

「訪日外国人消費動向調査」平成 23 年 1-3 月期調査の結果概要

【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

注) 調査対象便運休のため、今期は新潟空港での調査を実施していない。

（3） 調査時期

平成 23 年 1 月 20 日(木)～2 月 15 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

6,649 サンプル（うち国籍別消費額の有効サンプル数は 6,498 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 23 年 1-3 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（図表中の N 数（標本数）を参照されたい）。
- ・一般統計部分における全国籍の数値は、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 5 月時点の日本政府観光局（JNTO）のデータを用いている。
- ・為替レートของ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（連邦準備制度理事會）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（図表中の 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。

※本調査結果は平成 23 年 1-3 期の数値であるが、調査期間は平成 23 年 1 月 20 日～2 月 15 日であり、東日本大震災（平成 23 年 3 月 11 日）以降の期間は含まれていない。したがって、今期数値の活用にあたっては、以下の点に留意されたい。

- ◆ 本調査結果から直接得られる国籍別の数値（旅行内容の構成比や旅行消費単価など）には、東日本大震災の影響は含まれない。
- ◆ ただし、全国籍の数値は日本政府観光局（JNTO）公表の平成 23 年 1～3 月の「訪日外客数」を用いて国籍別のウェイトバック処理を行っている。そのため、この処理に用いた国籍別訪日外客数構成比には、東日本大震災の影響が含まれている点に留意されたい。
- ◆ なお、旅行消費総額の推計値は、本調査で得られた旅行消費単価に JNTO「訪日外客数」を乗じることによって算出している。前者（旅行消費単価）には東日本大震災の影響は含まれないが、後者（訪日外客数）には同影響が含まれる。

【2】 調査結果の分析

1. 訪日外国人の属性と旅行内容

(1) 訪日外国人の属性

性別の構成比は、男性 58.2%、女性 41.8%である。

性年代別でみると、「男性 30 代」17.3%、「女性 20 代」14.9%、「男性 40 代」13.8%の順が多い。

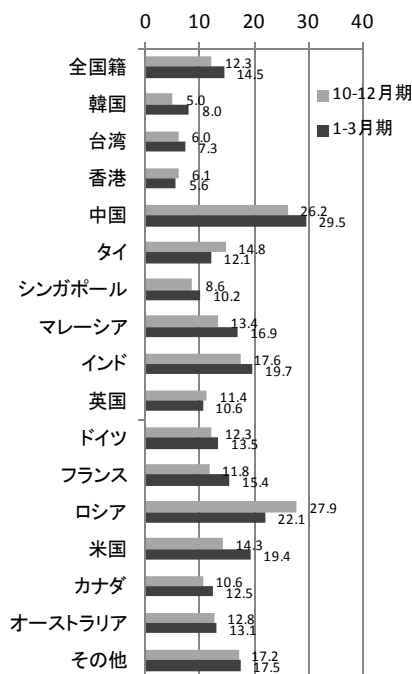
(注：性年代別の構成比には調査対象外である 15 歳未満を含まない)

(2) 泊数

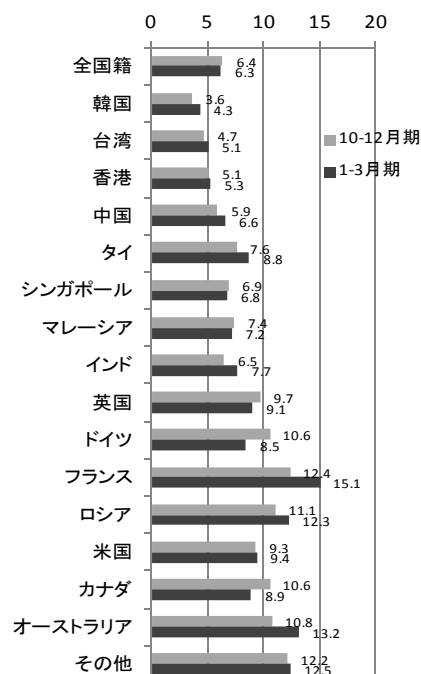
回答者全体の平均泊数は 14.5 泊である。今期は、中国で留学生を中心とする長期滞在者の出国が多かったため、平均泊数が 29.5 泊と長くなっている（図表 1-1）。

観光・レジャーを目的とした訪日外国人の平均泊数は 6.3 泊である。東アジアからの観光客は平均泊数が短く、中国でも観光・レジャー目的に限ると平均泊数は 6.6 泊である。

図表 1-1 国籍別平均泊数（全目的）

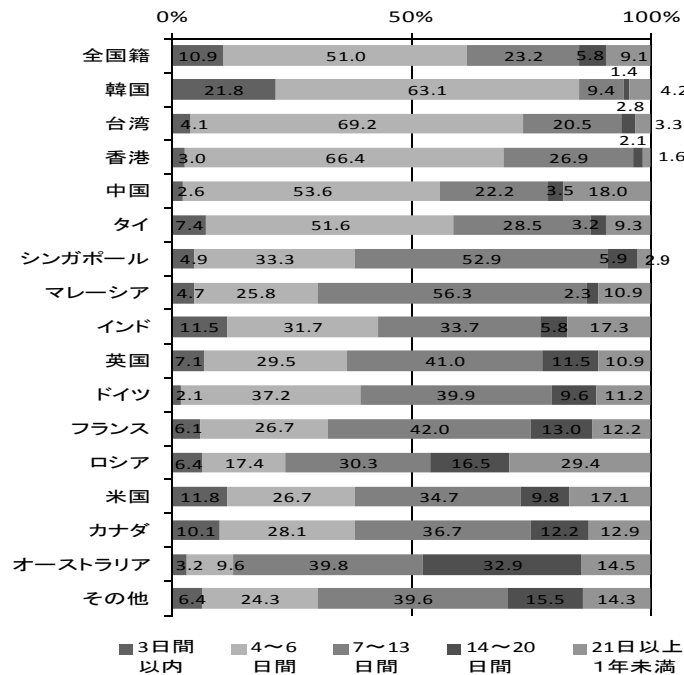


国籍別平均泊数（観光・レジャー目的）



滞在日数の分布をみると、6日間以内の滞在が過半数を占める一方で、「21日以上1年未満」の長期滞在者が9.1%を占める。国籍別では、韓国で「3日間以内」の割合が21.8%と高い（図表1-2）。

図表 1-2 国籍別滞在日数の分布（全目的）



（3）旅行内容

[全目的]

日本への来訪回数では、「1回目」が全体の37.0%、「2回目」が16.5%を占める。一方、「10回以上」も16.4%と少なくない。国籍別では、中国やオーストラリアで「1回目」の割合が高く、台湾や香港では低い（図表1-3）。

同行者（複数回答）は、「家族・親族」29.3%、「自分ひとり」26.7%、「友人」18.3%、「職場の同僚」14.8%、「夫婦・パートナー」12.2%、の順となっている。

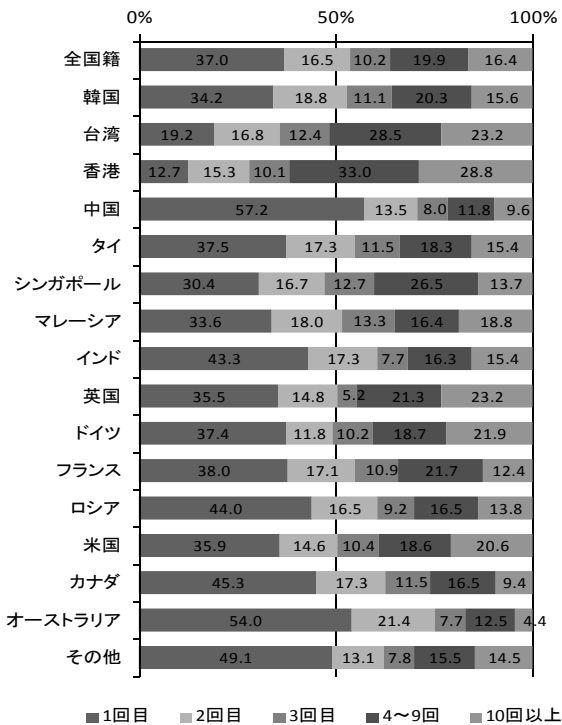
訪日外国人の主な来訪目的は「観光・レジャー」が58.7%を占める。特に台湾や香港、オーストラリアで「観光・レジャー」の割合が高い。これに対し「業務（展示会・見本市／国際会議／研修／商談等その他ビジネス）」目的は全体の24.2%を占める。インドではおよそ7割が「業務」目的である他、今期はドイツで「業務」目的の割合が高い（図表1-4）。

利用した宿泊施設のタイプ（複数回答）では、8割近くが「ホテル（洋室中心）」を利用している。

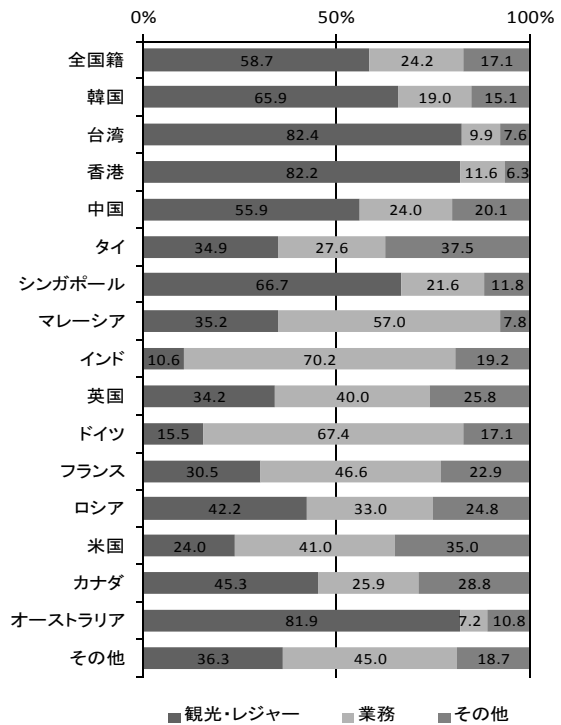
「旅館（和室中心）」の利用率はおよそ2割である。東アジア（韓国除く）からの訪日客で旅館利用率が3割前後と高いほか、オーストラリアでも3割が旅館を利用している。

旅行形態では「団体ツアーでの来訪」が29.0%を占める。国籍別では、中国の同割合が45.9%と高い。

図表 1-3 日本への来訪回数（国籍別、全目的）



図表 1-4 主な来訪目的（国籍別、全目的）

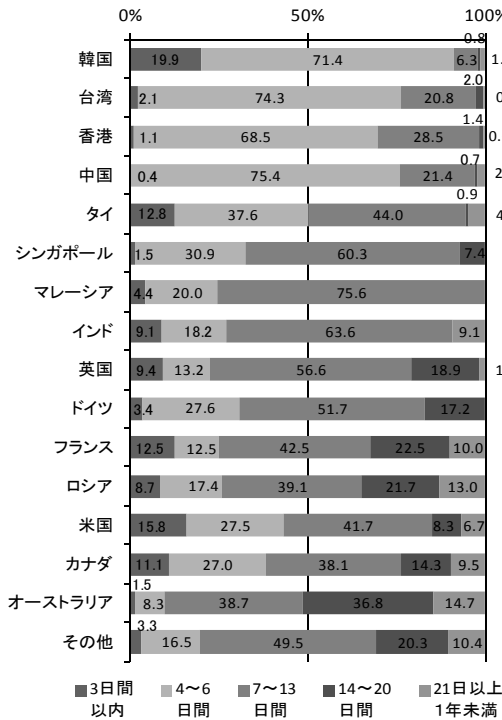


【観光・レジャー目的】

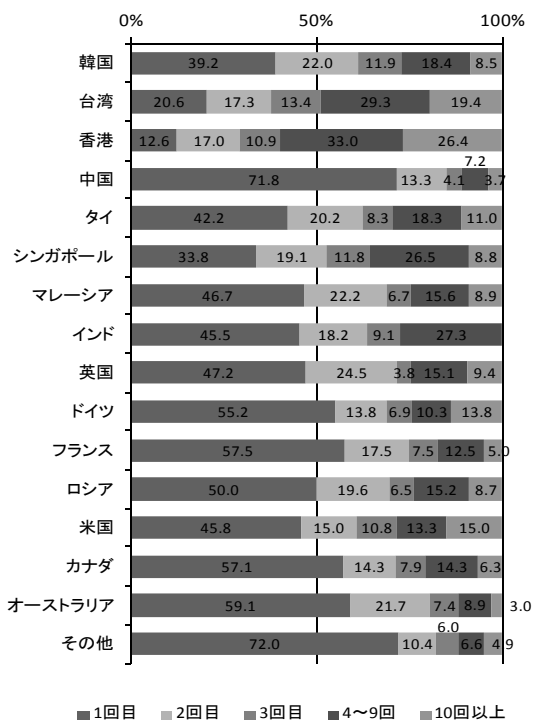
観光・レジャー目的で訪れた訪日外国人の滞在日数を国籍別にみると、韓国では「3日間以内」の滞在が19.9%と他国籍に比べて多い。また韓国、台湾、中国では「4~6日間」の割合が高く7割を超える。欧州やオーストラリア、東南アジアからの観光客では、東アジアからの観光客に比べて滞在日数の長い人が多い（図表 1-5）。

日本への来訪回数では、台湾、香港で2回目以上が多く、中国では「1回目」が7割を超える（図表 1-6）。

図表 1-5 滞在日数（国籍別、観光・レジャー目的）

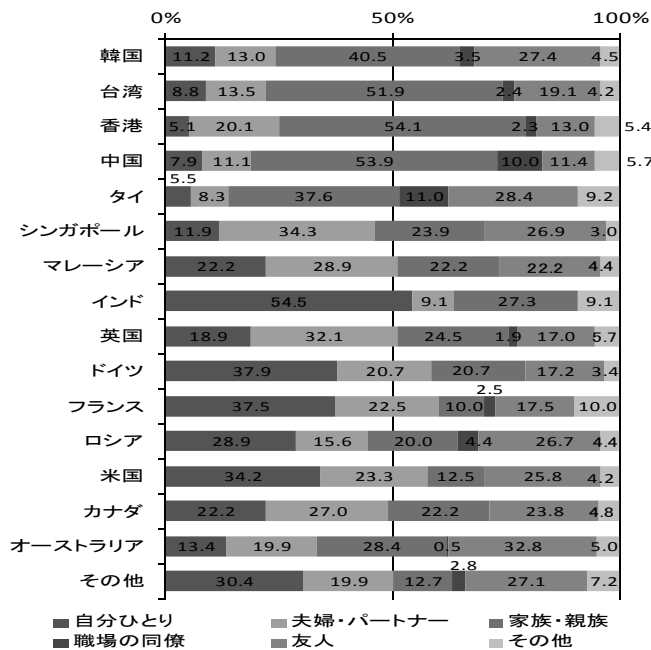


図表 1-6 日本への来訪回数（国籍別、観光・レジャー目的）



同行者は、東アジアでは「家族・親族」の割合が他国籍に比べて高い（図表 1-7）。

図表 1-7 同行者（国籍別、観光・レジャー目的）



注) 「同行者」の設問は複数回答。上記図表では「同行者」を2つ以上選択した回答を「その他」として集計している。

利用した宿泊施設タイプ（複数回答）をみると、「ホテル（洋室中心）」の利用が主流である。中国やタイでは「旅館（和室中心）」の利用率が40%前後と高い（図表1-8）。

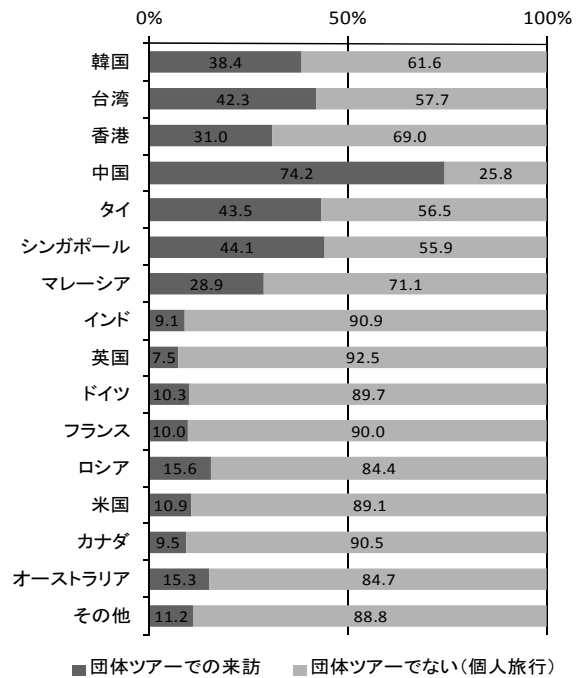
団体ツアー参加状況をみると、中国で参加率が7割を超え、台湾、タイ、シンガポールで4割を超えている。欧米人では一般的に個人旅行が多い（図表1-9）。

図表 1-8 宿泊施設タイプ（複数回答）
（国籍別、観光・レジャー目的）

(%)

	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
韓国	87.8	13.8	0.9	5.8
台湾	81.0	34.6	1.7	6.3
香港	90.9	33.8	0.9	1.1
中国	87.6	39.7	1.5	3.5
タイ	88.1	41.3	0.9	9.2
シンガポール	91.2	33.8	2.9	0.0
マレーシア	88.9	28.9	2.2	6.7
インド	72.7	0.0	0.0	27.3
英国	73.6	11.3	17.0	9.4
ドイツ	79.3	13.8	6.9	17.2
フランス	72.5	15.0	5.0	10.0
ロシア	73.9	10.9	4.3	10.9
米国	80.7	12.6	5.0	13.4
カナダ	76.2	22.2	1.6	19.0
オーストラリア	74.0	34.8	8.3	4.9
その他	81.9	24.2	3.3	11.0

図表 1-9 団体ツアー参加状況（国籍別、観光・レジャー目的）



2. 訪日外国人の旅行支出

(1) 訪日外国人の旅行中支出額

平成23年1-3月期における訪日外国人の旅行中支出額は平均113,195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89,929円、旅行前支出額と旅行前支出額を合算した総支出額は平均203,124円と推計される（図表2-1）。

国籍別に旅行中支出額を比較すると、オーストラリアが20.6万円と最も高く、ロシア(19.9万円)、中国(18.1万円)が続く。

1泊当たり旅行中支出額は7,821円、旅行前支出を含めた1泊当たり総支出額は14,034円となっている。

図表 2-1 平成23年1-3月期 訪日外国人1人当たり旅行支出(国籍別)

国籍	(人)	(円/人)	(円/人)	(円/人)	(泊)	(円/人泊)	(円/人泊)
	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.)	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	6,498	89,929	113,195	203,124	14.5	7,821	14,034
韓国	1,448	53,815	53,640	107,455	8.0	6,689	13,400
台湾	1,137	80,278	85,939	166,217	7.3	11,815	22,853
香港	428	93,798	121,338	215,136	5.6	21,589	38,278
中国	984	88,191	181,467	269,658	29.5	6,144	9,129
タイ	308	109,848	115,753	225,601	12.1	9,577	18,665
シンガポール	101	108,056	160,128	268,184	10.2	15,705	26,303
マレーシア	124	116,973	136,328	253,300	16.9	8,045	14,948
インド	98	99,533	149,856	249,389	19.7	7,606	12,658
英国	147	145,760	157,069	302,830	10.6	14,850	28,631
ドイツ	178	145,615	150,367	295,982	13.5	11,178	22,003
フランス	123	147,670	130,872	278,542	15.4	8,479	18,046
ロシア	98	90,238	199,044	289,282	22.1	9,025	13,116
米国	484	130,962	134,191	265,153	19.4	6,914	13,662
カナダ	134	112,814	115,216	228,031	12.5	9,252	18,311
オーストラリア	242	153,527	206,237	359,764	13.1	15,719	27,420
その他	464	138,246	167,258	305,503	17.5	9,553	17,448

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」(1-3月期)をウェイトとして加重平均したものの

【参考】訪日外国人1人あたり旅行支出額の推移(国籍別)

調査時期		(円/人)	(円/人)	(円/人)
		旅行前支出額	旅行中支出額	総支出額
平成22年	4-6月期	99,782	104,003	203,784
	7-9月期	92,250	119,605	211,854
	10-12月期	92,906	114,921	207,827
平成23年	1-3月期	89,929	113,195	203,124

注) 訪日外客数の更新等に伴い、前回公表値から一部数値を改訂しています。

(2) 旅行消費額(暫定値)

平成23年1-3月期の訪日外国人の総旅行消費額は、日本旅行中の支出額に同期間の訪日外客数を乗じることにより、1,977億円と推計される(図表2-2)。

国籍別の旅行消費額は、①中国 485 億円（構成比 24.5%）、②韓国 316 億円（同 16.0%）、③台湾 200 億円（同 10.1%）、④米国 182 億円（同 9.2%）、⑤オーストラリア 130 億円（同 6.6%）の順であり、上位 5 カ国で全体の 66.4%を占める。

図表 2-2 平成 23 年 1-3 月期 訪日外国人の旅行消費額（国籍別）※四半期暫定値

国籍	(円/人)	(人)	(億円)	
	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.)	構成比
全国籍	113,195	1,746,297	1,976.7	100.0%
韓国	53,640	589,108	316.0	16.0%
台湾	85,939	232,661	199.9	10.1%
香港	121,338	97,821	118.7	6.0%
中国	181,467	266,993	484.5	24.5%
タイ	115,753	36,709	42.5	2.1%
シンガポール	160,128	27,808	44.5	2.3%
マレーシア	136,328	21,422	29.2	1.5%
インド	149,856	14,249	21.4	1.1%
英国	157,069	37,542	59.0	3.0%
ドイツ	150,367	21,269	32.0	1.6%
フランス	130,872	24,129	31.6	1.6%
ロシア	199,044	9,426	18.8	0.9%
米国	134,191	135,741	182.2	9.2%
カナダ	115,216	28,973	33.4	1.7%
オーストラリア	206,237	63,056	130.0	6.6%
その他	167,258	139,390	233.1	11.8%

注1) 出典：日本政府観光局（JNTO）
平成23年1-2月は暫定値、同年3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舶会社に支払われる国際旅客運賃を含まない。

【参考】訪日外国人の旅行消費額の推移（国籍別）※四半期暫定値

調査時期		(円/人)	(人)	(億円)
		旅行中支出額	訪日外客数(JNTO)	旅行消費額
平成22年	4-6月期	104,003	2,186,624	2,274
	7-9月期	119,605	2,399,063	2,869
	10-12月期	114,921	2,010,476	2,310
平成23年	1-3月期	113,195	1,746,297	1,977

注) 訪日外客数の更新等に伴い、前回公表値から一部数値を改訂しています。

(3) 手配方法別にみる旅行支出

パッケージツアー利用客は全体の 31.9%である。台湾、中国では同利用率が 4 割を超える（図表 2-3）。

パッケージツアー購入者単価（旅行前支出額）は平均 112,330 円、ツアー利用客の旅行中支出額は同 52,273 円である。

個人手配客の出発国から日本までの往復運賃は平均 79,420 円、個人手配客の旅行中支出額は平均 145,497 円である（図表 2-4）。

旅行前と旅行中支出額を合わせた総支出額は、パッケージツアー利用客で 164,602 円、個人手配客で 224,916 円である。

1泊当たり旅行中支出額は、ツアー利用客 10,154 円、個人手配客 8,283 円である。

図表 2-3 手配方法別にみる訪日外国人 1 人当たり旅行支出（パッケージツアー利用客国籍別）

【パッケージツアー利用客】

国籍	(%)	(円/人)	(円/人)	(円/人)	(泊)	(円/人泊)	(円/人泊)
	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	31.9	112,330	52,273	164,602	5.1	10,154	31,974
韓国	37.6	76,346	24,682	101,029	3.1	8,013	32,798
台湾	44.2	110,582	48,272	158,854	4.3	11,332	37,290
香港	37.7	129,579	83,242	212,821	4.9	17,132	43,800
中国	46.4	119,452	89,336	208,788	6.8	13,141	30,712
タイ	38.5	166,337	59,098	225,435	4.2	13,988	53,357
シンガポール	34.3	167,134	57,215	224,349	6.0	9,536	37,391
マレーシア	18.0	228,948	108,533	337,481	15.5	6,992	21,742
インド	8.7	150,458	64,352	214,810	25.4	2,529	8,442
英国	6.4	317,664	55,702	373,366	6.9	8,073	54,111
ドイツ	10.6	154,544	75,282	229,826	5.7	13,324	40,677
フランス	8.4	287,544	42,016	329,560	7.8	5,374	42,153
ロシア	7.3	210,012	25,799	235,811	7.9	3,276	29,944
米国	8.0	201,464	47,227	248,692	9.8	4,819	25,377
カナダ	5.0	154,714	28,236	182,950	5.0	5,647	36,590
オーストラリア	17.3	244,298	92,094	336,392	10.9	8,462	30,908
その他	9.7	212,962	55,454	268,416	17.7	3,141	15,205

【参考】パッケージツアー利用客の旅行支出額の推移（国籍別）

調査時期		(円/人)	(円/人)	(円/人)	(泊)	(円/人泊)	(円/人泊)
		旅行前支出額(パッケージ料金)	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
平成22年	4-6月期	126,050	67,310	193,360	5.2	12,894	37,039
	7-9月期	114,461	72,028	186,489	5.8	12,504	32,374
	10-12月期	122,607	64,116	186,723	5.9	10,919	31,799
平成23年	1-3月期	112,330	52,273	164,602	5.1	10,154	31,974

注) 訪日外客数の更新等に伴い、前回公表値から一部数値を改訂しています。

図表 2-4 手配方法別にみる訪日外国人 1 人当たり旅行支出（個人手配客、国籍別）

【個人手配客】

国籍	(%)	(円/人)	(円/人)	(円/人)	(泊)	(円/人泊)	(円/人泊)
	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泊あたり 旅行中支出額 (=b./d.)	1泊あたり 総支出額 (=c./d.)
全国籍	68.1	79,420	145,497	224,916	17.6	8,283	12,804
韓国	62.4	40,261	75,056	115,317	11.0	6,829	10,493
台湾	55.8	56,301	119,170	175,471	9.7	12,339	18,169
香港	62.3	72,117	150,784	222,902	6.1	24,793	36,651
中国	53.6	61,153	276,418	337,571	49.2	5,618	6,861
タイ	61.5	74,542	156,474	231,016	17.0	9,204	13,589
シンガポール	65.7	77,194	203,962	281,156	12.4	16,464	22,696
マレーシア	82.0	92,444	144,049	236,493	17.3	8,347	13,704
インド	91.3	94,709	157,338	252,046	19.2	8,213	13,156
英国	93.6	133,986	162,180	296,166	10.8	14,977	27,350
ドイツ	89.4	144,552	162,676	307,228	14.4	11,312	21,364
フランス	91.6	134,848	140,280	275,129	16.1	8,695	17,053
ロシア	92.7	80,751	215,657	296,407	23.2	9,304	12,788
米国	92.0	124,858	141,618	266,475	20.2	6,997	13,166
カナダ	95.0	110,592	119,835	230,427	12.8	9,327	17,934
オーストラリア	82.7	134,580	228,187	362,767	13.6	16,794	26,699
その他	90.3	130,181	179,572	309,754	17.5	10,265	17,707

【参考】個人手配客の旅行支出額の推移（国籍別）

調査時期		(円/人)	(円/人)	(円/人)	(泊)	(円/人泊)	(円/人泊)
		旅行前支出額 (往復運賃)	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
平成22年	4-6月期	84,111	125,486	209,597	16.5	7,604	12,701
	7-9月期	82,180	142,090	224,270	18.2	7,788	12,292
	10-12月期	82,326	134,994	217,320	13.3	10,147	16,335
平成23年	1-3月期	79,420	145,497	224,916	17.6	8,283	12,804

注）訪日外客数の更新等に伴い、前回公表値から一部数値を改訂しています。

3. 訪日外国人の消費実態

(1) 土産品の購入率と購入者単価

- 最も購入率（その費目を購入した人の割合）の高い費目は「菓子類」であり、訪日外国人のおよそ半数が購入している。次いで「その他食料品・飲料・酒・たばこ」や「化粧品・医薬品・トイレットリー」の購入率が高い。国籍別では、ほぼ全ての費目で中国の購入率が高い（図表 3-1）。
- 費目別の購入者単価（その費目を購入した人における当該費目の平均支出額）は、「カメラ・ビデオカメラ・時計」が4万円超と高い。

図表 3-1 費目別購入率および購入者単価（主要国籍別）

国籍	全国籍		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	51.5%	9,058	55.4%	4,944	64.4%	8,096	64.7%	9,319	67.2%	16,113	27.5%	5,440
その他食料品・飲料・酒・たばこ	39.7%	11,313	40.4%	7,067	29.0%	9,975	35.7%	13,813	40.1%	13,489	39.6%	18,602
カメラ・ビデオカメラ・時計	8.4%	45,018	2.5%	10,101	6.6%	34,335	5.3%	38,658	24.7%	59,182	4.2%	67,112
電気製品	8.0%	31,680	3.6%	17,838	6.9%	30,695	4.1%	32,628	25.3%	40,665	3.6%	7,774
化粧品・医薬品・トイレタリー	33.1%	17,081	30.6%	10,003	53.2%	13,800	43.4%	15,483	60.7%	29,541	6.4%	5,572
和服(着物)・民芸品	10.3%	19,190	3.1%	5,776	9.0%	11,053	8.2%	12,950	8.8%	13,282	18.9%	15,441
服(和服以外)・かばん・靴	28.9%	33,598	19.3%	16,348	46.9%	32,496	54.4%	53,427	35.6%	53,825	16.5%	20,691
マンガ・DVD・アニメ関連商品	6.6%	10,806	4.1%	6,354	9.8%	13,059	10.8%	12,972	7.1%	10,043	5.3%	8,032

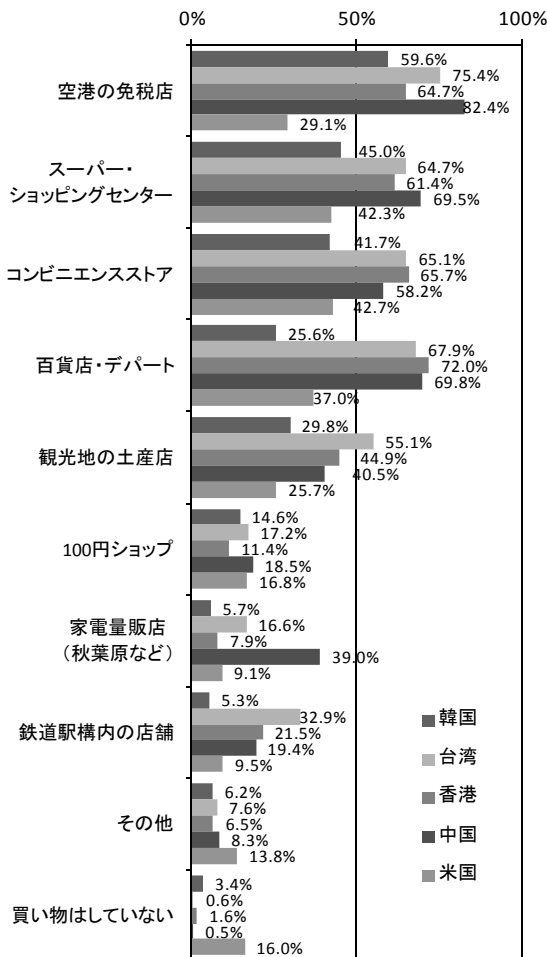
図表 3-2 来訪目的別にみる費目別購入率および購入者単価（主要国籍別）

国籍	来訪目的	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)
菓子類	観光・レジャー	56.8%	4,464	65.6%	8,212	63.9%	9,640	69.6%	14,321	30.7%	5,923
	業務	52.9%	5,335	51.8%	6,907	67.3%	6,432	68.5%	13,913	22.1%	4,050
その他食料品・飲料・酒・たばこ	観光・レジャー	43.2%	6,262	29.6%	8,863	34.0%	15,725	37.4%	13,480	41.2%	11,252
	業務	36.2%	9,541	30.4%	8,125	51.0%	6,571	44.0%	12,421	32.6%	17,464
カメラ・ビデオカメラ・時計	観光・レジャー	3.2%	7,709	6.8%	30,285	5.0%	21,301	23.3%	60,015	3.5%	51,000
	業務	1.8%	23,516	3.6%	103,250	4.1%	80,000	30.6%	64,117	2.1%	27,000
電気製品	観光・レジャー	3.3%	14,324	7.3%	22,221	4.1%	32,649	27.0%	32,585	4.4%	2,431
	業務	4.0%	9,606	4.5%	96,600	2.0%	15,000	19.4%	58,612	3.2%	12,300
化粧品・医薬品・トイレタリー	観光・レジャー	34.5%	10,400	54.4%	13,381	44.3%	14,819	66.2%	28,844	14.0%	5,018
	業務	19.2%	9,174	42.0%	17,401	36.7%	16,836	56.0%	29,323	2.1%	3,054
和服(着物)・民芸品	観光・レジャー	4.2%	5,070	9.9%	11,180	8.8%	10,194	12.1%	13,264	19.3%	23,200
	業務	0.7%	12,250	4.5%	6,450	4.1%	3,000	4.7%	9,870	14.7%	10,481
服(和服以外)・かばん・靴	観光・レジャー	21.6%	15,807	48.5%	32,714	59.8%	53,937	41.2%	55,842	26.3%	27,250
	業務	9.8%	21,666	29.5%	31,839	22.4%	30,786	20.3%	44,768	9.5%	22,424
マンガ・DVD・アニメ関連商品	観光・レジャー	4.4%	6,280	10.2%	14,107	11.7%	11,400	7.2%	9,530	3.5%	2,706
	業務	1.8%	8,000	6.3%	8,500	8.2%	4,575	5.2%	6,377	3.2%	7,276

(2) 買物場所

- 買物場所を国籍別にみると、台湾や香港、中国はどの買物場所でも比較的利用率が高い。中でも「空港の免税店」は中国、「百貨店・デパート」は香港、「観光地の土産店」は台湾での利用率が高い。また、「家電量販店」では中国人の利用率が39.0%と圧倒的に高い(図表3-3)。

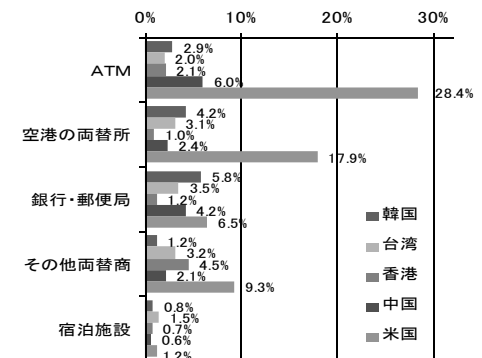
図表 3-3 買物場所 (主要国籍別、複数回答)



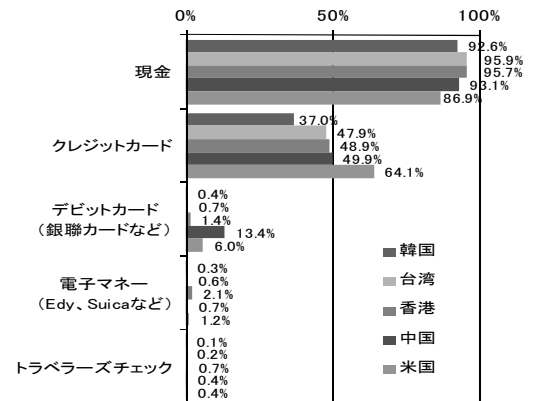
(3) 利用した金融機関と決済方法

- 利用した金融機関を国籍別にみると、米国では「ATM (現金自動預払機)」や「空港の両替所」の利用率が他国籍に比べ際だって高い(図表3-4)。
- 決済方法では「現金」が9割前後を占める。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13.4%、米国で6.0%となっている。「電子マネー」の利用率は、香港で2.1%となっている(図表3-5)。

図表 3-4 利用金融機関 (主要国籍別、複数回答)



図表 3-5 利用決済方法 (主要国籍別、複数回答)



4. 来訪目的別にみる旅行中支出

来訪目的別の旅行中支出額は、「観光・レジャー」92,855円、「商談等その他ビジネス」133,782円、「親族・知人訪問」102,199円などとなっている（図表4-1）。

来訪目的別の市場規模を推計すると、「観光・レジャー」の旅行消費額は952億円で全体の48.1%を占める。これに対し、「展示会・見本市」「国際会議」「研修」「商談等その他ビジネス」を合算した「業務」目的の旅行消費額は541億円で、全体の27.3%を占める。

図表4-1 来訪目的別にみる訪日外国人1人当たり旅行中支出額（主要国籍別）※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		
旅行中支出額 (円/人)	全国籍	92,855	102,199	107,606	31,601	131,445	418,845	59,898	103,549	108,161	121,963	133,782	187,125
	韓国	45,070	64,491	61,700	24,343	56,500	287,148	42,000	46,514	58,550	32,550	68,055	43,341
	台湾	80,639	91,021	47,896	25,000	100,000	193,483	180,634	55,000	94,590	45,200	117,941	236,570
	香港	121,357	100,363	138,550	-	283,333	-	-	60,000	67,500	53,047	110,528	140,667
	中国	108,792	177,783	148,850	45,852	219,646	617,749	39,250	206,340	367,200	251,947	193,689	381,273
	米国	118,498	100,748	82,350	46,992	45,391	504,014	-	298,977	68,782	110,834	146,885	130,028
【参考】消費額 (億円)	全国籍	951.9	136.6	13.0	9.2	9.5	195.1	3.3	25.4	42.9	81.1	391.1	119.7
	韓国	174.9	28.4	1.7	5.0	0.5	34.9	0.2	6.4	2.6	6.5	50.4	3.5
	台湾	154.6	8.6	1.0	0.1	0.2	6.7	1.1	0.7	1.5	0.9	21.5	4.4
	香港	97.6	3.2	1.6	0.1	1.9	0.9	0.0	0.3	1.2	0.8	8.3	1.0
	中国	162.3	33.1	4.4	0.9	4.2	108.5	0.4	4.5	13.9	34.0	86.4	37.1
	米国	38.6	21.9	0.7	1.9	0.7	21.9	0.0	3.2	3.2	10.5	59.4	19.4
目的別構成比 (%) ヨコ計=100	全国籍	48.1	6.9	0.7	0.5	0.5	9.9	0.2	1.3	2.2	4.1	19.8	6.0
	韓国	55.5	9.0	0.6	1.6	0.1	11.1	0.1	2.0	0.8	2.0	16.0	1.1
	台湾	76.8	4.3	0.5	0.0	0.1	3.3	0.6	0.3	0.8	0.5	10.7	2.2
	香港	83.5	2.7	1.3	0.1	1.6	0.8	0.0	0.2	1.0	0.7	7.1	0.8
	中国	33.1	6.8	0.9	0.2	0.8	22.2	0.1	0.9	2.8	7.0	17.6	7.6
	米国	21.3	12.1	0.4	1.1	0.4	12.1	0.0	1.8	1.7	5.8	32.7	10.7

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。
来訪目的無回答者が存在するため、上表の来訪目的別消費額の合計値は平成23年1-3月期総旅行消費額とは一致しない。

上表各セルの標本数	全国籍	韓国	台湾	香港	中国	米国
全国籍	3,717	494	46	86	29	170
韓国	950	108	7	51	2	30
台湾	934	46	10	1	1	17
香港	352	14	5	1	3	1
中国	547	68	11	7	7	65
米国	116	79	3	15	5	16

注) 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。

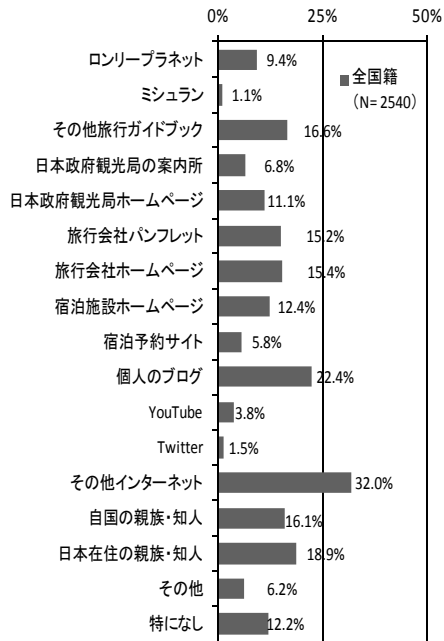
5. 旅行情報源

(1) 出発前に得た旅行情報

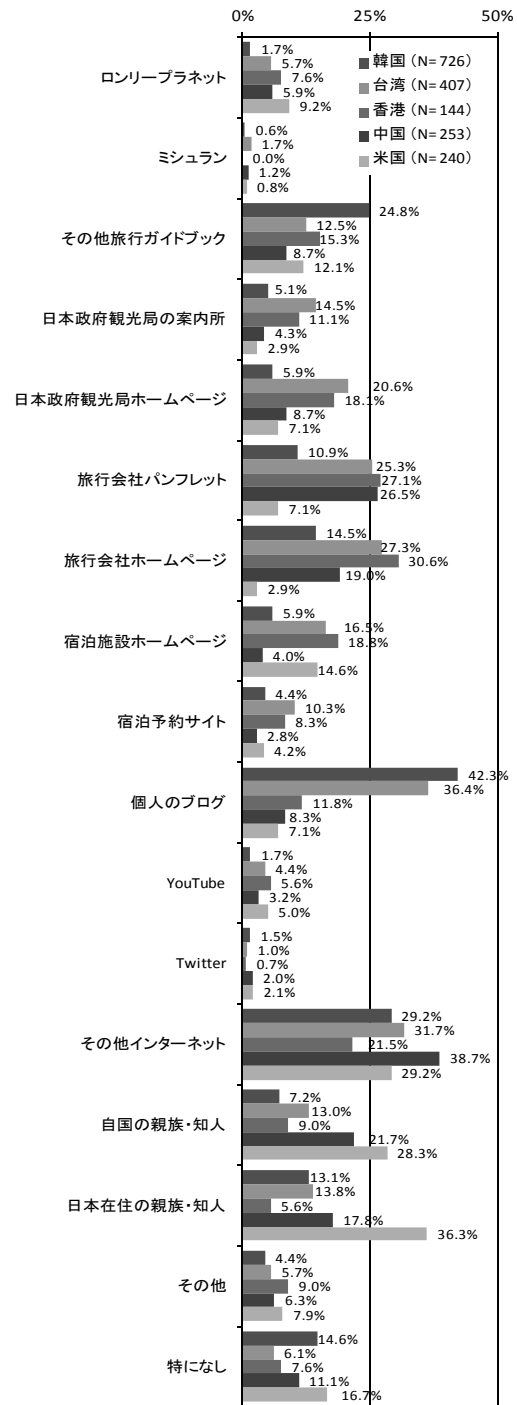
- 出発前に得た旅行情報で役に立ったものは、ガイドブックでは「ロンリープラネット」が9.4%、「ミシュラン」が1.1%、「その他旅行ガイドブック」が16.6%となっている（図表5-1）。
- 「日本政府観光局の案内所」の選択率は6.8%、「日本政府観光局ホームページ」の選択率は11.1%であった。
- インターネット媒体も幅広く利用されており、中でも「個人のブログ」（22.4%）をあげる回答が多い。
- 知人からの口コミも多く、「日本在住の親族・知人」は18.9%、「自国の親族・知人」は16.1%であった。
- 国籍別にみると、韓国では「個人のブログ」が42.3%、「その他インターネット」が29.2%、「その他旅行ガイドブック」が24.8%と高い（図表5-2）。
- 台湾では「個人のブログ」が36.4%、「その他インターネット」が31.7%と高い。旅行会社の情報が役に立ったとの回答も多く、「旅行会社パンフレット」が25.3%、「旅行会社ホームページ」が27.3%となっている。
- 香港でも、旅行会社の情報が役に立ったとの回答が多く、「旅行会社ホームページ」が30.6%、「旅行会社パンフレット」が27.1%と高い。また、「宿泊施設ホームページ」も18.8%と他国籍に比べて高い。
- 中国では、「その他インターネット」（38.7%）や「旅行会社パンフレット」（26.5%）の選択率が高い。
- 米国では、親族や知人からの口コミをあげる声が多く、「日本在住の親族・知人」が36.3%、「自国の親族・知人」が28.3%となっている。

注) この章に示す調査結果は、「訪日外国人消費動向調査」と同時に実施した旅行の満足度や再来訪意向等の意識調査より得られたものである。回答は任意としているため、必ずしも全調査対象者が回答しているとは限らない。

図表 5-1 出発前に得た旅行情報で役立ったもの（全国籍、複数回答）



図表 5-2 出発前に得た旅行情報で役立ったもの（主要国籍別、複数回答）



(2) 日本滞在中に得た旅行情報

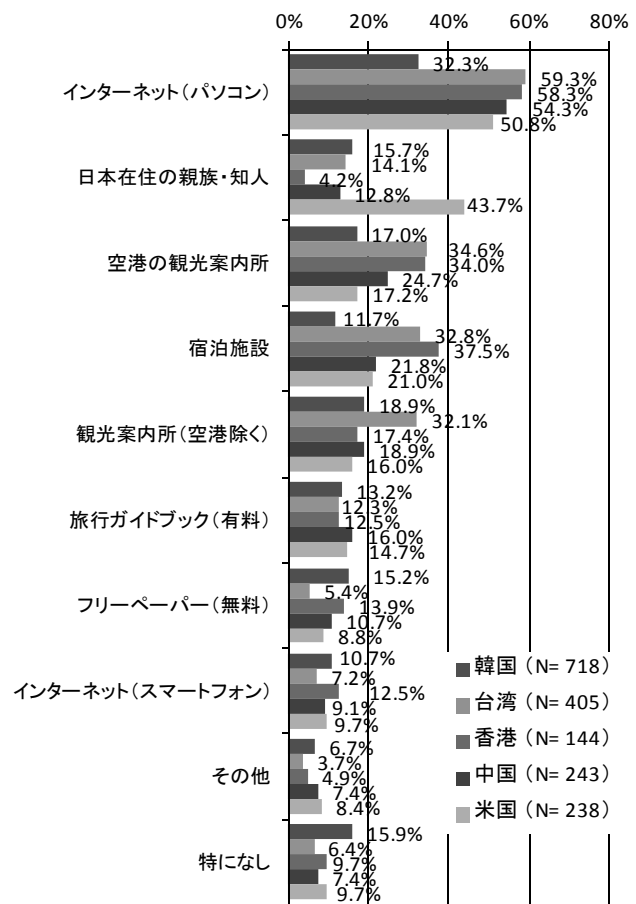
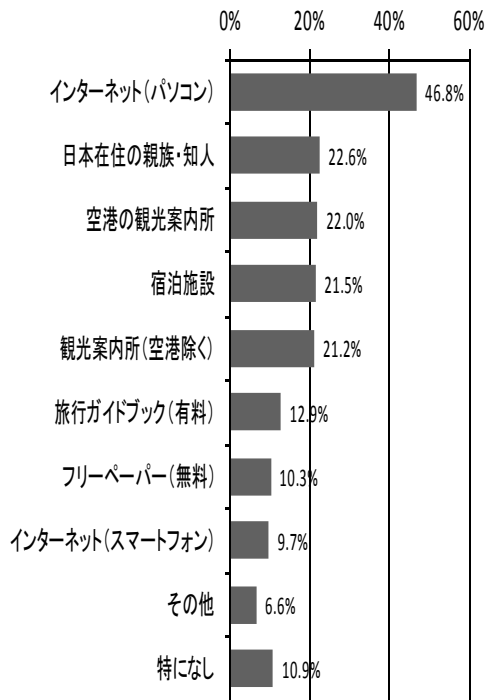
- 日本滞在中に得た旅行情報で役に立ったものは、回答者全体で①「インターネット(パソコン)」46.8%、②「日本在住の親族・知人」22.6%、③「空港の観光案内所」22.0%の順が多い(図表5-3)。
- 国籍別にみると、「インターネット(パソコン)」は台湾(59.3%)や香港(58.3%)、中国(54.3%)での選択率が高い。「日本在住の親族・知人」では米国(43.7%)の高さが目立つ。このほか、「空港の観光案内所」や「宿泊施設」では台湾や香港、「観光案内所(空港除く)」では台湾、「フリーペーパー(無料)」では韓国や香港の選択率の高さが目立つ(図表5-4)。

図表 5-4 日本滞在中に得た旅行情報で役立ったもの

(主要国籍別、複数回答)

図表 5-3 日本滞在中に得た旅行情報で役立ったもの

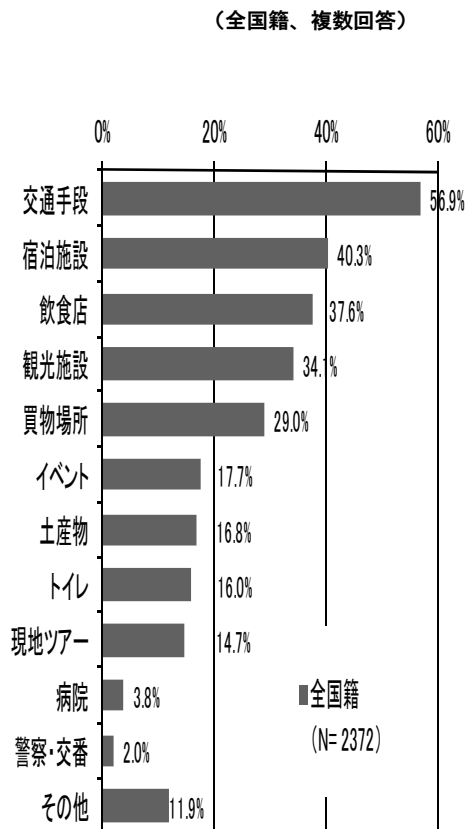
(全国籍、複数回答)



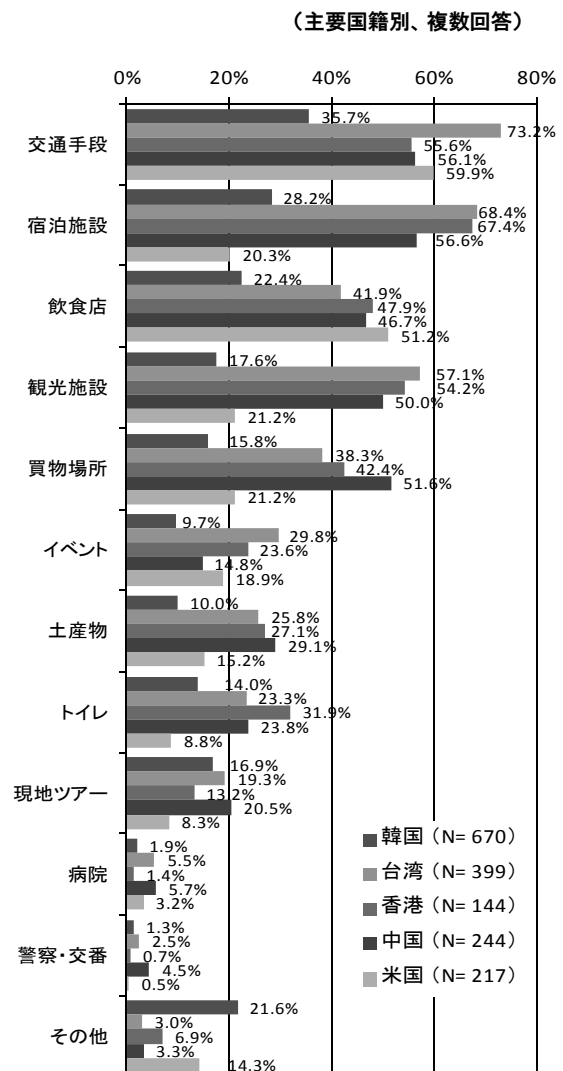
(3) 日本滞在中にあると便利な情報

- 日本滞在中にあると便利な情報を尋ねたところ、回答者全体では①「交通手段」が56.9%と圧倒的に多く、次いで②「宿泊施設」40.3%、③「飲食店」37.6%の順で希望する声が多かった（図表5-5）。
- 国籍別にみると、「交通手段」の情報は台湾での選択率が特に高い。「宿泊施設」情報は台湾や香港での選択率が高い。また、「飲食店」情報は米国でのニーズが高かった。このほか、「観光施設」や「イベント」など旅行先の娯楽情報を求める声は台湾で多くみられた（図表5-6）。

図表 5-5 日本滞在中にあると便利な情報



図表 5-6 日本滞在中にあると便利な情報

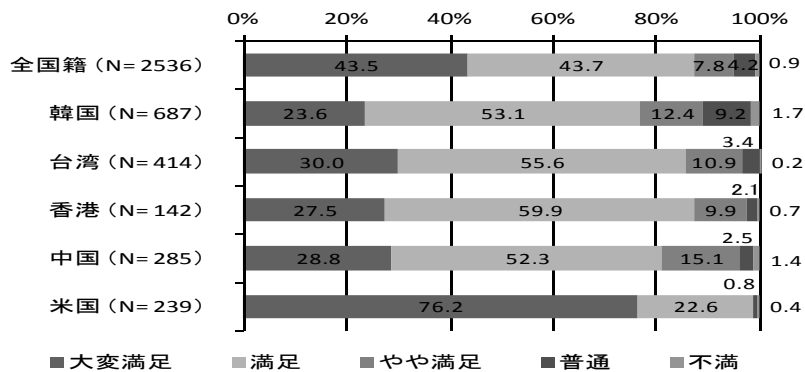


6. 満足度と再訪意向

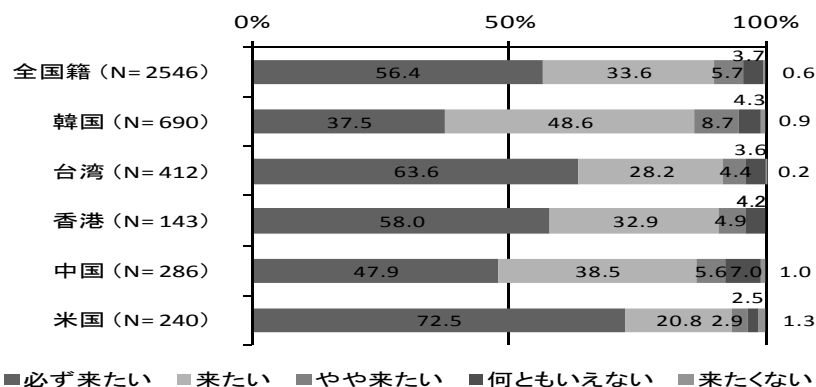
(1) 訪日旅行全体の満足度と再訪意向

- 今回の訪日旅行全体の満足度は「大変満足」43.5%、「満足」43.7%である（図表 6-1）。
- 米国では「大変満足」の割合が76.2%で、主要国籍の中で最も高い。東アジアでは、今期は台湾が30.0%と高い。主要国籍以外では、英国、フランス、カナダ、オーストラリアで「大変満足」の比率が7割を超えている。
- 再訪意向は「必ず来たい」が56.4%、「来たい」が33.6%である（図表 6-2）。

図表 6-1 訪日旅行の満足度（主要国籍別）



図表 6-2 訪日旅行者の再訪意向（主要国籍別）

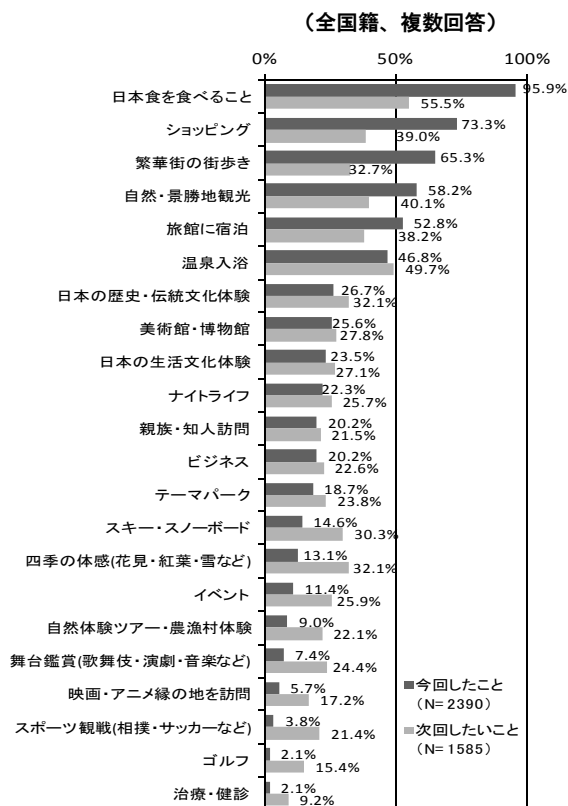


注) この章に示す調査結果は、「訪日外国人消費動向調査」と同時に実施した旅行の満足度や再来訪意向等の意識調査より得られたものである。回答は任意としているため、必ずしも全調査対象者が回答しているとは限らない。

(2) 今回実施した活動と次回実施したい活動

- 今回実施した活動は「日本食を食べること」95.9%、「ショッピング」73.3%、「繁華街の街歩き」65.3%の順で多い。今期は「スキー・スノーボード」が14.6%と高い(図表6-3)。
- 次回実施したいことは、「日本食を食べること」55.5%、「温泉入浴」49.7%、「自然・景勝地観光」40.1%の順である。
- 今回実施率より次回実施希望率が高い活動は、「スキー・スノーボード」「四季の体感」「スポーツ観戦」「舞台鑑賞」「イベント」などである。

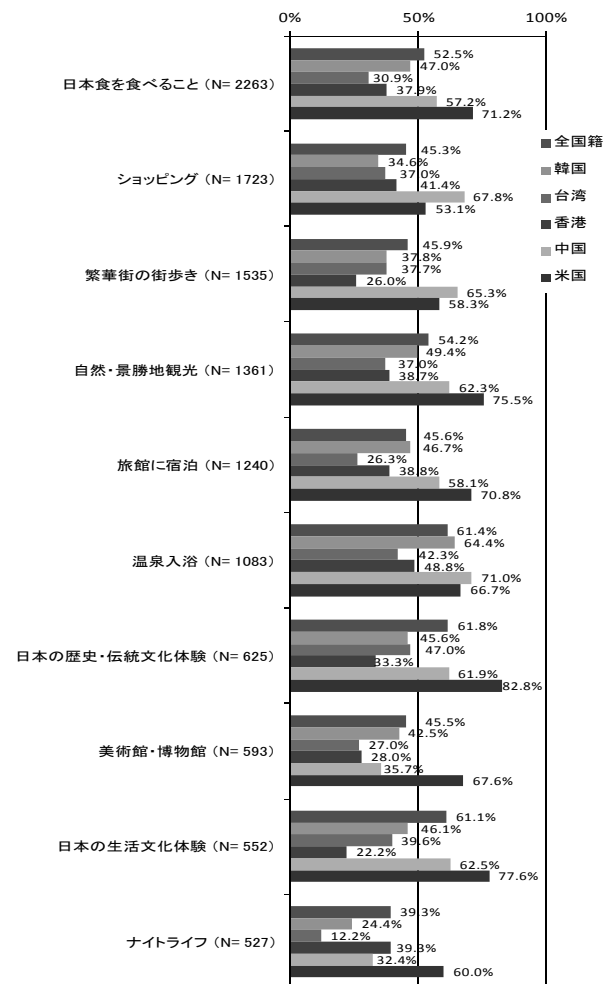
図表 6-3 今回実施した活動と次回実施したい活動



(3) 活動別に見る満足度

今回実施した活動に対して「期待以上」「期待通り」「不満」の3段階評価で満足度を尋ねた。活動の実施率上位10位までの活動について「期待以上」の比率をみると、「温泉入浴」や「日本の生活文化体験」「日本の歴史・伝統文化」が6割超と高い。国籍別では、「ショッピング」を除き全般的に米国の満足度が高い(図表6-4)。

図表 6-4 期待以上だった活動(主要国籍別、複数回答)



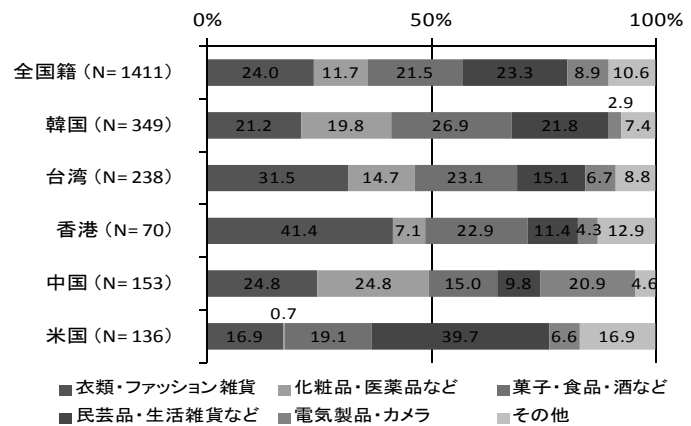
(4) 最も満足した購入商品

今回の訪日旅行で購入した商品のうち、最も満足したものを1つ自由に回答してもらい、図表6-5に示す区分に分類して集計を行った。結果、「衣類・ファッション雑貨」24.0%、「化粧品・医薬品など」11.7%、「菓子・食品・酒など」21.5%、「民芸品・生活雑貨など」23.3%、「電気製品・カメラ」8.9%、「その他」10.6%という分布となった（図表6-6）。

図表 6-5 最も満足した購入商品 商品区分

商品大区分	商品小区分
衣類・ファッション雑貨	衣類
	ファッション雑貨(時計含む)
化粧品・医薬品など	化粧品
	香水
	医薬品・健康グッズ
菓子・食品・酒など	菓子類
	その他食品
	酒・タバコ類
民芸品・生活雑貨など	民芸品・工芸品
	生活雑貨
	書籍・絵葉書・音楽CD・芸術品
	まんが・アニメ・キャラクター関連
	スポーツ関連
電気製品・カメラ	電気製品
その他	カメラ
	その他商品
	サービス その他

図表 6-6 最も満足した購入商品（商品大区分、主要国籍別）



国籍別に、最も満足した購入商品（小区分）の比率をみると、韓国では「菓子類」（16.3%）、台湾では「衣類」（19.7%）、香港では「衣類」（24.3%）、中国では「化粧品」（18.3%）、米国では「民芸品・工芸品」（27.9%）の割合が高い。また、中国は「電気製品」や「カメラ」の割合が他の国籍に比べて高い（図表6-7）。

最も満足した購入商品（小区分）の単価をみると、「カメラ」4.5万円、「電気製品」3.1万円、「ファッション雑貨」2.3万円、「スポーツ関連」1.2万円の順で高い（図表6-8）。

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全体の6割弱を占める。このほか、「衣類・ファッション雑貨」、「化粧品・医薬品など」「電気製品・カメラ」では「価格が手頃・自国より安いから」の割合が高かった（図表6-9）。

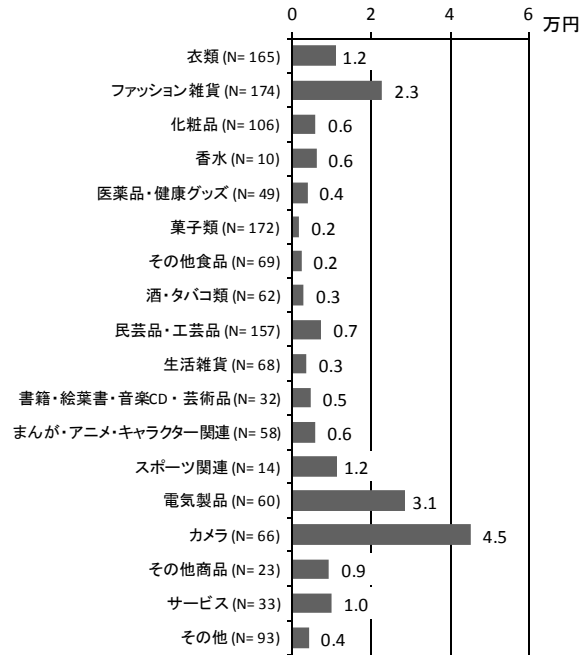
図表 6-7 最も満足した購入商品

(商品小区分、主要国籍別)

商品小区分	国籍 (%)				
	韓国	台湾	香港	中国	米国
衣類	8.6	19.7	24.3	7.8	8.1
ファッション雑貨	12.6	11.8	17.1	17.0	8.8
化粧品	13.5	5.9	2.9	18.3	0.7
香水	0.6	0.8	0.0	2.0	0.0
医薬品・健康グッズ	5.7	8.0	4.3	4.6	0.0
菓子類	16.3	11.8	18.6	9.8	8.8
その他食品	5.7	6.7	1.4	2.0	4.4
酒・タバコ類	4.9	4.6	2.9	3.3	5.9
民芸品・工芸品	6.6	5.9	5.7	3.3	27.9
生活雑貨	6.9	2.9	1.4	4.6	3.7
書籍・絵葉書・音楽CD・芸術品	2.0	2.9	1.4	0.0	2.2
まんが・アニメ・キャラクター関連	4.9	3.4	0.0	2.0	5.9
スポーツ関連	1.4	0.0	2.9	0.0	0.0
電気製品	1.4	4.2	1.4	9.8	1.5
カメラ	1.4	2.5	2.9	11.1	5.1
その他商品	0.6	2.9	1.4	2.6	2.2
サービス	2.0	0.4	0.0	0.0	5.9
その他	4.9	5.5	11.4	2.0	8.8
合計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
標本数	349	238	70	153	136

図表 6-8 最も満足した購入商品の単価

(商品小区分、全国籍)



図表 6-9 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)

商品大区分	満足した理由	標本数	理由 (%)									合計	
			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	自国で入手が難しいから	お土産にいいから・頼まれたから	価格が手頃・自国より安いから		その他
衣類・ファッション雑貨		326	19.0	36.5	0.0	11.3	0.6	1.5	3.7	3.4	18.7	5.2	100.0
化粧品・医薬品など		150	51.3	2.0	0.0	13.3	0.0	3.3	2.0	4.0	21.3	2.7	100.0
菓子・食品・酒など		284	4.6	8.1	60.9	2.8	3.2	2.8	4.6	5.3	5.3	2.5	100.0
民芸品・生活雑貨など		310	11.3	31.0	0.0	5.5	10.3	6.8	12.6	7.1	8.1	7.4	100.0
電気製品・カメラ		117	43.6	6.8	0.0	14.5	0.0	0.9	7.7	0.0	18.8	7.7	100.0
その他		127	13.4	1.6	52.0	0.8	3.1	1.6	2.4	1.6	5.5	18.1	100.0
合計		1,314	19.4	19.1	18.2	7.6	3.6	3.2	6.0	4.3	12.3	6.3	100.0