

訪日外国人客の宿泊施設選択行動

平成 31 (2019) 年 3 月

公益財団法人 アジア成長研究所

訪日外国人客の宿泊施設選択行動 -2014～2018年のパネルデータに基づく分析-

戴 二彪 (アジア成長研究所 教授)

要旨

近年の日本では、観光立国戦略の推進に伴い、ホテルなど宿泊施設の建設ブームが起きている。しかし、施設タイプや地域によって状況が若干違うが、外国人観光客向けの宿泊施設の経営パフォーマンスは必ずしも期待したほど楽観できるものではない。合理的な宿泊施設投資戦略・経営戦略を策定するためには、訪日外国人客の旅行行動（特に宿泊施設選択行動）の特徴と影響要因を正しく認識する必要がある。本研究では、国土交通省の「訪日外国人消費動向調査」や「宿泊旅行統計」など統計データおよび訪問調査に基づいて、訪日外国人客の宿泊施設選択行動の国（地域）別特徴と変化を考察した。さらに、「一人当たり一泊宿泊費」を宿泊施設選択行動の特徴を総合的に反映する指標とみなして、2014～2018年の18の国（地域）からの訪日客宿泊行動に関するパネルデータと変量効果モデルを用いて同指標の影響要因を検証した。分析結果によると、訪日外国人客の国別一人当たり一泊宿泊費は、注目されている一人当たり買物代と大きく違って、基本的に出身国の平均所得水準に左右されている。所得水準要因のほか、訪問目的や旅行客属性及び宿泊文化などの要因も影響しているとみられている。本研究の結果は、今後日本各地の宿泊施設投資戦略・経営戦略を策定する際に、訪日外国人客の国別構成・属性構成の変化と主要訪日国の所得水準の動向を確認したうえ、慎重に検討する必要がある、と示唆している。

1. はじめに

近年の日本において、インバウンド観光産業の成長ポテンシャルと経済波及効果が大きく期待されている。政府の観光立国戦略の本格的推進に伴い、各地方自治体はアジア客をはじめとする外国人観光客の誘致を地域振興策の柱の一つとして重視し、交通・通信など関連インフラの利便性を積極的に改善している（戴，2018）。また、インバウンド客の急増に対応するために、ホテルなど宿泊施設の建設ブームも起こっている。ただし、全体的には宿泊施設に対する需要が増え続けているが、宿泊施設の収益状況は施設タイプや地域によってかなり異なるとみられている。効果的な宿泊施設の建設戦略・経営戦略を策定するために、訪日外国人客の旅行行動（特に宿泊施設選択行動）の特徴と影響要因を解明しなければならない。

旅行行動は、旅行の諸段階における旅行者による様々な選択（旅行先選択，交通経路選択，宿泊施設選択，買い物選択など）の“連続過程”である。近年では、インバウンド客の旅行行動に対する関心の高まりに伴い、関連調査が増えているものの（観光庁，各年），宿泊施設選択行動について仮説を立てて統計分析に基づく実証研究はまだ非常に少ない。

こうした現状を踏まえて、本研究では、訪日外国人客の宿泊施設選択行動に着目し、その行動の特徴と影響要因を明らかにしようとする。全文は4章から構成される。次の第2章では、観光庁の「訪日外国人消費動向調査」と「宿泊旅行統計調査」の統計データを用い、近年の訪日外国人客の宿泊施設選択行動の特徴と変化を考察する。第3章では、2014～2018年の国籍別パネルデータと変量効果（Random Effect）モデルに基づいて、外国人客の一人当たり一泊宿泊費の影響要因を明らかにする。最後の第4章では、本研究の分析結果の政策インプリケーションを示す。

2. 訪日外国人客の宿泊施設選択行動の特徴

2.1 訪日外国人客規模の推移

図1と図2は、1990年以降の訪日外国人客の規模と地域別・国別構成の推移を示している。これらの図表からは、次の動向が読み取れる。

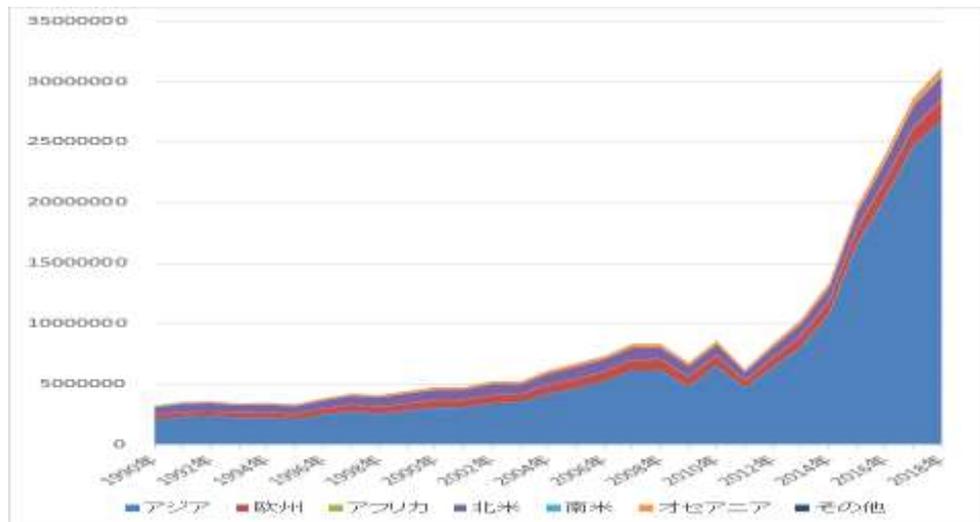
(1) 日本政府が「観光立国戦略」を打ち出した2003年から、特に「アベノミクス」と呼ばれる一連の経済振興政策を実施し始めた2012年以降、円安効果などによって訪日外国人客数が急速に伸びている（図1）。2018年に、訪日外国人客の規模（3,119万人）は初めて3000万人を突破し、日本は世界有数な国際観光目的地に躍進している（2018年の外国人客受け入れ規模ランキングでは、日本が世界11位へ上昇すると推定される）。

(2) どの地域からの観光客数も増えているが、アジアからの観光客数の伸びは最も目立っている。過去20数年間に訪日外国人客全体に占めるアジア客の割合が増大しつつあ

り、1990年代の6割台から近年の8割台へ上昇している（図2）。

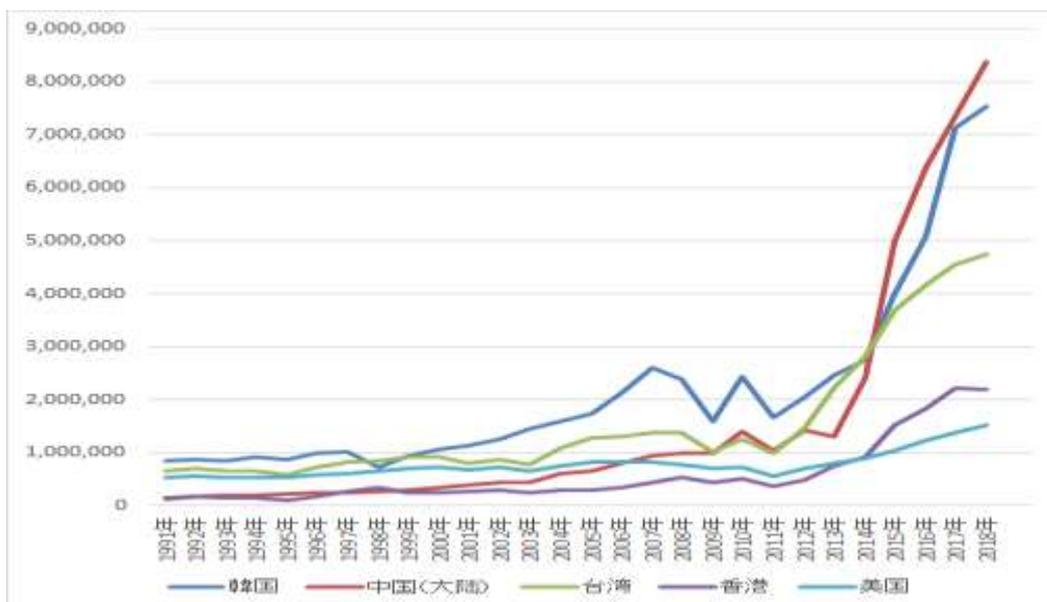
（3）訪日外国人客の主要送出国（地域）の順位にも大きな変化があった。長い間に韓国と台湾は、訪日客の最重要な送出国（地域）であったが、2015年から、中国（本土）からの観光客が急増した結果、訪日客規模の大きさ順で、中国、韓国、台湾、香港、アメリカが上位5カ国（地域）となっている（図2）。

図1 訪日外国人客規模の推移（人）



（出所）日本政府観光局（各年）「訪日外客統計」により作成。

図2 5大訪日国（地域）からの外客規模の推移（人）



（出所）日本政府観光局（各年）「訪日外客統計」により作成。

2.2 訪日外国人客の宿泊地選択

年間 3000 万人を超える外国人客は、日本のどの地域を訪問し、そしてどこの宿泊施設を利用しているのであろう。本章では、観光庁の「宿泊旅行統計調査」における外国人延べ宿泊者数データを用いて、訪日外国人観光客の旅行先と宿泊先の地域構造と特徴を考察する。表 1 は、2014 年と 2018 年における訪日外国人客の都道府県別訪問率、都道府県別宿泊割合（訪日外国人延べ宿泊者数全体に占める当該地域の割合）、および両者の乖離（訪問率－宿泊割合）を示している。

表 1 訪日外国人客の訪問地と宿泊地の地域構造

	2014		2018		2014		2018		訪問率と宿泊割合の乖離	
	回答数 (人)	訪問率 (%)	回答数 (人)	訪問率 (%)	宿泊者数 (万人)	割合(%) (%)	宿泊者数 (万人)	割合(%) (%)	2014 (%)	2018 (%)
全国	27,676	100.0	108,202	100.0	4,207	100.0	7,904	100.0	0.0	0.0
北海道	2,084	7.8	7,031	7.9	371	8.8	749	9.5	-1.0	-1.6
青森県	123	0.5	684	0.6	7	0.2	29	0.4	0.3	0.2
岩手県	72	0.3	378	0.3	7	0.2	23	0.3	0.1	0.0
宮城県	272	1.0	1,085	0.9	10	0.2	34	0.4	0.8	0.4
秋田県	77	0.3	354	0.3	3	0.1	10	0.1	0.2	0.2
山形県	82	0.3	382	0.3	4	0.1	12	0.2	0.2	0.1
福島県	120	0.4	364	0.3	4	0.1	12	0.2	0.3	0.2
茨城県	350	1.1	775	0.8	9	0.2	19	0.2	0.8	0.6
栃木県	554	2.0	1,471	1.3	15	0.3	22	0.3	1.7	1.0
群馬県	215	0.7	629	0.5	10	0.2	27	0.3	0.5	0.2
埼玉県	519	1.8	1,073	1.0	10	0.2	16	0.2	1.5	0.8
千葉県	3,406	11.7	34,719	35.6	265	6.3	400	5.1	5.4	30.6
東京都	14,725	51.4	55,049	45.6	1,252	29.8	2,106	26.6	21.7	19.0
神奈川県	3,749	12.3	8,921	7.5	135	3.2	235	3.0	9.1	4.5
新潟県	192	0.6	609	0.5	11	0.3	28	0.4	0.3	0.2
富山県	295	1.3	1,546	1.1	13	0.3	26	0.3	1.0	0.7
石川県	334	1.5	2,540	1.9	32	0.7	84	1.1	0.8	0.8
福井県	56	0.2	223	0.2	3	0.1	7	0.1	0.2	0.1
山梨県	1,489	4.8	5,233	4.6	86	2.0	169	2.1	2.8	2.5
長野県	726	2.9	3,587	2.7	52	1.2	120	1.5	1.6	1.2
岐阜県	598	2.6	3,685	2.6	46	1.1	102	1.3	1.5	1.3
静岡県	1,381	4.4	4,589	4.2	75	1.8	161	2.0	2.7	2.1
愛知県	2,700	9.2	10,493	7.8	146	3.5	275	3.5	5.7	4.4
三重県	188	0.7	819	0.6	15	0.4	31	0.4	0.3	0.2
滋賀県	197	0.8	749	0.7	22	0.5	36	0.5	0.2	0.2
京都府	6,064	21.9	27,921	25.8	295	7.0	492	6.2	14.9	19.5
大阪府	7,991	27.9	39,313	36.6	595	14.2	1,130	14.3	13.7	22.3
兵庫県	1,689	6.2	6,529	6.0	66	1.6	111	1.4	4.6	4.6
奈良県	1,324	4.9	9,505	8.9	11	0.3	31	0.4	4.7	8.5
和歌山県	341	1.5	1,248	1.1	25	0.6	39	0.5	0.9	0.7
鳥取県	54	0.2	444	0.4	5	0.1	14	0.2	0.1	0.2
島根県	47	0.2	275	0.2	2	0.1	6	0.1	0.1	0.2
岡山県	232	0.9	1,077	1.0	10	0.2	44	0.6	0.6	0.4
広島県	983	3.4	3,503	2.9	37	0.9	96	1.2	2.6	1.7
山口県	91	0.4	745	0.8	5.5	0.1	9	0.1	0.2	0.8
徳島県	56	0.2	421	0.3	2.7	0.1	9	0.1	0.1	0.1
香川県	179	0.7	1,800	0.9	12.4	0.3	40	0.5	0.4	0.4
愛媛県	117	0.5	890	0.4	5.7	0.1	21	0.3	0.4	0.1
高知県	50	0.2	331	0.2	3.0	0.1	6	0.1	0.1	0.1
福岡県	2,425	8.9	12,820	10.4	126.7	3.0	300	3.8	5.9	6.6
佐賀県	125	0.5	1,082	1.1	9.0	0.2	36	0.5	0.3	0.6
長崎県	551	2.3	1,879	1.7	45.2	1.1	56	0.7	1.2	1.0
熊本県	361	3.5	2,404	1.9	46.8	1.1	89	1.1	2.4	0.8
大分県	1,107	4.2	5,342	4.2	38.5	0.9	112	1.4	3.3	2.8
宮崎県	54	0.2	617	0.6	15.1	0.4	31	0.4	-0.1	0.2
鹿児島県	157	0.6	1,073	1.2	25.2	0.6	68	0.9	0.0	0.3
沖縄県	1,178	4.7	1,817	6.8	222.5	5.3	429	5.4	-0.6	1.3
北海道運輸局	2,084	7.8	7,031	7.9	370.5	8.8	749	9.5	-1.0	-1.6
東北運輸局	587	2.1	2,099	1.8	35.4	0.8	121	1.5	1.2	0.3
関東運輸局	16,554	57.3	58,372	49.5	1,781.4	42.3	2,993	37.9	14.9	11.7
北陸信越運輸局	1,317	5.2	6,471	4.9	108.1	2.6	258	3.3	2.7	1.6
中部運輸局	4,286	14.7	14,968	12.0	284.6	6.8	576	7.3	8.0	4.7
近畿運輸局	10,088	35.7	42,947	39.8	1,015.0	24.1	1,839	23.3	11.6	16.5
中国運輸局	1,148	4.5	5,091	4.6	59.5	1.4	169	2.1	3.1	2.5
四国運輸局	310	1.2	1,879	1.2	23.7	0.6	76	1.0	0.6	0.3
九州運輸局	2,803	10.3	13,904	12.0	306.5	7.3	695	8.8	3.0	3.2
沖縄総合事務局	1,178	4.7	1,817	6.8	222.5	5.3	429	5.4	-0.6	1.3

（出所）観光庁（各年）「訪日外国人消費動向調査」により作成。

同表からは、次のことが分かる。

- (1) 訪問率の最も高い地域は、関東（主に東京都，千葉県，神奈川県）と近畿（主に大阪府，京都府，兵庫県，奈良県）である。その他に，九州（福岡県など），北海道，中部（愛知県，静岡県）も人気訪問先となっている。2014年と比べ，2018年に，関東や中部への訪問率が幾分下がったが，近畿および九州・北海道・沖縄への訪問率は上昇している。
- (2) 宿泊施設所在地として，最もよく利用されている地域はやはり関東と近畿である。また，九州，北海道，中部も人気宿泊地となっている。ただし，2014年と比べ，2018年に，関東や近畿の宿泊割合がともに下がったが，2大都市圏を含むこの両地域以外の各地域の割合は，すべて上昇している。
- (3) 複数選択の回答ができる都道府県別訪問率（合計は100%以上）と都道府県別宿泊割合（合計は100%）の間に，当然ながら，乖離がある。特に，東京都市圏と大阪都市圏に位置する都道府県および主要国際空港を有する他の都道府県では，両者の乖離がかなり大きい。

一方，表2は，2018年の主要12訪日国（地域）からの国別外国人延べ宿泊者数の都道府県別宿泊分布を示している。同表からは，次の特徴を確認できる。

(1) 欧米（アメリカ，イギリス，フランス，オーストラリア）からの訪日客の宿泊先分布は関東（断然第一位）と近畿（第二位）に著しく集中しているが，アジアからの訪日客の宿泊先分布は相対的に分散的である。関東と近畿の他に，独特の自然環境を有する北海道（長い降雪期）や九州（温泉・火山・海など）・沖縄（海，南国風光），および富士山（日本の象徴）周辺数県（静岡，山梨，愛知）も，アジア客の人気旅行・宿泊先となっている。また，近畿地域は，アジア客と欧米客のどちらにとっても，概して関東地域に次ぐ二番目に重要な旅行先・宿泊先であるが，欧米客は文化古都京都を，アジア客は関西空港に近くショッピングもしやすい商業都市大阪を，それぞれ選好している。

(2) アジア諸国（地域）の中においても，国（地域）によって，宿泊先分布構造がかなり違う。雪国の体験がほとんどない低緯度諸国・地域（シンガポール，台湾，香港，マレーシア，タイ）からの訪日客にとって，北海道の人気度は近畿の大阪・京都並み（ないしそれ以上）であるが，九州に近い韓国の訪日客にとって，九州の人気度は関東・近畿よりも高い。また，中国・タイ・マレーシアの訪日客の場合，富士山人気が高くその周辺数県で宿泊する割合がかなり突出している。

(3) 近年では，九州を訪問し地域内の施設で宿泊する外国人客は増加しつつあるが，2018年に，外国人宿泊客全体に占める九州泊の外国人客の割合はまだ10%未満（9%）にとどまっている（表2）。国籍・地域別で見ると，韓国や台湾・香港からの訪日客の内，九州での延べ宿泊者数の割合がかなり高いが，中国本土からの訪日客の九州泊の割合が4%にとどまっており，欧米客の同割合がさらに低い。

表2 国籍（出身地）別延べ宿泊者数の施設所在地別構成（％，2018年）

施設所在地	各国合計	韓国	中国	香港	台湾	タイ	シンガポール	インドネシア	マレーシア	アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
全国合計(人)	79,038,520	11,258,330	20,942,080	5,944,150	11,467,200	2,885,870	1,876,410	1,119,800	1,053,840	5,326,870	2,058,050	1,173,290	1,108,900
北海道	9.5	12.3	8.9	12.5	12.9	16.4	17.7	9.3	24.8	2.9	7.0	2.4	1.2
青森県	0.4	0.3	0.3	0.4	0.8	0.3	0.3	0.1	0.2	0.4	0.2	0.2	0.2
岩手県	0.3	0.1	0.1	0.2	1.2	0.2	0.2	0.1	0.1	0.1	0.2	0.1	0.1
宮城県	0.4	0.1	0.2	0.2	1.2	0.8	0.2	0.3	0.2	0.3	0.2	0.3	0.3
秋田県	0.1	0.1	0.1	0.1	0.4	0.1	0.1	0.1	0.0	0.1	0.1	0.1	0.1
山形県	0.2	0.1	0.1	0.2	0.5	0.2	0.2	0.0	0.1	0.1	0.2	0.1	0.1
福島県	0.2	0.0	0.1	0.1	0.3	0.5	0.1	0.1	0.1	0.1	0.2	0.1	0.1
茨城県	0.2	0.1	0.2	0.1	0.3	0.4	0.1	0.1	0.2	0.2	0.1	0.2	0.2
栃木県	0.3	0.2	0.1	0.2	0.4	0.5	0.2	0.4	0.3	0.5	0.2	0.4	0.4
群馬県	0.3	0.1	0.2	0.5	1.0	0.7	0.3	0.2	0.2	0.2	0.2	0.1	0.2
埼玉県	0.2	0.2	0.2	0.1	0.1	0.3	0.1	0.1	0.2	0.2	0.1	0.2	0.2
千葉県	5.1	1.6	7.0	2.5	4.7	9.4	4.1	5.8	5.6	6.5	5.8	3.5	1.9
東京都	26.6	14.0	24.8	19.1	16.2	24.8	35.2	40.6	26.1	46.4	39.5	45.7	42.5
神奈川県	3.0	1.3	3.3	1.3	1.7	2.5	2.3	2.6	2.3	6.3	2.6	5.8	4.8
新潟県	0.4	0.2	0.3	0.5	0.7	0.3	0.4	0.2	0.3	0.2	0.5	0.2	0.1
富山県	0.3	0.3	0.1	0.5	0.8	0.4	0.3	0.7	0.3	0.1	0.1	0.1	0.1
石川県	1.1	0.3	0.4	1.5	1.8	0.9	1.2	1.8	1.6	1.2	1.5	2.1	2.2
福井県	0.1	0.0	0.1	0.2	0.2	0.1	0.1	0.0	0.1	0.1	0.0	0.1	0.1
山梨県	2.1	0.3	3.3	1.8	2.3	5.7	1.8	4.3	4.0	0.8	1.2	0.8	1.0
長野県	1.5	0.5	0.7	1.7	3.4	2.0	1.9	2.9	1.7	0.8	4.6	1.7	1.1
岐阜県	1.3	0.4	1.3	1.8	1.5	2.3	1.4	1.7	2.4	0.7	1.8	2.4	2.0
静岡県	2.0	0.7	5.0	0.6	1.0	1.4	0.6	1.2	1.5	0.8	0.5	0.6	1.0
愛知県	3.5	1.5	6.5	2.9	2.2	5.1	1.8	2.7	2.3	1.6	1.1	1.2	1.2
三重県	0.4	0.3	0.5	0.4	0.4	1.0	0.2	0.2	0.5	0.2	0.1	0.3	0.5
滋賀県	0.5	0.4	0.4	0.6	0.9	0.3	0.3	0.2	0.4	0.4	0.2	0.1	0.2
京都府	6.2	2.4	5.8	3.1	4.7	2.1	5.3	4.5	4.7	11.0	12.7	13.9	16.4
大阪府	14.3	19.8	17.5	16.3	10.6	12.9	12.6	16.4	13.6	6.4	10.3	6.1	7.4
兵庫県	1.4	1.3	1.4	1.6	2.4	1.1	0.8	0.7	1.0	0.8	0.7	0.8	1.2
奈良県	0.4	0.2	0.8	0.2	0.2	0.1	0.2	0.1	0.2	0.3	0.3	0.5	1.2
和歌山県	0.5	0.3	0.6	1.3	0.5	0.3	0.3	0.1	0.2	0.2	0.4	0.3	0.5
鳥取県	0.2	0.4	0.1	0.6	0.2	0.1	0.1	0.0	0.1	0.1	0.0	0.1	0.1
島根県	0.1	0.1	0.0	0.1	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1	0.1	0.1	0.3
岡山県	0.6	0.5	0.3	0.9	1.3	0.2	0.2	0.1	0.2	0.3	0.4	0.4	1.5
広島県	1.2	0.4	0.4	0.9	0.7	0.6	1.5	0.5	0.6	2.4	3.9	4.5	4.9
山口県	0.1	0.4	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.0	0.1	0.0	0.1	0.0
徳島県	0.1	0.0	0.1	0.5	0.1	0.0	0.1	0.0	0.1	0.1	0.1	0.1	0.2
香川県	0.5	0.6	0.4	1.1	1.0	0.1	0.1	0.0	0.1	0.3	0.3	0.3	0.6
愛媛県	0.3	0.4	0.1	0.5	0.5	0.0	0.1	0.0	0.1	0.1	0.1	0.1	0.3
高知県	0.1	0.1	0.0	0.3	0.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1	0.1	0.1
福岡県	3.8	12.8	1.7	5.7	3.8	2.0	1.8	0.8	1.2	1.1	0.8	1.2	0.7
佐賀県	0.5	1.7	0.3	0.2	0.7	0.1	0.1	0.0	0.0	0.1	0.1	0.1	0.1
長崎県	0.7	1.8	0.3	0.6	0.8	0.3	0.5	0.2	0.2	1.0	0.3	0.4	0.4
熊本県	1.1	2.7	0.5	2.1	2.0	0.5	0.8	0.2	0.5	0.3	0.2	0.3	0.4
大分県	1.4	5.9	0.5	1.8	1.2	0.7	0.7	0.3	0.4	0.2	0.2	0.2	0.3
宮崎県	0.4	1.2	0.1	1.1	0.6	0.0	0.2	0.0	0.1	0.1	0.0	0.1	0.1
鹿児島県	0.9	1.5	0.4	3.4	1.2	0.1	0.5	0.1	0.3	0.2	0.2	0.4	0.4
沖縄県	5.4	10.3	4.2	7.5	10.4	1.7	3.0	0.2	1.0	3.5	0.8	1.3	1.3
運輸局等													
北海道運輸局	9.5	12.3	8.9	12.5	12.9	16.4	17.7	9.3	24.8	2.9	7.0	2.4	1.2
東北運輸局	1.5	0.7	0.9	1.2	4.4	2.2	1.0	0.7	0.7	1.1	1.1	0.9	0.8
関東運輸局	37.9	17.8	39.2	25.6	26.6	44.3	44.2	53.9	38.9	61.2	49.5	56.7	51.1
北陸信越運輸局	3.3	1.2	1.6	4.3	6.7	3.6	3.8	5.6	3.9	2.3	6.7	4.1	3.6
中部運輸局	7.3	2.9	13.4	5.9	5.3	10.0	4.0	5.9	6.8	3.4	3.6	4.5	4.8
近畿運輸局	23.3	24.4	26.5	23.2	19.4	16.8	19.5	21.9	20.1	19.1	24.5	21.6	26.9
中国運輸局	2.1	1.7	0.9	2.6	2.4	1.0	1.9	0.8	1.0	2.9	4.4	5.1	6.9
四国運輸局	1.0	1.1	0.6	2.3	1.7	0.2	0.4	0.1	0.2	0.6	0.5	0.6	1.1
九州運輸局	8.8	27.6	3.9	14.9	10.1	3.9	4.5	1.6	2.7	3.0	1.9	2.8	2.3
沖縄総合事務局	5.4	10.3	4.2	7.5	10.4	1.7	3.0	0.2	1.0	3.5	0.8	1.3	1.3

(注) 本表は10人以上の従業員を有する宿泊施設を対象とする統計に基づくものである。
 (出所) 観光庁(各年)「宿泊旅行統計調査」により作成。

2.3 訪日外国人客の宿泊形態と推移

日本における宿泊施設は多種多様で、ホテル（洋室中心）、旅館（和室中心）、自己所有の別荘・コンドミニアム、会社・大学など所有の宿舍・寮、親族・知人宅、ユースホステル・ゲストハウス、カプセルホテル、有料での住宅宿泊（民泊）、などと分類されている。訪日外国人客は、どのような施設を利用しているのだろうか？表3は、観光庁（各年）「訪日外国人消費動向調査」における宿泊利用に関する調査データに基づいて、2014～2018年の訪日外国人客による各種類宿泊施設の利用割合（構成比）を示している。同表からは、次の特徴が分かる。

- (1) 外国人客の日本滞在期間中に、一番多く利用されているのはホテル（洋室中心）で、その割合が安定して80%前後に推移している。二番目多く利用されているのは旅館（和室中心）で、その割合が20%前後に推移している。ただし、注意すべきことは、調査表に記入されているのは複数回答であり、1泊さえ利用されたらカウントされる。このため、表3に示されている各種宿泊施設（ホテルと旅館を含む）の利用割合（単純計算値）は、実際の利用割合より若干高くまたは低くなっている。
- (2) 三番目以下よく利用されている宿泊施設の割合と順位は安定していない。2017年前までは、「親族・知人宅」と「ユースホステル・ゲストハウス」は、3位を争っていたが、2017年以降は、規制緩和の影響で、「有料での住宅宿泊（民泊）」を中心とする「その他」の利用割合が一気に3位に上がった。
- (3) 学校の寮・会社所有の宿泊施設は、高くないが、安定な利用割合を持っている。通常、この種の施設で宿泊する場合、滞在期間が比較的長いので、実際の利用割合は、表3に示されている利用割合（単純計算値）より高いとみられる。

表3 訪日外国人客による各種宿泊施設の利用割合（%）

調査項目		2014		2015		2016		2017		2018	
		回答数	構成比								
日本滞在中に	ホテル(洋室中心)	22,684	83.2	31,973	84.4	30,156	80.1	29,932	77.9	25,553	79.0
利用した	旅館(和室中心)	5,245	19.8	6,972	22.2	6,535	20.5	6,242	18.6	5,690	17.6
宿泊施設	自己所有の別荘・コンドミニアム	370	1.2	435	1.3	533	1.7	362	1.1	188	0.5
(複数回答)	学校の寮・会社所有の宿泊施設	1,101	3.6	1,074	2.8	1,006	2.6	943	2.3	1,033	2.0
	親族・知人宅	2,792	9.4	3,289	7.7	3,107	7.4	2,795	6.6	2,957	6.4
	ユースホステル・ゲストハウス	N.	N.	2,545	5.0	4,251	8.3	3,514	7.0	2,024	5.7
	その他	1,179	4.3	1,337	3.1	2,597	5.4	5,088	11.9	5,022	14.1

(出所) 観光庁（各年）「訪日外国人消費動向調査」により作成。

民泊の利用割合の急上昇に伴い、2018年から観光庁「訪日外国人消費動向調査」の宿泊施設分類では、従来の「その他」に含まれた施設を細分し、「有料での住宅宿泊（民泊）」などの項目を明示している。表4は、2018年主要20訪日マーケットからの国籍・地域別訪日客の利用した宿泊施設の構成比率を詳細に示している。同表からは、次のことが確認できる。

- (1) ホテル（洋室中心）は、どこの国（地域）からの訪日客にとっても、最も多く利用される宿泊施設となっているが、平均所得水準が相対的に低いフィリッピン、ベトナム、ロシアの訪日客の利用割合が各国（地域）平均値の79%を大きく下回り、50%台～60%台となっている。
- (2) 旅館（和室中心）は、ほとんどの国（地域）からの訪日客の2番目人気の宿泊施設であるが、平均所得水準が相対的に低いフィリッピン、インドからの訪日客の利用割合は、それぞれ4.0%と5.3%しかない。また、韓国客の利用割合も他の国より低く、10%以下となっている。これに対して、欧米客や中国・台湾・香港客の利用割合が高く、日本文化を積極的に体験しているとみられる。
- (3) 学校の寮・会社所有の宿泊施設は、ベトナムやインドなど東南アジア・南アジアからの訪日客が多用している。利用客の多くは、これら地域に急速に進出している日系企業の関係者（現地会社の幹部候補、短期研修生など）である。
- (4) 親族・知人宅、ユースホステル・ゲストハウス、カプセルホテル、など無料あるいは低価格な宿泊施設は、平均所得水準の低い東南アジア・南アジアからの訪問客をはじめ、欧米客（主に大学生などチャレンジ精神の強い若者）もよく利用している。これに対して、東アジア客の場合、これら施設の利用割合が総じて最も低くなっている。
- (5) 民泊は、訪日東アジア客（中国・台湾・香港・韓国）が多用していると報道されているが、欧米客や東南アジア客も東アジア客と同じ程度（ないしそれ以上）の割合で利用している。ただし、東アジア客全体の規模が大きいので、民泊を利用した外国人客の内、確かに東アジア客が一番多いと考えられる。また、注目すべきことは、平均所得水準の低い国（ベトナム、インド、ロシアなど）からの訪日客の民泊利用割合が最も低くなっていることである。したがって、民泊の人気度が急上昇している理由は、安いからとは言えない。

表4 国籍・地域別訪日客が利用した宿泊施設の構成（％，2018年）

	ホテル (洋室中 心)	旅館 (和室中 心)	自己所有 の別荘・ コンドミ ニウム	学校の 寮・会社 所有の宿 泊施設	親族・知 人宅	ユースホ ステル・ ゲストハ ウス	カプセル ホテル	有料での 住宅宿泊 (民泊)	その他	宿泊せず
全国籍・地域	79.0	17.6	0.5	2.0	6.4	5.7	1.2	10.6	1.9	0.3
韓国	75.5	9.5	0.2	0.9	4.4	9.5	1.4	9.8	1.2	1.2
台湾	82.0	22.9	0.5	1.0	5.1	2.9	0.9	10.2	1.1	0.0
香港	87.7	22.8	0.7	0.3	2.1	1.8	0.5	8.6	0.8	0.0
中国	83.0	24.5	0.8	2.5	5.1	1.0	0.3	10.9	0.8	0.0
タイ	79.3	16.3	1.1	2.1	7.5	7.0	0.9	5.9	1.4	0.0
シンガポール	85.4	15.9	0.2	0.7	2.7	4.1	0.6	11.1	1.1	0.0
マレーシア	73.7	14.6	0.3	3.9	4.2	7.2	1.5	18.9	2.3	0.0
インドネシア	74.9	10.8	0.5	3.9	8.2	6.9	1.3	13.4	3.9	0.0
フィリピン	53.3	4.0	0.3	3.8	24.8	6.7	1.6	15.5	2.9	0.2
ベトナム	64.3	13.6	0.9	15.1	11.7	2.9	0.2	3.8	3.8	0.1
インド	74.6	5.3	0.3	9.4	8.4	4.8	0.9	4.8	3.8	0.2
英国	82.8	18.7	0.5	2.0	10.2	9.0	2.8	8.2	5.6	0.0
ドイツ	79.6	13.9	0.8	1.7	11.6	11.9	2.0	8.1	4.8	0.0
フランス	72.5	20.7	0.7	3.2	13.4	11.7	2.7	18.1	7.3	0.0
イタリア	80.7	30.0	1.7	2.0	8.8	11.8	3.4	9.2	3.7	0.0
スペイン	83.3	24.9	0.8	1.2	7.8	11.2	4.6	14.2	7.5	0.0
ロシア	68.4	11.2	1.4	7.7	11.6	6.0	2.8	5.8	6.1	0.1
米国	73.4	14.0	0.4	2.9	15.4	7.1	2.0	12.1	4.6	0.3
カナダ	74.5	19.1	0.3	1.7	13.3	11.6	3.8	15.9	7.0	0.1
オーストラリア	78.2	21.6	0.4	0.8	9.2	11.6	3.3	18.6	6.9	0.1
その他	77.6	15.9	0.3	4.0	10.6	12.6	3.8	12.9	4.9	0.2

（出所）観光庁（各年）「訪日外国人消費動向調査」により作成。

2.4 訪日外国人客の宿泊費

前の数節では、訪日外国人客の宿泊地分布と宿泊施設利用の特徴と変化を明らかにした。宿泊選択行動をより正確に理解するために、さらに訪日客の旅行期間中の宿泊支出を考察する必要がある。本節では、国籍・地域別訪日客の旅行期間中の宿泊費総額、一人当たり宿泊費、一人当たり一泊宿泊費を比較してみる。

表5は、2018年訪日外国人客の国籍・地域別旅行消費総額と費目別構成（宿泊費など）を示している。また、表6は、2018年訪日外国人客の国籍・地域別一人あたり費目別旅行支出を示している。

表5 国籍・地域別の費目別訪日外国人旅行消費額

2018年暦年（確報）		訪日外国人旅行消費額						(億円)
国籍・地域	総額	訪日外国人旅行消費額						
		宿泊費	飲食費	交通費	娯楽等 サービス費	買物代	その他	
全国籍・地域	45,189	13,212	9,783	4,674	1,738	15,763	20	
韓国	5,881	1,880	1,502	575	295	1,626	4	
台湾	5,817	1,585	1,275	614	228	2,115	1	
香港	3,358	988	801	362	110	1,096	1	
中国	15,450	3,100	2,619	1,094	521	8,110	6	
タイ	1,407	416	313	170	50	456	2	
シンガポール	753	275	180	87	28	182	0	
マレーシア	639	208	141	76	30	184	0	
インドネシア	558	189	115	83	22	149	0	
フィリピン	591	149	143	69	29	200	1	
ベトナム	730	216	170	73	23	247	1	
インド	247	115	52	33	6	41	0	
英国	720	327	182	108	27	76	0	
ドイツ	409	180	101	60	13	54	0	
フランス	656	260	173	102	22	99	0	
イタリア	334	131	86	59	11	47	0	
スペイン	281	110	74	50	9	39	0	
ロシア	177	59	41	21	7	49	0	
米国	2,893	1,240	764	412	119	358	1	
カナダ	594	241	153	89	26	84	0	
オーストラリア	1,315	537	319	189	88	181	1	
その他	2,379	1,006	577	351	76	371	0	
クルーズ客（再掲）	1,034	1	45	11	4	973	0	

(出所) 観光庁 (2019) 「2018年（平成30年）の訪日外国人旅行消費額（確報）」

上の両表からは、主要20国（地域）からの訪日客の消費行動について、次の特徴がわかる。

(1) 2018年訪日外国人旅行消費額（日本滞在中の消費額）は4兆5,189億円と推計されているが、国籍・地域別みると、中国が1兆5,450億円（構成比34.2%）と最も大きい。次いで、韓国5,881億円（同13.0%）、台湾5,817億円（同12.9%）、香港3,358億円（同7.4%）、米国2,893億円（同6.4%）の順であり、これら上位5カ国・地域の合計消費額は、訪日外国人旅行消費額全体の73.9%を占めている（表5）。

(2) 訪日外国人1人当たり旅行支出総額は15万3千円と推計されているが、国籍・地域別にみると、オーストラリアが最も高く（24万2千円）、次いでスペイン（23万7千円）、中国（22万5千円）の順で高い（表6）。

(3) 国籍・地域によって、訪日外国人1人当たり旅行支出の費目構成が大きく異なる。ロシアを除く欧米諸国からの訪日客の場合、高い順で宿泊費、飲食費、交通費、買物代となっている。これに対して、インドを除くアジア諸国からの訪日客の1人当たり買物代の支出が高く、ほとんど費目別一位か二位になっている。そのうち、中国・台湾・香港・タ

イ・フィリピン・ベトナムの場合は、買物代、宿泊費、飲食費、交通費の順で高い。特に中国人客の1人当たり買物代が突出して高い。一方、韓国・シンガポール・マレーシア・インドネシアの場合は、宿泊費、買物代、飲食費、交通費の順となっている（表6）。

（4）訪日客全体の一人当たり旅行支出の費目構成では、宿泊費は2位となっている。

表6 国籍・地域別の費目別一人当たり旅行消費額

2018年暦年（確報）		(円/人)							(泊)
国籍・地域	総額		訪日外国人1人当たり旅行支出						平均泊数 ^注
	前年比 ^注	宿泊費	飲食費	交通費	娯楽等サービス費	買物代	その他		
全国籍・地域	153,029	-0.6%	45,787	33,748	16,160	6,011	51,256	67	9.0
韓国	78,084	+8.8%	24,974	19,961	7,636	3,917	21,549	47	4.4
台湾	127,579	+1.4%	35,312	28,190	13,548	5,059	45,441	30	6.8
香港	154,581	+1.0%	45,625	36,887	16,683	5,063	50,287	36	6.3
中国	224,870	-2.4%	47,854	39,984	16,834	7,998	112,104	95	9.7
タイ	124,421	-1.7%	36,836	27,740	15,033	4,416	40,248	149	8.8
シンガポール	172,821	+5.2%	63,311	41,406	19,890	6,467	41,691	54	8.3
マレーシア	137,612	+1.4%	44,950	30,400	16,371	6,466	39,422	3	10.2
インドネシア	141,419	+9.3%	48,117	29,156	20,946	5,585	37,599	17	12.1
フィリピン	121,921	+7.3%	31,448	30,074	14,459	6,077	39,596	268	24.6
ベトナム	188,376	+2.8%	55,818	43,846	18,900	5,923	63,649	240	38.0
インド	161,423	+2.5%	75,371	34,026	21,864	3,747	26,415	0	18.9
英国	220,929	+2.6%	100,691	56,050	33,172	8,341	22,641	34	13.8
ドイツ	191,736	+5.2%	84,555	47,536	28,333	5,974	25,250	87	13.9
フランス	215,786	+1.6%	85,544	56,933	33,438	7,358	32,472	41	18.4
イタリア	223,555	+16.8%	87,652	57,803	39,204	7,552	31,057	287	15.2
スペイン	237,234	+11.6%	92,543	62,129	42,159	7,620	32,783	0	14.3
ロシア	188,256	-5.5%	62,710	43,837	22,038	7,973	51,554	143	17.2
米国	191,539	+5.2%	82,286	50,630	27,318	7,865	23,406	34	13.5
カナダ	183,218	+2.1%	74,857	47,469	27,579	7,993	25,176	144	12.1
オーストラリア	242,041	+7.2%	99,175	58,878	34,892	16,171	32,688	236	13.3
その他	199,728	-6.1%	84,529	48,463	29,455	6,354	30,912	14	15.9
クルーズ客	44,227	-	24	1,928	465	179	41,627	5	0.7

（注）本表における「クルーズ客」は船舶観光上陸許可者、「一般客」はクルーズ客以外の訪日外国人を指す。

（出所）観光庁（2019）「2018年(平成30年)の訪日外国人旅行消費額（確報）」

注意すべきことは、訪日客の宿泊費と一人当たり宿泊費は、滞在期間の長さに大きく影響される。国籍・地域別訪日客の一泊当たり宿泊支出水準を判断するために、表7は、近年（2014～2018年）主要20国からの訪日客の一人当たり一泊宿泊費を示している。

表7 国籍・地域別一人当たり一泊宿泊費（円）

国(地域)	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年
シンガポール	5500	7085	7280	8241	7627
オーストラリア	6876	7249	7548	6753	7461
イギリス	5396	7603	6353	7980	7283
香港	8082	7123	6603	6951	7279
スペイン	N.	5475	6580	5805	6488
カナダ	5177	4903	4328	5225	6181
アメリカ	5220	5024	4998	5540	6084
ドイツ	5354	5719	5619	5289	6068
イタリア	N.	5660	6161	6611	5772
韓国	4117	4366	4890	5225	5736
台湾	5412	5636	4535	4920	5219
中国	2398	3936	3729	4388	4956
フランス	4989	5710	4718	5538	4662
マレーシア	3922	3626	3512	4691	4411
タイ	3539	3748	3506	3642	4170
インドネシア	2291	2959	3136	3425	3985
インド	1840	2176	2688	3010	3981
ロシア連邦	3288	2787	2936	3251	3655
ベトナム	1325	1336	1393	1388	1470
フィリピン	1084	1303	1171	1599	1280

(出所) 観光庁(各年)「訪日外国人消費動向調査」により作成。

表7からは、次の特徴が確認できる。

- (1) 2014～2018年に、ほとんどの国(地域)からの訪日客の一人当たり一泊宿泊費は上昇している。ただし、訪日客数の急増と比べ、一人当たり一泊宿泊費の上昇は、比較的緩やかなものである。
- (2) フランス・ロシアを除く欧米諸国からの訪日客の一人当たり一泊宿泊費は、総じてアジア客の同指標より高いが、高所得水準のシンガポールと香港からの訪日客の一人当たり一泊宿泊費は、ほとんどの欧米客よりも高い。

3. 訪日客の一人当たり一泊宿泊費の影響要因

3.1 実証分析のモデル

前の第2章では、訪日外国人客の宿泊施設利用行動の特徴と変化を明らかにした。ただし、こうした特徴と変化は、どのような要因の影響で形成されているのであろうか？本章では、これについて実証分析を行う。本来なら、個人レベルのマイクロデータに基づく分析

が望ましいが、観光庁の「訪日外国人消費動向調査」の個票データの利用はまだ難しいという制約の下で、同調査の国籍・地域別集計データを用いて分析する。具体的には、最近5年間（2014～2018年）の18の主要国・地域（表7における20国・地域から宿泊費データが揃っていないイタリア・スペインを除く）の訪日客の宿泊行動に関するパネルデータと変量効果（Random Effect）モデルを用いて、宿泊施設選択行動を総合的に反映する国籍・地域別（以下国別と略す）一人当たり一泊宿泊費を被説明変数として、その影響要因を検証する。モデルを構築する際、宿泊選択行動に関する先行研究・関連調査（Gang Lia, et al. 2013; Lockyer, 2015a; Lockyer, 2015b; Sohrabi, 2012; 観光庁, 各年）と第2章の考察結果を踏まえ、次の仮設に基づいて説明変数を選んだ。

仮説 1：国別一人当たり一泊宿泊費は、当該国の平均所得水準に大きく左右される。

仮説 2：国別一人当たり一泊宿泊費は、当該国旅行者の訪日目的や訪問先分布・宿泊施設タイプなどに影響される。

仮説 3：国別一人当たり一泊宿泊費は、当該国旅行者の属性（親友と同行する旅行者の比率、年齢構成、性別構成）などにも影響される。

本研究の実証分析で使われた変量効果モデルは次の通りである。

$$Y_{it} = X'_{it}\beta + \alpha + u_i + \varepsilon_{it}$$

$$i = 1, 2, \dots, 18; \quad t = 2014, 2015, 2016, 2017, 2018$$

ただし、

Yは被説明変数である。

Xとβはそれぞれ諸説明変数とその係数のマトリクスである。

u_i は国(地域)i 特有の個別効果で、説明変数と相関しない。

ε_{it} は誤差項である。

α は常数項である。

本研究の実証分析で設定される説明変数と諸説明変数の意味は次の通りである。

Rrate_{it}（被説明変数）：t年の国（地域）iからの訪日客の一人当たり一泊宿泊費（円）

sTokyo_{it}：t年の国（地域）iからの訪日客の（ホテル代の高い）東京都の訪問率（%）

Two+_{it}：t年の国（地域）iからの訪日客のうち、家族や友人と同行する者の比率（%）

First_{it}：t年の国（地域）iからの訪日客における1回目訪日者の比率（%）

Pleasure_{it}：t年の国（地域）iからの訪日客における観光目的の訪日者の比率（%）

Gtour_{it}：t年の国（地域）iからの訪日客における団体ツアー客の比率（%）

Shukusha_{it}：t年の国（地域）iからの訪日客における「会社・学校の宿舎と寮」の利用者の比率（%）

Minpaku_{it}: t年の国（地域）iからの訪日客における民泊利用者の比率（％）

sFemale_{it}: t年の国（地域）iからの訪日客における女性客の比率（％）

Age20s_{it}: t年国（地域）iからの訪日客における20代（20~29歳）客の比率（％）

PGDP_{it}: t年国（地域）iの一人当たりGDP（米ドル, 2010年価格）

上述した諸変数の内、PGDP（出身国の一人当たりGDP）のデータは、世界銀行のWDIデータベース（World Bank, 2018）から、他の変数のデータは、観光庁（各年）の「訪日外国人消費動向調査」から、それぞれ取得した。諸変数の基本統計量は、表8に示されている。

表8 諸変数の基本統計量

	変数	標本数	平均値	標準偏差	最小値	最大値
Rrate	一人当たり一泊宿泊費(円)	90	4617.9	1891.3	1083.8	8241.0
sTokyo	東京都訪問率(%)	90	63.4	18.8	19.7	94.9
Two+	同行者がいる比率(%)	90	67.6	14.4	37.8	88.5
First	1回目訪日者の比率(%)	90	44.2	12.6	14.4	63.0
Pleasure	観光目的で訪日する者の比率(%)	90	57.1	20.2	7.6	92.9
Gtour	団体ツアー客の比率(%)	90	13.1	10.1	2.8	42.9
Shukusha	会社と学校の宿舎・寮の利用者の比率(%)	90	4.4	4.3	0.3	18.7
Minpaku	民泊利用者の比率(%)	90	10.0	6.3	0.7	27.5
sFemale	女性客の比率(%)	90	42.1	12.1	10.0	60.8
Age20s	20代(20-29歳)客の比率(%)	90	28.6	4.5	18.3	41.7
PGDP	出身国の一人当たりGDP(米ドル, 2010年価格)	90	25879.1	20206.2	1493.6	55925.9

（出所）観光庁（各年）「訪日外国人消費動向調査」、World Bank (2018) “World Development Indicator”より計算。

ただし、表9に示されているように、一部の説明変数の間に高い相関関係があるので、これらの変数を同時にモデルに入れることが避けるべきである。実証分析では、異なる説明変数の組み合わせで構成される複数のモデルを用いて、検証を行った。

表9 諸変数間の相関係数

	Rrate	sTokyo	Two+	First	Pleasure	Gtour	Shataku	Minpaku	sFemale	Age20s	PGDP
Rrate	1										
sTokyo	0.1403	1									
Two+	0.0763	-0.5827	1								
First	-0.2953	0.7171	-0.4538	1							
Pleasure	0.4864	-0.4312	0.8503	-0.5	1						
Gtour	-0.219	-0.4664	0.6492	-0.2064	0.3991	1					
Shukusha	-0.7742	0.0317	-0.2911	0.3699	-0.6739	0.1108	1				
Minpaku	0.2418	0.469	-0.2195	0.4054	0.0249	-0.5082	-0.2196	1			
sFemale	-0.0896	-0.5309	0.8956	-0.4009	0.749	0.5968	-0.2204	-0.2478	1		
Age20s	-0.2642	-0.1486	0.2782	0.2794	0.1782	0.1052	0.2452	0.2315	0.2442	1	
PGDP	0.8264	0.3728	-0.243	-0.0682	0.206	-0.4747	-0.6699	0.3889	-0.3335	-0.2774	1

(出所) 著者の計算。

3.2 実証分析の結果

表10は、国別一人当たり一泊宿泊費を被説明変数として、2014～2018年のパネルデータを用いて分析した結果を示している。実証分析を行う際、変量効果モデルと固定効果モデルの両方を用いて分析を行ったが、Hausman検定によると、固定効果モデルよりも変量効果モデルの分析結果が妥当であるので、2つの変量効果モデルに基づく分析結果のみを報告している。同表からは、次の関係が判明できる。

(1) 被説明変数「国別一人当たり一泊宿泊費」に対して、PGDP(「出身国の平均所得水準」)が顕著なプラスの影響を与えている。第2章で述べたように、訪日客の買い物支出については、中国などアジアの中所得国からの訪日客の一人当たり消費額の高さが非常に目立っており、所得水準以外の要因も強く影響していると考えられるが、訪日客の一人当たり一泊宿泊費については、やはり「出身国の平均所得水準」という最も基本的な経済要因に強く左右されている。

(2) 被説明変数「国別一人当たり一泊宿泊費」に対して、「女性客の比率」と強く関連する「同行者がいる比率」も統計的に有意なプラスの影響を与えている。日本以外の多くの国では、客室利用代金は、利用者が規定人数以下であれば利用者人数と関係なく一室の代金として計算されるので、同行者がいれば、一人当たり一泊平均宿泊費が通常低くなる。しかし、日本では、それと逆の関係になっている。おそらく、客室利用代金がほとんど人数分で計算する日本で旅行する場合は、同行者がいると、一人当たり宿泊費の節約効果があまりないとともに、より大事な記念旅行である可能性が高いので、相対的にグレードの高い宿泊施設を選択する傾向が強くなるからであろう。

(3) 被説明変数「国別一人当たり一泊宿泊費」に対して、「会社と学校の宿舍・寮の利用

者の比率」が統計的に有意なマイナスの影響を与えている。これは、同比率の高い国は主に低所得国であり、これらの国からの訪日者の中には多くの研修者（日本の国内企業が受け入れた技能研修生や海外日系企業の現地社員など）が含まれているからであろう。一方、「民泊利用者の比率」は、「国別一人当たり一泊宿泊費」に対する有意な影響を与えていない。外国人客が利用している民泊施設には、単純に安価なものだけではなく、安くはないが居心地が良いものが多く含まれていると考えられる。

(4)「団体客の比率」が、被説明変数「国別一人当たり一泊宿泊費」に対して、ある程度で「同行者がいる比率」のようなプラスの影響を与えているが、モデル2のみにおいて、その影響が統計的に有意である。近年、外国人客誘致を巡る地域間競争が激化する中、安価な訪日団体ツアーが増加しているがその原因の一つであろう。一方、「東京訪問率」およびこれと強く相関する「1回目日本訪問者の比率」は、被説明変数「国別一人当たり一泊宿泊費」に対してプラスの影響を与えるが、いずれも統計的には有意ではない。東京都を訪問する外国人客は、訪日期間中に他の地域の宿泊施設も利用するとともに、東京都内に、中低価格の施設を含む多様な宿泊施設選択肢が増えていると推測できる。

以上の実証分析の結果から、訪日外国人客の「国別一人当たり一泊宿泊費」は、主に「出身国の平均所得水準」に大きく左右されるとともに、訪問目的や旅行者属性を反映する「会社と学校の宿舍・寮の利用者比率」や「同行者がいる比率」及び宿泊文化などの要因にも影響されることが分かった。こうした実証分析の結果は、前述した3つの仮説を概ね支持していると言える。

表 10 実証分析の結果 (被説明変数：国別一人当たり一泊宿泊費)

モデル 1				モデル 2			
説明変数	Coef.	z	P>z	説明変数	Coef.	z	P>z
sTokyo	8.428	0.89	0.376	First	8.907	0.41	0.678
Two+	36.390	2.21	0.027	Two+	34.426	2.12	0.034
Gtour	4.191	0.24	0.807	Gtour	3.587	1.71	0.087
Shukusha	-117.627	-2.62	0.009	Shukusha	-121.621	-2.9	0.004
Minpaku	11.119	0.81	0.418	Minpaku	11.012	0.07	0.943
PGDP	0.066	5.11	0.000	PGDP	0.068	5.44	0.000
_cons	282.894	0.19	0.849	_cons	521.991	-0.05	0.957
R ² : within =0.3519				R ² : within =0.3536			
R ² : between =0.8137				R ² : between =0.8077			
R ² : overall =0.7738				R ² : overall =0.7684			

(出所) 著者の計算

4. 分析結果の政策インプリケーション

本研究では、国土交通省の「訪日外国人消費動向調査」や「宿泊旅行統計」など統計データおよび訪問調査に基づいて、訪日外国人客の宿泊施設選択行動の国別特徴と変化を考察した。さらに、宿泊行動の特徴を総合的に反映する「一人当たり一泊宿泊費」指標に焦点を当て、主要訪日国（18の国・地域）からの外国人客に関する2014～2018年のパネルデータと統計分析モデルを用いて、同指標への影響要因を検証した。分析結果によると、訪日外国人客の国別一人当たり一泊宿泊費は、注目を集めている国別一人当たり平均買物代と大きく違って、基本的に出身国の平均所得水準に大きく左右されている。所得水準要因のほか、訪問目的や旅行客属性及び宿泊文化などの要因も影響しているとみられている。

以上の分析結果から、いくつかの示唆が得られる。

まず、訪日外国人客の宿泊施設選択行動は、出身国の平均所得水準に大きく左右されているので、ホテルなど宿泊施設の投資・建設を考える際、訪日客の8割以上を送出しているアジア諸国の経済発展と所得水準の動向をより重視しなければならない。中国をはじめとするアジア諸国（地域）の経済成長と所得水準の上昇につれて、訪日アジア客の宿泊消費水準は総じて上昇していくと期待できるが、アジアのほとんどの国は日本の所得水準を下回る発展途上国であるとともに、中国及びその周辺諸国の経済成長も減速しているため、当面、期待先行で高級ホテルなど高価格宿泊施設を性急に建設することを避けるべきである。

また、宿泊施設の料金制度と価格水準について、訪日外国人客の訪問目的・訪問客属性の特徴と変化に合わせて調整する必要がある。現在の日本大都市におけるホテル客室料金は、個人客が利用する場合は、東アジア（韓国・中国・台湾・香港）の多くの大都市の同級ホテルよりも安いですが、同行者が一緒に利用する場合、逆に日本のほうが他の国（地域）より割高となり、家族・友人と一緒に訪日する意欲を抑えてしまう。より多くの外国人客に来てもらうために、日本の従来からの宿泊施設料金制度を改革する必要がある。外国人客がよく利用するホテルまたはインバウンド客用に特化するホテルなどの宿泊施設では、外国人客が慣れている「1室あたり」料金制度を導入するとともに、客室の使用価格を若干上げてもよいと思われる。

なお、民泊施設の急増は、ホテルなど既存の商業宿泊施設の客室価格を引き下げているのではないかと強く懸念されているが、本研究では、統計的に有意な影響が検出されていない。総じて、民泊施設は既存のホテルと価格競争しているよりも、急増する外国人客に補完的な宿泊施設を提供し、インバウンド観光市場の拡大に貢献していると言える。今後、宿泊市場の秩序のある成長を推進するために、民泊施設に対して、衛生・安全・防災の管理などについてのチェック・指導を強化する必要があるが、民泊ビジネスそのものをサポートすべきである。

参考文献

- 観光庁（各年）「宿泊旅行統計調査」
(<http://www.mlit.go.jp/kankocho/siryou/toukei/shukuhakutoukei.html>)。
- 観光庁（各年）「訪日外国人消費動向調査」
(<https://www.mlit.go.jp/kankocho/siryou/toukei/syouthityousa.html>)。
- 観光庁（2019）「2018年（平成30年）の訪日外国人旅行消費額（確報）」
(<https://www.mlit.go.jp/common/001283138.pdf>)。
- 戴二彪（2018）「訪日外国人客の空港利用行動と影響要因」『東アジアへの視点』Vol.29, pp. 16-31。
- 戴二彪（2016）「訪日アジア観光客の観光地選択行動」『東アジアへの視点』27（1）， pp. 1-20。
- 戴二彪（2011）「訪日中国人観光客の旅行先分布と影響要因」、『海峡圏研究』Vol.11, pp.189-211。
- 日本政府観光局（各年）「訪日外客統計」（http://www.jnto.go.jp/jpn/tourism_data/visitor_data.html）。
- 日本政府観光局（2019）「訪日外客数（年表）」
https://www.jnto.go.jp/jpn/statistics/visitor_trends/index.html
- 日本政府観光局（2019）「日本の観光統計データ」（<https://statistics.jnto.go.jp/>）。
- Gang Lia, Rob Law, Huy QuanVu, JiaRong (2013), “Discovering the hotel selection preferences of Hong Kong inbound travelers using the Choquet Integral”, *Tourism Management*, Volume 36, pp.321-330.
- Lockyer, T. (2015a), “The perceived importance of price as one hotel selection dimension”, *Tourism Management*, 26 (4), pp. 529-537.
- Lockyer, T. (2015b), “Understanding the dynamics of the hotel accommodation purchase decision”, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 17 (6), pp. 481-492.
- Sohrabi,B., Raeesi, I., Tahmasebipur, K., Fazli.S. (2012), “An exploratory analysis of hotel selection factors: a comprehensive survey of Tehran hotels”, *International Journal of Hospitality Management*, 31 (1), pp. 96-106.

付録 訪日外国人消費動向調査

(観光庁：<https://www.mlit.go.jp/kankocho/siryou/toukei/syouthityousa.html>)

1. 調査の目的

訪日外国人旅行者の消費動向を明らかにし、外国人観光客誘致に関する施策の企画立案、評価等のための基礎資料を得ることを目的とする。

本調査では、目的に応じて以下に示す3つの調査を四半期毎に実施している。

A 全国調査：日本全体での訪日外国人の客層や旅行内容、消費実態を明らかにする。

B1 地域調査：訪問地（都道府県）毎に、訪日外国人の客層や旅行内容、消費実態を明らかにする。

B2 クルーズ調査：船舶観光上陸許可を得た訪日外国人の客層や旅行内容、消費実態を明らかにする。

2. 調査の対象

2.1 調査対象者

トランジット、乗員、1年以上の滞在者等を除く日本を出国する訪日外国人旅行者

2.2 調査標本数

四半期毎に総数 34,964 票（A 全国調査 7,830 票、B1 地域調査 26,174 票、B2 クルーズ調査 960 票）を目標に調査を実施（年間 139,856 票）

3. 主な調査事項

回答者の属性（国籍、性別、年齢等）、訪日目的、消費額など

※本調査の実施に合わせて訪日旅行に対する満足度等の意識調査も実施します。

4. 調査の公表時期

調査実施期間終了後、翌月末に1次速報、4ヶ月後に2次速報、翌年3月末に年間確報。

5. 調査の方法

5.1 調査実施場所

A1 全国調査：17 空海港（新千歳空港，函館空港，仙台空港，東京国際空港，成田国際空港，静岡空港，中部国際空港，小松空港，関西国際空港，広島空港，高松空港，福岡空港，鹿児島空港，那覇空港，関門港（下関），博多港，厳原港）

B1 地域調査：25 空海港（新千歳空港，函館空港，青森空港，仙台空港，茨城空港，東京国際空港（羽田空港），成田国際空港，富山空港，小松空港，富士山静岡空港，中部国際空港，関西国際空港，岡山空港，広島空港，米子空港，高松空港，福岡空港，佐賀空港，宮崎空港，鹿児島空港，那覇空港，境港，関門（下関）港，博多港，厳原港）

B2 クルーズ調査：3 海港（博多港，長崎港，那覇港）

5.2 調査実施時期

四半期（1月～3月，4月～6月，7月～9月，10月～12月）

※2010年4月～6月調査から調査開始

5.3 調査手法

調査対象空海港の出国ロビーにいる訪日外国人に調査員が協力を求め，タブレット端末又は紙調査票を示しつつ，聞き取る方式（他計方式）により行う。

5.4 調査の流れ

観光庁⇔民間等請負業者⇔調査員⇔調査対象者