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 27 年 10-12 月期 報告書

国土交通省
観光庁
JAPAN TOURISM AGENCY

訪日外国人の消費動向

平成 27 年 10-12 月期　報告書

目　次

Ⅰ　平成 27 年 10-12 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 ･････････････････････ 2
（２）滞在期間 ･････････････････････ 3
（３）旅行内容 ･････････････････････ 4

２．訪日外国人の旅行支出

（１）旅行支出の構造 ･････････････････ 10
（２）旅行前支出 ･････････････････････ 11
（３）旅行中支出 ･････････････････････ 11
（４）来訪目的別にみる旅行中支出 ･････ 13
（５）旅行消費額の推計 ･････････････････ 14
（６）費目別にみる旅行消費額 ･････････ 16

３．土産品の購入実態

（１）費目別購入率 ･････････････････････ 17
（２）費目別購入者単価 ･････････････････ 17
（３）買物場所 ･････････････････････････ 18
（４）利用した金融機関と決済方法 ･････ 18
（５）消費税免税手続きの実施状況 ･････ 19

４．満足度と再訪意向

（１）訪日旅行全体の満足度 ･････････････ 20
（２）日本への再訪意向 ･････････････････ 20
（３）最も満足した購入商品 ･････････････ 21
（４）最も満足した飲食 ･････････････････ 22

５．役に立った旅行情報源

（１）出発前に得た旅行情報源 ･････････ 23
（２）日本滞在中に得た旅行情報源 ･････ 23
（３）日本滞在中にあると便利な情報 ･･･ 24

６．日本滞在中の行動

（１）訪日前に期待していたこと ･･････ 25
（２）今回したことと次回したいこと ･･･ 26
（３）今回したことの満足度 ･････････････ 26

Ⅱ　訪日外国人消費動向調査結果

１．調査概要 ･････････････････････････ 29
２．調査結果の利用上の注意 ･････････････ 29
３．調査票選択肢の定義と具体例 ････････ 31
４．調査結果の精度 ･････････････････････ 35

＜集計表＞

【全目的】

第１表　国籍･地域別　回答者属性および旅行内容
第２表　居住地別　回答者属性および旅行内容
第３表　訪問地別　回答者属性および旅行内容
第４表　国籍･地域別　費目別購入率および購入者単価
第５表　居住地別　費目別購入率および購入者単価
第６表　国籍･地域別　１人１回当たり旅行消費単価
第７表　居住地別　１人１回当たり旅行消費単価
第８表　訪問地別　１人１回当たり旅行消費単価
第９表　国籍･地域別　平均泊数
第１０表　訪問地別　平均泊数
第１１表　国籍･地域別　消費税に係る免税手続き実施状況
参考表１　国籍･地域別　１人１泊当たり旅行消費単価（パッケージツアー参加費内訳含む）
参考表２　国籍･地域別　都道府県別訪問率
参考表３　国籍･地域別　訪日旅行に関する意識（満足度など）

【観光･レジャー目的】

参考表４　国籍･地域別　回答者属性および旅行内容
参考表５　国籍･地域別　費目別購入率および購入者単価
参考表６　国籍･地域別　平均泊数
参考表７　国籍･地域別　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）
参考表８　国籍･地域別　都道府県別訪問率
参考表９　国籍･地域別　訪日旅行に関する意識（満足度など）

＜調査票＞

日本語、英語、韓国語、中国語（繁体字）、中国語（簡体字）

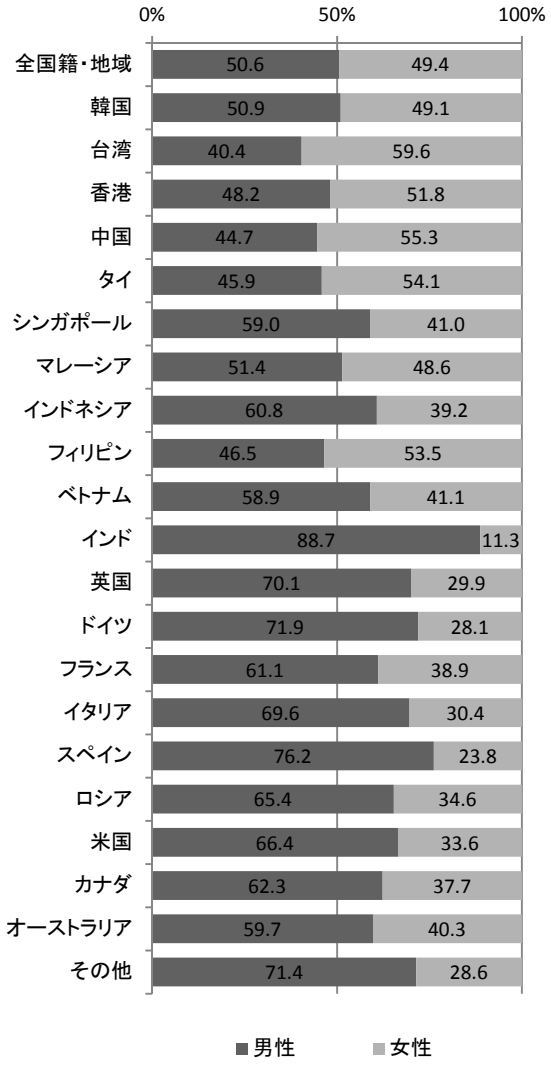
Ⅰ　平成 27 年 10-12 月期における訪日外国人の消費動向の分析結果

１．訪日外国人の属性と旅行内容

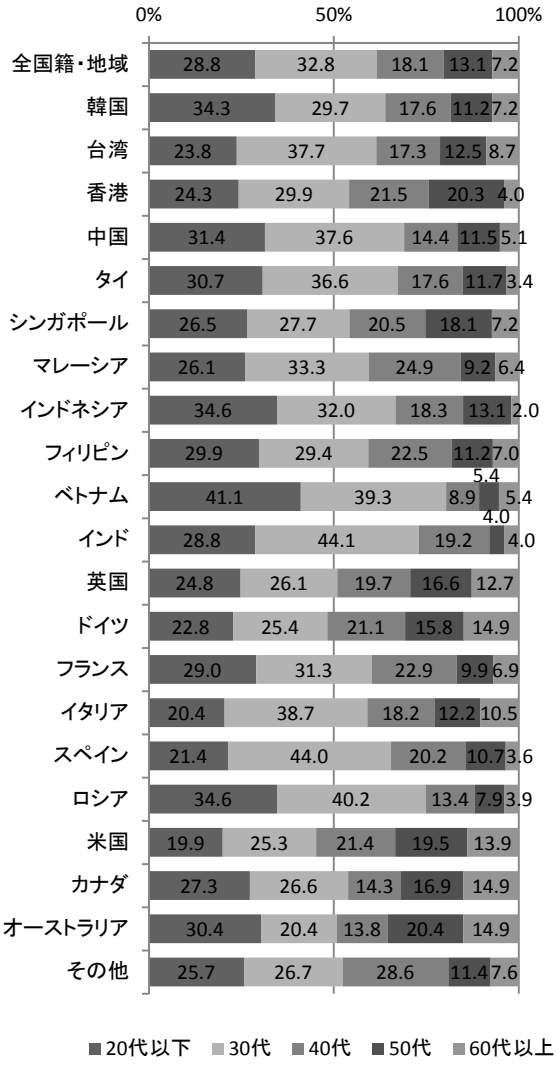
（１）回答者属性

- **性別**の構成比は「男性」が 50.6%、「女性」が 49.4%である（図表 1-1）。
- 国籍･地域別にみると、台湾や香港、中国、タイ、フィリピンでは「女性」の割合が 5 割を超える。インドでは「男性」の割合が 88.7%と高い。
- **年代**別の構成比は、「30 代」（32.8%）、「20 代以下」（28.8%）の順で多い（図表 1-2）。（注：年代別構成比には調査対象外である 15 歳未満を含まない）
- **性年代**別では「男性 30 代」（17.5%）、「女性 20 代」（16.1%）、「女性 30 代」（15.3%）の順で多い。

図表 1-1　性別（国籍･地域別、全目的）



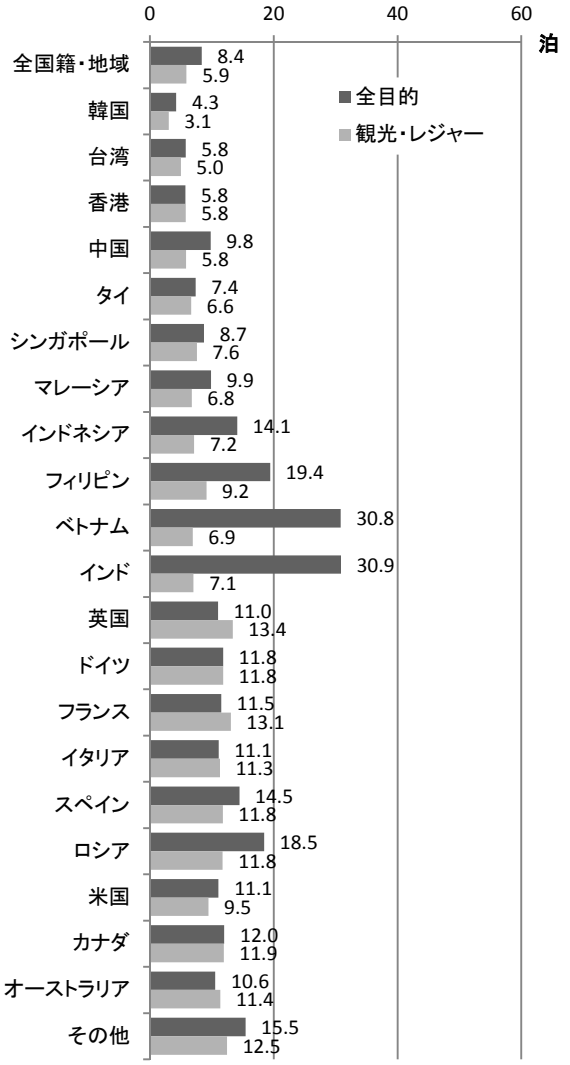
図表 1-2　年代（国籍･地域別、全目的）



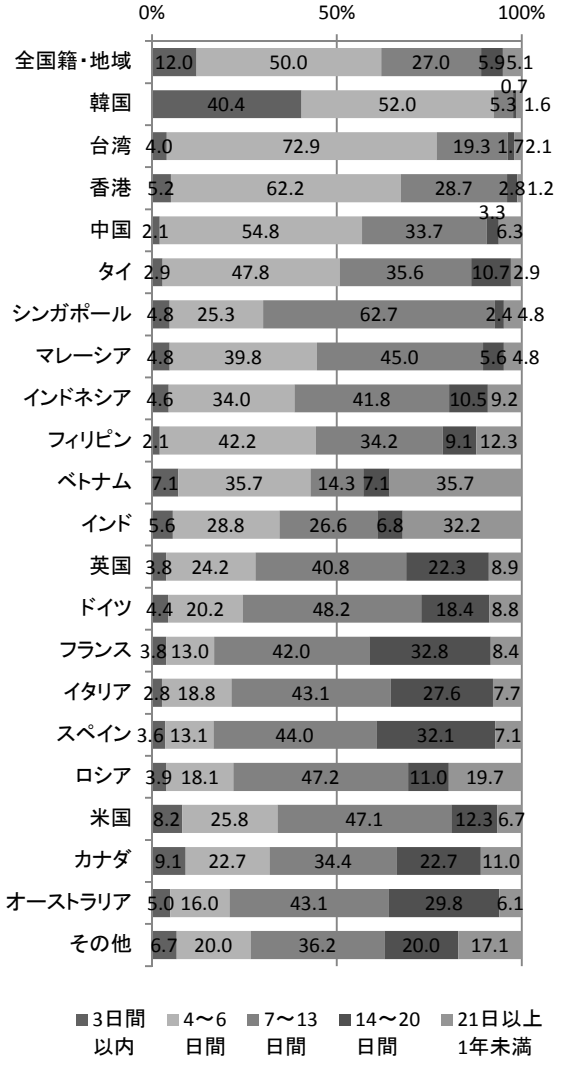
（２）滞在期間

- 回答者全体の**平均泊数**は 8.4 泊である。国籍･地域別にみると、ベトナムやインドでは長期滞在者の割合が他の国籍･地域に比べて多いため平均泊数が長くなっている（図表 1-3）。
- **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。欧州やカナダ、オーストラリアでは 10 泊以上と、平均泊数が長い傾向にある。
- 回答者全体の**滞在日数**の分布をみると、6 日間以内の短期滞在者が 6 割以上を占める（図表 1-4）。
- 国籍･地域別にみると、韓国では「3 日間以内」の割合が 40.4%と他の国籍･地域に比べて高い。一方、ベトナムやインド、フランス、スペインでは 14 日以上の滞在者が約 4 割を占めており、他の国籍･地域に比べて滞在日数が長い傾向にある。

図表 1-3　平均泊数（国籍･地域別）



図表 1-4　滞在日数（国籍･地域別、全目的）

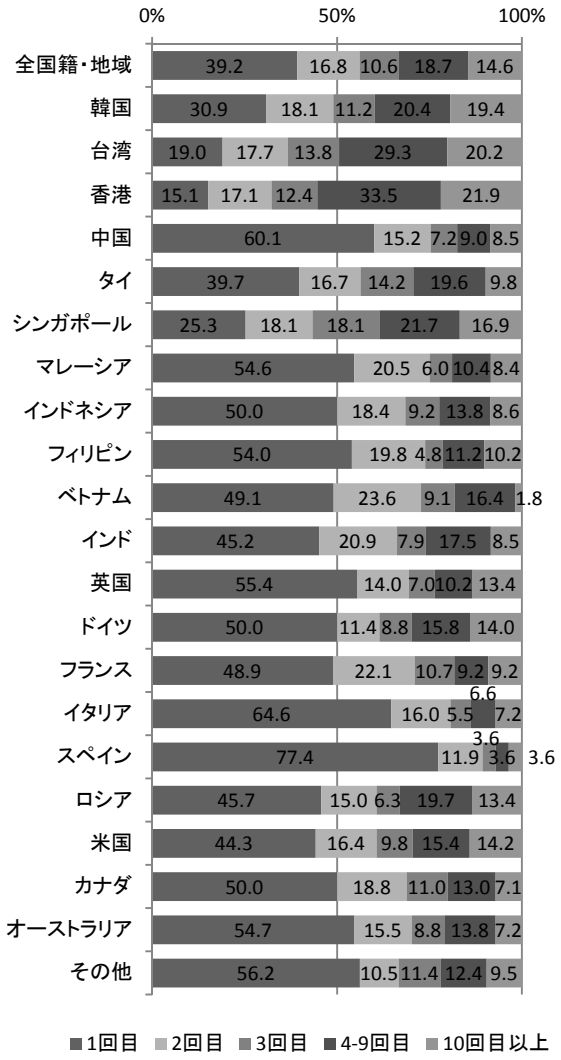


（３）旅行内容

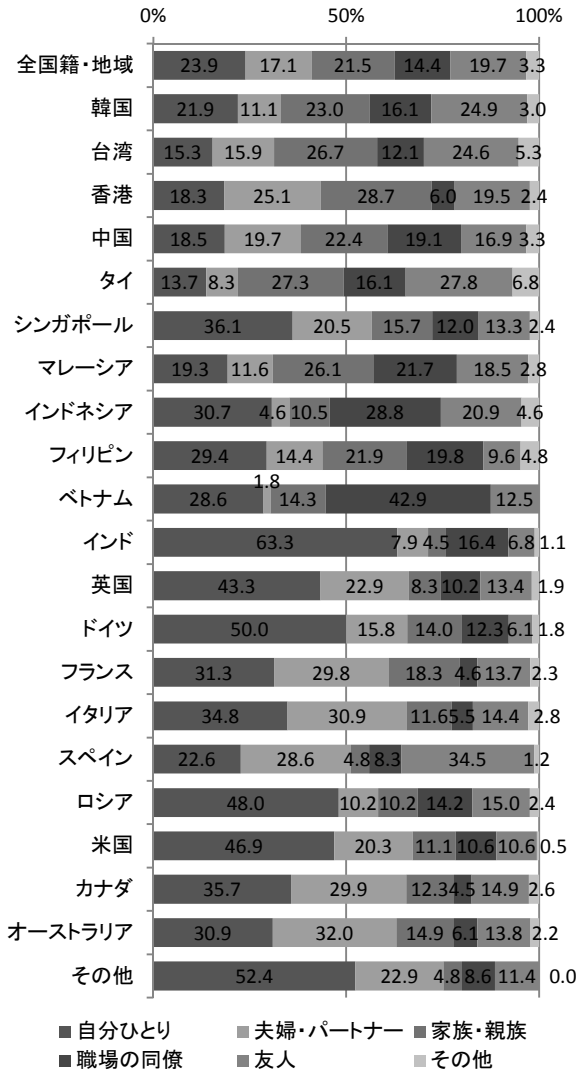
［全目的］

- 日本への**来訪回数**では、「1 回目」が 39.2%と最も多く、「2 回目」が 16.8%を占める。一方で「10 回目以上」も 14.6%と少なくない（図表 1-5）。
- 国籍・地域別では、中国やイタリア、スペインで「１回目」が 6 割を超える。一方、台湾や香港では「１回目」の割合が 2 割弱と低い。
- **同行者**は「自分ひとり」が（23.9%）と最も多い。次いで「家族・親戚」(21.5%)、「友人」（19.7%）、「夫婦・パートナー」（17.1%）、「職場の同僚」（14.4%）の順となっている（図表 1-6）。
- 国籍・地域別では、フランスやイタリア、スペイン、カナダ、オーストラリアで「夫婦・パートナー」の割合が 3 割前後と他の国籍・地域に比べて高い。

図表 1-5 来訪回数（国籍・地域別、全目的）



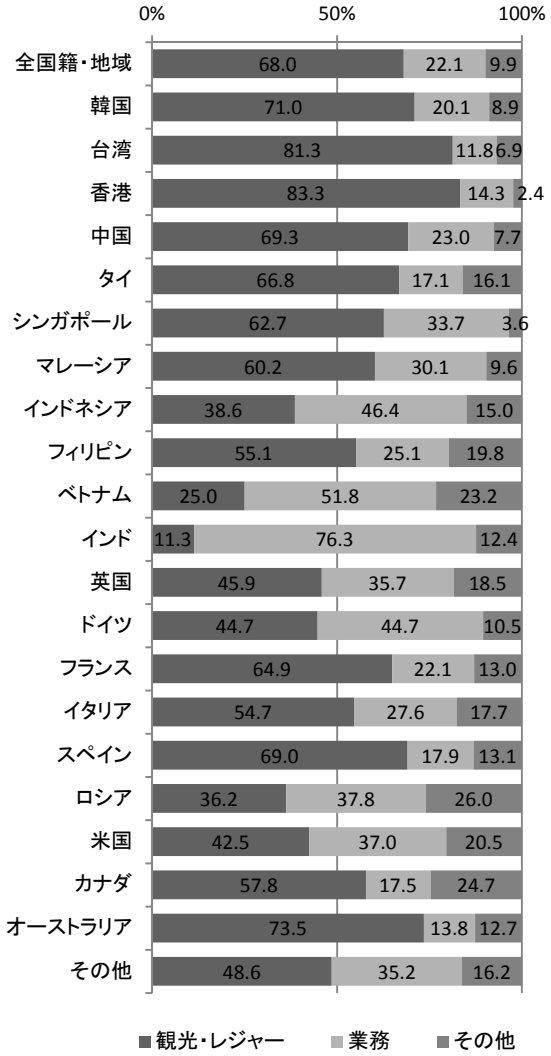
図表 1-6 同行者（国籍・地域別、全目的）



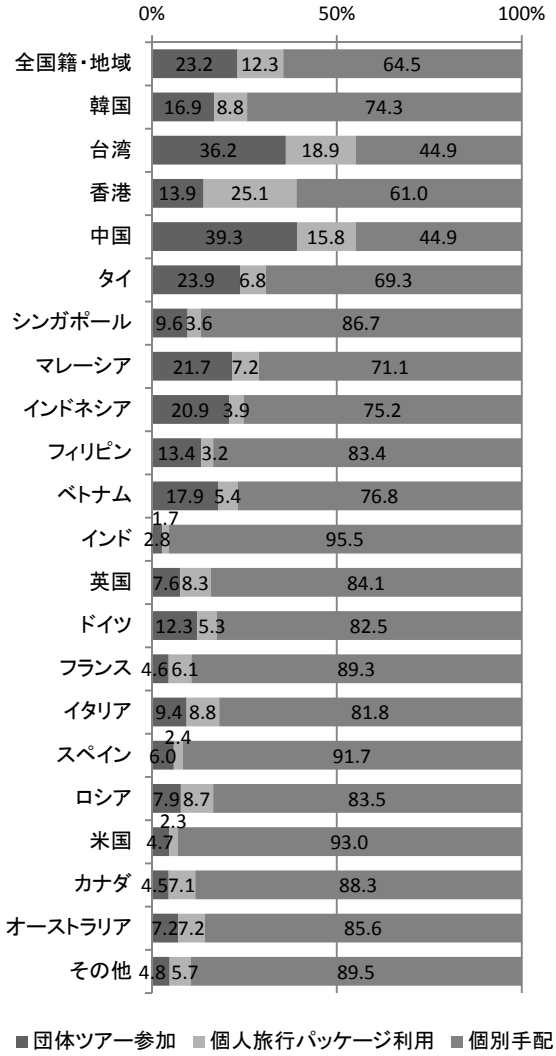
注）「同行者」の設問は複数回答。上記図表では「同行者」を 2 つ以上選択した回答を「その他」として集計している。

- 訪日外国人の**主な来訪目的**では「観光・レジャー」が全体の 68.0%を占める。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 22.1%を占める（図表 1-7）。
- 国籍・地域別では、「観光・レジャー」の割合が台湾で 81.3%、香港で 83.3%と特に高い。また、韓国やオーストラリアでも「観光・レジャー」の割合が 7 割超と、他の国籍・地域に比べて高い。
- **旅行手配方法**では「旅行会社等が企画した団体ツアーに参加した（以下、**団体ツアー参加**）」が 23.2%、「往復航空（船舶）券と宿泊等がセットになった個人旅行向けパッケージ商品を利用した（以下、**個人旅行パッケージ利用**）」が 12.3%、「往復航空（船舶）券や宿泊等を個別に手配した（以下、**個別手配**）」が 64.5%を占める（図表 1-8）。

図表 1-7　主な来訪目的（国籍・地域別、全目的）

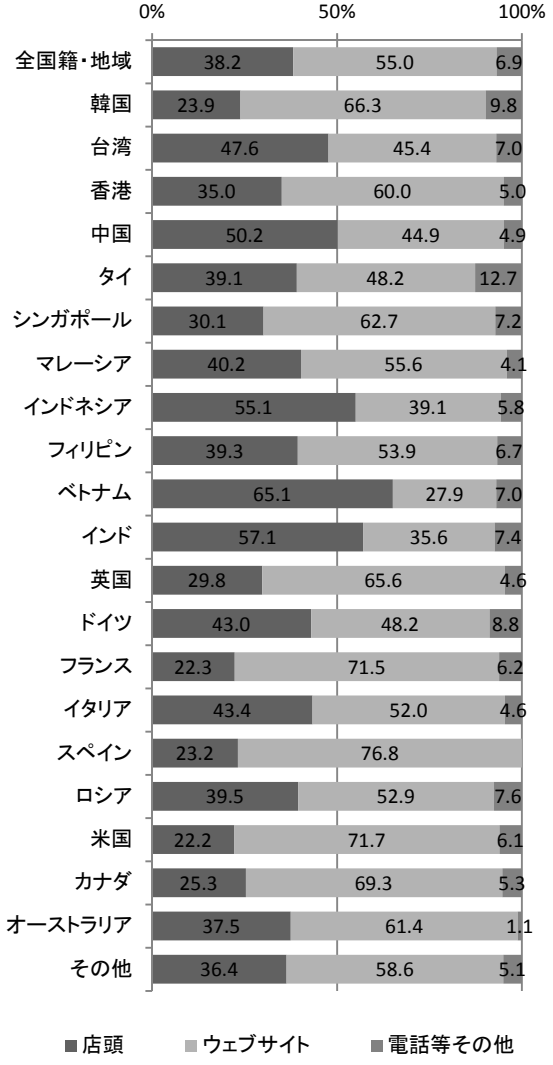


図表 1-8　旅行手配方法（国籍・地域別、全目的）

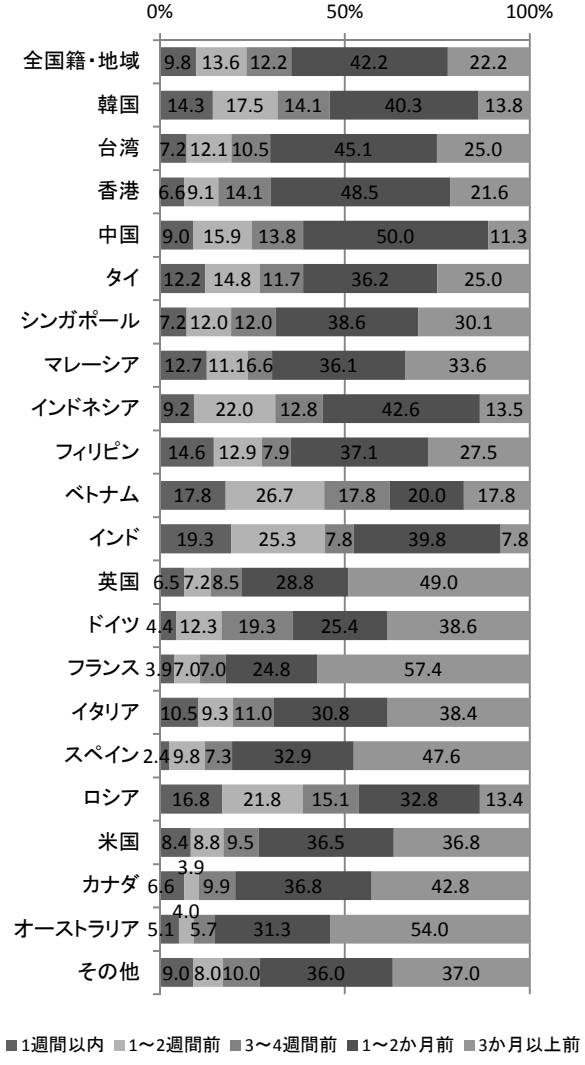


- ツアー商品や往復航空（船舶）券の**申込方法**では、「店頭（旅行会社や航空会社等）で申し込んだ（以下、**店頭**）」人の割合が全体の 38.2%、「ウェブサイトから申し込んだ（以下、**ウェブサイト**）」人の割合が同 55.0%を占める(図表 1-9)。
- 国籍・地域別では、「店頭」の割合が中国やインドネシア、ベトナム、インドで 5 割を超える。「ウェブサイト」はフランスやスペイン、米国で 7 割を超える。
- ツアー商品や往復航空（船舶）券の**手配の時期**では「出発の 1～2 か月前」が 42.2%と最も高い割合を占める（図表 1-10）。
- 国籍・地域別では、英国やフランス、スペイン、カナダ、オーストラリアで「出発の 3 か月以上前」の割合が 4 割超と他の国籍・地域に比べ高い。

図表 1-9　申込方法（国籍・地域別、全目的）



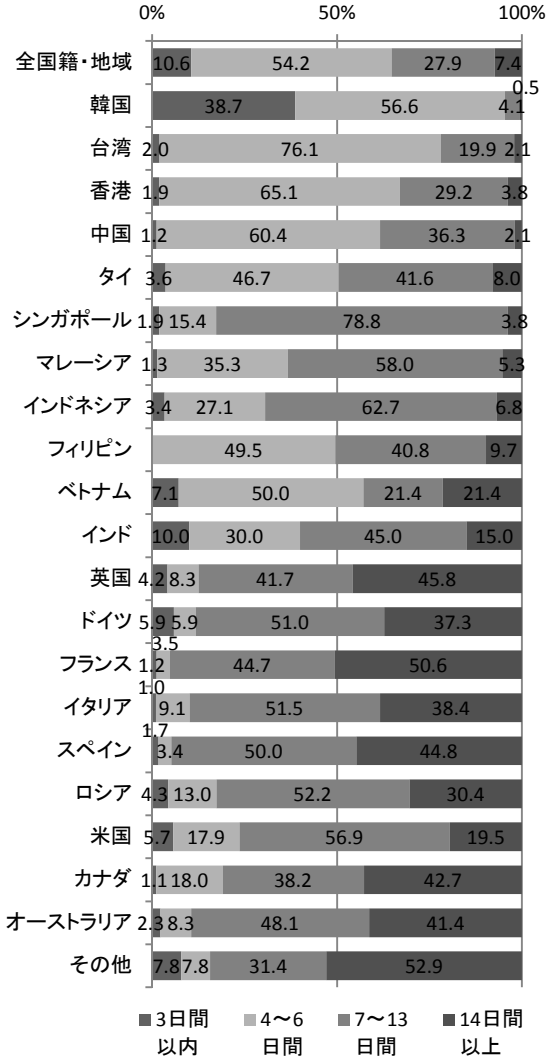
図表 1-10　手配の時期（国籍・地域別、全目的）



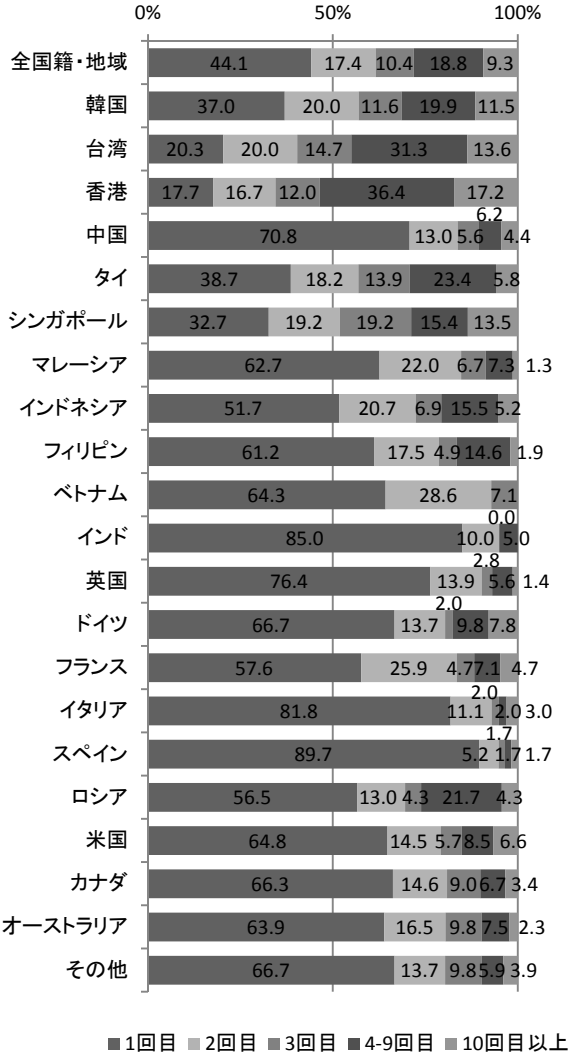
［観光･レジャー目的］

- **観光･レジャー**目的で訪れた訪日外国人の**滞在日数**は、6 日間以内が 6 割超を占める（図表 1-11）。
- 国籍･地域別にみると、韓国では「3 日間以内」が 38.7%と他の国籍･地域に比べて多い。台湾や香港、中国、タイ、フィリピン、ベトナムも、その他の国籍･地域に比べ滞在日数が短い傾向がみられる。
- 日本への**来訪回数**では、「1 回目」が 44.1%と最も多く、「2 回目」が 17.4%を占める。一方で「10 回目以上」も 9.3%と少なくない（図表 1-12）。
- 国籍･地域別では、中国やインド、英国、イタリア、スペインで「1 回目」が 7 割を超える。一方、香港では 4 回目以上のリピーターが半数以上を占める。

図表 1-11　滞在日数
（国籍･地域別、観光･レジャー目的）



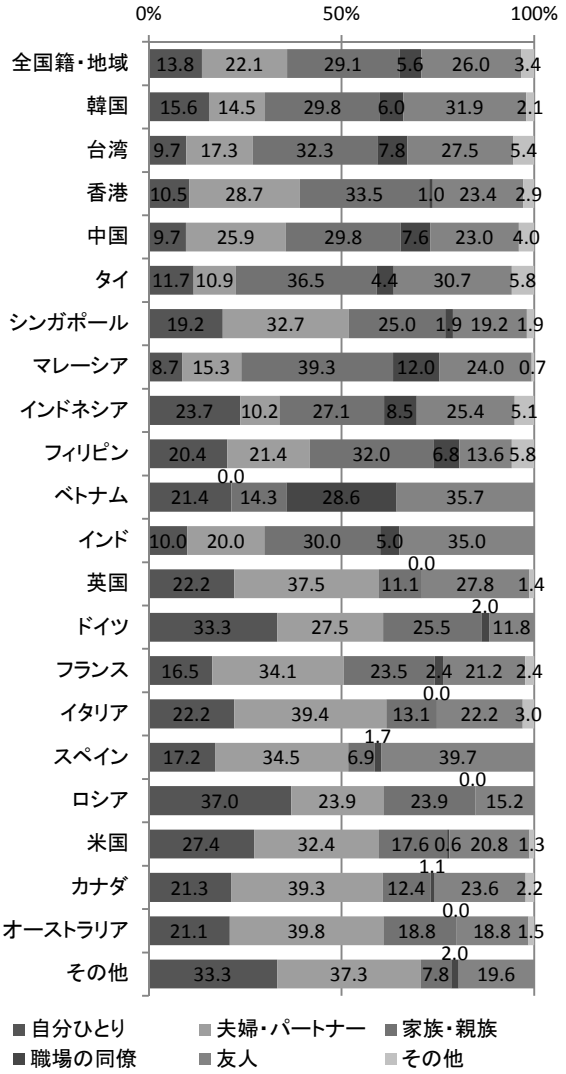
図表 1-12　日本への来訪回数
（国籍･地域別、観光･レジャー目的）



- **同行者**は「家族・親族」（29.1%）、「友人」（26.0%）、「夫婦・パートナー」（22.1%）、「自分ひとり」（13.8%）、「職場の同僚」（5.6%）の順となっている（図表 1-13）。
- 国籍・地域別では、東アジアで「家族・親族」、欧米やオーストラリアで「夫婦・パートナー」の割合が他の国籍・地域に比べて高い傾向がみられる。

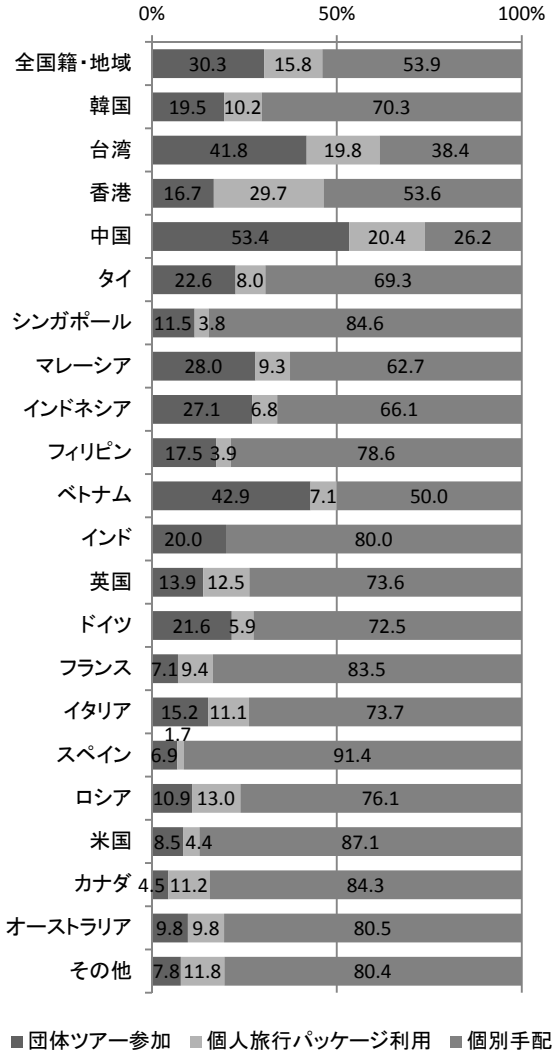
- **旅行手配方法**では「団体ツアー参加」が30.3%、「個人旅行パッケージ利用」が15.8%、「個別手配」が53.9%を占める（図表 1-14）。
- 国籍・地域別では、「団体ツアー参加」の割合が中国で53.4%と高い。欧米では「個別手配」が大半を占める。

図表 1-13　同行者
（国籍・地域別、観光・レジャー目的）



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。

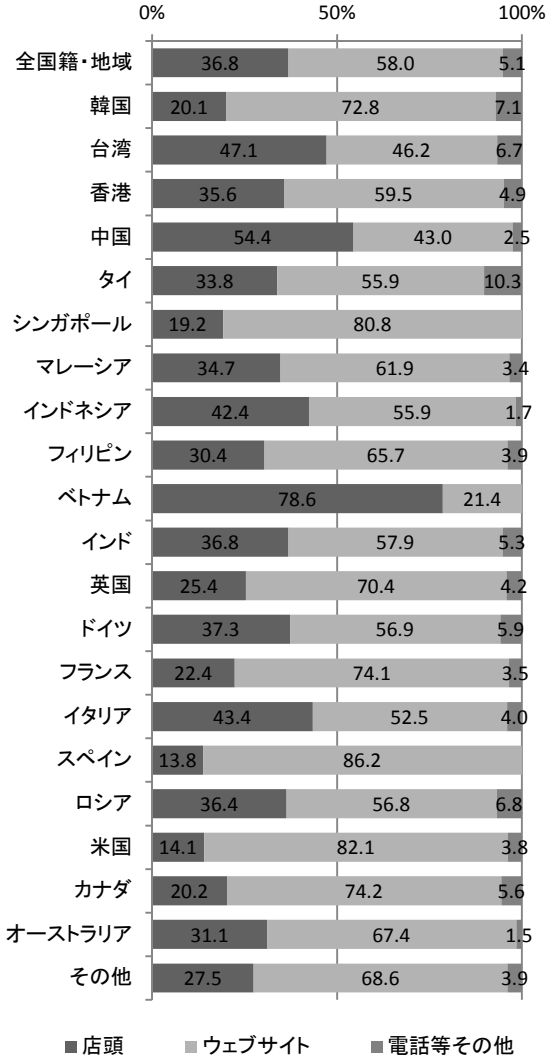
図表 1-14　旅行手配方法
（国籍・地域別、観光・レジャー目的）



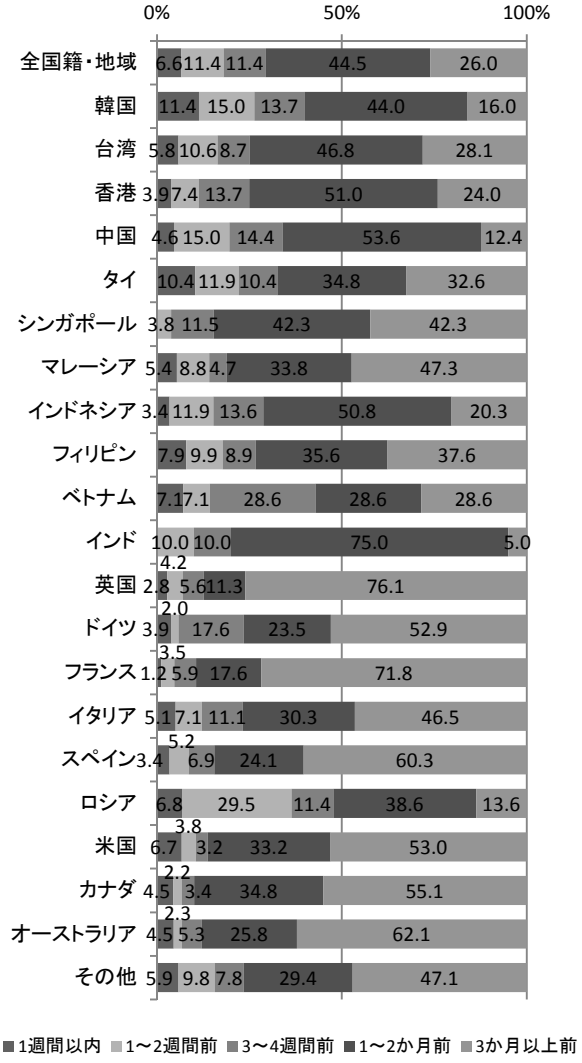
- ツアー商品や往復航空（船舶）券の**申込方法**では、「店頭」の割合が 36.8%、「ウェブサイト」の割合が 58.0%を占める（図表 1-15）。
- 国籍・地域別では、「店頭」の割合が中国やベトナムで 5 割以上を占める。「ウェブサイト」はシンガポールやスペイン、米国で 8 割を超える。

- ツアー商品や往復航空（船舶）券の**手配の時期**では「出発の 1～2 か月前」が 44.5%と最も高い割合を占める（図表 1-16）。
- 国籍・地域別では、英国やフランスで「出発の 3 か月以上前」の割合が 7 割超と他の国籍・地域に比べ高い。

図表 1-15　申込方法
（国籍・地域別、観光・レジャー目的）



図表 1-16　手配の時期
（国籍・地域別、観光・レジャー目的）

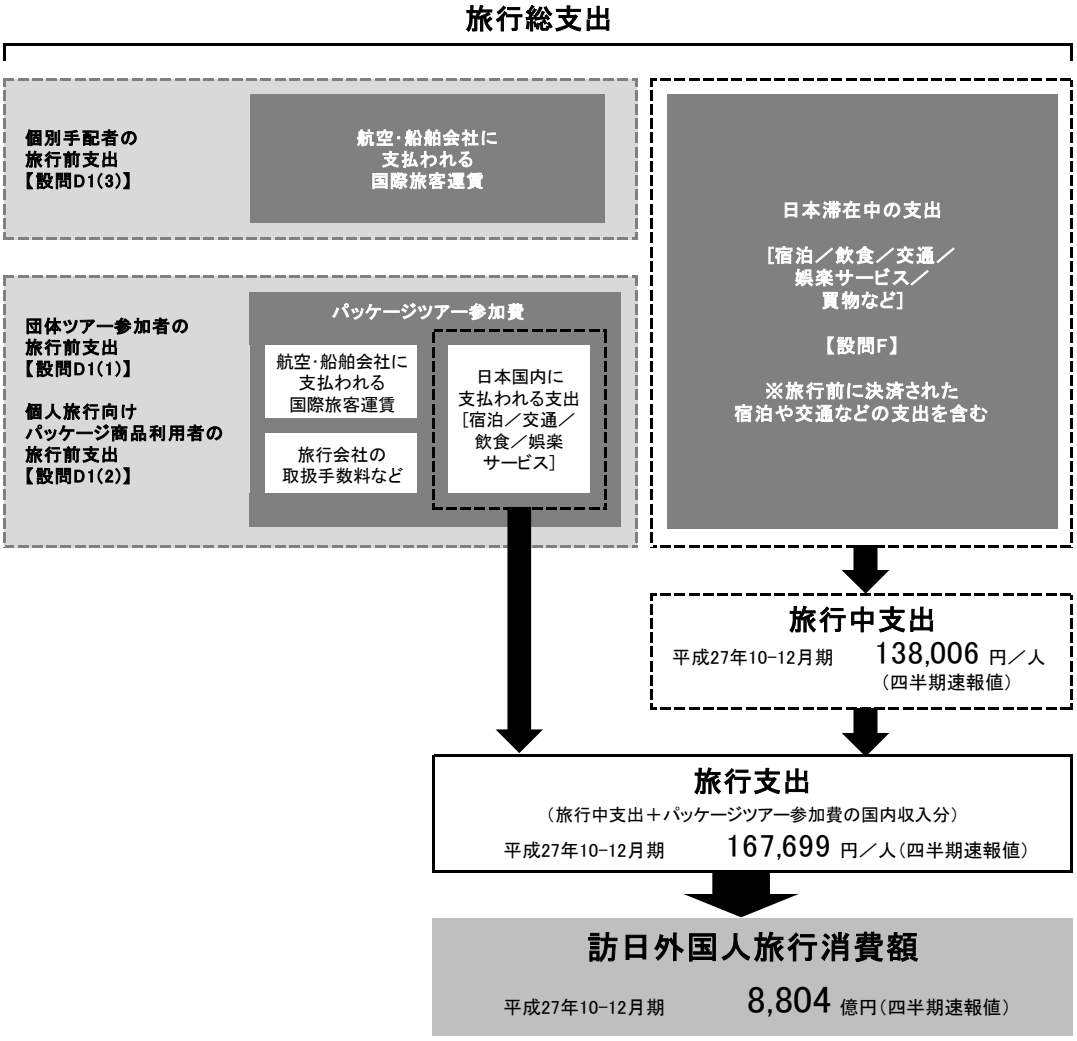


２．訪日外国人の旅行支出

（１）旅行支出の構造

- 本調査における訪日外国人の旅行支出の構造を図表 2-1 に示す。
- **旅行前支出**は旅行手配方法別に捉え方が異なる。**団体ツアー参加者**[注1]および**個人旅行パッケージ利用者**[注2]については**パッケージツアー参加費**を旅行前支出として尋ねている。一方、**個別手配者**[注3]については航空･船舶会社に支払われる**国際旅客運賃**を旅行前支出として尋ねている。
- **旅行中支出**とは、日本滞在中の支出であり、宿泊料金や飲食費、交通費、娯楽サービス費、買物代など日本滞在中に支払ったすべての旅行消費支出を尋ねている（平成 26 年調査では旅行出発前に決済した宿泊料金や交通費を旅行中支出とは別の設問で尋ねていたが、平成 27 年調査ではこれらを旅行中支出の設問の中で尋ねることとした）。

図表 2-1　訪日外国人消費動向調査における旅行支出の構造　概念図



- **パッケージツアー参加費**には、日本国内に支払われる支出（宿泊／飲食／交通／娯楽サービスなど）や航空･船舶会社に支払われる国際旅客運賃などが含まれる。本調査では、このうち**日本国内に支払われる支出**（以下、**国内収入分**）を**旅行中支出**に加算することにより、**訪日外国人旅行消費額**（総額）を推計する。

（２）旅行前支出

- **団体ツアー**の購入者単価は 1 人当たり平均 138,209 円、**個人旅行パッケージ**の購入者単価は 1 人当たり平均 131,061 円であった（図表 2-2）。
- **個別手配者**の国際旅客運賃（出発国から日本までの往復運賃）の購入者単価は 1 人当たり平均 81,562 円であった。

（３）旅行中支出

- 日本滞在中に支出された**旅行中支出**は 1 人当たり平均 138,006 円であった。旅行手配方法別では、団体ツアー参加者では 1 人当たり平均 103,996 円、個人旅行パッケージ利用者では 1 人当たり平均 127,314 円、個別手配者では 1 人当たり平均 153,193 円であった（図表 2-3）。
- 旅行前支出と旅行中支出を合算した**旅行総支出**は、1 人当たり平均 245,572 円であった（図表 2-4）。

注1） 旅行会社等が企画した団体ツアーに参加した人
注2） 往復航空（船舶）券と宿泊等がセットになった個人旅行向けパッケージ商品を利用した人
注3） 往復航空（船舶）券や宿泊等を個別に手配した人

図表 2-2 訪日外国人 1 人当たり旅行前支出（旅行手配方法別）※四半期速報値

【団体ツアー参加者】

国籍･地域	団体ツアー参加率 (%)	団体ツアー購入者単価 (円／人)
全国籍･地域	23.2%	138,209
韓国	16.9%	77,990
台湾	36.2%	126,710
香港	13.9%	141,821
中国	39.3%	125,431
タイ	23.9%	129,087
シンガポール	9.6%	257,797
マレーシア	21.7%	176,771
インドネシア	20.9%	245,003
フィリピン	13.4%	177,901
ベトナム	17.9%	168,358
インド	2.8%	78,390
英国	7.6%	724,631
ドイツ	12.3%	502,186
フランス	4.6%	559,883
イタリア	9.4%	476,026
スペイン	6.0%	358,388
ロシア	7.9%	322,780
米国	4.7%	569,909
カナダ	4.5%	336,320
オーストラリア	7.2%	458,955
その他	4.8%	241,773

【個人旅行パッケージ利用者】

国籍･地域	個人旅行パッケージ利用率 (%)	個人旅行パッケージ購入者単価 (円／人)
全国籍･地域	12.3%	131,061
韓国	8.8%	64,272
台湾	18.9%	95,440
香港	25.1%	110,639
中国	15.8%	155,241
タイ	6.8%	183,815
シンガポール	3.6%	100,986
マレーシア	7.2%	127,111
インドネシア	3.9%	150,501
フィリピン	3.2%	176,035
ベトナム	5.4%	149,900
インド	1.7%	312,244
英国	8.3%	621,758
ドイツ	5.3%	295,338
フランス	6.1%	403,209
イタリア	8.8%	306,986
スペイン	2.4%	502,407
ロシア	8.7%	291,304
米国	2.3%	266,602
カナダ	7.1%	193,467
オーストラリア	7.2%	315,080
その他	5.7%	296,101

【個別手配者】

国籍･地域	個別手配比率 (%)	国際旅客運賃購入者単価 (円／人)
全国籍･地域	64.5%	81,562
韓国	74.3%	33,377
台湾	44.9%	48,841
香港	61.0%	64,688
中国	44.9%	70,230
タイ	69.3%	82,447
シンガポール	86.7%	84,937
マレーシア	71.1%	66,205
インドネシア	75.2%	99,222
フィリピン	83.4%	62,898
ベトナム	76.8%	82,177
インド	95.5%	109,309
英国	84.1%	218,281
ドイツ	82.5%	130,350
フランス	89.3%	134,993
イタリア	81.8%	119,179
スペイン	91.7%	105,422
ロシア	83.5%	100,975
米国	93.0%	189,208
カナダ	88.3%	130,173
オーストラリア	85.6%	122,579
その他	89.5%	165,122

図表 2-3 訪日外国人 1 人当たり旅行中支出（国籍・地域別） ※四半期速報値

国籍・地域	a.旅行中支出	団体ツアー参加者	個人旅行パッケージ利用者	個別手配者	b.平均泊数	c.1泊当たり旅行中支出(=a/b)	団体ツアー参加者	個人旅行パッケージ利用者	個別手配者
	（円／人）	（円／人）	（円／人）	（円／人）	（泊）	（円／人泊）	（円／人泊）	（円／人泊）	（円／人泊）
全国籍・地域	138,006	103,996	127,314	153,193	8.4	16,458	21,617	21,353	15,119
韓国	61,862	32,966	39,771	71,741	4.3	14,518	12,828	14,612	14,859
台湾	102,929	65,056	101,346	135,059	5.8	17,854	15,451	20,030	18,466
香港	133,612	64,289	112,960	159,113	5.8	23,225	14,707	21,371	25,412
中国	225,681	178,829	224,187	267,757	9.8	22,973	33,783	34,721	17,889
タイ	114,696	64,646	77,138	139,723	7.4	15,551	15,084	11,612	16,411
シンガポール	169,898	46,361	70,000	188,574	8.7	19,477	7,891	7,000	20,985
マレーシア	109,571	85,547	104,596	118,344	9.9	11,095	15,659	6,193	11,262
インドネシア	113,537	80,961	85,875	124,081	14.1	8,057	9,490	5,922	7,945
フィリピン	141,586	108,528	62,000	149,598	19.4	7,288	21,533	10,941	6,720
ベトナム	151,716	128,243	105,000	162,922	30.8	4,922	8,382	4,257	4,674
インド	146,324	40,500	27,333	152,147	30.9	4,741	8,100	248	5,034
英国	169,051	86,545	112,644	183,189	11.0	15,324	8,051	9,039	16,781
ドイツ	150,059	40,771	65,324	177,171	11.8	12,690	3,636	7,839	14,596
フランス	159,681	61,397	177,412	162,977	11.5	13,826	4,847	15,427	14,177
イタリア	154,341	69,329	122,255	168,849	11.1	13,871	6,659	11,307	15,018
スペイン	201,461	126,022	171,260	207,398	14.5	13,928	13,127	14,892	13,960
ロシア	172,316	42,393	126,220	188,905	18.5	9,328	5,888	9,075	9,441
米国	152,772	75,386	136,662	157,600	11.1	13,780	7,475	13,912	14,112
カナダ	182,622	36,264	92,843	199,065	12.0	15,194	5,289	10,865	15,841
オーストラリア	183,410	69,911	80,425	200,749	10.6	17,353	6,268	7,363	19,137
その他	169,386	108,083	77,764	179,292	15.5	10,945	9,481	6,964	11,228

図表 2-4 訪日外国人 1 人当たり旅行総支出（国籍・地域別） ※四半期速報値

国籍・地域	a.旅行総支出	団体ツアー参加者	個人旅行パッケージ利用者	個別手配者	b.平均泊数	c.1泊当たり旅行総支出(=a/b)	団体ツアー参加者	個人旅行パッケージ利用者	個別手配者
	（円／人）	（円／人）	（円／人）	（円／人）	（泊）	（円／人泊）	（円／人泊）	（円／人泊）	（円／人泊）
全国籍・地域	245,572	241,151	259,641	244,879	8.4	29,285	50,126	43,547	24,167
韓国	106,871	109,383	102,912	106,771	4.3	25,081	42,563	37,811	22,114
台湾	190,321	190,836	196,376	187,127	5.8	33,013	45,325	38,812	25,585
香港	223,771	210,733	223,595	227,480	5.8	38,896	48,207	42,302	36,330
中国	344,259	303,528	383,815	372,596	9.8	35,044	57,339	59,444	24,893
タイ	214,930	198,362	234,778	220,391	7.4	29,141	46,285	35,343	25,886
シンガポール	296,321	304,159	191,183	300,306	8.7	33,970	51,772	19,118	33,419
マレーシア	217,965	267,260	226,960	198,529	9.9	22,071	48,922	13,438	18,892
インドネシア	265,166	345,252	235,501	240,059	14.1	18,817	40,469	16,241	15,371
フィリピン	227,239	311,143	142,253	219,499	19.4	11,697	61,735	25,103	9,859
ベトナム	264,285	264,289	254,900	265,624	30.8	8,575	17,274	10,334	7,620
インド	267,751	122,390	339,577	270,258	30.9	8,675	24,478	3,087	8,942
英国	482,619	812,005	831,081	414,958	11.0	43,748	75,535	66,692	38,011
ドイツ	371,882	530,164	359,494	333,437	11.8	31,450	47,276	43,139	27,470
フランス	330,379	668,933	563,556	298,479	11.5	28,605	52,810	49,005	25,964
イタリア	334,422	525,251	416,209	296,256	11.1	30,055	50,448	38,493	26,350
スペイン	334,947	578,301	673,667	310,254	14.5	23,157	60,240	58,580	20,882
ロシア	329,340	499,053	444,729	304,494	18.5	17,829	69,313	31,974	15,217
米国	373,526	656,413	401,038	355,577	11.1	33,691	65,083	40,824	31,839
カナダ	339,726	375,837	290,366	341,848	12.0	28,265	54,810	33,979	27,204
オーストラリア	338,233	508,960	360,114	319,040	10.6	32,002	45,631	32,968	30,413
その他	352,560	211,616	422,467	353,918	15.5	22,781	18,563	37,833	22,164

（４） 来訪目的別にみる旅行中支出

- **来訪目的**別に**旅行中支出**をみると、「観光･レジャー」は 1 人当たり平均 133,384 円、「親族･知人訪問」は 1 人当たり平均 175,333 円、「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 1 人当たり平均 140,213 円などとなっている。なお、「観光・レジャー客」はパッケージツアー参加率が高いため、旅行中支出は「業務」などに比べ低い（図表 2-5）。
- **来訪目的**別に**旅行中消費額**（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）を推計すると、「観光･レジャー」目的が 4,762 億円で全体の 65.8%を占める。これに対し「業務」目的の旅行中消費額は 1,629 億円で、全体の 22.5%を占める。

図表 2-5　来訪目的別にみる訪日外国人1人当たり旅行中支出（主要国籍･地域別）※四半期速報値

主な来訪目的		観光･レジャー	親族･知人訪問	留学	治療･検診	イベント	インセンティブツアー	業務	展示会･見本市	国際会議	企業ミーティング	研修	その他ビジネス	その他[注1]	MICE[注2]（再掲）
a. 旅行中支出（円／人）	全国籍･地域	133,384	175,333	416,236	165,712	90,918	82,636	140,213	146,436	128,870	125,743	170,304	142,154	127,326	134,929
	韓国	57,404	81,398	345,029	－	49,064	64,000	71,221	64,705	66,880	60,754	50,357	83,652	54,842	59,462
	台湾	99,107	165,283	102,000	32,500	71,100	56,088	115,131	119,281	99,527	111,273	92,131	123,565	156,968	101,829
	香港	130,363	156,000	－	－	－	－	143,407	136,279	80,000	152,405	174,000	138,267	191,453	146,679
	中国	212,290	317,232	661,000	860,000	214,567	238,434	232,668	262,871	225,189	186,245	302,261	234,357	247,033	231,850
	米国	177,981	139,656	131,057	－	121,678	364,671	124,165	130,641	98,938	119,166	219,539	128,464	161,518	121,878
【参考】															
b. 外客数目的別構成比（%）ヨコ計=100	全国籍･地域	68.0	5.2	0.5	0.1	0.4	0.7	22.1	1.6	2.5	6.2	3.0	8.9	3.0	14.4
	韓国	71.0	4.5	0.4	0.0	0.5	0.2	20.1	2.1	1.3	4.7	2.5	9.6	3.2	11.3
	台湾	81.3	2.9	0.2	0.4	0.6	0.6	11.8	0.9	1.0	3.9	0.8	5.3	2.3	7.7
	香港	83.3	0.8	0.0	0.0	0.0	0.0	14.3	2.4	0.4	5.2	0.8	5.6	1.6	8.8
	中国	69.3	5.3	0.5	0.1	0.1	0.5	23.0	2.0	2.0	7.3	4.0	7.8	1.2	15.8
	米国	42.5	13.9	0.4	0.0	0.3	0.1	37.0	0.4	5.9	11.6	1.3	17.8	3.0	19.7
c. 訪日外客数[注3]（万人）	全国籍･地域	357.0	27.2	2.5	0.6	1.9	3.7	116.2	8.6	13.1	32.3	15.7	46.5	16.0	75.3
	韓国	81.3	5.2	0.5	0.0	0.6	0.2	23.1	2.4	1.5	5.3	2.8	11.0	3.7	12.9
	台湾	73.6	2.6	0.2	0.3	0.5	0.5	10.7	0.9	0.9	3.5	0.7	4.8	2.0	7.0
	香港	34.7	0.3	0.0	0.0	0.0	0.0	6.0	1.0	0.2	2.2	0.3	2.3	0.7	3.7
	中国	80.1	6.2	0.6	0.1	0.2	0.5	26.6	2.3	2.3	8.4	4.7	9.0	1.4	18.3
	米国	11.7	3.8	0.1	0.0	0.1	0.0	10.2	0.1	1.6	3.2	0.4	4.9	1.6	5.4
d. 旅行中消費額（億円）（=a×c）	全国籍･地域	4,762	476	104	9	17	31	1,629	125	169	407	268	661	203	1,017
	韓国	467	42	16	0	3	2	165	15	10	32	14	92	20	77
	台湾	730	44	2	1	4	3	124	10	9	39	6	59	32	71
	香港	453	5	0	0	0	0	86	14	1	33	6	32	13	54
	中国	1,699	196	40	6	3	13	620	59	51	157	141	212	33	424
	米国	208	53	1	0	1	1	126	1	16	38	8	63	26	66
e. 旅行中消費額目的別構成比（%）ヨコ計=100	全国籍･地域	65.8%	6.6%	1.4%	0.1%	0.2%	0.4%	22.5%	1.7%	2.3%	5.6%	3.7%	9.1%	2.8%	14.1%
	韓国	65.3%	5.9%	2.3%	0.0%	0.4%	0.2%	23.0%	2.2%	1.4%	4.5%	2.0%	12.9%	2.8%	10.7%
	台湾	77.8%	4.6%	0.2%	0.1%	0.4%	0.3%	13.2%	1.1%	1.0%	4.1%	0.7%	6.3%	3.4%	7.6%
	香港	81.4%	0.9%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	15.4%	2.4%	0.2%	5.9%	1.0%	5.8%	2.3%	9.6%
	中国	65.1%	7.5%	1.5%	0.2%	0.1%	0.5%	23.7%	2.3%	1.9%	6.0%	5.4%	8.1%	1.3%	16.2%
	米国	49.9%	12.8%	0.3%	0.0%	0.2%	0.3%	30.3%	0.3%	3.8%	9.1%	1.9%	15.1%	6.1%	15.8%
f. 回答数[注4]	全国籍･地域	6,443	558	53	8	47	52	2,337	172	244	615	295	1,011	236	1,425
	韓国	2,768	177	16	0	20	8	786	81	52	182	96	375	89	439
	台湾	865	31	2	4	6	6	126	10	11	41	8	56	21	82
	香港	209	2	0	0	0	0	36	6	1	13	2	14	3	22
	中国	1,064	82	8	1	2	7	354	30	30	112	62	120	16	243
	米国	318	104	3	0	2	1	277	3	44	87	10	133	18	147

注1）主な来訪目的のうち、「ハネムーン」「学校関連の旅行」「スポーツ･スポーツ観戦」「トランジット」については「その他」に含めている。
注2）「MICE」は、主な来訪目的が「イベント」「インセンティブツアー」「展示会･見本市」「国際会議」「企業ミーティング」「研修」の回答の集計結果である。
注3）JNTO「訪日外客数」に、本調査から得られた「b.外客数目的別構成比」を乗じて算出した。
注4）回答数の少ない数値については取り扱いに留意されたい。

（５）旅行消費額の推計

- **訪日外国人旅行消費額**は、訪日外国人が日本国内で支払った**旅行中支出**に、**パッケージツアー参加費**に含まれる宿泊料金や飲食費、交通費などの**国内収入分**（以下、**パッケージ内訳**）を加算することにより推計する（平成 26 年より四半期報告書においてもパッケージ内訳を含む旅行消費額を推計している）。
- 今期の**パッケージ内訳**は 1 人当たり平均 29,693 円と推計される（図表 2-6）。
- 旅行中支出にパッケージ内訳を加えた今期の**旅行支出**は、1 人当たり平均 167,699 円と推計される。
- これに今期の訪日外客数を乗じることで、**平成 27 年 10-12 月期の訪日外国人旅行消費額**は 8,804 億円と推計される。

図表 2-6　訪日外国人1人当たり旅行支出と訪日外国人旅行消費額の推移

		a. 日本国内での旅行中支出[注1]（パッケージ内訳を含まない）（円／人）	前年比	b. パッケージツアー参加費に含まれる国内収入分[注1・注2]（パッケージ内訳）（円／人）	前年比	c. 旅行支出[注1]（パッケージ内訳含む）（=a+b）（円／人）	前年比	d. 訪日外客数[注3]（JNTO）（人）	前年比	e. 訪日外国人旅行消費額[注1]（=c×d）（億円）	前年比
暦年	平成26年	124,612	7.6%	26,562	27.4%	151,174	10.6%	13,413,467	29.4%	20,278	43.1%
暦年	平成27年										
四半期	平成26年1-3月期	125,196	11.2%	24,321	54.3%	149,517	16.5%	2,874,588	27.5%	4,298	48.5%
四半期	平成26年4-6月期	117,015	0.8%	26,889	33.7%	143,903	5.7%	3,383,955	25.4%	4,870	32.5%
四半期	平成26年7-9月期	130,759	11.6%	27,494	18.0%	158,254	12.7%	3,478,719	25.3%	5,505	41.2%
四半期	平成26年10-12月期	125,331	7.1%	27,135	15.9%	152,465	8.6%	3,676,205	39.6%	5,605	51.6%
四半期	平成27年1-3月期	143,203	14.4%	27,823	14.4%	171,025	14.4%	4,131,254	43.7%	7,065	64.4%
四半期	平成27年4-6月期	143,505	22.6%	34,040	26.6%	177,546	23.4%	5,008,623	48.0%	8,893	82.6%
四半期	平成27年7-9月期	150,347	15.0%	36,819	33.9%	187,166	18.3%	5,347,587	53.7%	10,009	81.8%
四半期	平成27年10-12月期	138,006	10.1%	29,693	9.4%	167,699	10.0%	5,249,965	42.8%	8,804	57.1%

注1）訪日外客数（JNTO）の更新等に伴い、前期公表値から一部数値を改訂している。
注2）パッケージツアー参加費に含まれる国内収入分は、パッケージツアーに参加していない個人手配者（参加費0円）も含めた全体平均の値である。
注3）訪日外客数（JNTO）は、平成26年および平成27年1-10月は暫定値、平成27年11-12月は推計値を使用している。

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

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

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

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

- 今期の旅行支出を国籍・地域別にみると、中国（27.3 万円）、英国（22.7 万円）、スペイン（22.3 万円）の順で高い。また、韓国（7.3 万円）は他の国籍・地域に比べて旅行支出が低い（図表 2-7）。
- 今期の訪日外国人旅行消費額を国籍・地域別にみると、①中国 3,158 億円（構成比 35.9%）、②台湾 1,285 億円（同 14.6%）、③韓国 840 億円（同 9.5%）、④香港 680 億円（同 7.7%）、⑤米国 468 億円（同 5.3%）の順となっている。
- 前述の上位 5 ヶ国合計で 6,431 億円（構成比 73.1%）を占める。エリア別では、東アジア 4 ヶ国合計で 5,964 億円（同 67.7%）、東南アジア 6 ヶ国（タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナム）合計で 1,071 億円（同 12.2%）、欧州 5 ヶ国（英国、ドイツ、フランス、イタリア、スペイン）合計で 433 億円（同 4.9%）となっている。

図表 2-7　訪日外国人1人当たり旅行支出と訪日外国人旅行消費額（国籍・地域別）※四半期速報値

平成27年10-12月期	a. 日本国内での旅行中支出（パッケージ内訳を含まない）（円／人）		b. パッケージツアー参加費に含まれる国内収入分[注1]（パッケージ内訳）（円／人）	c. 旅行支出（パッケージ内訳を含む）（=a+b）（円／人）		d. 訪日外客数[注2]（JNTO）（人）		e. 訪日外国人旅行消費額（=c×d）（億円）		
		前年比			前年比		前年比		構成比	前年比
全国籍・地域	138,006	10.1%	29,693	167,699	10.0%	5,249,965	42.8%	8,804	100.0%	57.1%
韓国	61,862	−9.4%	11,406	73,268	−8.7%	1,146,342	50.9%	840	9.5%	37.7%
台湾	102,929	6.2%	38,916	141,845	6.0%	905,901	27.8%	1,285	14.6%	35.5%
香港	133,612	12.6%	29,436	163,048	5.6%	417,280	55.2%	680	7.7%	64.0%
中国	225,681	13.7%	47,617	273,298	18.7%	1,155,662	86.2%	3,158	35.9%	121.1%
タイ	114,696	1.4%	24,435	139,131	−4.8%	255,601	14.3%	356	4.0%	8.8%
シンガポール	169,898	29.1%	18,177	188,075	26.3%	130,405	37.7%	245	2.8%	74.0%
マレーシア	109,571	−14.2%	32,610	142,181	−8.6%	118,288	30.0%	168	1.9%	18.9%
インドネシア	113,537	22.8%	36,145	149,682	38.2%	60,253	27.3%	90	1.0%	76.0%
フィリピン	141,586	34.6%	17,768	159,354	33.8%	82,785	44.8%	132	1.5%	93.7%
ベトナム	151,716	14.9%	21,324	173,040	−9.0%	46,291	38.0%	80	0.9%	25.7%
インド	146,324	−28.3%	4,599	150,923	−27.2%	25,919	14.8%	39	0.4%	−16.4%
英国	169,051	8.0%	57,479	226,531	16.5%	67,221	12.6%	152	1.7%	31.2%
ドイツ	150,059	20.6%	47,446	197,505	39.3%	43,740	14.1%	86	1.0%	58.8%
フランス	159,681	−12.8%	28,951	188,632	−7.1%	54,471	17.3%	103	1.2%	9.0%
イタリア	154,341	−	42,868	197,210	−	25,792	−	51	0.6%	−
スペイン	201,461	−	21,336	222,797	−	18,281	−	41	0.5%	−
ロシア	172,316	7.3%	31,424	203,740	14.5%	14,730	−12.8%	30	0.3%	−0.2%
米国	152,772	11.2%	17,470	170,243	1.6%	274,808	19.8%	468	5.3%	21.7%
カナダ	182,622	23.6%	18,121	200,743	21.0%	64,702	25.5%	130	1.5%	51.9%
オーストラリア	183,410	−21.5%	34,578	217,988	−17.2%	108,521	29.6%	237	2.7%	7.2%
その他	169,386	−	16,386	185,772	−	232,972	−	433	4.9%	−

注1）パッケージツアー参加費に含まれる国内収入分は、パッケージツアーに参加していない個人手配者（参加費0円）も含めた全体平均の値である。
注2）訪日外客数（JNTO）は平成27年10月は暫定値、同年11-12月は推計値を使用している。

（６）費目別にみる旅行消費額

- **費目別旅行支出**（パッケージツアー参加費内訳を含む）を国籍・地域別にみると、英国の「宿泊料金」や「飲食費」などの滞在費の高さが目立つ。「買物代」は中国が圧倒的に高い（図表 2-8）。
- 費目別旅行消費額を国籍・地域別にみると、いずれの費目も中国が最も高くなっている。特に「買物代」は 1,894 億円と他の国籍・地域に比べ突出して高い。
- 旅行消費額の費目別構成比をみると、欧米やオーストラリアでは「宿泊料金」の割合が 4 割前後と高い傾向がみられる。中国では「買物代」が 60.0%と高い割合を占める（図表 2-9）。

図表 2-8　費目別にみる訪日外国人1人当たり旅行支出（国籍・地域別）※四半期速報値

（円／人）

国籍・地域	【費目別旅行支出】						
	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・地域	167,699	44,081	30,787	17,702	5,022	69,943	165
韓国	73,268	21,664	17,386	8,167	3,606	22,310	134
台湾	141,845	33,839	26,724	14,285	4,388	62,606	4
香港	163,048	40,921	33,198	18,571	3,532	66,825	0
中国	273,298	43,997	39,285	20,077	5,609	163,928	402
タイ	139,131	39,372	23,917	19,345	5,294	50,621	581
シンガポール	188,075	75,605	32,741	20,411	3,079	56,239	0
マレーシア	142,181	40,846	34,003	14,194	8,186	44,933	19
インドネシア	149,682	50,902	30,839	25,157	5,110	37,637	38
フィリピン	159,354	50,841	29,407	17,676	7,130	54,296	3
ベトナム	173,040	29,918	41,409	12,943	10,903	76,202	1,664
インド	150,923	58,941	34,470	16,242	2,739	38,531	0
英国	226,531	109,633	49,093	33,912	4,996	28,898	0
ドイツ	197,505	75,174	36,262	35,998	18,488	31,583	0
フランス	188,632	78,747	35,017	35,941	9,062	29,865	0
イタリア	197,210	73,448	48,476	35,804	9,471	30,011	0
スペイン	222,797	87,697	46,662	42,743	12,055	33,640	0
ロシア	203,740	67,816	38,514	28,568	7,389	61,181	272
米国	170,243	72,577	37,765	24,786	3,997	31,103	15
カナダ	200,743	78,859	43,924	34,529	6,022	37,357	52
オーストラリア	217,988	85,801	52,629	32,059	7,708	39,790	0
その他	185,772	82,702	35,778	25,459	6,729	35,104	0

図表 2-9　費目別にみる訪日外国人旅行消費額（国籍・地域別）※四半期速報値

（億円）　（%）

国籍・地域	【費目別旅行消費額】							【費目別旅行消費額　構成比】(ヨコ計100%)					
	消費額総額	宿泊料金	飲食費	交通費	娯楽サービス費	買物代	その他	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・地域	8,804	2,314	1,616	929	264	3,672	9	26.3%	18.4%	10.6%	3.0%	41.7%	0.1%
韓国	840	248	199	94	41	256	2	29.6%	23.7%	11.1%	4.9%	30.5%	0.2%
台湾	1,285	307	242	129	40	567	0	23.9%	18.8%	10.1%	3.1%	44.1%	0.0%
香港	680	171	139	77	15	279	0	25.1%	20.4%	11.4%	2.2%	41.0%	0.0%
中国	3,158	508	454	232	65	1,894	5	16.1%	14.4%	7.3%	2.1%	60.0%	0.1%
タイ	356	101	61	49	14	129	1	28.3%	17.2%	13.9%	3.8%	36.4%	0.4%
シンガポール	245	99	43	27	4	73	0	40.2%	17.4%	10.9%	1.6%	29.9%	0.0%
マレーシア	168	48	40	17	10	53	0	28.7%	23.9%	10.0%	5.8%	31.6%	0.0%
インドネシア	90	31	19	15	3	23	0	34.0%	20.6%	16.8%	3.4%	25.1%	0.0%
フィリピン	132	42	24	15	6	45	0	31.9%	18.5%	11.1%	4.5%	34.1%	0.0%
ベトナム	80	14	19	6	5	35	1	17.3%	23.9%	7.5%	6.3%	44.0%	1.0%
インド	39	15	9	4	1	10	0	39.1%	22.8%	10.8%	1.8%	25.5%	0.0%
英国	152	74	33	23	3	19	0	48.4%	21.7%	15.0%	2.2%	12.8%	0.0%
ドイツ	86	33	16	16	8	14	0	38.1%	18.4%	18.2%	9.4%	16.0%	0.0%
フランス	103	43	19	20	5	16	0	41.7%	18.6%	19.1%	4.8%	15.8%	0.0%
イタリア	51	19	13	9	2	8	0	37.2%	24.6%	18.2%	4.8%	15.2%	0.0%
スペイン	41	16	9	8	2	6	0	39.4%	20.9%	19.2%	5.4%	15.1%	0.0%
ロシア	30	10	6	4	1	9	0	37.2%	24.6%	18.2%	4.8%	15.2%	0.0%
米国	468	199	104	68	11	85	0	39.4%	20.9%	19.2%	5.4%	15.1%	0.0%
カナダ	130	51	28	22	4	24	0	33.3%	18.9%	14.0%	3.6%	30.0%	0.1%
オーストラリア	237	93	57	35	8	43	0	42.6%	22.2%	14.6%	2.3%	18.3%	0.0%
その他	433	193	83	59	16	82	0	39.3%	21.9%	17.2%	3.0%	18.6%	0.0%

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、65.0%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 60.6%と高い。国籍・地域別では、「カメラ・ビデオカメラ・時計」や「電気製品」、「化粧品・香水」で中国の購入率が高い（図表 3-1）。

（２）費目別購入者単価

- 費目別の**購入者単価**（その費目を購入した人における当該費目の 1 人当たり平均支出）は、「カメラ・ビデオカメラ・時計」が 6.5 万円と最も高い。特に香港では 12.6 万円と、他の国籍・地域に比べて高い。
- 来訪目的別では、購入率は観光・レジャー客の方が高い傾向がみられるが、購入者単価は業務客の方が高い傾向にある（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	
費目	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	65.0%	9,333	79.6%	5,633	64.4%	10,105	63.7%	9,187	67.1%	13,030	41.2%	7,278
その他食料品・飲料・酒・たばこ	60.6%	12,191	58.4%	6,482	64.9%	10,272	62.1%	12,307	60.7%	16,507	62.3%	17,066
カメラ・ビデオカメラ・時計	9.1%	64,754	2.4%	25,825	5.8%	52,792	6.5%	125,979	20.6%	78,672	2.4%	51,726
電気製品	17.7%	41,599	3.1%	19,590	26.5%	31,452	16.5%	25,980	37.4%	58,360	5.9%	23,960
化粧品・香水	42.9%	30,799	32.9%	9,029	42.8%	19,939	48.8%	21,046	75.9%	53,060	9.5%	13,915
医薬品・健康グッズ・トイレタリー	48.3%	23,866	41.3%	9,421	76.8%	20,969	63.7%	19,192	72.1%	39,953	13.3%	8,298
和服（着物）・民芸品	11.0%	14,983	4.2%	5,445	6.6%	17,726	12.1%	15,958	8.1%	15,091	26.1%	18,497
服（和服以外）・かばん・靴	38.7%	38,604	24.2%	16,791	43.1%	29,265	53.2%	31,690	48.3%	70,030	20.5%	22,773
マンガ・アニメ・キャラクター関連商品	11.3%	12,488	10.6%	7,104	8.2%	8,046	13.3%	7,231	10.5%	12,010	12.0%	11,871
書籍・絵葉書・CD・DVD	10.9%	6,002	4.8%	6,825	12.4%	3,252	10.5%	4,153	9.0%	5,781	22.2%	6,053

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		韓 国		台 湾		香 港		中 国		米 国	
費目	来訪目的	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	83.4%	5,361	66.3%	9,935	63.8%	8,634	66.6%	12,829	49.8%	6,684
	業務	69.6%	6,551	55.6%	10,935	65.7%	11,469	66.7%	13,475	33.5%	7,495
その他食料品・飲料・酒・たばこ	観光・レジャー	61.2%	5,725	65.2%	9,898	63.3%	10,983	62.0%	16,021	70.8%	18,268
	業務	50.6%	9,146	69.8%	12,859	62.9%	19,344	54.0%	18,447	50.9%	14,685
カメラ・ビデオカメラ・時計	観光・レジャー	2.4%	22,891	6.2%	53,942	6.8%	110,725	21.1%	73,124	1.9%	41,805
	業務	2.3%	36,317	4.8%	43,429	5.7%	217,500	17.5%	103,015	2.6%	31,205
電気製品	観光・レジャー	2.8%	16,288	27.2%	29,056	16.4%	23,936	39.0%	52,779	6.3%	24,618
	業務	3.1%	33,716	24.6%	43,668	20.0%	34,447	31.6%	78,248	6.3%	27,942
化粧品・香水	観光・レジャー	36.4%	7,893	46.0%	19,631	51.2%	17,440	77.9%	52,577	12.7%	13,368
	業務	20.9%	14,565	23.8%	18,166	31.4%	43,321	73.4%	55,412	5.9%	12,589
医薬品・健康グッズ・トイレタリー	観光・レジャー	46.9%	9,083	77.9%	20,744	66.2%	18,513	77.6%	42,365	17.8%	8,697
	業務	25.0%	11,199	72.2%	19,024	48.6%	23,955	56.5%	34,504	7.1%	12,131
和服（着物）・民芸品	観光・レジャー	5.2%	5,351	7.7%	17,927	13.0%	14,350	9.0%	12,780	30.8%	17,296
	業務	1.4%	7,611	0.8%	－	5.7%	50,000	6.2%	18,187	22.7%	19,771
服（和服以外）・かばん・靴	観光・レジャー	27.6%	15,120	46.3%	26,624	57.0%	29,592	51.6%	66,800	26.7%	20,191
	業務	11.7%	29,543	26.2%	51,962	31.4%	51,615	34.2%	85,547	13.8%	23,535
マンガ・アニメ・キャラクター関連商品	観光・レジャー	12.1%	7,309	9.1%	6,950	15.9%	7,231	12.5%	12,447	16.8%	14,363
	業務	5.9%	7,097	5.6%	18,929	0.0%	－	5.6%	12,182	5.6%	4,595
書籍・絵葉書・CD・DVD	観光・レジャー	4.4%	4,385	13.1%	2,889	12.1%	3,682	9.6%	4,800	30.2%	7,839
	業務	3.7%	16,189	11.1%	3,415	2.9%	12,156	7.3%	7,227	12.3%	3,939

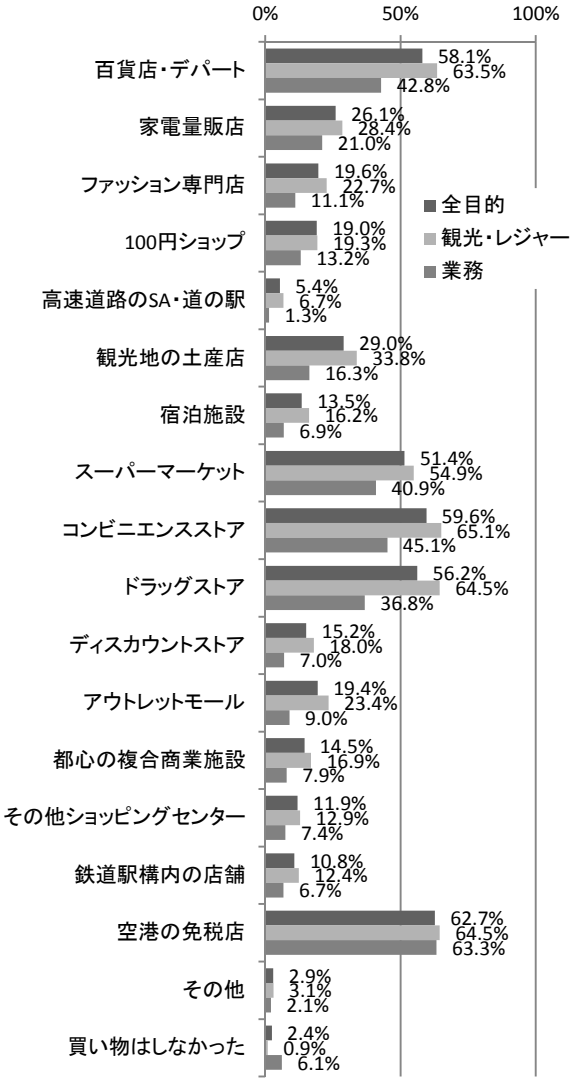
（３） 買物場所

- **買物場所**は「空港の免税店」（62.7%）、「コンビニエンスストア」（59.6%）、「百貨店・デパート」（58.1%）の順となっている（図表 3-3）。
- 来訪目的別に見ると、全ての項目で観光・レジャー客の利用率が高い。また、業務客では「買い物はしていない」の割合が 6.1%となっている。

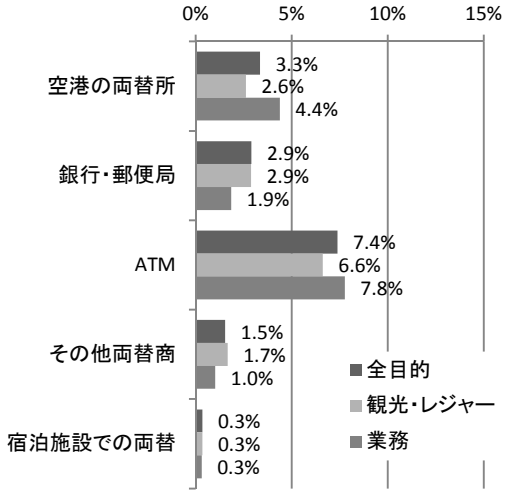
（４） 利用した金融機関と決済方法

- **利用した金融機関**を見ると、「ＡＴＭ」の利用率が 7.4%と、他の金融機関に比べて高い（図表 3-4）。
- **決済方法**は「現金」の利用率が 9 割を超える。「クレジットカード」は観光・レジャー客に比べ業務客での利用率が高い（図表 3-5）。

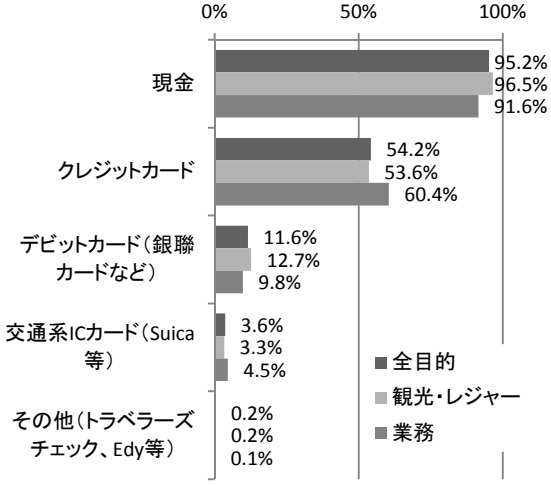
図表 3-3 買物場所
（全国籍・地域、来訪目的別、複数回答）



図表 3-4 利用した金融機関
（全国籍・地域、来訪目的別、複数回答）



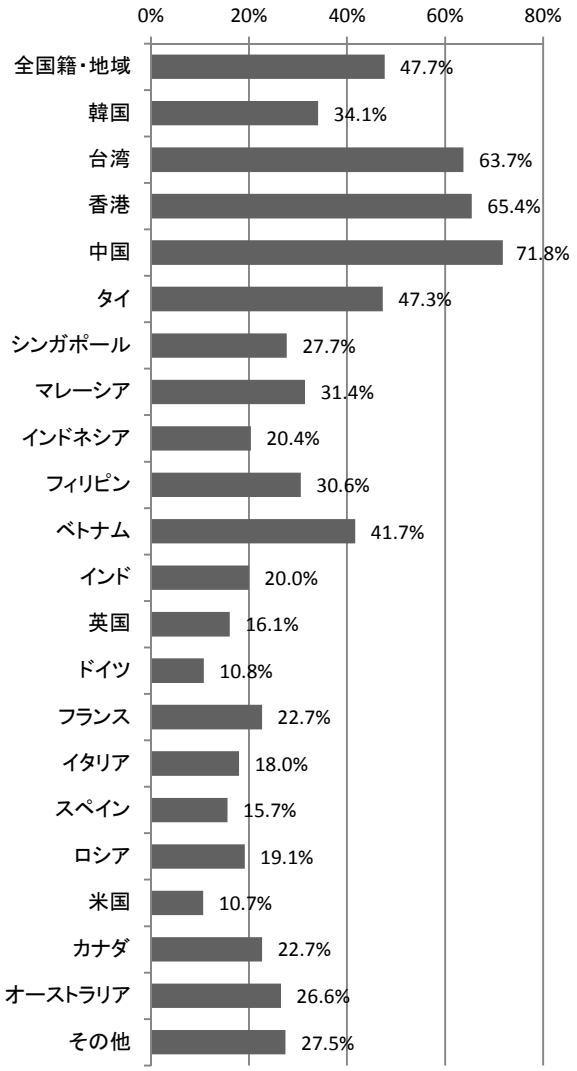
図表 3-5 利用した決済方法
（全国籍・地域、来訪目的別、複数回答）



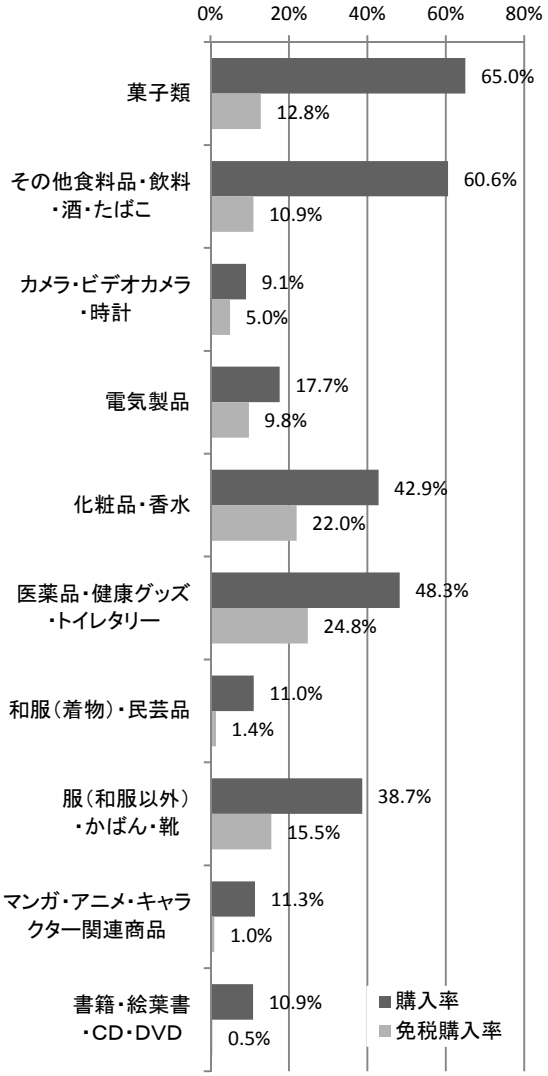
（５）消費税免税手続きの実施状況

- 今回の日本滞在中に**消費税免税手続き**を実施した人の割合は全体の 47.7%である（図表 3-6）。
- 国籍・地域別にみると、中国で 7 割を超える他、台湾や香港でも 6 割超と高い。一方、欧米ではドイツや米国で約 1 割と他の国籍・地域に比べて低い。
- 買物の費目別に、消費税免税手続きをして当該費目を購入した人の割合（**費目別の免税実施率**、分母は訪日外国人全体）をみると、「医薬品・健康グッズ・トイレタリー」（24.8%）が最も高く、次いで「化粧品・香水」(22.0%)、「服・かばん・靴」(15.5%)の順で高くなっている（図表 3-7）。

図表 3-6　消費税免税手続きの実施率（国籍・地域別）



図表 3-7　費目別購入率と費目別の免税実施率（全国籍・地域、複数回答）



４．満足度と再訪意向

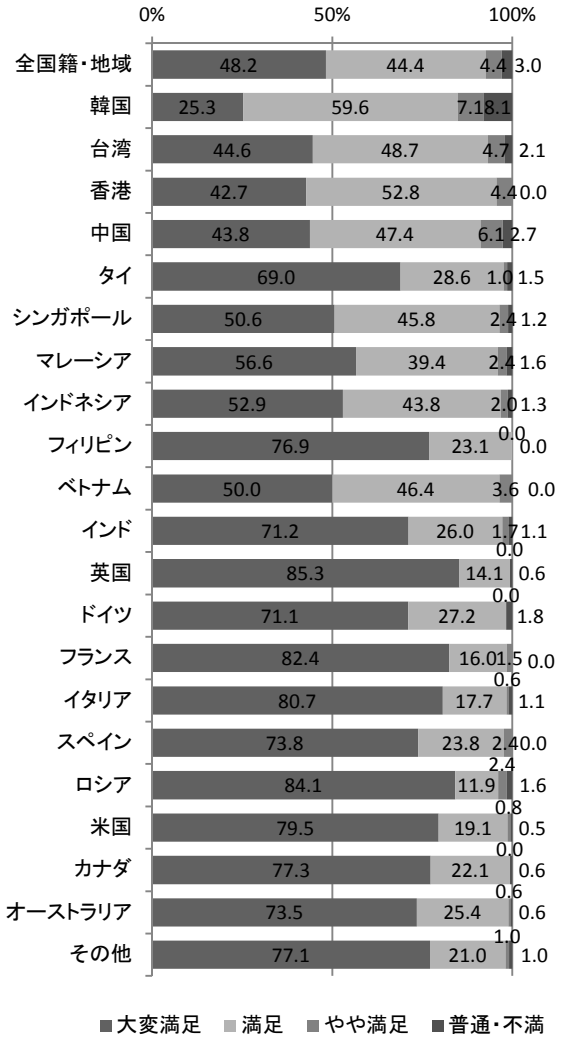
（１）訪日旅行全体の満足度

- **今回の訪日旅行全体の満足度**は「大変満足」48.2%、「満足」44.4%である。
- 国籍・地域別では、英国やフランス、イタリア、ロシアで「大変満足」の割合が8割超と高い（図表 4-1）。

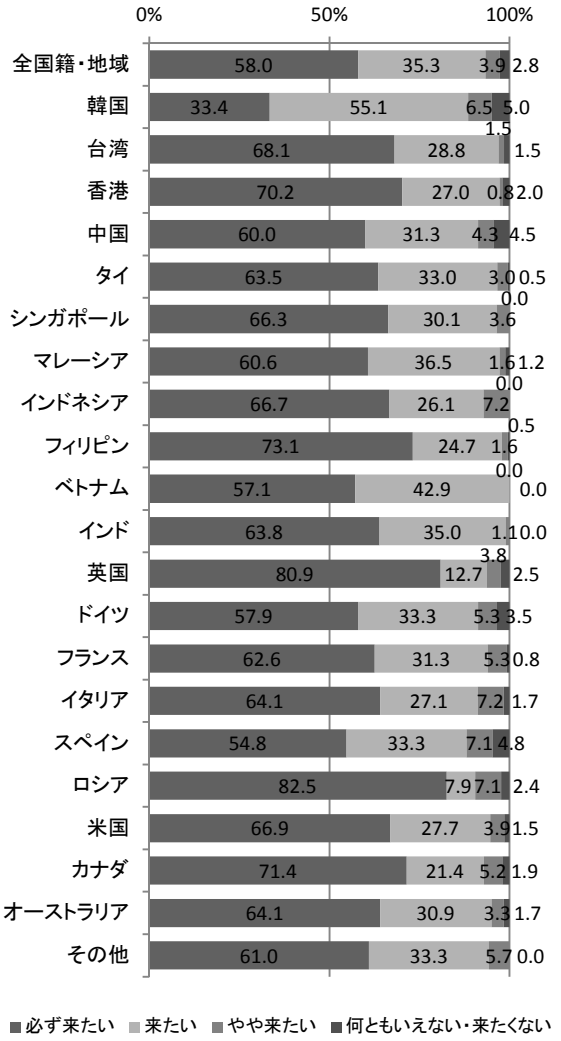
（２）日本への再訪意向

- **日本への再訪意向**では、「必ず来たい」が 58.0%、「来たい」が 35.3%である。
- 国籍・地域別では、フィリピンや英国、ロシア、カナダで「必ず来たい」の割合が7割超と高い（図表 4-2）。

図表 4-1　訪日旅行全体の満足度（国籍・地域別）



図表 4-2　日本への再訪意向（国籍・地域別）



（３）最も満足した購入商品

- 今回の日本滞在中に**購入した商品**や**サービス**のうち、**最も満足したもの**を自由回答形式で尋ねた。
- 最も満足した購入商品の割合を国籍・地域別にみると、韓国は「菓子類」(19.9%)、台湾は「医薬品・健康グッズ・トイレタリー」（21.5%）、香港は「服・かばん・靴」（27.7%）、中国は「化粧品・香水」（22.6%）、米国は「和服・民芸品」（23.1%）の割合が高い（図表 4-3）。
- **満足した理由**（自由回答形式）を 11 区分に分類し、商品区分毎に集計した結果を図表 4-4 に示す。「医薬品・健康グッズ・トイレタリー」では「品質が良いから」とする回答が 69.4%と高い。一方、「化粧品・香水」では「品質が良いから」に加え、「価格が手頃・自国より安いから」とする回答も多くみられた。「たばこ」や「時計」、「服・かばん・靴」でも「価格が手頃・自国より安いから」とする回答が多い。

図表 4-3　最も満足した購入商品（主な国籍・地域別）

（%）

国籍・地域 / 商品区分	韓国	台湾	香港	中国	米国
菓子類	19.9	7.0	8.0	3.7	7.7
酒	6.9	0.2	1.8	0.7	5.3
その他食料品・飲料	4.1	2.6	2.7	1.3	5.3
たばこ	0.8	0.8	0.0	0.4	0.0
カメラ・ビデオカメラ	0.7	2.4	2.7	3.5	1.6
時計	0.7	2.0	2.7	8.5	0.0
電気製品	2.1	20.7	6.3	18.8	4.9
化粧品・香水	10.1	9.6	17.9	22.6	4.0
医薬品・健康グッズ・トイレタリー	18.4	21.5	12.5	12.5	0.4
和服・民芸品	1.9	2.8	4.5	2.0	23.1
服・かばん・靴	15.4	19.5	27.7	14.0	16.2
マンガ・アニメ・キャラクター関連商品	6.7	3.6	0.9	2.2	10.1
書籍・絵葉書・CD・DVD	1.1	1.0	0.9	0.1	3.2
その他の商品	10.6	6.2	8.9	9.2	16.2
その他	0.7	0.2	2.7	0.5	2.0
合計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
回答数	2,287	502	112	762	247

図表 4-4　最も満足した購入商品についてその理由（全国籍・地域）

（%）

満足した理由 / 商品区分	回答数	【満足した理由　構成比】(ヨコ計100%)										
		品質が良いから	デザインが良い・かわいい・きれい	美味しいから	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・頼まれたから	価格が手頃・自国より安いから	便利だから	その他
菓子類	592	1.4	3.0	49.3	0.2	2.0	6.6	3.0	24.3	8.3	0.0	1.9
酒	201	3.0	0.0	64.2	1.0	2.5	1.5	8.0	10.4	7.5	0.5	1.5
その他食料品・飲料	161	9.3	0.6	55.9	0.6	4.3	2.5	7.5	9.9	5.6	0.0	3.7
たばこ	24	4.2	0.0	4.2	4.2	0.0	4.2	16.7	12.5	54.2	0.0	0.0
カメラ・ビデオカメラ	106	50.0	0.9	0.0	18.9	0.0	4.7	2.8	1.9	16.0	0.9	3.8
時計	129	23.3	20.2	0.0	18.6	0.0	7.0	0.8	3.1	26.4	0.0	0.8
電気製品	367	36.2	4.1	0.0	19.9	0.0	3.5	3.3	2.2	26.2	0.8	3.8
化粧品・香水	533	37.5	1.5	0.0	12.6	0.0	6.2	2.4	5.6	32.6	0.0	1.5
医薬品・健康グッズ・トイレタリー	618	69.4	0.0	0.0	6.8	0.0	4.2	3.4	4.4	7.9	1.0	2.9
和服・民芸品	230	4.8	37.0	0.0	1.7	25.7	2.2	2.6	16.5	2.2	0.0	7.4
服・かばん・靴	832	17.3	32.7	0.0	3.4	1.2	5.9	4.1	1.0	31.4	0.0	3.1
マンガ・アニメ・キャラクター関連商品	261	8.4	23.0	0.0	1.5	0.8	31.8	12.6	12.3	5.7	0.0	3.8
書籍・絵葉書・CD・DVD	55	16.4	7.3	0.0	1.8	1.8	27.3	23.6	7.3	3.6	0.0	10.9
その他の商品	482	21.4	25.7	0.0	6.6	2.9	5.0	6.0	11.2	13.1	1.5	6.6
その他	33	9.1	3.0	0.0	0.0	6.1	6.1	3.0	6.1	3.0	21.2	42.4
全体	4,624	25.2	13.3	11.1	6.5	2.4	6.7	4.7	8.5	17.4	0.5	3.7

注）本表では国籍・地域別ウェイトバック集計を行っていない。

（４）最も満足した飲食

- 最も満足した購入商品と同様に、今回の日本滞在中の**飲食**で**最も満足したもの**を自由回答形式で尋ねた。
- 最も満足した飲食の割合を国籍・地域別にみると、韓国と香港は「肉料理」（それぞれ 24.2%、28.7%）、台湾は「ラーメン」（26.2%）、中国は「魚料理」（26.6%）、米国は「寿司」（25.2%）の割合が高い（図表 4-5）。
- **満足した理由**（自由回答形式）を 14 区分に分類し、飲食区分毎に集計を行った結果を図表 4-6 に示す。いずれの飲食区分でも「美味しい」が圧倒的に多いが、その他の理由では「寿司」や「魚料理」で「品質が良い（新鮮など）」の割合が高い。「小麦粉料理」では「珍しい・新しい」とする回答もみられた。

図表 4-5　最も満足した飲食（主な国籍・地域別）

（%）

国籍・地域 / 飲食区分	韓国	台湾	香港	中国	米国
寿司	23.0	10.3	14.7	13.4	25.2
ラーメン	11.5	26.2	15.3	19.0	15.3
そば・うどん	9.2	5.0	2.0	2.8	4.5
肉料理	24.2	17.2	28.7	16.2	20.2
魚料理（寿司を除く）	7.6	17.4	17.3	26.6	8.7
小麦粉料理	4.1	2.2	1.3	1.5	4.7
その他日本料理	8.6	7.5	7.3	5.6	7.8
外国の料理	0.5	0.8	0.0	0.4	1.4
その他料理	4.8	3.3	2.7	2.1	4.5
菓子類	2.2	6.3	5.3	8.2	2.7
果物	0.1	1.4	1.3	0.9	0.4
酒	2.5	1.1	0.0	0.4	3.3
その他食料品・飲料	1.6	1.3	4.0	2.9	1.2
合計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
標本数	2,988	638	150	857	485

図表 4-6　最も満足した飲食についてその理由（全国籍・地域）

（%）

満足した理由 / 飲食区分	回答数	【満足した理由　構成比】（ヨコ計100%）														
		美味しい	品質が良い	量や種類が適切	価格が手頃・自国より安い	有名である	好きな料理・食品である	珍しい・新しい	健康に良い	デザインが良い・かわいい・きれい	伝統的・日本独特	自国で味わうことができないから	店のサービスや雰囲気	宗教や信条、体質等の理由	その他
寿司	1,324	75.3	15.7	0.9	1.4	0.2	1.8	0.6	0.5	0.0	1.6	1.7	0.1	0.0	0.2
ラーメン	999	91.1	0.5	0.4	1.1	0.5	0.4	0.5	0.1	0.1	2.6	2.1	0.2	0.0	0.4
そば・うどん	416	86.1	1.4	0.5	1.2	0.0	1.0	1.7	0.5	0.0	2.4	2.9	0.5	1.0	1.0
肉料理	1,243	82.0	7.5	1.2	1.4	0.3	1.4	1.4	0.1	0.0	1.2	2.3	0.9	0.1	0.2
魚料理	791	62.8	28.8	0.1	1.6	0.1	1.4	0.8	0.3	0.5	1.5	1.4	0.0	0.0	0.6
小麦粉料理	246	77.2	1.6	0.4	0.4	0.4	0.8	5.7	0.4	0.8	6.1	4.9	0.0	0.4	0.8
その他日本料理	531	78.0	3.0	1.7	1.9	0.2	1.7	0.9	0.8	3.0	4.7	1.9	0.8	0.8	0.8
外国の料理	36	69.4	0.0	2.8	2.8	0.0	2.8	0.0	0.0	2.8	0.0	2.8	5.6	2.8	8.3
その他料理	237	75.5	1.7	4.6	2.5	0.0	1.3	0.8	0.4	0.8	3.4	4.2	2.1	1.3	1.3
菓子類	248	85.9	1.6	0.0	1.2	1.2	1.6	2.4	0.8	0.4	3.6	0.4	0.0	0.4	0.4
果物	29	79.3	13.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	6.9	0.0	0.0	0.0
酒	154	83.1	0.6	0.0	0.0	0.0	4.5	1.9	0.0	0.0	5.2	1.9	0.6	0.0	1.9
その他食料品・飲料	137	75.9	2.9	1.5	2.9	0.0	0.7	3.6	5.1	0.0	0.7	4.4	0.0	0.0	2.2

注）本表では国籍・地域別ウェイトバック集計を行っていない。

５．役に立った旅行情報源

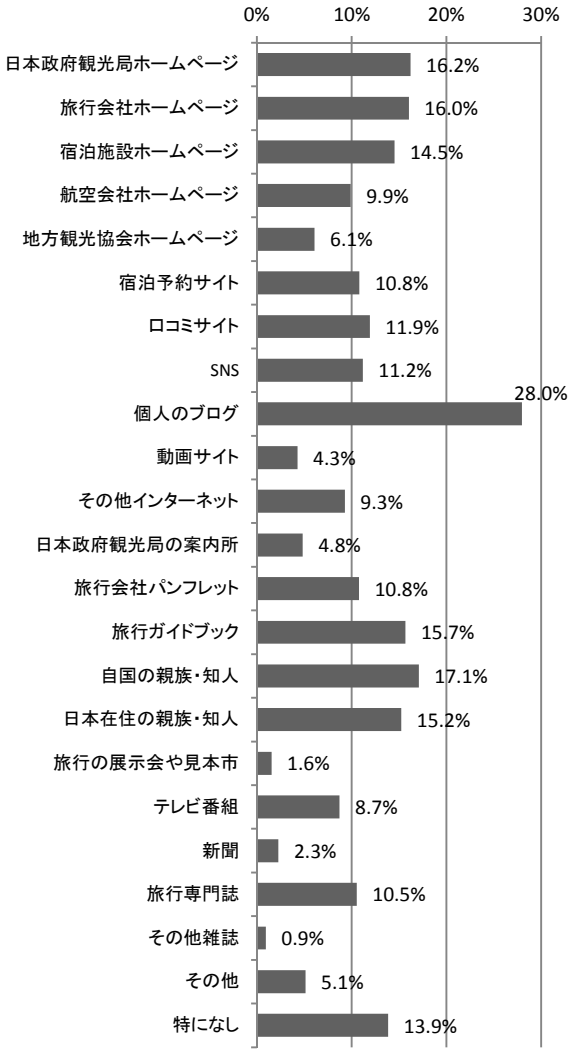
（１）出発前に得た旅行情報源

- **出発前に得た旅行情報源**で役に立ったものは、「個人のブログ」（28.0%）、「自国の親戚・知人」（17.1%）、「日本政府観光局ホームページ」（16.2%）の順で多い（図表 5-1）。
- 「日本政府観光局の案内所」の選択率は 4.8%であった。

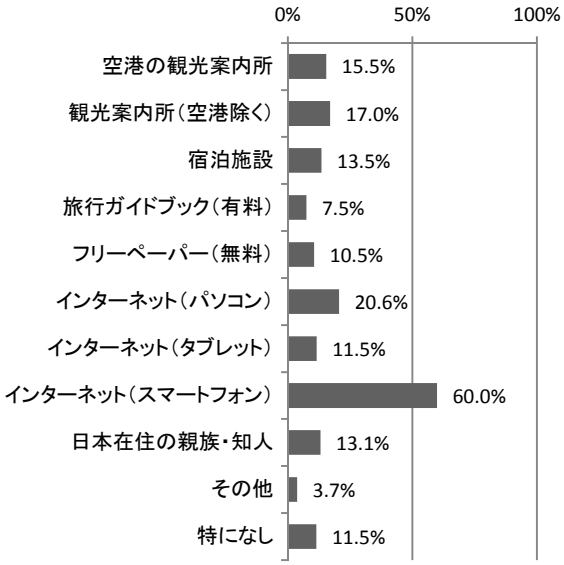
（２）日本滞在中に得た旅行情報源

- **日本滞在中に得た旅行情報源**で役に立ったものでは「インターネット（スマートフォン）」の選択率が 60.0%と圧倒的に多い。次いで「インターネット（パソコン）」（20.6%）の選択率が高い（図表 5-2）。

図表 5-1 出発前に得た旅行情報源で役に立ったもの（全国籍・地域、複数回答）



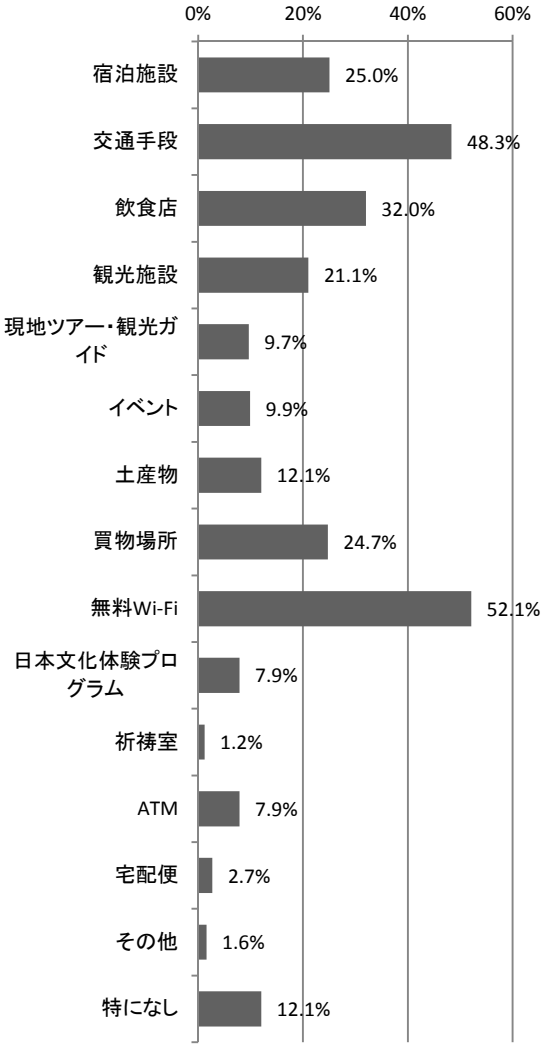
図表 5-2 日本滞在中に得た旅行情報源で役に立ったもの（全国籍・地域、複数回答）



（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「無料Wi-Fi」（52.1%）が最も多く、次いで「交通手段」（48.3%）、「飲食店」（32.0%）、「宿泊施設」（25.0%）、「買物場所」（24.7%）をあげる回答が多い（図表 5-3）。

図表 5-3 日本滞在中にあると便利な情報
（全国籍・地域、複数回答）

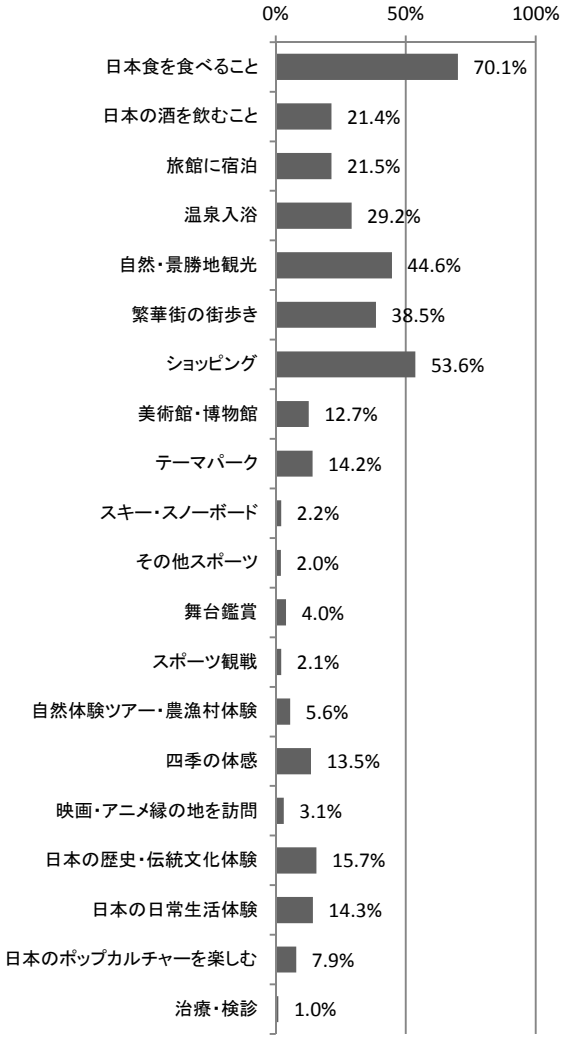


６．日本滞在中の行動

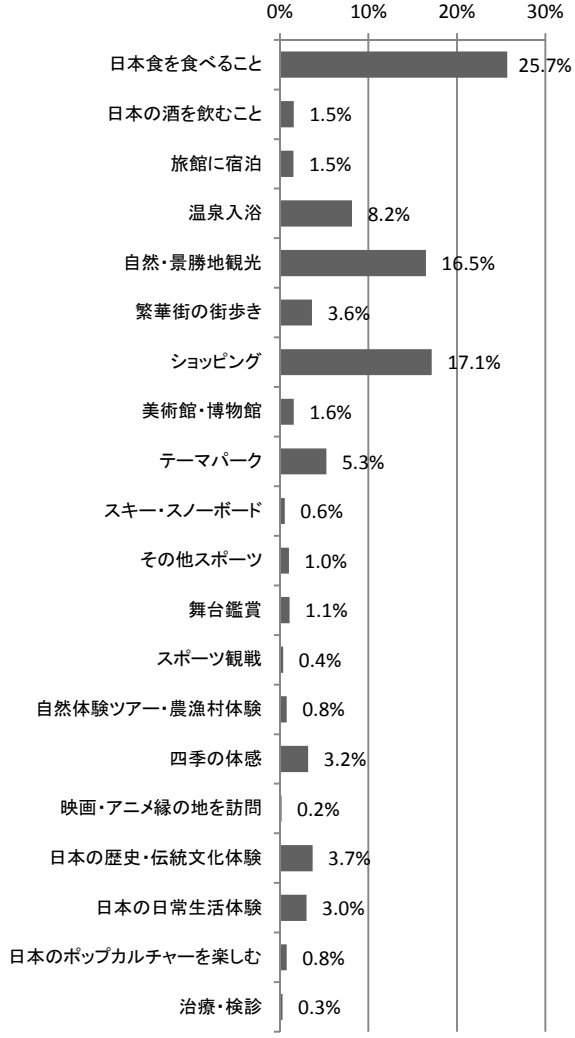
（１）訪日前に期待していたこと

- **訪日前に期待していたこと**を複数回答で尋ねたところ、「日本食を食べること」が 70.1%と最も多かった。次いで「ショッピング」（53.6%）、「自然・景勝地観光」（44.6%）、「繁華街の街歩き」（38.5%）、「温泉入浴」（29.2%）の順で多い（図表 6-1）。
- **訪日前に最も期待していたこと**を単一回答で尋ねたところ、「日本食を食べること」（25.7%）、「ショッピング」（17.1%）、「自然・景勝地観光」（16.5%）、「温泉入浴」（8.2%）、「テーマパーク」（5.3%）の順となった（図表 6-2）。

図表 6-1　訪日前に期待していたこと（全国籍・地域、複数回答）



図表 6-2　訪日前に最も期待していたこと（全国籍・地域、単一回答）



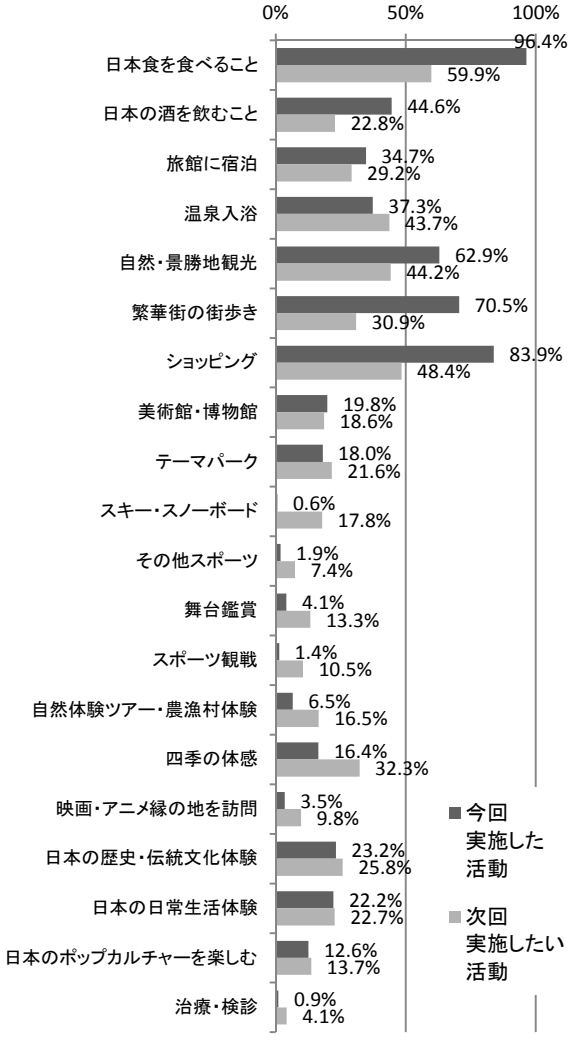
（２）今回したことと次回したいこと

- **今回の日本滞在中にしたこと**では、「日本食を食べること」「ショッピング」「繁華街の街歩き」「自然･景勝地観光」「日本の酒を飲むこと」の順で選択率が高い（図表 6-3）。
- **次回日本を訪れた時にしたいこと**では、「日本食を食べること」「ショッピング」「自然･景勝地観光」「温泉入浴」「四季の体感」の順で選択率が高い。

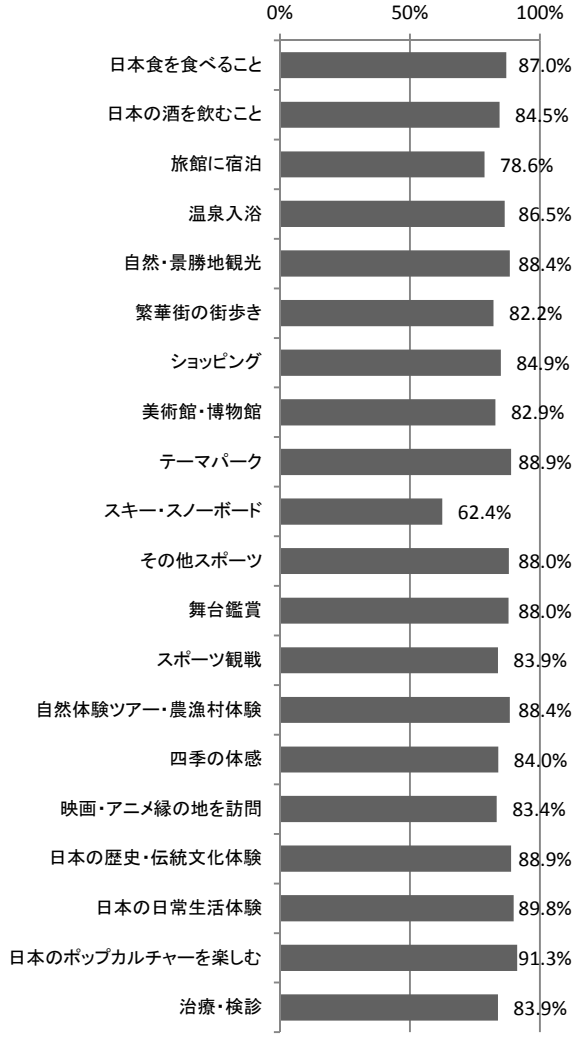
（３）今回したことの満足度

- **今回の日本滞在中にしたことの満足度**を尋ねた結果、「満足した」と回答した人の割合は「日本のポップカルチャーを楽しむ」（91.3%）、「日本の日常生活体験」（89.8%）、「テーマパーク」「日本の歴史･伝統文化体験」（ともに 88.9%）、「自然･景勝地観光」（88.4%）の順で多かった（図表 6-4）。

図表 6-3　今回したことと次回したいこと（全国籍･地域、複数回答）



図表 6-4　今回した人のうち満足した人の割合（全国籍･地域、複数回答）



Ⅱ　訪日外国人消費動向調査結果

１．調査概要

２．調査結果の利用上の注意

３．調査票選択肢の定義と具体例

４．調査結果の精度

＜集計表＞

【全目的】

第１表　　国籍･地域別　回答者属性および旅行内容

第２表　　居住地別　回答者属性および旅行内容

第３表　　訪問地別　回答者属性および旅行内容

第４表　　国籍･地域別　費目別購入率および購入者単価

第５表　　居住地別　費目別購入率および購入者単価

第６表　　国籍･地域別　１人１回当たり旅行消費単価

第７表　　居住地別　１人１回当たり旅行消費単価

第８表　　訪問地別　１人１回当たり旅行消費単価

第９表　　国籍･地域別　平均泊数

第１０表　訪問地別　平均泊数

第１１表　国籍･地域別　消費税に係る免税手続き実施状況

参考表１　国籍･地域別　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）

参考表２　国籍･地域別　都道府県別訪問率

参考表３　国籍･地域別　訪日旅行に関する意識（満足度など）

【観光・レジャー目的】

参考表４　国籍･地域別　回答者属性および旅行内容

参考表５　国籍･地域別　費目別購入率および購入者単価

参考表６　国籍･地域別　平均泊数

参考表７　国籍･地域別　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）

参考表８　国籍･地域別　都道府県別訪問率

参考表９　国籍･地域別　訪日旅行に関する意識（満足度など）

＜調査票＞

日本語、英語、韓国語、中国語（繁体字）、中国語（簡体字）

１．調査概要

（１）調査対象者

日本を出国する訪日外国人

ただし、１年以上の滞在者、「永住者」「日本人の配偶者」「永住者の配偶者」「定住者」など日本に居住している人、日本に入国しないトランジット客、乗員を除く。

（２）調査場所

下記空海港の国際線ターミナル搭乗待合ロビー

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

（３）調査時期

平成 27 年 10 月 15 日(木)～11 月 30 日(月)

（４）調査方法

下記 12 言語対応のタブレット端末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。

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

（５）回答数

20 の国籍･地域（韓国、台湾、香港、中国、タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナム、インド、英国、ドイツ、フランス、イタリア、スペイン、ロシア、米国、カナダ、オーストラリア）と「その他の国籍･地域」の計 21 区分について目標回答数を設定し、合計 9,710 人を目標に調査を実施。9,844 人（うち旅行中支出の有効回答数 9,720 人）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、訪日旅行全体の満足度や再訪意向等の意識調査を同時に行った。

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

本調査の回答数は国籍･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ている。具体的には、第１表、第４表、第６表、第９表、第１１表および参考表の国籍･地域別集計の『全体』列に係る数値（標本数を除く）について、20 の国･地域と「その他の国籍･地域」の計 21 区分の訪日外客数を元に重み付けを行って算出した。当該ウェイトバック集計の算出式は次の通りである。

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

X ： 全体（全国籍･地域）の統計値
x_i ： 国籍･地域 i の統計値
N_i ： 国籍･地域 i の訪日外客数

なお、居住地別や訪問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７表、第８表、第１０表では『全体』列の表記がない点に留意されたい。

（２）旅行支出の円換算方法

旅行支出については、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 にデータがない通貨のうち、ニュー台湾ドルおよび香港ドルについてはFRB(連邦準備制度理事会)、ドン（ベトナム通貨）については財務省貿易統計の資料を基に円換算を作成した。

（３）平成 27 年からの変更点

平成 27 年 1-3 月期より調査設計ならびに調査票を一部変更した。変更点は下記に示す通りである。

〇調査地点（空海港）の追加

従来の 11 空海港に加え、函館空港、小松空港、富士山静岡空港、関門（下関）港、厳

原港、鹿児島空港を新たに追加するとともに、新潟空港での調査を再開した。

○調査対象（国籍・地域）の追加

従来の 18 国籍・地域に加え、イタリアおよびスペインを追加した。

○目標回答数の拡充

従来の 6,600 人から 9,710 人に拡充した。

○目標精度の変更

従来「旅行総支出」の目標精度を設定しているが、韓国、台湾、中国については「買物代」の目標精度を併設した。

○調査票の変更

新たに追加した設問は以下の通り。

- 設問 D2：ツアー商品や往復航空（船舶）券の申し込み方法
- 設問 D3：ツアー商品や往復航空（船舶）券の手配時期
- 設問 E：訪問地毎の宿泊施設種類および支出金額（訪問地には出入国空海港を含めた）
- 設問 J5：一番満足した飲食の名称と満足した理由
- 設問 J7：世帯年収

また、調査を取りやめた設問は以下の通り。

- 主な宿泊地における費目別旅行中支出（旧調査票の設問 F4）
- 旅行出発前に支払った宿泊料金および JR Pass 料金（旧調査票の設問 E2）

（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。

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。

３．調査票選択肢の定義と具体例

（１）設問Ｃ４　買物場所

百貨店・デパート
原則として百貨店協会加盟の店舗

家電量販店
PC やカメラ、電気製品を専門に販売する店舗

ファッション専門店
服・鞄・靴・アクセサリー・高級腕時計などを専門に販売する店舗

100 円ショップ
店内の商品を原則として 1 点 100 日本円均一で 販売する形態の小売店

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

観光地の土産店
観光地内にある小売店

宿泊施設
旅館・ホテル等の館内に併設されている土産店

スーパーマーケット
高頻度に消費される食料品や日用品などをセルフサービスで短時間に買えるようにした小売店舗

コンビニエンスストア
年中無休で長時間の営業を行い、小規模な店舗において主に食品、日用雑貨など多数の品種を扱う形態の小売店

ドラッグストア
医薬品や化粧品、トイレタリーを中心とし、併せて日用品や文房具、食料品などを取扱う店舗

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

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

都心の複合商業施設
都心部に立地し、商業施設や飲食施設、映画館、遊技場などの娯楽施設などが一体的に整備された施設

その他ショッピングセンター
複数の小売店舗が入居する商業施設で、上記の買物場所に当てはまらないもの

鉄道駅構内の店舗
駅構内にある小型売店
注）駅ビルは「百貨店・デパート」に含まれる。

空港の免税店
空港の制限区域内にあるブランドショップ

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

（２）設問Ｆ　支出費目

a. 宿泊料金

ホテル、旅館、国民宿舎、モーテル、簡易宿泊所、ベッドハウス、山小屋、下宿屋、会員宿泊所、共済組合宿泊所、保養所、ユースホステル、リゾートクラブ、合宿所、長期滞在者の家賃、京町家での宿泊料金（賃貸借契約を結ぶ形式のもの）

注）日本訪問前にインターネット等で決済したものを含む。日本国外で宿泊した分の料金は含まれない。設問Ｄのパッケージツアー料金に含まれる宿泊料金は含まれない。

b. 飲食費

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

注）設問Ｄのパッケージツアー料金に含まれる飲食費は含まれない。作り置きのお弁当類を購入した場合には e2. **その他食料品･飲料･酒･たばこ**に分類。

c. 交通費

c1. 航空

飛行機（日本国内の移動のみ）

注）設問Ｄのパッケージツアー料金に含まれる交通費は含まれない。外国と日本との間の航空運賃は含まれない。

C2. Japan Rail Pass

JR グループ各社が外国人旅行者向けに提供している特別企画乗車券

注）日本訪問前に予め購入する必要のある「Japan Rail Pass」に加え、日本国内で購入可能な外国人旅行者向けの JR 特別企画乗車券を含む。設問Ｄのパッケージツアー料金に含まれる交通費は含まれない。

c3. 新幹線・鉄道・地下鉄・モノレール

ＪＲ、鉄道、路面電車、地下鉄、モノレール、案内軌条式鉄道（ゆりかもめなど）、鋼索鉄道（ケーブルカー）、交通系電子マネーのカード購入費

注）設問Ｄのパッケージツアー料金に含まれる交通費は含まれない。

c4. バス・タクシー

乗合バス（路線バス）、貸切バス（団体観光バスなど）、ハイヤー、タクシー

注）設問Ｄのパッケージツアー料金に含まれる交通費は含まれない。

c5. レンタカー

レンタカー、自動車リース

注）設問Ｄのパッケージツアー料金に含まれる交通費は含まれない。ガソリン代や有料道路料金は c6. **その他交通費**に分類。

c6. その他交通費

船舶（日本国内の移動のみ）、高速道路、高速道路料金、有料道路料金、有料橋料金、有料トンネル料金、有料駐車場、ガソリン

注）設問Ｄのパッケージツアー料金に含まれる交通費は含まれない。外国と日本との間の船舶運賃は含まれない。貸ボート、遊漁船業は d6. **その他娯楽サービス費**に分類。

d. 娯楽サービス費

d1. 現地ツアー・観光ガイド

日本国内での現地ツアー催行、観光案内（ガイド）

注）設問Ｄのパッケージツアー料金に含まれる娯楽サービス費は含まれない。

d2. ゴルフ場・テーマパーク

次の施設利用料：ゴルフ場、ゴルフ練習場、ボウリング場、テニス場、フィットネスクラ

ブ、プール、アイススケート場、テーマパーク、遊園地、公園

注）設問Ｄのパッケージツアー料金に含まれる娯楽サービス費は含まれない。

d3. 舞台鑑賞・スポーツ観戦

次のチケット料金：音楽コンサート、演劇、歌舞伎、寄席、相撲興行場、ボクシング場、野球場（プロ野球興行用）、プロレス

注）設問Ｄのパッケージツアー料金に含まれる娯楽サービス費は含まれない。

d4. 美術館・博物館・動物園・水族館

次の入場料：美術館、博物館、動物園、植物園、水族館、公民館、図書館

注）設問Ｄのパッケージツアー料金に含まれる娯楽サービス費は含まれない。

d5. スキーリフト・スキー用品レンタル

索道（スキーリフト）の利用料金

以下のレンタル料：スキーウェア、スキー板、スノーボード板、スケート靴など

注）設問Ｄのパッケージツアー料金に含まれる娯楽サービス費は含まれない。

d6. その他娯楽サービス費

映画館、競輪場、競馬場、モータボート競走場、小型自動車競走場、ビリヤード場、囲碁・将棋所、マージャンクラブ、パチンコホール、ゲームセンター、ダンスホール、マリーナ、遊漁船、芸妓（げいぎ）、カラオケボックス業、場外馬券売場、場外車券売場、釣堀業

以下のレンタル料：スポーツ用品、スケート靴、自転車（レンタサイクル）、テント、ヨット、モータボート、衣装、ビデオ、本、医療・福祉用具

注）設問Ｄのパッケージツアー料金に含まれる娯楽サービス費は含まれない。

e. 買物代

e1. 菓子類

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

e2. その他食料品・飲料・酒・たばこ

・菓子類を除く食料品全般：野菜、果物、豆類、いも類、卵、魚介類、肉類、缶詰・瓶詰、乳製品、冷凍食品、食用油、精米、乾めん、即席めん、マカロニ・スパゲッティ、生めん、パン、ジャム、はちみつ、調味料・香辛料、みそ、レトルト食品、即席ラーメン、総菜、弁当（作り置きのもの）、豆腐、納豆

・飲料・酒全般：清酒、みりん、ビール、発泡酒、ウイスキー類、果実酒類、合成清酒、焼酎、スピリッツ、リキュール、緑茶（茶葉）、紅茶（茶葉）、ウーロン茶（茶葉）、コーヒー（豆または挽いたもの）、炭酸飲料、果実飲料、緑茶飲料、紅茶飲料、ウーロン茶飲料、コーヒー飲料、麦茶飲料、豆乳、ミネラルォーター、スポーツドリンク

・たばこ全般

注）屋台や移動販売でその場で調理して提供されるものは b. **飲食費**に分類。宿泊料金に含まれている飲食費は a. **宿泊料金**に計上。

e3. カメラ・ビデオカメラ・時計

カメラ、デジタルカメラ、ＤＶＤ-ビデオ、ビデオカメラ、カメラ関連の部品（フィルタ、フード、三脚、雲台、セルフタイマ、距離計、露出計、シャッタ、ボディなど）、望遠鏡、双眼鏡、顕微鏡、拡大鏡、カメラ用レンズ、光学レンズ、その他の光学機械の部分、腕時計、置時計、ストップウォッチ、タイマー時計、時計の部品

e4. 電気製品

炊飯器、ジャーポット、電子レンジ、電気冷蔵庫、食器洗い乾燥機、電磁調理器、エアコン、扇風機、換気扇、電気温水器、除湿器、加湿器、空気清浄機、電気アイロン、電気掃除機、電気洗濯機（洗濯乾燥機を含む）、洗濯物乾燥機、電気温水洗浄便座、電気かみそり、電気ストーブ、電気カーペット、電気マッサージ器具、電球、ランプ、白熱電灯、蛍光灯、携帯電灯、懐中電灯、乾電池、蓄電池、ステレオセット、デジタルオーディオディスクプレイヤー、補聴器、スピーカ、マイクロホン、イヤホン、テレビ受信機、ラジオ受信機、電話機、ファクシミリ、携帯電話機、ＰＨＳ、カーナビゲーションシステム、デスクトップパソコン、ノートパソコン、サーバ用パソコン、外部記憶装置、プリンタ、電気製品の部品

e5. 化粧品・香水

香水、オーデコロン、頭髪用化粧品（シャンプー、ヘヤーリンス、養毛剤、整髪料など）、皮膚用化粧品（クリーム、乳液、化粧水、パックなど）、仕上用化粧品（ファンデーション、おしろい、口紅、ほほ紅、アイメークアップなど）、日やけ止め、ひげそり用化粧品、歯磨剤

注）歯ブラシ、化粧用ブラシは e11. **その他買物代**に分類。

e6. 医薬品・健康グッズ・トイレタリー

医薬品製品（風邪薬、胃腸薬、湿布薬、目薬など）、医薬部外品（清涼剤、腋臭防止剤、洗眼薬、防虫剤、殺そ剤、外用消毒剤、軟膏剤、ビタミン剤などサプリメント）、磁気ネックレス、マッサージ用具（電気製品でないもの）、美顔用具（電気製品でないもの）、石けん・合成洗剤、界面活性剤、柔軟仕上げ剤、医療用ガーゼ、包帯、脱脂綿、ばんそうこう、綿棒、紙タオル、紙ナプキン、紙おむつ、生理用品、ティッシュペーパー、トイレットペーパーなどの紙製衛生用品

e7. 和服（着物）・民芸品

・和服（着物）、帯、浴衣、足袋類などの和装製品

・日本の地域独自の手工芸品に該当する以下製品：織物、染色品、陶磁器、漆器、ガラス容器、木工品、竹工品、金工品、仏壇、仏具、和紙、文具（筆、墨、硯、そろばん）、石工品、人形、郷土玩具、扇子、団扇、和傘、提灯、和楽器、神祇調度、慶弔用品、工芸用具、工芸材料、アクセサリー（首飾り、腕輪、指輪、イヤリング、ブローチ、カフスボタン、タイピン）など

e8. 服（和服以外）・かばん・靴

衣服、スポーツ用衣服、下着・寝着類、帽子、毛皮製衣服、ネクタイ、スカーフ、ハンカチーフ、手袋、ベルト、腕時計用革バンド、かばん、ハンドバッグ、リュック、ランドセル、財布、靴・履物、スポーツ用靴（登山靴、スケート靴、ゴルフ靴など）、スリッパ、サンダル

注）和服や着物など民芸品に相当するものは e7. **和服（着物）・民芸品**に分類。

e9. マンガ・アニメ・キャラクター関連商品

マンガ・アニメ・キャラクター関連の以下製品：がん具（おもちゃ、テレビゲーム、人形、ぬいぐるみ、フィギュアなど）、アクセサリー、文房具、ポスター、カレンダーなど

e10. 書籍・絵葉書・CD・DVD

新聞、書籍、マンガ、雑誌、定期刊行物、その他の出版、絵葉書、ＣＤ、ＤＶＤ、レコード、テープ、ゲームソフト（ＣＤ、ＤＶＤ、カセット）、コンピュータソフト（ＣＤ、ＤＶＤなど）

注）マンガ・アニメ・キャラクター関連商品に相当するものは e9. **マンガ・アニメ・キャラクター**に分類。

e11. その他買物代

花、寝具、じゅうたん・カーペット、タオル、カーテン、クッション、家具、文房具、箸（はし）、台所用品（包丁、まな板など）、食器、宝石・貴金属・アクセサリー、乗用車・二輪自動車・自転車とその部品、磁気テープ・ディスク（録音・録画用）、がん具（おもちゃ）、楽器、歯ブラシ、化粧用ブラシ、清掃用品（ほうき、はたき、モップ）、洋傘、マッチ、たばこ用ライター、模型（地球儀、食品模型）、魔法瓶、線香類、眼鏡、眼鏡わく、眼鏡レンズ、コンタクトレンズなど

注）日本人形や和傘など民芸品に相当するものは e7. **和服（着物）・民芸品**、文房具やがん具（おもちゃ）などでマンガ・アニメ・キャラクター関連商品に該当するものは e9. **マンガ・アニメ・キャラクター関連商品**に分類。

f. その他

銀行やＡＴＭの手数料、両替手数料、保険料、郵便、宅配便の利用料金、公衆電話、携帯電話などの通話料金、学校、専門学校などの授業料、医療費、託児サービス・介護サービスの利用料、クリーニング、コインランドリー、理容店、美容院、銭湯・温泉浴場、エステティックサロン、ネイルサロン、手荷物預かり所、写真現像、その他

注）現地ツアー料金に含まれる保険料は d1. **現地ツアー・観光ガイド**に計上。電話機本体の購入額は e4. **電気製品**に分類。d1 から d5 までに該当しない娯楽サービス費は d6. **その他娯楽サービス費**、e1 から e10 までに該当しない買物代は e11. **その他買物代**に分類。

４．調査結果の精度

（１）国籍・地域別の旅行総支出

	標準誤差率	有効回答数
韓国	1.5%	3,027
台湾	1.8%	887
香港	5.1%	192
中国	2.8%	1,142
タイ	6.2%	135
シンガポール	7.6%	48
マレーシア	5.2%	174
インドネシア	7.4%	96
フィリピン	9.8%	114
ベトナム	11.0%	20
インド	7.0%	94
英国	6.7%	83
ドイツ	7.5%	59
フランス	5.6%	88
イタリア	5.3%	122
スペイン	10.5%	62
ロシア	20.4%	63
米国	3.4%	457
カナダ	6.0%	114
オーストラリア	4.7%	138
その他	9.6%	62

（２）国籍・地域別の買物代

	標準誤差率	有効回答数
韓国	2.4%	3,236
台湾	4.2%	712
香港	15.1%	164
中国	3.6%	943
タイ	9.7%	114
シンガポール	15.7%	51
マレーシア	11.5%	158
インドネシア	17.2%	99
フィリピン	24.6%	132
ベトナム	17.8%	29
インド	15.2%	123
英国	11.8%	84
ドイツ	23.3%	42
フランス	9.9%	61
イタリア	13.2%	94
スペイン	27.0%	43
ロシア	16.0%	70
米国	8.0%	453
カナダ	10.4%	94
オーストラリア	11.2%	126
その他	16.2%	57

訪日外国人の消費動向
平成 27 年 10-12 月期　報告書

発　行　　平成 28 年 1 月

編　集　　国土交通省観光庁
　　観光戦略課調査室

〒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 27216、27204
　　直通 03（5253）8325
URL　http://www.mlit.go.jp/kankocho/