

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 年次報告書

訪日外国人消費動向調査 平成27年調査結果の概要

■ 平成27年 訪日外国人の旅行支出 **176,167** 円／人

➡【詳細は報告書14ページ参照】

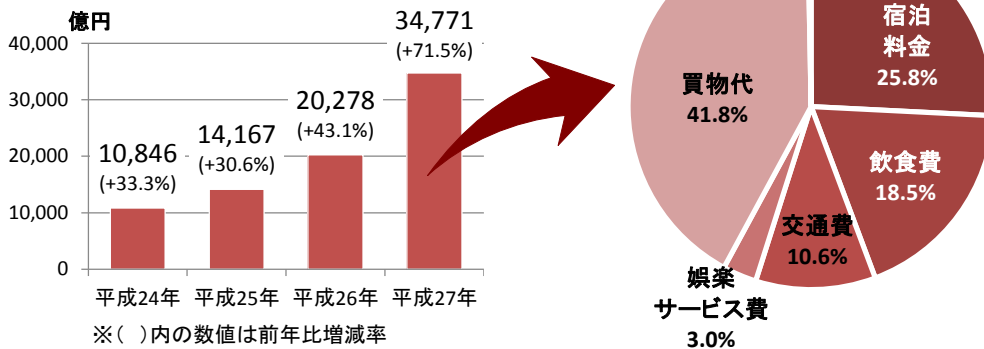
- 平成27年における訪日外国人の旅行支出※は1人当たり平均176,167円と推計される。前年(平成26年)の151,174円に比べ16.5%増加した。
- 主な国籍・地域別では、韓国75,169円、台湾141,620円、香港172,356円、中国283,842円、米国175,554円である。

■ 平成27年 訪日外国人旅行消費額 **3兆4,771** 億円

➡【詳細は報告書14ページ参照】

- パッケージツアー参加費に含まれる国内収入分を加えて、平成27年の訪日外国人旅行消費額※を推計すると、総額で3兆4,771億円となった。前年(平成26年)の2兆278億円に比べ71.5%増加している。
- 訪日外国人旅行消費額を費目別にみると、宿泊料金が25.8%、飲食費が18.5%、買物代が41.8%を占める。

【グラフ】訪日外国人旅行消費額
(左図:総額の推移、右図:費目別構成比)

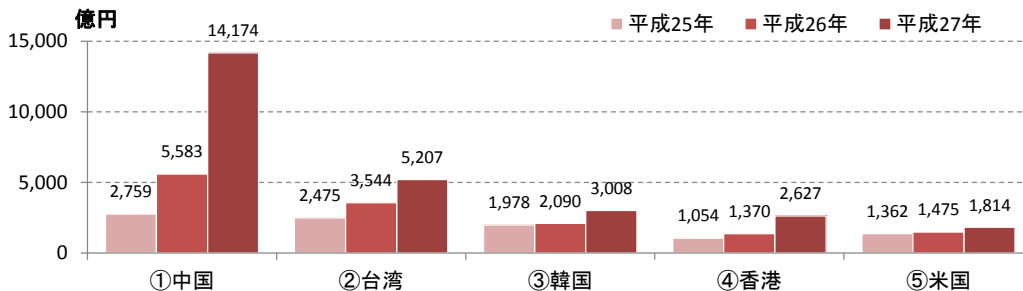


■ 旅行消費の多い国・地域 ①中国 ②台湾 ③韓国

➡【詳細は報告書15ページ参照】

- 国籍・地域別では、①中国 ②台湾 ③韓国 ④香港 ⑤米国の順で旅行消費額が高い。
- 上位5カ国・地域で、訪日外国人旅行消費額全体の77.2%を占める。
- 前年(平成26年)と比べると、中国の旅行消費額は2.5倍で、増加率が非常に高い。

【グラフ】国籍・地域別にみる訪日外国人旅行消費額の推移



※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。なお、日本の航空会社および船舶会社に支払われる国際旅客運賃は含まない。

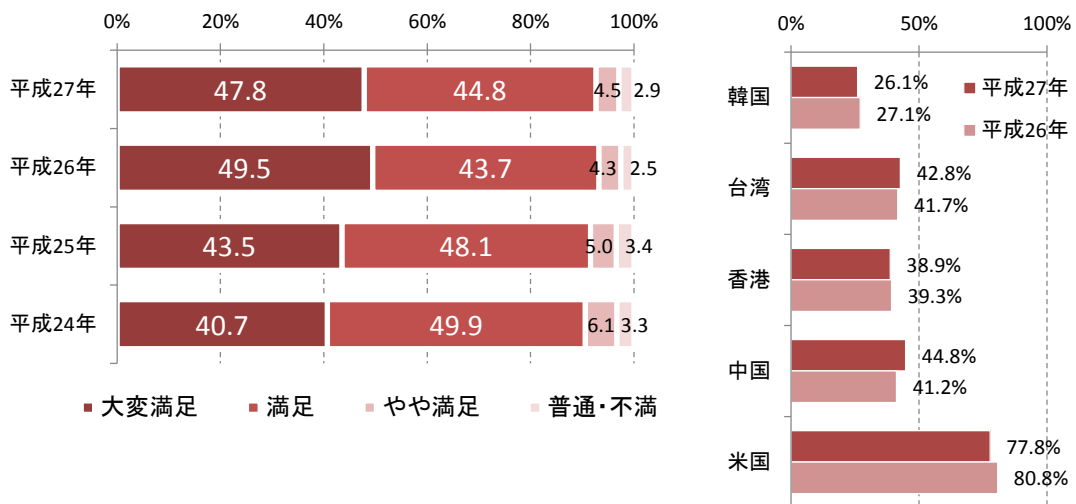
■ 訪日旅行に9割超が満足、「大変満足」が47.8%

➡【詳細は報告書20ページ参照】

- 今回の日本訪問全体での満足度を尋ねたところ、平成27年は「大変満足」が47.8%を占めた。
- 「満足」を含めると、9割超の訪問者が満足している。
- 主な国籍・地域別にみると、台湾と中国で「大変満足」の割合が前年に比べ増加している。

【グラフ】今回の日本訪問全体での満足度

(左図：全国籍・地域、右図：国籍・地域別の「大変満足」の割合)



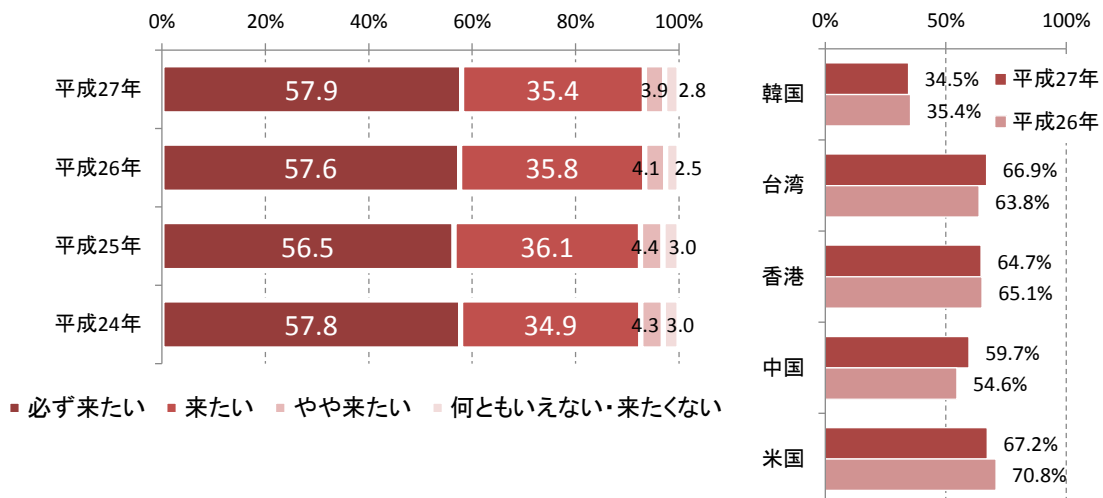
■ 日本への再訪希望者9割超、「必ず来たい」が57.9%

➡【詳細は報告書20ページ参照】

- 「また日本に来たいと思いますか。」と尋ねたところ、平成27年は「必ず来たい」の割合が57.9%となった。
- 「来たい」を含めると、日本への再訪希望者は9割超を占めている。
- 主な国籍・地域別にみると、台湾と中国で「必ず来たい」の割合が前年に比べ増加している。

【グラフ】日本への再訪意向

(左図：全国籍・地域、右図：国籍・地域別の「必ず来たい」の割合)



訪日外国人の消費動向

平成 27 年 年次報告書

目次

調査結果の概要

目次

調査概要 1

I 平成 27 年における 訪日外国人の消費動向の分析結果

1. 訪日外国人の属性と旅行内容

- (1) 回答者属性 2
- (2) 滞在期間 3
- (3) 旅行内容 4

2. 訪日外国人の旅行支出

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

3. 土産品の購入実態

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

4. 満足度と再訪意向

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

5. 役に立った旅行情報源

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

6. 日本滞在中の行動

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

II 平成 27 年における 訪日外国人の消費動向【国籍・地域別】

- (1) 韓国 28
- (2) 台湾 30
- (3) 香港 32
- (4) 中国 34
- (5) タイ 36
- (6) シンガポール 38
- (7) マレーシア 40
- (8) インドネシア 42
- (9) フィリピン 44
- (10) ベトナム 46
- (11) インド 48
- (12) 英国 50
- (13) ドイツ 52
- (14) フランス 54
- (15) イタリア 56
- (16) スペイン 58
- (17) ロシア 60
- (18) 米国 62
- (19) カナダ 64
- (20) オーストラリア 66

Ⅲ 訪日外国人消費動向調査結果

(平成 27 年)

集計表の利用上の注意	71
調査票選択肢の定義と具体例	73

<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	78
第 2 表	
居住地別 回答者属性および旅行内容	90
第 3 表	
訪問地別 回答者属性および旅行内容	102
第 4 表	
国籍・地域別 費目別購入率および購入者単価	132
第 5 表	
居住地別 費目別購入率および購入者単価	136
第 6 表	
国籍・地域別 1 人 1 回当たり旅行消費単価	140
第 7 表	
居住地別 1 人 1 回当たり旅行消費単価	148
第 8 表	
訪問地別 1 人 1 回当たり旅行消費単価	156
第 9 表	
国籍・地域別 平均泊数	176
第 10 表	
訪問地別 平均泊数	184
第 11 表	
国籍・地域別 消費税に係る免税手続き実施状況	204
参考表 1	
国籍・地域別 1 人 1 回当たり旅行消費単価	208
(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	216
参考表 3	
国籍・地域別 訪日旅行に関する意識 (満足度など)	220

【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	232
参考表 5	
国籍・地域別 費目別購入率および購入者単価	240
参考表 6	
国籍・地域別 平均泊数	244
参考表 7	
国籍・地域別 1 人 1 回当たり旅行消費単価	252
(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	260
参考表 9	
国籍・地域別 訪日旅行に関する意識 (満足度など)	264

【業務目的】

参考表 10	
国籍・地域別 回答者属性および旅行内容	276
参考表 11	
国籍・地域別 費目別購入率および購入者単価	284
参考表 12	
国籍・地域別 平均泊数	288
参考表 13	
国籍・地域別 1 人 1 回当たり旅行消費単価	296
(パッケージツアー参加費内訳含む)	

【滞在日数 90 日以内】

参考表 14	
国籍・地域別 回答者属性および旅行内容	304
参考表 15	
国籍・地域別 費目別購入率および購入者単価	312
参考表 16	
国籍・地域別 平均泊数	316
参考表 17	
国籍・地域別 1 人 1 回当たり旅行消費単価	324
(パッケージツアー参加費内訳含む)	

<調査票>

日本語・英語・韓国語・中国語 (繁体字・簡体字)

訪日外国人消費動向調査

調査概要

(1) 調査対象者

日本を出国する訪日外国人

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

(2) 調査場所

下記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（2015 年）

1-3 月期：1 月 16 日（金）～3 月 2 日（月）

4-6 月期：4 月 16 日（木）～6 月 15 日（月）

7-9 月期：7 月 16 日（木）～9 月 5 日（土）

10-12 月期：10 月 15 日（木）～11 月 30 日（月）

(4) 調査方法

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

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) 調査回答数

20 の国籍・地域と「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、四半期毎に総数 9,710 サンプルを目標に調査を実施した。当年調査における四半期毎の有効回答数は下表の通り。

なお、設問毎の有効回答数については集計表に記載している。回答数が小さい数値については、取り扱いに留意されたい。

(6) その他

本調査は、統計法（平成 19 年法律第 53 号）第 2 条に規定する一般統計として実施した。なお、一般統計の実施と併せ、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。

表 平成 27 年調査の回答数（四半期別および国籍・地域別）

国籍・地域	1-3月期			4-6月期			7-9月期			10-12月期		
	有効回答数		うち 支出額 有効票	有効回答数		うち 支出額 有効票	有効回答数		うち 支出額 有効票	有効回答数		うち 支出額 有効票
	票数	構成比		票数	構成比		票数	構成比		票数	構成比	
全国籍・地域	9,946	100.0%	9,726	10,045	100.0%	9,941	9,948	100.0%	9,813	9,844	100.0%	9,720
韓国	3,891	39.1%	3,836	3,996	39.8%	3,978	3,945	39.7%	3,908	3,901	39.6%	3,869
台湾	1,061	10.7%	1,048	1,055	10.5%	1,045	1,077	10.8%	1,064	1,064	10.8%	1,055
香港	270	2.7%	268	260	2.6%	257	254	2.6%	249	251	2.5%	248
中国	1,533	15.4%	1,520	1,539	15.3%	1,533	1,542	15.5%	1,534	1,536	15.6%	1,533
タイ	208	2.1%	194	202	2.0%	191	213	2.1%	205	205	2.1%	195
シンガポール	92	0.9%	92	92	0.9%	91	89	0.9%	88	83	0.8%	83
マレーシア	243	2.4%	233	245	2.4%	243	243	2.4%	238	249	2.5%	247
インドネシア	160	1.6%	154	160	1.6%	159	159	1.6%	155	153	1.6%	148
フィリピン	192	1.9%	181	190	1.9%	180	186	1.9%	177	187	1.9%	184
ベトナム	57	0.6%	53	55	0.5%	55	55	0.6%	54	56	0.6%	47
インド	178	1.8%	169	181	1.8%	175	172	1.7%	168	177	1.8%	172
英国	172	1.7%	167	170	1.7%	169	159	1.6%	159	157	1.6%	151
ドイツ	129	1.3%	124	119	1.2%	115	117	1.2%	111	114	1.2%	113
フランス	141	1.4%	137	138	1.4%	134	131	1.3%	128	131	1.3%	129
イタリア	186	1.9%	175	210	2.1%	206	193	1.9%	189	181	1.8%	173
スペイン	83	0.8%	80	116	1.2%	115	97	1.0%	96	84	0.9%	80
ロシア	124	1.2%	118	124	1.2%	123	122	1.2%	120	127	1.3%	124
米国	740	7.4%	707	741	7.4%	727	749	7.5%	737	748	7.6%	735
カナダ	199	2.0%	193	167	1.7%	162	155	1.6%	148	154	1.6%	151
オーストラリア	183	1.8%	179	181	1.8%	180	183	1.8%	181	181	1.8%	180
その他	104	1.0%	98	104	1.0%	103	107	1.1%	104	105	1.1%	103

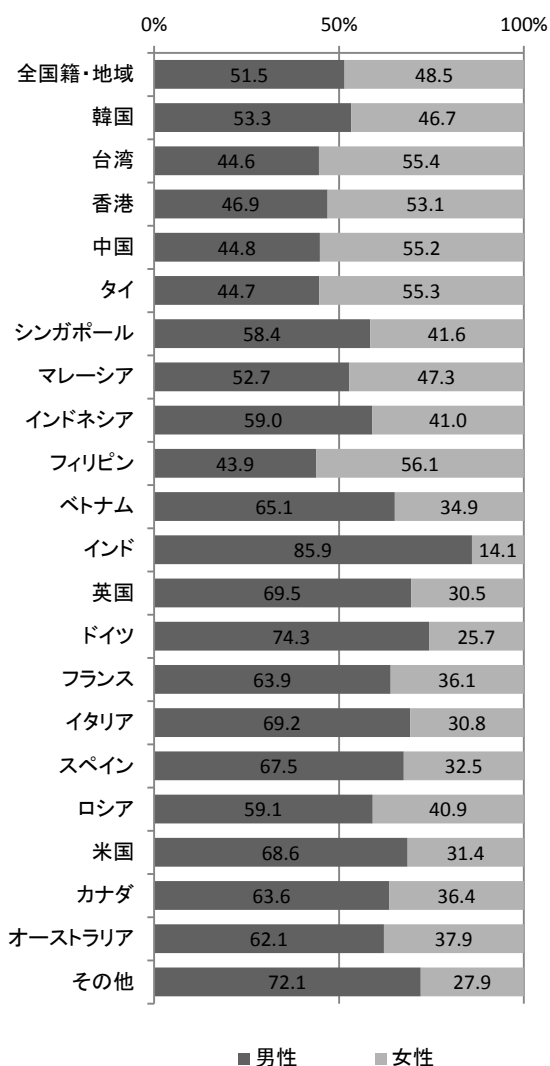
I 平成 27 年における訪日外国人の消費動向の分析結果

1. 訪日外国人の属性と旅行内容

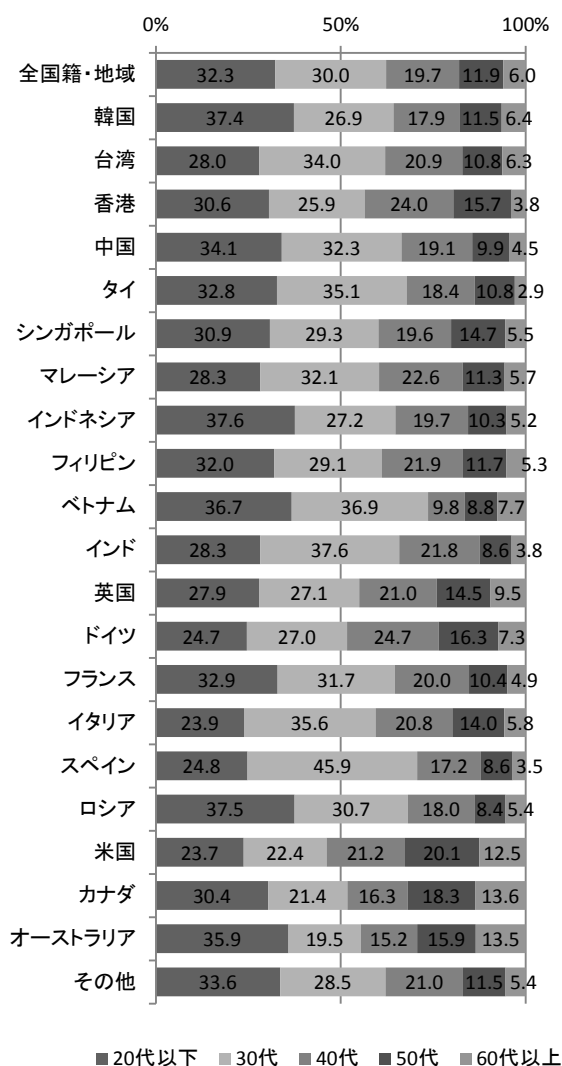
(1) 回答者属性

- 性別の構成比は「男性」が 51.5%、「女性」が 48.5%である（図表 1-1）。
- 国籍・地域別にみると、台湾や香港、中国、タイ、フィリピンでは「女性」の割合が5割を超える。インドでは「男性」の割合が 85.9%と高い。
- 年代別の構成比は、「20 代以下」(32.3%)、「30 代」(30.0%)が多い（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」(16.1%)、「女性 20 代」(15.7%)、「女性 30 代」(13.9%)の順が多い。

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）

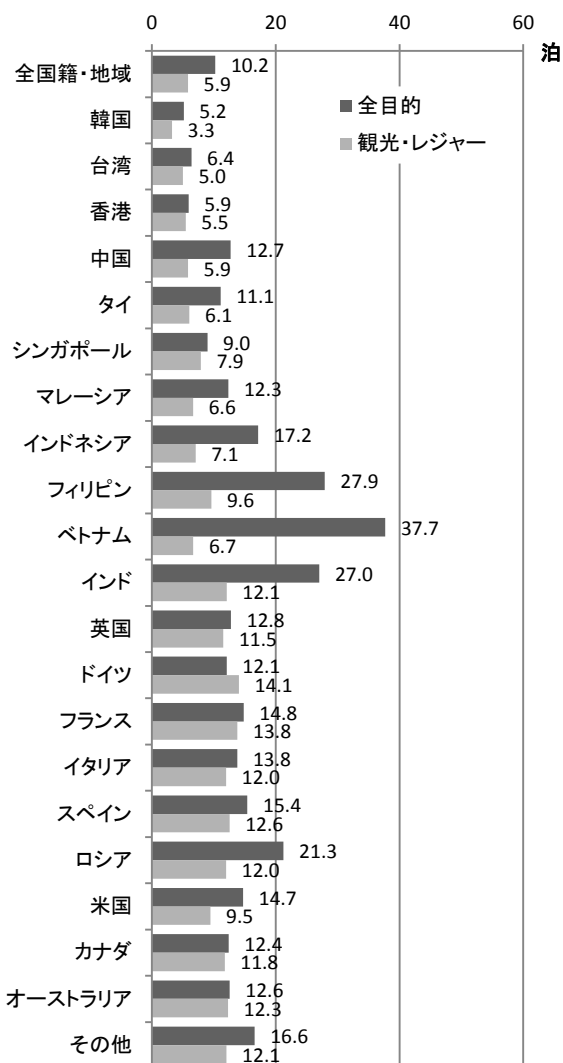


(2) 滞在期間

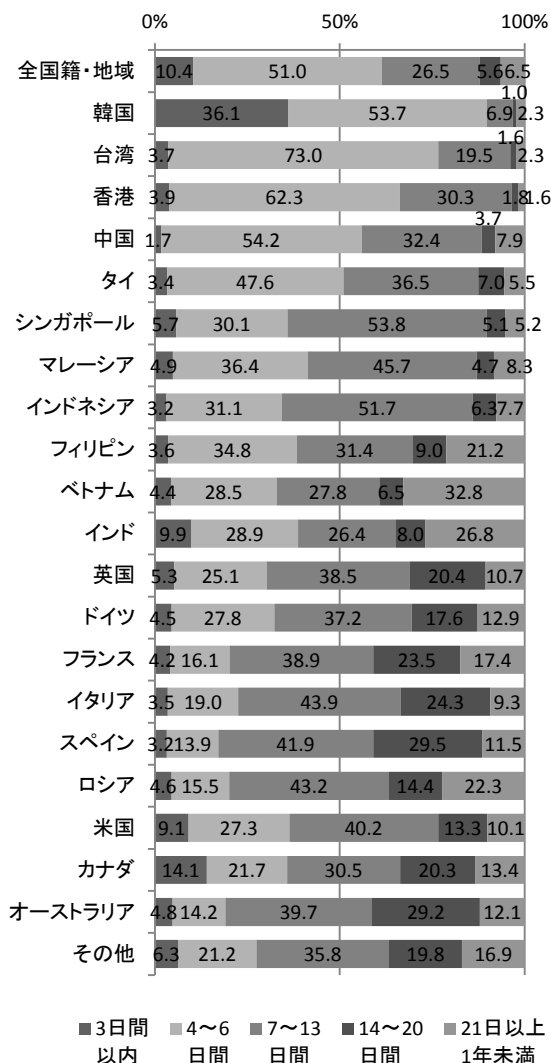
- 回答者全体の平均泊数は 10.2 泊である。国籍・地域別にみると、フィリピンやベトナム、インドでは長期滞在者の割合が他の国籍・地域に比べて多いため平均泊数が長くなっている（図表 1-3）。
- 観光・レジャーを目的とした訪日外国人の平均泊数は 5.9 泊である。インドや欧州、カナダ、オーストラリアでは 10 泊以上と、平均泊数が長い傾向にある。

- 回答者全体の滞在日数の分布をみると、6 日間以内の短期滞在者が 6 割以上を占める（図表 1-4）。
- 国籍・地域別にみると、韓国では「3 日間以内」の割合が 36.1% と他の国籍・地域に比べて高い。一方、フランスやスペイン、オーストラリアでは 14 日以上滞在者が 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）



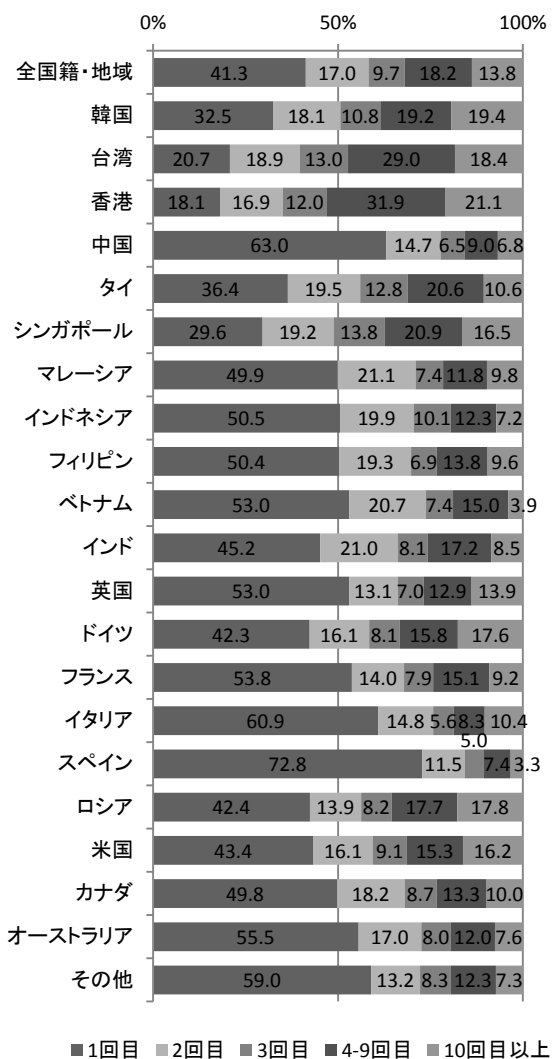
(3) 旅行内容

[全目的]

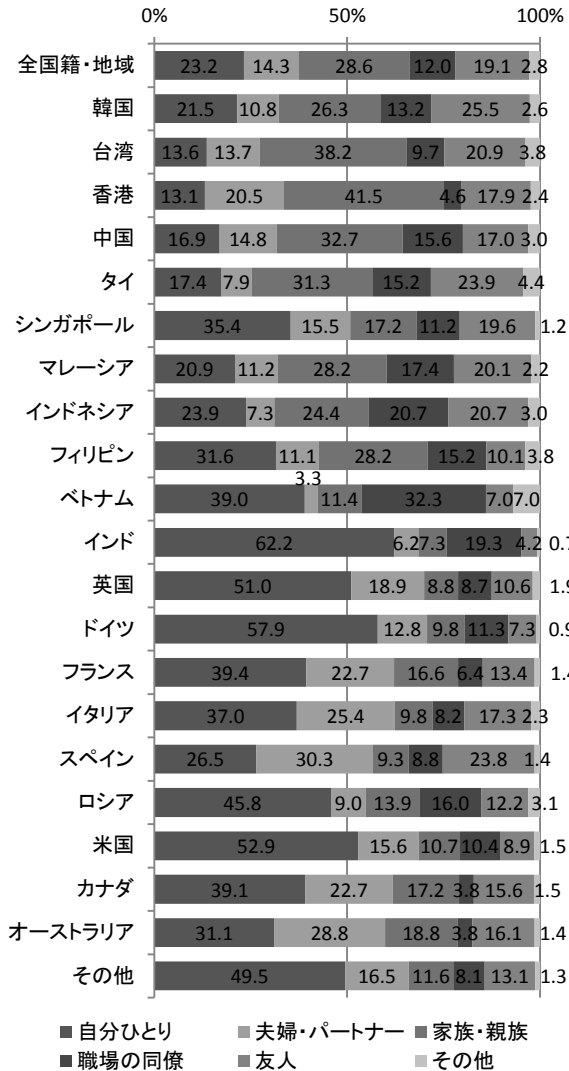
- 日本への来訪回数では、「1回目」が41.3%と最も多く、「2回目」が17.0%を占める。一方で「10回目以上」も13.8%と少なくない(図表1-5)。
- 国籍・地域別では、中国やイタリア、スペインで「1回目」が6割を超える。一方、台湾や香港では「1回目」の割合が2割程度と低い。

- 同行者は「家族・親戚」が(28.6%)と最も多い。次いで「自分ひとり」(23.2%)、「友人」(19.1%)、「夫婦・パートナー」(14.3%)、「職場の同僚」(12.0%)の順となっている(図表1-6)。
- 国籍・地域別では、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)



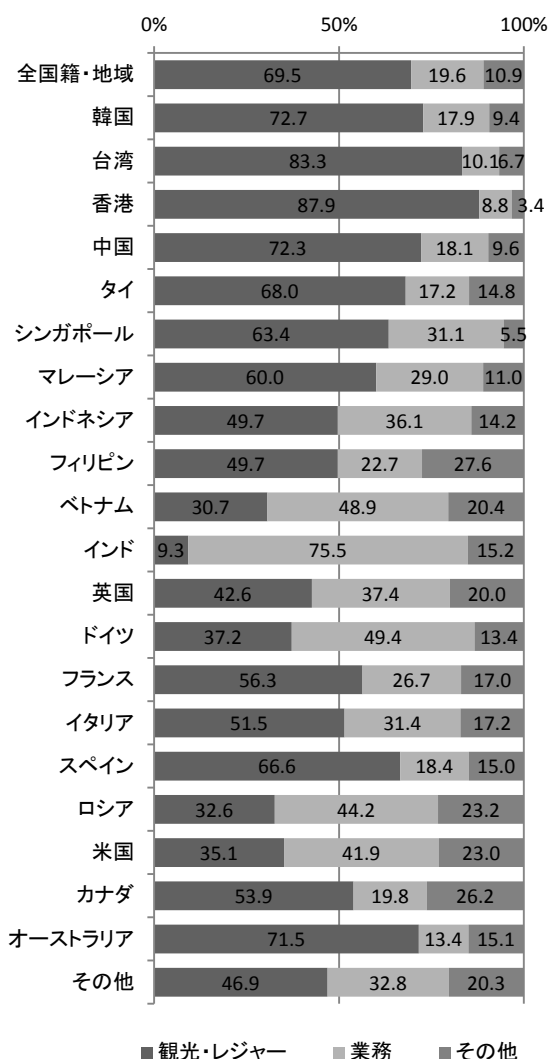
図表 1-6 同行者 (国籍・地域別、全目的)



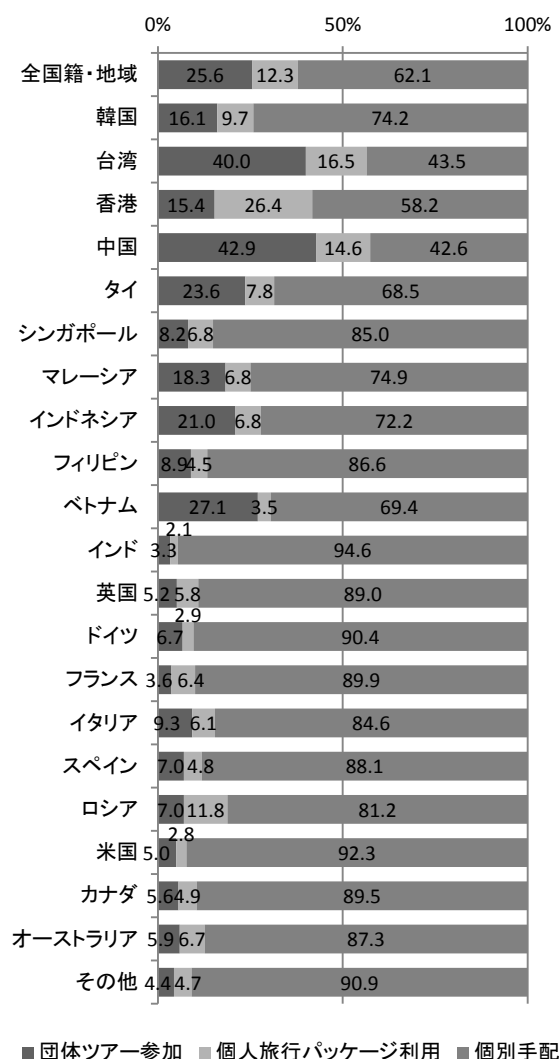
注) 「同行者」の設問は複数回答。上記図表では「同行者」を2つ以上選択した回答を「その他」として集計している。

- 訪日外国人の主な来訪目的では「観光・レジャー」が全体の 69.5%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 19.6%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 83.3%、香港で 87.9%と特に高い。また、韓国や中国、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 25.6%、「往復航空（船舶）券と宿泊等がセットになった個人旅行向けパッケージ商品を利用した（以下、**個人旅行パッケージ利用**）」が 12.3%、「往復航空（船舶）券や宿泊等を個別に手配した（以下、**個別手配**）」が 62.1%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）

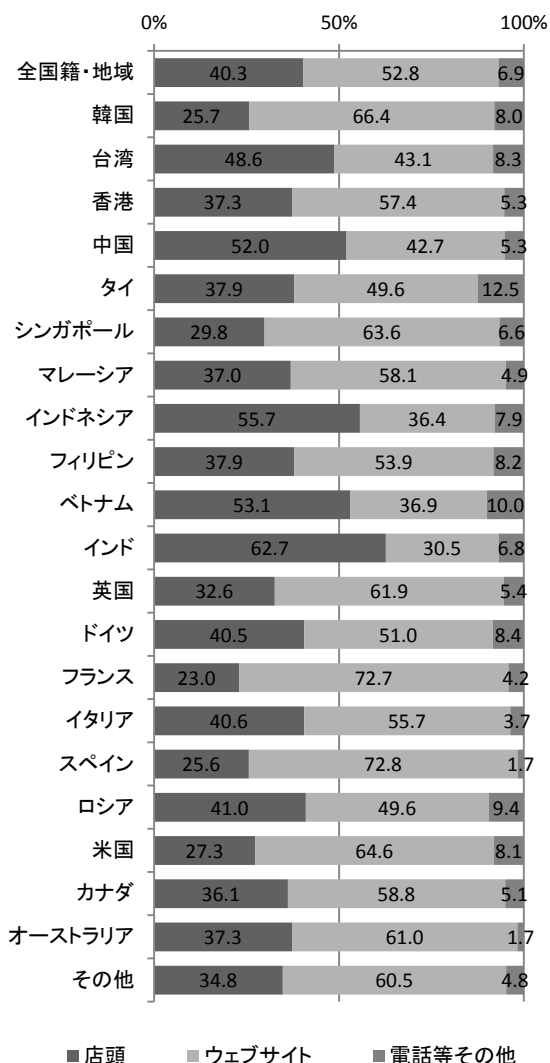


図表 1-8 旅行手配方法（国籍・地域別、全目的）

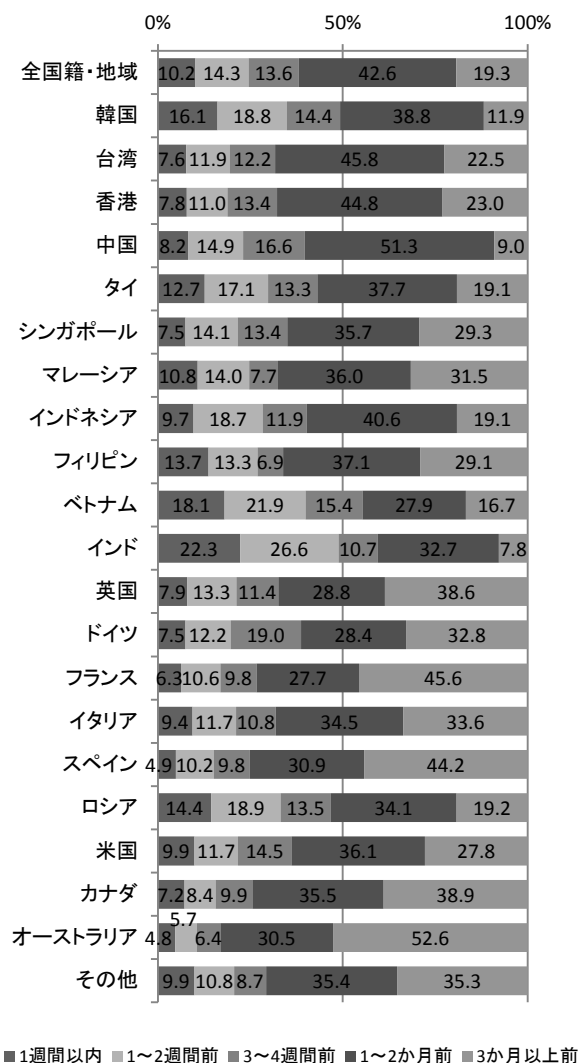


- ツアー商品や往復航空（船舶）券の**申込方法**では、「店頭（旅行会社や航空会社等）で申し込んだ（以下、**店頭**）」人の割合が全体の40.3%、「ウェブサイトから申し込んだ（以下、**ウェブサイト**）」人の割合が全体の52.8%を占める（図表1-9）。
- 国籍・地域別では、「店頭」の割合が中国やインドネシア、ベトナム、インドで5割を超える。「ウェブサイト」はフランスやスペインで7割を超える。
- ツアー商品や往復航空（船舶）券の**手配の時期**では出発の「1～2か月前」が42.6%と最も高い割合を占める（図表1-10）。
- 国籍・地域別では、フランスやスペイン、オーストラリアで出発の「3か月以上前」の割合が4割超と他の国籍・地域に比べ高い。

図表 1-9 申込方法（国籍・地域別、全目的）



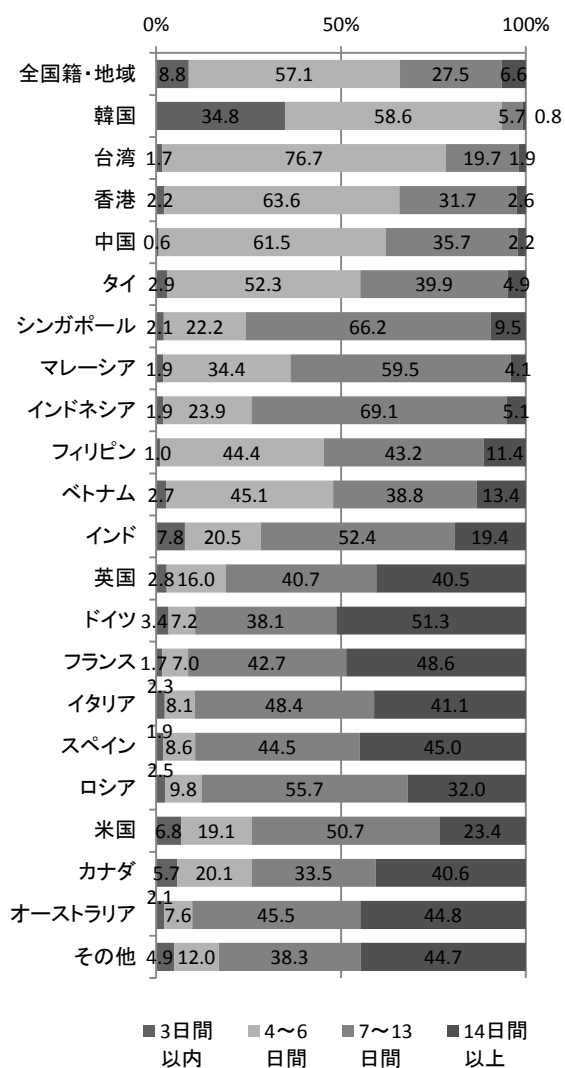
図表 1-10 手配の時期（国籍・地域別、全目的）



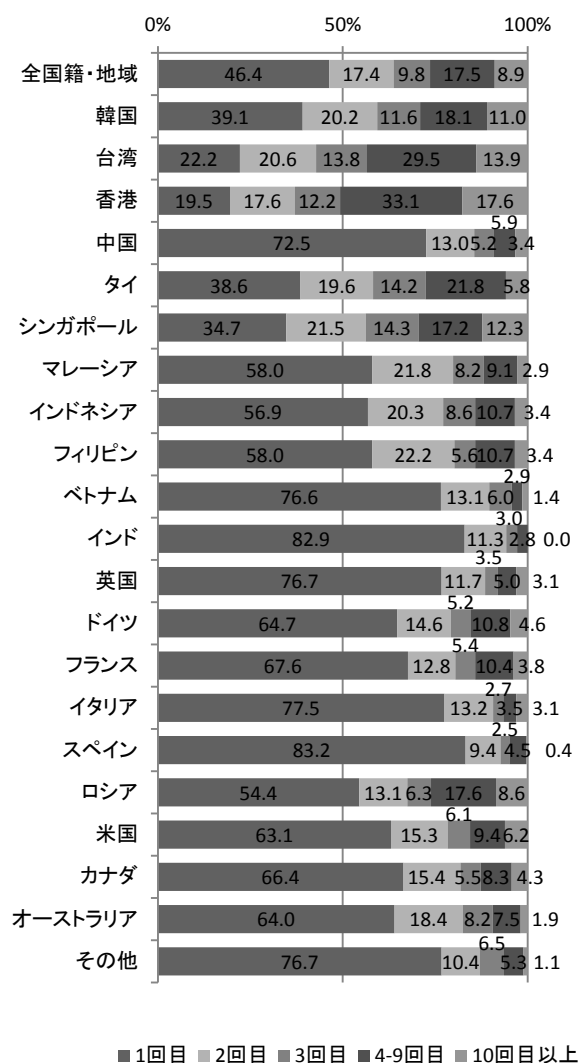
[観光・レジャー目的]

- 観光・レジャー目的で訪れた訪日外国人の滞在日数は、6 日間以内が 6 割超を占める（図表 1-11）。
- 国籍・地域別にみると、韓国では「3 日間以内」が 34.8%と他の国籍・地域に比べて多い。台湾や香港、中国、タイも、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 46.4%と最も多く、「2 回目」が 17.4%を占める。一方で「10 回目以上」も 8.9%と少なくない（図表 1-12）。
- 国籍・地域別では、中国やベトナム、インド、英国、イタリア、スペインで「1 回目」が 7 割を超える。一方、香港では 4 回目以上のリピーターが半数以上を占める。

図表 1-11 滞在日数
(国籍・地域別、観光・レジャー目的)

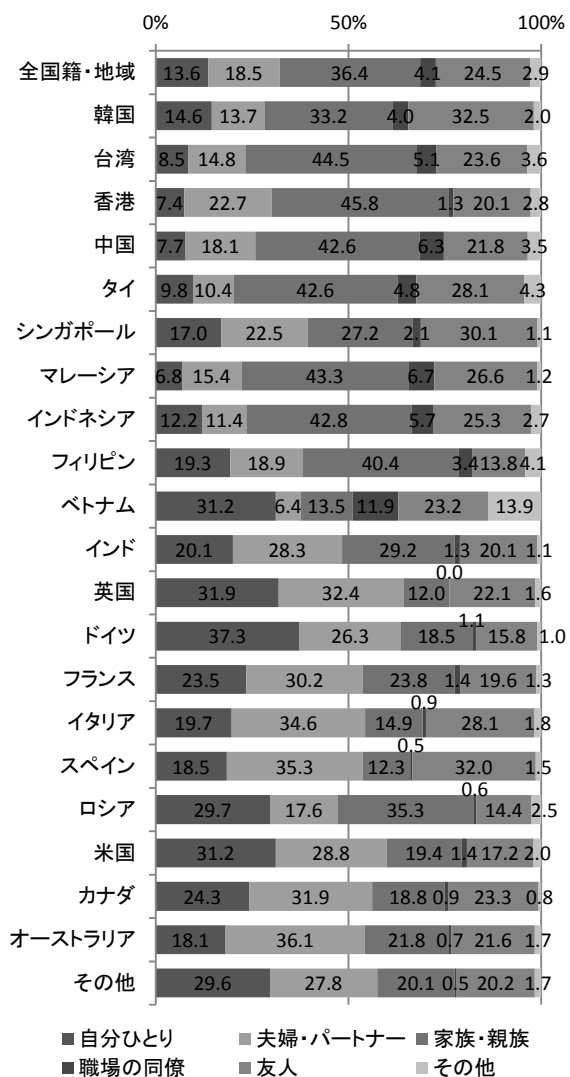


図表 1-12 日本への来訪回数
(国籍・地域別、観光・レジャー目的)

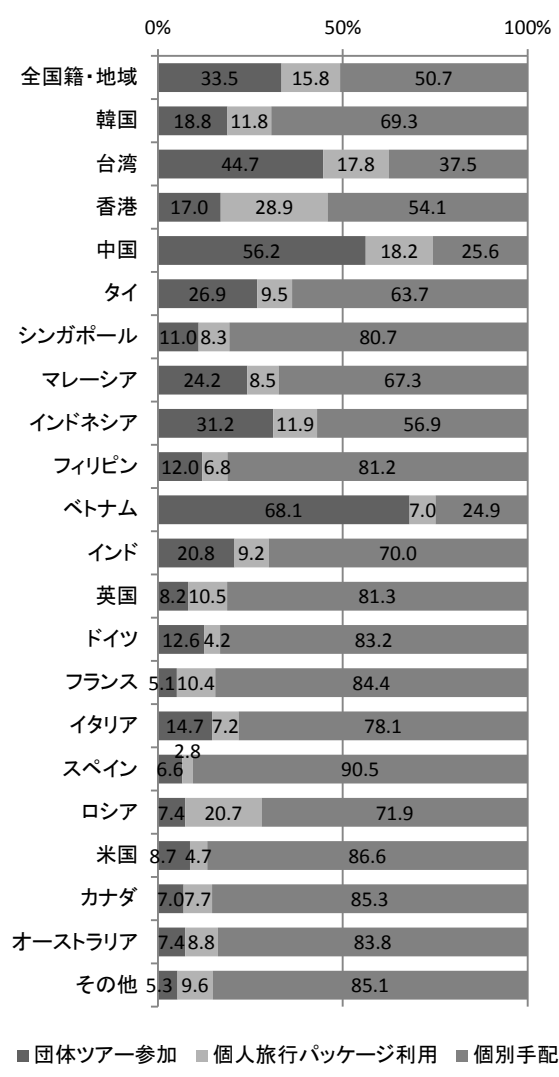


- 同行者は「家族・親族」(36.4%)、「友人」(24.5%)、「夫婦・パートナー」(18.5%)、「自分ひとり」(13.6%)、「職場の同僚」(4.1%)の順となっている(図表1-13)。
- 国籍・地域別では、東アジアで「家族・親族」、欧米やオーストラリアで「夫婦・パートナー」の割合が他の国籍・地域に比べて高い傾向がみられる。
- 旅行手配方法では「団体ツアー参加」が33.5%、「個人旅行パッケージ利用」が15.8%、「個別手配」が50.7%を占める(図表1-14)。
- 国籍・地域別では、「団体ツアー参加」の割合が中国やベトナムで5割以上と高い。欧米では「個別手配」が大半を占める。

図表 1-13 同行者
(国籍・地域別、観光・レジャー目的)



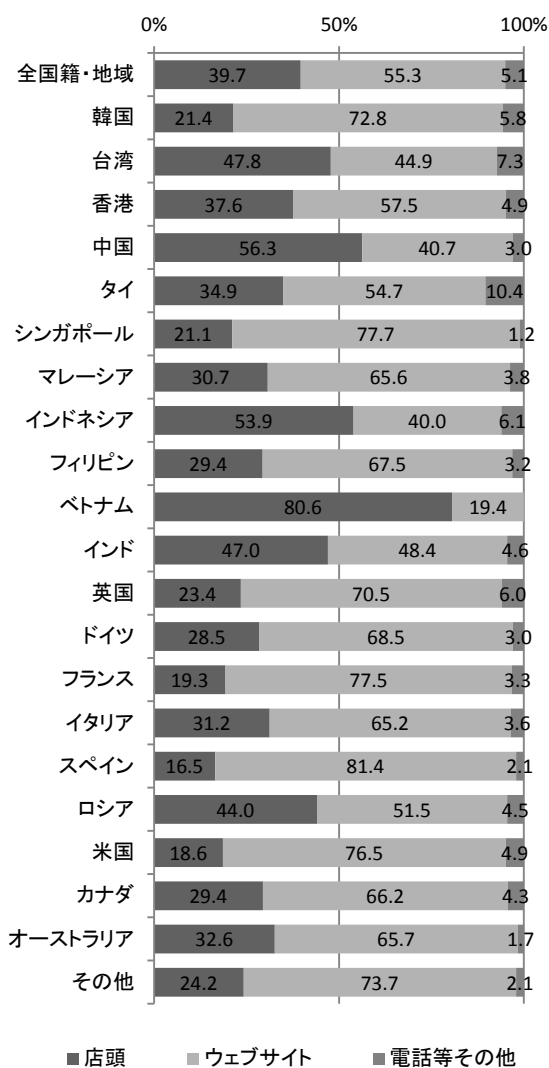
図表 1-14 旅行手配方法
(国籍・地域別、観光・レジャー目的)



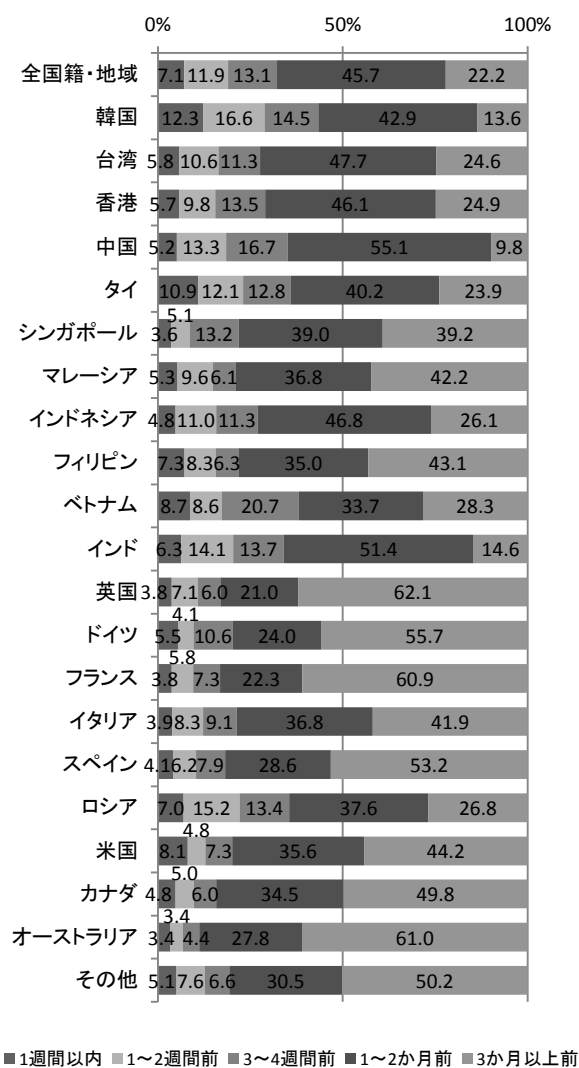
注) 「同行者」の設問は複数回答。上記図表では「同行者」を2つ以上選択した回答を「その他」として集計している。

- 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 39.7%、「ウェブサイト」の割合が 55.3%を占める（図表 1-15）。
 - 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 45.7%と最も高い割合を占める（図表 1-16）。
- 国籍・地域別では、「店頭」の割合が中国やインドネシア、ベトナムで 5 割以上を占める。「ウェブサイト」は韓国、シンガポール、英国、フランス、スペイン、米国で 7 割超と高い。
- 国籍・地域別では、英国やフランス、オーストラリアで出発の「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)

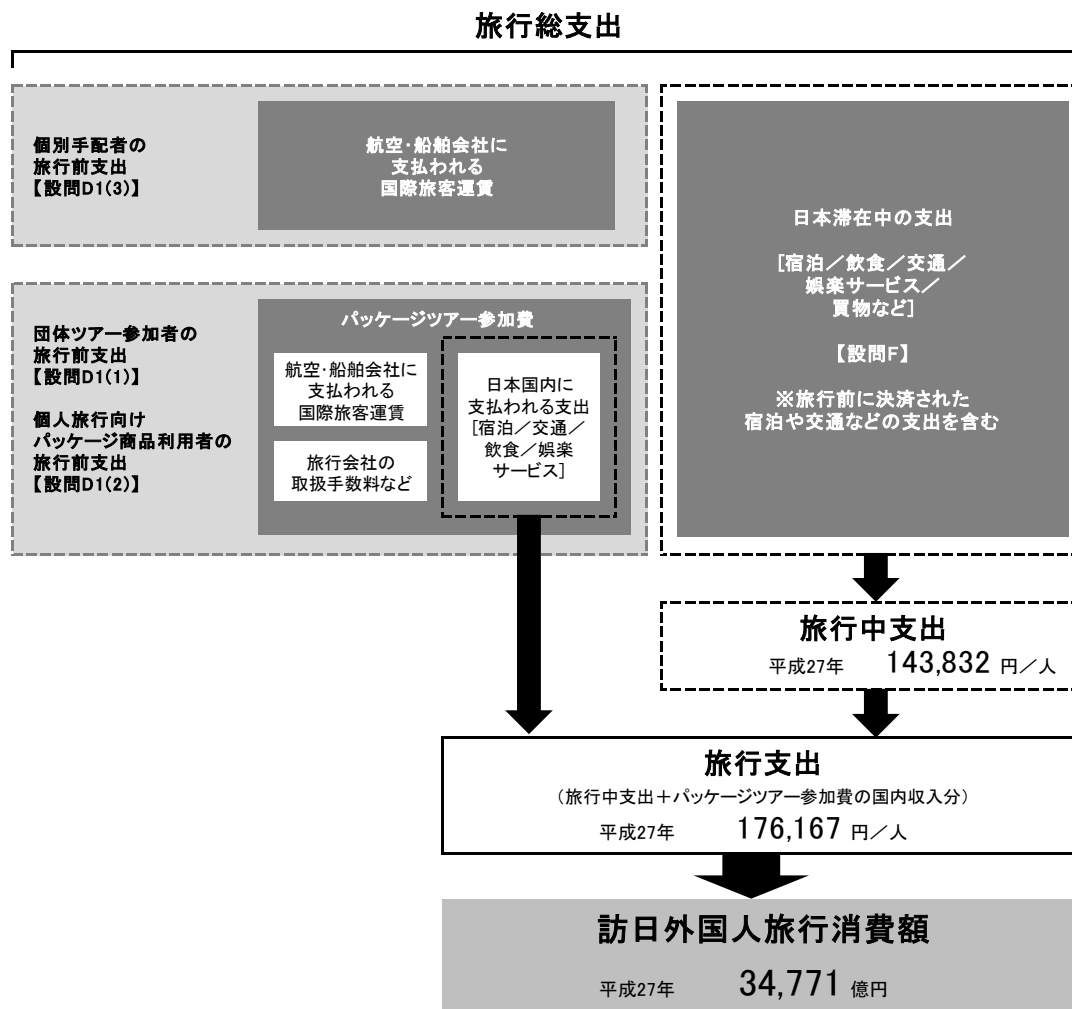


2. 訪日外国人の旅行支出

(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^{注1}および個人旅行パッケージ利用者^{注2}についてはパッケージツアー参加費を旅行前支出として尋ねている。一方、個別手配者^{注3}については航空・船舶会社に支払われる国際旅客運賃を旅行前支出として尋ねている。
- 旅行中支出とは、日本滞在中の支出であり、宿泊料金や飲食費、交通費、娯楽サービス費、買物代など日本滞在中に支払ったすべての旅行消費支出を尋ねている（平成 26 年調査では旅行出発前に決済した宿泊料金や交通費を旅行中支出とは別の設問で尋ねていたが、平成 27 年調査ではこれらを旅行中支出の設問の中で尋ねることとした）。

図表 2-1 訪日外国人消費動向調査における旅行支出の構造 概念図



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

(2) 旅行前支出

- **団体ツアー**の購入者単価は1人当たり平均149,276円、**個人旅行パッケージ**の購入者単価は1人当たり平均137,300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89,970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143,832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108,911円、個人旅行パッケージ利用者では1人当たり平均120,722円、個別手配者では1人当たり平均163,844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259,828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）

【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	25.6%	149,276	全国籍・地域	12.3%	137,300	全国籍・地域	62.1%	89,970
韓国	16.1%	84,675	韓国	9.7%	69,763	韓国	74.2%	36,914
台湾	40.0%	131,363	台湾	16.5%	96,829	台湾	43.5%	55,087
香港	15.4%	142,143	香港	26.4%	125,379	香港	58.2%	70,403
中国	42.9%	150,979	中国	14.6%	164,222	中国	42.6%	81,041
タイ	23.6%	159,995	タイ	7.8%	159,381	タイ	68.5%	90,633
シンガポール	8.2%	239,779	シンガポール	6.8%	167,450	シンガポール	85.0%	83,804
マレーシア	18.3%	202,187	マレーシア	6.8%	153,543	マレーシア	74.9%	75,985
インドネシア	21.0%	241,385	インドネシア	6.8%	256,165	インドネシア	72.2%	99,397
フィリピン	8.9%	171,783	フィリピン	4.5%	135,187	フィリピン	86.6%	70,002
ベトナム	27.1%	234,436	ベトナム	3.5%	151,540	ベトナム	69.4%	98,285
インド	3.3%	179,644	インド	2.1%	238,630	インド	94.6%	115,822
英国	5.2%	568,302	英国	5.8%	431,678	英国	89.0%	197,756
ドイツ	6.7%	493,595	ドイツ	2.9%	318,105	ドイツ	90.4%	155,815
フランス	3.6%	483,583	フランス	6.4%	413,710	フランス	89.9%	139,355
イタリア	9.3%	453,759	イタリア	6.1%	359,858	イタリア	84.6%	122,871
スペイン	7.0%	432,225	スペイン	4.8%	482,737	スペイン	88.1%	115,128
ロシア	7.0%	232,457	ロシア	11.8%	283,137	ロシア	81.2%	110,408
米国	5.0%	498,573	米国	2.8%	333,590	米国	92.3%	215,173
カナダ	5.6%	392,778	カナダ	4.9%	270,105	カナダ	89.5%	154,601
オーストラリア	5.9%	452,780	オーストラリア	6.7%	327,564	オーストラリア	87.3%	143,224
その他	4.4%	287,918	その他	4.7%	312,064	その他	90.9%	159,465

図表 2-3 訪日外国人 1 人当たり旅行中支出（国籍・地域別）

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	143,832	108,911	120,722	163,844	10.2	14,039	21,016	20,999	12,394
韓国	63,469	33,618	40,372	73,423	5.2	12,318	11,795	12,768	12,419
台湾	101,740	61,947	88,719	143,963	6.4	15,906	14,954	17,837	15,981
香港	141,135	80,105	105,845	174,635	5.9	23,842	18,668	20,127	26,264
中国	229,317	172,039	202,632	300,020	12.7	18,010	31,523	31,625	13,500
タイ	124,507	89,785	75,574	143,483	11.1	11,204	20,833	13,129	10,196
シンガポール	167,539	88,132	136,884	177,288	9.0	18,642	14,903	19,942	18,755
マレーシア	121,603	78,438	100,535	133,968	12.3	9,855	9,655	9,125	9,932
インドネシア	109,283	69,550	73,686	123,107	17.2	6,361	6,372	10,055	6,175
フィリピン	114,072	128,449	79,977	115,136	27.9	4,084	14,623	13,317	3,709
ベトナム	155,707	104,339	153,965	174,821	37.7	4,130	3,743	10,795	4,093
インド	143,330	71,476	99,017	147,122	27.0	5,299	6,888	2,766	5,363
英国	181,596	46,334	103,625	192,776	12.8	14,201	3,833	8,715	14,960
ドイツ	145,379	53,167	214,053	150,326	12.1	12,021	4,591	21,330	12,325
フランス	184,013	61,868	207,941	188,628	14.8	12,409	5,591	16,738	12,448
イタリア	164,241	89,046	128,879	174,978	13.8	11,902	8,414	11,442	12,205
スペイン	193,766	97,059	65,380	208,775	15.4	12,558	11,692	6,009	12,849
ロシア	156,783	51,653	137,440	167,614	21.3	7,373	3,789	6,921	7,573
米国	158,839	92,708	95,770	164,336	14.7	10,781	8,023	8,754	10,942
カナダ	151,825	63,653	123,755	159,522	12.4	12,226	6,889	12,107	12,524
オーストラリア	201,654	104,456	177,268	212,265	12.6	16,032	8,797	15,092	16,726
その他	163,715	118,551	93,461	169,142	16.6	9,861	8,946	8,419	9,920

図表 2-4 訪日外国人 1 人当たり旅行総支出（国籍・地域別）

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	259,828	272,365	278,367	269,089	10.2	25,361	52,557	48,420	20,356
韓国	111,386	117,253	107,308	110,752	5.2	21,618	41,139	33,939	18,733
台湾	195,588	193,543	184,646	202,079	6.4	30,578	46,722	37,124	22,432
香港	236,953	223,139	233,142	243,955	5.9	40,029	52,001	44,333	36,690
中国	358,826	322,148	369,107	402,817	12.7	28,181	59,028	57,607	18,125
タイ	241,546	251,483	232,679	240,063	11.1	21,736	58,353	40,422	17,059
シンガポール	288,242	313,240	285,199	279,728	9.0	32,072	52,968	41,549	29,593
マレーシア	237,401	284,271	252,682	221,785	12.3	19,240	34,993	22,934	16,443
インドネシア	266,508	318,477	323,443	243,224	17.2	15,513	29,177	44,135	12,200
フィリピン	213,240	360,897	188,900	202,079	27.9	7,634	41,085	31,455	6,510
ベトナム	316,416	327,921	265,887	311,774	37.7	8,392	11,765	18,642	7,300
インド	273,285	235,593	371,954	272,255	27.0	10,104	22,705	10,389	9,925
英国	420,794	695,983	611,542	398,102	12.8	32,907	57,570	51,431	30,894
ドイツ	365,055	577,987	572,316	329,886	12.1	30,187	49,906	57,030	27,046
フランス	360,143	524,993	709,212	337,960	14.8	24,287	47,443	57,088	22,303
イタリア	343,801	555,027	471,632	310,429	13.8	24,914	52,442	41,873	21,653
スペイン	340,404	531,922	460,281	323,650	15.4	22,062	64,077	42,306	19,920
ロシア	328,452	353,993	470,574	304,511	21.3	15,445	25,964	23,696	13,759
米国	401,803	609,119	409,254	388,212	14.7	27,272	52,714	37,410	25,849
カナダ	331,236	433,405	405,599	320,933	12.4	26,674	46,907	39,678	25,197
オーストラリア	373,349	520,907	605,561	357,636	12.6	29,682	43,869	51,556	28,182
その他	350,831	360,789	460,354	342,829	16.6	21,132	27,224	41,471	20,107

(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134,521円、「親族・知人訪問」は1人当たり平均160,871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149,952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1兆8,452億円で全体の64.6%を占める。これに対し「業務」目的の旅行中消費額は5,789億円で、全体の20.3%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）

	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						その他 ^{注1}	MICE ^{注2} (再掲)
								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			
a. 旅行中支出 (円/人)	全国籍・地域	134,521	160,871	527,656	407,474	91,850	113,327	149,952	137,491	130,674	138,070	173,586	156,398	141,052	141,828
	韓国	57,061	67,749	357,382	91,096	46,906	60,841	80,524	68,802	74,182	74,891	63,615	89,603	63,903	70,492
	台湾	95,181	135,584	512,448	49,975	94,891	40,130	125,459	121,914	88,923	124,981	118,611	134,111	99,744	110,585
	香港	137,741	135,264	304,000	100,000	46,103	250,000	154,003	155,922	80,000	146,466	143,595	166,864	253,487	146,407
	中国	208,057	281,925	760,799	971,089	201,645	245,921	239,008	250,637	218,962	210,837	258,694	251,231	292,702	230,778
	米国	166,658	141,580	375,172	-	108,654	94,423	151,975	138,323	126,570	142,304	185,139	157,767	137,560	142,873
【参考】															
b. 外客数 目的別 構成比 (%) ヨコ計=100	全国籍・地域	69.5	5.6	1.4	0.1	0.3	0.5	19.6	1.3	1.8	5.4	2.4	8.8	3.0	11.7
	韓国	72.7	5.2	0.8	0.0	0.3	0.1	17.9	2.0	1.1	4.2	1.6	9.0	3.0	9.3
	台湾	83.3	2.5	0.7	0.3	0.3	0.6	10.1	1.1	0.7	3.2	0.7	4.3	2.3	6.6
	香港	87.9	1.6	0.4	0.1	0.1	0.1	8.8	1.2	0.2	3.4	0.5	3.4	1.0	5.5
	中国	72.3	5.3	1.9	0.2	0.1	0.6	18.1	1.1	1.3	5.0	3.1	7.6	1.5	11.2
	米国	35.1	13.2	2.0	0.0	0.8	0.4	41.9	0.4	3.4	12.8	2.6	22.7	3.0	20.4
c. 訪日 外客数 ^{注3} (万人)	全国籍・地域	1,371.7	110.8	26.7	2.5	6.2	10.8	386.1	24.7	35.1	105.7	47.7	172.9	59.0	230.2
	韓国	291.1	20.7	3.2	0.2	1.1	0.5	71.5	7.9	4.4	16.7	6.6	35.9	11.9	37.2
	台湾	306.1	9.1	2.7	1.0	1.0	2.2	37.0	4.0	2.7	11.6	2.7	16.0	8.5	24.3
	香港	134.0	2.5	0.7	0.1	0.1	0.2	13.3	1.8	0.3	5.3	0.8	5.2	1.6	8.4
	中国	361.0	26.7	9.5	0.9	0.5	2.9	90.3	5.7	6.4	25.0	15.5	37.7	7.6	55.9
	米国	36.3	13.7	2.1	0.0	0.8	0.4	43.3	0.4	3.6	13.3	2.7	23.4	6.9	21.0
d. 旅行中 消費額 (億円) (=a×c)	全国籍・地域	18,452	1,783	1,411	101	57	122	5,789	340	459	1,460	827	2,704	832	3,264
	韓国	1,661	141	114	2	5	3	576	55	32	125	42	322	76	262
	台湾	2,914	123	140	5	10	9	464	49	24	145	32	214	85	269
	香港	1,845	34	20	1	1	4	206	28	2	77	11	87	40	123
	中国	7,511	752	726	90	10	71	2,157	143	140	527	400	948	223	1,290
	米国	604	193	77	0	8	4	658	5	45	189	49	369	95	301
e. 旅行中 消費額 目的別 構成比 (%) ヨコ計=100	全国籍・地域	64.6%	6.2%	4.9%	0.4%	0.2%	0.4%	20.3%	1.2%	1.6%	5.1%	2.9%	9.5%	2.9%	11.4%
	韓国	64.5%	5.5%	4.4%	0.1%	0.2%	0.1%	22.3%	2.1%	1.3%	4.9%	1.6%	12.5%	2.9%	10.2%
	台湾	77.7%	3.3%	3.7%	0.1%	0.3%	0.2%	12.4%	1.3%	0.6%	3.9%	0.9%	5.7%	2.3%	7.2%
	香港	85.8%	1.6%	0.9%	0.1%	0.0%	0.2%	9.6%	1.3%	0.1%	3.6%	0.5%	4.0%	1.8%	5.7%
	中国	65.1%	6.5%	6.3%	0.8%	0.1%	0.6%	18.7%	1.2%	1.2%	4.6%	3.5%	8.2%	1.9%	11.2%
	米国	36.9%	11.8%	4.7%	0.0%	0.5%	0.2%	40.1%	0.3%	2.7%	11.5%	3.0%	22.5%	5.8%	18.3%
f. 回答数 ^{注4}	全国籍・地域	21,845	1,806	396	34	108	122	6,939	439	599	1,928	777	3,196	739	3,973
	韓国	10,179	661	91	6	35	13	2,205	233	134	517	199	1,122	302	1,131
	台湾	3,053	81	26	10	10	22	375	39	28	119	28	161	70	246
	香港	792	17	2	1	1	1	81	10	1	33	5	32	8	51
	中国	3,547	215	84	9	4	26	944	49	70	299	158	368	72	606
	米国	773	283	46	0	20	7	954	9	78	310	57	500	65	481

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。
- 今期のパッケージ内訳は1人当たり平均32,335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176,167円と推計される。
- これに同年の訪日外客数を乗じることで、平成27年の訪日外国人旅行消費額は3兆4,771億円と推計される。

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

		(円/人)		(円/人)		(円/人)		(人)		(億円)	
		a. 日本国内での旅行中支出 ^{注1} (パッケージ内訳を含まない)	前年比	b. パッケージツアー参加費に含まれる国内収入分 ^{注1・注2} (パッケージ内訳)	前年比	c. 旅行支出 ^{注1} (パッケージ内訳含む) (=a+b)	前年比	d. 訪日外客数 ^{注3} (JNTO)	前年比	e. 訪日外国人旅行消費額 ^{注1} (=c×d)	前年比
暦年	平成23年	113,917	1.0%	16,902	-18.2%	130,819	-2.0%	6,218,747	-27.8%	8,135	-29.2%
	平成24年	111,951	-1.7%	17,812	5.4%	129,763	-0.8%	8,358,105	34.4%	10,846	33.3%
	平成25年	115,837	3.5%	20,856	17.1%	136,693	5.3%	10,363,904	24.0%	14,167	30.6%
	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	143,832	15.4%	32,335	21.7%	176,167	16.5%	19,737,409	47.1%	34,771	71.5%
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	150,347	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%	

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)は原則として暫定値を使用している(平成24年のみ数値に大きな変動があったため確定値を使用している)。

【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。

- 旅行支出を国籍・地域別にみると、中国（28.4万円）、オーストラリア（23.1万円）、スペイン（22.7万円）の順で高い。また、韓国（7.5万円）は他の国籍・地域に比べて旅行支出が低い（図表 2-7）。
- 訪日外国人旅行消費額を国籍・地域別にみると、①中国 1兆 4,174 億円（構成比 40.8%）、②台湾 5,207 億円（同 15.0%）、③韓国 3,008 億円（同 8.7%）、④香港 2,627 億円（同 7.6%）、⑤米国 1,814 億円（同 5.2%）の順となっている。
- 前述の上位 5 ヶ国合計で 2 兆 6,831 億円（構成比 77.2%）を占める。エリア別では、東アジア 4 ヶ国合計で 2 兆 5,017 億円（同 71.9%）、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 3,241 億円（同 9.3%）、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 1,655 億円（同 4.8%）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）

平成27年	(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 ^{注1} (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 ^{注2} (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	143,832	15.4%	32,335	176,167	16.5%	19,737,409	47.1%	34,771	100.0%	71.5%	
韓国	63,469	-0.9%	11,700	75,169	-0.9%	4,002,095	45.3%	3,008	8.7%	43.9%	
台湾	101,740	14.4%	39,880	141,620	13.1%	3,677,075	29.9%	5,207	15.0%	46.9%	
香港	141,135	27.4%	31,221	172,356	16.5%	1,524,292	64.6%	2,627	7.6%	91.8%	
中国	229,317	15.9%	54,525	283,842	22.5%	4,993,689	107.3%	14,174	40.8%	153.9%	
タイ	124,507	5.9%	26,172	150,679	3.2%	796,731	21.2%	1,201	3.5%	25.0%	
シンガポール	167,539	24.0%	19,844	187,383	20.3%	308,783	35.5%	579	1.7%	62.9%	
マレーシア	121,603	3.9%	28,819	150,423	3.4%	305,447	22.4%	459	1.3%	26.6%	
インドネシア	109,283	14.9%	37,867	147,149	22.7%	205,083	29.2%	302	0.9%	58.6%	
フィリピン	114,072	19.0%	12,495	126,567	20.2%	268,361	45.7%	340	1.0%	75.1%	
ベトナム	155,707	-23.1%	39,132	194,840	-18.0%	185,395	49.2%	361	1.0%	22.3%	
インド	143,330	-9.5%	5,010	148,340	-11.5%	103,084	17.2%	153	0.4%	3.8%	
英国	181,596	10.7%	29,085	210,681	12.5%	258,488	17.5%	545	1.6%	32.2%	
ドイツ	145,379	5.9%	25,653	171,031	15.0%	162,580	15.9%	278	0.8%	33.3%	
フランス	184,013	7.4%	25,321	209,333	7.5%	214,228	20.0%	448	1.3%	29.0%	
イタリア	164,241	-	37,837	202,077	-	103,198	28.1%	209	0.6%	-	
スペイン	193,766	-	33,521	227,288	-	77,186	27.5%	175	0.5%	-	
ロシア	156,783	-6.0%	25,701	182,484	-9.5%	54,365	-15.2%	99	0.3%	-23.2%	
米国	158,839	8.4%	16,716	175,554	6.2%	1,033,258	15.9%	1,814	5.2%	23.0%	
カナダ	151,825	-3.7%	18,871	170,696	0.1%	231,390	26.5%	395	1.1%	26.6%	
オーストラリア	201,654	3.5%	29,695	231,349	1.5%	376,075	24.3%	870	2.5%	26.2%	
その他	163,715	-	14,464	178,179	-	856,606	25.6%	1,526	4.4%	-	

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）は暫定値を使用している。

(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、中国で「買物代」、オーストラリアで「娯楽サービス費」が他の国籍・地域に比べ高い（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 8,088 億円と他の国籍・地域に比べ突出して高い。
- 旅行消費額の費目別構成比をみると、欧米やオーストラリアでは「宿泊料金」の割合が 4 割前後と高い傾向がみられる。中国では「買物代」が 57.1%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）

(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	176,167	45,465	32,528	18,634	5,359	73,662	518
韓国	75,169	22,495	18,203	8,421	3,306	22,195	549
台湾	141,620	36,048	25,794	15,286	4,965	59,500	28
香港	172,356	42,165	35,439	17,203	4,752	72,145	652
中国	283,842	50,116	42,307	21,908	6,308	161,973	1,230
タイ	150,679	41,653	28,751	20,363	5,817	53,694	400
シンガポール	187,383	63,677	38,761	20,524	3,968	60,415	39
マレーシア	150,423	44,737	32,477	17,506	6,242	49,454	7
インドネシア	147,149	50,840	27,734	24,327	3,889	40,338	20
フィリピン	126,567	36,403	27,379	14,510	5,411	42,809	55
ベトナム	194,840	50,360	41,368	21,889	5,642	75,164	416
インド	148,340	58,847	36,729	19,080	2,266	31,255	162
英国	210,681	97,220	46,367	29,667	6,188	31,239	0
ドイツ	171,031	69,160	35,072	34,755	7,783	24,262	0
フランス	209,333	84,677	41,704	36,968	9,169	36,760	55
イタリア	202,077	78,102	49,158	38,393	5,614	30,680	131
スペイン	227,288	84,472	51,629	45,109	8,424	37,654	0
ロシア	182,484	59,267	34,689	24,538	8,193	54,270	1,527
米国	175,554	74,017	40,889	25,465	5,883	29,247	53
カナダ	170,696	60,886	36,387	31,107	8,652	33,635	30
オーストラリア	231,349	91,177	52,927	36,338	14,079	36,605	224
その他	178,179	71,163	36,909	25,982	5,110	38,908	108

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）

(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	34,771	8,974	6,420	3,678	1,058	14,539	102	25.8%	18.5%	10.6%	3.0%	41.8%	0.3%
韓国	3,008	900	729	337	132	888	22	29.9%	24.2%	11.2%	4.4%	29.5%	0.7%
台湾	5,207	1,326	948	562	183	2,188	1	25.5%	18.2%	10.8%	3.5%	42.0%	0.0%
香港	2,627	643	540	262	72	1,100	10	24.5%	20.6%	10.0%	2.8%	41.9%	0.4%
中国	14,174	2,503	2,113	1,094	315	8,088	61	17.7%	14.9%	7.7%	2.2%	57.1%	0.4%
タイ	1,201	332	229	162	46	428	3	27.6%	19.1%	13.5%	3.9%	35.6%	0.3%
シンガポール	579	197	120	63	12	187	0	34.0%	20.7%	11.0%	2.1%	32.2%	0.0%
マレーシア	459	137	99	53	19	151	0	29.7%	21.6%	11.6%	4.1%	32.9%	0.0%
インドネシア	302	104	57	50	8	83	0	34.6%	18.8%	16.5%	2.6%	27.4%	0.0%
フィリピン	340	98	73	39	15	115	0	28.8%	21.6%	11.5%	4.3%	33.8%	0.0%
ベトナム	361	93	77	41	10	139	1	25.8%	21.2%	11.2%	2.9%	38.6%	0.2%
インド	153	61	38	20	2	32	0	39.7%	24.8%	12.9%	1.5%	21.1%	0.1%
英国	545	251	120	77	16	81	0	46.1%	22.0%	14.1%	2.9%	14.8%	0.0%
ドイツ	278	112	57	57	13	39	0	40.4%	20.5%	20.3%	4.6%	14.2%	0.0%
フランス	448	181	89	79	20	79	0	40.5%	19.9%	17.7%	4.4%	17.6%	0.0%
イタリア	209	81	51	40	6	32	0	38.6%	24.3%	19.0%	2.8%	15.2%	0.1%
スペイン	175	65	40	35	7	29	0	37.2%	22.7%	19.8%	3.7%	16.6%	0.0%
ロシア	99	32	19	13	4	30	1	38.6%	24.3%	19.0%	2.8%	15.2%	0.1%
米国	1,814	765	422	263	61	302	1	37.2%	22.7%	19.8%	3.7%	16.6%	0.0%
カナダ	395	141	84	72	20	78	0	32.5%	19.0%	13.4%	4.5%	29.7%	0.8%
オーストラリア	870	343	199	137	53	138	1	42.2%	23.3%	14.5%	3.4%	16.7%	0.0%
その他	1,526	610	316	223	44	333	1	35.7%	21.3%	18.2%	5.1%	19.7%	0.0%

3. 土産品の購入実態

(1) 費目別購入率

- 購入率（その費目を購入した人の割合）が最も高い費目は「菓子類」であり、65.0%が購入している。次いで「その他食料品・飲料・酒・たばこ」の購入率が58.8%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7.1万円と最も高い。特に香港では10.9万円と、他の国籍・地域に比べて高い。
- 来訪目的別では、購入率は観光・レジャー客の方が高い傾向がみられるが、購入者単価は業務客の方が高い傾向にある（図表 3-2）。

図表 3-1 費目別購入率および購入者単価（主要国籍・地域別）

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	65.0%	9,457	78.4%	5,568	67.5%	9,363	63.7%	9,632	69.9%	13,302	38.2%	6,676
その他食料品・飲料・酒・たばこ	58.8%	11,975	57.9%	6,291	63.3%	9,654	58.8%	10,751	58.8%	16,464	57.1%	16,217
カメラ・ビデオカメラ・時計	11.5%	70,770	2.7%	29,433	7.1%	35,373	10.0%	109,249	24.8%	88,717	2.7%	26,897
電気製品	19.7%	43,639	3.8%	21,011	25.5%	30,891	13.9%	22,649	40.7%	57,266	6.2%	28,591
化粧品・香水	42.4%	29,446	31.3%	9,036	39.4%	16,331	46.4%	21,152	73.8%	47,191	8.2%	16,120
医薬品・健康グッズ・トイレタリー	47.3%	23,998	35.5%	8,413	73.9%	19,092	60.6%	15,744	69.6%	39,479	11.5%	6,792
和服(着物)・民芸品	11.9%	15,557	5.4%	5,346	8.3%	13,121	12.2%	11,117	9.5%	24,130	25.2%	15,924
服(和服以外)・かばん・靴	40.8%	38,841	24.5%	17,312	47.1%	28,782	61.2%	33,847	49.1%	66,160	20.9%	20,289
マンガ・アニメ・キャラクター関連商品	12.8%	12,407	12.1%	8,493	11.0%	10,389	14.2%	13,423	14.3%	13,577	12.2%	11,532
書籍・絵葉書・CD・DVD	11.6%	6,535	5.1%	6,297	12.6%	4,884	14.5%	4,241	11.2%	7,969	18.6%	6,536

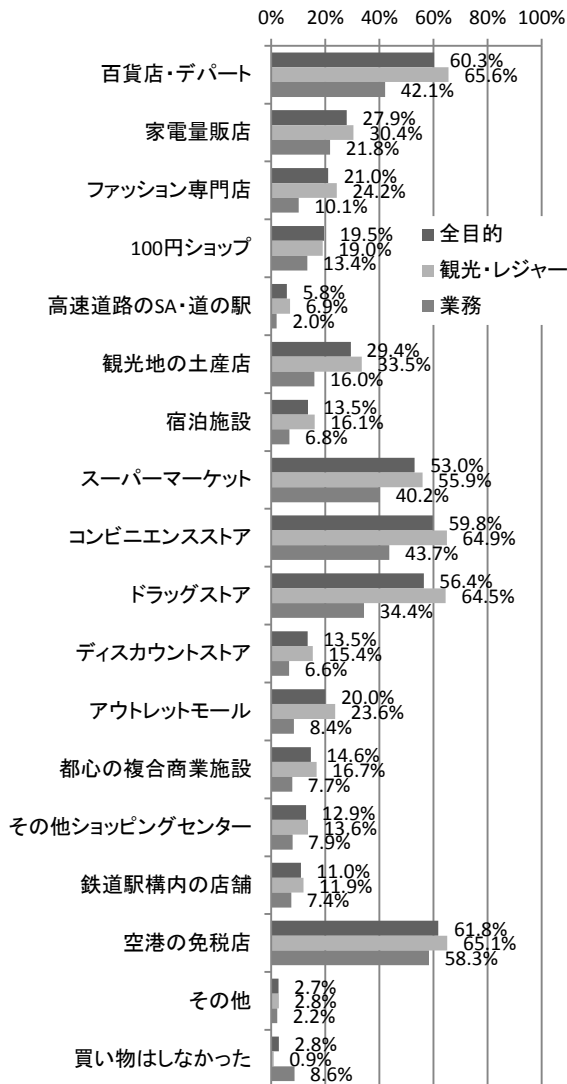
図表 3-2 来訪目的別にみる費目別購入率および購入者単価（主要国籍・地域別）

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%	5,150	68.4%	9,207	64.8%	9,271	68.9%	12,766	45.8%	6,241
		業務	65.1%	6,549	60.1%	10,638	54.1%	12,986	70.4%	14,344	30.5%	7,177
その他食料品・飲料・酒・たばこ		観光・レジャー	60.9%	5,411	63.7%	9,204	59.3%	10,167	59.3%	15,867	64.7%	13,560
		業務	48.0%	9,877	63.7%	11,182	59.7%	14,403	54.9%	17,305	46.8%	19,104
カメラ・ビデオカメラ・時計		観光・レジャー	2.7%	23,934	7.2%	34,920	10.1%	105,361	25.1%	84,917	2.5%	33,342
		業務	2.6%	52,948	5.5%	36,425	13.0%	128,121	23.8%	97,407	2.0%	25,222
電気製品		観光・レジャー	3.4%	18,063	25.5%	29,514	14.0%	20,362	42.4%	51,740	6.9%	26,929
		業務	3.9%	24,415	25.5%	36,371	16.6%	40,796	31.8%	77,655	5.3%	24,737
化粧品・香水		観光・レジャー	34.3%	8,228	41.8%	15,706	48.0%	20,055	76.3%	46,655	11.2%	13,497
		業務	21.0%	13,165	23.6%	20,100	28.0%	33,380	70.9%	50,597	5.3%	19,969
医薬品・健康グッズ・トイレタリー		観光・レジャー	40.1%	8,116	75.3%	18,701	62.3%	15,629	73.3%	41,183	14.7%	7,341
		業務	20.1%	10,005	65.4%	20,573	42.9%	17,417	58.6%	32,637	6.1%	7,880
和服(着物)・民芸品		観光・レジャー	6.5%	4,970	9.0%	9,600	12.9%	10,671	10.9%	19,991	31.7%	16,075
		業務	1.8%	7,316	2.3%	110,666	4.9%	27,671	4.9%	55,458	18.5%	15,427
服(和服以外)・かばん・靴		観光・レジャー	27.7%	15,613	49.5%	26,935	63.8%	32,413	52.2%	66,276	26.6%	20,314
		業務	11.0%	30,314	28.5%	48,533	33.8%	60,132	34.0%	68,679	12.5%	22,357
マンガ・アニメ・キャラクター関連商品		観光・レジャー	13.9%	8,453	11.4%	8,467	15.7%	13,697	16.9%	13,112	18.5%	12,408
		業務	5.1%	9,229	6.1%	12,463	3.3%	4,379	5.4%	13,715	5.6%	8,377
書籍・絵葉書・CD・DVD		観光・レジャー	4.8%	4,731	13.0%	3,898	15.5%	4,017	12.1%	7,394	25.2%	6,827
		業務	4.2%	12,137	7.4%	3,035	3.0%	10,336	7.6%	8,234	9.7%	6,620

(3) 買物場所

- 買物場所は「空港の免税店」(61.8%)、「百貨店・デパート」(60.3%)、「コンビニエンスストア」(59.8%)の順となっている(図表3-3)。
- 来訪目的別に見ると、全ての買い物場所で観光・レジャー客の利用率が高い。また、業務客では「買い物はしていない」の割合が8.6%となっている。

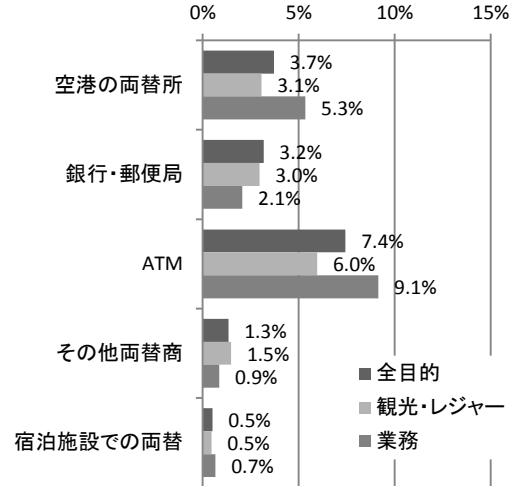
図表 3-3 買物場所
(全国籍・地域、来訪目的別、複数回答)



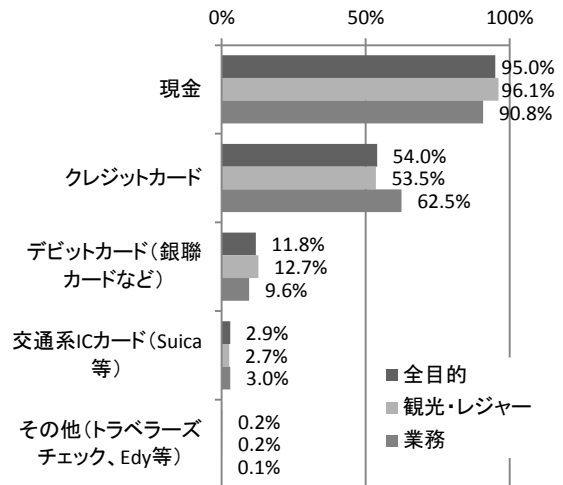
(4) 利用した金融機関と決済方法

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

図表 3-4 利用した金融機関
(全国籍・地域、来訪目的別、複数回答)



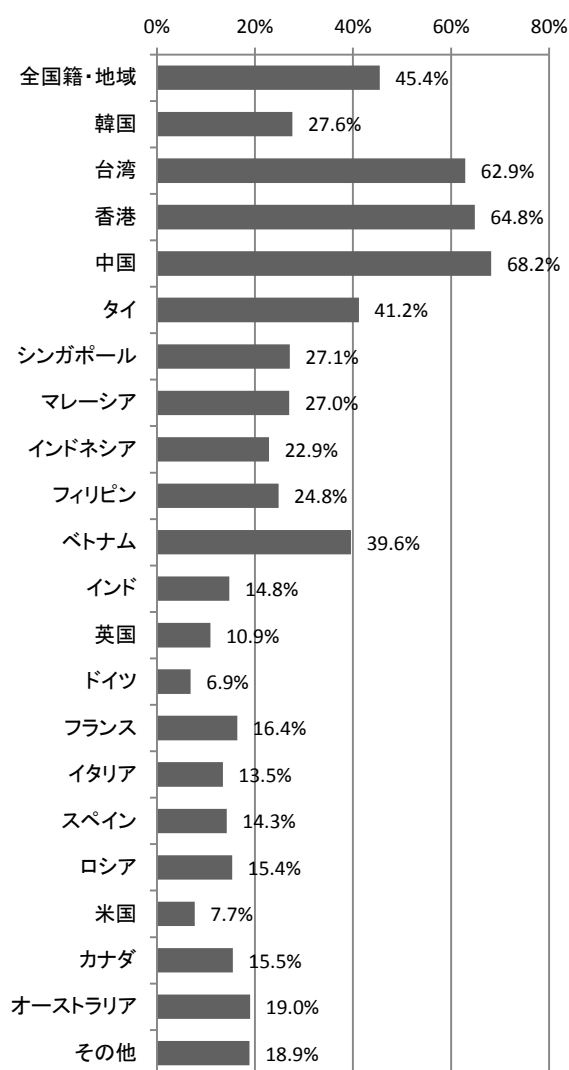
図表 3-5 利用した決済方法
(全国籍・地域、来訪目的別、複数回答)



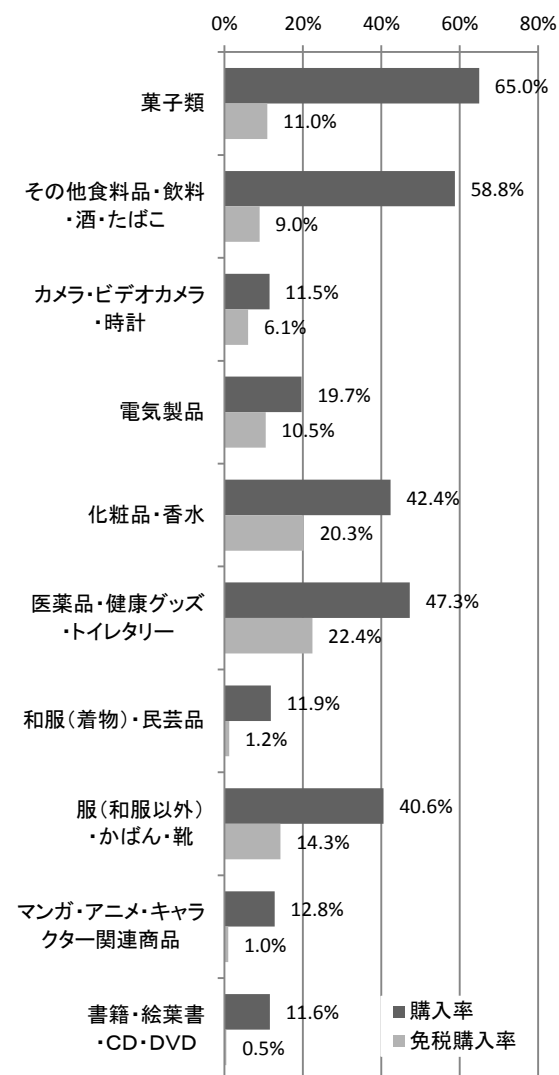
(5) 消費税免税手続きの実施状況

- 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 44.2%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割超と高い。一方、欧米ではドイツや米国で1割未満と他の国籍・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」(22.4%)が最も高く、次いで「化粧品・香水」(20.1%)、「服・かばん・靴」(13.9%)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

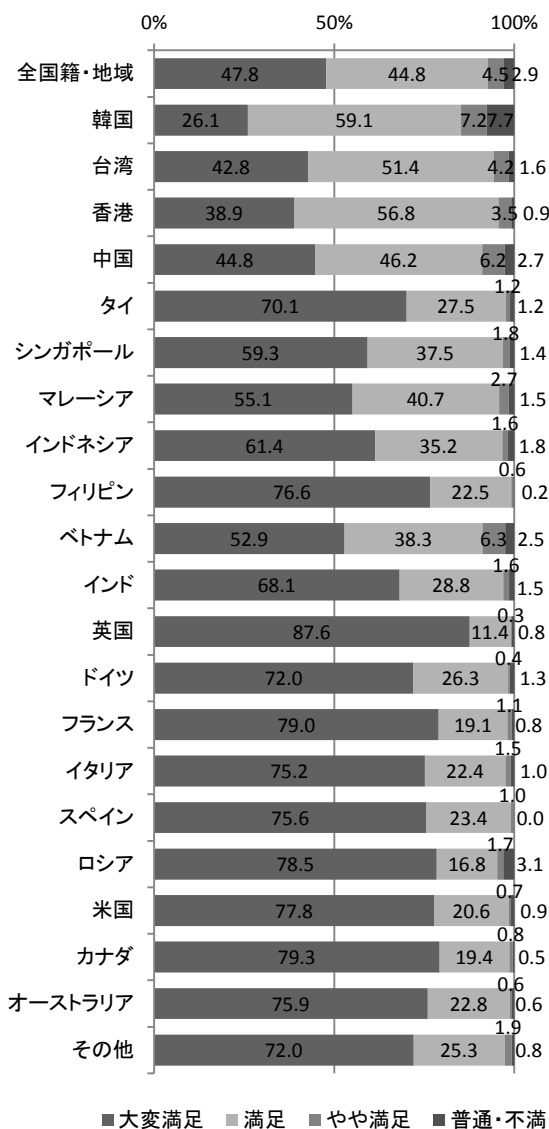
(1) 訪日旅行全体の満足度

- 今回の訪日旅行全体の満足度は「大変満足」47.8%、「満足」44.8%である。
- 国籍・地域別では、英国で「大変満足」の割合が87.6%と高い（図表4-1）。

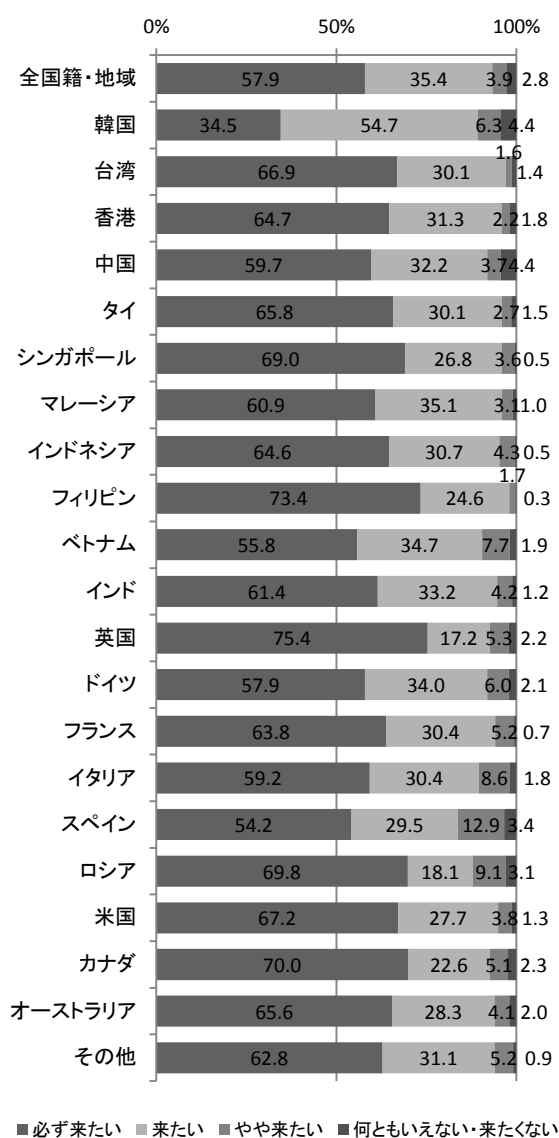
(2) 日本への再訪意向

- 日本への再訪意向では、「必ず来たい」が57.9%、「来たい」が35.4%である。
- 国籍・地域別では、フィリピンや英国、カナダで「必ず来たい」の割合が7割以上と高い（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、香港は「服・かばん・靴」(それぞれ 20.0%、32.9%)、中国は「化粧品・香水」(19.8%)、米国は「和服・民芸品」(24.5%)の割合が高い(図表 4-3)。

図表 4-3 最も満足した購入商品 (主要国籍・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	8.3	8.1	4.6	7.0
酒	5.7	1.0	1.5	0.5	4.0
その他食料品・飲料	3.8	2.3	4.3	1.3	4.7
たばこ	0.9	0.7	0.0	0.3	0.1
カメラ・ビデオカメラ	0.7	2.5	2.5	5.3	1.7
時計	1.1	2.2	4.2	10.0	0.7
電気製品	2.4	17.0	6.0	19.7	4.1
化粧品・香水	10.0	10.2	12.2	19.8	3.3
医薬品・健康グッズ・トイレットリー	14.5	18.9	8.9	11.2	0.4
和服・民芸品	2.9	2.9	3.2	1.5	24.5
服・かばん・靴	16.2	20.0	32.9	13.6	17.1
マンガ・アニメ・キャラクター関連商品	7.4	4.6	3.4	3.7	8.0
書籍・絵葉書・CD・DVD	1.6	1.4	0.9	0.6	4.3
その他の商品	10.7	6.9	10.0	7.4	16.8
その他	0.5	1.0	1.9	0.4	3.2
合計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
回答数	8,575	2,207	515	3,502	946

- 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・トイレットリー」では「品質が良いから」とする回答が68.0%と高い。一方、「化粧品・香水」では「品質が良いから」に加え、「価格が手頃・自国より安いから」とする回答も多くみられた。「たばこ」や「服・かばん・靴」でも「価格が手頃・自国より安いから」とする回答が多い。

図表 4-4 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	満足した理由 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・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	2,520	0.8	3.0	53.7	0.6	2.3	5.2	4.0	21.9	6.9	0.1	1.5
酒	645	2.3	1.2	56.9	0.8	4.2	2.3	6.2	11.9	12.1	0.2	1.9
その他食料品・飲料	597	9.0	1.5	55.9	2.5	6.0	1.0	6.2	9.5	4.9	0.7	2.7
たばこ	106	7.5	0.9	5.7	7.5	0.9	2.8	10.4	7.5	54.7	0.0	1.9
カメラ・ビデオカメラ	520	34.0	4.0	0.0	31.2	0.0	5.2	5.2	0.6	16.7	1.0	2.1
時計	663	20.1	24.4	0.0	19.9	0.0	6.2	2.4	3.0	23.2	0.0	0.8
電気製品	1,612	33.1	3.2	0.0	23.2	0.1	3.3	3.8	1.7	26.6	1.9	3.2
化粧品・香水	2,117	39.2	1.1	0.0	12.7	0.1	6.0	2.8	4.4	31.8	0.0	1.7
医薬品・健康グッズ・トイレットリー	2,048	68.0	0.2	0.0	8.3	0.1	3.4	3.4	4.7	9.0	0.8	2.2
和服・民芸品	1,076	5.5	33.9	0.0	5.6	25.7	3.9	4.0	14.4	1.9	0.6	4.6
服・かばん・靴	3,444	15.2	34.6	0.0	3.9	0.8	4.4	4.8	1.8	32.4	0.1	2.1
マンガ・アニメ・キャラクター関連商品	1,147	7.7	23.8	0.0	2.3	0.7	26.6	16.5	11.0	7.3	0.3	3.9
書籍・絵葉書・CD・DVD	291	12.0	9.6	0.0	0.7	3.4	21.3	27.8	5.2	7.2	5.5	7.2
その他の商品	1,911	22.9	26.6	0.0	7.6	2.7	3.6	6.1	11.0	12.7	1.7	5.1
その他	161	18.6	5.0	0.6	0.0	3.1	3.1	1.9	1.2	3.1	19.9	43.5
全体	18,858	23.0	14.5	10.9	8.0	2.7	5.9	5.4	8.0	17.8	0.8	3.0

注) 本表では四半期別、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、韓国と米国は「寿司」（それぞれ23.1%、26.8%）、台湾は「ラーメン」（27.3%）、香港は「肉料理」（23.6%）、中国は「魚料理」（24.0%）の割合が高い（図表4-5）。

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

図表 4-5 最も満足した飲食
(主要国籍・地域別)

飲食区分	国籍・地域					(%)
	韓国	台湾	香港	中国	米国	
寿司	23.1	10.3	14.7	15.3	26.8	
ラーメン	12.8	27.3	14.7	17.3	13.2	
そば・うどん	9.7	5.2	2.8	3.9	6.2	
肉料理	22.8	16.1	23.6	16.6	18.4	
魚料理	7.6	14.6	20.4	24.0	7.3	
小麦粉料理	5.0	2.1	2.0	1.8	4.3	
その他日本料理	7.1	8.5	8.6	6.1	8.0	
外国の料理	0.4	0.5	0.3	0.4	1.1	
その他料理	4.3	4.1	3.2	2.5	5.2	
菓子類	2.8	6.6	4.5	8.7	3.2	
果物	0.1	1.5	1.5	0.8	0.3	
酒	2.7	0.6	0.3	0.3	3.8	
その他食料品・飲料	1.5	2.5	3.3	2.4	2.2	
合計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	
標本数	11,750	2,605	633	3,628	1,975	

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	5,500	70.7	18.3	0.8	2.3	0.2	1.8	0.6	0.6	0.1	2.1	2.1	0.1	0.1	0.2		
ラーメン	4,017	89.3	0.3	0.7	1.1	0.5	1.2	0.8	0.1	0.0	2.7	2.5	0.2	0.0	0.6		
そば・うどん	1,840	85.1	1.1	0.4	1.7	0.3	1.3	1.7	0.4	0.1	3.6	2.3	0.3	0.5	1.1		
肉料理	4,826	82.6	6.4	1.0	1.8	0.4	1.0	1.5	0.3	0.1	1.5	2.1	0.8	0.0	0.6		
魚料理	3,010	63.7	27.0	0.6	1.3	0.4	1.5	0.9	0.4	0.2	1.8	1.7	0.2	0.0	0.4		
小麦粉料理	1,053	78.1	1.0	1.0	0.9	0.5	1.1	5.9	0.1	0.2	5.2	4.1	0.3	0.1	1.5		
その他日本料理	2,063	75.6	2.4	1.9	2.2	0.2	1.3	1.3	1.3	3.4	6.2	1.9	0.7	0.5	1.1		
外国の料理	131	71.8	3.1	0.8	1.5	0.0	2.3	1.5	0.0	0.8	0.8	6.1	1.5	3.8	6.1		
その他料理	967	74.9	2.1	5.4	2.5	0.3	0.9	1.4	0.6	0.5	3.5	3.5	1.9	0.6	1.9		
菓子類	1,119	82.7	1.2	0.9	1.2	1.3	2.6	2.3	0.4	0.4	2.5	3.0	0.0	0.4	1.3		
果物	110	81.8	10.9	0.0	1.8	0.0	1.8	0.0	0.9	0.0	0.0	2.7	0.0	0.0	0.0		
酒	644	81.1	1.7	0.6	0.6	0.6	3.9	1.9	0.2	0.0	3.7	3.9	0.5	0.0	1.4		
その他食料品・飲料	552	71.4	4.7	1.1	1.8	0.7	1.3	2.7	5.6	0.2	2.9	5.1	0.0	0.4	2.2		

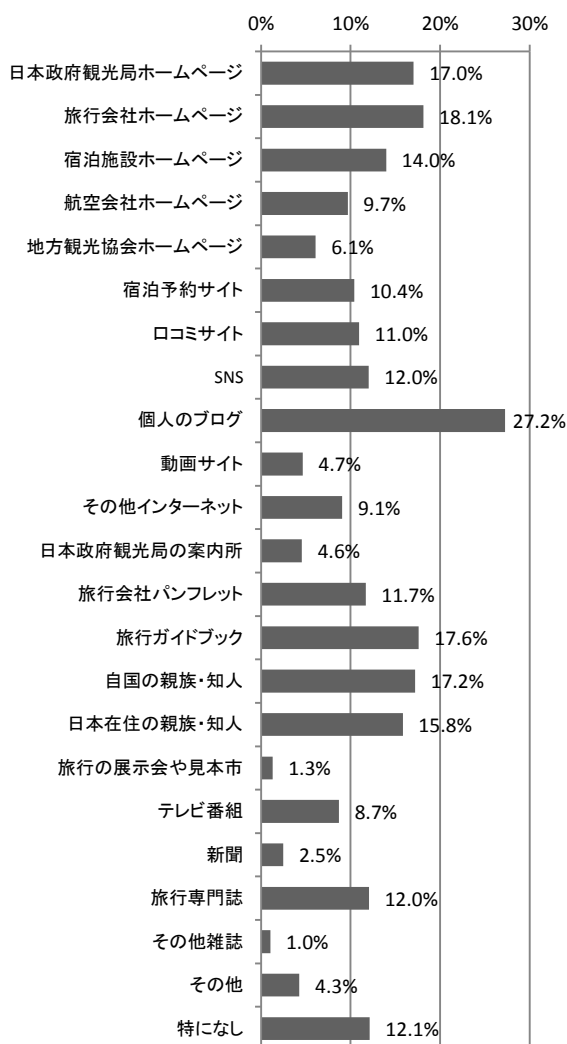
注) 本表では四半期別、国籍・地域別ウェイトバック集計を行っていない。

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」(27.2%)、「旅行会社ホームページ」(18.1%)、「旅行ガイドブック」(17.6%)の順で多い(図表 5-1)。
- 「日本政府観光局の案内所」の選択率は4.6%であった。

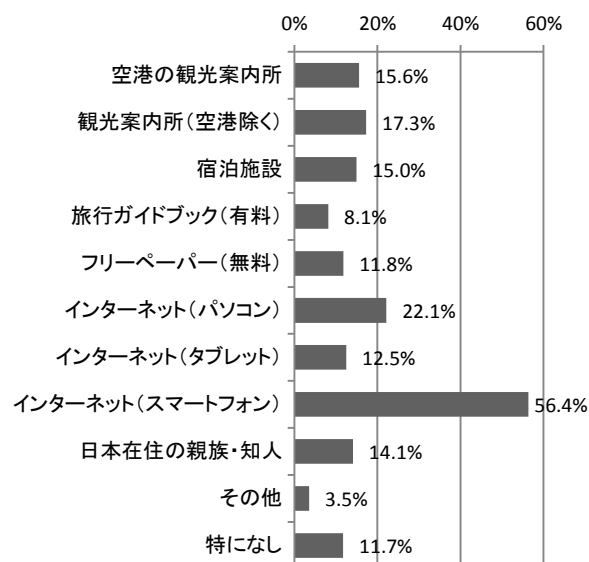
図表 5-1 出発前に得た旅行情報源で役に立ったもの(全国籍・地域、複数回答)



(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56.4%と圧倒的に多い。次いで「インターネット(パソコン)」(22.1%)の選択率が高い(図表 5-2)。

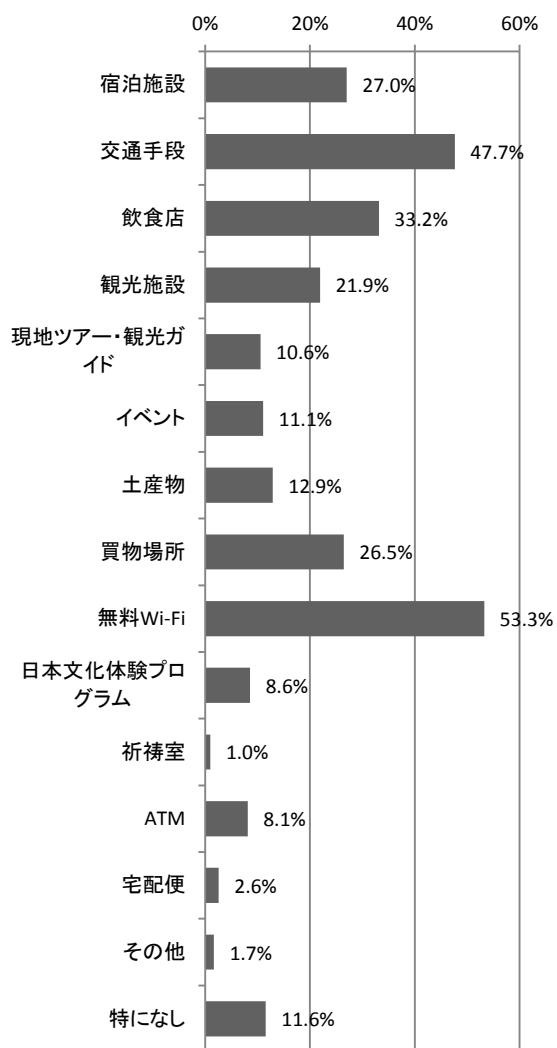
図表 5-2 日本滞在中に得た旅行情報源で役に立ったもの(全国籍・地域、複数回答)



(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」(53.3%)が最も多く、次いで「交通手段」(47.7%)、「飲食店」(33.2%)、「宿泊施設」(27.0%)、「買物場所」(26.5%)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)

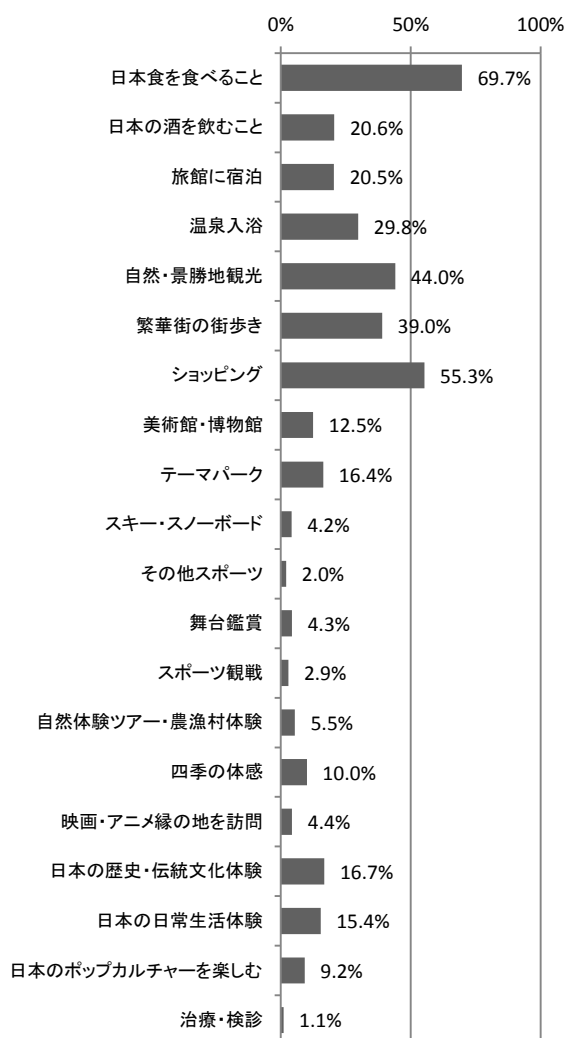


6. 日本滞在中の行動

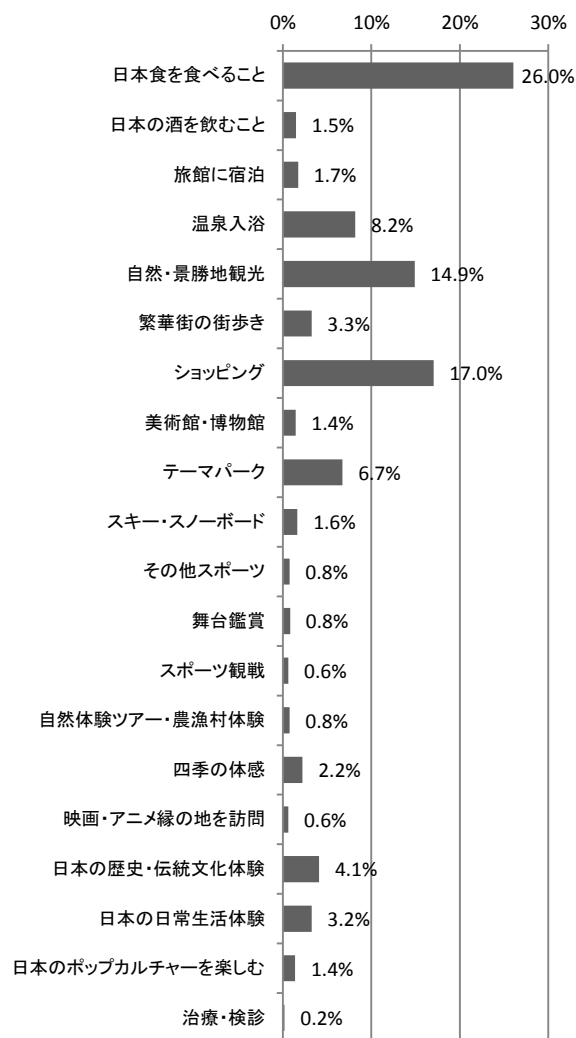
(1) 訪日前に期待していたこと

- 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 69.7%と最も多かった。次いで「ショッピング」(55.3%)、「自然・景勝地観光」(44.0%)、「繁華街の街歩き」(39.0%)、「温泉入浴」(29.8%)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」(26.0%)、「ショッピング」(17.0%)、「自然・景勝地観光」(14.9%)、「温泉入浴」(8.2%)、「テーマパーク」(6.7%)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)



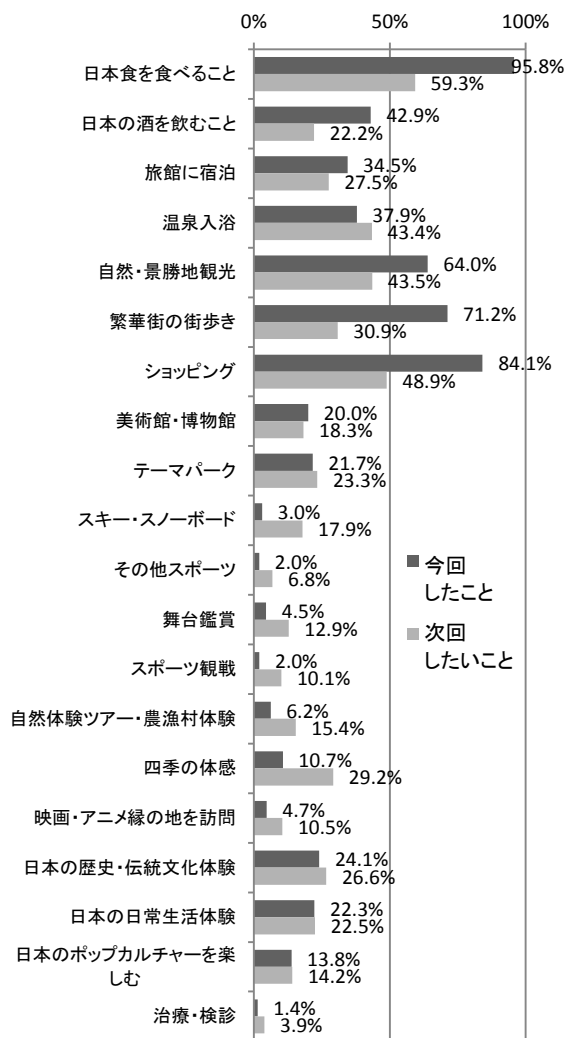
(2) 今回したことと次回したいこと

- 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「日本のポップカルチャーを楽しむ」「日本の日常生活体験」(ともに 88.8%)、「日本の歴史・伝統文化体験」(86.7%)、「日本食を食べること」(86.5%)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)

