



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

平成 23 年 4-6 月期 報告書

訪日外国人の消費動向

平成 23 年 4-6 月期 報告書

目 次

I 平成 23 年 4-6 月期における

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) 回答者属性	6
(2) 泊数	6
(3) 旅行内容	7
2. 訪日外国人の旅行支出	
(1) 旅行支出	12
(2) 手配別にみる旅行支出	13
(3) 来訪目的別にみる旅行支出	15
3. 土産品の購入実態	
(1) 費目別購入率	16
(2) 費目別購入者単価	16
(3) 買物場所	17
(4) 利用した金融機関と決済方法	17
4. 旅行情報源	
(1) 出発前に得た旅行情報	18
(2) 日本滞在中に得た旅行情報	19
(3) 日本滞在中にあると便利な情報	20

5. 満足度と再訪意向

(1) 訪日旅行全体の満足度と再訪意向	21
(2) 今回実施した活動と 次回実施したい活動	21
(3) 活動別にみる満足度	22
(4) 最も満足した購入商品	22

II 訪日外国人消費動向調査結果

1. 調査概要	27
2. 調査結果の利用上の注意	27

<集計表>

第1表 国籍別 標本属性および旅行内容	表-1
第2表 居住地別 標本属性および旅行内容	表-7
第3表 主な宿泊地別 標本属性および旅行内容	表-13
第4表 国籍別 費目別購入率および購入者単価	表-33
第5表 居住地別 費目別購入率および購入者単価	表-34
第6表 主な宿泊地別 費目別購入率および購入者単価	表-35
第7表 国籍別 1人1回当たり旅行消費単価	表-39
第8表 居住地別 1人1回当たり旅行消費単価	表-42
第9表 主な宿泊地別 1人1回当たり旅行消費単価	表-45
参考表 国籍別 旅行情報源・活動内容・満足度など	表-65
付表 国籍別 都道府県別帰訪問率	表-74

<調査票>

日本語、英語、韓国語、中国語（繁体字）、中国語（簡体字）

I 平成 23 年 4-6 月期における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

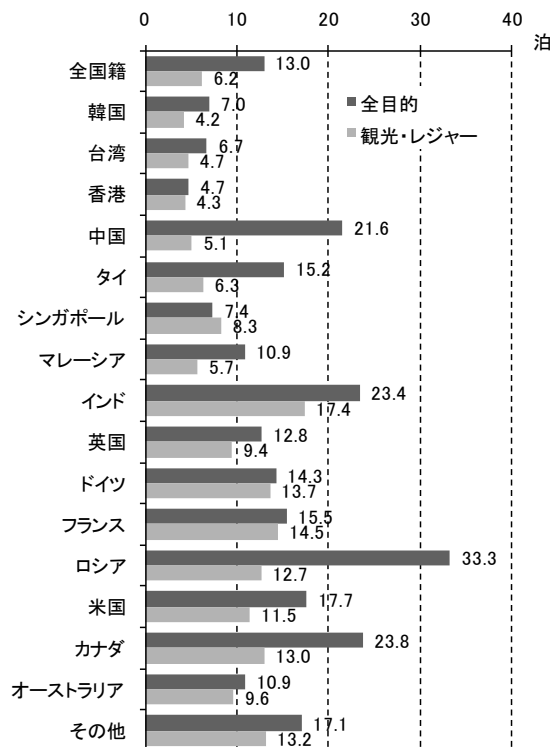
(1) 回答者属性

- 性別の構成比は男性 63.8%、女性 36.2% である。
- 性年代別でみると、「男性 30 代」19.5%、「男性 40 代」16.0%、「男性 20 代」12.4%、「女性 20 代」10.2%の順で多い（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）。

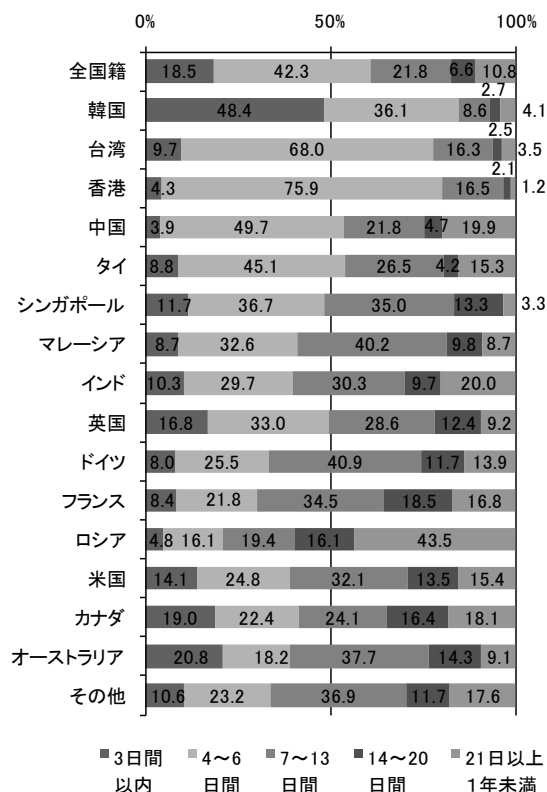
(2) 泊数

- 回答者全体の平均泊数は 13.0 泊である。今期はインド、ロシア、カナダで震災前からの滞在者の出国が多く、平均泊数が長くなっている（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 6.2 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 5.1 泊である。また、英国やオーストラリアも観光客の平均泊数は 10 泊以下で、他の欧米からの観光客に比べると短い。
- 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」の長期滞在者がおよそ 1 割を占める。国籍別では、韓国で「3 日間以内」の割合が 48.4%と高い（図表 1-2）。

図表 1-1 平均泊数（国籍別）



図表 1-2 滞在日数の分布（国籍別）



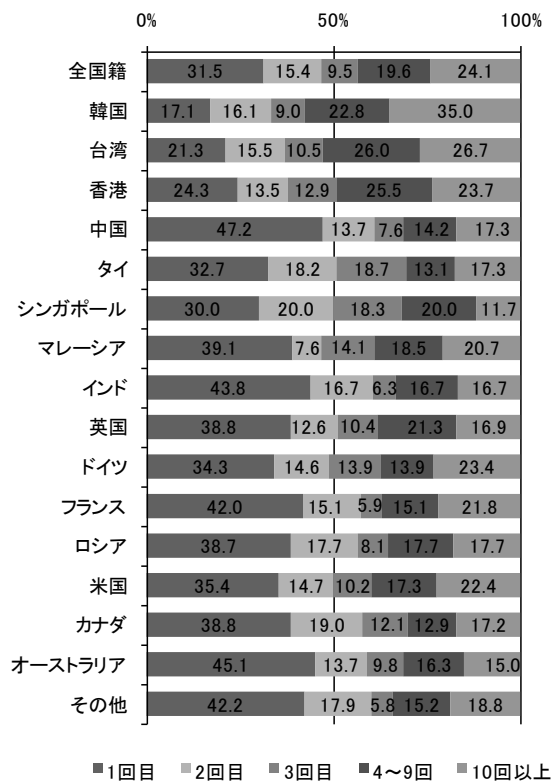
(3) 旅行内容

[全目的]

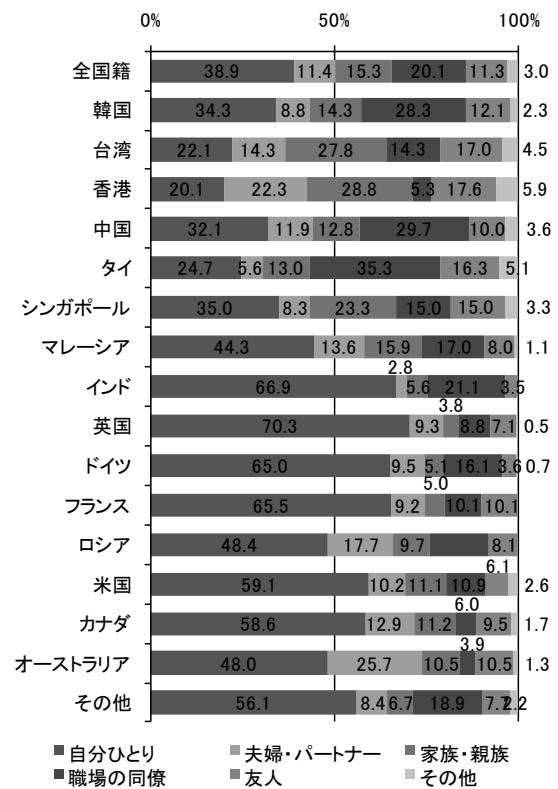
- 日本への来訪回数では、「1回目」が全体の31.5%、「2回目」が15.4%を占める。一方、「10回以上」が24.1%で平成23年1-3月期（以下、前期）の16.4%に比べ高い。国籍別では、中国やインド、フランス、オーストラリアで「1回目」の割合が4割超と高く、韓国や台湾、香港では低い（図表1-3）。

- 同行者は、「自分ひとり」38.9%、「職場の同僚」20.1%、「家族・親族」15.3%、「夫婦・パートナー」11.4%、「友人」11.3%の順となっている。国籍別では、ロシアを除く欧米で「自分ひとり」が6〜7割と高い。台湾や香港では「家族・親族」の割合が高く、オーストラリアでは「夫婦・パートナー」の割合が他国籍に比べて高い（図表1-4）。

図表 1-3 日本への来訪回数（国籍別、全目的）



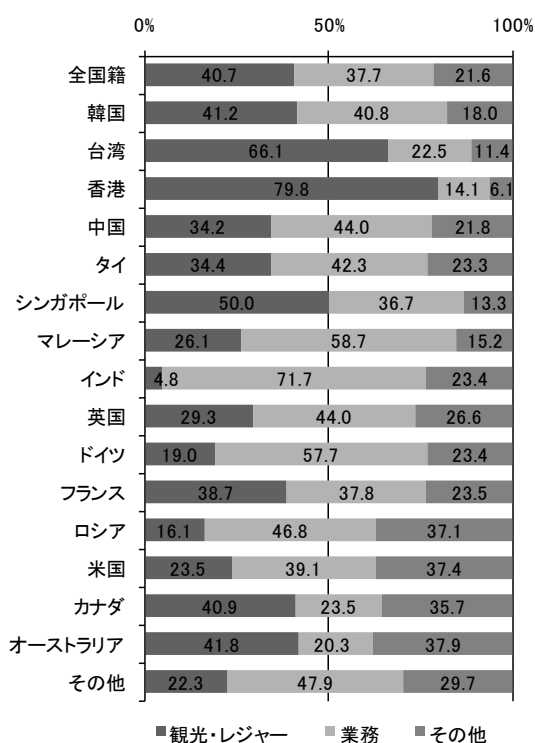
図表 1-4 同行者（国籍別、全目的）



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。

- 訪日外国人の主な来訪目的は「観光・レジャー」目的が全体の40.7%で、前期(58.7%)に比べ大きく減少した。国籍別では台湾や香港で「観光・レジャー」の割合が高い。また「業務(展示会・見本市/国際会議/社内会議/研修/商談等その他ビジネス)」目的は全体の37.7%を占めた(図表1-5)。

図表1-5 主な来訪目的(国籍別、全目的)



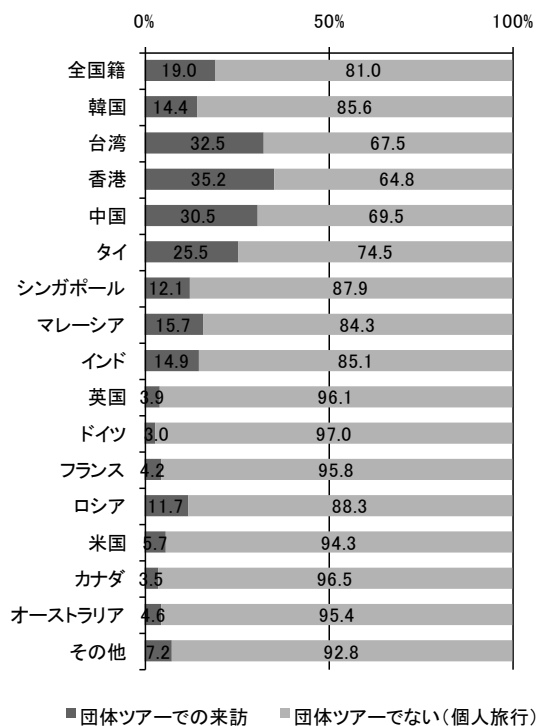
- 利用した宿泊施設のタイプ(複数回答)では、76.8%が「ホテル(洋室中心)」を利用している。今期は「旅館(和室中心)」の利用率が13.1%と前期(18.9%)に比べ低く、「親族・知人宅」が14.7%と前期(10.9%)に比べ高い。国籍別では中国とシンガポールで「旅館」利用率が2割を占め、欧米人は「親族・知人宅」の利用率が全体的に高い(図表1-6)。

図表1-6 宿泊施設タイプ(複数回答)(国籍別、全目的)

	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	(%)
全国籍	76.8	13.1	1.6	14.7	
韓国	79.0	6.1	0.9	14.4	
台湾	83.3	18.9	1.2	9.0	
香港	90.9	10.7	0.6	3.8	
中国	68.8	20.0	3.5	14.8	
タイ	71.4	19.7	4.7	10.3	
シンガポール	78.0	20.3	0.0	11.9	
マレーシア	70.8	12.4	1.1	11.2	
インド	72.2	6.3	0.7	11.8	
英国	78.7	10.9	2.2	20.8	
ドイツ	74.8	11.1	0.0	20.0	
フランス	77.1	12.7	1.7	14.4	
ロシア	57.4	11.5	1.6	23.0	
米国	75.6	10.2	0.8	24.0	
カナダ	73.0	13.9	1.7	20.9	
オーストラリア	79.5	15.2	0.7	20.5	
その他	73.3	9.6	1.5	16.5	

- 旅行形態では「団体ツアーでの来訪」が19.0%で、前期(29.0%)に比べ低い。国籍別では、台湾、香港、中国で同割合が3割を超える(図表1-7)。

図表1-7 団体ツアー参加状況(国籍別、全目的)



- 都道府県別の訪問率を国籍別にみると、いずれの国籍からも東京都や大阪府、京都府への訪問率が高い。その他、韓国からは福岡県や大分県、台湾からは神奈川県や北海道、香港からは沖縄県や北海道、中国からは愛知県や千葉県、米国からは神奈川県や千葉県への訪問率が高い（図表 1-8）。

図表 1-8 都道府県別訪問率
（主要国籍別、全目的、上位 5 箇所）

【韓国】

順位	都道府県名	回答数	訪問率
1位	東京都	496	33.7%
2位	福岡県	347	23.6%
3位	大阪府	338	23.0%
4位	京都府	126	8.6%
5位	大分県	103	7.0%
回答者数および訪問率延べ合計		1,471	143.2%

【台湾】

順位	都道府県名	回答数	訪問率
1位	東京都	578	42.5%
2位	大阪府	349	25.7%
3位	京都府	197	14.5%
4位	神奈川県	117	8.6%
5位	北海道	116	8.5%
回答者数および訪問率延べ合計		1,360	165.4%

【香港】

順位	都道府県名	回答数	訪問率
1位	東京都	166	50.6%
2位	大阪府	96	29.3%
3位	京都府	28	8.5%
3位	沖縄県	28	8.5%
5位	北海道	26	7.9%
回答者数および訪問率延べ合計		328	150.9%

【中国】

順位	都道府県名	回答数	訪問率
1位	東京都	585	54.3%
2位	大阪府	476	44.2%
3位	京都府	229	21.2%
4位	愛知県	183	17.0%
5位	千葉県	133	12.3%
回答者数および訪問率延べ合計		1,078	217.1%

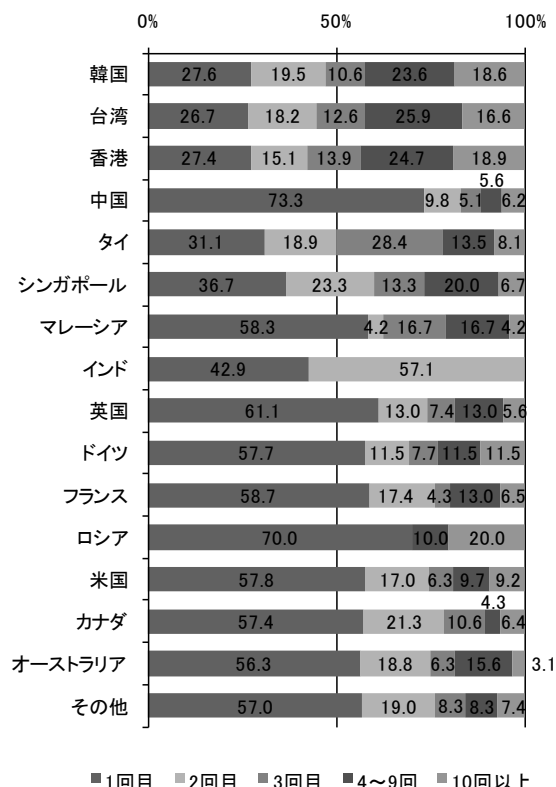
【米国】

順位	都道府県名	回答数	訪問率
1位	東京都	504	56.4%
2位	京都府	157	17.6%
2位	大阪府	157	17.6%
4位	神奈川県	131	14.7%
5位	千葉県	76	8.5%
回答者数および訪問率延べ合計		893	184.3%

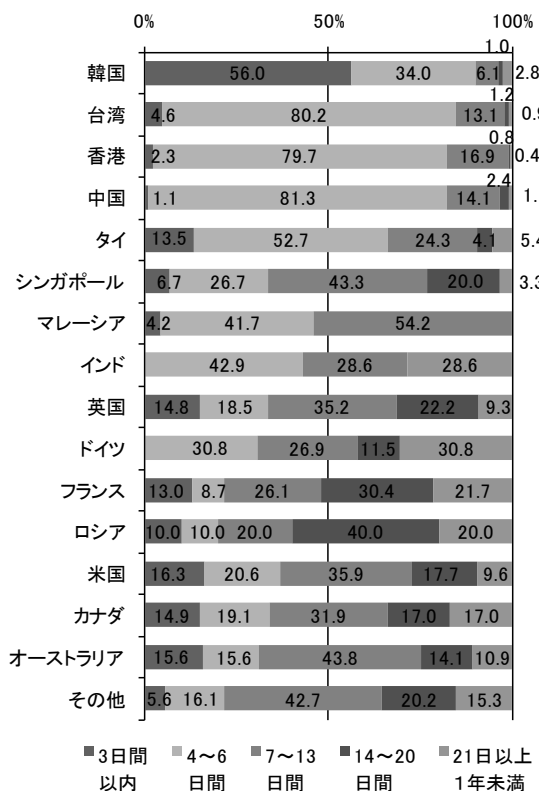
〔観光・レジャー目的〕

- 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56.0%と他国籍に比べて多い。また台湾、香港、中国、では「4～6日間」の割合が高く約8割を占める。フランスやロシアでは14日以上滞在が過半数を占める（図表1-9）。
- 日本への来訪回数では、韓国、台湾、香港、タイで2回目以上が多く、中国とロシアでは「1回目」が7割を占める（図表1-10）。
- 同行者は、東アジアでは「家族・親族」の割合が高く、欧米では「自分ひとり」の割合が高い（図表1-11）。

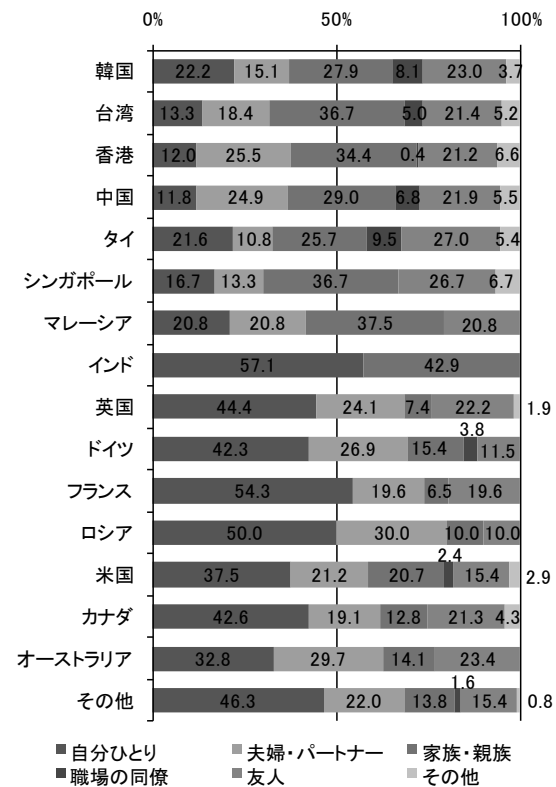
図表 1-10 日本への来訪回数
(国籍別、観光・レジャー目的のみ)



図表 1-9 滞在日数
(国籍別、観光・レジャー目的のみ)



図表 1-11 同行者
(国籍別、観光・レジャー目的のみ)



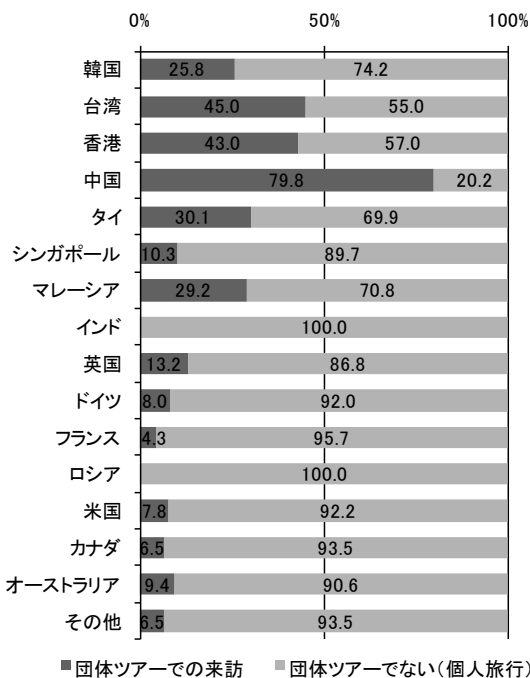
注) 「同行者」の設問は複数回答。上記図表では「同行者」を2つ以上選択した回答を「その他」として集計している。

- 利用した宿泊施設タイプ（複数回答）をみると、「ホテル」の利用が主流である。中国やタイ、シンガポール、ドイツでは「旅館」の利用率が4割前後と高い（図表 1-12）。
- 団体ツアー参加状況をみると、中国で参加率が8割近くを占める。欧米では全般的に個人旅行が大半を占める（図表 1-13）。

図表 1-12 宿泊施設タイプ（複数回答）
（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 ミニウム	親族・ 知人宅
韓国	78.9	10.2	1.7	10.2
台湾	88.6	24.4	0.9	4.6
香港	93.7	11.9	0.0	2.4
中国	89.3	39.0	0.3	4.7
タイ	78.1	39.7	2.7	4.1
シンガポール	79.3	41.4	0.0	10.3
マレーシア	87.5	16.7	0.0	8.3
インド	71.4	14.3	0.0	42.9
英国	74.1	22.2	3.7	24.1
ドイツ	50.0	38.5	0.0	30.8
フランス	76.1	26.1	2.2	15.2
ロシア	70.0	30.0	0.0	20.0
米国	78.7	19.8	1.0	17.4
カナダ	76.6	19.1	2.1	6.4
オーストラリア	82.5	27.0	0.0	9.5
その他	76.6	16.9	3.2	20.2

図表 1-13 団体ツアー参加状況
（国籍別、観光・レジャー目的のみ）



- 都道府県別の訪問率を国籍別にみると、韓国では福岡県の訪問率が高い。台湾や香港では北海道が上位にあがっている他、香港では沖縄県への訪問率の高さも目立つ。中国では東京都や大阪府、京都府に加えて愛知県への訪問率が高い（図表 1-14）。

図表 1-14 都道府県別訪問率
（主要国籍別、観光・レジャー目的のみ、上位5箇所）

【韓国】

順位	都道府県名	回答数	訪問率
1位	福岡県	222	36.7%
2位	大阪府	183	30.2%
3位	東京都	91	15.0%
4位	京都府	87	14.4%
5位	大分県	85	14.0%
回答者数および訪問率延べ合計		605	164.1%

【台湾】

順位	都道府県名	回答数	訪問率
1位	東京都	359	40.2%
2位	大阪府	242	27.1%
3位	京都府	150	16.8%
4位	北海道	106	11.9%
5位	千葉県	73	8.2%
回答者数および訪問率延べ合計		892	176.6%

【香港】

順位	都道府県名	回答数	訪問率
1位	東京都	131	50.2%
2位	大阪府	77	29.5%
3位	北海道	24	9.2%
4位	京都府	23	8.8%
5位	沖縄県	20	7.7%
回答者数および訪問率延べ合計		261	154.0%

【中国】

順位	都道府県名	回答数	訪問率
1位	東京都	247	67.1%
2位	大阪府	243	66.0%
3位	京都府	140	38.0%
4位	愛知県	105	28.5%
5位	千葉県	97	26.4%
回答者数および訪問率延べ合計		368	312.0%

【米国】

順位	都道府県名	回答数	訪問率
1位	東京都	149	71.3%
2位	京都府	64	30.6%
3位	大阪府	48	23.0%
4位	神奈川県	29	13.9%
5位	千葉県	28	13.4%
回答者数および訪問率延べ合計		209	237.3%

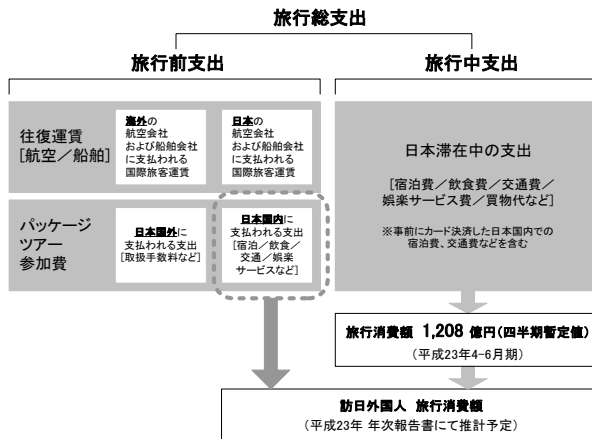
2. 訪日外国人の旅行支出

(1) 旅行支出

- 平成23年4-6月期における訪日外国人の旅行中支出額は平均111,128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85,302円、両者を合算した総支出額は平均196,430円と推計される（図表2-2）。
- 国籍別に旅行中支出額を比較すると、ロシアが21.7万円と最も高く、フランス（17.0万円）、中国（15.3万円）が続く。

- 1泊当たり旅行中支出額は8,555円、旅行前支出を含めた1泊当たり総支出額は15,122円となっている。

図表 2-1 旅行支出の推計範囲についての概念図



図表 2-2 平成23年4-6月期 訪日外国人1人当たり旅行支出（国籍別）※四半期暫定値

国籍	標本数 (人)	旅行前・中支出額 (円/人)		総支出額 (円/人)		1泊当たり (円/人泊)		
		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.)	総支出額標準誤差率	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	6,886	85,302	111,128	196,430	-	13.0	8,555	15,122
韓国	1,459	37,414	66,771	104,185	2.4%	7.0	9,579	14,946
台湾	1,343	55,981	87,227	143,208	2.2%	6.7	12,966	21,288
香港	325	59,313	80,271	139,584	3.2%	4.7	16,921	29,424
中国	1,069	61,844	152,558	214,402	4.0%	21.6	7,065	9,929
タイ	210	93,328	130,481	223,808	4.7%	15.2	8,563	14,688
シンガポール	60	82,873	130,207	213,080	8.5%	7.4	17,715	28,990
マレーシア	92	84,591	129,066	213,656	6.2%	10.9	11,827	19,578
インド	142	116,981	105,947	222,929	10.4%	23.4	4,518	9,507
英国	183	163,091	135,378	298,468	8.4%	12.8	10,617	23,407
ドイツ	134	168,141	112,019	280,160	6.3%	14.3	7,826	19,573
フランス	118	138,807	169,986	308,793	5.4%	15.5	10,988	19,960
ロシア	58	84,584	217,067	301,651	7.8%	33.3	6,514	9,052
米国	885	145,372	120,012	265,383	4.4%	17.7	6,794	15,023
カナダ	116	153,147	142,843	295,990	5.1%	23.8	6,004	12,440
オーストラリア	150	154,402	127,226	281,628	4.6%	10.9	11,635	25,755
その他	542	165,929	145,819	311,748	4.9%	17.1	8,528	18,232

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」(4-6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人当たり旅行支出額の推移 (国籍別) ※四半期暫定値

調査時期	旅行支出額 (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	89,910	113,187	203,097
	4-6月期	85,302	111,128	196,430

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た。

【参考】平成 23 年 4-6 月期における

- 訪日外国人の日本における旅行中支出額に、同期間の訪日外客数を乗じることで、訪日外国人の旅行消費額は 1,208 億円と推計される（図表 2-3）。
- 国籍別の旅行消費額は、①中国 299 億円（構成比 24.8%）、②韓国 168 億円（同 13.9%）、③台湾 167 億円（同 13.8%）、④米国 146 億円（同 12.1%）、⑤香港 37 億円（同 3.0%）の順であり、上位 5 カ国で全体の 67.6%を占める。

（2）手配別にみる旅行支出

- パッケージツアー利用客は全体の 28.7%を占める。台湾、香港では同利用率が 4 割を超える（図表 2-4）。
- パッケージツアー購入者単価（旅行前支出額）は平均 98,230 円、ツアー利用客の旅行中支出額は同 64,529 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 80,104 円、個人手配客の旅行中支出額は同 132,182 円である。
- 総支出額はツアー利用客で 162,760 円、個人手配客で 212,286 円である。

図表 2-3 平成 23 年 4-6 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	111,128	1,086,709	1,207.6	100.0%
韓国	66,771	251,604	168.0	13.9%
台湾	87,227	191,458	167.0	13.8%
香港	80,271	45,858	36.8	3.0%
中国	152,558	196,272	299.4	24.8%
タイ	130,481	23,958	31.3	2.6%
シンガポール	130,207	18,259	23.8	2.0%
マレーシア	129,066	12,301	15.9	1.3%
インド	105,947	14,355	15.2	1.3%
英国	135,378	25,139	34.0	2.8%
ドイツ	112,019	12,559	14.1	1.2%
フランス	169,986	17,236	29.3	2.4%
ロシア	217,067	5,695	12.4	1.0%
米国	120,012	121,258	145.5	12.1%
カナダ	142,843	17,171	24.5	2.0%
オーストラリア	127,226	23,296	29.6	2.5%
その他	145,819	110,290	160.8	13.3%

注1) 出典：日本政府観光局（JNTO） ※平成23年4-5月は暫定値、同年6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	旅行消費額	
平成22年	4-6月期	104,003	2,186,624	2,274.2
	7-9月期	119,605	2,399,063	2,869.4
	10-12月期	114,921	2,010,476	2,310.5
平成23年	1-3月期	113,187	1,746,163	1,976.4
	4-6月期	111,128	1,086,709	1,207.6

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た。

- ・ 訪日外客数については、日本政府観光局（JNTO）が公表している平成 23 年 8 月時点の最新データを用いた。
- ・ 四半期毎に作成する旅行消費額には、パッケージ参加費に含まれる日本国内に支払われる宿泊費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等を含まない。

図表 2-4 手配別にみる訪日外国人1人当たり旅行支出（国籍別）※四半期暫定値

【パッケージツアー利用者】

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	28.7	98,230	64,529	162,760	7.2	8,958	22,595
韓国	26.0	43,729	39,962	83,691	3.3	12,166	25,480
台湾	43.9	71,257	51,520	122,776	4.1	12,442	29,651
香港	50.6	69,483	55,651	125,134	3.9	14,234	32,007
中国	36.9	70,897	94,207	165,104	9.7	9,759	17,103
タイ	34.4	134,460	87,379	221,839	12.2	7,153	18,159
シンガポール	11.7	145,833	80,733	226,566	8.9	9,115	25,580
マレーシア	37.0	106,958	66,033	172,991	8.2	8,076	21,157
インド	28.3	170,408	103,980	274,388	27.3	3,810	10,054
英国	16.2	188,983	70,426	259,409	6.0	11,803	43,476
ドイツ	13.1	271,511	93,466	364,977	8.2	11,445	44,691
フランス	3.4	206,270	60,265	266,535	7.0	8,609	38,076
ロシア	6.5	287,880	110,667	398,547	18.5	5,982	21,543
米国	13.3	223,109	62,991	286,100	18.8	3,348	15,206
カナダ	7.8	154,821	124,815	279,636	22.6	5,534	12,398
オーストラリア	13.0	276,141	54,159	330,300	5.2	10,415	63,519
その他	18.5	310,106	77,299	387,405	11.1	6,954	34,850

【参考】パッケージツアー利用者の旅行支出額の推移（国籍別）

調査時期	旅行前支出額 (パッケージ料金)	旅行中支出額	総支出額	(泊)	(円/人泊)	(円/人泊)	
				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	112,326	52,270	164,596	5.1	10,155	31,976
	4-6月期	98,230	64,529	162,760	7.2	8,958	22,595

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た。

【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	71.3	80,104	132,181	212,286	15.3	8,630	13,860
韓国	74.0	35,193	77,343	112,536	8.3	9,355	13,612
台湾	56.1	44,028	119,689	163,717	8.8	13,677	18,708
香港	49.4	48,892	110,469	159,361	5.6	19,731	28,464
中国	63.1	56,561	192,586	249,147	28.6	6,742	8,723
タイ	65.6	71,740	156,342	228,082	16.8	9,293	13,558
シンガポール	88.3	74,557	137,575	212,133	7.2	19,239	29,665
マレーシア	63.0	71,479	168,944	240,422	12.5	13,497	19,207
インド	71.7	95,918	106,880	202,798	21.9	4,873	9,246
英国	83.8	158,079	148,164	306,243	14.1	10,535	21,774
ドイツ	86.9	152,505	115,644	268,149	15.2	7,586	17,591
フランス	96.6	136,461	173,770	310,230	15.8	11,022	19,678
ロシア	93.5	70,564	226,187	296,751	34.3	6,586	8,640
米国	86.7	133,435	129,561	262,996	17.5	7,408	15,038
カナダ	92.2	153,006	144,822	297,828	23.9	6,060	12,463
オーストラリア	87.0	136,232	139,074	275,306	11.8	11,795	23,349
その他	81.5	133,147	161,663	294,810	18.5	8,758	15,971

【参考】個人手配客の旅行支出額の推移（国籍別）

調査時期	旅行前支出額 (往復運賃)	旅行中支出額	総支出額	(泊)	(円/人泊)	(円/人泊)	
				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	79,416	145,486	224,902	17.6	8,283	12,804
	4-6月期	80,104	132,181	212,286	15.3	8,630	13,860

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た。

(3) 来訪目的別にみる旅行支出

- 来訪目的別の旅行中支出額は、「観光・レジャー」88,377円、「商談等その他ビジネス」121,975円、「親族・知人訪問」99,960円などとなっている(図表2-5)。
- 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391億円で全体の32.6%を占める。これに対し、「展示会・見本市」「国際会議」「研修」「社内会議」「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498億円で、全体の41.5%を占める。

図表 2-5 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	社内会議(自社施設以外で開催されたもの)	研修	商談等その他ビジネス		
旅行中支出額(円/人)	全国籍	88,377	99,960	93,845	75,345	62,170	374,685	210,672	122,005	100,923	126,227	134,334	121,975	124,283
	韓国	53,991	61,663	91,500	65,968	20,769	338,172	-	71,109	76,516	70,086	57,473	71,018	80,304
	台湾	71,798	84,643	53,033	-	45,489	455,376	40,000	94,380	88,875	92,125	110,963	127,825	167,091
	香港	73,476	122,045	40,000	-	63,972	375,000	56,274	98,483	98,200	105,594	87,086	98,640	146,667
	中国	106,286	132,008	125,000	118,692	46,740	436,400	20,000	240,154	117,065	172,241	188,281	169,665	161,641
	米国	109,008	86,897	117,654	72,032	151,242	116,580	60,000	152,580	107,353	114,592	114,498	158,917	152,261
【参考】消費額(億円)	全国籍	391.2	120.4	2.7	5.5	5.8	86.4	5.6	25.9	45.5	102.6	54.9	269.3	86.0
	韓国	56.0	16.0	0.3	2.1	0.3	11.6	0.4	4.8	7.5	3.6	2.8	54.1	8.7
	台湾	90.9	10.0	0.5	0.0	0.5	7.1	0.1	2.4	4.7	8.9	2.0	30.3	10.7
	香港	26.9	1.9	0.1	0.0	0.3	0.5	0.1	0.7	0.4	2.2	0.2	2.9	0.6
	中国	71.4	33.3	0.5	0.4	1.0	36.7	0.0	8.8	7.9	22.3	25.1	84.3	9.7
	米国	31.0	19.9	0.5	1.7	0.6	2.9	0.1	1.2	6.3	18.9	4.5	32.3	25.5
目的別構成比(%) ヨコ計=100	全国籍	32.6	10.0	0.2	0.5	0.5	7.2	0.5	2.2	3.8	8.5	4.6	22.4	7.2
	韓国	33.3	9.5	0.2	1.3	0.2	6.9	0.2	2.8	4.5	2.1	1.6	32.2	5.2
	台湾	54.1	5.9	0.3	0.0	0.3	4.2	0.0	1.4	2.8	5.3	1.2	18.0	6.4
	香港	73.1	5.1	0.2	0.0	0.7	1.4	0.2	1.9	1.1	6.0	0.7	7.9	1.7
	中国	23.7	11.0	0.2	0.1	0.3	12.2	0.0	2.9	2.6	7.4	8.3	28.0	3.2
	米国	21.4	13.7	0.3	1.1	0.4	2.0	0.1	0.9	4.3	13.0	3.1	22.2	17.6

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4-6月期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	2,813	759	18	49	56	139
韓国	603	147	2	19	8	20
台湾	881	82	6	0	8	11
香港	258	11	1	0	3	1
中国	365	136	2	2	12	45
米国	208	167	3	17	3	17

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。

3. 土産品の購入実態

(1) 費目別購入率

- 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45.0%が購入している。次いで「その他食料品・飲料・酒・たばこ」の購入率が高い。国籍別では、多くの費目で中国の購入率が高い（図表3-1）。

(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平均支出額）は、「カメラ・ビデオカメラ・時計」が5.8万円と高い。
- 来訪目的別にみると、購入率は「観光・レジャー」客の方が「業務」客に比べて高い傾向があるが、購入者単価の大小は国籍や費目によって異なる（図表3-2）。

図表3-1 費目別購入率および購入者単価（主要国籍別）

費目	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	45.0%	8,260	49.2%	5,641	57.9%	8,429	57.8%	8,524	54.6%	10,196	24.3%	7,417
その他食料品・飲料・酒・たばこ	43.4%	11,390	43.1%	9,524	42.8%	8,190	41.6%	10,747	47.3%	14,310	42.6%	11,938
カメラ・ビデオカメラ・時計	9.7%	57,771	2.6%	18,613	4.7%	35,263	3.1%	38,375	27.7%	80,232	4.0%	21,181
電気製品	10.2%	34,518	3.3%	18,957	7.6%	20,624	6.3%	30,600	27.2%	44,379	5.1%	24,262
化粧品・医薬品・トイレタリー	32.1%	19,311	24.3%	15,665	56.4%	16,915	39.1%	10,904	56.8%	28,987	8.8%	10,459
和服(着物)・民芸品	13.3%	13,026	3.9%	8,497	10.2%	10,288	10.6%	20,929	13.5%	14,464	22.6%	14,464
服(和服以外)・かばん・靴	27.9%	36,072	19.3%	23,636	44.5%	37,064	48.8%	33,655	31.7%	52,052	15.3%	23,561
マンガ・DVD・アニメ関連商品	6.8%	11,661	2.8%	13,684	7.6%	8,321	11.9%	12,608	6.0%	15,262	8.6%	6,181

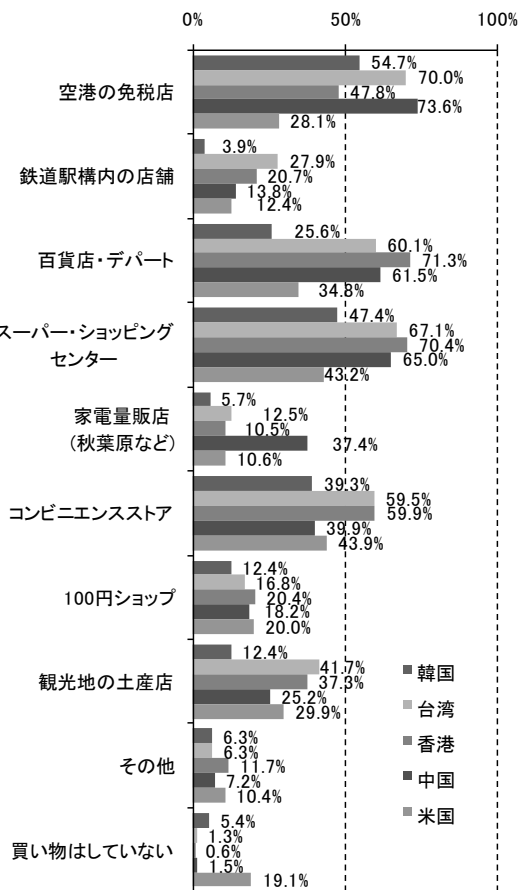
図表3-2 来訪目的別にみる費目別購入率および購入者単価（主要国籍別）

費目	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	58.2%	4,759	60.3%	7,567	59.3%	9,112	61.0%	8,943	29.1%	5,841
		業務	40.5%	5,653	50.2%	9,644	54.3%	4,606	52.0%	10,531	17.9%	7,497
その他食料品・飲料・酒・たばこ		観光・レジャー	51.8%	6,116	43.2%	7,243	45.1%	9,683	52.9%	15,931	52.9%	12,864
		業務	35.1%	11,849	40.1%	11,196	30.4%	19,525	45.8%	13,062	33.1%	12,447
カメラ・ビデオカメラ・時計		観光・レジャー	3.0%	27,247	5.3%	27,851	2.4%	19,250	32.9%	57,154	3.4%	18,722
		業務	2.4%	12,327	3.4%	51,311	4.3%	60,000	24.5%	102,714	3.2%	25,525
電気製品		観光・レジャー	2.4%	12,982	7.2%	13,576	5.5%	19,909	33.1%	31,288	4.9%	37,806
		業務	3.4%	12,939	7.1%	30,805	6.5%	30,000	22.6%	50,360	5.0%	11,961
化粧品・医薬品・トイレタリー		観光・レジャー	29.1%	18,949	63.9%	16,092	41.9%	10,413	66.6%	31,336	13.1%	21,112
		業務	19.8%	11,287	38.4%	14,478	19.6%	14,837	57.8%	25,830	2.9%	5,386
和服(着物)・民芸品		観光・レジャー	5.2%	4,404	12.3%	10,503	12.6%	21,695	23.1%	13,166	30.1%	12,902
		業務	2.7%	8,516	4.7%	9,763	4.3%	1,000	7.5%	18,373	17.0%	16,458
服(和服以外)・かばん・靴		観光・レジャー	23.9%	17,822	52.2%	32,715	55.3%	32,796	42.3%	60,955	21.4%	39,208
		業務	12.1%	28,376	24.2%	50,667	17.4%	41,833	20.6%	50,021	7.0%	16,228
マンガ・DVD・アニメ関連商品		観光・レジャー	3.7%	16,229	8.8%	7,963	12.6%	10,101	8.1%	21,560	12.6%	6,415
		業務	2.2%	11,292	5.1%	7,308	4.3%	4,500	4.9%	11,000	4.4%	5,311

(3) 買物場所

- 買物場所を国籍別にみると、「空港の免税店」は台湾と中国、「百貨店・デパート」は香港、「観光地の土産店」は台湾と香港での利用率が高い。また、「家電量販店」では中国人の利用率が 37.4% と圧倒的に高い（図表 3-3）。

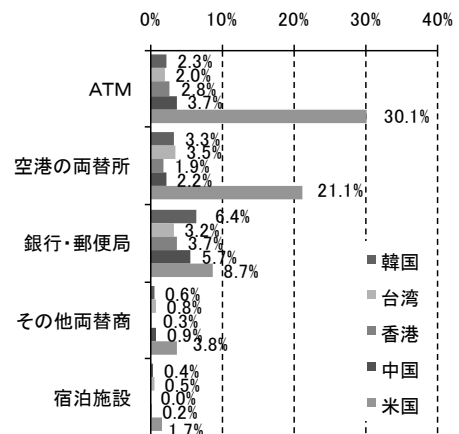
図表 3-3 買物場所（主要国籍別、複数回答）



(4) 利用した金融機関と決済方法

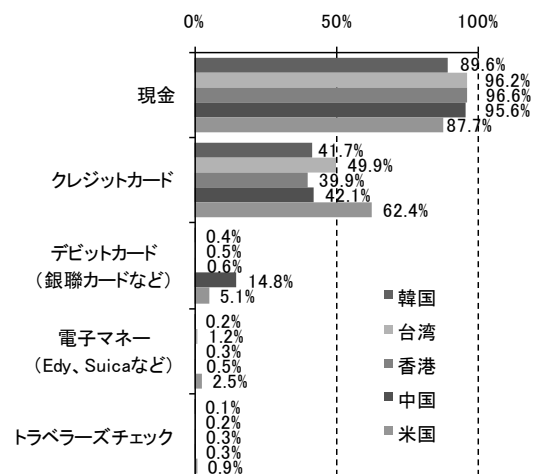
- 利用した金融機関を国籍別にみると、米国では「ATM（現金自動預払機）」や「空港の両替所」の利用率が他国籍に比べ際だって高い（図表 3-4）。

図表 3-4 利用金融機関（主要国籍別、複数回答）



- 決済方法ではいずれの国籍も「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 14.8%、米国で 5.1%となっている。「電子マネー」の利用率は、米国で 2.5%となっている（図表 3-5）。

図表 3-5 利用決済方法（主要国籍別、複数回答）

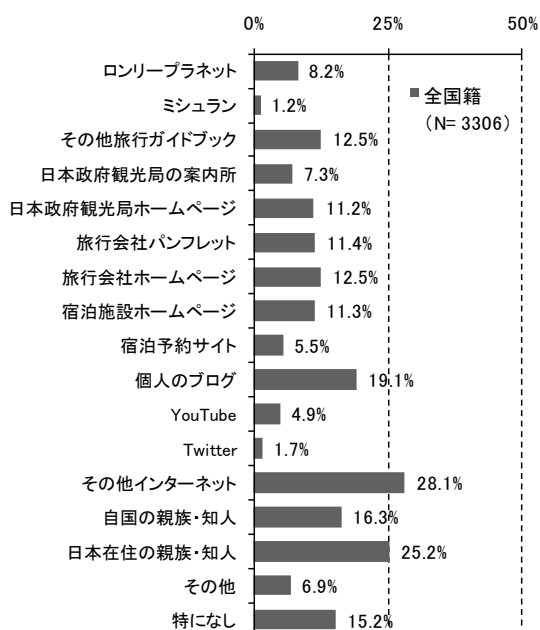


4. 旅行情報源

(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8.2%、「ミシュラン」が1.2%、「その他旅行ガイドブック」が12.5%となっている（図表4-1）。
- 「日本政府観光局の案内所」の選択率は7.3%、「日本政府観光局ホームページ」の選択率は11.2%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」(19.1%)をあげる回答が多い。
- 知人からの口コミでは、今期は「日本在住の親族・知人」が25.2%と平成23年1-3月期（18.9%）に比べ高かった。

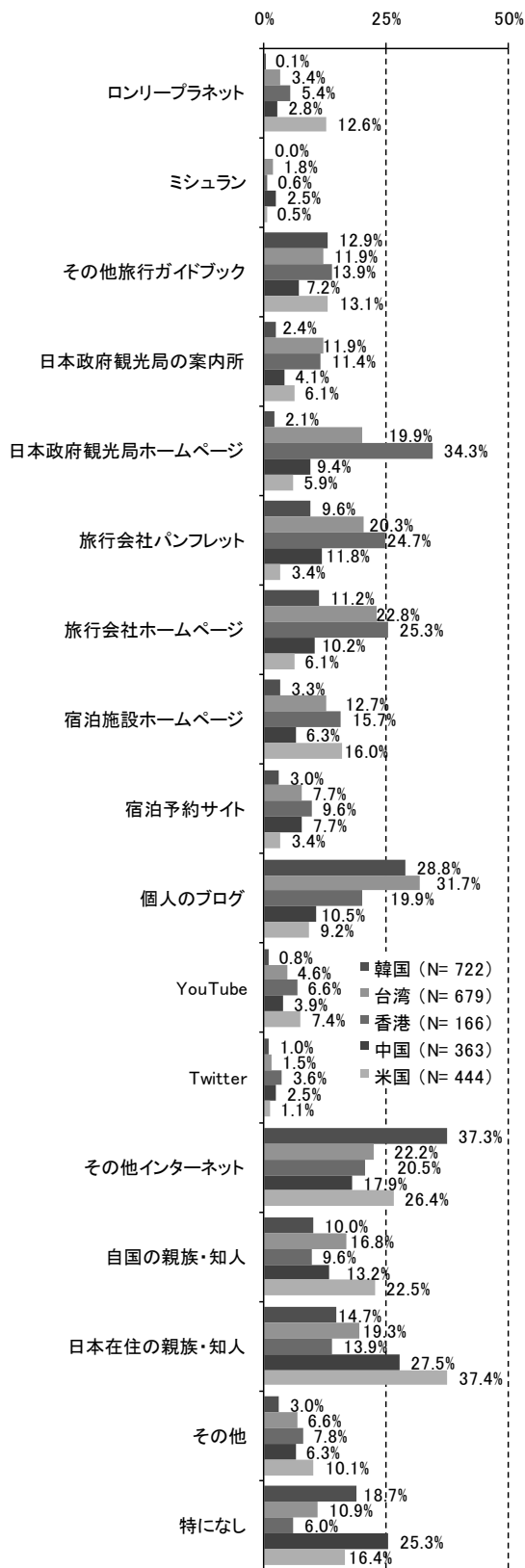
図表 4-1 出発前に得た旅行情報で役に立ったもの
(全国籍、複数回答)



- 国籍別にみると、韓国では「その他インターネット」が37.3%、「個人のブログ」が28.8%と高い（図表4-2）。
- 台湾では「個人のブログ」が31.7%と高い。また、「旅行会社ホームページ」が22.8%、「旅行会社パンフレット」が20.3%と高い。
- 香港では、「日本政府観光局ホームページ」が34.3%であり、他国籍に比べ圧倒的に高い。また、「旅行会社ホームページ」が25.3%、「旅行会社パンフレット」が24.7%と高い。
- 中国では、「日本在住の親族・知人」が27.5%、「その他インターネット」が17.9%、「自国の親族・知人」が13.2%と高い。また、「特になし」も25.3%と高い。
- 米国では、「日本在住の親族・知人」が37.4%であり、他国籍に比べ圧倒的に高い。また、「その他インターネット」が26.4%、「自国の親族・知人」が22.5%と高い。

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。なお、この章で示す『全体（全国籍）』の値は、訪日外客数によるウェイトバック集計を行っていない。

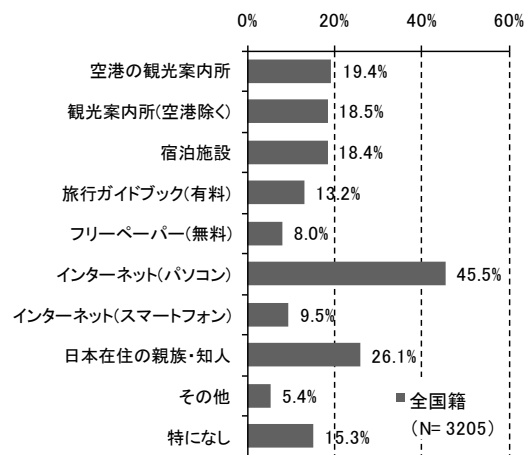
図表 4-2 出発前に得た旅行情報で役に立ったもの
(主要国籍別、複数回答)



(2) 日本滞在中に得た旅行情報

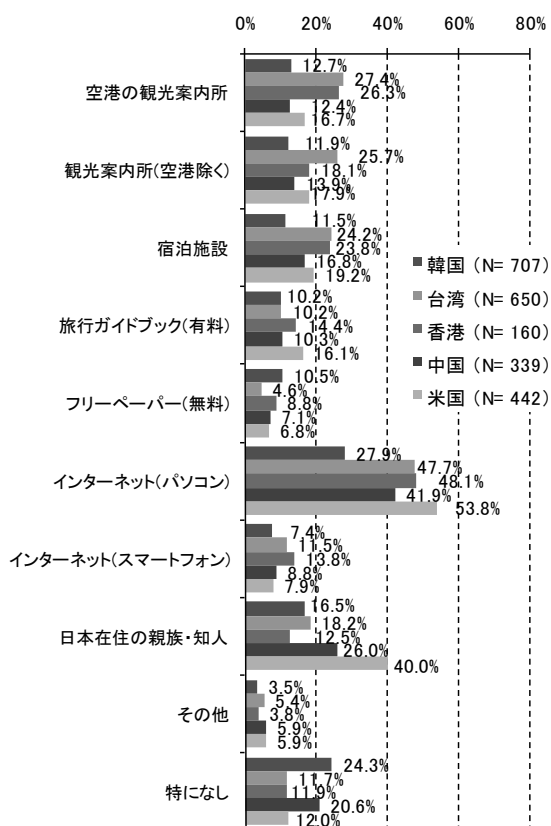
- 日本滞在中に得た旅行情報で役に立ったものは、回答者全体で「インターネット (パソコン)」45.5%、「日本在住の親族・知人」26.1%、「空港の観光案内所」19.4%の順が多い (図表 4-3)。

図表 4-3 日本滞在中に得た旅行情報で役に立ったもの(全国籍、複数回答)



- 国籍別にみると、「インターネット (パソコン)」及び「日本在住の親族・知人」では米国 (それぞれ 53.8%、40.0%) 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、「インターネット (スマートフォン)」では香港、「フリーペーパー (無料)」では韓国の選択率の高さが目立つ (図表 4-4)。

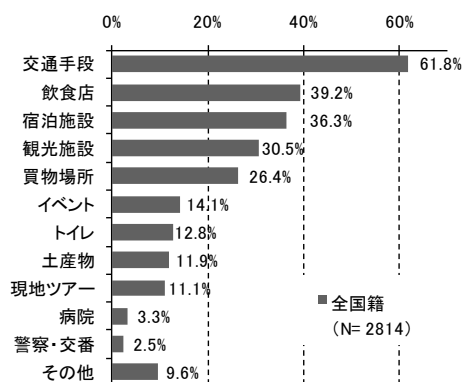
図表 4-4 日本滞在中に得た旅行情報で役に立ったもの(主要国籍別、複数回答)



(3) 日本滞在中にあると便利な情報

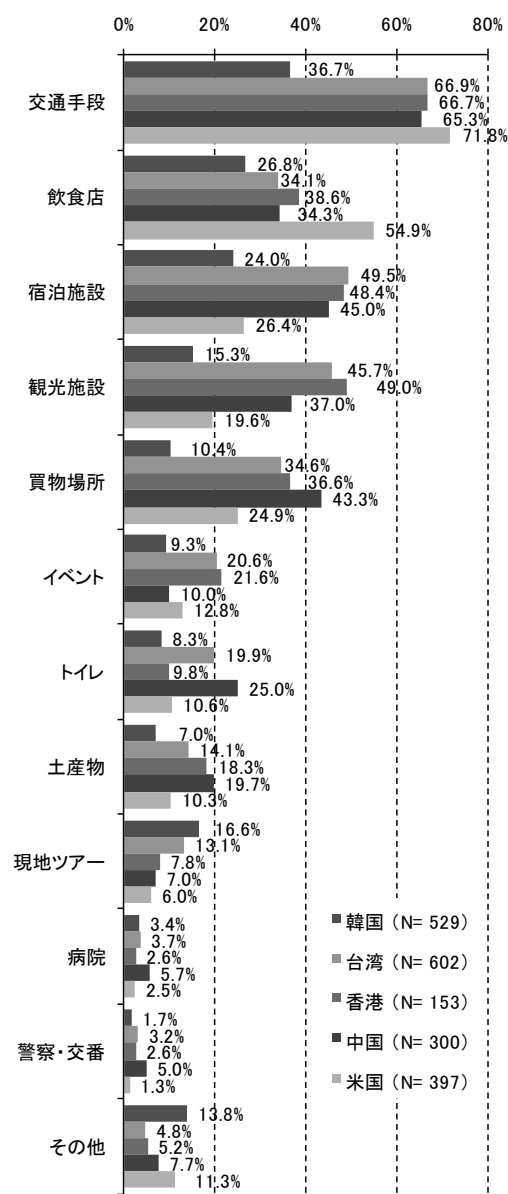
- 日本滞在中にあると便利な情報を尋ねたところ、回答者全体では①「交通手段」が61.8%と圧倒的に多く、次いで②「飲食店」39.2%、③「宿泊施設」36.3%の順で希望する声が多かった(図表 4-5)。

図表 4-5 日本滞在中にあると便利な情報(全国籍、複数回答)



- 国籍別にみると、「交通手段」や「飲食店」の情報は米国での選択率が高い。また、「宿泊施設」の情報は台湾や香港、中国での選択率が高い。このほか、「買物場所」や「トイレ」「土産物」などの選択率は中国で高く、「現地ツアー」は韓国での選択率が高い(図表 4-6)。

図表 4-6 日本滞在中にあると便利な情報(主要国籍別、複数回答)

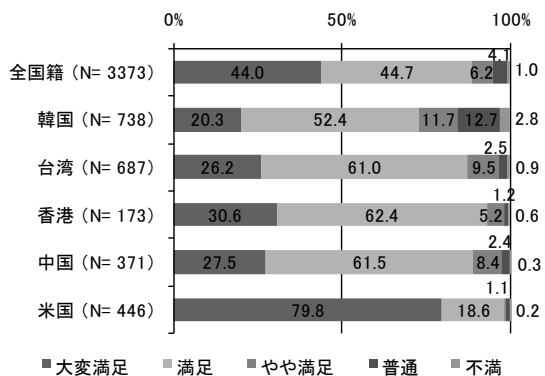


5. 満足度と再訪意向

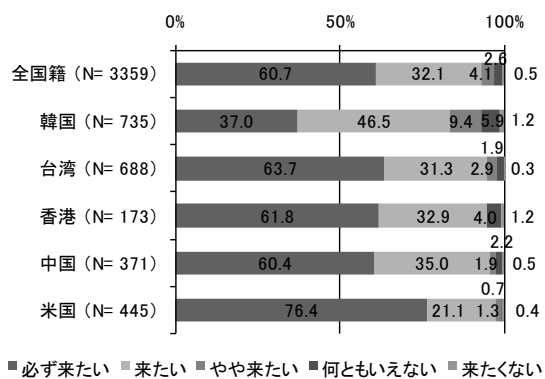
(1) 訪日旅行全体の満足度と再訪意向

- 今回の訪日旅行全体の満足度は「大変満足」44.0%、「満足」44.7%である(図表 5-1)。
- 米国では「大変満足」の割合が 79.8%で、主要国籍の中で最も高い。東アジアでは、今期は香港が 30.6%と高い。主要国籍以外では、インド、英国、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 60.7%、「来たい」が 32.1%である(図表 5-2)。

図表 5-1 訪日旅行の満足度(主要国籍別)



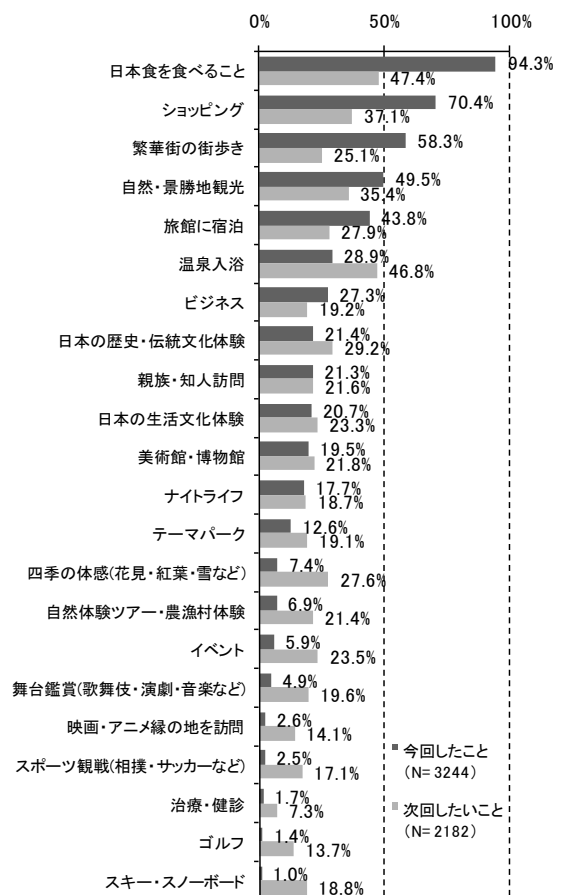
図表 5-2 訪日旅行者の再訪意向(主要国籍別)



(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」94.3%、「ショッピング」70.4%、「繁華街の街歩き」58.3%の順で多い(図表 5-3)。
- 次回実施したいことは、「日本食を食べること」47.4%、「温泉入浴」46.8%、「ショッピング」37.1%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、「映画・アニメ縁の地を訪問」「スポーツ観戦」「ゴルフ」「スキー・スノーボード」「治療・健診」などであった。

図表 5-3 今回実施した活動と次回実施したい活動(全国籍、複数回答)

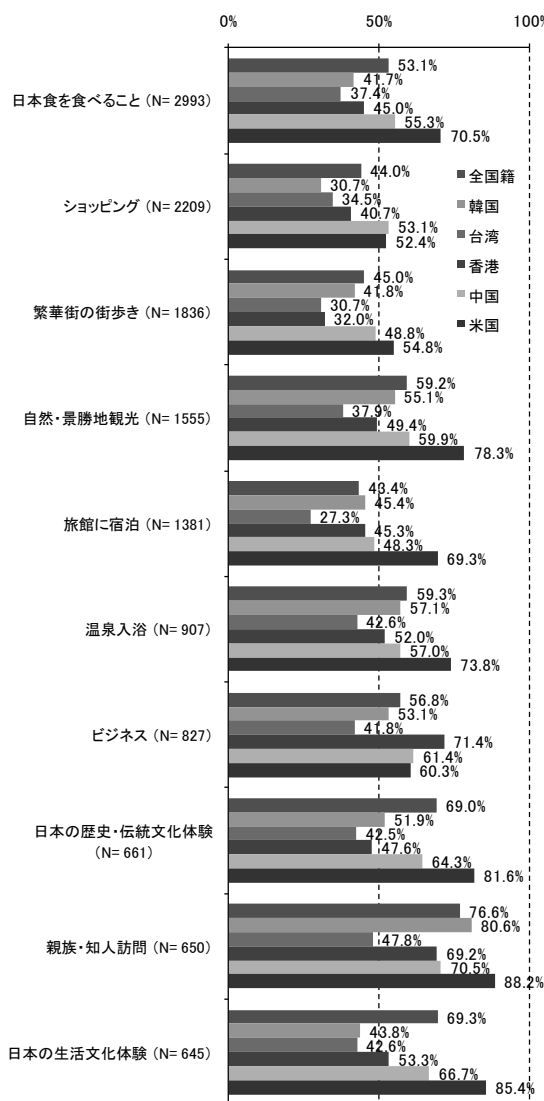


注) この章に示す調査結果は、「訪日外国人消費動向調査」と同時に実施した旅行の満足度や再来訪意向等の意識調査より得られたものである。回答は任意としているため、必ずしも全調査対象者が回答しているとは限らない。なお、この章で示す『全体(全国籍)』の値は、訪日外客数によるウェイトバック集計を行っていない。

(3) 活動別にみる満足度

- 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、「日本の歴史・伝統文化体験」「親族・知人訪問」「日本の生活文化体験」が6割超と高い。国籍別では、どの活動でも米国の満足度が高い(図表5-4)。

図表 5-4 期待以上だった活動
(主要国籍別、実施率上位10活動)



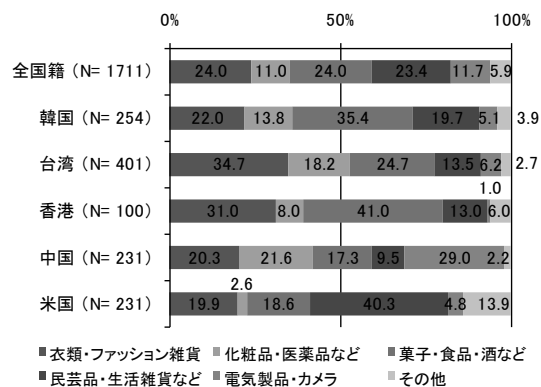
(4) 最も満足した購入商品

- 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5-5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」11.0%、「菓子・食品・酒など」24.0%、「民芸品・生活雑貨など」23.4%、「電気製品・カメラ」11.7%、「その他」5.9%という分布となった(図表5-6)。

図表 5-5 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
	カメラ
その他	その他商品
	サービス
	その他

図表 5-6 最も満足した購入商品
(商品大区分、主要国籍別)



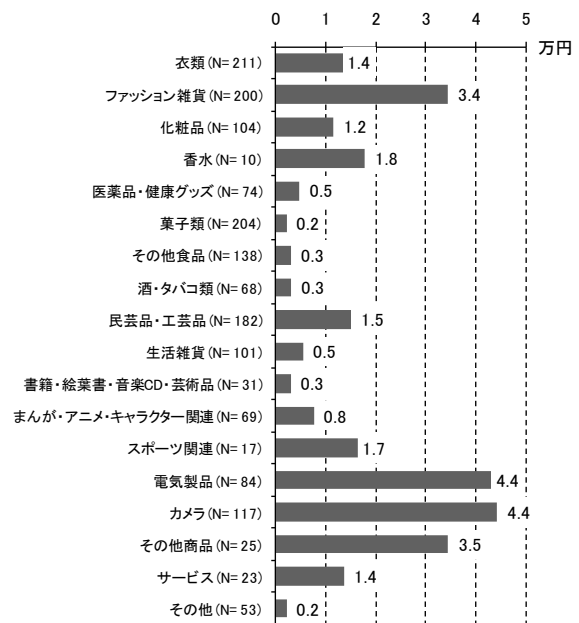
- 国籍別に、最も満足した購入商品（小区分）の比率をみると、韓国では「菓子類」（17.3%）、台湾では「衣類」（20.9%）、香港では「菓子類」（26.0%）、中国では「カメラ」（21.2%）、米国では「民芸品・工芸品」（23.4%）の割合が高い。また、中国では「化粧品」の割合が他の国籍に比べて高い（図表 5-7）。

図表 5-7 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		9.1	20.9	18.0	7.4	8.7
ファッション雑貨		13.0	13.7	13.0	13.0	11.3
化粧品		7.1	7.2	4.0	15.6	2.2
香水		1.6	0.0	0.0	1.3	0.4
医薬品・健康グッズ		5.1	11.0	4.0	4.8	0.0
菓子類		17.3	13.7	26.0	9.5	6.1
その他食品		11.0	7.2	14.0	4.3	5.6
酒・タバコ類		7.1	3.7	1.0	3.5	6.9
民芸品・工芸品		5.1	5.7	5.0	2.6	23.4
生活雑貨		7.1	3.7	5.0	3.0	6.1
書籍・絵葉書・音楽CD・芸術品		1.6	2.0	1.0	0.4	2.2
まんが・アニメ・キャラクター関連		3.9	1.5	2.0	2.6	7.4
スポーツ関連		2.0	0.5	0.0	0.9	1.3
電気製品		3.5	3.2	0.0	7.8	3.5
カメラ		1.6	3.0	1.0	21.2	1.3
その他商品		1.6	1.5	5.0	0.9	1.7
サービス		0.4	0.0	0.0	0.0	5.2
その他		2.0	1.2	1.0	1.3	6.9
合計		100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
標本数		254	401	100	231	231

- 最も満足した購入商品（小区分）の単価をみると、「カメラ」4.4万円、「電気製品」4.4万円、「ファッション雑貨」3.4万円の順で高い（図表 5-8）。

図表 5-8 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全体の 5 割強を占める。このほか、「衣類・ファッション雑貨」では「価格が手頃・自国より安いから」、「化粧品・医薬品など」や「電気製品・カメラ」では「日本製だから」とする回答が多かった（図表 5-9）。

図表 5-9 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・贈られたから	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		376	19.4	38.6	0.3	8.0	0.8	6.9	4.3	2.7	16.5	2.7	100.0
化粧品・医薬品など		172	44.8	0.6	0.0	19.8	0.0	9.3	2.3	9.9	12.2	1.2	100.0
菓子・食品・酒など		367	3.8	6.3	58.6	4.6	4.1	3.3	3.0	9.8	5.2	1.4	100.0
民芸品・生活雑貨など		375	11.5	25.6	0.0	4.8	13.9	7.7	8.8	17.6	5.9	4.3	100.0
電気製品・カメラ		190	45.3	2.1	0.0	19.5	0.0	6.8	6.3	1.6	14.7	3.7	100.0
その他		95	10.5	4.2	35.8	2.1	3.2	1.1	4.2	3.2	9.5	26.3	100.0
合計		1,575	19.2	17.3	15.9	8.8	4.6	6.2	5.1	8.6	10.2	4.1	100.0

Ⅱ 訪日外国人消費動向調査結果

1. 調査概要
2. 調査結果の利用上の注意

<集計表>

第1表	国籍別 標本属性および旅行内容	表-1
第2表	居住地別 標本属性および旅行内容	表-7
第3表	主な宿泊地別 標本属性および旅行内容	表-13
第4表	国籍別 費目別購入率および購入者単価	表-33
第5表	居住地別 費目別購入率および購入者単価	表-34
第6表	主な宿泊地別 費目別購入率および購入者単価	表-35
第7表	国籍別 1人1回当たり旅行消費単価	表-39
第8表	居住地別 1人1回当たり旅行消費単価	表-42
第9表	主な宿泊地別 1人1泊当たり旅行消費単価	表-45
参考表	国籍別 旅行情報源・活動内容・満足度など	表-65
付表	国籍別 都道府県別帰訪問率	表-74

<調査票>

日本語、英語、韓国語、中国語（繁体字）、中国語（簡体字）

1. 調査概要

(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

下記 11 空海港の国際線ターミナル搭乗待合ロビー

※調査空海港：新千歳空港、仙台空港、新潟空港、東京国際空港（羽田空港）、成田国際空港、中部国際空港、関西国際空港、広島空港、福岡空港、那覇空港、博多港

注）仙台空港及び新潟空港は調査便欠航等の理由により今期は調査を実施していない。

(3) 調査時期

平成 23 年 5 月 21 日（土）～6 月 29 日（水）

(4) 調査方法

10 言語対応のタッチパネル式 PC または紙調査票を用い、外国語を話せる調査員による聞き取り調査を実施

※調査対応言語：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、ロシア語、イタリア語、スペイン語

(5) 調査標本数

ビジット・ジャパン事業の重点市場である 15 の国・地域別に目標サンプル数を設定、合計 6,500 サンプルを目標に調査を実施し、6,975 サンプル（うち旅行中支出額の有効サンプル数は 6,886 サンプル）の回答を得た。

(6) その他

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、旅行の満足度や再訪意向等の意識調査を同時に行った。

2. 調査結果の利用上の注意

(1) 国籍別ウェイトバック集計の実施

本調査の標本は国籍毎に抽出率が異なるため、母集団構成に合わせることを目的として国籍別ウェイトバック集計を行った。具体的には、第 1 表、第 4 表、第 7 表（国籍別集計表）の『全体』列に係る数値（標本数を除く）について、ビジット・ジャパン事業の重点市場である 15 の国・地域と「それ以外の国・地域」の 16 区分の訪日外客数を元に重み付けを行って算出した（居住地別や主な宿泊地別のウェイトバック集計は行っていないため、第 2 表、第 3 表、第 5 表、第 6 表、第 8 表、第 9 表では『全体』列の表記がない点に留意されたい）。

なお、参考表（一般統計と併せて実施した任意調査の結果）の『全体』列に係る数値については国籍別ウェイトバック集計を行っておらず、標本全体の平均値を掲示している点に留意されたい。

(2) 旅行支出額の円換算方法

旅行支出額については、円また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 にデータが無い台湾ドル、香港ドルなどについては、FRB（連邦準備制度理事会）の資料を基に円換算を作成した。

(3) その他の注意点

集計事項により、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。

調査結果中の合計値は、四捨五入の関係で一致しない場合がある。また、一部に無回答データが存在することから、合計値と内訳の積算値は必ずしも一致しない。

訪日外国人の消費動向
平成23年4-6月期 報告書

発行 平成23年8月

編集 国土交通省観光庁参事官
(観光経済担当)

〒100-8918

東京都千代田区霞が関2丁目1番3号

電話 代表 03 (5253) 8111

内線 27212、27216

直通 03 (5253) 8325

URL <http://www.mlit.go.jp/kankocho/>