

訪日外国人の消費動向

訪日外国人消費動向調査結果及び分析

2023年4-6月期 報告書

訪日外国人の消費動向

2023年4-6月期 報告書

目次

I 訪日外国人の消費動向の分析結果

1. 訪日外国人の属性と旅行内容

- (1) 全目的 …………… 3
- (2) 観光・レジャー目的 …………… 9

2. 訪日外国人の旅行支出

- (1) 旅行支出の構造 …………… 13
- (2) 旅行前支出 …………… 14
- (3) 旅行中支出 …………… 14
- (4) 旅行支出の推計 …………… 16
- (5) 費目別にみる旅行支出 …………… 18
- (6) 来訪目的別にみる旅行支出 …………… 19

3. 土産品の購入実態

- (1) 費目別購入率 …………… 20
- (2) 費目別購入者単価 …………… 20
- (3) 買物場所 …………… 21
- (4) 利用した決済方法 …………… 21
- (5) 消費税免税手続きの実施状況 …………… 22

4. 満足度と再訪意向

- (1) 訪日旅行全体の満足度 …………… 23
- (2) 日本への再訪意向 …………… 23
- (3) 最も満足した購入商品 …………… 24
- (4) 最も満足した飲食 …………… 24

5. 旅行情報と旅行情報源

- (1) 出発前に役に立った旅行情報源 …… 25
- (2) 出発前に旅行情報を得た言語 …… 25
- (3) 日本滞在中に役に立った旅行情報源 26
- (4) 日本滞在中に役に立った旅行情報 …26

6. 日本滞在中の行動

- (1) 訪日前に期待していたこと …… 27
- (2) 今回したことと次回したいこと … 28
- (3) 今回したことの満足度 …… 28
- (4) 利用した交通手段 …… 29

「訪日外国人消費動向調査」は、次に示す3つの調査から構成されている（それぞれの調査の概要についてはⅡ編を参照のこと）。

【A1 全国調査】

【B1 地域調査】

【B2 クルーズ調査】

本報告書のⅠ編は【A1 全国調査】及び【B1 地域調査】の結果を分析したものである。ただし、「2. 訪日外国人の旅行支出」におけるクルーズ客の消費動向では【B2 クルーズ調査】の結果を使用している。

なお、ロシアについては、十分な回答数が確保できなかったため、今四半期については全国籍・地域の集計対象には含むが、ロシア単体での公表は行わないこととした。

Ⅱ 訪日外国人消費動向調査について

1. 調査の概要

(1) 調査の目的	30
(2) 調査の沿革	30
(3) 調査の根拠法令	30
(4) 調査の対象	30
(5) 抽出方法	31
(6) 目標精度と標本サイズ	31
(7) 調査事項	32
(8) 調査の時期	33
(9) 調査の方法	33

2. 用語の解説

(1) 主要項目	34
(2) 支出費目	36
(3) 買物場所	41

3. 調査の結果

(1) 表章事項	42
(2) 集計方法	42
(3) 調査結果の精度	43
(4) 利用上の注意	43

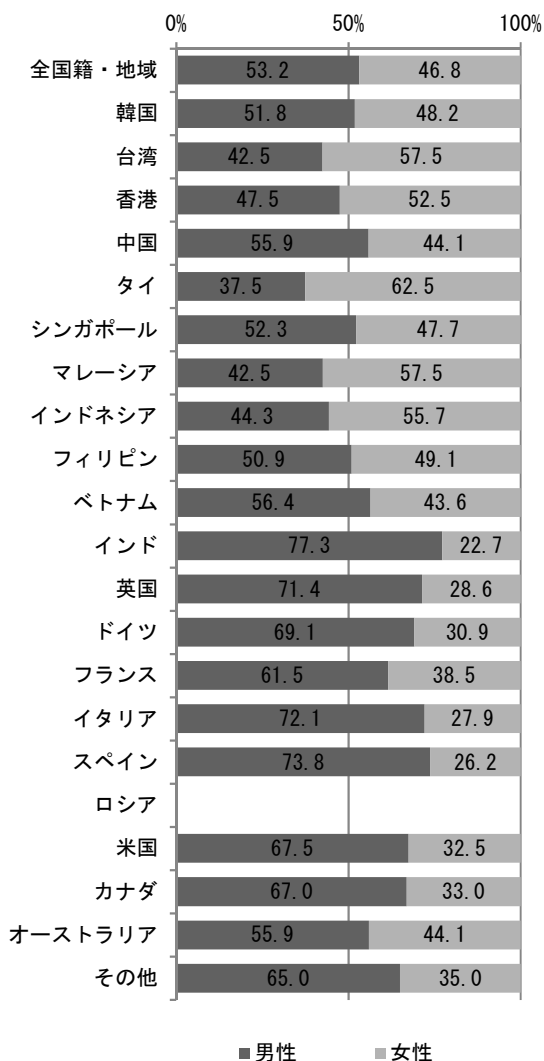
I 訪日外国人の消費動向の分析結果【2023年4-6月期】

1. 訪日外国人の属性と旅行内容

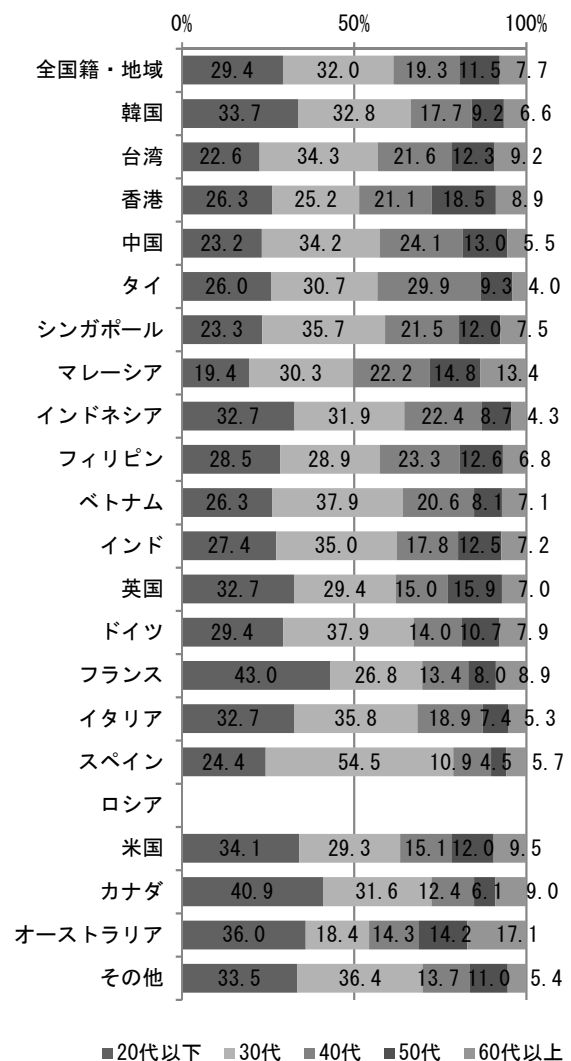
(1) 全目的

- 性別の構成比は「男性」が53.2%、「女性」が46.8%である（図表1-1）。
- 国籍・地域別にみると、台湾、香港、タイ、マレーシア、インドネシアは「女性」の割合が5割を超える。一方、インドでは「男性」の割合が約8割となっている。
- 年代別の構成比は、「30代」（32.0%）と「20代以下」（29.4%）が多い（図表1-2）。（注：年代別構成比には調査対象外である15歳未満を含まない。）
- 性年代別では「男性30代」（17.3%）、「女性30代」（14.8%）、「女性20代」（14.0%）の順で多い。

図表1-1 性別（国籍・地域別、全目的）

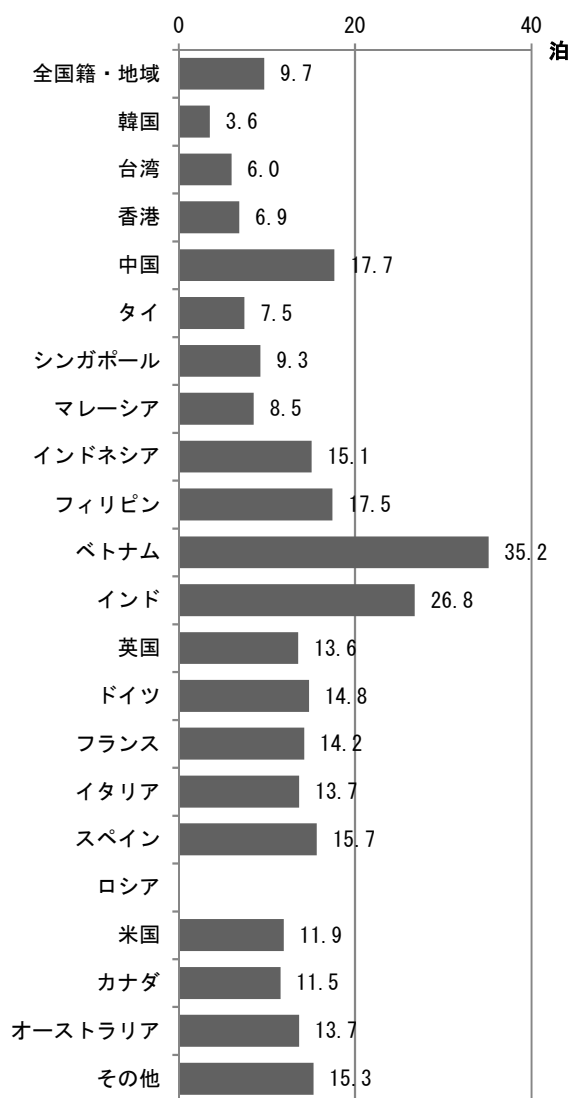


図表1-2 年代（国籍・地域別、全目的）

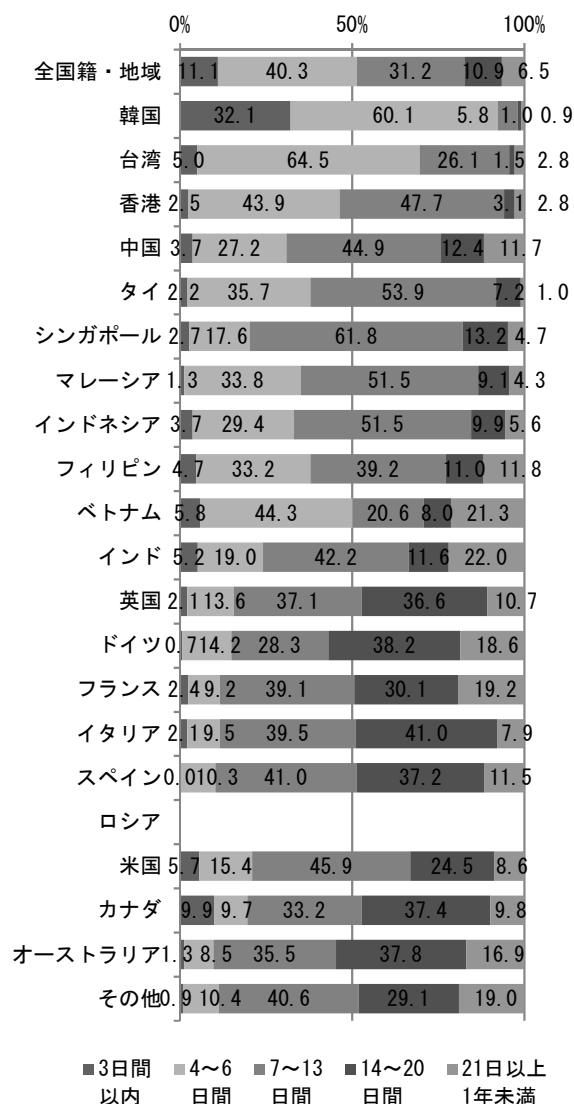


- 回答者全体の平均泊数は 9.7 泊である (図表 1-3)。
- 国籍・地域別にみると、ベトナムが 35.2 泊と長く、次いでインドが 26.8 泊となっている。一方、韓国、台湾、香港、タイ、シンガポール、マレーシアは 10 泊未満と、他の国籍・地域に比べて平均泊数が短い。
- 滞在日数の分布をみると、6 日間以内の短期滞在者が 5 割超を占める (図表 1-4)。
- 国籍・地域別にみると、韓国で「3 日間以内」の割合が約 3 割と、他の国籍・地域に比べて高い。一方、ベトナム、インドでは 21 日間以上の滞在者が 2 割超となっており、他の国籍・地域に比べて滞在日数が長い傾向がある。

図表 1-3 平均泊数 (国籍・地域別、全目的)

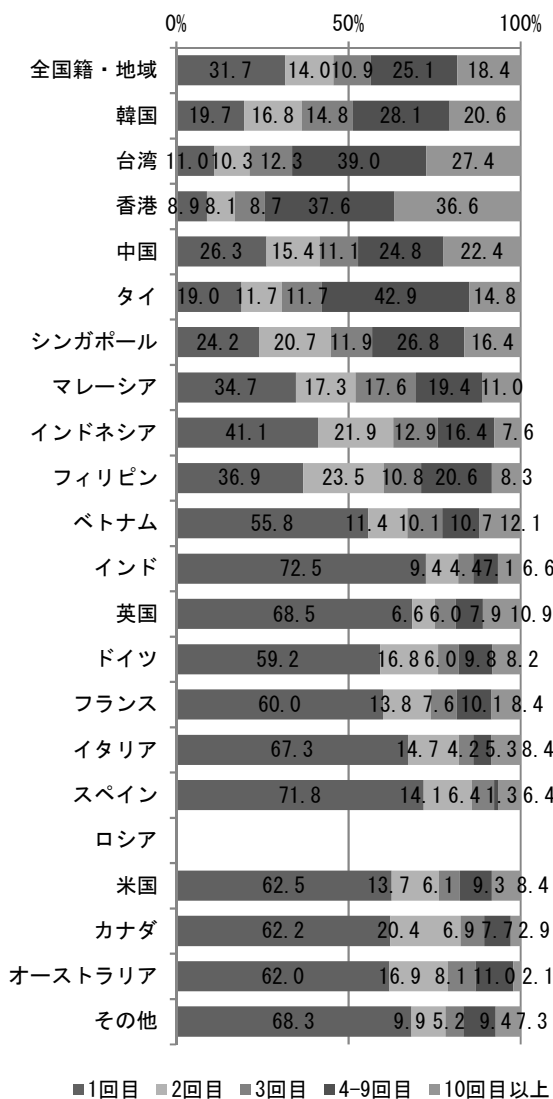


図表 1-4 滞在日数 (国籍・地域別、全目的)

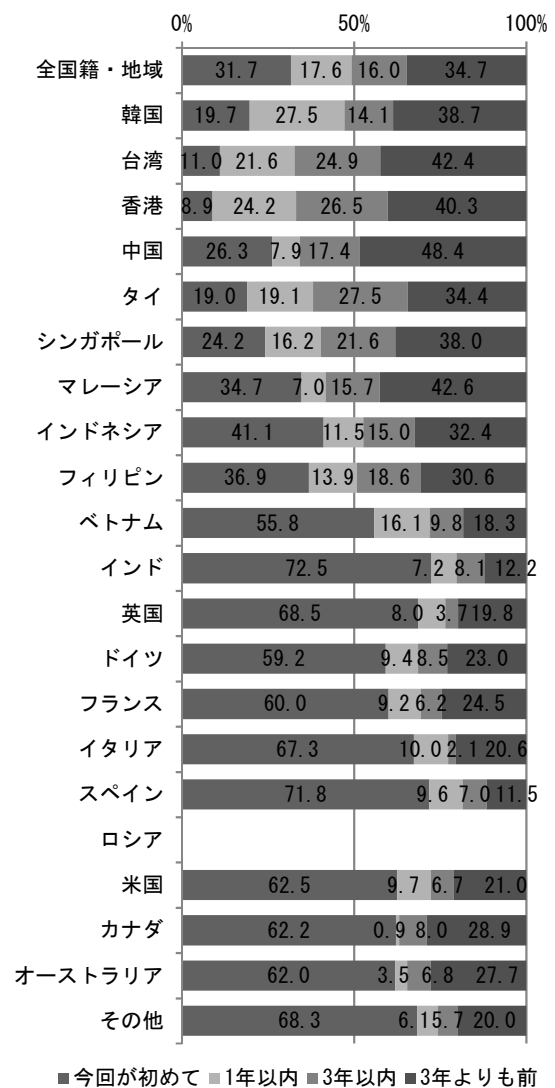


- 日本への来訪回数では、「1回目」が31.7%と最も多い。また、「4-9回目」が25.1%で次に多い（図表1-5）。
- 国籍・地域別では、インド、英国、イタリア、スペインで「1回目」の割合が約7割と高い。一方、台湾や香港では「1回目」の割合が約1割と他の国籍・地域に比べ低い。
- 前回の日本への来訪時期では、「3年よりも前」が34.7%と最も多い（図表1-6）。
- 国籍・地域別では、韓国、台湾、香港の「1年以内」の割合が2割以上と他の国籍・地域に比べ高い。

図表 1-5 来訪回数（国籍・地域別、全目的）

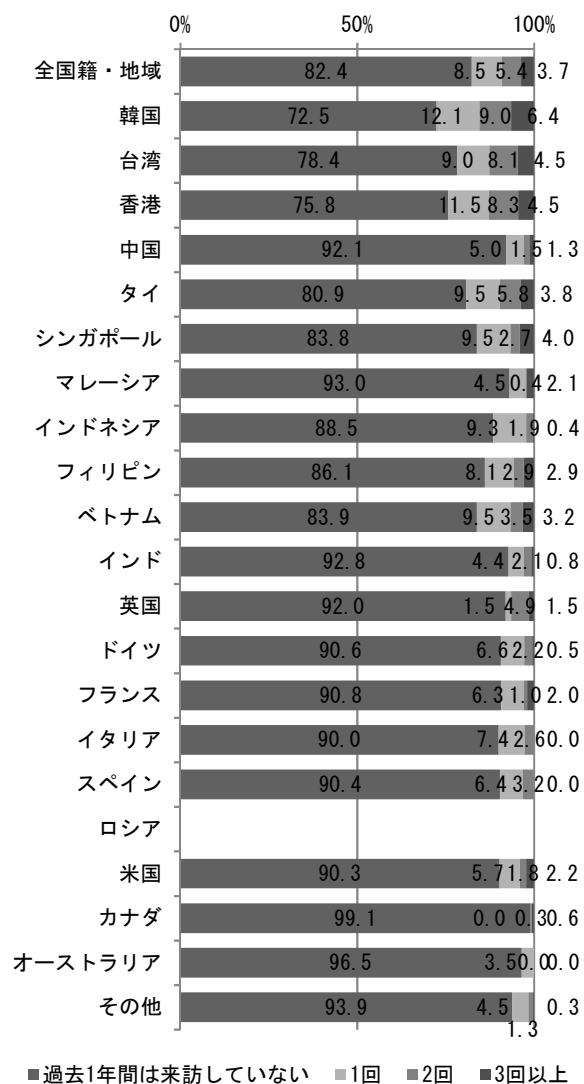


図表 1-6 前回の日本への来訪時期（国籍・地域別、全目的）

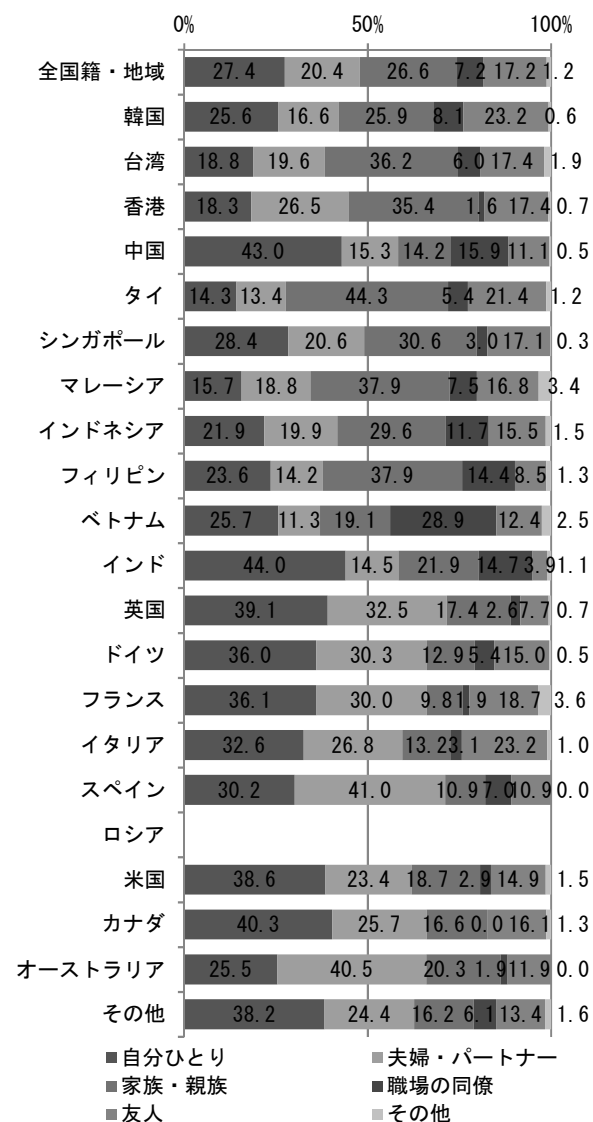


- 過去1年間の日本への来訪回数（今回を除く）では、「過去1年間は来訪していない」（0回）が82.4%を占める（図表1-7）。
- 国籍・地域別にみると、過去1年間に2回以上日本を訪れている割合は、韓国、台湾、香港が1割超と、他の国籍・地域に比べて高い。
- 同行者は「自分ひとり」が27.4%と最も多い。次いで「家族・親族」（26.6%）、「夫婦・パートナー」（20.4%）、「友人」（17.2%）、「職場の同僚」（7.2%）の順となっている（図表1-8）。
- 国籍・地域別にみると、中国やインド、カナダで「自分ひとり」の割合が4割超と、他の国籍・地域に比べて高い。

図表 1-7 過去1年間の日本への来訪回数
（国籍・地域別、全目的）

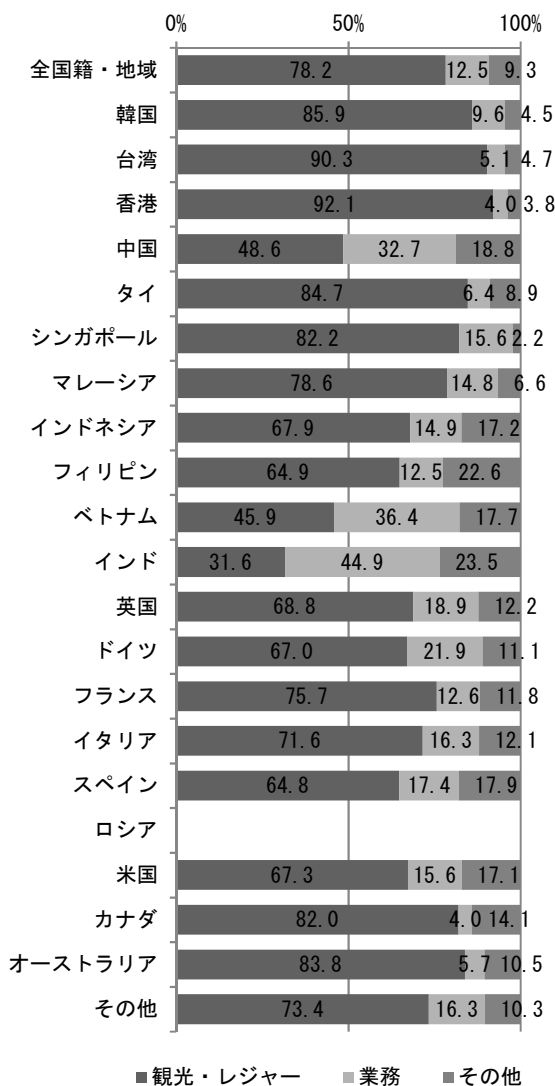


図表 1-8 同行者（国籍・地域別、全目的）

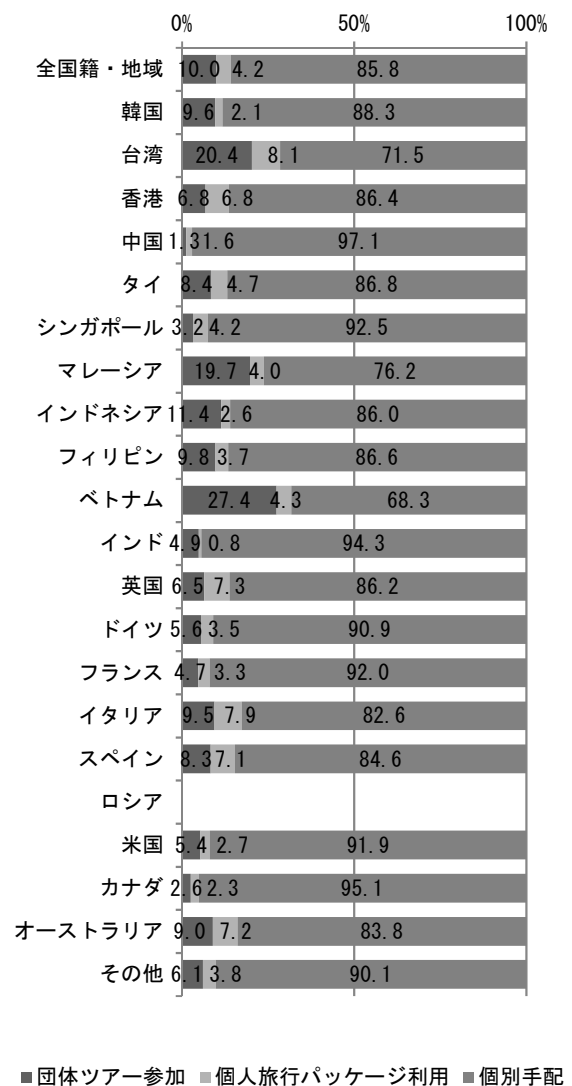


- 日本への主な来訪目的では「観光・レジャー」が全体の78.2%を占める。一方、「業務(展示会・見本市/国際会議/企業ミーティング/研修/その他ビジネス)」は全体の12.5%を占める(図表1-9)。
- 国籍・地域別では、「観光・レジャー」の割合が台湾、香港で9割超と高い。「業務」はインドで4割超と他の国籍・地域に比べ高い。
- 旅行手配方法では「旅行会社等が企画した団体ツアーに参加した(以下、**団体ツアー参加**)」が10.0%、「往復航空(船舶)券と宿泊等がセットになった個人旅行向けパッケージ商品を利用した(以下、**個人旅行パッケージ利用**)」が4.2%、「往復航空(船舶)券や宿泊等を個別に手配した(以下、**個別手配**)」が85.8%を占める(図表1-10)。

図表 1-9 主な来訪目的(国籍・地域別、全目的)

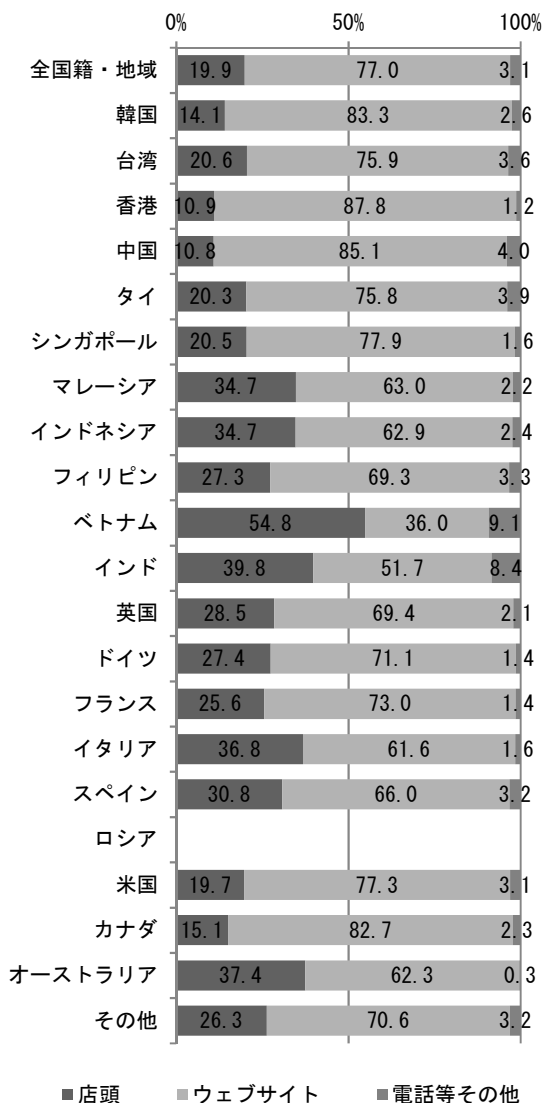


図表 1-10 旅行手配方法(国籍・地域別、全目的)



- ツアー商品や往復航空（船舶）券の**申込方法**では、「店頭（旅行会社や航空会社等）で申し込んだ（以下、**店頭**）」人の割合が全体の19.9%、「ウェブサイトから申し込んだ（以下、**ウェブサイト**）」人の割合が同77.0%を占める（図表1-11）。
- 国籍・地域別では、「店頭」の割合がベトナムで5割超と高い。

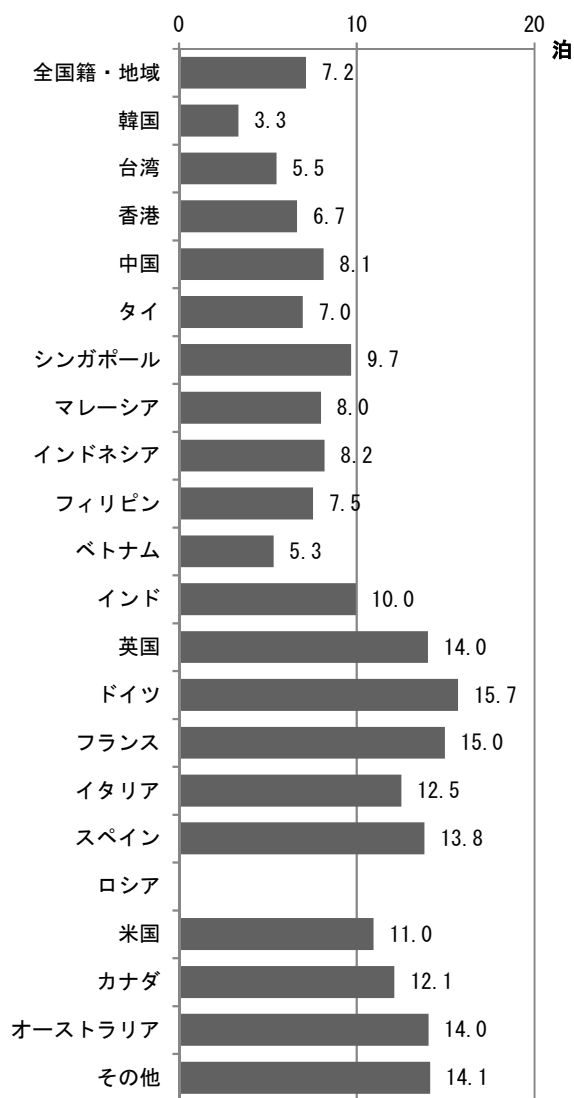
図表 1-11 申込方法（国籍・地域別、全目的）



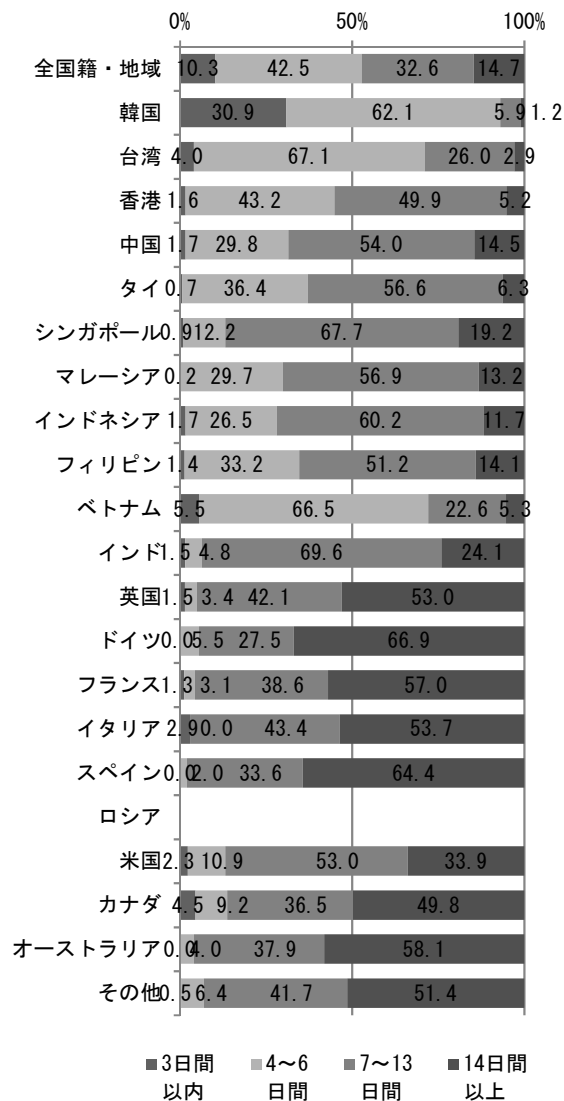
(2) 観光・レジャー目的

- 観光・レジャー目的で訪れた訪日外国人の平均泊数は7.2泊である(図表1-12)。
- 国籍・地域別にみると、英国、ドイツ、フランス、オーストラリアで平均泊数が長く、14泊以上となっている。
- 滞在日数では、「4～6日間」が42.5%を占める(図表1-13)。
- 国籍・地域別にみると、韓国では「3日間以内」が30.9%と他の国籍・地域に比べて多い。英国、ドイツ、フランス、イタリア、スペイン、オーストラリアでは「14日間以上」の割合が5割超と他の国籍・地域に比べ高い。

図表 1-12 平均泊数
(国籍・地域別、観光・レジャー目的)

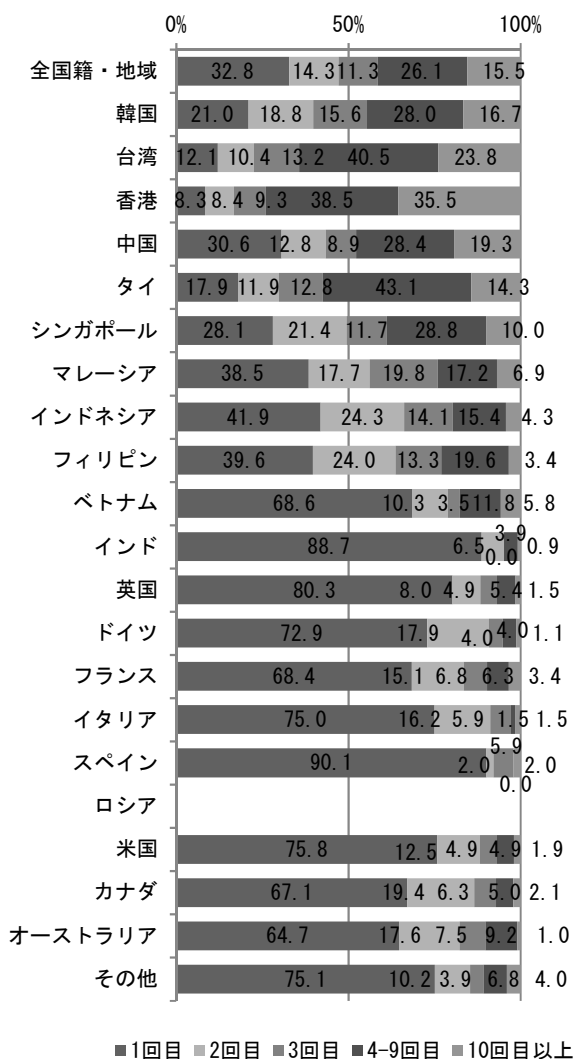


図表 1-13 滞在日数
(国籍・地域別、観光・レジャー目的)

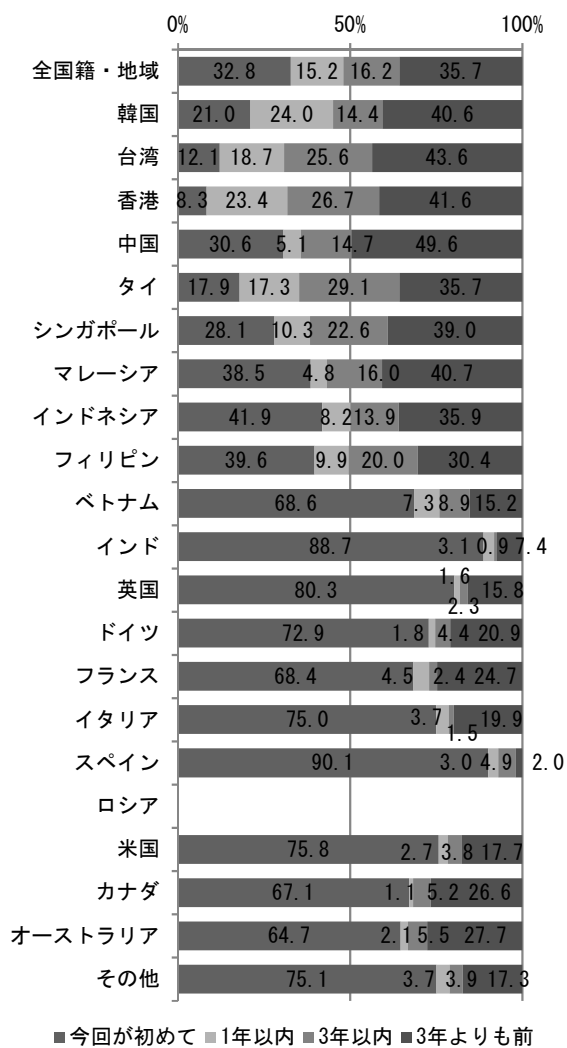


- 日本への来訪回数では、「1回目」が32.8%と最も多い(図表1-14)。
- 国籍・地域別では、「1回目」の割合がインド、スペインで約9割と他の国籍・地域に比べ高い。一方、香港では「10回目以上」の割合が3割超と他の国籍・地域に比べ高い。
- 前回の日本への来訪時期では、「3年よりも前」が35.7%で最も多い(図表1-15)。
- 国籍・地域別では、韓国、香港の「1年以内」の割合が2割超と他の国籍・地域に比べ高い。

図表 1-14 来訪回数
(国籍・地域別、観光・レジャー目的)

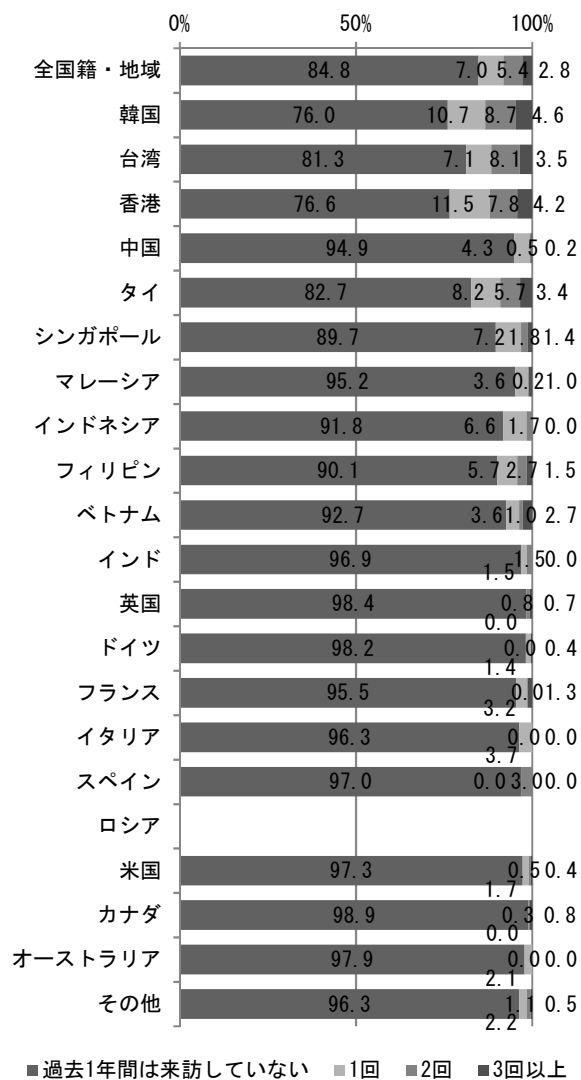


図表 1-15 前回の日本への来訪時期
(国籍・地域別、観光・レジャー目的)

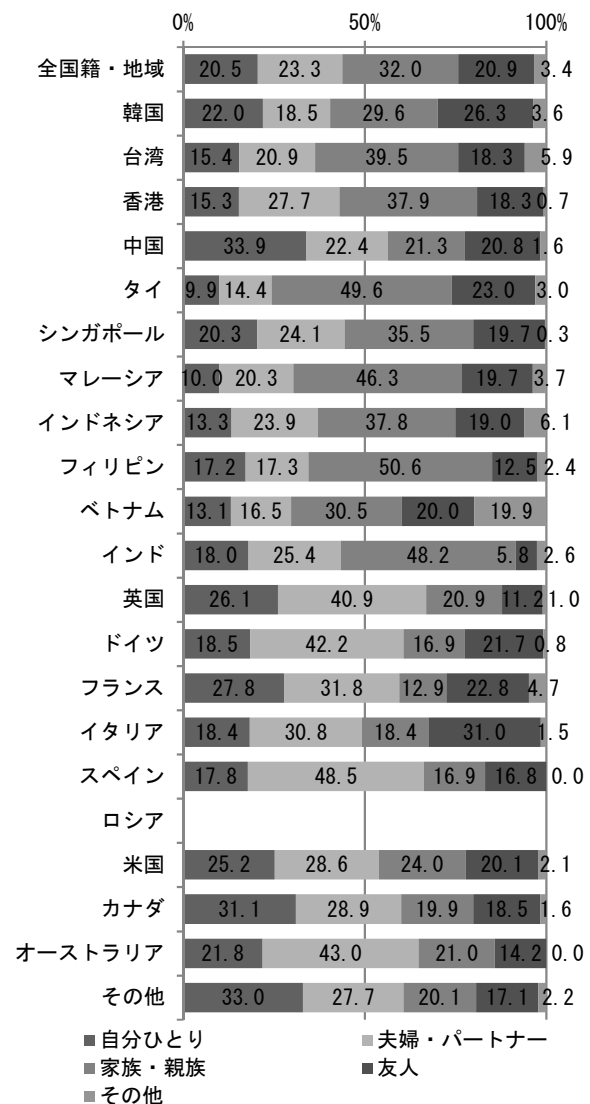


- 過去1年間の日本への来訪回数（今回を除く）では、「過去1年間は来訪していない」（0回）が84.8%を占める（図表1-16）。
- 国籍・地域別にみると、過去1年間に2回以上日本を訪れている割合は、韓国、台湾、香港が1割超と、他の国籍・地域に比べて高い。
- 同行者は「家族・親族」（32.0%）、「夫婦・パートナー」（23.3%）、「友人」（20.9%）、「自分ひとり」（20.5%）の順となっている（図表1-17）。
- 国籍・地域別では、タイ、フィリピン、インドで「家族・親族」の割合が約5割と、他の国籍・地域に比べて高い。

図表 1-16 過去1年間の日本への来訪回数
（国籍・地域別、観光・レジャー目的）

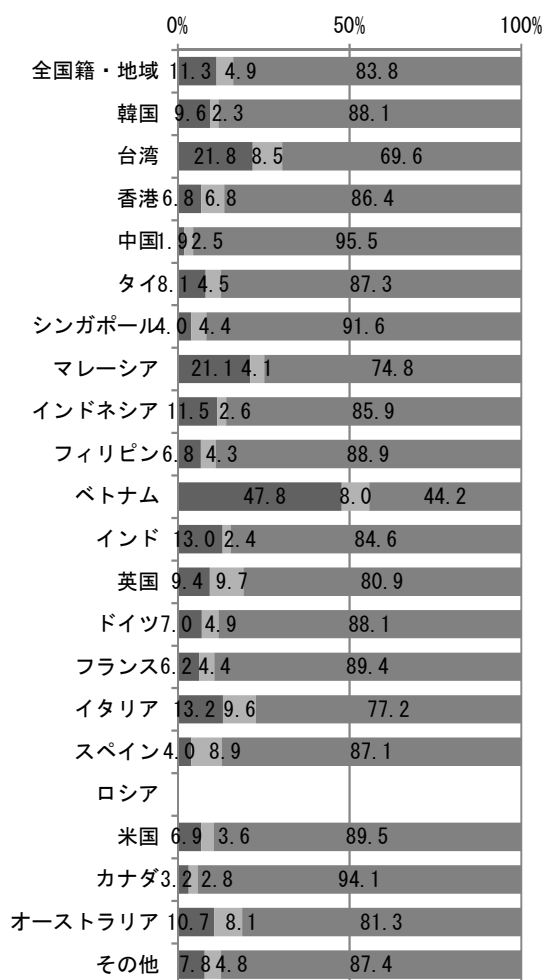


図表 1-17 同行者
（国籍・地域別、観光・レジャー目的）



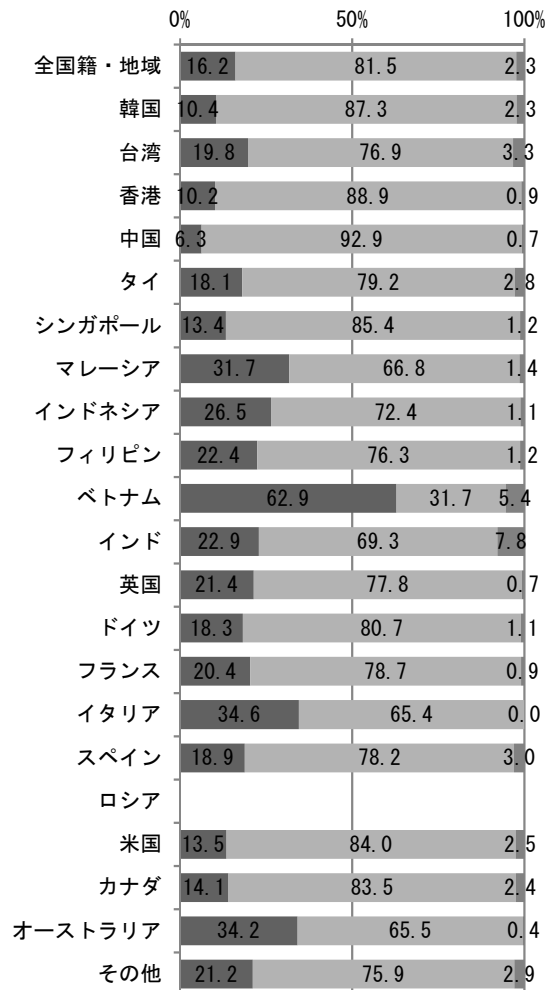
- 旅行手配方法では「団体ツアー参加」が11.3%、「個人旅行パッケージ利用」が4.9%、「個別手配」が83.8%を占める（図表 1-18）。
- 国籍・地域別では、ベトナムの「団体ツアー参加」の割合が約5割と他の国籍・地域に比べて高い。
- ツアー商品や往復航空（船舶）券の申込方法では、「店頭」の割合が16.2%、「ウェブサイト」の割合が81.5%を占める（図表 1-19）。
- 国籍・地域別では、ベトナムの「店頭」の割合が6割超と他の国籍・地域に比べて高い。

図表 1-18 旅行手配方法
(国籍・地域別、観光・レジャー目的)



■ 団体ツアー参加 ■ 個人旅行パッケージ利用 ■ 個別手配

図表 1-19 申込方法
(国籍・地域別、観光・レジャー目的)



■ 店頭 ■ ウェブサイト ■ 電話等その他

2. 訪日外国人の旅行支出

(1) 旅行支出の構造

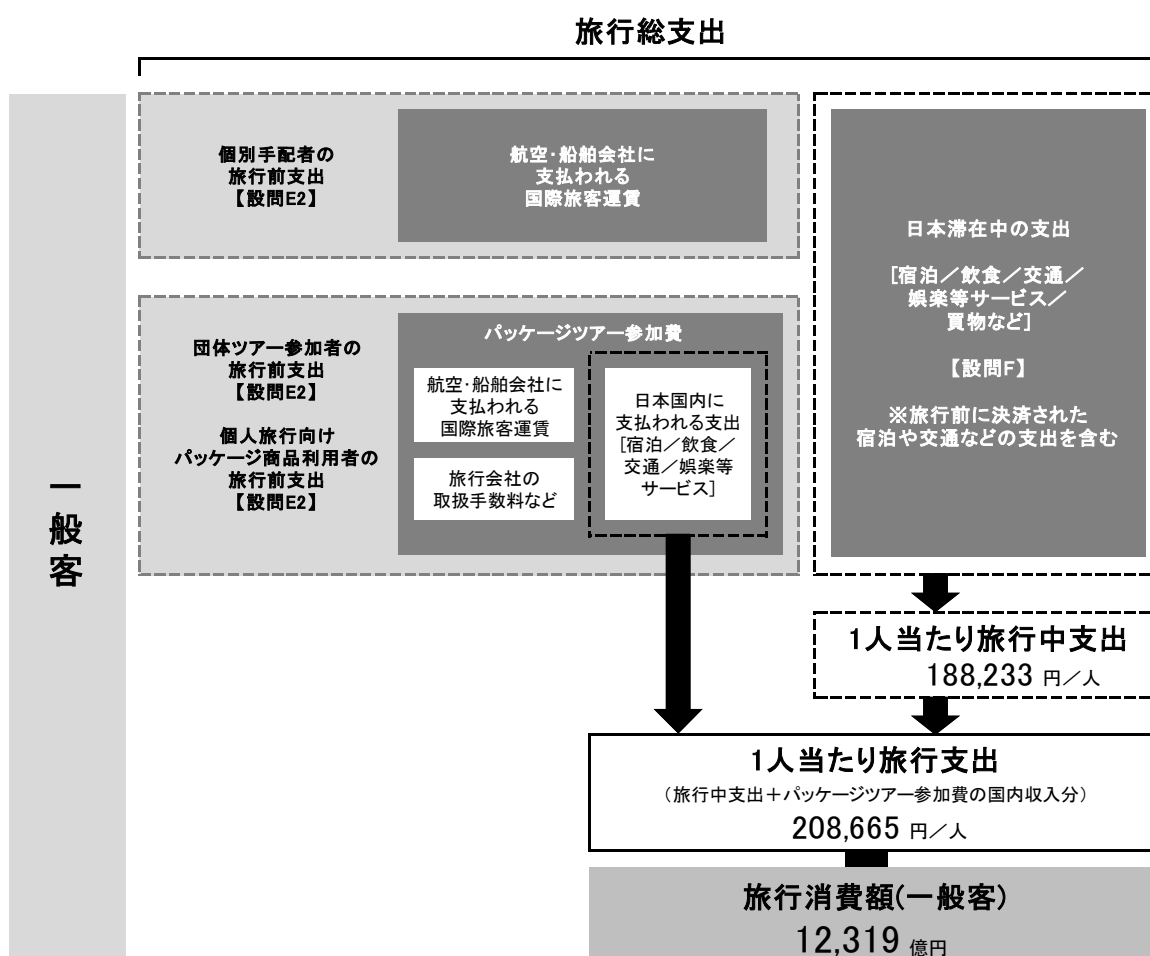
- 本調査では、船舶観光上陸許可を得た訪日外国人をクルーズ客、これ以外の訪日外国人を一般客とする（図表 2-1）。
- 旅行前支出は旅行手配方法別に捉え方が異なる。団体ツアー参加者^{注1}及び個人旅行パッケージ利用者^{注2}についてはパッケージツアー参加費を旅行前支出として尋ねている。一方、個別手配者^{注3}については航空・船舶会社に支払われる国際旅客運賃を旅行前支出として尋ねている。
- 旅行中支出とは、日本滞在中の支出であり、宿泊費や飲食費、交通費、娯楽等サービス費、買物代など日本滞在中に支払ったすべての支出金額を尋ねている。

注1) 旅行会社等が企画した団体ツアーに参加した人

注2) 往復航空（船舶）券と宿泊等がセットになった個人旅行向けパッケージ商品を利用した人

注3) 往復航空（船舶）券や宿泊等を個別に手配した人

図表 2-1 訪日外国人消費動向調査における旅行支出の構造 概念図(一般客)



- **パッケージツアー参加費**には、日本国内に支払われる支出（宿泊／飲食／交通／娯楽等サービス）や航空・船舶会社に支払われる国際旅客運賃などが含まれる。本調査では、このうち日本国内に支払われる支出（以下、国内収入分）を旅行中支出に加算することにより、一般客の旅行消費額（総額）を推計する。ただし、クルーズ客ではパッケージツアー参加費の国内収入分の加算は行わない。
- (2) 旅行前支出
- 一般客における**団体ツアー**の購入者単価は1人当たり平均251,086円、**個人旅行パッケージ**の購入者単価は1人当たり平均240,935円であった（図表2-2）。
 - **個別手配者**の国際旅客運賃（出発国から日本までの往復運賃）の購入者単価は一般客1人当たり平均116,662円であった。
- (3) 旅行中支出
- 一般客が日本滞在中に支出した**旅行中支出**は1人当たり平均188,233円であった。旅行手配方法別では、**団体ツアー参加者**では1人当たり平均66,508円、**個人旅行パッケージ利用者**では1人当たり平均116,455円、**個別手配者**では1人当たり平均205,885円であった（図表2-3）。
 - 旅行前支出と旅行中支出を合算した**旅行総支出**は、一般客1人当たり平均323,522円であった（図表2-4）。

図表 2-2 一般客1人当たり旅行前支出（旅行手配方法別）

【団体ツアー参加者】			【個人旅行パッケージ利用者】			【個別手配者】		
国籍・地域	(%)	(円/人)	国籍・地域	(%)	(円/人)	国籍・地域	(%)	(円/人)
国籍・地域	団体ツアー参加率	団体ツアー購入者単価	国籍・地域	個人旅行パッケージ利用率	個人旅行パッケージ購入者単価	国籍・地域	個別手配比率	国際旅客運賃購入者単価
全国籍・地域	10.0%	251,086	全国籍・地域	4.2%	240,935	全国籍・地域	85.8%	116,662
韓国	9.6%	96,092	韓国	2.1%	85,957	韓国	88.3%	43,021
台湾	20.4%	196,392	台湾	8.1%	140,193	台湾	71.5%	86,472
香港	6.8%	206,839	香港	6.8%	148,400	香港	86.4%	70,067
中国	1.3%	327,889	中国	1.6%	244,698	中国	97.1%	120,166
タイ	8.4%	203,958	タイ	4.7%	246,376	タイ	86.8%	123,056
シンガポール	3.2%	293,759	シンガポール	4.2%	194,016	シンガポール	92.5%	114,992
マレーシア	19.7%	295,523	マレーシア	4.0%	215,057	マレーシア	76.2%	155,370
インドネシア	11.4%	235,647	インドネシア	2.6%	368,062	インドネシア	86.0%	111,998
フィリピン	9.8%	343,647	フィリピン	3.7%	216,306	フィリピン	86.6%	91,792
ベトナム	27.4%	229,040	ベトナム	4.3%	225,047	ベトナム	68.3%	123,311
インド	4.9%	474,336	インド	0.8%	631,284	インド	94.3%	172,690
英国	6.5%	867,258	英国	7.3%	700,042	英国	86.2%	247,965
ドイツ	5.6%	861,985	ドイツ	3.5%	517,581	ドイツ	90.9%	232,822
フランス	4.7%	851,485	フランス	3.3%	492,955	フランス	92.0%	183,448
イタリア	9.5%	505,146	イタリア	7.9%	467,847	イタリア	82.6%	229,943
スペイン	8.3%	706,351	スペイン	7.1%	487,353	スペイン	84.6%	251,362
ロシア	-	-	ロシア	-	-	ロシア	-	-
米国	5.4%	637,001	米国	2.7%	614,593	米国	91.9%	217,476
カナダ	2.6%	769,895	カナダ	2.3%	838,335	カナダ	95.1%	176,229
オーストラリア	9.0%	584,900	オーストラリア	7.2%	486,265	オーストラリア	83.8%	148,454
その他	6.1%	537,000	その他	3.8%	318,140	その他	90.1%	250,228

図表 2-3 一般客 1 人当たり旅行中支出（国籍・地域別）

国籍・地域	(円/人)				b.平均泊数	(円/人泊)			
	a.旅行中支出	団体ツアー参加者	個人旅行パッケージ利用者	個別手配者		c.1泊当たり旅行中支出 (=a/b)	団体ツアー参加者	個人旅行パッケージ利用者	個別手配者
全国籍・地域	188,233	66,508	116,455	205,885	9.7	19,350	12,079	15,650	19,931
韓国	89,042	34,707	95,963	94,789	3.6	25,021	13,339	32,532	25,774
台湾	149,465	66,080	123,904	176,126	6.0	24,932	15,400	23,150	26,875
香港	173,960	87,166	140,804	183,422	6.9	25,314	16,256	25,089	25,869
中国	338,570	112,330	206,221	343,823	17.7	19,160	9,549	27,132	19,186
タイ	183,678	82,384	128,995	196,489	7.5	24,610	16,422	23,510	25,163
シンガポール	280,657	30,386	110,563	297,200	9.3	30,217	4,755	18,179	31,166
マレーシア	198,262	185,946	83,431	207,508	8.5	23,241	32,214	10,806	22,342
インドネシア	174,060	90,495	32,100	189,398	15.1	11,525	17,845	5,923	11,324
フィリピン	146,574	56,331	55,120	160,595	17.5	8,394	6,234	1,466	9,146
ベトナム	149,195	74,620	66,847	184,338	35.2	4,242	11,204	13,583	3,798
インド	227,247	34,063	181,141	237,702	26.8	8,482	3,886	26,722	8,522
英国	284,431	55,789	151,319	312,899	13.6	20,964	4,131	13,768	22,687
ドイツ	275,346	40,845	135,924	295,120	14.8	18,623	3,123	12,522	19,619
フランス	255,700	37,422	108,058	272,215	14.2	17,956	3,390	8,446	18,830
イタリア	259,075	92,778	108,982	292,500	13.7	18,933	7,200	8,833	21,037
スペイン	241,749	62,905	73,774	273,347	15.7	15,416	8,691	6,934	16,143
ロシア	-	-	-	-	-	-	-	-	-
米国	267,352	99,437	99,570	282,100	11.9	22,435	8,191	9,316	23,626
カナダ	251,744	83,272	100,009	259,948	11.5	21,799	7,361	5,797	22,764
オーストラリア	274,688	66,754	109,597	311,139	13.7	20,109	4,890	9,679	22,445
その他	293,733	66,443	97,935	317,293	15.3	19,209	7,050	8,057	20,057

図表 2-4 一般客 1 人当たり旅行総支出（国籍・地域別）

国籍・地域	(円/人)				b.平均泊数	(円/人泊)			
	a.旅行総支出	団体ツアー参加者	個人旅行パッケージ利用者	個別手配者		c.1泊当たり旅行総支出 (=a/b)	団体ツアー参加者	個人旅行パッケージ利用者	個別手配者
全国籍・地域	323,522	317,593	357,390	322,548	9.7	33,258	57,683	48,029	31,225
韓国	138,082	130,799	181,919	137,809	3.6	38,801	50,269	61,671	37,472
台湾	262,694	262,472	264,097	262,598	6.0	43,819	61,170	49,344	40,070
香港	258,679	294,005	289,204	253,489	6.9	37,642	54,830	51,531	35,751
中国	463,467	440,218	450,919	463,988	17.7	26,227	37,422	59,326	25,891
タイ	319,399	286,342	375,371	319,545	7.5	42,795	57,080	68,412	40,922
シンガポール	404,791	324,145	304,579	412,192	9.3	43,582	50,728	50,080	43,225
マレーシア	383,699	481,469	298,489	362,879	8.5	44,979	83,411	38,660	39,071
インドネシア	306,754	326,142	400,162	301,396	15.1	20,312	64,312	73,832	18,021
フィリピン	267,476	399,979	271,425	252,387	17.5	15,318	44,264	7,217	14,373
ベトナム	305,880	303,659	291,893	307,650	35.2	8,697	45,595	59,310	6,339
インド	418,259	508,400	812,425	410,392	26.8	15,611	58,004	119,849	14,712
英国	605,587	923,047	851,361	560,864	13.6	44,635	68,348	77,463	40,666
ドイツ	553,253	902,830	653,505	527,942	14.8	37,418	69,020	60,206	35,097
フランス	480,917	888,907	601,013	455,663	14.2	33,772	80,519	46,974	31,520
イタリア	533,890	597,924	576,829	522,442	13.7	39,016	46,403	46,752	37,575
スペイン	547,621	769,256	561,127	524,709	15.7	34,921	106,282	52,737	30,988
ロシア	-	-	-	-	-	-	-	-	-
米国	518,098	736,438	714,163	499,576	11.9	43,476	60,667	66,816	41,839
カナダ	458,359	853,168	938,344	436,177	11.5	39,690	75,421	54,390	38,196
オーストラリア	486,644	651,654	595,861	459,593	13.7	35,625	47,738	52,623	33,154
その他	564,011	603,443	416,074	567,521	15.3	36,883	64,026	34,232	35,874

(4) 旅行支出の推計

- 一般客の旅行支出及び旅行消費額は、訪日外国人が日本国内で支払った旅行中支出に、パッケージツアー参加費に含まれる宿泊費や飲食費、交通費などの国内収入分（以下、パッケージ内訳）を加算することにより推計する。
- 今期のパッケージ内訳は1人当たり平均20,432円と推計される（図表2-5）。

旅行中支出にパッケージ内訳を加えた今期の旅行支出は1人当たり平均208,665円と推計され、今期の一般客の旅行消費額は1兆2,319億円と推計される。

- 2023年4-6月期はクルーズ調査の中止によりクルーズ消費額が推計できないため、2023年4-6月期の訪日外国人旅行消費額は1兆2,319億円と推計される。

図表 2-5 訪日外国人1人当たり旅行支出と訪日外国人旅行消費額の推移

年	四半期	一般客					クルーズ客			訪日外国人旅行消費額		
		a. 日本国内での旅行中支出 (パッケージ内訳を含まない)		b. パッケージツアー参加費に含まれる国内収入分 (パッケージ内訳)		c. 旅行支出 (パッケージ内訳を含む) (=a+b)	d. 一般客数	e. 旅行消費額 (=c×d)	f. 旅行中支出	g. クルーズ客数	h. 旅行消費額 (=f×g)	k. 訪日外国人旅行消費額 (=e+h)
		(円/人)	(円/人)	(円/人)	(人)	(億円)	(円/人)	(人)	(億円)	(億円)	(億円)	
2019年		137,948	20,583	158,531	29,855,742	47,331	39,710	2,026,307	805	48,135		
2023年		-	-	-	-	-	-	-	-	-		
2019年	1-3月期	130,034	17,379	147,413	7,693,723	11,342	48,631	360,074	175	11,517		
2019年	4-6月期	134,203	20,764	154,967	8,050,409	12,475	37,244	529,408	197	12,673		
2019年	7-9月期	140,952	21,907	162,860	7,093,271	11,552	38,473	690,935	266	11,818		
2019年	10-12月期	147,883	22,551	170,434	7,018,339	11,962	37,352	445,890	167	12,128		
2023年	1-3月期	195,383	15,657	211,040	4,787,169	10,103	-	-	-	10,103		
2023年	4-6月期	188,233	20,432	208,665	5,903,493	12,319	-	-	-	12,319		
2023年	7-9月期											
2023年	10-12月期											

注1) パッケージツアー参加費に含まれる国内収入分は、パッケージツアーに参加していない個人手配者(参加費0円)も含めた全体平均の値である。
 注2) 訪日外客数(日本政府観光局、暫定値)からクルーズ客数を控除した値。
 注3) 船舶観光上陸許可を得た訪日外国人の人数(法務省「出入国管理統計」)

【一般客の旅行消費額の推計方法（パッケージツアー参加費に含まれる国内収入分の加算）】

一般客のパッケージツアー参加費には、「出発国から日本までの往復運賃」に加え、日本に支払われる「宿泊費」「飲食費」「交通費」「娯楽等サービス費」が含まれているものと仮定する。これらの費目のうち、「出発国から日本までの往復運賃」を除く費目の支出を、日本国内に支払われる支出（国内収入分）とみなす。

一般客の旅行消費額は、「旅行中支出」に「パッケージツアー参加費に含まれる国内収入分」の金額を加算することにより推計する。パッケージツアー参加費の内訳は、観光・レジャー目的の個人手配者の旅行支出における費目別構成比を用いて配分した。なお、この配分は国籍・地域毎（20市場と「その他の国籍・地域」の21区分）に行っている。

なお、本報告書で推計している訪日外国人旅行消費額には、日本の航空会社及び船舶会社に支払われる国際旅客運賃（往復運賃）が含まれない点に留意されたい。

- 一般客の旅行消費額を国籍・地域別にみると、①米国1,762億円(構成比14.3%)、②台湾1,746億円(同14.2%)、③中国1,540億円(同12.5%)、④韓国1,459億円(同11.8%)、⑤香港938億円(同7.6%)の順となっている(図表2-6)。
- 前述の上位5ヶ国・地域合計で7,444億円(構成比60.4%)を占める。エリア別では、東アジア4ヶ国・地域合計で5,683億円(同46.1%)、東南アジア6ヶ国(タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナム)合計で1,937億円(同15.7%)、欧州5ヶ国(英国、ドイツ、フランス、イタリア、スペイン)合計で907億円(同7.4%)となっている。

図表 2-6 一般客1人当たり旅行支出と旅行消費額(国籍・地域別)

2023年4-6月期	a. 日本国内での 旅行中支出 (パッケージ内訳を含まない)		b. パッケージ ツアー参加費 に含まれる 国内収入分 (パッケージ内訳)		c. 旅行支出 (パッケージ内訳を含む) (=a+b)		d. 一般客数 (クルーズ客を除く)		e. 旅行消費額 (クルーズ客を除く) (=c×d)		
	(円/人)		(円/人)		(円/人)		(人)		(億円)		
		2019年比	注1		2019年比		2019年比		構成比	2019年比	
全国籍・地域	188,233	40.3%	20,432	208,665	34.7%	5,903,493	-26.7%	12,319	100.0%	-1.3%	
韓国	89,042	46.0%	7,099	96,141	39.1%	1,517,357	-14.3%	1,459	11.8%	19.2%	
台湾	149,465	62.8%	28,009	177,473	48.9%	983,878	-15.6%	1,746	14.2%	25.7%	
香港	173,960	27.0%	16,045	190,005	23.6%	493,497	-15.2%	938	7.6%	4.9%	
中国	338,570	69.4%	5,060	343,630	53.3%	448,235	-77.6%	1,540	12.5%	-65.7%	
タイ	183,678	60.5%	15,656	199,334	48.2%	253,085	-24.5%	504	4.1%	12.0%	
シンガポール	280,657	87.6%	11,854	292,511	71.6%	146,294	21.2%	428	3.5%	108.0%	
マレーシア	198,262	78.5%	37,375	235,636	74.4%	96,247	-18.2%	227	1.8%	42.6%	
インドネシア	174,060	49.4%	21,416	195,476	45.2%	119,062	1.0%	233	1.9%	46.6%	
フィリピン	146,574	33.6%	26,223	172,797	45.0%	166,938	-4.3%	288	2.3%	38.8%	
ベトナム	149,195	15.9%	34,603	183,798	15.4%	139,834	7.3%	257	2.1%	23.9%	
インド	227,247	56.9%	14,991	242,238	46.9%	48,463	-7.9%	117	1.0%	35.3%	
英国	284,431	59.3%	64,223	348,655	46.9%	84,655	-16.0%	295	2.4%	23.4%	
ドイツ	275,346	44.6%	39,373	314,718	58.3%	60,232	-4.2%	190	1.5%	51.6%	
フランス	255,700	17.7%	34,680	290,380	19.8%	78,881	-19.6%	229	1.9%	-3.7%	
イタリア	259,075	60.4%	49,935	309,010	49.1%	37,688	-20.9%	116	0.9%	18.0%	
スペイン	241,749	27.9%	58,140	299,890	37.6%	25,570	-23.8%	77	0.6%	4.8%	
ロシア	-	-	-	-	-	9,761	-69.6%	-	-	-	
米国	267,352	59.3%	29,319	296,671	56.9%	593,757	19.2%	1,762	14.3%	87.1%	
カナダ	251,744	57.4%	22,838	274,582	46.1%	109,091	10.8%	300	2.4%	61.9%	
オーストラリア	274,688	58.6%	57,610	332,298	42.4%	139,318	-8.0%	463	3.8%	30.9%	
その他	293,733	67.3%	24,119	317,852	63.2%	351,650	-1.8%	1,118	9.1%	60.3%	

注1) パッケージツアー参加費に含まれる国内収入分は、パッケージツアーに参加していない個人手配者(参加費0円)も含めた全体平均の値である。
注2) 訪日外客数(日本政府観光局、暫定値)からクルーズ客数を控除した値。

(5) 費目別にみる旅行支出

- 一般客の費目別旅行支出（パッケージ内訳を含む）を国籍・地域別にみると、「宿泊費」では英国、「飲食費」および「娯楽等サービス費」ではオーストラリア、「交通費」ではイタリア、「買い物代」では中国がそれぞれ最も高い金額となっている。（図表 2-7）。
- 一般客の費目別旅行消費額（パッケージ内訳を含む）を国籍・地域別にみると、「宿泊費」「飲食費」「交通費」では米国が最も高く、それぞれ 772 億円、419 億円、244 億円であった。また、「買い物代」は台湾が 662 億円と高くなっている（図表 2-8）。

図表 2-7 費目別にみる一般客1人当たり旅行支出（国籍・地域別）

(円/人)

国籍・地域	【費目別旅行支出】						
	旅行支出 総額	宿泊費	飲食費	交通費	娯楽等 サービス 費	買物代	その他
全国籍・地域	208,665	72,944	49,524	24,820	7,984	53,385	7
韓国	96,141	30,915	27,531	8,666	5,310	23,700	19
台湾	177,473	45,986	40,351	16,956	6,909	67,271	0
香港	190,005	60,391	50,770	21,585	5,491	51,768	0
中国	343,630	94,659	69,024	26,740	7,122	146,085	0
タイ	199,334	61,270	47,501	27,567	6,426	56,571	0
シンガポール	292,511	111,177	63,960	35,637	10,073	71,664	0
マレーシア	235,636	77,697	47,828	28,171	8,319	73,622	0
インドネシア	195,476	70,402	36,748	26,160	6,589	55,578	0
フィリピン	172,797	57,865	41,567	23,734	9,073	40,558	0
ベトナム	183,798	57,613	46,539	17,219	4,887	57,540	0
インド	242,238	81,615	42,498	34,648	6,659	76,818	0
英国	348,655	157,700	72,362	56,913	11,744	49,935	0
ドイツ	314,718	147,630	74,769	48,157	11,547	32,426	190
フランス	290,380	122,667	77,236	46,552	8,925	35,000	0
イタリア	309,010	133,418	67,437	57,782	9,855	40,460	59
スペイン	299,890	128,889	76,992	51,810	10,821	31,377	0
ロシア	-	-	-	-	-	-	-
米国	296,671	130,076	70,560	41,049	12,518	42,468	0
カナダ	274,582	114,020	65,458	44,665	10,281	40,158	0
オーストラリア	332,298	133,594	82,335	48,607	19,634	48,127	0
その他	317,852	133,275	76,042	47,151	13,445	47,939	0

図表 2-8 費目別にみる一般客の旅行消費額（国籍・地域別）

(億円) (％)

国籍・地域	【費目別旅行消費額】							【費目別旅行消費額 構成比】(ヨコ計100%)					
	消費額 総額	宿泊費	飲食費	交通費	娯楽等 サービス 費	買物代	その他	宿泊費	飲食費	交通費	娯楽等 サービス 費	買物代	その他
全国籍・地域	12,319	4,306	2,924	1,465	471	3,152	0	35.0%	23.7%	11.9%	3.8%	25.6%	0.0%
韓国	1,459	469	418	131	81	360	0	32.2%	28.6%	9.0%	5.5%	24.7%	0.0%
台湾	1,746	452	397	167	68	662	0	25.9%	22.7%	9.6%	3.9%	37.9%	0.0%
香港	938	298	251	107	27	255	0	31.8%	26.7%	11.4%	2.9%	27.2%	0.0%
中国	1,540	424	309	120	32	655	0	27.5%	20.1%	7.8%	2.1%	42.5%	0.0%
タイ	504	155	120	70	16	143	0	30.7%	23.8%	13.8%	3.2%	28.4%	0.0%
シンガポール	428	163	94	52	15	105	0	38.0%	21.9%	12.2%	3.4%	24.5%	0.0%
マレーシア	227	75	46	27	8	71	0	33.0%	20.3%	12.0%	3.5%	31.2%	0.0%
インドネシア	233	84	44	31	8	66	0	36.0%	18.8%	13.4%	3.4%	28.4%	0.0%
フィリピン	288	97	69	40	15	68	0	33.5%	24.1%	13.7%	5.3%	23.5%	0.0%
ベトナム	257	81	65	24	7	80	0	31.3%	25.3%	9.4%	2.7%	31.3%	0.0%
インド	117	40	21	17	3	37	0	33.7%	17.5%	14.3%	2.7%	31.7%	0.0%
英国	295	134	61	48	10	42	0	45.2%	20.8%	16.3%	3.4%	14.3%	0.0%
ドイツ	190	89	45	29	7	20	0	46.9%	23.8%	15.3%	3.7%	10.3%	0.1%
フランス	229	97	61	37	7	28	0	42.2%	26.6%	16.0%	3.1%	12.1%	0.0%
イタリア	116	50	25	22	4	15	0	43.2%	21.8%	18.7%	3.2%	13.1%	0.0%
スペイン	77	33	20	13	3	8	0	43.0%	25.7%	17.3%	3.6%	10.5%	0.0%
ロシア	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
米国	1,762	772	419	244	74	252	0	43.8%	23.8%	13.8%	4.2%	14.3%	0.0%
カナダ	300	124	71	49	11	44	0	41.5%	23.8%	16.3%	3.7%	14.6%	0.0%
オーストラリア	463	186	115	68	27	67	0	40.2%	24.8%	14.6%	5.9%	14.5%	0.0%
その他	1,118	469	267	166	47	169	0	41.9%	23.9%	14.8%	4.2%	15.1%	0.0%

(6) 来訪目的別にみる旅行支出

- 来訪目的別に一般客の旅行支出（パッケージ内訳を含む）をみると、「観光・レジャー」は1人当たり平均206,215円、「業務」は同236,246円、「その他」は同192,142円となっている（図表2-9）。

図表2-9 来訪目的別にみる一般客1人当たり旅行支出（主要国籍・地域別）

主な来訪目的		観光・レジャー	業務 注1	その他 注2	MICE 関連 注3 (再掲)
旅行 支出 (円/人)	全国籍・地域	206,215	236,246	192,142	202,233
	韓国	95,694	106,834	81,906	108,571
	台湾	171,228	317,163	146,970	205,935
	香港	193,303	162,450	139,567	160,420
	中国	358,594	345,034	302,460	342,779
	米国	325,052	257,917	220,372	239,965

【参考】

一般客 目的別 構成比 (%) ヨコ計=100	全国籍・地域	78.2	12.5	9.3	6.5
	韓国	85.9	9.6	4.5	6.8
	台湾	90.3	5.1	4.7	2.3
	香港	92.1	4.0	3.8	2.4
	中国	48.6	32.7	18.8	12.1
	米国	67.3	15.6	17.1	4.6

回答数注4	全国籍・地域	6,458	1,308	961	627
	韓国	1,110	118	52	80
	台湾	998	47	46	22
	香港	663	29	29	18
	中国	233	222	126	68
	米国	855	205	223	58

注1)「業務」は、主な来訪目的が「展示会・見本市」「国際会議」「企業ミーティング」「研修」「その他ビジネス」の回答の集計結果である。

注2)「その他」は、主な来訪目的が「親族・知人訪問」「ハネムーン」「学校関連の旅行」「スポーツ・スポーツ観戦」「イベント」「留学」「治療・検診」「インセンティブツアー」「トランジット」「その他」の回答の集計結果である。

注3)「MICE関連」は、主な来訪目的が「イベント」「インセンティブツアー」「展示会・見本市」「国際会議」「企業ミーティング」「研修」の回答の集計結果である。

注4) 回答数の少ない数値については取り扱いに留意されたい。

3. 土産品の購入実態

(1) 費目別購入率

- 費目別の購入率（その費目を購入した人の割合）は「菓子類」（71.1%）、「その他食料品・飲料・たばこ」（42.6%）、「衣類」（38.3%）の順で高い（図表 3-1）。
- 国籍・地域別で最も購入率が高い費目は、韓国、台湾、香港、中国で「菓子類」（それぞれ 84.3%、80.7%、75.0%、74.7%）、米国で「その他食料品・飲料・たばこ」（55.7%）となっている。

(2) 費目別購入者単価

- 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1人当たり平均支出）は、「時計・フィルムカメラ」が9.0万円と最も高い（図表 3-1）。
- 国籍・地域別では、中国の「時計・フィルムカメラ」や「宝石・貴金属」（それぞれ 21.5万円、19.4万円）が他の国籍・地域に比べ高い。

図表 3-1 買物代の費目別購入率および購入者単価（主要国籍・地域別、全目的）

費目	全国籍・地域		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	71.1%	10,877	84.3%	7,196	80.7%	12,174	75.0%	11,418	74.7%	14,895	44.3%	10,637
酒類	24.3%	9,529	40.3%	7,074	13.6%	7,906	13.3%	11,122	12.6%	22,600	29.6%	13,129
生鮮農産物	3.4%	8,924	0.6%	5,921	6.5%	5,614	8.0%	7,516	2.1%	32,011	1.7%	14,479
その他食料品・飲料・たばこ	42.6%	11,159	33.8%	6,675	38.0%	9,189	35.1%	8,743	34.1%	14,143	55.7%	13,352
化粧品・香水	24.3%	20,480	17.3%	9,472	30.7%	17,469	33.2%	16,953	54.5%	48,094	11.6%	14,876
医薬品	26.3%	15,195	34.1%	8,537	50.9%	19,328	38.5%	11,625	39.0%	28,881	3.6%	7,767
健康グッズ・トイレタリー	10.7%	16,291	6.3%	12,431	28.1%	17,974	13.8%	11,449	16.9%	24,939	3.4%	8,059
衣類	38.3%	23,905	19.7%	18,938	40.8%	19,494	51.0%	23,957	34.8%	53,438	42.6%	24,683
靴・かばん・革製品	22.5%	46,663	9.2%	27,762	27.6%	56,773	37.6%	29,951	30.2%	131,076	15.2%	22,300
電気製品	5.8%	38,618	1.0%	8,157	10.7%	30,012	3.7%	23,583	13.1%	37,742	4.4%	27,109
時計・フィルムカメラ	2.2%	90,144	0.4%	32,926	1.3%	148,925	1.8%	28,042	6.2%	215,134	2.0%	57,276
宝石・貴金属	2.2%	68,101	0.3%	26,417	1.4%	156,752	1.3%	25,860	3.7%	194,303	4.3%	34,918
民芸品・伝統工芸品	9.1%	11,592	3.1%	3,274	5.8%	5,428	4.2%	7,101	2.5%	17,365	23.7%	15,066
本・雑誌・ガイドブックなど	4.6%	7,254	1.5%	2,934	3.8%	4,853	3.3%	8,269	2.9%	3,533	10.0%	9,611
音楽・映像・ゲームなどソフトウェア	3.4%	16,047	1.8%	10,413	2.0%	18,425	3.1%	15,271	2.9%	30,317	6.7%	17,188
その他買物代	1.5%	15,907	2.2%	12,372	2.3%	15,427	1.4%	11,052	0.1%	20,000	2.0%	25,177

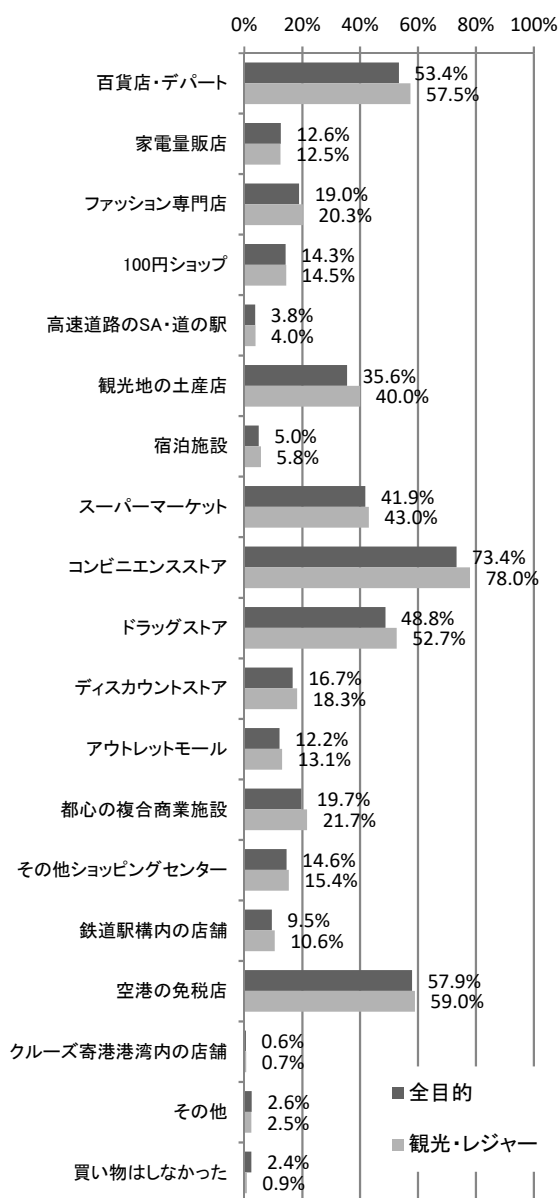
図表 3-2 買物代の費目別購入率および購入者単価（主要国籍・地域別、観光・レジャー目的）

費目	全国籍・地域		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	73.5%	10,586	85.3%	7,091	81.7%	12,020	76.3%	11,698	69.8%	11,246	47.1%	11,600
酒類	25.1%	8,735	41.3%	6,732	14.1%	6,975	13.6%	11,522	10.1%	18,288	28.7%	13,374
生鮮農産物	3.8%	6,898	0.7%	5,921	7.0%	5,115	8.2%	7,753	2.1%	8,278	1.4%	10,140
その他食料品・飲料・たばこ	43.0%	10,654	35.8%	6,912	37.5%	9,380	35.6%	8,560	35.8%	10,553	55.5%	12,817
化粧品・香水	25.0%	17,493	17.9%	9,185	32.4%	16,775	34.3%	17,153	56.6%	43,229	12.4%	15,131
医薬品	29.5%	14,199	36.8%	8,329	52.9%	19,002	40.2%	11,314	47.0%	26,192	3.8%	8,023
健康グッズ・トイレタリー	11.9%	14,515	6.7%	12,267	29.7%	15,840	14.1%	10,940	20.7%	23,284	3.7%	6,454
衣類	41.3%	23,812	21.5%	18,708	43.0%	19,486	53.0%	23,573	46.5%	58,357	47.4%	26,978
靴・かばん・革製品	24.4%	42,699	9.9%	28,776	28.9%	49,606	38.5%	29,518	38.7%	130,670	17.1%	23,974
電気製品	5.7%	38,253	0.8%	6,642	10.7%	26,192	3.8%	23,943	14.9%	29,821	4.8%	26,866
時計・フィルムカメラ	2.0%	92,662	0.4%	15,821	1.3%	153,345	1.9%	28,629	5.6%	294,826	2.3%	65,801
宝石・貴金属	2.3%	60,178	0.2%	17,816	1.3%	139,226	1.4%	25,860	5.3%	184,347	5.4%	33,738
民芸品・伝統工芸品	10.0%	11,291	3.4%	3,411	6.3%	5,458	4.3%	7,076	4.0%	19,571	27.7%	14,664
本・雑誌・ガイドブックなど	4.8%	7,577	1.4%	3,147	3.9%	4,780	3.2%	6,902	4.3%	2,709	11.3%	10,487
音楽・映像・ゲームなどソフトウェア	3.2%	17,858	1.7%	10,965	1.6%	19,877	3.1%	15,267	2.1%	64,230	7.0%	20,470
その他買物代	1.7%	13,585	2.4%	12,809	2.5%	15,427	1.5%	11,052	0.2%	20,000	1.9%	10,524

(3) 買物場所

- 買物場所は「コンビニエンスストア」(73.4%)、「空港の免税店」(57.9%)、「百貨店・デパート」(53.4%)、「ドラッグストア」(48.8%)、「スーパーマーケット」(41.9%)の順で高い(図表3-3)。

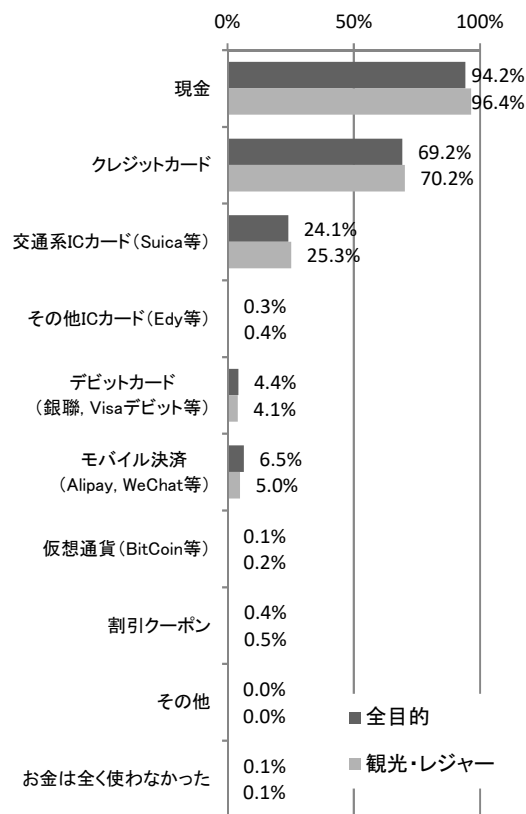
図表 3-3 買物場所
(全国籍・地域、複数回答)



(4) 利用した決済方法

- 利用した決済方法は「現金」(94.2%)が最も高く、次いで「クレジットカード」(69.2%)、「交通系ICカード」(24.1%)、「モバイル決済」(6.5%)、「デビットカード」(4.4%)の順で高くなっている(図表3-4)。

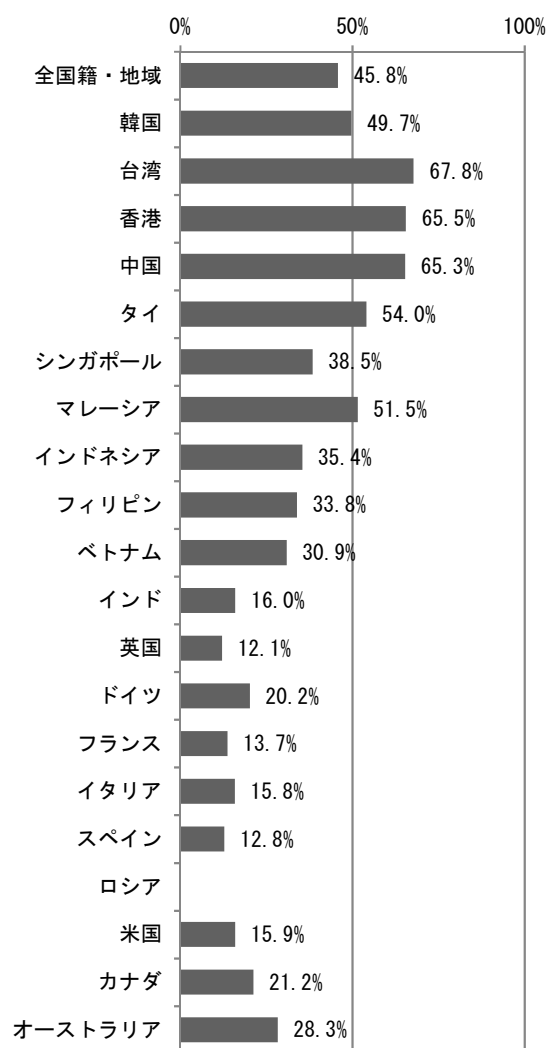
図表 3-4 利用した決済方法
(全国籍・地域、複数回答)



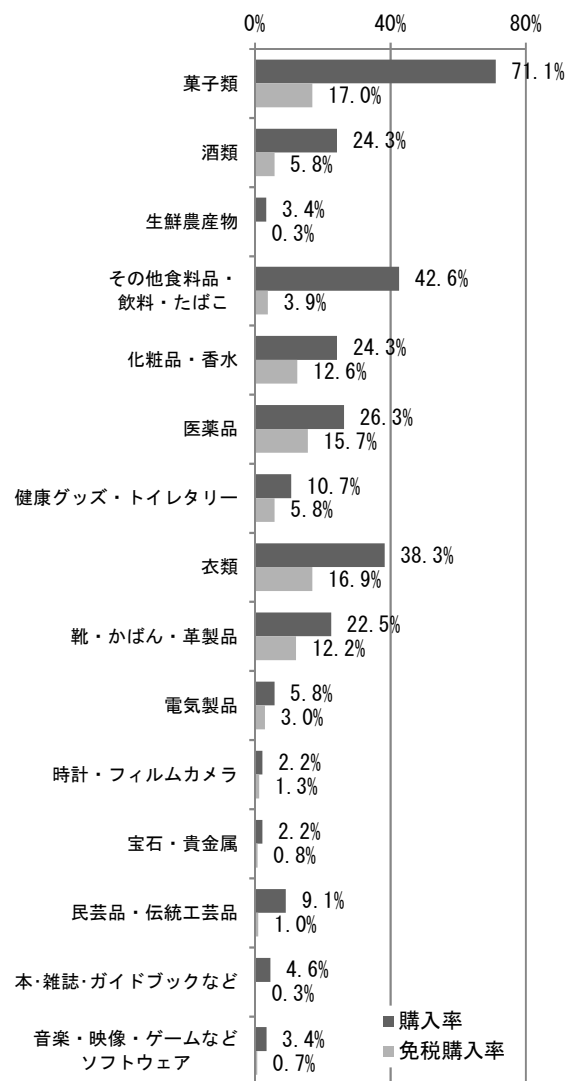
(5) 消費税免税手続きの実施状況

- 今回の日本滞在中に消費税免税手続きを実施した人の割合は全体の 45.8%である (図表 3-5)。
- 国籍・地域別にみると、台湾、香港、中国で 6 割超と高い。一方、インド、英国、フランス、イタリア、スペイン、米国では 2 割未満と他の国籍・地域に比べて低い。
- 買物代の費目別に、消費税免税手続きをして当該費目を購入した人の割合 (費目別の免税購入率、分母は一般客全体) をみると、「菓子類」(17.0%) が最も高く、次いで「衣類」(16.9%)、「医薬品」(15.7%)、「化粧品・香水」(12.6%) の順で高くなっている (図表 3-6)。

図表 3-5 消費税免税手続きの実施率 (国籍・地域別)



図表 3-6 費目別購入率と費目別の免税購入率 (全国籍・地域、複数回答)



4. 満足度と再訪意向

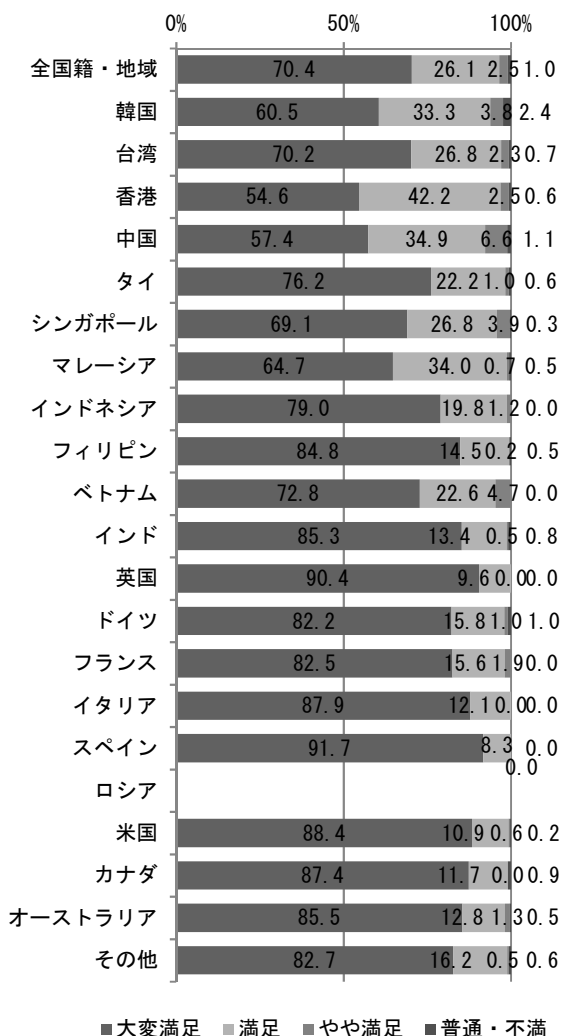
(1) 訪日旅行全体の満足度

- 今回の訪日旅行全体の満足度は「大変満足」70.4%、「満足」26.1%である（図表4-1）。
- 国籍・地域別では、フィリピン、インド、英国、ドイツ、フランス、イタリア、スペイン、米国、カナダ、オーストラリアで「大変満足」の割合が8割超と高い。

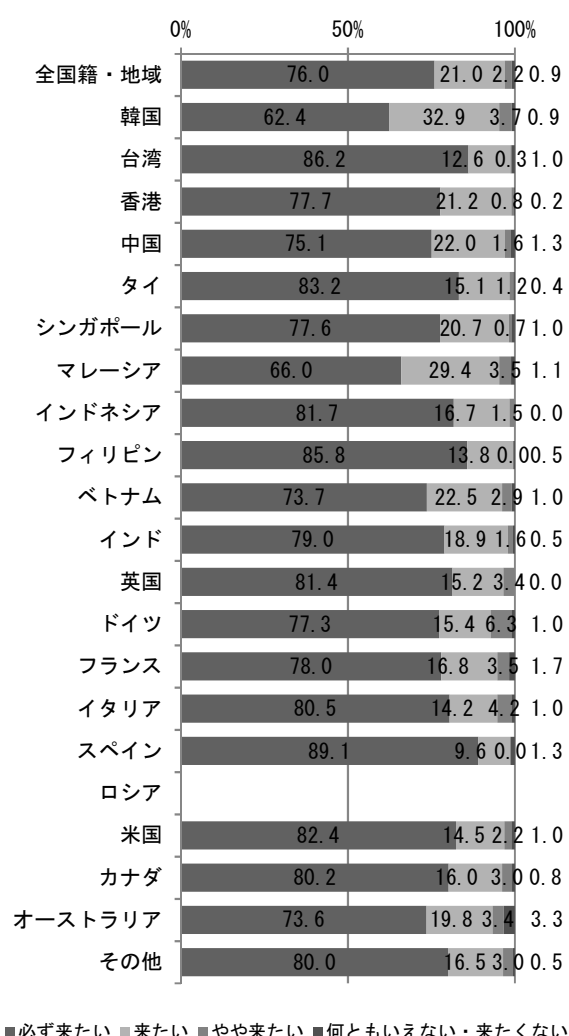
(2) 日本への再訪意向

- 日本への再訪意向では、「必ず来たい」が76.0%、「来たい」が21.0%である（図表4-2）。
- 国籍・地域別では、台湾、タイ、インドネシア、フィリピン、英国、イタリア、スペイン、米国、カナダで「必ず来たい」の割合が8割超と高い。

図表 4-1 訪日旅行全体の満足度（国籍・地域別）



図表 4-2 日本への再訪意向（国籍・地域別）



(3) 最も満足した購入商品

- 最も満足した購入商品をみると、「菓子類」(21.3%)、「衣類」(16.3%)、「靴・かばん・革製品」(10.1%)の順で高い(図表4-3)。
- 満足した理由をみると、「菓子類」では「美味しい」に加え「お土産に良い・頼まれた」とする回答が多くみられた。「衣類」では「品質が良い」とする回答が最も多く、「靴・かばん・革製品」では「価格が手頃・自国よりも安い」とする回答が最も多くみられた。

図表 4-3 最も満足した購入商品とその理由 (全国籍・地域)

商品区分	【満足した理由】(複数回答)													
	(自由記入による単一回答)	美味しい	品質が良い	自国で入手が難しい	価格が手頃・自国より安い	日本製	伝統的・日本独特	好きなブランド・商品である	デザインが良い・かわいい	人気がある・有名	お土産に良い・頼まれた	便利だから	その他	(%)
菓子類	21.3	80.3	26.6	15.7	13.2	21.0	8.6	8.4	6.5	20.2	32.5	1.0	0.0	
酒類	5.4	58.1	33.0	27.6	31.8	33.5	17.7	13.6	1.2	13.8	15.9	0.7	0.4	
生鮮農産物	0.9	90.7	44.5	12.4	23.5	22.9	4.9	0.4	5.6	2.3	11.6	1.0	0.0	
その他食料品・飲料・たばこ	5.3	76.8	38.8	28.3	17.0	23.9	16.8	7.3	2.3	8.3	15.8	6.3	0.6	
化粧品・香水	6.2	0.0	62.1	13.0	39.4	32.5	2.4	22.3	5.9	16.9	12.0	1.5	0.5	
医薬品	6.0	0.0	65.5	17.7	37.0	30.8	2.1	9.2	0.4	19.9	13.1	3.9	0.1	
健康グッズ・トイレットリー	0.4	0.0	64.1	4.5	34.2	26.0	7.0	12.9	9.0	21.8	11.6	7.4	0.0	
衣類	16.3	0.0	52.0	16.2	38.0	20.6	11.1	20.0	45.2	11.0	6.1	3.2	0.4	
靴・かばん・革製品	10.1	0.0	42.8	15.0	45.4	16.0	2.2	34.4	31.8	11.4	2.2	4.5	0.2	
電気製品	2.3	0.0	70.3	25.7	44.3	41.5	2.7	20.5	6.3	7.0	4.9	5.1	0.0	
時計・フィルムカメラ	1.6	0.0	56.2	8.3	29.4	47.9	4.7	18.1	36.5	8.8	13.3	3.2	0.0	
宝石・貴金属	0.4	0.0	52.3	4.8	11.8	48.4	7.9	15.3	46.4	2.3	14.7	0.0	0.0	
民芸品・伝統工芸品	3.3	0.0	35.4	27.9	8.8	42.1	67.4	5.1	41.7	8.0	18.7	1.1	1.3	
本・雑誌・ガイドブックなど	1.4	0.0	24.9	52.0	18.6	19.7	14.3	5.7	18.3	11.4	10.4	5.2	2.9	
音楽・映像・ゲームなどソフトウェア	0.8	0.0	19.5	48.0	26.5	19.7	5.8	27.8	6.7	24.6	4.8	3.2	0.0	
その他買物代	18.4	0.0	31.9	29.9	18.3	26.0	14.7	25.8	45.7	20.6	14.0	2.1	0.4	
その他	0.1	0.0	3.1	6.6	3.1	0.0	26.9	0.0	0.0	26.9	0.0	63.4	0.0	
全体	100.0	25.1	40.9	20.7	26.8	25.2	11.4	17.6	23.6	15.5	15.3	2.7	0.3	

(4) 最も満足した飲食

- 最も満足した飲食をみると、「肉料理」(28.8%)、「ラーメン」(20.0%)、「寿司」(16.1%)の順で高い(図表4-4)。
- 満足した理由をみると、全体的に「美味しい」が高く、特に「肉料理」では「好きな料理・食品である」、「ラーメン」では「自国で味わうことができない」、「寿司」では「食材が新鮮」の選択率が全体と比べて高くなった。

図表 4-4 最も満足した飲食とその理由 (全国籍・地域)

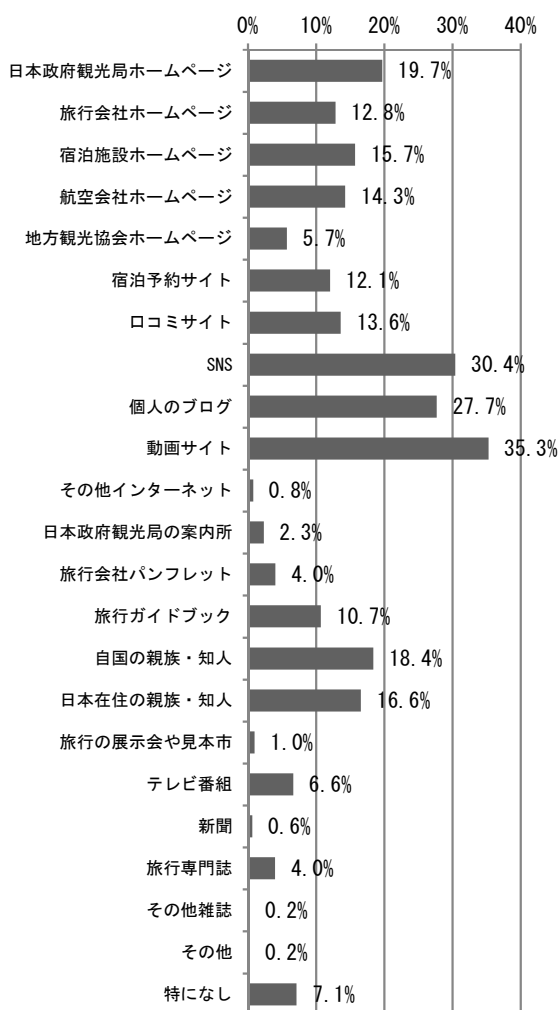
飲食区分	【満足した理由】(複数回答)													
	(自由記入による単一回答)	美味しい	食材が新鮮	自国で味わうことができない	価格が手頃・自国より安い	量や種類が適切	伝統的・日本独特	好きな料理・食品である	盛り付けの見た目が良い	人気がある・有名	健康に良い	店のサービスや雰囲気	その他	(%)
寿司	16.1	94.3	75.9	14.3	23.6	8.7	22.5	17.4	7.2	10.1	6.3	7.0	0.2	
ラーメン	20.0	95.5	23.2	23.9	18.2	8.0	20.0	17.5	4.3	18.8	2.5	6.9	0.1	
そば・うどん	5.0	95.4	26.9	26.4	19.2	10.5	25.3	20.0	4.3	9.6	7.2	6.3	0.3	
肉料理	28.8	96.4	39.5	17.1	18.9	8.5	15.5	18.3	4.2	12.8	2.0	10.2	0.1	
魚料理	9.2	94.5	70.9	16.2	18.0	5.7	18.0	17.8	6.9	10.2	7.3	7.0	0.7	
小麦粉料理	4.2	93.0	30.1	27.5	23.2	12.2	32.8	18.2	4.2	19.2	5.8	8.9	0.2	
その他日本料理	6.0	95.7	43.8	25.8	17.0	10.5	32.9	11.2	13.3	11.4	7.9	11.5	0.4	
外国の料理	0.5	100.0	15.5	12.6	30.3	6.7	5.2	2.5	8.4	10.1	4.6	12.3	0.0	
その他料理	4.0	94.6	31.3	16.7	19.0	10.4	15.8	18.4	10.4	8.2	3.6	8.3	0.3	
菓子類	2.6	95.3	18.4	25.8	22.5	7.6	25.8	11.2	7.2	18.6	1.4	4.5	1.7	
果物	0.2	90.8	59.4	19.6	19.1	0.0	2.4	11.0	0.0	7.2	3.5	6.0	0.0	
酒	1.3	94.7	33.2	33.3	38.2	11.9	31.7	8.9	1.8	33.5	3.6	10.2	0.7	
その他食料品・飲料	2.1	88.5	31.4	25.6	16.5	3.1	24.8	10.2	4.0	15.1	17.5	4.1	0.0	
全体	100.0	95.2	43.0	19.9	19.9	8.5	20.6	17.0	5.8	13.6	4.5	8.2	0.3	

5. 旅行情報と旅行情報源

(1) 出発前に役に立った旅行情報源

- 出発前に役に立った旅行情報源では、「動画サイト」(35.3%)、「SNS」(30.4%)、「個人のブログ」(27.7%)の順が多い(図表5-1)。
- 「日本政府観光局ホームページ」の選択率は19.7%、「日本政府観光局の案内所」の選択率は2.3%であった。

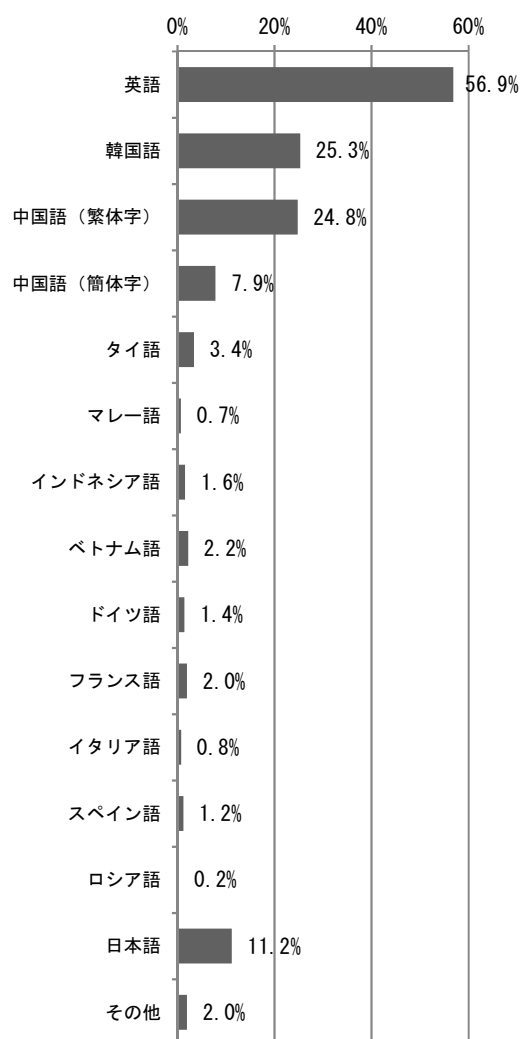
図表 5-1 出発前に役に立った旅行情報源
(全国籍・地域、複数回答)



(2) 出発前に旅行情報を得た言語

- 出発前に役に立った旅行情報源の言語では、「英語」が56.9%と最も多い。次いで、「韓国語」(25.3%)、「中国語(繁体字)」(24.8%)、「日本語」(11.2%)の順が多い(図表5-2)。

図表 5-2 出発前に役に立った旅行情報源の言語
(全国籍・地域、複数回答)



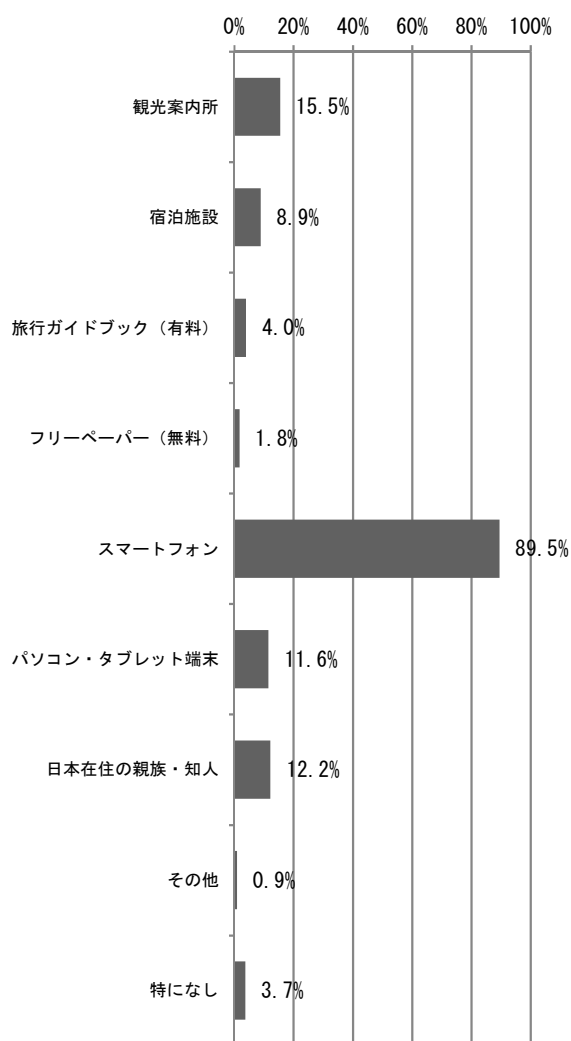
(3) 日本滞在中に役に立った旅行情報源

- 日本滞在中に役に立った旅行情報源では、「スマートフォン」が89.5%と最も多い。次いで、「観光案内所」(15.5%)、「日本在住の親族・知人」(12.2%)、「パソコン・タブレット端末」(11.6%)、「宿泊施設」(8.9%)の順で多い(図表5-3)。

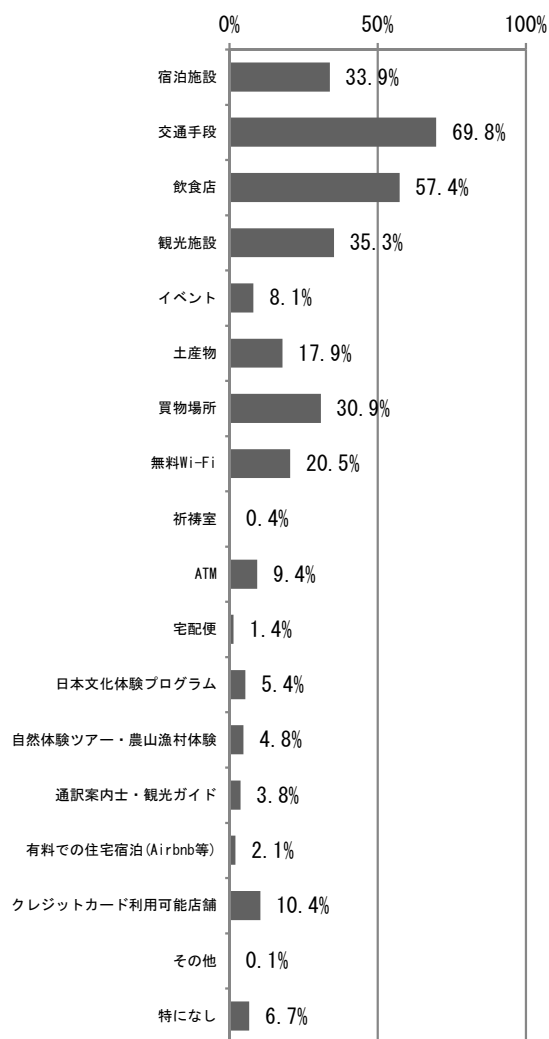
(4) 日本滞在中に役に立った旅行情報

- 日本滞在中に役に立った旅行情報では、「交通手段」が69.8%と最も多い。次いで「飲食店」(57.4%)、「観光施設」(35.3%)、「宿泊施設」(33.9%)、「買物場所」(30.9%)、「無料Wi-Fi」(20.5%)の順で多い(図表5-4)。

図表 5-3 日本滞在中に役に立った旅行情報源
(全国籍・地域、複数回答)



図表 5-4 日本滞在中に役に立った旅行情報
(全国籍・地域、複数回答)

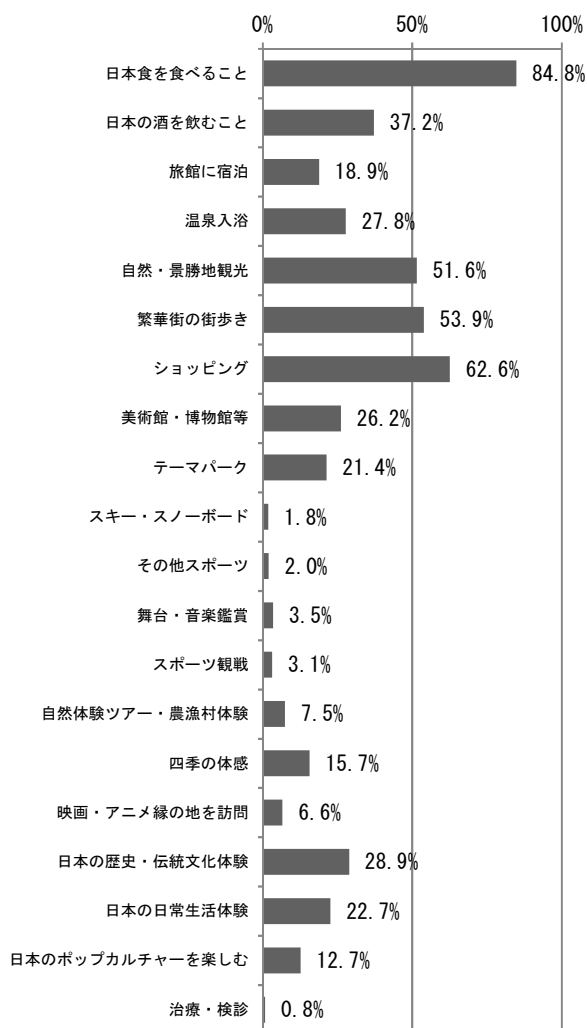


6. 日本滞在中の行動

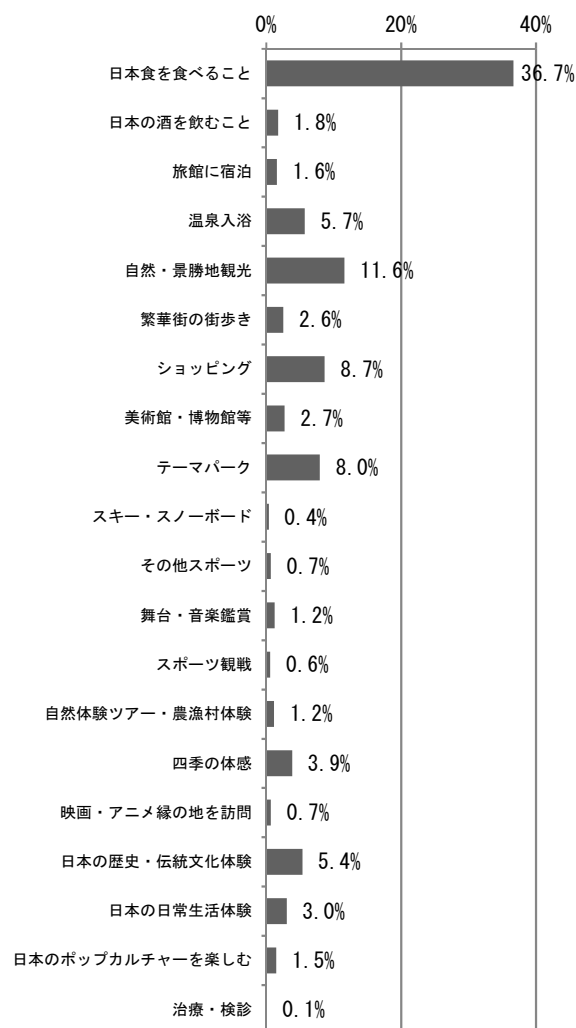
(1) 訪日前に期待していたこと

- 訪日前に期待していたことを複数回答で尋ねたところ、「日本食を食べること」が84.8%と最も多かった。次いで「ショッピング」(62.6%)、「繁華街の街歩き」(53.9%)、「自然・景勝地観光」(51.6%)の順で多い(図表6-1)。
- 訪日前に最も期待していたことを単一回答で尋ねたところ、「日本食を食べること」(36.7%)、「自然・景勝地観光」(11.6%)、「ショッピング」(8.7%)、「テーマパーク」(8.0%)の順となった(図表6-2)。

図表 6-1 訪日前に期待していたこと
(全国籍・地域、複数回答)



図表 6-2 訪日前に最も期待していたこと
(全国籍・地域、単一回答)



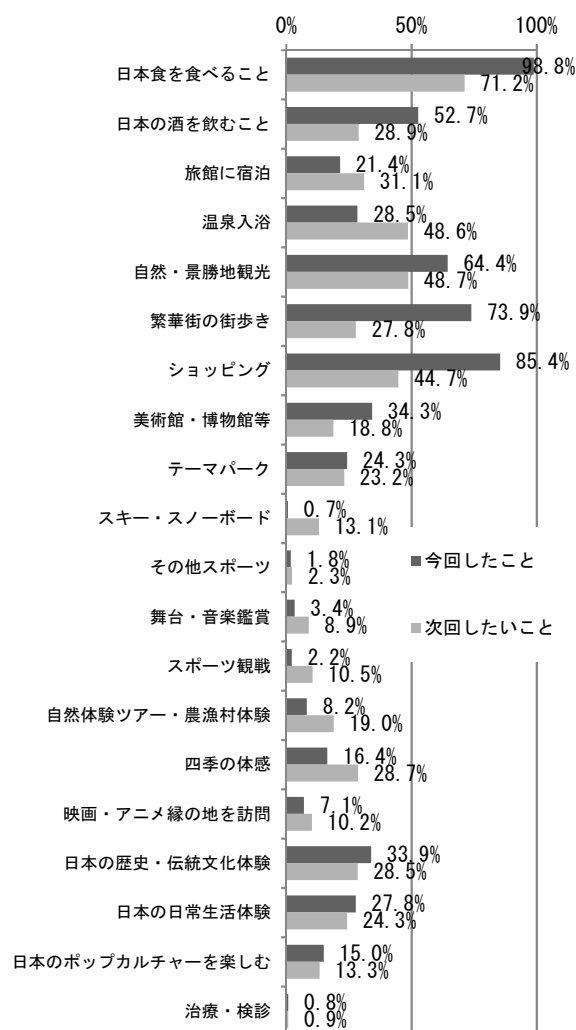
(2) 今回したことと次回したいこと

- 今回の日本滞在中にしたことでは、「日本食を食べること」(98.8%)、「ショッピング」(85.4%)、「繁華街の街歩き」(73.9%)の順で選択率が高い(図表6-3)。
- 次回日本を訪れた時にしたいことでは、「日本食を食べること」(71.2%)、「自然・景勝地観光」(48.7%)、「温泉入浴」(48.6%)の順で選択率が高い。

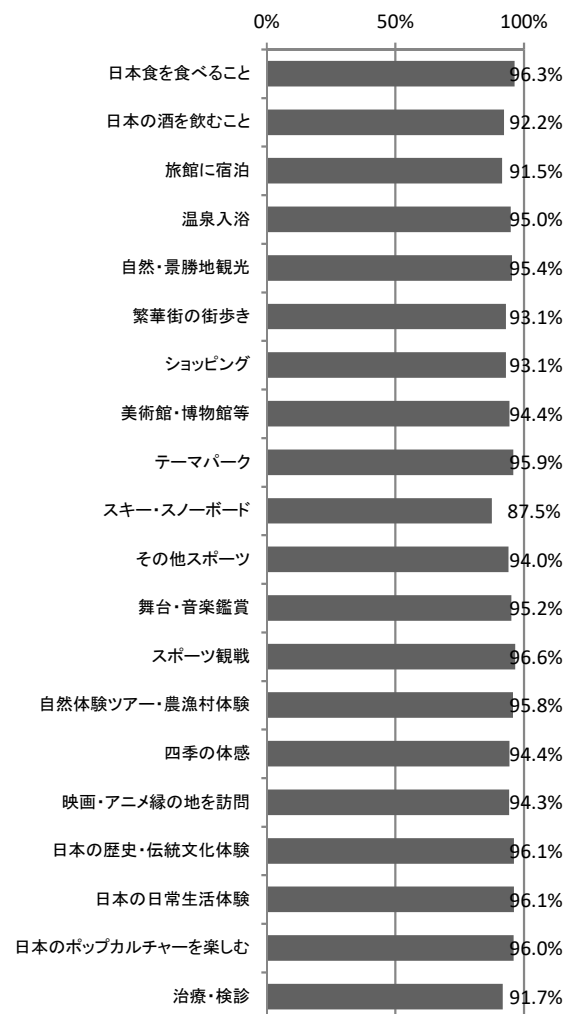
(3) 今回したことの満足度

- 今回の日本滞在中にしたことの満足度を尋ねた結果、「満足した」と回答した人の割合は「スポーツ観戦」(96.6%)、「日本食を食べること」(96.3%)、「日本の日常生活体験」(96.1%)、「日本の歴史・伝統文化体験」(96.1%)、「日本のポップカルチャーを楽しむ」(96.0%)の順で多かった(図表6-4)。

図表 6-3 今回したことと次回したいこと
(全国籍・地域、複数回答)



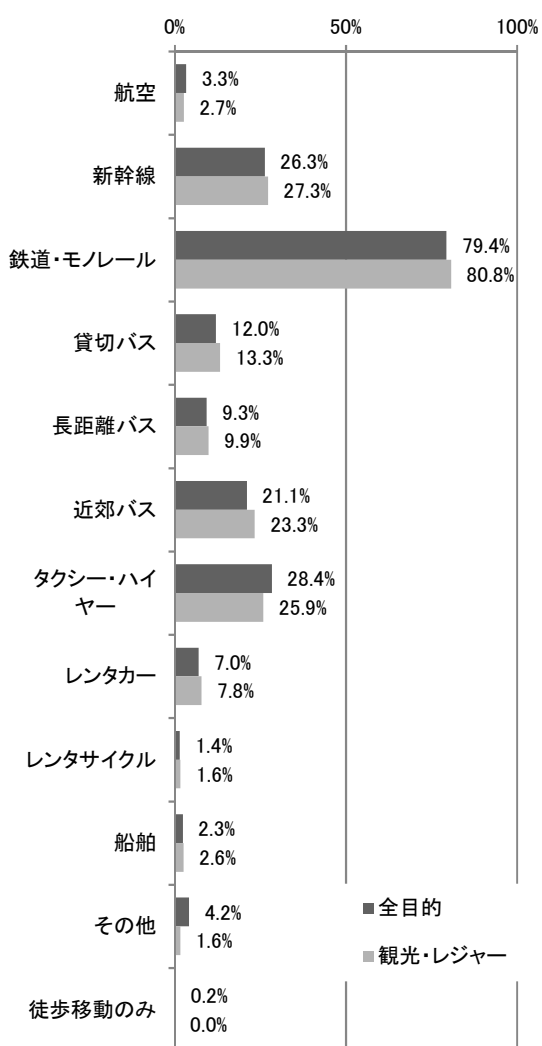
図表 6-4 今回した人のうち満足した人の割合
(全国籍・地域、複数回答)



(4) 利用した交通手段

- 利用した交通手段は「鉄道・モノレール」(79.4%)が圧倒的に多く、次いで「タクシー・ハイヤー」(28.4%)、「新幹線」(26.3%)、「近郊バス」(21.1%)、「貸切バス」(12.0%)の順で高い(図表6-5)。

図表 6-5 利用した交通手段
(全国籍・地域、複数回答)



II 訪日外国人消費動向調査について

1. 調査の概要

(1) 調査の目的

訪日外国人旅行者の消費動向を明らかにし、外国人観光客誘致に関する施策の企画立案、評価等のための基礎資料を得ることを目的とする。

本調査では、目的に応じて以下に示す3つの調査を四半期毎に実施している。

A 1 全国調査

日本全体での訪日外国人の客層や旅行内容、消費実態を明らかにする。

B 1 地域調査

訪問地（都道府県）毎に、訪日外国人の客層や旅行内容、消費実態を明らかにする。

B 2 クルーズ調査

船舶観光上陸許可を得た訪日外国人の客層や旅行内容、消費実態を明らかにする。

(2) 調査の沿革

2010年（平成22年）

4-6月期より調査開始。

2014年（平成26年）

高松空港を調査地点に追加。

インドネシア、フィリピン、ベトナムを調査対象に追加。

調査票の変更（ラウンジ利用や消費税免税手続きに係る設問の追加等）。

2015年（平成27年）

函館空港、小松空港、富士山静岡空港、関門（下関）港、厳原港、鹿児島空港を調査地点に追加。

イタリア、スペインを調査対象に追加。調査票の変更（申込方法や訪問地毎の支出金額、世帯年収に係る設問の追加等）。

2018年（平成30年）

従来調査（A 1 全国調査）に加え、B 1 地域調査、B 2 クルーズ調査を新たに開始。青森空港、茨城空港、富山空港、岡山空港、米子空港、佐賀空港、宮崎空港、境港、長崎港、那覇港を調査地点に追加。

調査票の変更（訪日頻度に係る設問の追加、支出金額の費目細分化等）。

2019年（平成31年、令和元年）

B 2 クルーズ調査において平良港、石垣港を調査地点に追加。

2020年（令和2年）

調査票の変更（A 1 全国調査では意識調査に係る設問の追加。B 1 地域調査では日本への来訪回数や同行者に係る設問の追加と主な来訪目的に係る設問の選択肢変更等。B 2 クルーズ調査では専用の調査票を新設）。

(3) 調査の根拠法令

本調査は、統計法（平成19年法律第53号）第2条に規定する一般統計として実施した。なお、一般統計の実施と併せ、訪日旅行全体の満足度や再訪意向等の意識調査を同時に行った。

(4) 調査の対象

A 1 全国調査

日本国内の17空海港（※1）から出国する訪日外国人。

（※1）新千歳空港、函館空港、仙台空港、東京国際空港、成田国際空港、富士山静岡空港、中部国際空港、小松空港、関西国際空港、広島空港、高松空港、福岡空港、鹿児島空港、那覇空港、関門港（下関）、博多港、厳原港

B 1 地域調査

日本国内の25空海港（※2）から出国する訪日外国人。

(※2) 新千歳空港、函館空港、青森空港、仙台空港、茨城空港、東京国際空港、成田国際空港、富士山静岡空港、中部国際空港、富山空港、小松空港、関西国際空港、米子空港、岡山空港、広島空港、高松空港、福岡空港、佐賀空港、宮崎空港、鹿児島空港、那覇空港、境港、関門港（下関）、博多港、厳原港

B 2 クルーズ調査

博多港、長崎港、那覇港、平良港又は石垣港に寄港するクルーズ船のうち、同港が日本国内の最終寄港地であるクルーズ船に乗船する訪日外国人であって、出入国管理及び難民認定法（昭和26年政令第319号）第14条の2に基づく船舶観光上陸の許可を得て同港に上陸した者。

ただし、A 1 全国調査、B 1 地域調査及びB 2 クルーズ調査いずれも以下の者を除く。

- 1) 日本に入国していないトランジット客
- 2) 乗員
- 3) 1年以上の滞在者
- 4) 出入国管理及び難民認定法に基づく永住者、永住者の配偶者等及び定住者

(5) 抽出方法

本調査は標本調査であるが、空海港の国際線ターミナル搭乗待合ロビーにおいて日本から出国する訪日外国人を対象とした聞き取り調査の手法を採用しており、有意抽出法に該当する。したがって、厳密には調査から得られた結果の性質を理論的に評価することはできない。しかし、調査結果を可能な限り母集団の持つ性質に近づけるため、無作為抽出法で一般に用いられる標本設計の手法を適用して標本サイズを決定している。

A 1 全国調査

A 1 全国調査の標本設計においては、法務省「出入国管理統計」の外国人単純出国者数（前年同期）のうち、調査地点である17空海港からの出国者数を母集団とする。訪日外国人の国籍・地域により層化を行い、各層において独立に標本抽出を行う。

B 1 地域調査

B 1 地域調査の標本設計においては、法務省「出入国管理統計」の外国人単純出国者数（前年同期）のうち、調査地点である25空海港からの出国者数を母集団とする。訪日外国人の出国港により層化を行い、各層において独立に標本抽出を行う。

B 2 クルーズ調査

国内最終寄港地と見込まれるクルーズ船を各調査港における調査対象の候補とする。調査対象候補となるクルーズ船を、次の寄港地（外国）の国・地域毎に層化した上で、予定寄港回数に基づく比例配分法によって調査対象便を抽出する。便毎の調査対象者数は均等割当とし、客層等の偏りを防ぐため1便当たりの回収数上限を50票と設定する。

(6) 目標精度と標本サイズ

A 1 全国調査

国籍・地域毎の「1人当たり旅行総支出」の平均値を推定値とし、目標精度（推定値の標準誤差率）を表1のように定めた。

表1 A 1 全国調査の目標精度

国籍・地域 (21区分)	目標 標準誤差率	目標 回収数	国籍・地域 (21区分)	目標 標準誤差率	目標 回収数
韓国	3.0%	780	英国	7.0%	190
台湾	3.0%	610	ドイツ	7.0%	290
香港	3.0%	650	フランス	7.0%	140
中国	3.0%	1,000	イタリア	10.0%	80
タイ	5.0%	300	スペイン	10.0%	70
シンガポール	7.0%	140	ロシア	10.0%	110
マレーシア	7.0%	360	米国	3.0%	1,250
インドネシア	7.0%	220	カナダ	7.0%	220
フィリピン	7.0%	250	オーストラリア	5.0%	240
ベトナム	7.0%	350	その他	5.0%	320
インド	10.0%	260	合計		7,830

この目標精度を達成するために必要となる標本サイズ（目標回収数）を、2016年（平成28年）調査結果を用いて導出した。その結果、A 1 全国調査の標本サイズは各四半期7,830票となった。なお、調査港（出国港）毎の標本配分は、前年同期の外国人単純出国者数に比例して割り当てる。

B 1 地域調査

訪問地（都道府県）毎の「1人1日当たり旅行中支出」の平均値を推定値とし、目標精度（推定値の標準誤差率）を表2のように定めた。

表2 B 1 地域調査の目標精度

都道府県 (47区分)	目標 標準誤差率	目標 回収数	都道府県 (47区分)	目標 標準誤差率	目標 回収数
北海道	5.0%	420	三重県	20.0%	140
青森県	20.0%	50	滋賀県	20.0%	50
岩手県	20.0%	50	京都府	5.0%	740
宮城県	20.0%	50	大阪府	5.0%	780
秋田県	20.0%	50	兵庫県	5.0%	900
山形県	20.0%	50	奈良県	5.0%	3,160
福島県	20.0%	50	和歌山県	20.0%	80
茨城県	20.0%	80	鳥取県	20.0%	50
栃木県	10.0%	180	島根県	20.0%	50
群馬県	20.0%	50	岡山県	20.0%	60
埼玉県	20.0%	50	広島県	10.0%	170
千葉県	5.0%	4,890	山口県	20.0%	110
東京都	5.0%	1,140	徳島県	20.0%	50
神奈川県	5.0%	830	香川県	20.0%	50
新潟県	20.0%	50	愛媛県	20.0%	60
富山県	10.0%	290	高知県	20.0%	50
石川県	10.0%	210	福岡県	5.0%	530
福井県	20.0%	50	佐賀県	20.0%	70
山梨県	10.0%	600	長崎県	10.0%	120
長野県	10.0%	290	熊本県	10.0%	150
岐阜県	10.0%	200	大分県	10.0%	120
静岡県	10.0%	840	宮崎県	20.0%	50
愛知県	5.0%	950	鹿児島県	20.0%	50
			沖縄県	5.0%	400

この目標精度を達成するために必要となる標本サイズ（目標回収数）を、2019年（平成31年／令和元年）調査の実績に基づいて導出した。各都道府県訪問者の出現率は出国港によって異なるため、標本サイズに出現率の逆数を乗じて調査港（出国港）毎の必要回収数を算出し、B 1 地域調査の標本サイズは各四半期 24,620 票となった。なお、訪日外国人の国籍・地域毎の標本配分は、前年同期の外国人単純出国者数に比例して割り当てる。

B 2 クルーズ調査

調査港（国内最終寄港地）毎の「1人当たり旅行中支出」の平均値を推定値とし、目標精度（推定値の標準誤差率）を表3のように定めた。

表3 B 2 クルーズ調査の目標精度

最終寄港地 (3区分)	目標 標準誤差率	目標 回収数
博多港	5.0%	430
長崎港	5.0%	530
那覇・平良・石垣港	5.0%	430
総数		1,390

この目標精度を達成するために必要となる標本サイズ（目標回収数）を、2018年（平成30年）1-6月期調査の実績に基づいて導出した。その結果、B 2 クルーズ調査の標本サイズは各四半期 1,390 票となった。

(7) 調査事項

A 1 全国調査

入国日、入国した空海港、在留資格、国籍・地域、居住地、性別、年齢、同行者、日本への来訪回数、前回の来訪時期、過去1年間の来訪回数、主な来訪目的、訪問地名、宿泊施設の種類及び泊数、旅行手配方法、ツアー料金又は往復航空（船舶）料金、申込方法、ツアー料金に含まれるサービス、日本滞在中の費目別支出、消費税免税手続き実施状況、世帯年収、その他意識調査

B 1 地域調査

国籍・地域、旅行手配方法、ツアー料金又は往復航空（船舶）料金、Japan Rail Pass の利用状況と料金、入国港、訪問地名、宿泊施設の種類及び泊数、訪問地毎の費目別支出、利用した交通手段、買物場所、利用した決済方法、性別、年齢、在留資格、入国日、同行者、日本への来訪回数、主な来訪目的、その他意識調査

B 2 クルーズ調査

入国日、在留資格、国籍・地域、性別、年齢、同行者、日本への来訪回数、主な来訪目的、日本国内の寄港地における旅行手配方法、クルーズ船料金、買物費目、寄港地、寄港地毎の費目別支出

（8）調査の時期

2023年4月13日（木）～6月22日（木）

注）新型コロナウイルス感染症の影響により、今期は下記空港で調査を実施した。

- ・ A 1 全国調査：新千歳空港、仙台空港、東京国際空港、成田国際空港、中部国際空港、関西国際空港、広島空港、高松空港、福岡空港、那覇空港、関門港（下関）、博多港
- ・ B 1 地域調査：新千歳空港、仙台空港、東京国際空港、成田国際空港、中部国際空港、関西国際空港、広島空港、高松空港、福岡空港、那覇空港、関門港（下関）、博多港
- ・ B 2 クルーズ調査：調査中止

（9）調査の方法

調査対象空海港の出国ロビーにいる訪日外国人に調査員が協力を求め、タブレット端末又は紙調査票を示しつつ、聞き取る方式（他計方式）により行う。

調査票対応言語

英語、韓国語、中国語（繁体字、簡体字）、タイ語、フランス語、ドイツ語、イタリア語、スペイン語、ロシア語、インドネシア語、ベトナム語、以上12言語

2. 用語の解説

(1) 主要項目

一般客

クルーズ客（後述）を除く訪日外国人。

クルーズ客

出入国管理及び難民認定法（昭和 26 年政令第 319 号）第 14 条の 2 に基づく船舶観光上陸の許可を得た訪日外国人。

注）訪日旅行の往復に航空機等を利用し、日本国内発着のクルーズ船を利用した訪日外国人は一般客に含まれる。

団体ツアー

旅行会社等が企画したツアーで、大半の旅程を団体で行動するもの。

個人旅行向けパッケージ商品

個人旅行者向けに、往復航空（船舶）券と宿泊等がセットになった旅行商品。

個別手配

団体ツアーや個人旅行向けパッケージ商品を利用せず、往復航空（船舶）券や宿泊等を個別に手配すること。

購入率

ある商品やサービスを購入した人の割合。

購入者単価

ある商品（又はサービス）を購入した人を分母として算出される、その商品（又はサービス）を購入する際に支払った支出金額の平均値。当該商品（又はサービス）を購入していない人も含めて算出される支出金額の平均値（費目別旅行消費単価）とは区別して使用される。

旅行前支出

団体ツアー参加者及び個人旅行向けパッケージ商品の利用者についてはパッケージツ

アー参加費が旅行前支出となる。一方、個別手配者については航空・船舶会社に支払われる国際旅客運賃が旅行前支出となる。

旅行中支出

宿泊費や飲食費、交通費、娯楽等サービス費、買物代等、訪日外国人が日本滞在中に支払った支出金額。宿泊費や交通費などで旅行前に決済された場合でも旅行中支出に含まれるが、パッケージツアー参加費に含まれる支出金額は含まれない。

旅行総支出

旅行前支出と旅行中支出の合計。

パッケージ内訳

パッケージツアー参加費に含まれる宿泊費や飲食費、交通費等の国内収入分。回答者から直接報告を得ることができないため、観光・レジャー目的の個別手配者の旅行支出における費目別構成比を用いて推計する。

旅行支出

旅行中支出にパッケージ内訳を加算した金額。

旅行消費単価

1 人当たり支出の総称であり、旅行中支出又は旅行支出の意。集計表の表題に使用している。

訪日外国人旅行消費額

旅行消費単価に旅行者数を乗じることにより推計される総額。

地方運輸局等

以下に示す 10 の地域区分。それぞれの地域区分に含まれる都道府県は以下の通り。

【1. 北海道】北海道

【2. 東北】青森県、岩手県、宮城県、秋田県、山形県、福島県

【3. 関東】茨城県、栃木県、群馬県、埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、山梨県

- 【4. 北陸信越】新潟県、富山県、石川県、長野県
- 【5. 中部】福井県、岐阜県、静岡県、愛知県、三重県
- 【6. 近畿】滋賀県、京都府、大阪府、奈良県、和歌山県、兵庫県
- 【7. 中国】鳥取県、島根県、岡山県、広島県、山口県
- 【8. 四国】徳島県、香川県、愛媛県、高知県
- 【9. 九州】福岡県、佐賀県、長崎県、熊本県、大分県、宮崎県、鹿児島県
- 【10. 沖縄】沖縄県

(2) 支出費目

a. 宿泊費

ホテル、旅館、国民宿舎、モーテル、簡易宿泊所、山小屋、下宿屋、保養所、ユースホテル、ゲストハウス、会員制の宿泊施設（タイムシェア、パッケージレンタルを含む）、有料での住宅宿泊、合宿所、長期滞在者の家賃

注) パッケージツアー料金に含まれる宿泊費は含まれない。出発前にインターネット等で決済したものを含む。日本国外での宿泊費は含まれない。

b. 飲食費

食堂、レストラン、専門料理店、そば・うどん店、すし店、酒場、ビヤホール、バー、キャバレー、ナイトクラブ、喫茶店、ハンバーガー店、飲食系の移動販売、配達飲食サービス

注) パッケージツアー料金又は宿泊費に含まれる飲食費は含まれない。弁当等を購入して持ち帰った場合には e4. その他食料品・飲料・酒・たばこに分類。

c. 交通費

c1. 航空

飛行機（日本国内の移動のみ）

注) パッケージツアー料金に含まれる同費用は含まれない。外国と日本との間の航空運賃は含まれない。

c2. Japan Rail Pass

JR グループ各社が外国人旅行者向けに提供している特別企画乗車券

注) パッケージツアー料金に含まれる同費用は含まれない。「Japan Rail Pass」に加え、外国人旅行者向け JR 特別企画乗車券を含む。

c3. 新幹線・鉄道・地下鉄・モノレール

JR、鉄道、路面電車、地下鉄、モノレール、案内軌条式鉄道（ゆりかもめ等）、鋼索鉄道

（ケーブルカー）、索道（ロープウェイ等、ただしスキー場におけるものを除く）、交通系電子マネーのカード購入費、フリー乗車券（c2. Japan Rail Pass に該当するものを除く）

注) パッケージツアー料金に含まれる同費用は含まれない。スキー場におけるリフト・ロープウェイ等の利用料金は d7. スキー場リフトに分類。

c4. バス

乗合バス（路線バス、長距離バス等）、貸切バス（団体観光バス等）

注) パッケージツアー料金に含まれる同費用は含まれない。

c5. タクシー

ハイヤー、タクシー

注) パッケージツアー料金に含まれる同費用は含まれない。

c6. レンタカー

レンタカー、レンタルバイク

注) パッケージツアー料金に含まれる同費用は含まれない。ガソリン代や有料道路料金、有料駐車場料金は c8. その他交通費に分類。

c7. 船舶

船舶（日本国内の移動のみ）、遊覧船

注) パッケージツアー料金に含まれる同費用は含まれない。外国と日本との間の船舶運賃は含まれない。貸ボートは d11. レンタル料、遊漁船は d12. その他娯楽等サービス費に分類。

c8. その他交通費

高速道路・有料道路・橋・トンネル等の通行料、駐車場料金、ガソリン代

注) パッケージツアー料金に含まれる同費用は含まれない。

d. 娯楽等サービス費**d1. 現地ツアー・観光ガイド**

日本国内での現地ツアー、観光案内(ガイド)

注) パッケージツアー料金に含まれる同費用は含まれない。

d2. ゴルフ場・スポーツ施設利用料

次の施設利用料：ゴルフ場、ゴルフ練習場、ボウリング場、テニスコート、フィットネスクラブ、プール、アイススケート場

注) パッケージツアー料金に含まれる同費用は含まれない。スポーツ観戦料は **d5. スポーツ観戦** に分類。

d3. テーマパーク

次の入場料：テーマパーク、遊園地、公園

注) パッケージツアー料金に含まれる同費用は含まれない。

d4. 舞台・音楽鑑賞

次のチケット料金：音楽コンサート、演劇、歌舞伎、寄席、サーカス

注) パッケージツアー料金に含まれる同費用は含まれない。

d5. スポーツ観戦

次のチケット料金：相撲・サッカー・野球・ボクシング・プロレス・ゴルフの観戦

注) パッケージツアー料金に含まれる同費用は含まれない。スポーツ施設利用料は **d2. ゴルフ場・スポーツ施設利用料** に分類。

d6. 美術館・博物館・動植物園・水族館

次の入場料：美術館、博物館、動物園、植物園、水族館、公民館、図書館、城、プラネタリウム

注) パッケージツアー料金に含まれる同費用は含まれない。

d7. スキー場リフト

スキー場における索道(リフト・ロープウェイ等)の利用料金

注) パッケージツアー料金に含まれる同費用は含まれない。

d8. 温泉・温浴施設・エステ・リラクゼーション

スーパー銭湯、温泉浴場、砂湯、スパ、健康ランド、ネイルサロン、エステティックサロン、ボディケア、ハンドケア、フットケア、アロマオイルトリートメント、タラソテラピー

注) パッケージツアー料金に含まれる同費用は含まれない。

d9. マッサージ・医療費

あん摩マッサージ、指圧マッサージ、はり、きゅう、病院・医院・診療所での診療、整体等の医業類似行為

注) パッケージツアー料金に含まれる同費用は含まれない。処方薬の購入は **e6. 医薬品** に分類。

d10. 展示会・コンベンション参加費

次の参加費：展示会、コンベンション、見本市、博覧会、品評会、学会、その他会議

注) パッケージツアー料金に含まれる同費用は含まれない。

d11. レンタル料

次のレンタル料：スキーウェア、スキー板、スノーボード板、スケート靴、スポーツ用品、自転車(レンタサイクル)、テント、ボート、ヨット、衣装、ビデオ、本、医療・福祉用具等

注) パッケージツアー料金に含まれる同費用は含まれない。

d12. その他娯楽等サービス費

公営競技(競馬・競輪等)の入場料・投票券(馬券・車券等)、映画館、ビリヤード場、

囲碁・将棋所、マージャンクラブ、パチンコホール、ゲームセンター、ダンスホール、マリナー、遊漁船、芸妓（げいぎ）、カラオケボックス、釣堀、銀行やATMの手数料、両替手数料、保険料、学校、専門学校等の授業料、託児サービス・介護サービスの利用料、コインシャワー、コインランドリー、クリーニング、理容店、美容院、ラウンジ利用料、手荷物預かり所、写真現像、郵便、宅配便の利用料金、公衆電話、携帯電話等の通話料金、等

注) パッケージツアー料金に含まれる同費用は含まれない。

e. 買物代

e1. 菓子類

キャラメル、ドロップ、キャンデー、チョコレート、チューインガム、焼菓子、ビスケット、米菓、和生菓子、洋生菓子、スナック菓子、その他菓子類

e2. 酒類

酒全般：清酒、みりん、ビール、発泡酒、ウイスキー類、果実酒類、合成清酒、焼酎、スピリッツ、リキュール

注) 飲食店等で消費した場合は **b. 飲食費** に分類。宿泊費に含まれている飲食費は **a. 宿泊費** に計上。

e3. 生鮮農産物

野菜（きのこを含む）、果物、花、種苗等

注) 卵・肉等の畜産物、魚等の水産物、加工食品は **e4. その他食料品・飲料・たばこ** に分類。

e4. その他食料品・飲料・たばこ

・ **e1. 菓子類** ~ **e3. 生鮮農産物** を除く食料品全般：卵、肉類、魚介類、缶詰・瓶詰、乳製品、冷凍食品、食用油、精米、乾めん、即席めん、マカロニ・スパゲッティ、生めん、パン、ジャム、はちみつ、調味料・香辛料、

みそ、レトルト食品、即席ラーメン、総菜、弁当、豆腐、納豆、健康食品

・ 酒類を除く飲料全般：緑茶（茶葉）、紅茶（茶葉）、ウーロン茶（茶葉）、コーヒー（豆又は挽いたもの）、炭酸飲料、果実飲料、緑茶飲料、紅茶飲料、ウーロン茶飲料、コーヒー飲料、麦茶飲料、豆乳、ミネラルウォーター、スポーツドリンク、栄養ドリンク

・ たばこ全般：紙巻たばこ、葉巻たばこ等

注) 飲食店等で消費した場合は **b. 飲食費** に分類。宿泊費に含まれている飲食費は **a. 宿泊費** に計上。

e5. 化粧品・香水

香水、オーデコロン、頭髮用化粧品（シャンプー、ヘヤーリンス、養毛剤、整髪料等）、皮膚用化粧品（クリーム、乳液、化粧水、パック等）、仕上用化粧品（ファンデーション、口紅、アイメイクアップ等）、日やけ止め、ひげそり用化粧品、歯磨剤

注) 歯ブラシ、化粧用ブラシは **e16. その他買物代** に分類。

e6. 医薬品

医薬品（風邪薬、胃腸薬、湿布薬、目薬等）、調剤薬局での処方薬、腋臭防止剤、洗眼薬、虫除け、外用消毒剤、軟膏剤、ビタミン剤等サプリメント、その他医薬部外品

e7. 健康グッズ・トイレタリー

マッサージ用具（電気製品でないもの）、美顔用具（電気製品でないもの）、エクササイズ用具（電気製品でないもの）、アイマスク、爪切り、磁気ネックレス、石けん・合成洗剤、界面活性剤、柔軟仕上げ剤、医療用ガーゼ、包帯、脱脂綿、ばんそうこう、綿棒、紙タオル、紙ナプキン、紙おむつ、生理用品、ティッシュペーパー、トイレットペーパー等の紙製衛生用品

e8. 衣類

衣服、スポーツ用衣服、下着・寝着類、コート、レインコート、帽子、毛皮製衣服、ネクタイ、スカーフ、マフラー、ハンカチーフ、靴下、手袋、帽子、和服（着物、浴衣）、帯、足袋類等の和装製品

e9. 靴・かばん・革製品

靴・履物、スポーツ用靴（登山靴、スケート靴、ゴルフ靴等）、スリッパ、サンダル、かばん、ハンドバッグ、リュック、ランドセル、スーツケース、名刺入れ、財布、ベルト、腕時計用革バンド

e10. 電気製品

デジタルカメラ、ビデオカメラ、デスクトップパソコン、ノートパソコン、ディスプレイ・モニター、外部記憶装置、プリンタ、炊飯器、ジャーポット、電子レンジ、電気冷蔵庫、食器洗い乾燥機、電磁調理器、エアコン、扇風機、電気温水器、除湿器、加湿器、空気清浄機、電気アイロン、掃除機、洗濯機、洗濯物乾燥機、電気温水洗浄便座、電気ドライヤー、電気シェーバー、電気ストーブ、電気カーペット、電気マッサージ器具、ランプ、携帯電灯、懐中電灯、乾電池、蓄電池、ステレオセット、デジタルオーディオディスクプレイヤー、補聴器、スピーカ、マイクロホン、イヤホン、テレビ、ラジオ、電話機、ファクシミリ、携帯電話機、カーナビゲーションシステム、電気製品の部品

e11. 時計・フィルムカメラ

腕時計、置時計、ストップウォッチ、タイマー時計、時計の部品、フィルムカメラ、インスタントカメラ、カメラレンズ、カメラ付属品（ストロボ、三脚等）、望遠鏡、双眼鏡

e12. 宝石・貴金属

宝石（天然宝石、真珠等）や貴金属（金、銀、プラチナ等）が主体である以下の製品：アク

セサリー（ネックレス、ブレスレット、指輪、イヤリング、ブローチ等）、メダル、貴金属製たばこケース、貴金属製ナイフ・フォーク・スプーン・皿等の洋食器類、その他の身近細貨品

e13. 民芸品・伝統工芸品

日本の地域独自の手工芸品に該当する以下の製品：織物、染色品、陶磁器、漆器、ガラス容器、木工品、竹工品、金工品、仏壇、仏具、和紙、文具（筆、墨、硯、そろばん）、石工品、人形、玩具、扇子、団扇、和傘、提灯、和楽器、工芸用具、工芸材料、アクセサリ（ネックレス、ブレスレット、指輪、イヤリング、ブローチ等）

e14. 本・雑誌・ガイドブックなど

新聞、書籍、マンガ、雑誌、定期刊行物、その他の出版物、絵葉書、ポスター

e15. 音楽・映像・ゲームなどソフトウェア

音楽や映像等のコンテンツが記録されているメディア（CD、DVD、ブルーレイディスク、磁気テープ、レコード等）、ゲームソフト、コンピュータソフト（CD、DVD等）、有料アプリ

e16. その他買物代

寝具、じゅうたん・カーペット、タオル、カーテン、クッション、家具、文房具、箸（はし）、台所用品（包丁、まな板等）、食器、アクセサリ、乗用車・二輪自動車・自転車とその部品、空の記録メディア（CD、DVD、ブルーレイディスク、磁気テープ等）、玩具（おもちゃ）、ゲーム機、楽器、歯ブラシ、化粧用ブラシ、清掃用品（ほうき、はたき、モップ）、洋傘、マッチ、たばこ用ライター、模型（地球儀、食品模型）、魔法瓶、線香類、眼鏡、眼鏡わく、眼鏡レンズ、コンタクトレンズ、カメラフィルム等

注) e12. 宝石・貴金属又はe13. 民芸品・伝統工芸品に相当するものを除く。

f. その他

その他 (a. 宿泊費から e. 買物代までに相当しないもの)

注) 現地ツアー料金に含まれる保険料は d1. 現地ツアー・観光ガイドに計上。電話機本体の購入は e10. 電気製品に分類。

(3) 買物場所

百貨店・デパート

原則として百貨店協会加盟の店舗

家電量販店

PCやカメラ、電気製品を専門に販売する店舗

ファッション専門店

服・鞆・靴・アクセサリ・高級腕時計等を専門に販売する店舗

100円ショップ

店内の商品を原則として1点100日本円均一で販売する形態の小売店

高速道路のSA・道の駅

高速道路のサービスエリア(SA)やパーキングエリア(PA)、国土交通省に登録されている「道の駅」

観光地の土産店

観光地内にある小売店

宿泊施設

旅館・ホテル等の館内に併設されている土産店

スーパーマーケット

高頻度に消費される食料品や日用品等をセルフサービスで短時間にも買えるようにした小売店舗

コンビニエンスストア

年中無休で長時間の営業を行い、小規模な店舗において主に食品、日用雑貨等多数の品種を扱う形態の小売店

ドラッグストア

医薬品や化粧品、トイレタリーを中心とし、併せて日用品や文房具、食料品等を取扱う店舗

ディスカウントストア

一時的なセールではなく常に低価格で商品を提供する安売り店舗で、一般的には生鮮食料品を除く生活用品を総合的に取り扱う

アウトレットモール

「メーカー品」(通常、メーカーのブランド名を表示したもの)や、「高級ブランド品」(通常、百貨店等で高額でも購入者がつき、販売可能なもの)を低価格で販売する複数のアウトレット店舗を一箇所に集めモールを形成したショッピングセンター

都心の複合商業施設

都心部に立地し、商業施設や飲食施設、映画館、遊技場等の娯楽施設等が一体的に整備された施設

その他ショッピングセンター

複数の小売店舗が入居する商業施設で、上記の買物場所に当てはまらないもの

鉄道駅構内の店舗

駅構内にある小型売店

注) 駅ビルは「百貨店・デパート」に含まれる。

空港の免税店

空港の制限区域内にあるブランドショップ

クルーズ寄港港湾内の店舗

クルーズ船が寄港する港の旅客施設内に設置されている小売店舗(臨時店舗を含む)

その他

上記に当てはまらない買物場所(書店、CD・DVD・レコード販売店、家具屋、観光施設内にある店舗、アンテナショップ、郵便局、質屋・金券ショップ等)

3. 調査の結果

(1) 表章事項

A 1 全国調査及びB 1 地域調査

国籍・地域別、居住地別ならびに訪問地（都道府県及び地方運輸局等）別の3つの集計区分毎に、回答者属性や旅行内容に係る構成比、費目別購入率・購入者単価、回答者属性や旅行内容別の旅行消費単価、平均泊数を表章している。加えて、国籍・地域別の消費税に係る免税手続き実施状況、国籍・地域別及び出国港別の都道府県別訪問率を表章している。

参考として、パッケージツアー参加費内訳を含む旅行消費単価や、訪日旅行に関する意識について国籍・地域別の集計を行っている。また、主な来訪目的が「観光・レジャー」の旅行者に限定して、国籍・地域別及び訪問地（都道府県及び地方運輸局等）別の集計区分による集計も行っている。

B 2 クルーズ調査

国内最終寄港地別を集計区分とし、回答者属性や旅行内容に係る構成比、費目別購入率・購入者単価、回答者属性や旅行内容別の旅行消費単価、平均泊数を表章している。

(2) 集計方法

ウェイトバック集計

本調査の回答数は訪日外国人の「国籍・地域」や帰国時に利用する「出国港」によって区分される層毎で標本の抽出率が異なる。そのため、集計結果を母集団の構成に合わせることを目的として、集計表の作成にあたってはウェイトバック（重み付け）を施している。四半期調査結果では、日本政府観光局（JNTO）「訪日外客数」ならびに法務省「出入国管理統計」の単純出国者数をウェイトとして使用している。

なお、集計表中に統計精度の参考値として「回答数」を付記しているが、これは回収された回答数を単純に計数したものであり、ウェイトバックを施していない。そのため、ウェイトバック集計により算出された「構成比」や「購入率」「選択率」などの統計値と、「回答数」を元に算出するこれらの数値は一致しない点に留意されたい。

当該ウェイトバック集計の算出式は次の通りである。

$$X = \frac{\sum_i x_i N_i}{\sum_i N_i}$$

X ：全体（全国籍・地域）の統計値

x_i ：層 i の統計値

N_i ：層 i の訪日外客数

さらに、A 1 全国調査とB 1 地域調査の整合を図るため、B 1 地域調査から導出される集計表については、以下の数値に関してA 1 全国調査の結果と一致するようにウェイトの調整を行っている。

- ・国籍・地域（21 区分）及び主な来訪目的（3 区分）別の旅行者数
- ・主な来訪目的（2 区分）別の旅行中支出（総額、大費目別）

旅行支出の円換算

旅行支出については、円又は自国の通貨で調査し、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て円換算した。但し、IMFにデータがない通貨のうち、ニュー台湾ドル及び香港ドルについてはFRB（連邦準備制度理事会）、インドネシア・ルピアおよびベトナム・ドンについては財務省貿易統計の資料を基に円換算を作成した。

