

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 年次報告書



JAPAN TOURISM AGENCY

訪日外国人消費動向調査 平成24年調査結果の概要

■ 平成24年 訪日外国人の旅行中支出 **111,983** 円／人

→【詳細は報告書8ページ参照】

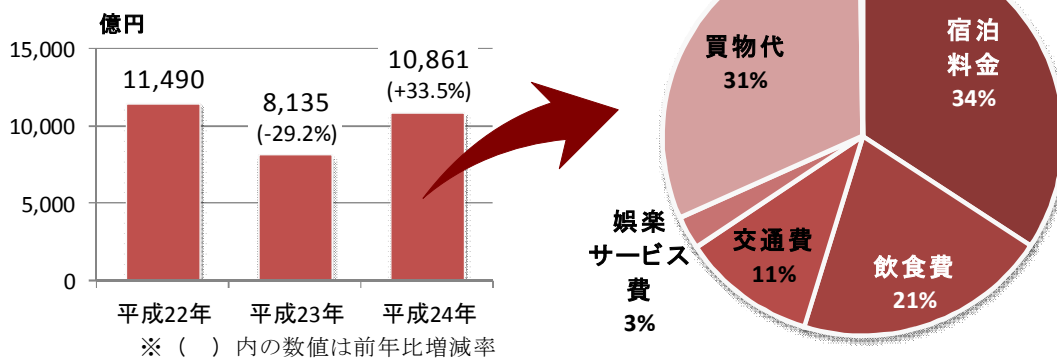
- 平成24年における訪日外国人の日本国内での旅行中支出額は1人当たり平均111,983円と推計される。前年(平成23年)に比べ1.7%減少した。
- 主な国籍別では、韓国61,983円、台湾85,266円、香港109,934円、中国160,154円、米国130,244円である。
- 東南アジア3カ国では、タイ104,893円、シンガポール112,665円、マレーシア105,676円となっている。

■ 平成24年 訪日外国人旅行消費額 **1兆 861** 億円

→【詳細は報告書11ページ参照】

- パッケージツアー参加費に含まれる国内収入分を加えて、平成24年の訪日外国人旅行消費額を推計すると、総額で1兆861億円※となった。東日本大震災の影響で大幅に減少した平成23年(8,135億円)に比べ33.5%増加した。なお、対平成22年比では5.5%減少している。
- 訪日外国人旅行消費額を費目別にみると、宿泊料金が34%、買物代が31%、飲食費が21%を占める。

【グラフ】 訪日外国人旅行消費額
(左図:総額、右図:費目別構成比)

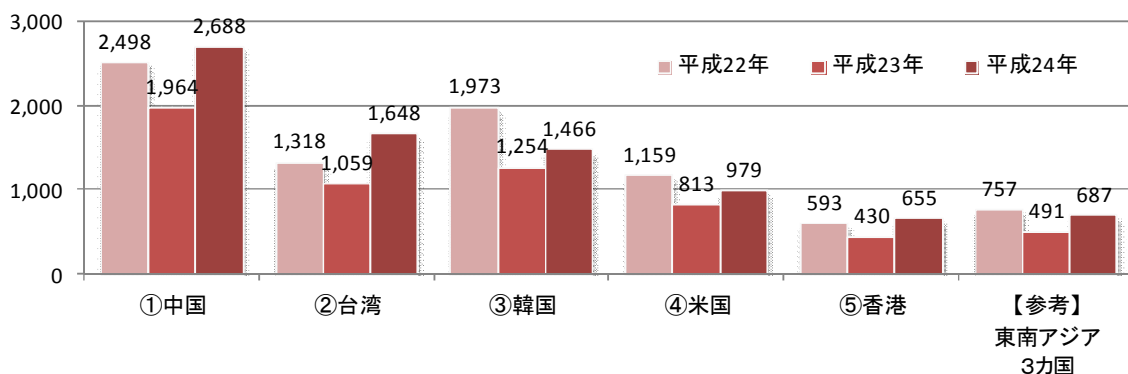


■ 旅行消費額の多い国・地域 ①中国 ②台湾 ③韓国

→【詳細は報告書12ページ参照】

- 国籍別では、①中国 ②台湾 ③韓国 ④米国 ⑤香港の順で旅行消費額が多い。
- 上位5カ国・地域で、訪日外国人旅行消費額全体の68.5%を占める。
- 前年と比べると、上位5カ国・地域の中では台湾と香港の増加率が高く、韓国と米国の増加率が低い。
- 東南アジア3カ国(タイ、シンガポール、マレーシア)の平成24年旅行消費額は687億円(全体の6.3%)である。

【グラフ】 国籍別にみる訪日外国人旅行消費額の推移



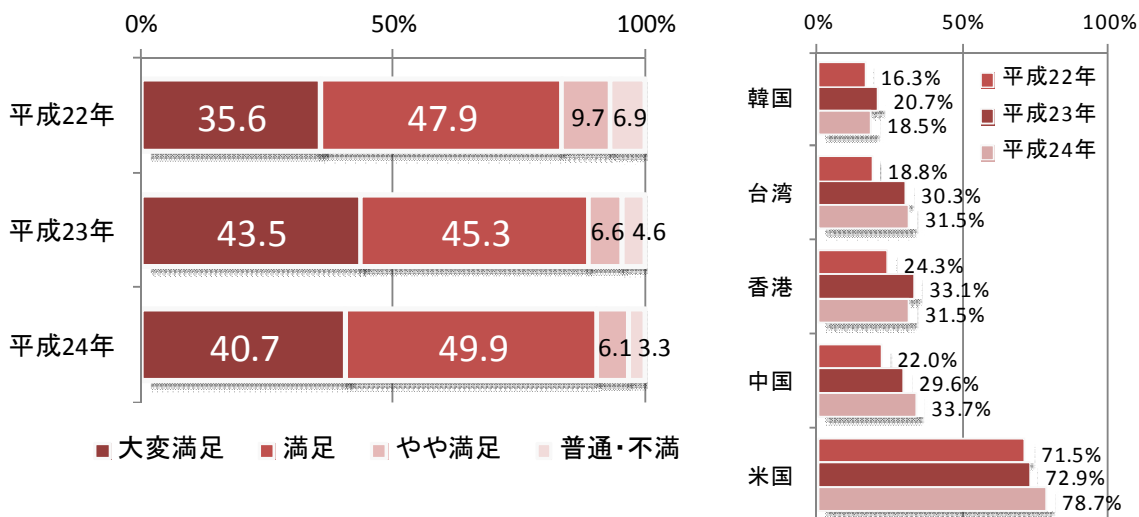
※訪日外国人旅行消費額1兆861億円には、パッケージツアー参加費に含まれる宿泊料金や飲食費、交通費などが含まれる。ただし、日本の航空会社および船舶会社に支払われる国際旅客運賃は含まない。

■ 訪日旅行満足度 「大変満足」40.7%、「満足」以上が9割

→【詳細は報告書21ページ参照】

- 今回の日本訪問全体での満足度を尋ねたところ、平成24年は「大変満足」が40.7%を占めた。
- 「満足」以上が9割を占めており、平成22年以降は年々増加する傾向にある。
- 主な国籍別にみると、台湾や中国、米国では「大変満足」の割合が前年に比べて増加している。

【グラフ】 今回の日本訪問全体での満足度（左図：全国籍、右図：国籍別の「大変満足」割合）

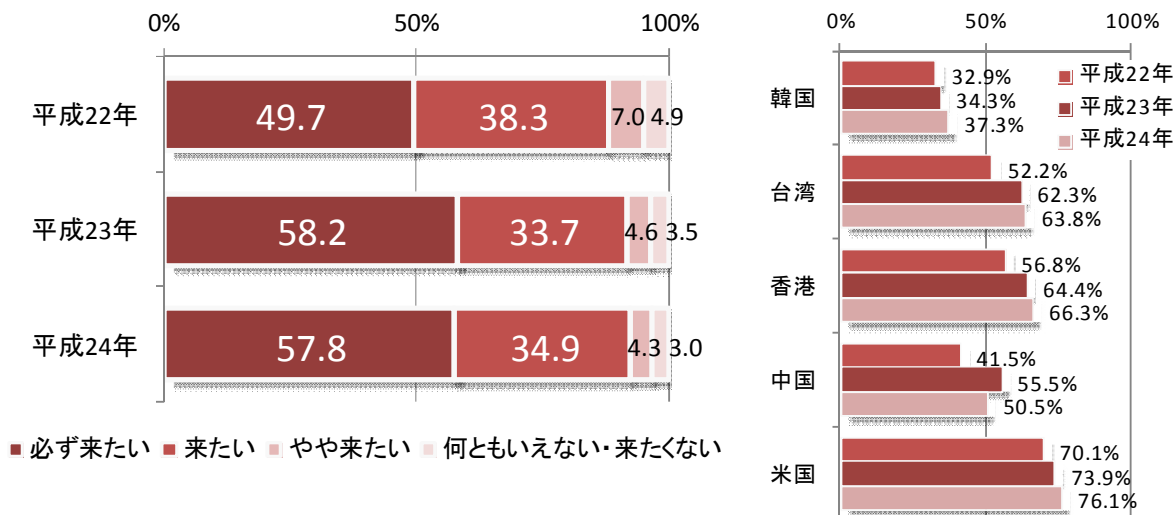


■ 日本への再訪希望者 9割超、「必ず来たい」が57.8%

→【詳細は報告書21ページ参照】

- 「また日本に来たいと思いますか。」と尋ねたところ、平成24年は「必ず来たい」の割合が57.8%となった。
- 「来たい」を含めると日本への再訪希望者は9割超を占めており、平成22年以降は年々増加する傾向にある。
- 主な国籍別にみると、韓国や台湾、香港、米国では「必ず来たい」の割合が前年に比べて増加している。

【グラフ】 日本への再訪意向（左図：全国籍、右図：国籍別の「必ず来たい」割合）



訪日外国人の消費動向

平成 24 年 年次報告書

目 次

調査結果の概要

目次

調査概要 …………… 1

I 平成 24 年における**訪日外国人の消費動向**

1. 訪日外国人の属性と旅行内容

(1) 回答者属性 …………… 2

(2) 泊数 …………… 2

(3) 旅行内容 …………… 3

2. 訪日外国人の旅行支出

(1) 旅行中支出 …………… 8

(2) 手配方法別にみる旅行中支出 …… 9

(3) 来訪目的別にみる旅行中支出 …… 10

(4) 旅行消費額の推計 …………… 11

(5) 費目別にみる旅行支出 …………… 13

(6) 前年および前々年との比較 …… 14

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 平成 24 年における**訪日外国人の消費動向【国籍別】**

(1) 韓国 …………… 26

(2) 台湾 …………… 28

(3) 香港 …………… 30

(4) 中国 …………… 32

(5) タイ …………… 34

(6) シンガポール …………… 36

(7) マレーシア …………… 38

(8) インド …………… 40

(9) 英国 …………… 42

(10) ドイツ …………… 44

(11) フランス …………… 46

(12) ロシア …………… 48

(13) 米国 …………… 50

(14) カナダ …………… 52

(15) オーストラリア …………… 54

Ⅲ 訪日外国人消費動向調査結果 (平成 24 年)

集計表の利用上の注意 …………… 59

< 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 >

付表 1	国籍別 都道府県別訪問率【全目的】 …… 表 -74
付表 2	国籍別都道府県別訪問率 【観光・レジャー目的】 …… 表 -77
付表 3	国籍別 平均泊数 …………… 表 -80
付表 4	国籍別 1 人 1 回当たり旅行消費単価 …… 表 -83 (パッケージツアー参加費内訳含む)
[滞在日数 90 日以内]	
付表 5	国籍別 標本属性および旅行内容 …………… 表 -86
付表 6	国籍別 1 人 1 回当たり旅行消費単価 …… 表 -92 (パッケージツアー参加費内訳含む)
[観光・レジャー目的]	
付表 7	国籍別 標本属性および旅行内容 …………… 表 -95
付表 8	国籍別 1 人 1 回当たり旅行消費単価 …… 表 -101 (パッケージツアー参加費内訳含む)
[業務目的]	
付表 9	国籍別 標本属性および旅行内容 …………… 表 -104
付表 10	国籍別 1 人 1 回当たり旅行消費単価 …… 表 -110 (パッケージツアー参加費内訳含む)

< 調査票 >

日本語、英語、韓国語、中国語（繁体字）、中国語（簡体字）

訪日外国人消費動向調査

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平成 24 年は調査を実施していない。

(3) 調査時期

平成 24 年（2012 年）

1-3 月期：1 月 13 日（金）～ 2 月 21 日（火）

4-6 月期：5 月 10 日（木）～ 6 月 18 日（月）

7-9 月期：7 月 19 日（木）～ 9 月 2 日（日）

10-12 月期：10 月 13 日（土）～ 11 月 25 日（日）

(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

15 の国・地域別に目標回収標本数を設定し、四半期毎に総数 6,500 サンプルを目標に調査を実施した。当年調査における四半期毎の有効回収標本数は下表の通り。

なお、設問毎の有効標本数については、集計表に記載している。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。

(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。

表 平成 24 年調査の標本数（四半期別および国籍別）

国籍	1-3月期			4-6月期			7-9月期			10-12月期		
	回収標本数		うち 支出額 有効票	回収標本数		うち 支出額 有効票	回収標本数		うち 支出額 有効票	回収標本数		うち 支出額 有効票
	票数	構成比		票数	構成比		票数	構成比		票数	構成比	
全国籍	7,220	100.0%	7,180	7,181	100.0%	7,132	7,191	100.0%	7,161	7,311	100.0%	7,263
韓国	1,369	19.0%	1,363	1,328	18.5%	1,318	1,626	22.6%	1,615	1,590	21.7%	1,574
台湾	1,330	18.4%	1,319	1,291	18.0%	1,284	1,336	18.6%	1,336	1,448	19.8%	1,445
香港	487	6.7%	485	453	6.3%	452	433	6.0%	431	381	5.2%	380
中国	1,072	14.8%	1,066	1,244	17.3%	1,235	1,465	20.4%	1,462	884	12.1%	878
タイ	300	4.2%	299	289	4.0%	286	188	2.6%	187	358	4.9%	357
シンガポール	119	1.6%	118	179	2.5%	179	121	1.7%	121	187	2.6%	187
マレーシア	126	1.7%	126	136	1.9%	135	122	1.7%	122	163	2.2%	163
インド	139	1.9%	139	133	1.9%	131	143	2.0%	143	162	2.2%	160
英国	215	3.0%	214	207	2.9%	205	196	2.7%	194	248	3.4%	247
ドイツ	191	2.6%	191	181	2.5%	179	125	1.7%	125	199	2.7%	197
フランス	161	2.2%	161	184	2.6%	184	158	2.2%	158	151	2.1%	150
ロシア	138	1.9%	136	116	1.6%	114	146	2.0%	143	171	2.3%	169
米国	674	9.3%	668	732	10.2%	730	599	8.3%	595	759	10.4%	757
カナダ	152	2.1%	151	165	2.3%	164	123	1.7%	123	200	2.7%	199
オーストラリア	214	3.0%	214	159	2.2%	159	128	1.8%	127	168	2.3%	168
その他	533	7.4%	530	384	5.3%	377	282	3.9%	279	242	3.3%	232

I 平成 24 年における訪日外国人の消費動向

1. 訪日外国人の属性と旅行内容

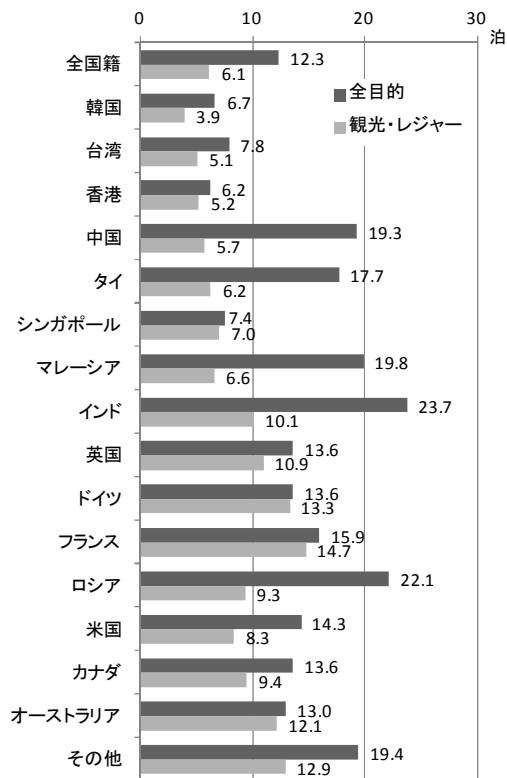
(1) 回答者属性

- 性別の構成比は、男性 58.9%、女性 41.1%である。国籍別では、台湾と香港で女性の割合が高く、過半数を占める。
- 性年代別でみると、「男性 30 代」18.1%、「男性 40 代」15.0%、「女性 20 代」12.4%、「男性 20 代」12.3%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）。

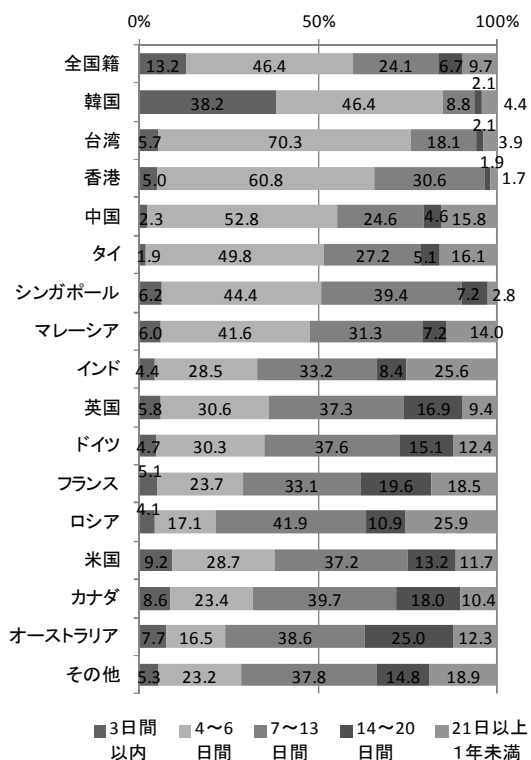
(2) 泊数

- 回答者全体の平均泊数は 12.3 泊である。中国やマレーシア、インド、ロシアで平均泊数が 20 泊前後と長く、韓国、台湾、香港、シンガポールは 10 泊以下と短い（図表 1-1）。
- 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、「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 38.2%と高い。また、インドやロシアで「21 日以上 1 年未満」が 2 割以上を占める（図表 1-2）。
- 観光・レジャーを目的とした訪日外国人の平均泊数は 6.1 泊である。東アジアからの観光客は平均泊数が短く、韓国、台湾、香港、中国で 6 泊未満となっている。一方、欧米からの観光客は平均泊数が長く、概ね 10 泊前後である（図表 1-1）。

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）

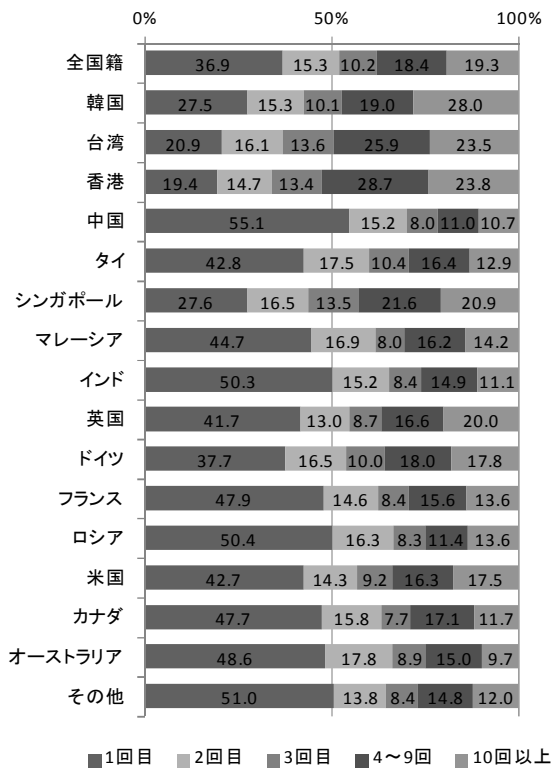


(3) 旅行内容

[全目的]

- 日本への来訪回数では、「1回目」が全体の36.9%、「2回目」が15.3%を占める。一方、「10回以上」も19.3%と少なくない。国籍別では、中国やインド、ロシアで「1回目」の割合が5割を超える。台湾や香港では「1回目」の割合がおおよそ2割と低い(図表1-3)。

図表 1-3 日本への来訪回数(国籍別、全目的)



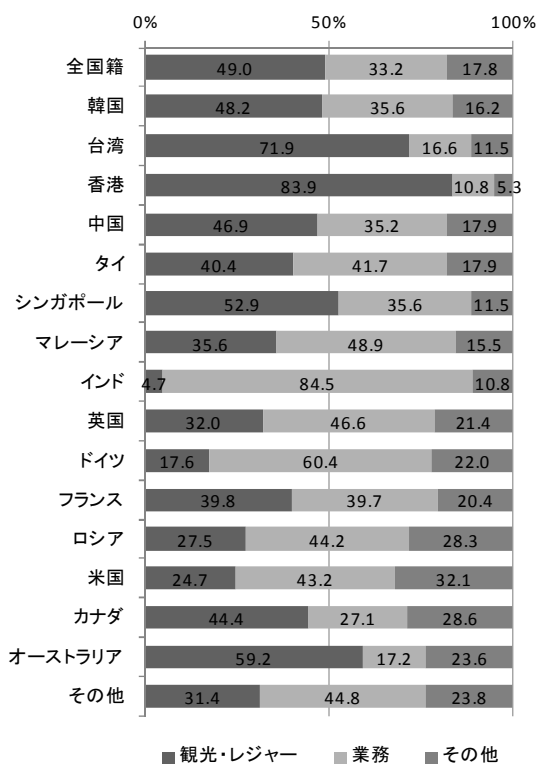
- 同行者(複数回答)をみると、「自分ひとり」30.6%、「職場の同僚」21.6%、「家族・親族」21.2%、「友人」15.2%、「夫婦・パートナー」12.1%の順となっている。国籍別にみると、アジアでは「家族・親族」、欧米では「自分ひとり」の割合が高い傾向にある(図表1-4)。

図表 1-4 同行者(複数回答)(国籍別、全目的)

	自分ひとり	夫婦・パートナー	家族・親族	職場の同僚	友人
全国籍	30.6	12.1	21.2	21.6	15.2
韓国	27.9	8.5	18.5	25.9	18.4
台湾	17.6	13.8	34.7	16.2	20.1
香港	13.6	22.2	39.6	6.1	21.5
中国	23.9	9.9	23.7	32.0	11.7
タイ	14.5	6.4	22.1	42.3	15.3
シンガポール	32.7	12.1	23.6	16.0	15.9
マレーシア	30.8	11.9	16.9	29.4	10.3
インド	63.0	4.1	4.0	25.9	2.7
英国	53.0	15.5	7.3	15.8	8.3
ドイツ	62.1	6.7	4.2	20.1	6.6
フランス	46.4	17.3	8.1	13.9	15.1
ロシア	42.6	8.1	9.2	27.8	11.3
米国	55.6	11.9	9.8	12.9	8.9
カナダ	42.8	19.5	13.7	9.2	13.9
オーストラリア	40.5	27.1	15.1	3.5	15.0
その他	45.5	13.0	10.4	20.7	11.4

- 訪日外国人の主な来訪目的は「観光・レジャー」が半数を占める。特に台湾や香港で「観光・レジャー」の割合が高い。これに対し「業務（展示会・見本市／国際会議／社内会議／研修／商談等その他ビジネス）」目的は全体の33.2%を占める。特にインド、ドイツで「業務」目的の割合が高い（図表1-5）。

図表1-5 主な来訪目的（国籍別、全目的）



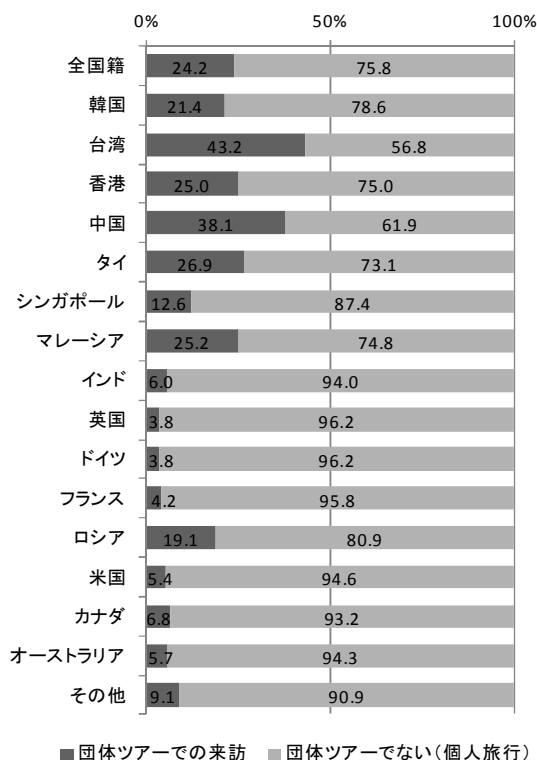
- 利用した宿泊施設のタイプ（複数回答）をみると、80.8%が「ホテル（洋室中心）」を利用している。「旅館（和室中心）」の利用率は16.3%である。旅館の利用率はタイで25.0%と高く、台湾や中国、オーストラリアでも2割を超えている（図表1-6）。

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	80.8	16.3	1.9	12.5
韓国	80.1	9.4	0.8	13.6
台湾	84.9	24.1	1.8	7.5
香港	92.7	17.7	1.0	4.2
中国	78.2	21.4	4.0	12.1
タイ	78.4	25.0	4.3	7.5
シンガポール	91.8	14.3	0.7	7.4
マレーシア	80.1	9.6	1.2	7.6
インド	77.1	3.2	3.2	7.5
英国	83.5	13.8	2.0	16.3
ドイツ	85.3	10.4	1.1	13.0
フランス	78.2	18.9	0.8	18.3
ロシア	73.1	7.3	0.8	17.8
米国	77.4	10.3	1.3	20.1
カナダ	78.8	17.5	1.5	23.6
オーストラリア	79.7	21.0	4.7	16.2
その他	75.3	14.6	1.0	16.6

- 旅行形態では「団体ツアーでの来訪」が24.2%を占める。国籍別では、台湾と中国で「団体ツアーでの来訪」がおよそ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、京都府への訪問率が高い。その他、韓国からは福岡県、台湾と香港からは北海道、中国からは愛知県、米国からは神奈川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	2,112	35.8%
2位	福岡県	1,327	22.5%
3位	大阪府	1,243	21.0%
4位	大分県	638	10.8%
5位	京都府	550	9.3%
回答者数および訪問率延べ合計		5,912	161.3%

【台湾】

順位	都道府県名	回答数	訪問率
1位	東京都	2,253	42.0%
2位	大阪府	1,132	20.8%
3位	北海道	739	13.5%
4位	京都府	713	12.9%
5位	神奈川県	597	11.0%
回答者数および訪問率延べ合計		5,395	193.7%

【香港】

順位	都道府県名	回答数	訪問率
1位	東京都	914	52.2%
2位	大阪府	342	19.5%
3位	北海道	242	13.6%
4位	京都府	184	10.7%
5位	沖縄県	182	10.5%
回答者数および訪問率延べ合計		1,753	170.3%

【中国】

順位	都道府県名	回答数	訪問率
1位	東京都	2,709	59.3%
2位	大阪府	1,945	42.9%
3位	京都府	1,047	23.1%
4位	愛知県	940	21.1%
5位	神奈川県	875	19.4%
回答者数および訪問率延べ合計		4,661	247.8%

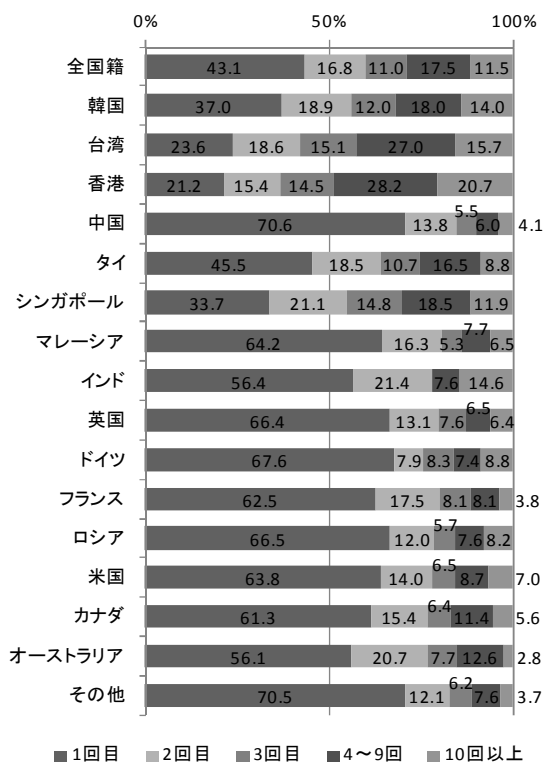
【米国】

順位	都道府県名	回答数	訪問率
1位	東京都	1,702	61.4%
2位	京都府	515	18.9%
3位	神奈川県	517	18.7%
4位	大阪府	362	13.1%
5位	千葉県	329	11.9%
回答者数および訪問率延べ合計		2,763	186.2%

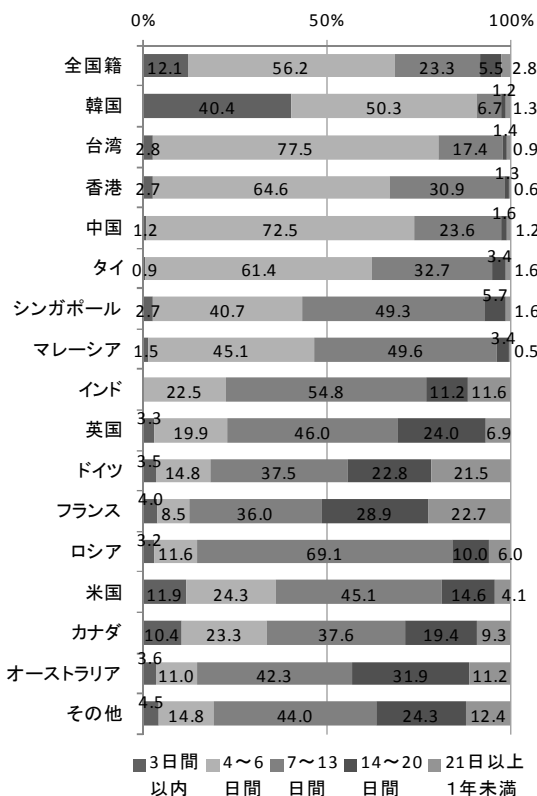
[観光・レジャー目的]

- 観光・レジャー目的で訪れた訪日外国人の滞在日数を国籍別にみると、韓国では約4割が「3日間以内」の滞在である。台湾、中国では「4～6日間」の割合が特に高い。ドイツやフランスでは「21日以上1年未満」の割合が高い(図表1-9)。
- 日本への来訪回数をみると、台湾や香港、シンガポールでは2回目以上の割合が高いが、中国では「1回目」の割合が高い。欧米では「1回目」の割合が高く半数を超える(図表1-10)。
- 同行者(複数回答)をみると、アジアでは「家族・親族」、欧米では「自分ひとり」の割合が高い傾向がある(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(複数回答)
(国籍別、観光・レジャー目的のみ)

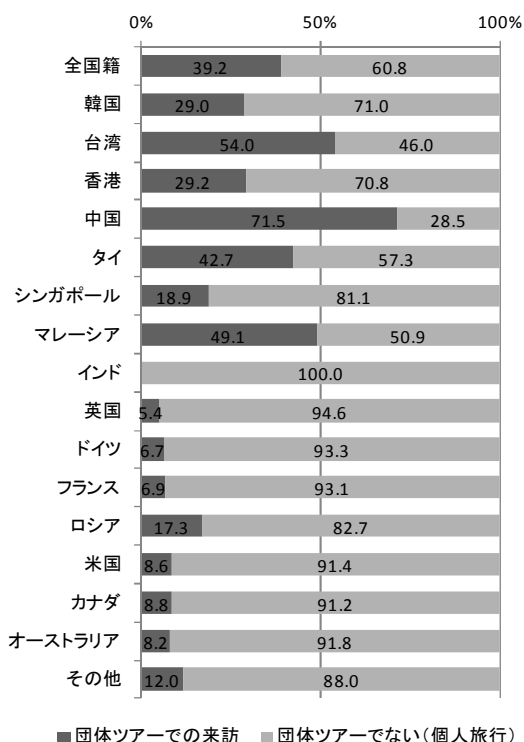
	自分ひとり	夫婦・パートナー	家族・親族	職場の同僚	友人
全国籍	15.0	18.6	36.4	7.9	24.7
韓国	18.4	13.9	31.4	7.1	31.6
台湾	8.5	16.4	44.6	9.9	24.3
香港	6.8	25.2	45.1	1.9	24.1
中国	10.5	14.4	43.0	16.4	18.6
タイ	8.1	12.7	45.8	12.1	22.6
シンガポール	13.1	20.5	40.7	3.2	23.9
マレーシア	6.4	27.8	38.6	10.8	17.4
インド	23.7	25.1	47.6	3.3	7.9
英国	29.7	33.6	13.4	1.8	21.7
ドイツ	45.2	21.4	9.5	0.9	22.4
フランス	27.0	29.2	13.6	1.5	30.3
ロシア	30.7	18.2	20.3	10.3	21.9
米国	33.6	25.0	20.5	1.8	19.9
カナダ	28.3	25.8	20.3	0.7	24.7
オーストラリア	26.8	32.0	20.9	0.8	21.9
その他	28.5	27.4	19.7	1.3	24.3

- 利用した宿泊施設タイプ（複数回答）は「ホテル」の利用が主流である。タイでは「旅館」の利用率が4割と高い（図表 1-12）。
- 団体ツアー参加状況をみると、中国で参加率が71.5%と他国籍に比べ高い。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	(%)
全国籍	88.1	25.6	1.1		6.9
韓国	84.6	14.8	1.0		9.1
台湾	89.1	29.5	0.8		4.1
香港	94.6	19.9	0.9		2.1
中国	93.9	35.8	0.8		3.7
タイ	90.6	40.2	0.6		6.7
シンガポール	95.2	21.8	1.1		4.9
マレーシア	89.5	20.6	1.0		5.2
インド	77.4	10.5	0.0		38.2
英国	83.8	26.9	3.2		9.0
ドイツ	80.7	25.5	1.6		19.8
フランス	74.3	32.9	1.1		18.7
ロシア	86.4	11.0	0.8		7.4
米国	80.8	21.1	1.9		16.6
カナダ	82.1	26.0	2.0		14.2
オーストラリア	81.9	27.8	6.7		7.5
その他	82.7	30.1	0.7		13.8

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、いずれも東京都と大阪府への訪問率が高い。このほか、韓国からは福岡県、台湾と香港からは北海道、中国と米国からは京都府への訪問率が高い（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	966	34.0%
2位	大阪府	720	25.2%
3位	東京都	654	23.0%
4位	大分県	558	19.7%
5位	熊本県	401	14.2%
回答者数および訪問率延べ合計		2,845	176.8%

【台湾】

順位	都道府県名	回答数	訪問率
1位	東京都	1,522	39.5%
2位	大阪府	782	20.0%
3位	北海道	657	16.8%
4位	京都府	567	14.3%
5位	千葉県	451	12.0%
回答者数および訪問率延べ合計		3,874	205.4%

【香港】

順位	都道府県名	回答数	訪問率
1位	東京都	726	49.5%
2位	大阪府	300	20.5%
3位	北海道	230	15.4%
4位	沖縄県	177	12.2%
5位	京都府	162	11.3%
回答者数および訪問率延べ合計		1,470	175.4%

【中国】

順位	都道府県名	回答数	訪問率
1位	東京都	1,440	71.3%
2位	大阪府	1,281	63.1%
3位	京都府	738	36.1%
4位	愛知県	566	28.4%
5位	神奈川県	534	26.6%
回答者数および訪問率延べ合計		2,041	326.0%

【米国】

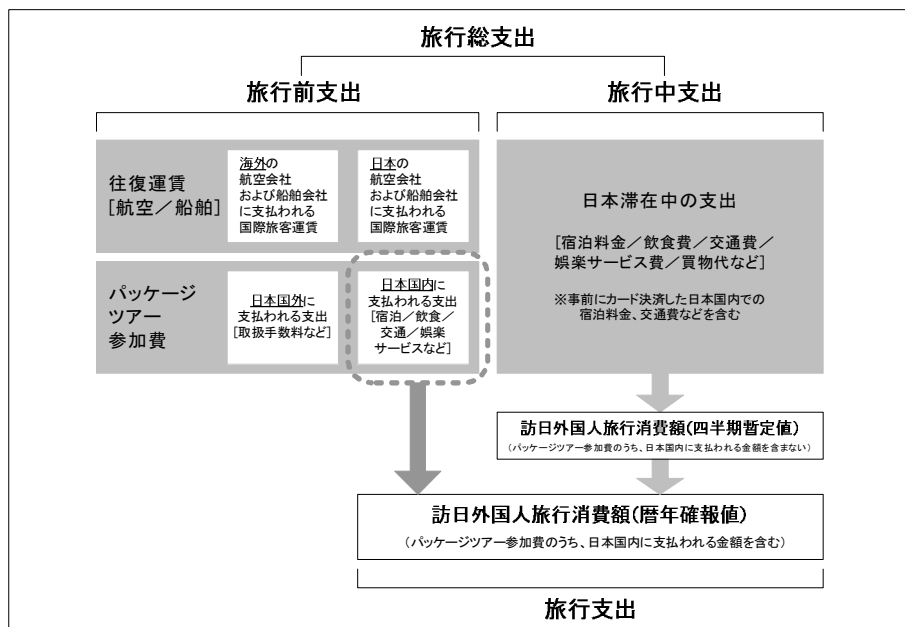
順位	都道府県名	回答数	訪問率
1位	東京都	515	75.1%
2位	京都府	234	34.6%
3位	大阪府	132	19.4%
4位	神奈川県	116	17.1%
5位	千葉県	81	11.7%
回答者数および訪問率延べ合計		683	230.2%

2. 訪日外国人の旅行支出

(1) 旅行中支出

- 平成 24 年（暦年）における訪日外国人の旅行中支出額（パッケージツアー参加費に含まれる国内収入分を含まない）は、1 人当たり平均 111,983 円と推計される。また、旅行前支出額（パッケージツアー参加費または日本までの往復運賃）は同 86,823 円、両者を合算した訪日外国人の総支出額は同 198,806 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（17.5 万円）、ロシア（16.6 万円）、中国（16.0 万円）の順で多い。
- 1 泊当たり旅行中支出額は 9,081 円、旅行前支出を含めた 1 泊当たり総支出額は 16,121 円と推計される。

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（暦年）訪日外国人 1 人当たりの旅行前および旅行中支出（国籍別）

国籍	標本数	(円/人)			(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中支出額	c. 総支出額 (=a.+b.)	d. 平均泊数	e. 1泊当たり旅行中支出額 (=b./d.)	f. 1泊当たり総支出額 (=c./d.)
全国籍	28,736	86,823	111,983	198,806	12.3	9,081	16,121
韓国	5,870	39,288	61,983	101,271	6.7	9,315	15,219
台湾	5,384	69,115	85,266	154,381	7.8	10,896	19,728
香港	1,748	68,027	109,934	177,962	6.2	17,848	28,893
中国	4,641	83,798	160,154	243,953	19.3	8,316	12,667
タイ	1,129	86,392	104,893	191,285	17.7	5,940	10,832
シンガポール	605	90,041	112,665	202,706	7.4	15,130	27,222
マレーシア	546	102,488	105,676	208,164	19.8	5,329	10,496
インド	573	100,708	150,182	250,890	23.7	6,332	10,578
英国	860	147,296	149,830	297,126	13.6	10,997	21,808
ドイツ	692	141,087	143,054	284,141	13.6	10,527	20,910
フランス	653	127,397	155,858	283,254	15.9	9,773	17,761
ロシア	562	103,500	165,782	269,283	22.1	7,495	12,174
米国	2,750	153,810	130,244	284,054	14.3	9,125	19,901
カナダ	637	135,841	148,983	284,825	13.6	10,974	20,980
オーストラリア	668	139,671	175,433	315,103	13.0	13,533	24,307
その他	1,418	141,717	141,039	282,757	19.4	7,262	14,559

注1) 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」をウェイトとして加重平均したもの。
 注2) 平均泊数を含む全ての数値は、表中記載の桁よりも小さい桁数を有効としている。そのため、「1 泊当たり支出額 (e または f)」は、上表記載桁数での「支出額 (b または c) ÷ 平均泊数 (d)」の算出結果と一致しない。

(2) 手配方法別にみる旅行中支出

- パッケージツアー利用客は全体の 28.1% である。台湾、香港、中国での同利用率が高く 4 割を超える (図表 2-3)。
- パッケージツアーの購入者単価は 1 人当たり平均 106,102 円、ツアー利用客の旅行中支出額は同 63,619 円、両者を合算した総支出額は同 169,720 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 1 人当たり平均 79,277 円、旅行中支出額は同 134,551 円、総支出額は 213,827 円である。
- 1 泊当たりの旅行中支出額は、ツアー利用客で 12,669 円、個人手配客で 8,855 円となっている。

図表 2-3 平成 24 年(暦年) 手配方法別にみる訪日外国人 1 人当たり旅行前および旅行中支出 (国籍別)

【パッケージツアー利用客】							
国籍	(%)	(円/人)	(円/人)	(円/人)	(泊)	(円/人泊)	(円/人泊)
	パッケージツアー購入率	a.パッケージツアー購入者単価(旅行前支出額)	b.日本国内における旅行中支出額	c.パッケージツアー客総支出額(a.+b.)	d.平均泊数	e.1泊当たり旅行中支出額(=b./d.)	f.1泊当たり総支出額(=c./d.)
全国籍	28.1	106,102	63,619	169,720	5.0	12,669	33,799
韓国	25.9	58,370	27,058	85,427	2.9	9,333	29,468
台湾	49.5	92,799	43,291	136,090	4.2	10,369	32,597
香港	45.2	89,445	73,388	162,834	4.5	16,319	36,208
中国	41.2	113,549	120,757	234,306	5.6	21,570	41,852
タイ	25.9	142,454	53,239	195,693	7.7	6,930	25,473
シンガポール	17.6	161,995	54,682	216,677	6.8	8,002	31,708
マレーシア	23.6	181,411	40,841	222,252	9.9	4,134	22,497
インド	5.3	277,106	60,869	337,975	31.5	1,931	10,723
英国	6.6	317,310	105,499	422,808	10.9	9,648	38,668
ドイツ	4.3	295,966	75,034	371,001	11.4	6,593	32,599
フランス	5.2	311,480	64,025	375,505	12.9	4,972	29,158
ロシア	11.2	284,097	89,594	373,691	17.4	5,145	21,458
米国	5.7	223,837	44,923	268,760	10.9	4,129	24,703
カナダ	8.5	232,836	55,551	288,387	9.0	6,149	31,924
オーストラリア	12.2	294,602	84,916	379,518	12.2	6,939	31,011
その他	7.1	288,812	56,974	345,786	11.1	5,143	31,215

【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中支出額	c.個人手配客総支出額(a.+b.)	d.平均泊数	e.1泊当たり旅行中支出額(=b./d.)	f.1泊当たり総支出額(=c./d.)
全国籍	71.9	79,277	134,551	213,827	15.2	8,855	14,073
韓国	74.1	32,605	77,308	109,913	8.0	9,700	13,791
台湾	50.5	45,940	132,259	178,199	11.4	11,604	15,635
香港	54.8	50,356	142,764	193,120	7.5	18,957	25,644
中国	58.8	62,949	195,197	258,146	28.8	6,770	8,953
タイ	74.1	66,836	131,930	198,766	21.1	6,241	9,403
シンガポール	82.4	74,702	126,124	200,825	7.6	16,646	26,505
マレーシア	76.4	78,066	133,151	211,217	22.9	5,811	9,219
インド	94.7	90,832	157,162	247,994	23.3	6,751	10,652
英国	93.4	135,264	153,613	288,878	13.8	11,119	20,910
ドイツ	95.7	134,121	147,146	281,268	13.7	10,750	20,548
フランス	94.8	117,252	162,278	279,530	16.1	10,069	17,344
ロシア	88.8	80,671	179,149	259,820	22.7	7,887	11,439
米国	94.3	149,573	136,581	286,154	14.5	9,433	19,764
カナダ	91.5	126,810	159,837	286,647	14.0	11,418	20,476
オーストラリア	87.8	118,153	188,982	307,135	13.1	14,465	23,509
その他	92.9	130,455	149,198	279,653	20.1	7,437	13,940

注) 平均泊数を含む全ての数値は、表中記載の桁よりも小さい桁数を有効としている。そのため、「1 泊当たり支出額 (e または f)」は、上表記載桁数での「支出額 (b または c) ÷ 平均泊数 (d)」の算出結果と一致しない。

・ 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 25 年 3 月時点の最新データを用いた。
 ・ 上表の旅行中支出額は、パッケージツアー参加費に含まれる日本国内に支払われる宿泊料金や飲食費、交通費、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などを含まない。

(3) 来訪目的別にみる旅行中支出

- 来訪目的別の旅行中支出額は、「観光・レジャー」96,056円、「業務」124,760円、「親族・知人訪問」95,442円などとなっている(図表2-4)。

- 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(旅行中支出のみ)が3,941億円で全体の41.7%を占める。また、「業務」目的の旅行消費額は3,468億円で、全体の36.7%を占める。

図表 2-4 平成 24 年(暦年) 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)

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	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	その他	
旅行中 支出額 (円/人)	全国籍	96,056	95,442	81,381	51,053	80,728	383,635	70,824	124,760	115,501	106,945	130,118	128,769	126,419	165,277
	韓国	50,636	57,752	52,810	26,664	49,518	307,226	21,309	71,560	67,097	64,012	75,157	50,725	75,975	110,750
	台湾	68,506	113,908	51,609	16,057	70,552	439,235	57,465	108,345	101,558	72,061	103,843	89,383	125,230	240,864
	香港	104,712	113,643	73,765	150,000	174,900	440,006	50,650	138,924	102,031	168,919	99,445	331,614	140,986	173,387
	中国	145,098	124,604	110,501	82,888	105,554	514,547	99,568	166,198	171,766	129,739	119,952	161,147	194,888	187,325
	米国	118,941	81,039	161,140	62,702	83,399	234,970	50,000	151,278	252,576	130,403	140,943	145,183	165,162	151,259
【参考】 消費額 ^{注)} (億円)	全国籍	3,940.6	727.5	27.9	47.9	37.1	582.9	34.5	3,467.6	184.8	338.9	803.4	560.6	1,579.9	577.1
	韓国	498.9	108.9	0.9	10.6	4.7	77.5	1.0	521.5	38.9	31.4	25.0	42.0	384.2	67.3
	台湾	722.6	86.0	8.3	0.9	2.3	61.3	4.4	263.6	21.3	20.3	56.2	23.8	142.0	112.5
	香港	423.2	18.7	1.2	0.9	0.8	11.3	0.2	72.3	7.2	6.2	17.7	14.0	27.1	6.0
	中国	972.2	179.2	2.8	9.9	7.0	205.8	15.3	837.4	29.9	57.0	118.3	181.5	450.7	66.8
	米国	211.1	90.7	5.3	11.0	5.5	53.0	0.1	468.5	21.7	56.1	154.9	65.1	170.7	102.9
目的別 消費額 構成比 (%) ヨコ計=100	全国籍	41.7	7.7	0.3	0.5	0.4	6.2	0.4	36.7	2.0	3.6	8.5	5.9	16.7	6.1
	韓国	38.6	8.4	0.1	0.8	0.4	6.0	0.1	40.4	3.0	2.4	1.9	3.3	29.8	5.2
	台湾	57.3	6.8	0.7	0.1	0.2	4.9	0.3	20.9	1.7	1.6	4.5	1.9	11.3	8.9
	香港	79.2	3.5	0.2	0.2	0.2	2.1	0.0	13.5	1.3	1.2	3.3	2.6	5.1	1.1
	中国	42.3	7.8	0.1	0.4	0.3	9.0	0.7	36.5	1.3	2.5	5.2	7.9	19.6	2.9
	米国	22.3	9.6	0.6	1.2	0.6	5.6	0.0	49.4	2.3	5.9	16.3	6.9	18.0	10.9
目的別 外客数 (万人)	全国籍	410.2	76.2	3.4	9.4	4.6	15.2	4.9	277.9	16.0	31.7	61.7	43.5	125.0	34.9
	韓国	98.5	18.9	0.2	4.0	1.0	2.5	0.5	72.9	5.8	4.9	3.3	8.3	50.6	6.1
	台湾	105.5	7.5	1.6	0.5	0.3	1.4	0.8	24.3	2.1	2.8	5.4	2.7	11.3	4.7
	香港	40.4	1.6	0.2	0.1	0.0	0.3	0.0	5.2	0.7	0.4	1.8	0.4	1.9	0.3
	中国	67.0	14.4	0.3	1.2	0.7	4.0	1.5	50.4	1.7	4.4	9.9	11.3	23.1	3.6
	米国	17.8	11.2	0.3	1.7	0.7	2.3	0.0	31.0	0.9	4.3	11.0	4.5	10.3	6.8

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、パッケージツアー参加費に含まれる国内収入分は含まれていない。

(4) 旅行消費額の推計

(パッケージツアー参加費内訳を含む)

- 訪日外国人旅行消費額の年間値の推計では、訪日外国人が日本国内で支払った旅行中支出額に、パッケージツアー参加費に含まれる宿泊料金や飲食費、交通費などの国内収入額を加算する。
- 平成 24 年(暦年)のパッケージツアー参加費に含まれる国内収入額(以下、パッケージツアー参加費内訳)は、1人当たり平均 17,816 円と推計される(図表 2-5)。
- 旅行中支出額に、パッケージツアー参加費内訳を加えた平成 24 年(暦年)の旅行支出額は、訪日外国人 1 人当たり平均で 129,798 円と推計される。
- これに訪日外客数(8,367,872 人)を乗じることにより、平成 24 年(暦年)の訪日外国人旅行消費額は 10,861 億円と推計される。
- 旅行支出額を国籍別にみると、オーストラリア(19.7 万円)、中国(18.8 万円)ロシア(18.5 万円)、の順で高い。また、韓国(7.2 万円)は他の国籍に比べて旅行支出額が低い。
- 平成 24 年(暦年)の訪日外国人旅行消費額を国籍別にみると、①中国 2,688 億円(構成比 24.7%)、②台湾 1,648 億円(同 15.2%)、③韓国 1,466 億円(同 13.5%)、④米国 979 億円(同 9.0%)、⑤香港 655 億円(同 6.0%)の順となっている。
- 上記の上位 5 ヶ国合計で 7,436 億円(同 68.5%)、東アジア 4 ヶ国で 6,457 億円(同 59.4%)を占める。東南アジアのタイ、シンガポール、マレーシアの 3 ヶ国合計では 687 億円(同 6.3%)、英独仏 3 ヶ国合計では 663 億円(同 6.1%)となっている。

図表 2-5 平成 24 年(暦年) 訪日外国人 1 人当たり旅行支出額と訪日外国人旅行消費額

暦年	前年比	a.日本国内での旅行中支出額 (パック内訳含まない) ※四半期公表値 ^{注2}		b.パッケージツアー参加費に含まれる国内収入額 ^{注3} (パック内訳)		c.旅行支出額 (パック内訳含む) (=a.+b.)		d.訪日外客数 (JNTO) ^{注1}		e.訪日外国人旅行消費額 (パック内訳含む) (=c.*d.)	
		(円/人)	(前年比)	(円/人)	(前年比)	(円/人)	(前年比)	(人)	(前年比)	(億円)	(前年比)
平成23年	1.0%	113,917	1.0%	16,902	-18.2%	130,819	-2.0%	6,218,747	-27.8%	8,135	-29.2%
平成24年	-1.7%	111,983	-1.7%	17,816	5.4%	129,798	-0.8%	8,367,872	34.6%	10,861	33.5%
四半期	平成23年1-3月期	113,187	1.1%	20,100	-1.3%	133,287	0.7%	1,746,163	-13.3%	2,327	-12.7%
	平成23年4-6月期	111,121	6.8%	16,101	-31.0%	127,221	-0.1%	1,086,492	-50.3%	1,382	-50.4%
	平成23年7-9月期	120,315	0.6%	13,600	-34.0%	133,915	-4.5%	1,646,719	-31.4%	2,205	-34.4%
	平成23年10-12月期	110,338	-4.0%	17,320	-4.5%	127,658	-4.1%	1,739,373	-13.5%	2,220	-17.0%
	平成24年1-3月期	117,278	3.6%	16,890	-16.0%	134,168	0.7%	1,911,515	9.5%	2,565	10.2%
	平成24年4-6月期	113,580	2.2%	18,903	17.4%	132,483	4.1%	2,133,658	96.4%	2,827	104.5%
	平成24年7-9月期	112,204	-6.7%	19,742	45.2%	131,946	-1.5%	2,278,992	38.4%	3,007	36.4%
	平成24年10-12月期	105,115	-4.7%	15,400	-11.1%	120,515	-5.6%	2,043,707	17.5%	2,463	10.9%

注1) 訪日外客数(JNTO)は暫定値を使用。

注2) 訪日外客数の更新等に伴い、四半期公表値から一部数値を改訂した。

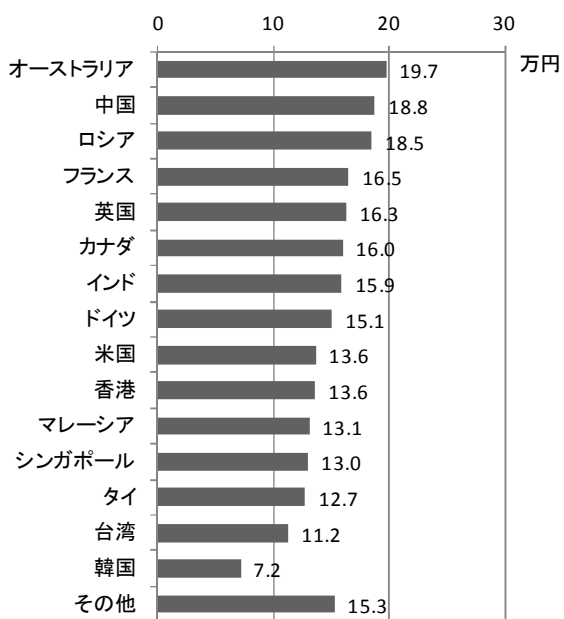
注3) パッケージツアー参加費に含まれる国内収入額は、パッケージツアーに参加していない個人手配客(ツアー参加費0円)も含めた全体平均の値である。

旅行消費額の暦年値には、パッケージツアー参加費に含まれる日本国内に支払われる宿泊料金や飲食費、交通費などが含まれる。なお、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は含まない。

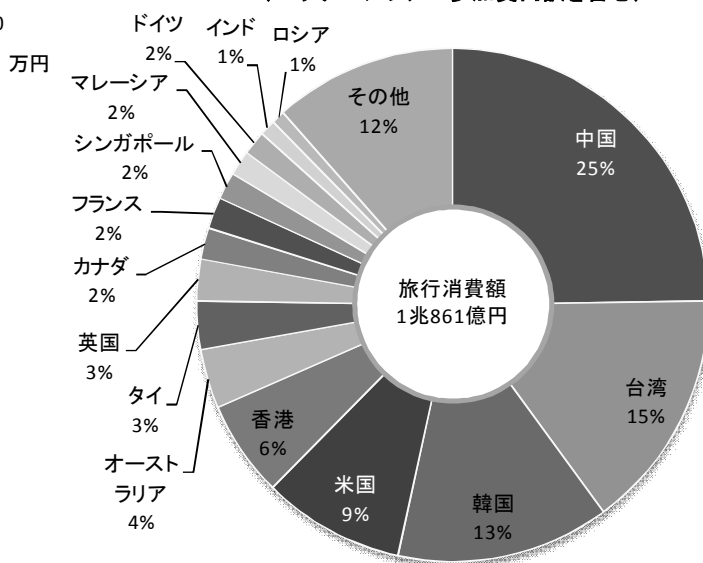
図表 2-6 平成 24 年(暦年) 訪日外国人1人当たり旅行支出額と訪日外国人旅行消費額(国籍別)

国籍	(円/人)	(円/人)	(円/人)	前年比	(人)	前年比	(億円)	前年比	構成比
	a.日本国内での旅行中支出額 (バック内訳含まない)	b.パッケージツアー参加費に含まれる国内収入額 (バック内訳)	c.旅行支出額 (バック内訳含む) (=a.+b.)		d.訪日外客数 (JNTO)		e.訪日外国人旅行消費額 (バック内訳含む) (=c.*d.)		
全国籍	111,983	17,816	129,798	-0.8%	8,367,872	34.6%	10,861	33.5%	100.0%
韓国	61,983	9,724	71,707	-5.2%	2,044,249	23.3%	1,466	16.9%	13.5%
台湾	85,266	27,113	112,379	5.5%	1,466,688	47.6%	1,648	55.7%	15.2%
香港	109,934	26,017	135,951	15.2%	481,704	32.0%	655	52.1%	6.0%
中国	160,154	27,816	187,970	-0.2%	1,429,855	37.1%	2,688	36.8%	24.7%
タイ	104,893	22,281	127,174	-11.7%	260,859	79.9%	332	58.9%	3.1%
シンガポール	112,665	17,156	129,821	-10.6%	142,253	27.7%	185	14.2%	1.7%
マレーシア	105,676	25,171	130,847	-11.6%	130,288	59.8%	170	41.3%	1.6%
インド	150,182	8,877	159,059	9.0%	69,097	16.4%	110	26.9%	1.0%
英国	149,830	12,742	162,572	2.7%	174,159	24.3%	283	27.6%	2.6%
ドイツ	143,054	7,570	150,623	8.2%	108,953	34.9%	164	46.0%	1.5%
フランス	155,858	9,300	165,157	2.8%	130,520	36.8%	216	40.6%	2.0%
ロシア	165,782	19,297	185,079	-13.0%	50,244	48.7%	93	29.4%	0.9%
米国	130,244	6,226	136,470	-5.0%	717,372	26.8%	979	20.4%	9.0%
カナダ	148,983	10,614	159,597	13.9%	135,481	33.7%	216	52.3%	2.0%
オーストラリア	175,433	21,545	196,978	-0.7%	206,537	27.0%	407	26.1%	3.7%
その他	141,039	11,474	152,514	-12.4%	819,613	40.9%	1,250	23.4%	11.5%

旅行支出額
(パッケージツアー参加費内訳を含む)



旅行消費額の国籍別構成比
(パッケージツアー参加費内訳を含む)



【旅行中支出額の推計方法】

- 各四半期の旅行中支出額は、国籍別の旅行中支出額を、国籍別の訪日外客数をウェイトとする加重平均によって算出している。
- 暦年(1-12月期)の旅行中支出額は、1-3月期、4-6月期、7-9月期、10-12月期の各四半期における旅行中支出額を、各期の国籍別訪日外客数をウェイトとする加重平均によって算出した。

【旅行消費額の推計方法(パッケージツアー参加費内訳の加算)】

- 訪日外国人が参加するパッケージツアーの参加費には、出発国から日本までの往復運賃、日本国内での宿泊料金、飲食費、交通費、娯楽サービス費等が含まれている。これら費目のうち「出発国から日本までの往復運賃」を除く費目の支出額を、日本国内に支払われる支出(国内収入分)とみなす。
- 暦年公表の訪日外国人旅行消費額では、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、旅行中支出額に加算する。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客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、この配分は四半期毎および国籍別(15市場とその他の16区分)に行っている。

(5) 費目別にみる旅行支出

- 旅行支出の費目別構成費（パッケージツアー参加費内訳を含む）を国籍別にみると、宿泊料金はインドやドイツでおよそ5割と高い。
- 飲食費は各国籍とも2割前後を占める。
- 交通費は、英国、フランス、カナダ、オーストラリアでその割合が高い。
- 娯楽サービス費は、韓国、台湾、香港、オーストラリアでその割合が高い。
- 買物代は、中国でその割合が高く、旅行支出総額のおよそ5割を占める。台湾や香港、タイ、ロシアでも3割超と高い。
- 支出額でみると、宿泊料金、飲食費、交通費、娯楽サービス費はオーストラリアが最も高く、買物代は中国が最も高い。

図表 2-7 平成 24 年(暦年) 費目別にみる旅行支出額（国籍別、パッケージツアー参加費内訳を含む）

【費目別旅行支出額】

(円/人)

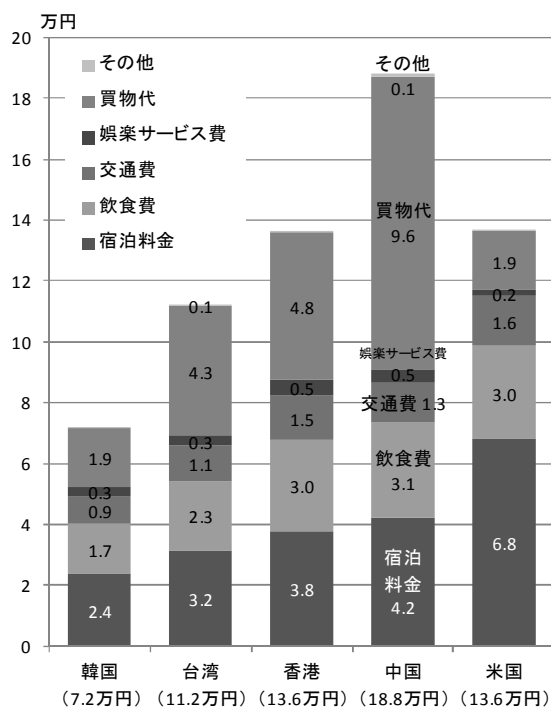
国籍	旅行支出総額	宿泊料金	飲食費	交通費	娯楽サービス費	買物代	その他
全国籍	129,798	44,423	26,666	14,102	3,511	40,786	311
韓国	71,707	23,698	16,734	8,768	3,218	19,131	156
台湾	112,379	31,645	22,767	11,356	3,323	42,754	535
香港	135,951	37,855	29,715	14,692	5,192	48,355	143
中国	187,970	42,221	31,136	13,167	4,545	96,199	701
タイ	127,174	49,176	23,200	12,263	1,751	40,492	293
シンガポール	129,821	53,412	29,595	16,008	2,174	28,561	72
マレーシア	130,847	52,538	29,341	13,892	2,733	32,258	86
インド	159,059	83,468	33,039	18,023	2,064	22,402	63
英国	162,572	77,031	36,946	23,558	3,661	21,312	63
ドイツ	150,623	76,123	33,578	18,889	3,053	18,886	94
フランス	165,157	72,367	37,301	23,279	4,386	27,782	42
ロシア	185,079	65,780	34,930	22,084	4,791	57,220	275
米国	136,470	68,150	30,280	16,425	2,215	19,235	166
カナダ	159,597	71,430	33,294	22,402	3,779	28,621	71
オーストラリア	196,978	86,661	39,855	30,263	6,299	33,562	338
その他	152,514	66,248	35,572	21,485	3,022	26,081	105

【費目別構成比】(ヨコ計 100%)

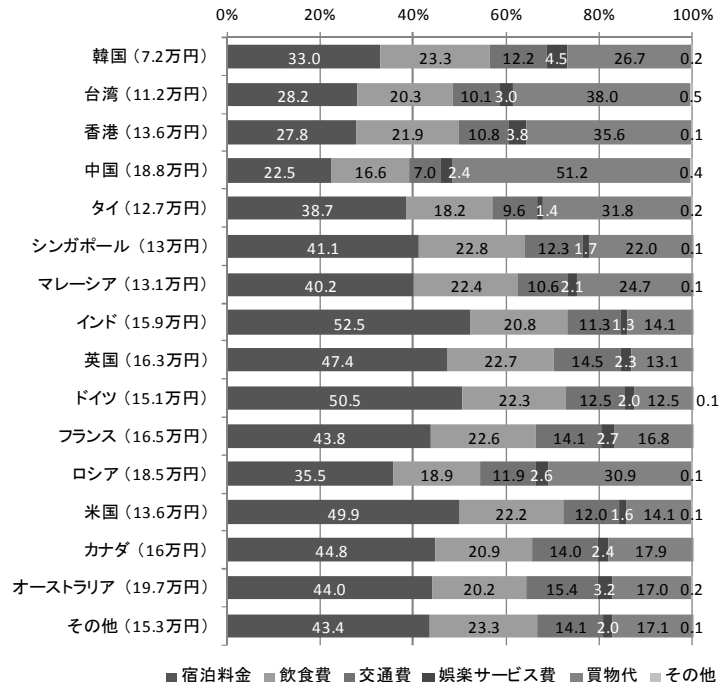
(%)

国籍	宿泊料金	飲食費	交通費	娯楽サービス費	買物代	その他
全国籍	34.2	20.5	10.9	2.7	31.4	0.2
韓国	33.0	23.3	12.2	4.5	26.7	0.2
台湾	28.2	20.3	10.1	3.0	38.0	0.5
香港	27.8	21.9	10.8	3.8	35.6	0.1
中国	22.5	16.6	7.0	2.4	51.2	0.4
タイ	38.7	18.2	9.6	1.4	31.8	0.2
シンガポール	41.1	22.8	12.3	1.7	22.0	0.1
マレーシア	40.2	22.4	10.6	2.1	24.7	0.1
インド	52.5	20.8	11.3	1.3	14.1	0.0
英国	47.4	22.7	14.5	2.3	13.1	0.0
ドイツ	50.5	22.3	12.5	2.0	12.5	0.1
フランス	43.8	22.6	14.1	2.7	16.8	0.0
ロシア	35.5	18.9	11.9	2.6	30.9	0.1
米国	49.9	22.2	12.0	1.6	14.1	0.1
カナダ	44.8	20.9	14.0	2.4	17.9	0.0
オーストラリア	44.0	20.2	15.4	3.2	17.0	0.2
その他	43.4	23.3	14.1	2.0	17.1	0.1

【費目別旅行支出額】(主要国籍別)



【費目別構成比】

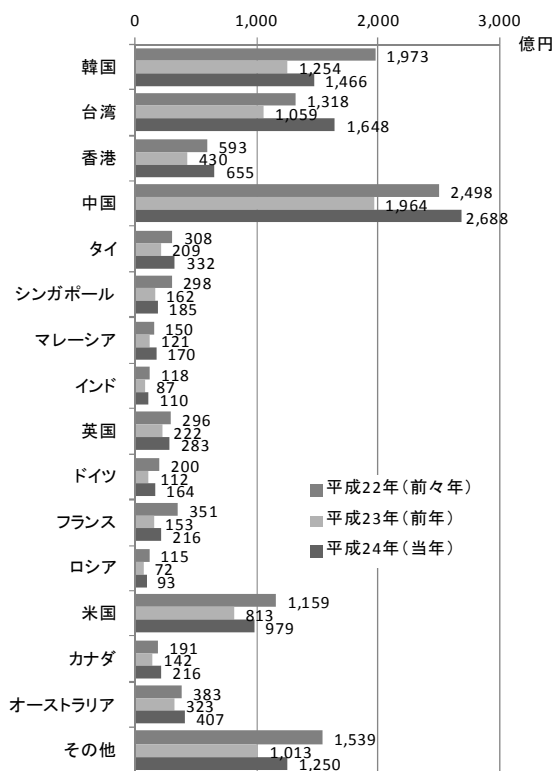


(6) 前年および前々年との比較

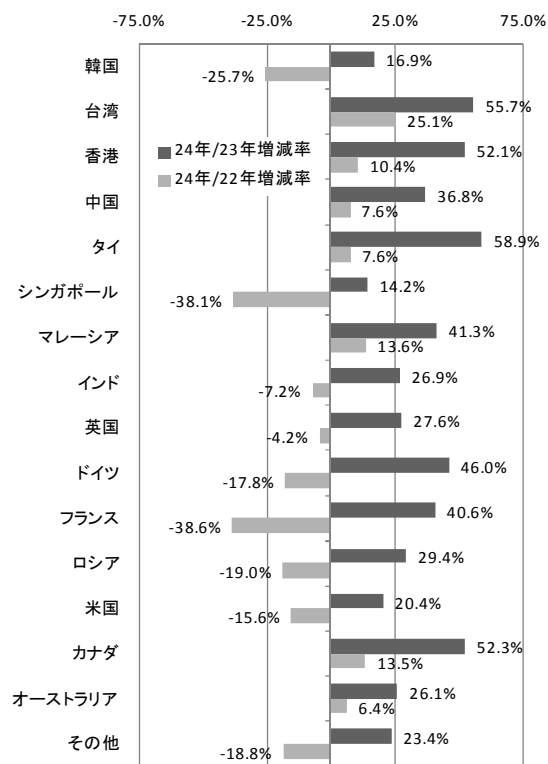
- 東日本大震災が発生した前年（平成 23 年）の旅行消費額が大幅に落ち込んだことから、平成 24 年の同値は主要 15 カ国・地域のすべての国籍において前年を上回る結果となった（図表 2-8）。
- 一方、平成 24 年の旅行消費額を前々年（平成 22 年）と比べると国籍による違いがみられる。台湾や香港、中国、タイ、マレーシア、カナダ、オーストラリアでは前々年を上回ったが、韓国、シンガポール、フランスでは前々年を下回っている。
- 旅行消費額が前々年を上回った国籍のうち、台湾では訪日外客数、1 人当たり旅行支出額ともに前々年を上回った。一方、香港やカナダでは訪日外客数は前々年を下回ったものの、1 人当たり旅行支出額が増加した。タイでは訪日外客数が前々年を上回ったが、1 人当たり旅行支出額は減少した（図表 2-9、2-10）。
- 旅行消費額が前々年を下回った韓国やシンガポール、フランスでは、訪日外客数、1 人当たり旅行支出額ともに前々年を下回っている。

図表 2-8 訪日外国人旅行消費額（国籍別）

a. 旅行消費額

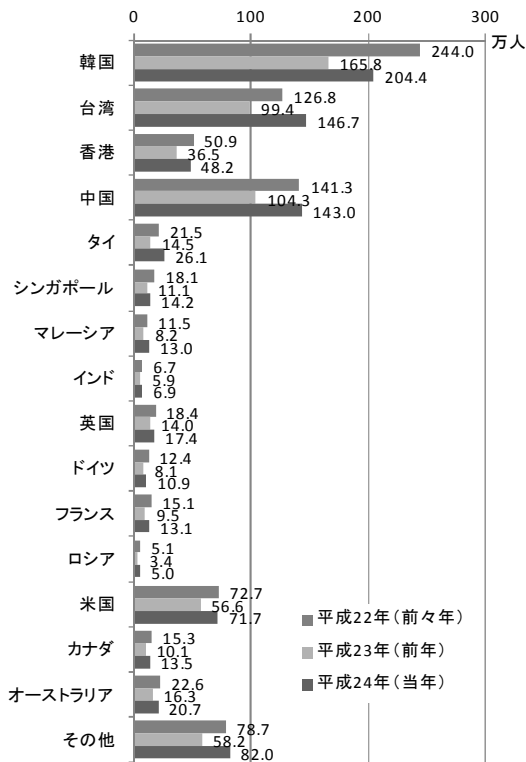


b. 対前年および対前々年増減率

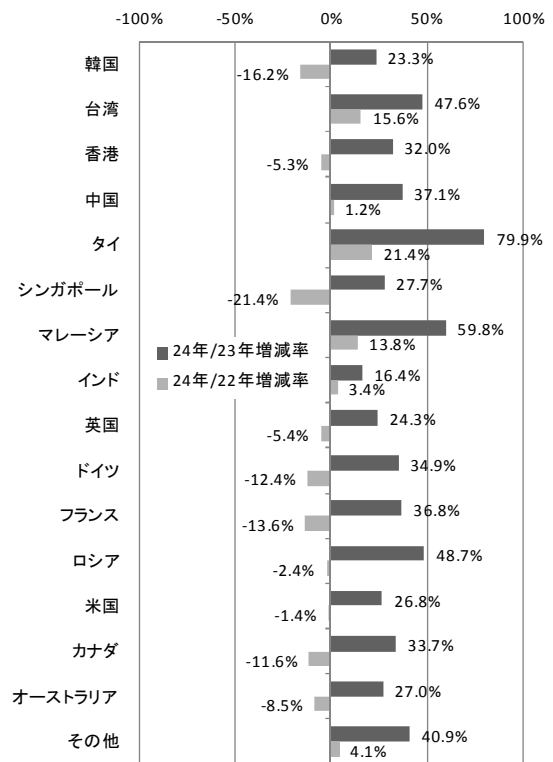


図表 2-9 訪日外客数（国籍別）

a. 訪日外客数（データ出所：JNTO）

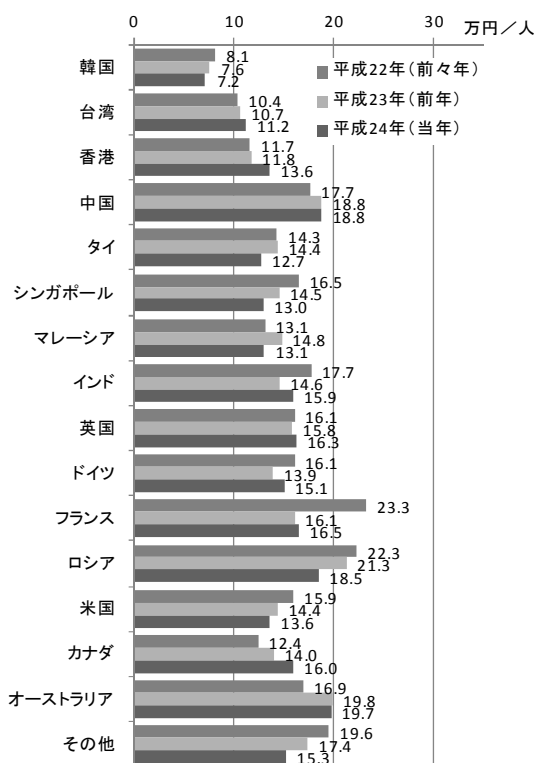


b. 対前年および対前々年増減率

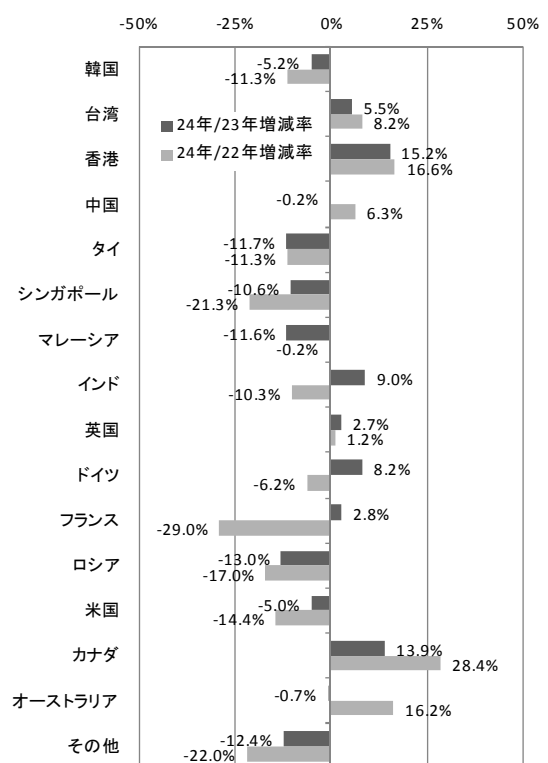


図表 2-10 1人当たり旅行支出額（国籍別）

a. 1人当たり旅行支出額



b. 対前年および対前々年増減率



3. 土産品の購入実態

(1) 費目別購入率

- 最も購入率の高い費目は「菓子類」であり、訪日外国人の6割近くが購入している。次いで、「その他食料品・飲料・酒・たばこ」や「化粧品・医薬品・トイレタリー」の購入率が高い。国籍別にみると、台湾と中国で「菓子類」の購入率が7割超、「化粧品・医薬品・トイレタリー」の購入率が6割超と高い（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の中での当該費目の平均支出額）は、「カメラ・ビデオカメラ・時計」が5万円超と高い。国籍別では、多くの費目で中国の高さが目立つ。
- 来訪目的別にみると、各費目の購入率は「観光・レジャー」目的の来訪者の方が「業務」に比べて高い傾向がみられるが、購入者単価の大小は費目や国籍によって異なる（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	58.2%	8,506	62.1%	4,792	72.9%	8,577	63.6%	10,496	74.0%	11,537	30.7%	5,595
その他食料品・飲料・酒・たばこ	51.4%	10,863	53.0%	7,135	51.0%	8,670	51.7%	10,033	54.8%	14,049	48.9%	11,801
カメラ・ビデオカメラ・時計	9.3%	50,976	2.3%	34,197	4.2%	33,296	4.7%	25,837	30.4%	68,418	3.0%	15,304
電気製品	9.4%	32,925	3.3%	23,403	6.6%	24,255	7.5%	19,748	25.6%	44,564	4.6%	17,514
化粧品・医薬品・トイレタリー	38.5%	20,270	29.9%	12,453	62.8%	16,406	49.2%	14,923	68.4%	34,521	10.4%	5,936
和服(着物)・民芸品	15.5%	14,454	6.2%	9,213	12.8%	10,341	15.4%	16,790	15.6%	24,690	26.9%	11,010
服(和服以外)・かばん・靴	29.8%	32,126	18.2%	19,527	39.7%	35,417	56.5%	34,884	36.4%	50,648	17.2%	16,709
マンガ・DVD・アニメ関連商品	9.1%	10,066	6.2%	7,355	10.5%	10,511	14.7%	11,608	11.2%	11,696	7.5%	7,661

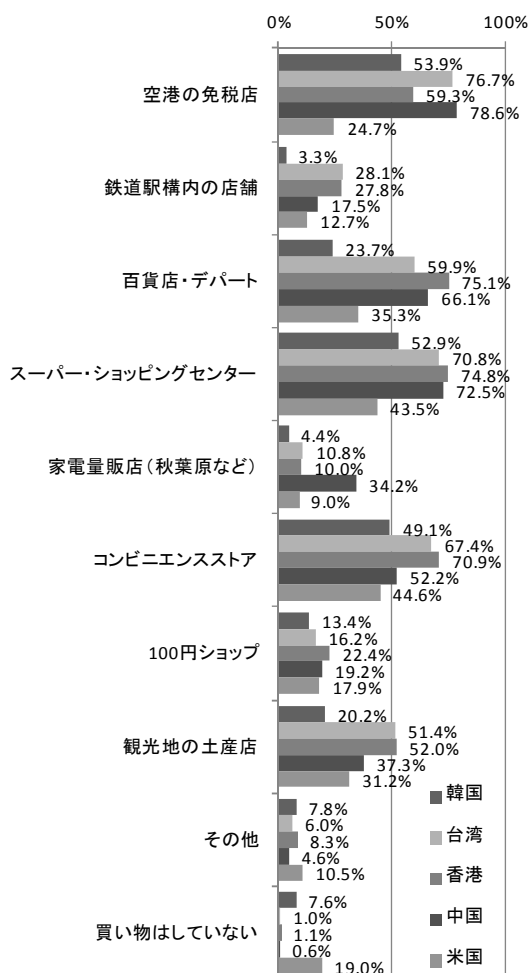
図表 3-2 来訪目的別にみる費目別購入率および購入者単価（主要国籍別）

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	60.2%	4,350	66.3%	7,802	61.4%	8,999	69.4%	11,160	35.6%	4,680
		業務	48.9%	5,180	51.8%	7,737	51.3%	7,554	62.5%	11,636	20.8%	5,989
その他食料品・飲料・酒・たばこ		観光・レジャー	50.0%	6,623	43.2%	8,261	45.7%	9,118	50.3%	13,410	52.2%	11,596
		業務	41.0%	10,319	37.6%	9,421	44.7%	9,628	49.9%	13,410	36.4%	11,537
カメラ・ビデオカメラ・時計		観光・レジャー	2.8%	13,589	5.6%	21,646	3.6%	25,713	30.2%	55,637	3.5%	22,557
		業務	2.4%	23,732	4.0%	45,263	4.2%	60,000	32.7%	67,663	2.0%	24,092
電気製品		観光・レジャー	3.3%	14,817	8.2%	18,559	5.1%	18,296	31.4%	37,802	5.3%	14,773
		業務	3.3%	14,845	7.8%	34,217	6.4%	30,580	22.8%	51,884	3.6%	12,861
化粧品・医薬品・トイレタリー		観光・レジャー	32.9%	12,025	60.6%	14,894	44.7%	11,146	72.1%	30,806	13.3%	8,362
		業務	20.7%	12,879	41.9%	14,708	29.7%	15,503	62.6%	26,893	3.5%	7,813
和服(着物)・民芸品		観光・レジャー	5.3%	6,056	13.6%	8,866	12.7%	13,314	19.0%	14,780	30.4%	13,908
		業務	2.6%	9,162	5.5%	29,394	7.0%	8,948	8.7%	12,395	18.4%	13,001
服(和服以外)・かばん・靴		観光・レジャー	21.7%	16,644	46.8%	27,830	57.3%	35,916	42.5%	45,291	21.2%	23,679
		業務	10.3%	24,872	24.2%	40,790	21.4%	48,008	24.1%	45,489	8.7%	16,789
マンガ・DVD・アニメ関連商品		観光・レジャー	5.4%	8,270	10.5%	10,292	11.3%	10,166	9.3%	9,636	8.7%	5,143
		業務	3.4%	7,782	5.2%	7,053	6.0%	3,233	4.8%	6,768	3.2%	4,834

(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」は香港と中国、「スーパー・ショッピングセンター」は台湾、香港、中国、「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（秋葉原など）」は中国での利用率が 34.2% と圧倒的に高い（図表 3-3）。

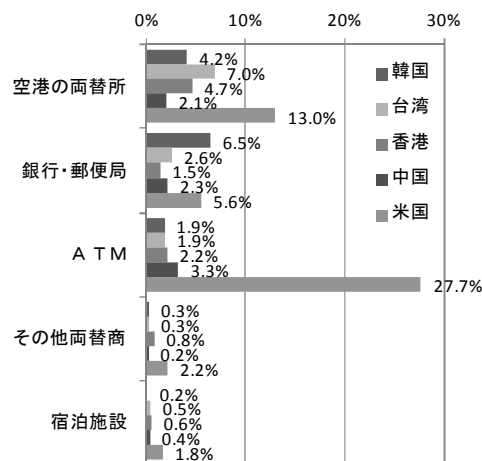
図表 3-3 買物場所（主要国籍別、複数回答）



(4) 利用した金融機関と決済方法

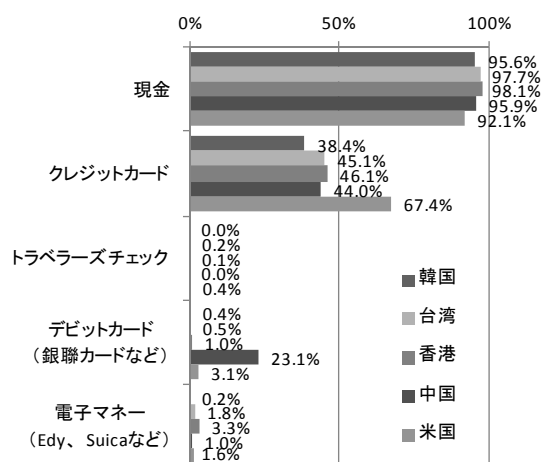
- 利用した金融機関を国籍別にみると、米国では「空港の両替所」や「ATM（現金自動預払機）」の利用率が他国籍に比べて高い（図表 3-4）。

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「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 23.1%、米国で 3.1%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）

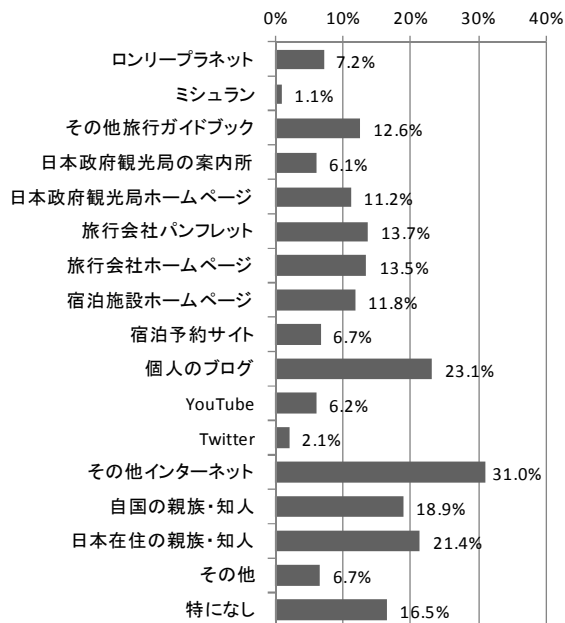


4. 旅行情報源

(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7.2%、「ミシュラン」が1.1%、「その他旅行ガイドブック」が12.6%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6.1%、「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では、「個人のブログ」（23.1%）をあげる回答が多い。
- 知人からの口コミも比較的高く、「日本在住の親族・知人」は21.4%、「自国の親族・知人」は18.9%である。

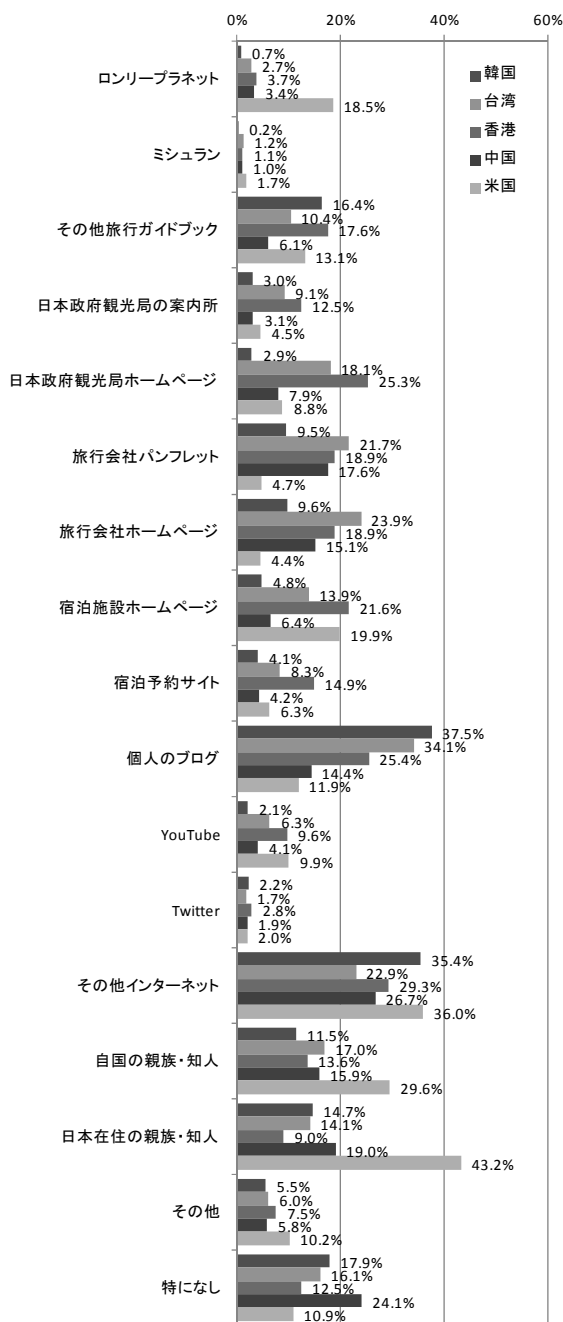
図表 4-1 出発前に得た旅行情報で役に立ったもの
(全国籍、複数回答)



- 国籍別にみると、韓国では「個人のブログ」が37.5%、「その他インターネット」が35.4%と高い。（図表4-2）。
- 台湾でも「個人のブログ」をあげる回答が34.1%と高い。次いで「旅行会社ホームページ」が23.9%と高い。
- 香港では、日本政府観光局の情報をあげる回答が他国籍に比べて多く、「日本政府観光局の案内所」が12.5%、「日本政府観光局のホームページ」が25.3%となっている。「その他インターネット」も29.3%と高い。
- 中国では、「その他インターネット」（26.7%）や「日本在住の親族・知人」（19.0%）、「旅行会社パンフレット」（17.6%）の選択率が高い。また、「特になし」（24.1%）が他国籍に比べて高い点も特徴である。
- 米国では、親族や知人からの口コミをあげる声が多く、「日本在住の親族・知人」が43.2%、「自国の親族・知人」が29.6%となっている。「その他インターネット」も36.0%と高い。他国籍と比べると、「ロンリープラネット」（18.5%）の選択率が高い。

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、訪日外客数による四半期ウェイトバック集計のみを行い、国籍別ウェイトバック集計は行っていない。

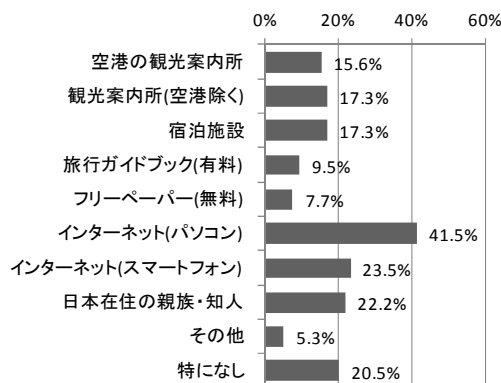
図表 4-2 出発前に得た旅行情報で役に立ったもの
(主要国籍別、複数回答)



(2) 日本滞在中に得た旅行情報

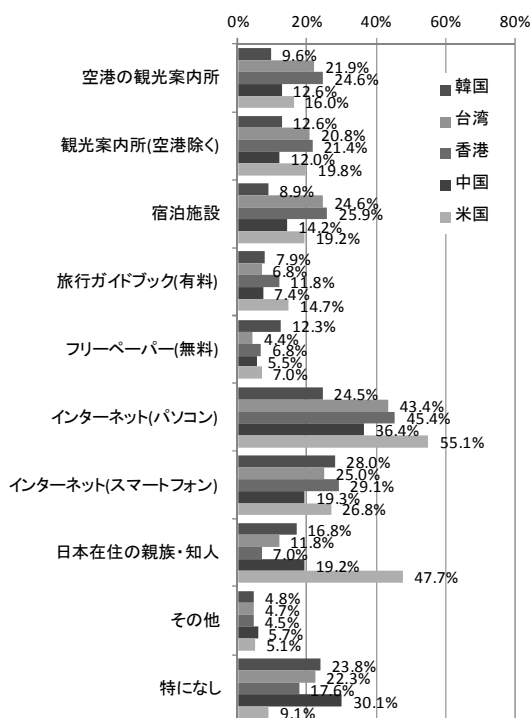
- 日本滞在中に得た旅行情報で役に立ったものは、「インターネット(パソコン)」(41.5%)、「インターネット(スマートフォン)」(23.5%)、「日本在住の親族・知人」(22.2%)、「観光案内所(空港除く)」および「宿泊施設」(それぞれ 17.3%) の順で選択率が高い(図表 4-3)。

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)



- 主要国籍別では、米国で「インターネット(パソコン)」(55.1%)や「日本在住の親族・知人」(47.7%)の選択率の高さが目立つ。また、「インターネット(スマートフォン)」は中国以外の4カ国で25%を超える。このほか、「空港の観光案内所」、「宿泊施設」では台湾や香港、「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)。

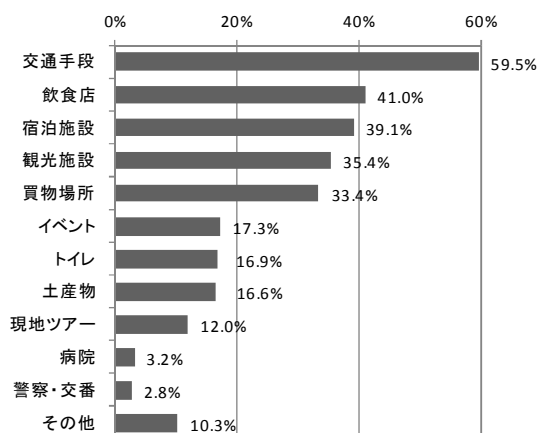
図表 4-4 日本滞在中に得た旅行情報で役に立ったもの(主要国籍別、複数回答)



(3) 日本滞在中にあると便利な情報

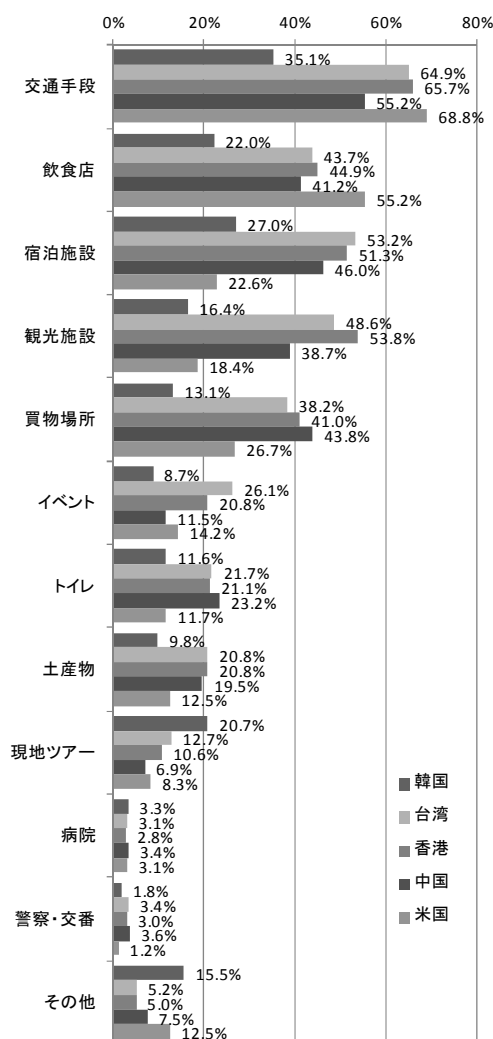
- 日本滞在中にあると便利な情報を尋ねたところ、「交通手段」が59.5%と圧倒的に多く、次いで「飲食店」(41.0%)、「宿泊施設」(39.1%)の順で希望する声が多かった(図表4-5)。

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」の情報は多くの国籍の旅行者から求められていることがわかる。「飲食店」情報は米国、「宿泊施設」情報は台湾、香港、中国でのニーズが高い。このほか、「観光施設」は台湾や香港、「買物場所」や「トイレ」は台湾や香港、「土産物」の選択率は台湾や香港、中国で高く、「現地ツアー」は韓国の選択率が高い。なお、韓国では多くの選択肢で選択率が低い傾向がみられる(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)

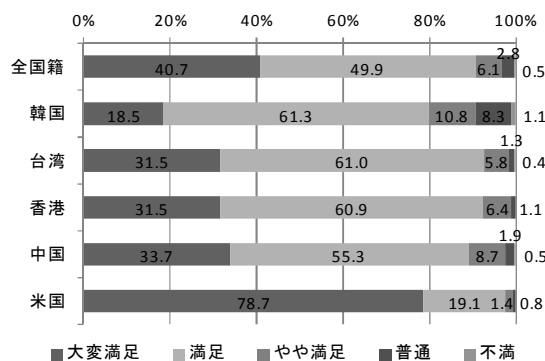


5. 満足度と再訪意向

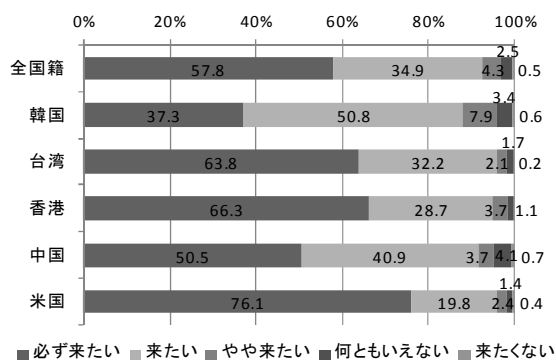
(1) 訪日旅行全体の満足度と再訪意向

- 今回の訪日旅行全体の満足度は「大変満足」40.7%、「満足」49.9%である(図表 5-1)。
- 米国では「大変満足」の割合が78.7%で、主要国籍の中で最も高い。主要国籍以外では、英国(77.5%)やフランス(79.4%)、オーストラリア(82.4%)で「大変満足」の割合が高い。
- 再訪意向は「必ず来たい」が57.8%、「来たい」が34.9%である(図表 5-2)。

図表 5-1 訪日旅行の満足度(主要国籍別)



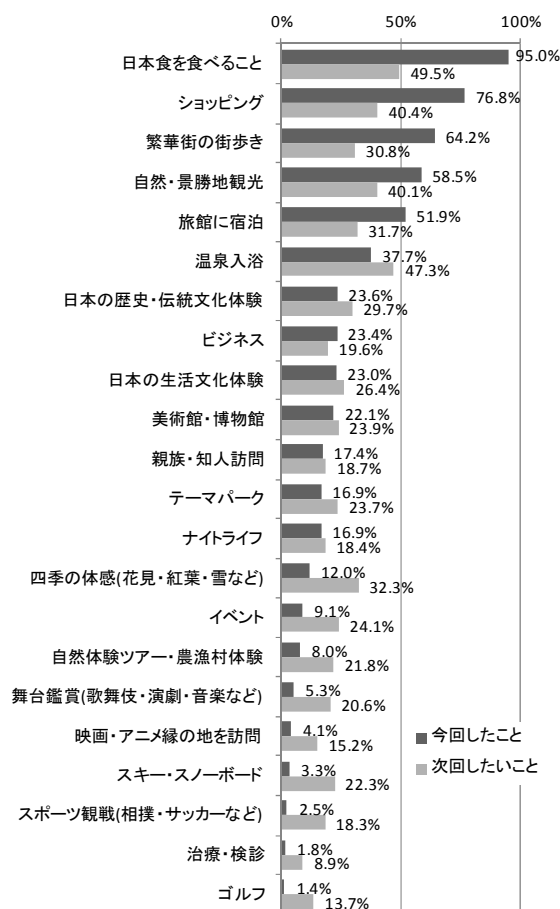
図表 5-2 訪日旅行者の再訪意向(主要国籍別)



(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」(95.0%)、「ショッピング」(76.8%)、「繁華街の街歩き」(64.2%)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」(49.5%)、「温泉入浴」(47.3%)、「ショッピング」(40.4%)の順である。
- 今回実施率より次回実施希望率が高い活動は、「スキー・スノーボード」「スポーツ観戦」「ゴルフ」などとなっている。

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)

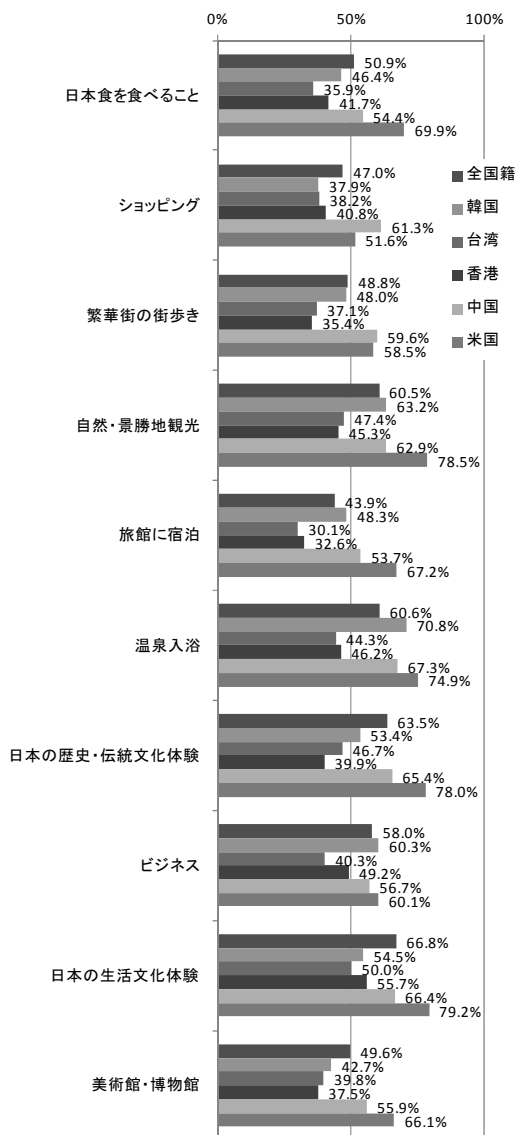


注) この章に示す調査結果は、「訪日外国人消費動向調査」と同時に実施した旅行の満足度や再来訪意向等の意識調査より得られたものである。回答は任意としているため、必ずしも全調査対象者が回答しているとは限らない。なお、この章で示す『全体(全国籍)』の値は、訪日外客数による四半期ウェイトバック集計のみを行い、国籍別ウェイトバック集計は行っていない。

(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。活動実施率の上位10活動について「期待以上」の比率をみると、「日本の生活文化体験」が66.8%と最も高い。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)



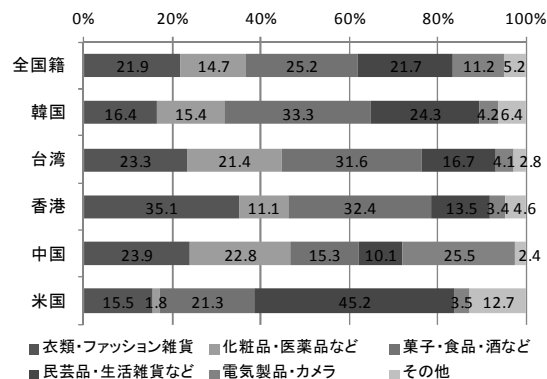
(4) 最も満足した購入商品

- 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」21.9%、「化粧品・医薬品など」14.7%、「菓子・食品・酒など」25.2%、「民芸品・生活雑貨など」21.7%、「電気製品・カメラ」11.2%、「その他」5.2%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
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（商品小区分）の比率をみると、韓国では「菓子類」（20.2%）、台湾では「菓子類」（21.9%）、香港では「衣類」（20.9%）、中国では「化粧品」（17.4%）、米国では「民芸品・工芸品」（26.0%）の割合が高い。また、中国は「電気製品」や「カメラ」の割合が他の国籍に比べて高い（図表 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					米国
	韓国	台湾	香港	中国	米国	
衣類	8.9	13.9	20.9	8.7	7.5	
ファッション雑貨	7.5	9.4	14.1	15.1	7.9	
化粧品	8.8	6.4	5.7	17.4	0.7	
香水	0.4	0.2	0.0	0.5	0.4	
医薬品・健康グッズ	6.2	14.8	5.5	4.9	0.6	
菓子類	20.2	21.9	17.8	10.0	9.2	
その他食品	7.2	6.7	12.2	2.8	7.4	
酒・タバコ類	5.9	3.1	2.4	2.5	4.7	
民芸品・工芸品	7.2	5.0	4.3	2.5	26.0	
生活雑貨	9.6	5.2	2.2	3.8	9.7	
書籍・絵葉書・音楽CD・芸術品	2.5	1.8	2.5	0.7	4.8	
まんが・アニメ・キャラクター関連	4.4	4.4	3.4	2.5	4.2	
スポーツ関連	0.6	0.3	1.1	0.4	0.6	
電気製品	3.2	2.4	1.7	11.5	2.3	
カメラ	1.0	1.7	1.7	14.0	1.2	
その他商品	1.3	1.0	2.5	0.7	1.4	
サービス	1.1	0.5	0.7	0.2	5.0	
その他	4.0	1.4	1.4	1.4	6.2	
合計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	

Ⅱ 平成24年における訪日外国人の消費動向

【国籍別】

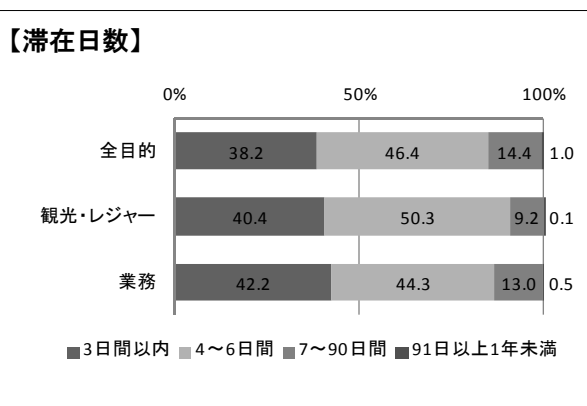
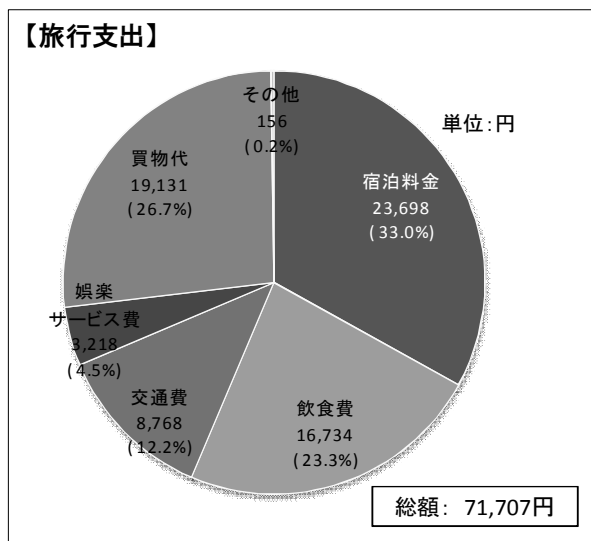
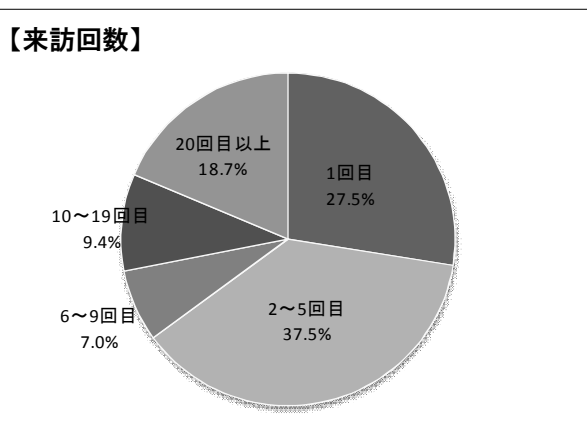
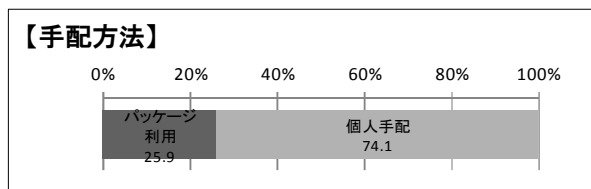
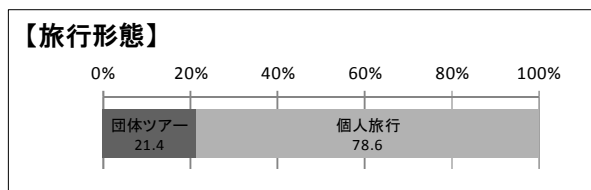
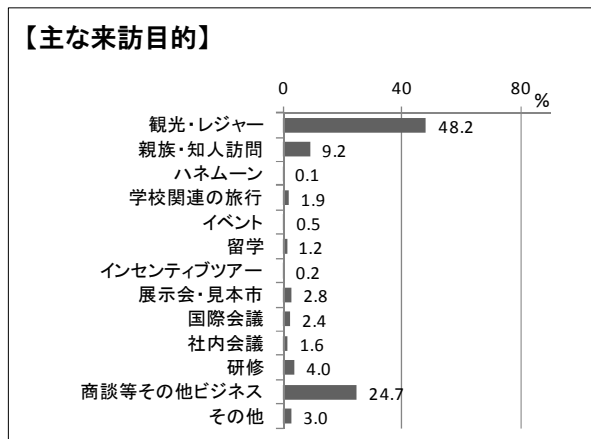
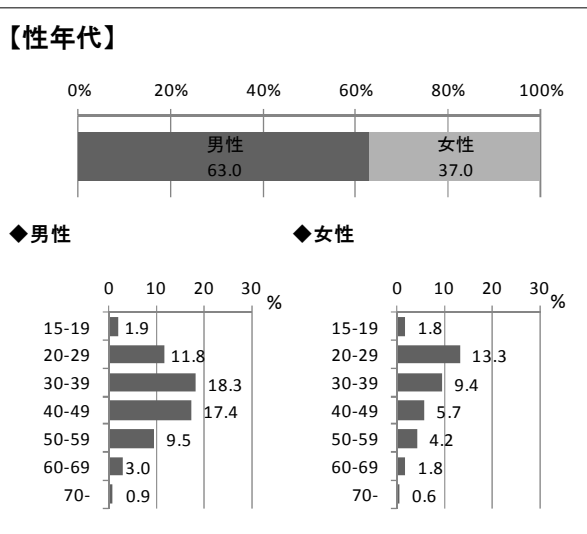
(1) 韓国	26
(2) 台湾	28
(3) 香港	30
(4) 中国	32
(5) タイ	34
(6) シンガポール	36
(7) マレーシア	38
(8) インド	40
(9) 英国	42
(10) ドイツ	44
(11) フランス	46
(12) ロシア	48
(13) 米国	50
(14) カナダ	52
(15) オーストラリア	54

※データ引用（訪日外客数）：日本政府観光局(JNTO)

① 韓国

- ◆訪日外客数 **2,044,249** 人 (前年比 23.3%増、シェア 24.4%)
- ◆1人当たり旅行支出 **71,707** 円/人 ◆平均泊数 **6.7** 泊
- ◆旅行消費額 **1,466** 億円 (シェア 13.5%、調査国籍中第 3 位)

● 客層と旅行内容 ●



【特徴】

- リピーター比率7割強。短期滞在が主流で、観光客・ビジネス客ともに4割が3日間以内。
- 観光客5割、ビジネス客3割強、親族・知人訪問客1割。団体ツアー比率は2割。
- ビジネス客の旅行支出が高い。人気の土産は「菓子類」「生活雑貨」「衣類」。

● 客層別にみる旅行支出 ●

(円/人)

客層	費目 旅行 支出額 (総額)	費目別支出額 (カッコ内は構成比)					
		宿泊料金	飲食費	交通費	娯楽 サービス費	買物代	その他
韓国 全体	71,707 (100.0%)	23,698 (33.0%)	16,734 (23.3%)	8,768 (12.2%)	3,218 (4.5%)	19,131 (26.7%)	156 (0.2%)
[滞在日数]							
90日以内	66,765 (100.0%)	21,411 (32.1%)	15,638 (23.4%)	8,265 (12.4%)	3,113 (4.7%)	18,182 (27.2%)	156 (0.2%)
[来訪目的]							
観光・レジャー	64,699 (100.0%)	18,703 (28.9%)	14,457 (22.3%)	7,871 (12.2%)	4,519 (7.0%)	18,963 (29.3%)	186 (0.3%)
初めて	54,554 (100.0%)	16,705 (30.6%)	12,653 (23.2%)	6,796 (12.5%)	2,722 (5.0%)	15,410 (28.2%)	269 (0.5%)
2回目以上	70,558 (100.0%)	19,817 (28.1%)	15,487 (21.9%)	8,467 (12.0%)	5,553 (7.9%)	21,094 (29.9%)	140 (0.2%)
業務	76,383 (100.0%)	30,565 (40.0%)	18,055 (23.6%)	9,292 (12.2%)	1,701 (2.2%)	16,650 (21.8%)	120 (0.2%)

注) 上表の「旅行支出」には、パッケージツアー参加費に含まれる宿泊料金や飲食費、交通費などが含まれる。

● 買い物ランキング ●

● 旅行情報源ランキング ●

◆購入した費目◆ (複数回答)				◆満足した購入商品◆ (単一回答)		
購入率 順位	費目	購入率 (%)	購入者単価 (円)	順位	商品小区分	回答率 (%)
1位	菓子類	62.1	4,792	1位	菓子類	20.2
2位	その他食料品・飲料・酒・たばこ	53.0	7,135	2位	生活雑貨	9.6
3位	化粧品・医薬品・トイレットリー	29.9	12,453	3位	衣類	8.9
4位	服(和服以外)・かばん・靴	18.2	19,527	◆買物場所◆ (複数回答)		
5位	和服(着物)・民芸品	6.2	9,213	順位	買物場所	回答率 (%)
6位	マンガ・DVD・アニメ関連商品	6.2	7,355	1位	空港の免税店	53.9
7位	電気製品(パソコン・音響機器など)	3.3	23,403	2位	スーパー・ショッピングセンター	52.9
8位	カメラ・ビデオカメラ・時計	2.3	34,197	3位	コンビニエンスストア	49.1

◆旅行出発前◆ (複数回答)			◆旅行出発後◆ (複数回答)		
順位	役に立った 旅行情報源	回答率 (%)	順位	役に立った 旅行情報源	回答率 (%)
1位	個人のブログ	37.5	1位	インターネット(スマートフォン)	28.0
2位	その他インターネット	35.4	2位	インターネット(パソコン)	24.5
3位	その他旅行ガイドブック	16.4	3位	日本在住の親族・知人	16.8
4位	日本在住の親族・知人	14.7	4位	観光案内所(空港除く)	12.6
5位	自国の親族・知人	11.5	5位	フリーペーパー(無料)	12.3
6位	旅行会社ホームページ	9.6	6位	空港の観光案内所	9.6
7位	旅行会社パンフレット	9.5	7位	宿泊施設	8.9
8位	宿泊施設ホームページ	4.8	8位	旅行ガイドブック(有料)	7.9

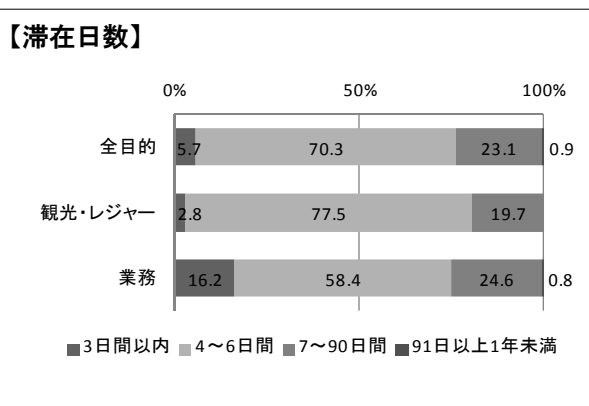
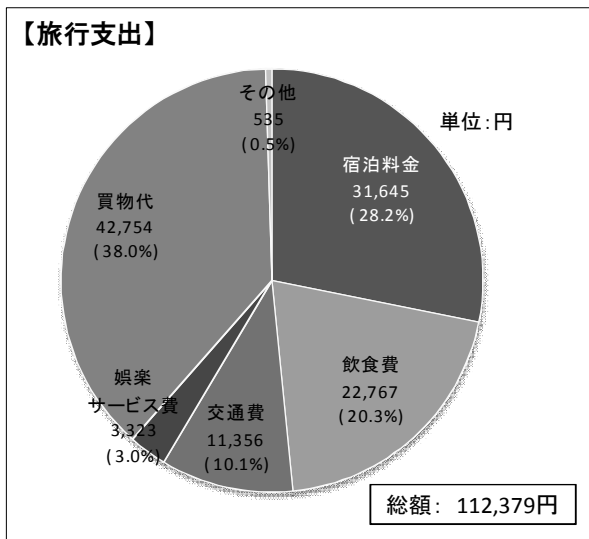
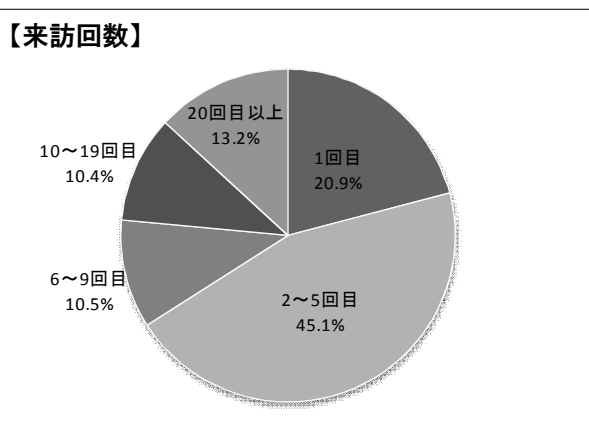
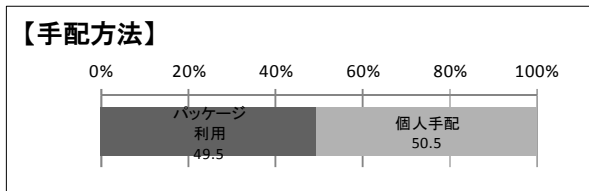
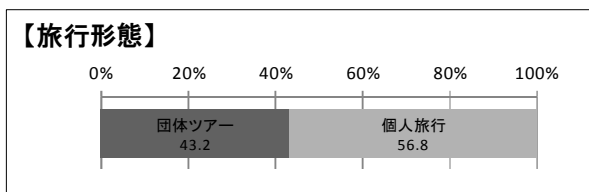
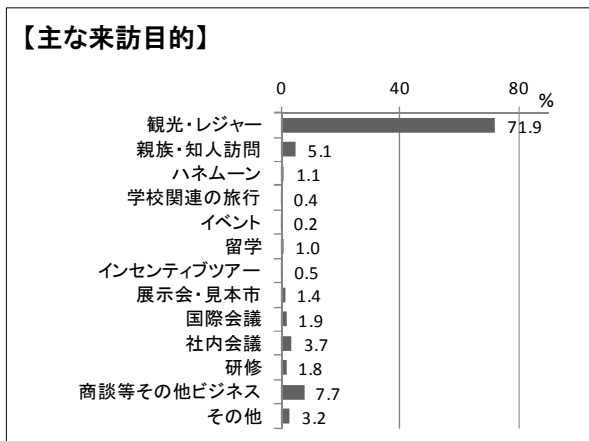
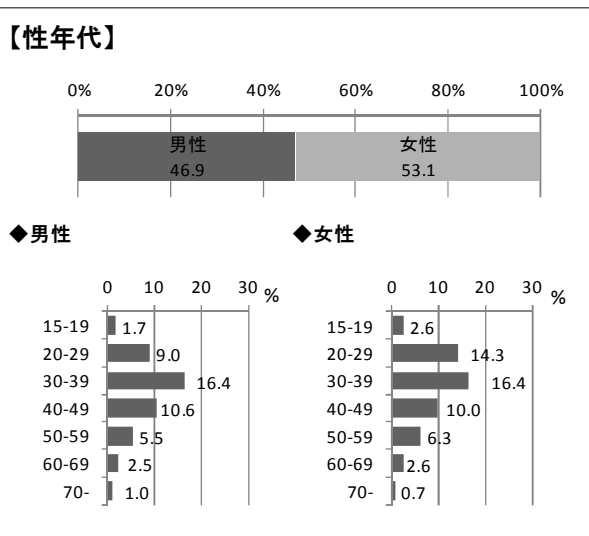
注) 旅行出発前に役に立った旅行情報源のうち、以下の項目が示す範囲は以下の通り。

- ・その他旅行ガイドブック：「ロンリープラネット」「ミシュラン」以外の旅行ガイドブック
- ・その他インターネット：「日本政府観光局」「旅行会社」「宿泊施設」のホームページ、「宿泊予約サイト」「個人のブログ」「YouTube」「Twitter」以外のインターネットサイト

② 台湾

◆訪日外客数 **1,466,688** 人 (前年比 47.6%増、シェア 17.5%)
 ◆1人当たり旅行支出 **112,379** 円/人 ◆平均泊数 **7.8** 泊
 ◆旅行消費額 **1,648** 億円 (シェア 15.2%、調査国籍中第 2 位)

● 客層と旅行内容 ●



【特徴】

- 女性が半数以上を占め、特に 20～30 代が多い。リピーター比率が8割と高い。
- 観光客の割合が7割と多い。団体ツアー比率も4割強と高い。
- ビジネス客の旅行支出が高い。人気の土産は「菓子類」「医薬品・健康グッズ」。

● 客層別にみる旅行支出 ●

(円/人)

客層	費目 旅行 支出額 (総額)	費目別支出額 (カッコ内は構成比)					
		宿泊料金	飲食費	交通費	娯楽 サービス費	買物代	その他
台湾 全体	112,379 (100.0%)	31,645 (28.2%)	22,767 (20.3%)	11,356 (10.1%)	3,323 (3.0%)	42,754 (38.0%)	535 (0.5%)
[滞在日数]							
90日以内	107,395 (100.0%)	29,021 (27.0%)	21,235 (19.8%)	11,132 (10.4%)	3,105 (2.9%)	42,363 (39.4%)	539 (0.5%)
[来訪目的]							
観光・レジャー	101,483 (100.0%)	27,666 (27.3%)	20,880 (20.6%)	10,330 (10.2%)	3,260 (3.2%)	39,197 (38.6%)	150 (0.1%)
初めて	89,056 (100.0%)	25,695 (28.9%)	19,510 (21.9%)	9,599 (10.8%)	3,446 (3.9%)	30,575 (34.3%)	230 (0.3%)
2回目以上	105,203 (100.0%)	28,212 (26.8%)	21,277 (20.2%)	10,550 (10.0%)	3,205 (3.0%)	41,836 (39.8%)	123 (0.1%)
業務	114,242 (100.0%)	39,972 (35.0%)	20,665 (18.1%)	14,393 (12.6%)	3,010 (2.6%)	36,061 (31.6%)	141 (0.1%)

注) 上表の「旅行支出」には、パッケージツアー参加費に含まれる宿泊料金や飲食費、交通費などが含まれる。

● 買い物ランキング ●

● 旅行情報源ランキング ●

◆購入した費目◆ (複数回答)				◆満足した購入商品◆ (単一回答)		
購入率 順位	費目	購入率 (%)	購入者単価 (円)	順位	商品小区分	回答率 (%)
1位	菓子類	72.9	8,577	1位	菓子類	21.9
2位	化粧品・医薬品・トイレットリー	62.8	16,406	2位	医薬品・健康グッズ	14.8
3位	その他食料品・飲料・酒・たばこ	51.0	8,670	3位	衣類	13.9
4位	服(和服以外)・かばん・靴	39.7	35,417	◆買物場所◆ (複数回答)		
5位	和服(着物)・民芸品	12.8	10,341	順位	買物場所	回答率 (%)
6位	マンガ・DVD・アニメ関連商品	10.5	10,511	1位	空港の免税店	76.7
7位	電気製品(パソコン・音響機器など)	6.6	24,255	2位	スーパー・ショッピングセンター	70.8
8位	カメラ・ビデオカメラ・時計	4.2	33,296	3位	コンビニエンスストア	67.4

◆旅行出発前◆ (複数回答)			◆旅行出発後◆ (複数回答)		
順位	役に立った 旅行情報源	回答率 (%)	順位	役に立った 旅行情報源	回答率 (%)
1位	個人のブログ	34.1	1位	インターネット(パソコン)	43.4
2位	旅行会社ホームページ	23.9	2位	インターネット(スマートフォン)	25.0
3位	その他インターネット	22.9	3位	宿泊施設	24.6
4位	旅行会社パンフレット	21.7	4位	空港の観光案内所	21.9
5位	日本政府観光局ホームページ	18.1	5位	観光案内所(空港除く)	20.8
6位	自国の親族・知人	17.0	6位	日本在住の親族・知人	11.8
7位	日本在住の親族・知人	14.1	7位	旅行ガイドブック(有料)	6.8
8位	宿泊施設ホームページ	13.9	8位	フリーペーパー(無料)	4.4

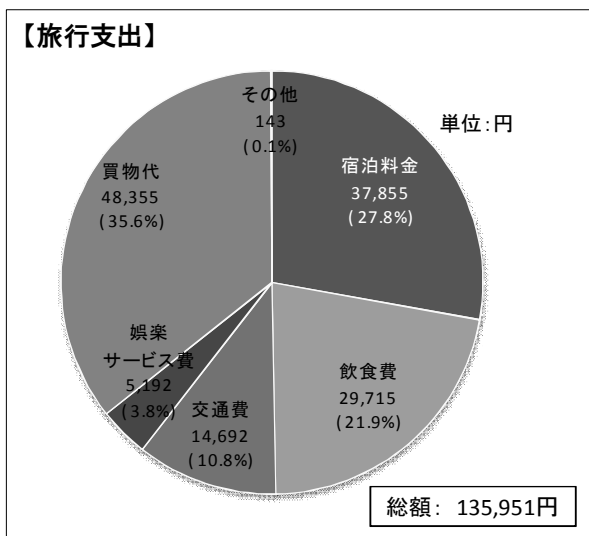
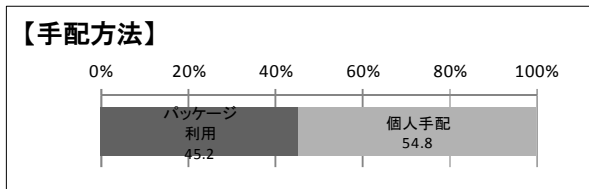
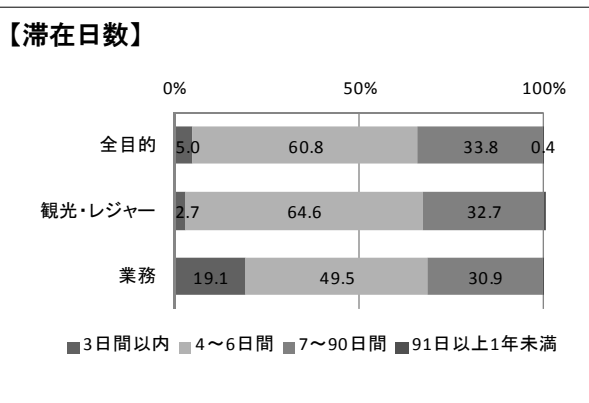
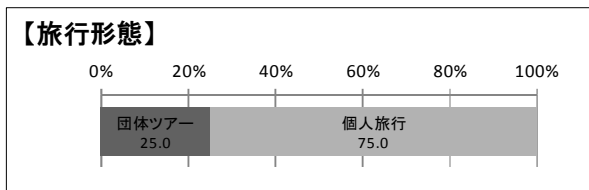
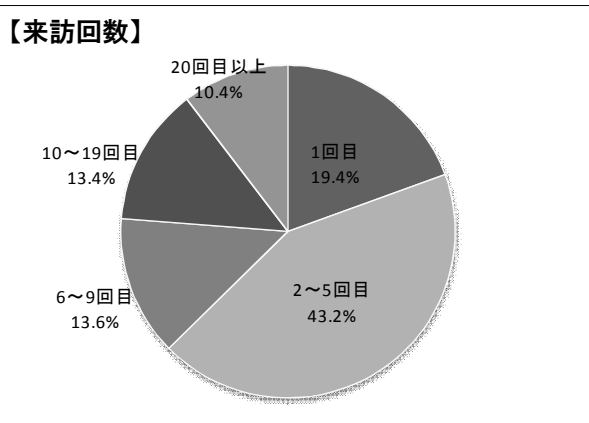
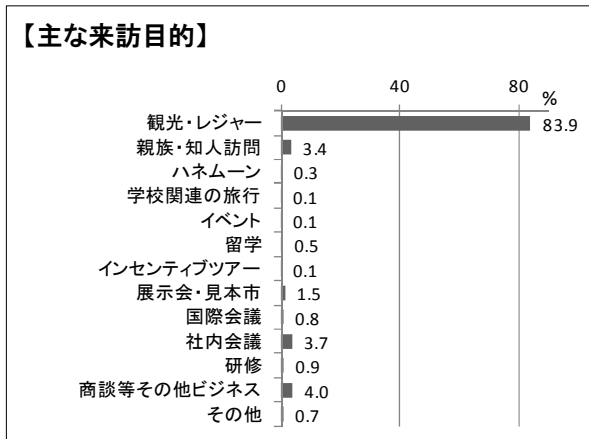
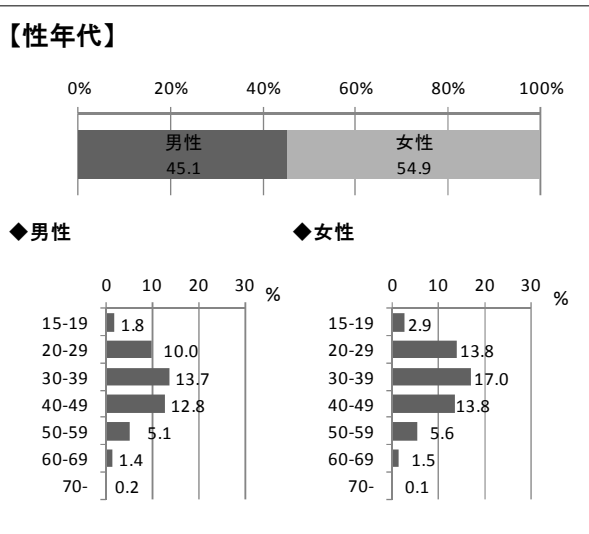
注) 旅行出発前に役に立った旅行情報源のうち、以下の項目が示す範囲は以下の通り。

- ・その他旅行ガイドブック：「ロンリープラネット」「ミシュラン」以外の旅行ガイドブック
- ・その他インターネット：「日本政府観光局」「旅行会社」「宿泊施設」のホームページ、「宿泊予約サイト」「個人のブログ」「YouTube」「Twitter」以外のインターネットサイト

③ 香港

◆訪日外客数 **481,704** 人 (前年比 32.0%増、シェア 5.8%)
 ◆1人当たり旅行支出 **135,951** 円/人 ◆平均泊数 **6.2** 泊
 ◆旅行消費額 **655** 億円 (シェア 6.0%、調査国籍中第 5 位)

● 客層と旅行内容 ●



【特徴】

- 女性が半数以上。リピーター比率は8割で、調査国籍の中で最も多い。
- 台湾同様、観光目的比率が8割強と高いが、団体ツアー比率は25%で台湾に比べると低い。
- 観光リピーターとビジネス客の旅行支出が高い。人気の土産は「衣類」「菓子類」。

● 客層別にみる旅行支出 ●

(円/人)

客層	費目 旅行 支出額 (総額)	費目別支出額 (カッコ内は構成比)					
		宿泊料金	飲食費	交通費	娯楽 サービス費	買物代	その他
香港 全体	135,951 (100.0%)	37,855 (27.8%)	29,715 (21.9%)	14,692 (10.8%)	5,192 (3.8%)	48,355 (35.6%)	143 (0.1%)
[滞在日数]							
90日以内	134,196 (100.0%)	37,420 (27.9%)	29,050 (21.6%)	14,385 (10.7%)	5,163 (3.8%)	48,041 (35.8%)	137 (0.1%)
[来訪目的]							
観光・レジャー	134,255 (100.0%)	35,350 (26.3%)	28,987 (21.6%)	14,769 (11.0%)	5,763 (4.3%)	49,223 (36.7%)	163 (0.1%)
初めて	108,752 (100.0%)	26,866 (24.7%)	26,033 (23.9%)	11,379 (10.5%)	5,449 (5.0%)	39,002 (35.9%)	23 (0.0%)
2回目以上	141,187 (100.0%)	37,619 (26.6%)	29,782 (21.1%)	15,692 (11.1%)	5,826 (4.1%)	52,072 (36.9%)	196 (0.1%)
業務	143,217 (100.0%)	63,501 (44.3%)	28,028 (19.6%)	12,951 (9.0%)	710 (0.5%)	38,027 (26.6%)	0 (0.0%)

注) 上表の「旅行支出」には、パッケージツアー参加費に含まれる宿泊料金や飲食費、交通費などが含まれる。

● 買い物ランキング ●

● 旅行情報源ランキング ●

◆購入した費目◆ (複数回答)				◆満足した購入商品◆ (単一回答)		
購入率 順位	費目	購入率 (%)	購入者単価 (円)	順位	商品小区分	回答率 (%)
1位	菓子類	63.6	10,496	1位	衣類	20.9
2位	服(和服以外)・か ばん・靴	56.5	34,884	2位	菓子類	17.8
3位	その他食料品・飲 料・酒・たばこ	51.7	10,033	3位	ファッション雑貨	14.1
4位	化粧品・医薬品・ト イレットリー	49.2	14,923	◆買物場所◆ (複数回答)		
5位	和服(着物)・民芸 品	15.4	16,790	順位	買物場所	回答率 (%)
6位	マンガ・DVD・アニメ 関連商品	14.7	11,608	1位	百貨店・デパート	75.1
7位	電気製品(パソコ ン・音響機器など)	7.5	19,748	2位	スーパー・ショッ ピングセンター	74.8
8位	カメラ・ビデオカメ ラ・時計	4.7	25,837	3位	コンビニエンスス トア	70.9

◆旅行出発前◆ (複数回答)			◆旅行出発後◆ (複数回答)		
順位	役に立った 旅行情報源	回答率 (%)	順位	役に立った 旅行情報源	回答率 (%)
1位	その他インターネット	29.3	1位	インターネット(パソコン)	45.4
2位	個人のブログ	25.4	2位	インターネット(スマート フォン)	29.1
3位	日本政府観光局ホーム ページ	25.3	3位	宿泊施設	25.9
4位	宿泊施設ホームページ	21.6	4位	空港の観光案内所	24.6
5位	旅行会社ホームページ	18.9	5位	観光案内所(空港除く)	21.4
6位	旅行会社パンフレット	18.9	6位	旅行ガイドブック(有料)	11.8
7位	その他旅行ガイドブック	17.6	7位	日本在住の親族・知人	7.0
8位	宿泊予約サイト	14.9	8位	フリーペーパー(無料)	6.8

注) 旅行出発前に役に立った旅行情報源のうち、以下の項目が示す範囲は以下の通り。

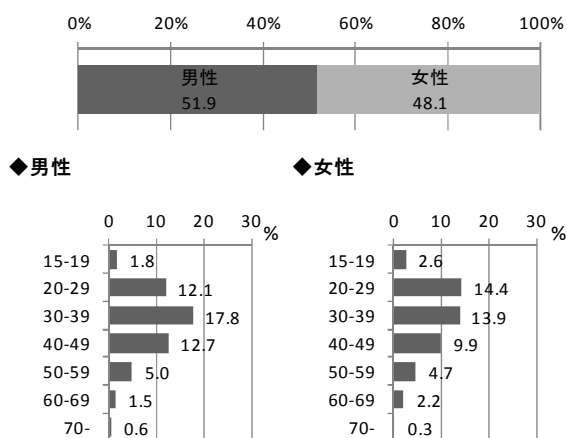
- ・その他旅行ガイドブック：「ロンリープラネット」「ミシュラン」以外の旅行ガイドブック
- ・その他インターネット：「日本政府観光局」「旅行会社」「宿泊施設」のホームページ、「宿泊予約サイト」「個人のブログ」「YouTube」「Twitter」以外のインターネットサイト

④ 中国

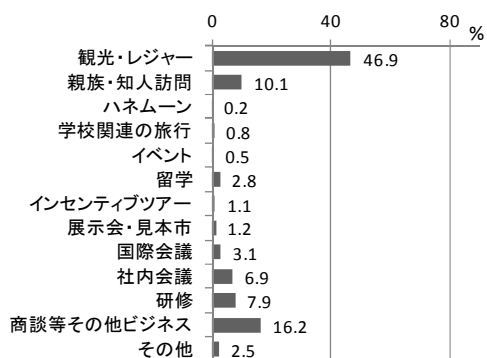
- ◆訪日外客数 **1,429,855** 人 (前年比 37.1%増、シェア 17.1%)
- ◆1人当たり旅行支出 **187,970** 円/人 ◆平均泊数 **19.3** 泊
- ◆旅行消費額 **2,688** 億円 (シェア 24.7%、調査国籍中第 1 位)

● 客層と旅行内容 ●

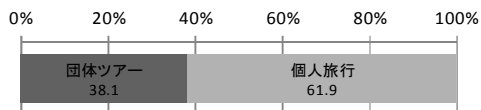
【性年代】



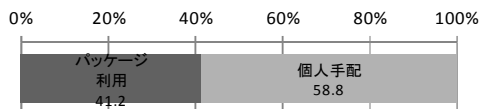
【主な来訪目的】



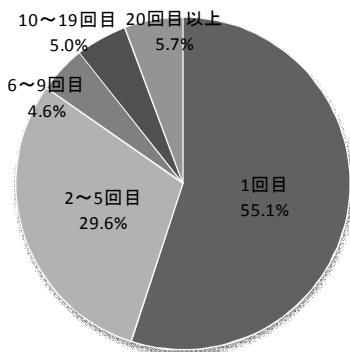
【旅行形態】



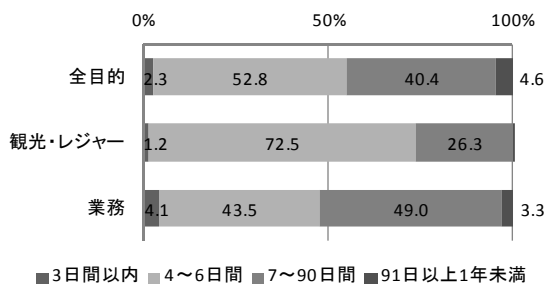
【手配方法】



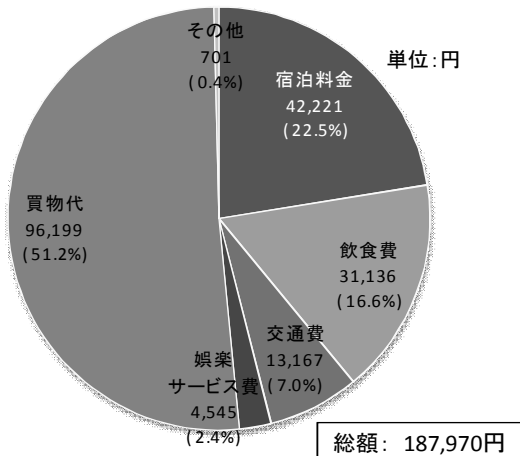
【来訪回数】



【滞在日数】



【旅行支出】



【特徴】

- 初来訪者が5割強で、調査国籍の中で最も高い。観光客では4～6日間滞在が主流。
- 台湾や香港に比べると観光客比率が低く、ビジネス客比率が高い。団体ツアーは4割弱。
- 旅行支出総額に占める「買物代」の割合が5割強と高い。人気の土産は「化粧品」。

● 客層別にみる旅行支出 ●

(円/人)

客層	費目 旅行 支出額 (総額)	費目別支出額 (カッコ内は構成比)					
		宿泊料金	飲食費	交通費	娯楽 サービス費	買物代	その他
中国 全体	187,970 (100.0%)	42,221 (22.5%)	31,136 (16.6%)	13,167 (7.0%)	4,545 (2.4%)	96,199 (51.2%)	701 (0.4%)
[滞在日数]							
90日以内	175,154 (100.0%)	36,799 (21.0%)	26,236 (15.0%)	12,252 (7.0%)	4,261 (2.4%)	95,190 (54.3%)	418 (0.2%)
[来訪目的]							
観光・レジャー	192,712 (100.0%)	32,849 (17.0%)	28,970 (15.0%)	13,121 (6.8%)	5,454 (2.8%)	111,865 (58.0%)	452 (0.2%)
初めて	189,842 (100.0%)	30,430 (16.0%)	26,592 (14.0%)	12,570 (6.6%)	5,145 (2.7%)	114,579 (60.4%)	526 (0.3%)
2回目以上	200,952 (100.0%)	38,583 (19.2%)	34,610 (17.2%)	14,492 (7.2%)	6,080 (3.0%)	106,898 (53.2%)	289 (0.1%)
業務	173,163 (100.0%)	50,563 (29.2%)	25,865 (14.9%)	12,167 (7.0%)	2,275 (1.3%)	82,054 (47.4%)	239 (0.1%)

注) 上表の「旅行支出」には、パッケージツアー参加費に含まれる宿泊料金や飲食費、交通費などが含まれる。

● 買い物ランキング ●

● 旅行情報源ランキング ●

◆購入した費目◆ (複数回答)				◆満足した購入商品◆ (単一回答)		
購入率 順位	費目	購入率 (%)	購入者単価 (円)	順位	商品小区分	回答率 (%)
1位	菓子類	74.0	11,537	1位	化粧品	17.4
2位	化粧品・医薬品・トイレットリー	68.4	34,521	2位	ファッション雑貨	15.1
3位	その他食料品・飲料・酒・たばこ	54.8	14,049	3位	カメラ	14.0
4位	服(和服以外)・かばん・靴	36.4	50,648	◆買物場所◆ (複数回答)		
5位	カメラ・ビデオカメラ・時計	30.4	68,418	順位	買物場所	回答率 (%)
6位	電気製品(パソコン・音響機器など)	25.6	44,564	1位	空港の免税店	78.6
7位	和服(着物)・民芸品	15.6	24,690	2位	スーパー・ショッピングセンター	72.5
8位	マンガ・DVD・アニメ関連商品	11.2	11,696	3位	百貨店・デパート	66.1

◆旅行出発前◆ (複数回答)			◆旅行出発後◆ (複数回答)		
順位	役に立った 旅行情報源	回答率 (%)	順位	役に立った 旅行情報源	回答率 (%)
1位	その他インターネット	26.7	1位	インターネット(パソコン)	36.4
2位	日本在住の親族・知人	19.0	2位	インターネット(スマートフォン)	19.3
3位	旅行会社パンフレット	17.6	3位	日本在住の親族・知人	19.2
4位	自国の親族・知人	15.9	4位	宿泊施設	14.2
5位	旅行会社ホームページ	15.1	5位	空港の観光案内所	12.6
6位	個人のブログ	14.4	6位	観光案内所(空港除く)	12.0
7位	日本政府観光局ホームページ	7.9	7位	旅行ガイドブック(有料)	7.4
8位	宿泊施設ホームページ	6.4	8位	フリーペーパー(無料)	5.5

注) 旅行出発前に役に立った旅行情報源のうち、以下の項目が示す範囲は以下の通り。

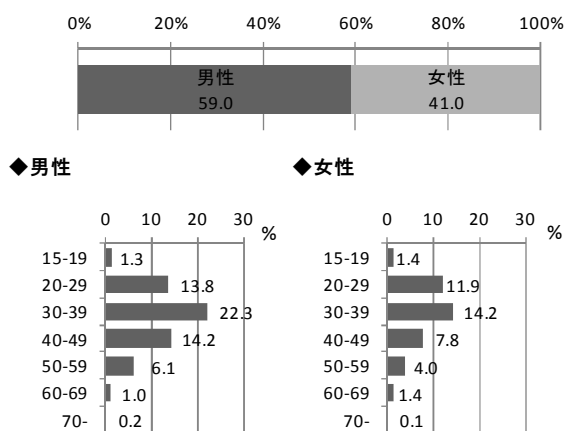
- ・その他旅行ガイドブック：「ロンリープラネット」「ミシュラン」以外の旅行ガイドブック
- ・その他インターネット：「日本政府観光局」「旅行会社」「宿泊施設」のホームページ、「宿泊予約サイト」「個人のブログ」「YouTube」「Twitter」以外のインターネットサイト

⑤ タイ

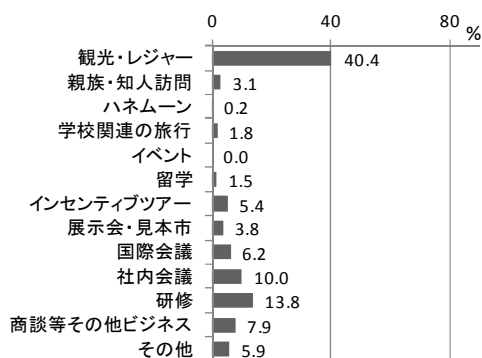
◆訪日外客数 **260,859** 人 (前年比 79.9%増、シェア 3.1%)
 ◆1人当たり旅行支出 **127,174** 円/人 ◆平均泊数 **17.7** 泊
 ◆旅行消費額 **332** 億円 (シェア 3.1%、調査国籍中第 7 位)

● 客層と旅行内容 ●

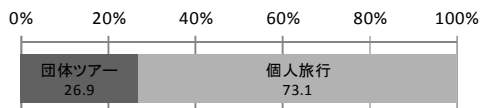
【性年代】



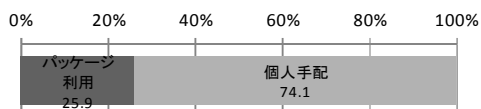
【主な来訪目的】



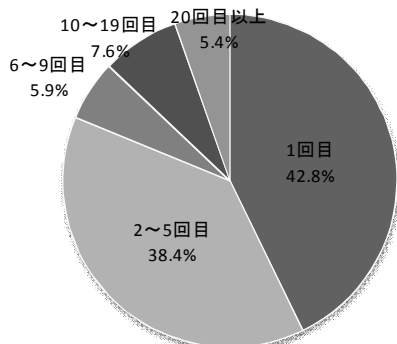
【旅行形態】



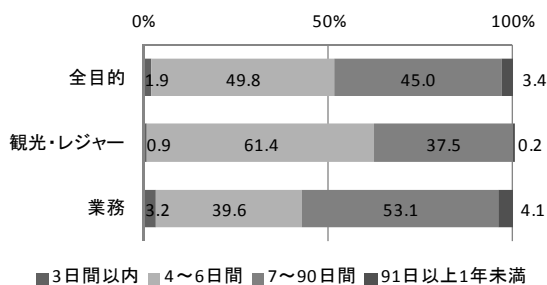
【手配方法】



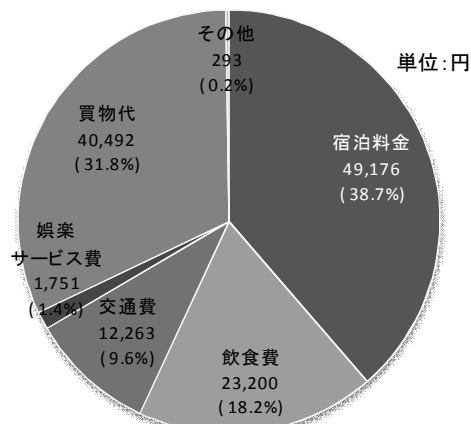
【来訪回数】



【滞在日数】



【旅行支出】



総額: 127,174円

【特徴】

- リピーター比率は6割弱。観光客の滞在日数は4～6日間が主流。
- 観光客4割、ビジネス客4割強。団体ツアー比率、パッケージ利用率は3割弱。
- 観光リピーターの旅行支出が高い。人気の土産は「菓子類」「ファッション雑貨」「化粧品」。

● 客層別にみる旅行支出 ●

(円/人)

客層	費目 旅行 支出額 (総額)	費目別支出額 (カッコ内は構成比)					
		宿泊料金	飲食費	交通費	娯楽 サービス費	買物代	その他
タイ 全体	127,174 (100.0%)	49,176 (38.7%)	23,200 (18.2%)	12,263 (9.6%)	1,751 (1.4%)	40,492 (31.8%)	293 (0.2%)
[滞在日数]							
90日以内	117,704 (100.0%)	44,571 (37.9%)	21,795 (18.5%)	11,363 (9.7%)	1,684 (1.4%)	38,059 (32.3%)	232 (0.2%)
[来訪目的]							
観光・レジャー	118,087 (100.0%)	38,313 (32.4%)	23,792 (20.1%)	13,713 (11.6%)	2,507 (2.1%)	39,729 (33.6%)	33 (0.0%)
初めて	105,976 (100.0%)	36,162 (34.1%)	21,566 (20.3%)	11,955 (11.3%)	2,016 (1.9%)	34,238 (32.3%)	39 (0.0%)
2回目以上	128,856 (100.0%)	40,449 (31.4%)	25,599 (19.9%)	15,119 (11.7%)	2,901 (2.3%)	44,755 (34.7%)	33 (0.0%)
業務	125,110 (100.0%)	55,877 (44.7%)	20,060 (16.0%)	9,866 (7.9%)	957 (0.8%)	37,873 (30.3%)	477 (0.4%)

注) 上表の「旅行支出」には、パッケージツアー参加費に含まれる宿泊料金や飲食費、交通費などが含まれる。

● 買い物ランキング ●

● 旅行情報源ランキング ●

◆購入した費目◆ (複数回答)				◆満足した購入商品◆ (単一回答)		
購入率 順位	費目	購入率 (%)	購入者単価 (円)	順位	商品小区分	回答率 (%)
1位	菓子類	88.1	16,624	1位	菓子類	30.8
2位	化粧品・医薬品・トイレットリー	42.3	15,921	2位	ファッション雑貨	13.2
3位	服(和服以外)・かばん・靴	38.8	26,118	3位	化粧品	11.8
4位	その他食料品・飲料・酒・たばこ	36.2	15,525	◆買物場所◆ (複数回答)		
5位	カメラ・ビデオカメラ・時計	13.7	31,423	順位	買物場所	回答率 (%)
6位	和服(着物)・民芸品	11.1	11,498	1位	空港の免税店	74.5
7位	電気製品(パソコン・音響機器など)	8.5	19,733	2位	スーパー・ショッピングセンター	71.2
8位	マンガ・DVD・アニメ関連商品	8.3	13,522	3位	百貨店・デパート	70.4

◆旅行出発前◆ (複数回答)			◆旅行出発後◆ (複数回答)		
順位	役に立った 旅行情報源	回答率 (%)	順位	役に立った 旅行情報源	回答率 (%)
1位	その他インターネット	40.5	1位	インターネット(パソコン)	43.3
2位	自国の親族・知人	28.2	2位	日本在住の親族・知人	24.4
3位	日本在住の親族・知人	22.3	3位	インターネット(スマートフォン)	16.8
4位	その他旅行ガイドブック	20.8	4位	宿泊施設	16.5
5位	日本政府観光局ホームページ	12.4	5位	空港の観光案内所	12.8
6位	旅行会社パンフレット	11.4	6位	観光案内所(空港除く)	12.8
7位	日本政府観光局の案内所	11.0	7位	フリーペーパー(無料)	10.0
8位	YouTube	9.9	8位	旅行ガイドブック(有料)	6.1

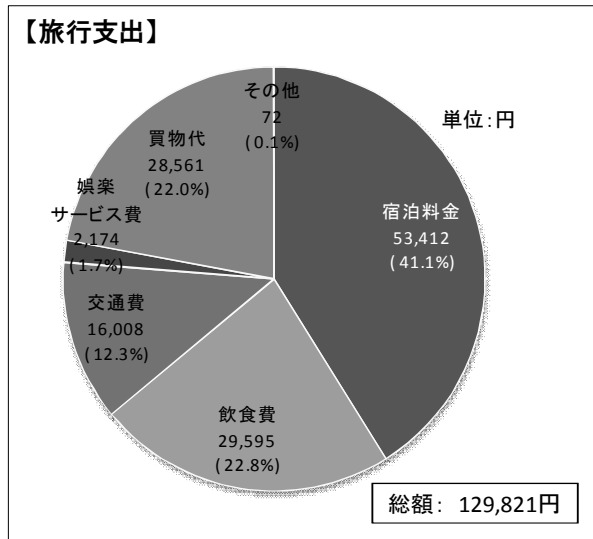
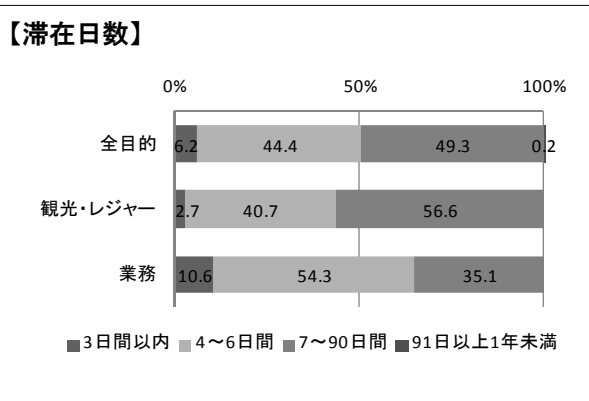
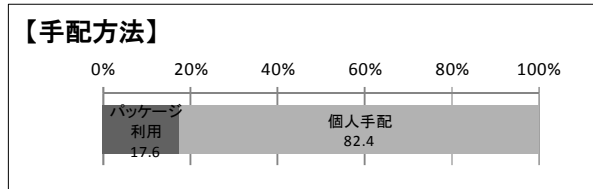
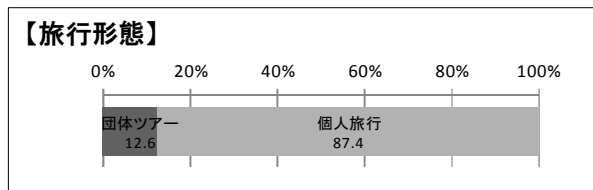
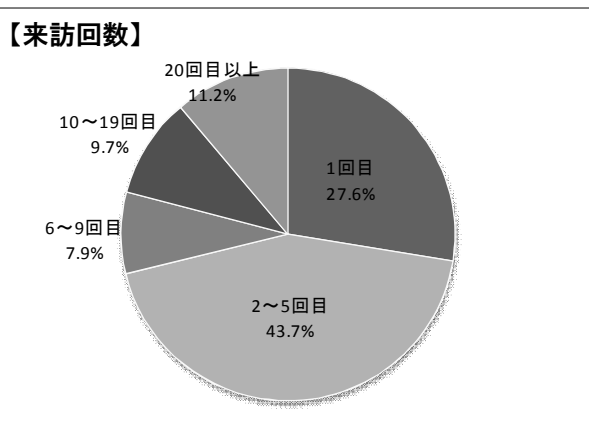
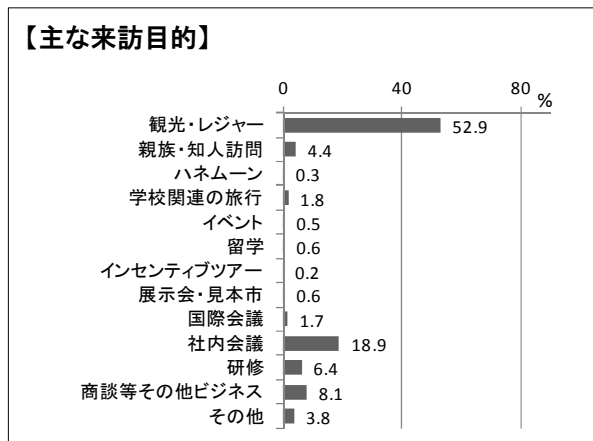
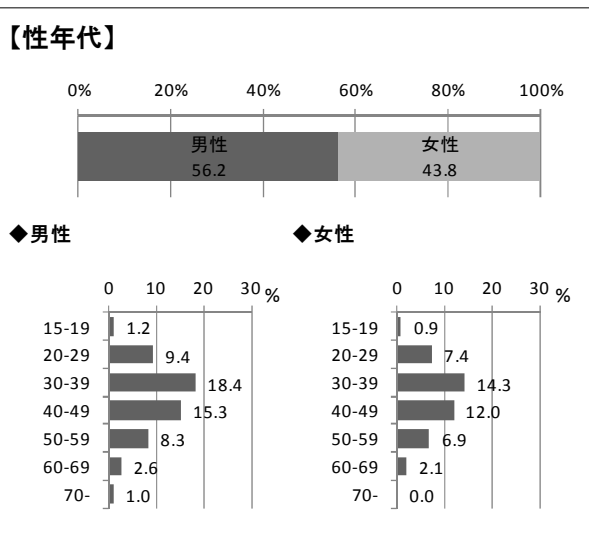
注) 旅行出発前に役に立った旅行情報源のうち、以下の項目が示す範囲は以下の通り。

- ・その他旅行ガイドブック：「ロンリープラネット」「ミシュラン」以外の旅行ガイドブック
- ・その他インターネット：「日本政府観光局」「旅行会社」「宿泊施設」のホームページ、「宿泊予約サイト」「個人のブログ」「YouTube」「Twitter」以外のインターネットサイト

⑥ シンガポール

◆訪日外客数 **142,253** 人 (前年比 27.7%増、シェア 1.7%)
 ◆1人当たり旅行支出 **129,821** 円/人 ◆平均泊数 **7.4** 泊
 ◆旅行消費額 **185** 億円 (シェア 1.7%、調査国籍中第 11 位)

● 客層と旅行内容 ●



【特徴】

- リピーター比率は7割強。観光客では7日間以上滞在が6割弱で、東アジアに比べ長い。
- 観光客の割合は5割強で、前々年水準(8割弱)に比べ依然低い。団体ツアー比率は1割強。
- 観光リピーターの旅行支出が高い。人気の土産は「菓子類」「ファッション雑貨」「衣類」。

● 客層別にみる旅行支出 ●

(円/人)

客層	費目 旅行 支出額 (総額)	費目別支出額 (カッコ内は構成比)					
		宿泊料金	飲食費	交通費	娯楽 サービス費	買物代	その他
シンガポール 全体	129,821 (100.0%)	53,412 (41.1%)	29,595 (22.8%)	16,008 (12.3%)	2,174 (1.7%)	28,561 (22.0%)	72 (0.1%)
[滞在日数]							
90日以内	128,579 (100.0%)	52,414 (40.8%)	29,059 (22.6%)	16,157 (12.6%)	2,189 (1.7%)	28,688 (22.3%)	73 (0.1%)
[来訪目的]							
観光・レジャー	138,087 (100.0%)	51,039 (37.0%)	32,477 (23.5%)	16,677 (12.1%)	3,234 (2.3%)	34,661 (25.1%)	0 (0.0%)
初めて	127,773 (100.0%)	47,523 (37.2%)	31,293 (24.5%)	16,314 (12.8%)	3,633 (2.8%)	29,010 (22.7%)	0 (0.0%)
2回目以上	144,106 (100.0%)	53,274 (37.0%)	33,382 (23.2%)	16,929 (11.7%)	3,024 (2.1%)	37,498 (26.0%)	0 (0.0%)
業務	112,648 (100.0%)	55,518 (49.3%)	24,179 (21.5%)	12,398 (11.0%)	409 (0.4%)	20,095 (17.8%)	50 (0.0%)

注) 上表の「旅行支出」には、パッケージツアー参加費に含まれる宿泊料金や飲食費、交通費などが含まれる。

● 買い物ランキング ●

● 旅行情報源ランキング ●

◆購入した費目◆ (複数回答)				◆満足した購入商品◆ (単一回答)		
購入率 順位	費目	購入率 (%)	購入者単価 (円)	順位	商品小区分	回答率 (%)
1位	菓子類	62.4	11,011	1位	菓子類	32.0
2位	その他食料品・飲料・酒・たばこ	48.9	8,460	2位	ファッション雑貨	17.0
3位	服(和服以外)・かばん・靴	38.1	26,691	3位	衣類	15.8
4位	化粧品・医薬品・トイレタリー	27.2	12,010	◆買物場所◆ (複数回答)		
5位	和服(着物)・民芸品	12.1	9,385	順位	買物場所	回答率 (%)
6位	マンガ・DVD・アニメ関連商品	8.3	13,750	1位	スーパー・ショッピングセンター	61.7
7位	電気製品(パソコン・音響機器など)	6.3	11,313	2位	百貨店・デパート	60.4
8位	カメラ・ビデオカメラ・時計	5.4	17,631	3位	空港の免税店	57.7

◆旅行出発前◆ (複数回答)			◆旅行出発後◆ (複数回答)		
順位	役に立った 旅行情報源	回答率 (%)	順位	役に立った 旅行情報源	回答率 (%)
1位	その他インターネット	31.1	1位	インターネット(パソコン)	51.5
2位	自国の親族・知人	25.1	2位	観光案内所(空港除く)	22.2
3位	宿泊施設ホームページ	20.4	3位	日本在住の親族・知人	20.9
4位	日本在住の親族・知人	19.7	4位	インターネット(スマートフォン)	19.2
5位	日本政府観光局ホームページ	19.4	5位	空港の観光案内所	18.5
6位	日本政府観光局の案内所	12.0	6位	宿泊施設	16.0
7位	個人のブログ	11.9	7位	旅行ガイドブック(有料)	10.2
8位	ロンリープラネット	11.9	8位	フリーペーパー(無料)	8.0

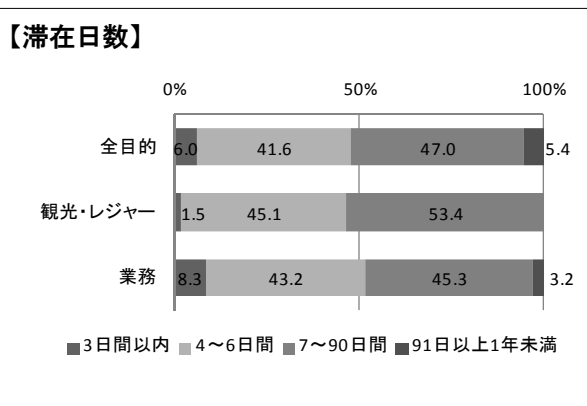
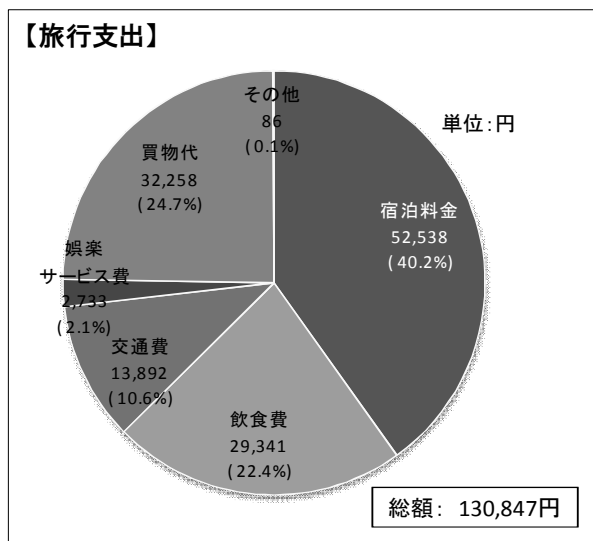
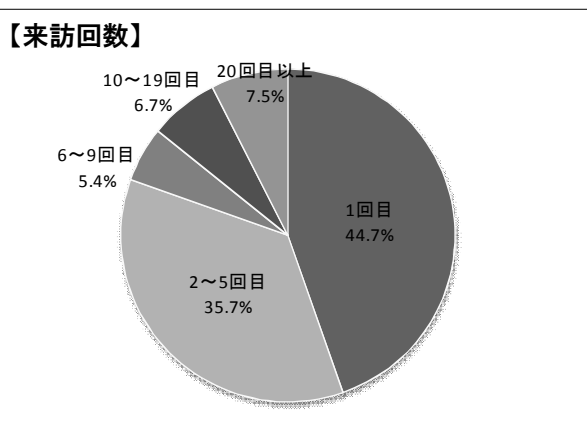
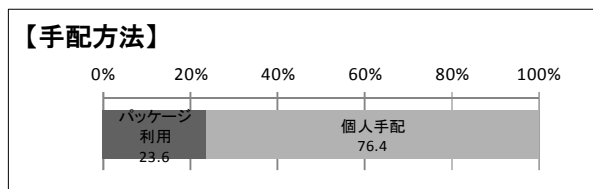
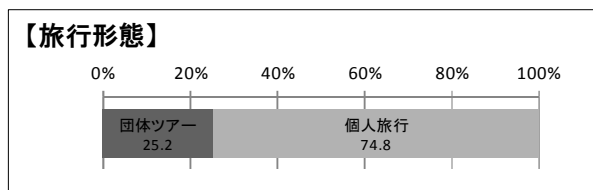
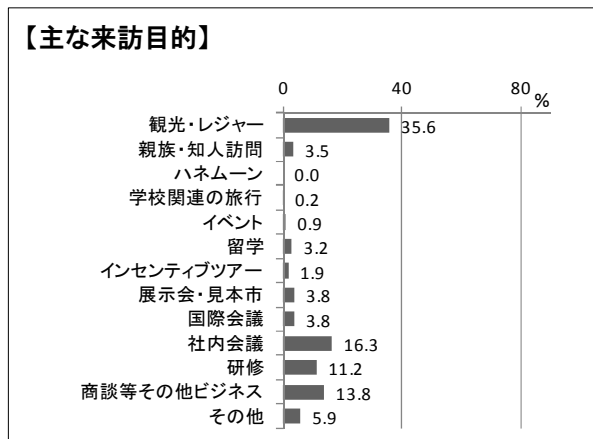
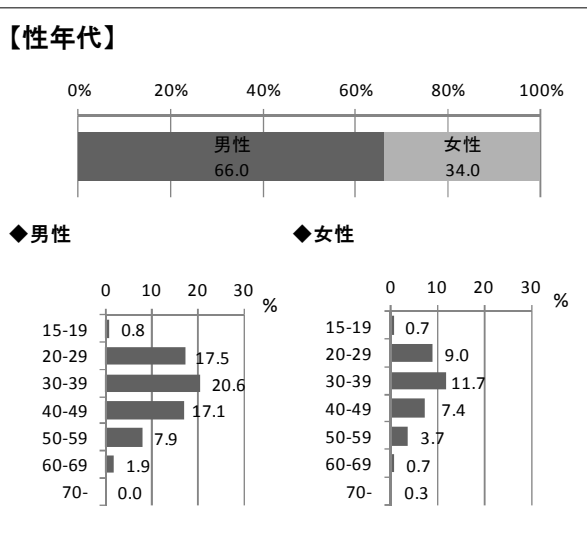
注) 旅行出発前に役に立った旅行情報源のうち、以下の項目が示す範囲は以下の通り。

- ・その他旅行ガイドブック：「ロンリープラネット」「ミシュラン」以外の旅行ガイドブック
- ・その他インターネット：「日本政府観光局」「旅行会社」「宿泊施設」のホームページ、「宿泊予約サイト」「個人のブログ」「YouTube」「Twitter」以外のインターネットサイト

⑦ マレーシア

◆訪日外客数 **130,288** 人 (前年比 59.8%増、シェア 1.6%)
 ◆1人当たり旅行支出 **130,847** 円/人 ◆平均泊数 **19.8** 泊
 ◆旅行消費額 **170** 億円 (シェア 1.6%、調査国籍中第 12 位)

● 客層と旅行内容 ●



【特徴】

- リピーター比率は6割弱。滞在日数は7日間以上が半数を占める。
- 観光客に比べビジネス客の割合が高い。団体ツアー比率は25%。
- 観光リピーターの旅行支出が高い。人気の土産は「菓子類」「ファッション雑貨」「衣類」。

● 客層別にみる旅行支出 ●

(円/人)

客層	費目 旅行 支出額 (総額)	費目別支出額 (カッコ内は構成比)					
		宿泊料金	飲食費	交通費	娯楽 サービス費	買物代	その他
マレーシア 全体	130,847 (100.0%)	52,538 (40.2%)	29,341 (22.4%)	13,892 (10.6%)	2,733 (2.1%)	32,258 (24.7%)	86 (0.1%)
[滞在日数]							
90日以内	121,403 (100.0%)	48,061 (39.6%)	27,518 (22.7%)	13,232 (10.9%)	2,606 (2.1%)	29,929 (24.7%)	57 (0.0%)
[来訪目的]							
観光・レジャー	129,306 (100.0%)	41,861 (32.4%)	33,409 (25.8%)	15,760 (12.2%)	4,615 (3.6%)	33,661 (26.0%)	0 (0.0%)
初めて	114,678 (100.0%)	36,402 (31.7%)	28,899 (25.2%)	14,753 (12.9%)	3,641 (3.2%)	30,983 (27.0%)	0 (0.0%)
2回目以上	154,804 (100.0%)	50,995 (32.9%)	42,608 (27.5%)	17,355 (11.2%)	6,468 (4.2%)	37,378 (24.1%)	0 (0.0%)
業務	121,076 (100.0%)	59,836 (49.4%)	24,253 (20.0%)	11,829 (9.8%)	933 (0.8%)	24,050 (19.9%)	176 (0.1%)

注) 上表の「旅行支出」には、パッケージツアー参加費に含まれる宿泊料金や飲食費、交通費などが含まれる。

● 買い物ランキング ●

◆購入した費目◆ (複数回答)				◆満足した購入商品◆ (単一回答)		
購入率 順位	費目	購入率 (%)	購入者単価 (円)	順位	商品小区分	回答率 (%)
1位	菓子類	50.5	9,979	1位	菓子類	18.0
2位	その他食料品・飲料・酒・たばこ	48.3	14,046	2位	ファッション雑貨	17.6
3位	服(和服以外)・かばん・靴	37.4	25,217	3位	衣類	12.7
4位	化粧品・医薬品・トイレットリー	17.1	15,449	◆買物場所◆ (複数回答)		
5位	和服(着物)・民芸品	14.2	16,901	順位	買物場所	回答率 (%)
6位	カメラ・ビデオカメラ・時計	12.0	26,038	1位	スーパー・ショッピングセンター	60.3
7位	電気製品(パソコン・音響機器など)	7.4	13,839	2位	コンビニエンスストア	54.0
8位	マンガ・DVD・アニメ関連商品	4.4	8,936	3位	空港の免税店	51.4

● 旅行情報源ランキング ●

◆旅行出発前◆ (複数回答)			◆旅行出発後◆ (複数回答)		
順位	役に立った 旅行情報源	回答率 (%)	順位	役に立った 旅行情報源	回答率 (%)
1位	その他インターネット	35.4	1位	インターネット(パソコン)	51.3
2位	日本在住の親族・知人	29.7	2位	日本在住の親族・知人	32.3
3位	自国の親族・知人	29.0	3位	観光案内所(空港除く)	28.0
4位	宿泊施設ホームページ	19.8	4位	インターネット(スマートフォン)	27.5
5位	旅行会社パンフレット	18.0	5位	空港の観光案内所	23.3
6位	日本政府観光局ホームページ	14.6	6位	宿泊施設	17.2
7位	旅行会社ホームページ	14.5	7位	旅行ガイドブック(有料)	14.0
8位	ロンリープラネット	10.3	8位	フリーペーパー(無料)	5.7

注) 旅行出発前に役に立った旅行情報源のうち、以下の項目が示す範囲は以下の通り。

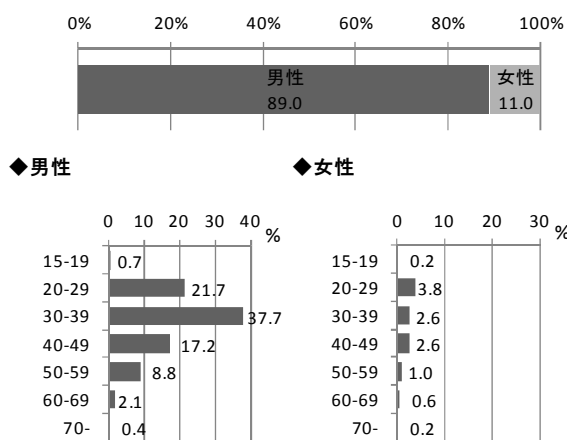
- ・その他旅行ガイドブック：「ロンリープラネット」「ミシュラン」以外の旅行ガイドブック
- ・その他インターネット：「日本政府観光局」「旅行会社」「宿泊施設」のホームページ、「宿泊予約サイト」「個人のブログ」「YouTube」「Twitter」以外のインターネットサイト

⑧ インド

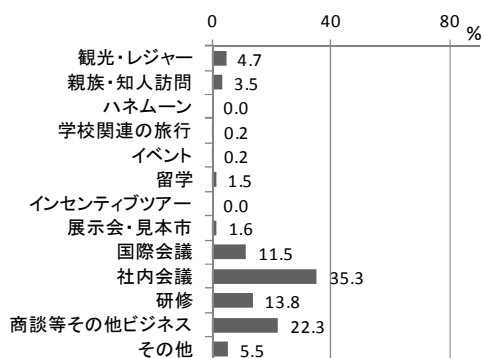
- ◆訪日外客数 **69,097** 人 (前年比 16.4%増、シェア 0.8%)
- ◆1人当たり旅行支出 **159,059** 円/人 ◆平均泊数 **23.7** 泊
- ◆旅行消費額 **110** 億円 (シェア 1.0%、調査国籍中第 14 位)

● 客層と旅行内容 ●

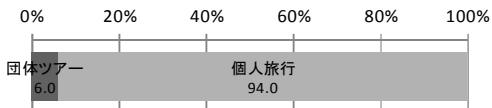
【性年代】



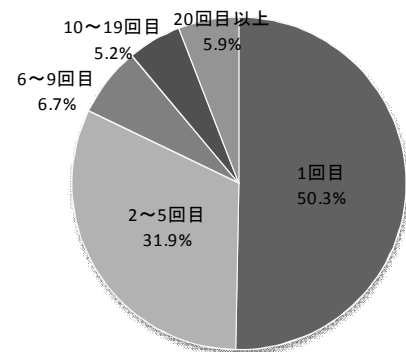
【主な来訪目的】



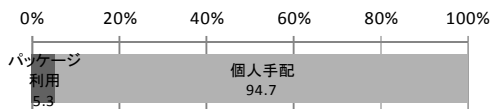
【旅行形態】



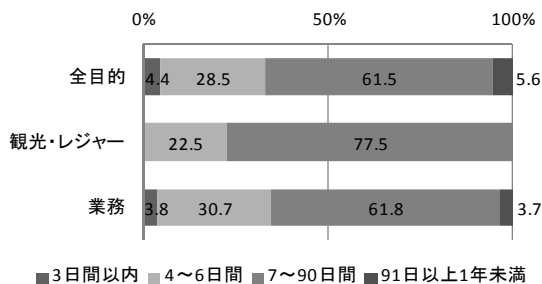
【来訪回数】



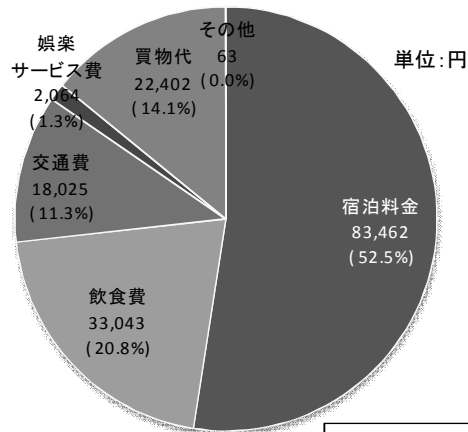
【手配方法】



【滞在日数】



【旅行支出】



総額: 159,059円

【特徴】

- 男性が9割と大半を占め、中でも30代が多い。滞在日数は7日間以上が7割弱。
- ビジネス客が8割強と多く、観光客は少ない。初来訪者が5割とアジアの中では比較的高い。
- ビジネス客の旅行支出が高い。人気の土産は「カメラ」「民芸品・工芸品」「生活雑貨」。

● 客層別にみる旅行支出 ●

(円/人)

客層	費目 旅行 支出額 (総額)	費目別支出額 (カッコ内は構成比)					
		宿泊料金	飲食費	交通費	娯楽 サービス費	買物代	その他
インド 全体	159,059 (100.0%)	83,468 (52.5%)	33,039 (20.8%)	18,023 (11.3%)	2,064 (1.3%)	22,402 (14.1%)	63 (0.0%)
[滞在日数]							
90日以内	134,059 (100.0%)	73,319 (54.7%)	25,796 (19.2%)	15,805 (11.8%)	1,360 (1.0%)	17,716 (13.2%)	64 (0.0%)
[来訪目的]							
観光・レジャー	133,460 (100.0%)	55,433 (41.5%)	26,237 (19.7%)	16,063 (12.0%)	5,952 (4.5%)	29,775 (22.3%)	0 (0.0%)
初めて	137,410 (100.0%)	54,135 (39.4%)	28,995 (21.1%)	17,040 (12.4%)	3,584 (2.6%)	33,654 (24.5%)	0 (0.0%)
2回目以上	128,448 (100.0%)	49,109 (38.2%)	26,187 (20.4%)	15,633 (12.2%)	14,720 (11.5%)	22,799 (17.7%)	0 (0.0%)
業務	161,689 (100.0%)	87,314 (54.0%)	33,472 (20.7%)	18,005 (11.1%)	1,751 (1.1%)	21,067 (13.0%)	80 (0.0%)

注) 上表の「旅行支出」には、パッケージツアー参加費に含まれる宿泊料金や飲食費、交通費などが含まれる。

● 買い物ランキング ●

● 旅行情報源ランキング ●

◆購入した費目◆ (複数回答)				◆満足した購入商品◆ (単一回答)		
購入率 順位	費目	購入率 (%)	購入者単価 (円)	順位	商品小区分	回答率 (%)
1位	菓子類	39.0	6,772	1位	カメラ	16.7
2位	その他食料品・飲料・酒・たばこ	37.7	13,605	2位	民芸品・工芸品	16.3
3位	服(和服以外)・かばん・靴	21.2	12,147	3位	生活雑貨	13.6
4位	和服(着物)・民芸品	17.3	7,972	◆買物場所◆ (複数回答)		
5位	カメラ・ビデオカメラ・時計	15.7	28,805	順位	買物場所	回答率 (%)
6位	電気製品(パソコン・音響機器など)	11.2	21,171	1位	スーパー・ショッピングセンター	55.0
7位	化粧品・医薬品・トイレットリー	9.9	10,715	2位	コンビニエンスストア	36.2
8位	マンガ・DVD・アニメ関連商品	3.3	6,818	3位	空港の免税店	32.2

◆旅行出発前◆ (複数回答)			◆旅行出発後◆ (複数回答)		
順位	役に立った 旅行情報源	回答率 (%)	順位	役に立った 旅行情報源	回答率 (%)
1位	その他インターネット	38.9	1位	インターネット(パソコン)	53.3
2位	日本在住の親族・知人	36.5	2位	日本在住の親族・知人	38.4
3位	自国の親族・知人	30.0	3位	空港の観光案内所	20.9
4位	YouTube	10.4	4位	観光案内所(空港除く)	13.1
5位	その他旅行ガイドブック	10.1	5位	インターネット(スマートフォン)	12.7
6位	ロンリープラネット	10.0	6位	宿泊施設	10.9
7位	日本政府観光局ホームページ	8.8	7位	旅行ガイドブック(有料)	6.4
8位	個人のブログ	6.0	8位	フリーペーパー(無料)	3.8

注) 旅行出発前に役に立った旅行情報源のうち、以下の項目が示す範囲は以下の通り。

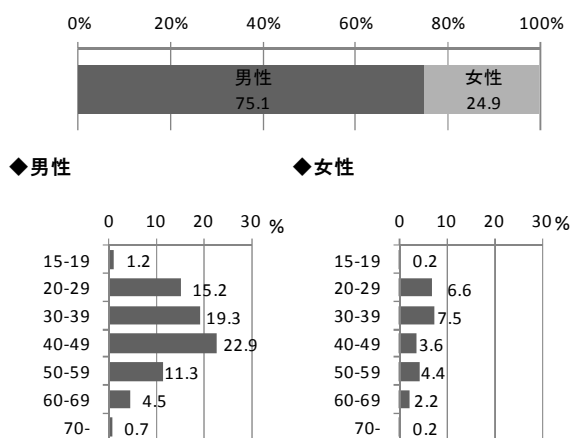
- ・その他旅行ガイドブック：「ロンリープラネット」「ミシュラン」以外の旅行ガイドブック
- ・その他インターネット：「日本政府観光局」「旅行会社」「宿泊施設」のホームページ、「宿泊予約サイト」「個人のブログ」「YouTube」「Twitter」以外のインターネットサイト

⑨ 英国

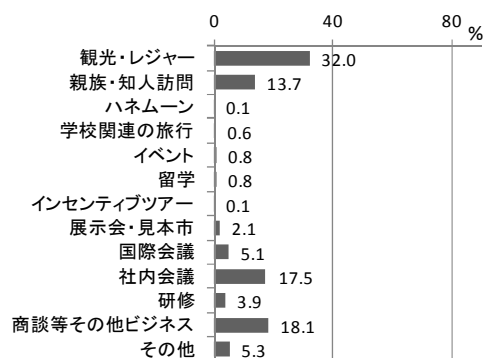
◆訪日外客数 **174,159** 人 (前年比 24.3%増、シェア 2.1%)
 ◆1人当たり旅行支出 **162,572** 円/人 ◆平均泊数 **13.6** 泊
 ◆旅行消費額 **283** 億円 (シェア 2.6%、調査国籍中第 8 位)

● 客層と旅行内容 ●

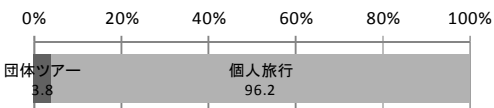
【性年代】



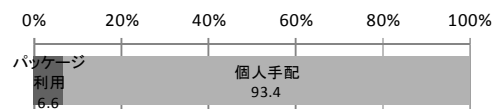
【主な来訪目的】



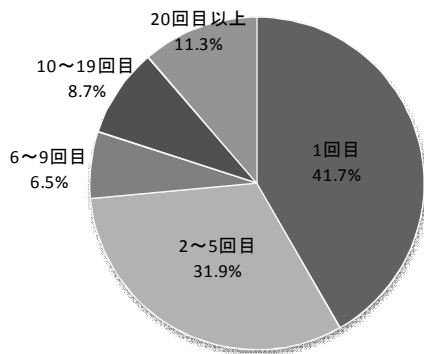
【旅行形態】



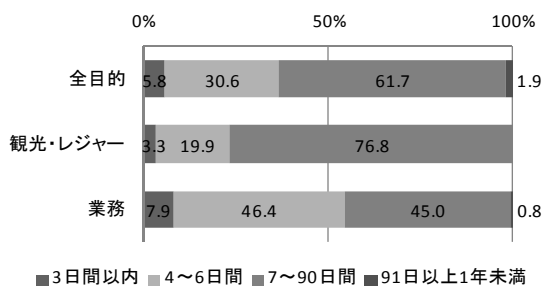
【手配方法】



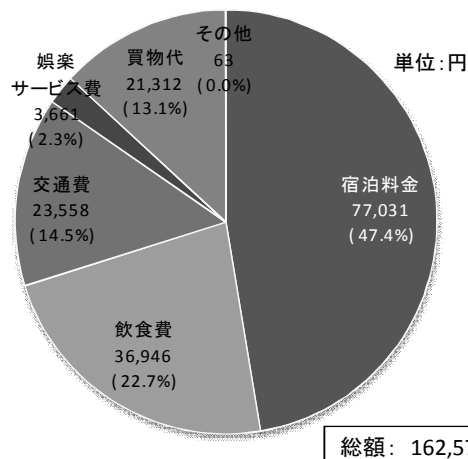
【来訪回数】



【滞在日数】



【旅行支出】



【特徴】

- 男性客が75%と多い。リピーター比率は6割弱。観光客の滞在日数は7日間以上が8割弱。
- 観光客3割強、ビジネス客5割弱。団体ツアー比率、パッケージ利用率とも1割未満と低い。
- 観光客の旅行支出がビジネス客に比べ高い。人気の商品は「民芸品・工芸品」「衣類」。

● 客層別にみる旅行支出 ●

(円/人)

客層	費目 旅行 支出額 (総額)	費目別支出額 (カッコ内は構成比)					
		宿泊料金	飲食費	交通費	娯楽 サービス費	買物代	その他
英国 全体	162,572 (100.0%)	77,031 (47.4%)	36,946 (22.7%)	23,558 (14.5%)	3,661 (2.3%)	21,312 (13.1%)	63 (0.0%)
[滞在日数]							
90日以内	153,702 (100.0%)	73,265 (47.7%)	35,040 (22.8%)	22,967 (14.9%)	3,346 (2.2%)	19,019 (12.4%)	64 (0.0%)
[来訪目的]							
観光・レジャー	174,340 (100.0%)	75,086 (43.1%)	39,942 (22.9%)	28,508 (16.4%)	7,542 (4.3%)	23,121 (13.3%)	142 (0.1%)
初めて	172,674 (100.0%)	77,082 (44.6%)	40,402 (23.4%)	29,071 (16.8%)	5,755 (3.3%)	20,322 (11.8%)	40 (0.0%)
2回目以上	177,213 (100.0%)	70,052 (39.5%)	39,139 (22.1%)	27,188 (15.3%)	11,536 (6.5%)	29,071 (16.4%)	227 (0.1%)
業務	156,814 (100.0%)	86,404 (55.1%)	34,428 (22.0%)	20,283 (12.9%)	954 (0.6%)	14,730 (9.4%)	14 (0.0%)

注) 上表の「旅行支出」には、パッケージツアー参加費に含まれる宿泊料金や飲食費、交通費などが含まれる。

● 買い物ランキング ●

● 旅行情報源ランキング ●

◆購入した費目◆ (複数回答)				◆満足した購入商品◆ (単一回答)		
購入率 順位	費目	購入率 (%)	購入者単価 (円)	順位	商品小区分	回答率 (%)
1位	その他食料品・飲料・酒・たばこ	53.5	12,931	1位	民芸品・工芸品	15.5
2位	菓子類	33.3	4,844	2位	衣類	14.3
3位	和服(着物)・民芸品	20.8	13,155	3位	電気製品	10.2
4位	服(和服以外)・かばん・靴	18.9	20,909	◆買物場所◆ (複数回答)		
5位	化粧品・医薬品・トイレットリー	10.6	6,746	順位	買物場所	回答率 (%)
6位	マンガ・DVD・アニメ関連商品	7.5	5,287	1位	スーパー・ショッピングセンター	47.8
7位	電気製品(パソコン・音響機器など)	6.3	22,573	2位	コンビニエンスストア	47.1
8位	カメラ・ビデオカメラ・時計	2.9	33,012	3位	百貨店・デパート	39.5

◆旅行出発前◆ (複数回答)			◆旅行出発後◆ (複数回答)		
順位	役に立った 旅行情報源	回答率 (%)	順位	役に立った 旅行情報源	回答率 (%)
1位	日本在住の親族・知人	38.8	1位	インターネット(パソコン)	53.2
2位	その他インターネット	34.7	2位	日本在住の親族・知人	43.6
3位	ロンリープラネット	33.6	3位	観光案内所(空港除く)	22.3
4位	自国の親族・知人	25.7	4位	インターネット(スマートフォン)	20.8
5位	宿泊施設ホームページ	21.0	5位	旅行ガイドブック(有料)	19.5
6位	その他旅行ガイドブック	17.6	6位	宿泊施設	18.8
7位	日本政府観光局ホームページ	11.8	7位	空港の観光案内所	18.6
8位	個人のブログ	10.9	8位	フリーペーパー(無料)	5.8

注) 旅行出発前に役に立った旅行情報源のうち、以下の項目が示す範囲は以下の通り。

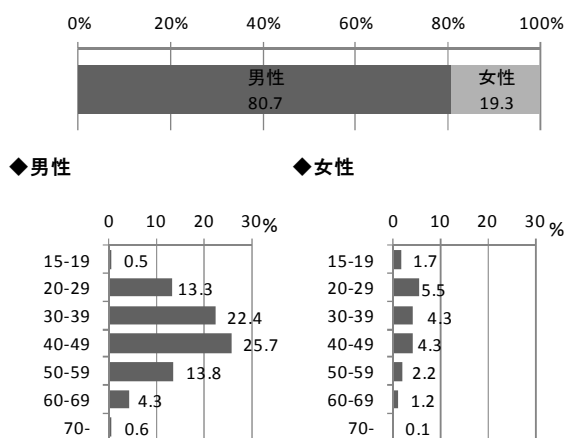
- ・その他旅行ガイドブック：「ロンリープラネット」「ミシュラン」以外の旅行ガイドブック
- ・その他インターネット：「日本政府観光局」「旅行会社」「宿泊施設」のホームページ、「宿泊予約サイト」「個人のブログ」「YouTube」「Twitter」以外のインターネットサイト

⑩ ドイツ

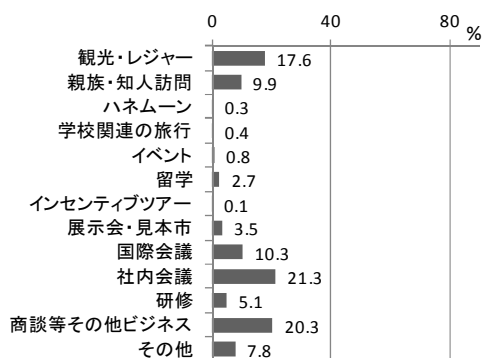
◆訪日外客数 **108,953** 人 (前年比 34.9%増、シェア 1.3%)
 ◆1人当たり旅行支出 **150,623** 円/人 ◆平均泊数 **13.6** 泊
 ◆旅行消費額 **164** 億円 (シェア 1.5%、調査国籍中第 13 位)

● 客層と旅行内容 ●

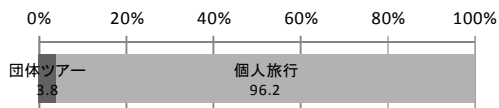
【性年代】



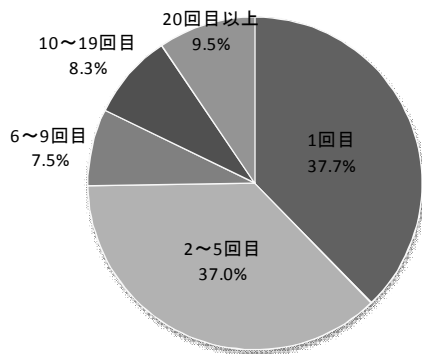
【主な来訪目的】



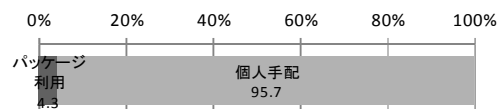
【旅行形態】



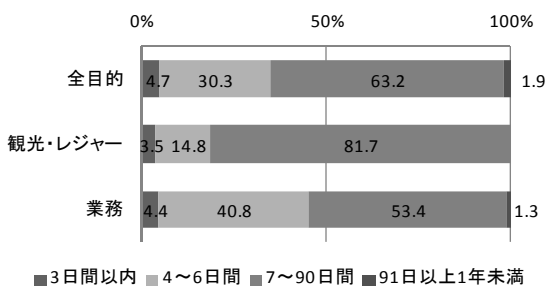
【来訪回数】



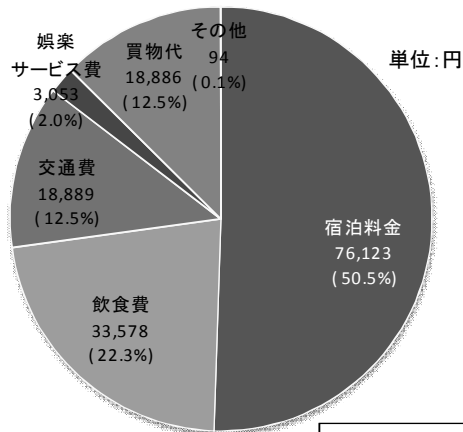
【手配方法】



【滞在日数】



【旅行支出】



総額: 150,623円

【特徴】

- 英国同様、男性客が8割と多い。リピーター比率6割強。観光客では7日間以上滞在が8割強。
- ビジネス客が6割と多い。団体ツアー比率、パッケージ利用率とも1割未満と低い。
- 観光客の旅行支出がビジネス客に比べ高い。人気の商品は「民芸品・工芸品」。

● 客層別にみる旅行支出 ●

(円/人)

客層	費目	旅行支出額 (総額)	費目別支出額 (カッコ内は構成比)					
			宿泊料金	飲食費	交通費	娯楽サービス費	買物代	その他
ドイツ 全体		150,623 (100.0%)	76,123 (50.5%)	33,578 (22.3%)	18,889 (12.5%)	3,053 (2.0%)	18,886 (12.5%)	94 (0.1%)
[滞在日数]								
90日以内		135,875 (100.0%)	68,497 (50.4%)	29,319 (21.6%)	17,929 (13.2%)	2,482 (1.8%)	17,552 (12.9%)	96 (0.1%)
[来訪目的]								
観光・レジャー		169,392 (100.0%)	68,685 (40.5%)	40,060 (23.6%)	27,678 (16.3%)	5,908 (3.5%)	26,768 (15.8%)	294 (0.2%)
	初めて	172,111 (100.0%)	76,977 (44.7%)	34,597 (20.1%)	32,033 (18.6%)	4,046 (2.4%)	24,458 (14.2%)	0 (0.0%)
	2回目以上	161,995 (100.0%)	55,043 (34.0%)	48,828 (30.1%)	19,118 (11.8%)	7,778 (4.8%)	30,819 (19.0%)	409 (0.3%)
業務		141,207 (100.0%)	80,911 (57.3%)	29,933 (21.2%)	16,146 (11.4%)	1,072 (0.8%)	13,086 (9.3%)	57 (0.0%)

注) 上表の「旅行支出」には、パッケージツアー参加費に含まれる宿泊料金や飲食費、交通費などが含まれる。

● 買い物ランキング ●

◆購入した費目◆ (複数回答)				◆満足した購入商品◆ (単一回答)		
購入率 順位	費目	購入率 (%)	購入者単価 (円)	順位	商品小区分	回答率 (%)
1位	その他食料品・飲料・酒・たばこ	43.3	12,133	1位	民芸品・工芸品	25.4
2位	菓子類	22.1	5,611	2位	その他食品	12.7
3位	和服(着物)・民芸品	16.8	17,465	3位	菓子類	12.7
4位	服(和服以外)・かばん・靴	16.1	24,989	◆買物場所◆ (複数回答)		
5位	マンガ・DVD・アニメ関連商品	9.1	7,720	順位	買物場所	回答率 (%)
6位	電気製品(パソコン・音響機器など)	7.4	16,168	1位	スーパー・ショッピングセンター	48.5
7位	化粧品・医薬品・トイレットリー	7.1	8,101	2位	百貨店・デパート	35.3
8位	カメラ・ビデオカメラ・時計	3.5	27,134	3位	コンビニエンスストア	34.2

● 旅行情報源ランキング ●

◆旅行出発前◆ (複数回答)			◆旅行出発後◆ (複数回答)		
順位	役に立った 旅行情報源	回答率 (%)	順位	役に立った 旅行情報源	回答率 (%)
1位	その他インターネット	42.4	1位	インターネット(パソコン)	54.0
2位	日本在住の親族・知人	33.0	2位	日本在住の親族・知人	34.9
3位	自国の親族・知人	23.7	3位	観光案内所(空港除く)	20.5
4位	その他旅行ガイドブック	18.8	4位	インターネット(スマートフォン)	19.6
5位	ロンリープラネット	15.5	5位	宿泊施設	17.1
6位	宿泊施設ホームページ	13.5	6位	旅行ガイドブック(有料)	13.9
7位	個人のブログ	9.3	7位	空港の観光案内所	12.0
8位	日本政府観光局ホームページ	7.6	8位	フリーペーパー(無料)	10.7

注) 旅行出発前に役に立った旅行情報源のうち、以下の項目が示す範囲は以下の通り。

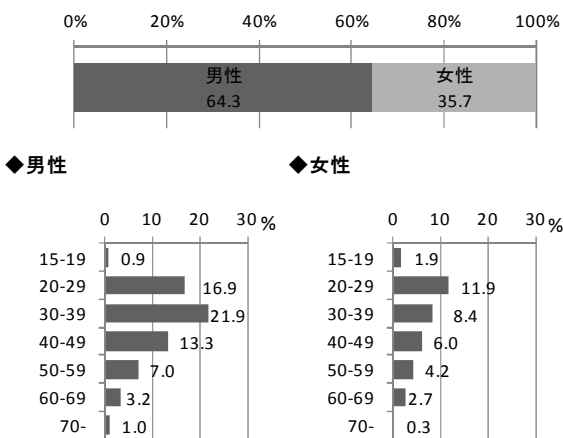
- ・その他旅行ガイドブック：「ロンリープラネット」「ミシュラン」以外の旅行ガイドブック
- ・その他インターネット：「日本政府観光局」「旅行会社」「宿泊施設」のホームページ、「宿泊予約サイト」「個人のブログ」「YouTube」「Twitter」以外のインターネットサイト

⑪ フランス

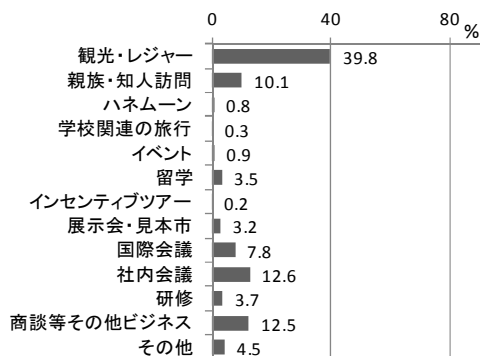
◆訪日外客数 **130,520** 人 (前年比 36.8%増、シェア 1.6%)
 ◆1人当たり旅行支出 **165,157** 円/人 ◆平均泊数 **15.9** 泊
 ◆旅行消費額 **216** 億円 (シェア 2.0%、調査国籍中第 10 位)

● 客層と旅行内容 ●

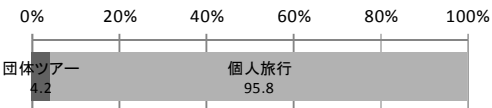
【性年代】



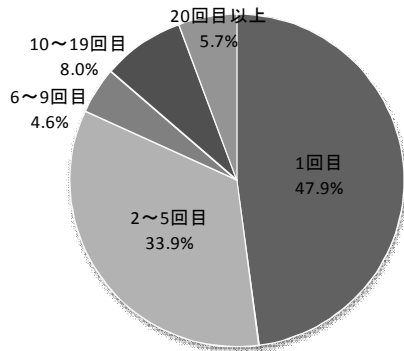
【主な来訪目的】



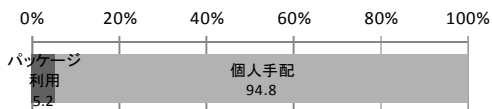
【旅行形態】



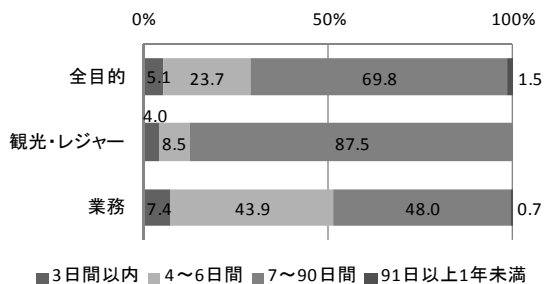
【来訪回数】



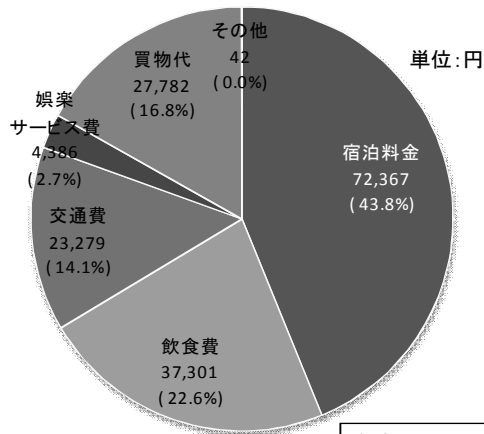
【手配方法】



【滞在日数】



【旅行支出】



総額: 165,157円

【特徴】

- 初来訪者が5割弱と、英国やドイツに比べて高い。観光客の滞在日数は7日間以上が主流。
- 観光客4割、ビジネス客4割。団体比率、パッケージツアー利用率とも1割未満と低い。
- 初来訪観光客の旅行支出高い。満足土産では「まんが・アニメ・キャラクター関連」が上位に。

● 客層別にみる旅行支出 ●

(円/人)

客層	費目 旅行 支出額 (総額)	費目別支出額 (カッコ内は構成比)					
		宿泊料金	飲食費	交通費	娯楽 サービス費	買物代	その他
フランス 全体	165,157 (100.0%)	72,367 (43.8%)	37,301 (22.6%)	23,279 (14.1%)	4,386 (2.7%)	27,782 (16.8%)	42 (0.0%)
[滞在日数]							
90日以内	156,466 (100.0%)	68,270 (43.6%)	35,036 (22.4%)	22,731 (14.5%)	4,216 (2.7%)	26,170 (16.7%)	42 (0.0%)
[来訪目的]							
観光・レジャー	173,908 (100.0%)	65,405 (37.6%)	40,066 (23.0%)	31,014 (17.8%)	7,728 (4.4%)	29,616 (17.0%)	79 (0.0%)
初めて	183,687 (100.0%)	68,915 (37.5%)	38,899 (21.2%)	34,453 (18.8%)	9,109 (5.0%)	32,211 (17.5%)	100 (0.1%)
2回目以上	157,748 (100.0%)	60,436 (38.3%)	41,508 (26.3%)	25,206 (16.0%)	5,258 (3.3%)	25,340 (16.1%)	0 (0.0%)
業務	149,562 (100.0%)	81,035 (54.2%)	29,334 (19.6%)	16,587 (11.1%)	820 (0.5%)	21,781 (14.6%)	5 (0.0%)

注) 上表の「旅行支出」には、パッケージツアー参加費に含まれる宿泊料金や飲食費、交通費などが含まれる。

● 買い物ランキング ●

● 旅行情報源ランキング ●

◆購入した費目◆ (複数回答)				◆満足した購入商品◆ (単一回答)		
購入率 順位	費目	購入率 (%)	購入者単価 (円)	順位	商品小区分	回答率 (%)
1位	その他食料品・飲料・酒・たばこ	51.5	12,946	1位	民芸品・工芸品	24.0
2位	和服(着物)・民芸品	35.3	15,522	2位	まんが・アニメ・キャラクター関連	10.8
3位	菓子類	33.6	5,990	3位	衣類	10.8
4位	服(和服以外)・かばん・靴	24.6	20,318	◆買物場所◆ (複数回答)		
5位	マンガ・DVD・アニメ関連商品	20.6	10,332	順位	買物場所	回答率 (%)
6位	化粧品・医薬品・トイレットリー	11.8	5,341	1位	スーパー・ショッピングセンター	51.7
7位	電気製品(パソコン・音響機器など)	8.8	27,545	2位	百貨店・デパート	46.9
8位	カメラ・ビデオカメラ・時計	4.6	18,644	3位	コンビニエンスストア	43.7

◆旅行出発前◆ (複数回答)			◆旅行出発後◆ (複数回答)		
順位	役に立った 旅行情報源	回答率 (%)	順位	役に立った 旅行情報源	回答率 (%)
1位	日本在住の親族・知人	36.4	1位	インターネット(パソコン)	62.7
2位	その他インターネット	31.1	2位	日本在住の親族・知人	43.2
3位	ロンリープラネット	30.4	3位	観光案内所(空港除く)	31.3
4位	自国の親族・知人	25.6	4位	フリーペーパー(無料)	22.4
5位	その他旅行ガイドブック	24.8	5位	インターネット(スマートフォン)	19.4
6位	個人のブログ	18.9	6位	宿泊施設	16.8
7位	日本政府観光局ホームページ	17.5	7位	旅行ガイドブック(有料)	15.8
8位	宿泊施設ホームページ	16.4	8位	空港の観光案内所	11.6

注) 旅行出発前に役に立った旅行情報源のうち、以下の項目が示す範囲は以下の通り。

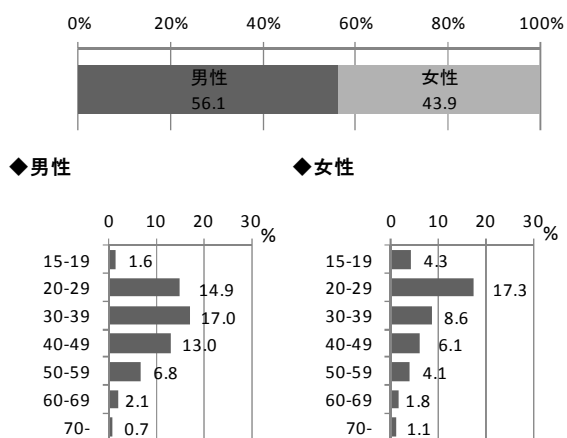
- ・その他旅行ガイドブック：「ロンリープラネット」「ミシュラン」以外の旅行ガイドブック
- ・その他インターネット：「日本政府観光局」「旅行会社」「宿泊施設」のホームページ、「宿泊予約サイト」「個人のブログ」「YouTube」「Twitter」以外のインターネットサイト

⑫ ロシア

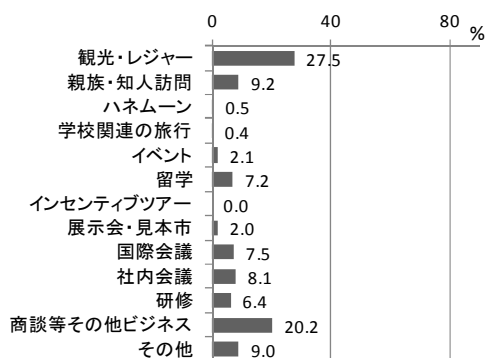
◆訪日外客数 **50,244** 人 (前年比 48.7%増、シェア 0.6%)
 ◆1人当たり旅行支出 **185,079** 円/人 ◆平均泊数 **22.1** 泊
 ◆旅行消費額 **93** 億円 (シェア 0.9%、調査国籍中第 15 位)

● 客層と旅行内容 ●

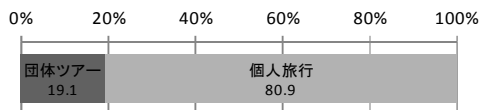
【性年代】



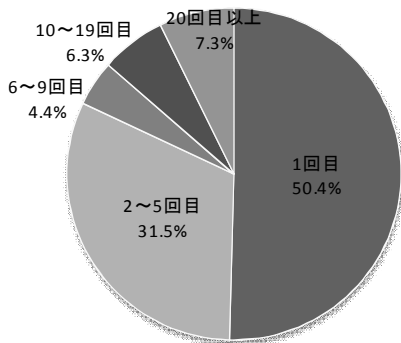
【主な来訪目的】



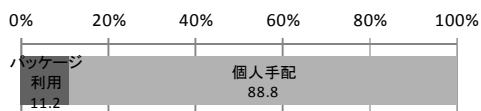
【旅行形態】



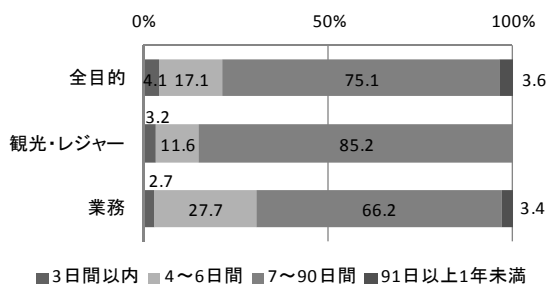
【来訪回数】



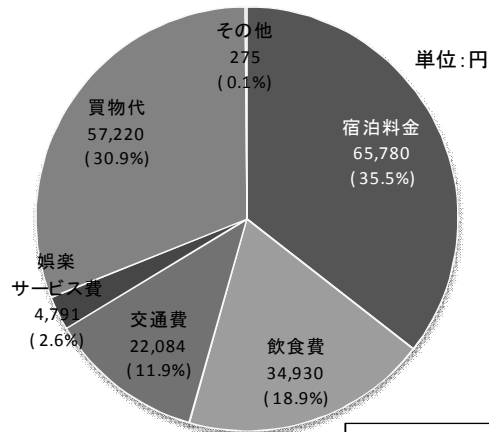
【手配方法】



【滞在日数】



【旅行支出】



【特徴】

- 男性客が6割弱、女性では20代が多い。初来訪者5割。滞在日数は7日間以上が主流。
- 観光客3割弱、ビジネス客4割強。団体ツアー比率は2割で、英・独・仏に比べ高い。
- 初来訪観光客の旅行支出が高い。人気の商品は「電気製品」「衣類」「カメラ」。

● 客層別にみる旅行支出 ●

(円/人)

客層	費目 旅行 支出額 (総額)	費目別支出額 (カッコ内は構成比)					
		宿泊料金	飲食費	交通費	娯楽 サービス費	買物代	その他
ロシア 全体	185,079 (100.0%)	65,780 (35.5%)	34,930 (18.9%)	22,084 (11.9%)	4,791 (2.6%)	57,220 (30.9%)	275 (0.1%)
[滞在日数]							
90日以内	175,150 (100.0%)	64,071 (36.6%)	31,345 (17.9%)	21,403 (12.2%)	4,821 (2.8%)	53,222 (30.4%)	288 (0.2%)
[来訪目的]							
観光・レジャー	191,786 (100.0%)	66,578 (34.7%)	38,679 (20.2%)	26,699 (13.9%)	8,349 (4.4%)	51,480 (26.8%)	0 (0.0%)
初めて	197,810 (100.0%)	69,331 (35.0%)	41,409 (20.9%)	27,071 (13.7%)	9,687 (4.9%)	50,312 (25.4%)	0 (0.0%)
2回目以上	179,871 (100.0%)	63,399 (35.2%)	33,191 (18.5%)	24,429 (13.6%)	5,098 (2.8%)	53,754 (29.9%)	0 (0.0%)
業務	185,623 (100.0%)	71,056 (38.3%)	37,669 (20.3%)	22,351 (12.0%)	2,502 (1.3%)	51,436 (27.7%)	609 (0.3%)

注) 上表の「旅行支出」には、パッケージツアー参加費に含まれる宿泊料金や飲食費、交通費などが含まれる。

● 買い物ランキング ●

● 旅行情報源ランキング ●

◆購入した費目◆ (複数回答)				◆満足した購入商品◆ (単一回答)		
購入率 順位	費目	購入率 (%)	購入者単価 (円)	順位	商品小区分	回答率 (%)
1位	その他食料品・飲料・酒・たばこ	58.1	21,983	1位	電気製品	12.8
2位	菓子類	52.6	8,318	2位	衣類	11.4
3位	服(和服以外)・かばん・靴	33.1	37,638	3位	カメラ	11.0
4位	化粧品・医薬品・トイレタリー	31.9	16,604	◆買物場所◆ (複数回答)		
5位	和服(着物)・民芸品	22.9	15,603	順位	買物場所	回答率 (%)
6位	電気製品(パソコン・音響機器など)	16.0	25,964	1位	スーパー・ショッピングセンター	68.8
7位	カメラ・ビデオカメラ・時計	15.4	38,943	2位	空港の免税店	55.2
8位	マンガ・DVD・アニメ関連商品	7.7	13,340	3位	コンビニエンスストア	48.0

◆旅行出発前◆ (複数回答)			◆旅行出発後◆ (複数回答)		
順位	役に立った 旅行情報源	回答率 (%)	順位	役に立った 旅行情報源	回答率 (%)
1位	その他インターネット	42.9	1位	インターネット(パソコン)	60.2
2位	自国の親族・知人	31.0	2位	日本在住の親族・知人	32.2
3位	日本在住の親族・知人	29.2	3位	宿泊施設	13.9
4位	その他旅行ガイドブック	14.6	4位	旅行ガイドブック(有料)	13.0
5位	個人のブログ	14.5	5位	観光案内所(空港除く)	11.3
6位	旅行会社ホームページ	11.1	6位	インターネット(スマートフォン)	11.3
7位	YouTube	10.5	7位	フリーペーパー(無料)	9.3
8位	宿泊予約サイト	8.7	8位	空港の観光案内所	5.3

注) 旅行出発前に役に立った旅行情報源のうち、以下の項目が示す範囲は以下の通り。

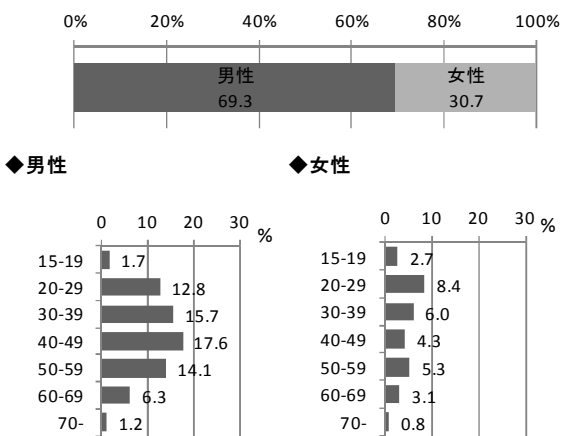
- ・その他旅行ガイドブック：「ロンリープラネット」「ミシュラン」以外の旅行ガイドブック
- ・その他インターネット：「日本政府観光局」「旅行会社」「宿泊施設」のホームページ、「宿泊予約サイト」「個人のブログ」「YouTube」「Twitter」以外のインターネットサイト

⑬ 米国

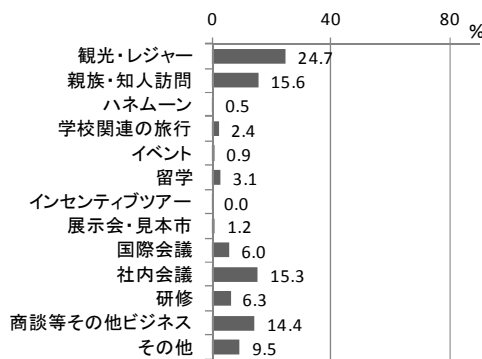
◆訪日外客数 **717,372** 人 (前年比 26.8%増、シェア 8.6%)
 ◆1人当たり旅行支出 **136,470** 円/人 ◆平均泊数 **14.3** 泊
 ◆旅行消費額 **979** 億円 (シェア 9.0%、調査国籍中第 4 位)

● 客層と旅行内容 ●

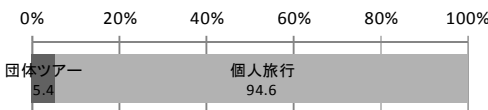
【性年代】



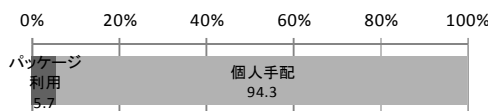
【主な来訪目的】



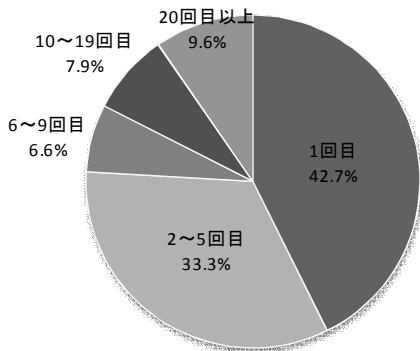
【旅行形態】



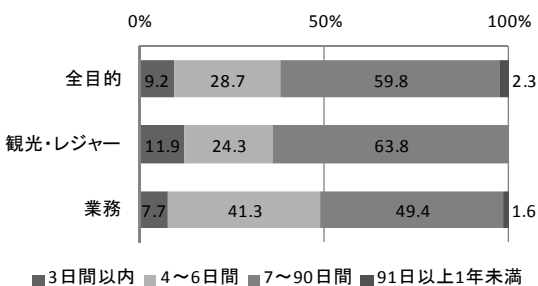
【手配方法】



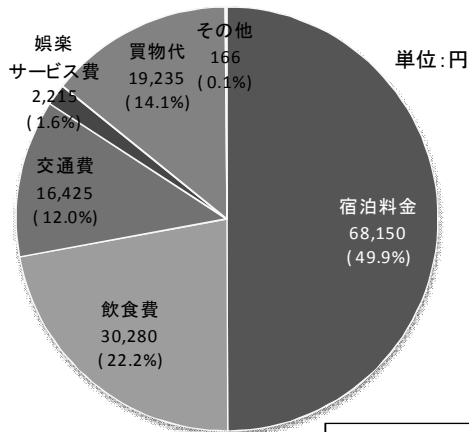
【来訪回数】



【滞在日数】



【旅行支出】



総額: 136,470円

【特徴】

- 男性客が7割と多い。リピーター比率6割弱。7日間以上滞在が主流だが、3日間以内も1割。
- 観光客25%、ビジネス客4割強。団体ツアー比率、パッケージ利用率とも1割未満と低い。
- ビジネス客の旅行支出が高い。土産では「民芸品・工芸品」が人気。

● 客層別にみる旅行支出 ●

(円/人)

客層	費目	旅行支出額 (総額)	費目別支出額 (カッコ内は構成比)					
			宿泊料金	飲食費	交通費	娯楽サービス費	買物代	その他
米国 全体		136,470 (100.0%)	68,150 (49.9%)	30,280 (22.2%)	16,425 (12.0%)	2,215 (1.6%)	19,235 (14.1%)	166 (0.1%)
[滞在日数]								
90日以内		127,620 (100.0%)	63,830 (50.0%)	28,116 (22.0%)	16,086 (12.6%)	2,003 (1.6%)	17,443 (13.7%)	143 (0.1%)
[来訪目的]								
観光・レジャー		130,375 (100.0%)	54,609 (41.9%)	29,066 (22.3%)	19,247 (14.8%)	3,712 (2.8%)	23,579 (18.1%)	163 (0.1%)
	初めて	132,374 (100.0%)	52,396 (39.6%)	28,809 (21.8%)	21,157 (16.0%)	4,238 (3.2%)	25,658 (19.4%)	118 (0.1%)
	2回目以上	127,349 (100.0%)	57,612 (45.2%)	29,442 (23.1%)	16,637 (13.1%)	2,910 (2.3%)	20,254 (15.9%)	494 (0.4%)
業務		151,903 (100.0%)	88,973 (58.6%)	32,027 (21.1%)	14,967 (9.9%)	925 (0.6%)	14,845 (9.8%)	167 (0.1%)

注) 上表の「旅行支出」には、パッケージツアー参加費に含まれる宿泊料金や飲食費、交通費などが含まれる。

● 買い物ランキング ●

◆購入した費目◆ (複数回答)				◆満足した購入商品◆ (単一回答)		
購入率 順位	費目	購入率 (%)	購入者単価 (円)	順位	商品小区分	回答率 (%)
1位	その他食料品・飲料・酒・たばこ	48.9	11,801	1位	民芸品・工芸品	26.0
2位	菓子類	30.7	5,595	2位	生活雑貨	9.7
3位	和服(着物)・民芸品	26.9	11,010	3位	菓子類	9.2
4位	服(和服以外)・かばん・靴	17.2	16,709	◆買物場所◆ (複数回答)		
5位	化粧品・医薬品・トイレットリー	10.4	5,936	順位	買物場所	回答率 (%)
6位	マンガ・DVD・アニメ関連商品	7.5	7,661	1位	コンビニエンスストア	44.6
7位	電気製品(パソコン・音響機器など)	4.6	17,514	2位	スーパー・ショッピングセンター	43.5
8位	カメラ・ビデオカメラ・時計	3.0	15,304	3位	百貨店・デパート	35.3

● 旅行情報源ランキング ●

◆旅行出発前◆ (複数回答)			◆旅行出発後◆ (複数回答)		
順位	役に立った 旅行情報源	回答率 (%)	順位	役に立った 旅行情報源	回答率 (%)
1位	日本在住の親族・知人	43.2	1位	インターネット(パソコン)	55.1
2位	その他インターネット	36.0	2位	日本在住の親族・知人	47.7
3位	自国の親族・知人	29.6	3位	インターネット(スマートフォン)	26.8
4位	宿泊施設ホームページ	19.9	4位	観光案内所(空港除く)	19.8
5位	ロンリープラネット	18.5	5位	宿泊施設	19.2
6位	その他旅行ガイドブック	13.1	6位	空港の観光案内所	16.0
7位	個人のブログ	11.9	7位	旅行ガイドブック(有料)	14.7
8位	YouTube	9.9	8位	フリーペーパー(無料)	7.0

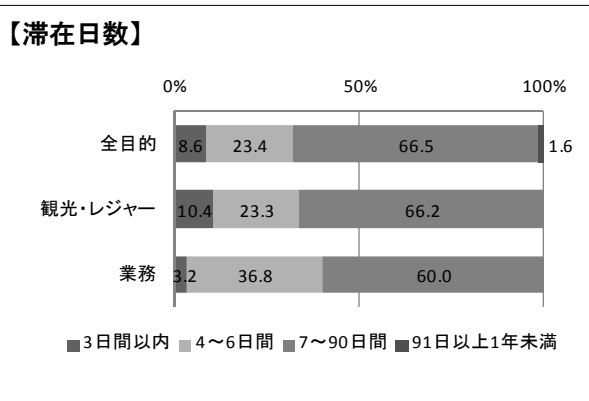
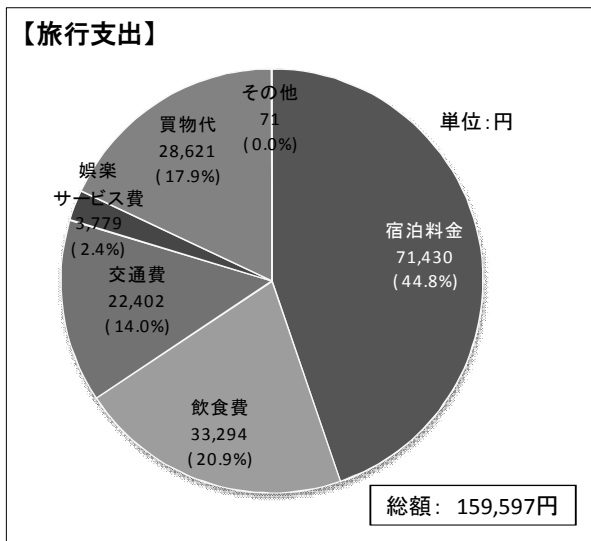
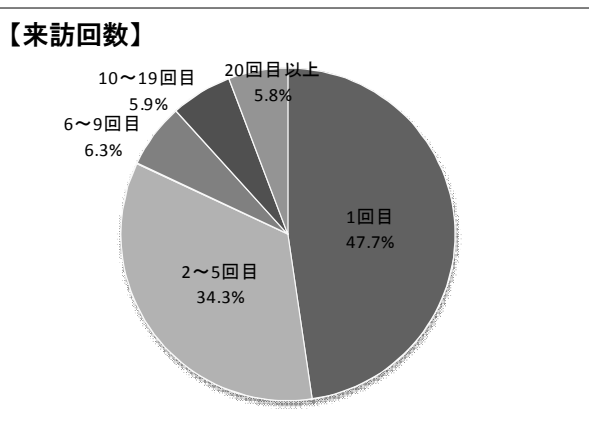
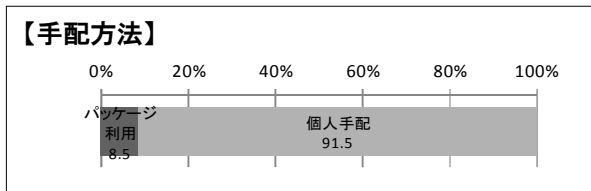
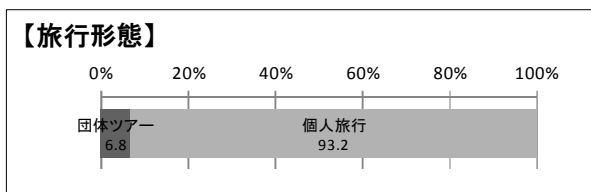
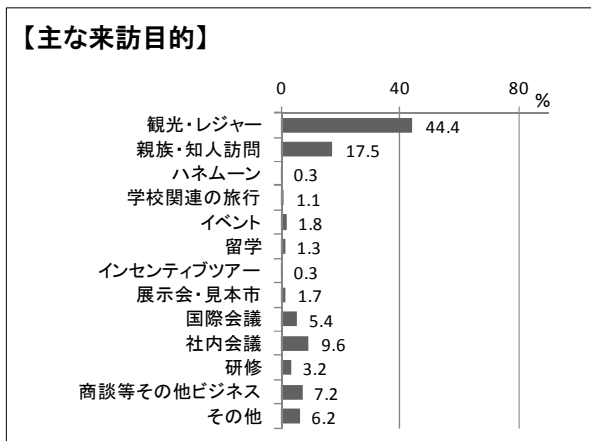
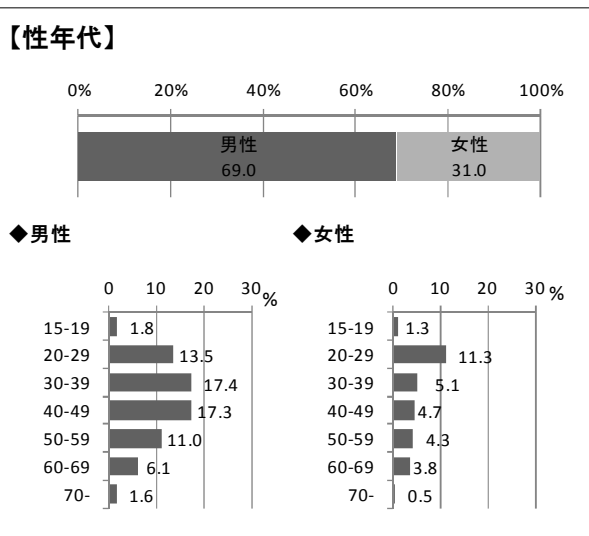
注) 旅行出発前に役に立った旅行情報源のうち、以下の項目が示す範囲は以下の通り。

- ・その他旅行ガイドブック：「ロンリープラネット」「ミシュラン」以外の旅行ガイドブック
- ・その他インターネット：「日本政府観光局」「旅行会社」「宿泊施設」のホームページ、「宿泊予約サイト」「個人のブログ」「YouTube」「Twitter」以外のインターネットサイト

⑭ カナダ

◆訪日外客数 **135,481** 人 (前年比 33.7%増、シェア 1.6%)
 ◆1人当たり旅行支出 **159,597** 円/人 ◆平均泊数 **13.6** 泊
 ◆旅行消費額 **216** 億円 (シェア 2.0%、調査国籍中第 9 位)

● 客層と旅行内容 ●



【特徴】

- 男性客が7割と多い。リピーター比率5割強。滞在日数は7日間以上が主流。
- 観光客が4割強、ビジネス客3割弱。団体ツアー比率、パッケージ利用率とも1割未満。
- ビジネス客の旅行支出が高い。土産では「民芸品・工芸品」が人気。

● 客層別にみる旅行支出 ●

(円/人)

客層	費目	旅行支出額 (総額)	費目別支出額 (カッコ内は構成比)					
			宿泊料金	飲食費	交通費	娯楽サービス費	買物代	その他
カナダ 全体		159,597 (100.0%)	71,430 (44.8%)	33,294 (20.9%)	22,402 (14.0%)	3,779 (2.4%)	28,621 (17.9%)	71 (0.0%)
[滞在日数]								
90日以内		140,797 (100.0%)	58,999 (41.9%)	31,350 (22.3%)	20,471 (14.5%)	3,405 (2.4%)	26,503 (18.8%)	69 (0.0%)
[来訪目的]								
観光・レジャー		152,673 (100.0%)	59,031 (38.7%)	35,603 (23.3%)	25,207 (16.5%)	3,871 (2.5%)	28,911 (18.9%)	49 (0.0%)
	初めて	148,999 (100.0%)	60,266 (40.4%)	36,909 (24.8%)	23,104 (15.5%)	3,732 (2.5%)	24,951 (16.7%)	35 (0.0%)
	2回目以上	158,322 (100.0%)	55,388 (35.0%)	32,266 (20.4%)	29,159 (18.4%)	4,002 (2.5%)	37,464 (23.7%)	42 (0.0%)
業務		160,089 (100.0%)	89,689 (56.0%)	30,118 (18.8%)	16,412 (10.3%)	2,519 (1.6%)	21,286 (13.3%)	65 (0.0%)

注) 上表の「旅行支出」には、パッケージツアー参加費に含まれる宿泊料金や飲食費、交通費などが含まれる。

● 買い物ランキング ●

● 旅行情報源ランキング ●

◆購入した費目◆ (複数回答)				◆満足した購入商品◆ (単一回答)		
購入率 順位	費目	購入率 (%)	購入者単価 (円)	順位	商品小区分	回答率 (%)
1位	その他食料品・飲料・酒・たばこ	49.8	13,372	1位	民芸品・工芸品	23.3
2位	菓子類	33.5	6,028	2位	衣類	12.6
3位	和服(着物)・民芸品	28.7	16,238	3位	生活雑貨	10.3
4位	服(和服以外)・かばん・靴	27.4	17,846	◆買物場所◆ (複数回答)		
5位	化粧品・医薬品・トイレットリー	12.5	7,597	順位	買物場所	回答率 (%)
6位	マンガ・DVD・アニメ関連商品	7.2	9,606	1位	百貨店・デパート	50.0
7位	電気製品(パソコン・音響機器など)	6.8	25,941	2位	スーパー・ショッピングセンター	48.9
8位	カメラ・ビデオカメラ・時計	5.5	50,181	3位	コンビニエンスストア	48.1

◆旅行出発前◆ (複数回答)			◆旅行出発後◆ (複数回答)		
順位	役に立った 旅行情報源	回答率 (%)	順位	役に立った 旅行情報源	回答率 (%)
1位	日本在住の親族・知人	40.3	1位	インターネット(パソコン)	51.9
2位	その他インターネット	37.6	2位	日本在住の親族・知人	43.5
3位	自国の親族・知人	27.4	3位	インターネット(スマートフォン)	25.3
4位	ロンリープラネット	21.9	4位	宿泊施設	24.6
5位	宿泊施設ホームページ	21.7	5位	観光案内所(空港除く)	24.5
6位	その他旅行ガイドブック	14.0	6位	旅行ガイドブック(有料)	17.8
7位	個人のブログ	13.6	7位	空港の観光案内所	17.8
8位	日本政府観光局ホームページ	11.2	8位	フリーペーパー(無料)	9.9

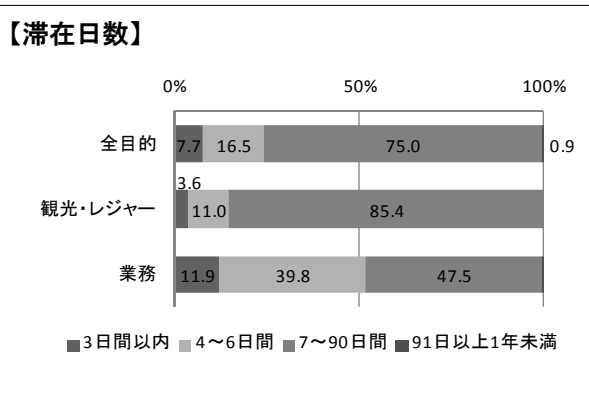
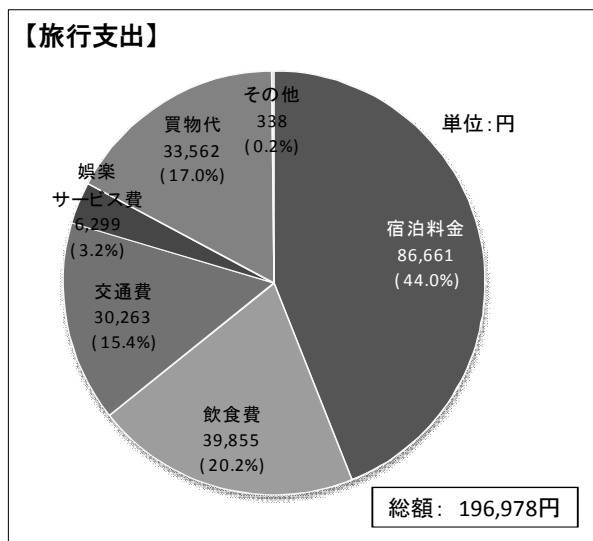
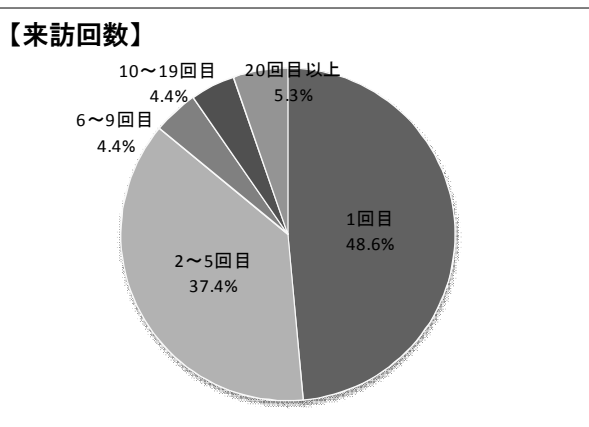
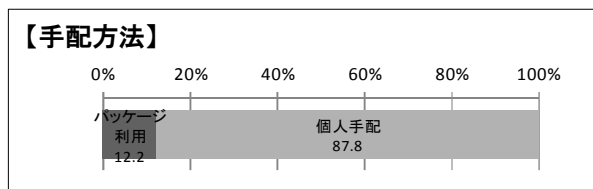
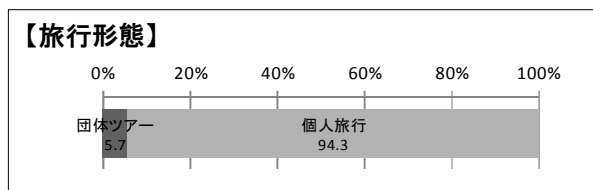
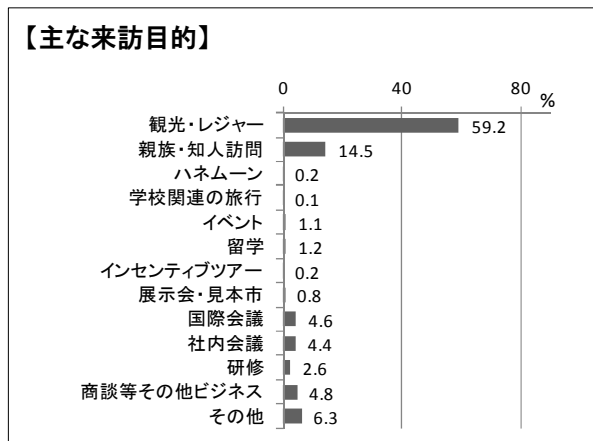
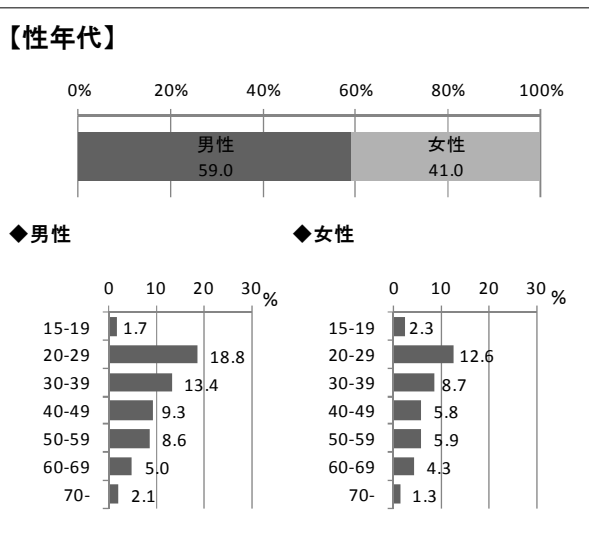
注) 旅行出発前に役に立った旅行情報源のうち、以下の項目が示す範囲は以下の通り。

- ・その他旅行ガイドブック：「ロンリープラネット」「ミシュラン」以外の旅行ガイドブック
- ・その他インターネット：「日本政府観光局」「旅行会社」「宿泊施設」のホームページ、「宿泊予約サイト」「個人のブログ」「YouTube」「Twitter」以外のインターネットサイト

⑮ オーストラリア

◆訪日外客数 **206,537** 人 (前年比 27.0%増、シェア 2.5%)
 ◆1人当たり旅行支出 **196,978** 円/人 ◆平均泊数 **13.0** 泊
 ◆旅行消費額 **407** 億円 (シェア 3.7%、調査国籍中第 6 位)

● 客層と旅行内容 ●



【特徴】

- 初来訪者の割合が5割弱。滞在日数は7日間以上が主流。
- 観光客が6割と多い。団体ツアー比率は1割未満だがパッケージ利用率は1割強。
- 初来訪観光客の旅行支出が高い。人気の土産は「衣類」「ファッション雑貨」「生活雑貨」。

● 客層別にみる旅行支出 ●

(円/人)

客層	費目 旅行 支出額 (総額)	費目別支出額 (カッコ内は構成比)					
		宿泊料金	飲食費	交通費	娯楽 サービス費	買物代	その他
オーストラリア 全体	196,978 (100.0%)	86,661 (44.0%)	39,855 (20.2%)	30,263 (15.4%)	6,299 (3.2%)	33,562 (17.0%)	338 (0.2%)
[滞在日数]							
90日以内	183,056 (100.0%)	76,248 (41.7%)	37,052 (20.2%)	29,123 (15.9%)	6,363 (3.5%)	33,920 (18.5%)	350 (0.2%)
[来訪目的]							
観光・レジャー	212,074 (100.0%)	84,954 (40.1%)	44,937 (21.2%)	36,216 (17.1%)	9,039 (4.3%)	36,312 (17.1%)	614 (0.3%)
初めて	221,454 (100.0%)	90,283 (40.8%)	44,912 (20.3%)	38,303 (17.3%)	9,424 (4.3%)	38,234 (17.3%)	297 (0.1%)
2回目以上	199,658 (100.0%)	78,034 (39.1%)	44,960 (22.5%)	33,355 (16.7%)	8,634 (4.3%)	33,550 (16.8%)	1,126 (0.6%)
業務	189,402 (100.0%)	106,433 (56.2%)	35,981 (19.0%)	20,942 (11.1%)	1,507 (0.8%)	24,530 (13.0%)	9 (0.0%)

注) 上表の「旅行支出」には、パッケージツアー参加費に含まれる宿泊料金や飲食費、交通費などが含まれる。

● 買い物ランキング ●

● 旅行情報源ランキング ●

◆購入した費目◆ (複数回答)				◆満足した購入商品◆ (単一回答)		
購入率 順位	費目	購入率 (%)	購入者単価 (円)	順位	商品小区分	回答率 (%)
1位	その他食料品・飲料・酒・たばこ	54.4	16,262	1位	衣類	17.3
2位	菓子類	40.7	7,449	2位	ファッション雑貨	12.8
3位	服(和服以外)・かばん・靴	34.9	23,565	3位	生活雑貨	11.0
4位	和服(着物)・民芸品	25.9	15,960	◆買物場所◆ (複数回答)		
5位	化粧品・医薬品・トイレットリー	17.8	10,214	順位	買物場所	回答率 (%)
6位	マンガ・DVD・アニメ関連商品	10.7	7,799	1位	コンビニエンスストア	60.4
7位	電気製品(パソコン・音響機器など)	7.7	17,086	2位	スーパー・ショッピングセンター	55.7
8位	カメラ・ビデオカメラ・時計	7.6	21,041	3位	百貨店・デパート	52.6

◆旅行出発前◆ (複数回答)			◆旅行出発後◆ (複数回答)		
順位	役に立った 旅行情報源	回答率 (%)	順位	役に立った 旅行情報源	回答率 (%)
1位	自国の親族・知人	42.2	1位	インターネット(パソコン)	58.1
2位	その他インターネット	38.8	2位	観光案内所(空港除く)	35.1
3位	ロンリープラネット	37.7	3位	宿泊施設	33.9
4位	日本在住の親族・知人	36.6	4位	日本在住の親族・知人	33.9
5位	宿泊施設ホームページ	31.1	5位	インターネット(スマートフォン)	31.6
6位	その他旅行ガイドブック	19.0	6位	空港の観光案内所	26.8
7位	個人のブログ	17.4	7位	旅行ガイドブック(有料)	17.3
8位	旅行会社パンフレット	14.0	8位	フリーペーパー(無料)	9.4

注) 旅行出発前に役に立った旅行情報源のうち、以下の項目が示す範囲は以下の通り。

- ・その他旅行ガイドブック：「ロンリープラネット」「ミシュラン」以外の旅行ガイドブック
- ・その他インターネット：「日本政府観光局」「旅行会社」「宿泊施設」のホームページ、「宿泊予約サイト」「個人のブログ」「YouTube」「Twitter」以外のインターネットサイト

Ⅲ 訪日外国人消費動向調査結果 (平成 24 年)

集計表の利用上の注意

< 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 >

付表 1	国籍別 都道府県別訪問率【全目的】	表 -74
付表 2	国籍別都道府県別訪問率 【観光・レジャー目的】	表 -77
付表 3	国籍別 平均泊数	表 -80
付表 4	国籍別 1 人 1 回当たり旅行消費単価 (パッケージツアー参加費内訳含む)	表 -83
[滞在日数 90 日以内]		
付表 5	国籍別 標本属性および旅行内容	表 -86
付表 6	国籍別 1 人 1 回当たり旅行消費単価 (パッケージツアー参加費内訳含む)	表 -92
[観光・レジャー目的]		
付表 7	国籍別 標本属性および旅行内容	表 -95
付表 8	国籍別 1 人 1 回当たり旅行消費単価 (パッケージツアー参加費内訳含む)	表 -101
[業務目的]		
付表 9	国籍別 標本属性および旅行内容	表 -104
付表 10	国籍別 1 人 1 回当たり旅行消費単価 (パッケージツアー参加費内訳含む)	表 -110

< 調査票 >

日本語、英語、韓国語、中国語（繁体字）、中国語（簡体字）

集計表の利用上の注意

(1) ウェイトバック集計の実施

年次報告書の集計表では、四半期別および国籍別にウェイトバック集計を行っている。

第1に、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、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)。

第2に、本調査は四半期毎に調査を実施して集計表を作成しているが、四半期毎に標本の抽出率が異なるため、暦年集計表の作成にあたっては全表において四半期別ウェイトバック集計を行った。

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、四半期別ウェイトバック集計のみを行い、国籍別ウェイトバック集計は行ってない点、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) 付表について

年次報告書では、参考資料として、四半期報告書では作成していない以下の集計表を掲載した。

付表3：国籍別、標本属性および旅行内容別の「平均泊数」の集計表を作成。

付表4：国籍別の「旅行支出」の集計表を作成。(集計表の第7表に相当するが、この表ではパッケージツアー参加費に含まれる日本国内収入分を含めた金額を記載している。)

付表5、付表7、付表9：主な客層別に、国籍別の「標本属性および旅行内容」の集計表を作成。(集計表の第1表に相当)

付表6、付表8、付表10：主な客層別に、国籍別の「旅行支出」の集計表を作成。(集計表の第7表に相当するが、これらの表ではパッケージツアー参加費に含まれる日本国内収入分を含めた金額を記載している。)

(4) 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 年次報告書

発 行 平成 25 年 3 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/>