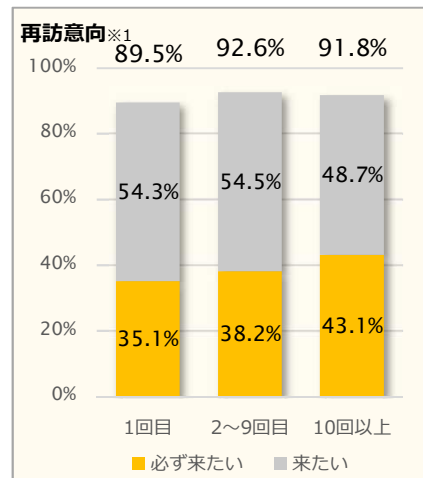
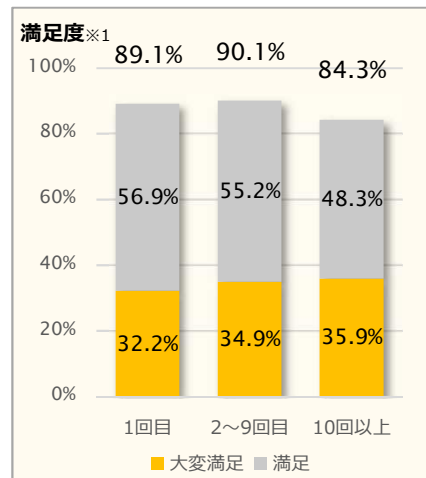
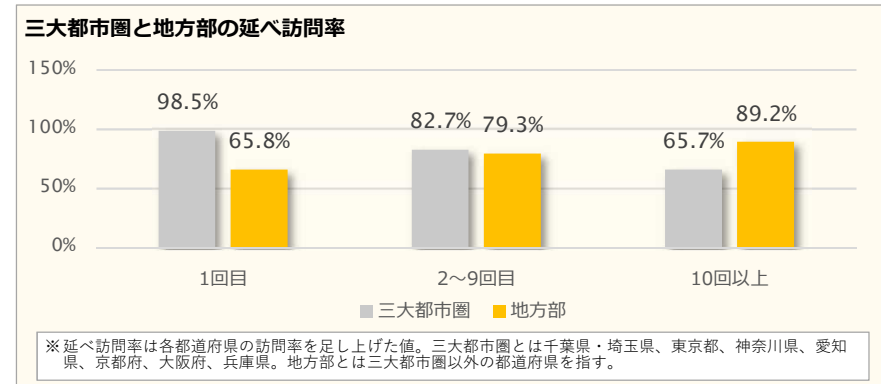
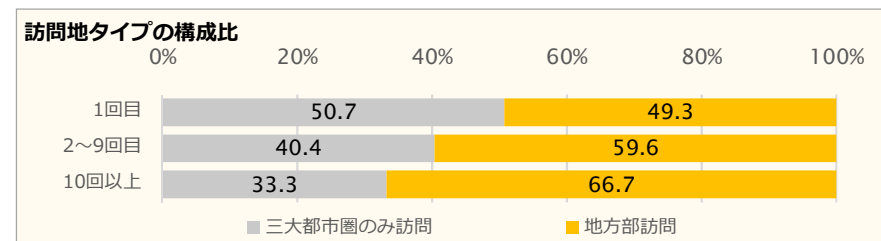
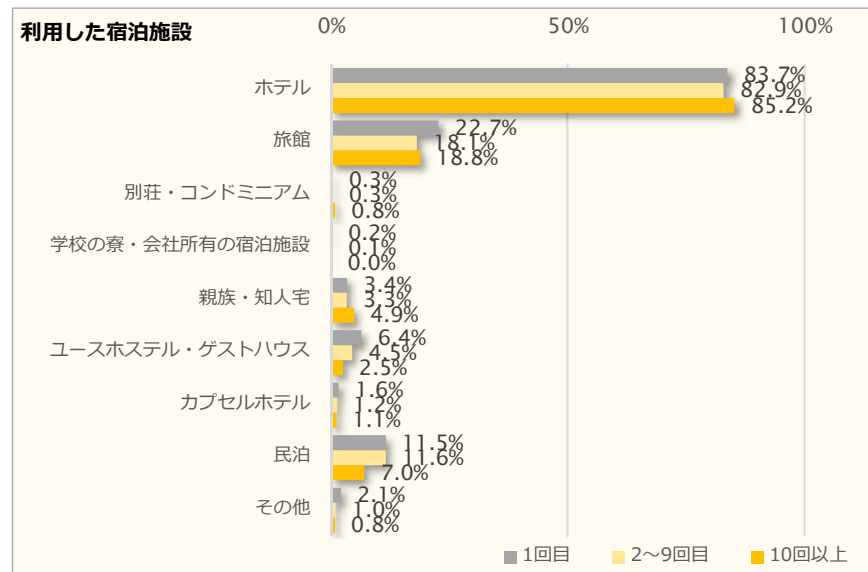
平均泊数

来訪回数	平均泊数
1回目	3.1泊
2～9回目	3.2泊
10回以上	3.9泊

※1：数値は2016～2019年の調査サンプルを対象とし、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実施した上で、観光・レジャー目的の分析を行ったものである。
※本ページに記載している数値は2019年に実施した調査サンプルを対象とし、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実施した上で、観光・レジャー目的の分析を行ったものである。

【韓国】旅行内容・訪問地(観光・レジャー目的)

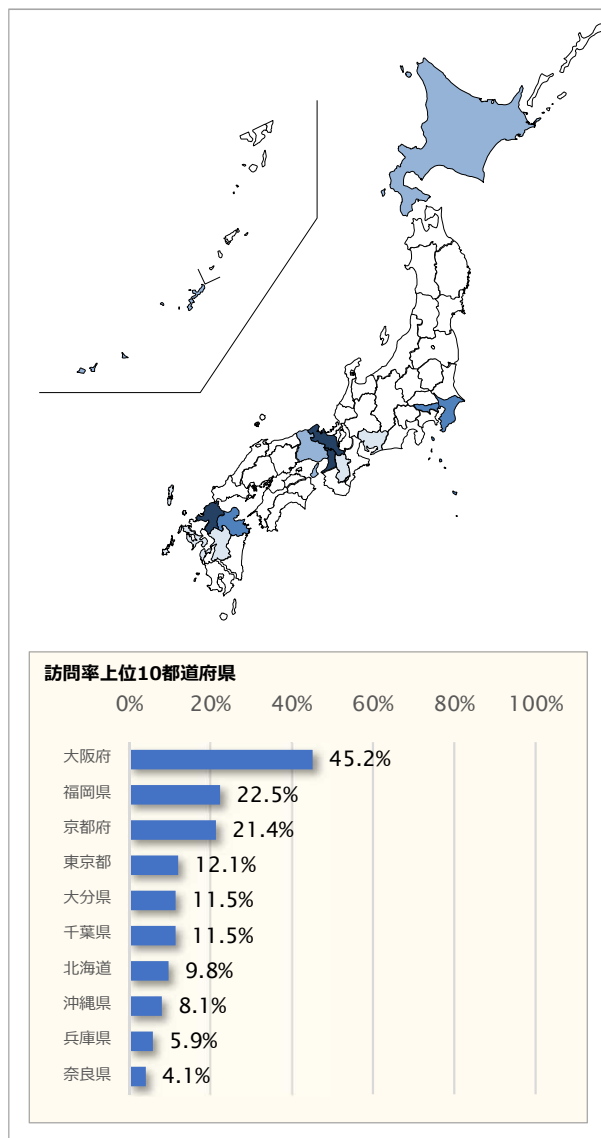
- 満足度、再来訪意向ともに「2～9回目」が高い。
- 訪問地タイプの構成比では、訪日回数が増えると「三大都市圏のみ訪問」の割合が低くなり、「地方部訪問」の割合が高くなる。



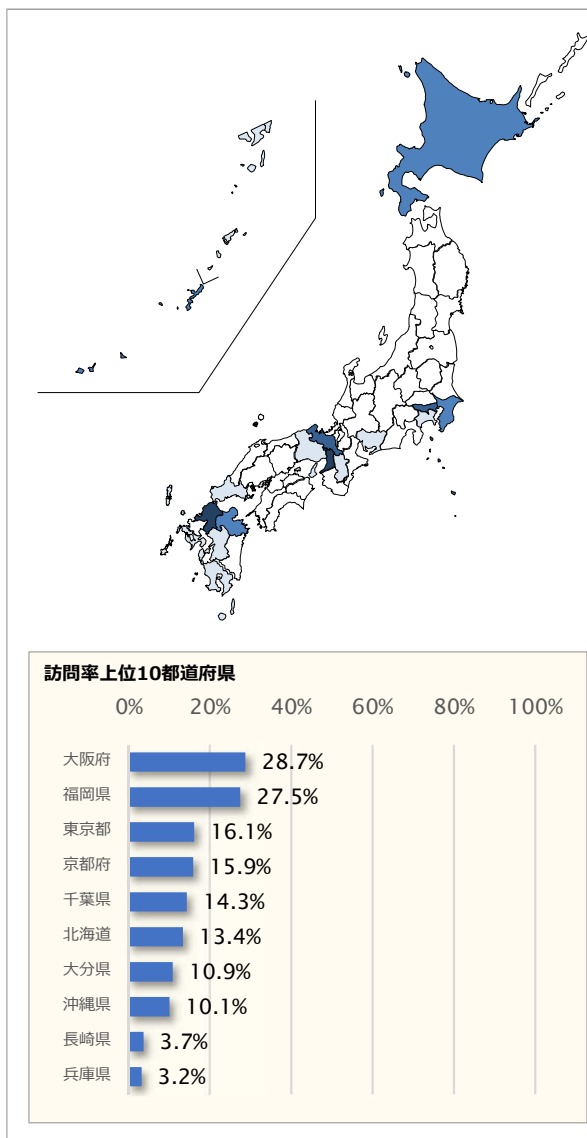
【韓国】訪問地(観光・レジャー目的)

- 訪日回数の増加に伴い訪問地が多様化するものの、台湾（P.16）及び香港（P.20）と比べて拡がりは限定的である。

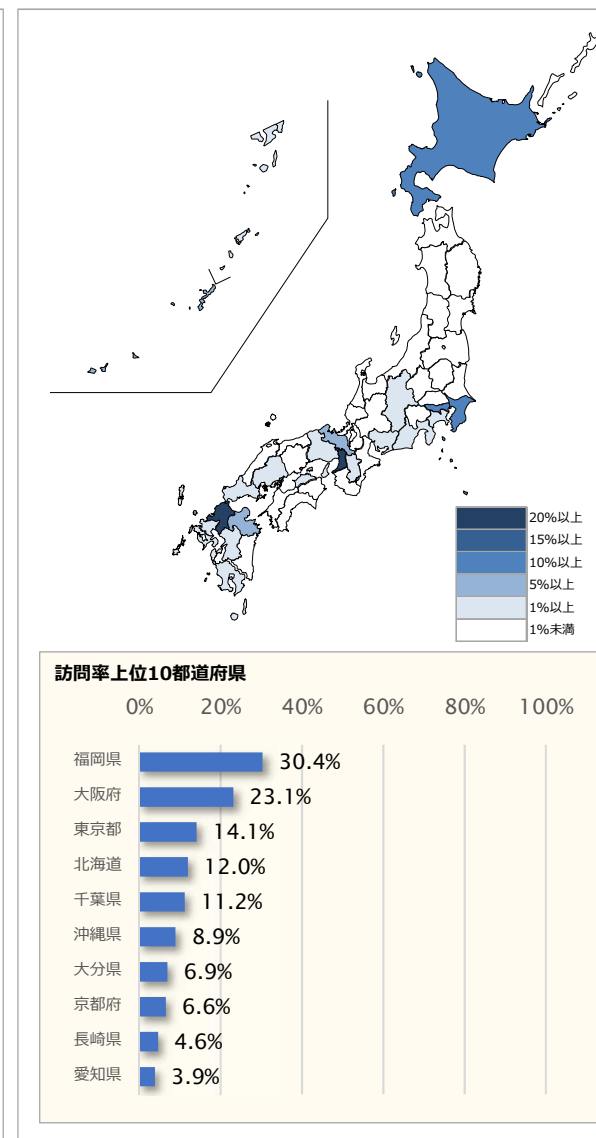
1回目



2～9回目



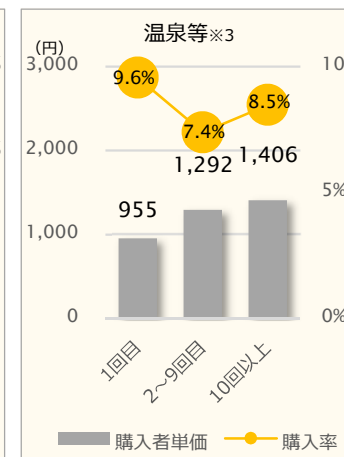
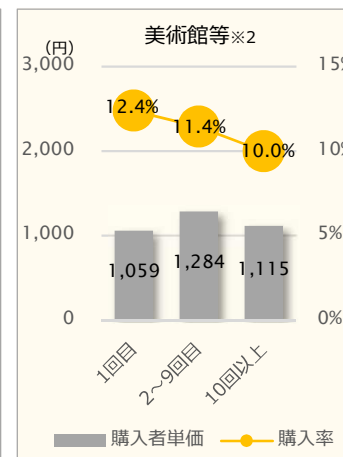
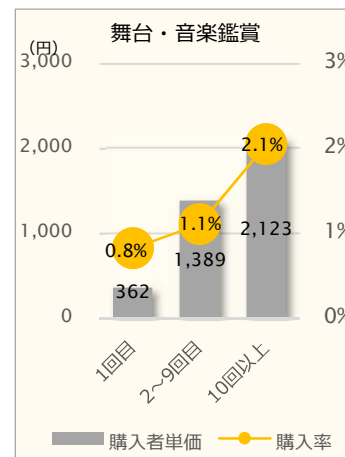
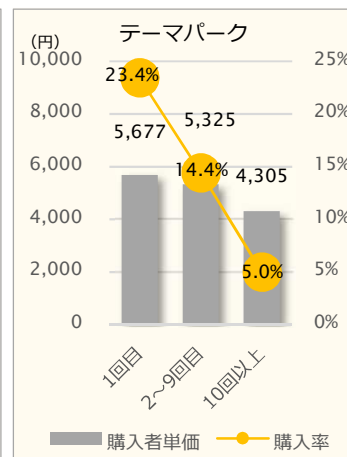
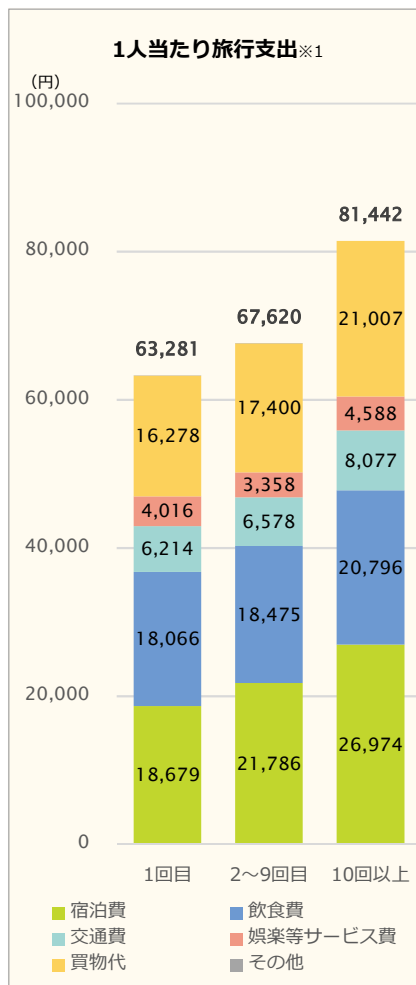
10回以上



【韓国】消費動向(観光・レジャー目的)

- 訪日回数が増えると1人あたり旅行支出の総額が増えており、「10回以上」では8.1万円と1回目に比べて約1.8万円程度高い。
- 娯楽等サービス費では、訪日回数が増えると、「舞台・音楽鑑賞」の購入率と購入者単価が高くなる。
- 買物代では、訪日回数が増えると、「衣類」の購入率と購入者単価が高くなる。

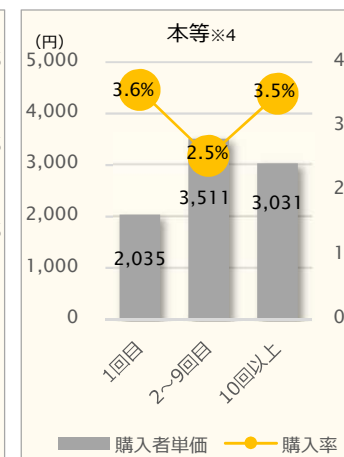
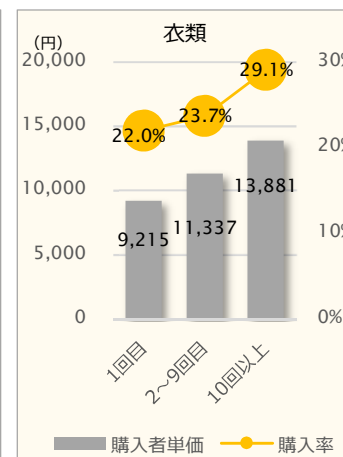
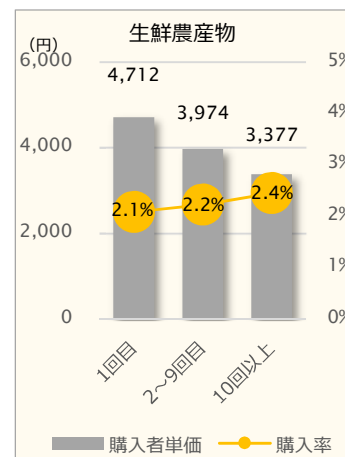
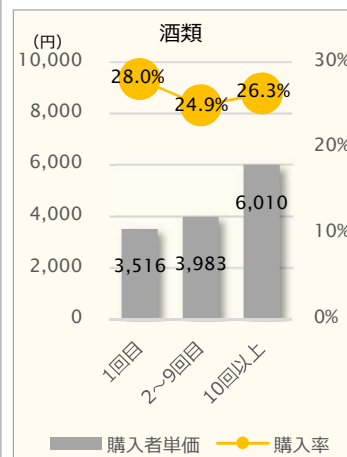
娯楽等サービス費の購入率と購入者単価



※2: 美術館、博物館、動物園、水族館

※3: 温泉、温浴施設、エステ、リラクゼーション

買物代の購入率と購入者単価



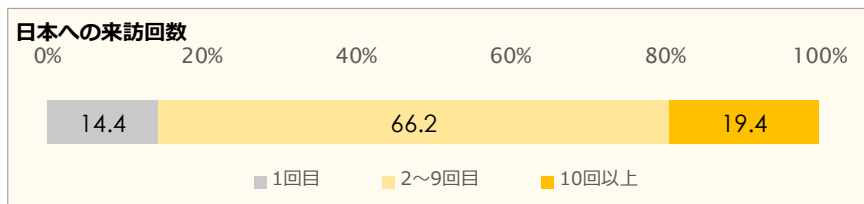
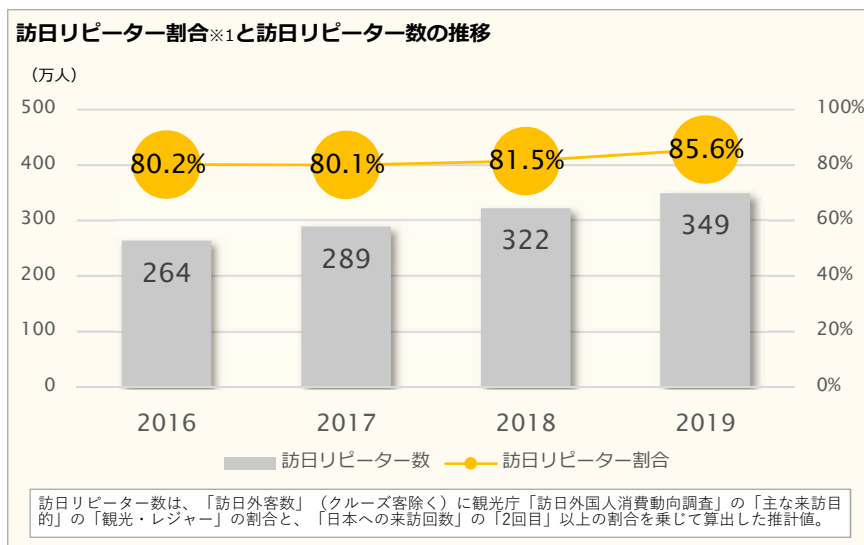
※4: 本・雑誌・ガイドブック等

※1: パッケージツアー参加費に含まれる日本国内収入分を含む

※本ページに記載している数値は2019年に実施した調査サンプルを対象とし、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実施した上で、観光・レジャー目的の分析を行ったものである。

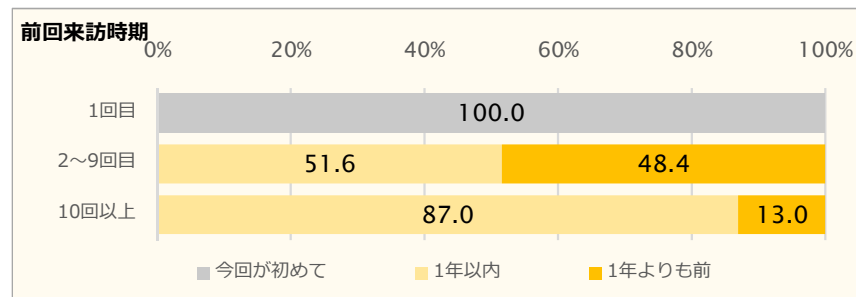
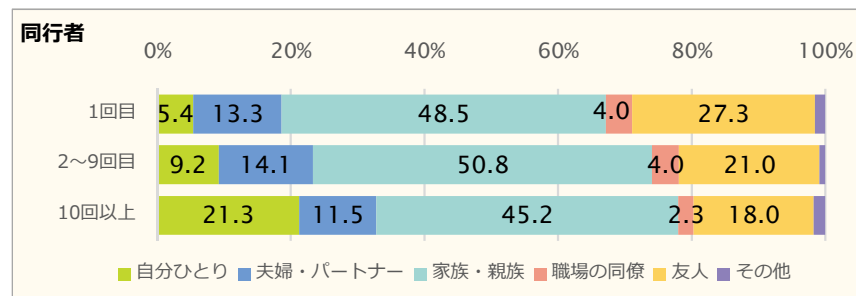
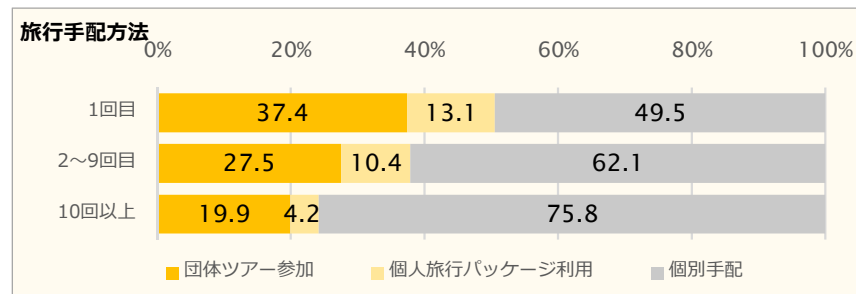
【台湾】旅行内容(観光・レジャー目的)

- 観光・レジャー目的の訪日リピーター割合、訪日リピーター数ともに2016年以降、年々増加している。
- 同行者では、「家族・親族」の割合が訪日回数に関係なく半数程度を占めており、訪日回数が増えると「自分ひとり」の割合が高くなり、「友人」の割合が低くなる。



性年代

		1回目	2～9回目	10回以上
1位	女性20～29歳	21.3%	女性30～39歳	20.3%
			女性40～49歳	19.6%
2位	男性20～29歳	19.0%	女性20～29歳	15.3%
			女性30～39歳	19.2%
3位	女性30～39歳	16.4%	男性30～39歳	13.7%
			男性30～39歳	14.2%



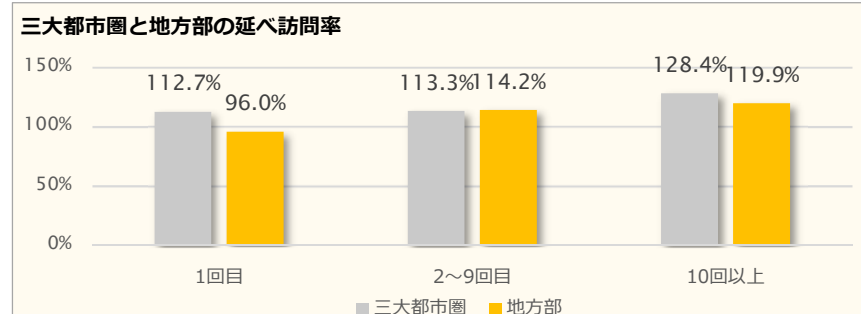
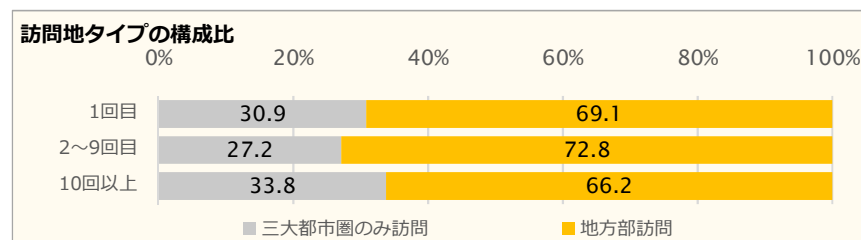
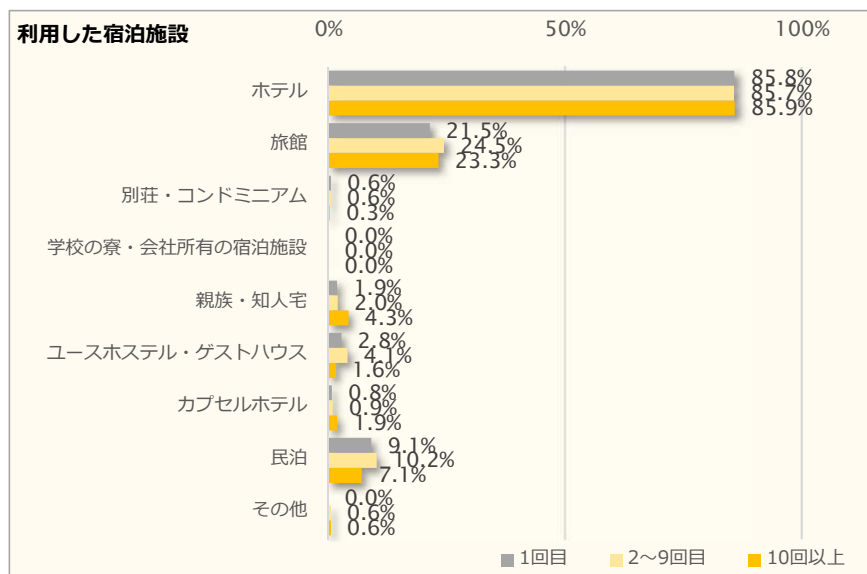
平均泊数

来訪回数	平均泊数
1回目	4.3泊
2～9回目	5.2泊
10回以上	5.5泊

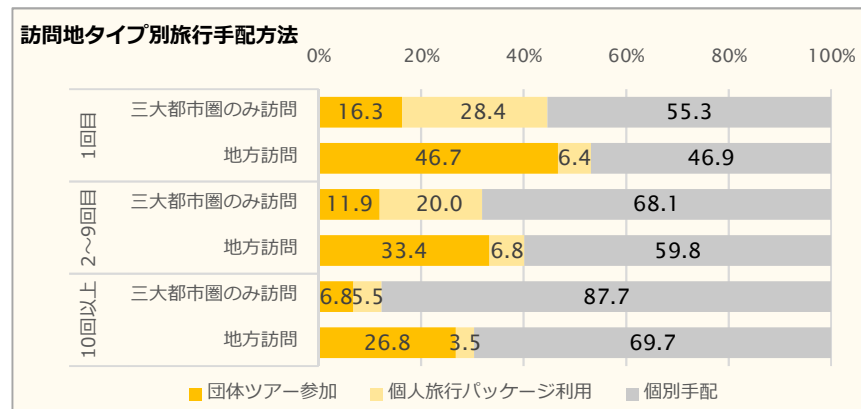
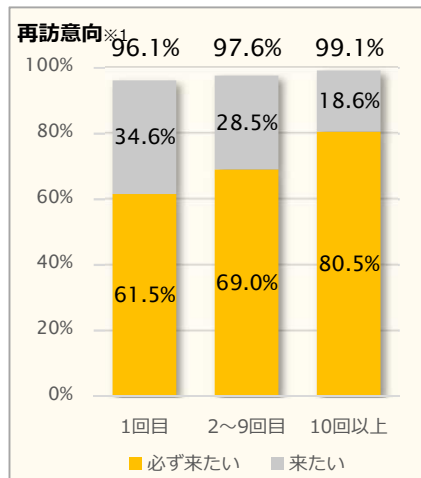
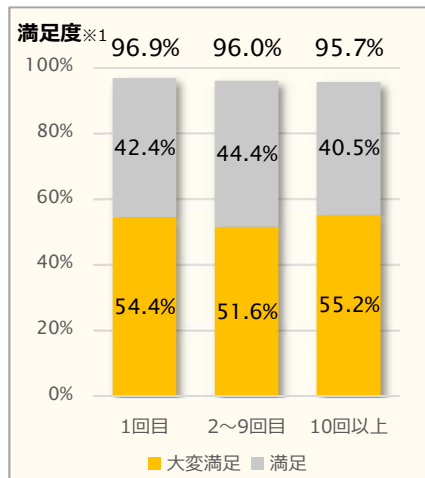
※1：数値は2016～2019年の調査サンプルを対象とし、訪日外客数（クルーズ客を除く）による国籍・地域別および四半期別ウェイトバック処理を実施した上で、観光・レジャー目的の分析を行ったものである。
※本ページに記載している数値は2019年に実施した調査サンプルを対象とし、訪日外客数（クルーズ客を除く）による国籍・地域別および四半期別ウェイトバック処理を実施した上で、観光・レジャー目的の分析を行ったものである。

【台湾】旅行内容・訪問地(観光・レジャー目的)

- 利用した宿泊施設では、「10回以上」の「親族・知人宅」の利用率が高い。
- 訪日回数が増えると、満足した人の割合は減少する一方、再来訪意向がある人の割合は増加する。
- 訪日リピーターのうち、地方を訪問した人の約3割が「団体ツアー参加」している。



※延べ訪問率は各都道府県の訪問率を足し上げた値。三大都市圏とは千葉県・埼玉県・東京都、神奈川県、愛知県、京都府、大阪府、兵庫県。地方部とは三大都市圏以外の都道府県を指す。

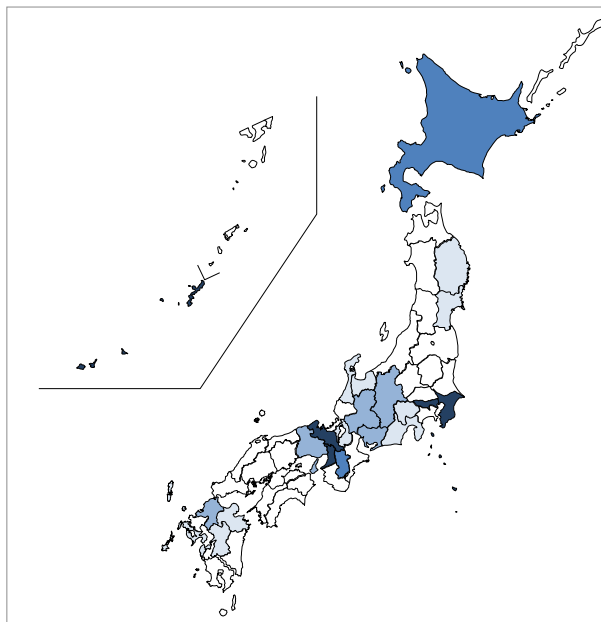


※1：満足度は「大変満足」「満足」を、再訪意向は「必ず来たい」「来たい」を足し合わせた値。
※本ページに記載している数値は2019年に実施した調査サンプルを対象とし、訪日外客数（クルーズ客を除く）による国籍・地域別および四半期別ウェイトバック処理を実施した上で、観光・レジャー目的の分析を行ったものである。

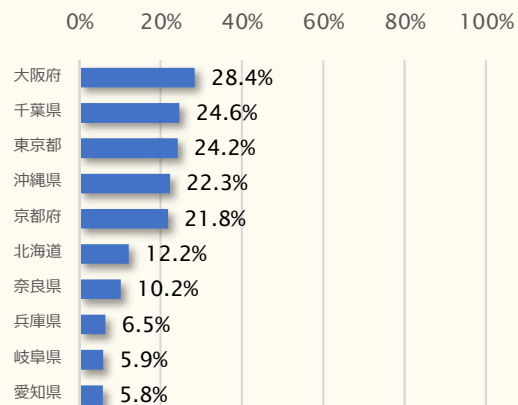
【台湾】訪問地(観光・レジャー目的)

- 訪日回数の増加に伴い訪問地が多様化し、全国に広がっている。

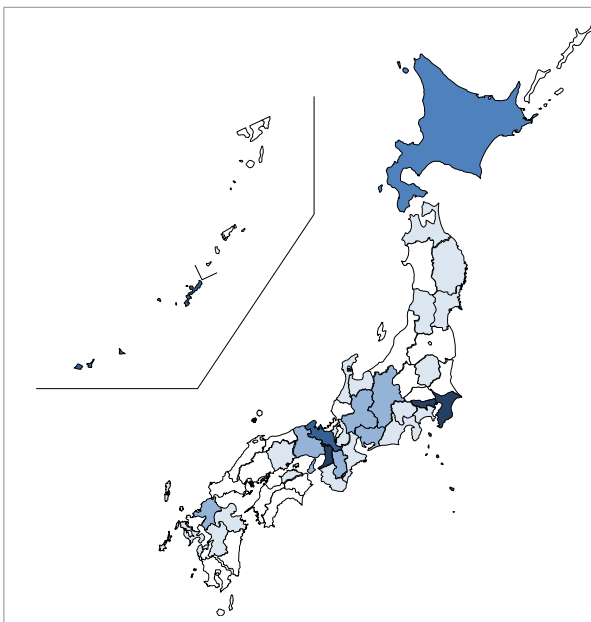
1回目



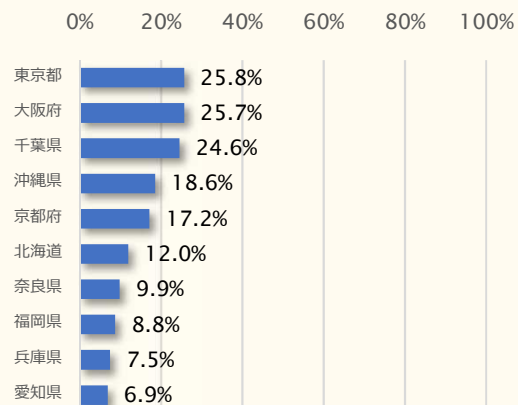
訪問率上位10都道府県



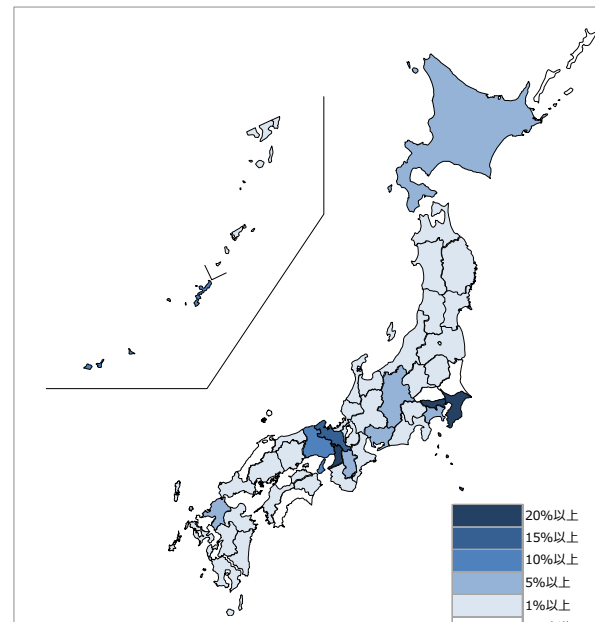
2～9回目



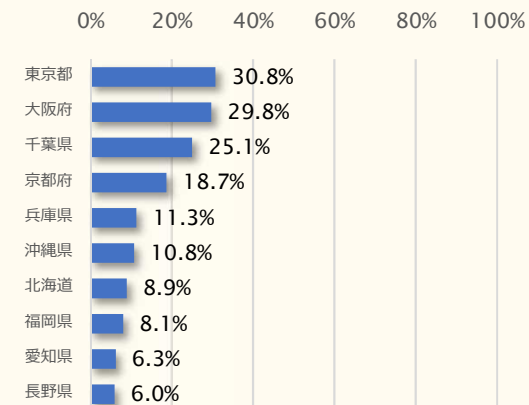
訪問率上位10都道府県



10回以上



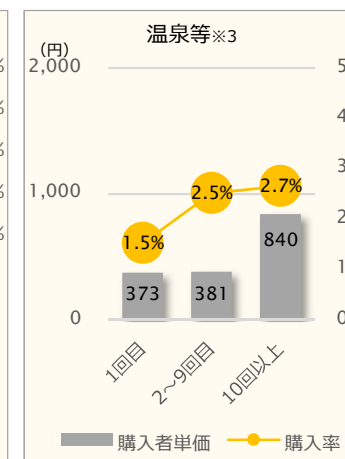
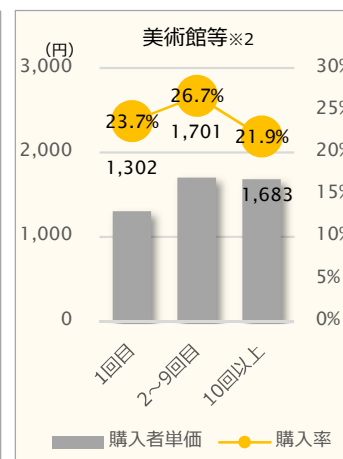
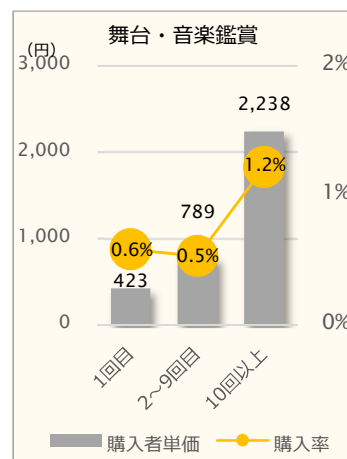
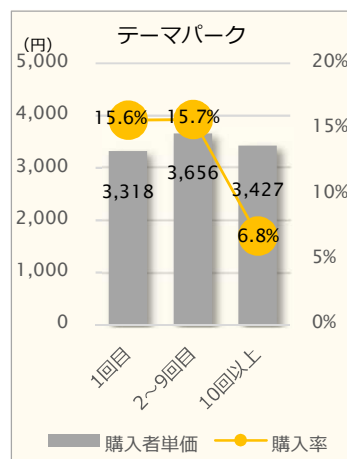
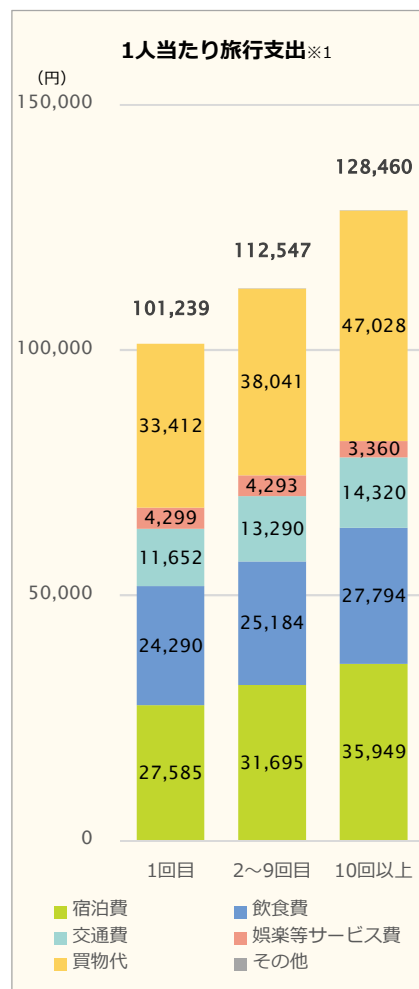
訪問率上位10都道府県



【台湾】消費動向(観光・レジャー目的)

- 訪日回数が増えると1人あたり旅行支出の総額が増えており、「10回以上」では12.8万円と1回目に比べて約2.7万円程度高い。
- 買物代では、訪日回数が増えると、「衣類」の購入率と購入者単価が高くなる。

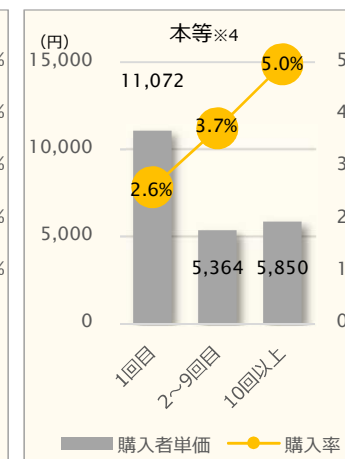
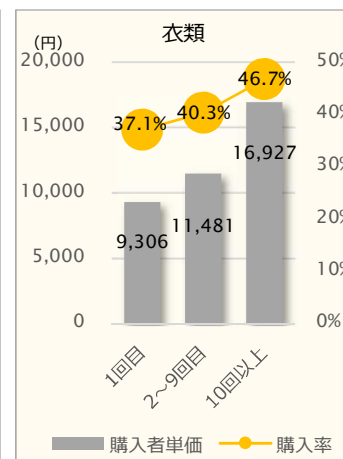
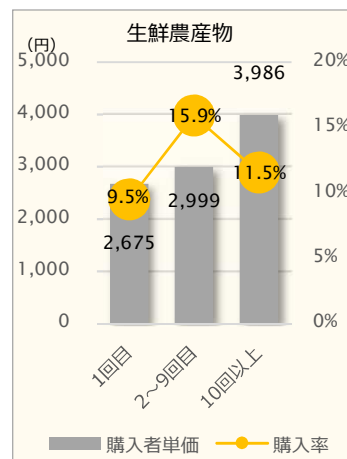
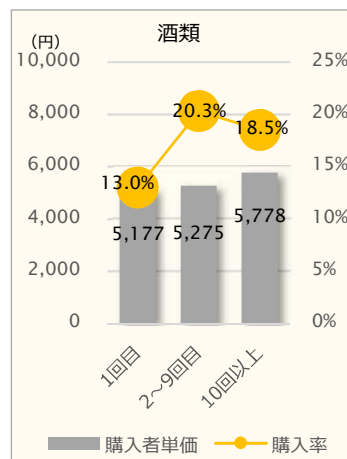
娯楽等サービス費の購入率と購入者単価



※2: 美術館、博物館、動物園、水族館

※3: 温泉、温浴施設、エステ、リラクゼーション

買物代の購入率と購入者単価

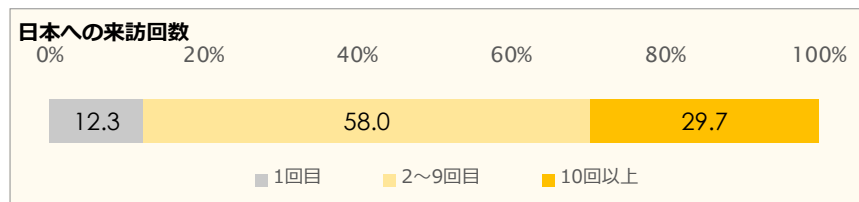
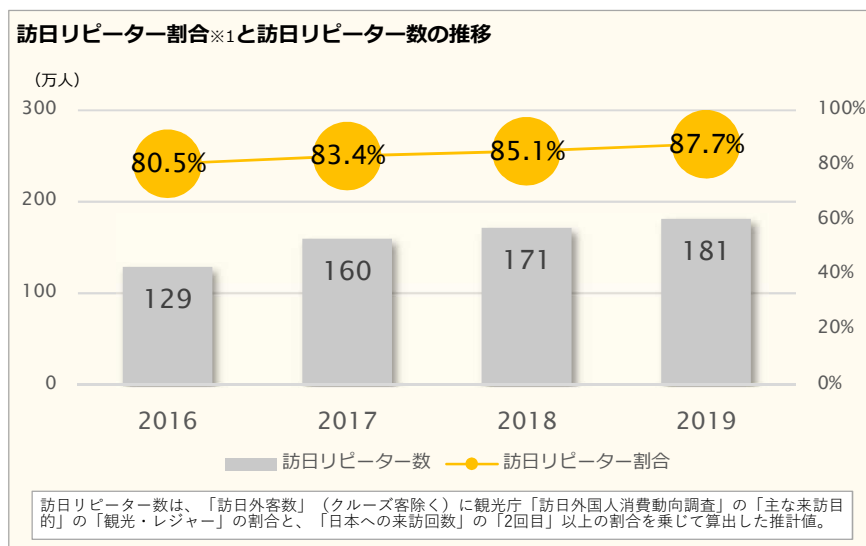


※4: 本・雑誌・ガイドブック等

※本ページに記載している数値は2019年に実施した調査サンプルを対象とし、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実施した上で、観光・レジャー目的の分析を行ったものである。

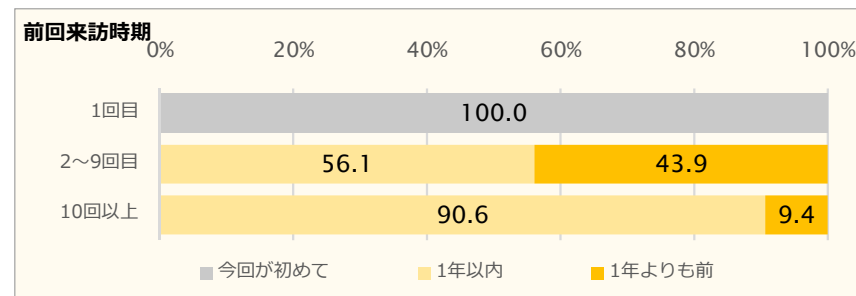
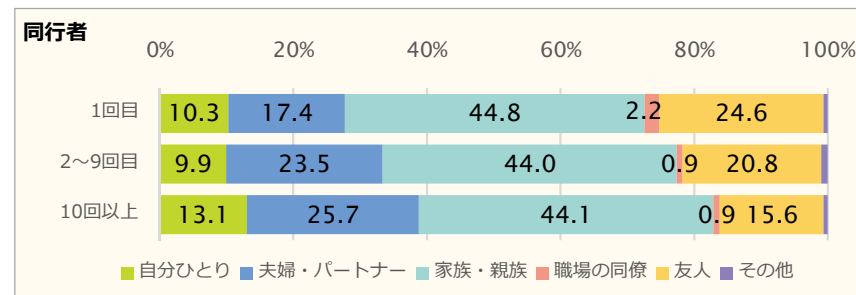
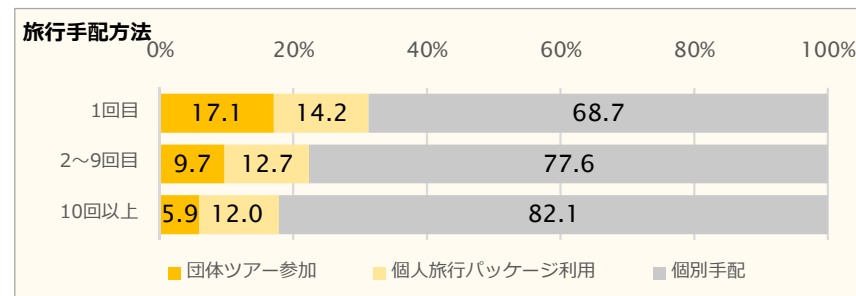
【香港】旅行内容(観光・レジャー目的)

- 観光・レジャー目的の訪日リピーター割合、訪日リピーター数ともに2016年以降、年々増加している。
- 同行者では、訪日回数に関係なく、「家族・親族」が4割程度、訪日回数が増えると「夫婦・パートナー」の割合が高くなる。
- 前回来訪時期では「10回以上」の約9割が「1年以内」となっている。



性年代

	1回目	2～9回目	10回以上
1位	男性20～29歳 20.0%	女性30～39歳 15.8%	女性40～49歳 16.3%
2位	女性20～29歳 18.3%	女性20～29歳 14.7%	女性30～39歳 16.0%
3位	男性30～39歳 14.4%	男性20～29歳 13.5%	女性50～59歳 14.4%



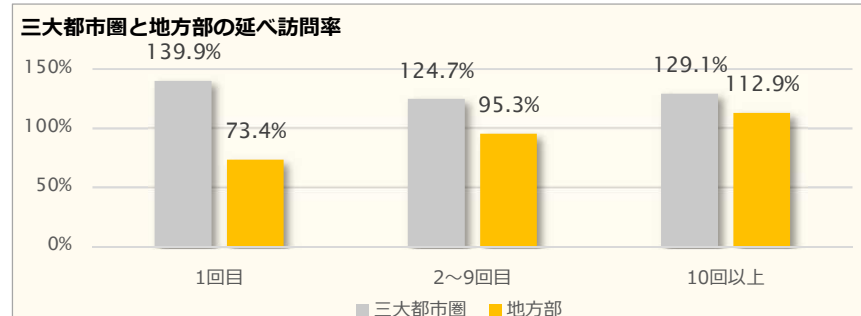
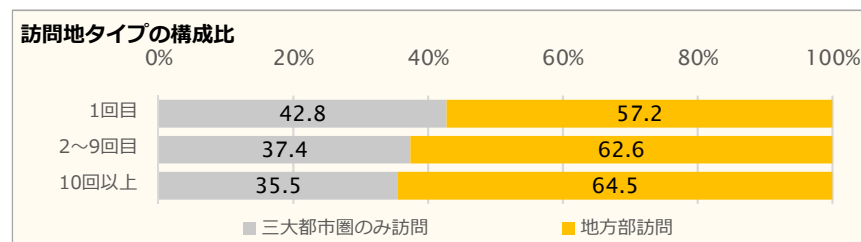
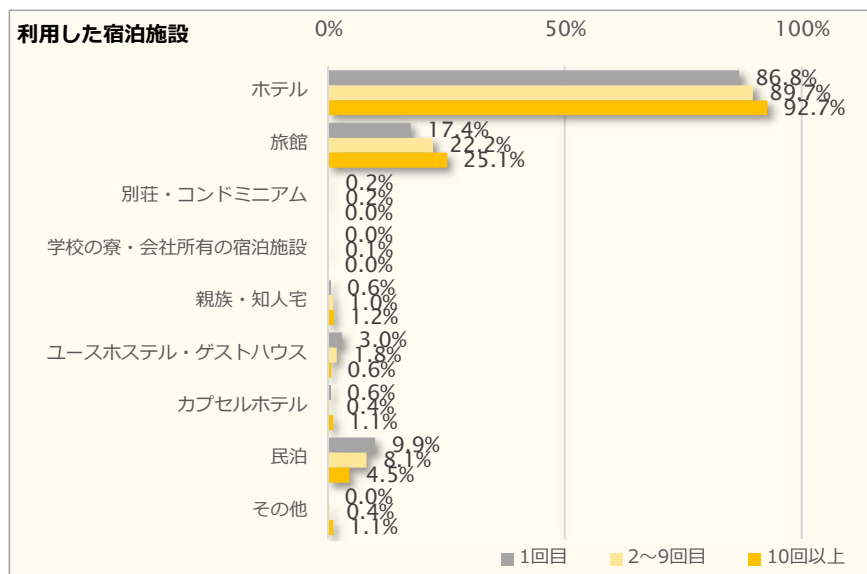
平均泊数

来訪回数	平均泊数
1回目	5.3泊
2～9回目	5.4泊
10回以上	5.9泊

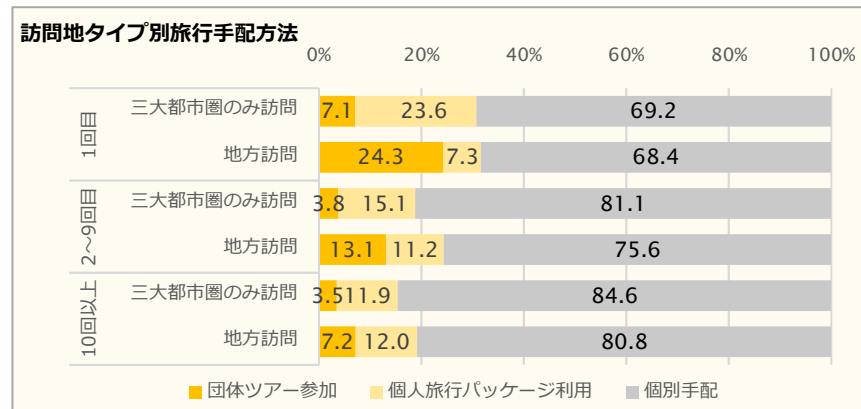
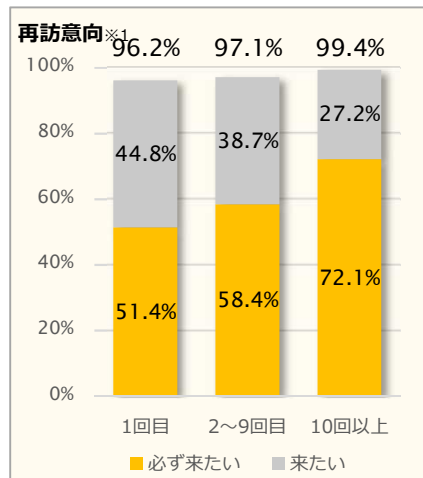
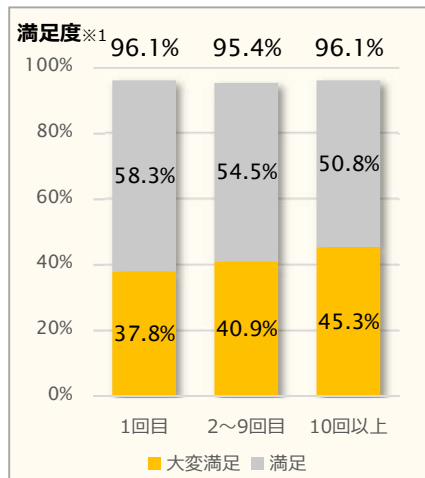
※1：数値は2016～2019年の調査サンプルを対象とし、訪日外客数（クルーズ客を除く）による国籍・地域別および四半期別ウェイトバック処理を実施した上で、観光・レジャー目的の分析を行ったものである。
※本ページに記載している数値は2019年に実施した調査サンプルを対象とし、訪日外客数（クルーズ客を除く）による国籍・地域別および四半期別ウェイトバック処理を実施した上で、観光・レジャー目的の分析を行ったものである。

【香港】旅行内容・訪問地(観光・レジャー目的)

- 利用した宿泊施設では、訪日回数が増えると「ホテル」「旅館」の利用率が高くなる。一方で「民泊」の利用率は低くなる。
- 訪問地タイプの構成比では、訪日回数が増えると「三大都市圏のみ訪問」の割合が低くなり、「地方部訪問」の割合が高くなる。
- 訪日回数が増えると、地方部の延べ訪問率が増加する。



※延べ訪問率は各都道府県の訪問率を足し上げた値。三大都市圏とは千葉県・埼玉県・東京都・神奈川県、愛知県・京都府・大阪府・兵庫県。地方部とは三大都市圏以外の都道府県を指す。

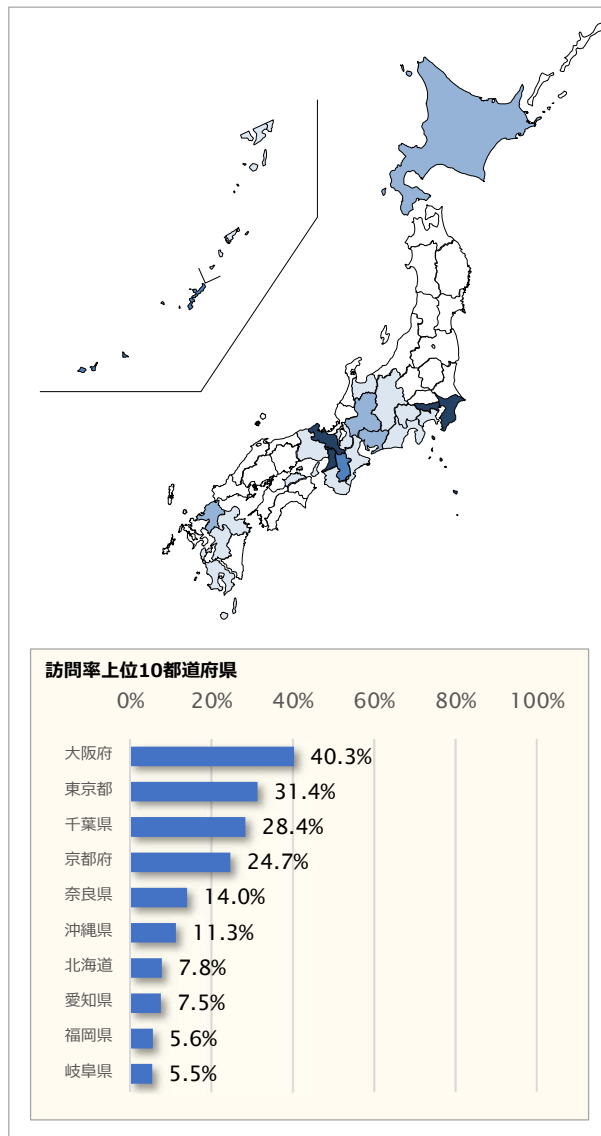


※1：満足度は「大変満足」「満足」を、再訪意向は「必ず来たい」「来たい」を足し合わせた値。
※本ページに記載している数値は2019年に実施した調査サンプルを対象とし、訪日外客数（クルーズ客を除く）による国籍・地域別および四半期別ウェイトバック処理を実施した上で、観光・レジャー目的の分析を行ったものである。

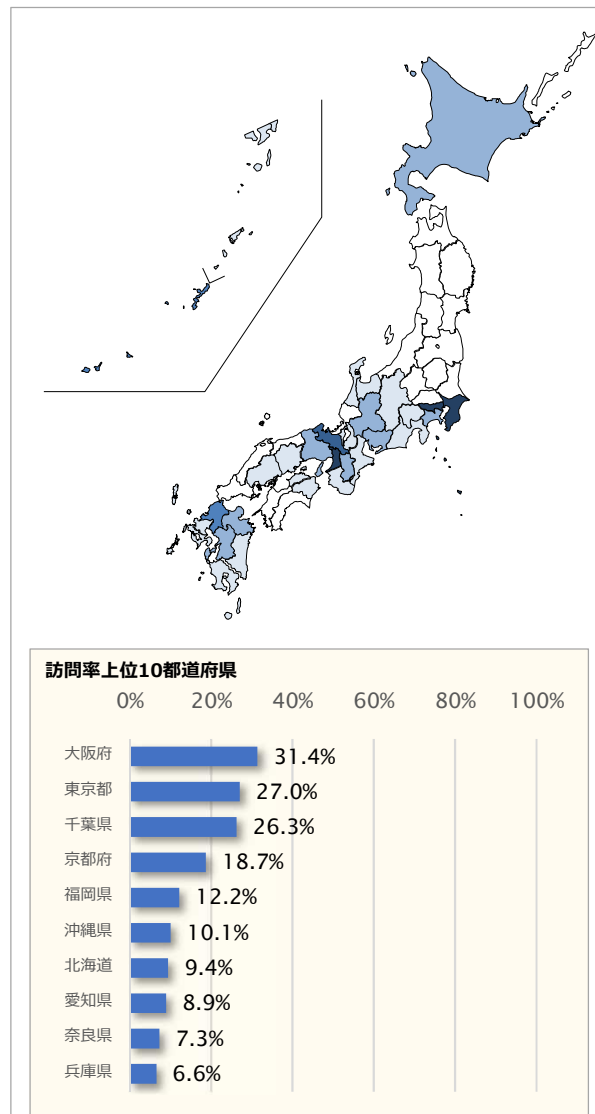
【香港】訪問地(観光・レジャー目的)

- 訪日回数の増加に伴い、訪問地が多様化している。

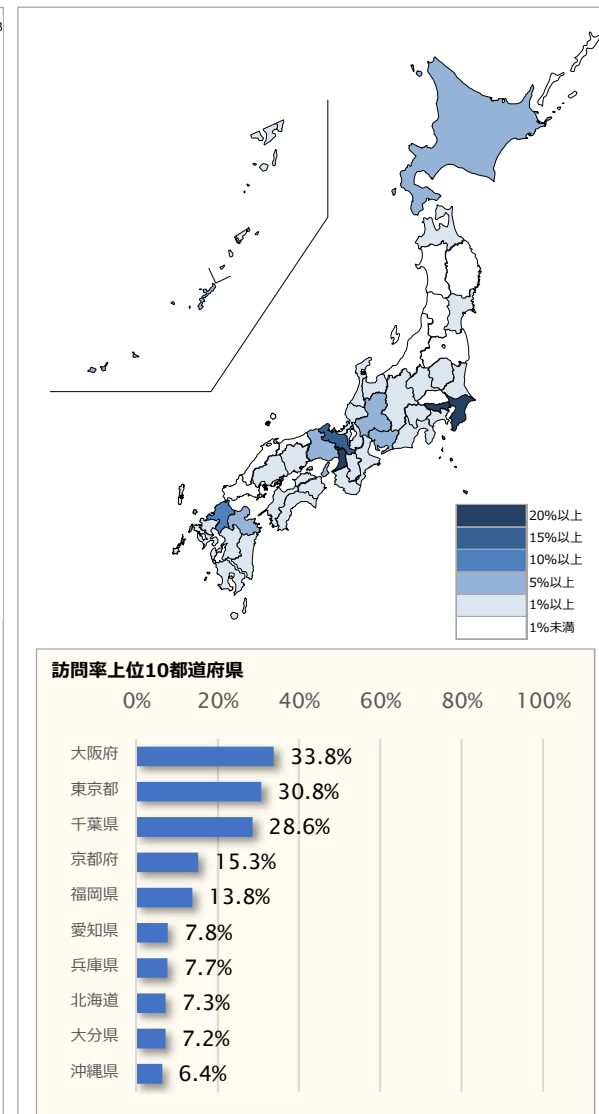
1回目



2～9回目



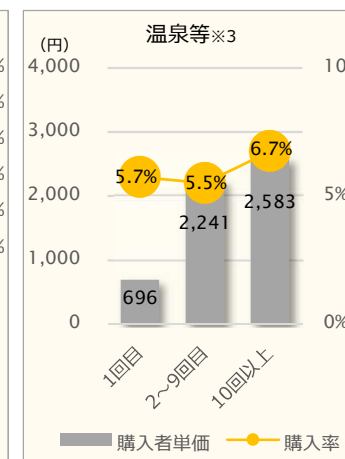
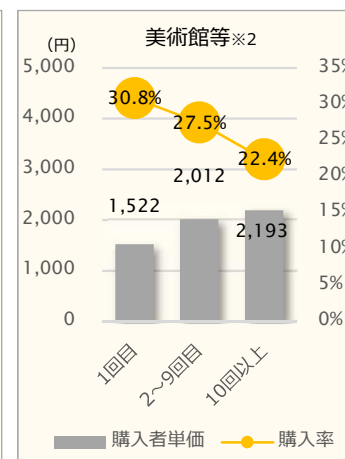
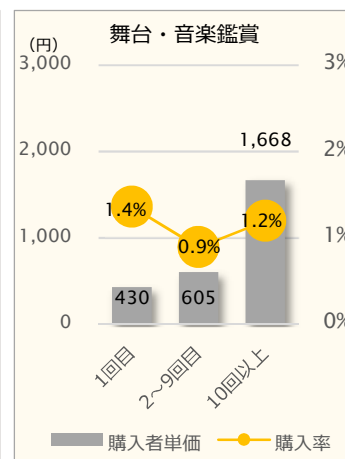
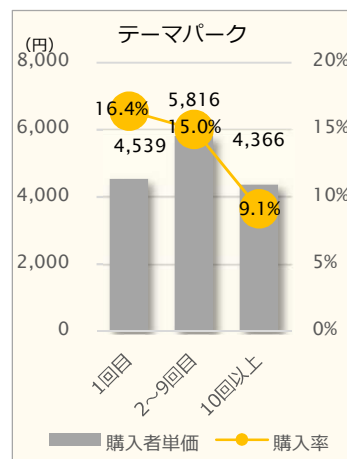
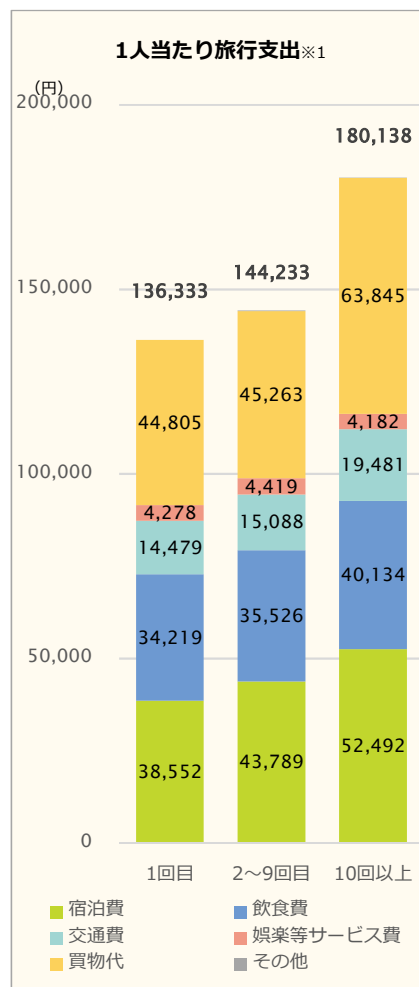
10回以上



【香港】消費動向(観光・レジャー目的)

- 訪日回数が増えると1人あたり旅行支出の総額が増えており、「10回以上」では18万円と1回目比べて約4.4万円程度高い。
- 買物代では、訪日回数が増えると「酒類」「生鮮農産物」「衣類」「本等」の購入率が増加する。また、「酒類」「生鮮農産物」「衣類」は購入者単価も増加する。

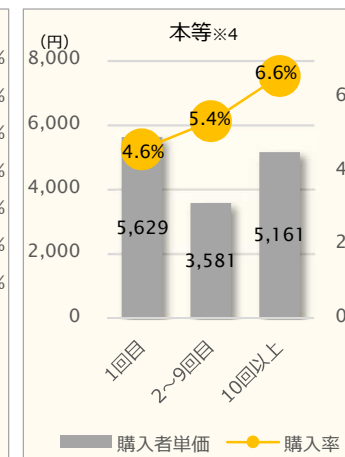
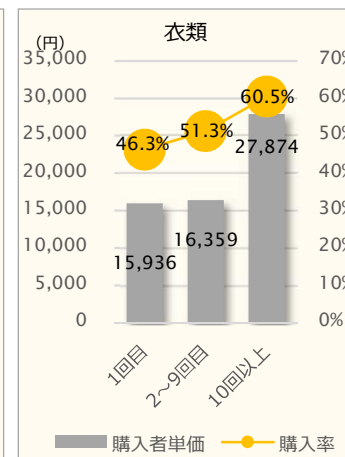
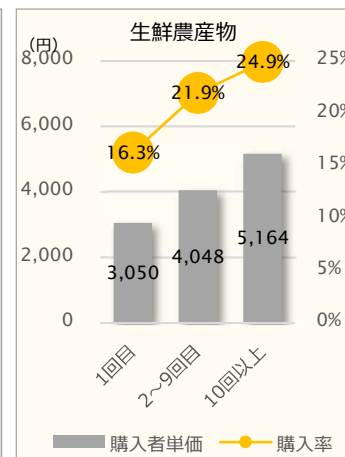
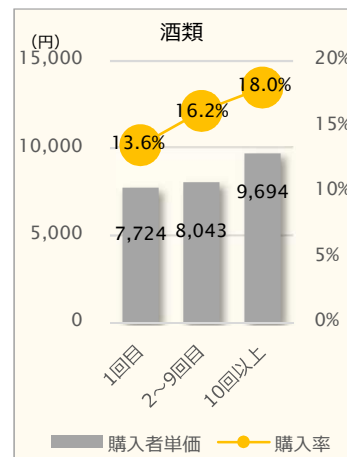
娯楽等サービス費の購入率と購入者単価



※2：美術館、博物館、動物園、水族館

※3：温泉、温浴施設、エステ、リラクゼーション

買物代の購入率と購入者単価



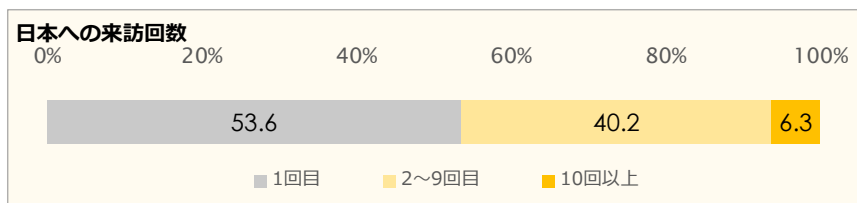
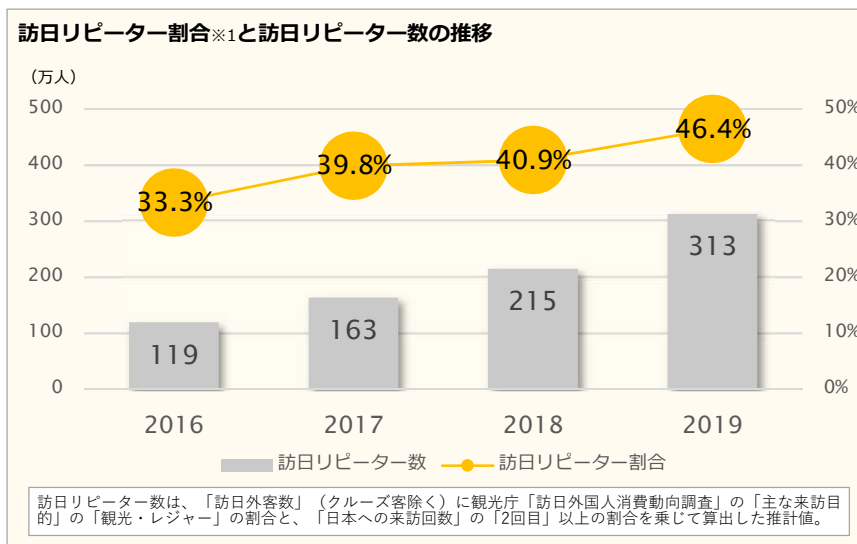
※1：パッケージツアー参加費に含まれる日本国内収入分を含む

※4：本・雑誌・ガイドブック等

※本ページに記載している数値は2019年に実施した調査サンプルを対象とし、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実施した上で、観光・レジャー目的の分析を行ったものである。

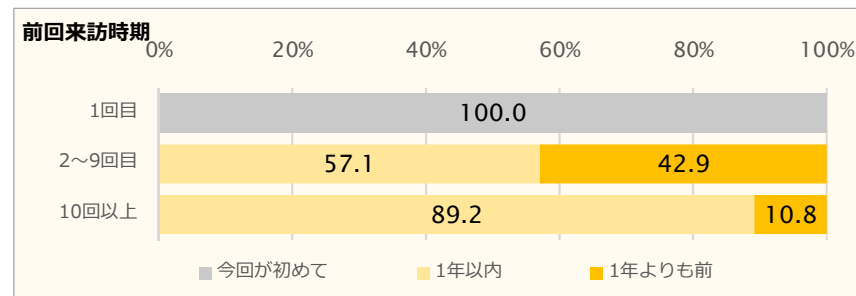
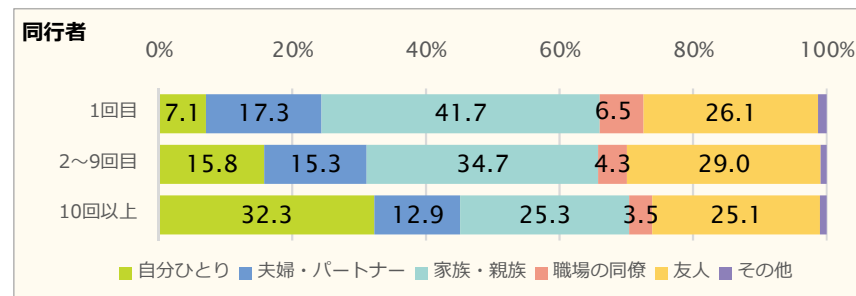
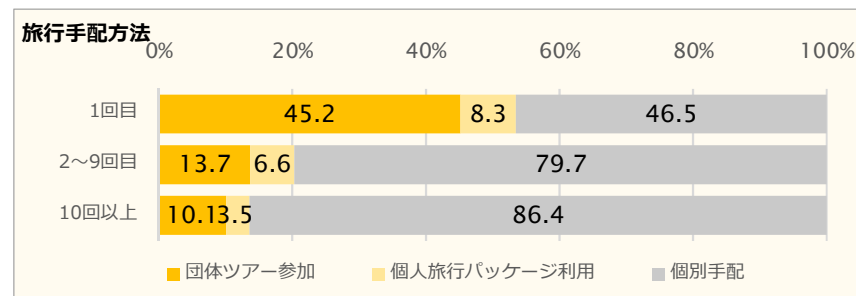
【中国】旅行内容(観光・レジャー目的)

- 観光・レジャー目的の訪日リピーター割合、訪日リピーター数ともに2016年以降、年々増加している。
- 日本への来訪回数では、「1回目」が半数程度となっている。
- 同行者では、訪日回数が増えると「自分ひとり」の割合が高くなり、「家族・親族」の割合が低くなる。



性年代

		1回目	2～9回目	10回以上
1位	女性20～29歳	22.9%	女性30～39歳	29.1%
2位	女性30～39歳	20.0%	女性20～29歳	21.5%
3位	男性30～39歳	14.7%	男性30～39歳	16.0%



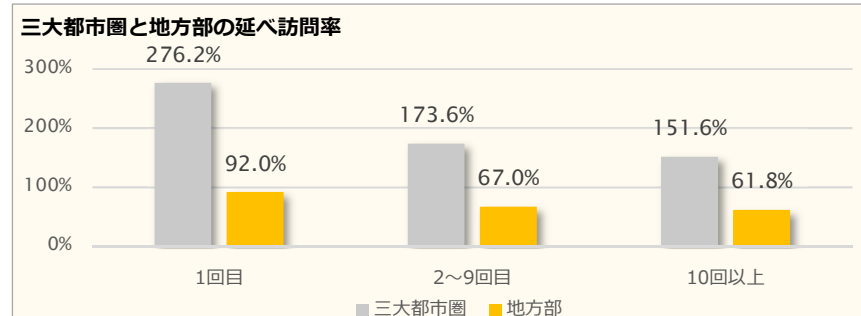
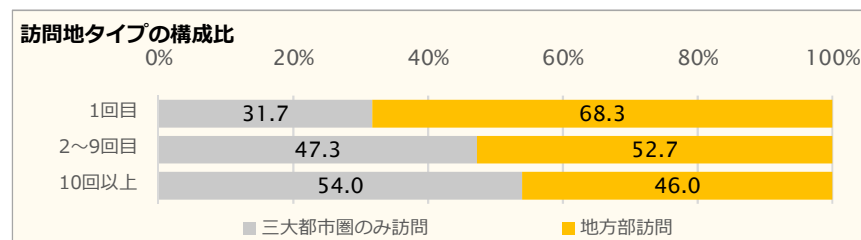
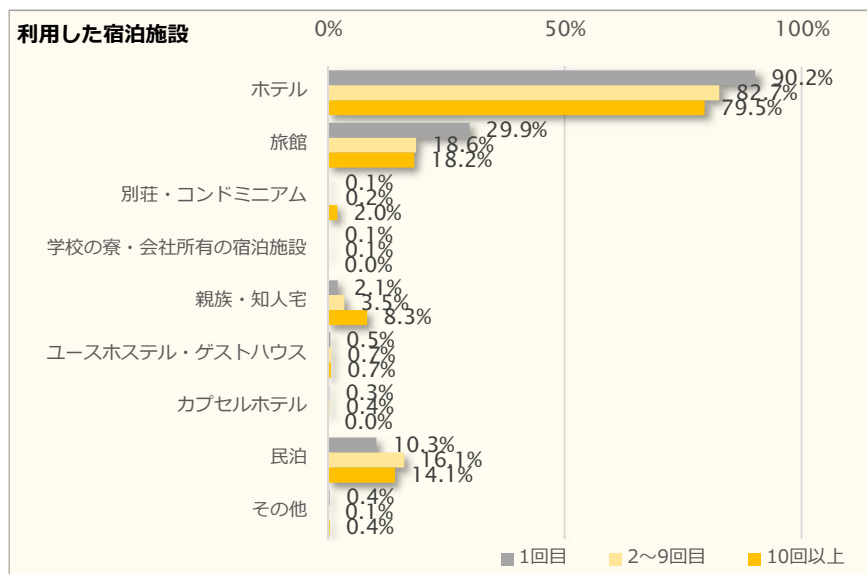
平均泊数

来訪回数	平均泊数
1回目	5.8泊
2～9回目	6.0泊
10回以上	5.6泊

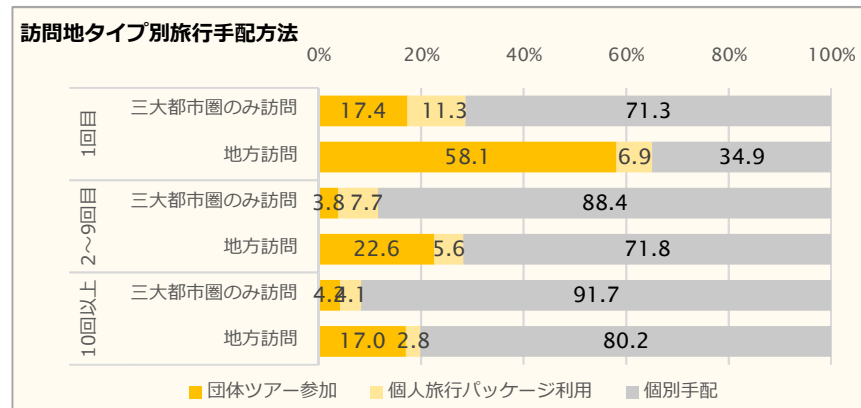
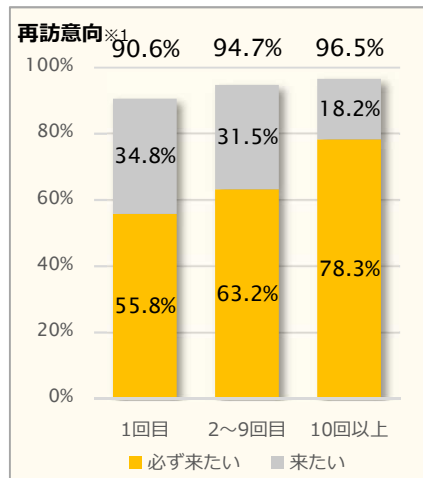
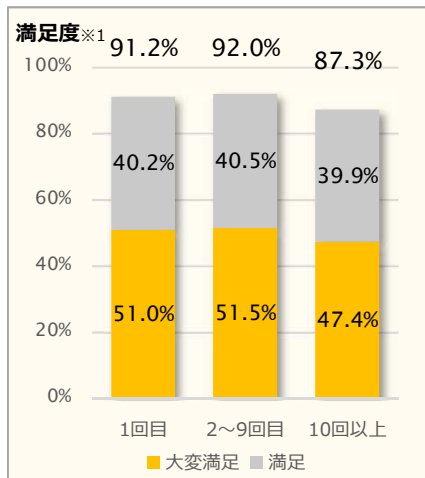
※1：数値は2016～2019年の調査サンプルを対象とし、訪日外客数（クルーズ客を除く）による国籍・地域別および四半期別ウェイトバック処理を実施した上で、観光・レジャー目的の分析を行ったものである。
※本ページに記載している数値は2019年に実施した調査サンプルを対象とし、訪日外客数（クルーズ客を除く）による国籍・地域別および四半期別ウェイトバック処理を実施した上で、観光・レジャー目的の分析を行ったものである。

【中国】旅行内容・訪問地(観光・レジャー目的)

- 利用した宿泊施設では、訪日回数が増えると「ホテル」「旅館」の利用率が低くなり、「親族・知人宅」の利用率が高くなる。
- 訪問地タイプの構成比では、訪日回数が増えると「三大都市圏のみ訪問」の割合が高くなり、「地方部訪問」の割合が低くなる。
- 訪日回数が増えると三大都市圏、地方部ともに延べ訪問率は低くなる。



※延べ訪問率は各都道府県の訪問率を足し上げた値。三大都市圏とは千葉県・埼玉県・東京都・神奈川県、愛知県、京都府、大阪府、兵庫県。地方部とは三大都市圏以外の都道府県を指す。

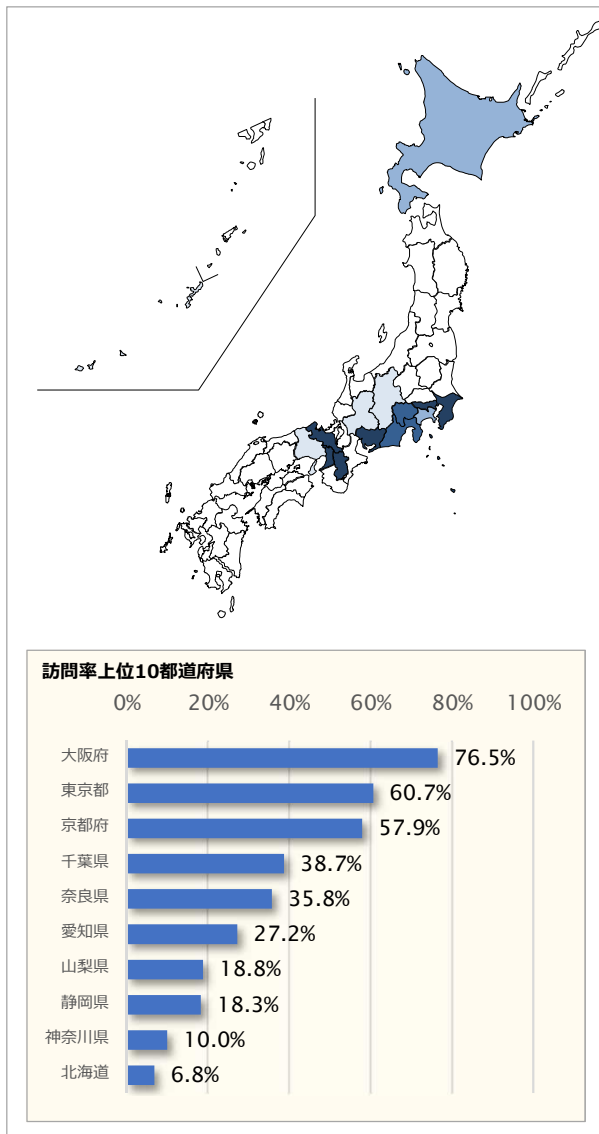


※1：満足度は「大変満足」「満足」を、再訪意向は「必ず来たい」「来たい」を足し合わせた値。
※本ページに記載している数値は2019年に実施した調査サンプルを対象とし、訪日外客数（クルーズ客を除く）による国籍・地域別および四半期別ウェイトバック処理を実施した上で、観光・レジャー目的の分析を行ったものである。

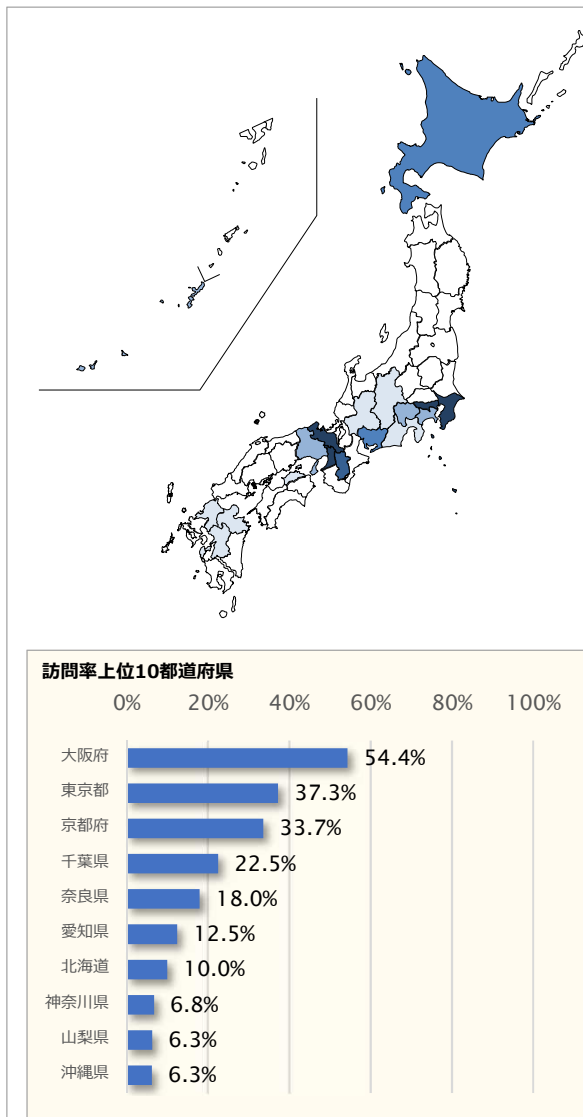
【中国】訪問地(観光・レジャー目的)

- 訪日回数の増加に伴い訪問地が多様化するものの、台湾（P.16）及び香港（P.20）と比べて拡がりは限定的である。

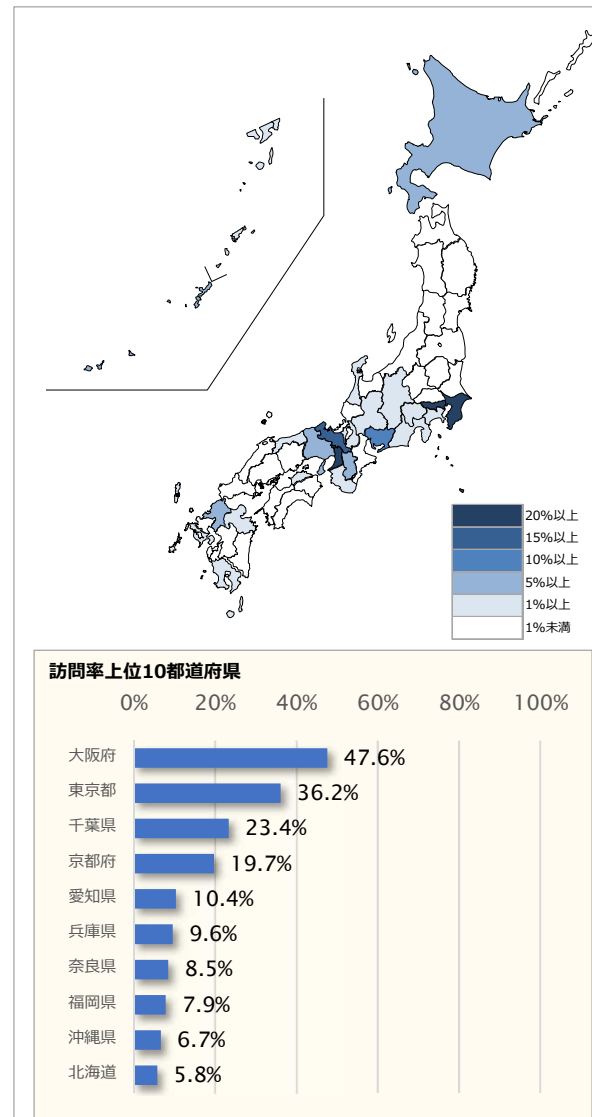
1回目



2～9回目



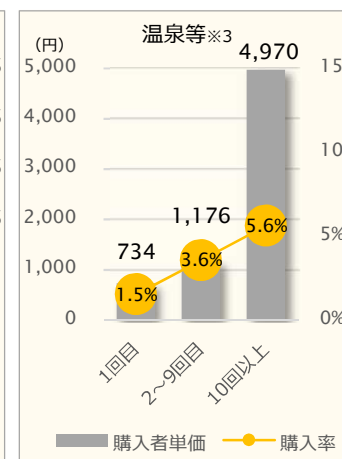
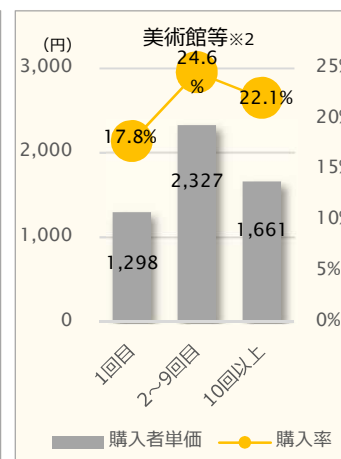
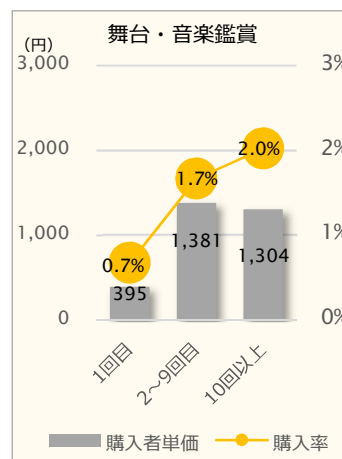
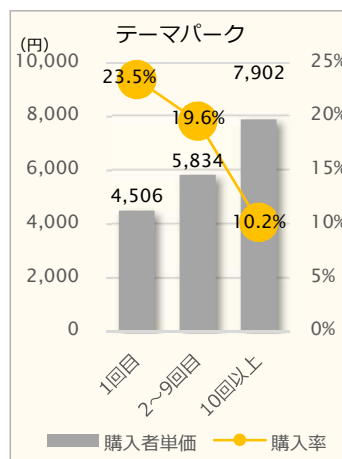
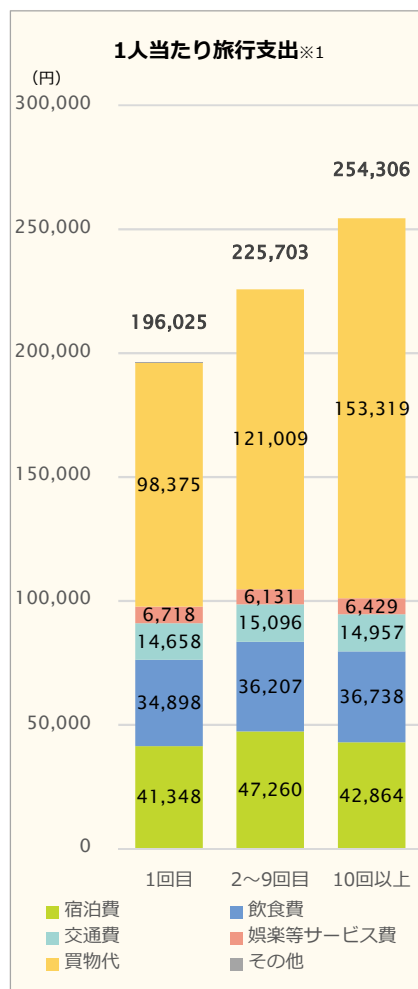
10回以上



【中国】消費動向(観光・レジャー目的)

- 訪日回数が増えると1人あたり旅行支出の総額が増えており、「10回以上」では25.4万円と「1回目」に比べて約5.8万円程度高い。費目別では「買物代」が高くなる。
- 買物代では、訪日回数が増えると「生鮮農産物」の購入率と購入者単価が高くなる。また「衣類」の購入者単価が高くなる。

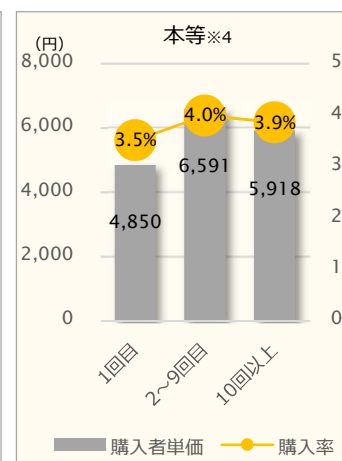
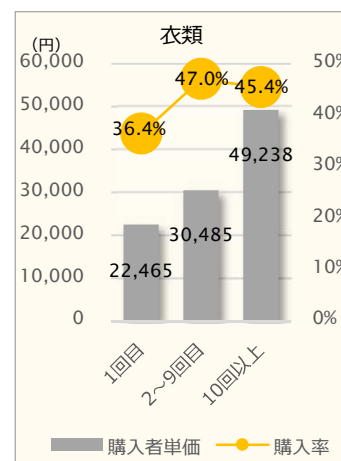
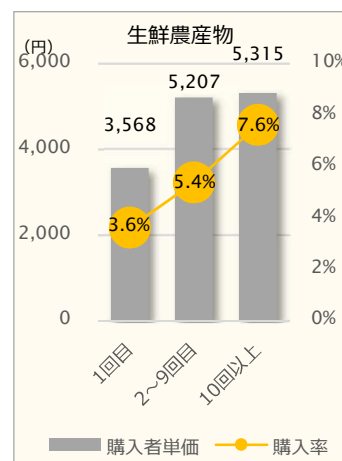
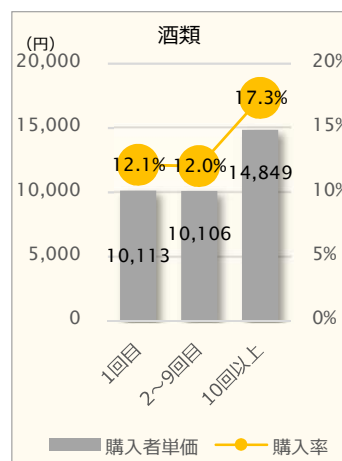
娯楽等サービス費の購入率と購入者単価



※2：美術館、博物館、動物園、水族館

※3：温泉、温浴施設、エステ、リラクゼーション

買物代の購入率と購入者単価



※1：パッケージツアー参加費に含まれる日本国内収入分を含む

※4：本・雑誌・ガイドブック等

※本ページに記載している数値は2019年に実施した調査サンプルを対象とし、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実施した上で、観光・レジャー目的の分析を行ったものである。