

# 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 10-12 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 10-12 月期 報告書

## 目 次

### I 平成 22 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	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 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 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

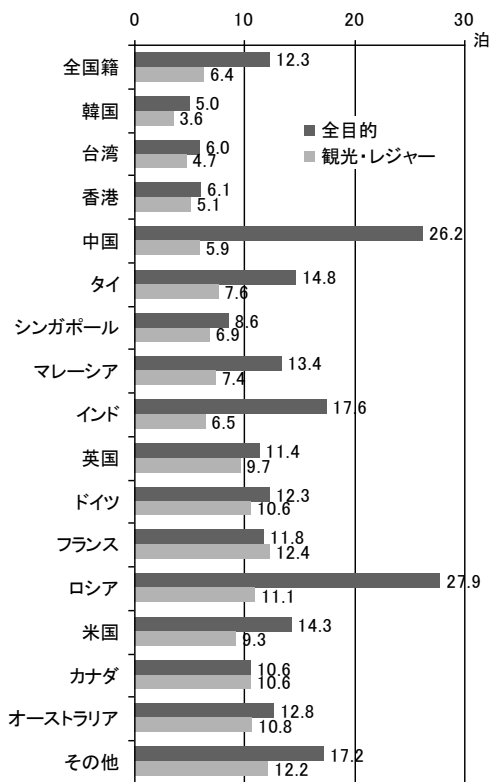
### (1) 回答者属性

- 性別の構成比は、男性 60.0、女性 40.0% である。台湾や香港、タイでは、女性の割合がおよそ半数を占める。
- 性年代別でみると、「男性 30 代」20.3%、「男性 40 代」14.2%、「女性 20 代」13.3% の順が多い（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）。

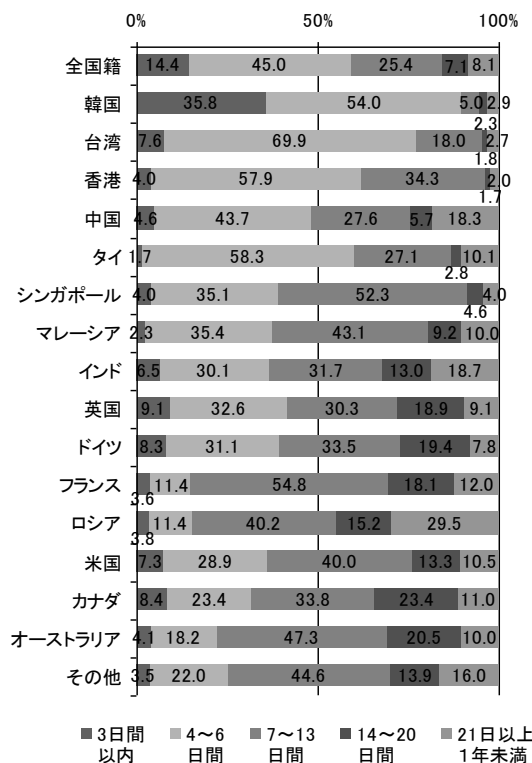
### (2) 泊数

- 回答者全体の平均泊数は 12.3 泊である。今期は中国とロシアの平均泊数が 25 泊以上と長く、韓国、台湾、香港は 5~6 泊と短い。欧米人は 10 泊強で、前期に比べると平均泊数が短い（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で、「21 日以上 1 年未満」の長期滞在者が 8.1% を占める。国籍別では、韓国で「3 日間以内」の割合が 35.8% と高い。今期は中国人の 6 日間以内滞在者の割合が半数を下回り、1 週間以上の長期滞在者の割合が増えた（図表 1-2）。
- 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。東アジアからの観光客は平均泊数が短く、中国人の平均泊数も観光・レジャー目的に限ると 5.9 泊となっている。

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）

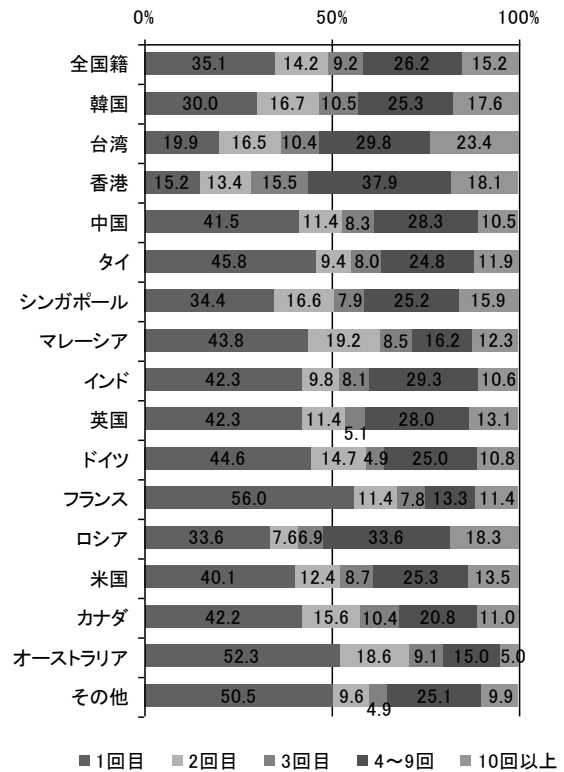


### (3) 旅行内容

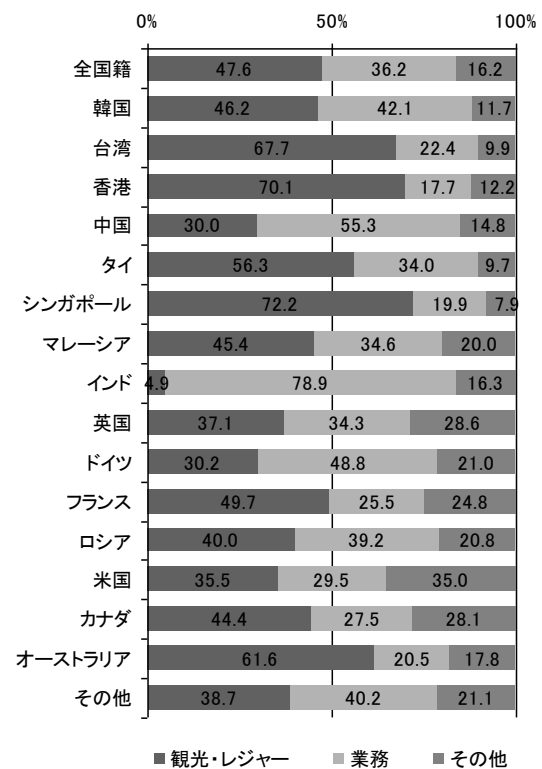
#### [全目的]

- 日本への来訪回数では、「1回目」が全体の35.1%、「2回目」が14.2%を占める。一方、「10回以上」も15.2%と少なくない。国籍別では、フランスやオーストラリアで「1回目」の割合が高く、台湾や香港では低い(図表1-3)。
- 同行者(複数回答)は、「自分ひとり」27.7%、「職場の同僚」25.0%、「友人」16.7%、「夫婦・パートナー」15.9%、「家族・親族」15.3%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47.6%を占める。特に台湾や香港、シンガポールなどで「観光・レジャー」の割合が高い。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)」目的は全体の36.2%を占める。インドではおよそ8割が「業務」目的である他、今期は中国で「業務」目的の割合が高い(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8割を超える。「旅館(和室中心)」はおよそ2割が利用している。東アジア(韓国除く)からの訪日客で旅館利用率が2割超と高い他、フランスやオーストラリアでは同利用率が3割を超えた。
- 旅行形態では「団体ツアーでの来訪」が26.4%を占める。国籍別では、台湾の同割合が41.0%と高い。なお、今期は中国の同割合が25.8%で前期に比べ低い。

図表 1-3 日本への来訪回数(国籍別、全目的)



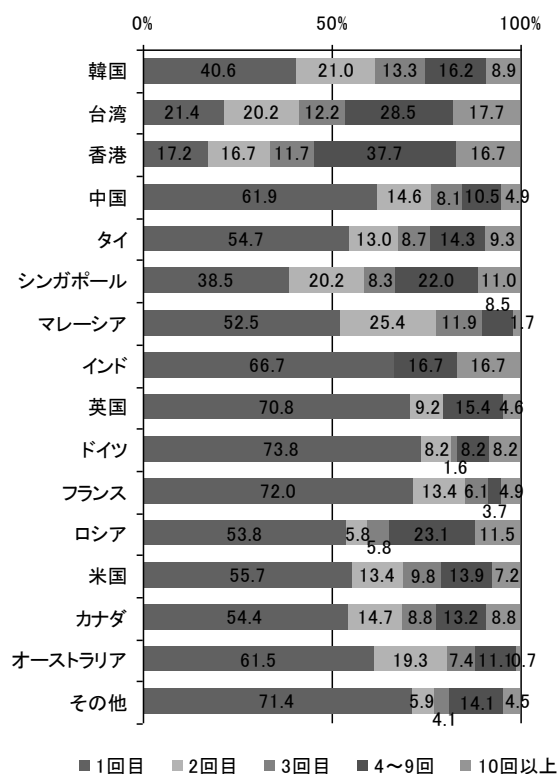
図表 1-4 主な来訪目的(国籍別、全目的)



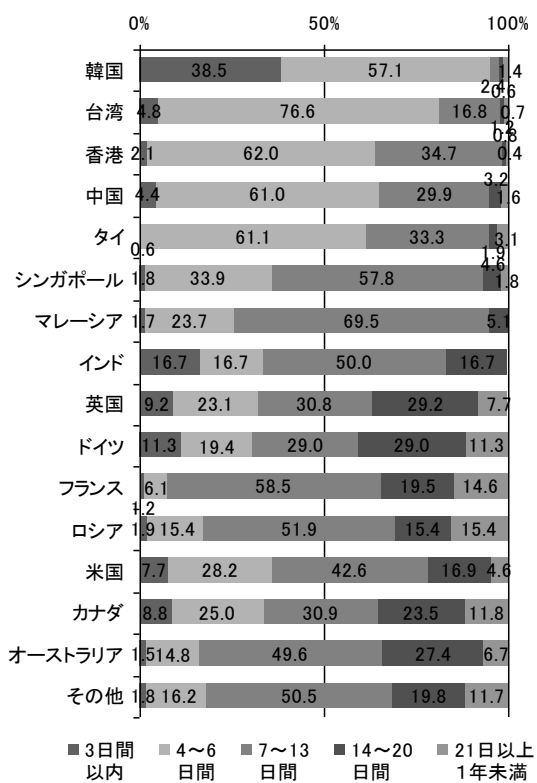
[観光・レジャー目的]

- 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38.5%が「3日間以内」の滞在である。台湾、香港、中国、タイでは「4～6日間」の割合が高く6割を超える。欧州やオーストラリアからの訪日客では、東アジアからの訪日客に比べて滞在日数の長い人が多い（図表 1-5）。
- 来訪回数では、韓国、台湾、香港、シンガポールで2回目以上が多く、その他の国籍では「1回目」が半数を超える（図表 1-6）。
- 同行者は、香港では「夫婦・パートナー」、マレーシアでは「家族・親族」の割合が他国籍に比べて高い（図表 1-7）。

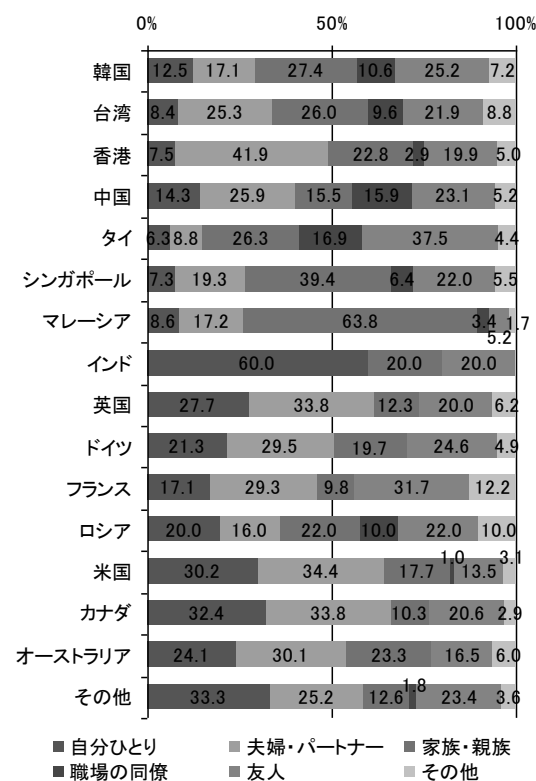
図表 1-6 日本への来訪回数  
(国籍別、観光・レジャー目的のみ)



図表 1-5 滞在日数  
(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。

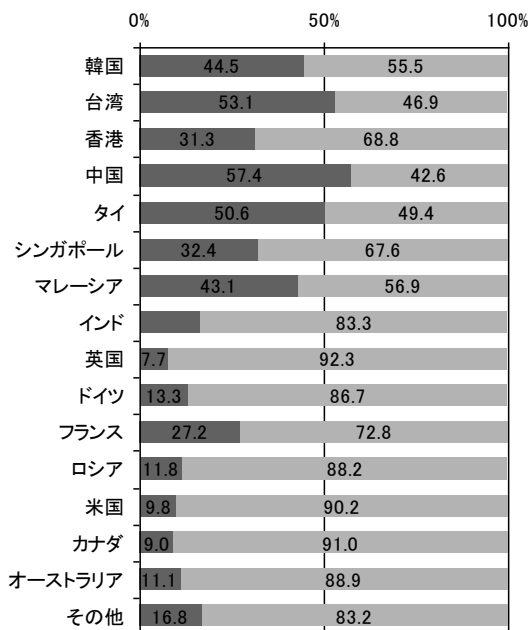


- 利用した宿泊施設タイプ（複数回答）をみると、「ホテル（洋室中心）」の利用が主流である。台湾、英国、フランス、オーストラリアでは「旅館（和室中心）」の利用率が35%を超えている（図表 1-8）。
- 団体ツアー参加状況をみると、台湾、中国、タイで参加率が5割を超えている。欧米人では全般的に個人旅行が多い（図表 1-9）。

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 (洋室中心)	旅館 (和室中心)	別荘・コンド ミニウム	親族・ 知人宅	(%)
韓国	92.0	10.9	0.6	4.8	
台湾	86.1	35.3	0.9	4.0	
香港	89.5	27.4	0.4	2.5	
中国	86.8	34.8	0.4	3.2	
タイ	86.3	26.3	0.0	9.4	
シンガポール	98.1	28.7	0.0	0.9	
マレーシア	81.4	33.9	0.0	10.2	
インド	100.0	16.7	0.0	0.0	
英国	83.1	36.9	0.0	13.8	
ドイツ	83.9	32.3	3.2	11.3	
フランス	82.9	41.5	0.0	11.0	
ロシア	86.5	3.8	0.0	11.5	
米国	82.1	30.8	0.5	11.8	
カナダ	88.1	32.8	1.5	4.5	
オーストラリア	87.4	35.6	3.0	9.6	
その他	81.9	37.1	1.4	13.6	

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）をみると、東京・大阪訪問以外では、韓国からは福岡、台湾からは那覇、香港からは札幌や那覇への訪問が上位にあがっている。米国人では、成田空港発着で東京と京都に宿泊するケースが目立つ（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	112	17.0%
2位 成田空港→東京→成田空港	88	13.4%
3位 羽田空港→東京→羽田空港	47	7.2%
4位 福岡空港→福岡→福岡空港	28	4.3%
5位 博多港→福岡→博多港	20	3.0%
宿泊地回答者数	657	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	125	14.6%
2位 関西空港→大阪→関西空港	83	9.7%
3位 那覇空港→那覇→那覇空港	43	5.0%
4位 羽田空港→東京→羽田空港	42	4.9%
5位 関西空港→大阪→京都→関西空港	31	3.6%
宿泊地回答者数	858	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	57	23.6%
2位 那覇空港→那覇→那覇空港	19	7.9%
3位 関西空港→大阪→関西空港	16	6.6%
4位 新千歳空港→札幌→新千歳空港	13	5.4%
5位 羽田空港→東京→羽田空港	9	3.7%
宿泊地回答者数	242	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	32	12.7%
2位 関西空港→大阪→関西空港	12	4.8%
3位 羽田空港→東京→羽田空港	10	4.0%
4位 新千歳空港→洞爺湖→札幌→新千歳空港	4	1.6%
4位 新千歳空港→札幌→新千歳空港	4	1.6%
4位 福岡空港→別府→福岡→福岡空港	4	1.6%
4位 成田空港→横浜→成田空港	4	1.6%
4位 中部空港→名古屋→中部空港	4	1.6%
4位 関西空港→大阪→東京→成田空港	4	1.6%
宿泊地回答者数	251	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	66	33.8%
2位 成田空港→東京→京都→成田空港	11	5.6%
3位 成田空港→京都→東京→成田空港	7	3.6%
4位 成田空港→東京→京都→東京→成田空港	3	1.5%
4位 羽田空港→東京→羽田空港	3	1.5%
4位 成田空港→東京→箱根→成田空港	3	1.5%
4位 成田空港→成田→東京→成田空港	3	1.5%
宿泊地回答者数	195	100.0%

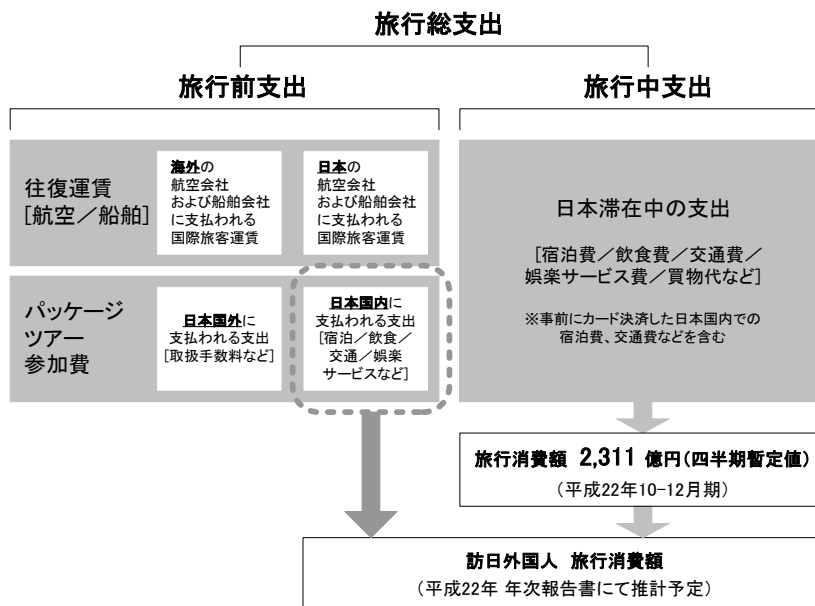
## 2. 訪日外国人の旅行支出

### (1) 旅行支出

- 平成22年10-12月期における訪日外国人の旅行中支出額は平均 114,924 円と推計される。また、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 92,908 円、両者を合算した総支出額は平均 207,832 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 18.8 万円と最も高く、オーストラリア（18.7 万円）、フランス（17.2 万円）が続く。東アジアでは中国（16.5 万円）が最も高い。
- 1泊当たり旅行中支出額は 9,339 円、旅行前支出を含めた 1泊当たり総支出額は 16,889 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 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	標準数 (人)	旅行前支出額 (円/人)		旅行中支出額 (円/人)		旅行消費額 (円/人泊)		
		a. パッケージツアー・往復航空運賃支出	b. 日本国内における旅行支出	c. 総支出額 (=a.+b.)	標準誤差率	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	6,633	92,908	114,924	207,832	-	12.3	9,339	16,889
韓国	1,386	49,748	66,741	116,489	2.7%	5.0	13,268	23,158
台湾	1,249	66,181	80,638	146,819	2.3%	6.0	13,415	24,425
香港	342	68,634	108,077	176,711	4.1%	6.1	17,850	29,185
中国	826	72,907	164,581	237,488	4.8%	26.2	6,275	9,055
タイ	284	117,914	103,010	220,925	4.1%	14.8	6,964	14,936
シンガポール	150	102,546	156,019	258,565	8.7%	8.6	18,080	29,964
マレーシア	129	114,396	127,982	242,378	7.3%	13.4	9,573	18,130
インド	120	111,138	170,548	281,685	8.4%	17.6	9,716	16,048
英国	171	153,855	150,486	304,341	7.1%	11.4	13,168	26,630
ドイツ	204	163,851	132,407	296,258	5.5%	12.3	10,777	24,113
フランス	166	182,279	172,168	354,447	8.5%	11.8	14,552	29,958
ロシア	120	101,932	188,217	290,149	11.2%	27.9	6,740	10,391
米国	544	154,776	144,527	299,304	6.0%	14.3	10,118	20,954
カナダ	154	140,536	115,336	255,872	5.5%	10.6	10,883	24,145
オーストラリア	216	134,880	187,254	322,134	5.8%	12.8	14,650	25,203
その他	572	154,638	156,820	311,458	3.8%	17.2	9,119	18,110

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」(10-12月期)をウェイトとして加重平均したものの

【参考】平成 22 年 10-12 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で、訪日外国人の総旅行消費額は 2311 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 396 億円（構成比 17.1%）、②中国 387 億円（同 16.8%）、③米国 259 億円（同 11.2%）、④台湾 223 億円（同 9.7%）、⑤シンガポール 115 億円（同 5.0%）の順であり、上位 5 カ国で全体の 59.7%を占める。

図表 2-3 平成 22 年 10-12 月期  
訪日外国人の総旅行消費額（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 <sup>注1</sup> (JNTO速報値)	c.訪日外国人旅行消費額 <sup>注2</sup> (=a.×b.)	構成比
				(人) (億円)
全国籍	114,924	2,010,596	2,310.7	100.0%
韓国	66,741	593,573	396.2	17.1%
台湾	80,638	276,590	223.0	9.7%
香港	108,077	100,455	108.6	4.7%
中国	164,581	235,195	387.1	16.8%
タイ	103,010	66,106	68.1	2.9%
シンガポール	156,019	73,870	115.3	5.0%
マレーシア	127,982	37,688	48.2	2.1%
インド	170,548	16,260	27.7	1.2%
英国	150,486	46,173	69.5	3.0%
ドイツ	132,407	35,165	46.6	2.0%
フランス	172,168	37,901	65.3	2.8%
ロシア	188,217	14,102	26.5	1.1%
米国	144,527	179,072	258.8	11.2%
カナダ	115,336	37,156	42.9	1.9%
オーストラリア	187,254	56,632	106.0	4.6%
その他	156,820	204,658	320.9	13.9%

注1) 出典：日本政府観光局（JNTO）  
平成22年10月、11月は暫定値、同年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。

- ・ 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 23 年 2 月末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。

(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 26.3%である。韓国、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 122,611 円、ツアー利用客の旅行中支出額は同 64,121 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 82,327 円、個人手配客の旅行中支出額は平均 134,996 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 186,732 円、個人手配客で 217,323 円である。
- 1泊当たり旅行中支出額は、ツアー利用客 10,919 円、個人手配客 10,146 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」105,702 円、「商談等その他ビジネス」130,151 円、「親族・知人訪問」108,725 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 1,012 億円で全体の 43.7%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 934 億円で、全体の 40.3%を占める。

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

国籍	【パッケージツアー利用客】			パッケージ ツアー客 総支出額 (a.+b.)	【個人手配客】		
	(%)	(円/人)	(円/人)		(%)	(円/人)	(円/人)
	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)		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	26.3	122,611	64,121	186,732	5.9	10,919	31,799
韓国	32.4	71,585	34,670	106,255	3.1	11,248	34,473
台湾	45.4	87,187	48,804	135,990	4.1	11,821	32,940
香港	32.9	91,755	74,775	166,530	4.6	16,114	35,887
中国	21.8	88,933	132,748	221,681	10.0	13,282	22,180
タイ	37.8	190,342	56,542	246,884	4.4	12,734	55,600
シンガポール	29.1	150,833	97,079	247,912	6.0	16,119	41,163
マレーシア	30.0	176,089	78,798	254,887	9.5	8,306	26,867
インド	4.9	473,654	55,440	529,094	22.7	2,446	23,342
英国	7.4	373,373	41,298	414,671	9.7	4,261	42,784
ドイツ	5.3	313,120	136,191	449,311	8.0	17,024	56,164
フランス	24.7	290,267	184,035	474,302	9.8	18,817	48,495
ロシア	12.9	218,704	100,919	319,623	7.1	14,179	44,906
米国	9.1	358,093	55,620	413,713	15.9	3,494	25,987
カナダ	10.4	284,496	97,853	382,350	11.6	8,417	32,890
オーストラリア	10.9	313,765	64,882	378,647	9.1	7,143	41,686
その他	12.0	335,582	137,507	473,089	18.2	7,560	26,010

国籍	【個人手配客】			個人手配客 総支出額 (a.+b.)	【個人手配客】		
	(%)	(円/人)	(円/人)		(%)	(円/人)	(円/人)
	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)		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	73.7	82,327	134,996	217,323	13.3	10,146	16,333
韓国	67.6	39,271	84,250	123,521	6.0	14,125	20,709
台湾	54.6	48,747	112,107	160,854	7.6	14,802	21,239
香港	67.1	57,321	126,512	183,833	6.7	18,751	27,248
中国	78.2	68,443	176,081	244,524	30.7	5,727	7,953
タイ	62.2	73,810	139,828	213,638	21.1	6,628	10,127
シンガポール	70.9	82,690	184,015	266,705	9.7	18,969	27,493
マレーシア	70.0	87,956	149,271	237,227	15.0	9,930	15,780
インド	95.1	92,547	176,943	269,490	17.3	10,233	15,586
英国	92.6	136,239	160,495	296,734	11.6	13,874	25,651
ドイツ	94.7	155,431	132,165	287,596	12.5	10,549	22,956
フランス	75.3	146,859	169,235	316,093	12.5	13,534	25,279
ロシア	87.1	84,671	201,311	285,982	31.0	6,494	9,225
米国	90.9	134,445	154,860	289,304	14.1	10,967	20,489
カナダ	89.6	123,845	117,678	241,522	10.5	11,231	23,050
オーストラリア	89.1	112,975	200,366	313,341	13.2	15,139	23,676
その他	88.0	130,012	158,850	288,862	17.1	9,310	16,929

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	105,702	108,725	88,915	66,031	116,245	277,689	63,718	96,719	112,854	143,764	130,151	114,888
	韓国	53,063	55,145	59,150	16,725	27,000	157,214	34,580	66,821	111,837	46,819	93,219	108,628
	台湾	75,179	113,643	27,303	23,313	150,000	209,882	45,000	101,088	100,632	77,318	104,900	36,194
	香港	105,783	108,302	117,789	33,000	-	65,000	-	-	143,081	54,550	97,242	314,900
	中国	146,719	98,250	121,834	163,000	228,396	579,234	80,000	135,825	113,227	193,406	174,262	91,813
	米国	160,309	131,225	-	94,933	59,600	343,500	-	118,664	85,533	161,018	153,292	113,103
【参考】 消費額 (億円)	全国籍	1,011.9	168.7	15.4	24.8	16.4	54.5	3.8	45.2	97.6	181.0	610.3	86.7
	韓国	145.5	15.2	2.5	3.1	0.3	4.6	0.3	11.2	14.9	17.6	170.0	15.4
	台湾	140.8	13.9	1.1	0.6	0.3	2.7	0.4	5.7	9.9	3.2	44.4	2.2
	香港	74.5	3.8	3.8	0.9	-	0.2	-	-	3.7	0.3	12.7	7.3
	中国	103.4	17.9	2.7	1.4	3.8	24.4	0.7	6.5	13.7	77.1	127.7	6.2
	米国	102.0	50.9	-	5.0	1.6	6.7	-	1.9	6.1	8.4	59.5	15.5
目的別 構成比 (%) ヨコ計=100	全国籍	43.7	7.3	0.7	1.1	0.7	2.4	0.2	1.9	4.2	7.8	26.3	3.7
	韓国	36.3	3.8	0.6	0.8	0.1	1.1	0.1	2.8	3.7	4.4	42.4	3.8
	台湾	62.5	6.2	0.5	0.3	0.1	1.2	0.2	2.5	4.4	1.4	19.7	1.0
	香港	69.5	3.5	3.5	0.8	-	0.2	-	-	3.5	0.3	11.9	6.8
	中国	26.8	4.7	0.7	0.4	1.0	6.3	0.2	1.7	3.5	20.0	33.1	1.6
	米国	39.6	19.8	-	1.9	0.6	2.6	-	0.8	2.4	3.3	23.1	6.0

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

#### (1) 費目別購入率

- 最も購入率の高い費目は「菓子類」であり、訪日外国人のおよそ半数が購入している。次いで、「その他食料品・飲料・酒・たばこ」や「化粧品・医薬品・トイレタリー」の購入率が高い。国籍別では、「菓子類」は台湾、「化粧品・医薬品・トイレタリー」は中国で購入率が6割を超える（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の中での当該費目の平均支出額）は、「カメラ・ビデオカメラ・時計」や「電気製品」が4万円超と高い。国籍別では、どの費目でも中国の高さが目立つ。
- 来訪目的別にみると、「化粧品・医薬品・トイレタリー」や「服・かばん・靴」では、「観光・レジャー」客の方が「業務」客に比べて購入率、購入者単価ともに高い傾向がみられる（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	全国籍		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	49.4%	10,098	48.7%	5,985	62.2%	9,816	59.2%	12,039	55.2%	14,772	37.0%	7,118
その他食料品・飲料・酒・たばこ	39.2%	12,706	36.8%	10,347	33.1%	9,570	34.8%	13,453	41.0%	14,656	46.0%	11,715
カメラ・ビデオカメラ・時計	8.2%	41,122	2.5%	26,193	5.1%	37,289	6.5%	33,422	22.5%	59,962	6.2%	20,514
電気製品	6.1%	42,717	2.6%	68,983	5.6%	24,191	5.4%	29,848	14.5%	70,875	4.7%	21,669
化粧品・医薬品・トイレタリー	30.4%	20,885	26.5%	17,360	53.3%	16,999	44.9%	18,242	62.1%	35,072	9.5%	7,990
和服(着物)・民芸品	12.1%	17,435	2.9%	5,696	9.3%	11,719	9.8%	12,940	5.6%	21,056	24.7%	28,369
服(和服以外)・かばん・靴	25.3%	35,514	12.9%	22,345	39.6%	37,304	46.4%	45,222	27.1%	56,007	20.6%	14,729
マンガ・DVD・アニメ関連商品	5.9%	8,138	3.2%	7,389	5.5%	12,054	8.0%	8,357	4.0%	11,500	7.7%	5,634

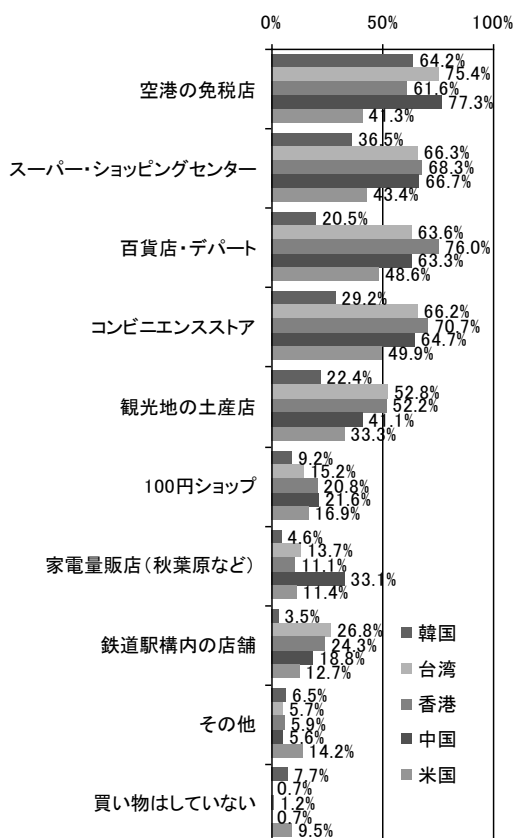
図表 3-2 来訪目的別にみる費目別購入率および購入者単価（主要国籍別）

費目	来訪目的	韓国		台湾		香港		中国		米国	
		購入率	購入者単価(円)	購入率	購入者単価(円)	購入率	購入者単価(円)	購入率	購入者単価(円)	購入率	購入者単価(円)
菓子類	観光・レジャー	46.0%	6,123	64.8%	10,545	58.1%	13,200	56.1%	19,668	44.7%	5,881
	業務	49.7%	5,673	53.0%	8,038	62.3%	10,168	53.8%	12,374	34.6%	3,654
その他食料品・飲料・酒・たばこ	観光・レジャー	37.3%	10,854	31.8%	9,544	32.9%	13,918	34.2%	15,071	52.1%	12,452
	業務	35.4%	11,023	31.9%	9,099	37.7%	11,625	45.3%	14,508	38.9%	13,021
カメラ・ビデオカメラ・時計	観光・レジャー	3.7%	20,084	5.2%	40,837	6.4%	27,239	19.4%	69,267	7.4%	16,807
	業務	1.5%	35,417	4.7%	30,580	4.9%	57,447	24.2%	60,467	6.2%	33,692
電気製品	観光・レジャー	2.1%	7,544	5.2%	17,490	5.1%	27,302	15.2%	105,765	4.8%	10,938
	業務	3.2%	112,611	6.5%	40,039	3.3%	21,000	14.4%	46,495	6.2%	21,593
化粧品・医薬品・トイレタリー	観光・レジャー	29.6%	21,947	58.0%	17,008	50.4%	18,735	73.0%	43,974	11.2%	9,472
	業務	23.8%	10,960	41.9%	12,510	29.5%	11,073	57.8%	28,532	6.8%	6,568
和服(着物)・民芸品	観光・レジャー	3.6%	3,826	10.4%	12,801	9.8%	10,566	5.9%	40,366	29.3%	12,771
	業務	2.0%	9,378	5.0%	8,846	6.6%	21,626	4.9%	12,389	20.4%	9,521
服(和服以外)・かばん・靴	観光・レジャー	14.4%	26,694	43.0%	39,485	53.0%	46,658	38.0%	64,859	30.3%	12,492
	業務	9.7%	19,613	30.1%	31,980	27.9%	22,559	18.2%	52,494	11.1%	16,557
マンガ・DVD・アニメ関連商品	観光・レジャー	3.6%	5,606	4.8%	15,200	8.5%	10,098	4.6%	6,152	10.1%	6,444
	業務	2.7%	7,458	6.8%	6,394	6.6%	5,625	2.9%	12,391	3.7%	3,370

### (3) 買物場所

- 全般的に台湾や香港、中国での利用率が高い。中でも「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33.1%と圧倒的に高い(図表3-3)。

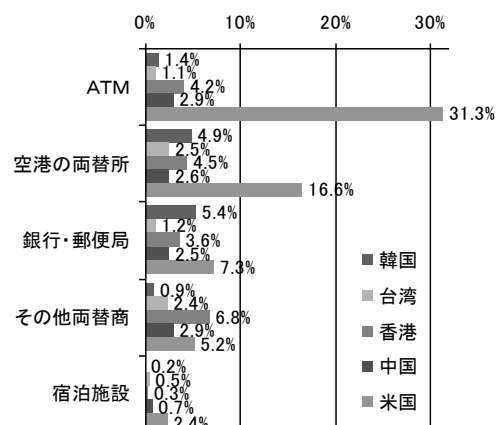
図表 3-3 買物場所 (主要国籍別、複数回答)



### (4) 利用した金融機関と決済方法

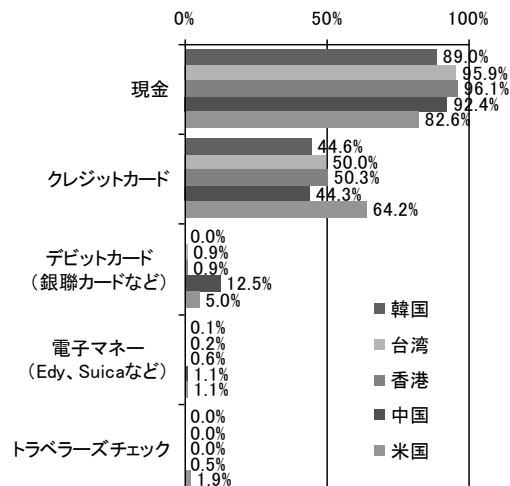
- 利用した金融機関を国籍別にみると、米国では「ATM(現金自動預払機)」や「空港の両替所」の利用率が他国籍に比べ際だって高い(図表3-4)。

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12.5%、米国で5.0%となっている。「電子マネー」の利用率は、中国および米国でそれぞれ1.1%に留まっている(図表3-5)。

図表 3-5 利用決済方法 (主要国籍別、複数回答)



(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」の購入率がおおよそ3割、「マンガ・DVD・アニメ関連商品」の購入率が1割強となっており、他の店舗利用者に比べて高くなっている(図表 3-6)。

- 購入者単価をみると、「菓子類」「カメラ・ビデオカメラ・時計」「化粧品・医薬品・トイレタリー」「服・かばん・靴」は「家電量販店」利用者の単価が最も高い。「電気製品」や「和服・民芸品」は「百貨店・デパート」利用者の単価が最も高くなっている。

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	58.4%	10,260	61.1%	9,505	55.0%	12,232	57.9%	11,376	55.7%	12,900	58.0%	10,409	60.1%	12,307	60.7%	10,523
その他食料品・飲料・酒・たばこ	42.3%	12,228	41.5%	12,434	40.4%	13,345	43.5%	12,629	42.9%	14,389	43.9%	13,109	45.4%	15,682	42.7%	14,076
カメラ・ビデオカメラ・時計	9.8%	44,832	11.3%	43,993	11.4%	43,519	11.3%	41,501	31.1%	49,377	10.8%	39,888	13.8%	31,145	9.9%	37,444
電気製品	7.0%	40,060	10.4%	30,600	8.5%	43,818	8.3%	32,914	27.1%	40,898	7.9%	28,588	10.2%	28,430	7.7%	32,123
化粧品・医薬品・トイレタリー	40.8%	21,620	48.1%	21,737	40.8%	22,211	40.3%	20,841	42.5%	26,821	40.4%	19,841	37.4%	19,633	41.6%	20,350
和服(着物)・民芸品	11.8%	13,365	17.6%	15,095	17.0%	15,514	14.2%	12,596	15.9%	15,370	13.8%	14,290	19.8%	10,739	20.2%	13,990
服(和服以外)・かばん・靴	29.1%	35,615	39.7%	42,091	40.9%	40,327	34.8%	38,013	35.8%	45,188	33.2%	33,239	37.7%	37,557	33.6%	29,543
マンガ・DVD・アニメ関連商品	5.7%	8,776	9.7%	9,292	8.0%	8,904	6.7%	8,413	12.5%	8,664	8.1%	7,732	10.1%	8,901	7.7%	9,021

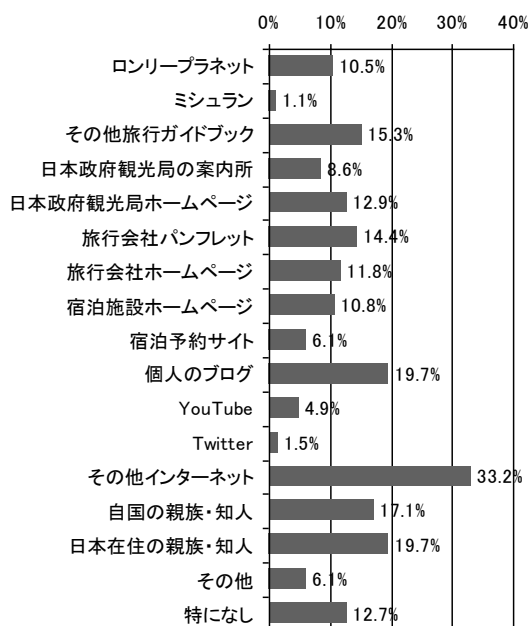


## 4. 旅行情報源

### (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10.5%、「ミシュラン」が1.1%、「その他旅行ガイドブック」が15.3%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8.6%、「日本政府観光局ホームページ」の選択率は12.9%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」(19.7%)をあげる回答が多い。
- 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17.1%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)

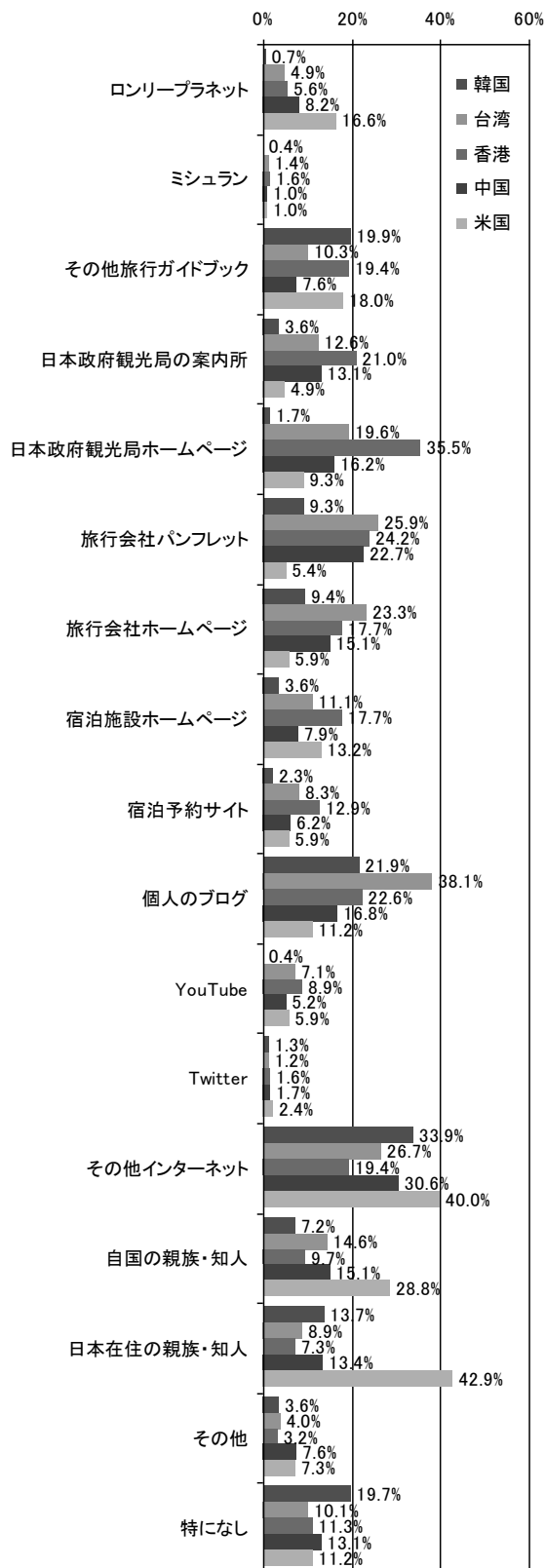


- 国籍別にみると、韓国では「その他インターネット」が33.9%、「個人のブログ」が21.9%、「その他旅行ガイドブック」が19.9%と高い（図表4-2）。
- 台湾ではインターネット媒体の選択率が高く、特に今期は「個人のブログ」が38.1%と高い。旅行会社の情報が役に立ったとの回答も多く、「旅行会社パンフレット」が25.9%、「旅行会社ホームページ」が23.3%となっている。
- 香港では、日本政府観光局の情報をあげる回答が他国籍に比べて多く、「日本政府観光局の案内所」が21.0%、「日本政府観光局のホームページ」が35.5%となっている。「旅行会社パンフレット」や「個人のブログ」も2割を超える。
- 中国では、「その他インターネット」(30.6%)や「旅行会社パンフレット」(22.7%)の選択率が高い。
- 米国では、親族や知人からの口コミをあげる声が多く、「日本在住の親族・知人」が42.9%、「自国の親族・知人」が28.8%となっている。「ロンリープラネット」(16.6%)、「その他インターネット」(40.0%)の選択率の高さも目立つ。

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。



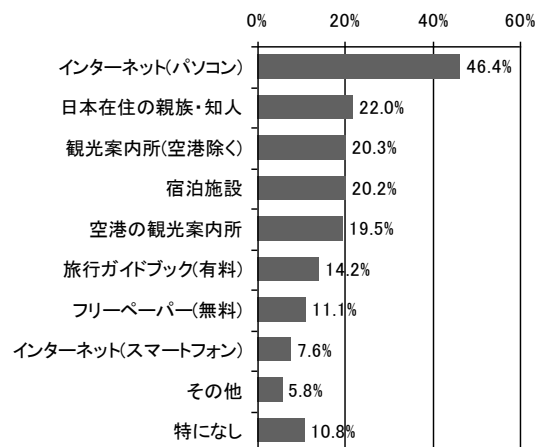
図表 4-2 出発前に得た旅行情報で役に立ったもの  
(主要国籍別、複数回答)



(2) 日本滞在中に得た旅行情報

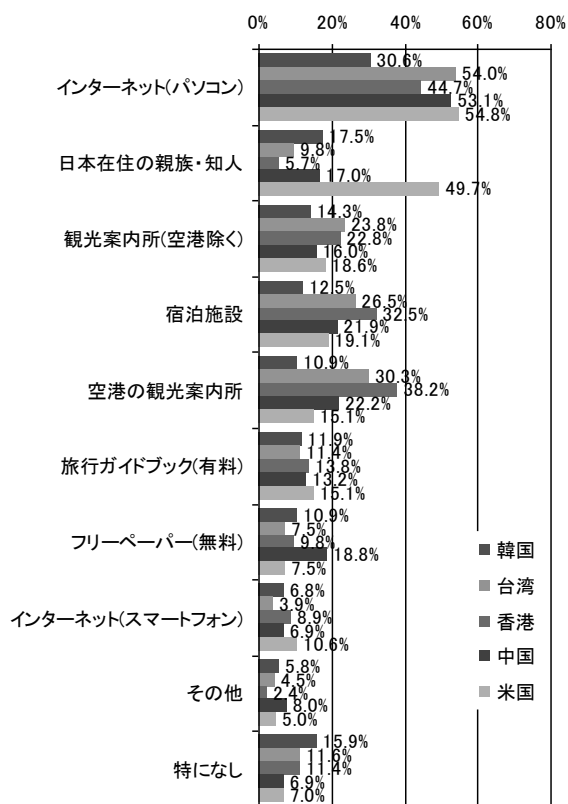
- 日本滞在中に得た旅行情報で役に立ったものは、回答者全体で①「インターネット（パソコン）」46.4%、②「日本在住の親族・知人」22.0%、③「観光案内所（空港除く）」20.3%の順で多い（図表 4-3）。

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（54.0%）や中国（53.1%）、米国（54.8%）での選択率が高い。「日本在住の親族・知人」では米国（49.7%）の高さが目立つ。このほか、「宿泊施設」や「空港の観光案内所」では香港、「フリーペーパー（無料）」では中国、「インターネット（スマートフォン）」では米国での選択率の高さが目立つ（図表 4-4）。

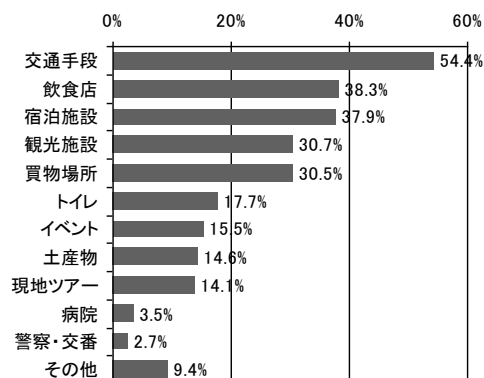
図表 4-4 日本滞在中に得た旅行情報で役に立ったもの(主要国籍別、複数回答)



(3) 日本滞在中にあると便利な情報

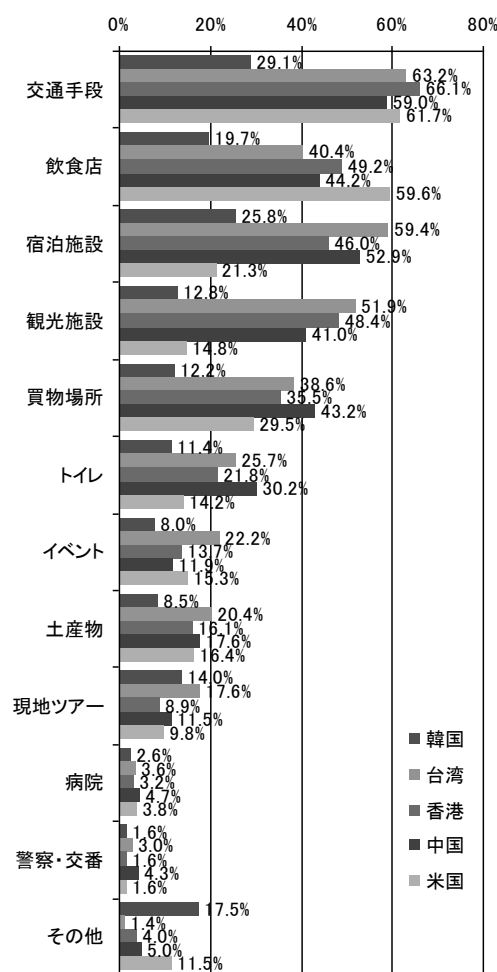
- 日本滞在中にあると便利な情報を尋ねたところ、回答者全体では①「交通手段」が54.4%と圧倒的に多く、次いで②「飲食店」38.3%、③「宿泊施設」37.9%の順で希望する声が多かった(図表4-5)。

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」の情報は多くの国籍の旅行者から求められていることがわかる。「飲食店」情報は米国や香港での選択率が高い。また、「宿泊施設」情報は台湾、中国、香港でのニーズが高かった。このほか、「観光施設」や「イベント」、「現地ツアー」など旅行先の娯楽情報を求める声は台湾で多くみられた(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

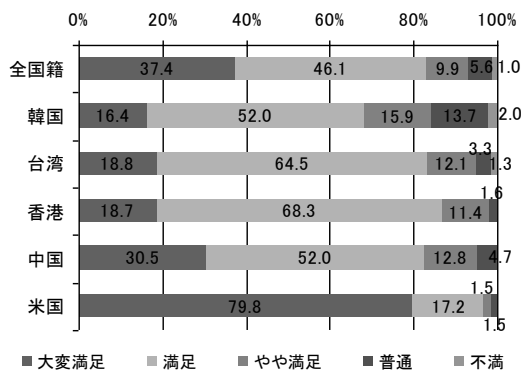
### (1) 訪日旅行全体の満足度と再訪意向

- 今回の訪日旅行全体の満足度は「大変満足」37.4%、「満足」46.1%である(図表 5-1)。
- 米国では「大変満足」の割合が 79.8%で、主要国籍の中で最も高い。東アジアでは、今期は中国が 30.5%と高くなった。主要国籍以外では、ロシア、カナダ、オーストラリアで「大変満足」の比率が 7 割を超えている。
- 再訪意向は「必ず来たい」が 50.4%、「来たい」が 37.7%である(図表 5-2)。

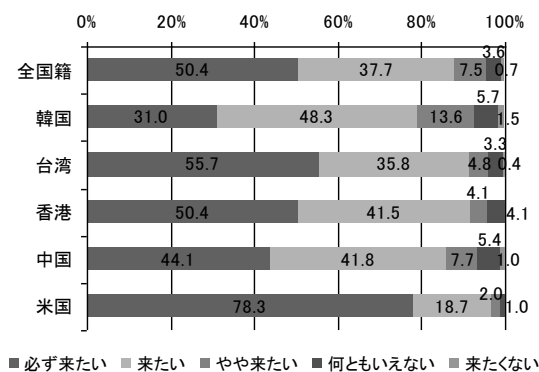
### (2) 今回実施した活動と次回実施したい活動

- 今回実施した活動は「日本食を食べること」93.5%、「ショッピング」74.3%、「繁華街の街歩き」64.4%の順で多い。今期は「四季の体感」も 23.7%と比較的高い(図表 5-3)。
- 次回実施したいことは、「温泉入浴」51.6%、「日本食を食べること」47.4%、「自然・景勝地観光」38.5%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、「スキー」「スポーツ観戦」「舞台鑑賞」「イベント」「温泉入浴」などである。

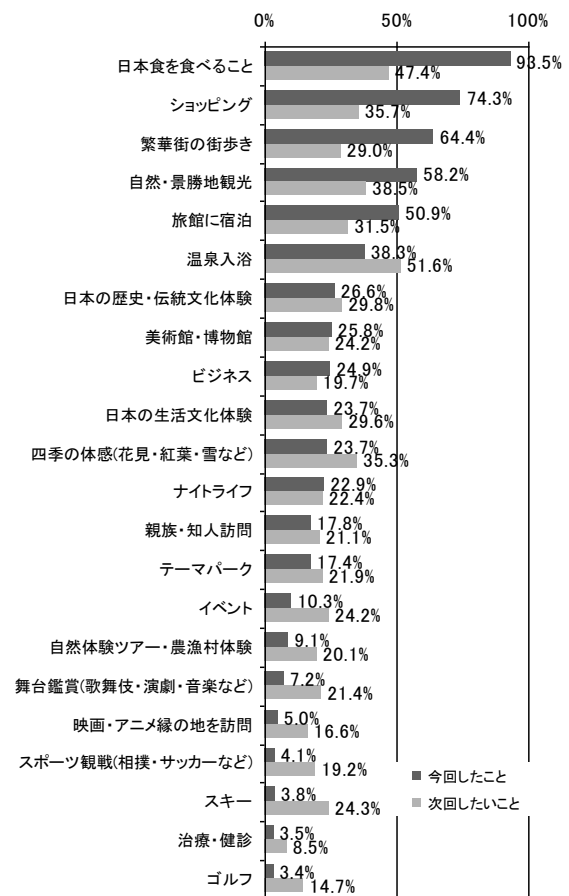
図表 5-1 訪日旅行の満足度(主要国籍別)



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)

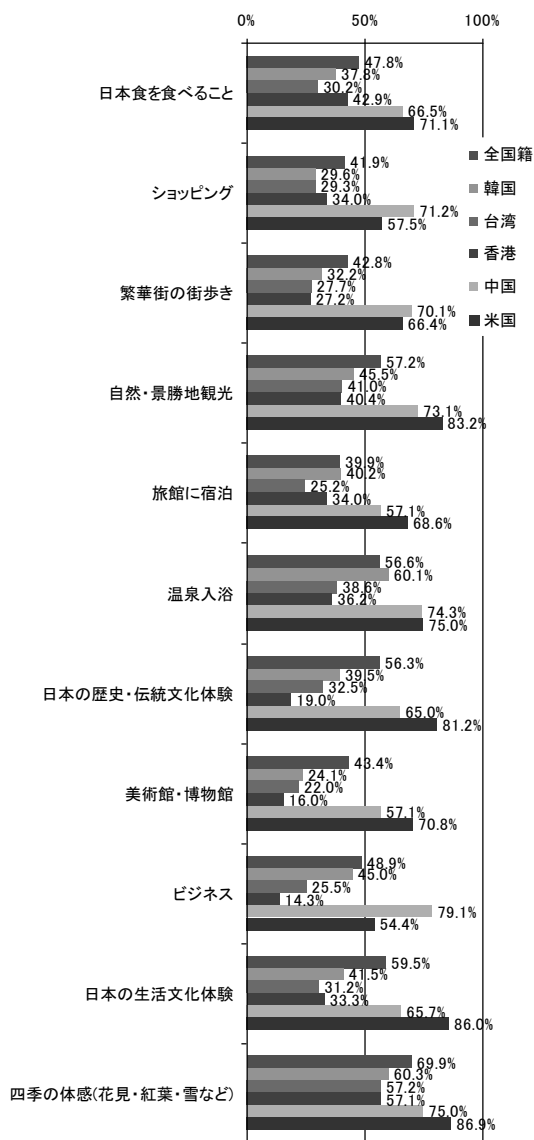


注) この章に示す調査結果は、「訪日外国人消費動向調査」と同時に実施した旅行の満足度や再来訪意向等の意識調査より得られたものである。回答は任意としているため、必ずしも全調査対象者が回答しているとは限らない。なお、この章で示す『全体(全国籍)』の値は、訪日外客数によるウェイトバック集計を行っていない。

### (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位までの11活動について「期待以上」の比率をみると、今期は「四季の体感（花見・紅葉・雪）」が69.9%と最も高くなった。国籍別では、どの活動でも中国と米国での満足度が高い（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11活動)



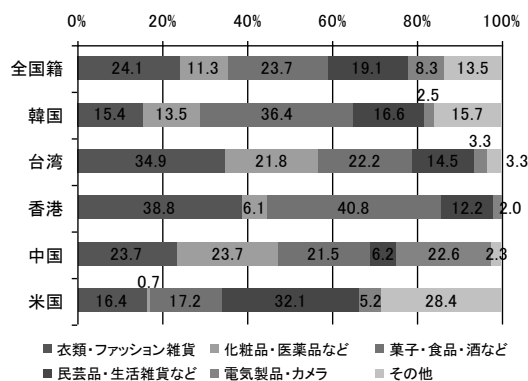
### (4) 最も満足した購入商品

- 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」24.1%、「化粧品・医薬品など」11.3%、「菓子・食品・酒など」23.7%、「民芸品・生活雑貨など」19.1%、「電気製品・カメラ」8.3%、「その他」13.5%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・工芸品
民芸品・生活雑貨など	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
	その他
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)



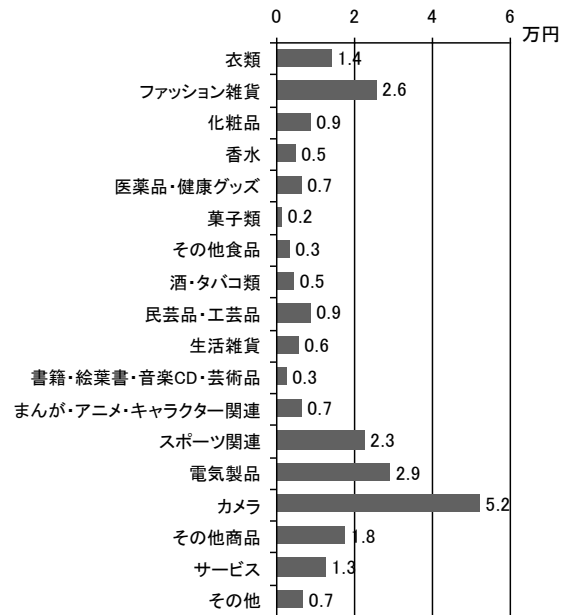
- 国籍別に、最も満足した購入商品（小区分）の比率をみると、韓国では「菓子類」（18.8%）、台湾では「衣類」（20.7%）、香港では「菓子類」（24.5%）、中国では「化粧品」（20.3%）、米国では「民芸品・工芸品」（18.7%）の割合が高い。また、中国は「電気製品」や「カメラ」の割合が他の国籍に比べて高い（図表 5-7）。

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	7.5	20.7	22.4	8.5	7.5	
ファッション雑貨	7.8	14.2	16.3	15.3	9.0	
化粧品	8.2	7.3	6.1	20.3	0.7	
香水	0.9	0.0	0.0	1.1	0.0	
医薬品・健康グッズ	4.4	14.5	0.0	2.3	0.0	
菓子類	18.8	14.2	24.5	11.3	3.7	
その他食品	8.5	6.2	16.3	5.6	6.0	
酒・タバコ類	9.1	1.8	0.0	4.5	7.5	
民芸品・工芸品	4.7	3.6	2.0	1.1	18.7	
生活雑貨	7.5	4.7	6.1	2.3	8.2	
書籍・絵葉書・音楽CD・芸術品	0.6	2.9	2.0	0.6	1.5	
まんが・アニメ・キャラクター関連	3.4	3.3	2.0	1.7	2.2	
スポーツ関連	0.3	0.0	0.0	0.6	1.5	
電気製品	0.6	0.7	2.0	10.2	3.0	
カメラ	1.9	2.5	0.0	12.4	2.2	
その他商品	0.9	2.2	0.0	1.1	2.2	
サービス	0.6	0.4	0.0	0.0	6.0	
その他	14.1	0.7	0.0	1.1	20.1	
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」5.2万円、「電気製品」2.9万円、「ファッション雑貨」2.6万円、「スポーツ関連」2.3万円の順で高い（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全体の 6 割を占める。このほか、「衣類・ファッション雑貨」や「化粧品・医薬品など」では「価格が手頃・自国より安いから」、「電気製品・カメラ」では「日本製だから」の割合が高かった（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		334	19.8	42.8	0.3	4.8	1.2	2.4	4.5	4.5	18.9	0.9	100.0
化粧品・医薬品など		152	52.0	2.6	0.0	9.9	0.0	7.9	2.0	5.3	18.4	2.0	100.0
菓子・食品・酒など		322	5.9	5.0	59.6	2.5	7.1	0.9	5.3	7.8	4.3	1.6	100.0
民芸品・生活雑貨など		262	11.5	29.0	0.0	3.8	12.6	8.4	8.8	10.3	8.0	7.6	100.0
電気製品・カメラ		111	50.5	7.2	0.0	17.1	0.0	0.9	7.2	0.9	14.4	1.8	100.0
その他		181	3.9	4.4	60.2	0.6	3.9	0.0	2.2	3.3	4.4	17.1	100.0
合計		1,362	18.9	18.7	22.2	5.1	4.9	3.4	5.1	6.0	11.0	4.7	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

### <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 10 月 22 日(金)～ 12 月 7 日(火)

### (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、6,753 サンプル(うち旅行中支出額の有効サンプル数は 6,633 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10-12月期 報告書

発行 平成23年2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/>