



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 24 年 1-3 月期 報告書

訪日外国人の消費動向

平成 24 年 1-3 月期 報告書

目 次

I 平成 24 年 1-3 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 24 年 1-3 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

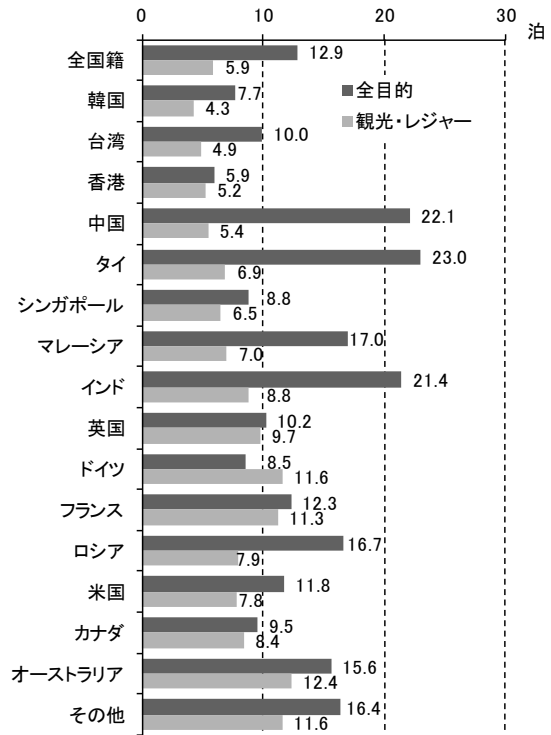
(1) 回答者属性

- 性別の構成比は男性 60.2%、女性 39.8% である。
- 性年代別でみると、「男性 30 代」17.6%、「男性 40 代」15.4%、「男性 20 代」13.5%、「女性 20 代」12.4%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）。

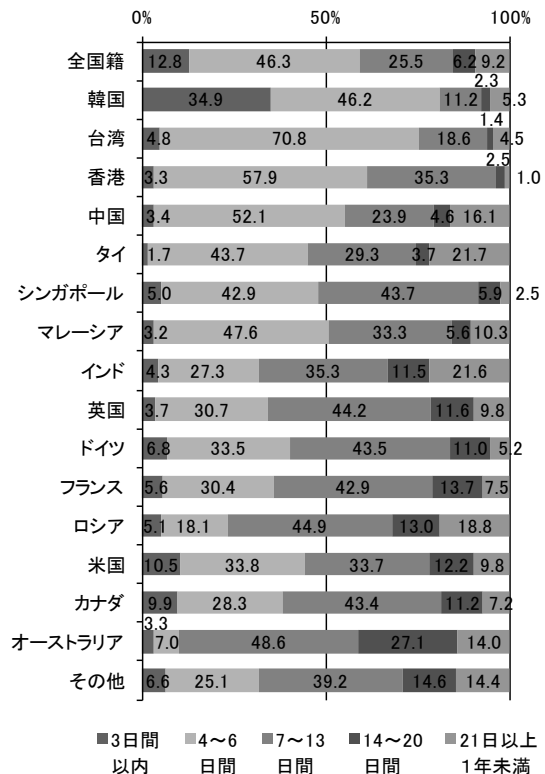
(2) 泊数

- 回答者全体の平均泊数は 12.9 泊である。今期は中国やタイで留学生を中心とする長期滞在者の出国が多く、タイでは長期滞在する研修目的客も多かったため、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 5.9 泊である。東アジアからの観光客は平均泊数が短く、全目的での平均泊数の比較的長い中国でも観光・レジャー目的に限ると平均泊数は 5.4 泊である。
- 滞在日数の分布をみると、6 日間以内の滞在が 59.1%を占める。一方で、「21 日以上 1 年未満」の長期滞在者は 9.2%を占める。国籍別では、韓国で「3 日間以内」の割合が 34.9%と特に高い（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）



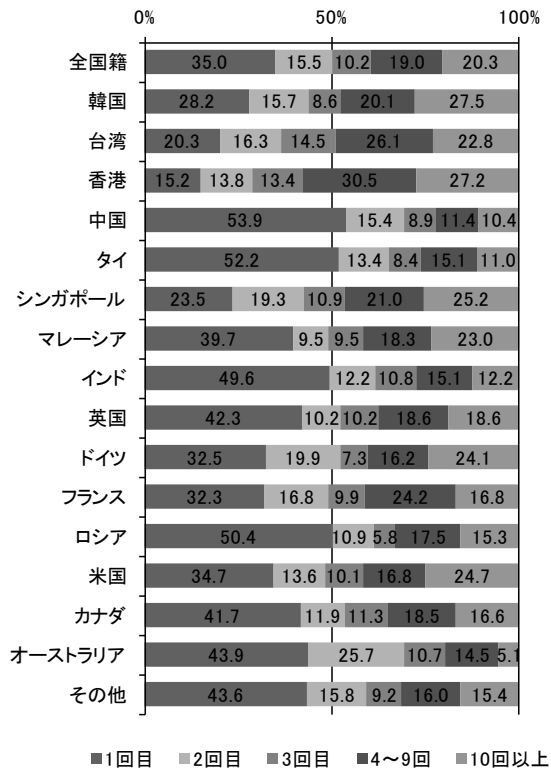
(3) 旅行内容

[全目的]

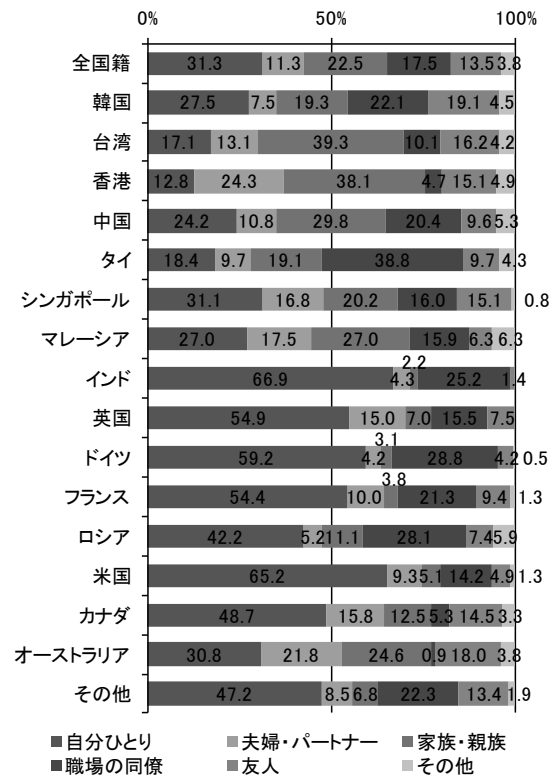
- 日本への来訪回数では、「1回目」が全体の35.0%、「2回目」が15.5%を占める。一方、「10回以上」が20.3%と少ない。国籍別では、中国やタイ、ロシアで「1回目」の割合が5割を超え、香港では15.2%と低い(図表1-3)。

- 同行者は、「自分ひとり」31.3%、「家族・親族」22.5%、「職場の同僚」17.5%、「友人」13.5%、「夫婦・パートナー」11.3%の順となっている。国籍別では、ロシアとカナダを除く欧米で「自分ひとり」が5割を超える。台湾や香港では「家族・親族」の割合が高い。また、今期はタイで「職場の同僚」の割合が高い(図表1-4)。

図表 1-3 日本への来訪回数 (国籍別、全目的)



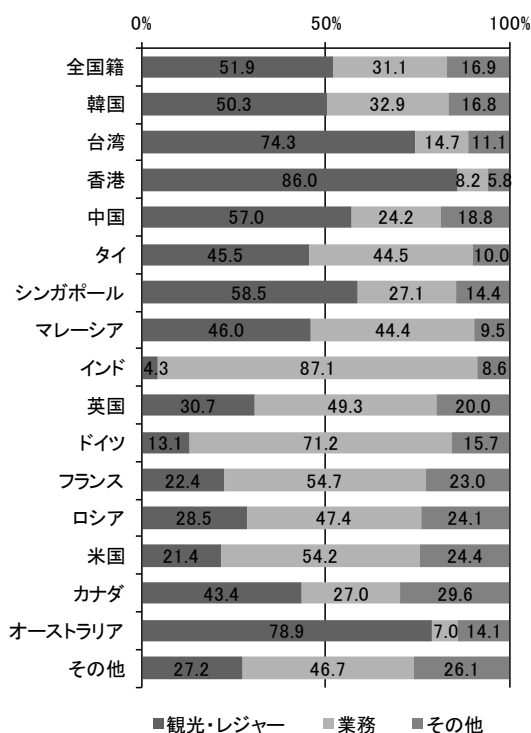
図表 1-4 同行者 (国籍別、全目的)



注) 「同行者」の設定は複数回答。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51.9%を占める。国籍別では香港で「観光・レジャー」の割合が86.0%と他国籍に比べて高い。「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）」目的の割合は31.1%を占めた。国籍別ではインドで「業務」の割合が87.1%と高い（図表1-5）。

図表1-5 主な来訪目的（国籍別、全目的）



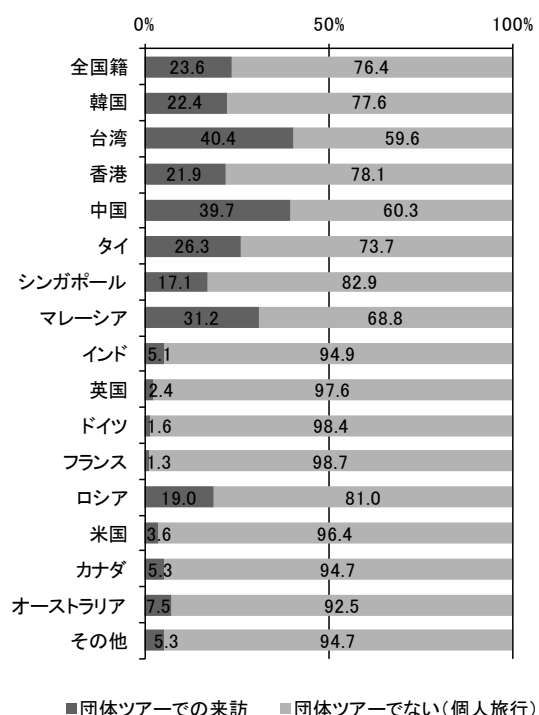
- 利用した宿泊施設のタイプ（複数回答）では、80.2%が「ホテル（洋室中心）」を利用している。国籍別では台湾とタイで「旅館（和室中心）」利用率が約25%と高い。また、欧米人は「親族・知人宅」の利用率がアジア人に比べて高い（図表1-6）。

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	80.2	16.0	2.2	11.9	
韓国	78.2	10.8	0.7	13.7	
台湾	85.2	24.3	2.0	8.2	
香港	91.5	20.5	0.8	3.5	
中国	76.9	22.5	4.2	13.7	
タイ	76.3	24.7	1.3	6.7	
シンガポール	87.3	13.6	1.7	11.0	
マレーシア	80.0	16.8	1.6	6.4	
インド	74.8	2.2	4.3	3.6	
英国	80.5	8.4	2.8	14.4	
ドイツ	85.9	7.9	0.5	8.9	
フランス	79.9	14.5	0.0	18.9	
ロシア	78.1	4.4	0.0	19.7	
米国	80.1	6.0	1.5	12.1	
カナダ	80.9	14.5	1.3	17.1	
オーストラリア	74.2	20.7	13.1	10.8	
その他	78.2	10.9	1.7	16.5	

- 旅行形態では「団体ツアーでの来訪」が23.6%を占める。国籍別では、台湾と中国で同割合が約4割と高い（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への訪問率が高く、北海道や京都府、神奈川県、千葉県への訪問率も上位に目立つ。その他、韓国からは福岡県や大分県や熊本県、香港からは沖縄県、中国からは愛知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（複数回答）
（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	545	39.8%
2位	福岡県	317	23.2%
3位	大阪府	256	18.7%
4位	大分県	171	12.5%
5位	熊本県	136	9.9%
回答者数および訪問率延べ合計		1,369	163.3%

【台湾】

順位	都道府県名	回答数	訪問率
1位	東京都	539	40.6%
2位	大阪府	296	22.3%
3位	北海道	220	16.6%
4位	京都府	210	15.8%
5位	神奈川県	141	10.6%
回答者数および訪問率延べ合計		1,326	177.5%

【香港】

順位	都道府県名	回答数	訪問率
1位	東京都	242	49.8%
2位	北海道	95	19.5%
3位	大阪府	85	17.5%
4位	千葉県	45	9.3%
5位	沖縄県	39	8.0%
回答者数および訪問率延べ合計		486	165.2%

【中国】

順位	都道府県名	回答数	訪問率
1位	東京都	623	58.1%
2位	大阪府	467	43.6%
3位	京都府	224	20.9%
4位	愛知県	199	18.6%
5位	神奈川県	164	15.3%
回答者数および訪問率延べ合計		1,072	236.0%

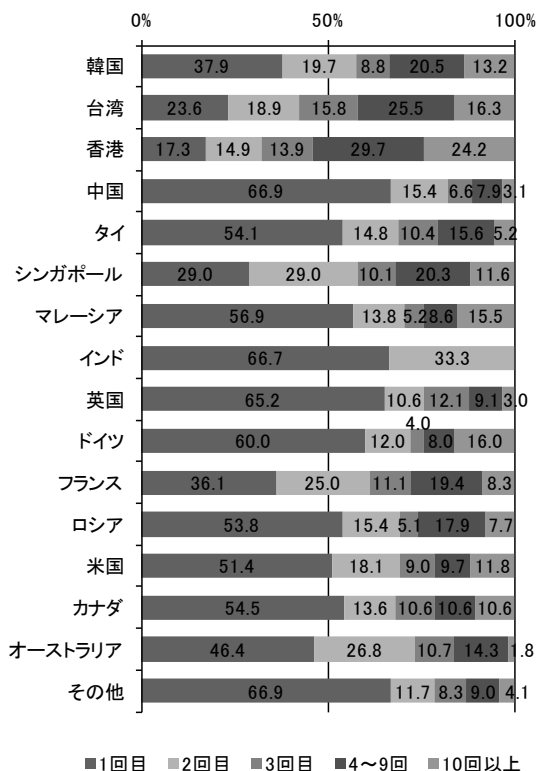
【米国】

順位	都道府県名	回答数	訪問率
1位	東京都	428	63.5%
2位	神奈川県	120	17.8%
3位	千葉県	75	11.1%
4位	大阪府	73	10.8%
5位	京都府	70	10.4%
回答者数および訪問率延べ合計		674	162.6%

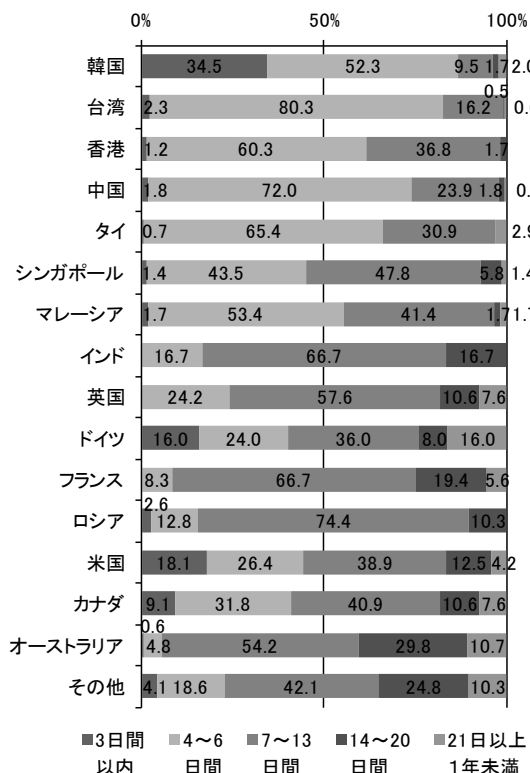
〔観光・レジャー目的〕

- 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34.5%と他国籍に比べて多い。また台湾では「4～6日間」の割合が高く約8割を占める。オーストラリアでは14日以上の滞在が4割を超える（図表1-9）。
- 日本への来訪回数では、中国、インド、英国では「1回目」が65%を超える。台湾と香港では2回目以上の割合が高い（図表1-10）。
- 同行者は、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）。

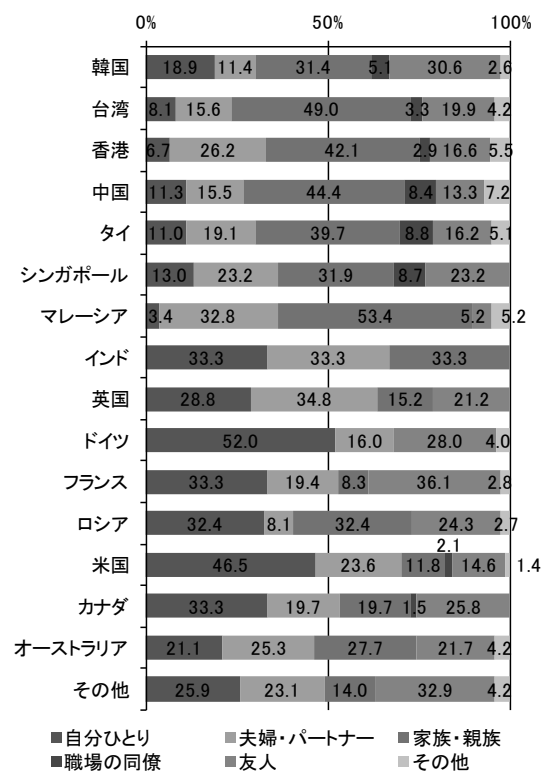
図表 1-10 日本への来訪回数
(国籍別、観光・レジャー目的のみ)



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)



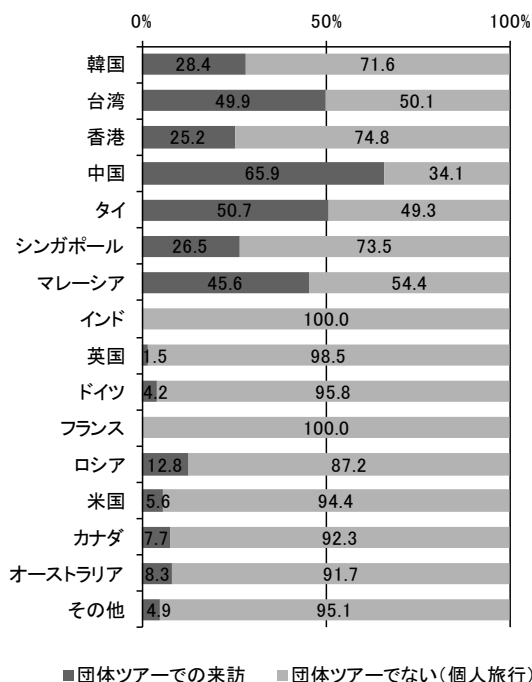
注) 「同行者」の設問は複数回答。上記図表では「同行者」を2つ以上選択した回答を「その他」として集計している。

- 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が、タイでは「旅館」の利用率も 45.2% 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 65.9% を占める。欧米では一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	82.2	17.7	0.7	10.1	4.2
台湾	89.7	29.5	0.4	1.2	1.2
香港	93.7	22.5	1.0	4.0	4.0
中国	93.6	34.4	1.0	9.6	9.6
タイ	91.1	45.2	0.0	7.4	7.4
シンガポール	94.1	17.6	1.5	3.5	3.5
マレーシア	87.7	28.1	3.5	50.0	50.0
インド	50.0	33.3	0.0	4.5	4.5
英国	75.8	12.1	6.1	20.0	20.0
ドイツ	76.0	12.0	0.0	27.8	27.8
フランス	75.0	33.3	0.0	10.5	10.5
ロシア	78.9	7.9	0.0	10.5	10.5
米国	81.1	18.2	3.5	4.5	4.5
カナダ	87.9	25.8	1.5	4.8	4.8
オーストラリア	73.7	22.8	16.2	19.3	19.3
その他	75.9	21.4	2.1		

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）



- 観光客の都道府県別の訪問率を国籍別にみると、いずれも東京都や大阪府への訪問率が高い。台湾や中国、米国では京都府が上位にあがっている他、台湾や香港、中国では北海道、香港や米国では千葉県、台湾や米国では神奈川県への訪問率も高い。その他、韓国では福岡県や大分県、熊本県、香港では沖縄県、中国では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（複数回答）
（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	240	34.9%
2位	東京都	183	26.6%
3位	大分県	150	21.8%
4位	大阪府	142	20.7%
5位	熊本県	103	15.0%
回答者数および訪問率延べ合計		687	179.0%

【台湾】

順位	都道府県名	回答数	訪問率
1位	東京都	373	37.9%
2位	大阪府	209	21.3%
3位	北海道	204	20.8%
4位	京都府	165	16.8%
5位	神奈川県	108	11.0%
回答者数および訪問率延べ合計		983	183.9%

【香港】

順位	都道府県名	回答数	訪問率
1位	東京都	196	47.0%
2位	北海道	90	21.6%
3位	大阪府	74	17.7%
4位	千葉県	40	9.6%
5位	沖縄県	39	9.4%
回答者数および訪問率延べ合計		417	169.5%

【中国】

順位	都道府県名	回答数	訪問率
1位	東京都	425	70.0%
2位	大阪府	343	56.5%
3位	京都府	175	28.8%
4位	北海道	127	20.9%
5位	愛知県	124	20.4%
回答者数および訪問率延べ合計		607	287.1%

【米国】

順位	都道府県名	回答数	訪問率
1位	東京都	107	74.3%
2位	京都府	30	20.8%
3位	千葉県	21	14.6%
4位	大阪府	20	13.9%
5位	神奈川県	17	11.8%
回答者数および訪問率延べ合計		144	199.3%

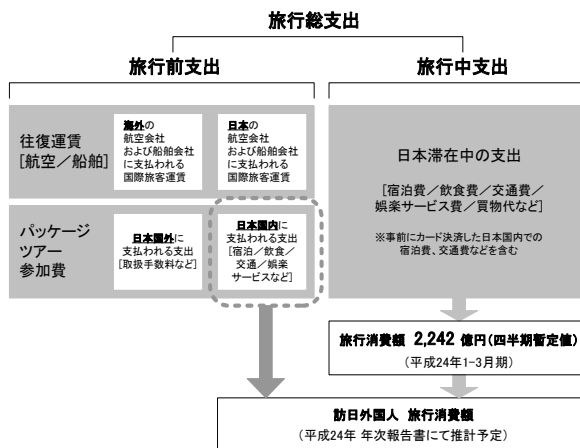
2. 訪日外国人の旅行支出

(1) 旅行支出

- 平成24年1-3月期における訪日外国人の旅行中支出額は平均 117,295 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 85,062 円、両者を合算した総支出額は平均 202,357 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、オーストラリアが 21.6 万円と最も高く、中国（17.2 万円）、ロシア（17.3 万円）が続く。

- 1泊当たり旅行中支出額は 9,118 円、旅行前支出を含めた 1泊当たり総支出額は 15,730 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 24 年 1-3 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	(円/人)	(円/人)	(円/人)	総支出額 標準誤差率	(泊)	(円/人泊)	(円/人泊)
		a.パッケージツアー・ 往復運賃支出 (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泊当り 旅行中支出額 (=b./d.)	1泊当り 総支出額 (=c./d.)
全国籍	7,180	85,062	117,295	202,357	-	12.9	9,118	15,730
韓国	1,363	40,959	64,287	105,246	2.9%	7.7	8,323	13,626
台湾	1,319	74,764	90,812	165,576	2.6%	10.0	9,117	16,623
香港	485	77,936	123,034	200,971	3.7%	5.9	20,697	33,807
中国	1,066	85,911	171,795	257,706	2.8%	22.1	7,769	11,654
タイ	299	80,596	107,770	188,366	6.5%	23.0	4,683	8,185
シンガポール	118	88,864	120,081	208,946	9.4%	8.8	13,622	23,703
マレーシア	126	98,653	84,916	183,569	7.5%	17.0	5,000	10,808
インド	139	94,416	133,968	228,384	10.4%	21.4	6,247	10,649
英国	214	132,197	137,830	270,027	5.0%	10.2	13,476	26,401
ドイツ	191	132,841	121,412	254,253	6.5%	8.5	14,236	29,811
フランス	161	117,434	139,544	256,978	7.3%	12.3	11,335	20,875
ロシア	136	87,905	172,845	260,751	7.4%	16.7	10,366	15,638
米国	668	148,402	130,065	278,467	3.8%	11.8	11,045	23,647
カナダ	151	112,927	129,411	242,338	6.0%	9.5	13,603	25,474
オーストラリア	214	159,201	215,986	375,187	9.0%	15.6	13,839	24,039
その他	530	118,214	147,593	265,807	3.8%	16.4	8,993	16,195

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

【参考】 訪日外国人1人当たり旅行支出額の推移

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23年	1-3月期	89,910	113,187	203,097
	4-6月期	85,285	111,121	196,406
	7-9月期	84,207	120,315	204,522
	10-12月期	87,136	110,338	197,474
平成24年	1-3月期	85,062	117,295	202,357

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 24 年 1-3 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 2,242 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 604 億円（構成比 27.0%）、②韓国 317 億円（同 14.1%）、③台湾 276 億円（同 12.3%）、④米国 206 億円（同 9.2%）、⑤香港 140 億円（同 6.3%）の順であり、上位 5 カ国で全体の 68.8%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 28.1%を占める。台湾、香港、中国では同利用率が 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 104,691 円、ツアー利用客の旅行中支出額は同 74,241 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 77,401 円、個人手配客の旅行中支出額は同 136,828 円である。
- 総支出額はツアー利用客で 178,932 円、個人手配客で 214,229 円である。

図表 2-3 平成 24 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	117,295	1,911,519	2,242.1	100.0%
韓国	64,287	493,197	317.1	14.1%
台湾	90,812	303,929	276.0	12.3%
香港	123,034	113,977	140.2	6.3%
中国	171,795	351,751	604.3	27.0%
タイ	107,770	53,804	58.0	2.6%
シンガポール	120,081	28,291	34.0	1.5%
マレーシア	84,916	28,100	23.9	1.1%
インド	133,968	16,069	21.5	1.0%
英国	137,830	43,991	60.6	2.7%
ドイツ	121,412	25,069	30.4	1.4%
フランス	139,544	26,235	36.6	1.6%
ロシア	172,845	10,095	17.4	0.8%
米国	130,065	158,266	205.8	9.2%
カナダ	129,411	33,296	43.1	1.9%
オーストラリア	215,986	59,032	127.5	5.7%
その他	147,593	166,417	245.6	11.0%

注1) 出典：日本政府観光局（JNTO） ※平成24年1月は暫定値、同年2-3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

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23年	1-3月期	113,187	1,746,163	1,976.4
	4-6月期	111,121	1,086,492	1,207.3
	7-9月期	120,315	1,646,719	1,981.3
	10-12月期	110,338	1,739,373	1,919.2
平成24年	1-3月期	117,295	1,911,519	2,242.1

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 24 年 4 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	28.1	104,691	74,241	178,932	4.9	15,087	36,362
韓国	24.3	59,009	28,477	87,486	2.9	9,736	29,911
台湾	48.9	97,307	47,456	144,763	4.2	11,421	34,840
香港	42.5	98,456	80,079	178,534	4.4	18,136	40,434
中国	44.6	113,230	137,610	250,840	5.5	25,221	45,974
タイ	26.3	129,150	54,293	183,443	6.2	8,771	29,636
シンガポール	18.5	152,522	67,455	219,978	5.3	12,684	41,363
マレーシア	26.2	182,823	38,622	221,445	8.5	4,568	26,192
インド	3.6	150,000	59,840	209,840	28.0	2,137	7,494
英国	3.7	224,353	76,839	301,192	26.3	2,927	11,474
ドイツ	2.1	149,454	112,278	261,732	11.3	9,980	23,265
フランス	4.3	154,444	57,202	211,646	6.0	9,534	35,274
ロシア	5.1	195,554	79,367	274,920	5.3	15,015	52,012
米国	3.9	153,763	29,553	183,316	9.9	2,990	18,546
カナダ	6.6	123,846	52,167	176,013	5.6	9,315	31,431
オーストラリア	19.6	327,176	91,418	418,594	13.9	6,575	30,104
その他	6.9	200,080	70,467	270,547	10.0	7,028	26,982

【参考】パッケージツアー利用者の旅行支出額の推移

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23年	1-3月期	112,326	52,270	164,596	5.1	10,155	31,976
	4-6月期	98,199	64,526	162,725	7.2	8,959	22,592
	7-9月期	88,110	58,358	146,468	5.4	10,715	26,892
	10-12月期	97,682	66,953	164,634	5.4	12,418	30,535
平成24年	1-3月期	104,691	74,241	178,932	4.9	15,087	36,362

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	71.9	77,401	136,828	214,229	16.0	8,571	13,419
韓国	75.7	35,158	78,262	113,419	9.3	8,446	12,240
台湾	51.1	53,150	135,884	189,034	15.5	8,751	12,174
香港	57.5	62,766	157,750	220,516	7.1	22,297	31,168
中国	55.4	63,928	203,334	267,262	35.5	5,725	7,525
タイ	73.7	63,240	132,975	196,216	29.0	4,581	6,760
シンガポール	81.5	74,426	134,700	209,126	9.6	14,019	21,765
マレーシア	73.8	68,787	110,635	179,421	20.0	5,529	8,966
インド	96.4	92,342	137,674	230,017	21.2	6,494	10,849
英国	96.3	128,636	141,218	269,854	9.6	14,697	28,084
ドイツ	97.9	132,486	121,675	254,160	8.5	14,364	30,005
フランス	95.7	115,752	145,086	260,838	12.6	11,517	20,706
ロシア	94.9	82,153	179,444	261,597	17.3	10,383	15,137
米国	96.1	148,187	135,626	283,813	11.9	11,443	23,947
カナダ	93.4	112,159	136,910	249,069	9.8	13,986	25,444
オーストラリア	80.4	118,184	249,088	367,272	16.0	15,545	22,921
その他	93.1	112,107	155,091	267,198	16.9	9,183	15,821

【参考】個人手配客の旅行支出額の推移

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23年	1-3月期	79,416	145,486	224,902	17.6	8,283	12,804
	4-6月期	80,092	132,173	212,265	15.3	8,630	13,860
	7-9月期	82,712	148,118	230,830	22.1	6,715	10,464
	10-12月期	82,809	131,182	213,991	12.6	10,423	17,002
平成24年	1-3月期	77,401	136,828	214,229	16.0	8,571	13,419

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」99,717 円、「商談等その他ビジネス」129,027 円、「親族・知人訪問」95,853 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 990 億円

で全体の 43.9%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 767 億円で、全体の 34.0%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	99,717	95,853	85,212	47,650	78,334	488,836	61,405	138,475	104,410	127,405	138,211	129,027	157,028
	韓国	52,344	50,892	79,104	19,328	4,000	265,436	9,000	78,253	73,575	77,393	54,937	78,848	139,870
	台湾	68,281	114,622	64,211	11,500	2,000	613,827	52,513	133,294	48,904	146,762	171,862	102,045	271,750
	香港	121,875	97,080	92,500	-	174,900	347,500	-	96,530	40,000	106,696	220,000	204,900	59,250
	中国	151,605	121,152	150,500	57,750	49,000	546,586	5,600	198,044	116,509	132,697	184,250	196,614	169,135
	米国	99,445	88,838	41,450	84,000	44,778	583,633	-	224,560	129,924	134,182	131,355	164,390	119,457
【参考】消費額（億円）	全国籍	990.0	156.1	3.9	8.8	7.1	186.5	3.0	50.6	42.9	185.1	135.3	353.5	134.8
	韓国	129.8	20.4	0.6	2.8	0.0	21.1	0.2	10.7	4.8	8.4	10.1	89.1	23.2
	台湾	154.1	21.0	1.3	0.1	0.0	26.7	0.5	7.6	1.1	14.4	5.9	23.8	19.9
	香港	119.5	4.1	0.4	0.0	0.8	1.6	0.0	1.4	0.1	3.8	1.0	7.7	0.6
	中国	304.2	46.9	0.5	0.8	0.3	84.9	0.0	3.9	5.4	23.3	33.5	83.8	15.7
	米国	33.7	14.6	0.2	0.6	0.9	12.4	0.0	5.3	8.3	39.2	20.4	53.0	20.0
目的別構成比（%） ヨコ計=100	全国籍	43.9	6.9	0.2	0.4	0.3	8.3	0.1	2.2	1.9	8.2	6.0	15.7	6.0
	韓国	40.4	6.3	0.2	0.9	0.0	6.6	0.1	3.3	1.5	2.6	3.1	27.7	7.2
	台湾	55.8	7.6	0.5	0.0	0.0	9.7	0.2	2.8	0.4	5.2	2.1	8.6	7.2
	香港	84.8	2.9	0.3	0.0	0.6	1.2	0.0	1.0	0.1	2.7	0.7	5.5	0.4
	中国	50.4	7.8	0.1	0.1	0.1	14.1	0.0	0.7	0.9	3.9	5.6	13.9	2.6
	米国	16.2	7.0	0.1	0.3	0.5	5.9	0.0	2.5	4.0	18.8	9.8	25.4	9.6

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24年1-3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	その他
全国籍	3,632	592	19	55	36	132	17
韓国	682	110	2	40	2	22	6
台湾	978	79	9	2	1	19	4
香港	417	18	2	0	2	2	0
中国	601	117	1	4	2	47	1
米国	144	70	2	3	9	9	0

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

- 購入率（その費目を購入した人の割合）が最も高い費目は「菓子類」であり、訪日外国人の56.1%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5.7万円と高い。
- 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	56.1%	8,191	63.1%	4,791	69.8%	7,242	56.4%	9,986	70.3%	11,210	25.5%	4,770
その他食料品・飲料・酒・たばこ	49.8%	11,085	53.3%	7,704	50.5%	8,513	51.6%	12,064	49.7%	16,269	44.3%	10,350
カメラ・ビデオカメラ・時計	8.9%	56,771	2.0%	26,648	5.1%	37,368	4.2%	27,298	27.4%	76,641	2.3%	25,815
電気製品	10.1%	34,645	3.6%	13,408	8.4%	27,572	5.2%	6,512	27.1%	45,797	3.0%	16,641
化粧品・医薬品・トイレタリー	37.6%	21,764	30.0%	12,165	59.8%	15,978	42.8%	19,048	69.6%	36,483	7.4%	6,748
和服(着物)・民芸品	13.9%	19,391	6.9%	5,754	11.9%	9,767	10.4%	39,154	17.4%	40,902	21.8%	11,243
服(和服以外)・かばん・靴	31.7%	32,186	21.7%	21,583	44.6%	30,948	61.6%	44,122	39.9%	46,736	13.1%	13,394
マンガ・DVD・アニメ関連商品	9.2%	10,147	6.9%	9,828	11.7%	7,990	11.9%	15,957	11.7%	11,124	4.8%	7,076

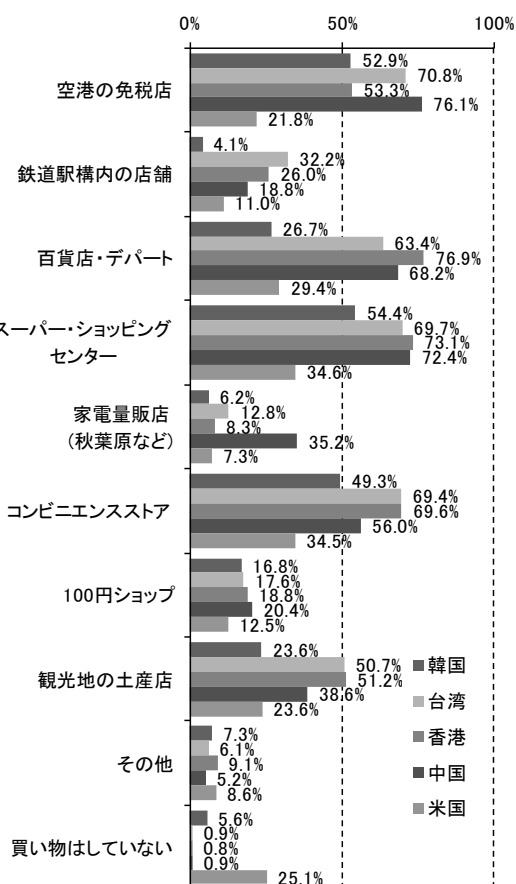
図表3-2 来訪目的別にみる費目別購入率および購入者単価（主要国籍別）

費目	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	70.0%	3,431	70.2%	6,696	56.2%	9,363	72.9%	11,399	33.6%	4,169
	業務	53.0%	5,136	68.2%	7,608	59.0%	13,706	65.5%	10,103	22.6%	4,411
その他食料品・飲料・酒・たばこ	観光・レジャー	61.4%	5,693	52.8%	7,513	52.8%	12,409	51.4%	16,103	52.4%	10,295
	業務	46.1%	9,964	42.7%	11,475	46.2%	7,428	50.6%	18,229	35.2%	9,154
カメラ・ビデオカメラ・時計	観光・レジャー	1.9%	25,192	5.2%	39,187	4.6%	18,028	27.1%	78,933	3.5%	24,788
	業務	1.3%	32,600	3.1%	35,900	2.6%	120,000	29.0%	96,418	1.4%	20,974
電気製品	観光・レジャー	2.4%	8,170	8.1%	17,047	4.6%	5,404	31.3%	46,181	2.8%	2,992
	業務	3.3%	20,414	4.2%	94,421	7.7%	12,500	18.0%	42,513	3.4%	20,033
化粧品・医薬品・トイレタリー	観光・レジャー	35.4%	10,579	63.6%	14,892	45.3%	19,552	77.6%	38,822	12.6%	6,279
	業務	20.7%	11,252	43.2%	21,582	25.6%	15,732	60.8%	36,818	3.1%	7,655
和服(着物)・民芸品	観光・レジャー	8.6%	5,212	14.0%	8,343	11.4%	22,936	23.5%	46,751	28.0%	11,278
	業務	4.5%	5,689	4.2%	26,400	2.6%	500,000	8.6%	20,393	19.3%	10,690
服(和服以外)・かばん・靴	観光・レジャー	24.1%	14,624	49.0%	28,725	65.0%	45,055	44.4%	49,438	18.2%	11,385
	業務	11.6%	40,537	26.0%	35,595	33.3%	40,030	24.3%	55,135	6.4%	14,211
マンガ・DVD・アニメ関連商品	観光・レジャー	8.7%	7,018	13.1%	7,193	12.2%	11,063	14.5%	11,437	9.8%	7,812
	業務	4.0%	6,552	4.2%	14,758	7.7%	10,000	4.7%	5,520	3.1%	8,062

(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 35.2% と圧倒的に高い (図表 3-3)。

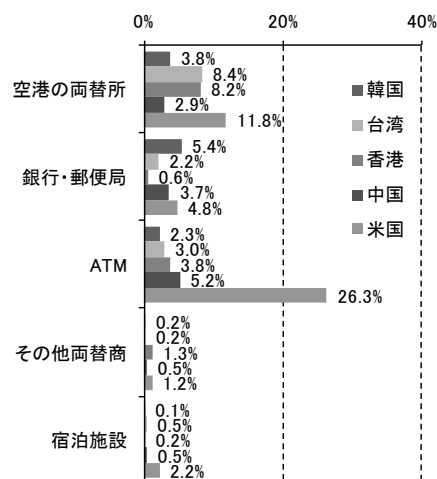
図表 3-3 買物場所 (主要国籍別、複数回答)



(4) 利用した金融機関と決済方法

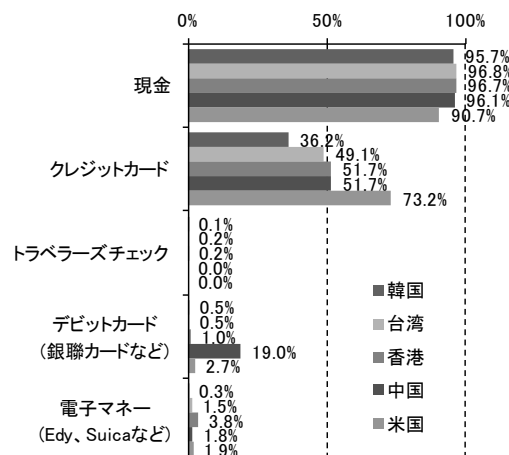
- 利用した金融機関を国籍別にみると、米国では「ATM (現金自動預払機)」の利用率が他国籍に比べ際だって高い (図表 3-4)。

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割以上を占める。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19.0%と高い。「電子マネー」の利用率は香港で3.8%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)

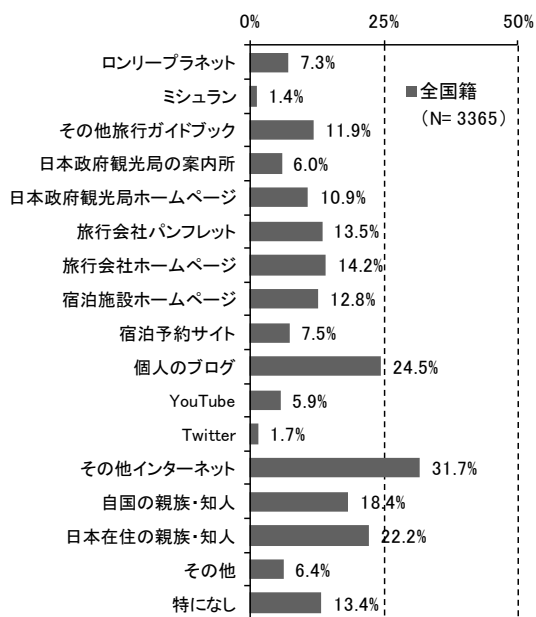


4. 旅行情報源

(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7.3%、「ミシュラン」が1.4%、「その他旅行ガイドブック」が11.9%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6.0%、「日本政府観光局ホームページ」の選択率は10.9%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」(24.5%)をあげる回答が多い。
- 知人からの口コミでは、今期も「日本在住の親族・知人」が22.2%と前期(23.0%)に引き続き高かった。

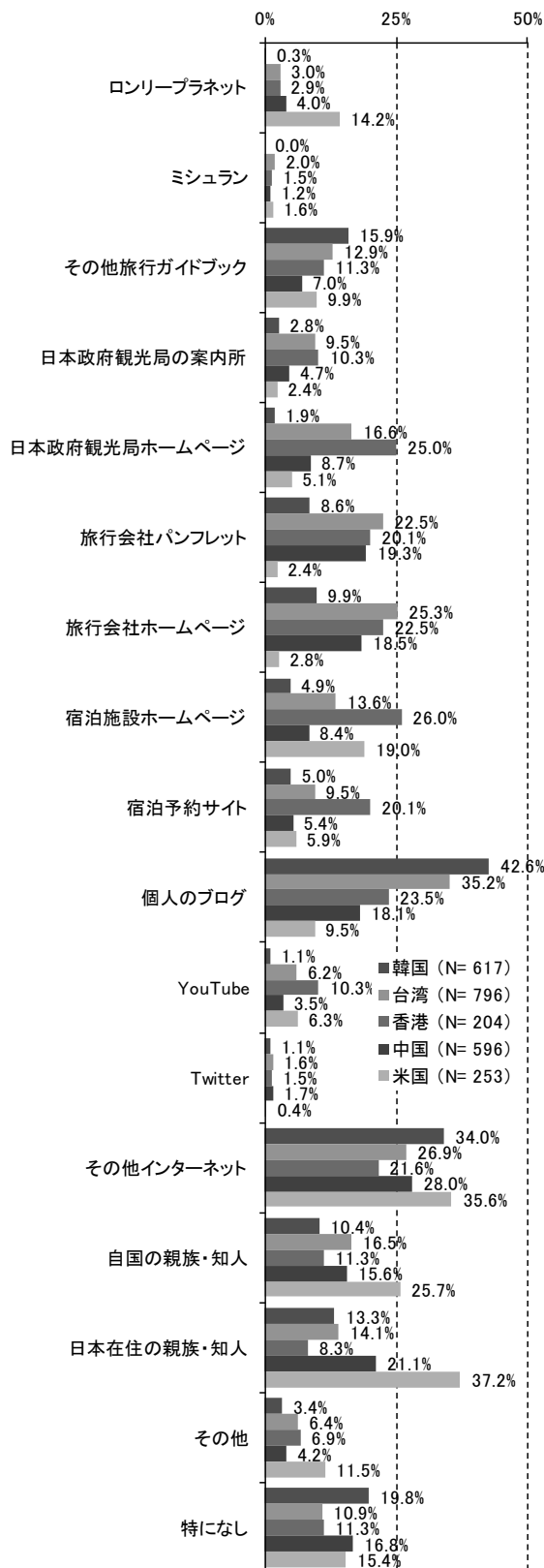
図表 4-1 出発前に得た旅行情報で役に立ったもの
(全国籍、複数回答)



- 国籍別にみると、韓国では「個人のブログ」が42.6%、「その他インターネット」が34.0%と高い。また、「特になし」も19.8%と他国籍に比べて高い（図表4-2）。
- 台湾では「個人のブログ」が35.2%、「その他インターネット」が26.9%と高い。「旅行会社パンフレット」「旅行会社ホームページ」も他国籍に比べて高い。
- 香港では、「日本政府観光局ホームページ」が25.0%と他国籍に比べて高く、「宿泊施設ホームページ」も26.0%と高い。
- 中国では、「その他インターネット」が28.0%、「日本在住の親戚・知人」が21.1%、「旅行会社パンフレット」が19.3%と高い。
- 米国では、「日本在住の親族・知人」が37.2%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35.6%、「自国の親族・知人」が25.7%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。

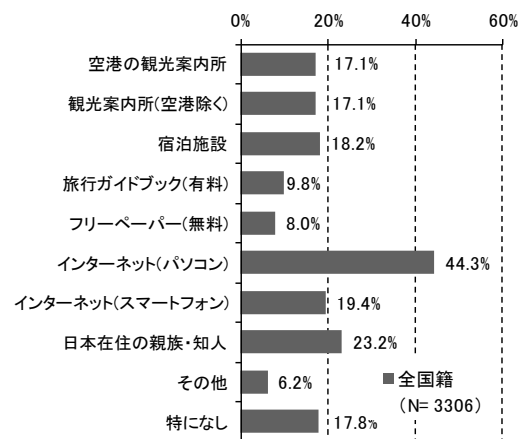
図表 4-2 出発前に得た旅行情報で役に立ったもの
(主要国籍別、複数回答)



(2) 日本滞在中に得た旅行情報

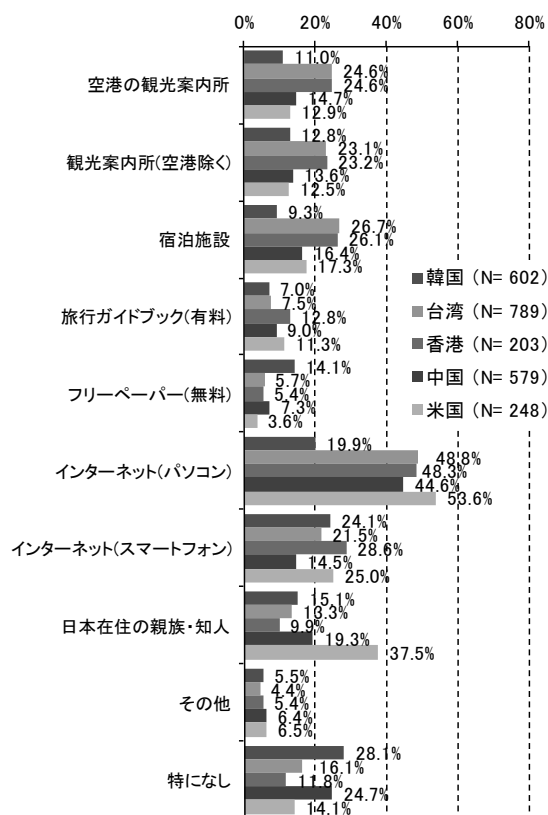
- 日本滞在中に得た旅行情報で役に立ったものでは、「インターネット (パソコン)」44.3%、「日本在住の親族・知人」23.2%の割合が高い (図表 4-3)。

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 53.6%、37.5%) の高さが目立つ。このほか、「空港の観光案内所」や「観光案内所」、「宿泊施設」では台湾や香港の選択率の高さが目立つ (図表 4-4)。

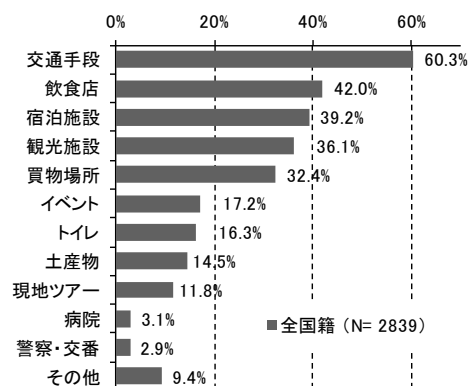
図表 4-4 日本滞在中に得た旅行情報で役に立ったもの(主要国籍別、複数回答)



(3) 日本滞在中にあると便利な情報

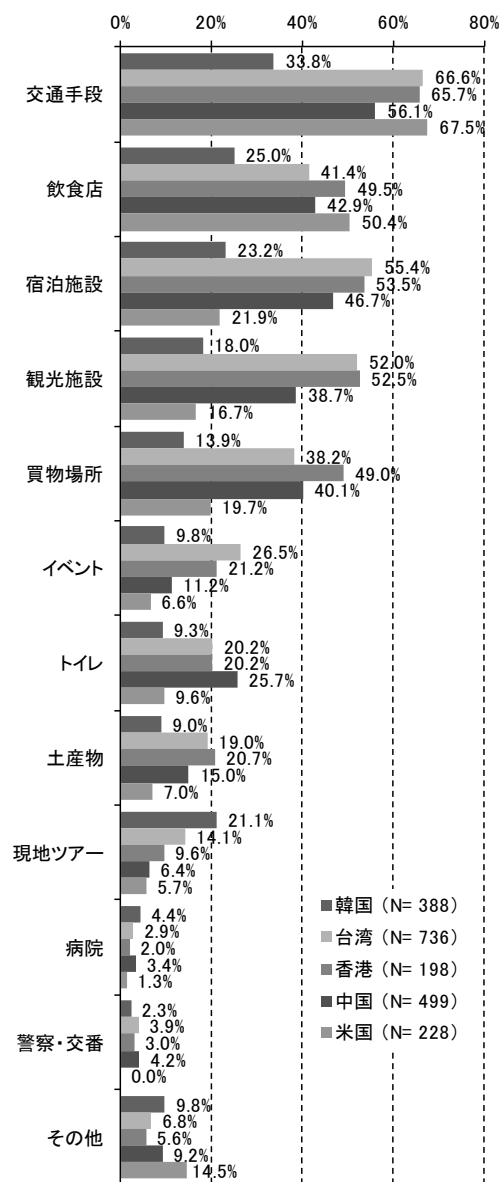
- 日本滞在中にあると便利な情報では、「交通手段」が60.3%と圧倒的に多く、次いで「飲食店」42.0%、「宿泊施設」39.2%の順で希望する声が多かった(図表 4-5)。

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」情報は台湾や香港、米国で高い。「飲食店」情報は香港や米国、「宿泊施設」「観光施設」情報は台湾や香港での選択率が高い。このほか、「買物場所」は香港、「イベント」は台湾、「トイレ」は中国、「現地ツアー」は韓国での選択率がそれぞれ高い(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)



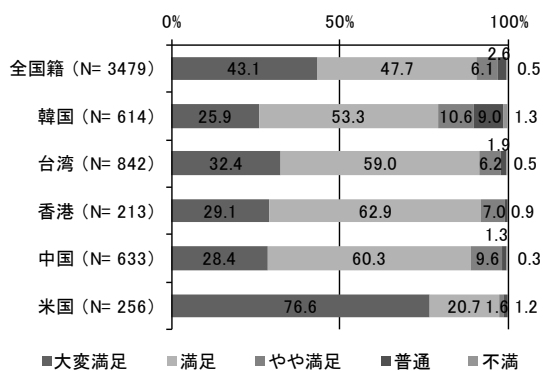
5. 満足度と再訪意向

(1) 訪日旅行全体の満足度と再訪意向

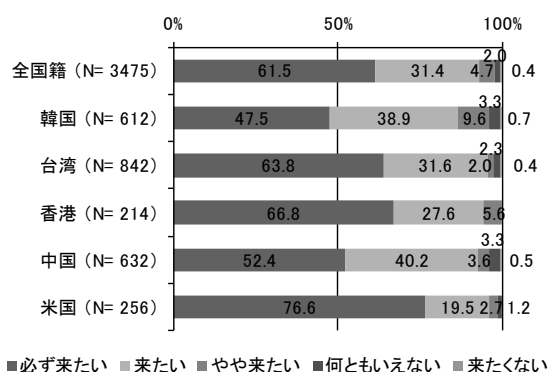
- 今回の訪日旅行全体の満足度は「大変満足」43.1%、「満足」47.7%である(図表 5-1)。
- 米国では「大変満足」の割合が76.6%で、主要国籍の中で最も高い。東アジアでは、今期は台湾が32.4%と高い。主要国籍以外では、英国、オーストラリアで「大変満足」の比率が8割を超えている。
- 再訪意向は「必ず来たい」が61.5%、「来たい」が31.4%である(図表 5-2)。

- 今回実施した活動は「日本食を食べること」95.1%、「ショッピング」74.4%、「繁華街の街歩き」61.4%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」52.4%、「温泉入浴」42.4%、「ショッピング」40.7%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、「スポーツ観戦」「ゴルフ」「治療・検診」などがあげられる。

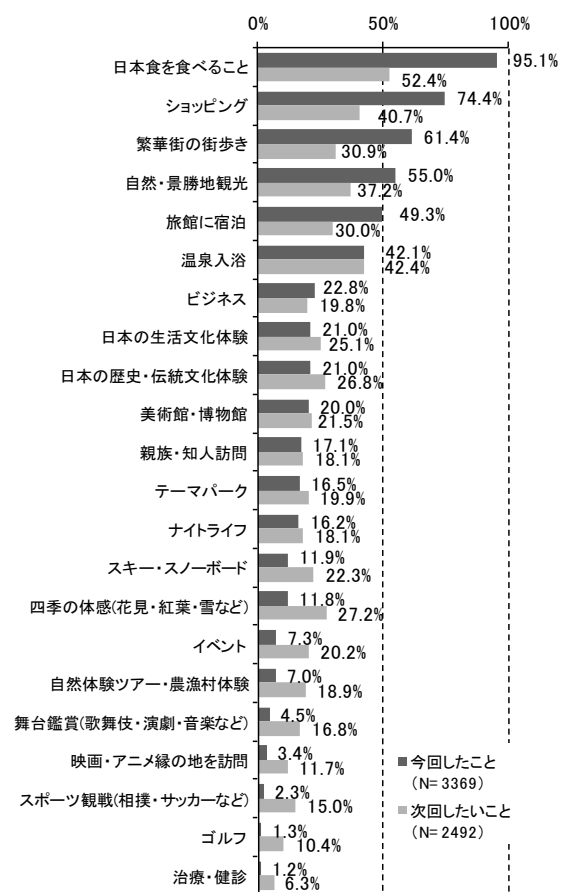
図表 5-1 訪日旅行の満足度(主要国籍別)



図表 5-2 訪日旅行者の再訪意向(主要国籍別)



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)

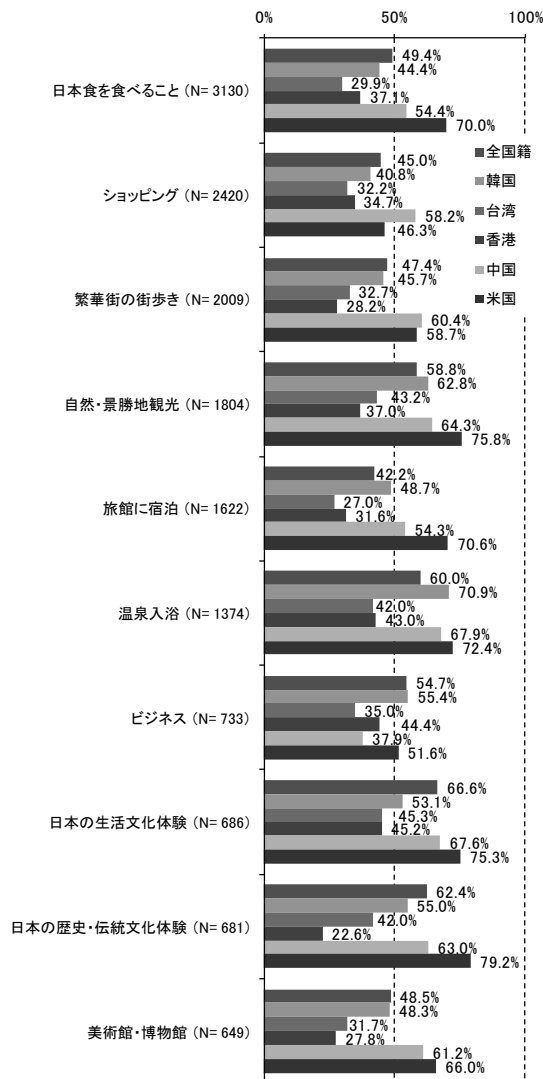


注) この章に示す調査結果は、「訪日外国人消費動向調査」と同時に実施した旅行の満足度や再来訪意向等の意識調査より得られたものである。回答は任意としているため、必ずしも全調査対象者が回答しているとは限らない。なお、この章で示す『全体(全国籍)』の値は、訪日外客数によるウェイトバック集計を行っていない。

(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、「温泉入浴」「日本の生活文化体験」「日本の歴史・伝統文化体験」が6割超と高い。国籍別では、多くの活動で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)



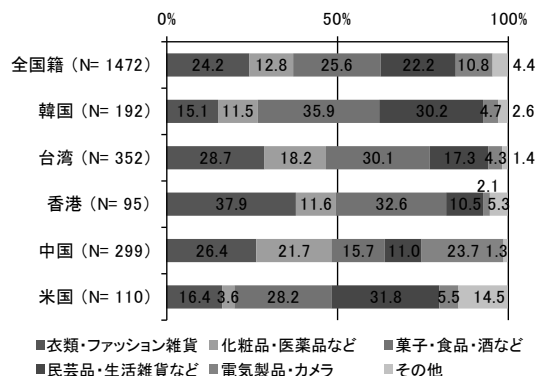
(4) 最も満足した購入商品

- 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」24.2%、「化粧品・医薬品など」12.8%、「菓子・食品・酒など」25.6%、「民芸品・生活雑貨など」22.2%、「電気製品・カメラ」10.8%、「その他」4.4%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)



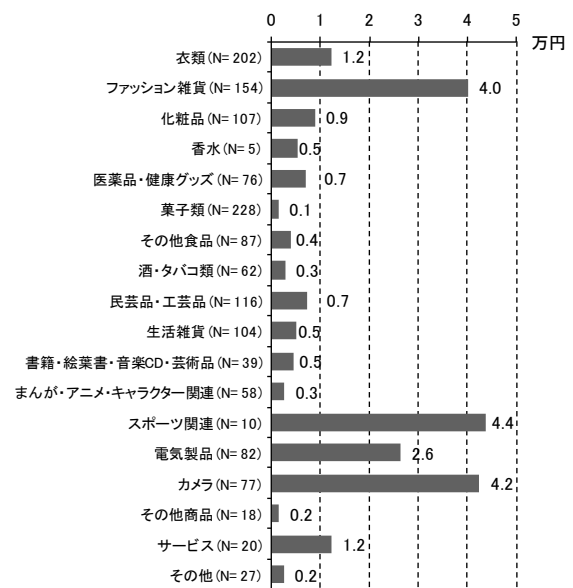
- 国籍別に、最も満足した購入商品（小区分）の比率をみると、韓国では「菓子類」（23.4%）、台湾では「菓子類」（21.3%）や「衣類」（20.5%）、香港では「衣類」（22.1%）、中国では「化粧品」（16.1%）や「ファッション雑貨」（15.7%）、米国では「民芸品・工芸品」（17.3%）の割合が高い。また、中国では「電気製品」「カメラ」の割合が他の国籍に比べて高い（図表 5-7）。

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	8.9	20.5	22.1	10.7	8.2
ファッション雑貨	6.3	8.2	15.8	15.7	8.2
化粧品	8.3	5.4	5.3	16.1	0.0
香水	0.5	0.0	0.0	0.3	0.9
医薬品・健康グッズ	2.6	12.8	6.3	5.4	2.7
菓子類	23.4	21.3	16.8	11.0	10.9
その他食品	6.8	5.1	11.6	2.0	8.2
酒・タバコ類	5.7	3.7	4.2	2.7	9.1
民芸品・工芸品	9.4	4.8	3.2	3.3	17.3
生活雑貨	11.5	6.8	2.1	2.0	10.9
書籍・絵葉書・音楽CD・芸術品	4.7	1.1	3.2	1.3	1.8
まんが・アニメ・キャラクター関連	4.2	3.7	1.1	3.7	1.8
スポーツ関連	0.5	0.9	1.1	0.7	0.0
電気製品	2.1	3.1	1.1	11.7	4.5
カメラ	2.6	1.1	1.1	12.0	0.9
その他商品	0.0	0.9	5.3	0.3	1.8
サービス	0.5	0.3	0.0	0.0	7.3
その他	2.1	0.3	0.0	1.0	5.5
合計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
標本数	192	352	95	299	110

- 最も満足した購入商品（小区分）の単価をみると、「スポーツ関連」4.4万円、「カメラ」4.2万円、「ファッション雑貨」4.0万円の順で高い（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		326	19.6	32.2	0.0	11.7	1.8	5.8	2.8	4.0	19.9	2.1	100.0
化粧品・医薬品など		173	52.6	1.7	0.0	18.5	1.2	3.5	1.7	8.1	10.4	2.3	100.0
菓子・食品・酒など		325	2.2	1.2	57.8	6.2	4.0	7.4	3.4	14.8	2.5	0.6	100.0
民芸品・生活雑貨など		306	12.7	20.9	0.0	6.2	11.4	14.4	10.8	15.0	4.9	3.6	100.0
電気製品・カメラ		149	49.7	6.0	0.0	18.8	0.0	3.4	6.0	2.0	12.1	2.0	100.0
その他		53	20.8	13.2	35.8	1.9	1.9	5.7	0.0	0.0	7.5	13.2	100.0
合計		1,332	21.5	14.4	15.5	10.4	4.3	7.6	4.9	9.3	9.6	2.6	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) 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 24 年 1 月 13 日（金）～2 月 21 日（火）

(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、7,220 サンプル（うち旅行中支出額の有効サンプル数は 7,180 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 24 年 1-3 月期 報告書

発 行 平成 24 年 4 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/>