

訪日外国人の消費動向

訪日外国人消費動向調査結果及び分析

平成 25 年 10-12 月期 報告書

訪日外国人の消費動向

平成 25 年 10-12 月期 報告書

目 次

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

5. 満足度と再訪意向

(1) 訪日旅行全体の満足度と再訪意向	19
(2) 今回実施した活動と 次回実施したい活動	19
(3) 活動別にみる満足度	20
(4) 最も満足した購入商品	20

II 訪日外国人消費動向調査結果

1. 調査概要	25
2. 調査結果の利用上の注意	25

<集計表>

第1表 国籍・地域別 標本属性および旅行内容	表-1
第2表 居住地別 標本属性および旅行内容	表-7
第3表 主な宿泊地別 標本属性および旅行内容	表-13
第4表 国籍・地域別 費目別購入率および購入者単価	表-33
第5表 居住地別 費目別購入率および購入者単価	表-34
第6表 主な宿泊地別 費目別購入率および購入者単価	表-35
第7表 国籍・地域別 1人1回当たり旅行消費単価	表-39
第8表 居住地別 1人1回当たり旅行消費単価	表-42
第9表 主な宿泊地別 1人1泊当たり旅行消費単価	表-45
参考表 国籍・地域別 旅行情報源・活動内容・満足度など	表-65
付表 国籍・地域別 都道府県別訪問率	表-74

<調査票>

日本語、英語、韓国語、中国語（繁体字）、中国語（簡体字）

I 平成 25 年 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

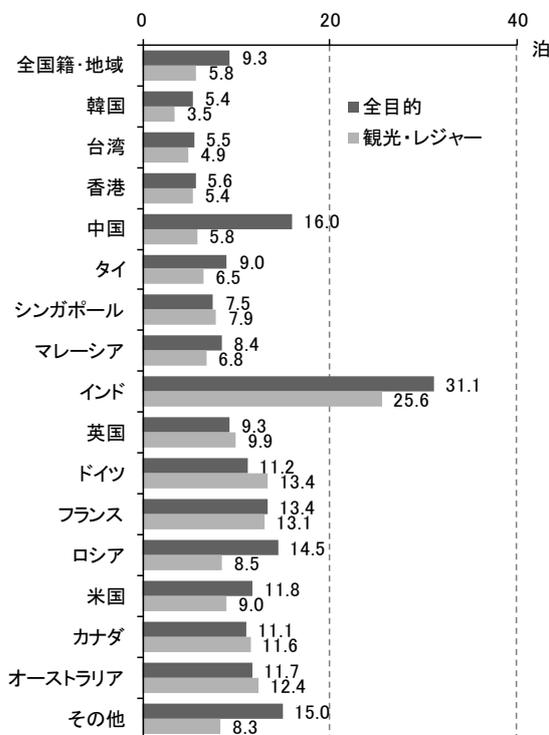
(1) 回答者属性

- 性別の構成比は男性 56.4%、女性 43.6% である。
- 性年代別で見ると、「男性 30 代」(18.8%)、「女性 30 代」(14.0%)、「男性 40 代」(13.2%) 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)。

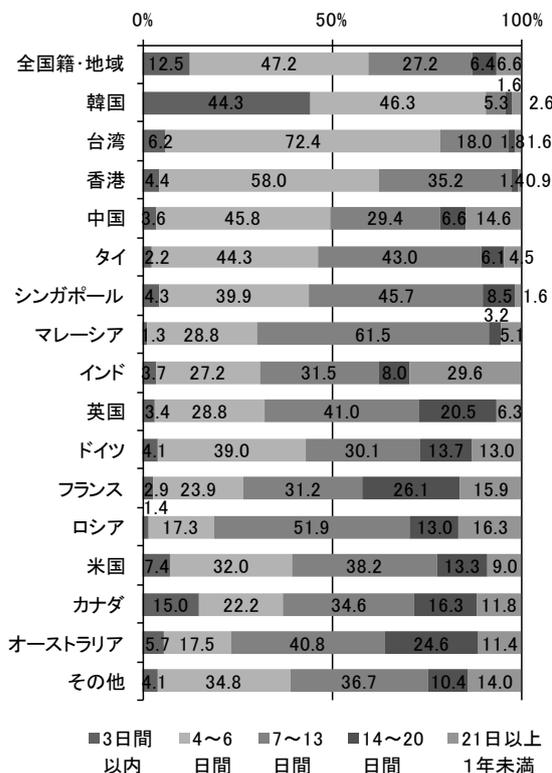
(2) 泊数

- 回答者全体の平均泊数は 9.3 泊である。国籍・地域別にみると、長期滞在者の割合が他の国籍・地域に比べて高いインドや中国で平均泊数が高くなっている(図表 1-1)。
- 観光・レジャーを目的とした訪日外国人の平均泊数は 5.8 泊である。アジアの国籍・地域では平均泊数が短い傾向がある。インドやドイツ、フランス、カナダ、オーストラリアでは平均泊数が 10 泊以上と長い。
- 滞在日数の分布をみると、6 日間以内の短期滞在者が 59.7% を占め、「21 日以上 1 年未満」の長期滞在者は 6.6% である。国籍・地域別にみると、韓国では「3 日間以内」の割合が 44.3% と他の国籍・地域に比べて高い。一方、インドやフランス、オーストラリアでは 14 日間以上の長期滞在者が 3 割を超える(図表 1-2)。

図表 1-1 平均泊数(国籍・地域別)



図表 1-2 滞在日数の分布(国籍・地域別)



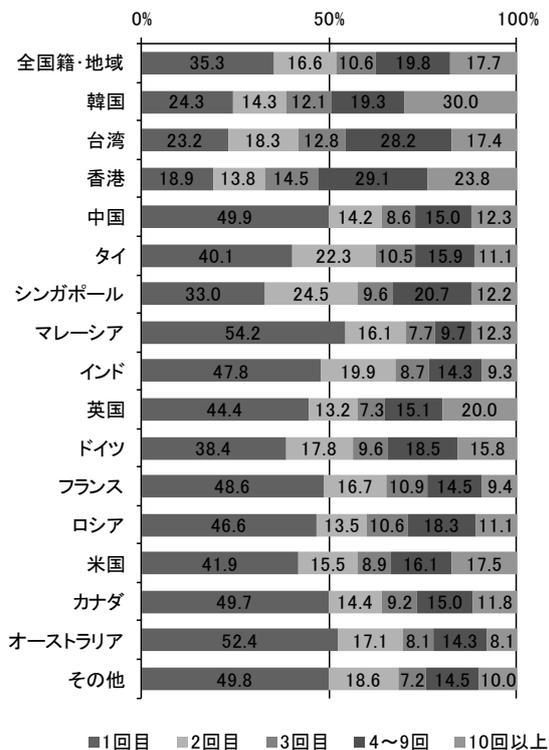
(3) 旅行内容

[全目的]

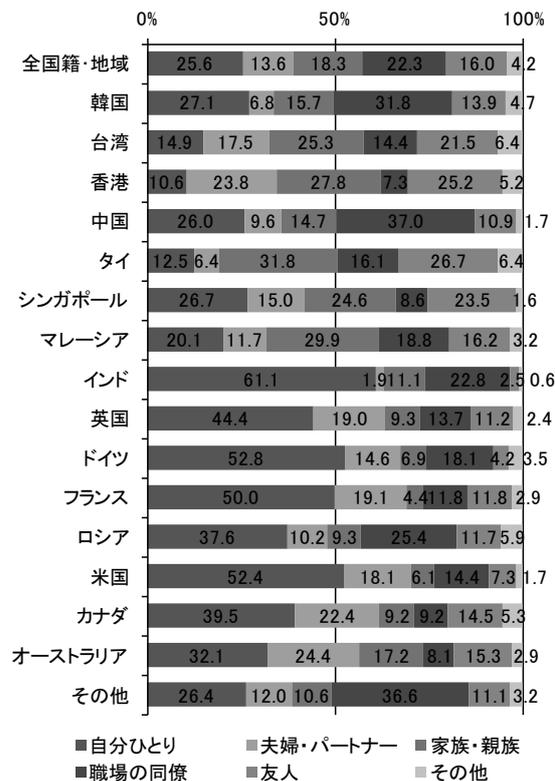
- 日本への来訪回数では、「1回目」が35.3%と最も多く、「2回目」が16.6%を占める。一方で「10回以上」も17.7%と少なくない。国籍・地域別では、マレーシアやオーストラリアで「1回目」が5割超と高い。一方、香港では「1回目」の割合が低く、2割を下回る(図表 1-3)。

- 同行者は「自分ひとり」25.6%、「職場の同僚」22.3%、「家族・親族」18.3%、「友人」16.0%、「夫婦・パートナー」13.6%の順となっている。国籍・地域別では、インドやドイツ、フランス、米国で「自分ひとり」が5割以上である。また、韓国や中国では「職場の同僚」の割合が3割超と他の国籍・地域に比べて高い(図表 1-4)。

図表 1-3 日本への来訪回数(国籍・地域別、全目的)



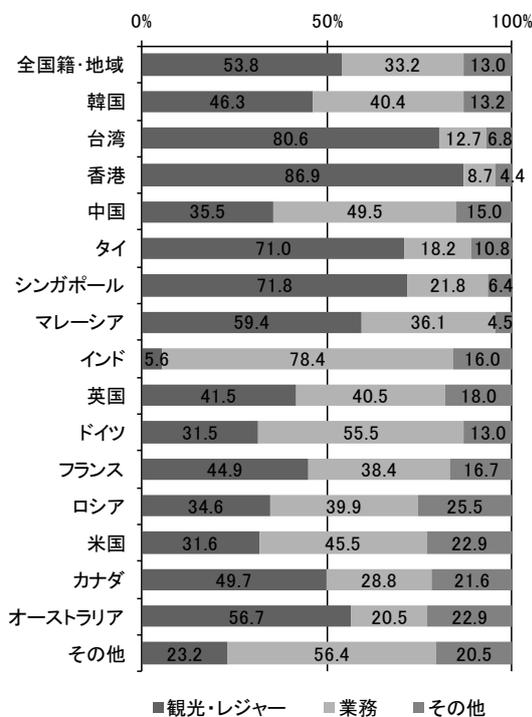
図表 1-4 同行者(国籍・地域別、全目的)



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

- 訪日外国人の主な来訪目的では「観光・レジャー」が全体の53.8%を占める。国籍・地域別では、台湾や香港で「観光・レジャー」の割合が8割超と特に高い。一方、「業務（展示会・見本市／国際会議／社内会議／研修／商談等その他ビジネス）」は全体の33.2%を占め、特にインドでの割合が78.4%と高い（図表1-5）。

図表 1-5 主な来訪目的（国籍・地域別、全目的）



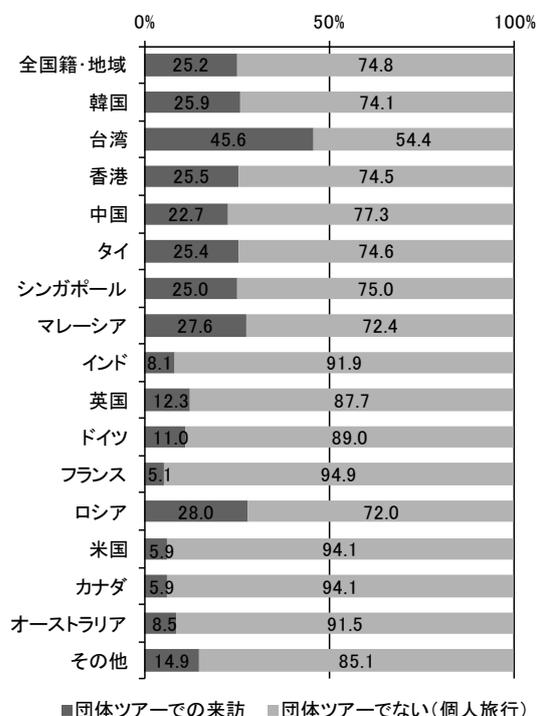
- 利用した宿泊施設のタイプ（複数回答）では、85.3%が「ホテル（洋室中心）」、20.5%が「旅館（和室中心）」を利用している。国籍・地域別では、台湾や香港、シンガポールで「旅館」の利用率が3割を超える（図表1-6）。

図表 1-6 宿泊施設タイプ（複数回答）
（国籍・地域別、全目的）

	ホテル (洋室中心)	旅館 (和室中心)	別荘・コンド ミニアム	親族・ 知人宅
全国籍・地域	85.3	20.5	1.0	8.6
韓国	85.6	8.9	0.9	9.7
台湾	88.4	30.3	0.5	4.4
香港	92.3	33.9	0.2	2.8
中国	79.9	18.8	2.5	10.7
タイ	79.7	28.0	1.6	8.0
シンガポール	94.7	30.5	0.0	2.1
マレーシア	87.8	20.5	1.3	7.1
インド	72.8	3.1	1.2	10.5
英国	86.3	17.6	1.0	13.7
ドイツ	86.9	21.4	2.1	11.0
フランス	76.1	23.2	0.7	15.2
ロシア	77.9	17.3	1.4	16.3
米国	81.2	12.9	1.2	15.7
カナダ	90.0	24.0	1.3	13.3
オーストラリア	91.5	22.7	0.9	13.3
その他	83.2	14.1	0.9	9.5

- 旅行形態では「団体ツアーでの来訪」が25.2%を占める。国籍・地域別では、台湾で「団体ツアーでの来訪」の割合が45.6%と高い。（図表1-7）。

図表 1-7 団体ツアー参加状況
（国籍・地域別、全目的）



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

図表 1-8 都道府県別訪問率（複数回答）
（主要国籍・地域別、全目的、上位 5 箇所）

【韓国】

順位	都道府県名	回答数	訪問率
1位	東京都	542	30.5%
2位	福岡県	459	25.8%
3位	大阪府	432	24.3%
4位	大分県	177	10.0%
5位	京都府	165	9.3%
回答者数および訪問率延べ合計		1,778	156.7%

【台湾】

順位	都道府県名	回答数	訪問率
1位	東京都	481	35.7%
2位	大阪府	332	24.6%
3位	京都府	281	20.8%
4位	北海道	149	11.1%
5位	福岡県	147	10.9%
回答者数および訪問率延べ合計		1,348	215.5%

【香港】

順位	都道府県名	回答数	訪問率
1位	東京都	174	40.6%
2位	大阪府	88	20.5%
3位	京都府	68	15.9%
4位	福岡県	50	11.7%
5位	北海道	43	10.0%
回答者数および訪問率延べ合計		429	203.0%

【中国】

順位	都道府県名	回答数	訪問率
1位	東京都	555	63.2%
2位	大阪府	358	40.8%
3位	京都府	235	26.8%
4位	神奈川県	165	18.8%
5位	千葉県	116	13.2%
回答者数および訪問率延べ合計		878	244.9%

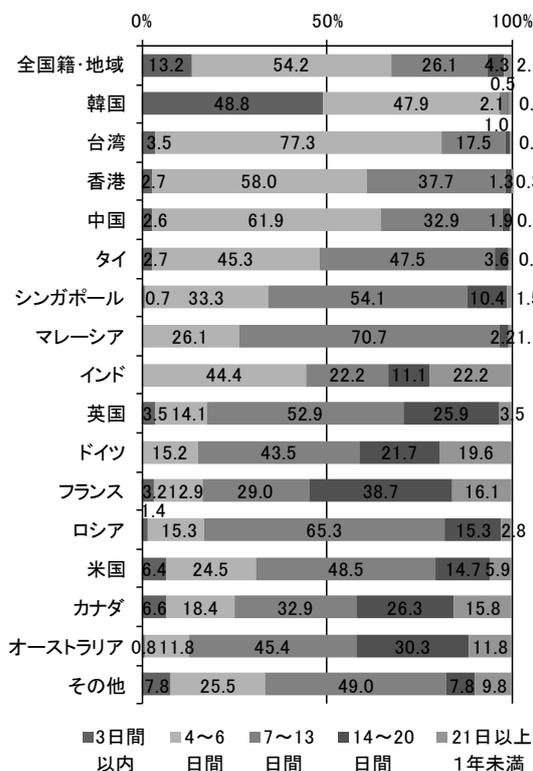
【米国】

順位	都道府県名	回答数	訪問率
1位	東京都	425	65.8%
2位	京都府	153	23.7%
3位	神奈川県	126	19.5%
4位	大阪府	106	16.4%
5位	千葉県	61	9.4%
回答者数および訪問率延べ合計		646	203.1%

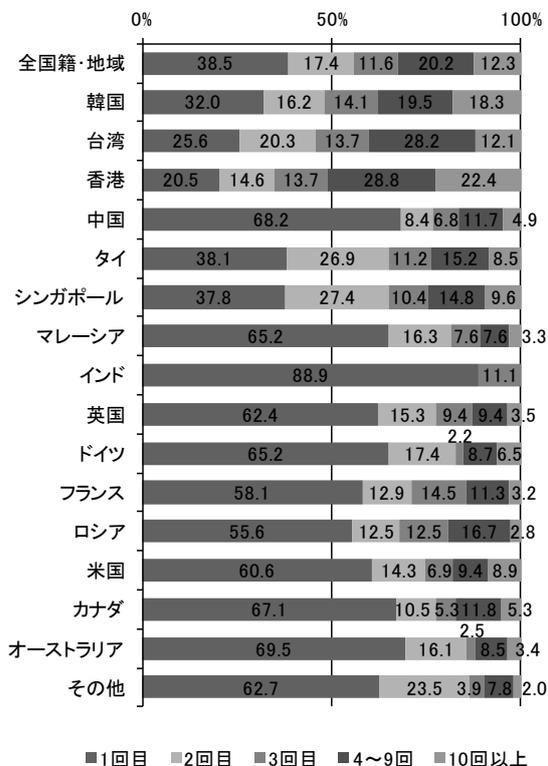
〔観光・レジャー目的〕

- 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・地域別にみると、韓国では「3日間以内」の滞在が48.8%と他の国籍・地域に比べて多い。台湾では「4～6日間」の割合が高く77.3%を占める。フランスでは14日間以上の滞在が5割超と高い（図表1-9）。
- 日本への来訪回数では、「1回目」の割合がインドで9割弱、中国やカナダ、オーストラリアで7割弱と高い。台湾や香港では2回目以上の割合が高い（図表1-10）。
- 同行者では、インドや英国、ドイツ、フランス、米国で「自分ひとり」の割合が3割以上と高い（図表1-11）。

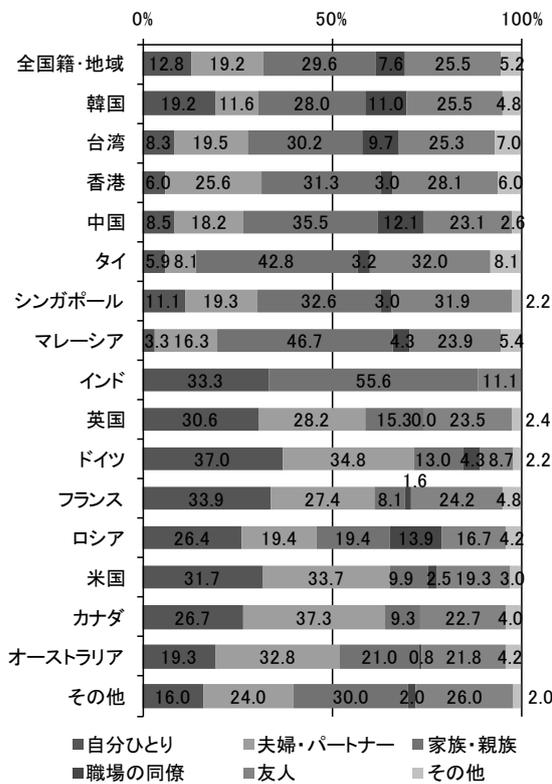
図表 1-9 滞在日数
(国籍・地域別、観光・レジャー目的のみ)



図表 1-10 日本への来訪回数
(国籍・地域別、観光・レジャー目的のみ)



図表 1-11 同行者
(国籍・地域別、観光・レジャー目的のみ)



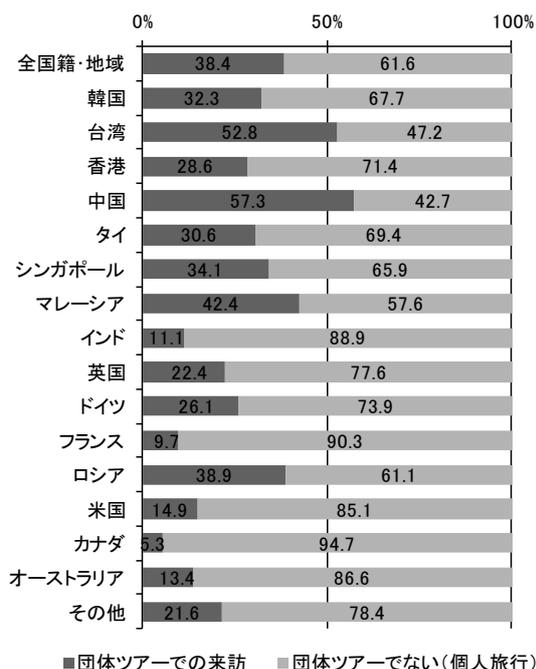
注) 「同行者」の設問は複数回答。上記図表では「同行者」を2つ以上選択した回答を「その他」として集計している。

- 利用した宿泊施設タイプ（複数回答）をみると「ホテル」の利用が主流だが、香港や中国、シンガポール、カナダでは「旅館」の利用率が4割弱と高い(図表 1-12)。
- 団体ツアー参加状況をみると、台湾や中国での参加率が高く、5割以上を占める(図表 1-13)。

図表 1-12 宿泊施設タイプ（複数回答）
（国籍・地域別、観光・レジャー目的のみ）
（%）

	ホテル (洋室中心)	旅館 (和室中心)	別荘・コンド ミニウム	親族・ 知人宅
全国籍・地域	89.6	29.9	0.7	4.8
韓国	88.1	12.9	1.2	6.2
台湾	90.6	34.8	0.3	2.4
香港	93.8	36.9	0.0	1.6
中国	94.1	38.1	0.0	3.9
タイ	87.3	32.6	2.3	5.0
シンガポール	94.0	39.6	0.0	2.2
マレーシア	89.1	30.4	1.1	4.3
インド	55.6	0.0	0.0	33.3
英国	87.1	28.2	1.2	10.6
ドイツ	89.1	32.6	2.2	13.0
フランス	62.9	30.6	1.6	12.9
ロシア	91.7	26.4	1.4	9.7
米国	82.3	22.7	1.0	13.3
カナダ	90.7	37.3	2.7	12.0
オーストラリア	92.4	30.3	0.8	8.4
その他	82.4	35.3	0.0	9.8

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



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

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

【韓国】

順位	都道府県名	回答数	訪問率
1位	福岡県	313	38.2%
2位	大阪府	223	27.2%
3位	大分県	129	15.8%
4位	東京都	120	14.7%
5位	熊本県	113	13.8%
回答者数および訪問率延べ合計		819	163.1%

【台湾】

順位	都道府県名	回答数	訪問率
1位	東京都	343	31.6%
2位	大阪府	274	25.3%
3位	京都府	254	23.4%
4位	北海道	140	12.9%
5位	福岡県	128	11.8%
回答者数および訪問率延べ合計		1,084	226.1%

【香港】

順位	都道府県名	回答数	訪問率
1位	東京都	139	37.5%
2位	大阪府	83	22.4%
3位	京都府	67	18.1%
4位	福岡県	49	13.2%
5位	北海道	41	11.1%
回答者数および訪問率延べ合計		371	215.1%

【中国】

順位	都道府県名	回答数	訪問率
1位	東京都	216	69.7%
2位	大阪府	201	64.8%
3位	京都府	153	49.4%
4位	神奈川県	87	28.1%
5位	山梨県	84	27.1%
回答者数および訪問率延べ合計		310	333.5%

【米国】

順位	都道府県名	回答数	訪問率
1位	東京都	172	84.3%
2位	京都府	94	46.1%
3位	大阪府	38	18.6%
4位	神奈川県	35	17.2%
5位	広島県	24	11.8%
回答者数および訪問率延べ合計		204	268.1%

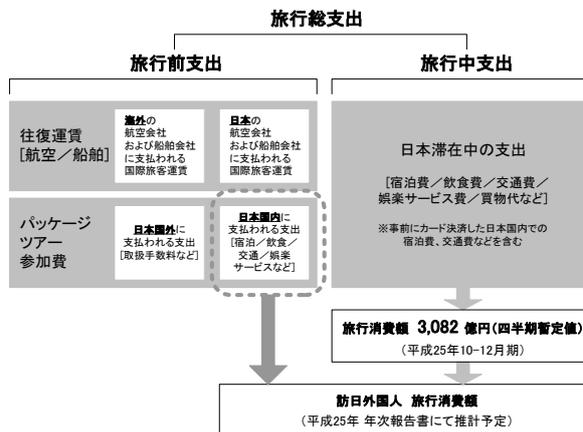
2. 訪日外国人の旅行支出

(1) 旅行支出

- 平成25年10-12月期における訪日外国人の旅行中支出額は平均 117,038 円と推計される。旅行前支出額（パッケージツアー代または日本までの往復運賃）は平均 104,949 円、両者を合算した総支出額は平均 221,987 円と推計される（図表 2-2）。
- 国籍・地域別に旅行中支出額を比較すると、中国が 19.8 万円と最も高く、オーストラリア（18.1 万円）、フランス（17.8 万円）、カナダ（17.6 万円）、ロシア（16.5 万円）が続く。

- 1泊当たり旅行中支出額は 12,521 円、旅行前支出を含めた 1泊当たり総支出額は 23,750 円となっている。

図表 2-1 旅行支出の推計範囲についての概念図



図表 2-2 平成 25 年 10-12 月期 訪日外国人1人当たり旅行支出（国籍・地域別）※四半期暫定値

国籍・地域	標本数	(円/人)	(円/人)	(円/人)	総支出額 標準誤差率	(泊)	(円/人泊)	(円/人泊)
		a. パッケージツアー・ 往復運賃支出 (旅行前支出額)	b. 日本国内に おける旅行支出 (旅行中支出額)	c. 総支出額 (=a.+b.)		d. 平均泊数	1泊当たり 旅行中支出額 (=b./d.)	1泊当たり 総支出額 (=c./d.)
全国籍・地域	7,136	104,949	117,038	221,987	-	9.3	12,521	23,750
韓国	1,768	47,587	65,840	113,427	2.4%	5.4	12,220	21,052
台湾	1,339	80,931	81,245	162,176	1.8%	5.5	14,832	29,606
香港	428	82,792	119,431	202,223	3.2%	5.6	21,216	35,923
中国	878	88,655	198,433	287,088	3.5%	16.0	12,408	17,952
タイ	308	110,638	104,552	215,190	2.8%	9.0	11,572	23,817
シンガポール	187	102,276	132,779	235,055	4.4%	7.5	17,616	31,186
マレーシア	156	107,649	91,059	198,708	4.2%	8.4	10,778	23,519
インド	161	109,247	148,219	257,466	10.3%	31.1	4,764	8,276
英国	202	199,085	144,127	343,212	5.4%	9.3	15,567	37,070
ドイツ	145	234,028	133,018	367,046	6.1%	11.2	11,856	32,716
フランス	137	199,894	178,050	377,944	6.3%	13.4	13,318	28,269
ロシア	205	133,316	165,184	298,501	6.9%	14.5	11,407	20,614
米国	642	187,391	160,304	347,695	3.1%	11.8	13,594	29,484
カナダ	153	143,197	175,564	318,762	5.8%	11.1	15,838	28,756
オーストラリア	211	171,337	181,014	352,351	4.1%	11.7	15,438	30,051
その他	216	157,938	119,801	277,739	7.7%	15.0	8,004	18,555

注) 支出額の全体平均は、国籍・地域別平均値を日本政府観光局(JNTO)「訪日外客数」をウェイトとして加重平均したものの

【参考】 訪日外国人1人当たり旅行支出額の推移

調査時期	調査時期	(円/人)	(円/人)	(円/人)
		旅行前支出額	旅行中支出額	総支出額
平成24年	10-12月期	85,125	105,121	190,246
平成25年	1-3月期	99,327	112,590	211,917
	4-6月期	96,661	116,037	212,698
	7-9月期	101,666	117,144	218,809
	10-12月期	104,949	117,038	221,987

注) 訪日外客数の更新等に伴い、前回公表値から一部数値を改訂した。

【参考】 平成 25 年 10-12 月期における

- 訪日外国人の日本における旅行中支出額に、同期間の訪日外客数を乗じることにより、訪日外国人の旅行消費額は 3,082 億円と推計される（図表 2-3）。
- 国籍・地域別の旅行消費額は、①中国 635 億円（構成比 20.6%）、②台湾 439 億円（同 14.3%）、③韓国 337 億円（同 10.9%）、④米国 332 億円（同 10.8%）、⑤香港 236 億円（同 7.6%）の順であり、上位 5 カ国で全体の 64.2%を占める。

（2）手配別にみる旅行支出

- パッケージツアー利用客は全体の 29.3% を占める。台湾では同利用率が 5 割を超える（図表 2-4）。
- パッケージツアー購入者単価（旅行前支出額）は平均 137,616 円、ツアー利用客の旅行中支出額は同 68,052 円である。
- 個人手配客の出発国から日本までの往復運賃は平均 91,436 円、個人手配客の旅行中支出額は同 139,955 円である。
- 総支出額はツアー利用客で平均 205,668 円、個人手配客で同 231,391 円である。

図表 2-3 平成 25 年 10-12 月期 訪日外国人の旅行消費額（国籍・地域別）※四半期暫定値

国籍・地域	(円/人)	(人)	(億円)	構成比
	a.日本国内における旅行支出 (旅行中支出額)	b.訪日外客数 ^{注1} (JNTO速報値)	c.訪日外国人 旅行消費額 ^{注2} (=a.×b.)	
全国籍・地域	117,038	2,632,960	3,081.6	100.0%
韓国	65,840	511,973	337.1	10.9%
台湾	81,245	540,801	439.4	14.3%
香港	119,431	197,233	235.6	7.6%
中国	198,433	319,935	634.9	20.6%
タイ	104,552	168,506	176.2	5.7%
シンガポール	132,779	74,246	98.6	3.2%
マレーシア	91,059	72,460	66.0	2.1%
インド	148,219	17,777	26.3	0.9%
英国	144,127	50,599	72.9	2.4%
ドイツ	133,018	33,369	44.4	1.4%
フランス	178,050	38,969	69.4	2.3%
ロシア	165,184	15,598	25.8	0.8%
米国	160,304	207,131	332.0	10.8%
カナダ	175,564	41,511	72.9	2.4%
オーストラリア	181,014	64,499	116.8	3.8%
その他	119,801	278,353	333.5	10.8%

注1) 出典：日本政府観光局（JNTO） ※平成25年10月は暫定値、同年11-12月は推計値を使用した。

注2) 四半期報告書に掲載する「旅行消費額」は「旅行中支出額」の合算値であり、パッケージツアー参加費に含まれる日本国内支出や日本の航空会社および船舶会社に支払われる国際旅客運賃を含まない。

【参考】 訪日外国人の旅行消費額の推移

調査時期	(円/人)	(人)	(億円)
	旅行中支出額	訪日外客数	旅行消費額
平成24年 10-12月期	105,121	2,044,075	2,148.8
平成25年	1-3月期	2,255,094	2,539.0
	4-6月期	2,699,491	3,132.4
	7-9月期	2,776,377	3,252.3
	10-12月期	2,632,960	3,081.6

注) 訪日外客数の更新等に伴い、前回公表値から一部数値を改訂した。

・ 訪日外客数については、日本政府観光局（JNTO）が公表している平成 26 年 1 月時点の最新データを用いた。

・ 四半期毎に作成する旅行消費額には、パッケージ参加費に含まれる日本国内に支払われる宿泊費や日本の航空会社および船舶会社に支払われる国際旅客運賃等を含まない。

図表 2-4 手配別にみる訪日外国人1人当たり旅行支出（国籍・地域別）※四半期暫定値

【パッケージツアー利用者】

国籍・地域	(%)	(円/人)	(円/人)	(円/人)	(泊)	(円/人泊)	(円/人泊)
	パッケージツアー購入率	a.パッケージツアー購入者単価 (旅行前支出額)	b.日本国内における旅行支出 (旅行中支出額)	c.パッケージツアー客総支出額 (a.+b.)	d.平均泊数	1泊当たり旅行中支出額 (=b./d.)	1泊当たり総支出額 (=c./d.)
全国籍・地域	29.3	137,616	68,052	205,668	4.8	14,170	42,824
韓国	30.2	74,412	33,396	107,808	2.7	12,225	39,464
台湾	50.7	111,968	51,883	163,851	4.2	12,500	39,477
香港	41.0	115,082	90,604	205,686	4.6	19,883	45,138
中国	26.3	131,666	177,596	309,262	5.2	33,961	59,139
タイ	28.7	171,119	51,765	222,884	5.1	10,239	44,087
シンガポール	27.7	173,400	51,300	224,701	5.5	9,295	40,712
マレーシア	30.1	178,786	65,362	244,148	7.5	8,678	32,415
インド	11.1	196,280	71,229	267,509	27.3	2,606	9,787
英国	14.1	390,202	42,926	433,129	9.1	4,733	47,759
ドイツ	10.3	575,980	67,437	643,417	15.8	4,268	40,723
フランス	5.1	646,479	92,554	739,033	13.0	7,120	56,849
ロシア	19.7	323,512	133,826	457,339	12.7	10,552	36,059
米国	7.7	360,161	69,062	429,224	8.5	8,106	50,378
カナダ	8.5	193,596	33,851	227,448	5.3	6,378	42,853
オーストラリア	11.4	400,403	56,918	457,321	11.1	5,116	41,108
その他	14.9	262,150	69,109	331,260	8.1	8,574	41,096

【参考】パッケージツアー利用者の旅行支出額の推移

調査時期	旅行前支出額 (パッケージ料金)	旅行中支出額	総支出額	(泊)	(円/人泊)	(円/人泊)	
				平均泊数	1泊当たり旅行中支出額	1泊当たり総支出額	
平成24年	10-12月期	109,316	45,490	154,806	4.9	9,333	31,761
平成25年	1-3月期	105,462	50,908	156,369	4.2	12,009	36,887
	4-6月期	113,899	63,853	177,752	4.7	13,648	37,992
	7-9月期	122,866	65,595	188,462	5.0	13,060	37,523
	10-12月期	137,616	68,052	205,668	4.8	14,170	42,824

注) 訪日外客数の更新等に伴い、前回公表値から一部数値を改訂した。

【個人手配客】

国籍・地域	(%)	(円/人)	(円/人)	(円/人)	(泊)	(円/人泊)	(円/人泊)
	往復運賃購入率	a.往復運賃購入者単価 (旅行前支出額)	b.日本国内における旅行支出 (旅行中支出額)	c.個人手配客総支出額 (a.+b.)	d.平均泊数	1泊当たり旅行中支出額 (=b./d.)	1泊当たり総支出額 (=c./d.)
全国籍・地域	70.7	91,436	139,955	231,391	11.2	12,466	20,611
韓国	69.8	35,980	82,764	118,744	6.5	12,660	18,164
台湾	49.3	49,055	114,448	163,503	6.8	16,730	23,901
香港	59.0	60,330	144,077	204,407	6.4	22,599	32,061
中国	73.7	73,299	208,669	281,967	19.8	10,520	14,216
タイ	71.3	86,337	127,296	213,633	10.6	11,971	20,090
シンガポール	72.3	75,082	170,555	245,637	8.3	20,527	29,563
マレーシア	69.9	76,975	104,052	181,027	8.8	11,765	20,469
インド	88.9	98,368	161,177	259,545	31.6	5,103	8,218
英国	85.9	167,595	165,432	333,027	9.3	17,808	35,849
ドイツ	89.7	194,873	141,846	336,719	10.7	13,263	31,485
フランス	94.9	176,031	184,220	360,250	13.4	13,759	26,906
ロシア	80.3	86,621	178,951	265,573	14.9	11,992	17,797
米国	92.3	172,896	169,877	342,773	12.1	14,078	28,406
カナダ	91.5	138,517	193,278	331,796	11.6	16,631	28,550
オーストラリア	88.6	141,938	196,335	338,273	11.8	16,636	28,662
その他	85.1	139,646	130,104	269,749	16.2	8,041	16,671

【参考】個人手配客の旅行支出額の推移

調査時期	旅行前支出額 (往復運賃)	旅行中支出額	総支出額	(泊)	(円/人泊)	(円/人泊)	
				平均泊数	1泊当たり旅行中支出額	1泊当たり総支出額	
平成24年	10-12月期	77,802	126,558	204,360	12.0	10,559	17,051
平成25年	1-3月期	97,169	137,432	234,601	18.0	7,636	13,035
	4-6月期	88,734	142,509	231,244	13.2	10,758	17,457
	7-9月期	90,714	147,452	238,166	18.3	8,077	13,046
	10-12月期	91,436	139,955	231,391	11.2	12,466	20,611

注) 訪日外客数の更新等に伴い、前回公表値から一部数値を改訂した。

(3) 来訪目的別にみる旅行支出

- 来訪目的別の旅行中支出額は、「観光・レジャー」104,438 円、「商談等その他ビジネス」139,046 円、「親族・知人訪問」116,930 円などとなっている（図表 2-5）。
- 来訪目的別の市場規模を推計すると、「観光・レジャー」の旅行消費額は 1,479 億

円で全体の 47.7%を占める。これに対し、「展示会・見本市」「国際会議」「研修」「社内会議」「商談等その他ビジネス」を合算した「業務」目的の旅行消費額は 1,160 億円で、全体の 37.4%を占める。

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

来訪目的	観光・レジャー	親族・知人訪問	ハネムーン	学校関連の旅行	イベント	留学	インセンティブツアー	業務					その他	
								展示会・見本市	国際会議	社内会議 (自社施設以外で開催されたもの)	研修	商談等 その他 ビジネス		
旅行中支出額 (円/人)	全国籍・地域	104,438	116,930	114,034	63,950	107,632	308,514	86,705	97,521	127,843	138,511	125,599	139,046	158,829
	韓国	51,741	68,279	80,175	28,888	41,250	358,350	26,000	66,010	67,416	66,513	54,313	84,100	66,252
	台湾	76,419	97,867	78,268	-	85,000	309,533	84,755	88,205	89,567	93,803	71,549	121,657	130,608
	香港	116,510	84,209	91,000	-	54,000	-	80,000	95,250	51,070	121,972	182,577	310,136	265,140
	中国	194,511	152,330	246,710	-	288,833	397,286	99,065	162,228	324,890	145,787	179,699	218,416	379,727
	米国	146,727	124,138	197,969	20,985	112,525	474,120	-	126,753	155,240	164,120	252,828	194,410	137,329
【参考】消費額 (億円)	全国籍・地域	1,479.3	203.2	16.3	7.7	26.2	70.6	15.0	65.0	121.3	293.6	151.1	529.0	123.1
	韓国	122.8	25.7	1.2	1.6	0.6	21.8	0.4	19.7	7.6	4.4	16.2	108.7	9.4
	台湾	332.9	14.1	4.1	0.0	0.7	5.0	4.8	7.4	9.0	16.6	4.9	31.2	11.5
	香港	199.7	3.5	0.4	0.0	0.2	0.0	0.4	1.3	0.2	10.7	2.5	15.8	8.6
	中国	221.0	48.6	1.8	0.0	4.2	14.6	3.3	10.1	39.3	56.1	45.4	166.5	26.4
	米国	96.0	33.0	1.3	0.1	2.9	10.6	0.0	2.8	19.4	56.3	26.8	67.3	20.3
目的別 構成比 (%)	全国籍・地域	47.7	6.6	0.5	0.2	0.8	2.3	0.5	2.1	3.9	9.5	4.9	17.1	4.0
	韓国	36.1	7.6	0.3	0.5	0.2	6.4	0.1	5.8	2.2	1.3	4.8	32.0	2.8
	台湾	75.3	3.2	0.9	0.0	0.2	1.1	1.1	1.7	2.0	3.7	1.1	7.1	2.6
	香港	82.1	1.4	0.2	0.0	0.1	0.0	0.2	0.5	0.1	4.4	1.0	6.5	3.5
	中国	34.7	7.6	0.3	0.0	0.7	2.3	0.5	1.6	6.2	8.8	7.1	26.1	4.1
	米国	28.5	9.8	0.4	0.0	0.9	3.2	0.0	0.8	5.8	16.7	7.9	20.0	6.0

注) 上表における「消費額」は「旅行中支出額」に「訪日外客数」を乗じて算出したものであり、「旅行前支出額」に含まれる国内収入分は含まれていない。
来訪目的無回答者が存在するため、上表の来訪目的別消費額の合計値は平成25年10-12月期旅行消費額とは一致しない。

上表 各セルの 標本数	全国籍・地域	3,737	501	36	36	55	67	37	195	256	545	319	1,112	217
	韓国	816	130	5	19	5	21	5	101	39	23	103	443	47
	台湾	1,076	35	13	0	2	4	14	21	25	44	17	64	22
	香港	370	9	1	0	1	0	1	3	1	19	3	11	7
	中国	310	87	2	0	4	10	9	17	33	105	69	208	19
	米国	204	83	2	2	8	7	0	7	39	107	33	106	44

注) 標本数が小さい数値については、取り扱いに留意されたい。

3. 土産品の購入実態

(1) 費目別購入率

- 購入率（その費目を購入した人の割合）が最も高い費目は「菓子類」であり、61.7%が購入している。次いで「その他食料品・飲料・酒・たばこ」の購入率が高い。国籍・地域別では、「カメラ・ビデオカメラ・時計」や「電気製品」で中国の購入率が高く、「服（和服以外）・かばん・靴」で香港の購入率が高い（図表 3-1）。

(2) 費目別購入者単価

- 費目別の購入者単価（その費目を購入した人における当該費目の平均支出額）は、「カメラ・ビデオカメラ・時計」が5.6万円と高く、次いで「電気製品」が3.7万円、「服・かばん・靴」が2.9万円と高い。
- 来訪目的別にみると、購入率は「観光・レジャー」客の方が高い傾向がみられるが、購入者単価の大小は国籍・地域や費目によって異なる（図表 3-2）。

図表 3-1 費目別購入率および購入者単価（主要国籍・地域別）

国籍・地域	全国籍・地域		韓国		台湾		香港		中国		米国	
	購入率	購入者単価(円)	購入率	購入者単価(円)	購入率	購入者単価(円)	購入率	購入者単価(円)	購入率	購入者単価(円)	購入率	購入者単価(円)
菓子類	61.7%	10,720	61.4%	5,246	75.8%	9,335	65.2%	10,609	80.3%	12,592	30.9%	6,325
その他食料品・飲料・酒・たばこ	51.6%	13,009	50.0%	8,764	55.2%	9,290	57.7%	12,713	59.1%	19,187	45.4%	16,661
カメラ・ビデオカメラ・時計	9.6%	56,351	4.4%	47,008	4.8%	36,250	7.1%	32,915	29.1%	90,906	2.7%	38,029
電気製品	10.6%	36,514	4.0%	19,714	8.5%	23,351	9.0%	18,780	33.9%	56,169	4.1%	19,051
化粧品・医薬品・トイレタリー	43.4%	21,413	29.8%	14,826	71.2%	17,983	57.2%	17,756	75.9%	36,086	7.8%	7,154
和服(着物)・民芸品	14.1%	11,937	5.6%	7,275	10.7%	8,651	13.7%	20,558	11.5%	13,553	27.0%	16,378
服(和服以外)・かばん・靴	35.0%	28,587	22.4%	22,386	44.1%	22,347	55.8%	32,902	41.2%	53,469	15.4%	20,821
マンガ・DVD・アニメ関連商品	6.8%	13,022	3.9%	8,704	6.8%	10,194	10.2%	11,091	6.8%	9,189	5.1%	11,992

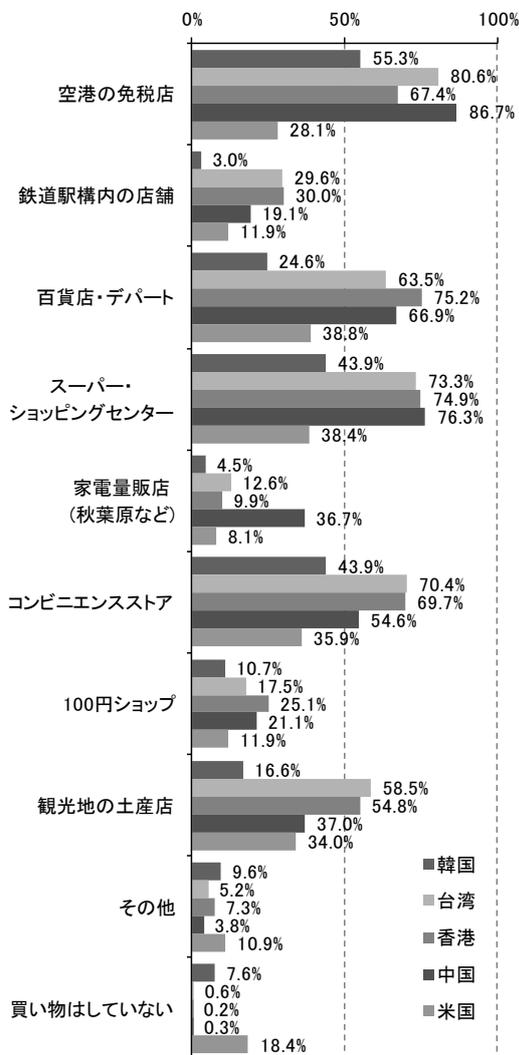
図表 3-2 来訪目的別にみる費目別購入率および購入者単価（主要国籍・地域別）

国籍・地域	来訪目的	韓国		台湾		香港		中国		米国	
		購入率	購入者単価(円)								
菓子類	観光・レジャー	68.1%	4,919	77.1%	9,374	67.1%	10,413	86.7%	14,853	36.9%	6,091
	業務	57.9%	5,388	69.8%	8,859	56.8%	14,014	77.8%	11,035	25.3%	6,364
その他食料品・飲料・酒・たばこ	観光・レジャー	57.5%	7,145	56.8%	9,273	58.9%	13,038	57.0%	17,335	52.7%	13,561
	業務	43.4%	11,361	46.7%	8,414	51.4%	9,580	60.4%	17,697	38.7%	20,344
カメラ・ビデオカメラ・時計	観光・レジャー	4.9%	22,019	5.1%	29,681	7.4%	32,951	30.4%	80,213	2.0%	85,437
	業務	4.0%	88,494	3.6%	70,833	0.0%	-	30.6%	93,365	1.7%	26,778
電気製品	観光・レジャー	4.6%	20,557	8.1%	21,480	10.4%	18,780	38.2%	58,862	6.9%	23,727
	業務	3.3%	19,082	8.9%	25,635	0.0%	-	31.5%	52,386	2.4%	16,052
化粧品・医薬品・トイレタリー	観光・レジャー	36.5%	15,561	74.6%	17,961	57.8%	18,072	84.5%	42,260	11.3%	5,425
	業務	21.4%	14,215	53.3%	15,386	51.4%	14,706	71.5%	32,331	5.1%	7,160
和服(着物)・民芸品	観光・レジャー	8.1%	4,699	11.6%	8,120	15.6%	20,558	19.7%	13,670	29.6%	16,372
	業務	3.0%	4,105	4.1%	21,714	0.0%	-	6.5%	12,446	21.2%	16,430
服(和服以外)・かばん・靴	観光・レジャー	28.4%	18,317	46.6%	20,644	57.8%	28,529	51.5%	59,720	21.2%	21,262
	業務	11.8%	35,706	29.0%	20,844	37.8%	98,368	31.9%	36,304	11.6%	26,889
マンガ・DVD・アニメ関連商品	観光・レジャー	5.4%	8,623	7.3%	10,051	10.4%	11,579	10.0%	8,516	9.9%	13,413
	業務	2.9%	9,673	4.7%	6,875	8.1%	5,000	5.3%	8,563	2.7%	6,850

(3) 買物場所

- 買物場所を国籍・地域別にみると、「空港の免税店」は台湾と中国、「百貨店・デパート」は香港、「観光地の土産店」は台湾と香港での利用率が高い。また、「家電量販店」では中国人の利用率が36.7%と高い(図表3-3)。

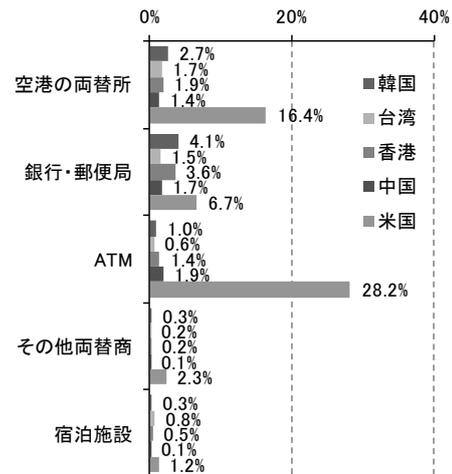
図表 3-3 買物場所
(主要国籍・地域別、複数回答)



(4) 利用した金融機関と決済方法

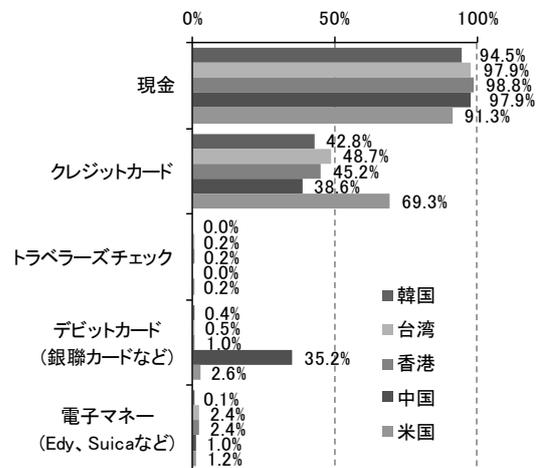
- 利用した金融機関を国籍・地域別にみると、米国の「ATM(現金自動預払機)」の利用率が28.2%と、他の主要国籍・地域に比べ際だって高い(図表3-4)。

図表 3-4 利用金融機関(主要国籍・地域別、複数回答)



- 決済方法では「現金」が9割以上を占める。次いで「クレジットカード」の利用率が高く、特に米国で同利用率が69.3%と高い。「デビットカード」の利用率は中国で35.2%と高い。(図表3-5)。

図表 3-5 利用決済方法(主要国籍・地域別、複数回答)

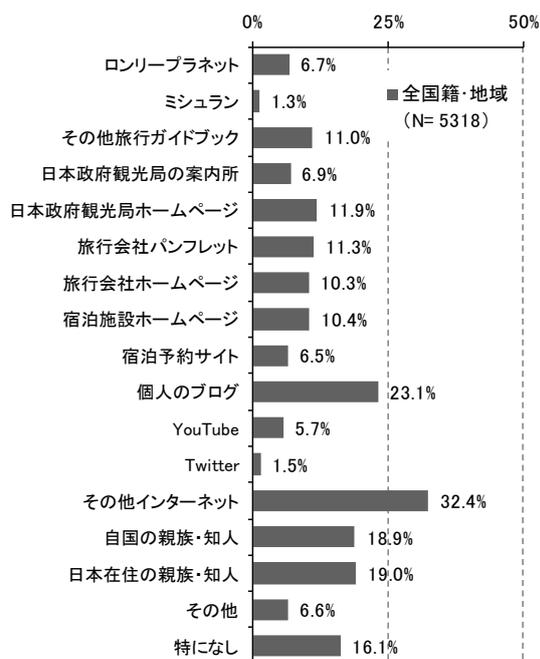


4. 旅行情報源

(1) 出発前に得た旅行情報

- 出発前に得た旅行情報で役に立ったものは、ガイドブックでは「ロンリープラネット」が6.7%、「ミシュラン」が1.3%、「その他旅行ガイドブック」が11.0%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6.9%、「日本政府観光局ホームページ」の選択率は11.9%であった。
- インターネット媒体も幅広く利用されており、中でも「個人のブログ」(23.1%)をあげる回答が多い。
- 知人からの口コミでは「自国の親族・知人」が18.9%、「日本在住の親族・知人」が19.0%であった。

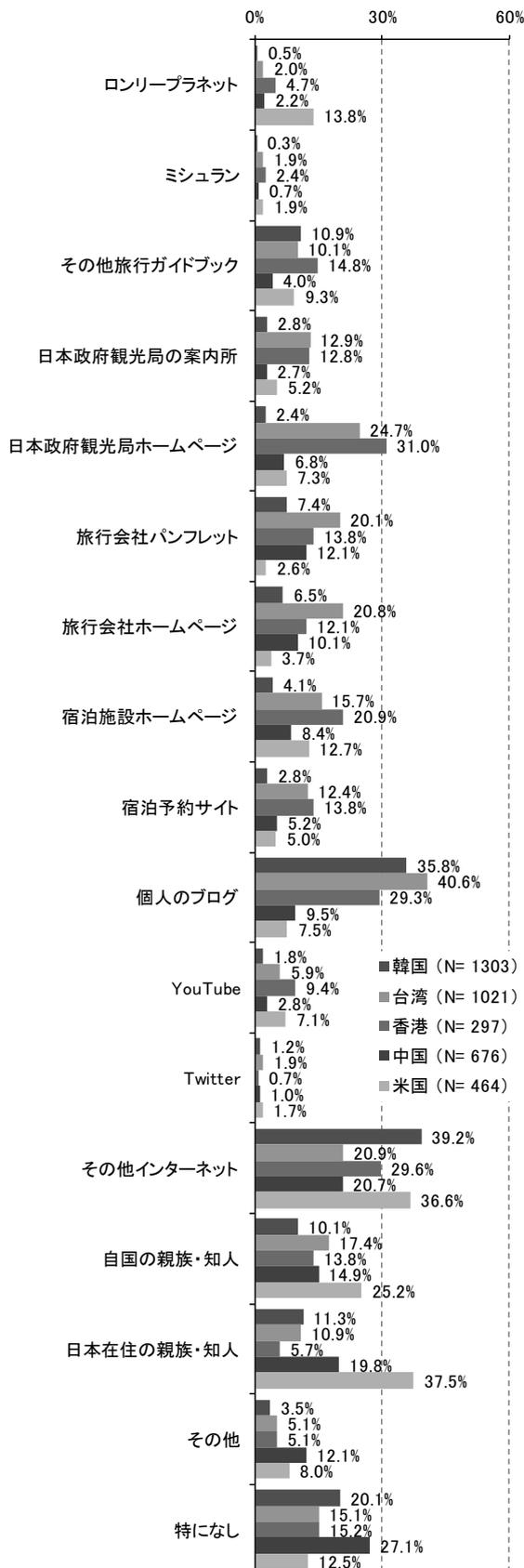
図表 4-1 出発前に得た旅行情報で役に立ったもの
(全国籍・地域、複数回答)



- 国籍・地域別にみると、韓国では「その他インターネット」(39.2%)の選択率が最も高い。次いで「個人のブログ」(35.8%)「日本在住の親族・知人」(11.3%)の選択率が高い(図表4-2)。
- 台湾では「個人のブログ」(40.6%)の選択率が最も高く、「日本政府観光局ホームページ」(24.7%)や「旅行会社ホームページ」(20.8%)、「旅行会社パンフレット」(20.1%)の選択率も高い。
- 香港では「日本政府観光局ホームページ」(31.0%)の選択率が最も高く、「その他インターネット」(29.6%)や「個人のブログ」(29.3%)の選択率も高い。また、「宿泊施設ホームページ」(20.9%)の選択率が他の主要国籍・地域に比べ高い。
- 中国では「その他インターネット」の選択率が20.7%と最も高い。次いで「日本在住の親族・知人」(19.8%)の選択率が高い。なお、「特になし」(27.1%)の選択率が他の主要国籍・地域に比べ高い。
- 米国では「日本在住の親族・知人」の選択率が37.5%と最も高かった。次いで「その他インターネット」(36.6%)、「自国の親族・知人」(25.2%)の選択率が高い。また、「ロンリープラネット」(13.8%)の選択率が他の主要国籍・地域に比べて高い。

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『全国籍・地域』の値は、訪日外客数によるウェイトバック集計を行っていない。

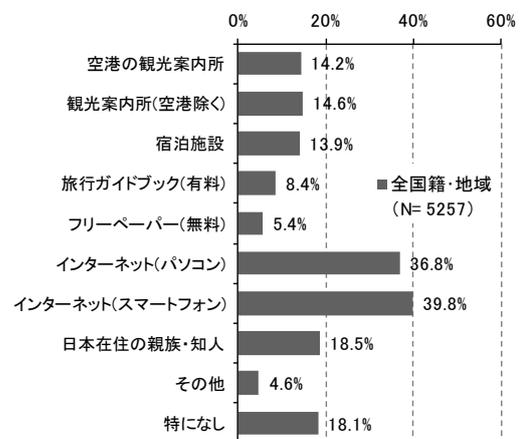
図表 4-2 出発前に得た旅行情報で役に立ったもの
(主要国籍・地域別、複数回答)



(2) 日本滞在中に得た旅行情報

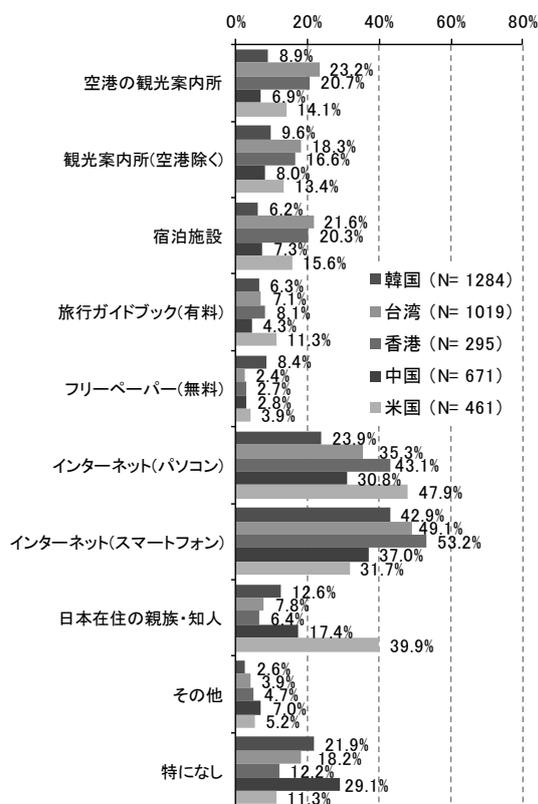
- 日本滞在中に得た旅行情報で役に立ったものでは「インターネット (スマートフォン)」(39.8%) の選択率が高く、次いで「インターネット (パソコン)」(36.8%) が高い。また、「日本在住の親族・知人」(18.5%) の選択率も高い (図表 4-3)。

図表 4-3 日本滞在中に得た旅行情報で役に立ったもの(全国籍・地域、複数回答)



- 国籍・地域別にみると、「インターネット (スマートフォン)」は香港で選択率が 53.2% と高い。「インターネット (パソコン)」は米国での選択率が高く、「日本在住の親族・知人」も米国での選択率の高さが目立つ (図表 4-4)。

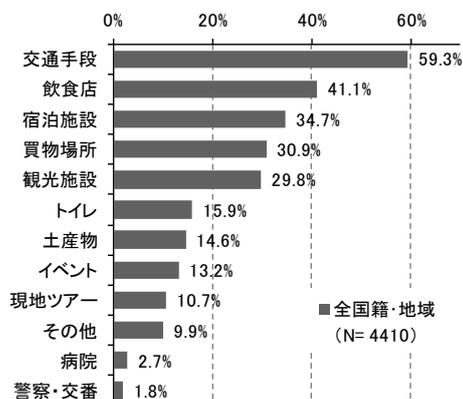
図表 4-4 日本滞在中に得た旅行情報で役に立ったもの(主要国籍・地域別、複数回答)



(3) 日本滞在中にあると便利な情報

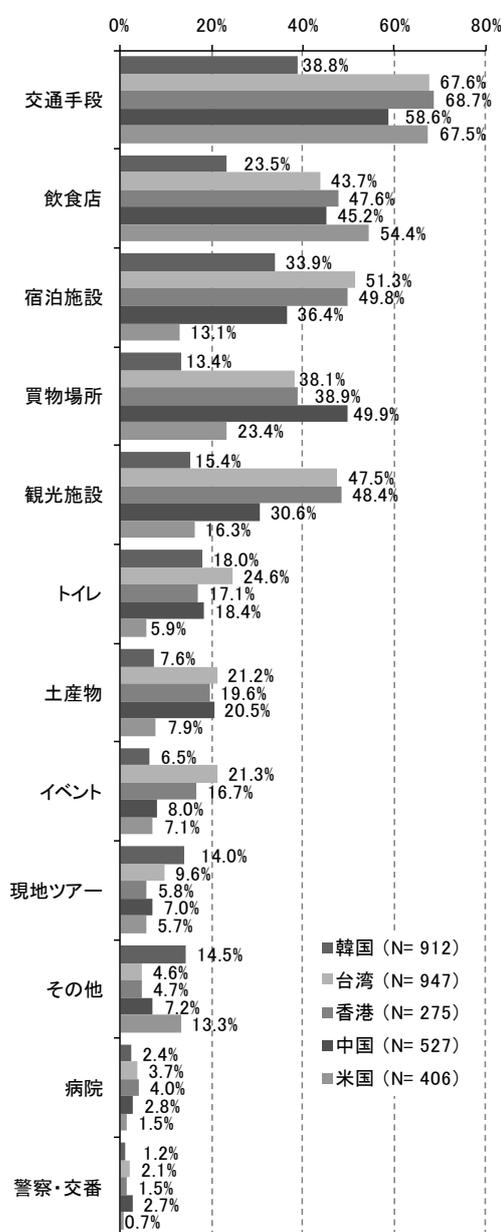
- 日本滞在中にあると便利な情報では「交通手段」が59.3%と圧倒的に多い。次いで、「飲食店」(41.1%)や「宿泊施設」(34.7%)をあげる回答が多い(図表4-5)。

図表 4-5 日本滞在中にあると便利な情報(全国籍・地域、複数回答)



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

図表 4-6 日本滞在中にあると便利な情報(主要国籍・地域別、複数回答)

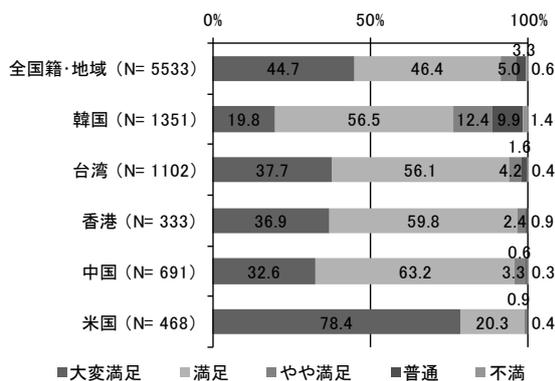


5. 満足度と再訪意向

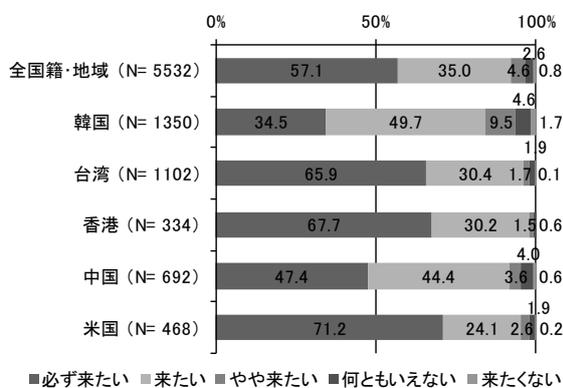
(1) 訪日旅行全体の満足度と再訪意向

- 今回の訪日旅行全体の満足度は「大変満足」44.7%、「満足」46.4%である。国籍・地域別では、米国で「大変満足」の割合が78.4%と主要国籍・地域の中で最も高い(図表 5-1)。
- 再訪意向は「必ず来たい」が57.1%、「来たい」が35.0%である。国籍・地域別では、米国で「必ず来たい」の割合が71.2%と高いほか、台湾や香港でも同割合が6割超と高い(図表 5-2)。

図表 5-1 訪日旅行の満足度(主要国籍・地域別)



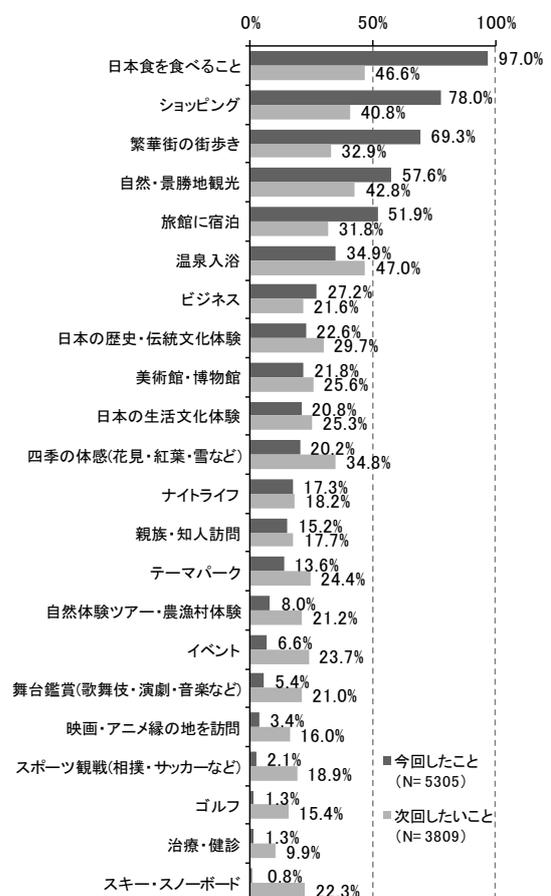
図表 5-2 訪日旅行者の再訪意向(主要国籍・地域別)



(2) 今回実施した活動と次回実施したい活動

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

図表 5-3 今回実施した活動と次回実施したい活動(全国籍・地域、複数回答)

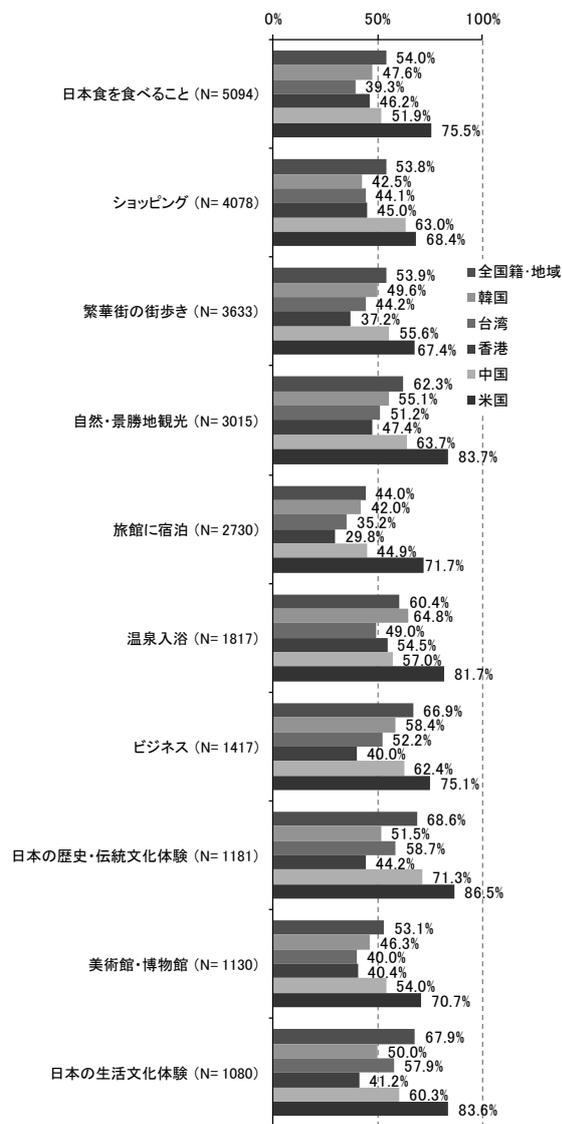


注) この章に示す調査結果は、「訪日外国人消費動向調査」と同時に実施した旅行の満足度や再来訪意向等の意識調査より得られたものである。回答は任意としているため、必ずしも全調査対象者が回答しているとは限らない。なお、この章で示す『全国籍・地域』の値は、訪日外客数によるウェイトバック集計を行っていない。

(3) 活動別にみる満足度

- 今回実施した活動に対して「期待以上」「期待通り」「不満」の3段階評価で満足度を尋ねた。活動の実施率上位10位までの活動について「期待以上」の比率をみると、「自然・景勝地観光」「温泉入浴」「ビジネス」「日本の歴史・伝統文化体験」「日本の生活文化体験」で6割超と高い(図表5-4)。

図表 5-4 期待以上だった活動 (主要国籍・地域別、実施率上位10活動)



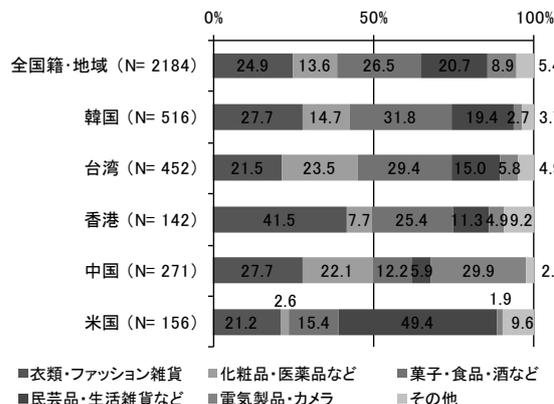
(4) 最も満足した購入商品

- 今回の訪日旅行で購入した商品のうち、最も満足したものを1つ自由に回答してもらい、図表5-5に示す区分に分類して集計を行った。結果、「衣類・ファッション雑貨」24.9%、「化粧品・医薬品など」13.6%、「菓子・食品・酒など」26.5%、「民芸品・生活雑貨など」20.7%、「電気製品・カメラ」8.9%、「その他」5.4%という分布となった(図表5-6)。

図表 5-5 最も満足した購入商品 商品区分

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

図表 5-6 最も満足した購入商品 (商品大区分、主要国籍・地域別)



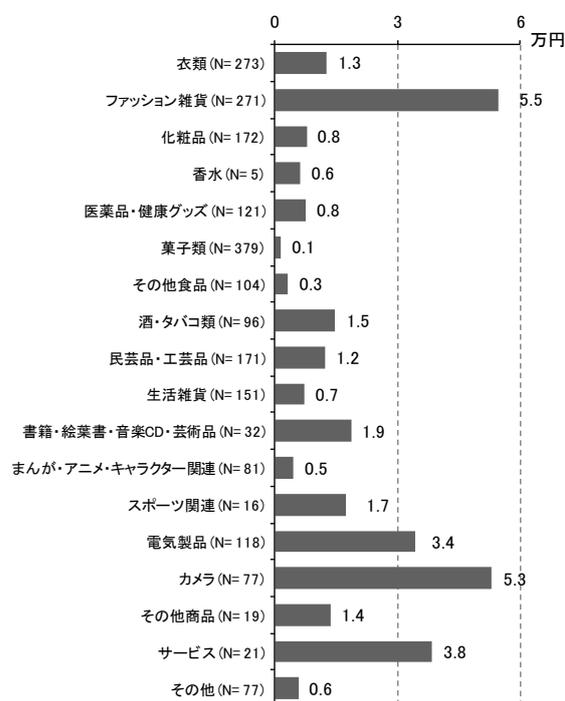
- 国籍・地域別に最も満足した購入商品（小区分）の比率をみると、韓国と台湾では「菓子類」（それぞれ 19.6%、22.3%）、香港では「衣類」（21.8%）、中国では「電気製品」（19.6%）、米国では「民芸品・工芸品」（26.9%）の割合が高い（図表 5-7）。

図表 5-7 最も満足した購入商品
（商品小区分、主要国籍・地域別）

商品小区分	国籍・地域 (%)				
	韓国	台湾	香港	中国	米国
衣類	15.1	11.9	21.8	8.5	7.1
ファッション雑貨	12.6	9.5	19.7	19.2	14.1
化粧品	7.2	10.2	2.8	16.6	1.9
香水	0.6	0.0	0.0	0.0	0.0
医薬品・健康グッズ	7.0	13.3	4.9	5.5	0.6
菓子類	19.6	22.3	16.9	7.7	7.1
その他食品	5.8	4.2	6.3	3.0	1.9
酒・タバコ類	6.4	2.9	2.1	1.5	6.4
民芸品・工芸品	5.4	4.4	2.1	2.2	26.9
生活雑貨	8.5	3.5	4.9	2.2	10.9
書籍・絵葉書・音楽CD・芸術品	0.8	0.7	1.4	0.4	5.8
まんが・アニメ・キャラクター関連	3.9	5.5	1.4	0.7	5.8
スポーツ関連	0.8	0.9	1.4	0.4	0.0
電気製品	1.4	4.4	4.2	19.6	0.6
カメラ	1.4	1.3	0.7	10.3	1.3
その他商品	0.6	0.2	0.7	0.0	2.6
サービス	0.8	0.9	3.5	0.4	3.2
その他	2.3	3.8	4.9	1.8	3.8
合計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
標本数	516	452	142	271	156

- 最も満足した購入商品（小区分）の単価をみると、「ファッション雑貨」（平均 5.5 万円）、「カメラ」（平均 5.3 万円）の順で高い（図表 5-8）。

図表 5-8 最も満足した購入商品の単価
（商品小区分、全国籍・地域）



- 満足した理由（自由回答）を 10 区分に分類して集計を行ったところ、「品質が良いから」「デザインが良い・かわいい・きれい」「おいしいから」など、品質に関する回答が全体の 58.9% を占める。このほか、「電気製品・カメラ」では「日本製だから」とする回答が 2 割超と多かった（図表 5-9）。

図表 5-9 最も満足した購入商品についてその理由
（商品大区分、全国籍・地域）

商品大区分	満足した理由	標本数	理由 (%)									
			品質が良いから	デザインが良い・かわいい・きれい	おいしいから	日本製だから	伝統的・日本独特なものだから	好きなブランド・商品だから	自国で入手が難しいから	お土産にいいから・贈られたから	価格が手頃・自国より安いから	その他
衣類・ファッション雑貨	499	19.0	38.5	0.0	7.4	0.4	3.4	4.4	2.6	21.4	2.8	100.0
化粧品・医薬品など	274	57.7	1.8	0.0	10.9	0.4	4.7	1.5	5.5	15.3	2.2	100.0
菓子・食品・酒など	507	3.9	3.7	69.4	1.8	3.7	2.4	2.4	7.7	3.4	1.6	100.0
民芸品・生活雑貨など	414	17.1	28.5	0.0	4.6	9.7	8.5	8.7	13.5	7.5	1.9	100.0
電気製品・カメラ	184	37.0	3.8	0.0	24.5	0.0	4.3	5.4	2.2	18.5	4.3	100.0
その他	108	3.7	0.9	55.6	1.9	1.9	1.9	2.8	3.7	1.9	25.9	100.0
合計	1,986	20.9	17.2	20.7	7.2	3.2	4.4	4.4	6.6	11.7	3.6	100.0

Ⅱ 訪日外国人消費動向調査結果

1. 調査概要
2. 調査結果の利用上の注意

<集計表>

第1表	国籍・地域別 標本属性および旅行内容	表 -1
第2表	居住地別 標本属性および旅行内容	表 -7
第3表	主な宿泊地別 標本属性および旅行内容	表-13
第4表	国籍・地域別 費目別購入率および購入者単価	表-33
第5表	居住地別 費目別購入率および購入者単価	表-34
第6表	主な宿泊地別 費目別購入率および購入者単価	表-35
第7表	国籍・地域別 1人1回当たり旅行消費単価	表-39
第8表	居住地別 1人1回当たり旅行消費単価	表-42
第9表	主な宿泊地別 1人1泊当たり旅行消費単価	表-45
参考表	国籍・地域別 旅行情報源・活動内容・満足度など	表-65
付表	国籍・地域別 都道府県別訪問率	表-74

<調査票>

日本語、英語、韓国語、中国語（繁体字）、中国語（簡体字）

1. 調査概要

(1) 調査対象者

日本を出国する訪日外国人

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

(2) 調査場所

下記 11 空海港の国際線ターミナル搭乗待合ロビー

※調査空海港：新千歳空港、仙台空港、新潟空港、東京国際空港（羽田空港）、成田国際空港、中部国際空港、関西国際空港、広島空港、福岡空港、那覇空港、博多港

注) 新潟空港は調査便欠航等の理由により今期は調査を実施していない。

(3) 調査時期

平成 25 年 10 月 10 日(木)～11 月 30 日(土)

(4) 調査方法

10 言語対応のタッチパネル式 PC または紙調査票を用い、外国語を話せる調査員による聞き取り調査を実施

※調査対応言語：英語、韓国語、中国語（繁体字、簡体字）、タイ語、フランス語、ドイツ語、ロシア語、イタリア語、スペイン語

(5) 調査標本数

ビジット・ジャパン事業の重点市場である 13 の国・地域ならびにインド、ロシアについて目標サンプル数を設定し、合計 6,500 サンプルを目標に調査を実施。7,183 サンプル（うち旅行中支出額の有効サンプル数は 7,136 サンプル）の回答を得た。

(6) その他

本調査は、統計法(平成 19 年法律第 53 号)第 2 条に規定する一般統計として実施した。なお、一般統計の実施と併せ、旅行の満足度や再訪意向等の意識調査を同時に行った。

2. 調査結果の利用上の注意

(1) 国籍・地域別ウェイトバック集計の実施

本調査の標本は国籍・地域毎に抽出率が異なるため、母集団構成に合わせることを目的として国籍・地域別ウェイトバック集計を行った。具体的には、第 1 表、第 4 表、第 7 表（国籍・地域別集計表）の『全体』列に係る数値（標本数を除く）について、15 の国・地域と「それ以外の国・地域」の 16 区分の訪日外客数を元に重み付けを行って算出した。なお、居住地別や主な宿泊地別のウェイトバック集計は行っていないため、第 2 表、第 3 表、第 5 表、第 6 表、第 8 表、第 9 表では『全体』列の表記がない点に留意されたい。

また、参考表（一般統計と併せて実施した任意調査の結果）の『全体』列に係る数値については国籍・地域別ウェイトバック集計を行っておらず、標本全体の平均値を掲示している点に留意されたい。

(2) 旅行支出額の円換算方法

旅行支出額については、円または自国の通貨で調査し、原則として IMF(国際通貨基金)公表の日次データによる調査期間中平均値を用いて円換算した。但し、IMF にデータがない台湾ドル、香港ドルなどについては、FRB(連邦準備制度理事会)の資料を基に円換算を作成した。

(3) その他の注意点

集計事項により、標本数が小さい数値については、取り扱いに留意されたい。

調査結果中の合計値は、四捨五入の関係で一致しない場合がある。また、一部に無回答データが存在することから、合計値と内訳の積算値は必ずしも一致しない。

訪日外国人の消費動向
平成 25 年 10-12 月期 報告書

発 行 平成 26 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/>