

第3回調査（2010年10月～12月期調査分）の結果概要

1. 調査概況

調査方法

(1) 調査対象者

- ・日本を出国する訪日外国人。ただし、1年以上の滞在者、「永住者」「日本人の配偶者」「永住者の配偶者」「定住者」など日本に居住している人、日本に入国しないトランジット客、乗員を除く。

(2) 調査場所

- ・全国の主要空海港（11箇所）の国際線ターミナル搭乗待合ロビー

調査空港：新千歳空港、仙台空港、成田空港、羽田空港、新潟空港、中部国際空港、関西空港、
広島空港、福岡空港、那覇空港、博多港

(3) 調査時期

2010年10月22日(金)～12月7日(火)

(4) 調査方法

- ・10言語対応のタッチパネル式PC、または調査票を用い、外国語調査員による聞き取り調査を実施。

調査言語：英語、韓国語、中国語（繁体字）、中国語（簡体字）、タイ語、フランス語、ドイツ語、
ロシア語、イタリア語、スペイン語

(5) 調査標本数

6,753 サンプル（うち国籍別消費額の有効サンプル数は6,633 サンプル）

< 本調査結果を利用する上での注意 >

- ・本調査結果は平成 22 年 10-12 月期の数値である。
- ・四半期毎に推計される訪日外客消費額は、パッケージツアーに含まれる日本国内での宿泊費、飲食費、娯楽サービス費や、日本国内航空会社・船舶会社に支払われる国際旅客運賃を除いたものである。
- ・10-12 月期の調査終了後、年次データを作成する。年次データでは、上記の除かれている日本国内費用を加算した消費額を推計する予定である。そのため、各四半期の合計額と年次額は必ずしも一致しない。
- ・本調査は、調査対象者の属性や消費額を聴取する項目を中心とした一般統計部分と、対象者の情報源や満足度を聴取する項目を中心とした任意調査部分から構成されている。任意調査の部分は必ずしも全対象者が回答しているとは限らないため、標本数は設問によって異なる（図中の N 数を参照されたい）。
- ・一般統計部分における全体にかかる数値は、ビジット・ジャパン事業プロモーション対象の 15 カ国・地域及びそれ以外の国・地域の訪日外国人数を元に加重平均を行って計算されたものである。これに対して、任意調査部分の全体値については、標本全体の平均値を掲示している点に留意されたい。
- ・訪日外客数については、国籍に基づく法務省集計による外国人正規入国者からの出入国管理統計から推計された 12 月末時点の日本政府観光局 (JNTO) データを用いている。
- ・為替レートのデータは、原則として IMF (国際通貨基金) 公表の日次データによる調査期間中平均値を用いた。但し、IMF にデータが無い台湾ドル、香港ドルのデータについては、FRB (連邦準備制度理事会) の資料を基に平均値を作成した。
- ・標本数が小さい数値については、取り扱いに留意されたい(図中の N 数を参照されたい)。
- ・調査結果の各種合計値は、四捨五入の関係で一致しない場合がある。また、不明 (NA) のデータが存在することによって合計値と内訳の積算値が一致しない場合がある。
- ・毎回四半期ごとの数値に変化が生じるが、傾向を把握するには年間データを時系列で追う必要があることに留意されたい。

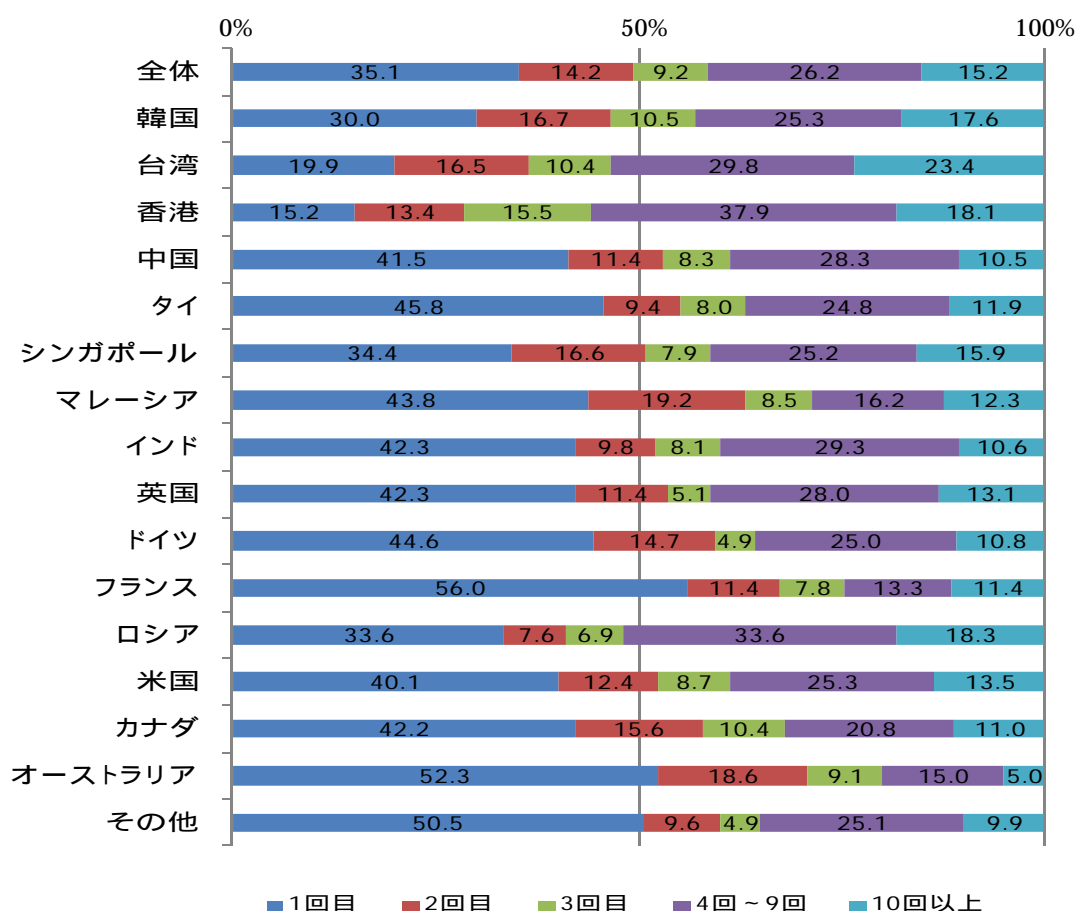
2. 調査結果の分析（詳細）

（1）国籍別にみた訪日外国人の属性および旅行内容

訪日外国人の属性

- ・訪日外国人の性別構成比は、男性 60.0%、女性 40.0%である。
- ・性年代別でみると、「男性 30 代」20.3%、「男性 40 代」14.2%、「女性 20 代」13.3%の順が多い。（但し、性年代別構成比には調査対象外の 15 歳未満の外国人を含まない。）
- ・日本への来訪回数は、「1 回目」が 35.1%、4 回以上が 41.4%を占めている。フランス、オーストラリアで「1 回目」の割合が高く、香港や台湾で低い。（図表 1-1）

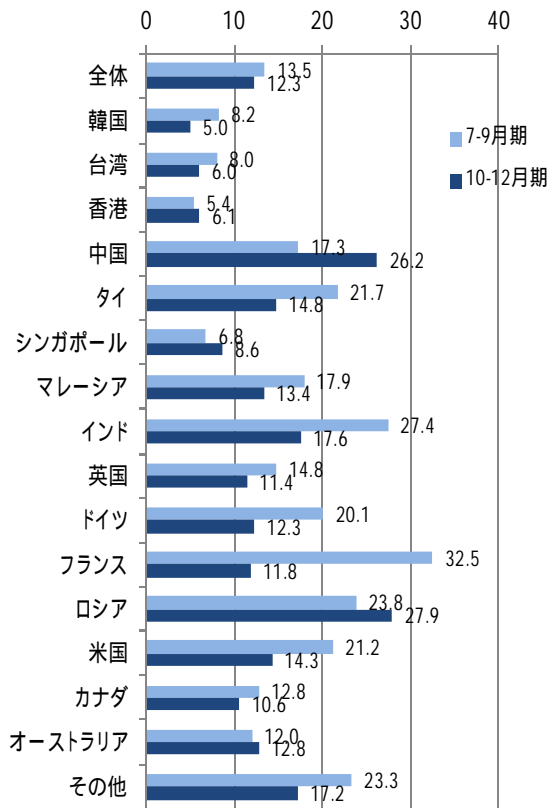
図表 1-1 日本への来訪回数（国籍別、全目的）



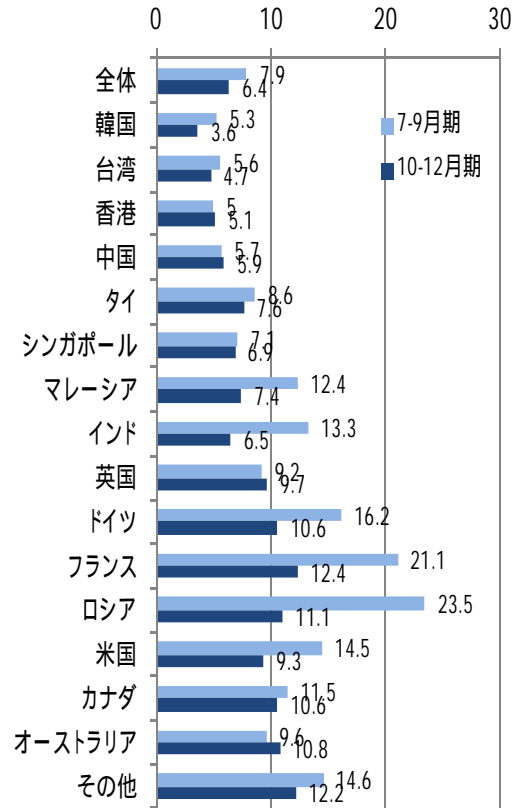
訪日外国人の旅行内容

- ・回答者全体の平均泊数は、12.3泊である。（図表 1-2）今期は、国籍別にみると中国とロシアの平均泊数が 25 泊以上と長く、韓国、台湾、香港は 5~6 泊と短い。（図 1-3）
- ・滞在日数の分布をみると、6 日以内の滞在が過半数を占める一方、「21 日以上 1 年未満」の長期滞在が 8.1%を占める。国籍別では、韓国で「3 日以内」の割合が 35.8%と高い。今期は中国人の 6 日以内の割合が半数を下回り、1 週間以上の長期滞在者の割合が増えた。（図表 1-4）

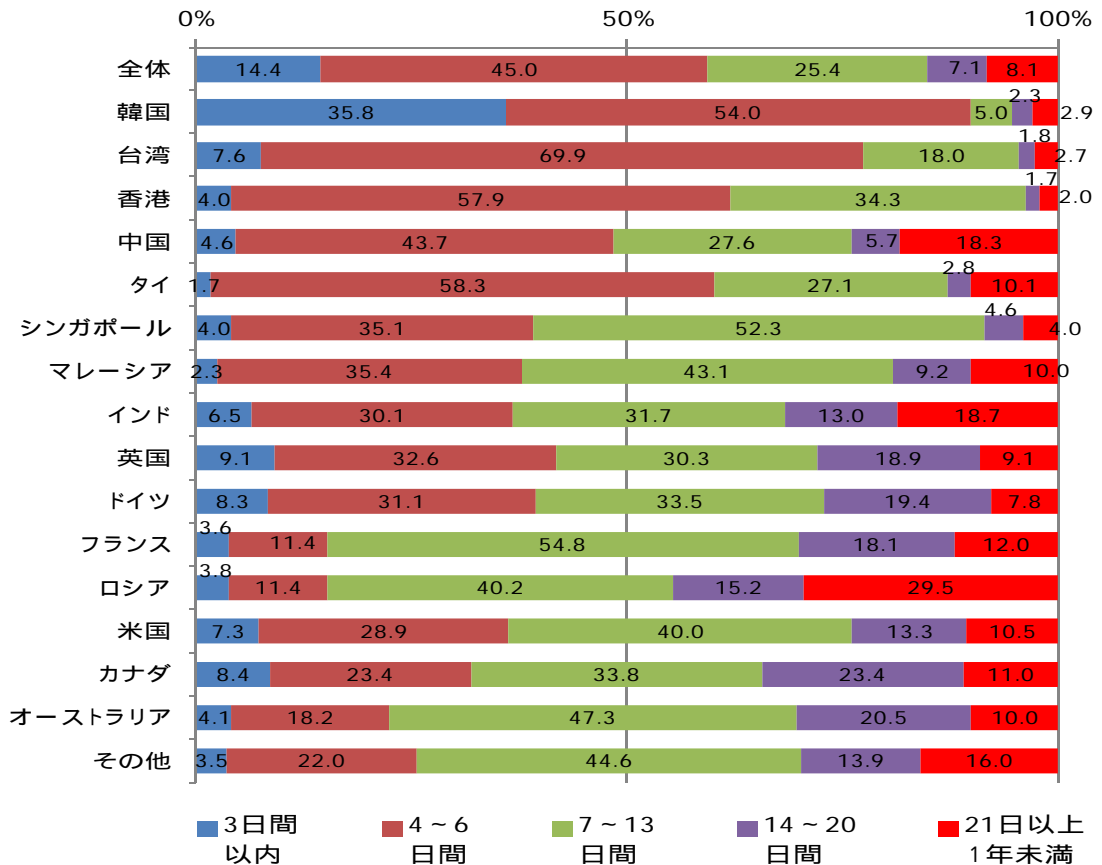
図表 1-2 国籍別平均泊数(全目的)



図表 1-3 国籍別平均泊数(観光・レジャー目的)

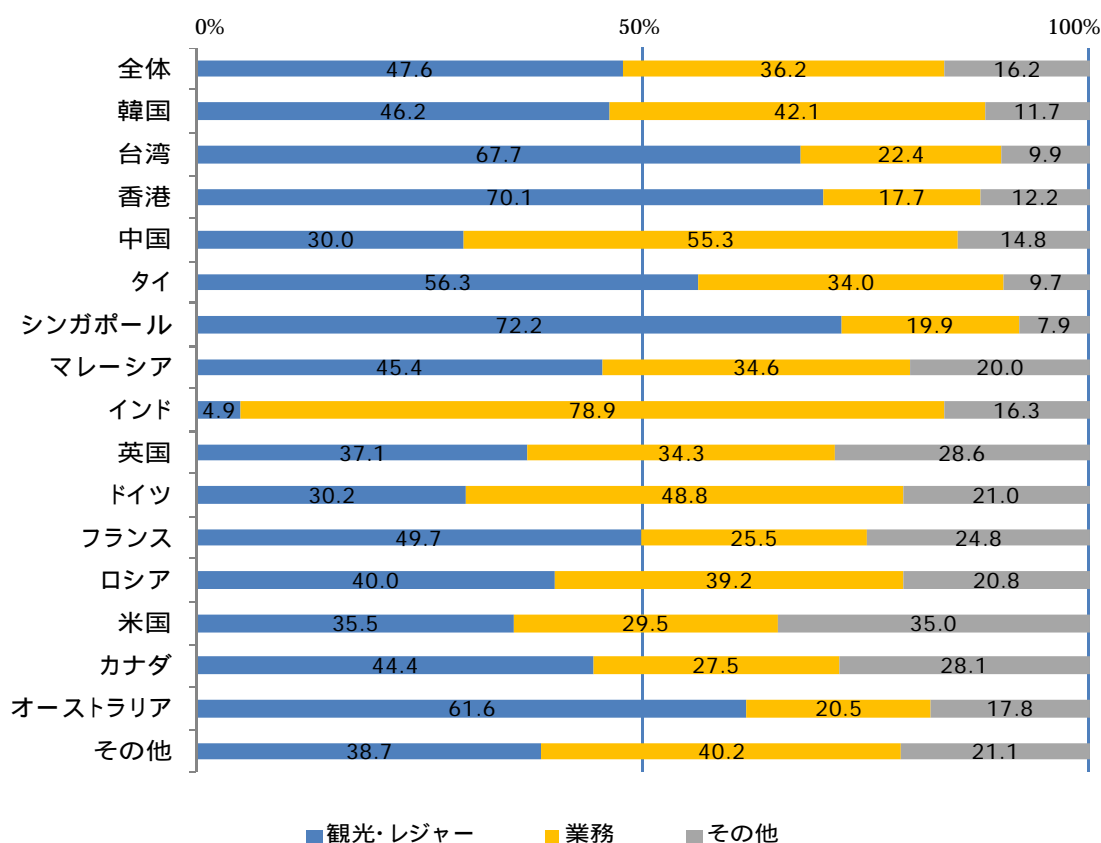


図表 1-4 国籍別滞在日数の分布 (国籍別、全目的)

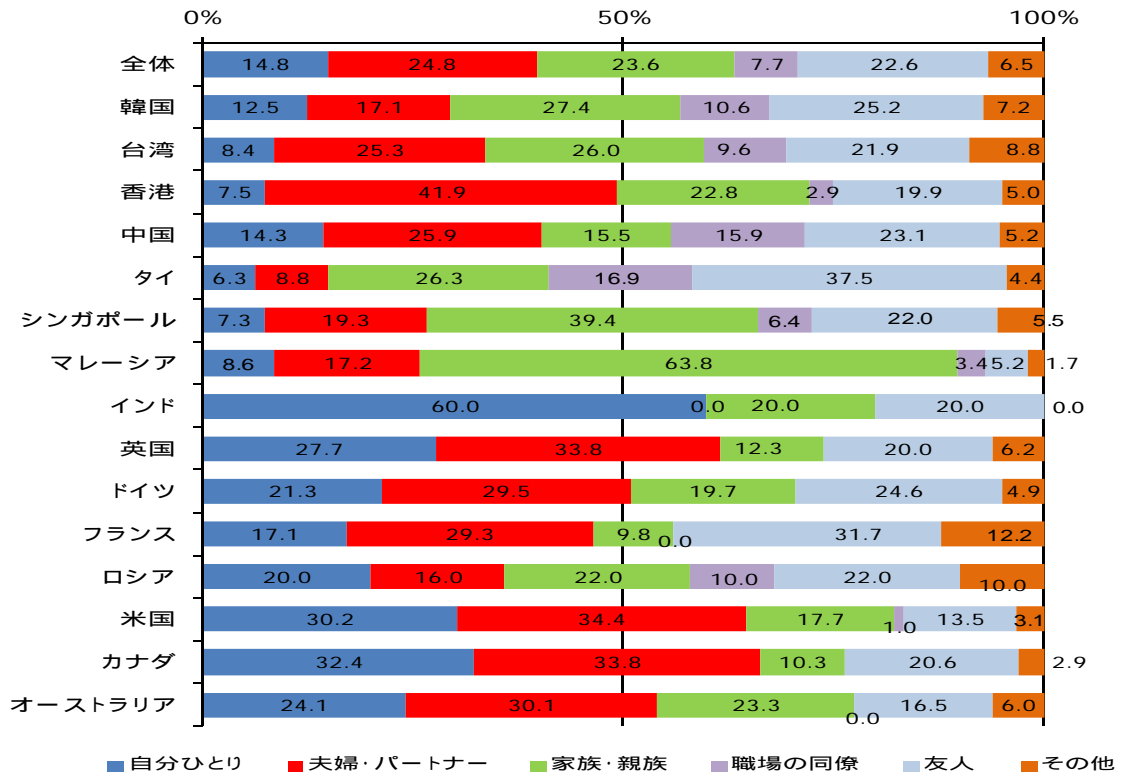


- ・訪日外国人の主な来訪目的は、「観光・レジャー」が47.6%を占める。特に台湾や香港、シンガポールなどで「観光・レジャー」の割合が高い。これに対して、「業務（展示会・見本市／国際会議／研修／商談その他ビジネス）」目的は36.2%を占める。インドではおよそ8割が「業務」目的であるほか、今期は中国で「業務」目的の割合が高い。（図表1-5）
- ・観光・レジャー目的で訪れた人の同行者（複数回答）は、香港で「夫婦・パートナー」、マレーシアで「家族・親族」、インドで「自分ひとり」の割合が他の国籍に比べて高い。（図表1-6）
- ・観光・レジャー目的の団体ツアー参加状況をみると台湾、中国、タイで5割を超えている。（図表1-7）
- ・観光・レジャー目的で来訪した人が利用した宿泊施設のタイプ（複数回答）は、「ホテル（洋室中心）」が主流だが、台湾、英国、フランス、オーストラリアでは「旅館（和室中心）」の利用率が35%を超えている。（図表1-8）

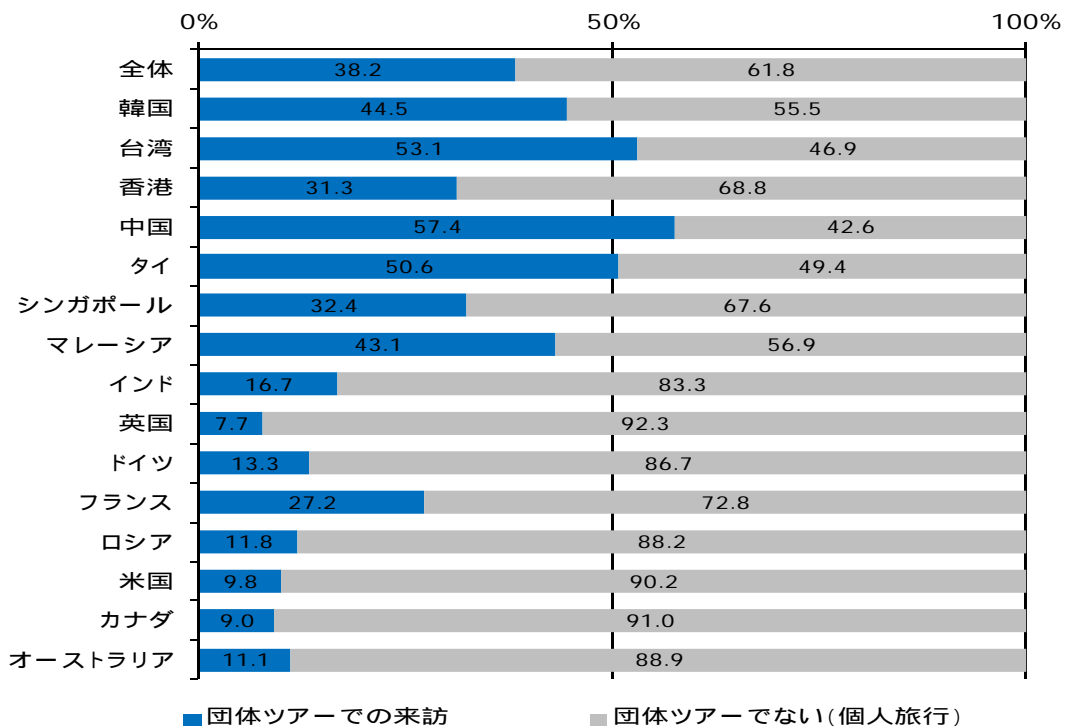
図表 1-5 主な来訪目的（国籍別）



図表 1-6 同行者 (国籍別、観光・レジャー目的のみ)



図表 1-7 団体ツアー参加状況 (国籍別、観光・レジャー目的のみ)



図表 1-8 宿泊施設タイプ(国籍別、観光・レジャー目的のみ)

| | (%) | | | |
|---------|---------------|--------------|----------------|------------|
| | ホテル (洋室中心) | 旅館 (和室中心) | 別荘・コンド ミニアム | 親族・ 知人宅 |
| 全体 | 87.3 | 28.4 | 0.8 | 6.3 |
| 韓国 | 92.0 | 10.9 | 0.6 | 4.8 |
| 台湾 | 86.1 | 35.3 | 0.9 | 4.0 |
| 香港 | 89.5 | 27.4 | 0.4 | 2.5 |
| 中国 | 86.8 | 34.8 | 0.4 | 3.2 |
| タイ | 86.3 | 26.3 | 0.0 | 9.4 |
| シンガポール | 98.1 | 28.7 | 0.0 | 0.9 |
| マレーシア | 81.4 | 33.9 | 0.0 | 10.2 |
| インド | 100.0 | 16.7 | 0.0 | 0.0 |
| 英国 | 83.1 | 36.9 | 0.0 | 13.8 |
| ドイツ | 83.9 | 32.3 | 3.2 | 11.3 |
| フランス | 82.9 | 41.5 | 0.0 | 11.0 |
| ロシア | 86.5 | 3.8 | 0.0 | 11.5 |
| 米国 | 82.1 | 30.8 | 0.5 | 11.8 |
| カナダ | 88.1 | 32.8 | 1.5 | 4.5 |
| オーストラリア | 87.4 | 35.6 | 3.0 | 9.6 |
| その他 | 81.9 | 37.1 | 1.4 | 13.6 |

(2) 国籍別にみた訪日外国人の平均支出額及び消費額

訪日外国人の平均支出額 (図表 2-1)

- ・ 2010 年 10-12 月期の訪日外国人の旅行中支出額 (日本国内における旅行支出) は、平均 114,924 円と推計される。また、旅行前支出額 (パッケージツアー代または日本までの往復運賃) は平均 92,908 円、両者を合算した外国人客の総支出額の平均は 207,832 円と推計される。
- ・ 国籍別に旅行中支出額を比較すると、ロシアが 18.8 万円と最も高く、オーストラリア (18.7 万円)、フランス (17.2 万円) が続く。中国は、東アジアで最も高く 16.5 万円である。

図表 2-1 平成 22 年 10-12 月期 訪日外国人 1 人あたり旅行支出額 (国籍別) 四半期暫定値

| 国籍 | (人) | (円/人) | (円/人) | (円/人) |
|---------|-------|------------------------------|-------------------------|-----------------|
| | 標本数 | a.パッケージツアー・往復航空運賃支出 (旅行前支出額) | b.日本国内における旅行支出 (旅行中支出額) | c.総支出額 (=a.+b.) |
| 全国籍 | 6,633 | 92,908 | 114,924 | 207,832 |
| 韓国 | 1,386 | 49,748 | 66,741 | 116,489 |
| 台湾 | 1,249 | 66,181 | 80,638 | 146,819 |
| 香港 | 342 | 68,634 | 108,077 | 176,711 |
| 中国 | 826 | 72,907 | 164,581 | 237,488 |
| タイ | 284 | 117,914 | 103,010 | 220,925 |
| シンガポール | 150 | 102,546 | 156,019 | 258,565 |
| マレーシア | 129 | 114,396 | 127,982 | 242,378 |
| インド | 120 | 111,138 | 170,548 | 281,685 |
| 英国 | 171 | 153,855 | 150,486 | 304,341 |
| ドイツ | 204 | 163,851 | 132,407 | 296,258 |
| フランス | 166 | 182,279 | 172,168 | 354,447 |
| ロシア | 120 | 101,932 | 188,217 | 290,149 |
| 米国 | 544 | 154,776 | 144,527 | 299,304 |
| カナダ | 154 | 140,536 | 115,336 | 255,872 |
| オーストラリア | 216 | 134,880 | 187,254 | 322,134 |
| その他 | 572 | 154,638 | 156,820 | 311,458 |

注) 支出額の全体平均は、国籍別平均値を日本政府観光局(JNTO)「訪日外客数」(10-12月期)をウェイトとして加重平均したものと推計される。

参考: 訪日外国人 1 人あたりの旅行支出額推移 (全国籍、四半期暫定値)

| | 旅行前支出額 (円/人) | 旅行中支出額 (円/人) | 総支出額 (円/人) |
|---------|--------------|--------------|------------|
| 4-6月期 | 99,794 | 104,263 | 204,057 |
| 7-9月期 | 99,297 | 122,115 | 221,412 |
| 10-12月期 | 92,908 | 114,924 | 207,832 |

上表 7-9 月期の値については精査の結果、前回の値から旅行前支出額、旅行中支出額、総支出額に関して更新しています。

国籍別にみた旅行消費額（旅行中消費額、暫定値）（図表 2-2）

- ・2010年10-12月期の訪日外国人の総旅行消費額は、日本旅行中支出額に、同期間の訪日外客数を乗じることで、2,311億円と推計される（パック料金に含まれる日本国内での消費分や国内航空会社に支払われる国際航空運賃を除く）。
- ・国籍別の消費額は、韓国396億円（シェア17.1%）、中国387億円（同16.8%）、米国259億円（同11.2%）、台湾223億円（同9.7%）、シンガポール115億円（同5.0%）の順となっており、訪日外国人消費額上位5カ国のシェアは59.8%である。

図表 2-2 平成 22 年 10-12 月期 訪日外国人の総旅行消費額（国籍別） 四半期暫定値

| 国籍 | (円/人) | (人) | (億円) | 構成比 |
|---------|----------------------------|------------------------------------|--|--------|
| | a.日本国内における旅行支出 (旅行中支出額) | b.訪日外客数 ^{注1} (JNTO速報値) | c.訪日外国人旅行消費額 ^{注2} (=a. × b.) | |
| 全国籍 | 114,924 | 2,010,596 | 2,310.7 | 100.0% |
| 韓国 | 66,741 | 593,573 | 396.2 | 17.1% |
| 台湾 | 80,638 | 276,590 | 223.0 | 9.7% |
| 香港 | 108,077 | 100,455 | 108.6 | 4.7% |
| 中国 | 164,581 | 235,195 | 387.1 | 16.8% |
| タイ | 103,010 | 66,106 | 68.1 | 2.9% |
| シンガポール | 156,019 | 73,870 | 115.3 | 5.0% |
| マレーシア | 127,982 | 37,688 | 48.2 | 2.1% |
| インド | 170,548 | 16,260 | 27.7 | 1.2% |
| 英国 | 150,486 | 46,173 | 69.5 | 3.0% |
| ドイツ | 132,407 | 35,165 | 46.6 | 2.0% |
| フランス | 172,168 | 37,901 | 65.3 | 2.8% |
| ロシア | 188,217 | 14,102 | 26.5 | 1.1% |
| 米国 | 144,527 | 179,072 | 258.8 | 11.2% |
| カナダ | 115,336 | 37,156 | 42.9 | 1.9% |
| オーストラリア | 187,254 | 56,632 | 106.0 | 4.6% |
| その他 | 156,820 | 204,658 | 320.9 | 13.9% |

注1) 出典：日本政府観光局（JNTO）
平成22年10月、11月は暫定値、同年12月は推計値を使用した。

注2) 四半期報告書に掲載する「旅行消費額」は「旅行中支出額」の合算値であり、パッケージツアー参加費に含まれる日本国内支出や日本の航空会社および船船会社に支払われる国際旅客運賃を含まない。

参考: 訪日外国人の総旅行消費額推移(全国籍、四半期暫定)

| | 旅行中支出額(円/人) | 訪日外客数(JNTO速報値)(人) | 総旅行消費額(億円) |
|---------|-------------|-------------------|------------|
| 4-6月期 | 104,263 | 2,188,395 | 2,281.7 |
| 7-9月期 | 122,115 | 2,399,107 | 2,929.7 |
| 10-12月期 | 114,924 | 2,010,596 | 2,310.7 |

上表7-9月期の値については精査の結果、前回の値から旅行中支出額、総旅行消費額に関して更新しています。

旅行形態別（パッケージツアー・個人手配旅行別）の旅行支出額(図表 2-3)

- ・パッケージツアーの購入者は全体の 26.3%であり、個人手配旅行客は 73.7%となっている。国籍別でパッケージツアーの購入率が 3 割を超えているのは、台湾 45.4%、タイ 37.8%、香港 32.9%、韓国 32.4%、マレーシア 30.0%である。
- ・パッケージツアー購入者単価（旅行前支出額）は平均 122,611 円であり、訪日外客数上位 5 カ国についてみると米国 35.8 万円、香港 9.2 万円、中国 8.9 万円、台湾 8.7 万円、韓国 7.2 万円となっている。
- ・個人手配旅行客の往復運賃は平均 82,327 円であり、訪日外客数上位 5 カ国についてみると米国 13.4 万円、中国 6.8 万円、香港 5.7 万円、台湾 4.9 万円、韓国 3.9 万円となっている。
- ・訪日旅行中の平均支出額は、パッケージツアー客が 64,121 円、個人手配旅行客が 134,996 円となっている。
- ・パッケージツアー客の旅行中支出額を訪日外客数上位 5 カ国についてみると、中国が 13.3 万円と高く、香港が 7.5 万円、米国 5.6 万円、台湾 4.9 万円、韓国 3.5 万円と続く。
- ・個人手配旅行客の旅行中支出額を訪日外客数上位 5 カ国についてみると、中国 17.6 万円、米国 15.5 万円、香港 12.7 万円、台湾 11.2 万円、韓国 8.4 万円の順となっている。
- ・旅行前支出と旅行中支出を合わせた総支出額は、パッケージツアー客が 186,732 円、個人手配旅行客が 217,323 円となっている。

1 泊あたり旅行支出額（図表 2-3）

- ・1 泊あたり旅行中支出額は、パッケージツアー客は 10,919 円、個人手配旅行客は 10,146 円となっている。1 泊あたり総支出額について見るとパッケージツアー客は 31,799 円、個人手配旅行客は 16,333 円となっている。
- ・パッケージツアー客の 1 泊あたり旅行中支出額を訪日外客数上位 5 カ国についてみると、香港が 1.6 万円と高く、以下、中国 1.3 万円、台湾 1.2 万円、韓国 1.1 万円、米国 0.3 万円と続いている。
- ・個人手配旅行客の 1 泊あたり旅行中支出額を訪日外客数上位 5 カ国についてみると、香港が 1.9 万円と高く、以下、台湾 1.5 万円、韓国 1.4 万円、米国 1.1 万円、中国 0.5 万円と続いている。

図表 2-3 手配別にみる訪日外国人1人あたり旅行支出（国籍別） 四半期暫定値

| 【パッケージツアー利用客】 | | | | | | | |
|---------------|-------------|-------------------------|------------------------|----------------------|--------|---------------------|-------------------|
| | (%) | (円/人) | (円/人) | (円/人) | (泊) | (円/人泊) | (円/人泊) |
| 国籍 | パッケージツアー購入率 | a.パッケージツアー購入者単価(旅行前支出額) | b.日本国内における旅行支出(旅行中支出額) | パッケージツアー客総支出額(a.+b.) | d.平均泊数 | 1泊当たり旅行中支出額(=b./d.) | 1泊当たり総支出額(=c./d.) |
| 全国籍 | 26.3 | 122,611 | 64,121 | 186,732 | 5.9 | 10,919 | 31,799 |
| 韓国 | 32.4 | 71,585 | 34,670 | 106,255 | 3.1 | 11,248 | 34,473 |
| 台湾 | 45.4 | 87,187 | 48,804 | 135,990 | 4.1 | 11,821 | 32,940 |
| 香港 | 32.9 | 91,755 | 74,775 | 166,530 | 4.6 | 16,114 | 35,887 |
| 中国 | 21.8 | 88,933 | 132,748 | 221,681 | 10.0 | 13,282 | 22,180 |
| タイ | 37.8 | 190,342 | 56,542 | 246,884 | 4.4 | 12,734 | 55,600 |
| シンガポール | 29.1 | 150,833 | 97,079 | 247,912 | 6.0 | 16,119 | 41,163 |
| マレーシア | 30.0 | 176,089 | 78,798 | 254,887 | 9.5 | 8,306 | 26,867 |
| インド | 4.9 | 473,654 | 55,440 | 529,094 | 22.7 | 2,446 | 23,342 |
| 英国 | 7.4 | 373,373 | 41,298 | 414,671 | 9.7 | 4,261 | 42,784 |
| ドイツ | 5.3 | 313,120 | 136,191 | 449,311 | 8.0 | 17,024 | 56,164 |
| フランス | 24.7 | 290,267 | 184,035 | 474,302 | 9.8 | 18,817 | 48,495 |
| ロシア | 12.9 | 218,704 | 100,919 | 319,623 | 7.1 | 14,179 | 44,906 |
| 米国 | 9.1 | 358,093 | 55,620 | 413,713 | 15.9 | 3,494 | 25,987 |
| カナダ | 10.4 | 284,496 | 97,853 | 382,350 | 11.6 | 8,417 | 32,890 |
| オーストラリア | 10.9 | 313,765 | 64,882 | 378,647 | 9.1 | 7,143 | 41,686 |
| その他 | 12.0 | 335,582 | 137,507 | 473,089 | 18.2 | 7,560 | 26,010 |

参考:パッケージツアー利用客旅行消費額推移(全国籍、四半期暫定)

| | 購入率 | 旅行前支出額 | 旅行中支出額 | 総支出額 | 平均泊数 | 1泊あたり旅行中支出額 | 1泊あたり総支出額 |
|---------|------|---------|--------|---------|------|-------------|-----------|
| 4-6月期 | 37.3 | 126,047 | 67,005 | 193,052 | 5.2 | 12,885 | 37,123 |
| 7-9月期 | 31.2 | 129,435 | 74,712 | 204,147 | 5.8 | 12,969 | 35,437 |
| 10-12月期 | 26.3 | 122,611 | 64,121 | 186,732 | 5.9 | 10,919 | 31,799 |

| 【個人手配客】 | | | | | | | |
|---------|---------|---------------------|------------------------|------------------|--------|---------------------|-------------------|
| | (%) | (円/人) | (円/人) | (円/人) | (泊) | (円/人泊) | (円/人泊) |
| 国籍 | 往復運賃購入率 | a.往復運賃購入者単価(旅行前支出額) | b.日本国内における旅行支出(旅行中支出額) | 個人手配客総支出額(a.+b.) | d.平均泊数 | 1泊当たり旅行中支出額(=b./d.) | 1泊当たり総支出額(=c./d.) |
| 全国籍 | 73.7 | 82,327 | 134,996 | 217,323 | 13.3 | 10,146 | 16,333 |
| 韓国 | 67.6 | 39,271 | 84,250 | 123,521 | 6.0 | 14,125 | 20,709 |
| 台湾 | 54.6 | 48,747 | 112,107 | 160,854 | 7.6 | 14,802 | 21,239 |
| 香港 | 67.1 | 57,321 | 126,512 | 183,833 | 6.7 | 18,751 | 27,248 |
| 中国 | 78.2 | 68,443 | 176,081 | 244,524 | 30.7 | 5,727 | 7,953 |
| タイ | 62.2 | 73,810 | 139,828 | 213,638 | 21.1 | 6,628 | 10,127 |
| シンガポール | 70.9 | 82,690 | 184,015 | 266,705 | 9.7 | 18,969 | 27,493 |
| マレーシア | 70.0 | 87,956 | 149,271 | 237,227 | 15.0 | 9,930 | 15,780 |
| インド | 95.1 | 92,547 | 176,943 | 269,490 | 17.3 | 10,233 | 15,586 |
| 英国 | 92.6 | 136,239 | 160,495 | 296,734 | 11.6 | 13,874 | 25,651 |
| ドイツ | 94.7 | 155,431 | 132,165 | 287,596 | 12.5 | 10,549 | 22,956 |
| フランス | 75.3 | 146,859 | 169,235 | 316,093 | 12.5 | 13,534 | 25,279 |
| ロシア | 87.1 | 84,671 | 201,311 | 285,982 | 31.0 | 6,494 | 9,225 |
| 米国 | 90.9 | 134,445 | 154,860 | 289,304 | 14.1 | 10,967 | 20,489 |
| カナダ | 89.6 | 123,845 | 117,678 | 241,522 | 10.5 | 11,231 | 23,050 |
| オーストラリア | 89.1 | 112,975 | 200,366 | 313,341 | 13.2 | 15,139 | 23,676 |
| その他 | 88.0 | 130,012 | 158,850 | 288,862 | 17.1 | 9,310 | 16,929 |

参考:個人手配客旅行消費額推移(全国籍、四半期暫定)

| | 購入率 | 旅行前支出額 | 旅行中支出額 | 総支出額 | 平均泊数 | 1泊あたり旅行中支出額 | 1泊あたり総支出額 |
|---------|------|--------|---------|---------|------|-------------|-----------|
| 4-6月期 | 62.7 | 84,150 | 126,033 | 210,183 | 16.5 | 7,647 | 12,752 |
| 7-9月期 | 68.8 | 85,634 | 147,174 | 232,808 | 17.0 | 8,677 | 13,727 |
| 10-12月期 | 73.7 | 82,327 | 134,996 | 217,323 | 13.3 | 10,146 | 16,333 |

上表 7-9 月期の値については精査の結果、前回の値から旅行前支出額、旅行中支出額、1泊あたり旅行中支出額および1泊あたり総支出額に関して更新しています

(3) 訪日外国人の消費実態

土産品の費目別、国籍別の購入率と購入者単価

- ・ 訪日外客数上位5カ国について費目別購入率をみると、「菓子類」は台湾、香港、中国で6割前後と高く、「化粧品・医薬品・トイレットリー」は中国で62.1%、台湾で53.3%に上る。「服・かばん・靴」は、香港で46.4%と高くなっている。「和服(着物)・民芸品」は米国の購入率が24.7%と高い。「カメラ・ビデオカメラ・時計」「電気製品」は中国がそれぞれ最も高い購入率となっている。(図表3-1)
- ・ 訪日外国人の費目別の購入者単価(その費目を購入した人の中での当該費目の平均支出額)をみると、「カメラ・ビデオカメラ・時計」や「電気製品」が4万円超と高い。国籍別では、どの費目でも中国の単価が高い傾向にある。

図表3-1 国籍別にみた土産品の購入率(全体・訪日外客数上位5カ国別)

| 国籍 | 全体 | | 韓国 | | 台湾 | | 香港 | | 中国 | | 米国 | |
|-----------------|-------|----------|-------|----------|-------|----------|-------|----------|-------|----------|-------|----------|
| | 購入率 | 購入者単価(円) | 購入率 | 購入者単価(円) | 購入率 | 購入者単価(円) | 購入率 | 購入者単価(円) | 購入率 | 購入者単価(円) | 購入率 | 購入者単価(円) |
| 菓子類 | 49.4% | 10,099 | 48.7% | 5,985 | 62.2% | 9,816 | 59.2% | 12,039 | 55.2% | 14,772 | 37.0% | 7,118 |
| その他食料品・飲料・酒・たばこ | 39.2% | 12,705 | 36.8% | 10,347 | 33.1% | 9,570 | 34.8% | 13,453 | 41.0% | 14,656 | 46.0% | 11,715 |
| カメラ・ビデオカメラ・時計 | 8.2% | 41,127 | 2.5% | 26,193 | 5.1% | 37,289 | 6.5% | 33,422 | 22.5% | 59,962 | 6.2% | 20,514 |
| 電気製品 | 6.1% | 42,719 | 2.6% | 68,983 | 5.6% | 24,191 | 5.4% | 29,848 | 14.5% | 70,875 | 4.7% | 21,669 |
| 化粧品・医薬品・トイレットリー | 30.4% | 20,887 | 26.5% | 17,360 | 53.3% | 16,999 | 44.9% | 18,242 | 62.1% | 35,072 | 9.5% | 7,990 |
| 和服(着物)・民芸品 | 12.1% | 17,435 | 2.9% | 5,696 | 9.3% | 11,719 | 9.8% | 12,940 | 5.6% | 21,056 | 24.7% | 28,369 |
| 服(和服以外)・かばん・靴 | 25.3% | 35,513 | 12.9% | 22,345 | 39.6% | 37,304 | 46.4% | 45,222 | 27.1% | 56,007 | 20.6% | 14,729 |
| マンガ・DVD・アニメ関連商品 | 5.9% | 8,139 | 3.2% | 7,389 | 5.5% | 12,054 | 8.0% | 8,357 | 4.0% | 11,500 | 7.7% | 5,634 |

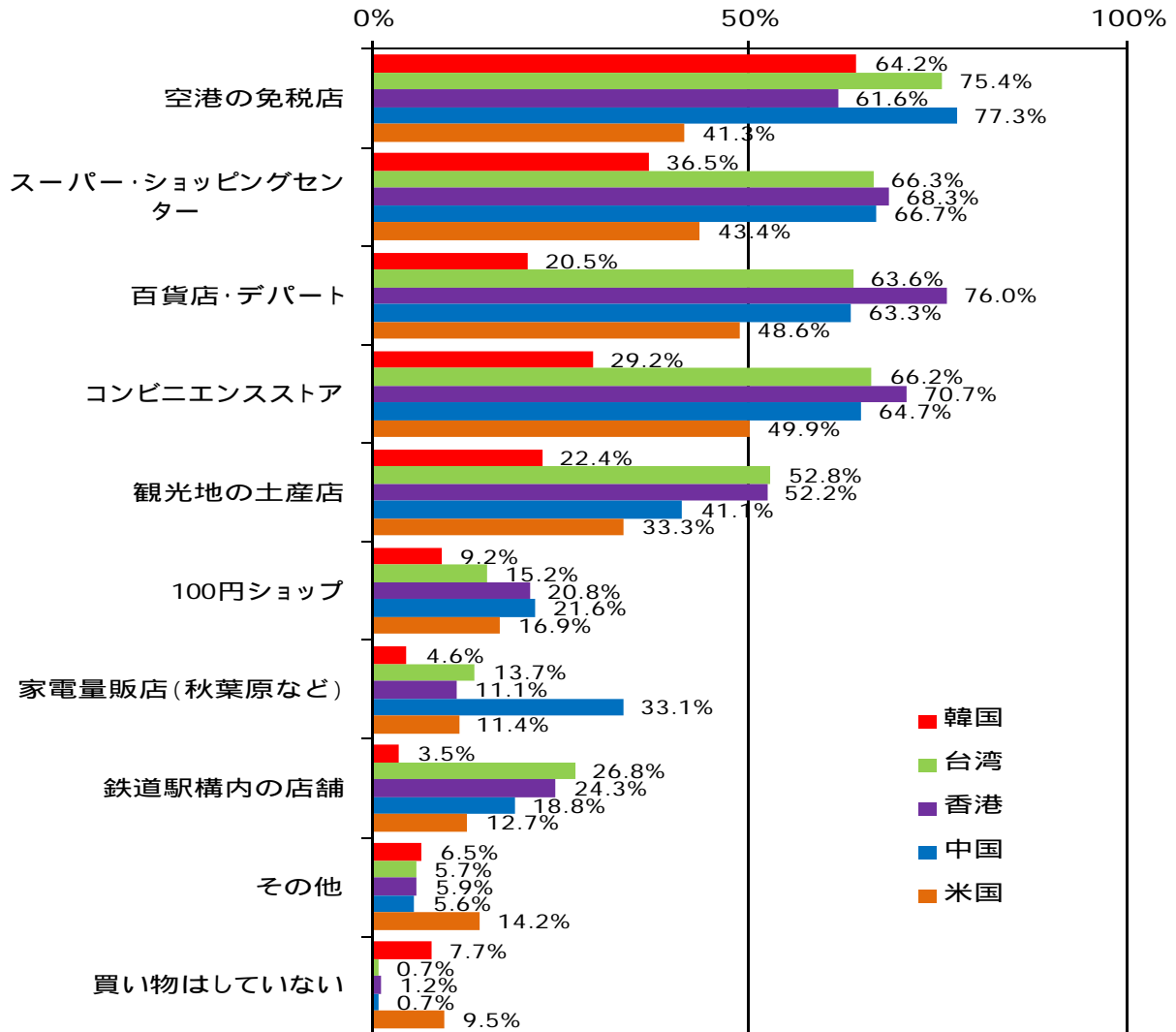
参考: 来訪目的別にみる費目別購入率および購入者単価 (訪日外客数上位5カ国)

| 費目 | 国籍 | 韓国 | | 台湾 | | 香港 | | 中国 | | 米国 | |
|-----------------|---------|-------|--------------|-------|--------------|-------|--------------|-------|--------------|-------|--------------|
| | 来訪目的 | 購入率 | 購入者単価 (円) | 購入率 | 購入者単価 (円) | 購入率 | 購入者単価 (円) | 購入率 | 購入者単価 (円) | 購入率 | 購入者単価 (円) |
| 菓子類 | 観光・レジャー | 46.0% | 6,123 | 64.8% | 10,545 | 58.1% | 13,200 | 56.1% | 19,668 | 44.7% | 5,881 |
| | 業務 | 49.7% | 5,673 | 53.0% | 8,038 | 62.3% | 10,168 | 53.8% | 12,374 | 34.6% | 3,654 |
| その他食料品・飲料・酒・たばこ | 観光・レジャー | 37.3% | 10,854 | 31.8% | 9,544 | 32.9% | 13,918 | 34.2% | 15,071 | 52.1% | 12,452 |
| | 業務 | 35.4% | 11,023 | 31.9% | 9,099 | 37.7% | 11,625 | 45.3% | 14,508 | 38.9% | 13,021 |
| カメラ・ビデオカメラ・時計 | 観光・レジャー | 3.7% | 20,084 | 5.2% | 40,837 | 6.4% | 27,239 | 19.4% | 69,267 | 7.4% | 16,807 |
| | 業務 | 1.5% | 35,417 | 4.7% | 30,580 | 4.9% | 57,447 | 24.2% | 60,467 | 6.2% | 33,692 |
| 電気製品 | 観光・レジャー | 2.1% | 7,544 | 5.2% | 17,490 | 5.1% | 27,302 | 15.2% | 105,765 | 4.8% | 10,938 |
| | 業務 | 3.2% | 112,611 | 6.5% | 40,039 | 3.3% | 21,000 | 14.4% | 46,495 | 6.2% | 21,593 |
| 化粧品・医薬品・トイレットリー | 観光・レジャー | 29.6% | 21,947 | 58.0% | 17,008 | 50.4% | 18,735 | 73.0% | 43,974 | 11.2% | 9,472 |
| | 業務 | 23.8% | 10,960 | 41.9% | 12,510 | 29.5% | 11,073 | 57.8% | 28,532 | 6.8% | 6,568 |
| 和服(着物)・民芸品 | 観光・レジャー | 3.6% | 3,826 | 10.4% | 12,801 | 9.8% | 10,566 | 5.9% | 40,366 | 29.3% | 12,771 |
| | 業務 | 2.0% | 9,378 | 5.0% | 8,846 | 6.6% | 21,626 | 4.9% | 12,389 | 20.4% | 9,521 |
| 服(和服以外)・かばん・靴 | 観光・レジャー | 14.4% | 26,694 | 43.0% | 39,485 | 53.0% | 46,658 | 38.0% | 64,859 | 30.3% | 12,492 |
| | 業務 | 9.7% | 19,613 | 30.1% | 31,980 | 27.9% | 22,559 | 18.2% | 52,494 | 11.1% | 16,557 |
| マンガ・DVD・アニメ関連商品 | 観光・レジャー | 3.6% | 5,606 | 4.8% | 15,200 | 8.5% | 10,098 | 4.6% | 6,152 | 10.1% | 6,444 |
| | 業務 | 2.7% | 7,458 | 6.8% | 6,394 | 6.6% | 5,625 | 2.9% | 12,391 | 3.7% | 3,370 |

買物場所

- ・訪日外客数上位5カ国について買物場所をみると、「空港の免税店」では台湾や中国、「百貨店・デパート」では香港、「観光地の土産店」では台湾や香港の利用率が高い。また、「家電量販店」では7-9月期同様、中国の利用率が他国籍に比べて高い。（図表3-3）

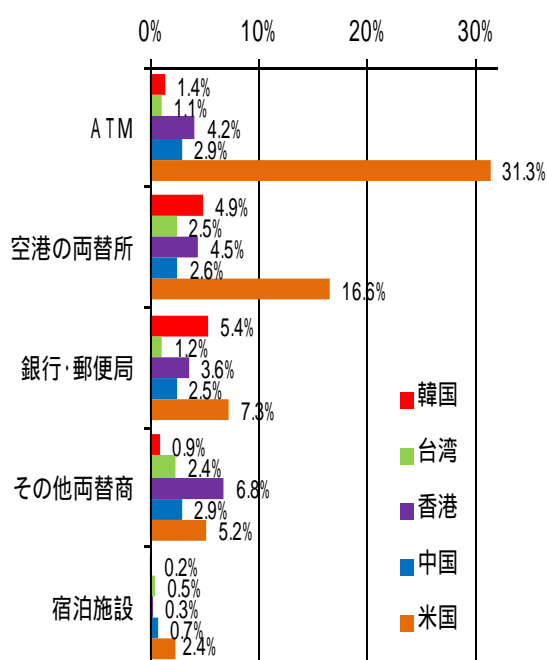
図表3-3 訪日外国人の買物場所（訪日外客数上位5カ国、複数回答）



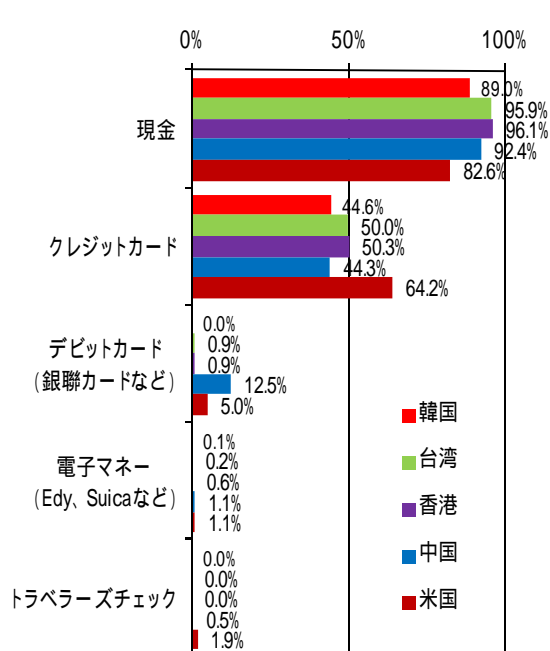
利用した金融機関および決済方法（複数回答）

- ・利用した金融機関を訪日外客数上位5カ国についてみると、米国では「ATM(現金自動預け払い機)」31.3%や「空港の両替所」16.6%と他の国籍に比べ際だって高い。（図表3-4）
- ・決済方法では、「現金」がどの国籍でも9割前後と高く、次いで「クレジットカード」の利用率が高い。「デビットカード」の利用率は中国で12.5%、米国で5.0%となっている。「電子マネー」や「トラベラーズチェック」の利用率は低い。（図表3-5）

図表 3-4 利用金融機関(訪日外客数上位5カ国、複数回答)



図表 3-5 利用決済方法(訪日外客数上位5カ国、複数回答)



(4) 来訪目的別にみた支出額（図表4）

- ・訪日外客数上位5カ国について、主要な来訪目的別（単数回答）の平均支出額についてみると、「観光・レジャー」は105,706円、「商談等その他ビジネス」は130,159円、「親族・知人訪問」108,722円となっている。
- ・来訪目的別の市場規模を計算すると、「観光・レジャー」が1,012億円と全目的の消費額の43.7%を占め、これに「ハネムーン」「学校関連の旅行」「イベント」を加えたものを観光性の高い市場と捉えると、1,069億円、シェアは46.1%となる。
- ・これに対して、「インセンティブツアー」4億円、「展示会・見本市」45億円、「国際会議」98億円、「研修」181億円、「商談等その他ビジネス」610億円等、業務性の高い市場の消費額は合わせて938億円であり、全消費額の40.5%を占めている。

図表4 来訪目的別にみる訪日外国人1人あたり旅行中支出額（訪日外国客数上位5カ国） 四半期暫定値

| | 来訪目的 | 観光・レジャー | 親族・知人訪問 | ハネムーン | 学校関連の旅行 | イベント | 留学 | インセンティブツアー | 業務 | | | | その他 |
|--|------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|------------|---------|---------|---------|--------------------|---------|
| | | | | | | | | | 展示会・見本市 | 国際会議 | 研修 | 商談等 その他 ビジネス | |
| 旅行中 | 全体 | 105,706 | 108,722 | 88,913 | 66,021 | 116,243 | 277,729 | 63,731 | 96,724 | 112,857 | 143,783 | 130,159 | 114,900 |
| 支出額 | 韓国 | 53,063 | 55,145 | 59,150 | 16,725 | 27,000 | 157,214 | 34,580 | 66,821 | 111,837 | 46,819 | 93,219 | 108,628 |
| (円/人) | 台湾 | 75,179 | 113,643 | 27,303 | 23,313 | 150,000 | 209,882 | 45,000 | 101,088 | 100,632 | 77,318 | 104,900 | 36,194 |
| | 香港 | 105,783 | 108,302 | 117,789 | 33,000 | - | 65,000 | - | - | 143,081 | 54,550 | 97,242 | 314,900 |
| | 中国 | 146,719 | 98,250 | 121,834 | 163,000 | 228,396 | 579,234 | 80,000 | 135,825 | 113,227 | 193,406 | 174,262 | 91,813 |
| | 米国 | 160,309 | 131,225 | - | 94,933 | 59,600 | 343,500 | - | 118,664 | 85,533 | 161,018 | 153,292 | 113,103 |
| 【参考】 | 全体 | 1,012.0 | 168.7 | 15.4 | 24.8 | 16.4 | 54.5 | 3.8 | 45.2 | 97.6 | 181.0 | 610.4 | 86.7 |
| 消費額 | 韓国 | 145.5 | 15.2 | 2.5 | 3.1 | 0.3 | 4.6 | 0.3 | 11.2 | 14.9 | 17.6 | 170.0 | 15.4 |
| (億円) | 台湾 | 140.8 | 13.9 | 1.1 | 0.6 | 0.3 | 2.7 | 0.4 | 5.7 | 9.9 | 3.2 | 44.4 | 2.2 |
| | 香港 | 74.5 | 3.8 | 3.8 | 0.9 | - | 0.2 | - | - | 3.7 | 0.3 | 12.7 | 7.3 |
| | 中国 | 103.4 | 17.9 | 2.7 | 1.4 | 3.8 | 24.4 | 0.7 | 6.5 | 13.7 | 77.1 | 127.7 | 6.2 |
| | 米国 | 102.0 | 50.9 | - | 5.0 | 1.6 | 6.7 | - | 1.9 | 6.1 | 8.4 | 59.5 | 15.5 |
| 目的別 | 全体 | 43.7 | 7.3 | 0.7 | 1.1 | 0.7 | 2.4 | 0.2 | 1.9 | 4.2 | 7.8 | 26.4 | 3.7 |
| 構成比 | 韓国 | 36.3 | 3.8 | 0.6 | 0.8 | 0.1 | 1.1 | 0.1 | 2.8 | 3.7 | 4.4 | 42.4 | 3.8 |
| (%) | 台湾 | 62.5 | 6.2 | 0.5 | 0.3 | 0.1 | 1.2 | 0.2 | 2.5 | 4.4 | 1.4 | 19.7 | 1.0 |
| 合計=100 | 香港 | 69.5 | 3.5 | 3.5 | 0.8 | - | 0.2 | - | - | 3.5 | 0.3 | 11.9 | 6.8 |
| | 中国 | 26.8 | 4.7 | 0.7 | 0.4 | 1.0 | 6.3 | 0.2 | 1.7 | 3.5 | 20.0 | 33.1 | 1.6 |
| | 米国 | 39.6 | 19.8 | - | 1.9 | 0.6 | 2.6 | - | 0.8 | 2.4 | 3.3 | 23.1 | 6.0 |
| 注) 上表における「消費額」は「旅行中支出額」に「訪日外客数」を乗じて算出したものであり、「旅行前支出額」に含まれる国内収入分は含まれていない。 | | | | | | | | | | | | | |
| 上表各セルのサンプル数 | 全体 | 3,225 | 522 | 60 | 110 | 50 | 66 | 21 | 159 | 320 | 410 | 1,521 | 270 |
| | 韓国 | 657 | 66 | 10 | 44 | 3 | 7 | 2 | 40 | 32 | 90 | 437 | 34 |
| | 台湾 | 858 | 56 | 18 | 12 | 1 | 6 | 4 | 26 | 45 | 19 | 194 | 28 |
| | 香港 | 242 | 12 | 11 | 9 | 0 | 1 | 1 | 5 | 9 | 2 | 45 | 8 |
| | 中国 | 251 | 65 | 8 | 3 | 6 | 15 | 3 | 17 | 43 | 142 | 261 | 24 |
| | 米国 | 195 | 119 | 1 | 16 | 8 | 6 | 0 | 5 | 22 | 16 | 119 | 42 |

(注意) サンプル数が小さい数値については、取り扱いに留意されたい

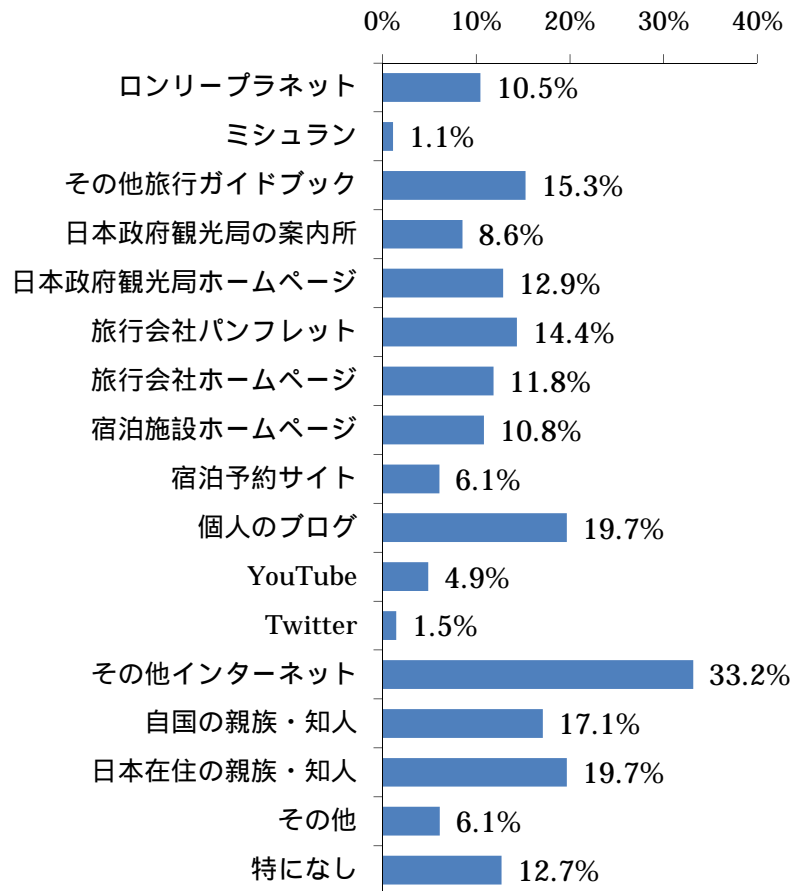
(5) 外国人客の情報源・満足度等に関わる調査

「訪日外国人消費動向調査」範囲外の追加質問を行っており、回答は任意としている。全体値について訪日外客数によるウェイト補正は行っていない。

出発前に得た旅行情報で役に立ったもの（図表 5-1）

- ・回答者全体（複数回答）でみると、インターネット媒体では、「個人のブログ」が 19.7%（7-9 月期 19.9%）、「日本政府観光局ホームページ」が 12.9%（同 9.3%）、「旅行会社ホームページ」が 11.8%（同 10.7%）であった。
- ・ガイドブック関連の紙媒体では、旅行会社パンフレットが 14.4%（7-9 月期 13.8%）であり、「ロンリープラネット」が 10.5%（同 9.7%）、「ミシュラン」は 1.1%（同 1.8%）であった。
- ・この他、「日本在住の親族・知人」は 19.7%（7-9 月期 19.7%）、「自国の親族・知人」は 17.1%（同 17.3%）となった。
- ・最重要 4 市場（韓国、台湾、香港、中国）別にみると、韓国では「その他インターネット」が 33.9%（7-9 月期 34.6%）と最も高く、次いで「個人のブログ」が 21.9%（同 34.6%）であった。台湾では、「個人のブログ」が 38.1%（同 33.9%）の利用率が最も高く、次いで「旅行会社パンフレット」が 25.9%（同 20.4%）であった。香港では、「日本政府観光局ホームページ」の利用率が 35.5%（同 18.5%）と最も高く、次いで「旅行会社パンフレット」が 24.2%（同 22.3%）であった。最後に中国は、「その他インターネット」が 30.6%（同 26.8%）と最も高く、次いで「旅行会社パンフレット」が 22.7%（同 19.0%）であった。当該 4 市場以外で、訪日外客数が多い米国の場合、「日本在住の親族・知人」から情報を得たとする回答が 42.9%（7-9 月期 36.8%）と最も高く、次いで「その他インターネット」が 40.0%（同 38.4%）であった（図表 5-2）。

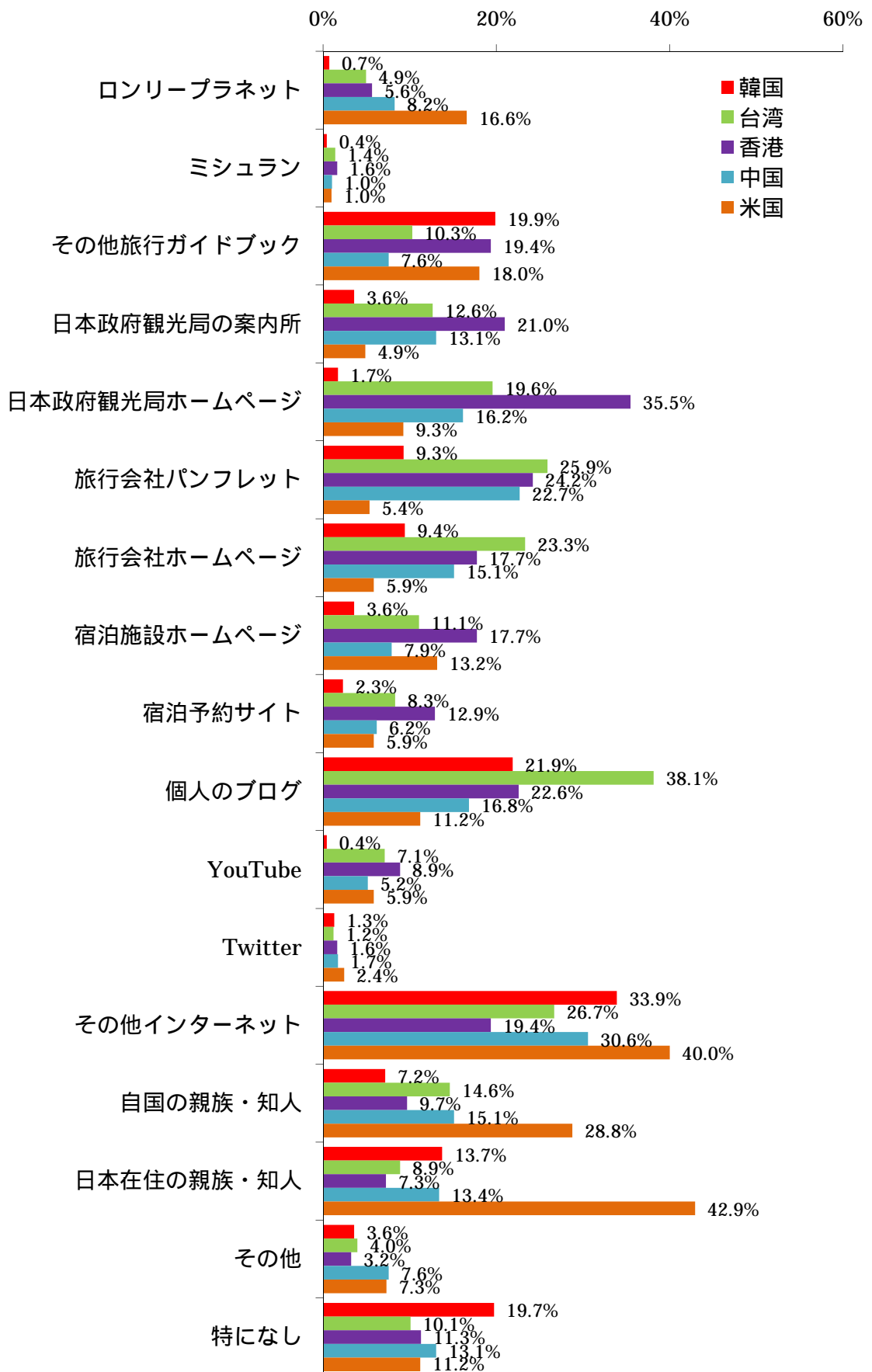
図表 5-1 出発前に得た旅行情報で役に立ったもの（複数回答）



N (回答者数) =2618

(注意) 回答者数に対する割合であることに留意されたい。

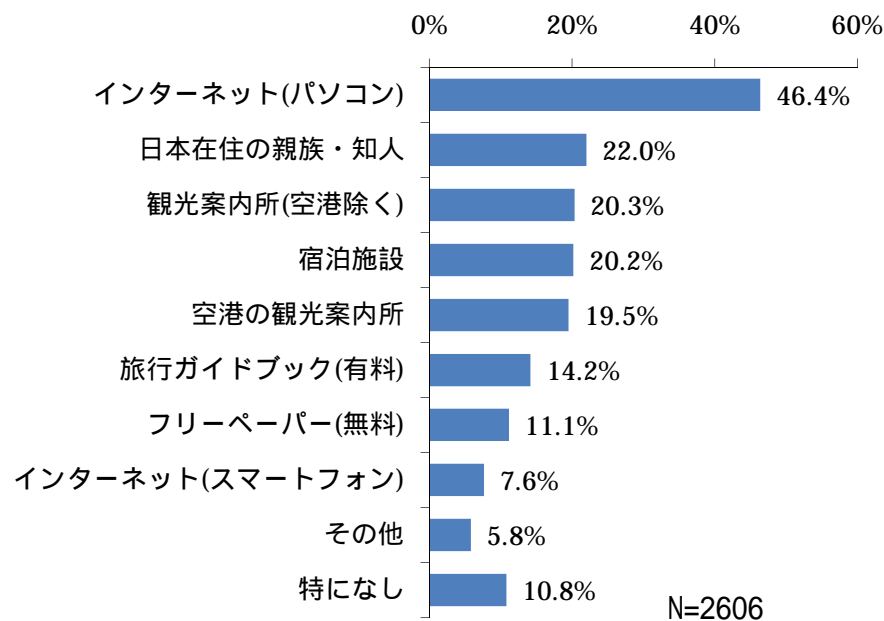
図表 5-2 出発前に得た旅行情報で役に立ったもの（複数回答・訪日外客数上位 5 ヶ国別）
 韓国 N = 699、台湾 N = 506、香港 N = 124、中国 N = 291、米国 N = 205



日本滞在中に得た旅行情報で役に立ったもの（図表 5-3）

- ・ 回答者全体（複数回答）でみると、「インターネット（パソコン）」46.4%（7-9月期 46.7%）、「日本在住の親族・知人」22.0%（同 21.7%）、「観光案内所（空港除く）」20.3%（同 20.6%）、「宿泊施設」20.2%（同 19.8%）、「空港の観光案内所」19.5%（同 18.0%）、「旅行ガイドブック（有料）」14.2%（同 15.1%）の順となっている。
- ・ 情報源を訪日外客数上位 5 ヶ国別にみると、「インターネット（パソコン）」は米国 54.8%（7-9月期 62.0%）及び台湾 54.0%（同 53.9%）が他に比べて高い。「日本在住の親族・知人」は米国 49.7%（同 40.1%）が特に高く、「宿泊施設」では、香港 32.5%（同 22.4%）台湾 26.5%（同 29.7%）、米国 19.1%（同 20.7%）が高く、「空港の観光案内所」も同様に香港 38.2%（同 24.3%）、台湾 30.3%（同 25.8%）が高くなっている。「インターネット（スマートフォン）」は米国 10.6%（同 8.7%）が他に比べて高い（図表 5-4）。

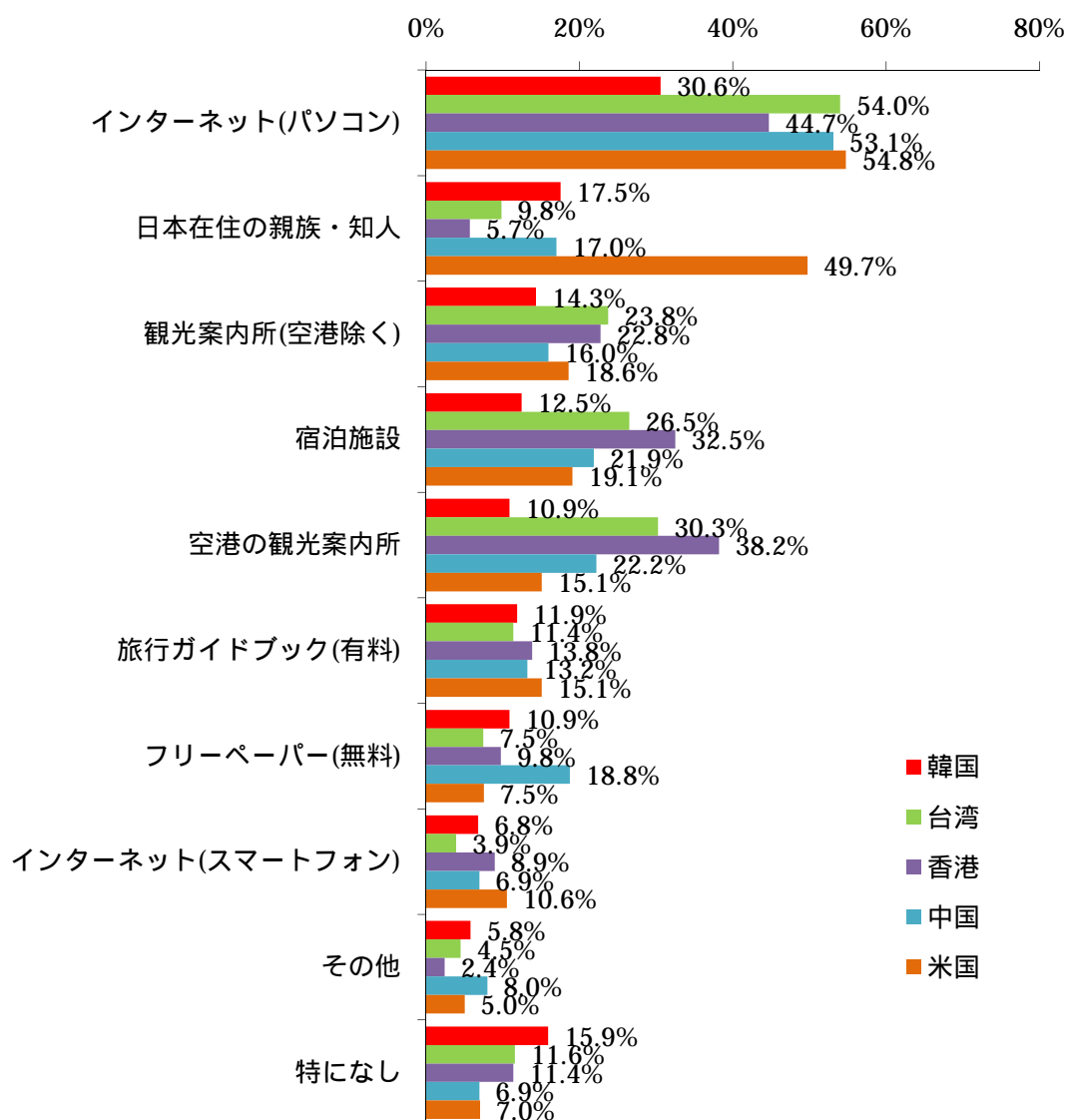
図表 5-3 日本滞在中に得た旅行情報で役に立ったもの（複数回答）



(注意)回答者数全体に対する割合であることに留意されたい。

図表 5-4 日本滞在中に得た情報で役立つもの（複数回答・訪日外客数上位5ヶ国）

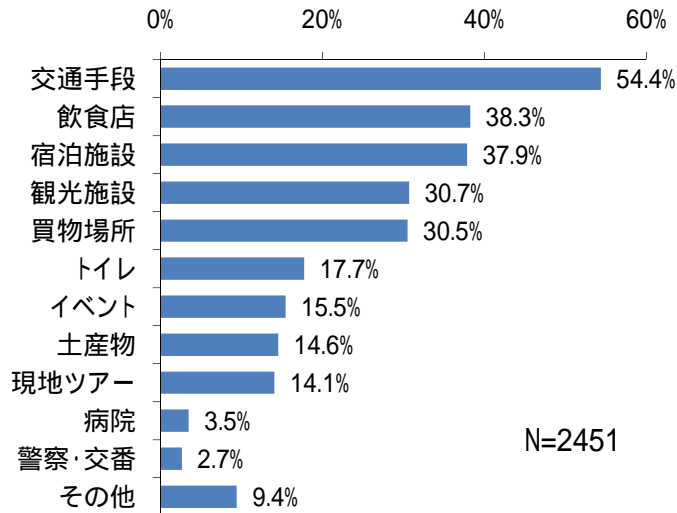
韓国 N = 690、台湾 N = 509、香港 N = 123、中国 N = 288、米国 N = 199



日本滞在中にあると便利な情報（図表 5-5）

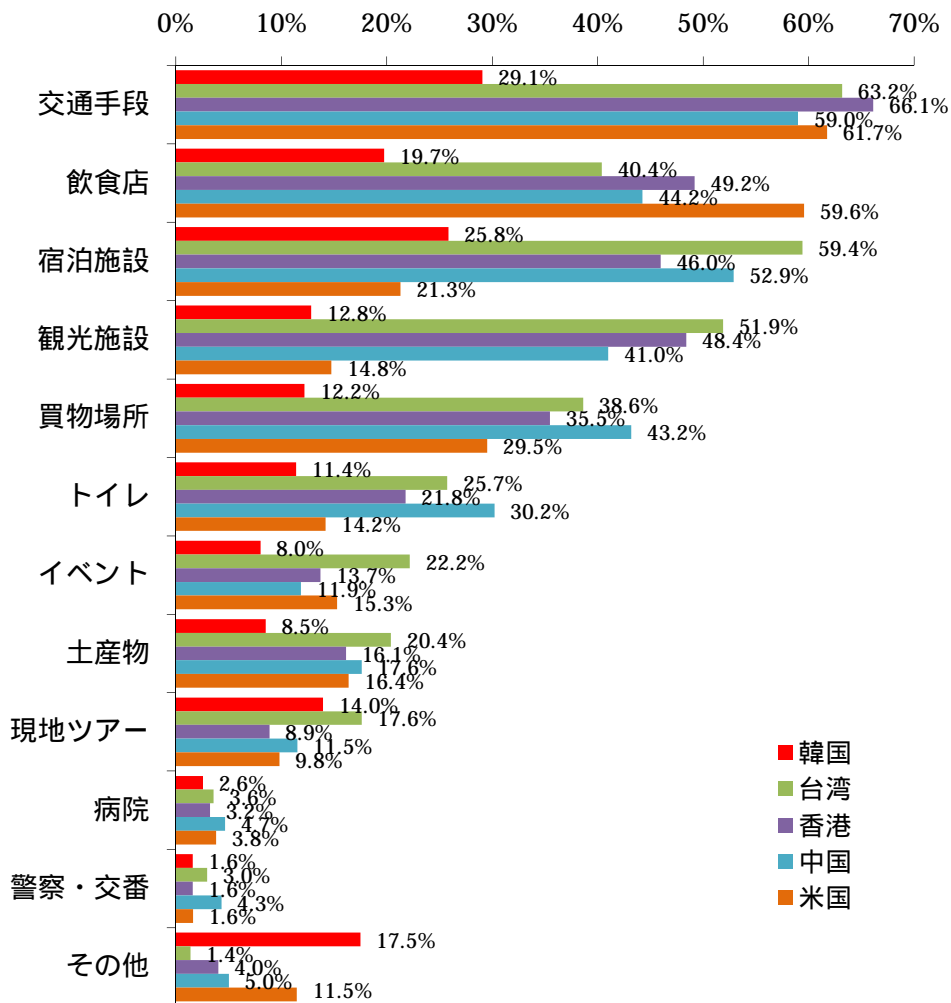
- ・日本滞在中にあると便利な情報を、回答者全体（複数回答）でみると、「交通手段」54.4%（7-9月期 54.2%）、「飲食店」38.3%（同 34.4%）、「宿泊施設」37.9%（同 35.0%）、「観光施設」30.7%（同 29.6%）、「買物場所」30.5%（同 27.8%）の順で希望する人が多い。

図表 5-5 日本滞在中にあると便利な情報（複数回答）



・訪日外客数上位5ヶ国別にみると、台湾では「交通手段」「宿泊施設」情報の希望率が最も高い。香港では、「交通手段」「飲食店」「観光施設」の回答率が高い傾向がある。中国については、「交通手段」「宿泊施設」の回答率が高く、米国では、「交通手段」「飲食店」の情報を望む声が多い。韓国は、他に比べて回答率が低めだが、「現地ツアー」の情報が台湾に次いで高い（図表 5-6）。

図表 5-6 日本滞在中にあると便利な情報（複数回答・訪日外客数上位5ヶ国）



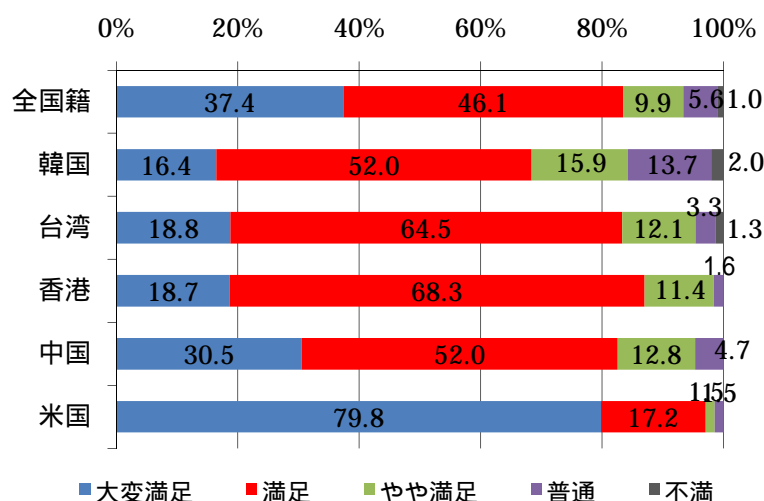
韓国 N = 623、台湾 N = 505、香港 N = 124、中国 N = 278、米国 N = 183

訪日旅行の満足度と再訪意向（図表 5-7、図表 5-8）

- ・ 訪日旅行の満足度については、「大変満足」が 37.4%（7-9 月期 35.7%）、「満足」が 46.1%（同 48.2%）、「やや満足」が 9.9%（同 9.3%）と、程度の差はあるが、約 93% の外国人が満足したと回答している。
- ・ 訪日外客数上位 5 ヶ国別にみると「大変満足」の比率は米国が 79.8%（7-9 月期 64.8%）と高い。アジアの中では、中国が 30.5%（同 21.8%）と高い。訪日外客数上位 5 カ国以外の国では、「カナダ」が 81.5%（同 68.0%）、「オーストラリア」が 70.5%（同 71.6%）、「ロシア」70.1%（同 66.7%）、「英国」67.6%（同 69.0%）、「フランス」64.3%（同 67.2%）などで「大変満足」の比率が高い。
- ・ 再訪意向は、「必ず来たい」50.4%（7-9 月期 51.6%）、「来たい」37.7%（同 37.0%）、「やや来たい」7.5%（同 6.3%）を合わせて 95.6% に上っている。訪日外客数上位 5 カ国において、「必ず来たい」は、米国、台湾、香港の順で高い。

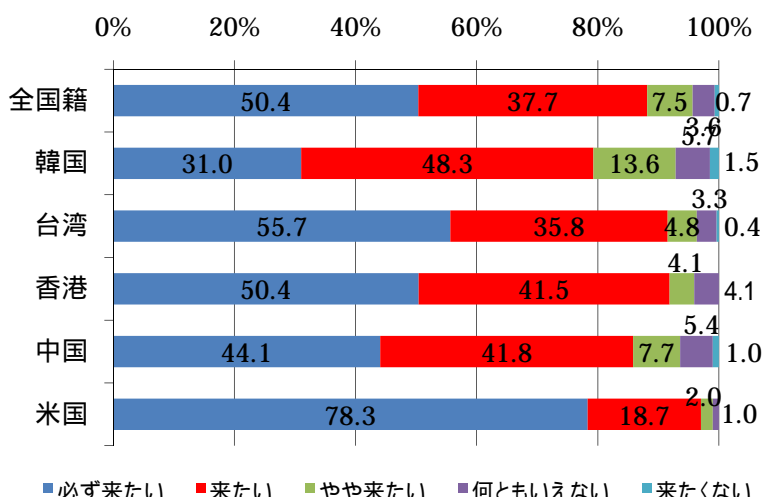
図表 5-7 訪日旅行の満足度（回答者全体・訪日外客数上位 5 ヶ国別）

全体 N = 3934、韓国 N = 813、台湾 N = 682、香港 N = 272、中国 N = 643、米国 N = 244



図表 5-8 訪日旅行者の再訪意向（回答者全体・訪日外客数上位 5 ヶ国別）

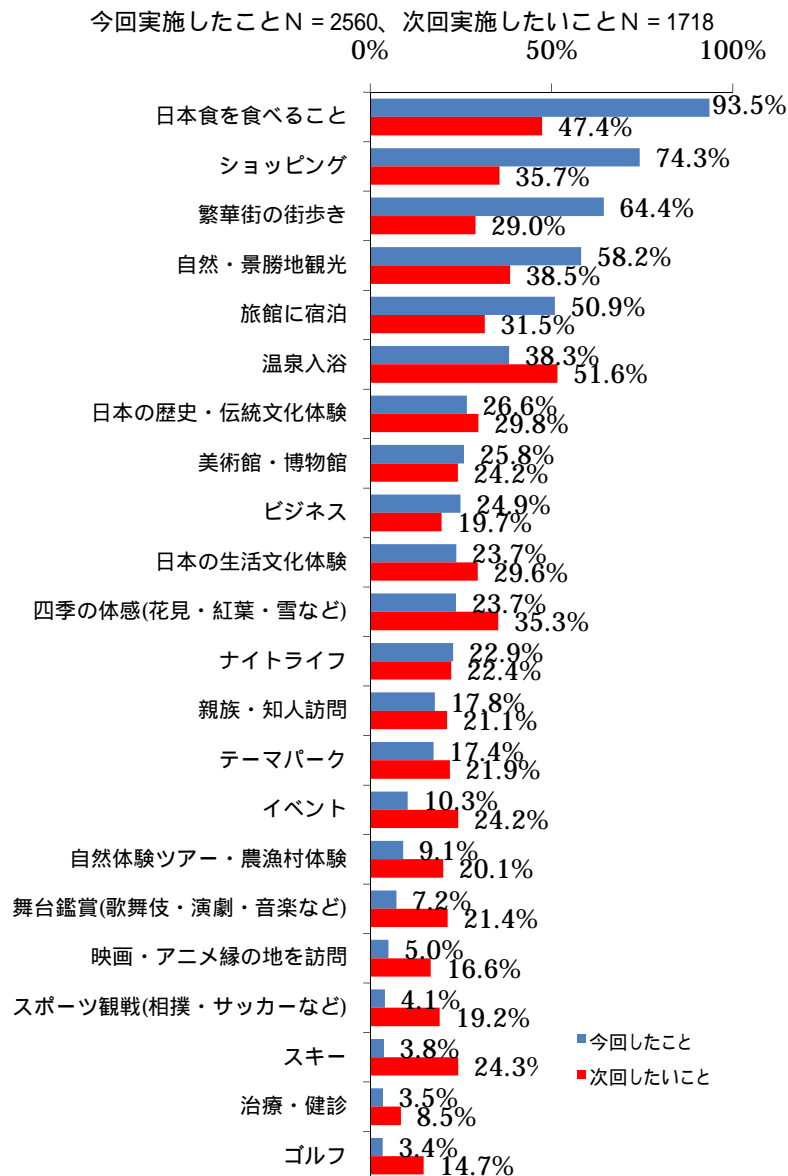
全体 N = 2639、韓国 N = 686、台湾 N = 519、香港 N = 123、中国 N = 297、米国 N = 203



今回の訪日旅行で実施した活動と次回実施したいこと（複数回答）（図表 5-9）

- ・今回の訪日旅行で実施したことは、「日本食を食べること」93.5%（7-9月期 93.8%）、「ショッピング」74.3%（同 74.8%）、「繁華街の街歩き」64.4%（同 64.2%）の順となった。
- ・次回実施したいことは、「温泉入浴」51.6%（7-9月期 46.6%）、「日本食を食べること」47.4%（同 41.8%）、「自然・景勝地観光」38.5%（同 34.6%）の順である。

図表 5-9 今回実施した活動と次回実施したい活動（回答者全体・複数回答）

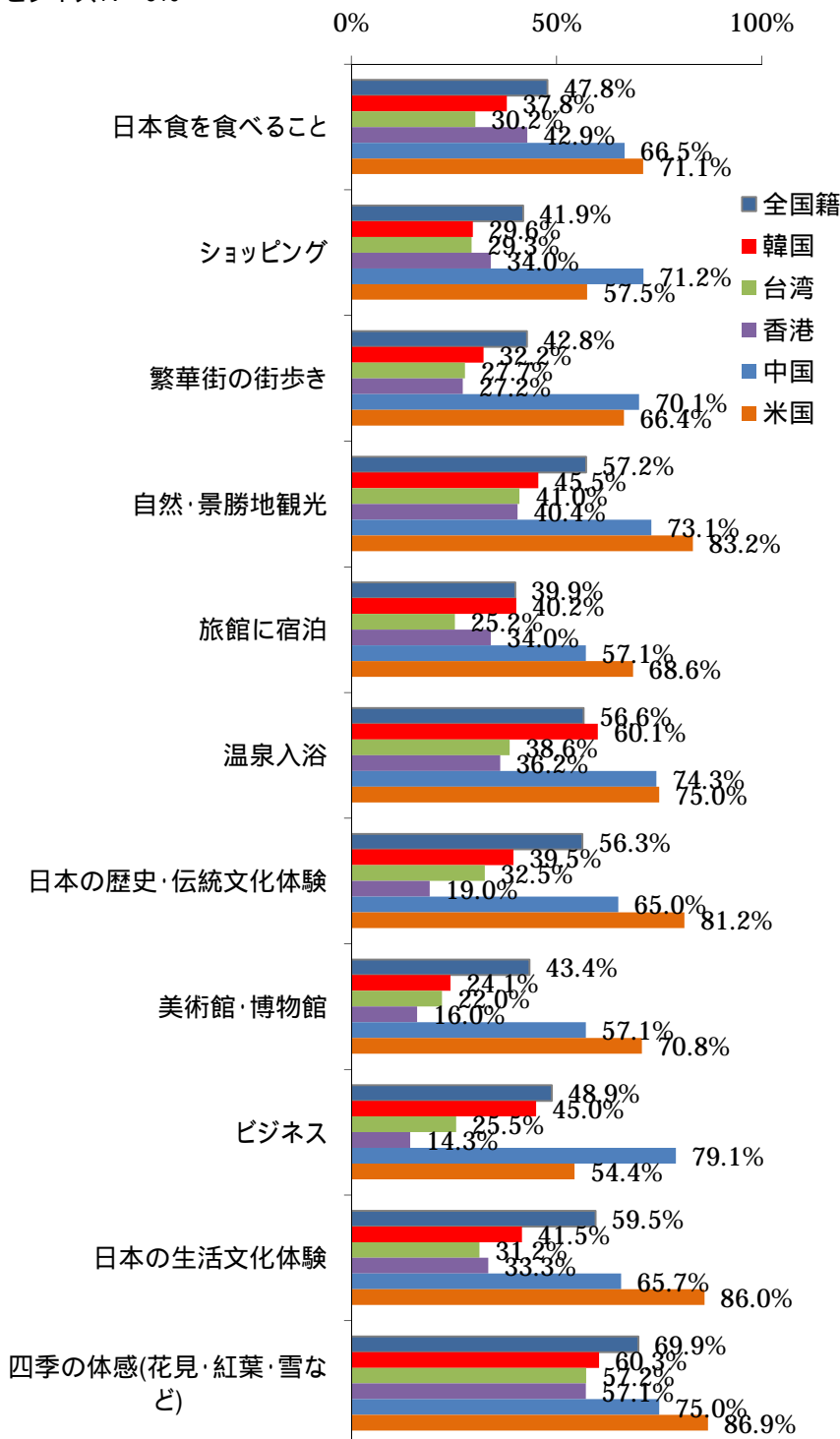


活動別にみた満足度（図表 5-10）

- ・ 今回の訪日旅行で実施したことについて、「期待以上」「期待通り」「不満」の3段階で評価してもらった。実施率上位10項目について「期待以上」の比率をみると、今回は、「四季の体感（花見・紅葉・雪）」が約7割の満足度であった。
- ・ 訪日外客数上位5ヶ国別にみると、全般に中国、米国で「期待以上」の比率が高い。

図表 5-10 期待以上だった活動（実施率上位10の活動について・訪日外客数上位5ヶ国別）

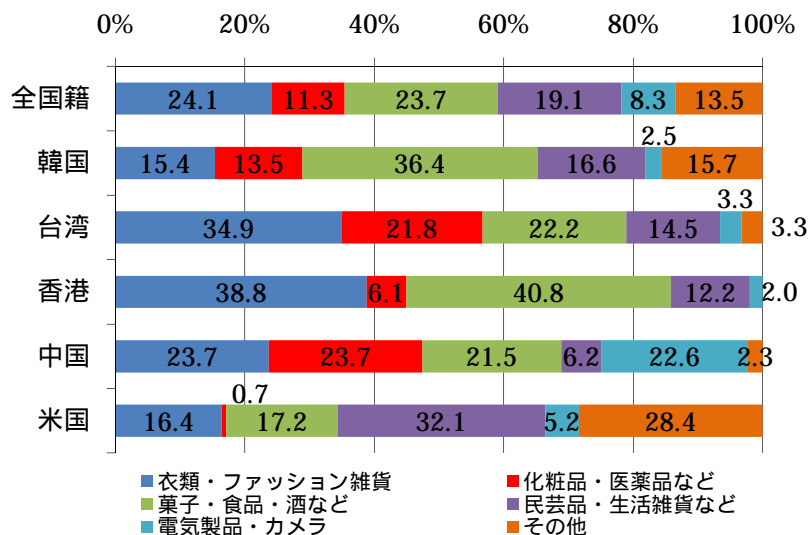
日本食を食べること N = 2320、ショッピング N = 1818、繁華街の街歩き N = 1588、自然・景勝地観光 N = 1441、旅館に宿泊 N = 1270、温泉入浴 N = 944、日本の歴史・伝統文化体験 N = 650、日本の生活文化体験 N = 580、美術館・博物館 N = 620、ビジネス N = 610



購入したものの中で最も満足した商品（任意回答）（図表 5-11～図表 5-14）

- ・ 今回の訪日旅行で購入したものの中で最も満足した商品は何かを一つだけ自由に答え
てもらった。6つのカテゴリー区分に分類を行った上で集計を行った結果、「衣類・フ
ァッション雑貨」24.1%（7-9月期 21.4%）、「菓子・食品・酒等」23.7%（同 19.7%）
「民芸品・生活雑貨等(書籍・キャラクター関連等を含む)」19.1%（7-9月期 24.1%）、
「化粧品・医薬品など」11.3%（同 13.6%）、「電気製品・カメラ」8.3%（同 12.7%）、
「その他」13.5%（同 8.5%）という回答分布になっている。
- ・ 訪日外客数上位5ヶ国別に最も多い回答をみると、韓国及び香港では「菓子・食品・
酒等」がそれぞれ韓国 36.4%（7-9月期 27.5%）、香港 40.8%（同 30.7%）であった。
台湾では「衣類・ファッション雑貨」が34.9%（同 27.7%）、中国では「衣類・フ
ァッション雑貨」及び「化粧品・医薬品など」が共に23.7%（同 25.5%）、米国では「民
芸品・生活雑貨など」が32.1%（同 39.4%）となっている。

図表 5-11 今回の旅行で購入したもので一番満足した商品（訪日外客数上位5ヶ国別・6区分）



N=1376

- ・旅行中に最も満足した商品について、品目別にみると「衣類」「ファッション雑貨」「医薬品・健康グッズ」は、台湾において満足度が高い。「化粧品」は中国、韓国において満足度が高い。また、「菓子類」は、韓国、台湾、「民芸品・工芸品」は米国において比較的高い満足率である。「家電製品」や「カメラ」は、中国が他国よりも満足度が高い(図表 5-12)。

図表 5-12 今回の旅行で購入したもので一番満足した商品（任意回答）

(%)

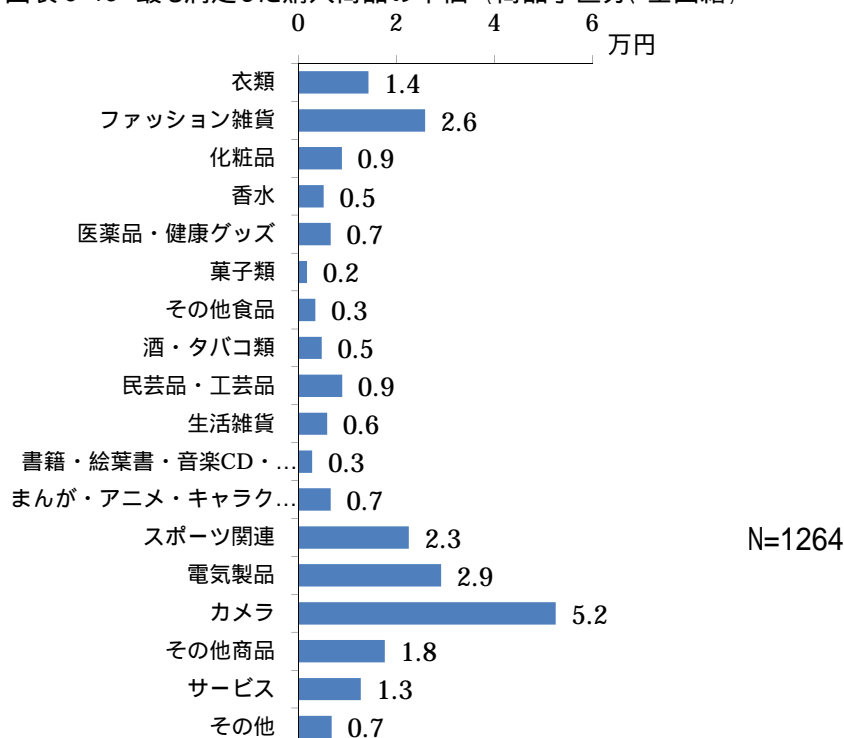
| 旅行中に一番満足した商品 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 合計 |
|----------------------|------|------|-----|------|------|--------|-------|-----|------|-----|------|------|------|------|---------|------|-------|
| 商品区分 / 国籍 | 韓国 | 台湾 | 香港 | 中国 | タイ | シンガポール | マレーシア | インド | 英国 | ドイツ | フランス | ロシア | 米国 | カナダ | オーストラリア | その他 | |
| 1. 衣類 | 15.0 | 35.6 | 6.9 | 9.4 | 6.3 | 2.5 | 5.0 | 3.1 | 1.3 | 0.6 | 0.0 | 1.3 | 6.3 | 3.8 | 7.5 | 7.5 | 100.0 |
| 2. ファッション雑貨 | 15.8 | 24.7 | 5.1 | 17.1 | 8.9 | 3.2 | 5.1 | 1.9 | 1.9 | 2.5 | 1.3 | 1.3 | 7.6 | 1.9 | 7.0 | 5.1 | 100.0 |
| 3. 化粧品 | 27.1 | 20.8 | 3.1 | 37.5 | 1.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 1.0 | 0.0 | 0.0 | 8.3 | 1.0 | 0.0 | 1.0 | 2.1 | 100.0 |
| 4. 香水 | 50.0 | 0.0 | 0.0 | 33.3 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 16.7 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 100.0 |
| 5. 医薬品・健康グッズ | 23.3 | 66.7 | 0.0 | 6.7 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 1.7 | 0.0 | 0.0 | 1.7 | 0.0 | 100.0 |
| 6. 菓子類 | 35.1 | 22.8 | 7.0 | 11.7 | 12.9 | 3.5 | 1.2 | 1.2 | 0.6 | 1.8 | 0.6 | 0.6 | 2.9 | 0.6 | 2.9 | 2.9 | 100.0 |
| 7. その他食品 | 32.1 | 20.2 | 9.5 | 11.9 | 4.8 | 0.0 | 2.4 | 2.4 | 0.0 | 3.6 | 0.0 | 1.2 | 9.5 | 3.6 | 3.6 | 7.1 | 100.0 |
| 8. 酒・タバコ類 | 43.9 | 7.6 | 0.0 | 12.1 | 1.5 | 1.5 | 3.0 | 1.5 | 1.5 | 4.5 | 0.0 | 3.0 | 15.2 | 1.5 | 3.0 | 3.0 | 100.0 |
| 9. 民芸品・工芸品 | 12.9 | 8.6 | 0.9 | 1.7 | 3.4 | 1.7 | 4.3 | 6.0 | 7.8 | 5.2 | 3.4 | 2.6 | 21.6 | 1.7 | 9.5 | 13.8 | 100.0 |
| 10. 生活雑貨 | 30.0 | 16.3 | 3.8 | 5.0 | 6.3 | 0.0 | 2.5 | 1.3 | 1.3 | 2.5 | 5.0 | 3.8 | 13.8 | 1.3 | 3.8 | 10.0 | 100.0 |
| 11. 書籍・絵はがき・音楽CD・芸術品 | 10.5 | 42.1 | 5.3 | 5.3 | 0.0 | 0.0 | 5.3 | 0.0 | 5.3 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 10.5 | 10.5 | 10.5 | 5.3 | 100.0 |
| 12. マンガ・アニメ・キャラクター関連 | 25.6 | 20.9 | 2.3 | 7.0 | 4.7 | 2.3 | 2.3 | 0.0 | 2.3 | 2.3 | 4.7 | 0.0 | 7.0 | 0.0 | 4.7 | 18.6 | 100.0 |
| 13. スポーツ関連 | 14.3 | 0.0 | 0.0 | 14.3 | 0.0 | 0.0 | 14.3 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 14.3 | 28.6 | 14.3 | 0.0 | 14.3 | 100.0 |
| 14. 家電製品 | 4.2 | 4.2 | 2.1 | 37.5 | 8.3 | 4.2 | 4.2 | 6.3 | 0.0 | 2.1 | 0.0 | 6.3 | 8.3 | 2.1 | 2.1 | 14.6 | 100.0 |
| 15. カメラ | 8.6 | 10.0 | 0.0 | 31.4 | 14.3 | 1.4 | 0.0 | 1.4 | 0.0 | 1.4 | 2.9 | 8.6 | 4.3 | 0.0 | 5.7 | 10.0 | 100.0 |
| 16. その他商品 | 9.7 | 19.4 | 0.0 | 6.5 | 19.4 | 0.0 | 3.2 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 3.2 | 16.1 | 9.7 | 0.0 | 6.5 | 9.7 | 100.0 |
| 17. サービス | 6.3 | 3.1 | 0.0 | 0.0 | 3.1 | 0.0 | 3.1 | 0.0 | 9.4 | 3.1 | 3.1 | 6.3 | 25.0 | 6.3 | 25.0 | 9.4 | 100.0 |
| 18. その他 | 34.9 | 1.6 | 0.0 | 1.6 | 1.6 | 0.0 | 2.3 | 0.8 | 0.8 | 1.6 | 6.2 | 13.2 | 20.9 | 2.3 | 6.2 | 8.5 | 100.0 |
| 回答者数 | 319 | 275 | 49 | 177 | 86 | 22 | 39 | 26 | 25 | 28 | 25 | 57 | 134 | 26 | 76 | 100 | 1464 |

衣類 N=179、ファッション雑貨 N=174、化粧品 N=99、香水 N=6、医薬品・健康グッズ N=60、菓子類 N=185、その他食品 N=94、酒・タバコ類 N=68、民芸品・工芸品 N=122、生活雑貨 N=85、書籍・絵はがき・音楽CD・芸術品 N=21、マンガ・アニメ・キャラクター関連 N=45、スポーツ関連 N=8、家電製品 N=51、カメラ N=70、その他商品 N=32、サービス N=33、その他 N=132

(注意) 上記回答は、今回の旅行にて商品を購入したと回答した者の満足度を表している。

- ・最も満足した購入商品の単価をみると、「カメラ」5.2万円、「電気製品」2.9万円、「ファッション雑貨」2.6万円、「スポーツ関連」2.3万円が比較的高い。

図表 5-13 最も満足した購入商品の単価（商品小区分、全国籍）



・満足した理由(自由回答)を10区分に分類して集計を行ったところ「品質が良いから」「デザインが良い・かわいい・きれい」「おいしいから」など、品質に関する回答が過半数を占めた。特に「化粧品・医薬品など」や「電気製品・カメラ」では、「品質が良いから」との回答が高かった(図表5-14)。

図表5-14 最も満足した購入商品についてその理由(商品大区分、全国籍)

(%)

| 満足した理由 商品大区分 | 品質が良いから | デザインが良い・ かわいい・きれい | おいしいから | 日本製だから | 伝統的・ 日本独特なものだから | 好きなブランド・ 商品だから | 自国では入手が難しいか ら | お土産にいいから・ 頼まれたから | 自国より安いから・ 価格が手頃 | その他 | 合計 |
|-----------------|---------|----------------------|--------|--------|--------------------|-------------------|------------------|---------------------|--------------------|------|-------|
| 衣類・ファッション雑貨 | 19.8 | 42.8 | 0.3 | 4.8 | 1.2 | 2.4 | 4.5 | 4.5 | 18.9 | 0.9 | 100.0 |
| 化粧品・医薬品など | 52.0 | 2.6 | 0.0 | 9.9 | 0.0 | 7.9 | 2.0 | 5.3 | 18.4 | 2.0 | 100.0 |
| 菓子・食品・酒など | 5.9 | 5.0 | 59.6 | 2.5 | 7.1 | 0.9 | 5.3 | 7.8 | 4.3 | 1.6 | 100.0 |
| 民芸品・生活雑貨など | 11.5 | 29.0 | 0.0 | 3.8 | 12.6 | 8.4 | 8.8 | 10.3 | 8.0 | 7.6 | 100.0 |
| 電気製品・カメラ | 50.5 | 7.2 | 0.0 | 17.1 | 0.0 | 0.9 | 7.2 | 0.9 | 14.4 | 1.8 | 100.0 |
| その他 | 3.9 | 4.4 | 60.2 | 0.6 | 3.9 | 0.0 | 2.2 | 3.3 | 4.4 | 17.1 | 100.0 |
| 合計 | 18.9 | 18.7 | 22.2 | 5.1 | 4.9 | 3.4 | 5.1 | 6.0 | 11.0 | 4.7 | 100.0 |

N=1362

衣類・ファッション雑貨 N=334、化粧品・医薬品など N=152、菓子・食品・酒など N=322、民芸品・生活雑貨など N=262、
電気製品・カメラ N=111、その他 N=181