

# 訪日外国人の消費動向

訪日外国人消費動向調査結果及び分析

平成 27 年 7-9 月期 報告書



## 訪日外国人の消費動向

## 平成 27 年 7-9 月期 報告書

## 目 次

<b>I 平成 27 年 7-9 月期における 訪日外国人の消費動向の分析結果</b>	
<b>1. 訪日外国人の属性と旅行内容</b>	
(1) 回答者属性	2
(2) 滞在期間	3
(3) 旅行内容	4
<b>2. 訪日外国人の旅行支出</b>	
(1) 旅行支出の構造	10
(2) 旅行前支出	11
(3) 旅行中支出	11
(4) 来訪目的別にみる旅行中支出	13
(5) 旅行消費額の推計	14
(6) 費目別にみる旅行消費額	16
<b>3. 土産品の購入実態</b>	
(1) 費目別購入率	17
(2) 費目別購入者単価	17
(3) 買物場所	18
(4) 利用した金融機関と決済方法	18
(5) 消費税免税手続きの実施状況	19
<b>4. 満足度と再訪意向</b>	
(1) 訪日旅行全体の満足度	20
(2) 日本への再訪意向	20
(3) 最も満足した購入商品	21
(4) 最も満足した飲食	22
<b>5. 役に立った旅行情報源</b>	
(1) 出発前に得た旅行情報源	23
(2) 日本滞在中に得た旅行情報源	23
(3) 日本滞在中にあると便利な情報	24

## 6. 日本滞在中の行動

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

## II 訪日外国人消費動向調査結果

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

## &lt;集計表&gt;

## 【全目的】

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

## 【観光・レジャー目的】

参考表4	国籍・地域別	回答者属性および旅行内容
参考表5	国籍・地域別	費目別購入率および購入者単価
参考表6	国籍・地域別	平均泊数
参考表7	国籍・地域別	1人1回当たり旅行消費単価 (パッケージツアー参加費内訳含む)
参考表8	国籍・地域別	都道府県別訪問率
参考表9	国籍・地域別	訪日旅行に関する意識(満足度など)

## &lt;調査票&gt;

日本語、英語、韓国語、中国語(繁体字)、中国語(簡体字)

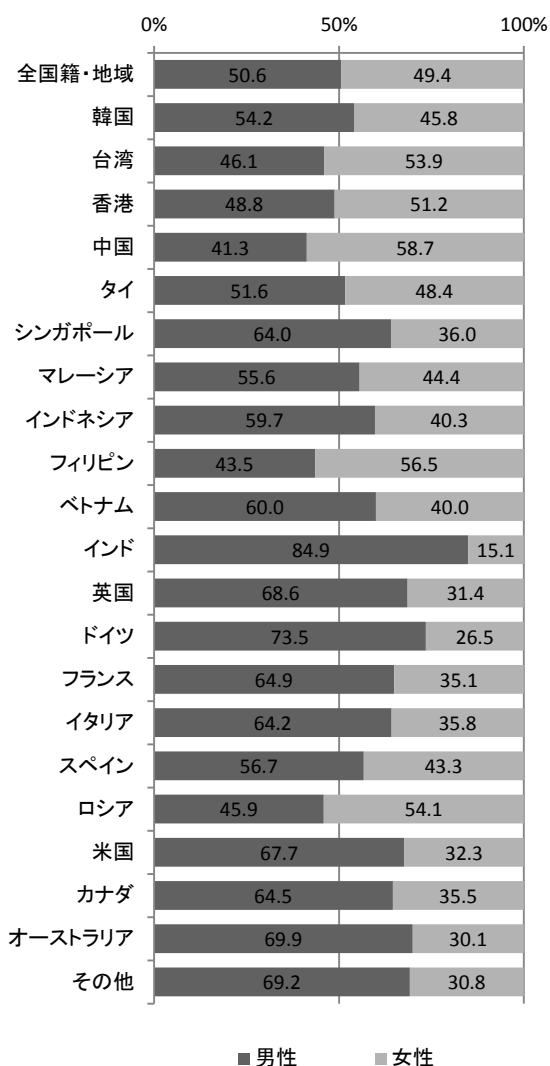
# I 平成 27 年 7-9 月期における訪日外国人の消費動向の分析結果

## 1. 訪日外国人の属性と旅行内容

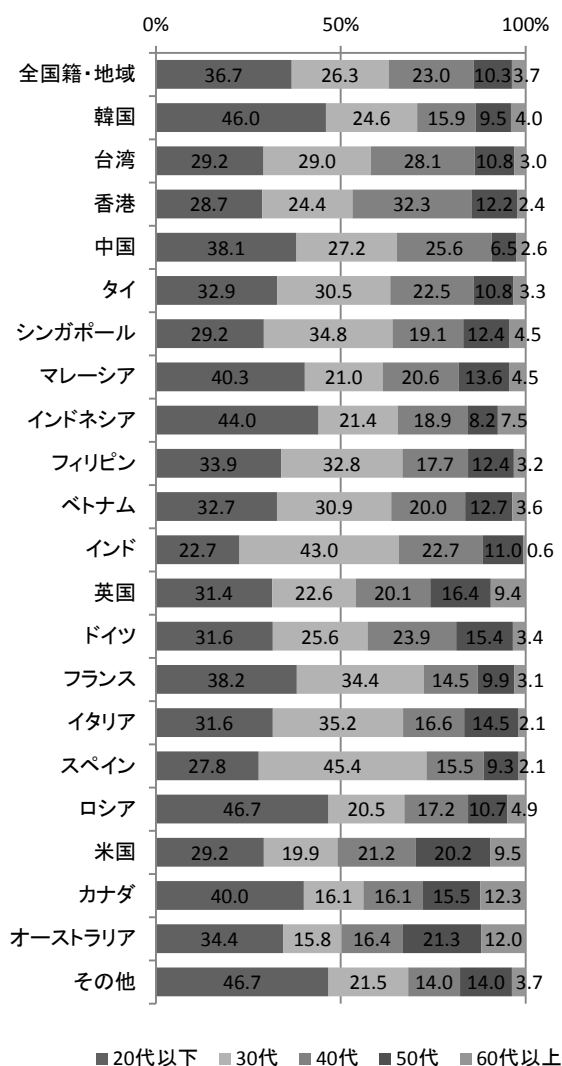
### (1) 回答者属性

- 性別の構成比は「男性」が 50.6%、「女性」が 49.4%である（図表 1-1）。
- 国籍・地域別にみると、台湾や香港、中国、フィリピン、ロシアでは「女性」の割合が 5 割を超える。インドでは「男性」の割合 84.9%と高い。
- 年代別の構成比は、「20 代以下」(36.7%)、「30 代」(26.3%) の順で多い（図表 1-2）。（注：年代別構成比には調査対象外である 15 歳未満を含まない）
- 性年代別では「女性 20 代」(15.7%)、「男性 20 代」(13.6%)、「男性 30 代」(13.4%) の順で多い。

図表 1-1 性別（国籍・地域別、全目的）



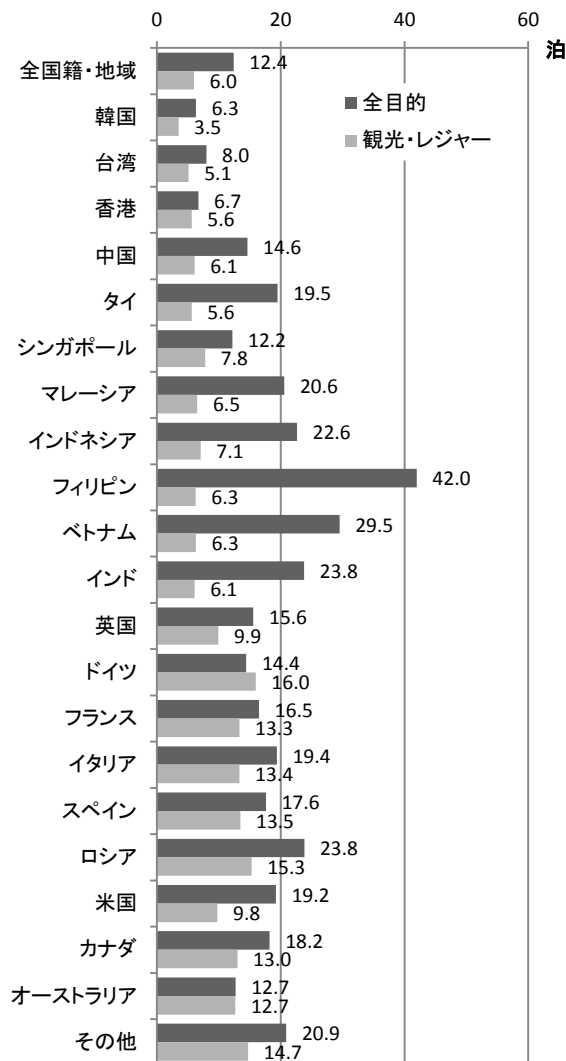
図表 1-2 年代（国籍・地域別、全目的）



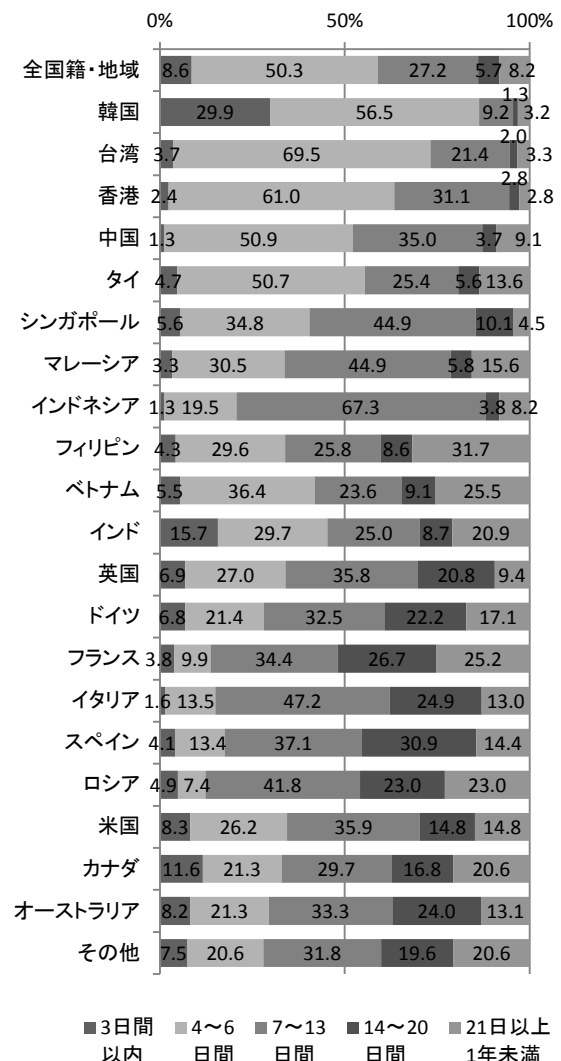
(2) 滞在期間

- 回答者全体の平均泊数は 12.4 泊である。国籍・地域別にみると、フィリピンやベトナムでは長期滞在者の割合が他の国籍・地域に比べて多いため平均泊数が長くなっている（図表 1-3）。
- 観光・レジャーを目的とした訪日外国人の平均泊数は 6.0 泊である。ドイツやロシアでは 15 泊以上と、平均泊数が長い傾向にある。
- 回答者全体の滞在日数の分布をみると、6 日間以内の短期滞在者が約 6 割を占める（図表 1-4）。
- 国籍・地域別にみると、韓国では「3 日間以内」の割合が 29.9% と他の国籍・地域に比べて高い。一方、フランスでは 14 日以上滞りなが者が 5 割を超えており、他の国籍・地域に比べて滞在日数が長い傾向にある。

図表 1-3 平均泊数（国籍・地域別）



図表 1-4 滞在日数（国籍・地域別、全目的）

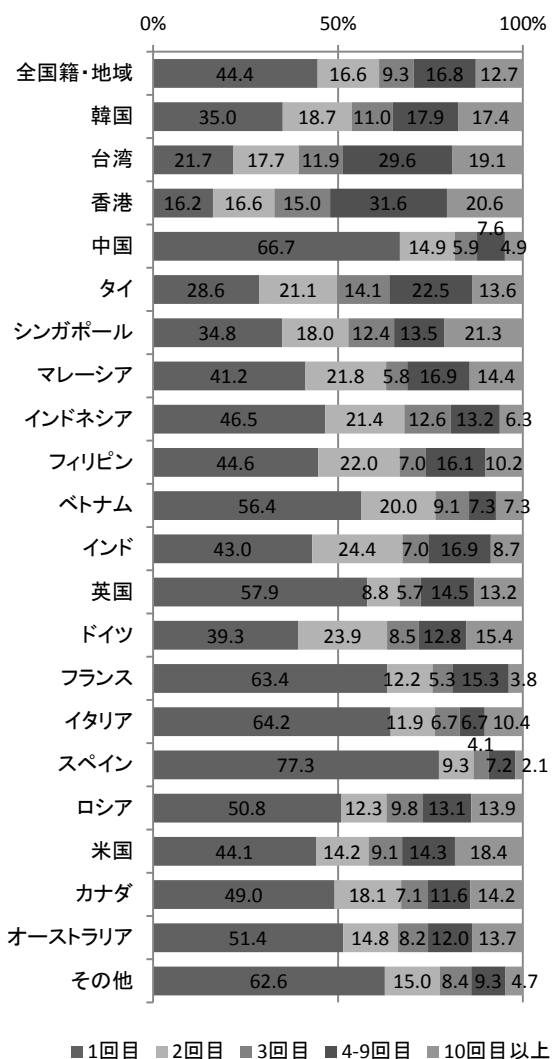


(3) 旅行内容

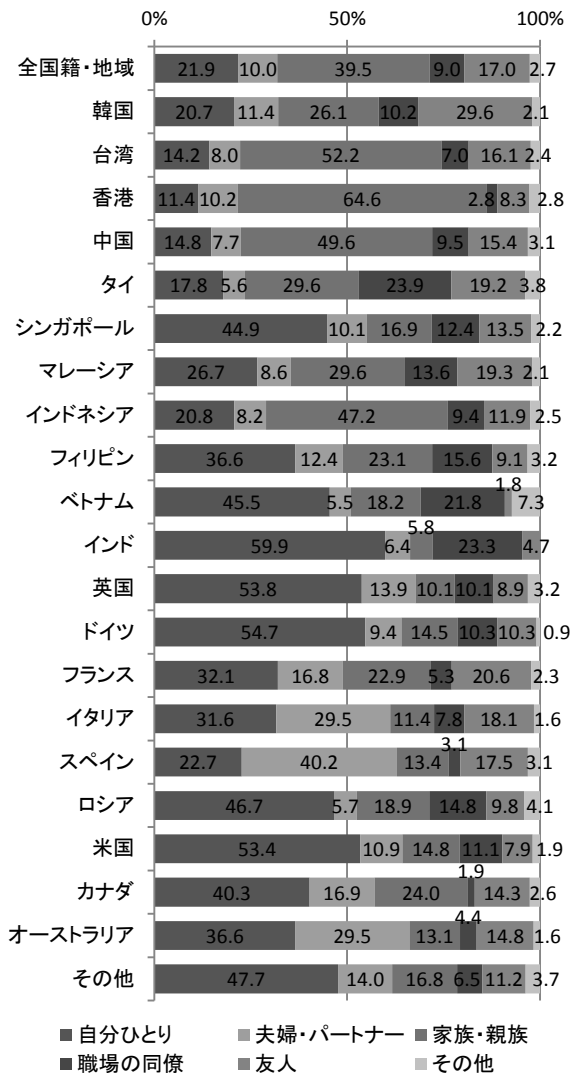
[全目的]

- 日本への来訪回数では、「1回目」が44.4%と最も多く、「2回目」が16.6%を占める。一方で「10回目以上」も12.7%と少なくない（図表1-5）。
- 国籍・地域別では、中国やフランス、イタリア、スペインで「1回目」が6割を超える。一方、台湾や香港では「1回目」の割合が2割程度と低い。
- 同行者は「家族・親族」が(39.5%)と最も多い。次いで「自分ひとり」(21.9%)、「友人」(17.0%)、「夫婦・パートナー」(10.0%)、「職場の同僚」(9.0%)の順となっている（図表1-6）。
- 国籍・地域別では、台湾や香港で「家族・親族」、インドや英国、ドイツ、米国で「自分ひとり」の割合が5割超と他の国籍・地域に比べて高い。

図表 1-5 来訪回数（国籍・地域別、全目的）



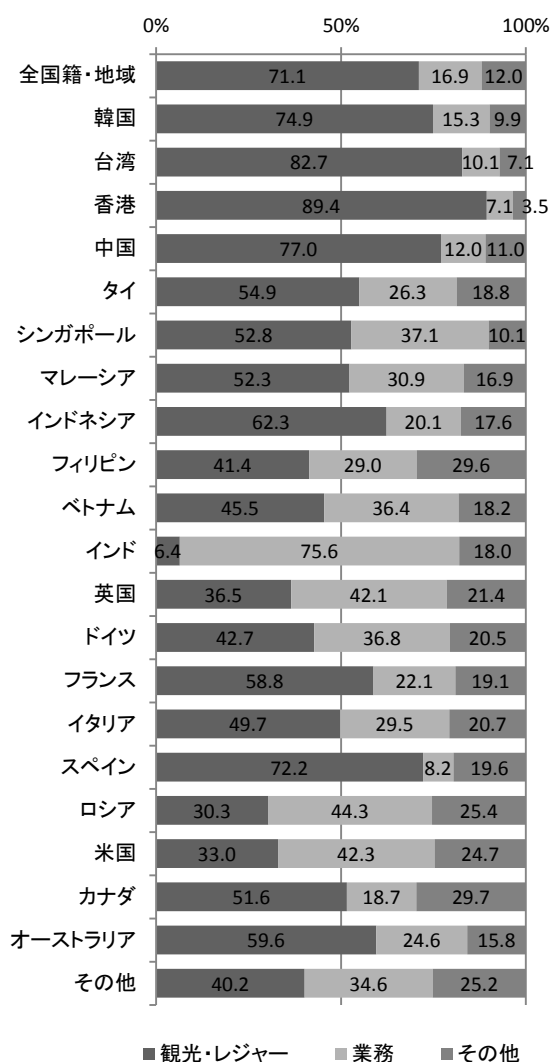
図表 1-6 同行者（国籍・地域別、全目的）



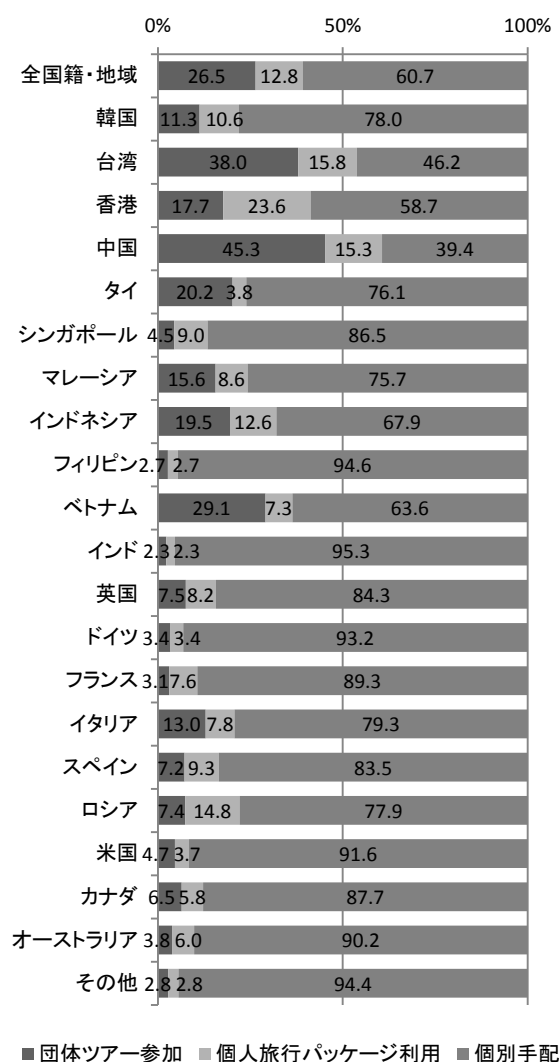
注) 「同行者」の設問は複数回答。上記図表では「同行者」を2つ以上選択した回答を「その他」として集計している。

- 訪日外国人の主な来訪目的では「観光・レジャー」が全体の 71.1%を占める。一方、「業務（展示会・見本市／国際会議／社内会議／研修／商談等その他ビジネス）」は全体の 16.9%を占める（図表 1-7）。
- 国籍・地域別では、「観光・レジャー」の割合が台湾で 82.7%、香港で 89.4%と特に高い。
- 旅行手配方法では「旅行会社等が企画した団体ツアーに参加した（以下、**団体ツアー参加**）」が 26.5%、「往復航空（船舶）券と宿泊等がセットになった個人旅行向けパッケージ商品を利用した（以下、**個人旅行パッケージ利用**）」が 12.8%、「往復航空（船舶）券や宿泊等を個別に手配した（以下、**個別手配**）」が 60.7%を占める（図表 1-8）。

図表 1-7 主な来訪目的（国籍・地域別、全目的）

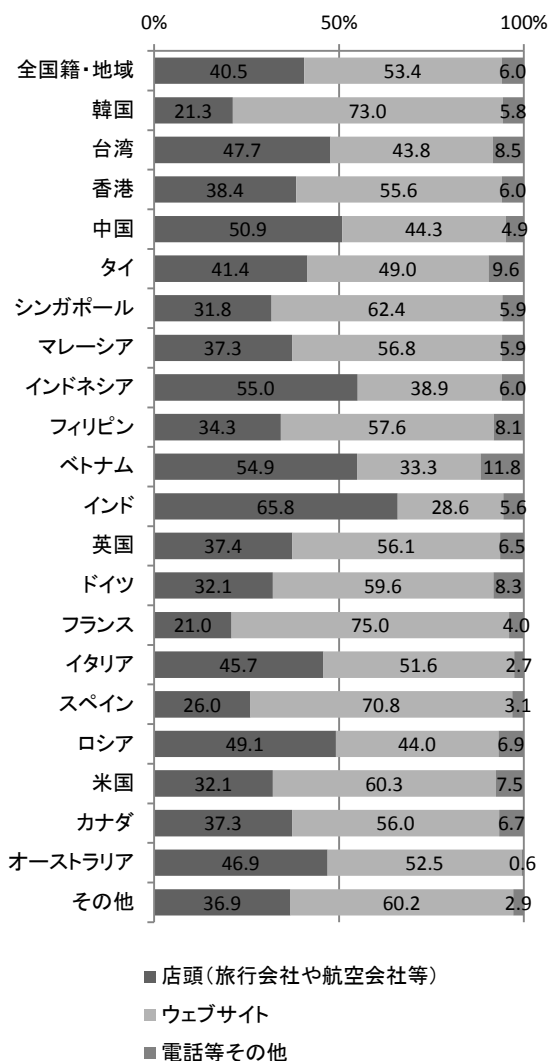


図表 1-8 旅行手配方法（国籍・地域別、全目的）

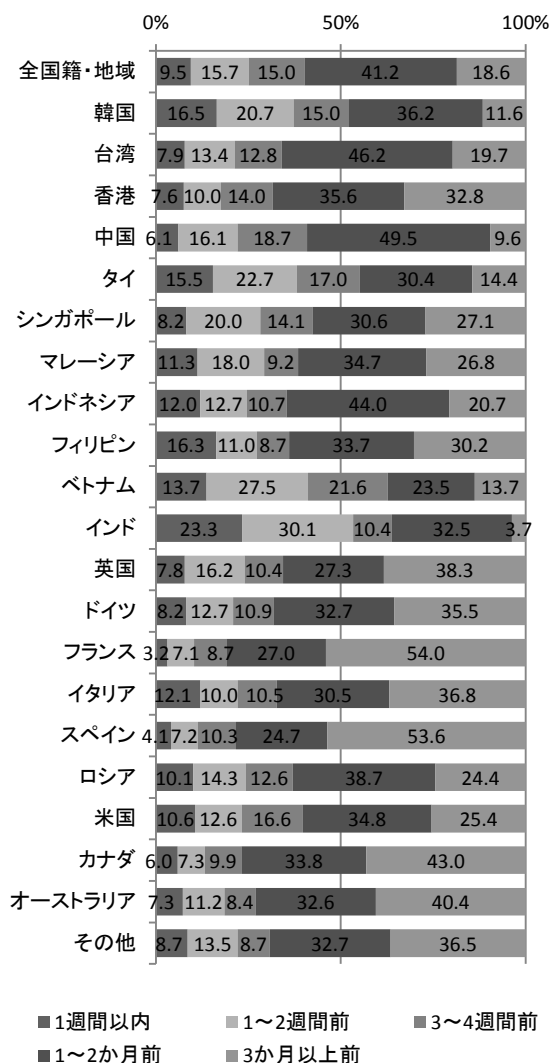


- ツアー商品や往復航空（船舶）券の**申込方法**では、「店頭（旅行会社や航空会社等）で申し込んだ（以下、**店頭**）」人の割合が全体の40.5%、「ウェブサイトから申し込んだ（以下、**ウェブサイト**）」人の割合が全体の53.4%を占める（図表1-9）。
- 国籍・地域別では、「店頭」の割合が中国やインドネシア、ベトナム、インドで5割を超える。「ウェブサイト」は韓国やフランス、スペインで7割を超える。
- ツアー商品や往復航空（船舶）券の**手配の時期**では「出発の1～2か月前」が41.2%と最も高い割合を占める（図表1-10）。
- 国籍・地域別では、フランスやスペインで「出発の3か月以上前」の割合が5割超と他の国籍・地域に比べ高い。

図表 1-9 申込方法（国籍・地域別、全目的）



図表 1-10 手配の時期（国籍・地域別、全目的）

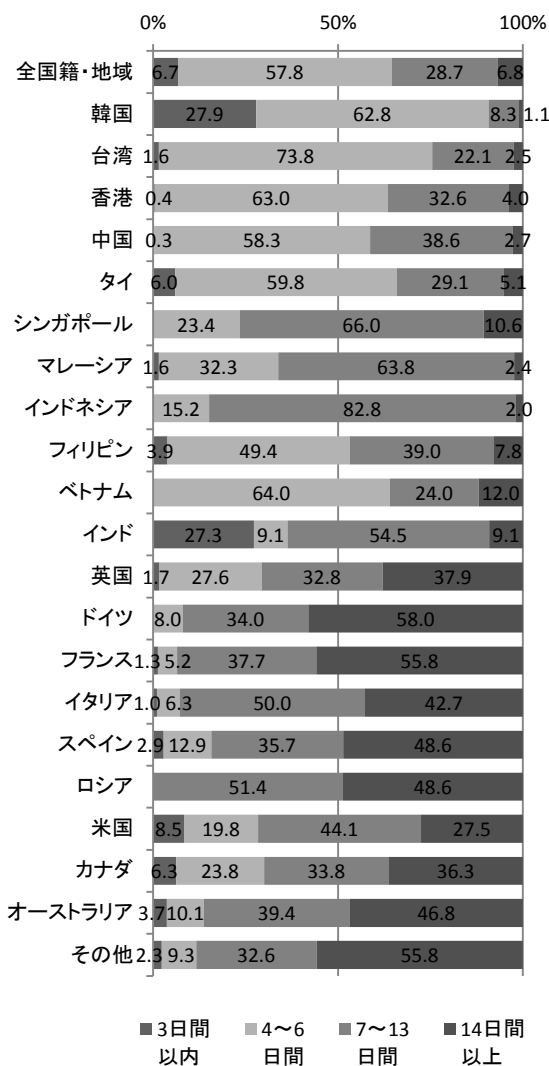




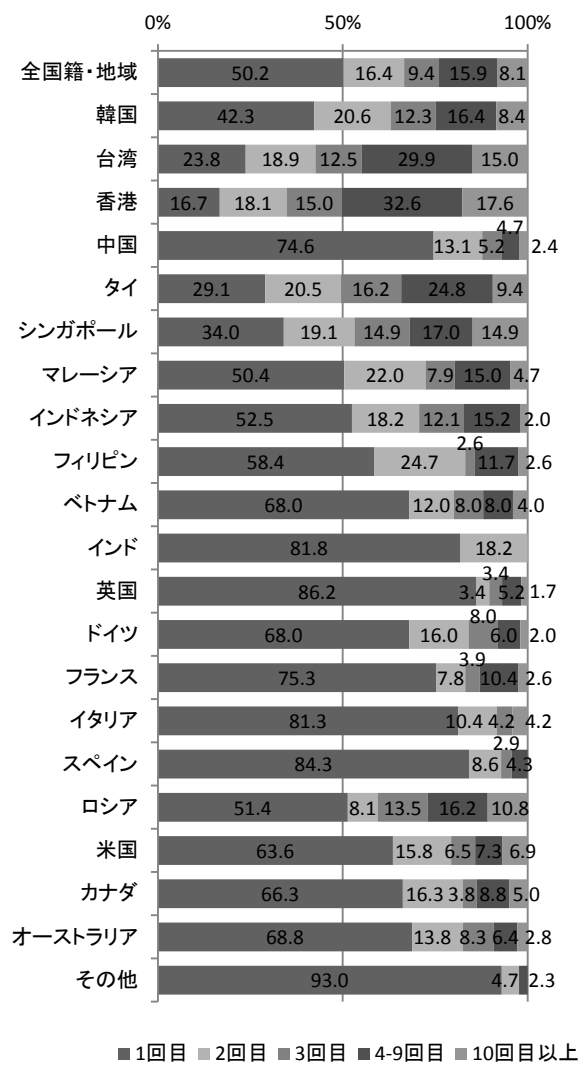
[観光・レジャー目的]

- 観光・レジャー目的で訪れた訪日外国人の滞在日数は、6 日間以内が 64.5% を占める（図表 1-11）。
- 国籍・地域別にみると、韓国では「3 日間以内」が 27.9% と他の国籍・地域に比べて多い。台湾や香港、中国、タイ、フィリピン、ベトナムもその他の国籍・地域に比べ滞在日数が短い傾向がみられる。
- 日本への来訪回数では、「1 回目」が 50.2% と最も多く、「2 回目」が 16.4% を占める。一方で「10 回目以上」も 8.1% と少なくない（図表 1-12）。
- 国籍・地域別では、インドや英国、イタリア、スペインで「1 回目」が 8 割以上を占める。一方、台湾や香港、シンガポール、ロシアでは「10 回目以上」の割合が 1 割超と、他の国籍・地域に比べて高い。

図表 1-11 滞在日数  
(国籍・地域別、観光・レジャー目的)

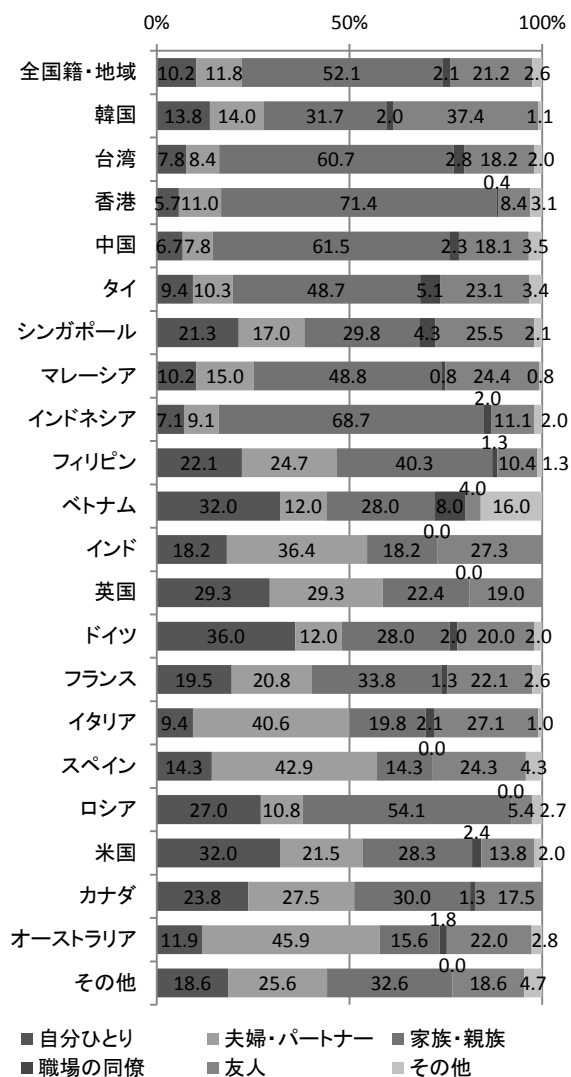


図表 1-12 日本への来訪回数  
(国籍・地域別、観光・レジャー目的)

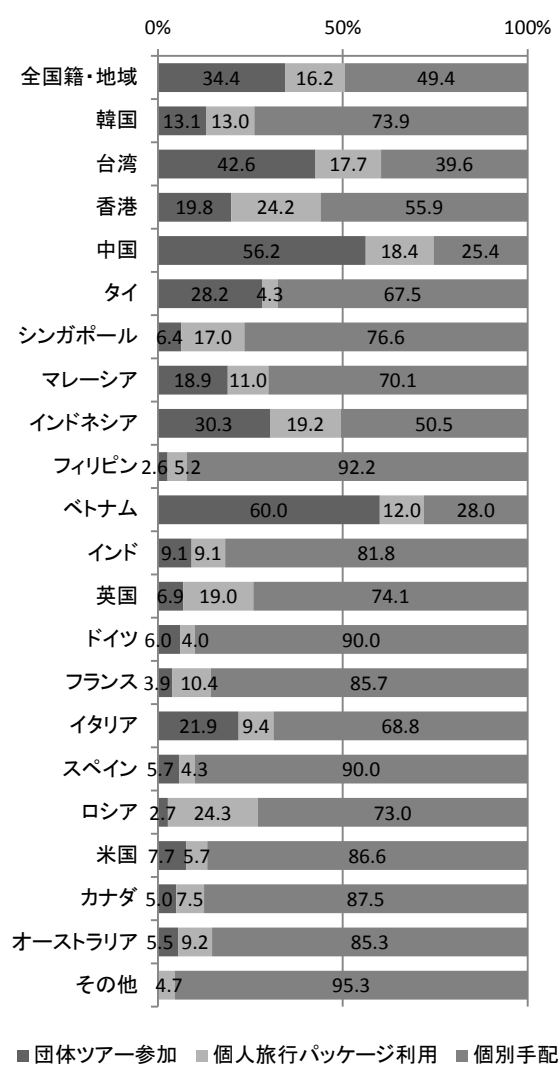


- 同行者は「家族・親族」(52.1%)、「友人」(21.2%)、「夫婦・パートナー」(11.8%)、「自分ひとり」(10.2%)、「職場の同僚」(2.1%)の順となっている(図表1-13)。
- 国籍・地域別では、香港で「家族・親族」が7割超、イタリアやスペイン、オーストラリアで「夫婦・パートナー」の割合が4割超と他の国籍・地域に比べて高い。
- 旅行手配方法では「団体ツアー参加」が34.4%、「個人旅行パッケージ利用」が16.2%、「個別手配」が49.4%を占める(図表1-14)。
- 国籍・地域別では、「団体ツアー参加」の割合がベトナムと中国で5割超と高い。「個別手配」はフィリピンやドイツ、スペインで9割以上と高い。

図表 1-13 同行者  
(国籍・地域別、観光・レジャー目的)



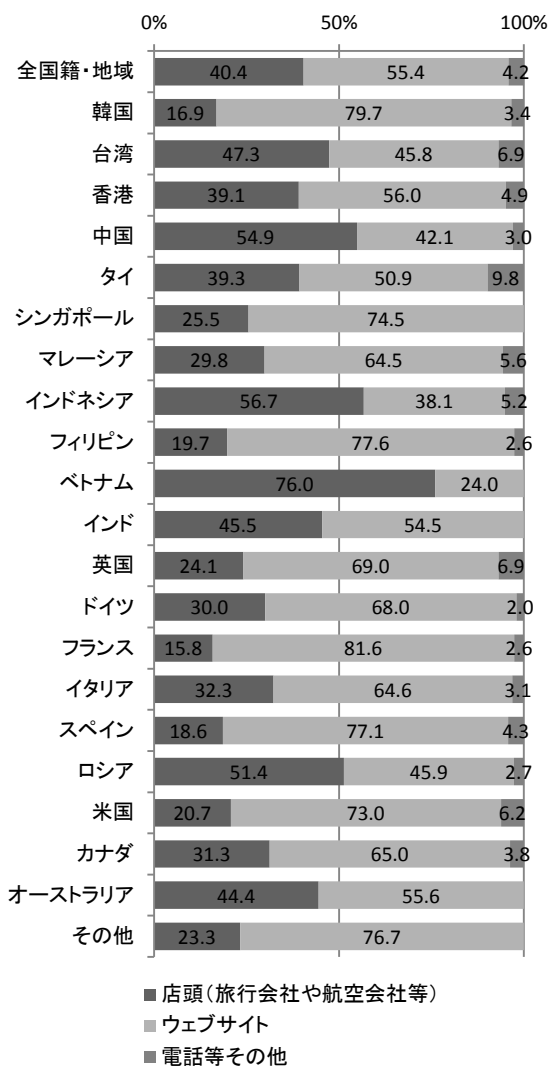
図表 1-14 旅行手配方法  
(国籍・地域別、観光・レジャー目的)



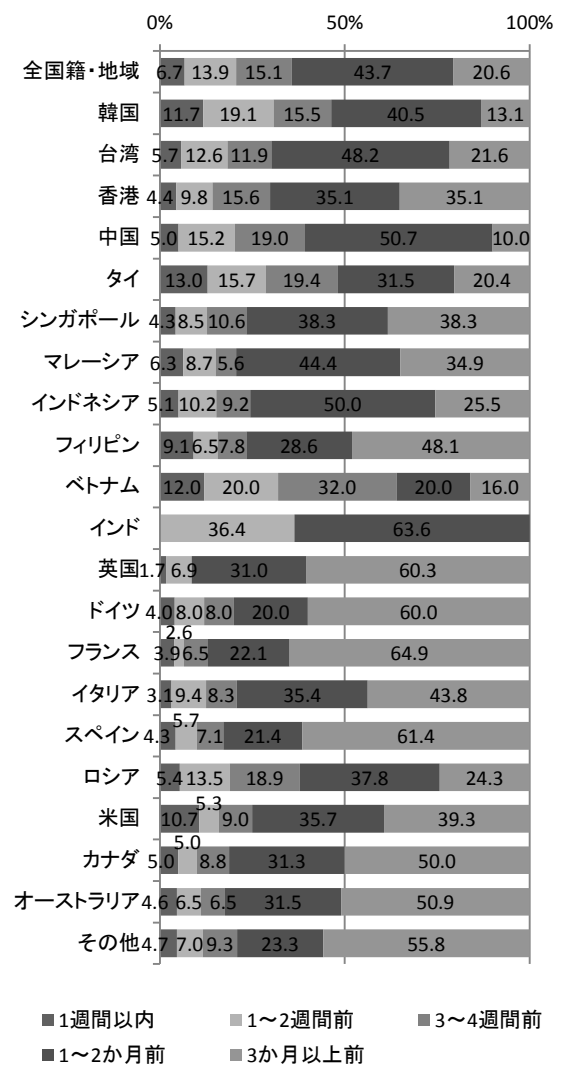
注) 「同行者」の設問は複数回答。上記図表では「同行者」を2つ以上選択した回答を「その他」として集計している。

- ツアー商品や往復航空（船舶）券の**申込方法**では、「店頭」の割合が 40.4%、「ウェブサイト」の割合が 55.4%を占める（図表 1-15）。
- 国籍・地域別では、「店頭」の割合が中国やインドネシア、ベトナム、ロシアで 5 割超と高い。「ウェブサイト」はフランスで 81.6%と高いほか、韓国やシンガポール、フィリピン、スペイン、米国でも 7 割を超える。
- ツアー商品や往復航空（船舶）券の**手配の時期**では「出発の 1~2 か月前」が 43.7%と最も高い割合を占める（図表 1-16）。
- 国籍・地域別では、英国やドイツ、フランス、スペインで「出発の 3 か月以上前」の割合が 6 割超と他の国籍・地域に比べ高い。

図表 1-15 申込方法  
(国籍・地域別、観光・レジャー目的)



図表 1-16 手配の時期  
(国籍・地域別、観光・レジャー目的)

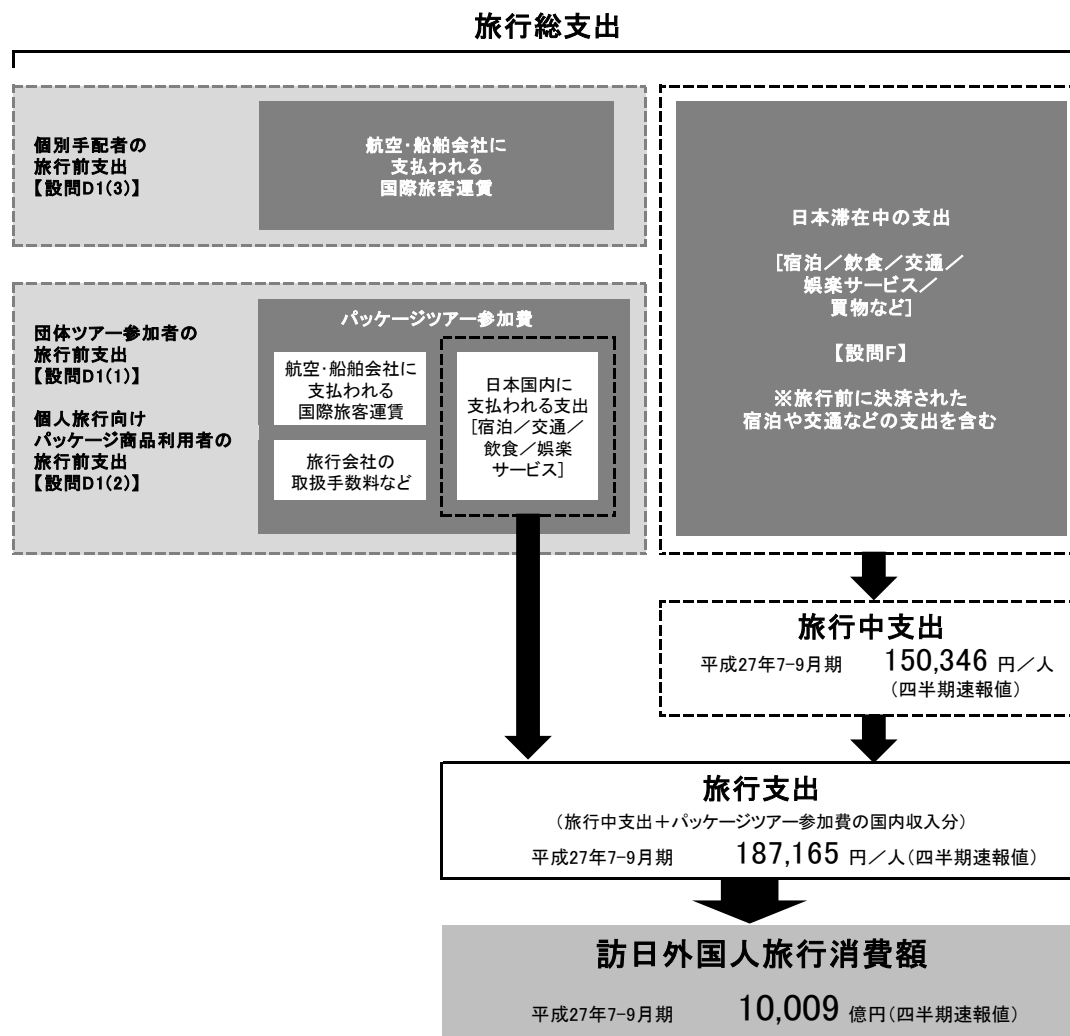


## 2. 訪日外国人の旅行支出

### (1) 旅行支出の構造

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

図表 2-1 訪日外国人消費動向調査における旅行支出の構造 概念図



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

**（2）旅行前支出**

- **団体ツアー**の購入者単価は1人当たり平均166,985円、**個人旅行パッケージ**の購入者単価は1人当たり平均155,110円であった（図表2-2）。
- **個別手配者**の国際旅客運賃（出発国から日本までの往復運賃）の購入者単価は1人当たり平均93,748円であった。

**（3）旅行中支出**

- 日本滞在中に支出された**旅行中支出**は1人当たり平均150,346円であった。旅行手配方法別では、団体ツアー参加者では1人当たり平均106,027円、個人旅行パッケージ利用者では1人当たり平均120,422円、個別手配者では1人当たり平均178,742円であった（図表2-3）。
- 旅行前支出と旅行中支出を合算した**旅行総支出**は、1人当たり平均275,930円であった（図表2-4）。

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

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

【団体ツアー参加者】			【個人旅行パッケージ利用者】			【個別手配者】		
国籍・地域	(%)	(円/人)	国籍・地域	(%)	(円/人)	国籍・地域	(%)	(円/人)
国籍・地域	団体ツアー参加率	団体ツアー購入者単価	国籍・地域	個人旅行パッケージ利用率	個人旅行パッケージ購入者単価	国籍・地域	個別手配比率	国際旅客運賃購入者単価
全国籍・地域	26.5%	166,985	全国籍・地域	12.8%	155,110	全国籍・地域	60.7%	93,748
韓国	11.3%	95,195	韓国	10.6%	67,445	韓国	78.0%	36,581
台湾	38.0%	134,685	台湾	15.8%	102,909	台湾	46.2%	60,474
香港	17.7%	151,845	香港	23.6%	153,345	香港	58.7%	84,756
中国	45.3%	177,852	中国	15.3%	183,085	中国	39.4%	86,126
タイ	20.2%	215,644	タイ	3.8%	199,281	タイ	76.1%	87,628
シンガポール	4.5%	159,197	シンガポール	9.0%	196,616	シンガポール	86.5%	92,970
マレーシア	15.6%	209,797	マレーシア	8.6%	178,423	マレーシア	75.7%	81,345
インドネシア	19.5%	239,284	インドネシア	12.6%	303,726	インドネシア	67.9%	106,996
フィリピン	2.7%	101,530	フィリピン	2.7%	189,522	フィリピン	94.6%	62,971
ベトナム	29.1%	240,796	ベトナム	7.3%	173,667	ベトナム	63.6%	87,714
インド	2.3%	201,103	インド	2.3%	212,423	インド	95.3%	106,272
英国	7.5%	468,105	英国	8.2%	280,357	英国	84.3%	221,144
ドイツ	3.4%	614,154	ドイツ	3.4%	222,915	ドイツ	93.2%	155,884
フランス	3.1%	378,728	フランス	7.6%	520,437	フランス	89.3%	152,652
イタリア	13.0%	408,201	イタリア	7.8%	460,655	イタリア	79.3%	135,039
スペイン	7.2%	356,014	スペイン	9.3%	494,735	スペイン	83.5%	115,176
ロシア	7.4%	205,276	ロシア	14.8%	317,396	ロシア	77.9%	125,043
米国	4.7%	480,344	米国	3.7%	410,803	米国	91.6%	241,227
カナダ	6.5%	348,001	カナダ	5.8%	248,182	カナダ	87.7%	176,206
オーストラリア	3.8%	391,927	オーストラリア	6.0%	436,423	オーストラリア	90.2%	160,393
その他	2.8%	338,772	その他	2.8%	255,346	その他	94.4%	150,303

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

国籍・地域	(円/人)	(円/人)	(円/人)	(円/人)	b.平均泊数	(円/人泊)	(円/人泊)	(円/人泊)	(円/人泊)
	a.旅行中支出	団体ツアー参加者	個人旅行パッケージ利用者	個別手配者		c.1泊当たり旅行中支出 (=a/b)	団体ツアー参加者	個人旅行パッケージ利用者	個別手配者
全国籍・地域	150,346	106,027	120,422	178,742	12.4	12,095	19,295	20,069	10,635
韓国	66,577	34,461	42,890	75,126	6.3	10,559	9,849	11,774	10,617
台湾	104,395	62,887	76,878	150,015	8.0	13,024	15,157	15,997	12,209
香港	158,621	73,493	112,981	205,191	6.7	23,589	17,686	20,480	25,692
中国	215,986	144,375	184,418	322,066	14.6	14,749	25,123	27,442	11,515
タイ	135,207	107,614	89,805	146,411	19.5	6,930	22,463	11,974	6,097
シンガポール	177,099	30,000	117,828	187,317	12.2	14,527	4,800	18,483	14,295
マレーシア	142,150	81,559	120,233	156,594	20.6	6,909	3,780	16,290	7,159
インドネシア	140,005	75,475	56,000	170,690	22.6	6,185	4,552	8,819	6,232
フィリピン	126,953	164,588	32,493	129,447	42.0	3,024	10,973	5,241	2,958
ベトナム	175,466	52,955	203,133	229,381	29.5	5,943	7,061	22,570	5,469
インド	155,208	175,008	38,450	156,443	23.8	6,521	36,844	6,991	6,330
英国	190,287	23,262	95,857	211,914	15.6	12,210	1,702	7,837	13,177
ドイツ	160,436	56,592	432,054	150,985	14.4	11,107	5,804	45,479	10,203
フランス	229,561	61,415	209,839	235,270	16.5	13,897	4,724	15,429	13,930
イタリア	185,459	109,673	161,956	200,556	19.4	9,560	10,043	12,786	9,352
スペイン	200,423	107,843	51,891	227,010	17.6	11,369	13,244	4,670	11,840
ロシア	154,791	46,271	160,608	165,107	23.8	6,501	1,876	4,380	7,753
米国	163,064	61,710	75,620	171,604	19.2	8,482	4,122	7,153	8,669
カナダ	136,339	29,171	155,439	143,049	18.2	7,491	2,888	14,726	7,411
オーストラリア	189,893	271,585	115,089	191,419	12.7	14,921	20,664	12,057	14,814
その他	169,211	121,482	92,489	172,742	20.9	8,101	5,206	7,928	8,191

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

国籍・地域	(円/人)	(円/人)	(円/人)	(円/人)	b.平均泊数	(円/人泊)	(円/人泊)	(円/人泊)	(円/人泊)
	a.旅行総支出	団体ツアー参加者	個人旅行パッケージ利用者	個別手配者		c.1泊当たり旅行総支出 (=a/b)	団体ツアー参加者	個人旅行パッケージ利用者	個別手配者
全国籍・地域	275,930	273,426	275,781	279,956	12.4	22,198	49,759	45,960	16,658
韓国	113,415	126,690	109,232	111,859	6.3	17,988	36,209	29,985	15,808
台湾	201,058	198,587	181,056	211,589	8.0	25,083	47,862	37,674	17,220
香港	276,113	222,159	271,498	297,458	6.7	41,061	53,461	49,214	37,245
中国	358,629	321,088	366,223	411,591	14.6	24,490	55,873	54,495	14,715
タイ	264,793	325,438	287,630	241,961	19.5	13,571	67,931	38,351	10,077
シンガポール	315,968	206,886	319,790	317,928	12.2	25,918	33,102	50,163	24,262
マレーシア	269,315	286,346	303,406	260,310	20.6	13,089	13,270	41,107	11,900
インドネシア	309,744	324,870	377,777	293,650	22.6	13,684	19,593	59,492	10,722
フィリピン	223,751	536,943	223,638	220,237	42.0	5,329	35,796	36,071	5,032
ベトナム	311,138	248,320	376,800	347,588	29.5	10,537	33,109	41,867	8,287
インド	286,911	376,111	372,602	281,882	23.8	12,054	79,181	67,746	11,406
英国	416,749	610,111	381,255	413,285	15.6	26,741	44,642	31,172	25,698
ドイツ	372,210	689,276	792,163	329,690	14.4	25,768	70,695	83,386	22,279
フランス	440,251	464,027	736,549	408,011	16.5	26,651	35,694	54,158	24,159
イタリア	399,042	527,759	689,726	350,075	19.4	20,570	48,330	54,452	16,325
スペイン	361,615	443,580	346,244	354,480	17.6	20,513	54,475	31,162	18,489
ロシア	344,929	291,079	626,788	311,129	23.8	14,486	11,801	17,094	14,611
米国	437,182	594,828	454,004	428,876	19.2	22,741	39,731	42,946	21,666
カナダ	325,340	418,245	290,851	319,314	18.2	17,876	41,410	27,554	16,544
オーストラリア	377,105	748,879	482,509	359,946	12.7	29,631	56,980	50,549	27,857
その他	362,291	460,254	424,503	355,544	20.9	17,345	19,725	36,386	16,859

(4) 来訪目的別にみる旅行中支出

- 来訪目的別に旅行中支出をみると、「観光・レジャー」は1人当たり平均135,041円、「親族・知人訪問」は1人当たり平均166,156円、「業務（展示会・見本市／国際会議／社内会議／研修／商談等その他ビジネス）」は1人当たり平均151,053円などとなっている。なお、「観光・レジャー客」はパッケージツアー参加率が

高いため、旅行中支出は「業務」などに比べ低い（図表 2-5）。

- 来訪目的別に旅行中消費額（パッケージツアー参加費に含まれる国内収入分を含まない）を推計すると、「観光・レジャー」目的が5,132億円で全体の63.0%を占める。これに対し「業務」目的の旅行中消費額は1,367億円で、全体の16.8%を占める。

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

	主な来訪目的	観光・レジャー	親族・知人訪問	留学	治療・検診	イベント	インセンティブツアー	業務	展示会・見本市	国際会議	企業ミーティング	研修	その他ビジネス	その他 <sup>注1</sup>	MICE <sup>注2</sup> (再掲)
a. 旅行中支出 (円/人)	全国籍・地域	135,041	166,156	583,810	139,484	89,071	94,355	151,053	117,324	126,874	132,344	167,387	166,701	153,470	133,600
	韓国	58,569	58,966	311,140	45,867	31,293	-	93,997	71,479	89,983	68,640	80,011	107,965	93,709	72,142
	台湾	91,187	120,620	657,073	59,333	242,667	35,363	125,237	95,531	113,320	126,254	155,622	126,797	81,595	121,303
	香港	157,212	152,104	304,000	-	-	250,000	154,127	-	-	112,332	180,000	180,796	-	135,147
	中国	188,686	260,303	733,221	307,470	207,065	85,784	226,272	221,246	171,614	215,216	203,494	250,738	354,120	204,537
	米国	153,030	138,913	463,018	-	102,246	-	154,941	369,431	147,753	112,471	237,362	162,637	79,891	140,867

【参考】

b. 外客数目的別構成比 (%) ヨ計=100	全国籍・地域	71.1	5.6	2.8	0.2	0.5	0.3	16.9	0.9	1.6	4.6	1.9	7.9	2.6	9.8
	韓国	74.9	5.8	1.3	0.1	0.2	0.0	15.3	1.5	0.8	3.0	0.9	9.0	2.5	6.4
	台湾	82.7	2.7	1.6	0.6	0.2	0.5	10.1	1.0	0.6	3.4	0.9	4.1	1.6	6.7
	香港	89.4	1.6	1.6	0.0	0.0	0.4	7.1	0.0	0.0	2.8	0.4	3.9	0.0	3.5
	中国	77.0	5.1	3.7	0.2	0.1	0.1	12.0	0.6	0.8	3.1	2.2	5.3	1.7	6.9
	米国	33.0	11.1	5.1	0.0	2.4	0.0	42.3	0.3	3.9	11.6	3.5	23.1	2.6	21.6
c. 訪日外客数 <sup>注3</sup> (万人)	全国籍・地域	380.0	30.2	15.0	1.0	2.7	1.5	90.5	4.6	8.6	24.8	10.1	42.4	13.9	52.3
	韓国	77.6	6.0	1.3	0.1	0.2	0.0	15.8	1.5	0.8	3.2	1.0	9.4	2.6	6.7
	台湾	80.9	2.6	1.5	0.6	0.2	0.5	9.9	1.0	0.6	3.4	0.9	4.0	1.5	6.5
	香港	37.1	0.7	0.7	0.0	0.0	0.2	2.9	0.0	0.0	1.1	0.2	1.6	0.0	1.5
	中国	127.9	8.5	6.1	0.3	0.2	0.2	19.9	1.0	1.3	5.2	3.7	8.8	2.8	11.5
	米国	8.3	2.8	1.3	0.0	0.6	0.0	10.6	0.1	1.0	2.9	0.9	5.8	1.5	5.4
d. 旅行中消費額 (億円) (=a × c)	全国籍・地域	5,132	501	873	14	24	14	1,367	54	110	329	169	707	214	699
	韓国	455	35	41	0	1	0	149	11	7	22	8	101	25	48
	台湾	738	32	101	4	4	2	124	10	7	42	14	51	13	79
	香港	584	10	20	0	0	4	45	0	0	13	3	30	0	20
	中国	2,412	221	450	10	4	2	451	21	22	111	74	221	99	236
	米国	127	39	59	0	6	0	165	2	14	33	21	94	12	77
e. 旅行中消費額目的別構成比 (%) ヨ計=100	全国籍・地域	63.0%	6.2%	10.7%	0.2%	0.3%	0.2%	16.8%	0.7%	1.3%	4.0%	2.1%	8.7%	2.6%	8.6%
	韓国	64.5%	5.0%	5.8%	0.0%	0.1%	0.0%	21.1%	1.5%	1.0%	3.1%	1.1%	14.4%	3.5%	6.8%
	台湾	72.5%	3.1%	10.0%	0.4%	0.4%	0.2%	12.2%	0.9%	0.7%	4.2%	1.4%	5.0%	1.2%	7.8%
	香港	88.0%	1.5%	3.0%	0.0%	0.0%	0.6%	6.8%	0.0%	0.0%	1.9%	0.4%	4.5%	0.0%	3.0%
	中国	66.1%	6.1%	12.3%	0.3%	0.1%	0.1%	12.3%	0.6%	0.6%	3.0%	2.0%	6.1%	2.7%	6.5%
	米国	31.1%	9.5%	14.5%	0.0%	1.5%	0.0%	40.4%	0.6%	3.5%	8.0%	5.1%	23.1%	3.0%	18.8%
f. 回答数 <sup>注4</sup>	全国籍・地域	6,630	636	260	13	52	22	2,000	102	192	503	213	990	229	1,084
	韓国	2,954	228	50	2	9	0	602	58	30	120	37	357	75	254
	台湾	891	29	17	7	2	5	109	11	7	37	10	44	11	72
	香港	227	4	4	0	0	1	18	0	0	7	1	10	0	9
	中国	1,188	79	57	3	2	2	185	9	12	48	34	82	24	107
	米国	247	83	38	0	18	0	317	2	29	87	26	173	29	162

注1) 主な来訪目的のうち、「ハネムーン」「学校関連の旅行」「スポーツ・スポーツ観戦」「トランジット」については「その他」に含めている。

注2) 「MICE」は、主な来訪目的が「イベント」「インセンティブツアー」「展示会・見本市」「国際会議」「企業ミーティング」「研修」の回答の集計結果である。

注3) JNTO「訪日外客数」に、本調査から得られた「b.外客数目的別構成比」を乗じて算出した。

注4) 回答数の少ない数値については取り扱いに留意されたい。

(5) 旅行消費額の推計

- 訪日外国人旅行消費額は、訪日外国人が日本国内で支払った旅行中支出に、パッケージツアー参加費に含まれる宿泊料金や飲食費、交通費などの国内収入分（以下、パッケージ内訳）を加算することにより推計する（平成26年より四半期報告書においてもパッケージ内訳を含む旅行消費額を推計している）。
- 今期のパッケージ内訳は1人当たり平均36,819円と推計される（図表2-6）。
- 旅行中支出にパッケージ内訳を加えた今期の旅行支出は、1人当たり平均187,165円と推計される。
- これに今期の訪日外客数を乗じることで、平成27年7-9月期の訪日外国人旅行消費額は1兆9億円と推計される。

図表 2-6 訪日外国人1人当たり旅行支出と訪日外国人旅行消費額の推移

暦年		(円/人)		(円/人)		(円/人)		(人)		(億円)	
		a. 日本国内での旅行中支出 <sup>注1</sup> (パッケージ内訳を含まない)	前年比	b. パッケージツアー参加費に含まれる国内収入分 <sup>注1・注2</sup> (パッケージ内訳)	前年比	c. 旅行支出 <sup>注1</sup> (パッケージ内訳を含む) (=a+b)	前年比	d. 訪日外客数 <sup>注3</sup> (JNTO)	前年比	e. 訪日外国人旅行消費額 <sup>注1</sup> (=c × d)	前年比
暦年	平成26年	124,612	7.6%	26,562	27.4%	151,174	10.6%	13,413,467	29.4%	20,278	43.1%
	平成27年										
四半期	平成26年1-3月期	125,196	11.2%	24,321	54.3%	149,517	16.5%	2,874,588	27.5%	4,298	48.5%
	平成26年4-6月期	117,015	0.8%	26,889	33.7%	143,903	5.7%	3,383,955	25.4%	4,870	32.5%
	平成26年7-9月期	130,759	11.6%	27,494	18.0%	158,254	12.7%	3,478,719	25.3%	5,505	41.2%
	平成26年10-12月期	125,331	7.1%	27,135	15.9%	152,465	8.6%	3,676,205	39.6%	5,605	51.6%
	平成27年1-3月期	143,203	14.4%	27,823	14.4%	171,025	14.4%	4,131,254	43.7%	7,065	64.4%
	平成27年4-6月期	143,505	22.6%	34,040	26.6%	177,546	23.4%	5,008,623	48.0%	8,893	82.6%
	平成27年7-9月期	150,346	15.0%	36,819	33.9%	187,165	18.3%	5,347,756	53.7%	10,009	81.8%
	平成27年10-12月期										

注1) 訪日外客数(JNTO)の更新等に伴い、前期公表値から一部数値を改訂している。  
 注2) パッケージツアー参加費に含まれる国内収入分は、パッケージツアーに参加していない個人手配者(参加費0円)も含めた全体平均の値である。  
 注3) 訪日外客数(JNTO)は、平成26年および平成27年1-7月は暫定値、平成27年8-9月は推計値を使用している。

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

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

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

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



- 今期の旅行支出を国籍・地域別にみると、中国(28.1万円)、フランス(25.8万円)、スペイン(24.5万円)の順で高い。また、韓国(7.7万円)は他の国籍・地域に比べて旅行支出が低い(図表2-7)。
- 今期の訪日外国人旅行消費額を国籍・地域別にみると、①中国4,660億円(構成比46.6%)、②台湾1,389億円(同13.9%)、③香港800億円(同8.0%)、④韓国799億円(同8.0%)、⑤米国452億円(同4.5%)の順となっている。
- 前述の上位5ヶ国合計で8,100億円(構成比80.9%)を占める。エリア別では、東アジア4ヶ国・地域合計で7,648億円(同76.4%)、東南アジア6ヶ国(タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナム)合計で629億円(同6.3%)、欧州5ヶ国(英国、ドイツ、フランス、イタリア、スペイン)合計で537億円(同5.4%)となっている。

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

平成27年7-9月期	(円/人)		(円/人)		(円/人)		(人)		(億円)		
	a. 日本国内での旅行中支出 (パッケージ内訳を含まない)		b. パッケージツアー参加費に含まれる国内収入分 <sup>注1</sup> (パッケージ内訳)		c. 旅行支出 (パッケージ内訳を含む) (=a+b)		d. 訪日外客数 <sup>注2</sup> (JNTO)		e. 訪日外国人旅行消費額 (=c×d)		
		前年比		前年比		前年比		前年比		構成比	前年比
全国籍・地域	150,346	15.0%	36,819	187,165	18.3%	5,347,756	53.7%	10,009	100.0%	81.8%	
韓国	66,577	10.9%	10,470	77,048	4.8%	1,036,499	44.0%	799	8.0%	51.0%	
台湾	104,395	13.1%	37,610	142,005	10.5%	978,483	34.0%	1,389	13.9%	48.1%	
香港	158,621	41.4%	33,924	192,545	30.0%	415,412	76.0%	800	8.0%	128.7%	
中国	215,986	9.9%	64,802	280,788	18.8%	1,659,568	112.4%	4,660	46.6%	152.4%	
タイ	135,207	11.9%	28,755	163,961	18.1%	117,552	13.8%	193	1.9%	34.4%	
シンガポール	177,099	58.4%	15,221	192,320	52.4%	48,494	36.9%	93	0.9%	108.6%	
マレーシア	142,150	21.2%	26,494	168,645	30.0%	53,554	26.7%	90	0.9%	64.7%	
インドネシア	140,005	49.0%	45,424	185,430	60.2%	48,228	33.7%	89	0.9%	114.2%	
フィリピン	126,953	30.8%	4,638	131,591	26.8%	46,974	33.4%	62	0.6%	69.1%	
ベトナム	175,466	-28.8%	51,594	227,060	-19.2%	44,766	43.7%	102	1.0%	16.1%	
インド	155,208	15.5%	3,818	159,026	13.0%	26,094	19.0%	41	0.4%	34.5%	
英国	190,287	10.3%	30,101	220,388	11.0%	69,540	24.0%	153	1.5%	37.7%	
ドイツ	160,436	11.5%	18,282	178,718	13.9%	41,745	19.0%	75	0.7%	35.5%	
フランス	229,561	21.0%	28,204	257,765	17.0%	58,804	18.1%	152	1.5%	38.2%	
イタリア	185,459	-	48,923	234,382	-	35,063	-	82	0.8%	-	
スペイン	200,423	-	44,381	244,804	-	30,943	-	76	0.8%	-	
ロシア	154,791	-19.8%	34,009	188,800	-13.8%	14,041	-13.3%	27	0.3%	-25.3%	
米国	163,064	-1.9%	16,619	179,682	-1.2%	251,401	16.3%	452	4.5%	14.9%	
カナダ	136,339	-20.1%	18,225	154,564	-15.3%	55,267	24.2%	85	0.9%	5.1%	
オーストラリア	189,893	2.0%	23,262	213,156	8.0%	77,996	22.2%	166	1.7%	32.0%	
その他	169,211	-	9,166	178,377	-	237,332	-	423	4.2%	-	

注1) パッケージツアー参加費に含まれる国内収入分は、パッケージツアーに参加していない個人手配者(参加費0円)も含めた全体平均の値である。  
 注2) 訪日外客数(JNTO)は平成27年7月は暫定値、同年8-9月は推計値を使用している。

(6) 費目別にみる旅行消費額

- 費目別旅行支出（パッケージツアー参加費内訳を含む）を国籍・地域別にみると、英国やフランスで「宿泊料金」が10万円程度と高い。「買物代」は中国が圧倒的に高い（図表2-8）。
- 費目別旅行消費額を国籍・地域別にみると、いずれの費目も中国が最も高くなっている。特に「買物代」は2,383億円と他の国籍・地域に比べ突出して高い。
- 旅行消費額の費目別構成比をみると、欧州やオーストラリアでは「宿泊料金」の割合が4割前後と高い傾向がみられる。中国では「買物代」が51.1%と高い割合を占める（図表2-9）。

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

(円/人)

国籍・地域	【費目別旅行支出】						
	旅行支出 総額	宿泊料金	飲食費	交通費	娯楽 サービス 費	買物代	その他
全国籍・地域	187,165	48,731	34,472	21,162	6,294	75,535	971
韓国	77,048	22,691	19,270	9,052	3,471	21,412	1,152
台湾	142,005	38,986	23,916	16,451	5,596	57,042	12
香港	192,545	50,618	31,737	18,906	5,290	85,994	0
中国	280,788	54,267	45,398	25,928	9,307	143,620	2,267
タイ	163,961	49,864	30,180	22,280	8,265	53,029	344
シンガポール	192,320	54,006	65,472	18,721	2,142	51,980	0
マレーシア	168,645	48,340	31,170	23,186	4,908	61,041	0
インドネシア	185,430	67,764	35,260	30,974	5,232	46,199	0
フィリピン	131,591	36,885	32,437	14,343	4,421	43,505	0
ベトナム	227,060	78,388	49,870	19,058	5,190	74,554	0
インド	159,026	60,410	43,430	21,847	2,558	30,781	0
英国	220,388	110,027	45,351	29,069	7,888	28,054	0
ドイツ	178,718	67,142	41,339	48,849	3,612	17,776	0
フランス	257,765	98,611	51,298	46,772	12,788	48,296	0
イタリア	234,382	92,647	53,252	47,436	5,448	35,531	67
スペイン	244,804	82,771	55,174	52,040	8,979	45,840	0
ロシア	188,800	59,436	35,966	26,022	9,535	52,521	5,321
米国	179,682	74,810	42,669	28,266	5,098	28,737	103
カナダ	154,564	51,764	36,902	34,305	6,440	25,089	64
オーストラリア	213,156	78,681	56,721	37,015	4,692	36,023	24
その他	178,377	67,382	34,983	25,739	3,305	46,663	306

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

(億円) (％)

国籍・地域	【費目別旅行消費額】							【費目別旅行消費額 構成比】(ヨコ計100%)					
	消費額 総額	宿泊料金	飲食費	交通費	娯楽 サービス 費	買物代	その他	宿泊料金	飲食費	交通費	娯楽 サービス 費	買物代	その他
全国籍・地域	10,009	2,606	1,843	1,132	337	4,039	52	26.0%	18.4%	11.3%	3.4%	40.4%	0.5%
韓国	799	235	200	94	36	222	12	29.5%	25.0%	11.7%	4.5%	27.8%	1.5%
台湾	1,389	381	234	161	55	558	0	27.5%	16.8%	11.6%	3.9%	40.2%	0.0%
香港	800	210	132	79	22	357	0	26.3%	16.5%	9.8%	2.7%	44.7%	0.0%
中国	4,660	901	753	430	154	2,383	38	19.3%	16.2%	9.2%	3.3%	51.1%	0.8%
タイ	193	59	35	26	10	62	0	30.4%	18.4%	13.6%	5.0%	32.3%	0.2%
シンガポール	93	26	32	9	1	25	0	28.1%	34.0%	9.7%	1.1%	27.0%	0.0%
マレーシア	90	26	17	12	3	33	0	28.7%	18.5%	13.7%	2.9%	36.2%	0.0%
インドネシア	89	33	17	15	3	22	0	36.5%	19.0%	16.7%	2.8%	24.9%	0.0%
フィリピン	62	17	15	7	2	20	0	28.0%	24.6%	10.9%	3.4%	33.1%	0.0%
ベトナム	102	35	22	9	2	33	0	34.5%	22.0%	8.4%	2.3%	32.8%	0.0%
インド	41	16	11	6	1	8	0	38.0%	27.3%	13.7%	1.6%	19.4%	0.0%
英国	153	77	32	20	5	20	0	49.9%	20.6%	13.2%	3.6%	12.7%	0.0%
ドイツ	75	28	17	20	2	7	0	37.6%	23.1%	27.3%	2.0%	9.9%	0.0%
フランス	152	58	30	28	8	28	0	38.3%	19.9%	18.1%	5.0%	18.7%	0.0%
イタリア	82	32	19	17	2	2	0	39.5%	22.7%	20.2%	2.3%	15.2%	0.0%
スペイン	76	26	17	16	3	14	0	33.8%	22.5%	21.3%	3.7%	18.7%	0.0%
ロシア	27	8	5	4	1	7	1	39.5%	22.7%	20.2%	2.3%	15.2%	0.0%
米国	452	188	107	71	13	72	0	33.8%	22.5%	21.3%	3.7%	18.7%	0.0%
カナダ	85	29	20	19	4	14	0	31.5%	19.0%	13.8%	5.1%	27.8%	2.8%
オーストラリア	166	61	44	29	4	28	0	41.6%	23.7%	15.7%	2.8%	16.0%	0.1%
その他	423	160	83	61	8	111	1	33.5%	23.9%	22.2%	4.2%	16.2%	0.0%

### 3. 土産品の購入実態

#### (1) 費目別購入率

- 購入率（その費目を購入した人の割合）が最も高い費目は「菓子類」であり、63.9%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58.2%と高い。国籍・地域別では、「カメラ・ビデオカメラ・時計」や「電気製品」、「化粧品・香水」で中国の購入率が高い（図表 3-1）。

#### (2) 費目別購入者単価

- 費目別の購入者単価（その費目を購入した人における当該費目の1人当たり平均支出）は、「カメラ・ビデオカメラ・時計」が7.2万円と最も高い。
- 来訪目的別では、購入率は観光・レジャー客の方が高い傾向がみられるが、購入者単価の大小は国籍・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）

費目	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	63.9%	9,124	78.1%	5,878	63.8%	8,737	64.7%	9,123	68.6%	12,200	34.9%	5,455
その他食料品・飲料・酒・たばこ	58.2%	11,425	58.5%	6,128	61.7%	9,237	58.6%	9,397	56.3%	14,623	57.8%	19,110
カメラ・ビデオカメラ・時計	13.1%	72,269	2.5%	37,200	8.3%	27,207	12.0%	212,881	25.7%	72,005	2.7%	18,662
電気製品	22.2%	41,109	3.9%	20,247	30.8%	29,971	10.0%	10,466	39.6%	50,666	7.7%	16,519
化粧品・香水	44.5%	28,970	31.5%	7,842	38.7%	13,889	43.0%	26,110	74.3%	42,330	6.6%	9,630
医薬品・健康グッズ・トイレタリー	49.4%	24,034	36.3%	5,831	72.3%	17,521	58.2%	19,211	69.0%	37,332	12.2%	4,210
和服(着物)・民芸品	12.9%	13,655	5.6%	5,859	9.3%	8,117	14.5%	10,429	11.8%	18,854	24.0%	14,089
服(和服以外)・かばん・靴	42.1%	34,093	26.4%	16,832	48.4%	23,334	65.9%	34,851	49.2%	51,654	23.9%	21,465
マンガ・アニメ・キャラクター関連商品	16.5%	12,661	14.6%	8,807	13.6%	13,378	16.1%	6,937	20.9%	14,397	13.8%	9,748
書籍・絵葉書・CD・DVD	13.6%	7,223	5.8%	5,564	14.5%	6,127	15.7%	3,325	15.1%	8,985	20.5%	6,280

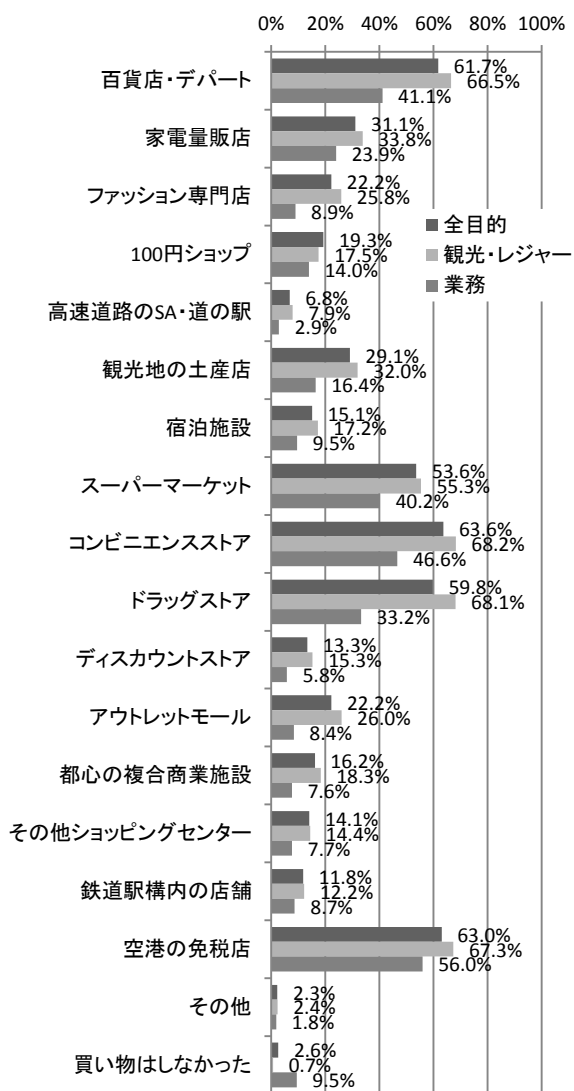
図表 3-2 来訪目的別にみる費目別購入率および購入者単価（主要国籍・地域別）

費目	国籍・地域	来訪目的	韓国		台湾		香港		中国		米国	
			購入率	購入者単価(円)	購入率	購入者単価(円)	購入率	購入者単価(円)	購入率	購入者単価(円)	購入率	購入者単価(円)
菓子類		観光・レジャー	82.7%	5,298	65.0%	8,471	66.7%	9,291	67.8%	11,402	38.9%	5,923
		業務	61.8%	6,385	51.4%	10,174	44.4%	6,306	67.0%	16,222	26.0%	5,428
その他食料品・飲料・酒・たばこ		観光・レジャー	61.6%	5,089	61.4%	8,532	58.6%	9,175	57.2%	13,545	61.9%	10,113
		業務	45.6%	10,822	63.3%	8,295	61.1%	11,929	54.1%	17,429	47.6%	26,810
カメラ・ビデオカメラ・時計		観光・レジャー	2.5%	19,585	7.6%	23,977	11.7%	229,313	26.5%	72,920	1.2%	-
		業務	3.2%	106,263	10.1%	35,714	22.2%	103,333	22.7%	87,789	2.9%	27,923
電気製品		観光・レジャー	2.9%	12,751	30.6%	29,106	10.8%	10,494	40.7%	43,784	6.1%	5,917
		業務	4.7%	34,280	31.2%	28,495	5.6%	10,000	32.4%	79,902	6.8%	28,994
化粧品・香水		観光・レジャー	34.1%	7,189	41.1%	11,994	44.6%	25,332	76.8%	40,996	7.8%	9,979
		業務	21.5%	12,705	26.6%	20,111	22.2%	26,589	72.4%	51,616	5.1%	10,651
医薬品・健康グッズ・トイレタリー		観光・レジャー	40.6%	5,638	74.6%	16,612	59.0%	19,590	71.1%	36,441	13.1%	3,551
		業務	19.3%	8,110	56.9%	23,115	44.4%	14,628	63.2%	37,634	6.4%	4,862
和服(着物)・民芸品		観光・レジャー	6.6%	5,440	9.9%	6,784	15.3%	10,227	12.8%	19,440	32.0%	14,025
		業務	0.8%	9,000	4.6%	19,581	0.0%	-	5.9%	17,702	14.5%	15,301
服(和服以外)・かばん・靴		観光・レジャー	29.8%	15,334	50.7%	20,558	66.7%	31,899	51.3%	51,841	29.1%	26,837
		業務	9.5%	32,532	28.4%	49,562	50.0%	76,647	34.1%	49,459	14.1%	18,209
マンガ・アニメ・キャラクター関連商品		観光・レジャー	16.4%	8,854	14.6%	8,890	17.1%	6,841	24.0%	13,467	20.9%	7,824
		業務	5.6%	9,654	5.5%	8,000	5.6%	6,667	5.9%	8,664	5.1%	10,249
書籍・絵葉書・CD・DVD		観光・レジャー	5.4%	4,367	15.7%	3,532	16.2%	3,277	15.7%	8,304	25.0%	6,224
		業務	3.7%	12,816	1.8%	4,354	0.0%	-	10.8%	10,812	10.0%	5,460

(3) 買物場所

- 買物場所は「コンビニエンスストア」(63.6%)、「空港の免税店」(63.0%)、「百貨店・デパート」(61.7%)の順となっている(図表3-3)。
- 来訪目的別に見ると、全ての項目で観光・レジャー客の利用率が業務客に比べ高い。また、業務客では「買い物はしなかった」の割合が9.5%を占める。

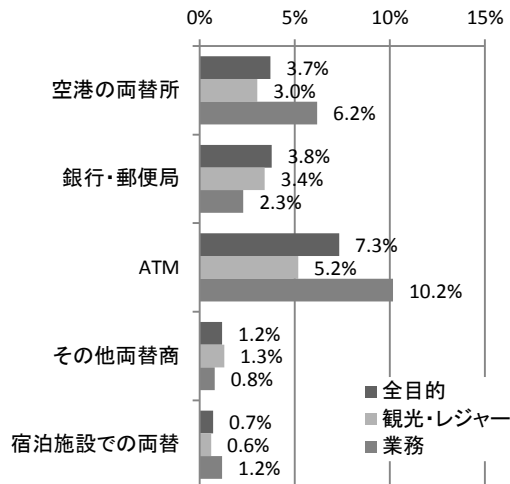
図表 3-3 買物場所  
(全国籍・地域、来訪目的別、複数回答)



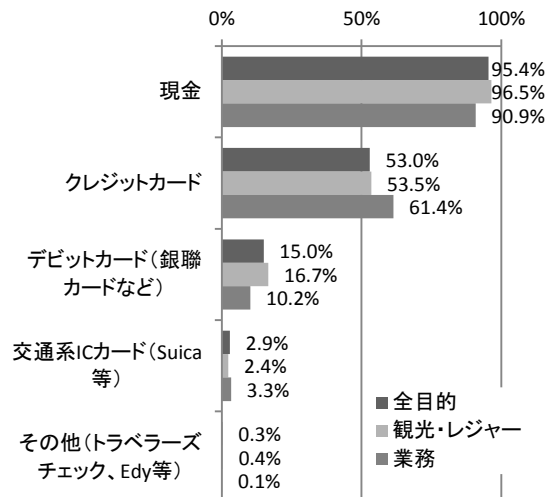
(4) 利用した金融機関と決済方法

- 利用した金融機関を見ると、「ATM」の利用率が7.3%と、他の金融機関に比べて高い(図表3-4)。
- 決済方法は「現金」の利用率が9割を超える。「クレジットカード」は観光・レジャー客に比べ業務客での利用率が高い(図表3-5)。

図表 3-4 利用した金融機関  
(全国籍・地域、来訪目的別、複数回答)



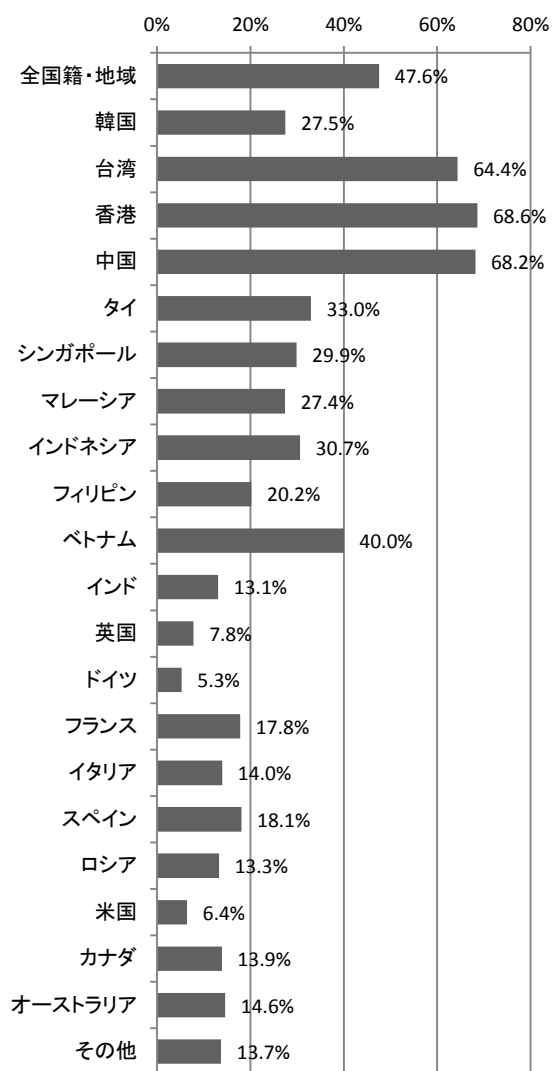
図表 3-5 利用した決済方法  
(全国籍・地域、来訪目的別、複数回答)



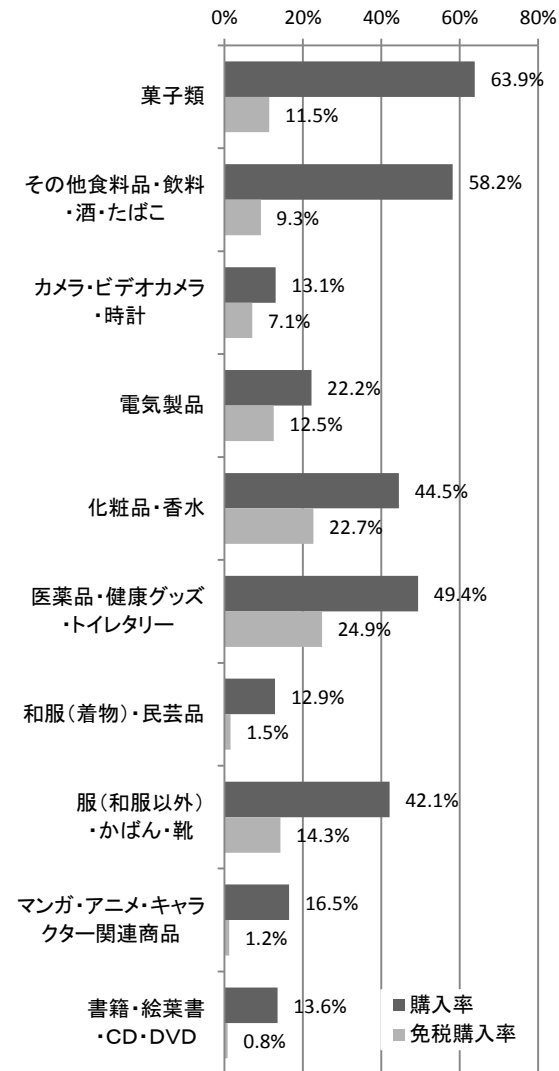
(5) 消費税免税手続きの実施状況

- 今回の日本滞在中に**消費税免税手続き**を実施した人の割合は全体の 47.6%である(図表 3-6)。
- 国籍・地域別にみると、台湾や香港、中国で6割を超える。一方、英国やドイツ、米国では10%未満と他の国籍・地域に比べて低い。
- 買物の費目別に、消費税免税手続きをして当該費目を購入した人の割合(費目別の**免税実施率**、分母は訪日外国人全体)をみると、「医薬品・健康グッズ・トイレタリー」(24.9%)が最も高く、次いで「化粧品・香水」(22.7%)、「服・かばん・靴」(14.3%)の順で高くなっている(図表 3-7)。

図表 3-6 消費税免税手続きの実施率(国籍・地域別)



図表 3-7 費目別購入率と費目別の免税実施率(全国籍・地域、複数回答)



## 4. 満足度と再訪意向

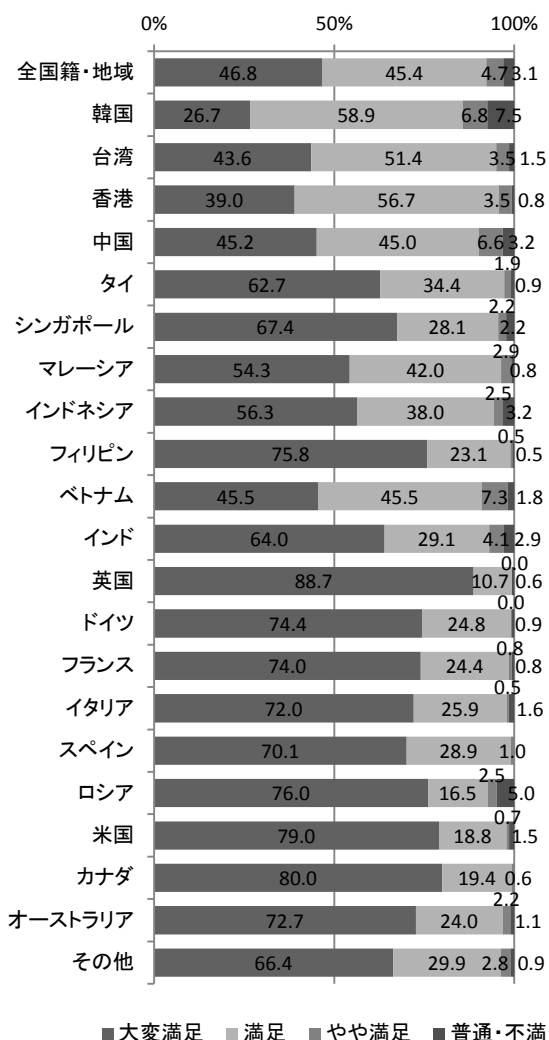
### (1) 訪日旅行全体の満足度

- 今回の訪日旅行全体の満足度は「大変満足」46.8%、「満足」45.4%である。
- 国籍・地域別では、英国で「大変満足」の割合が88.7%と高い他、欧米で7割超と高い傾向にある（図表4-1）。

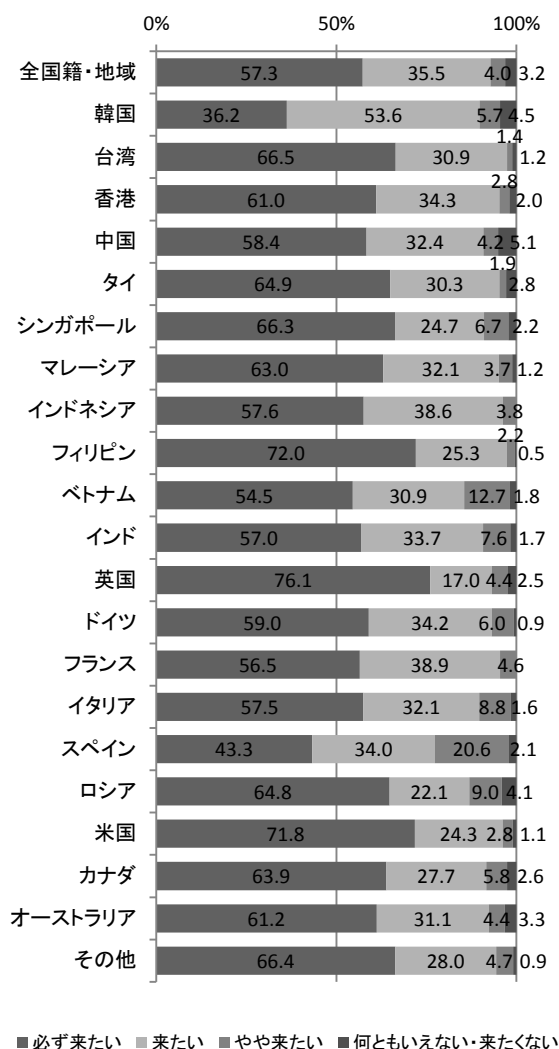
### (2) 日本への再訪意向

- 日本への再訪意向では、「必ず来たい」が57.3%、「来たい」が35.5%である。
- 国籍・地域別では、フィリピンや英国、米国で「必ず来たい」の割合が7割超と高い（図表4-2）。

図表 4-1 訪日旅行全体の満足度（国籍・地域別）



図表 4-2 日本への再訪意向（国籍・地域別）



(3) 最も満足した購入商品

- 今回の日本滞在中に購入した商品やサービスのうち、最も満足したものを自由回答形式で尋ねた。
- 最も満足した購入商品の割合を国籍・地域別にみると、韓国は「菓子類」(21.5%)、台湾は「医薬品・健康グッズ・トイレタリー」(18.7%)、香港は「服・かばん・靴」(32.8%)、中国は「化粧品・香水」(19.3%)、米国は「和服・民芸品」(23.0%)の割合が高い(図表 4-3)。

- 満足した理由(自由回答形式)を11区分に分類し、商品区分毎に集計した結果を図表 4-4 に示す。「医薬品・健康グッズ・トイレタリー」では「品質が良いから」とする回答が68.7%と高く、「カメラ・ビデオカメラ」では「日本製だから」とする回答が多かった。「たばこ」や「時計」「電気製品」「化粧品・香水」「服・かばん・靴」では「価格が手頃・自国より安いから」とする回答が多くみられた。

図表 4-3 最も満足した購入商品 (主な国籍・地域別)

商品区分	国籍・地域				
	韓国	台湾	香港	中国	米国
菓子類	21.5	5.5	5.9	5.0	6.0
酒	5.7	0.8	0.8	0.6	4.0
その他食料品・飲料	2.4	2.4	1.7	1.1	3.2
たばこ	0.9	0.5	0.0	0.1	0.0
カメラ・ビデオカメラ	0.6	2.9	1.7	5.7	1.6
時計	1.1	2.4	6.7	10.9	1.2
電気製品	2.2	17.0	4.2	19.0	6.3
化粧品・香水	10.8	11.4	6.7	19.3	3.6
医薬品・健康グッズ・トイレタリー	12.5	18.7	11.8	11.3	0.4
和服・民芸品	3.4	3.7	3.4	1.7	23.0
服・かばん・靴	17.1	18.3	32.8	12.8	17.9
マンガ・アニメ・キャラクター関連商品	9.1	5.4	5.0	5.7	6.7
書籍・絵葉書・CD・DVD	1.8	1.8	1.7	1.1	4.0
その他の商品	10.6	8.3	15.1	5.7	20.6
その他	0.3	0.8	2.5	0.3	1.6
合計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
回答数	2,126	616	119	949	252

図表 4-4 最も満足した購入商品についてその理由 (全国籍・地域)

商品区分	回答数	【満足した理由 構成比】(ヨコ計100%)										
		品質が良いから	デザインが良い・かわいい・きれい	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・頼まれたから	価格が手頃・自国より安いから	便利だから	その他
菓子類	584	0.7	3.8	52.7	1.2	0.5	6.3	5.3	19.9	8.2	0.0	1.4
酒	160	1.3	1.9	54.4	0.6	3.8	2.5	8.1	9.4	15.0	0.0	3.1
その他食料品・飲料	103	12.6	1.9	60.2	1.9	1.0	1.0	5.8	7.8	2.9	1.9	2.9
たばこ	26	7.7	0.0	7.7	11.5	3.8	3.8	0.0	3.8	61.5	0.0	0.0
カメラ・ビデオカメラ	142	34.5	4.9	0.0	35.9	0.0	7.0	2.1	0.0	12.7	1.4	1.4
時計	187	20.3	21.9	0.0	19.3	0.0	8.6	2.1	3.2	23.5	0.0	1.1
電気製品	446	34.3	2.7	0.0	23.1	0.2	2.5	4.0	1.6	23.5	3.4	4.7
化粧品・香水	572	40.7	0.9	0.0	14.3	0.2	4.5	2.6	4.4	30.6	0.0	1.7
医薬品・健康グッズ・トイレタリー	499	68.7	0.2	0.2	7.0	0.0	3.2	2.2	4.0	10.8	1.2	2.4
和服・民芸品	310	7.4	36.1	0.3	7.4	22.6	2.9	5.2	11.0	1.6	0.6	4.8
服・かばん・靴	880	13.5	36.5	0.0	3.8	0.6	4.2	5.2	2.2	31.8	0.1	2.2
マンガ・アニメ・キャラクター関連商品	361	8.3	23.5	0.0	1.7	1.1	27.4	16.3	8.3	8.6	0.8	3.9
書籍・絵葉書・CD・DVD	87	8.0	5.7	0.0	1.1	5.7	19.5	21.8	5.7	8.0	17.2	6.9
その他の商品	503	21.9	27.0	0.0	5.2	3.8	2.4	6.0	13.3	11.3	2.4	6.8
その他	28	14.3	10.7	0.0	0.0	3.6	0.0	3.6	0.0	3.6	32.1	32.1
全体	4,888	23.1	15.4	9.4	8.4	2.4	6.1	5.6	7.2	17.8	1.4	3.3

注) 本表では国籍・地域別ウェイトバック集計を行っていない。

(4) 最も満足した飲食

- 最も満足した購入商品と同様に、今回の日本滞在中の飲食で最も満足したものを自由回答形式で尋ねた。
- 最も満足した飲食の割合を国籍・地域別にみると、韓国は「肉料理」(24.6%)、台湾は「ラーメン」(27.5%)、香港は「魚料理」(22.1%)、中国は「魚料理(寿司を除く)」(21.4%)、米国は「寿司」(24.9%)の割合が高い(図表4-5)。

図表 4-5 最も満足した飲食 (主な国籍・地域別)

飲食区分	国籍・地域				
	韓国	台湾	香港	中国	米国
寿司	23.2	10.4	13.0	14.9	24.9
ラーメン	13.5	27.5	11.0	17.4	12.3
そば・うどん	9.6	4.8	3.9	3.7	6.8
肉料理	24.6	16.8	20.8	19.2	17.0
魚料理(寿司を除く)	6.6	14.5	22.1	21.4	8.2
小麦粉料理	6.1	1.4	1.9	2.4	4.1
その他日本料理	5.4	6.8	7.1	6.2	7.0
外国の料理	0.3	0.7	0.0	0.6	0.2
その他料理	3.9	5.1	4.5	2.9	7.0
菓子類	2.5	6.0	7.8	8.5	3.7
果物	0.0	2.6	3.2	0.9	0.2
酒	2.7	0.4	0.6	0.1	4.7
その他食料品・飲料	1.4	3.0	3.9	1.9	3.7
合計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
標本数	3,030	703	154	1,020	511

- 満足した理由(自由回答形式)を14区分に分類し、飲食区分毎に集計を行った結果を図表4-6に示す。いずれの飲食区分でも「美味しい」が圧倒的に多いが、その他の理由では「寿司」や「魚料理」で「品質が良い(新鮮など)」の割合が高い。

図表 4-6 最も満足した飲食についてその理由 (全国籍・地域)

飲食区分	回答数	【満足した理由 構成比】(ヨコ計100%)													
		美味しい	品質が良い	量や種類が適切	価格が手頃・自国より安い	有名である	好きな料理・食品である	珍しい・新しい	健康に良い	デザインが良い・かわいい・きれい	伝統的・日本独特	自国で味わうことができないから	店のサービスや雰囲気	宗教や信条、体質等の理由	その他
寿司	1,384	70.3	17.8	1.0	3.0	0.1	2.0	0.8	0.4	0.2	2.0	1.9	0.3	0.0	0.1
ラーメン	1,056	88.2	0.2	1.3	0.8	0.8	1.5	1.5	0.1	0.0	2.4	2.7	0.3	0.1	0.2
そば・うどん	472	86.7	1.7	0.4	1.7	0.4	1.5	2.3	0.4	0.0	2.5	1.1	0.2	0.4	0.6
肉料理	1,329	81.3	5.9	1.5	1.8	0.4	1.0	2.3	0.3	0.2	1.0	2.6	0.6	0.0	1.1
魚料理	770	60.4	29.2	1.0	0.5	0.6	1.3	1.3	0.8	0.0	2.3	1.6	0.4	0.0	0.5
小麦粉料理	304	78.3	1.6	1.3	1.6	0.7	1.6	4.9	0.0	0.0	4.9	3.3	0.7	0.0	1.0
その他日本料理	440	73.4	2.5	2.7	2.3	0.2	1.1	2.3	1.6	3.4	5.7	2.7	1.1	0.2	0.5
外国の料理	27	77.8	0.0	0.0	3.7	0.0	0.0	3.7	0.0	0.0	0.0	11.1	0.0	0.0	3.7
その他料理	277	75.1	3.6	5.4	2.2	0.4	0.7	1.8	0.7	0.0	2.5	2.9	2.9	0.4	1.4
菓子類	295	80.0	1.0	1.4	1.0	2.0	2.0	2.7	0.7	0.3	2.4	3.7	0.0	0.3	2.4
果物	40	85.0	10.0	0.0	0.0	0.0	5.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
酒	160	77.5	1.9	0.6	1.9	1.3	5.6	3.1	0.0	0.0	1.3	4.4	1.3	0.0	1.3
その他食料品・飲料	152	67.8	7.2	0.7	0.0	0.0	0.7	3.9	4.6	0.0	3.3	8.6	0.0	0.7	2.6

注) 本表では国籍・地域別ウェイトバック集計を行っていない。

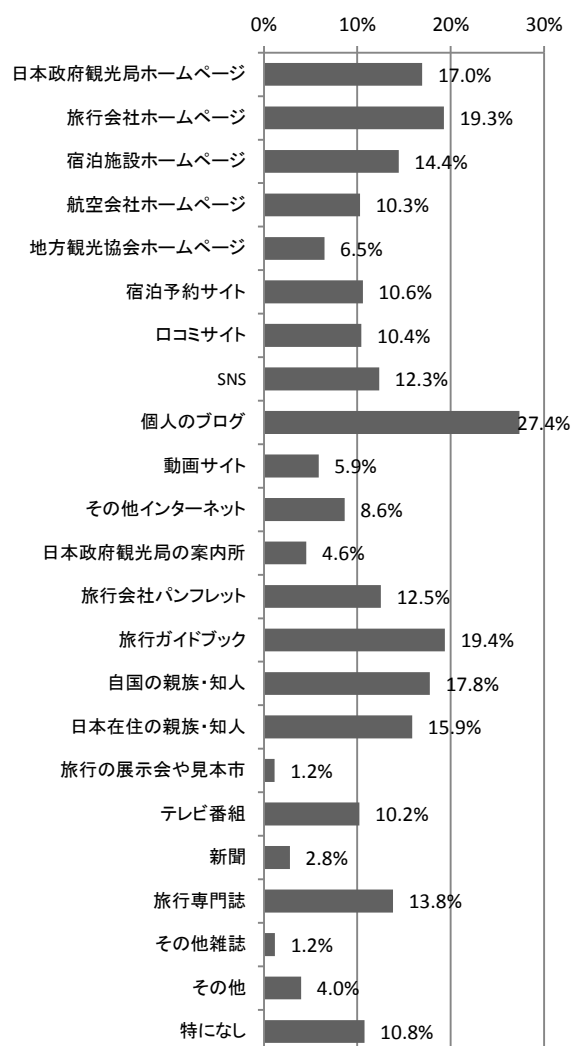


## 5. 役に立った旅行情報源

### (1) 出発前に得た旅行情報源

- 出発前に得た旅行情報源で役に立ったものは、「個人のブログ」(27.4%)、「旅行ガイドブック」(19.4%)、「旅行会社ホームページ」(19.3%)の順が多い(図表 5-1)。
- 「日本政府観光局ホームページ」は 17.0%、「日本政府観光局の案内所」は 4.6%であった。

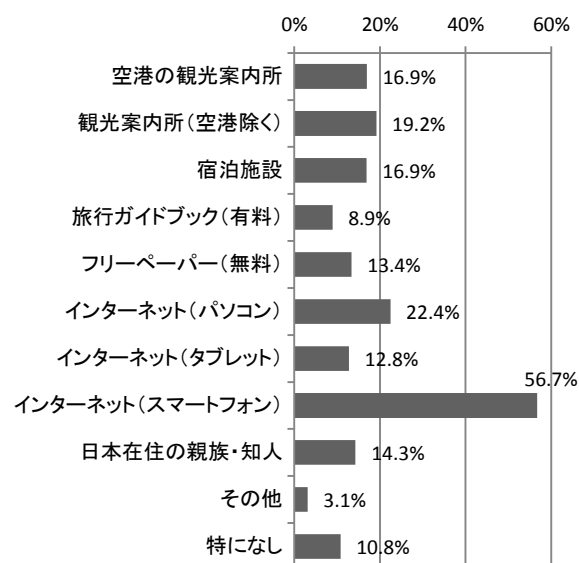
図表 5-1 出発前に得た旅行情報源で役に立ったもの  
(全国籍・地域、複数回答)



### (2) 日本滞在中に得た旅行情報源

- 日本滞在中に得た旅行情報源で役に立ったものでは「インターネット(スマートフォン)」の選択率が 56.7%と半数を超えた。次いで「インターネット(パソコン)」(22.4%)の選択率が高い(図表 5-2)。

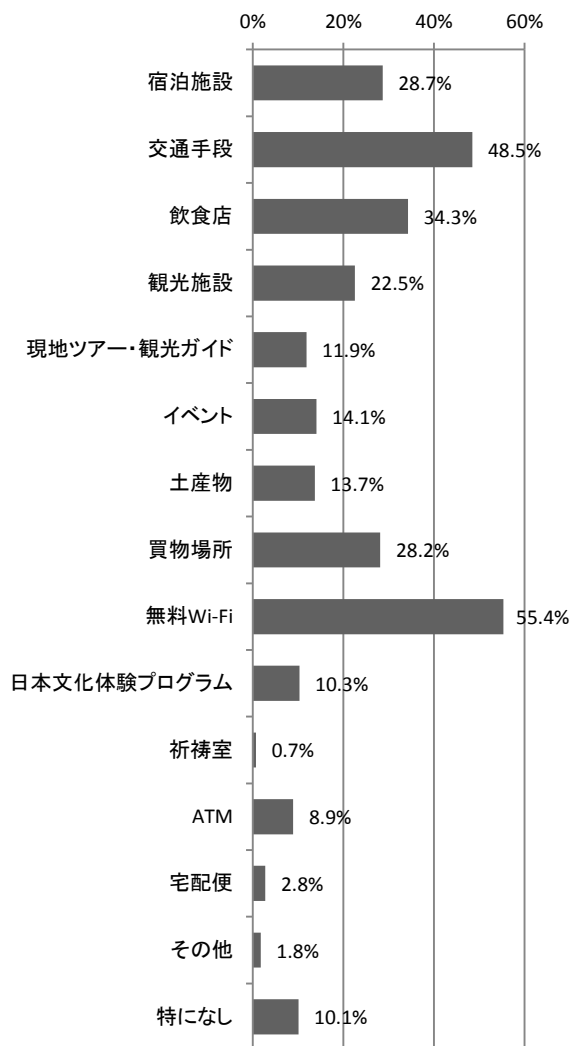
図表 5-2 日本滞在中に得た旅行情報源で役に立ったもの  
(全国籍・地域、複数回答)



(3) 日本滞在中にあると便利な情報

- 日本滞在中にあると便利な情報では「無料Wi-Fi」(55.4%)が最も多く、次いで「交通手段」(48.5%)、「飲食店」(34.3%)、「宿泊施設」(28.7%)、「買物場所」(28.2%)をあげる回答が多い(図表5-3)。

図表 5-3 日本滞在中にあると便利な情報  
(全国籍・地域、複数回答)

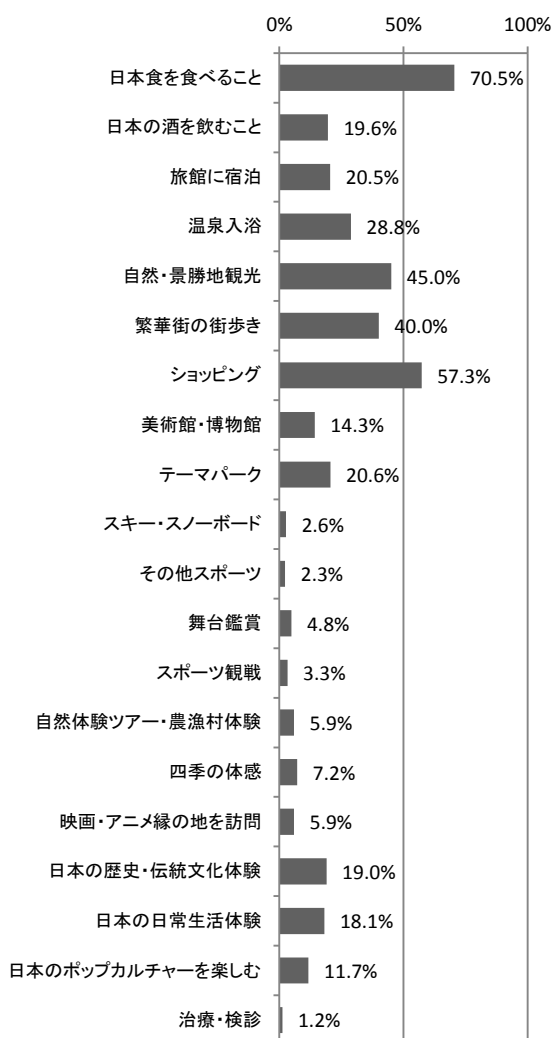


## 6. 日本滞在中の行動

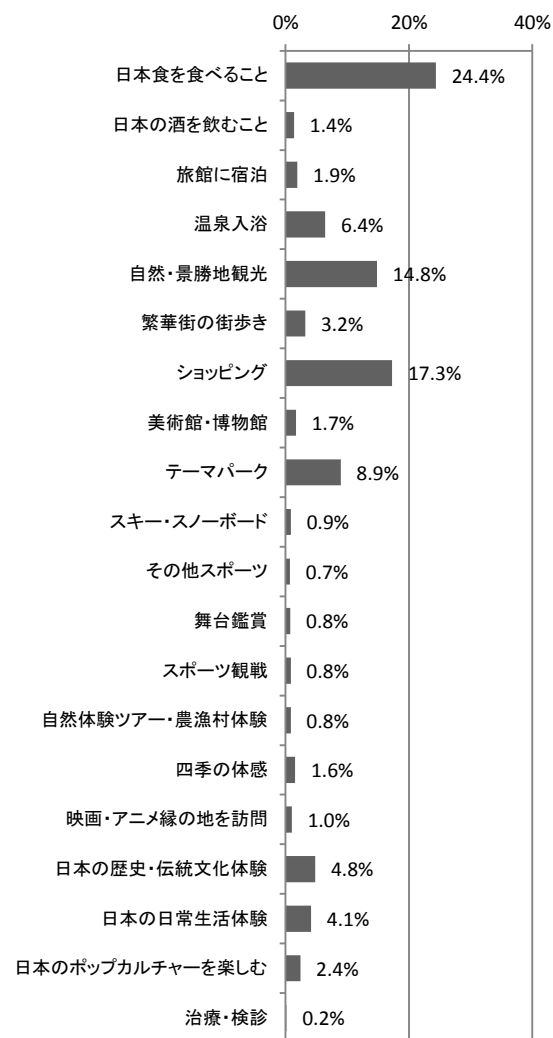
### (1) 訪日前に期待していたこと

- 訪日前に期待していたことを複数回答で尋ねたところ、「日本食を食べること」が 70.5%と最も多かった。次いで「ショッピング」(57.3%)、「自然・景勝地観光」(45.0%)、「繁華街の街歩き」(40.0%)、「温泉入浴」(28.8%)の順が多い(図表 6-1)。
- 訪日前に最も期待していたことを単一回答で尋ねたところ、「日本食を食べること」(24.4%)、「ショッピング」(17.3%)、「自然・景勝地観光」(14.8%)、「テーマパーク」(8.9%)の順となった(図表 6-2)。

図表 6-1 訪日前に期待していたこと  
(全国籍・地域、複数回答)



図表 6-2 訪日前に最も期待していたこと  
(全国籍・地域、単一回答)



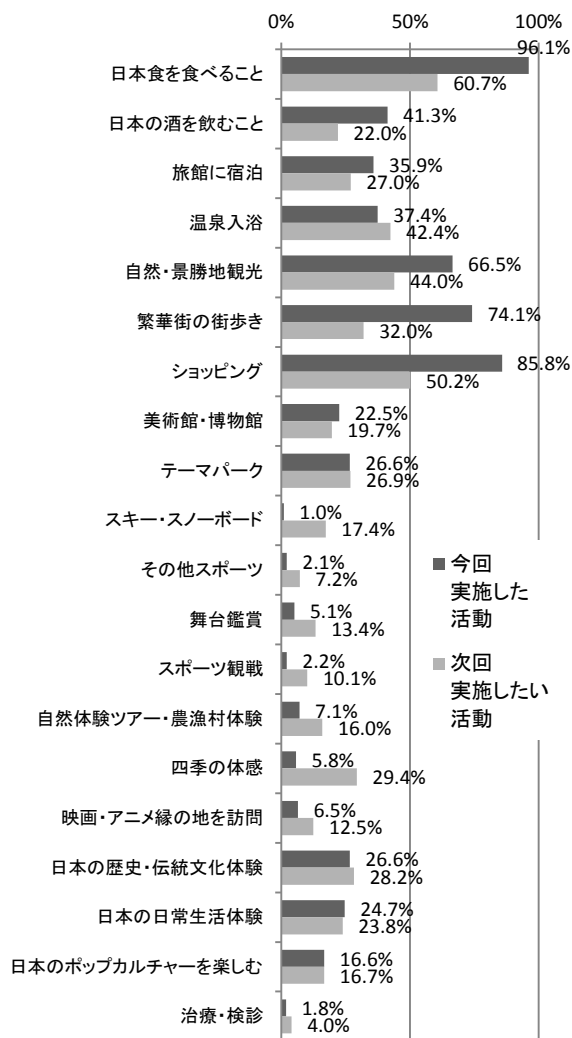
(2) 今回したことと次回したいこと

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

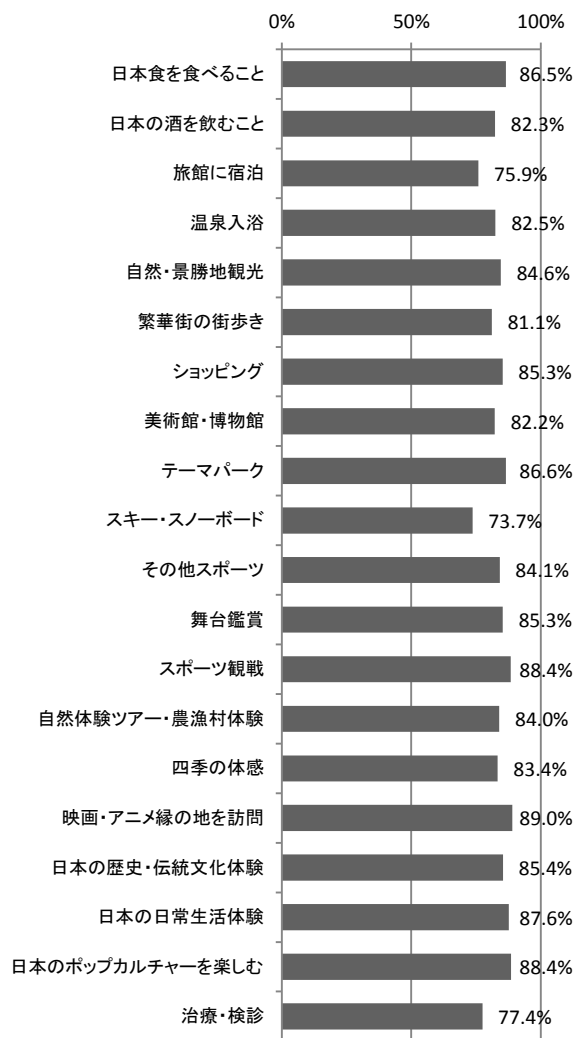
(3) 今回したことの満足度

- 今回の日本滞在中にしたことの満足度を尋ねた結果、「満足した」と回答した人の割合は「映画・アニメ縁の地を訪問」(89.0%)、「スポーツ観戦」(88.4%)、「日本のポップカルチャーを楽しむ」(88.4%)、「日本の日常生活体験」(87.6%)、「テーマパーク」(86.6%)の順で多かった(図表 6-4)。

図表 6-3 今回したことと次回したいこと (全国籍・地域、複数回答)



図表 6-4 今回した人のうち満足した人の割合 (全国籍・地域、複数回答)



## Ⅱ 訪日外国人消費動向調査結果

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

### <集計表>

#### 【全目的】

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

#### 【観光・レジャー目的】

- |      |        |                                |
|------|--------|--------------------------------|
| 参考表4 | 国籍・地域別 | 回答者属性および旅行内容                   |
| 参考表5 | 国籍・地域別 | 費目別購入率および購入者単価                 |
| 参考表6 | 国籍・地域別 | 平均泊数                           |
| 参考表7 | 国籍・地域別 | 1人1回当たり旅行消費単価（パッケージツアー参加費内訳含む） |
| 参考表8 | 国籍・地域別 | 都道府県別訪問率                       |
| 参考表9 | 国籍・地域別 | 訪日旅行に関する意識（満足度など）              |

### <調査票>

日本語、英語、韓国語、中国語（繁体字）、中国語（簡体字）



## 1. 調査概要

### (1) 調査対象者

日本を出国する訪日外国人

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

### (2) 調査場所

下記空海港の国際線ターミナル搭乗待合ロビー

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

### (3) 調査時期

平成 27 年 7 月 16 日（木）～9 月 5 日（土）

### (4) 調査方法

下記 12 言語対応のタブレット端末または紙調査票を用い、外国語を話せる調査員による聞き取り調査を実施。

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

### (5) 回答数

20 の国籍・地域（韓国、台湾、香港、中国、タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナム、インド、英国、ドイツ、フランス、イタリア、スペイン、ロシア、米国、カナダ、オーストラリア）と「その他の国籍・地域」の計 21 区分について目標回答数を設定し、合計 9,710 人を目標に調査を実施。9,948 人（うち旅行中支出の有効回答数 9,813 人）の回答を得た。

### (6) その他

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

## 2. 調査結果の利用上の注意

### (1) 国籍・地域別ウェイトバック集計

本調査の回答数は国籍・地域毎に抽出率が異なるため、母集団構成に合わせることを目的として国籍・地域別ウェイトバック集計を行っている。具体的には、第 1 表、第 4 表、第 6 表、第 9 表、第 11 表および参考表の国籍・地域別集計の『全体』列に係る数値（標本数を除く）について、20 の国・地域と「その他の国籍・地域」の計 21 区分の訪日外客数を元に重み付けを行って算出した。当該ウェイトバック集計の算出式は次の通りである。

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

$X$  : 全体（全国籍・地域）の統計値

$x_i$  : 国籍・地域  $i$  の統計値

$N_i$  : 国籍・地域  $i$  の訪日外客数

なお、居住地別や訪問地別のウェイトバック集計は行っていないため、第 2 表、第 3 表、第 5 表、第 7 表、第 8 表、第 10 表では『全体』列の表記がない点に留意されたい。

### (2) 旅行支出の円換算方法

旅行支出については、円または自国の通貨で調査し、原則として IMF（国際通貨基金）公表の日次データによる調査期間中平均値を用いて円換算した。但し、IMF にデータがない通貨のうち、ニュー台湾ドルおよび香港ドルについては FRB（連邦準備制度理事会）、ドン（ベトナム通貨）については財務省貿易統計の資料を基に円換算を作成した。

### (3) 平成 27 年からの変更点

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

#### ○調査地点（空海港）の追加

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

原港、鹿児島空港を新たに追加するとともに、新潟空港での調査を再開した。

#### ○調査対象（国籍・地域）の追加

従来の18国籍・地域に加え、イタリアおよびスペインを追加した。

#### ○目標回答数の拡充

従来の6,600人から9,710人に拡充した。

#### ○目標精度の変更

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

#### ○調査票の変更

新たに追加した設問は以下の通り。

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

また、調査を取りやめた設問は以下の通り。

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

#### （４）その他の注意点

集計事項により、標本数が小さい数値については、取り扱いに留意されたい。

調査結果中の合計値は、四捨五入の関係で一致しない場合がある。

一部に無回答データが存在することから、合計値と内訳の積算値は必ずしも一致しない。



### 3. 調査票選択肢の定義と具体例

#### (1) 設問 C 4 買物場所

##### 百貨店・デパート

原則として百貨店協会加盟の店舗

##### 家電量販店

PC やカメラ、電気製品を専門に販売する店舗

##### ファッション専門店

服・靴・靴・アクセサリ・高級腕時計などを専門に販売する店舗

##### 100 円ショップ

店内の商品を原則として 1 点 100 日本円均一で販売する形態の小売店

##### 高速道路の SA・道の駅

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

##### 観光地の土産店

観光地内にある小売店

##### 宿泊施設

旅館・ホテル等の館内に併設されている土産店

##### スーパーマーケット

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

##### コンビニエンスストア

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

##### ドラッグストア

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

##### ディスカウントストア

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

##### アウトレットモール

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

##### 都心の複合商業施設

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

##### その他ショッピングセンター

複数の小売店舗が入居する商業施設で、上記の買物場所に当てはまらないもの

##### 鉄道駅構内の店舗

駅構内にある小型売店

注) 駅ビルは「百貨店・デパート」に含まれる。

##### 空港の免税店

空港の制限区域内にあるブランドショップ

##### その他

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

## (2) 設問 F 支出費目

### a. 宿泊料金

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

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

### b. 飲食費

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

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

### c. 交通費

#### c1. 航空

飛行機（日本国内の移動のみ）

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

#### C2. Japan Rail Pass

JR グループ各社が外国人旅行者向けに提供している特別企画乗車券

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

#### c3. 新幹線・鉄道・地下鉄・モノレール

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

注) 設問Dのパッケージツアー料金に含まれる交通費は含まれない。

#### c4. バス・タクシー

乗合バス（路線バス）、貸切バス（団体観光バスなど）、ハイヤー、タクシー

注) 設問Dのパッケージツアー料金に含まれる交通費は含まれない。

#### c5. レンタカー

レンタカー、自動車リース

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

#### c6. その他交通費

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

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

### d. 娯楽サービス費

#### d1. 現地ツアー・観光ガイド

日本国内での現地ツアー催行、観光案内（ガイド）

注) 設問Dのパッケージツアー料金に含まれる娯楽サービス費は含まれない。

#### d2. ゴルフ場・テーマパーク

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

ブ、プール、アイススケート場、テーマパーク、遊園地、公園

注) 設問Dのパッケージツアー料金に含まれる娯楽サービス費は含まれない。

### d3. 舞台鑑賞・スポーツ観戦

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

注) 設問Dのパッケージツアー料金に含まれる娯楽サービス費は含まれない。

### d4. 美術館・博物館・動物園・水族館

次の入場料：美術館、博物館、動物園、植物園、水族館、公民館、図書館

注) 設問Dのパッケージツアー料金に含まれる娯楽サービス費は含まれない。

### d5. スキーリフト・スキー用品レンタル

索道（スキーリフト）の利用料金

以下のレンタル料：スキーウェア、スキー板、スノーボード板、スケート靴など

注) 設問Dのパッケージツアー料金に含まれる娯楽サービス費は含まれない。

### d6. その他娯楽サービス費

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

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

注) 設問Dのパッケージツアー料金に含まれる娯楽サービス費は含まれない。

## e. 買物代

### e1. 菓子類

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

### e2. その他食料品・飲料・酒・たばこ

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

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

・たばこ全般

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

### e3. カメラ・ビデオカメラ・時計

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

#### e4. 電気製品

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

#### e5. 化粧品・香水

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

注）歯ブラシ、化粧用ブラシはe11. その他買物代に分類。

#### e6. 医薬品・健康グッズ・トイレタリー

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

つ、生理用品、ティッシュペーパー、トイレットペーパーなどの紙製衛生用品

#### e7. 和服（着物）・民芸品

・和服（着物）、帯、浴衣、足袋類などの和装製品

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

#### e8. 服（和服以外）・かばん・靴

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

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

#### e9. マンガ・アニメ・キャラクター関連商品

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

#### e10. 書籍・絵葉書・CD・DVD

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

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

#### e11. その他買物代

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

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

#### f. その他

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

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

## 4. 調査結果の精度

### (1) 国籍・地域別の旅行総支出

	標準誤差率	有効回答数
韓国	1.6%	3,116
台湾	2.1%	862
香港	10.0%	208
中国	2.4%	1,112
タイ	6.9%	131
シンガポール	11.0%	50
マレーシア	6.5%	169
インドネシア	5.8%	106
フィリピン	10.2%	94
ベトナム	12.4%	33
インド	9.5%	93
英国	10.3%	78
ドイツ	11.9%	58
フランス	15.7%	85
イタリア	5.7%	135
スペイン	6.3%	68
ロシア	13.1%	63
米国	3.0%	448
カナダ	5.9%	103
オーストラリア	5.8%	118
その他	8.1%	67

### (2) 国籍・地域別の買物代

	標準誤差率	有効回答数
韓国	3.1%	3,299
台湾	4.3%	710
香港	12.1%	178
中国	4.2%	917
タイ	8.8%	109
シンガポール	15.9%	55
マレーシア	16.9%	155
インドネシア	13.4%	98
フィリピン	18.5%	105
ベトナム	28.7%	33
インド	13.4%	106
英国	15.8%	83
ドイツ	14.0%	54
フランス	22.3%	63
イタリア	14.4%	96
スペイン	31.7%	42
ロシア	20.2%	66
米国	10.5%	419
カナダ	13.3%	83
オーストラリア	15.5%	117
その他	22.8%	61

訪日外国人の消費動向  
平成 27 年 7-9 月期 報告書

発 行 平成 27 年 10 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、27215

直通 03 (5253) 8325

URL <http://www.mlit.go.jp/kankocho/>