

# 訪日外国人の消費動向

訪日外国人消費動向調査結果及び分析

平成 22 年 7-9 月期 報告書

観光庁

JAPAN TOURISM AGENCY







# 訪日外国人の消費動向

平成 22 年 7-9 月期 報告書

## 目 次

### I 平成 22 年 7-9 月期における 訪日外国人の消費動向の分析結果

|                    |    |
|--------------------|----|
| 1. 訪日外国人の属性と旅行内容   |    |
| (1) 回答者属性          | 6  |
| (2) 泊数             | 6  |
| (3) 旅行内容           | 7  |
| 2. 訪日外国人の旅行支出      |    |
| (1) 旅行支出           | 10 |
| (2) 手配別にみる旅行支出     | 11 |
| (3) 来訪目的別にみる旅行支出   | 11 |
| 3. 土産品の購入実態        |    |
| (1) 費目別購入率         | 13 |
| (2) 費目別購入者単価       | 13 |
| (3) 買物場所           | 14 |
| (4) 利用した金融機関と決済方法  | 14 |
| (5) 買物場所別の土産品購入実態  | 15 |
| 4. 旅行情報源           |    |
| (1) 出発前に得た旅行情報     | 16 |
| (2) 日本滞在中に得た旅行情報   | 17 |
| (3) 日本滞在中にあると便利な情報 | 18 |

|                            |    |
|----------------------------|----|
| 5. 満足度と再訪意向                |    |
| (1) 訪日旅行全体の満足度と再訪意向        | 19 |
| (2) 今回実施した活動と<br>次回実施したい活動 | 19 |
| (3) 活動別にみる満足度              | 20 |
| (4) 最も満足した購入商品             | 20 |

### II 訪日外国人消費動向調査結果

|                |    |
|----------------|----|
| 1. 調査概要        | 25 |
| 2. 調査結果の利用上の注意 | 25 |

#### <集計表>

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

#### <調査票>

日本語、英語、韓国語、中国語（繁体字）、中国語（簡体字）

## I 平成 22 年 7-9 月期における訪日外国人の消費動向の分析結果

### 1. 訪日外国人の属性と旅行内容

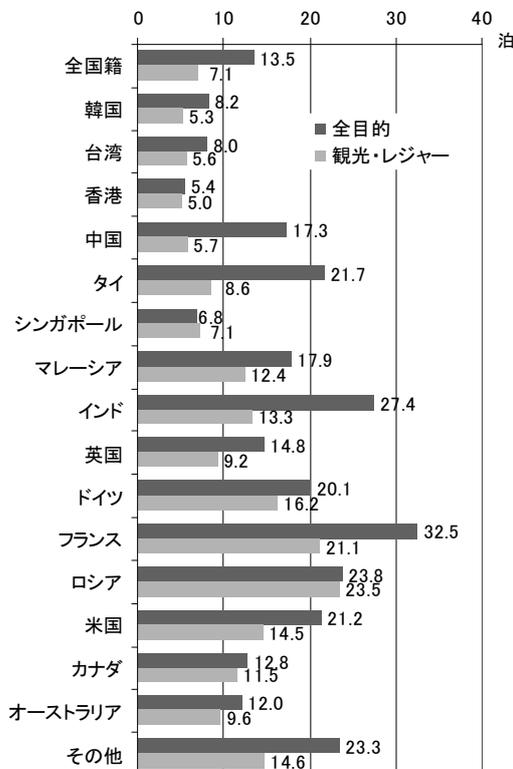
#### (1) 回答者属性

- 性別の構成比は、男性 58.7%、女性 41.3%である。多くの国籍で男性割合が高い中、台湾では女性が過半数を占めた。
- 性年代別でみると、「男性 20 代」16.6%、「女性 20 代」16.5%、「男性 30 代」16.3%の順で多く、20～30 代が中心となっている（注：性年代別の構成比には調査対象外である 15 歳未満を含まない）。

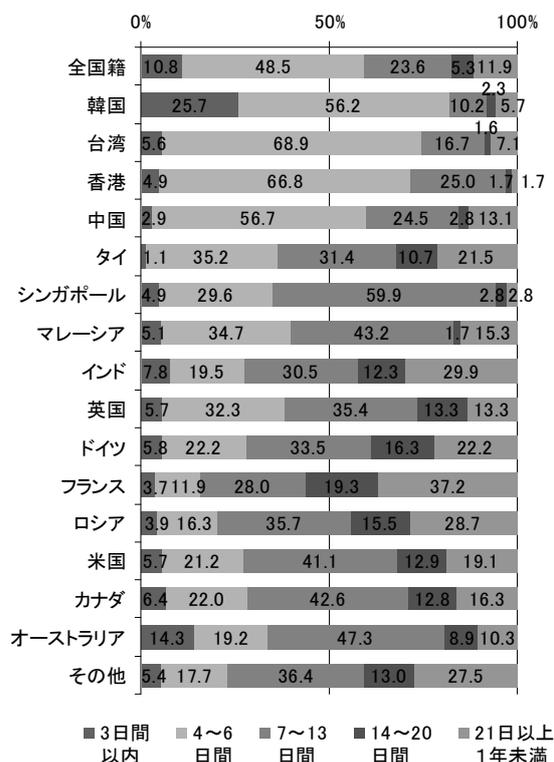
#### (2) 泊数

- 回答者全体の平均泊数は 13.5 泊である。国籍別に見るとタイ、インド、ドイツ、フランス、ロシア、米国が 20 泊以上と長く、韓国、台湾、香港、シンガポールが 10 泊以下と短い（図表 1-1）。
- 滞在日数の分布をみると、6 日間以内の滞在が過半数を占める一方、「21 日以上 1 年未満」の長期滞在者が 11.9%を占める（図表 1-2）。国籍別では、韓国で「3 日間以内」の割合が 25.7%と高い。フランスでは、半数以上が日本に 14 日間以上滞在している。
- 観光・レジャーを目的とした訪日外国人の平均泊数は 7.1 泊である。近隣アジアからの観光客の平均泊数が 5 泊程度と短く、欧米人は全般的に泊数が長い。

図表 1-1 平均泊数（国籍別）



図表 1-2 滞在日数の分布（国籍別）

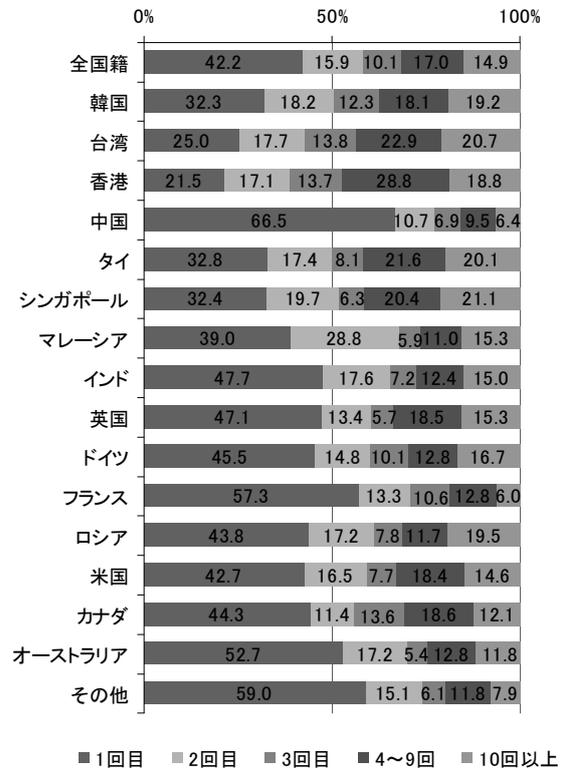


### (3) 旅行内容

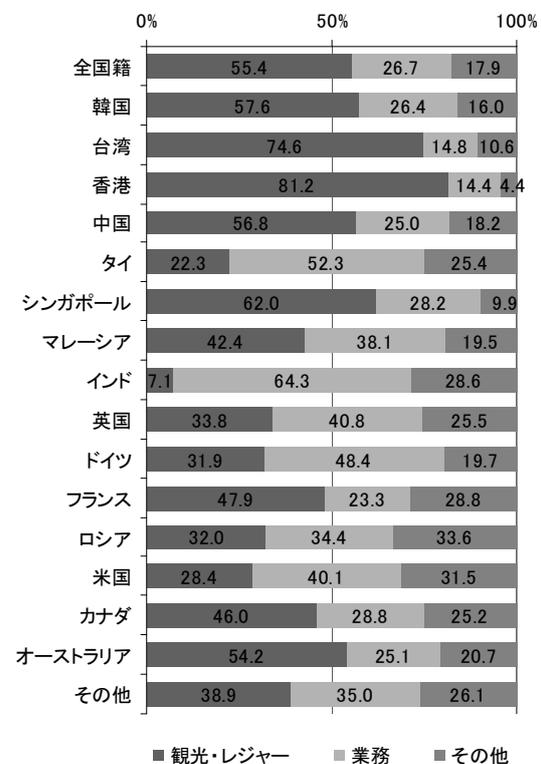
#### [全目的]

- 日本への来訪回数では「1回目」が全体のおよそ4割、4回以上がおよそ3割を占める。国籍別では、中国やフランス、オーストラリアで「1回目」の割合が高く、台湾や香港で低い（図表1-3）。
- 同行者（複数回答）をみると、「自分ひとり」30.2%、「家族・親族」22.9%、「友人」18.8%、「職場の同僚」17.2%、「夫婦・パートナー」11.1%の順となっている。
- 訪日外国人の主な来訪目的は「観光・レジャー」が55.4%を占める。特に台湾や香港で「観光・レジャー」目的での来訪割合が高い。これに対し「業務（展示会・見本市/国際会議/研修/商談等その他ビジネス）」目的は26.7%を占め、タイやインドでは半数以上が「業務」目的の来訪である（図表1-4）。
- 利用した宿泊施設のタイプ（複数回答）は「ホテル（洋室中心）」が77.9%でおよそ8割に上る。「旅館（和室中心）」は17.1%で、台湾、香港、中国、シンガポール、マレーシア、フランス、カナダでは2割を超える。
- 旅行形態では、「団体ツアーでの来訪」が29.1%を占める。国籍別にみると、台湾、中国、マレーシアで「団体ツアーでの来訪」の割合が高く、4割を超える。

図表 1-3 日本への来訪回数（国籍別、全目的）



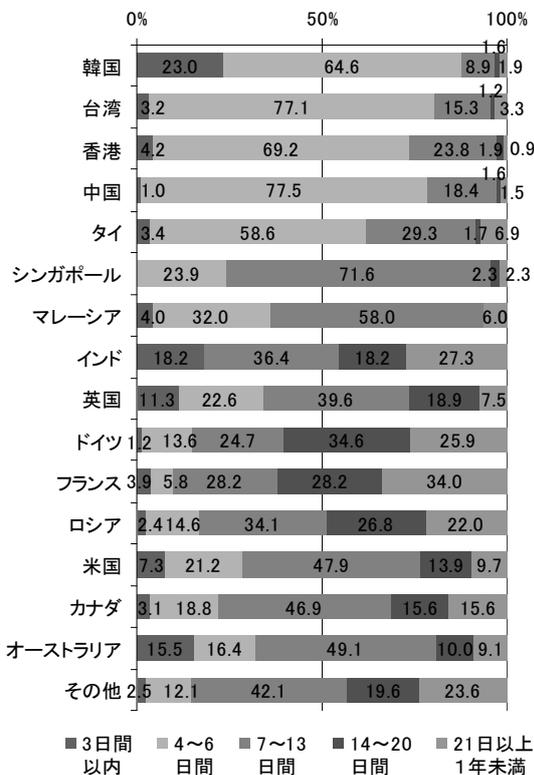
図表 1-4 主な来訪目的（国籍別、全目的）



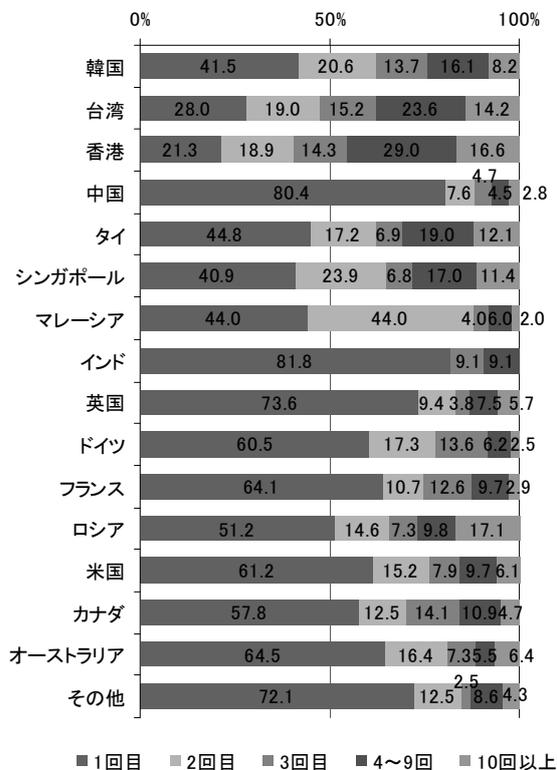
[観光・レジャー目的]

- 観光・レジャー目的で訪れた訪日外国人の滞在日数を国籍別にみると、韓国では23.0%が「3日間以内」の滞在である。台湾、中国では「4～6日間」が7割以上を占める。欧米人の滞在日数は比較的長く、中でもドイツ、フランスでは14日間以上が半数を超える（図表1-5）。
- 来訪回数では、台湾、香港で2回目以上の割合が高い。一方、中国では「1回目」の割合が8割を占める（図表1-6）。
- 同行者では、香港で「家族・親族」、中国で「職場の同僚」、ドイツで「自分ひとり」の割合が他国籍に比べ高い（図表1-7）。

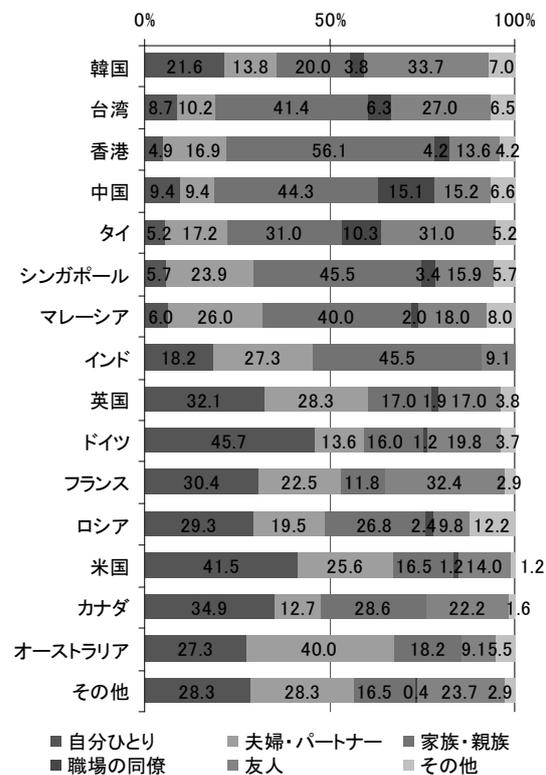
図表 1-5 滞在日数  
(国籍別、観光・レジャー目的のみ)



図表 1-6 日本への来訪回数  
(国籍別、観光・レジャー目的のみ)



図表 1-7 同行者  
(国籍別、観光・レジャー目的のみ)



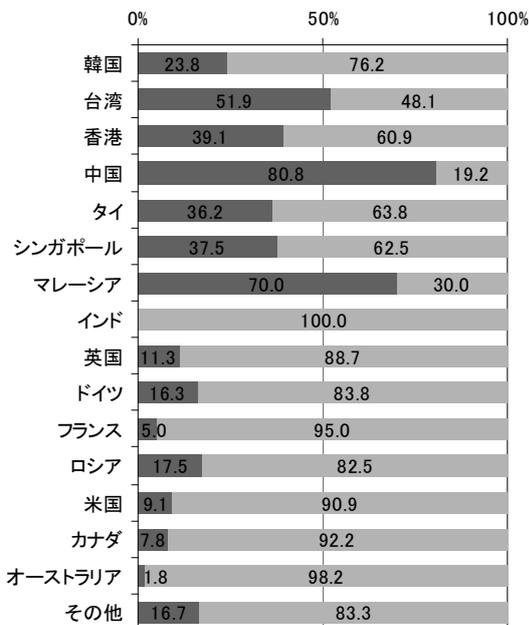
注) 「同行者」の設問は複数回答。上記図表では「同行者」を2つ以上選択した回答を「その他」として集計している。

- 利用した宿泊施設タイプ（複数回答）をみると、「ホテル（洋室中心）」の利用が主流である。台湾、中国、マレーシア、ドイツ、フランスでは「旅館（和室中心）」の利用率が比較的高い（図表1-8）。
- 団体ツアー参加状況を見ると、中国とマレーシアでの参加率が高い。欧米人では一般的に個人旅行が多い（図表1-9）。

図表 1-8 宿泊施設タイプ（複数回答）  
（国籍別、観光・レジャー目的のみ）

|         | （%）           |              |                |            |
|---------|---------------|--------------|----------------|------------|
|         | ホテル<br>（洋室中心） | 旅館<br>（和室中心） | 別荘・コンド<br>ミニウム | 親族・<br>知人宅 |
| 韓国      | 83.0          | 10.1         | 1.1            | 9.9        |
| 台湾      | 84.8          | 30.0         | 1.4            | 5.3        |
| 香港      | 90.9          | 25.5         | 0.5            | 1.9        |
| 中国      | 90.6          | 31.3         | 1.3            | 2.6        |
| タイ      | 78.9          | 19.3         | 3.5            | 14.0       |
| シンガポール  | 88.6          | 26.1         | 1.1            | 3.4        |
| マレーシア   | 88.0          | 42.0         | 0.0            | 2.0        |
| インド     | 81.8          | 0.0          | 0.0            | 27.3       |
| 英国      | 92.5          | 26.4         | 0.0            | 15.1       |
| ドイツ     | 76.5          | 33.3         | 4.9            | 17.3       |
| フランス    | 68.9          | 33.0         | 0.0            | 20.4       |
| ロシア     | 78.0          | 7.3          | 2.4            | 19.5       |
| 米国      | 77.0          | 17.0         | 1.2            | 17.0       |
| カナダ     | 85.9          | 29.7         | 0.0            | 9.4        |
| オーストラリア | 90.8          | 22.9         | 0.9            | 12.8       |
| その他     | 77.1          | 33.3         | 0.7            | 14.7       |

図表 1-9 団体ツアー参加状況  
（国籍別、観光・レジャー目的のみ）



■ 団体ツアーでの来訪 ■ 団体ツアーでない(個人旅行)

- 宿泊地から見た旅行ルート（複数回答）を国籍別にみると、どの国籍でも成田・羽田空港発着の東京訪問や、関西空港発着の大阪訪問が大勢を占めるが、韓国では福岡空港や博多港発着の福岡訪問、台湾では札幌や那覇への訪問が目立つなど、国籍別に特色が見られる（図表1-10）。

図表 1-10 宿泊地ルート  
（主要国籍別、観光・レジャー目的のみ）

【韓国】

| 宿泊地ルート          | 回答数 | 比率     |
|-----------------|-----|--------|
| 1位 関西空港→大阪→関西空港 | 204 | 24.8%  |
| 2位 成田空港→東京→成田空港 | 166 | 20.1%  |
| 3位 羽田空港→東京→羽田空港 | 76  | 9.2%   |
| 4位 博多港→福岡→博多港   | 34  | 4.1%   |
| 5位 福岡空港→福岡→福岡空港 | 33  | 4.0%   |
| 宿泊地回答者数         | 824 | 100.0% |

【台湾】

| 宿泊地ルート             | 回答数 | 比率     |
|--------------------|-----|--------|
| 1位 成田空港→東京→成田空港    | 263 | 29.9%  |
| 2位 関西空港→大阪→関西空港    | 77  | 8.8%   |
| 3位 中部空港→名古屋→中部空港   | 30  | 3.4%   |
| 4位 那覇空港→那覇→那覇空港    | 29  | 3.3%   |
| 5位 新千歳空港→札幌→新千歳空港  | 26  | 3.0%   |
| 6位 関西空港→大阪→京都→関西空港 | 20  | 2.3%   |
| 7位 関西空港→京都→大阪→関西空港 | 18  | 2.0%   |
| 宿泊地回答者数            | 879 | 100.0% |

【香港】

| 宿泊地ルート            | 回答数 | 比率     |
|-------------------|-----|--------|
| 1位 成田空港→東京→成田空港   | 111 | 26.9%  |
| 2位 関西空港→大阪→関西空港   | 29  | 7.0%   |
| 3位 羽田空港→東京→羽田空港   | 28  | 6.8%   |
| 4位 新千歳空港→札幌→新千歳空港 | 16  | 3.9%   |
| 5位 那覇空港→那覇→那覇空港   | 15  | 3.6%   |
| 6位 成田空港→東京→羽田空港   | 12  | 2.9%   |
| 宿泊地回答者数           | 413 | 100.0% |

【中国】

| 宿泊地ルート                   | 回答数 | 比率     |
|--------------------------|-----|--------|
| 1位 成田空港→東京→成田空港          | 44  | 7.2%   |
| 2位 関西空港→大阪→関西空港          | 23  | 3.8%   |
| 3位 羽田空港→東京→羽田空港          | 19  | 3.1%   |
| 4位 新千歳空港→札幌→新千歳空港        | 14  | 2.3%   |
| 4位 成田空港→東京→中部空港          | 14  | 2.3%   |
| 6位 関西空港→大阪→京都→箱根→東京→成田空港 | 12  | 2.0%   |
| 宿泊地回答者数                  | 613 | 100.0% |

【米国】

| 宿泊地リスト             | 回答数 | 比率     |
|--------------------|-----|--------|
| 1位 成田空港→東京→成田空港    | 62  | 38.8%  |
| 2位 成田空港→沖縄→成田空港    | 7   | 4.4%   |
| 3位 成田空港→東京→京都→成田空港 | 6   | 3.8%   |
| 4位 関西空港→大阪→関西空港    | 5   | 3.1%   |
| 4位 成田空港→成田→成田空港    | 5   | 3.1%   |
| 宿泊地回答者数            | 160 | 100.0% |

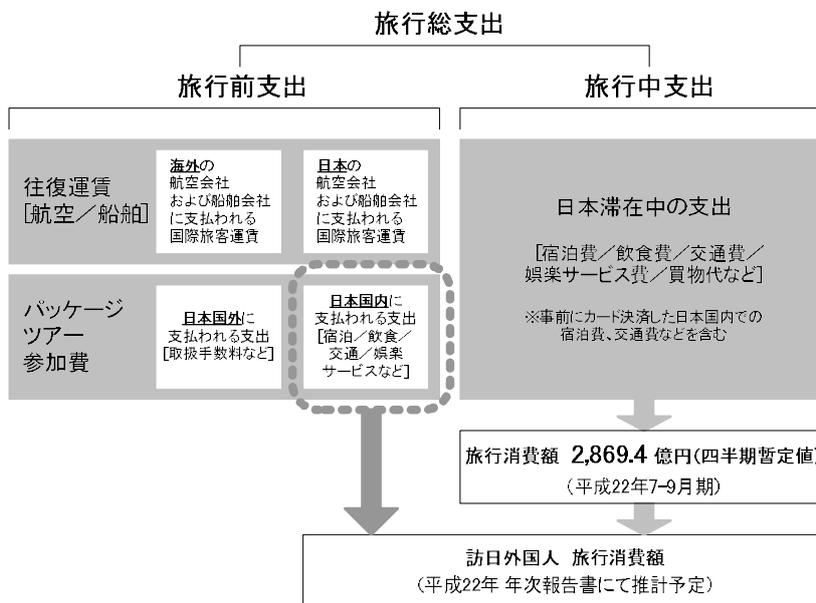
## 2. 訪日外国人の旅行支出

### (1) 旅行支出

- 平成22年7-9月期における訪日外国人の旅行中支出額は平均 119,605 円と推計される。また、旅行前支出額（パッケージツアー代と日本までの往復運賃の合計値）は平均 92,250 円、両者を合算した外国人客の総支出額は平均 211,854 円と推計される（図表 2-2）。

- 国籍別に旅行中支出額を比較すると、フランスが 31.1 万円と最も高く、ロシア（22.5 万円）、インド（20.3 万円）が続く。東アジアでは中国（14.3 万円）が最も高い。
- 1泊当たり旅行中支出額は 8,883 円、旅行前支出を含めた総支出額は 15,734 円となっている。

図表 2-1 旅行支出の推計範囲についての概念図



図表 2-2 平成 22 年 7-9 月期 訪日外国人1人当たり旅行支出（国籍別）※四半期暫定値

| 国籍      | 標本数   | (円/人)                        |                         |                 | 総支出額<br>標準誤差率 | (円/人泊) |                      |                    |
|---------|-------|------------------------------|-------------------------|-----------------|---------------|--------|----------------------|--------------------|
|         |       | a.パッケージツアー・往復航空運賃支出 (旅行前支出額) | b.日本国内における旅行支出 (旅行中支出額) | c.総支出額 (=a.+b.) |               | d.平均泊数 | 1泊当たり旅行中支出額 (=b./d.) | 1泊当たり総支出額 (=c./d.) |
| 全国籍     | 7,436 | 92,250                       | 119,605                 | 211,854         | -             | 13.5   | 8,883                | 15,734             |
| 韓国      | 1,509 | 45,274                       | 62,994                  | 108,268         | 2.7%          | 8.2    | 7,707                | 13,246             |
| 台湾      | 1,215 | 64,596                       | 73,520                  | 138,116         | 2.3%          | 8.0    | 9,226                | 17,333             |
| 香港      | 522   | 78,634                       | 87,458                  | 166,091         | 3.5%          | 5.4    | 16,327               | 31,008             |
| 中国      | 1,194 | 100,244                      | 142,813                 | 243,057         | 3.1%          | 17.3   | 8,277                | 14,086             |
| タイ      | 253   | 83,157                       | 138,054                 | 221,212         | 6.1%          | 21.7   | 6,371                | 10,208             |
| シンガポール  | 142   | 105,238                      | 137,262                 | 242,500         | 10.7%         | 6.8    | 20,094               | 35,500             |
| マレーシア   | 114   | 126,347                      | 94,628                  | 220,975         | 5.6%          | 17.9   | 5,297                | 12,370             |
| インド     | 148   | 106,322                      | 202,793                 | 309,115         | 11.8%         | 27.4   | 7,409                | 11,294             |
| 英国      | 155   | 164,744                      | 180,092                 | 344,836         | 12.4%         | 14.8   | 12,207               | 23,374             |
| ドイツ     | 249   | 156,953                      | 177,556                 | 334,509         | 11.3%         | 20.1   | 8,838                | 16,651             |
| フランス    | 213   | 151,928                      | 311,055                 | 462,983         | 13.6%         | 32.5   | 9,579                | 14,258             |
| ロシア     | 122   | 119,969                      | 225,438                 | 345,406         | 12.8%         | 23.8   | 9,470                | 14,509             |
| 米国      | 565   | 147,206                      | 175,759                 | 322,965         | 4.9%          | 21.2   | 8,281                | 15,216             |
| カナダ     | 137   | 141,677                      | 128,619                 | 270,296         | 6.8%          | 12.8   | 10,036               | 21,091             |
| オーストラリア | 199   | 132,617                      | 154,303                 | 286,920         | 6.2%          | 12.0   | 12,874               | 23,939             |
| その他     | 699   | 171,271                      | 216,208                 | 387,479         | 7.6%          | 23.3   | 9,269                | 16,611             |

注) 支出額の全体平均は、国籍別平均値を日本政府観光局(JNTO)「訪日外客数」(7-9月期)をウェイトとして加重平均したものと

【参考】平成 22 年 7-9 月期における  
訪日外国人総旅行消費額（暫定値）

- 訪日外国人の日本旅行中支出額に、同期間の訪日外客数を乗じることで、訪日外国人の総旅行消費額が 2,869.4 億円と推計される（図表 2-3）。
- 国籍別の旅行消費額は、①中国 677 億円（構成比 23.6%）、②韓国 426 億円（同 14.9%）、③米国 317 億円（同 11.0%）、④台湾 271 億円（同 9.5%）、⑤香港 135 億円（同 4.7%）の順となっており、上位 5 カ国で全体の 63.6%を占める。

図表 2-3 平成 22 年 7-9 月期  
訪日外国人の総旅行消費額（国籍別）  
※四半期暫定値  
(円/人) (人) (億円)

| 国籍      | a.日本国内における旅行支出<br>(旅行中支出額) | b.訪日外客数 <sup>注1</sup><br>(JNTO速報値) | c.訪日外国人旅行消費額 <sup>注2</sup><br>(=a.×b.) | 構成比    |
|---------|----------------------------|------------------------------------|--|--------|
|         |                            |                                    |  |        |
| 全国籍     | 119,605                    | 2,399,063                          | 2,869.4                                | 100.0% |
| 韓国      | 62,994                     | 676,949                            | 426.4                                  | 14.9%  |
| 台湾      | 73,520                     | 369,174                            | 271.4                                  | 9.5%   |
| 香港      | 87,458                     | 154,139                            | 134.8                                  | 4.7%   |
| 中国      | 142,813                    | 473,780                            | 676.6                                  | 23.6%  |
| タイ      | 138,054                    | 36,842                             | 50.9                                   | 1.8%   |
| シンガポール  | 137,262                    | 29,724                             | 40.8                                   | 1.4%   |
| マレーシア   | 94,628                     | 21,989                             | 20.8                                   | 0.7%   |
| インド     | 202,793                    | 16,188                             | 32.8                                   | 1.1%   |
| 英国      | 180,092                    | 46,658                             | 84.0                                   | 2.9%   |
| ドイツ     | 177,556                    | 31,167                             | 55.3                                   | 1.9%   |
| フランス    | 311,055                    | 42,123                             | 131.0                                  | 4.6%   |
| ロシア     | 225,438                    | 13,303                             | 30.0                                   | 1.0%   |
| 米国      | 175,759                    | 180,099                            | 316.5                                  | 11.0%  |
| カナダ     | 128,619                    | 38,329                             | 49.3                                   | 1.7%   |
| オーストラリア | 154,303                    | 51,921                             | 80.1                                   | 2.8%   |
| その他     | 216,208                    | 216,678                            | 468.5                                  | 16.3%  |

注1) 出典：日本政府観光局（JNTO）※暫定値を使用

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

(2) 手配別にみる旅行支出

- パッケージツアー利用客は全体の 31.2%である。台湾、香港、中国では同利用率が 5 割前後を占める（図表 2-4）。
- パッケージツアー購入者単価（旅行前支出額）は平均 114,461 円、ツアー利用客の旅行中支出額は同 72,028 円である。
- 個人手配客の出発国から日本までの往復運賃は平均 82,180 円、個人手配客の日本旅行中支出額は平均 145,243 円である。
- 旅行前と旅行中支出額を合わせた総支出額は、パッケージツアー利用客で 186,489 円、個人手配客で 227,424 円である。
- 1泊当たり旅行中支出額は、ツアー利用客 12,504 円、個人手配客 8,565 円である。

(3) 来訪目的別にみる旅行支出

- 来訪目的別の旅行中支出額は、「観光・レジャー」99,412 円、「商談等その他ビジネス」141,666 円、「親族・知人訪問」120,759 円などとなっている（図表 2-5）。
- 来訪目的別の市場規模を推計すると、「観光・レジャー」の旅行消費額は 1,320 億円で全体の 45.5%を占める。これに対し、「展示会・見本市」「国際会議」「研修」「商談等その他ビジネス」を合算した「業務」目的の旅行消費額は 865 億円で、全体の 29.8%を占める。

・ 訪日外客数については、日本政府観光局（JNTO）が公表している平成 22 年 12 月時点の最新データを用いた。

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

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

【パッケージツアー利用者】

| 国籍      | (%)         | (円/人)                   | (円/人)                  | (円/人)                | (泊)    | (円/人泊)             | (円/人泊)           |
|---------|-------------|-------------------------|------------------------|----------------------|--------|--------------------|------------------|
|         | パッケージツアー購入率 | a.パッケージツアー購入者単価(旅行前支出額) | b.日本国内における旅行支出(旅行中支出額) | パッケージツアー客総支出額(a.+b.) | d.平均泊数 | 1泊当り旅行中支出額(=b./d.) | 1泊当り総支出額(=c./d.) |
| 全国籍     | 31.2        | 114,461                 | 72,028                 | 186,489              | 5.8    | 12,504             | 32,374           |
| 韓国      | 21.6        | 79,127                  | 30,292                 | 109,419              | 3.9    | 7,676              | 27,726           |
| 台湾      | 49.8        | 84,515                  | 46,559                 | 131,075              | 4.5    | 10,393             | 29,260           |
| 香港      | 49.0        | 97,891                  | 64,625                 | 162,516              | 4.4    | 14,591             | 36,693           |
| 中国      | 55.0        | 124,578                 | 110,034                | 234,613              | 6.4    | 17,174             | 36,617           |
| タイ      | 13.8        | 133,394                 | 39,836                 | 173,230              | 4.4    | 9,019              | 39,222           |
| シンガポール  | 26.8        | 172,613                 | 33,564                 | 206,177              | 5.7    | 5,905              | 36,272           |
| マレーシア   | 36.4        | 196,812                 | 58,979                 | 255,792              | 11.7   | 5,062              | 21,954           |
| インド     | 6.5         | 201,730                 | 33,000                 | 234,730              | 20.8   | 1,587              | 11,285           |
| 英国      | 12.0        | 197,813                 | 35,450                 | 233,262              | 6.6    | 5,346              | 35,174           |
| ドイツ     | 11.3        | 256,890                 | 57,236                 | 314,126              | 8.5    | 6,720              | 36,881           |
| フランス    | 4.1         | 196,513                 | 74,379                 | 270,892              | 12.7   | 5,872              | 21,386           |
| ロシア     | 15.5        | 247,794                 | 66,268                 | 314,063              | 9.8    | 6,762              | 32,047           |
| 米国      | 4.3         | 212,636                 | 70,597                 | 283,233              | 10.1   | 6,976              | 27,987           |
| カナダ     | 9.2         | 174,308                 | 101,368                | 275,676              | 6.6    | 15,323             | 41,672           |
| オーストラリア | 2.0         | 199,528                 | 71,927                 | 271,454              | 7.5    | 9,590              | 36,194           |
| その他     | 16.0        | 273,511                 | 136,023                | 409,534              | 14.5   | 9,387              | 28,261           |

【個人手配客】

| 国籍      | (%)     | (円/人)               | (円/人)                  | (円/人)            | (泊)    | (円/人泊)             | (円/人泊)           |
|---------|---------|---------------------|------------------------|------------------|--------|--------------------|------------------|
|         | 往復運賃購入率 | a.往復運賃購入者単価(旅行前支出額) | b.日本国内における旅行支出(旅行中支出額) | 個人手配客総支出額(a.+b.) | d.平均泊数 | 1泊当り旅行中支出額(=b./d.) | 1泊当り総支出額(=c./d.) |
| 全国籍     | 68.8    | 82,180              | 145,243                | 227,424          | 17.0   | 8,565              | 13,411           |
| 韓国      | 78.4    | 35,935              | 73,135                 | 109,070          | 9.3    | 7,830              | 11,678           |
| 台湾      | 50.2    | 44,869              | 105,291                | 150,160          | 11.4   | 9,217              | 13,145           |
| 香港      | 51.0    | 60,155              | 114,880                | 175,035          | 6.2    | 18,392             | 28,022           |
| 中国      | 45.0    | 70,467              | 195,258                | 265,725          | 30.5   | 6,396              | 8,704            |
| タイ      | 86.2    | 75,119              | 159,747                | 234,866          | 24.4   | 6,539              | 9,613            |
| シンガポール  | 73.2    | 80,620              | 184,738                | 265,358          | 7.3    | 25,481             | 36,601           |
| マレーシア   | 63.6    | 85,947              | 128,618                | 214,565          | 21.4   | 6,003              | 10,014           |
| インド     | 93.5    | 99,696              | 218,229                | 317,926          | 27.8   | 7,843              | 11,425           |
| 英国      | 88.0    | 160,224             | 205,369                | 365,593          | 15.9   | 12,946             | 23,046           |
| ドイツ     | 88.7    | 144,241             | 193,740                | 337,981          | 21.6   | 8,985              | 15,675           |
| フランス    | 95.9    | 150,009             | 324,797                | 474,806          | 33.3   | 9,746              | 14,248           |
| ロシア     | 84.5    | 96,514              | 263,719                | 360,233          | 26.4   | 9,998              | 13,658           |
| 米国      | 95.7    | 144,264             | 181,601                | 325,865          | 21.7   | 8,359              | 15,000           |
| カナダ     | 90.8    | 138,363             | 132,026                | 270,389          | 13.4   | 9,819              | 20,110           |
| オーストラリア | 98.0    | 131,272             | 156,312                | 287,584          | 12.1   | 12,945             | 23,816           |
| その他     | 84.0    | 151,732             | 235,658                | 387,390          | 25.0   | 9,421              | 15,486           |

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

| 来訪目的                 | 観光・レジャー | 親族・知人訪問 | ハネムーン   | 学校関連の旅行 | イベント    | 留学      | インセンティブツアー | 業務      |         |         |            | その他     |         |
|----------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|------------|---------|---------|---------|------------|---------|---------|
|                      |         |         |         |         |         |         |            | 展示会・見本市 | 国際会議    | 研修      | 商談等その他ビジネス |         |         |
| 旅行中支出額(円/人)          | 全国籍     | 99,412  | 120,759 | 83,391  | 94,159  | 114,325 | 380,221    | 89,835  | 149,137 | 115,710 | 124,713    | 141,666 | 194,715 |
|                      | 韓国      | 56,051  | 61,302  | 61,920  | 49,363  | 78,464  | 160,946    | -       | 55,318  | 56,795  | 65,910     | 82,706  | 53,558  |
|                      | 台湾      | 65,375  | 114,667 | 33,750  | 31,111  | 57,000  | 261,126    | 52,170  | 87,250  | 83,243  | 77,335     | 79,953  | 128,611 |
|                      | 香港      | 85,327  | 107,329 | 40,000  | 54,347  | 17,000  | 646,400    | -       | 111,867 | 115,838 | 31,250     | 98,721  | 59,384  |
|                      | 中国      | 120,115 | 135,510 | 131,000 | 144,148 | 176,917 | 547,156    | 119,775 | 183,389 | 118,755 | 131,639    | 168,212 | 143,475 |
| 米国                   | 150,667 | 107,856 | 86,850  | 206,195 | 141,430 | 345,927 | -          | 128,567 | 151,649 | 309,987 | 219,313    | 204,838 |         |
| 【参考】消費額(億円)          | 全国籍     | 1,320.1 | 241.5   | 7.4     | 28.1    | 26.8    | 191.3      | 6.8     | 49.8    | 125.5   | 133.8      | 555.9   | 213.3   |
|                      | 韓国      | 218.5   | 33.0    | 1.6     | 6.0     | 3.1     | 14.1       | -       | 4.8     | 6.7     | 21.9       | 103.5   | 14.3    |
|                      | 台湾      | 180.1   | 17.6    | 0.2     | 1.5     | 0.5     | 14.9       | 1.1     | 2.9     | 6.2     | 5.3        | 29.5    | 12.4    |
|                      | 香港      | 106.8   | 2.8     | 0.1     | 0.2     | 0.1     | 1.9        | -       | 3.3     | 3.4     | 0.6        | 14.1    | 1.2     |
|                      | 中国      | 323.0   | 59.2    | 2.0     | 7.9     | 12.4    | 64.1       | 4.2     | 15.0    | 12.0    | 36.0       | 122.8   | 19.0    |
| 米国                   | 77.1    | 33.8    | 0.8     | 4.5     | 1.3     | 9.7     | -          | 2.0     | 23.0    | 34.6    | 97.2       | 38.1    |         |
| 目的別構成比(%)<br>ヨコ計=100 | 全国籍     | 45.5    | 8.3     | 0.3     | 1.0     | 0.9     | 6.6        | 0.2     | 1.7     | 4.3     | 4.6        | 19.2    | 7.4     |
|                      | 韓国      | 51.1    | 7.7     | 0.4     | 1.4     | 0.7     | 3.3        | -       | 1.1     | 1.6     | 5.1        | 24.2    | 3.3     |
|                      | 台湾      | 66.2    | 6.4     | 0.1     | 0.5     | 0.2     | 5.5        | 0.4     | 1.1     | 2.3     | 2.0        | 10.8    | 4.5     |
|                      | 香港      | 79.4    | 2.1     | 0.1     | 0.1     | 0.1     | 1.4        | -       | 2.4     | 2.5     | 0.5        | 10.5    | 0.9     |
|                      | 中国      | 47.7    | 8.7     | 0.3     | 1.2     | 1.8     | 9.5        | 0.6     | 2.2     | 1.8     | 5.3        | 18.1    | 2.8     |
| 米国                   | 23.9    | 10.5    | 0.3     | 1.4     | 0.4     | 3.0     | -          | 0.6     | 7.2     | 10.7    | 30.2       | 11.8    |         |

注) 上表における「消費額」は「旅行中支出額」に「訪日外客数」を乗じて算出したものであり、「旅行前支出額」に含まれる国内収入分は含まれていない。

### 3. 土産品の購入実態

いる。また、中国では「電気製品」の購入率が他国籍に比べ高い（図表3-1）。

#### (1) 費目別購入率

- 購入率の高い費目は「菓子類」「その他食料品・飲料・酒・たばこ」「化粧品・医薬品・トイレタリー」である。国籍別にみると、「菓子類」は台湾や香港、「化粧品・医薬品・トイレタリー」は中国でそれぞれ購入率がおよそ6割をとなつて

#### (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の中での当該費目の平均支出額）をみると、「カメラ・ビデオカメラ・時計」や「電気製品」が5万円前後と高く、中でも中国の高さが目立つ。

図表3-1 費目別購入率および購入者単価（主要国籍別）

| 国籍              | 全国籍   |          | 韓国    |          | 台湾    |          | 香港    |          | 中国    |          | 米国    |          |
|-----------------|-------|----------|-------|----------|-------|----------|-------|----------|-------|----------|-------|----------|
|                 | 購入率   | 購入者単価(円) |
| 菓子類             | 46.1% | 8,594    | 42.2% | 4,280    | 59.8% | 8,277    | 60.6% | 12,084   | 58.2% | 10,521   | 26.9% | 5,003    |
| その他食料品・飲料・酒・たばこ | 40.3% | 14,637   | 39.1% | 8,091    | 38.0% | 8,877    | 32.3% | 11,548   | 40.8% | 20,094   | 47.8% | 16,791   |
| カメラ・ビデオカメラ・時計   | 11.2% | 49,841   | 2.4%  | 10,806   | 5.5%  | 37,045   | 7.3%  | 38,147   | 33.1% | 61,806   | 2.9%  | 44,921   |
| 電気製品            | 8.8%  | 50,086   | 2.6%  | 57,801   | 5.7%  | 26,468   | 4.3%  | 30,481   | 23.1% | 57,917   | 3.4%  | 30,222   |
| 化粧品・医薬品・トイレタリー  | 35.8% | 21,491   | 31.7% | 10,840   | 54.5% | 16,638   | 35.3% | 22,963   | 61.6% | 35,050   | 8.4%  | 10,017   |
| 和服(着物)・民芸品      | 12.6% | 15,288   | 3.6%  | 7,510    | 9.1%  | 9,481    | 10.8% | 14,652   | 13.0% | 13,964   | 23.2% | 26,300   |
| 服(和服以外)・かばん・靴   | 26.3% | 36,226   | 20.0% | 16,667   | 34.6% | 27,288   | 44.2% | 36,181   | 27.8% | 51,906   | 15.6% | 24,772   |
| マンガ・DVD・アニメ関連商品 | 7.7%  | 14,056   | 5.2%  | 7,312    | 9.2%  | 8,772    | 7.7%  | 9,849    | 7.8%  | 11,859   | 6.1%  | 8,577    |

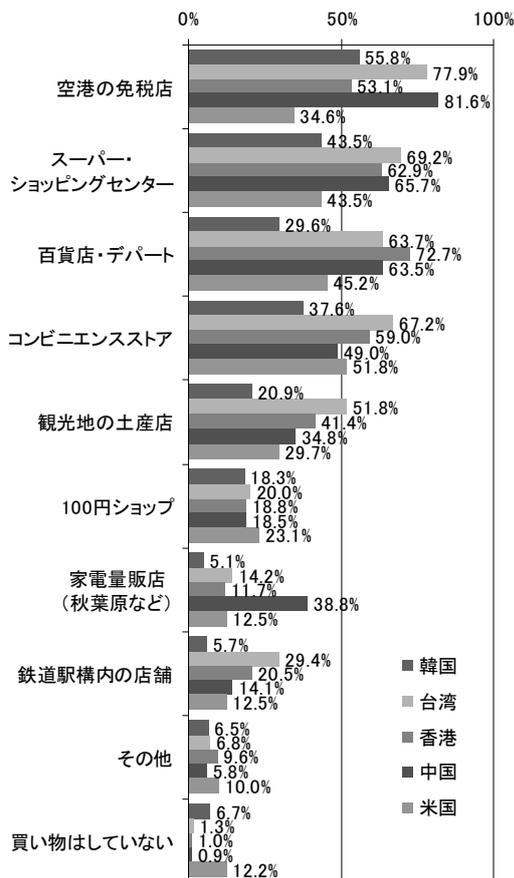
図表3-2 来訪目的別にみる費目別購入率および購入者単価（主要国籍別）

| 国籍              | 来訪目的    | 韓国    |          | 台湾    |          | 香港    |          | 中国    |          | 米国    |          |
|-----------------|---------|-------|----------|-------|----------|-------|----------|-------|----------|-------|----------|
|                 |         | 購入率   | 購入者単価(円) |
| 菓子類             | 観光・レジャー | 46.5% | 3,760    | 63.1% | 7,832    | 61.7% | 12,464   | 60.0% | 9,957    | 30.0% | 3,938    |
|                 | 業務      | 34.5% | 5,228    | 50.6% | 7,596    | 54.9% | 10,928   | 58.9% | 11,570   | 23.8% | 4,741    |
| その他食料品・飲料・酒・たばこ | 観光・レジャー | 41.0% | 6,035    | 40.2% | 8,803    | 33.7% | 12,135   | 42.1% | 20,776   | 55.0% | 8,726    |
|                 | 業務      | 36.9% | 12,244   | 32.0% | 10,027   | 28.2% | 9,633    | 40.7% | 21,315   | 41.7% | 12,917   |
| カメラ・ビデオカメラ・時計   | 観光・レジャー | 2.2%  | 8,719    | 5.2%  | 37,187   | 7.3%  | 32,347   | 31.4% | 57,008   | 3.1%  | 28,774   |
|                 | 業務      | 2.6%  | 8,106    | 3.9%  | 35,917   | 8.5%  | 67,905   | 34.3% | 78,718   | 3.1%  | 34,860   |
| 電気製品            | 観光・レジャー | 3.0%  | 27,636   | 5.6%  | 25,174   | 3.9%  | 24,326   | 24.5% | 60,475   | 1.9%  | 51,125   |
|                 | 業務      | 2.1%  | 200,167  | 4.5%  | 38,571   | 5.6%  | 29,125   | 15.2% | 51,349   | 2.2%  | 13,848   |
| 化粧品・医薬品・トイレタリー  | 観光・レジャー | 36.7% | 9,981    | 59.7% | 17,051   | 37.3% | 19,939   | 66.2% | 38,177   | 7.5%  | 9,154    |
|                 | 業務      | 24.0% | 14,241   | 38.2% | 15,101   | 22.5% | 57,502   | 56.2% | 35,050   | 6.7%  | 14,369   |
| 和服(着物)・民芸品      | 観光・レジャー | 4.4%  | 6,881    | 9.7%  | 7,802    | 12.0% | 13,338   | 15.5% | 12,654   | 26.9% | 33,367   |
|                 | 業務      | 2.3%  | 9,722    | 5.1%  | 12,788   | 4.2%  | 25,449   | 9.1%  | 18,678   | 18.4% | 11,663   |
| 服(和服以外)・かばん・靴   | 観光・レジャー | 24.7% | 13,601   | 37.2% | 24,649   | 49.5% | 35,630   | 30.1% | 49,679   | 22.5% | 23,320   |
|                 | 業務      | 7.2%  | 31,038   | 17.4% | 21,159   | 18.3% | 50,628   | 16.5% | 86,513   | 9.9%  | 15,434   |
| マンガ・DVD・アニメ関連商品 | 観光・レジャー | 6.8%  | 6,892    | 9.4%  | 7,023    | 8.8%  | 9,415    | 10.1% | 11,070   | 8.1%  | 7,130    |
|                 | 業務      | 2.3%  | 9,788    | 6.2%  | 11,722   | 2.8%  | 6,500    | 2.4%  | 9,071    | 2.2%  | 6,895    |

### (3) 買物場所

- 「空港の免税店」では台湾や中国の利用率が高い。「スーパー・ショッピングセンター」や「百貨店・デパート」では台湾、香港、中国の利用率が高い。「コンビニエンスストア」や「観光地の土産店」では台湾の利用率が高い。「家電量販店」では中国の利用率の高さが目立つ(図表 3-3)。

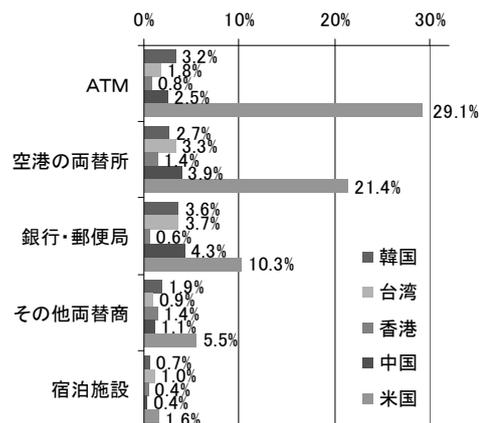
図表 3-3 買物場所 (主要国籍別、複数回答)



### (4) 利用した金融機関と決済方法

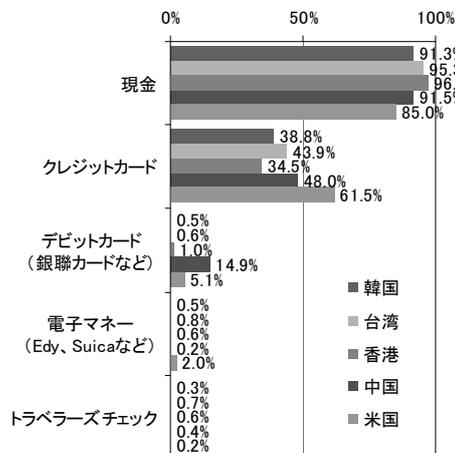
- 利用した金融機関を国籍別にみると、米国では「ATM (現金自動預払機)」や「空港の両替所」の利用率が他国籍に比べ際だって高い(図表 3-4)。

図表 3-4 利用金融機関 (主要国籍別、複数回答)



- 決済方法では「現金」が9割前後を占める。次いで「クレジットカード」の利用率が高い。「デビットカード」の利用率は中国で14.9%、米国で5.1%となっている。「電子マネー」は米国籍旅行者の2.0%に利用されている(図表 3-5)。

図表 3-5 利用決済方法 (主要国籍別、複数回答)



## (5) 買物場所別の土産品購入実態

- 「家電量販店（秋葉原など）」利用者では「カメラ・ビデオカメラ・時計」や「電気製品」の購入率がおよそ3割と高いほか、「マンガ・DVD・アニメ関連商品」の購入率も2割弱と他に比べて高くなっている（図表3-6）。

- 購入者単価をみると、「家電量販店（秋葉原など）」利用者の単価が多く、費目で高い傾向がみられる。「百貨店・デパート」では「服（和服以外）・かばん・靴」の購入者単価が他に比べて高い。

図表3-6 買物場所別にみる費目別購入率と購入者単価（全国籍）

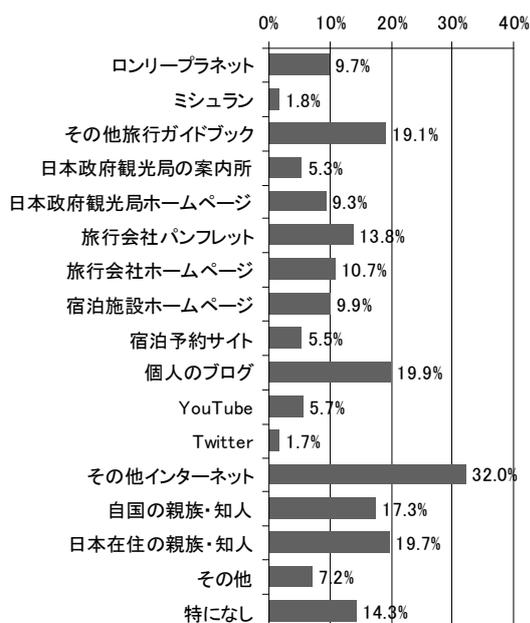
| 買物場所            | 空港の免税店 |          | 鉄道駅構内の店舗 |          | 百貨店・デパート |          | スーパー・ショッピングセンター |          | 家電量販店（秋葉原など） |          | コンビニエンスストア |          | 100円ショップ |          | 観光地の土産店 |          |
|-----------------|--------|----------|----------|----------|----------|----------|-----------------|----------|--------------|----------|------------|----------|----------|----------|---------|----------|
|                 | 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） | 購入率      | 購入者単価（円） | 購入率     | 購入者単価（円） |
| 菓子類             | 55.2%  | 9,426    | 55.1%    | 12,134   | 51.0%    | 10,520   | 52.7%           | 9,731    | 47.9%        | 12,746   | 54.6%      | 9,768    | 54.4%    | 10,491   | 55.1%   | 10,099   |
| その他食料品・飲料・酒・たばこ | 44.0%  | 13,047   | 45.8%    | 13,055   | 42.2%    | 15,295   | 45.0%           | 16,667   | 42.9%        | 17,018   | 47.6%      | 15,453   | 48.6%    | 22,234   | 44.9%   | 13,515   |
| カメラ・ビデオカメラ・時計   | 13.0%  | 49,867   | 12.9%    | 55,737   | 13.5%    | 52,676   | 12.5%           | 48,537   | 32.0%        | 58,500   | 11.2%      | 45,755   | 14.4%    | 40,021   | 12.7%   | 39,629   |
| 電気製品            | 10.3%  | 43,249   | 11.1%    | 45,183   | 11.1%    | 48,490   | 10.1%           | 47,674   | 30.8%        | 54,731   | 9.3%       | 49,933   | 11.7%    | 56,693   | 9.6%    | 47,306   |
| 化粧品・医薬品・トイレットリー | 43.6%  | 23,016   | 42.2%    | 18,611   | 42.0%    | 22,805   | 40.1%           | 19,761   | 41.0%        | 30,708   | 38.3%      | 19,538   | 39.4%    | 16,933   | 41.2%   | 18,739   |
| 和服（着物）・民芸品      | 13.6%  | 13,805   | 18.4%    | 12,851   | 16.9%    | 17,117   | 16.4%           | 15,645   | 19.8%        | 14,158   | 16.5%      | 16,368   | 18.8%    | 18,092   | 21.9%   | 15,373   |
| 服（和服以外）・かばん・靴   | 28.1%  | 34,387   | 37.8%    | 36,222   | 39.0%    | 44,954   | 33.0%           | 34,141   | 31.0%        | 64,251   | 32.4%      | 31,237   | 36.4%    | 31,594   | 32.9%   | 29,035   |
| マンガ・DVD・アニメ関連商品 | 7.6%   | 10,881   | 12.5%    | 29,824   | 9.9%     | 17,805   | 9.4%            | 11,317   | 18.3%        | 19,682   | 10.9%      | 15,588   | 12.9%    | 15,658   | 11.1%   | 12,969   |

## 4. 旅行情報源

### (1) 出発前に得た旅行情報

- 回答者全体でみると、ガイドブックでは「ロンリープラネット」が9.7%、「ミシュラン」が1.8%、「その他旅行ガイドブック」が19.1%となっている（図表4-1）。
- 「日本政府観光局の案内所」の利用率は5.3%、「日本政府観光局ホームページ」の利用率は9.3%であった。
- インターネット媒体も幅広く利用されており、中でも「個人のブログ」(19.9%)の利用が多い。
- 知人からの口コミも多く、「日本在住の親族・知人」は19.7%、「自国の親族・知人」は17.3%であった。

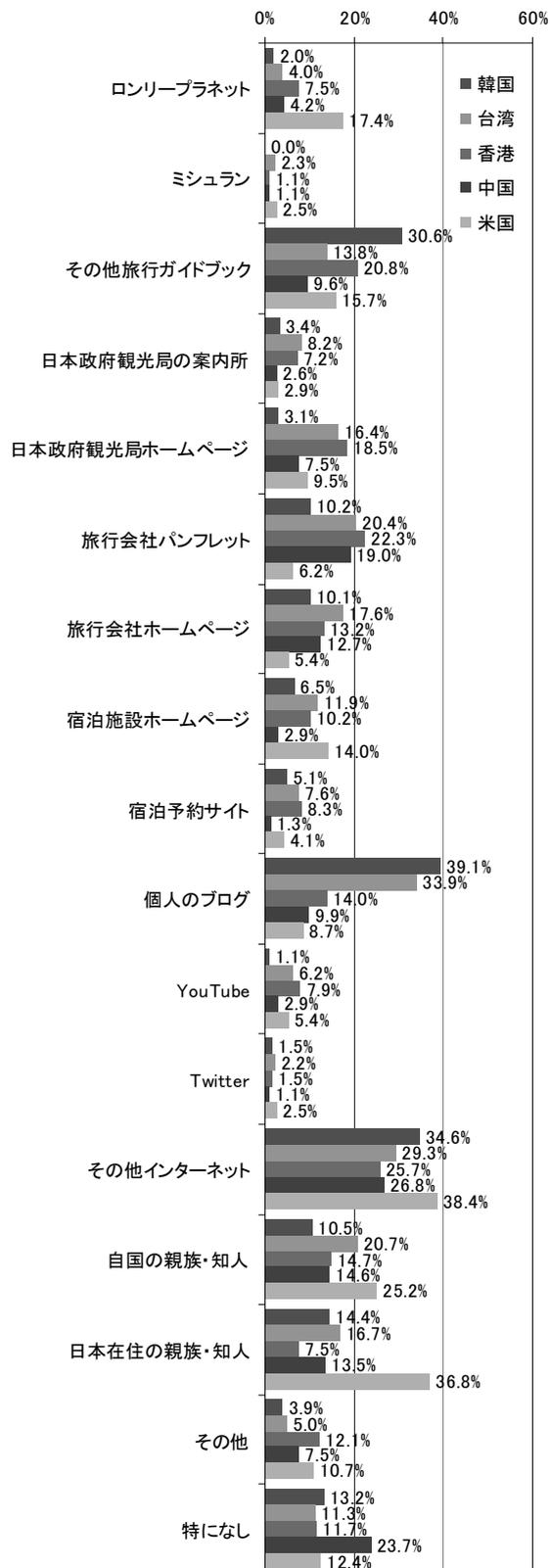
図表 4-1 出発前に得た旅行情報で役に立ったもの  
(全国籍、複数回答)



- 国籍別にみると、韓国では「個人のブログ」の利用率が39.1%、「その他インターネット」が34.6%、「その他旅行ガイドブック」が30.6%と高い（図表4-2）。
- 台湾でも「個人のブログ」の利用率が33.9%と韓国に次いで高い。次いで「その他インターネット」が29.3%、「自国の親族・知人」が20.7%、「旅行会社パンフレット」が20.4%と高い。
- 香港では、「その他インターネット」25.7%、「旅行会社パンフレット」22.3%、「その他ガイドブック」20.8%、「日本政府観光局ホームページ」18.5%の順で利用率が高い。
- 中国では「その他インターネット」26.8%、「旅行会社パンフレット」19.0%の順で高い。「特になし」の比率が23.7%で他国籍に比べ高い。
- 米国では「日本在住の親族・知人」が36.8%、「自国の親族・知人」が25.2%であり、他国籍に比べて高い。「ロンリープラネット」(17.4%)、「その他インターネット」(38.4%)の利用率の高さも目立つ。

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

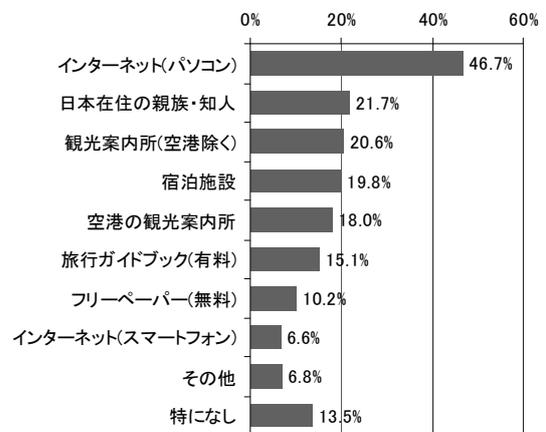
図表 4-2 出発前に得た旅行情報で役に立ったもの  
(主要国籍別、複数回答)



(2) 日本滞在中に得た旅行情報

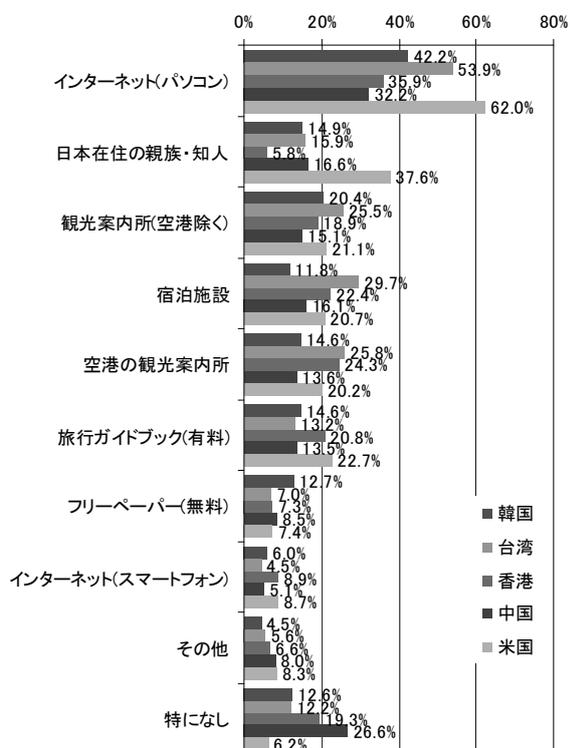
- 日本滞在中に得た旅行情報で役に立ったものは、回答者全体で①「インターネット(パソコン)」46.7%、②「日本在住の親族・知人」21.7%、③「観光案内所(空港除く)」20.6%の順で多い(図表 4-3)。

図表 4-3 日本滞在中に得た旅行情報で役に立ったもの(全国籍、複数回答)



- 国籍別にみると、「インターネット(パソコン)」は台湾(53.9%)や米国(62.0%)での利用が多い。「日本在住の親族・知人」は米国(37.6%)での高さが目立つ。このほか、「宿泊施設」は台湾(29.7%)、「フリーペーパー(無料)」は韓国(12.7%)での利用率の高さが目立つ(図表 4-4)。

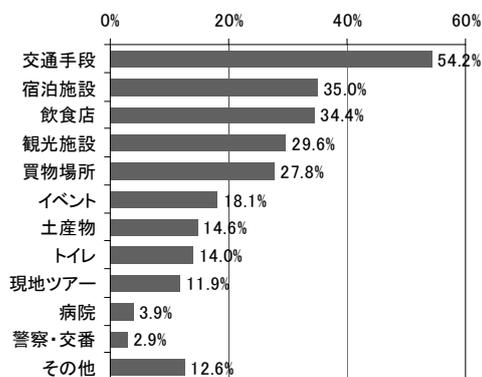
図表 4-4 日本滞在中に得た旅行情報で役に立ったもの(主要国籍別、複数回答)



(3) 日本滞在中にあると便利な情報

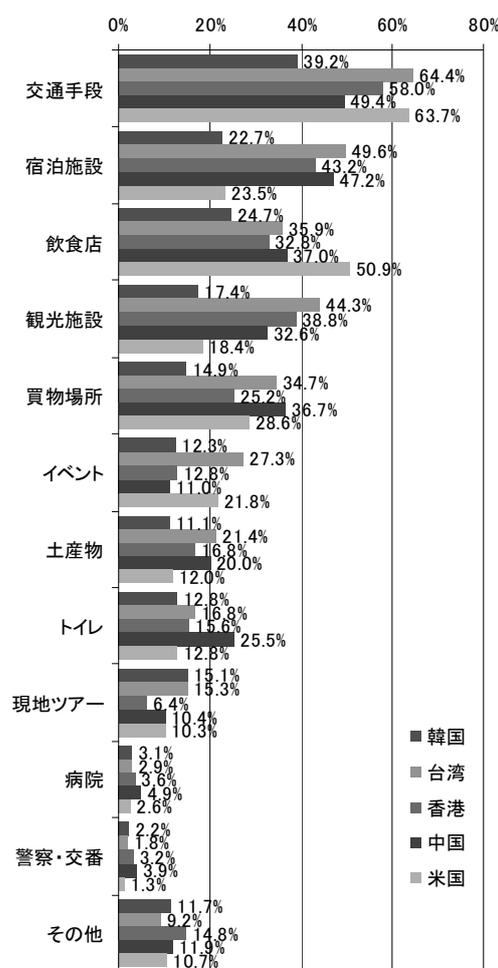
- 日本滞在中にあると便利な情報を尋ねたところ、回答者全体では①「交通手段」が54.2%と圧倒的に多く、次いで②「宿泊施設」35.0%、③「飲食店」34.4%の順で希望する人が多かった(図表 4-5)。

図表 4-5 日本滞在中にあると便利な情報(全国籍、複数回答)



- 国籍別にみると、「交通手段」の情報を求める声は台湾(64.4%)や米国(63.7%)で特に多い。「宿泊施設」情報は台湾(49.6%)や香港(43.2%)、中国(47.2%)でのニーズが高い。「飲食店」情報は米国(50.9%)での比率が高かった。このほか、「イベント」情報は台湾や米国、「トイレ」情報は中国で、他国籍に比べ高い比率を示した(図表 4-6)。

図表 4-6 日本滞在中にあると便利な情報(主要国籍別、複数回答)



## 5. 満足度と再訪意向

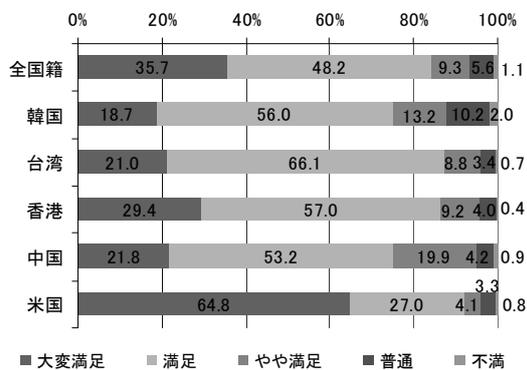
### (1) 訪日旅行全体の満足度と再訪意向

- 今回の訪日旅行全体の満足度は「大変満足」35.7%、「満足」48.2%である(図表 5-1)。
- 米国では「大変満足」の割合が 64.8%と最も高い。アジアの中では、香港が 29.4%と高い。主要国籍以外では、英国、ドイツ、フランス、ロシア、カナダ、オーストラリアで「大変満足」の比率が6割を超えている。
- 再訪意向は「必ず来たい」が 51.6%、「来たい」が 37.0%である(図表 5-2)。

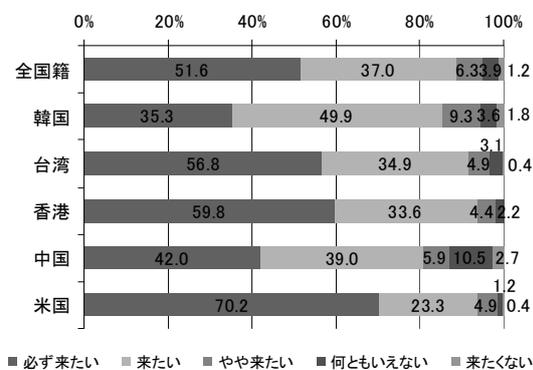
### (2) 今回実施した活動と次回実施したい活動

- 今回実施した活動は「日本食を食べること」93.8%、「ショッピング」74.8%、「繁華街の街歩き」64.2%の順で多い(図表 5-3)。
- 次回実施したいことは、「温泉入浴」46.6%、「日本食を食べること」41.8%、「自然・景勝地観光」34.6%の順である。
- 今回実施率より次回実施希望率が高い活動は、「温泉入浴」「日本の歴史・伝統文化体験」「日本の生活文化体験」などである。「四季の体感」は、今回実施率は7.6%と低い、次回実施希望率が31.8%と高い。

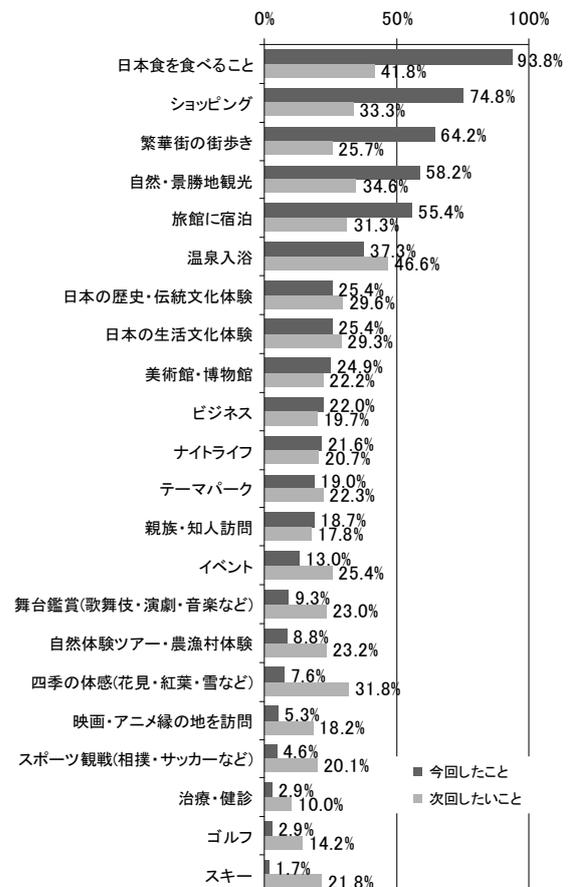
図表 5-1 訪日旅行の満足度(主要国籍別)



図表 5-2 訪日旅行者の再訪意向(主要国籍別)



図表 5-3 今回実施した活動と次回実施したい活動(全国籍、複数回答)

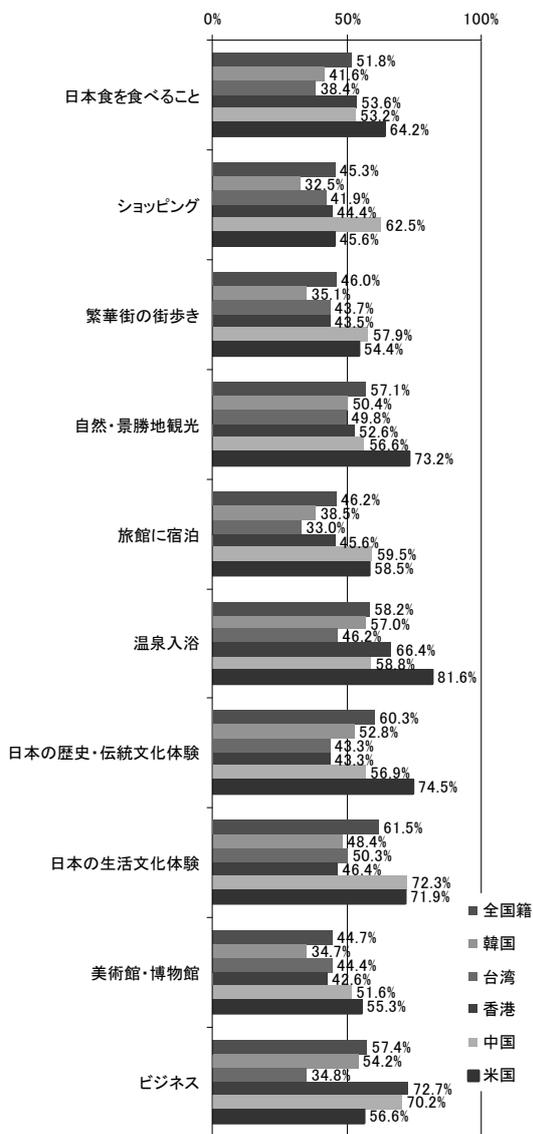


注) この章に示す調査結果は、「訪日外国人消費動向調査」と同時に実施した旅行の満足度や再来訪意向等の意識調査より得られたものである。回答は任意としているため、必ずしも全調査対象者が回答しているとは限らない。なお、この章で示す『全体(全国籍)』の値は、訪日外客数によるウェイトバック集計を行っていない。

(3) 活動別にみる満足度

- 今回実施した活動に対して「期待以上」「期待通り」「不満」の3段階評価で満足度を尋ねた。活動の実施率上位10活動について「期待以上」の比率をみると、「日本の生活文化体験」が61.5%と最も高い。国籍別にみると、中国や米国で「日本の生活文化体験」に対する満足度が高い(図表5-4)。

図表 5-4 期待以上だった活動 (主要国籍別、実施率上位10活動)



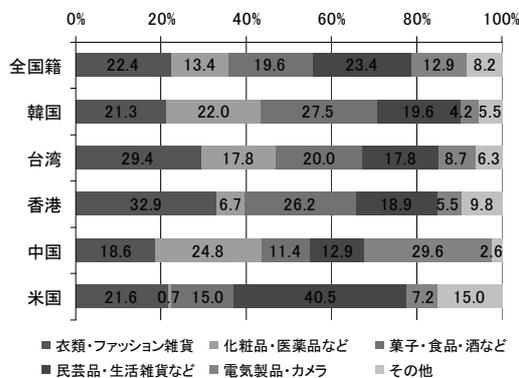
(4) 最も満足した購入商品

- 今回の訪日旅行で購入した商品のうち、最も満足したものを1つ自由に回答してもらい、図表5-5に示す区分に分類して集計を行った。結果、「衣類・ファッション雑貨」22.4%、「化粧品・医薬品など」13.4%、「菓子・食品・酒など」19.6%、「民芸品・生活雑貨など」23.4%、「電気製品・カメラ」12.9%、「その他」8.2%という分布となった(図表5-6)。

図表 5-5 最も満足した購入商品 商品区分

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

図表 5-6 最も満足した購入商品 (商品大区分、主要国籍別)



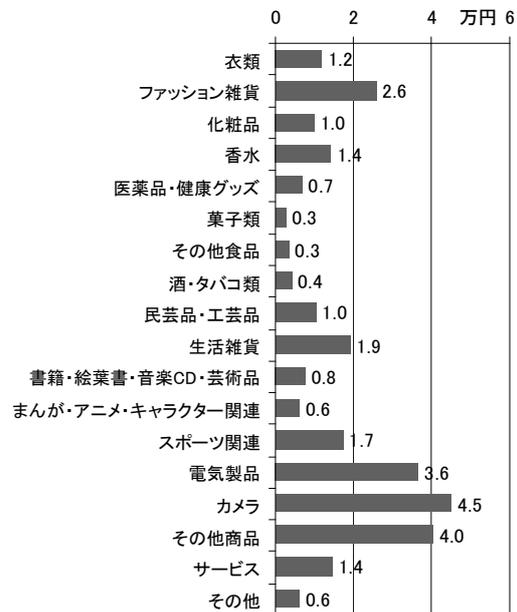
- 国籍別に最も満足した購入商品（小区分）の比率をみると、韓国では「菓子類」（14.1%）、台湾では「衣類」（19.0%）、香港では「衣類」（19.5%）、中国では「化粧品」（21.3%）、米国では「民芸品・工芸品」（23.5%）の割合が高い。また、中国は「化粧品」「電気製品」「カメラ」の割合が他の国籍に比べて高い（図表 5-7）。

図表 5-7 最も満足した購入商品  
（商品小区分、主要国籍別）

| 商品小区分            | 国籍    |       |       |       |       | 米国 |
|------------------|-------|-------|-------|-------|-------|----|
|                  | 韓国    | 台湾    | 香港    | 中国    | 中国    |    |
| 衣類               | 11.2  | 19.0  | 19.5  | 3.1   | 9.8   |    |
| ファッション雑貨         | 10.1  | 10.4  | 13.4  | 15.6  | 11.8  |    |
| 化粧品              | 13.4  | 8.7   | 4.3   | 21.3  | 0.0   |    |
| 香水               | 2.6   | 0.0   | 0.0   | 1.1   | 0.7   |    |
| 医薬品・健康グッズ        | 5.9   | 9.2   | 2.4   | 2.4   | 0.0   |    |
| 菓子類              | 14.1  | 7.5   | 11.0  | 5.5   | 5.9   |    |
| その他食品            | 6.4   | 8.2   | 14.6  | 3.5   | 5.9   |    |
| 酒・タバコ類           | 7.0   | 4.3   | 0.6   | 2.4   | 3.3   |    |
| 民芸品・工芸品          | 5.5   | 4.6   | 4.9   | 3.1   | 23.5  |    |
| 生活雑貨             | 7.3   | 4.3   | 3.7   | 7.2   | 7.8   |    |
| 書籍・絵葉書・音楽CD・芸術品  | 2.0   | 3.6   | 5.5   | 0.7   | 3.9   |    |
| まんが・アニメ・キャラクター関連 | 4.6   | 4.8   | 4.3   | 1.8   | 3.9   |    |
| スポーツ関連           | 0.2   | 0.5   | 0.6   | 0.2   | 1.3   |    |
| 電気製品             | 2.9   | 4.6   | 1.8   | 15.1  | 5.9   |    |
| カメラ              | 1.3   | 4.1   | 3.7   | 14.5  | 1.3   |    |
| その他商品            | 0.9   | 3.4   | 5.5   | 1.5   | 2.0   |    |
| サービス             | 2.4   | 1.4   | 0.6   | 0.7   | 4.6   |    |
| その他              | 2.2   | 1.4   | 3.7   | 0.4   | 8.5   |    |
| 合計               | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 |    |

- 最も満足した購入商品（小区分）の単価をみると、「カメラ」4.5万円、「電気製品」3.6万円、「ファッション雑貨」2.6万円、「生活雑貨」1.9万円の順で高い（図表 5-8）。

図表 5-8 最も満足した購入商品の単価  
（商品小区分、全国籍）



- 満足した理由（自由回答）を10区分に分類して集計を行ったところ、「品質が良いから」「デザインが良い・かわいい・きれい」「おいしいから」など、品質に関する回答が過半数を占めた。このほか、「化粧品・医薬品など」や「電気製品・カメラ」では「日本製だから」、「民芸品・生活雑貨」では「好きなブランド・商品だから」の割合が他商品に比べ高かった（図表 5-9）。

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

| 商品大区分       | 満足した理由 | 標本数   | 理由      |                  |        |        |                |               |             |                 |                |      | 合計  |
|-------------|--------|-------|---------|------------------|--------|--------|----------------|---------------|-------------|-----------------|----------------|------|-----|
|             |        |       | 品質が良いから | デザインが良い・かわいい・きれい | おいしいから | 日本製だから | 伝統的・日本独特なものだから | 好きなブランド・商品だから | 自国で入手が難しいから | お土産にいいから・頼まれたから | 価格が手頃・自国より安いから | その他  |     |
| 衣類・ファッション雑貨 |        | 542   | 20.7    | 39.7             | 0.0    | 3.0    | 2.4            | 3.9           | 5.4         | 3.3             | 17.3           | 4.4  | 0.0 |
| 化粧品・医薬品など   |        | 312   | 43.3    | 2.2              | 0.0    | 12.8   | 0.6            | 6.7           | 7.1         | 4.8             | 18.6           | 3.8  | 0.0 |
| 菓子・食品・酒など   |        | 467   | 2.8     | 6.4              | 57.4   | 1.7    | 3.2            | 3.2           | 3.9         | 10.5            | 6.9            | 4.1  | 0.0 |
| 民芸品・生活雑貨など  |        | 553   | 16.6    | 25.0             | 0.2    | 4.3    | 10.8           | 10.5          | 8.7         | 10.1            | 5.2            | 8.5  | 0.0 |
| 電気製品・カメラ    |        | 304   | 46.7    | 5.3              | 0.0    | 14.1   | 0.0            | 3.0           | 7.6         | 1.3             | 16.1           | 5.9  | 0.0 |
| その他         |        | 192   | 16.1    | 8.3              | 25.0   | 2.1    | 7.8            | 3.6           | 3.6         | 9.4             | 10.4           | 13.5 | 0.0 |
| 合計          |        | 2,370 | 22.2    | 17.8             | 13.4   | 5.7    | 4.4            | 5.5           | 6.2         | 6.8             | 11.9           | 6.2  | 0.0 |



## Ⅱ 訪日外国人消費動向調査結果

1. 調査概要
2. 調査結果の利用上の注意

### <集計表>

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

### <調査票>

日本語、英語、韓国語、中国語（繁体字）、中国語（簡体字）



## 1. 調査概要

### (1) 調査対象者

日本を出国する訪日外国人

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

### (2) 調査場所

下記 11 空海港の国際線ターミナル搭乗待合ロビー

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

### (3) 調査時期

平成 22 年 8 月 20 日(金)～ 9 月 15 日(水)

### (4) 調査方法

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

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

### (5) 調査標本数

ビジット・ジャパン事業の重点市場である 15 の国・地域別に目標サンプル数を設定、合計 6,500 サンプルを目標に調査を実施し、7,631 サンプル(うち旅行中支出額の有効サンプル数は 7,436 サンプル)の回答を得た。

### (6) その他

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

## 2. 調査結果の利用上の注意

### (1) 国籍別ウェイトバック集計の実施

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

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

### (2) 旅行支出額の円換算方法

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

### (3) その他の注意点

集計事項により、標本数が小さい数値については、取り扱いに留意されたい。

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



訪日外国人の消費動向  
平成22年7-9月期 報告書

発行 平成22年12月

編集 国土交通省観光庁参事官  
(観光経済担当)

〒100-8918

東京都千代田区霞が関2丁目1番3号

電話 代表 03 (5253) 8111

内線 27212、27216

直通 03 (5253) 8325

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