

訪都外国人における個別項目の満足度と為替レートが総合的満足度に与える影響に係る考察

Considerations about how satisfaction with individual items and exchange rates affect overall satisfaction among foreign visitors to Tokyo

渡邊 浩司¹ 水上 真介² 小泉 暢³ 佐々木 誠⁴ 三好 祐輔^{5*}

Hiroshi Watanabe¹ Shinsuke Mizukami² Toru Koizumi³ Makoto Sasaki⁴ Yusuke Miyoshi^{5*}

¹東京都立産業技術大学院大学 Advanced Institute of Industrial Technology

²一般社団法人 Social Data Lab 東京 Social Data Lab Tokyo Association

³小泉暢税理士事務所 Koizumi Toru, Certified Public Tax Accountant Office

⁴株式会社 NearMe NearMe, Inc.

⁵東京都立産業技術大学院大学 Advanced Institute of Industrial Technology

*Corresponding author: Yusuke Miyoshi, miyoshi-yusuke@aait.ac.jp

Abstract This study investigates factors influencing overall satisfaction of foreign tourists to Tokyo in 2022, amid COVID-19 recovery and significant yen depreciation. Despite the pandemic's impact, inbound travel began to recover in mid-2022, aided by eased border restrictions and a weaker yen, making Japan more affordable. The research explores whether exchange rates or satisfactions by item affect satisfaction. Results from regression analyses show that satisfaction with food, sightseeing, transportation, and currency exchange significantly impacts overall satisfaction. However, relative exchange rates do not have a direct effect. Notably, transportation satisfaction contributed most to overall contentment, highlighting Japan's technological and safety advantages. The findings suggest that while yen depreciation influenced travel decisions beforehand, it did not directly enhance satisfaction after the visit. Future research should focus on how specific experience factors, especially transportation, can further increase tourist satisfaction and promote tourism growth.

Keywords inbound travel; satisfaction; currency exchange; multiple regression analysis; multilevel mixed-effects model

1 はじめに

日本経済新聞は2025年6月13日の記事[1]で、東京都の2024年度における訪日外国人が前年比27%増の2,479人を記録した旨を報じた。更に同観光消費額も過去最高を更新し、前年比44%増の3兆9,625億円に至った旨の記事であった。加えて同紙は、両係数ともに、新型コロナウイルス感染症の世界的大流行で落ち込んだ後の2022年度から3年間に着実に増加している傾向を示した。

通商白書(2023年度版)[2]では、この傾向が始まった2022年度の分析として、米国の急速な利上げ等を要因とした同年10月には一時1ドル151円台後半まで円安が進み、インバウンド消費へのさらなる後押しとして期待されるとしている。

ドル円の為替レートの推移(図1)[3]をみると、2022年は下図のように、過去20年間の月別終値で初めて130円/ドルよりも円安が進んで、それ以降も更に円安が進む契機になった年であった。



図1 ドル円レート推移[3]

この為替の動きと訪日旅行の関係は、海外からも注目されていた。例えば、米国インターネットメディアのHuffPostの2023年2月の記事[4]では、日本円はすべての主要通貨に対して下落していることに触れ、「パンデミック前の価格と比較して、日本の価格が「25%オフ」になっている」としている。更に、パンデミック後のインフレの世界では、最近安くなっているものはほとんどない中で、日本旅行はその一つに当たるとしている。

一方、日本旅行の対象となる地域について見てみると、東京都が圧倒的に他の地域に勝っている。すなわち、観光庁「観光白書 令和5年版 資料編」[5]によると、「外国人延べ宿泊者数」は2022年の全国1,650万人のうち、1位の東京都は678万人と41%を占めており、2位大阪府(213万人、13%)と大幅に引き離している。

以上のような、コロナ禍での水際対策の緩和と円安が近年になく進んだ環境の下、訪日外国人が大幅に増加した2022年度において、訪日外国人はどのような点に満足を感じたのであろうか。そして、円安は満足に影響を与えているのであろうか。日本最大の観光都市である東京都に焦点を当てて検証していく。

2 先行論文に基づく仮説の設定

2.1 先行研究及びレポートの紹介 インバウンドの「満足」に関する研究

論文「訪日外国人における旅行満足と再来日の意向の規定要因」(八木 浩平、菊島 良介)[6]では、インバウンドの「体験」や「個別の満足」が「総合的な満足」に結びつく仕組みを分析している。具体的には、2016年の観光庁「訪日外国人消費動向調査」に基づき、観光レジャー目的で来日した中国国籍及び韓国国籍の観光客に絞り、更に来日回数が初回か2回目以降か、及び体験の種類などに細分化したうえで分析を実施。その結果、例えば、韓国国籍では「日本食への満足」が来日回数に関わらず「総合的な満足」に結びつく等について、統計的に有意な相関分析結果を得ている。

尚、次項4で実施する東京都の分析では、「国籍」「来日回数」「訪日目的」を区分せず、また「日本食への満足」という項目は設定していないが、「食事施設への満足」と「総合的な満足」の間での有意な相関がある旨の分析結果を得ており、分析時期や範囲等が異なるものの、当該論文が基本的な分析アプローチとしての有効性を補完する材料となる。

インバウンドと「為替」に関するレポート及び研究

論文「訪日外国人旅行者数の決定要因について—近年における訪日外国人観光客数増加の背景」(谷花佳介) [7]では、訪日外国人旅行者数の決定要因として、出発国と日本の「経済規模」「距離」等の加えて「為替レート」を変数として分析している。「為替レート」に関する変数の定義として以下のように述べている。「日本と出発地との相対為替レート Sinclair and Stabler (1997) では、相対為替レートが観光需要へと影響を及ぼす一因として指摘されている。そこで本稿では、出発地と我が国との相対為替レート ((為替レート(出発地)) / (為替レート(日本))) を旅行者の購買力の代理変数注15として分析モデルに導入し、旅行者の購買力が訪日外国人旅行者数へと与える影響を把握する。」同論文では、2015～2019年間の分析において、アジア及び北米・ヨーロッパの両地域において、「為替」の同旅行者数決定要因としての有意性を実証している。

「価格」と「満足」に関する研究

論文「The examination of the relationship between experiential value and price fairness in consumers' dining experience」(Naeyhun (Paul) Jin) [8]では、「本研究は、レストランの環境における美学、逃避、サービスの卓越性、効率性(経験価値の次元として)に関連した満足度、口コミ、価格の公正さの関係を調査することを目的とした。」としており、「構造方程式モデルの結果は、サービスの卓越性、効率性、価格の公正さ、美学が顧客の満足度に対して有意で直接的な影響を与えることを示している。」としている。

論文「Impact of Price sensitivity on Customer Satisfaction: An Empirical Study in Retail Sector」(Punkaj Gupta) [9]は、「価格感度が顧客満足度に与える影響を分析することで、価格感度の3つの要素の中で、ルールと規制が高い平均スコアを持つことが観察された。価格感度要素と顧客満足度の関連については、これら間に有意な関連があることがわかる。」としており、価格の公正さが満足度に影響を与える要素としている。

「値引」による「満足」の研究

論文「消費者の値引きへの期待と価格の知覚」(白井美由理_横浜大学) (2003) [10]では、実際の水準が期待した水準を上回れば満足感が、反対に下回れば不満足感が生じる」としたうえで、「価格の知覚を考慮するときには、内的参照価格の水準だけでなく、将来の値引きの実施時期についての予想も考慮すべきである。消費者がある値引きについて「良い値引き」であると知覚しても、そのような値引きは近いうちに再び実施されるという知覚が同時に生じれば、値引きの総合的な価値は低くなる。」としている。

2.2 仮説の設定

「為替レート」については、過年度より円安が進んでいたとしても、旅行中に購入する商品やサービスに対し、商店やサービス提供者から直接的に値引きを受けたものでもない。また、日々の変動はあるものの、例えば出発の1ヵ月とか数週間前に旅行を決定した時点で、旅行期間での水準感は所与のものである。すなわち、旅行の意思決定に影響を与えているかもしれないが、旅行中の満足度にまで影響を与えることは疑わしい。

以上から、訪都外国人が旅行全体を通じた総合的な満足度(以降「総合的満足度」)については、旅行中に「個別の満足」や「体験」等の累積であって、「為替レート」は影響していないのではないかと。

3 実証

3.1 分析対象データ

東京都は観光産業振興に向けた施策を推進するための基礎資料として、訪都外国人旅行者の行動特性に関するアンケート方式による調査結果を毎年まとめており、2022年(令和4年)に実施した調査結果を2025年に「令和4年国地域別外国人旅行者行動特性調査報告書」(以下「アンケート」) [11]として公表した。当該「アンケート」の個票データも公開されたため、同データに基づき、訪都のインバウンドにおける旅行者を分析する。分析対象として、「アンケート」に掲載の2,426人の回答結果を使用。当該アンケートには居住地の記載項目があり、20ヶ国若しくはその他の国の共通コードを記載する方式となっている。このうち20ヶ国を選択した2,208件について、2023年の各国の通貨の年間平均レートを調べ、これを日本円で換算することで2.1.3節の先行研究で紹介した「相対為替レート((為替レート(出発地)) / (為替レート(日本)))」を算定。この結果を各個票データに当てはめた。

また、「訪都のインバウンドにおける『満足度』」(同アンケートの項目「G3_満足度」、以下「総合的満足度」)に着目して、以降の集計を進める。尚、「アンケート」においては、「大変満足」「満足」「やや満足」「普通」「やや不満」「不満」「大変不満」の7段階を1～7に採番してあるが、数字が大きくなるにつれて評価が高くなる方が感覚的にも理解が進むため、左から7～1に採番し直して集計する。

尚、分析には統計解析ソフトウェア「STATA」を使用した。

3.2 重回帰分析

一つ目の実証として、被説明変数を「総合的満足度」とし、説明変数には先行研究の2.1.2節で用いられた「相対為替レート」に加え、「項目別満足度」の13項目のうち、直接的に金銭の支払を生じる項目を選定し、「重回帰分析」(1)を実施した。

$$y = \beta_0 + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + \dots + \beta_n x_n + \varepsilon \quad (1)$$

y:目的変数、 x_1, x_2, \dots, x_n :説明変数、 β_0 :切片、 $\beta_1, \beta_2, \dots, \beta_n$:各説明変数の係数、 ε :誤差項

当該項目は、サービスを享受するにあたり、一般的に上記に該当するものであり、「満足 01-食事施設」「満足 02-宿泊施

設「満足03-観光施設」「満足04-交通機関」「満足10-両替の利便性」「満足11-クレジットカード・デビットカードの使いやすさ」の6項目を選定した。一方、除外した7項目については、「相対為替レート」との親和性が低いと考えられるため、除外している。例えば、「満足06-外国語でのコミュニケーション」では、「食事」「宿泊」等におけるサービスに含まれるとすると、料金には含まれるかもしれない。また、料金を払って通訳を受けるケースも考えられる。しかし、前述の6項目と比べ、その行為に対して直接的に金銭を支払うケースは、相対的に少ないと想定される。

これらの項目は、KMO検定が0.641と0.6以上となり、項目の選定におけるモデルの安定度として適切な水準を確保した。

重回帰分析の結果は、決定係数0.12とモデルの安定度の低い結果であった。一方でVIF検定では、1.14と閾値とされる7を大きく下回り、独立変数間の多重共線性が棄却された。

以上の前提において、「項目別満足度」6項目のうち、「満足01-食事施設」「満足03-観光施設」「満足04-交通機関」「満足10-両替の利便性」(以下、略して「食事」「観光」「交通」「両替」)の4項目においてP値で0.05未満を確保し、帰無仮説を棄却した。一方で「相対為替レート」は帰無仮説を棄却できなかった。そして、上記4項目のうち「交通」は影響度を示す標準偏回帰係数が0.2を超え、「総合的満足度」に対し高い数値を示した(表1)。

表1 「総合的満足度」に対する項目別満足度6因子と相対為替レートの影響_重回帰分析

説明変数	β	p
満足01-食事施設	0.144	0.000
満足02-宿泊施設	0.042	0.067
満足03-観光施設	0.105	0.000
満足04-交通機関	0.200	0.000
満足10-両替の利便性	0.056	0.022
満足11-クレジットカード・デビットカードの使いやすさ	0.032	0.175
相対為替レート	0.001	0.954

β : 標準偏回帰係数, p : 有意水準(***: $p < 0.01$, **: $p < 0.05$, *: $p < 0.1$)

3.3 マルチレベル混合効果モデル

2つめの実証として、被説明変数は前章と同様に「総合的満足度」とし、説明変数のうち「相対為替レート」をランダム効果、「項目別満足度」6項目を固定効果とした「マルチレベル混合効果モデル」(2)を実施した。

$$y = \gamma_{00} + \gamma_{10}x + (u_0 + u_1x + \varepsilon) \tag{2}$$

y :目的変数、 γ_{00} :固定効果(全体平均値や切片に相当)、 γ_{10} :固定効果(説明変数 x に対する平均的傾向及び効果)、 x :個体レベルまたはグループレベルの説明変数、 u_0 :ランダム効果(グループ毎の切片偏差)、 u_1 :ランダム効果(グループごとの傾き偏差)、 ε :誤差項

算定結果に対して、全体の変動に占める「相対為替レート」別のクラスタの変動の割合である「級内相関係数」(Intraclass Correlation Coefficient (ICC))を検証した。その結果、ICCは0.025と0に近い値となり、クラスタ内の変動よりもクラスタ間の変動が小さく、観測値の相関が低い結果となった(表2)。すなわち、通貨ごとの為替レートの違いと、「項目別満足度」の

「総合的満足度」への影響に相関関係は見られなかった。

表2 「総合的満足度」に対する項目別満足度6因子と相対為替レートの影響_マルチレベル混合効果モデル(2水準モデル)

1_固定効果

説明変数	B	P
満足01-食事施設	0.251	0.000
満足02-宿泊施設	0.042	0.036
満足03-観光施設	0.071	0.000
満足04-交通機関	0.263	0.000
満足10-両替の利便性	0.028	0.023
満足11-クレジットカード・デビットカードの使いやすさ	0.024	0.177

B: 偏回帰係数, p : 有意水準(***: $p < 0.01$, **: $p < 0.05$, *: $p < 0.1$)

2_ランダム効果パラメータ

	変数効果		級内相関係数 (ICC)
	推定値	標準誤差	
相対為替レート	0.009	0.005	0.025
残余	0.371	0.012	

4 考察と今後の課題

前章の実証では、モデルの安定度は低いものの、2種類のモデルを採用したことで、「為替」が「満足度」に概ね影響を与えていないという共通した傾向を見ることが出来た。すなわち、2022年度のような急激な円安下において、先行研究のように海外から日本への決定に影響を与えていたとしても、訪日後の満足度にまで寄与することは期待薄と考えられる。

一方、「交通」に関する「項目別満足度」は、「総合的満足度」に対して相対的に最も高い貢献度がみられた。

このように、「交通」は訪日外国人に対し、日本の魅力を更に向上させるポテンシャルを持つ分野と考えられる。新幹線に代表される高速鉄道ネットワークや地下鉄を含む都市鉄道に代表される我が国の公共交通網は、高い安全技術に支えられ、世界でも稀にみる時間に正確な運行がされていることは、訪日外国人に対する我が国の強力な訴求点と言える。

しかし一方、オーバーツーリズム(観光公害)により交通渋滞等を引き起こしているとの報道も見られる[12]。そのため、インバウンド需要に合わせ、交通インフラの継続的な追加整備等の相応な対策を打っていかないと、順調に拡大してきた訪日外国人の増加やインバウンド消費の拡大にも水を差しかねない。

以上のような状況を踏まえ、今後の研究において、「交通」と「満足」の関係や進むべき方向性について解明していきたい。

参考文献

1. 日本経済新聞社: 東京を訪れた外国人旅行者、過去最多2479万人 2024年(2025年6月13日記事)(2025年8月28日閲覧) <https://www.nikkei.com/article/DGXZQOCC137770T10C25A600000/>
2. 経済産業省: 通商白書2023_第II部第2章グローバルな成長の取り込みによる成長力の強化(2025年8月28日閲覧) <https://www.meti.go.jp/report/tshuhaku2023/2023honbun/i223000>

0.html

3. 日本銀行: 時系列統計データ_外国為替相場状況(月次)_インターバンク相場(2025年8月28日閲覧)
[https://www.stat-search.boj.or.jp/ssi/cgi-bin/famecgi2?cgi=\\$nme_a000&lstSelection=FM08](https://www.stat-search.boj.or.jp/ssi/cgi-bin/famecgi2?cgi=$nme_a000&lstSelection=FM08)
4. HuffPost: Exposure Japan Is Now A More Affordable Travel Destination In 2023 (2023)
https://www.huffpost.com/entry/japan-travel-destination-affordable-tourism_n_63ecf9a4e4b0063ccb29e76d
5. 観光庁: 観光白書 令和5年版 資料編(2025年8月28日閲覧)
<https://www.mlit.go.jp/statistics/content/001630308.pdf>
6. 八木浩平, 菊島良介: 訪日外国人における旅行満足と再来日の意向の規定要因『訪日外国人消費動向調査』の個票データを用いて, 農業経済研究 91(2), pp.257-262 (2019)
<https://cir.nii.ac.jp/crid/1390002184856224512>
7. 谷花 佳介: 訪日外国人旅行者数の決定要因について - 近年における訪日外国人観光客数増加の背景 -, 関西国際大学 研究紀要 号 23, p. 145-164 (2023)
<https://kuins.repo.nii.ac.jp/records/1058>
8. Jin, N. (Paul), Merkebu, J., & Line, N. D., The examination of the relationship between experiential value and price fairness in consumers' dining experience. *Journal of Foodservice Business Research*, 22(2), 150-166. (2019)
<https://doi.org/10.1080/15378020.2019.1592652>
9. Punkaj Gupta, Impact of Price sensitivity on Customer Satisfaction: An Empirical Study in Retail Sector, *IOSR Journal of Humanities and Social Science*, 19(5):17-21. (2014)
<https://www.iosrjournals.org/iosr-jhss/papers/Vol19-issue5/Version-2/C019521721.pdf>
10. 白井 美由里, 消費者の値引きへの期待と価格の知覚, 消費者行動研究, 9巻 1-2号 p. 1-18(2003)
https://www.jstage.jst.go.jp/article/acs1993/9/1-2/9_1-2_1/_pdf
11. 東京都: 令和4年 国・地域別外国人旅行者行動特性調査結果及び同ローデータ(報告書)(2025年8月28日閲覧)
<https://www.sangyo-rodo.metro.tokyo.lg.jp/data/tourism/tourism/r4>
12. 日本経済新聞社: 体験型観光、訪日客とミスマッチ ガイド育成のアウトドア対応に不備(2025年5月4日記事)(2025年8月28日閲覧)
<https://www.nikkei.com/article/DGXZQOUA1750Q0X10C25A400000/>



Open Access This article is licensed under CC BY 4.0. To view a copy of this license, visit <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>