人出が戻った後のマカオ

消費回復の格差

Azea Research | マカオ 調査報告書

増加する訪問者数はマカオの小売店、ホテル、家計に何を意味するか

2026 年 10 月 3 日 | レビュー版

監査に基づく訂正 2026-10-04

証拠の基準日は 2026 年 10 月 3 日。主な比較は 2026 年上半期と 2025 年上半期で、2019 年および 2023-2025 年の年間データを背景として用いる。8 月の指標は別に示す。

マカオの消費回復は一様ではない

要旨

マカオの消費回復は 2026 年上半期に強まった。2025 年は訪問者数が 14.7%増えた一方、小売売上高は約 3%減少した。2026 年上半期には、訪問者の非ゲーミング消費と小売売上高はいずれも約 17%増加した。回復は明確だが、訪問者層や小売業種への配分は、全体の増加と同じほど重要である。

読み方を変える 4 つの発見

1. 2026 年上半期の小売売上高は 17.2%増、小売販売数量指数は 11.0%上昇した。価格調整後も回復は確認できる。ただし、百貨店は 8.5%減、スーパーマーケットは 6.5%減だった。

2. 最大の寄与は時計・宝飾品だった。小売売上高の 57.9 億マカオパタカ（MOP）の増加の約 60%をこの業種が占め、革製品と合わせると約 74%となる。通信機器の伸び率は 88.6%とさらに高いが、出発点の規模ははるかに小さい。伸び率だけの順位では規模感を誤る。

3. 日帰り訪問者の消費は増えているが、その構成比上昇は全体平均を抑えている。上半期の日帰り訪問 1 回当たり非ゲーミング消費は 33.2%増の 935 MOP で、宿泊訪問者は 4,024 MOP だった。2 群の計算では、各群内の消費増加が平均を約 255 MOP 押し上げた一方、消費額の低い日帰り訪問の構成比上昇が約 103 MOP を相殺した。

4. 利用可能な統計系列では、住民がマカオの事業者で使った金額を特定できない。国民経済計算の民間消費は住民の海外支出を含み、小売売上高は訪問者の購入を含む。住民の支出が域外へ移った程度を推定するには、住民の域内消費を示す系列が必要である。

今後に必要なこと

事業者は、どの顧客が自社商品を購入し、購入がどこで行われ、どれだけの利益率が得られるかを知る必要がある。政策評価には、事業者間や日付間で移った購入を考慮したうえで、域内支出の純増を推定することが必要だ。そのためには、訪問者数や事業の総額に加えて取引の証拠が必要となる。

出典 S01・S05・S07・S08・S09・S10・S11・S13・S14。2025 年の小売減少率は改定済み年間値を用いる。方法の節のデータ改定時点に関する注記を参照。

消費を測る 5 つの指標

本報告書の読み方

マカオの消費をめぐる議論は、比較できない統計同士の議論になりやすい。以下の区別が説明の多くを担う。通貨額はすべてマカオパタカ（MOP）。原文の「bn」は 10 億を意味する。

指標	示すもの	それだけでは判断できないもの
入境旅客数	国境で記録される訪問者の延べ訪問回数	実人数、購入、店舗収入
訪問者の非ゲーミング消費	訪問中の商品・サービス支出の調査推計	小売収入だけ、賭博支出、住民需要
小売売上高	小売業が住民と訪問者に販売した売上	明確な住民/訪問者の内訳、飲食店やホテルの収入
小売販売数量指数	マカオ統計・センサス局（DSEC）の価格調整後の売上	商品の物理的な数量、利益率、利益
民間消費	海外を含む国民経済計算上の家計消費と、対家計民間非営利団体の支出	住民のマカオ事業者での支出だけ

分析の構成

年間の総計で回復と訪問者構成の変化を確認する。上半期分析では消費を小売業種まで追い、金額と数量の伸びを区別する。8 月の指標と日付を明示した地元報道で、買い物経路、越境の日常行動、販促の誘因に関する証拠を加える。

図 01-04 は通年データ、図 05-14 は対応する上半期の比較または内訳、図 15-16 は 8 月を別に扱う。H1 は 1-6 月を意味し、いずれも終了した期間の観測である。

読書案内：年間の背景 4-7 ページ、上半期の回復 8-12 ページ、小売・消費項目 13-17 ページ、住民と 8 月指標 18-20 ページ、地域事例と示唆 21-24 ページ、方法・データ・出典 25-30 ページ。

グラフと算術的分解は公式統計に基づく。日付を明記した地域事例は可能な仕組みを例示するが、その普及度は測定されていない。

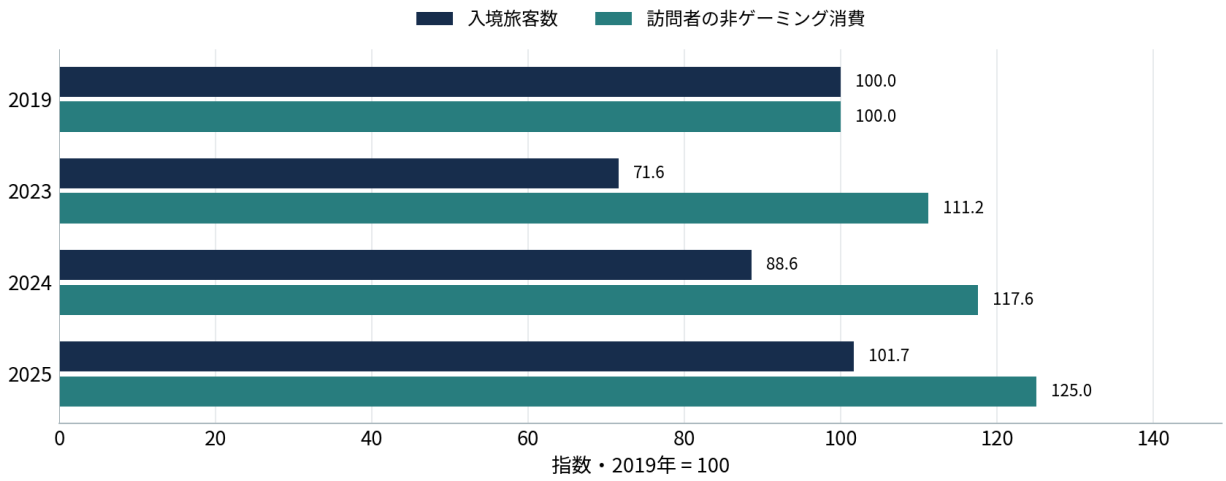
出典 S01・S09・S10・S14・S16

コロナ前との比較には価格の注記が必要

年間の背景

図 01 訪問者の消費は訪問者数より速く回復した

2019 年および 2023-2025 年



名目消費。年間観測値。感染拡大期の年は省略し、補間していない。

2025 年のマカオ入境旅客数は 4,007 万人で、2019 年の 3,941 万人をわずかに上回った。訪問者の非ゲーミング消費推計は 801.2 億 MOP となり、2019 年を約 25%上回った。両者の回復は異なる。訪問者数は過去のピークをわずかに超えた一方、名目消費総額は大きく上回っていた。

25%の増加は当年価格で測られている。したがって、価格変化と旅行・購入内容の構成変化を含み、訪問者が買った商品やサービスの量が 25%増えたと読むべきではない。

再開初年の 2023 年は、2019 年より少ない訪問者数と、例外的に高い平均消費額が併存していた。このため通常年の基準としては不確かであり、市場規模と訪問 1 回当たり消費は分けて比較する必要がある。

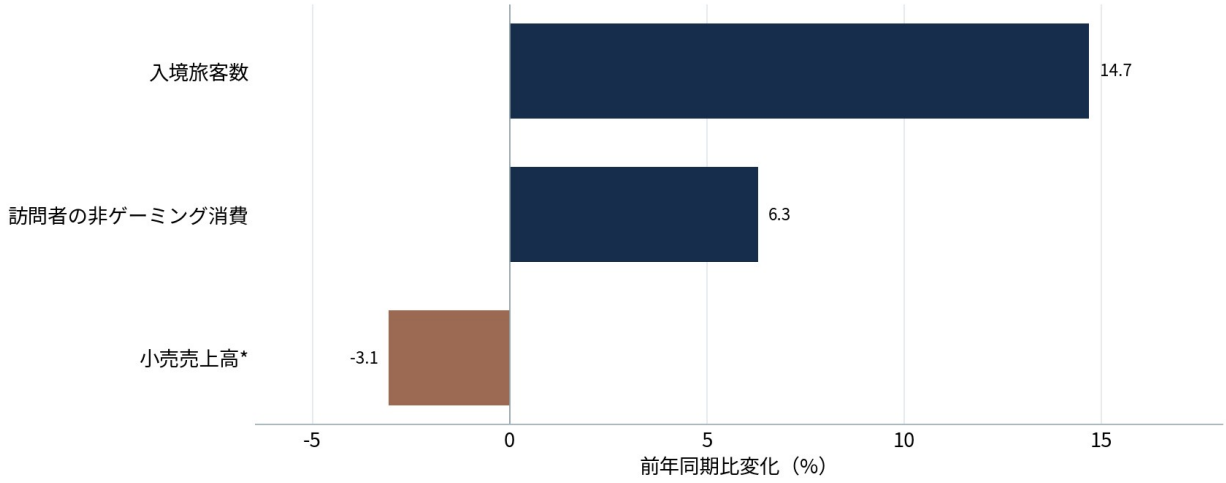
出典は 2019 年、2023 年、2024 年、2025 年の順。入境旅客数 S29・S03・S04・S05、消費 S02・S31・S32・S01。2019 年の指数基準は、それぞれ S29 と S02。

2025 年に表れた訪問回数と小売売上高のずれ

年間の背景

図 02 2025 年は訪問者が増えても小売売上高の再減少を防げなかった

2025 年



*改定済み 2025 年年間売上高 697.06 億 MOP と、改定済み 2024 年年間売上高 719.10 億 MOP から算出。

2025 年の入境旅客数は 14.7%増、訪問者の非ゲーミング消費は 6.3%増だった。小売売上高は、改定済み 2025 年の年間値を改定済み 2024 年と比べると約 3.1%減少した。各指標が対象とする取引の集合は異なるため、これらの方向は併存し得る。

訪問者消費は買い物のほか、宿泊、飲食、交通を含む。小売売上高には住民と訪問者の両方が含まれる一方、訪問者のサービス支出の大部分は含まれない。したがって、小売売上高から訪問者消費総額を差し引いて住民消費を推定しても意味のある値にはならない。

2025 年の不一致は、訪問回数の増加だけでは小売売上高を維持できなかったことを示す。価格、訪問者構成、商品需要、住民の域外消費、事業者間競争は考えられる説明だが、それぞれの寄与は不明である。

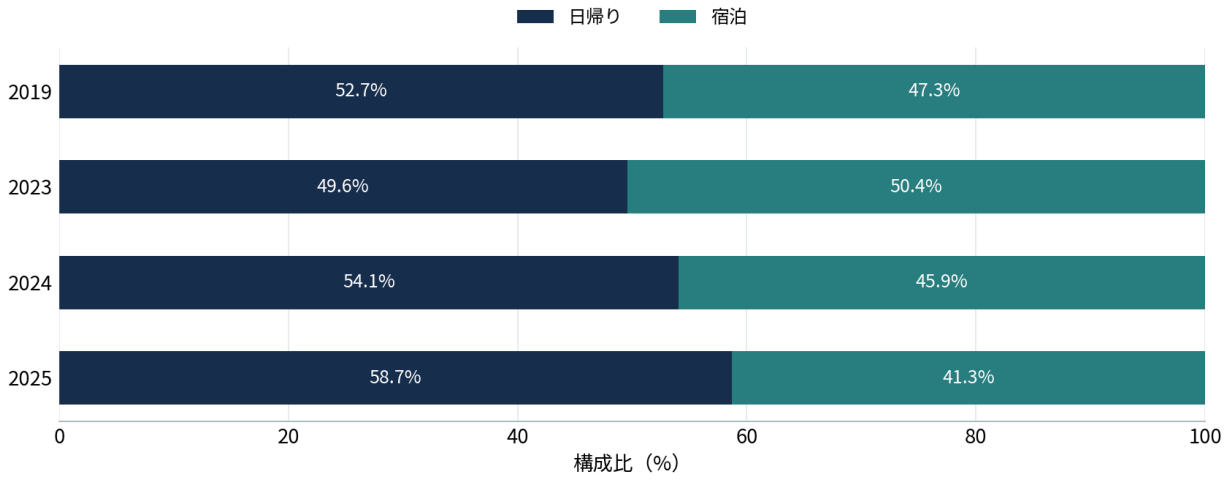
出典 S01・S05・S10・S11・S28・S30。2026 年 3 月の年間公表値は-3.2%だったが、その後の第 4 四半期改定により、再現可能な年間比較は約-3.1%となる。

日帰り訪問への移行が平均を変える

訪問者構成

図 03 2025 年の日帰り訪問は全入境旅客数の 58.7%となった

2019 年および 2023-2025 年



入境旅客数は延べ訪問回数であり、実人数ではない。

2025 年の日帰り訪問の構成比は 58.7%で、2024 年の 54.1%、2023 年の 49.6%を上回った。2025 年は日帰り訪問が 24.6%増、宿泊訪問が 3.1%増だった。増加の大半は日帰り旅行が占めた。

消費意欲を判断する前に、この点が重要となる。当日中に帰る訪問者は、通常、マカオのホテル宿泊を買わない。このような旅行が増えれば、各訪問者群内の消費が横ばいまたは増加していても、訪問 1 回当たりの平均支出は低下し得る。

出入境制度も変わった。2025 年 1 月から、対象となる珠海住民は週 1 回の訪問査注を利用でき、対象となる横琴住民と居住証保有者は複数回訪問できるようになった。反復する短時間訪問は、背景の一部として考えられる。ただし集計統計では政策の因果効果を分離できず、新規訪問者と既知の訪問者の再訪を区別できない。

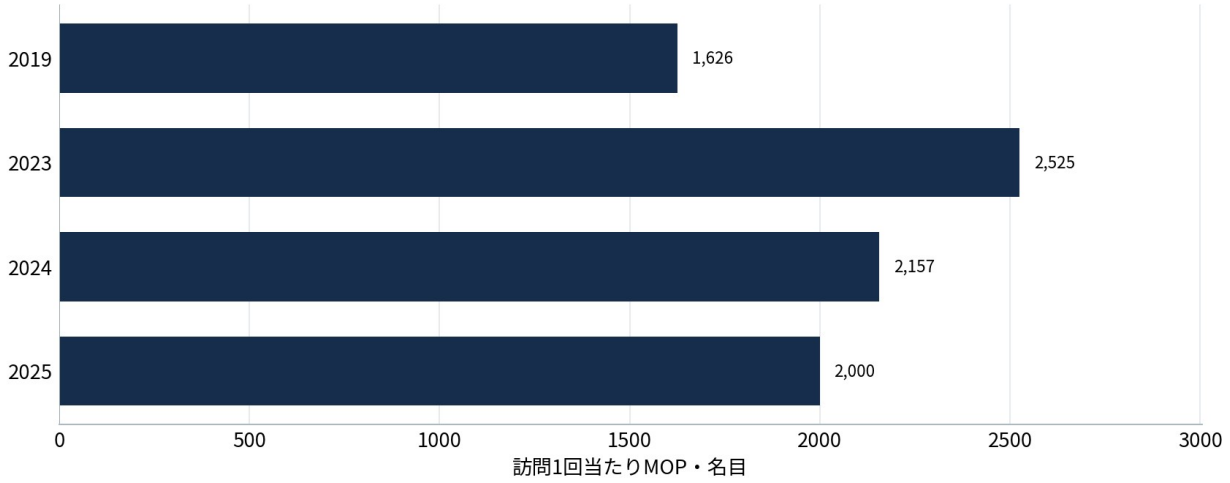
出典 S29・S03・S04・S05・S18

訪問者構成は消費の平均値を変える

訪問 1 回当たりの消費

図 04 再開後のピークから訪問 1 回当たり消費は低下した

2019 年および 2023-2025 年



年間平均は訪問者構成を反映する。中央値と実質購買力には別の指標が必要。

平均非ゲーミング消費は、2023 年の 2,525 MOP から 2024 年に 2,157 MOP、2025 年に 2,000 MOP へ低下した。それでも 2019 年の名目額は上回った。基準の選択は重要であり、再開後の低下と 2019 年比の増加は異なる期間を表す。

2025 年の宿泊訪問 1 回当たり消費は 1.5%減の 3,827 MOP、日帰り消費は 3.5%増の 715 MOP だった。それでも全体平均は 7.3%低下した。見かけ上の矛盾の多くは、2 群の重みの変化で説明できる。消費の低い群の構成比が高まると、全体平均はどちらの構成要素より速く低下し得る。

平均値だけでは、典型的な旅行者の予算についてわかることは限られる。調査要約には支出分布の全体像がなく、広範な消費変化と少数の高額購入がそれぞれどれほど影響したかは不明である。

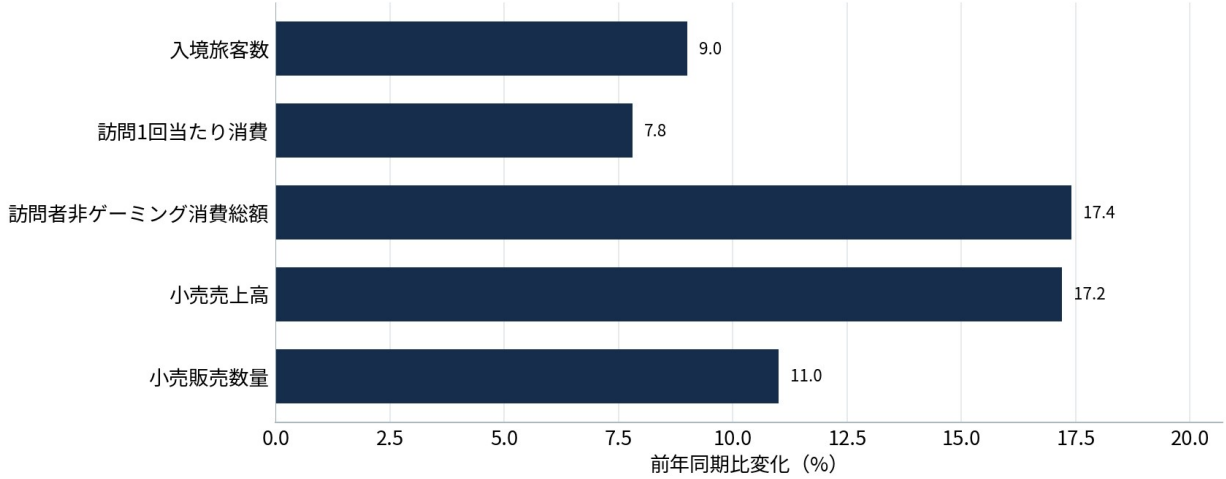
訪問 1 回当たり消費の出典は 2019 年、2023 年、2024 年、2025 年の順に S02・S31・S32・S01。

2026 年上半期に消費の伸びが加速

上半期の転換

図 05 2026 年上半期の回復は複数の集計指標で確認できる

2026 年上半期。比較を示した箇所は 2025 年上半期比。



2026 年上半期と 2025 年上半期の比較。小売販売数量は推計された価格効果を除く。

同じ上半期同士の比較は、明らかに強い。入境旅客数は 9.0%増、訪問 1 回当たり消費は 7.8%増、非ゲーミング消費総額は 17.4%増の 444.7 億 MOP となった。小売売上高は 394.0 億 MOP に達し、名目で 17.2%増、数量で 11.0%増だった。

2026 年上半期は消費の伸びが訪問者数の伸びを上回り、2025 年の大きな傾向を逆転させた。それでも全体の増加は、特定地区や店舗形態の低調と併存し得て、個々の家計の状況についてはほとんど示さない。

1-6 月をそろえることで通常の季節性は抑えられるが、祝日の時期、地域消費促進策、価格変化は比較に影響し得る。それぞれの効果には追加分析が必要である。

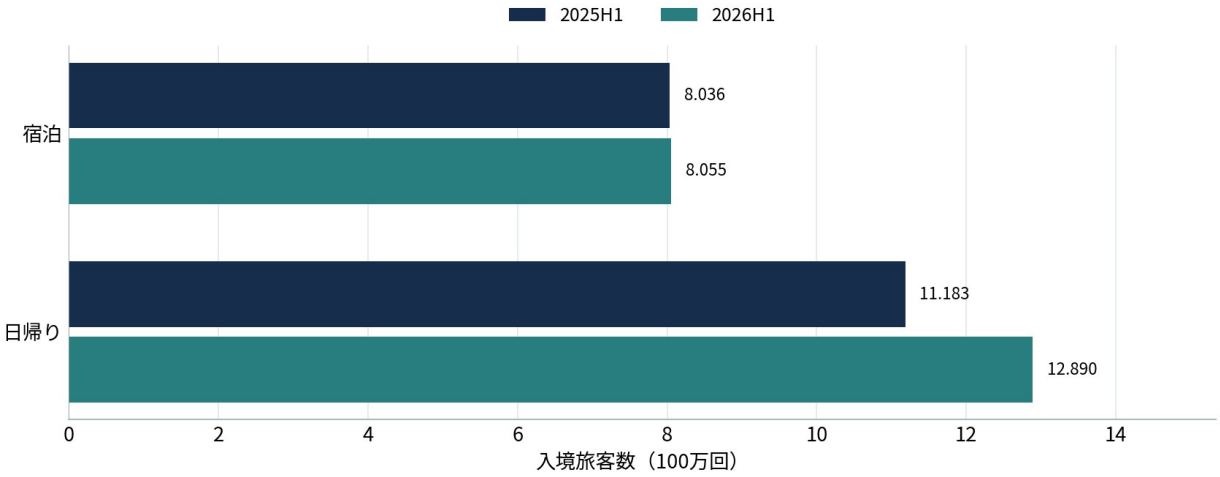
出典 S07・S08・S09・S10・S19

増えた往来のほとんどは日帰りだった

上半期の転換

図 06 追加された訪問のほぼすべては日帰り訪問

2026 年上半期。比較は 2025 年上半期比。



追加の日帰り入境旅客数は純増の約 98.9%を占める。

2026 年上半期のマカオ入境旅客数は約 173 万回増えた。追加の訪問のうち約 171 万回は日帰りで、宿泊訪問は約 19,000 回しか増えていない。公式件数から計算すると、日帰りは純増の 98.9%を占める。

短時間訪問は食品店、薬局、その他の小売店を支え得る。その商機は訪問経路、商品ニーズ、到着時刻に左右され、ホテル滞在型の訪問とは異なり得る。入境旅客数が記録するのは訪問回数であり、再訪者や購入には別の証拠が必要である。

総入境旅客数が 9%増えても宿泊訪問はほぼ変わらなかった。したがって宿泊に依存する事業者には、宿泊入境旅客数とホテル宿泊客数の指標が必要であり、この 2 つも分類が異なる。

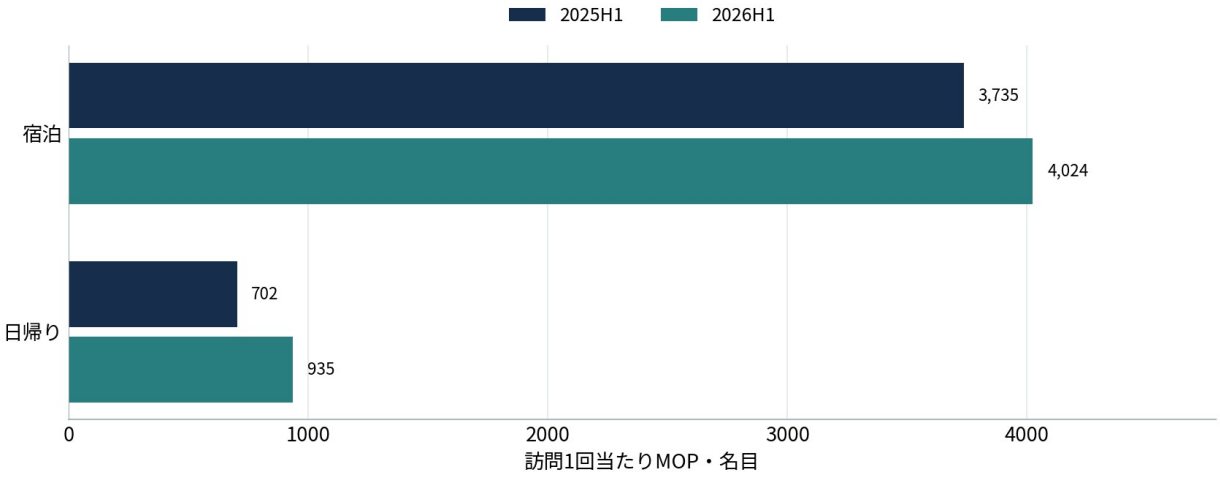
出典 S06・S08

日帰り消費は低い水準から増加した

上半期の転換

図 07 日帰り消費ははるかに低い出発点から大きく伸びた

2026 年上半期。比較は 2025 年上半期比。



公表された前年比伸び率は宿泊+7.7%、日帰り+33.2%。

2026 年上半期の日帰り訪問者の消費は 1 回 935 MOP で、前年の 702 MOP から増加した。宿泊訪問者は 3,735 MOP から 4,024 MOP へ増加した。宿泊はなお日帰りの約 4.3 倍だが、改善速度は消費水準の低い群の方が速かった。

33.2%増は低い基準からの伸びだが、日帰り消費の増加は絶対額でも相応に大きかった。日帰り消費総額は 120.5 億 MOP となり、訪問者非ゲーミング消費の約 27%を占めた。「訪問者の質」という大まかな呼び方では捉えきれないほど、その購入を詳しく調べる価値が高まっている。

日帰り消費の増加は、出発地、価格、買い物、訪問頻度、目的の変化を反映している可能性がある。公表要約では各寄与は未解明である。小売業種の証拠は全体の増加を示すが、日帰りに特有の説明は与えない。

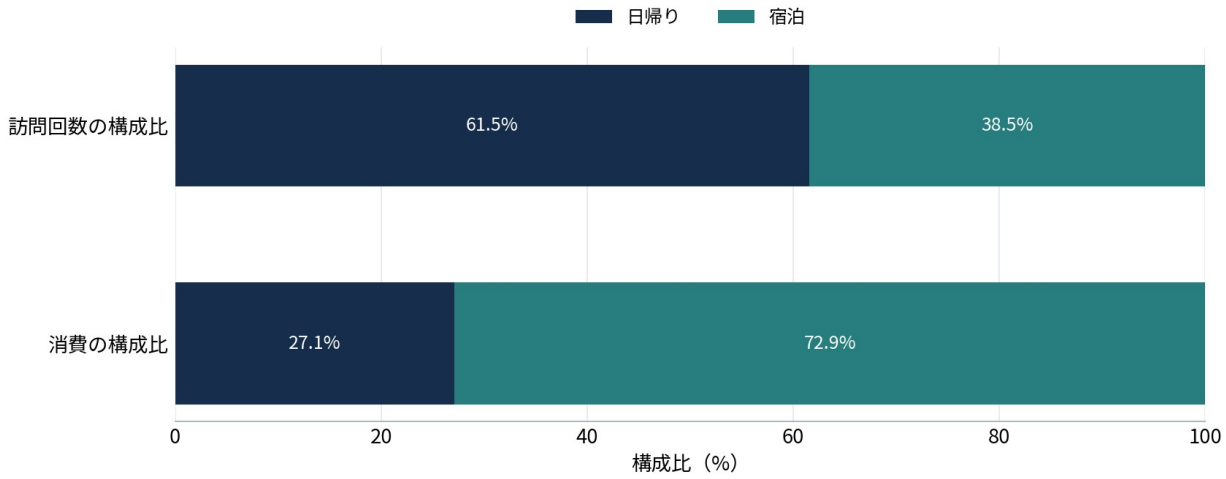
出典 S07・S09

少数派の宿泊訪問がなお消費の大半を生む

上半期の転換

図 08 非ゲーミング消費の大半はなお宿泊訪問者による

2026 年上半期。比較は 2025 年上半期比。



消費構成比は、公表された丸め済み群別金額の合計から算出し、見せかけの精密さを避ける。

2026 年上半期、宿泊訪問者は入境旅客数の 38.5%、非ゲーミング消費の約 72.9%を占めた。日帰り訪問者は入境旅客数の 61.5%、消費の約 27.1%だった。訪問構成比は訪問回数の量を、消費構成比は総支出に占める相対的な重みを表す。

短時間訪問を大量に受け入れる地区は、総支出の同等の割合を受け取らなくても混雑して見えることがある。宿泊訪問者の予算は 1 回当たりはるかに大きいが、特定のホテルや事業者に届くのは一部にすぎない。調査はこの予算を個々の通りに割り当てず、統合型リゾート（IR）の内外も区別していない。

商店には訪問者の経路と商品適合性が重要である。地区間の収入配分を推定するには、所在地を識別できる取引や、妥当性のある商店パネルが必要だ。

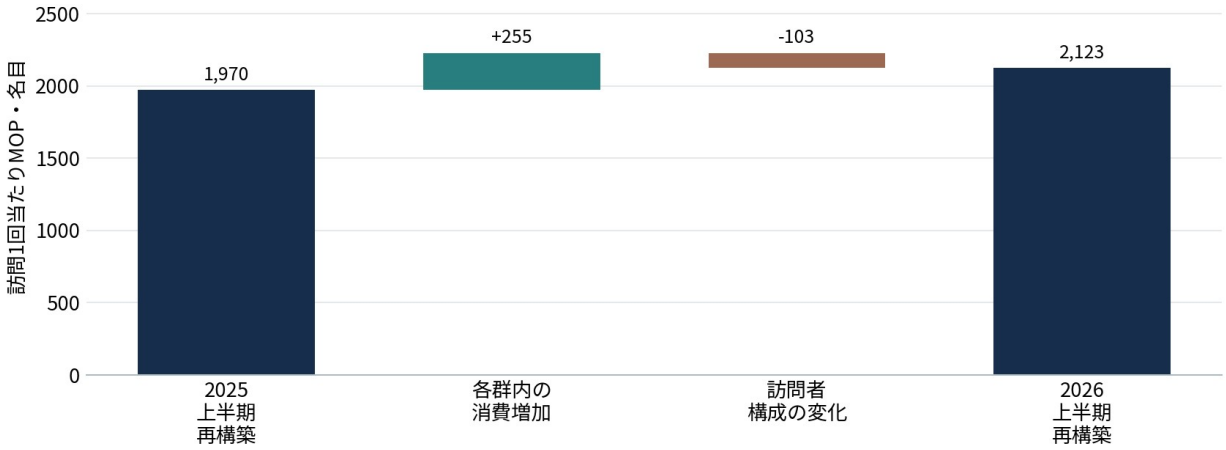
出典 S08・S09

訪問者構成が消費平均の上昇を抑えた

平均値を詳しく見る

図 09 訪問者構成の変化が平均消費の上昇を抑制

2026 年上半期。比較は 2025 年上半期比。



公表された丸め済み群別平均を用いた会計的分解。再構築した始点と終点は公表値に近く、丸めによりラベルの合計が一致しない場合がある。

2 群による計算は、全体の 1 回当たり増加が各訪問者群内の改善より小さい理由を説明する。公表された宿泊・日帰りの平均を用いると、群内の消費増加が平均を約 255 MOP 押し上げ、構成比の変化が約 103 MOP 押し下げた。純増は約 153 MOP だった。

計算では、各群の構成比と平均消費について期初・期末の平均をとり、両期間に同じ重みを与える。群別消費の変化と群別構成比の変化を分離するものである。政策効果や各群内の変化の原因には追加の証拠が必要だ。

市場が日帰り旅行へ移り続ける場合、各群の消費が増えても、全体平均の上昇は小さくなり得る。全体平均だけを追う業績指標では、実際の改善を見落とす可能性がある。

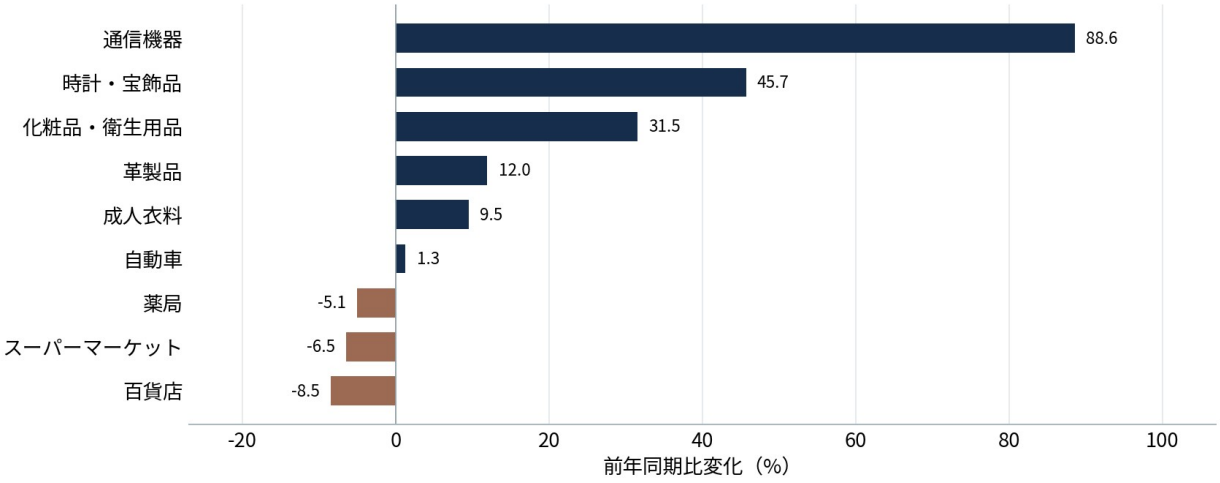
出典 S06・S07・S08・S09。再構築した両端点は、公表された丸め済み群別平均を使用。公式総計との差は小さく、付属ワークブックに残している。

強い総計の中にも縮小する業種がある

小売の配分

図 10 小売回復の格差はなお大きい

2026 年上半期。比較は 2025 年上半期比。



一部の業種。名目売上高の伸び率。出典の公表率は、丸め済み金額からの計算とわずかに異なる場合がある。

2026 年上半期に、図示した小売業種で最も伸びたのは通信機器だった。時計・宝飾品も大きく拡大した。百貨店、スーパーマーケット、薬局は逆方向に動いた。総計だけで回復を語ると、商業上重要なこうした違いが隠れる。

小売業種の統計は住民と訪問者の購入を合算する。売上総額にはチェーン店と独立店、路面商業地とショッピングセンター、IR 内外の店舗も混在している。公表業種データではこれらを区別できない。

上半期の結果は商品分野によって大きく異なった。しかし、各分野の内部で増加分がどの企業へ配分されたかはわからない。成長分野でも、多くの商店の売上が減っている可能性がある。

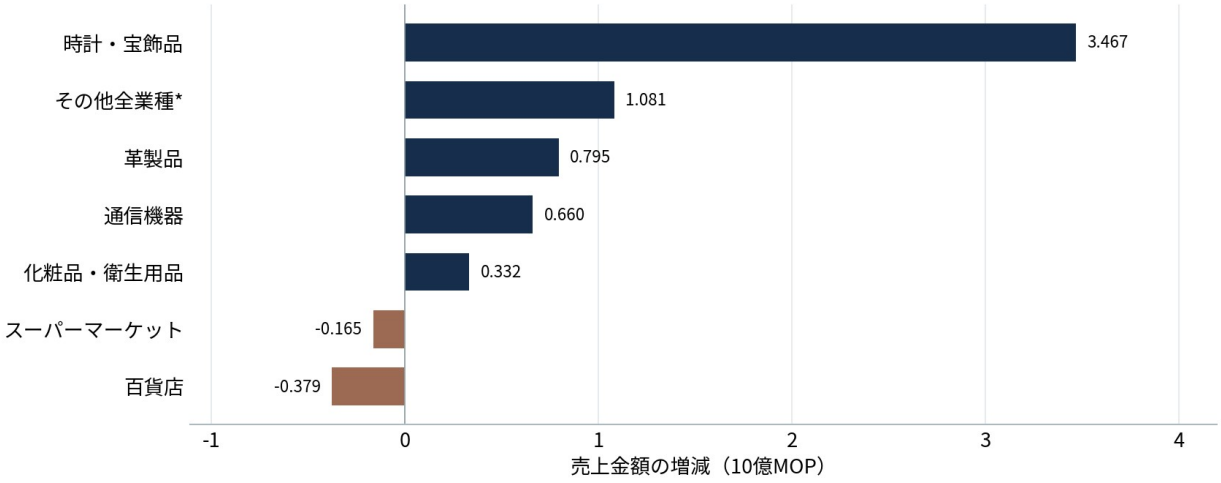
出典 S10・S27

時計と宝飾品が売上増加を主導

小売の配分

図 11 時計・宝飾品が小売増加額の約 60%を供給

2026 年上半期。比較は 2025 年上半期比。



加法的な増減の合計は 57.91 億 MOP。*公表値の丸め調整 100 万 MOP を含む。

2 つの上半期間で、小売売上高は 57.91 億 MOP 増加した。時計・宝飾品の寄与は 34.67 億 MOP で、純増の 59.9%だった。革製品は 7.95 億 MOP を加え、両分野で増加の 73.6%を占めた。通信機器は伸び率がはるかに高いものの、寄与は 6.60 億 MOP だった。

成長は上位分野以外にも広がった。時計・宝飾品を除く名目小売売上高は約 8.9%増で、さらに革製品を除いた残りは約 7.9%増だった。いずれも先頭の 2 分野よりかなり遅い。

これらの寄与は売上金額の純変化を配分したものだ。減少分野は純増を小さくするので、大きな正の寄与率は縮小分野と合わせて読む必要がある。利益寄与と因果効果には別の計算が必要である。

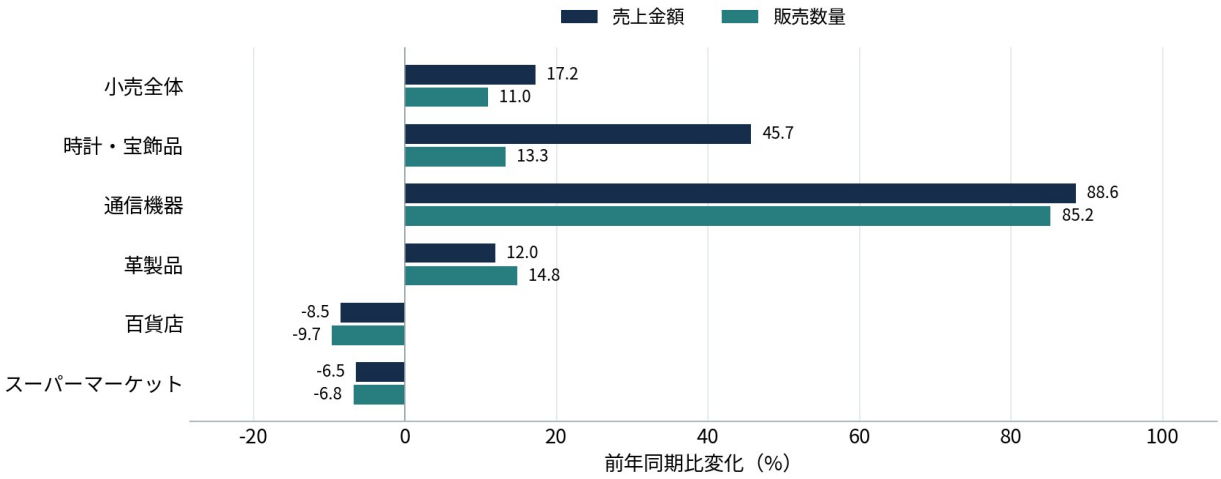
出典 S10・S27。公表された 100 万 MOP 単位の丸め済み数値から計算。「その他業種」の残差には 100 万 MOP の丸め調整を含む。

価格調整後には小売回復の強さが和らぐ

価格と数量

図 12 価格調整は小売回復の読み方を変える

2026 年上半期。比較は 2025 年上半期比。



数量指数は DSEC が推計する価格効果を除く。商品の個数や事業利益を測るものではない。

最も明確な例は時計・宝飾品で、売上金額は 45.7%増だが、数量指数は 13.3%上昇だった。両方とも改善したが、差は名目小売回復への寄与の解釈を変えるほど大きい。

通信機器は両指標で強く、数量は 85.2%増だった。革製品は数量の伸びが金額の伸びをやや上回った。百貨店とスーパーマーケットは金額だけでなく数量も減少した。価格効果は業種によって大きく異なった。

DSEC は関連する価格指数で売上を調整し、小売販売数量を推計する。得られる指数は価格調整後売上を示し、商品の物理的な個数や粗利益率は別の指標である。金額と数量の伸びの差も、特定商品の価格変化を識別するものではなく、業種レベルの価格効果を合算している。

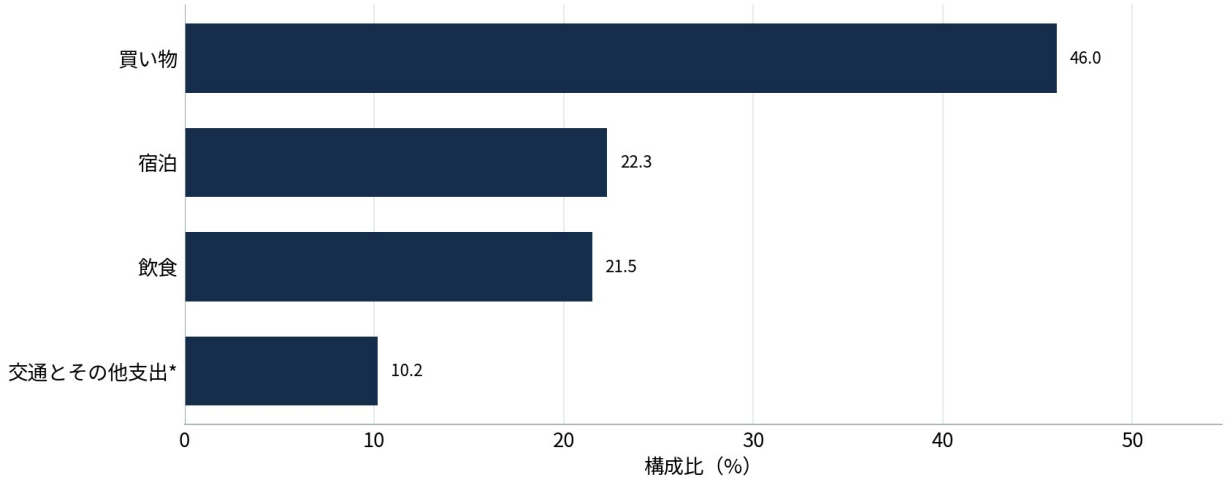
出典 S10・S27

訪問者の予算は小売店の外にも広がる

訪問者消費の行き先

図 13 買い物は訪問者消費予算の半分未満

2026 年上半期。比較を示した箇所は 2025 年上半期比。



*公表構成比の 100%までの残差。調査の用途区分は小売業の収入ではない。

2026 年上半期、買い物は訪問者非ゲーミング消費の 46.0%を占めた。宿泊と飲食の合計は 43.8%だった。この対象範囲の広さも、訪問者消費を小売売上高から差し引いて住民消費を推定できない理由である。

訪問者消費総額の拡大は、ホテルの客室、飲食店の食事、交通、その他のサービスを支え得る。物品販売店が関わるのはその一部だけである。調査の「買い物」も訪問者側から測る指標であり、小売調査は業界の売上を測る。対象範囲と測定方法は異なる。

非ゲーミング消費の成長が地域の小規模事業者にどれだけ役立つかは、購入場所と商店に残る所得によって決まる。配分を明らかにするには、地区別取引と企業会計が必要である。

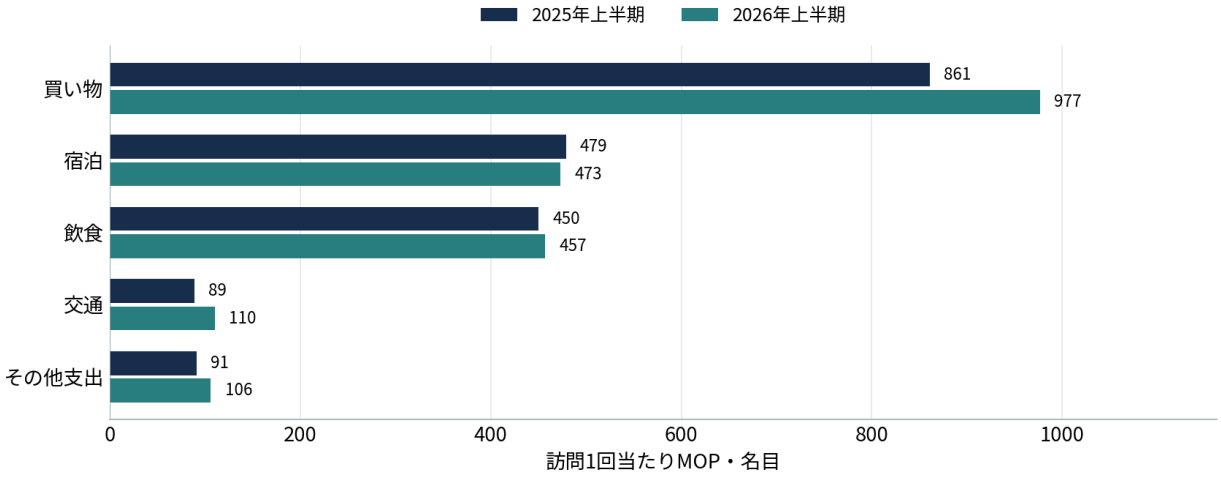
出典 S09

訪問 1 回当たり増加の大半は買い物

訪問者消費の行き先

図 14 訪問 1 回当たり消費の上昇は主に買い物による

2026 年上半期。比較は 2025 年上半期比。



両期間とも、項目別平均の合計は公表総額と一致する。すべて訪問 1 回当たり名目支出。

公表された上半期の訪問者予算では、1 回当たり買い物額が 861 MOP から 977 MOP へ 116 MOP 増えた。全体の 1 回当たり額は 153 MOP 増えた。交通とその他支出も増加し、1 回当たり宿泊支出はやや低下、飲食はほぼ変わらなかった。

これにより消費回復の姿が具体的になる。全体平均の改善は、訪問者が買うあらゆるサービスで同じように大きく増えたのではなく、買い物支出に集中していた。小売活動の強まりとは整合的だが、2 つの別個の調査を取引単位で照合するには不十分である。

平均宿泊支出の分母には日帰り訪問者も含まれ、訪問者構成の影響を受ける。客室単価と宿泊客の消費には、宿泊に特化した指標が必要だ。

出典 S09。項目平均は 1 パタカ単位で公表され、常に全体平均に正確に合計するとは限らない。

利用可能な系列では住民の域内支出を特定できない

住民と地元商店

マカオの改定済み国民経済計算では、2026 年上半期の実質民間消費は 2.7%増だった。これは場所を問わない住民部門の消費増加であり、マカオの店舗や飲食店での支出を分離していない。

境界は地理的なもの

家計最終消費はマカオ内と海外の購入を含み、民間消費の集計には対家計民間非営利団体も含まれる。DSEC の 2025 年 GDP 改定は、家計の海外消費と、サービス輸入におけるその相殺を明示している。住民は消費全体を増やしながら、一部をマカオ外へ振り向けることができる。

小売統計は地元産業の住民・訪問者双方への販売を測る。スーパーマーケットの減少は顧客や商品の変化を反映している可能性があるが、住民の越境食料品支出を推定するには、その購入を識別する証拠が必要だ。

記録された日常の仕組み

All About Macau の 2024 年 1 月の取材は、3 つの異なる越境習慣を描く。青茂近くの住民は週に数回夕食のため越境していた。別の世帯は交流サイトのおすすめを買い物や食事に利用しつつ、お気に入りの地元店舗も支えていた。3 人目は越境が不便なのでマカオにとどまることを好んだ。これらは、普及度がわからない広い消費パターンの中の個人の選択を例示する。

商業上の含意は、マカオの一部事業者が日常の食事や購入について、より広い商圏で競争しているということだ。価格だけでなく、距離、利便性、品ぞろえ、特定店舗への愛着も選択に関わる。公開データは各要因の相対的重要性や、住民の地元事業者での支出額を定量化していない。

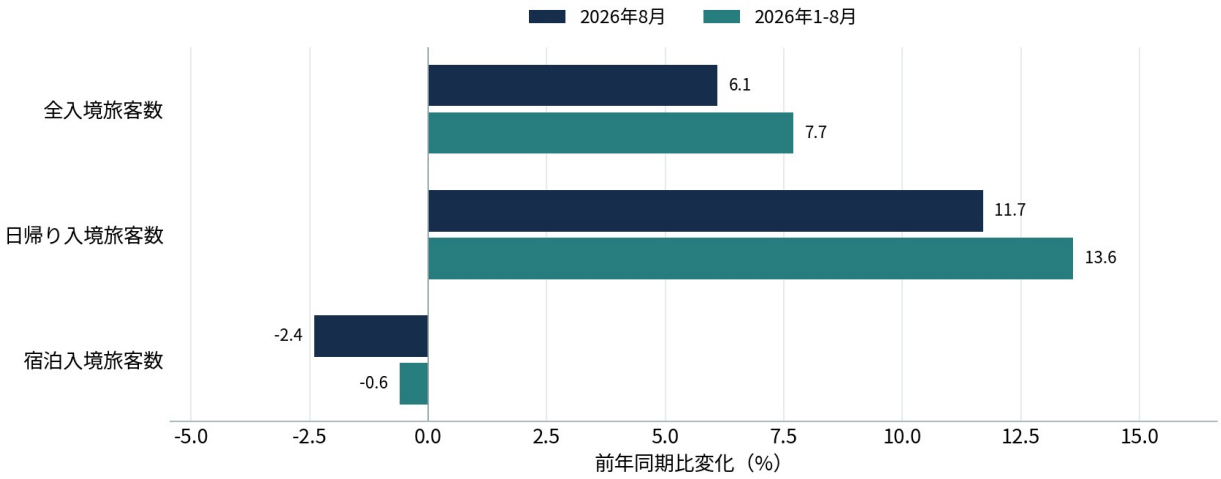
出典 S13・S14・S22

総入境旅客数が増えても宿泊訪問は減少

8 月の更新情報

図 15 直近の入境データも日帰りへの傾きを示す

2026 年 8 月 / 2026 年 1-8 月



別枠の高頻度更新指標。上半期消費データとは結合しない。

8 月の入境旅客数は 448 万人で前年同月比 6.1%増だった。日帰りは 11.7%増、宿泊は 2.4%減だった。1-8 月累計は全体が 7.7%増でも宿泊は 0.6%減で、直近の往来も短時間訪問への大きな傾きを維持している。

8 月のホテル客室稼働率は 0.8 パーセントポイント上昇して 93.9%となったが、ホテル宿泊客数は 2.6%減った。稼働率は利用可能な客室の利用状況を測る。宿泊客数、客室単価、利益率はホテル業績の別の側面を測る。

これらの月次観測は上半期消費調査より新しいが、それだけで消費結果を更新できない。上半期の消費改善が続いたかを判断するには、次の対応する四半期消費調査と小売公表が必要だ。

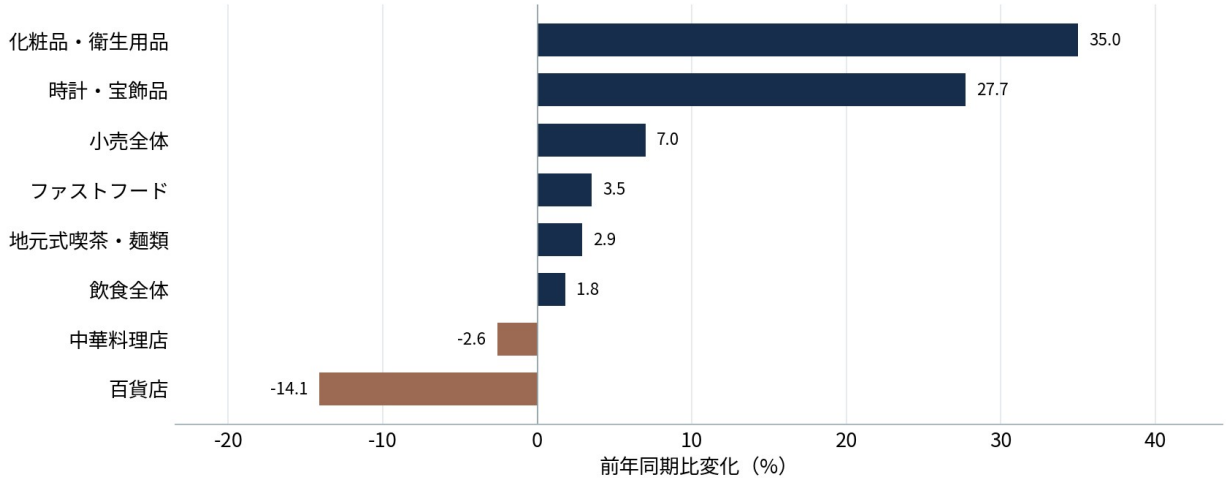
出典 S15・S17。8 月と 1-8 月の伸び率は、それぞれ対応する前年の期間との比較。

電子決済でも格差が続いている

8 月の更新情報

図 16 8 月の電子決済は一様でなく選択的な成長を示す

2026 年 8 月



加盟店の電子決済のみで、総売上高ではない。選択した業種。現金を除く。

8 月の加盟店電子決済は、小売で 7.0%増、飲食で 1.8%増だった。化粧品と時計・宝飾品は強く、百貨店と中華料理店は弱かった。市場の格差と整合的ではあるが、四半期小売調査を再現する数値ではない。

DSEC は主要アクワイアラー（加盟店契約・決済処理機関）のデータから電子決済系列を作成し、現金は対象外である。記録される決済は関連業界の収入のおよそ 70-80%に相当し、参加アクワイアラーは電子決済金額の約 95%をカバーする。この 2 つは異なるカバー率である。

決済方法の変化や対象範囲の違いは比較に影響し得る。この公表には住民/訪問者の内訳もない。業種差を適時に把握できるが、伸び率はこの系列の対象となる電子決済に適用される。

出典 S16

国境の往来を来店へ変える

総計の背後にある暮らし

青茂と 6 階

2025 年 5 月の澳門日報の取材で、マカオ大学の研究者が青茂周辺の商業空間について論じた。記事で描かれたマカオ側の物販・飲食施設は 6 階にあり、意識してエレベーターで移動する必要があった。一方、珠海側の買い物動線は国境の往来とより直接つながっていた。提案された改善は、回遊動線、テナント構成、価格設定に関するものだった。

6 階という位置は、国境の往来が売上に転換されにくい理由について検証可能な説明を与える。通行人数、入店、取引、再訪の件数は、アクセスと購買転換の関係を検証するのに役立つ。研究者の取材は仮説を示すもので、測定された効果ではない。

通りごとの差と変化する状況

2025 年 5 月の連休中、Now News が取材した官也街（Rua do Cunha）の軽食店従業員は、通常の連休に比べて商売が約 3 分の 1 増えたと話した。別の報道では、草堆街（Rua das Estalagens）と周辺の商店が訪問者の回遊改善を求めていた。これらは同じ連休中の異なる営業経験を示すが、市全体の傾向を立証しない。

2026 年 5 月には、澳門日報が草堆街活性化事業の一部新規商店で収入と期待が改善していると報じた。販促イベント周辺で選ばれた取材は、2025 年の低調な商況に後の視点を加える。しかし対照群も監査済み会計もなく、地区全体の回復と事業の効果は不明である。

出典 S23・S24・S25・S26。公表された取材と観察。Rua das Estalagens は草堆街を指す。

低費用の旅行は消費増加と併存し得る

総計の背後にある暮らし

無料のカジノ軽食は交流サイトの旅程に登場してきた。2024 年 6 月、澳門日報は、無料のカジノ軽食が交流サイトの旅行コンテンツになっていることと、一部施設の変更を報じた。特定のデザートには当日のポイントが必要となり、一部の軽食には会員資格が必要となった。報道は、その行動とアクセス条件の変更が当時存在したことを裏付ける。

引用した報道が記録するのは、低費用の旅程と変化する利用条件である。普及度、参加者の他の場所での支出、近隣飲食店の収入への影響は測定されていない。

事例が示すもの

低費用の体験は経路選択や特定施設での滞在時間に影響し得る。有料の買い物、宿泊、食事とも併存できる。2026 年上半期の総消費と日帰り消費の増加は、低費用体験の広い利用とも両立する。参加率、他の場所での支出、有料支出を置き換えた程度は未測定である。

交流サイトに関する証拠は、日付のある報道に由来する。投稿の普及度、感情、アルゴリズムの影響、典型的利用者を測るには、小紅書を含む原投稿の検証済み標本が必要だ。

北上消費に関する語りも、選択と実際上の障壁を記述する。経済全体の効果には、取材を超える支出データが必要である。

出典 S09・S21・S22

店舗で購買転換と利益を測る

事業者への示唆

事業計画では、市全体の入境旅客数を、店舗の顧客構成、商品分野、立地と組み合わせる必要がある。公開統計は背景を提供するが、業績評価には商店自身の取引記録が必要だ。

事業上の問い	役立つ指標	比較上の条件
周辺の人流は店へ届くか	時間帯別の通行人数、入店数、入店率	計測場所と営業時間を固定する
入店は購入につながるか	取引数 ÷ 入店数	可能なら団体訪問者と個人購入者を分ける
収入増は利益になるか	1 取引当たり・営業時間当たり粗利益	値引き、決済手数料、商品原価を含める
増加は広いか集中しているか	商品群別の売上と利益率	伸び率だけでなく大きな商品群の寄与も示す
販促は顧客を定着させるか	特典終了後の再購入	同条件の営業期間と顧客群を比較する

現在の市場の実務的な読み方

時計や通信機器を売る店は、関連業種の傾向と自社売上を比較し、そのうえで利益率を確認すべきだ。スーパーや百貨店には、全体の 17.2%増より自業種の動向が有用な基準となる。路面の飲食事業者は、実際に誰が店前を通り、提供内容が短時間訪問に適しているかを理解する必要がある。

8-12 週間の取引と人流の記録は、商店が変えられる具体的な問題を見つける助けとなる。営業時間をそろえ、販促の有無を記録すれば比較の有用性が増す。この提案する診断期間は、当面の事業判断と並行して進められる。

出典 S10・S23

事業による支出の純増を推定する

政策と研究への示唆

2026 年の地域消費還元事業は 4 月 10 日から 6 月 18 日まで実施された。週末に抽選し平日に使う仕組みは、住民が域内で消費する時期に働きかけることを明確に意図していた。経済・科技発展局（DSEDT）は、電子クーポン発行 3.45 億 MOP、抽選対象取引約 909 万件、関連消費 13.3 億 MOP 超と報告した。カード方式の優待は別に報告された。

事業総額が測るのは参加と関連取引である。消費の純増推定には反実仮想が必要だ。購入は、施策がなくても行われたかもしれず、日付間で移動したか、対象店舗と他の地元店舗の間で移ったかもしれない。

より強い評価が明らかにすること

まずクーポン支出と、それに関連する取引金額を分ける。次に、参加店の変化を信頼できる比較群と比べ、事前のトレンドが類似していたか確認する。さらに、事業後の数週間を調べる。前倒し購入を持続的な増加として数えてはならない。最後に、大きな総額で全受益者を代表させず、地区、事業規模、業種別に結果を示す。

参加は選択であり事業者も異なるため、無作為化されていない比較にはなお慎重さが必要だ。目標は、域内売上の純増と参加店の粗利益増加について、不確実性を明示した妥当な推計であるべきだ。事業取引額は記録された活動の規模を示すが、生み出した域内支出の純増推定には追加分析が必要となる。

出典 S19・S20

総計の証拠は強いが配分の証拠は弱い

方法と限界

出典と基準日

定量分析は 2026 年 10 月 3 日までに取得した DSEC データを用いる。年間観測は背景を示し、2025 年上半期と 2026 年上半期が主な同期間比較となる。8 月の入境、ホテル、加盟店電子決済は別に分析する。DSEC は割当抽出した訪問者消費回答を総額に拡張推計する。参照表では信頼区間は得られなかった。

定義と計算

入境旅客数は旅行回数であり実人数ではない。訪問者の非ゲーミング消費は、賭博と一定の非消費支出を除く。数量または実質の伸びと明示しない限り、値は名目である。指数化では各系列自身の 2019 年の値を 100 とする。成長寄与は各業種の売上変化を全体の売上変化で割ったもので、因果効果ではない。

中点分解では、各訪問者群の構成比を w、平均消費を c とする。全体平均の変化は、「平均構成比 × 群内消費の変化」の合計と、「平均群別消費 × 構成比の変化」の合計に等しい。付属ワークブックは両項を示す。群別平均は 1 パタカ単位で公表されるため、公表された全体値との間に小さな丸め残差が生じる。

小売の改定は重要

2026 年 3 月の年間小売公表は 2025 年売上を 695.85 億 MOP とした。2026 年 5 月の表は年間値を 697.06 億 MOP へ改定し、8 月の表も第 4 四半期 193.35 億 MOP を含む整合的な四半期値を維持している。改定済み 2024 年年間値 719.10 億 MOP に対し、本報告書は古い見出しの-3.2%を繰り返さず、3.1%減と計算する。上半期計算も同じ現行表を使い、2025 年 336.07 億 MOP、2026 年 393.98 億 MOP とする。元の 2023 年小売公表値は、未改定の成長基準として用いない。

測定されていないもの

主な不足は、小売購入の住民/訪問者内訳、商店利益、継続的な地区別売上パネル、国境・消費政策の因果効果である。地域事例は選ばれた公表報道から採り、仕組みと対照的な経験を例示する。普及度の評価には、原投稿の代表標本や直接の現地調査など、代表性のある証拠が必要だ。一般の取材対象者については、分析に関係する識別情報だけを記す。

出典 S01・S07・S09・S10・S11・S14・S16・S28・S30

分析に用いた観光データ

データ付録

入境旅客数は正確な件数を保持する。消費総額は出典精度の 100 万 MOP 単位、1 回当たり額は MOP。丸めにより内訳と総計が異なる場合がある。ワークブックには作図用の行と計算を収録する。

期間	入境旅客数	日帰り入境旅客数	消費総額 100 万 MOP	1 回当たり消費 MOP
2019	39,406,181	20,773,482	64,077	1,626
2023	28,213,003	13,985,774	71,245	2,525
2024	34,928,650	18,884,882	75,358	2,157
2025	40,069,360	23,524,943	80,122	2,000
2025 年上半期	19,218,540	11,182,913	37,865	1,970
2026 年上半期	20,944,446	12,889,844	44,468	2,123

同じ上半期の訪問者群別データ

指標	2025 年上半期	2026 年上半期
宿泊入境旅客数	8,035,627	8,054,602
日帰り入境旅客数	11,182,913	12,889,844
宿泊消費 100 万 MOP	30,014	32,414
日帰り消費 100 万 MOP	7,851	12,054
宿泊 1 回当たり消費 MOP	3,735	4,024
日帰り 1 回当たり消費 MOP	702	935

出典：年間入境旅客数 2019/2023/2024/2025 年は S29/S03/S04/S05、消費は S02/S31/S32/S01。上半期 2025/2026 年の入境は S06/S08、消費は S07/S09。

小売金額と上半期増加の規模

データ付録

選択した業種。値は名目、100 万 MOP。公表された金額・数量伸び率は付属ワークブックに保持する。ここで計算した率との小差は出典の丸めによる。

業種	2025 年上半期	2026 年上半期	増減
全体	33,607	39,398	+5,791
時計・宝飾品	7,588	11,055	+3,467
革製品	6,654	7,449	+795
百貨店	4,462	4,083	-379
成人衣料	2,987	3,272	+285
スーパーマーケット	2,559	2,394	-165
通信機器	746	1,406	+660
化粧品・衛生用品	1,052	1,384	+332
薬局	1,068	1,014	-54
自動車	1,041	1,054	+13

年間値の公表時点を整合させる

項目	100 万 MOP	使用方法
2024 年年間 改定済み	71,910	2025 年の比較基準
2025 年第 1 四半期 最新	17,584	最新公表四半期値
2025 年第 2 四半期 最新	16,023	最新公表四半期値
2025 年第 3 四半期 最新	16,764	最新公表四半期値
2025 年第 4 四半期 最新	19,335	年間公表後に改定
2025 年年間 改定済み	69,706	公表年間値、四半期合計と一致

出典 S10・S11・S27・S28・S30

出典と来歴 1

参考文献 全 3 ページ

リンクは使用した公開出典を指す。中国語記事の題名には内容を探せる日本語説明を付した。閲覧の基準日は 2026 年 10 月 3 日。

S01 DSEC 観光統計 2025 年通年および第 4 四半期 | 2026 年 2 月

S02 DSEC 観光統計 2019 年第 4 四半期 | 2020 年 2 月

S03 DSEC 2023 年 12 月の入境旅客数 | 2024 年 1 月

S04 DSEC 2024 年 12 月の入境旅客数 | 2025 年 1 月 21 日

S05 DSEC 2025 年 12 月の入境旅客数 | 2026 年 1 月 23 日

S06 DSEC 2025 年 6 月の入境旅客数 | 2025 年 7 月

S07 DSEC 2025 年上半期の観光統計 | 2025 年 8 月

S08 DSEC 2026 年 6 月の入境旅客数 | 2026 年 7 月 17 日

S09 DSEC 訪問者消費調査 2026 年上半期の表 | 2026 年 8 月 7 日

S10 DSEC 小売売上調査 2026 年第 2 四半期、統計表と過去の四半期 | 2026 年 8 月 21 日

出典と来歴 2

参考文献 全 3 ページ

リンクは使用した公開出典を指す。中国語記事の題名には内容を探せる日本語説明を付した。閲覧の基準日は 2026 年 10 月 3 日。

S11 DSEC 小売売上調査 2025 年通年および第 4 四半期 | 2026 年 3 月 2 日

S12 DSEC 小売売上調査 2024 年第 4 四半期 | 2025 年

S13 DSEC 2026 年上半期 GDP 詳細結果 | 2026 年 8 月 21 日

S14 DSEC GDP 大改定 2025、特に 42-45 ページ | 2025 年 11 月

S15 DSEC 2026 年 8 月の入境旅客数 | 2026 年 9 月 18 日

S16 DSEC 電子決済取引 飲食および小売 2026 年 8 月 | 2026 年 9 月 30 日

S17 DSEC 団体旅行とホテル客室稼働率 2026 年 8 月 | 2026 年 9 月 30 日

S18 治安警察局 珠海と横琴の新たな訪問制度 | 2024 年 11 月 29 日

S19 DSEDT 2026 年地域消費還元事業の開始 | 2026 年 4 月 9 日

出典と来歴 3

参考文献 全 3 ページ

リンクは使用した公開出典を指す。中国語記事の題名には内容を探せる日本語説明を付した。閲覧の基準日は 2026 年 10 月 3 日。

S20 DSEDT 2026 年地域消費還元事業の終了結果 | 2026 年 7 月 3 日

S21 澳門日報 カジノ無料軽食の利用条件に関する報道 | 2024 年 6 月 14 日

S22 All About Macau 越境して買い物するかの選択に関する取材 | 2024 年 1 月 30 日

S23 澳門日報 青茂の買い物動線とテナント構成に関する研究者取材 | 2025 年 5 月 4 日

S24 澳門日報 訪問者の回遊改善を求める地域の声 | 2025 年 5 月 5 日

S25 Now News 5 月連休の訪問者行動と官也街の飲食店 | 2025 年 5 月 3 日

S26 澳門日報 草堆街活性化事業の初期テナントからの報告 | 2026 年 5 月 16 日

S27 DSEC 小売売上調査 現行ダウンロード用ワークブック | 2026 年 10 月 3 日取得

S28 DSEC 小売売上調査 2026 年第 1 四半期、改定済み 2025 年年間データ | 2026 年 5 月

S29 DSEC 2019 年 12 月の入境旅客数 | 2020 年 1 月 21 日

S30 DSEC 小売売上調査 2025 年第 4 四半期、改定済み 2024 年過去表 | 2026 年 3 月

S31 DSEC マカオ統計概況 2025、印刷 16 ページ（PDF17 ページ）、2023 年訪問者消費

S32 DSEC 観光統計 2024 年通年および第 4 四半期、1・4 ページ

付属データ

付属ワークブックには、作図した観測、出典識別子、再現可能な計算を収録する。出典レベルのデータと、計算した寄与・構成効果は分離している。小売金額の増減は丸め済みの 100 万 MOP 単位の値を用い、整合差異は明示する。

証拠の基盤は公開統計と公表報道である。商店記録、調査の個別回答、非公開の交流サイトデータは本版の出典範囲外である。