

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 25 年 7-9 月期 報告書

訪日外国人の消費動向

平成 25 年 7-9 月期 報告書

目 次

I 平成 25 年 7-9 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 | 4 |
| (2) 泊数 | 4 |
| (3) 旅行内容 | 5 |
| 2. 訪日外国人の旅行支出 | |
| (1) 旅行支出 | 10 |
| (2) 手配別にみる旅行支出 | 11 |
| (3) 来訪目的別にみる旅行支出 | 13 |
| 3. 土産品の購入実態 | |
| (1) 費目別購入率 | 14 |
| (2) 費目別購入者単価 | 14 |
| (3) 買物場所 | 15 |
| (4) 利用した金融機関と決済方法 | 15 |
| 4. 旅行情報源 | |
| (1) 出発前に得た旅行情報 | 16 |
| (2) 日本滞在中に得た旅行情報 | 17 |
| (3) 日本滞在中にあると便利な情報 | 18 |

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 | 19 |
| (2) 今回実施した活動と 次回実施したい活動 | 19 |
| (3) 活動別にみる満足度 | 20 |
| (4) 最も満足した購入商品 | 20 |

II 訪日外国人消費動向調査結果

| | |
|----------------|----|
| 1. 調査概要 | 25 |
| 2. 調査結果の利用上の注意 | 25 |

<集計表>

| | |
|-----------------------------|------|
| 第1表 国籍・地域別 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・地域別 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・地域別 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・地域別 旅行情報源・活動内容・満足度など | 表-65 |
| 付表 国籍・地域別 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 25 年 7-9 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

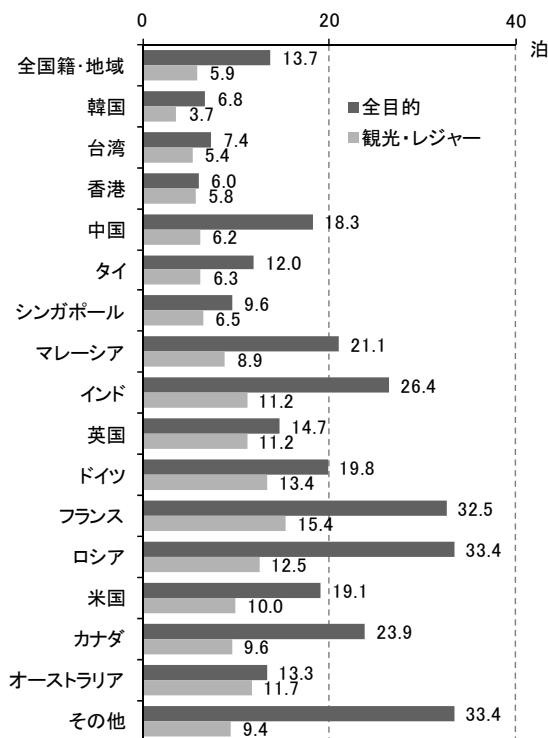
(1) 回答者属性

- 性別の構成比は男性 55.1%、女性 44.9% である。
- 性年代別で見ると、「男性 30 代」(15.8%)、「女性 20 代」(14.0%)、「男性 20 代」(13.6%) の順で多い(注：性年代別の構成比には調査対象外である 15 歳未満を含まない)。

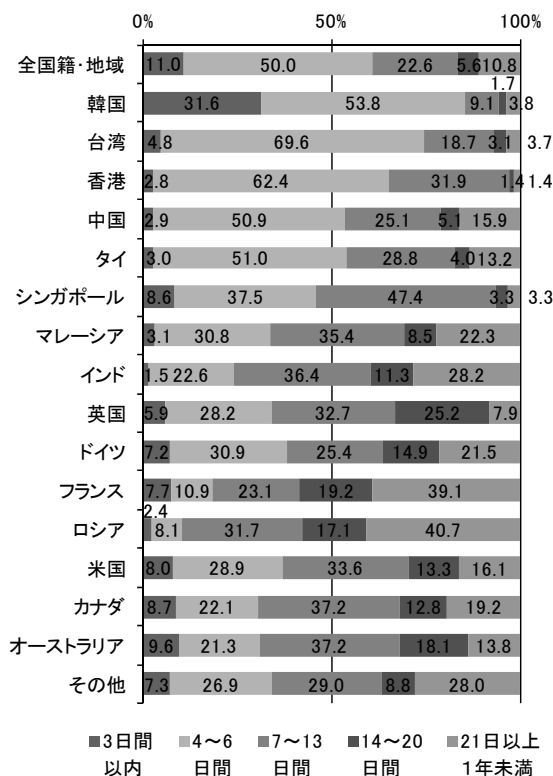
(2) 泊数

- 回答者全体の平均泊数は 13.7 泊である。国籍・地域別にみると、長期滞在者の割合が他の国籍・地域に比べて高いインドやフランス、ロシアで平均泊数が高くなっている(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。アジアの国籍・地域では平均泊数が短い傾向がある。インド、英国、ドイツ、フランス、ロシア、米国、オーストラリアでは平均泊数が 10 泊以上と長い。
- 滞在日数の分布をみると、6 日間以内の短期滞在者が 61.0% を占める一方で、「21 日以上 1 年未満」の長期滞在者も 10.8% と少なくない。国籍・地域別にみると、韓国では「3 日間以内」の割合が 31.6% と他の国籍・地域に比べて高い。一方、フランスやロシアでは 14 日間以上の長期滞在者が半数を超える(図表 1-2)。

図表 1-1 平均泊数(国籍・地域別)



図表 1-2 滞在日数の分布(国籍・地域別)



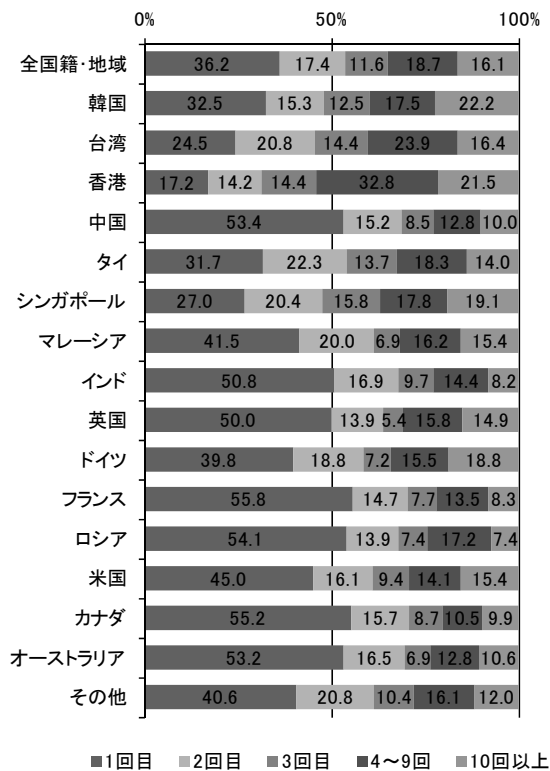
(3) 旅行内容

[全目的]

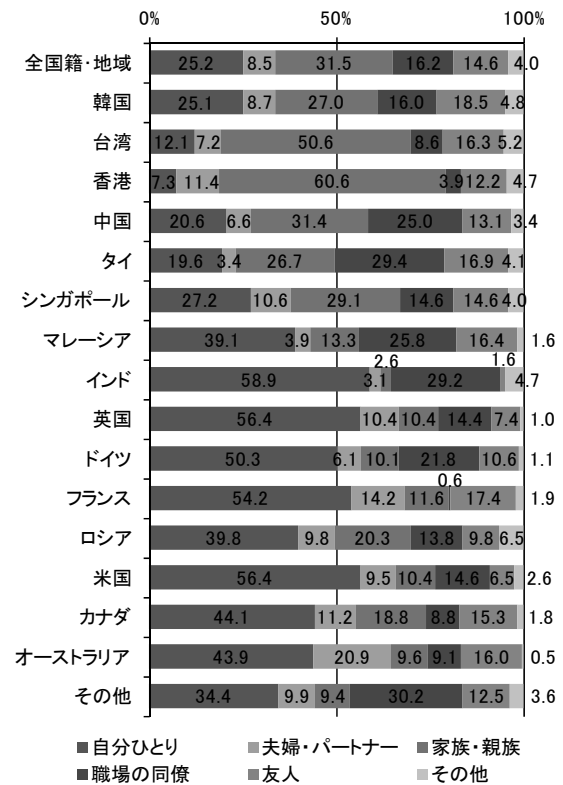
- 日本への来訪回数では、「1回目」が36.2%と最も多く、「2回目」が17.4%を占める。一方で「10回以上」も16.1%と少なくない。国籍・地域別では、中国やインド、英国、フランス、ロシア、カナダ、オーストラリアで「1回目」が5割を超える。一方、香港では「1回目」の割合が低く、2割を下回る（図表 1-3）。

- 同行者は「家族・親族」31.5%、「自分ひとり」25.2%、「職場の同僚」16.2%、「友人」14.6%、「夫婦・パートナー」8.5%の順となっている。国籍・地域別では、インドや英国、ドイツ、フランス、米国で「自分ひとり」、台湾や香港では「家族・親族」が5割を超える。また、中国やタイ、マレーシア、インドでは「職場の同僚」の割合がそれぞれ25%超と他の国籍・地域に比べて高い（図表 1-4）。

図表 1-3 日本への来訪回数（国籍・地域別、全目的）



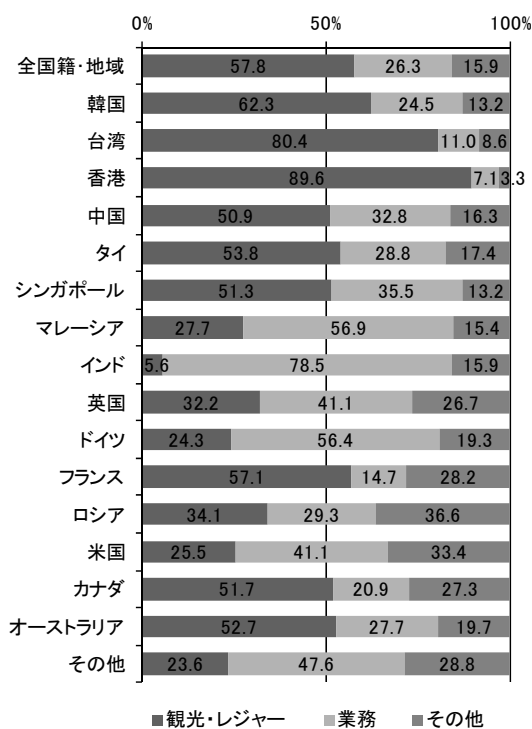
図表 1-4 同行者（国籍・地域別、全目的）



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

- 訪日外国人の主な来訪目的では「観光・レジャー」が全体の57.8%を占める。国籍・地域別では、台湾や香港で「観光・レジャー」の割合が8割超と特に高い。一方、「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）」は全体の26.3%を占め、特にインドでの割合が78.5%と高い（図表1-5）。

図表 1-5 主な来訪目的（国籍・地域別、全目的）



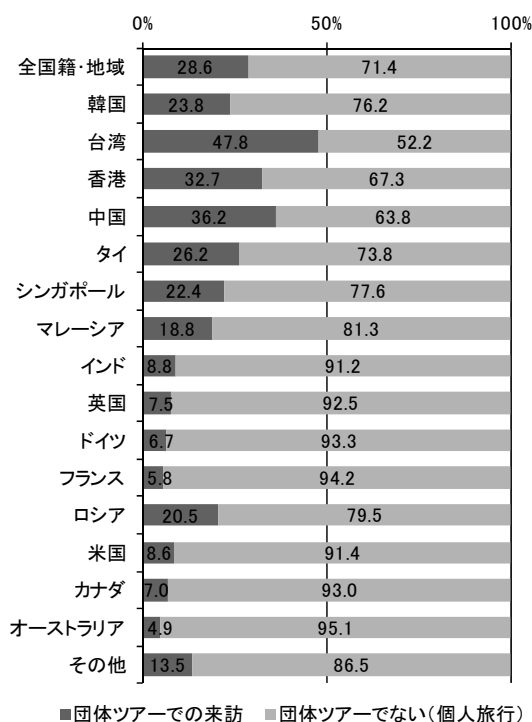
- 利用した宿泊施設のタイプ（複数回答）では、80.4%が「ホテル（洋室中心）」、19.8%が「旅館（和室中心）」を利用している。国籍・地域別では、台湾や香港、中国、フランス、オーストラリアで「旅館」、英国やフランス、ロシア、米国では「親族・知人宅」の利用率がそれぞれ2割を超える（図表1-6）。

図表 1-6 宿泊施設タイプ（複数回答）
（国籍・地域別、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・地域 | 80.4 | 19.8 | 1.5 | 11.1 |
| 韓国 | 82.1 | 9.0 | 1.0 | 11.5 |
| 台湾 | 86.4 | 27.9 | 1.4 | 6.5 |
| 香港 | 92.7 | 28.3 | 0.8 | 2.6 |
| 中国 | 77.3 | 28.7 | 2.9 | 10.6 |
| タイ | 77.9 | 18.4 | 1.0 | 10.7 |
| シンガポール | 93.4 | 17.1 | 0.7 | 4.6 |
| マレーシア | 72.7 | 12.5 | 0.0 | 10.2 |
| インド | 69.9 | 3.6 | 1.0 | 9.8 |
| 英国 | 81.5 | 19.0 | 0.5 | 23.0 |
| ドイツ | 85.0 | 13.3 | 1.1 | 13.9 |
| フランス | 70.3 | 23.2 | 1.3 | 25.8 |
| ロシア | 67.2 | 4.9 | 0.0 | 24.6 |
| 米国 | 74.2 | 11.7 | 1.0 | 22.8 |
| カナダ | 75.6 | 15.1 | 2.3 | 19.2 |
| オーストラリア | 84.6 | 20.7 | 3.2 | 12.8 |
| その他 | 64.1 | 14.1 | 2.1 | 14.6 |

- 旅行形態では「団体ツアーでの来訪」が28.6%を占める。国籍・地域別では、台湾で「団体ツアーでの来訪」の割合が47.8%と高く、香港や中国でも3割を超える。（図表1-7）。

図表 1-7 団体ツアー参加状況
（国籍・地域別、全目的）



- 都道府県別の訪問率をみると、「東京都」「大阪府」「京都府」への訪問率が全般的に高い。国籍・地域別の特徴としては、韓国では「福岡県」「大分県」、台湾では「千葉県」「北海道」、香港では「沖縄県」「北海道」、中国では「神奈川県」「千葉県」「愛知県」、米国では「神奈川県」「千葉県」への訪問率が高い（図表 1-8）。

図表 1-8 都道府県別訪問率（複数回答）
（主要国籍・地域別、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 | 464 | 27.8% |
| 2位 | 福岡県 | 434 | 26.0% |
| 3位 | 大阪府 | 395 | 23.7% |
| 4位 | 京都府 | 192 | 11.5% |
| 5位 | 大分県 | 184 | 11.0% |
| 回答者数および訪問率延べ合計 | | 1,670 | 163.5% |

【台湾】

| 順位 | 都道府県名 | 回答数 | 訪問率 |
|----------------|-------|-------|--------|
| 1位 | 東京都 | 546 | 39.9% |
| 2位 | 大阪府 | 338 | 24.7% |
| 3位 | 京都府 | 279 | 20.4% |
| 4位 | 千葉県 | 239 | 17.5% |
| 5位 | 北海道 | 154 | 11.2% |
| 回答者数および訪問率延べ合計 | | 1,369 | 209.0% |

【香港】

| 順位 | 都道府県名 | 回答数 | 訪問率 |
|----------------|-------|-----|--------|
| 1位 | 東京都 | 176 | 35.6% |
| 2位 | 大阪府 | 146 | 29.5% |
| 3位 | 京都府 | 80 | 16.2% |
| 3位 | 沖縄県 | 80 | 16.2% |
| 5位 | 北海道 | 73 | 14.7% |
| 回答者数および訪問率延べ合計 | | 495 | 182.8% |

【中国】

| 順位 | 都道府県名 | 回答数 | 訪問率 |
|----------------|-------|-------|--------|
| 1位 | 東京都 | 621 | 60.8% |
| 2位 | 大阪府 | 450 | 44.0% |
| 3位 | 京都府 | 293 | 28.7% |
| 4位 | 神奈川県 | 226 | 22.1% |
| 5位 | 千葉県 | 174 | 17.0% |
| 5位 | 愛知県 | 174 | 17.0% |
| 回答者数および訪問率延べ合計 | | 1,022 | 256.4% |

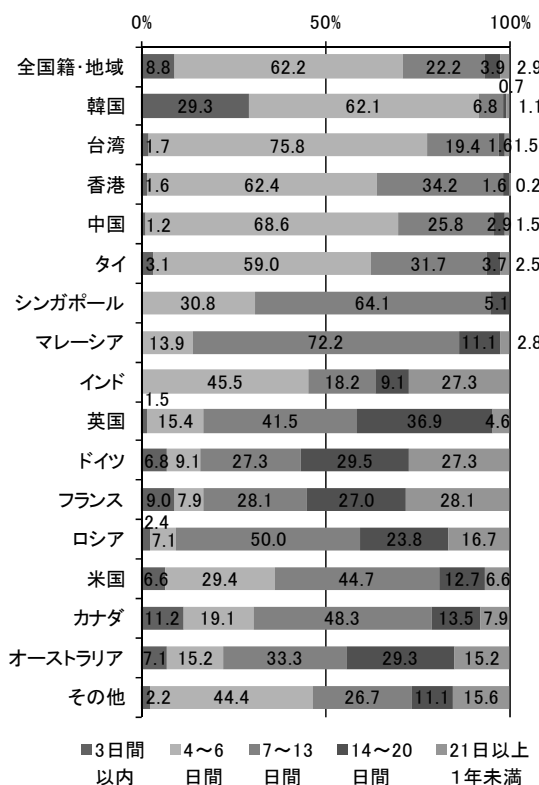
【米国】

| 順位 | 都道府県名 | 回答数 | 訪問率 |
|----------------|-------|-----|--------|
| 1位 | 東京都 | 480 | 62.0% |
| 2位 | 京都府 | 164 | 21.2% |
| 3位 | 神奈川県 | 134 | 17.3% |
| 4位 | 大阪府 | 115 | 14.9% |
| 5位 | 千葉県 | 60 | 7.8% |
| 回答者数および訪問率延べ合計 | | 774 | 193.8% |

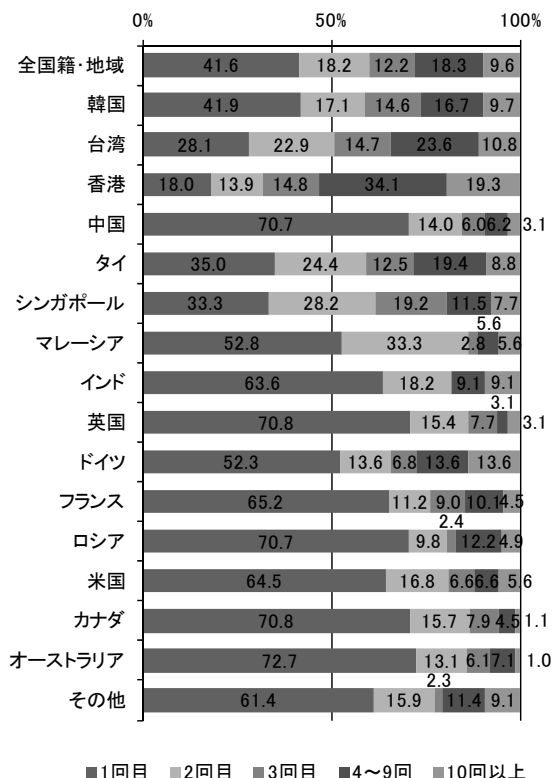
〔観光・レジャー目的〕

- 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・地域別にみると、韓国では「3日間以内」の滞在が29.3%と他の国籍・地域に比べて多い。台湾では「4～6日間」の割合が高く75.8%を占める。ドイツ、フランスでは14日間以上の滞在が5割超と高い（図表1-9）。
- 日本への来訪回数では、中国、英国、ロシア、カナダ、オーストラリアで「1回目」が7割を超える。台湾や香港では2回目以上の割合が高い（図表1-10）。
- 同行者では、インドや英国、フランス、米国、オーストラリアで「自分ひとり」の割合が3割以上と高い（図表1-11）。

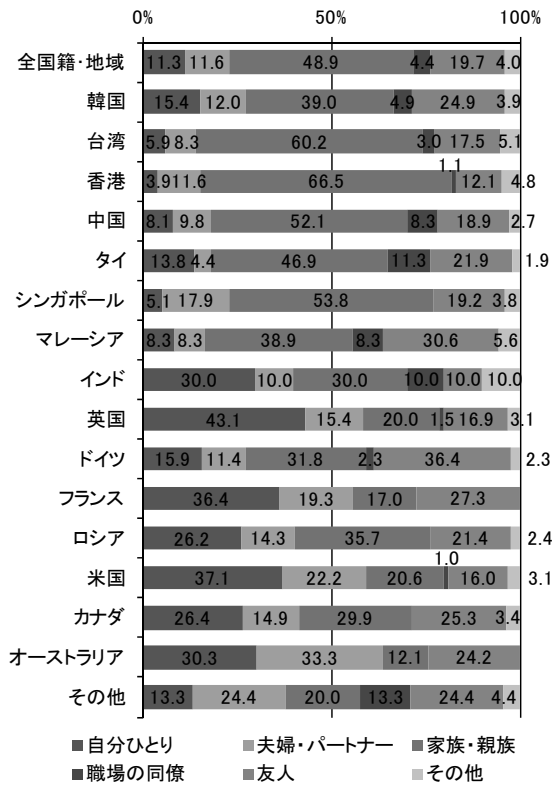
図表 1-9 滞在日数
(国籍・地域別、観光・レジャー目的のみ)



図表 1-10 日本への来訪回数
(国籍・地域別、観光・レジャー目的のみ)



図表 1-11 同行者
(国籍・地域別、観光・レジャー目的のみ)



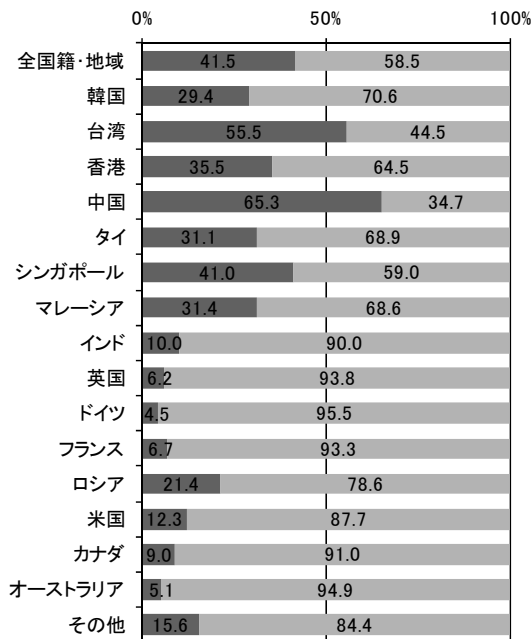
注) 「同行者」の設問は複数回答。上記図表では「同行者」を2つ以上選択した回答を「その他」として集計している。

- 利用した宿泊施設タイプ（複数回答）をみると「ホテル」の利用が主流だが、中国や英国では「旅館」の利用率が4割以上を占める（図表 1-12）。
- 団体ツアー参加状況をみると、台湾や中国での参加率が高く、5割以上を占める（図表 1-13）。

図表 1-12 宿泊施設タイプ（複数回答）
（国籍・地域別、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・地域 | 89.1 | 28.0 | 0.9 | 6.3 |
| 韓国 | 86.1 | 11.6 | 1.0 | 7.6 |
| 台湾 | 90.3 | 31.8 | 0.8 | 3.9 |
| 香港 | 92.9 | 30.1 | 0.9 | 2.1 |
| 中国 | 94.4 | 46.3 | 0.6 | 3.7 |
| タイ | 86.8 | 21.4 | 0.6 | 10.7 |
| シンガポール | 94.9 | 29.5 | 1.3 | 5.1 |
| マレーシア | 91.2 | 32.4 | 0.0 | 8.8 |
| インド | 81.8 | 18.2 | 0.0 | 36.4 |
| 英国 | 81.5 | 40.0 | 0.0 | 15.4 |
| ドイツ | 84.1 | 29.5 | 0.0 | 11.4 |
| フランス | 78.7 | 24.7 | 2.2 | 19.1 |
| ロシア | 90.5 | 4.8 | 0.0 | 11.9 |
| 米国 | 81.7 | 17.8 | 2.0 | 16.8 |
| カナダ | 82.0 | 18.0 | 2.2 | 9.0 |
| オーストラリア | 89.9 | 29.3 | 2.0 | 8.1 |
| その他 | 80.0 | 37.8 | 0.0 | 17.8 |

図表 1-13 団体ツアー参加状況
（国籍・地域別、観光・レジャー目的のみ）



■ 団体ツアーでの来訪 ■ 団体ツアーでない(個人旅行)

- 観光客の都道府県別の訪問率をみると、いずれの主要国籍・地域でも「東京都」「大阪府」「京都府」の訪問率が高い。国籍・地域別の特徴としては、韓国では「福岡県」「大分県」、台湾では「千葉県」「北海道」、香港では「沖縄県」「北海道」、中国では「神奈川県」「千葉県」、米国では「神奈川県」「山梨県」が上位にあがっている（図表 1-14）。

図表 1-14 都道府県別訪問率（複数回答）
（主要国籍・地域別、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 | 324 | 31.2% |
| 2位 | 大阪府 | 294 | 28.3% |
| 3位 | 東京都 | 185 | 17.8% |
| 4位 | 大分県 | 158 | 15.2% |
| 5位 | 京都府 | 155 | 14.9% |
| 回答者数および訪問率延べ合計 | | 1,038 | 169.9% |

【台湾】

| 順位 | 都道府県名 | 回答数 | 訪問率 |
|----------------|-------|-------|--------|
| 1位 | 東京都 | 422 | 38.4% |
| 2位 | 大阪府 | 280 | 25.5% |
| 3位 | 京都府 | 252 | 22.9% |
| 4位 | 千葉県 | 217 | 19.7% |
| 5位 | 北海道 | 140 | 12.7% |
| 回答者数および訪問率延べ合計 | | 1,100 | 219.5% |

【香港】

| 順位 | 都道府県名 | 回答数 | 訪問率 |
|----------------|-------|-----|--------|
| 1位 | 東京都 | 148 | 33.6% |
| 2位 | 大阪府 | 138 | 31.3% |
| 3位 | 沖縄県 | 78 | 17.7% |
| 4位 | 京都府 | 76 | 17.2% |
| 5位 | 北海道 | 63 | 14.3% |
| 回答者数および訪問率延べ合計 | | 441 | 186.8% |

【中国】

| 順位 | 都道府県名 | 回答数 | 訪問率 |
|----------------|-------|-----|--------|
| 1位 | 東京都 | 366 | 70.5% |
| 2位 | 大阪府 | 317 | 61.1% |
| 3位 | 京都府 | 219 | 42.2% |
| 4位 | 神奈川県 | 155 | 29.9% |
| 5位 | 千葉県 | 134 | 25.8% |
| 回答者数および訪問率延べ合計 | | 519 | 326.4% |

【米国】

| 順位 | 都道府県名 | 回答数 | 訪問率 |
|----------------|-------|-----|--------|
| 1位 | 東京都 | 159 | 80.7% |
| 2位 | 京都府 | 82 | 41.6% |
| 3位 | 大阪府 | 44 | 22.3% |
| 4位 | 神奈川県 | 32 | 16.2% |
| 5位 | 山梨県 | 18 | 9.1% |
| 回答者数および訪問率延べ合計 | | 197 | 240.1% |

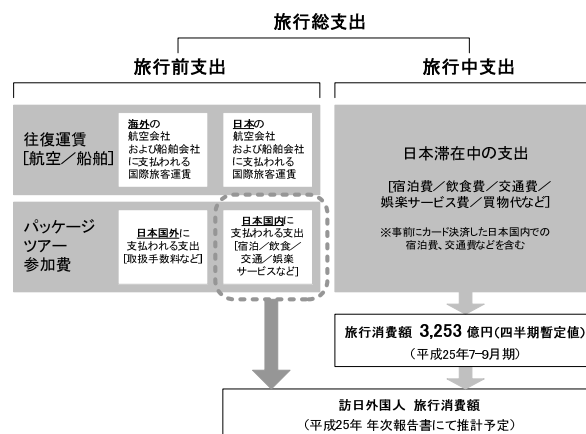
2. 訪日外国人の旅行支出

(1) 旅行支出

- 平成25年7-9月期における訪日外国人の旅行中支出額は平均117,151円と推計される。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101,663円、両者を合算した総支出額は平均218,814円と推計される（図表2-2）。
- 国籍・地域別に旅行中支出額を比較すると、フランスが26.2万円と最も高く、ロシア（20.2万円）、カナダ（19.8万円）、オーストラリア（19.0万円）、中国（17.3万円）が続く。

- 1泊当たり旅行中支出額は8,521円、旅行前支出を含めた1泊当たり総支出額は15,915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 25 年 7-9 月期 訪日外国人1人当たり旅行支出（国籍・地域別）※四半期暫定値

| 国籍・地域 | 標本数 | (円/人) | | | 総支出額 標準誤差率 | (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泊当たり旅行中支出額 (=b./d.) | 1泊当たり総支出額 (=c./d.) |
| 全国籍・地域 | 7,279 | 101,663 | 117,151 | 218,814 | - | 13.7 | 8,521 | 15,915 |
| 韓国 | 1,667 | 47,907 | 66,542 | 114,450 | 3.1% | 6.8 | 9,850 | 16,941 |
| 台湾 | 1,366 | 85,645 | 79,449 | 165,094 | 2.1% | 7.4 | 10,786 | 22,413 |
| 香港 | 489 | 88,995 | 102,913 | 191,908 | 2.7% | 6.0 | 17,055 | 31,803 |
| 中国 | 1,018 | 99,594 | 172,696 | 272,290 | 2.9% | 18.3 | 9,463 | 14,920 |
| タイ | 300 | 94,594 | 106,384 | 200,978 | 4.5% | 12.0 | 8,878 | 16,771 |
| シンガポール | 151 | 125,301 | 136,984 | 262,285 | 6.4% | 9.6 | 14,320 | 27,419 |
| マレーシア | 129 | 119,580 | 145,156 | 264,736 | 8.0% | 21.1 | 6,887 | 12,560 |
| インド | 195 | 111,890 | 164,390 | 276,280 | 8.1% | 26.4 | 6,220 | 10,453 |
| 英国 | 199 | 205,582 | 169,217 | 374,799 | 8.1% | 14.7 | 11,501 | 25,474 |
| ドイツ | 179 | 193,580 | 148,730 | 342,309 | 5.9% | 19.8 | 7,497 | 17,254 |
| フランス | 154 | 165,732 | 261,533 | 427,265 | 7.7% | 32.5 | 8,039 | 13,134 |
| ロシア | 115 | 113,348 | 201,888 | 315,236 | 10.0% | 33.4 | 6,045 | 9,439 |
| 米国 | 770 | 209,061 | 160,216 | 369,278 | 3.8% | 19.1 | 8,383 | 19,321 |
| カナダ | 171 | 172,442 | 197,636 | 370,078 | 7.4% | 23.9 | 8,281 | 15,506 |
| オーストラリア | 188 | 169,334 | 190,099 | 359,433 | 4.6% | 13.3 | 14,273 | 26,986 |
| その他 | 188 | 136,781 | 140,248 | 277,028 | 7.5% | 33.4 | 4,202 | 8,301 |

注) 支出額の全体平均は、国籍・地域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) | |
|-------|---------|---------|---------|---------|
| | 旅行前支出額 | 旅行中支出額 | 総支出額 | |
| 平成24年 | 7-9月期 | 90,694 | 112,211 | 202,905 |
| | 10-12月期 | 85,125 | 105,121 | 190,246 |
| 平成25年 | 1-3月期 | 99,327 | 112,590 | 211,917 |
| | 4-6月期 | 96,661 | 116,037 | 212,698 |
| | 7-9月期 | 101,663 | 117,151 | 218,814 |

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 25 年 7-9 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により、訪日外国人の旅行消費額は 3,253 億円と推計される（図表 2-3）。
- 国籍・地域別の旅行消費額は、①中国 792 億円（構成比 24.4%）、②台湾 509 億円（同 15.6%）、③韓国 415 億円（同 12.8%）、④米国 312 億円（同 9.6%）、⑤香港 219 億円（同 6.7%）の順であり、上位 5 カ国で全体の 69.1%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 34.1% を占める。台湾、香港では同利用率が 5 割前後を占める（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 122,866 円、ツアー利用客の旅行中支出額は同 65,603 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 90,710 円、個人手配客の旅行中支出額は同 147,460 円である。
- 総支出額はツアー利用客で平均 188,469 円、個人手配客で同 238,170 円である。

図表 2-3 平成 25 年 7-9 月期 訪日外国人の旅行消費額（国籍・地域別）※四半期暫定値

| 国籍・地域 | (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・地域 | 117,151 | 2,776,832 | 3,253.1 | 100.0% |
| 韓国 | 66,542 | 624,092 | 415.3 | 12.8% |
| 台湾 | 79,449 | 640,202 | 508.6 | 15.6% |
| 香港 | 102,913 | 212,535 | 218.7 | 6.7% |
| 中国 | 172,696 | 458,705 | 792.2 | 24.4% |
| タイ | 106,384 | 83,389 | 88.7 | 2.7% |
| シンガポール | 136,984 | 31,648 | 43.4 | 1.3% |
| マレーシア | 145,156 | 32,629 | 47.4 | 1.5% |
| インド | 164,390 | 18,376 | 30.2 | 0.9% |
| 英国 | 169,217 | 47,276 | 80.0 | 2.5% |
| ドイツ | 148,730 | 30,395 | 45.2 | 1.4% |
| フランス | 261,533 | 42,947 | 112.3 | 3.5% |
| ロシア | 201,888 | 15,645 | 31.6 | 1.0% |
| 米国 | 160,216 | 194,950 | 312.3 | 9.6% |
| カナダ | 197,636 | 35,919 | 71.0 | 2.2% |
| オーストラリア | 190,099 | 48,290 | 91.8 | 2.8% |
| その他 | 140,248 | 259,834 | 364.4 | 11.2% |

注1) 出典：日本政府観光局（JNTO） ※平成25年7月は暫定値、同年8-9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24年 | | | |
| 7-9月期 | 112,211 | 2,279,672 | 2,558.0 |
| 10-12月期 | 105,121 | 2,044,075 | 2,148.8 |
| 平成25年 | | | |
| 1-3月期 | 112,590 | 2,255,094 | 2,539.0 |
| 4-6月期 | 116,037 | 2,699,491 | 3,132.4 |
| 7-9月期 | 117,151 | 2,776,832 | 3,253.1 |

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 25 年 9 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・地域別）※四半期暫定値

【パッケージツアー利用客】

| 国籍・地域 | パッケージツアー購入率 (%) | (円/人) | (円/人) | (円/人) | (円/人泊) | | |
|---------|-----------------|--------------------------|-------------------------|-----------------------|--------|----------------------|--------------------|
| | | 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・地域 | 34.1 | 122,866 | 65,603 | 188,469 | 5.0 | 13,061 | 37,524 |
| 韓国 | 31.7 | 73,396 | 28,017 | 101,413 | 2.9 | 9,637 | 34,881 |
| 台湾 | 56.3 | 109,641 | 48,681 | 158,322 | 4.5 | 10,893 | 35,427 |
| 香港 | 49.1 | 115,365 | 74,045 | 189,411 | 5.2 | 14,360 | 36,733 |
| 中国 | 40.3 | 128,492 | 125,189 | 253,681 | 5.1 | 24,468 | 49,581 |
| タイ | 25.8 | 145,005 | 74,311 | 219,315 | 4.3 | 17,459 | 51,526 |
| シンガポール | 25.7 | 206,833 | 65,355 | 272,188 | 5.8 | 11,179 | 46,559 |
| マレーシア | 16.9 | 267,645 | 54,632 | 322,277 | 14.3 | 3,816 | 22,508 |
| インド | 8.7 | 178,844 | 38,753 | 217,597 | 14.5 | 2,667 | 14,976 |
| 英国 | 6.4 | 570,912 | 154,787 | 725,698 | 24.6 | 6,288 | 29,481 |
| ドイツ | 2.8 | 578,586 | 94,320 | 672,906 | 83.0 | 1,136 | 8,107 |
| フランス | 5.1 | 412,711 | 100,407 | 513,118 | 14.1 | 7,108 | 36,327 |
| ロシア | 17.1 | 174,233 | 105,988 | 280,221 | 14.2 | 7,444 | 19,681 |
| 米国 | 7.1 | 427,110 | 102,017 | 529,127 | 21.1 | 4,829 | 25,045 |
| カナダ | 8.1 | 351,982 | 73,711 | 425,693 | 18.6 | 3,969 | 22,922 |
| オーストラリア | 5.9 | 327,852 | 76,593 | 404,445 | 9.1 | 8,425 | 44,489 |
| その他 | 13.0 | 249,047 | 80,504 | 329,551 | 7.6 | 10,649 | 43,591 |

【参考】パッケージツアー利用客の旅行支出額の推移

| 調査時期 | 旅行前支出額 (パッケージ料金) | (円/人) | (円/人) | (円/人) | (円/人泊) | | |
|-------|------------------|---------|--------|---------|--------|-------------|-----------|
| | | 旅行前支出額 | 旅行中支出額 | 総支出額 | 平均泊数 | 1泊当たり旅行中支出額 | 1泊当たり総支出額 |
| 平成24年 | 7-9月期 | 106,895 | 64,106 | 171,001 | 5.3 | 12,208 | 32,565 |
| | 10-12月期 | 109,316 | 45,490 | 154,806 | 4.9 | 9,333 | 31,761 |
| 平成25年 | 1-3月期 | 105,462 | 50,908 | 156,369 | 4.2 | 12,009 | 36,887 |
| | 4-6月期 | 113,899 | 63,853 | 177,752 | 4.7 | 13,648 | 37,992 |
| | 7-9月期 | 122,866 | 65,603 | 188,469 | 5.0 | 13,061 | 37,524 |

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・地域 | 往復運賃購入率 (%) | (円/人) | (円/人) | (円/人) | (円/人泊) | | |
|---------|-------------|----------------------|-------------------------|-------------------|--------|----------------------|--------------------|
| | | 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・地域 | 65.9 | 90,710 | 147,460 | 238,170 | 18.3 | 8,077 | 13,046 |
| 韓国 | 68.3 | 36,101 | 86,453 | 122,553 | 8.5 | 10,125 | 14,353 |
| 台湾 | 43.7 | 54,770 | 124,892 | 179,661 | 11.1 | 11,258 | 16,195 |
| 香港 | 50.9 | 63,566 | 136,446 | 200,012 | 6.9 | 19,829 | 29,067 |
| 中国 | 59.7 | 80,076 | 213,357 | 293,433 | 27.1 | 7,867 | 10,819 |
| タイ | 74.2 | 77,041 | 121,126 | 198,167 | 14.7 | 8,254 | 13,505 |
| シンガポール | 74.3 | 97,162 | 169,387 | 266,549 | 10.8 | 15,612 | 24,568 |
| マレーシア | 83.1 | 89,419 | 167,787 | 257,206 | 22.5 | 7,473 | 11,455 |
| インド | 91.3 | 105,496 | 180,819 | 286,315 | 27.6 | 6,559 | 10,386 |
| 英国 | 93.6 | 180,454 | 170,387 | 350,841 | 14.0 | 12,143 | 25,003 |
| ドイツ | 97.2 | 182,642 | 150,715 | 333,358 | 18.0 | 8,352 | 18,473 |
| フランス | 94.9 | 152,382 | 269,657 | 422,039 | 33.5 | 8,043 | 12,588 |
| ロシア | 82.9 | 100,812 | 231,758 | 332,571 | 37.3 | 6,206 | 8,906 |
| 米国 | 92.9 | 192,382 | 165,083 | 357,465 | 19.0 | 8,708 | 18,855 |
| カナダ | 91.9 | 156,534 | 211,297 | 367,830 | 24.3 | 8,683 | 15,115 |
| オーストラリア | 94.1 | 159,483 | 196,216 | 355,699 | 13.6 | 14,447 | 26,189 |
| その他 | 87.0 | 120,074 | 150,971 | 271,045 | 37.2 | 4,057 | 7,283 |

【参考】個人手配客の旅行支出額の推移

| 調査時期 | 旅行前支出額 (往復運賃) | (円/人) | (円/人) | (円/人) | (円/人泊) | | |
|-------|---------------|--------|---------|---------|--------|-------------|-----------|
| | | 旅行前支出額 | 旅行中支出額 | 総支出額 | 平均泊数 | 1泊当たり旅行中支出額 | 1泊当たり総支出額 |
| 平成24年 | 7-9月期 | 83,370 | 138,022 | 221,391 | 19.2 | 7,181 | 11,519 |
| | 10-12月期 | 77,802 | 126,558 | 204,360 | 12.0 | 10,559 | 17,051 |
| 平成25年 | 1-3月期 | 97,169 | 137,432 | 234,601 | 18.0 | 7,636 | 13,035 |
| | 4-6月期 | 88,734 | 142,509 | 231,244 | 13.2 | 10,758 | 17,457 |
| | 7-9月期 | 90,710 | 147,460 | 238,170 | 18.3 | 8,077 | 13,046 |

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」92,681 円、「商談等その他ビジネス」147,670 円、「親族・知人訪問」99,178 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 1,489 億

円で全体の 45.5%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 1,010 億円で、全体の 30.8%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・地域別) ※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) | 92,681 | 99,178 | 164,995 | 94,394 | 65,103 | 419,520 | 78,276 | 134,959 | 142,512 | 112,690 | 152,038 | 147,670 | 193,302 |
| 韓国 | 49,362 | 56,879 | 35,000 | 43,864 | 77,667 | 431,437 | 59,667 | 71,016 | 105,014 | 66,736 | 140,301 | 97,055 | 66,778 |
| 台湾 | 70,096 | 124,746 | 65,714 | 30,979 | 61,509 | 206,022 | 42,366 | 69,772 | 108,400 | 72,089 | 101,850 | 105,975 | 244,876 |
| 香港 | 102,559 | 97,458 | 57,000 | 60,000 | 66,850 | 65,791 | 63,921 | - | 58,000 | 79,878 | 86,600 | 206,581 | 23,000 |
| 中国 | 141,511 | 123,103 | 242,942 | 141,031 | 26,333 | 521,092 | 161,667 | 187,416 | 262,613 | 122,109 | 217,994 | 235,398 | 254,820 |
| 米国 | 141,488 | 92,896 | 93,368 | 107,738 | 176,582 | 282,130 | 119,314 | 189,735 | 85,928 | 131,641 | 201,436 | 167,925 | 359,990 |
| 【参考】消費額(億円) | 1,488.8 | 195.1 | 10.2 | 34.1 | 9.2 | 331.2 | 9.5 | 51.2 | 77.8 | 210.0 | 191.9 | 478.9 | 187.2 |
| 韓国 | 192.1 | 24.7 | 0.1 | 5.3 | 2.0 | 32.3 | 0.9 | 5.3 | 10.2 | 5.3 | 19.5 | 110.6 | 9.8 |
| 台湾 | 360.8 | 27.4 | 0.9 | 0.7 | 1.4 | 28.9 | 1.2 | 5.2 | 4.6 | 15.9 | 5.7 | 32.7 | 25.2 |
| 香港 | 195.4 | 2.5 | 0.2 | 0.3 | 0.6 | 0.3 | 0.8 | 0.0 | 0.5 | 5.2 | 1.9 | 11.6 | 0.2 |
| 中国 | 330.3 | 45.9 | 1.1 | 12.1 | 0.9 | 79.7 | 2.2 | 21.9 | 26.0 | 37.9 | 55.9 | 170.4 | 20.6 |
| 米国 | 70.3 | 31.4 | 0.9 | 4.1 | 1.8 | 27.7 | 0.9 | 5.3 | 5.0 | 39.2 | 24.9 | 49.6 | 53.6 |
| 目的別構成比(%) | 45.5 | 6.0 | 0.3 | 1.0 | 0.3 | 10.1 | 0.3 | 1.6 | 2.4 | 6.4 | 5.9 | 14.6 | 5.7 |
| 韓国 | 45.9 | 5.9 | 0.0 | 1.3 | 0.5 | 7.7 | 0.2 | 1.3 | 2.4 | 1.3 | 4.7 | 26.5 | 2.3 |
| 台湾 | 70.6 | 5.4 | 0.2 | 0.1 | 0.3 | 5.7 | 0.2 | 1.0 | 0.9 | 3.1 | 1.1 | 6.4 | 4.9 |
| 香港 | 89.0 | 1.2 | 0.1 | 0.1 | 0.3 | 0.1 | 0.4 | 0.0 | 0.2 | 2.4 | 0.9 | 5.3 | 0.1 |
| 中国 | 41.0 | 5.7 | 0.1 | 1.5 | 0.1 | 9.9 | 0.3 | 2.7 | 3.2 | 4.7 | 6.9 | 21.2 | 2.6 |
| 米国 | 22.3 | 10.0 | 0.3 | 1.3 | 0.6 | 8.8 | 0.3 | 1.7 | 1.6 | 12.5 | 7.9 | 15.8 | 17.0 |

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25年7-9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・地域 | 4,027 | 570 | 16 | 96 | 36 | 213 | 35 | 100 | 165 | 551 | 304 | 903 | 242 |
|-----------|--------|-------|-----|----|----|----|-----|----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| 韓国 | 1,035 | 116 | 1 | 32 | 7 | 20 | 4 | 20 | 26 | 21 | 37 | 303 | 39 | |
| 台湾 | 1,094 | 47 | 3 | 5 | 5 | 30 | 6 | 16 | 9 | 47 | 12 | 66 | 22 | |
| 香港 | 435 | 6 | 1 | 1 | 2 | 1 | 3 | 0 | 2 | 15 | 5 | 13 | 2 | |
| 中国 | 517 | 81 | 1 | 19 | 8 | 34 | 3 | 26 | 22 | 69 | 57 | 161 | 18 | |
| 米国 | 194 | 134 | 4 | 15 | 4 | 39 | 3 | 11 | 23 | 118 | 49 | 116 | 59 | |

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、64.0%が購入している。次いで「その他食料品・飲料・酒・たばこ」の購入率が高い。国籍・地域別では、「カメラ・ビデオカメラ・時計」や「電気製品」で中国の購入率が高く、「服（和服以外）・かばん・靴」で香港の購入率が高い（図表 3-1）。

(2) 費目別購入者単価

- 費目別の購入者単価（その費目を購入した人における当該費目の平均支出額）は、「カメラ・ビデオカメラ・時計」が5.8万円と高く、次いで「電気製品」が3.1万円、「服・かばん・靴」が2.7万円と高い。
- 来訪目的別にみると、購入率は「観光・レジャー」客の方が高い傾向がみられるが、購入者単価の大小は国籍・地域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・地域別）

| 国籍・地域 | 全国籍・地域 | | 韓国 | | 台湾 | | 香港 | | 中国 | | 米国 | |
|-----------------|--------|----------|-------|----------|-------|----------|-------|----------|-------|----------|-------|----------|
| | 購入率 | 購入者単価(円) | 購入率 | 購入者単価(円) | 購入率 | 購入者単価(円) | 購入率 | 購入者単価(円) | 購入率 | 購入者単価(円) | 購入率 | 購入者単価(円) |
| 菓子類 | 64.0% | 9,049 | 66.3% | 4,868 | 76.4% | 10,139 | 64.9% | 9,376 | 77.5% | 10,963 | 33.7% | 6,142 |
| その他食料品・飲料・酒・たばこ | 52.4% | 11,167 | 54.5% | 7,753 | 52.3% | 7,827 | 52.7% | 9,766 | 57.4% | 13,275 | 50.0% | 21,214 |
| カメラ・ビデオカメラ・時計 | 10.6% | 58,251 | 4.1% | 66,280 | 4.9% | 26,655 | 8.3% | 36,920 | 31.5% | 78,536 | 2.7% | 38,977 |
| 電気製品 | 12.6% | 31,103 | 3.8% | 25,109 | 8.9% | 17,094 | 11.0% | 14,385 | 34.3% | 45,892 | 6.8% | 11,666 |
| 化粧品・医薬品・トイレットリー | 45.1% | 21,684 | 30.7% | 10,724 | 68.6% | 17,872 | 54.6% | 15,283 | 73.0% | 37,916 | 11.5% | 6,316 |
| 和服(着物)・民芸品 | 15.6% | 11,181 | 6.9% | 5,623 | 14.5% | 7,288 | 11.8% | 5,533 | 17.1% | 10,956 | 29.8% | 14,716 |
| 服(和服以外)・かばん・靴 | 37.0% | 26,793 | 23.0% | 16,116 | 45.4% | 22,254 | 60.0% | 29,691 | 45.6% | 43,489 | 21.1% | 17,685 |
| マンガ・DVD・アニメ関連商品 | 12.1% | 10,396 | 7.3% | 6,340 | 13.4% | 10,053 | 16.4% | 6,693 | 16.2% | 11,534 | 12.1% | 12,995 |

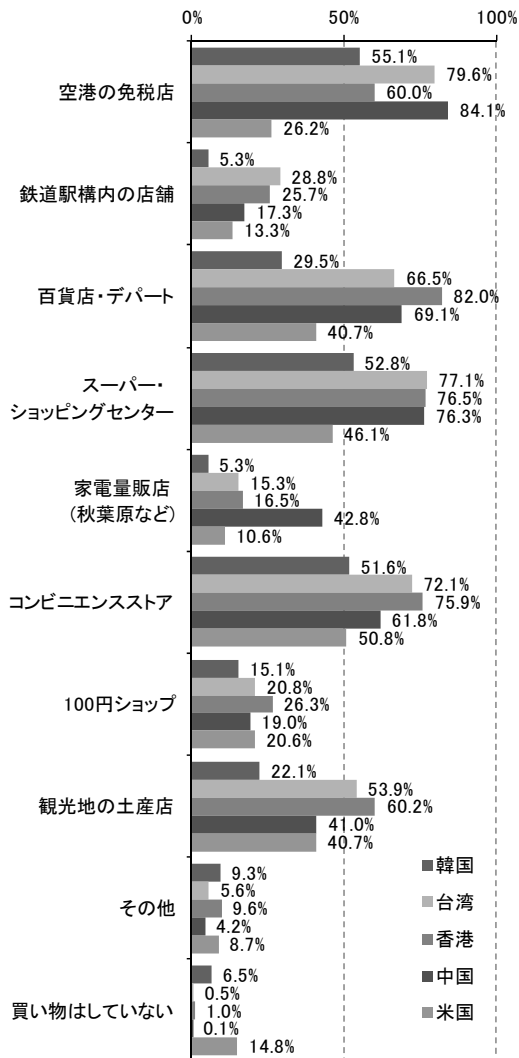
図表 3-2 来訪目的別にみる費目別購入率および購入者単価（主要国籍・地域別）

| 国籍・地域 | 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 | 72.1% | 4,614 | 78.5% | 9,912 | 66.1% | 9,625 | 78.2% | 10,262 | 34.9% | 5,577 |
| | 業務 | 55.0% | 5,027 | 68.5% | 8,948 | 51.4% | 8,071 | 76.7% | 11,275 | 28.4% | 6,072 |
| その他食料品・飲料・酒・たばこ | 観光・レジャー | 60.7% | 5,441 | 54.5% | 7,129 | 53.3% | 10,211 | 60.0% | 12,526 | 57.8% | 11,079 |
| | 業務 | 41.8% | 14,890 | 42.3% | 10,166 | 40.0% | 7,266 | 54.0% | 13,467 | 39.4% | 13,791 |
| カメラ・ビデオカメラ・時計 | 観光・レジャー | 5.4% | 23,705 | 5.1% | 19,567 | 8.6% | 39,763 | 30.6% | 79,772 | 2.1% | 70,763 |
| | 業務 | 1.7% | 447,079 | 3.4% | 37,996 | 5.7% | 13,250 | 33.4% | 82,682 | 3.2% | 23,061 |
| 電気製品 | 観光・レジャー | 3.5% | 13,864 | 8.6% | 15,195 | 11.2% | 14,029 | 35.7% | 42,981 | 9.4% | 19,041 |
| | 業務 | 3.4% | 43,571 | 10.7% | 22,967 | 8.6% | 16,667 | 32.2% | 54,856 | 4.4% | 7,541 |
| 化粧品・医薬品・トイレットリー | 観光・レジャー | 35.9% | 9,199 | 72.9% | 17,113 | 55.6% | 15,639 | 79.1% | 41,315 | 14.1% | 6,138 |
| | 業務 | 18.4% | 18,214 | 45.0% | 24,029 | 34.3% | 10,600 | 69.9% | 32,989 | 6.0% | 8,205 |
| 和服(着物)・民芸品 | 観光・レジャー | 8.4% | 5,943 | 15.6% | 6,882 | 12.6% | 5,598 | 23.4% | 9,041 | 40.1% | 13,204 |
| | 業務 | 2.2% | 5,500 | 6.0% | 17,438 | 2.9% | - | 9.6% | 13,024 | 18.3% | 11,704 |
| 服(和服以外)・かばん・靴 | 観光・レジャー | 26.2% | 12,114 | 48.4% | 22,503 | 61.7% | 28,888 | 53.8% | 43,714 | 26.0% | 15,535 |
| | 業務 | 10.3% | 22,227 | 17.4% | 24,044 | 34.3% | 42,636 | 30.1% | 48,676 | 11.0% | 20,149 |
| マンガ・DVD・アニメ関連商品 | 観光・レジャー | 8.3% | 5,698 | 14.1% | 9,555 | 16.1% | 6,857 | 22.6% | 11,057 | 14.1% | 8,965 |
| | 業務 | 5.2% | 9,470 | 4.7% | 3,933 | 17.1% | 7,200 | 5.1% | 13,183 | 4.4% | 13,825 |

(3) 買物場所

- 買物場所を国籍・地域別にみると、「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42.8%と高い(図表 3-3)。

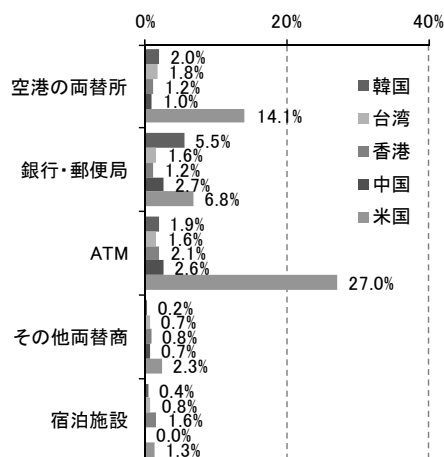
図表 3-3 買物場所
(主要国籍・地域別、複数回答)



(4) 利用した金融機関と決済方法

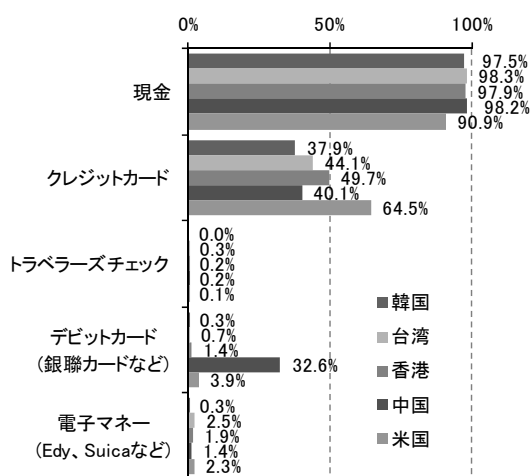
- 利用した金融機関を国籍・地域別にみると、米国の「ATM(現金自動預払機)」の利用率が27.0%と、他の主要国籍・地域に比べ際だって高い(図表3-4)。

図表3-4 利用金融機関(主要国籍・地域別、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」の利用率が高く、特に米国で同利用率が64.5%と高い。「デビットカード」の利用率は中国で32.6%と高い。(図表3-5)。

図表3-5 利用決済方法(主要国籍・地域別、複数回答)

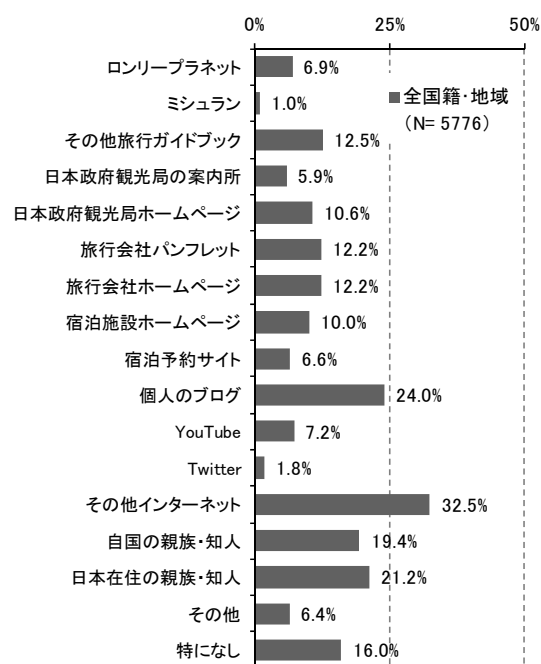


4. 旅行情報源

(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6.9%、「ミシュラン」が1.0%、「その他旅行ガイドブック」が12.5%となっている(図表4-1)。
- 「日本政府観光局の案内所」の選択率は5.9%、「日本政府観光局ホームページ」の選択率は10.6%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」(24.0%)をあげる回答が多い。
- 知人からの口コミでは「自国の親族・知人」が19.4%、「日本在住の親族・知人」が21.2%であった。

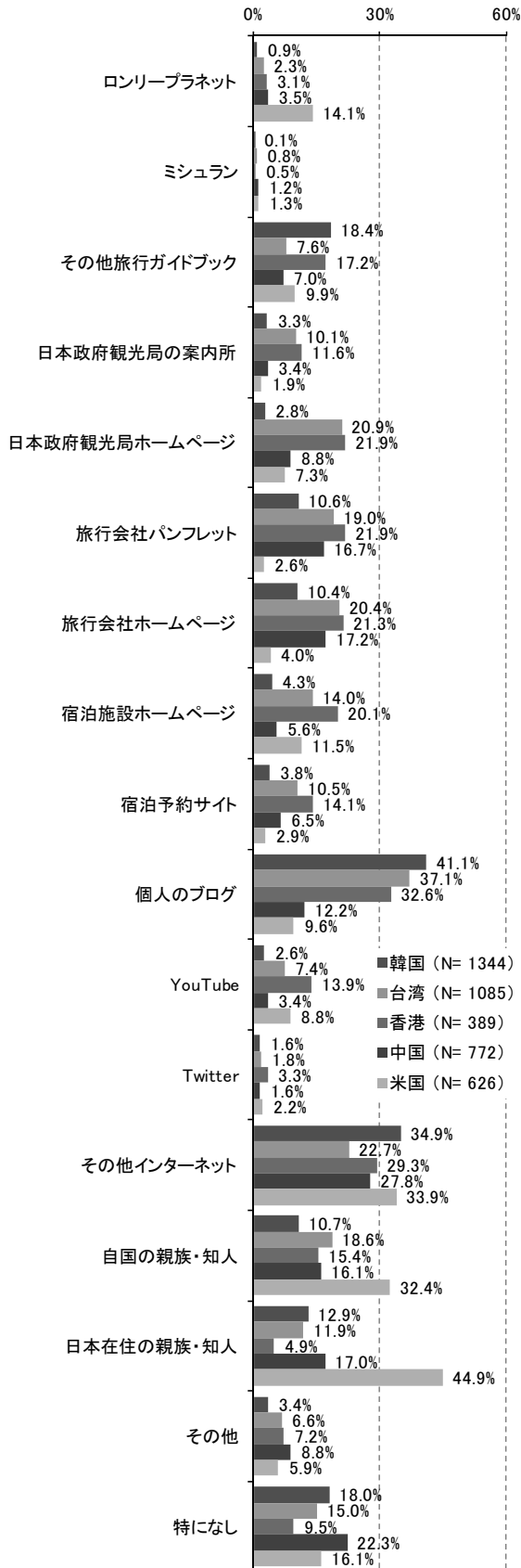
図表4-1 出発前に得た旅行情報で役に立ったもの(全国籍・地域、複数回答)



注) この章に示す調査結果は、「訪日外国人消費動向調査」と同時に実施された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、必ずしも全回答者から得られたものではない。なお、この章で示す『全国籍・地域』の値は、訪日外客数によるウェイト調整後の値である。

- 国籍・地域別にみると、韓国では「個人のブログ」（41.1%）の選択率が最も高い。次いで「その他インターネット」（34.9%）、「その他旅行ガイドブック」（18.4%）の選択率が高い（図表 4-2）。
- 台湾でも「個人のブログ」（37.1%）の選択率が最も高いが、「日本政府観光局ホームページ」（20.9%）や「旅行会社ホームページ」（20.4%）、「旅行会社パンフレット」（19.0%）の選択率も高い。
- 香港でも「個人のブログ」（32.6%）の選択率が最も高いが、「日本政府観光局ホームページ」「旅行会社パンフレット」（共に 21.9%）や「旅行会社ホームページ」（21.3%）、「宿泊施設ホームページ」（20.1%）の選択率も高い。
- 中国では「その他インターネット」の選択率が 27.8%と最も高い。次いで「旅行会社ホームページ」（17.2%）「日本在住の親族・知人」（17.0%）の選択率が高い。なお、「特になし」（22.3%）の選択率が他の主要国籍・地域に比べ高い。
- 米国では「日本在住の親族・知人」の選択率が 44.9%と最も高かった。次いで「その他インターネット」（33.9%）、「自国の親族・知人」（32.4%）の選択率が高い。また、「ロンリープラネット」（14.1%）の選択率が他の主要国籍・地域に比べて高い。

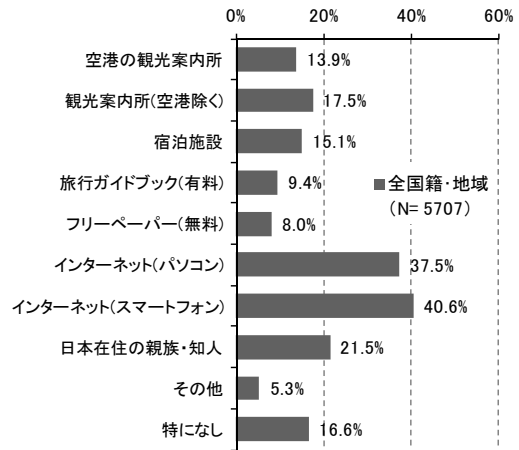
図表 4-2 出発前に得た旅行情報で役に立ったもの
(主要国籍・地域別、複数回答)



(2) 日本滞在中に得た旅行情報

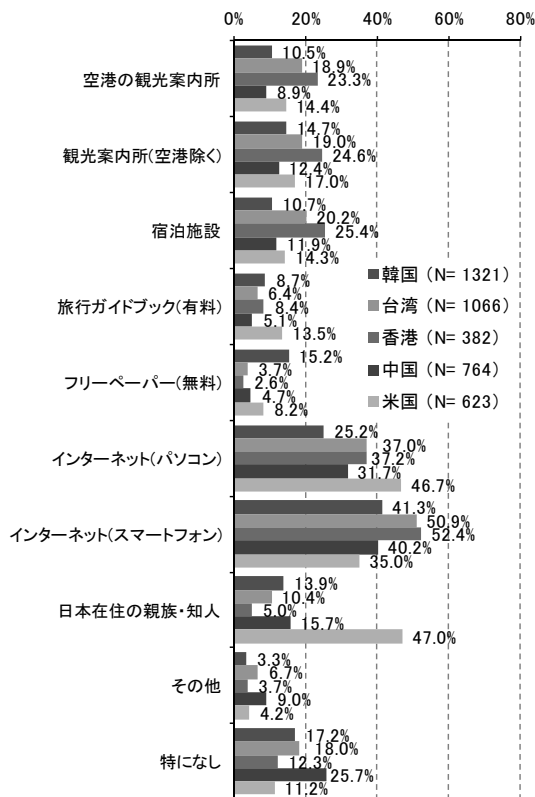
- 日本滞在中に得た旅行情報で役に立ったものでは「インターネット (スマートフォン)」(40.6%) の選択率が高く、次いで「インターネット (パソコン)」(37.5%) が高い。また、「日本在住の親族・知人」(21.5%) の選択率も高い (図表 4-3)。

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・地域、複数回答)



- 国籍・地域別にみると、「インターネット (スマートフォン)」は台湾や香港で選択率が5割超と高い。「インターネット (パソコン)」は米国での選択率が高く、「日本在住の親族・知人」も米国での選択率の高さが目立つ (図表 4-4)。

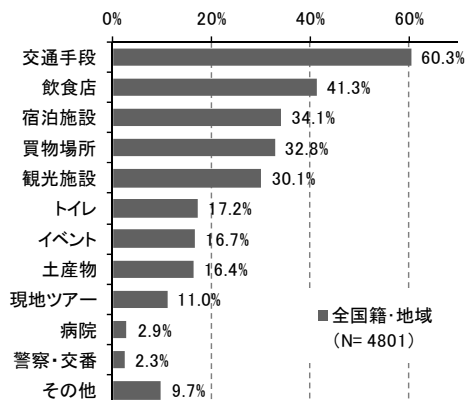
図表 4-4 日本滞在中に得た旅行情報で役に立ったもの(主要国籍・地域別、複数回答)



(3) 日本滞在中にあると便利な情報

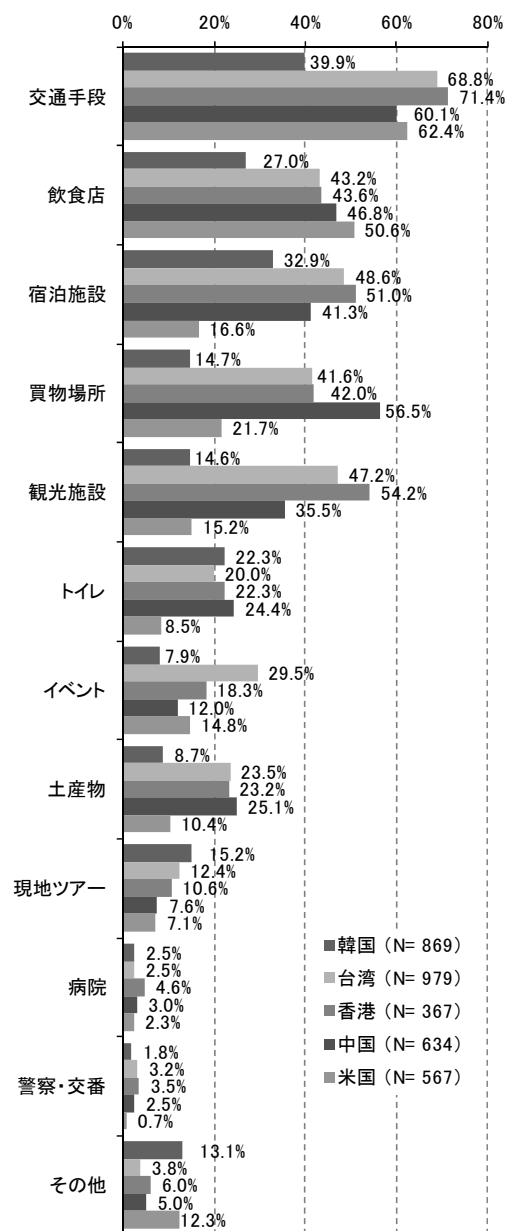
- 日本滞在中にあると便利な情報では「交通手段」が60.3%と圧倒的に多い。次いで、「飲食店」(41.3%)や「宿泊施設」(34.1%)をあげる回答が多い(図表 4-5)。

図表 4-5 日本滞在中にあると便利な情報(全国籍・地域、複数回答)



- 国籍・地域別にみると、「交通手段」の情報に対するニーズは台湾や香港で高い。この他、「飲食店」は米国、「宿泊施設」「観光施設」は香港、「買物場所」は中国で選択率がそれぞれ5割超と高い。また、「イベント」は韓国での選択率が高い(図表 4-6)。

図表 4-6 日本滞在中にあると便利な情報(主要国籍・地域別、複数回答)

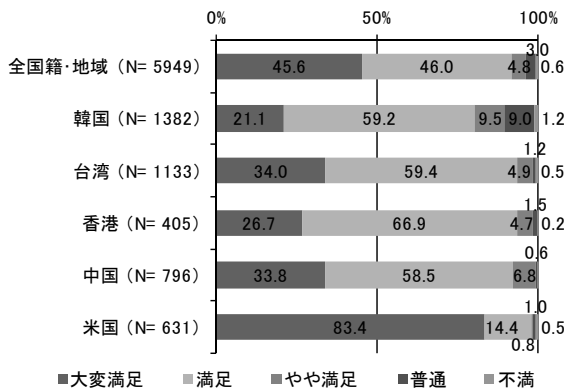


5. 満足度と再訪意向

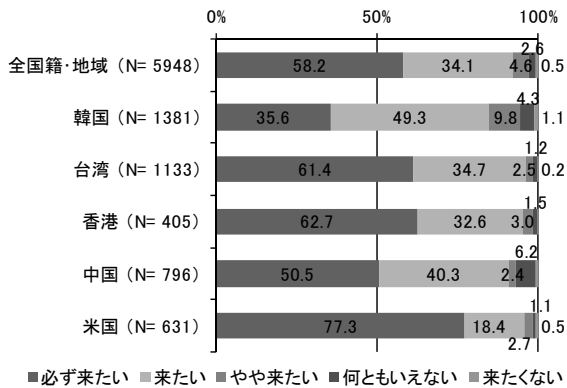
(1) 訪日旅行全体の満足度と再訪意向

- 今回の訪日旅行全体の満足度は「大変満足」45.6%、「満足」46.0%である。国籍・地域別では、米国で「大変満足」の割合が83.4%と主要国籍・地域の中で最も高い（図表 5-1）。
- 再訪意向は「必ず来たい」が58.2%、「来たい」が34.1%である。国籍・地域別では、米国で「必ず来たい」の割合が77.3%と高いほか、台湾や香港でも同割合が6割超と高い（図表 5-2）。

図表 5-1 訪日旅行の満足度（主要国籍・地域別）



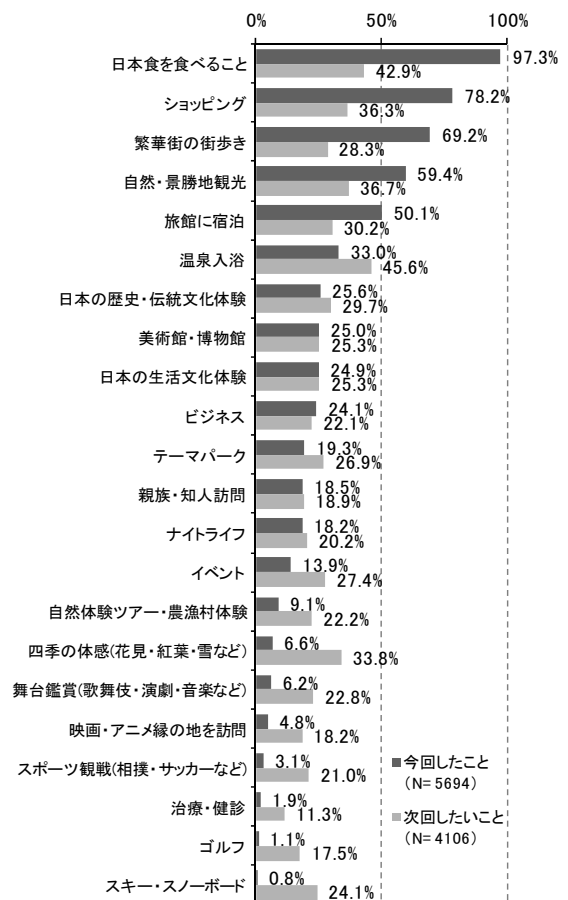
図表 5-2 訪日旅行者の再訪意向（主要国籍・地域別）



(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」「ショッピング」「繁華街の街歩き」「自然・景勝地観光」「旅館に宿泊」の順で多い（図表 5-3）。
- 次回実施したいことは、「温泉入浴」「日本食を食べること」「自然・景勝地観光」「ショッピング」「四季の体感」の順で多い。
- 今回の実施率に比べて次回実施希望率が高い活動としては、「スキー・スノーボード」や「ゴルフ」などがあげられる。

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・地域、複数回答）

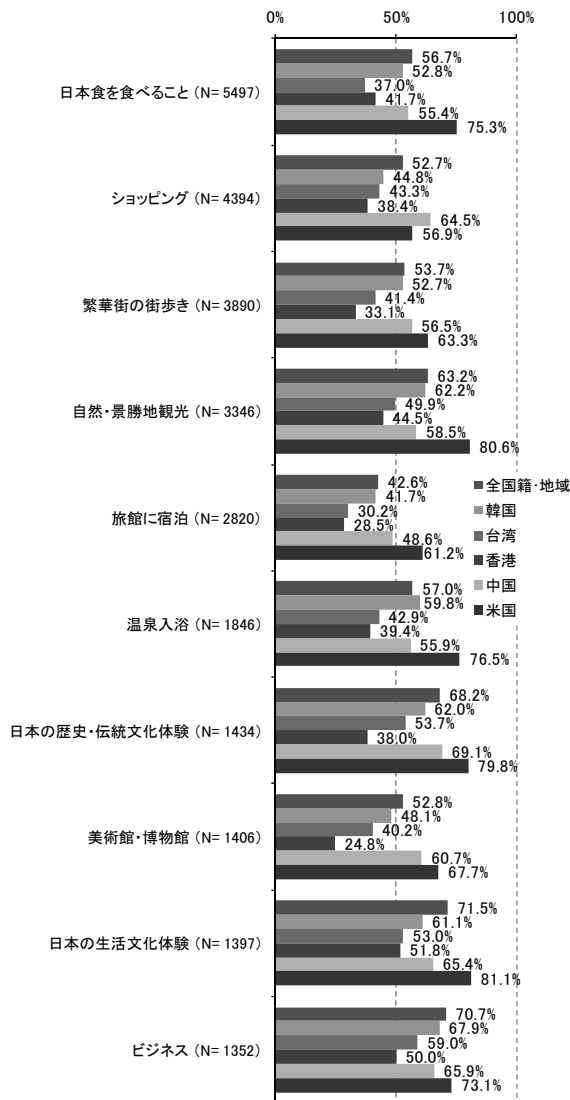


注) この章に示す調査結果は、「訪日外国人消費動向調査」と同時に実施した旅行の満足度や再来訪意向等の意識調査より得られたものである。回答は任意としているため、必ずしも全調査対象者が回答しているとは限らない。なお、この章で示す『全国籍・地域』の値は、訪日外客数によるウェイトバック集計を行っていない。

(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、「自然・景勝地観光」「日本の歴史・伝統文化体験」「日本の生活文化体験」「ビジネス」で6割超と高い(図表5-4)。

図表 5-4 期待以上だった活動
(主要国籍・地域別、実施率上位10活動)



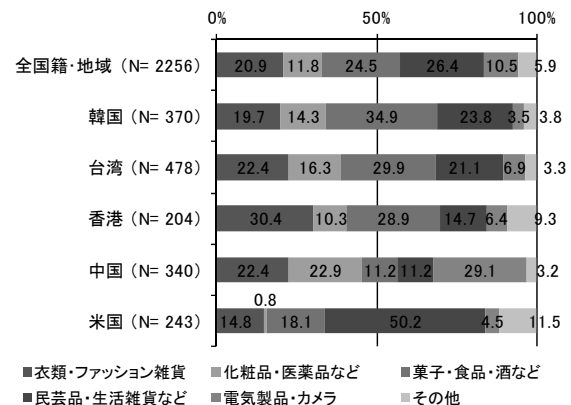
(4) 最も満足した購入商品

- 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」20.9%、「化粧品・医薬品など」11.8%、「菓子・食品・酒など」24.5%、「民芸品・生活雑貨など」26.4%、「電気製品・カメラ」10.5%、「その他」5.9%という分布となった(図表5-6)。

図表 5-5 最も満足した購入商品 商品区分

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

図表 5-6 最も満足した購入商品
(商品大区分、主要国籍・地域別)



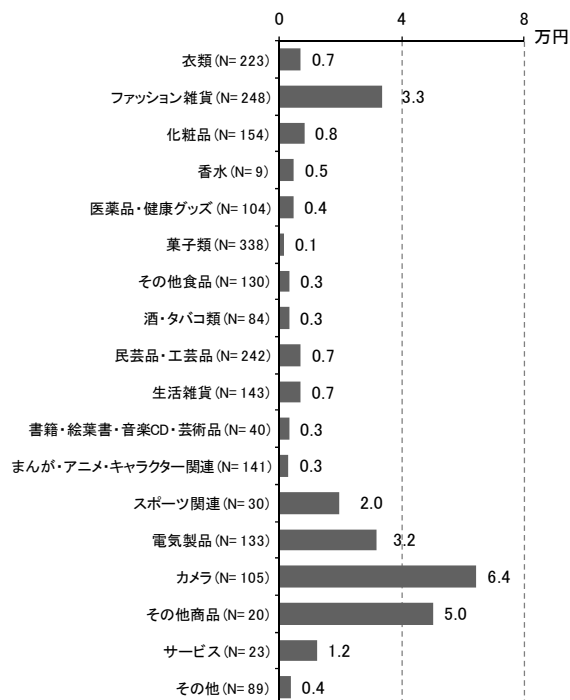
- 国籍・地域別に最も満足した購入商品（小区分）の比率をみると、韓国と台湾では「菓子類」（それぞれ 26.2%、22.4%）、香港では「ファッション雑貨」（16.7%）、中国では「化粧品」（16.2%）、米国では「民芸品・工芸品」（26.3%）の割合が高い（図表 5-7）。

図表 5-7 最も満足した購入商品
（商品小区分、主要国籍・地域別）

| 商品小区分 | 国籍・地域 | | | | |
|------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | 韓国 | 台湾 | 香港 | 中国 | 米国 |
| 衣類 | 8.1 | 12.6 | 13.7 | 7.4 | 8.2 |
| ファッション雑貨 | 11.6 | 9.8 | 16.7 | 15.0 | 6.6 |
| 化粧品 | 6.2 | 8.2 | 5.4 | 16.2 | 0.4 |
| 香水 | 0.8 | 0.2 | 0.0 | 0.6 | 0.0 |
| 医薬品・健康グッズ | 7.3 | 7.9 | 4.9 | 6.2 | 0.4 |
| 菓子類 | 26.2 | 22.4 | 11.8 | 7.4 | 5.3 |
| その他食品 | 4.1 | 5.4 | 14.2 | 2.4 | 7.0 |
| 酒・タバコ類 | 4.6 | 2.1 | 2.9 | 1.5 | 5.8 |
| 民芸品・工芸品 | 8.6 | 4.6 | 3.9 | 3.2 | 26.3 |
| 生活雑貨 | 7.8 | 4.2 | 2.9 | 1.8 | 10.7 |
| 書籍・絵葉書・音楽CD・芸術品 | 1.6 | 1.3 | 1.5 | 0.9 | 4.1 |
| まんが・アニメ・キャラクター関連 | 4.1 | 10.3 | 5.4 | 4.4 | 6.6 |
| スポーツ関連 | 1.6 | 0.8 | 1.0 | 0.9 | 2.5 |
| 電気製品 | 3.2 | 4.2 | 3.4 | 15.6 | 2.5 |
| カメラ | 0.3 | 2.7 | 2.9 | 13.5 | 2.1 |
| その他商品 | 0.3 | 0.6 | 0.5 | 1.5 | 0.4 |
| サービス | 0.0 | 0.2 | 1.0 | 0.9 | 3.3 |
| その他 | 3.5 | 2.5 | 7.8 | 0.9 | 7.8 |
| 合計 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 |
| 標本数 | 370 | 478 | 204 | 340 | 243 |

- 最も満足した購入商品（小区分）の単価をみると、最も高い商品は「カメラ」であり平均 6.4 万円である。次いで「ファッション雑貨」（平均 3.3 万円）、「電気製品」（平均 3.2 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・地域）



- 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 51.5% を占める。「衣類・ファッション雑貨」や「電気製品・カメラ」では「価格が手頃・自国より安いから」とする回答が 25% 超と多かった（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・地域）

| 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 | 455 | 15.8 | 33.0 | 0.0 | 7.0 | 1.5 | 4.2 | 3.7 | 4.0 | 29.0 | 1.8 | 100.0 | |
| 化粧品・医薬品など | 246 | 48.4 | 0.0 | 0.0 | 17.1 | 0.0 | 1.2 | 2.4 | 6.5 | 20.7 | 3.7 | 100.0 | |
| 菓子・食品・酒など | 513 | 2.1 | 4.5 | 65.7 | 3.1 | 2.9 | 1.2 | 2.9 | 10.9 | 3.5 | 3.1 | 100.0 | |
| 民芸品・生活雑貨など | 573 | 13.1 | 28.4 | 0.0 | 4.4 | 11.3 | 10.6 | 8.6 | 12.2 | 6.3 | 5.1 | 100.0 | |
| 電気製品・カメラ | 223 | 33.6 | 5.4 | 0.0 | 22.4 | 0.4 | 2.7 | 4.5 | 1.3 | 26.5 | 3.1 | 100.0 | |
| その他 | 126 | 4.8 | 3.2 | 42.9 | 3.2 | 3.2 | 3.2 | 3.2 | 0.8 | 2.4 | 33.3 | 100.0 | |
| 合計 | 2,136 | 16.8 | 16.5 | 18.3 | 7.9 | 4.3 | 4.6 | 4.7 | 7.7 | 14.0 | 5.2 | 100.0 | |

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 25 年 7 月 18 日（木）～9 月 1 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

ビジット・ジャパン事業の重点市場である 13 の国・地域ならびにインド、ロシアについて目標サンプル数を設定し、合計 6,500 サンプルを目標に調査を実施。7,328 サンプル（うち旅行中支出額の有効サンプル数は 7,279 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・地域別ウェイトバック集計の実施

本調査の標本は国籍・地域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・地域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・地域別集計表）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。なお、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。

また、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・地域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 にデータがない台湾ドル、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。