

# 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 28 年 4-6 月期 報告書



## 訪日外国人の消費動向

## 平成 28 年 4-6 月期 報告書

## 目 次

<b>I 平成 28 年 4-6 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) 旅行支出の推計	13
(5) 費目別にみる旅行支出	15
(6) 来訪目的別にみる旅行支出	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	30
4. 調査結果の精度	34

## &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
第12表	国籍・地域別	都道府県別訪問率
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	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3	国籍・地域別	回答者属性および旅行内容
参考表4	国籍・地域別	費目別購入率および購入者単価
参考表5	国籍・地域別	平均泊数
参考表6	国籍・地域別	都道府県別訪問率
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	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)

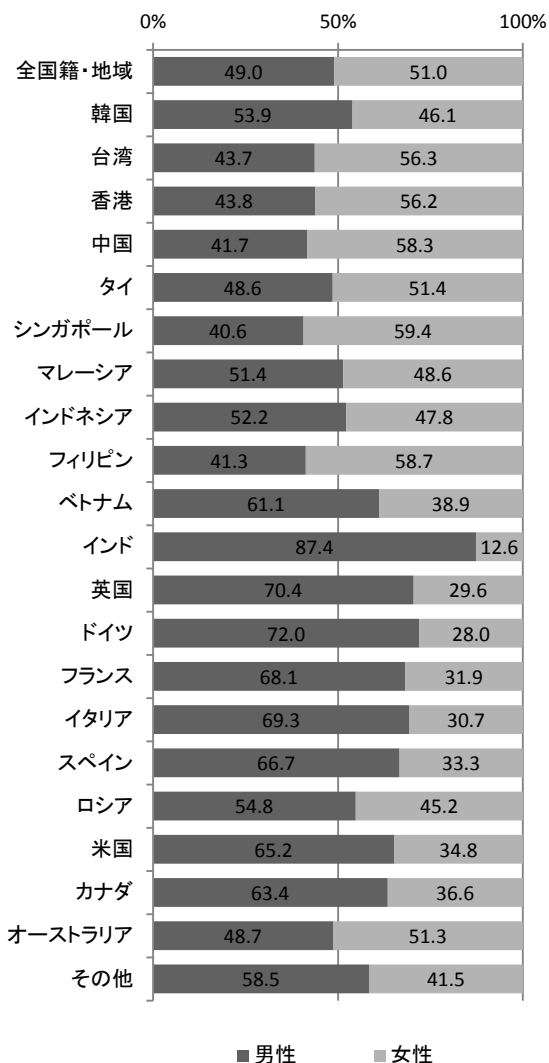
# I 平成 28 年 4-6 月期における訪日外国人の消費動向の分析結果

## 1. 訪日外国人の属性と旅行内容

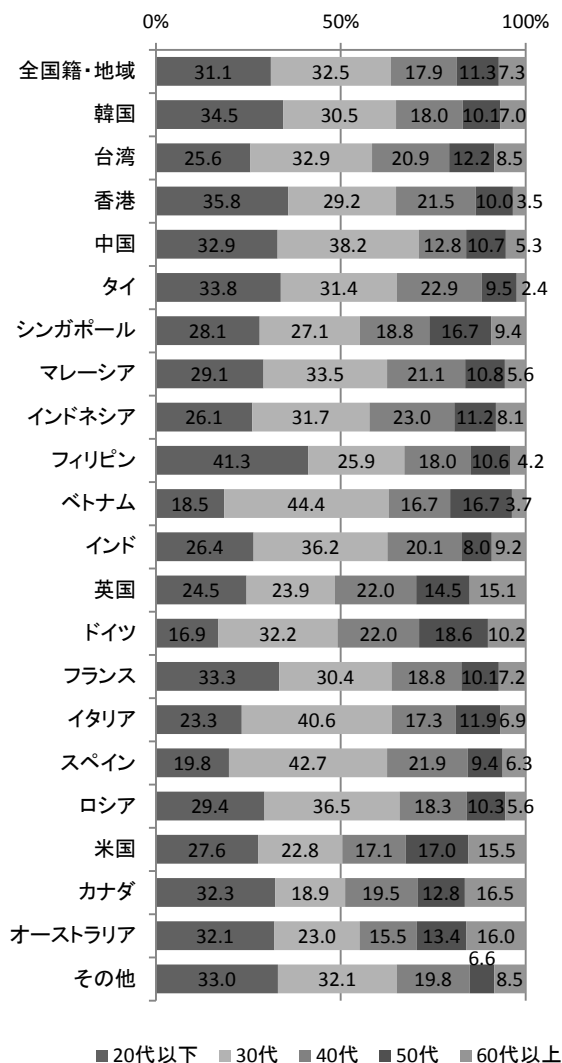
### (1) 回答者属性

- 性別の構成比は「男性」が 49.0%、「女性」が 51.0%である（図表 1-1）。
- 国籍・地域別にみると、台湾や香港、中国、タイ、シンガポール、フィリピン、オーストラリアでは「女性」の割合が5割を超える。インドでは「男性」の割合が 87.4%と高い。
- 年代別の構成比は、「30代」（32.5%）、「20代以下」（31.1%）の順で多い（図表 1-2）。（注：年代別構成比には調査対象外である 15 歳未満を含まない）
- 性年代別では「男性 30代」（17.2%）、「女性 20代」（17.0%）、「女性 30代」（15.3%）の順で多い。

図表 1-1 性別（国籍・地域別、全目的）



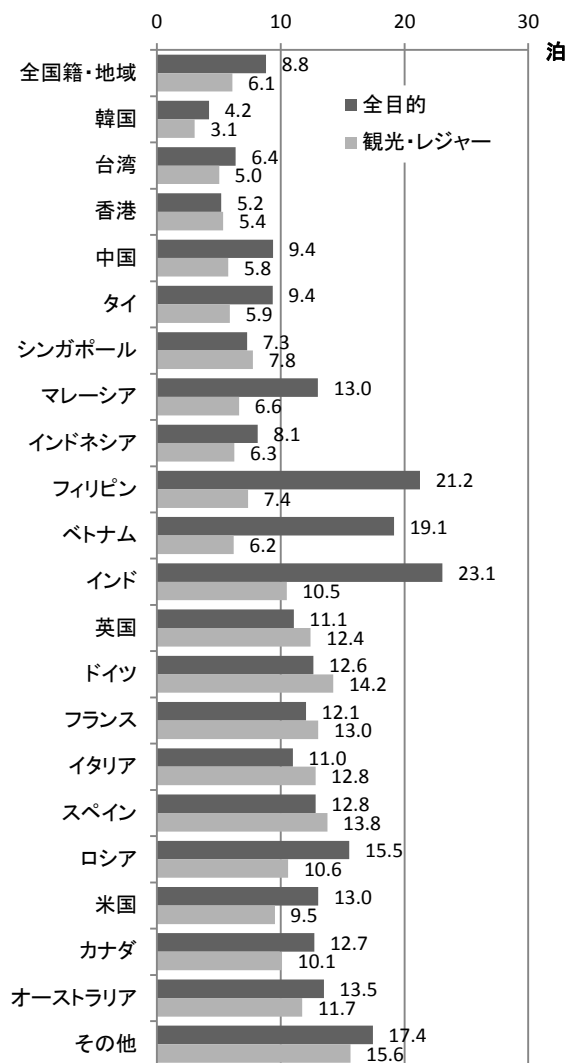
図表 1-2 年代（国籍・地域別、全目的）



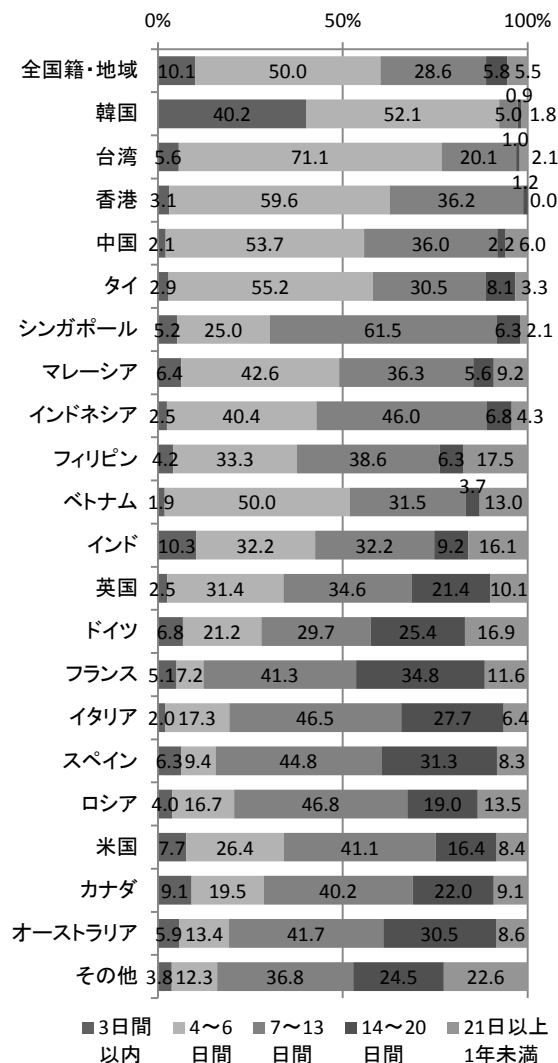
## (2) 滞在期間

- 回答者全体の平均泊数は 8.8 泊である。国籍・地域別にみると、フィリピンやベトナム、インドで 20 泊前後と、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 6.1 泊である。国籍・地域別にみると、欧州では全目的の平均泊数より、観光・レジャー目的客の平均泊数の方が長い。
- 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 40.2%と他の国籍・地域に比べて高い。一方、ドイツやフランスでは 14 日以上滞り客が 4 割以上を占めており、他の国籍・地域に比べて滞在日数が長い傾向にある。

図表 1-3 平均泊数（国籍・地域別）



図表 1-4 滞在日数（国籍・地域別、全目的）



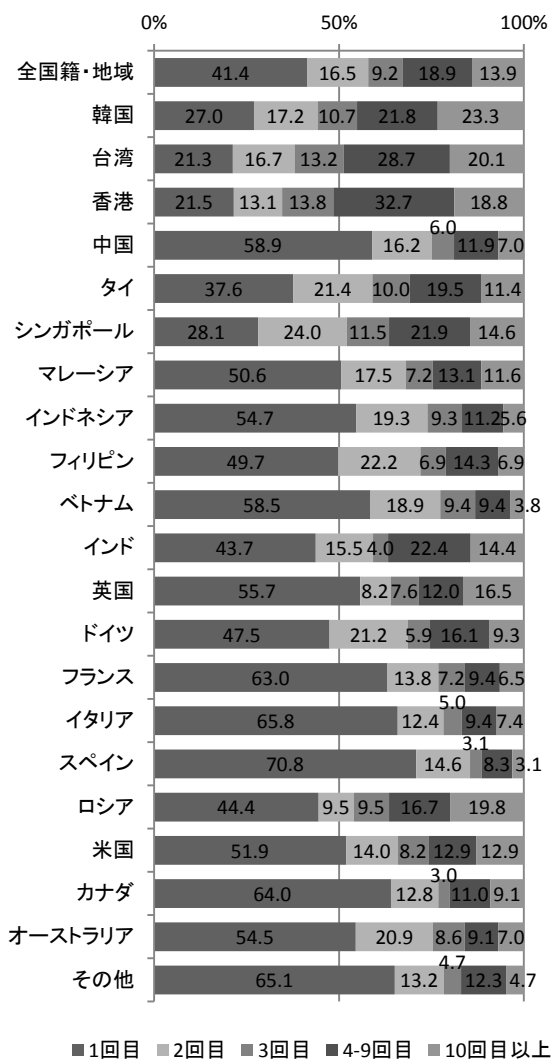
### (3) 旅行内容

#### [全目的]

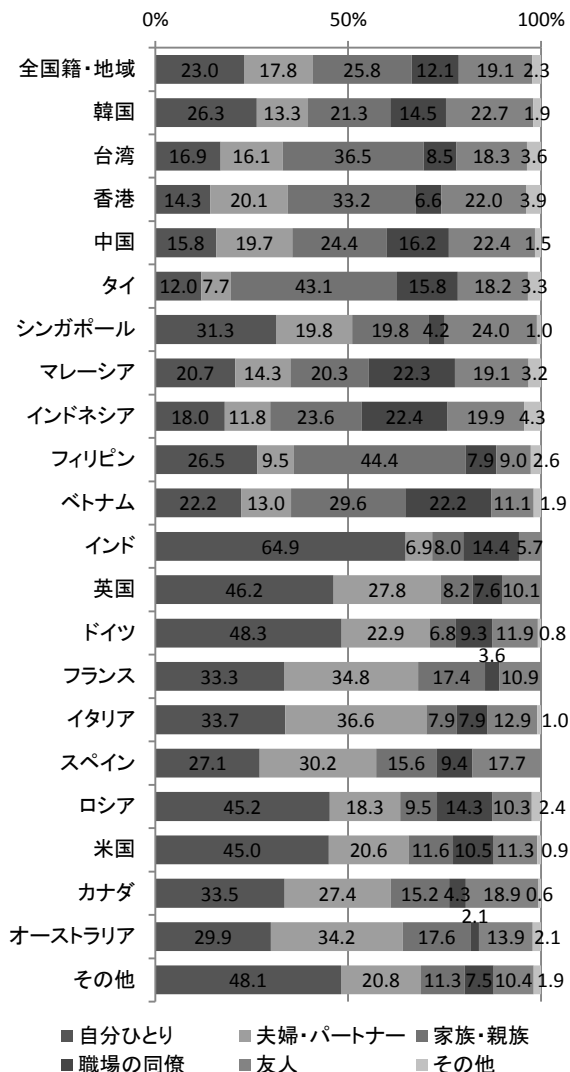
- 日本への来訪回数では、「1回目」が41.4%と最も多い。一方で「10回目以上」も13.9%と少なくない（図表1-5）。
- 国籍・地域別では、フランスやイタリア、スペイン、カナダで「1回目」が6割を超える。一方、台湾や香港では「1回目」の割合が2割程度と低い。

- 同行者は「家族・親族」が(25.8%)と最も多い。次いで「自分ひとり」(23.0%)、「友人」(19.1%)、「夫婦・パートナー」(17.8%)、「職場の同僚」(12.1%)の順となっている（図表1-6）。
- 国籍・地域別では、東アジアで「家族・親族」、欧米で「自分ひとり」や「夫婦・パートナー」の割合が他の国籍・地域に比べて高い傾向がある。

図表 1-5 来訪回数（国籍・地域別、全目的）



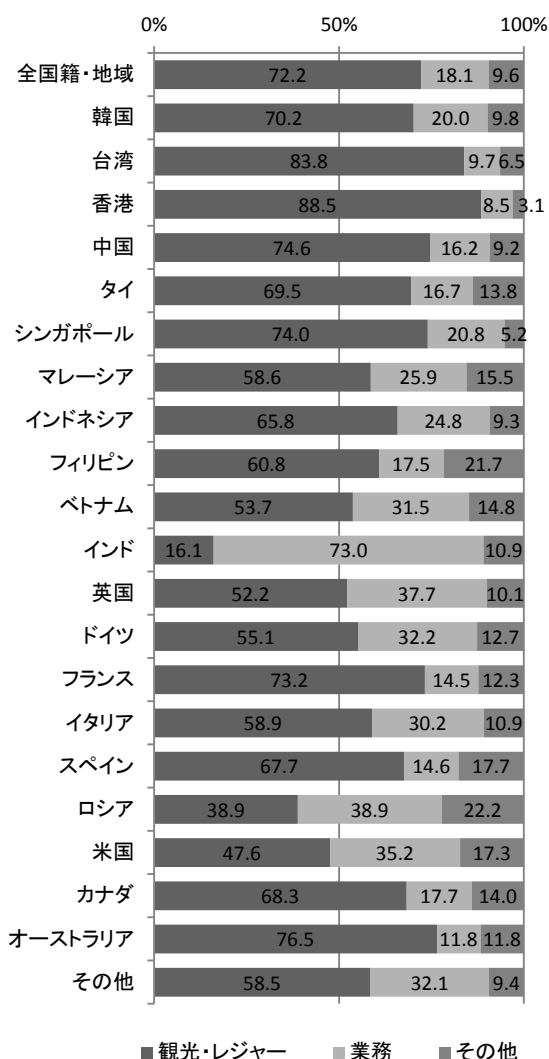
図表 1-6 同行者（国籍・地域別、全目的）



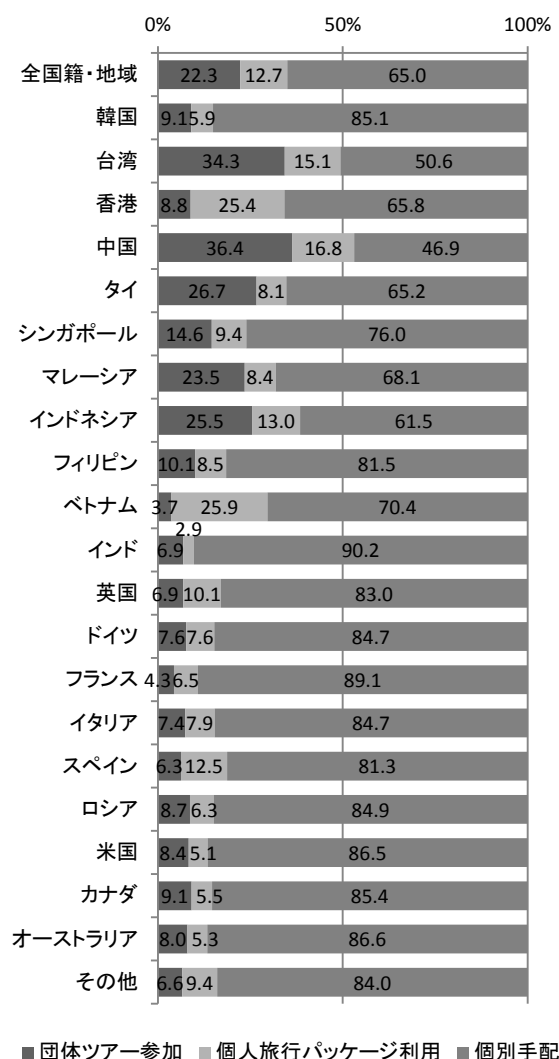
注) 「同行者」の設問は複数回答。上記図表では「同行者」を2つ以上選択した回答を「その他」として集計している。

- 訪日外国人の主な来訪目的では「観光・レジャー」が全体の 72.2%を占める。一方、「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）」は全体の 18.1%を占める（図表 1-7）。
- 国籍・地域別では、台湾や香港で「観光・レジャー」の割合が 8 割超であり、韓国や中国、シンガポール、フランス、オーストラリアでも「観光・レジャー」の割合が 7 割超と他の国籍・地域に比べて高い。
- 旅行手配方法では「旅行会社等が企画した団体ツアーに参加した（以下、**団体ツアー参加**）」が 22.3%、「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 12.7%、「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 65.0%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）

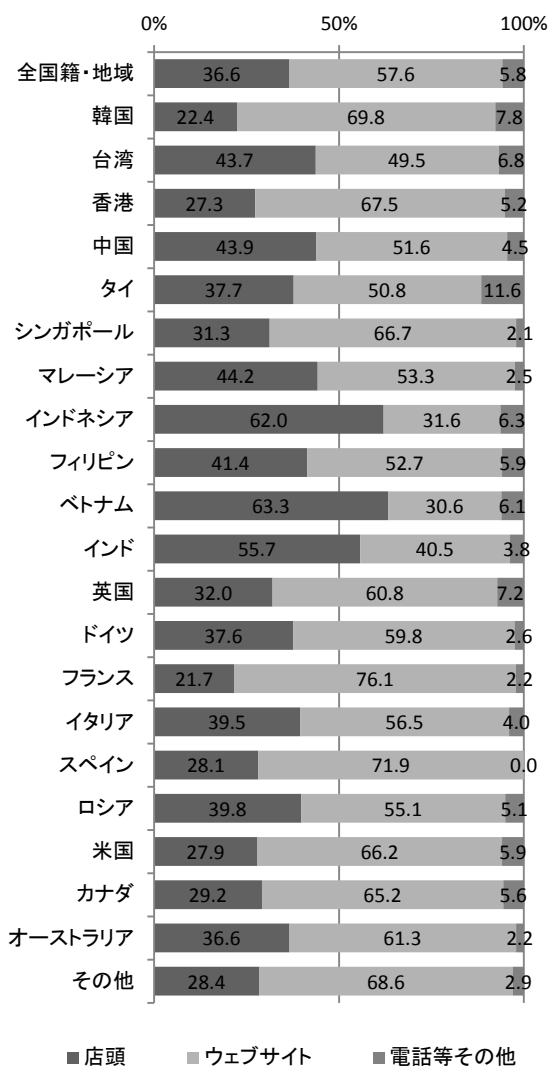


図表 1-8 旅行手配方法（国籍・地域別、全目的）

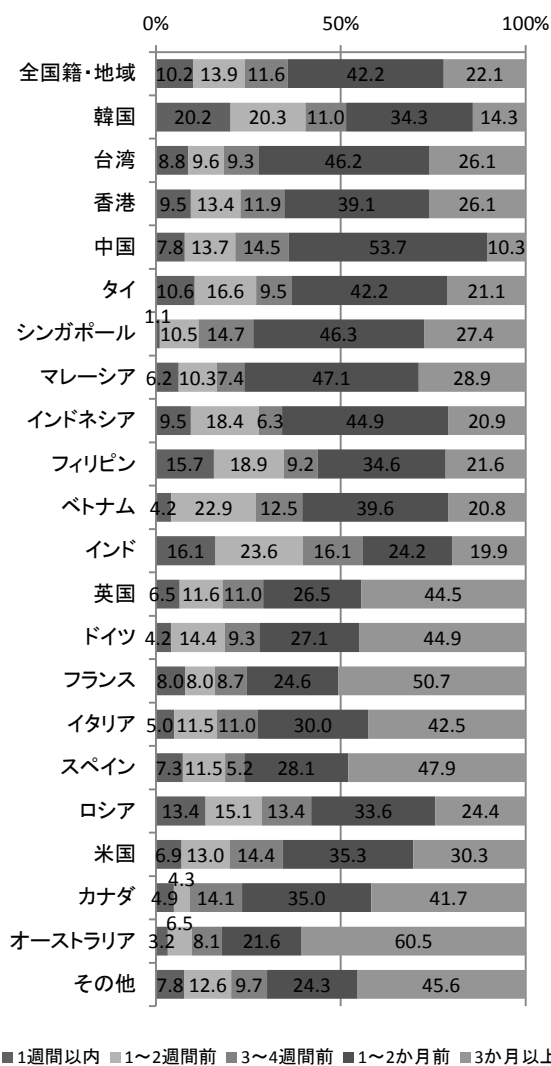


- ツアー商品や往復航空（船舶）券の**申込方法**では、「店頭（旅行会社や航空会社等）で申し込んだ（以下、**店頭**）」人の割合が全体の36.6%、「ウェブサイトから申し込んだ（以下、**ウェブサイト**）」人の割合が同57.6%を占める（図表1-9）。
- 国籍・地域別では、「店頭」の割合がインドネシアやベトナムで6割を超える。「ウェブサイト」はフランスやスペインで7割を超える。
- ツアー商品や往復航空（船舶）券の**手配の時期**では、出発の「1～2か月前」が42.2%と最も高い割合を占める（図表1-10）。
- 国籍・地域別では、オーストラリアで出発の「3か月以上前」の割合が60.5%と他の国籍・地域に比べ高い。

図表 1-9 申込方法（国籍・地域別、全目的）



図表 1-10 手配の時期（国籍・地域別、全目的）

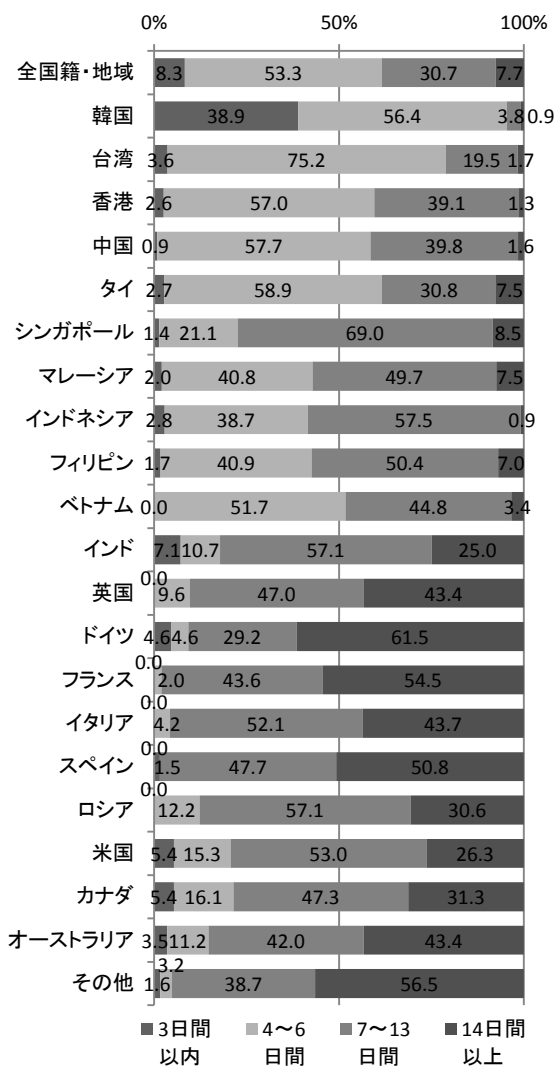




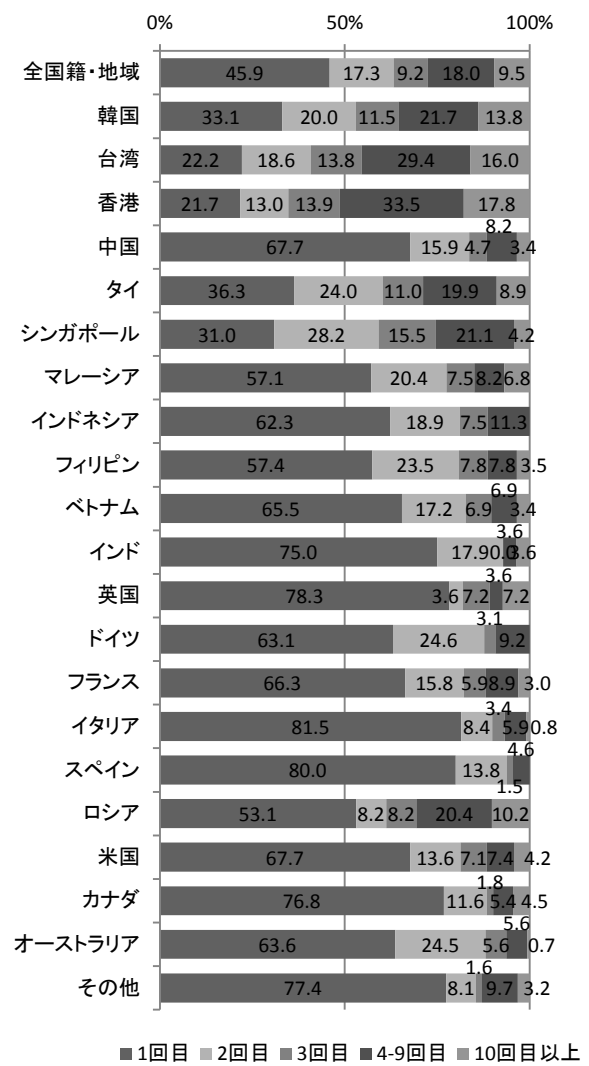
[観光・レジャー目的]

- 観光・レジャー目的で訪れた訪日外国人の滞在日数は、6 日間以内が 6 割超を占める（図表 1-11）。
- 国籍・地域別にみると、韓国では「3 日間以内」が 38.9%と他の国籍・地域に比べて多い。ドイツやフランス、スペインでは「14 日間以上」が 5 割超と、他の国籍・地域に比べ滞在日数が長い傾向にある。
- 日本への来訪回数では、「1 回目」が 45.9%と最も多く、「2 回目」が 17.3%を占める。一方で「10 回目以上」も 9.5%と少なくない（図表 1-12）。
- 国籍・地域別では、英国やイタリア、スペインで「1 回目」の割合が 8 割程度と高い。一方、香港では「10 回目以上」の割合が 17.8%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)

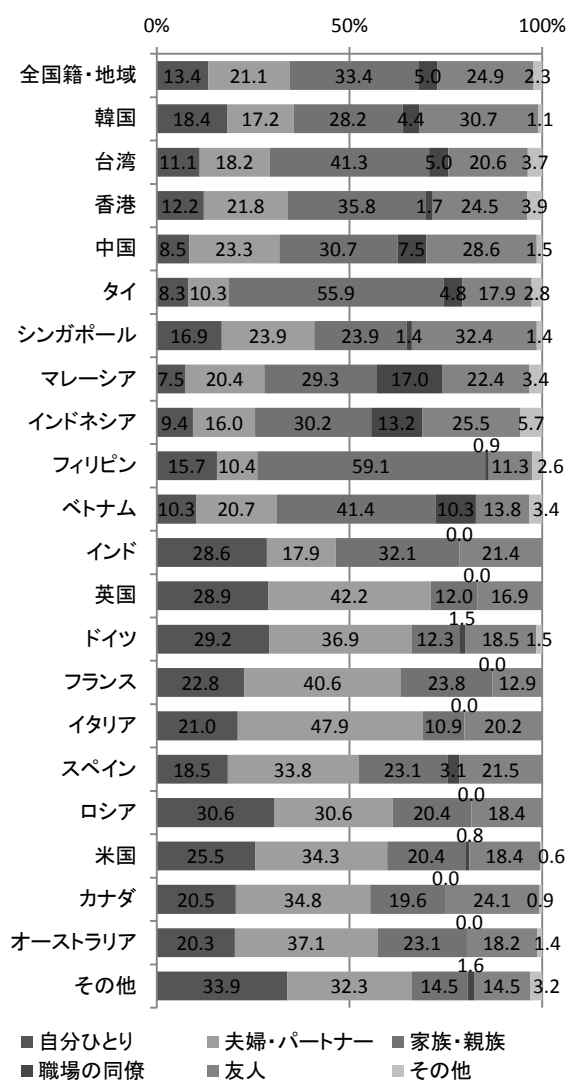


図表 1-12 日本への来訪回数  
(国籍・地域別、観光・レジャー目的)

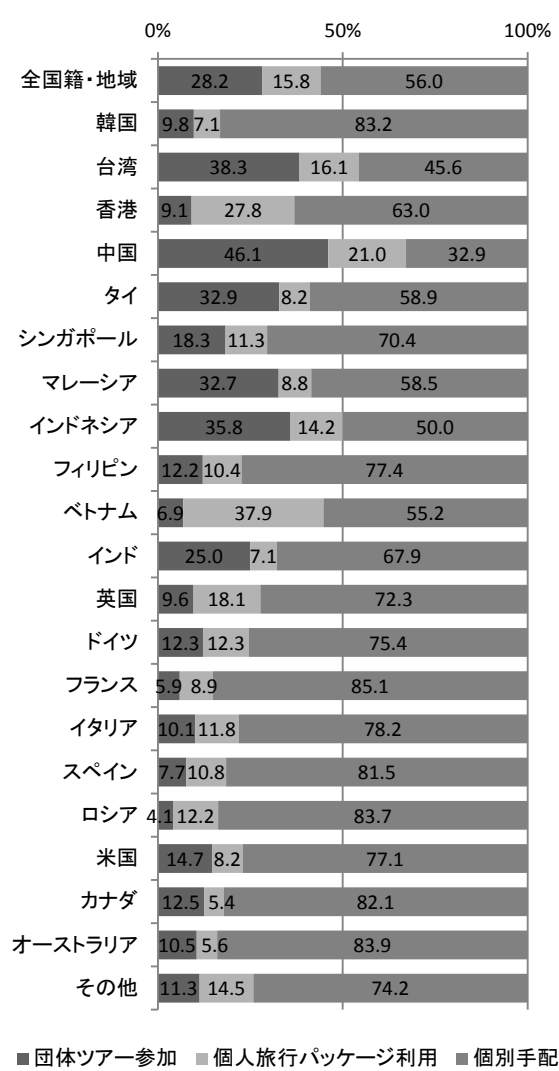


- 同行者は「家族・親族」(33.4%)、「友人」(24.9%)、「夫婦・パートナー」(21.1%)、「自分ひとり」(13.4%)、「職場の同僚」(5.0%)の順となっている(図表 1-13)。
- 国籍・地域別では、東アジアで「家族・親族」、欧米で「夫婦・パートナー」の割合が他の国籍・地域に比べて高い傾向がみられる。
- 旅行手配方法では「団体ツアー参加」が28.2%、「個人旅行パッケージ利用」が15.8%、「個別手配」が56.0%を占める(図表 1-14)。
- 国籍・地域別では、「団体ツアー参加」の割合が中国で46.1%と高い。欧米では「個別手配」が大半を占める。

図表 1-13 同行者  
(国籍・地域別、観光・レジャー目的)



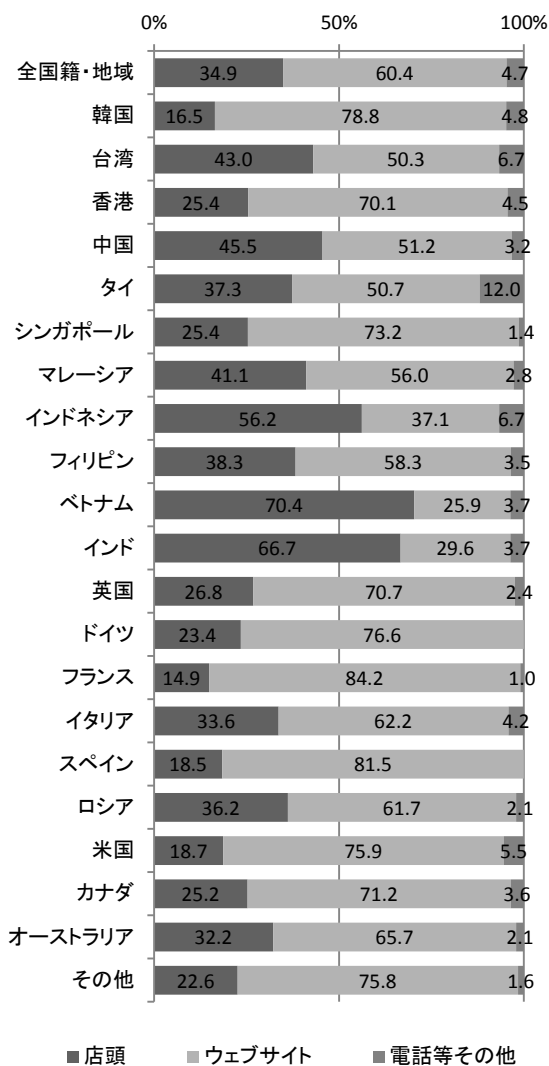
図表 1-14 旅行手配方法  
(国籍・地域別、観光・レジャー目的)



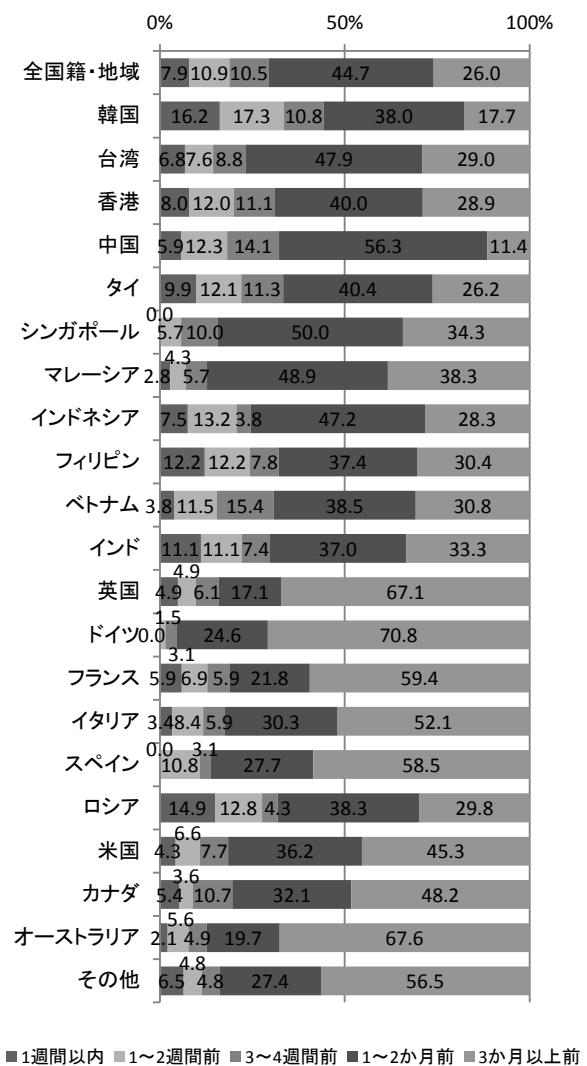
注) 「同行者」の設問は複数回答。上記図表では「同行者」を2つ以上選択した回答を「その他」として集計している。

- 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 34.9%、「ウェブサイト」の割合が 60.4%を占める（図表 1-15）。
- 国籍・地域別では、「店頭」の割合がベトナムやインドで 6 割以上を占める。「ウェブサイト」はフランスやスペインで 8 割を超える。
- ツアー商品や往復航空（船舶）券の**手配の時期**では、出発の「1～2 か月前」が 44.7%と最も高い割合を占める（図表 1-16）。
- 国籍・地域別では、出発の「3 か月以上前」の割合が英国やドイツ、オーストラリアで 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)

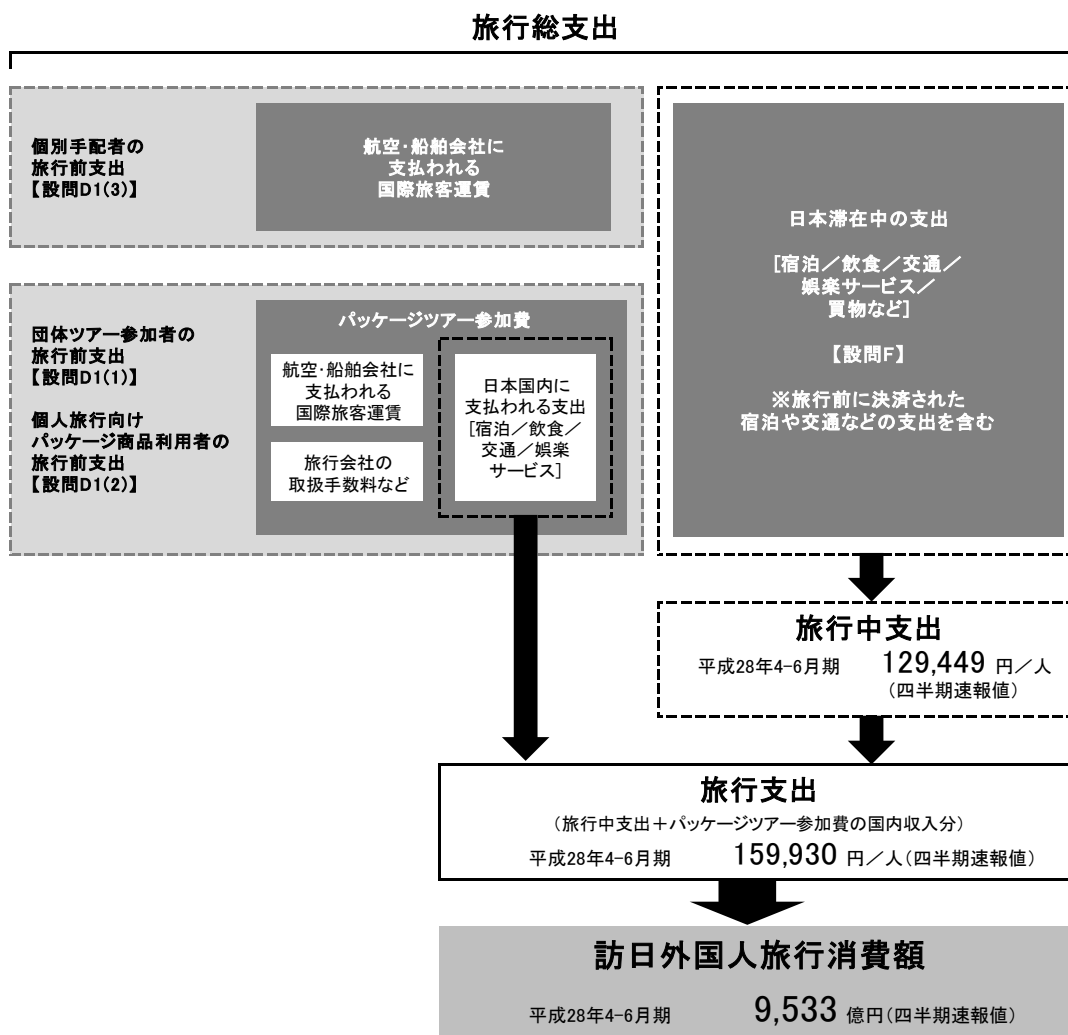


## 2. 訪日外国人の旅行支出

### (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 年調査以降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132,036円、**個人旅行パッケージ**の購入者単価は1人当たり平均138,295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68,085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129,449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97,477円、個人旅行パッケージ利用者では1人当たり平均116,703円、個別手配者では1人当たり平均144,045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227,865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)
全国籍・地域	22.3%	132,036	全国籍・地域	12.7%	138,295	全国籍・地域	65.0%	68,085
韓国	9.1%	68,142	韓国	5.9%	68,209	韓国	85.1%	25,905
台湾	34.3%	117,241	台湾	15.1%	82,496	台湾	50.6%	36,137
香港	8.8%	129,293	香港	25.4%	115,914	香港	65.8%	51,799
中国	36.4%	103,222	中国	16.8%	119,423	中国	46.9%	54,684
タイ	26.7%	165,978	タイ	8.1%	159,994	タイ	65.2%	72,741
シンガポール	14.6%	221,653	シンガポール	9.4%	284,280	シンガポール	76.0%	85,117
マレーシア	23.5%	161,758	マレーシア	8.4%	140,723	マレーシア	68.1%	59,679
インドネシア	25.5%	222,516	インドネシア	13.0%	138,674	インドネシア	61.5%	70,938
フィリピン	10.1%	103,021	フィリピン	8.5%	122,440	フィリピン	81.5%	58,438
ベトナム	3.7%	183,750	ベトナム	25.9%	192,680	ベトナム	70.4%	73,112
インド	6.9%	150,517	インド	2.9%	256,453	インド	90.2%	92,062
英国	6.9%	416,177	英国	10.1%	457,499	英国	83.0%	183,070
ドイツ	7.6%	440,103	ドイツ	7.6%	312,123	ドイツ	84.7%	120,213
フランス	4.3%	676,114	フランス	6.5%	379,460	フランス	89.1%	124,407
イタリア	7.4%	463,950	イタリア	7.9%	391,885	イタリア	84.7%	105,438
スペイン	6.3%	429,583	スペイン	12.5%	341,435	スペイン	81.3%	114,140
ロシア	8.7%	113,346	ロシア	6.3%	272,571	ロシア	84.9%	84,292
米国	8.4%	455,927	米国	5.1%	356,354	米国	86.5%	172,348
カナダ	9.1%	358,664	カナダ	5.5%	283,829	カナダ	85.4%	133,493
オーストラリア	8.0%	475,333	オーストラリア	5.3%	338,446	オーストラリア	86.6%	108,395
その他	6.6%	357,298	その他	9.4%	464,125	その他	84.0%	134,139

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)				b.平均泊数	(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	129,449	97,477	116,703	144,045	8.8	14,685	19,290	18,611	13,585
韓国	62,685	26,630	47,300	67,983	4.2	14,916	10,676	16,207	15,198
台湾	88,104	52,020	69,820	119,827	6.4	13,841	12,453	14,535	14,410
香港	122,616	75,071	94,528	141,446	5.2	23,598	17,986	16,953	27,269
中国	180,907	150,405	163,229	213,634	9.4	19,297	29,621	24,192	15,648
タイ	107,506	61,315	150,961	123,084	9.4	11,495	13,105	24,676	10,552
シンガポール	146,014	67,435	74,875	170,209	7.3	20,053	12,422	8,530	22,841
マレーシア	135,168	73,174	77,585	164,794	13.0	10,385	15,148	12,343	9,888
インドネシア	93,354	61,145	62,642	112,612	8.1	11,456	8,527	9,891	12,597
フィリピン	104,893	40,794	64,104	117,033	21.2	4,938	2,993	5,998	5,027
ベトナム	198,929	57,500	252,901	187,529	19.1	10,389	14,375	52,068	7,439
インド	145,234	61,196	42,381	157,224	23.1	6,299	6,223	7,568	6,385
英国	140,479	69,108	122,239	152,270	11.1	12,705	6,553	10,187	13,862
ドイツ	178,935	45,414	113,899	192,723	12.6	14,152	3,493	11,390	14,998
フランス	171,912	53,089	116,927	181,799	12.1	14,266	4,305	8,918	15,201
イタリア	144,227	62,949	117,109	156,320	11.0	13,141	6,171	8,965	14,410
スペイン	179,844	39,452	129,539	202,815	12.8	14,014	4,831	12,742	14,910
ロシア	202,500	60,180	173,300	225,252	15.5	13,025	9,594	7,789	14,078
米国	159,051	127,062	123,201	164,595	13.0	12,201	11,303	14,450	12,213
カナダ	140,848	61,991	34,242	154,578	12.7	11,079	6,199	3,314	11,749
オーストラリア	196,424	83,462	62,023	213,064	13.5	14,564	7,364	7,473	15,212
その他	178,583	71,721	165,842	187,889	17.4	10,238	5,705	12,285	10,284

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)				b.平均泊数	(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	227,865	229,264	256,142	221,146	8.8	25,850	45,370	40,848	20,857
韓国	94,648	92,490	116,150	93,187	4.2	22,522	37,078	39,798	20,833
台湾	161,228	169,584	153,375	157,489	6.4	25,328	40,595	31,929	18,939
香港	203,219	213,858	208,964	198,957	5.2	39,110	51,237	37,477	38,356
中国	273,306	255,179	285,546	285,610	9.4	29,153	50,256	42,321	20,921
タイ	227,569	225,746	336,594	214,474	9.4	24,333	48,251	55,020	18,387
シンガポール	276,007	301,584	359,155	255,986	7.3	37,907	55,555	40,916	34,351
マレーシア	240,699	233,528	227,182	245,928	13.0	18,493	48,344	36,143	14,756
インドネシア	239,571	291,842	279,693	206,657	8.1	29,399	40,699	44,162	23,118
フィリピン	180,338	136,143	218,214	183,355	21.2	8,489	9,987	20,418	7,876
ベトナム	386,785	241,250	487,160	347,192	19.1	20,200	60,313	100,298	13,772
インド	247,172	213,352	298,834	248,282	23.1	10,720	21,697	53,363	10,083
英国	405,395	494,228	624,804	355,111	11.1	36,665	46,866	52,067	32,327
ドイツ	342,282	391,571	489,487	329,605	12.6	27,071	30,121	48,949	25,650
フランス	329,874	478,118	513,835	309,182	12.1	27,374	38,766	39,191	25,853
イタリア	315,422	551,271	520,723	264,904	11.0	28,739	54,046	39,864	24,420
スペイン	324,160	472,925	377,285	302,023	12.8	25,259	57,909	37,110	22,203
ロシア	297,454	173,363	481,217	295,166	15.5	19,132	27,638	21,628	18,448
米国	376,379	588,631	482,326	344,581	13.0	28,871	52,360	56,569	25,569
カナダ	283,572	357,982	264,904	277,033	12.7	22,305	35,798	25,636	21,056
オーストラリア	345,584	511,968	313,949	331,152	13.5	25,624	45,174	37,825	23,643
その他	372,252	429,018	537,101	346,577	17.4	21,341	34,126	39,785	18,970

(4) 旅行支出の推計

訪日外国人の旅行支出および旅行消費額は、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支出を推計している）。

- 今期のパッケージ内訳は 1 人当たり平均 30,482 円と推計される（図表 2-5）。
- 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 159,930 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 28 年 4-6 月期の訪日外国人旅行消費額は 9,533 億円と推計される。

図表 2-5 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
平成27年		143,832	15.4%	32,335	21.7%	176,167	16.5%	19,737,409	47.1%	34,771	71.5%
平成28年											
四半期	平成27年1-3月期	143,203	14.4%	27,823	14.4%	171,025	14.4%	4,131,254	43.7%	7,065	64.4%
	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	150,347	15.0%	36,819	33.9%	187,166	18.3%	5,347,587	53.7%	10,009	81.8%
	平成27年10-12月期	138,004	10.1%	29,692	9.4%	167,696	10.0%	5,249,945	42.8%	8,804	57.1%
	平成28年1-3月期	136,551	-4.6%	25,192	-9.5%	161,743	-5.4%	5,752,819	39.3%	9,305	31.7%
	平成28年4-6月期	129,449	-9.8%	30,482	-10.5%	159,930	-9.9%	5,960,997	19.0%	9,533	7.2%
	平成28年7-9月期										
平成28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27年および平成28年4月は暫定値、平成28年5-6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、ベトナム（23.8万円）、オーストラリア（23.4万円）、スペイン（22.4万円）の順で高い。また、韓国（6.9万円）は他の国籍・地域に比べて旅行支出が低い（図表2-6）。
- 今期の訪日外国人旅行消費額を国籍・地域別にみると、①中国3,530億円（構成比37.0%）、②台湾1,427億円（同15.0%）、③韓国695億円（同7.3%）、④米国669億円（同7.0%）、⑤香港637億円（同6.7%）の順となっている。
- 前述の上位5ヶ国合計で6,959億円（構成比73.0%）を占める。エリア別では、東アジア4ヶ国合計で6,290億円（同66.0%）、東南アジア6ヶ国（タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナム）合計で1,093億円（同11.5%）、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484億円（同5.1%）となっている。

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（国籍・地域別） ※四半期速報値

平成28年4-6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	129,449	-9.8%	30,482	159,930	-9.9%	5,960,997	19.0%	9,533	100.0%	7.2%	
韓国	62,685	-0.8%	6,626	69,310	-6.3%	1,003,160	15.1%	695	7.3%	7.8%	
台湾	88,104	-14.3%	35,204	123,308	-14.4%	1,157,464	13.5%	1,427	15.0%	-2.9%	
香港	122,616	-5.9%	25,447	148,063	-7.8%	430,346	14.1%	637	6.7%	5.2%	
中国	180,907	-22.3%	39,088	219,996	-22.9%	1,604,567	27.8%	3,530	37.0%	-1.5%	
タイ	107,506	-0.6%	33,792	141,299	4.6%	263,792	8.9%	373	3.9%	13.9%	
シンガポール	146,014	-20.0%	38,133	184,147	-13.4%	92,476	17.7%	170	1.8%	1.9%	
マレーシア	135,168	4.0%	33,709	168,877	3.8%	95,538	29.3%	161	1.7%	34.2%	
インドネシア	93,354	17.6%	44,485	137,839	13.0%	75,169	26.7%	104	1.1%	43.1%	
フィリピン	104,893	10.9%	12,476	117,369	8.7%	106,449	28.0%	125	1.3%	39.1%	
ベトナム	198,929	37.8%	39,446	238,375	13.7%	67,234	24.8%	160	1.7%	41.8%	
インド	145,234	7.1%	10,788	156,022	8.9%	37,183	27.7%	58	0.6%	39.1%	
英国	140,479	-17.5%	43,945	184,424	-3.8%	72,799	14.2%	134	1.4%	9.8%	
ドイツ	178,935	14.1%	37,195	216,129	17.9%	46,647	15.1%	101	1.1%	35.6%	
フランス	171,912	10.0%	34,260	206,172	11.2%	73,878	21.2%	152	1.6%	34.7%	
イタリア	144,227	-12.9%	41,988	186,215	-9.4%	29,518	19.6%	55	0.6%	8.4%	
スペイン	179,844	1.2%	44,114	223,959	-1.8%	18,722	14.7%	42	0.4%	12.6%	
ロシア	202,500	58.5%	17,519	220,020	56.8%	13,021	-1.6%	29	0.3%	54.2%	
米国	159,051	0.1%	31,292	190,344	4.9%	351,551	21.2%	669	7.0%	27.0%	
カナダ	140,848	-2.3%	24,850	165,698	-5.4%	66,079	11.4%	109	1.1%	5.4%	
オーストラリア	196,424	-1.6%	37,478	233,902	-4.5%	99,646	22.1%	233	2.4%	16.6%	
その他	178,583	4.6%	43,453	222,036	15.3%	255,758	19.6%	568	6.0%	37.9%	

注1) パッケージツアー参加費に含まれる国内収入分は、パッケージツアーに参加していない個人手配者(参加費0円)も含めた全体平均の値である。

注2) 訪日外客数(JNTO)は平成28年4月は暫定値、同年5-6月は推計値を使用している。



(5) 費目別にみる旅行支出

- 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、オーストラリアの「娯楽サービス費」や中国の「買物代」の高さが目立つ（図表 2-7）。
- 費目別旅行消費額を国籍・地域別にみると、いずれの費目も中国が最も高くなっている。特に「買物代」は 1,983 億円と他の国籍・地域に比べ突出して高い。
- 旅行消費額の費目別構成比をみると、欧米やオーストラリアでは「宿泊料金」の割合が 4 割超と高い傾向がみられる。中国では「買物代」が 56.2%と高い割合を占める（図表 2-8）。

図表 2-7 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	159,930	44,417	32,073	18,098	4,634	60,440	268
韓国	69,310	21,191	17,573	7,101	3,519	19,611	315
台湾	123,308	32,914	25,094	13,950	4,118	47,158	73
香港	148,063	36,329	33,944	15,593	3,522	58,675	0
中国	219,996	39,860	35,408	17,104	3,614	123,597	412
タイ	141,299	38,043	34,456	15,668	6,192	45,470	1,470
シンガポール	184,147	73,059	41,761	24,836	5,700	38,790	0
マレーシア	168,877	50,541	36,144	22,075	4,271	55,845	0
インドネシア	137,839	44,812	23,118	31,405	5,931	32,574	0
フィリピン	117,369	35,261	28,337	15,585	7,137	31,048	0
ベトナム	238,375	85,859	72,283	19,667	6,173	54,394	0
インド	156,022	69,726	25,577	20,911	3,675	36,133	0
英国	184,424	90,939	40,582	28,447	5,769	18,590	98
ドイツ	216,129	113,122	45,321	34,844	4,656	18,187	0
フランス	206,172	86,272	51,208	36,262	6,743	25,652	35
イタリア	186,215	76,379	38,123	34,618	9,854	26,191	1,048
スペイン	223,959	96,001	45,839	40,970	8,566	32,583	0
ロシア	220,020	55,318	36,606	24,845	5,685	97,566	0
米国	190,344	84,078	41,814	31,832	6,465	25,890	264
カナダ	165,698	59,048	38,661	33,184	5,622	28,974	208
オーストラリア	233,902	95,686	52,593	39,727	11,485	34,411	0
その他	222,036	88,675	48,151	38,982	8,740	37,488	0

図表 2-8 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	9,533	2,648	1,912	1,079	276	3,603	16	27.8%	20.1%	11.3%	2.9%	37.8%	0.2%
韓国	695	213	176	71	35	197	3	30.6%	25.4%	10.2%	5.1%	28.3%	0.5%
台湾	1,427	381	290	161	48	546	1	26.7%	20.4%	11.3%	3.3%	38.2%	0.1%
香港	637	156	146	67	15	253	0	24.5%	22.9%	10.5%	2.4%	39.6%	0.0%
中国	3,530	640	568	274	58	1,983	7	18.1%	16.1%	7.8%	1.6%	56.2%	0.2%
タイ	373	100	91	41	16	120	4	26.9%	24.4%	11.1%	4.4%	32.2%	1.0%
シンガポール	170	68	39	23	5	36	0	39.7%	22.7%	13.5%	3.1%	21.1%	0.0%
マレーシア	161	48	35	21	4	53	0	29.9%	21.4%	13.1%	2.5%	33.1%	0.0%
インドネシア	104	34	17	24	4	24	0	32.5%	16.8%	22.8%	4.3%	23.6%	0.0%
フィリピン	125	38	30	17	8	33	0	30.0%	24.1%	13.3%	6.1%	26.5%	0.0%
ベトナム	160	58	49	13	4	37	0	36.0%	30.3%	8.3%	2.6%	22.8%	0.0%
インド	58	26	10	8	1	13	0	44.7%	16.4%	13.4%	2.4%	23.2%	0.0%
英国	134	66	30	21	4	14	0	49.3%	22.0%	15.4%	3.1%	10.1%	0.1%
ドイツ	101	53	21	16	2	8	0	52.3%	21.0%	16.1%	2.2%	8.4%	0.0%
フランス	152	64	38	27	5	19	0	41.8%	24.8%	17.6%	3.3%	12.4%	0.0%
イタリア	55	23	11	10	3	8	0	41.0%	20.5%	18.6%	5.3%	14.1%	0.6%
スペイン	42	18	9	8	2	6	0	42.9%	20.5%	18.3%	3.8%	14.5%	0.0%
ロシア	29	7	5	3	1	13	0	25.1%	16.6%	11.3%	2.6%	44.3%	0.0%
米国	669	296	147	112	23	91	1	44.2%	22.0%	16.7%	3.4%	13.6%	0.1%
カナダ	109	39	26	22	4	19	0	35.6%	23.3%	20.0%	3.4%	17.5%	0.1%
オーストラリア	233	95	52	40	11	34	0	40.9%	22.5%	17.0%	4.9%	14.7%	0.0%
その他	568	227	123	100	22	96	0	39.9%	21.7%	17.6%	3.9%	16.9%	0.0%

(6) 来訪目的別にみる旅行支出

- 来訪目的別に旅行支出をみると、「観光・レジャー」は1人当たり平均163,897円、「親族・知人訪問」は1人当たり平均138,012円、「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）」は1人当たり平均140,609円などとなっている（図表2-9）。

- 来訪目的別に旅行消費額（パッケージツアー参加費に含まれる国内収入分を含む）を推計すると、「観光・レジャー」目的が7,059億円で全体の74.3%を占める。これに対し「業務」目的の旅行消費額は1,521億円で、全体の16.0%を占める（平成28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支出を掲載することとした）。

図表2-9 来訪目的別にみる訪日外国人1人当たり旅行支出（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. 旅行支出 (円/人)	163,897	138,012	432,662	198,418	181,928	115,375	140,609	127,367	117,911	145,456	171,587	136,282	146,565	143,882
	63,258	62,921	466,878	43,081	50,458	63,801	85,598	74,504	62,182	79,727	85,656	92,828	100,026	76,561
	120,895	150,932	382,887	-	146,584	117,498	117,967	102,845	110,152	131,726	139,843	115,125	135,197	122,697
	150,713	74,312	-	-	-	57,059	149,488	-	108,133	183,215	-	131,541	93,551	140,206
	226,124	178,291	407,792	276,108	406,582	135,477	194,829	183,039	193,276	185,669	299,210	177,603	135,519	209,898
	218,759	131,053	342,750	-	80,954	-	168,091	-	199,826	152,922	188,331	175,141	164,839	160,376
【参考】														
b. 外客数目的別構成比 (%) ヨコ計=100	72.2	5.4	0.7	0.1	0.3	0.8	18.1	1.0	1.4	5.0	1.9	8.9	2.3	10.3
	70.2	6.0	0.4	0.2	0.5	0.2	20.0	1.8	0.9	5.6	1.5	10.2	2.5	10.4
	83.8	3.2	0.6	0.0	0.3	0.9	9.7	0.6	1.0	1.8	0.5	5.8	1.5	5.1
	88.5	0.4	0.0	0.0	0.4	1.5	8.5	0.0	1.2	3.5	0.0	3.8	0.8	6.5
	74.6	5.2	1.0	0.3	0.3	1.0	16.2	1.3	0.6	4.5	1.9	8.0	1.4	9.6
	47.6	10.5	1.3	0.0	0.1	0.0	35.2	0.7	1.8	12.9	2.2	17.7	2.3	17.7
c. 訪日外客数 <sup>注3</sup> (万人)	430.7	32.1	4.2	0.7	2.1	4.6	108.2	5.8	8.3	29.6	11.3	53.3	13.7	61.5
	70.4	6.0	0.4	0.2	0.5	0.2	20.1	1.8	0.9	5.6	1.5	10.3	2.6	10.5
	97.0	3.7	0.6	0.0	0.3	1.1	11.2	0.7	1.2	2.0	0.5	6.7	1.7	5.9
	38.1	0.2	0.0	0.0	0.2	0.7	3.6	0.0	0.5	1.5	0.0	1.7	0.3	2.8
	119.7	8.3	1.6	0.4	0.5	1.6	26.0	2.1	0.9	7.2	3.0	12.8	2.3	15.3
	16.7	3.7	0.5	0.0	0.0	0.0	12.4	0.2	0.6	4.5	0.8	6.2	1.8	6.2
d. 旅行消費額 (億円) (=a × c)	7,059	443	180	13	38	53	1,521	73	97	430	194	726	200	885
	445	38	18	1	2	1	172	13	6	45	13	95	26	80
	1,173	56	25	0	5	13	132	8	13	27	7	78	23	72
	574	1	0	0	3	4	54	0	5	27	0	22	3	39
	2,706	149	67	11	21	22	506	38	18	134	89	227	31	322
	366	48	16	0	0	0	208	3	12	70	14	109	30	100
e. 旅行中消費額目的別構成比 (%) ヨコ計=100	74.3%	4.7%	1.9%	0.1%	0.4%	0.6%	16.0%	0.8%	1.0%	4.5%	2.0%	7.6%	2.1%	9.3%
	63.3%	5.4%	2.5%	0.1%	0.3%	0.1%	24.5%	1.9%	0.8%	6.4%	1.8%	13.6%	3.6%	11.4%
	82.2%	4.0%	1.7%	0.0%	0.3%	0.9%	9.3%	0.5%	0.9%	1.9%	0.5%	5.4%	1.6%	5.1%
	89.7%	0.2%	0.0%	0.0%	0.5%	0.6%	8.5%	0.0%	0.8%	4.3%	0.0%	3.4%	0.5%	6.2%
	77.0%	4.2%	1.9%	0.3%	0.6%	0.6%	14.4%	1.1%	0.5%	3.8%	2.5%	6.5%	0.9%	9.2%
	54.7%	7.2%	2.4%	0.0%	0.1%	0.0%	31.1%	0.5%	1.8%	10.4%	2.1%	16.2%	4.6%	14.9%
f. 回答数 <sup>注4</sup>	6,880	611	58	16	44	51	2,100	122	151	577	197	1,053	185	1,142
	2,786	239	15	9	19	6	796	70	37	222	60	407	69	414
	908	35	6	0	3	10	105	7	11	19	5	63	14	55
	230	1	0	0	1	4	22	0	3	9	0	10	2	17
	1,162	81	16	4	5	16	252	20	9	70	29	124	18	149
	353	78	10	0	1	0	261	5	13	96	16	131	20	131

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。  
 注5) 旅行支出無回答者が存在するため、上表の来訪目的別旅行消費額の合計値は平成28年4-6月期旅行消費額とは一致しない。

### 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、63.4%が購入している。次いで「その他食料品・飲料・酒・たばこ」の購入率が60.1%と高い。国籍・地域別では、「電気製品」や「化粧品・香水」では中国、「医薬品・健康グッズ・トイレタリー」では台湾と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4.1万円と最も高い。特に中国では6.0万円と、他の国籍・地域に比べて高い。
- 来訪目的別では、購入率は観光・レジャー客の方が高い傾向にあるが、購入者単価は業務客の方が高い傾向にある（図表 3-2）。

図表 3-1 費目別購入率および購入者単価（主要国籍・地域別）

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	63.4%	8,932	79.7%	5,443	63.0%	8,920	57.8%	8,786	68.2%	12,788	42.7%	6,293
その他食料品・飲料・酒・たばこ	60.1%	10,290	61.5%	5,949	66.5%	9,495	59.3%	12,431	54.6%	13,793	62.6%	11,324
カメラ・ビデオカメラ・時計	7.4%	40,936	1.7%	24,371	3.8%	21,916	4.7%	31,476	13.3%	60,246	2.7%	10,420
電気製品	17.2%	28,222	3.0%	13,142	24.6%	20,071	11.2%	21,462	30.5%	36,630	5.5%	15,978
化粧品・香水	43.9%	30,338	30.8%	7,205	37.3%	15,318	50.0%	22,042	76.9%	48,761	9.2%	12,671
医薬品・健康グッズ・トイレタリー	51.6%	20,839	43.7%	7,424	76.2%	17,558	65.5%	13,102	74.0%	33,479	15.9%	4,765
和服(着物)・民芸品	11.6%	13,289	4.9%	7,465	7.9%	11,307	17.4%	15,424	6.8%	19,317	27.8%	13,788
服(和服以外)・かばん・靴	41.1%	29,881	22.8%	14,907	45.3%	18,292	54.3%	37,179	48.9%	45,806	18.4%	23,339
マンガ・アニメ・キャラクター関連商品	11.6%	10,954	11.9%	7,334	7.8%	10,087	10.5%	8,911	10.5%	13,254	14.2%	9,964
書籍・絵葉書・CD・DVD	11.4%	6,561	4.5%	5,673	11.4%	5,465	14.3%	5,141	9.1%	6,766	24.4%	4,837

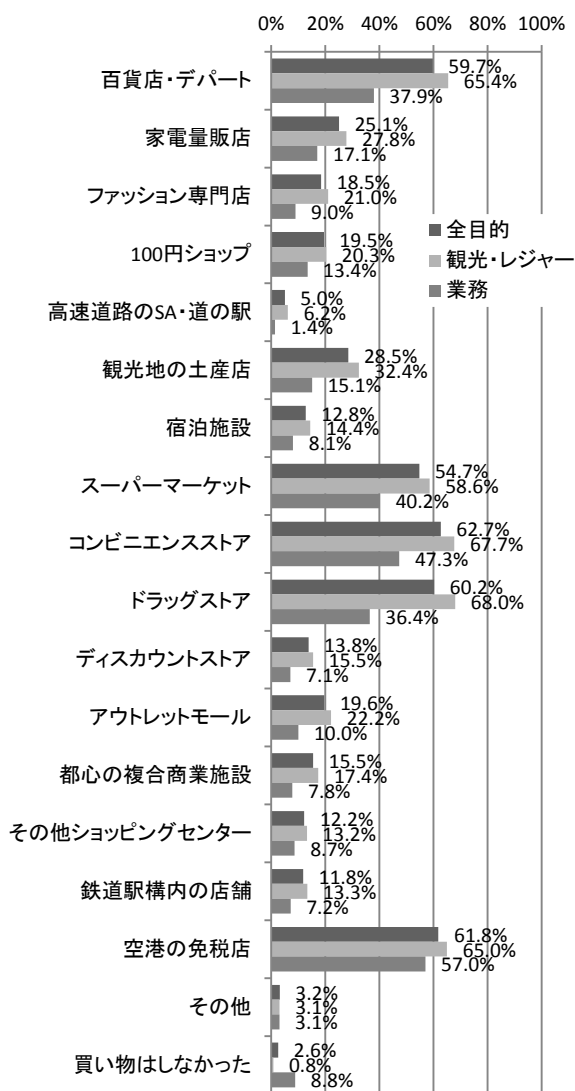
図表 3-2 来訪目的別にみる費目別購入率および購入者単価（主要国籍・地域別）

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	84.3%	5,145	64.4%	8,806	59.0%	8,644	67.9%	11,746	53.0%	6,890
		業務	66.1%	6,517	54.0%	8,738	47.6%	14,600	71.0%	14,439	29.8%	5,250
その他食料品・飲料・酒・たばこ		観光・レジャー	65.5%	5,156	66.7%	8,286	59.4%	12,919	55.5%	13,133	71.8%	9,672
		業務	49.2%	8,562	64.0%	13,467	66.7%	10,348	55.6%	15,655	48.6%	13,735
カメラ・ビデオカメラ・時計		観光・レジャー	1.5%	23,108	4.3%	21,002	4.8%	34,160	12.4%	52,299	2.6%	13,541
		業務	2.1%	25,669	1.0%	4,000	4.8%	10,000	19.0%	87,083	1.6%	9,459
電気製品		観光・レジャー	2.9%	10,510	25.9%	18,135	11.4%	21,981	33.3%	36,325	6.9%	19,443
		業務	2.5%	9,987	15.0%	28,345	9.5%	30,000	20.2%	36,732	2.7%	8,880
化粧品・香水		観光・レジャー	34.3%	6,445	39.8%	14,462	51.5%	22,128	79.4%	48,732	11.8%	13,456
		業務	19.8%	10,030	18.0%	18,875	33.3%	20,429	73.8%	48,838	4.3%	15,945
医薬品・健康グッズ・トイレタリー		観光・レジャー	50.1%	6,791	78.4%	17,227	68.1%	11,898	77.5%	34,738	21.3%	4,801
		業務	26.2%	9,588	62.0%	21,408	52.4%	27,667	64.1%	25,791	7.1%	5,896
和服(着物)・民芸品		観光・レジャー	5.6%	5,966	8.2%	10,387	17.5%	17,253	8.1%	20,326	35.2%	11,766
		業務	1.9%	22,793	7.0%	20,500	9.5%	10,000	2.8%	11,570	18.4%	18,296
服(和服以外)・かばん・靴		観光・レジャー	26.1%	13,477	47.3%	17,679	55.9%	29,362	52.4%	45,003	21.6%	18,998
		業務	8.8%	23,751	20.0%	17,508	42.9%	158,265	33.5%	40,525	11.0%	26,863
マンガ・アニメ・キャラクター関連商品		観光・レジャー	14.4%	7,339	7.7%	10,306	11.4%	9,206	12.3%	12,685	20.5%	11,127
		業務	5.1%	7,309	8.0%	10,429	4.8%	3,000	4.4%	16,755	7.5%	7,240
書籍・絵葉書・CD・DVD		観光・レジャー	4.3%	4,878	11.1%	3,624	15.3%	5,330	10.1%	5,701	32.9%	4,013
		業務	4.4%	6,285	10.0%	29,071	4.8%	2,000	4.4%	4,844	10.6%	6,398

(3) 買物場所

- 買物場所は「コンビニエンスストア」(62.7%)、「空港の免税店」(61.8%)、「ドラッグストア」(60.2%)の順となっている(図表3-3)。
- 来訪目的別に見ると、「その他」以外の全ての項目で観光・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「買い物はしていない」の割合が8.8%を占める。

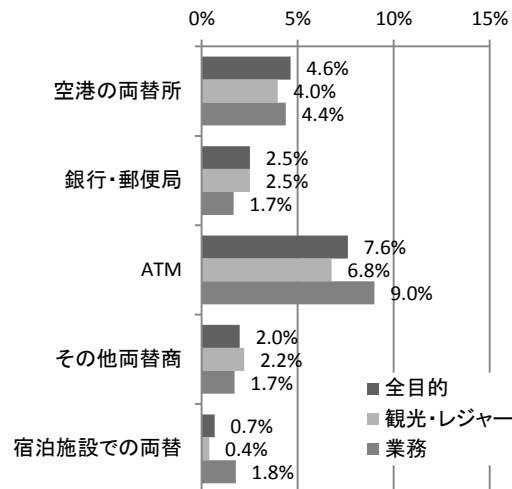
図表 3-3 買物場所  
(全国籍・地域、来訪目的別、複数回答)



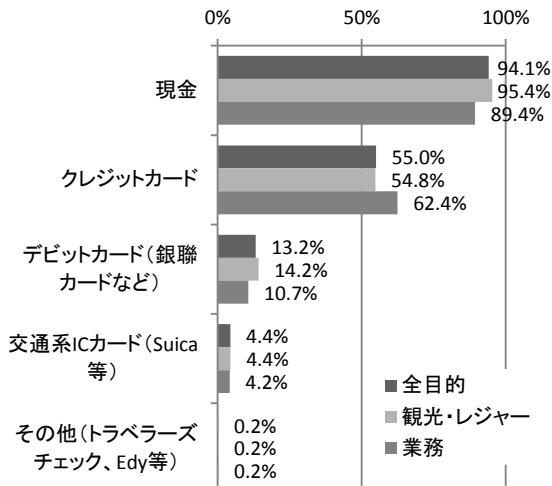
(4) 利用した金融機関と決済方法

- 利用した金融機関を見ると、「ATM」の利用率が7.6%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)



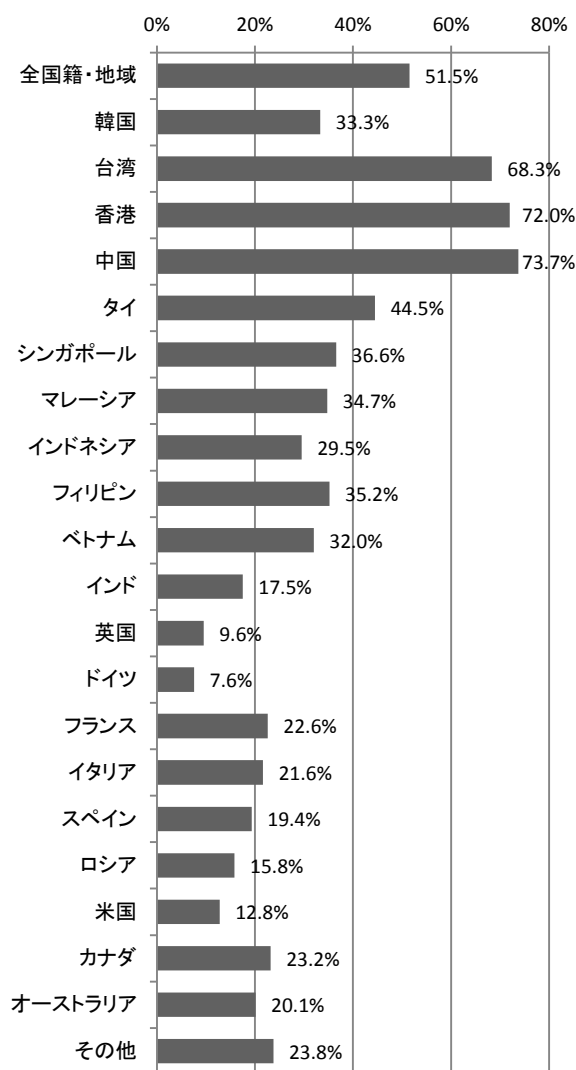
図表 3-5 利用した決済方法  
(全国籍・地域、来訪目的別、複数回答)



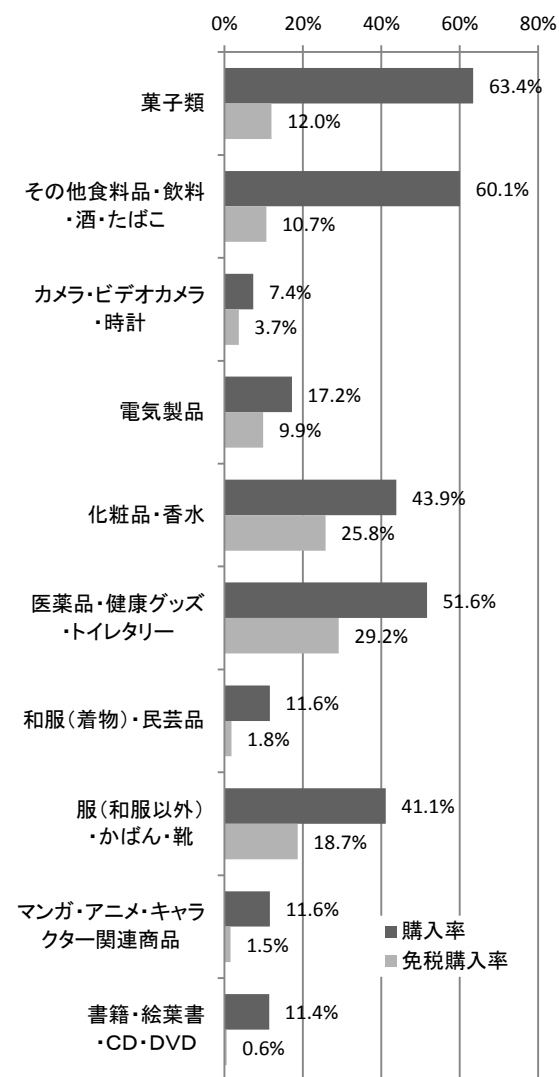
(5) 消費税免税手続きの実施状況

- 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 51.5%である(図表 3-6)。
- 国籍・地域別にみると、香港、中国で7割を超える他、台湾でも6割超と高い。一方、英国やドイツでは1割弱と他の国籍・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」(29.2%)が最も高く、次いで「化粧品・香水」(25.8%)、「服・かばん・靴」(18.7%)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

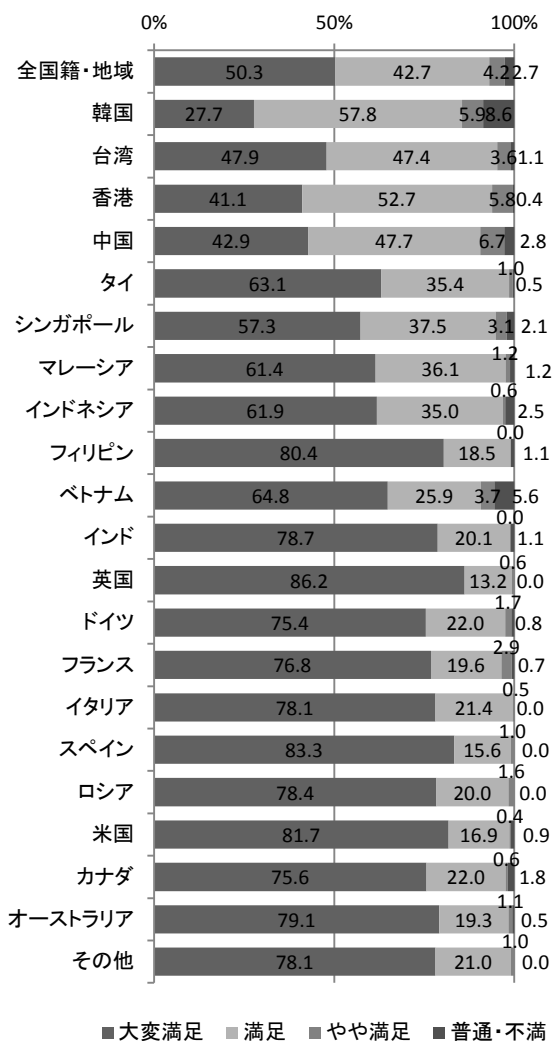
### (1) 訪日旅行全体の満足度

- 今回の訪日旅行全体の満足度は「大変満足」50.3%、「満足」42.7%である。
- 国籍・地域別では、フィリピンや英国、スペイン、米国で「大変満足」の割合が8割超と高い（図表 4-1）。

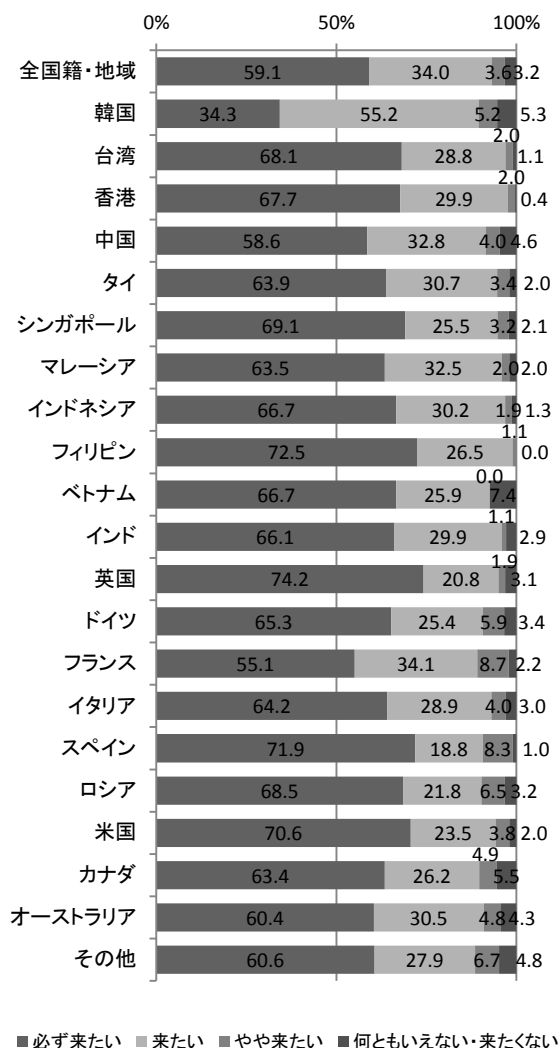
### (2) 日本への再訪意向

- 日本への再訪意向では、「必ず来たい」が59.1%、「来たい」が34.0%である。
- 国籍・地域別では、フィリピンや英国、スペイン、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」(20.1%)、台湾は「医薬品・健康グッズ・トイレタリー」(24.4%)、香港は「服・かばん・靴」(37.7%)、中国は「化粧品・香水」(25.3%)、米国は「和服・民芸品」(27.1%)の割合が高い(図表 4-3)。

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					米国
	韓国	台湾	香港	中国		
菓子類	20.1	8.9	3.8	5.1	4.4	
酒	7.5	1.1	2.8	0.4	3.4	
その他食料品・飲料	5.7	1.3	0.9	1.0	5.1	
たばこ	1.4	0.4	0.0	0.3	0.0	
カメラ・ビデオカメラ	0.2	1.1	1.9	3.1	2.0	
時計	0.8	0.7	1.9	5.9	0.0	
電気製品	2.0	15.8	2.8	14.1	2.4	
化粧品・香水	8.7	9.1	11.3	25.3	3.1	
医薬品・健康グッズ・トイレタリー	15.2	24.4	17.9	14.4	0.7	
和服・民芸品	2.1	4.0	5.7	2.5	27.1	
服・かばん・靴	17.7	18.4	37.7	15.9	14.2	
マンガ・アニメ・キャラクター関連商品	7.0	5.3	0.9	2.5	8.1	
書籍・絵葉書・CD・DVD	1.2	0.7	1.9	0.6	4.4	
その他の商品	10.3	7.8	6.6	8.5	21.4	
その他	0.2	0.9	3.8	0.3	3.7	
合計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	
回答数	2,389	450	106	673	295	

- 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。「カメラ・ビデオカメラ」や「電気製品」「化粧品・香水」「医薬品・健康グッズ・トイレタリー」では「品質が良いから」とする回答が多く、「たばこ」では「価格が手頃・自国より安いから」とする回答が多かった。「カメラ・ビデオカメラ」や「電気製品」では「品質が良いから」に加え、「日本製だから」とする回答も多くみられた。

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	美味しいから	日本製だから	伝統的・日本独特なものだから	好きなブランド・商品だから	自国で入手が難しいから	お土産にいいから・頼まれたから	価格が手頃・自国より安いから	便利だから	その他
菓子類	621	3.4	2.4	51.2	0.0	1.8	4.7	3.7	23.3	7.1	0.0	2.4
酒	210	1.9	1.9	52.4	1.9	2.4	2.4	8.6	12.9	11.9	0.0	3.8
その他食料品・飲料	177	13.6	1.7	47.5	0.0	4.5	3.4	7.3	11.9	7.9	0.6	1.7
たばこ	37	8.1	0.0	10.8	2.7	0.0	0.0	5.4	13.5	59.5	0.0	0.0
カメラ・ビデオカメラ	72	36.1	8.3	0.0	30.6	0.0	1.4	2.8	0.0	16.7	0.0	4.2
時計	106	18.9	29.2	0.0	19.8	0.9	1.9	0.9	4.7	18.9	0.0	4.7
電気製品	276	36.6	2.5	0.0	22.1	0.0	5.1	5.4	1.8	20.3	2.9	3.3
化粧品・香水	501	37.3	1.2	0.0	10.2	0.0	13.2	2.2	6.2	25.9	0.0	3.8
医薬品・健康グッズ・トイレタリー	579	66.7	0.3	0.0	6.0	0.3	4.3	3.5	5.4	11.1	0.2	2.2
和服・民芸品	284	5.6	27.1	0.0	3.2	32.0	6.7	3.2	18.0	0.4	0.4	3.5
服・かばん・靴	961	12.5	38.4	0.0	3.1	0.7	5.2	5.1	2.3	30.2	0.3	2.2
マンガ・アニメ・キャラクター関連商品	288	10.1	24.3	0.0	1.0	0.0	27.4	16.3	12.2	5.6	0.3	2.8
書籍・絵葉書・CD・DVD	66	10.6	13.6	0.0	1.5	9.1	24.2	19.7	0.0	1.5	9.1	10.6
その他の商品	505	20.6	26.5	0.0	5.3	3.8	4.6	5.7	14.5	10.5	1.6	6.9
その他	33	12.1	6.1	0.0	0.0	24.2	9.1	3.0	0.0	15.2	12.1	18.2
全体	4,716	22.3	15.6	10.9	5.6	3.4	7.2	5.4	9.6	16.0	0.7	3.4

注) 本表では国籍・地域別ウエ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」(26.4%)、台湾と香港は「ラーメン」(それぞれ27.7%、23.1%)、中国は「魚料理」(28.2%)、米国は「寿司」(25.2%)の割合が高い(図表4-5)。

- 満足した理由(自由回答形式)を14区分に分類し、飲食区分毎に集計を行った結果を図表4-6に示す。いずれの飲食区分でも「美味しい」が圧倒的に多く、特に「ラーメン」は88.8%と高い。その他の理由では「寿司」や「魚料理」で「品質が良い」の割合が高い。

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	22.0	9.6	14.9	14.9	25.2
ラーメン	13.8	27.7	23.1	17.7	16.7
そば・うどん	10.0	4.8	3.7	3.3	4.8
肉料理	26.4	18.3	20.1	14.5	17.8
魚料理(寿司を除く)	7.3	14.4	19.4	28.2	8.9
小麦粉料理	4.2	1.3	1.5	0.8	4.8
その他日本料理	6.7	8.0	6.7	6.8	8.7
外国の料理	0.5	0.8	0.0	0.7	1.6
その他料理	4.0	4.8	4.5	2.1	3.4
菓子類	1.8	5.6	3.0	7.3	3.4
果物	0.1	0.2	1.5	0.1	0.2
酒	2.1	1.0	0.0	0.8	2.1
その他食料品・飲料	1.1	3.5	1.5	3.0	2.5
合計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
標本数	3,188	624	134	767	563

図表 4-6 最も満足した飲食についてその理由 (全国籍・地域)

満足した理由	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
飲食区分															
寿司	1,419	71.2	17.2	1.1	2.1	0.2	1.4	0.7	0.6	0.4	1.1	3.5	0.1	0.1	0.3
ラーメン	1,136	88.8	0.6	1.2	0.6	0.5	1.5	1.3	0.0	0.0	2.0	2.6	0.0	0.4	0.4
そば・うどん	472	83.7	3.0	0.4	1.5	0.0	1.3	2.3	0.2	0.0	2.1	3.4	0.4	0.8	0.8
肉料理	1,366	82.4	5.1	1.1	0.8	0.9	0.7	2.0	0.2	0.1	1.7	3.5	0.4	0.1	0.8
魚料理	766	63.4	27.3	0.8	1.0	0.1	1.7	0.8	0.9	0.1	0.8	2.9	0.1	0.1	0.5
小麦粉料理	227	74.9	1.8	1.3	0.0	0.4	1.8	6.6	0.0	0.0	4.0	6.2	0.4	1.8	0.9
その他日本料理	526	75.9	3.0	2.1	2.3	0.0	1.3	1.9	1.1	1.9	4.4	1.5	1.1	0.8	2.7
外国の料理	44	68.2	0.0	0.0	2.3	0.0	9.1	0.0	0.0	0.0	0.0	2.3	2.3	13.6	2.3
その他料理	246	68.7	3.3	4.1	1.6	0.0	1.6	3.3	0.4	0.8	2.4	5.7	3.3	2.0	2.8
菓子類	234	84.6	1.7	1.7	0.4	1.7	1.7	1.3	0.4	0.4	0.0	4.3	0.0	0.0	1.7
果物	10	60.0	10.0	10.0	0.0	0.0	0.0	10.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	10.0	0.0
酒	128	83.6	1.6	1.6	0.8	0.8	3.1	1.6	0.0	0.0	2.3	4.7	0.0	0.0	0.0
その他食料品・飲料	139	73.4	7.2	0.0	0.0	0.0	2.2	4.3	2.9	0.0	5.8	3.6	0.7	0.0	0.0
全体	6,713	77.6	8.8	1.3	1.2	0.4	1.4	1.7	0.4	0.3	1.9	3.3	0.4	0.5	0.8

注) 本表では国籍・地域別ウェイトバック集計を行っていない。



## 5. 役に立った旅行情報源

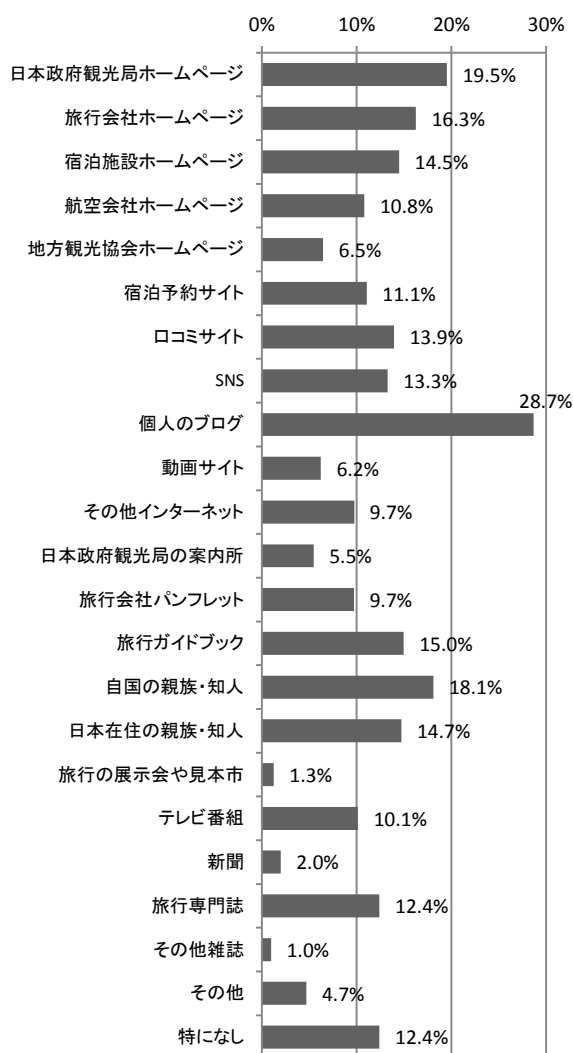
### (1) 出発前に得た旅行情報源

- 出発前に得た旅行情報源で役に立ったものは、「個人のブログ」(28.7%)、「日本政府観光局ホームページ」(19.5%)、「自国の親戚・知人」(18.1%)の順が多い(図表 5-1)。
- 「日本政府観光局の案内所」の選択率は5.5%であった。

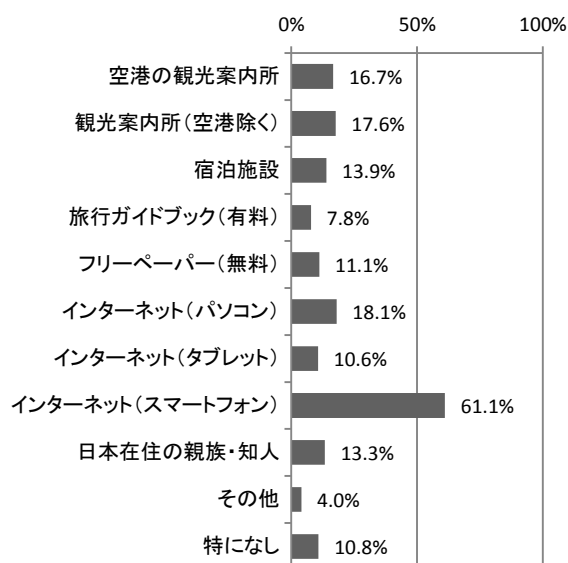
### (2) 日本滞在中に得た旅行情報源

- 日本滞在中に得た旅行情報源で役に立ったものでは、「インターネット(スマートフォン)」の選択率が61.1%と高い。次いで「インターネット(パソコン)」(18.1%)、「観光案内所(空港除く)」(17.6%)の順に高い(図表 5-2)。

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



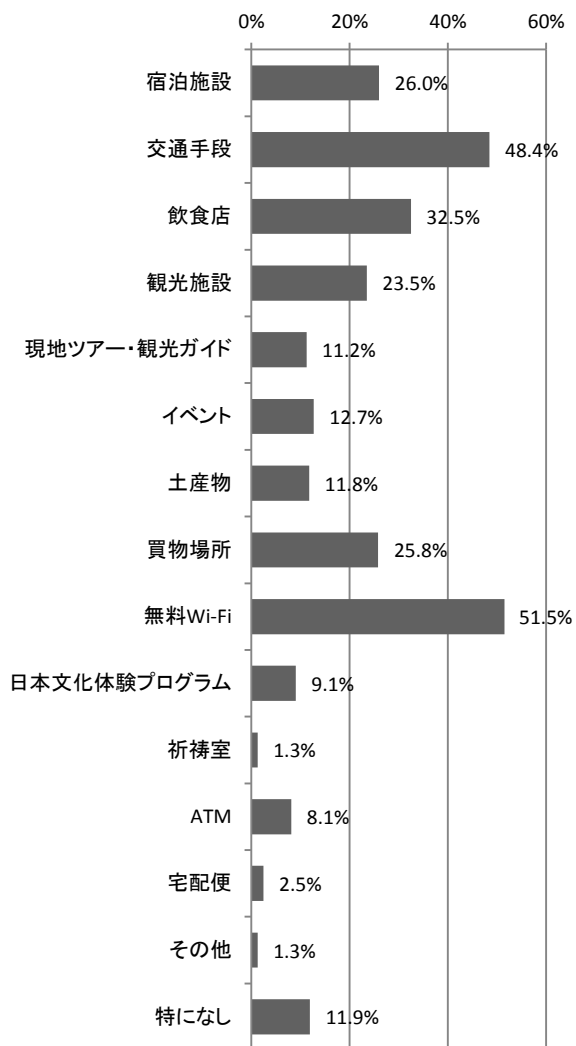
図表 5-2 日本滞在中に得た旅行情報源で役に立ったもの  
(全国籍・地域、複数回答)



(3) 日本滞在中にあると便利な情報

- 日本滞在中にあると便利な情報では、「無料Wi-Fi」(51.5%)が最も多く、次いで「交通手段」(48.4%)、「飲食店」(32.5%)、「宿泊施設」(26.0%)、「買物場所」(25.8%)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)

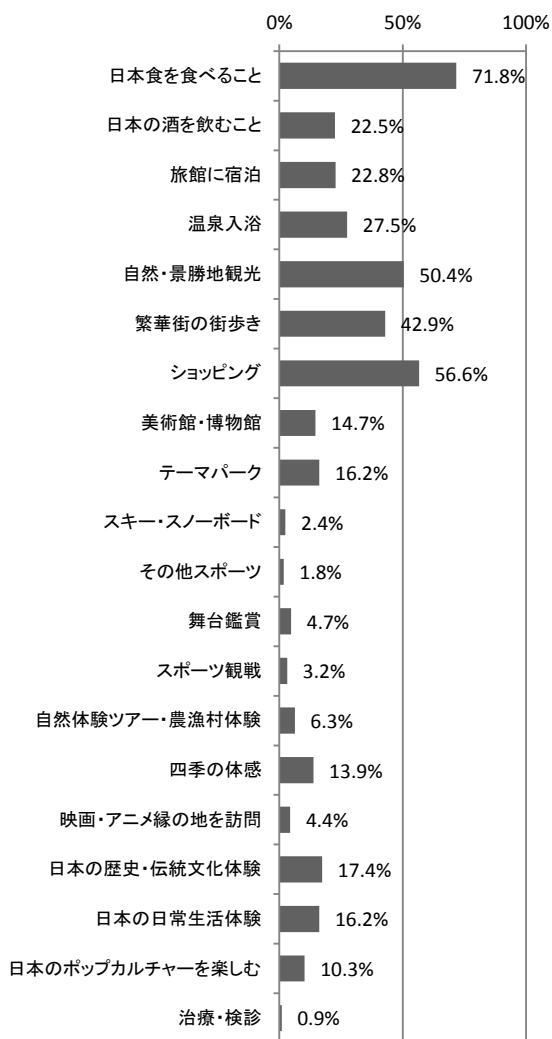


## 6. 日本滞在中の行動

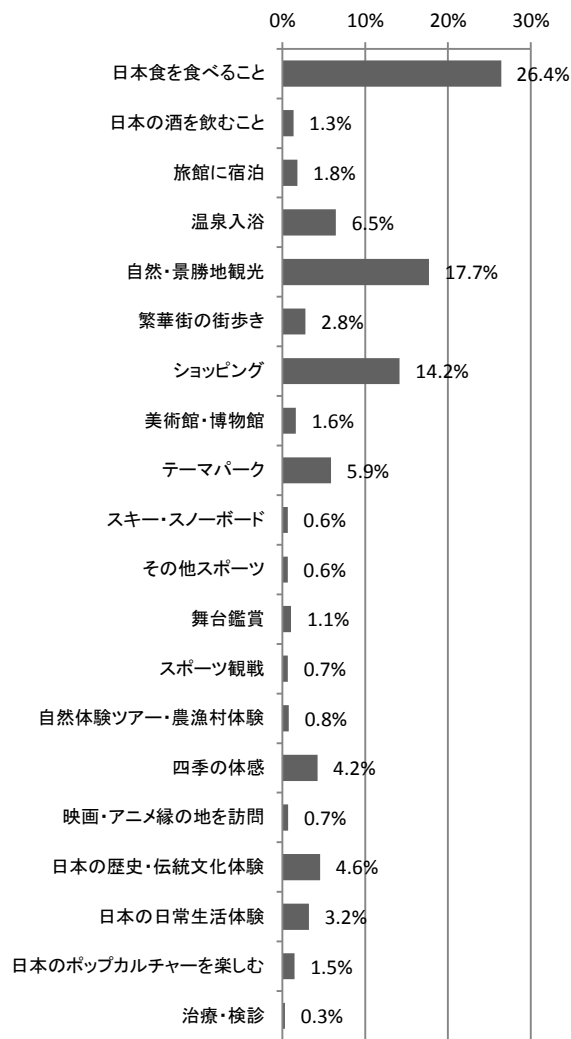
### (1) 訪日前に期待していたこと

- 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 71.8%と最も多かった。次いで「ショッピング」(56.6%)、「自然・景勝地観光」(50.4%)、「繁華街の街歩き」(42.9%)、「温泉入浴」(27.5%)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」(26.4%)、「自然・景勝地観光」(17.7%)、「ショッピング」(14.2%)、「温泉入浴」(6.5%)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)



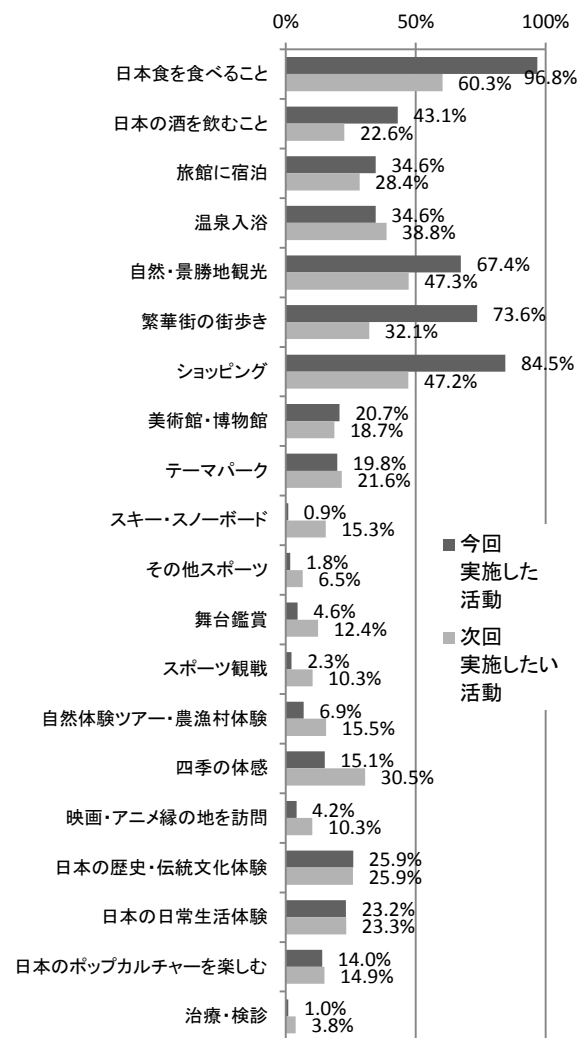
(2) 今回したことと次回したいこと

- 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」「自然・景勝地観光」「ショッピング」「温泉入浴」「繁華街の街歩き」の順で選択率が高い。

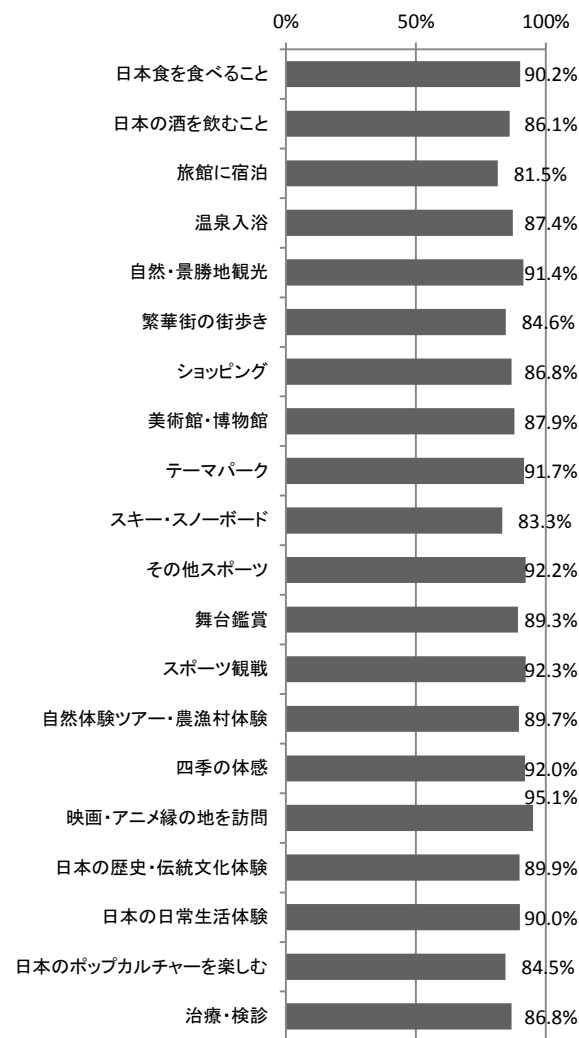
(3) 今回したこととの満足度

- 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」(95.1%)、「スポーツ観戦」(92.3%)、「その他スポーツ」(92.2%)、「四季の体感」(92.0%)、「テーマパーク」(91.7%)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                |
| 第12表 | 国籍・地域別 | 都道府県別訪問率                       |
| 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 | 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3 | 国籍・地域別 | 回答者属性および旅行内容                   |
| 参考表4 | 国籍・地域別 | 費目別購入率および購入者単価                 |
| 参考表5 | 国籍・地域別 | 平均泊数                           |
| 参考表6 | 国籍・地域別 | 都道府県別訪問率                       |
| 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 | 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 28 年 4 月 14 日（木）～6 月 12 日（日）

### (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。10,045 人（うち旅行中支出の有効回答数 9,926 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) 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・鞄・アクセサリー・高級腕時計などを専門に販売する店舗

##### 100円ショップ

店内の商品を原則として1点100日本円均一で販売する形態の小売店

##### 高速道路のSA・道の駅

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

##### 観光地の土産店

観光地内にある小売店

##### 宿泊施設

旅館・ホテル等の館内に併設されている土産店

##### スーパーマーケット

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

##### コンビニエンスストア

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

##### ドラッグストア

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

##### ディスカウントストア

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

##### アウトレットモール

「メーカー一品」(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、マリナー、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、スピーカー、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、プリンター、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、ビタミン剤などのサプリメント）、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	1.5%	3,124
台湾	1.9%	952
香港	4.4%	212
中国	2.1%	1,181
タイ	5.9%	132
シンガポール	6.7%	64
マレーシア	10.7%	151
インドネシア	6.0%	88
フィリピン	7.9%	111
ベトナム	20.1%	30
インド	7.3%	87
英国	7.1%	73
ドイツ	14.8%	70
フランス	5.7%	92
イタリア	5.6%	130
スペイン	6.6%	59
ロシア	8.6%	62
米国	3.7%	483
カナダ	6.7%	104
オーストラリア	5.3%	142
その他	8.3%	68

### (2) 国籍・地域別の買物代

	標準誤差率	有効回答数
韓国	2.2%	3,218
台湾	3.6%	738
香港	12.1%	158
中国	3.5%	962
タイ	13.1%	86
シンガポール	14.6%	57
マレーシア	12.0%	135
インドネシア	12.0%	91
フィリピン	14.7%	101
ベトナム	17.1%	22
インド	16.2%	95
英国	12.6%	71
ドイツ	14.9%	60
フランス	11.1%	74
イタリア	22.8%	97
スペイン	23.7%	51
ロシア	24.0%	56
米国	7.6%	390
カナダ	21.6%	96
オーストラリア	13.1%	108
その他	19.6%	55

訪日外国人の消費動向  
平成 28 年 4-6 月期 報告書

発 行 平成 28 年 7 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/>