

訪日外国人消費動向調査【トピックス分析】

訪日外国人(観光・レジャー目的)の 宿泊費上位15%の旅行者に関する詳細分析

【分析データ】

訪日外国人消費動向調査2019 年間確報値

【分析対象】

観光・レジャー目的かつ滞在日数27日間以内の訪日外国人旅行者

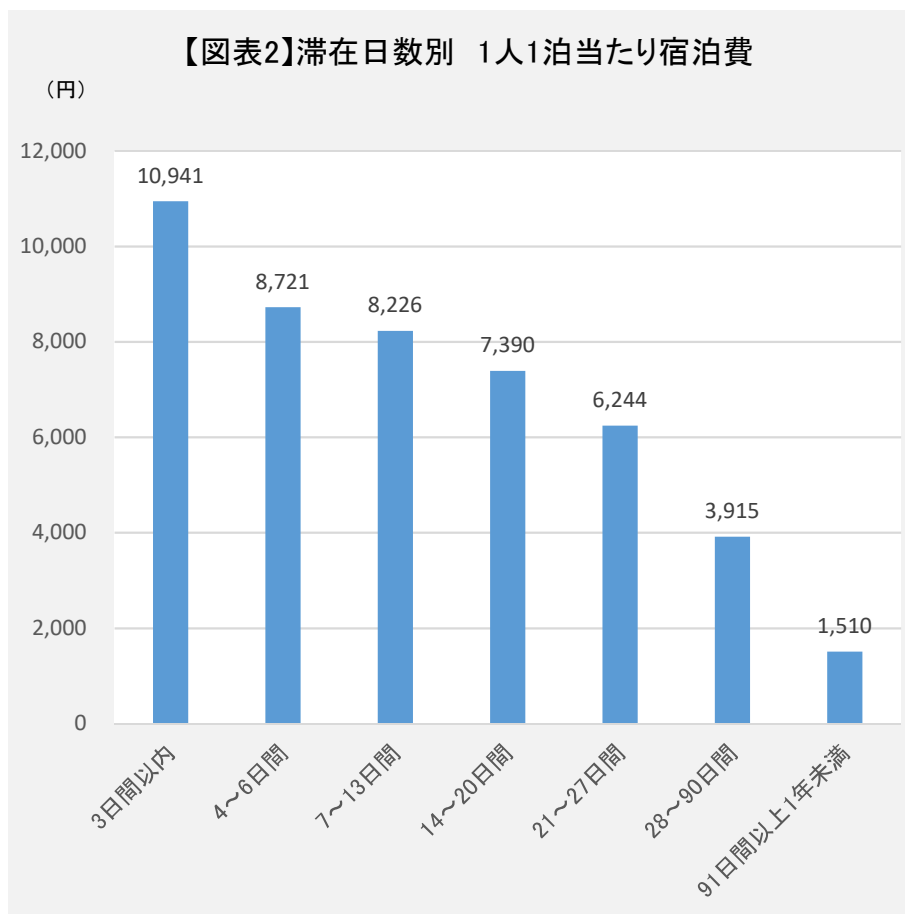
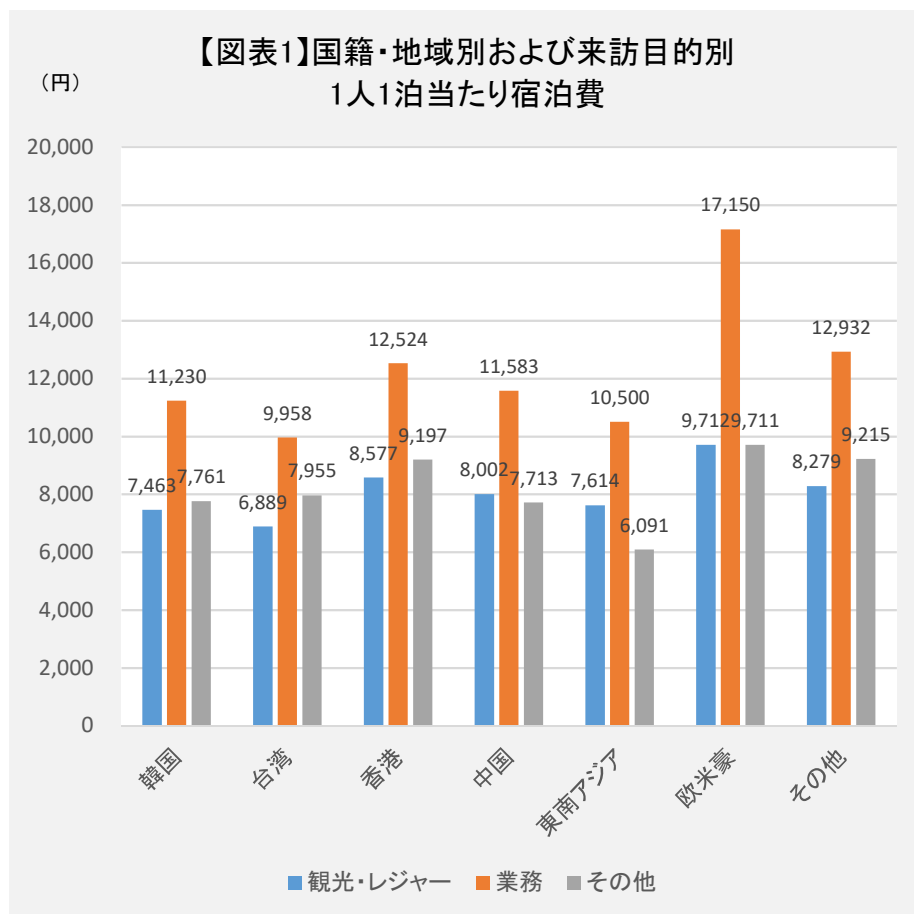
注1)

本トピックス分析の数値は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、特に明記していない場合は、観光・レジャー目的かつ滞在日数27日間以内の分析を行ったものである。

※分析結果の解釈に当たっては、1人1泊当たり宿泊費の上位15%/下位85%と各項目間の関係性を分析しており、因果関係を示すものではないことに留意が必要である。

【概要】訪日外国人の1人1泊当たり宿泊費の現状

- 観光・レジャー目的の訪日外国人の1人1泊当たり宿泊費について、国籍・地域別に見ると「欧米豪」で特に高い水準となっている。また、来訪目的別に見ると、いずれの国籍・地域においても「業務目的」での宿泊費支出が特に高い傾向にある（図表1）。
- また、1人1泊当たり宿泊費を滞在日数別に見ると、滞在日数が長いほど安くなる傾向があり、滞在日数が「3日間以内」では10,941円であるのに対し、「28～90日間」では3,915円、「91日間以上」では1,510円となっている（図表2）。

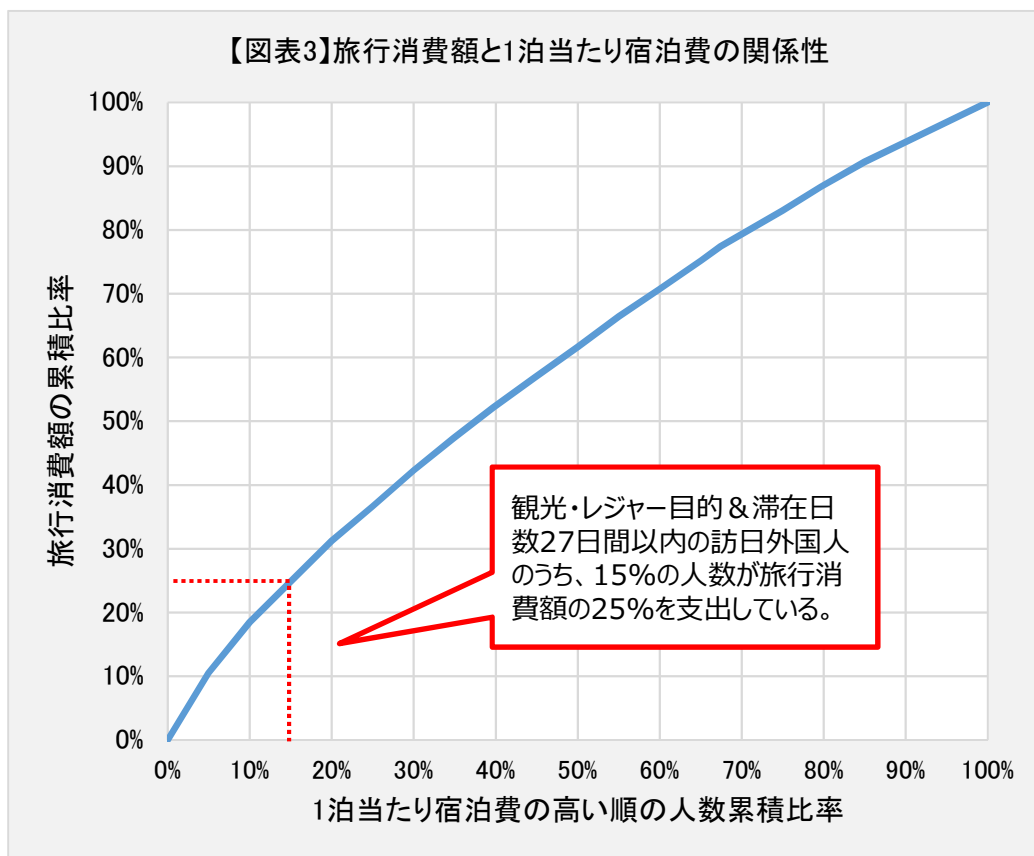


注1) 「東南アジア」は、タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナム、「欧米豪」は英国・フランス・ドイツ・イタリア・スペイン、米国、カナダ、豪州を指す。

【概要】宿泊費支出の状況(観光・レジャー目的&滞在日数27日間以内)

- 本分析では、来訪目的が観光・レジャーであり、滞在日数が比較的短い27日間以内の訪日外国人を対象とし、人数ベースで1泊当たり宿泊費の上位15%に入る群と下位85%に入る群に分け、両者の特徴の違いを見ることとする。
- 図表3に示すように、人数では宿泊費で上位15%に入る群が旅行消費額の約25%を占めていることがわかる。
- 宿泊費の平均値は、上位15%では18,321円であるのに対し、下位85%は6,069円である。平均泊数は、上位15%では5.63泊、下位85%では5.78泊である(図表4)。

【図表3】旅行消費額と1泊当たり宿泊費の関係性



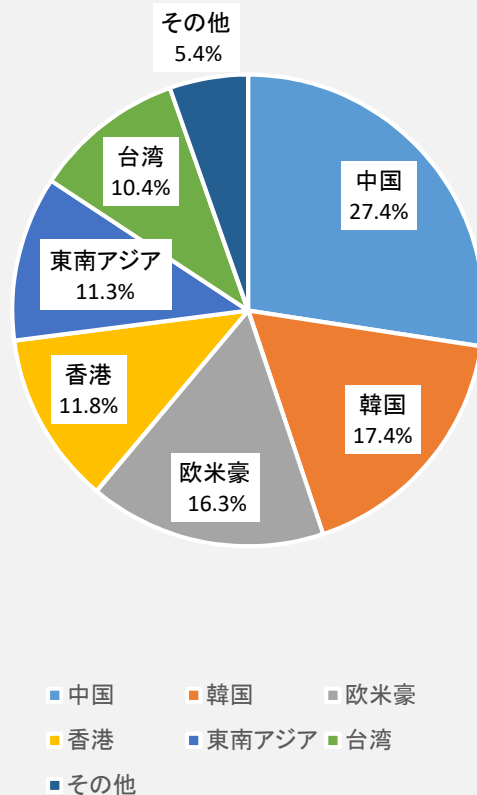
【図表4】1泊当たり宿泊費と泊数の平均値・最大値・最小値

		上位15%	下位85%	合計
1泊当たり 宿泊費 (円)	平均値	18,321	6,069	7,916
	最大値	514,191	11,574	514,191
	最小値	11,582	105	105
泊数 (泊)	平均値	5.63	5.78	5.76

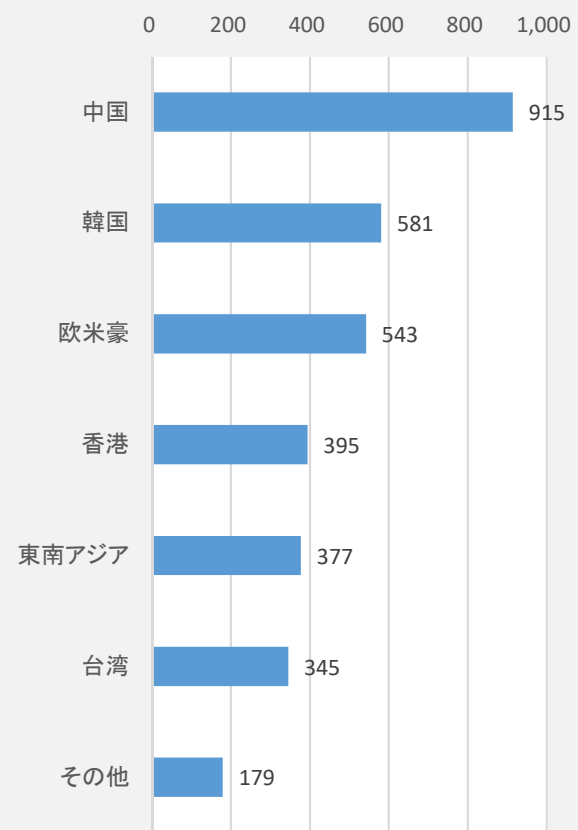
【概要】宿泊費上位15%の特徴(観光・レジャー目的&滞在日数27日間以内)

- 1人1泊当たり宿泊費上位15%を国籍・地域別に見ると、最も構成比が高いのが「中国」で全体の27.4%、次いで「韓国」が約17.4%、「欧米豪」が約16.3%である(図表5)。
- 国籍・地域別に宿泊費上位15%と下位85%の構成比を見ると、上位15%の割合が最も高いのは「欧米豪」で25.5%、次いで「その他」の22.2%、「香港」の19.3%である。また、宿泊費上位15%の割合が最も低いのは「台湾」で8.6%である(図表7)。

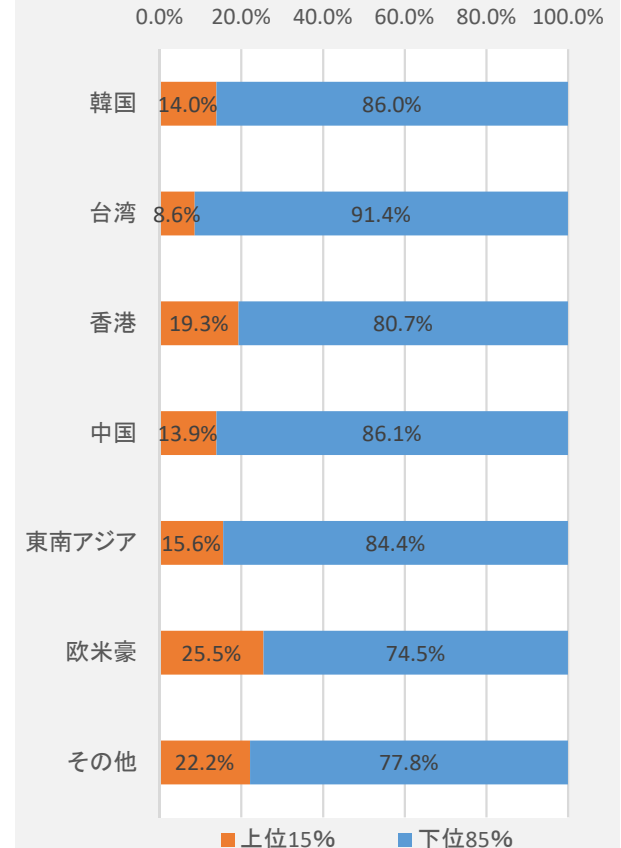
【図表5】宿泊費上位15%の国籍・地域構成比



【図表6】宿泊費上位15%の国籍別訪日外客数(千人)



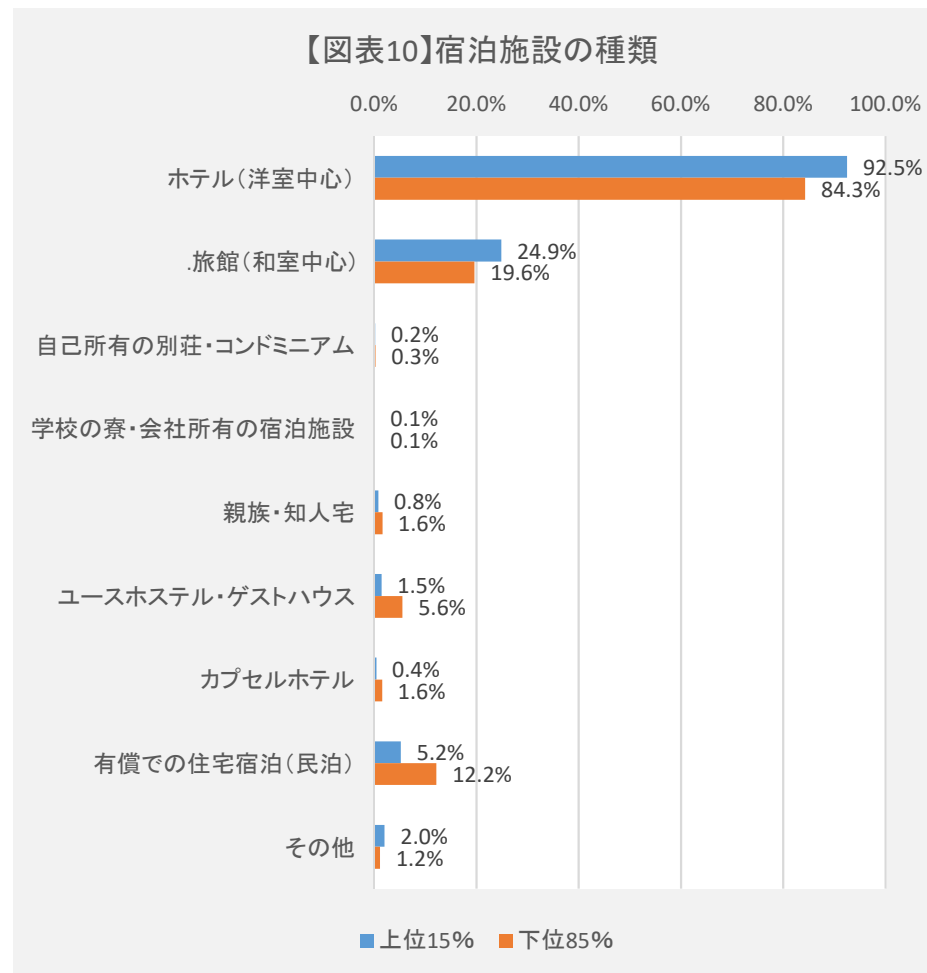
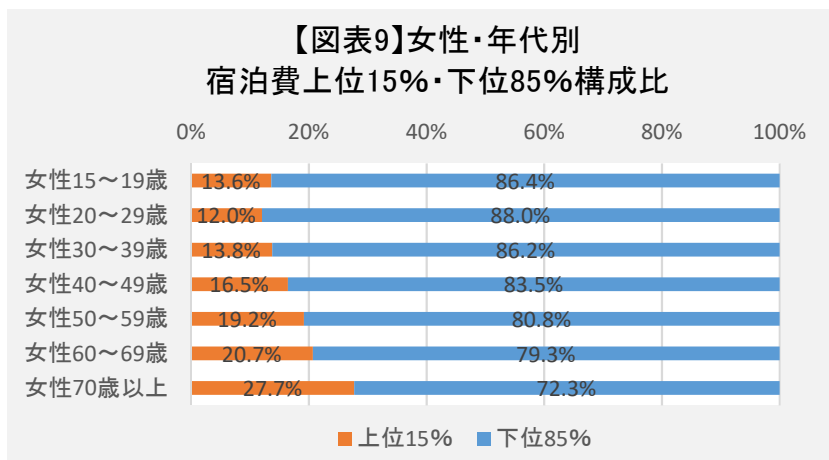
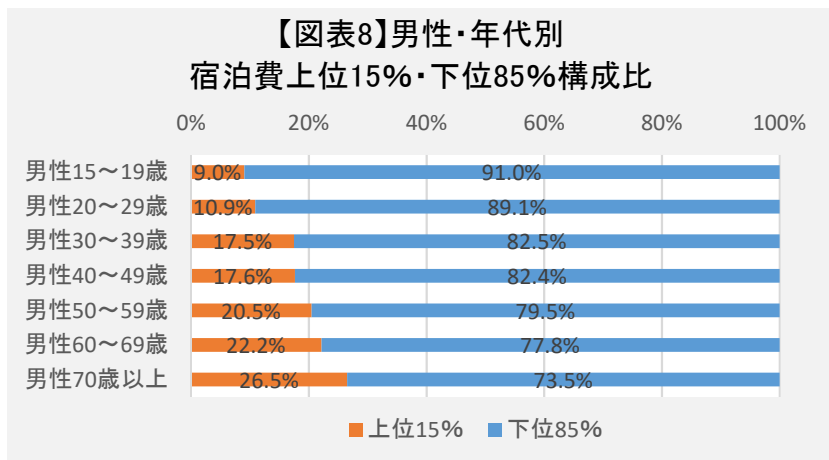
【図表7】国籍別の宿泊費上位15%・下位85%構成比



注1) 「東南アジア」は、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、「欧米豪」は英国・フランス・ドイツ・イタリア・スペイン、米国、カナダ、豪州を指す。
 注2) 図表7は、上位15%及び下位85%に該当する者について、国籍ごとにそれぞれ人数を集計し上位15%と下位85%の構成比を算出した。

【概要】宿泊費上位15%の特徴(観光・レジャー目的&滞在日数27日間以内)

- 性・年代別の宿泊費上位15%と下位85%の構成比を見ると、男女ともに年齢が上がるほど上位15%の割合が増加する傾向にある(図表8、9)。
- 「15～19歳」「20～29歳」では、男性よりも女性の方が宿泊費上位15%の割合が高い(図表8、9)。
- 利用した宿泊施設については、「ホテル」「旅館」で宿泊費上位15%の割合が高く、「ユースホステル・ゲストハウス」や「有償での住宅宿泊(民泊)」で下位85%の割合が高い(図表10)。



注1) 図表8及び9は、上位15%及び下位85%に該当する者について、性・年代ごとにそれぞれ人数を集計し上位15%と下位85%の構成比を算出した。
 注2) 図表10は、調査票で訪問地ごとの宿泊施設の種類を訪ねているため、上位15%、下位85%ごとの合計が100%とならない。なお、訪問地ごとに同じ宿泊施設の種類に滞在しても複数カウントはしていない。

【概要】宿泊費上位15%の特徴(観光・レジャー目的&滞在日数27日間以内)

- 宿泊費上位15%と下位85%の訪問地の特徴について地方ブロック別にみると、「関東」への訪問率は各国籍・地域によって違いがあるものの、宿泊費上位15%と下位85%の間で大きな違いは見られない。一方で、「近畿」への訪問率は宿泊費上位15%と下位85%の間で差が見られ、特に「中国」では26.4ポイントの差がある。
- また、「北海道」への訪問率は、韓国、台湾、香港、中国で宿泊費上位15%の方が高い。また、韓国では「九州」への訪問率も宿泊費上位15%の方が高い。

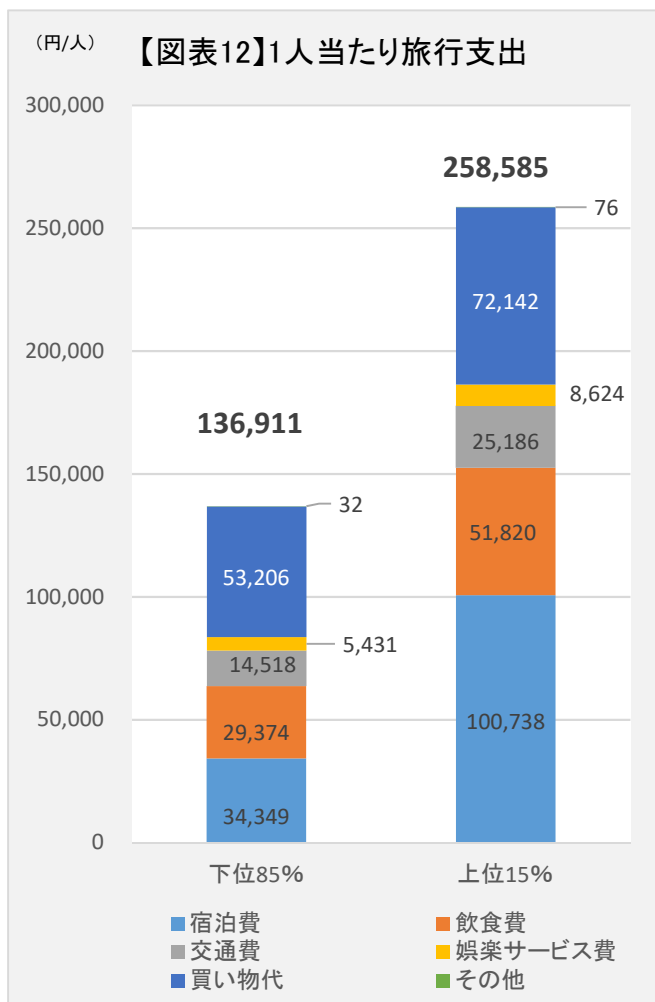
【図表11】訪問地の特徴(地方ブロック別)

国籍・地域 地方ブロック	韓国		台湾		香港		中国		東南アジア		欧米豪		その他	
	上位15%	下位85%	上位15%	下位85%	上位15%	下位85%	上位15%	下位85%	上位15%	下位85%	上位15%	下位85%	上位15%	下位85%
北海道	18.2%	11.7%	20.7%	10.7%	15.5%	7.0%	14.1%	7.3%	15.8%	13.4%	8.8%	5.8%	1.9%	4.2%
東北	0.2%	0.2%	10.5%	3.2%	0.9%	1.5%	1.6%	0.6%	1.0%	2.6%	2.0%	2.7%	0.6%	2.1%
関東	14.6%	15.0%	35.7%	27.5%	32.6%	29.5%	48.0%	52.6%	64.3%	59.3%	90.0%	91.7%	91.9%	92.6%
北陸信越	1.8%	0.6%	8.9%	10.6%	8.1%	6.0%	2.8%	2.1%	5.9%	6.5%	14.2%	12.9%	9.3%	10.9%
中部	5.2%	2.2%	7.3%	10.6%	14.2%	10.1%	13.0%	28.9%	15.2%	13.2%	16.8%	13.8%	20.4%	14.8%
近畿	20.8%	34.3%	15.0%	28.6%	26.7%	35.1%	45.0%	71.4%	34.1%	44.3%	63.2%	66.8%	60.4%	62.5%
中国	2.3%	1.4%	2.9%	2.8%	2.6%	3.2%	1.2%	0.5%	1.2%	2.7%	18.1%	18.8%	21.0%	17.7%
四国	1.7%	0.8%	3.7%	1.5%	2.2%	2.9%	1.4%	1.0%	0.7%	0.3%	2.6%	2.2%	3.3%	2.9%
九州	33.6%	28.8%	10.8%	8.3%	14.3%	15.9%	4.5%	2.6%	3.7%	3.6%	5.2%	4.7%	7.4%	7.2%
沖縄	8.7%	9.7%	4.9%	19.0%	5.6%	10.1%	4.7%	4.4%	1.6%	2.4%	1.7%	2.2%	0.6%	1.7%

注1) 「東南アジア」は、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、「欧米豪」は英国・フランス・ドイツ・イタリア・スペイン、米国、カナダ、豪州を指す。
 注2) 訪問率は、調査票に記入された訪問地を元に、ある地方ブロックに訪問した人数/全体の訪問人数について、ウェイトバック処理を行った上で、算出している。

【概要】1人1泊当たり宿泊費と各費目との相関

- 宿泊費上位15%は、下位85%に比べて宿泊費以外でも支出が多い傾向にある。旅行支出全体についてみると、宿泊費上位15%の平均値が約25.9万円であるのに対し、下位85%は約13.7万円となっている（図表12）。
- また、1人1泊当たりの各費目間の相関係数についてみると、宿泊費は旅行支出全体、飲食費、交通費と相関が大きく、娯楽費とは相関が小さい（図表13）。



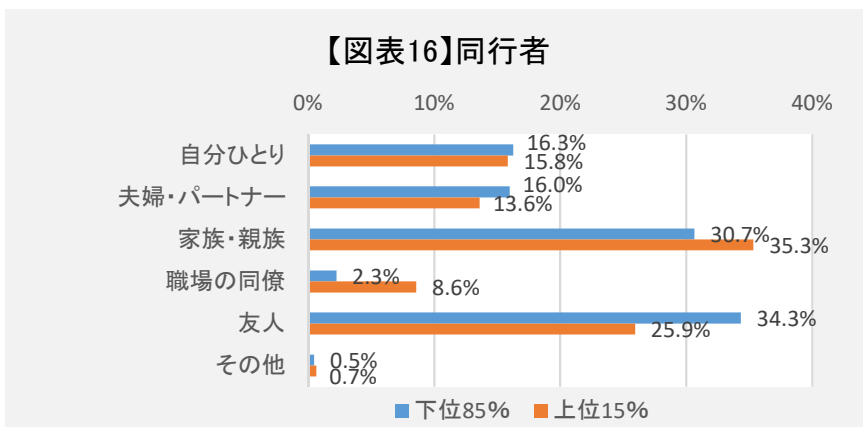
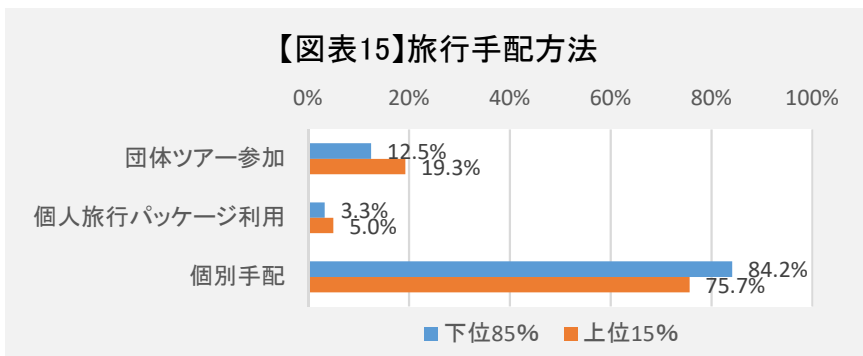
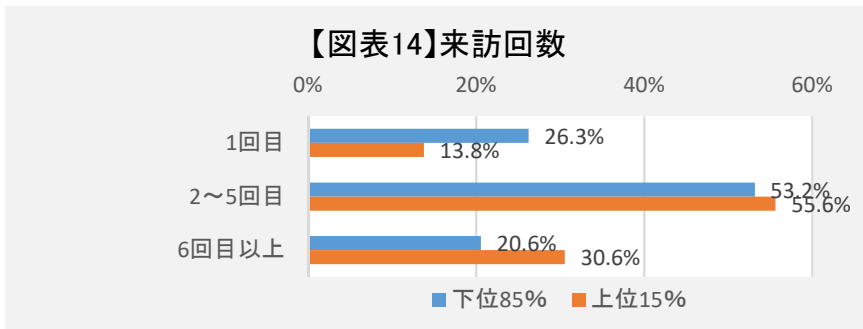
【図表13】各費目(1泊当たり)の相関係数

	1泊当たり 旅行支出	1泊当たり 宿泊費	1泊当たり 飲食費	1泊当たり 交通費	1泊当たり 娯楽費
1泊当たり 旅行支出	1	0.477**	0.518**	0.370**	0.341**
1泊当たり 宿泊費	0.477**	1	0.482**	0.417**	0.192**
1泊当たり 飲食費	0.518**	0.482**	1	0.395**	0.162**
1泊当たり 交通費	0.370**	0.417**	0.395**	1	0.128**
1泊当たり 娯楽費	0.341**	0.192**	0.162**	0.128**	1

注1) 図表13における「**」は、5%水準で統計的に有意な結果が得られたことを示す。

【韓国】旅行内容(観光・レジャー目的&滞在日数27日間以内)

- 日本への来訪回数が「1回目」の場合、宿泊費下位85%の割合が高く、訪日回数が多いほど上位15%の割合が高くなる（図表14）。
- 同行者が「家族・親族」では宿泊費上位15%の割合が高く、「友人」では下位85%の割合が高い（図表16）。

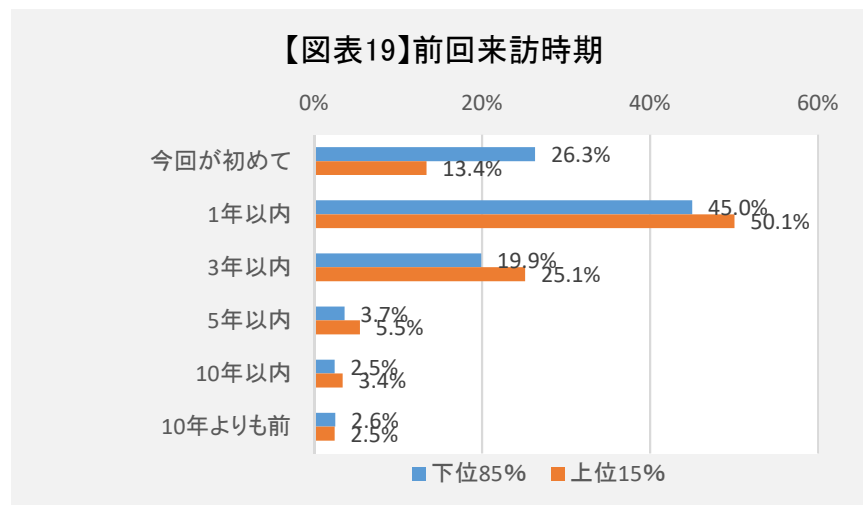


【図表17】平均泊数 (泊)

	下位85%	上位15%
平均泊数	3.2	2.8

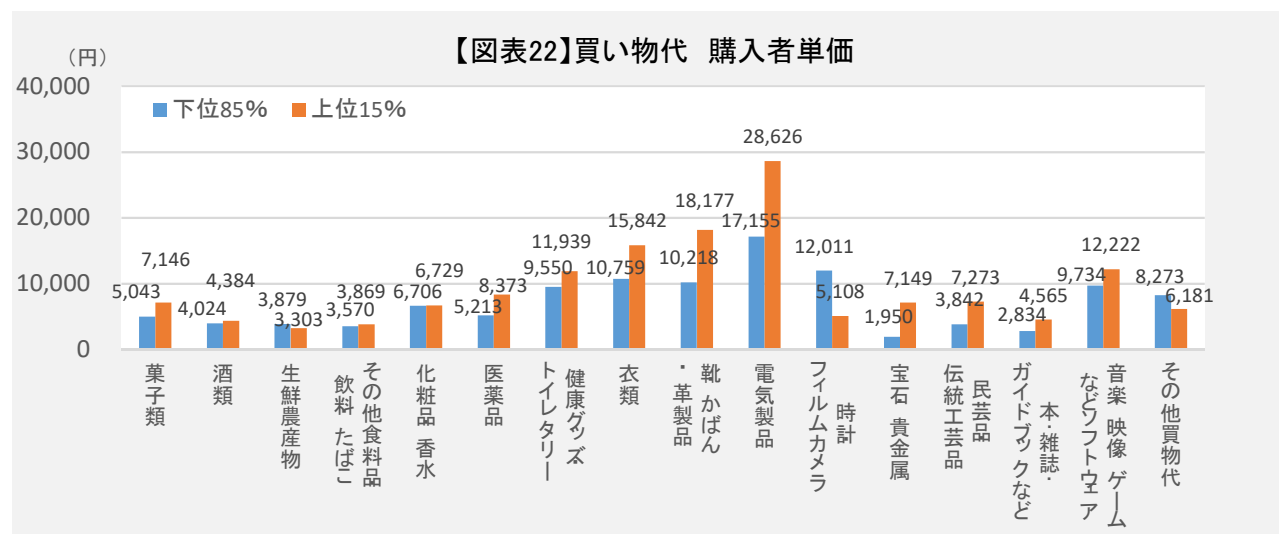
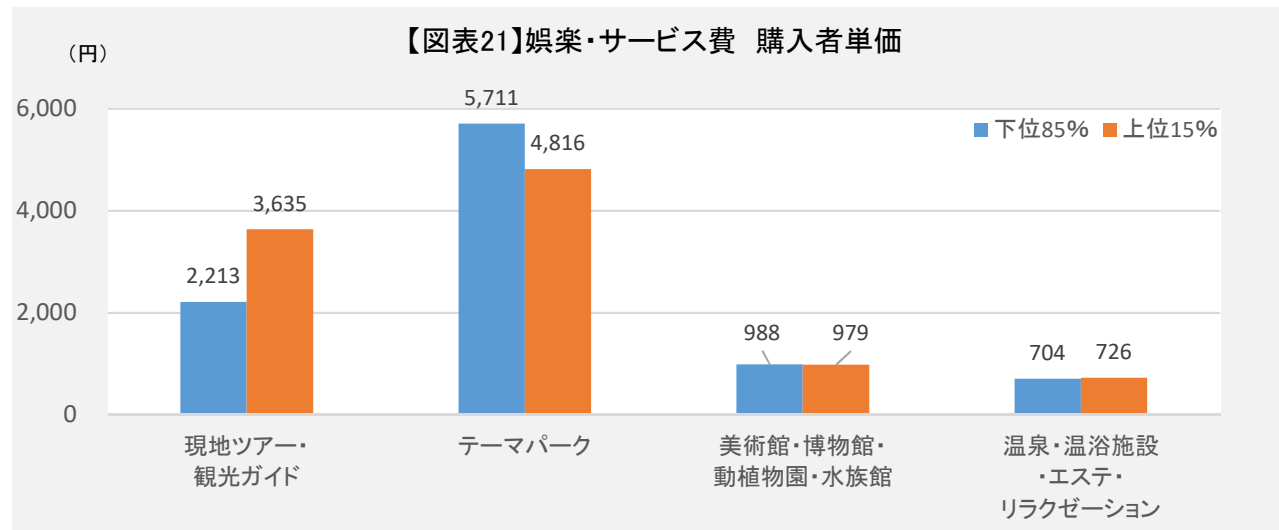
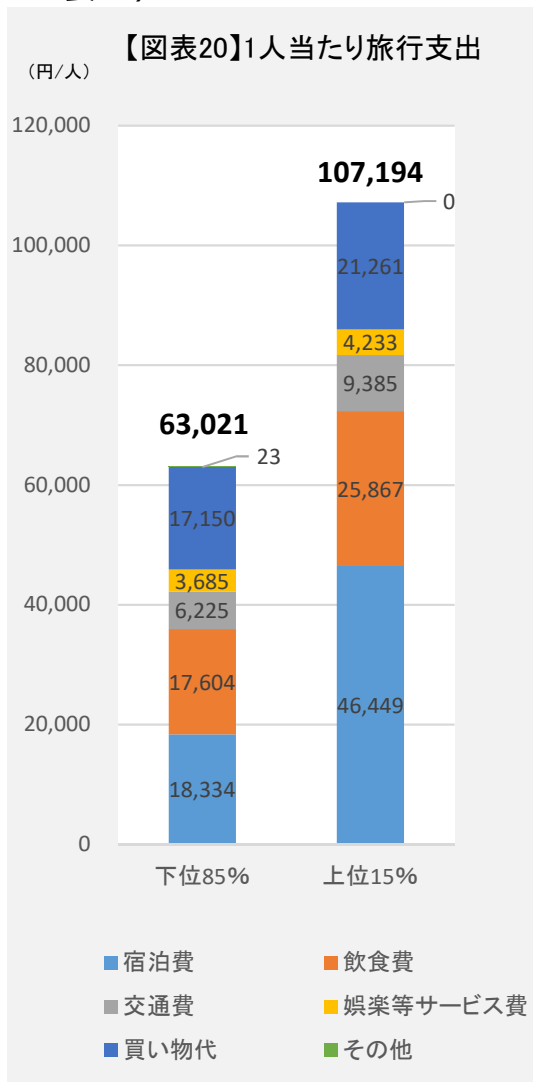
【図表18】性年代

	下位85%		上位15%	
1位	男性20～29歳	25.2%	女性20～29歳	15.7%
2位	女性20～29歳	21.1%	男性30～39歳	14.8%
3位	男性30～39歳	12.3%	男性20～29歳	12.7%



【韓国】支出の内容(観光・レジャー目的&滞在日数27日間以内)

- 宿泊費上位15%の方が、「現地ツアー・観光ガイド」の購入者単価が比較的高い。一方、下位85%では「テーマパーク」の購入者単価が比較的高い(図表21)。また、買い物代についてはほとんどの項目で宿泊費上位15%の方が購入者単価が高い(図表22)。

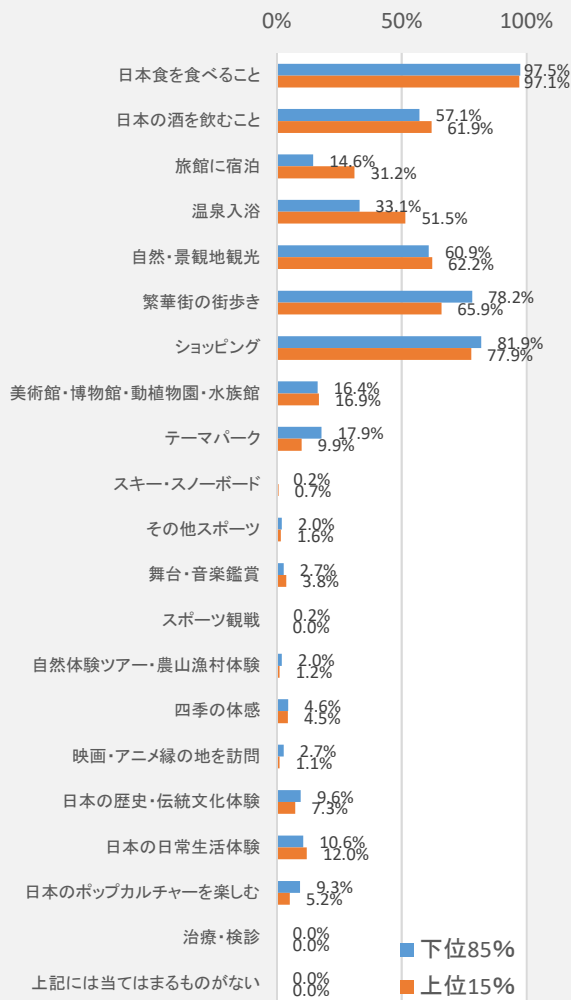


注1) 図表21, 22の購入者単価とは、当該費目を購入した者における平均購入単価について、ウェイトバック処理を行った上で、算出している。

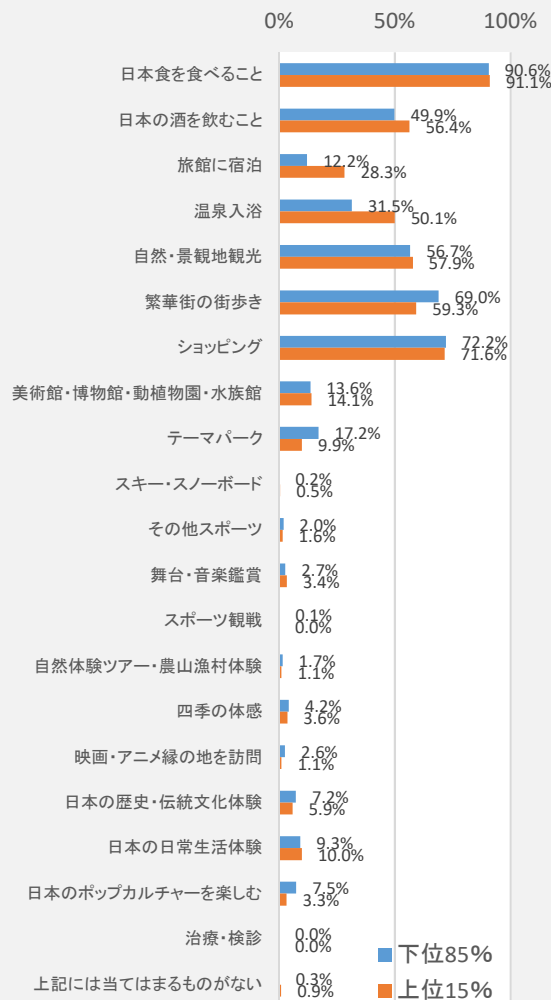
【韓国】今回したこと・満足したこと・次回したいこと (観光・レジャー目的&滞在日数27日間以内)

- 今回したこと、満足したことのいずれについても、「日本酒を飲むこと」「旅館に宿泊」「温泉入浴」の選択率が、宿泊費上位15%の方が高い。一方で、「繁華街の街歩き」等については下位85%の選択率が高い(図表23、24)。

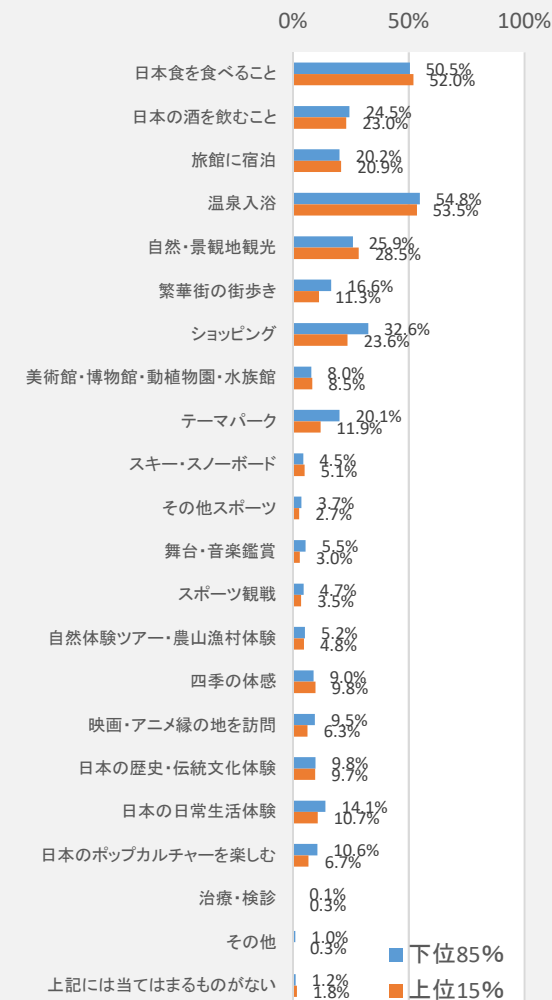
【図表23】今回したこと(複数回答)



【図表24】満足したこと(複数回答)



【図表25】次回したいこと(複数回答)

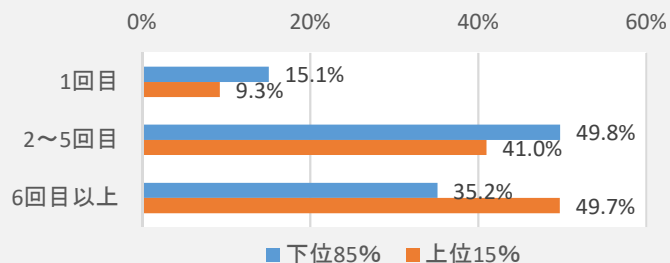


注1) 選択率は、調査票に記入された「今回したこと」「満足したこと」「次回したいこと」を元に、ある行動を選択した人数/全体の人数について、訪日外客数(クルーズ客を除く)による国籍・地域別および四半期別ウェイトバック処理を行った上で算出している。

【台湾】旅行内容(観光・レジャー目的&滞在日数27日間以内)

- 来訪回数が「6回目以上」の場合、宿泊費上位15%の割合が高い(図表26)。
- 同行者について、台湾では「家族・親族」は宿泊費下位85%の割合が高く、「友人」は上位15%の割合が高くなり、韓国とは逆の傾向が見られる(図表28)。

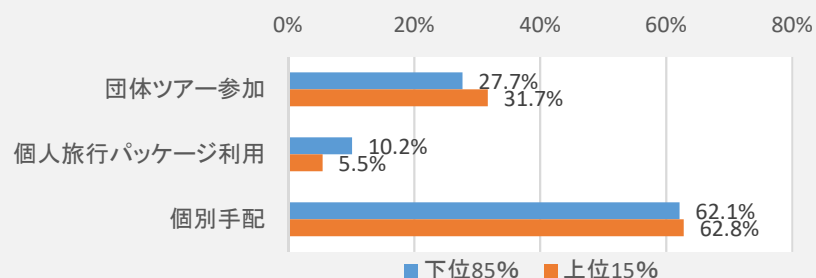
【図表26】来訪回数



【図表29】平均泊数 (泊)

	下位85%	上位15%
平均泊数	4.8	4.5

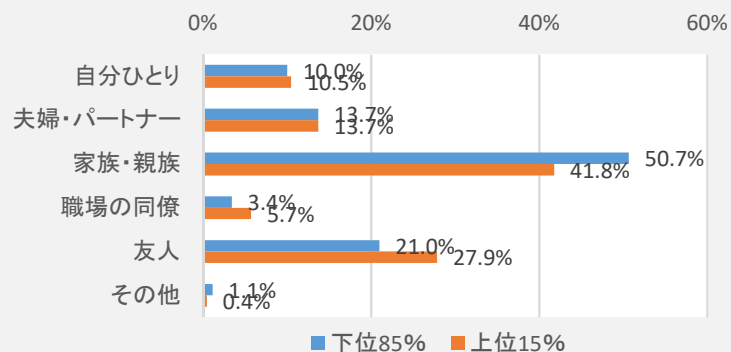
【図表27】旅行手配方法



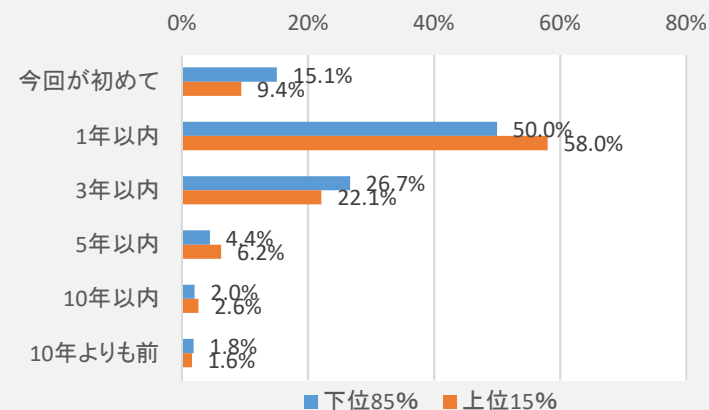
【図表30】性年代

	下位85%		上位15%	
1位	女性30~39歳	19.4%	女性30~39歳	20.3%
2位	女性20~29歳	14.4%	男性30~39歳	17.1%
3位	女性40~49歳	13.8%	女性40~49歳	12.4%

【図表28】同行者

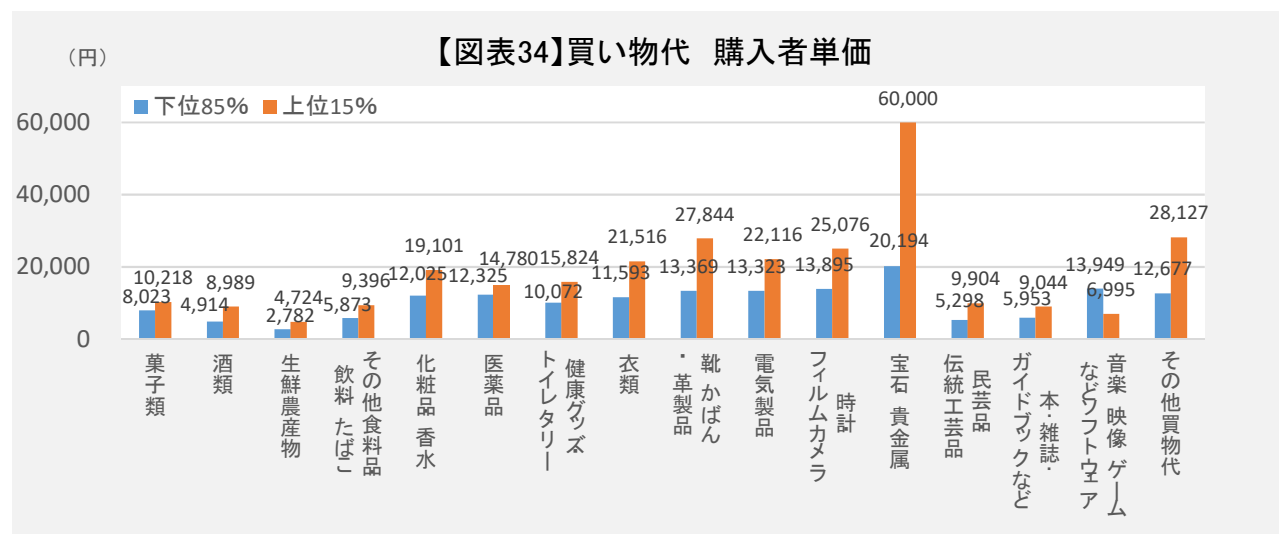
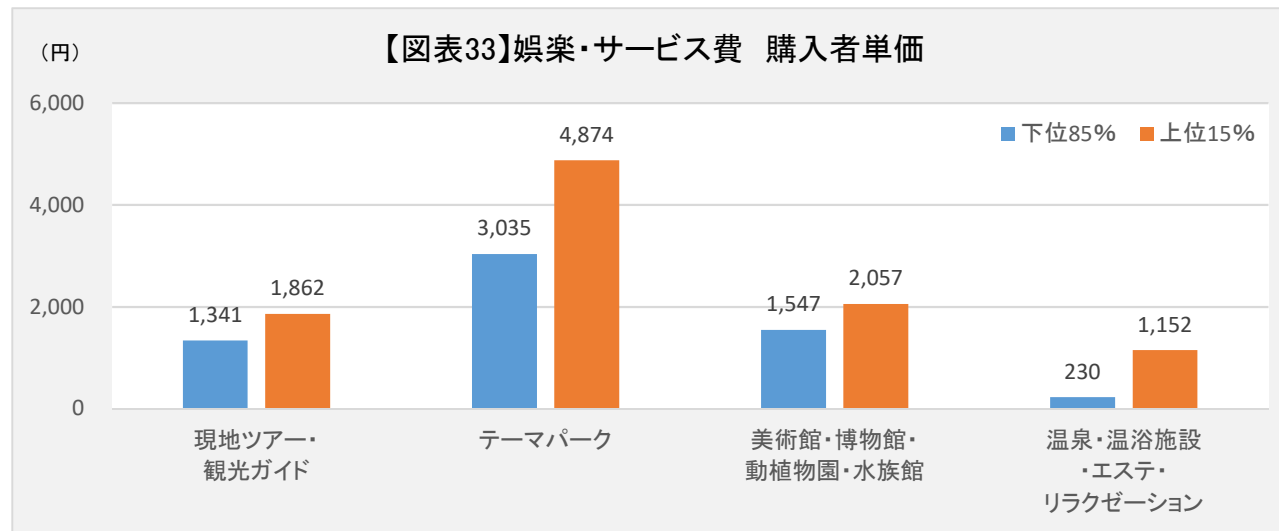
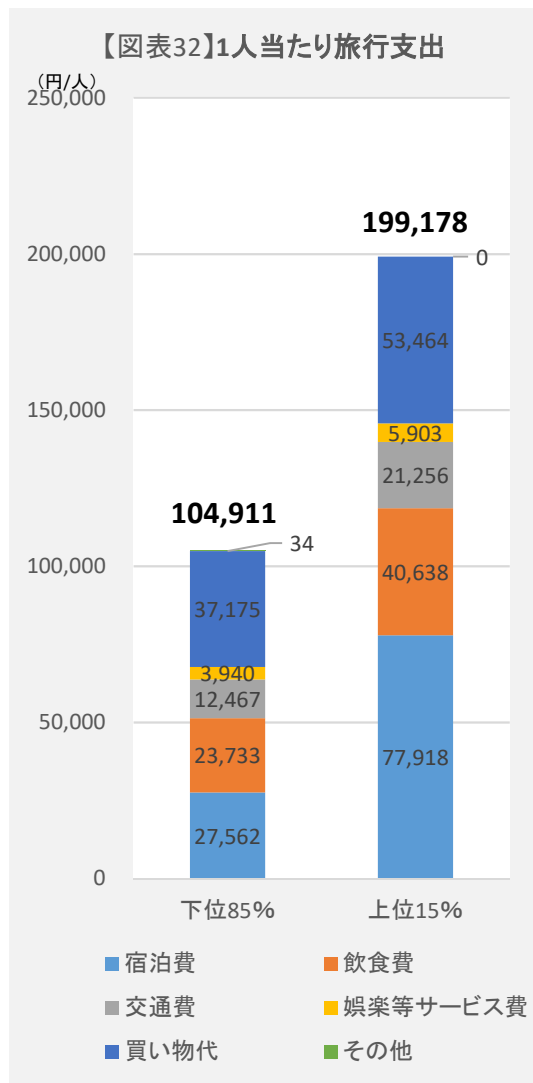


【図表31】前回来訪時期



【台湾】支出の内容(観光・レジャー目的&滞在日数27日間以内)

- 台湾では、娯楽・サービス費及び買い物代のほとんどの費目について、宿泊費上15%の方が下位85%よりも購入者単価が高い(図表33、34)。

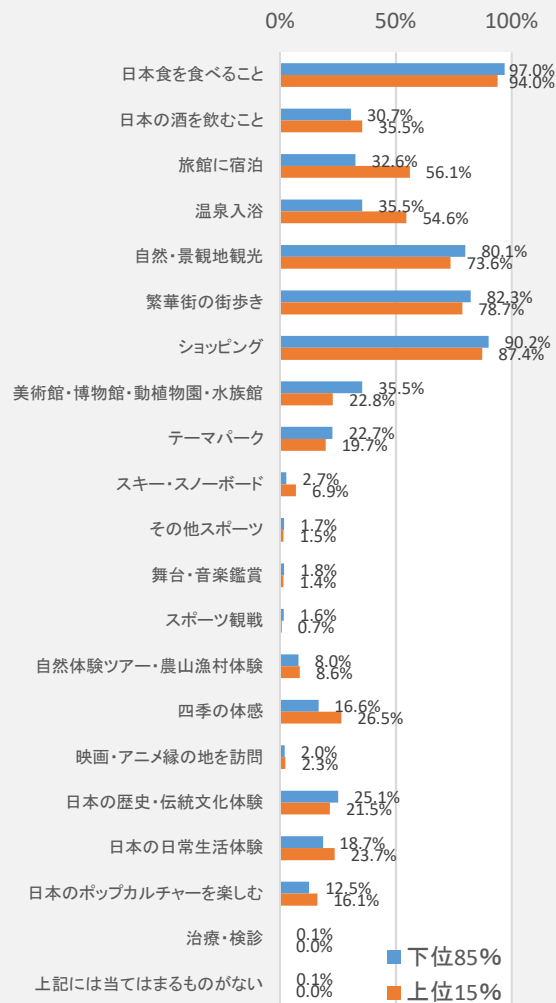


注1) 図表33、34の購入者単価とは、当該費目を購入した者における平均購入単価について、ウェイトバック処理を行った上で、算出している。

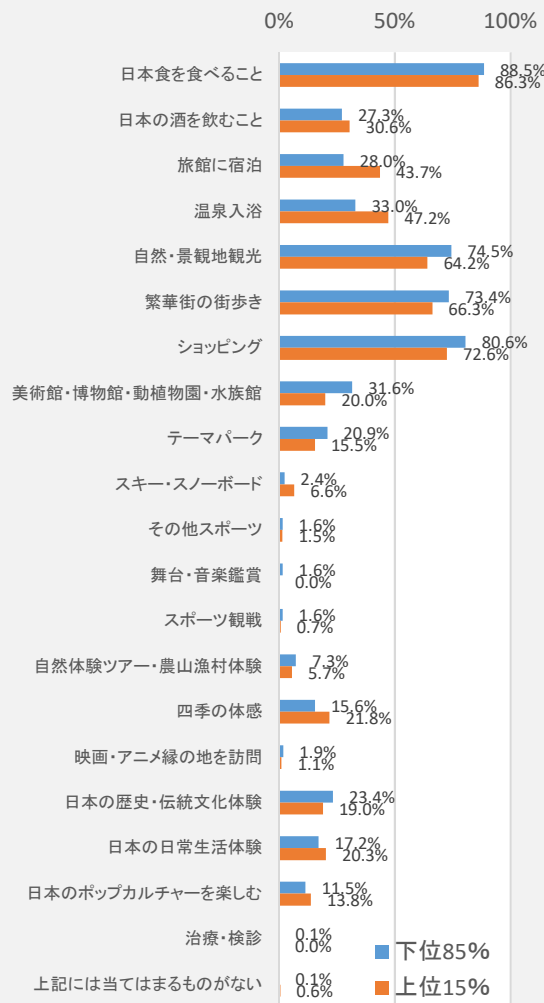
【台湾】今回したこと・満足したこと・次回したいこと (観光・レジャー目的&滞在日数27日間以内)

- 今回したこと、満足したことの双方において、「旅館に宿泊」「温泉入浴」「四季の体感」等の項目について、宿泊費上位15%の選択率が高い(図表35、36)。

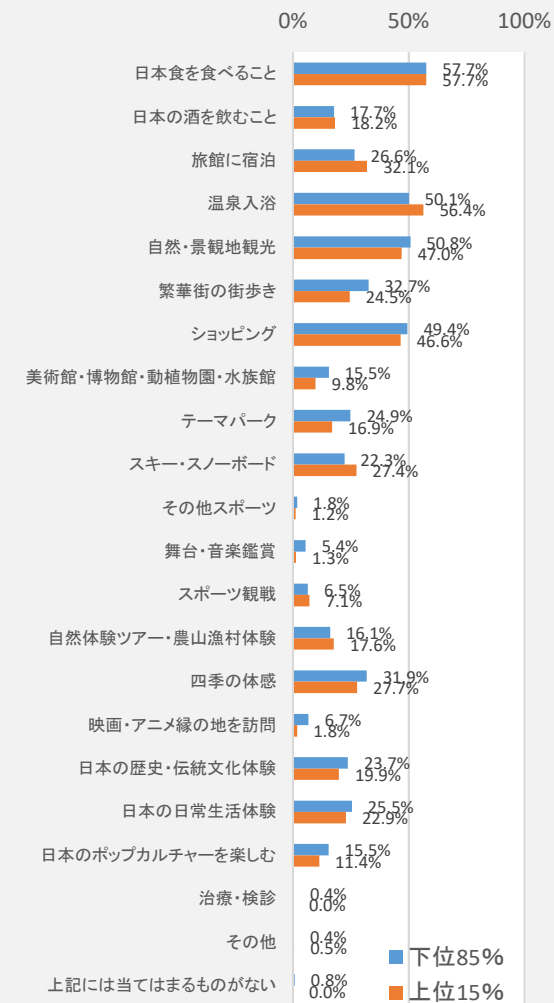
【図表35】今回したこと(複数回答)



【図表36】満足したこと(複数回答)



【図表37】次回したいこと(複数回答)

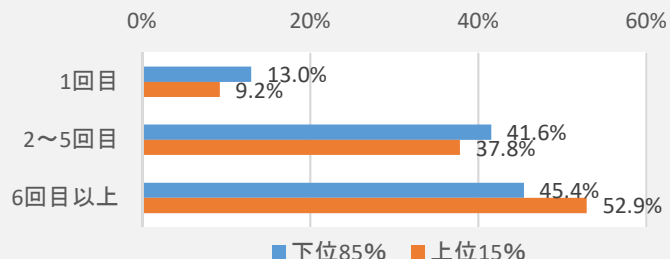


注1) 選択率は、調査票に記入された「今回したこと」「満足したこと」「次回したいこと」を元に、ある行動を選択した人数/全体の人数について、訪日外客数(クルーズ客を除く)による国籍・地域別および四半期別ウェイトバック処理を行った上で算出している。

【香港】旅行内容(観光・レジャー目的&滞在日数27日間以内)

- 来訪回数が「6回目以上」では宿泊費上位15%の割合が高い(図表38)。また、前回来訪時期が「1年以内」では、宿泊費上位15%の割合が高い(図表43)。

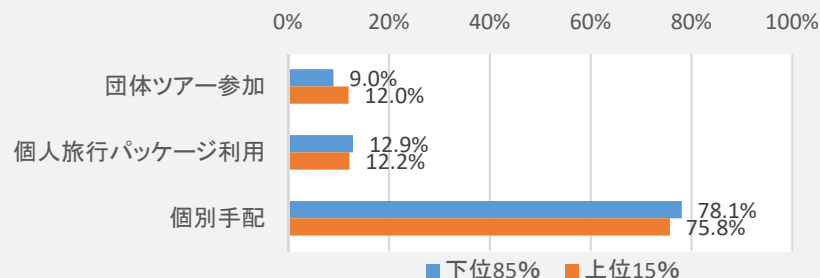
【図表38】来訪回数



【図表41】平均泊数 (泊)

	下位85%	上位15%
平均泊数	5.6	5.3

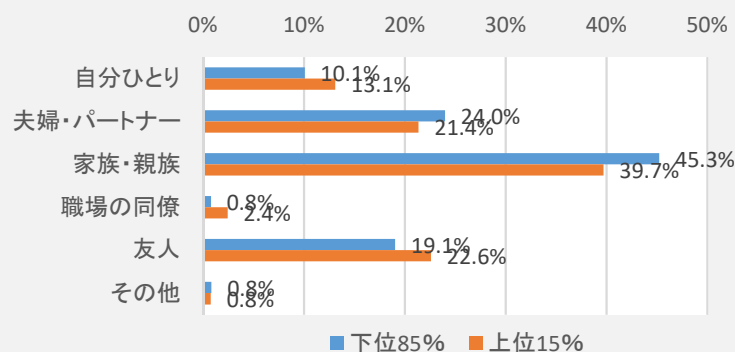
【図表39】旅行手配方法



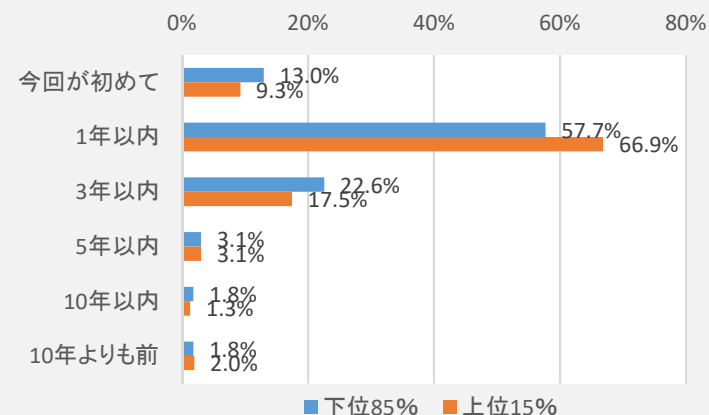
【図表42】性年代

	下位85%		上位15%	
1位	女性30~39歳	14.9%	女性30~39歳	17.4%
2位	女性40~49歳	13.2%	女性40~49歳	14.0%
3位	女性20~29歳	12.8%	男性30~39歳	13.1%

【図表40】同行者

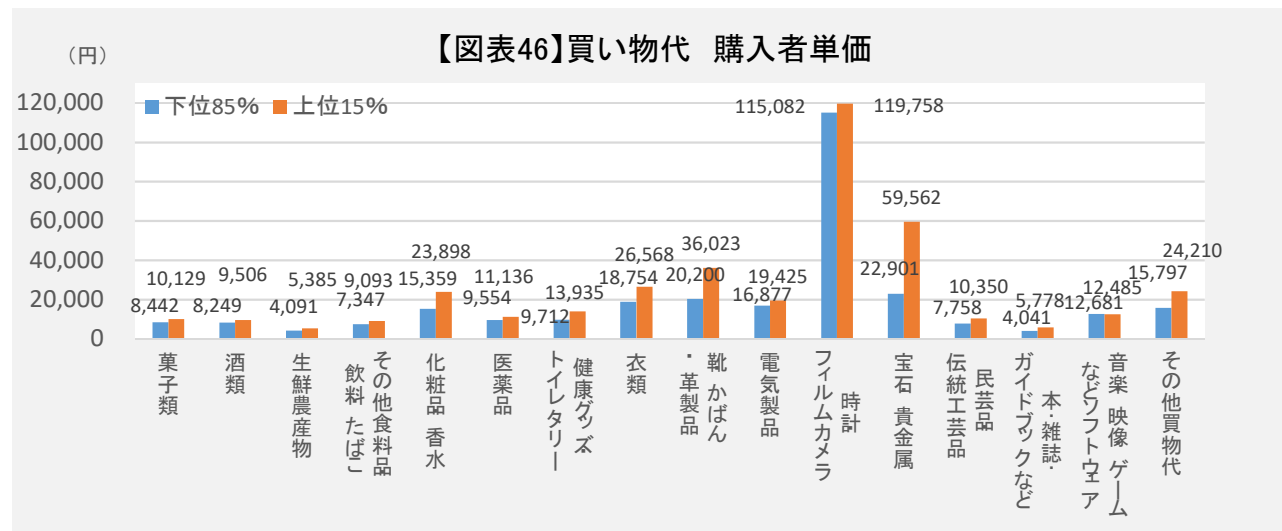
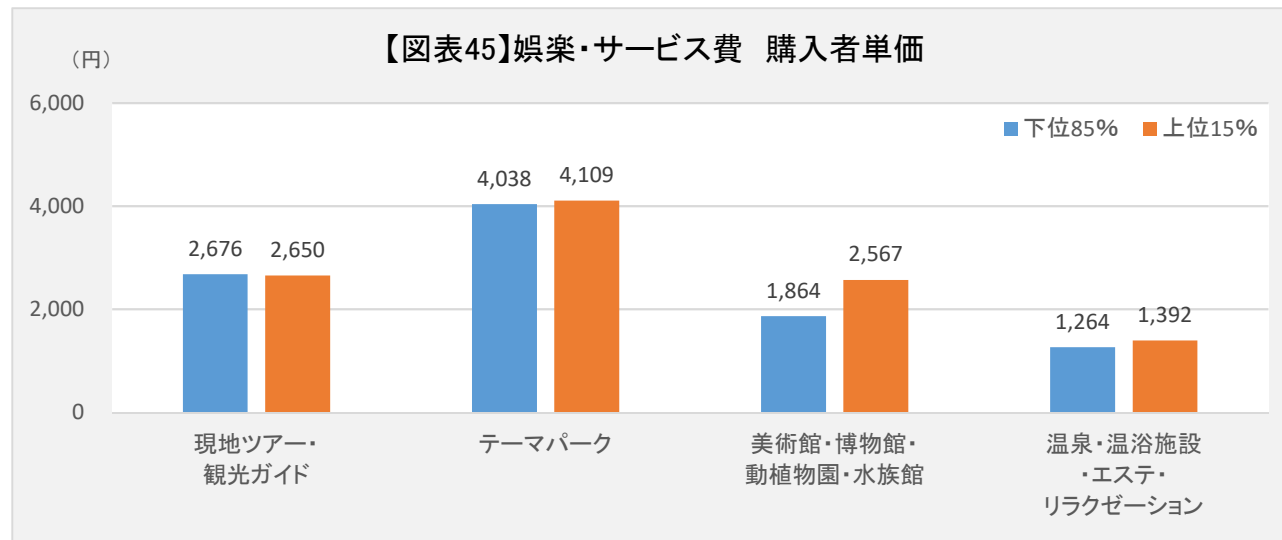
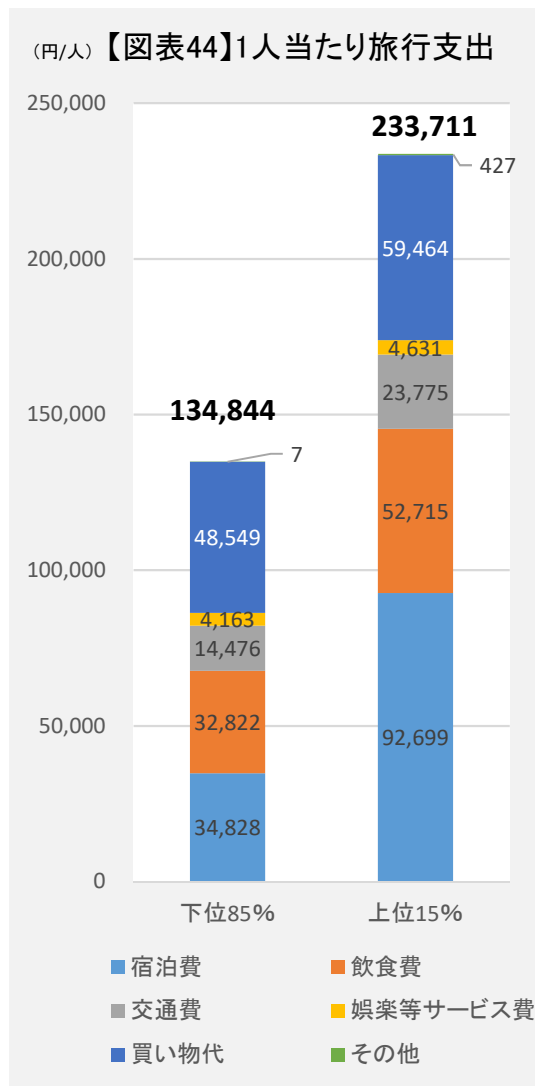


【図表43】前回来訪時期



【香港】支出の内容(観光・レジャー目的&滞在日数27日間以内)

- 宿泊費上位15%の方が下位85%と比べて、「美術館・博物館・動植物園・水族館」や「宝石・貴金属」の購入者単価が高い(図表45、46)。

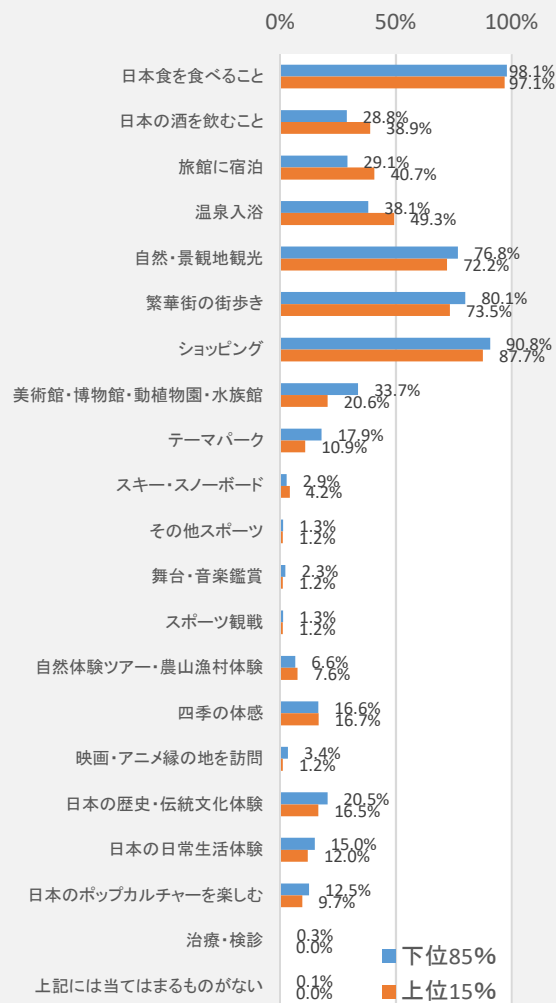


注1) 図表45、46の購入者単価とは、当該費目を購入した者における平均購入単価について、ウェイトバック処理を行った上で、算出している。

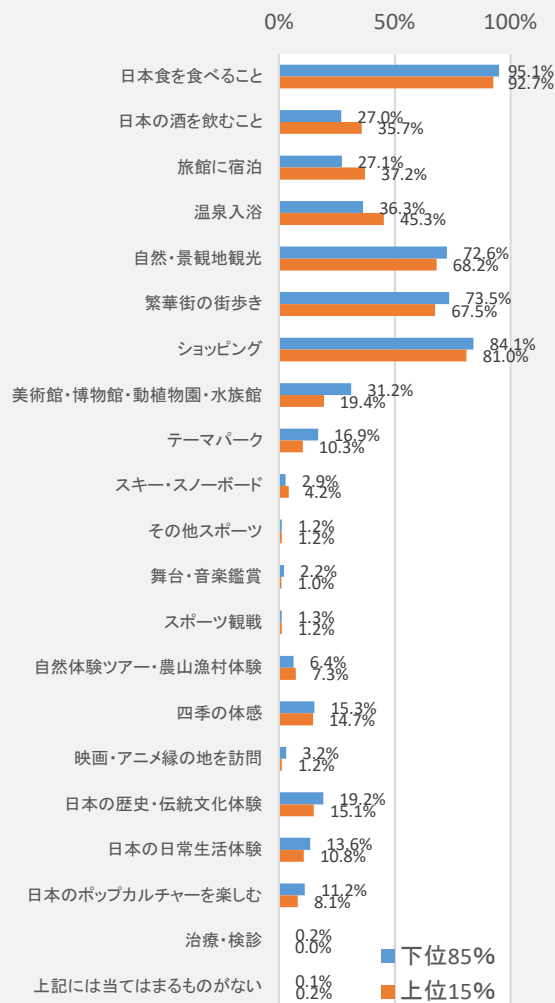
【香港】今回したこと・満足したこと・次回したいこと (観光・レジャー目的&滞在日数27日間以内)

- 韓国・台湾と同様に、宿泊費上位15%の方が下位85%に比べて「日本酒を飲むこと」、「旅館に宿泊」、「温泉入浴」の選択率が高い(図表47、48)。

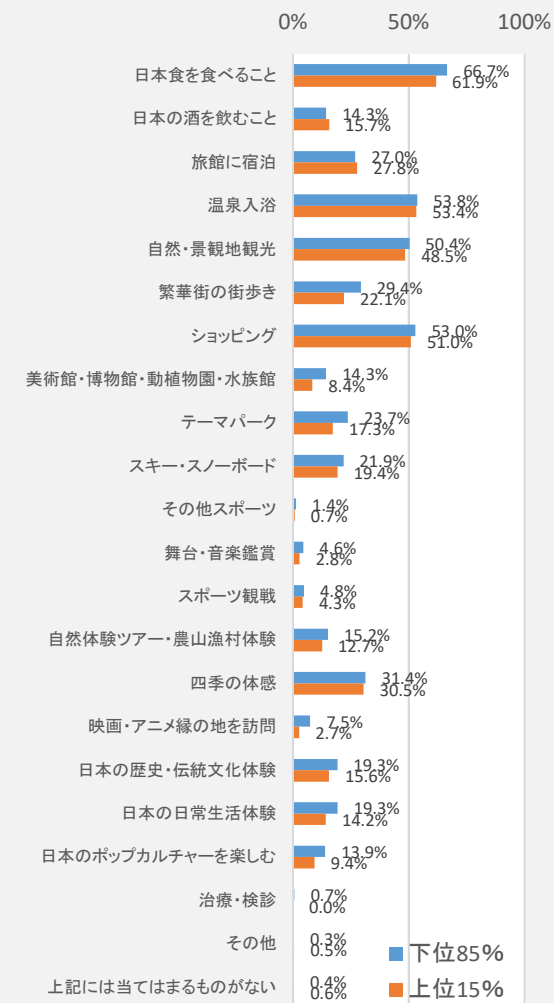
【図表47】今回したこと(複数回答)



【図表48】満足したこと(複数回答)



【図表49】次回したいこと(複数回答)

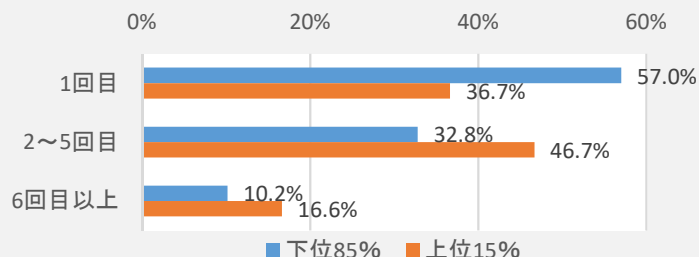


注1) 選択率は、調査票に記入された「今回したこと」「満足したこと」「次回したいこと」を元に、ある行動を選択した人数/全体の人数について、訪日外客数(クルーズ客を除く)による国籍・地域別および四半期別ウエイトバック処理を行った上で、算出している。

【中国】旅行内容(観光・レジャー目的&滞在日数27日間以内)

- 旅行手配方法が「団体ツアー参加」では宿泊費下位85%の割合が高く、「個別手配」では宿泊費上位15%の割合が高い(図表51)。
- 同行者が「自分ひとり」「友人」では、宿泊費上位15%の割合が高い(図表52)。

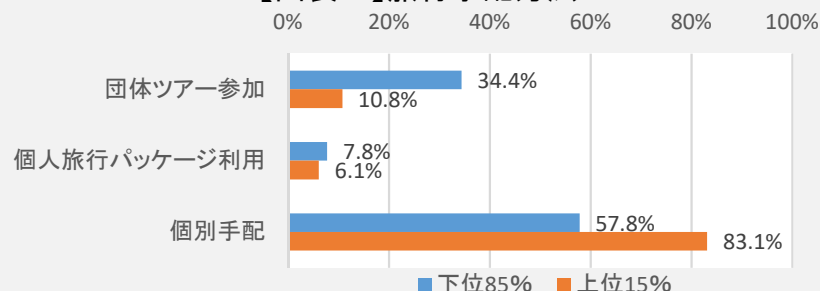
【図表50】来訪回数



【図表53】平均泊数 (泊)

	下位85%	上位15%
平均泊数	5.8	5.3

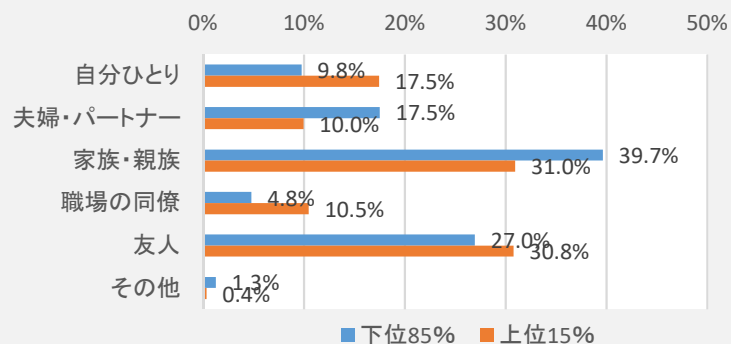
【図表51】旅行手配方法



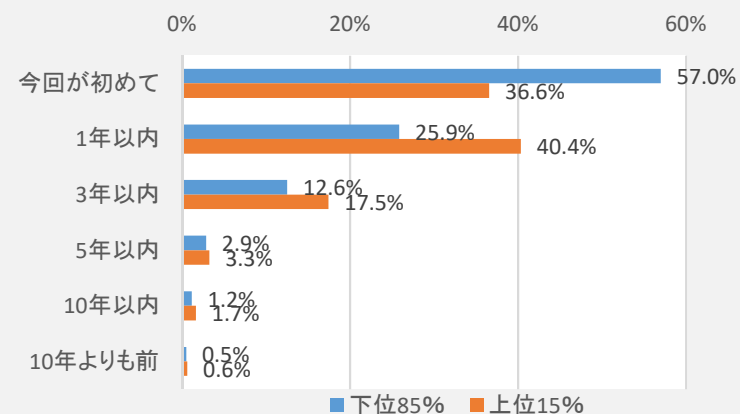
【図表54】性年代

	下位85%		上位15%	
1位	女性30~39歳	24.5%	女性30~39歳	22.9%
2位	女性20~29歳	22.3%	男性30~39歳	20.6%
3位	男性30~39歳	15.2%	女性20~29歳	19.4%

【図表52】同行者

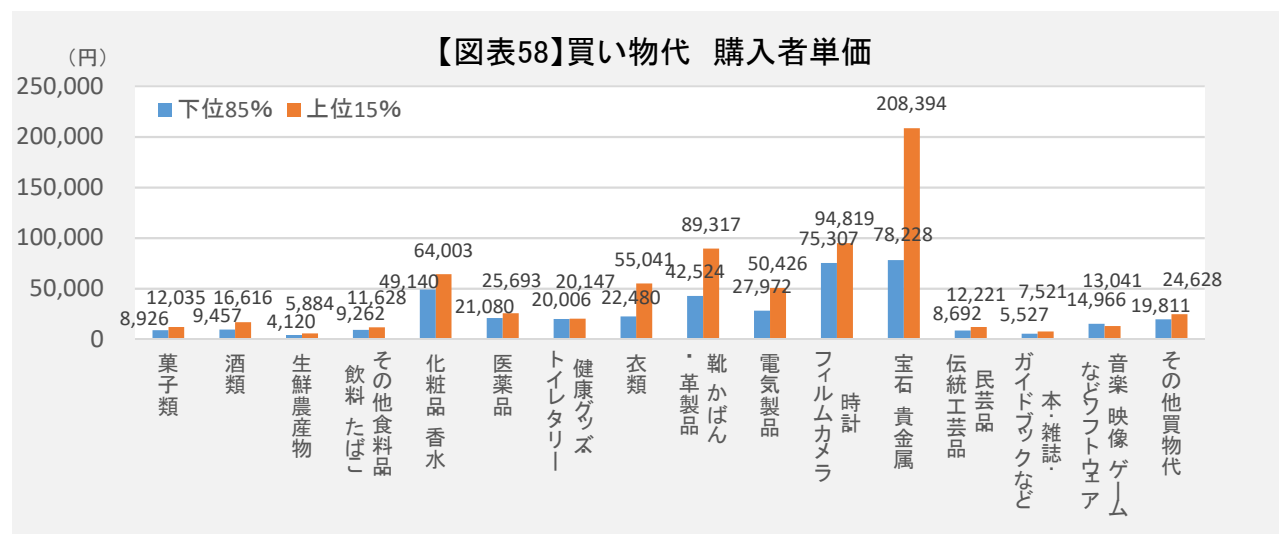
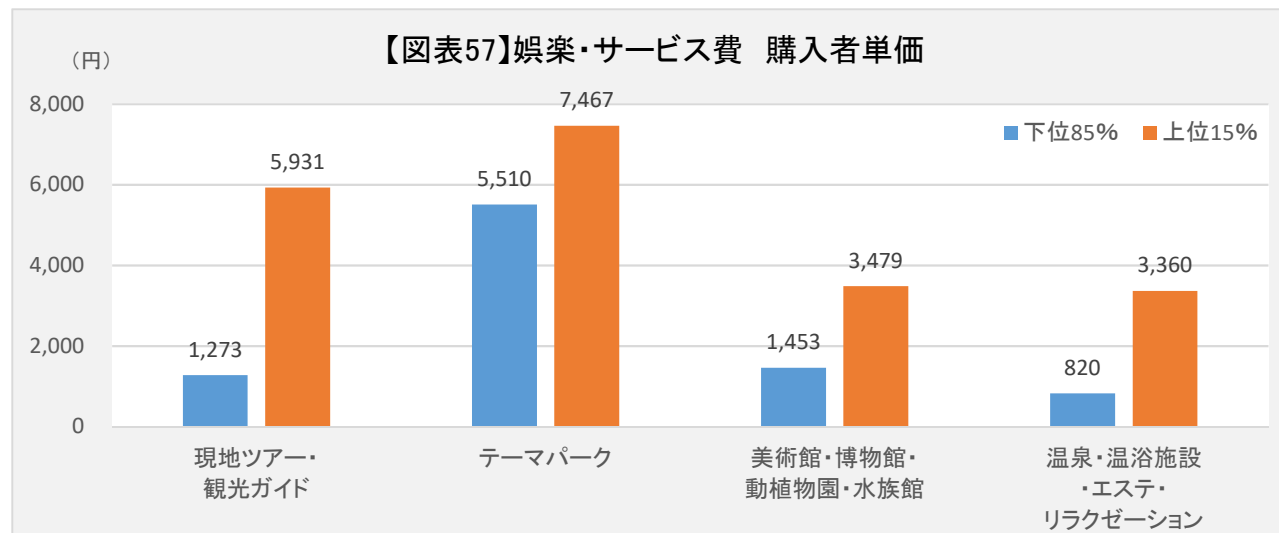
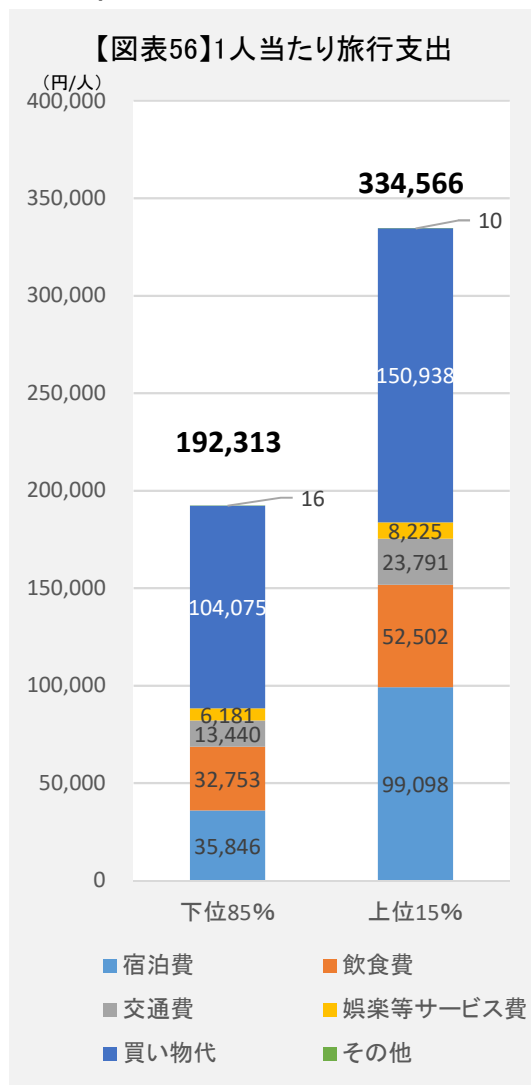


【図表55】前回来訪時期



【中国】支出の内容(観光・レジャー目的&滞在日数27日間以内)

- 中国においては台湾と同様で、全体的に宿泊費上位15%の方が下位85%よりも娯楽・サービス費の購入者単価が高い(図表57)。

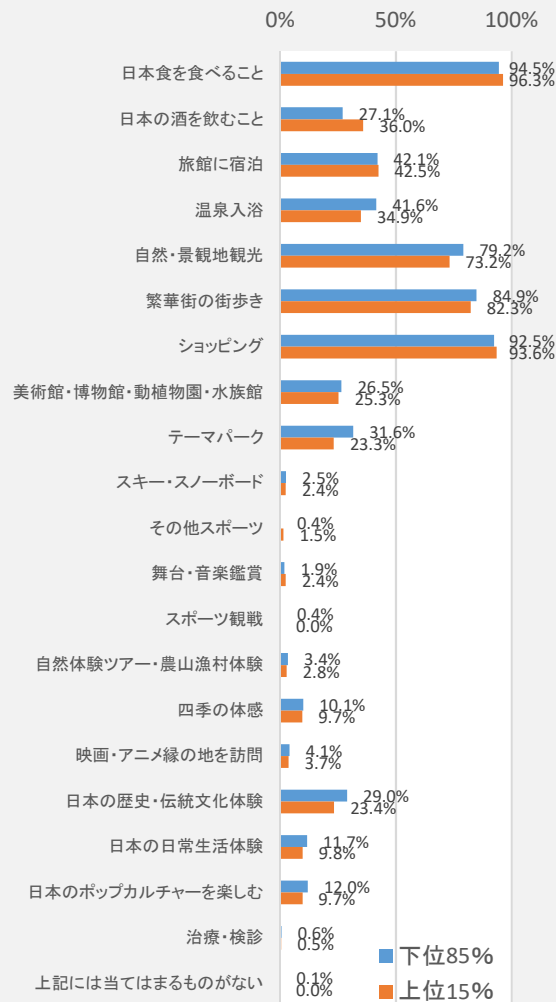


注1) 図表57, 58の購入者単価とは、当該費目を購入した者における平均購入単価について、ウェイトバック処理を行った上で、算出している。

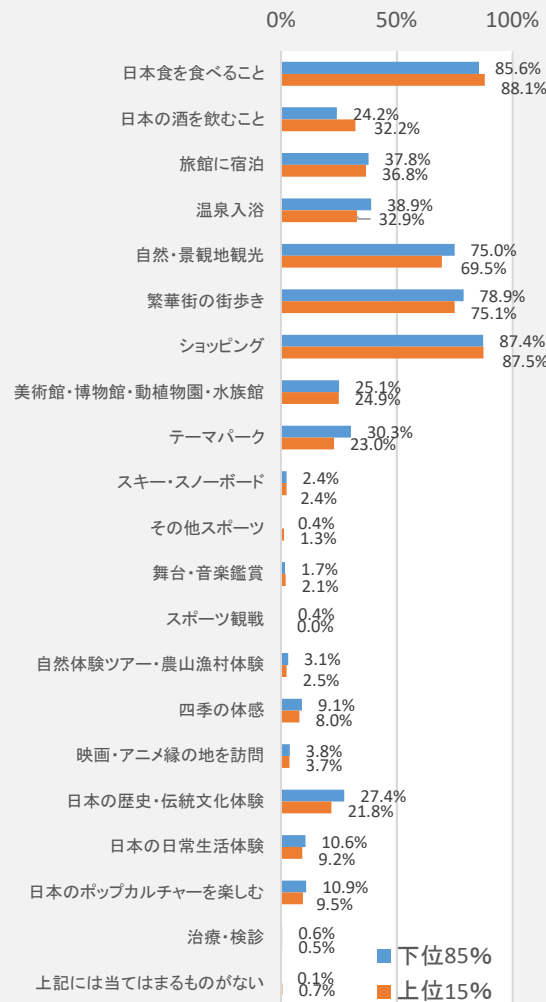
【中国】今回したこと・満足したこと・次回したいこと (観光・レジャー目的&滞在日数27日間以内)

- 今回したこと、満足したこと、次回したいことの3項目において、韓国・台湾・香港と比べて、中国は宿泊費上位15%と回85%の間で大きな差が見られる項目が少ない。(図表59、60、61)。

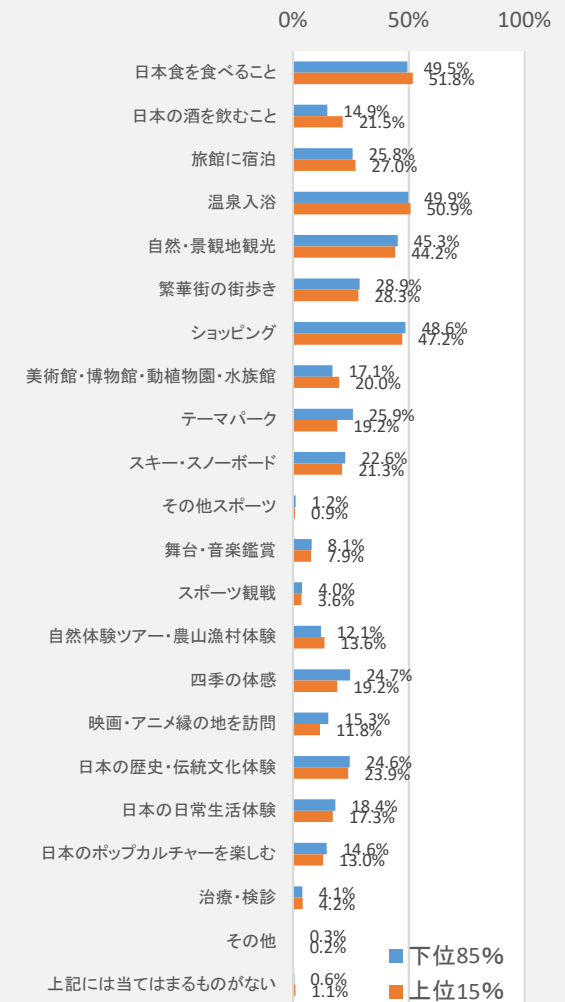
【図表59】今回したこと(複数回答)



【図表60】満足したこと(複数回答)



【図表61】次回したいこと(複数回答)

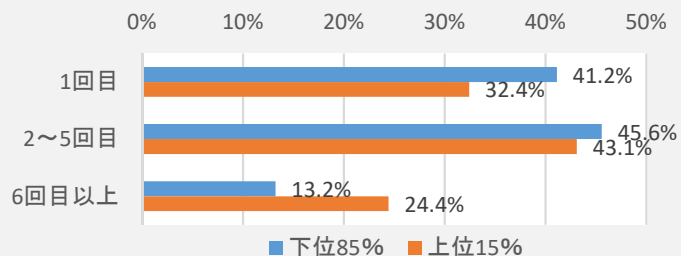


注1) 選択率は、調査票に記入された「今回したこと」「満足したこと」「次回したいこと」を元に、ある行動を選択した人数/全体の人数について、訪日外客数(クルーズ客を除く)による国籍・地域別および四半期別ウェイトバック処理を行った上で算出している。

【東南アジア】旅行内容(観光・レジャー目的 & 滞在日数27日間以内)

- 来訪回数が「6回目以上」や、前回来訪時期が「1年以内」では、宿泊費上位15%の割合が高い(図表62、67)。
- 同行者が「自分ひとり」や「職場の同僚」の場合、宿泊費上位15%の割合が比較的高い(図表64)。

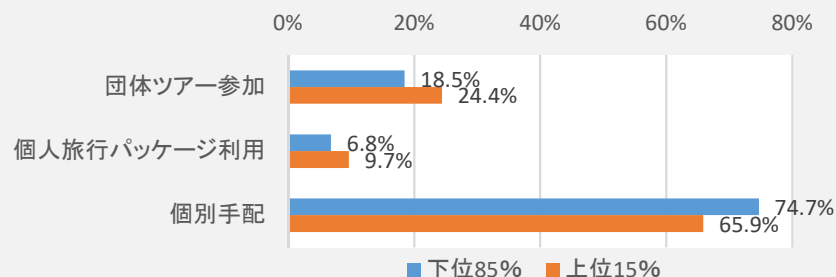
【図表62】来訪回数



【図表65】平均泊数 (泊)

	下位85%	上位15%
平均泊数	6.4	5.3

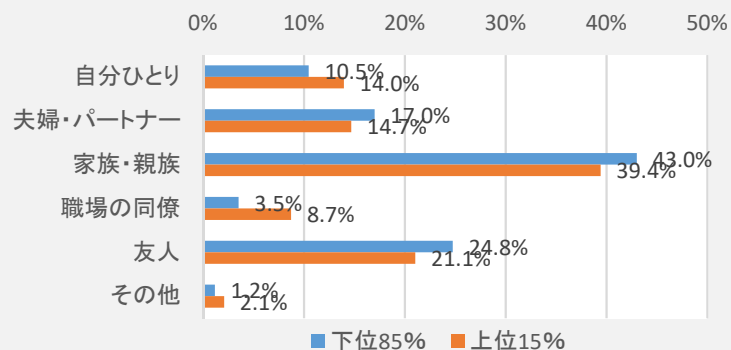
【図表63】旅行手配方法



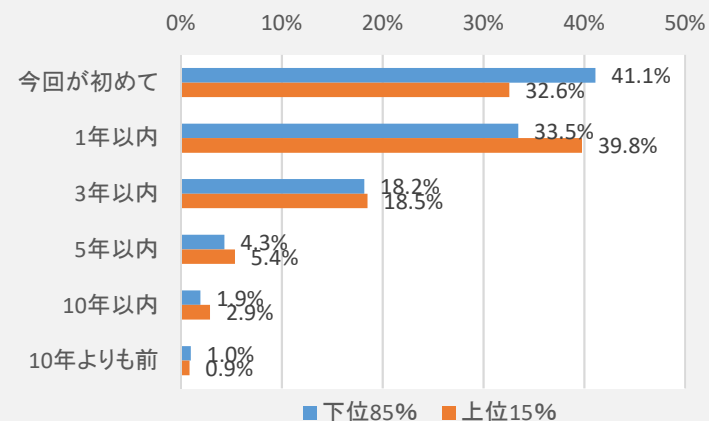
【図表66】性年代

	下位85%		上位15%	
1位	女性30~39歳	19.4%	女性30~39歳	16.8%
2位	女性20~29歳	17.9%	女性20~29歳	15.0%
3位	男性30~39歳	14.3%	女性40~49歳	14.6%

【図表64】同行者



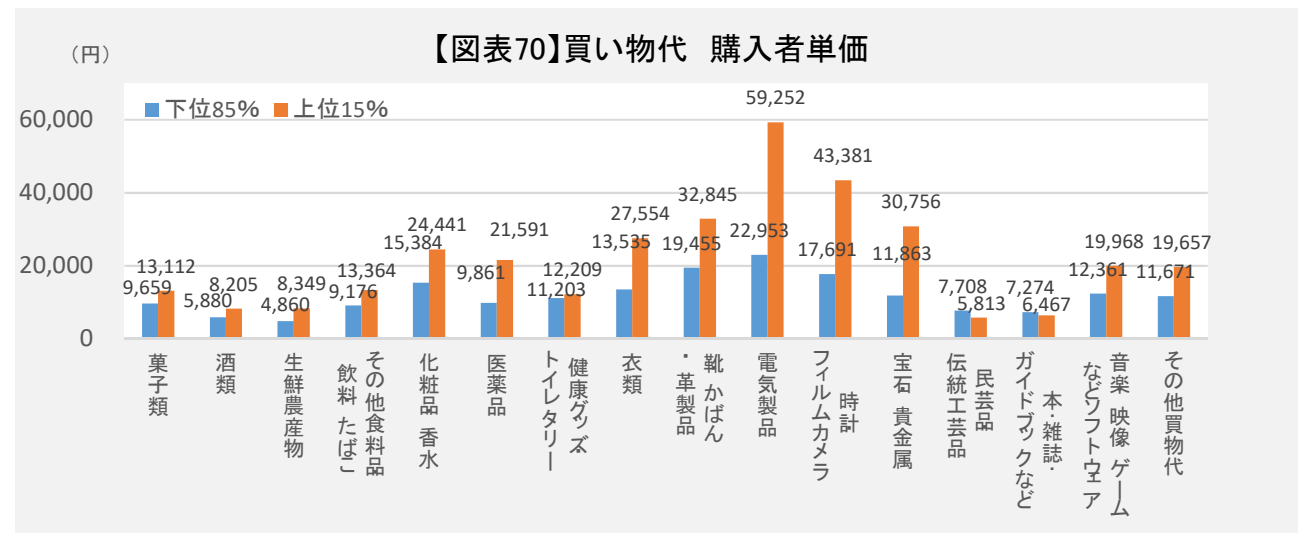
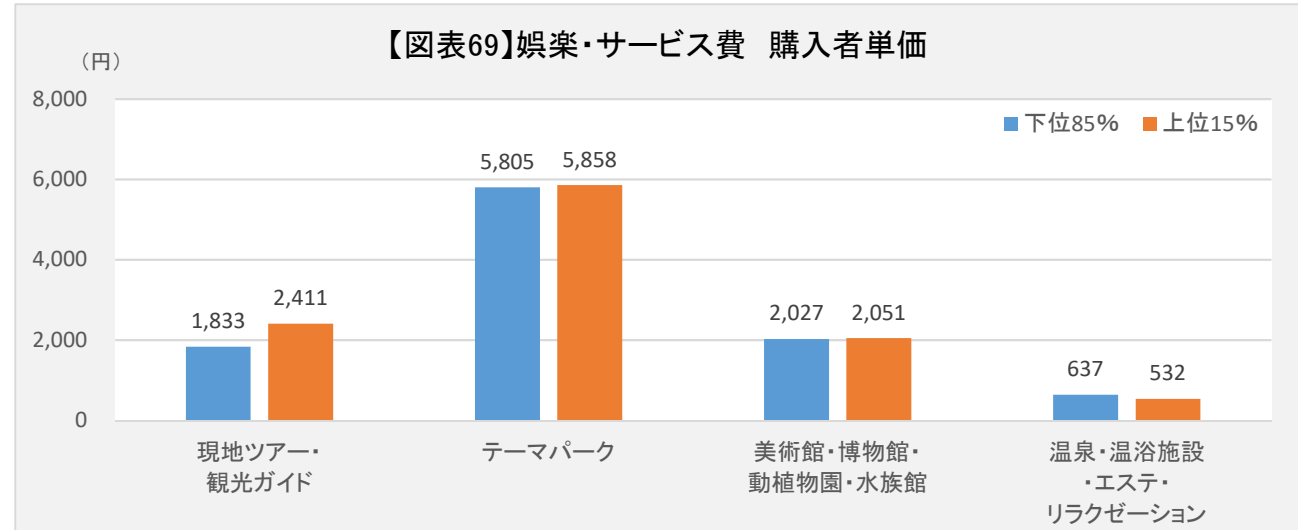
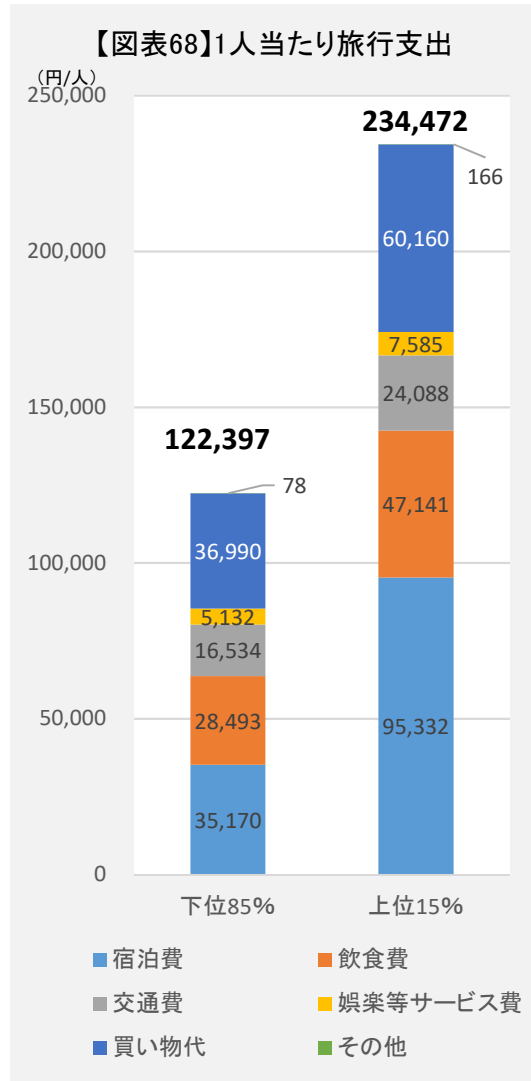
【図表67】前回来訪時期



注1) 「東南アジア」は、タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナムを指す。

【東南アジア】支出の内容(観光・レジャー目的&滞在日数27日間以内)

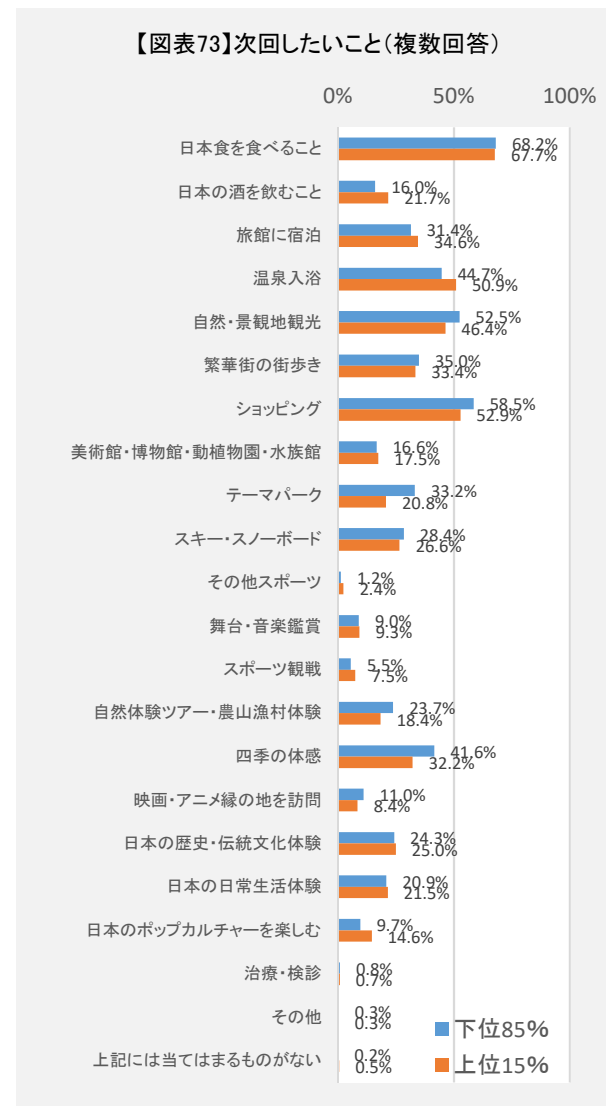
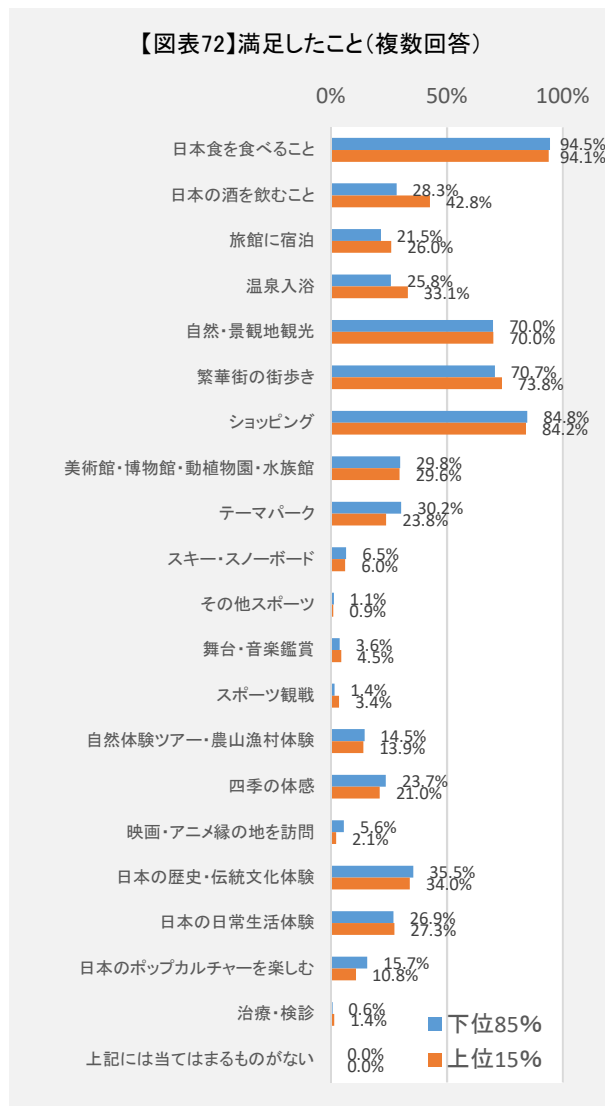
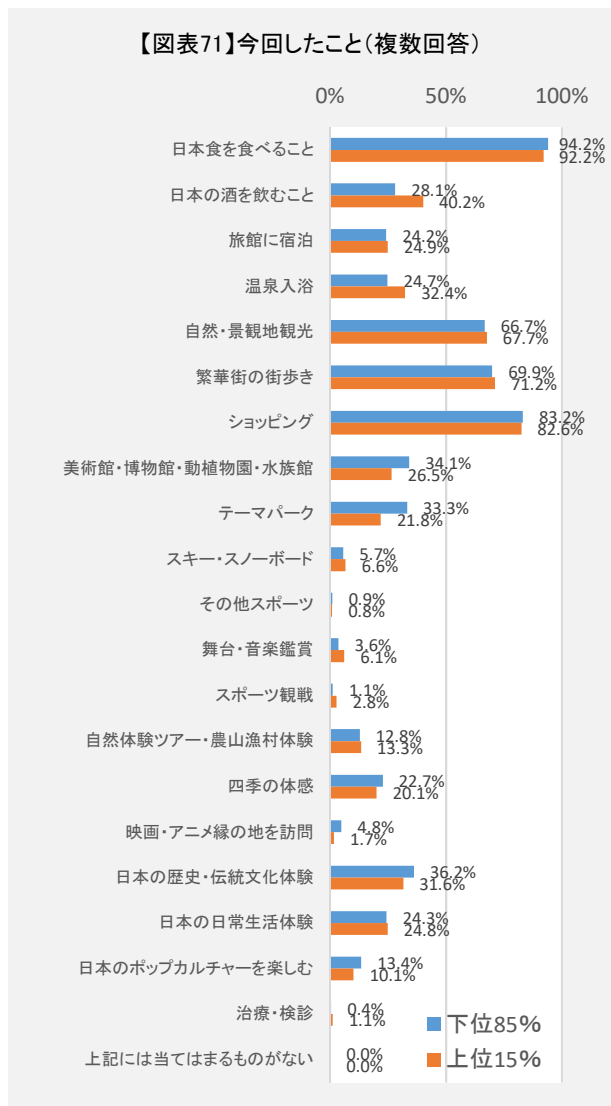
- 東南アジアでは、娯楽・サービス費の消費単価については宿泊費上位15%と下位85%の間に大きな差が見られる費目はないが、買い物代ではほとんどの費目で宿泊費上位15%の方が購入者単価が高い(図表69、70)。



注1) 図表69、70の購入者単価とは、当該費目を購入した者における平均購入単価について、ウェイトバック処理を行った上で、算出している。
 注2) 「東南アジア」は、タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナムを指す。

【東南アジア】今回したこと・満足したこと・次回したいこと (観光・レジャー目的&滞在日数27日間以内)

- 今回したこと、満足したことにおいて、宿泊費上位15%の方が「日本酒を飲むこと」「温泉入浴」の選択率が高い(図表71、72)。



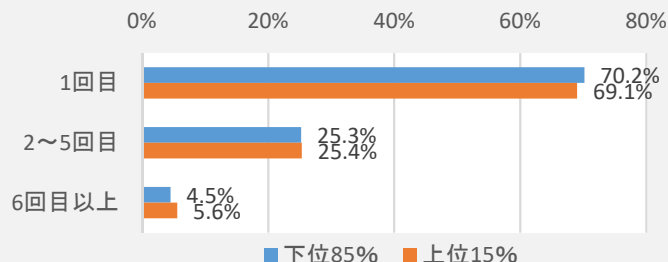
注1) 「東南アジア」は、タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナムを指す。

注2) 選択率は、調査票に記入された「今回したこと」「満足したこと」「次回したいこと」を元に、ある行動を選択した人数/全体の人数について、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エイトバック処理を行った上で算出している。

【欧米豪】旅行内容(観光・レジャー目的&滞在日数27日間以内)

- 欧米豪の場合、来訪回数が「1回目」の割合が高く、宿泊費上位15%と下位85%の間では来訪回数や前回来訪時期に大きな違いは見られない(図表74、79)。
- 同行者が「自分ひとり」では、宿泊費上位15%の割合が高くなる(図表76)。

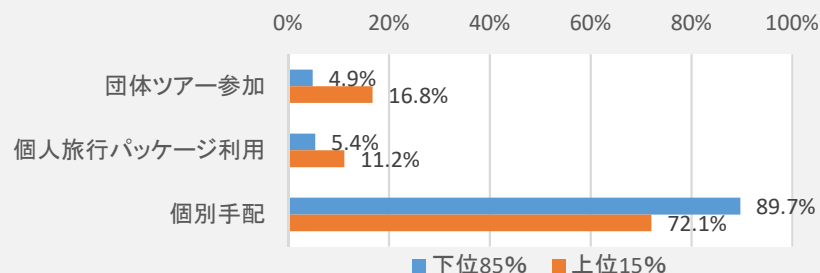
【図表74】来訪回数



【図表77】平均泊数 (泊)

	下位85%	上位15%
平均泊数	11.2	9.2

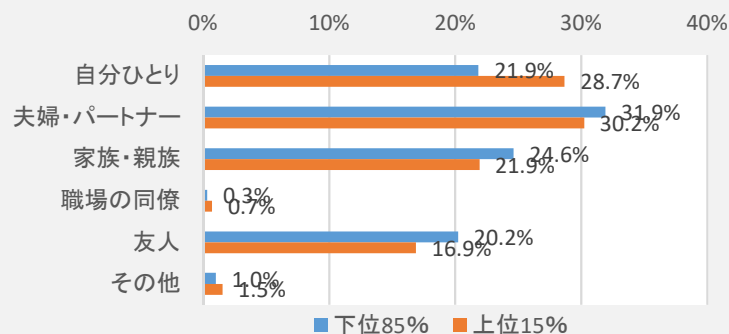
【図表75】旅行手配方法



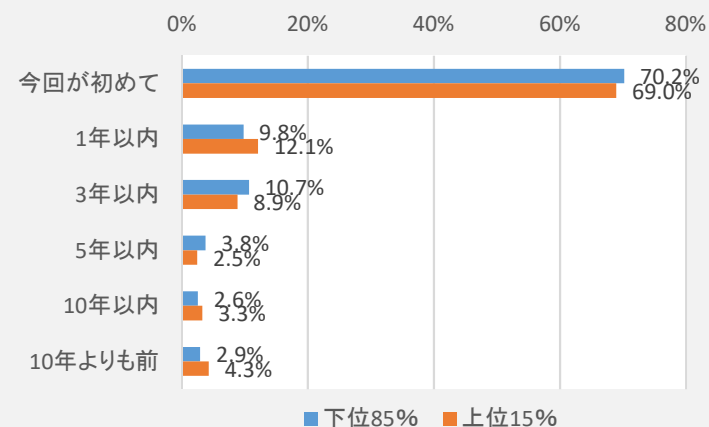
【図表78】性年代

	下位85%		上位15%	
1位	男性20~29歳	23.5%	男性30~39歳	17.3%
2位	男性30~39歳	17.3%	男性20~29歳	14.6%
3位	女性20~29歳	15.0%	男性50~59歳	9.4%

【図表76】同行者



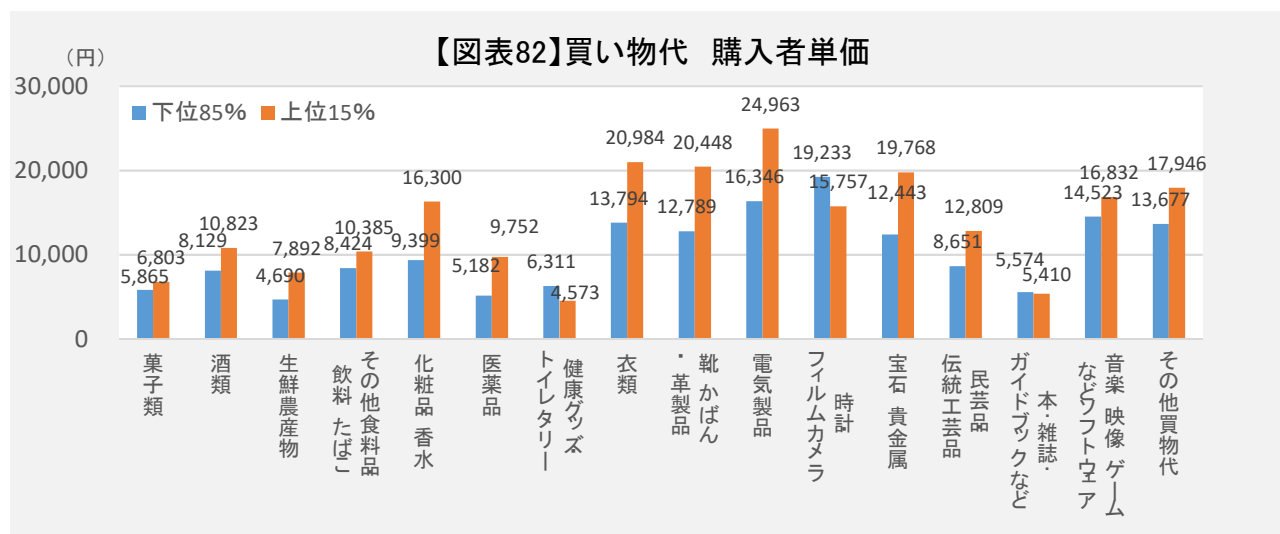
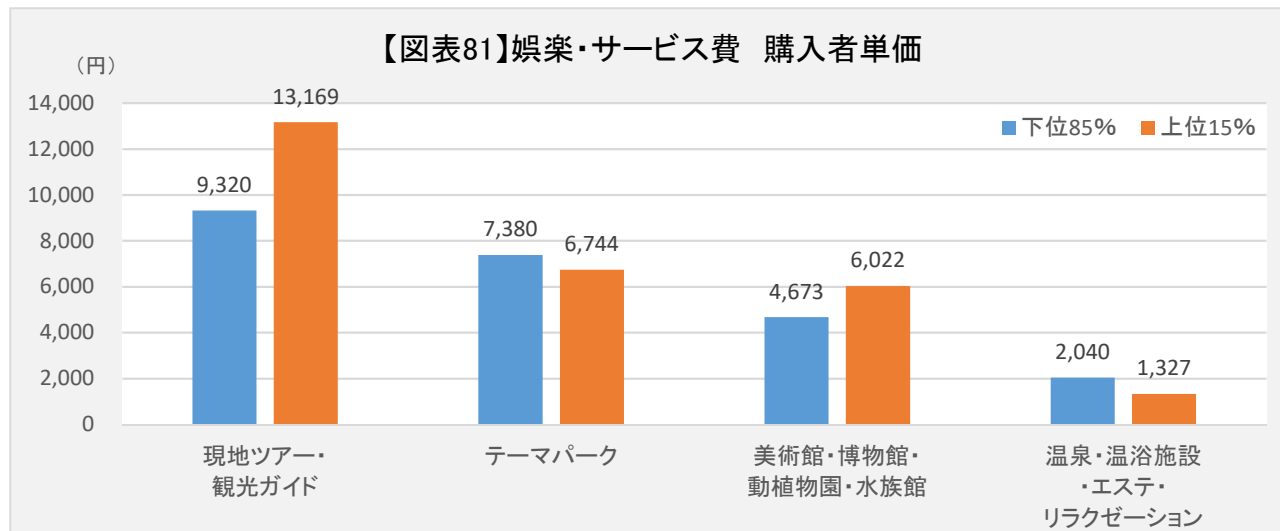
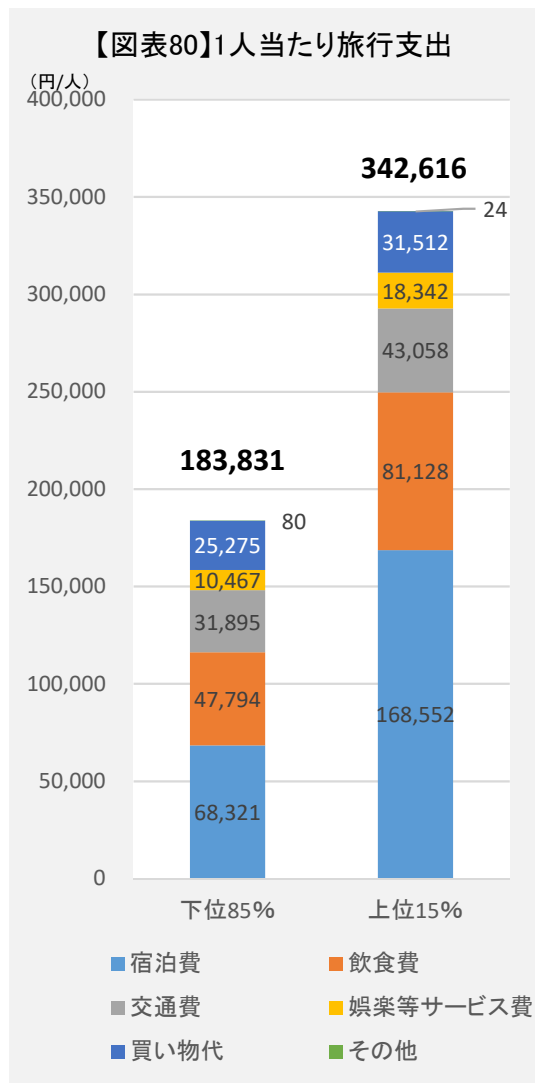
【図表79】前回来訪時期



注1) 「欧米豪」は英国・フランス・ドイツ・イタリア・スペイン、米国、カナダ、豪州を指す。

【欧米豪】支出の内容(観光・レジャー目的&滞在日数27日間以内)

- 欧米豪では、「現地ツアー・観光ガイド」や「電気製品」等の費目について、宿泊費上位15%の購入者単価が高い(図表81、82)。

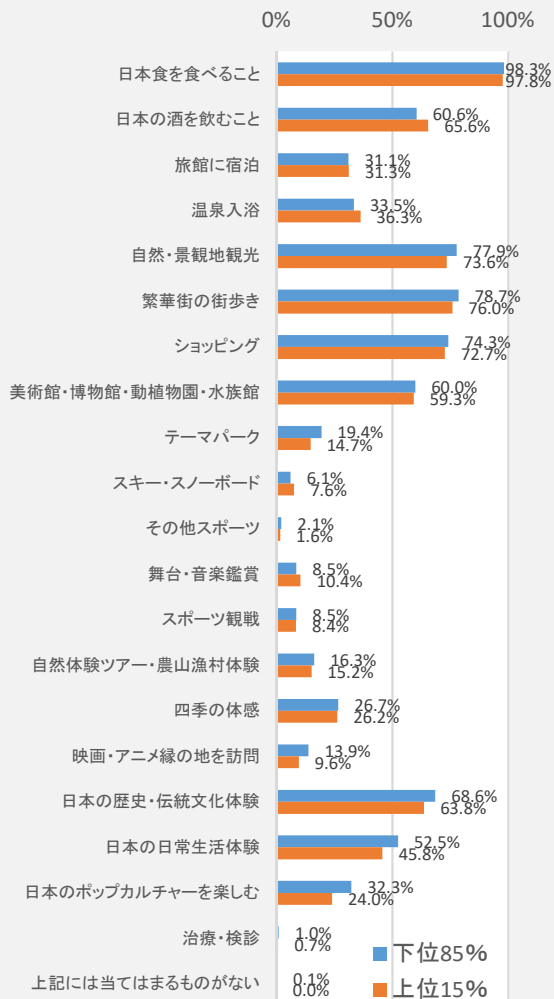


注1) 図表81, 82の購入者単価とは、当該費目を購入した者における平均購入単価について、ウェイトバック処理を行った上で、算出している。
 注2) 「欧米豪」は英国・フランス・ドイツ・イタリア・スペイン、米国、カナダ、豪州を指す。

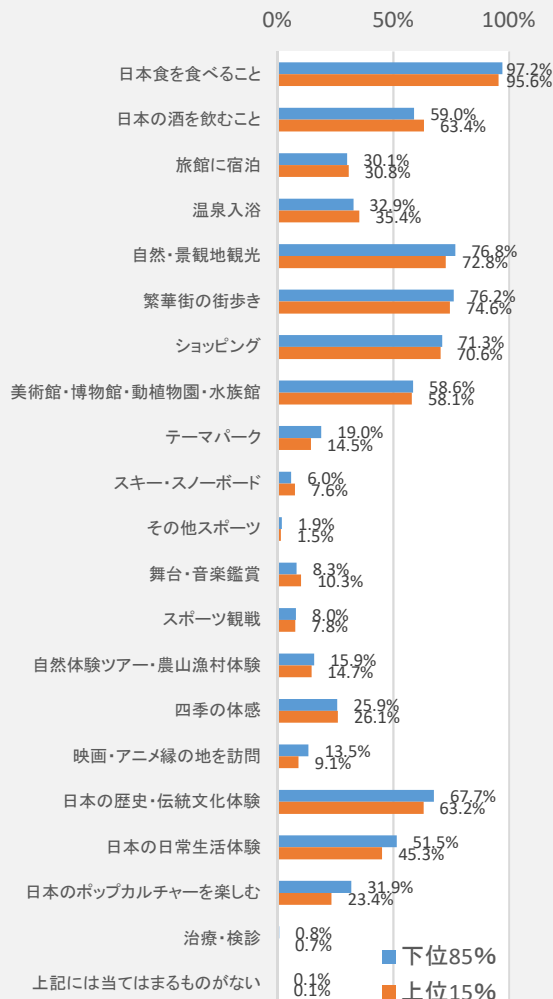
【欧米豪】今回したこと・満足したこと・次回したいこと (観光・レジャー目的&滞在日数27日間以内)

- 欧米豪では、今回したこと、満足したこと、次回したいことのいずれについても、宿泊費上位15%と下位85%で、選択率に大きな差が見られない(図表83、84、85)。

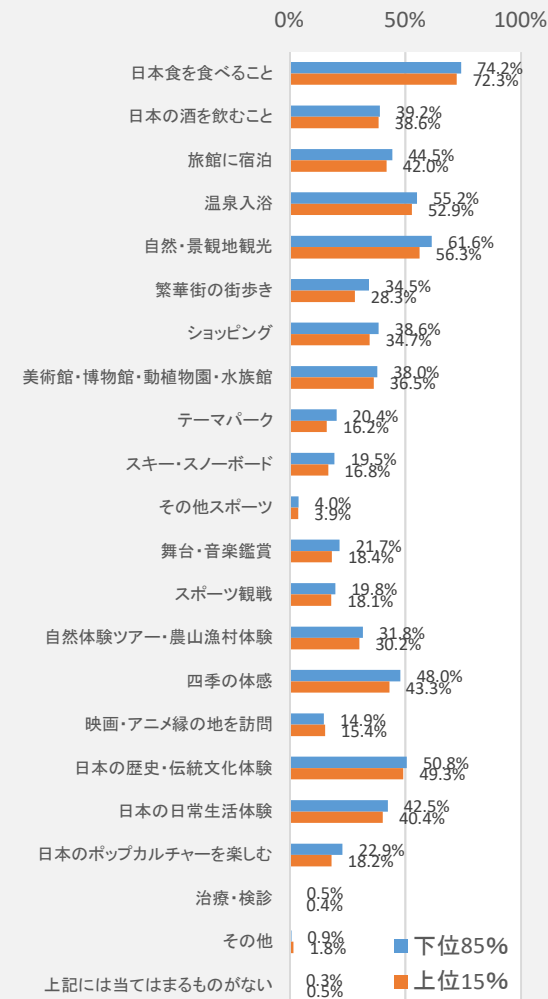
【図表83】今回したこと(複数回答)



【図表84】満足したこと(複数回答)



【図表85】次回したいこと(複数回答)



注1) 「欧米豪」は英国・フランス・ドイツ・イタリア・スペイン、米国、カナダ、豪州を指す。

注2) 選択率は、調査票に記入された「今回したこと」「満足したこと」「次回したいこと」を元に、ある行動を選択した人数/全体の人数について、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った上で算出している。