

川崎市

外国人観光客動態に関する調査分析報告書

Have a good Cashless.



2024年3月15日

三井住友カード株式会社
マーケティング本部
データ戦略部

ご留意事項

ご留意 事項

- レポートの作成にあたっては、個人情報保護法及び関連法を遵守し、三井住友カードにて適切な加工・統計化処理を実施したデータの分析を行っています。
- VJAグループ加盟店での利用データのみを分析するため、業種実数等に偏りがあるほか、店舗の新規出店や撤退、契約変更等の影響をうける可能性があります。また、各加盟店との契約内容によって店舗所在地が判明できない場合があるため、地域別等エリアによる分析を行う際はクレンジング処理を実施しております。
- 資料の考察はあくまで三井住友カード株式会社独自の想定見解であり、確定事項ではございません。

ご参考

- VJAグループは、全国の主な銀行・金融機関系カード会社等で構成する日本最大のVisaカード発行企業のグループ組織です。（傘下クレジットカード会員数5,048万人、売上高32兆7,113億円。（2022年度））

目次

章	ページ
1. 与件整理	P. 3
2. 分析概要	P. 5
3. 調査分析内容	
エグゼクティブサマリ・章サマリ	P. 1 2
(ア) 基本調査	P. 3 0
(イ) 消費傾向調査	P. 4 0
(ウ) 滞在傾向調査	P. 8 3
(エ) 周遊傾向調査	P. 1 0 2
4. 参考資料	P. 1 1 3

1. 与件整理

1. 与件整理

与件

- 各種データを活用し、訪日外国人全体および準富裕層・アップーマス層の川崎市内での消費傾向や行動パターンを把握・分析する。
- 2019年を比較年として、消費動向の定点観測・訪日外国人の消費傾向分析を行う。訪日外国人の消費特徴を把握し、打ち手に活用いただける分析結果の提供を目指す。

分析内容

ア. 基本調査

神奈川県の宿泊者、来訪者を調査する。（観光庁統計データを使用）
川崎市のキャッシュレス環境について調査する。

イ. 消費傾向調査

訪日外国人（訪日外国人全体、および準富裕層・アップーマス層の2のセグメント）について、国・地域別、業種別、業種別×国・地域別、月別、月別×国・地域別、月別×業種別の消費傾向を調査する。

ウ. 滞在傾向調査

訪日外国人（訪日外国人全体、および準富裕層・アップーマス層の2のセグメント）について、区別、区別×国・地域別、区別×業種別の消費傾向を調査する。

エ. 周遊傾向調査

訪日外国人（訪日外国人全体、および準富裕層・アップーマス層の2のセグメント）の川崎市内来訪前後の消費エリア、および川崎市内での周遊傾向を調査する。

2. 分析概要

2. 分析概要

分析の全体像

	全体像把握	マクロ分析	ミクロ分析
分析内容	(ア) 基本調査	(イ) 消費傾向調査	(ウ) 滞在傾向調査
	<p>1. 外国人観光客の実態把握</p> <p>(1)国・地域別の宿泊者数 (2)国・地域別の宿泊者シェア</p> <p>2. 川崎市のキャッシュレス環境把握</p> <p>(1)キャッシュレス環境(VJA加盟店数) (2)業種別VJA加盟店数シェア (3)外国人消費総数</p>	<p>3. 訪日外国人の消費実態（訪日外国人全体、準富裕層・アップーマス層）</p> <p>(1)国・地域別の消費傾向 (2)コロナ前比較した国・地域別の消費増減</p> <p>4. 業種別の訪日外国人消費（訪日外国人全体、準富裕層・アップーマス層）</p> <p>(1)業種別の消費傾向 (2)コロナ前比較した業種別の消費増減 (3)国・地域別の消費業種傾向</p> <p>5. 月別の訪日外国人消費（訪日外国人全体、準富裕層・アップーマス層）</p> <p>(1)月別の消費傾向 (2)月別×国・地域別の消費傾向 (3)月別×業種別の消費傾向</p>	<p>6. 区別の訪日外国人消費（訪日外国人全体、準富裕層・アップーマス層）</p> <p>(1)区別の消費総数 (2)区別の国・地域別消費傾向 (3)区別の業種別消費傾向</p> <p>(エ) 周遊傾向調査</p> <p>7. 訪日外国人の周遊（訪日外国人全体、準富裕層・アップーマス層）</p> <p>(1)川崎市前後の消費エリア (2)川崎市内の周遊ルート</p>
使用データ	オープンデータ（観光庁統計） カード加盟店データ	カード加盟店データ	カード加盟店データ
分析観点	<p>①訪日外国人の消費傾向調査（訪日外国人全体、準富裕層・アップーマス層毎）</p> <p>②訪日外国人の周遊傾向調査（同上）</p>		

2. 分析概要 利用データ

区分	項目	内容
抽出データ	対象地域	川崎市内VJAグループ加盟店データ
	対象会員	訪日外国人（海外発行カード利用者） ※カードを発行した国・地域を判別して分析実施
	対象期間	2023年1月～12月（比較期間：2019年1月～12月）
	対象クレジットカードブランド	Visa、Mastercard®、銀聯
集計母集団	訪日外国人売上あり加盟店数	251.0 ※指数化した数値を掲載（2019年の訪日外国人売上あり加盟店数を100とした場合、2023年は251.0）
	訪日外国人カード利用人数	143.2 ※指数化した数値を掲載（2019年の訪日外国人カード利用人数を100とした場合、2023年は143.2）
	訪日外国人カード利用金額	118.4 ※指数化した数値を掲載（2019年の訪日外国人カード利用金額を100とした場合、2023年は118.4）
	訪日外国人売上あり加盟店数	192.1 ※指数化した数値を掲載（2019年の訪日外国人売上あり加盟店数を100とした場合、2023年は192.1）
	訪日外国人国・地域	期間中の訪日外国人の利用金額TOP10+その他（一部、利用人数TOP10+その他）
	加盟店業種	期間中の訪日外国人の利用金額TOP15+その他（一部、利用人数上位TOP15+その他）
	対象エリア	川崎市内7区（川崎区、幸区、中原区、高津区、宮前区、多摩区、麻生区）
その他データ	オープンデータ	観光庁 訪日外国人宿泊旅行統計調査

2. 分析概要 加盟店業種分類

大分類	中分類
買物	百貨店
	スーパー
	ショッピングセンター（SC）
	家電量販店
	ドラッグストア
	ディスカウントストア
	コンビニ・酒屋・商店
	衣服小売
	衣服ブランド
	衣服小物
	貴金属・時計
	ホームセンター
	免税店
	空港店舗
	その他小売
宿泊	ホテル・旅館
	旅行代理店

大分類	中分類
飲食	飲食店・レストラン
	居酒屋
	バー・ナイトクラブ
	飲食小売り
娯楽・サービス	病院・クリニック
	美容・エステ
	その他サービス
	レジャー（ゴルフ、映画、カラオケ等）
	寺社仏閣・城・公園
	美術館・博物館・隣接ショップ
交通	航空会社
	電車
	バス・タクシー
	レンタカー・ガソリンスタンド
	その他交通

2. 分析概要 訪日外国人の定義

本レポートで使用する外国人分類定義は下記の通り。また、定義に基づく、2023年の訪日外国人の人数は以下になり、2019年比で増加した。

	2019年	2023年	増加率
訪日外国人全体	100.0	143.2	43.2%
準富裕層・アップーマス層	12.3	27.1	121.1%

訪日外国人全体としてご報告

準富裕層・アップーマス層としてご報告

※1：2019年の訪日外国人全体の人数を100として指数化

※2：「準富裕層・アップーマス層の定義」はP10をご参照

外国人定義

		2023年 日本国内ホテル利用無し		2023年 日本国内ホテル利用有り	
		1月～12月 川崎市内カード利用月数		1月～12月 川崎市内カード利用月数	
		2022年・2023年 ともに ~5カ月	2022年・2023年 いずれか 6カ月～	2022年・2023年 ともに ~5カ月	2022年・2023年 いずれか 6カ月～
1月～12月 日本国内 カード利用月数	2022年・ 2023年 ともに ~5カ月	川崎市外 在住 外国人		訪日 外国人	
	2022年・ 2023年 いずれか 6カ月～	川崎市外 在住 外国人	川崎市内 在住 外国人	川崎市外 在住 外国人	川崎市内 在住 外国人

2. 分析概要 訪日外国人の定義（定義表の見方）

前頁の「訪日外国人の定義表」の見方

1

直近2年間（2022年・2023年）のいずれかの年で、川崎市内で6か月以上カードの利用があった外国人は、「川崎市内で生活する外国人」とみなし、本分析における「外国人」の対象外とする

2

①を除外のうえ、双方を満たすセグメントを「訪日外国人」と定義

- 直近2年間（2022年・2023年）ともに、日本国内でのカード利用が5か月以下
- 直近年（2023年）に日本国内のホテル決済あり

残りのセグメントを「在住外国人」と定義し、本分析の対象外とする

		2023年 日本国内ホテル利用無し		2023年 日本国内ホテル利用有り	
		1月～12月 川崎市内カード利用月数		1月～12月 川崎市内カード利用月数	
		2022年・2023年 ともに ～5か月	2022年・2023年 いずれか 6か月～	2022年・2023年 ともに ～5か月	2022年・2023年 いずれか 6か月～
1月～12月 日本国内 カード利用月数	2022年・2023年 ともに ～5か月	川崎市外在住 外国人		訪日 外国人	
	2022年・2023年 いずれか 6か月～	川崎市外在住 外国人	川崎市内在住 外国人	川崎市外在住 外国人	川崎市内在住 外国人

		2023年 日本国内ホテル利用無し		2023年 日本国内ホテル利用有り	
		1月～12月 川崎市内カード利用月数		1月～12月 川崎市内カード利用月数	
		2022年・2023年 ともに ～5か月	2022年・2023年 いずれか 6か月～	2022年・2023年 ともに ～5か月	2022年・2023年 いずれか 6か月～
1月～12月 日本国内 カード利用月数	2022年・2023年 ともに ～5か月	川崎市外在住 外国人		訪日 外国人	
	2022年・2023年 いずれか 6か月～	川崎市外在住 外国人	川崎市内在住 外国人	川崎市外在住 外国人	川崎市内在住 外国人

		2023年 日本国内ホテル利用無し		2023年 日本国内ホテル利用有り	
		1月～12月 川崎市内カード利用月数		1月～12月 川崎市内カード利用月数	
		2022年・2023年 ともに ～5か月	2022年・2023年 いずれか 6か月～	2022年・2023年 ともに ～5か月	2022年・2023年 いずれか 6か月～
1月～12月 日本国内 カード利用月数	2022年・2023年 ともに ～5か月	川崎市外在住 外国人		訪日 外国人	
	2022年・2023年 いずれか 6か月～	川崎市外在住 外国人	川崎市内在住 外国人	川崎市外在住 外国人	川崎市内在住 外国人

2. 分析概要 準富裕層・アップーマス層の定義

準富裕層・アップーマス層の定義

- ✓ 2023年に川崎市に来訪した訪日外国人のうち、日本での年間決済金額が「**25万円以上100万円未満**」であった訪日外国人を“**準富裕層・アップーマス層**”と定義。
- ✓ 準富裕層・アップーマス層は、2023年に川崎市に来訪した訪日外国人の18.9%を占めた。

2023年に川崎市に来訪した訪日外国人の国内での年間決済金額の分布

No.	2023年 日本国内インバウンド消費額	人数割合	累積
1	1_1万円未満	2.1%	2.1%
2	2_1万以上3万円未満	8.5%	10.6%
3	3_3万円以上5万円未満	10.8%	21.4%
4	4_5万円以上10万円未満	23.2%	44.6%
5	5_10万円以上15万円未満	16.1%	60.7%
6	6_15万円以上20万円未満	11.1%	71.7%
7	7_20万円以上25万円未満	7.6%	79.3%
8	8_25万円以上30万円未満	5.0%	84.3%
9	9_30万円以上40万円未満	5.9%	90.2%
10	10_40万円以上50万円未満	3.4%	93.6%
11	11_50万円以上75万円未満	3.4%	97.1%
12	12_75万円以上100万円未満	1.2%	98.2%
13	13_100万円以上	1.8%	100.0%
計		100.0%	-

準富裕層・アップーマス層 (No.8-12)
全体の18.9%

3. 調査分析内容 エグゼクティブサマリ・章サマリ

3. エグゼクティブサマリ：訪日外国人の消費傾向

訪日外国人の消費傾向

訪日外国人全体：カード利用人数は2019年比+43%、利用金額は同+18%

準富裕層・アップーマス層：利用人数は2019年比+121%、利用金額は同+44%

- ✓ 訪日外国人の利用人数・金額は2019年より増加。国・地域、利用業種、訪問区の多様化が要因。
- ✓ ただし、利用人数の増加率に対して金額の伸びが弱く、滞在期間や市内周遊が伸びなかったことが影響。

国・地域の多様化

本編 p40-47

- ✓ 訪日外国人全体においては、（中国を除く）東アジアや東南アジア等、中国以外の利用人数・金額が大幅に増加。中国の回復の遅れを他の国・地域がカバー。
- ✓ 準富裕層・アップーマス層においても同様の傾向。中国の利用人数・金額は減少したが、東南アジアをはじめ、訪日外国人全体よりも増加率が高い。
※東アジア・・・韓国・香港・台湾、東南アジア・・・フィリピン・シンガポール・タイ

消費拡大の要因

業種のバラエティ拡大

本編 p48-67

- ✓ 訪日外国人全体においては、「ホテル・旅館」・「家電量販店」等の利用金額は2019年比で減少したが、「その他小売」・「飲食店・レストラン」等の他の業種は大幅に増加。
- ✓ 準富裕層・アップーマス層でも「飲食店・レストラン」の利用金額が2019年比減となった以外は、多くの業種での高い増加率を記録。

訪問区の広域化

本編 p83-101

- ✓ 訪日外国人全体では、西側エリアである「高津区」（利用人数2019年比+107%）、「宮前区」（同+369%）、「多摩区」（同+395%）、「麻生区」（同+218%）の伸びが著しい。
- ✓ 準富裕層・アップーマス層においても同様の傾向。訪日外国人全体よりも西側エリアでの利用人数・金額の増加率が高い。

カード利用人数・金額・利用単価

	訪日外国人全体			準富裕層・アップーマス層		
	利用人数	利用金額	利用単価 (円)	利用人数	利用金額	利用単価 (円)
2019年	100.0	100.0	38,818	100.0	100.0	86,179
2023年	143.2	118.4	32,105	221.1	144.2	56,199
2019年比	+43%	+18%	▲17%	+121%	+44%	▲35%

※利用人数・金額は、2019年の総計を100として指数化

【2023年】国・地域別カード利用人数・金額（2019年比）

国・地域	訪日外国人全体		準富裕層・アップーマス層	
	利用人数	利用金額	利用人数	利用金額
総計	+43%	+18%	+121%	+44%
アメリカ	+124%	+85%	+315%	+178%
中国	▲50%	▲42%	▲37%	▲34%
東アジア（中国を除く）	+38%	+42%	+168%	+121%
東南アジア	+112%	+115%	+349%	+249%
その他国・地域	+76%	+23%	+174%	+35%

【2023年】業種別カード利用金額（TOP5）

業種	訪日外国人全体		準富裕層・アップーマス層	
	利用人数	利用金額	利用人数	利用金額
総計	+50%	+18%	+126%	+44%
ホテル・旅館	+5%	▲2%	+35%	+18%
SC	+72%	+58%	+119%	+81%
家電量販店	▲11%	▲2%	+32%	+10%
その他小売	+390%	+407%	+581%	+361%
飲食店・レストラン	+199%	+15%	+229%	▲2%
その他業種	+82%	+55%	+225%	+103%

3. エグゼクティブサマリ：訪日外国人の周遊傾向

訪日外国人の周遊傾向

川崎市の直前・直後の消費エリア：直前・直後の消費市区は「大田区」（羽田空港が所在）の利用者数が多い。

川崎市内の周遊傾向：単一区および単一業種の利用が最も多く、市内周遊は限定的。

川崎市の前後の消費エリア

本編 p102-107

- ✓ 訪日外国人全体において、川崎市の直前・直後に訪れた市区は、羽田空港が所在する「大田区」の利用人数が最多。2019年比でも、「大田区」は直前利用が+37%、直後利用が+23%と増加。成田空港がある「成田市」は、直後利用において2番目に利用者数が多いが、2019年比▲15%と減少。
- ✓ 準富裕層・アップーマス層においても、直前・直後に訪れた市区は「大田区」が最多。訪日外国人全体よりも高い増加率となった。
- ✓ また、訪日外国人全体とは異なり、直後利用で「成田市」は2019年比+21%と増加。

【訪日外国人全体】
直前・直後の消費エリア（利用人数TOP5）

<直前利用>			<直後利用>		
	直前市区	2019年比 延べ人数 増減率 %		直後市区	2019年比 延べ人数 増減率 %
1	大田区	+37%	1	大田区	+23%
2	渋谷区	+110%	2	成田市	▲15%
3	千代田区	+72%	3	渋谷区	+51%
4	港区	+64%	4	千代田区	+22%
5	中央区	+91%	5	横浜市西区	+45%

【準富裕層・アップーマス層】
直前・直後の消費エリア（利用人数TOP5）

<直前利用>			<直後利用>		
	直前市区	2019年比 延べ人数 増減率 %		直後市区	2019年比 延べ人数 増減率 %
1	大田区	+80%	1	大田区	+78%
2	渋谷区	+178%	2	成田市	+21%
3	千代田区	+82%	3	横浜市西区	+135%
4	新宿区	+203%	4	千代田区	+100%
5	港区	+130%	5	渋谷区	+58%

川崎市内の周遊傾向

本編 p108-112

- ✓ 訪日外国人全体、および準富裕層・アップーマス層において、1来訪当たりの訪問区の組み合わせは「川崎区のみ」が最も多い。
- ✓ 「川崎区のみ」を訪問した際の利用業種は、「ホテルのみ」が最も多く、「SCのみ」が続く。単一の業種利用が上位。
- ✓ 川崎市で利用される業種は「ホテルのみ」、「SCのみ」、「家電のみ」等が上位であることから、来訪目的は大きく「宿泊」と「買い物」の2つが中心。

【訪日外国人全体】
訪問区の組み合わせ

#	訪問区の組み合わせ	【構成比】 延べ人数 %
1	川崎区のみ	53.5
2	幸区のみ	17.2
3	川崎区&幸区	9.0
4	中原区のみ	7.2
5	麻生区のみ	3.5
6	高津区のみ	3.0
7	宮前区のみ	2.5
8	多摩区のみ	1.9
9	多摩区&麻生区	0.4
10	川崎区&中原区	0.4

川崎区のみ
① ホテル・旅館のみ
② SCのみ
③ その他小売のみ

幸区のみ
① SCのみ
② 家電量販店のみ
③ SC&家電量販店

川崎区&幸区
① SC&ホテル・旅館
② SCのみ
③ SC&家電量販店

【準富裕層・アップーマス層】
訪問区の組み合わせ

#	訪問区	【構成比】 延べ人数 %
1	川崎区のみ	43.3
2	幸区のみ	20.2
3	川崎区&幸区	14.1
4	中原区のみ	7.2
5	麻生区のみ	4.3
6	高津区のみ	3.1
7	宮前区のみ	2.2
8	多摩区のみ	2.1
9	幸区&中原区	0.8
10	川崎区&中原区	0.5

川崎区のみ
① SCのみ
② ホテル・旅館のみ
③ その他小売のみ

幸区のみ
① SCのみ
② 家電量販店のみ
③ SC&家電量販店

川崎区&幸区
① SC&家電量販店
② SCのみ
③ SC&ホテル・旅館

3. エグゼクティブサマリ：課題点と提言

2023年の訪日外国人の消費傾向、周遊傾向から見てきた課題は以下の通り。

課題点	ホテル利用の促進	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 訪日外国人全体において、2023年の利用金額の5割を占める「ホテル・旅館」は2019年比で若干の減少となった。 ✓ 準富裕層・アップーマス層においても、「ホテル・旅館」は利用金額の4割を占めた。2019年比で「ホテル・旅館」の利用金額は伸びたものの、他の業種の増加がより顕著であった。
	市内周遊率の向上	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 訪日外国人全体、準富裕層・アップーマス層ともに、複数の区を利用する訪日外国人は少なく、ひとつの区のみでの訪問が来訪者数の大半を占めた。 ✓ 業種利用においても、「ホテルのみ」利用、「SCのみ」利用が多く、1回の来訪での利用業種の広がりは限定的であった。
提言	長期滞在者の取り組み施策	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 訪日外国人全体について、国・地域別のホテルの1人当たり利用単価をみると、中国・台湾・韓国といった近隣国は2019年比で上昇しているが、アメリカやイギリス等の遠方国は低下した。 ✓ 利用単価が低下している遠方国では、川崎市内での宿泊日数が減少した可能性がある。遠方国からの訪日外国人は長期滞在の傾向があるが、そういった需要を取りこぼさないために長期滞在者向けの利用促進策等が考えられる。
	市内周遊率の向上策	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 「ホテルのみ」・「SCのみ」の単一の業種利用が多いことから、川崎市は訪日外国人にとって「宿泊地」・「買い物スポット」として利用されており、観光地としては認識されていないと思料。 ✓ 認知拡大のために、「SC」等の訪日外国人が立ち寄りそうな商業施設で観光スポットを案内するスペースを設置する等の施策が考えられる。

【訪日外国人全体】
国・地域別 ホテル・旅館の利用人数・利用金額・利用単価

国・地域	利用人数		利用金額		1人当たり利用単価 (円)	
	2023年	増減率	2023年	増減率	2023年	増減率
ホテル・旅館計	100.0	+5%	100.0	▲2%	45,851	▲6%
アメリカ	17.5	+45%	17.2	+29%	44,932	▲11%
中国	12.7	▲44%	17.1	▲32%	62,037	+21%
台湾	12.8	+4%	11.5	+13%	41,231	+8%
韓国	9.9	▲16%	11.6	+25%	53,536	+50%
香港	6.9	+95%	4.4	+40%	29,261	▲28%
タイ	3.3	+57%	3.0	+61%	41,903	+3%
シンガポール	3.8	+24%	3.8	+11%	45,617	▲10%
イギリス	3.7	+6%	2.4	▲26%	29,825	▲30%
フィリピン	2.2	+118%	2.0	+55%	41,966	▲29%
オーストラリア	3.9	+54%	2.8	▲14%	33,110	▲44%
その他国・地域	23.2	+11%	24.1	▲13%	47,606	▲22%

※利用人数・金額は2023年の合計値を100として指数化

【2023年】1来訪当たりの訪問区数

1来訪当たりの訪問区数	訪日外国人全体		準富裕層・アップーマス層	
	利用人数 (人)	1人当たり利用金額 (円)	利用人数 (人)	1人当たり利用金額 (円)
1区	88.5%	26,488	81.9%	43,819
2区	11.0%	59,641	17.2%	78,473
3区以上	0.4%	67,210	0.8%	103,001

3. 章サマリ：外国人観光客の実態把握

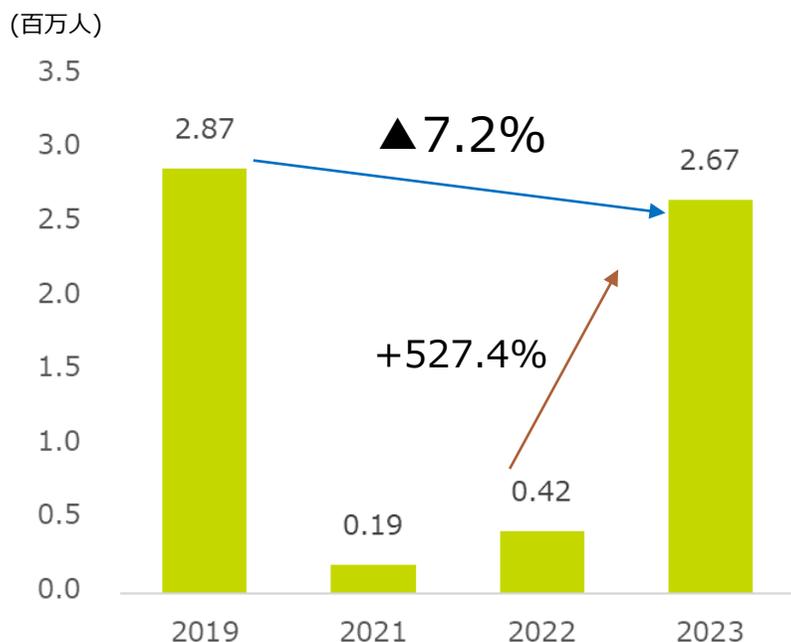
ア

基本調査

観光庁統計によると、2023年の神奈川県を訪日外国人は267万人と2019年比▲7.2%まで回復。

- ✓ 2023年の神奈川県を訪日外国人延べ宿泊者数は、2019年比▲7.2%であった。
- ✓ 宿泊者の国・地域別構成は、アメリカの19.3%が最も高く、中国が14.4%、台湾が8.8%で続いた。
 ※2019年順位：1位 中国（31.9%）、2位 アメリカ（15.4%）、3位 台湾（6.1%）
 ※2022年順位：1位 アメリカ（29.5%）、2位 韓国（7.9%）、3位 中国（7.1%）

神奈川県 訪日外国人延べ宿泊者数



神奈川県 訪日外国人延べ宿泊者 年別シェア

国・地域	2019年	2021年	2022年	2023年
アメリカ	15.4%	35.4%	29.5%	19.3%
中国	31.9%	3.9%	7.1%	14.4%
台湾	6.1%	0.7%	4.3%	8.8%
韓国	4.8%	2.0%	7.9%	6.4%
香港	2.7%	0.3%	3.4%	5.3%
オーストラリア	2.8%	0.6%	3.4%	3.8%
シンガポール	1.9%	0.3%	3.2%	3.1%
タイ	3.3%	0.8%	3.9%	2.9%
イギリス	3.9%	6.4%	2.6%	2.7%
ドイツ	2.1%	1.4%	3.5%	2.3%
カナダ	1.8%	0.4%	1.2%	2.2%
フランス	1.9%	0.7%	2.2%	2.0%
マレーシア	0.9%	0.4%	1.4%	1.6%
インド	2.2%	2.0%	3.1%	1.5%
フィリピン	0.9%	8.4%	4.1%	1.4%
スペイン	0.9%	0.4%	0.4%	0.9%
インドネシア	1.2%	0.9%	0.8%	0.8%
ベトナム	0.7%	4.3%	1.5%	0.8%
イタリア	0.6%	0.5%	0.6%	0.7%
ロシア	0.7%	1.7%	0.3%	0.2%
その他	13.3%	28.7%	15.5%	13.6%

3. 章サマリ : 川崎市のキャッシュレス環境把握

ア

基本調査

川崎市のキャッシュレス環境の整備は進展。訪日外国人のカード利用件数も2019年比+59%と増加。

訪日外国人のみ

- ✓ 2023年の訪日外国人のカード利用件数は2019年比+59%、利用金額は同+18%、売上あり加盟店数は同+151%と大きく増加した。
- ✓ 一方で、1件数当たりの決済単価は15,048円（2019年比▲26%）。

日本人+訪日外国人

- ✓ 2023年のカード利用は、利用件数が2019年比+85%、利用金額が同+57%と大幅に増加。また、カード売上あり加盟店数は同+92%。
- ✓ 1件数当たりの決済単価は4,596円（2019年比▲16%）。

訪日外国人のみ 川崎市でのカード利用状況（VJA加盟店数）

訪日外国人 利用件数			訪日外国人 利用金額			訪日外国人 決済単価（円）			訪日外国人 売上あり加盟店数		
2019年	2023年	増減率	2019年	2023年	増減率	2019年	2023年	増減率	2019年	2023年	増減率
100.0	159.3	+59%	100.0	118.4	+18%	20,244	15,048	▲26%	100.0	251.0	+151%

※利用件数・金額・加盟店数は、2019年を100として指数化

日本人+訪日外国人 川崎市でのカード利用状況（VJA加盟店数）

利用件数			利用金額			決済単価（円）			売上あり加盟店数		
2019年	2023年	増減率	2019年	2023年	増減率	2019年	2023年	増減率	2019年	2023年	増減率
100.0	185.5	+85%	100	157	+57%	5,442	4,596	▲16%	100.0	192.1	+92%

※利用件数・金額・加盟店数は、2019年を100として指数化

3. 章サマリ：国・地域別消費傾向（1/2）

イ

消費傾向
調査

国・地域別

川崎市の訪日外国人の国・地域はアメリカが首位、中国が2位となり、2019年から入れ替わった。中国の回復の遅れを他の国・地域の増加がカバーし、国・地域の多様化が進展。

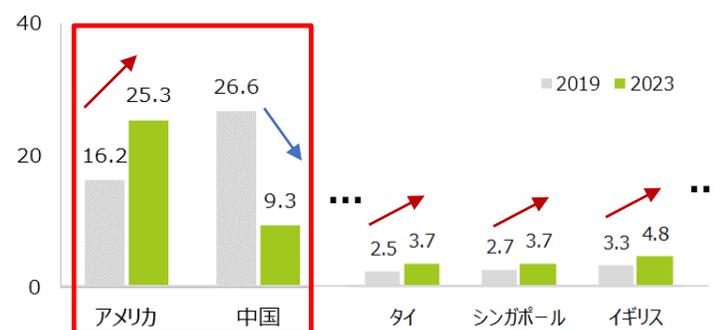
- ✓ 2023年のカード利用人数は2019年比+43%。アメリカ（同+124%）をはじめ多くの国・地域で大きく増加し、国・地域も多様化が進展。一方で、中国は減少（同▲50%）。
- ✓ 2023年のカード利用金額は2019年比+18%。中国（同▲42%）は減少したが、首位のアメリカ（同+85%）をはじめ、中国以外の国・地域では増加。
- ✓ 利用人数・金額ともに、アメリカと中国のシェアが大きいですが、利用人数（2019年：42.8%→2023年：34.7%）、利用金額（同：46.4%→同：36.1%）ともに、中国の落ち込みにより2カ国の合計シェアは低下し、他の国・地域のシェアが拡大。

訪日外国人全体 国・地域別消費傾向

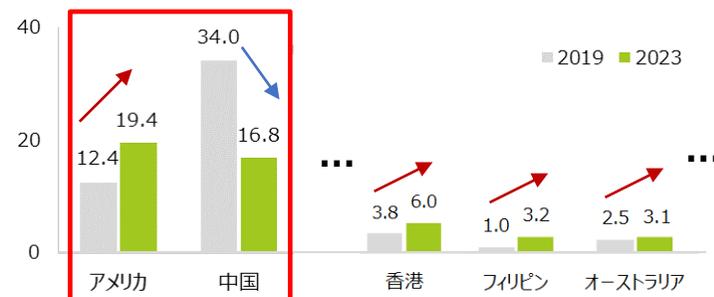
国・地域	利用人数			利用金額			1人当たり利用単価（円）		
	2019	2023	増減率	2019	2023	増減率	2019	2023	増減率
総計	100.0	143.2	+43%	100.0	118.4	+18%	38,818	32,105	▲17%
アメリカ	16.2	36.3	+124%	12.4	22.9	+85%	29,734	24,558	▲17%
中国	26.6	13.4	▲50%	34.0	19.9	▲42%	49,692	57,613	+16%
台湾	11.3	13.9	+23%	9.9	12.7	+29%	33,792	35,502	+5%
韓国	8.2	9.8	+19%	7.4	10.0	+35%	35,066	39,755	+13%
香港	5.1	10.2	+102%	3.8	7.1	+88%	28,820	26,839	▲7%
タイ	2.5	5.3	+113%	2.3	5.2	+130%	35,902	38,729	+8%
シンガポール	2.7	5.3	+94%	2.9	4.2	+45%	40,720	30,572	▲25%
イギリス	3.3	6.9	+106%	2.7	3.8	+40%	31,572	21,439	▲32%
フィリピン	1.0	2.5	+160%	1.0	3.8	+288%	39,141	58,336	+49%
オーストラリア	3.0	7.4	+151%	2.5	3.7	+45%	33,098	19,164	▲42%
その他国・地域	20.2	32.3	+60%	21.2	25.2	+19%	40,767	30,278	▲26%

※利用人数・金額は、2019年の総計を100として指数化

訪日外国人全体 国・地域別利用人数シェア（%）



訪日外国人全体 国・地域別利用金額シェア（%）



※2019年と2023年の各々の利用人数・金額の総額を100としてシェアを算出

3. 章サマリ：国・地域別消費傾向（2/2）

イ

消費傾向
調査

国・地域別

準富裕層・アップーマス層においても、アメリカが首位、中国が2位となり2019年から順位が入れ替わった。

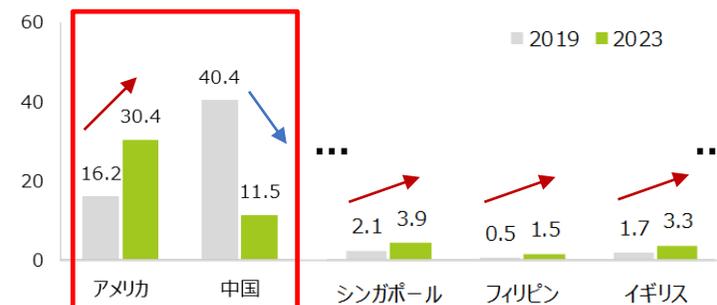
- ✓ 2023年のカード利用人数は2019年比+121%。アメリカ（2019年比+315%）をはじめ多くの国・地域で増加し、準富裕層・アップーマス層の国・地域も多様化。一方で、中国は減少（同▲37%）。
- ✓ 2023年のカード利用金額は2019年比+44%。中国（同▲34%）は減少したが、首位のアメリカ（同+178%）をはじめ、中国以外の国・地域では増加した。
- ✓ 1人当たり利用単価は5.6万円（2019年比▲35%）。訪日外国人全体の3.2万円よりは高い結果。
- ✓ 準富裕層・アップーマス層においても、TOP2のアメリカと中国のシェアが大きいですが、利用人数（56.6%→41.9%）、利用金額（57.5%→45.0%）と、中国の落ち込みにより2カ国の合計シェアは2019年から低下。他の国・地域のシェアは拡大した。

準富裕層・アップーマス層 国・地域別消費傾向

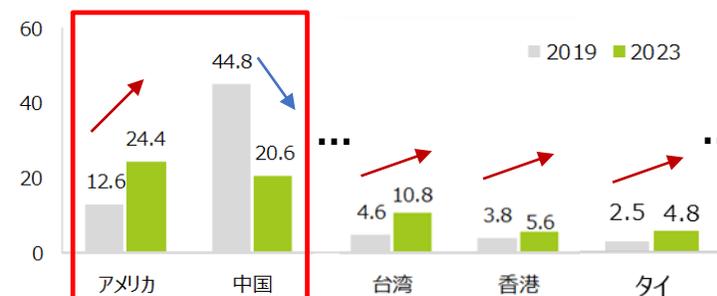
国・地域	利用人数			利用金額			1人当たり利用単価（円）		
	2019	2023	増減率	2019	2023	増減率	2019	2023	増減率
総計	100.0	221.1	+121%	100.0	144.2	+44%	86,179	56,199	▲35%
アメリカ	16.2	67.2	+315%	12.6	35.1	+178%	67,328	45,049	▲33%
中国	40.4	25.4	▲37%	44.8	29.7	▲34%	95,621	100,756	+5%
台湾	6.6	21.8	+227%	4.6	15.6	+238%	59,967	61,892	+3%
香港	6.8	17.4	+157%	3.8	8.1	+111%	48,810	40,089	▲18%
韓国	4.3	8.3	+93%	5.7	7.7	+34%	115,527	80,577	▲30%
タイ	2.3	11.4	+405%	2.5	6.9	+178%	95,164	52,412	▲45%
シンガポール	2.1	8.7	+305%	0.7	5.4	+688%	27,716	53,937	+95%
フィリピン	0.5	3.3	+520%	0.8	4.2	+453%	122,102	108,840	▲11%
イギリス	1.7	7.4	+331%	1.4	3.6	+159%	70,772	42,459	▲40%
オーストラリア	2.1	9.5	+345%	3.2	3.3	+2%	130,085	29,804	▲77%
その他国・地域	16.9	40.8	+141%	19.7	24.5	+24%	100,495	51,626	▲49%

※利用人数・金額は、2019年の総計を100として指数化

準富裕層・アップーマス層 国・地域別利用人数シェア（%）



準富裕層・アップーマス層 国・地域別利用金額シェア（%）



※2019年と2023年の各々の利用人数・金額の総額を100としてシェアを算出

3. 章サマリ：業種別消費傾向（1/2）

イ

消費傾向
調査

業種別

利用金額の5割を占める「ホテル・旅館」は、2019年比で微減（▲2%）。一方で、利用業種の多様化が進展し、他業種の金額は大幅に増加。

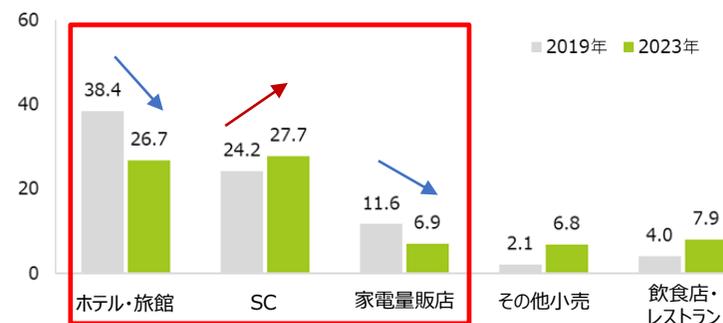
- ✓ 2023年の業種別の利用動向をみると、2019年と同様に、「ホテル・旅館」・「SC」・「家電量販店」が利用人数・金額でTOP3に入った。
- ✓ 一方で、3業種の合計シェアは、利用人数（2019年：74.2%→2023年：61.3%）、利用金額（同：87.2%→同：79.5%）と、2019年から低下。「ホテル・旅館」・「家電量販店」のシェア低下が要因。
- ✓ 2019年比で「バス・タクシー」・「美容・エステ」・「レジャー」等の様々な業種で利用人数・金額が大幅に増加。利用業種が多様化したことが伺える。

訪日外国人全体 業種別消費傾向

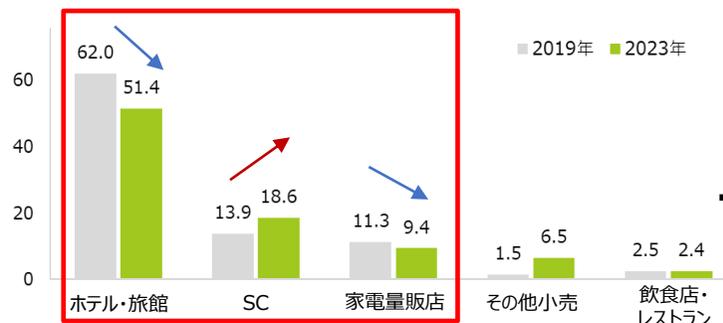
業種	利用延べ人数			利用金額			1人当たり利用単価（円）		
	2019年	2023年	増減率	2019年	2023年	増減率	2019年	2023年	増減率
総計	100.0	151.8	+52%	100.0	118.4	+18%	30,539	23,823	▲22%
ホテル・旅館	38.8	40.6	+5%	62.2	60.9	▲2%	48,982	45,851	▲6%
ショッピングセンター（SC）	24.4	42.0	+72%	13.9	22.1	+58%	17,398	16,040	▲8%
家電量販店	11.8	10.5	▲11%	11.4	11.1	▲2%	29,514	32,387	+10%
その他小売	2.1	10.4	+390%	1.5	7.7	+407%	21,909	22,675	+4%
飲食店・レストラン	4.0	12.0	+199%	2.5	2.9	+15%	19,001	7,320	▲61%
居酒屋	3.5	5.9	+68%	2.0	2.7	+31%	17,441	13,645	▲22%
ドラッグストア	4.1	5.7	+37%	2.0	1.8	▲10%	14,759	9,718	▲34%
衣服小売り	5.0	3.6	▲29%	1.2	1.5	+17%	7,620	12,469	+64%
バス・タクシー	1.1	5.3	+389%	0.2	1.4	+715%	4,867	8,109	+67%
スーパー	1.7	6.7	+287%	0.3	1.2	+271%	5,609	5,381	▲4%
病院・クリニック	0.1	0.5	+279%	0.2	1.1	+393%	47,280	61,589	+30%
レジャー（ゴルフ、映画、カラオケ等）	1.0	5.0	+414%	0.2	1.0	+340%	6,883	5,896	▲14%
バー・ナイトクラブ	0.2	0.3	+82%	0.3	0.6	+137%	44,028	57,262	+30%
美容・エステ	0.1	0.8	+744%	0.0	0.5	+1328%	12,291	20,785	+69%
衣服小物	0.1	0.1	▲50%	0.0	0.1	+307%	7,748	63,136	+715%
その他業種	1.9	2.5	+32%	2.0	1.9	▲4%	31,445	22,883	▲27%

※利用人数・金額は、2019年の総計を100として指数化

訪日外国人全体 業種別利用人数シェア（%）



訪日外国人全体 業種別利用金額シェア（%）



※2019年と2023年の各々の利用人数・金額の総額を100としてシェアを算出

3. サマリ：業種別消費傾向（2/2）

イ

消費傾向
調査

業種別

準富裕層・アップーマス層でも、ほとんどの業種で2019年比でカード利用人数・金額が増加。
「ホテル・旅館」・「SC」・「家電量販店」の主要3業種以外の業種で利用が拡大した。

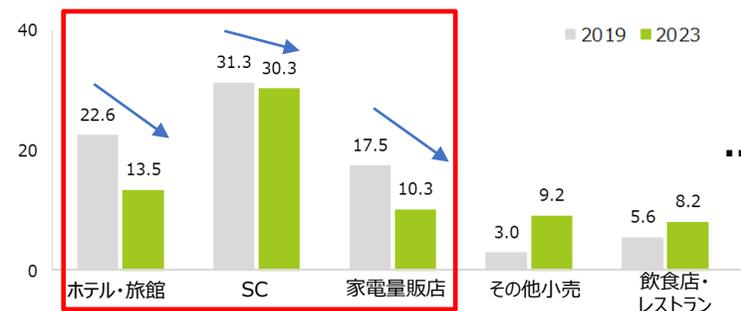
- ✓ 準富裕層・アップーマス層でも、業種別で見ると、2019年と同様に「ホテル・旅館」・「SC」・「家電量販店」の利用人数・金額がTOP3に入った。
- ✓ 3業種の合計シェアは、利用人数（2019年：71.3%→2023年：54.0%）、利用金額（同：83.9%→同：75.3%）と、2019年から低下。「ホテル・旅館」・「家電量販店」のシェア低下が要因。
- ✓ 一方で、2019年比で「バス・タクシー」・「美容・エステ」・「レジャー」等の様々な業種で利用人数・金額が大幅に増加した。
- ✓ 訪日外国人全体と同様に、「ホテル・旅館」以外の業種でも消費が増加し、利用業種が多様化した。

準富裕層・アップーマス層 業種別消費傾向

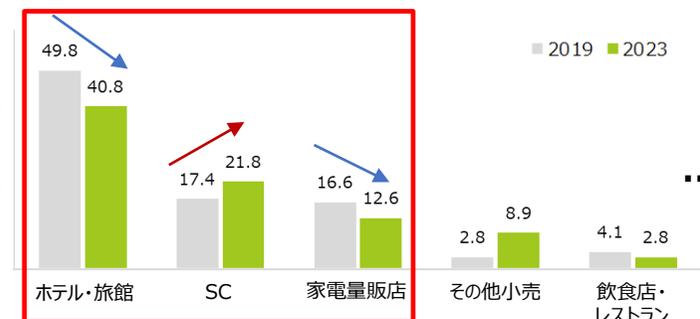
業種	利用延べ人数			利用金額			1人当たり利用単価（円）		
	2019年	2023年	増減率	2019年	2023年	増減率	2019年	2023年	増減率
総計	100.0	225.5	+126%	100.0	144.2	+44%	57,025	36,458	▲36%
ホテル・旅館	22.6	30.4	+35%	49.8	58.9	+18%	125,882	110,609	▲12%
ショッピングセンター（SC）	31.3	68.4	+119%	17.4	31.5	+81%	31,806	26,265	▲17%
家電量販店	17.5	23.1	+32%	16.6	18.2	+10%	54,139	44,929	▲17%
その他小売	3.0	20.8	+581%	2.8	12.9	+361%	52,344	35,401	▲32%
飲食店・レストラン	5.6	18.4	+229%	4.1	4.1	▲2%	42,160	12,550	▲70%
居酒屋	4.0	10.1	+155%	1.5	3.7	+146%	21,893	21,074	▲4%
ドラッグストア	5.3	10.5	+97%	2.1	2.5	+19%	22,536	13,558	▲40%
衣服小売り	2.0	6.0	+200%	0.6	1.8	+188%	17,772	17,059	▲4%
バス・タクシー	1.6	10.4	+568%	0.1	1.7	+1715%	3,388	9,202	+172%
病院・クリニック	0.4	1.4	+300%	0.6	1.5	+176%	88,494	61,039	▲31%
バー・ナイトクラブ	0.4	0.7	+100%	0.4	1.4	+215%	72,300	114,018	+58%
美容・エステ	0.1	1.7	+1100%	0.0	1.4	+4206%	12,850	46,106	+259%
スーパー	1.5	10.1	+581%	0.3	1.1	+329%	10,232	6,441	▲37%
レジャー（ゴルフ、映画、カラオケ等）	1.6	8.4	+436%	0.2	1.0	+404%	7,384	6,932	▲6%
ホームセンター	0.6	1.5	+133%	0.3	0.2	▲53%	30,739	6,160	▲80%
その他業種	2.6	3.6	+38%	3.0	2.3	▲24%	65,461	36,308	▲45%

※利用人数・金額は、2019年の総計を100として指数化

準富裕層・アップーマス層 業種別利用人数シェア（%）



準富裕層・アップーマス層 業種別利用金額シェア（%）



※2019年と2023年の各々の利用人数・金額の総額を100としてシェアを算出

3. 章サマリ：月別消費傾向（1/2）

イ

消費傾向
調査

月別

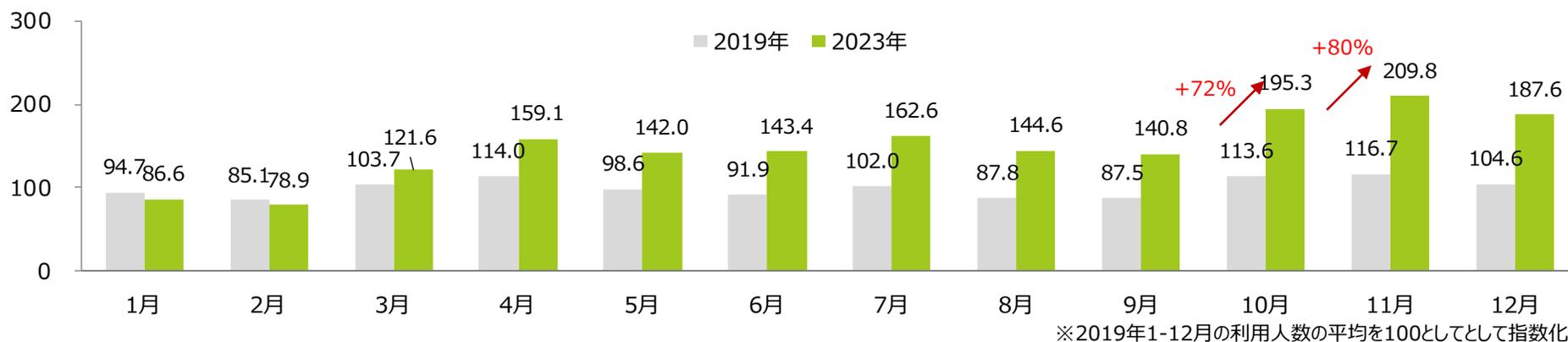
カード利用人数は2023年3月以降、2019年を上回った水準で推移。

- ✓ 2023年は10月・11月に利用人数が最大となった。2019年は、10月・11月・12月の他、4月の利用人数も高水準であった。
- ✓ 2023年は、2022年10月の水際対策緩和以後、気候がよくなる3月から訪日外国人が増え始め、秋の行楽シーズンにピークを迎えた。

※利用人数 10月：2019年比+72% 11月：同+80%

- ✓ 国・地域別にみると、2023年の10月・11月はアメリカが牽引した。一方で、中国は2019年の水準まで回復していない。

訪日外国人全体 月別利用人数



訪日外国人全体 月別×国・地域（アメリカ・中国のみ）利用人数

国・地域	年	月											
		1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
全体	2019	94.7	85.1	103.7	114.0	98.6	91.9	102.0	87.8	87.5	113.6	116.7	104.6
	2023	86.6	78.9	121.6	159.1	142.0	143.4	162.6	144.6	140.8	195.3	209.8	187.6
アメリカ	2019	13.0	13.1	15.9	17.4	15.3	14.0	17.6	17.0	12.8	19.6	19.5	17.9
	2023	20.2	20.3	33.3	41.4	35.2	43.2	48.8	36.3	34.4	54.9	57.3	50.0
中国	2019	27.3	23.7	32.6	29.0	27.0	28.1	27.3	27.4	24.8	24.0	26.9	30.4
	2023	4.0	6.3	14.0	14.9	15.1	13.8	16.8	14.2	15.1	19.1	18.0	17.9

※2019年1-12月の全体の利用人数の平均を100としてとして指数化

3. 章サマリ：月別消費傾向（2/2）

イ

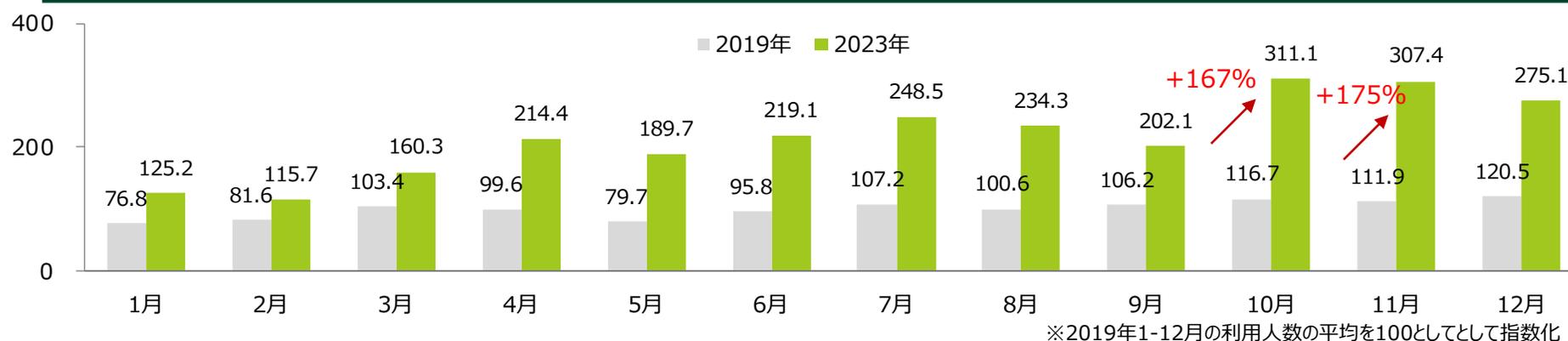
消費傾向
調査

月別

準富裕層・アップーマス層においては、月別の利用人数は2019年を上回った水準で推移。

- ✓ 準富裕層・アップーマス層においても、2023年の利用人数は10月・11月が最大となった。一方で、2019年は12月の利用人数が最も高かった。
- ✓ 訪日外国人全体と比較して、2023年10月・11月の利用人数の2019年比増加率が訪日外国人全体よりも高く、準富裕層・アップーマス層は旅行客が込み合うハイシーズン（秋の行楽シーズン・年末）での利用が多い傾向。
 - ↳ 準富裕層・アップーマス層：利用人数 10月 2019年比+167% 11月 同+175%
 - ↳ 訪日外国人全体：利用人数 10月 2019年比+72% 11月 同+80%
- ✓ 国・地域別にみると、訪日外国人全体と同様に、2023年10月・11月はアメリカが牽引した。

準富裕層・アップーマス層 月別利用人数



準富裕層・アップーマス層 月別×国・地域（アメリカ・中国のみ） 利用人数

国・地域	年	月											
		1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
全体	2019	76.8	81.6	103.4	99.6	79.7	95.8	107.2	100.6	106.2	116.7	111.9	120.5
	2023	125.2	115.7	160.3	214.4	189.7	219.1	248.5	234.3	202.1	311.1	307.4	275.1
アメリカ	2019	6.6	12.3	16.1	17.1	16.1	11.4	19.9	17.1	18.0	25.6	22.8	19.9
	2023	35.1	37.9	55.0	56.0	44.6	81.6	97.7	71.1	56.0	112.9	109.1	88.2
中国	2019	35.1	36.0	45.5	39.8	31.3	51.2	44.6	42.7	44.6	33.2	37.0	52.2
	2023	7.6	12.3	24.7	28.5	35.1	26.6	28.5	22.8	26.6	38.9	33.2	37.9

3. 章サマリ： 区別消費傾向（1/2）

ウ

滞在傾向
調査

2019年には利用が少なかった「高津区」・「宮前区」・「多摩区」・「麻生区」で利用人数・金額が大きく増加。
訪問エリアの広域化が進展。

- ✓ 利用金額で見ると、高津区（2019年比+128%）、宮前区（同+318%）、多摩区（同+484%）、麻生区（+486%）等の西側エリアの利用が大幅に増加した。
- ✓ 川崎区の利用金額は2019年比+6%、幸区は同+26%と上記の4区と比較すると伸び悩んだ。中原区の利用金額は2019年比▲12%と減少した。
- ✓ 2023年の区別の1人当たり利用単価は麻生区が59,724円で最も高く、川崎区が続く。「ホテル・旅館」の金額シェアは麻生区が90.8%と一番高く、「ホテル・旅館」の金額シェアが大きい区の利用単価が高額になる傾向がみられた。

訪日外国人全体 区別の消費傾向

区	利用延べ人数			利用金額			1人当たり利用単価（円）		
	2019年	2023年	増減率	2019年	2023年	増減率	2019年	2023年	増減率
総計	100.0	144.1	+44%	100.0	118.4	+18%	34,668	28,498	▲18%
川崎区	55.1	80.0	+45%	67.1	71.2	+6%	42,229	30,836	▲27%
幸区	28.0	33.8	+21%	18.6	23.6	+26%	23,067	24,183	+5%
中原区	11.5	13.2	+15%	10.9	9.6	▲12%	32,772	25,188	▲23%
高津区	2.3	4.9	+107%	1.6	3.6	+128%	23,119	25,442	+10%
宮前区	0.8	3.7	+369%	0.2	0.8	+318%	8,650	7,700	▲11%
多摩区	0.7	3.3	+395%	0.1	0.8	+484%	7,421	8,758	+18%
麻生区	1.6	5.1	+218%	1.5	8.8	+486%	32,367	59,724	+85%

※利用人数・金額は、2019年の総計を100として指数化

訪日外国人全体
区別×業種別金額シェア（2023年）

区	業種			
	ホテル・ 旅館	ショッピング センター (SC)	家電 量販店	左記3業種 以外
総計	51.4	18.6	9.4	20.5
川崎区	59.4	14.1	5.7	20.8
幸区	10.4	48.7	30.0	10.9
中原区	59.4	4.6	0.0	35.9
高津区	67.3	2.3	1.2	29.2
宮前区	5.7	0.0	0.0	94.3
多摩区	0.0	0.0	0.0	100.0
麻生区	90.8	0.0	0.0	9.2

※総額および区ごとに業種別のシェアを算出（業種別のシェアを合計すると100%）

3. 章サマリ： 区別消費傾向（2/2）

ウ

滞在傾向
調査

準富裕層・アップーマス層でも、「高津区」・「宮前区」・「多摩区」・「麻生区」で利用人数・金額が大幅に増加。
訪日外国人全体よりも増加率が高く、訪問エリアが多様化。

- ✓ 準富裕層・アップーマス層においても、2023年の区別の利用人数・金額・件数は、川崎区・幸区の順になっており、上位2区で人数・金額全体の約8割を占めた。
- ✓ 訪日外国人全体と同様に準富裕層・アップーマス層の利用金額は、高津区（2019年比+238%）、宮前区（同+608%）、多摩区（同+448%）、麻生区（+1105%）の伸びが顕著で、訪日外国人全体より増加率が高い結果となった。
- ✓ 2023年の区別の1人当たり利用単価は、訪日外国人全体と同様に麻生区が最も高く、川崎区が続く。「ホテル・旅館」の金額シェアは麻生区が91.3%と一番高く、準富裕層・アップーマス層においても、「ホテル・旅館」の金額シェアが大きい区の利用単価が高額になる傾向がみられた。

準富裕層・アップーマス層 区別の消費傾向

区	利用延べ人数			利用金額（千円）			1人当たり利用単価（円）		
	2019年	2023年	増減率	2019年	2023年	増減率	2019年	2023年	増減率
総計	100.0	218.2	+118%	100.00	144.19	+44%	70,531	46,598	▲34%
川崎区	43.5	105.4	+142%	62.35	77.08	+24%	101,073	51,602	▲49%
幸区	40.3	64.7	+61%	26.49	35.31	+33%	46,405	38,465	▲17%
中原区	11.5	21.2	+85%	8.49	11.62	+37%	52,099	38,624	▲26%
高津区	1.9	8.0	+314%	1.17	3.95	+238%	42,728	34,925	▲18%
宮前区	0.9	5.1	+480%	0.13	0.92	+608%	10,491	12,807	+22%
多摩区	0.7	5.7	+713%	0.19	1.03	+448%	18,823	12,688	▲33%
麻生区	1.2	8.2	+564%	1.18	14.28	+1105%	68,046	123,457	+81%

※利用人数・金額は、2019年の総計を100として指数化

準富裕層・アップーマス層
区別×業種別金額シェア（2023年）

市区	業種			
	ホテル・旅館	ショッピング センター (SC)	家電量販店	左記3業種 以外
総計	40.8	21.8	12.6	24.7
川崎区	43.6	16.9	10.4	29.1
幸区	9.1	50.0	28.7	12.2
中原区	56.9	6.6	0.1	36.4
高津区	60.4	0.8	0.9	37.8
宮前区	1.3	0.0	0.0	98.7
多摩区	0.0	0.0	0.0	100.0
麻生区	91.3	0.0	0.0	8.7

※総額および区ごとに業種別のシェアを算出（業種別のシェアを合計すると100%）

3. 章サマリ：周遊傾向（川崎市の直前・直後エリア）

工

周遊傾向
調査

直前・直後

直前・直後利用エリア（市区）は「大田区」（羽田空港の所在地）の利用人数が最も多い。2019年比でも大田区の直前利用は+37%、直後利用は+23%と増加。

- ✓ 川崎市の直前に訪問した市区は、「大田区」の他は、東京都内の「渋谷区」・「千代田区」・「港区」・「中央区」・「新宿区」、「横浜市西区」といった商業施設が充実しているエリアが上位に入る。その他、浅草やTDLが位置する「台東区」や「千葉県浦安市」の直前利用も多い。
- ✓ 直後に訪問した市区は、「大田区」の他は、直前と同様のエリア（代表的な東京都内の繁華街等）が上位に入った。また、成田市（成田空港が所在）の利用者数は2019年比で減少した。

訪日外国人全体 直前利用

直前市区郡	2023年 利用 延べ人数	2019年 比 延べ人数 %	来訪直前 市区郡 利用金額	来訪直前 市区郡 利用単価 千円	川崎市内 利用金額	川崎市内 利用単価 千円
1 大田区	100.0	+37%	100.0	20	100.0	26
2 渋谷区	71.6	+110%	96.5	26	49.4	18
3 千代田区	69.0	+72%	134.3	38	89.8	34
4 港区	63.1	+64%	146.4	45	57.9	24
5 中央区	61.1	+91%	120.2	38	54.8	23
6 新宿区	56.4	+101%	98.5	34	41.4	19
7 台東区	52.1	+130%	62.6	24	30.0	15
8 横浜市西区	34.1	+12%	72.5	42	28.5	22
9 浦安市	31.4	+145%	49.3	31	23.0	19
10 横浜市中区	29.8	+122%	54.1	36	19.2	17
11 成田市	29.0	▲2%	18.9	13	20.3	18
12 江東区	26.6	+82%	17.9	13	18.6	18
13 大阪市中央区	21.1	+102%	28.0	26	16.4	20
14 京都市下京区	18.1	+80%	23.5	25	18.4	26
15 大阪市北区	17.2	+156%	23.8	27	15.2	23
16 品川区	17.0	+59%	39.7	46	14.9	23
17 世田谷区	16.6	+127%	11.4	13	7.2	11
18 足柄下郡	15.4	+255%	22.2	28	8.3	14
19 横浜市港北区	14.0	+103%	10.1	14	12.4	23
20 豊島区	13.0	+69%	17.0	25	8.7	17

訪日外国人全体 直後利用

直後市区郡	2023年 利用 延べ人数	2019年 比 延べ人数 %	来訪直後 市区郡 利用金額	来訪直後 市区郡 利用単価 千円	川崎市内 利用金額	川崎市内 利用単価 千円
1 大田区	100.0	+23%	100.0	15	100.0	31
2 成田市	36.8	▲15%	40.0	17	42.5	36
3 渋谷区	23.0	+51%	32.6	22	13.5	18
4 千代田区	22.4	+22%	44.6	31	16.4	23
5 横浜市西区	18.9	+45%	127.8	105	11.3	19
6 港区	18.9	+39%	36.1	30	9.9	16
7 中央区	17.9	+70%	63.6	55	11.6	20
8 新宿区	16.0	+61%	32.5	31	11.3	22
9 台東区	14.5	+70%	15.3	16	10.9	24
10 横浜市中区	12.1	+171%	24.0	31	5.3	14
11 江東区	7.4	+64%	6.3	13	6.2	26
12 品川区	6.3	+164%	7.4	18	3.6	18
13 浦安市	5.6	+85%	11.6	32	3.3	18
14 横浜市港北区	5.4	+71%	6.1	18	4.6	27
15 世田谷区	4.8	+22%	5.4	17	2.4	16
16 豊島区	4.6	+40%	5.1	17	3.2	22
17 足柄下郡	4.3	+200%	9.3	34	2.2	16
18 京都市下京区	3.8	+103%	6.0	25	2.1	17
19 大阪市中央区	3.6	+78%	5.6	24	2.3	20
20 板橋区	3.2	+490%	1.2	6	1.6	15



※利用人数・金額は「大田区」を100として指数化

※利用人数・金額は「大田区」を100として指数化

3. 章サマリ：周遊傾向（川崎市の直前・直後エリア）

工

周遊傾向
調査

直前・直後

準富裕層・アップーマス層においても、直前・直後利用エリア（市区）は「大田区」（羽田空港の所在地）の利用人数が最も多い。2019年比でも大田区の直前利用は+80%、直後利用は+78%と訪日外国人全体よりも高い増加率となった。

- ✓ 川崎市の直前・直後に訪問した市区は、訪日外国人全体と同様に、首都圏の代表的な商業地である「渋谷区」や「横浜市西区」、および「台東区」等の有名観光地（浅草）が上位となった。
- ✓ 成田市（成田空港が所在）の利用者数は、訪日外国人全体とは異なり、2019年比+21%と増加した。

準富裕層・アップーマス層 直前利用

	直前市区郡	2023年 利用 延べ人数	2019年 比 延べ人数 増減率 %	来訪直前 市区郡 利用金額	来訪直前 市区郡 利用単価	川崎市内 利用金額	川崎市内 利用単価
		-	%	-	千円	千円	千円
1	大田区	100.0	+80%	100.0	27	100.0	42
2	渋谷区	74.1	+178%	117.5	43	34.3	20
3	千代田区	67.4	+82%	121.8	49	57.2	36
4	新宿区	65.2	+203%	150.8	62	47.3	31
5	港区	63.0	+130%	161.8	69	56.5	38
6	中央区	52.6	+82%	105.7	54	39.4	32
7	横浜市西区	45.9	+63%	106.0	62	26.7	25
8	台東区	42.2	+217%	66.9	43	20.7	21
9	浦安市	40.0	+315%	65.1	44	27.5	29
10	江東区	24.4	+267%	25.0	28	17.3	30
11	横浜市中区	23.7	+191%	72.9	83	16.8	30
12	成田市	22.2	+30%	17.0	21	18.7	36
13	横浜市港北区	18.5	+317%	15.4	22	15.2	35
14	豊島区	16.3	+267%	16.5	27	10.5	27
15	品川区	16.3	+69%	55.4	91	16.9	44
16	大阪市中央区	14.8	+122%	35.2	64	14.0	40
17	世田谷区	14.8	+150%	9.2	17	8.4	24
18	京都市下京区	13.3	+125%	25.0	50	25.3	80
19	大阪市北区	12.6	+750%	27.9	60	9.3	31
20	板橋区	12.6	+55%	3.5	8	16.1	54

※利用人数・金額は「大田区」を100として指数化

準富裕層・アップーマス層 直後利用

	直後市区郡	2023年 利用 延べ人数	2019年 比 延べ人数 増減率 %	来訪直前 市区郡 利用金額	来訪直前 市区郡 利用単価	川崎市内 利用金額	川崎市内 利用単価
		-	%	-	千円	千円	千円
1	大田区	100.0	+78%	100.0	28	100.0	58
2	成田市	31.2	+21%	33.8	31	38.7	72
3	横浜市西区	29.2	+135%	167.6	162	11.3	22
4	千代田区	27.9	+100%	46.3	47	14.7	30
5	渋谷区	23.6	+58%	30.4	36	14.3	35
6	中央区	22.8	+143%	82.8	102	12.0	30
7	港区	21.8	+48%	36.1	47	9.2	24
8	新宿区	18.3	+67%	49.6	77	13.4	42
9	台東区	15.7	+148%	17.7	32	10.2	38
10	横浜市中区	14.0	+150%	29.2	59	4.1	17
11	品川区	10.4	+215%	10.2	28	4.8	27
12	江東区	9.4	+270%	4.8	14	3.5	22
13	横浜市港北区	6.6	+189%	3.9	17	3.1	27
14	浦安市	6.1	+60%	6.1	28	2.2	21
15	世田谷区	6.1	+33%	6.7	37	1.6	18
16	豊島区	5.1	+73%	5.1	30	2.4	29
17	横須賀市	4.8	-	12.0	79	1.5	20
18	足柄下郡	4.3	+700%	7.8	54	1.2	17
19	板橋区	4.1	+1400%	0.9	7	1.1	16
20	目黒区	3.8	+200%	3.8	28	1.5	23

※利用人数・金額は「大田区」を100として指数化
注）「-」は2019年の利用人数が0人のため計算不可

3. 章サマリ：周遊傾向（市内周遊）（1/2）

Ⅰ

周遊傾向
調査

市内周遊

2023年の1来訪当たりの訪問区数は1.1、利用業種数は1.3。複数の区、複数の業種を利用する訪日外国人は少ない。

- ✓ 訪問区の組み合わせは川崎区のみが半数を占め最も多く、幸区のみ、川崎区&幸区が続く。
- ✓ 利用業種の組み合わせは、「ホテル・旅館のみ」と「SCのみ」が多く、「飲食店・レストランのみ」、「その他小売のみ」が続く。「SC」と「ホテル・旅館」、「SC」と「家電量販店」、「SC」と「その他小売」といった「SC」と他業種の組み合わせ利用も多い。
→訪日外国人は、主として「宿泊」のみ、または「買い物」のみを目的として、川崎市を利用していると考えられる。

訪日外国人全体 訪問区の組み合わせ

2023年 1来訪当たりの訪問区数：1.1

2019年 1来訪当たりの訪問区数：1.1

#	訪問区の組み合わせ	2023年 利用 延べ人数 -	2019年比 延べ人数 増減率 %	2023年 川崎市内 利用単価 円	【構成比】 延べ人数 %
1	川崎区のみ	100.0	+51	27,593	53.5
2	幸区のみ	32.1	+3	21,996	17.2
3	川崎区&幸区	16.8	+28	62,101	9.0
4	中原区のみ	13.5	▲16	25,652	7.2
5	麻生区のみ	6.5	+182	56,395	3.5
6	高津区のみ	5.7	+43	27,729	3.0
7	宮前区のみ	4.6	+309	7,201	2.5
8	多摩区のみ	3.5	+291	7,514	1.9
9	多摩区&麻生区	0.7	-	59,511	0.4
10	川崎区&中原区	0.7	+111	54,242	0.4
11	幸区&中原区	0.7	▲22	68,463	0.4
12	高津区&宮前区	0.4	-	12,503	0.2
13	中原区&高津区	0.3	+150	37,877	0.2
14	川崎区&高津区	0.2	-	74,274	0.1
15	幸区&高津区	0.1	+80	58,087	0.1

※2023年の利用人数は「川崎区のみ」を100として指数化
注）「-」は2019年の利用人数が0人のため計算不可

訪日外国人全体 利用業種の組み合わせ

2023年 1来訪当たりの利用業種数：1.3

2019年 1来訪当たりの利用業種数：1.2

#	利用業種	2023年 利用 延べ人数 -	2019年比 延べ人数 増減率 %	2023年 川崎市内 利用単価 円	【構成比】 延べ人数 %
1	ホテル・旅館のみ	100.0	▲9	39,469	26.06
2	SCのみ	83.3	+50	14,078	21.71
3	飲食店・レストランのみ	20.4	+159	8,623	5.32
4	その他小売のみ	18.8	+319	27,148	4.89
5	バス・タクシーのみ	13.9	+358	8,271	3.62
6	家電量販店のみ	11.9	▲30	42,218	3.10
7	SC&ホテル・旅館	11.8	+22	61,035	3.07
8	レジャーのみ	10.1	+370	6,269	2.64
9	SC&家電量販店	10.0	+6	39,686	2.61
10	居酒屋のみ	9.5	+46	12,802	2.47
11	スーパーのみ	8.5	+161	4,962	2.22
12	ドラッグストアのみ	7.6	+24	8,441	1.98
13	SC&その他小売	5.7	+1027	36,257	1.48
14	SC&飲食店・レストラン	3.7	+363	14,823	0.97
15	ホテル・旅館&飲食店・レストラン	3.3	+55	52,456	0.87

※2023年の利用人数は「ホテル・旅館のみ」を100として指数化
注）「-」は2019年の利用人数が0人のため計算不可

3. 章サマリ：周遊傾向（市内周遊）（2/2）

Ⅰ

周遊傾向
調査

市内周遊

準富裕層・アッパーマス層の2023年の1来訪当たりの訪問区数は1.2、利用業種数は1.3。
訪日外国人全体よりも1来訪当たりの訪問区は多い。

- ✓ 訪日外国人全体と同様に、訪問区の組み合わせは川崎区のみが最多となり、幸区のみ、川崎区と幸区が続く。単一区への訪問が多い。
 - ✓ 利用業種の組み合わせは、訪日外国人全体とは異なり「SCのみ」が最も多く、「ホテル・旅館のみ」、「その他小売のみ」等の単一の業種利用が続く。
- 準富裕層・アッパーマス層は、「買い物」のみを目的として、川崎市を利用している来訪者が最も多い。

準富裕層・アッパーマス層 訪問区の組み合わせ

2023年

1来訪当たりの訪問区数：1.2

2019年

1来訪当たりの訪問区数：1.2

#	訪問区	2023年 利用 延べ人数 人	2019年比 延べ人数 増減率 %	2023年 川崎市内 利用単価 円	【構成比】 延べ人数 %
1	川崎区のみ	100.0	+134	46,626	43.3
2	幸区のみ	46.7	+26	37,077	20.2
3	川崎区&幸区	32.6	+76	76,939	14.1
4	中原区のみ	16.5	+30	35,250	7.2
5	麻生区のみ	10.0	+600	97,578	4.3
6	高津区のみ	7.2	+238	39,217	3.1
7	宮前区のみ	5.0	+390	10,609	2.2
8	多摩区のみ	4.8	+571	9,932	2.1
9	幸区&中原区	1.7	+6	105,555	0.8
10	川崎区&中原区	1.1	+175	72,034	0.5
11	多摩区&麻生区	1.0	-	115,918	0.4
12	中原区&高津区	0.8	+167	51,106	0.4
13	高津区&宮前区	0.4	-	15,488	0.2
14	川崎区&多摩区	0.3	-	14,992	0.1
15	川崎区&高津区	0.3	+200	181,803	0.1

※2023年の利用人数は「川崎区のみ」を100として指数化

準富裕層・アッパーマス層 利用業種の組み合わせ

2023年

1来訪当たりの利用業種数：1.3

2019年

1来訪当たりの利用業種数：1.2

#	利用業種	2023年 利用 延べ人数 人	2019年比 延べ人数 増減率 %	2023年 川崎市内 利用単価 円	【構成比】 延べ人数 %
1	SCのみ	100.0	+85	22,500	23.3
2	ホテル・旅館のみ	49.8	+20	95,433	11.6
3	その他小売のみ	25.9	+411	48,575	6.1
4	飲食店・レストランのみ	23.7	+186	16,234	5.5
5	バス・タクシーのみ	21.6	+423	9,726	5.0
6	家電量販店のみ	19.7	+18	71,721	4.6
7	SC&家電量販店	19.0	+23	51,790	4.4
8	居酒屋のみ	11.7	+138	17,759	2.7
9	SC&ホテル・旅館	10.9	+29	98,063	2.5
10	SC&その他小売	10.9	-	37,600	2.5
11	レジャーのみ	9.8	+333	7,626	2.3
12	ドラッグストアのみ	8.8	+104	12,410	2.1
13	スーパーのみ	7.3	+388	4,882	1.7
14	SC&飲食店・レストラン	4.5	+243	19,074	1.1
15	SC&スーパー	3.8	-	21,897	0.9

※2023年の利用人数は「SCのみ」を100として指数化
注)「-」は2019年の利用人数が0人のため計算不能

3. 調査分析内容

(ア)基本調査

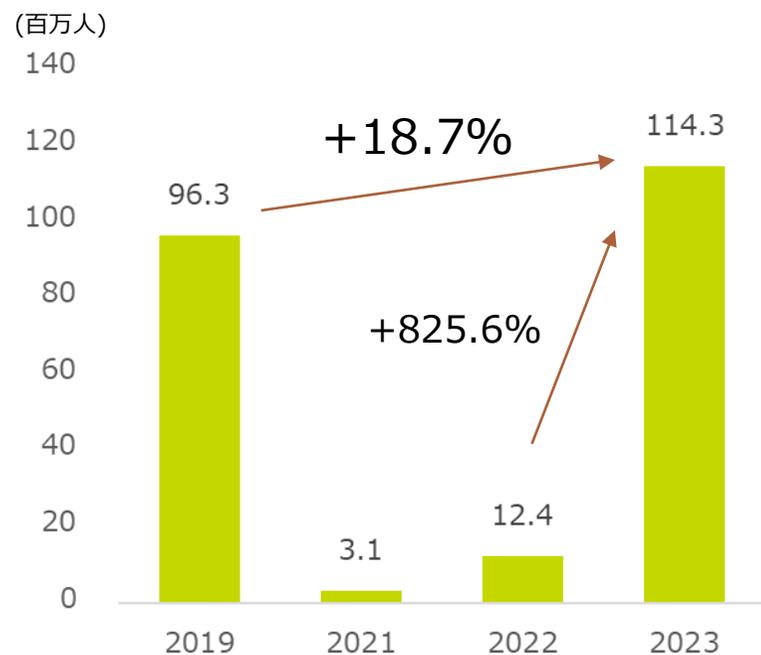
①外国人観光客の実態把握

①-1 神奈川県内の宿泊者数（全国比較）

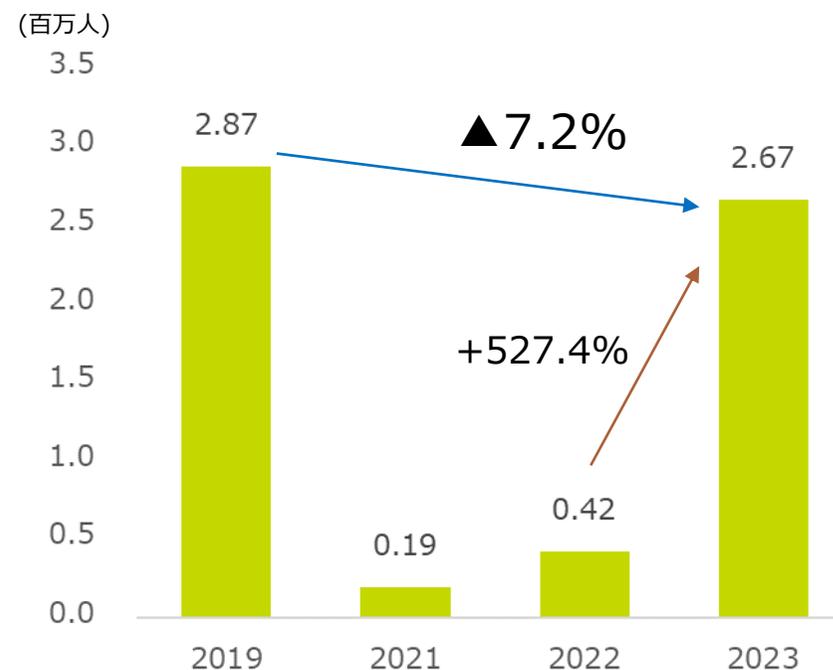
観光庁統計によると、2023年の神奈川県の訪日外国人は267万人と2019年比▲7.2%まで回復。

✓ 2023年の訪日外国人延べ宿泊者数は、全国で2019年比+18.7%。神奈川県は2019年比▲7.2%であった。

全国 訪日外国人延べ宿泊数



神奈川県 訪日外国人延べ宿泊者数



出典：観光庁 訪日外国人宿泊者数

①-2 神奈川県内の宿泊者傾向（国・地域シェア）

神奈川県ではアメリカのシェアが約2割で1位、中国が2位。

- ✓ 2023年の神奈川県の訪日外国人宿泊者の国・地域シェアは、アメリカが19.3%、中国が14.4%、台湾が8.8%で続く。
- ✓ 2023年の神奈川県の国・地域シェアの順位は、全国と比較すると、ドイツ、インド等が上位に位置する。

神奈川県 訪日外国人延べ宿泊者 年別シェア（2023年の降順）

全国 訪日外国人延べ宿泊者 年別シェア（2023年の降順）

国・地域	2019年	2021年	2022年	2023年
アメリカ	15.4%	35.4%	29.5%	19.3%
中国	31.9%	3.9%	7.1%	14.4%
台湾	6.1%	0.7%	4.3%	8.8%
韓国	4.8%	2.0%	7.9%	6.4%
香港	2.7%	0.3%	3.4%	5.3%
オーストラリア	2.8%	0.6%	3.4%	3.8%
シンガポール	1.9%	0.3%	3.2%	3.1%
タイ	3.3%	0.8%	3.9%	2.9%
イギリス	3.9%	6.4%	2.6%	2.7%
ドイツ	2.1%	1.4%	3.5%	2.3%
カナダ	1.8%	0.4%	1.2%	2.2%
フランス	1.9%	0.7%	2.2%	2.0%
マレーシア	0.9%	0.4%	1.4%	1.6%
インド	2.2%	2.0%	3.1%	1.5%
フィリピン	0.9%	8.4%	4.1%	1.4%
スペイン	0.9%	0.4%	0.4%	0.9%
インドネシア	1.2%	0.9%	0.8%	0.8%
ベトナム	0.7%	4.3%	1.5%	0.8%
イタリア	0.6%	0.5%	0.6%	0.7%
ロシア	0.7%	1.7%	0.3%	0.2%
その他	13.3%	28.7%	15.5%	13.6%

国・地域	2019年	2021年	2022年	2023年
韓国	10.0%	2.6%	15.6%	15.8%
台湾	13.8%	1.0%	7.2%	14.6%
中国	30.0%	10.3%	7.8%	12.0%
アメリカ	7.1%	20.4%	15.3%	11.5%
香港	7.2%	0.7%	7.0%	7.5%
オーストラリア	3.1%	1.9%	3.0%	3.9%
シンガポール	2.5%	0.8%	6.0%	3.9%
タイ	3.6%	1.4%	5.0%	3.7%
イギリス	2.1%	3.1%	2.0%	2.1%
カナダ	1.1%	1.7%	1.5%	1.9%
フランス	1.6%	2.6%	1.8%	1.7%
フィリピン	1.2%	6.5%	2.6%	1.7%
マレーシア	1.4%	0.6%	2.0%	1.7%
インドネシア	1.4%	3.0%	2.3%	1.7%
ドイツ	1.1%	2.0%	1.7%	1.5%
イタリア	1.0%	1.5%	0.8%	1.2%
スペイン	0.9%	0.7%	0.6%	1.0%
ベトナム	0.8%	6.8%	2.3%	0.8%
インド	0.6%	1.8%	1.1%	0.7%
ロシア	0.5%	1.1%	0.3%	0.2%
その他	9.3%	29.7%	14.3%	11.1%

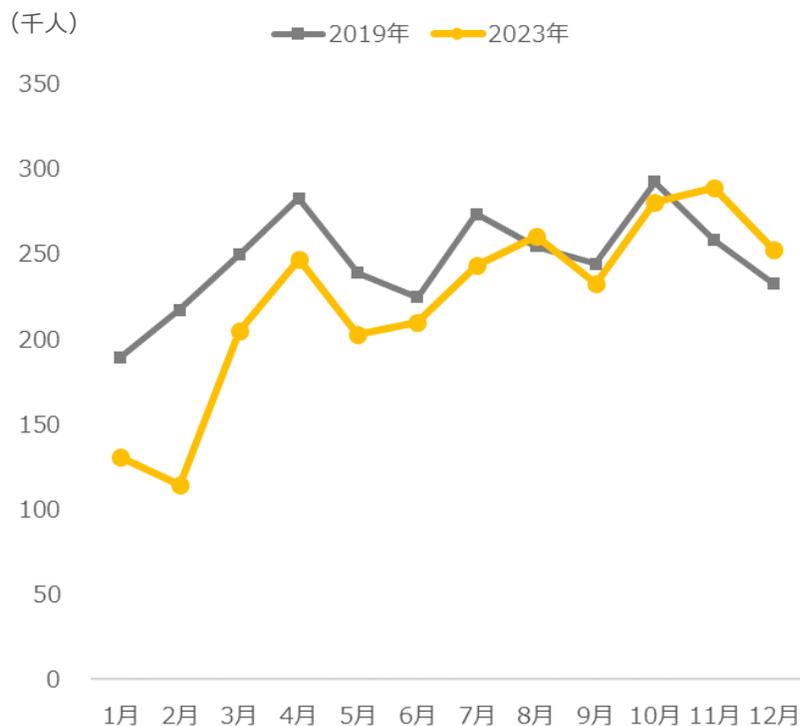
出典：観光庁 訪日外国人宿泊者数

①-3 神奈川県の宿泊者傾向（月別）

2023年の神奈川県の宿泊者数は8月以降は2019年の水準まで回復。アメリカが牽引。

- ✓ 7月、8月および12月を除いてアメリカが月間1位。7月、8月および12月は中国が首位となった。
- ✓ 3月以降は韓国のシェアが低下し2位の座を明け渡し、代わりに中国のシェアが拡大した。

月別 神奈川県宿泊者数推移



2023年 月別×国・地域別 宿泊者数シェア

国・地域	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
アメリカ	17.2%	14.4%	25.4%	21.5%	20.8%	21.5%	20.1%	20.6%	20.0%	22.5%	19.8%	16.8%
韓国	11.7%	12.1%	6.0%	6.2%	6.6%	6.9%	6.7%	5.4%	6.1%	5.8%	5.9%	7.5%
中国	7.2%	8.2%	8.7%	10.0%	11.4%	16.1%	20.8%	23.2%	19.0%	15.7%	14.6%	18.9%
香港	9.5%	8.2%	6.5%	5.3%	4.6%	5.6%	5.5%	4.9%	4.4%	4.0%	5.0%	7.0%
台湾	13.1%	16.1%	9.6%	7.3%	7.8%	10.8%	10.3%	9.5%	9.0%	8.1%	8.6%	8.4%
カナダ	1.1%	1.2%	2.9%	2.6%	2.7%	2.0%	1.7%	2.2%	2.4%	3.4%	2.6%	1.7%
イギリス	2.1%	2.3%	3.3%	3.4%	3.8%	2.3%	2.6%	2.8%	2.8%	3.3%	3.1%	2.1%
ドイツ	2.4%	2.7%	2.5%	3.1%	3.0%	2.3%	1.7%	2.2%	2.3%	3.0%	2.4%	1.2%
フランス	0.8%	1.4%	2.0%	2.8%	3.2%	1.3%	2.4%	2.6%	1.7%	2.3%	2.4%	0.9%
ロシア	0.1%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.1%	0.1%	0.1%	0.3%	0.8%	0.2%
シンガポール	1.9%	3.1%	3.5%	3.0%	3.3%	3.4%	2.0%	1.8%	2.7%	3.2%	4.1%	6.4%
タイ	4.4%	5.8%	4.5%	3.4%	2.8%	2.7%	1.8%	1.9%	2.0%	3.0%	3.4%	3.2%
マレーシア	2.6%	2.1%	1.9%	1.6%	1.4%	1.3%	0.8%	0.9%	1.3%	1.9%	2.3%	2.0%
インド	1.7%	2.5%	1.5%	1.7%	2.4%	1.7%	1.4%	1.0%	1.5%	1.6%	1.5%	1.0%
オーストラリア	3.1%	2.6%	4.5%	5.2%	4.0%	3.4%	3.1%	2.3%	4.8%	4.6%	4.6%	4.7%
インドネシア	0.6%	0.6%	1.0%	1.2%	0.9%	1.1%	0.7%	0.4%	0.5%	0.6%	1.1%	1.3%
ベトナム	0.6%	0.9%	0.7%	0.7%	1.1%	0.9%	0.8%	0.9%	0.8%	0.5%	0.7%	1.1%
フィリピン	1.9%	1.7%	1.5%	1.8%	1.6%	1.4%	1.0%	1.1%	1.2%	1.7%	1.6%	1.4%
イタリア	0.4%	0.4%	0.6%	0.9%	0.7%	0.6%	0.9%	1.3%	1.1%	0.7%	0.9%	0.4%
スペイン	0.2%	0.4%	0.8%	1.0%	1.4%	0.9%	1.1%	1.5%	1.1%	0.9%	0.9%	0.5%
その他	17.4%	13.2%	12.7%	17.1%	16.3%	13.5%	14.4%	13.4%	15.2%	13.0%	13.7%	13.4%

出典：観光庁 訪日外国人宿泊者数

3. 調査分析内容

(ア)基本調査

②キャッシュレス環境把握

②-1 川崎市のカード利用実態

川崎市のカード利用金額は2019年比+57%、利用件数も同+85%と大幅に増加した。

- ✓ 2023年のカード利用は、件数が2019年比+85%、利用金額が同+57%と大幅に増加した。
- ✓ カード売上あり加盟店数は、2019年比+92%となった。
- ✓ 区別の利用件数では、川崎区（2019年比+152%）、高津区（同+148%）が特に高い一方、幸区（同+14%）は微増にとどまった。

川崎市の売上状況（日本人+訪日外国人）、VJA加盟店数

項目 基準年月	利用件数			利用金額			決済単価（円）			売上あり加盟店数		
	2019年	2023年	増減率	2019年	2023年	増減率	2019年	2023年	増減率	2019年	2023年	増減率
合計	100.0	185.5	+85%	100.0	156.6	+57%	5,442	4,596	▲16%	100.0	192.1	+92%
川崎区	19.1	48.2	+152%	24.9	46.7	+88%	7,082	5,270	▲26%	26	49	+89%
幸区	24.2	27.7	+14%	26.5	27.4	+4%	5,946	5,385	▲9%	11	19	+75%
中原区	21.4	38.4	+80%	16.5	26.2	+59%	4,188	3,709	▲11%	22	43	+96%
高津区	9.9	24.4	+148%	10.9	20.0	+83%	6,039	4,457	▲26%	15	27	+80%
宮前区	10.2	21.3	+109%	8.4	15.7	+87%	4,486	4,010	▲11%	9	19	+95%
多摩区	9.4	15.6	+67%	5.6	9.7	+75%	3,228	3,395	+5%	11	22	+109%
麻生区	5.9	9.8	+67%	7.3	10.9	+49%	6,774	6,061	▲11%	6	14	+117%

※2019年の利用件数・利用金額・売上あり加盟店数の合計を100として指数化

②-2 川崎市のカード利用実態

川崎市の訪日外国人のカード利用件数は2019年比+59%と増加した。

- ✓ 2023年の訪日外国人のカード利用件数は2019年比+59%、利用金額は同+18%、売上あり加盟店数は同+151%と増加した。一方、決済単価は15,048円（同▲26%）へと低下した。
- ✓ 区別の利用件数では、とりわけ、高津区（2019年比+161%）、宮前区（同+308%）、多摩区（同+185%）、麻生区（同+274%）で増加した。
- ✓ 区別の決済単価では、多摩区（2019年比+105%）が増加したものの、川崎区（同▲38%）、中原区（同▲34%）で減少した。

川崎市の売上状況（訪日外国人のみ）、VJA加盟店数

項目 基準年月	訪日外国人利用件数			訪日外国人利用金額			決済単価（円）			売上あり加盟店数			外国人売上あり 加盟店比率
	2019年	2023年	増減率	2019年	2023年	増減率	2019年	2023年	増減率	2019年	2023年	増減率	2022年
合計	100.0	159.3	+59%	100.0	118.4	+18%	20,244	15,048	▲26%	100.0	251.0	+151%	+17%
川崎区	49.4	84.9	+72%	67.1	71.2	+6%	27,498	16,977	▲38%	42.1	91.2	+117%	+24%
幸区	35.8	45.3	+26%	18.6	23.6	+26%	10,528	10,538	+0%	11.5	24.1	+109%	+17%
中原区	9.8	13.2	+35%	10.9	9.6	▲12%	22,489	14,734	▲34%	21.8	51.0	+135%	+15%
高津区	1.8	4.6	+161%	1.6	3.6	+128%	17,922	15,627	▲13%	10.5	29.3	+180%	+14%
宮前区	0.8	3.2	+308%	0.2	0.8	+318%	5,205	5,328	+2%	4.0	17.4	+337%	+12%
多摩区	1.1	3.2	+185%	0.1	0.8	+484%	2,504	5,129	+105%	6.7	23.6	+253%	+14%
麻生区	1.3	4.9	+274%	1.5	8.8	+486%	23,338	36,540	+57%	3.6	14.4	+306%	+13%

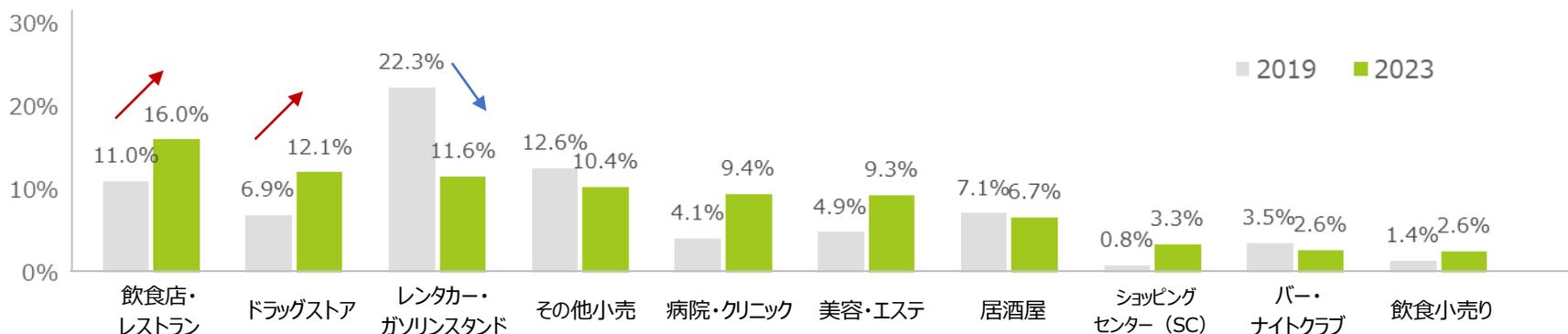
※2019年の利用件数・利用金額・売上あり加盟店数の合計を100として指数化

②-3 業種別 売上あり加盟店数シェア（2年比較）

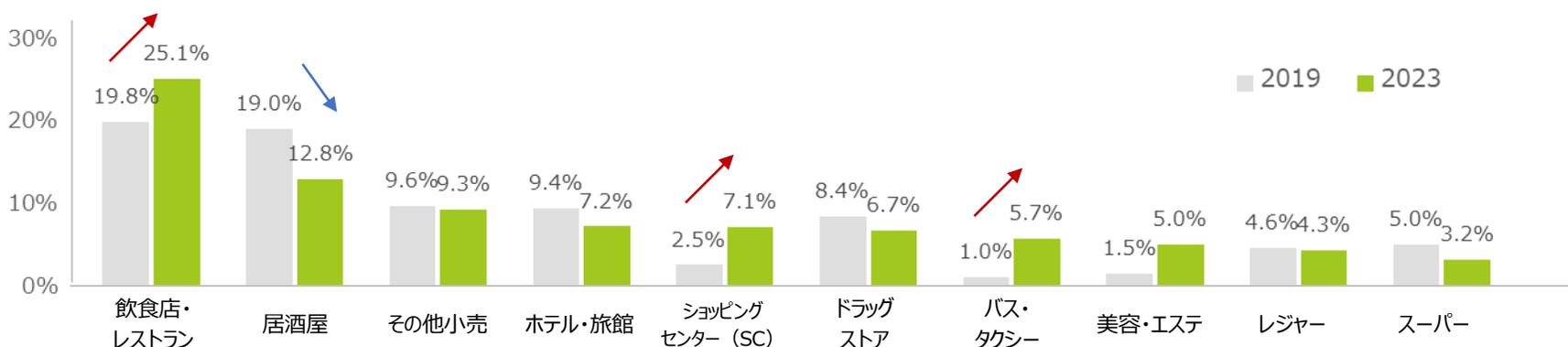
加盟店の業種により、キャッシュレス浸透に違いがみられた。

- ✓ 売上ありVJA加盟店数は、「飲食店・レストラン」のシェアが16.0%と最も高く、2019年比で+5.0%となった。
- ✓ また、「ドラッグストア」（2019年比+5.2%）等ではシェアが拡大したが、「レンタカー・GS」（同▲10.7%）等では低下した。
- ✓ 訪日外国人売上あり加盟店の業種シェアも、「飲食店・レストラン」が25.1%で最も高く、2019年比で+5.3%となった。
- ✓ SC（2019年比+4.6%）、バス・タクシー（同+4.7%）等ではシェアが拡大したが、居酒屋等は低下した（同▲6.2%）。

売上ありVJA加盟店数 業種別シェア（2023年売上あり加盟店数TOP10を降順にて記載）



訪日外国人売上ありVJA加盟店数 業種別シェア（2023年訪日外国人売上あり加盟店数TOP10を降順にて記載）



②-4 区別×業種別 売上あり加盟店数シェア

区別の売上ありVJA加盟店数シェアは、区によって特徴が異なる結果となった。

- ✓ 麻生区を除いて、「飲食店・レストラン」のシェアは各区で14%～18%で最も高い。
- ✓ 麻生区の「ドラッグストア」（20.0%）、幸区の「レンタカー・ガソリンスタンド」（17.6%）、宮前区の「病院・クリニック」（14.9%）、中原区の「美容・エステ」（13.6%）、川崎区の「ショッピングセンター」（10.3%）等が、市内の他区と比較して高い。

売上ありVJA加盟店数 業種別シェア（2023年）

業種	全体	川崎区	幸区	中原区	高津区	宮前区	多摩区	麻生区
飲食店・レストラン	16.0%	15.9%	17.2%	17.5%	16.3%	14.6%	18.1%	8.5%
ドラッグストア	12.1%	8.5%	12.0%	13.7%	10.9%	13.7%	12.0%	20.0%
レンタカー・ガソリンスタンド	11.6%	8.9%	17.6%	13.7%	13.0%	10.6%	8.7%	9.7%
その他小売	10.4%	10.3%	8.5%	7.9%	11.9%	14.6%	10.8%	11.4%
病院・クリニック	9.4%	5.2%	7.6%	8.3%	12.2%	14.9%	12.8%	12.4%
美容・エステ	9.3%	6.7%	7.1%	13.6%	9.0%	7.8%	9.1%	11.2%
居酒屋	6.7%	6.9%	7.5%	8.1%	5.8%	2.2%	7.2%	7.4%
ショッピングセンター	3.3%	10.3%	0.6%	0.8%	3.5%	0.0%	0.0%	0.2%
バー・ナイトクラブ	2.6%	6.6%	0.3%	1.8%	1.6%	0.1%	2.1%	0.6%
飲食小売り	2.6%	2.9%	1.9%	2.3%	2.6%	2.6%	2.2%	3.9%
バス・タクシー	2.4%	1.8%	3.3%	0.6%	2.0%	6.5%	2.7%	3.9%
ホテル・旅館（オンライン含む）	2.4%	4.7%	2.6%	2.0%	1.7%	0.9%	0.1%	1.9%
その他サービス	2.3%	1.5%	3.9%	2.7%	2.0%	1.8%	2.6%	2.3%
レジャー（ゴルフ、映画、カラオケ等）	2.2%	4.3%	2.2%	0.8%	2.2%	1.2%	2.2%	0.6%
家電量販店	1.5%	1.1%	2.5%	1.5%	1.0%	1.9%	2.1%	1.0%
その他業種	5.2%	4.5%	5.3%	4.9%	4.3%	6.8%	7.2%	5.0%

※2023年売上あり加盟店数 上位15業種を降順にて記載

②-5 区別×業種別 売上あり加盟店数シェア

区別の訪日外国人売上ありVJA加盟店数シェアにおいても、区によって特徴が異なった。

- ✓ 訪日外国人売上あり加盟店数は、全ての区で「飲食店・レストラン」のシェアが最も高い。幸区を除いて22%～35%を占めた。
- ✓ 「居酒屋」のシェアは、宮前区を除いて、各区で2番目に高く10%～15%を占めた。
- ✓ 川崎区の「ショッピングセンター」（17.7%）、宮前区の「ドラッグストア」（13.3%）、多摩区の「スーパー」（8.0%）等が、市内の他区と比較して高い。

訪日外国人売上ありVJA加盟店数 業種別シェア（2023年）

業種	全体	川崎区	幸区	中原区	高津区	宮前区	多摩区	麻生区
飲食店・レストラン	25.1%	22.2%	13.9%	27.0%	34.3%	24.1%	33.6%	23.2%
居酒屋	12.8%	14.4%	12.2%	13.9%	13.6%	2.4%	11.5%	13.0%
その他小売	9.3%	10.3%	6.1%	6.1%	13.6%	10.8%	13.3%	1.4%
ホテル・旅館	7.2%	8.9%	4.3%	10.2%	4.3%	3.6%	0.0%	11.6%
ショッピングセンター	7.1%	17.7%	3.5%	1.2%	0.7%	0.0%	0.0%	0.0%
ドラッグストア	6.7%	3.0%	7.0%	10.2%	6.4%	13.3%	7.1%	8.7%
バス・タクシー	5.7%	3.2%	12.2%	1.2%	6.4%	15.7%	7.1%	10.1%
美容・エステ	5.0%	3.4%	6.1%	4.9%	5.0%	7.2%	4.4%	11.6%
レジャー（ゴルフ、映画、カラオケ等）	4.3%	5.3%	8.7%	2.9%	2.1%	2.4%	6.2%	0.0%
スーパー	3.2%	0.9%	2.6%	3.7%	5.0%	4.8%	8.0%	2.9%
飲食小売り	2.6%	1.4%	4.3%	4.9%	0.7%	2.4%	0.0%	7.2%
病院・クリニック	2.5%	0.9%	5.2%	4.5%	1.4%	0.0%	2.7%	5.8%
バー・ナイトクラブ	1.8%	4.6%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.9%	0.0%
衣服小売り	1.7%	0.0%	1.7%	4.1%	0.7%	4.8%	0.9%	2.9%
レンタカー・ガソリンスタンド	1.0%	0.5%	2.6%	1.6%	0.0%	1.2%	0.9%	1.4%
その他業種	4.3%	3.2%	9.6%	3.3%	5.7%	7.2%	3.5%	0.0%

※2023年訪日外国人売上あり加盟店数 上位15業種を降順にて記載

3. 調査分析内容

(イ)消費傾向調査

③訪日外国人の消費実態

(訪日全体、準富裕層・アッパーマス層)

③-1 国・地域別の利用金額・利用人数シェア（2年比較）

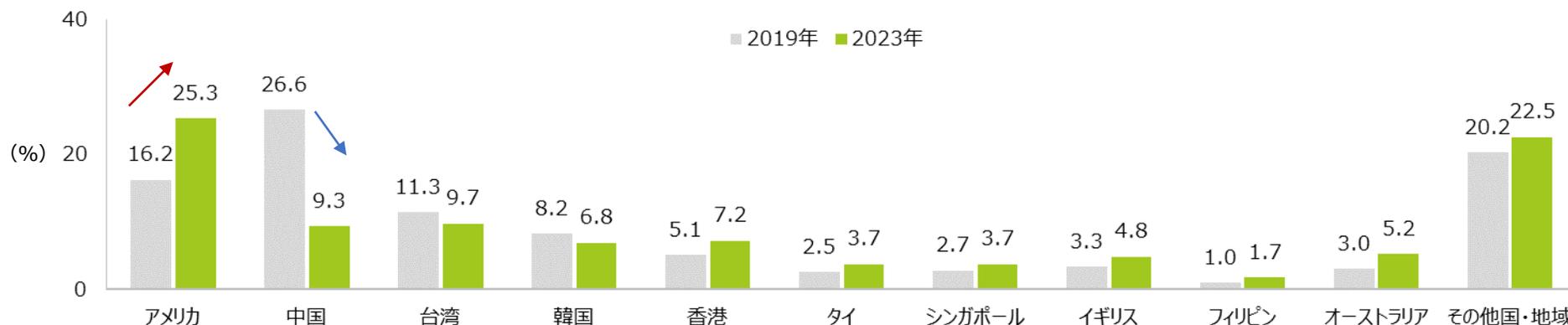
訪日外国人において、2023年のカード利用金額・人数シェアは、アメリカが首位となった。

- ✓ 訪日外国人における2023年のカード利用金額のシェアは、アメリカが首位（19.4%）で、中国（16.8%）を上回った。
- ✓ カード利用人数も、利用金額と同様にアメリカが首位（25.3%）となった。中国は大きく低下して3位（9.3%）となり、台湾が2位（9.7%）に浮上した。
- ✓ 香港、タイ、シンガポール、フィリピン、イギリス、オーストラリアでは、2019年比で利用金額・人数ともに増加した。

訪日外国人全体 国・地域別利用金額シェア（2023年利用金額TOP10を降順にて記載）



訪日外国人全体 国・地域別利用人数シェア（2023年利用人数TOP10を記載）



③-1 国・地域別の利用金額・利用人数シェア（2年比較）

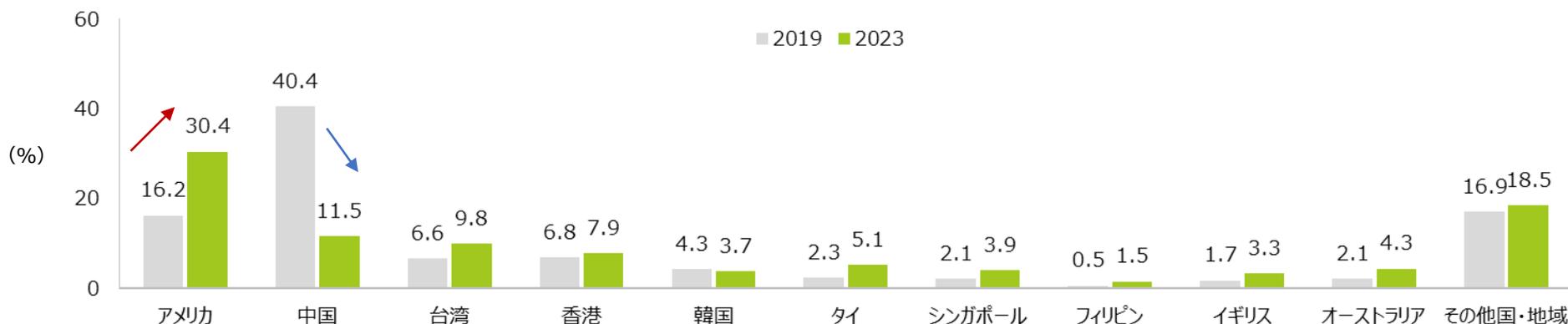
準富裕層・アッパーマス層も、2023年のカード利用金額・人数シェアは、アメリカが首位となった。

- ✓ 準富裕層・アッパーマス層においても、訪日外国人全体と同様に、アメリカの利用金額（24.4%）・人数（30.4%）のシェアが首位となり、中国の利用金額（20.6%）・人数（11.5%）を上回った。
- ✓ 中国を除くアジア諸国では、特に台湾の利用金額（10.8%）と利用人数（9.8%）のシェアが2019年から拡大した。

準富裕層・アッパーマス層 国・地域別利用金額シェア（2023年利用金額TOP10を降順にて記載）



準富裕層・アッパーマス層 国・地域別利用人数シェア（2023年利用人数TOP10を記載）



③-2 国・地域別の利用傾向（2年比較）

川崎市への来訪者数は中国を除く全ての国・地域で増加。フィリピン、オーストラリアでは+150~160%の増加。

- ✓ 2023年の訪日外国人のカード利用人数は2019年比+43%となった。多くの国・地域で利用人数は増加したが、中国（2019年比▲50%）は大きく落ち込み、台湾と韓国は相対的に微増にとどまった。
- ✓ 訪日外国人の2023年のカード利用金額は2019年比で+18%増加した。中国（2019年比▲42%）は減少したが、中国以外の国・地域は増加し、特に、フィリピン（同+288%）、タイ（同+130%）等で大幅に増加した。

訪日外国人全体 国・地域別利用人数・利用金額・利用件数・1人当たり利用単価

国・地域	利用人数			利用金額			利用件数			1人当たり利用単価（円）		
	2019	2023	増減率	2019	2023	増減率	2019	2023	増減率	2019	2023	増減率
総計	100.0	143.2	+43%	100.0	118.4	+18%	100.0	159.3	+59%	38,818	32,105	▲17%
アメリカ	16.2	36.3	+124%	12.4	22.9	+85%	16.0	44.1	+175%	29,734	24,558	▲17%
中国	26.6	13.4	▲50%	34.0	19.9	▲42%	34.0	15.6	▲54%	49,692	57,613	+16%
台湾	11.3	13.9	+23%	9.9	12.7	+29%	10.1	16.3	+61%	33,792	35,502	+5%
韓国	8.2	9.8	+19%	7.4	10.0	+35%	7.6	10.2	+34%	35,066	39,755	+13%
香港	5.1	10.2	+102%	3.8	7.1	+88%	4.7	10.8	+130%	28,820	26,839	▲7%
タイ	2.5	5.3	+113%	2.3	5.2	+130%	2.2	6.4	+190%	35,902	38,729	+8%
シンガポール	2.7	5.3	+94%	2.9	4.2	+45%	2.4	5.7	+143%	40,720	30,572	▲25%
イギリス	3.3	6.9	+106%	2.7	3.8	+40%	2.5	7.4	+195%	31,572	21,439	▲32%
フィリピン	1.0	2.5	+160%	1.0	3.8	+288%	0.7	2.4	+238%	39,141	58,336	+49%
オーストラリア	3.0	7.4	+151%	2.5	3.7	+45%	2.5	7.9	+214%	33,098	19,164	▲42%
その他国・地域	20.2	32.3	+60%	21.2	25.2	+19%	17.2	32.3	+88%	40,767	30,278	▲26%

※利用人数・金額・件数は、2019年の総計100として指数化

③-2 国・地域別の利用傾向（2年比較）

準富裕層・アップーマス層において、利用人数は2019年比+121%、利用金額は同+44%と増加した。

- ✓ 2023年の準富裕層・アップーマス層の利用人数は2019年比+121%と増加し、利用金額も2019年比+44%と2019年の水準を上回った。
- ✓ 東南アジア（タイ・シンガポール・フィリピン）、および欧米・オセアニア（アメリカ・イギリス・オーストラリア）においても、2019年比で利用人数が2019年比+300%台以上と大きく増加した。

準富裕層・アップーマス層 国・地域別利用人数・利用金額・利用件数・1人当たり利用単価

国・地域	利用人数			利用金額			利用件数			1人当たり利用単価（円）		
	2019	2023	増減率	2019	2023	増減率	2019	2023	増減率	2019	2023	増減率
総計	100.0	221.1	+121%	100.0	144.2	+44%	100.0	208.6	+109%	86,179	56,199	▲35%
アメリカ	16.2	67.2	+315%	12.6	35.1	+178%	15.6	72.6	+366%	67,328	45,049	▲33%
中国	40.4	25.4	▲37%	44.8	29.7	▲34%	47.2	24.7	▲48%	95,621	100,756	+5%
台湾	6.6	21.8	+227%	4.6	15.6	+238%	6.1	22.2	+267%	59,967	61,892	+3%
香港	6.8	17.4	+157%	3.8	8.1	+111%	4.6	14.7	+219%	48,810	40,089	▲18%
韓国	4.3	8.3	+93%	5.7	7.7	+34%	7.3	7.0	▲4%	115,527	80,577	▲30%
タイ	2.3	11.4	+405%	2.5	6.9	+178%	2.0	11.1	+469%	95,164	52,412	▲45%
シンガポール	2.1	8.7	+305%	0.7	5.4	+688%	1.4	6.1	+349%	27,716	53,937	+95%
フィリピン	0.5	3.3	+520%	0.8	4.2	+453%	0.4	2.8	+655%	122,102	108,840	▲11%
イギリス	1.7	7.4	+331%	1.4	3.6	+159%	1.2	6.5	+460%	70,772	42,459	▲40%
オーストラリア	2.1	9.5	+345%	3.2	3.3	+2%	1.4	7.1	+410%	130,085	29,804	▲77%
その他国・地域	16.9	40.8	+141%	19.7	24.5	+24%	13.1	33.7	+158%	100,495	51,626	▲49%

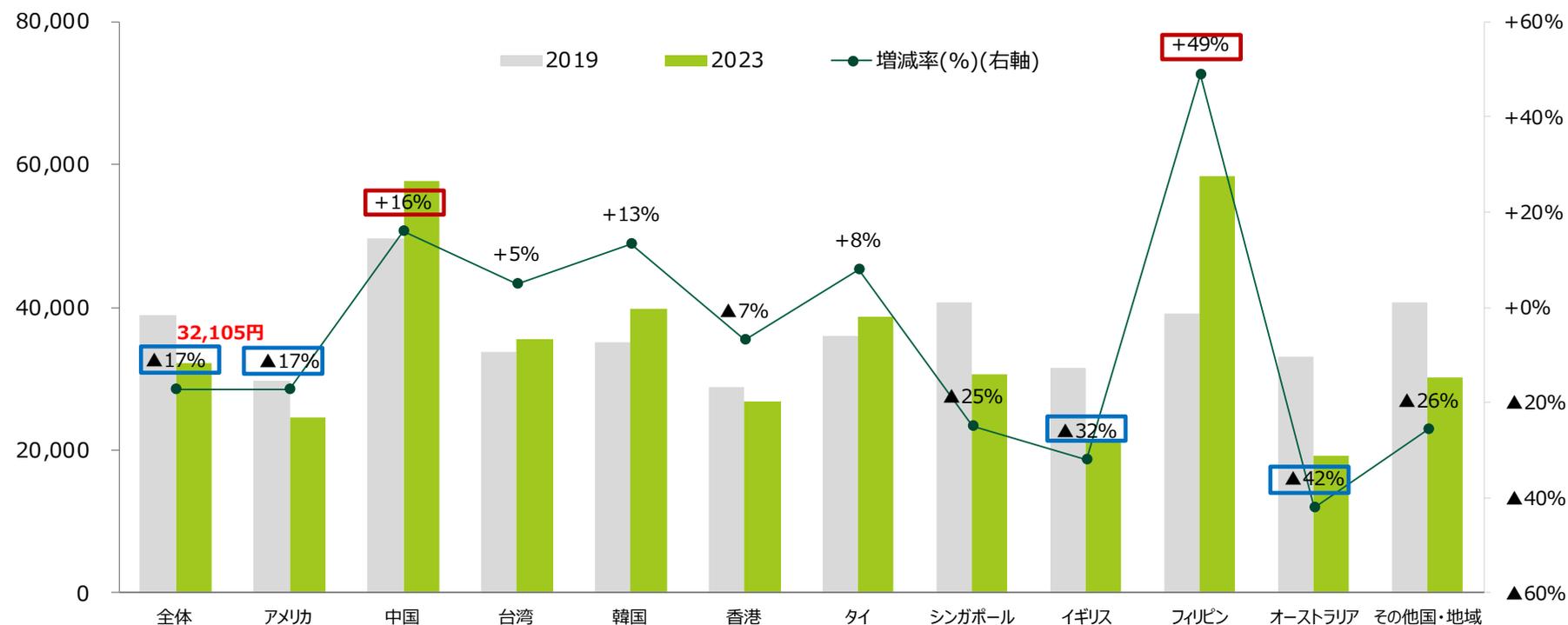
※利用人数・金額・件数は、2019年の総計を100として指数化

③-3 国・地域別の1人当たり利用単価

訪日外国人において、1人当たり利用単価は全体で▲17%減少したものの、フィリピンでは+49%と増加した。

- ✓ 訪日外国人全体では、2023年の1人当たり利用単価は32,105円となった。
- ✓ アメリカ・イギリス・オーストラリアの利用単価は約2万円と平均単価を下回り、2019年比でも低下した。
- ✓ 一方で、中国とフィリピンの利用単価は約6万円と平均単価を顕著に上回った。2019年比でも、それぞれ、+16%、+49%と増加した。

訪日外国人全体 国・地域別1人当たり利用単価（円/人）

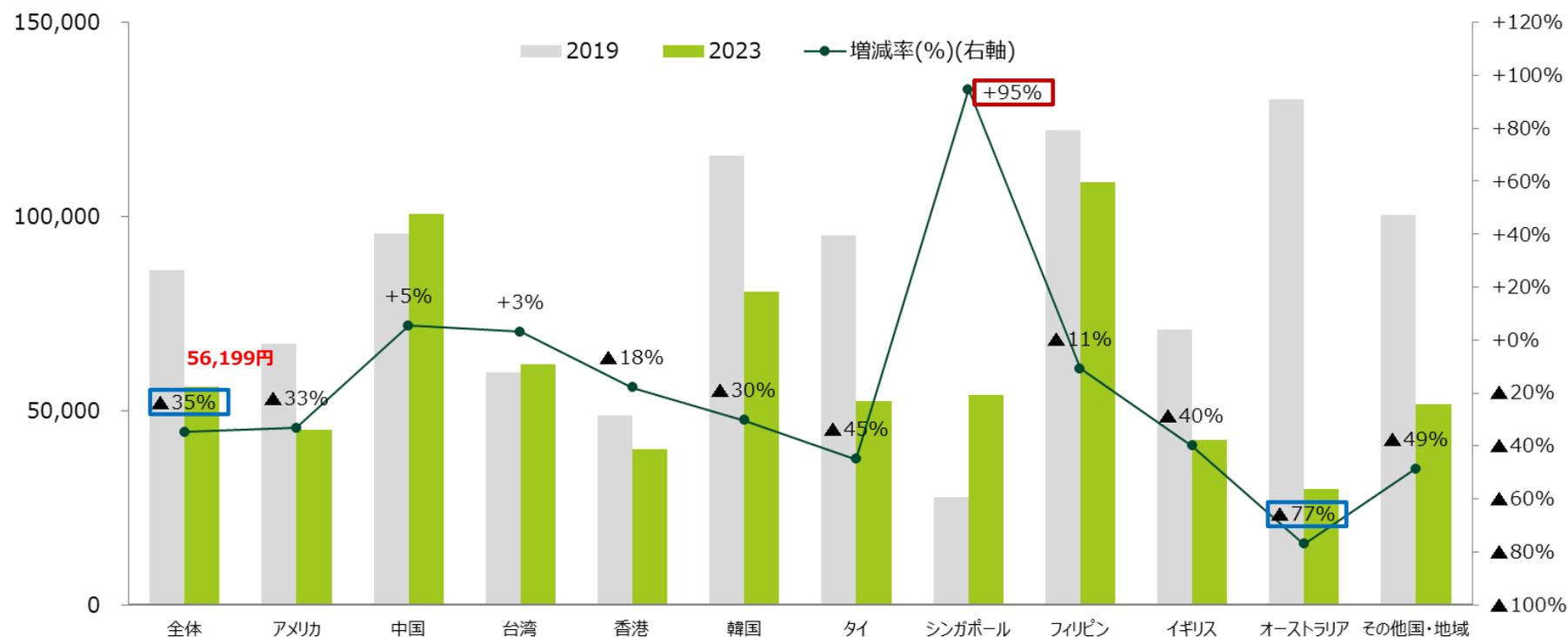


③-3 国・地域別の1人当たり利用単価

準富裕層・アッパーマス層において、1人当たり利用単価は全体で▲35%と減少したが、シンガポールは+95%。

- ✓ 準富裕層・アッパーマス層の1人当たり利用単価の平均は56,199円となった。
- ✓ アメリカ・イギリスの利用単価は約4万円、オーストラリアは3万円弱と全体の平均単価を下回った。2019年比でも、オーストラリア（▲77%）をはじめ大幅に低下した。
- ✓ 一方で、中国とフィリピンの利用単価は約10万円と平均単価を大きく上回り、シンガポールは2019年比+95%と大きく増加した。

準富裕層・アッパーマス層 国・地域別1人当たり利用単価（円/人）

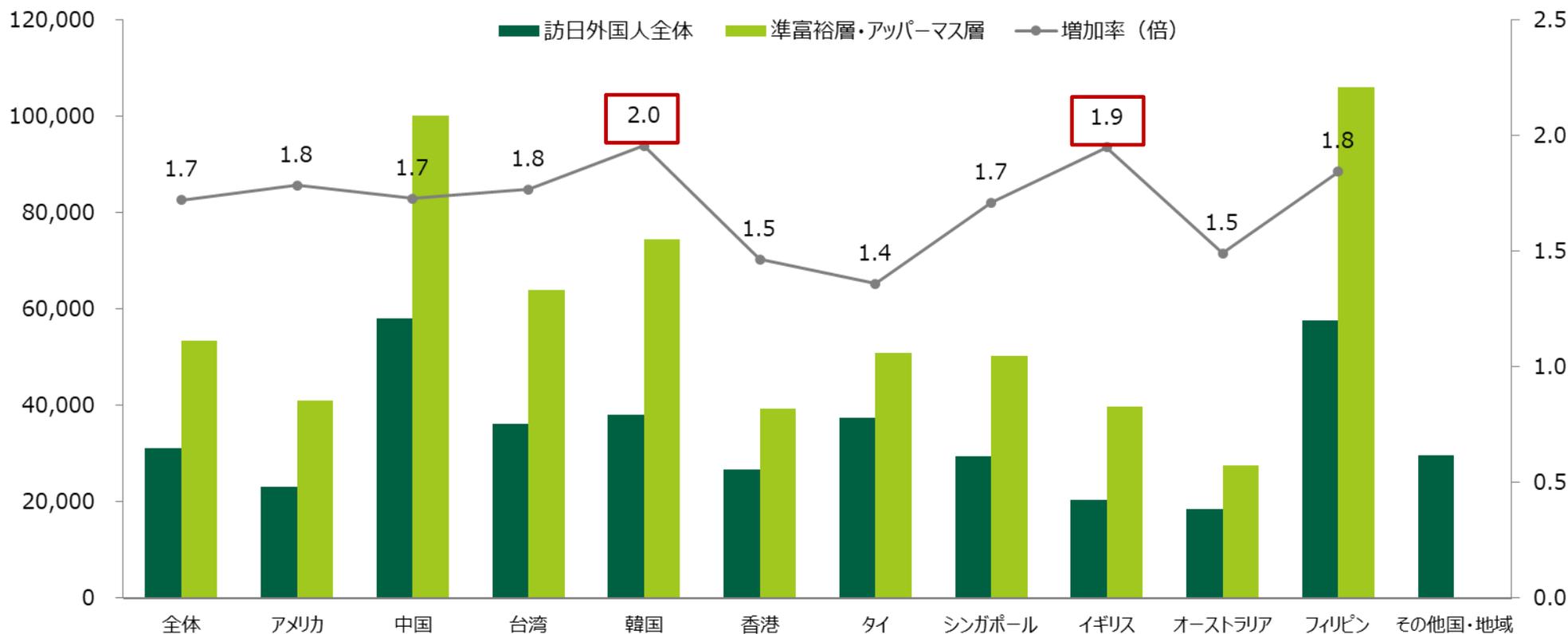


③-3 国・地域別の1人当たり利用単価

タイを除いて、訪日外国人全体に対する準富裕層・アップーマス層の1人当たり利用単価は1.5倍以上。

- ✓ 訪日外国人全体に対して準富裕層・アップーマス層の1人当たり利用単価が特に高いのは、韓国（2.0倍）やイギリス（1.9倍）等の国・地域となった。

2023年 国・地域別1人当たり利用単価（円/人） ※訪日外国人全体と準富裕層・アップーマス層の比較



3. 調査分析内容

(イ)消費傾向調査

④業種別の外国人消費

(訪日全体、準富裕層・アッパーマス層)

④-1 業種別の利用金額・利用人数シェア（2年比較）

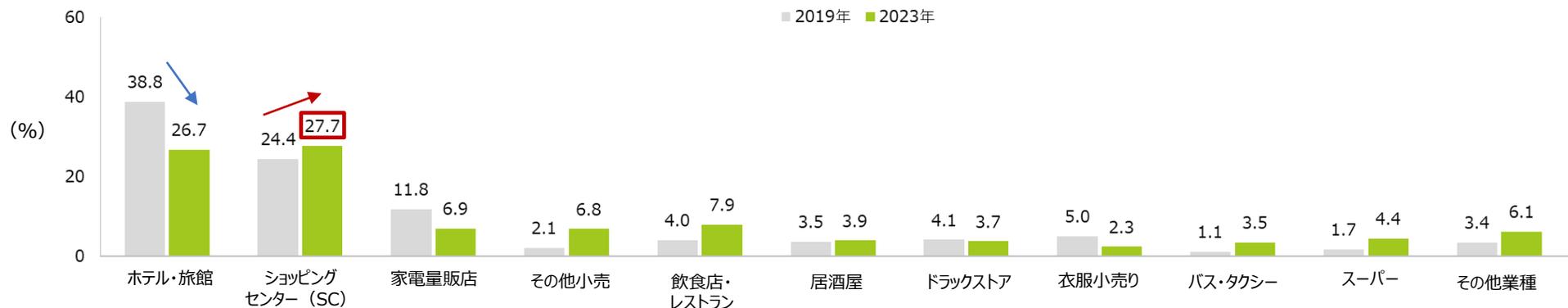
訪日外国人における利用金額シェアは、「ホテル・旅館」が5割を占めるも、2019年比で減少した。

- ✓ 2023年の業種別利用金額シェアは、「ホテル・旅館」が5割で最も高いが、2019年比では▲10.8%減少した。
- ✓ 業種別利用人数シェアにおいて、2019年は「ホテル・旅館」（38.8%）が最も高かったが、2023年では「SC」（27.7%）が「ホテル・旅館」（26.7%）を追い抜き最も高い。

訪日外国人全体 業種別 利用金額シェア（%）（2023年利用金額TOP10を降順にて記載）



訪日外国人全体 業種別 利用人数シェア（%）（2023年利用人数TOP10を記載）

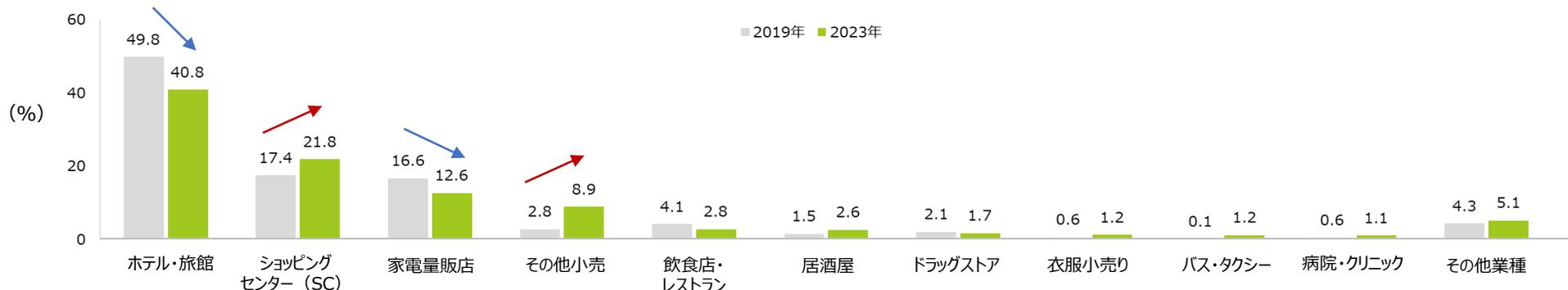


④-1 業種別の利用金額・利用人数シェア（2年比較）

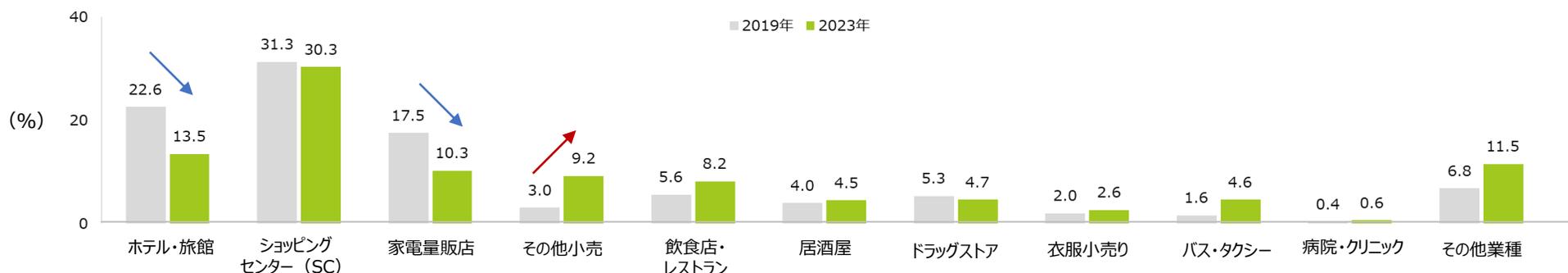
準富裕層・アッパーマス層の利用金額シェアは「ホテル・旅館」が4割を占めるも、2019年比で減少した。

- ✓ 準富裕層・アッパーマス層の業種別利用金額シェアは「ホテル・旅館」が4割で最も高いが、2019年比で▲9.0%減少した。
- ✓ 業種別利用人数シェアは、「SC」（30.3%）が最も高く、次いで「ホテル・旅館」（13.5%）が続く。
- ✓ 利用金額・人数ともに「ホテル・旅館」と「家電量販店」のシェア減少、「SC」の利用金額のシェア拡大、「その他小売」の利用金額・人数のシェア拡大が顕著。

準富裕層・アッパーマス層 業種別 利用金額シェア（2023年利用金額TOP10を降順にて記載）



準富裕層・アッパーマス層 業種別 利用人数シェア（2023年利用人数TOP10を記載）



④-2 業種別の利用傾向（2年比較）

訪日外国人では2019年比で利用人数増（+52%）・金額増（+18%）であった。

- ✓ 利用人数では、「ホテル・旅館」（2019年比+5%）が他業種に比べ伸び悩んだが、「美容・エステ」（同+744%）、「レジャー」（同+414%）等は大きく増加した。
- ✓ 利用金額でも、ウェイトが最も大きい「ホテル・旅館」（2019年比▲2%）でわずかに減少したが、「その他小売」（同+407%）、「バス・タクシー」（同+715%）等では顕著に増加した。

訪日外国人全体 業種別利用人数・金額・利用件数・1人当たり利用単価

業種	利用延べ人数			利用金額			利用件数			1人当たり利用単価（円）		
	2019年	2023年	増減率	2019年	2023年	増減率	2019年	2023年	増減率	2019年	2023年	増減率
総計	100.0	151.8	+52%	100.0	118.4	+18%	100.0	157.8	+58%	30,539	23,823	▲22%
ホテル・旅館	38.8	40.6	+5%	62.2	60.9	▲2%	31.3	34.3	+10%	48,982	45,851	▲6%
ショッピングセンター（SC）	24.4	42.0	+72%	13.9	22.1	+58%	36.1	61.5	+70%	17,398	16,040	▲8%
家電量販店	11.8	10.5	▲11%	11.4	11.1	▲2%	11.5	10.0	▲13%	29,514	32,387	+10%
その他小売	2.1	10.4	+390%	1.5	7.7	+407%	1.7	9.4	+445%	21,909	22,675	+4%
飲食店・レストラン	4.0	12.0	+199%	2.5	2.9	+15%	3.0	10.6	+247%	19,001	7,320	▲61%
居酒屋	3.5	5.9	+68%	2.0	2.7	+31%	2.7	4.8	+77%	17,441	13,645	▲22%
ドラッグストア	4.1	5.7	+37%	2.0	1.8	▲10%	3.5	5.4	+52%	14,759	9,718	▲34%
衣服小売り	5.0	3.6	▲29%	1.2	1.5	+17%	4.0	2.9	▲28%	7,620	12,469	+64%
バス・タクシー	1.1	5.3	+389%	0.2	1.4	+715%	0.8	3.9	+402%	4,867	8,109	+67%
スーパー	1.7	6.7	+287%	0.3	1.2	+271%	2.4	8.3	+249%	5,609	5,381	▲4%
病院・クリニック	0.1	0.5	+279%	0.2	1.1	+393%	0.1	0.5	+335%	47,280	61,589	+30%
レジャー（ゴルフ、映画、カラオケ等）	1.0	5.0	+414%	0.2	1.0	+340%	0.8	4.7	+480%	6,883	5,896	▲14%
バー・ナイトクラブ	0.2	0.3	+82%	0.3	0.6	+137%	0.1	0.3	+145%	44,028	57,262	+30%
美容・エステ	0.1	0.8	+744%	0.0	0.5	+1328%	0.1	0.6	+667%	12,291	20,785	+69%
衣服小物	0.1	0.1	▲50%	0.0	0.1	+307%	0.1	0.0	▲53%	7,748	63,136	+715%
その他業種	1.9	2.5	+32%	2.0	1.9	▲4%	1.7	0.5	▲68%	31,445	22,883	▲27%

※利用人数・金額・件数は、2019年の総計を100として指数化

④-2 業種別の利用傾向（2年比較）

準富裕層・アップーマス層においても、2019年比で利用人数（+126%）、金額（+44%）ともに増加した。

- ✓ 訪日外国人全体と同様に、利用人数では、「ホテル・旅館」（2019年比+35%）は他業種に比べて伸びが小さくなったが、「その他小売」（同+581%）、「バス・タクシー」（同+568%）等は大きく増加した。
- ✓ 利用金額においても、「ホテル・旅館」（2019年比+18%）は他業種に比べて伸びが小さいが、「美容・エステ」（同+4206%）等では大幅に増加した。

準富裕層・アップーマス層 業種別利用人数・金額・利用件数・1人当たり利用単価

業種	利用人数（延べ人）			利用金額			利用件数			1人当たり利用単価（円）		
	2019年	2023年	増減率	2019年	2023年	増減率	2019年	2023年	増減率	2019年	2023年	増減率
総計	100.0	225.5	+126%	100.0	144.2	+44%	100.0	208.5	+109%	57,025	36,458	▲36%
ホテル・旅館	22.6	30.4	+35%	49.8	58.9	+18%	17.6	24.0	+37%	125,882	110,609	▲12%
ショッピングセンター（SC）	31.3	68.4	+119%	17.4	31.5	+81%	49.2	94.5	+92%	31,806	26,265	▲17%
家電量販店	17.5	23.1	+32%	16.6	18.2	+10%	13.7	16.9	+23%	54,139	44,929	▲17%
その他小売	3.0	20.8	+581%	2.8	12.9	+361%	2.1	14.8	+619%	52,344	35,401	▲32%
飲食店・レストラン	5.6	18.4	+229%	4.1	4.1	▲2%	3.5	13.3	+283%	42,160	12,550	▲70%
居酒屋	4.0	10.1	+155%	1.5	3.7	+146%	2.4	6.5	+170%	21,893	21,074	▲4%
ドラッグストア	5.3	10.5	+97%	2.1	2.5	+19%	3.8	7.9	+108%	22,536	13,558	▲40%
衣服小売り	2.0	6.0	+200%	0.6	1.8	+188%	1.4	3.8	+178%	17,772	17,059	▲4%
バス・タクシー	1.6	10.4	+568%	0.1	1.7	+1715%	0.9	5.7	+514%	3,388	9,202	+172%
病院・クリニック	0.4	1.4	+300%	0.6	1.5	+176%	0.2	1.1	+371%	88,494	61,039	▲31%
バー・ナイトクラブ	0.4	0.7	+100%	0.4	1.4	+215%	0.3	0.7	+163%	72,300	114,018	+58%
美容・エステ	0.1	1.7	+1100%	0.0	1.4	+4206%	0.1	1.2	+1067%	12,850	46,106	+259%
スーパー	1.5	10.1	+581%	0.3	1.1	+329%	2.0	9.6	+374%	10,232	6,441	▲37%
レジャー（ゴルフ、映画、カラオケ等）	1.6	8.4	+436%	0.2	1.0	+404%	0.9	5.7	+518%	7,384	6,932	▲6%
ホームセンター	0.6	1.5	+133%	0.3	0.2	▲53%	0.4	0.8	+85%	30,739	6,160	▲80%
その他業種	2.6	3.6	+38%	3.0	2.3	▲24%	1.5	2.0	+36%	65,461	36,308	▲45%

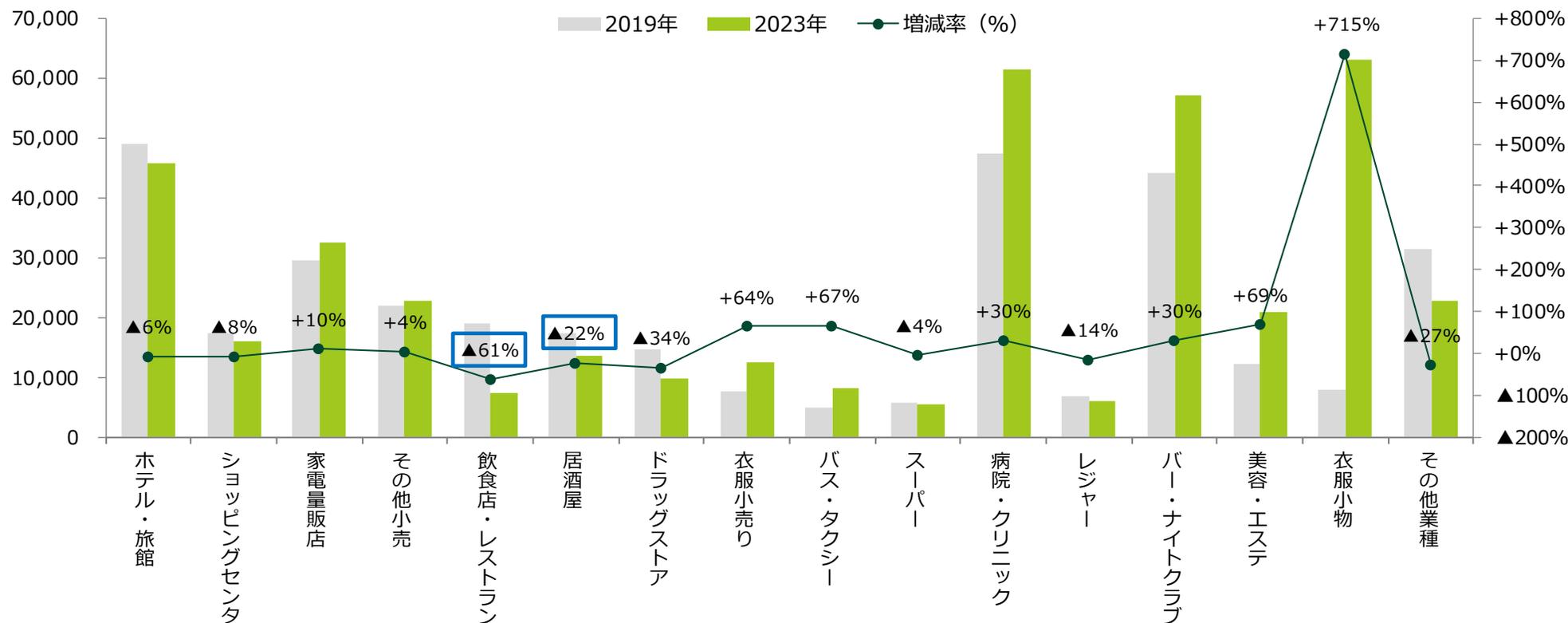
※利用人数・金額・件数は、2019年の総計を100として指数化

④-3 業種別の1人当たり利用単価

2023年の訪日外国人の1人当たり利用単価は、「病院・クリニック」・「バー・ナイトクラブ」・「衣服小物」が高い。

- ✓ 2023年は「病院・クリニック」・「バー・ナイトクラブ」・「衣服小物」の利用単価が6万円前後で顕著に高く、これらの業種の2019年比での増加率も高い。
- ✓ 「飲食店・レストラン」（2019年比 ▲61%）、「居酒屋」（同比 ▲22%）と飲食業態で利用単価の減少がみられた。

訪日外国人全体 業種別1人当たり利用単価（円）※2019年との比較

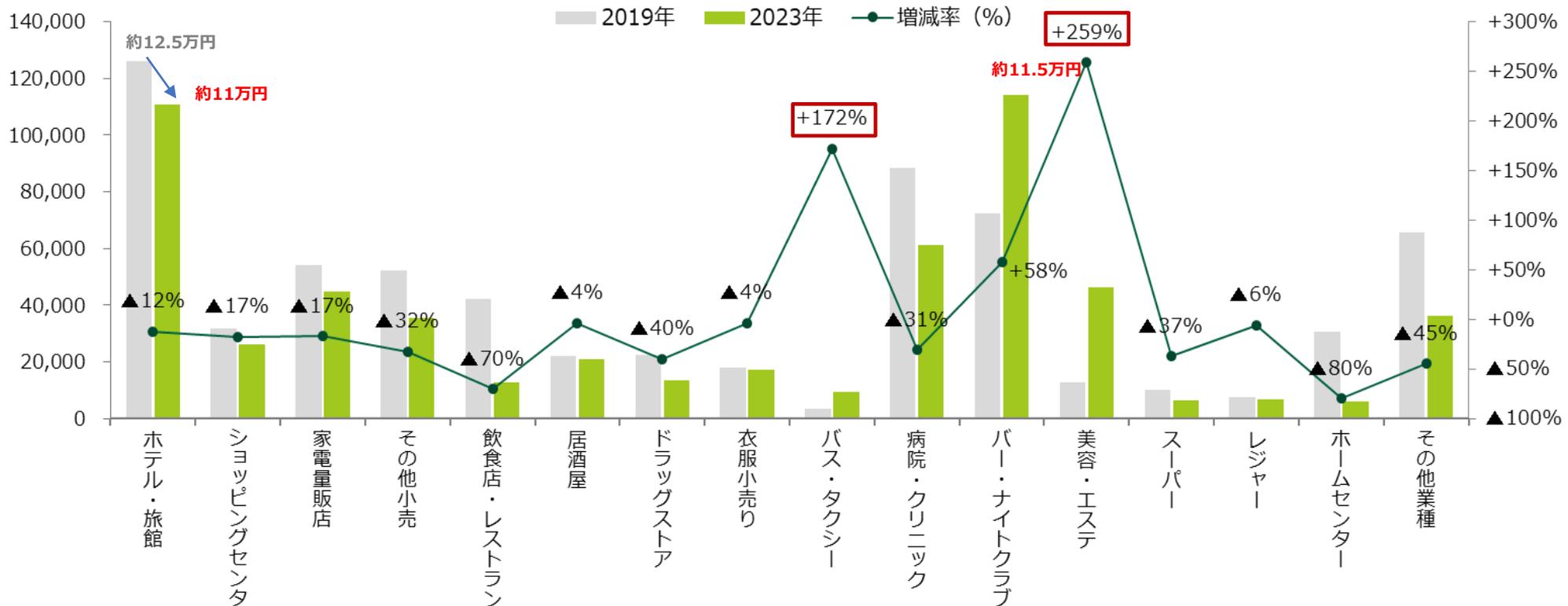


④-3 業種別の1人当たり利用単価

準富裕層・アッパーマス層における1人当たり利用単価は、「バー・ナイトクラブ」・「ホテル・旅館」が高い。

- ✓ 2019年の準富裕層・アッパーマス層における「ホテル・旅館」の利用単価は約12.5万円で最も高い。一方、2023年では約11万円の減少した。
- ✓ 2023年は「バー・ナイトクラブ」の利用単価が11.5万円で最も高い。
- ✓ 増減率では、「美容・エステ」（2019年比+259%）、「バス・タクシー」（同+172%）で顕著に高い。

準富裕層・アッパーマス層 業種別1人当たり利用単価（円）※2019年との比較

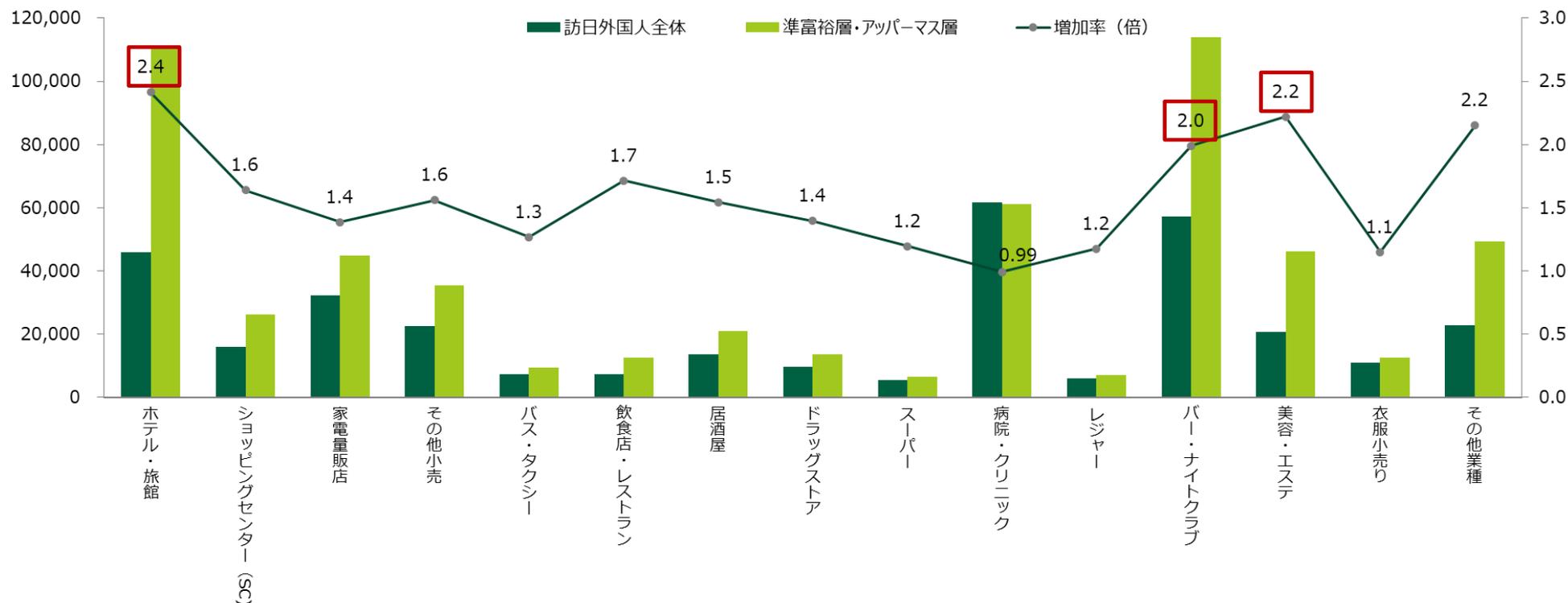


④-3 業種別の1人当たり利用単価

「病院・クリニック」を除き、準富裕層・アップーマス層は訪日外国人全体に比べて1人当たり利用単価が高い。特に、「ホテル・旅館」・「バー・ナイトクラブ」・「美容・エステ」では訪日外国人全体に比べて2倍以上の差がある。

- ✓ 準富裕層・アップーマス層は訪日外国人全体に比べて、概ねの業種で1人当たり利用単価が高い。
※「病院・クリニック」（増加率0.99倍）を除く
- ✓ 特に増加率が高い業種は「ホテル・旅館」（増加率2.4倍）・「バー・ナイトクラブ」（同2.0倍）・「美容・エステ」（同2.2倍）。

2023年 業種別1人当たり利用単価（円/人） ※訪日外国人全体と準富裕層・アップーマス層の比較



④-4 国・地域別×業種別 利用金額シェア

訪日外国人の利用金額シェアは、アメリカが19.4%を占め、「美容・エステ」等の業種で高いシェアを占めた。

- ✓ 訪日外国人における国・地域別利用金額シェアは、アメリカ（19.4%）が最も高く、次いで中国（16.8%）が高い。
- ✓ 業種別では、アメリカでは「美容・エステ」（74.8%）・「バス・タクシー」（47.1%）・「衣服小物」（43.2%）のシェアが高く、中国では「病院・クリニック」（49.6%）・「家電量販店」（30.6%）・「ドラッグストア」（29.4%）のシェアが高い。

訪日外国人全体 国・地域別×業種別 利用金額シェア（2023年）※各業種について国・地域別のシェアの合計が100%

（%）

業種	国・地域										
	アメリカ	中国	アジア（中国を除く）						オセアニア オーストラリア	欧州 イギリス	その他国・地域
			韓国	香港	台湾	フィリピン	シンガポール	タイ			
総計	19.4	16.8	8.5	6.0	10.7	3.2	3.5	4.4	3.1	3.2	21.3
ホテル・旅館	17.2	17.1	11.6	4.4	11.5	2.0	3.8	3.0	2.8	2.4	24.1
ショッピングセンター（SC）	23.9	14.0	4.6	7.5	11.6	2.5	3.0	7.3	4.1	4.5	17.0
家電量販店	15.8	30.6	1.4	8.7	13.2	1.0	3.2	1.7	1.4	3.3	19.7
その他小売	17.2	5.9	1.3	10.7	2.5	8.9	2.4	15.6	4.1	5.0	26.5
飲食店・レストラン	24.5	12.7	9.1	8.0	7.1	1.1	6.3	4.0	2.9	3.1	21.2
居酒屋	19.3	20.5	19.5	3.4	10.9	1.4	4.0	3.0	1.6	2.1	14.1
ドラッグストア	16.0	29.4	2.0	8.2	23.8	0.4	2.1	3.6	3.3	1.7	9.6
衣服小売り	21.4	12.2	0.9	11.6	20.2	0.8	1.4	2.7	1.2	4.2	23.3
バス・タクシー	47.1	3.1	10.9	1.8	2.0	0.3	3.9	3.4	6.2	4.0	17.4
スーパー	32.6	6.8	8.2	9.7	6.3	3.1	2.1	1.3	5.0	3.8	21.1
病院・クリニック	21.3	49.6	0.9	0.8	2.5	0.1	16.8	0.0	1.4	3.9	2.8
レジャー（ゴルフ、映画、カラオケ等）	30.4	5.0	18.7	4.2	6.3	0.2	3.6	1.4	5.3	7.7	17.2
バー・ナイトクラブ	15.9	12.4	27.9	11.0	3.3	0.0	0.0	0.0	4.7	12.1	12.6
美容・エステ	74.8	2.0	1.1	1.0	0.4	1.4	1.3	1.7	1.0	2.6	12.8
衣服小物	43.2	0.0	0.0	2.5	37.4	0.0	0.0	0.0	16.9	0.0	0.0
その他業種	9.5	1.7	13.1	2.5	0.6	56.4	0.3	0.4	5.3	1.2	9.0

④-4 国・地域別×業種別 利用人数シェア

訪日外国人の利用人数シェアは、アメリカが25.5%を占め、全ての業種で高いシェアを占めた。

- ✓ 2023年訪日外国人における利用人数シェアは、アメリカ（25.5%）が首位となり、次いで台湾（10.1%）、中国（9.9%）が続く。
- ✓ 業種別では、全ての業種でアメリカの利用人数シェアが高い。

訪日外国人全体 国・地域別×業種別 利用人数シェア（2023年） ※各業種について国・地域別のシェアの合計が100%

(%)

業種	国・地域										
	アメリカ	中国	アジア（中国を除く）						オセアニア	欧州	その他国・地域
			韓国	香港	台湾	フィリピン	シンガポール	タイ			
総計	25.5	9.9	6.7	7.1	10.1	1.7	3.8	3.8	5.0	4.7	21.6
ショッピングセンター（SC）	29.1	7.5	4.2	7.7	10.5	1.5	3.6	4.9	5.6	4.8	20.7
ホテル・旅館	17.5	12.7	9.9	6.9	12.8	2.2	3.8	3.3	3.9	3.7	23.2
飲食店・レストラン	29.7	8.4	8.3	7.0	6.1	0.9	4.9	2.9	4.8	4.9	22.0
家電量販店	21.7	19.0	2.4	7.0	15.6	1.0	2.9	3.1	3.5	4.1	19.9
その他小売	25.5	3.5	2.4	7.1	4.3	4.9	4.6	7.3	8.2	6.6	25.8
スーパー	25.7	7.4	6.0	10.2	8.5	2.8	4.2	2.6	5.7	5.6	21.2
居酒屋	23.1	12.5	12.0	6.3	9.7	1.0	5.6	3.8	3.8	4.5	17.6
ドラッグストア	27.2	19.2	3.1	8.6	13.9	0.5	2.6	3.3	4.0	3.8	13.7
バス・タクシー	42.4	3.1	9.8	2.0	1.8	0.6	4.3	3.1	8.4	5.3	19.1
レジャー（ゴルフ、映画、カラオケ等）	29.9	3.3	17.4	4.9	5.3	0.4	4.5	1.6	4.9	7.8	19.9
衣服小売り	22.4	11.6	1.5	8.1	16.0	0.6	0.6	2.0	2.3	2.6	32.3
美容・エステ	50.0	3.9	2.6	2.6	1.3	1.3	2.6	3.9	3.9	5.3	22.4
病院・クリニック	43.4	13.2	1.9	3.8	3.8	1.9	3.8	0.0	5.7	9.4	13.2
バー・ナイトクラブ	22.6	9.7	12.9	9.7	3.2	0.0	0.0	0.0	6.5	12.9	22.6
衣服小物	57.1	0.0	0.0	14.3	14.3	0.0	0.0	0.0	14.3	0.0	0.0
その他業種	37.9	4.9	4.1	6.6	3.7	2.1	2.5	2.9	4.9	6.2	24.3

④-4 国・地域別×業種別 利用金額シェア

準富裕層・アップーマス層の利用金額シェアは、アメリカ（24.4%）・中国（20.6%）が上位を占めた。

- ✓ 準富裕層・アップーマス層における利用金額シェアは、アメリカ（24.4%）が首位となり、次いで2位が中国（20.6%）、3位が台湾（10.8%）であった。
- ✓ 業種別では、アメリカでは「美容・エステ」（88.4%）・「バス・タクシー」（51.6%）・「病院・クリニック」（42.0%）の利用金額シェアが高く、中国では、「家電量販店」（36.1%）・「居酒屋」（28.7%）の利用金額シェアが高い。

準富裕層・アップーマス層 国・地域別×業種別 利用金額シェア（2023年） ※各業種について国・地域別のシェアの合計が100%

業種	国・地域											その他国・地域
	アメリカ	中国	アジア（中国を除く）					オセアニア		欧州		
			韓国	香港	台湾	フィリピン	シンガポール	タイ	オーストラリア	イギリス		
総計	24.4	20.6	5.4	5.6	10.8	2.9	3.8	4.8	2.3	2.5	17.0	
ホテル・旅館	24.1	21.2	6.0	2.1	12.6	1.6	4.5	4.6	1.5	2.1	19.8	
ショッピングセンター（SC）	26.3	20.7	3.3	7.2	11.3	3.4	2.5	6.7	3.3	2.8	12.5	
家電量販店	15.4	36.1	1.7	4.2	13.7	0.0	2.1	2.5	1.3	3.6	19.4	
その他小売	24.8	6.1	1.4	18.5	1.1	10.3	2.2	6.2	3.3	3.6	22.5	
飲食店・レストラン	21.8	17.3	7.6	11.0	4.8	0.6	8.5	6.9	2.0	0.9	18.6	
居酒屋	20.7	28.7	19.4	2.7	11.7	0.5	3.4	2.3	0.7	1.5	8.6	
ドラッグストア	16.0	26.8	0.6	7.8	31.9	0.6	0.0	6.1	2.3	0.2	7.6	
衣服小売り	30.2	14.9	0.4	15.3	21.6	0.0	0.0	6.9	0.1	0.0	10.7	
バス・タクシー	51.6	2.4	7.9	2.7	2.1	0.3	5.2	6.8	6.1	2.3	12.5	
病院・クリニック	42.0	6.1	2.3	0.6	0.7	0.0	44.9	0.0	2.5	0.0	1.0	
バー・ナイトクラブ	17.6	19.2	31.0	10.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	14.5	7.1	
美容・エステ	88.4	1.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.6	0.0	0.0	0.5	9.2	
スーパー	45.9	5.9	1.2	6.0	8.2	1.5	2.3	2.3	3.2	0.0	23.6	
レジャー（ゴルフ、映画、カラオケ等）	31.0	11.6	8.9	7.7	3.4	0.8	5.6	2.0	6.0	5.5	17.6	
ホームセンター	17.1	13.6	2.8	8.6	8.6	0.0	9.3	4.6	6.0	6.3	23.0	
その他業種	10.2	1.1	37.7	1.5	0.4	32.7	0.0	0.1	14.7	0.3	1.2	

④-4 国・地域別×業種別 利用人数シェア

準富裕層・アップーマス層の利用人数シェアは、アメリカ（31.1%）、中国（12.0%）が上位を占めた。

- ✓ 準富裕層・アップーマス層における利用人数シェアは、アメリカ（31.1%）が首位となり、次いで2位が中国（12.0%）、3位が台湾（10.9%）であった。
- ✓ 業種別では、アメリカでは「美容・エステ」（66.7%）・「バス・タクシー」（48.3%）・「病院・クリニック」（45.0%）の利用人数シェアが高く、中国では、「バー・ナイトクラブ」（30.0%）の利用人数シェアが高い。

準富裕層・アップーマス層 国・地域別×業種別 利用人数シェア（2023年） ※各業種について国・地域別のシェアの合計が100%

業種	国・地域										
	アメリカ	中国	アジア（中国を除く）					オセアニア		欧州	その他国・地域
			韓国	香港	台湾	フィリピン	シンガポール	タイ	オーストラリア	イギリス	
総計	31.1	12.0	3.6	7.6	10.9	1.5	3.6	4.9	3.8	3.4	17.5
ショッピングセンター（SC）	31.3	10.2	2.5	8.3	11.8	1.3	3.2	6.0	4.1	3.6	17.5
ホテル・旅館	20.6	19.6	6.5	6.5	14.3	1.4	4.2	4.9	2.1	2.1	17.8
家電量販店	25.8	19.6	1.2	7.4	16.9	0.3	2.5	3.4	3.4	4.0	15.6
その他小売	32.4	5.8	1.0	7.8	3.8	5.1	3.4	6.1	5.1	7.2	22.2
飲食店・レストラン	35.0	8.5	5.0	8.1	7.3	0.8	4.6	3.8	4.6	1.5	20.8
ドラッグストア	29.7	19.6	1.4	8.1	16.9	0.7	0.7	6.1	2.0	2.0	12.8
バス・タクシー	48.3	3.4	6.8	2.7	2.7	0.7	6.1	6.1	8.2	2.7	12.2
居酒屋	31.5	20.3	7.7	8.4	11.2	0.7	3.5	2.8	1.4	4.2	8.4
スーパー	32.2	8.4	2.8	9.1	12.6	2.1	5.6	4.2	4.2	0.0	18.9
レジャー（ゴルフ、映画、カラオケ等）	36.4	4.2	6.8	8.5	5.1	1.7	6.8	2.5	3.4	6.8	17.8
衣服小売り	34.5	10.7	1.2	7.1	15.5	0.0	0.0	4.8	1.2	0.0	25.0
美容・エステ	66.7	4.2	0.0	0.0	0.0	0.0	4.2	0.0	0.0	4.2	20.8
ホームセンター	19.0	9.5	4.8	4.8	4.8	0.0	9.5	9.5	9.5	4.8	23.8
病院・クリニック	45.0	10.0	5.0	5.0	5.0	0.0	10.0	0.0	10.0	0.0	10.0
バー・ナイトクラブ	20.0	30.0	10.0	10.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	10.0	20.0
その他業種	41.2	2.0	5.9	9.8	7.8	5.9	0.0	2.0	5.9	3.9	15.7

④-5 国・地域別×業種別の利用傾向（2年比較）

訪日外国人全体では、アメリカの利用人数は2019年比+146%の増加。一方で、中国は▲50%減少。

- ✓ アメリカ：「その他小売」（2019年比+848%）・「バス・タクシー」（同+731%）・「スーパー」（同+419%）等、多くの業種で利用人数が増加した。
- ✓ 中国：「衣服小物」（2019年比▲100%）、「SC」「家電量販店」（いずれも同▲65%）等、いくつかの業種で利用人数が減少した。

訪日外国人全体 国・地域別×業種別の利用傾向 1/4

業種	国・地域（全体・アメリカ・中国）																	
	全体						アメリカ						中国					
	利用延べ人数			利用金額			利用延べ人数			利用金額			利用延べ人数			利用金額		
	2019年	2023年	増減率	2019年	2023年	増減率	2019年	2023年	増減率	2019年	2023年	増減率	2019年	2023年	増減率	2019年	2023年	増減率
総計	100.0	151.8	+52%	100.0	118.4	+18%	15.7	38.7	+146%	12.4	22.9	+85%	29.8	15.0	▲50%	34.0	19.9	▲42%
ホテル・旅館	38.8	40.6	+5%	62.2	60.9	▲2%	4.9	7.1	+45%	8.1	10.5	+29%	9.2	5.1	▲44%	15.4	10.4	▲32%
ショッピングセンター（SC）	24.4	42.0	+72%	13.9	22.1	+58%	5.0	12.2	+146%	2.0	5.3	+168%	9.1	3.2	▲65%	7.5	3.1	▲58%
家電量販店	11.8	10.5	▲11%	11.4	11.1	▲2%	1.2	2.3	+91%	0.8	1.8	+126%	5.7	2.0	▲65%	6.9	3.4	▲51%
その他小売	2.1	10.4	+390%	1.5	7.7	+407%	0.3	2.6	+848%	0.1	1.3	+948%	0.5	0.4	▲31%	0.3	0.5	+50%
飲食店・レストラン	4.0	12.0	+199%	2.5	2.9	+15%	0.9	3.6	+291%	0.3	0.7	+116%	0.9	1.0	+9%	1.1	0.4	▲66%
居酒屋	3.5	5.9	+68%	2.0	2.7	+31%	0.9	1.4	+60%	0.3	0.5	+66%	0.6	0.7	+22%	0.5	0.5	+3%
ドラッグストア	4.1	5.7	+37%	2.0	1.8	▲10%	0.4	1.5	+314%	0.1	0.3	+447%	2.0	1.1	▲47%	1.3	0.5	▲61%
衣服小売り	5.0	3.6	▲29%	1.2	1.5	+17%	1.0	0.8	▲19%	0.2	0.3	+35%	0.7	0.4	▲40%	0.2	0.2	+2%
バス・タクシー	1.1	5.3	+389%	0.2	1.4	+715%	0.3	2.2	+731%	0.1	0.7	+1157%	0.1	0.2	+78%	0.0	0.0	+215%
スーパー	1.7	6.7	+287%	0.3	1.2	+271%	0.3	1.7	+419%	0.1	0.4	+515%	0.3	0.5	+45%	0.1	0.1	▲11%
病院・クリニック	0.1	0.5	+279%	0.2	1.1	+393%	0.0	0.2	+475%	0.1	0.2	+290%	0.0	0.1	+75%	0.1	0.5	+582%
レジャー（ゴルフ、映画、カラオケ等）	1.0	5.0	+414%	0.2	1.0	+340%	0.3	1.5	+356%	0.1	0.3	+386%	0.1	0.2	+45%	0.0	0.0	+350%
バー・ナイトクラブ	0.2	0.3	+82%	0.3	0.6	+137%	0.0	0.1	+133%	0.0	0.1	+230%	0.0	0.0	+50%	0.1	0.1	+44%
美容・エステ	0.1	0.8	+744%	0.0	0.5	+1328%	0.0	0.4	+1800%	0.0	0.4	+2851%	0.0	0.0	+50%	0.0	0.0	+124%
衣服小物	0.1	0.1	▲50%	0.0	0.1	+307%	0.0	0.0	-	0.0	0.1	-	0.1	0.0	▲100%	0.0	0.0	▲100%
その他業種	1.9	2.5	+32%	2.0	1.9	▲4%	0.3	1.0	+268%	0.2	0.2	▲18%	0.3	0.1	▲57%	0.5	0.0	▲94%

※利用人数・金額は、2019年の総計を100として指数化
注）「-」は2019年の利用人数が0人のため計算不可

④-5 国・地域別×業種別の利用傾向（2年比較）

訪日外国人全体では、香港の利用人数は2019年比+124%、韓国は同+26%、台湾は同+37%の増加。

- ✓ 韓国：利用人数では、「レジャー」（2019年比+963%）・「スーパー」（同+388%）・「その他小売」（同+300%）等、いくつかの業種で増加した。
- ✓ 香港：利用人数では、「その他小売」（2019年比+610%）・「スーパー」（同+560%）等の業種で増加した。
- ✓ 台湾：利用人数では、「レジャー」（2019年比+420%）・「その他小売」（同+330%）等の業種で増加した。

訪日外国人全体 国・地域別×業種別の利用傾向 2/4

業種	国・地域（中国を除く東アジア）																	
	韓国						香港						台湾					
	利用延べ人数			利用金額			利用延べ人数			利用金額			利用延べ人数			利用金額		
	2019年	2023年	増減率	2019年	2023年	増減率	2019年	2023年	増減率	2019年	2023年	増減率	2019年	2023年	増減率	2019年	2023年	増減率
総計	8.1	10.2	+26%	7.4	10.0	+35%	4.8	10.8	+124%	3.8	7.1	+88%	11.3	15.4	+37%	9.9	12.7	+29%
ホテル・旅館	4.8	4.0	▲16%	5.6	7.1	+25%	1.4	2.8	+95%	1.9	2.7	+40%	5.0	5.2	+4%	6.2	7.0	+13%
ショッピングセンター（SC）	0.9	1.8	+101%	0.4	1.0	+135%	1.4	3.2	+126%	0.7	1.7	+152%	2.6	4.4	+70%	1.3	2.6	+103%
家電量販店	0.3	0.2	▲20%	0.2	0.2	+5%	0.5	0.7	+37%	0.4	1.0	+174%	1.6	1.6	+3%	1.3	1.5	+11%
その他小売	0.1	0.2	+300%	0.1	0.1	+85%	0.1	0.7	+610%	0.1	0.8	+1404%	0.1	0.4	+330%	0.0	0.2	+1085%
飲食店・レストラン	0.6	1.0	+66%	0.4	0.3	▲35%	0.2	0.8	+376%	0.1	0.2	+135%	0.3	0.7	+173%	0.1	0.2	+72%
居酒屋	0.7	0.7	+6%	0.4	0.5	+30%	0.1	0.4	+227%	0.1	0.1	+43%	0.3	0.6	+93%	0.3	0.3	+9%
ドラッグストア	0.2	0.2	▲6%	0.1	0.0	▲53%	0.2	0.5	+176%	0.1	0.1	+134%	0.6	0.8	+25%	0.3	0.4	+30%
衣服小売り	0.1	0.1	▲29%	0.0	0.0	▲51%	0.5	0.3	▲39%	0.2	0.2	+11%	0.5	0.6	+8%	0.2	0.3	+44%
バス・タクシー	0.1	0.5	+257%	0.0	0.2	+1004%	0.0	0.1	+400%	0.0	0.0	+557%	0.0	0.1	+800%	0.0	0.0	+963%
スーパー	0.1	0.4	+388%	0.0	0.1	+620%	0.1	0.7	+560%	0.0	0.1	+404%	0.1	0.6	+323%	0.0	0.1	+295%
病院・クリニック	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-	0.0	0.0	+100%	0.1	0.0	▲86%	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-
レジャー（ゴルフ、映画、カラオケ等）	0.1	0.9	+963%	0.0	0.2	+447%	0.0	0.2	+500%	0.0	0.0	+524%	0.1	0.3	+420%	0.0	0.1	+56%
バー・ナイトクラブ	0.1	0.0	▲33%	0.1	0.2	+18%	0.0	0.0	-	0.0	0.1	-	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-
美容・エステ	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-
衣服小物	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-	0.0	0.1	-
その他業種	0.1	0.1	+0%	0.0	0.2	+396%	0.2	0.2	▲6%	0.3	0.0	▲85%	0.1	0.1	▲10%	0.1	0.0	▲79%

※利用人数・金額は、2019年の総計を100として指数化
注）「-」は2019年の利用人数が0人のため計算不可

④-5 国・地域別×業種別の利用傾向（2年比較）

訪日外国人全体では、フィリピンの利用人数は2019年比+216%、シンガポールは同+126%、タイは同+154%。

- ✓ フィリピン：利用金額では、「SC」（2019年比+1166%）・「その他小売」（同+1612%）・「スーパー」（同+1828%）等が大幅に増加した。
- ✓ シンガポール：利用金額では、「その他小売」（2019年比+2515%）・「レジャー」（+1470%）等が大幅に増加した。
- ✓ タイ：利用金額では、「バス・タクシー」（2019年比+4032%）等が大幅に増加した。

訪日外国人全体 国・地域別×業種別の利用傾向 3/4

業種	国・地域（東南アジア）																	
	フィリピン						シンガポール						タイ					
	利用延べ人数			利用金額			利用延べ人数			利用金額			利用延べ人数			利用金額		
	2019年	2023年	増減率	2019年	2023年	増減率	2019年	2023年	増減率	2019年	2023年	増減率	2019年	2023年	増減率	2019年	2023年	増減率
総計	0.8	2.6	+216%	1.0	3.8	+288%	2.5	5.7	+126%	2.9	4.2	+45%	2.3	5.8	+154%	2.3	5.2	+130%
ホテル・旅館	0.4	0.9	+118%	0.8	1.2	+55%	1.2	1.5	+24%	2.1	2.3	+11%	0.9	1.3	+57%	1.1	1.8	+61%
ショッピングセンター（SC）	0.1	0.6	+400%	0.0	0.5	+1166%	0.6	1.5	+169%	0.3	0.7	+114%	0.5	2.0	+338%	0.3	1.6	+464%
家電量販店	0.1	0.1	+100%	0.1	0.1	+118%	0.2	0.3	+32%	0.2	0.4	+71%	0.3	0.3	+24%	0.2	0.2	▲23%
その他小売	0.1	0.5	+600%	0.0	0.7	+1612%	0.0	0.5	+1433%	0.0	0.2	+2515%	0.2	0.8	+306%	0.3	1.2	+310%
飲食店・レストラン	0.0	0.1	-	0.0	0.0	-	0.1	0.6	+533%	0.0	0.2	+267%	0.1	0.4	+325%	0.1	0.1	▲18%
居酒屋	0.0	0.1	+100%	0.0	0.0	+211%	0.1	0.3	+433%	0.0	0.1	+129%	0.1	0.2	+267%	0.0	0.1	+356%
ドラッグストア	0.0	0.0	+200%	0.0	0.0	▲18%	0.0	0.1	+367%	0.0	0.0	+322%	0.1	0.2	+157%	0.0	0.1	+647%
衣服小売り	0.1	0.0	▲71%	0.0	0.0	▲2%	0.1	0.0	▲78%	0.0	0.0	▲29%	0.2	0.1	▲53%	0.0	0.0	+12%
バス・タクシー	0.0	0.0	+200%	0.0	0.0	+22%	0.1	0.2	+340%	0.0	0.1	+436%	0.0	0.2	+700%	0.0	0.0	+4032%
スーパー	0.0	0.2	+1700%	0.0	0.0	+1828%	0.0	0.3	+575%	0.0	0.0	+479%	0.0	0.2	+750%	0.0	0.0	+467%
病院・クリニック	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-	0.0	0.2	-	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-
レジャー（ゴルフ、映画、カラオケ等）	0.0	0.0	+0%	0.0	0.0	+20%	0.0	0.2	+633%	0.0	0.0	+1470%	0.0	0.1	+700%	0.0	0.0	+648%
バー・ナイトクラブ	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-
美容・エステ	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-
衣服小物	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-
その他業種	0.0	0.1	+67%	0.0	1.1	+8727%	0.1	0.1	▲25%	0.1	0.0	▲95%	0.1	0.1	▲30%	0.1	0.0	▲94%

※利用人数・金額は、2019年の総計を100として指数化
注）「-」は2019年の利用人数が0人のため計算不可

④-5 国・地域別×業種別の利用傾向（2年比較）

訪日外国人全体では、オーストラリアの利用人数は2019年比+181%の増加。イギリスは同+139%、その他国・地域は同+74%の増加。

- ✓ オーストラリア：利用人数では、「SC」（2019年比+387%）・「その他小売」（同+720%）・「飲食店・レストラン」（同+1020%）等の業種で大きく増加した。
- ✓ イギリス：利用人数では、「SC」（2019年比+400%）・「その他小売」（同+843%）・「レジャー」（同+443%）等の業種で大幅に増加した。

訪日外国人全体 国・地域別×業種別の利用傾向 4/4

業種	国・地域（オセアニア・欧州・その他国・地域）																	
	オーストラリア						イギリス						その他国・地域					
	利用延べ人数			利用金額			利用延べ人数			利用金額			利用延べ人数			利用金額		
	2019年	2023年	増減率	2019年	2023年	増減率	2019年	2023年	増減率	2019年	2023年	増減率	2019年	2023年	増減率	2019年	2023年	増減率
総計	2.7	7.6	+181%	2.5	3.7	+45%	3.0	7.2	+139%	2.7	3.8	+40%	19	33	+74%	21.2	25.2	+19%
ホテル・旅館	1.0	1.6	+54%	2.0	1.7	▲14%	1.4	1.5	+6%	2.0	1.5	▲26%	8	9	+11%	16.9	14.7	▲13%
ショッピングセンター（SC）	0.5	2.4	+387%	0.2	0.9	+423%	0.4	2.0	+400%	0.1	1.0	+710%	3	9	+152%	1.2	3.7	+209%
家電量販店	0.2	0.4	+57%	0.1	0.2	+163%	0.1	0.4	+282%	0.2	0.4	+78%	2	2	+35%	1.0	2.2	+109%
その他小売	0.1	0.8	+720%	0.0	0.3	+1322%	0.1	0.7	+843%	0.0	0.4	+959%	1	3	+363%	0.6	2.0	+260%
飲食店・レストラン	0.1	0.6	+1020%	0.0	0.1	+627%	0.1	0.6	+307%	0.1	0.1	+42%	1	3	+245%	0.2	0.6	+174%
居酒屋	0.1	0.2	+100%	0.1	0.0	▲31%	0.1	0.3	+100%	0.1	0.1	▲4%	1	1	+77%	0.3	0.4	+46%
ドラッグストア	0.1	0.2	+340%	0.0	0.1	+394%	0.1	0.2	+250%	0.0	0.0	+441%	0	1	+63%	0.1	0.2	+117%
衣服小売り	0.4	0.1	▲77%	0.1	0.0	▲68%	0.2	0.1	▲50%	0.1	0.1	+4%	1	1	▲16%	0.3	0.3	+27%
バス・タクシー	0.0	0.4	+2050%	0.0	0.1	+12056%	0.1	0.3	+145%	0.0	0.1	+135%	0	1	+213%	0.0	0.2	+426%
スーパー	0.1	0.4	+517%	0.0	0.1	+304%	0.2	0.4	+140%	0.0	0.0	+143%	0	1	+219%	0.1	0.2	+260%
病院・クリニック	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-	0.0	0.1	-	0.0	0.0	-	0	0	+40%	0.0	0.0	+34%
レジャー（ゴルフ、映画、カラオケ等）	0.1	0.2	+380%	0.0	0.1	+614%	0.1	0.4	+443%	0.0	0.1	+391%	0	1	+471%	0.0	0.2	+298%
バー・ナイトクラブ	0.0	0.0	+0%	0.0	0.0	+59%	0.0	0.0	+100%	0.0	0.1	+1027%	0	0	+250%	0.0	0.1	+985%
美容・エステ	0.0	0.0	+200%	0.0	0.0	+105%	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-	0	0	+325%	0.0	0.1	+313%
衣服小物	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-	0	0	-	0.0	0.0	-
その他業種	0.1	0.1	+33%	0.1	0.1	+45%	0.1	0.2	+88%	0.1	0.0	▲67%	1	1	+5%	0.5	0.2	▲63%

※利用人数・金額は、2019年の総計を100として指数化
注）「-」は2019年の利用人数が0人のため計算不可

④-5 国・地域別×業種別の利用傾向（2年比較）

準富裕層・アッパーマス層では、アメリカの利用人数は2019年比+342%増加。一方、中国は▲38%減少。

- ✓ アメリカ：利用人数において、「スーパー」（2019年比+820%）・「飲食店・レストラン」（同+469%）等、いくつかの業種で増加した。
- ✓ 中国：利用人数において、「居酒屋」（2019年比+164%）等、利用人数が増加した業種もある一方、「家電量販店」（同▲58%）・「SC」（同▲54%）等、減少した業種もみられた。

準富裕層・アッパーマス層 国・地域別×業種別の利用傾向 1/4

業種	国・地域（全体・アメリカ・中国）																	
	全体						アメリカ						中国					
	利用延べ人数			利用金額			利用延べ人数			利用金額			利用延べ人数			利用金額		
	2019年	2023年	増減率	2019年	2023年	増減率	2019年	2023年	増減率	2019年	2023年	増減率	2019年	2023年	増減率	2019年	2023年	増減率
総計	100.0	225.5	+126%	100.0	144.2	+44%	15.9	70.2	+342%	12.6	35.1	+178%	43.7	27.2	▲38%	44.8	29.7	▲34%
ホテル・旅館	22.6	30.4	+35%	49.8	58.9	+18%	2.6	6.2	+144%	6.8	14.2	+108%	8.8	6.0	▲32%	17.1	12.5	▲27%
ショッピングセンター（SC）	31.3	68.4	+119%	17.4	31.5	+81%	5.9	21.4	+264%	2.3	8.3	+258%	15.1	7.0	▲54%	10.9	6.5	▲40%
家電量販店	17.5	23.1	+32%	16.6	18.2	+10%	1.7	6.0	+250%	1.7	2.8	+60%	10.8	4.5	▲58%	10.6	6.6	▲38%
その他小売	3.0	20.8	+581%	2.8	12.9	+361%	0.3	6.7	+2275%	0.1	3.2	+4363%	1.1	1.2	+6%	0.4	0.8	+103%
飲食店・レストラン	5.6	18.4	+229%	4.1	4.1	▲2%	1.1	6.5	+469%	0.4	0.9	+123%	2.0	1.6	▲21%	2.1	0.7	▲67%
居酒屋	4.0	10.1	+155%	1.5	3.7	+146%	1.4	3.2	+125%	0.3	0.8	+139%	0.8	2.1	+164%	0.4	1.1	+152%
ドラッグストア	5.3	10.5	+97%	2.1	2.5	+19%	0.3	3.1	+1000%	0.0	0.4	+1424%	3.0	2.1	▲33%	1.5	0.7	▲56%
衣服小売り	2.0	6.0	+200%	0.6	1.8	+188%	0.6	2.1	+222%	0.2	0.5	+175%	0.4	0.6	+80%	0.1	0.3	+115%
バス・タクシー	1.6	10.4	+568%	0.1	1.7	+1715%	0.2	5.0	+2267%	0.0	0.9	+12027%	0.1	0.4	+400%	0.0	0.0	+2008%
病院・クリニック	0.4	1.4	+300%	0.6	1.5	+176%	0.1	0.6	+350%	0.2	0.6	+194%	0.1	0.1	+0%	0.1	0.1	▲18%
バー・ナイトクラブ	0.4	0.7	+100%	0.4	1.4	+215%	0.1	0.1	+0%	0.1	0.2	+268%	0.1	0.2	+200%	0.1	0.3	+148%
美容・エステ	0.1	1.7	+1100%	0.0	1.4	+4206%	0.0	1.1	-	0.0	1.2	-	0.1	0.1	+0%	0.0	0.0	+55%
スーパー	1.5	10.1	+581%	0.3	1.1	+329%	0.4	3.3	+820%	0.1	0.5	+843%	0.6	0.9	+50%	0.1	0.1	▲54%
レジャー（ゴルフ、映画、カラオケ等）	1.6	8.4	+436%	0.2	1.0	+404%	0.7	3.0	+330%	0.1	0.3	+339%	0.2	0.4	+67%	0.0	0.1	+1746%
ホームセンター	0.6	1.5	+133%	0.3	0.2	▲53%	0.1	0.3	+300%	0.0	0.0	+1862%	0.2	0.1	▲33%	0.2	0.0	▲87%
その他業種	2.6	3.6	+38%	3.0	2.3	▲24%	0.4	1.5	+320%	0.3	0.2	▲30%	0.4	0.1	▲80%	1.1	0.0	▲98%

※利用人数・金額は、2019年の総計を100として指数化
注）「-」は2019年の利用人数が0人のため計算不可

④-5 国・地域別×業種別の利用傾向（2年比較）

準富裕層・アッパーマス層では、韓国の利用人数は2019年比+73%、香港は同+187%、台湾は同+245%の増加。

- ✓ 韓国：利用人数では、「SC」（2019年比+140%）・「居酒屋」（同+120%）等の業種で増加した。
利用金額では、「バス・タクシー」（同+4251%）・「居酒屋」（同+332%）等の業種で増加した。
- ✓ 香港：利用人数では、「SC」（2019年比+208%）・「その他小売」（+1050%）等の業種で増加した。
- ✓ 台湾：利用人数では、「SC」（2019年比+226%）・「居酒屋」（+700%）等の業種で増加した。

準富裕層・アッパーマス層 国・地域別×業種別の利用傾向 2/4

業種	国・地域（中国を除く東アジア）																	
	韓国						香港						台湾					
	利用延べ人数			利用金額			利用延べ人数			利用金額			利用延べ人数			利用金額		
	2019年	2023年	増減率	2019年	2023年	増減率	2019年	2023年	増減率	2019年	2023年	増減率	2019年	2023年	増減率	2019年	2023年	増減率
総計	4.7	8.1	+73%	5.7	7.7	+34%	6.0	17.1	+187%	3.8	8.1	+111%	7.2	24.7	+245%	4.6	15.6	+238%
ホテル・旅館	1.6	2.0	+27%	3.4	3.5	+5%	1.3	2.0	+47%	1.5	1.2	▲17%	1.7	4.3	+154%	1.4	7.4	+425%
ショッピングセンター（SC）	0.7	1.7	+140%	0.7	1.0	+45%	1.8	5.7	+208%	0.6	2.3	+255%	2.5	8.1	+226%	1.0	3.5	+269%
家電量販店	0.4	0.3	▲20%	0.2	0.3	+84%	0.9	1.7	+100%	0.4	0.8	+120%	1.2	3.9	+224%	1.6	2.5	+60%
その他小売	0.1	0.2	+200%	0.1	0.2	+31%	0.1	1.6	+1050%	0.1	2.4	+3951%	0.1	0.8	+1000%	0.0	0.1	+7497%
飲食店・レストラン	0.7	0.9	+30%	0.7	0.3	▲58%	0.2	1.5	+600%	0.2	0.4	+191%	0.2	1.3	+533%	0.0	0.2	+437%
居酒屋	0.4	0.8	+120%	0.2	0.7	+332%	0.2	0.9	+300%	0.1	0.1	+9%	0.1	1.1	+700%	0.2	0.4	+155%
ドラッグストア	0.1	0.1	+0%	0.1	0.0	▲81%	0.3	0.9	+200%	0.1	0.2	+115%	0.8	1.8	+127%	0.3	0.8	+181%
衣服小売り	0.1	0.1	+0%	0.0	0.0	+260%	0.2	0.4	+100%	0.1	0.3	+177%	0.4	0.9	+160%	0.2	0.4	+138%
バス・タクシー	0.1	0.7	+400%	0.0	0.1	+4251%	0.1	0.3	+100%	0.0	0.0	+218%	0.1	0.3	+300%	0.0	0.0	+271%
病院・クリニック	0.0	0.1	-	0.0	0.0	-	0.1	0.1	+0%	0.2	0.0	▲96%	0.0	0.1	-	0.0	0.0	-
バー・ナイトクラブ	0.1	0.1	+0%	0.2	0.4	+108%	0.0	0.1	-	0.0	0.2	-	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-
美容・エステ	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-
スーパー	0.1	0.3	+100%	0.0	0.0	▲44%	0.1	0.9	+1200%	0.0	0.1	+694%	0.0	1.3	-	0.0	0.1	-
レジャー（ゴルフ、映画、カラオケ等）	0.1	0.6	+300%	0.0	0.1	+159%	0.1	0.7	+400%	0.0	0.1	+586%	0.0	0.4	-	0.0	0.0	-
ホームセンター	0.1	0.1	+0%	0.1	0.0	▲91%	0.0	0.1	-	0.0	0.0	-	0.0	0.1	-	0.0	0.0	-
その他業種	0.1	0.2	+50%	0.0	0.9	+1923%	0.4	0.4	▲17%	0.6	0.0	▲94%	0.1	0.3	+100%	0.0	0.0	▲61%

※利用人数・金額は、2019年の総計を100として指数化
注）「-」は2019年の利用人数が0人のため計算不可

④-5 国・地域別×業種別の利用傾向（2年比較）

準富裕層・アッパーマス層では、フィリピンの利用人数は2019年比+586%、シンガポールは同+448%、タイは同+420%の増加。

- ✓ フィリピン：利用金額では、「その他小売」（2019年比+1026%）・「スーパー」（同+140%）等の業種で増加した。
- ✓ シンガポール：「飲食店・レストラン」（利用人数 2019年比+1100%・金額 同+1040%）等の業種で増加した。
- ✓ タイ：利用人数では、「SC」（2019年比+625%）・「その他小売」（同+260%）等の業種で増加した。

準富裕層・アッパーマス層 国・地域別×業種別の利用傾向 3/4

業種	国・地域（東南アジア）																	
	フィリピン						シンガポール						タイ					
	利用延べ人数			利用金額			利用延べ人数			利用金額			利用延べ人数			利用金額		
	2019年	2023年	増減率	2019年	2023年	増減率	2019年	2023年	増減率	2019年	2023年	増減率	2019年	2023年	増減率	2019年	2023年	増減率
総計	0.5	3.4	+586%	0.8	4.2	+453%	1.5	8.2	+448%	0.7	5.4	+688%	2.1	11.1	+420%	2.5	6.9	+178%
ホテル・旅館	0.2	0.4	+100%	0.6	0.9	+50%	0.3	1.3	+350%	0.2	2.6	+1130%	0.5	1.5	+200%	0.6	2.7	+367%
ショッピングセンター（SC）	0.0	0.9	-	0.0	1.1	-	0.7	2.2	+210%	0.1	0.8	+484%	0.6	4.1	+625%	0.4	2.1	+378%
家電量販店	0.0	0.1	-	0.0	0.0	-	0.1	0.6	+300%	0.0	0.4	+881%	0.4	0.8	+120%	0.2	0.5	+103%
その他小売	0.1	1.1	+650%	0.1	1.3	+1026%	0.0	0.7	-	0.0	0.3	-	0.4	1.3	+260%	0.7	0.8	+12%
飲食店・レストラン	0.0	0.1	-	0.0	0.0	-	0.1	0.9	+1100%	0.0	0.3	+1040%	0.1	0.7	+400%	0.5	0.3	▲40%
居酒屋	0.0	0.1	-	0.0	0.0	-	0.0	0.4	-	0.0	0.1	-	0.1	0.3	+300%	0.0	0.1	+1103%
ドラッグストア	0.0	0.1	-	0.0	0.0	-	0.0	0.1	-	0.0	0.0	-	0.0	0.6	-	0.0	0.2	-
衣服小売り	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-	0.0	0.3	-	0.0	0.1	-
バス・タクシー	0.0	0.1	-	0.0	0.0	-	0.1	0.6	+350%	0.0	0.1	+630%	0.0	0.6	-	0.0	0.1	-
病院・クリニック	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-	0.0	0.1	-	0.0	0.7	-	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-
バー・ナイトクラブ	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-
美容・エステ	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-	0.0	0.1	-	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-
スーパー	0.1	0.2	+200%	0.0	0.0	+140%	0.0	0.6	-	0.0	0.0	-	0.0	0.4	-	0.0	0.0	-
レジャー（ゴルフ、映画、カラオケ等）	0.1	0.1	+100%	0.0	0.0	+41%	0.0	0.6	-	0.0	0.1	-	0.0	0.2	-	0.0	0.0	-
ホームセンター	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-	0.0	0.1	-	0.0	0.0	-	0.1	0.1	+0%	0.0	0.0	▲85%
その他業種	0.0	0.2	-	0.0	0.8	-	0.1	0.0	▲100%	0.3	0.0	▲100%	0.0	0.1	-	0.0	0.0	-

※利用人数・金額は、2019年の総計を100として指数化
注）「-」は2019年の利用人数が0人のため計算不可

④-5 国・地域別×業種別の利用傾向（2年比較）

準富裕層・アッパーマス層では、オーストラリアの利用人数は2019年比+369%、イギリスは同+500%、その他国・地域は同+156%の増加。

- ✓ オーストラリア：利用金額では、「家電量販店」（2019年比+1221%）・「その他小売」（同+8137%）等が大幅に増加した。
- ✓ イギリス：利用金額では、「SC」（2019年比+4867%）・「その他小売」（同+2055%）等が大幅に増加した。
- ✓ その他国・地域：利用人数では、「その他小売」（2019年比+550%）・「スーパー」（同+800%）等が大幅に増加した。

準富裕層・アッパーマス層 国・地域別×業種別の利用傾向 4/4

業種	国・地域（オセアニア・欧州・その他国・地域）																	
	オーストラリア						イギリス						その他国・地域					
	利用延べ人数			利用金額			利用延べ人数			利用金額			利用延べ人数			利用金額		
	2019年	2023年	増減率	2019年	2023年	増減率	2019年	2023年	増減率	2019年	2023年	増減率	2019年	2023年	増減率	2019年	2023年	増減率
総計	1.8	8.7	+369%	3.2	3.3	+2%	1.3	7.7	+500%	1.4	3.6	+159%	15.4	39.4	+156%	19.7	24.5	+24%
ホテル・旅館	0.9	0.6	▲25%	2.8	0.9	▲69%	0.6	0.6	+13%	0.6	1.2	+102%	4.2	5.4	+29%	14.7	11.7	▲21%
ショッピングセンター（SC）	0.2	2.8	+1233%	0.1	1.0	+965%	0.1	2.5	+3400%	0.0	0.9	+4867%	3.7	12.0	+225%	1.2	3.9	+225%
家電量販店	0.3	0.8	+175%	0.0	0.2	+1221%	0.1	0.9	+1200%	0.6	0.7	+15%	1.8	3.6	+104%	1.3	3.5	+162%
その他小売	0.1	1.1	+1400%	0.0	0.4	+8137%	0.1	1.5	+2000%	0.0	0.5	+2055%	0.7	4.6	+550%	1.3	2.9	+125%
飲食店・レストラン	0.0	0.9	-	0.0	0.1	-	0.1	0.3	+300%	0.1	0.0	▲57%	1.1	3.8	+260%	0.1	0.8	+559%
居酒屋	0.1	0.1	+0%	0.1	0.0	▲54%	0.1	0.4	+200%	0.0	0.1	+127%	0.7	0.9	+20%	0.3	0.3	+26%
ドラッグストア	0.0	0.2	-	0.0	0.1	-	0.1	0.2	+200%	0.0	0.0	+8%	0.7	1.3	+90%	0.1	0.2	+87%
衣服小売り	0.0	0.1	-	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-	0.4	1.5	+320%	0.0	0.2	+399%
バス・タクシー	0.0	0.9	-	0.0	0.1	-	0.1	0.3	+300%	0.0	0.0	+2538%	0.7	1.3	+80%	0.0	0.2	+390%
病院・クリニック	0.0	0.1	-	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-	0.0	0.1	-	0.0	0.0	-
バー・ナイトクラブ	0.1	0.0	▲100%	0.1	0.0	▲100%	0.0	0.1	-	0.0	0.2	-	0.0	0.1	-	0.0	0.1	-
美容・エステ	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-	0.0	0.1	-	0.0	0.0	-	0.1	0.4	+400%	0.0	0.1	+545%
スーパー	0.0	0.4	-	0.0	0.0	-	0.1	0.0	▲100%	0.0	0.0	▲100%	0.2	1.9	+800%	0.0	0.3	+1176%
レジャー（ゴルフ、映画、カラオケ等）	0.1	0.3	+300%	0.0	0.1	+1181%	0.0	0.6	-	0.0	0.1	-	0.2	1.5	+600%	0.1	0.2	+166%
ホームセンター	0.0	0.1	-	0.0	0.0	-	0.1	0.1	+0%	0.1	0.0	▲85%	0.1	0.4	+400%	0.0	0.0	+308%
その他業種	0.1	0.2	+50%	0.2	0.3	+80%	0.0	0.1	-	0.0	0.0	-	0.9	0.6	▲38%	0.5	0.0	▲94%

※利用人数・金額は、2019年の総計を100として指数化
注）「-」は2019年の利用人数が0人のため計算不可

3. 調査分析内容

(イ)消費傾向調査

⑤月別の外国人消費

(訪日全体、準富裕層・アッパーマス層)

⑤-1 月別の消費傾向

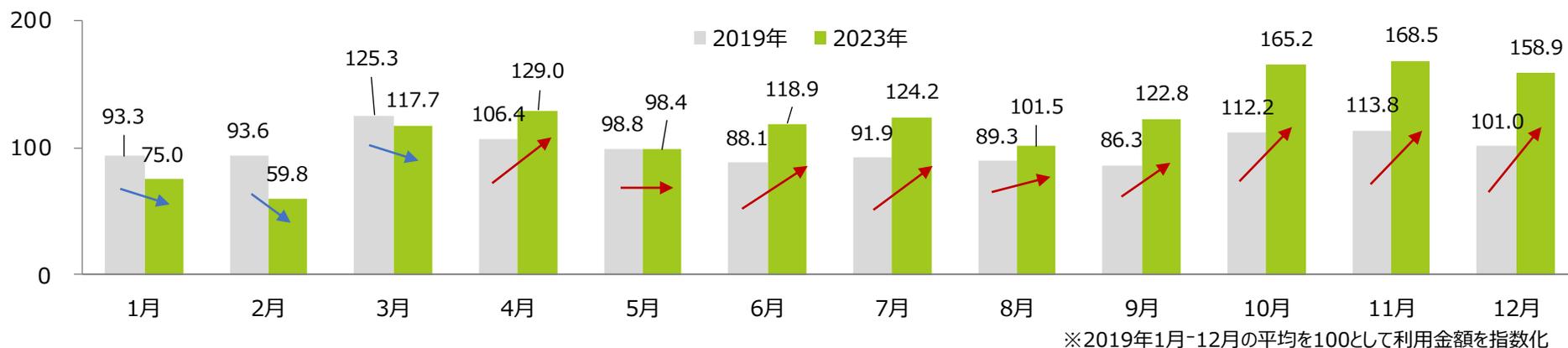
2023年の月別のカード利用人数は、3月以降で2019年を上回った。

- ✓ 特に10月、11月、12月において、カード利用人数・利用金額がピークとなった。
- ✓ 2023年3月以降、各月のカード利用人数は2019年比プラスで推移したが、利用金額も4月以降は2019年を上回った。

訪日外国人全体 月別利用人数



訪日外国人全体 月別利用金額

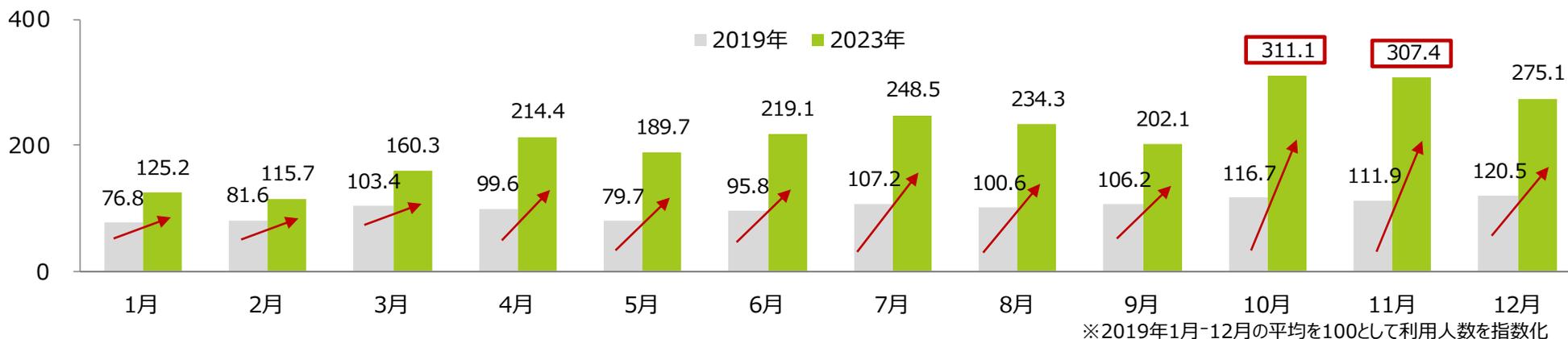


⑤-1 月別の消費傾向

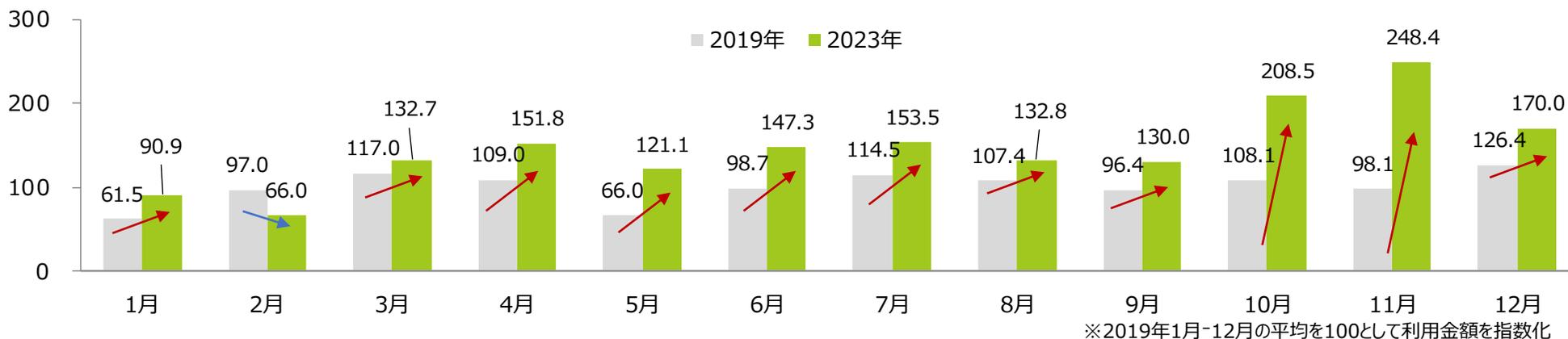
準富裕層・アッパーマス層においても、月別のカード利用人数・金額は2019年を上回った水準で推移。

✓ 準富裕層・アッパーマス層においても、特に10月、11月、12月において、カード利用人数・利用金額がピークとなった。

準富裕層・アッパーマス層 月別利用人数



準富裕層・アッパーマス層 月別利用金額



⑤-2 月別×国・地域別の消費傾向

訪日外国人のうち、アメリカの利用人数は全ての月で2019年を上回り、年末に向けて増加傾向がみられた。

- ✓ アメリカ：10月、11月、12月が特に多く、年末にかけての利用人数の増加がみられた。
- ✓ 中国：全ての月で2019年の人数を下回り、2023年8月の団体旅行解禁後も需要が戻りきっていない。

訪日外国人全体 月別×国・地域別 利用人数

国・地域	年	月											
		1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
全体	2019	94.7	85.1	103.7	114.0	98.6	91.9	102.0	87.8	87.5	113.6	116.7	104.6
	2023	86.6	78.9	121.6	159.1	142.0	143.4	162.6	144.6	140.8	195.3	209.8	187.6
アメリカ	2019	13.0	13.1	15.9	17.4	15.3	14.0	17.6	17.0	12.8	19.6	19.5	17.9
	2023	20.2	20.3	33.3	41.4	35.2	43.2	48.8	36.3	34.4	54.9	57.3	50.0
中国	2019	27.3	23.7	32.6	29.0	27.0	28.1	27.3	27.4	24.8	24.0	26.9	30.4
	2023	4.0	6.3	14.0	14.9	15.1	13.8	16.8	14.2	15.1	19.1	18.0	17.9
台湾	2019	12.5	10.4	11.6	12.1	11.9	10.5	12.4	11.9	8.7	10.9	10.6	10.9
	2023	10.2	7.4	10.9	13.9	12.4	14.2	16.1	16.4	13.9	14.9	16.2	15.1
韓国	2019	12.0	10.9	6.1	10.0	10.6	9.0	7.6	5.2	6.0	6.7	9.3	7.4
	2023	9.4	6.4	7.8	12.1	10.1	9.3	7.4	9.0	11.5	14.7	14.2	12.8
香港	2019	4.1	4.2	4.9	5.9	5.7	3.1	8.3	3.8	3.5	3.8	5.2	8.2
	2023	9.3	7.0	8.5	9.5	6.1	8.9	11.0	10.2	6.4	11.7	13.9	16.2
タイ	2019	2.5	1.5	1.5	2.9	2.5	1.4	1.6	1.0	2.5	3.4	4.6	3.8
	2023	4.1	4.1	6.0	5.9	6.5	4.6	4.4	3.5	3.7	8.2	7.5	5.7
シンガポール	2019	2.6	1.6	3.3	3.1	1.9	3.0	2.3	1.9	2.7	2.7	3.7	3.0
	2023	2.5	2.5	4.0	7.4	5.3	5.3	4.6	4.9	4.2	5.9	7.4	10.4
イギリス	2019	1.8	1.8	3.7	3.7	2.2	1.9	3.3	1.8	4.5	6.4	3.5	4.2
	2023	2.5	1.8	3.1	9.0	8.9	6.4	7.6	9.7	7.6	10.4	9.3	9.0
オーストラリア	2019	2.2	1.6	3.3	4.1	2.9	1.9	2.9	1.0	2.6	4.6	3.8	2.9
	2023	4.5	4.9	6.0	7.8	6.1	6.4	6.8	6.1	7.0	11.0	14.3	11.7
フィリピン	2019	1.2	0.4	1.0	1.2	1.6	1.0	0.5	0.7	0.7	0.8	1.2	0.7
	2023	2.0	1.8	0.8	1.6	2.5	2.5	3.1	1.8	4.0	3.7	4.6	1.9
その他国・地域	2019	15.7	15.8	19.9	24.5	17.0	18.0	18.1	16.2	18.7	30.5	28.4	15.3
	2023	18.0	16.6	27.3	35.6	33.8	28.9	36.0	32.6	33.1	40.9	47.2	36.8

※2019年1月-12月の全体の利用人数の平均を100として、各国・地域の利用人数を指数化

⑤-2 月別×国・地域別の消費傾向

訪日外国人のうち、アメリカの利用金額は全ての月で2019年を上回ったが、中国では全ての月で下回った。

- ✓ アメリカ：2019年と比べて全ての月で利用金額が上回り、特に10月～12月の利用金額が高い。
- ✓ 中国：2019年と比べて全ての月で利用金額が下回り、8月の団体旅行解禁後の伸びも鈍い。

訪日外国人全体 月別×国・地域別 利用金額

国・地域	年	月											
		1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
全体	2019	93.3	93.6	125.3	106.4	98.8	88.1	91.9	89.3	86.3	112.2	113.8	101.0
	2023	75.0	59.8	117.7	129.0	98.4	118.9	124.2	101.5	122.8	165.2	168.5	158.9
アメリカ	2019	9.7	11.5	13.0	14.0	15.6	6.5	10.7	13.6	13.0	16.8	11.6	12.8
	2023	13.3	11.7	25.0	19.8	18.0	24.9	25.3	18.9	19.5	34.5	33.0	41.4
中国	2019	28.3	29.9	50.6	33.4	33.0	36.5	34.2	34.2	29.3	27.4	35.4	36.0
	2023	6.8	9.5	19.0	27.2	20.3	24.5	25.5	15.3	17.3	21.9	27.9	22.3
台湾	2019	11.0	9.7	15.6	9.8	11.9	9.7	8.7	8.6	5.4	10.2	8.3	9.5
	2023	10.6	5.3	10.8	13.1	9.9	12.5	18.0	14.3	13.4	12.8	15.9	13.8
韓国	2019	10.4	13.3	5.8	7.3	8.3	6.3	7.9	5.0	4.8	5.4	9.6	5.1
	2023	6.9	5.2	5.7	9.4	8.4	6.1	6.0	7.6	20.4	28.7	9.2	9.1
香港	2019	4.0	3.0	3.4	2.8	3.6	1.3	5.7	3.8	2.2	3.4	3.3	8.9
	2023	11.9	5.6	6.9	9.8	3.3	6.6	8.2	5.5	3.0	6.1	7.6	9.9
タイ	2019	2.8	1.8	1.9	3.9	1.8	0.9	1.7	0.3	1.6	3.8	3.7	3.3
	2023	3.4	2.5	3.2	5.8	4.3	7.0	3.0	3.8	7.8	11.6	5.9	5.2
シンガポール	2019	3.2	1.5	2.8	4.2	3.2	3.7	2.0	1.8	2.3	2.3	4.7	2.6
	2023	2.0	2.2	2.8	5.1	4.9	5.0	2.7	4.4	4.4	4.7	4.2	8.1
イギリス	2019	0.8	1.2	2.8	2.7	1.5	3.5	2.4	0.6	5.8	5.5	2.8	2.8
	2023	1.4	0.7	3.2	3.6	2.5	5.2	4.8	5.0	2.8	3.6	9.0	4.5
オーストラリア	2019	2.0	1.1	4.3	2.4	2.5	1.1	3.5	0.3	1.3	5.4	4.1	2.1
	2023	2.0	2.7	3.2	3.0	3.3	2.3	2.9	2.5	3.8	5.1	9.4	6.1
フィリピン	2019	1.6	0.1	0.8	1.1	1.5	1.1	0.7	1.2	0.6	0.7	1.6	0.6
	2023	2.2	1.2	12.2	1.2	2.3	2.5	3.1	2.5	4.2	3.0	6.1	4.6
その他国・地域	2019	19.5	20.6	24.3	24.7	15.8	17.5	14.6	19.8	20.0	31.3	28.8	17.4
	2023	14.5	13.1	25.9	31.0	21.3	22.3	24.7	21.7	26.1	33.3	40.5	33.8

※2019年1月-12月の全体の利用金額の平均を100として、各国・地域の利用人数を指数化

⑤-2 月別×国・地域別の消費傾向

全ての月において2019年比でアメリカの利用人数は増加し、特に年後半では大幅な増加がみられた。

- ✓ アメリカ：2019年と比べて全ての月において利用人数が増加した。特に、6月以降に利用人数が大幅に増加した。
- ✓ 中国：訪日外国人全体の利用人数は2019年を常に下回っていたが、準富裕層・アップーマス層では落ち込みが緩やかで、5月と10月は2019年を上回った。

準富裕層・アップーマス層 月別×国・地域別 利用人数

国・地域	年	月											
		1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
全体	2019	76.8	81.6	103.4	99.6	79.7	95.8	107.2	100.6	106.2	116.7	111.9	120.5
	2023	125.2	115.7	160.3	214.4	189.7	219.1	248.5	234.3	202.1	311.1	307.4	275.1
アメリカ	2019	6.6	12.3	16.1	17.1	16.1	11.4	19.9	17.1	18.0	25.6	22.8	19.9
	2023	35.1	37.9	55.0	56.0	44.6	81.6	97.7	71.1	56.0	112.9	109.1	88.2
中国	2019	35.1	36.0	45.5	39.8	31.3	51.2	44.6	42.7	44.6	33.2	37.0	52.2
	2023	7.6	12.3	24.7	28.5	35.1	26.6	28.5	22.8	26.6	38.9	33.2	37.9
台湾	2019	7.6	7.6	10.4	6.6	5.7	4.7	8.5	6.6	4.7	4.7	2.8	6.6
	2023	15.2	8.5	16.1	27.5	17.1	16.1	19.9	26.6	19.9	19.9	28.5	14.2
香港	2019	2.8	5.7	8.5	5.7	3.8	1.9	7.6	4.7	6.6	7.6	6.6	10.4
	2023	19.0	14.2	6.6	17.1	8.5	11.4	11.4	19.0	8.5	19.9	20.9	23.7
韓国	2019	7.6	6.6	5.7	1.9	2.8	6.6	4.7	4.7	4.7	3.8	5.7	2.8
	2023	9.5	6.6	8.5	9.5	5.7	5.7	6.6	3.8	13.3	13.3	11.4	6.6
タイ	2019	0.9	1.9	2.8	2.8	4.7	1.9	0.9	0.9	0.0	4.7	2.8	4.7
	2023	5.7	3.8	8.5	16.1	13.3	12.3	9.5	6.6	8.5	15.2	10.4	13.3
シンガポール	2019	0.0	0.0	3.8	1.9	0.0	0.9	1.9	2.8	2.8	0.0	0.9	4.7
	2023	2.8	2.8	7.6	7.6	10.4	9.5	8.5	10.4	3.8	10.4	8.5	11.4
フィリピン	2019	0.0	0.0	0.0	0.9	0.0	0.9	0.9	0.9	0.0	0.9	0.9	0.9
	2023	2.8	2.8	0.0	2.8	2.8	2.8	3.8	3.8	1.9	3.8	2.8	3.8
イギリス	2019	0.9	2.8	0.0	0.0	0.0	0.9	0.9	0.0	5.7	2.8	0.9	0.9
	2023	2.8	1.9	2.8	6.6	4.7	7.6	9.5	13.3	5.7	8.5	11.4	11.4
オーストラリア	2019	1.9	0.9	2.8	1.9	0.9	0.9	1.9	0.0	2.8	3.8	1.9	1.9
	2023	3.8	2.8	7.6	7.6	7.6	10.4	7.6	8.5	3.8	11.4	18.0	19.9
その他国・地域	2019	13.3	7.6	7.6	20.9	14.2	14.2	15.2	19.9	16.1	29.4	29.4	15.2
	2023	20.9	21.8	22.8	35.1	39.8	35.1	45.5	48.4	54.1	56.9	53.1	44.6

※2019年1月-12月の全体の利用人数の平均を100として、各国・地域の利用人数を指数化

⑤-2 月別×国・地域別の消費傾向

全ての月において2019年比でアメリカの利用金額は増加し、特に年後半では大幅な増加がみられた。

- ✓ アメリカ：準富裕層・アップーマス層でも、2019年と比べて全ての月で利用金額が増加した。特に6月以降の増加が著しい。
- ✓ 中国：訪日外国人全体の利用金額では2019年を常に下回っていたが、準富裕層・アップーマス層では落ち込みが緩やか。
- ✓ 台湾：準富裕層・アップーマス層では、2019年に比べて4月以降は大幅な増加がみられた。

準富裕層・アップーマス層 月別×国・地域別 利用金額

国・地域	年	月											
		1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
全体	2019	61.5	97.0	117.0	109.0	66.0	98.7	114.5	107.4	96.4	108.1	98.1	126.4
	2023	90.9	66.0	132.7	151.8	121.1	147.3	153.5	132.8	130.0	208.5	248.4	170.0
アメリカ	2019	5.4	7.2	15.6	14.4	10.3	2.6	16.6	12.3	21.4	16.9	13.9	15.2
	2023	15.8	16.6	45.1	22.4	16.2	40.4	36.6	29.2	23.5	63.8	65.4	56.3
中国	2019	23.3	44.6	62.8	38.9	31.9	57.7	53.3	45.9	43.4	38.9	45.4	52.0
	2023	16.5	17.6	30.5	34.6	38.0	29.6	29.1	16.2	20.5	33.5	51.1	37.4
台湾	2019	3.9	3.8	16.1	6.3	2.8	2.7	4.3	5.8	1.8	1.1	0.6	6.2
	2023	16.5	3.3	14.8	17.3	11.4	9.5	25.5	18.8	17.9	11.3	28.2	10.5
香港	2019	3.1	3.0	3.0	2.1	1.6	0.5	4.0	8.2	2.5	4.8	2.2	10.8
	2023	13.5	5.0	3.5	20.6	3.1	9.1	10.2	3.9	3.7	6.3	8.4	8.2
韓国	2019	8.4	16.8	4.8	3.2	1.5	2.8	10.9	6.0	5.3	2.5	5.3	1.3
	2023	9.8	6.2	4.5	5.5	8.6	3.3	8.0	13.1	12.5	15.3	4.4	3.2
タイ	2019	1.5	3.3	2.5	7.2	4.3	0.7	0.1	0.0	0.0	3.6	1.1	5.5
	2023	2.0	3.7	4.4	9.7	5.3	15.0	4.8	6.4	7.9	14.3	2.6	7.4
シンガポール	2019	0.0	0.0	2.3	1.0	0.0	0.2	0.4	0.9	0.1	0.0	0.6	2.9
	2023	3.4	1.9	3.7	3.3	12.1	9.2	5.4	10.9	2.8	5.1	2.5	5.7
フィリピン	2019	0.0	0.0	0.0	0.5	0.0	1.1	1.2	2.6	0.0	0.1	2.7	0.9
	2023	3.1	2.1	0.0	1.5	4.8	3.2	2.5	5.7	2.8	4.3	9.1	11.4
イギリス	2019	0.1	0.2	0.0	0.0	0.0	6.9	0.4	0.0	5.0	2.7	0.6	1.0
	2023	1.5	0.1	3.0	3.8	1.0	6.1	8.3	4.9	1.2	2.2	10.6	2.2
オーストラリア	2019	3.4	0.2	7.9	0.9	0.7	2.7	3.4	0.0	2.1	11.9	4.4	1.2
	2023	1.9	0.8	1.1	3.7	4.9	2.4	1.7	2.0	0.3	4.1	12.4	6.4
その他国・地域	2019	12.4	17.8	2.0	34.5	12.8	20.9	19.9	25.8	14.9	25.7	21.2	29.3
	2023	7.0	8.8	22.1	29.3	15.8	19.4	21.5	21.8	36.8	48.3	53.6	21.3

※2019年1月-12月の全体の利用金額の平均を100として、各国・地域の利用人数を指数化

⑤-3 月別×業種別の消費傾向

訪日外国人全体では、2019年比で「SC」・「飲食店・レストラン」等多くの業種で利用人数が増加した。

- ✓「SC」・「その他小売」・「バス・タクシー」・「居酒屋」・「ドラッグストア」・「飲食店・レストラン」・「スーパー」・「レジャー」では、ほぼ全ての月において2019年比で利用人数が増加した。
- ✓「ホテル・旅館」は、5月までは2019年比で利用人数が下回っており、6月から上回った。

訪日外国人全体 月別×業種別 利用人数

業種	年	月											
		1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
全体	2019	96.9	86.0	105.0	110.1	101.7	90.5	98.7	90.6	87.8	114.1	113.8	104.9
	2023	92.8	83.3	129.8	166.9	146.8	155.5	174.6	152.8	151.9	209.8	223.3	208.6
ホテル・旅館	2019	40.5	34.1	45.2	46.0	39.1	31.2	36.4	32.4	35.7	42.6	47.8	32.3
	2023	22.5	20.8	37.8	46.0	34.8	37.7	40.6	37.1	39.0	54.9	51.2	50.1
ショッピングセンター	2019	24.8	20.7	25.5	27.5	24.8	26.3	24.9	23.5	21.5	28.7	26.6	30.5
	2023	24.4	21.3	32.4	44.5	41.2	44.6	46.8	41.4	38.7	54.1	59.7	57.6
家電量販店	2019	11.4	11.2	13.5	12.2	11.4	11.5	9.3	11.3	9.3	11.7	13.0	14.5
	2023	6.0	5.9	6.8	9.5	10.0	11.0	13.2	8.2	9.6	14.4	15.2	13.2
その他小売	2019	1.7	1.7	1.2	2.8	2.3	1.5	3.0	1.8	1.5	3.1	2.0	2.0
	2023	6.0	5.7	6.5	8.1	8.5	9.3	9.8	9.1	9.3	14.8	15.8	17.0
バス・タクシー	2019	0.9	0.6	0.8	0.8	1.1	1.2	1.2	0.6	1.0	1.6	1.1	1.2
	2023	9.8	7.7	14.8	17.7	16.2	16.0	19.4	15.8	16.4	19.1	22.3	16.1
飲食店・レストラン	2019	3.5	4.3	3.2	4.0	3.7	2.9	3.2	4.8	3.2	4.9	3.7	4.1
	2023	5.6	6.8	11.5	12.2	10.7	11.0	11.9	10.3	10.7	12.4	18.0	18.7
居酒屋	2019	3.4	4.0	3.2	2.9	4.3	2.3	4.5	3.1	2.3	3.8	3.7	3.4
	2023	3.6	3.5	4.9	5.4	3.8	4.7	4.9	5.5	5.0	11.0	8.5	8.1
ドラッグストア	2019	4.9	4.0	3.4	4.9	4.8	3.2	3.9	3.6	3.6	4.3	4.5	4.1
	2023	3.6	3.1	3.4	5.1	4.8	6.0	7.2	6.3	7.0	7.6	8.1	8.6
スーパー	2019	0.1	0.0	0.0	0.9	0.9	1.7	1.5	3.0	2.7	4.1	3.6	3.1
	2023	3.7	3.6	4.4	7.0	6.6	5.1	8.7	9.1	7.7	9.1	11.1	7.5
病院・クリニック	2019	0.0	0.1	0.0	0.2	0.3	0.1	0.2	0.2	0.1	0.2	0.0	0.2
	2023	0.7	0.3	0.6	0.2	0.4	0.4	0.9	0.7	0.9	0.6	1.0	0.4
レジャー	2019	0.6	0.3	1.2	1.3	0.6	0.2	1.5	0.3	1.3	1.3	0.4	2.1
	2023	3.7	2.5	3.4	5.7	6.8	5.0	5.5	5.1	4.1	5.8	5.7	4.1
バー・ナイトクラブ	2019	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.0	0.2	0.3	0.4	0.2	0.0
	2023	0.1	0.2	0.3	0.7	0.3	0.2	0.0	0.1	0.1	0.1	1.0	0.7
美容・エステ	2019	0.0	0.0	0.1	0.1	0.2	0.1	0.2	0.0	0.0	0.1	0.1	0.2
	2023	0.6	0.6	0.4	0.8	0.3	1.0	0.9	1.2	0.3	1.1	1.0	1.5
衣服小売り	2019	2.2	3.4	5.3	5.1	5.9	6.5	7.0	4.3	2.9	4.8	5.0	4.8
	2023	0.4	0.4	0.6	1.6	0.9	1.2	1.8	0.7	0.7	1.6	1.3	1.2
衣服小物	2019	0.3	0.1	0.1	0.1	0.0	0.1	0.1	0.1	0.2	0.3	0.0	0.0
	2023	0.0	0.0	0.1	0.0	0.1	0.0	0.1	0.1	0.0	0.0	0.0	0.3
その他業種	2019	2.5	1.5	2.1	1.0	2.0	1.5	1.7	1.3	2.1	1.9	2.0	2.1
	2023	2.1	0.9	1.9	2.5	1.2	2.1	3.0	2.2	2.1	3.2	3.4	3.5

⑤-3 月別×業種別の消費傾向

訪日外国人全体において、2019年比で「SC」・「バス・タクシー」等、多くの業種で利用金額が増加。

✓「SC」・「バス・タクシー」・「スーパー」・「病院・クリニック」・「レジャー」・「バー・ナイトクラブ」・「美容・エステ」の利用金額は、ほぼ全ての月において2019年比で増加した。

訪日外国人全体 月別×業種別 利用金額

業種	年	月											
		1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
全体	2019	93.3	93.6	125.3	106.4	98.8	88.1	91.9	89.3	86.3	112.2	113.8	101.0
	2023	75.0	59.8	117.7	129.0	98.4	118.9	124.2	101.5	122.8	165.2	168.5	158.9
ホテル・旅館	2019	58.6	60.3	83.0	63.5	62.6	49.5	54.1	54.7	54.4	72.4	79.8	54.0
	2023	32.3	33.0	65.4	65.7	48.0	55.2	66.9	52.3	61.1	91.9	76.0	83.4
ショッピングセンター	2019	15.5	12.1	16.3	13.6	14.4	14.6	13.9	11.7	9.8	15.4	12.2	17.5
	2023	12.2	10.3	12.8	22.1	19.6	25.6	23.3	20.2	25.6	30.6	33.1	29.3
家電量販店	2019	9.4	9.4	15.5	11.4	8.3	15.7	10.0	8.1	13.1	10.1	11.1	14.1
	2023	13.4	5.0	7.3	8.6	8.8	13.4	12.3	5.5	12.9	12.9	20.5	13.0
その他小売	2019	1.0	1.0	0.9	4.3	2.0	0.5	1.3	0.8	1.3	1.4	0.7	3.0
	2023	6.4	3.7	4.8	10.7	5.4	10.0	6.2	5.0	8.3	10.0	9.6	12.3
バス・タクシー	2019	0.1	0.1	0.1	0.1	0.2	0.2	0.3	0.1	0.1	0.3	0.1	0.2
	2023	2.3	1.9	3.7	5.6	3.9	3.8	4.1	4.5	4.3	4.4	6.0	4.2
飲食店・レストラン	2019	1.4	3.4	2.2	4.5	2.5	1.3	2.8	2.7	1.8	3.9	1.8	1.6
	2023	1.8	1.3	4.0	3.4	2.6	3.1	2.1	1.6	2.3	2.9	4.8	4.5
居酒屋	2019	1.8	2.6	1.8	2.3	2.7	1.6	3.6	1.1	1.1	1.9	1.9	1.9
	2023	1.3	1.5	2.6	2.1	3.0	2.8	1.8	2.5	2.2	4.3	4.3	3.3
ドラッグストア	2019	1.7	1.5	1.7	2.7	2.2	1.7	2.0	1.6	1.8	1.8	2.3	2.8
	2023	1.5	1.2	0.8	1.4	1.4	2.2	2.1	1.6	1.8	1.9	2.9	2.6
スーパー	2019	0.0	0.0	0.0	0.1	0.2	0.3	0.3	0.6	0.5	0.6	0.6	0.4
	2023	0.6	0.5	0.8	1.1	0.9	0.5	1.3	1.4	1.6	1.6	2.3	1.6
病院・クリニック	2019	0.0	0.0	0.0	0.8	0.4	0.1	0.3	0.9	0.0	0.1	0.0	0.1
	2023	0.4	0.3	0.7	4.4	1.9	0.1	1.4	0.3	0.8	0.7	2.3	0.1
レジャー	2019	0.2	0.1	0.4	0.3	0.2	0.0	0.2	0.1	0.3	0.2	0.2	0.5
	2023	0.7	0.5	1.1	1.2	1.1	0.8	1.0	1.1	0.7	1.6	1.2	0.7
バー・ナイトクラブ	2019	0.2	0.1	0.1	0.2	0.2	0.2	0.0	0.8	0.4	0.4	0.5	0.0
	2023	1.2	0.3	0.9	1.0	0.5	0.3	0.0	0.7	0.1	0.2	1.2	0.8
美容・エステ	2019	0.0	0.0	0.1	0.1	0.1	0.0	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1
	2023	0.3	0.2	0.9	0.2	0.1	0.4	0.4	1.5	0.2	0.4	0.4	1.5
衣服小売り	2019	0.3	1.0	1.3	1.7	1.3	1.4	1.8	1.0	0.7	1.6	1.5	1.2
	2023	0.2	0.0	0.2	0.6	0.4	0.3	0.6	0.2	0.4	0.7	0.4	0.4
衣服小物	2019	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1	0.1	0.0	0.0
	2023	0.0	0.0	0.7	0.0	0.3	0.0	0.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.4
その他業種	2019	3.0	1.9	1.7	1.0	1.3	0.9	1.3	4.9	0.9	2.0	1.0	3.6
	2023	0.3	0.2	11.0	0.7	0.4	0.6	0.4	3.0	0.4	1.2	3.6	0.9

⑤-3 月別×業種別の消費傾向

準富裕層・アッパーマス層では、ほぼ全ての月で、「ホテル・旅館」・「SC」等の利用人数が2019年比で増加。

- ✓「ホテル・旅館」・「SC」の利用人数は、ほぼ全ての月において、2019年比で増加した。
- ✓「その他小売」・「バス・タクシー」・「飲食店・レストラン」・「スーパー」・「レジャー」では、全ての月で利用金額が増加した。

準富裕層・アッパーマス層 月別×業種別 利用人数

業種	年	月											
		1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
全体	2019	78.0	83.5	107.7	104.9	84.2	91.8	101.5	107.7	106.3	110.5	104.9	118.8
	2023	135.3	116.0	171.9	210.6	191.9	235.4	263.1	232.0	219.6	330.0	321.7	307.9
ホテル・旅館	2019	23.5	20.7	26.2	22.1	15.9	21.4	27.6	24.9	26.9	23.5	27.6	26.2
	2023	11.0	16.6	30.4	37.3	25.5	33.1	33.8	26.2	34.5	45.6	35.9	35.2
ショッピングセンター	2019	24.9	24.9	31.8	33.8	27.6	31.1	34.5	34.5	35.2	40.0	31.1	42.8
	2023	40.0	32.5	43.5	58.0	54.5	77.3	76.6	78.7	58.7	98.0	93.9	95.3
家電量販店	2019	10.4	15.2	22.1	18.0	16.6	18.0	13.8	19.3	15.9	14.5	18.6	20.7
	2023	11.0	12.4	13.1	23.5	19.3	19.3	22.1	18.6	19.3	35.9	34.5	24.9
その他小売	2019	0.7	0.7	2.1	4.1	5.5	2.8	3.5	2.1	2.8	5.5	1.4	2.8
	2023	14.5	11.0	11.0	17.3	15.9	18.6	20.0	16.6	16.6	27.6	24.2	29.0
バス・タクシー	2019	1.4	2.1	0.0	2.1	0.7	1.4	0.7	1.4	1.4	1.4	2.8	2.1
	2023	18.6	11.0	18.6	23.5	21.4	26.2	33.1	34.5	26.9	29.0	37.3	30.4
飲食店・レストラン	2019	4.8	6.9	4.8	5.5	2.8	3.5	6.9	5.5	5.5	6.2	4.1	4.8
	2023	10.4	10.4	20.0	13.1	16.6	20.7	14.5	11.0	14.5	26.9	24.9	23.5
居酒屋	2019	2.1	6.2	2.8	2.8	2.8	4.1	3.5	4.8	2.8	4.1	4.8	4.8
	2023	3.5	4.8	11.0	6.9	4.8	8.3	9.7	6.2	6.9	17.3	18.6	11.7
ドラッグストア	2019	6.2	2.8	6.2	6.9	4.8	4.8	3.5	4.1	6.2	6.2	5.5	3.5
	2023	7.6	2.8	4.8	6.9	9.7	11.0	13.1	10.4	12.4	16.6	15.2	15.9
病院・クリニック	2019	0.0	0.0	0.0	1.4	0.0	0.0	0.7	1.4	0.0	0.7	0.0	0.0
	2023	1.4	1.4	0.7	0.0	2.8	1.4	1.4	1.4	2.1	2.1	2.1	2.1
バー・ナイトクラブ	2019	0.0	0.0	0.0	0.7	0.7	0.0	0.0	1.4	0.0	0.7	0.0	0.0
	2023	0.7	0.7	0.7	1.4	1.4	0.0	0.0	0.7	0.0	0.7	0.7	2.1
美容・エステ	2019	0.0	0.0	0.0	0.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.7
	2023	0.0	0.7	1.4	0.7	0.0	2.1	2.8	2.1	2.1	3.5	2.1	4.1
スーパー	2019	0.0	0.0	0.0	0.0	0.7	2.1	0.7	3.5	2.1	1.4	3.5	2.1
	2023	4.8	3.5	6.9	9.7	8.3	9.0	13.1	11.7	11.7	14.5	12.4	11.0
レジャー	2019	0.0	0.0	1.4	2.8	1.4	0.0	2.1	1.4	2.8	2.8	0.7	2.1
	2023	6.9	4.8	5.5	6.9	6.9	2.8	10.4	8.3	8.3	6.2	11.0	10.4
衣服小売り	2019	0.0	1.4	6.2	2.8	0.7	1.4	3.5	0.7	0.7	1.4	1.4	2.1
	2023	1.4	0.7	0.7	2.8	3.5	2.8	4.8	2.1	2.1	2.1	2.1	2.8
ホームセンター	2019	0.7	0.0	0.7	0.0	1.4	0.7	0.0	1.4	1.4	0.0	0.7	0.0
	2023	0.7	1.4	2.1	0.7	0.0	0.7	2.8	0.0	0.7	1.4	3.5	1.4
その他業種	2019	3.5	2.8	3.5	1.4	2.8	0.7	0.7	1.4	2.8	2.1	2.8	4.1
	2023	2.8	1.4	1.4	2.1	1.4	2.1	4.8	3.5	2.8	2.8	3.5	8.3

※2019年1月-12月の全体の利用人数の平均を100として、各業種の利用人数を指数化

⑤-3 月別×業種別の消費傾向

準富裕層・アッパーマス層では、「その他小売」等では全ての月で利用金額が2019年比で増加。

- ✓「その他小売」・「バス・タクシー」・「スーパー」・「レジャー」では、全ての月で利用金額が増加した。
- ✓「ホテル・旅館」・「SC」の利用金額は、ほぼ全ての月において、2019年比で増加した。

準富裕層・アッパーマス層 月別×業種別 利用金額

業種	年	月											
		1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
全体	2019	61.5	97.0	117.0	109.0	66.0	98.7	114.5	107.4	96.4	108.1	98.1	126.4
	2023	90.9	66.0	132.7	151.8	121.1	147.3	153.5	132.8	130.0	208.5	248.4	170.0
ホテル・旅館	2019	27.7	54.4	64.7	44.0	28.0	46.2	60.3	51.1	41.9	51.5	59.0	68.5
	2023	25.5	26.6	70.8	56.9	36.1	58.7	75.5	54.8	49.0	91.0	89.5	72.2
ショッピングセンター	2019	19.6	17.8	16.6	13.7	14.5	16.6	22.5	15.3	14.7	24.1	13.1	20.9
	2023	16.7	16.2	14.1	22.4	29.0	40.0	34.2	27.0	44.0	43.7	49.2	41.3
家電量販店	2019	5.3	9.9	25.3	17.0	8.2	25.7	19.6	12.6	26.7	12.6	17.9	18.7
	2023	20.3	8.1	12.5	18.7	19.1	15.4	15.1	9.3	13.7	25.7	45.0	15.6
その他小売	2019	0.1	0.8	1.8	13.4	4.0	1.1	1.1	0.6	2.7	3.3	0.9	3.6
	2023	11.8	6.4	7.2	31.5	10.1	15.6	6.6	9.8	5.2	20.9	16.9	12.8
バス・タクシー	2019	0.0	0.1	0.0	0.1	0.0	0.1	0.1	0.1	0.0	0.2	0.1	0.2
	2023	2.8	1.6	4.4	8.4	3.3	3.5	5.3	6.5	4.6	4.6	7.2	5.2
飲食店・レストラン	2019	2.2	7.7	2.3	9.1	3.5	2.0	5.1	3.7	2.5	6.8	2.4	2.3
	2023	3.3	2.0	8.2	4.4	3.0	4.0	2.0	0.9	1.7	5.6	8.6	4.9
居酒屋	2019	0.4	3.1	0.5	1.0	0.5	2.3	3.7	1.0	0.7	1.4	1.4	2.4
	2023	0.9	1.1	4.8	2.1	7.5	4.2	2.8	2.2	2.4	5.7	8.1	3.1
ドラッグストア	2019	1.3	0.6	2.2	3.6	1.8	2.9	0.6	2.4	4.3	1.5	1.6	2.4
	2023	2.2	0.5	0.6	1.8	1.7	3.1	3.5	1.9	2.7	2.9	5.4	3.7
病院・クリニック	2019	0.0	0.0	0.0	2.8	0.0	0.0	0.1	3.3	0.0	0.5	0.0	0.0
	2023	0.3	1.1	1.6	0.0	7.1	0.1	2.5	0.1	2.4	2.5	0.4	0.2
バー・ナイトクラブ	2019	0.0	0.0	0.0	0.6	0.7	0.0	0.0	2.8	0.0	1.3	0.0	0.0
	2023	4.5	0.7	2.1	2.3	1.8	0.0	0.0	2.5	0.0	0.8	0.8	1.5
美容・エステ	2019	0.0	0.0	0.0	0.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1
	2023	0.0	0.1	3.2	0.2	0.0	0.3	1.1	4.4	0.7	1.0	0.8	4.8
スーパー	2019	0.0	0.0	0.0	0.0	0.4	0.4	0.2	0.4	1.0	0.2	0.4	0.2
	2023	0.7	0.4	1.1	1.1	0.8	0.9	1.2	1.0	1.1	1.6	2.5	1.5
レジャー	2019	0.0	0.0	0.1	0.2	0.8	0.0	0.2	0.3	0.2	0.3	0.0	0.2
	2023	0.8	0.7	1.4	0.8	0.6	0.3	1.1	1.9	1.1	1.4	1.5	0.9
衣服小売り	2019	0.0	0.5	1.6	1.9	0.1	0.3	1.1	0.1	0.2	0.2	0.4	1.0
	2023	0.7	0.0	0.1	0.7	1.0	0.4	1.0	0.4	0.8	0.7	0.5	0.6
ホームセンター	2019	0.1	0.0	0.6	0.0	1.3	0.9	0.0	0.2	0.9	0.0	0.1	0.0
	2023	0.1	0.3	0.3	0.2	0.0	0.1	0.3	0.0	0.0	0.3	0.4	0.1
その他業種	2019	4.7	2.1	1.4	1.3	2.0	0.0	0.0	13.4	0.4	4.3	0.8	5.8
	2023	0.5	0.0	0.2	0.4	0.1	0.6	1.5	10.2	0.5	0.2	11.7	1.7

※2019年1月-12月の全体の利用金額の平均を100として、各業種の利用金額を指数化

⑤-4 月別×区別の消費傾向

高津区、宮前区、多摩区、麻生区では、全ての月で利用人数が2019年を上回った。

- ✓ 川崎区・幸区・中原区：川崎区で3月以降、幸区で4月以降、中原区では6月以降に2019年を堅調に上回った。
- ✓ 高津区・宮前区・多摩区・麻生区：全ての月で利用人数が2019年を上回った。

訪日外国人全体 月別×区別 利用人数

区	年	月											
		1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
全体	2019	96.9	86.2	105.0	112.8	99.0	91.3	100.2	88.3	88.4	112.2	115.2	104.5
	2023	88.2	79.0	122.7	159.3	144.2	149.2	167.6	144.5	141.2	198.3	210.1	192.9
川崎区	2019	54.7	49.7	58.9	65.7	51.9	47.8	53.4	47.3	49.7	61.4	65.2	53.8
	2023	45.5	44.1	70.2	93.7	80.0	80.2	86.0	78.5	77.4	110.3	119.0	107.7
幸区	2019	26.8	22.9	28.6	31.6	27.6	28.6	28.1	26.3	24.7	29.3	31.2	34.5
	2023	22.4	19.4	28.4	36.9	35.8	40.1	43.0	34.8	33.4	46.1	47.2	48.0
中原区	2019	10.4	10.4	11.9	9.7	14.9	9.7	12.0	10.2	8.9	14.2	13.5	10.7
	2023	7.0	6.6	8.2	11.7	8.9	12.4	14.2	10.7	12.2	15.3	18.3	16.8
高津区	2019	1.5	1.6	2.9	2.7	2.1	2.4	2.7	1.7	2.2	3.0	2.4	1.9
	2023	2.6	2.1	5.0	3.9	5.0	5.5	6.3	5.3	5.3	8.0	8.1	6.6
宮前区	2019	0.4	0.4	0.4	0.7	0.4	1.1	0.6	1.0	0.9	1.6	0.6	2.0
	2023	3.9	2.5	3.1	4.3	5.2	3.9	5.6	4.7	4.2	6.8	6.3	4.0
多摩区	2019	0.4	0.1	0.4	0.4	0.1	1.0	1.0	0.9	0.5	1.5	1.1	1.1
	2023	2.5	1.4	2.7	4.2	3.9	3.2	4.7	5.1	2.4	3.1	3.6	4.8
麻生区	2019	2.7	1.1	2.0	2.0	2.0	0.7	2.4	0.9	1.5	1.2	1.1	0.5
	2023	4.5	3.0	5.1	4.6	5.5	3.9	7.8	5.3	6.3	8.7	7.6	5.1

※2019年1月-12月の全体の利用人数の平均を100として、各業種の利用人数を指数化

⑤-4 月別×区別の消費傾向

川崎区・幸区・中原区の利用金額は、利用人数が2019年を上回った時期に対して遅れがみられた。

- ✓ 川崎区・幸区・中原区：利用金額では、川崎区が6月以降、幸区が5月以降、中原区が11月以降に2019年を上回った。
- ✓ 利用人数の戻りは、川崎区が3月以降、幸区が4月以降、中原区が6月以降だったため、人数対して金額の回復に遅れがみられた。

訪日外国人全体 月別×区別 利用金額

区	年	月											
		1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
全体	2019	93.3	93.6	125.3	106.4	98.8	88.1	91.9	89.3	86.3	112.2	113.8	101.0
	2023	75.0	59.8	117.7	129.0	98.4	118.9	124.2	101.5	122.8	165.2	168.5	158.9
川崎区	2019	64.0	65.6	87.3	71.4	60.5	59.5	54.3	61.2	59.9	76.5	78.4	66.1
	2023	41.4	36.9	75.1	84.9	57.1	67.3	64.6	61.7	78.9	103.0	94.1	105.6
幸区	2019	18.2	16.9	23.4	21.4	17.2	19.6	18.1	14.9	16.1	18.5	17.1	22.4
	2023	16.5	12.2	17.2	21.4	21.8	31.9	28.0	20.7	25.2	30.6	35.6	30.4
中原区	2019	8.0	9.5	10.8	9.6	16.0	6.8	13.0	10.8	7.2	13.6	14.6	10.8
	2023	6.8	3.8	5.5	10.4	5.1	7.1	12.1	7.2	6.3	9.5	18.4	13.5
高津区	2019	0.6	1.1	2.1	2.4	2.2	1.4	2.8	1.0	1.2	1.3	1.7	1.0
	2023	1.4	1.7	3.9	1.8	4.1	5.0	5.8	2.6	3.6	5.6	5.6	3.2
宮前区	2019	0.1	0.0	0.3	0.0	0.0	0.1	0.3	0.2	0.3	0.4	0.2	0.4
	2023	0.8	0.8	0.7	0.9	0.9	0.8	1.1	1.6	1.0	1.3	1.2	1.0
多摩区	2019	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.2	0.2	0.1	0.1	0.4	0.4	0.2
	2023	0.7	0.2	1.2	1.2	0.6	0.5	1.1	1.3	0.4	0.7	1.1	1.1
麻生区	2019	2.3	0.5	1.3	1.6	2.9	0.5	3.2	1.0	1.6	1.5	1.4	0.2
	2023	7.4	4.3	14.1	8.4	9.0	6.3	11.6	6.4	7.3	14.4	12.5	4.1

※2019年1月-12月の全体の利用金額の平均を100として、各業種の利用金額を指数化

⑤-4 月別×区別の消費傾向

準富裕層・アッパーマス層において、いずれの区もほぼ全ての月において2019年比で利用人数が増加した。

✓ 川崎区・幸区：2023年では10月以降には顕著な増加がみられた。

準富裕層・アッパーマス層 月別×区別 利用人数

区	年	月											
		1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
全体	2019	77.4	83.2	107.6	104.3	77.4	92.9	104.3	101.9	112.5	114.9	106.0	117.4
	2023	129.6	113.3	163.9	211.1	191.6	223.4	256.0	225.0	199.7	311.4	305.7	291.0
川崎区	2019	37.5	42.4	44.0	46.5	34.2	43.2	45.7	44.0	48.1	54.6	46.5	49.7
	2023	57.1	57.9	75.8	109.2	99.5	101.9	111.7	105.2	100.3	143.5	138.6	141.8
幸区	2019	31.0	31.0	44.0	46.5	27.7	33.4	36.7	40.8	47.3	41.6	43.2	50.5
	2023	37.5	31.0	52.2	66.0	54.6	69.3	77.4	73.4	54.6	97.0	93.8	96.2
中原区	2019	8.2	6.5	13.9	7.3	12.2	13.0	15.5	12.2	12.2	13.0	9.8	13.0
	2023	12.2	9.8	11.4	13.9	13.9	24.5	25.3	13.9	15.5	33.4	28.5	22.0
高津区	2019	0.8	2.4	4.1	2.4	0.8	1.6	1.6	1.6	2.4	1.6	1.6	0.8
	2023	2.4	3.3	4.9	4.1	5.7	12.2	9.8	4.9	7.3	11.4	11.4	13.0
宮前区	2019	0.0	0.0	0.8	0.8	0.0	0.0	1.6	1.6	0.0	1.6	1.6	2.4
	2023	7.3	4.9	5.7	5.7	3.3	3.3	10.6	9.8	7.3	4.1	9.8	8.2
多摩区	2019	0.0	0.0	0.8	0.0	0.0	1.6	0.8	0.8	0.8	1.6	1.6	0.0
	2023	7.3	1.6	6.5	5.7	6.5	5.7	5.7	9.0	4.1	1.6	6.5	5.7
麻生区	2019	0.0	0.8	0.0	0.8	2.4	0.0	2.4	0.8	1.6	0.8	1.6	0.8
	2023	5.7	4.9	7.3	6.5	8.2	6.5	15.5	9.0	10.6	20.4	17.1	4.1

※2019年1月-12月の全体の利用人数の平均を100として、各業種の利用人数を指数化

⑤-4 月別×区別の消費傾向

準富裕層・アッパーマス層においては、川崎区では、2月、7月、8月を除いた月で利用金額が2019年を上回った。

- ✓ 川崎区：利用人数は、年間通して2019年を上回ったものの、利用金額では2月、7月、8月で2019年を下回った。
- ✓ 幸区：1月～3月は2019年を下回ったものの、4月以降では2019年を上回った。
- ✓ 高津区・宮前区・多摩区・麻生区：高津区、宮前区、多摩区はほぼ全ての月で2019年を上回った。麻生区は全ての月で2019年を上回った。

準富裕層・アッパーマス層 月別×区別 利用金額

区	年	月											
		1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
全体	2019	61.5	97.0	117.0	109.0	66.0	98.7	114.5	107.4	96.4	108.1	98.1	126.4
	2023	90.9	66.0	132.7	151.8	121.1	147.3	153.5	132.8	130.0	208.5	248.4	170.0
川崎区	2019	33.6	66.2	68.8	64.8	37.9	68.5	60.2	71.7	58.8	71.7	66.6	79.3
	2023	58.6	36.9	72.6	98.7	63.4	70.6	59.2	69.9	78.1	104.2	113.2	114.8
幸区	2019	23.9	25.5	37.3	31.5	17.1	21.2	31.7	23.5	30.9	22.6	21.9	30.9
	2023	16.1	15.0	28.0	36.5	35.3	47.2	43.4	29.5	33.6	52.3	61.2	37.8
中原区	2019	3.9	3.1	7.8	7.5	9.7	6.8	18.7	8.4	5.6	11.0	3.8	15.6
	2023	7.2	3.2	6.0	6.6	4.9	9.6	21.8	9.1	3.8	12.3	35.8	9.2
高津区	2019	0.0	1.7	2.4	4.3	0.6	1.9	0.7	0.4	0.3	0.2	1.2	0.3
	2023	0.3	5.0	4.0	0.9	2.5	8.7	5.3	6.5	3.0	3.8	5.9	3.1
宮前区	2019	0.0	0.0	0.6	0.0	0.0	0.0	0.3	0.3	0.0	0.2	0.1	0.2
	2023	0.7	1.7	1.1	1.5	0.4	0.4	1.1	2.2	1.7	0.8	1.1	0.8
多摩区	2019	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.3	0.1	0.1	0.1	0.5	1.0	0.0
	2023	1.4	0.2	1.2	0.7	0.5	0.8	2.0	1.7	0.4	0.2	2.2	1.4
麻生区	2019	0.0	0.5	0.0	0.8	0.7	0.0	2.8	3.1	0.7	1.9	3.5	0.2
	2023	6.6	4.1	19.8	7.0	14.1	10.2	20.7	14.0	9.4	35.0	28.9	2.9

※2019年1月-12月の全体の利用金額の平均を100として、各業種の利用金額を指数化

3. 調査分析内容

(ウ) 滞在傾向調査

⑥ 区別の外国人消費

(訪日全体、準富裕層・アッパーマス層)

⑥-1 区別の利用傾向（2年比較）

訪日外国人の利用人数は高津区（2019年比+107%）、宮前区（同 +369%）、多摩区（同+395%）、麻生区（同 +218%）で顕著に増加した。

- ✓ 2023年の区別の利用人数・金額は川崎区、幸区の順になっており、上位2区で全体の約8割を占めた。
- ✓ 利用人数は、多摩区（2019年比+395%）、宮前区（同+369%）、麻生区（同+218%）、高津区（同+107%）では2019年比で大幅に増加し、併せて、利用金額・件数も2019年比で増加した。
- ✓ 川崎区は利用人数（2019年比+45%）、利用金額（同+6%）は増加したものの、1人当たり利用単価（同▲27%）は減少した。

訪日外国人全体 区別の消費傾向

区	利用延べ人数			利用金額			利用件数			1人当たり利用単価（円）		
	2019年	2023年	増減率	2019年	2023年	増減率	2019年	2023年	増減率	2019年	2023年	増減率
総計	100.0	144.1	+44%	100.0	118.4	+18%	100.0	159.3	+59%	34,668	28,498	▲18%
川崎区	55.1	80.0	+45%	67.1	71.2	+6%	49.4	84.9	+72%	42,229	30,836	▲27%
幸区	28.0	33.8	+21%	18.6	23.6	+26%	35.8	45.3	+26%	23,067	24,183	+5%
中原区	11.5	13.2	+15%	10.9	9.6	▲12%	9.8	13.2	+35%	32,772	25,188	▲23%
高津区	2.3	4.9	+107%	1.6	3.6	+128%	1.8	4.6	+161%	23,119	25,442	+10%
宮前区	0.8	3.7	+369%	0.2	0.8	+318%	0.8	3.2	+308%	8,650	7,700	▲11%
多摩区	0.7	3.3	+395%	0.1	0.8	+484%	1.1	3.2	+185%	7,421	8,758	+18%
麻生区	1.6	5.1	+218%	1.5	8.8	+486%	1.3	4.9	+274%	32,367	59,724	+85%

※利用人数・金額・件数は、2019年の総計を100として指数化

⑥-1 区別の利用傾向（2年比較）

準富裕層・アッパーマス層においても、利用人数は、高津区（2019年比+314%）、宮前区（同+480%）、多摩区（同+713%）、麻生区（同+564%）で訪日外国人全体以上に増加した。

- ✓ 準富裕層・アッパーマス層においても、2023年の区別の利用人数・金額・件数は、川崎区・幸区の順になっており、上位2区で全体の8割を占めた。
- ✓ 利用人数は、多摩区（2019年比+713%）、麻生区（同+564%）、宮前区（同+480%）、高津区（同+314%）では2019年比で大幅に増加し、利用金額・件数も2019年比で増加した。

準富裕層・アッパーマス層 区別の消費傾向

区	利用延べ人数			利用金額			利用件数			1人当たり利用単価（円）		
	2019年	2023年	増減率	2019年	2023年	増減率	2019年	2023年	増減率	2019年	2023年	増減率
総計	100.0	218.2	+118%	100.0	144.2	+44%	100.0	208.5	+109%	70,531	46,598	▲34%
川崎区	43.5	105.4	+142%	62.3	77.1	+24%	39.6	96.5	+144%	101,073	51,602	▲49%
幸区	40.3	64.7	+61%	26.5	35.3	+33%	48.6	76.0	+56%	46,405	38,465	▲17%
中原区	11.5	21.2	+85%	8.5	11.6	+37%	8.0	16.9	+111%	52,099	38,624	▲26%
高津区	1.9	8.0	+314%	1.2	4.0	+238%	1.2	5.3	+330%	42,728	34,925	▲18%
宮前区	0.9	5.1	+480%	0.1	0.9	+608%	0.7	2.9	+335%	10,491	12,807	+22%
多摩区	0.7	5.7	+713%	0.2	1.0	+448%	1.0	3.6	+255%	18,823	12,688	▲33%
麻生区	1.2	8.2	+564%	1.2	14.3	+1105%	0.8	7.4	+788%	68,046	123,457	+81%

※利用人数・金額・件数は、2019年の総計を100として指数化

⑥-2 区別×国・地域別 利用金額シェア

高津区・幸区を除いてアメリカの金額シェアが最も高い。高津区は中国の金額シェアが2019年比46.3%で突出して高い。

- ✓ 川崎区、幸区、中原区：アメリカと中国の利用金額のシェアが高く、台湾が続く。3カ国で全体の40%～60%を占めた。
- ✓ 高津区：中国のシェアが46%で最も高く、アメリカが続く。
- ✓ 宮前区、多摩区、麻生区：アメリカのシェアが30%強で最も高く、韓国が続く。

訪日外国人全体 区別×国・地域別 利用金額シェア（2023年） ※各区について国・地域別のシェアの合計が100%

業種	国・地域											その他国・地域
	アメリカ	中国	アジア（中国を除く）						オセアニア	欧州		
			韓国	香港	台湾	フィリピン	シンガポール	タイ	オーストラリア	イギリス		
総計	19.4	16.8	8.5	6.0	10.7	3.2	3.5	4.4	3.1	3.2	21.2	
川崎区	16.5	13.5	10.0	6.1	11.4	4.6	3.5	5.2	3.3	3.8	22.1	
幸区	20.2	23.5	2.8	9.1	11.6	1.4	3.0	4.9	2.9	2.2	18.4	
中原区	26.2	22.4	4.6	4.1	13.3	0.5	4.0	1.9	2.1	2.4	18.3	
高津区	12.5	46.3	3.6	2.5	2.2	3.0	4.6	4.2	4.0	0.9	16.3	
宮前区	33.1	7.6	19.5	3.8	2.0	0.3	3.4	0.2	6.2	2.9	21.1	
多摩区	31.7	5.2	14.7	3.6	8.6	0.2	2.5	4.6	4.0	6.0	19.0	
麻生区	32.8	8.8	16.0	1.0	4.7	0.0	4.1	0.1	2.3	2.5	27.6	

⑥-2 区別×国・地域別 利用金額シェア

準富裕層・アッパーマス層においても、高津区・幸区を除いてアメリカの金額シェアが高い。

- ✓ 川崎区、幸区、中原区：アメリカと中国の利用金額のシェアが高く、台湾が続く。3カ国で全体の50%～70%を占めた。
- ✓ 高津区：中国のシェアが47%で最も高く、アメリカが続く。
- ✓ 宮前区、多摩区、麻生区：アメリカのシェアが20%～50%で最も高く、韓国が続く。

準富裕層・アッパーマス層 区別×国・地域別 利用金額シェア（2023年） ※各区について国・地域別のシェアの合計が100%

(%)

区	国・地域											その他国・地域
	アメリカ	中国	アジア（中国を除く）					オセアニア		欧州		
			韓国	香港	台湾	フィリピン	シンガポール	タイ	オーストラリア	イギリス		
総計	24.4	20.6	5.4	5.6	10.8	2.9	3.8	4.8	2.3	2.5	17.0	
川崎区	20.8	20.6	5.5	6.2	10.6	4.6	2.6	5.3	2.6	3.5	17.6	
幸区	20.7	24.7	2.3	7.5	12.6	1.9	4.5	5.3	1.9	2.2	16.2	
中原区	30.5	21.0	2.1	3.3	19.9	0.0	5.4	3.9	1.3	0.2	12.6	
高津区	10.4	46.6	1.5	3.6	0.3	0.0	6.0	11.2	0.1	1.3	19.1	
宮前区	24.9	14.5	9.8	5.2	2.3	0.0	2.1	0.0	2.9	2.4	35.9	
多摩区	50.2	9.4	7.9	2.1	0.7	0.0	5.6	2.4	4.3	2.2	15.3	
麻生区	49.5	4.0	15.1	0.2	4.6	0.0	6.1	0.0	2.9	0.5	17.1	

⑥-3 区別×国・地域別の利用傾向（2年比較）

訪日外国人全体におけるアメリカの利用人数は2019年比+129%の増加、中国は同▲50%の減少。

- ✓ アメリカ：多摩区では、利用人数（2019年比+950%）・金額（同+2268%）ともに大幅に増加した。
- ✓ 中国：川崎区では利用人数（2019年比▲53%）・金額（同▲55%）、幸区では利用人数（2019年比▲61%）・金額（同▲40%）、中原区では利用人数（2019年比▲35%）・金額（同▲11%）と減少した。

訪日外国人全体 区別×国・地域別の利用傾向 1/4

区	国・地域（全体・アメリカ・中国）																	
	全体						アメリカ						中国					
	利用延べ人数			利用金額			利用延べ人数			利用金額			利用延べ人数			利用金額		
	2019年	2023年	増減率	2019年	2023年	増減率	2019年	2023年	増減率	2019年	2023年	増減率	2019年	2023年	増減率	2019年	2023年	増減率
総計	100.0	144.1	+44%	100.0	118.4	+18%	16.1	36.9	+129%	12.4	22.9	+85%	28.0	14.0	▲50%	34.0	19.9	▲42%
川崎区	55.1	80.0	+45%	67.1	71.2	+6%	7.5	18.4	+143%	7.3	11.8	+61%	14.7	7.0	▲53%	21.6	9.6	▲55%
幸区	28.0	33.8	+21%	18.6	23.6	+26%	5.0	9.8	+97%	2.2	4.8	+117%	9.8	3.8	▲61%	9.2	5.5	▲40%
中原区	11.5	13.2	+15%	10.9	9.6	▲12%	2.4	3.7	+57%	2.2	2.5	+14%	2.4	1.5	▲35%	2.4	2.2	▲11%
高津区	2.3	4.9	+107%	1.6	3.6	+128%	0.5	1.3	+153%	0.3	0.4	+70%	0.6	0.9	+58%	0.5	1.6	+239%
宮前区	0.8	3.7	+369%	0.2	0.8	+318%	0.2	1.2	+421%	0.1	0.3	+318%	0.1	0.2	+100%	0.0	0.1	+323%
多摩区	0.7	3.3	+395%	0.1	0.8	+484%	0.1	1.0	+950%	0.0	0.3	+2268%	0.1	0.1	+0%	0.0	0.0	+39%
麻生区	1.6	5.1	+218%	1.5	8.8	+486%	0.4	1.5	+294%	0.3	2.9	+784%	0.3	0.4	+36%	0.2	0.8	+220%

※利用人数・金額は、2019年の総計を100として指数化

⑥-3 区別×国・地域別の利用傾向（2年比較）

訪日外国人全体では、韓国の利用人数は2019年比+21%、香港は同+104%、台湾は同+25%の増加。

- ✓ 韓国：利用人数は川崎区では（2019年比▲8%）は減少したが、宮前区（同+1000%）、多摩区（同750%）、麻生区（同+278%）等では大幅に増加した。
- ✓ 香港：全ての区において利用人数・金額ともに2019年比で増加した。利用人数では、特に、宮前区（2019年比+500%）、多摩区（同550%）、麻生区（同+450%）では大幅に増加した。
- ✓ 台湾：利用人数をみると、中原区（2019年比▲25%）等では減少したが、多摩区（同+500%）等では大幅に増加した。

訪日外国人全体 区別×国・地域別の利用傾向 2/4

区	国・地域（中国を除く東アジア）																	
	韓国						香港						台湾					
	利用延べ人数			利用金額			利用延べ人数			利用金額			利用延べ人数			利用金額		
	2019年	2023年	増減率	2019年	2023年	増減率	2019年	2023年	増減率	2019年	2023年	増減率	2019年	2023年	増減率	2019年	2023年	増減率
総計	8.0	9.7	+21%	7.4	10.0	+35%	5.0	10.2	+104%	3.8	7.1	+88%	11.3	14.2	+25%	9.9	12.7	+29%
川崎区	5.6	5.2	▲8%	5.8	7.1	+22%	2.8	6.5	+136%	2.4	4.3	+78%	6.0	8.4	+41%	6.0	8.1	+34%
幸区	1.2	1.4	+17%	0.5	0.7	+21%	1.6	2.4	+50%	0.9	2.1	+141%	3.4	3.9	+14%	2.2	2.7	+22%
中原区	0.7	0.7	+2%	0.7	0.4	▲39%	0.5	0.7	+46%	0.4	0.4	+8%	1.7	1.3	▲25%	1.4	1.3	▲7%
高津区	0.2	0.3	+108%	0.1	0.1	+109%	0.1	0.2	+86%	0.0	0.1	+314%	0.2	0.2	▲13%	0.1	0.1	▲28%
宮前区	0.1	0.9	+1000%	0.0	0.2	+540%	0.0	0.1	+500%	0.0	0.0	+453%	0.0	0.1	+300%	0.0	0.0	+461%
多摩区	0.0	0.4	+750%	0.0	0.1	+188%	0.0	0.2	+550%	0.0	0.0	+1285%	0.0	0.1	+500%	0.0	0.1	+15722%
麻生区	0.2	0.8	+278%	0.2	1.4	+648%	0.0	0.1	+450%	0.1	0.1	+49%	0.1	0.3	+360%	0.1	0.4	+334%

※利用人数・金額は、2019年の総計を100として指数化

⑥-3 区別×国・地域別の利用傾向（2年比較）

訪日外国人全体では、フィリピンの利用人数は2019年比+164%、シンガポールは同+88%、タイは同+131%の増加。

- ✓ フィリピン：川崎区では利用人数（2019年比+210%）・金額（同+350%）、幸区においても利用人数（同+77%）・金額（同+450%）と増加した。
- ✓ シンガポール：利用金額をみると、高津区では（2019年比+1876%）、麻生区では（同+2964%）と大幅に増加した。
- ✓ タイ：利用人数では、中原区（2019年比+263%）、高津区（同+200%）等で増加した。

訪日外国人全体 区別×国・地域別の利用傾向 3/4

区	国・地域（東南アジア）																	
	フィリピン						シンガポール						タイ					
	利用延べ人数			利用金額			利用延べ人数			利用金額			利用延べ人数			利用金額		
	2019年	2023年	増減率	2019年	2023年	増減率	2019年	2023年	増減率	2019年	2023年	増減率	2019年	2023年	増減率	2019年	2023年	増減率
総計	0.9	2.4	+164%	1.0	3.8	+288%	1.6	3.1	+88%	2.9	4.2	+45%	2.4	5.5	+131%	2.3	5.2	+130%
川崎区	0.6	1.9	+210%	0.7	3.3	+350%	1.6	3.1	+88%	2.3	2.5	+9%	1.6	3.5	+119%	1.6	3.7	+131%
幸区	0.2	0.3	+77%	0.1	0.3	+450%	0.7	1.0	+51%	0.3	0.7	+128%	0.6	1.4	+142%	0.5	1.2	+148%
中原区	0.1	0.1	+0%	0.1	0.0	▲61%	0.2	0.5	+126%	0.2	0.4	+56%	0.1	0.3	+263%	0.1	0.2	+132%
高津区	0.1	0.1	+83%	0.1	0.1	+88%	0.0	0.2	+200%	0.0	0.2	+1876%	0.0	0.1	+200%	0.1	0.2	+15%
宮前区	0.0	0.0	+0%	0.0	0.0	+826%	0.0	0.1	+200%	0.0	0.0	+888%	0.0	0.0	▲50%	0.0	0.0	+29%
多摩区	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-	0.0	0.1	+450%	0.0	0.0	+287%	0.0	0.1	+67%	0.0	0.0	+818%
麻生区	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-	0.1	0.2	+220%	0.0	0.4	+2964%	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-

※利用人数・金額は、2019年の総計を100として指数化注)「-」は2019年の利用人数が0人のため計算不可

⑥-3 区別×国・地域別の利用傾向（2年比較）

訪日外国人全体では、オーストラリアの利用人数は2019年比+158%の増加、イギリスは同+113%の増加。

- ✓ オーストラリア：利用人数は、川崎区（2019年比+76%）や中原区（同+3700%）で増加したものの、宮前区（同▲52%）では減少した。
- ✓ イギリス：利用人数は、川崎区（2019年比+114%）、幸区（同+129%）等で増加した。
- ✓ その他国・地域：川崎区では利用人数（2019年比+472%）・金額（同+467%）、麻生区でも利用人数（2019年比+250%）・金額（同+514%）と大きく増加した。

訪日外国人全体 区別×国・地域別の利用傾向 4/4

区	国・地域（オセアニア・欧州・その他国・地域）																	
	オーストラリア						イギリス						その他国・地域					
	利用延べ人数			利用金額			利用延べ人数			利用金額			利用延べ人数			利用金額		
	2019年	2023年	増減率	2019年	2023年	増減率	2019年	2023年	増減率	2019年	2023年	増減率	2019年	2023年	増減率	2019年	2023年	増減率
総計	2.8	7.3	+158%	2.5	3.7	+45%	3.2	6.8	+113%	2.7	3.8	+40%	19.6	32.0	+63%	21.2	25.2	+19%
川崎区	2.5	4.3	+76%	2.1	2.4	+12%	1.9	4.1	+114%	2.0	2.7	+37%	3.1	17.8	+472%	2.8	15.7	+467%
幸区	0.0	1.8	-	0.0	0.7	-	0.5	1.2	+129%	0.2	0.5	+226%	6.0	6.7	+13%	5.8	4.3	▲26%
中原区	0.0	0.4	+3700%	0.0	0.2	+2723%	0.4	0.6	+77%	0.4	0.2	▲38%	6.2	3.3	▲46%	8.8	1.8	▲80%
高津区	0.0	0.2	-	0.0	0.1	-	0.1	0.2	+60%	0.0	0.0	▲30%	2.1	1.2	▲44%	1.9	0.6	▲69%
宮前区	0.4	0.2	▲52%	0.4	0.1	▲87%	0.1	0.1	+57%	0.0	0.0	+6%	0.4	0.8	+94%	0.2	0.2	▲19%
多摩区	0.0	0.2	-	0.0	0.0	-	0.0	0.3	+1050%	0.0	0.0	+1401%	1.4	0.8	▲40%	1.3	0.2	▲88%
麻生区	0.0	0.2	-	0.0	0.2	-	0.2	0.3	+64%	0.1	0.2	+95%	0.4	1.3	+250%	0.4	2.4	+514%

※利用人数・金額は、2019年の総計を100として指数化
注) 「-」は2019年の利用人数が0人のため計算不可

⑥-3 区別×国・地域別の利用傾向（2年比較）

準富裕層・アッパーマス層では、アメリカの利用人数は2019年比+301%の増加、中国は同▲35%の減少。

- ✓ アメリカ：高津区（利用人数 2019年比+733%）、宮前区（同+325%）、多摩区（同+1150%）、麻生区（同+925%）の4区において利用が大きく増加した。
- ✓ 中国：宮前区では利用人数（2019年比+500%）・金額（同+6900%）と大幅に増加した。一方、川崎区では利用人数（2019年比▲33%）・金額（同▲42%）、幸区でも利用人数（同▲53%）・金額（同▲41%）と減少した。

準富裕層・アッパーマス層 区別×国・地域別の利用傾向 1/4

区	国・地域（全体・アメリカ・中国）																	
	全体						アメリカ						中国					
	利用延べ人数			利用金額			利用延べ人数			利用金額			利用延べ人数			利用金額		
	2019年	2023年	増減率	2019年	2023年	増減率	2019年	2023年	増減率	2019年	2023年	増減率	2019年	2023年	増減率	2019年	2023年	増減率
総計	100.0	218.2	+118%	100.0	144.2	+44%	16.7	66.8	+301%	12.6	35.1	+178%	41.7	27.0	▲35%	44.8	29.7	▲34%
川崎区	43.5	105.4	+142%	62.3	77.1	+24%	6.0	30.0	+403%	6.9	16.0	+132%	19.1	12.8	▲33%	27.2	15.9	▲42%
幸区	40.3	64.7	+61%	26.5	35.3	+33%	6.6	20.1	+205%	3.1	7.3	+138%	17.9	8.4	▲53%	14.8	8.7	▲41%
中原区	11.5	21.2	+85%	8.5	11.6	+37%	3.0	7.3	+144%	2.4	3.5	+48%	2.9	2.6	▲9%	2.1	2.4	+19%
高津区	1.9	8.0	+314%	1.2	4.0	+238%	0.3	2.2	+733%	0.1	0.4	+373%	1.1	1.9	+83%	0.6	1.8	+232%
宮前区	0.9	5.1	+480%	0.1	0.9	+608%	0.4	1.5	+325%	0.0	0.2	+690%	0.1	0.5	+500%	0.0	0.1	+6900%
多摩区	0.7	5.7	+713%	0.2	1.0	+448%	0.2	2.2	+1150%	0.0	0.5	+2778%	0.3	0.3	+0%	0.0	0.1	+182%
麻生区	1.2	8.2	+564%	1.2	14.3	+1105%	0.4	3.6	+925%	0.1	7.1	+5297%	0.4	0.4	+25%	0.3	0.6	+128%

※利用人数・金額は、2019年の総計を100として指数化

⑥-3 区別×国・地域別の利用傾向（2年比較）

準富裕層・アップーマス層では韓国の利用人数は2019年比+100%、香港は同+160%、台湾は同+224%の増加。

- ✓ 韓国：利用人数では中原区（2019年比+100%）、宮前区（同+250%）、多摩区（同+400%）等が大幅に増加した。
- ✓ 香港：利用人数では川崎区（2019年比+239%）、高津区（同+400%）、宮前区（同+300%）等が増加し、利用金額では高津区（同+1432%）等が大幅に増加した。
- ✓ 台湾：利用人数では川崎区（2019年比+374%）等が、麻生区では利用金額では麻生区（同+1511%）等が大幅に増加した。

準富裕層・アップーマス層 区別×国・地域別の利用傾向 2/4

区	国・地域（中国を除く東アジア）																	
	韓国						香港						台湾					
	利用延べ人数			利用金額			利用延べ人数			利用金額			利用延べ人数			利用金額		
	2019年	2023年	増減率	2019年	2023年	増減率	2019年	2023年	増減率	2019年	2023年	増減率	2019年	2023年	増減率	2019年	2023年	増減率
総計	4.0	8.1	+100%	5.7	7.7	+34%	6.4	16.7	+160%	3.8	8.1	+111%	7.0	22.7	+224%	4.6	15.6	+238%
川崎区	2.3	3.3	+46%	3.7	4.3	+14%	2.9	9.8	+239%	2.4	4.8	+97%	2.4	11.2	+374%	1.9	8.1	+320%
幸区	1.0	1.3	+36%	0.8	0.8	▲1%	2.5	4.7	+86%	1.0	2.6	+178%	3.5	8.8	+150%	2.3	4.5	+92%
中原区	0.5	1.1	+100%	1.0	0.2	▲76%	0.7	1.0	+38%	0.4	0.4	▲6%	0.9	2.0	+130%	0.3	2.3	+650%
高津区	0.0	0.1	-	0.0	0.1	-	0.1	0.4	+400%	0.0	0.1	+1432%	0.1	0.1	+0%	0.0	0.0	+91%
宮前区	0.2	0.6	+250%	0.1	0.1	+33%	0.1	0.4	+300%	0.0	0.0	+307%	0.1	0.2	+100%	0.0	0.0	+120%
多摩区	0.1	0.4	+400%	0.1	0.1	▲38%	0.0	0.3	-	0.0	0.0	-	0.0	0.1	-	0.0	0.0	-
麻生区	0.0	1.2	-	0.0	2.2	-	0.1	0.1	+0%	0.0	0.0	+1063%	0.1	0.4	+300%	0.0	0.7	+1511%

※利用人数・金額は、2019年の総計を100として指数化
注）「-」は2019年の利用人数が0人のため計算不可

⑥-3 区別×国・地域別の利用傾向（2年比較）

フィリピンの利用人数は2019年比+580%、シンガポールは同+360%、タイは同+417%の増加。

- ✓ フィリピン：川崎区では利用人数（2019年比+600%）・金額（2019年比+551%）ともに大幅に増加したものの、中原区では利用人数（同▲100%）・金額（同▲100%）ともに減少した。
- ✓ シンガポール：川崎区では利用人数（2019年比+344%）が、幸区では利用金額（同+1060%）が大幅に増加した。
- ✓ タイ：川崎区では利用人数（2019年比+442%）と利用金額（同+273%）が増加した。

準富裕層・アップーマス層 区別×国・地域別の利用傾向 3/4

区	国・地域（東南アジア）																	
	フィリピン						シンガポール						タイ					
	利用延べ人数			利用金額			利用延べ人数			利用金額			利用延べ人数			利用金額		
	2019年	2023年	増減率	2019年	2023年	増減率	2019年	2023年	増減率	2019年	2023年	増減率	2019年	2023年	増減率	2019年	2023年	増減率
総計	0.4	3.0	+580%	0.8	4.2	+453%	1.8	8.1	+360%	0.7	5.4	+688%	2.1	10.9	+417%	2.5	6.9	+178%
川崎区	0.4	2.5	+600%	0.5	3.5	+551%	0.8	3.5	+344%	0.5	2.0	+294%	1.1	5.7	+442%	1.1	4.1	+273%
幸区	0.0	0.5	-	0.0	0.7	-	0.7	2.4	+238%	0.1	1.6	+1060%	0.9	3.2	+270%	0.7	1.9	+156%
中原区	0.1	0.0	▲100%	0.2	0.0	▲100%	0.1	0.5	+500%	0.0	0.6	+77249%	0.1	1.2	+1300%	0.2	0.5	+133%
高津区	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-	0.1	0.5	+500%	0.0	0.2	+677%	0.1	0.5	+500%	0.5	0.4	▲3%
宮前区	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-	0.0	0.2	-	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-
多摩区	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-	0.0	0.5	-	0.0	0.1	-	0.0	0.2	-	0.0	0.0	-
麻生区	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-	0.1	0.4	+400%	0.0	0.9	+39450%	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-

※利用人数・金額は、2019年の総計を100として指数化
注) 「-」は2019年の利用人数が0人のため計算不可

⑥-3 区別×国・地域別の利用傾向（2年比較）

オーストラリアの利用人数は2019年比+386%、イギリスは同+344%、その他国・地域は同+135%の増加。

- ✓ オーストラリア：幸区では、利用人数（2019年比+540%）・金額（同+502%）がともに大幅に増加した。
- ✓ イギリス：川崎区では利用人数（2019年比+227%）、幸区では利用金額（同+4721%）が大幅に増加した。
- ✓ その他国・地域：高津区（利用人数 2019年比+900%）、宮前区（同+1500%）、多摩区（同+500%）、麻生区（同+800%）の4区において利用が大幅に増加した。

準富裕層・アップーマス層 区別×国・地域別の利用傾向 4/4

区	国・地域（オセアニア・欧州・その他国・地域）																	
	オーストラリア						イギリス						その他国・地域					
	利用延べ人数			利用金額			利用延べ人数			利用金額			利用延べ人数			利用金額		
	2019年	2023年	増減率	2019年	2023年	増減率	2019年	2023年	増減率	2019年	2023年	増減率	2019年	2023年	増減率	2019年	2023年	増減率
総計	1.9	9.4	+386%	3.2	3.3	+2%	1.6	7.0	+344%	1.4	3.6	+159%	16.4	38.6	+135%	19.7	24.5	+24%
川崎区	1.1	4.7	+315%	2.6	2.0	▲23%	1.3	4.3	+227%	1.4	2.7	+95%	6.2	17.5	+180%	14.1	13.6	▲3%
幸区	0.4	2.8	+540%	0.1	0.7	+502%	0.2	1.8	+900%	0.0	0.8	+4721%	6.6	10.7	+63%	3.6	5.7	+61%
中原区	0.2	0.7	+300%	0.3	0.1	▲41%	0.1	0.2	+100%	0.0	0.0	▲26%	3.0	4.6	+56%	1.6	1.5	▲10%
高津区	0.1	0.1	+0%	0.0	0.0	▲54%	0.0	0.4		0.0	0.1		0.2	1.8	+900%	0.0	0.8	+3193%
宮前区	0.0	0.3		0.0	0.0		0.0	0.1		0.0	0.0		0.1	1.4	+1500%	0.0	0.3	+3418%
多摩区	0.0	0.4		0.0	0.0		0.0	0.3		0.0	0.0		0.2	1.1	+500%	0.0	0.2	+2954%
麻生区	0.1	0.4	+300%	0.3	0.4	+43%	0.0	0.1		0.0	0.1		0.2	1.6	+800%	0.5	2.4	+419%

※利用人数・金額は、2019年の総計を100として指数化
注)「-」は2019年の利用人数が0人のため計算不可

⑥-4 区別×業種別 利用金額シェア

川崎区・中原区・高津区・麻生区は「ホテル・旅館」の金額シェアが高く、幸区は「SC」・「家電量販店」の金額シェアが高い。

- ✓ 川崎区：「ホテル・旅館」（59.4%）の金額シェアが最も高く、次いで「SC」（14.1%）が高い。2業種で7割強を占めた。
- ✓ 幸区：「SC」（48.7%）のシェアが最も高く、次いで「家電量販店」（30.0%）が続く。
- ✓ 中原区、高津区、麻生区：「ホテル・旅館」（順に59.4%、67.3%、90.8%）のシェアが最も高い。
- ✓ 宮前区：「レジャー」（44.6%）のシェアが高い。
- ✓ 多摩区：「バス・タクシー」（24.8%）のシェアが高い。

訪日外国人全体 区別×業種別 利用金額シェア（2023年） ※各区について業種別のシェアの合計が100%

(%)

区	業種															
	ホテル・旅館	ショッピングセンター (SC)	家電量販店	その他小売	飲食店・レストラン	居酒屋	ドラッグストア	衣服小売り	バス・タクシー	病院・クリニック	バー・ナイトクラブ	美容・エステ	スーパー	レジャー	衣服小物	その他業種
総計	51.4	18.6	9.4	6.5	2.4	2.2	1.5	1.2	1.2	0.9	0.5	0.5	1.0	0.8	0.1	1.6
川崎区	59.4	14.1	5.7	8.2	2.4	2.6	1.0	0.0	1.4	0.1	0.8	0.4	1.0	0.6	0.0	2.3
幸区	10.4	48.7	30.0	5.2	0.5	0.5	2.2	0.0	0.7	1.1	0.0	0.1	0.1	0.3	0.0	0.2
中原区	59.4	4.6	0.0	2.0	5.1	3.8	3.0	13.6	0.0	5.7	0.0	0.6	0.8	0.8	0.0	0.6
高津区	67.3	2.3	1.2	6.8	6.1	5.2	3.1	0.0	0.1	0.1	0.0	0.7	5.0	0.6	0.3	1.3
宮前区	5.7	0.0	0.0	8.0	5.4	0.9	8.8	1.7	2.5	0.0	0.0	5.3	10.2	44.6	3.0	3.8
多摩区	0.0	0.0	0.0	12.1	14.2	6.0	4.7	1.1	24.8	0.6	0.8	4.8	14.6	3.4	10.4	2.4
麻生区	90.8	0.0	0.0	0.0	2.2	0.9	0.8	1.1	0.0	2.6	0.0	0.6	0.1	0.0	0.0	0.8

⑥-4 区別×業種別 利用金額シェア

準富裕層・アッパーマス層も、川崎区等は「ホテル・旅館」の金額シェアが高く、幸区は「SC」・「家電量販店」のシェアが高い。

- ✓ 川崎区：「ホテル・旅館」（43.6%）の金額シェアが最も高く、次いで「SC」（16.9%）が高い。2業種で6割を占めた。
- ✓ 幸区：「SC」（50.0%）のシェアが最も高く、次いで「家電量販店」（28.7%）が続く。
- ✓ 中原区、高津区、麻生区：「ホテル・旅館」（順に56.9%、60.4%、91.3%）のシェアが最も高い。
- ✓ 宮前区：「レジャー」（44.0%）のシェアが高い。
- ✓ 多摩区：「バス・タクシー」（33.3%）のシェアが高い。

準富裕層・アッパーマス層 区別×業種別 利用金額シェア（2023年） ※各区について業種別のシェアの合計が100%

(%)

区	業種																
	ホテル・旅館	ショッピングセンター (SC)	家電量販店	その他小売	飲食店・レストラン	居酒屋	ドラッグストア	衣服小売り	バス・タクシー	病院・クリニック	バー・ナイトクラブ	美容・エステ	スーパー	レジャー	ホームセンター	その他業種	
総計	40.8	21.8	12.6	8.9	2.8	2.6	1.7	1.2	1.2	1.1	1.0	1.0	0.8	0.7	0.1	1.6	
川崎区	43.6	16.9	10.4	12.5	3.4	3.5	1.0	0.1	1.4	0.1	1.8	1.3	0.9	0.5	0.1	2.5	
幸区	9.1	50.0	28.7	5.1	0.2	0.4	2.4	0.0	0.6	2.6	0.0	0.0	0.3	0.3	0.0	0.1	
中原区	56.9	6.6	0.1	5.4	5.4	5.0	3.2	13.8	0.0	1.0	0.0	0.6	0.8	0.8	0.0	0.4	
高津区	60.4	0.8	0.9	14.4	9.5	4.1	4.6	0.0	0.1	0.1	0.0	0.4	3.4	0.3	0.7	0.3	
宮前区	1.3	0.0	0.0	19.7	3.0	1.4	9.6	1.2	1.3	0.0	0.0	7.4	6.2	40.0	5.5	3.3	
多摩区	0.0	0.0	0.0	3.7	8.3	3.1	10.0	0.0	33.3	1.4	2.4	11.9	7.2	4.0	0.9	13.9	
麻生区	91.3	0.0	0.0	0.0	2.1	1.0	0.7	0.7	0.0	3.0	0.0	0.8	0.1	0.0	0.0	0.4	

⑥-5 区別×業種別の利用傾向（2年比較）

訪日外国人全体の区別利用人数は川崎区が2019年比+59%、幸区が同+22%、中原区が同+21%の増加。

- ✓ 川崎区：利用人数は「スーパー」（2019年比+420%）等で増加したものの、「ドラッグストア」（同▲29%）等は減少した。
- ✓ 幸区：「ドラッグストア」は利用人数（2019年比+721%）・金額（同+1211%）ともに大幅に増加した。
- ✓ 中原区：利用人数では「スーパー」（2019年比+260%）、「飲食店・レストラン」（同+232%）等の業種で増加した。

訪日外国人全体 区別×業種別の利用傾向 1/2

業種	全体						川崎区						幸区						中原区					
	利用延べ人数			利用金額			利用延べ人数			利用金額			利用延べ人数			利用金額			利用延べ人数			利用金額		
	2019	2023	増減率	2019	2023	増減率	2019	2023	増減率	2019	2023	増減率	2019	2023	増減率	2019	2023	増減率	2019	2023	増減率	2019	2023	増減率
総計	100.0	153.2	+53%	100.0	118.4	+18%	55.9	88.9	+59%	67.1	71.2	+6%	28.1	34.3	+22%	18.6	23.6	+26%	11.1	13.4	+21%	10.9	9.6	▲12%
ホテル・旅館	37.7	39.4	+5%	62.2	60.9	▲2%	30.4	31.4	+3%	50.6	42.3	▲16%	0.6	1.0	+67%	1.0	2.5	+152%	5.1	3.1	▲39%	8.5	5.7	▲33%
ショッピングセンター（SC）	26.0	45.0	+73%	13.9	22.1	+58%	5.7	22.4	+293%	2.4	10.0	+326%	18.0	20.8	+16%	10.8	11.5	+7%	2.0	1.4	▲29%	0.7	0.4	▲37%
家電量販店	11.9	10.7	▲10%	11.4	11.1	▲2%	5.2	4.3	▲17%	5.5	4.0	▲27%	6.8	6.4	▲6%	5.9	7.1	+20%	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-
その他小売	2.1	10.6	+404%	1.5	7.7	+407%	1.6	7.8	+398%	1.2	5.9	+407%	0.3	1.3	+432%	0.3	1.2	+292%	0.1	0.3	+160%	0.0	0.2	+721%
飲食店・レストラン	3.9	11.8	+202%	2.5	2.9	+15%	2.4	6.5	+168%	1.8	1.7	▲8%	0.5	0.6	+23%	0.1	0.1	+1%	0.6	2.0	+232%	0.2	0.5	+158%
居酒屋	3.5	5.8	+68%	2.0	2.7	+31%	2.1	3.7	+77%	1.2	1.9	+49%	0.2	0.4	+132%	0.1	0.1	▲27%	0.7	0.9	+26%	0.4	0.4	▲6%
ドラッグストア	4.0	5.6	+38%	2.0	1.8	▲10%	2.4	1.7	▲29%	1.5	0.7	▲53%	0.2	1.6	+721%	0.0	0.5	+1211%	1.0	1.2	+21%	0.4	0.3	▲22%
衣服小売り	4.8	3.5	▲28%	1.2	1.5	+17%	3.7	0.0	▲99%	0.7	0.0	▲98%	0.0	0.1	+600%	0.0	0.0	+1101%	1.1	3.1	+182%	0.5	1.3	+172%
バス・タクシー	1.0	5.2	+400%	0.2	1.4	+715%	0.0	3.4	-	0.0	1.0	-	0.7	1.0	+49%	0.1	0.2	+54%	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-
スーパー	1.7	6.5	+288%	0.3	1.2	+271%	0.8	4.2	+420%	0.1	0.7	+448%	0.0	0.1	+600%	0.0	0.0	+222%	0.1	0.4	+260%	0.0	0.1	+195%
病院・クリニック	0.1	0.5	+286%	0.2	1.1	+393%	0.0	0.1	+175%	0.1	0.1	▲3%	0.0	0.1	+150%	0.0	0.3	+566%	0.0	0.1	+600%	0.1	0.5	+740%
レジャー	1.0	4.9	+414%	0.2	1.0	+340%	0.3	2.0	+503%	0.1	0.4	+445%	0.2	0.6	+256%	0.0	0.1	+369%	0.3	0.4	+36%	0.1	0.1	+34%
バー・ナイトクラブ	0.2	0.3	+82%	0.3	0.6	+137%	0.1	0.3	+131%	0.2	0.6	+183%	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-	0.0	0.0	▲100%	0.0	0.0	▲100%
美容・エステ	0.1	0.8	+744%	0.0	0.5	+1328%	0.0	0.2	+950%	0.0	0.3	+8388%	0.0	0.1	+133%	0.0	0.0	+32%	0.0	0.1	+1300%	0.0	0.1	+423%
衣服小物	0.1	0.1	▲50%	0.0	0.1	+307%	0.1	0.0	▲93%	0.0	0.0	▲23%	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-
その他業種	1.8	2.4	+32%	2.0	1.9	▲4%	1.0	0.8	▲15%	1.7	1.6	▲3%	0.7	0.3	▲62%	0.2	0.0	▲81%	0.1	0.5	+325%	0.0	0.1	+168%

※利用人数・金額は2019年の総計を100として指数化 注)「-」は2019年の利用人数が0人のため計算不可

⑥-5 区別×業種別の利用傾向（2年比較）

区別利用人数は高津区が2019年比+138%、宮前区が同+375%、多摩区が同+403%、麻生区が同+229%の増加。

- ✓ 高津区：「その他小売」の利用人数（2019年比+663%）、ホテル・旅館の利用金額（同+142%）等が大幅に増加した。
- ✓ 宮前区：「レジャー」の利用人数（2019年比+2063%）・金額（同+1279%）等が大幅に増加した。
- ✓ 多摩区：「その他小売」の利用人数（2019年比+370%）、「飲食店・レストラン」の利用人数（同+900%）等が大幅に増加した。
- ✓ 麻生区：「ホテル・旅館」の利用人数（2019年比+326%）、「飲食店・レストラン」の利用人数（同+967%）等が大幅に増加した。

訪日外国人全体 区別×業種別の利用傾向 2/2

業種	高津区						宮前区						多摩区						麻生区					
	利用延べ人数			利用金額			利用延べ人数			利用金額			利用延べ人数			利用金額			利用延べ人数			利用金額		
	2019	2023	増減率	2019	2023	増減率	2019	2023	増減率	2019	2023	増減率	2019	2023	増減率	2019	2023	増減率	2019	2023	増減率	2019	2023	増減率
総計	2.1	5.0	+138%	1.6	3.6	+128%	0.7	3.5	+375%	0.2	0.8	+318%	0.6	3.2	+403%	0.1	0.8	+484%	1.5	4.9	+229%	1.5	8.8	+486%
ホテル・旅館	1.0	1.1	+15%	1.0	2.4	+142%	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-	0.7	2.8	+326%	1.1	8.0	+600%
ショッピングセンター（SC）	0.0	0.4	-	0.0	0.1	-	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-	0.3	0.0	▲100%	0.1	0.0	▲100%
家電量販店	0.0	0.1	+500%	0.0	0.0	+3023%	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-
その他小売	0.1	0.6	+663%	0.0	0.2	+2058%	0.0	0.2	+1700%	0.0	0.1	+2926%	0.1	0.5	+370%	0.0	0.1	+1059%	0.0	0.0	+0%	0.0	0.0	▲9%
飲食店・レストラン	0.2	1.0	+345%	0.2	0.2	▲8%	0.0	0.3	+575%	0.0	0.0	+110%	0.1	0.8	+900%	0.0	0.1	+413%	0.1	0.6	+967%	0.1	0.2	+165%
居酒屋	0.2	0.4	+95%	0.1	0.2	+93%	0.0	0.0	+50%	0.0	0.0	+58%	0.1	0.2	+89%	0.0	0.0	+44%	0.1	0.2	+14%	0.1	0.1	▲22%
ドラッグストア	0.2	0.4	+67%	0.1	0.1	+92%	0.1	0.3	+233%	0.0	0.1	+325%	0.0	0.1	+250%	0.0	0.0	+940%	0.1	0.3	+275%	0.0	0.1	+294%
衣服小売り	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-	0.0	0.1	-	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-	0.1	0.2	+200%	0.0	0.1	+133%
バス・タクシー	0.0	0.0	+0%	0.0	0.0	+26%	0.2	0.2	▲30%	0.0	0.0	▲53%	0.0	0.7	-	0.0	0.2	-	0.1	0.0	▲100%	0.0	0.0	▲100%
スーパー	0.2	0.6	+195%	0.0	0.2	+345%	0.2	0.4	+105%	0.1	0.1	+59%	0.3	0.7	+127%	0.1	0.1	+89%	0.0	0.1	+167%	0.0	0.0	+409%
病院・クリニック	0.0	0.0	+100%	0.0	0.0	▲92%	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-	0.0	0.1	+500%	0.0	0.2	+4684%
レジャー	0.1	0.1	▲13%	0.0	0.0	▲46%	0.1	1.7	+2063%	0.0	0.4	+1279%	0.0	0.1	+1100%	0.0	0.0	+423%	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-
バー・ナイトクラブ	0.0	0.0	▲100%	0.0	0.0	▲100%	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-
美容・エステ	0.0	0.1	+600%	0.0	0.0	+664%	0.0	0.1	+600%	0.0	0.0	+566%	0.0	0.1	+500%	0.0	0.0	+1589%	0.0	0.1	-	0.0	0.1	-
衣服小物	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-	0.0	0.1	-	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-
その他業種	0.0	0.1	+550%	0.0	0.0	+439%	0.0	0.2	+375%	0.0	0.0	+44%	0.0	0.1	+400%	0.0	0.0	+3986%	0.0	0.5	-	0.0	0.1	-

※利用人数・金額は2019年の総計を100として指数化 注)「-」は2019年の利用人数が0人のため計算不可

⑥-5 区別×業種別の利用傾向（2年比較）

準富裕層・アップーマス層の区別利用人数は川崎区が2019年比+155%、幸区が同+61%、中原区が同+101%。

- ✓ 川崎区：利用人数では「SC」（2019年比+389%）、「その他小売」（同+582%）等の業種で大幅に増加した。
- ✓ 幸区：利用人数では「その他小売」（2019年比+457%）、「ドラッグストア」（同+4500%）等の業種で大幅に増加した。
- ✓ 中原区：利用人数では「その他小売」（2019年比+400%）、「衣服小売り」（同+275%）等の業種で大幅に増加した。

準富裕層・アップーマス層 区別×業種別の利用傾向 1/2

業種	全体						川崎区						幸区						中原区					
	利用延べ人数			利用金額			利用延べ人数			利用金額			利用延べ人数			利用金額			利用延べ人数			利用金額		
	2019	2023	増減率	2019	2023	増減率	2019	2023	増減率	2019	2023	増減率	2019	2023	増減率	2019	2023	増減率	2019	2023	増減率	2019	2023	増減率
総計	100.0	227.6	+128%	100.0	144.2	+44%	45.9	117.2	+155%	62.3	77.1	+24%	39.3	63.2	+61%	26.5	35.3	+33%	10.5	21.2	+101%	8.5	11.6	+37%
ホテル・旅館	21.5	29.0	+35%	49.8	58.9	+18%	16.8	19.6	+17%	40.2	33.6	▲17%	0.9	1.3	+36%	2.3	3.2	+41%	2.9	2.7	▲5%	6.0	6.6	+10%
ショッピングセンター（SC）	33.2	74.6	+124%	17.4	31.5	+81%	7.1	34.5	+389%	2.8	13.0	+364%	23.3	36.4	+56%	13.8	17.6	+27%	2.7	3.3	+20%	0.7	0.8	+5%
家電量販店	17.8	23.4	+31%	16.6	18.2	+10%	6.8	9.4	+38%	8.1	8.0	▲1%	11.1	13.8	+25%	8.6	10.1	+18%	0.0	0.1	-	0.0	0.0	-
その他小売	3.1	20.9	+583%	2.8	12.9	+361%	2.3	15.4	+582%	1.8	9.7	+439%	0.5	2.6	+457%	1.0	1.8	+87%	0.1	0.7	+400%	0.0	0.6	+9106%
飲食店・レストラン	5.3	17.9	+236%	4.1	4.1	▲2%	3.3	9.6	+188%	3.0	2.6	▲14%	0.7	0.7	▲9%	0.2	0.1	▲63%	0.8	3.5	+333%	0.2	0.6	+184%
居酒屋	3.9	9.9	+155%	1.5	3.7	+146%	2.4	5.9	+147%	1.0	2.7	+172%	0.2	0.7	+267%	0.1	0.2	+19%	0.9	1.7	+86%	0.3	0.6	+131%
ドラッグストア	5.1	10.1	+99%	2.1	2.5	+19%	3.3	2.7	▲18%	1.6	0.8	▲49%	0.1	3.1	+4500%	0.0	0.9	+13149%	1.1	1.7	+63%	0.4	0.4	▲13%
衣服小売り	1.9	5.7	+204%	0.6	1.8	+188%	0.5	0.1	▲71%	0.1	0.1	+21%	0.0	0.1	-	0.0	0.0	-	1.3	5.0	+275%	0.5	1.6	+204%
バス・タクシー	1.5	10.2	+595%	0.1	1.7	+1715%	0.0	6.5	-	0.0	1.1	-	0.9	1.9	+100%	0.1	0.2	+270%	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-
病院・クリニック	0.3	1.4	+320%	0.6	1.5	+176%	0.1	0.3	+100%	0.2	0.1	▲76%	0.1	0.3	+400%	0.1	0.9	+900%	0.1	0.3	+300%	0.2	0.1	▲48%
バー・ナイトクラブ	0.3	0.7	+100%	0.4	1.4	+215%	0.3	0.6	+80%	0.4	1.4	+210%	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-
美容・エステ	0.1	1.6	+1100%	0.0	1.4	+4206%	0.0	0.7	-	0.0	1.0	-	0.1	0.1	+0%	0.0	0.0	▲57%	0.0	0.1	-	0.0	0.1	-
スーパー	1.5	9.7	+559%	0.3	1.1	+329%	0.8	6.4	+700%	0.1	0.7	+370%	0.1	0.7	+900%	0.0	0.1	+224%	0.1	0.5	+600%	0.0	0.1	+1565%
レジャー	1.5	7.9	+441%	0.2	1.0	+404%	0.5	3.8	+613%	0.1	0.4	+635%	0.3	1.1	+325%	0.0	0.1	+703%	0.5	0.9	+100%	0.1	0.1	▲4%
ホームセンター	0.6	1.4	+133%	0.3	0.2	▲53%	0.5	0.8	+50%	0.3	0.1	▲76%	0.0	0.1	-	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-
その他業種	2.5	3.4	+38%	3.0	2.3	▲24%	1.1	0.9	▲24%	2.7	2.0	▲27%	1.1	0.5	▲59%	0.3	0.1	▲84%	0.1	0.7	+1000%	0.0	0.0	+4327%

※利用人数・金額は2019年の総計を100として指数化 注)「-」は2019年の利用人数が0人のため計算不可

⑥-5 区別×業種別の利用傾向（2年比較）

区別利用人数は高津区が2019年比+352%、宮前区が同+610%、多摩区が同+636%、麻生区が同+635%の増加。

- ✓ 高津区：「飲食店・レストラン」の利用人数（2019年比+733%）、「ホテル・旅館」の利用金額（同+442%）等が大幅に増加した。
- ✓ 宮前区：「レジャー」の利用人数（2019年比+2600%）・金額（同+3818%）等が大幅に増加した。
- ✓ 多摩区：多摩区では「飲食店・レストラン」の利用人数（2019年比+550%）・金額（同+232%）等が大幅に増加した。
- ✓ 麻生区：「ホテル・旅館」の利用人数（2019年比+1100%）・金額（同+1485%）等が大幅に増加した。

準富裕層・アップーマス層 区別×業種別の利用傾向 2/2

業種	高津区						宮前区						多摩区						麻生区					
	利用延べ人数			利用金額			利用延べ人数			利用金額			利用延べ人数			利用金額			利用延べ人数			利用金額		
	2019	2023	増減率	2019	2023	増減率	2019	2023	増減率	2019	2023	増減率	2019	2023	増減率	2019	2023	増減率	2019	2023	増減率	2019	2023	増減率
総計	1.7	7.5	+352%	1.2	4.0	+238%	0.7	4.7	+610%	0.1	0.9	+608%	0.7	5.4	+636%	0.2	1.0	+448%	1.1	8.3	+635%	1.2	14.3	+1105%
ホテル・旅館	0.5	1.3	+150%	0.4	2.4	+442%	0.0	0.1	-	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-	0.3	4.0	+1100%	0.8	13.0	+1485%
ショッピングセンター（SC）	0.0	0.5	-	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-	0.1	0.0	▲100%	0.1	0.0	▲100%
家電量販店	0.0	0.2	-	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-
その他小売	0.2	1.1	+467%	0.0	0.6	+2049%	0.0	0.4	-	0.0	0.2	-	0.0	0.7	-	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-
飲食店・レストラン	0.2	1.7	+733%	0.5	0.4	▲28%	0.0	0.4	-	0.0	0.0	-	0.1	0.9	+550%	0.0	0.1	+232%	0.1	1.3	+850%	0.2	0.3	+31%
居酒屋	0.1	0.6	+350%	0.1	0.2	+147%	0.0	0.1	-	0.0	0.0	-	0.1	0.3	+100%	0.1	0.0	▲60%	0.1	0.5	+700%	0.0	0.1	+657%
ドラッグストア	0.4	0.9	+117%	0.1	0.2	+126%	0.1	0.7	+900%	0.0	0.1	+470%	0.0	0.3	-	0.0	0.1	-	0.1	0.7	+400%	0.0	0.1	+1951%
衣服小売り	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-	0.0	0.1	-	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-	0.1	0.3	+300%	0.0	0.1	+127%
バス・タクシー	0.0	0.1	-	0.0	0.0	-	0.3	0.2	▲40%	0.0	0.0	▲60%	0.0	1.5	-	0.0	0.3	-	0.2	0.0	▲100%	0.0	0.0	▲100%
病院・クリニック	0.0	0.1	-	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-	0.0	0.1	-	0.0	0.0	-	0.1	0.3	+400%	0.0	0.4	+4735%
バー・ナイトクラブ	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-	0.0	0.1	-	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-
美容・エステ	0.0	0.1	-	0.0	0.0	-	0.0	0.1	-	0.0	0.1	-	0.0	0.2	-	0.0	0.1	-	0.0	0.3	-	0.0	0.1	-
スーパー	0.1	0.6	+800%	0.0	0.1	+4377%	0.1	0.5	+250%	0.0	0.1	+149%	0.3	1.0	+200%	0.1	0.1	+20%	0.0	0.1	-	0.0	0.0	-
レジャー	0.1	0.1	+100%	0.0	0.0	+159%	0.1	1.8	+2600%	0.0	0.4	+3818%	0.1	0.1	+100%	0.0	0.0	+108%	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-
ホームセンター	0.0	0.2	-	0.0	0.0	-	0.1	0.3	+300%	0.1	0.1	▲4%	0.0	0.1	-	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-
その他業種	0.1	0.1	+0%	0.0	0.0	▲42%	0.0	0.2	-	0.0	0.0	-	0.1	0.1	+100%	0.0	0.1	+7881%	0.0	0.9	-	0.0	0.1	-

※利用人数・金額は2019年の総計を100として指数化 注)「-」は2019年の利用人数が0人のため計算不可

3. 調査分析内容

(工)周遊傾向調査

⑦外国人の周遊

(訪日全体、準富裕層・アッパーマス層)

⑦-1 川崎市への来訪前後の利用地域

訪日外国人全体・準富裕層・アッパーマス層ともに、直前・直後利用は「関東」が利用者の7割以上を占めた。

✓ 訪日外国人全体では「関東」が直前利用の70%、直後利用の83%を占めた。準富裕層・アッパーマス層では、「関東」の割合が直前利用の77%、直後利用の87%となった。

直前利用

	直前地域	2023年	2019年比	来訪直前	来訪直前	川崎市内	川崎市内
		利用 延べ人数 構成比 %	延べ人数 増減率 %	地域の 利用金額 構成比 %	地域の 利用単価 千円	利用金額 構成比 %	利用単価 千円
1	関東	70%	+81%	76%	43	69%	22
2	近畿	12%	+120%	10%	34	13%	25
3	中部	8%	+106%	6%	28	8%	22
4	北海道・東北	4%	+129%	4%	34	3%	19
5	九州	3%	+195%	2%	30	3%	23
6	中国	3%	+104%	2%	24	2%	17
7	四国	0%	+83%	0%	19	1%	40

直後利用

	直後地域	2023年	2019年比	来訪直後	来訪直後	川崎市内	川崎市内
		利用 延べ人数 構成比 %	延べ人数 増減率 %	地域の 利用金額 構成比 %	地域の 利用単価 千円	利用金額 構成比 %	利用単価 千円
1	関東	83%	+43%	87%	39	85%	25
2	近畿	6%	+59%	4%	27	5%	20
3	中部	5%	+78%	4%	32	5%	22
4	北海道・東北	2%	+20%	2%	40	2%	23
5	中国	2%	+286%	1%	20	2%	26
6	九州	1%	+100%	1%	23	1%	22
7	四国	0%	+86%	0%	16	0%	10



直前利用

	直前地域	2023年	2019年比	来訪直前	来訪直前	川崎市内	川崎市内
		利用 延べ人数 構成比 %	延べ人数 増減率 %	地域の 利用金額 構成比 %	地域の 利用単価 千円	利用金額 構成比 %	利用単価 千円
1	関東	77%	+135%	79%	351	71%	214
2	近畿	8%	+101%	8%	315	13%	613
3	中部	6%	+264%	6%	473	7%	263
4	北海道・東北	3%	+286%	3%	226	3%	174
5	九州	3%	+500%	2%	300	4%	237
6	中国	2%	+625%	2%	463	1%	111
7	四国	0%	+400%	0%	25	0%	155

直後利用

	直後地域	2023年	2019年比	来訪直後	来訪直後	川崎市内	川崎市内
		利用 延べ人数 構成比 %	延べ人数 増減率 %	地域の 利用金額 構成比 %	地域の 利用単価 千円	利用金額 構成比 %	利用単価 千円
1	関東	87%	+135%	90%	351	87%	214
2	中部	4%	+101%	4%	315	4%	613
3	近畿	4%	+264%	3%	473	4%	263
4	中国	2%	+286%	1%	226	2%	174
5	北海道・東北	2%	+500%	1%	300	2%	237
6	九州	1%	+625%	0%	463	1%	111
7	四国	0%	+400%	0%	25	0%	155



訪日外国人

準富裕層・
アッパーマス層

⑦-2 川崎市への来訪前後の利用都道府県

訪日外国人において、直前・直後利用とも東京都の利用が最も多く、神奈川県が続く。

- ✓ ほとんどの都道府県において、直前・直後の双方で利用者が増加した。
- ✓ 神奈川県では、直前利用が+92%、直後利用が+118%となり、神奈川県内を周遊する訪日外国人が増加した。

直前利用

	直前 都道府県	2023年 利用 延べ人数	2019年比 延べ人数 増減率 %	来訪直前 都道府県 利用金額	来訪直前 都道府県 利用単価 千円	川崎市内 利用金額	川崎市内 利用単価 千円
1	東京都	100.0	+84%	100.0	47	100.0	22
2	神奈川県	26.1	+92%	20.4	37	23.6	20
3	大阪府	13.8	+122%	10.8	37	12.9	21
4	千葉県	12.9	+52%	7.3	27	14.1	24
5	京都府	6.4	+99%	4.1	30	6.3	22
6	北海道	4.5	+91%	4.2	44	3.6	18
7	静岡県	4.1	+75%	2.1	24	4.1	22
8	山梨県	3.4	+206%	1.7	23	2.7	18
9	愛知県	3.1	+69%	2.5	39	3.4	25
10	兵庫県	2.9	+142%	2.4	39	6.5	50
11	長野県	2.7	+107%	2.0	34	2.7	22
12	福岡県	2.5	+48%	1.5	29	2.4	22
13	広島県	2.5	+98%	1.1	21	1.6	14
14	埼玉県	1.9	+110%	0.9	22	1.7	19
15	宮城県	1.5	+71%	0.9	28	1.2	17
16	沖縄県	1.5	+213%	1.2	40	2.3	35
17	栃木県	1.4	+5%	0.9	29	1.5	23
18	石川県	1.2	+86%	0.4	17	1.7	31
19	新潟県	1.0	+121%	0.6	30	0.9	22
20	岐阜県	0.9	+200%	0.6	31	0.6	13



直後利用

	直後 都道府県	2023年 利用 延べ人数	2019年比 延べ人数 増減率 %	来訪直後 都道府県 利用金額	来訪直後 都道府県 利用単価 千円	川崎市内 利用金額	川崎市内 利用単価 千円
1	東京都	100.0	+42%	100.0	37	100.0	24
2	神奈川県	25.7	+118%	40.9	59	19.3	18
3	千葉県	18.3	▲5%	11.0	22	25.7	34
4	大阪府	5.7	+52%	4.4	28	5.3	23
5	京都府	3.4	+73%	2.8	31	2.3	16
6	静岡県	2.8	+131%	2.7	35	2.5	22
7	北海道	2.1	+104%	2.7	48	1.8	21
8	山梨県	1.9	+153%	1.2	24	1.6	21
9	愛知県	1.5	+87%	1.1	29	1.7	28
10	広島県	1.2	+119%	1.0	30	1.1	22
11	長野県	1.1	+104%	1.6	53	1.1	22
12	福岡県	1.0	+41%	0.5	20	0.9	22
13	兵庫県	0.9	+54%	0.4	16	0.6	16
14	埼玉県	0.9	+87%	0.4	17	1.3	35
15	沖縄県	0.6	+170%	0.3	19	0.3	14
16	栃木県	0.5	▲8%	0.4	30	0.7	35
17	石川県	0.5	+71%	0.5	34	0.5	26
18	宮城県	0.5	+71%	0.3	19	0.5	23
19	群馬県	0.5	+450%	0.6	46	0.4	23
20	福島県	0.3	+220%	0.3	32	0.4	30

※「東京都」の利用人数・金額を100として指数化

※「東京都」の利用人数・金額を100として指数化

⑦-2 川崎市への来訪前後の利用都道府県

準富裕層・アッパーマス層においても、訪日外国人全体と同様の傾向がみられた

- ✓ 直前・直後利用ともに、東京都が首位で、神奈川県・千葉県・大阪府と続いた。
- ✓ 2019年と比較すると、訪日外国人全体と同様に、神奈川県を直前・直後利用する人数が増加し、神奈川県内を周遊する準富裕層・アッパーマス層が拡大した。

直前利用

	直前 都道府県	2023年 利用 延べ人数	2019年比 延べ人数 増減率 %	来訪直前 都道府県 利用金額	来訪直前 都道府県 利用単価 千円	川崎市内 利用金額	川崎市内 利用単価 千円
1	東京都	100.0	+136%	100.0	78	100.0	33
2	神奈川県	27.4	+156%	22.8	65	24.6	29
3	千葉県	13.6	+115%	6.9	40	14.4	35
4	大阪府	8.9	+79%	8.3	73	12.1	44
5	北海道	4.8	+471%	4.6	75	3.3	22
6	京都府	3.8	+100%	3.3	66	6.2	53
7	愛知県	3.2	+440%	3.0	73	4.0	41
8	長野県	2.3	+217%	2.2	75	2.8	40
9	静岡県	2.3	+111%	1.2	42	3.7	54
10	兵庫県	2.1	+125%	1.2	42	4.0	61
11	山梨県	2.0	+1600%	1.3	51	2.1	34
12	福岡県	1.9	+167%	1.4	55	2.1	35
13	沖縄県	1.7	-	1.4	67	4.0	78
14	埼玉県	1.7	+180%	0.9	41	1.2	24
15	栃木県	1.3	+38%	1.1	68	0.9	23
16	広島県	1.2	+150%	0.6	37	0.7	20
17	石川県	1.1	+125%	0.4	26	1.1	34
18	長崎県	0.8	-	0.4	35	1.0	38
19	熊本県	0.7	-	0.3	31	0.3	15
20	福島県	0.6	+25%	0.4	58	2.1	118



直後利用

	直後 都道府県	2023年 利用 延べ人数	2019年比 延べ人数 増減率 %	来訪直後 都道府県 利用金額	来訪直後 都道府県 利用単価 千円	川崎市内 利用金額	川崎市内 利用単価 千円
1	東京都	100.0	+95%	100.0	68	100.0	39
2	神奈川県	30.7	+226%	50.4	111	17.2	22
3	千葉県	15.0	+24%	8.1	37	24.1	63
4	大阪府	2.9	+83%	2.2	52	3.8	51
5	静岡県	2.4	+250%	3.1	86	1.6	26
6	京都府	2.3	+170%	2.9	85	1.8	29
7	北海道	2.2	+2400%	1.7	69	1.4	33
8	山梨県	1.6	+217%	1.2	57	1.9	51
9	愛知県	1.5	+183%	1.4	67	1.9	54
10	長野県	1.4	+220%	0.6	30	1.2	35
11	広島県	1.3	+114%	1.1	65	1.1	39
12	兵庫県	1.1	+550%	0.5	31	0.7	25
13	栃木県	1.0	+100%	0.5	41	1.2	59
14	埼玉県	0.8	+0%	0.3	25	1.5	86
15	群馬県	0.7	+167%	0.8	84	0.2	11
16	福岡県	0.6	-	0.3	35	0.1	10
17	長崎県	0.5	+200%	0.2	41	1.4	156
18	福島県	0.3	-	0.4	74	0.8	93
19	石川県	0.3	+100%	0.4	71	0.2	28
20	新潟県	0.3	+300%	0.1	32	0.1	18

※「東京都」の利用人数・金額を100として指数化

※「東京都」の利用人数・金額を100として指数化

⑦-3 川崎市への来訪前後の利用市区郡

直前・直後利用は大田区の利用人数が最多。2019年比でも増加。

- ✓ 川崎市の直前・直後に訪れた市区は、羽田空港が所在する「大田区」が最多となった。また、2019年比で、「大田区」は直前利用が+37%、直後利用が+23%と増加した。
- ✓ 一方で、成田市（成田空港が所在）は、直前・直後の双方で2019年比減となった（直前▲2%、直後▲15%）。

直前利用

直前市区郡	2023年 利用 延べ人数	2019年 比 延べ人数 %	来訪直前 市区郡 利用金額	来訪直前 市区郡 利用単価 千円	川崎市内 利用金額	川崎市内 利用単価 千円
1 大田区	100.0	+37%	100.0	20	100.0	26
2 渋谷区	71.6	+110%	96.5	26	49.4	18
3 千代田区	69.0	+72%	134.3	38	89.8	34
4 港区	63.1	+64%	146.4	45	57.9	24
5 中央区	61.1	+91%	120.2	38	54.8	23
6 新宿区	56.4	+101%	98.5	34	41.4	19
7 台東区	52.1	+130%	62.6	24	30.0	15
8 横浜市西区	34.1	+12%	72.5	42	28.5	22
9 浦安市	31.4	+145%	49.3	31	23.0	19
10 横浜市中区	29.8	+122%	54.1	36	19.2	17
11 成田市	29.0	▲2%	18.9	13	20.3	18
12 江東区	26.6	+82%	17.9	13	18.6	18
13 大阪市中央区	21.1	+102%	28.0	26	16.4	20
14 京都市下京区	18.1	+80%	23.5	25	18.4	26
15 大阪市北区	17.2	+156%	23.8	27	15.2	23
16 品川区	17.0	+59%	39.7	46	14.9	23
17 世田谷区	16.6	+127%	11.4	13	7.2	11
18 足柄下郡	15.4	+255%	22.2	28	8.3	14
19 横浜市港北区	14.0	+103%	10.1	14	12.4	23
20 豊島区	13.0	+69%	17.0	25	8.7	17



直後利用

直後市区郡	2023年 利用 延べ人数	2019年 比 延べ人数 %	来訪直後 市区郡 利用金額	来訪直後 市区郡 利用単価 千円	川崎市内 利用金額	川崎市内 利用単価 千円
1 大田区	100.0	+23%	100.0	15	100.0	31
2 成田市	36.8	▲15%	40.0	17	42.5	36
3 渋谷区	23.0	+51%	32.6	22	13.5	18
4 千代田区	22.4	+22%	44.6	31	16.4	23
5 横浜市西区	18.9	+45%	127.8	105	11.3	19
6 港区	18.9	+39%	36.1	30	9.9	16
7 中央区	17.9	+70%	63.6	55	11.6	20
8 新宿区	16.0	+61%	32.5	31	11.3	22
9 台東区	14.5	+70%	15.3	16	10.9	24
10 横浜市中区	12.1	+171%	24.0	31	5.3	14
11 江東区	7.4	+64%	6.3	13	6.2	26
12 品川区	6.3	+164%	7.4	18	3.6	18
13 浦安市	5.6	+85%	11.6	32	3.3	18
14 横浜市港北区	5.4	+71%	6.1	18	4.6	27
15 世田谷区	4.8	+22%	5.4	17	2.4	16
16 豊島区	4.6	+40%	5.1	17	3.2	22
17 足柄下郡	4.3	+200%	9.3	34	2.2	16
18 京都市下京区	3.8	+103%	6.0	25	2.1	17
19 大阪市中央区	3.6	+78%	5.6	24	2.3	20
20 板橋区	3.2	+490%	1.2	6	1.6	15

※「大田区」の利用人数・金額を100として指数化

※「大田区」の利用人数・金額を100として指数化

⑦-3 川崎市への来訪前後の利用市区郡

準富裕層・アップーマス層においても、直前・直後利用は大田区の利用人数が最多。2019年比でも増加。

- ✓ 準富裕層・アップーマス層においては、2019年比で「大田区」は直前利用が+80%、直後利用が+78%と訪日外国人全体よりも高い伸び率となった。
- ✓ 「成田市」は、訪日外国人全体とは異なり、直前・直後の双方で2019年比増となった（直前+30%、直後+21%）。また、3位には「横浜市西区」が入り、2019比+135%と増加した。川崎市と横浜市の周遊が伺える。

直前利用

直前市区郡	2023年	2019年比	来訪直前	来訪直前	川崎市内	川崎市内
	利用延べ人数	延べ人数増減率	市区郡利用金額	市区郡利用単価		
	-	%	-	千円	千円	千円
1 大田区	100.0	+80%	100.0	27	100.0	42
2 渋谷区	74.1	+178%	117.5	43	34.3	20
3 千代田区	67.4	+82%	121.8	49	57.2	36
4 新宿区	65.2	+203%	150.8	62	47.3	31
5 港区	63.0	+130%	161.8	69	56.5	38
6 中央区	52.6	+82%	105.7	54	39.4	32
7 横浜市西区	45.9	+63%	106.0	62	26.7	25
8 台東区	42.2	+217%	66.9	43	20.7	21
9 浦安市	40.0	+315%	65.1	44	27.5	29
10 江東区	24.4	+267%	25.0	28	17.3	30
11 横浜市中区	23.7	+191%	72.9	83	16.8	30
12 成田市	22.2	+30%	17.0	21	18.7	36
13 横浜市港北区	18.5	+317%	15.4	22	15.2	35
14 豊島区	16.3	+267%	16.5	27	10.5	27
15 品川区	16.3	+69%	55.4	91	16.9	44
16 大阪市中央区	14.8	+122%	35.2	64	14.0	40
17 世田谷区	14.8	+150%	9.2	17	8.4	24
18 京都市下京区	13.3	+125%	25.0	50	25.3	80
19 大阪市北区	12.6	+750%	27.9	60	9.3	31
20 板橋区	12.6	+55%	3.5	8	16.1	54

※「大田区」の利用人数・金額を100として指数化

直後利用

直後市区郡	2023年	2019年比	来訪直後	来訪直後	川崎市内	川崎市内
	利用延べ人数	延べ人数増減率	市区郡利用金額	市区郡利用単価		
	-	%	-	千円	-	千円
1 大田区	100.0	+78%	100.0	28	100.0	58
2 成田市	31.2	+21%	33.8	31	38.7	72
3 横浜市西区	29.2	+135%	167.6	162	11.3	22
4 千代田区	27.9	+100%	46.3	47	14.7	30
5 渋谷区	23.6	+58%	30.4	36	14.3	35
6 中央区	22.8	+143%	82.8	102	12.0	30
7 港区	21.8	+48%	36.1	47	9.2	24
8 新宿区	18.3	+67%	49.6	77	13.4	42
9 台東区	15.7	+148%	17.7	32	10.2	38
10 横浜市中区	14.0	+150%	29.2	59	4.1	17
11 品川区	10.4	+215%	10.2	28	4.8	27
12 江東区	9.4	+270%	4.8	14	3.5	22
13 横浜市港北区	6.6	+189%	3.9	17	3.1	27
14 浦安市	6.1	+60%	6.1	28	2.2	21
15 世田谷区	6.1	+33%	6.7	37	1.6	18
16 豊島区	5.1	+73%	5.1	30	2.4	29
17 横須賀市	4.8	-	12.0	79	1.5	20
18 足柄下郡	4.3	+700%	7.8	54	1.2	17
19 板橋区	4.1	+1400%	0.9	7	1.1	16
20 目黒区	3.8	+200%	3.8	28	1.5	23

※「大田区」の利用人数・金額を100として指数化



⑦-4 川崎市内の周遊傾向

複数の区を利用する訪日外国人は少なく、ひとつの区のみでの訪問が来訪者数の大半を占めた。

- ✓ 2019年と2023年を比較すると、1区のみが大半を占める傾向に変化はない。
(訪日外国人全体：9割弱、準富裕層・アップーマス層：8割強)
- ✓ 準富裕層・アップーマス層は2区以上を訪問する割合が2割弱と、訪日外国人全体（1割強）よりも高い。
- ✓ 訪日外国人全体、準富裕層・アップーマス層ともに、複数区を訪問した訪日客のほうが1人当たり利用金額が高い。

訪日外国人全体 1来訪当たりの訪問区数

1来訪当たりの 訪問区数	利用人数		1人当たり利用金額（円）	
	2019年	2023年	2019年	2023年
1区	89.0%	88.5%	32,688	26,488
2区	10.8%	11.0%	67,978	59,641
3区以上	0.2%	0.4%	174,711	67,210

準富裕層・アップーマス層 1来訪当たりの訪問区数

1来訪当たりの 訪問区数	利用人数		1人当たり利用金額（円）	
	2019年	2023年	2019年	2023年
1区	81.7%	81.9%	61,048	43,819
2区	17.7%	17.2%	117,283	78,473
3区以上	0.6%	0.8%	183,982	103,001

⑦-4 川崎市内の周遊傾向

複数の区を利用する訪日外国人は少なく、川崎区のみでの訪問が来訪者数の半数を占めた。

- ✓ 1来訪当たりの訪問区の組み合わせは「川崎区」のみが過半を占め、「幸区のみ」、「川崎区&幸区」が続く。
- ✓ 複数区を訪問する場合、「川崎区&幸区」・「多摩区&麻生区」・「幸区&中原区」・「高津区&宮前区」等、隣接する区に訪問するケースが上位となった。

訪日外国人全体 1来訪当たりの訪問区の組み合わせ（2023年の利用人数で降順）

#	訪問区の組み合わせ	2023年 利用 延べ人数	2019年比 延べ人数 増減率 %	2023年 川崎市 利用単価 円	【構成比】 延べ人数 %
1	川崎区のみ	100.0	+51	27,593	53.5
2	幸区のみ	32.1	+3	21,996	17.2
3	川崎区&幸区	16.8	+28	62,101	9.0
4	中原区のみ	13.5	▲16	25,652	7.2
5	麻生区のみ	6.5	+182	56,395	3.5
6	高津区のみ	5.7	+43	27,729	3.0
7	宮前区のみ	4.6	+309	7,201	2.5
8	多摩区のみ	3.5	+291	7,514	1.9
9	多摩区&麻生区	0.7	-	59,511	0.4
10	川崎区&中原区	0.7	+111	54,242	0.4
11	幸区&中原区	0.7	▲22	68,463	0.4
12	高津区&宮前区	0.4	+1000	12,503	0.2
13	中原区&高津区	0.3	+150	37,877	0.2
14	川崎区&高津区	0.2	+150	74,274	0.1
15	幸区&高津区	0.1	+80	58,087	0.1
16	川崎区&多摩区	0.1	+700	30,945	0.1
17	川崎区&幸区&高津区	0.1	+133	53,023	0.1
18	川崎区&宮前区	0.1	-	18,317	0.1
19	幸区&多摩区	0.1	+150	17,183	0.0
20	高津区&多摩区	0.1	-	22,063	0.0

21	幸区&宮前区	0.1	+400	28,394	0.0
22	川崎区&中原区&高津区	0.1	+400	57,142	0.0
23	中原区&麻生区	0.1	-	31,602	0.0
24	中原区&宮前区	0.1	+300	57,362	0.0
25	宮前区&麻生区	0.1	+100	57,298	0.0
26	幸区&麻生区	0.1	+300	108,460	0.0
27	川崎区&麻生区	0.1	+300	35,749	0.0
28	中原区&多摩区	0.0	-	25,909	0.0
29	宮前区&多摩区	0.0	-	13,891	0.0
30	幸区&中原区&多摩区	0.0	-	9,868	0.0
31	川崎区&多摩区&麻生区	0.0	-	8,890	0.0
32	川崎区&中原区&宮前区	0.0	-	48,671	0.0
33	幸区&中原区&高津区	0.0	-	91,440	0.0
34	幸区&高津区&多摩区	0.0	-	22,115	0.0

※ 2023年利用延べ人数は「川崎区のみ」を100として指数化
注) 「-」は2019年の利用人数が0人のため増減率が計算不可

⑦-4 川崎市内の周遊傾向

準富裕層・アッパーマス層においても、複数の区を利用する訪日外国人は少ない。

- ✓ 準富裕層・アッパーマス層においても、1来訪当たりの訪問区の組み合わせは「川崎区のみ」が半数近くを占め、「幸区のみ」、「川崎区&幸区」が続く。
- ✓ 複数区を訪問する場合、「川崎区&幸区」・「幸区&中原区」・「多摩区&麻生区」等、隣接する区に訪問するケースが上位となった。

準富裕層・アッパーマス層 1来訪当たりの訪問区の組み合わせ（2023年の利用人数で降順）

#	訪問区の組み合わせ	2023年 利用 延べ人数	2019年比 延べ人数 増減率 %	2023年 川崎市 利用単価 円	【構成比】 延べ人数 %
1	川崎区のみ	100.0	+134	46,626	43.3
2	幸区のみ	46.7	+26	37,077	20.2
3	川崎区&幸区	32.6	+76	76,939	14.1
4	中原区のみ	16.5	+30	35,250	7.2
5	麻生区のみ	10.0	+600	97,578	4.3
6	高津区のみ	7.2	+238	39,217	3.1
7	宮前区のみ	5.0	+390	10,609	2.2
8	多摩区のみ	4.8	+571	9,932	2.1
9	幸区&中原区	1.7	+6	105,555	0.8
10	川崎区&中原区	1.1	+175	72,034	0.5
11	多摩区&麻生区	1.0	-	115,918	0.4
12	中原区&高津区	0.8	+167	51,106	0.4
13	高津区&宮前区	0.4	-	15,488	0.2
14	川崎区&多摩区	0.3	-	14,992	0.1
15	川崎区&高津区	0.3	+200	181,803	0.1
16	中原区&多摩区	0.3	-	25,909	0.1
17	幸区&多摩区	0.3	-	11,856	0.1
18	川崎区&幸区&高津区	0.3	+50	83,267	0.1
19	川崎区&中原区&高津区	0.2	-	40,453	0.1
20	幸区&宮前区	0.2	-	57,416	0.1

21	幸区&麻生区	0.2	-	198,017	0.1
22	川崎区&宮前区	0.2	-	16,875	0.1
23	幸区&中原区&多摩区	0.1	-	3,914	0.0
24	宮前区&麻生区	0.1	-	167,357	0.0
25	中原区&麻生区	0.1	-	42,843	0.0
26	中原区&宮前区	0.1	-	206,687	0.0
27	幸区&高津区	0.1	▲50	259,020	0.0
28	幸区&中原区&高津区	0.1	-	126,342	0.0

※ 2023年利用延べ人数は「川崎区のみ」を100として指数化
注) 「-」は2019年の利用人数が0人のため増減率が計算不可

⑦-4 川崎市内の周遊傾向

複数の業種を利用する訪日外国人は少ない。

- ✓ 1来訪当たりの利用業種の組み合わせは、「ホテル・旅館のみ」・「SCのみ」・「飲食店・レストランのみ」等の単一の業種利用が最も多い。一方で、2019年比で見ると、「ホテル・旅館のみ」は▲9%、「家電量販店のみ」と▲30%と減少した。
- ✓ 「SC&その他小売」（2019年比+1027%）、「SC&スーパー」（同+1775%）等の組み合わせは顕著に増加した。

訪日外国人全体 1来訪当たりの利用業種の組み合わせ（2023年の利用人数で降順）

#	利用業種	2023年 利用 延べ人数 -	2019年比 延べ人数 増減率 %	2023年 川崎市 市内 利用単価 円	【構成比】 延べ人数 %
1	ホテル・旅館のみ	100.0	▲9	39,469	26.1
2	SCのみ	83.3	+50	14,078	21.7
3	飲食店・レストランのみ	20.4	+159	8,623	5.3
4	その他小売のみ	18.8	+319	27,148	4.9
5	バス・タクシーのみ	13.9	+358	8,271	3.6
6	家電量販店のみ	11.9	▲30	42,218	3.1
7	SC&ホテル・旅館	11.8	+22	61,035	3.1
8	レジャーのみ	10.1	+370	6,269	2.6
9	SC&家電量販店	10.0	+6	39,686	2.6
10	居酒屋のみ	9.5	+46	12,802	2.5
11	スーパーのみ	8.5	+161	4,962	2.2
12	ドラッグストアのみ	7.6	+24	8,441	2.0
13	SC&その他小売	5.7	+1027	36,257	1.5
14	SC&飲食店・レストラン	3.7	+363	14,823	1.0
15	ホテル・旅館&飲食店・レストラン	3.3	+55	52,456	0.9
16	ホテル・旅館&家電量販店	2.8	▲52	74,046	0.7
17	SC&ドラッグストア	2.5	+44	29,145	0.7
18	SC&スーパー	2.5	+1775	17,305	0.7
19	ホテル・旅館&居酒屋	2.3	▲8	70,789	0.6
20	スーパー&ホテル・旅館	2.1	+158	31,110	0.5
21	衣服小売のみ	1.9	▲37	12,288	0.5
22	SC&ホテル・旅館&家電量販店	1.9	▲51	113,285	0.5
23	SC&居酒屋	1.9	+189	34,615	0.5
24	飲食小売のみ	1.7	+467	3,578	0.4
25	バス・タクシー&ホテル・旅館	1.6	+488	74,572	0.4

26	SC&レジャー	1.5	+309	12,787	0.4
27	美容・エステのみ	1.3	+471	27,316	0.4
28	ドラッグストア&ホテル・旅館	1.3	▲9	46,592	0.3
29	SC&スーパー&ホテル・旅館	1.2	+640	91,154	0.3
30	その他小売&ホテル・旅館	1.0	+138	65,018	0.3
31	SC&ホテル・旅館&飲食店・レストラン	1.0	+233	36,273	0.3
32	ホームセンターのみ	0.9	+75	5,140	0.2
33	病院・クリニックのみ	0.8	+127	104,651	0.2
34	SC&ホテル・旅館&居酒屋	0.8	+118	66,564	0.2
35	SC&その他小売&ホテル・旅館	0.8	+700	70,497	0.2
36	その他小売&飲食店・レストラン	0.7	+340	19,561	0.2
37	SC&ドラッグストア&家電量販店	0.7	▲19	56,459	0.2
38	SC&その他小売&家電量販店	0.7	+186	100,877	0.2
39	スーパー&飲食店・レストラン	0.7	+400	9,482	0.2
40	SC&ドラッグストア&ホテル・旅館	0.6	▲42	74,099	0.2
41	飲食店・レストラン&居酒屋	0.6	+64	15,668	0.2
42	SC&スーパー&その他小売	0.6	+800	23,686	0.2
43	その他小売&家電量販店	0.6	+113	72,765	0.1
44	ドラッグストア&家電量販店	0.5	▲36	35,138	0.1
45	SC&飲食店・レストラン&家電量販店	0.5	+78	68,465	0.1
46	バー・ナイトクラブのみ	0.5	+50	44,359	0.1
47	スーパー&その他小売	0.4	+1200	11,161	0.1
48	SC&ドラッグストア&飲食店・レストラン	0.4	+500	27,953	0.1
49	レンタカー・ガソリンスタンドのみ	0.4	+1100	8,438	0.1
50	飲食店・レストラン&家電量販店	0.4	+57	33,908	0.1

※ 2023年利用延べ人数は「ホテル・旅館のみ」を100として指数化
注) 「-」は2019年の利用人数が0人のため増減率が計算不可

⑦-4 川崎市内の周遊傾向

訪日外国人全体と同様に、複数の業種を利用する準富裕層・アッパーマス層は少ない。

- ✓ 訪日外国人全体と同様に、1来訪当たりの利用業種の組み合わせは、「SCのみ」・「ホテル・旅館のみ」・「その他小売のみ」等の単一の業種利用が最も多い。
- ✓ 訪日外国人全体と同様に、「SC&その他小売」（2019年比+2800%）、「SC&スーパー」（同+1900%）の組み合わせが大幅に増加した。

準富裕層・アッパーマス層 1来訪当たりの利用業種の組み合わせ（2023年の利用人数で降順）

#	利用業種	2023年 利用 延べ人数 -	2019年比 延べ人数 増減率 %	2023年 川崎市 利用単価 円	【構成比】 延べ人数 %
1	SCのみ	100.0	+85	22,500	23.3
2	ホテル・旅館のみ	49.8	+20	95,433	11.6
3	その他小売のみ	25.9	+411	48,575	6.1
4	飲食店・レストランのみ	23.7	+186	16,234	5.5
5	バス・タクシーのみ	21.6	+423	9,726	5.0
6	家電量販店のみ	19.7	+18	71,721	4.6
7	SC&家電量販店	19.0	+23	51,790	4.4
8	居酒屋のみ	11.7	+138	17,759	2.7
9	SC&ホテル・旅館	10.9	+29	98,063	2.5
10	SC&その他小売	10.9	+2800	37,600	2.5
11	レジャーのみ	9.8	+333	7,626	2.3
12	ドラッグストアのみ	8.8	+104	12,410	2.1
13	スーパーのみ	7.3	+388	4,882	1.7
14	SC&飲食店・レストラン	4.5	+243	19,074	1.1
15	SC&スーパー	3.8	+1900	21,897	0.9
16	SC&ドラッグストア	3.6	+36	46,735	0.8
17	衣服小売のみ	3.6	+6	16,745	0.8
18	SC&居酒屋	3.0	+433	59,570	0.7
19	ホテル・旅館&家電量販店	3.0	▲20	137,160	0.7
20	SC&ホテル・旅館&家電量販店	2.8	▲57	140,443	0.7
21	ホテル・旅館&飲食店・レストラン	2.6	+100	129,361	0.6
22	SC&レジャー	2.4	+333	19,632	0.6
23	SC&ドラッグストア&家電量販店	2.1	+10	69,661	0.5
24	バス・タクシー&ホテル・旅館	2.1	-	153,127	0.5
25	SC&スーパー&ホテル・旅館	1.9	-	192,183	0.4

26	美容・エステのみ	1.9	+400	85,630	0.4
27	SC&その他小売&ホテル・旅館	1.7	-	108,224	0.4
28	病院・クリニックのみ	1.7	+125	94,177	0.4
29	ホテル・旅館&居酒屋	1.5	▲27	170,630	0.4
30	SC&その他小売&家電量販店	1.5	+300	49,736	0.4
31	ホームセンターのみ	1.3	+40	5,745	0.3
32	飲食小売のみ	1.3	+133	5,673	0.3
33	SC&スーパー&その他小売	1.3	+600	36,243	0.3
34	その他小売&ホテル・旅館	1.1	+200	146,203	0.3
35	スーパー&その他小売	1.1	-	14,227	0.3
36	SC&レジャー&家電量販店	1.1	-	38,171	0.3
37	ドラッグストア&家電量販店	1.1	+20	47,853	0.3
38	その他小売&レジャー	1.1	-	13,013	0.3
39	その他小売&家電量販店	1.1	+20	109,467	0.3
40	スーパー&ホテル・旅館	1.1	+500	57,848	0.3
41	ドラッグストア&居酒屋	0.9	-	16,206	0.2
42	SC&ホテル・旅館&飲食店・レストラン	0.9	+400	104,383	0.2
43	SC&バス・タクシー	0.9	-	63,530	0.2
44	レジャー&衣服小売り	0.9	+400	12,195	0.2
45	その他小売&飲食店・レストラン	0.9	+400	47,249	0.2
46	飲食店・レストラン&居酒屋	0.9	+67	14,864	0.2
47	バー・ナイトクラブのみ	0.9	+150	74,960	0.2
48	SC&飲食店・レストラン&家電量販店	0.9	+67	83,538	0.2
49	SC&スーパー&ホテル・旅館&家電量販店	0.9	+150	142,115	0.2
50	SC&家電量販店&居酒屋	0.8	+100	50,152	0.2

※2023年利用延べ人数は「SCのみ」を100として指数化
注)「-」は2019年の利用人数が0人のため増減率が計算不可

4. 參考資料

4. 長期滞在者（デジタルノマド等含む）の消費傾向

川崎市に来訪した長期滞在者（デジタルノマド等含む）は訪日外国人全体の約12%。川崎市内ホテルの利用率は10%程度。

- ✓ 2023年に川崎市に来訪した長期滞在者（注1）は訪日外国人全体の12%を占めた。デジタルノマド（注2）は長期滞在傾向があり、長期滞在者の一定数を占めると考えられる。
 - 長期滞在者の準富裕層・アップーマス層は、訪日外国人の中の準富裕層・アップーマス層の25%となった。
- ✓ 国・地域では、長期滞在者全体および長期滞在者の中の準富裕層・アップーマス層ともに、アメリカの長期滞在者が最も多く、利用人数TOP10の国・地域では欧米が約50%を占めた。
- ✓ 利用業種をみると、長期滞在者全体の川崎市内のホテル利用者の割合は10%程度となり、訪日外国人全体（ホテル利用者の割合：27%）よりも低下した。
- ✓ また、スーパーでの1人当たり利用単価は8,536円と、訪日外国人全体（5,381円）よりも大幅に高いが、飲食店・レストランや居酒屋等での利用単価は訪日外国人全体よりも低い。

注1) 長期滞在者：本報告書では、2023年の1年間で、1回の来訪で日本に31日以上滞在し、川崎市に来訪経験のある訪日外国人と定義。

注2) デジタルノマド：ITを活用し、遊牧民（ノマド）のように世界中を旅しながら働く国際的なリモートワーカーを指す。日本政策投資銀行のレポート

（※）によると、デジタルノマドは1ヵ月以上の長期滞在傾向があり、長期滞在者の中にはデジタルノマドが一定数含まれると考えられる。

※ 日本政策投資銀行 調査研究レポートNo.410（2023年12月29日）「インバウンド獲得競争の中で注目されるデジタルノマド」

【2023年】長期滞在者全体 国・地域別の利用人数・金額

#	国・地域	利用人数	利用金額 (千円)	1人当たり 利用単価 (円)	利用人数 構成比
1	アメリカ	100.0	100.0	29,158	33.5%
2	イギリス	21.2	12.1	16,595	7.1%
8	ドイツ	11.7	8.5	21,232	3.9%
9	フランス	11.1	6.9	18,109	3.7%

※「アメリカ」の利用人数・金額を100として指数化

【2023年】長期滞在者全体 業種別の利用人数・金額

#	業種	利用人数 (延べ)	利用金額	1人当たり 利用単価 (円)	利用人数 構成比
1	SC	100.0	100.0	18,425	30.3%
2	飲食店・レストラン	37.8	12.3	6,003	11.5%
3	ホテル・旅館	32.7	93.8	52,913	9.9%
4	その他小売	32.5	31.6	17,913	9.8%
5	スーパー	22.2	10.3	8,536	6.7%

※「SC」の利用人数・金額を100として指数化

4. 長期滞在者（デジタルノマド等含む）の消費傾向 国・地域別（1/2）

長期滞在者では、欧米からの来訪者が50%弱を占めた。

- ✓ 長期滞在者でもアメリカが利用人数・金額ともに1位に、利用人数の構成比は33.5%に上昇した（訪日外国人全体では25%）。
- ✓ 利用人数ではイギリスが2位に上昇し、利用人数構成比も7.1%に増加。同じヨーロッパのドイツが8位に、フランスが9位に入った。
- ✓ アジア（中国・台湾・韓国・香港・シンガポール）の利用人数構成比は低下した。

【2023年】訪日外国人全体 国・地域別の利用人数TOP10

#	国・地域	利用人数	利用金額 (千円)	1人当たり 利用単価 (円)	利用人数 構成比
1	アメリカ	100.0	100.0	24,558	25.3%
2	台湾	38.4	86.6	55,383	9.7%
3	中国	36.9	55.5	36,932	9.3%
4	香港	28.3	43.8	38,022	7.2%
5	韓国	27.0	30.9	28,062	6.8%
6	オーストラリア	20.5	22.9	27,419	5.2%
7	イギリス	18.9	18.1	23,485	4.8%
8	シンガポール	14.5	16.5	27,909	3.7%
9	タイ	14.5	16.4	27,710	3.7%
10	ドイツ	13.2	16.0	29,828	3.3%
11	その他国・地域	82.7	109.8	32,572	21.0%

※「アメリカ」の利用人数・金額を100として指数化

【2023年】長期滞在者全体 国・地域別の利用人数TOP10

#	国・地域	利用人数	利用金額 (千円)	1人当たり 利用単価 (円)	利用人数 構成比
1	アメリカ	100.0	100.0	29,158	33.5%
2	イギリス	21.2	12.1	16,595	7.1%
3	中国	18.4	39.6	62,901	6.1%
4	台湾	17.5	23.1	38,536	5.9%
5	韓国	16.6	8.7	15,363	5.6%
6	オーストラリア	15.9	6.3	11,554	5.3%
7	香港	15.7	10.8	20,088	5.3%
8	ドイツ	11.7	8.5	21,232	3.9%
9	フランス	11.1	6.9	18,109	3.7%
10	シンガポール	9.3	11.5	35,934	3.1%
11	その他国・地域	61.3	70.5	33,520	20.5%

※「アメリカ」の利用人数・金額を100として指数化

<利用人数TOP10における地域別の割合>

	訪日外国人 全体	デジタルノマド 全体
アジア	40.4%	33.6%
欧米	33.4%	45.9%
その他	26.1%	20.5%

アジア・・・中国、台湾、韓国、香港、シンガポール
欧米・・・アメリカ、イギリス、ドイツ、フランス

4. 長期滞在者（デジタルノマド等含む）の消費傾向 国・地域別（2/2）

準富裕層・アッパーマス層でも、長期滞在者は欧米からの来訪者が50%強を占めた。

- ✓ 長期滞在者の準富裕層・アッパーマス層でも、アメリカが利用人数・金額ともに1位。利用人数の構成比は40.7%に上昇した。
- ✓ 利用人数の6位にイギリス、8位にカナダ、9位にドイツ、10位にフランスが入り、アジア（中国・台湾・香港・韓国）の利用人数構成比は低下した。
- ✓ 全ての国・地域で、デジタルノマドの1人当たり利用単価は訪日外国人全体よりも低い。

【2023年】訪日外国人の中の準富裕層・アッパーマス層
国・地域別の利用人数TOP10

【2023年】長期滞在者の中の準富裕層・アッパーマス層
国・地域別の利用人数TOP10

#	国・地域	利用人数	利用金額 (千円)	1人当たり 利用単価 (円)	利用人数 構成比
1	アメリカ	100.0	100.0	45,049	30.4%
2	中国	37.8	84.5	100,756	11.5%
3	台湾	32.4	44.5	61,892	9.8%
4	香港	25.8	23.0	40,089	7.9%
5	タイ	16.9	19.7	52,412	5.1%
6	オーストラリア	14.2	9.4	29,804	4.3%
7	シンガポール	12.9	15.5	53,937	3.9%
8	韓国	12.3	22.0	80,577	3.7%
9	イギリス	11.0	10.4	42,459	3.3%
10	ドイツ	8.1	8.4	46,275	2.5%
11	その他国・地域	57.6	73.2	57,295	17.5%

#	国・地域	利用人数	利用金額 (千円)	1人当たり 利用単価 (円)	利用人数 構成比
1	アメリカ	100.0	100.0	37,281	40.7%
2	台湾	16.4	26.7	60,690	6.7%
3	中国	15.9	29.1	68,088	6.5%
4	香港	15.0	10.3	25,659	6.1%
5	オーストラリア	14.0	4.3	11,529	5.7%
6	イギリス	11.6	4.0	12,943	4.7%
7	韓国	8.2	4.3	19,450	3.3%
8	カナダ	7.7	3.5	16,788	3.1%
9	ドイツ	6.8	5.6	30,964	2.8%
10	フランス	6.8	4.9	27,163	2.8%
11	その他国・地域	43.5	52.3	44,877	17.7%

※「アメリカ」の利用人数・金額を100として指数化

※「アメリカ」の利用人数・金額100として指数化

<利用人数TOP10における地域別の割合>

アジア・・・中国、台湾、香港、韓国
欧米・・・アメリカ、イギリス、カナダ、ドイツ、フランス

	訪日外国人 全体	デジタルノマド 全体
アジア	42.0%	22.6%
欧米	36.2%	54.0%
その他	21.8%	23.4%

4. 長期滞在者（デジタルノマド等含む）の消費傾向 業種別（1/2）

長期滞在者では、「ホテル・旅館」の利用率が9.9%に低下。「スーパー」の利用単価は8,536円に増加。

- ✓ 長期滞在者では、利用金額1位の業種は「SC」となり、「ホテル・旅館」は2位に。「SC」の利用人数が全体に占める割合は30.3%に上昇し、「ホテル・旅館」の割合は9.9%に低下した。
- ✓ 「スーパー」の順位が5位に上昇し、1人当たり利用単価も8,536円に増加、利用人数の構成比も6.7%に増加した。

【2023年】訪日外国人全体 業種別の利用人数TOP15

#	業種	利用人数 (延べ)	利用金額	1人当たり 利用単価 (円)	利用人数 構成比
1	SC	100.0	100.0	16,040	27.7%
2	ホテル・旅館	96.7	276.3	45,851	26.7%
3	飲食店・レストラン	28.5	13.0	7,320	7.9%
4	家電量販店	25.0	50.5	32,387	6.9%
5	その他小売	24.7	35.0	22,675	6.8%
6	スーパー	15.9	5.3	5,381	4.4%
7	居酒屋	14.2	12.0	13,645	3.9%
8	ドラッグストア	13.5	8.2	9,718	3.7%
9	バス・タクシー	12.5	6.3	8,109	3.5%
10	レジャー	12.0	4.4	5,896	3.3%
11	衣服小売り	8.5	6.6	12,469	2.3%
12	飲食小売り	2.8	0.5	3,153	0.8%
13	美容・エステ	1.9	2.4	20,785	0.5%
14	ホームセンター	1.6	0.6	5,799	0.4%
15	病院・クリニック	1.3	5.0	61,589	0.4%
16	その他業種	2.6	10.8	67,174	0.7%

※「SC」の利用人数・金額を100として指数化

【2023年】長期滞在者全体 業種別の利用人数TOP15

#	業種	利用人数 (延べ)	利用金額	1人当たり 利用単価 (円)	利用人数 構成比
1	SC	100.0	100.0	18,425	30.3%
2	飲食店・レストラン	37.8	12.3	6,003	11.5%
3	ホテル・旅館	32.7	93.8	52,913	9.9%
4	その他小売	32.5	31.6	17,913	9.8%
5	スーパー	22.2	10.3	8,536	6.7%
6	家電量販店	21.7	46.3	39,306	6.6%
7	レジャー	19.5	5.4	5,138	5.9%
8	ドラッグストア	18.3	6.5	6,597	5.5%
9	居酒屋	14.5	8.8	11,124	4.4%
10	バス・タクシー	9.8	4.7	8,838	3.0%
11	衣服小売り	5.2	3.2	11,395	1.6%
12	飲食小売り	4.5	0.4	1,689	1.4%
13	美容・エステ	3.3	2.2	12,618	1.0%
14	ホームセンター	2.5	0.7	5,194	0.8%
15	病院・クリニック	2.0	4.0	35,831	0.6%
16	その他業種	3.4	2.7	14,674	1.0%

※「SC」の利用人数・金額を100として指数化

4. 長期滞在者（デジタルノマド等含む）の消費傾向 業種別（2/2）

長期滞在者の準富裕層・アップーマス層では、「ホテル・旅館」の利用率が7.3%に低下。「スーパー」の利用単価は10,381円に増加。

- ✓ 長期滞在者の準富裕層・アップーマス層でも利用人数1位の業種は「SC」となり、「ホテル・旅館」は5位に。「ホテル・旅館」の利用人数が全体に占める割合は7.3%に低下した。
- ✓ 「スーパー」の1人当たり利用単価も10,381円に増加。一方で、「スーパー」の他、「バス・タクシー」「病院・クリニック」を除いて、1人当たり利用単価は減少した。

【2023年】訪日外国人の中の準富裕層・アップーマス層
業種別の利用人数TOP15

【2023年】長期滞在者の中の準富裕層・アップーマス層
業種別の利用人数TOP15

#	業種	利用人数 (延べ)	利用金額	1人当たり 利用単価 (円)	利用人数 構成比
1	SC	100.0	100.0	26,265	30.3%
2	ホテル・旅館	44.4	187.0	110,609	13.5%
3	家電量販店	33.8	57.8	44,929	10.3%
4	その他小売	30.4	41.0	35,401	9.2%
5	飲食店・レストラン	27.0	12.9	12,550	8.2%
6	ドラッグストア	15.4	7.9	13,558	4.7%
7	バス・タクシー	15.2	5.3	9,202	4.6%
8	居酒屋	14.8	11.9	21,074	4.5%
9	スーパー	14.8	3.6	6,441	4.5%
10	レジャー	12.2	3.2	6,932	3.7%
11	衣服小売り	8.7	5.7	17,059	2.6%
12	飲食小売り	3.1	0.3	2,902	0.9%
13	美容・エステ	2.5	4.4	46,106	0.8%
14	ホームセンター	2.2	0.5	6,160	0.7%
15	病院・クリニック	2.1	4.8	61,039	0.6%
16	その他業種	3.2	11.5	93,770	1.0%

#	業種	利用人数 (延べ)	利用金額	1人当たり 利用単価 (円)	利用人数 構成比
1	SC	100.0	100.0	21,380	32.1%
2	その他小売	32.6	28.3	18,580	10.5%
3	飲食店・レストラン	30.8	9.0	6,246	9.9%
4	家電量販店	25.4	32.2	27,122	8.1%
5	ホテル・旅館	22.8	97.5	91,349	7.3%
6	ドラッグストア	17.4	7.2	8,799	5.6%
7	居酒屋	15.9	10.6	14,233	5.1%
8	レジャー	15.9	4.4	5,966	5.1%
9	スーパー	15.2	7.4	10,381	4.9%
10	バス・タクシー	13.4	5.9	9,398	4.3%
11	衣服小売り	5.4	3.1	12,050	1.7%
12	飲食小売り	4.0	0.3	1,815	1.3%
13	ホームセンター	3.3	0.9	5,875	1.0%
14	美容・エステ	2.9	2.6	19,523	0.9%
15	病院・クリニック	2.2	6.4	63,411	0.7%
16	その他業種	4.3	4.7	23,092	1.4%

※「SC」の利用人数・金額を100として指数化

※「SC」の利用人数・金額を100として指数化

4. 長期滞在者（デジタルノマド等を含む）の消費傾向 区別（1/2）

長期滞在者では、訪日外国人全体と比較して、幸区と宮前区を除いて1人当たり利用単価が低下。

✓ 長期滞在者においては、「川崎区」の利用人数構成比は46%となり、訪日外国人全体と比較して約10%低下した。

【2023年】訪日外国人全体 区別の利用人数・金額

#	区	利用人数 (延べ)	利用金額	1人当たり 利用単価 (円)	利用人数 構成比
1	川崎区	100.0	100.0	30,836	55.6%
2	幸区	42.2	33.1	24,183	23.5%
3	中原区	16.6	13.5	25,188	9.2%
4	高津区	6.1	5.0	25,442	3.4%
5	宮前区	4.7	1.2	7,700	2.6%
6	多摩区	4.1	1.2	8,758	2.3%
7	麻生区	6.4	12.4	59,724	3.5%

※「川崎区」の利用人数・金額を100として指数化

【2023年】長期滞在者全体 区別の利用人数・金額

#	区	利用人数 (延べ)	利用金額	1人当たり 利用単価 (円)	利用人数 構成比
1	川崎区	100.0	100.0	25,142	45.7%
2	幸区	58.1	60.5	26,205	26.5%
3	中原区	26.0	22.6	21,811	11.9%
4	高津区	9.9	4.4	11,196	4.5%
5	宮前区	9.1	2.9	8,054	4.1%
6	多摩区	8.7	2.6	7,525	4.0%
7	麻生区	7.2	15.5	54,140	3.3%

※「川崎区」の利用人数・金額を100として指数化

4. 長期滞在者（デジタルノマド等含む）の消費傾向 区別（2/2）

長期滞在者の準富裕層・アップーマス層では、訪日外国人と比較して、宮前区を除いて1人当たり利用単価が大きく低下。

- ✓ 「川崎区」での1人当たり利用単価は27,401円と、訪日外国人の中の準富裕層・アップーマス層（1人当たり利用単価：51,602円）と比較して減少した。
- ✓ 同じく、「高津区」の1人当たり利用単価は14,068円、「麻生区」は82,382円と、訪日外国人の中の準富裕層・アップーマス層と比べて低下した。

【2023年】訪日外国人の中の準富裕層・アップーマス層
区別の利用人数・金額

#	区	利用人数 (延べ)	利用金額	1人当たり 利用単価 (円)	利用人数 構成比
1	川崎区	100.0	100.0	51,602	48.3%
2	幸区	61.4	45.8	38,465	29.7%
3	中原区	20.1	15.1	38,624	9.7%
4	高津区	7.6	5.1	34,925	3.7%
5	宮前区	4.8	1.2	12,807	2.3%
6	多摩区	5.4	1.3	12,688	2.6%
7	麻生区	7.7	18.5	123,457	3.7%

※「川崎区」の利用人数・金額を100として指数化

【2023年】長期滞在者の中の準富裕層・アップーマス層
区別の利用人数・金額

#	区	利用人数 (延べ)	利用金額	1人当たり 利用単価 (円)	利用人数 構成比
1	川崎区	100.0	100.0	27,401	47.0%
2	幸区	60.1	64.4	29,326	28.2%
3	中原区	25.9	36.0	38,015	12.2%
4	高津区	6.6	3.4	14,068	3.1%
5	宮前区	6.6	3.1	12,932	3.1%
6	多摩区	6.6	1.6	6,451	3.1%
7	麻生区	7.0	21.0	82,382	3.3%

※「川崎区」の利用人数・金額を100として指数化

4. 川崎市への来訪前後の利用地域

本報告書における地域区分は以下の通り

地域	都道府県						
北海道・東北	北海道	青森県	岩手県	秋田県	宮城県	山形県	福島県
関東	茨城県	栃木県	群馬県	埼玉県	千葉県	東京都	神奈川県
中部	新潟県	富山県	石川県	福井県	山梨県	長野県	岐阜県
	静岡県	愛知県					
近畿	三重県	滋賀県	奈良県	和歌山県	京都府	大阪府	兵庫県
中国	岡山県	広島県	鳥取県	島根県	山口県		
四国	香川県	徳島県	愛媛県	高知県			
九州	福岡県	佐賀県	長崎県	大分県	熊本県	宮崎県	鹿児島県
	沖縄県						