



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 24 年 10-12 月期 報告書

訪日外国人の消費動向

平成 24 年 10-12 月期 報告書

目 次

I 平成 24 年 10-12 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	12
(2) 手配別にみる旅行支出	13
(3) 来訪目的別にみる旅行支出	15
3. 土産品の購入実態	
(1) 費目別購入率	16
(2) 費目別購入者単価	16
(3) 買物場所	17
(4) 利用した金融機関と決済方法	17
4. 旅行情報源	
(1) 出発前に得た旅行情報	18
(2) 日本滞在中に得た旅行情報	19
(3) 日本滞在中にあると便利な情報	20

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	21
(2) 今回実施した活動と 次回実施したい活動	21
(3) 活動別にみる満足度	22
(4) 最も満足した購入商品	22

II 訪日外国人消費動向調査結果

1. 調査概要	27
2. 調査結果の利用上の注意	27

<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回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
付表 国籍別 都道府県別訪問率	表-74

<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 24 年 10-12 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

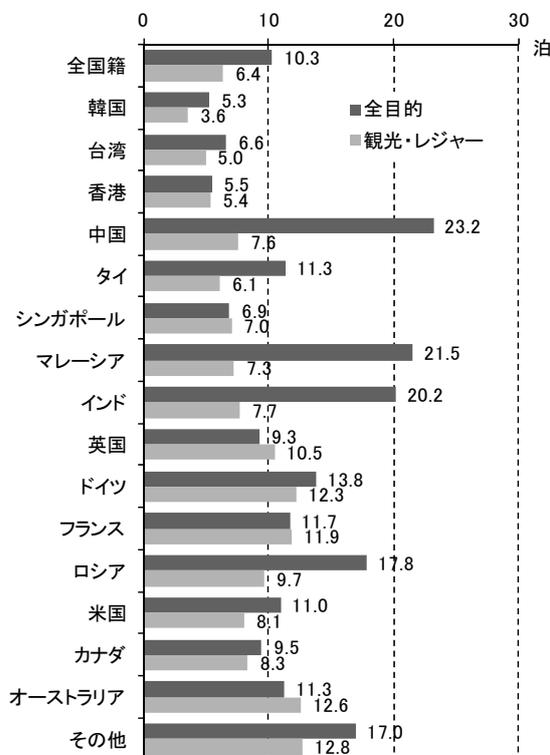
(1) 回答者属性

- 性別の構成比は男性 60.5%、女性 39.5% である。
- 性年代別で見ると、「男性 30 代」(20.2%)、「男性 40 代」(15.8%)、「女性 30 代」(11.8%) の順で多い(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)。

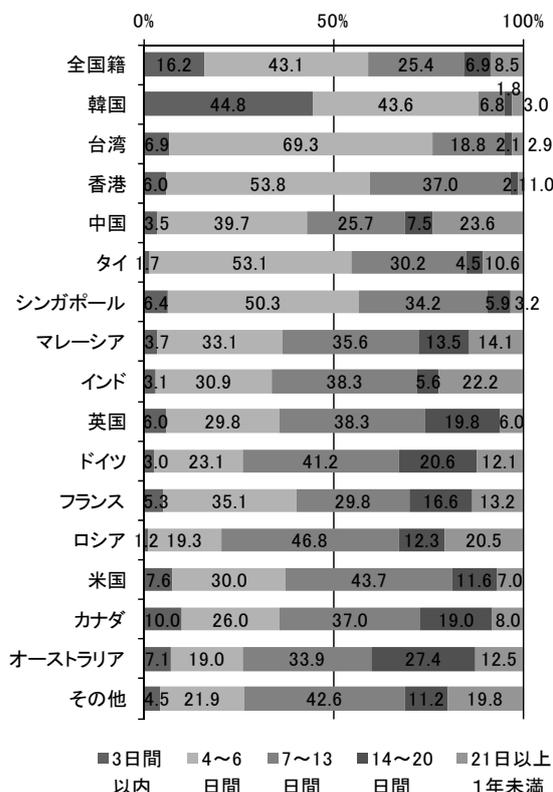
(2) 泊数

- 回答者全体の平均泊数は 10.3 泊である。国籍別にみると、研修目的で長期滞在する人の割合が他の国籍に比べて高い中国やマレーシアで平均泊数が高くなっている(図表 1-1)。
- 観光・レジャーを目的とした訪日外国人の平均泊数は 6.4 泊である。アジアからの観光客では平均泊数が 8 泊未満と短く、英国やドイツ、フランス、オーストラリアからの観光客では平均泊数が 10 泊以上と長い。
- 滞在日数の分布をみると、6 日間以内の短期滞在者がおよそ 6 割を占める。一方、「21 日以上 1 年未満」の長期滞在者は 1 割弱である。国籍別にみると、韓国では「3 日間以内」の割合が 44.8% と他の国籍に比べて高い。一方、オーストラリアでは 14 日間以上の長期滞在者が 4 割を占める(図表 1-2)。

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)



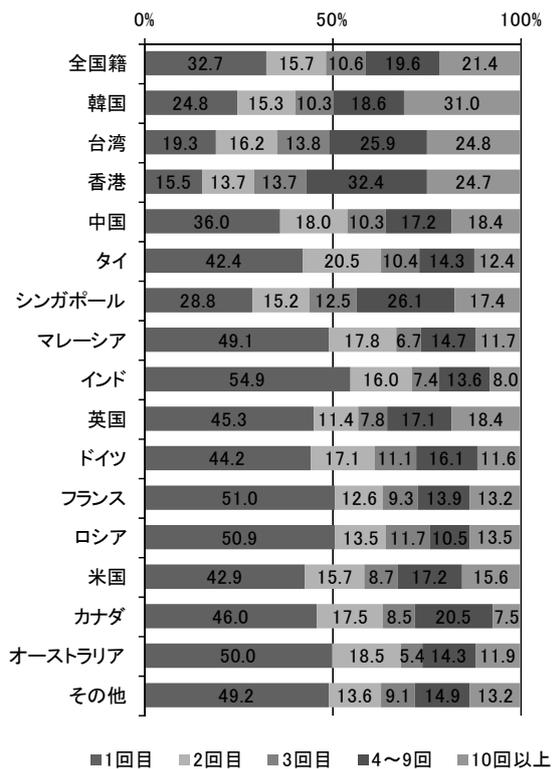
(3) 旅行内容

[全目的]

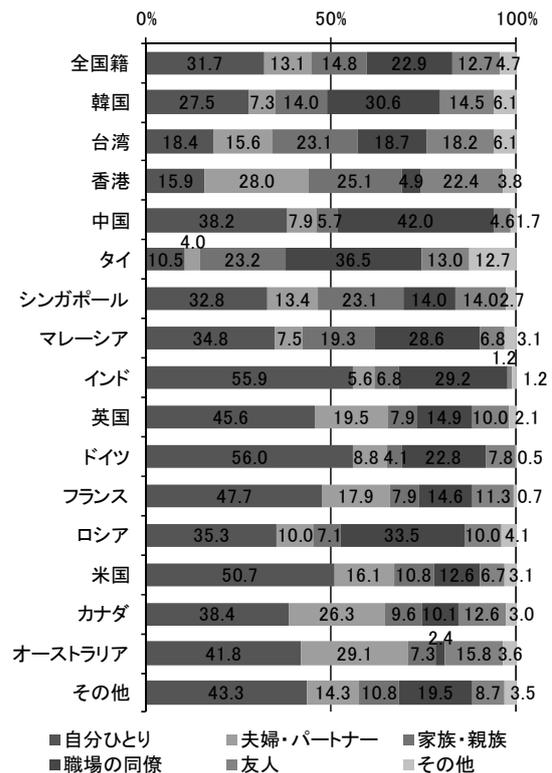
- 日本への来訪回数では、「1回目」が32.7%と最も多く、次いで「2回目」が15.7%を占める。一方で、「10回以上」も21.4%と少なくない。国籍別では、インドやフランス、ロシア、オーストラリアで「1回目」がおよそ5割を占める。一方、韓国や台湾、香港、シンガポールでは「1回目」の割合が低く、3割を下回る(図表1-3)。

- 同行者は「自分ひとり」31.7%、「職場の同僚」22.9%、「家族・親族」14.8%、「夫婦・パートナー」13.1%、「友人」12.7%の順となっている。国籍別では、インドやドイツ、米国で「自分ひとり」が5割を超える。また、台湾や香港、シンガポールでは「家族・親族」、中国やタイ、ロシアでは「職場の同僚」の割合が他の国籍に比べて高い(図表1-4)。

図表 1-3 日本への来訪回数 (国籍別、全目的)



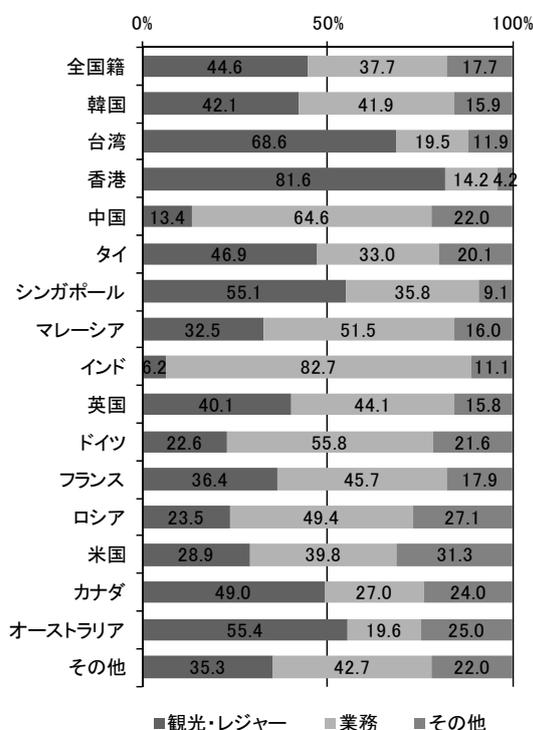
図表 1-4 同行者 (国籍別、全目的)



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

- 訪日外国人の主な来訪目的では「観光・レジャー」が全体の44.6%を占める。国籍別では、「観光・レジャー」の割合が台湾や香港で特に高く、シンガポールやオーストラリアでも半数を超える。一方、「業務（展示会・見本市／国際会議／社内会議／研修／商談等その他ビジネス）」は全体の37.7%を占める（図表1-5）。

図表1-5 主な来訪目的（国籍別、全目的）



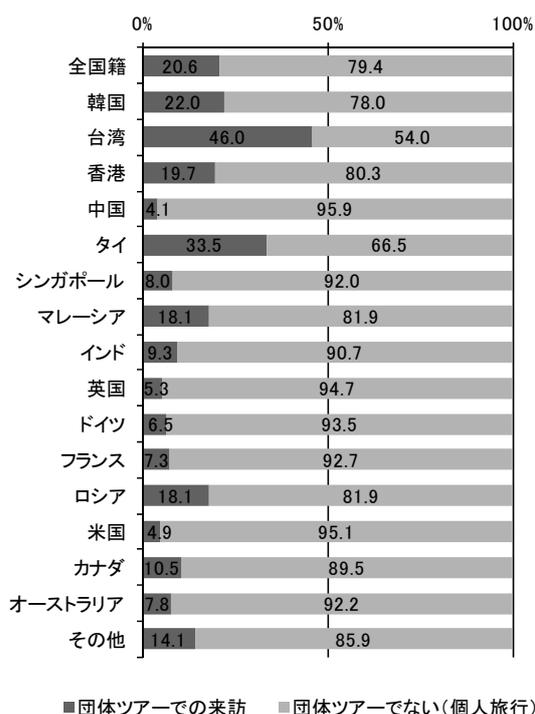
- 利用した宿泊施設のタイプ（複数回答）では、82.2%が「ホテル（洋室中心）」、15.2%が「旅館（和室中心）」を利用している。国籍別では、台湾や香港、タイ、オーストラリアで「旅館（和室中心）」の利用率が高く2割を超える。米国やカナダでは「親族・知人宅」の利用率が高く2割を超える（図表1-6）。

図表1-6 宿泊施設タイプ（複数回答）
（国籍別、全目的）

	ホテル (洋室中心)	旅館 (和室中心)	別荘・コンド ミニアム	親族・ 知人宅
全国籍	82.2	15.2	1.2	11.6
韓国	84.3	8.3	0.3	10.5
台湾	86.2	25.2	1.5	6.6
香港	93.6	21.5	0.3	2.9
中国	70.3	7.2	4.7	16.7
タイ	81.0	26.3	3.6	5.9
シンガポール	94.1	11.8	1.1	3.7
マレーシア	81.4	6.8	1.9	6.8
インド	83.3	6.8	1.9	6.8
英国	85.8	18.2	1.6	15.4
ドイツ	85.4	14.6	1.0	13.6
フランス	83.3	15.3	0.7	13.3
ロシア	78.4	10.5	0.6	15.8
米国	78.6	11.7	0.9	21.1
カナダ	85.4	17.1	2.0	20.6
オーストラリア	81.8	20.6	1.8	15.2
その他	73.5	18.5	0.0	16.4

- 旅行形態では「団体ツアーでの来訪」が20.6%を占める。国籍別では、台湾やタイで「団体ツアーでの来訪」の割合が他の国籍に比べて高い。中国は「団体ツアーでの来訪」の割合が前期（48.7%）に比べ4.1%と低かった（図表1-7）。

図表1-7 団体ツアー参加状況（国籍別、全目的）



- 都道府県別の訪問率をみると、「東京都」や「大阪府」「京都府」「神奈川県」への訪問率が高い。国籍別の特徴としては、韓国から「福岡県」「大分県」「熊本県」、台湾から「北海道」、香港から「沖縄県」、中国から「愛知県」、米国から「千葉県」への訪問率が高い（図表 1-8）。

図表 1-8 都道府県別訪問率（複数回答）
（主要国籍別、全目的、上位 5 箇所）

【韓国】

順位	都道府県名	回答数	訪問率
1位	東京都	527	33.1%
2位	福岡県	358	22.5%
3位	大阪府	326	20.5%
4位	大分県	177	11.1%
5位	熊本県	138	8.7%
回答者数および訪問率延べ合計		1,590	157.9%

【台湾】

順位	都道府県名	回答数	訪問率
1位	東京都	554	38.4%
2位	大阪府	331	22.9%
3位	京都府	224	15.5%
4位	北海道	193	13.4%
5位	神奈川県	177	12.3%
回答者数および訪問率延べ合計		1,444	203.9%

【香港】

順位	都道府県名	回答数	訪問率
1位	東京都	211	55.4%
2位	大阪府	65	17.1%
3位	沖縄県	53	13.9%
4位	京都府	42	11.0%
5位	神奈川県	38	10.0%
回答者数および訪問率延べ合計		381	178.2%

【中国】

順位	都道府県名	回答数	訪問率
1位	東京都	389	44.0%
2位	大阪府	259	29.3%
3位	京都府	153	17.3%
4位	神奈川県	109	12.3%
5位	愛知県	94	10.6%
回答者数および訪問率延べ合計		884	177.9%

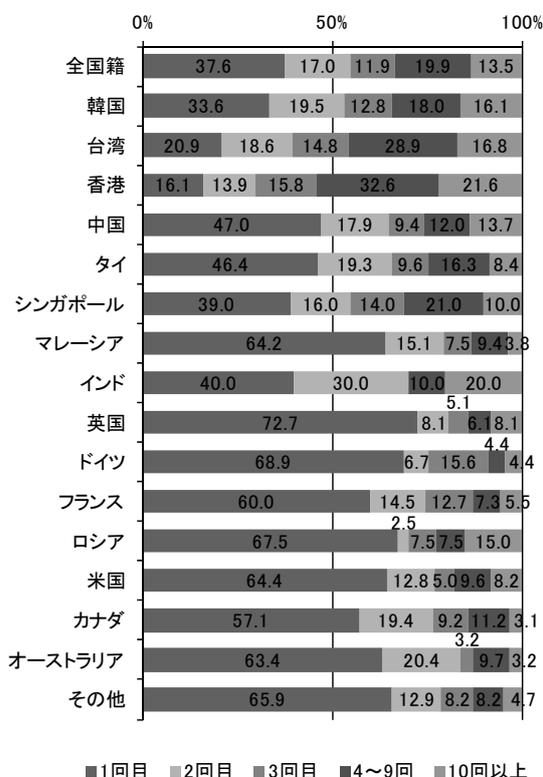
【米国】

順位	都道府県名	回答数	訪問率
1位	東京都	486	64.1%
2位	京都府	151	19.9%
3位	神奈川県	139	18.3%
4位	大阪府	111	14.6%
5位	千葉県	96	12.7%
回答者数および訪問率延べ合計		758	185.5%

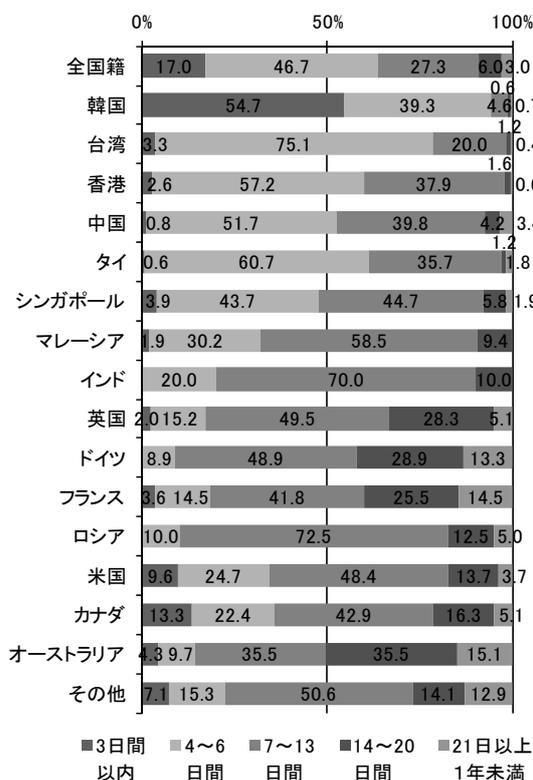
〔観光・レジャー目的〕

- 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「3日間以内」の滞在が54.7%と他の国籍に比べて多い。台湾では「4～6日間」の割合が高く75.1%を占める。英国、ドイツ、フランス、オーストラリアでは14日以上滞在が3割を超える(図表1-9)。
- 日本への来訪回数では、マレーシアと欧米、オーストラリアで「1回目」が5割を超える。台湾や香港では2回目以上の割合が高い(図表1-10)。
- 同行者では、ドイツや米国、オーストラリアで「自分ひとり」の割合が3割超と高い(図表1-11)。

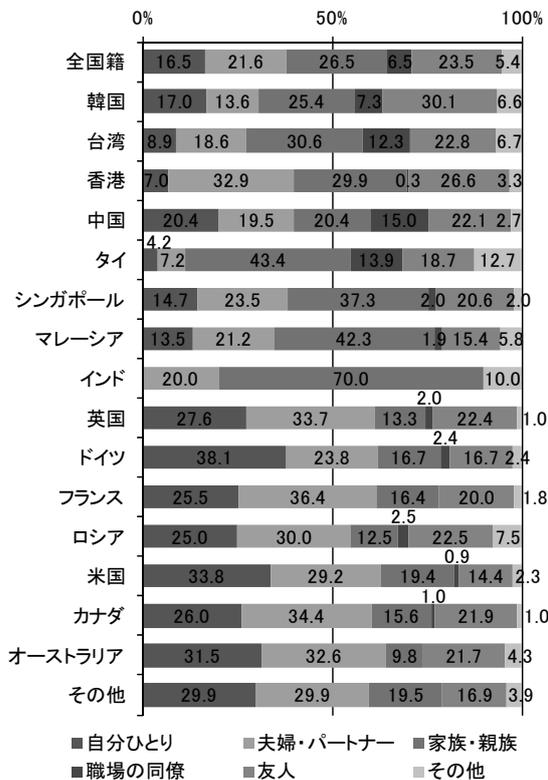
図表 1-10 日本への来訪回数
(国籍別、観光・レジャー目的のみ)



図表 1-9 滞在日数
(国籍別、観光・レジャー目的のみ)



図表 1-11 同行者
(国籍別、観光・レジャー目的のみ)



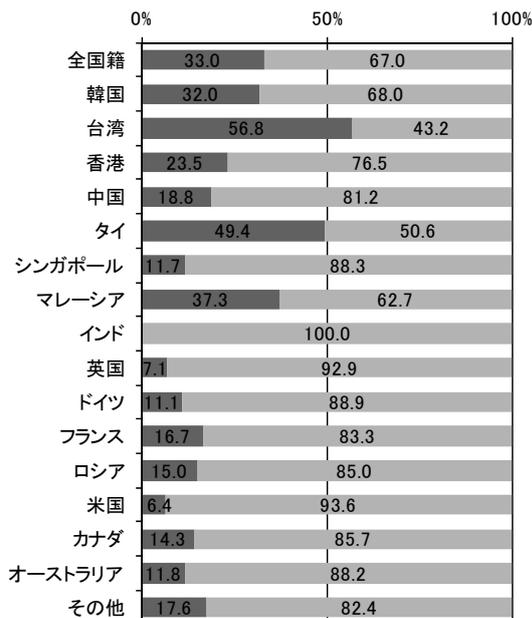
注) 「同行者」の設問は複数回答。上記図表では「同行者」を2つ以上選択した回答を「その他」として集計している。

- 利用した宿泊施設タイプ（複数回答）をみると「ホテル」の利用が主流だが、台湾やタイ、欧州、オーストラリアでは「旅館」の利用率が3割を超える（図表 1-12）。
- 団体ツアー参加状況をみると、台湾やタイでの参加率が高く、5割前後を占める。（図表 1-13）。

図表 1-12 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 (洋室中心)	旅館 (和室中心)	別荘・コンド ミニウム	親族・ 知人宅	(%)
全国籍	89.0	25.2	0.8	5.9	
韓国	88.2	14.5	0.5	5.3	
台湾	90.0	31.6	0.8	3.7	
香港	94.1	24.5	0.3	2.0	
中国	85.5	17.9	0.0	11.1	
タイ	92.3	35.7	1.8	0.6	
シンガポール	95.1	19.4	1.9	2.9	
マレーシア	94.2	17.3	0.0	7.7	
インド	90.0	10.0	0.0	20.0	
英国	83.8	36.4	3.0	10.1	
ドイツ	77.8	33.3	4.4	24.4	
フランス	81.5	33.3	0.0	18.5	
ロシア	92.5	17.5	0.0	10.0	
米国	85.4	20.5	1.8	14.6	
カナダ	87.8	18.4	3.1	13.3	
オーストラリア	88.9	31.1	1.1	6.7	
その他	84.3	34.9	0.0	8.4	

図表 1-13 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)

- 観光客の都道府県別の訪問率をみると、大半の国籍で「東京都」への訪問率が最も高いが、韓国では「福岡県」など九州地方、中国では「大阪府」など近畿地方への訪問率の高さが目立った。このほか、「北海道」は台湾や香港で、「沖縄県」は香港で上位に入っている（図表 1-14）。

図表 1-14 都道府県別訪問率（複数回答）
（主要国籍別、観光・レジャー目的のみ、上位5箇所）

【韓国】

順位	都道府県名	回答数	訪問率
1位	福岡県	266	39.9%
2位	大阪府	170	25.5%
3位	大分県	162	24.3%
4位	熊本県	123	18.4%
5位	東京都	104	15.6%
回答者数および訪問率延べ合計		667	182.3%

【台湾】

順位	都道府県名	回答数	訪問率
1位	東京都	353	35.6%
2位	大阪府	229	23.1%
3位	京都府	184	18.6%
4位	北海道	154	15.5%
5位	神奈川県	114	11.5%
回答者数および訪問率延べ合計		991	220.8%

【香港】

順位	都道府県名	回答数	訪問率
1位	東京都	170	54.7%
2位	大阪府	57	18.3%
3位	沖縄県	50	16.1%
4位	京都府	37	11.9%
5位	北海道	31	10.0%
回答者数および訪問率延べ合計		311	186.2%

【中国】

順位	都道府県名	回答数	訪問率
1位	大阪府	59	50.0%
2位	京都府	54	45.8%
3位	東京都	50	42.4%
4位	奈良県	15	12.7%
5位	兵庫県	14	11.9%
回答者数および訪問率延べ合計		118	238.1%

【米国】

順位	都道府県名	回答数	訪問率
1位	東京都	177	81.2%
2位	京都府	80	36.7%
3位	大阪府	45	20.6%
4位	神奈川県	39	17.9%
5位	千葉県	29	13.3%
回答者数および訪問率延べ合計		218	228.0%

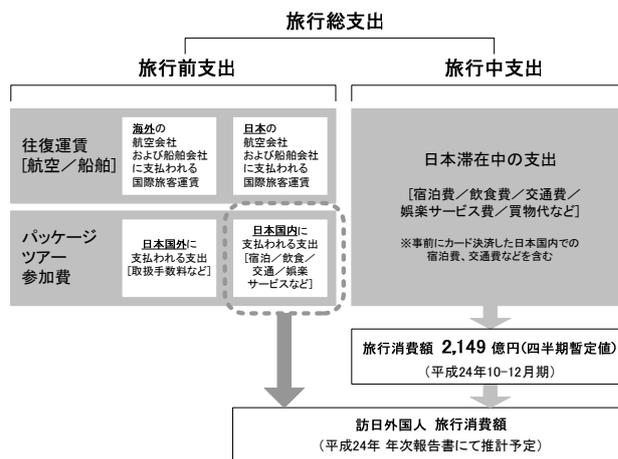
2. 訪日外国人の旅行支出

(1) 旅行支出

- 平成24年10-12月期における訪日外国人の旅行中支出額は平均 105,120 円と推計される。旅行前支出額（パッケージツアー代または日本までの往復運賃）は平均 85,124 円、両者を合算した総支出額は平均 190,244 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、ロシアが 20.1 万円と最も高く、インド（16.4 万円）、オーストラリア（15.8 万円）、中国（15.5 万円）が続く。

- 1泊当たり旅行中支出額は 10,174 円、旅行前支出を含めた 1泊当たり総支出額は 18,412 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 24 年 10-12 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	(人)	(円/人)		(円/人)	(円/人)	総支出額 標準誤差率	(泊)	(円/人泊)	
		a.パッケージツアー・往復運賃支出 (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
全国籍	7,263	85,124	105,120	190,244	-	-	10.3	10,174	18,412
韓国	1,574	38,977	62,307	101,284	3.4%	3.4%	5.3	11,825	19,222
台湾	1,445	69,577	84,970	154,546	2.7%	2.7%	6.6	12,778	23,241
香港	380	58,609	116,752	175,361	3.3%	3.3%	5.5	21,396	32,137
中国	878	64,346	155,464	219,810	4.9%	4.9%	23.2	6,707	9,483
タイ	357	93,052	85,709	178,760	4.7%	4.7%	11.3	7,554	15,755
シンガポール	187	79,263	114,225	193,488	5.8%	5.8%	6.9	16,558	28,048
マレーシア	163	99,758	117,601	217,359	6.5%	6.5%	21.5	5,460	10,091
インド	160	102,264	164,420	266,684	8.8%	8.8%	20.2	8,146	13,212
英国	247	160,595	145,536	306,131	5.9%	5.9%	9.3	15,720	33,066
ドイツ	197	151,334	136,632	287,966	5.4%	5.4%	13.8	9,894	20,853
フランス	150	137,780	145,683	283,464	6.2%	6.2%	11.7	12,449	24,224
ロシア	169	112,078	201,053	313,131	11.0%	11.0%	17.8	11,265	17,544
米国	757	142,078	127,619	269,697	3.3%	3.3%	11.0	11,637	24,592
カナダ	199	141,749	131,221	272,970	4.7%	4.7%	9.5	13,871	28,855
オーストラリア	168	136,661	158,441	295,102	4.8%	4.8%	11.3	14,054	26,176
その他	232	141,887	133,328	275,214	5.5%	5.5%	17.0	7,854	16,213

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」をウェイトとして加重平均したもの

【参考】 訪日外国人1人当たり旅行支出額の推移

調査時期	調査時期	(円/人)		(円/人)
		旅行前支出額	旅行中支出額	
平成23年	10-12月期	87,136	110,338	197,474
平成24年	1-3月期	85,062	117,278	202,340
	4-6月期	85,819	113,580	199,399
	7-9月期	90,690	112,204	202,894
	10-12月期	85,124	105,120	190,244

注) 訪日外客数の更新等に伴い、前回公表値から一部数値を改訂した。

【参考】平成 24 年 10-12 月期における

- 訪日外国人の日本における旅行中支出額に、同期間の訪日外客数を乗じることに
より、訪日外国人の旅行消費額は 2,149
億円と推計される（図表 2-3）。
- 国籍別の旅行消費額は、①韓国 344 億円
（構成比 16.0%）、②台湾 314 億円（同
14.6%）、③中国 271 億円（同 12.6%）、
④米国 233 億円（同 10.8%）、⑤香港 134
億円（同 6.2%）の順であり、上位 5 カ
国で全体の 60.3%を占める。

（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 23.2%
を占める。台湾、香港、タイでは同利用率
が 3 割を超える（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 109,314 円、ツアー利用客
の旅行中支出額は同 45,491 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 77,800 円、個人手配客の旅行
中支出額は同 126,557 円である。
- 総支出額はツアー利用客で 154,806 円、
個人手配客で 204,358 円である。

図表 2-3 平成 24 年 10-12 月期 訪日外国人の旅行消費額（国籍別）※四半期暫定値

国籍	a.日本国内に おける旅行支出 (旅行中支出額)	b.訪日外客数 ^{注1} (JNTO速報値)	c.訪日外国人 旅行消費額 ^{注2} (=a.×b.)	
			(円/人)	(人)
全国籍	105,120	2,043,941	2,148.6	100.0%
韓国	62,307	551,638	343.7	16.0%
台湾	84,970	369,461	313.9	14.6%
香港	116,752	114,719	133.9	6.2%
中国	155,464	174,031	270.6	12.6%
タイ	85,709	81,500	69.9	3.3%
シンガポール	114,225	52,463	59.9	2.8%
マレーシア	117,601	43,734	51.4	2.4%
インド	164,420	17,524	28.8	1.3%
英国	145,536	47,379	69.0	3.2%
ドイツ	136,632	31,189	42.6	2.0%
フランス	145,683	35,567	51.8	2.4%
ロシア	201,053	15,110	30.4	1.4%
米国	127,619	182,651	233.1	10.8%
カナダ	131,221	35,816	47.0	2.2%
オーストラリア	158,441	57,290	90.8	4.2%
その他	133,328	233,869	311.8	14.5%

注1) 出典：日本政府観光局（JNTO）※平成24年10月は暫定値、同年11-12月は推計値を使用した。

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。

【参考】訪日外国人の旅行消費額の推移

調査時期	旅行中支出額	訪日外客数	旅行消費額	
				(円/人)
平成23年 10-12月期	110,338	1,739,373	1,919.2	
平成24年	1-3月期	117,278	1,911,515	2,241.8
	4-6月期	113,580	2,133,658	2,423.4
	7-9月期	112,204	2,278,992	2,557.1
	10-12月期	105,120	2,043,941	2,148.6

注) 訪日外客数の更新等に伴い、前回公表値から一部数値を改訂した。

- ・ 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 25 年 1 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泊当たり旅行中支出額(=b./d.)	1泊当たり総支出額(=c./d.)
全国籍	23.2	109,314	45,491	154,806	4.9	9,333	31,761
韓国	26.1	55,480	25,674	81,155	2.7	9,547	30,179
台湾	49.2	97,118	45,131	142,249	4.3	10,550	33,254
香港	40.2	77,041	80,555	157,596	4.6	17,507	34,250
中国	5.9	135,285	80,355	215,639	11.1	7,267	19,501
タイ	30.2	145,878	43,156	189,035	4.3	10,154	44,479
シンガポール	13.4	164,078	49,668	213,746	5.6	8,933	38,444
マレーシア	17.8	198,180	32,759	230,939	18.2	1,796	12,660
インド	8.6	212,802	65,000	277,802	19.8	3,285	14,041
英国	11.3	383,435	134,769	518,203	8.1	16,697	64,202
ドイツ	6.0	373,834	119,353	493,186	16.7	7,161	29,591
フランス	6.0	403,420	57,589	461,009	12.2	4,712	37,719
ロシア	9.4	402,314	176,050	578,363	21.1	8,334	27,378
米国	5.9	223,134	52,831	275,965	7.7	6,832	35,685
カナダ	12.5	230,449	37,267	267,717	8.8	4,254	30,561
オーストラリア	11.3	274,552	88,199	362,751	12.1	7,318	30,097
その他	8.3	275,526	40,230	315,755	9.2	4,373	34,321

【参考】パッケージツアー利用者の旅行支出額の推移

調査時期		(円/人)	(円/人)	(円/人)	(泊)	(円/人泊)	(円/人泊)
		旅行前支出額(パッケージ料金)	旅行中支出額	総支出額	平均泊数	1泊あたり旅行中支出額	1泊あたり総支出額
平成23年	10-12月期	97,682	66,953	164,634	5.4	12,418	30,535
平成24年	1-3月期	104,687	74,208	178,895	4.9	15,081	36,356
	4-6月期	103,740	67,708	171,448	5.0	13,650	34,563
	7-9月期	106,890	64,097	170,987	5.3	12,207	32,564
	10-12月期	109,314	45,491	154,806	4.9	9,333	31,761

注) 訪日外客数の更新等に伴い、前回公表値から一部数値を改訂した。

【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泊当たり旅行中支出額(=b./d.)	1泊当たり総支出額(=c./d.)
全国籍	76.8	77,800	126,557	204,358	12.0	10,560	17,051
韓国	73.9	33,148	79,721	112,869	6.2	12,899	18,262
台湾	50.8	42,860	128,844	171,704	9.0	14,394	19,183
香港	59.8	46,240	142,873	189,113	6.0	23,691	31,358
中国	94.1	59,912	161,537	221,449	23.9	6,748	9,251
タイ	69.8	70,231	116,511	186,742	14.4	8,084	12,957
シンガポール	86.6	66,174	125,213	191,388	7.1	17,623	26,937
マレーシア	82.2	78,457	145,549	224,007	22.3	6,540	10,066
インド	91.4	91,808	177,308	269,115	20.2	8,768	13,307
英国	88.7	132,234	146,968	279,202	9.4	15,620	29,674
ドイツ	94.0	137,056	137,990	275,046	13.6	10,127	20,186
フランス	94.0	120,944	152,270	273,214	11.7	13,049	23,414
ロシア	90.6	82,118	204,730	286,848	17.5	11,692	16,382
米国	94.1	136,970	133,624	270,593	11.2	11,962	24,223
カナダ	87.5	129,077	147,757	276,834	9.6	15,456	28,958
オーストラリア	88.7	119,078	166,891	285,969	11.2	14,935	25,591
その他	91.7	129,847	144,740	274,587	17.7	8,189	15,535

【参考】個人手配客の旅行支出額の推移

調査時期		(円/人)	(円/人)	(円/人)	(泊)	(円/人泊)	(円/人泊)
		旅行前支出額(往復運賃)	旅行中支出額	総支出額	平均泊数	1泊あたり旅行中支出額	1泊あたり総支出額
平成23年	10-12月期	82,809	131,182	213,991	12.6	10,423	17,002
平成24年	1-3月期	77,403	136,817	214,220	16.0	8,572	13,422
	4-6月期	78,259	137,211	215,470	13.6	10,061	15,799
	7-9月期	83,366	138,015	221,381	19.2	7,181	11,519
	10-12月期	77,800	126,557	204,358	12.0	10,560	17,051

注) 訪日外客数の更新等に伴い、前回公表値から一部数値を改訂した。

(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」90,567 円、「商談等その他ビジネス」124,785 円、「親族・知人訪問」93,025 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 826 億円で全体の 38.2%を占める。これに対し、

「展示会・見本市」「国際会議」「研修」「社内会議」「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 944 億円で、全体の 43.7%を占める。

図表 2-5 来訪目的別にみる訪日外国人1人当たり旅行中支出額（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	社内会議 (自社施設以外で開催されたもの)	研修	商談等 その他 ビジネス		
旅行中支出額 (円/人)	全国籍	90,567	93,025	91,452	33,357	81,215	271,254	77,388	113,747	108,751	140,180	106,241	124,785	128,021
	韓国	47,096	63,278	28,800	31,750	54,633	339,805	24,640	71,049	59,083	77,325	38,754	81,173	104,299
	台湾	72,749	100,129	49,653	19,611	-	223,675	64,514	116,508	85,026	117,238	88,512	153,130	142,251
	香港	114,168	151,803	69,109	-	-	98,055	-	87,000	269,125	115,110	104,500	139,088	21,250
	中国	145,821	114,002	-	19,000	50,000	364,283	294,500	164,929	127,689	121,739	168,048	186,495	139,312
	米国	127,497	77,013	197,193	35,852	82,900	78,400	50,000	337,784	145,987	192,065	132,303	140,776	105,856
【参考】消費額 (億円)	全国籍	826.4	175.5	10.2	7.4	10.3	62.2	11.1	62.7	126.5	245.1	114.0	395.4	113.8
	韓国	109.5	31.3	0.1	3.3	1.5	14.2	0.3	14.9	15.0	7.3	9.0	123.6	20.0
	台湾	184.4	16.6	3.6	0.5	0.0	5.1	2.8	4.5	10.2	18.3	9.0	46.6	15.6
	香港	106.9	4.6	0.4	0.0	0.0	0.6	0.0	1.6	3.2	8.0	0.9	7.5	0.1
	中国	34.1	30.3	0.0	0.1	0.3	12.3	2.3	5.6	19.7	31.4	39.0	83.2	9.1
	米国	67.3	26.4	3.3	1.6	1.6	0.6	0.1	10.6	17.6	51.4	15.0	27.5	14.8
目的別 構成比 (%)	全国籍	38.2	8.1	0.5	0.3	0.5	2.9	0.5	2.9	5.9	11.3	5.3	18.3	5.3
	韓国	31.3	8.9	0.0	0.9	0.4	4.1	0.1	4.2	4.3	2.1	2.6	35.3	5.7
	台湾	58.1	5.2	1.1	0.2	0.0	1.6	0.9	1.4	3.2	5.8	2.9	14.7	4.9
ヨコ計=100	香港	79.9	3.4	0.3	0.0	0.0	0.4	0.0	1.2	2.4	6.0	0.7	5.6	0.1
	中国	12.8	11.3	0.0	0.0	0.1	4.6	0.9	2.1	7.4	11.7	14.6	31.1	3.4
	米国	28.3	11.1	1.4	0.7	0.7	0.2	0.1	4.5	7.4	21.6	6.3	11.6	6.2

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。
来訪目的無回答者が存在するため、上表の来訪目的別消費額の合計値は平成24年10-12月期旅行消費額とは一致しない。

上表 各セルの 標本数	全国籍	韓国	台湾	香港	中国	米国
	3,144	664	44	77	45	82
	56	178	425	671	401	1,142
	316	316	316	316	316	316
	665	140	1	30	8	12
	4	60	73	26	67	430
	990	65	28	10	0	9
	17	15	47	61	39	119
	43	0	0	0	0	0
	2	6	4	23	3	18
	2	6	4	23	3	18
	115	134	0	2	3	17
	4	17	77	130	116	224
	33	3	1	13	50	111
	58	47	81	58	58	58

注) 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。

3. 土産品の購入実態

(1) 費目別購入率

- 購入率（その費目を購入した人の割合）が最も高い費目は「菓子類」であり、57.7%が購入している。次いで「その他食料品・飲料・酒・たばこ」の購入率が高い。国籍別では、「カメラ・ビデオカメラ・時計」や「電気製品」で中国の購入率の高さが目立つ（図表 3-1）。

(2) 費目別購入者単価

- 費目別の購入者単価（その費目を購入した人における当該費目の平均支出額）は、「カメラ・ビデオカメラ・時計」が4.1万円と高く、次いで「服・かばん・靴」が3.2万円と高い。
- 来訪目的別にみると、購入率は「観光・レジャー」客の方が高い傾向があるが、中国では「業務」客の方が購入率の高い費目も複数見受けられる（図表 3-2）。

図表 3-1 費目別購入率および購入者単価（主要国籍別）

費目	国籍		韓国		台湾		香港		中国		米国	
	購入率	購入者単価(円)										
菓子類	57.7%	8,156	62.2%	5,121	73.5%	9,219	66.7%	10,185	79.2%	9,435	31.3%	6,910
その他食料品・飲料・酒・たばこ	49.4%	11,130	47.8%	7,612	48.0%	10,825	54.0%	11,254	54.5%	12,892	50.0%	11,714
カメラ・ビデオカメラ・時計	6.8%	40,973	2.1%	45,382	4.6%	54,387	4.2%	38,140	23.7%	57,354	4.1%	16,462
電気製品	6.3%	26,432	2.2%	20,504	5.7%	34,085	9.5%	27,849	17.1%	34,766	4.6%	13,480
化粧品・医薬品・トイレットリー	34.0%	16,681	30.8%	13,628	63.8%	17,720	48.7%	15,469	60.9%	24,209	10.5%	6,840
和服(着物)・民芸品	14.3%	15,230	3.8%	28,854	11.4%	11,137	16.1%	15,523	10.3%	13,309	29.2%	12,899
服(和服以外)・かばん・靴	25.9%	32,180	14.7%	24,745	34.0%	39,721	50.8%	37,985	29.6%	49,466	18.0%	21,175
マンガ・DVD・アニメ関連商品	7.2%	8,385	6.2%	6,809	7.8%	7,549	10.3%	7,902	5.1%	7,853	6.1%	7,075

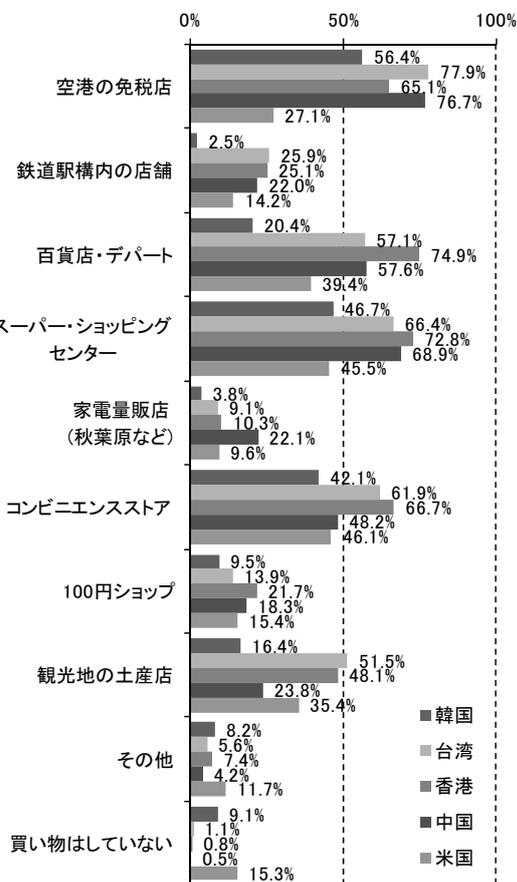
図表 3-2 来訪目的別にみる費目別購入率および購入者単価（主要国籍別）

費目	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	68.7%	4,841	76.8%	9,209	67.5%	10,453	79.1%	9,812	40.6%	5,586
		業務	56.3%	5,121	65.1%	8,708	64.8%	8,367	80.1%	8,984	20.7%	6,915
その他食料品・飲料・酒・たばこ		観光・レジャー	56.5%	5,179	50.8%	8,821	56.2%	11,655	47.0%	8,874	60.4%	11,972
		業務	42.7%	9,245	36.7%	12,316	40.7%	6,577	54.6%	11,366	40.3%	13,161
カメラ・ビデオカメラ・時計		観光・レジャー	2.4%	77,921	5.4%	61,380	4.2%	28,082	20.0%	67,670	5.5%	19,098
		業務	1.4%	19,944	2.1%	27,300	5.6%	71,667	25.2%	51,989	2.0%	10,186
電気製品		観光・レジャー	2.0%	6,485	5.0%	31,642	9.7%	22,632	15.7%	29,622	5.1%	7,965
		業務	2.4%	31,988	8.5%	45,852	7.4%	39,333	18.1%	34,932	3.3%	15,998
化粧品・医薬品・トイレットリー		観光・レジャー	40.3%	13,032	67.8%	17,350	54.5%	11,293	71.3%	22,711	11.5%	5,087
		業務	20.1%	12,668	53.0%	16,650	25.9%	53,154	62.4%	23,944	6.3%	10,222
和服(着物)・民芸品		観光・レジャー	5.1%	4,678	12.8%	8,848	17.9%	12,539	17.4%	7,069	38.7%	13,727
		業務	2.3%	100,679	6.4%	22,000	11.1%	38,200	10.1%	16,668	21.0%	14,241
服(和服以外)・かばん・靴		観光・レジャー	17.1%	18,451	37.0%	34,589	59.1%	36,856	42.6%	85,307	24.9%	17,337
		業務	9.1%	30,802	22.1%	58,055	7.4%	73,333	23.2%	38,966	11.0%	34,533
マンガ・DVD・アニメ関連商品		観光・レジャー	8.3%	6,409	8.3%	7,827	12.0%	7,114	6.1%	14,167	8.8%	7,046
		業務	4.1%	6,558	4.6%	7,050	3.7%	15,000	5.5%	7,355	3.7%	5,548

(3) 買物場所

- 買物場所を国籍別にみると、「空港の免税店」は台湾と中国、「百貨店・デパート」は香港、「観光地の土産店」は台湾と香港での利用率が高い。また、「家電量販店」では中国人の利用率が 22.1% と高い (図表 3-3)。

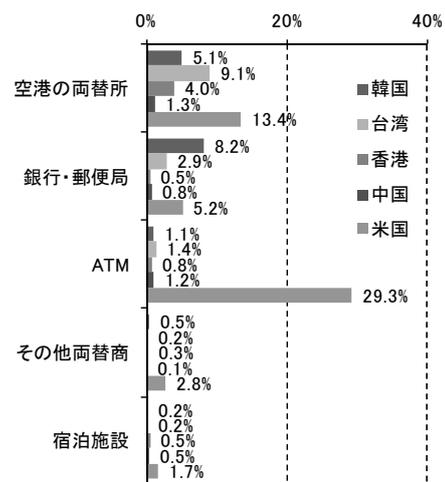
図表 3-3 買物場所 (主要国籍別、複数回答)



(4) 利用した金融機関と決済方法

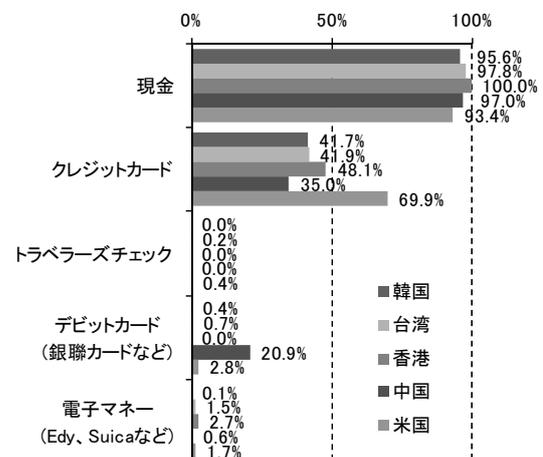
- 利用した金融機関を国籍別にみると、米国の「ATM (現金自動預払機)」の利用率が 29.3% と、他の国籍に比べ際だって高い (図表 3-4)。

図表 3-4 利用金融機関 (主要国籍別、複数回答)



- 決済方法ではいずれの国籍も「現金」が 9 割以上を占める。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 20.9% と高い。「電子マネー」の利用率は香港で 2.7% となっている (図表 3-5)。

図表 3-5 利用決済方法 (主要国籍別、複数回答)



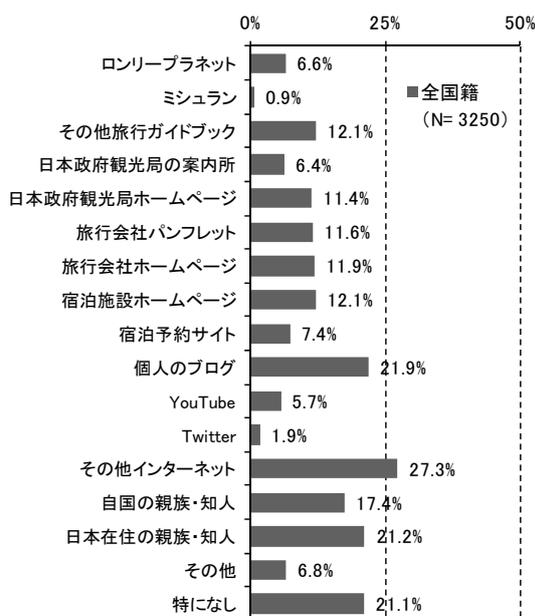
4. 旅行情報源

(1) 出発前に得た旅行情報

- 出発前に得た旅行情報で役に立ったものは、ガイドブックでは「ロンリープラネット」が6.6%、「ミシュラン」が0.9%、「その他旅行ガイドブック」が12.1%となっている（図表4-1）。
- 「日本政府観光局の案内所」の選択率は6.4%、「日本政府観光局ホームページ」の選択率は11.4%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」(21.9%)を挙げる回答が多い。
- 知人からの口コミでは「自国の親族・知人」が17.4%、「日本在住の親族・知人」が21.2%であった。

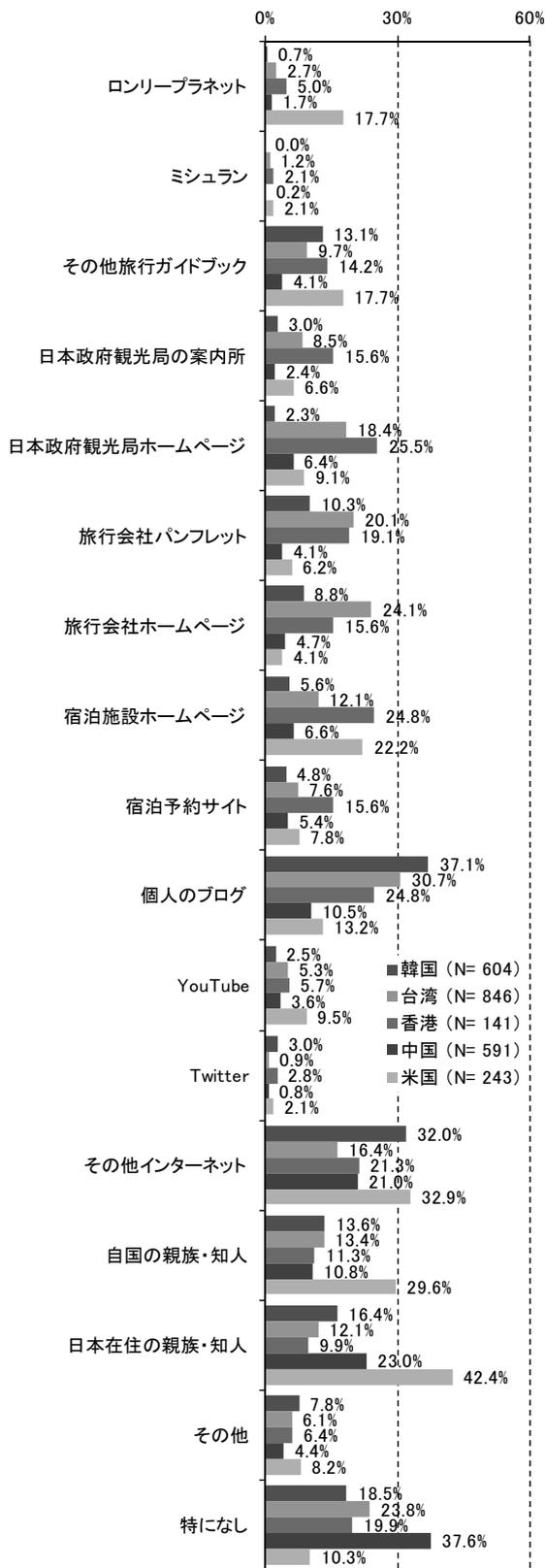
- 国籍別にみると、韓国では「個人のブログ」(37.1%)や「その他インターネット」(32.0%)の選択率が高い（図表4-2）。
- 台湾でも「個人のブログ」(30.7%)の選択率が最も高いが、「旅行会社ホームページ」(24.1%)や「旅行会社パンフレット」(20.1%)の選択率も高い。
- 香港では「日本政府観光局ホームページ」の選択率が25.5%と最も高かった。次いで「宿泊施設ホームページ」(24.8%)と「個人のブログ」(24.8%)の選択率が高い。
- 中国では「日本在住の親族・知人」の選択率が23.0%と最も高かった。次いで「その他インターネット」(21.0%)の選択率が高い。なお、「特になし」(37.6%)の選択率が他の国籍に比べ高かった。
- 米国では「日本在住の親族・知人」の選択率が42.4%と最も高かった。次いで「その他インターネット」(32.9%)、「自国の親族・知人」(29.6%)、「宿泊施設ホームページ」(22.2%)の選択率が高い。

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)



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。

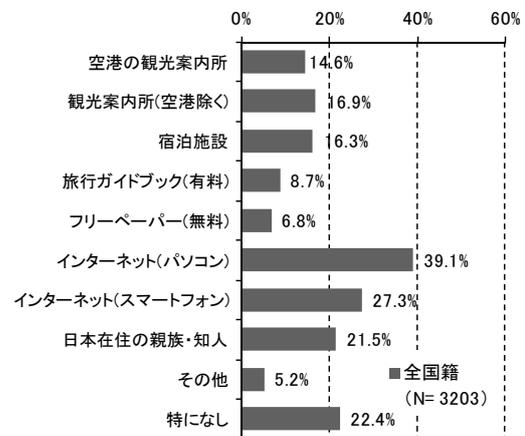
図表 4-2 出発前に得た旅行情報で役に立ったもの
(主要国籍別、複数回答)



(2) 日本滞在中に得た旅行情報

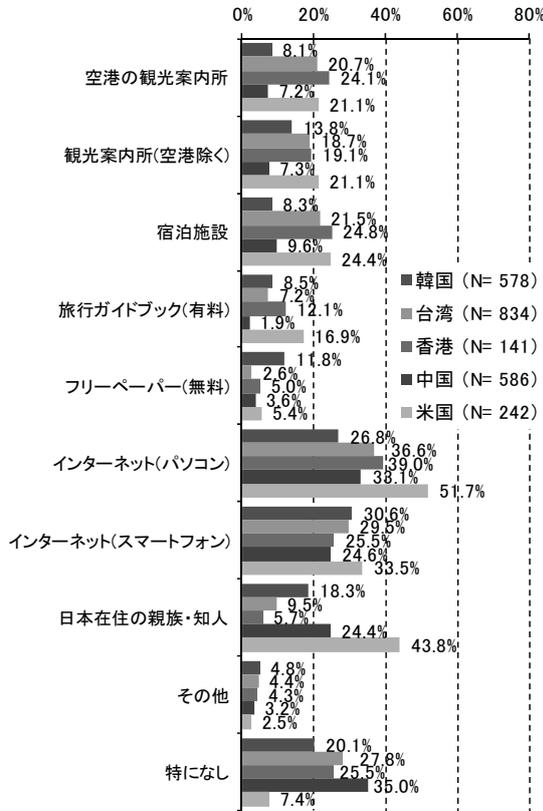
- 日本滞在中に得た旅行情報で役に立ったものでは「インターネット (パソコン)」(39.1%) の選択率が高く、次いで「インターネット (スマートフォン)」(27.3%)、「日本在住の親族・知人」(21.5%) の選択率が高い (図表 4-3)。

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)」「インターネット (スマートフォン)」「日本在住の親族・知人」はいずれも米国での選択率の高さが目立つ。韓国では「インターネット (スマートフォン)」(30.6%) の選択率が最も高い。台湾、香港、中国では「インターネット (パソコン)」の選択率が最も高かった (図表 4-4)。

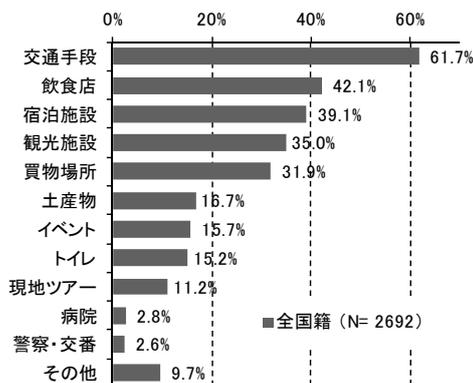
図表 4-4 日本滞在中に得た旅行情報で役に立ったもの(主要国籍別、複数回答)



(3) 日本滞在中にあると便利な情報

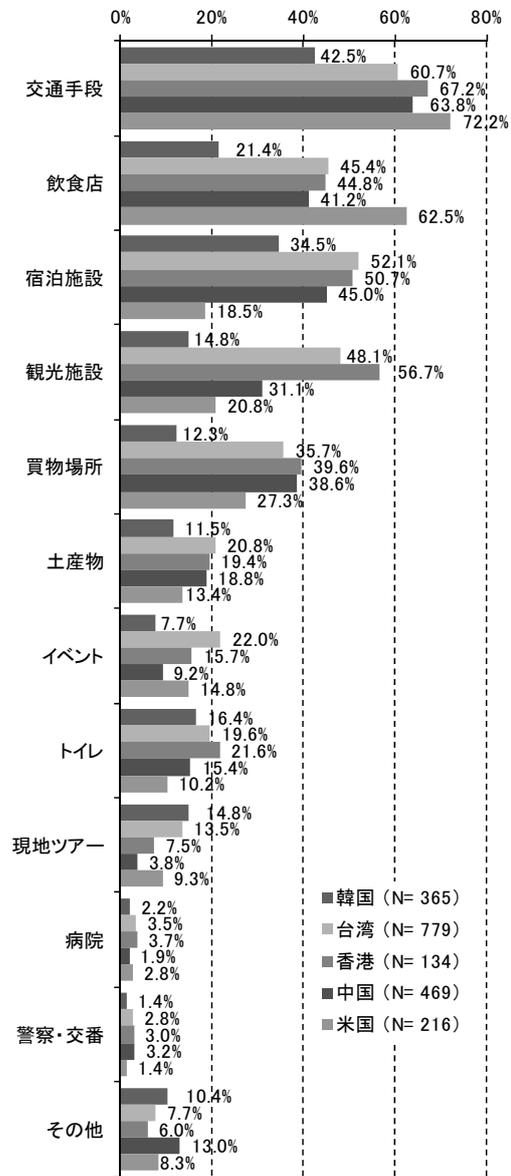
- 日本滞在中にあると便利な情報では「交通手段」が61.7%と圧倒的に多い。次いで、「飲食店」(42.1%)や「宿泊施設」(39.1%)を挙げる回答が多い(図表 4-5)。

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」の情報に対するニーズは香港と米国で特に高い。また「飲食店」は米国、「宿泊施設」は台湾と香港での選択率が高い。このほか、「買物場所」は台湾、香港、中国、「イベント」は台湾、「現地ツアー」は韓国、台湾での選択率がそれぞれ高かった(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)

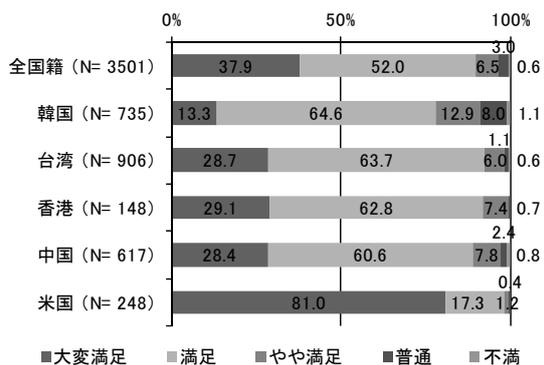


5. 満足度と再訪意向

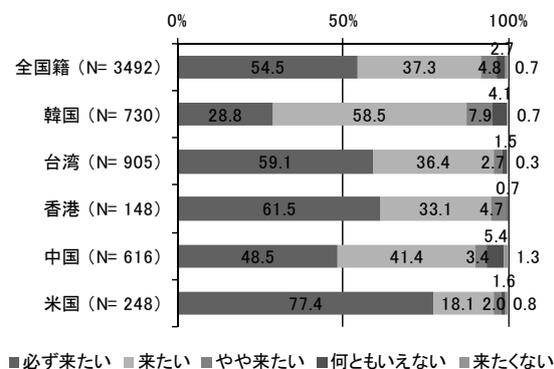
(1) 訪日旅行全体の満足度と再訪意向

- 今回の訪日旅行全体の満足度は「大変満足」37.9%、「満足」52.0%である。国籍別では、米国で「大変満足」の割合が81.0%と主要国籍の中で最も高い（図表 5-1）。
- 再訪意向は「必ず来たい」が54.5%、「来たい」が37.3%である。国籍別では、米国で「必ず来たい」の割合が77.4%と高いほか、台湾や香港でも同割合がおよそ6割を占める（図表 5-2）。

図表 5-1 訪日旅行の満足度（主要国籍別）



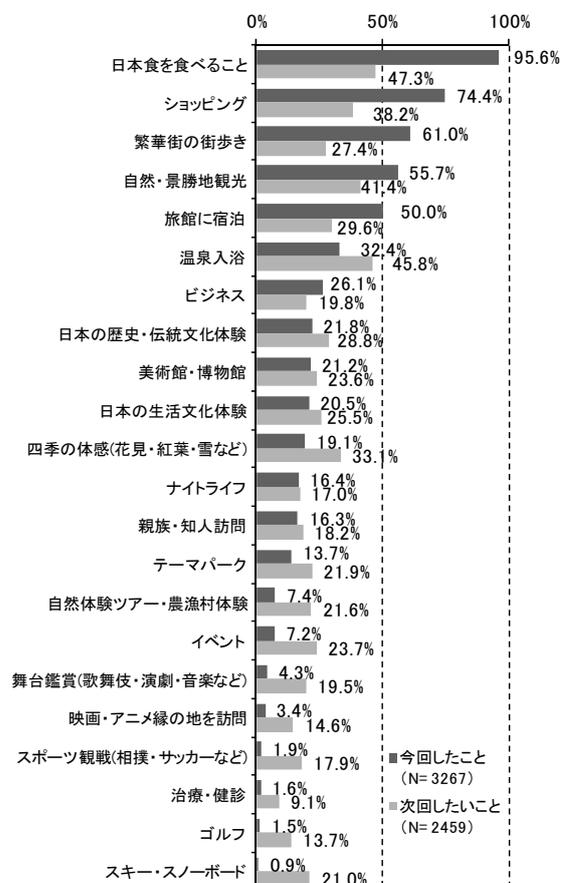
図表 5-2 訪日旅行者の再訪意向（主要国籍別）



(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」「ショッピング」「繁華街の街歩き」「自然・景勝地観光」「旅館に宿泊」の順で多い（図表 5-3）。
- 次回実施したいことは、「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」「四季の体感」の順で多い。
- 今回の実施率に比べて次回実施希望率が高い活動としては、「スキー・スノーボード」や「スポーツ観戦」「ゴルフ」などが挙げられる。

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）

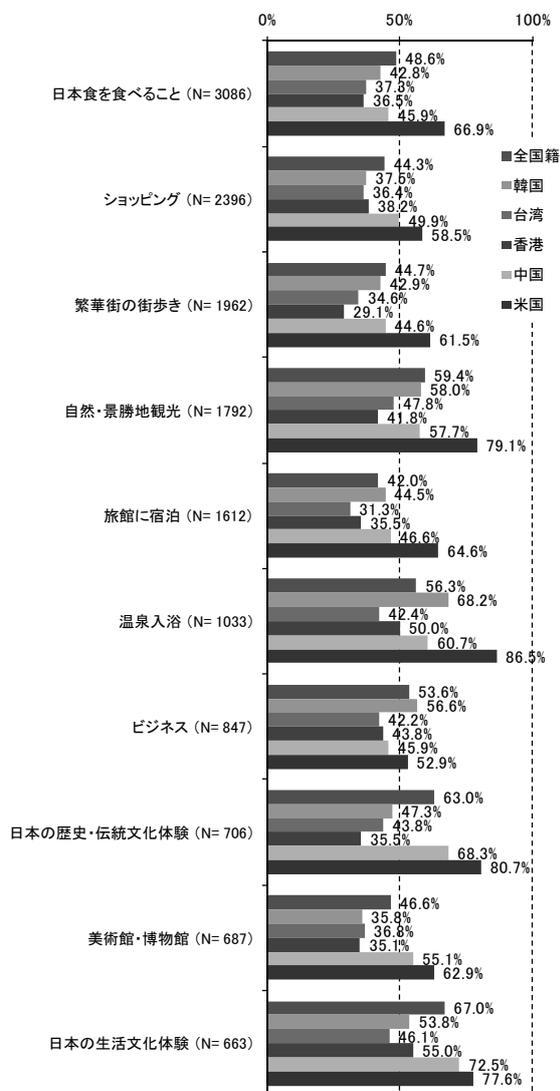


注) この章に示す調査結果は、「訪日外国人消費動向調査」と同時に実施した旅行の満足度や再来訪意向等の意識調査より得られたものである。回答は任意としているため、必ずしも全調査対象者が回答しているとは限らない。なお、この章で示す『全体（全国籍）』の値は、訪日外客数によるウェイトバック集計を行っていない。

(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位までの活動について「期待以上」の比率をみると、「日本の歴史・伝統文化体験」「日本の生活文化体験」で6割超と高い。国籍別では、大半の活動で米国の満足度が高い(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)



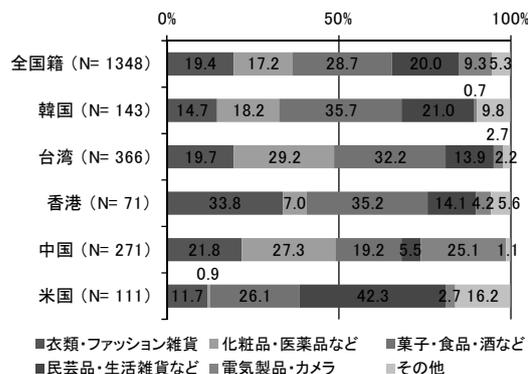
(4) 最も満足した購入商品

- 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」19.4%、「化粧品・医薬品など」17.2%、「菓子・食品・酒など」28.7%、「民芸品・生活雑貨など」20.0%、「電気製品・カメラ」9.3%、「その他」5.3%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(時計含む)
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
	その他

図表 5-6 最も満足した購入商品
(商品大区分、主要国籍別)



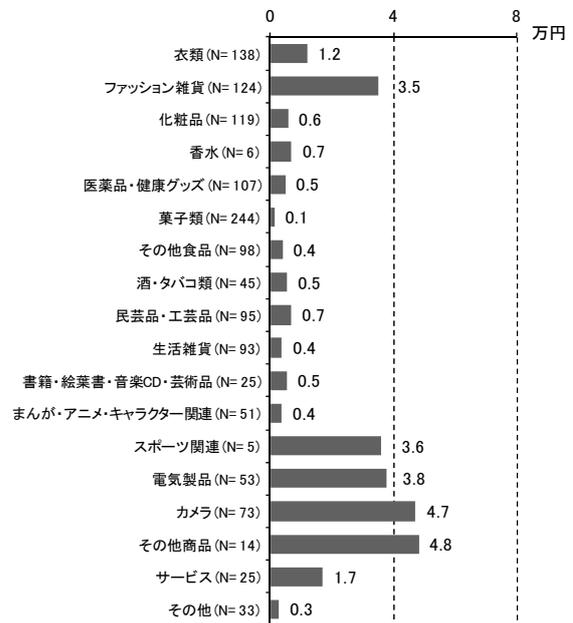
- 国籍別に最も満足した購入商品（小区分）の比率をみると、韓国、台湾では「菓子類」（それぞれ 18.2%、23.2%）、香港では「衣類」（21.1%）、中国では「化粧品」（19.9%）、米国では「民芸品・工芸品」（18.9%）の割合が高い。また、台湾では「医薬品・健康グッズ」、中国では「電気製品」や「カメラ」の割合が他の主要国籍に比べて高い（図表 5-7）。

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 (%)				
	韓国	台湾	香港	中国	米国
衣類	8.4	10.7	21.1	8.9	7.2
ファッション雑貨	6.3	9.0	12.7	12.9	4.5
化粧品	8.4	9.8	1.4	19.9	0.0
香水	0.0	0.0	0.0	1.1	0.9
医薬品・健康グッズ	9.8	19.4	5.6	6.3	0.0
菓子類	18.2	23.2	16.9	13.7	11.7
その他食品	10.5	7.1	15.5	3.7	8.1
酒・タバコ類	7.0	1.9	2.8	1.8	6.3
民芸品・工芸品	6.3	3.0	4.2	1.5	18.9
生活雑貨	9.1	5.7	2.8	3.0	9.0
書籍・絵葉書・音楽CD・芸術品	1.4	1.1	1.4	0.4	7.2
まんが・アニメ・キャラクター関連	3.5	4.1	5.6	0.7	6.3
スポーツ関連	0.7	0.0	0.0	0.0	0.9
電気製品	0.7	1.6	1.4	11.1	0.9
カメラ	0.0	1.1	2.8	14.0	1.8
その他商品	2.8	1.1	0.0	0.4	1.8
サービス	2.1	0.5	2.8	0.4	9.0
その他	4.9	0.5	2.8	0.4	5.4
合計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
標本数	143	366	71	271	111

- 最も満足した購入商品（小区分）の単価をみると、「その他商品」を除いて最も単価の高い商品は「カメラ」であり平均 4.7 万円である。次いで「電気製品」3.8 万円、「スポーツ関連」3.6 万円、「ファッション雑貨」3.5 万円などとなっている（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全体の 58.0% を占める。このほか、「衣類・ファッション雑貨」や「電気製品・カメラ」では「価格が手頃・自国より安いから」とする回答が目立った（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		252	21.0	39.3	0.0	8.3	2.4	6.0	4.0	1.2	14.7	3.2	100.0
化粧品・医薬品など		219	58.9	2.3	0.0	12.8	0.0	7.8	0.5	5.0	11.0	1.8	100.0
菓子・食品・酒など		372	4.0	1.1	66.7	3.0	2.7	4.0	3.2	9.7	3.0	2.7	100.0
民芸品・生活雑貨など		246	13.4	24.0	0.0	2.0	12.6	15.4	11.0	13.4	3.3	4.9	100.0
電気製品・カメラ		117	47.0	1.7	0.0	15.4	0.0	7.7	5.1	3.4	16.2	3.4	100.0
その他		69	5.8	8.7	39.1	2.9	1.4	4.3	1.4	4.3	2.9	29.0	100.0
合計		1,275	22.7	13.7	21.6	6.7	3.8	7.6	4.5	7.1	7.9	4.5	100.0

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
付表	国籍別 都道府県別訪問率	表-74

<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

注）新潟空港は調査便欠航等の理由により今期は調査を実施していない。

(3) 調査時期

平成 24 年 10 月 13 日（土）～11 月 25 日（日）

(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 13 の国・地域ならびにインド、ロシアについて目標サンプル数を設定し、合計 6,500 サンプルを目標に調査を実施。7,311 サンプル（うち旅行中支出額の有効サンプル数は 7,263 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、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。なお、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。

また、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 にデータがない台湾ドル、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 24 年 10-12 月期 報告書

発 行 平成 25 年 1 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/>