

# 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

2023年 年次報告書

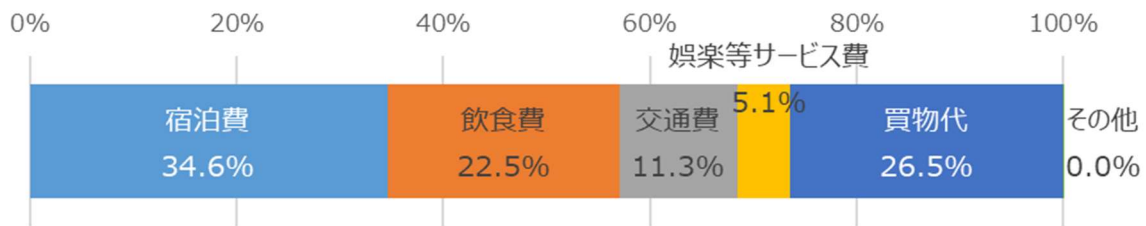


## 訪日外国人消費動向調査 2023年調査結果の概要

### ■ 2023年 訪日外国人旅行消費額 5兆3,065億円

- 2023年の訪日外国人旅行消費額は総額で5兆3,065億円と推計される。
- 訪日外国人旅行消費額を費目別にみると、宿泊費が34.6%、買物代が26.5%、飲食費が22.5%を占める。

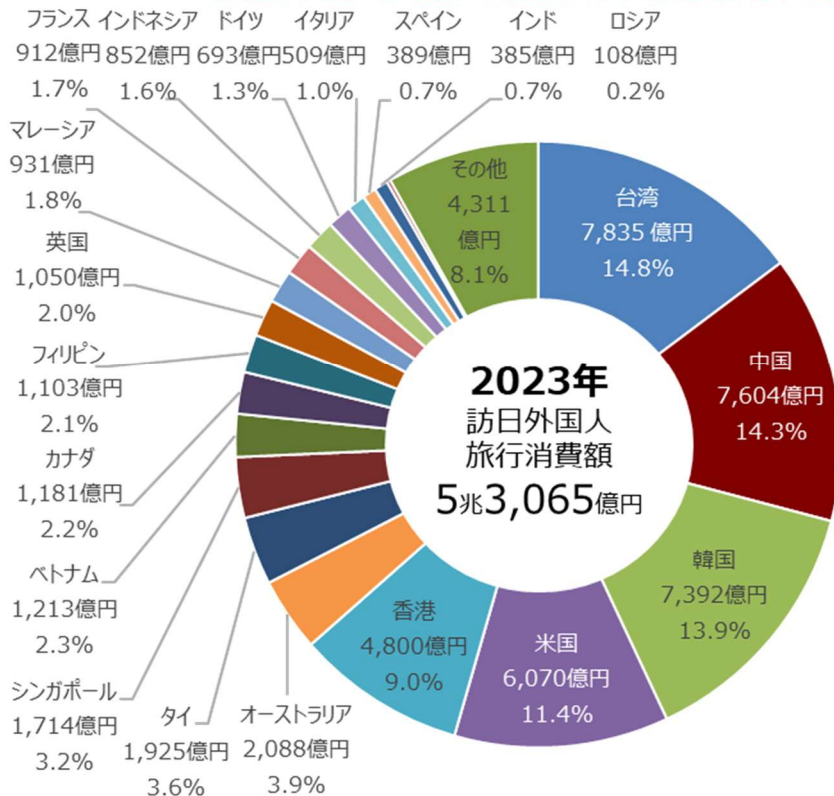
【図表】 訪日外国人旅行消費額の費目別構成比



### ■ 旅行消費額の多い国・地域 ①台湾 ②中国 ③韓国

- 国籍・地域別では、①台湾 ②中国 ③韓国 ④米国 ⑤香港の順で旅行消費額が多い。
- 上位5カ国・地域で、訪日外国人旅行消費額全体の63.5%を占める。

【図表】 国籍・地域別にみる訪日外国人旅行消費額と構成比

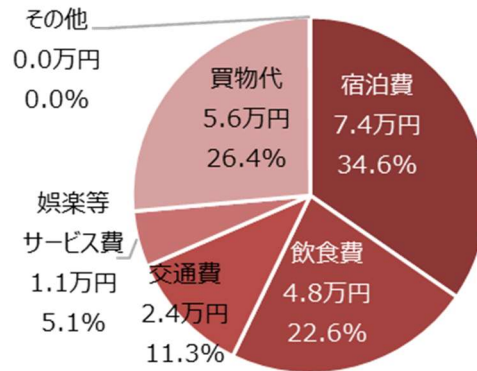


- 訪日外国人（クルーズ客を含む）が日本滞在中に支払った旅行中支出に、パッケージツアー参加費に含まれる国内収入分を推計して加算している（クルーズ客は旅行中支出のみ計上）。日本の航空会社や船舶会社に支払われる国際旅客運賃は含まれない。
- 「訪日外国人」には、観光・レジャー目的に加え、業務目的や親族・知人訪問目的などで日本を訪れた外国人が含まれる。日本に居住している外国人は含まれない。
- ロシアは、従来に比べて入国者数が少なく十分な回答数が確保できていないことから、標準誤差率が大きいため、留意されたい。

## ■ 2023年 一般客 1人当たり旅行支出 21.3万円

- 2023年の訪日外国人（一般客）1人当たり旅行支出は21.3万円と推計される。
- 費目別にみると、宿泊費が7.4万円と最も高く、次いで買物代5.6万円、飲食費4.8万円の順で高い。
- 国籍・地域別にみると、韓国10.6万円、台湾18.9万円、香港22.7万円、中国32.0万円、米国29.7万円などとなっている。

【図表】費目別にみる一般客1人当たり旅行支出



【図表】国籍・地域別にみる訪日外国人1人当たり旅行支出と旅行消費額

### 2023年暦年

国籍・地域	a. 1人当たり旅行支出		b. 訪日外国人旅行者数 <sup>注</sup>		c. 訪日外国人旅行消費額 (=a×b) (億円)
	(円/人)	2019年比	(人)	2019年比	
全国籍・地域	212,764	+34.2%	24,899,890	-16.6%	52,978
韓国	106,312	+39.6%	6,943,876	+24.7%	7,382
台湾	189,116	+59.9%	4,127,407	-10.4%	7,806
香港	227,360	+45.8%	2,109,955	-6.3%	4,797
中国	320,125	+50.4%	2,362,886	-70.4%	7,564
タイ	193,409	+47.1%	995,451	-24.4%	1,925
シンガポール	289,881	+66.9%	591,236	+20.7%	1,714
マレーシア	224,078	+68.2%	415,493	-16.5%	931
インドネシア	198,442	+51.4%	429,262	+4.6%	852
フィリピン	177,315	+64.3%	622,115	+2.1%	1,103
ベトナム	211,330	+19.4%	573,806	+16.1%	1,213
インド	231,539	+47.2%	166,385	-4.2%	385
英国	327,505	+35.7%	320,531	-22.4%	1,050
ドイツ	301,712	+49.7%	228,903	-0.2%	691
フランス	329,332	+38.7%	276,815	-17.6%	912
イタリア	334,346	+67.6%	152,102	-6.2%	509
スペイン	336,130	+51.9%	115,694	-10.9%	389
ロシア	258,694	+41.4%	41,924	-64.7%	108
米国	296,813	+56.7%	2,044,896	+20.2%	6,070
カナダ	277,433	+52.6%	425,554	+16.0%	1,181
オーストラリア	340,661	+37.4%	612,887	+0.3%	2,088
その他	320,989	+44.9%	1,342,712	-2.0%	4,310
クルーズ客	52,437	+32.0%	166,460	-91.8%	87
全体			25,066,350	-21.4%	53,065

注) 出典：日本政府観光局 (JNTO) 「訪日外客数」、法務省「出入国管理統計」船舶観光上陸許可数

・本資料中の「クルーズ客」は法務省の船舶観光上陸許可数、「一般客」はクルーズ客以外の訪日外国人。

・新型コロナウイルス感染症の影響により、2023年のクルーズ調査は7-9月期および10-12月期のみ実施した。そのため、2023年1-3月期、4-6月期については、2023年7-9月期と10-12月期の1人当たり旅行支出の平均値を用い、1人当たり旅行支出に各期のクルーズ客数を乗じて消費額を算出し、四半期の消費額を積み上げ、年間のクルーズ客の旅行消費額を算出した。よって、年間値は参考値である。

・ロシアは、従来に比べて入国者数が少なく十分な回答数が確保できていないことから、標準誤差率が大いため、留意されたい。

## 訪日外国人の消費動向

## 2023年 年次報告書

## 目次

## I 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) 全目的 …………… 1
- (2) 観光・レジャー目的 …………… 7

## 2. 訪日外国人の旅行支出

- (1) 旅行支出の構造 …………… 11
- (2) 旅行前支出 …………… 12
- (3) 旅行中支出 …………… 12
- (4) 旅行支出の推計 …………… 14
- (5) 費目別にみる旅行支出 …………… 16
- (6) 来訪目的別にみる旅行支出 …………… 17
- (7) クルーズ客の旅行中支出 …………… 17

## 3. 土産品の購入実態

- (1) 費目別購入率 …………… 18
- (2) 費目別購入者単価 …………… 18
- (3) 買物場所 …………… 19
- (4) 利用した決済方法 …………… 19
- (5) 消費税免税手続きの実施状況 …………… 20

## 4. 満足度と再訪意向

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

## 5. 役に立った旅行情報

- (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 …………… 23

## 6. 日本滞在中の行動

- (1) 訪日前に期待していたこと …………… 24
- (2) 今回したことと次回したいこと …… 25
- (3) 今回したことの満足度 …………… 25
- (4) 利用した交通手段 …………… 26

「訪日外国人消費動向調査」は、次に示す3つの調査から構成されている（それぞれの調査の概要についてはⅢ編を参照のこと）。

## 【A 全国調査】

## 【B1 地域調査】

## 【B2 クルーズ調査】

本報告書のⅠ編及びⅡ編は【A 全国調査】並びに【B1 地域調査】の結果を分析したものである。ただし、「2. 訪日外国人の旅行支出」におけるクルーズ客の消費動向では【B2 クルーズ調査】の結果を使用している。

## Ⅱ 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について

### 1. 調査の概要

(1) 調査の目的	71
(2) 調査の沿革	71
(3) 調査の根拠法令	71
(4) 調査の対象	71
(5) 抽出方法	72
(6) 目標精度と標本サイズ	72
(7) 調査事項	73
(8) 調査の時期	74
(9) 調査の方法	74

### 2. 用語の解説

(1) 主要項目	75
(2) 支出費目	77
(3) 買物場所	82

### 3. 調査の結果

(1) 表章事項	83
(2) 集計方法	83
(3) 調査結果の精度	84
(4) 利用上の注意	84

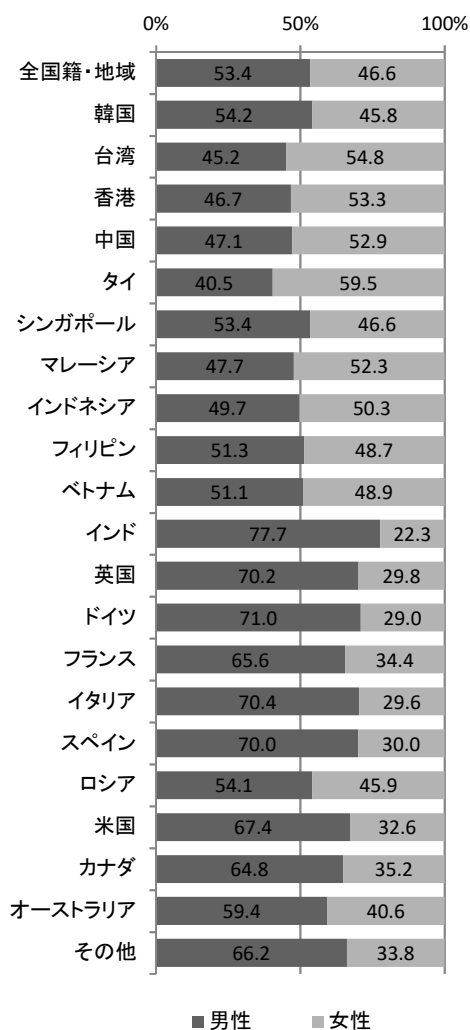
# I 訪日外国人の消費動向の分析結果

## 1. 訪日外国人の属性と旅行内容

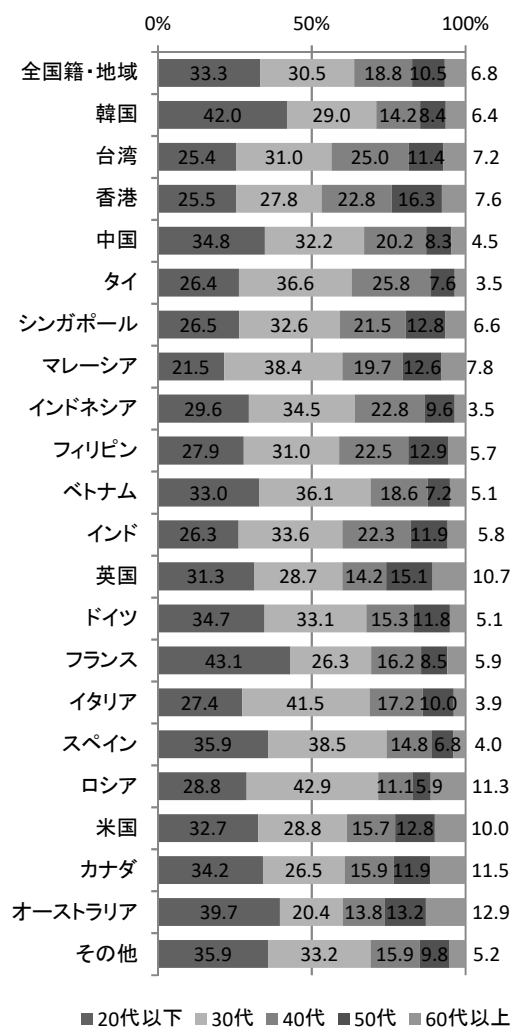
### (1) 全目的

- 性別の構成比は「男性」が53.4%、「女性」が46.6%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、マレーシア、インドネシアで「女性」の割合が5割を超える。一方、インドや英国、ドイツ、イタリア、スペインでは「男性」の割合が7割を超える。
- 年代別の構成比は、「20代以下」（33.3%）、「30代」（30.5%）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」（16.6%）、「男性20代」（15.3%）、「女性20代」（14.8%）の順で多い。

図表1-1 性別（国籍・地域別、全目的）

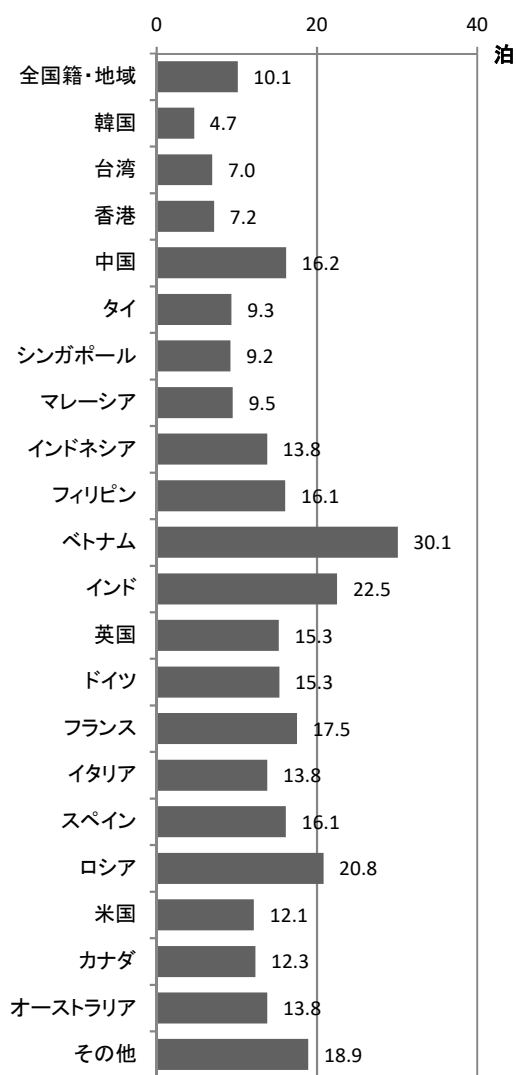


図表1-2 年代（国籍・地域別、全目的）

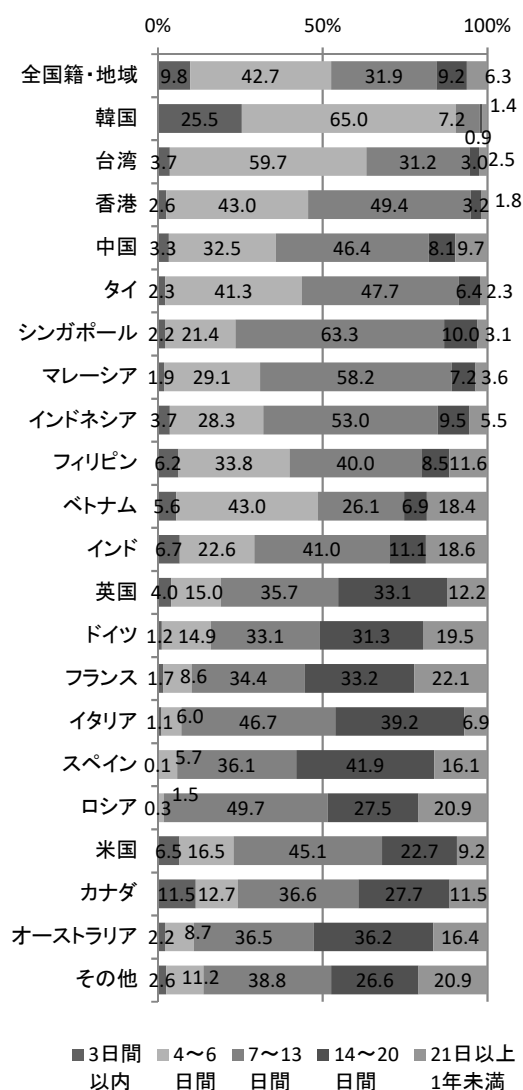


- 回答者全体の平均泊数は 10.1 泊である（図表 1-3）。
- 国籍・地域別にみると、ベトナムの平均泊数が 30 泊超と長い。一方で韓国や台湾、香港、タイ、シンガポール、マレーシアは平均泊数が 10 泊未満と他の国籍・地域に比べて短い。
- 滞在日数の分布をみると、6 日間以内が過半数を占める（図表 1-4）。
- 国籍・地域別にみると、韓国では「3 日間以内」の割合が 25.5% と他の国籍・地域に比べて高い。一方、14 日間以上の滞在者はドイツやフランス、スペイン、オーストラリアで 5 割超を占めており、他の国籍・地域に比べて滞在日数が長い傾向にある。

図表 1-3 平均泊数（国籍・地域別、全目的）



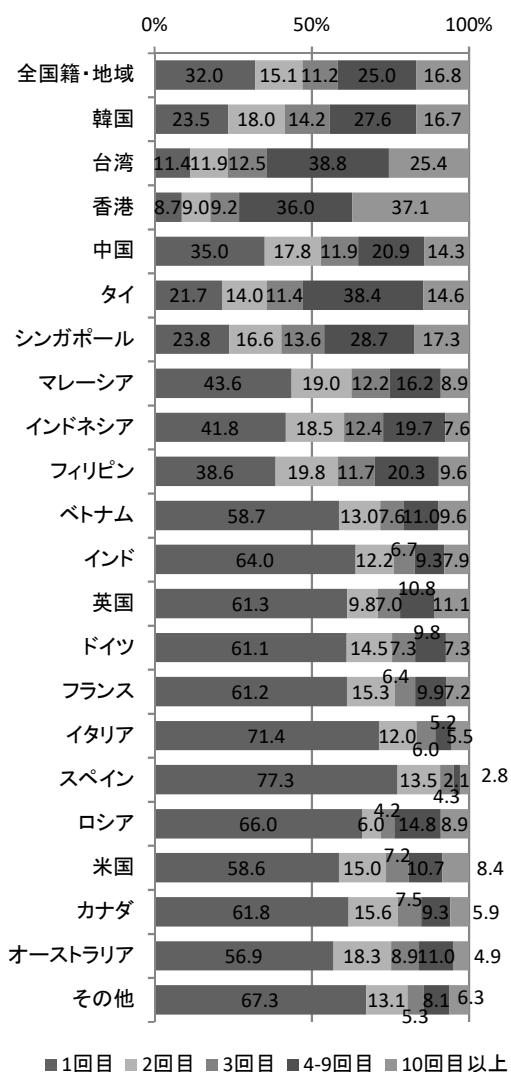
図表 1-4 滞在日数（国籍・地域別、全目的）



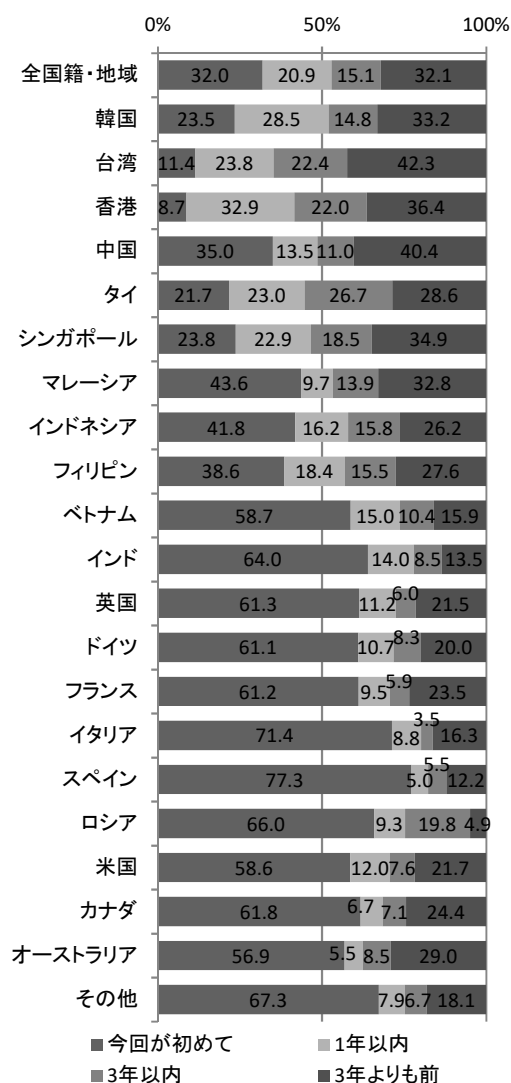


- 日本への来訪回数では、「1回目」が32.0%と最も多い（図表1-5）。
- 国籍・地域別では、イタリアやスペインで「1回目」の割合が7割超と高い。一方、台湾や香港では「1回目」の割合が約1割と他の国籍・地域に比べ低い。
- 前回の日本への来訪時期では、「3年よりも前」が32.1%と最も多い（図表1-6）。
- 国籍・地域別では、韓国や香港の「1年以内」の割合が約3割と他の国籍・地域に比べ高い。

図表 1-5 来訪回数（国籍・地域別、全目的）

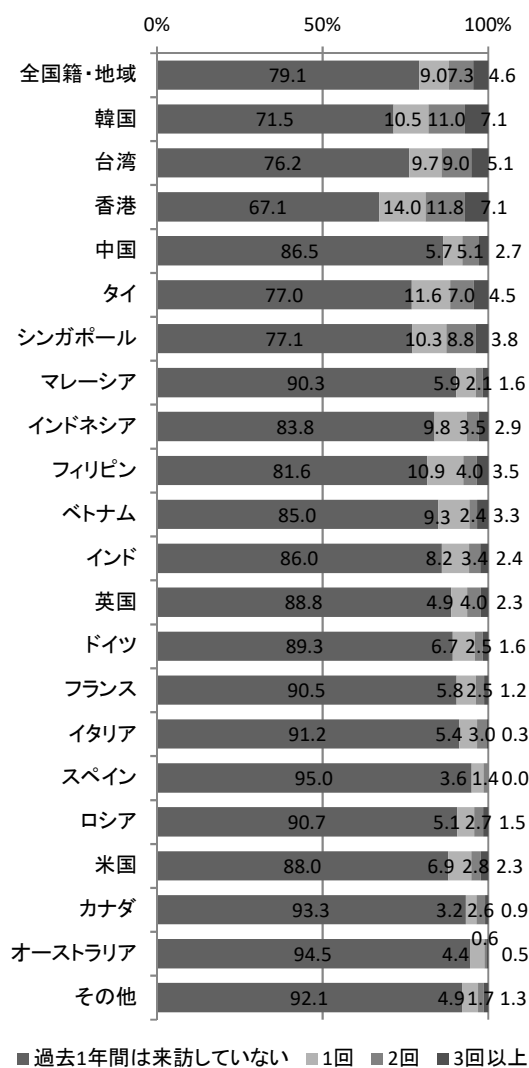


図表 1-6 前回の日本への来訪時期（国籍・地域別、全目的）

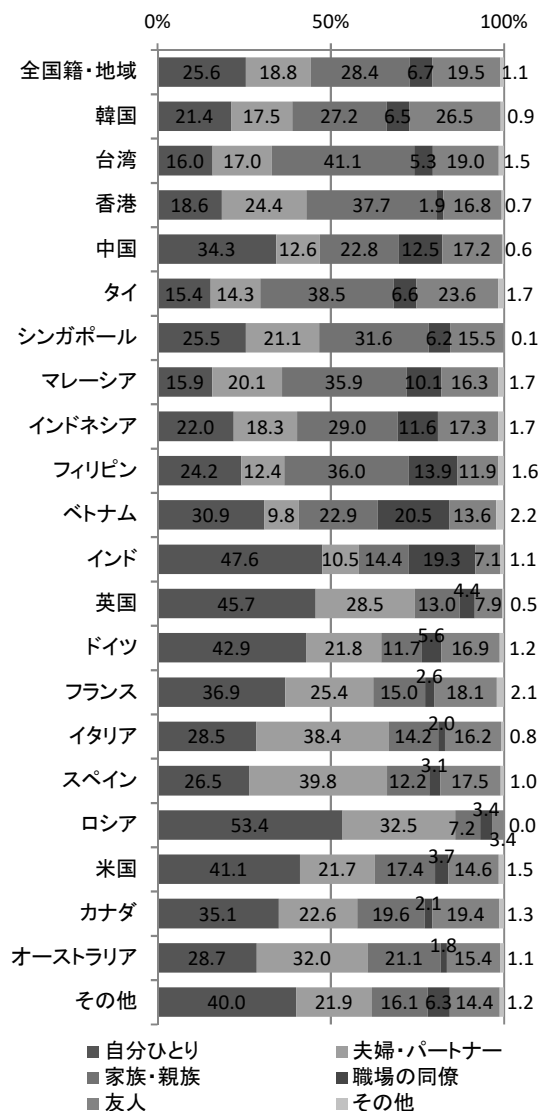


- 過去1年間の日本への来訪回数（今回を除く）では、「1回」が9.0%、「2回」が7.3%、「3回以上」が4.6%を占める（図表1-7）。
- 国籍・地域別にみると、韓国や香港では「3回以上」の割合が約1割と、他の国籍・地域に比べて高い。
- 同行者は「家族・親族」が28.4%と最も多い。次いで「自分ひとり」（25.6%）、「友人」（19.5%）、「夫婦・パートナー」（18.8%）、「職場の同僚」（6.7%）の順となっている（図表1-8）。
- 国籍・地域別にみると、インドや英国、ロシアで「自分ひとり」の割合が約5割と、他の国籍・地域に比べて高い。

図表 1-7 過去1年間の日本への来訪回数  
(国籍・地域別、全目的)

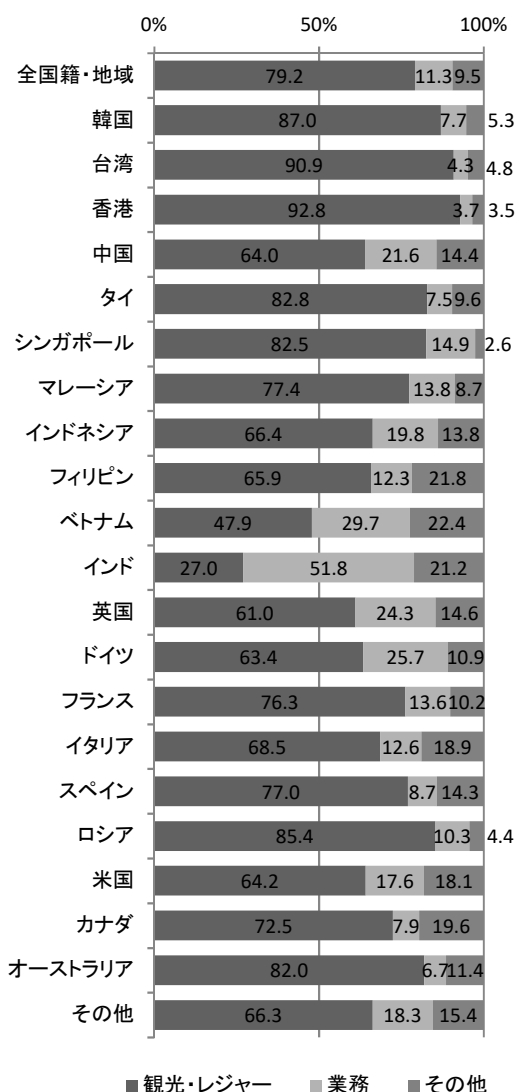


図表 1-8 同行者（国籍・地域別、全目的）

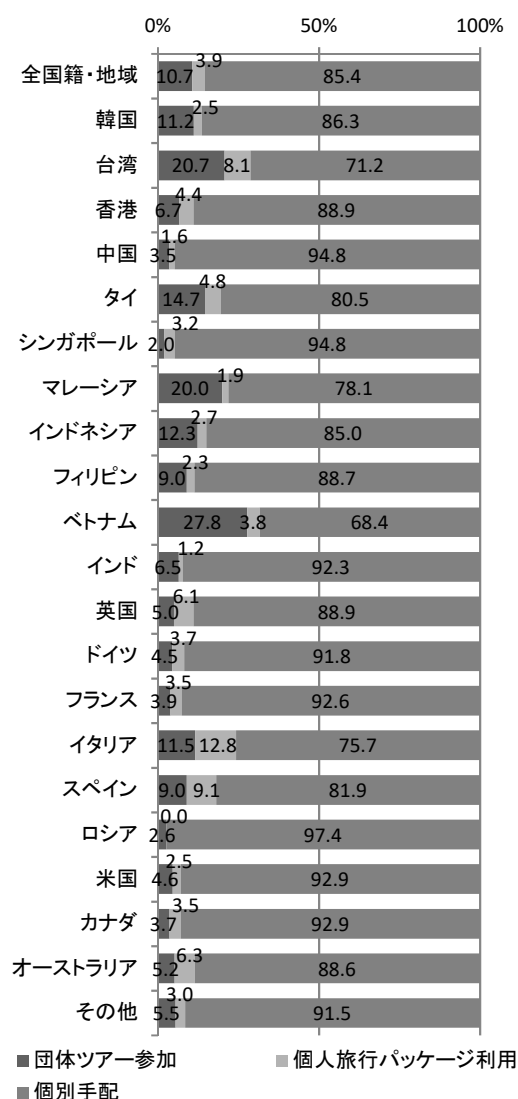


- 日本への主な来訪目的では「観光・レジャー」が全体の79.2%を占める。一方、「業務(展示会・見本市/国際会議/企業ミーティング/研修/その他ビジネス)」は全体の11.3%を占める(図表1-9)。
- 国籍・地域別では、「観光・レジャー」の割合が台湾や香港で9割超、韓国やタイ、シンガポール、ロシア、オーストラリアで8割超と高い。
- 旅行手配方法では「旅行会社等が企画した団体ツアーに参加した(以下、団体ツアー参加)」が10.7%、「往復航空(船舶)券と宿泊等がセットになった個人旅行向けパッケージ商品を利用した(以下、個人旅行パッケージ利用)」が3.9%、「往復航空(船舶)券や宿泊等を個別に手配した(以下、個別手配)」が85.4%を占める(図表1-10)。

図表 1-9 主な来訪目的(国籍・地域別、全目的)

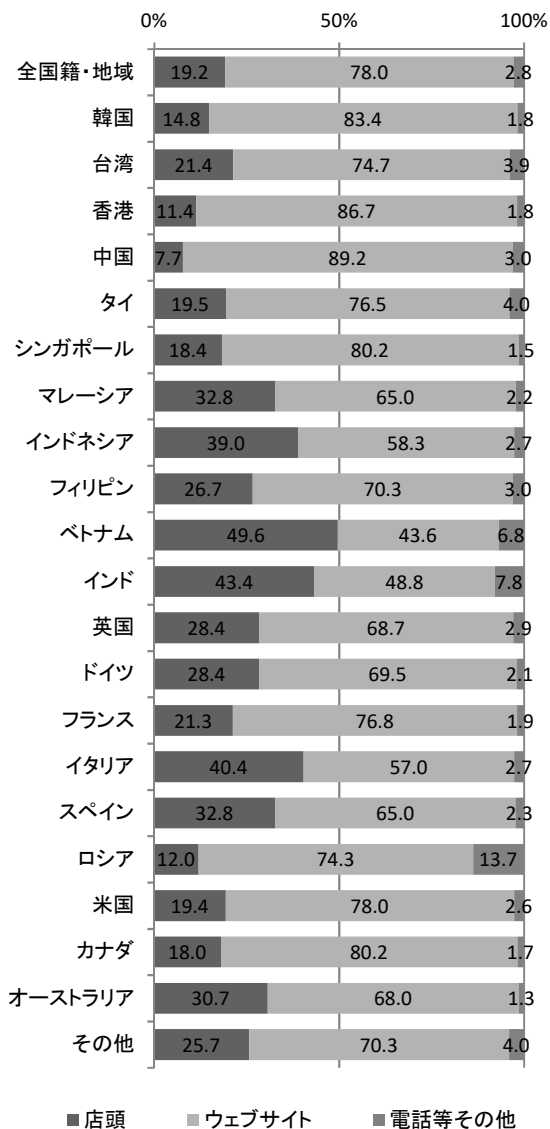


図表 1-10 旅行手配方法(国籍・地域別、全目的)



- 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19.2%、「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78.0%を占める（図表1-11）。
- 国籍・地域別では、「店頭」の割合がベトナムで約5割と高い。

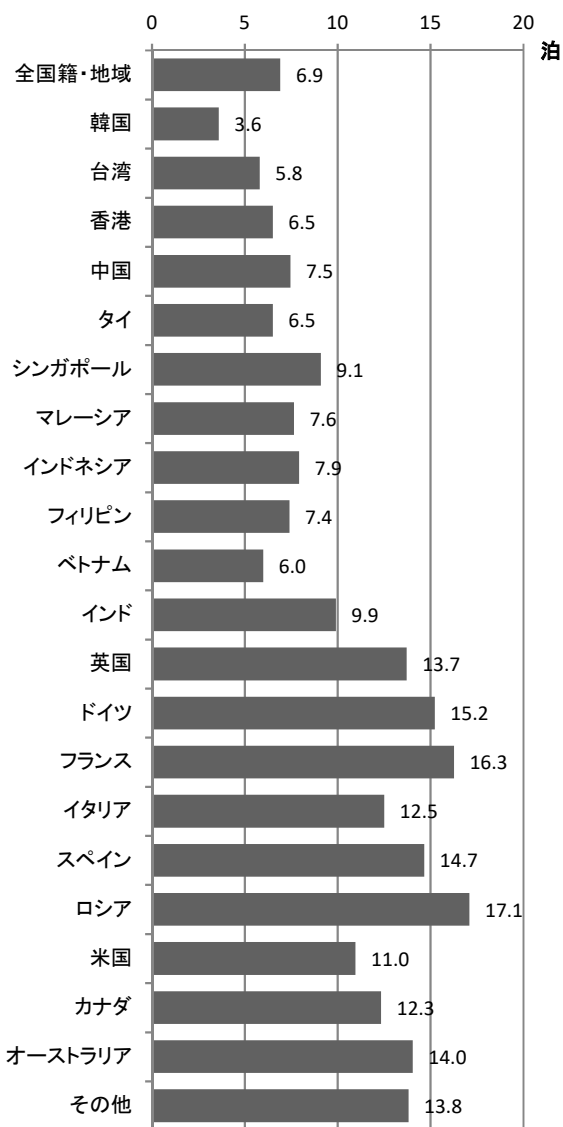
図表 1-11 申込方法（国籍・地域別、全目的）



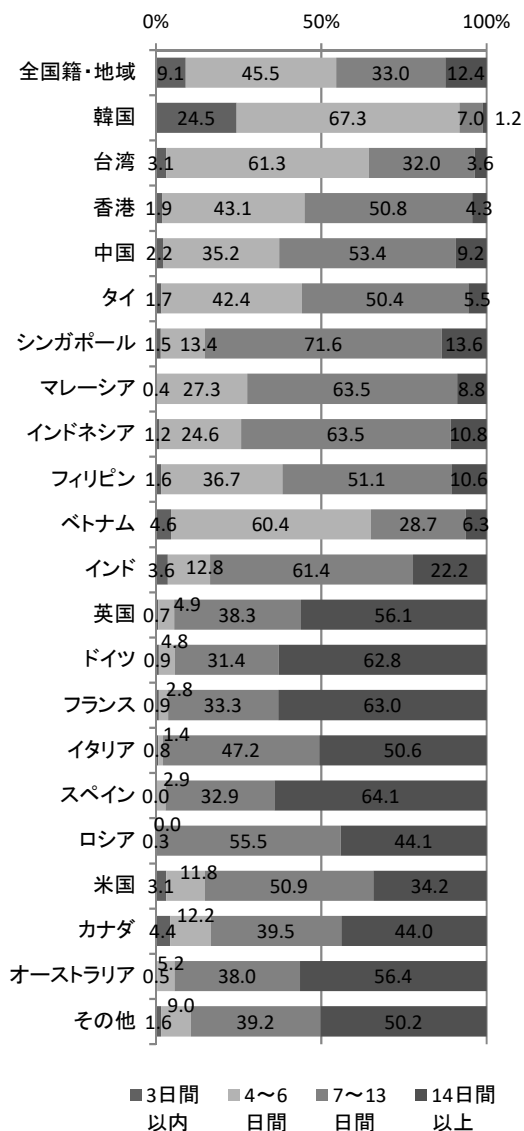
(2) 観光・レジャー目的

- 観光・レジャー目的で訪れた訪日外国人の平均泊数は6.9泊である(図表1-12)。
- 国籍・地域別にみると、英国やドイツ、フランス、イタリア、スペイン、ロシア、米国、カナダ、オーストラリアで平均泊数が長く、10泊以上となっている。
- 滞在日数では、6日間以内が5割超を占める(図表1-13)。
- 国籍・地域別にみると、韓国では「3日間以内」が24.5%と他の国籍・地域に比べて多い。「14日間以上」の割合は英国やドイツ、フランス、イタリア、スペイン、オーストラリアで5割超と他の国籍・地域に比べ高い。

図表1-12 平均泊数  
(国籍・地域別、観光・レジャー目的)

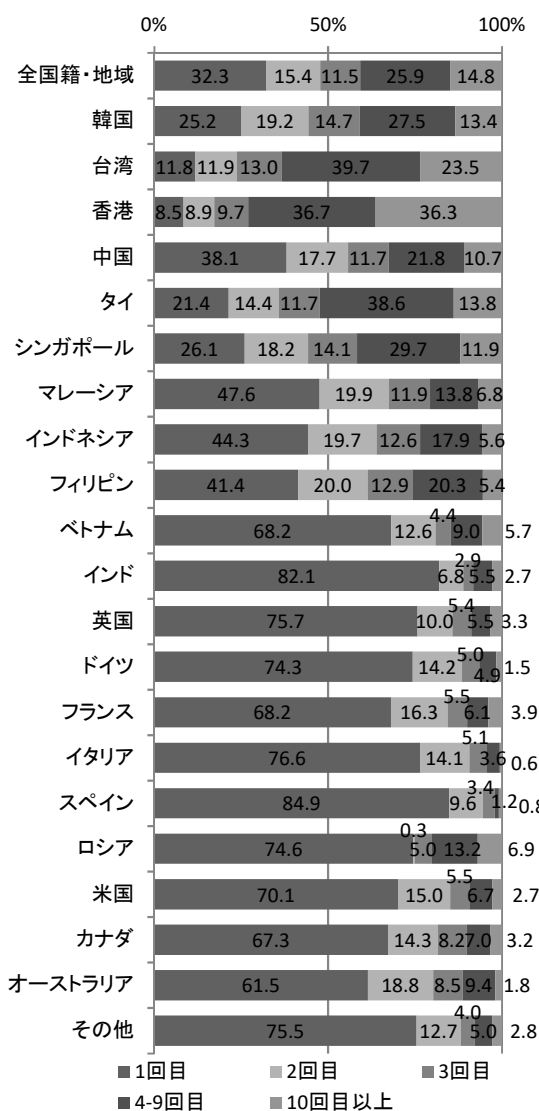


図表1-13 滞在日数  
(国籍・地域別、観光・レジャー目的)

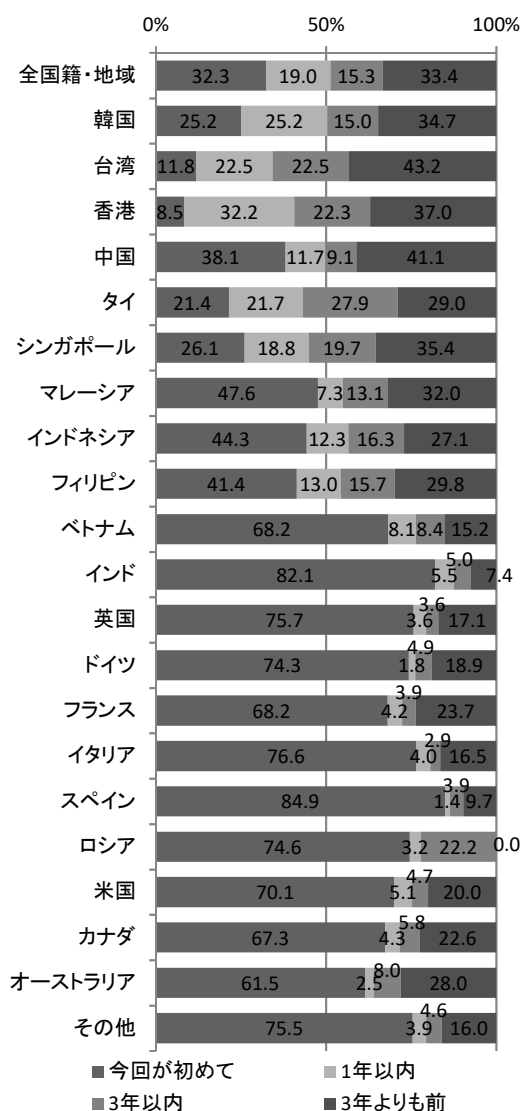


- 日本への来訪回数では、「1回目」が32.3%と最も多い（図表 1-14）。
- 国籍・地域別では、「1回目」の割合がインドやスペインで8割超と他の国籍・地域に比べ高い。一方、香港では「10回目以上」の割合が36.3%と他の国籍・地域に比べ高い。
- 前回の日本への来訪時期では、「3年よりも前」33.4%と最も多い（図表 1-15）。
- 国籍・地域別では、香港の「1年以内」の割合が3割超と他の国籍・地域に比べ高い。

図表 1-14 来訪回数  
(国籍・地域別、観光・レジャー目的)

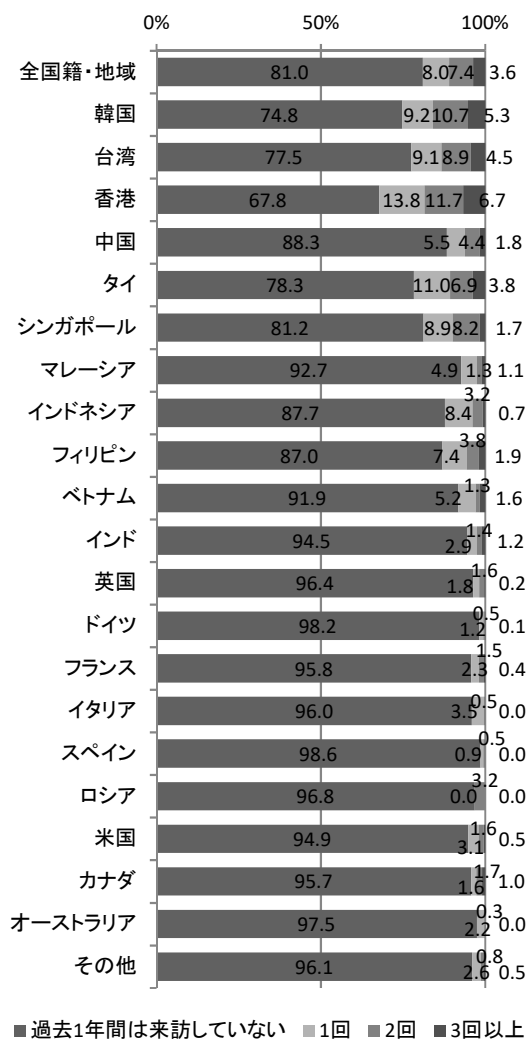


図表 1-15 前回の日本への来訪時期  
(国籍・地域別、観光・レジャー目的)

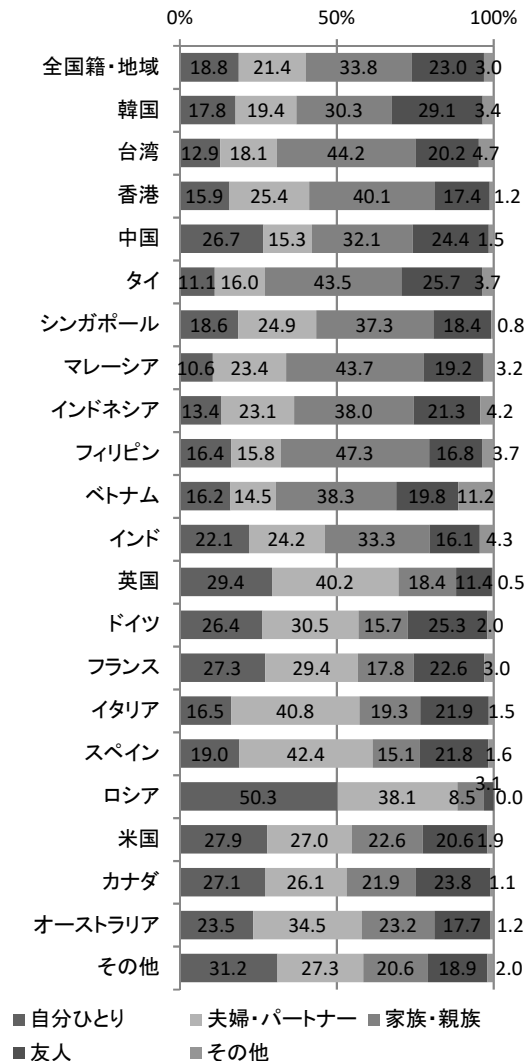


- 過去1年間の日本への来訪回数（今回を除く）では、「1回」が8.0%、「2回」が7.4%、「3回以上」が3.6%を占める（図表1-16）。
- 国籍・地域別では、過去1年間に2回以上日本を訪れている割合は、韓国、台湾、香港、タイで1割を超え、他の国籍・地域と比べて高い。
- 同行者は「家族・親族」（33.8%）、「友人」（23.0%）、「夫婦・パートナー」（21.4%）、「自分ひとり」（18.8%）の順となっている（図表1-17）。
- 国籍・地域別では、英国やイタリア、スペインで「夫婦・パートナー」の割合が4割超、台湾や香港、タイ、マレーシア、フィリピンで「家族・親族」の割合が4割超と他の国籍・地域に比べて高い。

図表 1-16 過去1年間の日本への来訪回数  
（国籍・地域別、観光・レジャー目的）

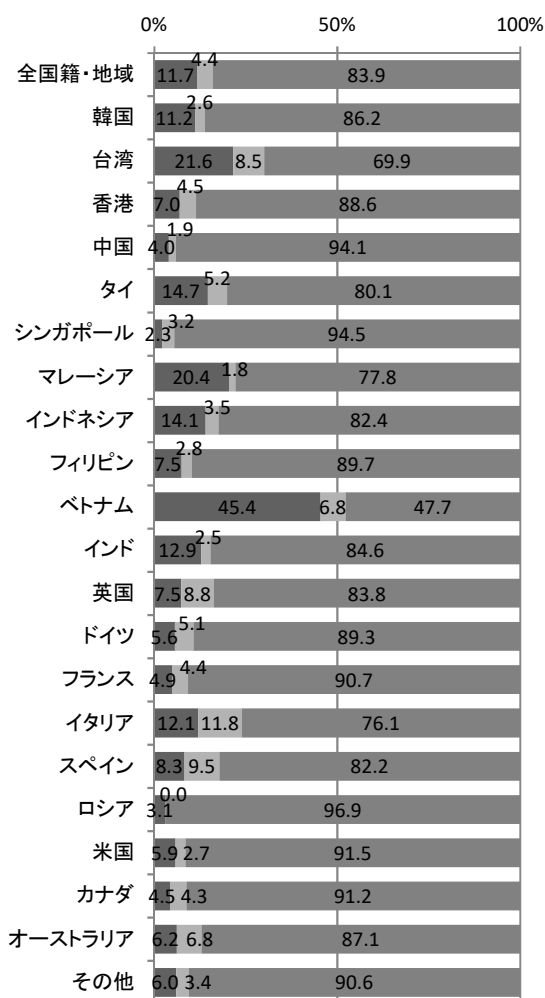


図表 1-17 同行者  
（国籍・地域別、観光・レジャー目的）



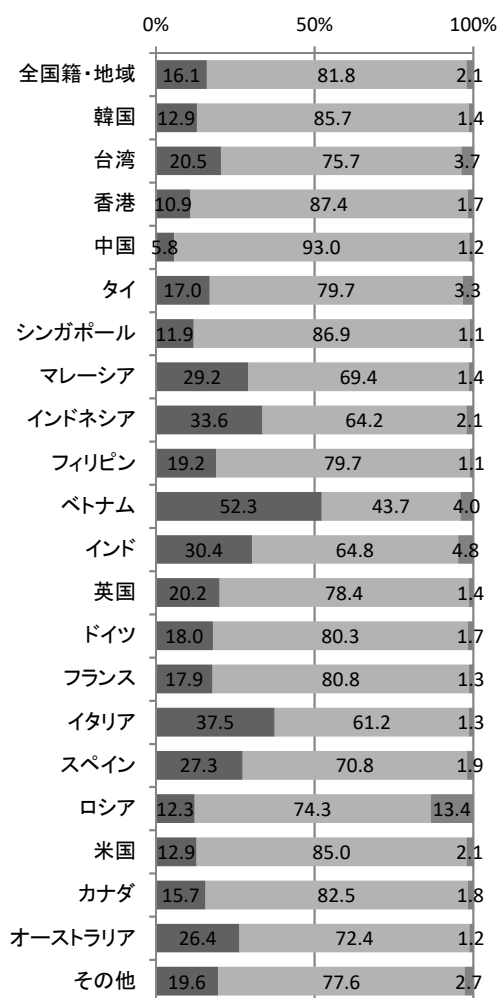
- 旅行手配方法では「団体ツアー参加」が11.7%、「個人旅行パッケージ利用」が4.4%、「個別手配」が83.9%を占める（図表 1-18）。
- 国籍・地域別では、「団体ツアー参加」の割合がベトナムで4割超と他の国籍・地域に比べ高い。
- ツアー商品や往復航空（船舶）券の申込方法では、「店頭」の割合が16.1%、「ウェブサイト」の割合が81.8%を占める（図表 1-19）。
- 国籍・地域別では、ベトナムで「店頭」の割合が5割超と高い。

図表 1-18 旅行手配方法  
(国籍・地域別、観光・レジャー目的)



■ 団体ツアー参加 ■ 個人旅行パッケージ利用 ■ 個別手配

図表 1-19 申込方法  
(国籍・地域別、観光・レジャー目的)



■ 店頭 ■ ウェブサイト ■ 電話等その他



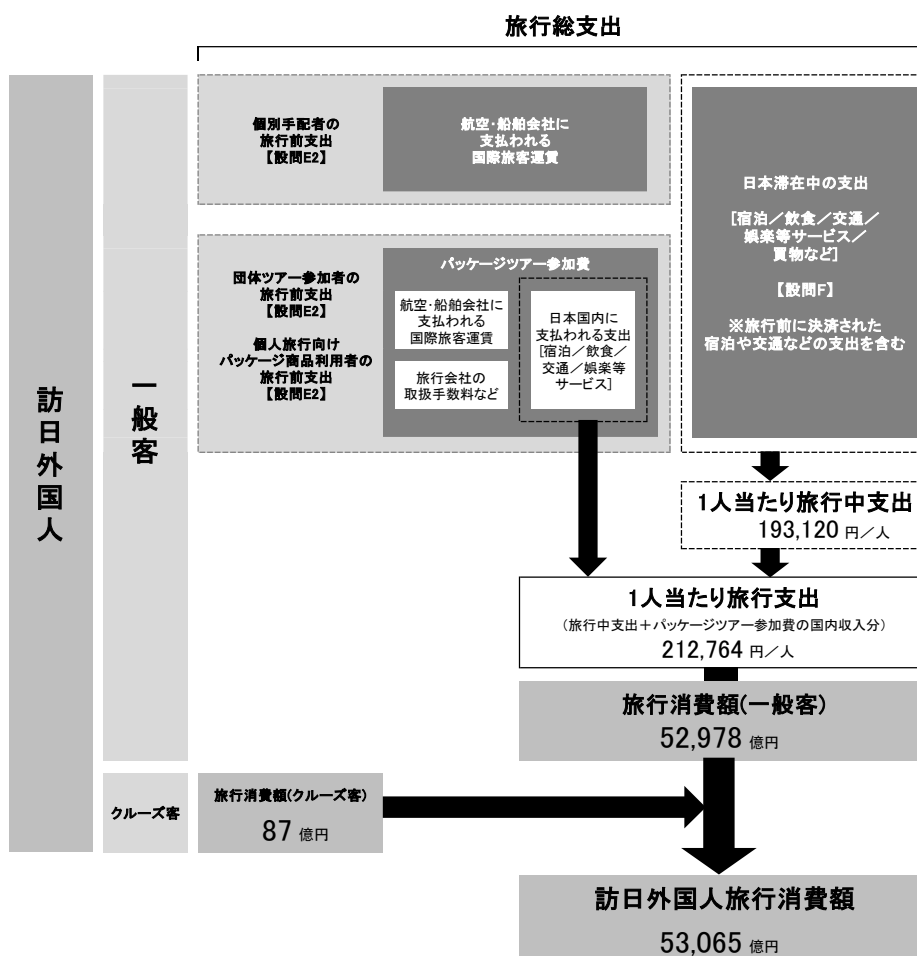
## 2. 訪日外国人の旅行支出

### (1) 旅行支出の構造

- 本調査では、船舶観光上陸許可を得た訪日外国人をクルーズ客、これ以外の訪日外国人を一般客とする（図表 2-1）。
- 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>及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、宿泊費や飲食費、交通費、娯楽等サービス費、買物代など日本滞在中に支払ったすべての支出金額を尋ねている。

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 2-1 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／娯楽等サービス）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、一般客の旅行消費額（総額）を推計する。ただし、クルーズ客ではパッケージツアー参加費の国内収入分の加算は行わない。
- **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）の購入者単価は一般客1人当たり平均109,729円であった。

(3) 旅行中支出

(2) 旅行前支出

- 一般客における**団体ツアー**の購入者単価は1人当たり平均225,962円、**個人旅行パッケージ**の購入者単価は1人当たり平均223,549円であった（図表2-2）。
- 一般客が日本滞在中に支出した**旅行中支出**は1人当たり平均193,120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66,667円、**個人旅行パッケージ利用者**では1人当たり平均123,468円、**個別手配者**では1人当たり平均212,114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、一般客1人当たり平均319,714円であった（図表2-4）。

図表 2-2 一般客 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)
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	10.7%	225,962	全国籍・地域	3.9%	223,549	全国籍・地域	85.4%	109,729
韓国	11.2%	112,482	韓国	2.5%	97,789	韓国	86.3%	44,490
台湾	20.7%	202,619	台湾	8.1%	131,221	台湾	71.2%	82,209
香港	6.7%	229,494	香港	4.4%	163,386	香港	88.9%	84,400
中国	3.5%	232,076	中国	1.6%	205,180	中国	94.8%	100,124
タイ	14.7%	207,826	タイ	4.8%	170,173	タイ	80.5%	112,023
シンガポール	2.0%	269,015	シンガポール	3.2%	274,252	シンガポール	94.8%	117,507
マレーシア	20.0%	287,933	マレーシア	1.9%	230,784	マレーシア	78.1%	114,728
インドネシア	12.3%	216,101	インドネシア	2.7%	278,406	インドネシア	85.0%	110,316
フィリピン	9.0%	230,844	フィリピン	2.3%	257,959	フィリピン	88.7%	88,195
ベトナム	27.8%	208,974	ベトナム	3.8%	208,103	ベトナム	68.4%	103,292
インド	6.5%	309,589	インド	1.2%	324,670	インド	92.3%	160,555
英国	5.0%	880,545	英国	6.1%	627,672	英国	88.9%	255,866
ドイツ	4.5%	747,406	ドイツ	3.7%	519,257	ドイツ	91.8%	238,147
フランス	3.9%	653,080	フランス	3.5%	511,828	フランス	92.6%	209,439
イタリア	11.5%	643,186	イタリア	12.8%	500,989	イタリア	75.7%	213,471
スペイン	9.0%	625,293	スペイン	9.1%	536,960	スペイン	81.9%	217,242
ロシア	2.6%	561,960	ロシア	0.0%	-	ロシア	97.4%	153,399
米国	4.6%	637,369	米国	2.5%	563,211	米国	92.9%	227,125
カナダ	3.7%	573,479	カナダ	3.5%	560,871	カナダ	92.9%	186,028
オーストラリア	5.2%	534,475	オーストラリア	6.3%	492,160	オーストラリア	88.6%	160,841
その他	5.5%	491,649	その他	3.0%	352,780	その他	91.5%	224,069

図表 2-3 一般客 1 人当たり旅行中支出（国籍・地域別）

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	193,120	66,667	123,468	212,114	10.1	19,047	13,140	17,048	19,451
韓国	96,714	36,350	71,767	105,256	4.7	20,555	13,224	25,128	20,999
台湾	158,447	70,278	115,644	188,916	7.0	22,740	16,090	20,779	23,967
香港	212,846	80,166	168,606	225,001	7.2	29,684	15,218	29,900	30,451
中国	312,766	133,897	178,558	321,756	16.2	19,352	21,256	18,576	19,333
タイ	171,934	68,009	197,076	189,412	9.3	18,407	15,167	31,942	18,183
シンガポール	280,422	57,734	128,871	290,296	9.2	30,336	9,529	19,947	30,863
マレーシア	187,038	113,382	89,467	208,256	9.5	19,637	19,775	11,960	19,751
インドネシア	177,769	71,947	66,964	196,623	13.8	12,876	12,349	8,680	12,973
フィリピン	160,460	71,230	119,761	170,579	16.1	9,990	8,712	5,095	10,235
ベトナム	172,998	71,719	68,684	220,001	30.1	5,746	12,467	7,903	5,339
インド	217,934	38,747	150,462	231,380	22.5	9,673	5,221	5,716	9,829
英国	279,358	101,346	170,877	296,811	15.3	18,310	7,389	14,253	19,064
ドイツ	271,240	58,540	124,374	287,624	15.3	17,701	4,268	9,961	18,536
フランス	303,699	82,699	111,291	320,387	17.5	17,334	7,496	8,356	17,844
イタリア	255,470	110,011	131,774	298,527	13.8	18,481	10,215	10,581	20,560
スペイン	272,781	79,178	97,123	313,636	16.1	16,897	7,070	6,953	18,525
ロシア	249,792	39,000	-	255,508	20.8	11,985	4,875	-	12,058
米国	272,048	103,353	141,751	283,954	12.1	22,411	8,073	12,354	23,422
カナダ	254,018	90,997	148,899	264,367	12.3	20,591	7,095	11,499	21,503
オーストラリア	302,008	95,454	141,911	325,402	13.8	21,833	7,143	10,968	23,371
その他	299,830	88,980	151,731	317,254	18.9	15,841	8,749	11,260	16,163

図表 2-4 一般客 1 人当たり旅行総支出（国籍・地域別）

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	319,714	292,630	347,016	321,842	10.1	31,532	57,677	47,914	29,513
韓国	150,143	148,832	169,556	149,746	4.7	31,910	54,144	59,367	29,875
台湾	269,524	272,897	246,865	271,124	7.0	38,682	62,481	44,357	34,397
香港	310,407	309,660	331,993	309,401	7.2	43,290	58,782	58,875	41,874
中国	419,277	365,973	383,739	421,880	16.2	25,943	58,098	39,922	25,349
タイ	300,840	275,835	367,249	301,435	9.3	32,208	61,516	59,524	28,936
シンガポール	406,002	326,749	403,123	407,803	9.2	43,921	53,928	62,397	43,356
マレーシア	338,575	401,316	320,250	322,984	9.5	35,547	69,992	42,811	30,632
インドネシア	305,633	288,049	345,370	306,939	13.8	22,138	49,441	44,768	20,251
フィリピン	265,449	302,074	377,720	258,774	16.1	16,526	36,945	16,069	15,527
ベトナム	309,674	280,693	276,786	323,293	30.1	10,286	48,793	31,847	7,846
インド	390,097	348,336	475,133	391,935	22.5	17,315	46,934	18,050	16,649
英国	589,123	981,890	798,549	552,676	15.3	38,613	71,593	66,607	35,499
ドイツ	542,757	805,946	643,631	525,771	15.3	35,420	58,755	51,546	33,883
フランス	541,177	735,779	623,119	529,826	17.5	30,889	66,693	46,786	29,509
イタリア	555,252	753,197	632,763	511,998	13.8	40,169	69,937	50,807	35,263
スペイン	555,939	704,471	634,083	530,878	16.1	34,437	62,905	45,397	31,356
ロシア	413,977	600,960	-	408,907	20.8	19,863	75,120	-	19,297
米国	526,544	740,723	704,962	511,080	12.1	43,377	57,860	61,442	42,156
カナダ	467,228	664,476	709,770	450,395	12.3	37,873	51,811	54,812	36,634
オーストラリア	502,943	629,929	634,070	486,244	13.8	36,359	47,140	49,004	34,923
その他	542,376	580,629	504,511	541,323	18.9	28,655	57,090	37,441	27,578

(4) 旅行支出の推計

- 一般客の旅行支出及び旅行消費額は、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費や飲食費、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。
- パッケージ内訳は1人当たり平均19,644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212,764円と推計され、2023年の一般客の旅行消費額は5兆2,978億円と推計される。
- これにクルーズ客の旅行消費額87億円を加算し、2023年の訪日外国人旅行消費額は5兆3,065億円と推計される。

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

年	月	一般客					クルーズ客			訪日外国人旅行消費額				
		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 (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. 一般客数	e. 旅行消費額 (=c×d)	f. 旅行中支出	g. クルーズ客数	h. 旅行消費額 (=f×g)	k. 訪日外国人旅行消費額 (=e+h)		
		2019年比	2019年比	2019年比	注2	注3	2019年比	2019年比						
暦年	2019年	137,948	-	20,583	-	158,531	-	29,855,742	47,331	39,710	2,026,307	805	48,135	-
	2023年 注4	193,120	+40.0%	19,644	-4.6%	212,764	+34.2%	24,899,890	52,978	52,437	166,460	87	53,065	+10.2%
四半期	2019年1-3月期	130,034	-	17,379	-	147,413	-	7,693,723	11,342	48,631	360,074	175	11,517	-
	2019年4-6月期	134,203	-	20,764	-	154,967	-	8,050,409	12,475	37,244	529,408	197	12,673	-
	2019年7-9月期	140,952	-	21,907	-	162,860	-	7,093,271	11,552	38,473	690,935	266	11,818	-
	2019年10-12月期	147,883	-	22,551	-	170,434	-	7,018,339	11,962	37,352	445,890	167	12,128	-
	2023年1-3月期	195,383	+50.3%	15,657	-9.9%	211,040	+43.2%	4,787,169	10,103	-	-	-	10,103	-12.3%
	2023年4-6月期	188,233	+40.3%	20,432	-1.6%	208,665	+34.7%	5,903,493	12,319	-	-	-	12,319	-2.8%
	2023年7-9月期	191,123	+35.6%	18,105	-17.4%	209,228	+28.5%	6,578,491	13,764	44,253	83,835	37	13,801	+16.8%
	2023年10-12月期	197,203	+33.4%	22,863	+1.4%	220,066	+29.1%	7,630,737	16,793	63,237	60,891	39	16,831	+38.8%

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(日本政府観光局、暫定値)からクルーズ客数を控除した値。

注3) 船舶観光上陸許可を得た訪日外国人の人数(法務省「出入国管理統計」)

注4) 新型コロナウイルス感染症の影響により、2023年のクルーズ調査は7-9月期および10-12月期のみ実施した。そのため、2023年1-3月期、4-6月期については、2023年7-9月期と10-12月期の1人当たり旅行支出の平均値を用い、1人当たり旅行支出に各期のクルーズ客数を乗じて消費額を算出し、四半期の消費額を積み上げ、年間のクルーズ客の旅行消費額を算出した。よって、年間値は参考値である。

【一般客の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）】

一般客の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、日本に支払われる「宿泊費」「飲食費」「交通費」「娯楽等サービス費」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。

一般客の旅行消費額は、「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。

なお、本報告書で推計している訪日外国人旅行消費額には、日本の航空会社及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。

- 一般客の旅行支出を国籍・地域別にみると、オーストラリア（34.1万円）、スペイン（33.6万円）、イタリア（33.4万円）の順で高い。また、韓国（10.6万円）は他の国籍・地域に比べて旅行支出が低い（図表2-6）。
- 一般客の旅行消費額を国籍・地域別にみると、①台湾7,806億円（構成比14.7%）、②中国7,564億円（同14.3%）、③韓国7,382億円（同13.9%）、④米国6,070億円（同11.5%）、⑤香港4,797億円（同9.1%）であり、前述の上位5ヶ国・地域

合計で3兆3,619億円（構成比63.5%）を占める。エリア別では、東アジア4ヶ国・地域（韓国・台湾・香港・中国）合計で2兆7,549億円（同52.0%）、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7,738億円（同14.6%）、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3,549億円（同6.7%）となっている。

図表2-6 一般客1人当たり旅行支出と旅行消費額（国籍・地域別）

2023年暦年 国籍・地域	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 (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. 一般客数 (クルーズ客を除く)		e. 旅行消費額 (クルーズ客を除く) (=c×d)		
	(円/人)		(円/人)		(円/人)		(人)		(億円)		
	2019年比		注1	2019年比		注2	2019年比		構成比	2019年比	
全国籍・地域	193,120	+40.0%	19,644	212,764	+34.2%	24,899,890	-16.6%	52,978	100.0%	+11.9%	
韓国	96,714	+41.1%	9,598	106,312	+39.6%	6,943,876	+24.7%	7,382	13.9%	+74.1%	
台湾	158,447	+68.6%	30,670	189,116	+59.9%	4,127,407	-10.4%	7,806	14.7%	+43.2%	
香港	212,846	+53.7%	14,514	227,360	+45.8%	2,109,955	-6.3%	4,797	9.1%	+36.6%	
中国	312,766	+68.3%	7,359	320,125	+50.4%	2,362,886	-70.4%	7,564	14.3%	-55.5%	
タイ	171,934	+51.6%	21,475	193,409	+47.1%	995,451	-24.4%	1,925	3.6%	+11.2%	
シンガポール	280,422	+71.5%	9,458	289,881	+66.9%	591,236	+20.7%	1,714	3.2%	+101.4%	
マレーシア	187,038	+61.6%	37,040	224,078	+68.2%	415,493	-16.5%	931	1.8%	+40.4%	
インドネシア	177,769	+52.8%	20,674	198,442	+51.4%	429,262	+4.6%	852	1.6%	+58.4%	
フィリピン	160,460	+62.3%	16,855	177,315	+64.3%	622,115	+2.1%	1,103	2.1%	+67.7%	
ベトナム	172,998	+15.8%	38,332	211,330	+19.4%	573,806	+16.1%	1,213	2.3%	+38.6%	
インド	217,934	+50.2%	13,605	231,539	+47.2%	166,385	-4.2%	385	0.7%	+41.1%	
英国	279,358	+41.8%	48,148	327,505	+35.7%	320,531	-22.4%	1,050	2.0%	+5.4%	
ドイツ	271,240	+46.1%	30,472	301,712	+49.7%	228,903	-0.2%	691	1.3%	+49.4%	
フランス	303,699	+43.8%	25,633	329,332	+38.7%	276,815	-17.6%	912	1.7%	+14.3%	
イタリア	255,470	+60.0%	78,876	334,346	+67.6%	152,102	-6.2%	509	1.0%	+57.3%	
スペイン	272,781	+45.7%	63,349	336,130	+51.9%	115,694	-10.9%	389	0.7%	+35.3%	
ロシア	249,792	+51.8%	8,903	258,694	+41.4%	41,924	-64.7%	108	0.2%	-50.1%	
米国	272,048	+58.8%	24,765	296,813	+56.7%	2,044,896	+20.2%	6,070	11.5%	+88.4%	
カナダ	254,018	+57.9%	23,415	277,433	+52.6%	425,554	+16.0%	1,181	2.2%	+77.1%	
オーストラリア	302,008	+48.4%	38,653	340,661	+37.4%	612,887	+0.3%	2,088	3.9%	+37.9%	
その他	299,830	+50.9%	21,160	320,989	+44.9%	1,342,712	-2.0%	4,310	8.1%	+42.0%	

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（日本政府観光局、暫定値）からクルーズ客数を控除した値。

(5) 費目別にみる旅行支出

- 一般客の費目別旅行支出（パッケージ内訳を含む）を国籍・地域別にみると、「宿泊費」は英国で15.0万円、「買物代」は中国で12.2万円と高い（図表2-7）。
- 一般客の費目別旅行消費額（パッケージ内訳を含む）を国籍・地域別にみると、「宿泊費」「交通費」では米国が最も高く、「娯楽等サービス費」「買物代」では中国が最も高い。（図表2-8）。

図表2-7 費目別にみる一般客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	宿泊費	飲食費	交通費	娯楽等 サービス 費	買物代	その他
全国籍・地域	212,764	73,674	47,981	24,078	10,838	56,098	95
韓国	106,312	34,859	29,399	9,299	6,037	26,630	87
台湾	189,116	53,375	40,364	19,277	10,005	65,906	190
香港	227,360	70,285	53,249	22,388	10,062	71,247	129
中国	320,125	88,265	60,647	25,876	23,553	121,717	67
タイ	193,409	59,201	45,443	25,920	7,189	55,624	32
シンガポール	289,881	110,302	60,468	34,272	11,564	73,276	0
マレーシア	224,078	77,621	48,346	26,587	8,690	62,833	3
インドネシア	198,442	71,865	38,533	26,904	8,009	53,131	0
フィリピン	177,315	57,358	36,833	20,640	8,390	54,088	6
ベトナム	211,330	63,837	48,260	22,454	8,825	67,954	0
インド	231,539	95,716	43,897	31,948	6,777	53,201	0
英国	327,505	149,769	69,699	46,803	13,857	47,225	153
ドイツ	301,712	138,972	69,579	45,936	11,060	36,116	50
フランス	329,332	145,019	71,400	49,453	11,764	51,681	15
イタリア	334,346	145,440	81,861	53,615	12,641	40,624	165
スペイン	336,130	136,186	80,055	62,066	14,708	43,066	48
ロシア	258,694	103,227	69,124	38,884	7,350	40,109	0
米国	296,813	129,695	67,071	40,468	13,110	46,275	193
カナダ	277,433	116,544	65,213	39,810	12,022	43,845	0
オーストラリア	340,661	139,457	76,600	49,136	21,730	53,707	31
その他	320,989	132,063	73,201	45,699	13,344	56,676	7

図表2-8 費目別にみる一般客の旅行消費額（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】					
	消費額 総額	宿泊費	飲食費	交通費	娯楽等 サービス 費	買物代	その他	宿泊費	飲食費	交通費	娯楽等 サービス 費	買物代	その他
全国籍・地域	52,978	18,345	11,947	5,996	2,699	13,968	24	34.6%	22.6%	11.3%	5.1%	26.4%	0.0%
韓国	7,382	2,421	2,041	646	419	1,849	6	32.8%	27.7%	8.7%	5.7%	25.0%	0.1%
台湾	7,806	2,203	1,666	796	413	2,720	8	28.2%	21.3%	10.2%	5.3%	34.8%	0.1%
香港	4,797	1,483	1,124	472	212	1,503	3	30.9%	23.4%	9.8%	4.4%	31.3%	0.1%
中国	7,564	2,086	1,433	611	557	2,876	2	27.6%	18.9%	8.1%	7.4%	38.0%	0.0%
タイ	1,925	589	452	258	72	554	0	30.6%	23.5%	13.4%	3.7%	28.8%	0.0%
シンガポール	1,714	652	358	203	68	433	0	38.1%	20.9%	11.8%	4.0%	25.3%	0.0%
マレーシア	931	323	201	110	36	261	0	34.6%	21.6%	11.9%	3.9%	28.0%	0.0%
インドネシア	852	308	165	115	34	228	0	36.2%	19.4%	13.6%	4.0%	26.8%	0.0%
フィリピン	1,103	357	229	128	52	336	0	32.3%	20.8%	11.6%	4.7%	30.5%	0.0%
ベトナム	1,213	366	277	129	51	390	0	30.2%	22.8%	10.6%	4.2%	32.2%	0.0%
インド	385	159	73	53	11	89	0	41.3%	19.0%	13.8%	2.9%	23.0%	0.0%
英国	1,050	480	223	150	44	151	0	45.7%	21.3%	14.3%	4.2%	14.4%	0.0%
ドイツ	691	318	159	105	25	83	0	46.1%	23.1%	15.2%	3.7%	12.0%	0.0%
フランス	912	401	198	137	33	143	0	44.0%	21.7%	15.0%	3.6%	15.7%	0.0%
イタリア	509	221	125	82	19	62	0	43.5%	24.5%	16.0%	3.8%	12.2%	0.0%
スペイン	389	158	93	72	17	50	0	40.5%	23.8%	18.5%	4.4%	12.8%	0.0%
ロシア	108	43	29	16	3	17	0	39.9%	26.7%	15.0%	2.8%	15.5%	0.0%
米国	6,070	2,652	1,372	828	268	946	4	43.7%	22.6%	13.6%	4.4%	15.6%	0.1%
カナダ	1,181	496	278	169	51	187	0	42.0%	23.5%	14.3%	4.3%	15.8%	0.0%
オーストラリア	2,088	855	469	301	133	329	0	40.9%	22.5%	14.4%	6.4%	15.8%	0.0%
その他	4,310	1,773	983	614	179	761	0	41.1%	22.8%	14.2%	4.2%	17.7%	0.0%

(6) 来訪目的別にみる旅行支出

- 来訪目的別に一般客の旅行支出（パッケージ内訳を含む）をみると、「観光・レジャー」は1人当たり平均204,047円、「業務」は同235,400円、「その他」は同258,361円となっている（図表2-9）。

図表 2-9 来訪目的別にみる一般客1人当たり旅行支出（主要国籍・地域別）

主な来訪目的		観光・レジャー	業務 注1	その他 注2	MICE 関連 注3 (再掲)
旅行 支出 (円/人)	全国籍・地域	204,047	235,400	258,361	205,340
	韓国	101,110	129,859	157,420	117,052
	台湾	180,510	270,911	279,480	224,586
	香港	223,875	245,783	300,211	182,844
	中国	285,115	333,798	455,363	311,261
	米国	324,610	259,726	234,446	249,201

【参考】

一般客 目的別 構成比 (%)	全国籍・地域	79.2	11.3	9.5	6.2
	韓国	87.0	7.7	5.3	5.3
	台湾	90.9	4.3	4.8	2.6
	香港	92.8	3.7	3.5	2.1
	中国	64.0	21.6	14.4	9.3
	米国	64.2	17.6	18.1	6.3

回答数 注4	全国籍・地域	25,444	5,644	4,644	2,820
	韓国	3,770	365	252	245
	台湾	3,569	157	187	97
	香港	2,790	116	115	67
	中国	1,752	843	597	328
	米国	3,309	970	997	340

注1)「業務」は、主な来訪目的が「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」の回答の集計結果である。

注2)「その他」は、主な来訪目的が「親族・知人訪問」「ハネムーン」「学校関連の旅行」「スポーツ・スポーツ観戦」「イベント」「留学」「治療・検診」「インセンティブツアー」「トランジット」「その他」の回答の集計結果である。

注3)「MICE関連」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。

(7) クルーズ客の旅行中支出

- クルーズ客の旅行中支出は1人当たり平均52,437円であった（図表2-10）。
- 費目別にみると、「買物代」が1人当たり平均44,940円、「飲食費」が同4,942円などとなっている（図表2-11）。
- クルーズ客の旅行消費額は87億円と推計される。費目別では、「買物代」が75億円、「飲食費」が8億円などとなっている（図表2-12）。

図表 2-10 クルーズ客1人当たり旅行中支出と旅行消費額

国籍・地域	(円/人)	(人)	(億円)	
	a.	b.	c.	
	旅行中支出	クルーズ客数	旅行消費額 (=a × b)	
全国籍・地域 注2	52,437	166,460	-91.8%	87
		注1	2019年比	

注1) 船舶観光上陸許可を受けて日本に特例上陸した外国人の人数(法務省「出入国管理統計」)  
注2) 新型コロナウイルス感染症の影響により、2023年のクルーズ調査は7-9月期および10-12月期のみ実施した。そのため、2023年1-3月期、4-6月期については、2023年7-9月期と10-12月期の1人当たり旅行支出の平均値を用い、1人当たり旅行支出に各期のクルーズ客数を乗じて消費額を算出し、四半期の消費額を積み上げ、年間のクルーズ客の旅行消費額を算出した。よって、年間値は参考値である。また、国籍・地域別での表章は取りやめた。

図表 2-11 クルーズ客1人当たり費目別旅行中支出

国籍・地域	【費目別旅行中支出】						
	総額	宿泊費	飲食費	交通費	娯楽等 サービス 費	買物代	その他
全国籍・地域 注1	52,437	14	4,942	1,810	705	44,940	25

注1) 新型コロナウイルス感染症の影響により、2023年のクルーズ調査は7-9月期および10-12月期のみ実施した。そのため、2023年1-3月期、4-6月期については、2023年7-9月期と10-12月期の1人当たり旅行支出の平均値を用い、1人当たり旅行支出に各期のクルーズ客数を乗じて消費額を算出し、四半期の消費額を積み上げ、年間のクルーズ客の旅行消費額を算出した。よって、年間値は参考値である。また、国籍・地域別での表章は取りやめた。

図表 2-12 クルーズ客費目別旅行消費額

国籍・地域	【費目別旅行消費額】						
	総額	宿泊費	飲食費	交通費	娯楽等 サービス 費	買物代	その他
全国籍・地域 注1	87	0	8	3	1	75	0

注1) 新型コロナウイルス感染症の影響により、2023年のクルーズ調査は7-9月期および10-12月期のみ実施した。そのため、2023年1-3月期、4-6月期については、2023年7-9月期と10-12月期の1人当たり旅行支出の平均値を用い、1人当たり旅行支出に各期のクルーズ客数を乗じて消費額を算出し、四半期の消費額を積み上げ、年間のクルーズ客の旅行消費額を算出した。よって、年間値は参考値である。また、国籍・地域別での表章は取りやめた。

### 3. 土産品の購入実態

#### (1) 費目別購入率

- 費目別の購入率（その費目を購入した人の割合）は「菓子類」（70.7%）、「その他食料品・飲料・たばこ」（43.8%）、「衣類」（38.9%）の順で高い（図表3-1）。
- 国籍・地域別で最も購入率が高い費目は、韓国、台湾、香港、中国で「菓子類」（それぞれ83.1%、77.9%、70.3%、72.7%）、米国で「その他食料品・飲料・たばこ」（54.2%）となっている。

#### (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、「宝石・貴金属」が7.9万円です（図表3-1）。
- 国籍・地域別では、中国の「時計・フィルムカメラ」（14.5万円）や「宝石・貴金属」（20.1万円）が他の国籍・地域に比べて突出して高い。

図表3-1 買物代の費目別購入率および購入者単価（主要国籍・地域別、全目的）

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	70.7%	11,107	83.1%	7,016	77.9%	12,799	70.3%	14,143	72.7%	13,258	44.4%	11,144
酒類	24.2%	10,302	37.5%	7,809	16.1%	10,871	13.3%	14,025	12.0%	18,437	30.3%	12,733
生鮮農産物	4.8%	11,889	2.0%	20,136	9.5%	7,212	9.4%	6,728	3.3%	21,327	3.7%	10,260
その他食料品・飲料・たばこ	43.8%	11,444	39.2%	6,806	40.7%	10,058	38.5%	11,430	34.1%	15,688	54.2%	13,677
化粧品・香水	24.7%	21,827	18.0%	9,252	29.2%	16,979	34.5%	20,598	52.2%	44,995	10.6%	14,461
医薬品	26.9%	14,425	34.8%	7,783	48.2%	19,190	35.6%	14,899	36.9%	21,922	4.3%	8,151
健康グッズ・トイレタリー	10.3%	17,290	6.3%	14,024	24.5%	18,418	13.8%	13,355	15.9%	23,820	3.4%	10,598
衣類	38.9%	25,440	23.4%	19,738	42.2%	22,857	52.8%	30,424	36.0%	47,926	42.6%	23,280
靴・かばん・革製品	22.9%	42,872	10.4%	24,111	29.8%	40,545	37.1%	44,923	28.2%	101,933	14.2%	30,013
電気製品	6.2%	36,122	1.4%	21,187	11.4%	28,477	4.2%	29,687	10.7%	50,778	4.6%	28,796
時計・フィルムカメラ	2.2%	79,244	0.7%	28,125	1.5%	93,198	1.7%	75,484	4.8%	144,824	1.9%	63,607
宝石・貴金属	1.9%	79,281	0.6%	49,236	0.9%	118,976	1.3%	101,172	2.8%	200,579	3.9%	49,567
民芸品・伝統工芸品	8.3%	12,926	3.2%	4,505	6.3%	14,906	4.7%	11,332	5.5%	15,823	22.2%	14,617
本・雑誌・ガイドブックなど	4.8%	8,972	2.0%	5,523	4.2%	5,819	4.0%	7,934	4.8%	12,439	9.4%	8,475
音楽・映像・ゲームなどソフトウェア	3.7%	20,129	2.1%	16,562	2.8%	22,890	4.1%	18,170	4.7%	26,206	6.2%	20,288
その他買物代	7.2%	23,308	7.3%	13,894	6.7%	21,015	6.3%	31,275	7.6%	24,875	9.8%	35,616

図表3-2 買物代の費目別購入率および購入者単価（主要国籍・地域別、観光・レジャー目的）

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	73.4%	10,798	84.4%	6,932	78.7%	12,319	71.3%	14,238	71.9%	11,622	47.1%	11,666
酒類	24.8%	9,255	38.2%	7,187	16.1%	9,201	13.5%	13,995	10.5%	14,907	30.2%	12,753
生鮮農産物	5.0%	6,413	1.9%	5,449	9.8%	6,013	9.7%	6,224	2.9%	8,271	3.6%	7,126
その他食料品・飲料・たばこ	44.1%	10,194	40.6%	5,940	40.5%	9,469	38.1%	11,135	31.8%	10,447	55.5%	13,007
化粧品・香水	25.8%	19,395	18.5%	9,254	30.2%	16,273	35.4%	20,219	55.0%	39,030	11.5%	13,764
医薬品	29.9%	13,877	36.8%	7,748	49.4%	18,950	36.6%	14,155	40.0%	20,585	5.0%	6,716
健康グッズ・トイレタリー	11.2%	16,124	6.8%	14,127	25.5%	16,810	13.9%	12,693	15.4%	23,933	3.6%	9,955
衣類	41.3%	24,868	24.7%	19,430	44.0%	22,462	54.3%	29,302	41.8%	47,428	47.5%	24,646
靴・かばん・革製品	24.6%	40,611	11.1%	23,723	30.9%	38,523	38.2%	41,036	31.0%	100,193	16.1%	31,238
電気製品	6.0%	30,413	1.2%	15,711	11.4%	26,519	4.1%	26,405	9.7%	33,483	5.2%	27,748
時計・フィルムカメラ	2.1%	77,957	0.7%	26,324	1.5%	91,132	1.6%	81,325	4.4%	140,192	2.4%	65,194
宝石・貴金属	1.9%	75,869	0.7%	52,728	0.9%	71,566	1.4%	97,779	3.7%	202,733	4.6%	50,533
民芸品・伝統工芸品	8.7%	12,803	3.4%	4,359	6.7%	15,181	4.9%	11,053	7.6%	15,930	25.2%	14,679
本・雑誌・ガイドブックなど	4.8%	7,537	2.0%	4,489	4.1%	5,884	3.9%	7,103	4.9%	7,389	10.5%	8,761
音楽・映像・ゲームなどソフトウェア	3.8%	20,970	1.9%	15,226	2.8%	22,446	4.1%	16,903	5.7%	30,213	6.9%	23,605
その他買物代	7.7%	22,504	7.7%	13,623	7.0%	21,020	6.4%	29,706	9.9%	22,886	10.9%	35,018



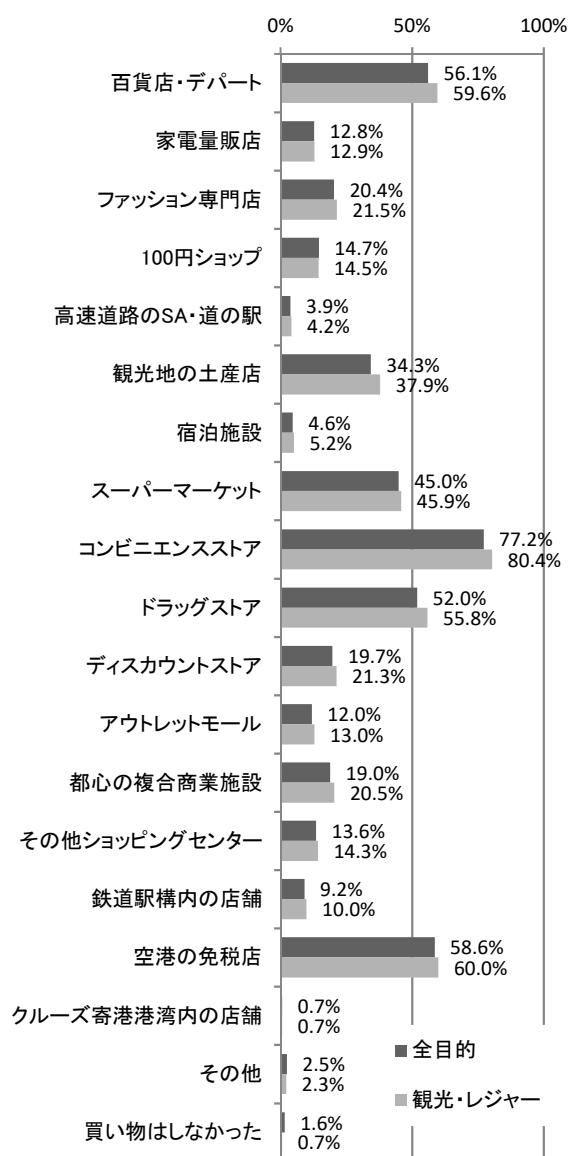
### (3) 買物場所

- 買物場所は「コンビニエンスストア」(77.2%)、「空港の免税店」(58.6%)、百貨店・デパート(56.1%)、「ドラッグストア」(52.0%)、「スーパーマーケット」(45.0%)の順で選択率が高い(図表3-3)。

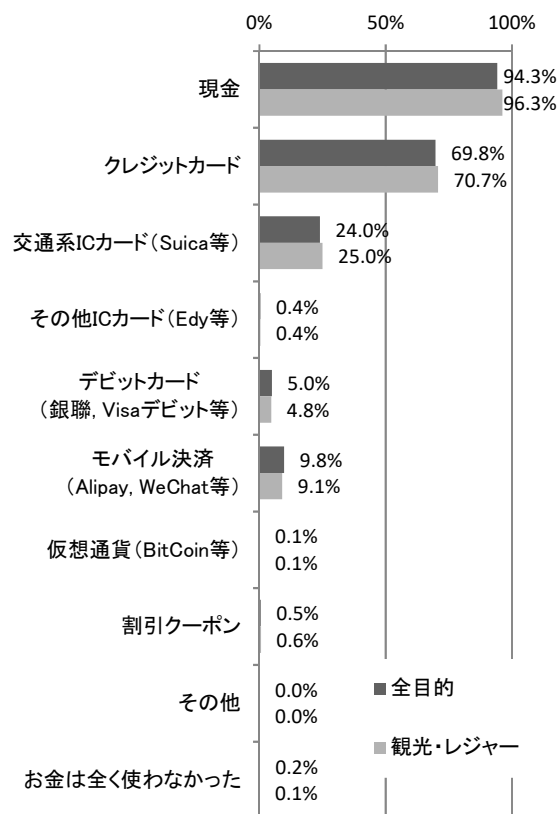
### (4) 利用した決済方法

- 利用した決済方法は「現金」(94.3%)の選択率が最も高く、次いで「クレジットカード」(69.8%)、「交通系ICカード」(24.0%)、「モバイル決済」(9.8%)、「デビットカード」(5.0%)の順で高くなっている(図表3-4)。

図表 3-3 買物場所  
(全国籍・地域、複数回答)



図表 3-4 利用した決済方法  
(全国籍・地域、複数回答)



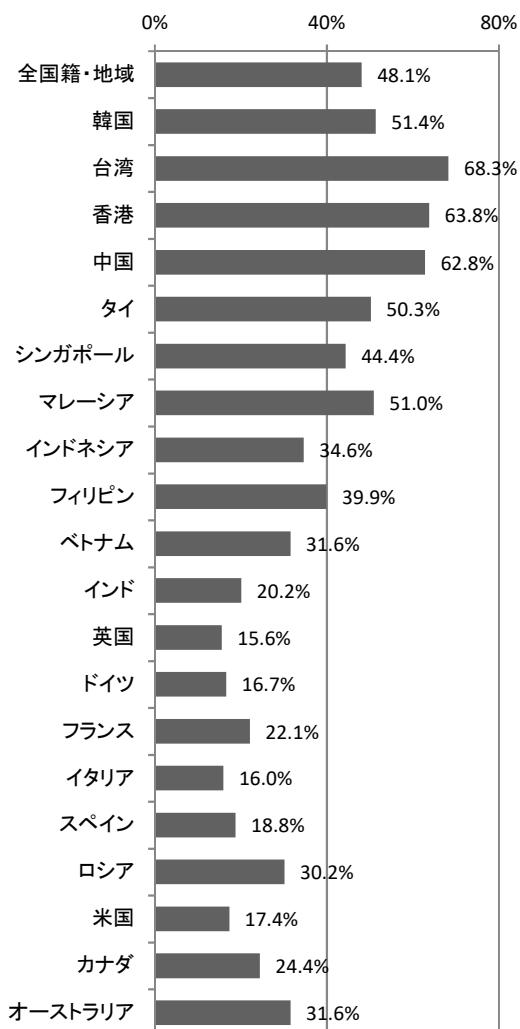
注) 新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、2023年1-3月期はB1地域調査を中止した。そのため、B1地域調査から得られる上記の図表中の数値は、2023年4-12月期の集計結果であることに留意が必要である。

注) 新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、2023年1-3月期はB1地域調査を中止した。そのため、B1地域調査から得られる上記の図表中の数値は、2023年4-12月期の集計結果であることに留意が必要である。

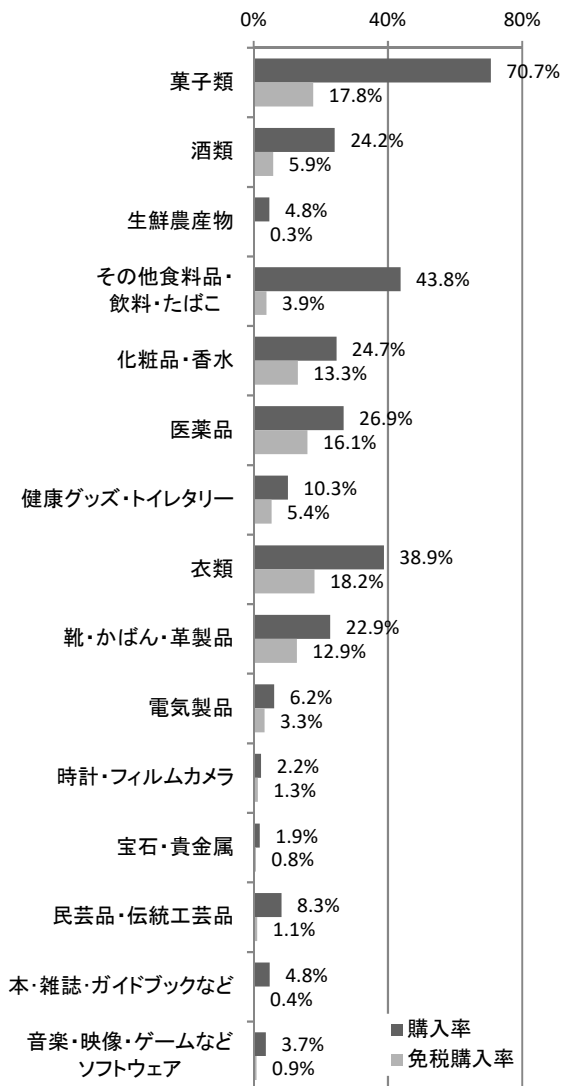
(5) 消費税免税手続きの実施状況

- 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 48.1%である (図表 3-5)。
- 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、英国やドイツ、イタリア、スペイン、米国では 2 割未満と他の国籍・地域に比べて低い。
- 買物代の費目別に、消費税免税手続きをして当該費目を購入した人の割合 (費目別の免税購入率、分母は一般客全体) をみると、「衣類」(18.2%) が最も高く、次いで「菓子類」(17.8%)、「医薬品」(16.1%)、「化粧品・香水」(13.3%) の順で高くなっている (図表 3-6)。

図表 3-5 消費税免税手続きの実施率 (国籍・地域別)



図表 3-6 費目別購入率と費目別の免税購入率 (全国籍・地域、複数回答)



## 4. 満足度と再訪意向

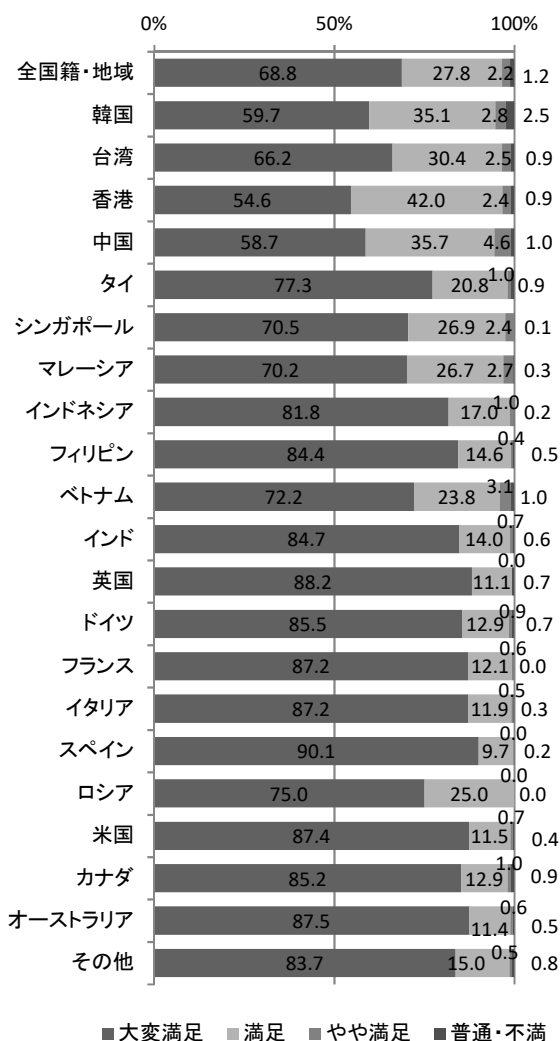
### (1) 訪日旅行全体の満足度

- 今回の訪日旅行全体の満足度は「大変満足」68.8%、「満足」27.8%である（図表 4-1）。
- 国籍・地域別では、インドネシアやフィリピン、インド、英国、ドイツ、フランス、イタリア、スペイン、米国、カナダ、オーストラリアで「大変満足」の割合が8割超と高い。

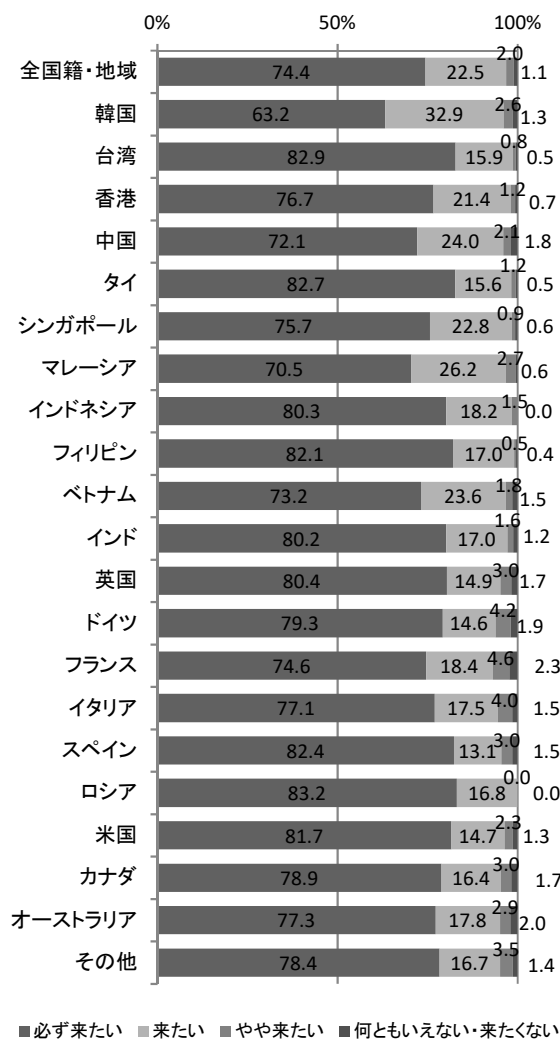
### (2) 日本への再訪意向

- 日本への再訪意向では、「必ず来たい」が74.4%、「来たい」が22.5%である（図表 4-2）。
- 国籍・地域別では、台湾やタイ、インドネシア、フィリピン、インド、英国、スペイン、ロシア、米国で「必ず来たい」の割合が8割以上と高い。

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

- 最も満足した購入商品を見ると、「菓子類」(20.5%)、「衣類」(16.7%)、「靴・かばん・革製品」(9.6%)の順で高い(図表4-3)。
- 満足した理由をみると、「菓子類」では「美味しい」に加え「お土産に良い・頼まれた」とする回答が多くみられた。また、「衣類」では「品質が良い」や「デザインが良い・かわいい」とする回答が多くみられた。

(4) 最も満足した飲食

- 最も満足した飲食を見ると、「肉料理」(30.2%)、「ラーメン」(19.1%)、「寿司」(15.0%)の順で高い(図表4-4)。
- 満足した理由をみると、「美味しい」「食材が新鮮」に加え、「寿司」「ラーメン」では「伝統的・日本独特」とする回答も多くみられた。

図表 4-3 最も満足した購入商品とその理由 (全国籍・地域)

商品区分	【自由記入による単一回答】 「最も満足した購入商品」	【満足した理由】(複数回答)													
		美味しい	品質が良い	自国で入手が難しい	価格が手頃・自国より安い	日本製	伝統的・日本独特	好きなブランド・商品である	デザインが良い・かわいい	人気がある・有名	お土産に良い・頼まれた	便利だから	その他	不明	
菓子類	20.5	78.7	26.4	16.1	12.6	21.1	8.7	9.3	6.9	18.3	31.3	1.4	0.1	0.0	
酒類	5.4	56.7	30.3	27.0	33.7	29.4	16.0	16.7	2.4	16.2	18.2	0.7	0.1	0.0	
生鮮農産物	1.0	90.2	56.4	16.2	23.6	25.4	6.0	1.5	2.9	5.1	6.2	1.9	0.7	0.0	
その他食料品・飲料・たばこ	5.8	74.8	35.4	25.0	18.5	24.2	16.3	7.7	3.7	10.9	15.2	4.2	0.6	0.0	
化粧品・香水	6.5	0.0	66.0	13.3	40.1	32.7	3.1	25.1	7.4	15.2	9.9	1.7	0.3	0.0	
医薬品	5.8	0.0	65.7	19.8	32.2	33.8	2.6	6.2	0.8	20.2	14.2	4.8	0.2	0.0	
健康グッズ・トイレットリー	0.5	0.0	63.6	21.0	31.4	16.8	8.8	9.4	8.6	15.0	9.2	19.2	1.0	0.0	
衣類	16.7	0.0	53.8	16.1	39.8	20.0	9.3	22.1	48.6	11.4	4.9	2.6	0.5	0.0	
靴・かばん・革製品	9.6	0.0	46.3	13.7	46.3	14.3	2.5	35.2	38.4	11.0	2.9	3.7	0.4	0.0	
電気製品	2.6	0.0	65.6	13.3	41.5	37.2	1.6	18.1	11.9	10.3	3.5	7.0	0.4	0.0	
時計・フィルムカメラ	1.3	0.0	57.3	10.8	36.0	48.4	2.6	23.4	31.5	8.5	6.5	3.0	0.1	0.0	
宝石・貴金属	0.6	0.0	36.9	12.9	34.6	27.4	8.7	18.9	50.8	6.3	6.7	0.0	0.0	0.0	
民芸品・伝統工芸品	3.2	0.0	32.8	29.2	9.5	47.1	59.7	4.9	45.5	7.2	19.2	1.5	1.3	0.0	
本・雑誌・ガイドブックなど	1.0	0.0	19.7	47.9	19.3	23.7	19.7	13.0	19.2	18.2	12.3	6.5	1.6	0.0	
音楽・映像・ゲームなどソフトウェア	0.6	0.0	17.0	47.3	29.4	18.3	3.8	32.5	7.8	23.7	3.1	1.5	0.3	0.0	
その他買物代	18.7	0.0	32.3	28.9	20.5	26.1	14.9	27.1	47.3	19.6	13.1	2.6	0.5	0.0	
その他	0.1	0.0	15.1	23.0	29.2	0.0	19.3	3.2	9.5	22.0	1.5	36.1	0.0	0.0	
全体	100.0	24.5	41.7	20.2	27.8	25.0	10.9	18.8	25.7	15.2	14.4	2.7	0.4	0.0	

注) 新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、2023年1-3月期はB1地域調査を中止した。そのため、B1地域調査から得られる上記の図表中の数値は、2023年4-12月期の集計結果であることに留意が必要である。

図表 4-4 最も満足した飲食とその理由 (全国籍・地域)

飲食区分	【自由記入による単一回答】 「最も満足した飲食」	【満足した理由】(複数回答)													
		美味しい	食材が新鮮	自国で味わうことができない	価格が手頃・自国より安い	量や種類が適切	伝統的・日本独特	好きな料理・食品である	盛り付けの見た目が良い	人気がある・有名	健康に良い	店のサービスや雰囲気	その他	不明	
寿司	15.0	93.6	74.2	13.5	21.9	8.0	22.0	20.2	6.9	10.8	8.2	7.8	0.3	0.0	
ラーメン	19.1	95.2	24.7	23.5	19.7	7.8	22.4	20.6	4.0	18.0	2.3	7.6	0.4	0.0	
そば・うどん	4.9	95.3	26.2	29.0	19.5	11.3	29.0	20.0	4.5	12.1	8.7	8.9	0.2	0.0	
肉料理	30.2	95.6	42.9	18.8	19.3	9.1	17.0	20.9	5.0	13.4	1.9	11.2	0.3	0.0	
魚料理	9.5	93.7	67.4	18.0	19.9	7.7	19.0	20.0	8.4	11.1	7.2	8.5	0.4	0.0	
小麦粉料理	3.9	95.3	28.4	30.7	18.8	9.4	34.2	16.1	3.9	20.2	3.3	8.9	0.2	0.0	
その他日本料理	6.2	93.5	40.6	26.4	16.7	12.0	34.3	14.8	14.6	9.9	7.4	11.1	0.6	0.0	
外国の料理	0.6	93.7	19.7	12.8	20.6	11.2	4.5	19.5	6.8	7.0	4.5	18.7	2.0	0.0	
その他料理	4.6	92.8	29.9	20.2	16.4	11.0	16.4	16.3	8.5	10.1	4.1	9.1	0.8	0.0	
菓子類	2.7	95.8	20.7	25.7	15.6	5.0	20.1	12.3	7.7	13.8	2.2	4.4	1.1	0.0	
果物	0.4	96.8	57.5	19.5	24.4	2.3	6.8	10.7	1.3	4.4	3.0	2.6	0.5	0.0	
酒	1.1	91.8	32.3	34.5	33.3	6.2	32.5	9.5	1.3	28.3	3.4	9.0	0.9	0.0	
その他食料品・飲料	1.8	89.6	28.5	25.4	15.9	3.6	23.4	11.2	3.8	12.8	17.0	5.1	0.0	0.0	
全体	100.0	94.6	43.3	20.8	19.5	8.7	21.5	19.2	6.1	13.6	4.6	9.1	0.4	0.0	

注) 新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、2023年1-3月期はB1地域調査を中止した。そのため、B1地域調査から得られる上記の図表中の数値は、2023年4-12月期の集計結果であることに留意が必要である。

## 5. 役に立った旅行情報

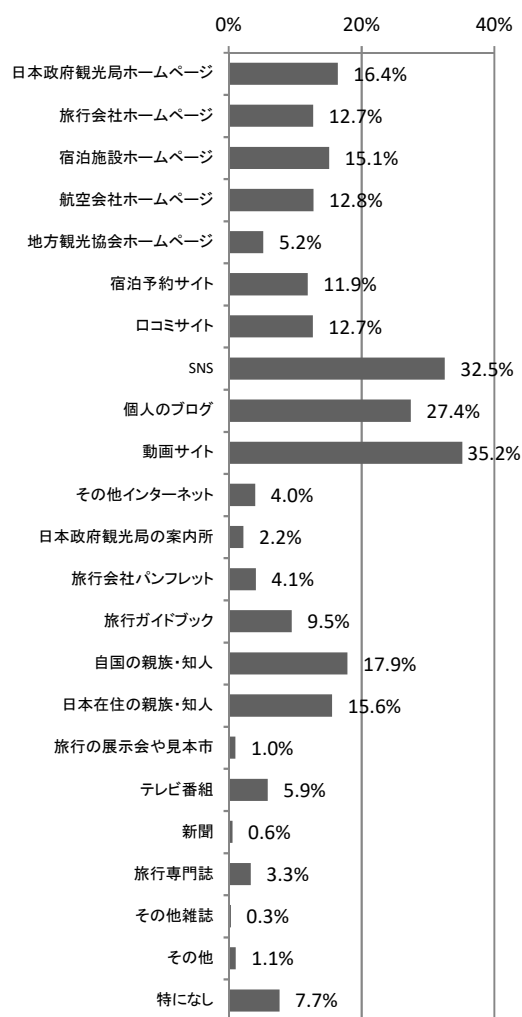
### (1) 出発前に得た旅行情報源

- 出発前に得た旅行情報源で役に立ったものは、「動画サイト」(35.2%)、「SNS」(32.5%)、「個人のブログ」(27.4%)の順が多い(図表 5-1)。
- 「日本政府観光局ホームページ」の選択率は16.4%、「日本政府観光局の案内所」の選択率は2.2%であった。

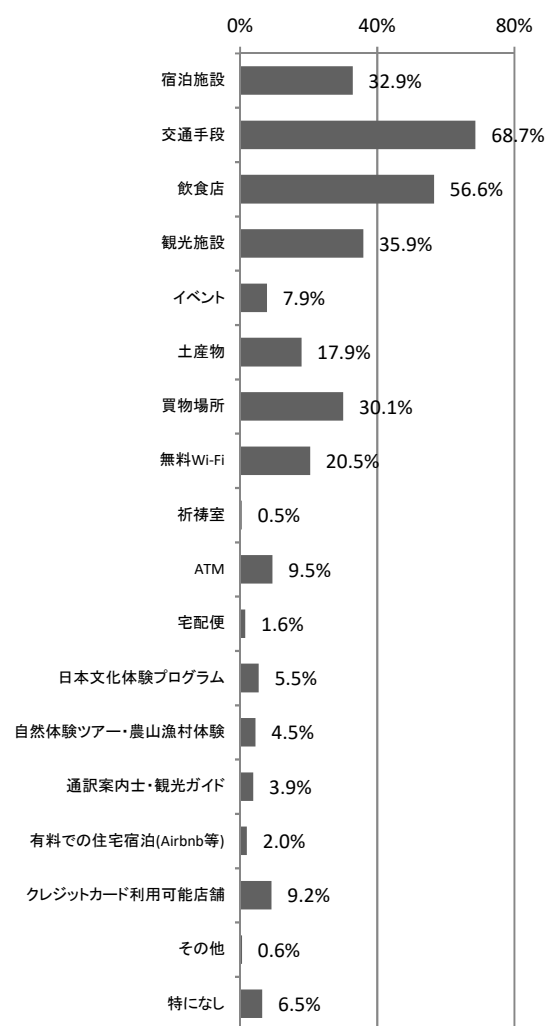
### (2) 日本滞在中に得た旅行情報

- 日本滞在中に得た旅行情報で役に立ったものでは、「交通手段」が68.7%と最も多い。次いで「飲食店」(56.6%)、「観光施設」(35.9%)、「宿泊施設」(32.9%)、「買物場所」(30.1%)の順が多い(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で役に立ったもの  
(全国籍・地域、複数回答)

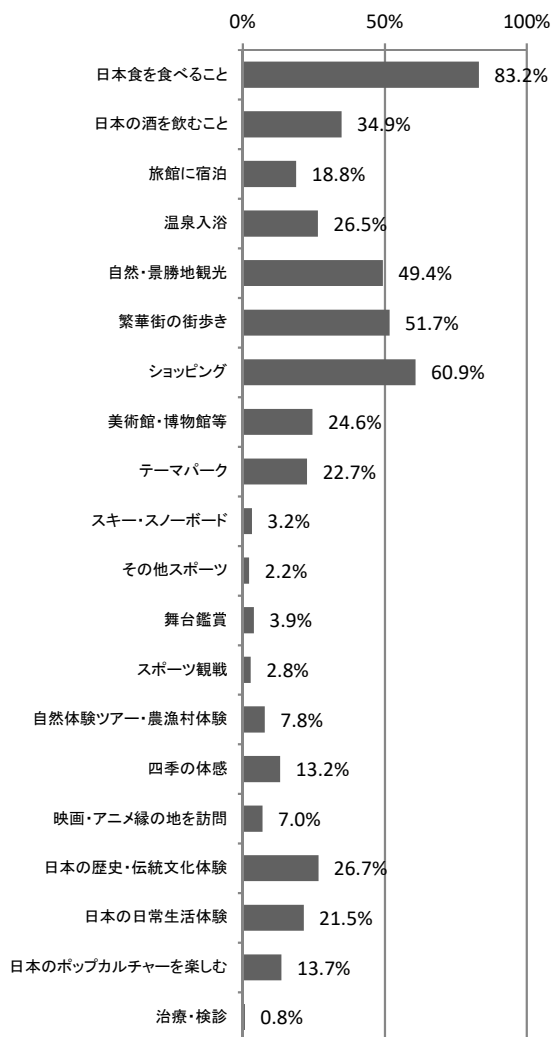


## 6. 日本滞在中の行動

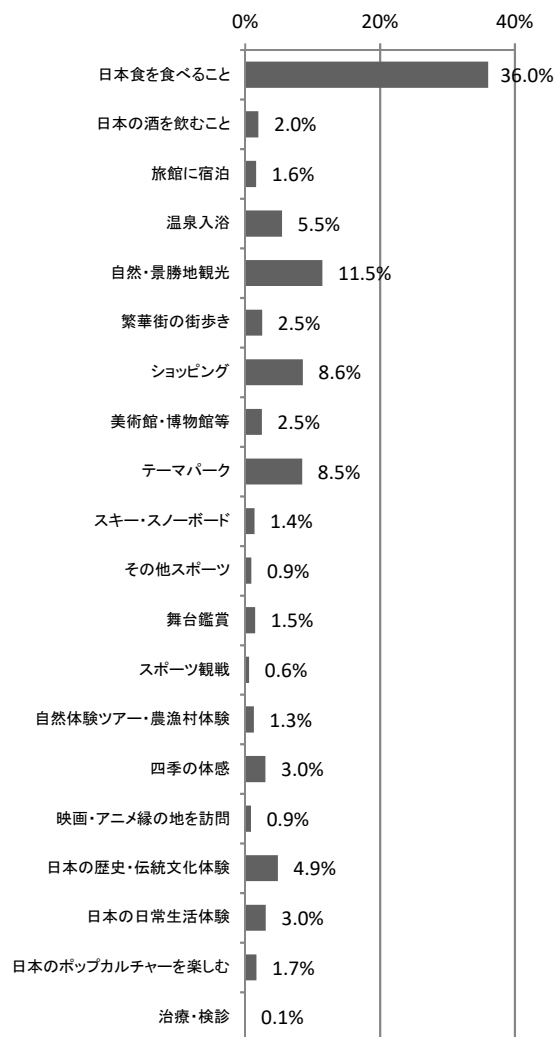
### (1) 訪日前に期待していたこと

- 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83.2%と最も多かった。次いで「ショッピング」(60.9%)、「繁華街の街歩き」(51.7%)、「自然・景勝地観光」(49.4%)、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」(36.0%)、「自然・景勝地観光」(11.5%)、「ショッピング」(8.6%)、「テーマパーク」(8.5%)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)



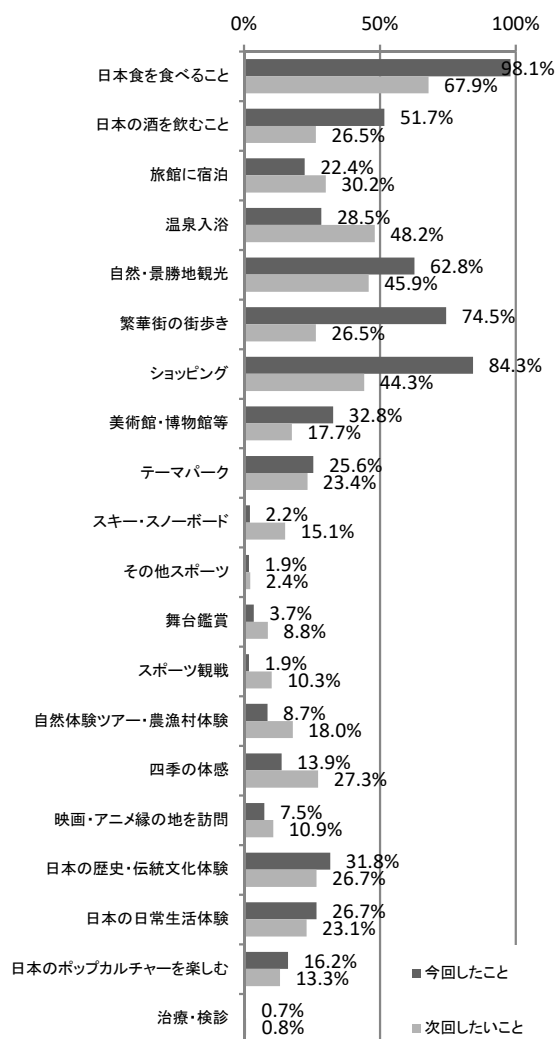
(2) 今回したことと次回したいこと

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

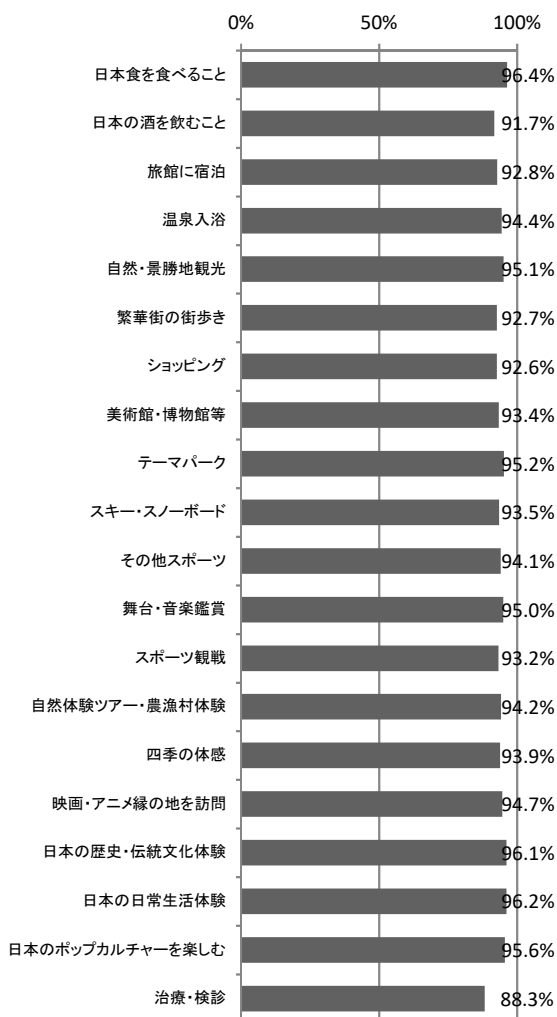
(3) 今回したことへの満足度

- 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「日本食を食べること」（96.4%）、「日本の日常生活体験」（96.2%）、「日本の歴史・伝統文化体験」（96.1%）、「日本のポップカルチャーを楽しむ」（95.6%）、「テーマパーク」（95.2%）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）



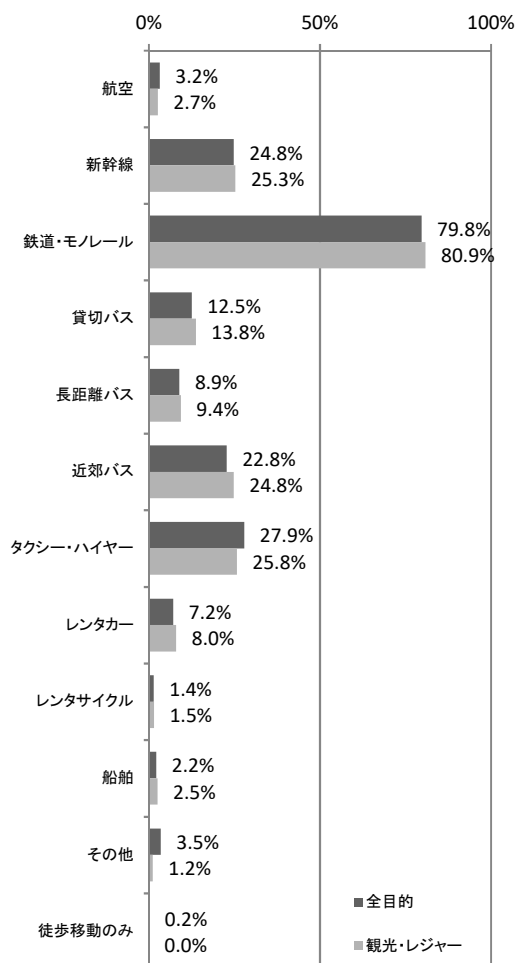
図表 6-4 今回した人のうち満足した人の割合  
（全国籍・地域、複数回答）



(4) 利用した交通手段

- 利用した交通手段は「鉄道・モノレール」(79.8%)が圧倒的に多く、次いで「タクシー・ハイヤー」(27.9%)、「新幹線」(24.8%)、「近郊バス」(22.8%)、「貸切バス」(12.5%)、の順で高い(図表6-5)。

図表 6-5 利用した交通手段  
(全国籍・地域、複数回答)



注) 新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、2023年1-3月期はB1地域調査を中止した。そのため、B1地域調査から得られる上記の図表中の数値は、2023年4-12月期の集計結果であることに留意が必要である。



## Ⅱ 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

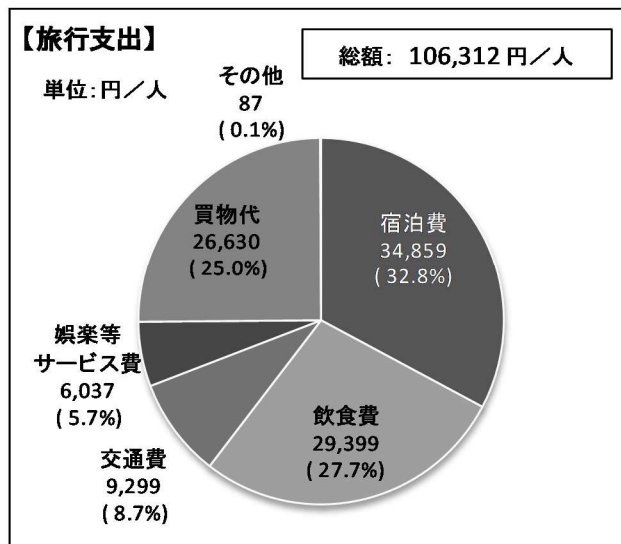
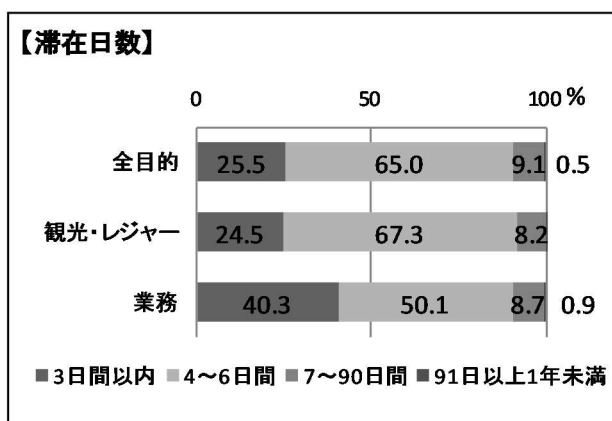
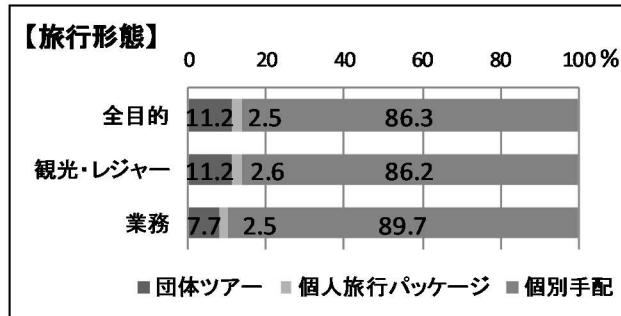
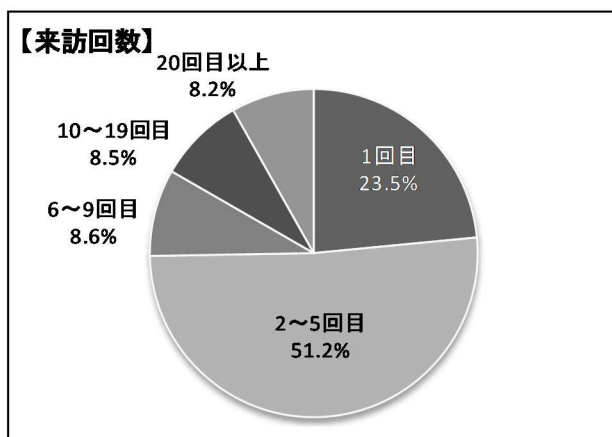
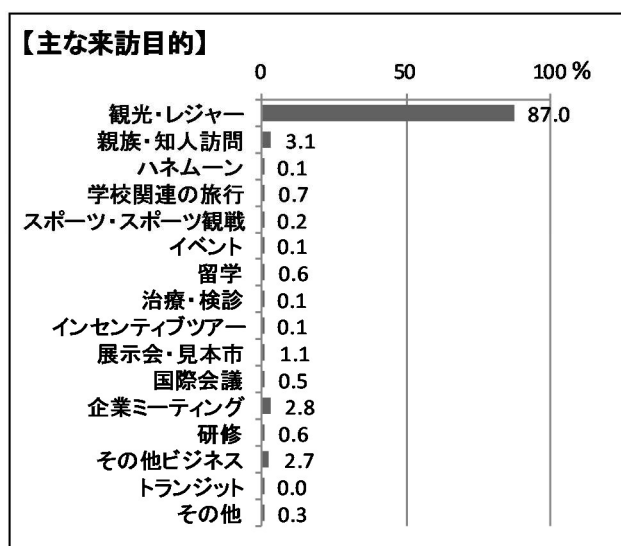
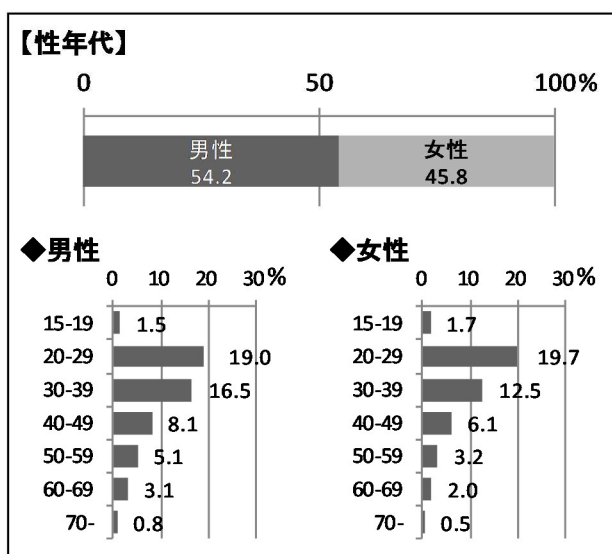
注) Ⅱ編は一般客の調査結果をとりまとめたものであり、クルーズ客は含まれない点に留意されたい。

## ① 韓国

◆一般客1人当たり旅行支出 **106,312** 円/人 (2019年比 +39.6 %)

◆一般客の平均泊数 **4.7** 泊

### ● 客層と旅行内容 ●



## ● 客層別にみる旅行支出 ●

(円/人)

客層	費目 旅行支出 (総額)	費目別支出 (カッコ内は構成比)					
		宿泊費	飲食費	交通費	娯楽等 サービス費	買物代	その他
韓国 全体	106,312 (100.0%)	34,859 (32.8%)	29,399 (27.7%)	9,299 (8.7%)	6,037 (5.7%)	26,630 (25.0%)	87 (0.1%)
[滞在日数]							
90日以内	101,608 (100.0%)	33,235 (32.7%)	28,027 (27.6%)	9,059 (8.9%)	5,527 (5.4%)	25,672 (25.3%)	88 (0.1%)
[来訪目的]							
観光・レジャー	101,110 (100.0%)	32,415 (32.1%)	27,726 (27.4%)	8,858 (8.8%)	5,630 (5.6%)	26,388 (26.1%)	93 (0.1%)
初めて	93,754 (100.0%)	30,487 (32.5%)	26,909 (28.7%)	7,613 (8.1%)	5,923 (6.3%)	22,801 (24.3%)	21 (0.0%)
2回目以上	103,583 (100.0%)	33,063 (31.9%)	28,001 (27.0%)	9,276 (9.0%)	5,532 (5.3%)	27,594 (26.6%)	118 (0.1%)
業務	129,859 (100.0%)	52,441 (40.4%)	37,893 (29.2%)	12,459 (9.6%)	4,751 (3.7%)	22,254 (17.1%)	62 (0.0%)

注) 上表の「旅行支出」には、パッケージツアー参加費に含まれる宿泊費や飲食費、交通費などが含まれる。

## ● 買い物ランキング ●

◆購入した費目◆ (複数回答)				◆満足した購入商品◆ (単一回答)		
購入率 順位	費目	購入率 (%)	購入者単価 (円)	順位	商品小区分	回答率 (%)
1位	菓子類	83.1	7,016	1位	菓子類	24.0
2位	その他食料品・飲料・たばこ	39.2	6,806	2位	衣類	13.3
3位	酒類	37.5	7,809	3位	酒類	12.5
4位	医薬品	34.8	7,783	◆買物場所◆ (複数回答)		
5位	衣類	23.4	19,738	順位	買物場所	回答率 (%)
6位	化粧品・香水	18.0	9,252	1位	コンビニエンスストア	77.6
7位	靴・かばん・革製品	10.4	24,111	2位	空港の免税店	64.4
8位	健康グッズ・トイレタリー	6.3	14,024	3位	百貨店・デパート	45.3
9位	民芸品・伝統工芸品	3.2	4,505	4位	ドラッグストア	44.9
10位	音楽・映像・ゲームなどソフトウェア	2.1	16,562	5位	ディスカウントストア	31.8

## ● 旅行情報ランキング ●

◆旅行出発前◆ (複数回答)			◆旅行出発後◆ (複数回答)		
順位	役に立った旅行情報源	回答率 (%)	順位	役に立った旅行情報	回答率 (%)
1位	個人のブログ	46.5	1位	交通手段	56.6
2位	SNS (Facebook/Twitter/微信等)	41.7	2位	飲食店	55.7
3位	動画サイト(YouTube/愛奇芸等)	38.4	3位	観光施設	29.4
4位	宿泊予約サイト	13.0	4位	宿泊施設	27.8
5位	自国の親族・知人	12.1	5位	買物場所	23.9
6位	旅行会社ホームページ	9.9	6位	無料Wi-Fi	14.7
7位	日本在住の親族・知人	8.6	7位	土産物	11.4
8位	宿泊施設ホームページ	8.2	8位	ATM	5.2
9位	口コミサイト(トリップアドバイザー等)	6.9	9位	通訳案内士・観光ガイド	3.4
10位	航空会社ホームページ	5.0	10位	イベント	3.2

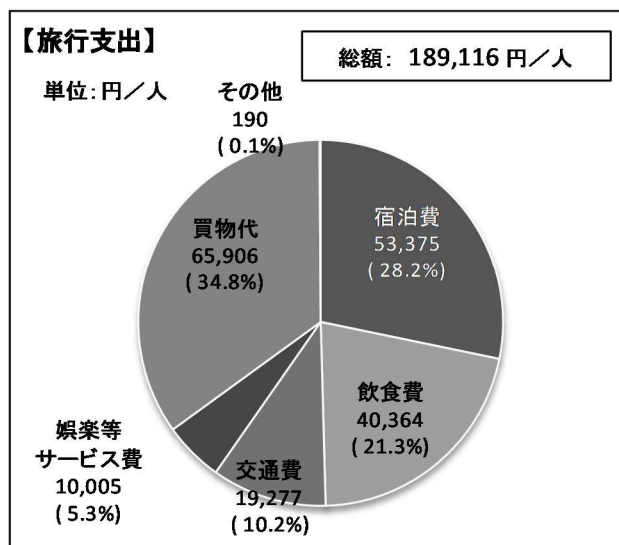
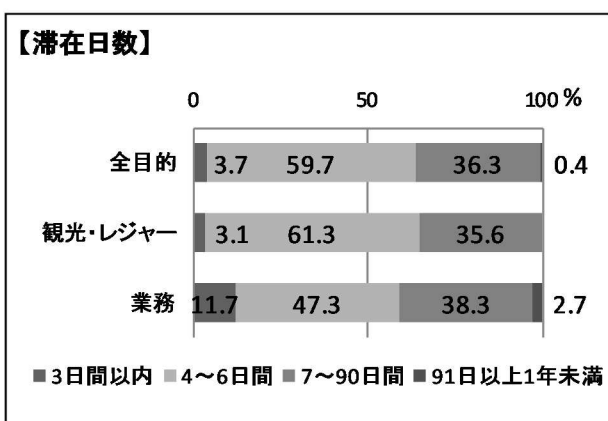
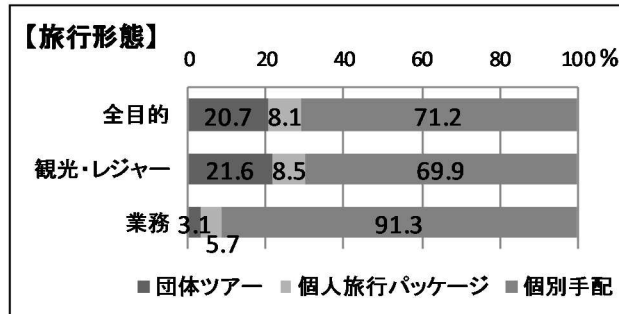
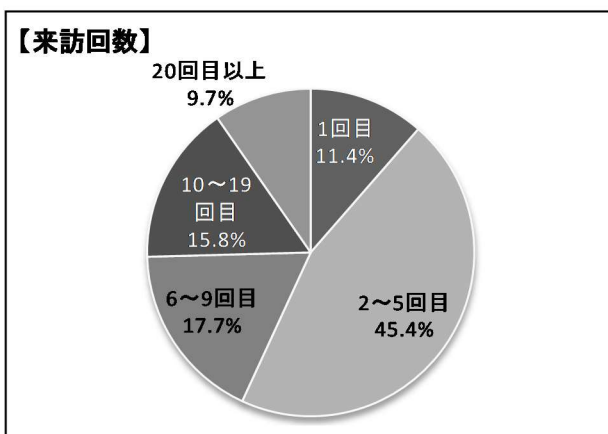
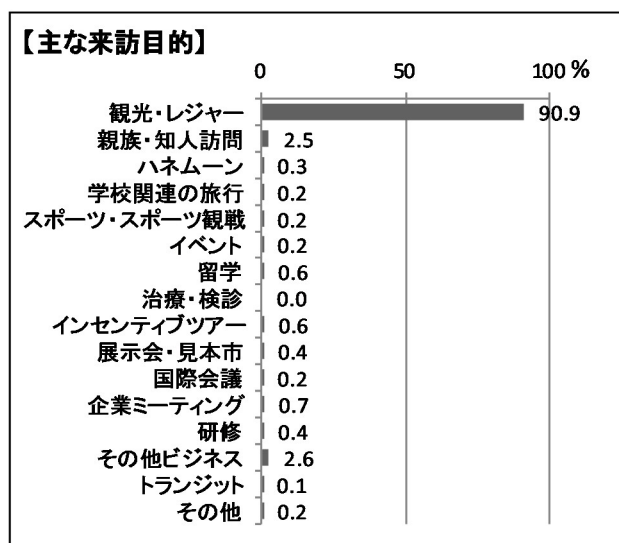
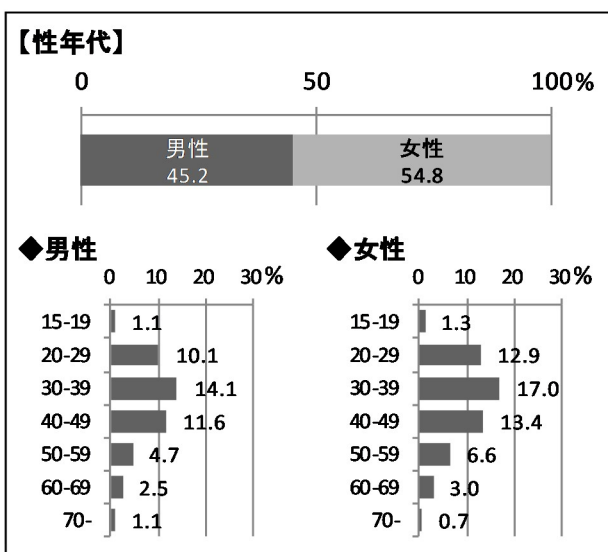
注) 新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、2023年1-3月期はB1地域調査を中止した。そのため、B1地域調査から得られる上記の図表中の「満足した購入商品」及び「買物場所」の数値は、2023年4-12月期の集計結果であることに留意が必要である。

## ② 台湾

◆一般客1人当たり旅行支出 189,116 円/人 (2019年比 +59.9%)

◆一般客の平均泊数 7.0 泊

### ● 客層と旅行内容 ●



## ● 客層別にみる旅行支出 ●

(円/人)

客層	費目 旅行支出 (総額)	費目別支出 (カッコ内は構成比)					
		宿泊費	飲食費	交通費	娯楽等 サービス費	買物代	その他
台湾 全体	189,116 (100.0%)	53,375 (28.2%)	40,364 (21.3%)	19,277 (10.2%)	10,005 (5.3%)	65,906 (34.8%)	190 (0.1%)
[滞在日数]							
90日以内	184,638 (100.0%)	51,677 (28.0%)	40,051 (21.7%)	18,785 (10.2%)	8,314 (4.5%)	65,621 (35.5%)	191 (0.1%)
[来訪目的]							
観光・レジャー	180,510 (100.0%)	50,422 (27.9%)	39,361 (21.8%)	18,403 (10.2%)	7,967 (4.4%)	64,356 (35.7%)	0 (0.0%)
初めて	158,008 (100.0%)	44,942 (28.4%)	37,458 (23.7%)	16,727 (10.6%)	8,270 (5.2%)	50,611 (32.0%)	0 (0.0%)
2回目以上	183,529 (100.0%)	51,157 (27.9%)	39,616 (21.6%)	18,628 (10.2%)	7,927 (4.3%)	66,200 (36.1%)	0 (0.0%)
業務	270,911 (100.0%)	93,696 (34.6%)	57,028 (21.1%)	30,275 (11.2%)	8,942 (3.3%)	80,970 (29.9%)	0 (0.0%)

注) 上表の「旅行支出」には、パッケージツアー参加費に含まれる宿泊費や飲食費、交通費などが含まれる。

## ● 買い物ランキング ●

◆購入した費目◆ (複数回答)				◆満足した購入商品◆ (単一回答)		
購入率 順位	費目	購入率 (%)	購入者単価 (円)	順位	商品小区分	回答率 (%)
1位	菓子類	77.9	12,799	1位	菓子類	20.3
2位	医薬品	48.2	19,190	2位	衣類	15.2
3位	衣類	42.2	22,857	3位	医薬品	10.9
4位	その他食料品・飲料・たばこ	40.7	10,058	◆買物場所◆ (複数回答)		
5位	靴・かばん・革製品	29.8	40,545	順位	買物場所	回答率 (%)
6位	化粧品・香水	29.2	16,979	1位	ドラッグストア	84.1
7位	健康グッズ・トイレットリー	24.5	18,418	2位	コンビニエンスストア	81.2
8位	酒類	16.1	10,871	3位	空港の免税店	70.2
9位	電気製品(デジタルカメラ/PC/家電等)	11.4	28,477	4位	百貨店・デパート	61.2
10位	生鮮農産物	9.5	7,212	5位	スーパーマーケット	60.4

## ● 旅行情報ランキング ●

◆旅行出発前◆ (複数回答)			◆旅行出発後◆ (複数回答)		
順位	役に立った 旅行情報源	回答率 (%)	順位	役に立った 旅行情報	回答率 (%)
1位	動画サイト(YouTube/愛奇芸等)	40.6	1位	交通手段	71.7
2位	個人のブログ	32.0	2位	飲食店	48.6
3位	SNS (Facebook/Twitter/微信等)	28.0	3位	観光施設	43.7
4位	日本政府観光局ホームページ	22.1	4位	宿泊施設	41.6
5位	宿泊施設ホームページ	18.9	5位	買物場所	28.7
6位	旅行会社ホームページ	18.4	6位	土産物	25.0
7位	航空会社ホームページ	15.6	7位	無料Wi-Fi	19.5
8位	自国の親族・知人	14.7	8位	クレジットカード利用可能店舗	8.9
9位	テレビ番組	13.4	9位	イベント	8.3
10位	宿泊予約サイト	13.0	10位	通訳案内士・観光ガイド	7.9

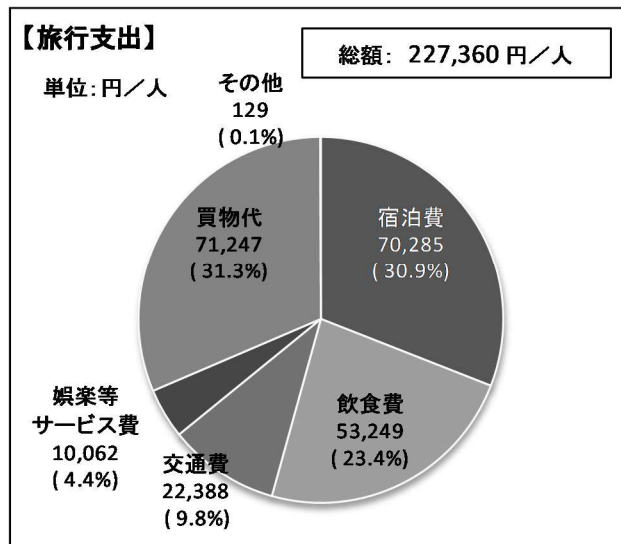
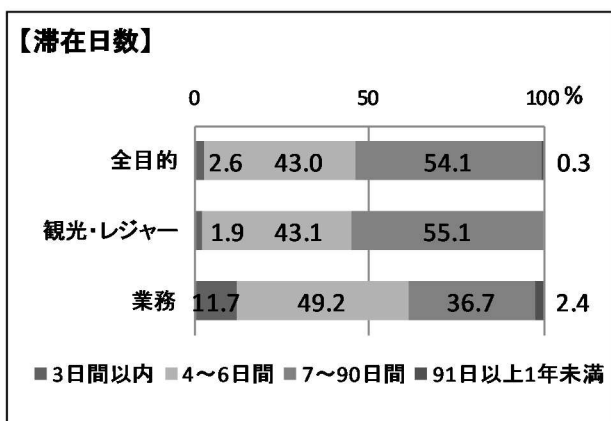
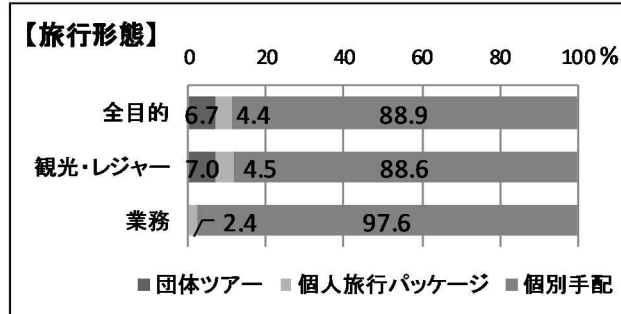
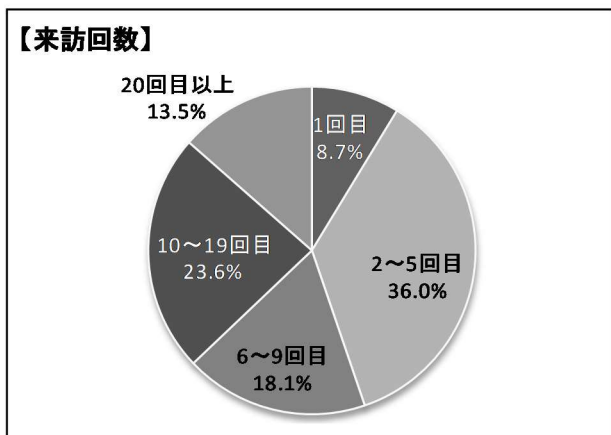
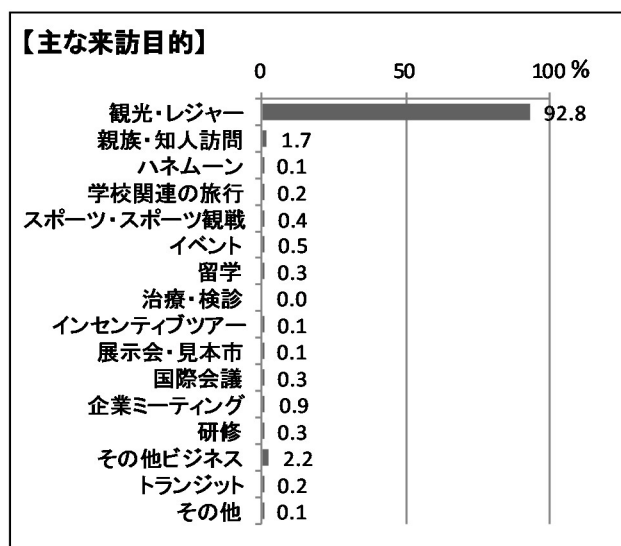
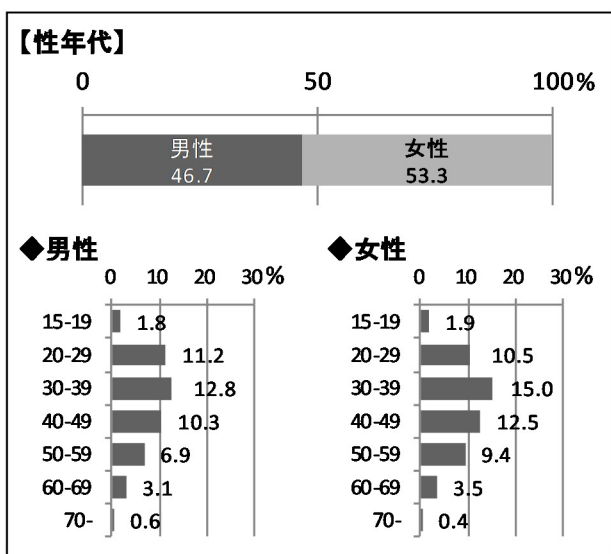
注) 新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、2023年1-3月期はB1地域調査を中止した。そのため、B1地域調査から得られる上記の図表中の「満足した購入商品」及び「買物場所」の数値は、2023年4-12月期の集計結果であることに留意が必要である。

### ③ 香港

◆一般客1人当たり旅行支出 227,360 円/人 (2019年比 +45.8 %)

◆一般客の平均泊数 7.2 泊

#### ● 客層と旅行内容 ●



## ● 客層別に見る旅行支出 ●

(円/人)

客層	費目 旅行支出 (総額)	費目別支出 (カッコ内は構成比)					
		宿泊費	飲食費	交通費	娯楽等 サービス費	買物代	その他
香港 全体	227,360 (100.0%)	70,285 (30.9%)	53,249 (23.4%)	22,388 (9.8%)	10,062 (4.4%)	71,247 (31.3%)	129 (0.1%)
[滞在日数]							
90日以内	223,635 (100.0%)	69,169 (30.9%)	52,736 (23.6%)	22,195 (9.9%)	8,796 (3.9%)	70,610 (31.6%)	129 (0.1%)
[来訪目的]							
観光・レジャー	223,875 (100.0%)	69,434 (31.0%)	53,085 (23.7%)	22,390 (10.0%)	9,090 (4.1%)	69,735 (31.1%)	139 (0.1%)
初めて	189,224 (100.0%)	57,978 (30.6%)	49,346 (26.1%)	18,702 (9.9%)	10,113 (5.3%)	53,082 (28.1%)	3 (0.0%)
2回目以上	227,075 (100.0%)	70,492 (31.0%)	53,431 (23.5%)	22,731 (10.0%)	8,996 (4.0%)	71,274 (31.4%)	152 (0.1%)
業務	245,783 (100.0%)	89,166 (36.3%)	45,840 (18.7%)	18,794 (7.6%)	1,892 (0.8%)	90,092 (36.7%)	0 (0.0%)

注) 上表の「旅行支出」には、パッケージツアー参加費に含まれる宿泊費や飲食費、交通費などが含まれる。

## ● 買い物ランキング ●

◆購入した費目◆ (複数回答)			◆満足した購入商品◆ (単一回答)			
購入率 順位	費目	購入率 (%)	購入者単価 (円)	順位	商品小区分	回答率 (%)
1位	菓子類	70.3	14,143	1位	衣類	21.7
2位	衣類	52.8	30,424	2位	菓子類	18.7
3位	その他食料品・飲料・たばこ	38.5	11,430	3位	靴・かばん・革製品	14.7
4位	靴・かばん・革製品	37.1	44,923	◆買物場所◆ (複数回答)		
5位	医薬品	35.6	14,899	順位	買物場所	回答率 (%)
6位	化粧品・香水	34.5	20,598	1位	コンビニエンスストア	78.8
7位	健康グッズ・トイレタリー	13.8	13,355	2位	ドラッグストア	72.3
8位	酒類	13.3	14,025	3位	百貨店・デパート	67.1
9位	生鮮農産物	9.4	6,728	4位	空港の免税店	61.0
10位	民芸品・伝統工芸品	4.7	11,332	5位	スーパーマーケット	60.5

## ● 旅行情報ランキング ●

◆旅行出発前◆ (複数回答)			◆旅行出発後◆ (複数回答)		
順位	役に立った 旅行情報源	回答率 (%)	順位	役に立った 旅行情報	回答率 (%)
1位	動画サイト(YouTube/愛奇芸等)	41.8	1位	交通手段	69.3
2位	SNS (Facebook/Twitter/微信等)	30.5	2位	飲食店	52.8
3位	日本政府観光局ホームページ	24.8	3位	観光施設	43.6
4位	個人のブログ	23.9	4位	宿泊施設	37.4
5位	宿泊施設ホームページ	19.1	5位	買物場所	24.4
6位	航空会社ホームページ	14.8	6位	無料Wi-Fi	18.2
7位	旅行会社ホームページ	13.4	7位	土産物	15.3
8位	口コミサイト(トリップアドバイザー等)	12.1	8位	イベント	7.8
9位	宿泊予約サイト	11.9	9位	クレジットカード利用可能店舗	6.3
10位	テレビ番組	11.7	10位	ATM	5.3

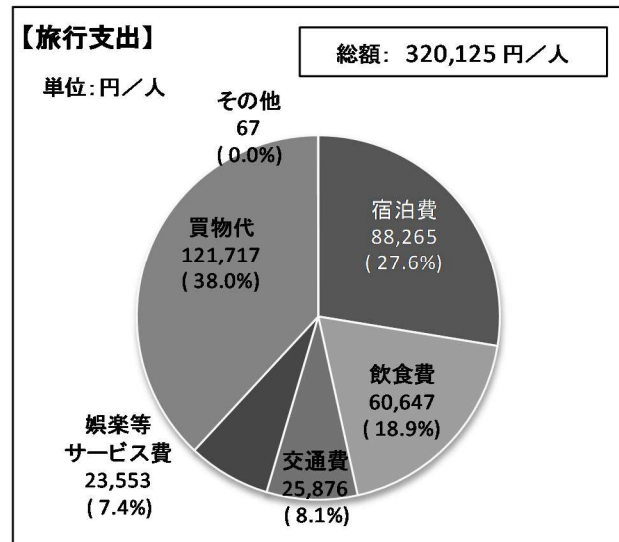
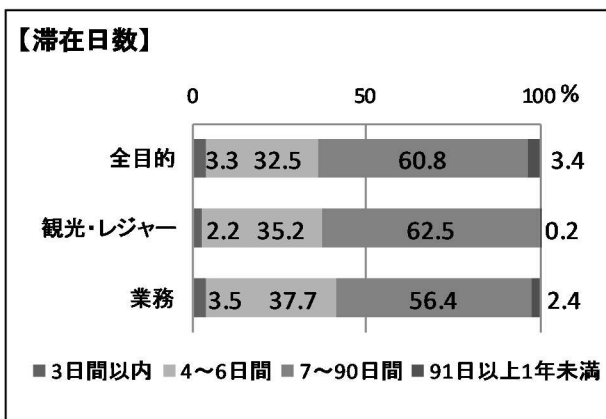
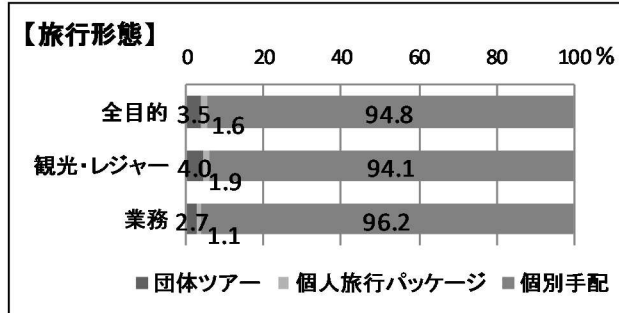
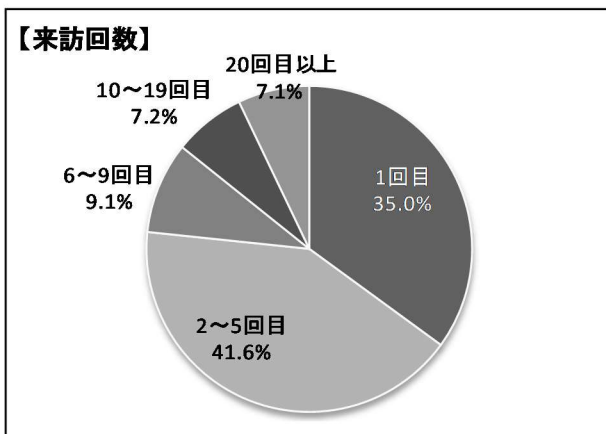
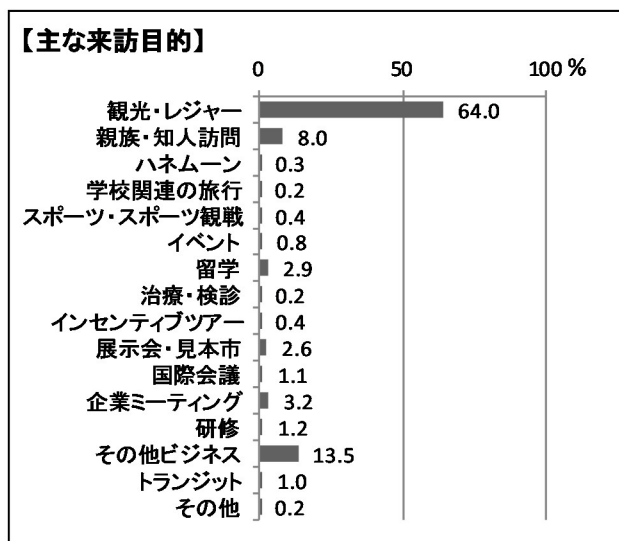
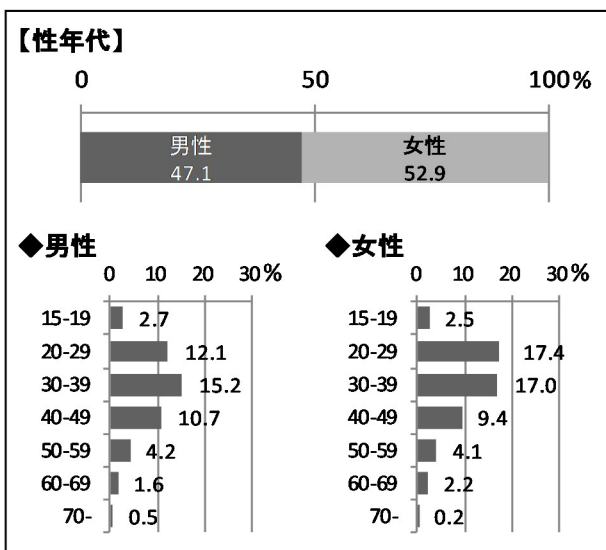
注) 新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、2023年1-3月期はB1地域調査を中止した。そのため、B1地域調査から得られる上記の図表中の「満足した購入商品」及び「買物場所」の数値は、2023年4-12月期の集計結果であることに留意が必要である。

## ④ 中国

◆一般客1人当たり旅行支出 **320,125** 円/人 (2019年比 +50.4 %)

◆一般客の平均泊数 **16.2** 泊

### ● 客層と旅行内容 ●





## ● 客層別にみる旅行支出 ●

(円/人)

客層	費目 旅行支出 (総額)	費目別支出 (カッコ内は構成比)					
		宿泊費	飲食費	交通費	娯楽等 サービス費	買物代	その他
中国 全体	320,125 (100.0%)	88,265 (27.6%)	60,647 (18.9%)	25,876 (8.1%)	23,553 (7.4%)	121,717 (38.0%)	67 (0.0%)
[滞在日数]							
90日以内	286,746 (100.0%)	78,864 (27.5%)	53,393 (18.6%)	24,356 (8.5%)	10,934 (3.8%)	119,128 (41.5%)	69 (0.0%)
[来訪目的]							
観光・レジャー	285,115 (100.0%)	78,000 (27.4%)	52,273 (18.3%)	24,661 (8.6%)	9,830 (3.4%)	120,246 (42.2%)	105 (0.0%)
初めて	252,465 (100.0%)	74,271 (29.4%)	50,460 (20.0%)	25,301 (10.0%)	10,746 (4.3%)	91,687 (36.3%)	0 (0.0%)
2回目以上	305,208 (100.0%)	80,294 (26.3%)	53,388 (17.5%)	24,267 (8.0%)	9,267 (3.0%)	137,822 (45.2%)	169 (0.1%)
業務	333,798 (100.0%)	109,248 (32.7%)	65,935 (19.8%)	27,236 (8.2%)	4,726 (1.4%)	126,655 (37.9%)	0 (0.0%)

注) 上表の「旅行支出」には、パッケージツアー参加費に含まれる宿泊費や飲食費、交通費などが含まれる。

## ● 買い物ランキング ●

◆購入した費目◆ (複数回答)				◆満足した購入商品◆ (単一回答)		
購入率 順位	費目	購入率 (%)	購入者単価 (円)	順位	商品小区分	回答率 (%)
1位	菓子類	72.7	13,258	1位	菓子類	17.5
2位	化粧品・香水	52.2	44,995	2位	化粧品・香水	14.2
3位	医薬品	36.9	21,922	3位	衣類	12.5
4位	衣類	36.0	47,926	◆買物場所◆ (複数回答)		
5位	その他食料品・飲料・たばこ	34.1	15,688	順位	買物場所	回答率 (%)
6位	靴・かばん・革製品	28.2	101,933	1位	コンビニエンスストア	78.3
7位	健康グッズ・トイタリー	15.9	23,820	2位	ドラッグストア	76.4
8位	酒類	12.0	18,437	3位	空港の免税店	75.1
9位	電気製品(デジタルカメラ/PC/家電等)	10.7	50,778	4位	百貨店・デパート	64.7
10位	民芸品・伝統工芸品	5.5	15,823	5位	スーパーマーケット	49.6

## ● 旅行情報ランキング ●

◆旅行出発前◆ (複数回答)			◆旅行出発後◆ (複数回答)		
順位	役に立った 旅行情報源	回答率 (%)	順位	役に立った 旅行情報	回答率 (%)
1位	SNS (Facebook/Twitter/微信等)	41.2	1位	交通手段	70.5
2位	日本在住の親族・知人	22.6	2位	飲食店	55.1
3位	動画サイト(YouTube/愛奇芸等)	17.4	3位	宿泊施設	35.7
4位	自国の親族・知人	12.9	4位	観光施設	32.1
5位	旅行会社ホームページ	11.0	5位	買物場所	31.3
6位	日本政府観光局ホームページ	10.4	6位	無料Wi-Fi	17.6
7位	宿泊施設ホームページ	10.3	7位	土産物	16.6
8位	個人のブログ	9.6	8位	ATM	10.1
9位	航空会社ホームページ	8.5	9位	クレジットカード利用可能店舗	9.7
10位	宿泊予約サイト	7.7	10位	イベント	8.0

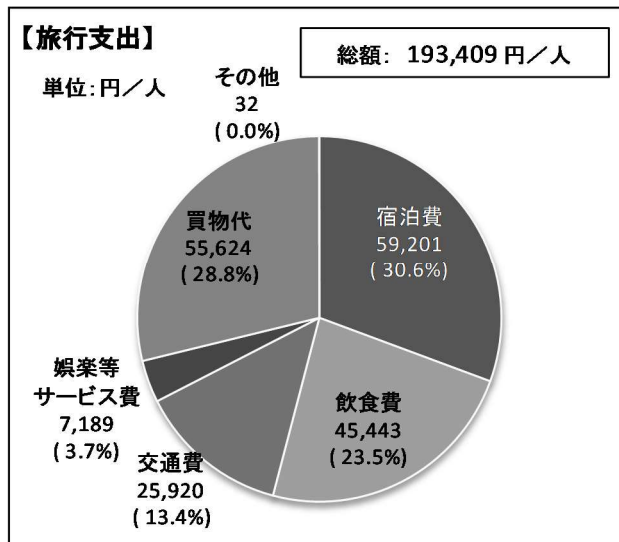
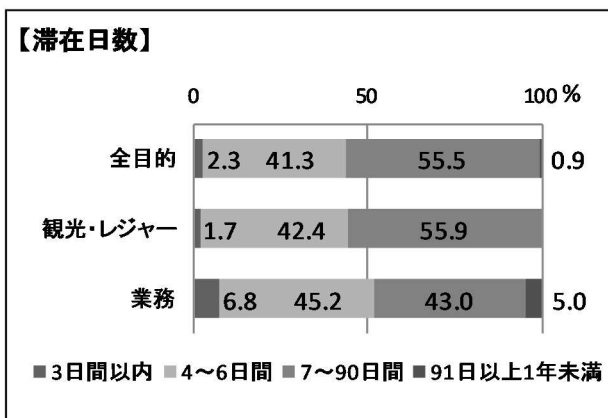
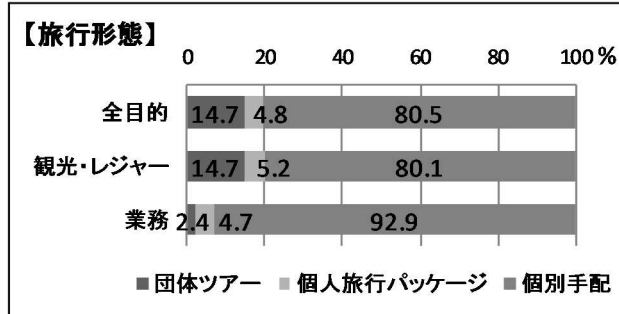
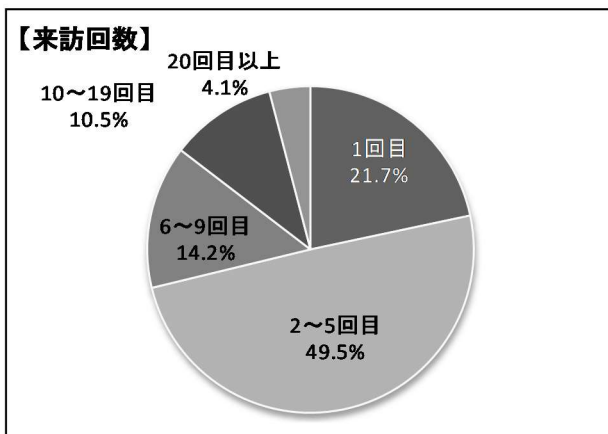
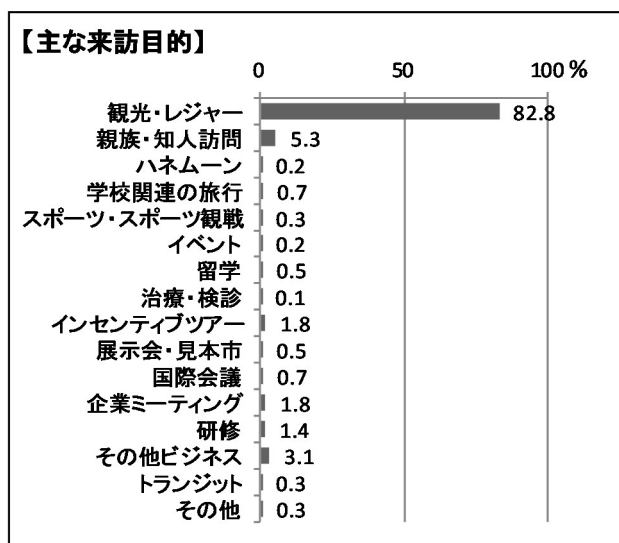
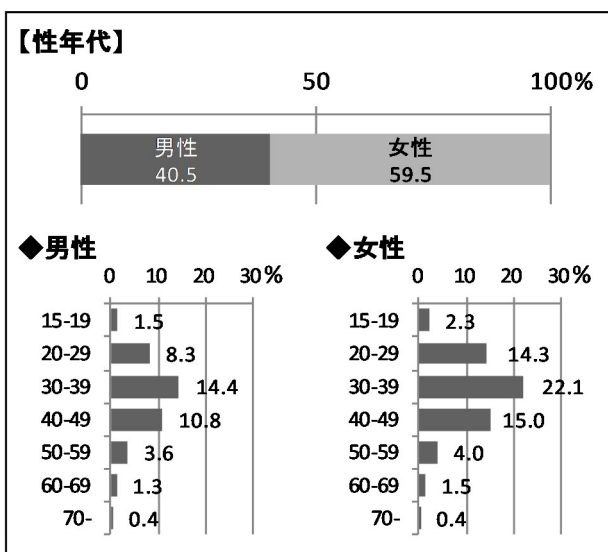
注) 新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、2023年1-3月期はB1地域調査を中止した。そのため、B1地域調査から得られる上記の図表中の「満足した購入商品」及び「買物場所」の数値は、2023年4-12月期の集計結果であることに留意が必要である。

## ⑤ タイ

◆一般客1人当たり旅行支出 193,409 円/人 (2019年比 +47.1%)

◆一般客の平均泊数 9.3 泊

### ● 客層と旅行内容 ●



## ● 客層別にみる旅行支出 ●

(円/人)

客層	費目 旅行支出 (総額)	費目別支出 (カッコ内は構成比)					
		宿泊費	飲食費	交通費	娯楽等 サービス費	買物代	その他
タイ 全体	193,409 (100.0%)	59,201 (30.6%)	45,443 (23.5%)	25,920 (13.4%)	7,189 (3.7%)	55,624 (28.8%)	32 (0.0%)
[滞在日数]							
90日以内	189,664 (100.0%)	57,840 (30.5%)	43,897 (23.1%)	25,622 (13.5%)	7,214 (3.8%)	55,057 (29.0%)	32 (0.0%)
[来訪目的]							
観光・レジャー	192,702 (100.0%)	59,844 (31.1%)	43,161 (22.4%)	27,183 (14.1%)	7,727 (4.0%)	54,748 (28.4%)	39 (0.0%)
初めて	166,288 (100.0%)	51,125 (30.7%)	39,332 (23.7%)	21,257 (12.8%)	7,878 (4.7%)	46,522 (28.0%)	173 (0.1%)
2回目以上	199,911 (100.0%)	62,223 (31.1%)	44,207 (22.1%)	28,801 (14.4%)	7,685 (3.8%)	56,994 (28.5%)	2 (0.0%)
業務	222,604 (100.0%)	74,650 (33.5%)	64,965 (29.2%)	19,264 (8.7%)	3,312 (1.5%)	60,413 (27.1%)	0 (0.0%)

注) 上表の「旅行支出」には、パッケージツアー参加費に含まれる宿泊費や飲食費、交通費などが含まれる。

## ● 買い物ランキング ●

◆購入した費目◆ (複数回答)				◆満足した購入商品◆ (単一回答)		
購入率 順位	費目	購入率 (%)	購入者単価 (円)	順位	商品小区分	回答率 (%)
1位	菓子類	83.9	17,356	1位	菓子類	36.2
2位	衣類	45.3	21,132	2位	靴・かばん・革製品	15.3
3位	その他食料品・飲料・たばこ	45.0	10,714	3位	衣類	13.2
4位	靴・かばん・革製品	42.5	29,728	◆買物場所◆ (複数回答)		
5位	化粧品・香水	31.7	19,704	順位	買物場所	回答率 (%)
6位	酒類	17.9	9,605	1位	コンビニエンスストア	74.8
7位	医薬品	9.4	11,684	2位	百貨店・デパート	72.4
8位	生鮮農産物	6.5	9,207	3位	空港の免税店	60.7
9位	健康グッズ・トイタリー	4.5	11,076	4位	スーパーマーケット	53.4
10位	電気製品(デジタルカメラ/PC/家電等)	3.7	15,231	5位	ドラッグストア	43.1

## ● 旅行情報ランキング ●

◆旅行出発前◆ (複数回答)			◆旅行出発後◆ (複数回答)		
順位	役に立った 旅行情報源	回答率 (%)	順位	役に立った 旅行情報	回答率 (%)
1位	動画サイト(YouTube/愛奇芸等)	34.9	1位	交通手段	71.1
2位	SNS (Facebook/Twitter/微信等)	33.3	2位	飲食店	52.6
3位	日本政府観光局ホームページ	22.8	3位	観光施設	47.1
4位	個人のブログ	18.5	4位	宿泊施設	39.5
5位	宿泊予約サイト	17.3	5位	買物場所	33.3
6位	宿泊施設ホームページ	15.5	6位	無料Wi-Fi	26.5
7位	旅行会社ホームページ	15.3	7位	土産物	23.4
8位	日本在住の親族・知人	14.1	8位	イベント	13.1
9位	自国の親族・知人	14.0	9位	クレジットカード利用可能店舗	8.4
10位	口コミサイト(トリップアドバイザー等)	11.8	10位	自然体験ツアー・農山漁村体験	8.2

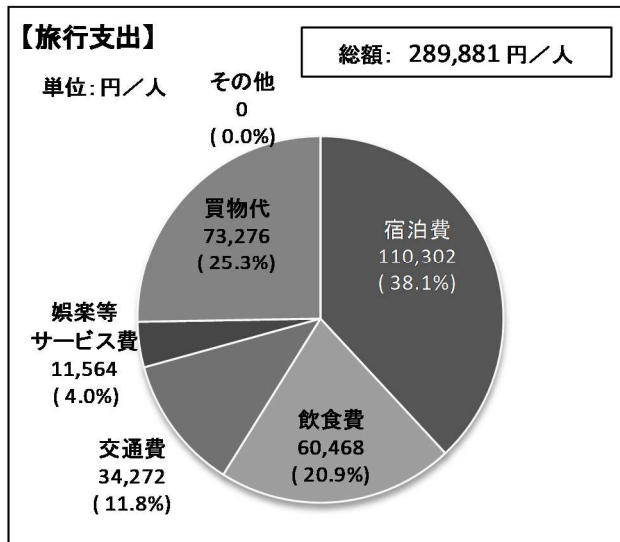
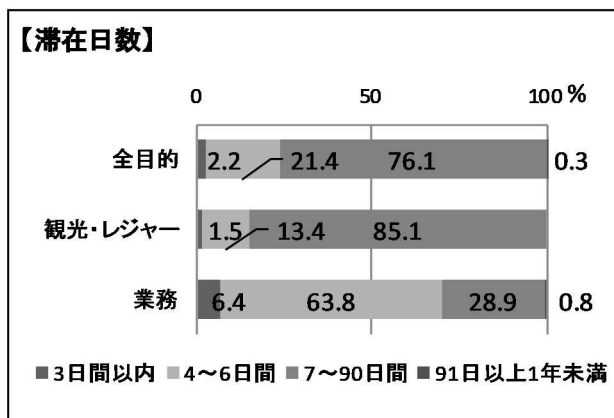
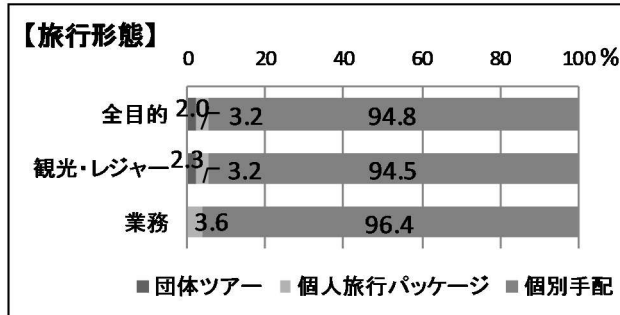
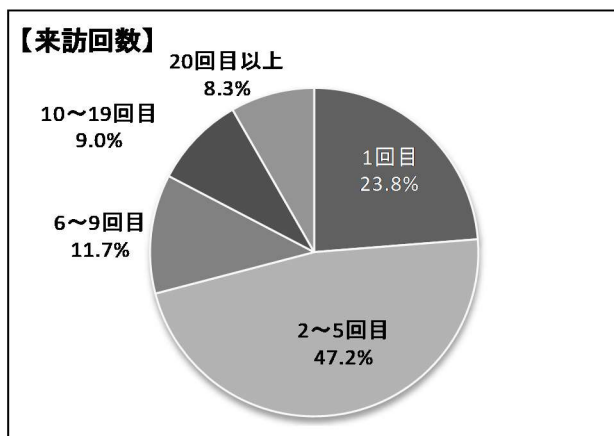
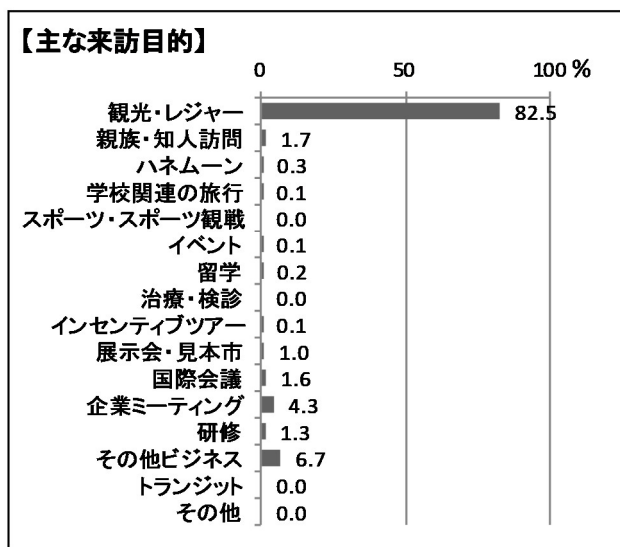
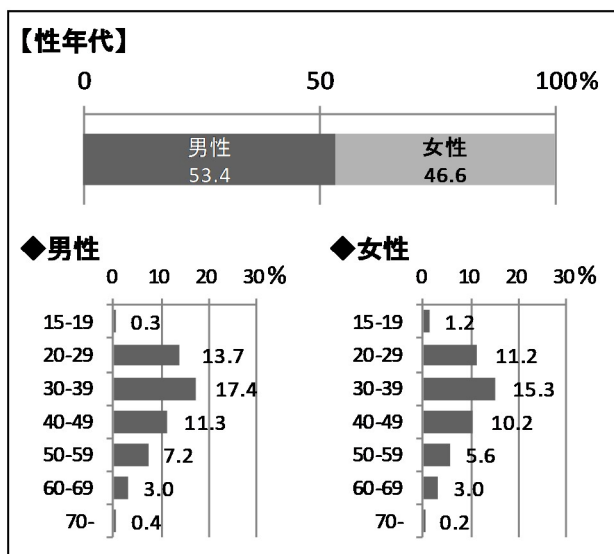
注) 新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、2023年1-3月期はB1地域調査を中止した。そのため、B1地域調査から得られる上記の図表中の「満足した購入商品」及び「買物場所」の数値は、2023年4-12月期の集計結果であることに留意が必要である。

## ⑥ シンガポール

◆一般客1人当たり旅行支出 **289,881** 円/人 (2019年比 +66.9 %)

◆一般客の平均泊数 **9.2** 泊

### ● 客層と旅行内容 ●



## ● 客層別にみる旅行支出 ●

(円/人)

客層	費目 旅行支出 (総額)	費目別支出 (カッコ内は構成比)					
		宿泊費	飲食費	交通費	娯楽等 サービス費	買物代	その他
シンガポール 全体	289,881 (100.0%)	110,302 (38.1%)	60,468 (20.9%)	34,272 (11.8%)	11,564 (4.0%)	73,276 (25.3%)	0 (0.0%)
[滞在日数]							
90日以内	287,529 (100.0%)	108,962 (37.9%)	59,727 (20.8%)	34,159 (11.9%)	11,526 (4.0%)	73,155 (25.4%)	0 (0.0%)
[来訪目的]							
観光・レジャー	299,373 (100.0%)	107,324 (35.8%)	62,686 (20.9%)	35,756 (11.9%)	13,496 (4.5%)	80,112 (26.8%)	0 (0.0%)
初めて	253,197 (100.0%)	87,638 (34.6%)	57,020 (22.5%)	27,660 (10.9%)	14,918 (5.9%)	65,960 (26.1%)	0 (0.0%)
2回目以上	315,669 (100.0%)	114,271 (36.2%)	64,685 (20.5%)	38,613 (12.2%)	12,994 (4.1%)	85,106 (27.0%)	0 (0.0%)
業務	244,002 (100.0%)	125,439 (51.4%)	50,169 (20.6%)	27,363 (11.2%)	1,563 (0.6%)	39,469 (16.2%)	0 (0.0%)

注) 上表の「旅行支出」には、パッケージツアー参加費に含まれる宿泊費や飲食費、交通費などが含まれる。

## ● 買い物ランキング ●

◆購入した費目◆ (複数回答)				◆満足した購入商品◆ (単一回答)		
購入率 順位	費目	購入率 (%)	購入者単価 (円)	順位	商品小区分	回答率 (%)
1位	菓子類	72.7	18,090	1位	菓子類	23.1
2位	衣類	49.1	30,722	2位	衣類	17.5
3位	その他食料品・飲料・たばこ	46.7	16,531	3位	靴・かばん・革製品	14.9
4位	靴・かばん・革製品	34.7	44,295	◆買物場所◆ (複数回答)		
5位	化粧品・香水	25.2	23,796	順位	買物場所	回答率 (%)
6位	酒類	17.7	8,770	1位	コンビニエンスストア	79.7
7位	健康グッズ・トイレタリー	8.9	10,384	2位	百貨店・デパート	73.0
8位	医薬品	7.1	25,035	3位	空港の免税店	63.6
9位	電気製品(デジタルカメラ/PC/家電等)	5.8	19,519	4位	スーパーマーケット	50.3
10位	民芸品・伝統工芸品	5.5	9,758	5位	ドラッグストア	47.2

## ● 旅行情報ランキング ●

◆旅行出発前◆ (複数回答)			◆旅行出発後◆ (複数回答)		
順位	役に立った 旅行情報源	回答率 (%)	順位	役に立った 旅行情報	回答率 (%)
1位	動画サイト(YouTube/愛奇芸等)	36.0	1位	交通手段	78.9
2位	SNS (Facebook/Twitter/微信等)	28.9	2位	飲食店	63.9
3位	口コミサイト(トリップアドバイザー等)	27.3	3位	買物場所	44.3
4位	自国の親族・知人	25.6	4位	観光施設	36.7
5位	日本政府観光局ホームページ	23.2	5位	宿泊施設	35.6
6位	宿泊施設ホームページ	23.0	6位	無料Wi-Fi	25.1
7位	航空会社ホームページ	21.0	7位	土産物	16.4
8位	個人のブログ	16.2	8位	クレジットカード利用可能店舗	13.3
9位	旅行ガイドブック	14.9	9位	イベント	8.8
10位	日本在住の親族・知人	12.9	10位	ATM	8.0

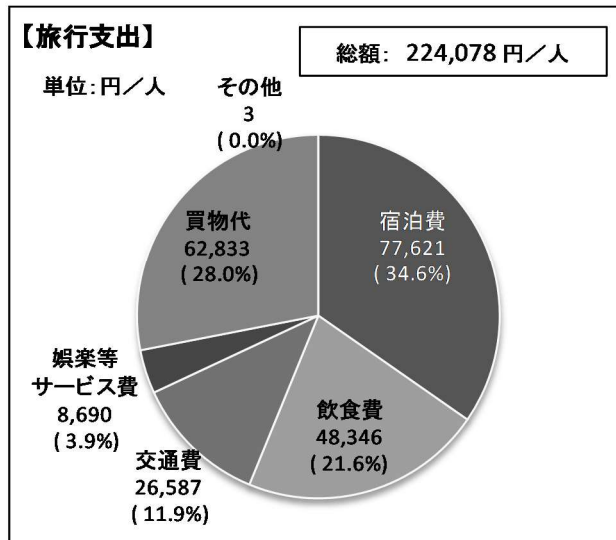
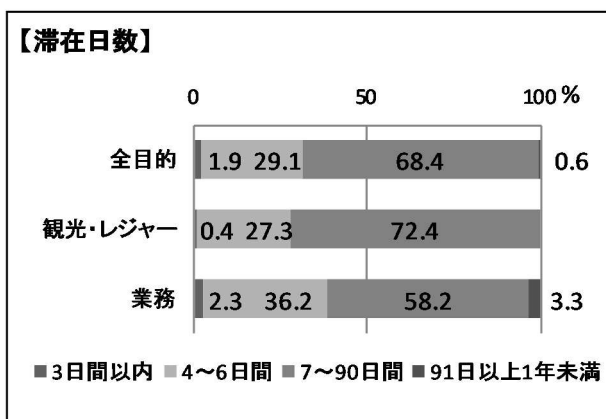
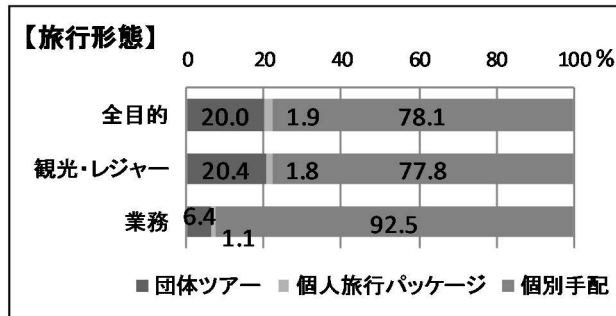
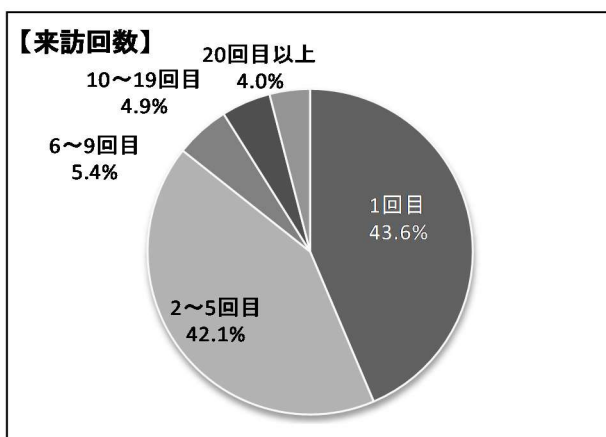
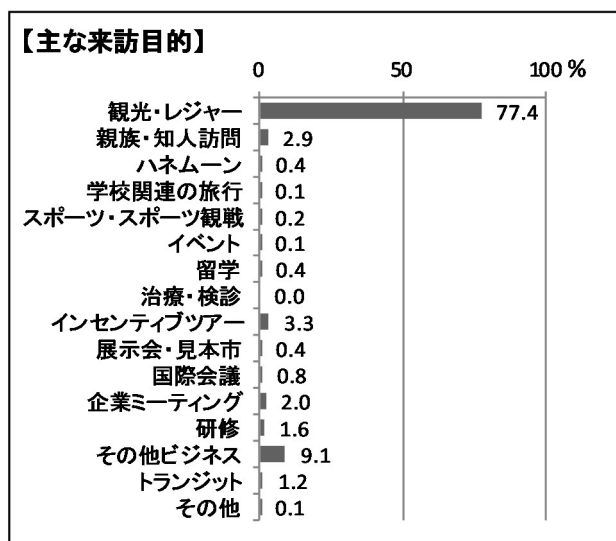
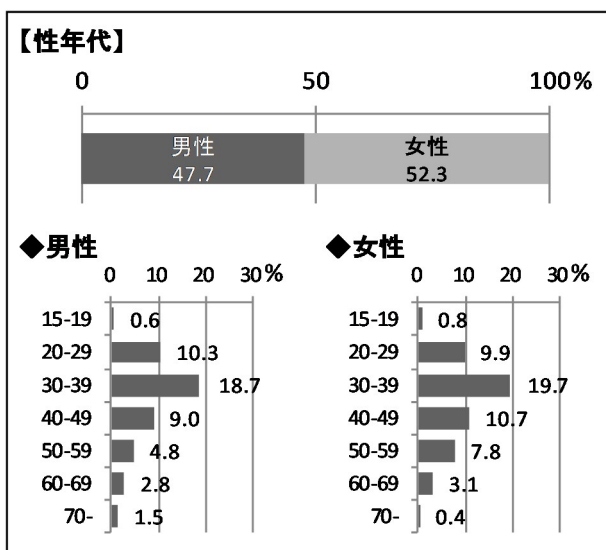
注) 新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、2023年1-3月期はB1地域調査を中止した。そのため、B1地域調査から得られる上記の図表中の「満足した購入商品」及び「買物場所」の数値は、2023年4-12月期の集計結果であることに留意が必要である。

## ⑦ マレーシア

◆一般客1人当たり旅行支出 224,078 円/人 (2019年比 +68.2 %)

◆一般客の平均泊数 9.5 泊

### ● 客層と旅行内容 ●



## ● 客層別に見る旅行支出 ●

(円/人)

客層	費目 旅行支出 (総額)	費目別支出 (カッコ内は構成比)					
		宿泊費	飲食費	交通費	娯楽等 サービス費	買物代	その他
マレーシア 全体	224,078 (100.0%)	77,621 (34.6%)	48,346 (21.6%)	26,587 (11.9%)	8,690 (3.9%)	62,833 (28.0%)	3 (0.0%)
[滞在日数]							
90日以内	220,754 (100.0%)	76,603 (34.7%)	47,406 (21.5%)	26,466 (12.0%)	8,311 (3.8%)	61,965 (28.1%)	3 (0.0%)
[来訪目的]							
観光・レジャー	230,732 (100.0%)	76,646 (33.2%)	50,171 (21.7%)	28,000 (12.1%)	9,530 (4.1%)	66,382 (28.8%)	3 (0.0%)
初めて	202,414 (100.0%)	66,115 (32.7%)	49,085 (24.2%)	24,298 (12.0%)	9,761 (4.8%)	53,155 (26.3%)	0 (0.0%)
2回目以上	256,440 (100.0%)	86,206 (33.6%)	51,157 (19.9%)	31,361 (12.2%)	9,320 (3.6%)	78,390 (30.6%)	6 (0.0%)
業務	212,059 (100.0%)	96,062 (45.3%)	41,253 (19.5%)	22,460 (10.6%)	1,904 (0.9%)	50,380 (23.8%)	0 (0.0%)

注) 上表の「旅行支出」には、パッケージツアー参加費に含まれる宿泊費や飲食費、交通費などが含まれる。

## ● 買い物ランキング ●

◆購入した費目◆ (複数回答)				◆満足した購入商品◆ (単一回答)		
購入率 順位	費目	購入率 (%)	購入者単価 (円)	順位	商品小区分	回答率 (%)
1位	菓子類	68.2	14,920	1位	菓子類	29.2
2位	その他食料品・飲料・たばこ	56.6	14,110	2位	衣類	17.7
3位	衣類	52.4	22,103	3位	靴・かばん・革製品	11.9
4位	靴・かばん・革製品	38.9	35,399	◆買物場所◆ (複数回答)		
5位	化粧品・香水	28.2	18,284	順位	買物場所	回答率 (%)
6位	酒類	15.6	11,238	1位	コンビニエンスストア	81.9
7位	医薬品	14.0	19,076	2位	百貨店・デパート	59.4
8位	健康グッズ・トイレタリー	8.8	15,722	3位	空港の免税店	56.7
9位	民芸品・伝統工芸品	8.7	15,533	4位	スーパーマーケット	47.3
10位	時計・フィルムカメラ	6.7	29,611	5位	観光地の土産店	46.7

## ● 旅行情報ランキング ●

◆旅行出発前◆ (複数回答)			◆旅行出発後◆ (複数回答)		
順位	役に立った 旅行情報源	回答率 (%)	順位	役に立った 旅行情報	回答率 (%)
1位	SNS (Facebook/Twitter/微信等)	32.1	1位	交通手段	71.7
2位	動画サイト(YouTube/愛奇芸等)	30.6	2位	飲食店	62.4
3位	宿泊施設ホームページ	23.9	3位	観光施設	39.0
4位	自国の親族・知人	23.4	4位	買物場所	38.0
5位	日本政府観光局ホームページ	21.3	5位	宿泊施設	37.4
6位	口コミサイト(トリップアドバイザー等)	18.8	6位	無料Wi-Fi	23.9
7位	航空会社ホームページ	17.1	7位	土産物	21.2
8位	個人のブログ	16.7	8位	クレジットカード利用可能店舗	10.3
9位	日本在住の親族・知人	14.9	9位	祈祷室	8.4
10位	旅行ガイドブック	14.5	10位	イベント	7.2

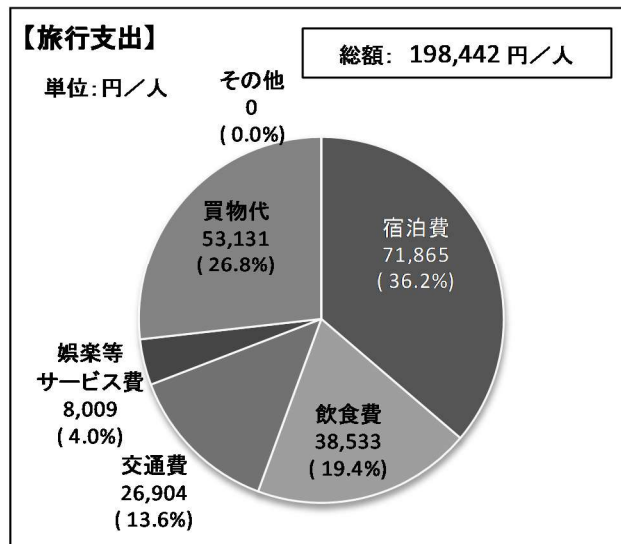
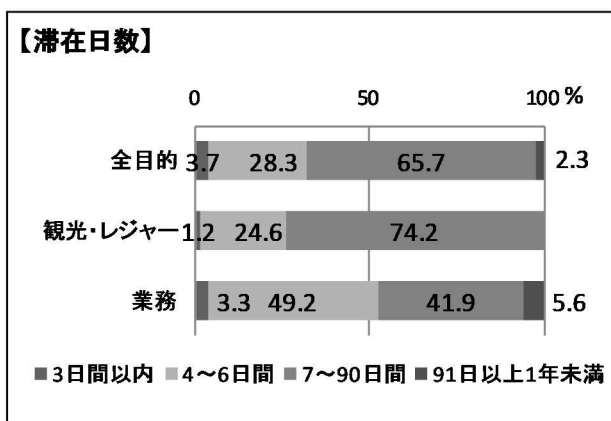
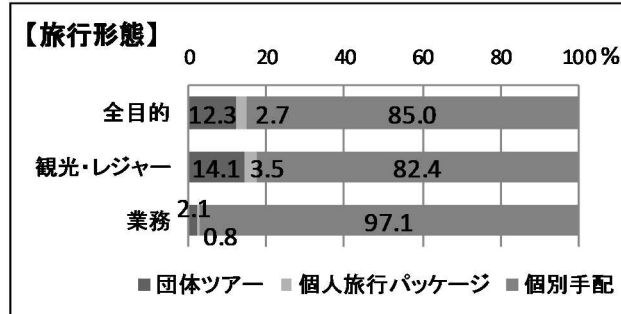
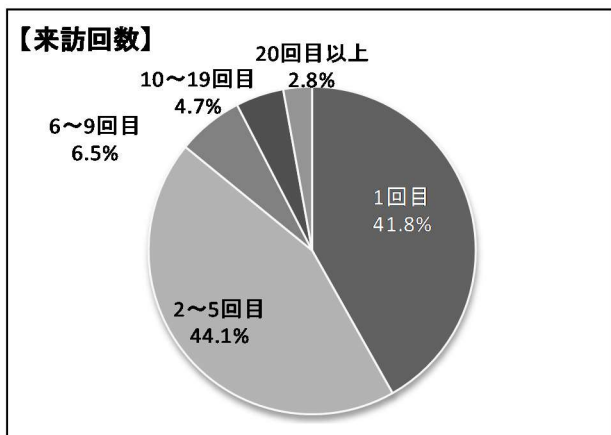
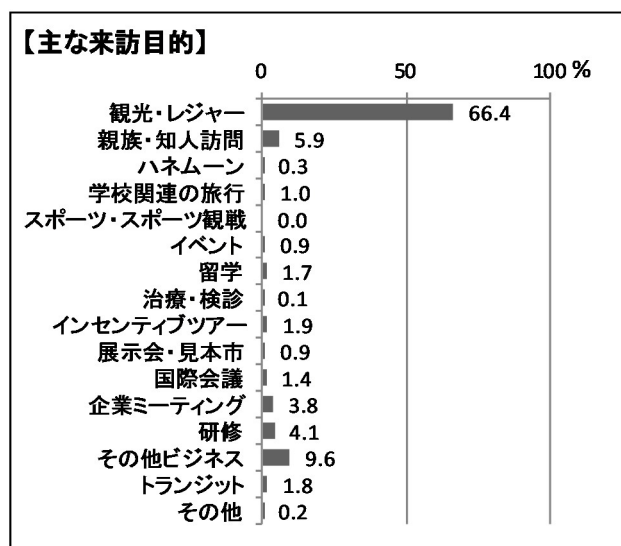
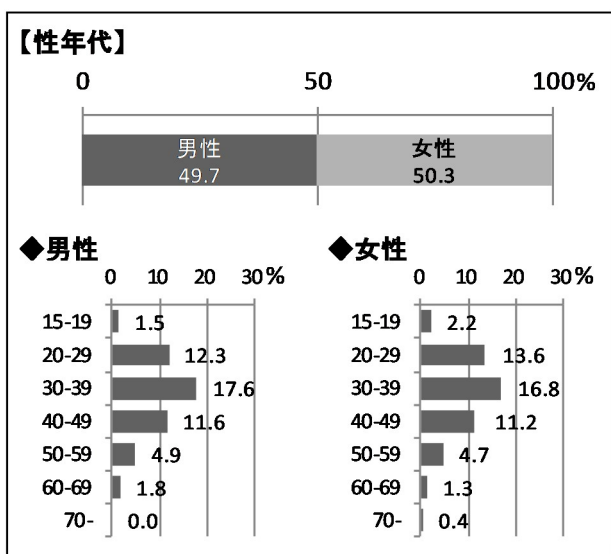
注) 新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、2023年1-3月期はB1地域調査を中止した。そのため、B1地域調査から得られる上記の図表中の「満足した購入商品」及び「買物場所」の数値は、2023年4-12月期の集計結果であることに留意が必要である。

## ⑧ インドネシア

◆一般客1人当たり旅行支出 198,442 円/人 (2019年比 +51.4 %)

◆一般客の平均泊数 13.8 泊

### ● 客層と旅行内容 ●





## ● 客層別にみる旅行支出 ●

(円/人)

客層	費目 旅行支出 (総額)	費目別支出 (カッコ内は構成比)					
		宿泊費	飲食費	交通費	娯楽等 サービス費	買物代	その他
インドネシア 全体	198,442 (100.0%)	71,865 (36.2%)	38,533 (19.4%)	26,904 (13.6%)	8,009 (4.0%)	53,131 (26.8%)	0 (0.0%)
[滞在日数]							
90日以内	188,979 (100.0%)	68,003 (36.0%)	35,932 (19.0%)	26,147 (13.8%)	7,223 (3.8%)	51,673 (27.3%)	0 (0.0%)
[来訪目的]							
観光・レジャー	213,441 (100.0%)	76,132 (35.7%)	40,544 (19.0%)	30,245 (14.2%)	8,978 (4.2%)	57,542 (27.0%)	0 (0.0%)
初めて	187,885 (100.0%)	67,840 (36.1%)	36,560 (19.5%)	30,230 (16.1%)	10,720 (5.7%)	42,536 (22.6%)	0 (0.0%)
2回目以上	233,761 (100.0%)	82,725 (35.4%)	43,711 (18.7%)	30,258 (12.9%)	7,594 (3.2%)	69,473 (29.7%)	0 (0.0%)
業務	153,547 (100.0%)	65,579 (42.7%)	31,087 (20.2%)	16,424 (10.7%)	2,818 (1.8%)	37,639 (24.5%)	0 (0.0%)

注) 上表の「旅行支出」には、パッケージツアー参加費に含まれる宿泊費や飲食費、交通費などが含まれる。

## ● 買い物ランキング ●

◆購入した費目◆ (複数回答)				◆満足した購入商品◆ (単一回答)		
購入率 順位	費目	購入率 (%)	購入者単価 (円)	順位	商品小区分	回答率 (%)
1位	菓子類	69.3	11,715	1位	菓子類	27.4
2位	その他食料品・飲料・たばこ	53.7	12,162	2位	衣類	19.6
3位	衣類	50.5	15,563	3位	靴・かばん・革製品	18.6
4位	靴・かばん・革製品	41.5	32,809	◆買物場所◆ (複数回答)		
5位	化粧品・香水	23.9	16,128	順位	買物場所	回答率 (%)
6位	医薬品	9.7	12,056	1位	コンビニエンスストア	70.9
7位	酒類	8.1	7,932	2位	百貨店・デパート	58.2
8位	民芸品・伝統工芸品	7.5	6,887	3位	スーパーマーケット	45.2
9位	電気製品(デジタルカメラ/PC/家電等)	7.2	47,885	4位	空港の免税店	43.1
10位	音楽・映像・ゲームなどソフトウェア	4.3	9,805	5位	観光地の土産店	37.8

## ● 旅行情報ランキング ●

◆旅行出発前◆ (複数回答)			◆旅行出発後◆ (複数回答)		
順位	役に立った旅行情報源	回答率 (%)	順位	役に立った旅行情報	回答率 (%)
1位	動画サイト(YouTube/愛奇芸等)	29.6	1位	交通手段	77.5
2位	自国の親族・知人	29.5	2位	飲食店	62.1
3位	日本政府観光局ホームページ	29.2	3位	観光施設	40.2
4位	SNS (Facebook/Twitter/微信等)	28.2	4位	買物場所	39.4
5位	宿泊施設ホームページ	25.7	5位	宿泊施設	35.6
6位	航空会社ホームページ	24.4	6位	土産物	26.9
7位	日本在住の親族・知人	22.7	7位	無料Wi-Fi	23.1
8位	旅行ガイドブック	19.4	8位	クレジットカード利用可能店舗	20.9
9位	旅行会社ホームページ	15.9	9位	ATM	12.0
10位	宿泊予約サイト	15.3	10位	イベント	9.6

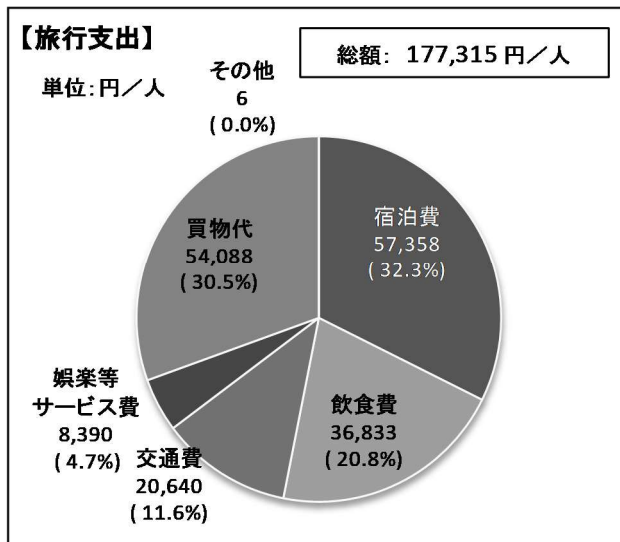
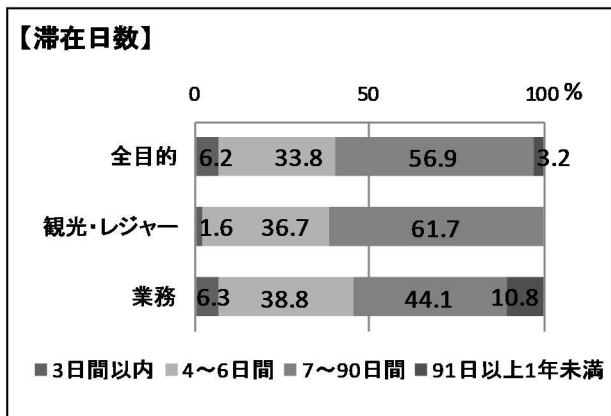
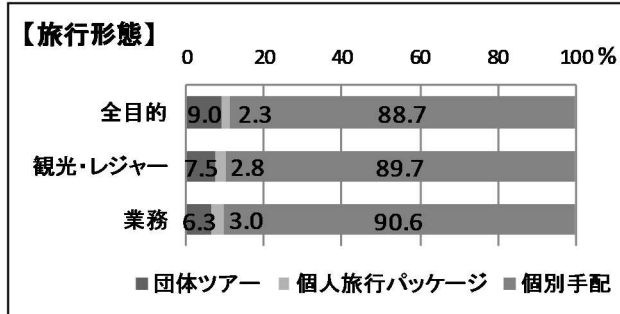
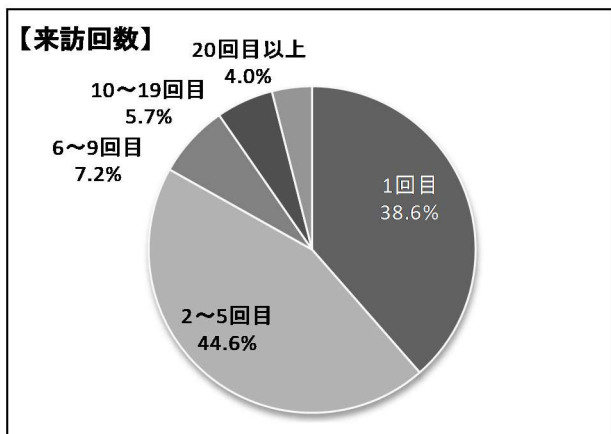
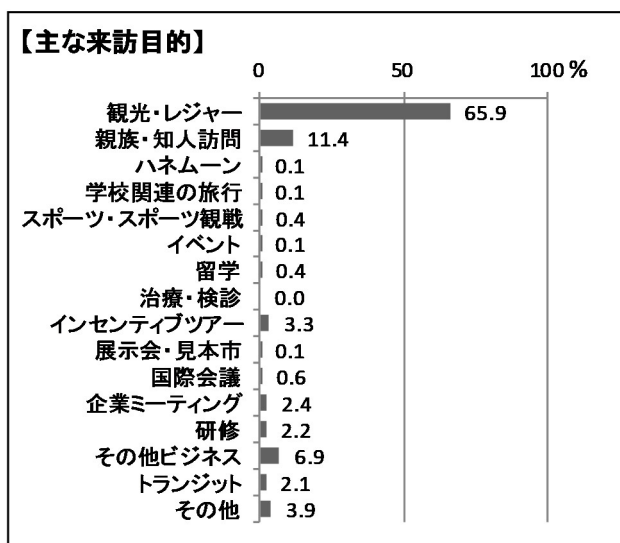
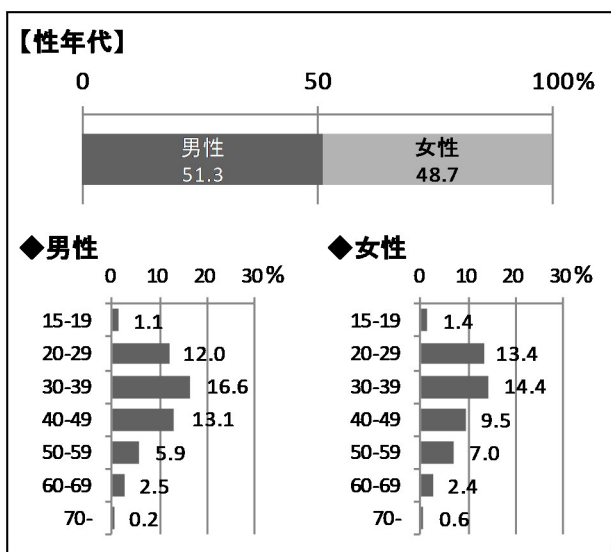
注) 新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、2023年1-3月期はB1地域調査を中止した。そのため、B1地域調査から得られる上記の図表中の「満足した購入商品」及び「買物場所」の数値は、2023年4-12月期の集計結果であることに留意が必要である。

## ⑨ フィリピン

◆一般客1人当たり旅行支出 **177,315** 円/人 (2019年比 +64.3 %)

◆一般客の平均泊数 **16.1** 泊

### ● 客層と旅行内容 ●



## ● 客層別にみる旅行支出 ●

(円/人)

客層	費目 旅行支出 (総額)	費目別支出 (カッコ内は構成比)					
		宿泊費	飲食費	交通費	娯楽等 サービス費	買物代	その他
フィリピン 全体	177,315 (100.0%)	57,358 (32.3%)	36,833 (20.8%)	20,640 (11.6%)	8,390 (4.7%)	54,088 (30.5%)	6 (0.0%)
[滞在日数]							
90日以内	176,779 (100.0%)	57,173 (32.3%)	35,561 (20.1%)	20,632 (11.7%)	8,543 (4.8%)	54,863 (31.0%)	6 (0.0%)
[来訪目的]							
観光・レジャー	196,038 (100.0%)	64,948 (33.1%)	39,493 (20.1%)	24,244 (12.4%)	10,893 (5.6%)	56,452 (28.8%)	8 (0.0%)
初めて	187,990 (100.0%)	66,963 (35.6%)	36,333 (19.3%)	24,533 (13.1%)	12,731 (6.8%)	47,409 (25.2%)	20 (0.0%)
2回目以上	201,722 (100.0%)	63,525 (31.5%)	41,724 (20.7%)	24,040 (11.9%)	9,595 (4.8%)	62,839 (31.2%)	0 (0.0%)
業務	149,905 (100.0%)	71,978 (48.0%)	32,085 (21.4%)	15,792 (10.5%)	1,505 (1.0%)	28,545 (19.0%)	0 (0.0%)

注) 上表の「旅行支出」には、パッケージツアー参加費に含まれる宿泊費や飲食費、交通費などが含まれる。

## ● 買い物ランキング ●

◆購入した費目◆ (複数回答)			◆満足した購入商品◆ (単一回答)			
購入率 順位	費目	購入率 (%)	購入者単価 (円)	順位	商品小区分	回答率 (%)
1位	菓子類	72.4	12,622	1位	菓子類	29.4
2位	その他食料品・飲料・たばこ	53.3	10,090	2位	靴・かばん・革製品	20.6
3位	衣類	43.3	19,042	3位	衣類	16.1
4位	靴・かばん・革製品	38.6	37,913	◆買物場所◆ (複数回答)		
5位	化粧品・香水	22.8	16,840	順位	買物場所	回答率 (%)
6位	酒類	8.5	6,960	1位	コンビニエンスストア	77.0
7位	電気製品(デジタルカメラ/PC/家電等)	5.7	42,451	2位	百貨店・デパート	53.9
8位	時計・フィルムカメラ	5.4	54,974	3位	空港の免税店	48.2
9位	医薬品	5.0	11,931	4位	スーパーマーケット	45.8
10位	健康グッズ・トイレタリー	4.2	14,855	5位	観光地の土産店	35.5

## ● 旅行情報ランキング ●

◆旅行出発前◆ (複数回答)			◆旅行出発後◆ (複数回答)		
順位	役に立った 旅行情報源	回答率 (%)	順位	役に立った 旅行情報	回答率 (%)
1位	動画サイト(YouTube/愛奇芸等)	29.6	1位	交通手段	67.6
2位	SNS (Facebook/Twitter/微信等)	27.1	2位	飲食店	53.0
3位	日本在住の親族・知人	25.1	3位	買物場所	36.5
4位	自国の親族・知人	23.2	4位	観光施設	31.8
5位	日本政府観光局ホームページ	18.1	5位	無料Wi-Fi	30.6
6位	個人のブログ	16.9	6位	宿泊施設	28.0
7位	宿泊施設ホームページ	16.3	7位	土産物	18.7
8位	航空会社ホームページ	15.7	8位	クレジットカード利用可能店舗	11.6
9位	口コミサイト(トリップアドバイザー等)	11.5	9位	ATM	8.6
10位	旅行会社ホームページ	10.2	10位	自然体験ツアー・農山漁村体験	5.4

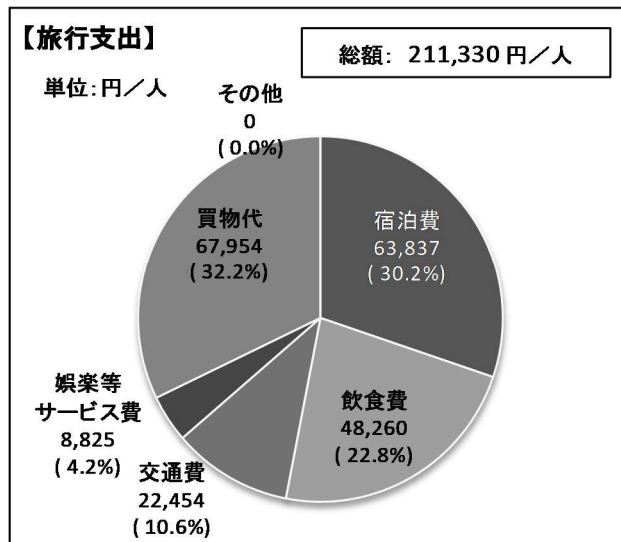
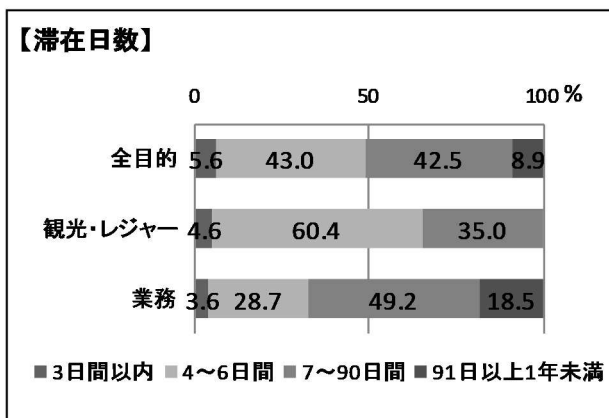
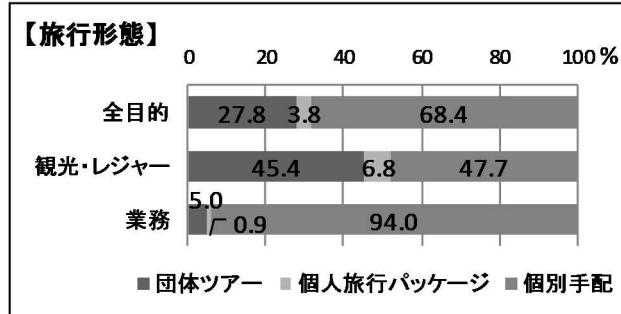
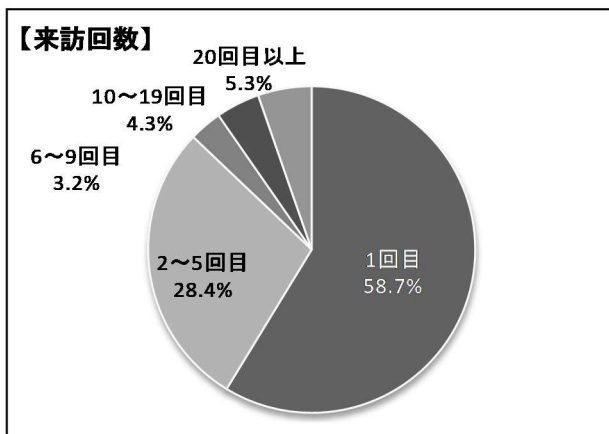
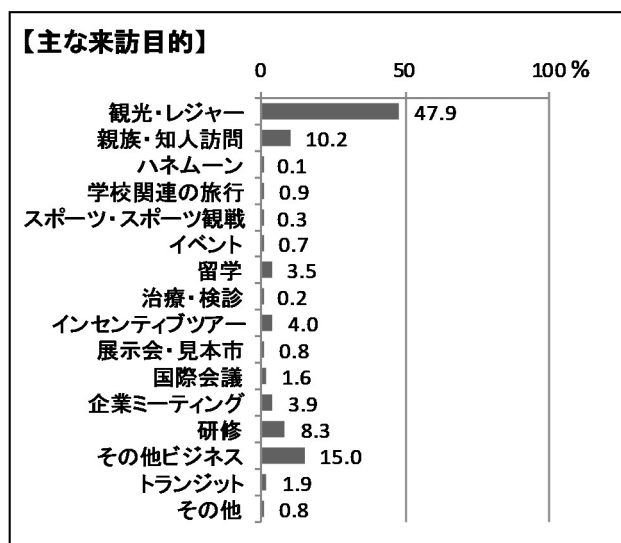
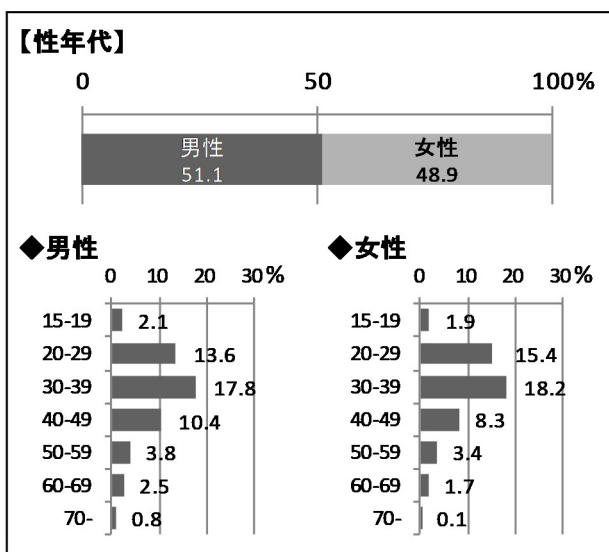
注) 新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、2023年1-3月期はB1地域調査を中止した。そのため、B1地域調査から得られる上記の図表中の「満足した購入商品」及び「買物場所」の数値は、2023年4-12月期の集計結果であることに留意が必要である。

## ⑩ ベトナム

◆一般客1人当たり旅行支出 **211,330** 円/人 (2019年比 +19.4%)

◆一般客の平均泊数 **30.1** 泊

### ● 客層と旅行内容 ●



## ● 客層別に見る旅行支出 ●

(円/人)

客層	費目 旅行支出 (総額)	費目別支出 (カッコ内は構成比)					
		宿泊費	飲食費	交通費	娯楽等 サービス費	買物代	その他
ベトナム 全体	211,330 (100.0%)	63,837 (30.2%)	48,260 (22.8%)	22,454 (10.6%)	8,825 (4.2%)	67,954 (32.2%)	0 (0.0%)
[滞在日数]							
90日以内	180,256 (100.0%)	52,955 (29.4%)	37,343 (20.7%)	21,153 (11.7%)	4,591 (2.5%)	64,214 (35.6%)	0 (0.0%)
[来訪目的]							
観光・レジャー	205,114 (100.0%)	59,256 (28.9%)	40,458 (19.7%)	25,272 (12.3%)	6,152 (3.0%)	73,976 (36.1%)	0 (0.0%)
初めて	187,214 (100.0%)	58,611 (31.3%)	38,254 (20.4%)	23,595 (12.6%)	5,842 (3.1%)	60,913 (32.5%)	0 (0.0%)
2回目以上	243,583 (100.0%)	60,641 (24.9%)	45,196 (18.6%)	28,877 (11.9%)	6,818 (2.8%)	102,051 (41.9%)	0 (0.0%)
業務	223,597 (100.0%)	74,139 (33.2%)	56,633 (25.3%)	22,409 (10.0%)	1,973 (0.9%)	68,443 (30.6%)	0 (0.0%)

注) 上表の「旅行支出」には、パッケージツアー参加費に含まれる宿泊費や飲食費、交通費などが含まれる。

## ● 買い物ランキング ●

◆購入した費目◆ (複数回答)				◆満足した購入商品◆ (単一回答)		
購入率 順位	費目	購入率 (%)	購入者単価 (円)	順位	商品小区分	回答率 (%)
1位	菓子類	77.0	14,086	1位	菓子類	34.5
2位	その他食料品・飲料・たばこ	42.5	15,615	2位	衣類	13.2
3位	衣類	41.4	24,423	3位	化粧品・香水	11.4
4位	化粧品・香水	32.8	26,175	◆買物場所◆ (複数回答)		
5位	医薬品	25.4	20,115	順位	買物場所	回答率 (%)
6位	靴・かばん・革製品	22.6	39,811	1位	コンビニエンスストア	59.1
7位	酒類	17.1	13,211	2位	空港の免税店	53.5
8位	健康グッズ・トイレタリー	14.8	29,051	3位	百貨店・デパート	51.3
9位	電気製品(デジタルカメラ/PC/家電等)	7.4	34,936	4位	スーパーマーケット	44.5
10位	生鮮農産物	6.8	34,183	5位	ドラッグストア	33.8

## ● 旅行情報ランキング ●

◆旅行出発前◆ (複数回答)			◆旅行出発後◆ (複数回答)		
順位	役に立った 旅行情報源	回答率 (%)	順位	役に立った 旅行情報	回答率 (%)
1位	日本在住の親族・知人	25.0	1位	交通手段	54.2
2位	自国の親族・知人	24.4	2位	飲食店	41.7
3位	SNS (Facebook/Twitter/微信等)	22.8	3位	買物場所	31.4
4位	旅行会社ホームページ	20.0	4位	無料Wi-Fi	22.1
5位	動画サイト(YouTube/愛奇芸等)	19.1	5位	観光施設	18.7
6位	日本政府観光局ホームページ	16.1	6位	土産物	17.8
7位	旅行ガイドブック	11.7	7位	宿泊施設	16.8
8位	航空会社ホームページ	10.2	8位	クレジットカード利用可能店舗	9.2
9位	宿泊施設ホームページ	9.1	9位	自然体験ツアー・農山漁村体験	7.0
10位	個人のブログ	7.2	10位	日本文化体験プログラム	5.6

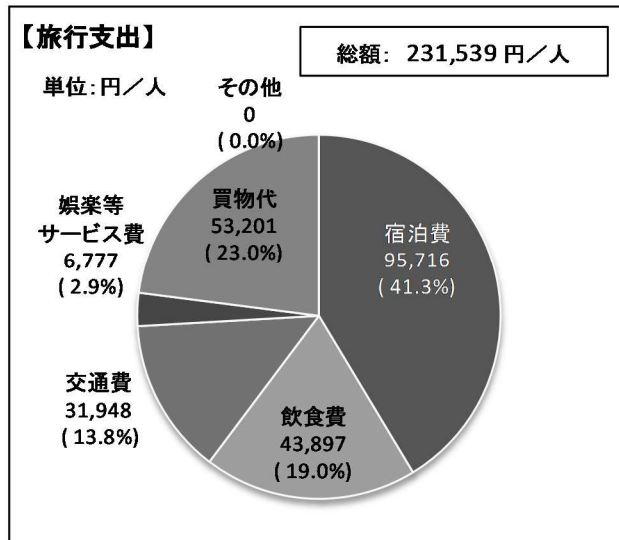
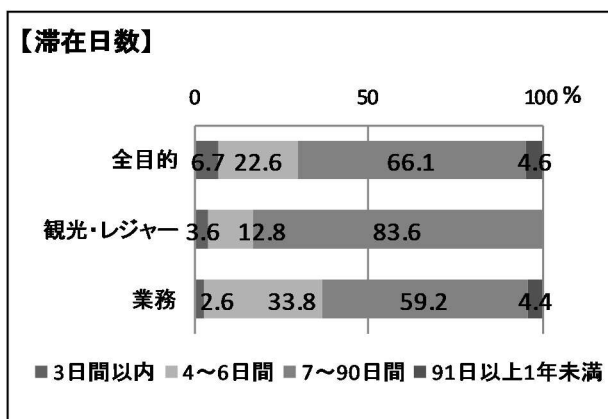
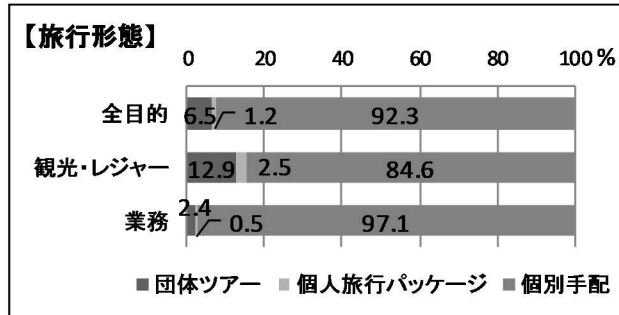
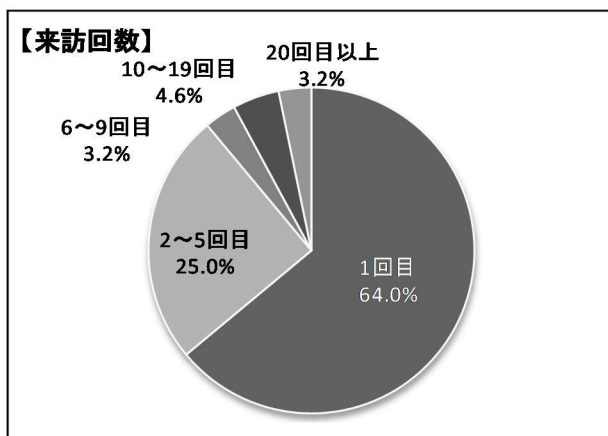
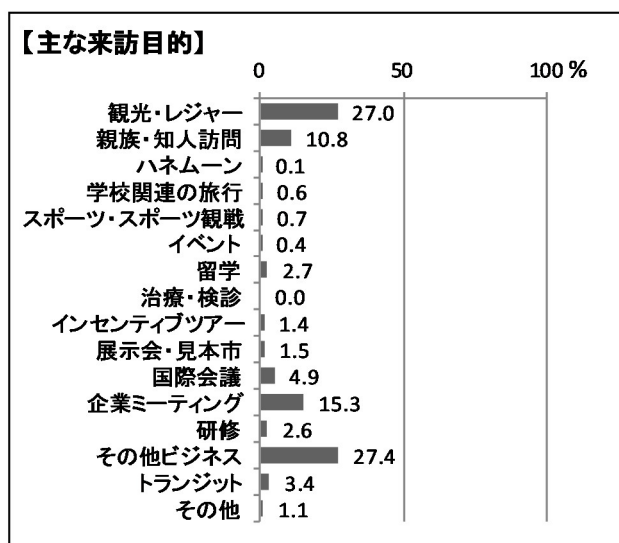
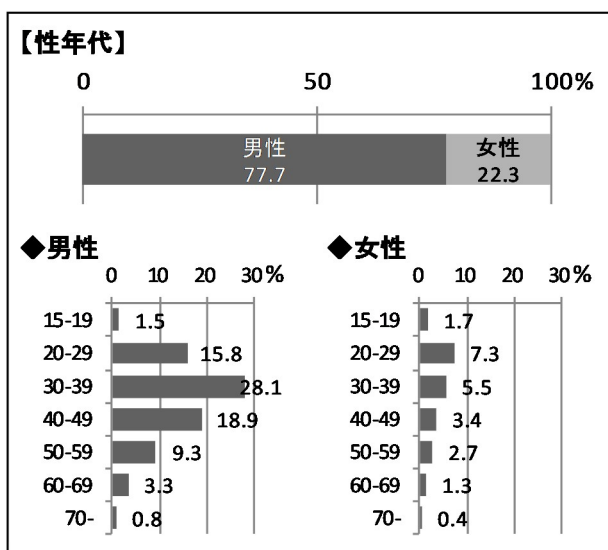
注) 新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、2023年1-3月期はB1地域調査を中止した。そのため、B1地域調査から得られる上記の図表中の「満足した購入商品」及び「買物場所」の数値は、2023年4-12月期の集計結果であることに留意が必要である。

## ⑪ インド

◆一般客1人当たり旅行支出 231,539 円/人 (2019年比 +47.2 %)

◆一般客の平均泊数 22.5 泊

### ● 客層と旅行内容 ●



## ● 客層別にみる旅行支出 ●

(円/人)

客層	費目 旅行支出 (総額)	費目別支出 (カッコ内は構成比)					
		宿泊費	飲食費	交通費	娯楽等 サービス費	買物代	その他
インド 全体	231,539 (100.0%)	95,716 (41.3%)	43,897 (19.0%)	31,948 (13.8%)	6,777 (2.9%)	53,201 (23.0%)	0 (0.0%)
[滞在日数]							
90日以内	216,099 (100.0%)	92,383 (42.8%)	39,330 (18.2%)	30,728 (14.2%)	4,718 (2.2%)	48,939 (22.6%)	0 (0.0%)
[来訪目的]							
観光・レジャー	308,616 (100.0%)	104,947 (34.0%)	50,735 (16.4%)	44,219 (14.3%)	10,977 (3.6%)	97,738 (31.7%)	0 (0.0%)
初めて	316,829 (100.0%)	102,638 (32.4%)	51,092 (16.1%)	43,619 (13.8%)	11,607 (3.7%)	107,874 (34.0%)	0 (0.0%)
2回目以上	271,042 (100.0%)	115,511 (42.6%)	49,100 (18.1%)	46,967 (17.3%)	8,097 (3.0%)	51,366 (19.0%)	0 (0.0%)
業務	218,755 (100.0%)	110,694 (50.6%)	43,570 (19.9%)	28,095 (12.8%)	1,753 (0.8%)	34,643 (15.8%)	0 (0.0%)

注) 上表の「旅行支出」には、パッケージツアー参加費に含まれる宿泊費や飲食費、交通費などが含まれる。

## ● 買い物ランキング ●

◆購入した費目◆ (複数回答)				◆満足した購入商品◆ (単一回答)		
購入率 順位	費目	購入率 (%)	購入者単価 (円)	順位	商品小区分	回答率 (%)
1位	菓子類	57.9	10,964	1位	菓子類	30.9
2位	その他食料品・飲料・たばこ	43.3	12,682	2位	衣類	20.6
3位	衣類	40.3	17,812	3位	靴・かばん・革製品	6.9
4位	靴・かばん・革製品	20.0	38,565	◆買物場所◆ (複数回答)		
5位	酒類	17.8	10,048	順位	買物場所	回答率 (%)
6位	化粧品・香水	13.7	16,169	1位	コンビニエンスストア	59.6
7位	電気製品(デジタルカメラ/PC/家電等)	10.5	144,772	2位	スーパーマーケット	45.5
8位	民芸品・伝統工芸品	9.5	9,858	3位	百貨店・デパート	44.6
9位	時計・フィルムカメラ	7.5	31,026	4位	空港の免税店	41.9
10位	生鮮農産物	4.0	43,768	5位	観光地の土産店	28.4

## ● 旅行情報ランキング ●

◆旅行出発前◆ (複数回答)			◆旅行出発後◆ (複数回答)		
順位	役に立った 旅行情報源	回答率 (%)	順位	役に立った 旅行情報	回答率 (%)
1位	日本在住の親族・知人	27.0	1位	交通手段	74.5
2位	日本政府観光局ホームページ	23.1	2位	飲食店	57.6
3位	自国の親族・知人	20.8	3位	買物場所	35.3
4位	動画サイト(YouTube/愛奇芸等)	19.0	4位	観光施設	31.3
5位	宿泊施設ホームページ	17.5	5位	宿泊施設	29.9
6位	航空会社ホームページ	16.2	6位	無料Wi-Fi	28.3
7位	SNS (Facebook/Twitter/微信等)	13.1	7位	土産物	20.3
8位	口コミサイト(トリップアドバイザー等)	12.4	8位	クレジットカード利用可能店舗	18.0
9位	旅行ガイドブック	10.8	9位	ATM	13.0
10位	旅行会社ホームページ	10.0	10位	イベント	6.1

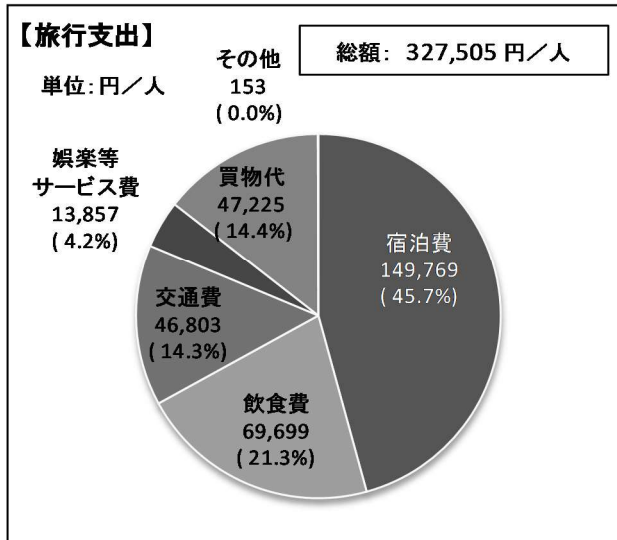
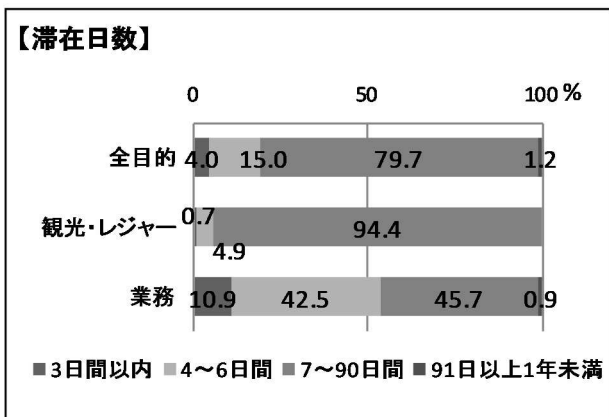
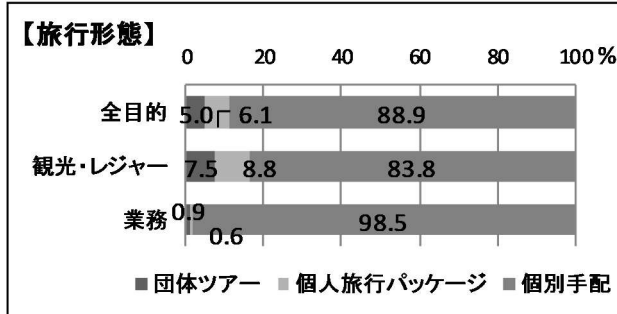
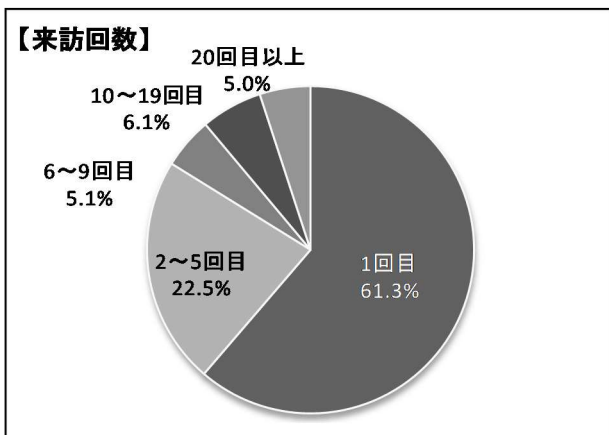
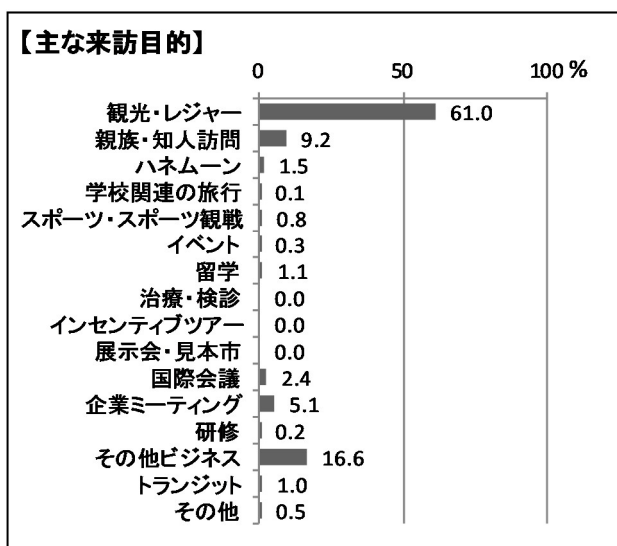
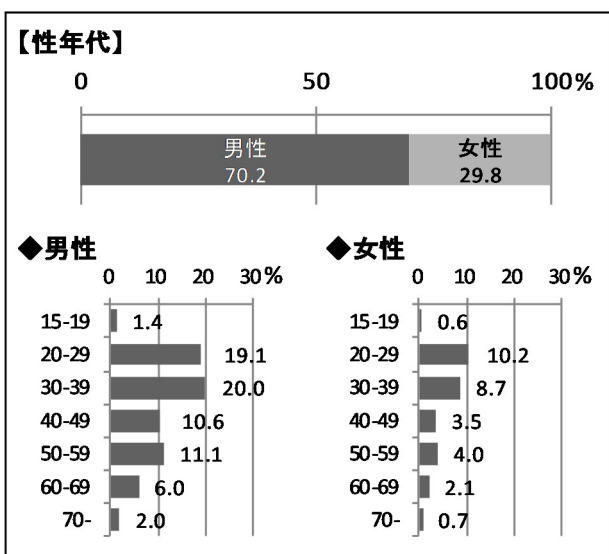
注) 新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、2023年1-3月期はB1地域調査を中止した。そのため、B1地域調査から得られる上記の図表中の「満足した購入商品」及び「買物場所」の数値は、2023年4-12月期の集計結果であることに留意が必要である。

⑫ 英国

◆一般客1人当たり旅行支出 **327,505** 円/人 (2019年比 +35.7%)

◆一般客の平均泊数 **15.3** 泊

● 客層と旅行内容 ●





## ● 客層別にみる旅行支出 ●

(円/人)

客層	費目 旅行支出 (総額)	費目別支出 (カッコ内は構成比)					
		宿泊費	飲食費	交通費	娯楽等 サービス費	買物代	その他
英国 全体	327,505 (100.0%)	149,769 (45.7%)	69,699 (21.3%)	46,803 (14.3%)	13,857 (4.2%)	47,225 (14.4%)	153 (0.0%)
[滞在日数]							
90日以内	317,812 (100.0%)	146,318 (46.0%)	68,073 (21.4%)	45,587 (14.3%)	13,378 (4.2%)	44,300 (13.9%)	155 (0.0%)
[来訪目的]							
観光・レジャー	373,025 (100.0%)	165,611 (44.4%)	77,657 (20.8%)	54,689 (14.7%)	18,665 (5.0%)	56,153 (15.1%)	251 (0.1%)
初めて	374,328 (100.0%)	173,836 (46.4%)	82,845 (22.1%)	55,279 (14.8%)	19,982 (5.3%)	42,054 (11.2%)	331 (0.1%)
2回目以上	368,957 (100.0%)	139,928 (37.9%)	61,460 (16.7%)	52,844 (14.3%)	14,552 (3.9%)	100,173 (27.2%)	0 (0.0%)
業務	237,058 (100.0%)	132,514 (55.9%)	52,328 (22.1%)	27,839 (11.7%)	1,975 (0.8%)	22,403 (9.5%)	0 (0.0%)

注) 上表の「旅行支出」には、パッケージツアー参加費に含まれる宿泊費や飲食費、交通費などが含まれる。

## ● 買い物ランキング ●

◆購入した費目◆ (複数回答)				◆満足した購入商品◆ (単一回答)		
購入率 順位	費目	購入率 (%)	購入者単価 (円)	順位	商品小区分	回答率 (%)
1位	菓子類	47.1	8,822	1位	衣類	22.5
2位	衣類	44.3	21,300	2位	菓子類	9.8
3位	その他食料品・飲料・たばこ	41.9	17,632	3位	民芸品・伝統工芸品	9.3
4位	酒類	30.3	15,569	◆買物場所◆ (複数回答)		
5位	民芸品・伝統工芸品	18.6	12,974	順位	買物場所	回答率 (%)
6位	靴・かばん・革製品	11.9	24,475	1位	コンビニエンスストア	69.3
7位	化粧品・香水	11.6	17,363	2位	百貨店・デパート	53.6
8位	電気製品(デジタルカメラ/PC/家電等)	8.7	60,342	3位	スーパーマーケット	47.9
9位	本・雑誌・ガイドブックなど	8.5	22,635	4位	観光地の土産店	46.6
10位	音楽・映像・ゲームなどソフトウェア	5.2	28,111	5位	空港の免税店	40.0

## ● 旅行情報ランキング ●

◆旅行出発前◆ (複数回答)			◆旅行出発後◆ (複数回答)		
順位	役に立った 旅行情報源	回答率 (%)	順位	役に立った 旅行情報	回答率 (%)
1位	自国の親族・知人	35.1	1位	交通手段	78.1
2位	動画サイト(YouTube/愛奇芸等)	32.1	2位	飲食店	68.4
3位	日本政府観光局ホームページ	27.2	3位	観光施設	41.8
4位	口コミサイト(トリップアドバイザー等)	27.0	4位	買物場所	36.3
5位	日本在住の親族・知人	25.5	5位	宿泊施設	31.2
6位	航空会社ホームページ	25.2	6位	無料Wi-Fi	24.0
7位	宿泊施設ホームページ	24.0	7位	ATM	20.5
8位	旅行ガイドブック	23.8	8位	土産物	20.0
9位	SNS (Facebook/Twitter/微信等)	21.6	9位	クレジットカード利用可能店舗	19.7
10位	宿泊予約サイト	18.0	10位	イベント	14.1

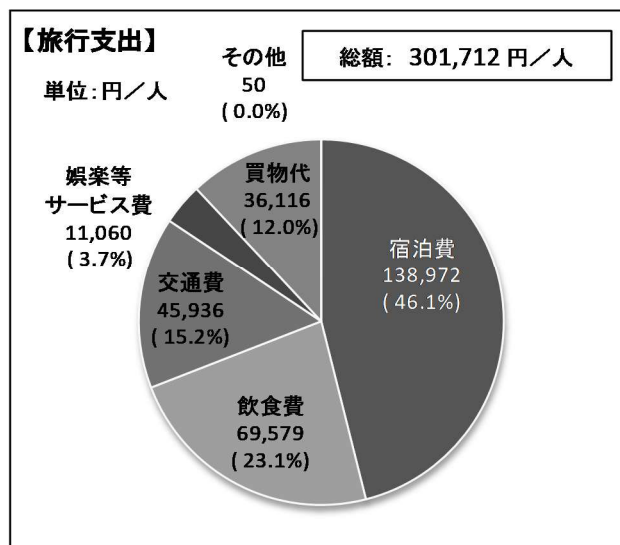
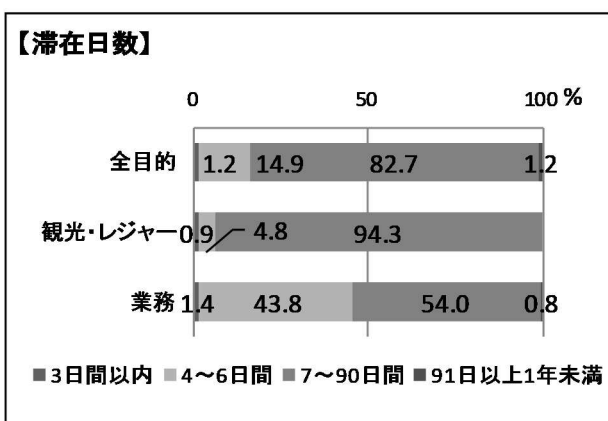
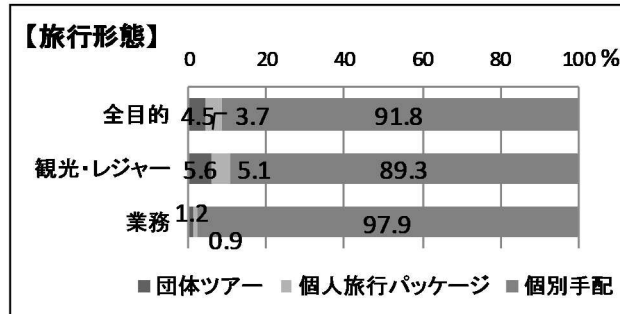
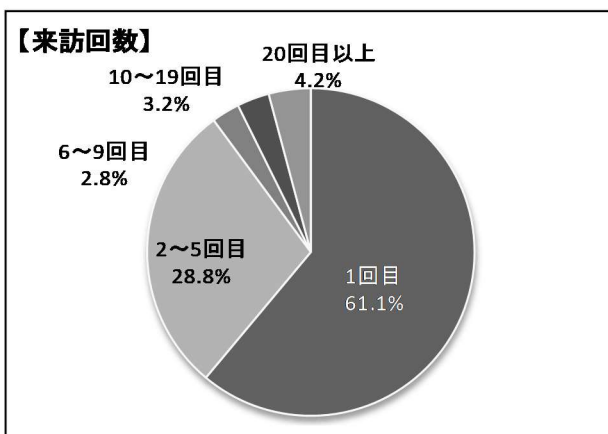
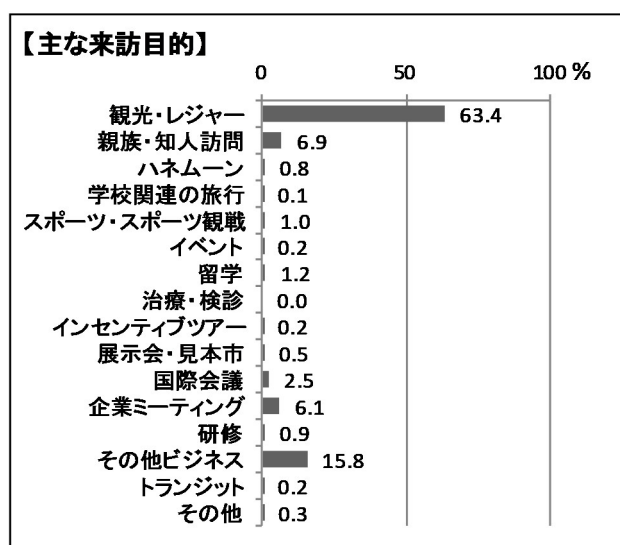
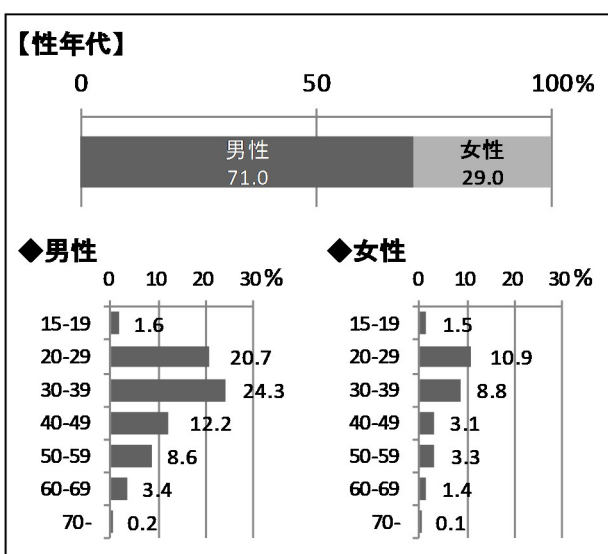
注) 新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、2023年1-3月期はB1地域調査を中止した。そのため、B1地域調査から得られる上記の図表中の「満足した購入商品」及び「買物場所」の数値は、2023年4-12月期の集計結果であることに留意が必要である。

### ⑬ ドイツ

◆一般客1人当たり旅行支出 **301,712** 円/人 (2019年比 +49.7%)

◆一般客の平均泊数 **15.3** 泊

#### ● 客層と旅行内容 ●



## ● 客層別にみる旅行支出 ●

(円/人)

客層	費目 旅行支出 (総額)	費目別支出 (カッコ内は構成比)					
		宿泊費	飲食費	交通費	娯楽等 サービス費	買物代	その他
ドイツ 全体	301,712 (100.0%)	138,972 (46.1%)	69,579 (23.1%)	45,936 (15.2%)	11,060 (3.7%)	36,116 (12.0%)	50 (0.0%)
[滞在日数]							
90日以内	295,883 (100.0%)	137,061 (46.3%)	68,187 (23.0%)	45,801 (15.5%)	9,710 (3.3%)	35,073 (11.9%)	50 (0.0%)
[来訪目的]							
観光・レジャー	330,929 (100.0%)	148,155 (44.8%)	78,230 (23.6%)	53,112 (16.0%)	11,314 (3.4%)	40,040 (12.1%)	79 (0.0%)
初めて	323,133 (100.0%)	144,175 (44.6%)	77,531 (24.0%)	54,031 (16.7%)	11,340 (3.5%)	36,056 (11.2%)	0 (0.0%)
2回目以上	353,513 (100.0%)	159,684 (45.2%)	80,253 (22.7%)	50,450 (14.3%)	11,239 (3.2%)	51,580 (14.6%)	306 (0.1%)
業務	223,508 (100.0%)	123,786 (55.4%)	44,168 (19.8%)	30,138 (13.5%)	3,805 (1.7%)	21,612 (9.7%)	0 (0.0%)

注) 上表の「旅行支出」には、パッケージツアー参加費に含まれる宿泊費や飲食費、交通費などが含まれる。

## ● 買い物ランキング ●

◆購入した費目◆ (複数回答)				◆満足した購入商品◆ (単一回答)		
購入率 順位	費目	購入率 (%)	購入者単価 (円)	順位	商品小区分	回答率 (%)
1位	その他食料品・飲料・たばこ	57.0	13,204	1位	衣類	23.1
2位	菓子類	46.2	7,683	2位	菓子類	8.6
3位	衣類	45.3	16,568	3位	その他食料品・飲料・たばこ	6.7
4位	酒類	27.6	7,814	◆買物場所◆ (複数回答)		
5位	民芸品・伝統工芸品	20.7	11,841	順位	買物場所	回答率 (%)
6位	本・雑誌・ガイドブックなど	12.8	7,073	1位	コンビニエンスストア	68.3
7位	靴・かばん・革製品	12.2	22,463	2位	スーパーマーケット	51.5
8位	化粧品・香水	9.4	10,728	3位	百貨店・デパート	49.3
9位	電気製品(デジタルカメラ/PC/家電等)	7.5	23,519	4位	観光地の土産店	45.6
10位	音楽・映像・ゲームなどソフトウェア	7.4	20,025	5位	空港の免税店	27.7

## ● 旅行情報ランキング ●

◆旅行出発前◆ (複数回答)			◆旅行出発後◆ (複数回答)		
順位	役に立った旅行情報源	回答率 (%)	順位	役に立った旅行情報	回答率 (%)
1位	自国の親族・知人	32.9	1位	交通手段	81.0
2位	動画サイト(YouTube/愛奇芸等)	32.6	2位	飲食店	73.2
3位	航空会社ホームページ	30.2	3位	観光施設	40.0
4位	日本政府観光局ホームページ	28.8	4位	買物場所	33.6
5位	日本在住の親族・知人	25.8	5位	宿泊施設	28.1
6位	SNS (Facebook/Twitter/微信等)	24.9	6位	無料Wi-Fi	23.8
7位	旅行ガイドブック	24.7	7位	クレジットカード利用可能店舗	23.5
8位	宿泊施設ホームページ	24.0	8位	ATM	23.0
9位	口コミサイト(トリップアドバイザー等)	21.1	9位	土産物	20.1
10位	個人ブログ	19.9	10位	イベント	12.2

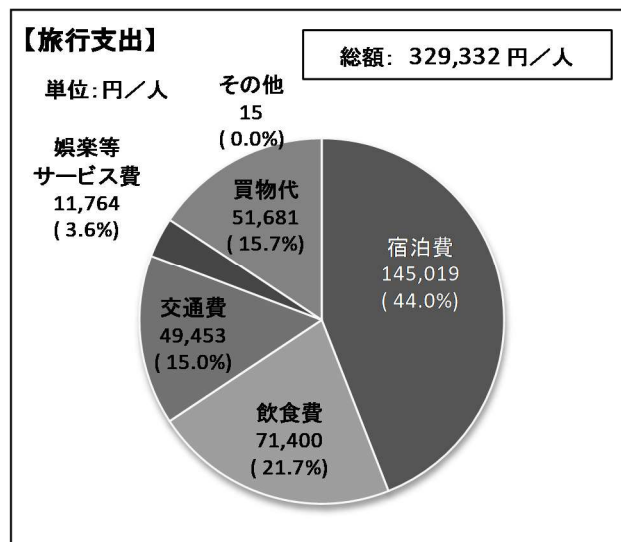
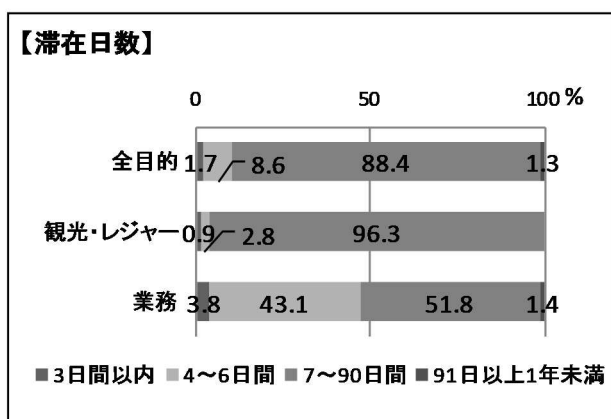
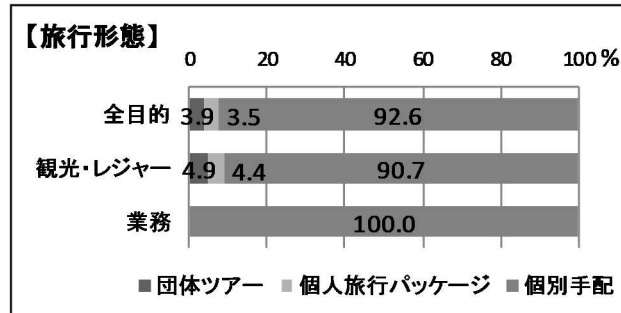
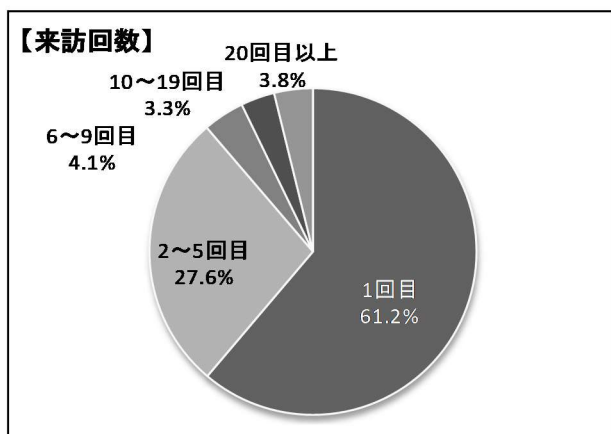
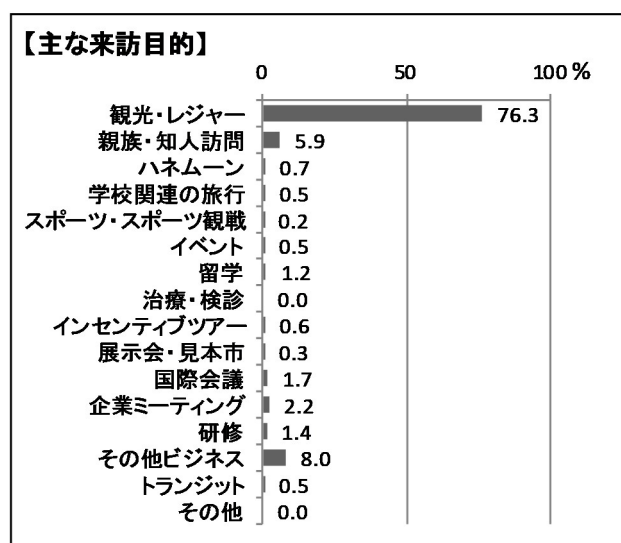
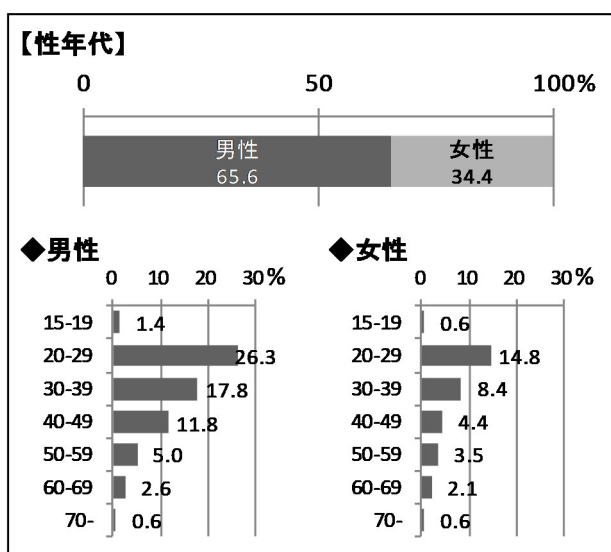
注) 新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、2023年1-3月期はB1地域調査を中止した。そのため、B1地域調査から得られる上記の図表中の「満足した購入商品」及び「買物場所」の数値は、2023年4-12月期の集計結果であることに留意が必要である。

## ⑭ フランス

◆一般客1人当たり旅行支出 **329,332** 円/人 (2019年比 +38.7%)

◆一般客の平均泊数 **17.5** 泊

### ● 客層と旅行内容 ●



## ● 客層別に見る旅行支出 ●

(円/人)

客層	費目 旅行支出 (総額)	費目別支出 (カッコ内は構成比)					
		宿泊費	飲食費	交通費	娯楽等 サービス費	買物代	その他
フランス 全体	329,332 (100.0%)	145,019 (44.0%)	71,400 (21.7%)	49,453 (15.0%)	11,764 (3.6%)	51,681 (15.7%)	15 (0.0%)
[滞在日数]							
90日以内	321,560 (100.0%)	142,488 (44.3%)	69,394 (21.6%)	48,044 (14.9%)	11,100 (3.5%)	50,519 (15.7%)	15 (0.0%)
[来訪目的]							
観光・レジャー	343,891 (100.0%)	148,768 (43.3%)	74,501 (21.7%)	53,627 (15.6%)	12,853 (3.7%)	54,123 (15.7%)	19 (0.0%)
初めて	331,470 (100.0%)	144,235 (43.5%)	72,628 (21.9%)	54,226 (16.4%)	12,248 (3.7%)	48,134 (14.5%)	0 (0.0%)
2回目以上	370,468 (100.0%)	158,469 (42.8%)	78,508 (21.2%)	52,345 (14.1%)	14,147 (3.8%)	66,939 (18.1%)	61 (0.0%)
業務	268,984 (100.0%)	147,582 (54.9%)	53,236 (19.8%)	27,263 (10.1%)	3,999 (1.5%)	36,905 (13.7%)	0 (0.0%)

注) 上表の「旅行支出」には、パッケージツアー参加費に含まれる宿泊費や飲食費、交通費などが含まれる。

## ● 買い物ランキング ●

## ● 旅行情報ランキング ●

◆購入した費目◆ (複数回答)				◆満足した購入商品◆ (単一回答)		
購入率 順位	費目	購入率 (%)	購入者単価 (円)	順位	商品小区分	回答率 (%)
1位	衣類	52.6	20,438	1位	衣類	27.0
2位	その他食料品・飲料・たばこ	50.0	12,682	2位	民芸品・伝統工芸品	10.6
3位	菓子類	45.9	9,243	3位	その他食料品・飲料・たばこ	8.1
4位	民芸品・伝統工芸品	31.4	16,745	◆買物場所◆ (複数回答)		
5位	酒類	26.2	10,214	順位	買物場所	回答率 (%)
6位	靴・かばん・革製品	16.8	39,270	1位	コンビニエンスストア	71.4
7位	本・雑誌・ガイドブックなど	15.9	11,718	2位	観光地の土産店	52.4
8位	音楽・映像・ゲームなどソフトウェア	10.7	17,541	3位	百貨店・デパート	52.2
9位	化粧品・香水	9.8	11,802	4位	スーパーマーケット	44.3
10位	電気製品(デジタルカメラ/PC/家電等)	8.6	25,357	5位	都心の複合商業施設	37.5

◆旅行出発前◆ (複数回答)			◆旅行出発後◆ (複数回答)		
順位	役に立った 旅行情報源	回答率 (%)	順位	役に立った 旅行情報	回答率 (%)
1位	動画サイト(YouTube/愛奇芸等)	36.6	1位	交通手段	87.5
2位	自国の親族・知人	34.5	2位	飲食店	67.5
3位	SNS (Facebook/Twitter/微信等)	33.7	3位	観光施設	42.5
4位	旅行ガイドブック	31.9	4位	買物場所	35.0
5位	日本政府観光局ホームページ	30.6	5位	宿泊施設	31.9
6位	口コミサイト(トリップアドバイザー等)	23.2	6位	無料Wi-Fi	28.6
7位	日本在住の親族・知人	22.3	7位	土産物	24.5
8位	宿泊施設ホームページ	21.1	8位	クレジットカード利用可能店舗	21.7
9位	航空会社ホームページ	21.0	9位	ATM	20.8
10位	個人のブログ	17.9	10位	イベント	10.9

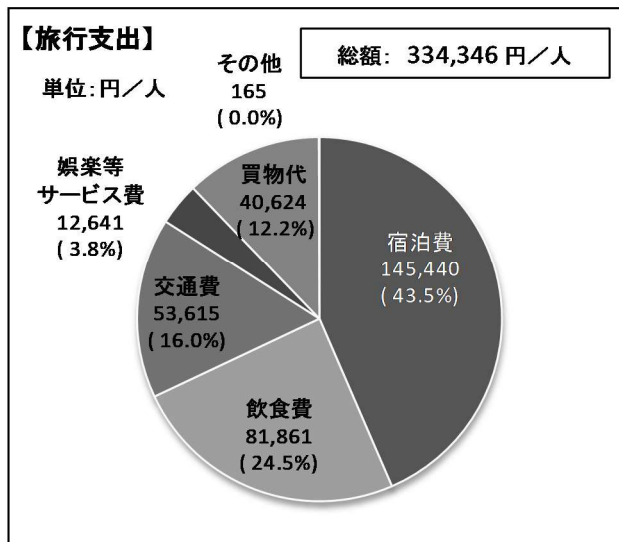
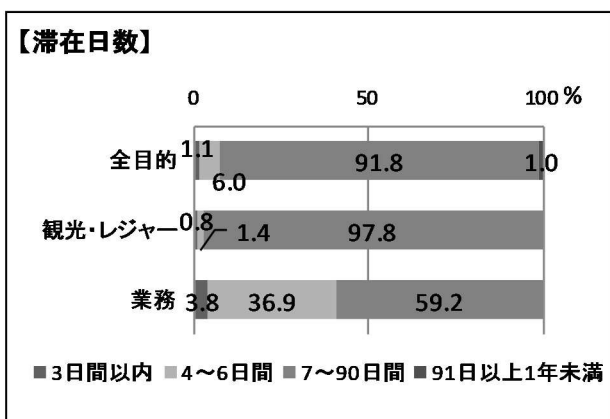
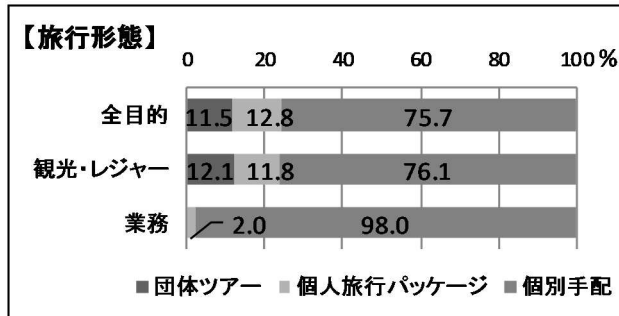
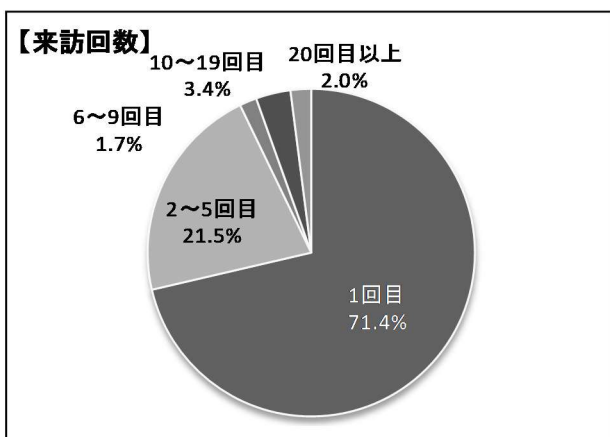
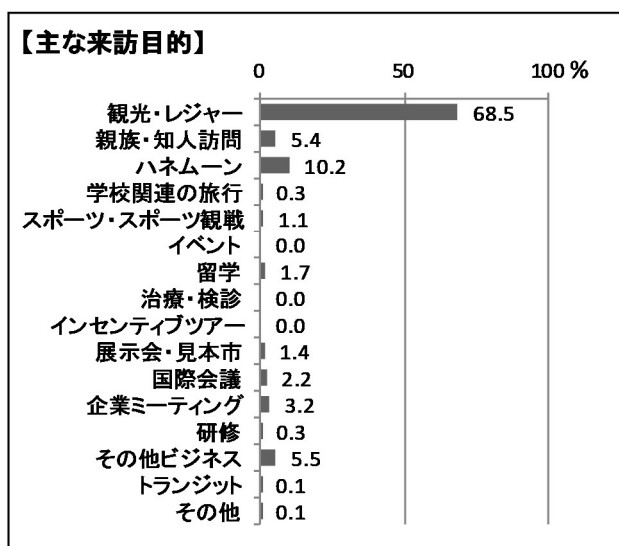
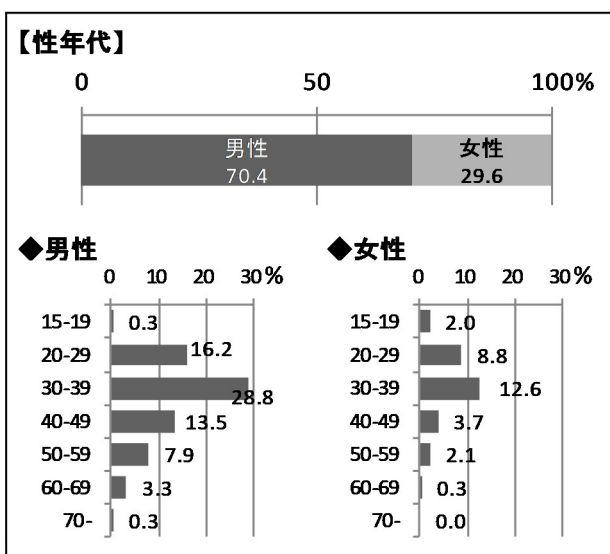
注) 新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、2023年1-3月期はB1地域調査を中止した。そのため、B1地域調査から得られる上記の図表中の「満足した購入商品」及び「買物場所」の数値は、2023年4-12月期の集計結果であることに留意が必要である。

## ⑮ イタリア

◆一般客1人当たり旅行支出 334,346 円/人 (2019年比 +67.6 %)

◆一般客の平均泊数 13.8 泊

### ● 客層と旅行内容 ●



## ● 客層別にみる旅行支出 ●

(円/人)

客層	費目 旅行支出 (総額)	費目別支出 (カッコ内は構成比)					
		宿泊費	飲食費	交通費	娯楽等 サービス費	買物代	その他
イタリア 全体	334,346 (100.0%)	145,440 (43.5%)	81,861 (24.5%)	53,615 (16.0%)	12,641 (3.8%)	40,624 (12.2%)	165 (0.0%)
[滞在日数]							
90日以内	331,226 (100.0%)	144,264 (43.6%)	80,745 (24.4%)	53,592 (16.2%)	11,963 (3.6%)	40,496 (12.2%)	166 (0.1%)
[来訪目的]							
観光・レジャー	334,700 (100.0%)	144,263 (43.1%)	81,834 (24.4%)	56,340 (16.8%)	12,903 (3.9%)	39,277 (11.7%)	83 (0.0%)
初めて	341,403 (100.0%)	144,083 (42.2%)	87,486 (25.6%)	58,857 (17.2%)	14,075 (4.1%)	36,874 (10.8%)	28 (0.0%)
2回目以上	312,783 (100.0%)	144,850 (46.3%)	63,352 (20.3%)	48,112 (15.4%)	9,071 (2.9%)	47,137 (15.1%)	261 (0.1%)
業務	258,539 (100.0%)	140,209 (54.2%)	58,022 (22.4%)	25,665 (9.9%)	1,433 (0.6%)	33,210 (12.8%)	0 (0.0%)

注) 上表の「旅行支出」には、パッケージツアー参加費に含まれる宿泊費や飲食費、交通費などが含まれる。

## ● 買い物ランキング ●

◆購入した費目◆ (複数回答)				◆満足した購入商品◆ (単一回答)		
購入率 順位	費目	購入率 (%)	購入者単価 (円)	順位	商品小区分	回答率 (%)
1位	その他食料品・飲料・たばこ	54.3	12,924	1位	衣類	21.5
2位	衣類	44.1	21,645	2位	菓子類	13.4
3位	菓子類	42.2	7,074	3位	民芸品・伝統工芸品	8.1
4位	民芸品・伝統工芸品	27.0	11,850	◆買物場所◆ (複数回答)		
5位	酒類	23.6	7,524	順位	買物場所	回答率 (%)
6位	本・雑誌・ガイドブックなど	18.3	8,590	1位	コンビニエンスストア	63.9
7位	靴・かばん・革製品	14.9	25,404	2位	観光地の土産店	63.7
8位	化粧品・香水	12.7	14,521	3位	スーパーマーケット	58.9
9位	音楽・映像・ゲームなどソフトウェア	9.5	19,405	4位	百貨店・デパート	51.5
10位	電気製品(デジタルカメラ/PC/家電等)	7.2	33,750	5位	空港の免税店	34.8

## ● 旅行情報ランキング ●

◆旅行出発前◆ (複数回答)			◆旅行出発後◆ (複数回答)		
順位	役に立った 旅行情報源	回答率 (%)	順位	役に立った 旅行情報	回答率 (%)
1位	動画サイト(YouTube/愛奇芸等)	36.2	1位	交通手段	83.4
2位	旅行ガイドブック	29.9	2位	飲食店	71.0
3位	自国の親族・知人	29.6	3位	買物場所	41.1
4位	日本政府観光局ホームページ	29.5	4位	観光施設	34.4
5位	口コミサイト(トリップアドバイザー等)	23.5	5位	無料Wi-Fi	34.4
6位	SNS (Facebook/Twitter/微信等)	22.5	6位	宿泊施設	31.7
7位	日本在住の親族・知人	20.2	7位	土産物	28.9
8位	宿泊施設ホームページ	18.5	8位	ATM	21.6
9位	航空会社ホームページ	18.4	9位	クレジットカード利用可能店舗	16.7
10位	旅行会社ホームページ	18.0	10位	イベント	11.8

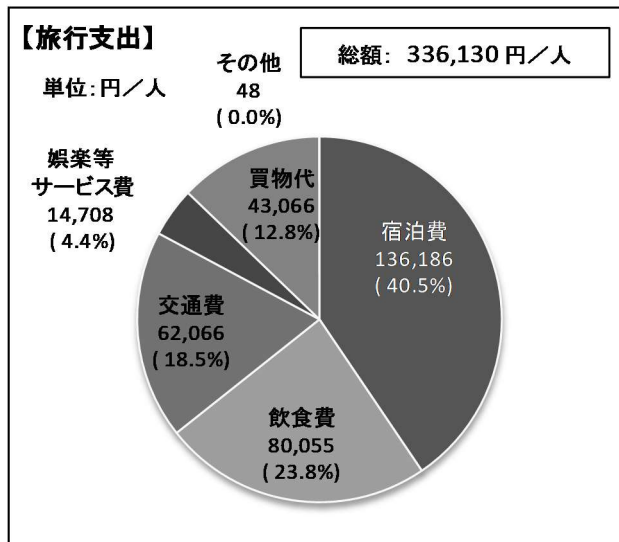
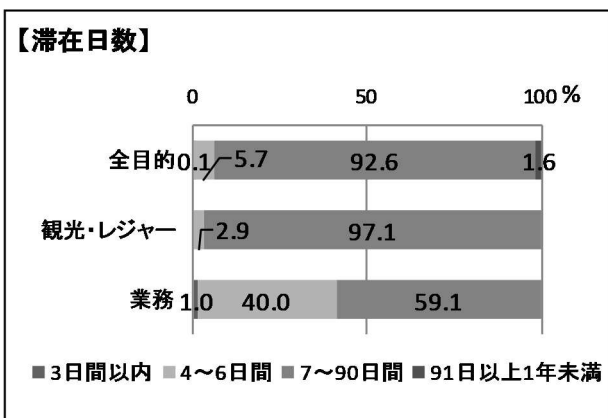
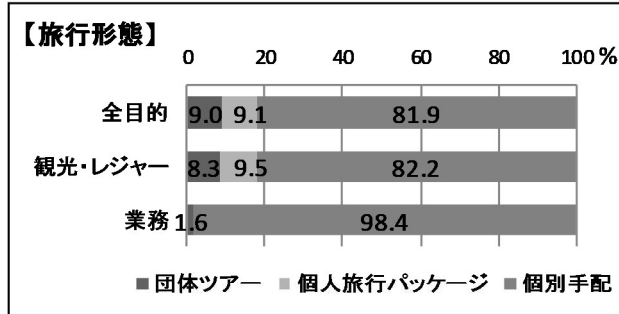
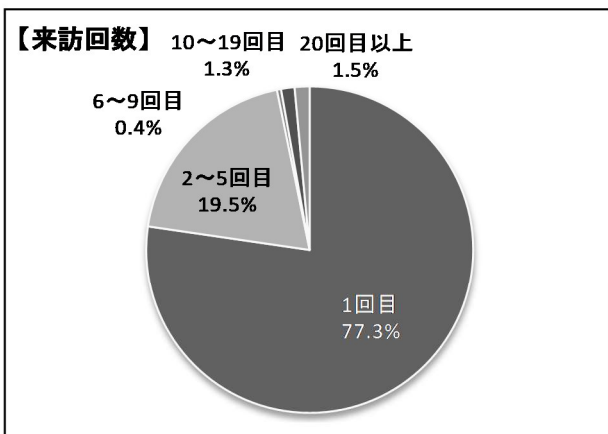
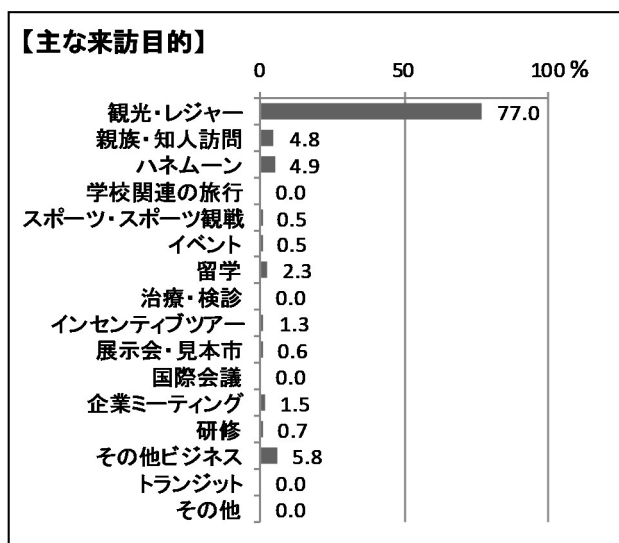
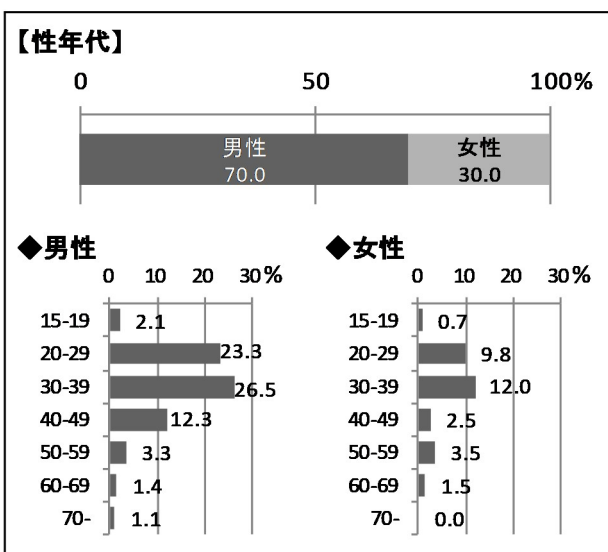
注) 新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、2023年1-3月期はB1地域調査を中止した。そのため、B1地域調査から得られる上記の図表中の「満足した購入商品」及び「買物場所」の数値は、2023年4-12月期の集計結果であることに留意が必要である。

## ⑩ スペイン

◆一般客1人当たり旅行支出 **336,130** 円/人 (2019年比 +51.9%)

◆一般客の平均泊数 **16.1** 泊

### ● 客層と旅行内容 ●





## ● 客層別にみる旅行支出 ●

(円/人)

客層	費目 旅行支出 (総額)	費目別支出 (カッコ内は構成比)					
		宿泊費	飲食費	交通費	娯楽等 サービス費	買物代	その他
スペイン 全体	336,130 (100.0%)	136,186 (40.5%)	80,055 (23.8%)	62,066 (18.5%)	14,708 (4.4%)	43,066 (12.8%)	48 (0.0%)
[滞在日数]							
90日以内	329,904 (100.0%)	133,998 (40.6%)	79,023 (24.0%)	61,759 (18.7%)	12,367 (3.7%)	42,707 (12.9%)	49 (0.0%)
[来訪目的]							
観光・レジャー	346,703 (100.0%)	138,801 (40.0%)	82,854 (23.9%)	67,672 (19.5%)	12,642 (3.6%)	44,671 (12.9%)	63 (0.0%)
初めて	348,966 (100.0%)	138,231 (39.6%)	82,280 (23.6%)	71,095 (20.4%)	12,851 (3.7%)	44,436 (12.7%)	74 (0.0%)
2回目以上	333,964 (100.0%)	142,007 (42.5%)	86,089 (25.8%)	48,406 (14.5%)	11,467 (3.4%)	45,994 (13.8%)	0 (0.0%)
業務	239,898 (100.0%)	116,241 (48.5%)	54,743 (22.8%)	32,338 (13.5%)	6,011 (2.5%)	30,565 (12.7%)	0 (0.0%)

注) 上表の「旅行支出」には、パッケージツアー参加費に含まれる宿泊費や飲食費、交通費などが含まれる。

## ● 買い物ランキング ●

## ● 旅行情報ランキング ●

◆購入した費目◆ (複数回答)				◆満足した購入商品◆ (単一回答)		
購入率 順位	費目	購入率 (%)	購入者単価 (円)	順位	商品小区分	回答率 (%)
1位	その他食料品・飲料・たばこ	58.4	11,782	1位	衣類	24.2
2位	衣類	54.6	15,662	2位	菓子類	10.2
3位	菓子類	50.2	7,692	3位	その他食料品・飲料・たばこ	9.1
4位	民芸品・伝統工芸品	34.1	12,465	◆買物場所◆ (複数回答)		
5位	酒類	28.1	11,544	順位	買物場所	回答率 (%)
6位	靴・かばん・革製品	17.1	15,185	1位	観光地の土産店	72.1
7位	本・雑誌・ガイドブックなど	16.3	8,106	2位	コンビニエンスストア	68.8
8位	化粧品・香水	14.7	9,521	3位	スーパーマーケット	67.0
9位	音楽・映像・ゲームなどソフトウェア	12.3	19,900	4位	百貨店・デパート	45.2
10位	電気製品(デジタルカメラ/PC/家電等)	10.1	32,965	5位	空港の免税店	33.0

◆旅行出発前◆ (複数回答)			◆旅行出発後◆ (複数回答)		
順位	役に立った 旅行情報源	回答率 (%)	順位	役に立った 旅行情報	回答率 (%)
1位	動画サイト(YouTube/愛奇芸等)	38.8	1位	交通手段	80.8
2位	自国の親族・知人	35.4	2位	飲食店	69.2
3位	日本政府観光局ホームページ	33.7	3位	観光施設	45.4
4位	個人のブログ	33.4	4位	宿泊施設	36.6
5位	旅行ガイドブック	32.0	5位	買物場所	35.0
6位	SNS (Facebook/Twitter/微信等)	30.2	6位	無料Wi-Fi	28.8
7位	航空会社ホームページ	24.0	7位	ATM	25.1
8位	宿泊施設ホームページ	23.6	8位	土産物	24.3
9位	口コミサイト(トリップアドバイザー等)	21.7	9位	クレジットカード利用可能店舗	20.1
10位	旅行会社ホームページ	21.6	10位	イベント	13.3

注) 新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、2023年1-3月期はB1地域調査を中止した。そのため、B1地域調査から得られる上記の図表中の「満足した購入商品」及び「買物場所」の数値は、2023年4-12月期の集計結果であることに留意が必要である。

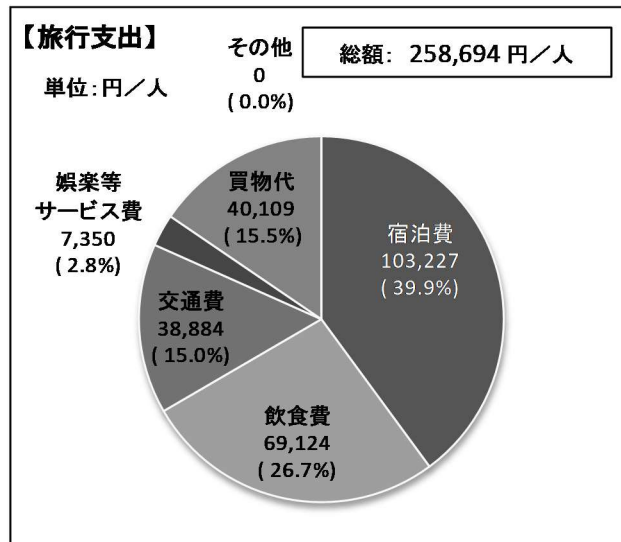
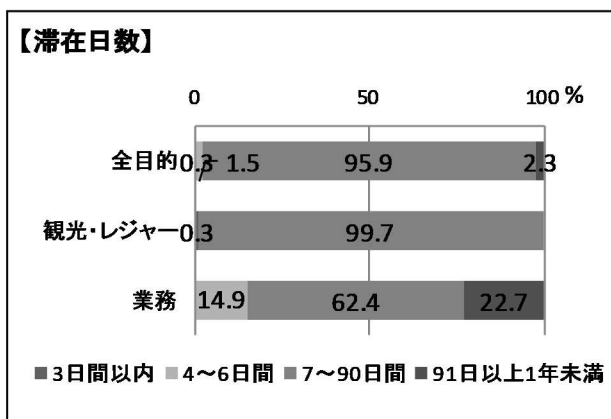
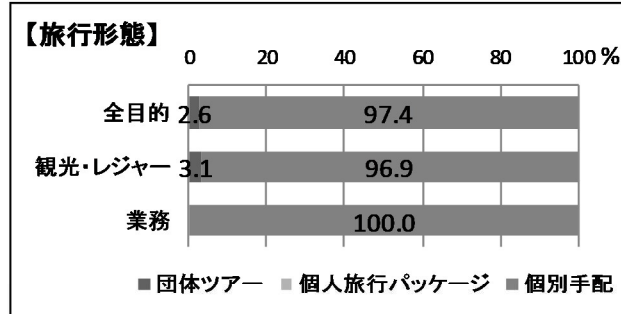
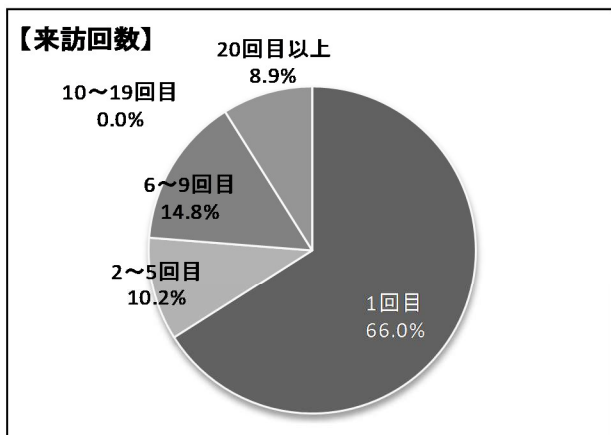
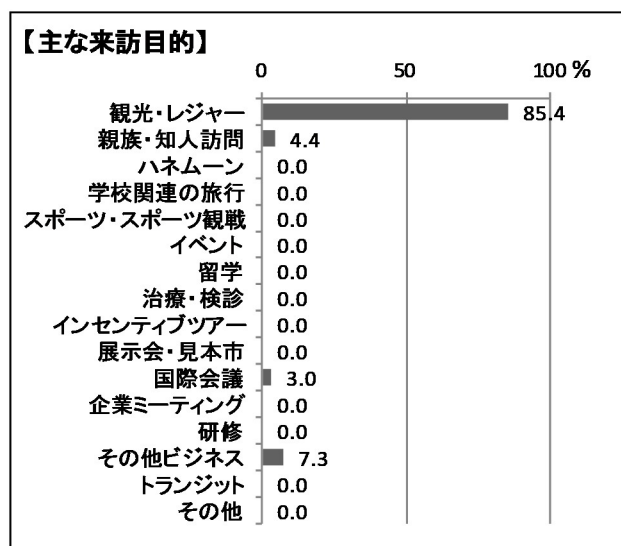
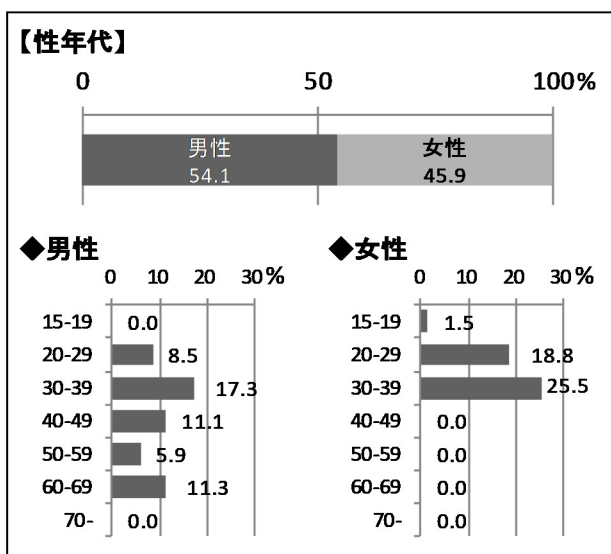
## ⑰ ロシア

※ロシアは、従来に比べて入国者数が少なく十分な回答数が確保できていないことから、標準誤差率が大きいため、留意されたい。

◆一般客1人当たり旅行支出 **258,694** 円/人 (2019年比 +41.4 %)

◆一般客の平均泊数 **20.8** 泊

### ● 客層と旅行内容 ●



## ● 客層別にみる旅行支出 ●

(円/人)

客層	費目 旅行支出 (総額)	費目別支出 (カッコ内は構成比)					
		宿泊費	飲食費	交通費	娯楽等 サービス費	買物代	その他
ロシア 全体	258,694 (100.0%)	103,227 (39.9%)	69,124 (26.7%)	38,884 (15.0%)	7,350 (2.8%)	40,109 (15.5%)	0 (0.0%)
[滞在日数]							
90日以内	245,283 (100.0%)	99,055 (40.4%)	59,677 (24.3%)	39,505 (16.1%)	7,484 (3.1%)	39,562 (16.1%)	0 (0.0%)
[来訪目的]							
観光・レジャー	253,426 (100.0%)	100,902 (39.8%)	63,082 (24.9%)	39,878 (15.7%)	8,488 (3.3%)	41,076 (16.2%)	0 (0.0%)
初めて	241,404 (100.0%)	101,221 (41.9%)	58,794 (24.4%)	37,909 (15.7%)	8,159 (3.4%)	35,320 (14.6%)	0 (0.0%)
2回目以上	288,713 (100.0%)	99,965 (34.6%)	75,668 (26.2%)	45,655 (15.8%)	9,453 (3.3%)	57,971 (20.1%)	0 (0.0%)
業務	375,520 (100.0%)	160,691 (42.8%)	139,460 (37.1%)	43,327 (11.5%)	677 (0.2%)	31,364 (8.4%)	0 (0.0%)

注) 上表の「旅行支出」には、パッケージツアー参加費に含まれる宿泊費や飲食費、交通費などが含まれる。

## ● 買い物ランキング ●

## ● 旅行情報ランキング ●

◆購入した費目◆ (複数回答)				◆満足した購入商品◆ (単一回答)		
購入率 順位	費目	購入率 (%)	購入者単価 (円)	順位	商品小区分	回答率 (%)
1位	菓子類	81.4	10,233	1位	靴・かばん・革製品	39.4
2位	その他食料品・飲料・たばこ	63.2	7,492	2位	民芸品・伝統工芸品	7.3
3位	衣類	57.7	11,423	3位	菓子類	6.3
4位	靴・かばん・革製品	36.6	10,802	◆買物場所◆ (複数回答)		
5位	酒類	28.8	14,906	順位	買物場所	回答率 (%)
6位	化粧品・香水	27.5	8,075	1位	コンビニエンスストア	78.6
7位	医薬品	23.0	4,090	2位	百貨店・デパート	62.0
8位	本・雑誌・ガイドブックなど	21.3	5,571	3位	スーパーマーケット	58.1
9位	民芸品・伝統工芸品	16.2	7,050	4位	空港の免税店	48.0
10位	生鮮農産物	9.3	2,440	5位	観光地の土産店	46.8

◆旅行出発前◆ (複数回答)			◆旅行出発後◆ (複数回答)		
順位	役に立った 旅行情報源	回答率 (%)	順位	役に立った 旅行情報	回答率 (%)
1位	動画サイト(YouTube/愛奇芸等)	50.5	1位	交通手段	63.7
2位	日本政府観光局ホームページ	30.7	2位	観光施設	50.2
3位	口コミサイト(トリップアドバイザー等)	24.5	3位	買物場所	40.7
4位	自国の親族・知人	23.1	4位	飲食店	40.7
5位	旅行ガイドブック	22.4	5位	無料Wi-Fi	21.6
6位	個人のブログ	20.2	6位	宿泊施設	19.4
7位	宿泊施設ホームページ	17.9	7位	ATM	18.3
8位	旅行専門誌	16.4	8位	クレジットカード利用可能店舗	15.5
9位	旅行会社ホームページ	15.2	9位	土産物	15.4
10位	宿泊予約サイト	14.3	10位	イベント	5.1

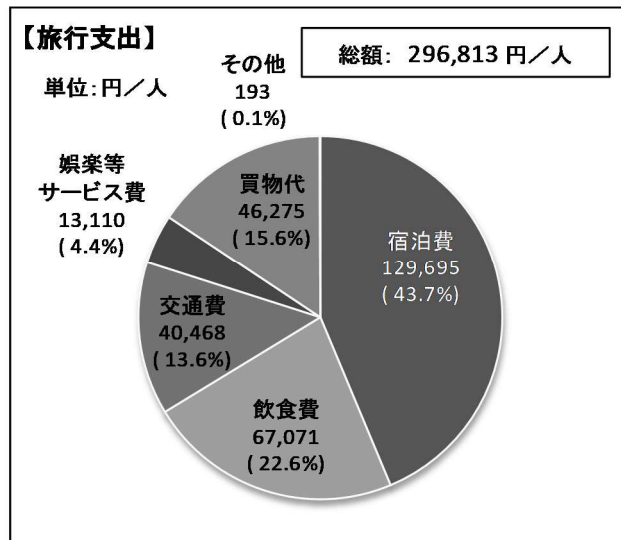
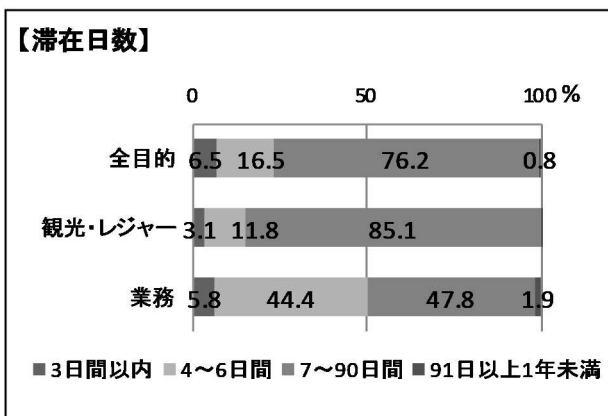
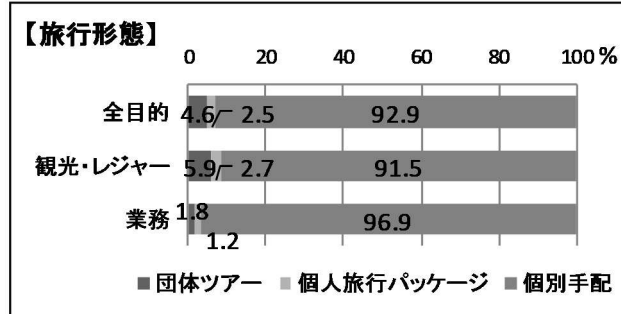
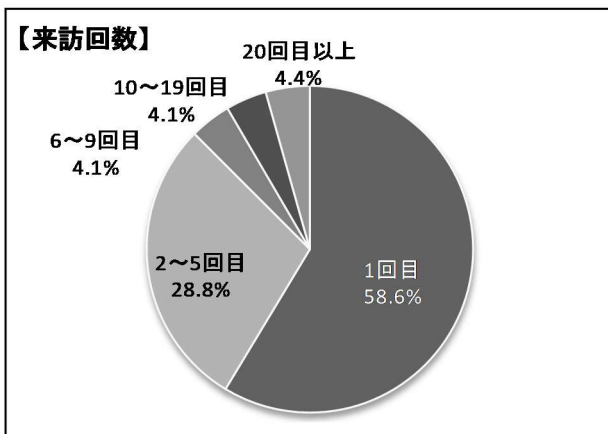
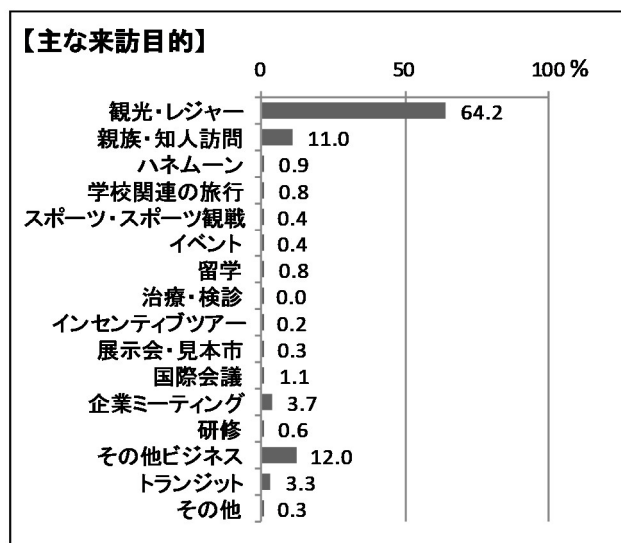
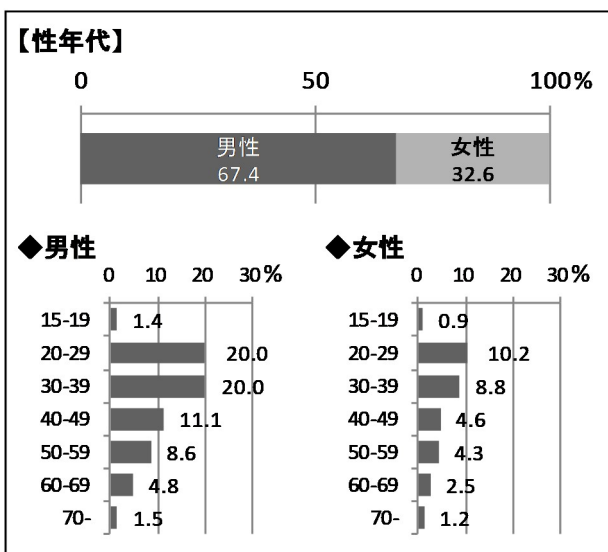
注) 新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、2023年1-3月期はB1地域調査を中止した。そのため、B1地域調査から得られる上記の図表中の「満足した購入商品」及び「買物場所」の数値は、2023年4-12月期の集計結果であることに留意が必要である。

⑱ 米国

◆一般客1人当たり旅行支出 **296,813** 円/人 (2019年比 +56.7 %)

◆一般客の平均泊数 **12.1** 泊

● 客層と旅行内容 ●



## ● 客層別にみる旅行支出 ●

(円/人)

客層	費目 旅行支出 (総額)	費目別支出 (カッコ内は構成比)					
		宿泊費	飲食費	交通費	娯楽等 サービス費	買物代	その他
米国 全体	296,813 (100.0%)	129,695 (43.7%)	67,071 (22.6%)	40,468 (13.6%)	13,110 (4.4%)	46,275 (15.6%)	193 (0.1%)
[滞在日数]							
90日以内	290,704 (100.0%)	127,346 (43.8%)	65,600 (22.6%)	40,263 (13.9%)	12,177 (4.2%)	45,123 (15.5%)	195 (0.1%)
[来訪目的]							
観光・レジャー	324,610 (100.0%)	139,797 (43.1%)	72,290 (22.3%)	45,989 (14.2%)	14,966 (4.6%)	51,277 (15.8%)	291 (0.1%)
初めて	326,185 (100.0%)	141,383 (43.3%)	72,495 (22.2%)	47,678 (14.6%)	16,003 (4.9%)	48,214 (14.8%)	412 (0.1%)
2回目以上	320,912 (100.0%)	136,073 (42.4%)	71,808 (22.4%)	42,022 (13.1%)	12,531 (3.9%)	58,471 (18.2%)	7 (0.0%)
業務	259,726 (100.0%)	139,253 (53.6%)	55,566 (21.4%)	29,888 (11.5%)	3,678 (1.4%)	31,307 (12.1%)	34 (0.0%)

注) 上表の「旅行支出」には、パッケージツアー参加費に含まれる宿泊費や飲食費、交通費などが含まれる。

## ● 買い物ランキング ●

◆購入した費目◆ (複数回答)				◆満足した購入商品◆ (単一回答)		
購入率 順位	費目	購入率 (%)	購入者単価 (円)	順位	商品小区分	回答率 (%)
1位	その他食料品・飲料・たばこ	54.2	13,677	1位	衣類	21.6
2位	菓子類	44.4	11,144	2位	菓子類	14.1
3位	衣類	42.6	23,280	3位	民芸品・伝統工芸品	7.6
4位	酒類	30.3	12,733	◆買物場所◆ (複数回答)		
5位	民芸品・伝統工芸品	22.2	14,617	順位	買物場所	回答率 (%)
6位	靴・かばん・革製品	14.2	30,013	1位	コンビニエンスストア	76.8
7位	化粧品・香水	10.6	14,461	2位	百貨店・デパート	51.5
8位	本・雑誌・ガイドブックなど	9.4	8,475	3位	観光地の土産店	46.5
9位	音楽・映像・ゲームなどソフトウェア	6.2	20,268	4位	空港の免税店	36.5
10位	電気製品(デジタルカメラ/PC/家電等)	4.6	28,796	5位	スーパーマーケット	36.5

## ● 旅行情報ランキング ●

◆旅行出発前◆ (複数回答)			◆旅行出発後◆ (複数回答)		
順位	役に立った 旅行情報源	回答率 (%)	順位	役に立った 旅行情報	回答率 (%)
1位	動画サイト(YouTube/愛奇芸等)	35.4	1位	交通手段	78.1
2位	日本在住の親族・知人	28.5	2位	飲食店	68.4
3位	自国の親族・知人	28.3	3位	買物場所	34.5
4位	口コミサイト(トリップアドバイザー等)	22.9	4位	観光施設	32.2
5位	SNS (Facebook/Twitter/微信等)	22.6	5位	宿泊施設	28.9
6位	日本政府観光局ホームページ	20.2	6位	無料Wi-Fi	24.9
7位	航空会社ホームページ	19.9	7位	ATM	20.9
8位	宿泊施設ホームページ	17.9	8位	土産物	20.0
9位	個人のブログ	16.9	9位	クレジットカード利用可能店舗	17.3
10位	旅行ガイドブック	14.2	10位	イベント	12.0

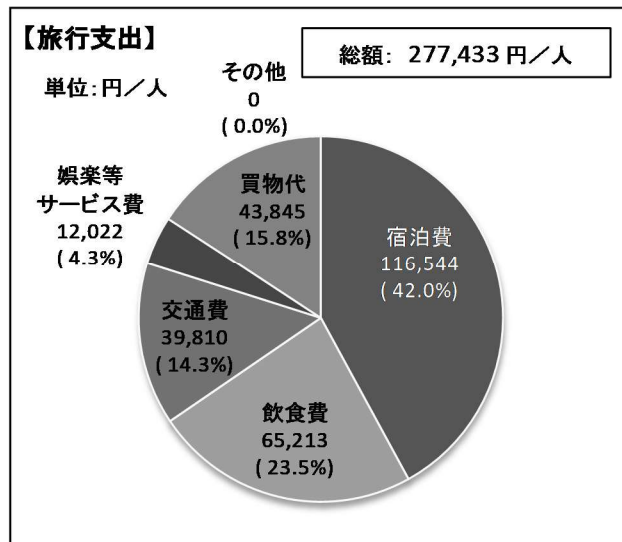
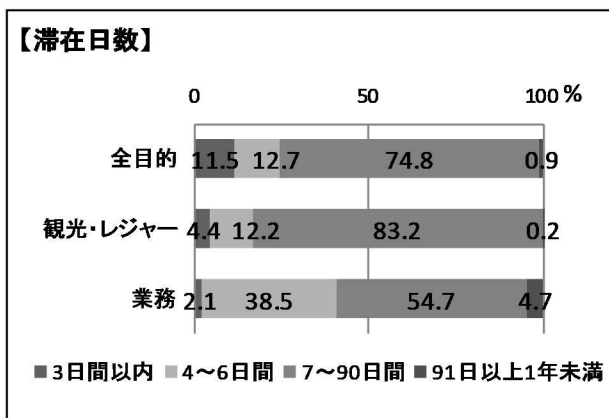
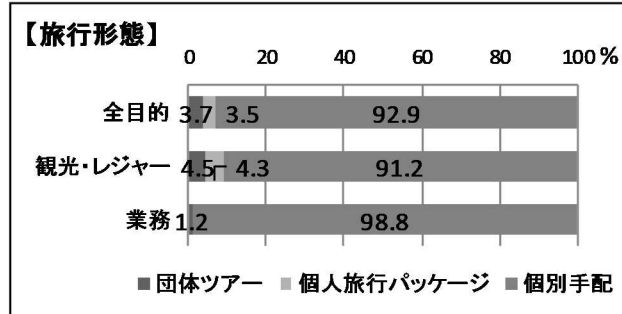
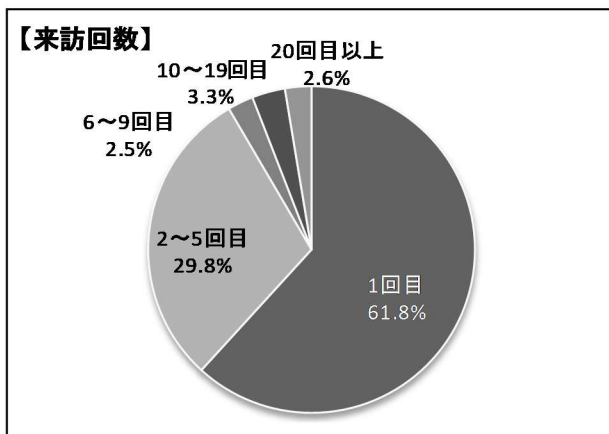
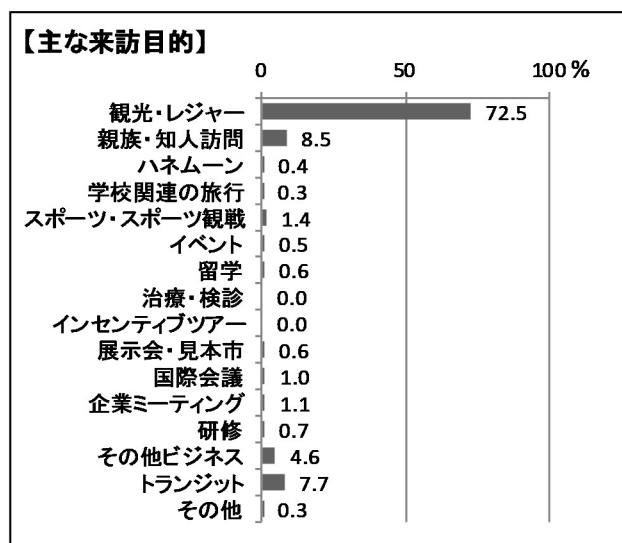
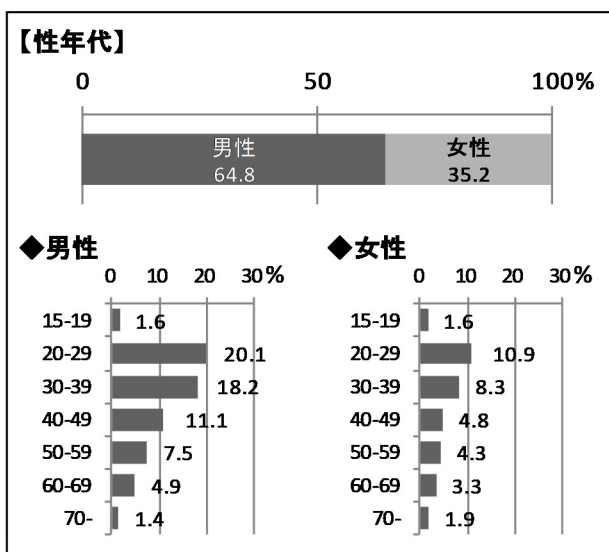
注) 新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、2023年1-3月期はB1地域調査を中止した。そのため、B1地域調査から得られる上記の図表中の「満足した購入商品」及び「買物場所」の数値は、2023年4-12月期の集計結果であることに留意が必要である。

## ⑱ カナダ

◆一般客1人当たり旅行支出 **277,433** 円/人 (2019年比 +52.6 %)

◆一般客の平均泊数 **12.3** 泊

### ● 客層と旅行内容 ●



## ● 客層別に見る旅行支出 ●

(円/人)

客層	費目 旅行支出 (総額)	費目別支出 (カッコ内は構成比)					
		宿泊費	飲食費	交通費	娯楽等 サービス費	買物代	その他
カナダ 全体	277,433 (100.0%)	116,544 (42.0%)	65,213 (23.5%)	39,810 (14.3%)	12,022 (4.3%)	43,845 (15.8%)	0 (0.0%)
[滞在日数]							
90日以内	273,920 (100.0%)	115,898 (42.3%)	64,006 (23.4%)	39,568 (14.4%)	11,628 (4.2%)	42,819 (15.6%)	0 (0.0%)
[来訪目的]							
観光・レジャー	299,467 (100.0%)	126,042 (42.1%)	70,056 (23.4%)	44,137 (14.7%)	13,282 (4.4%)	45,950 (15.3%)	0 (0.0%)
初めて	299,642 (100.0%)	127,774 (42.6%)	72,168 (24.1%)	44,654 (14.9%)	12,737 (4.3%)	42,309 (14.1%)	0 (0.0%)
2回目以上	299,107 (100.0%)	122,470 (40.9%)	65,702 (22.0%)	43,071 (14.4%)	14,407 (4.8%)	53,456 (17.9%)	0 (0.0%)
業務	281,934 (100.0%)	136,464 (48.4%)	66,372 (23.5%)	25,216 (8.9%)	2,271 (0.8%)	51,611 (18.3%)	0 (0.0%)

注) 上表の「旅行支出」には、パッケージツアー参加費に含まれる宿泊費や飲食費、交通費などが含まれる。

## ● 買い物ランキング ●

◆購入した費目◆ (複数回答)				◆満足した購入商品◆ (単一回答)		
購入率 順位	費目	購入率 (%)	購入者単価 (円)	順位	商品小区分	回答率 (%)
1位	その他食料品・飲料・たばこ	55.7	13,652	1位	衣類	23.5
2位	菓子類	50.6	11,048	2位	菓子類	13.7
3位	衣類	47.1	22,908	3位	靴・かばん・革製品	6.9
4位	酒類	28.8	11,017	◆買物場所◆ (複数回答)		
5位	民芸品・伝統工芸品	19.8	10,460	順位	買物場所	回答率 (%)
6位	靴・かばん・革製品	15.7	26,853	1位	コンビニエンスストア	76.6
7位	化粧品・香水	12.6	14,058	2位	百貨店・デパート	54.5
8位	本・雑誌・ガイドブックなど	9.8	8,150	3位	空港の免税店	40.9
9位	医薬品	6.4	10,372	4位	観光地の土産店	39.5
10位	音楽・映像・ゲームなどソフトウェア	5.8	17,642	5位	スーパーマーケット	38.3

## ● 旅行情報ランキング ●

◆旅行出発前◆ (複数回答)			◆旅行出発後◆ (複数回答)		
順位	役に立った 旅行情報源	回答率 (%)	順位	役に立った 旅行情報	回答率 (%)
1位	動画サイト(YouTube/愛奇芸等)	39.2	1位	交通手段	78.5
2位	自国の親族・知人	30.7	2位	飲食店	64.6
3位	日本在住の親族・知人	24.6	3位	観光施設	37.6
4位	口コミサイト(トリップアドバイザー等)	23.0	4位	買物場所	36.4
5位	SNS (Facebook/Twitter/微信等)	22.4	5位	宿泊施設	32.5
6位	個人のブログ	20.1	6位	無料Wi-Fi	26.9
7位	日本政府観光局ホームページ	19.3	7位	土産物	21.1
8位	航空会社ホームページ	18.9	8位	ATM	18.9
9位	宿泊施設ホームページ	18.2	9位	クレジットカード利用可能店舗	13.8
10位	旅行ガイドブック	14.2	10位	イベント	12.6

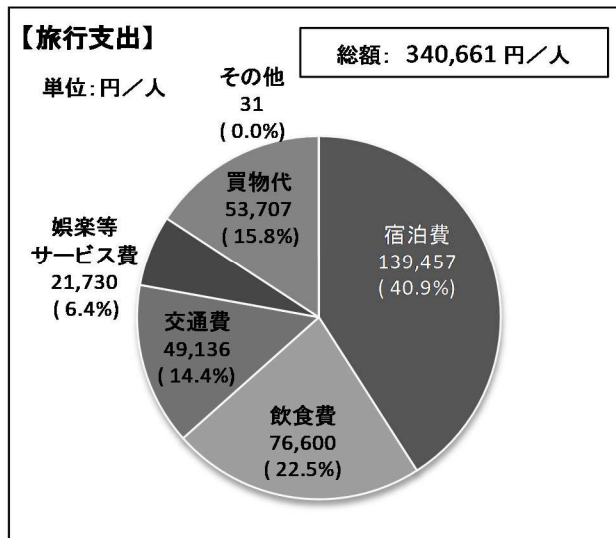
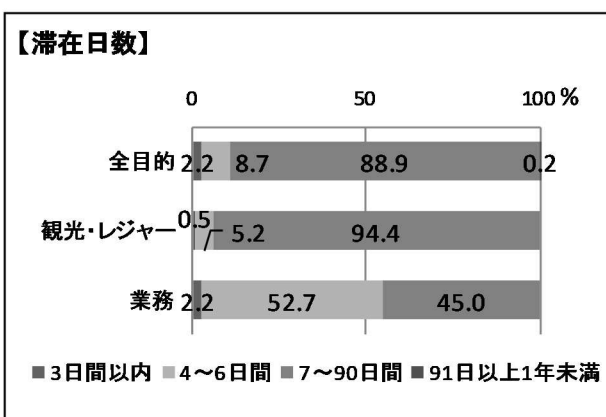
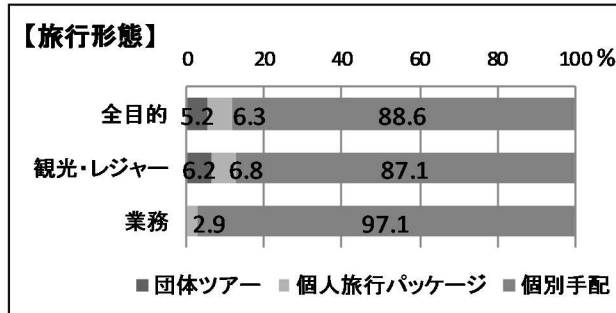
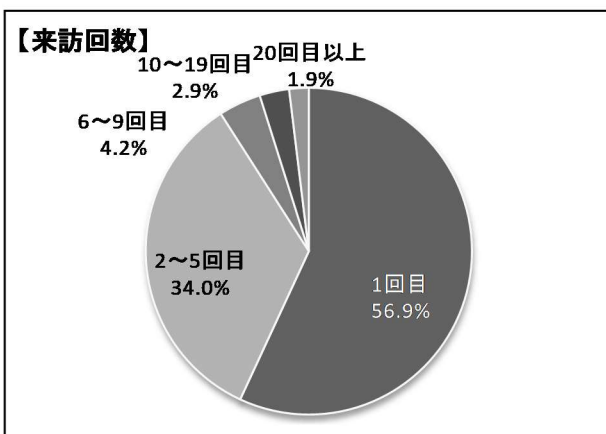
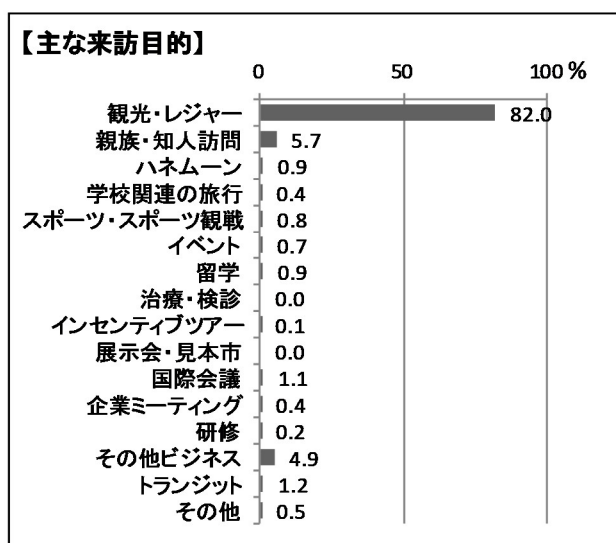
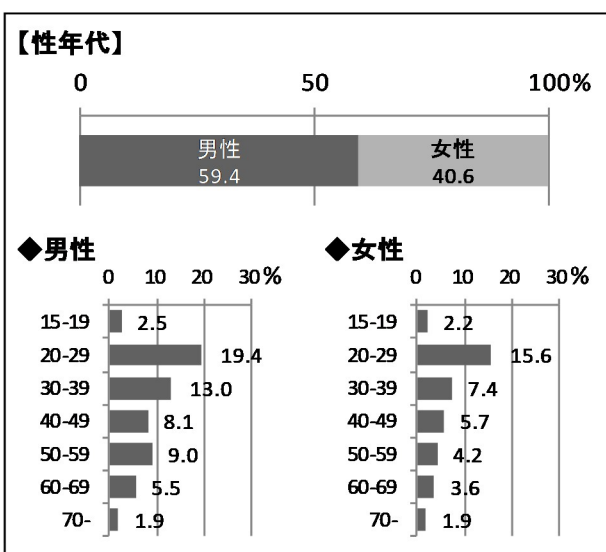
注) 新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、2023年1-3月期はB1地域調査を中止した。そのため、B1地域調査から得られる上記の図表中の「満足した購入商品」及び「買物場所」の数値は、2023年4-12月期の集計結果であることに留意が必要である。

## ⑳ オーストラリア

◆一般客1人当たり旅行支出 **340,661** 円/人 (2019年比 +37.4 %)

◆一般客の平均泊数 **13.8** 泊

### ● 客層と旅行内容 ●





## ● 客層別にみる旅行支出 ●

(円/人)

客層	費目 旅行支出 (総額)	費目別支出 (カッコ内は構成比)					
		宿泊費	飲食費	交通費	娯楽等 サービス費	買物代	その他
オーストラリア 全体	340,661 (100.0%)	139,457 (40.9%)	76,600 (22.5%)	49,136 (14.4%)	21,730 (6.4%)	53,707 (15.8%)	31 (0.0%)
[滞在日数]							
90日以内	338,205 (100.0%)	137,272 (40.6%)	76,357 (22.6%)	49,140 (14.5%)	21,754 (6.4%)	53,652 (15.9%)	31 (0.0%)
[来訪目的]							
観光・レジャー	359,500 (100.0%)	146,535 (40.8%)	80,691 (22.4%)	53,860 (15.0%)	22,852 (6.4%)	55,525 (15.4%)	37 (0.0%)
初めて	360,905 (100.0%)	145,551 (40.3%)	79,731 (22.1%)	59,056 (16.4%)	23,219 (6.4%)	53,289 (14.8%)	61 (0.0%)
2回目以上	357,260 (100.0%)	148,105 (41.5%)	82,221 (23.0%)	45,577 (12.8%)	22,268 (6.2%)	59,090 (16.5%)	0 (0.0%)
業務	203,573 (100.0%)	96,948 (47.6%)	48,689 (23.9%)	24,221 (11.9%)	4,150 (2.0%)	29,565 (14.5%)	0 (0.0%)

注) 上表の「旅行支出」には、パッケージツアー参加費に含まれる宿泊費や飲食費、交通費などが含まれる。

## ● 買い物ランキング ●

◆購入した費目◆ (複数回答)				◆満足した購入商品◆ (単一回答)		
購入率 順位	費目	購入率 (%)	購入者単価 (円)	順位	商品小区分	回答率 (%)
1位	その他食料品・飲料・たばこ	63.9	15,785	1位	衣類	22.8
2位	衣類	52.4	22,088	2位	菓子類	11.6
3位	菓子類	45.6	9,753	3位	靴・かばん・革製品	8.8
4位	酒類	38.9	12,591	◆買物場所◆ (複数回答)		
5位	靴・かばん・革製品	22.8	29,648	順位	買物場所	回答率 (%)
6位	民芸品・伝統工芸品	18.4	15,144	1位	コンビニエンスストア	83.3
7位	化粧品・香水	15.7	16,133	2位	百貨店・デパート	62.0
8位	本・雑誌・ガイドブックなど	8.8	6,812	3位	観光地の土産店	49.5
9位	電気製品(デジタルカメラ/PC/家電等)	7.7	38,647	4位	スーパーマーケット	45.8
10位	宝石・貴金属	6.2	9,841	5位	ドラッグストア	34.2

## ● 旅行情報ランキング ●

◆旅行出発前◆ (複数回答)			◆旅行出発後◆ (複数回答)		
順位	役に立った旅行情報源	回答率 (%)	順位	役に立った旅行情報	回答率 (%)
1位	動画サイト(YouTube/愛奇芸等)	35.1	1位	交通手段	82.7
2位	自国の親族・知人	31.5	2位	飲食店	71.4
3位	SNS (Facebook/Twitter/微信等)	26.5	3位	観光施設	44.2
4位	口コミサイト(トリップアドバイザー等)	25.0	4位	買物場所	43.4
5位	日本在住の親族・知人	23.7	5位	宿泊施設	33.5
6位	宿泊施設ホームページ	23.5	6位	無料Wi-Fi	31.0
7位	日本政府観光局ホームページ	23.3	7位	ATM	24.2
8位	航空会社ホームページ	20.2	8位	土産物	20.5
9位	個人のブログ	15.6	9位	イベント	17.2
10位	旅行ガイドブック	14.3	10位	自然体験ツアー・農山漁村体験	11.7

注) 新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、2023年1-3月期はB1地域調査を中止した。そのため、B1地域調査から得られる上記の図表中の「満足した購入商品」及び「買物場所」の数値は、2023年4-12月期の集計結果であることに留意が必要である。



## Ⅲ 訪日外国人消費動向調査について

### 1. 調査の概要

- (1) 調査の目的 ..... 71
- (2) 調査の沿革 ..... 71
- (3) 調査の根拠法令 ..... 71
- (4) 調査の対象 ..... 71
- (5) 抽出方法 ..... 72
- (6) 目標精度と標本サイズ ..... 72
- (7) 調査事項 ..... 73
- (8) 調査の時期 ..... 74
- (9) 調査の方法 ..... 74

### 2. 用語の解説

- (1) 主要項目 ..... 75
- (2) 支出費目 ..... 77
- (3) 買物場所 ..... 82

### 3. 調査の結果

- (1) 表章事項 ..... 83
- (2) 集計方法 ..... 83
- (3) 調査結果の精度 ..... 84
- (4) 利用上の注意 ..... 84



## Ⅲ 訪日外国人消費動向調査について

### 1. 調査の概要

#### (1) 調査の目的

訪日外国人旅行者の消費動向を明らかにし、外国人観光客誘致に関する施策の企画立案、評価等のための基礎資料を得ることを目的とする。

本調査では、目的に応じて以下に示す3つの調査を四半期毎に実施している。

#### A 1 全国調査

日本全体での訪日外国人の客層や旅行内容、消費実態を明らかにする。

#### B 1 地域調査

訪問地（都道府県）毎に、訪日外国人の客層や旅行内容、消費実態を明らかにする。

#### B 2 クルーズ調査

船舶観光上陸許可を得た訪日外国人の客層や旅行内容、消費実態を明らかにする。

#### (2) 調査の沿革

##### 2010年（平成22年）

4-6月期より調査開始。

##### 2014年（平成26年）

高松空港を調査地点に追加。

インドネシア、フィリピン、ベトナムを調査対象に追加。

調査票の変更（ラウンジ利用や消費税免税手続きに係る設問の追加等）。

##### 2015年（平成27年）

函館空港、小松空港、富士山静岡空港、関門（下関）港、厳原港、鹿児島空港を調査地点に追加。

イタリア、スペインを調査対象に追加。

調査票の変更（申込方法や訪問地毎の支出金額、世帯年収に係る設問の追加等）。

##### 2018年（平成30年）

従来調査（A 1 全国調査）に加え、B 1 地域調査、B 2 クルーズ調査を新たに開始。青森空港、茨城空港、富山空港、岡山空港、米子空港、佐賀空港、宮崎空港、境港、長崎港、那覇港を調査地点に追加。

調査票の変更（訪日頻度に係る設問の追加、支出金額の費目細分化等）。

##### 2019年（平成31年、令和元年）

B 2 クルーズ調査において平良港、石垣港を調査地点に追加。

##### 2020年（令和2年）

調査票の変更（A 1 全国調査では意識調査に係る設問の追加。B 1 地域調査では日本への来訪回数や同行者に係る設問の追加と主な来訪目的に係る設問の選択肢変更等。B 2 クルーズ調査では専用の調査票を新設）。

#### (3) 調査の根拠法令

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。

#### (4) 調査の対象

##### 1 全国調査

日本国内の17空海港（※1）から出国する訪日外国人。

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

##### B 1 地域調査

日本国内の25空海港（※2）から出国する訪日外国人。

(※2) 新千歳空港、函館空港、青森空港、仙台空港、茨城空港、東京国際空港、成田国際空港、富士山静岡空港、中部国際空港、富山空港、小松空港、関西国際空港、米子空港、岡山空港、広島空港、高松空港、福岡空港、佐賀空港、宮崎空港、鹿児島空港、那覇空港、境港、関門港（下関）、博多港、厳原港

## B 2 クルーズ調査

博多港、長崎港、那覇港、平良港又は石垣港に寄港するクルーズ船のうち、同港が日本国内の最終寄港地であるクルーズ船に乗船する訪日外国人であって、出入国管理及び難民認定法（昭和26年政令第319号）第14条の2に基づく船舶観光上陸の許可を得て同港に上陸した者。

ただし、A 1 全国調査、B 1 地域調査及びB 2 クルーズ調査いずれも以下の者を除く。

- 1) 日本に入国していないトランジット客
- 2) 乗員
- 3) 1年以上の滞在者
- 4) 出入国管理及び難民認定法に基づく永住者、永住者の配偶者等及び定住者

### (5) 抽出方法

本調査は標本調査であるが、空海港の国際線ターミナル搭乗待合ロビーにおいて日本から出国する訪日外国人を対象とした聞き取り調査の手法を採用しており、有意抽出法に該当する。したがって、厳密には調査から得られた結果の性質を理論的に評価することはできない。しかし、調査結果を可能な限り母集団の持つ性質に近づけるため、無作為抽出法で一般に用いられる標本設計の手法を適用して標本サイズを決定している。

## A 1 全国調査

A 1 全国調査の標本設計においては、法務省「出入国管理統計」の外国人単純出国者数（前年同期）のうち、調査地点である17空海港からの出国者数を母集団とする。訪日外国人の国籍・地域により層化を行い、各層において独立に標本抽出を行う。

## B 1 地域調査

B 1 地域調査の標本設計においては、法務省「出入国管理統計」の外国人単純出国者数（前年同期）のうち、調査地点である25空海港からの出国者数を母集団とする。訪日外国人の出国港により層化を行い、各層において独立に標本抽出を行う。

## B 2 クルーズ調査

国内最終寄港地と見込まれるクルーズ船を各調査港における調査対象の候補とする。調査対象候補となるクルーズ船を、次の寄港地（外国）の国・地域毎に層化した上で、予定寄港回数に基づく比例配分法によって調査対象便を抽出する。便毎の調査対象者数は均等割当とし、客層等の偏りを防ぐため1便当たりの回収数上限を50票と設定する。

### (6) 目標精度と標本サイズ

#### A 1 全国調査

国籍・地域毎の「1人当たり旅行総支出」の平均値を推定値とし、目標精度（推定値の標準誤差率）を表1のように定めた。

表1 A 1 全国調査の目標精度

国籍・地域 (21区分)	目標 標準誤差率	目標 回収数	国籍・地域 (21区分)	目標 標準誤差率	目標 回収数
韓国	3.0%	780	英国	7.0%	190
台湾	3.0%	610	ドイツ	7.0%	290
香港	3.0%	650	フランス	7.0%	140
中国	3.0%	1,000	イタリア	10.0%	80
タイ	5.0%	300	スペイン	10.0%	70
シンガポール	7.0%	140	ロシア	10.0%	110
マレーシア	7.0%	360	米国	3.0%	1,250
インドネシア	7.0%	220	カナダ	7.0%	220
フィリピン	7.0%	250	オーストラリア	5.0%	240
ベトナム	7.0%	350	その他	5.0%	320
インド	10.0%	260	合計		7,830

この目標精度を達成するために必要となる標本サイズ（目標回収数）を、2016年（平成28年）調査結果を用いて導出した。その結果、A 1 全国調査の標本サイズは各四半期7,830票となった。なお、調査港（出国港）毎の標本配分は、前年同期の外国人単純出国者数に比例して割り当てる。

## B 1 地域調査

訪問地（都道府県）毎の「1人1日当たり旅行中支出」の平均値を推定値とし、目標精度（推定値の標準誤差率）を表2のように定めた。

表2 B 1 地域調査の目標精度

都道府県 (47区分)	目標 標準誤差率	目標 回収数	都道府県 (47区分)	目標 標準誤差率	目標 回収数
北海道	5.0%	420	三重県	20.0%	140
青森県	20.0%	50	滋賀県	20.0%	50
岩手県	20.0%	50	京都府	5.0%	740
宮城県	20.0%	50	大阪府	5.0%	780
秋田県	20.0%	50	兵庫県	5.0%	900
山形県	20.0%	50	奈良県	5.0%	3,160
福島県	20.0%	50	和歌山県	20.0%	80
茨城県	20.0%	80	鳥取県	20.0%	50
栃木県	10.0%	180	島根県	20.0%	50
群馬県	20.0%	50	岡山県	20.0%	60
埼玉県	20.0%	50	広島県	10.0%	170
千葉県	5.0%	4,890	山口県	20.0%	110
東京都	5.0%	1,140	徳島県	20.0%	50
神奈川県	5.0%	830	香川県	20.0%	50
新潟県	20.0%	50	愛媛県	20.0%	60
富山県	10.0%	290	高知県	20.0%	50
石川県	10.0%	210	福岡県	5.0%	530
福井県	20.0%	50	佐賀県	20.0%	70
山梨県	10.0%	600	長崎県	10.0%	120
長野県	10.0%	290	熊本県	10.0%	150
岐阜県	10.0%	200	大分県	10.0%	120
静岡県	10.0%	840	宮崎県	20.0%	50
愛知県	5.0%	950	鹿児島県	20.0%	50
			沖縄県	5.0%	400

この目標精度を達成するために必要となる標本サイズ（目標回収数）を、2019年（平成31年／令和元年）調査の実績に基づいて導出した。各都道府県訪問者の出現率は出国港によって異なるため、標本サイズに出現率の逆数を乗じて調査港（出国港）毎の必要回収数を算出し、B 1 地域調査の標本サイズは各四半期 24,620 票となった。なお、訪日外国人の国籍・地域毎の標本配分は、前年同期の外国人単純出国者数に比例して割り当てる。

## B 2 クルーズ調査

調査港（国内最終寄港地）毎の「1人当たり旅行中支出」の平均値を推定値とし、目標精度（推定値の標準誤差率）を表3のように定めた。

表3 B 2 クルーズ調査の目標精度

最終寄港地 (3区分)	目標 標準誤差率	目標 回収数
博多港	5.0%	430
長崎港	5.0%	530
那覇・平良・石垣港	5.0%	430
総数		1,390

この目標精度を達成するために必要となる標本サイズ（目標回収数）を、2018年（平成30年）1-6月期調査の実績に基づいて導出した。その結果、B 2 クルーズ調査の標本サイズは各四半期 1,390 票となった。

## (7) 調査事項

### A 1 全国調査

入国日、入国した空海港、在留資格、国籍・地域、居住地、性別、年齢、同行者、日本への来訪回数、前回の来訪時期、過去1年間の来訪回数、主な来訪目的、訪問地名、宿泊施設の種別及び泊数、旅行手配方法、ツアー料金又は往復航空（船舶）料金、申込方法、ツアー料金に含まれるサービス、日本滞在中の費目別支出、消費税免税手続き実施状況、世帯年収、その他意識調査

### B 1 地域調査

国籍・地域、旅行手配方法、ツアー料金又は往復航空（船舶）料金、Japan Rail Pass の利用状況と料金、入国港、訪問地名、宿泊施設の種別及び泊数、訪問地毎の費目別支出、利用した交通手段、買物場所、利用した決済方法、性別、年齢、在留資格、入国日、同行者、日本への来訪回数、主な来訪目的、その他意識調査

### B 2 クルーズ調査

入国日、在留資格、国籍・地域、性別、年齢、同行者、日本への来訪回数、主な来訪目的、日本国内の寄港地における旅行手配方法、クルーズ船料金、買物費目、寄港地、寄港地毎の費目別支出

(8) 調査の時期

2023年

1-3月期：1月11日(水)～3月15日(水)

4-6月期：4月13日(木)～6月22日(木)

7-9月期：7月12日(水)～9月22日(金)

10-12月期：10月6日(金)～12月28日(木)

注) B1地域調査については、新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、従来に比べて入国者数が少なく、統計精度が担保できないことから2020年4-6月期～2023年1-3月期まで調査を中止した。B2クルーズ調査についても、2020年4-6月期～2023年4-6月期まで中止した。

2023年の各期四半期における調査実施空海港は表4～6に示す通りである。

表4 2023年各四半期のA1全国調査  
実施空海港

空海港	A1全国調査			
	1-3月期	4-6月期	7-9月期	10-12月期
新千歳空港	○	○	○	○
函館空港				○
仙台空港		○	○	○
東京国際空港	○	○	○	○
成田国際空港	○	○	○	○
富士山静岡空港			○	○
中部国際空港	○	○	○	○
小松空港			○	○
関西国際空港	○	○	○	○
広島空港		○	○	○
高松空港	○	○	○	○
福岡空港	○	○	○	○
鹿児島空港				○
那覇空港	○	○	○	○
関門港(下関)		○	○	○
博多港	○	○	○	○
厳原港				

表5 2023年各四半期のB1地域調査  
実施空海港

空海港	B1地域調査			
	1-3月期	4-6月期	7-9月期	10-12月期
新千歳空港		○	○	○
函館空港				○
仙台空港		○	○	○
茨城空港			○	○
東京国際空港		○	○	○
成田国際空港		○	○	○
富士山静岡空港			○	○
中部国際空港		○	○	○
富山空港				
小松空港			○	○
関西国際空港		○	○	○
米子空港				
岡山空港				○
広島空港		○	○	○
高松空港		○	○	○
福岡空港		○	○	○
佐賀空港				○
宮崎空港				
鹿児島空港				○
那覇空港		○	○	○
境港				
関門港(下関)		○	○	○
博多港		○	○	○
厳原港				

表6 2023年各四半期のB2クルーズ調査  
実施海港

海港	B2クルーズ調査			
	1-3月期	4-6月期	7-9月期	10-12月期
博多港			○	○
長崎港			○	○
那覇・平良・石垣港			○	○

(9) 調査の方法

調査対象空海港の出国ロビーにいる訪日外国人に調査員が協力を求め、タブレット端末又は紙調査票を示しつつ、聞き取る方式(他計方式)により行う。

調査票対応言語

英語、韓国語、中国語(繁体字、簡体字)、タイ語、フランス語、ドイツ語、イタリア語、スペイン語、ロシア語、インドネシア語、ベトナム語、以上12言語



## 2. 用語の解説

### (1) 主要項目

#### 一般客

クルーズ客（後述）を除く訪日外国人。

#### クルーズ客

出入国管理及び難民認定法（昭和26年政令第319号）第14条の2に基づく船舶観光上陸の許可を得た訪日外国人。

注）訪日旅行の往復に航空機等を利用し、日本国内発着のクルーズ船を利用した訪日外国人は一般客に含まれる。

#### 団体ツアー

旅行会社等が企画したツアーで、大半の旅程を団体で行動するもの。

#### 個人旅行向けパッケージ商品

個人旅行者向けに、往復航空（船舶）券と宿泊等がセットになった旅行商品。

#### 個別手配

団体ツアーや個人旅行向けパッケージ商品を利用せず、往復航空（船舶）券や宿泊等を個別に手配すること。

#### 購入率

ある商品やサービスを購入した人の割合。

#### 購入者単価

ある商品（又はサービス）を購入した人を分母として算出される、その商品（又はサービス）を購入する際に支払った支出金額の平均値。当該商品（又はサービス）を購入していない人も含めて算出される支出金額の平均値（費目別旅行消費単価）とは区別して使用される。

#### 旅行前支出

団体ツアー参加者及び個人旅行向けパッケージ商品の利用者についてはパッケージツ

アー参加費が旅行前支出となる。一方、個別手配者については航空・船舶会社に支払われる国際旅客運賃が旅行前支出となる。

#### 旅行中支出

宿泊費や飲食費、交通費、娯楽等サービス費、買物代等、訪日外国人が日本滞在中に支払った支出金額。宿泊費や交通費などで旅行前に決済された場合でも旅行中支出に含まれるが、パッケージツアー参加費に含まれる支出金額は含まれない。

#### 旅行総支出

旅行前支出と旅行中支出の合計。

#### パッケージ内訳

パッケージツアー参加費に含まれる宿泊費や飲食費、交通費等の国内収入分。回答者から直接報告を得ることができないため、観光・レジャー目的の個別手配者の旅行支出における費目別構成比を用いて推計する。

#### 旅行支出

旅行中支出にパッケージ内訳を加算した金額。

#### 旅行消費単価

1人当たり支出の総称であり、旅行中支出又は旅行支出の意。集計表の表題に使用している。

#### 訪日外国人旅行消費額

旅行消費単価に旅行者数を乗じることにより推計される総額。

#### 地方運輸局等

以下に示す10の地域区分。それぞれの地域区分に含まれる都道府県は以下の通り。

【1. 北海道】北海道

【2. 東北】青森県、岩手県、宮城県、秋田県、山形県、福島県

【3. 関東】茨城県、栃木県、群馬県、埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、山梨県

- 【4. 北陸信越】新潟県、富山県、石川県、長野県
- 【5. 中部】福井県、岐阜県、静岡県、愛知県、三重県
- 【6. 近畿】滋賀県、京都府、大阪府、奈良県、和歌山県、兵庫県
- 【7. 中国】鳥取県、島根県、岡山県、広島県、山口県
- 【8. 四国】徳島県、香川県、愛媛県、高知県
- 【9. 九州】福岡県、佐賀県、長崎県、熊本県、大分県、宮崎県、鹿児島県
- 【10. 沖縄】沖縄県

## (2) 支出費目

### a. 宿泊費

ホテル、旅館、国民宿舎、モーテル、簡易宿泊所、山小屋、下宿屋、保養所、ユースホテル、ゲストハウス、会員制の宿泊施設（タイムシェア、パッケージレンタルを含む）、有料での住宅宿泊、合宿所、長期滞在者の家賃

注) パッケージツアー料金に含まれる宿泊費は含まれない。出発前にインターネット等で決済したものを含む。日本国外での宿泊費は含まれない。

### 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、配達飲食サービス

注) パッケージツアー料金又は宿泊費に含まれる飲食費は含まれない。弁当等を購入して持ち帰った場合には e4. 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) パッケージツアー料金に含まれる同費用は含まれない。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) パッケージツアー料金に含まれる同費用は含まれない。「Japan Rail Pass」に加え、外国人旅行者向け JR 特別企画乗車券を含む。

#### 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（ゆりかもめ等）、鋼索鉄道（ケーブルカー）、索道（ロープウェイ等、

ただしスキー場におけるものを除く）、交通系電子マネーのカード購入費、フリー乗車券（c2. Japan Rail Pass に該当するものを除く）

注) パッケージツアー料金に含まれる同費用は含まれない。スキー場におけるリフト・ロープウェイ等の利用料金は d7. スキー場リフトに分類。

#### c4. バス

乗合バス（路線バス、長距離バス等）、貸切バス（団体観光バス等）

注) パッケージツアー料金に含まれる同費用は含まれない。

#### c5. タクシー

ハイヤー、タクシー

注) パッケージツアー料金に含まれる同費用は含まれない。

#### c6. レンタカー

レンタカー、レンタルバイク

注) パッケージツアー料金に含まれる同費用は含まれない。ガソリン代や有料道路料金、有料駐車場料金は c8. その他交通費に分類。

#### c7. 船舶

船舶（日本国内の移動のみ）、遊覧船

注) パッケージツアー料金に含まれる同費用は含まれない。外国と日本との間の船舶運賃は含まれない。貸ボートは d11. レンタル料、遊漁船は d12. その他娯楽等サービス費に分類。

#### c8. その他交通費

高速道路・有料道路・橋・トンネル等の通行料、駐車場料金、ガソリン代

注) パッケージツアー料金に含まれる同費用は含まれない。

#### d. 娯楽等サービス費

##### d1. 現地ツアー・観光ガイド

日本国内での現地ツアー、観光案内(ガイド)

注) パッケージツアー料金に含まれる同費用は含まれない。

##### d2. ゴルフ場・スポーツ施設利用料

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

注) パッケージツアー料金に含まれる同費用は含まれない。スポーツ観戦料は d5. スポーツ観戦に分類。

##### d3. テーマパーク

次の入場料：テーマパーク、遊園地、公園

注) パッケージツアー料金に含まれる同費用は含まれない。

##### d4. 舞台・音楽鑑賞

次のチケット料金：音楽コンサート、演劇、歌舞伎、寄席、サーカス

注) パッケージツアー料金に含まれる同費用は含まれない。

##### d5. スポーツ観戦

次のチケット料金：相撲・サッカー・野球・ボクシング・プロレス・ゴルフの観戦

注) パッケージツアー料金に含まれる同費用は含まれない。スポーツ施設利用料は d2. ゴルフ場・スポーツ施設利用料に分類。

##### d6. 美術館・博物館・動植物園・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、城、プラネタリウム

注) パッケージツアー料金に含まれる同費用は含まれない。

##### d7. スキー場リフト

スキー場における索道(リフト・ロープウェイ等)の利用料金

注) パッケージツアー料金に含まれる同費用は含まれない。

##### d8. 温泉・温浴施設・エステ・リラクゼーション

スーパー銭湯、温泉浴場、砂湯、スパ、健康ランド、ネイルサロン、エステティックサロン、ボディケア、ハンドケア、フットケア、アロマオイルトリートメント、タラソテラピー

注) パッケージツアー料金に含まれる同費用は含まれない。

##### d9. マッサージ・医療費

あん摩マッサージ、指圧マッサージ、はり、きゅう、病院・医院・診療所での診療、整体等の医業類似行為

注) パッケージツアー料金に含まれる同費用は含まれない。処方薬の購入は e6. 医薬品に分類。

##### d10. 展示会・コンベンション参加費

次の参加費：展示会、コンベンション、見本市、博覧会、品評会、学会、その他会議

注) パッケージツアー料金に含まれる同費用は含まれない。

##### d11. レンタル料

次のレンタル料：スキーウェア、スキー板、スノーボード板、スケート靴、スポーツ用品、自転車(レンタサイクル)、テント、ボート、ヨット、衣装、ビデオ、本、医療・福祉用具等

注) パッケージツアー料金に含まれる同費用は含まれない。

##### d12. その他娯楽等サービス費

公営競技(競馬・競輪等)の入場料・投票券(馬券・車券等)、映画館、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、釣堀、銀行やATMの手数料、両替手数料、保険料、学校、専門学校等の授業料、託児サービス・介護サービスの利用料、コインシャワー、コインランドリー、クリーニング、理容店、美容院、ラウンジ利用料、手荷物預かり所、写真現像、郵便、宅配便の利用料金、公衆電話、携帯電話等の通話料金、等

注) パッケージツアー料金に含まれる同費用は含まれない。

## 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. 酒類

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

注) 飲食店等で消費した場合は**b. 飲食費**に分類。宿泊費に含まれている飲食費は**a. 宿泊費**に計上。

### e3. 生鮮農産物

野菜（きのこを含む）、果物、花、種苗等

注) 卵・肉等の畜産物、魚等の水産物、加工食品は**e4. その他食料品・飲料・たばこ**に分類。

### e4. その他食料品・飲料・たばこ

・**e1. 菓子類**～**e3. 生鮮農産物**を除く食料品全般：卵、肉類、魚介類、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、豆腐、納豆、健康食品

・酒類を除く飲料全般：緑茶（茶葉）、紅茶（茶葉）、ウーロン茶（茶葉）、コーヒー（豆又は挽いたもの）、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、栄養ドリンク

・たばこ全般：紙巻たばこ、葉巻たばこ等

注) 飲食店等で消費した場合は**b. 飲食費**に分類。宿泊費に含まれている飲食費は**a. 宿泊費**に計上。

### 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、整髪料等）、皮膚用化粧品（クリーム、乳液、化粧水、パック等）、仕上用化粧品（ファンデーション、口紅、アイメイクアップ等）、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**e16. その他買物代**に分類。

### e6. 医薬品

医薬品（風邪薬、胃腸薬、湿布薬、目薬等）、調剤薬局での処方薬、腋臭防止剤、洗眼薬、虫除け、外用消毒剤、軟膏剤、ビタミン剤等サプリメント、その他医薬部外品

### e7. 健康グッズ・トイレタリー

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）、エクササイズ用具（電気製品でないもの）、アイマスク、爪切り、磁気ネックレス、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等の紙製衛生用品

### e8. 衣類

衣服、スポーツ用衣服、下着・寝着類、コート、レインコート、帽子、毛皮製衣服、ネクタイ、スカーフ、マフラー、ハンカチーフ、靴下、手袋、帽子、和服（着物、浴衣）、帯、足袋類等の和装製品

### e9. 靴・かばん・革製品

靴・履物、スポーツ用靴（登山靴、スケート靴、ゴルフ靴等）、スリッパ、サンダル、かばん、ハンドバッグ、リュック、ランドセル、スーツケース、名刺入れ、財布、ベルト、腕時計用革バンド

### e10. 電気製品

デジタルカメラ、ビデオカメラ、デスクトップパソコン、ノートパソコン、ディスプレイ・モニター、外部記憶装置、プリンタ、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、電気温水器、除湿器、加湿器、空気清浄機、電気アイロン、掃除機、洗濯機、洗濯物乾燥機、電気温水洗浄便座、電気ドライヤー、電気シェーバー、電気ストーブ、電気カーペット、電気マッサージ器具、ランプ、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、ラジオ、電話機、ファクシミリ、携帯電話機、カーナビゲーションシステム、電気製品の部品

### e11. 時計・フィルムカメラ

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、フィルムカメラ、インスタントカメラ、カメラレンズ、カメラ付属品（ストロボ、三脚等）、望遠鏡、双眼鏡

### e12. 宝石・貴金属

宝石（天然宝石、真珠等）や貴金属（金、銀、プラチナ等）が主体である以下の製品：アク

セサリー（ネックレス、ブレスレット、指輪、イヤリング、ブローチ等）、メダル、貴金属製たばこケース、貴金属製ナイフ・フォーク・スプーン・皿等の洋食器類、その他の身近細貨品

### e13. 民芸品・伝統工芸品

日本の地域独自の手工芸品に該当する以下の製品：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、玩具、扇子、団扇、和傘、提灯、和楽器、工芸用具、工芸材料、アクセサリー（ネックレス、ブレスレット、指輪、イヤリング、ブローチ等）

### e14. 本・雑誌・ガイドブックなど

新聞、書籍、マンガ、雑誌、定期刊行物、その他の出版物、絵葉書、ポスター

### e15. 音楽・映像・ゲームなどソフトウェア

音楽や映像等のコンテンツが記録されているメディア（CD、DVD、ブルーレイディスク、磁気テープ、レコード等）、ゲームソフト、コンピュータソフト（CD、DVD等）、有料アプリ

### e16. その他買物代

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、まな板等）、食器、アクセサリー、乗用車・二輪自動車・自転車とその部品、空の記録メディア（CD、DVD、ブルーレイディスク、磁気テープ等）、玩具（おもちゃ）、ゲーム機、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、カメラフィルム等

注) e12. 宝石・貴金属又は e13. 民芸品・伝統工芸品に相当するものを除く。

**f. その他**

その他 (a. 宿泊費から e. 買物代までに相当しないもの)

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。電話機本体の購入は e10. 電気製品に分類。

### (3) 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・鞆・靴・アクセサリ・高級腕時計等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等をセルフサービスで短時間にも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、日用雑貨等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、食料品等を扱う店舗

#### 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、百貨店等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、遊技場等の娯楽施設等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

#### クルーズ寄港港湾内の店舗

クルーズ船が寄港する港の旅客施設内に設置されている小売店舗(臨時店舗を含む)

#### 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・金券ショップ等)



### 3. 調査の結果

#### (1) 表章事項

##### A 1 全国調査及びB 1 地域調査

国籍・地域別、居住地別ならびに訪問地（都道府県及び地方運輸局等）別の3つの集計区分毎に、回答者属性や旅行内容に係る構成比、費目別購入率・購入者単価、回答者属性や旅行内容別の旅行消費単価、平均泊数を表章している。加えて、国籍・地域別の消費税に係る免税手続き実施状況、国籍・地域別及び出国港別の都道府県別訪問率を表章している。

参考として、パッケージツアー参加費内訳を含む旅行消費単価や、訪日旅行に関する意識について国籍・地域別の集計を行っている。また、主な来訪目的が「観光・レジャー」の旅行者に限定して、国籍・地域別及び訪問地（都道府県及び地方運輸局等）別の集計区分による集計も行っている。

##### B 2 クルーズ調査

国内最終寄港地別を集計区分とし、回答者属性や旅行内容に係る構成比、費目別購入率・購入者単価、回答者属性や旅行内容別の旅行消費単価、滞在日数を表章している。

#### (2) 集計方法

##### ウェイトバック集計

本調査の回答数は訪日外国人の「国籍・地域」や帰国時に利用する「出国港」によって区分される層毎で標本の抽出率が異なる。そのため、集計結果を母集団の構成に合わせることを目的として、集計表の作成にあたってはウェイトバック（重み付け）を施している。四半期調査結果では、日本政府観光局（JNTO）「訪日外客数」ならびに法務省「出入国管理統計」の単純出国者数をウェイトとして使用している。

なお、集計表中に統計精度の参考値として「回答数」を付記しているが、これは回収された回答数を単純に計数したものであり、ウェイトバックを施していない。そのため、ウェイトバック集計により算出された「構成比」や「購入率」「選択率」などの統計値と、「回答数」を元に算出するこれらの数値は一致しない点に留意されたい。

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

$x_i$ ：層  $i$  の統計値

$N_i$ ：層  $i$  の訪日外客数

さらに、A 1 全国調査とB 1 地域調査の整合を図るため、B 1 地域調査から導出される集計表については、以下の数値に関してA 1 全国調査の結果と一致するようにウェイトの調整を行っている。

- ・国籍・地域（21 区分）及び主な来訪目的（3 区分）別の旅行者数
- ・主な来訪目的（2 区分）別の旅行中支出（総額、大費目別）

##### 旅行支出の円換算

旅行支出については、円又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、ニュー台湾ドル及び香港ドルについてはFRB（連邦準備制度理事会）、インドネシア・ルピアおよびベトナム・ドン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) 調査結果の精度

A全国調査、B1地域調査、B2クルーズ調査それぞれについて、四半期毎の調査結果の精度を有効回答数とともに表7～9に示す。調査結果の精度は、目標精度を設定した推定値の標準誤差率（＝推定値の標準誤差／推定値）を用いて表す。

### (4) 利用上の注意

- ・ 2018年より調査方法を変更したため、2017年までの数値との比較には留意が必要である。
- ・ 各数値はウェイトバック集計後に四捨五入をしており、全体の数値と内訳の合計とは一致しない場合がある。
- ・ 集計表で使用されている「－」は、該当する回答者のいない層（又は集計対象外の層）であることを示している。
- ・ 集計事項により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。
- ・ ロシアは、従来に比べて入国者数が少なく十分な回答数が確保できていない

ことから、標準誤差率が大きいため、留意されたい。

- ・ 都道府県、地方運輸局等別の訪問地には、出入国空海港の所在地が含まれる。
- ・ 都道府県別結果については、従来に比べて十分な回答数が確保できない等の理由から、標準誤差率の大きい都道府県もあるため、留意されたい。
- ・ 最終寄港地別結果については、従来に比べて十分な回答数が確保できない等の理由から、標準誤差率の大きい港もあるため、留意されたい。

## A 1 全国調査

表7 有効回答数と推定値（国籍・地域別1人当たり旅行総支出）の標準誤差率

国籍・地域 (21区分)	2023年		1-3月期		4-6月期		7-9月期		10-12月期	
	有効回答数	標準誤差率	有効回答数	標準誤差率	有効回答数	標準誤差率	有効回答数	標準誤差率	有効回答数	標準誤差率
全国籍・地域	35,732	-	10,443	-	8,727	-	8,478	-	8,084	-
韓国	4,387	1.3%	1,458	2.8%	1,280	1.9%	833	2.7%	816	2.5%
台湾	3,913	1.2%	1,269	2.0%	1,091	2.8%	813	2.4%	740	2.3%
香港	3,021	1.4%	884	2.4%	721	2.5%	752	3.3%	664	2.4%
中国	3,192	2.0%	397	5.1%	581	3.9%	1,209	2.4%	1,005	2.7%
タイ	1,580	1.7%	503	3.1%	407	3.4%	318	3.7%	352	3.8%
シンガポール	738	2.6%	221	5.2%	218	4.6%	157	5.4%	142	5.2%
マレーシア	1,594	1.8%	472	3.5%	381	3.9%	368	3.3%	373	3.9%
インドネシア	949	2.3%	290	3.8%	225	5.3%	218	5.2%	216	4.3%
フィリピン	1,104	3.0%	357	3.8%	252	5.8%	247	5.8%	248	9.0%
ベトナム	1,518	2.2%	416	4.2%	373	4.4%	378	3.8%	351	4.9%
インド	1,099	2.4%	318	4.5%	261	4.5%	269	4.6%	251	5.4%
英国	802	2.4%	242	4.8%	183	5.0%	198	4.3%	179	4.8%
ドイツ	1,262	1.4%	383	2.5%	291	3.1%	287	3.0%	301	2.6%
フランス	641	2.3%	210	3.8%	146	4.6%	145	5.8%	140	4.0%
イタリア	417	2.4%	154	4.0%	82	5.4%	94	4.3%	87	5.3%
スペイン	346	3.0%	110	6.5%	66	7.5%	94	4.3%	76	5.5%
ロシア	30	10.8%	7	12.8%	-	-	-	-	12	19.7%
米国	5,276	0.9%	1,448	1.9%	1,283	1.7%	1,268	1.7%	1,277	2.0%
カナダ	986	2.0%	265	3.6%	275	3.5%	234	4.2%	212	4.3%
オーストラリア	1,239	1.7%	496	3.0%	244	3.5%	239	3.7%	260	3.5%
その他	1,638	1.8%	543	3.1%	362	4.5%	351	3.5%	382	3.2%

## B 1 地域調査

表 8 有効回答数と推定値（訪問地（都道府県）別 1人1日当たり旅行中支出）の標準誤差率

都道府県 (47区分)	2023年		1-3月期		4-6月期		7-9月期		10-12月期	
	有効 回答数	標準 誤差率	有効 回答数	標準 誤差率	有効 回答数	標準 誤差率	有効 回答数	標準 誤差率	有効 回答数	標準 誤差率
全国籍・地域	54,569	-	-	-	10,240	-	13,861	-	30,468	-
北海道	4,522	1.3%	-	-	1,036	2.7%	1,257	2.4%	2,229	1.8%
青森県	538	4.5%	-	-	128	7.8%	106	11.0%	304	6.0%
岩手県	325	7.0%	-	-	80	10.8%	69	17.3%	176	9.8%
宮城県	800	4.8%	-	-	180	6.8%	214	8.0%	406	6.9%
秋田県	234	7.8%	-	-	51	22.5%	54	16.5%	129	8.1%
山形県	284	7.0%	-	-	73	15.8%	47	16.3%	164	8.5%
福島県	312	9.2%	-	-	52	30.0%	48	14.5%	212	8.5%
茨城県	442	7.8%	-	-	56	17.9%	141	12.3%	245	10.1%
栃木県	736	4.3%	-	-	129	12.7%	156	8.6%	451	5.1%
群馬県	274	7.5%	-	-	49	14.1%	73	13.5%	152	10.8%
埼玉県	477	6.3%	-	-	110	15.9%	164	10.9%	203	8.8%
千葉県	11,572	2.6%	-	-	2,750	4.9%	4,180	3.6%	4,642	4.4%
東京都	18,772	1.1%	-	-	4,589	2.5%	6,272	2.0%	7,911	1.6%
神奈川県	3,955	2.1%	-	-	880	4.1%	1,309	3.6%	1,766	3.1%
新潟県	235	6.4%	-	-	50	13.8%	67	12.7%	118	8.2%
富山県	908	4.9%	-	-	353	8.6%	190	9.1%	365	7.7%
石川県	1,458	4.5%	-	-	401	15.8%	342	5.2%	715	3.7%
福井県	153	10.0%	-	-	39	28.6%	41	23.4%	73	10.1%
山梨県	2,822	2.5%	-	-	581	5.8%	812	4.4%	1,429	3.6%
長野県	1,673	4.1%	-	-	439	7.1%	375	8.5%	859	5.8%
岐阜県	2,463	2.5%	-	-	703	5.1%	574	4.7%	1,186	3.5%
静岡県	1,741	11.0%	-	-	289	39.2%	504	8.8%	948	10.4%
愛知県	5,940	1.9%	-	-	1,472	3.5%	1,725	3.1%	2,743	3.1%
三重県	718	12.4%	-	-	159	13.9%	206	16.0%	353	19.1%
滋賀県	258	12.6%	-	-	69	22.9%	69	33.8%	120	10.6%
京都府	9,773	1.5%	-	-	2,360	2.1%	3,190	2.7%	4,223	2.5%
大阪府	11,422	1.3%	-	-	2,767	1.9%	3,798	1.8%	4,857	2.5%
兵庫県	2,203	4.8%	-	-	440	6.6%	504	5.3%	1,259	7.2%
奈良県	3,071	3.6%	-	-	580	7.2%	795	6.9%	1,696	5.0%
和歌山県	470	4.8%	-	-	106	8.8%	123	10.3%	241	6.4%
鳥取県	110	8.9%	-	-	16	12.4%	24	20.3%	70	11.1%
島根県	97	8.3%	-	-	16	15.1%	21	16.4%	60	11.0%
岡山県	485	7.6%	-	-	112	23.3%	129	11.6%	244	7.3%
広島県	1,987	2.4%	-	-	487	3.6%	612	4.6%	888	3.6%
山口県	306	9.6%	-	-	83	13.3%	93	13.1%	130	18.8%
徳島県	186	6.9%	-	-	52	14.4%	62	11.2%	72	9.2%
香川県	614	4.1%	-	-	174	7.1%	193	5.7%	247	7.4%
愛媛県	281	6.2%	-	-	79	8.7%	80	11.8%	122	10.7%
高知県	184	6.5%	-	-	62	12.0%	42	10.2%	80	10.4%
福岡県	5,630	2.1%	-	-	1,441	2.4%	1,555	2.3%	2,634	3.8%
佐賀県	322	12.8%	-	-	65	23.9%	81	12.9%	176	21.1%
長崎県	615	4.6%	-	-	164	7.6%	170	7.4%	281	7.9%
熊本県	1,194	3.5%	-	-	286	6.1%	310	7.8%	598	4.8%
大分県	2,032	4.4%	-	-	483	4.5%	464	11.0%	1,085	6.1%
宮崎県	206	9.0%	-	-	55	12.7%	48	12.9%	103	15.2%
鹿児島県	332	7.1%	-	-	86	20.2%	85	11.2%	161	8.9%
沖縄県	1,660	2.2%	-	-	513	5.0%	537	3.9%	610	2.9%

## B2クルーズ調査

表9 有効回答数と推定値（国内最終寄港地別1人当たり旅行中支出）の標準誤差率

最終寄港地 (3区分)	2023年		1-3月期		4-6月期		7-9月期		10-12月期	
	有効 回答数	標準 誤差率	有効 回答数	標準 誤差率	有効 回答数	標準 誤差率	有効 回答数	標準 誤差率	有効 回答数	標準 誤差率
総数	1,702	-	-	-	-	-	820	-	882	-
博多港	519	6.8%	-	-	-	-	154	12.3%	365	8.1%
長崎港	524	12.0%	-	-	-	-	187	20.1%	337	10.5%
那覇・平良・石垣港	659	5.6%	-	-	-	-	479	4.3%	180	13.4%

## ＜集計表＞

※調査項目ごとに集計対象期間が異なるため、利用に際してはご留意いただきたい  
 (A1. 全国調査：1～12月、B1. 地域調査：4～12月、B2. クルーズ調査：7～12月)

### 【一般客（全目的）】

表 1-1	国籍・地域（21 区分）別	回答者属性および旅行内容	
表 1-2	居住地（21 区分）別	回答者属性および旅行内容	
表 1-3	訪問地（都道府県 47 区分および地方運輸局等 10 区分）別	回答者属性および旅行内容	
表 2-1	国籍・地域（21 区分）別	費目別購入率および購入者単価	
表 2-2	居住地（21 区分）別	費目別購入率および購入者単価	
表 2-3	訪問地（都道府県 47 区分および地方運輸局等 10 区分）別	費目別購入率および購入者単価	
表 3-1	国籍・地域（21 区分）別	1 人 1 回当たり旅行消費単価	
表 3-2	居住地（21 区分）別	1 人 1 回当たり旅行消費単価	
表 3-3	訪問地（都道府県 47 区分および地方運輸局等 10 区分）別	1 人 1 回当たり旅行消費単価	
表 3-4	訪問地（都道府県 47 区分および地方運輸局等 10 区分）別	1 人 1 泊当たり旅行消費単価	
表 4-1	国籍・地域（21 区分）別	平均泊数	
表 4-2	居住地（21 区分）別	平均泊数	
表 4-3	訪問地（都道府県 47 区分および地方運輸局等 10 区分）別	平均泊数	
表 5-1	国籍・地域（21 区分）別	消費税に係る免税手続き実施状況	
表 6-1	国籍・地域（21 区分）別	都道府県別訪問率	
表 6-2	出国港（25 区分）別	都道府県別訪問率	
参考 1	国籍・地域（21 区分）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 2	国籍・地域（21 区分）別	費目別 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 3	国籍・地域（21 区分）別	訪日旅行に関する意識（満足度など）	

### 【一般客（観光・レジャー目的）】

参考 4	国籍・地域（21 区分）別	回答者属性および旅行内容	
参考 5	国籍・地域（21 区分）別	費目別購入率および購入者単価	
参考 6	国籍・地域（21 区分）別	1 人 1 回当たり旅行消費単価	
参考 7	国籍・地域（21 区分）別	平均泊数	
参考 8	国籍・地域（21 区分）別	都道府県別訪問率	
参考 9	国籍・地域（21 区分）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 10	国籍・地域（21 区分）別	費目別 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 11	国籍・地域（21 区分）別	訪日旅行に関する意識（満足度など）	
参考 12	訪問地（都道府県 47 区分および地方運輸局等 10 区分）別	回答者属性および旅行内容	
参考 13	訪問地（都道府県 47 区分および地方運輸局等 10 区分）別	費目別購入率および購入者単価	
参考 14	訪問地（都道府県 47 区分および地方運輸局等 10 区分）別	1 人 1 回当たり旅行消費単価	
参考 15	訪問地（都道府県 47 区分および地方運輸局等 10 区分）別	平均泊数	

### 【一般客（業務目的）】

参考 16	国籍・地域（21 区分）別	回答者属性および旅行内容	
参考 17	国籍・地域（21 区分）別	費目別購入率および購入者単価	
参考 18	国籍・地域（21 区分）別	1 人 1 回当たり旅行消費単価	
参考 19	国籍・地域（21 区分）別	平均泊数	
参考 20	国籍・地域（21 区分）別	都道府県別訪問率	
参考 21	国籍・地域（21 区分）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 22	国籍・地域（21 区分）別	費目別 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）	

**【クルーズ客（船舶観光上陸許可を得た外国人）】【参考値】**

表 7-1	国内最終寄港地（3 区分）別	回答者属性および旅行内容
表 7-2	国内最終寄港地（3 区分）別	費目別購入率および購入者単価
表 7-3	国内最終寄港地（3 区分）別	1 人 1 回当たり旅行消費単価
表 7-4	国内最終寄港地（3 区分）別	都道府県別訪問率

**<調査票>**

日本語、英語、韓国語、中国語（繁体字）、中国語（簡体字）

訪日外国人の消費動向  
2023年 年次報告書

発行 2024年3月

編集 国土交通省観光庁  
観光戦略課観光統計調査室

〒100-8918

東京都千代田区霞が関2丁目1番2号

電話 代表 03 (5253) 8111

内線 27230

直通 03 (5253) 8325

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