

第1部；2017年第4四半期の訪日外国人消費指数の動きと中国・アメリカの1人当たり消費額（母国通貨建て）の変化

第2部；リーマンショック前の水準が視野に入ってきたグローバル出荷；グローバル出荷指数（2017年Ⅳ期）

－資料目次－

P 0 1 2017年第4四半期の訪日外国人消費指数

P 2 0 グローバル出荷指数2017年Ⅳ期

P 3 9 平成30年第1四半期の鋳工業活動

VISA
査証

WELCOME
歡迎光臨

2017年第4四半期の 訪日外国人消費指数の動きと 中国・アメリカの1人当たり消費額 (母国通貨建て) の変化

~ *Traveler Consumption Index* ~

平成30年4月10日

経済解析室

SHOPPING
쇼핑

SIGHTSEEING
日本観光

訪日外国人数は過去最高。旅行消費額、一人当たり支出も増加。

- 29年第4四半期の訪日外国人旅行消費額は、前年同期比プラス27.8%の1兆1,400億円。
- 訪日外国人旅行者数は、同プラス23.6%の750万人と、過去最高の数値。
- 1人当たり旅行支出額は同プラス3.4%の15万2,119円と2期連続の上昇。

	訪日外国人旅行者数		一人当たりの旅行支出額		旅行消費額	
	(千人)	前年(同期)比(%)	(円)	前年(同期)比(%)	(億円)	前年(同期)比(%)
平成28年	24,039	21.8	155,896	-11.5	37,476	7.8
29年	28,691	19.4	153,921	-1.3	44,161	17.8
28年Ⅳ期	6,062	15.5	147,174	-12.2	8,922	1.3
29年Ⅰ期	6,537	13.6	148,070	-8.5	9,679	4.0
29年Ⅱ期	7,220	21.1	149,249	-6.7	10,776	13.0
29年Ⅲ期	7,439	18.8	165,412	6.6	12,305	26.6
29年Ⅳ期	7,494	23.6	152,119	3.4	11,400	27.8

(資料) 訪日外国人消費動向調査(観光庁)、訪日外客数(日本政府観光局)

地域別の訪日外国人人数及び旅行消費額の変化

- 訪日外国人消費について「アジア」及び「欧米」として地域別にみると、全体の訪日外国人旅行者数に占めるアジアの割合は、22年は72.1%、29年は81.1%と拡大。一方、欧米の割合は、22年は16.2%、29年は8.8%と縮小している。
- 一人当たり旅行支出額は、22年、29年ともに、全国籍の支出額と比較して、アジアが低く、欧米が高い。
- 旅行消費額を見ると、全体に占めるアジアの割合は、22年は63.0%、29年は76.9%と拡大。一方、欧米の割合は縮小し、29年は10.9%と1割程度。

	訪日外国人旅行者数（千人）		一人当たりの旅行支出額（円）		旅行消費額（億円）	
	平成22年	29年	平成22年	29年	平成22年	29年
全国籍	8,611	28,691	133,766	153,921	11,519	44,161
アジア	6,207	23,257	116,916	145,994	7,257	33,953
欧米	1,391	2,533	166,106	189,604	2,311	4,802

（資料）訪日外国人消費動向調査（観光庁）、訪日外客数（日本政府観光局）

※地域分類は、国別指数の作成可能な国を訪日外客数の地域分類を参考に作成。

各地域の一人当たり旅行支出額は、訪日外国人旅行者数で加重平均して作成。

アジア：韓国、台湾、中国、香港、タイ、シンガポール、マレーシア、インド 欧米：英国、ドイツ、フランス、ロシア、米国、カナダ

訪日外国人消費指数とは？

- 訪日外国人消費指数（TCI）とは、訪日外国人の消費金額を、消費者物価指数を用いて**実質指数化**したもの。
- 費目ごとに実質化することにより、日本国内の価格変化の影響を除外した動きを見ることができるように。
- 訪日外国人の消費金額については、訪日外国人消費動向調査（観光庁）の訪日客 1 人当たりの費目別売上高に、訪日外客数（日本政府観光局）を乗ずることで算出。
- 費目ごとの実質指数を加重平均するウェイトは、**サービス産業（第 3 次産業）活動指数と比較できるウェイト**として算出。
- **国内のサービス産業の動向と訪日外国人消費の動きの関係**を分析できるように設計。
- 試験的に季節調整を実施し、前年比だけでなく、四半期の前期比も計算でき、**足下の動きの方向感も見定める**ことができる。

訪日外国人消費指数（TCI）のしくみ

宿泊料金 飲食費
交通費 娯楽サービス費
買物代 その他
の6系列

宿泊料金指数

1人当たり費目別
支出額

季節調整

費目別
消費額

原指数

季節調整済
指数

訪日外客数

実質化

ウェイト算出
↓
費目別指数を加重平均

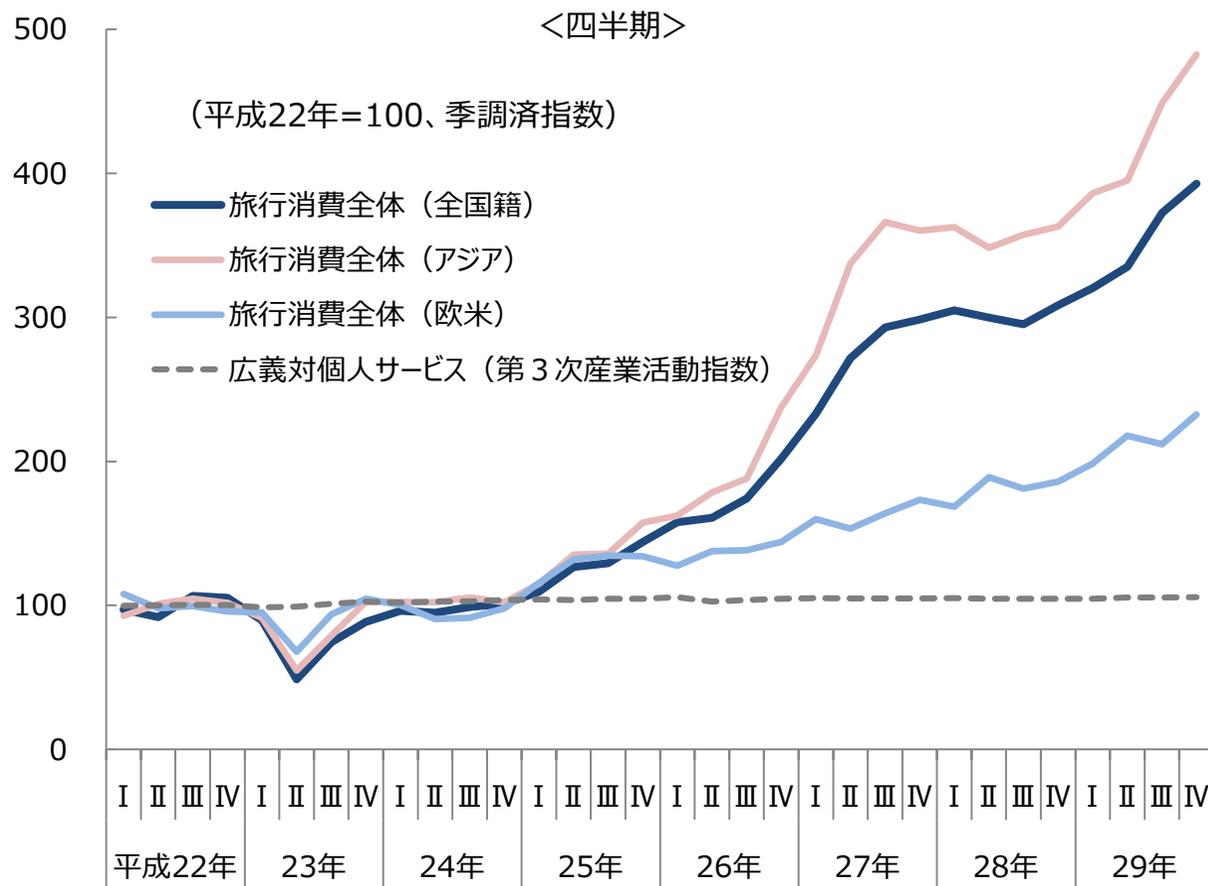
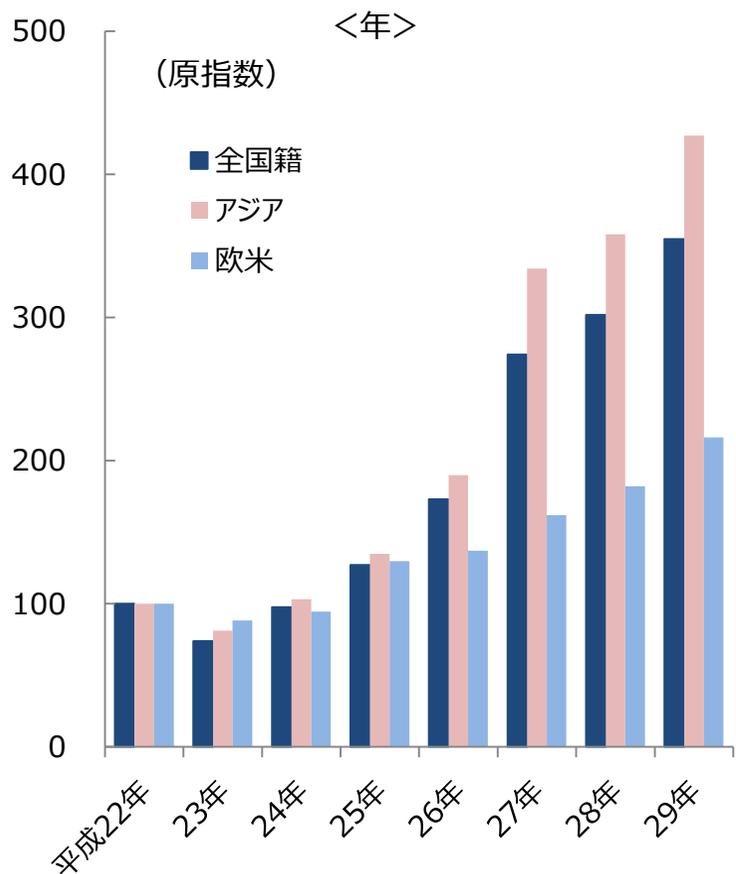
訪日外国人
消費指数

※上記図表についての詳細は、35～37頁「（参考）訪日外国人消費指数の作成方法」を参照。

（資料）訪日外国人消費動向調査（観光庁）、訪日外客数（日本政府観光局）、消費者物価指数（総務省）などを用いて試算。

平成29年第4四半期の訪日外国人消費指数は好調を維持

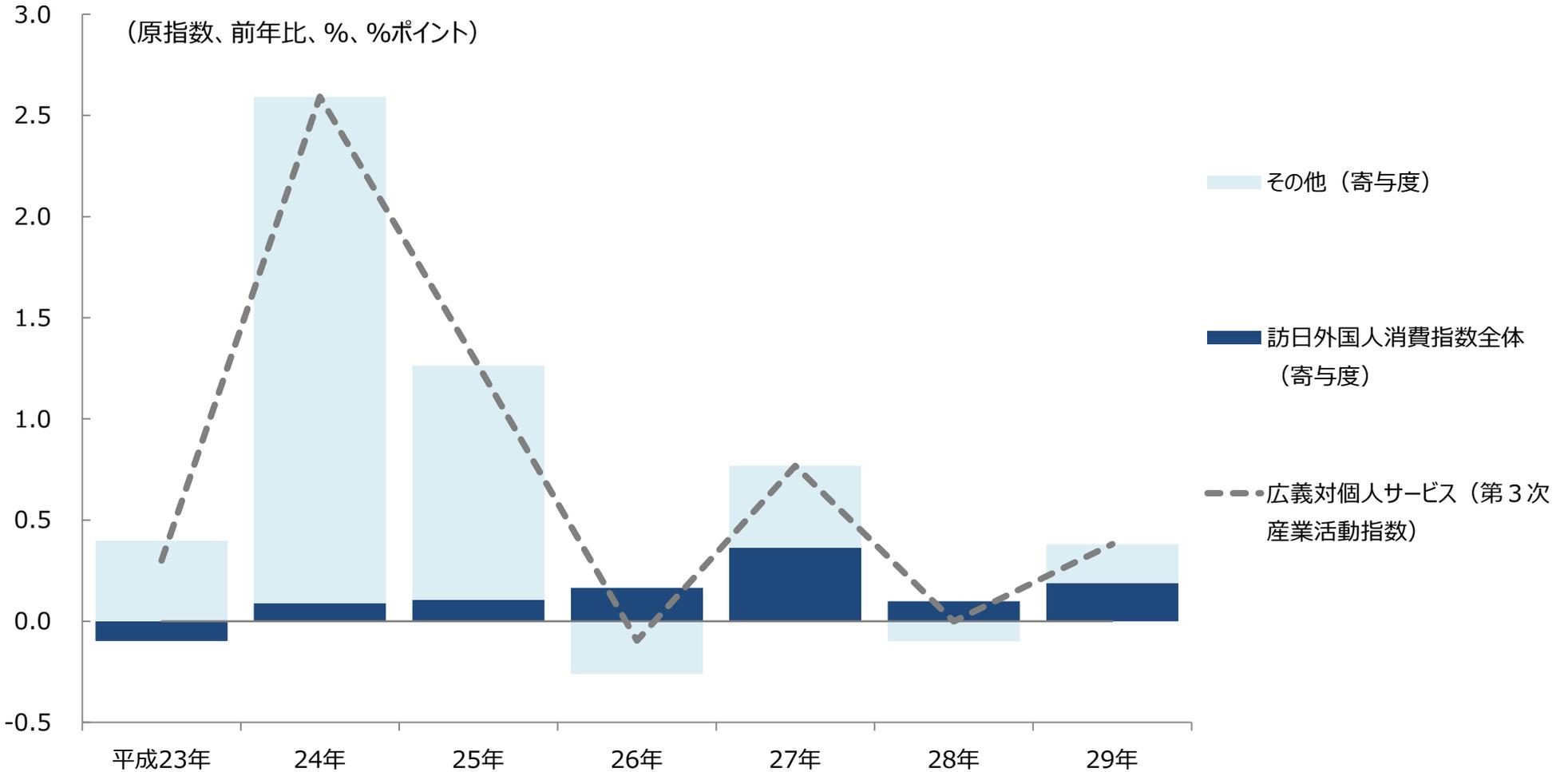
- 29年第4四半期の訪日外国人消費指数は、指数値392.9、前期比5.4%と5期連続の上昇。
- アジアは指数値482.6、同7.5%と6期連続の上昇。欧米は指数値232.8、同9.8%と2期ぶりの上昇。



(資料) 訪日外国人消費指数：訪日外国人消費動向調査（観光庁）、訪日外客数（日本政府観光局）、消費者物価指数（総務省）などを用いて試算。

平成27年以降の訪日外国人消費指数の寄与（前年比）

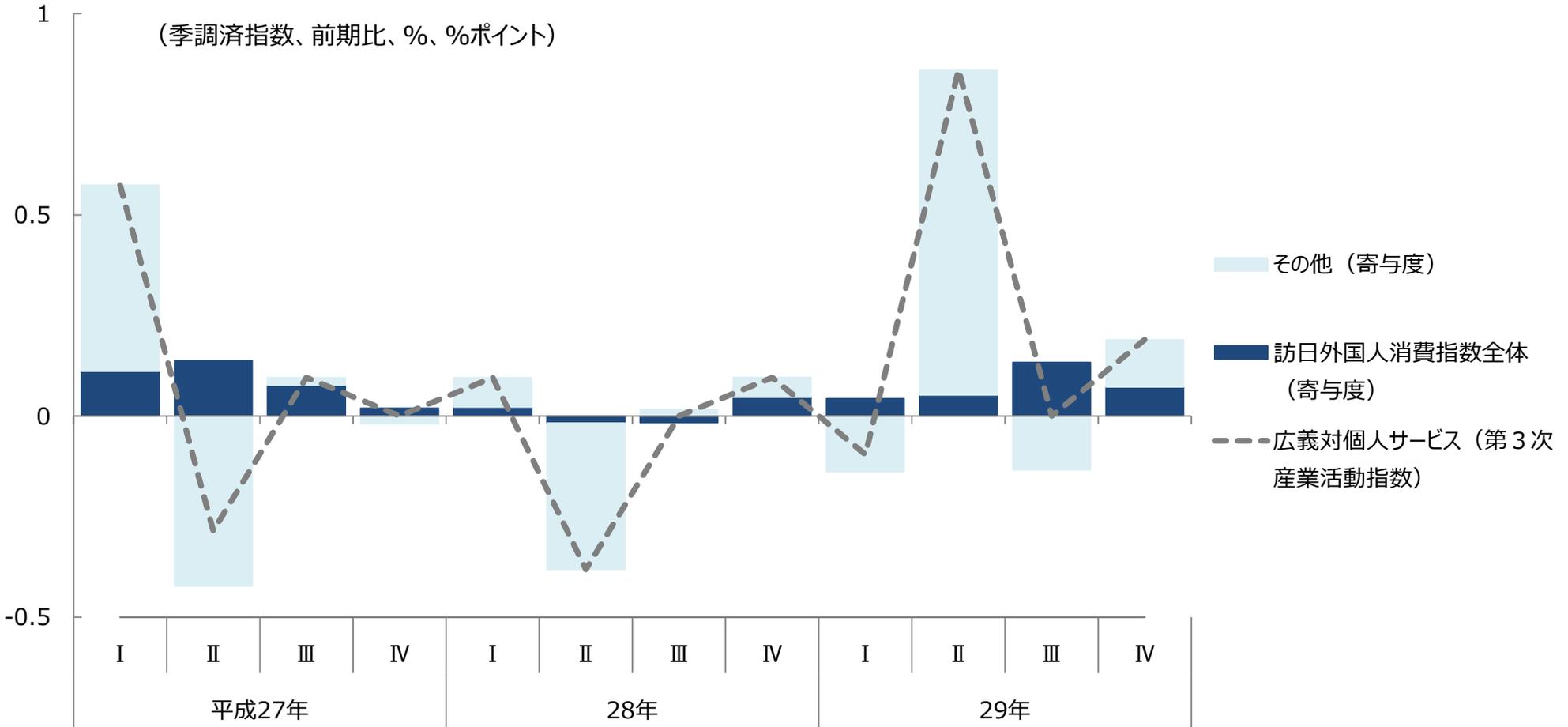
- 日本国内の対個人サービス活動の変動に対する訪日外国人消費指数の貢献度（寄与）をみると、29年は、対個人サービス全体の前年比0.4%上昇に対し、訪日外国人消費指数は、プラス0.19%ポイントの上昇寄与。



(資料) 訪日外国人消費指数：訪日外国人消費動向調査（観光庁）、訪日外客数（日本政府観光局）、消費者物価指数（総務省）などを用いて試算。

平成27年以降の訪日外国人消費指数の寄与（前期比）

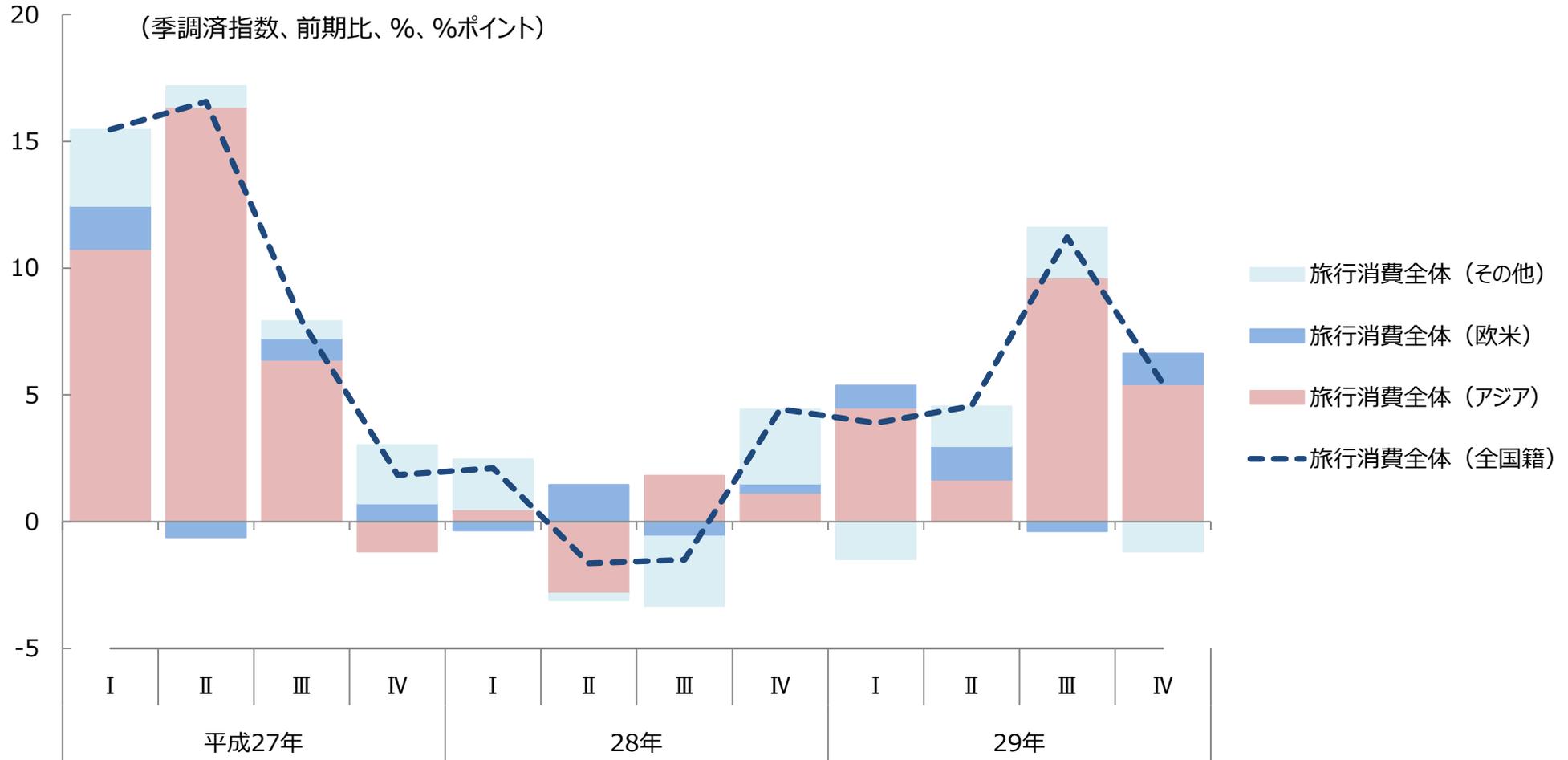
- 29年第4四半期の対個人サービス活動の変動に対する寄与をみると、対個人サービス全体の前期比0.2%上昇に対し、訪日外国人消費指数は、プラス0.07%ポイントの上昇寄与。



(資料) 訪日外国人消費指数：訪日外国人消費動向調査（観光庁）、訪日外客数（日本政府観光局）、消費者物価指数（総務省）などを用いて試算。

平成27年以降の訪日外国人消費指数の寄与（アジア、欧米）

- 訪日外国人全体の旅行消費指数の変動に対するアジア指数及び欧米指数の貢献度（寄与）をみると、29年第4四半期は、訪日外国人全体の前期比5.4%上昇に対し、アジア指数はプラス5.44%ポイントの上昇寄与、欧米指数はプラス1.22%ポイントの上昇寄与。

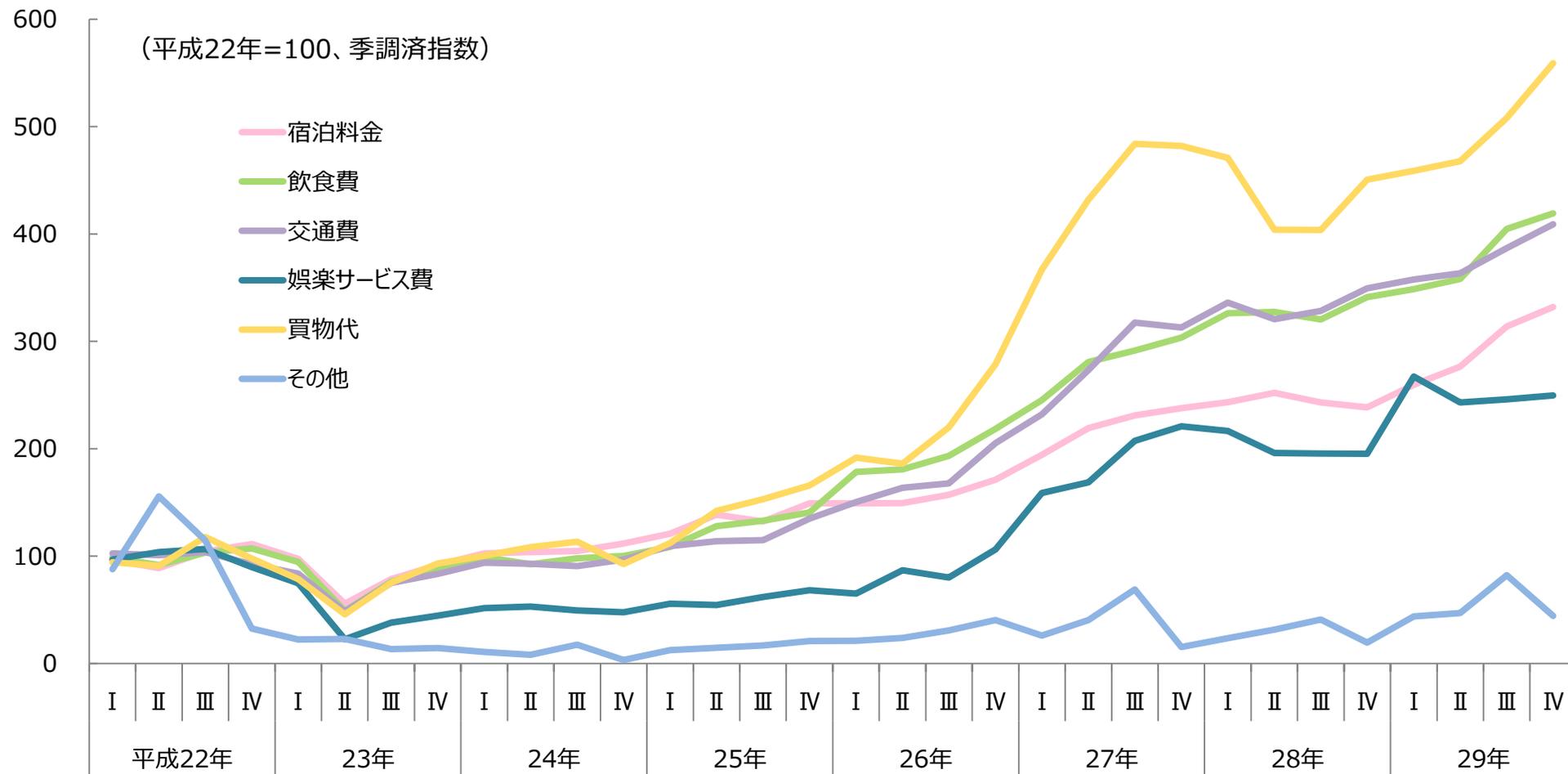


(資料) 訪日外国人消費指数：訪日外国人消費動向調査（観光庁）、訪日外客数（日本政府観光局）、消費者物価指数（総務省）などを用いて試算。

訪日外国人消費の費目別指数と 第3次産業活動指数の業種別の動き

費目別にみた訪日外国人消費指数の推移

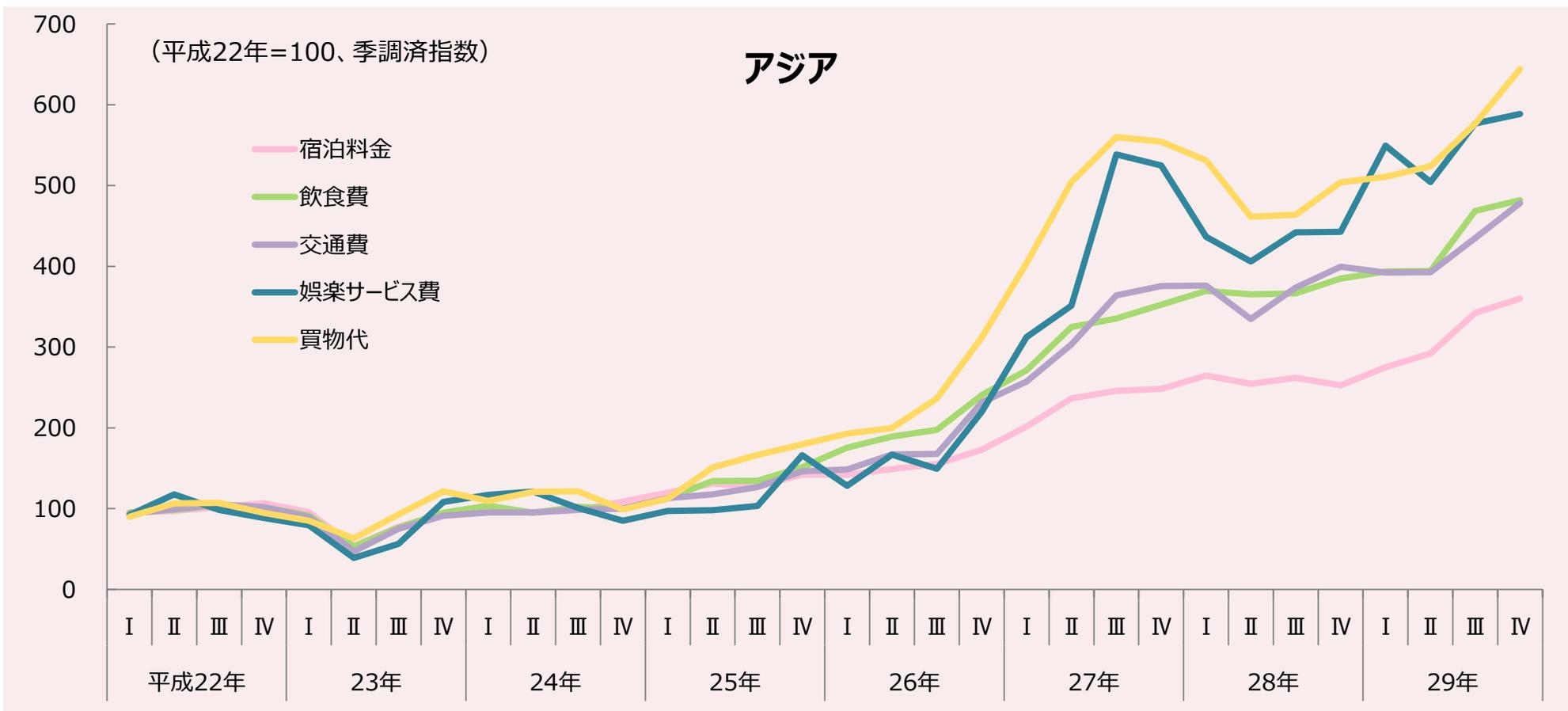
- 29年第4四半期の費目別指数の動きをみると、「その他」以外の費目が前期比上昇。
- 買物代は指数値559.2と、当期も過去最高値を更新。



(資料) 訪日外国人消費動向調査(観光庁)、訪日外客数(日本政府観光局)、消費者物価指数(総務省)などを用いて試算。

費目別にみた訪日外国人消費指数の推移（アジア）

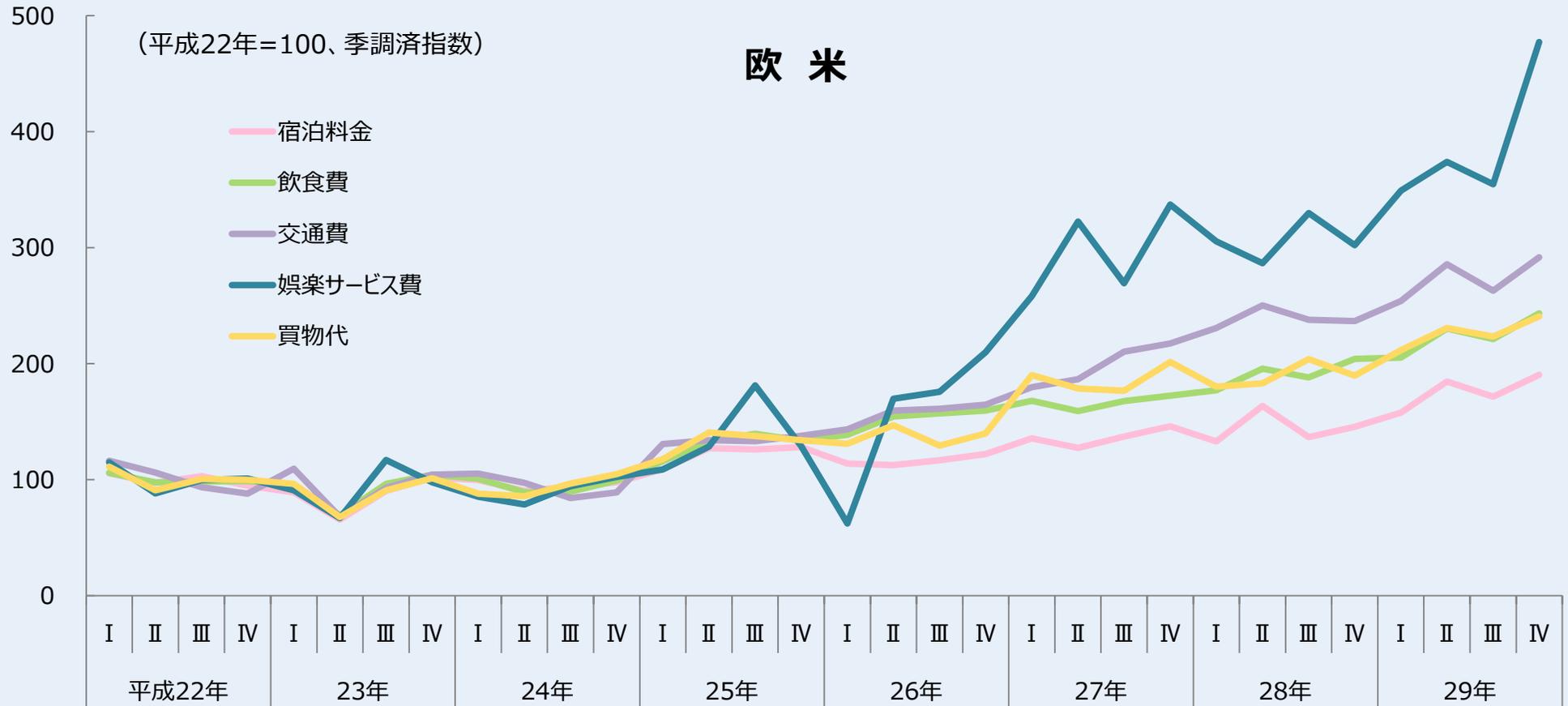
- 29年第4四半期のアジア指数の費目別の動きをみると、全ての費目が前期比上昇となり、過去最高の指数値を記録。
- 最も高い指数値は買物代の644.4、次いで娯楽サービス費の588.6。



（資料） 訪日外国人消費動向調査（観光庁）、訪日外客数（日本政府観光局）、消費者物価指数（総務省）などを用いて試算。

費目別にみた訪日外国人消費指数の推移（欧米）

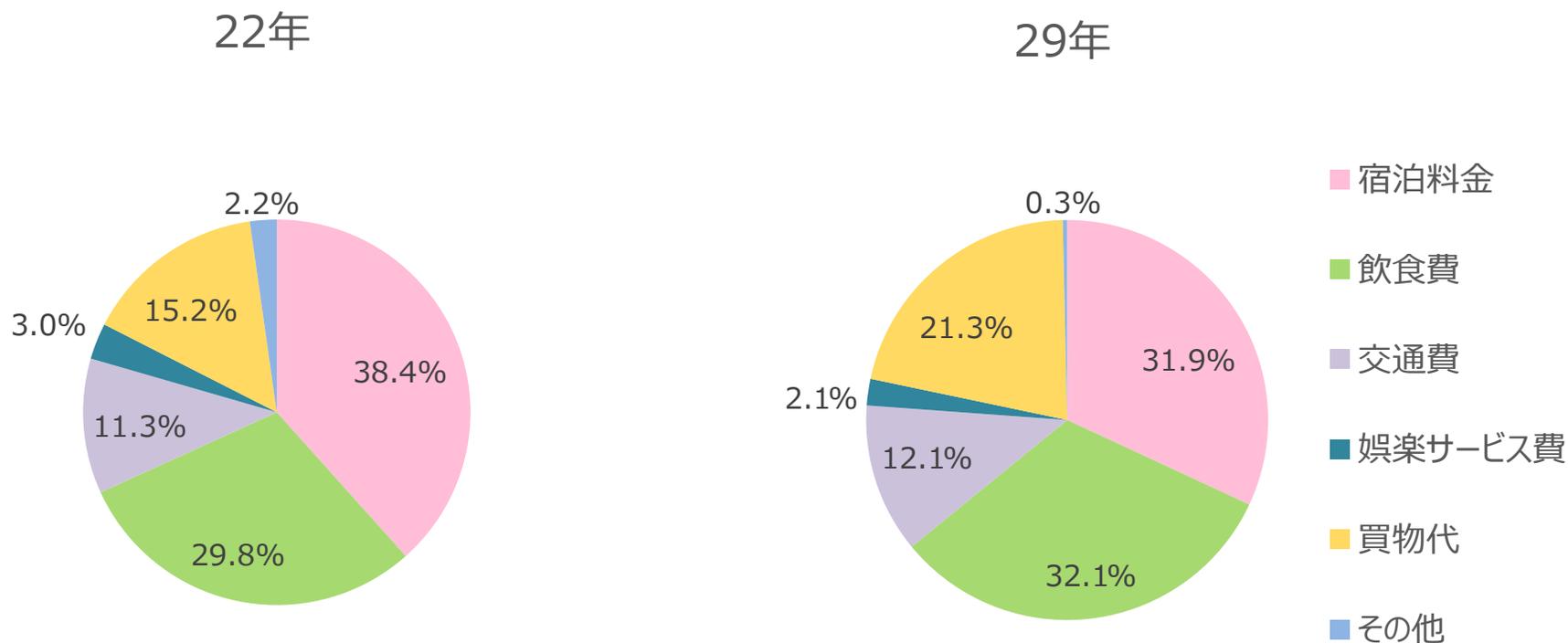
- 29年第4四半期の欧米指数の費目別の動きをみると、全ての費目が前期比上昇となり、過去最高の指数値を記録。
- 最も高い指数値は娯楽サービス費の477.4、次いで交通費の291.8。



（資料） 訪日外国人消費動向調査（観光庁）、訪日外客数（日本政府観光局）、消費者物価指数（総務省）などを用いて試算。

訪日外国人消費指数の費目別構成比

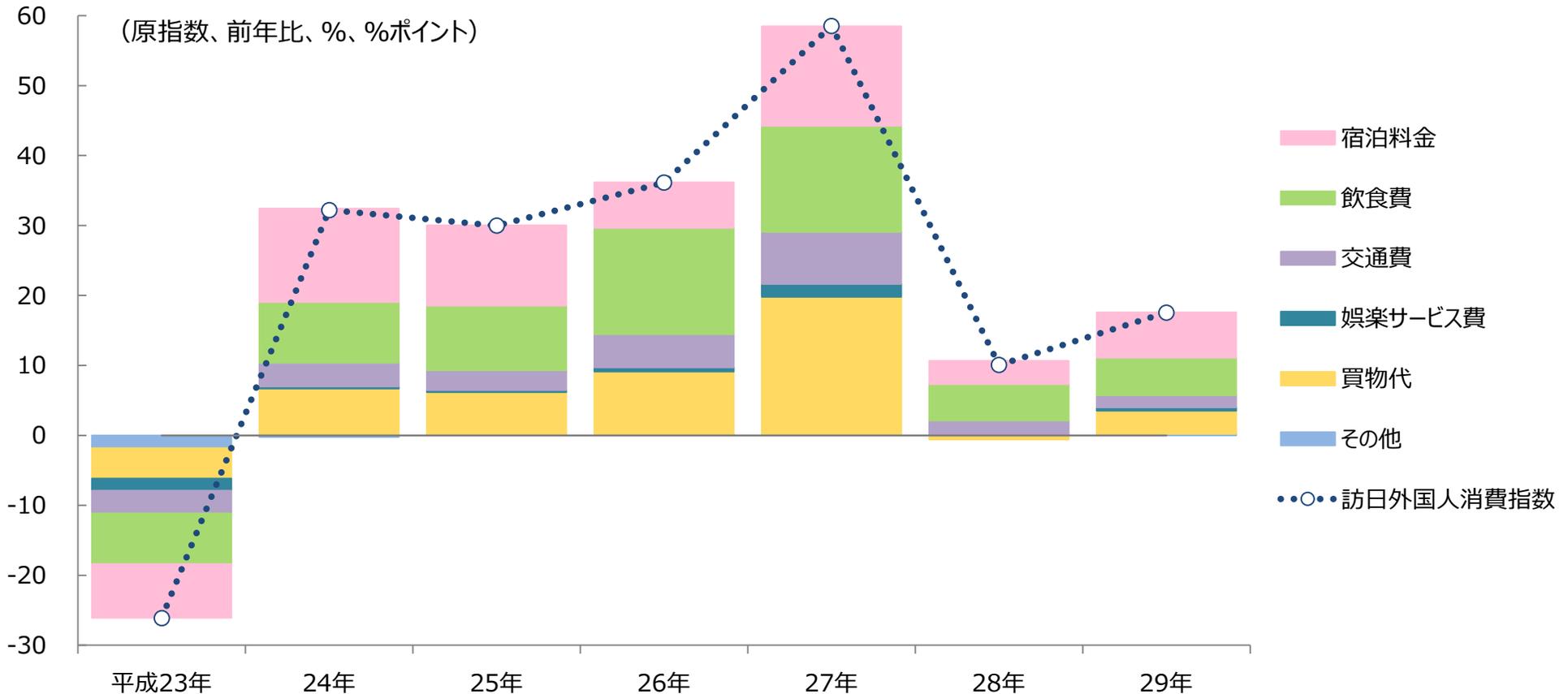
- 費目別構成比をみると、22年は宿泊料金の構成比が最も高く、およそ4割を占めていたが、29年は飲食費の構成比が3割を超え、最も高くなっている。
- 買物代の構成比も上昇し、29年は2割を超えている。
- 宿泊料金が縮小した分、飲食費と買物代の構成比が伸びている。



(資料) 訪日外国人消費動向調査(観光庁)、訪日外客数(日本政府観光局)、消費者物価指数(総務省)などを用いて試算。
グラフは、費目別指数にそれぞれのウェイトを乗じた数値を用いて作成。

訪日外国人消費指数の費目別寄与度（前年比）

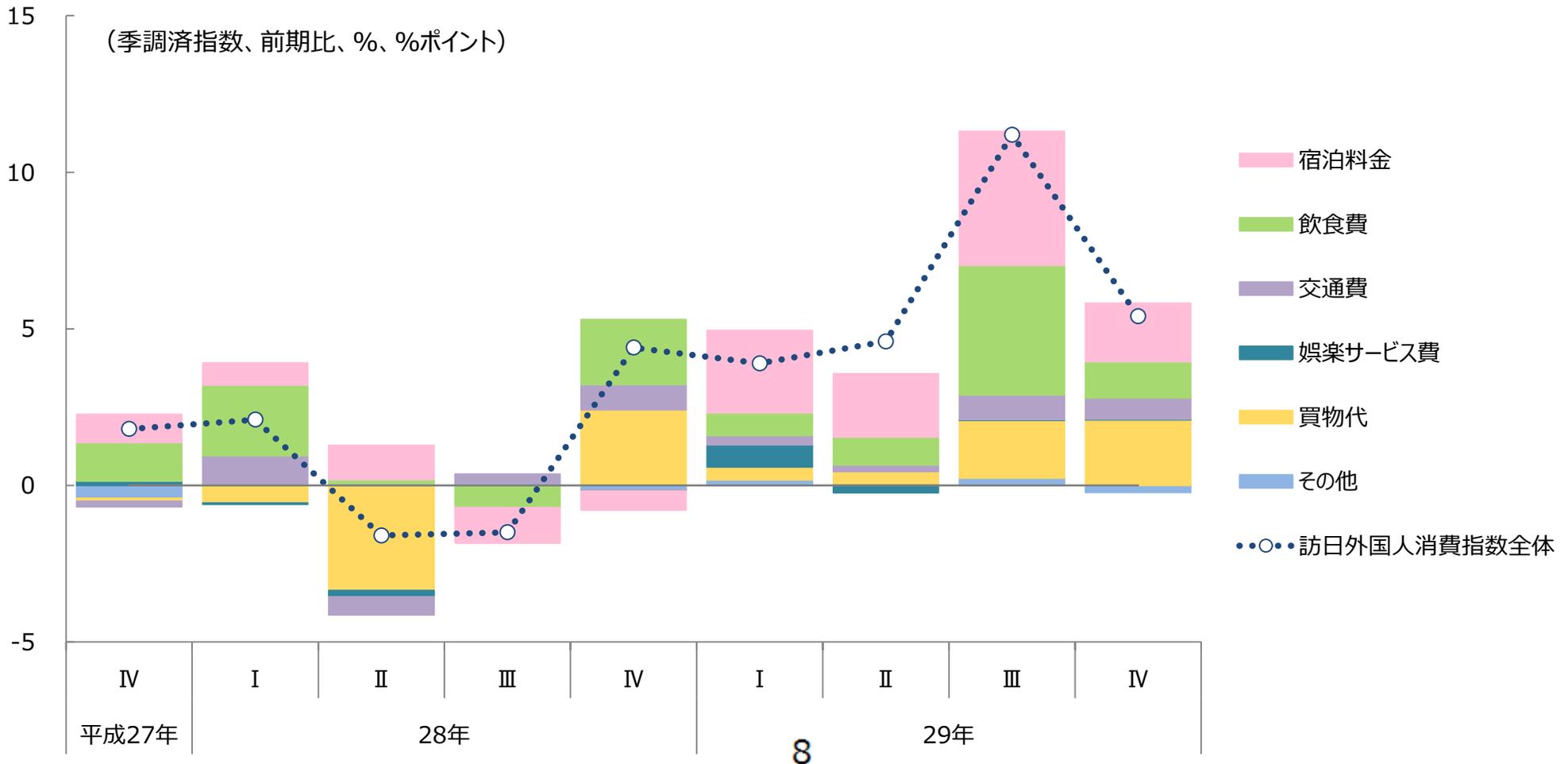
- 29年の内訳費目別の影響度合い（全体の前年比に対する寄与度）をみると、全ての費目でプラス寄与となった。
- 29年は、全体の前年比17.6%上昇に対し、宿泊料金が6.5%ポイント、飲食費が5.4%ポイントと、両者の上昇寄与が7割近くを占めている。



(資料) 訪日外国人消費指数：訪日外国人消費動向調査（観光庁）、訪日外客数（日本政府観光局）、消費者物価指数（総務省）などを用いて試算。

訪日外国人消費指数の費目別寄与度（前期比）

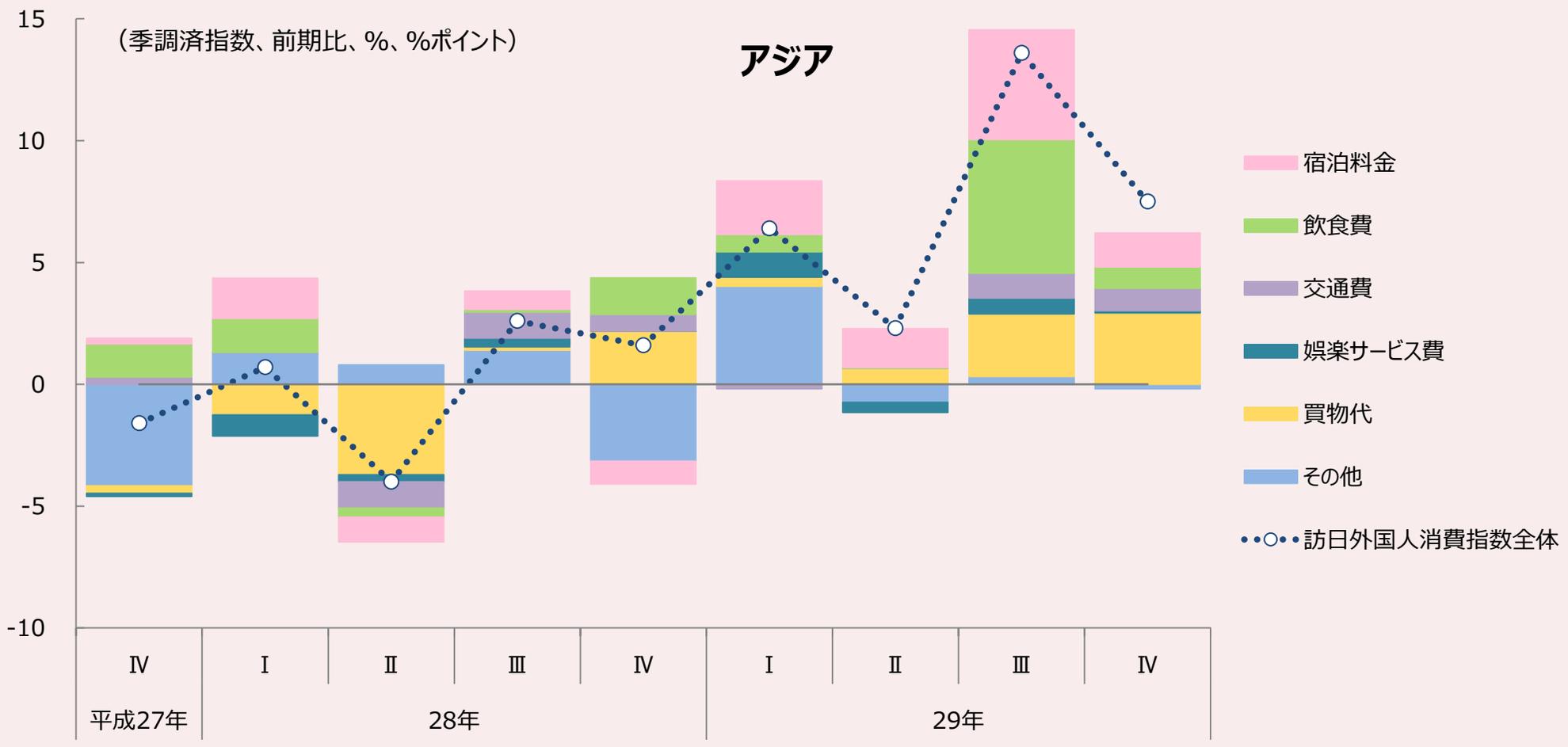
- 費目別の寄与をみると、29年第4四半期は買物代と宿泊料金の寄与が大きく、全体の前期比5.4%上昇に対し、買物代が2.09%ポイント、宿泊料金が1.87%ポイントと、両者の上昇寄与が7割以上を占めた。それに次ぐのは、飲食費の1.16%ポイント。



(資料) 訪日外国人消費指数：訪日外国人消費動向調査（観光庁）、訪日外客数（日本政府観光局）、消費者物価指数（総務省）などを用いて試算。

訪日外国人消費指数の費目別寄与度（前期比）（アジア）

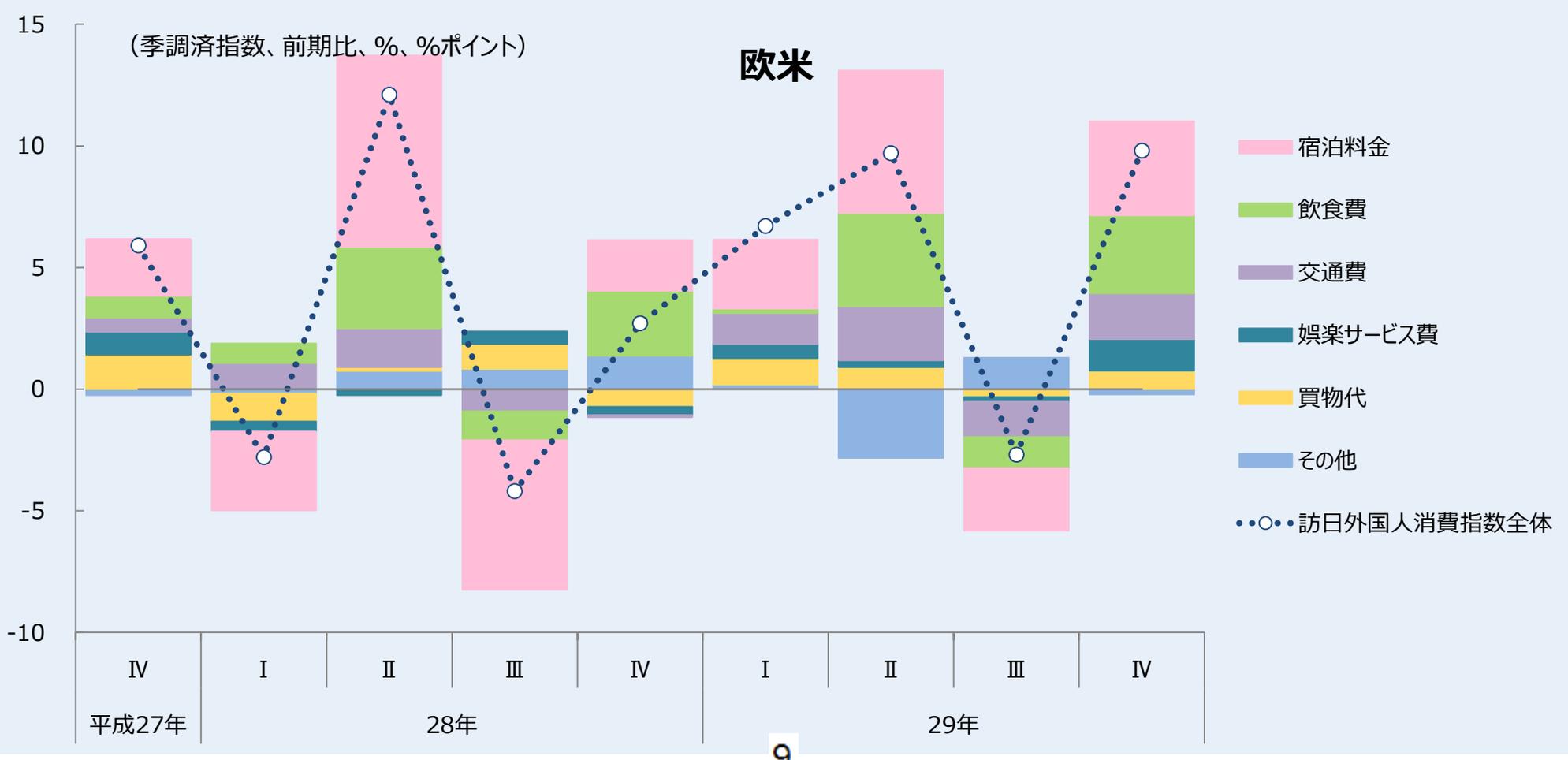
- アジア指数の費目別の寄与をみると、29年第4四半期は買物代の寄与が非常に大きく、全体の前期比7.5%上昇に対し、買物代の上昇寄与が2.93%ポイント。それに次ぐのが、宿泊料金の1.40%ポイント。



(資料) 訪日外国人消費指数：訪日外国人消費動向調査（観光庁）、訪日外客数（日本政府観光局）、消費者物価指数（総務省）などを用いて試算。

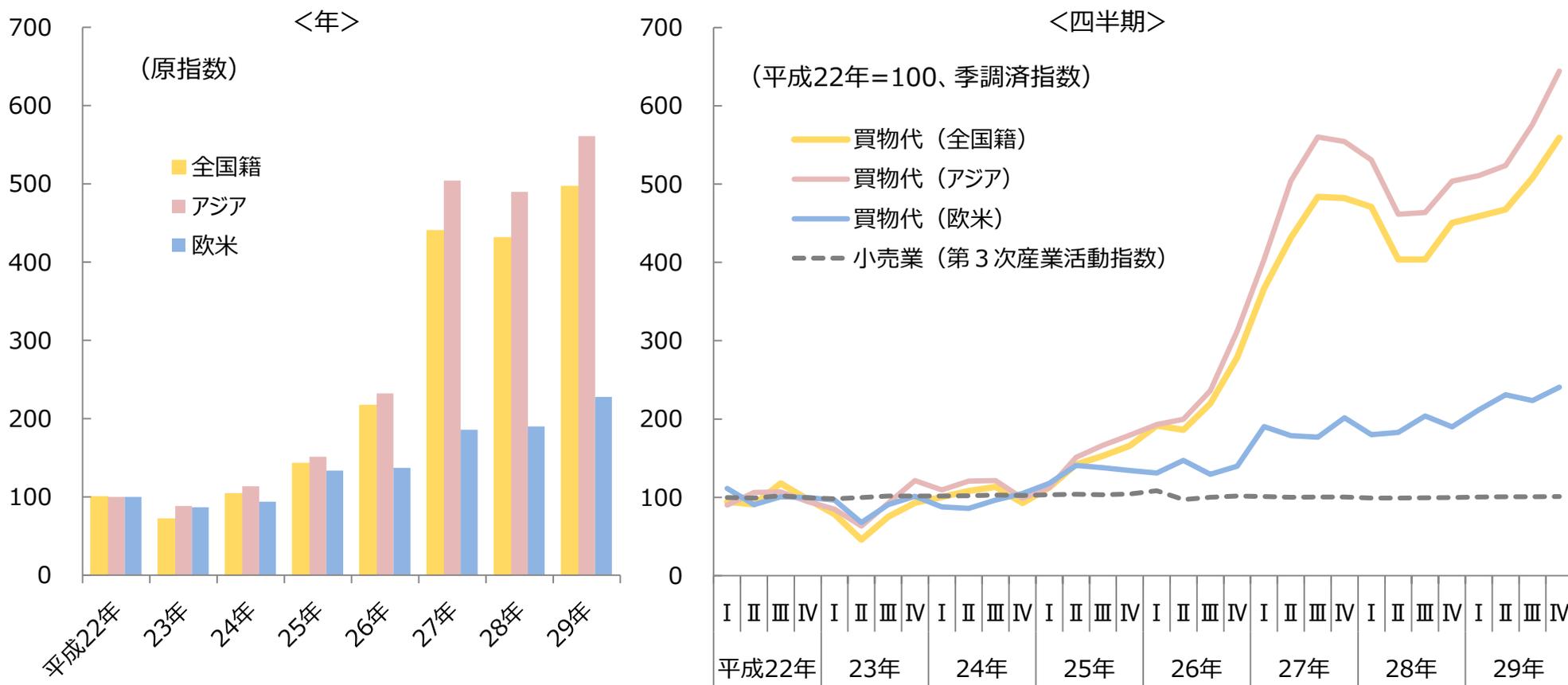
訪日外国人消費指数の費目別寄与度（前期比）（欧米）

● 欧米指数の費目別の寄与をみると、29年第4四半期は宿泊料金と飲食費の寄与が大きく、全体の前期比9.8%上昇に対し、宿泊料金がプラス3.89%ポイント、飲食費がプラス3.22%ポイントと、両者の上昇寄与が7割以上を占めた。



訪日外国人消費 買物代指数の推移

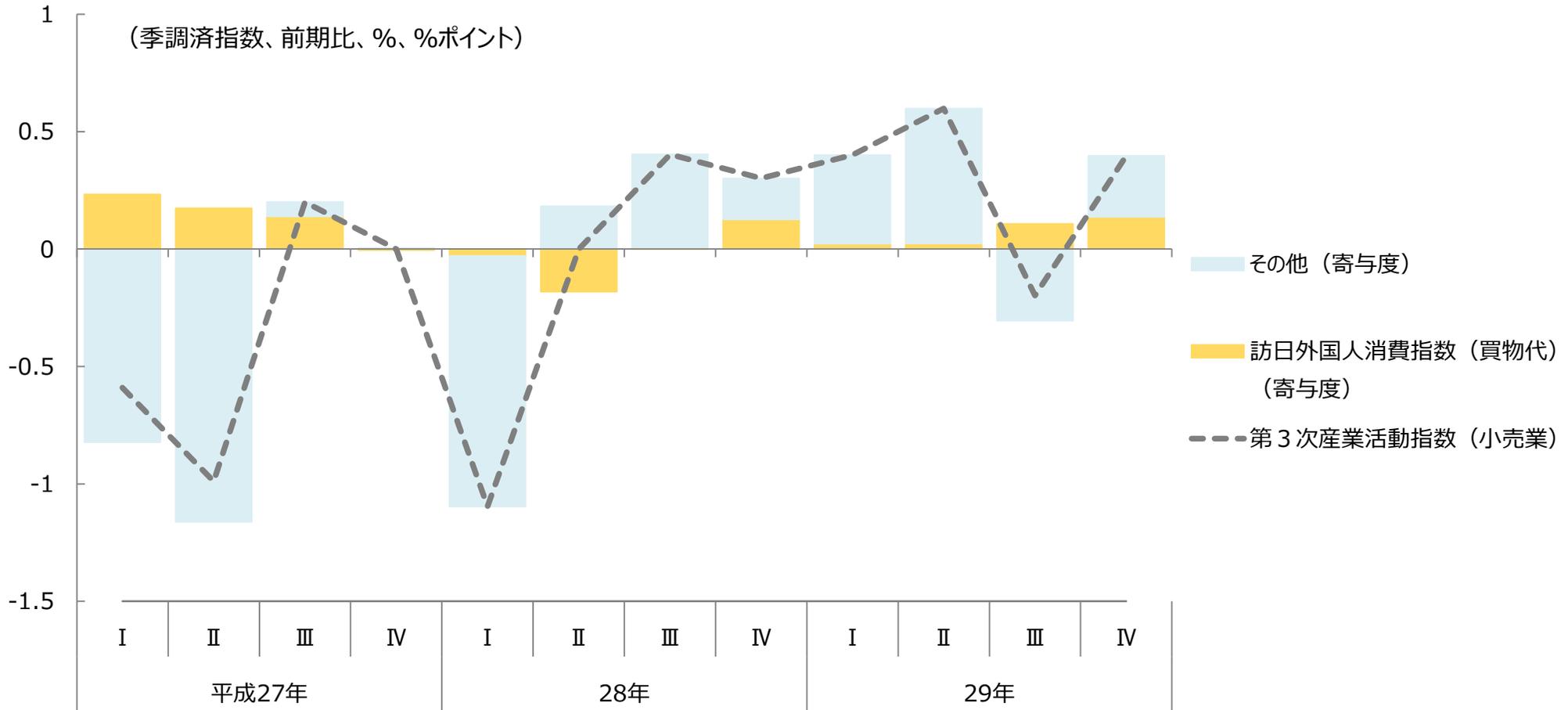
- 29年第4四半期の買物代指数は、指数値559.2、前期比10.1%と5期連続の上昇。
- アジアは指数値644.4、同11.8%と6期連続の上昇。欧米は指数値240.7、同7.7%と2期ぶりの上昇。
- アジア、欧米ともに過去最高値を更新。



(資料) 訪日外国人消費指数：訪日外国人消費動向調査（観光庁）、訪日外客数（日本政府観光局）、消費者物価指数（総務省）などを用いて試算。

平成27年以降の訪日外国人消費 買物代指数の寄与

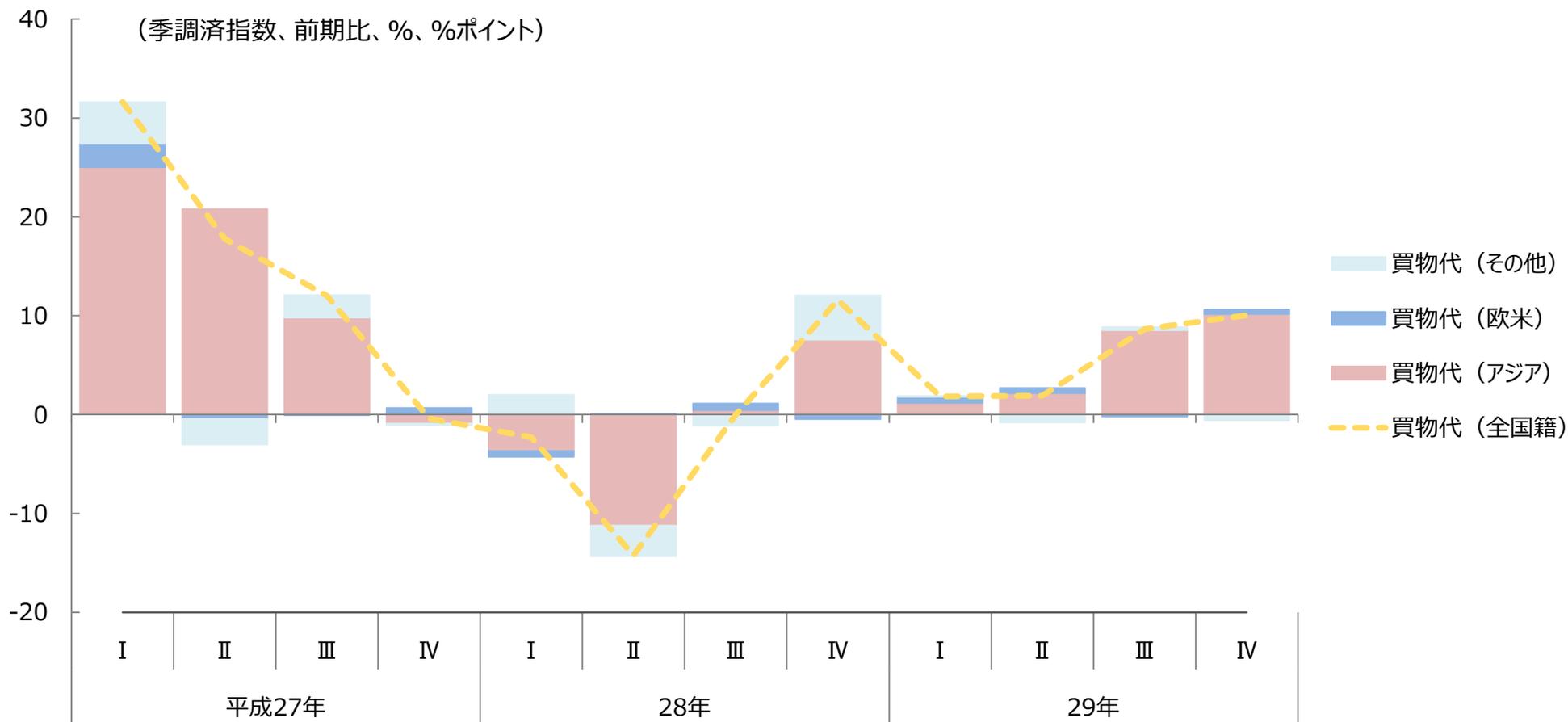
- 29年第4四半期の国内「小売業」活動に占める訪日外国人の買物代指数の割合※は、1.5%。
- 第4四半期の国内「小売業」活動の前期比0.4%上昇に対し、買物代指数の寄与は0.14%ポイントのプラス寄与。



(資料) 訪日外国人消費指数：訪日外国人消費動向調査（観光庁）、訪日外客数（日本政府観光局）、消費者物価指数（総務省）などを用いて試算。
 ※第3次産業活動指数「小売業」に対する訪日外国人消費指数「買物代」の割合。それぞれウエイトを乗じた指数値で試算。

平成27年以降の訪日外国人消費 買物代指数の寄与（アジア、欧米）

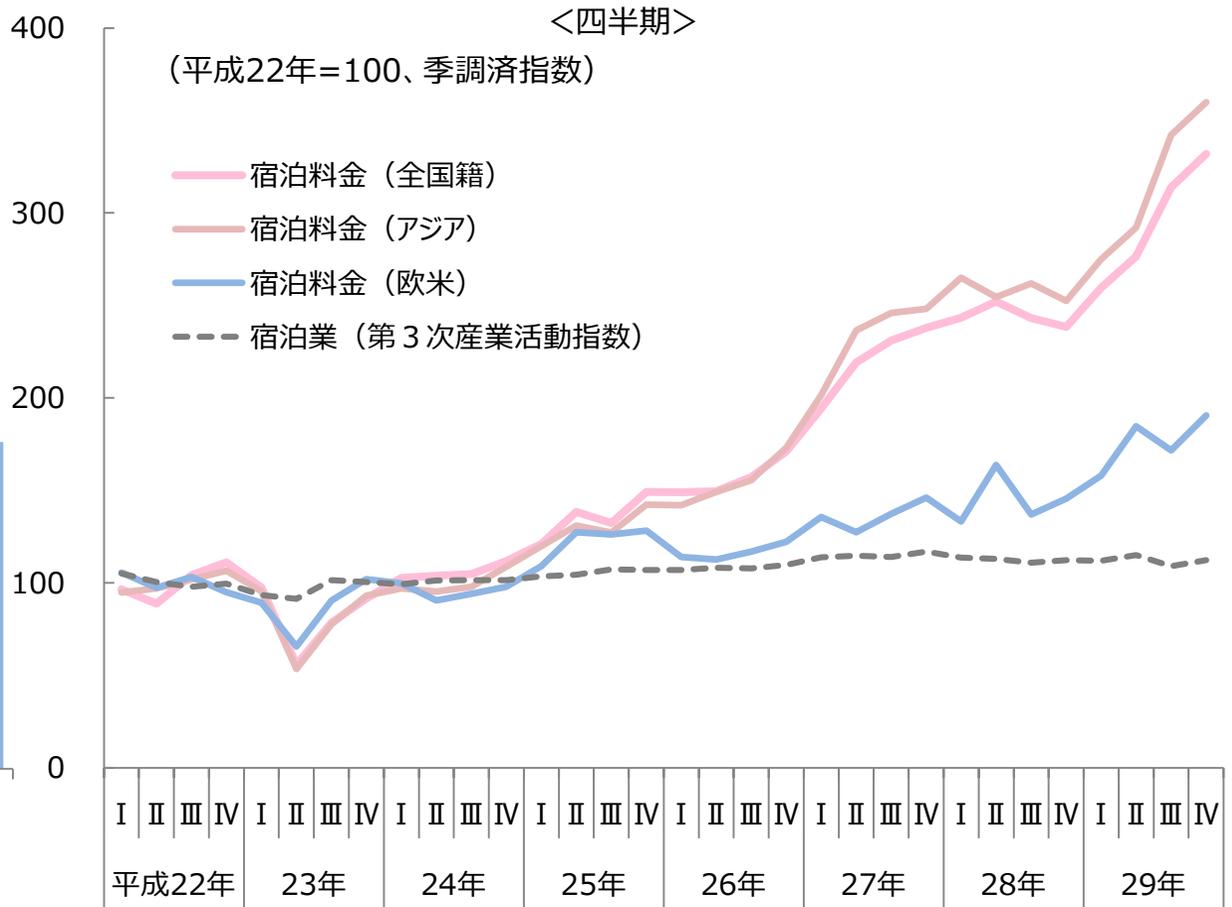
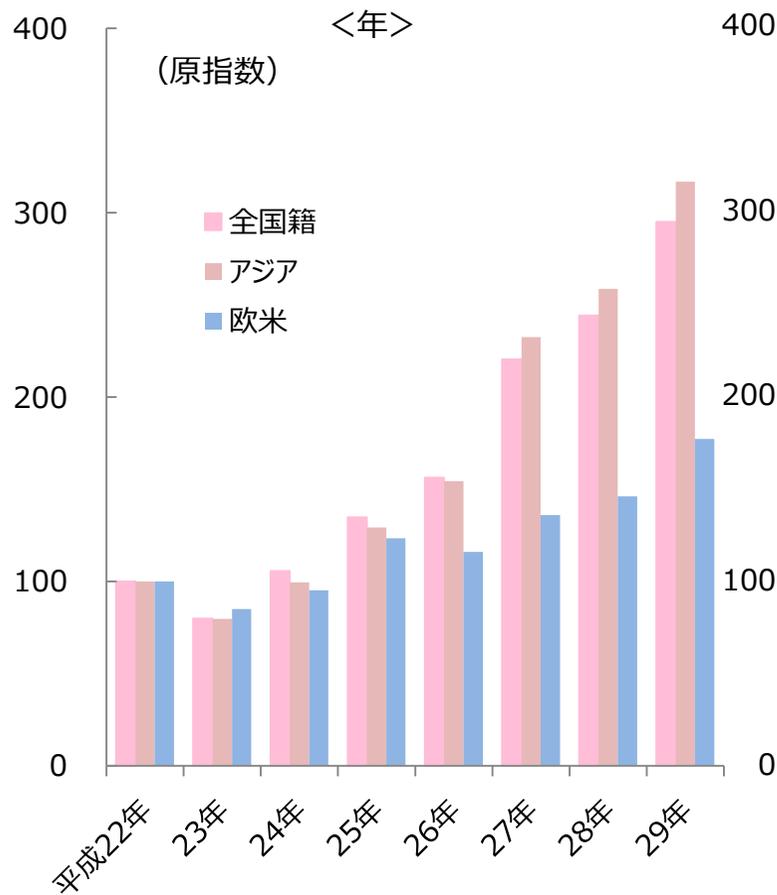
- 訪日外国人全体の買物代指数の変動に対するアジア指数及び欧米指数の貢献度（寄与）をみると、29年第4四半期は、訪日外国人全体の前期比10.1%上昇に対し、アジア指数はプラス10.17%ポイント、欧米指数はプラス0.45%ポイントの上昇寄与。



(資料) 訪日外国人消費指数：訪日外国人消費動向調査（観光庁）、訪日外客数（日本政府観光局）、消費者物価指数（総務省）などを用いて試算。
 ※第3次産業活動指数「小売業」に対する訪日外国人消費指数「買物代」の割合。それぞれウェイトを乗じた指数値で試算。

訪日外国人消費 宿泊料金指数の推移

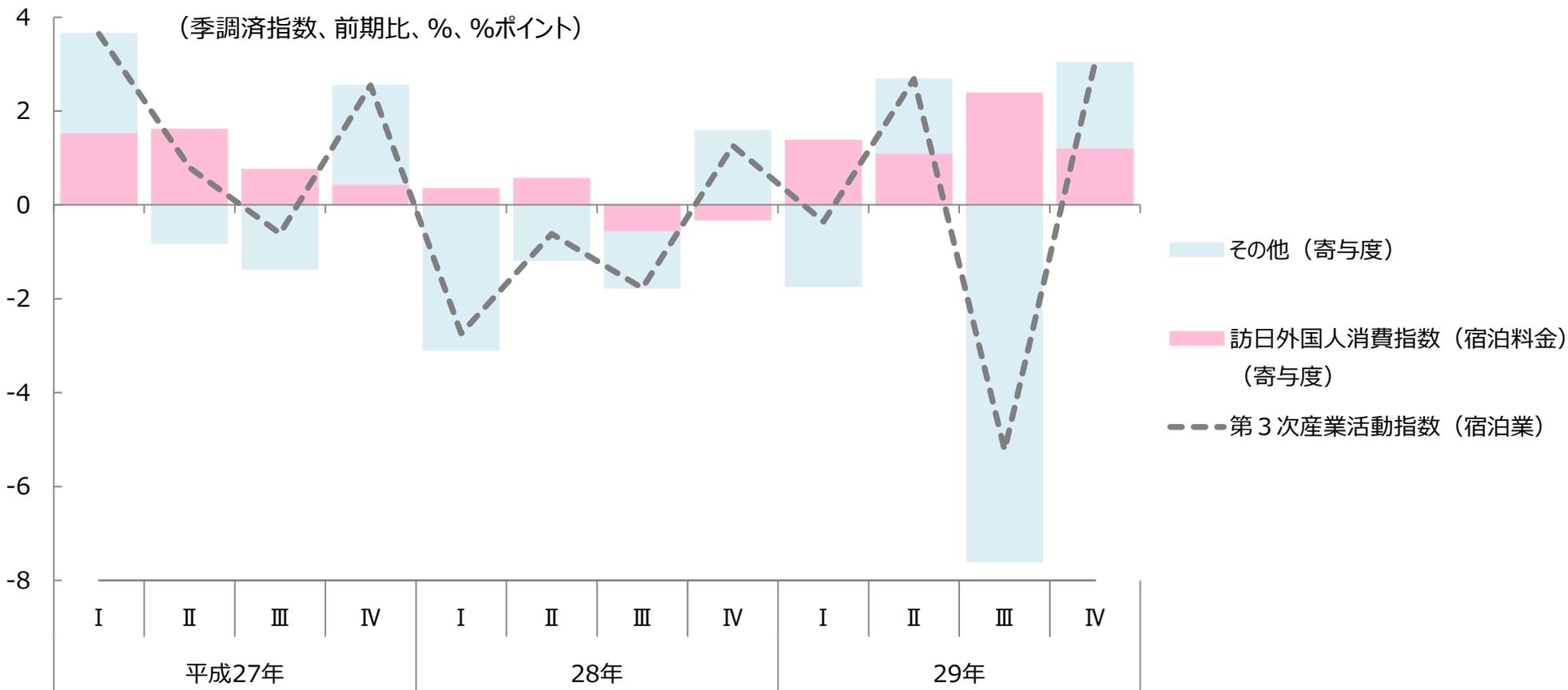
- 29年第4四半期の宿泊料金指数は、指数値331.9、前期比5.8%と4期連続の上昇。
- アジアは指数値359.8、同5.2%と4期連続の上昇。欧米は指数値190.5、同11.1%と2期ぶりの上昇。
- アジア、欧米ともに過去最高値を更新。



(資料) 訪日外国人消費指数：訪日外国人消費動向調査（観光庁）、訪日外客数（日本政府観光局）、消費者物価指数（総務省）などを用いて試算。

平成27年以降の訪日外国人消費 宿泊料金指数の寄与

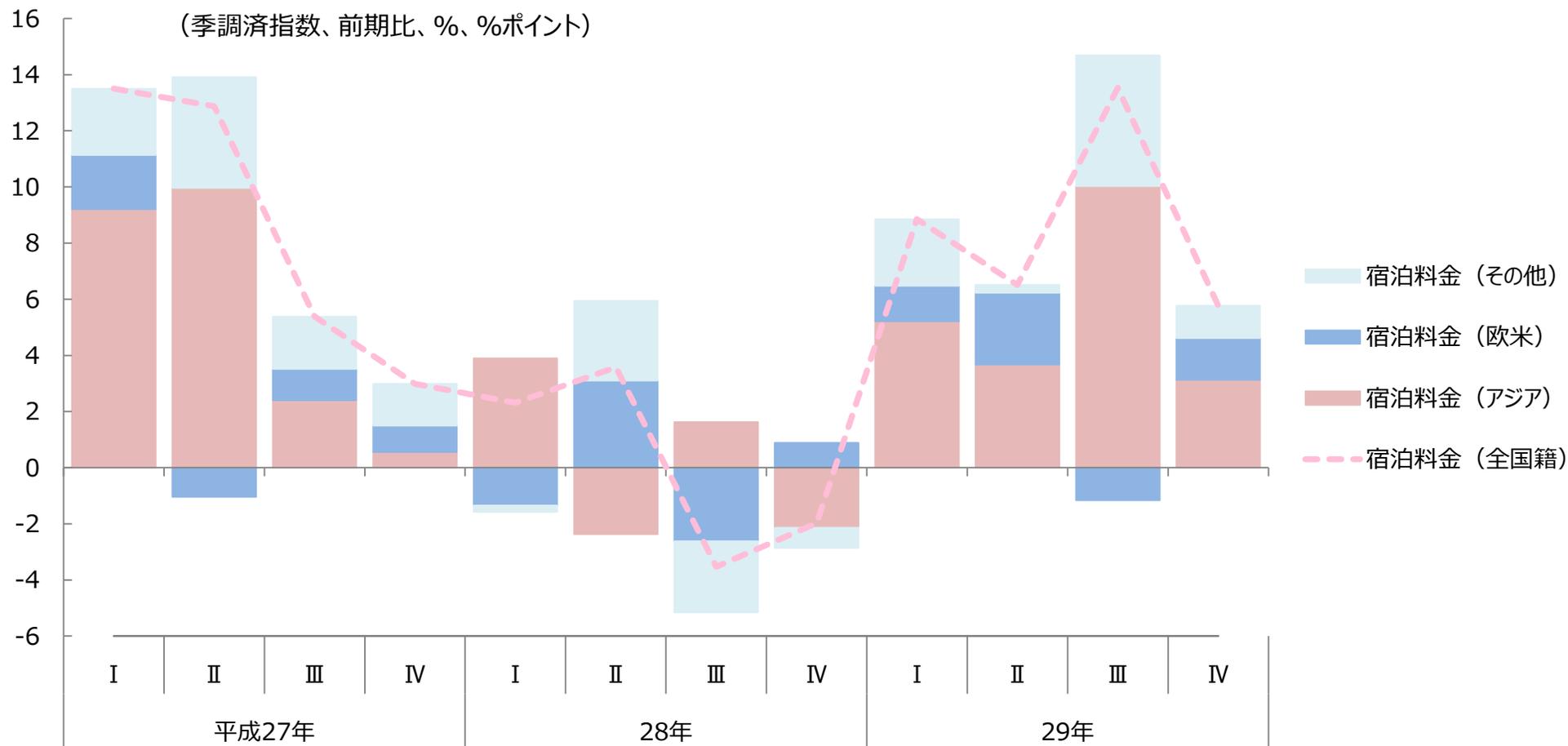
- 29年第4四半期の国内「宿泊業」活動に占める訪日外国人の宿泊料金指数の割合※は、21.6%。
- 第4四半期の国内「宿泊業」活動の前期比3.0%上昇に対し、宿泊料金指数の寄与は1.22%ポイントのプラス寄与。



(資料) 訪日外国人消費指数：訪日外国人消費動向調査（観光庁）、訪日外客数（日本政府観光局）、消費者物価指数（総務省）などを用いて試算。
 ※第3次産業活動指数「宿泊業」に対する訪日外国人消費指数「宿泊料金」の割合。それぞれウェイトを乗じた指数値で試算。

平成27年以降の訪日外国人消費 宿泊料金指数の寄与（アジア、欧米）

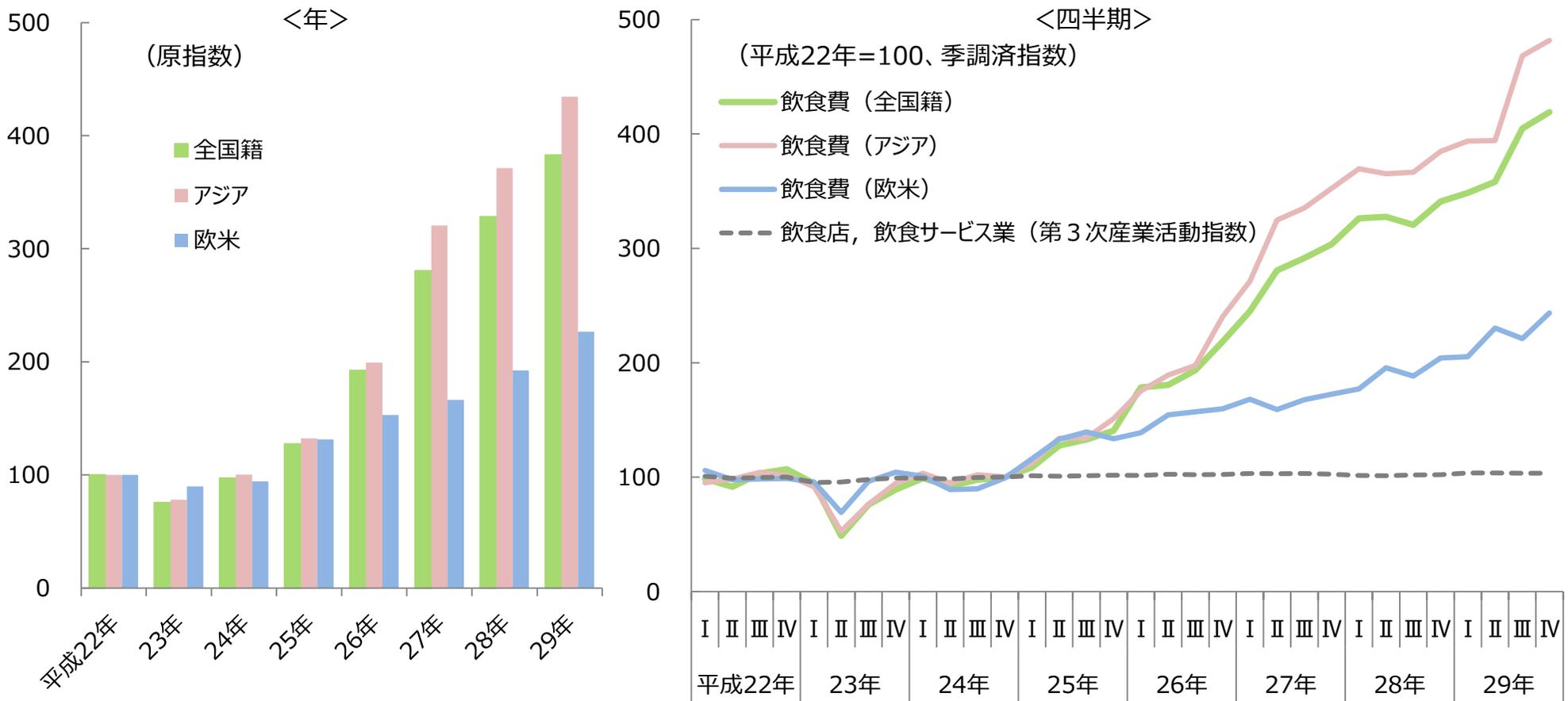
- 訪日外国人全体の宿泊料金指数の変動に対するアジア指数及び欧米指数の貢献度（寄与）をみると、29年第4四半期は、訪日外国人全体の前期比5.8%上昇に対し、アジア指数はプラス3.13%ポイント、欧米指数はプラス1.49%ポイントの上昇寄与。



(資料) 訪日外国人消費指数：訪日外国人消費動向調査（観光庁）、訪日外客数（日本政府観光局）、消費者物価指数（総務省）などを用いて試算。
 ※第3次産業活動指数「宿泊業」に対する訪日外国人消費指数「宿泊料金」の割合。それぞれウェイトを乗じた指数値で試算。

訪日外国人消費 飲食費指数の推移

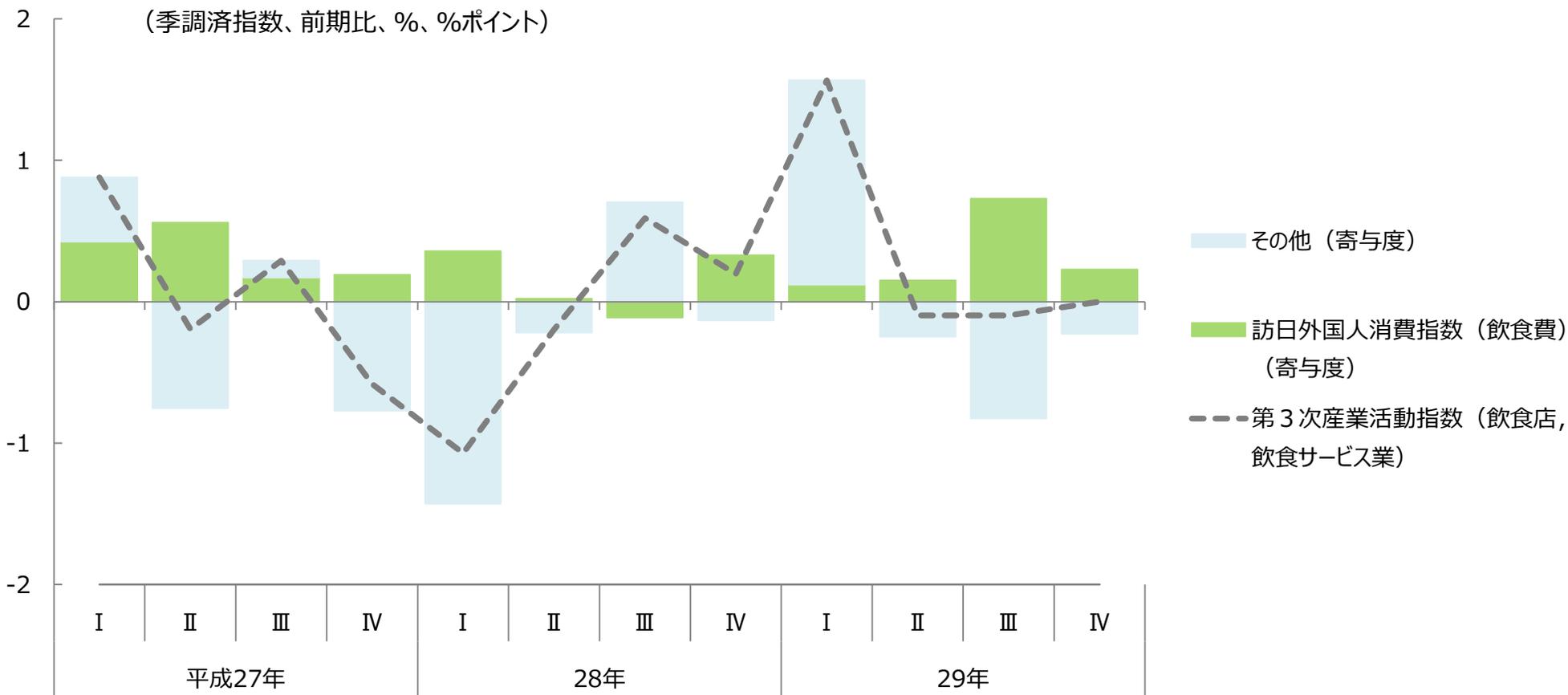
- 29年第4四半期の飲食費指数は、指数値419.2、前期比3.6%と5期連続の上昇。
- アジアは指数値481.8、同2.9%と6期連続の上昇。欧米は指数値243.6、同プラス10.1%と2期ぶりの上昇。
- アジア、欧米ともに過去最高値を更新。



(資料) 訪日外国人消費指数：訪日外国人消費動向調査（観光庁）、訪日外客数（日本政府観光局）、消費者物価指数（総務省）などを用いて試算。

平成27年以降の訪日外国人消費 飲食費指数の寄与

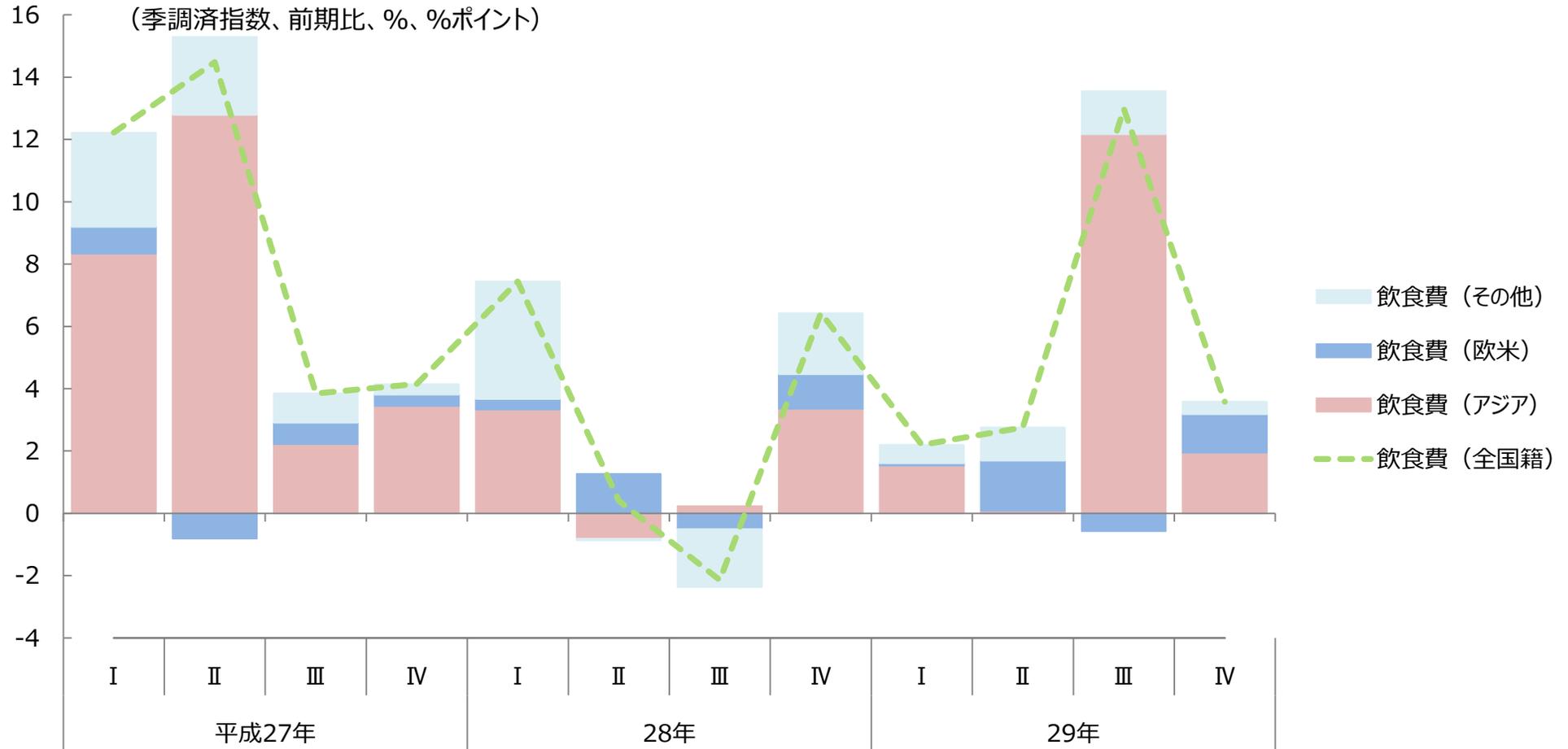
- 29年第4四半期の国内「飲食店、飲食サービス業」活動に占める訪日外国人の飲食費指数の割合※は、6.6%。
- 第4四半期の国内「飲食店、飲食サービス業」活動の前期比横ばいに対し、飲食費指数の寄与は0.23%ポイントのプラス寄与。



(資料) 訪日外国人消費指数：訪日外国人消費動向調査（観光庁）、訪日外客数（日本政府観光局）、消費者物価指数（総務省）などを用いて試算。
 ※第3次産業活動指数「飲食店、飲食サービス業」に対する訪日外国人消費指数「飲食費」の割合。それぞれウェイトを乗じた指数値で試算。

平成27年以降の訪日外国人消費 飲食費指数の寄与（アジア、欧米）

- 訪日外国人全体の飲食費指数の変動に対するアジア指数及び欧米指数の貢献度（寄与）をみると、29年第4四半期は、訪日外国人全体の前期比3.6%上昇に対し、アジア指数はプラス1.94%ポイント、欧米指数はプラス1.24%ポイントの上昇寄与。



(資料) 訪日外国人消費指数：訪日外国人消費動向調査（観光庁）、訪日外客数（日本政府観光局）、消費者物価指数（総務省）などを用いて試算。
 ※第3次産業活動指数「飲食店、飲食サービス業」に対する訪日外国人消費指数「飲食費」の割合。それぞれウエイトを乗じた指数値で試算。

平成29年及び29年第4四半期の訪日外国人消費

- 29年の訪日外国人数は2,869万人、旅行消費額は4.4兆円といずれも過去最高を更新。一方、1人当たりの支出は前年比低下。
- 29年第4四半期の訪日外国人数は749万人、旅行消費額は1.1兆円で、1人当たりの支出も前年水準を上回る。
- 訪日外国人消費指数は392.9、前期比5.4%と5期連続の上昇。対個人サービスの前期比0.2%上昇に対し、訪日外国人消費の寄与は0.07%ポイント。
- 費目別の寄与をみると、買物代と宿泊料金の前期比上昇寄与が大きい。
- 買物代指数は、前期比10.1%と5期連続上昇。指数値は559.2。
- 宿泊料金指数は、前期比5.8%と4期連続上昇。指数値は331.9。
- 飲食費指数は、前期比3.6%と5期連続上昇。指数は419.2。
- 訪日外国人消費は、当期も上昇を維持して過去最高を更新。
- 飲食費に関しては、対応する「飲食点，飲食サービス業」の国内居住者による消費低下を訪日外国人消費が補ったことにより、前期比横ばいにとどめた形となっている。

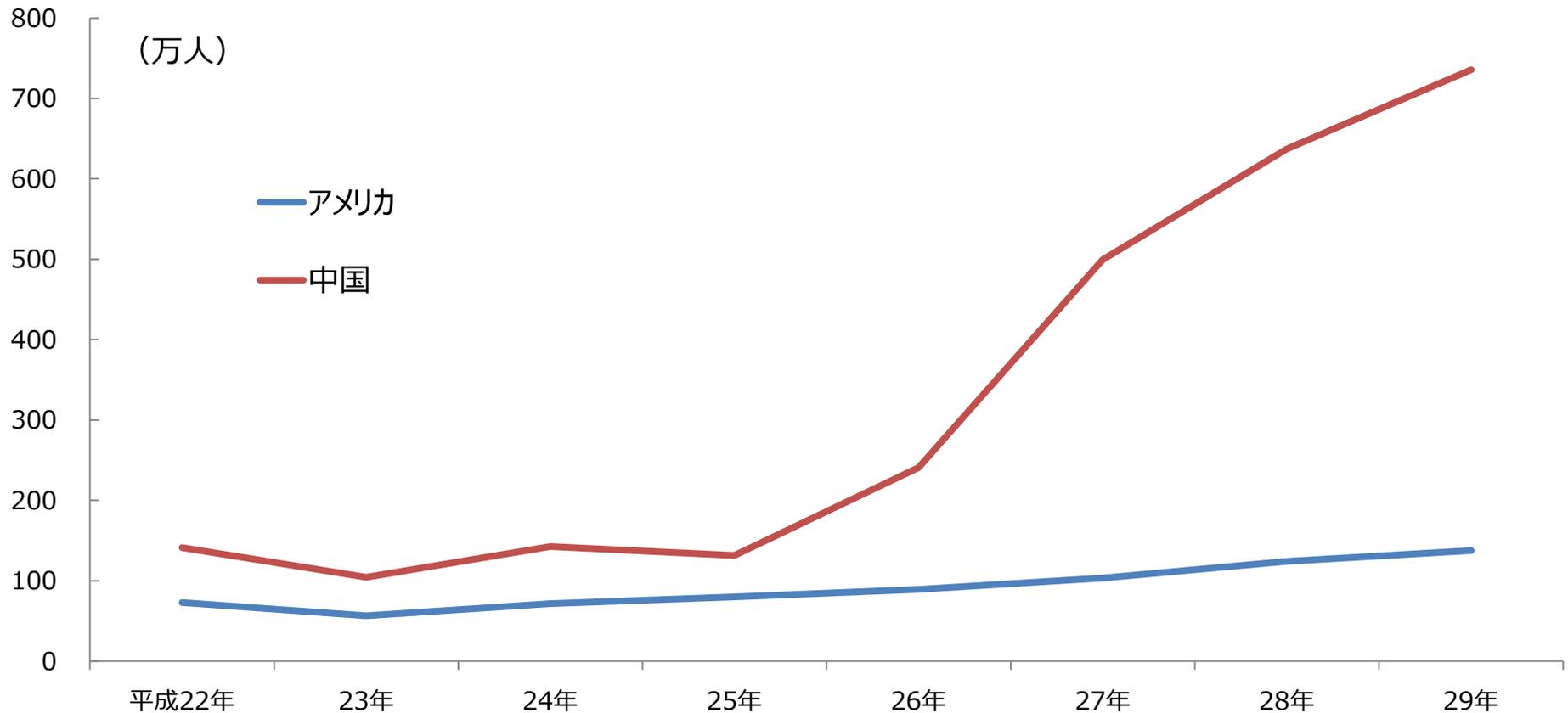
平成29年及び29年第4四半期のアジアと欧米からの訪日消費

- 29年の訪日外国人数2,869万人のうち、アジアからが2,326万人、欧米からが253万人。旅行消費額4.4兆円のうち、アジア客の消費額が3.4兆円、欧米客の消費額が0.5兆円。
- 29年第4四半期の訪日外国人消費アジア指数は482.6、前期比7.5%と6期連続上昇、欧米指数は232.8、同9.8%と2期ぶりの上昇。訪日外国人消費全体の上昇は、アジア指数の上昇寄与が大きい。
- アジア指数の上昇に対する費目別の寄与をみると、買物代の前期比上昇寄与が大きい。全体の買物代指数の前期比上昇に対しても、アジア客の貢献が非常に大きい。
- 欧米指数の上昇に対する費目別の寄与をみると、宿泊料金と飲食費の前期比上昇寄与が大きい。前期は「その他」以外の全ての費目で低下寄与となっていたが、当期は一転、「その他」以外の費目が全て前期比上昇に転じた。
- アジア指数と欧米指数のグラフの動きをみると、アジア指数は伸びを更に加速し、欧米指数は再び上昇基調に。

中国・アメリカの1人当たり消費額の変化

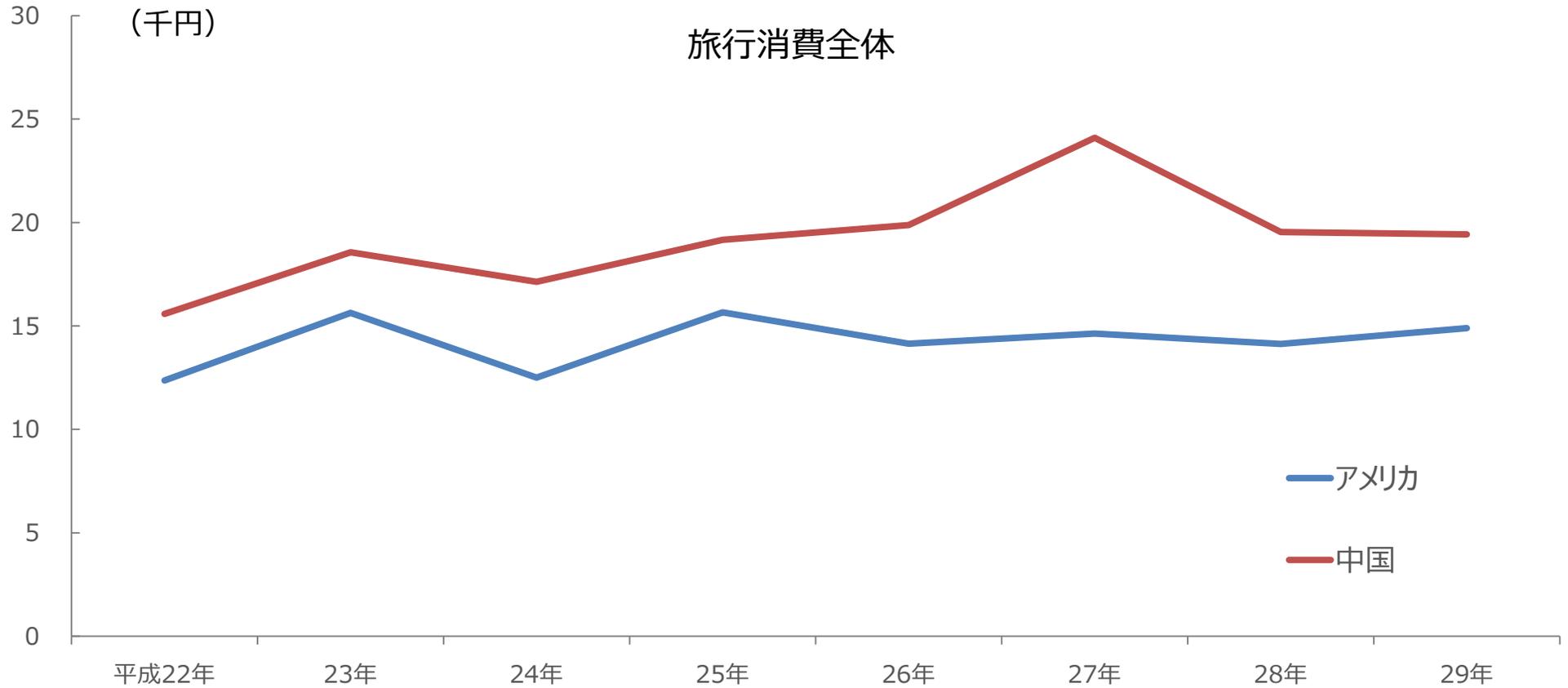
訪日外客数の推移（中国・アメリカ比較）

- 29年の訪日外客数をみると、中国は736万人、アメリカは137万人。
- 22年（基準年）と比較すると、中国は5倍を超えて急拡大しているのに対し、アメリカは2倍にも満たない。



1人あたり旅行消費額（中国・アメリカ比較）

- 中国及びアメリカの1人あたり旅行消費額※を比較すると、いずれの時点も中国がアメリカを上回っている。
- 中国は27年をピークに低下、アメリカは25年をピークに横ばい傾向にあるが、ともに、22年（基準年）と比較すると29年は上昇している。

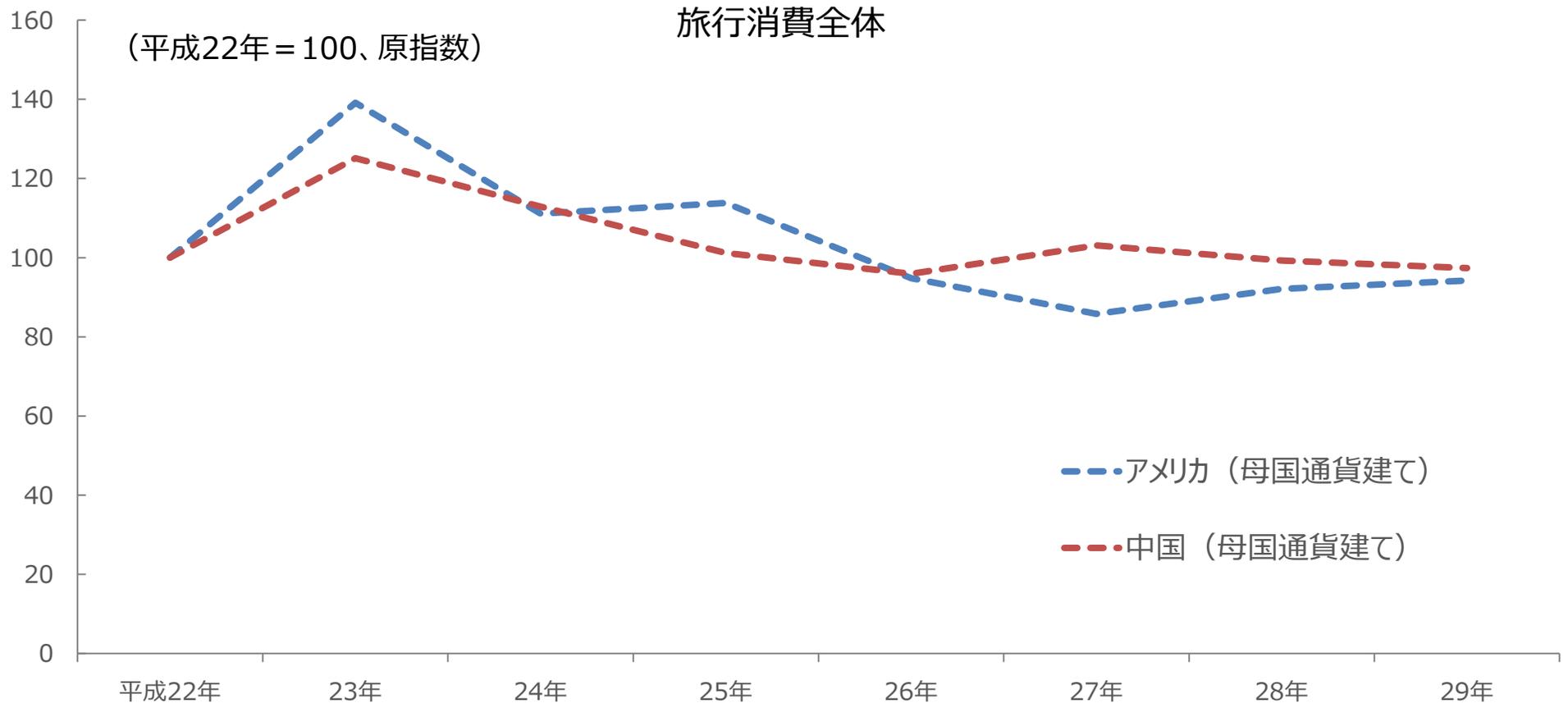


(資料) 訪日外国人消費動向調査（観光庁）、訪日外客数（日本政府観光局）、消費者物価指数（総務省）を用いて試算。

※ 1人あたり旅行消費額を、消費者物価指数を用いて実質化。

1人当たり旅行消費額（中国・アメリカ比較）母国通貨建て

- 中国及びアメリカの1人当たり旅行消費額を、為替情報を用いて各国通貨価値に換算して比較。
- 中国、アメリカともに23年をピークに低下。ここ数年は横ばい傾向にあるが、ともに、22年（基準年）と比較すると29年は低下している。

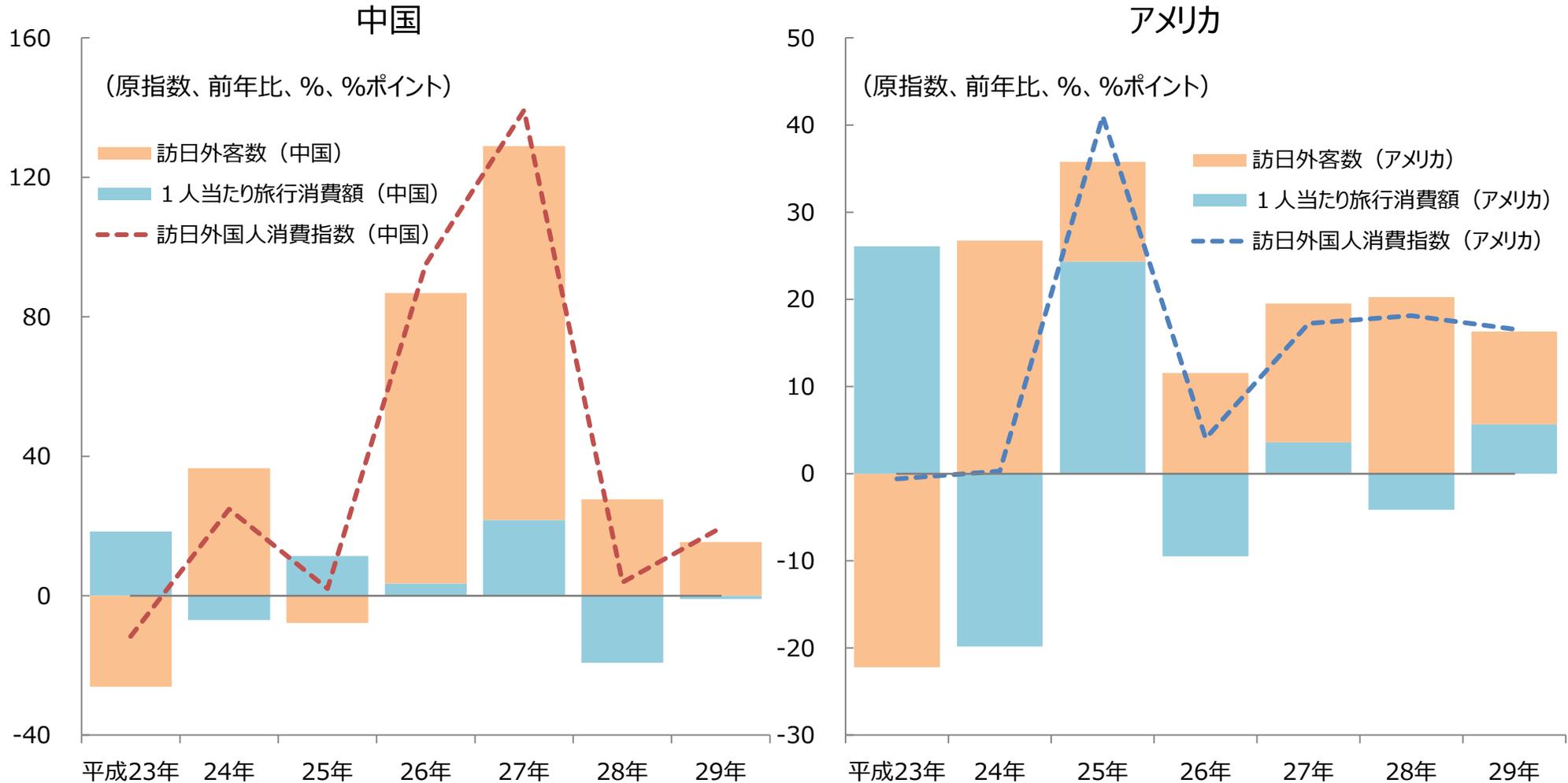


(資料) 訪日外国人消費動向調査（観光庁）、訪日外客数（日本政府観光局）、消費者物価指数（総務省）、為替情報（OECD）を用いて試算。

※ 1人当たり旅行消費額を、消費者物価指数を用いて実質化し、為替情報により各国通貨価値に換算。

1人当たり旅行消費額 及び 訪日外客数の推移（中国・アメリカ比較）

- 訪日外国人消費指数の前年比に対する、1人当たり旅行消費額 及び 訪日外客数の寄与をみると、中国、アメリカともに、訪日外客数の寄与が圧倒的に大きい。



(資料) 訪日外国人消費動向調査 (観光庁)、訪日外客数 (日本政府観光局)、消費者物価指数 (総務省) を用いて試算。

訪日外国人消費指数の構成要素の推移（中国・アメリカ比較）

- 訪日外国人消費指数の主な構成要素である「1人当たり旅行消費額」と「訪日外客数」の推移を年単位で比較。
- 29年の「訪日外客数」をみると、22年（基準年）に対し、中国は5倍を超えて急拡大しているのに対し、アメリカは2倍にも満たない。
- 「1人当たり旅行消費額」を比較すると、いずれの時点も中国がアメリカを上回っている。中国は27年をピークに低下、アメリカは25年をピークに横ばい傾向にあるが、ともに、22年と比較すると29年は上昇。
- 「1人当たり旅行消費額」を、各国通貨価値に換算して比較すると、中国、アメリカとも23年をピークに低下。両国とも、22年と比較すると29年は低下。
- 訪日外国人消費指数の前年比に対する、「1人当たり旅行消費額」及び「訪日外客数」の寄与をみると、中国、アメリカともに、訪日外客数の寄与が圧倒的に大きい。

(参考) 訪日外国人消費指数の作成方法

個別の「費目」指数の作成方法

- 「訪日外国人消費動向調査」（観光庁）の訪日客 1 人当たりの費目別（宿泊、飲食、交通、娯楽、買物、その他の 6 項目）売上高に、「訪日外客数」（日本政府観光局）を乗じて訪日外国人旅行消費金額を算出し、消費者物価指数（総務省）を用いて実質指数化。
- 指数採用データの詳細は、次頁参照。

費目指数を加重平均して統合するためのウェイトの作成方法

- 「経済センサス活動調査」（総務省・経済産業省）の2011年の産業別売上高を、「サービス産業動向調査」（総務省）及び「商業動態統計」（経済産業省）の2011年の産業別売上高前年比で除して2010年の産業別売上高を推計。対応する産業別売上高に対する2010年の費目別訪日外国人旅行消費金額の割合を、「第3次産業活動指数」（経済産業省）の業種別ウェイトに乗じて算出。
- 地域別指数のウェイトは、2010年の全国籍の費目別旅行消費額に対する地域別の費目別旅行消費額の割合で、全国籍のウェイトを配分して作成。
- ウェイト算定データは、次頁参照。

第3次産業総合	10000.0		
広義対個人サービス	4846.2		
	全国籍	アジア	欧米
訪日外国人消費指数（全体）	18.129	10.863	3.962
宿泊	6.962	3.861	1.718
飲食	5.398	3.170	1.208
交通	2.052	1.038	0.549
娯楽サービス	0.549	0.385	0.089
買物	2.764	2.100	0.370
その他	0.404	0.309	0.028

季節調整方法

- 米国センサス局が開発したX-12-ARIMAの機能のうちX-11の機能のみを使用して季節調整を実施。

指数作成に用いたデータ

業種名	採用データ	
	実数データ	デフレータ
訪日外国人消費指数（全体）		
宿泊	訪日外国人消費支出（宿泊料金）＝①×② ①訪日外国人1人当たり旅行支出（宿泊料金） 「訪日外国人消費動向調査」（観光庁） ②訪日外客数 「訪日外客数調査」（日本政府観光局） （以下出典は同様）	宿泊料 「消費者物価指数」（総務省） （以下出典は同様）
飲食	訪日外国人消費支出（飲食費）	一般外食
交通	訪日外国人消費支出（交通費）	以下の各品目の加重平均値 航空運賃、鉄道運賃（JR）、鉄道運賃（JR以外）、一般路線バス代、高速バス代、タクシー代、有料道路料、レンタカー料金
娯楽サービス	訪日外国人消費支出（娯楽サービス費）	以下の各品目の加重平均値 ゴルフ練習場、ゴルフプレー料金、テーマパーク入場料金、演劇観覧料、サッカー観覧料、プロ野球観覧料、文化施設入場料、映画観覧料、ボウリングゲーム代、プール使用料、フィットネスクラブ使用料、カラオケルーム使用料
買物	訪日外国人消費支出（買物代）	以下の各品目の加重平均値 菓子類、飲料、酒類、たばこ、教養娯楽用耐久財、腕時計、家事用耐久財、化粧品、医薬品・健康保持用摂取品、保健用医療用品・器具、衣料、シャツ・セーター類、履物類、他の被服、かばん類、玩具、書籍、雑誌、コンパクトディスク、ビデオソフト、財 ※免税対象商品については、免税購入率（訪日外国人消費動向調査）により調整。
その他	訪日外国人消費支出（その他）	総合

ウェイト算定データ

訪日外国人消費調査			経済センサス活動調査		サービス産業動向調査 商業動態統計		第3次産業活動指数						
一人当たり消費支出	訪日外客数	訪日外国人消費額	売上高（企業集計）	前年比	売上高（推計値）	訪日外国人消費額の割合（推計値）	ウェイト	訪日外国人消費指数（全国籍）のウェイト					
a1	a2	a=a1*a2	b	c	d=b/c	e=a/d	g	h=g*e					
(円/人)	(人)	(億円)	(億円)	(%)	(億円)	(%)	2010年	2010年					
合計	133,426	8,611,175	11,490				合計		全体	18.129			
宿泊料金	41,659		3,587	宿泊業	46,129	宿泊業	-6.0	49,054	7.3	宿泊業	95.2	宿泊	6.962
飲食費	26,598		2,290	飲食店	132,290	飲食店	-6.1	140,862	1.6	飲食店、飲食サービス業	332	飲食	5.398
交通費	14,120		1,216	運輸業、郵便業 自動車賃貸業	565,913	運輸業、郵便業 自動車賃貸業	-4.2	590,573	0.2	運輸業、郵便業 自動車賃貸業	996.8	交通	2.052
娯楽サービス	6,803		586	娯楽業	262,142	娯楽業	-10.8	293,852	0.2	娯楽業	275.2	娯楽サービス	0.549
買物代	41,273		3,554	小売業	1,291,802	小売業	-2.3	1,322,212	0.3	小売業	1028.1	買物	2.764
その他	2,973		256							その他		その他	0.404

※訪日外国人消費指数の「その他」のウェイトは、2010年の訪日外国人消費額合計に占める「その他」の割合から推計した。

リーマンショック前の水準が 視野に入ってきたグローバル出荷

；グローバル出荷指数 2017年Ⅳ期

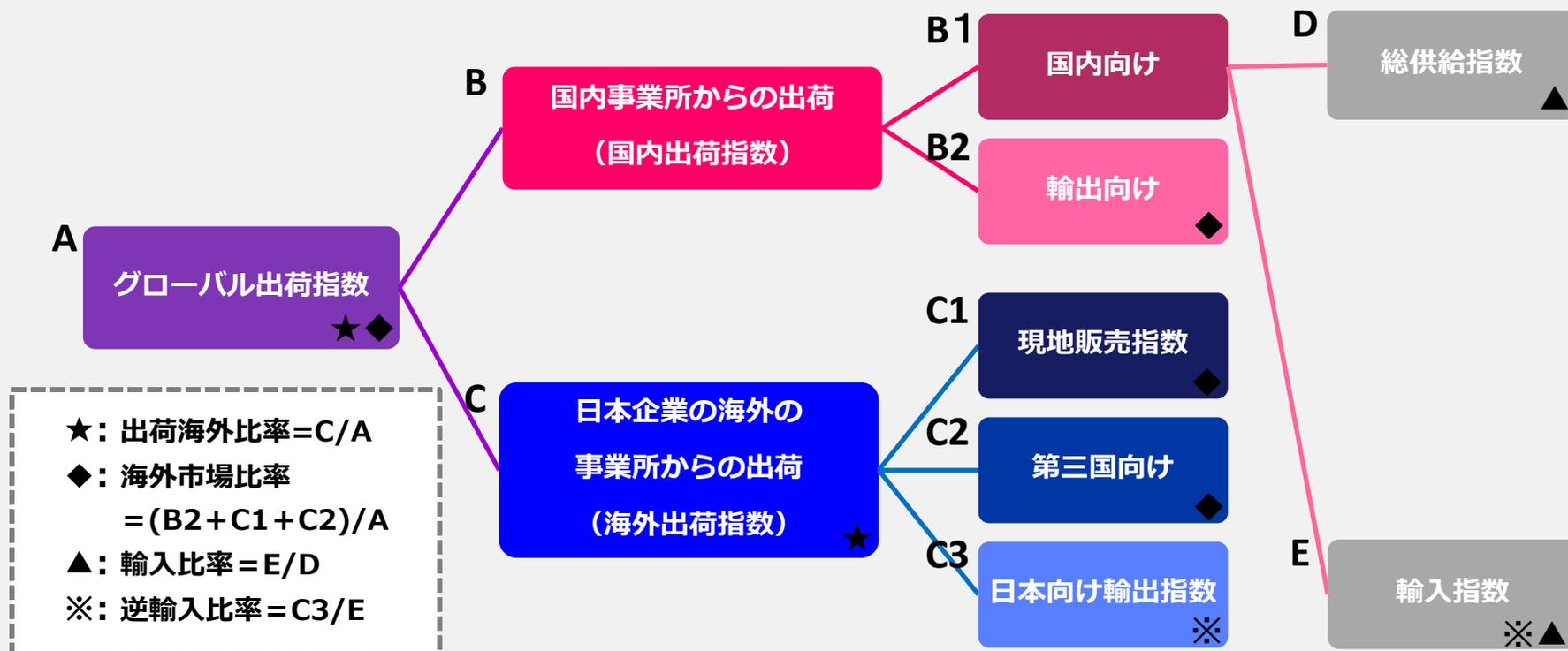
経済解析室

2018年5月



グローバル出荷指数とは？

- 製造業のグローバル展開を踏まえ、国内外の製造業の生産動向を「業種別」に一元的に捉えようとした指標。
- 製造業の動向を事業所ベースで捉えることとし、「鉱工業出荷内訳表・総供給表」と「海外現地法人四半期調査」の組合せにより、**海外生産（出荷）比率等**を算出している。



製造業グローバル出荷指数（季節調整済）の推移（総括表）

		2016年度	2017年		前期比	
			7～9月期	10～12月期		
グローバル出荷指数		105.7	109.5	110.3	0.7	
国内出荷指数		97.2	100.0	101.1	1.1	
	国内向け	96.4	98.8	99.6	0.8	
	輸出向け	100.4	105.8	107.3	1.4	
海外出荷指数		132.3	139.6	139.3	-0.2	
仕向け先別	自国向け	133.9	145.1	144.5	-0.4	
	日本向け	122.9	125.8	126.1	0.2	
	第三国向け	132.4	136.6	138.2	1.2	
	地域別	中国(含香港)	130.6	140.9	142.2	0.9
		ASEAN4	118.5	128.0	127.5	-0.4
		北米	159.8	155.2	157.8	1.7
		それ以外の地域	120.0	132.8	128.9	-2.9

注1) 各四半期の結果については季節調整済指数、2016年度の結果については原指数。

注2) 国内出荷指数は、「鉱業」を含まない「製造工業」の出荷指数。

製造業グローバル出荷指数（原指数）の推移（総括表）

		2016年度	2016年	2017年		
			10～12月期	10～12月期	前年同期比	
グローバル出荷指数		105.7	107.7	111.5	3.5	
国内出荷指数		97.2	99.5	102.6	3.1	
	国内向け	96.4	98.3	100.8	2.5	
	輸出向け	100.4	104.2	109.7	5.3	
海外出荷指数		132.3	133.5	139.9	4.8	
仕向け先別	自国向け	133.9	137.5	145.2	5.6	
	日本向け	122.9	129.3	131.1	1.4	
	第三国向け	132.4	125.0	138.8	11.0	
	地域別	中国(含香港)	130.6	137.5	147.9	7.6
		ASEAN4	118.5	121.9	130.3	6.9
		北米	159.8	154.2	155.2	0.6
		それ以外の地域	120.0	121.3	128.9	6.3

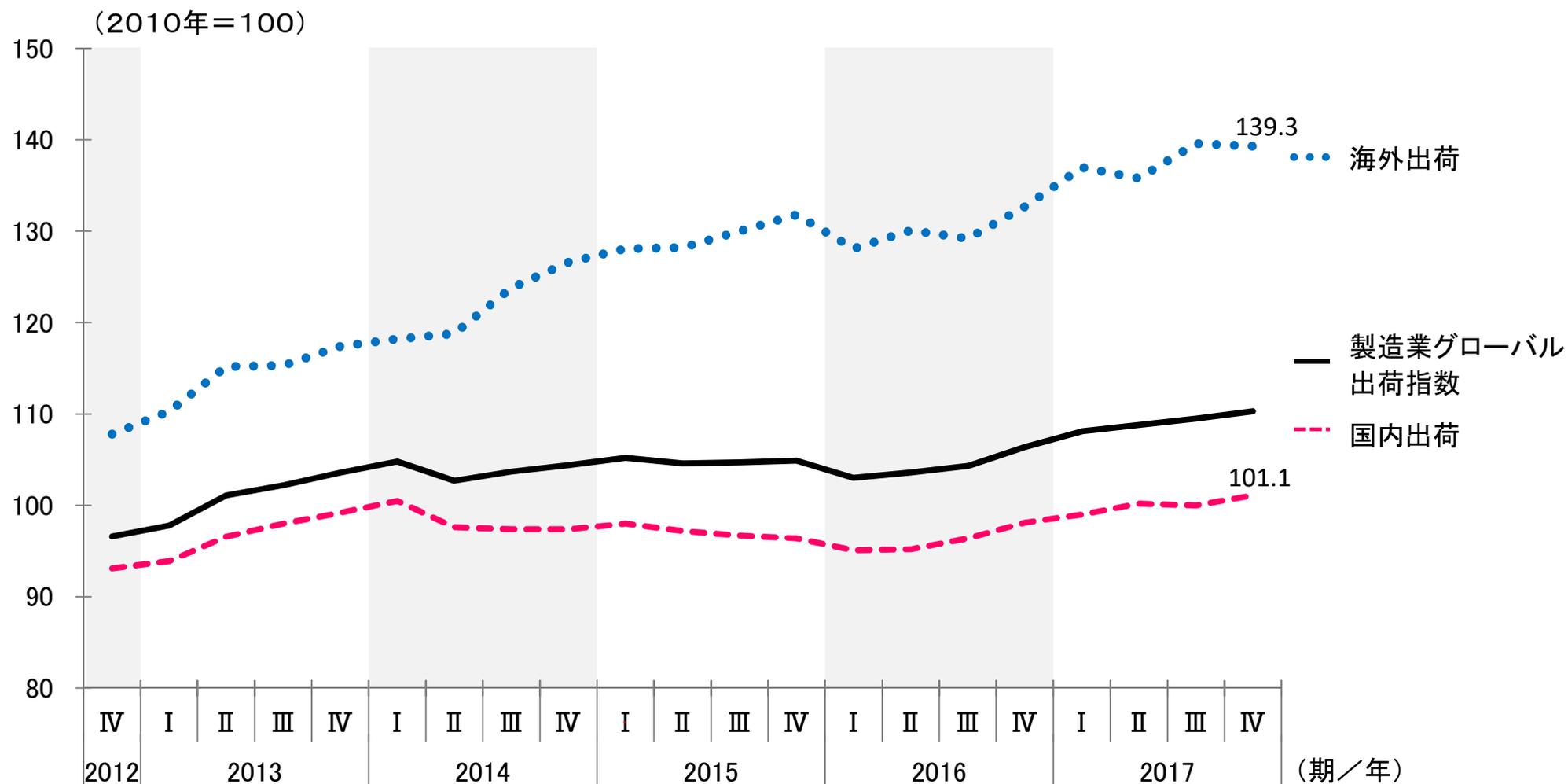
注) 国内出荷指数は、「鉱業」を含まない「製造工業」の出荷指数。

製造業グローバル出荷指数（季節調整済）の推移

2017年第Ⅳ期の製造業グローバル出荷指数（季節調整済）は、110.3で7期連続の上昇（前期比0.7%上昇）。

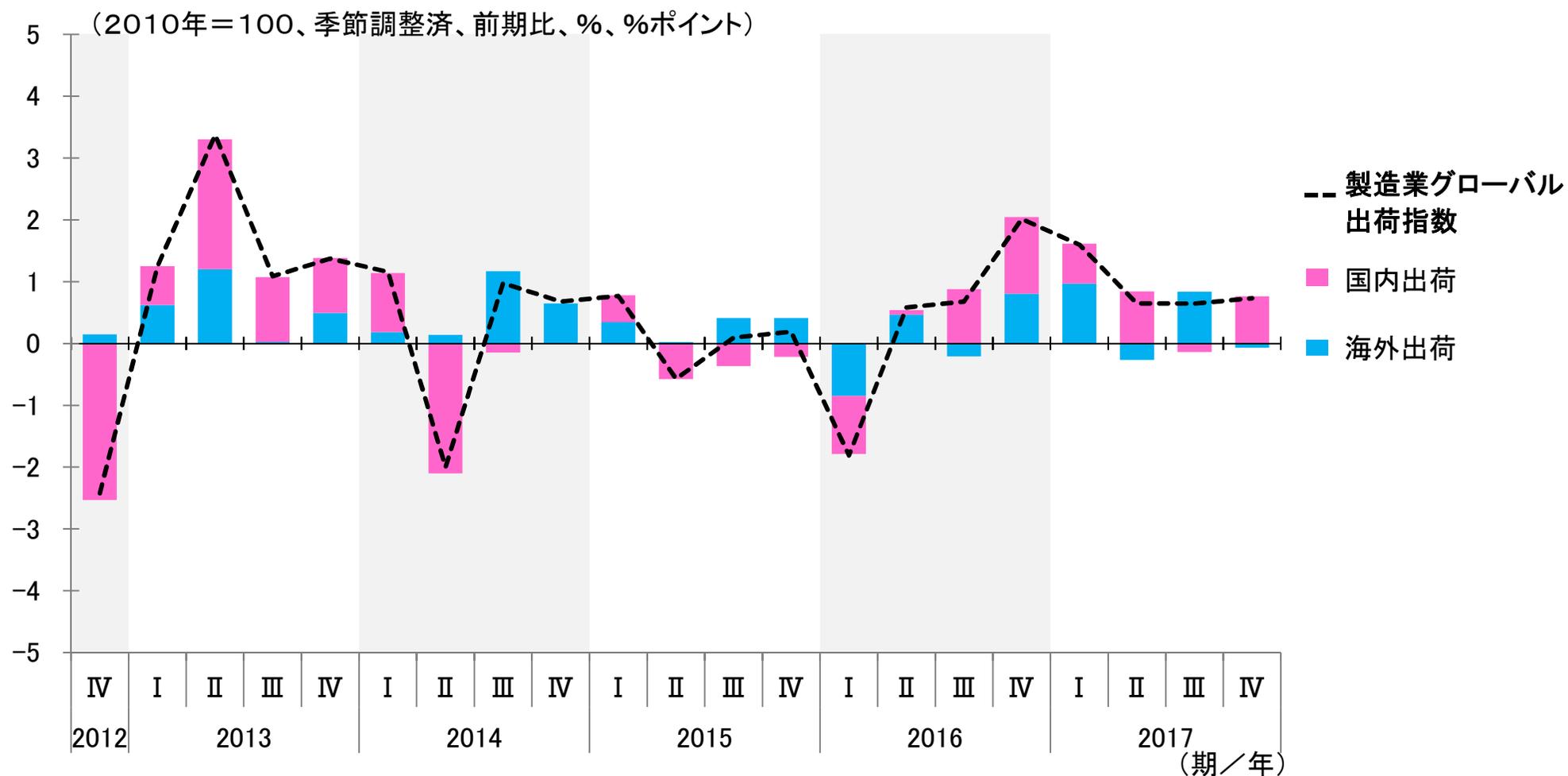
海外出荷指数は、139.3で2期ぶりの前期比マイナス0.2%の低下。

国内出荷指数は、101.1で2期ぶりの前期比1.1%の上昇。



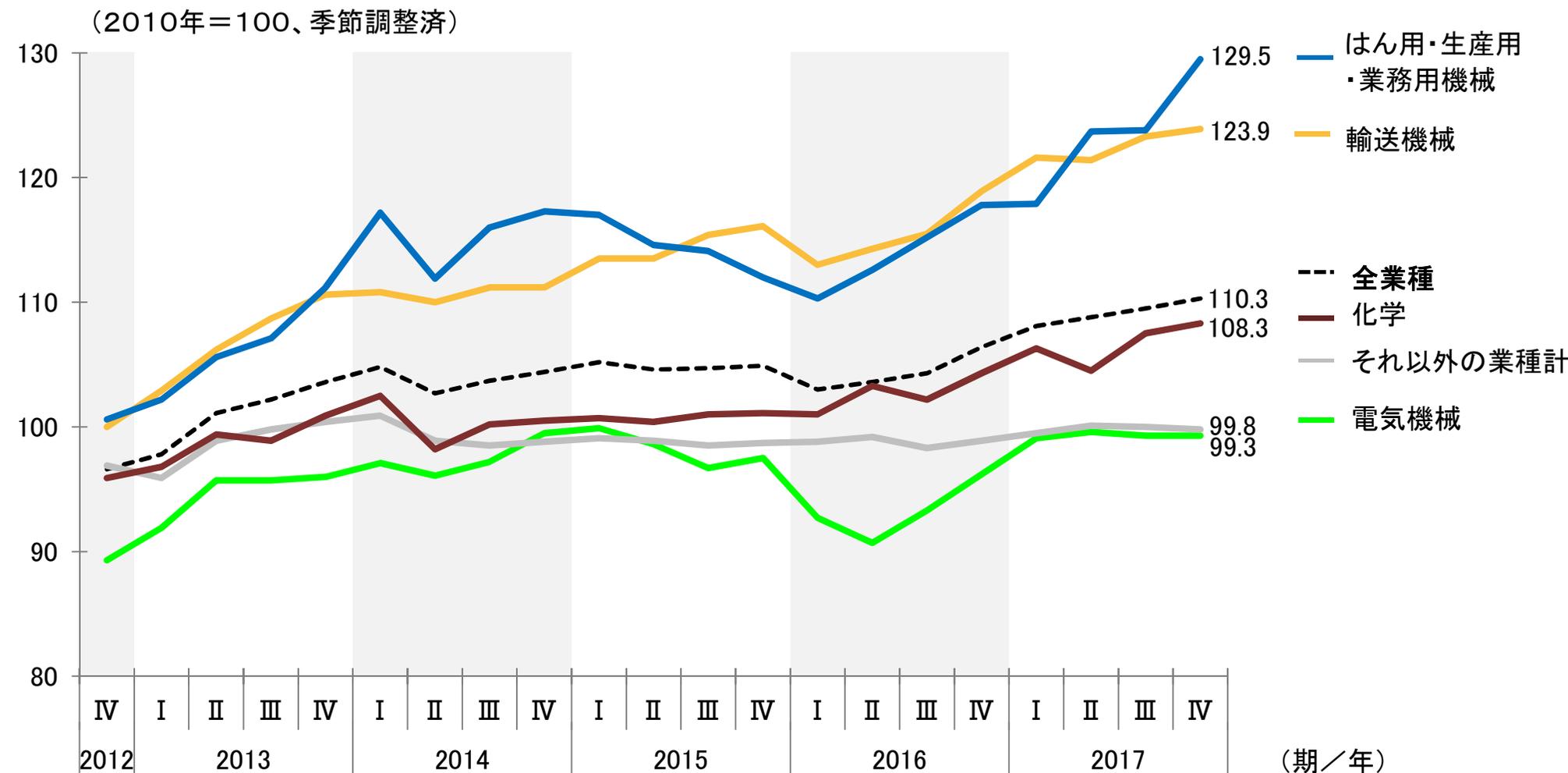
製造業グローバル出荷指数（季節調整済）の推移（前月比、内外寄与度）

グローバル出荷全体の前期比0.7%上昇において、国内出荷は2期ぶりの0.8%ポイントの上昇寄与。
 一方、海外出荷は2期ぶりのマイナス0.1%ポイントの低下寄与。
 2017年第Ⅳ期のグローバル出荷のけん引役は、国内出荷となっている。



グローバル出荷指数（季節調整済）の推移（業種別）

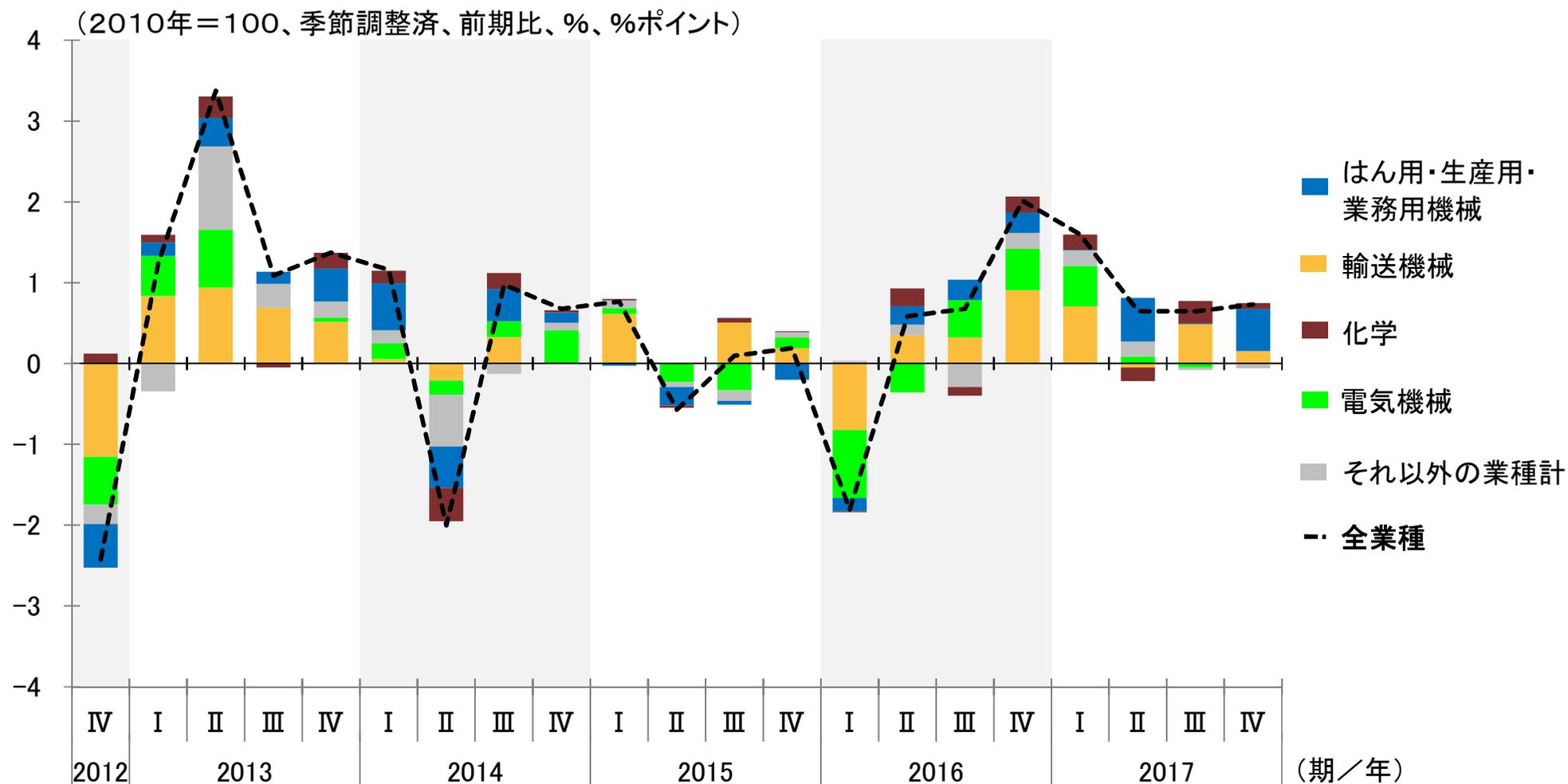
はん用・生産用・業務用機械工業（前期比4.6%上昇）、化学工業（同0.7%上昇）、輸送機械工業（同0.5%上昇）が前期比上昇。
一方、電気機械工業、「それ以外の業種」はほぼ横ばい。



※業種の内容については、スライド35の「用語の説明」を参照のこと。

グローバル出荷指数の推移（前期比、業種別寄与度）

グローバル出荷全体の前期比上昇に対し、はん用・生産用・業務用機械の寄与が最も大きく、7期連続で前期比0.5%ポイントの上昇寄与。次いで、輸送機械工業が0.2%ポイントの上昇寄与。



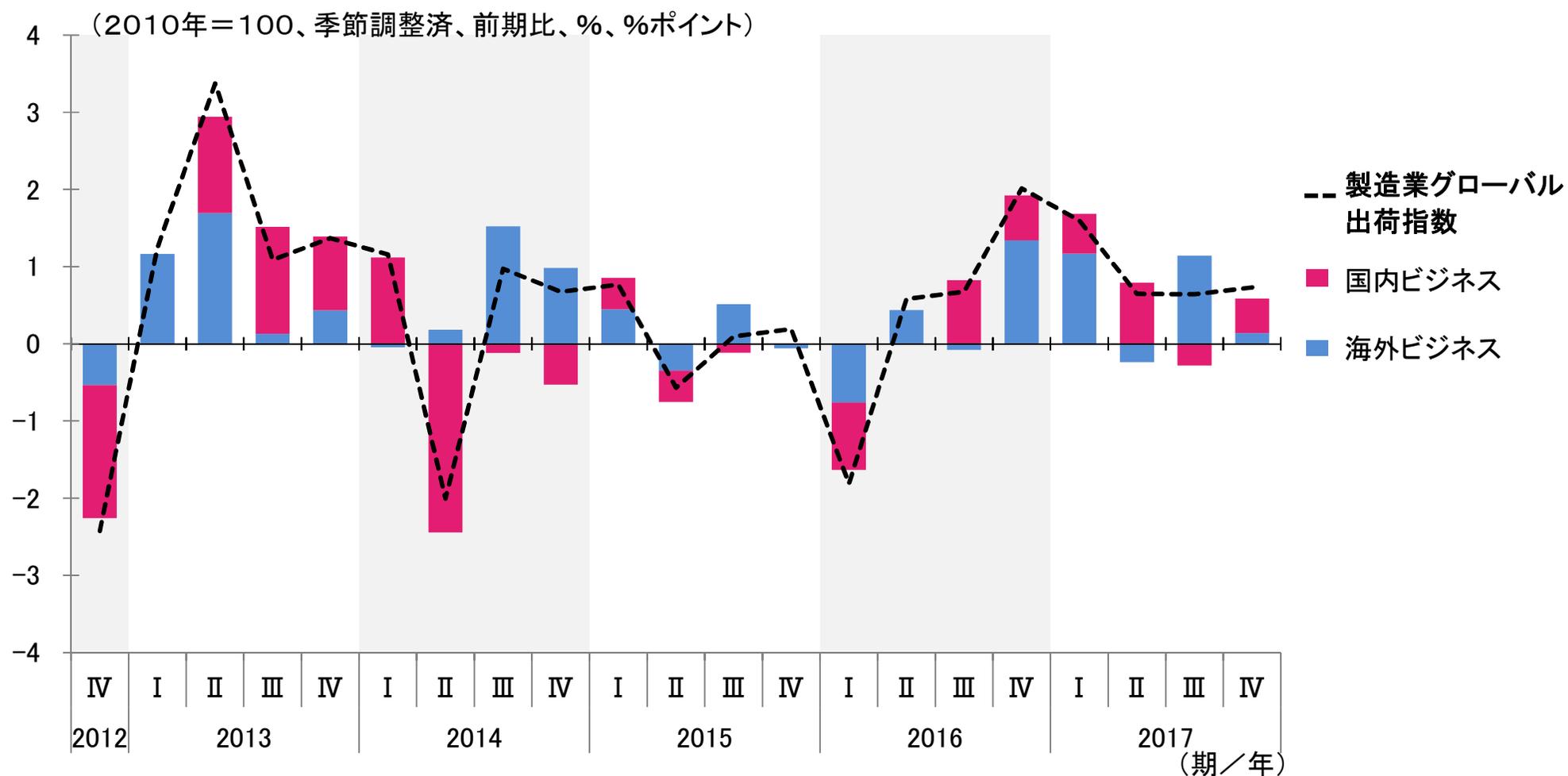
国内ビジネス/海外ビジネスの指数計算結果

国内拠点からの国内向け出荷である「国内ビジネス」は、前期比0.8%上昇。輸出向け出荷と海外現地法人の出荷の加重合計である「海外ビジネス」は、前期比0.3%上昇。

	ウェイト	2016年度	2017年		前期比
			7~9月期	10~12月期	
国内ビジネス	6097.9	96.4	98.8	99.6	0.8
海外ビジネス	3902.1	120.0	126.6	127.0	0.3
海外出荷	2402.5	132.3	139.6	139.3	-0.2
輸出向け出荷	1499.6	100.4	105.8	107.3	1.4

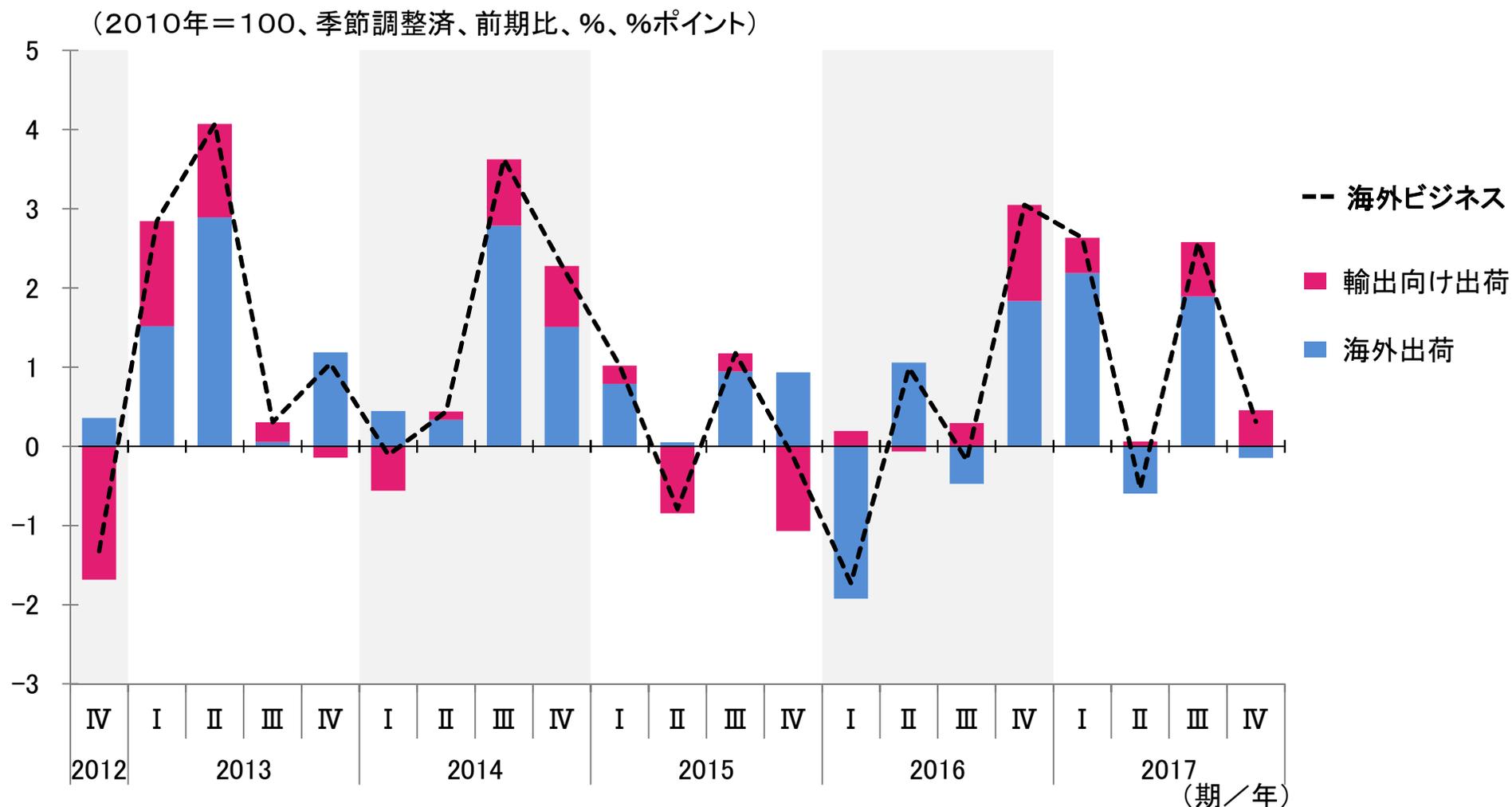
国内ビジネス、海外ビジネスの前期比寄与の変化

2017年第Ⅳ期のグローバル出荷全体の上昇に対し、国内ビジネス及び海外ビジネスともに上昇寄与となった。



海外ビジネスの内訳前期比寄与の変化

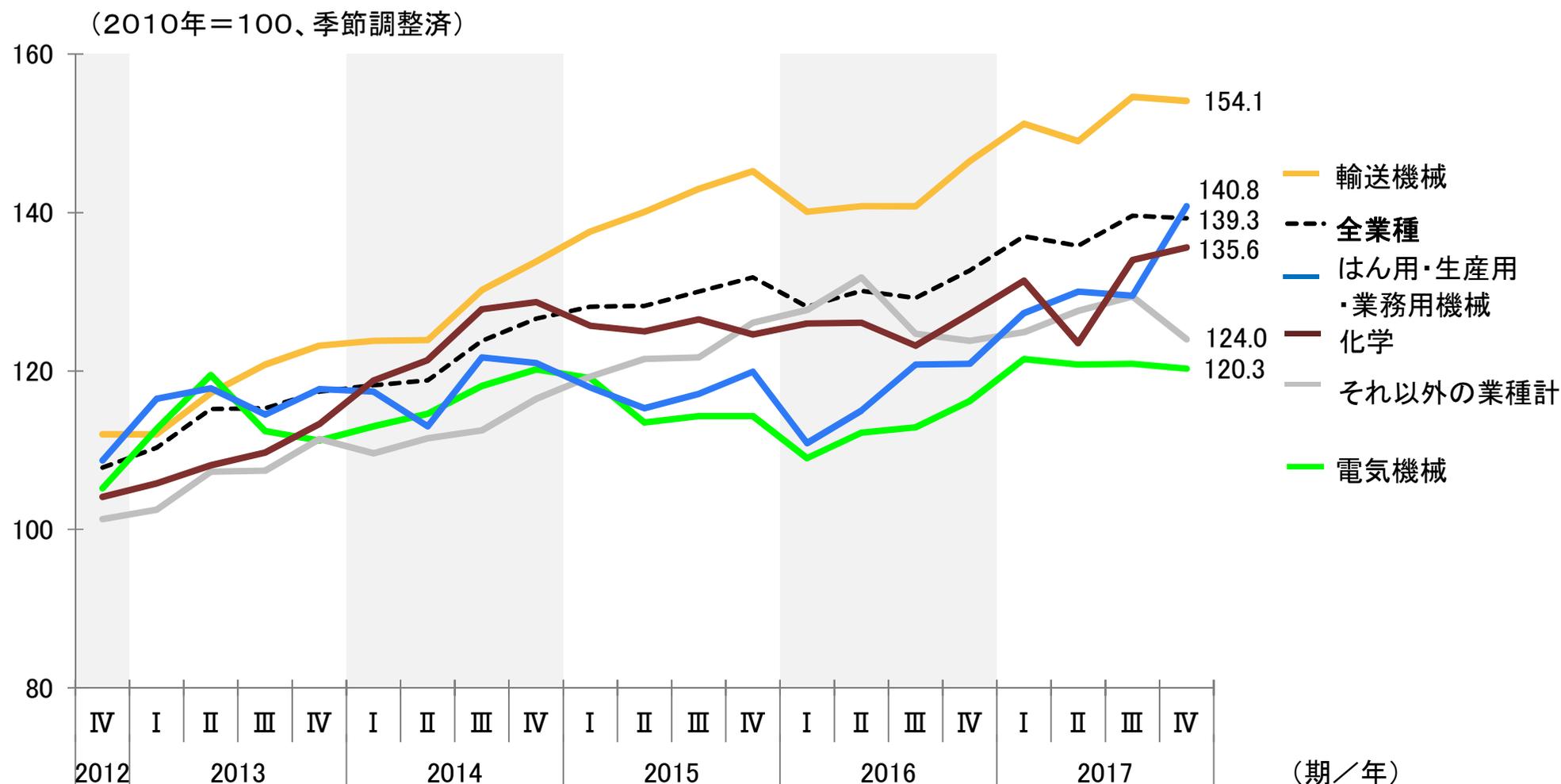
2017年第Ⅳ期の海外ビジネスでは、日本国内からの輸出向け出荷は6期連続の前期比上昇寄与。一方、海外現地法人における出荷は2期ぶりの前期比低下寄与。



業種別・仕向け先別・地域別 海外出荷指数

海外出荷指数（季節調整済）の推移（業種別）

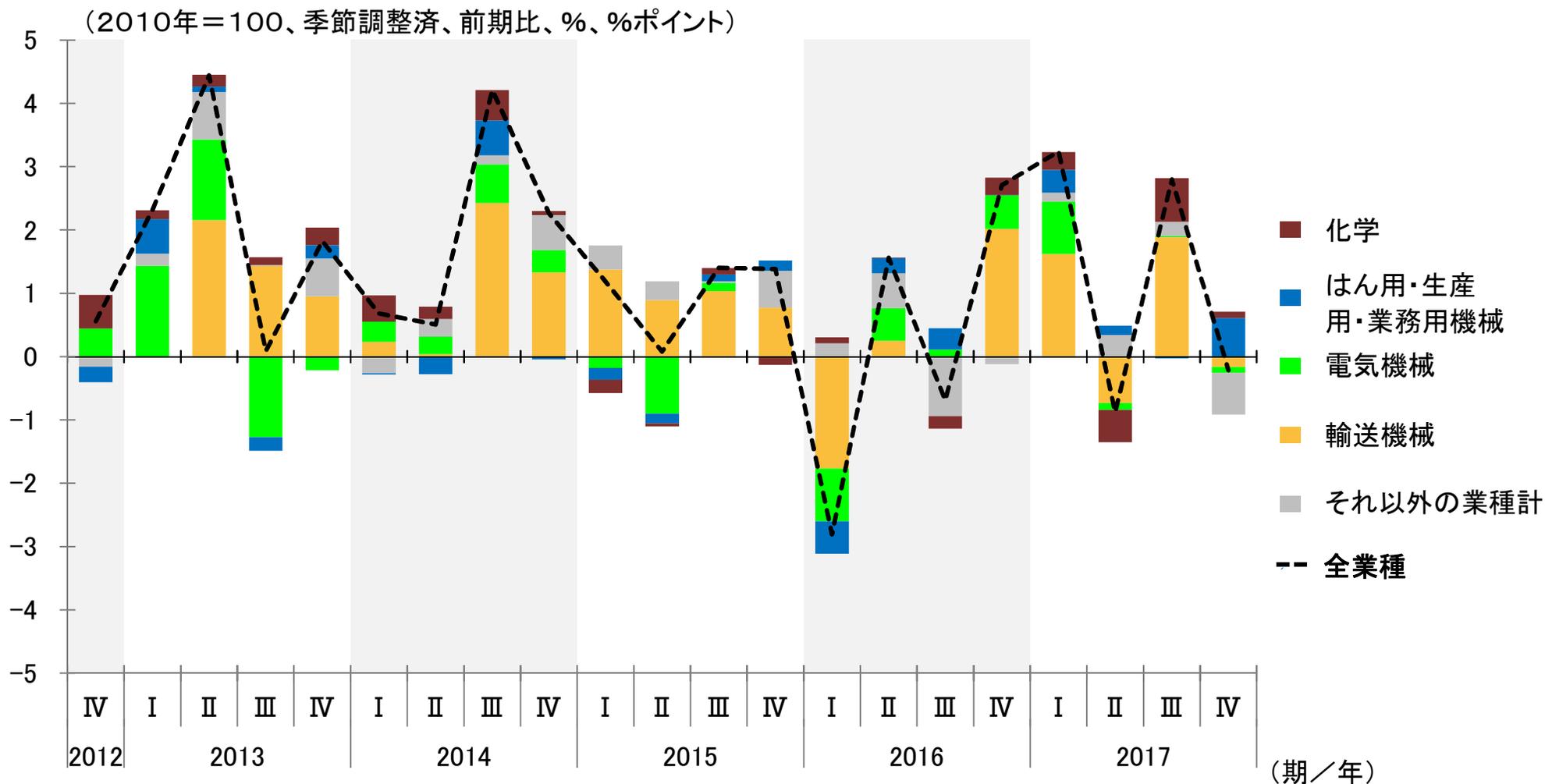
主要4業種のうち、はん用・生産用・業務用機械工業（前期比8.7%上昇）が大きく上昇したほか、化学工業（同1.2%上昇）が上昇。
一方、電気機械工業（前期比マイナス0.5%低下）、輸送機械工業（同マイナス0.3%低下）が低下。



※業種の内容については、スライド35の「用語の説明」を参照のこと。

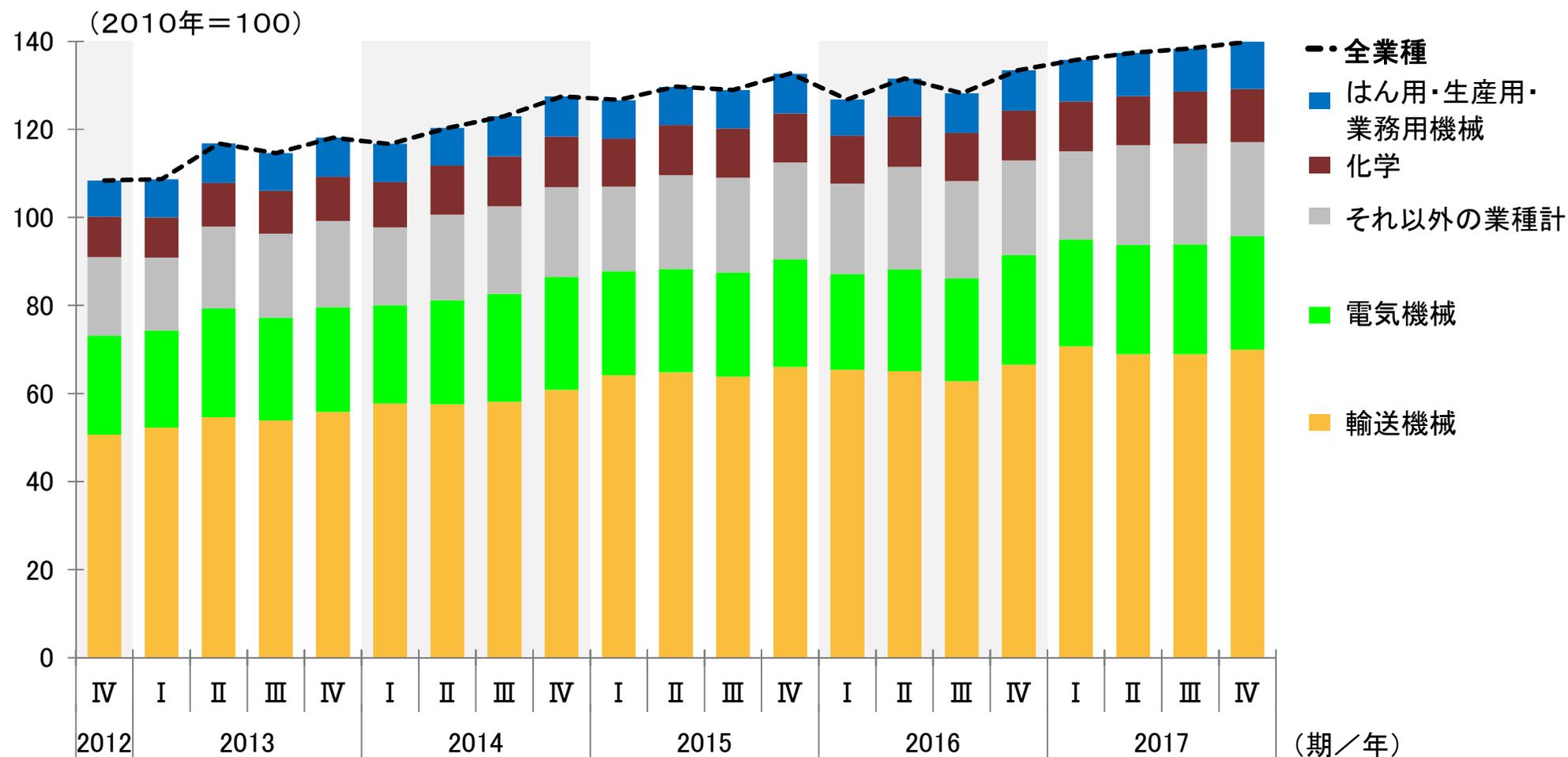
海外出荷指数の業種別前期比寄与度

海外出荷全体の前期比マイナス0.2%に対し、「それ以外の業種」がマイナス0.7%ポイントの低下寄与。次いで輸送機械工業がマイナス0.2%ポイントの低下寄与。



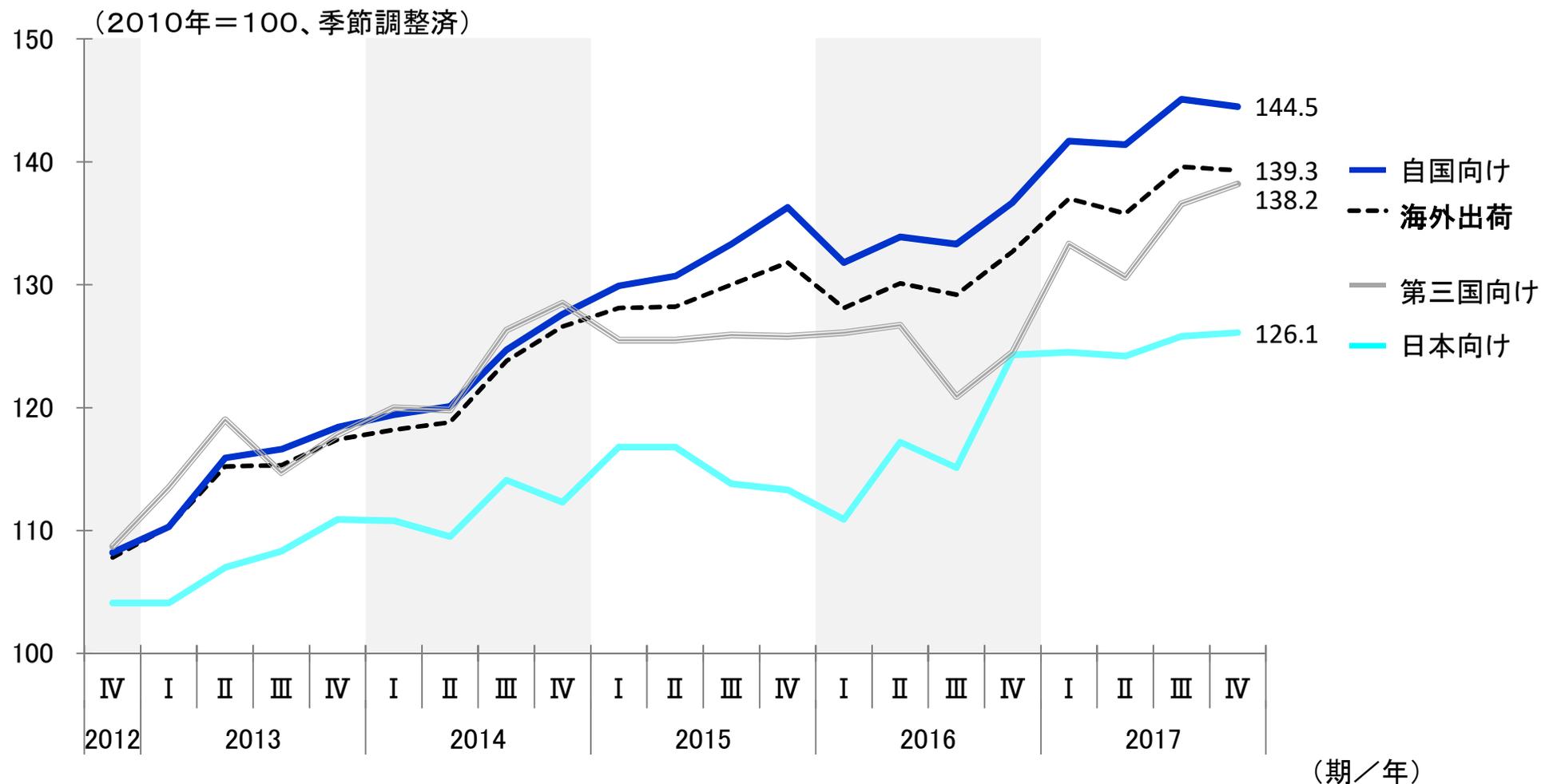
海外出荷指数（原指数）の業種別構成比

2017年第Ⅳ期の海外出荷指数においては、輸送機械工業の割合は、50.0%。これに次ぐのが、電気機械工業の18.4%。



仕向け先別海外出荷指数（季節調整済）の推移

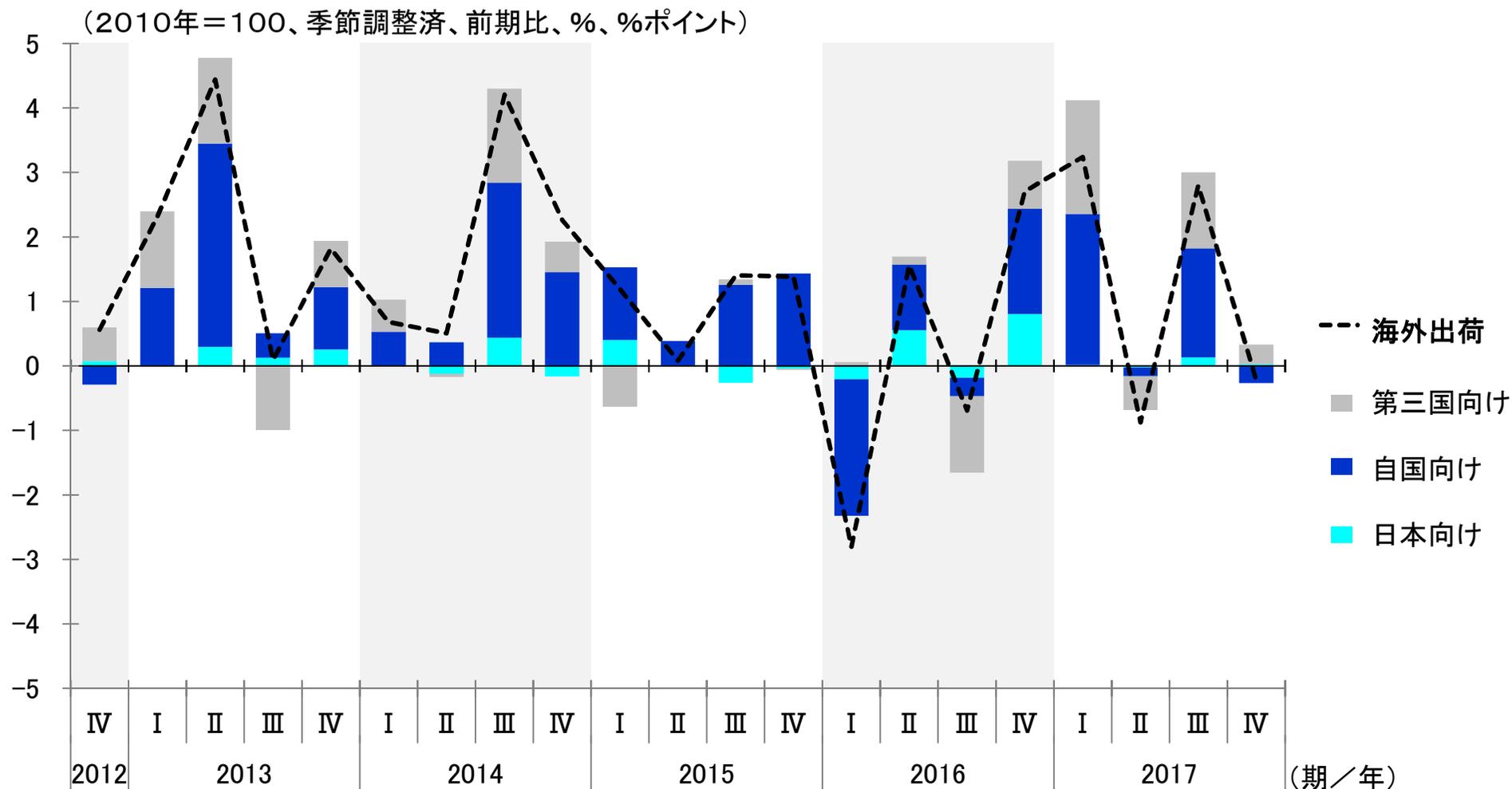
海外現地法人の出荷を仕向け先別に見てみると、「第三国向け」は前期比1.2%上昇、「日本向け」は同0.2%上昇。一方、「自国向け」は前期比マイナス0.4%低下。



※業種の内容については、スライド35の「用語の説明」を参照のこと。

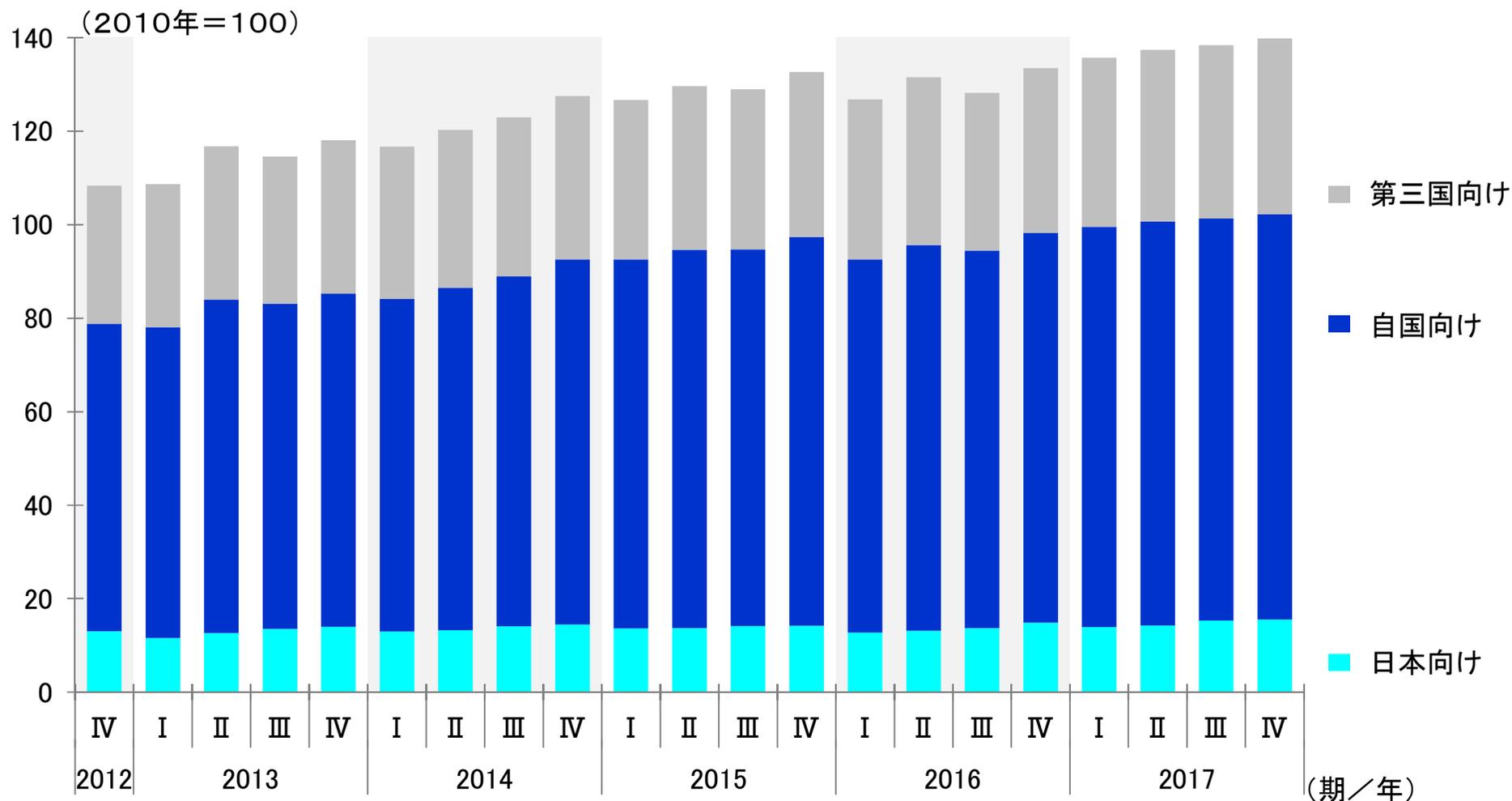
海外出荷指数の仕向け先別前期比寄与度

海外出荷全体の前期比マイナス0.2%低下に対し、「自国向け」がマイナス0.3%ポイントの低下寄与を見せた。



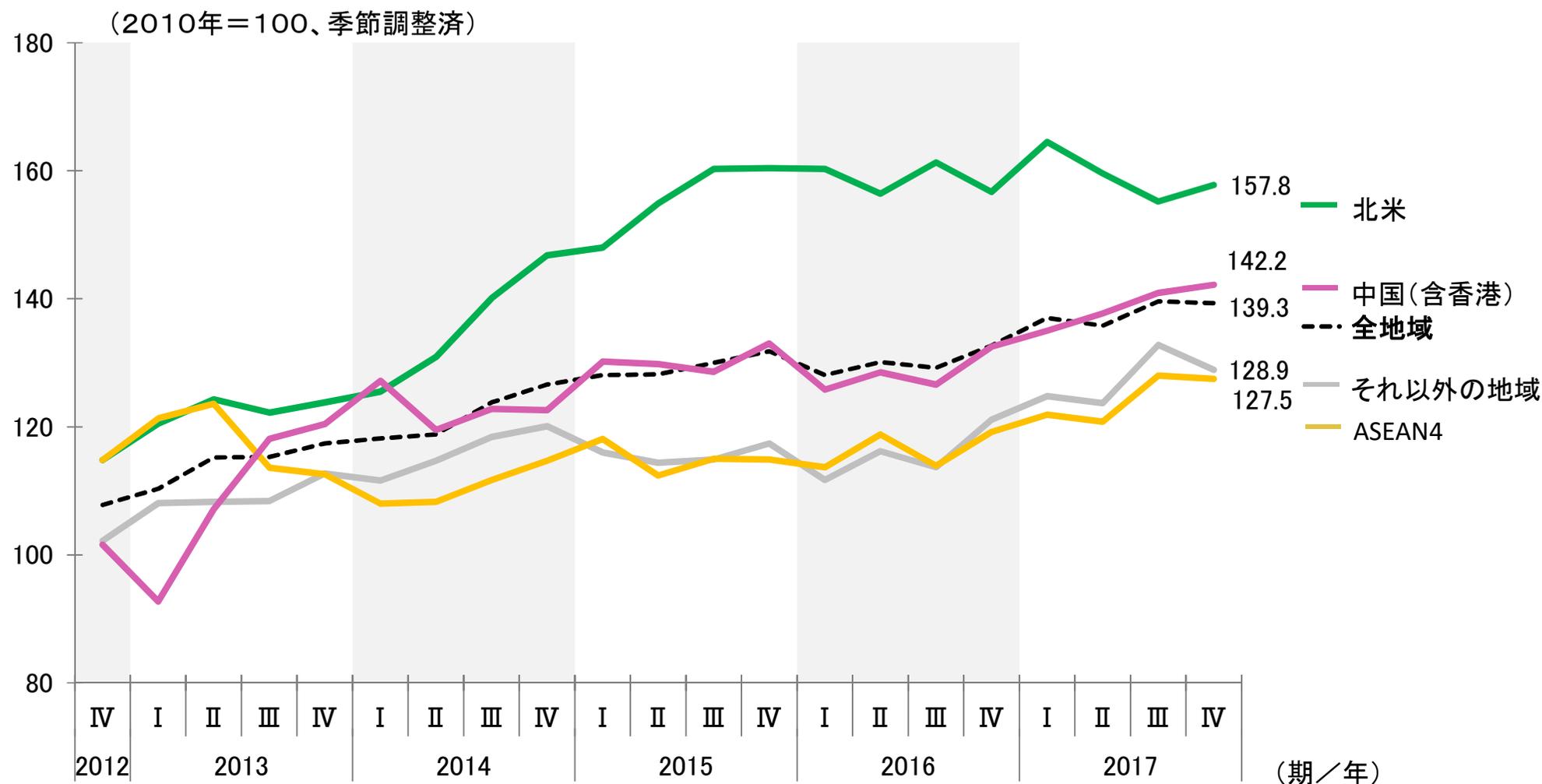
海外出荷指数（原指数）の仕向け先別構成比

2017年第Ⅳ期の海外出荷指数においては、「自国向け」の割合は、62.0%。これに次ぐのが、「第三国向け」の26.9%で、「日本向け」は11.1%。



地域別海外出荷指数（季節調整済）の推移

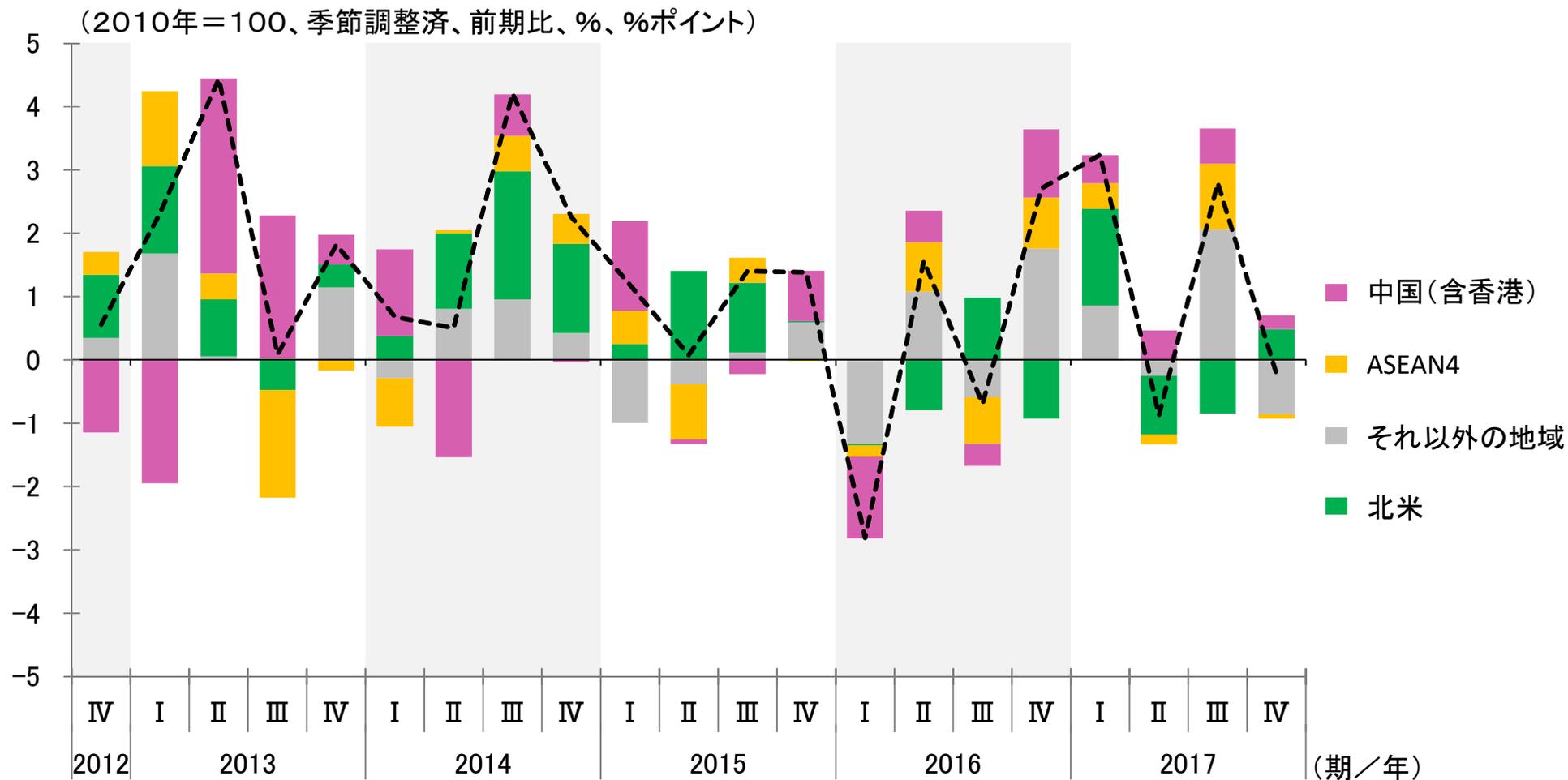
2017年第Ⅳ期の地域別海外出荷指数では、北米（前期比1.7%上昇）、中国（同0.9%上昇）が前期比上昇。一方、ASEAN4（同マイナス0.4%低下）それ以外の地域（同マイナス2.9%低下）が前期比低下。



※海外現地法人四半期調査の売上高と輸入価格指数（財務省貿易統計）を用いて主要地域別のグローバル出荷指数（季節調整済）を算出。

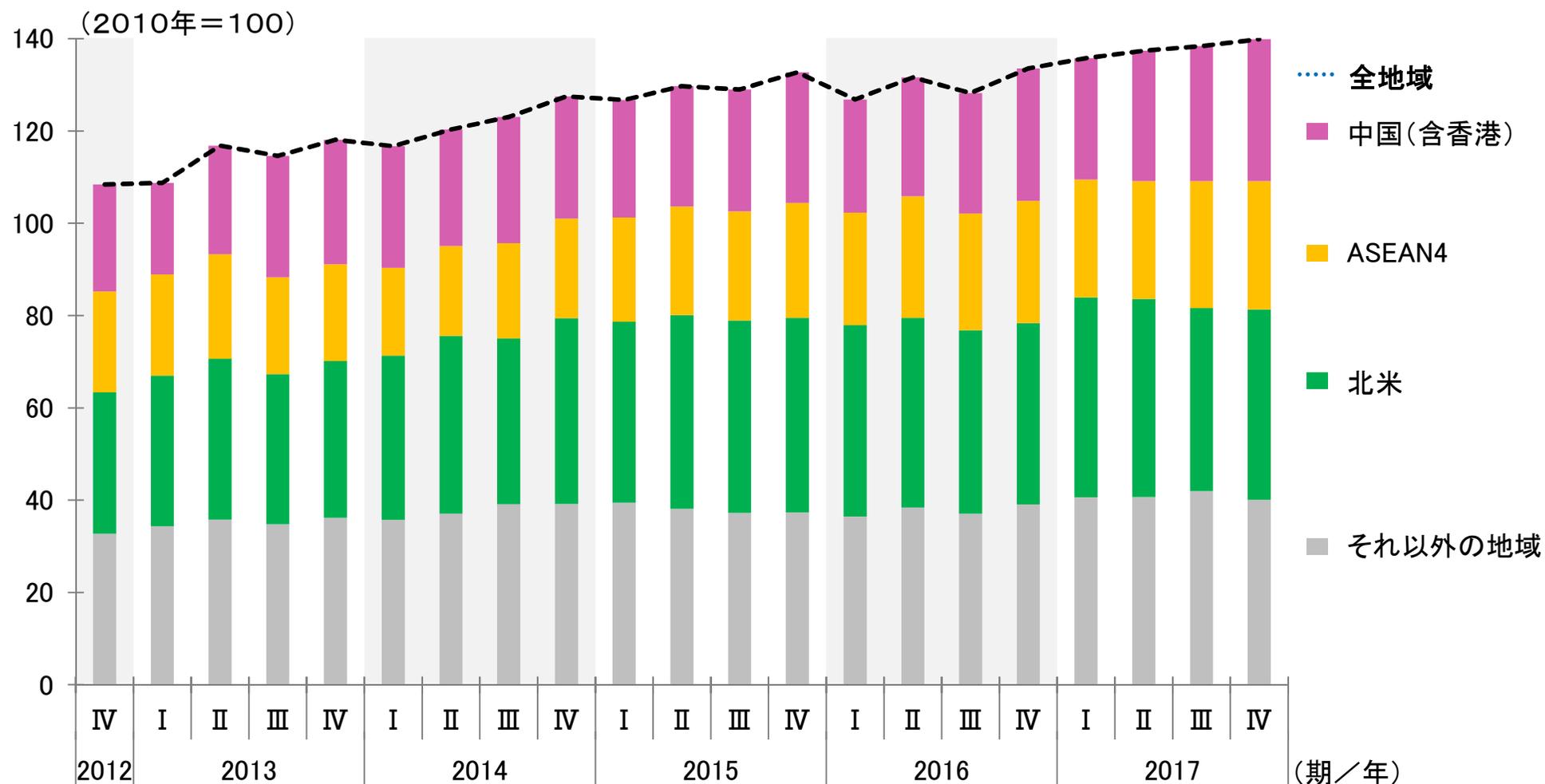
海外出荷指数の地域別前期比寄与度

地域別海外出荷指数の前期比マイナス0.2%低下に対し、それ以外の地域がマイナス0.9%ポイント、ASEAN4がマイナス0.1%ポイントの低下寄与。一方、北米が0.5%ポイント、中国が0.2%ポイントの上昇寄与。



海外出荷指数（原指数）の地域別構成比

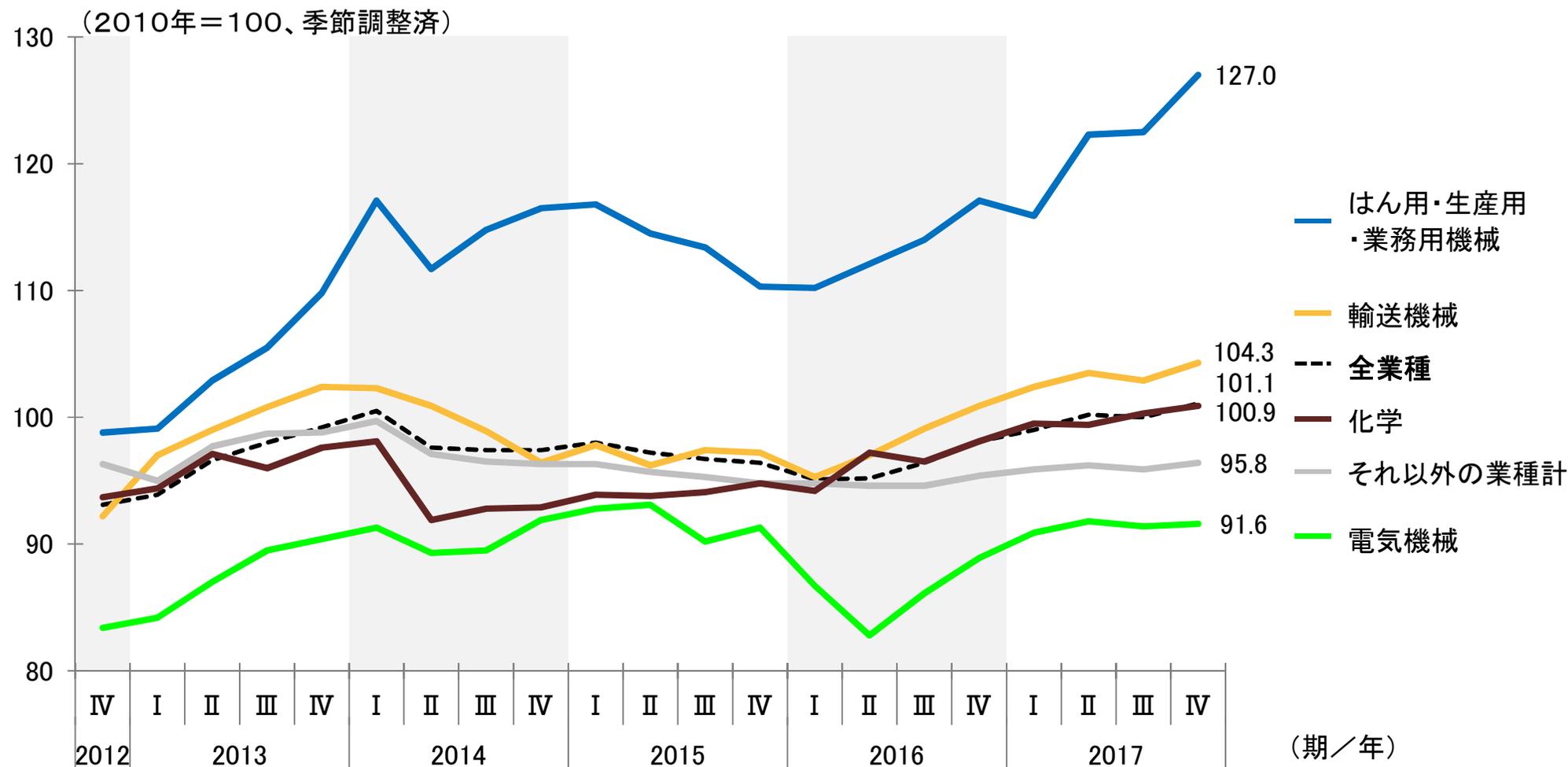
2017年第Ⅳ期の地域別の内訳をみると、北米の割合が29.5%で、これに次ぐのが中国で22.0%。



国内出荷指数

国内出荷指数（季節調整済）の推移（業種別）

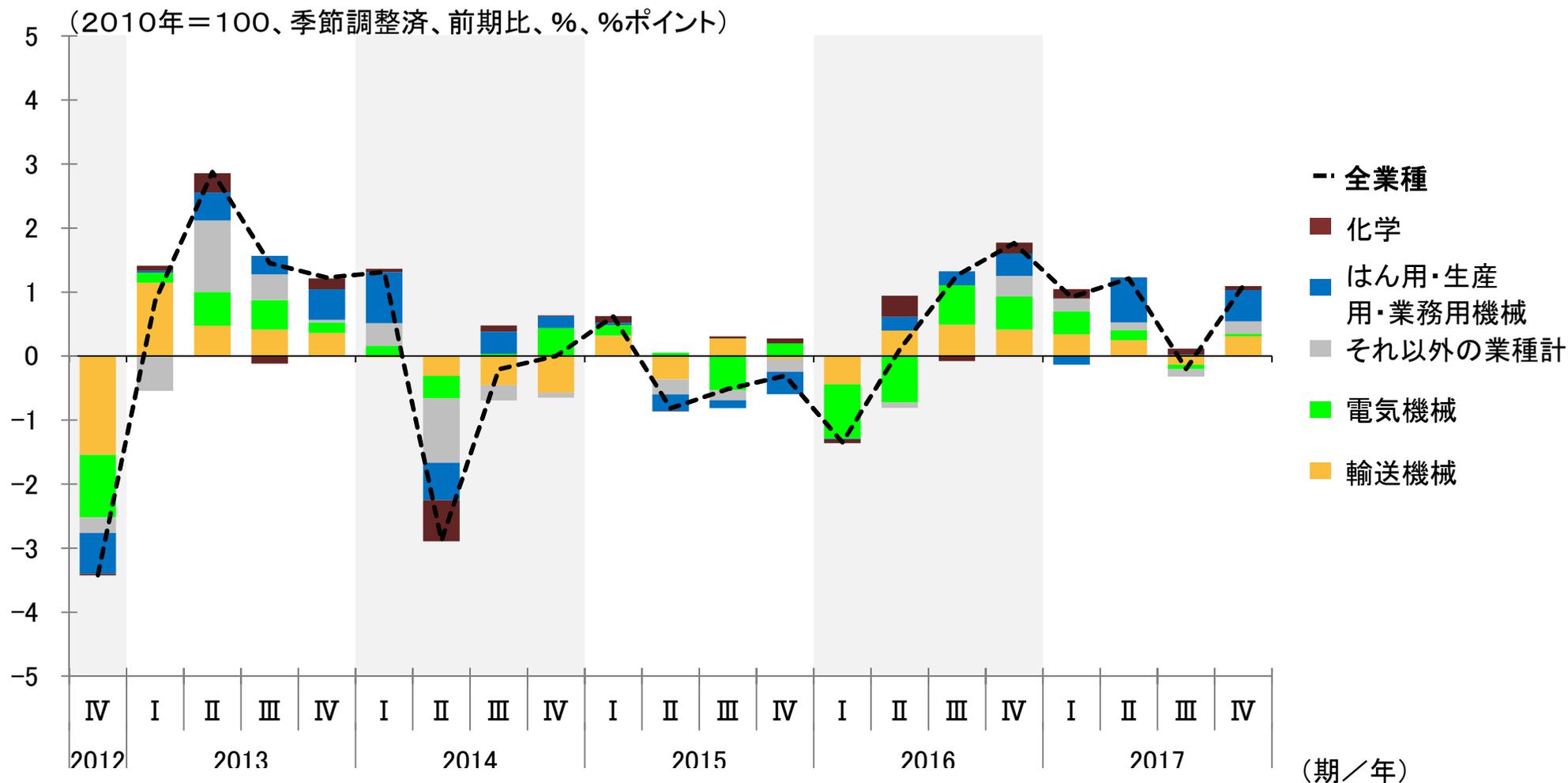
主要4業種は全て上昇。はん用・生産用・業務用機械工業（前期比3.7%上昇）、輸送機械工業（同1.4%上昇）、化学工業（同0.6%上昇）、電気機械工業（同0.2%上昇）。



※業種の内容については、スライド35の「用語の説明」を参照のこと。

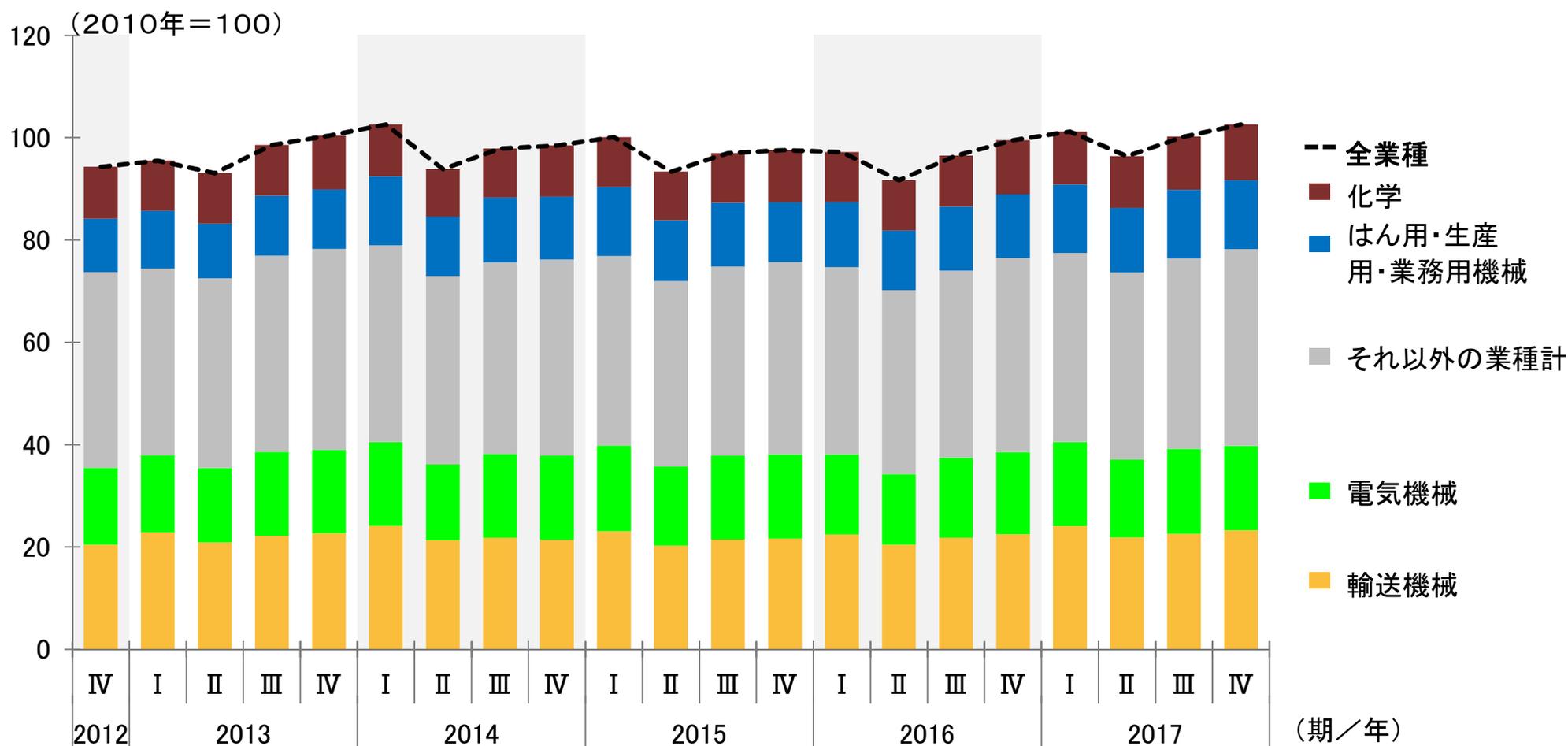
国内出荷指数（季節調整済）の推移（業種別）

国内出荷全体の前期比 1.1% 上昇に対し、はん用・生産用・業務用機械工業が 0.5%ポイントの上昇寄与。次いで輸送機械工業が 0.3%ポイントの上昇寄与。



国内出荷指数（原指数）の業種別構成比

2017年第Ⅳ期の国内出荷指数においては、輸送機械工業の割合は、22.7%。これに次ぐのが電気機械工業の16.1%。



グローバル化比率

2017年Ⅳ期のグローバル化比率

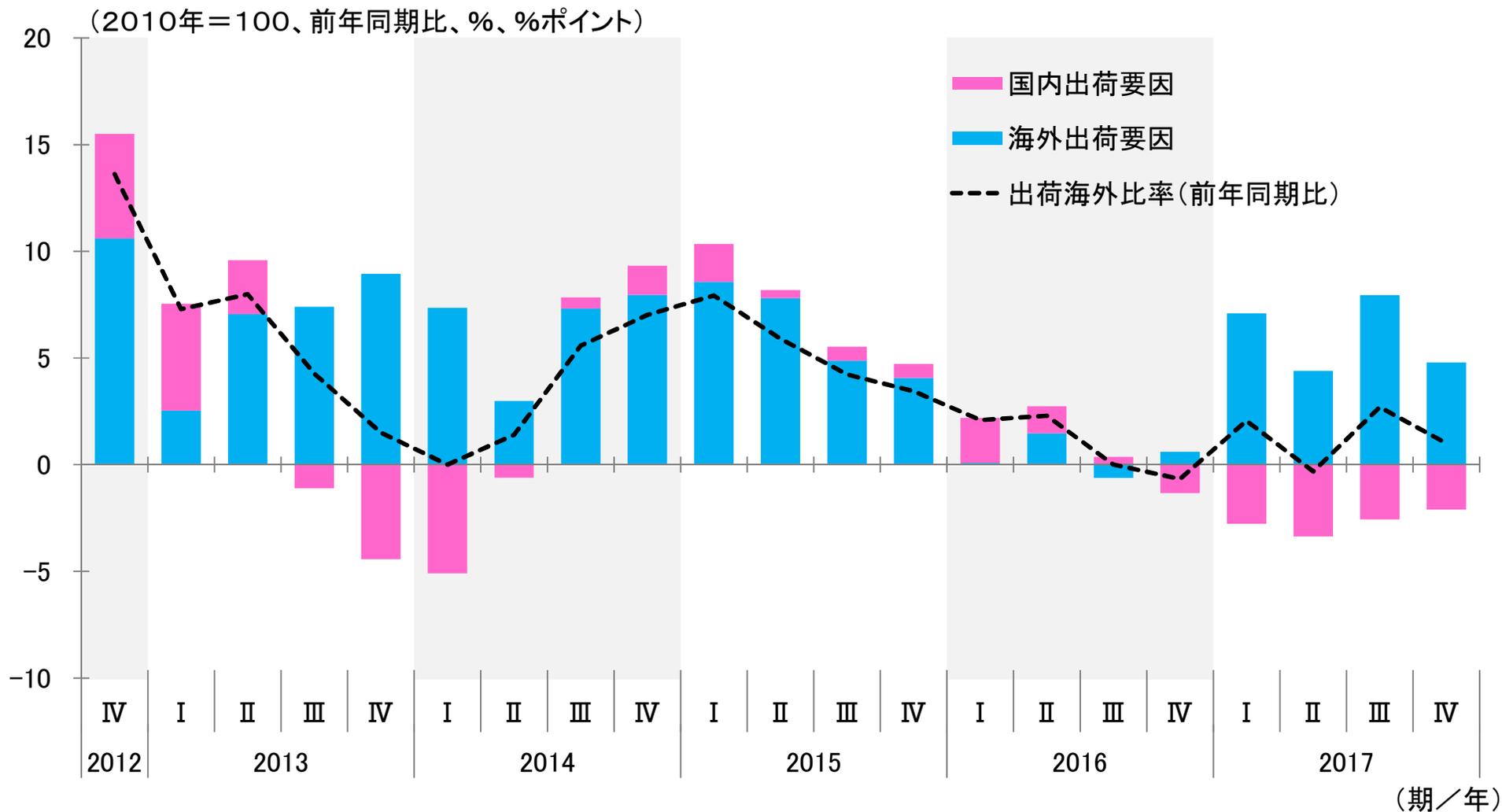
2017年第Ⅳ期の製造業出荷海外比率は、30.1%。
2017年第Ⅳ期の海外市場比率は、41.6%。
2017年第Ⅳ期の逆輸入比率は、25.7%。

注) 製造業出荷海外比率:日本国内の鉱工業の活動と日系現地法人活動の比率
海外市場比率:グローバル出荷のうち、海外市場に出荷される割合
逆輸入比率:日本の輸入のうち、日系現地法人の日本向け輸出の割合

	製造業計	輸送機械	はん用・ 生産用・ 業務用機 械	電気機械	化学	それ以外 の業種計
出荷海外比率	30.1%	48.7%	20.0%	33.0%	26.0%	14.7%
海外市場比率	41.6%	59.3%	38.8%	42.0%	39.2%	25.2%
逆輸入比率	25.7%	61.1%	30.5%	48.6%	10.6%	11.1%

製造業出荷海外比率の前年同期比要因分解（季節調整前）

製造業出荷海外比率は、前年同期（29.8%）に比べて上昇。この上昇の要因は、海外出荷が前年同期より上昇（海外出荷要因）したため。海外出荷の前年同期比上昇が、5期連続で、出荷海外比率に対し上昇寄与している。



グローバル化比率の季節調整値

- 出荷海外比率等のグローバル化比率にも、季節変動が存在しているため、各期の数値の前期との単純比較はできない。

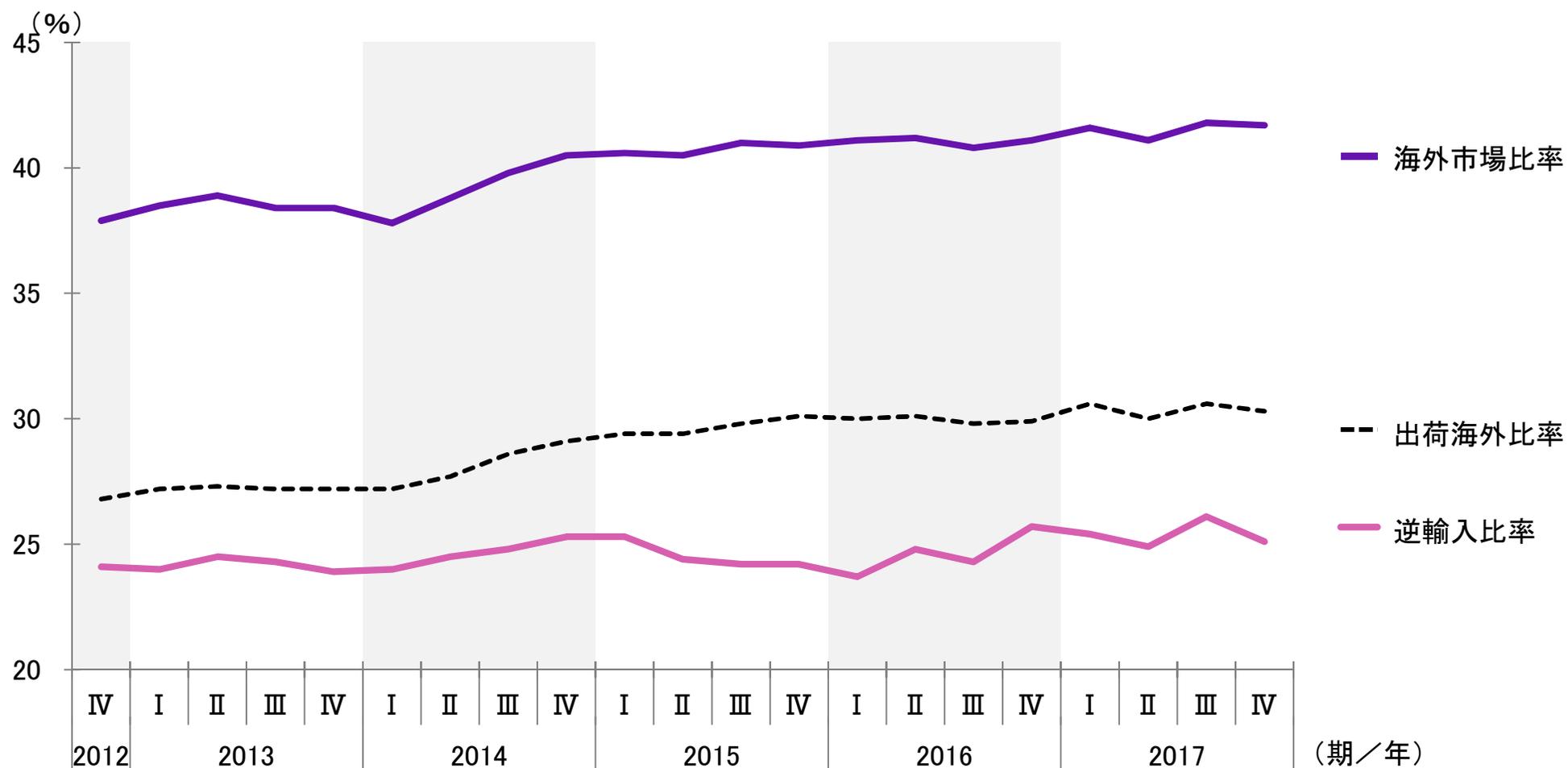
- そこで、グローバル化比率自体に季節調整を施す試みを実施。

- 季節調整の施された数値自体には、意味はなく、あくまで過去の各期レベルとの比較に意味がある。

- よって、グローバル化比率の数値自体は、季節調整前の数値を参照。2017年Ⅳ期分はスライド26の数値。

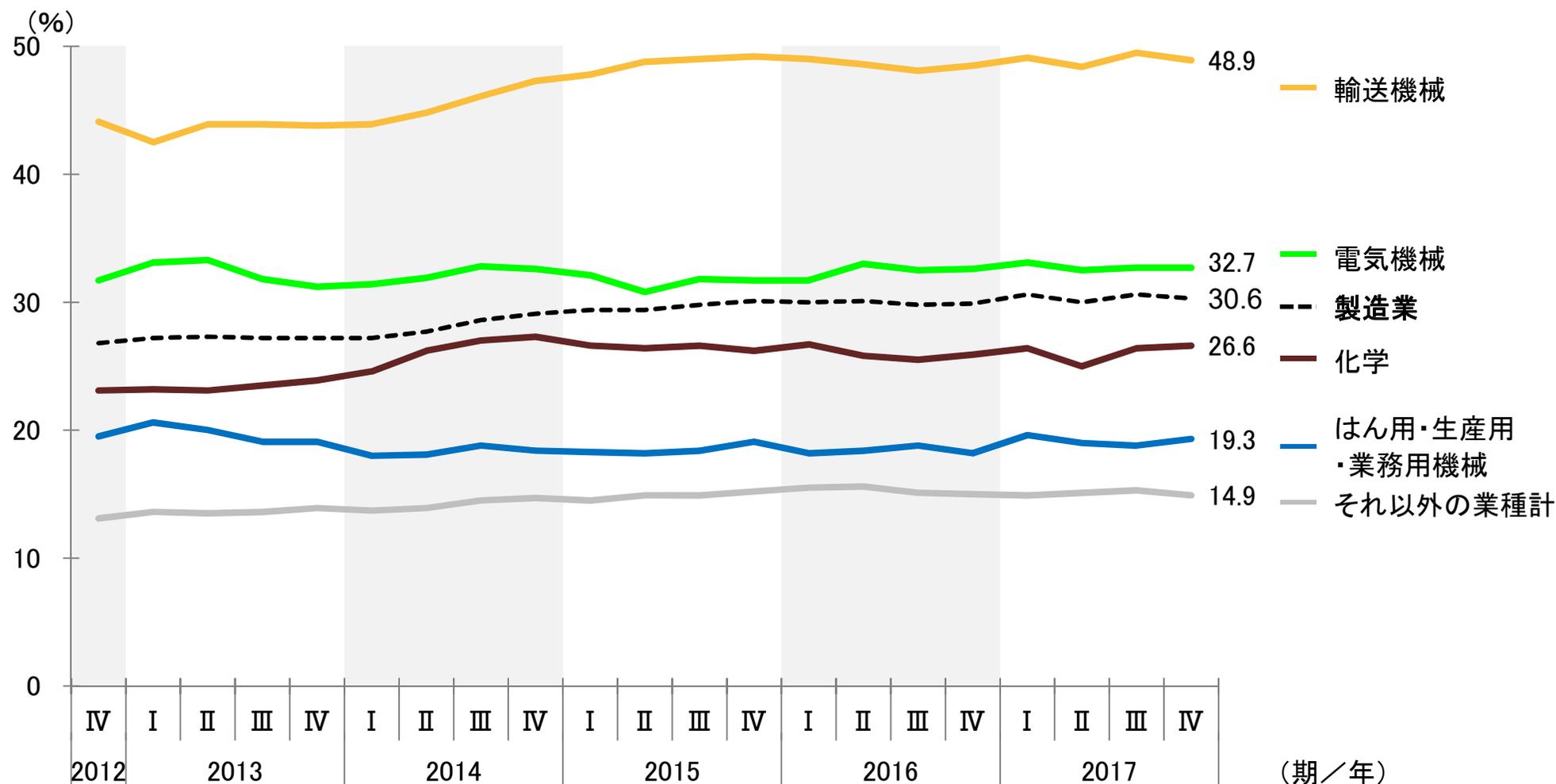
グローバル化比率（季節調整済）の推移

2017年第Ⅳ期の製造業出荷海外比率、海外市場比率、逆輸入比率は、いずれも前期より低下。



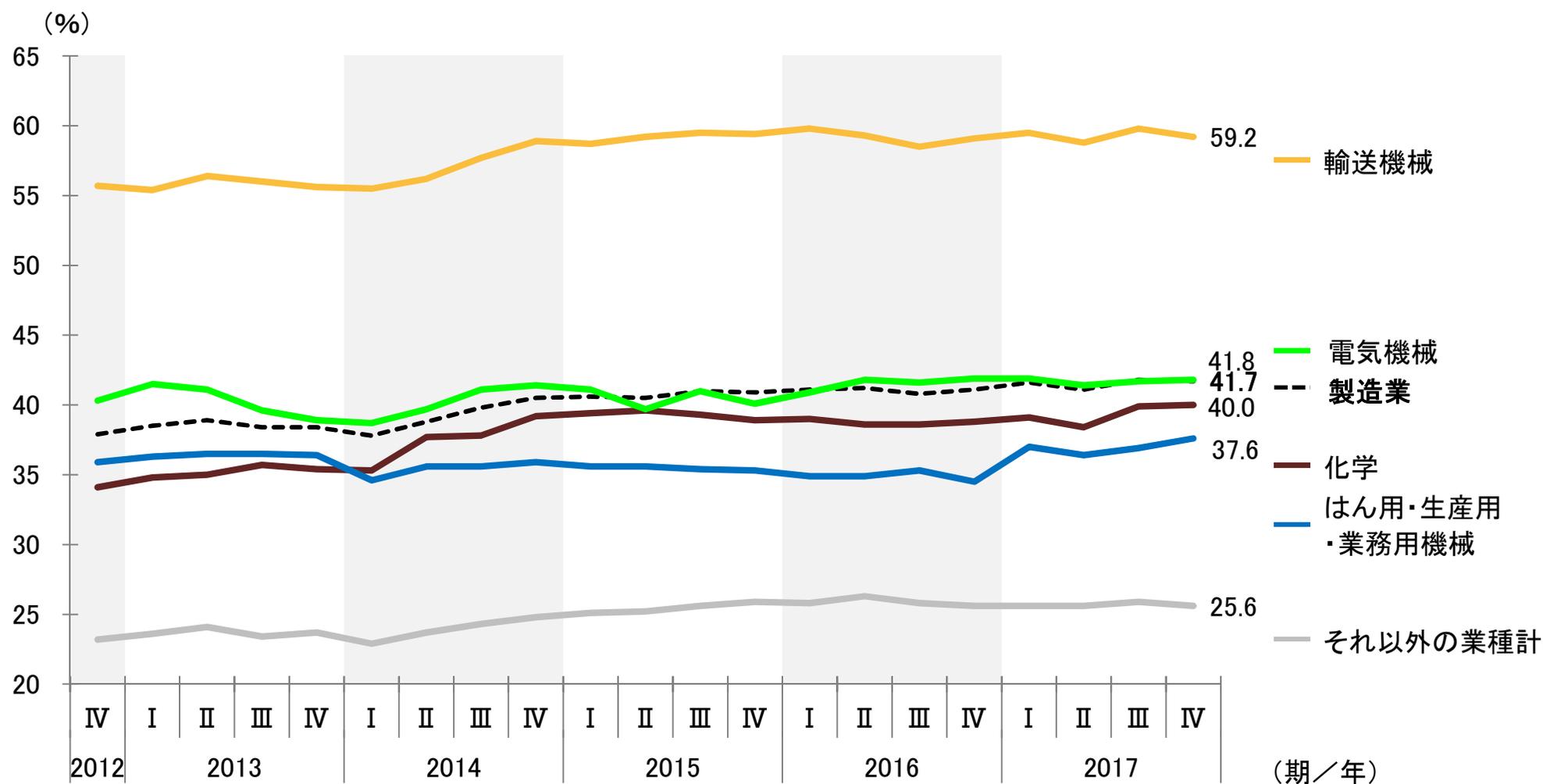
業種別製造業出荷海外比率（季節調整済）の推移

主要4業種では、電気機械工業、化学工業、はん用・生産用・業務用機械工業の3業種の出荷海外比率が上昇。



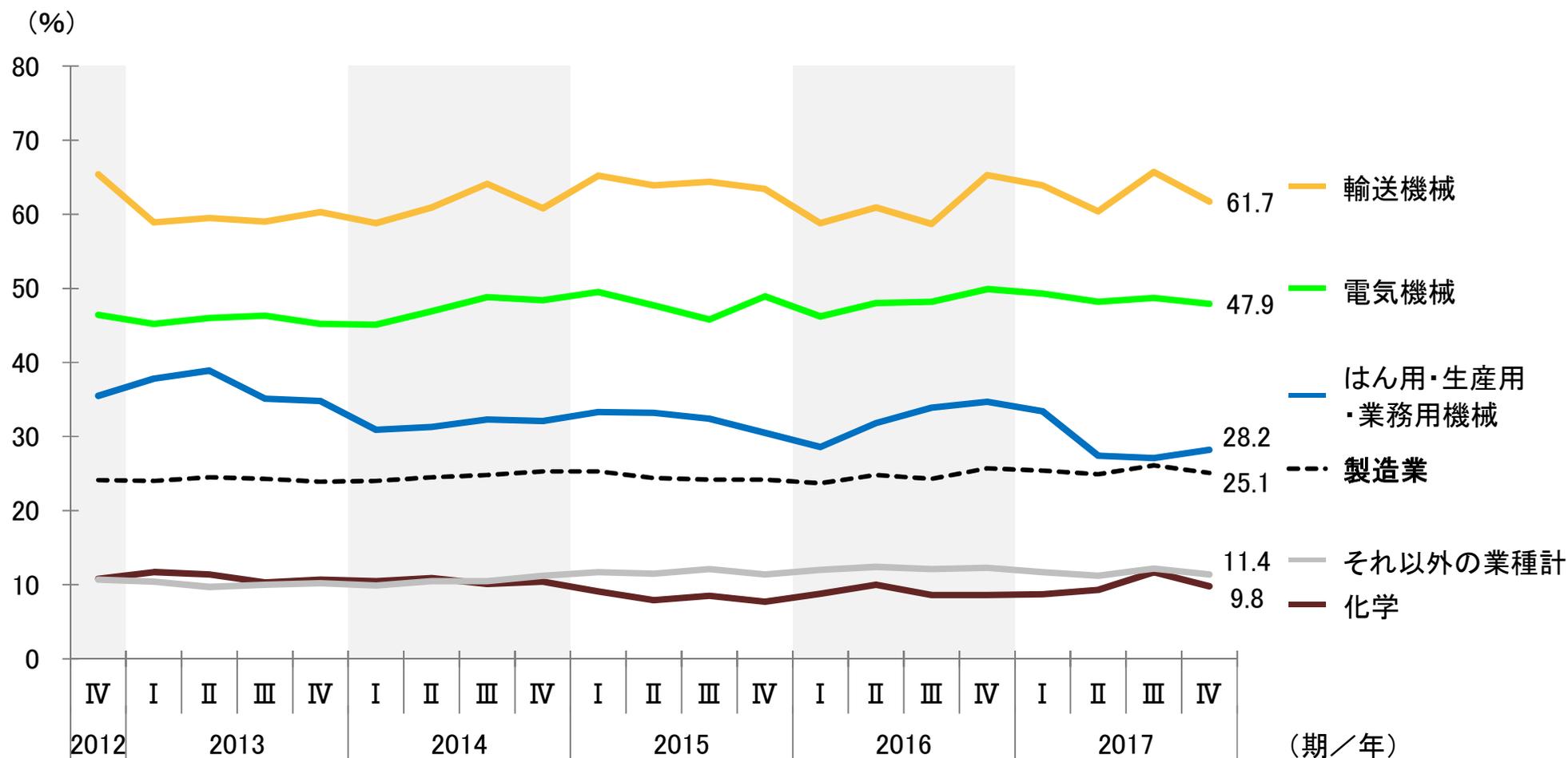
海外市場比率（季節調整済）の推移

主要4業種では、電気機械工業、化学工業、はん用・生産用・業務用機械工業の3業種の海外市場比率が上昇。



逆輸入比率（季節調整済）の推移

主要4業種では、はん用・生産用・業務用機械工業のみ逆輸入比率が上昇。
一方、輸送機械工業、電気機械工業、化学工業の3業種の逆輸入比率が低下。



2017年Ⅳ期のグローバル出荷指数のまとめ

- ・ 2017年Ⅳ期のグローバル出荷指数は、7期連続の前期比0.7%上昇でリーマンショック後の最高値を更新し110.3となった。
- ・ 国内出荷が前期比1.1%上昇、海外出荷が前期比マイナス2.9%低下と国内出荷が上昇寄与。
- ・ 業種別のグローバル出荷では、主要4業種のうち、はん用・生産用・業務用機械工業が大きく前期比上昇したほか、化学工業、輸送機械工業が前期比上昇し、電気機械工業は横ばい。
- ・ 仕向け先別海外出荷では、「第三国向け」が大きく上昇したほか、「日本向け」がわずかに上昇。「自国向け」のみ前期比マイナス0.4%低下。
- ・ 地域別海外出荷では、低調基調であった北米が上昇に転じたほか、中国が上昇。一方、前期好調であったASEAN4や「それ以外の地域」が低下。
- ・ グローバル化比率では、出荷海外比率と海外市場比率、逆輸入比率はいずれも前期より低下。主要4業種で見ると、出荷海外比率、海外市場比率においては、電気機械工業、化学工業、はん用・生産用・業務用機械工業の3業種が上昇。

注意点

- グローバル出荷指数の最新期の試算時に、
 - 使用するデータが速報値から確報値に塗り替えられること
 - 四半期ごとに季節調整をかけ直していることから、過去に提供した、グローバル出荷指数の数値と、今回計算し直した数値には、違いが生じていることに留意。
- また、グローバル出荷指数における国内出荷と鋁工業出荷内訳表の出荷指数の値とも一致しないことに留意。

- グローバル出荷指数における電気機械工業は、鉱工業指数における、電気機械、電子部品・デバイス工業、情報通信機械を合わせたものに相当する。
- 「それ以外の業種計」とは、次の8業種を組み合わせたものである。
「食料品・たばこ」、「繊維」、「木材・パルプ・紙・紙加工品」、「窯業・土石」、「鉄鋼」、「非鉄金属」、「金属」、「その他」
- 「それ以外の地域」とは、次の4地域を組み合わせたものである。
「NIEs3」、「その他アジア」、「欧州」、「その他」

こちら是非御覧下さい！

◎ 三二経済分析：色々なテーマありま
す



ぜひお手持ちの電話で
QRコードを読み取って
下さい！！

【問合せ先】

ご不明な点はコチラにお問合せください。

経済産業省 大臣官房 調査統計グループ 経済解析室

電話：03-3501-1644（直通）

F A X：03-3501-7775

E-MAIL：qqcebc@meti.go.jp

平成30年1-3月期の鉱工業指数(速報)各指数の状況

生産・出荷・在庫・在庫率指数

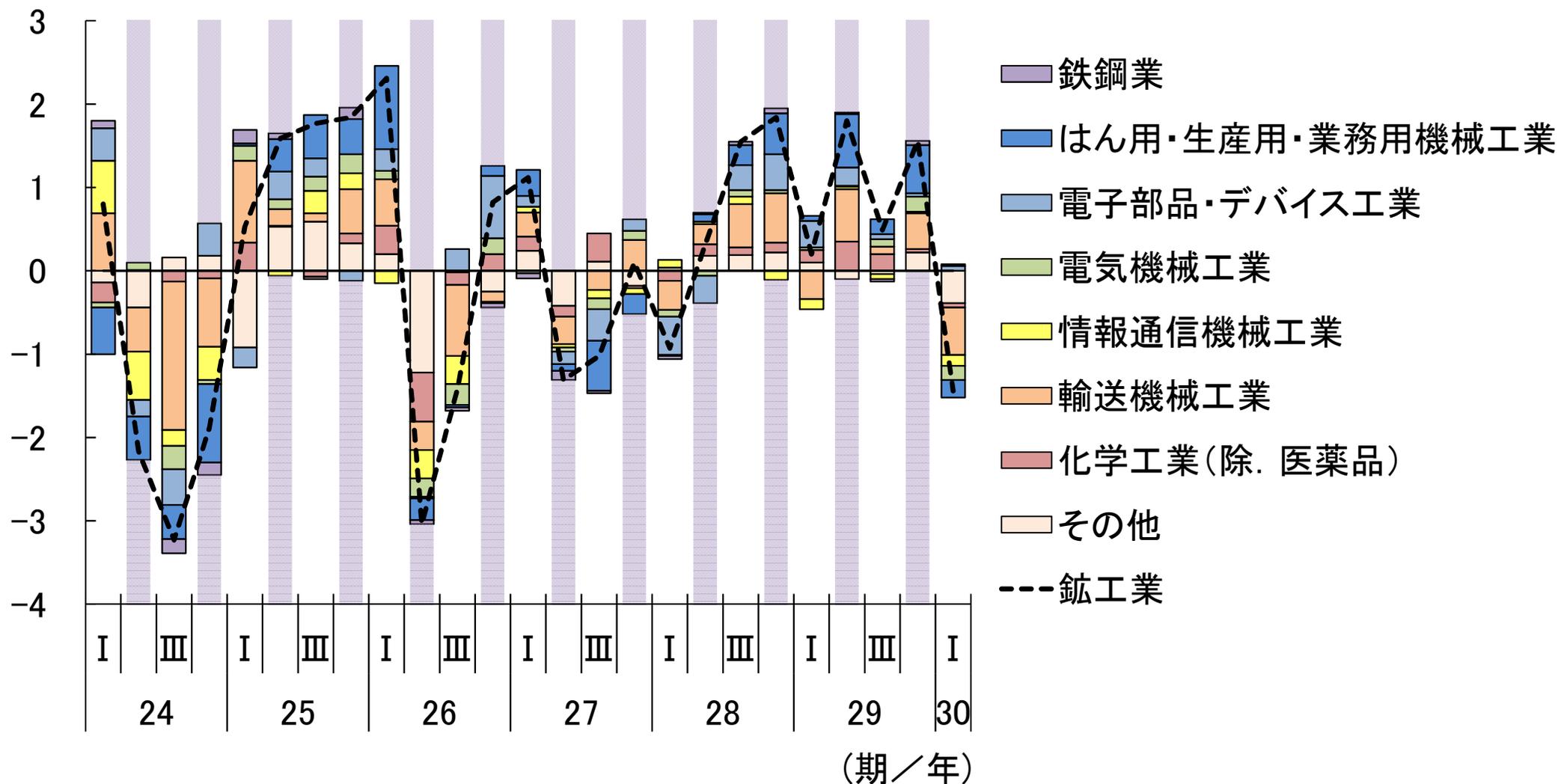
四半期	生産	出荷	在庫	在庫率
季調済指数	102.4	99.7	113.7	115.1
前期比	-1.4%	-1.6%	3.6%	2.7%
指数水準	H29Ⅲ 102.3以来 ①H21Ⅰ 79.3 ②H21Ⅱ 83.5 ③H21Ⅲ 88.6	H29Ⅰ 98.5以来 ①H21Ⅰ 80.7 ②H21Ⅱ 83.0 ③H21Ⅲ 88.2	H28Ⅰ 114.2以来 ⅠH20Ⅳ 119.8 ⅡH20Ⅲ 116.9 ⅢH20Ⅱ 115.7	H28Ⅱ 116.0以来 ⅠH21Ⅰ 150.7 ⅡH21Ⅱ 132.4 ⅢH20Ⅳ 123.8
前期比の動き	8期ぶり－ (H28Ⅰ以来)	4期ぶり－ (H29Ⅰ以来)	2期連続＋ (H29Ⅳ～当期)	2期連続＋ (H29Ⅳ～当期)
前期比幅	H26Ⅲ -1.4%以来 (超)H26Ⅱ -3.0%以来 ①H21Ⅰ -20.5% ②H20Ⅳ -9.7% ③H23Ⅱ -4.1%	H28Ⅰ -1.9%以来 ①H21Ⅰ -18.5% ②H20Ⅳ -9.5% ③H23Ⅱ -8.6%	H24Ⅰ 4.9%以来 ⅠH23Ⅱ 7.2% ⅡH24Ⅰ 4.9% ⅢH30Ⅰ 3.6%	H26Ⅲ 4.1%以来 ⅠH21Ⅰ 21.7% ⅡH20Ⅳ 18.1% ⅢH23Ⅱ 10.5%
前年同期比(原指数)	2.3%	0.9%	4.1%	3.5%
前年同期比の動き	7期連続＋ (H28Ⅲ～当期)	6期連続＋ (H28Ⅳ～当期)	2期連続＋ (H29Ⅳ～当期)	2期連続＋ (H29Ⅳ～当期)
前年同期比幅	H29Ⅳ 4.6%以来 ⅠH22Ⅰ 24.8% ⅡH22Ⅱ 19.7% ⅢH22Ⅲ 14.6%	H29Ⅳ 3.1%以来 ⅠH22Ⅰ 24.8% ⅡH22Ⅱ 20.6% ⅢH22Ⅲ 13.8%	H27Ⅰ 6.1%以来 ⅠH24Ⅰ 12.1% ⅡH23Ⅲ 8.1% ⅢH26Ⅳ 6.2%	H27Ⅱ 4.8%以来 ⅠH21Ⅰ 56.2% ⅡH21Ⅱ 35.6% ⅢH23Ⅱ 16.5%

(※) Ⅰ～Ⅲは22年基準における最大値から上位3位まで、①～③は最小値から下位3位までの数値

鋳工業生産指数前期比 業種別の影響度合い

- 平成30年1-3月期の生産指数は、電子部品・デバイス工業などが上昇したものの、輸送機械工業などが低下したため、前期比-1.4%の低下。

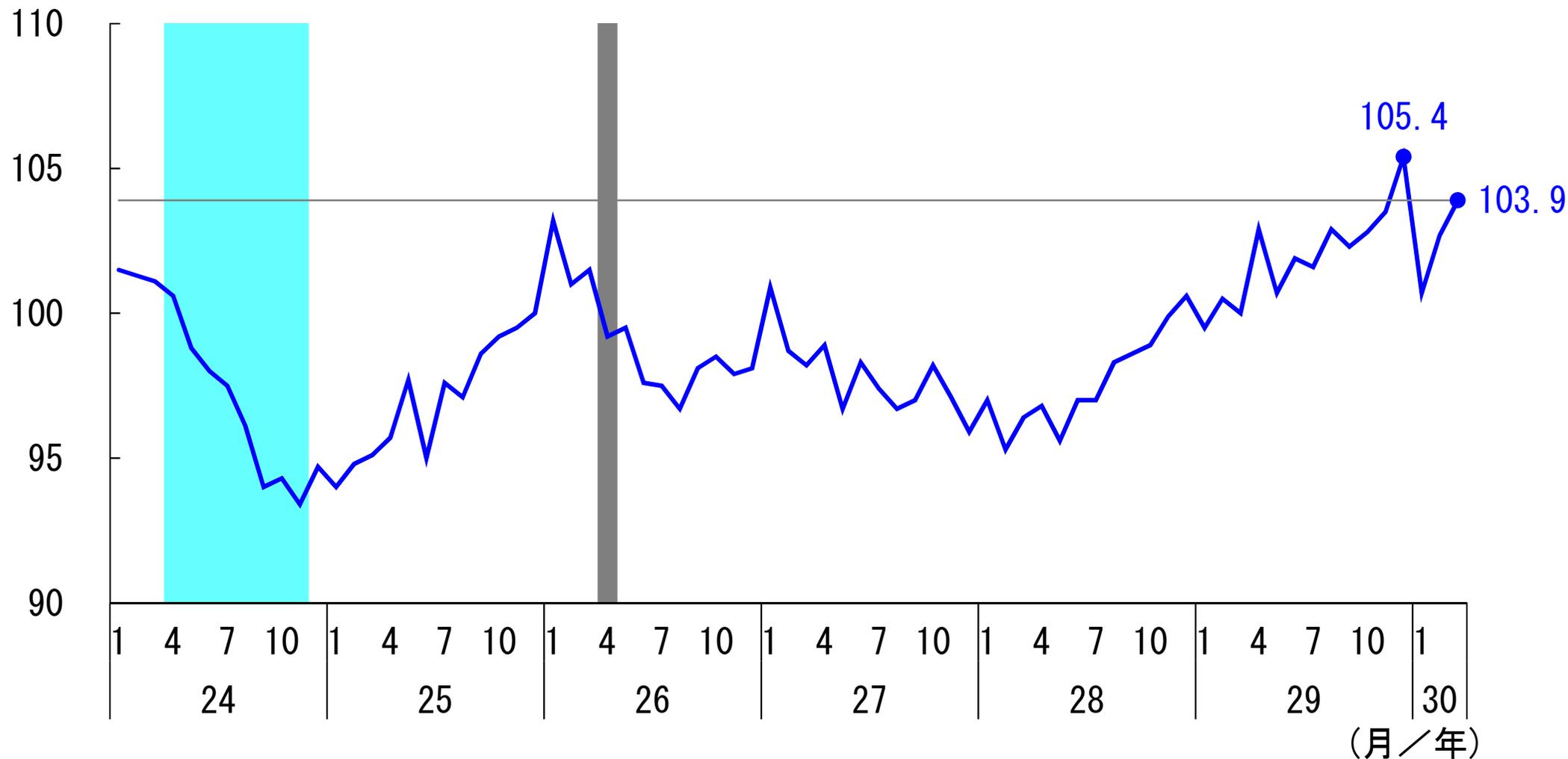
(季節調整済、前期比、%、%ポイント)



鉱工業生産指数の動向

- ・平成30年3月の鉱工業生産指数は、103.9(前月比1.2%)と2か月連続の上昇。
- ・平成29年12月の105.4以来の指数水準。

(22年=100、季節調整済)

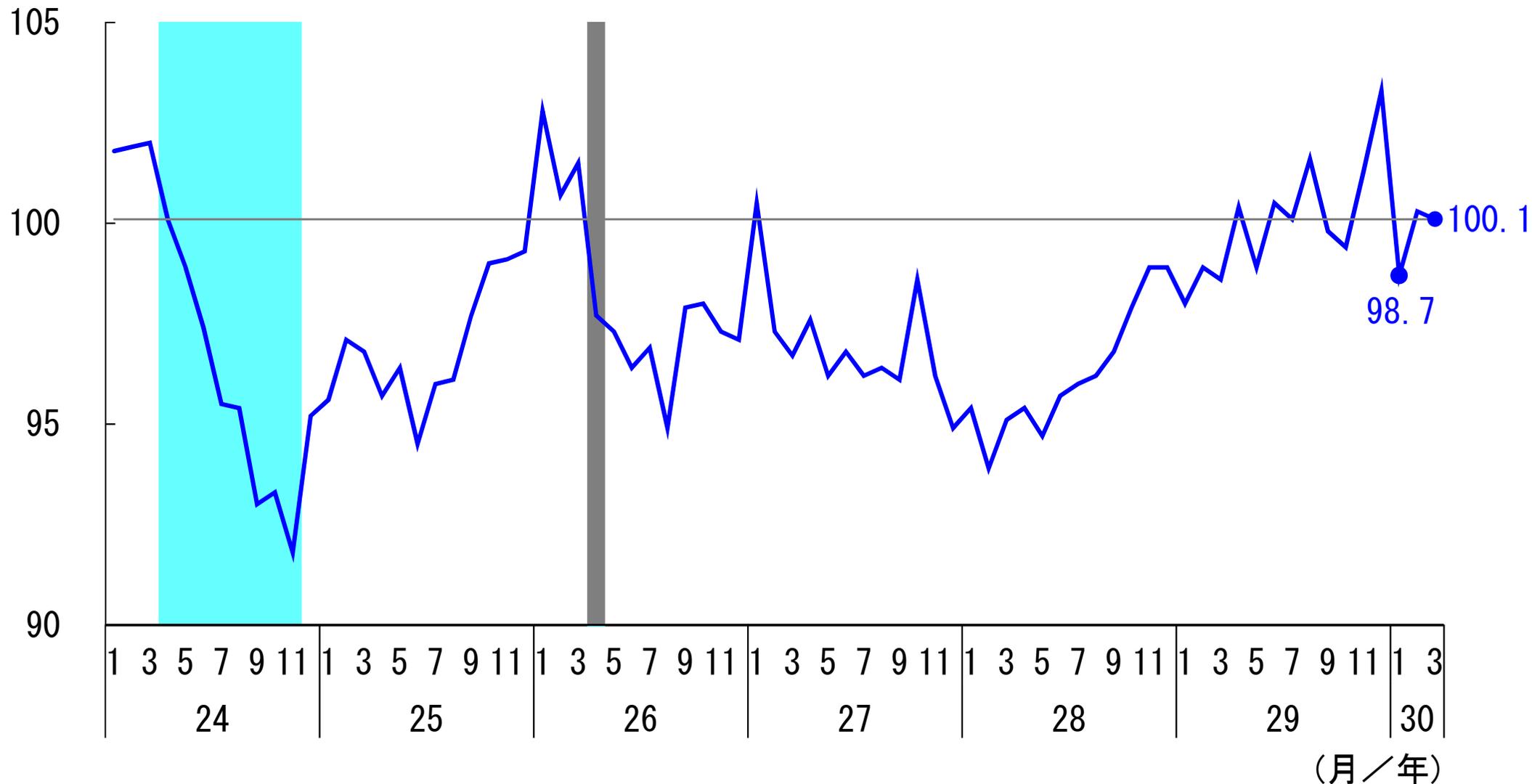


(注) 1. 鉱工業指数(IIP)とは、月々の鉱工業の生産、出荷、在庫等を基準年(現在は、平成22年)の12か月平均=100として指数化したもので、事業所の生産活動、製品の需給動向など鉱工業全体の動きを示す代表的な指標。
2. 水色のシャドー部分は、景気後退局面。
3. 灰色のシャドー部分は、消費税率引上げ。

鋳工業出荷指数の動向

- ・平成30年3月の鋳工業出荷指数は、100.1(前月比-0.2%)と2か月ぶりの低下。
- ・平成30年1月の98.7以来の指数水準。

(22年=100、季節調整済)



(注) 1. 水色のシャド一部分は、景気後退局面。
2. 灰色のシャド一部分は、消費税率引上げ。

平成30年1-3月期の鉱工業出荷内訳表の状況

出荷・国内向け出荷・輸出向け出荷

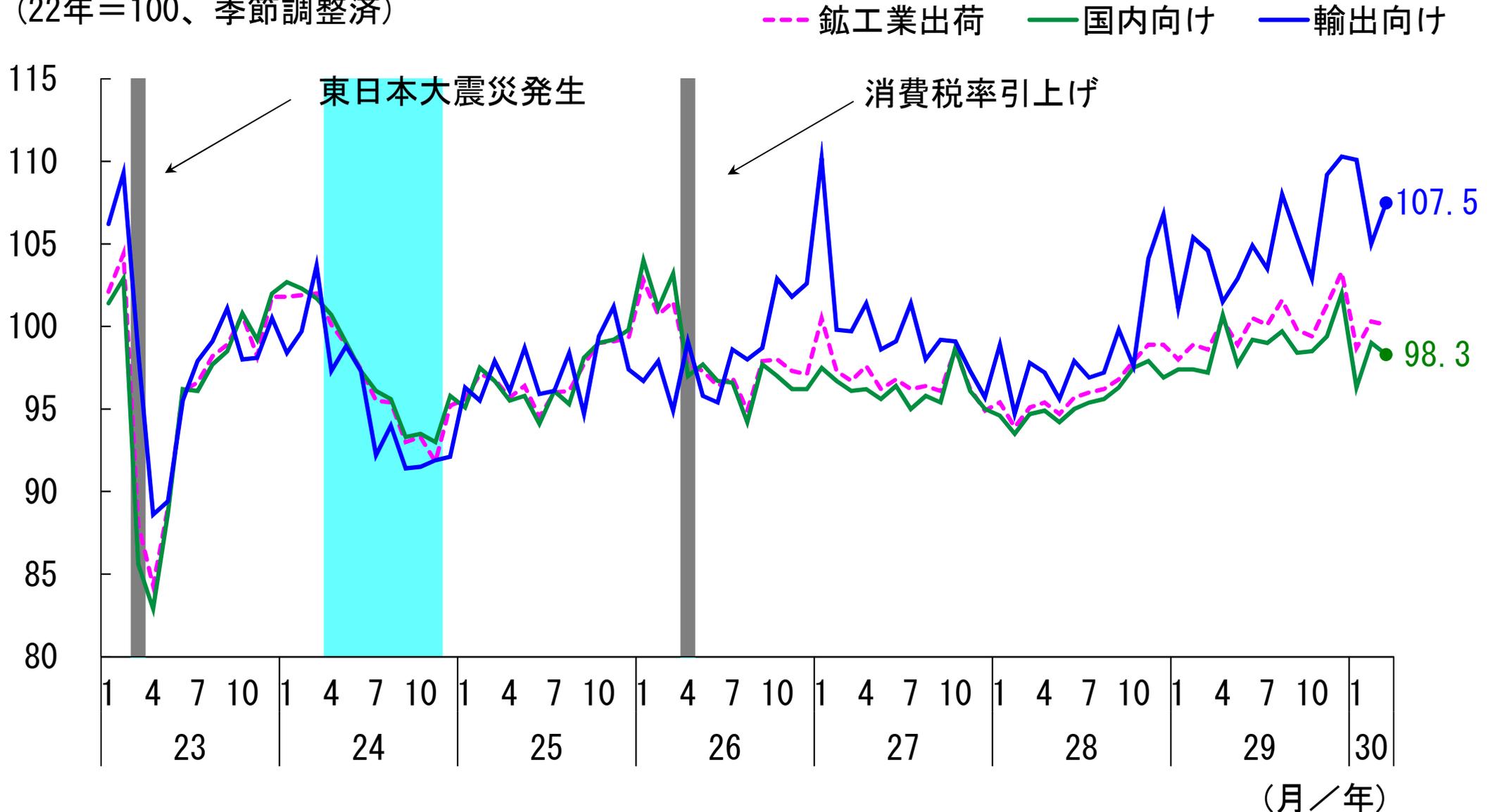
四半期	出 荷	輸 出	国 内
季調済指数	99.7	107.5	97.9
前期比	-1.6%	0.0%	-2.1%
指数水準	H29 I 98.5以来 ①H21 I 80.7 ②H21 II 83.0 ③H21 III 88.2	—	H29 I 97.3以来 ①H21 I 83.4 ②H21 II 84.9 ③H23 II 89.3
前期比の動き	4期ぶり— (H29 I 以来)	—	2期ぶり— (H29 III 以来)
前期比幅	H28 I -1.9%以来 ①H21 I -18.5% ②H20IV -9.5% ③H23 II -8.6%	—	H28 I -2.4%以来 ①H21 I -17.3% ②H20IV -8.4% ③H23 II -7.6%

(注) ①～③は22年基準における最小値から下位3位までの数値

国内向け／輸出向け出荷の動向

・平成30年3月の鋳工業出荷を国内向け／輸出向け別にみると、国内向けは98.3(前月比-0.7%)と2か月ぶりの低下、輸出向けは107.5(前月比2.4%)と3か月ぶりの上昇。

(22年=100、季節調整済)

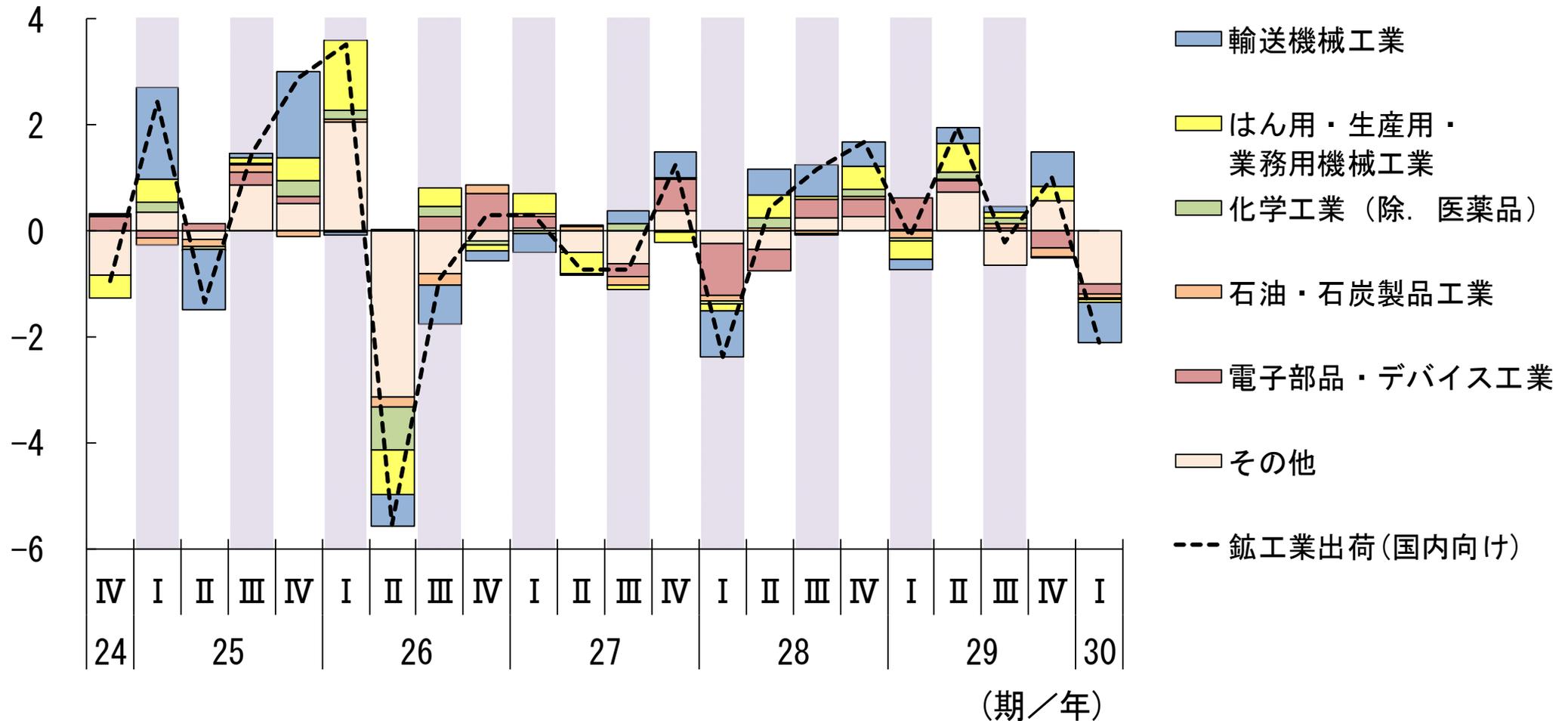


(注) 水色のシャド一部分は景気後退局面。

国内向け出荷前期比 業種別の影響度合い

- 平成30年1-3月期の国内向け出荷を、主要業種別にみると、輸送機械工業などが低下。

(季節調整済、前期比、%、%ポイント)



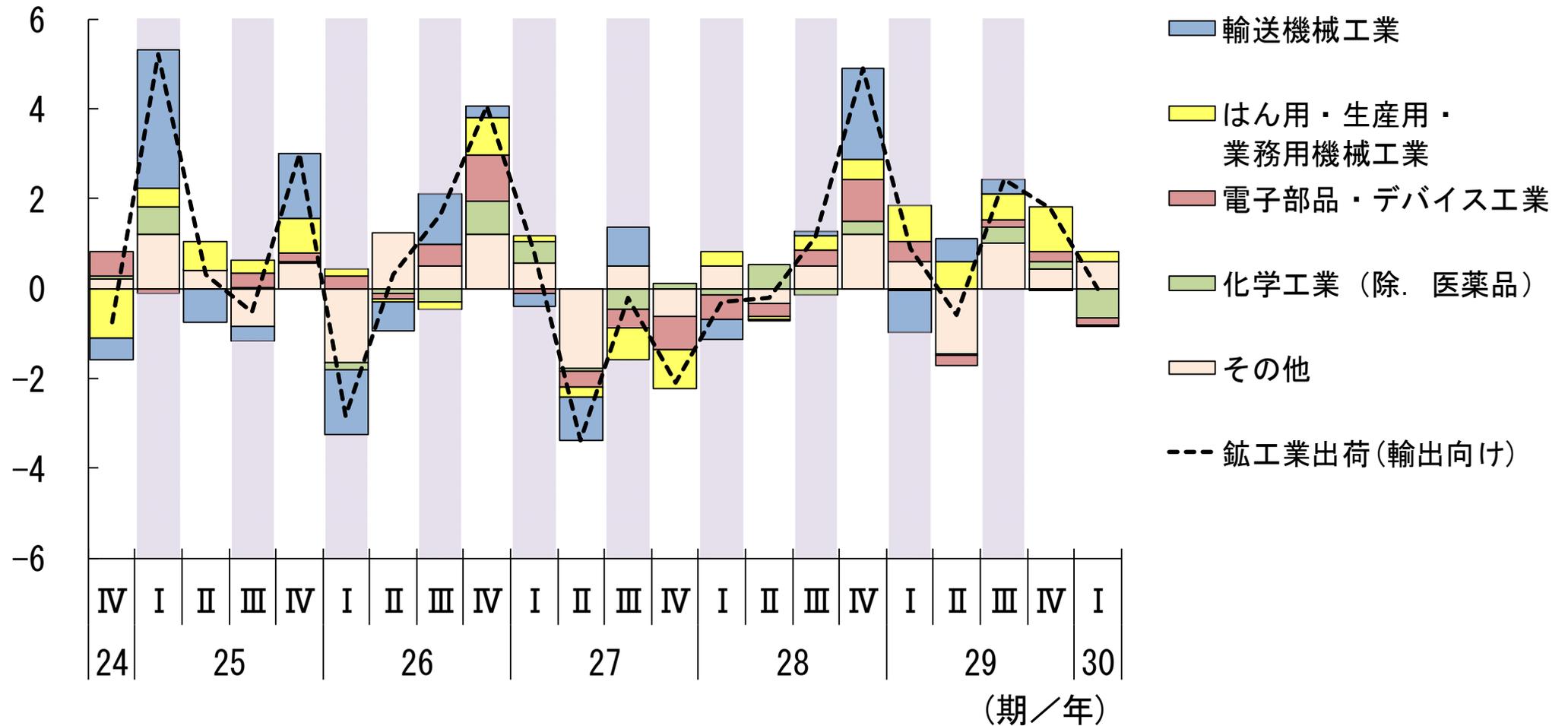
(注) 主要業種とは、国内向け出荷(ウェイト8028.51)のうち、ウェイトが大きい5業種を選定。
 具体的には、輸送機械工業(国内向け、ウェイト1658.38)、はん用・生産用・業務用機械工業(同、同796.12)、化学工業(除.医薬品)(同、同717.06)、石油・石炭製品工業(同、同574.89)、電子部品・デバイス工業(同、同457.59)の5業種。

(資料) 経済産業省「鉱工業出荷内訳表」より作成。

輸出向け出荷前期比 業種別の影響度合い

- 平成30年1-3月期の輸出向け出荷を、主要業種別にみると、化学工業が低下したものの、はん用・生産用・業務用機械工業が上昇。

(季節調整済、前期比、%、%ポイント)



(注)主要業種とは、輸出向け出荷(ウェイト1971.49)のうち、ウェイトが大きい業種(上位4業種)を選定。

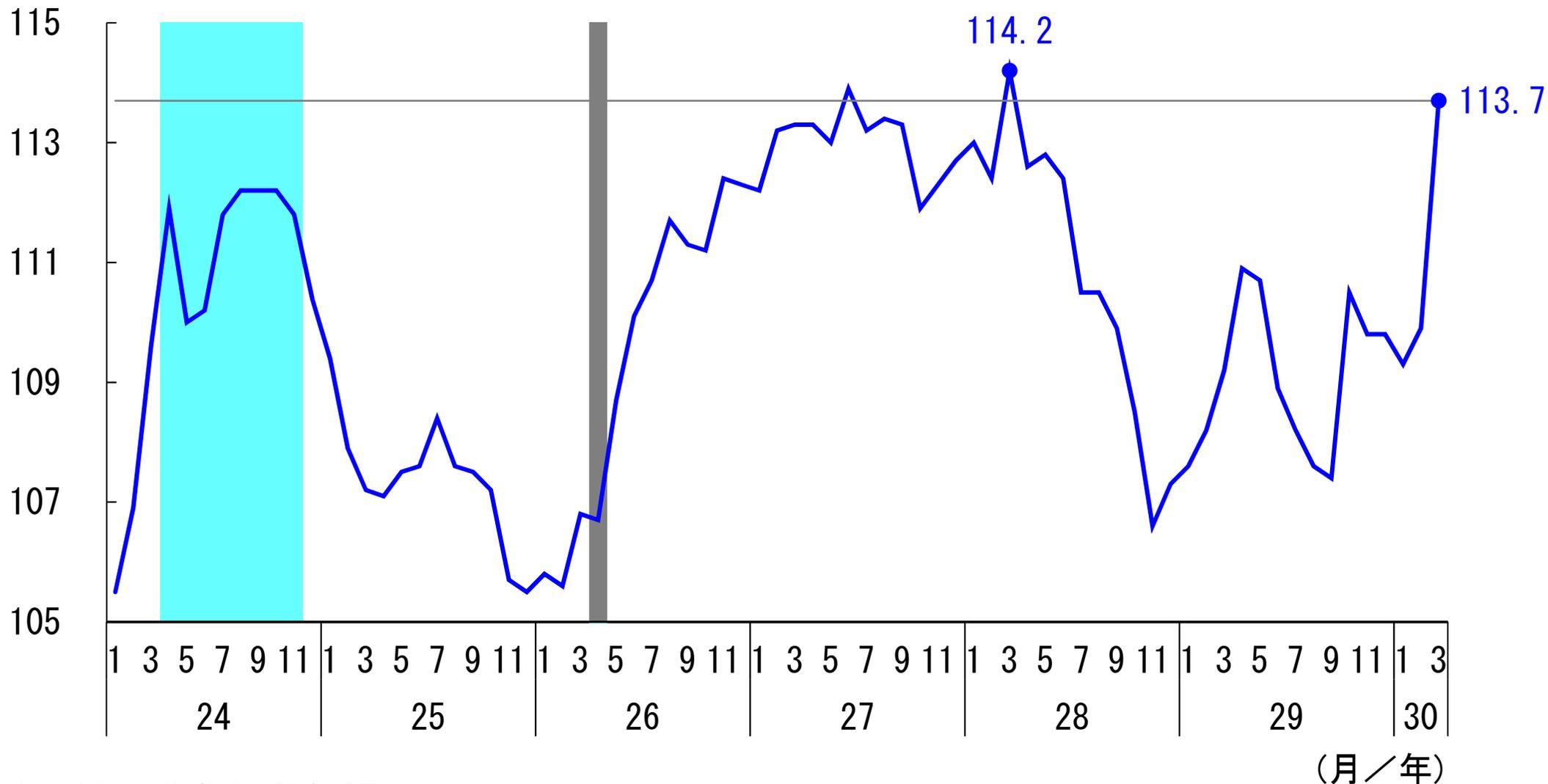
具体的には、輸送機械工業(輸出向け、ウェイト560.52)、はん用・生産用・業務用機械工業(同、同289.48)、電子部品・デバイス工業(同、同253.51)、化学工業(除. 医薬品)(同、同166.14)の4業種。

(資料)経済産業省「鉱工業出荷内訳表」より作成。

鋳工業在庫指数の動向

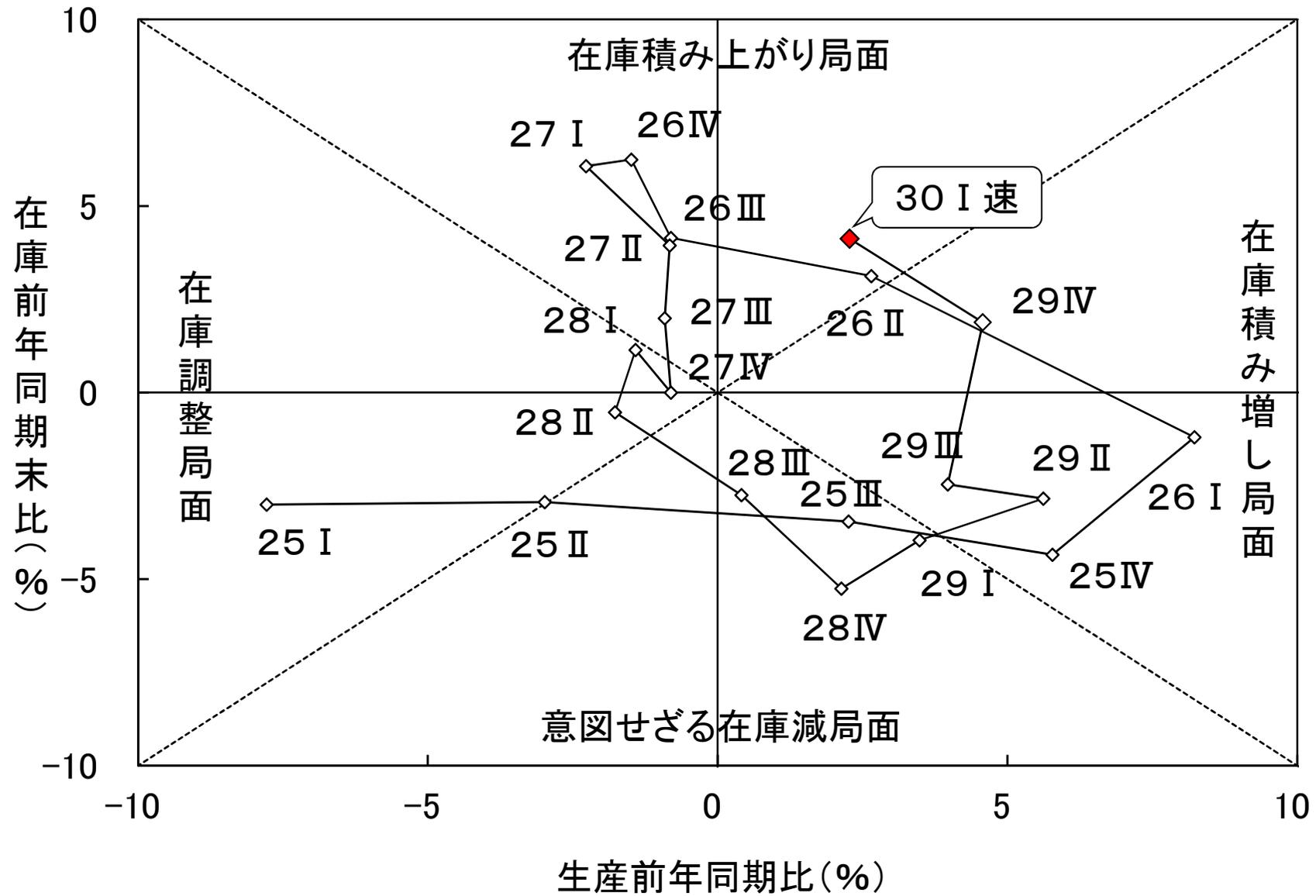
- ・平成30年3月の在庫指数は、113.7(前月比3.5%)と2か月連続の上昇。
- ・平成28年3月の114.2以来の指数水準。

(22年=100、季節調整済)



(注) 1. 水色のシャド一部分は、景気後退局面。
2. 灰色のシャド一部分は、消費税率引上げ。

鋁工業の在庫循環図



旬の産業データはこちら



http://www.meti.go.jp/statistics/toppage/report/keizaikaiseiki_toppage.htm