



訪日外国人の消費動向

訪日外国人消費動向調査結果及び分析

平成 23 年 年次報告書

訪日外国人消費動向調査 平成23年調査結果の概要

■ 平成23年 訪日外国人の旅行中支出 **113,917** 円/人

→【詳細は報告書8ページ参照】

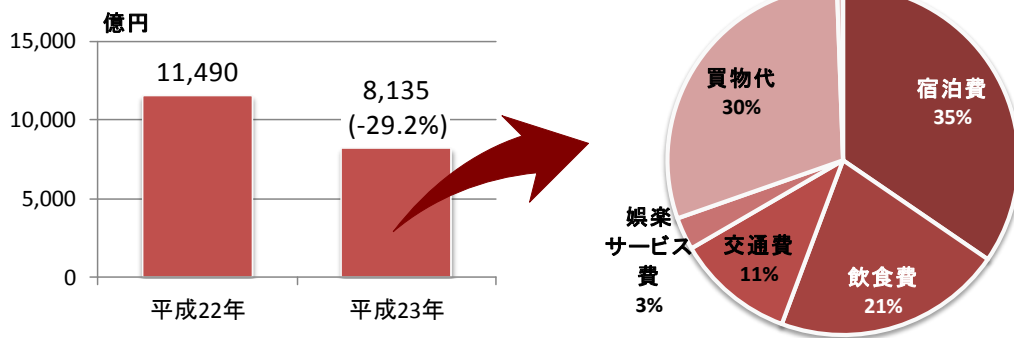
- 平成23年における訪日外国人の日本国内での旅行中支出額は1人当たり平均113,917円と推計される。前年(平成22年)に比べて1.0%増加した。
- 国籍別では、韓国63,614円、台湾82,508円、香港95,381円、中国164,358円、米国134,405円などとなっている。

■ 平成23年 訪日外国人旅行消費額 **8,135** 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23年の訪日外国人旅行消費額を推計すると、総額で8,135億円※となった。東日本大震災の影響で、前年(平成22年)比 -29.2%と大幅に減少している。
- 訪日外国人旅行消費額を費目別にみると、宿泊費が35%、買物代が30%、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)

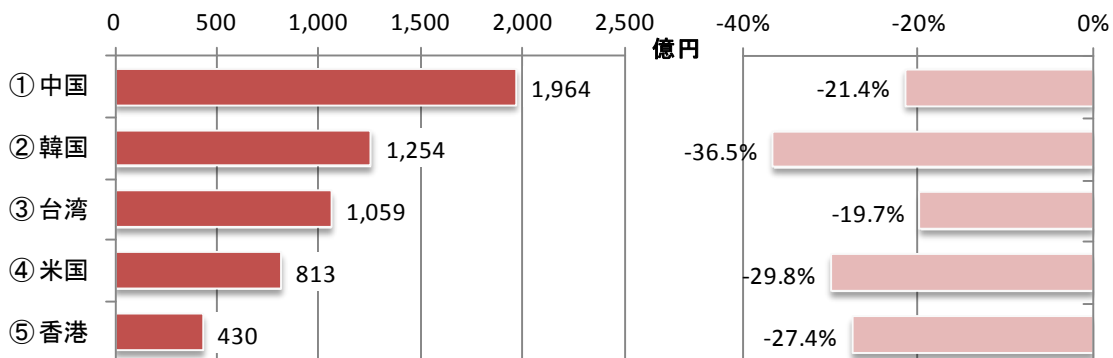


■ 旅行消費額の多い国・地域 ①中国 ②韓国 ③台湾

→【詳細は報告書12ページ参照】

- 国籍別では、①中国 ②韓国 ③台湾 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およそ7割を占める。
- 前年と比べると、上位5カ国・地域の中では中国と台湾の減少率が小さい。一方で韓国の落ち込みが目立つ。

【グラフ】 国籍別にみる訪日外国人旅行消費額 (左図:金額、右図:前年比)



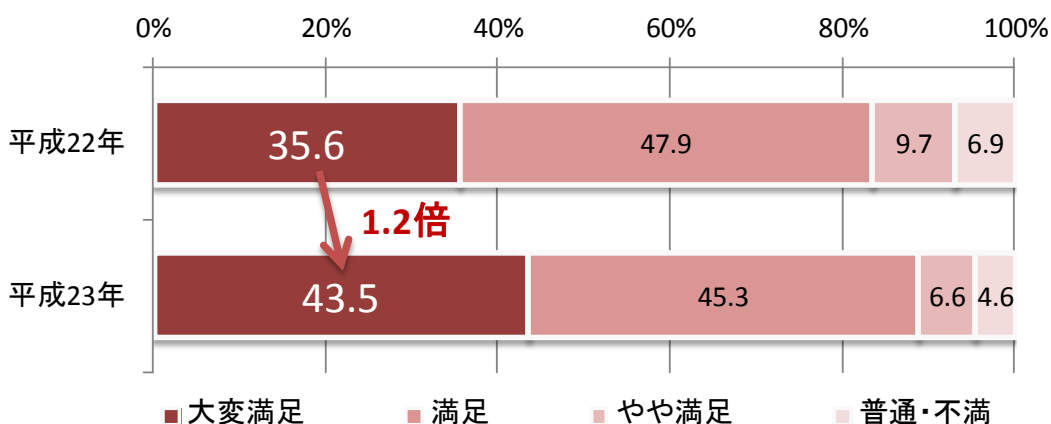
※訪日外国人旅行消費額8,135億円には、パッケージツアー参加費に含まれる宿泊料金や飲食費、交通費などが含まれる。ただし、日本の航空会社および船舶会社に支払われる国際旅客運賃は含まない。

■ 訪日旅行満足度 「大変満足」が 43.5%、前年の 1.2 倍

→【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23年は「大変満足」が43.5%を占めた。
- 平成23年の「大変満足」の割合は、平成22年(35.6%)の1.2倍に上昇している。
- 国籍別にみると、タイ・台湾・シンガポールなどで「大変満足」の割合が前年に比べて特に増えている。

【グラフ】 今回の日本訪問全体での満足度

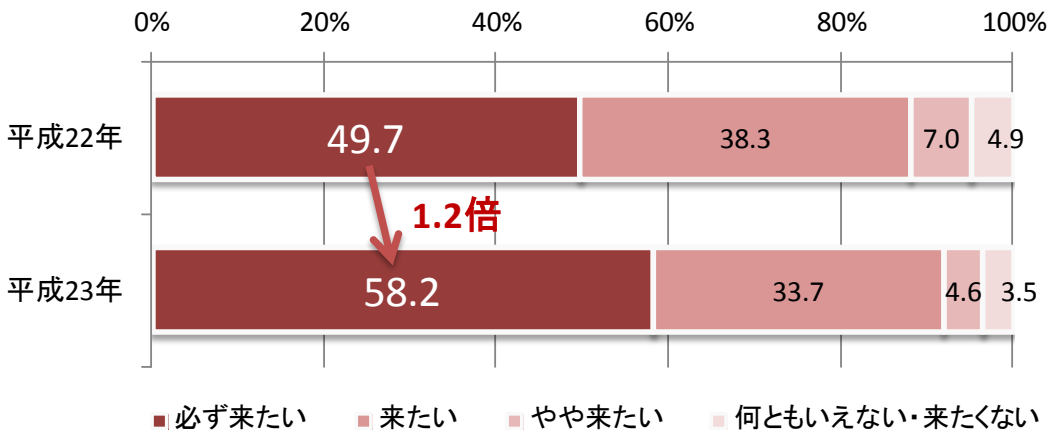


■ 再訪意向 「必ず来たい」が 58.2%、前年の 1.2 倍

→【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23年は「必ず来たい」の割合が58.2%となった。
- 平成23年の「必ず来たい」の割合は、平成22年(49.7%)の1.2倍に上昇している。
- 国籍別にみると、フランス・シンガポール・タイなどで「必ず来たい」の割合が前年に比べて特に増えている。

【グラフ】 日本への再訪意向



訪日外国人の消費動向

平成 23 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 23 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 23 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 23 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

(3) 調査時期

平成 23 年（2011 年）

1-3 月期：1 月 20 日（木）～ 2 月 15 日（火）

4-6 月期：5 月 21 日（土）～ 6 月 29 日（水）

7-9 月期：7 月 21 日（木）～ 8 月 29 日（月）

10-12 月期：10 月 6 日（木）～ 11 月 27 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 15 の国・地域別に目標回収標本数を設定。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 23 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	6,649	100.0%	6,498	6,975	100.0%	6,886	7,030	100.0%	6,965	6,829	100.0%	6,766
韓国	1,459	21.9%	1,448	1,472	21.1%	1,459	1,463	20.8%	1,438	1,316	19.3%	1,298
台湾	1,141	17.2%	1,137	1,360	19.5%	1,343	1,223	17.4%	1,213	1,181	17.3%	1,167
香港	432	6.5%	428	328	4.7%	325	468	6.7%	468	371	5.4%	366
中国	994	14.9%	984	1,080	15.5%	1,069	1,170	16.6%	1,162	972	14.2%	966
タイ	312	4.7%	308	215	3.1%	210	154	2.2%	152	235	3.4%	230
シンガポール	102	1.5%	101	60	0.9%	60	74	1.1%	74	83	1.2%	83
マレーシア	128	1.9%	124	92	1.3%	92	57	0.8%	57	113	1.7%	112
インド	104	1.6%	98	145	2.1%	142	119	1.7%	117	146	2.1%	144
英国	156	2.3%	147	185	2.7%	183	178	2.5%	176	234	3.4%	233
ドイツ	188	2.8%	178	137	2.0%	134	149	2.1%	147	220	3.2%	220
フランス	131	2.0%	123	119	1.7%	118	157	2.2%	157	134	2.0%	134
ロシア	109	1.6%	98	62	0.9%	58	59	0.8%	58	112	1.6%	111
米国	502	7.6%	484	894	12.8%	885	837	11.9%	834	745	10.9%	741
カナダ	139	2.1%	134	116	1.7%	116	132	1.9%	131	175	2.6%	174
オーストラリア	249	3.7%	242	154	2.2%	150	141	2.0%	139	155	2.3%	155
その他	503	7.6%	464	556	8.0%	542	649	9.2%	642	637	9.3%	632

I 平成 23 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

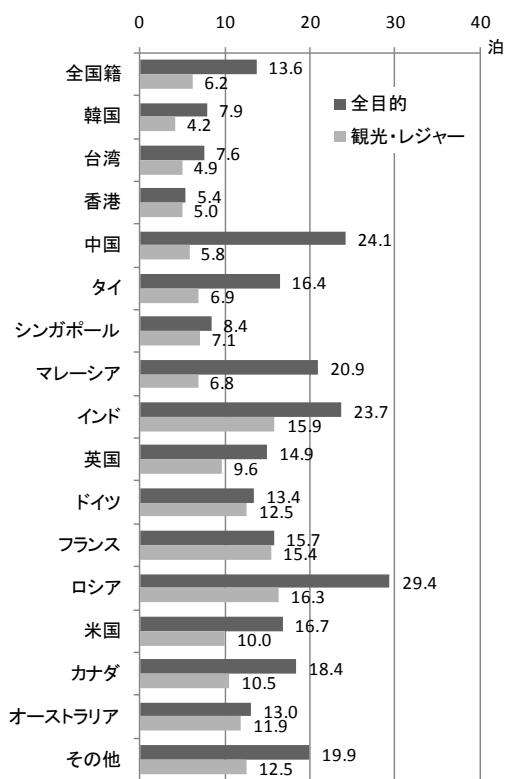
(1) 回答者属性

- 性別の構成比は、男性 60.0%、女性 40.0%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」18.0%、「男性 40 代」14.6%、「男性 20 代」12.8%、「女性 20 代」12.4%の順で多い（注：性年代別の構成比には調査対象外である 15 歳未満を含まない）。

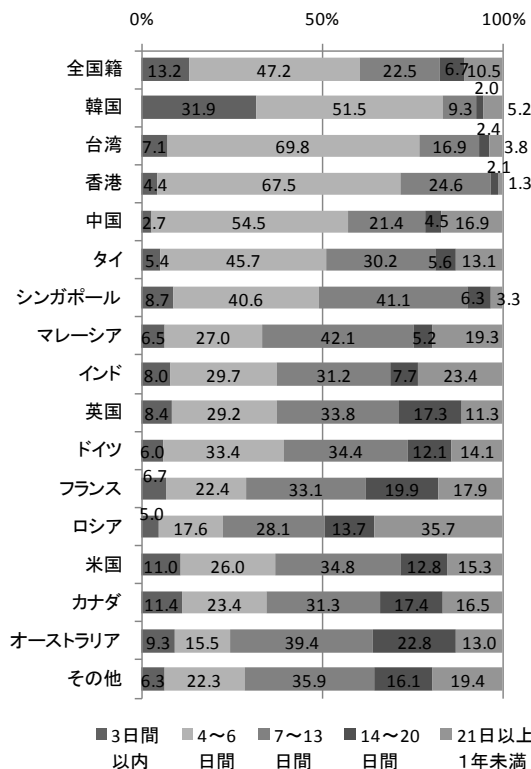
(2) 泊数

- 回答者全体の平均泊数は 13.6 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 泊以上と長く、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 31.9%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 6.2 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、香港で 5 泊以下となっている。一方、欧米からの観光客は平均泊数が長く、概ね 10 泊以上である（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）

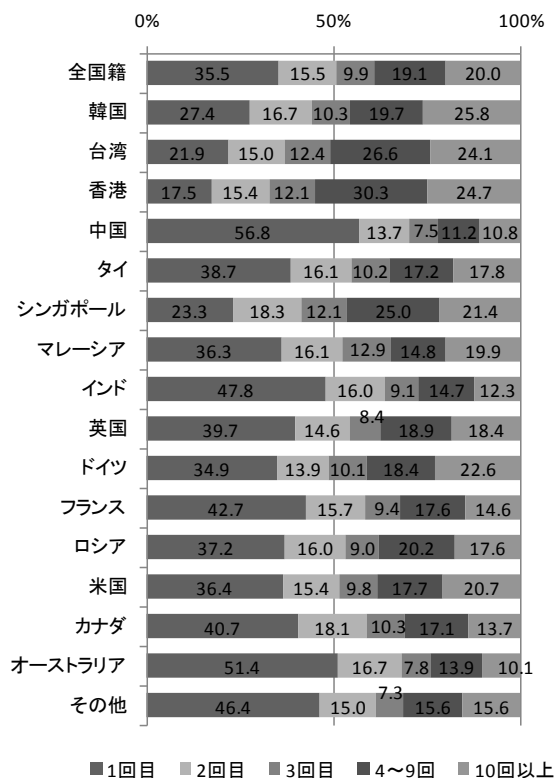


(3) 旅行内容

[全目的]

- 日本への来訪回数では、「1回目」が全体の35.5%、「2回目」が15.5%を占める。一方、「10回以上」も20.0%と少なくない。国籍別では、中国やオーストラリアで「1回目」の割合が5割を超え、香港で17.5%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)



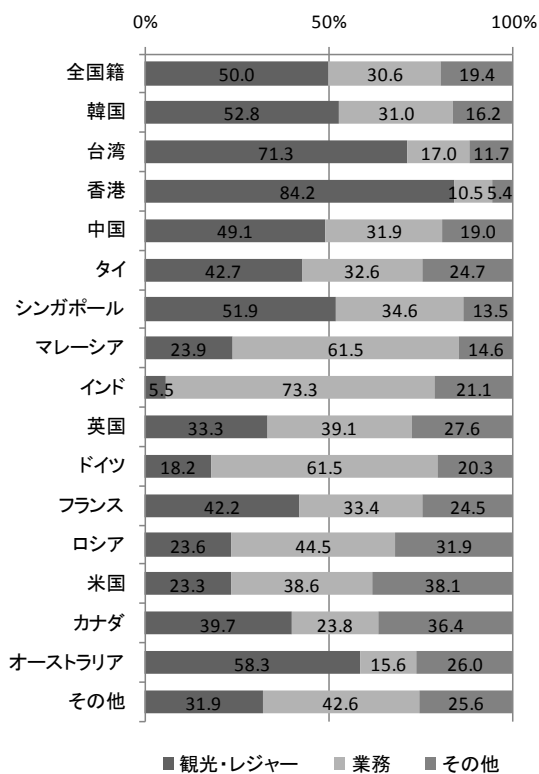
- 同行者(複数回答)をみると、「自分ひとり」32.0%、「家族・親族」22.8%、「職場の同僚」18.5%、「友人」14.9%、「夫婦・パートナー」12.4%の順となっている。国籍別にみると、アジアでは「家族・親族」、欧米では「自分ひとり」の割合が高い傾向にある(図表1-4)。

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	32.0	12.4	22.8	18.5	14.9
韓国	25.8	10.0	21.8	23.6	18.1
台湾	18.4	14.0	38.6	13.5	18.6
香港	13.3	25.0	40.2	7.1	17.3
中国	24.4	10.8	26.3	27.0	12.1
タイ	19.0	5.9	21.8	32.8	20.2
シンガポール	34.0	12.7	22.3	13.6	18.9
マレーシア	40.4	9.4	13.2	25.8	10.7
インド	60.7	4.1	8.0	21.7	5.4
英国	61.5	14.4	7.9	8.6	8.4
ドイツ	61.3	7.9	4.7	21.0	5.5
フランス	56.8	15.5	7.9	9.0	11.4
ロシア	47.6	12.9	8.7	18.1	10.8
米国	57.6	12.0	9.9	12.2	8.2
カナダ	51.1	17.4	13.4	7.4	12.0
オーストラリア	40.2	22.7	17.3	2.9	18.1
その他	50.5	10.4	10.2	16.7	12.6

- 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。特に台湾や香港などで「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（平成23年4-6月期より追加）／研修／商談等その他ビジネス）」目的は全体の30.6%を占める。特にマレーシアやインド、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）



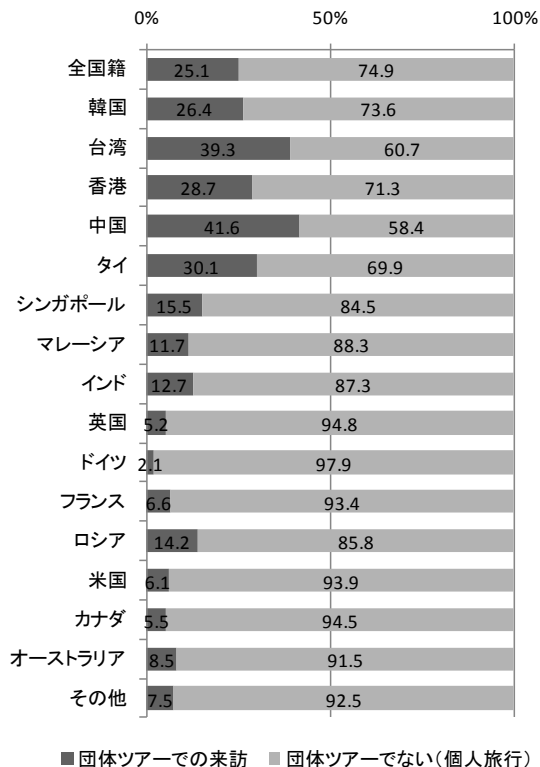
- 利用した宿泊施設のタイプ（複数回答）をみると、77.8%が「ホテル（洋室中心）」を利用している。「旅館（和室中心）」の利用率は17.0%である。旅館の利用率は台湾や中国で25%超と高く、香港やタイ、シンガポール、オーストラリアでも2割を超えている（図表1-6）。

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	77.8	17.0	2.0	13.3	
韓国	79.7	9.4	0.7	13.1	
台湾	81.1	25.8	1.9	8.3	
香港	91.5	20.9	0.8	3.4	
中国	73.5	25.9	4.9	11.1	
タイ	71.9	22.8	2.7	12.4	
シンガポール	86.7	20.2	1.3	8.6	
マレーシア	71.4	10.1	2.1	9.7	
インド	70.3	6.4	1.7	12.0	
英国	78.0	12.8	2.8	21.3	
ドイツ	82.6	9.7	0.7	12.6	
フランス	74.1	18.3	1.5	22.3	
ロシア	59.2	8.2	4.0	22.8	
米国	72.9	9.9	1.4	23.5	
カナダ	70.0	14.2	2.3	29.7	
オーストラリア	78.2	23.0	3.6	16.6	
その他	74.9	12.8	1.8	16.5	

- 旅行形態では「団体ツアーでの来訪」が25.1%を占める。国籍別では、台湾と中国で「団体ツアーでの来訪」が約4割と高い（図表1-7）。

図表 1-7 団体ツアー参加状況（国籍別、全目的）



- 都道府県別の訪問率を国籍別にみると、いずれの国籍からも東京都や大阪府、京都府への訪問率が高い。その他、韓国からは福岡県、台湾からは北海道、香港からは沖縄県、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	1,432	33.8%
2位	福岡県	978	23.1%
3位	大阪府	897	20.7%
4位	大分県	390	9.7%
5位	京都府	378	8.9%
回答者数および訪問率延べ合計		4,240	154.3%

【台湾】

順位	都道府県名	回答数	訪問率
1位	東京都	1,494	39.4%
2位	大阪府	909	24.0%
3位	北海道	504	14.2%
4位	京都府	523	13.8%
5位	千葉県	323	8.7%
回答者数および訪問率延べ合計		3,754	174.3%

【香港】

順位	都道府県名	回答数	訪問率
1位	東京都	516	43.7%
2位	大阪府	311	25.8%
3位	沖縄県	154	13.9%
4位	北海道	130	11.5%
5位	京都府	87	7.4%
回答者数および訪問率延べ合計		1,166	162.7%

【中国】

順位	都道府県名	回答数	訪問率
1位	東京都	1,914	60.3%
2位	大阪府	1,536	48.3%
3位	京都府	776	24.5%
4位	愛知県	698	22.4%
5位	神奈川県	610	20.1%
回答者数および訪問率延べ合計		3,212	249.8%

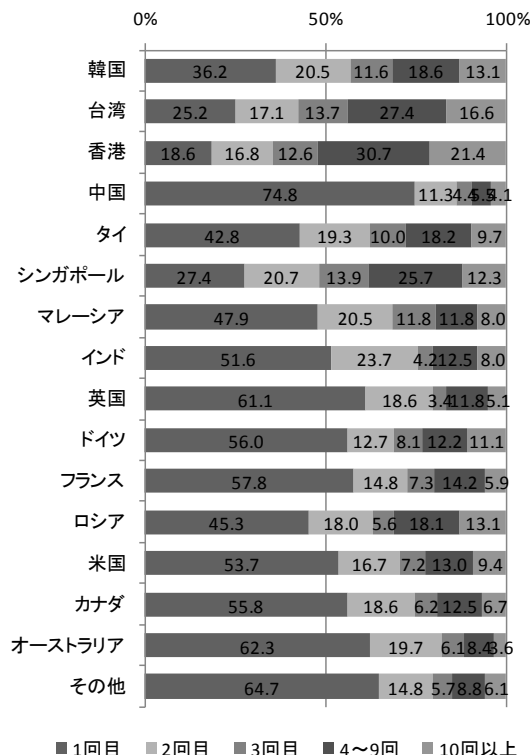
【米国】

順位	都道府県名	回答数	訪問率
1位	東京都	1,447	59.2%
2位	京都府	485	19.8%
3位	神奈川県	395	16.1%
4位	大阪府	390	15.6%
5位	千葉県	237	9.7%
回答者数および訪問率延べ合計		2,470	191.1%

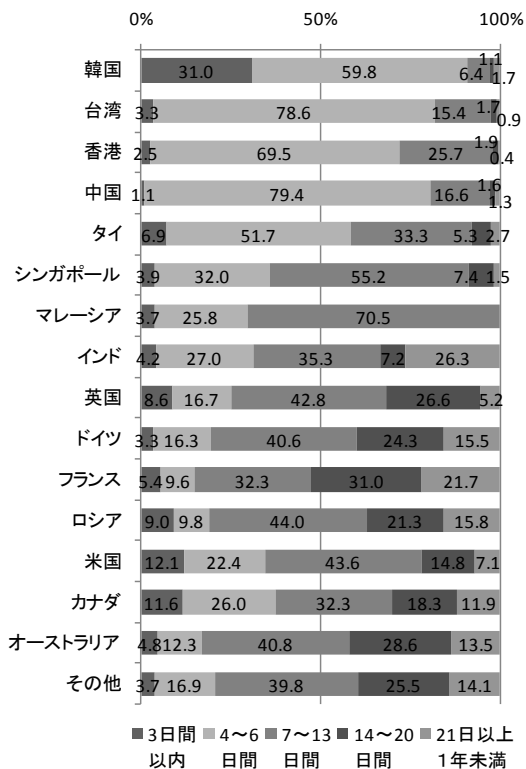
〔観光・レジャー目的〕

- 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3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。インドやフランスでは「21日以上1年未満」の割合が高い（図表1-9）。
- 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。ロシアを除く欧米では「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)

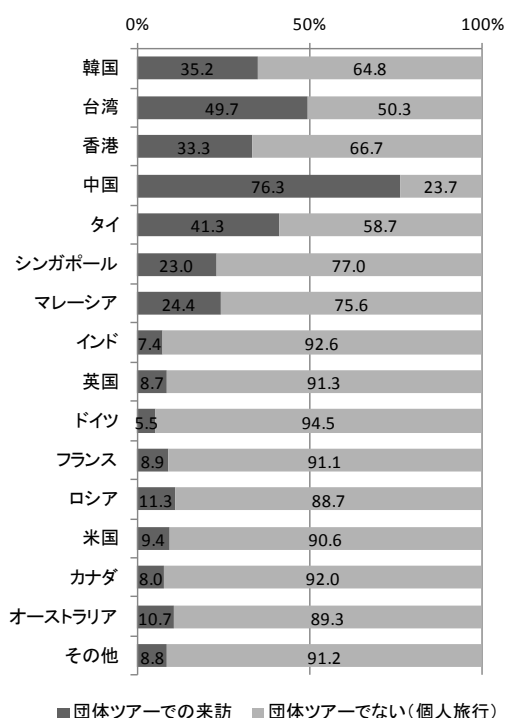
	自分ひとり	夫婦・パートナー	家族・親族	職場の同僚	友人
韓国	15.9	14.4	35.6	8.1	27.6
台湾	10.1	16.3	48.8	6.9	22.1
香港	6.6	28.2	46.4	2.7	19.6
中国	10.0	16.4	45.2	12.1	18.0
タイ	11.8	9.3	41.1	11.1	28.3
シンガポール	13.0	21.2	37.1	0.0	31.2
マレーシア	18.9	27.5	32.8	0.0	20.7
インド	47.6	7.4	41.9	4.2	3.2
英国	35.8	29.3	16.3	1.3	19.9
ドイツ	38.2	28.4	15.6	0.6	18.9
フランス	41.3	25.4	11.0	0.9	22.0
ロシア	36.0	21.0	18.7	2.2	24.3
米国	36.3	25.1	18.3	1.2	20.1
カナダ	39.6	23.1	19.2	0.4	21.8
オーストラリア	22.6	27.8	22.8	0.6	28.4
その他	33.1	21.5	18.6	1.8	27.0

- 利用した宿泊施設タイプ（複数回答）をみると、「ホテル」の利用が主流である。中国では「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 76.3%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
韓国	84.4	13.4	0.9	8.3
台湾	85.9	30.8	1.3	5.0
香港	93.8	23.1	0.7	1.5
中国	90.6	40.0	1.0	3.6
タイ	81.5	34.3	1.6	10.3
シンガポール	87.1	35.1	0.9	7.9
マレーシア	87.5	17.9	0.9	10.6
インド	70.2	10.2	0.0	33.7
英国	79.6	23.7	5.3	14.5
ドイツ	73.0	20.6	2.4	18.6
フランス	73.8	30.9	2.1	20.2
ロシア	73.6	13.6	2.2	21.8
米国	80.0	16.7	2.3	17.0
カナダ	75.7	20.4	1.8	20.2
オーストラリア	80.5	31.5	5.2	6.7
その他	81.8	23.6	1.5	13.9

図表 1-13 団体ツアー参加状況
（国籍別、観光・レジャー目的のみ）



- 観光客の都道府県別の訪問率を国籍別にみると、いずれも東京都や大阪府、京都府への訪問率が高い。韓国では福岡県や大分県への訪問率が高く、台湾や香港からは北海道、香港からは沖縄県、台湾や米国からは千葉県、中国からは愛知県、中国や米国からは神奈川県への訪問率が高い（図表 1-14）。

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

【韓国】

順位	都道府県名	回答数	訪問率
1位	福岡県	667	35.1%
2位	大阪府	493	25.1%
3位	東京都	367	19.8%
4位	大分県	323	17.7%
5位	京都府	259	13.4%
回答者数および訪問率延べ合計		1,904	171.8%

【台湾】

順位	都道府県名	回答数	訪問率
1位	東京都	935	36.5%
2位	大阪府	623	24.3%
3位	北海道	446	18.5%
4位	京都府	412	16.2%
5位	千葉県	232	9.4%
回答者数および訪問率延べ合計		2,526	187.5%

【香港】

順位	都道府県名	回答数	訪問率
1位	東京都	404	40.7%
2位	大阪府	265	26.2%
3位	沖縄県	142	15.5%
4位	北海道	126	13.2%
5位	京都府	77	7.8%
回答者数および訪問率延べ合計		977	166.5%

【中国】

順位	都道府県名	回答数	訪問率
1位	東京都	1,085	75.0%
2位	大阪府	1,013	69.7%
3位	京都府	547	37.5%
4位	愛知県	465	32.2%
5位	神奈川県	417	29.9%
回答者数および訪問率延べ合計		1,460	332.3%

【米国】

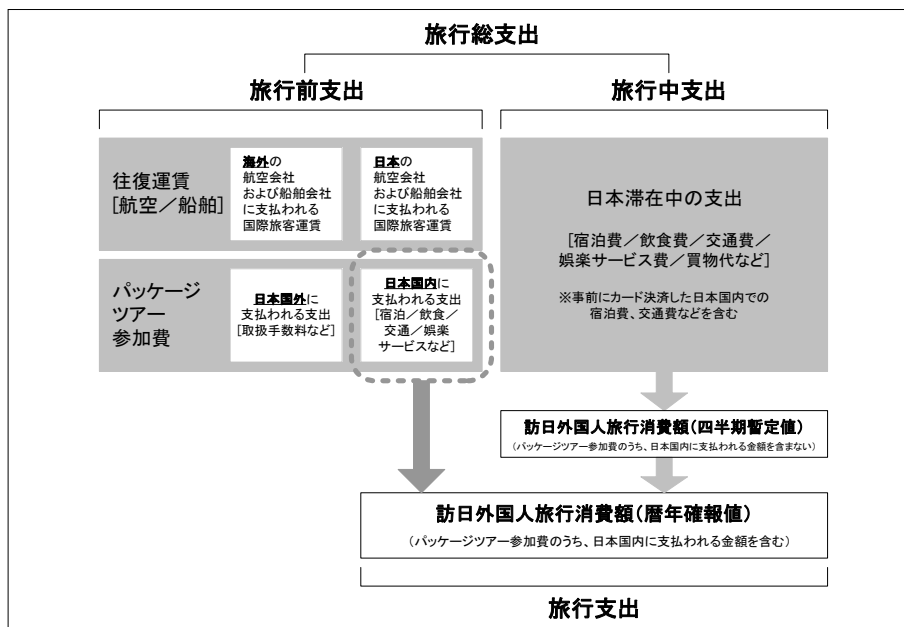
順位	都道府県名	回答数	訪問率
1位	東京都	417	73.9%
2位	京都府	213	38.4%
3位	大阪府	116	19.9%
4位	神奈川県	74	12.9%
5位	千葉県	66	11.4%
回答者数および訪問率延べ合計		567	239.2%

2. 訪日外国人の旅行支出

(1) 旅行中支出

- 平成 23 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 113,917 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 86,820 円、両者を合算した訪日外国人の総支出額は同 200,737 円と推計される（図表 2-2）。
- 国籍別に旅行中支出額を比較すると、ロシア（20.5 万円）、オーストラリア（17.7 万円）、中国（16.4 万円）の順で多い。
- 1 泊当たり旅行中支出額は 8,348 円、旅行前支出を含めた 1 泊当たり総支出額は 14,711 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（平成 23 年暦年）



図表 2-2 平成 23 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	(人)	(円/人)	(円/人)	(円/人)	(泊)	(円/人泊)	(円/人泊)
		a.パッケージツアー・往復運賃支出 (旅行前支出額)	b.日本国内における旅行中支出額	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	27,115	86,820	113,917	200,737	13.6	8,348	14,711	
韓国	5,643	46,131	63,614	109,745	7.9	8,057	13,899	
台湾	4,860	66,795	82,508	149,302	7.6	10,916	19,753	
香港	1,587	72,271	95,381	167,652	5.4	17,762	31,220	
中国	4,181	75,777	164,358	240,134	24.1	6,814	9,956	
タイ	900	92,482	117,963	210,445	16.4	7,192	12,831	
シンガポール	318	89,915	130,164	220,079	8.4	15,456	26,133	
マレーシア	385	95,416	134,757	230,173	20.9	6,444	11,006	
インド	501	103,762	135,938	239,700	23.7	5,746	10,132	
英国	739	149,482	148,897	298,379	14.9	9,967	19,973	
ドイツ	679	161,686	131,354	293,039	13.4	9,808	21,880	
フランス	532	149,882	147,964	297,846	15.7	9,412	18,947	
ロシア	325	97,001	205,207	302,208	29.4	6,984	10,285	
米国	2,944	139,139	134,405	273,545	16.7	8,031	16,344	
カナダ	555	130,221	135,583	265,805	18.4	7,371	14,451	
オーストラリア	686	148,842	176,564	325,407	13.0	13,538	24,951	
その他	2,280	148,815	159,909	308,724	19.9	8,027	15,498	

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 29.4% 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 99,845 円、ツアー利用客の旅行中支出額は同 59,929 円、両者を合算した総支出額は同 159,773 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 81,384 円、旅行中支出額は同 139,828 円、総支出額は 221,211 円である。
- 1泊当たりの旅行中支出額は、ツアー利用客で 10,627 円、個人手配客で 8,231 円となっている。

図表 2-3 平成 23 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】					(泊)	(円/人泊)	(円/人泊)
国籍	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) (円/人)	b.日本国内における旅行中支出額 (円/人)	c.パッケージツアー客総支出額 (a.+b.) (円/人)	d.平均泊数	e.1泊当たり旅行中支出額 (=b./d.) (円/人泊)	f.1泊当たり総支出額 (=c./d.) (円/人泊)
全国籍	29.4	99,845	59,929	159,773	5.6	10,627	28,333
韓国	31.2	65,254	30,083	95,338	3.2	9,457	29,969
台湾	46.5	88,562	44,524	133,087	4.3	10,379	31,024
香港	44.7	87,963	65,030	152,993	4.5	14,537	34,200
中国	43.1	96,335	102,057	198,392	6.5	15,695	30,511
タイ	31.4	143,749	65,333	209,082	6.0	10,803	34,572
シンガポール	15.9	158,907	69,131	228,038	6.2	11,230	37,044
マレーシア	15.9	146,965	72,763	219,727	19.5	3,735	11,280
インド	11.5	175,628	91,535	267,163	26.2	3,499	10,213
英国	8.1	228,340	67,989	296,329	7.9	8,645	37,680
ドイツ	6.4	229,234	83,868	313,103	9.0	9,308	34,749
フランス	6.7	338,966	56,670	395,637	11.2	5,061	35,335
ロシア	5.6	210,775	43,285	254,060	10.4	4,147	24,341
米国	7.7	219,970	57,999	277,969	14.0	4,144	19,861
カナダ	6.0	161,205	80,903	242,108	14.6	5,534	16,562
オーストラリア	13.5	273,527	92,692	366,219	9.7	9,533	37,665
その他	10.2	254,768	77,950	332,717	18.4	4,242	18,106

【個人手配客】					(泊)	(円/人泊)	(円/人泊)
国籍	往復運賃購入率 (%)	a.往復運賃購入者単価 (旅行前支出額) (円/人)	b.日本国内における旅行中支出額 (円/人)	c.個人手配客総支出額 (a.+b.) (円/人)	d.平均泊数	e.1泊当たり旅行中支出額 (=b./d.) (円/人泊)	f.1泊当たり総支出額 (=c./d.) (円/人泊)
全国籍	70.6	81,384	139,828	221,211	17.0	8,231	13,022
韓国	68.8	37,455	82,248	119,703	10.0	8,196	11,929
台湾	53.5	47,862	120,344	168,207	10.4	11,570	16,172
香港	55.3	59,583	125,849	185,433	6.1	20,648	30,424
中国	56.9	60,195	221,088	281,283	37.5	5,900	7,506
タイ	68.6	69,028	146,077	215,105	21.1	6,911	10,177
シンガポール	84.1	76,864	140,810	217,674	8.8	15,911	24,596
マレーシア	84.1	85,684	149,476	235,160	21.2	7,056	11,101
インド	88.5	94,449	142,007	236,456	23.3	6,086	10,134
英国	91.9	142,534	156,601	299,135	15.6	10,063	19,222
ドイツ	93.6	157,044	135,901	292,945	13.7	9,924	21,392
フランス	93.3	136,290	156,148	292,437	16.0	9,732	18,226
ロシア	94.4	90,234	214,543	304,777	30.5	7,032	9,989
米国	92.3	132,436	141,300	273,736	17.0	8,330	16,137
カナダ	94.0	128,257	139,529	267,786	18.6	7,488	14,372
オーストラリア	86.5	129,456	189,653	319,110	13.6	13,989	23,537
その他	89.8	136,740	169,877	306,617	20.1	8,453	15,257

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 24 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。

(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」91,331円、「業務」126,594円、「親族・知人訪問」104,465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2,840億円で全体の4割を占める。また、「業務」目的の旅行消費額は2,406億円で、全体の33.8%を占める。※平成23年4-6月期より追加した「社内会議」は「商談等その他ビジネス」に含まれる。

図表 2-4 平成 23 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	その他				その他	
									展示会・見本市	国際会議	研修	商談等その他ビジネス		
旅行中支出額(円/人)	全国籍	91,331	104,465	101,215	66,126	89,717	412,979	122,883	126,594	103,197	104,853	126,822	131,699	161,742
	韓国	49,406	69,106	73,905	37,790	38,974	307,872	32,960	72,952	66,790	70,640	51,601	78,124	74,360
	台湾	68,829	100,661	47,244	45,581	32,354	417,091	80,927	104,188	81,520	79,330	98,204	110,965	170,451
	香港	91,290	97,388	141,395	-	124,519	332,457	37,080	102,067	87,069	65,232	78,843	110,798	253,061
	中国	117,258	141,157	130,744	120,121	107,352	567,359	77,643	188,311	149,068	188,537	189,162	190,712	221,857
	米国	125,445	102,761	175,912	113,440	65,029	348,665	60,000	135,875	166,490	92,523	142,007	140,001	155,351
【参考】消費額 ^{注)} (億円)	全国籍	2,839.8	621.1	32.2	45.0	35.9	630.3	17.4	2,405.6	122.4	192.5	361.4	1,729.2	498.0
	韓国	432.8	99.6	3.0	13.8	2.2	100.1	0.3	375.2	36.3	26.3	34.3	278.2	32.7
	台湾	488.0	51.4	5.9	1.3	2.1	51.5	1.7	176.0	11.9	12.3	17.1	134.7	49.0
	香港	280.3	10.3	2.2	0.1	2.4	4.3	0.4	39.0	2.5	2.2	2.8	31.5	7.6
	中国	601.2	133.6	8.1	5.8	7.3	276.6	2.3	626.3	23.3	38.2	127.7	437.1	75.1
	米国	165.7	116.2	4.9	11.1	3.2	53.6	0.2	296.7	8.3	21.3	41.3	225.8	107.4
目的別消費額構成比(%) ヨコ計=100	全国籍	39.9	8.7	0.5	0.6	0.5	8.8	0.2	33.8	1.7	2.7	5.1	24.3	7.0
	韓国	40.8	9.4	0.3	1.3	0.2	9.4	0.0	35.4	3.4	2.5	3.2	26.3	3.1
	台湾	59.0	6.2	0.7	0.2	0.3	6.2	0.2	21.3	1.4	1.5	2.1	16.3	5.9
	香港	80.9	3.0	0.6	0.0	0.7	1.2	0.1	11.3	0.7	0.6	0.8	9.1	2.2
	中国	34.6	7.7	0.5	0.3	0.4	15.9	0.1	36.1	1.3	2.2	7.4	25.2	4.3
	米国	21.8	15.3	0.6	1.5	0.4	7.1	0.0	39.1	1.1	2.8	5.4	29.7	14.1
目的別外客数(万人)	全国籍	310.9	59.5	3.2	6.8	4.0	15.3	1.4	190.0	11.9	18.4	28.5	131.3	30.8
	韓国	87.6	14.4	0.4	3.6	0.6	3.3	0.1	51.4	5.4	3.7	6.7	35.6	4.4
	台湾	70.9	5.1	1.2	0.3	0.6	1.2	0.2	16.9	1.5	1.6	1.7	12.1	2.9
	香港	30.7	1.1	0.2	0.0	0.2	0.1	0.1	3.8	0.3	0.3	0.4	2.8	0.3
	中国	51.3	9.5	0.6	0.5	0.7	4.9	0.3	33.3	1.6	2.0	6.8	22.9	3.4
	米国	13.2	11.3	0.3	1.0	0.5	1.5	0.0	21.8	0.5	2.3	2.9	16.1	6.9

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 23 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 16,902 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 23 年(暦年)の旅行支出額は、訪日外国人 1 人当たり平均で 130,819 円と推計される。
- これに訪日外客数(6,218,747 人)を乗じることにより、平成 23 年(暦年)の訪日外国人旅行消費額は 8,135 億円と推計される。
- 旅行支出額を国籍別にみると、ロシア(21.3 万円)、オーストラリア(19.8 万円)、中国(18.8 万円)の順で高い。また、韓国(7.6 万円)、台湾(10.7 万円)、香港(11.8 万円)は他の国籍に比べて旅行支出額が低い。
- 平成 23 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 1,964 億円(構成比 24.1%)、②韓国 1,254 億円(同 15.4%)、③台湾 1,059 億円(同 13.0%)、④米国 813 億円(同 10.0%)、⑤香港 430 億円(同 5.3%)の順となっている。
- 上記の上位 5 ヶ国合計で 5,521 億円(同 67.9%)、東アジア 4 ヶ国で 4,707 億円(同 57.9%)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 491 億円(同 6.0%)、英独仏 3 ヶ国合計では 488 億円(同 6.0%)となっている。

図表 2-5 平成 23 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

		(円/人)		(円/人)		(円/人)		(人)		(億円)	
		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4} (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.)	
		前年比		前年比		前年比		前年比		前年比	
年間	平成22年(暦年)	112,758	-	20,668	-	133,426	-	8,611,175	-	11,490	-
	平成23年(暦年)	113,917	1.0%	16,902	-18.2%	130,819	-2.0%	6,218,747	-27.8%	8,135	-29.2%
四半期	平成22年1-3月期 ^{注3}	111,949	-	20,365	-	132,314	-	2,015,012	-	2,666	-
	平成22年4-6月期	104,003	-	23,344	-	127,347	-	2,186,624	-	2,785	-
	平成22年7-9月期	119,605	-	20,603	-	140,208	-	2,399,063	-	3,364	-
	平成22年10-12月期	114,921	-	18,140	-	133,061	-	2,010,476	-	2,675	-
	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%	

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。

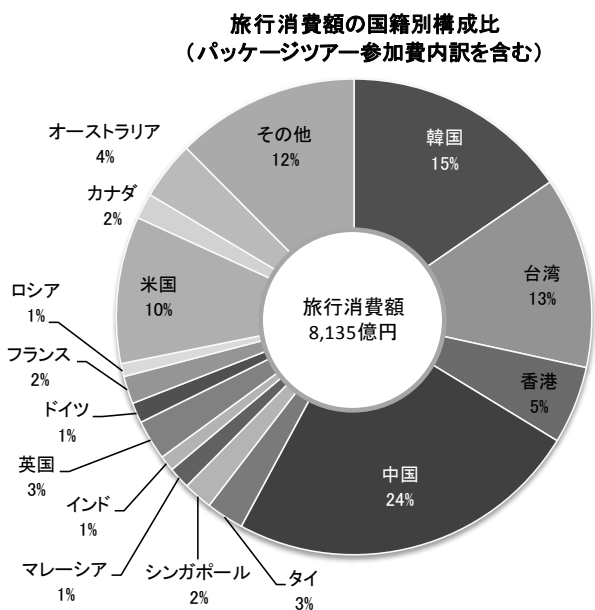
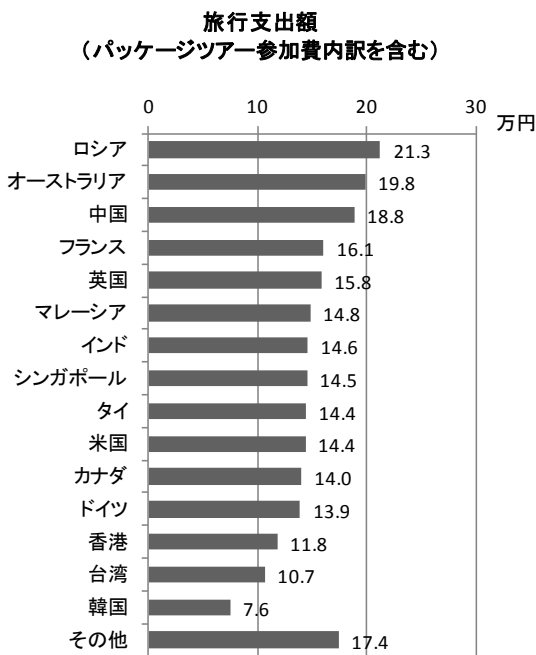
注3) 平成22年1-3月期は調査を実施していないため、平成22年4-12月期の1人当たり平均支出額を使用。

注4) 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、パッケージ参加費に含まれる日本国内に支払われる宿泊費や飲食費などが含まれる。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 23 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)		
	a.日本国内での旅行中支出額 (パッケージツアー参加費内訳を含む)	b.パッケージツアー参加費に含まれる国内収入額 (パッケージツアー)	c.旅行支出額 (パッケージツアー参加費内訳を含む) (=a.+b.)				d.訪日外客数 (JNTO)	e.訪日外国人旅行消費額 (パッケージツアー参加費内訳を含む) (=c.*d.)	前年比
全国籍	113,917	16,902	130,819	-2.0%	6,218,747	-27.8%	8,135	-29.2%	100.0%
韓国	63,614	12,012	75,626	-6.5%	1,658,067	-32.0%	1,254	-36.5%	15.4%
台湾	82,508	23,995	106,503	2.5%	993,972	-21.6%	1,059	-19.7%	13.0%
香港	95,381	22,598	117,978	1.2%	364,864	-28.3%	430	-27.4%	5.3%
中国	164,358	23,937	188,295	6.5%	1,043,245	-26.2%	1,964	-21.4%	24.1%
タイ	117,963	26,067	144,030	0.4%	144,969	-32.5%	209	-32.3%	2.6%
シンガポール	130,164	15,031	145,196	-12.0%	111,354	-38.5%	162	-45.8%	2.0%
マレーシア	134,757	13,249	148,006	12.9%	81,516	-28.8%	121	-19.6%	1.5%
インド	135,938	10,011	145,950	-17.7%	59,354	-11.2%	87	-26.9%	1.1%
英国	148,897	9,443	158,340	-1.4%	140,099	-23.9%	222	-25.0%	2.7%
ドイツ	131,354	7,815	139,168	-13.3%	80,772	-35.0%	112	-43.7%	1.4%
フランス	147,964	12,732	160,696	-30.9%	95,438	-36.8%	153	-56.4%	1.9%
ロシア	205,207	7,434	212,641	-4.7%	33,797	-34.3%	72	-37.4%	0.9%
米国	134,405	9,313	143,718	-9.8%	565,887	-22.2%	813	-29.8%	10.0%
カナダ	135,583	4,536	140,119	12.7%	101,299	-33.9%	142	-25.5%	1.7%
オーストラリア	176,564	21,865	198,429	17.1%	162,578	-28.0%	323	-15.7%	4.0%
その他	159,909	14,266	174,175	-10.9%	581,536	-26.1%	1,013	-34.2%	12.5%



【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、日本国内での宿泊費、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、宿泊費はインド、ロシアを除く欧州、米国でその割合が高い。
- 飲食費は各国籍とも2割前後を占める。
- 交通費は、ロシアを除く欧州、北米、オーストラリアでその割合が高い。
- 娯楽・サービス費は、韓国やオーストラリアでその割合が高い。
- 買物代は、中国とロシアでその割合が高く、旅行支出総額の4割を超えている。台湾や香港、タイでも3割超と高い。
- 支出額で見ると、宿泊費、飲食費、交通費、娯楽サービス費はオーストラリア、買物代はロシアが最も高い。

図表 2-7 平成 23 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)

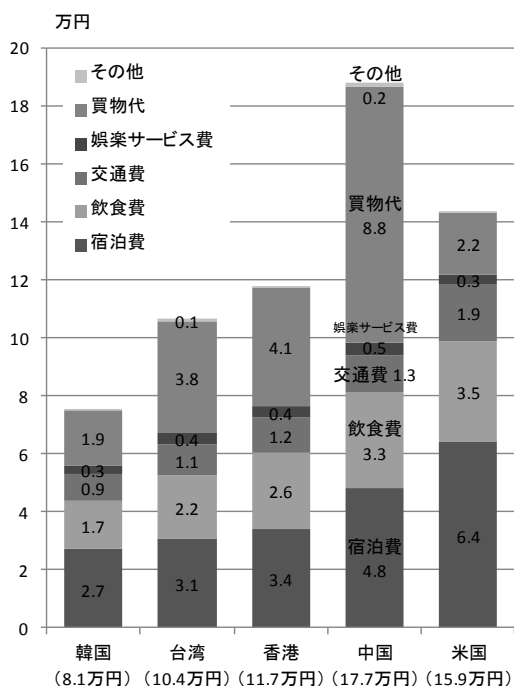
【費目別旅行支出額】

国籍	旅行支出 総額	(円/人)					
		宿泊費	飲食費	交通費	娯楽 サービス 費	買物代	その他
全国籍	130,819	45,208	27,650	14,292	3,934	39,000	736
韓国	75,626	27,024	16,884	9,324	3,029	19,019	345
台湾	106,503	30,603	22,041	10,659	4,016	38,443	741
香港	117,978	34,247	26,156	12,045	4,029	41,082	418
中国	188,295	48,355	32,927	12,724	4,679	87,920	1,690
タイ	144,030	41,514	33,187	17,180	1,518	50,475	156
シンガポール	145,196	56,047	30,412	15,534	5,047	37,834	322
マレーシア	148,006	62,115	35,550	14,674	2,786	32,571	310
インド	145,950	67,610	31,223	18,352	2,756	25,732	277
英国	158,340	70,133	34,568	21,387	3,707	26,987	1,559
ドイツ	139,168	66,862	32,480	20,872	2,061	15,687	1,207
フランス	160,696	72,666	35,356	22,314	4,559	24,988	812
ロシア	212,641	51,968	36,100	16,427	7,349	95,265	5,532
米国	143,718	64,249	34,752	19,496	3,161	21,718	342
カナダ	140,119	50,551	36,832	21,434	4,694	26,441	168
オーストラリア	198,429	79,846	44,460	29,595	9,498	34,269	762
その他	174,175	74,378	38,714	22,810	4,731	32,963	579

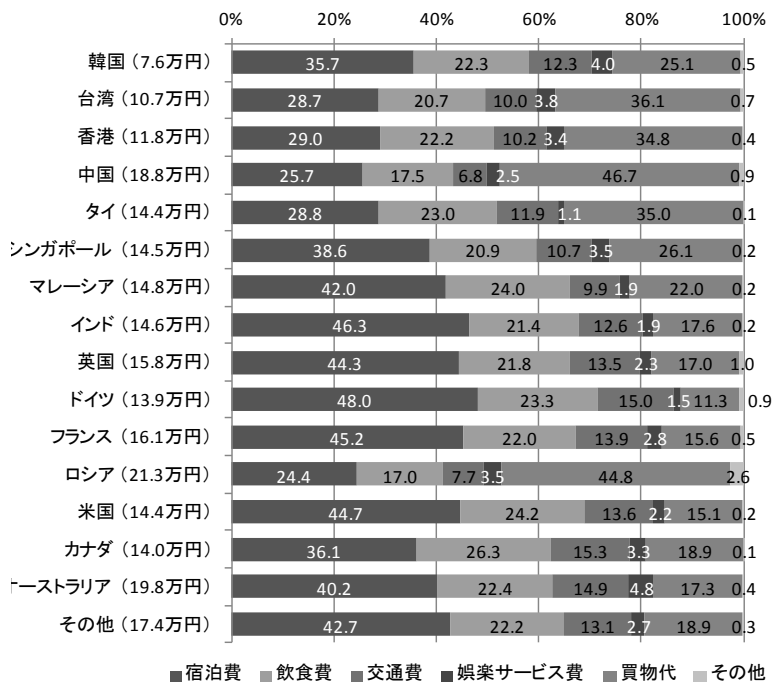
【費目別構成比】(ヨコ計 100%)

国籍	(%)					
	宿泊費	飲食費	交通費	娯楽 サービス 費	買物代	その他
全国籍	34.6	21.1	10.9	3.0	29.8	0.6
韓国	35.7	22.3	12.3	4.0	25.1	0.5
台湾	28.7	20.7	10.0	3.8	36.1	0.7
香港	29.0	22.2	10.2	3.4	34.8	0.4
中国	25.7	17.5	6.8	2.5	46.7	0.9
タイ	28.8	23.0	11.9	1.1	35.0	0.1
シンガポール	38.6	20.9	10.7	3.5	26.1	0.2
マレーシア	42.0	24.0	9.9	1.9	22.0	0.2
インド	46.3	21.4	12.6	1.9	17.6	0.2
英国	44.3	21.8	13.5	2.3	17.0	1.0
ドイツ	48.0	23.3	15.0	1.5	11.3	0.9
フランス	45.2	22.0	13.9	2.8	15.6	0.5
ロシア	24.4	17.0	7.7	3.5	44.8	2.6
米国	44.7	24.2	13.6	2.2	15.1	0.2
カナダ	36.1	26.3	15.3	3.3	18.9	0.1
オーストラリア	40.2	22.4	14.9	4.8	17.3	0.4
その他	42.7	22.2	13.1	2.7	18.9	0.3

【費目別旅行支出額】(主要国籍別)



【費目別構成比】



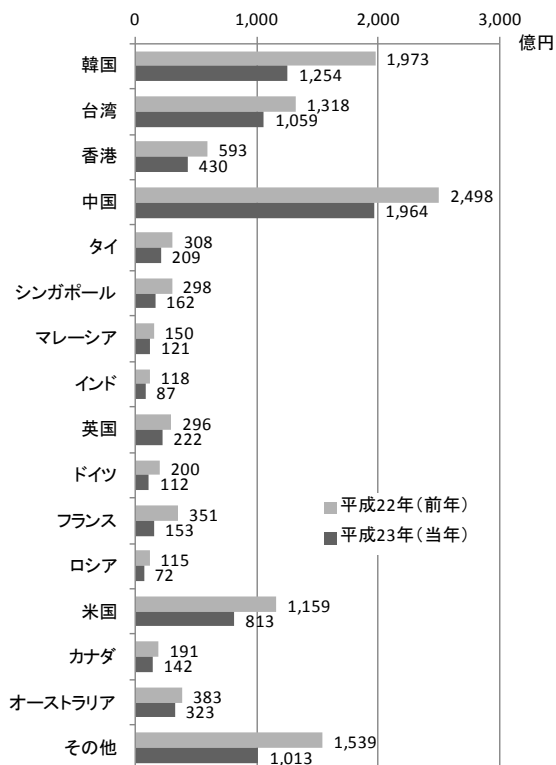
(6) 前年との比較

- 平成 23 年 3 月 11 日に発生した東日本大震災の影響で、平成 23 年は訪日外客数が大幅に減少した。人数の減少に伴って旅行消費額も大幅に減少し、主要 15 カ国・地域のすべての国籍で、旅行消費額が前年を大きく下回った（図表 2-8）。
- 旅行消費額の対前年増減率を国籍別にみると、マイナス 40%を下回る国籍はシンガポール、ドイツ、フランスである。これらの国籍では、訪日外客数とともに、1 人当たり旅行支出額も前年に比べて減少している（図表 2-9、2-10）。

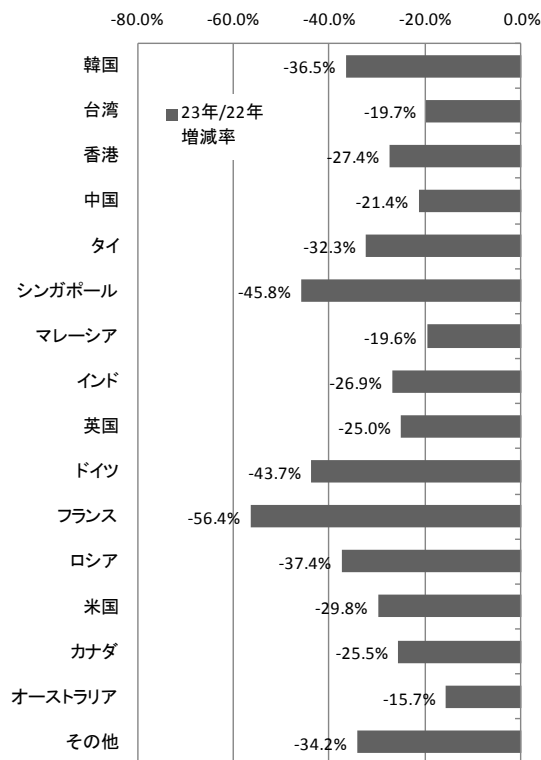
- 旅行消費額の対前年増減率がマイナス 2 割前後、つまり他の国籍に比べ減少幅が小さい国籍は台湾、中国、マレーシア、オーストラリアである（図表 2-8）。
- これらの国籍でも訪日外客数は前年に比べ大きく減少したが、1 人当たり旅行支出額が前年に比べて増えており、これが旅行消費額の減少幅の縮小に寄与している（図表 2-9、2-10）。

図表 2-8 訪日外国人旅行消費額（国籍別）

a. 旅行消費額

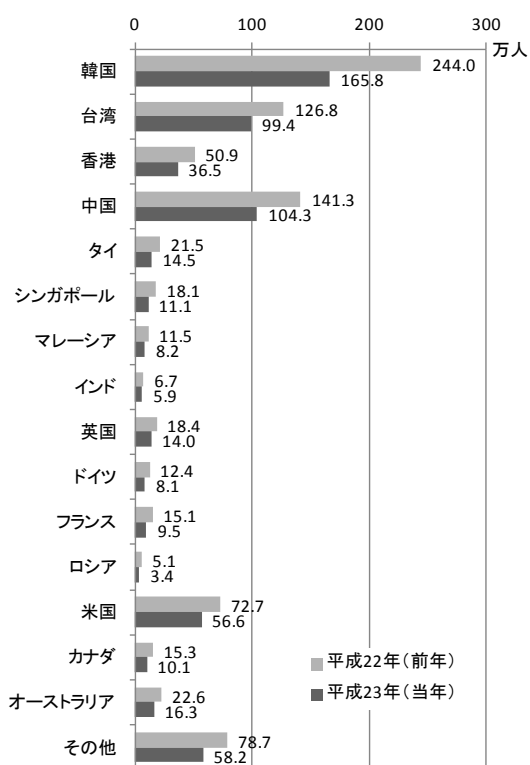


b. 旅行消費額の対前年増減率

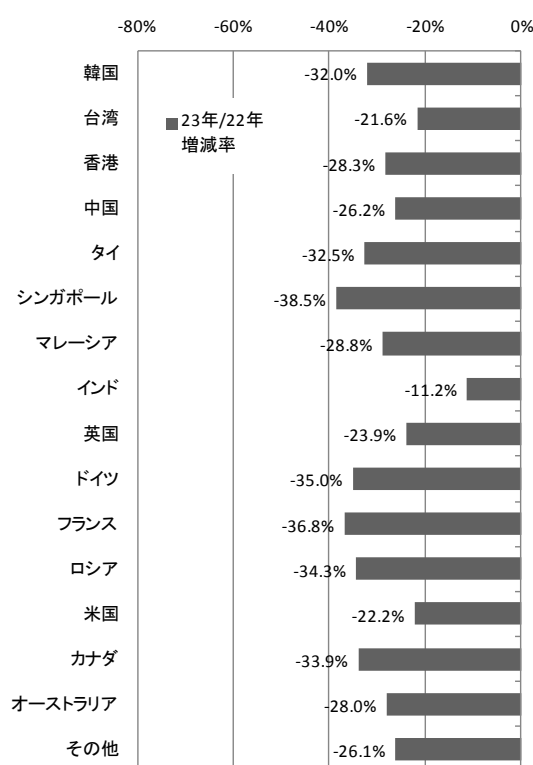


図表 2-9 訪日外客数（国籍別）

a. 訪日外客数（データ出所：JNTO）

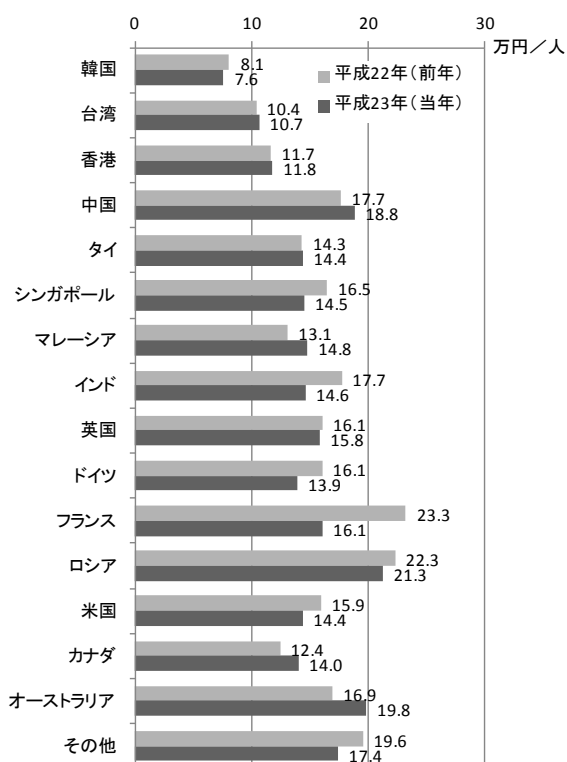


b. 訪日外客数の対前年増減率

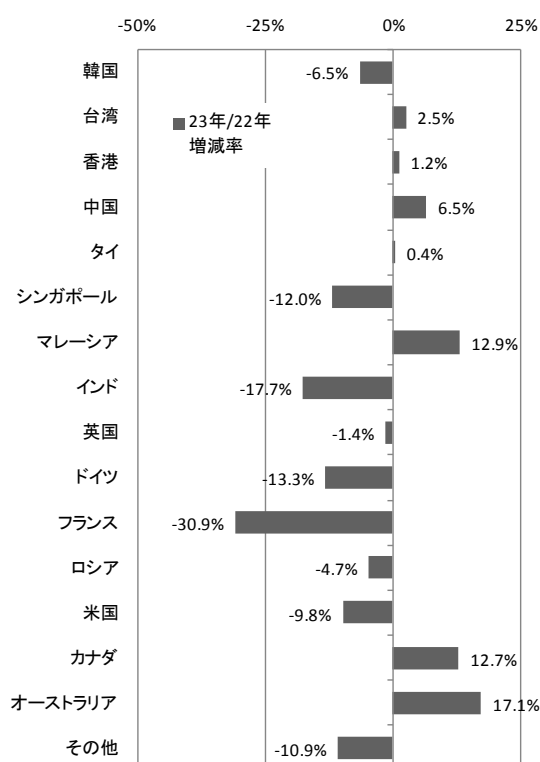


図表 2-10 1人当たり旅行支出額（国籍別）

a. 1人当たり旅行支出額



b. 1人当たり旅行支出額の対前年増減率



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、訪日外国人のおよそ半数が購入している。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。国籍別では、「菓子類」は台湾や香港、中国、「化粧品・医薬品・トイレタリー」は中国で購入率が6割を超える（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4万円超と高い。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	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	50.9%	8,067	55.3%	4,911	62.8%	7,874	60.1%	8,832	65.5%	11,933	27.9%	5,754
その他食料品・飲料・酒・たばこ	45.8%	11,218	45.4%	8,238	42.1%	8,829	45.2%	10,716	49.9%	13,326	45.6%	13,394
カメラ・ビデオカメラ・時計	9.7%	45,909	2.5%	17,090	5.4%	26,264	3.9%	34,440	29.8%	60,288	3.8%	31,194
電気製品	9.9%	33,286	3.7%	22,169	8.3%	23,953	5.4%	27,096	27.3%	43,623	5.0%	16,208
化粧品・医薬品・トイレタリー	34.8%	18,545	28.1%	12,383	56.8%	15,502	42.9%	11,689	65.3%	29,989	8.5%	7,084
和服(着物)・民芸品	14.1%	13,793	4.2%	7,638	11.7%	10,431	11.9%	13,670	14.1%	13,765	24.1%	14,195
服(和服以外)・かばん・靴	29.4%	32,544	19.0%	22,114	42.8%	34,536	52.8%	36,782	36.6%	45,921	16.2%	20,390
マンガ・DVD・アニメ関連商品	8.1%	10,019	4.8%	8,167	9.5%	10,373	10.7%	10,585	8.6%	9,559	7.4%	7,680

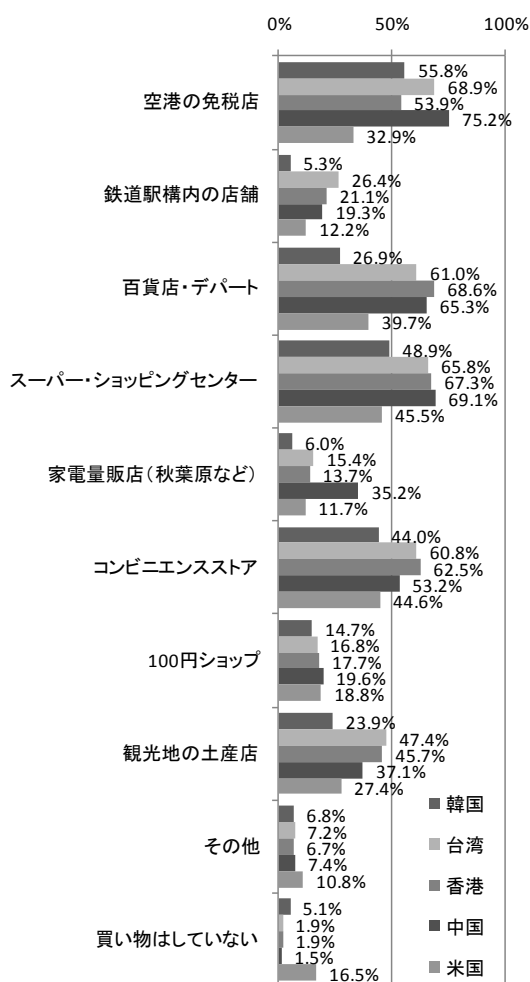
図表 3-2 来訪目的別にみる費目別購入率および購入者単価（主要国籍別）

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」「スーパー・ショッピングセンター」は中国、「観光地の土産店」は台湾と香港、「百貨店・デパート」は香港と中国での利用率が高い。また、「家電量販店」は中国での利用率が 35.2%と圧倒的に高い(図表 3-3)。

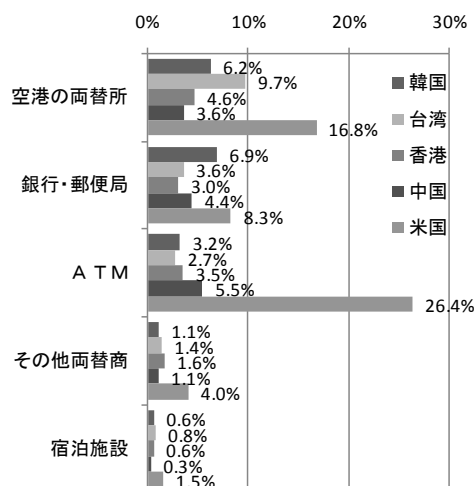
図表 3-3 買物場所 (主要国籍別、複数回答)



(4) 利用した金融機関と決済方法

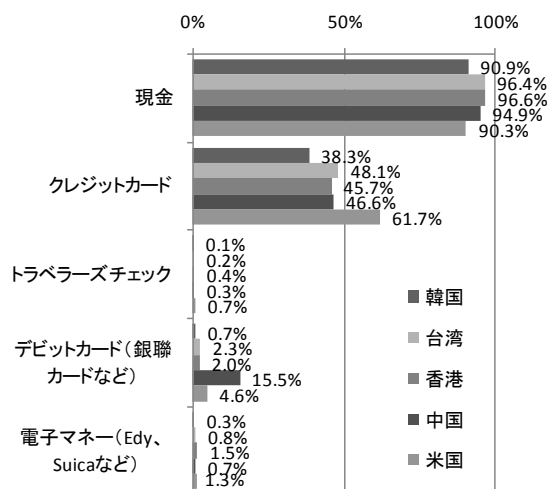
- 利用した金融機関を国籍別にみると、米国では「空港の両替所」や「A T M (現金自動預払機)」の利用率が他国籍に比べて高い(図表 3-4)。

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4~6割程度と高い。「デビットカード」の利用率は中国で15.5%、米国で4.6%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)

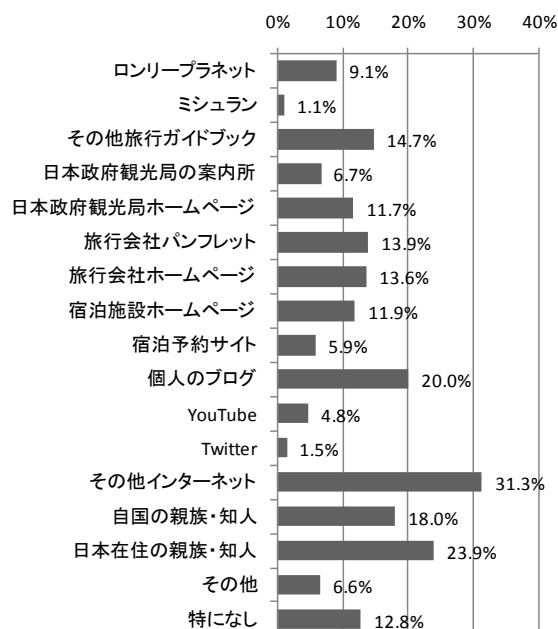


4. 旅行情報源

(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9.1%、「ミシュラン」が1.1%、「その他旅行ガイドブック」が14.7%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6.7%、「日本政府観光局ホームページ」の選択率は11.7%であった。
- インターネット媒体では、「個人のブログ」（20.0%）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23.9%、「自国の親族・知人」は18.0%である。

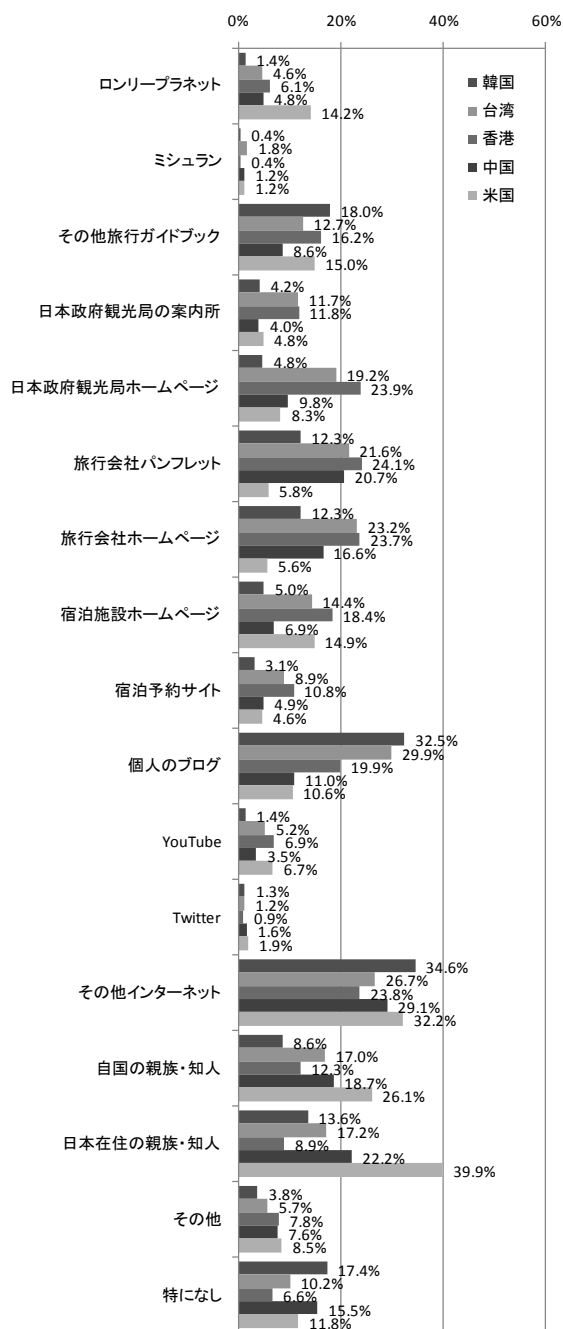
図表 4-1 出発前に得た旅行情報で役に立ったもの
(全国籍、複数回答)



- 国籍別にみると、韓国では「その他インターネット」が34.6%、「個人のブログ」が32.5%と高い。また、「特になし」（17.4%）が他国籍に比べて高い点も特徴である。（図表4-2）。
- 台湾でも「個人のブログ」をあげる回答が29.9%と高い。「旅行会社ホームページ」も23.2%と比較的高い。
- 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11.8%、「日本政府観光局のホームページ」が23.9%となっている。「旅行会社パンフレット」も24.1%と高い。
- 中国では、「その他インターネット」（29.1%）や「日本在住の親族・知人」（22.2%）、「旅行会社パンフレット」（20.7%）の選択率が高い。
- 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39.9%、「自国の親族・知人」が26.1%となっている。「その他インターネット」も32.2%と高い。他国籍と比べると、「ロンリープラネット」（14.2%）の選択率がやや高い。

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。

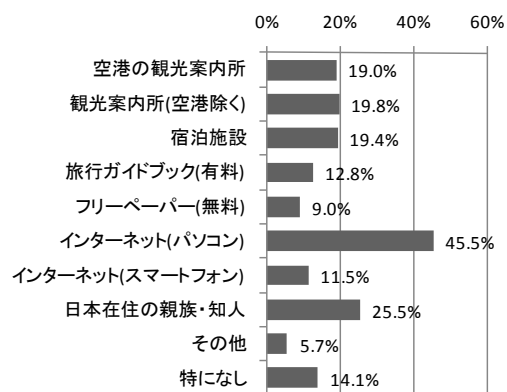
図表 4-2 出発前に得た旅行情報で役に立ったもの
(主要国籍別、複数回答)



(2) 日本滞在中に得た旅行情報

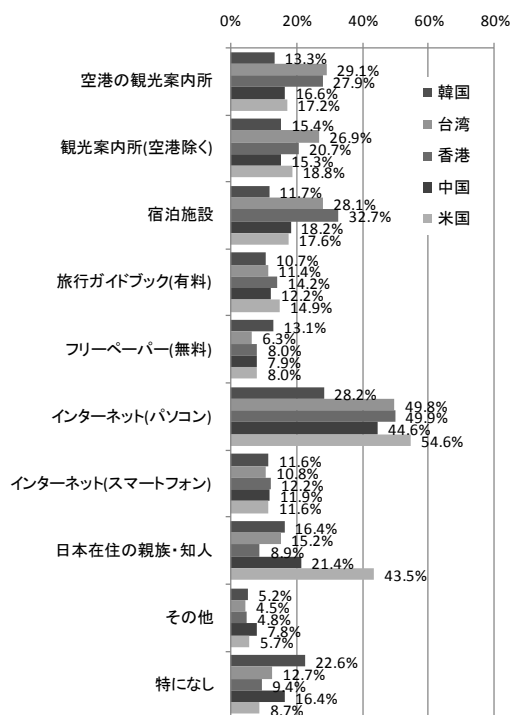
- 日本滞在中に得た旅行情報で役に立ったものは、①「インターネット (パソコン)」45.5%、②「日本在住の親族・知人」25.5%、③「観光案内所 (空港除く)」19.8%、④「宿泊施設」19.4%、⑤「空港の観光案内所」19.0%の順で多い (図表 4-3)。

図表 4-3 日本滞在中に得た旅行情報で役に立ったもの(全国籍、複数回答)



- 国籍別にみると、「インターネット (パソコン)」は米国 (54.6%) での選択率が高い。「日本在住の親族・知人」でも米国 (43.5%) の高さが目立つ。このほか、「空港の観光案内所」では台湾や香港、「観光案内所 (空港除く)」では台湾、「宿泊施設」では香港、「フリーペーパー (無料)」では韓国の選択率の高さが目立つ (図表 4-4)。

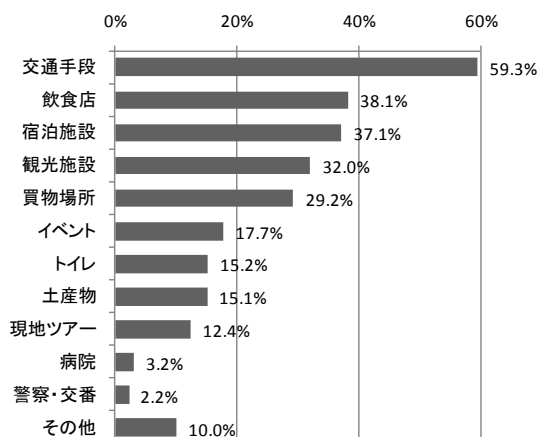
図表 4-4 日本滞在中に得た旅行情報で役に立ったもの(主要国籍別、複数回答)



(3) 日本滞在中にあると便利な情報

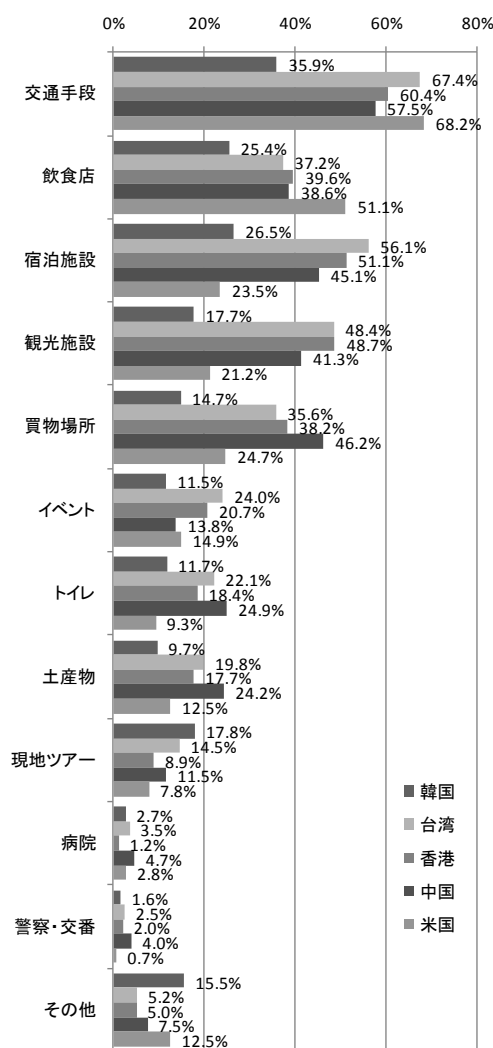
- 日本滞在中にあると便利な情報を尋ねたところ、①「交通手段」が59.3%と圧倒的に多く、次いで②「飲食店」38.1%、③「宿泊施設」37.1%の順で希望する声が多かった(図表 4-5)。

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、「買物場所」や「トイレ」「土産物」などの選択率は中国で高く、「現地ツアー」は韓国での選択率が高い。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

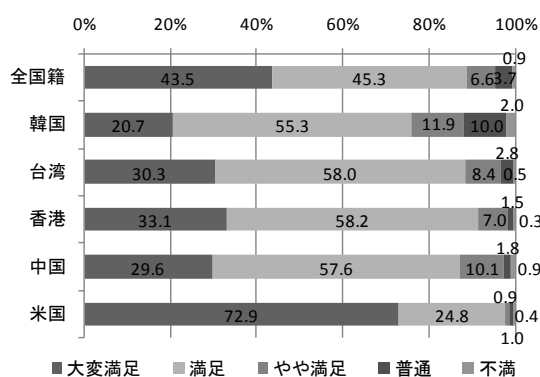
- 今回の訪日旅行全体の満足度は「大変満足」43.5%、「満足」45.3%である(図表 5-1)。
- 米国では「大変満足」の割合が72.9%で、主要国籍の中で最も高い。主要国籍以外では、英国(76.6%)やフランス(72.1%)、オーストラリア(73.9%)で「大変満足」の割合が高い。
- 再訪意向は「必ず来たい」が58.2%、「来たい」が33.7%である(図表 5-2)。

(2) 今回実施した活動と次回実施したい活動

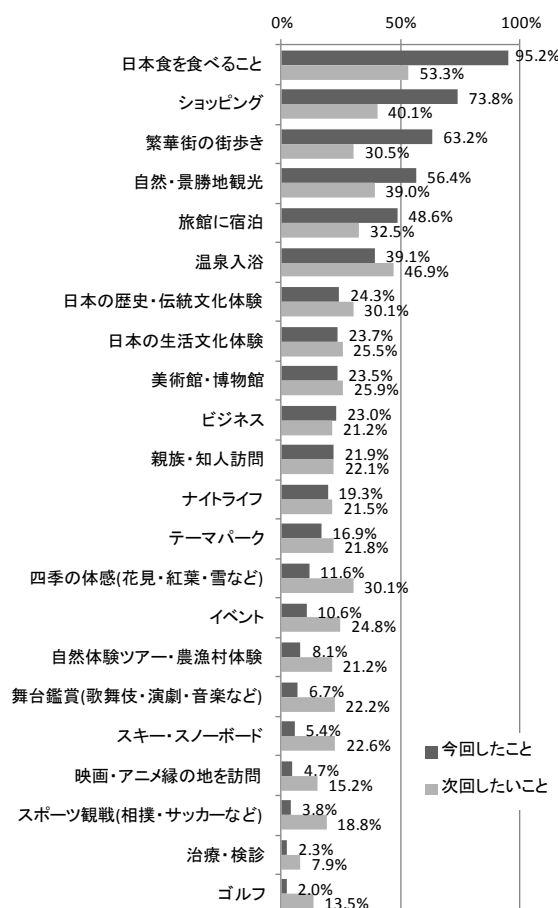
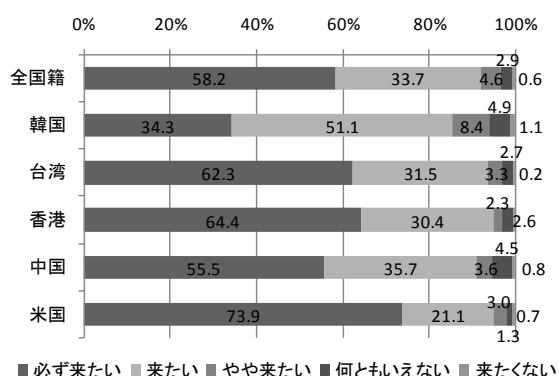
- 今回実施した活動は「日本食を食べること」95.2%、「ショッピング」73.8%、「繁華街の街歩き」63.2%の順で多い(図表 5-3)。
- 次回実施したいことは、「日本食を食べること」53.3%「温泉入浴」46.9%、「ショッピング」40.1%の順である。
- 今回実施率より次回実施希望率が高い活動は、「ゴルフ」「スポーツ観戦」「スキー・スノーボード」などとなっている。

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)

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)

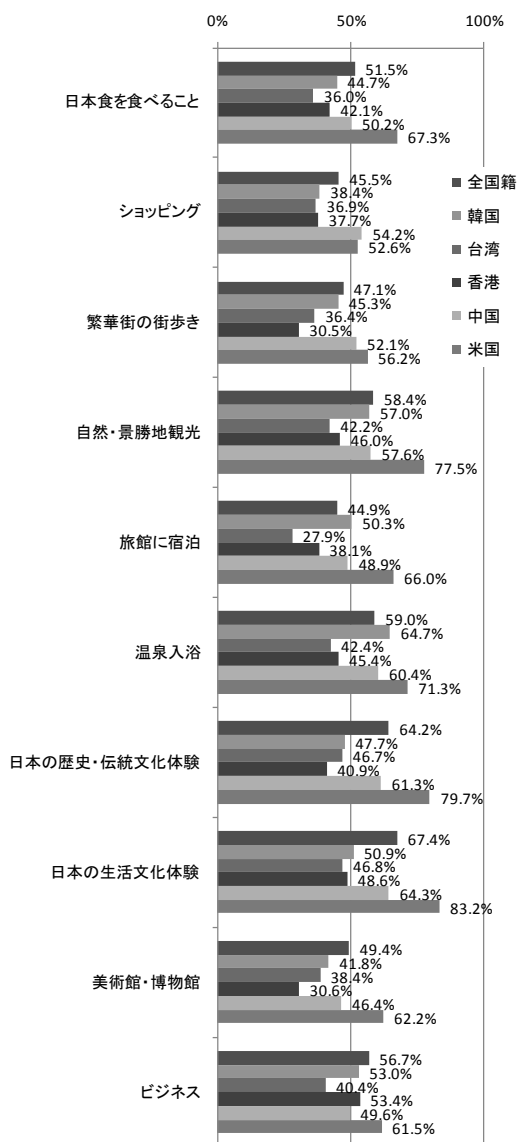


注) この章に示す調査結果は、「訪日外国人消費動向調査」と同時に実施した旅行の満足度や再来訪意向等の意識調査より得られたものである。回答は任意としているため、必ずしも全調査対象者が回答しているとは限らない。なお、この章で示す『全体(全国籍)』の値は、訪日外客数による四半期ウェイトバック集計のみを行い、国籍別ウェイトバック集計は行っていない。

(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67.4%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)



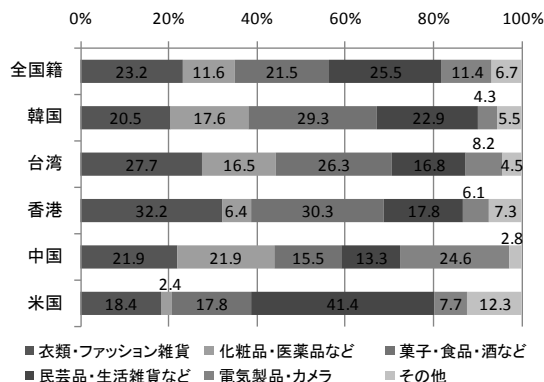
(4) 最も満足した購入商品

- 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」23.2%、「化粧品・医薬品など」11.6%、「菓子・食品・酒など」21.5%、「民芸品・生活雑貨など」25.5%、「電気製品・カメラ」11.4%、「その他」6.7%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（小区分）の比率をみると、韓国では「菓子類」（16.6%）、台湾では「衣類」（17.1%）、香港では「衣類」（21.2%）、中国では「化粧品」（15.8%）、米国では「民芸品・工芸品」（24.0%）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					(%)
	韓国	台湾	香港	中国	米国	
衣類	7.9	17.1	21.2	7.4	9.1	
ファッション雑貨	12.6	10.6	11.1	14.5	9.3	
化粧品	10.8	6.0	3.0	15.8	2.0	
香水	0.5	0.2	0.0	1.2	0.1	
医薬品・健康グッズ	6.2	10.3	3.4	4.9	0.3	
菓子類	16.6	16.0	16.9	9.6	7.8	
その他食品	8.2	6.4	10.4	2.9	5.3	
酒・タバコ類	4.6	3.9	3.0	3.0	4.6	
民芸品・工芸品	7.1	6.0	5.9	4.5	24.0	
生活雑貨	7.9	4.9	4.8	4.6	6.7	
書籍・絵葉書・音楽CD・芸術品	2.0	2.1	1.9	0.8	2.6	
まんが・アニメ・キャラクター関連	4.7	3.5	3.7	3.1	7.2	
スポーツ関連	1.1	0.3	1.5	0.4	1.0	
電気製品	2.7	4.7	3.1	10.1	2.8	
カメラ	1.6	3.5	3.0	14.5	4.9	
その他商品	1.2	1.6	1.7	0.9	2.0	
サービス	1.1	0.5	0.7	0.2	3.7	
その他	3.2	2.4	4.9	1.7	6.6	
合計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	

Ⅱ 平成23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

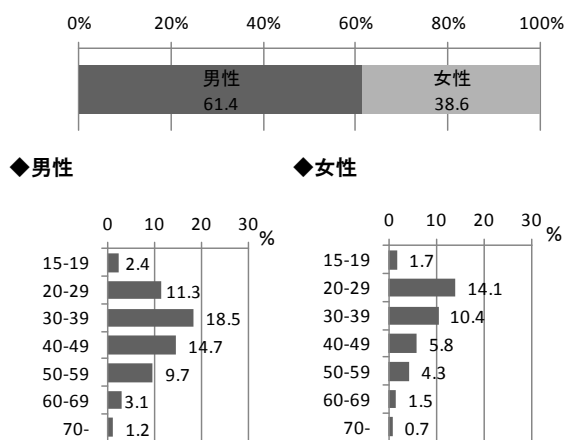
※データ引用（訪日外客数）：日本政府観光局(JNTO)

① 韓国

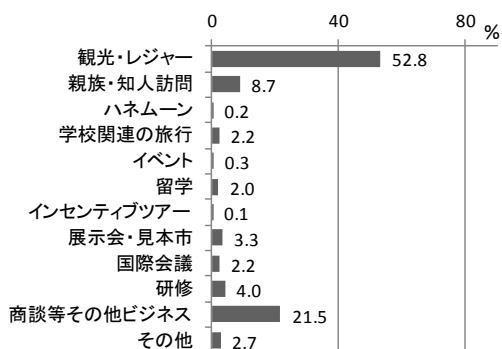
◆訪日外客数 **1,658,067** 人 (前年比 32.0%減、シェア 26.7%)
 ◆1人当たり旅行支出 **75,626** 円/人 ◆平均泊数 **7.9** 泊
 ◆旅行消費額 **1,254** 億円 (シェア 15.4%、重点市場中第 2 位)

● 客層と旅行内容 ●

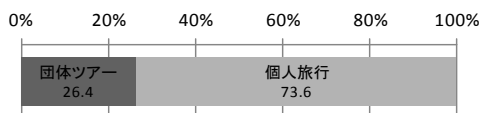
【性年代】



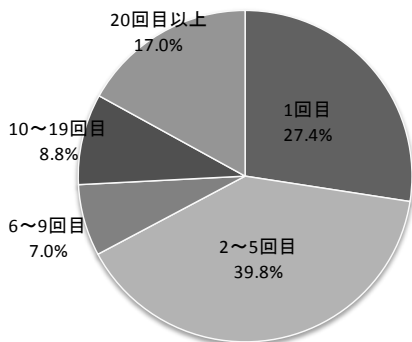
【主な旅行目的】



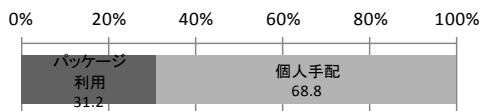
【旅行形態】



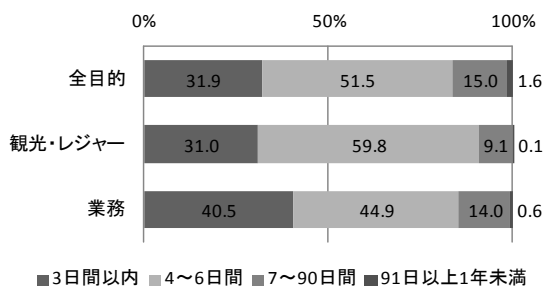
【来訪回数】



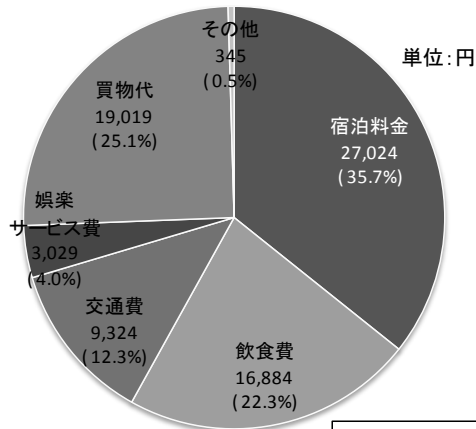
【手配方法】



【滞在日数】



【旅行支出】



総額: 75,626円

【特徴】

- リピーター比率7割強。短期滞在が主流で、特に業務目的では4割が3日間以内。
- 観光目的比率が減少、親族・知人訪問比率が増加。パッケージ利用率は前年と変わらず。
- ビジネス客の旅行支出が高い。人気の商品は「菓子類」で、購入率も高い。

● 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	75,626 (100.0%)	27,024 (35.7%)	16,884 (22.3%)	9,324 (12.3%)	3,029 (4.0%)	19,019 (25.1%)	345 (0.5%)
[滞在日数]							
90日以内	69,153 (100.0%)	23,526 (34.0%)	15,190 (22.0%)	8,943 (12.9%)	2,901 (4.2%)	18,259 (26.4%)	333 (0.5%)
[来訪目的]							
観光・レジャー	66,482 (100.0%)	21,343 (32.1%)	13,978 (21.0%)	8,758 (13.2%)	3,553 (5.3%)	18,656 (28.1%)	193 (0.3%)
初めて	60,849 (100.0%)	19,578 (32.2%)	12,807 (21.0%)	8,053 (13.2%)	2,824 (4.6%)	17,496 (28.8%)	91 (0.1%)
2回目以上	69,770 (100.0%)	22,304 (32.0%)	14,675 (21.0%)	9,219 (13.2%)	3,896 (5.6%)	19,428 (27.8%)	248 (0.4%)
業務	80,756 (100.0%)	33,380 (41.3%)	18,501 (22.9%)	9,961 (12.3%)	1,924 (2.4%)	16,454 (20.4%)	537 (0.7%)

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費や飲食費、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	55.3	4,911	1位	菓子類	16.6
2位	その他食料品・飲料・酒・たばこ	45.4	8,238	2位	ファッション雑貨	12.6
3位	化粧品・医薬品・トイレットリー	28.1	12,383	3位	化粧品	10.8
4位	服(和服以外)・かばん・靴	19.0	22,114	◆買物場所◆ (複数回答)		
5位	マンガ・DVD・アニメ関連商品	4.8	8,167	順位	買物場所	回答率 (%)
6位	和服(着物)・民芸品	4.2	7,638	1位	空港の免税店	55.8
7位	電気製品(パソコン・音響機器など)	3.7	22,169	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	2.5	17,090	3位	コンビニエンスストア	44.0

● 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	34.6	1位	インターネット(パソコン)	28.2
2位	個人のブログ	32.5	2位	日本在住の親族・知人	16.4
3位	その他旅行ガイドブック	18.0	3位	観光案内所(空港除く)	15.4
4位	日本在住の親族・知人	13.6	4位	空港の観光案内所	13.3
5位	旅行会社ホームページ	12.3	5位	フリーペーパー(無料)	13.1
5位	旅行会社パンフレット	12.3	6位	宿泊施設	11.7
7位	自国の親族・知人	8.6	7位	インターネット(スマートフォン)	11.6
8位	宿泊施設ホームページ	5.0	8位	旅行ガイドブック(有料)	10.7

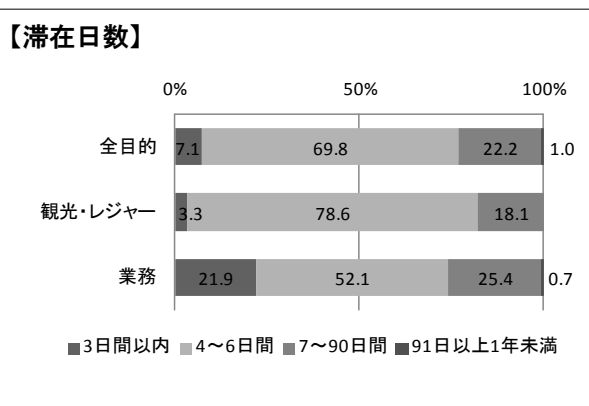
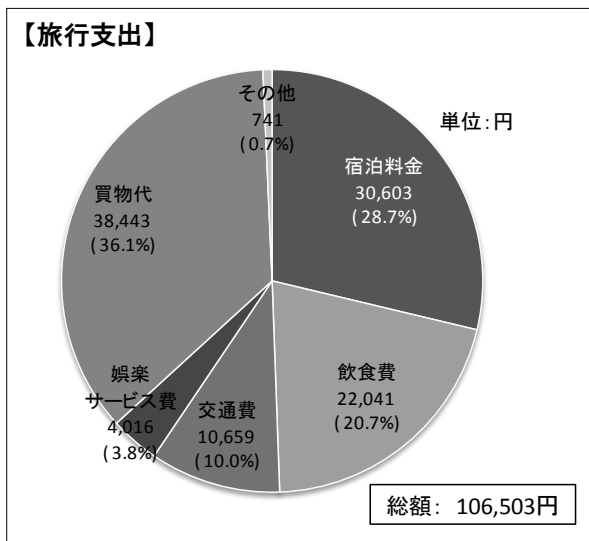
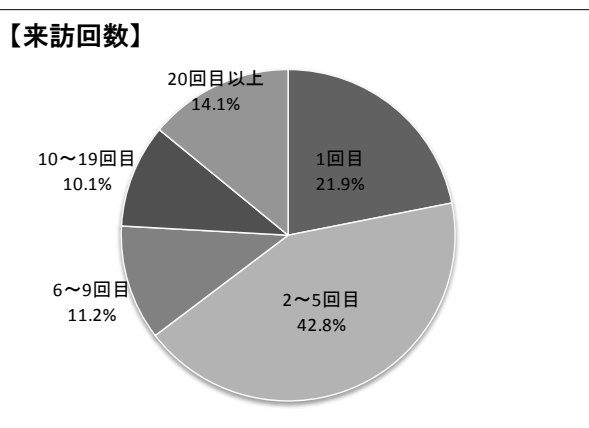
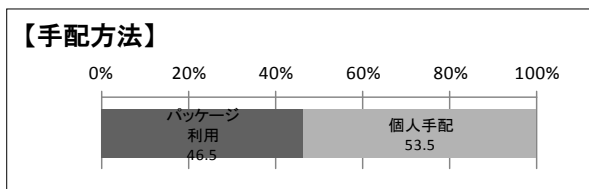
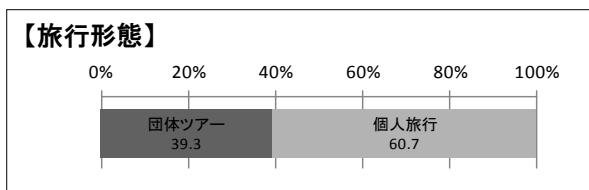
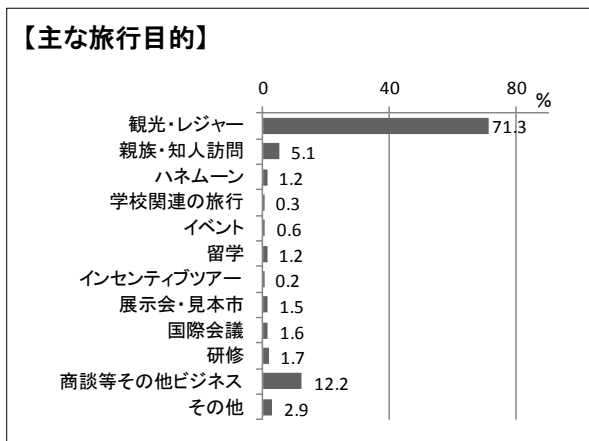
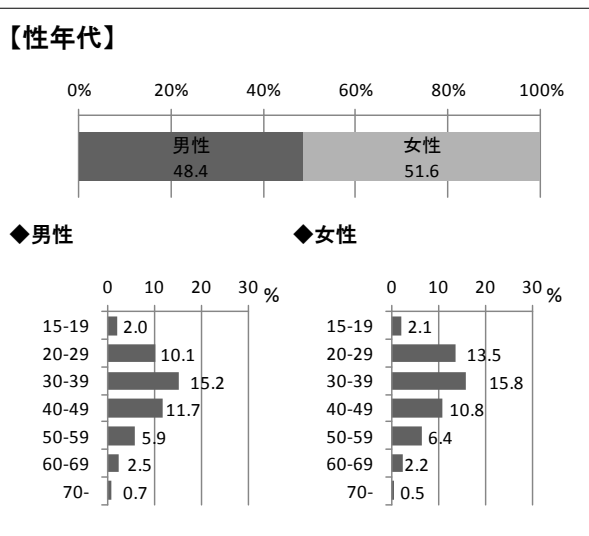
注) 旅行出発前に役に立った旅行情報源のうち、以下の項目が示す範囲は以下の通り。

- ・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

② 台湾

◆訪日外客数 **993,972** 人 (前年比 21.6%減、シェア 16.0%)
 ◆1人当たり旅行支出 **106,503** 円/人 ◆平均泊数 **7.6** 泊
 ◆旅行消費額 **1,059** 億円 (シェア 13.0%、重点市場中第 3 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割近くと高い。
- 観光目的比率が前年に比べ減少。団体比率、パッケージ利用率ともに約 10 ポイント減。
- 買い物では「衣類」や「ファッション雑貨」の人气が高く、購入者単価は3万円台。

● 客層別にみる旅行支出 ●

(円/人)

客層	費目 旅行支出 (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	106,503 (100.0%)	30,603 (28.7%)	22,041 (20.7%)	10,659 (10.0%)	4,016 (3.8%)	38,443 (36.1%)	741 (0.7%)	
[滞在日数]								
90日以内	101,694 (100.0%)	27,579 (27.1%)	20,765 (20.4%)	10,481 (10.3%)	3,916 (3.9%)	38,339 (37.7%)	614 (0.6%)	
[来訪目的]								
観光・レジャー	98,423 (100.0%)	26,429 (26.9%)	20,833 (21.2%)	10,062 (10.2%)	4,348 (4.4%)	36,419 (37.0%)	331 (0.3%)	
	初めて	86,072 (100.0%)	22,719 (26.4%)	18,115 (21.0%)	8,838 (10.3%)	3,812 (4.4%)	32,380 (37.6%)	209 (0.2%)
	2回目以上	102,900 (100.0%)	27,651 (26.9%)	21,758 (21.1%)	10,457 (10.2%)	4,545 (4.4%)	38,116 (37.0%)	372 (0.4%)
業務	110,783 (100.0%)	38,746 (35.0%)	21,275 (19.2%)	13,072 (11.8%)	2,074 (1.9%)	34,847 (31.5%)	769 (0.7%)	

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費や飲食費、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	62.8	7,874	1位	衣類	17.1
2位	化粧品・医薬品・トイレットリー	56.8	15,502	2位	菓子類	16.0
3位	服(和服以外)・かばん・靴	42.8	34,536	3位	ファッション雑貨	10.6
4位	その他食料品・飲料・酒・たばこ	42.1	8,829	◆買物場所◆ (複数回答)		
5位	和服(着物)・民芸品	11.7	10,431	順位	買物場所	回答率 (%)
6位	マンガ・DVD・アニメ関連商品	9.5	10,373	1位	空港の免税店	68.9
7位	電気製品(パソコン・音響機器など)	8.3	23,953	2位	スーパー・ショッピングセンター	65.8
8位	カメラ・ビデオカメラ・時計	5.4	26,264	3位	百貨店・デパート	61.0

● 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	個人のブログ	29.9	1位	インターネット(パソコン)	49.8
2位	その他インターネット	26.7	2位	空港の観光案内所	29.1
3位	旅行会社ホームページ	23.2	3位	宿泊施設	28.1
4位	旅行会社パンフレット	21.6	4位	観光案内所(空港除く)	26.9
5位	日本政府観光局ホームページ	19.2	5位	日本在住の親族・知人	15.2
6位	日本在住の親族・知人	17.2	6位	旅行ガイドブック(有料)	11.4
7位	自国の親族・知人	17.0	7位	インターネット(スマートフォン)	10.8
8位	宿泊施設ホームページ	14.4	8位	フリーペーパー(無料)	6.3

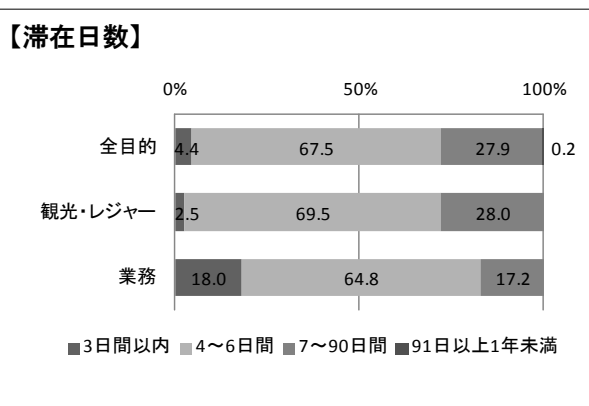
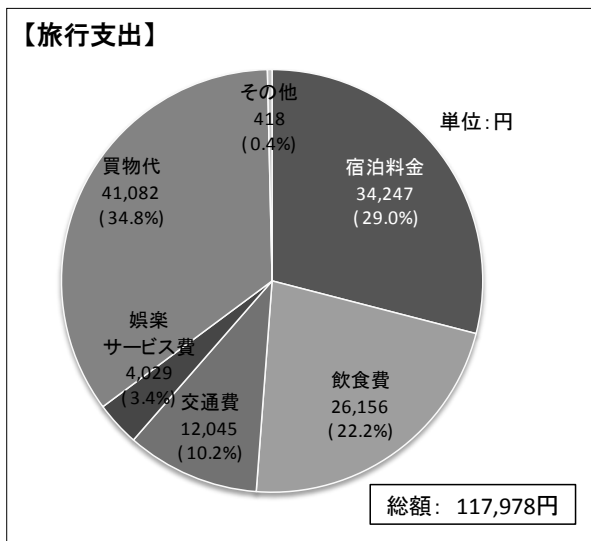
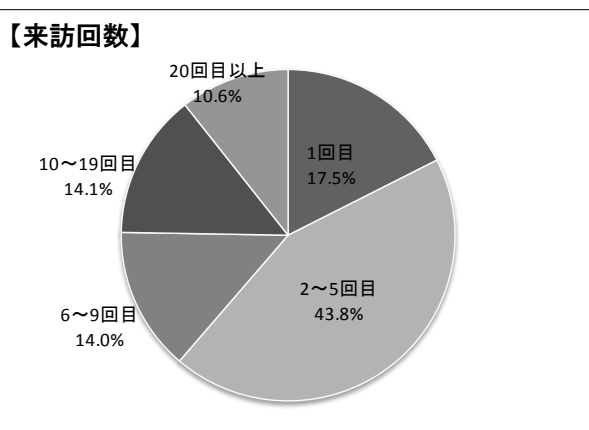
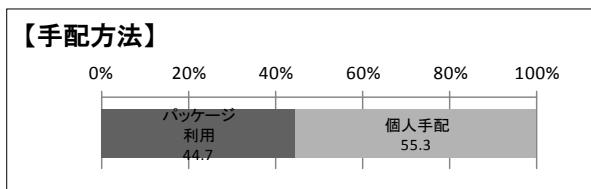
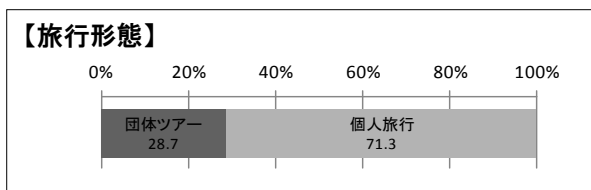
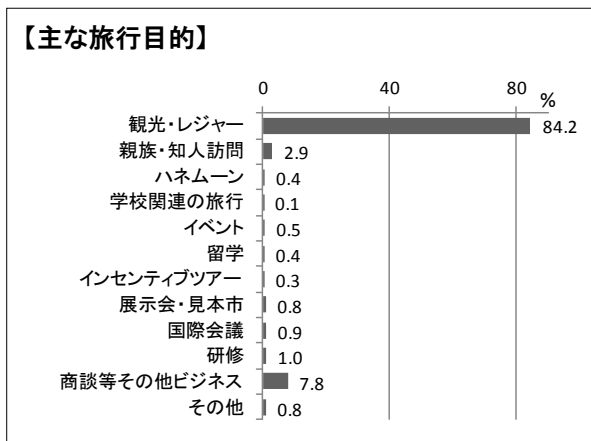
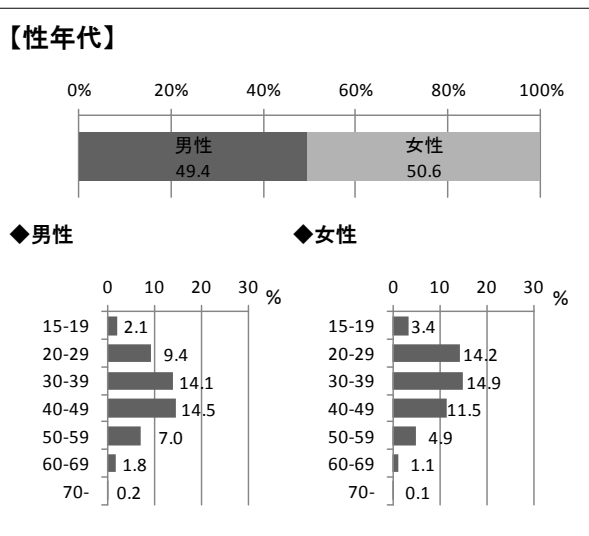
注) 旅行出発前に役に立った旅行情報源のうち、以下の項目が示す範囲は以下の通り。

- ・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

③ 香港

◆訪日外客数 **364,864** 人 (前年比 28.3%減、シェア 5.9%)
 ◆1人当たり旅行支出 **117,978** 円/人 ◆平均泊数 **5.4** 泊
 ◆旅行消費額 **430** 億円 (シェア 5.3%、重点市場中第 5 位)

● 客層と旅行内容 ●



【特徴】

- リピーター比率は8割強で、重点市場の国籍の中で最も多い。
- 台湾同様、観光目的比率が8割と高いが、団体比率は3割弱で台湾に比べ低い。
- 旅行支出はビジネス客よりも観光客の方が高い。人気の商品は「衣類」や「菓子類」。

● 客層別にみる旅行支出 ●

(円/人)

客層	費目 旅行支出 (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	117,978 (100.0%)	34,247 (29.0%)	26,156 (22.2%)	12,045 (10.2%)	4,029 (3.4%)	41,082 (34.8%)	418 (0.4%)
[滞在日数]							
90日以内	117,664 (100.0%)	34,093 (29.0%)	26,138 (22.2%)	12,015 (10.2%)	4,037 (3.4%)	40,961 (34.8%)	420 (0.4%)
[来訪目的]							
観光・レジャー	117,135 (100.0%)	33,431 (28.5%)	26,090 (22.3%)	11,469 (9.8%)	4,448 (3.8%)	41,228 (35.2%)	468 (0.4%)
初めて	107,297 (100.0%)	29,354 (27.4%)	27,765 (25.9%)	9,372 (8.7%)	3,566 (3.3%)	36,410 (33.9%)	831 (0.8%)
2回目以上	119,987 (100.0%)	34,562 (28.8%)	25,876 (21.6%)	12,021 (10.0%)	4,675 (3.9%)	42,467 (35.4%)	385 (0.3%)
業務	108,256 (100.0%)	39,116 (36.1%)	24,338 (22.5%)	13,383 (12.4%)	1,829 (1.7%)	29,504 (27.3%)	86 (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費や飲食費、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	60.1	8,832	1位	衣類	21.2
2位	服(和服以外)・かばん・靴	52.8	36,782	2位	菓子類	16.9
3位	その他食料品・飲料・酒・たばこ	45.2	10,716	3位	ファッション雑貨	11.1
4位	化粧品・医薬品・トイレットリー	42.9	11,689	◆買物場所◆ (複数回答)		
5位	和服(着物)・民芸品	11.9	13,670	順位	買物場所	回答率 (%)
6位	マンガ・DVD・アニメ関連商品	10.7	10,585	1位	百貨店・デパート	68.6
7位	電気製品(パソコン・音響機器など)	5.4	27,096	2位	スーパー・ショッピングセンター	67.3
8位	カメラ・ビデオカメラ・時計	3.9	34,440	3位	コンビニエンスストア	62.5

● 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	旅行会社パンフレット	24.1	1位	インターネット(パソコン)	49.9
2位	日本政府観光局ホームページ	23.9	2位	宿泊施設	32.7
3位	その他インターネット	23.8	3位	空港の観光案内所	27.9
4位	旅行会社ホームページ	23.7	4位	観光案内所(空港除く)	20.7
5位	個人のブログ	19.9	5位	旅行ガイドブック(有料)	14.2
6位	宿泊施設ホームページ	18.4	6位	インターネット(スマートフォン)	12.2
7位	その他旅行ガイドブック	16.2	7位	日本在住の親族・知人	8.9
8位	自国の親族・知人	12.3	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。

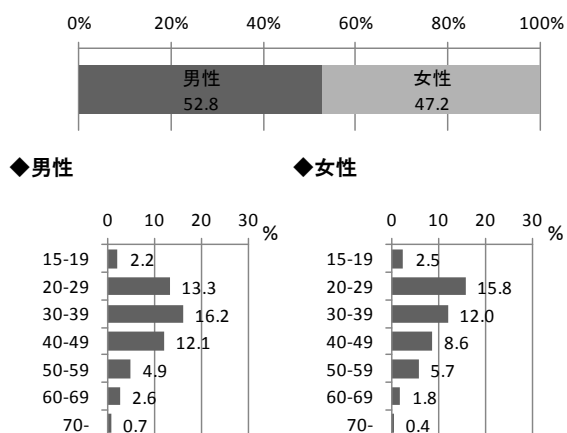
- ・その他旅行ガイドブック：「ロンリープラネット」「ミシュラン」以外の旅行ガイドブック
- ・その他インターネット：「日本政府観光局」「旅行会社」「宿泊施設」のホームページ、「宿泊予約サイト」「個人のブログ」「YouTube」「Twitter」以外のインターネットサイト

④ 中国

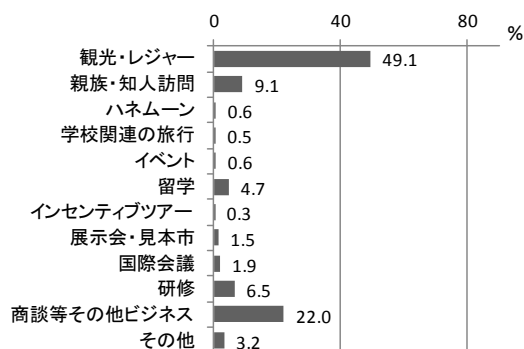
- ◆訪日外客数 **1,043,245** 人 (前年比 26.2%減、シェア 16.8%)
- ◆1人当たり旅行支出 **188,295** 円/人 ◆平均泊数 **24.1** 泊
- ◆旅行消費額 **1,964** 億円 (シェア 24.1%、重点市場中第 1 位)

● 客層と旅行内容 ●

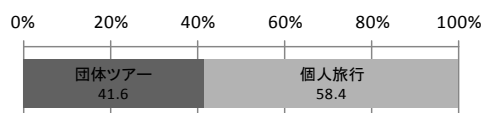
【性年代】



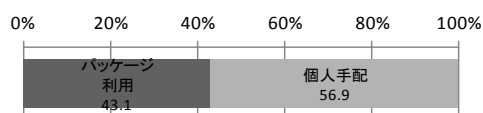
【主な旅行目的】



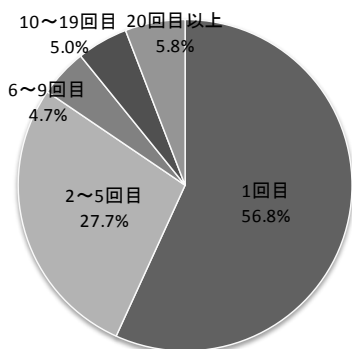
【旅行形態】



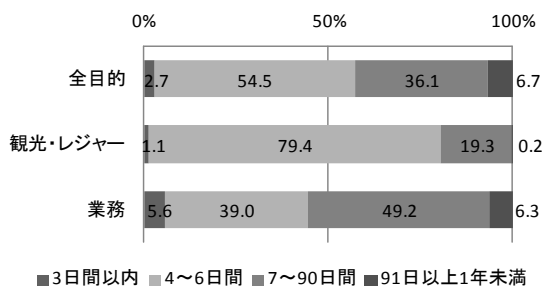
【手配方法】



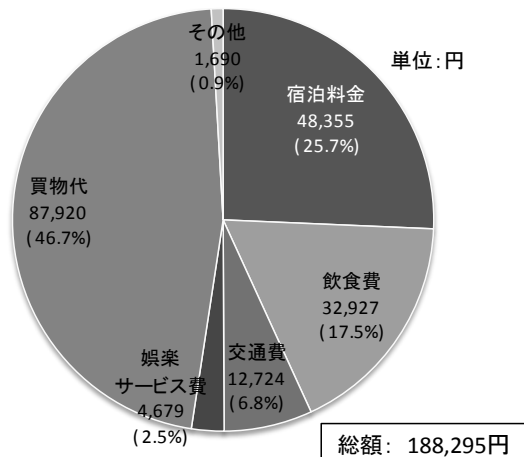
【来訪回数】



【滞在日数】



【旅行支出】



【特徴】

- 初来訪者の割合が他国籍に比べ高いが前年比では減少。観光客では4～6日間滞在が主流。
- 台湾や香港に比べて観光目的比率は低い、団体比率・パッケージ利用率は4割強と高い。
- 旅行支出総額に占める「買物代」の割合が高い。人気の商品は「化粧品」「カメラ」など。

● 客層別にみる旅行支出 ●

(円/人)

客層	費目 旅行支出 (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	188,295 (100.0%)	48,355 (25.7%)	32,927 (17.5%)	12,724 (6.8%)	4,679 (2.5%)	87,920 (46.7%)	1,690 (0.9%)
[滞在日数]							
90日以内	159,304 (100.0%)	35,931 (22.6%)	25,408 (15.9%)	10,998 (6.9%)	4,340 (2.7%)	81,735 (51.3%)	893 (0.6%)
[来訪目的]							
観光・レジャー	157,756 (100.0%)	31,007 (19.7%)	23,640 (15.0%)	9,256 (5.9%)	4,983 (3.2%)	87,959 (55.8%)	912 (0.6%)
初めて	149,200 (100.0%)	29,615 (19.8%)	22,185 (14.9%)	8,389 (5.6%)	5,016 (3.4%)	83,206 (55.8%)	789 (0.5%)
2回目以上	183,914 (100.0%)	34,875 (19.0%)	27,804 (15.1%)	11,655 (6.3%)	5,075 (2.8%)	102,994 (56.0%)	1,512 (0.8%)
業務	201,678 (100.0%)	61,487 (30.5%)	35,473 (17.6%)	15,483 (7.7%)	3,506 (1.7%)	85,036 (42.2%)	694 (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費や飲食費、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	65.5	11,933	1位	化粧品	15.8
2位	化粧品・医薬品・トイレットリー	65.3	29,989	2位	カメラ	14.5
3位	その他食料品・飲料・酒・たばこ	49.9	13,326	2位	ファッション雑貨	14.5
4位	服(和服以外)・かばん・靴	36.6	45,921	◆買物場所◆ (複数回答)		
5位	カメラ・ビデオカメラ・時計	29.8	60,288	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)	27.3	43,623	1位	空港の免税店	75.2
7位	和服(着物)・民芸品	14.1	13,765	2位	スーパー・ショッピングセンター	69.1
8位	マンガ・DVD・アニメ関連商品	8.6	9,559	3位	百貨店・デパート	65.3

● 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	その他インターネット	29.1	1位	インターネット(パソコン)	44.6
2位	日本在住の親族・知人	22.2	2位	日本在住の親族・知人	21.4
3位	旅行会社パンフレット	20.7	3位	宿泊施設	18.2
4位	自国の親族・知人	18.7	4位	空港の観光案内所	16.6
5位	旅行会社ホームページ	16.6	5位	観光案内所(空港除く)	15.3
6位	個人のブログ	11.0	6位	旅行ガイドブック(有料)	12.2
7位	日本政府観光局ホームページ	9.8	7位	インターネット(スマートフォン)	11.9
8位	その他旅行ガイドブック	8.6	8位	フリーペーパー(無料)	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。

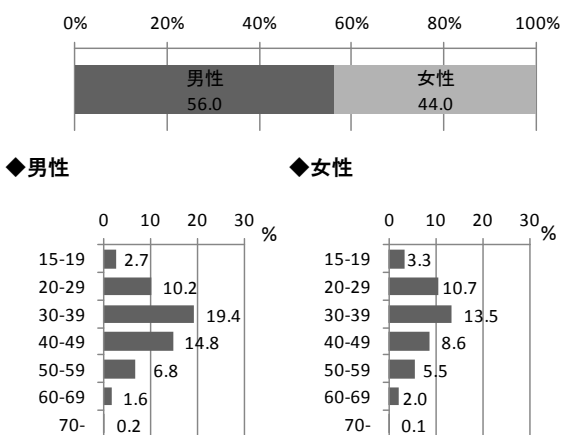
- ・その他旅行ガイドブック：「ロンリープラネット」「ミシュラン」以外の旅行ガイドブック
- ・その他インターネット：「日本政府観光局」「旅行会社」「宿泊施設」のホームページ、「宿泊予約サイト」「個人のブログ」「YouTube」「Twitter」以外のインターネットサイト

⑤ タイ

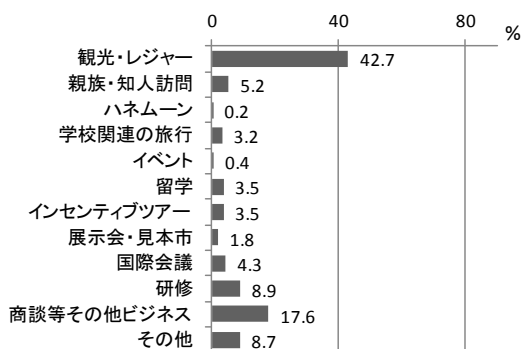
- ◆訪日外客数 **144,969** 人 (前年比 32.5%減、シェア 2.3%)
- ◆1人当たり旅行支出 **144,030** 円/人 ◆平均泊数 **16.4** 泊
- ◆旅行消費額 **209** 億円 (シェア 2.6%、重点市場中第 8 位)

● 客層と旅行内容 ●

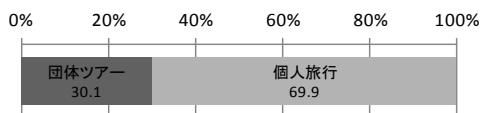
【性年代】



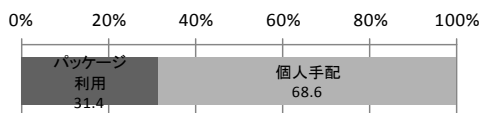
【主な旅行目的】



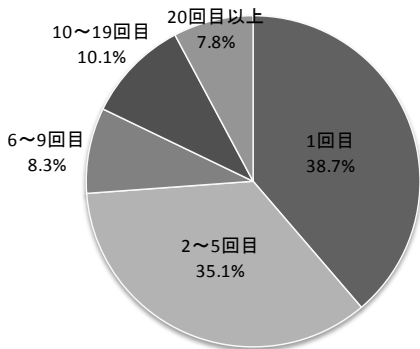
【旅行形態】



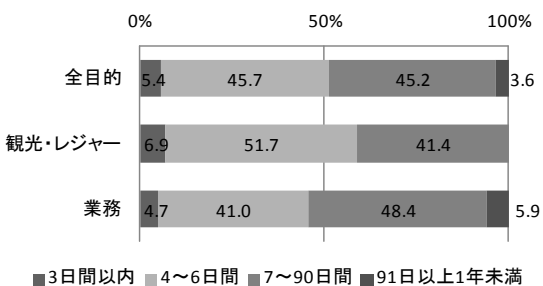
【手配方法】



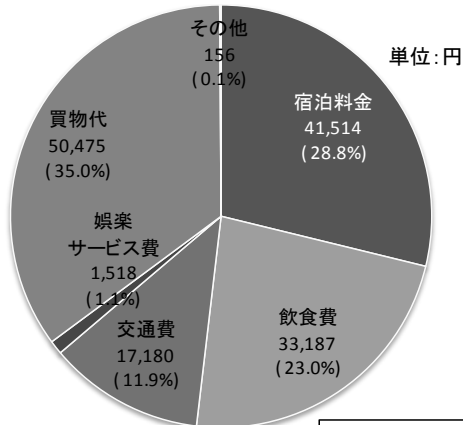
【来訪回数】



【滞在日数】



【旅行支出】



総額: 144,030円

【特徴】

- 男性客の割合が増加。リピーター比率は6割で前年並み。観光客の割合が減少。
- 滞在日数は6日間以内が5割強。団体比率、パッケージ利用率は3割。
- 観光客では「買物代」の割合が4割と高い。人気の商品は「ファッション雑貨」。

● 客層別にみる旅行支出 ●

(円/人)

客層	費目 旅行支出 (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	144,030 (100.0%)	41,514 (28.8%)	33,187 (23.0%)	17,180 (11.9%)	1,518 (1.1%)	50,475 (35.0%)	156 (0.1%)
[滞在日数]							
90日以内	137,972 (100.0%)	39,228 (28.4%)	30,369 (22.0%)	16,841 (12.2%)	1,526 (1.1%)	49,854 (36.1%)	154 (0.1%)
[来訪目的]							
観光・レジャー	141,849 (100.0%)	37,400 (26.4%)	31,004 (21.9%)	17,068 (12.0%)	1,790 (1.3%)	54,399 (38.3%)	189 (0.1%)
初めて	122,933 (100.0%)	32,423 (26.4%)	24,343 (19.8%)	16,305 (13.3%)	2,625 (2.1%)	47,236 (38.4%)	0 (0.0%)
2回目以上	158,138 (100.0%)	41,949 (26.5%)	37,062 (23.4%)	17,504 (11.1%)	1,209 (0.8%)	60,152 (38.0%)	264 (0.2%)
業務	149,655 (100.0%)	49,510 (33.1%)	36,944 (24.7%)	19,276 (12.9%)	1,503 (1.0%)	42,277 (28.2%)	145 (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費や飲食費、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	78.9	15,688	1位	ファッション雑貨	18.3
2位	その他食料品・飲料・酒・たばこ	40.3	11,340	2位	菓子類	13.7
3位	化粧品・医薬品・トイレットリー	40.2	14,580	3位	民芸品・工芸品	10.6
4位	服(和服以外)・かばん・靴	39.7	30,052	◆買物場所◆ (複数回答)		
5位	和服(着物)・民芸品	18.2	10,344	順位	買物場所	回答率 (%)
6位	カメラ・ビデオカメラ・時計	16.1	39,647	1位	空港の免税店	66.7
7位	電気製品(パソコン・音響機器など)	8.4	32,162	2位	百貨店・デパート	63.3
8位	マンガ・DVD・アニメ関連商品	8.3	11,676	3位	スーパー・ショッピングセンター	59.4

◆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	44.5	1位	インターネット(パソコン)	44.6
2位	日本在住の親族・知人	25.2	2位	日本在住の親族・知人	29.8
3位	自国の親族・知人	21.5	3位	宿泊施設	17.6
4位	その他旅行ガイドブック	18.7	4位	空港の観光案内所	17.3
5位	日本政府観光局ホームページ	16.2	5位	観光案内所(空港除く)	12.1
6位	日本政府観光局の案内所	9.6	6位	フリーペーパー(無料)	10.2
7位	個人のブログ	7.1	7位	インターネット(スマートフォン)	8.1
7位	宿泊施設ホームページ	7.1	8位	旅行ガイドブック(有料)	7.3

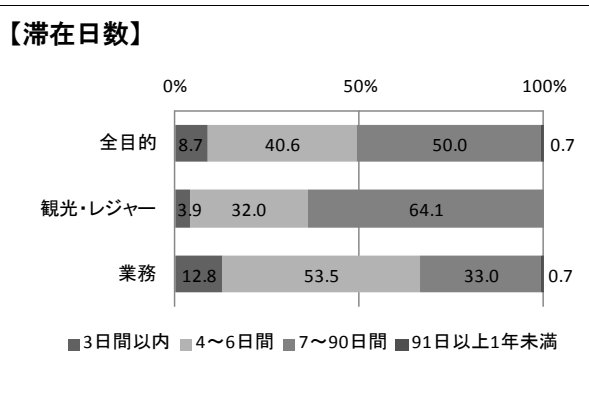
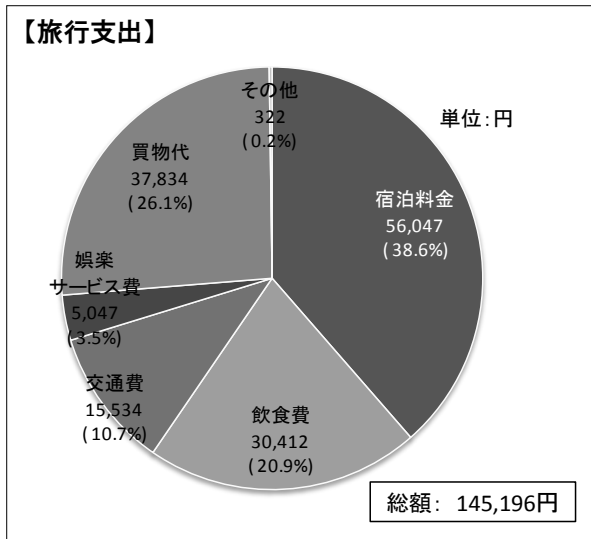
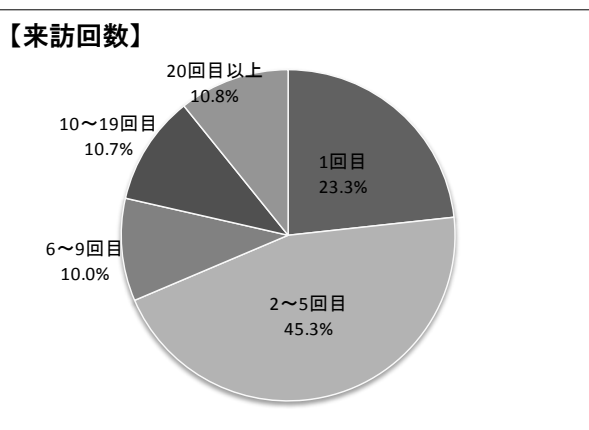
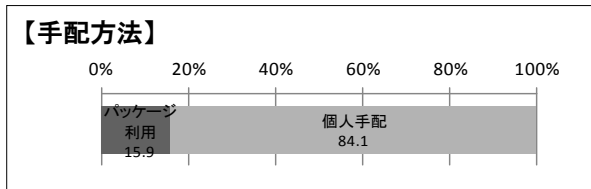
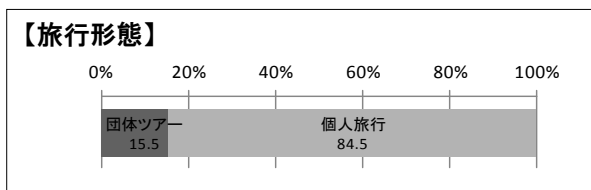
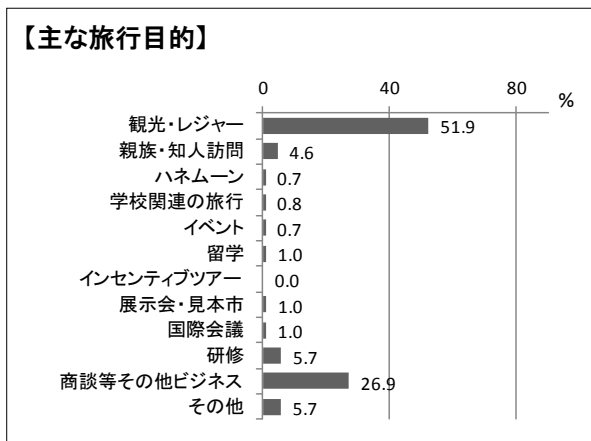
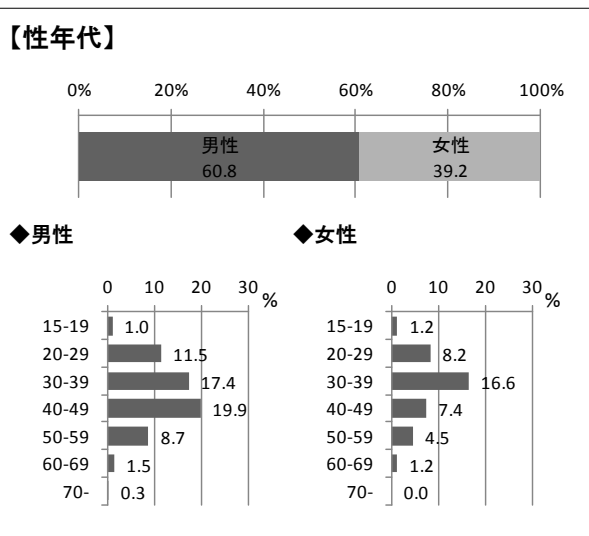
注) 旅行出発前に役に立った旅行情報源のうち、以下の項目が示す範囲は以下の通り。

- ・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

⑥ シンガポール

◆訪日外客数 **111,354** 人 (前年比 38.5%減、シェア 1.8%)
 ◆1人当たり旅行支出 **145,196** 円/人 ◆平均泊数 **8.4** 泊
 ◆旅行消費額 **162** 億円 (シェア 2.0%、重点市場中第 9 位)

● 客層と旅行内容 ●



【特徴】

- 訪日6回以上の層が前年2割から3割に。観光目的比率は前年8割弱から5割に大幅減少。
- 観光客の滞在日数は7日間以上が6割強。団体比率、パッケージツアー利用率が減少。
- 初めて日本を訪れた観光客の旅行支出が高い。人気の土産は「衣類」。

● 客層別にみる旅行支出 ●

(円/人)

客層	費目 旅行支出 (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	145,196 (100.0%)	56,047 (38.6%)	30,412 (20.9%)	15,534 (10.7%)	5,047 (3.5%)	37,834 (26.1%)	322 (0.2%)
[滞在日数]							
90日以内	139,640 (100.0%)	53,347 (38.2%)	28,186 (20.2%)	15,449 (11.1%)	4,963 (3.6%)	37,373 (26.8%)	321 (0.2%)
[来訪目的]							
観光・レジャー	151,189 (100.0%)	50,365 (33.3%)	28,989 (19.2%)	18,354 (12.1%)	7,651 (5.1%)	45,665 (30.2%)	165 (0.1%)
初めて	188,455 (100.0%)	63,649 (33.8%)	38,730 (20.6%)	22,586 (12.0%)	9,819 (5.2%)	53,465 (28.4%)	207 (0.1%)
2回目以上	142,171 (100.0%)	48,141 (33.9%)	27,412 (19.3%)	17,104 (12.0%)	7,180 (5.1%)	42,153 (29.6%)	180 (0.1%)
業務	132,682 (100.0%)	63,305 (47.7%)	29,685 (22.4%)	11,953 (9.0%)	1,497 (1.1%)	25,848 (19.5%)	393 (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費や飲食費、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	54.6	9,677	1位	衣類	22.7
2位	その他食料品・飲料・酒・たばこ	49.7	10,065	2位	民芸品・工芸品	13.1
3位	服(和服以外)・かばん・靴	33.6	31,024	3位	菓子類	12.6
4位	化粧品・医薬品・トイレタリー	24.0	12,989	◆買物場所◆ (複数回答)		
5位	和服(着物)・民芸品	18.2	8,402	順位	買物場所	回答率 (%)
6位	マンガ・DVD・アニメ関連商品	9.4	14,193	1位	スーパー・ショッピングセンター	63.0
7位	電気製品(パソコン・音響機器など)	6.8	19,109	2位	百貨店・デパート	61.8
8位	カメラ・ビデオカメラ・時計	6.2	41,462	3位	コンビニエンスストア	54.6

● 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	31.6	1位	インターネット(パソコン)	55.1
2位	日本在住の親族・知人	27.4	2位	日本在住の親族・知人	34.2
3位	自国の親族・知人	26.3	3位	観光案内所(空港除く)	33.3
4位	日本政府観光局ホームページ	19.9	4位	空港の観光案内所	23.4
5位	宿泊施設ホームページ	18.4	5位	宿泊施設	22.2
6位	ロンリープラネット	16.6	6位	旅行ガイドブック(有料)	16.7
7位	旅行会社ホームページ	12.4	7位	インターネット(スマートフォン)	10.8
8位	その他旅行ガイドブック	10.9	8位	フリーペーパー(無料)	7.2

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。

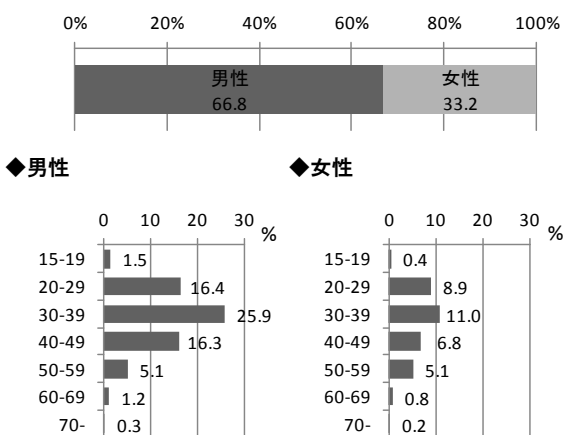
- ・その他旅行ガイドブック：「ロンリープラネット」「ミシュラン」以外の旅行ガイドブック
- ・その他インターネット：「日本政府観光局」「旅行会社」「宿泊施設」のホームページ、「宿泊予約サイト」「個人のブログ」「YouTube」「Twitter」以外のインターネットサイト

⑦ マレーシア

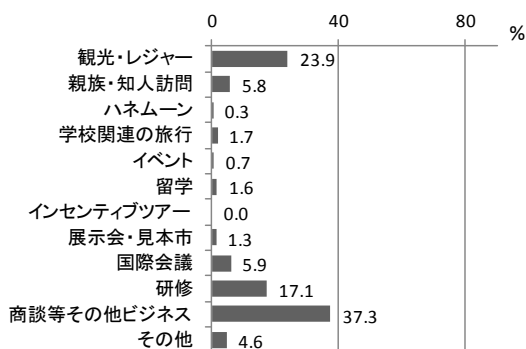
◆訪日外客数 **81,516** 人 (前年比 28.8%減、シェア 1.3%)
 ◆1人当たり旅行支出 **148,006** 円/人 ◆平均泊数 **20.9** 泊
 ◆旅行消費額 **121** 億円 (シェア 1.5%、重点市場中第 12 位)

● 客層と旅行内容 ●

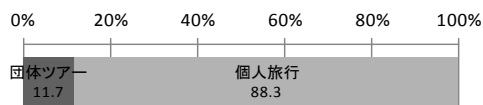
【性年代】



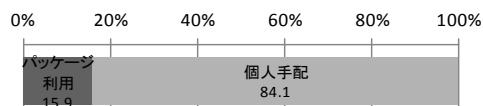
【主な旅行目的】



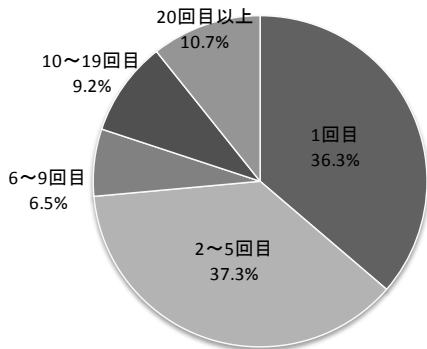
【旅行形態】



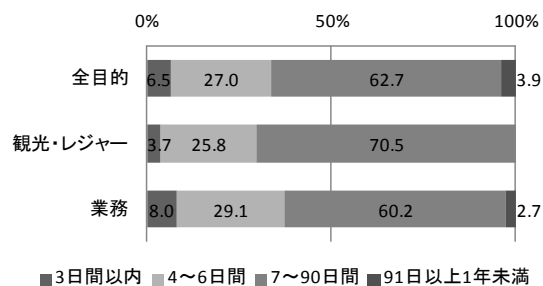
【手配方法】



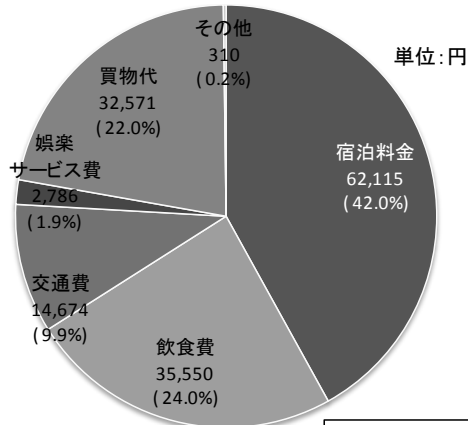
【来訪回数】



【滞在日数】



【旅行支出】



総額: 148,006円

【特徴】

- 男性客の割合が7割弱。初来訪者の割合が4割弱。滞在日数は7日間以上が主流。
- 観光目的比率が前年4割から2割強に減少。団体比率も前年3割から1割強に減少。
- ビジネス客の旅行支出が高く、費目別でみると「宿泊料金」が特に高い。

● 客層別にみる旅行支出 ●

(円/人)

客層	費目 旅行支出 (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	148,006 (100.0%)	62,115 (42.0%)	35,550 (24.0%)	14,674 (9.9%)	2,786 (1.9%)	32,571 (22.0%)	310 (0.2%)
[滞在日数]							
90日以内	140,966 (100.0%)	58,538 (41.5%)	33,606 (23.8%)	14,492 (10.3%)	2,502 (1.8%)	31,511 (22.4%)	317 (0.2%)
[来訪目的]							
観光・レジャー	144,032 (100.0%)	48,811 (33.9%)	35,512 (24.7%)	16,430 (11.4%)	4,179 (2.9%)	38,257 (26.6%)	843 (0.6%)
初めて	146,223 (100.0%)	53,490 (36.6%)	31,915 (21.8%)	17,641 (12.1%)	3,584 (2.5%)	38,105 (26.1%)	1,488 (1.0%)
2回目以上	143,048 (100.0%)	45,917 (32.1%)	39,098 (27.3%)	15,511 (10.8%)	4,421 (3.1%)	37,809 (26.4%)	291 (0.2%)
業務	148,321 (100.0%)	68,635 (46.3%)	34,937 (23.6%)	13,475 (9.1%)	2,004 (1.4%)	29,136 (19.6%)	134 (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費や飲食費、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	46.0	12,655	1位	菓子類	20.9
2位	菓子類	41.9	9,379	2位	衣類	20.8
3位	服(和服以外)・かばん・靴	35.3	25,936	3位	カメラ	12.3
4位	和服(着物)・民芸品	21.6	16,491	◆買物場所◆ (複数回答)		
5位	化粧品・医薬品・トイレットリー	16.3	15,821	順位	買物場所	回答率 (%)
6位	カメラ・ビデオカメラ・時計	12.6	23,519	1位	スーパー・ショッピングセンター	63.6
7位	電気製品(パソコン・音響機器など)	7.4	22,012	2位	コンビニエンスストア	55.2
8位	マンガ・DVD・アニメ関連商品	5.7	5,771	3位	空港の免税店	48.1

● 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	37.2	1位	インターネット(パソコン)	61.1
2位	その他インターネット	33.7	2位	日本在住の親族・知人	34.1
3位	自国の親族・知人	22.8	3位	観光案内所(空港除く)	20.9
4位	宿泊施設ホームページ	16.1	4位	空港の観光案内所	16.5
5位	旅行会社ホームページ	16.0	5位	旅行ガイドブック(有料)	14.8
6位	日本政府観光局ホームページ	14.0	6位	宿泊施設	13.8
7位	YouTube	13.5	7位	インターネット(スマートフォン)	13.3
8位	旅行会社パンフレット	11.8	8位	フリーペーパー(無料)	3.8

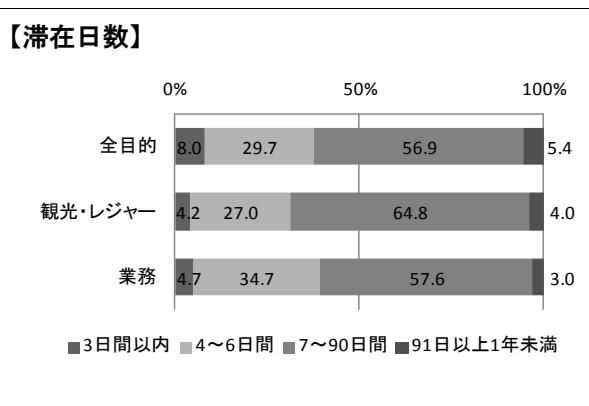
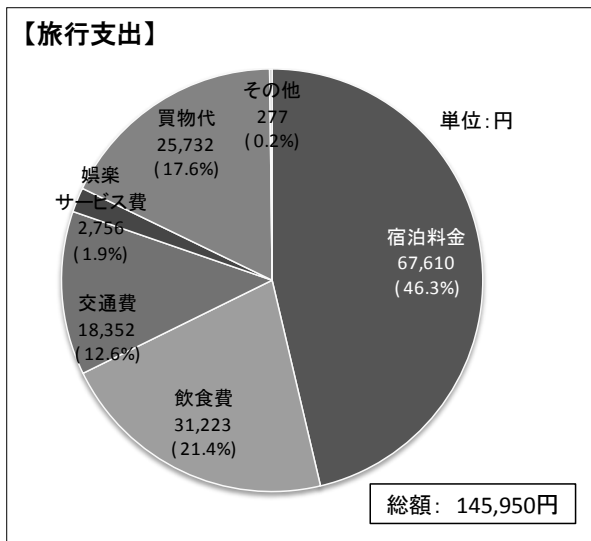
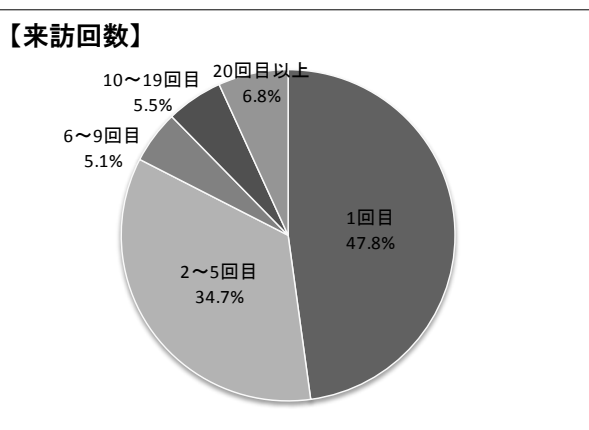
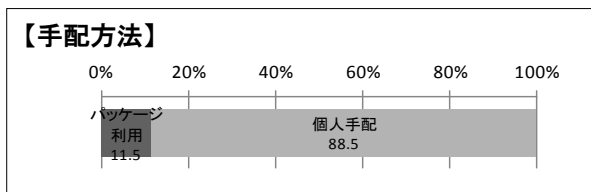
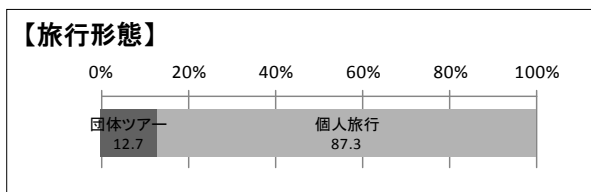
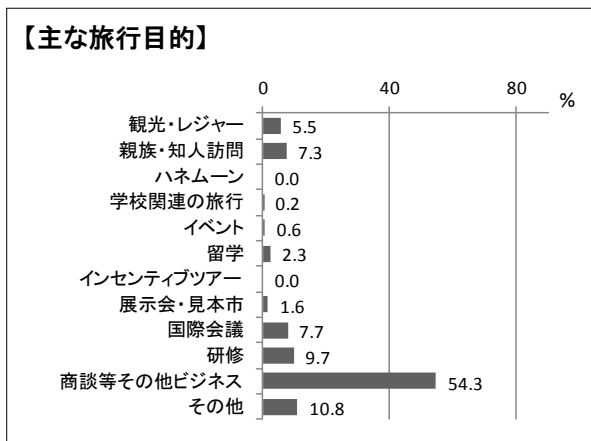
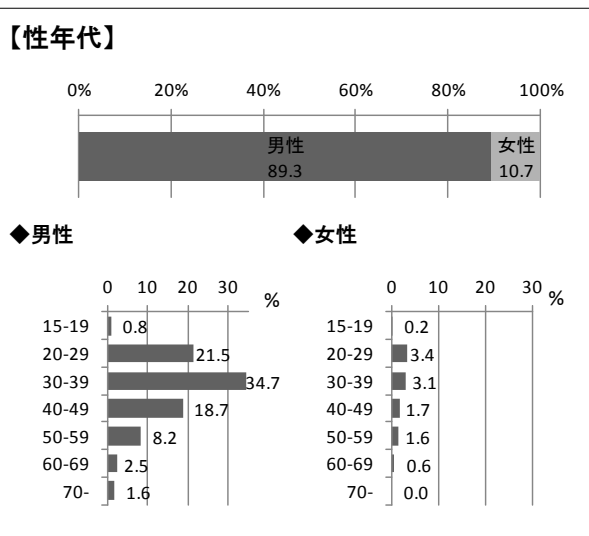
注) 旅行出発前に役に立った旅行情報源のうち、以下の項目が示す範囲は以下の通り。

- ・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

⑧ インド

◆訪日外客数 **59,354** 人 (前年比 11.2%減、シェア 1.0%)
 ◆1人当たり旅行支出 **145,950** 円/人 ◆平均泊数 **23.7** 泊
 ◆旅行消費額 **87** 億円 (シェア 1.1%、重点市場中第 14 位)

● 客層と旅行内容 ●



【特徴】

- 男性が9割と大半を占め、中でも30代が多い。ビジネス客が中心。
- 初来訪者の割合が5割とアジアの中では高め。滞在日数は7日間以上が6割強。
- 「宿泊料金」が旅行支出総額の5割近くを占める。買い物では、今年は「カメラ」の人気の高い。

● 客層別にみる旅行支出 ●

(円/人)

客層	費目 旅行支出 (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	145,950 (100.0%)	67,610 (46.3%)	31,223 (21.4%)	18,352 (12.6%)	2,756 (1.9%)	25,732 (17.6%)	277 (0.2%)
[滞在日数]							
90日以内	126,118 (100.0%)	59,745 (47.4%)	26,102 (20.7%)	17,798 (14.1%)	2,560 (2.0%)	19,626 (15.6%)	287 (0.2%)
[来訪目的]							
観光・レジャー	159,030 (100.0%)	64,448 (40.5%)	18,479 (11.6%)	20,243 (12.7%)	8,431 (5.3%)	45,145 (28.4%)	2,284 (1.4%)
初めて	114,067 (100.0%)	55,473 (48.6%)	12,855 (11.3%)	13,682 (12.0%)	9,004 (7.9%)	23,054 (20.2%)	0 (0.0%)
2回目以上	191,494 (100.0%)	76,194 (39.8%)	21,435 (11.2%)	24,613 (12.9%)	7,048 (3.7%)	59,866 (31.3%)	2,338 (1.2%)
業務	140,762 (100.0%)	70,998 (50.4%)	30,452 (21.6%)	17,856 (12.7%)	2,498 (1.8%)	18,703 (13.3%)	256 (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費や飲食費、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	38.9	22,235	1位	カメラ	21.4
2位	菓子類	33.6	7,009	2位	菓子類	13.2
3位	カメラ・ビデオカメラ・時計	19.9	25,707	3位	民芸品・工芸品	10.3
4位	服(和服以外)・かばん・靴	16.6	11,461	◆買物場所◆ (複数回答)		
5位	和服(着物)・民芸品	16.4	11,247	順位	買物場所	回答率 (%)
6位	化粧品・医薬品・トイレットリー	9.5	9,781	1位	スーパー・ショッピングセンター	52.1
7位	電気製品(パソコン・音響機器など)	7.8	25,574	2位	コンビニエンスストア	42.1
8位	マンガ・DVD・アニメ関連商品	2.4	11,369	3位	百貨店・デパート	37.2

● 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	36.1	1位	インターネット(パソコン)	56.4
2位	日本在住の親族・知人	35.9	2位	日本在住の親族・知人	41.7
3位	自国の親族・知人	21.2	3位	空港の観光案内所	22.8
4位	宿泊施設ホームページ	16.0	4位	宿泊施設	18.1
5位	その他旅行ガイドブック	14.9	5位	観光案内所(空港除く)	17.2
6位	日本政府観光局ホームページ	14.4	6位	インターネット(スマートフォン)	10.7
7位	ロンリープラネット	10.8	6位	旅行ガイドブック(有料)	10.7
8位	個人のブログ	9.0	8位	フリーペーパー(無料)	4.1

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。

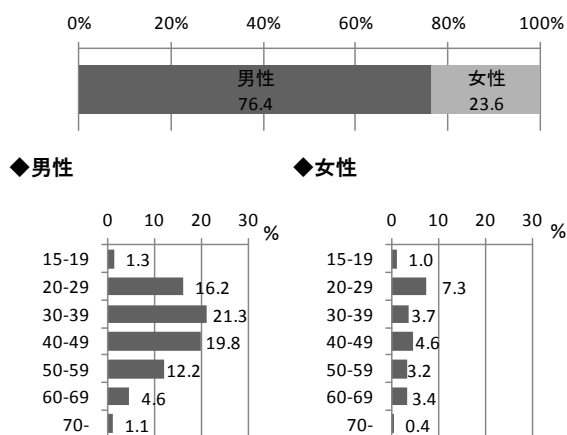
- ・その他旅行ガイドブック：「ロンリープラネット」「ミシュラン」以外の旅行ガイドブック
- ・その他インターネット：「日本政府観光局」「旅行会社」「宿泊施設」のホームページ、「宿泊予約サイト」「個人のブログ」「YouTube」「Twitter」以外のインターネットサイト

⑨ 英国

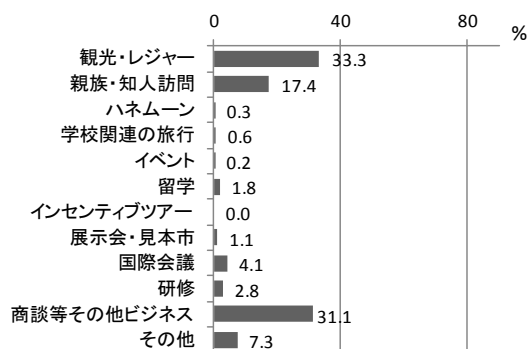
◆訪日外客数 **140,099** 人 (前年比 23.9%減、シェア 2.3%)
 ◆1人当たり旅行支出 **158,340** 円/人 ◆平均泊数 **14.9** 泊
 ◆旅行消費額 **222** 億円 (シェア 2.7%、重点市場中第 7 位)

● 客層と旅行内容 ●

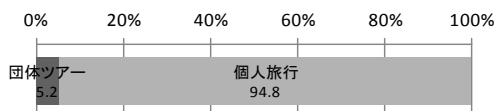
【性年代】



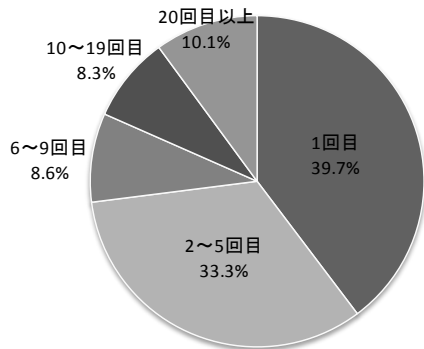
【主な旅行目的】



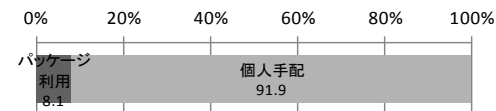
【旅行形態】



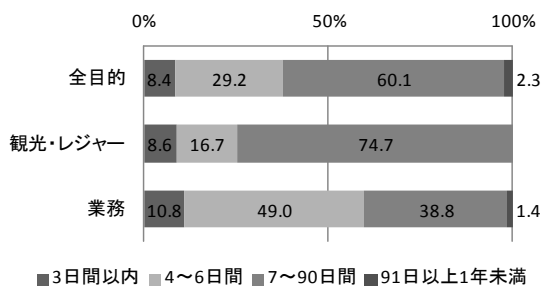
【来訪回数】



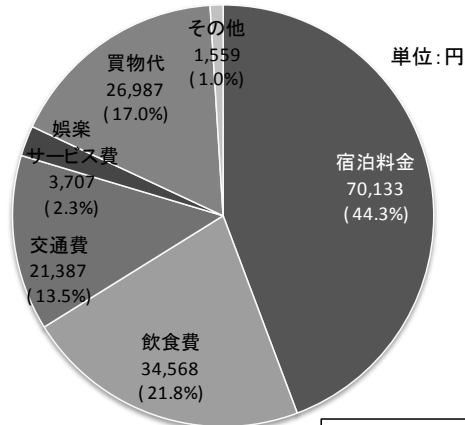
【手配方法】



【滞在日数】



【旅行支出】



総額: 158,340円

【特徴】

- 女性客、初来訪者、観光客の割合が何れも前年に比べ減少。
- 観光客の滞在日数は7日間以上が主流。団体比率、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。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 (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	158,340 (100.0%)	70,133 (44.3%)	34,568 (21.8%)	21,387 (13.5%)	3,707 (2.3%)	26,987 (17.0%)	1,559 (1.0%)
[滞在日数]							
90日以内	142,500 (100.0%)	64,665 (45.4%)	30,822 (21.6%)	18,758 (13.2%)	3,264 (2.3%)	23,381 (16.4%)	1,610 (1.1%)
[来訪目的]							
観光・レジャー	139,676 (100.0%)	59,860 (42.9%)	34,932 (25.0%)	20,298 (14.5%)	5,464 (3.9%)	17,425 (12.5%)	1,696 (1.2%)
初めて	132,834 (100.0%)	58,085 (43.7%)	34,744 (26.2%)	18,996 (14.3%)	5,160 (3.9%)	15,391 (11.6%)	458 (0.3%)
2回目以上	148,297 (100.0%)	61,053 (41.2%)	34,474 (23.2%)	21,196 (14.3%)	5,530 (3.7%)	21,052 (14.2%)	4,992 (3.4%)
業務	173,942 (100.0%)	91,212 (52.4%)	33,914 (19.5%)	19,992 (11.5%)	1,002 (0.6%)	25,483 (14.7%)	2,338 (1.3%)

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費や飲食費、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	42.6	14,556	1位	民芸品・工芸品	23.6
2位	菓子類	27.5	6,002	2位	ファッション雑貨	11.4
3位	和服(着物)・民芸品	20.0	32,266	3位	衣類	8.3
4位	服(和服以外)・かばん・靴	16.3	21,853	◆買物場所◆ (複数回答)		
5位	マンガ・DVD・アニメ関連商品	10.9	12,527	順位	買物場所	回答率 (%)
6位	化粧品・医薬品・トイレットリー	9.1	8,604	1位	コンビニエンスストア	48.2
7位	電気製品(パソコン・音響機器など)	5.3	31,830	2位	スーパー・ショッピングセンター	47.1
8位	カメラ・ビデオカメラ・時計	3.5	70,079	3位	百貨店・デパート	41.2

● 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	日本在住の親族・知人	40.3	1位	インターネット(パソコン)	48.7
2位	その他インターネット	30.9	2位	日本在住の親族・知人	39.7
3位	自国の親族・知人	22.3	3位	観光案内所(空港除く)	22.7
4位	ロンリープラネット	20.3	4位	宿泊施設	22.0
5位	宿泊施設ホームページ	20.0	5位	旅行ガイドブック(有料)	19.3
6位	その他旅行ガイドブック	15.2	6位	空港の観光案内所	16.8
7位	個人のブログ	11.7	7位	インターネット(スマートフォン)	13.0
8位	日本政府観光局ホームページ	9.0	8位	フリーペーパー(無料)	6.6

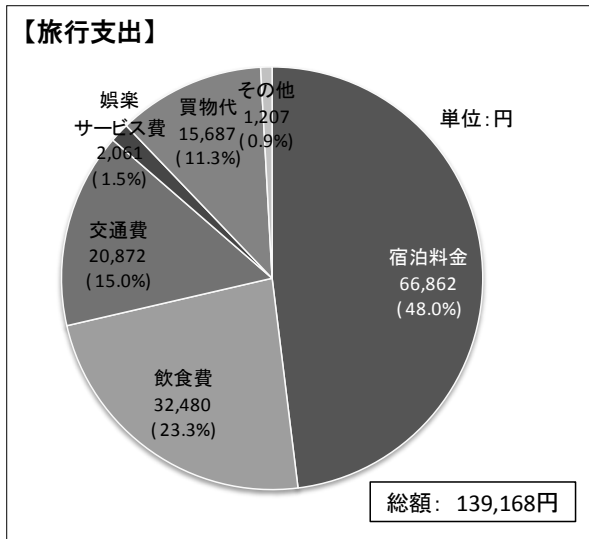
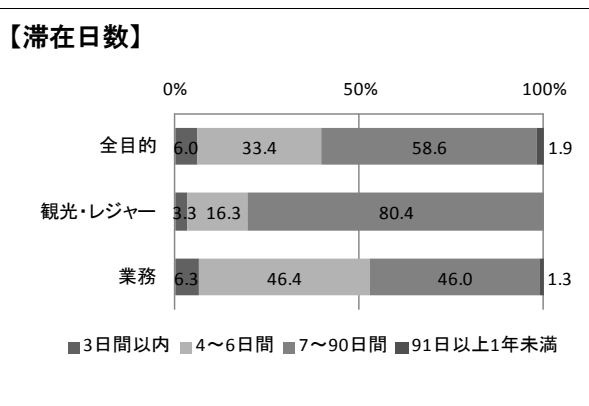
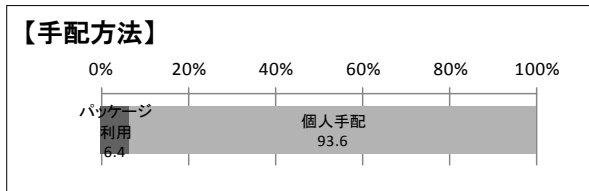
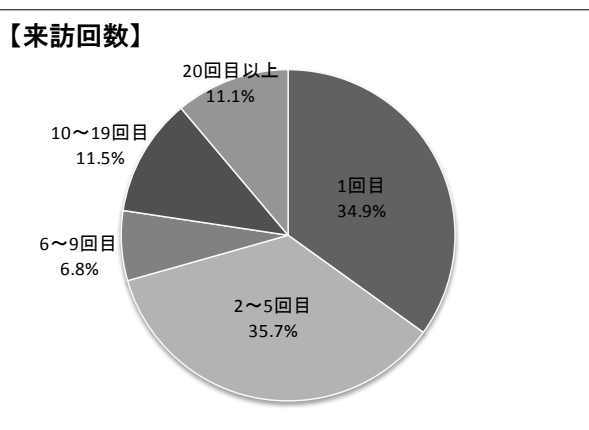
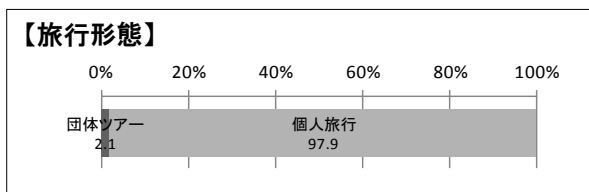
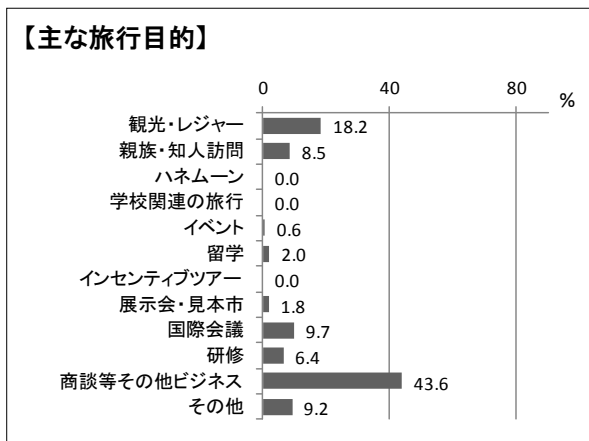
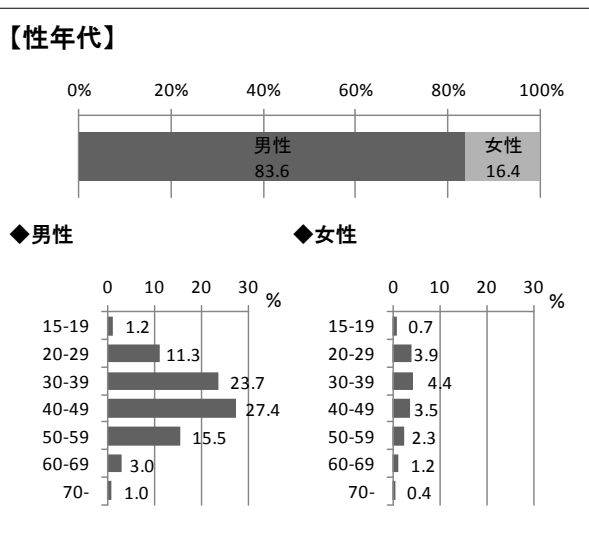
注) 旅行出発前に役に立った旅行情報源のうち、以下の項目が示す範囲は以下の通り。

- ・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

⑩ ドイツ

◆訪日外客数 **80,772** 人 (前年比 35.0%減、シェア 1.3%)
 ◆1人当たり旅行支出 **139,168** 円/人 ◆平均泊数 **13.4** 泊
 ◆旅行消費額 **112** 億円 (シェア 1.4%、重点市場中第 13 位)

● 客層と旅行内容 ●



【特徴】

- 英国同様に、女性客、初来訪者、観光客の割合が何れも前年に比べ減少。
- 観光客の滞在日数は7日間以上が主流。団体比率、パッケージ利用率とも1割未満と低い。
- 訪日2回目以上の観光客の旅行支出が高い。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 (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	139,168 (100.0%)	66,862 (48.0%)	32,480 (23.3%)	20,872 (15.0%)	2,061 (1.5%)	15,687 (11.3%)	1,207 (0.9%)
[滞在日数]							
90日以内	132,161 (100.0%)	64,006 (48.4%)	30,385 (23.0%)	19,530 (14.8%)	1,953 (1.5%)	15,100 (11.4%)	1,187 (0.9%)
[来訪目的]							
観光・レジャー	157,308 (100.0%)	69,806 (44.4%)	33,074 (21.0%)	24,726 (15.7%)	3,805 (2.4%)	25,602 (16.3%)	296 (0.2%)
初めて	146,219 (100.0%)	67,124 (45.9%)	28,686 (19.6%)	21,861 (15.0%)	2,998 (2.1%)	25,092 (17.2%)	458 (0.3%)
2回目以上	169,940 (100.0%)	71,829 (42.3%)	39,420 (23.2%)	27,952 (16.4%)	4,789 (2.8%)	25,884 (15.2%)	66 (0.0%)
業務	128,947 (100.0%)	69,772 (54.1%)	28,341 (22.0%)	17,914 (13.9%)	983 (0.8%)	10,826 (8.4%)	1,110 (0.9%)

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費や飲食費、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	39.6	12,143	1位	民芸品・工芸品	19.0
2位	菓子類	19.0	4,645	2位	衣類	12.6
3位	和服(着物)・民芸品	16.6	21,210	3位	ファッション雑貨	11.9
4位	服(和服以外)・かばん・靴	14.1	19,782	◆買物場所◆ (複数回答)		
5位	マンガ・DVD・アニメ関連商品	5.9	9,111	順位	買物場所	回答率 (%)
6位	化粧品・医薬品・トイレットリー	5.3	9,336	1位	スーパー・ショッピングセンター	49.0
7位	電気製品(パソコン・音響機器など)	4.4	14,715	2位	コンビニエンスストア	41.8
8位	カメラ・ビデオカメラ・時計	2.9	25,054	3位	百貨店・デパート	38.8

● 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	38.1	1位	インターネット(パソコン)	57.4
2位	日本在住の親族・知人	36.9	2位	日本在住の親族・知人	39.4
3位	自国の親族・知人	19.2	3位	観光案内所(空港除く)	17.1
4位	その他旅行ガイドブック	18.9	4位	宿泊施設	16.6
5位	ロンリープラネット	17.2	5位	インターネット(スマートフォン)	14.1
6位	日本政府観光局ホームページ	12.9	6位	旅行ガイドブック(有料)	14.0
7位	宿泊施設ホームページ	12.6	7位	空港の観光案内所	11.5
8位	個人のブログ	7.9	8位	フリーペーパー(無料)	8.2

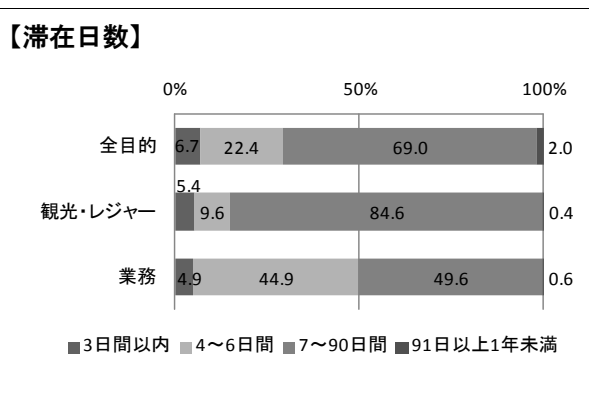
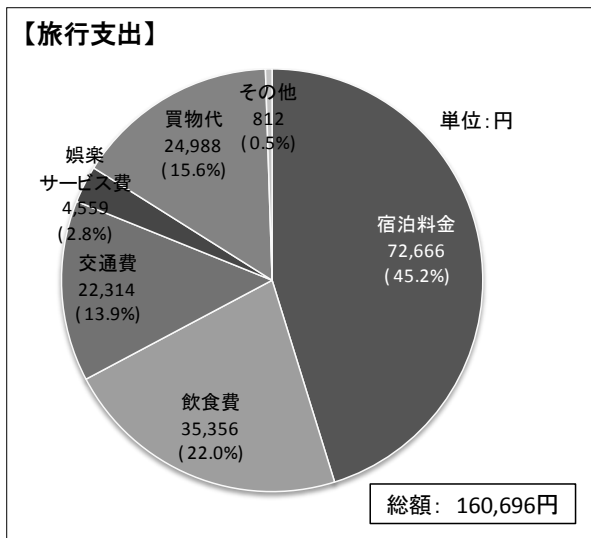
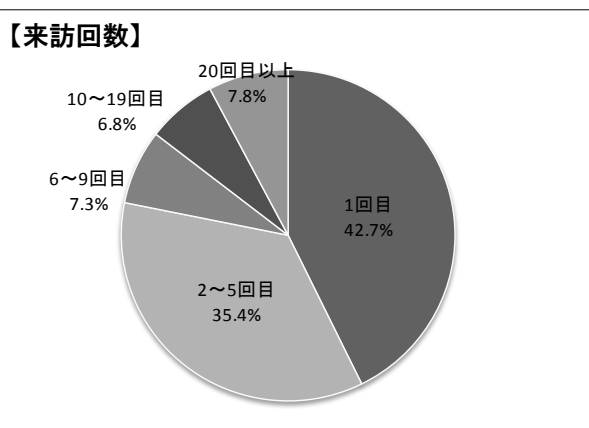
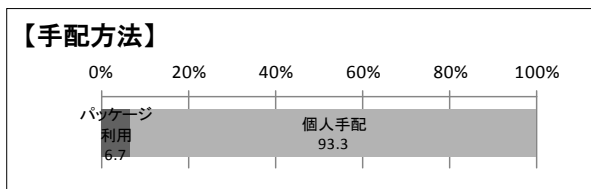
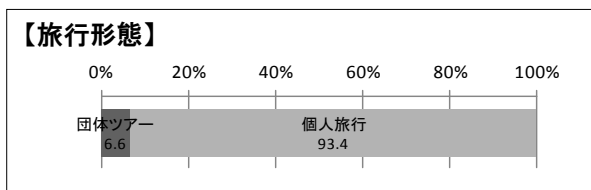
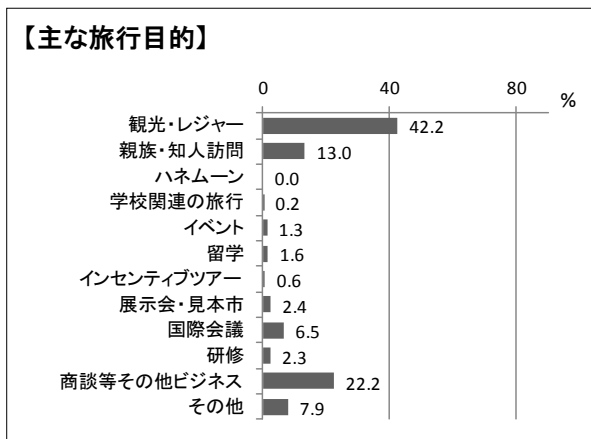
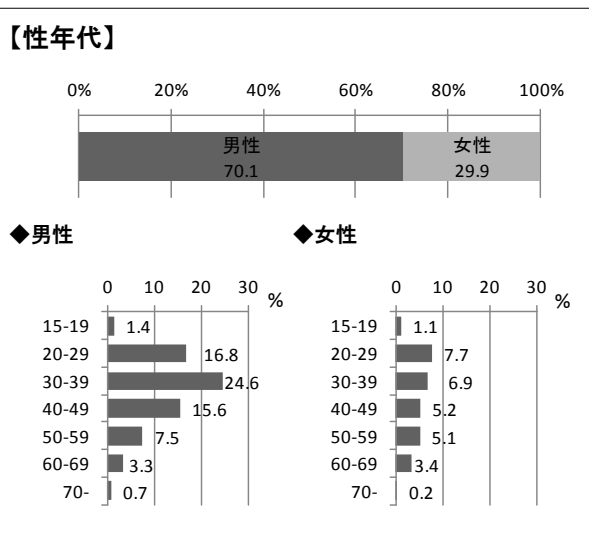
注) 旅行出発前に役に立った旅行情報源のうち、以下の項目が示す範囲は以下の通り。

- ・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 **95,438** 人 (前年比 36.8%減、シェア 1.5%)
 ◆1人当たり旅行支出 **160,696** 円/人 ◆平均泊数 **15.7** 泊
 ◆旅行消費額 **153** 億円 (シェア 1.9%、重点市場中第 10 位)

● 客層と旅行内容 ●



【特徴】

- 初来訪者が4割強と、英国やドイツに比べて高い。観光客の割合は4割強で前年並み。
- 観光客の滞在日数は7日間以上が主流。団体比率、パッケージツアー利用率とも1割未満。
- 訪日2回目以上の観光客の旅行支出が高い。「まんが・アニメ・キャラクター関連」が人気。

● 客層別にみる旅行支出 ●

(円/人)

客層	費目 旅行支出 (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	160,696 (100.0%)	72,666 (45.2%)	35,356 (22.0%)	22,314 (13.9%)	4,559 (2.8%)	24,988 (15.6%)	812 (0.5%)
[滞在日数]							
90日以内	146,726 (100.0%)	63,153 (43.0%)	33,736 (23.0%)	21,653 (14.8%)	4,291 (2.9%)	23,247 (15.8%)	646 (0.4%)
[来訪目的]							
観光・レジャー	166,902 (100.0%)	67,469 (40.4%)	38,479 (23.1%)	27,227 (16.3%)	6,132 (3.7%)	27,349 (16.4%)	245 (0.1%)
初めて	159,896 (100.0%)	64,267 (40.2%)	38,790 (24.3%)	26,242 (16.4%)	6,090 (3.8%)	24,350 (15.2%)	156 (0.1%)
2回目以上	176,943 (100.0%)	71,209 (40.2%)	38,673 (21.9%)	28,572 (16.1%)	5,966 (3.4%)	32,205 (18.2%)	318 (0.2%)
業務	140,064 (100.0%)	74,349 (53.1%)	29,843 (21.3%)	17,463 (12.5%)	1,754 (1.3%)	16,195 (11.6%)	459 (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費や飲食費、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	44.4	9,845	1位	民芸品・工芸品	31.4
2位	菓子類	32.8	5,437	2位	まんが・アニメ・キャラクター関連	8.0
3位	和服(着物)・民芸品	31.3	14,087	3位	書籍・絵葉書・音楽CD・芸術品	7.8
4位	服(和服以外)・かばん・靴	20.2	15,260	◆買物場所◆ (複数回答)		
5位	マンガ・DVD・アニメ関連商品	15.6	15,814	順位	買物場所	回答率 (%)
6位	カメラ・ビデオカメラ・時計	8.8	22,910	1位	スーパー・ショッピングセンター	52.3
7位	電気製品(パソコン・音響機器など)	8.0	27,198	2位	百貨店・デパート	47.6
8位	化粧品・医薬品・トイレットリー	6.5	8,923	3位	コンビニエンスストア	41.7

● 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	34.1	1位	インターネット(パソコン)	51.0
2位	その他インターネット	27.4	2位	日本在住の親族・知人	45.0
3位	ロンリープラネット	23.8	3位	観光案内所(空港除く)	22.3
4位	自国の親族・知人	20.8	4位	フリーペーパー(無料)	15.4
5位	その他旅行ガイドブック	20.1	5位	宿泊施設	14.9
6位	日本政府観光局ホームページ	13.2	6位	旅行ガイドブック(有料)	12.5
7位	個人のブログ	12.8	7位	インターネット(スマートフォン)	10.1
8位	宿泊施設ホームページ	12.1	8位	空港の観光案内所	9.4

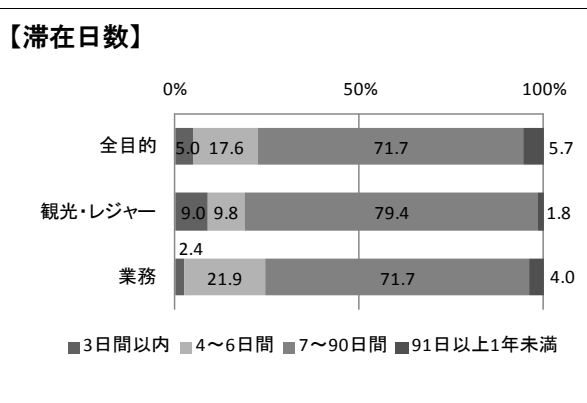
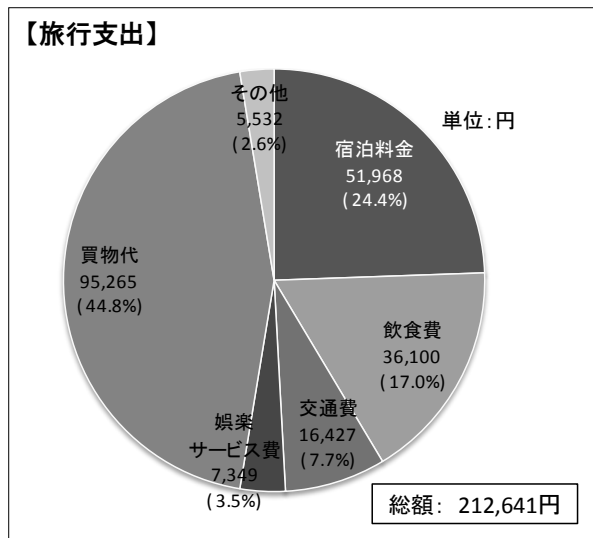
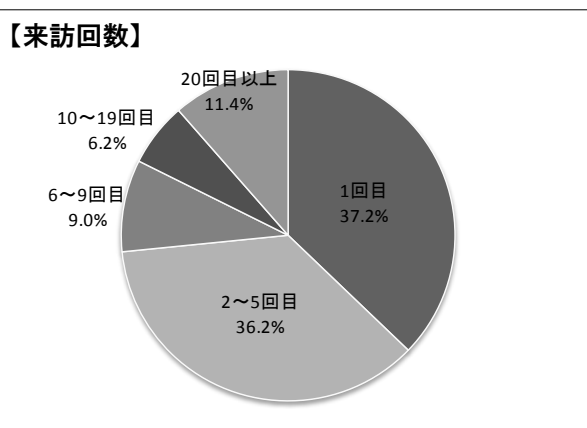
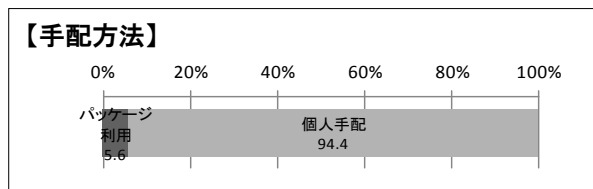
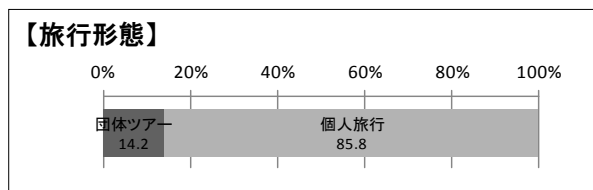
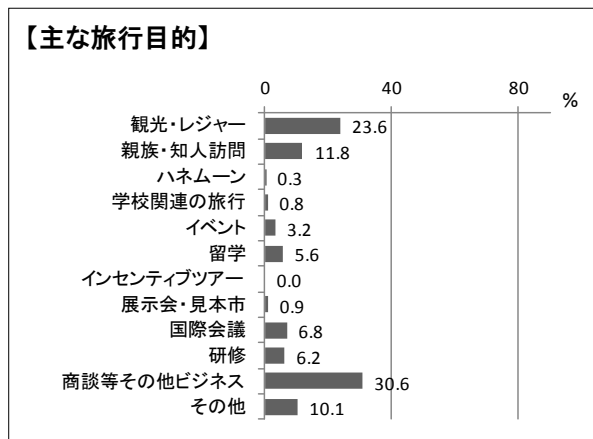
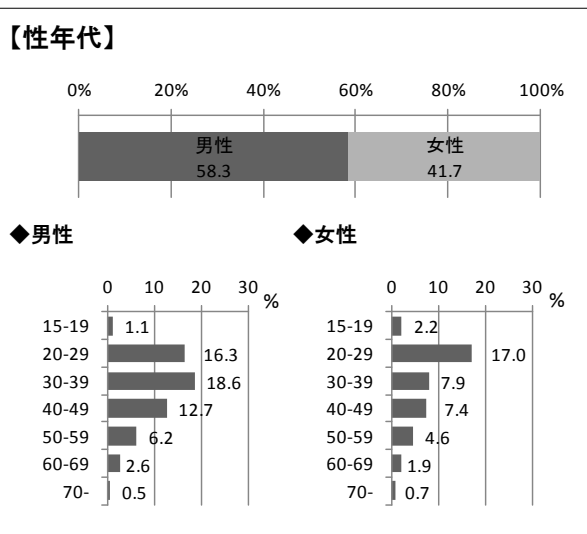
注) 旅行出発前に役に立った旅行情報源のうち、以下の項目が示す範囲は以下の通り。

- ・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

⑫ ロシア

◆訪日外客数 **33,797** 人 (前年比 34.3%減、シェア 0.5%)
 ◆1人当たり旅行支出 **212,641** 円/人 ◆平均泊数 **29.4** 泊
 ◆旅行消費額 **72** 億円 (シェア 0.9%、重点市場中第 15 位)

● 客層と旅行内容 ●



【特徴】

- 男女比、初来訪者比率ともに前年並み。観光客の割合は2割強で前年に比べ減少。
- 観光客の滞在日数は7日間以上が8割。団体比率は1割強で欧州の中では比較的高め。
- ビジネス客の旅行支出が高い。人気の商品は「ファッション雑貨」や「電気製品」。

● 客層別にみる旅行支出 ●

(円/人)

客層	費目 旅行支出 (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	212,641 (100.0%)	51,968 (24.4%)	36,100 (17.0%)	16,427 (7.7%)	7,349 (3.5%)	95,265 (44.8%)	5,532 (2.6%)
[滞在日数]							
90日以内	201,115 (100.0%)	47,153 (23.4%)	33,921 (16.9%)	14,589 (7.3%)	6,396 (3.2%)	93,730 (46.6%)	5,327 (2.6%)
[来訪目的]							
観光・レジャー	220,271 (100.0%)	78,312 (35.6%)	42,775 (19.4%)	15,792 (7.2%)	12,139 (5.5%)	62,375 (28.3%)	8,877 (4.0%)
初めて	215,679 (100.0%)	47,670 (22.1%)	53,088 (24.6%)	18,523 (8.6%)	10,095 (4.7%)	66,241 (30.7%)	20,063 (9.3%)
2回目以上	222,509 (100.0%)	90,965 (40.9%)	39,911 (17.9%)	14,485 (6.5%)	13,739 (6.2%)	59,501 (26.7%)	3,908 (1.8%)
業務	239,520 (100.0%)	46,193 (19.3%)	36,217 (15.1%)	16,980 (7.1%)	3,567 (1.5%)	132,400 (55.3%)	4,163 (1.7%)

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費や飲食費、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	51.8	24,711	1位	ファッション雑貨	13.3
2位	菓子類	39.0	8,799	2位	電気製品	11.7
3位	服(和服以外)・かばん・靴	33.8	50,749	3位	民芸品・工芸品	8.8
4位	化粧品・医薬品・トイレットリー	33.3	21,389	◆買物場所◆ (複数回答)		
5位	和服(着物)・民芸品	17.4	17,436	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)	15.8	51,947	1位	スーパー・ショッピングセンター	66.3
7位	カメラ・ビデオカメラ・時計	14.1	38,048	2位	百貨店・デパート	56.1
8位	マンガ・DVD・アニメ関連商品	7.4	15,505	3位	空港の免税店	47.0

● 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	44.5	1位	インターネット(パソコン)	50.8
2位	その他インターネット	39.0	2位	日本在住の親族・知人	48.2
3位	自国の親族・知人	35.8	3位	宿泊施設	17.9
4位	宿泊施設ホームページ	11.6	4位	観光案内所(空港除く)	15.0
5位	その他旅行ガイドブック	10.8	5位	インターネット(スマートフォン)	12.1
6位	ロンリープラネット	10.0	6位	旅行ガイドブック(有料)	11.1
7位	個人のブログ	9.8	7位	空港の観光案内所	9.7
8位	YouTube	9.1	8位	フリーペーパー(無料)	6.0

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。

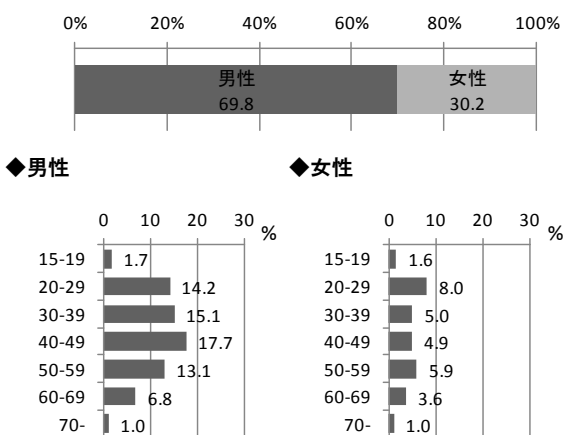
- ・その他旅行ガイドブック：「ロンリープラネット」「ミシュラン」以外の旅行ガイドブック
- ・その他インターネット：「日本政府観光局」「旅行会社」「宿泊施設」のホームページ、「宿泊予約サイト」「個人のブログ」「YouTube」「Twitter」以外のインターネットサイト

⑬ 米国

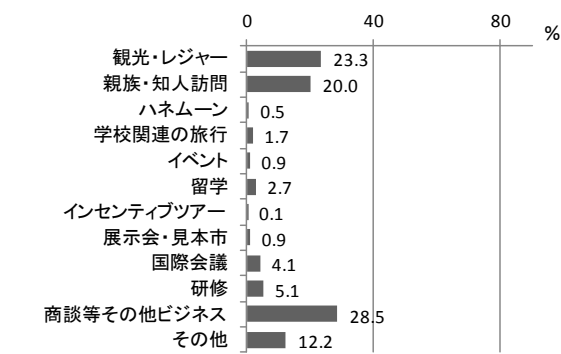
- ◆ 訪日外客数 **565,887** 人 (前年比 22.2%減、シェア 9.1%)
- ◆ 1人当たり旅行支出 **143,718** 円/人 ◆ 平均泊数 **16.7** 泊
- ◆ 旅行消費額 **813** 億円 (シェア 10.0%、重点市場中第 4 位)

● 客層と旅行内容 ●

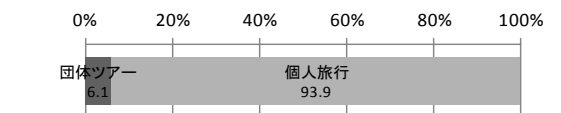
【性年代】



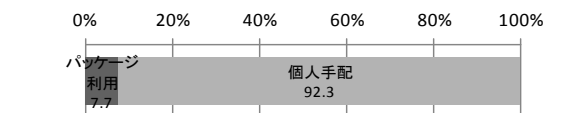
【主な旅行目的】



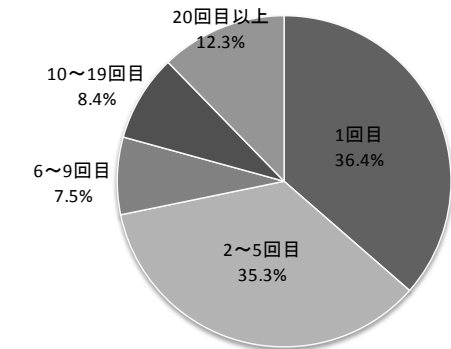
【旅行形態】



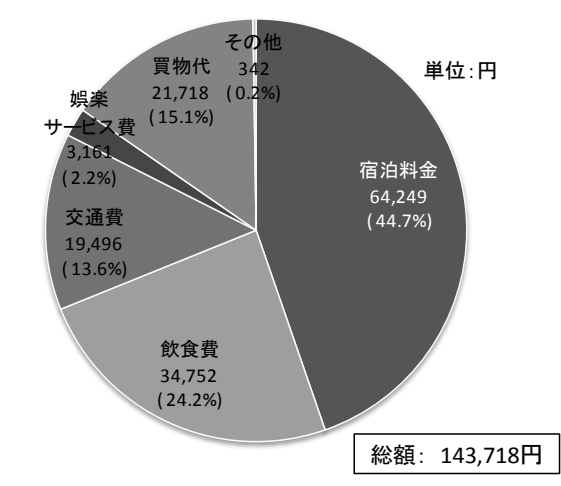
【手配方法】



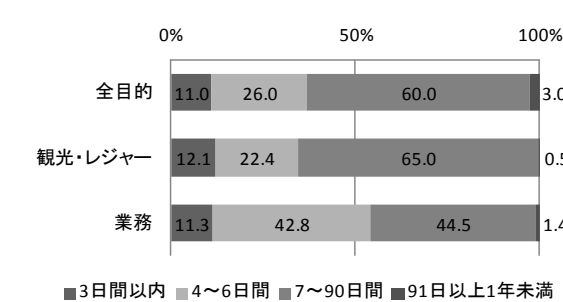
【来訪回数】



【旅行支出】



【滞在日数】



【特徴】

- リピーター比率6割強。観光客が前年3割から2割に減少、親族・知人訪問は2割で前年並み。
- ビジネス客の7日間以上滞在の割合が減少。団体、ツアー利用率とも1割未満と低い。
- 観光リピーターや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 (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	143,718 (100.0%)	64,249 (44.7%)	34,752 (24.2%)	19,496 (13.6%)	3,161 (2.2%)	21,718 (15.1%)	342 (0.2%)
[滞在日数]							
90日以内	133,587 (100.0%)	60,222 (45.1%)	32,112 (24.0%)	18,682 (14.0%)	2,560 (1.9%)	19,702 (14.7%)	309 (0.2%)
[来訪目的]							
観光・レジャー	140,705 (100.0%)	58,408 (41.5%)	33,177 (23.6%)	21,419 (15.2%)	4,046 (2.9%)	23,419 (16.6%)	235 (0.2%)
初めて	136,569 (100.0%)	55,694 (40.8%)	30,816 (22.6%)	23,332 (17.1%)	4,228 (3.1%)	22,247 (16.3%)	251 (0.2%)
2回目以上	144,824 (100.0%)	61,283 (42.3%)	35,544 (24.5%)	18,928 (13.1%)	3,794 (2.6%)	25,010 (17.3%)	265 (0.2%)
業務	142,990 (100.0%)	76,530 (53.5%)	31,247 (21.9%)	18,789 (13.1%)	1,168 (0.8%)	14,946 (10.5%)	310 (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費や飲食費、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	45.6	13,394	1位	民芸品・工芸品	24.0
2位	菓子類	27.9	5,754	2位	ファッション雑貨	9.3
3位	和服(着物)・民芸品	24.1	14,195	3位	衣類	9.1
4位	服(和服以外)・かばん・靴	16.2	20,390	◆買物場所◆ (複数回答)		
5位	化粧品・医薬品・トイレットリー	8.5	7,084	順位	買物場所	回答率 (%)
6位	マンガ・DVD・アニメ関連商品	7.4	7,680	1位	スーパー・ショッピングセンター	45.5
7位	電気製品(パソコン・音響機器など)	5.0	16,208	2位	コンビニエンスストア	44.6
8位	カメラ・ビデオカメラ・時計	3.8	31,194	3位	百貨店・デパート	39.7

● 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	39.9	1位	インターネット(パソコン)	54.6
2位	その他インターネット	32.2	2位	日本在住の親族・知人	43.5
3位	自国の親族・知人	26.1	3位	観光案内所(空港除く)	18.8
4位	その他旅行ガイドブック	15.0	4位	宿泊施設	17.6
5位	宿泊施設ホームページ	14.9	5位	空港の観光案内所	17.2
6位	ロンリープラネット	14.2	6位	旅行ガイドブック(有料)	14.9
7位	個人のブログ	10.6	7位	インターネット(スマートフォン)	11.6
8位	日本政府観光局ホームページ	8.3	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。

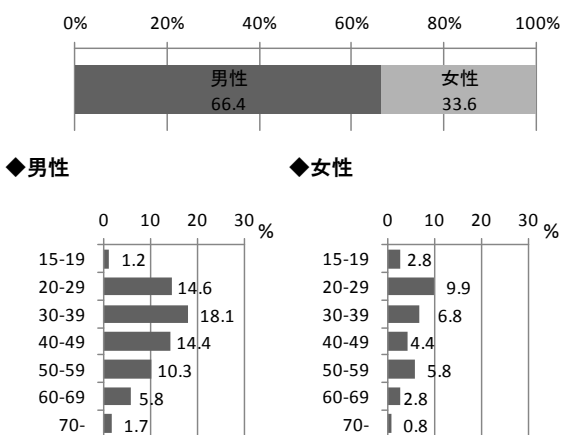
- ・その他旅行ガイドブック：「ロンリープラネット」「ミシュラン」以外の旅行ガイドブック
- ・その他インターネット：「日本政府観光局」「旅行会社」「宿泊施設」のホームページ、「宿泊予約サイト」「個人のブログ」「YouTube」「Twitter」以外のインターネットサイト

⑭ カナダ

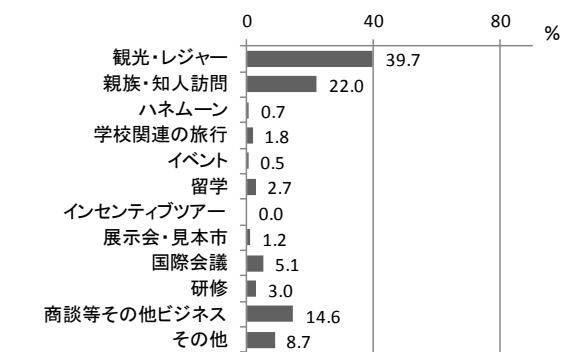
◆訪日外客数 **101,299** 人 (前年比 33.9%減、シェア 1.6%)
 ◆1人当たり旅行支出 **140,119** 円/人 ◆平均泊数 **18.4** 泊
 ◆旅行消費額 **142** 億円 (シェア 1.7%、重点市場中第 11 位)

● 客層と旅行内容 ●

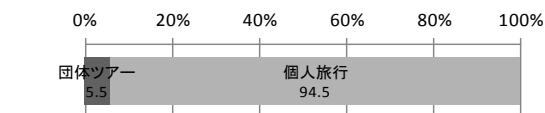
【性年代】



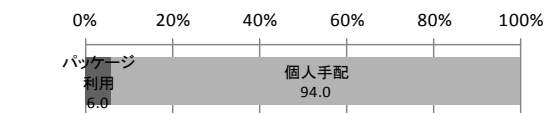
【主な旅行目的】



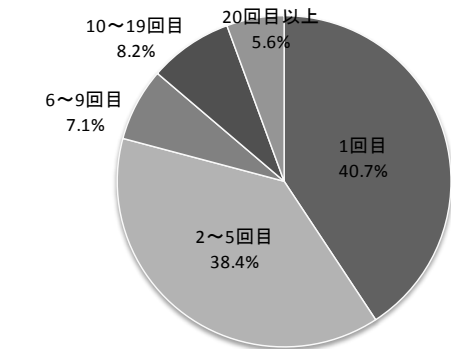
【旅行形態】



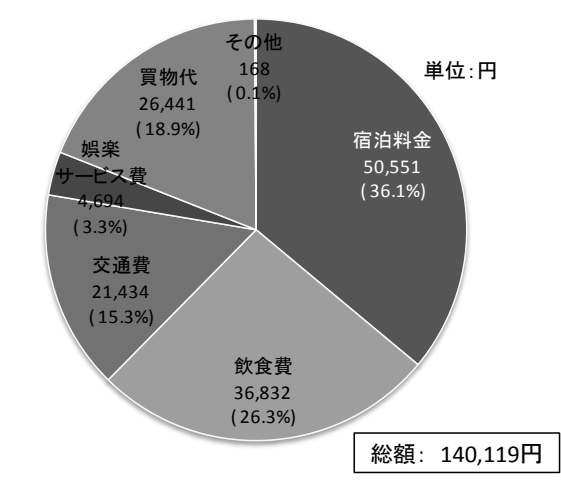
【手配方法】



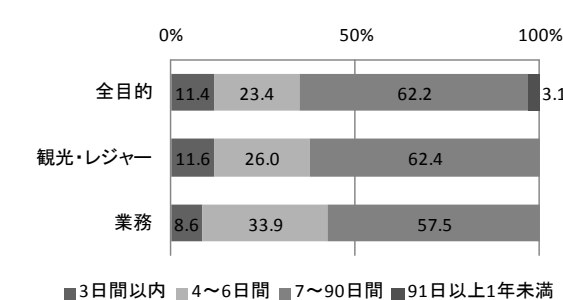
【来訪回数】



【旅行支出】



【滞在日数】



【特徴】

- 初来訪者の割合が前年5割から4割に減少。観光客比率も前年5割から4割に減少。
- 滞在日数は7日間以上が6割。団体比率、パッケージツアー利用率とも1割未満。
- 観光リピーターの旅行支出が高い。満足した購入商品では「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 (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	140,119 (100.0%)	50,551 (36.1%)	36,832 (26.3%)	21,434 (15.3%)	4,694 (3.3%)	26,441 (18.9%)	168 (0.1%)
[滞在日数]							
90日以内	127,034 (100.0%)	46,134 (36.3%)	31,122 (24.5%)	20,421 (16.1%)	4,348 (3.4%)	24,849 (19.6%)	159 (0.1%)
[来訪目的]							
観光・レジャー	144,544 (100.0%)	51,541 (35.7%)	34,910 (24.2%)	23,542 (16.3%)	4,023 (2.8%)	30,340 (21.0%)	189 (0.1%)
初めて	140,406 (100.0%)	48,654 (34.7%)	38,027 (27.1%)	22,574 (16.1%)	4,732 (3.4%)	26,357 (18.8%)	62 (0.0%)
2回目以上	148,035 (100.0%)	54,317 (36.7%)	31,281 (21.1%)	24,474 (16.5%)	3,004 (2.0%)	34,656 (23.4%)	301 (0.2%)
業務	131,795 (100.0%)	65,640 (49.8%)	31,273 (23.7%)	17,095 (13.0%)	1,008 (0.8%)	16,702 (12.7%)	76 (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費や飲食費、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	50.3	11,448	1位	民芸品・工芸品	22.6
2位	菓子類	32.6	5,345	2位	衣類	13.9
3位	和服(着物)・民芸品	32.3	13,064	3位	ファッション雑貨	10.0
4位	服(和服以外)・かばん・靴	29.1	19,518	◆買物場所◆ (複数回答)		
5位	化粧品・医薬品・トイレットリー	12.6	5,039	順位	買物場所	回答率 (%)
6位	マンガ・DVD・アニメ関連商品	9.4	7,957	1位	スーパー・ショッピングセンター	53.7
7位	電気製品(パソコン・音響機器など)	7.5	17,754	2位	コンビニエンスストア	50.1
8位	カメラ・ビデオカメラ・時計	7.4	22,685	3位	百貨店・デパート	46.2

● 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	日本在住の親族・知人	37.7	1位	インターネット(パソコン)	55.3
2位	その他インターネット	32.4	2位	日本在住の親族・知人	43.0
3位	自国の親族・知人	29.0	3位	観光案内所(空港除く)	25.2
4位	ロンリープラネット	25.2	4位	宿泊施設	23.3
5位	その他旅行ガイドブック	17.1	5位	空港の観光案内所	19.2
6位	宿泊施設ホームページ	16.7	6位	旅行ガイドブック(有料)	18.1
7位	個人のブログ	15.6	7位	フリーペーパー(無料)	13.0
8位	日本政府観光局ホームページ	12.1	8位	インターネット(スマートフォン)	11.6

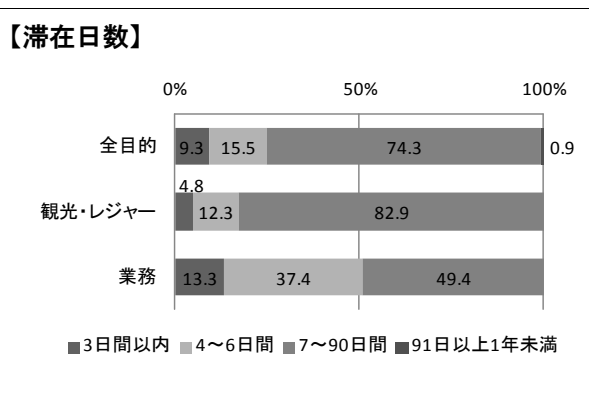
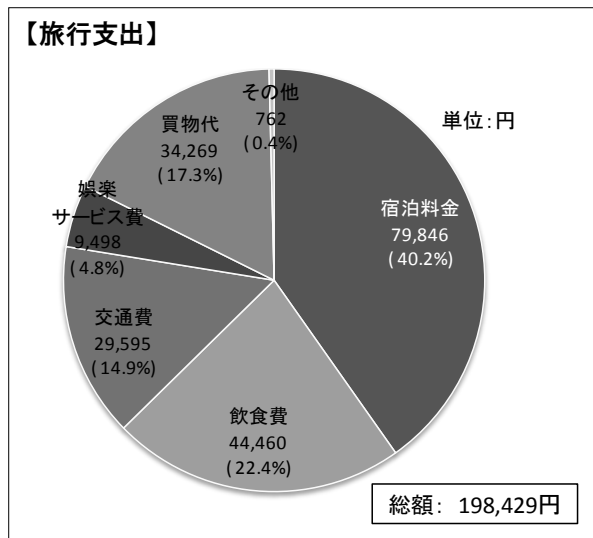
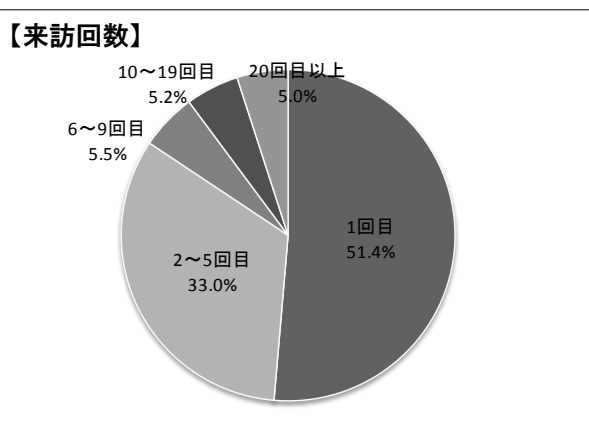
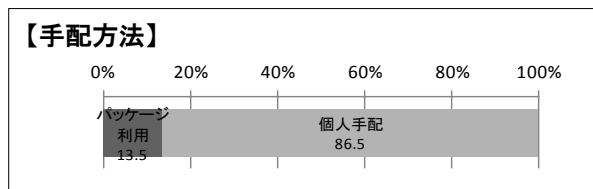
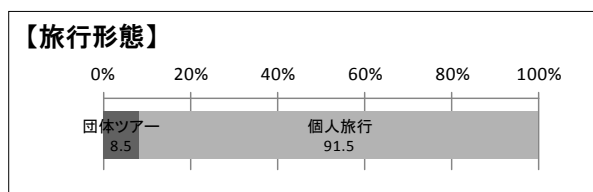
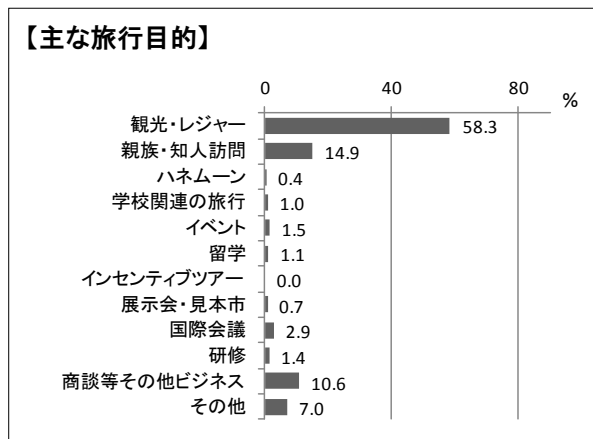
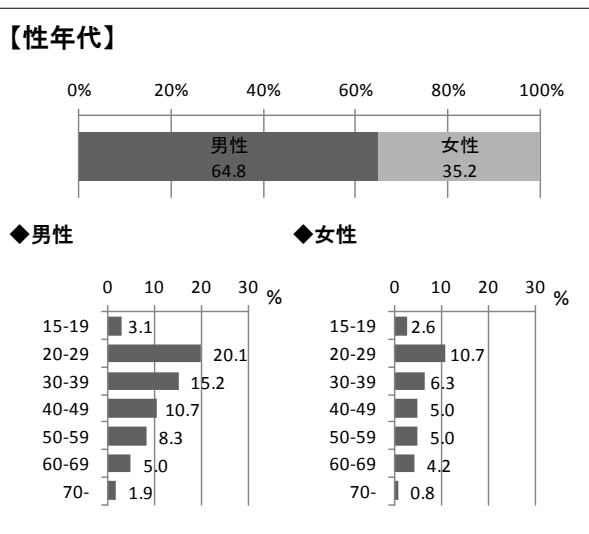
注) 旅行出発前に役に立った旅行情報源のうち、以下の項目が示す範囲は以下の通り。

- ・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

⑮ オーストラリア

- ◆訪日外客数 **162,578** 人 (前年比 28.0%減、シェア 2.6%)
- ◆1人当たり旅行支出 **198,429** 円/人 ◆平均泊数 **13.0** 泊
- ◆旅行消費額 **323** 億円 (シェア 4.0%、重点市場中第 6 位)

● 客層と旅行内容 ●



【特徴】

- 初来訪者の割合が5割で、中国に次いで高い。観光客比率は6割で前年並み。
- 滞在日数は7日間以上が主流で、同割合は前年に比べ増加。団体比率は1割未満。
- 観光客の旅行支出が高い。満足した購入商品では「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 (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	198,429 (100.0%)	79,846 (40.2%)	44,460 (22.4%)	29,595 (14.9%)	9,498 (4.8%)	34,269 (17.3%)	762 (0.4%)
[滞在日数]							
90日以内	193,987 (100.0%)	78,334 (40.4%)	43,391 (22.4%)	28,879 (14.9%)	9,480 (4.9%)	33,134 (17.1%)	768 (0.4%)
[来訪目的]							
観光・レジャー	222,143 (100.0%)	85,035 (38.3%)	51,983 (23.4%)	35,373 (15.9%)	13,184 (5.9%)	35,786 (16.1%)	782 (0.4%)
初めて	226,589 (100.0%)	87,477 (38.6%)	51,997 (22.9%)	35,300 (15.6%)	12,624 (5.6%)	38,779 (17.1%)	411 (0.2%)
2回目以上	215,514 (100.0%)	80,891 (37.5%)	52,269 (24.3%)	35,748 (16.6%)	14,283 (6.6%)	30,891 (14.3%)	1,432 (0.7%)
業務	182,938 (100.0%)	98,078 (53.6%)	34,452 (18.8%)	25,690 (14.0%)	3,307 (1.8%)	20,546 (11.2%)	865 (0.5%)

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費や飲食費、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	51.3	15,264	1位	民芸品・工芸品	13.9
2位	菓子類	34.8	6,226	2位	衣類	11.8
3位	服(和服以外)・かばん・靴	29.1	28,486	3位	ファッション雑貨	10.3
4位	和服(着物)・民芸品	26.6	13,848	◆買物場所◆ (複数回答)		
5位	化粧品・医薬品・トイレットリー	13.9	8,958	順位	買物場所	回答率 (%)
6位	マンガ・DVD・アニメ関連商品	10.0	12,828	1位	コンビニエンスストア	59.7
7位	カメラ・ビデオカメラ・時計	9.1	26,834	2位	スーパー・ショッピングセンター	56.1
8位	電気製品(パソコン・音響機器など)	9.0	19,573	3位	百貨店・デパート	51.6

● 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	ロンリープラネット	37.4	1位	インターネット(パソコン)	53.7
2位	自国の親族・知人	30.9	2位	日本在住の親族・知人	32.4
3位	日本在住の親族・知人	30.4	3位	観光案内所(空港除く)	31.4
4位	その他インターネット	28.2	4位	空港の観光案内所	24.6
5位	宿泊施設ホームページ	25.1	5位	宿泊施設	22.7
6位	旅行会社パンフレット	15.8	6位	旅行ガイドブック(有料)	18.4
7位	個人のブログ	12.4	7位	インターネット(スマートフォン)	12.2
8位	その他旅行ガイドブック	12.0	8位	フリーペーパー(無料)	7.8

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

Ⅲ 訪日外国人消費動向調査結果 (平成 23 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、ビジット・ジャパン事業の重点市場である15の国・地域と「それ以外の国・地域」の16区分の訪日外客数を元に重み付けを行って算出した(居住地別や主な宿泊地別のウェイトバック集計は行っていないため、第2表、第3表、第5表、第6表、第8表、第9表では『全体』列の表記がない点に留意されたい)。

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いない点、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に含まれる日本国内受取額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 23 年 年次報告書

発 行 平成 24 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/>