



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 年次報告書

訪日外国人の消費動向

平成 22 年 年次報告書

目 次

目次	5	5. 満足度と再訪意向	
調査概要	7	(1) 訪日旅行全体の満足度と再訪意向	23
		(2) 今回実施した活動と 次回実施したい活動	23
I 平成 22 年における 訪日外国人の消費動向		(3) 活動別にみる満足度	24
1. 訪日外国人の属性と旅行内容		(4) 最も満足した購入商品	24
(1) 回答者属性	8		
(2) 泊数	8	II 平成 22 年における 訪日外国人の消費動向【国籍別】	
(3) 旅行内容	9	(1) 韓国	28
2. 訪日外国人の旅行支出		(2) 台湾	30
(1) 旅行中支出	12	(3) 香港	32
(2) 手配別にみる旅行中支出	13	(4) 中国	34
(3) 来訪目的別にみる旅行中支出	14	(5) タイ	36
(4) 暦年旅行消費額の推計	15	(6) シンガポール	38
(5) 費目別にみる旅行支出	17	(7) マレーシア	40
3. 土産品の購入実態		(8) インド	42
(1) 費目別購入率	18	(9) 英国	44
(2) 費目別購入者単価	18	(10) ドイツ	46
(3) 買物場所	19	(11) フランス	48
(4) 利用した金融機関と決済方法	19	(12) ロシア	50
4. 旅行情報源		(13) 米国	52
(1) 出発前に得た旅行情報	20	(14) カナダ	54
(2) 日本滞在中に得た旅行情報	21	(15) オーストラリア	56
(3) 日本滞在中にあると便利な情報	22		

Ⅲ 訪日外国人消費動向調査結果 (平成 22 年)

集計表の利用上の注意 …………… 60

< 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 >

付表 1	国籍別 平均泊数 …………… 表 -74
付表 2	国籍別 1 人 1 回当たり旅行消費単価 …… 表 -77 (パッケージツアー参加費内訳含む)

[滞在日数 90 日以内]

付表 3	国籍別 標本属性および旅行内容 …………… 表 -80
付表 4	国籍別 1 人 1 回当たり旅行消費単価 …… 表 -86 (パッケージツアー参加費内訳含む)

[観光・レジャー目的]

付表 5	国籍別 標本属性および旅行内容 …………… 表 -89
付表 6	国籍別 1 人 1 回当たり旅行消費単価 …… 表 -95 (パッケージツアー参加費内訳含む)

[業務目的]

付表 7	国籍別 標本属性および旅行内容 …………… 表 -98
付表 8	国籍別 1 人 1 回当たり旅行消費単価 …… 表 -104 (パッケージツアー参加費内訳含む)

< 調査票 >

日本語、英語、韓国語、中国語 (繁体字)、中国語 (簡体字)

訪日外国人消費動向調査

調査概要

(1) 調査対象者

日本を出国する訪日外国人

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

(2) 調査場所

下記 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（2010 年）

4-6 月期：6 月 2 日（水）～ 6 月 23 日（水）

7-9 月期：8 月 20 日（金）～ 9 月 15 日（水）

10-12 月期：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・地域別に目標回収標本数を設定。四半期毎に総数 6,500 サンプルを目標に調査を実施した。当年調査における四半期毎の有効回収標本数は下表の通り。

なお、設問毎の有効標本数については、集計表に記載している。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。

(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。

表 平成 22 年調査の標本数（四半期別および国籍別）

国籍	4-6 月期			7-9 月期			10-12 月期		
	回収標本数		うち 支出額 有効票 票数	回収標本数		うち 支出額 有効票 票数	回収標本数		うち 支出額 有効票 票数
	票数	構成比		票数	構成比		票数	構成比	
全国籍	3,900	100.0%	3,764	7,631	100.0%	7,436	6,753	100.0%	6,633
韓国	761	19.5%	743	1,554	20.4%	1,509	1,425	21.1%	1,386
台湾	707	18.1%	693	1,236	16.2%	1,215	1,270	18.8%	1,249
香港	205	5.3%	201	533	7.0%	522	347	5.1%	342
中国	549	14.1%	528	1,223	16.0%	1,194	840	12.4%	826
タイ	117	3.0%	113	261	3.4%	253	288	4.3%	284
シンガポール	85	2.2%	85	142	1.9%	142	151	2.2%	150
マレーシア	25	0.6%	25	118	1.5%	114	130	1.9%	129
インド	85	2.2%	82	154	2.0%	148	123	1.8%	120
英国	88	2.3%	84	158	2.1%	155	175	2.6%	171
ドイツ	100	2.6%	97	257	3.4%	249	206	3.1%	204
フランス	100	2.6%	97	218	2.9%	213	166	2.5%	166
ロシア	56	1.4%	52	129	1.7%	122	132	2.0%	120
米国	416	10.7%	390	581	7.6%	565	550	8.1%	544
カナダ	62	1.6%	59	141	1.8%	137	154	2.3%	154
オーストラリア	104	2.7%	101	203	2.7%	199	220	3.3%	216
その他	440	11.3%	414	723	9.5%	699	576	8.5%	572

I 平成 22 年における訪日外国人の消費動向

1. 訪日外国人の属性と旅行内容

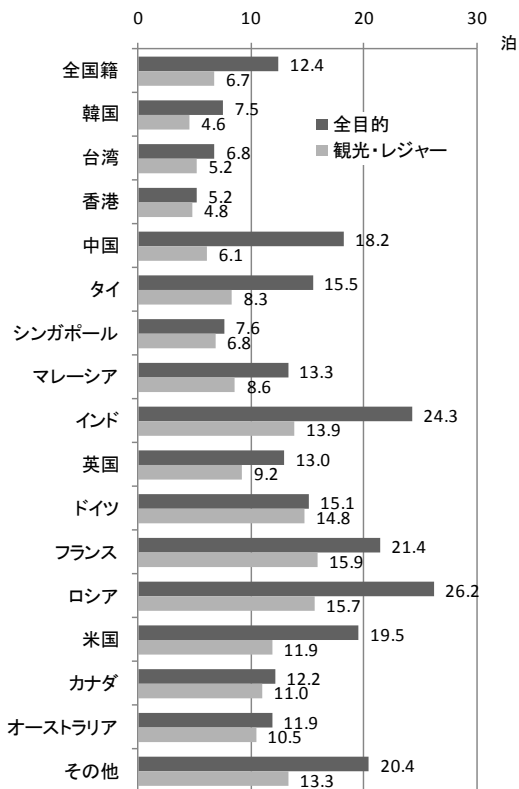
(1) 回答者属性

- 性別の構成比は、男性 57.8%、女性 42.2%である。国籍別では、台湾で女性の割合が高く、過半数を占める。
- 性年代別で見ると、「男性 30 代」17.6%、「女性 20 代」15.2%、「男性 20 代」13.6%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）。

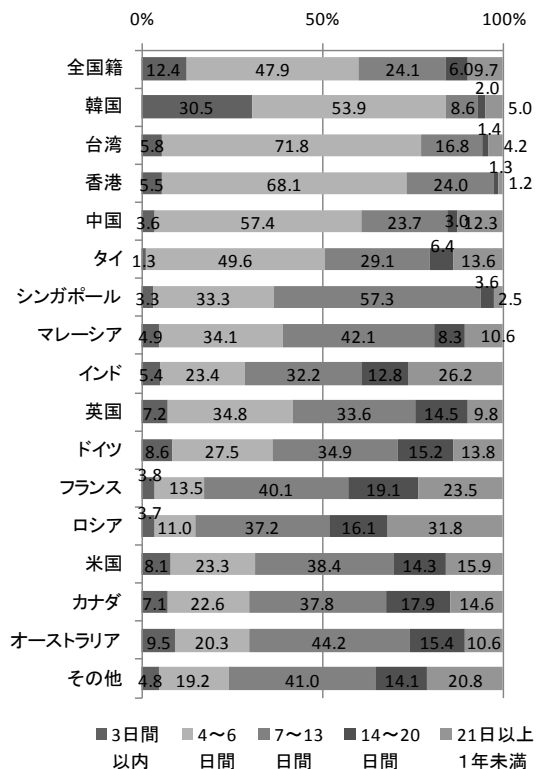
(2) 泊数

- 回答者全体の平均泊数は 12.4 泊である。インドやフランス、ロシアで平均泊数が 20 泊以上と長く、韓国、台湾、香港、シンガポールは 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」の長期滞在者がおよそ 1 割を占める。国籍別では、韓国で「3 日間以内」の割合が 30.5%と高い。また、インドやフランス、ロシアで「21 日以上 1 年未満」が 20%以上を占める(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 6.7 泊である。東アジアからの観光客は平均泊数が短く、韓国、台湾、香港で 5 泊前後、中国でおよそ 6 泊となっている。一方、欧米からの観光客は平均泊数が長く、概ね 10 泊以上である(図表 1-1)。

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）

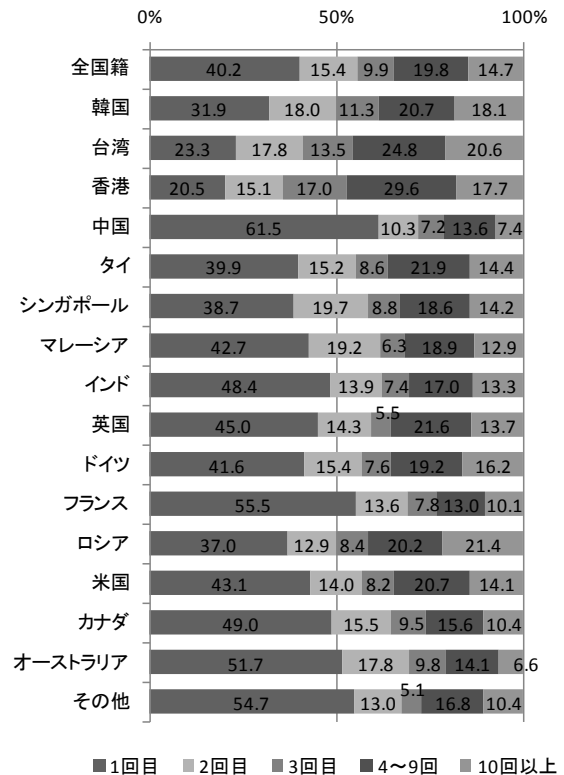


(3) 旅行内容

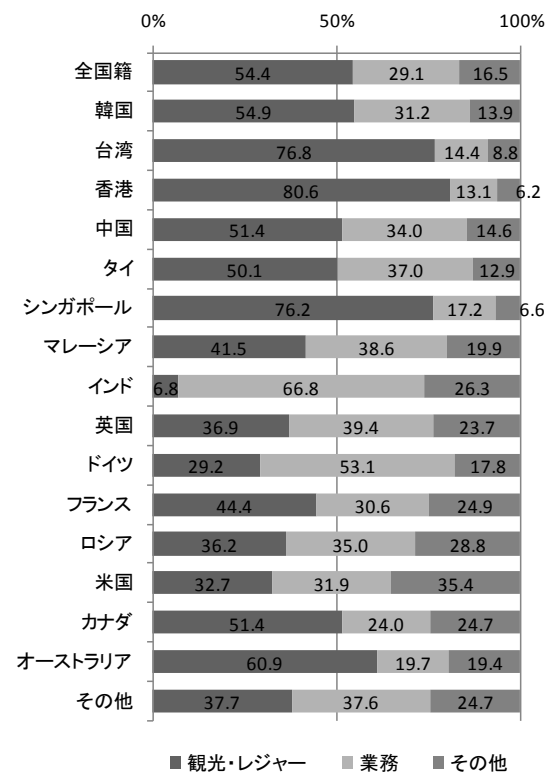
[全目的]

- 日本への来訪回数では、「1回目」が全体の40.2%、「2回目」が15.4%を占める。一方、「10回以上」も14.7%と少なくない。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)は、「自分ひとり」27.7%、「職場の同僚」20.6%、「家族・親族」20.4%、「友人」18.6%、「夫婦・パートナー」13.1%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54.4%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29.1%を占める。特にインドやドイツで「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)をみると、およそ8割が「ホテル(洋室中心)」を利用している。「旅館(和室中心)」の利用率はおよそ2割である。旅館の利用率は台湾で3割超と最も高く、香港や中国、シンガポール、フランス、カナダ、オーストラリアなどで2割を超えている。
- 旅行形態では「団体ツアーでの来訪」がおよそ3割を占める。国籍別では、台湾と中国で「団体ツアーでの来訪」が4割超と高い。

図表 1-3 日本への来訪回数(国籍別、全目的)



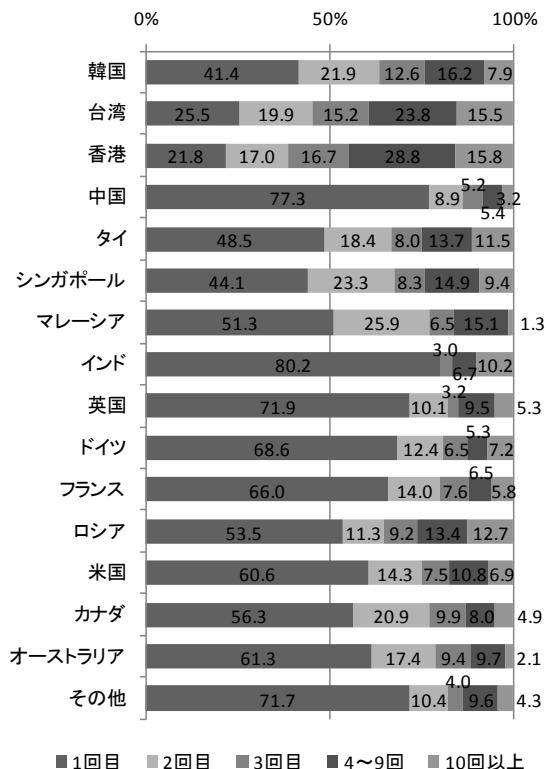
図表 1-4 主な来訪目的(国籍別、全目的)



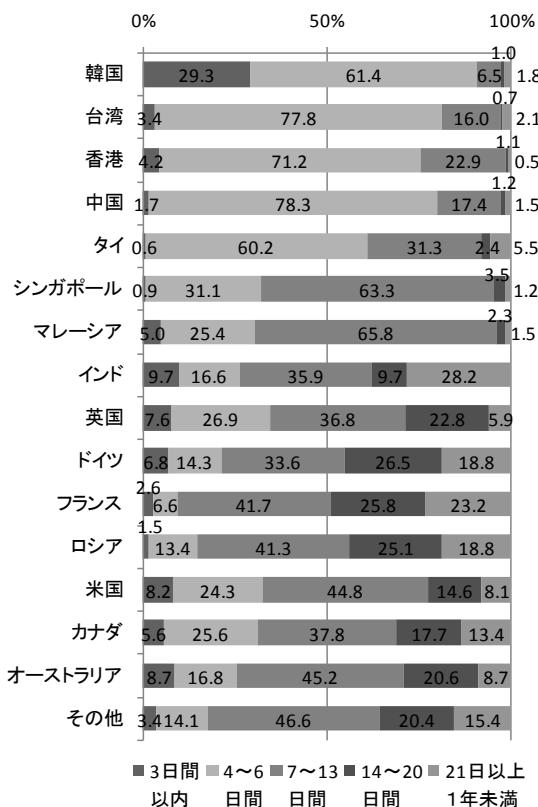
[観光・レジャー目的]

- 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29.3%が「3日間以内」の滞在である。台湾、香港、中国では「4～6日間」の割合が高く7割を超える。インドやドイツ、フランス、ロシアでは「21日以上1年未満」の割合が高い（図表1-5）。
- 来訪回数をみると、韓国や台湾、香港では2回目以上の割合が高いが、中国では「1回目」の割合が高い。欧米では「1回目」の割合が高く半数を超える（図表1-6）。
- 同行者（複数回答）をみると、アジアでは「家族・親族」、欧米では「自分ひとり」の割合が高い傾向がある（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（複数回答）
(国籍別、観光・レジャー目的のみ)

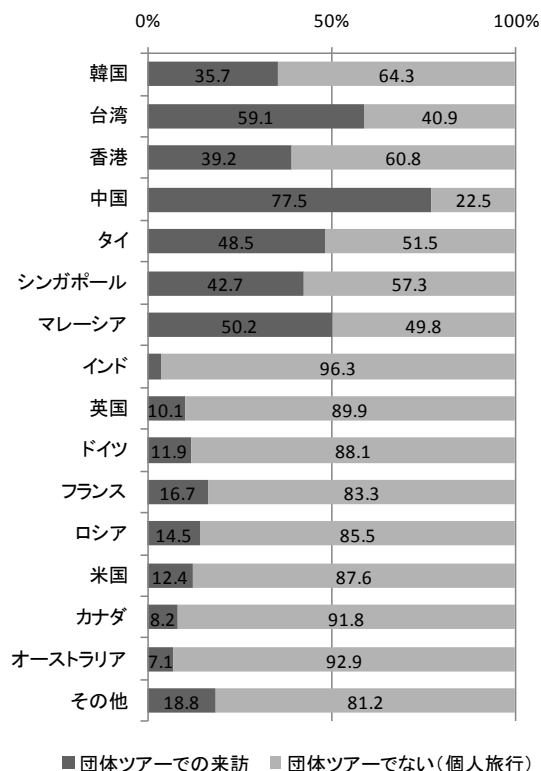
	自分ひとり	夫婦・パートナー	家族・親族	職場の同僚	友人
韓国	16.1	16.1	25.7	8.2	33.8
台湾	7.5	17.8	37.9	12.7	28.8
香港	6.0	23.0	48.2	3.2	22.8
中国	9.7	13.6	37.0	19.9	21.6
タイ	8.1	10.1	28.1	13.5	42.1
シンガポール	6.2	19.7	49.0	4.2	21.0
マレーシア	11.9	27.3	50.0	2.1	8.4
インド	19.4	15.3	32.2	12.8	26.7
英国	33.4	30.3	14.6	1.6	22.8
ドイツ	33.9	23.0	14.7	2.1	27.4
フランス	26.5	29.7	10.2	0.4	31.4
ロシア	32.4	18.0	27.5	9.3	18.9
米国	35.7	25.2	22.1	1.2	18.2
カナダ	32.8	22.6	19.6	0.0	25.5
オーストラリア	25.2	40.9	20.8	0.5	16.0
その他	28.9	26.5	18.8	2.0	23.9

- 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、シンガポール、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3割を超えている（図表 1-8）。
- 団体ツアー参加状況をみると、台湾、中国、マレーシアで参加率が5割を超えている。欧米では団体ツアーに参加しない個人旅行が主流である（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	86.4	11.0	1.0	8.0
台湾	83.5	36.6	1.0	3.9
香港	90.0	25.6	0.9	2.0
中国	90.3	35.6	1.1	2.6
タイ	78.8	24.5	1.8	13.5
シンガポール	94.0	31.9	0.2	1.9
マレーシア	88.4	32.5	0.0	5.2
インド	81.2	16.6	0.0	34.6
英国	85.9	28.7	0.0	11.3
ドイツ	83.4	31.5	5.1	12.5
フランス	74.0	36.8	0.8	15.3
ロシア	81.6	3.6	2.4	18.6
米国	77.0	27.4	0.5	14.2
カナダ	86.9	29.1	0.4	10.7
オーストラリア	88.1	29.4	1.3	10.9
その他	78.8	32.2	1.1	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）



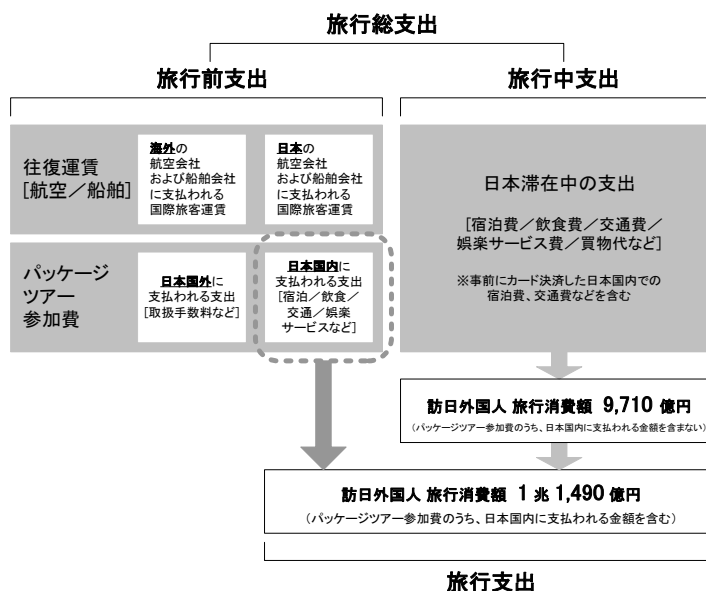
2. 訪日外国人の旅行支出

(1) 旅行中支出

平成22年4-12月期における訪日外国人の旅行中支出額は平均113,005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94,946円、両者を合算した訪日外国人客の総支出額は平均207,952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21.4万円と最も高く、ロシア（20.0万円）、インド（16.1万円）、オーストラリア（15.9万円）が続く。東アジアでは中国（14.5万円）が最も高い。
- 1泊当たり旅行中支出額は9,091円、旅行前支出を含めた1泊当たり総支出額は16,729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4-12月期 訪日外国人1人当たり旅行中支出（国籍別）

国籍	標本数	(人)	(円/人)	(円/人)	(円/人)	(泊)	(円/人泊)	(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	17,833		94,946	113,005	207,952	12.4	9,091	16,729
韓国	3,638		49,656	68,489	118,145	7.5	9,137	15,761
台湾	3,157		71,019	77,555	148,574	6.8	11,480	21,993
香港	1,065		79,920	91,053	170,973	5.2	17,607	33,061
中国	2,548		93,365	145,498	238,863	18.2	7,988	13,113
タイ	650		103,196	114,677	217,873	15.5	7,413	14,084
シンガポール	377		111,644	130,222	241,866	7.6	17,166	31,882
マレーシア	268		118,134	106,802	224,936	13.3	8,053	16,960
インド	350		121,789	161,178	282,966	24.3	6,647	11,669
英国	410		144,209	149,929	294,138	13.0	11,571	22,700
ドイツ	550		157,172	151,344	308,515	15.1	10,009	20,404
フランス	476		155,834	214,329	370,163	21.4	10,006	17,281
ロシア	294		121,615	199,695	321,310	26.2	7,633	12,282
米国	1,499		152,186	145,675	297,860	19.5	7,453	15,239
カナダ	350		133,309	114,778	248,087	12.2	9,447	20,418
オーストラリア	516		131,211	158,624	289,835	11.9	13,349	24,390
その他	1,685		165,540	170,256	335,796	20.4	8,326	16,422

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

(2) 手配別にみる旅行中支出

- パッケージツアー利用客は全体の 31.7% である。台湾(55.2%)、中国(48.4%)、香港(44.7%)で4割を超えている(図表 2-3)。
- パッケージツアーの購入者単価は平均 121,039 円、ツアー利用客の旅行中支出額は同 68,191 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 82,815 円、個人手配客の旅行中支出額は平均 135,860 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 189,230 円、個人手配客で 218,675 円である。
- 1泊当たり旅行中支出額は、ツアー利用客 12,225 円、個人手配客 8,834 円である。

図表 2-3 平成 22 年 4-12 月期 手配別にみる訪日外国人 1 人当たり旅行支出 (国籍別)

【パッケージツアー利用客】					(泊)	(円/人泊)	(円/人泊)
国籍	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) (円/人)	b. 日本国内における旅行中支出額 (円/人)	パッケージツアー客総支出額 (a.+b.) (円/人)	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.)
全体	31.7	121,039	68,191	189,230	5.6	12,225	33,926
韓国	28.3	76,765	32,786	109,551	3.5	9,443	31,554
台湾	55.2	89,839	49,918	139,757	4.3	11,620	32,533
香港	44.7	104,289	66,119	170,408	4.3	15,338	39,530
中国	48.4	119,050	114,210	233,260	6.6	17,406	35,549
タイ	31.5	165,278	58,875	224,153	4.6	12,788	48,688
シンガポール	38.2	163,646	67,474	231,121	5.9	11,477	39,313
マレーシア	28.2	184,794	66,421	251,215	9.5	7,001	26,479
インド	10.6	328,322	55,405	383,727	14.7	3,760	26,044
英国	7.7	244,194	38,358	282,552	7.7	4,965	36,570
ドイツ	5.9	273,672	83,747	357,419	8.4	10,003	42,693
フランス	11.5	297,745	148,139	445,885	10.1	14,714	44,287
ロシア	13.6	296,394	87,700	384,094	8.5	10,305	45,134
米国	8.3	332,574	50,072	382,646	13.0	3,851	29,426
カナダ	9.2	208,901	93,509	302,410	15.2	6,157	19,913
オーストラリア	6.4	297,731	65,106	362,837	11.3	5,761	32,108
その他	14.7	322,458	123,232	445,690	14.0	8,812	31,872

【個人手配客】					(泊)	(円/人泊)	(円/人泊)
国籍	往復運賃購入率 (%)	a. 往復運賃購入者単価 (旅行前支出額) (円/人)	b. 日本国内における旅行中支出額 (円/人)	個人手配客総支出額 (a.+b.) (円/人)	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.)
全体	68.3	82,815	135,860	218,675	15.4	8,834	14,219
韓国	71.7	38,958	83,431	122,388	9.1	9,184	13,472
台湾	44.8	47,844	114,960	162,804	9.8	11,749	16,639
香港	55.3	60,186	113,511	173,696	5.9	19,343	29,599
中国	51.6	69,234	180,762	249,995	29.2	6,198	8,572
タイ	68.5	74,703	146,215	220,918	20.5	7,148	10,800
シンガポール	61.8	79,462	172,889	252,350	8.6	20,004	29,198
マレーシア	71.8	91,910	125,891	217,801	14.7	8,536	14,768
インド	89.4	97,333	175,251	272,585	25.4	6,906	10,741
英国	92.3	135,917	161,100	297,017	13.4	12,030	22,179
ドイツ	94.1	149,831	155,873	305,704	15.5	10,027	19,665
フランス	88.5	137,310	224,414	361,724	22.9	9,799	15,795
ロシア	86.4	94,054	218,258	312,312	28.9	7,540	10,790
米国	91.7	135,916	155,057	290,973	20.1	7,700	14,450
カナダ	90.8	125,655	117,130	242,785	11.8	9,891	20,501
オーストラリア	93.6	119,892	164,503	284,395	11.9	13,797	23,853
その他	85.3	138,448	179,566	318,014	21.6	8,327	14,747

・ 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 3 月時点の最新データを用いた。
 ・ 上表の旅行中支出額は、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。

(3) 来訪目的別にみる旅行中支出

- 来訪目的別の旅行中支出額は、「観光・レジャー」が96,610円、「商談等その他ビジネス」137,513円、「親族・知人訪問」114,368円などとなっている。
- 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（旅行中支

出）が3,469億円で全体の46.3%を占めている。また、「展示会・見本市」「国際会議」「研修」「商談その他ビジネス」を合算した「業務」目的の旅行消費額は2,536億円で、全体の33.8%を占める。

図表 2-4 平成 22 年 4-12 月期 来訪目的別にみる訪日外国人1人あたり旅行中支出額（主要国籍別）

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	展示会・見本市	国際会議	研修	商談等その他ビジネス	その他	
														旅行中支出額 (円/人)
旅行中支出額 (円/人)	全国籍	96,610	114,368	84,331	78,134	118,592	319,262	71,480	132,271	116,455	112,943	135,548	137,513	149,985
	韓国	54,542	66,076	72,838	38,127	82,388	280,636	34,580	87,072	63,484	80,045	65,444	95,000	72,092
	台湾	72,328	107,963	49,004	29,071	62,451	230,193	45,793	88,062	92,495	83,553	75,469	90,268	138,025
	香港	88,468	99,643	90,960	35,143	17,000	356,321	-	98,750	99,647	128,714	36,411	98,554	181,496
	中国	124,046	169,664	147,350	115,291	193,771	461,801	92,770	158,453	147,739	107,675	168,160	166,996	119,487
	米国	142,709	97,495	51,330	105,240	78,991	262,586	-	178,948	123,017	140,512	245,971	177,239	158,626
【参考】消費額 ^注 (億円)	全国籍	3,469.4	583.3	35.9	69.7	60.7	320.2	16.1	2,535.6	126.0	329.2	419.7	1,660.6	408.1
	韓国	551.3	78.7	6.6	13.7	8.0	62.4	0.3	500.5	26.7	29.8	59.2	384.7	42.0
	台湾	546.5	35.5	3.9	2.3	1.6	19.5	4.0	124.4	9.2	18.5	9.4	87.3	25.0
	香港	277.9	9.4	4.4	1.0	0.1	2.1	0.6	50.5	5.7	7.1	1.0	36.8	9.1
	中国	685.9	126.0	7.6	9.6	27.5	92.5	5.9	580.5	25.2	52.7	146.3	356.2	33.7
	米国	262.6	111.6	1.2	16.2	3.2	20.3	0.0	321.9	4.5	43.3	58.7	215.3	88.4
目的別消費額構成比 (%) ヨコ計=100	全国籍	46.3	7.8	0.5	0.9	0.8	4.3	0.2	33.8	1.7	4.4	5.6	22.1	5.4
	韓国	43.6	6.2	0.5	1.1	0.6	4.9	0.0	39.6	2.1	2.4	4.7	30.5	3.3
	台湾	71.7	4.7	0.5	0.3	0.2	2.6	0.5	16.3	1.2	2.4	1.2	11.4	3.3
	香港	78.2	2.6	1.2	0.3	0.0	0.6	0.2	14.2	1.6	2.0	0.3	10.4	2.6
	中国	43.7	8.0	0.5	0.6	1.8	5.9	0.4	37.0	1.6	3.4	9.3	22.7	2.1
	米国	31.8	13.5	0.1	2.0	0.4	2.5	0.0	39.0	0.5	5.3	7.1	26.1	10.7
目的別外客数 (万人)	全国籍	359.1	51.0	4.3	8.9	5.1	10.0	2.3	191.7	10.8	29.1	31.0	120.8	27.2
	韓国	101.1	11.9	0.9	3.6	1.0	2.2	0.1	57.5	4.2	3.7	9.0	40.5	5.8
	台湾	75.6	3.3	0.8	0.8	0.3	0.8	0.9	14.1	1.0	2.2	1.3	9.7	1.8
	香港	31.4	0.9	0.5	0.3	0.1	0.1	0.1	5.1	0.6	0.6	0.3	3.7	0.5
	中国	55.3	7.4	0.5	0.8	1.4	2.0	0.6	36.6	1.7	4.9	8.7	21.3	2.8
	米国	18.4	11.4	0.2	1.5	0.4	0.8	0.0	18.0	0.4	3.1	2.4	12.1	5.6

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、パッケージツアー参加費の国内収入額は含まれていない。
本表の来訪目的別消費額の合算値（全国籍）は、来訪目的無回答者が存在することから、平成22年4-12月期の旅行消費額（旅行中支出）とは一致しない。

(4) 暦年旅行消費額の推計

(パッケージツアー参加費内訳を含む)

- 4-12 月期のパッケージツアー参加費に含まれる国内収入額は、平均で 20,761 円/人と推計される(図表 2-5)。なお、この値はパッケージツアーを利用しない個人手配客を含めた平均値である。
- 旅行中支出額にパッケージツアー参加費に含まれる国内収入額を加えた 4-12 月期における平均旅行支出額は 133,766 円/人と推計される。
- これに 4-12 月期の訪日外国人客数(659.6 万人)を乗じた 4-12 月期の旅行消費額は 8,823 億円と推計される。
- 調査を実施していない 2010 年 1-3 月期の国籍別旅行支出額を、4-12 月期の支出額と同額と仮定して計算した場合、当期の旅行消費額は 2,666 億円と推計される。
- これを 4-12 月期の消費額に合算することで、2010 年の訪日外国人客の旅行消費額は、1 兆 1,490 億円と推計される。
- 国籍別に旅行支出額をみると、フランス(23.3 万円)、ロシア(22.3 万円)、インド(17.7 万円)、中国(17.7 万円)、オーストラリア(16.9 万円)の順となっている。
- 東アジアでは中国が突出しており、これに香港(11.7 万円)、台湾(10.4 万円)、韓国(8.1 万円)が続いている。
- 暦年旅行消費額とその構成比を国籍別にみると、①中国 2,498 億円(構成比 21.7%)、②韓国 1,973 億円(同 17.2%)、③台湾 1,318 億円(同 11.5%)、④米国 1,159 億円(同 10.1%)、⑤香港 593 億円(同 5.2%)の順となっている。
- 上位 5 ヶ国では 7,541 億円(同 65.6%)、東アジア 4 ヶ国では 6,382 億円(同 55.5%)を占める。東南アジアのタイ、シンガポール、マレーシアの 3 ヶ国では 757 億円(同 6.6%)、英独仏 3 ヶ国では 847 億円(同 7.4%)となっている。

図表 2-5 平成 22 年 訪日外国人の旅行消費額推計結果(暦年)

	(円/人)	(円/人)	(円/人)	(人)	(億円)
	a. 日本国内における旅行中支出額	b. パッケージツアー参加費に含まれる国内収入額	c. パッケージツアー参加費のうち国内収入額を含む旅行支出額 (=a.+b.)	d. 訪日外客数 (JNTO) ^{※2}	e. 訪日外国人旅行消費額 (パッケージツアー参加費内訳含む) (=c.×d.)
平成22年1-3月期 ^{※1}	111,949	20,365	132,314	2,015,012	2,666
平成22年4-6月期	104,003	23,344	127,347	2,186,624	2,785
平成22年7-9月期	119,605	20,603	140,208	2,399,063	3,364
平成22年10-12月期	114,921	18,140	133,061	2,010,476	2,675
平成22年4-12月期	113,005	20,761	133,766	6,596,163	8,823
平成22年(暦年)	112,758	20,668	133,426	8,611,175	11,490

※1 平成22年1-3月期の国籍別旅行支出は、平成22年4-12月期の国籍別旅行支出を用いた。

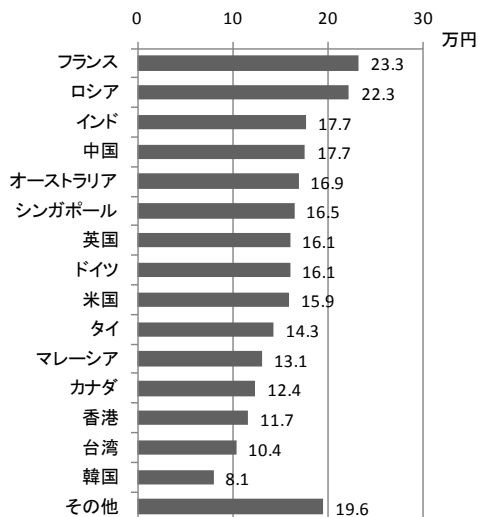
※2 JNTO訪日外客数は暫定値。

旅行消費額の暦年値には、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飲食費などが含まれる。なお、日本の航空会社および船舶会社に支払われる国際旅客運賃は含まない。

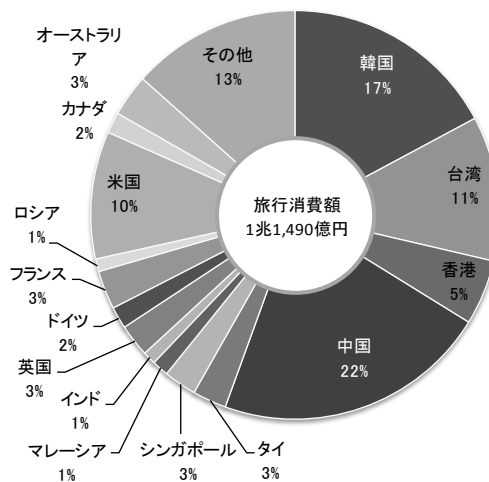
図表 2-6 平成 22 年(暦年) 旅行支出および旅行消費額 (国籍別、パッケージツアー参加費内訳を含む)

国籍	(円/人)	(円/人)	(円/人)	(人)	(人)	(億円)	(億円)	(億円)	(億円)	(%)
	a.日本国内における旅行中支出額(4-12月)	b.パッケージツアー参加費のうち国内収入額(4-12月)	c.旅行支出額(4-12月) (パッケージツアー参加費のうち国内収入額を含む) (=a.+b.)	d.2010年(4-12月)訪日外客数(JNTO)	e.2010年(暦年)訪日外客数(JNTO)	f.4-12月期旅行消費額(旅行中支出) (=a.*d.)	g.4-12月期旅行消費額(パッケージ内訳含む) (=c.*d.)	h.暦年旅行消費額(旅行中支出) (=a.*e.)	j.暦年旅行消費額(パッケージ内訳含む) (=c.*e.)	構成比
全国籍	113,005	20,761	133,766	6,596,163	8,611,175	7,454	8,823	9,710	11,490	100.0
韓国	68,489	12,387	80,875	1,840,684	2,439,816	1,261	1,489	1,671	1,973	17.2
台湾	77,555	26,333	103,888	983,489	1,268,278	763	1,022	984	1,318	11.5
香港	91,053	25,529	116,582	389,568	508,691	355	454	463	593	5.2
中国	145,498	31,286	176,784	1,075,947	1,412,875	1,565	1,902	2,056	2,498	21.7
タイ	114,677	28,747	143,424	166,716	214,881	191	239	246	308	2.7
シンガポール	130,222	34,714	164,937	150,123	180,960	195	248	236	298	2.6
マレーシア	106,802	24,273	131,075	89,757	114,519	96	118	122	150	1.3
インド	161,178	16,137	177,315	51,752	66,819	83	92	108	118	1.0
英国	149,929	10,674	160,603	138,345	184,045	207	222	276	296	2.6
ドイツ	151,344	9,162	160,505	96,027	124,360	145	154	188	200	1.7
フランス	214,329	18,339	232,668	120,828	151,011	259	281	324	351	3.1
ロシア	199,695	23,356	223,052	40,410	51,457	81	90	103	115	1.0
米国	145,675	13,739	159,414	563,393	727,234	821	898	1,059	1,159	10.1
カナダ	114,778	9,539	124,316	115,562	153,303	133	144	176	191	1.7
オーストラリア	158,624	10,821	169,445	157,743	225,751	250	267	358	383	3.3
その他	170,256	25,255	195,512	615,819	787,175	1,048	1,204	1,340	1,539	13.4

旅行支出額
(パッケージツアー参加費内訳を含む)



旅行消費額の国籍別構成比
(パッケージツアー参加費内訳を含む)



【旅行中支出額の推計方法】

- 4-12月期の旅行中支出額は、4-6月期、7-9月期、10-12月期の各四半期における旅行中支出額を各期の訪日外客数をウェイトとする加重平均によって算出した。
- また、各四半期の旅行中支出額は、国籍別の旅行中支出額を、国籍別の訪日外客数をウェイトとする加重平均によって算出している。調査を行っていない1-3月期については、4-12月期の平均旅行中支出額を用いて計算している。国籍別のウェイトが異なるため、1-3月期と4-12月期の平均値は異なる。

【パッケージツアー参加費内訳の推計方法】

- 訪日外国人が参加するパッケージツアーの参加費には、日本発着の往復国際運賃、日本国内での宿泊費、飲食費、交通費、娯楽サービス費等が含まれている。これら費目のうち「日本発着の往復国際運賃」を除く費目の支出額を、日本国内に支払われる支出(国内収入分)とみなす。
- 訪日外国人の旅行消費額を算出するためには、パッケージツアー参加費に含まれる国内収入分の金額を旅行中支出額に加算する必要がある。パッケージツアー参加費の内訳は、観光レジャー目的の個人手配客の旅行支出における費目別構成比を用いて配分した。
- 個人手配客の旅行支出の費目別構成比によるパッケージツアー参加費の内訳配分は、四半期毎に国籍別(15市場とその他の16区分)で行った。
- これを、国籍別のパッケージツアー参加率×国籍別の平均パッケージツアー参加費に乗じることで、国籍別のパッケージツアー参加費中国内収入分の全体平均値(参加費が0円である個人手配客を母数に含んだ平均値)を算出した。
- 旅行中支出額に、パッケージツアー参加費に含まれる国内収入分の金額を加算することで、訪日外国人の旅行消費額を推計した。

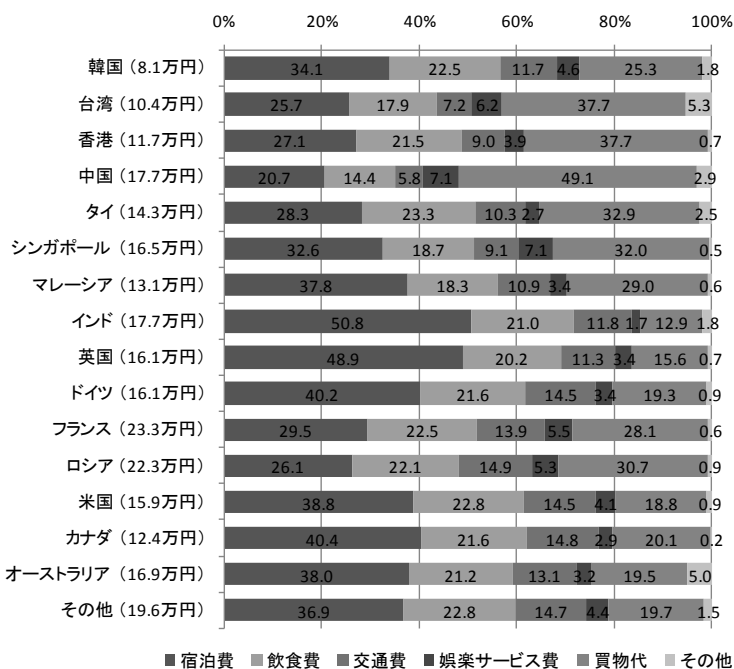
(5) 費目別にみる旅行支出

- 旅行支出の費目別構成費（パッケージツアー参加費内訳を含む）を国籍別にみると、宿泊費はインド、英国で約 50% を占めて高い。主要国籍では、米国が 38.8%、韓国が 34.1% と比較的高い。最も低い国は中国で 20.7% である。
- 飲食費は、各国とも 2 割前後を占める。中国が 14.4%、台湾が 17.9% と比較的低い。
- 交通費は、英国を除く欧州、北米、オーストラリアで 13% を超えている。
- 娯楽・サービス費は、中国、シンガポールで 7% 程度と比較的高い。
- 買物代は、中国で実に旅行支出の 49.1% を占めている。香港、台湾も 37.7% と高い。タイ、シンガポールも 3 割を超えている。主要国籍では韓国が 25.3% に留まっている。最も低いのはインドで 12.9% である。

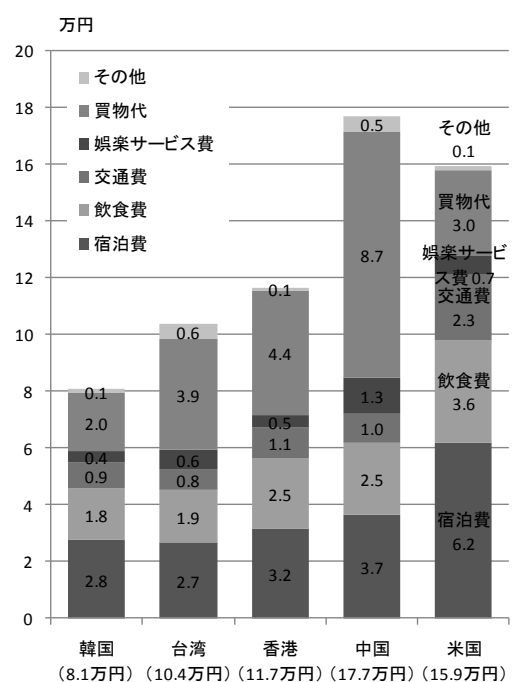
図表 2-7 平成 22 年(暦年) 費目別旅行支出 (国籍別、パッケージツアー参加費内訳を含む)

【費目別支出額】 (円/人)								【費目別構成比】(ヨコ計100%) (%)							
国籍	旅行支出総額	宿泊費	飲食費	交通費	娯楽サービス費	買物代	その他	国籍	宿泊費	飲食費	交通費	娯楽サービス費	買物代	その他	
全国籍	133,426	41,659	26,598	14,120	6,803	41,273	2,973	全国籍	31.2	19.9	10.6	5.1	30.9	2.2	
韓国	80,875	27,565	18,163	9,456	3,739	20,458	1,494	韓国	34.1	22.5	11.7	4.6	25.3	1.8	
台湾	103,888	26,700	18,584	7,529	6,424	39,129	5,521	台湾	25.7	17.9	7.2	6.2	37.7	5.3	
香港	116,582	31,575	25,080	10,541	4,580	43,956	850	香港	27.1	21.5	9.0	3.9	37.7	0.7	
中国	176,784	36,543	25,393	10,338	12,601	86,752	5,157	中国	20.7	14.4	5.8	7.1	49.1	2.9	
タイ	143,424	40,542	33,455	14,816	3,824	47,186	3,600	タイ	28.3	23.3	10.3	2.7	32.9	2.5	
シンガポール	164,937	53,772	30,782	14,944	11,733	52,839	867	シンガポール	32.6	18.7	9.1	7.1	32.0	0.5	
マレーシア	131,075	49,501	24,029	14,296	4,497	37,966	785	マレーシア	37.8	18.3	10.9	3.4	29.0	0.6	
インド	177,315	90,021	37,288	21,011	2,976	22,856	3,164	インド	50.8	21.0	11.8	1.7	12.9	1.8	
英国	160,603	78,551	32,373	18,073	5,475	25,038	1,094	英国	48.9	20.2	11.3	3.4	15.6	0.7	
ドイツ	160,505	64,596	34,728	23,203	5,468	30,992	1,517	ドイツ	40.2	21.6	14.5	3.4	19.3	0.9	
フランス	232,668	68,560	52,254	32,448	12,711	65,324	1,371	フランス	29.5	22.5	13.9	5.5	28.1	0.6	
ロシア	223,052	58,311	49,359	33,226	11,839	68,413	1,904	ロシア	26.1	22.1	14.9	5.3	30.7	0.9	
米国	159,414	61,851	36,353	23,161	6,580	30,036	1,432	米国	38.8	22.8	14.5	4.1	18.8	0.9	
カナダ	124,316	50,213	26,811	18,451	3,554	24,992	296	カナダ	40.4	21.6	14.8	2.9	20.1	0.2	
オーストラリア	169,445	64,360	35,898	22,132	5,495	33,124	8,437	オーストラリア	38.0	21.2	13.1	3.2	19.5	5.0	
その他	195,512	72,093	44,663	28,687	8,554	38,570	2,946	その他	36.9	22.8	14.7	4.4	19.7	1.5	

【費目別構成比】(国籍別)



【費目別旅行支出額】(主要国籍別)



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・トイレットリー」の購入率が高い。国籍別では、「菓子類」は台湾、「化粧品・医薬品・トイレットリー」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、多くの費目で中国の高さが目立つ。
- 来訪目的別にみると、購入率は「観光・レジャー」目的の来訪者の方が「業務」に比べて高い傾向がみられるが、購入者単価の大小は費目によって異なる（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）

国籍	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	48.3%	9,287	47.3%	5,294	62.2%	9,663	53.8%	12,134	58.2%	11,611	32.6%	5,983
その他食料品・飲料・酒・たばこ	39.1%	13,414	38.5%	8,847	37.1%	9,980	35.8%	13,566	40.1%	16,831	43.4%	13,534
カメラ・ビデオカメラ・時計	9.7%	49,780	3.0%	22,032	5.1%	44,640	5.8%	31,503	29.2%	67,229	4.9%	24,619
電気製品	8.0%	41,841	3.4%	42,059	6.1%	25,773	4.7%	24,339	21.1%	55,652	4.7%	21,200
化粧品・医薬品・トイレットリー	34.2%	21,830	31.0%	12,982	55.6%	18,616	38.4%	18,258	64.5%	36,127	8.5%	8,450
和服(着物)・民芸品	12.7%	15,345	3.7%	7,600	10.0%	10,943	13.8%	12,441	11.6%	14,901	23.0%	22,971
服(和服以外)・かばん・靴	26.4%	33,650	18.6%	19,333	37.2%	29,639	45.4%	37,380	29.6%	50,832	16.1%	21,939
マンガ・DVD・アニメ関連商品	6.7%	10,398	4.1%	6,062	6.9%	9,640	8.1%	8,322	6.4%	11,225	7.2%	6,046

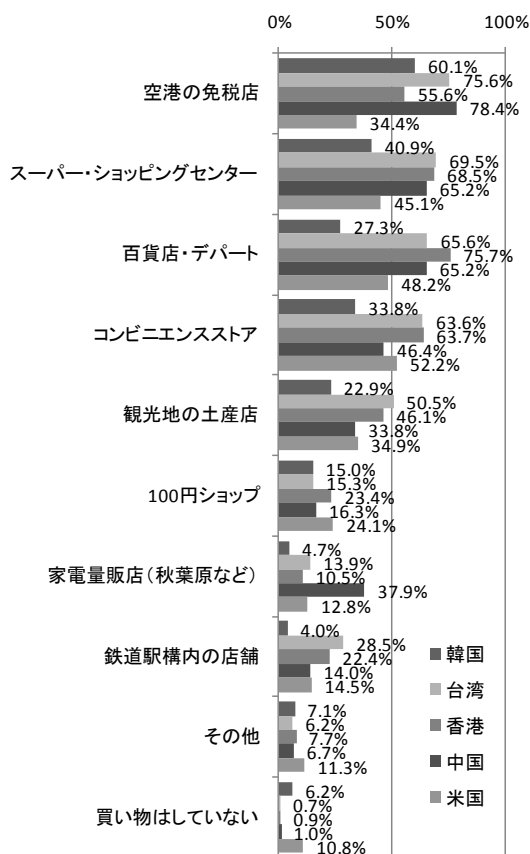
図表 3-2 来訪目的別にみる費目別購入率および購入者単価（主要国籍別）

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)	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	50.7%	4,863	65.2%	9,756	54.0%	12,760	60.4%	11,508	38.7%	5,363
	業務	44.0%	5,425	52.2%	8,013	53.5%	10,484	57.0%	11,841	27.8%	4,443
その他食料品・飲料・酒・たばこ	観光・レジャー	40.7%	7,297	37.8%	10,150	35.8%	14,331	39.7%	17,213	49.4%	11,509
	業務	36.8%	12,069	33.6%	9,450	34.5%	11,006	42.4%	16,680	36.5%	12,905
カメラ・ビデオカメラ・時計	観光・レジャー	3.1%	18,918	4.9%	45,920	5.7%	26,581	28.4%	60,539	6.9%	15,584
	業務	2.8%	28,416	5.0%	51,120	6.7%	64,617	31.1%	74,592	4.3%	36,735
電気製品	観光・レジャー	3.4%	18,471	5.9%	24,356	4.4%	20,534	24.0%	57,594	4.8%	14,310
	業務	3.3%	96,748	4.6%	39,479	4.9%	26,571	15.1%	49,538	3.9%	22,478
化粧品・医薬品・トイレットリー	観光・レジャー	36.7%	12,975	60.4%	18,660	41.0%	17,144	69.0%	40,808	9.1%	7,229
	業務	23.8%	13,292	38.2%	13,881	22.7%	31,083	60.1%	31,362	6.8%	11,792
和服(着物)・民芸品	観光・レジャー	4.2%	6,552	11.0%	10,846	15.5%	11,749	13.7%	14,935	27.4%	19,838
	業務	2.6%	10,593	5.2%	9,404	4.1%	23,346	9.0%	13,790	18.1%	12,352
服(和服以外)・かばん・靴	観光・レジャー	22.9%	17,884	39.6%	28,720	49.9%	37,261	34.0%	48,129	22.2%	21,449
	業務	9.0%	21,397	25.0%	26,653	25.5%	33,810	18.9%	62,690	9.0%	13,392
マンガ・DVD・アニメ関連商品	観光・レジャー	5.4%	5,193	6.8%	9,046	8.7%	8,806	7.9%	10,696	8.6%	6,892
	業務	2.3%	7,823	5.7%	8,845	3.5%	5,934	2.8%	10,334	3.5%	4,227

(3) 買物場所

- 全般的に台湾や香港、中国で利用率が高い傾向がみられる。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）。

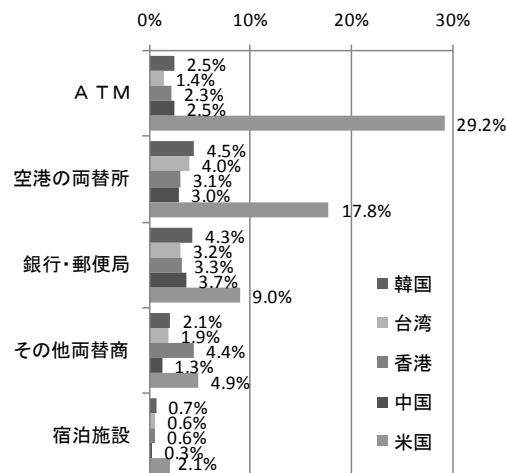
図表 3-3 買物場所（主要国籍別、複数回答）



(4) 利用した金融機関と決済方法

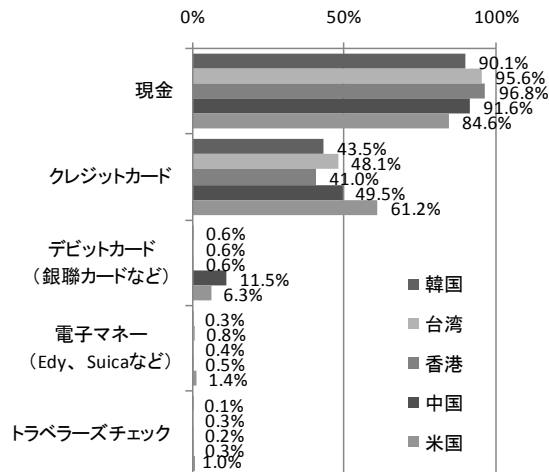
- 利用した金融機関を国籍別にみると、米国では「ATM（現金自動預払機）」や「空港の両替所」の利用率が他国籍に比べて高い（図表 3-4）。

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4～6割と高い。「デビットカード」の利用率は中国で11.5%、米国で6.3%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）

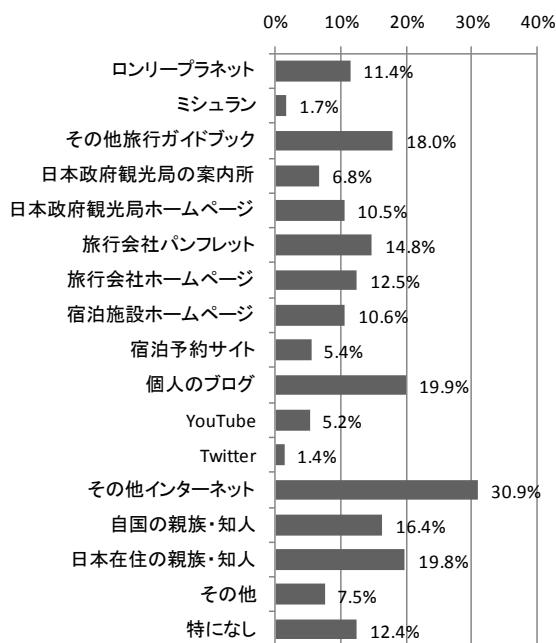


4. 旅行情報源

(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11.4%、「ミシュラン」が1.7%、「その他旅行ガイドブック」が18.0%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6.8%、「日本政府観光局ホームページ」の選択率は10.5%であった。
- インターネット媒体では、「個人のブログ」（19.9%）をあげる回答が多い。
- 知人からの口コミも比較的高く、「日本在住の親族・知人」は19.8%、「自国の親族・知人」は16.4%である。

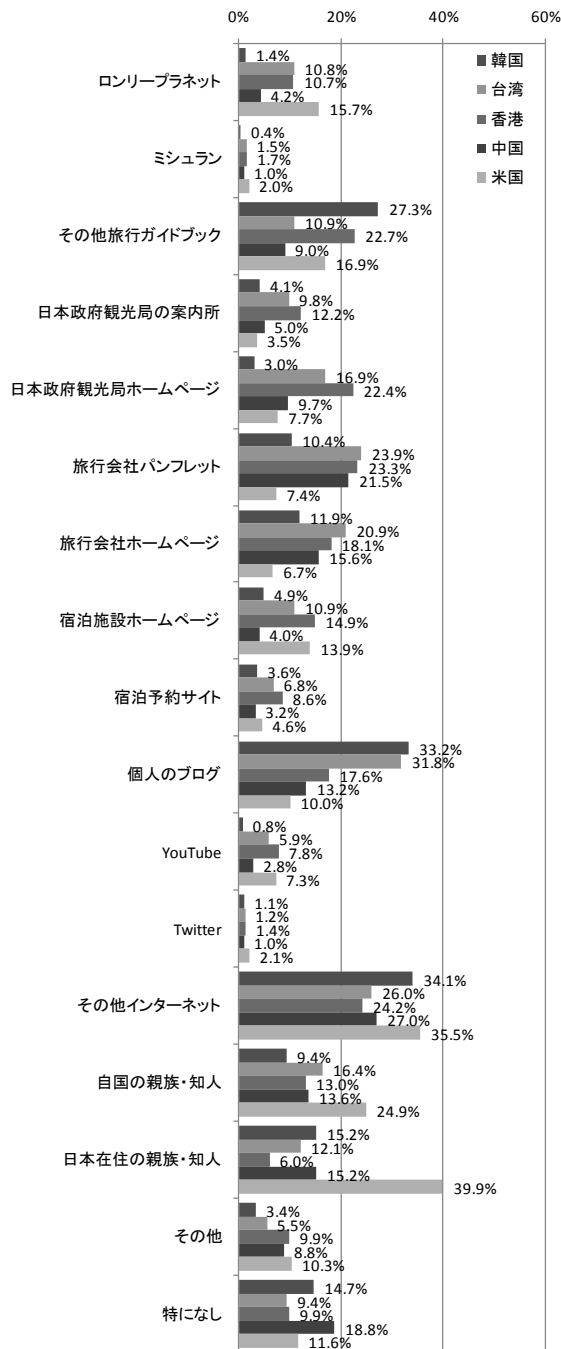
図表 4-1 出発前に得た旅行情報で役に立ったもの
(全国籍、複数回答)



- 国籍別にみると、韓国では「その他インターネット」が34.1%、「個人のブログ」が33.2%と高い。次いで「その他旅行ガイドブック」も27.3%と高い（図表4-2）。
- 台湾でも「個人のブログ」を挙げる回答が31.8%と高い。旅行会社の情報を挙げる回答も多く、「旅行会社パンフレット」が23.9%、「旅行会社ホームページ」が20.9%となっている。
- 香港では、日本政府観光局の情報を挙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12.2%、「日本政府観光局のホームページ」が22.4%となっている。「旅行会社パンフレット」も23.3%と高い。
- 中国では、「その他インターネット」（27.0%）や「旅行会社パンフレット」（21.5%）の選択率が高い。また、「特になし」（18.8%）が他国籍に比べて高い点が特徴である。
- 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39.9%、「自国の親族・知人」が24.9%となっている。「その他インターネット」も35.5%と高い。他国籍と比べると、「ロンリープラネット」（15.7%）の選択率がやや高い。

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)

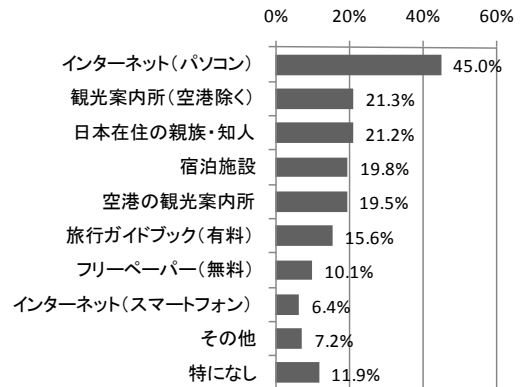


(2) 日本滞在中に得た旅行情報

- 日本滞在中に得た旅行情報で役に立ったものは、①「インターネット(パソコン)」45.0%、②「観光案内所(空港除

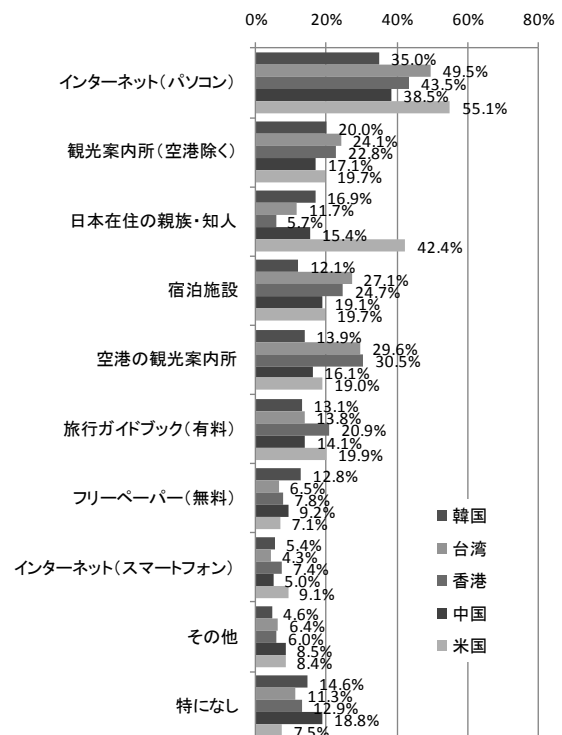
く)」21.3%、③「日本在住の親族・知人」21.2%の順で多い(図表 4-3)。

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(49.5%)と米国(55.1%)での選択率が高い。「日本在住の親族・知人」では米国(42.4%)の高さが目立つ(図表 4-4)。

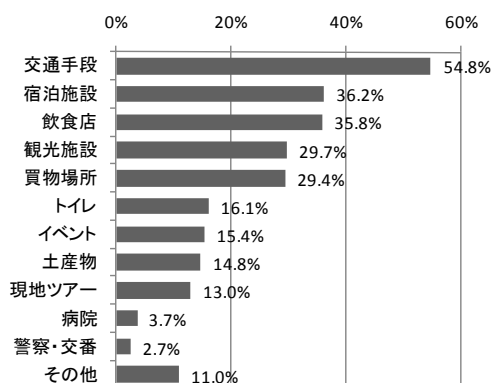
図表 4-4 日本滞在中に得た旅行情報で役に立ったもの(主要国籍別、複数回答)



(3) 日本滞在中にあると便利な情報

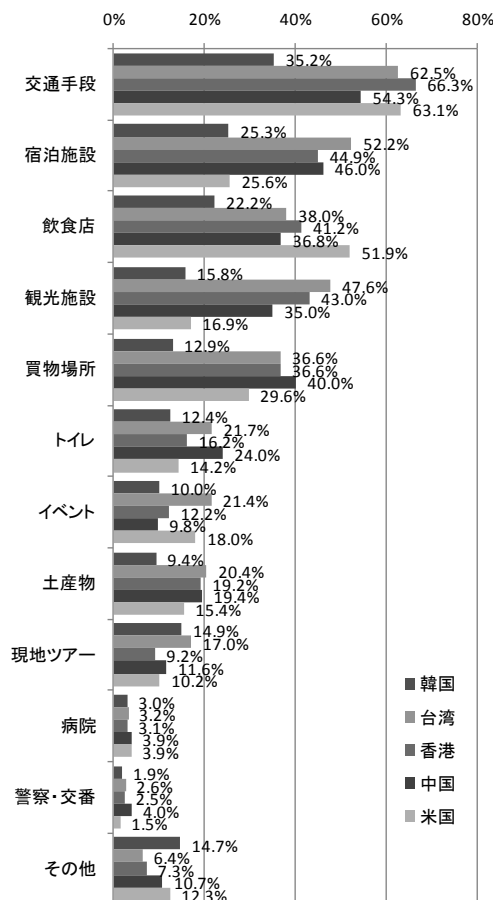
- 日本滞在中にあると便利な情報を尋ねたところ、①「交通手段」が54.8%と圧倒的に多く、次いで②「宿泊施設」36.2%、③「飲食店」35.8%の順で希望する声が多かった(図表4-5)。

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。「宿泊施設」情報は台湾、香港、中国、「飲食店」情報は米国でのニーズが高い。なお、韓国ではどの選択肢も回答率が低い傾向がみられる(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)

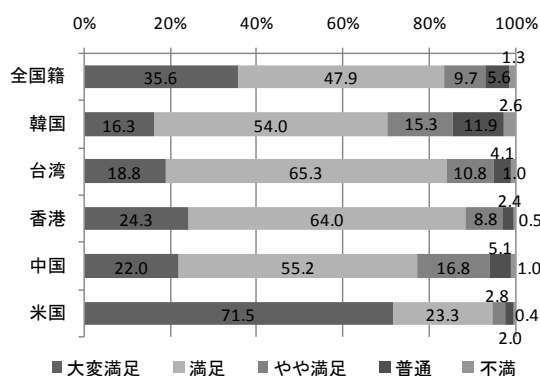


5. 満足度と再訪意向

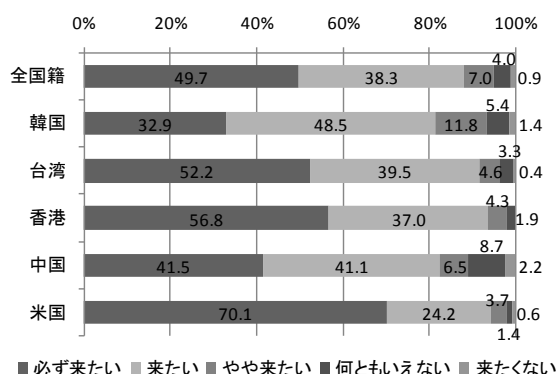
(1) 訪日旅行全体の満足度と再訪意向

- 今回の訪日旅行全体の満足度は「大変満足」35.6%、「満足」47.9%である(図表 5-1)。
- 米国では「大変満足」の割合が71.5%で、主要国籍の中で最も高い。主要国籍以外では、カナダ(69.6%)やオーストラリアで(70.5%)で「大変満足」の割合が高い。
- 再訪意向は「必ず来たい」が49.7%、「来たい」が38.3%である(図表 5-2)。

図表 5-1 訪日旅行の満足度(主要国籍別)



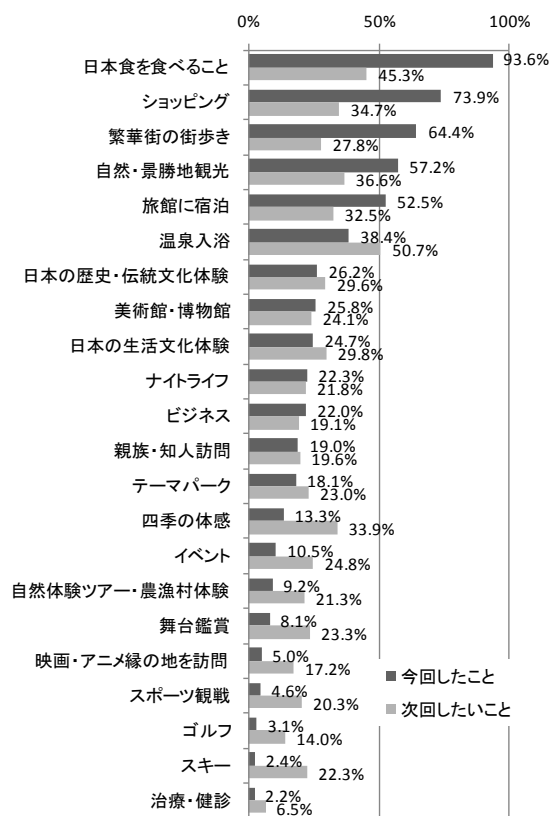
図表 5-2 訪日旅行者の再訪意向(主要国籍別)



(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」93.6%、「ショッピング」73.9%、「繁華街の街歩き」64.4%の順で多い(図表 5-3)。
- 次回実施したいことは、「温泉入浴」50.7%、「日本食を食べること」45.3%、「自然・景勝地観光」36.6%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、「四季の体感」「スポーツ観戦」「舞台鑑賞」などとなっている。

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)

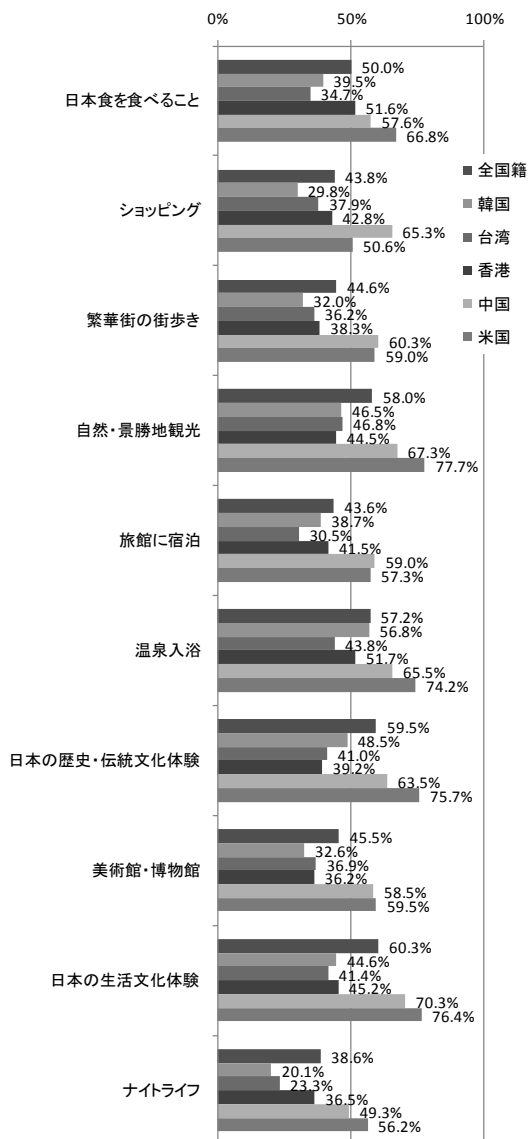


注) この章に示す調査結果は、「訪日外国人消費動向調査」と同時に実施した旅行の満足度や再来訪意向等の意識調査より得られたものである。回答は任意としているため、必ずしも全調査対象者が回答しているとは限らない。なお、この章で示す『全体(全国籍)』の値は、訪日外客数によるウェイトバック集計を行っていない。

(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。活動実施率の上位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60.3%と最も高い。国籍別では、どの活動でも中国と米国での満足度の高さが目立つ(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)



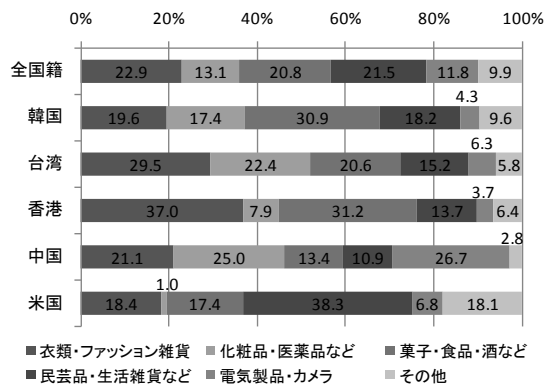
(4) 最も満足した購入商品

- 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」22.9%、「化粧品・医薬品など」13.1%、「菓子・食品・酒など」20.8%、「民芸品・生活雑貨など」21.5%、「電気製品・カメラ」11.8%、「その他」9.9%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
	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」（15.7%）、台湾では「衣類」（17.6%）、香港では「衣類」（21.3%）、中国では「化粧品」（20.6%）、米国では「民芸品・工芸品」（23.4%）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					(%)
	韓国	台湾	香港	中国	米国	
衣類	10.1	17.6	21.3	6.3	9.2	
ファッション雑貨	9.5	11.9	15.7	14.8	9.2	
化粧品	10.5	7.9	6.9	20.6	0.2	
香水	1.6	0.0	0.0	1.0	0.8	
医薬品・健康グッズ	5.3	14.6	1.0	3.3	0.0	
菓子類	15.7	9.6	16.9	6.4	5.3	
その他食品	6.5	6.4	14.1	4.1	6.1	
酒・タバコ類	8.7	4.6	0.2	2.9	6.0	
民芸品・工芸品	4.1	4.4	3.0	2.6	23.4	
生活雑貨	8.6	3.9	4.1	5.3	7.4	
書籍・絵葉書・音楽CD・芸術品	1.5	2.6	2.7	0.6	2.9	
まんが・アニメ・キャラクター関連	3.7	3.9	3.8	2.0	2.5	
スポーツ関連	0.2	0.5	0.2	0.4	2.0	
家電製品	2.2	3.8	1.8	12.9	4.3	
カメラ	2.1	2.5	2.0	13.8	2.6	
その他商品	1.4	3.4	2.7	1.4	1.9	
サービス	2.1	0.8	0.8	0.4	5.9	
その他	6.1	1.7	3.0	1.0	10.3	
合計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	

Ⅱ 平成22年における訪日外国人の消費動向

【国籍別】

(1) 韓国	28
(2) 台湾	30
(3) 香港	32
(4) 中国	34
(5) タイ	36
(6) シンガポール	38
(7) マレーシア	40
(8) インド	42
(9) 英国	44
(10) ドイツ	46
(11) フランス	48
(12) ロシア	50
(13) 米国	52
(14) カナダ	54
(15) オーストラリア	56

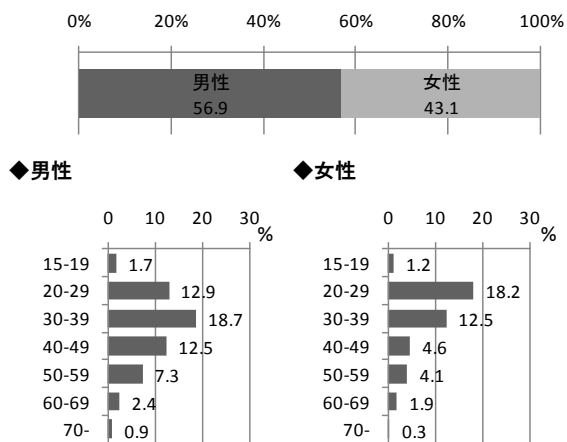
※データ引用（訪日外客数）：日本政府観光局(JNTO)

① 韓国

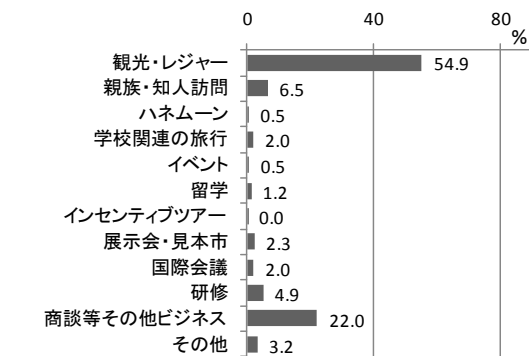
◆訪日外客数 **2,439,816** 人 (前年比 53.8%増、シェア 28.3%)
 ◆1人あたり旅行支出 **80,875** 円/人 ◆平均泊数 **7.5** 泊
 ◆旅行消費額 **1,973** 億円 (シェア 17.2%、重点市場中第 2 位)

● 客層と旅行内容 ●

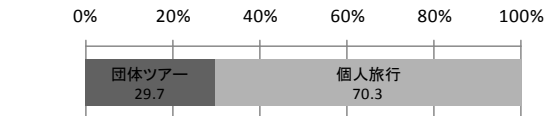
【性年代】



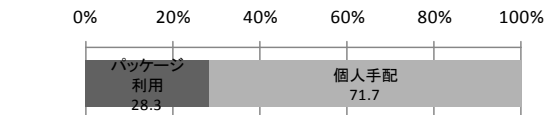
【主な旅行目的】



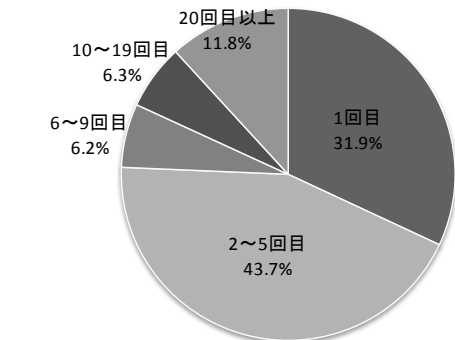
【旅行形態】



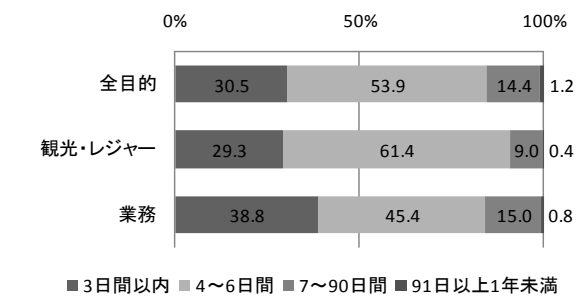
【手配方法】



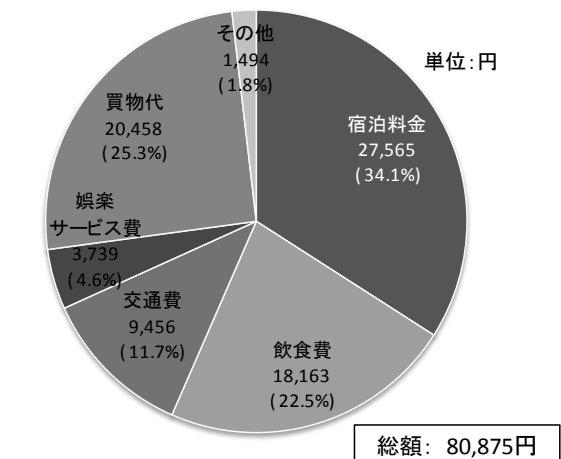
【来訪回数】



【滞在日数】



【旅行支出】



【特徴】

- リピーター比率7割。6日間以内の短期滞在が主流。業務目的では4割が3日間以内。
- 団体比率3割強、パッケージ利用率3割弱で、台湾や中国に比べ低い。
- ビジネス客の旅行支出が高い。人気の商品は「菓子類」で、購入率も高い。

●客層別にみる旅行支出●

(円/人)

客層	費目 旅行 支出額 (総額)	費目別支出額 (カッコ内は構成比)					
		宿泊料金	飲食費	交通費	娯楽 サービス費	買物代	その他
韓国 全体	80,875 (100.0%)	27,565 (34.1%)	18,163 (22.5%)	9,456 (11.7%)	3,739 (4.6%)	20,458 (25.3%)	1,494 (1.8%)
[滞在日数]							
90日以内	77,257 (100.0%)	26,195 (33.9%)	17,407 (22.5%)	8,848 (11.5%)	3,556 (4.6%)	19,754 (25.6%)	1,498 (1.9%)
[来訪目的]							
観光・レジャー	71,534 (100.0%)	21,831 (30.5%)	16,098 (22.5%)	7,705 (10.8%)	3,636 (5.1%)	20,590 (28.8%)	1,675 (2.3%)
初めて	67,959 (100.0%)	19,533 (28.7%)	16,269 (23.9%)	7,919 (11.7%)	3,508 (5.2%)	19,437 (28.6%)	1,292 (1.9%)
2回目以上	74,058 (100.0%)	23,343 (31.5%)	15,943 (21.5%)	7,489 (10.1%)	3,712 (5.0%)	21,607 (29.2%)	1,964 (2.7%)
業務	94,472 (100.0%)	38,494 (40.7%)	20,483 (21.7%)	12,269 (13.0%)	3,055 (3.2%)	19,392 (20.5%)	779 (0.8%)

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

● 買い物ランキング ●

◆購入した費目◆ (複数回答)				◆満足した購入商品◆ (単一回答)		
購入率 順位	費目	購入率 (%)	購入者単価 (円)	順位	商品小区分	回答率 (%)
1位	菓子類	47.3	5,294	1位	菓子類	15.7
2位	その他食料品・飲料・酒・たばこ	38.5	8,847	2位	化粧品	10.5
3位	化粧品・医薬品・トイレットリー	31.0	12,982	3位	衣類	10.1
4位	服(和服以外)・かばん・靴	18.6	19,333	◆買物場所◆ (複数回答)		
5位	マンガ・DVD・アニメ関連商品	4.1	6,062	順位	商品小区分	回答率 (%)
6位	和服(着物)・民芸品	3.7	7,600	1位	空港の免税店	60.1
7位	電気製品(パソコン・音響機器など)	3.4	42,059	2位	スーパー・ショッピングセンター	40.9
8位	カメラ・ビデオカメラ・時計	3.0	22,032	3位	コンビニエンスストア	33.8

● 旅行情報源ランキング ●

◆旅行出発前◆ (複数回答)			◆旅行出発後◆ (複数回答)		
順位	役に立った 旅行情報源	回答率 (%)	順位	役に立った 旅行情報源	回答率 (%)
1位	その他インターネット	34.1	1位	インターネット(パソコン)	35.0
2位	個人のブログ	33.2	2位	観光案内所(空港除く)	20.0
3位	その他旅行ガイドブック	27.3	3位	日本在住の親族・知人	16.9
4位	日本在住の親族・知人	15.2	4位	空港の観光案内所	13.9
5位	旅行会社ホームページ	11.9	5位	旅行ガイドブック(有料)	13.1
6位	旅行会社パンフレット	10.4	6位	フリーペーパー(無料)	12.8
7位	自国の親族・知人	9.4	7位	宿泊施設	12.1
8位	宿泊施設ホームページ	4.9	8位	インターネット(スマートフォン)	5.4

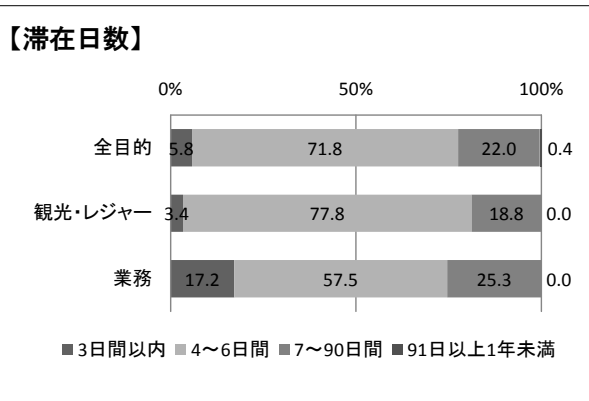
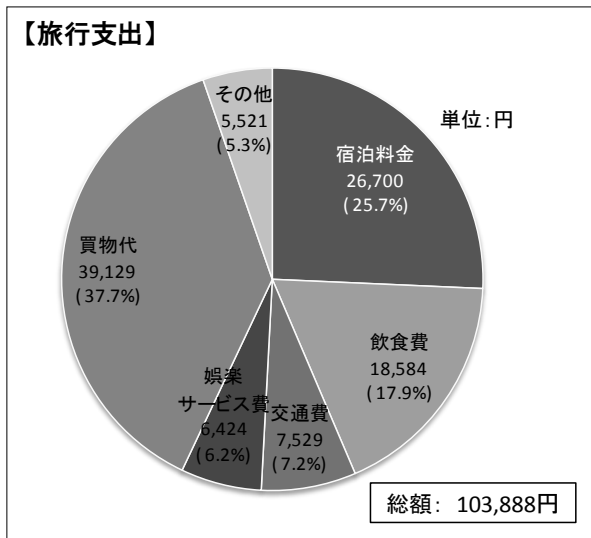
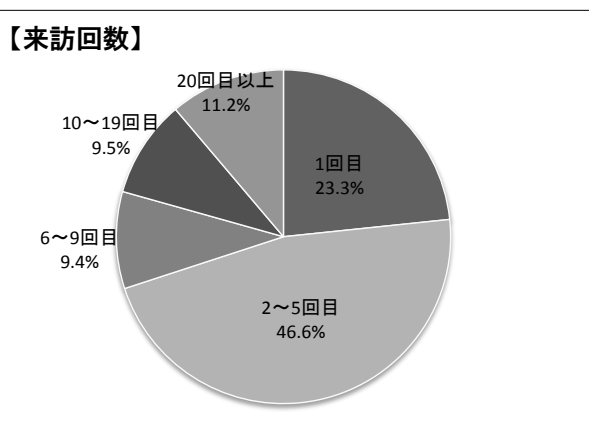
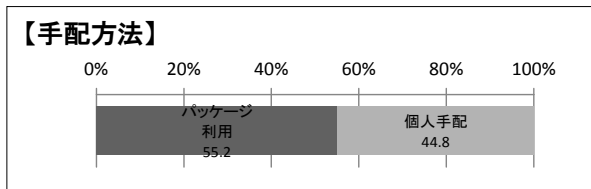
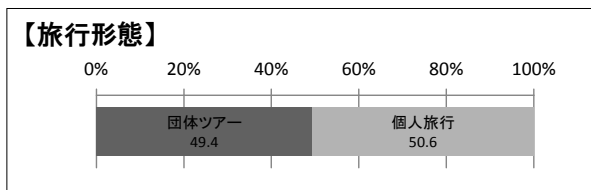
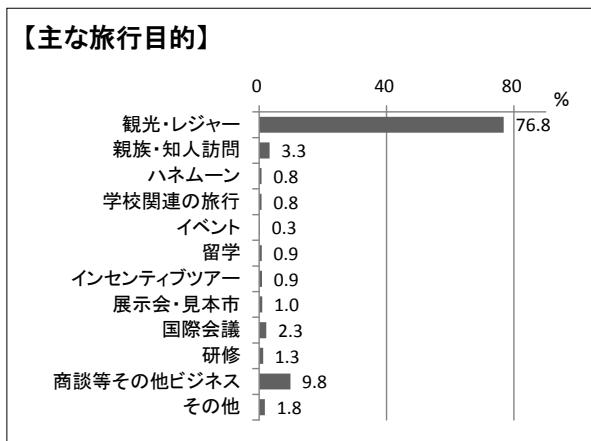
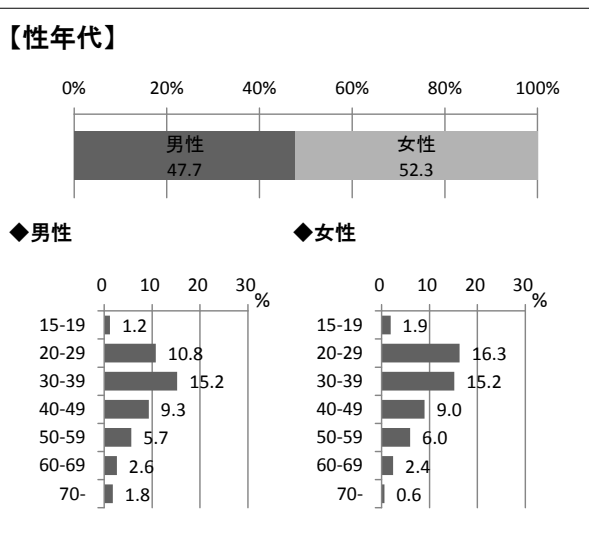
注) 旅行出発前に役に立った旅行情報源のうち、以下の項目が示す範囲は以下の通り。

- ・その他旅行ガイドブック：「ロンリープラネット」「ミシュラン」以外の旅行ガイドブック
- ・その他インターネット：「日本政府観光局」「旅行会社」「宿泊施設」のホームページ、「宿泊予約サイト」「個人のブログ」「YouTube」「Twitter」以外のインターネットサイト

② 台湾

◆訪日外客数 **1,268,278** 人 (前年比 23.8%増、シェア 14.7%)
 ◆1人あたり旅行支出 **103,888** 円/人 ◆平均泊数 **6.8** 泊
 ◆旅行消費額 **1,318** 億円 (シェア 11.5%、重点市場中第 3 位)

● 客層と旅行内容 ●



【特徴】

- 女性が半数以上を占め、特に 20～30 代が多い。リピーター比率が8割近くと高い。
- 観光目的比率が8割弱と高い。団体比率5割、パッケージツアー利用率5割強と高い。
- 観光リピーターの旅行支出が高い。人気の商品は「衣類」や「医薬品・健康グッズ」。

● 客層別にみる旅行支出 ●

(円/人)

客層	費目 旅行支出 (総額)	費目別支出額 (カッコ内は構成比)					
		宿泊料金	飲食費	交通費	娯楽 サービス費	買物代	その他
台湾 全体	103,888 (100.0%)	26,700 (25.7%)	18,584 (17.9%)	7,529 (7.2%)	6,424 (6.2%)	39,129 (37.7%)	5,521 (5.3%)
[滞在日数]							
90日以内	103,159 (100.0%)	26,141 (25.3%)	18,149 (17.6%)	7,556 (7.3%)	6,349 (6.2%)	39,351 (38.1%)	5,613 (5.4%)
[来訪目的]							
観光・レジャー	103,340 (100.0%)	23,953 (23.2%)	18,145 (17.6%)	6,968 (6.7%)	7,053 (6.8%)	40,557 (39.2%)	6,663 (6.4%)
初めて	84,030 (100.0%)	20,511 (24.4%)	15,434 (18.4%)	6,299 (7.5%)	6,123 (7.3%)	33,708 (40.1%)	1,955 (2.3%)
2回目以上	109,957 (100.0%)	24,891 (22.6%)	18,906 (17.2%)	7,121 (6.5%)	7,362 (6.7%)	43,778 (39.8%)	7,898 (7.2%)
業務	93,429 (100.0%)	35,848 (38.4%)	15,354 (16.4%)	10,121 (10.8%)	2,697 (2.9%)	27,151 (29.1%)	2,258 (2.4%)

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

● 買い物ランキング ●

◆購入した費目◆ (複数回答)				◆満足した購入商品◆ (単一回答)		
購入率 順位	費目	購入率 (%)	購入者単価 (円)	順位	商品小区分	回答率 (%)
1位	菓子類	62.2	9,663	1位	衣類	17.6
2位	化粧品・医薬品・トイレットリー	55.6	18,616	2位	医薬品・健康グッズ	14.6
3位	服(和服以外)・かばん・靴	37.2	29,639	3位	ファッション雑貨	11.9
4位	その他食料品・飲料・酒・たばこ	37.1	9,980	◆買物場所◆ (複数回答)		
5位	和服(着物)・民芸品	10.0	10,943	順位	商品小区分	回答率 (%)
6位	マンガ・DVD・アニメ関連商品	6.9	9,640	1位	空港の免税店	75.6
7位	電気製品(パソコン・音響機器など)	6.1	25,773	2位	スーパー・ショッピングセンター	69.5
8位	カメラ・ビデオカメラ・時計	5.1	44,640	3位	百貨店・デパート	65.6

● 旅行情報源ランキング ●

◆旅行出発前◆ (複数回答)			◆旅行出発後◆ (複数回答)		
順位	役に立った 旅行情報源	回答率 (%)	順位	役に立った 旅行情報源	回答率 (%)
1位	個人のブログ	31.8	1位	インターネット(パソコン)	49.5
2位	その他インターネット	26.0	2位	空港の観光案内所	29.6
3位	旅行会社パンフレット	23.9	3位	宿泊施設	27.1
4位	旅行会社ホームページ	20.9	4位	観光案内所(空港除く)	24.1
5位	日本政府観光局ホームページ	16.9	5位	旅行ガイドブック(有料)	13.8
6位	自国の親族・知人	16.4	6位	日本在住の親族・知人	11.7
7位	日本在住の親族・知人	12.1	7位	フリーペーパー(無料)	6.5
8位	宿泊施設ホームページ	10.9	8位	インターネット(スマートフォン)	4.3

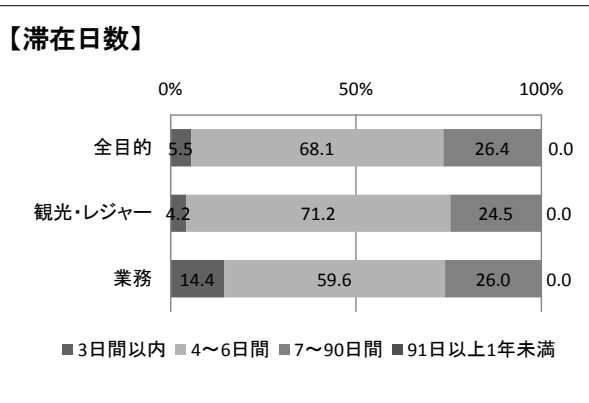
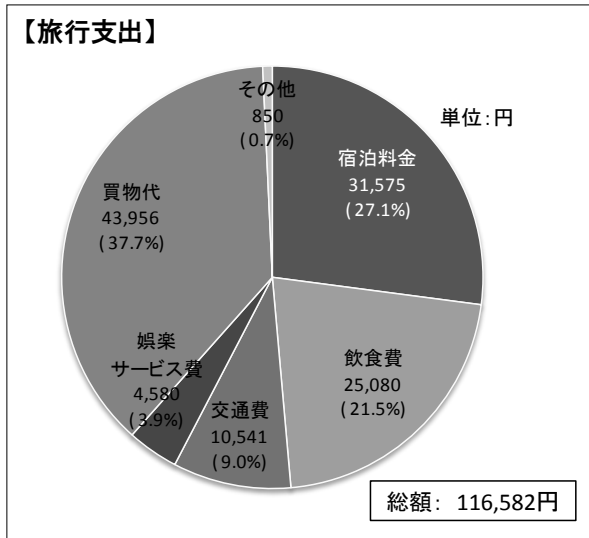
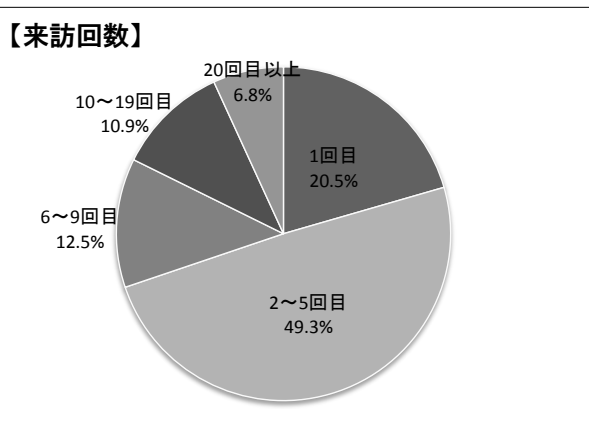
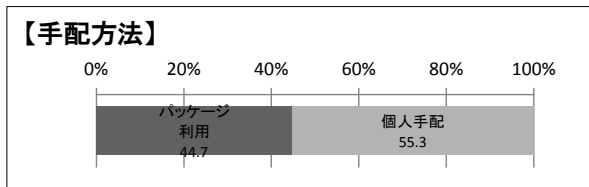
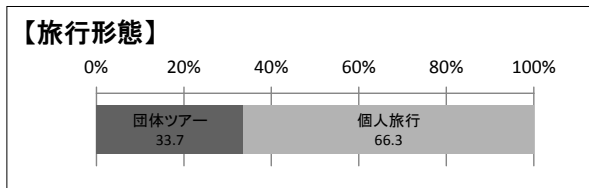
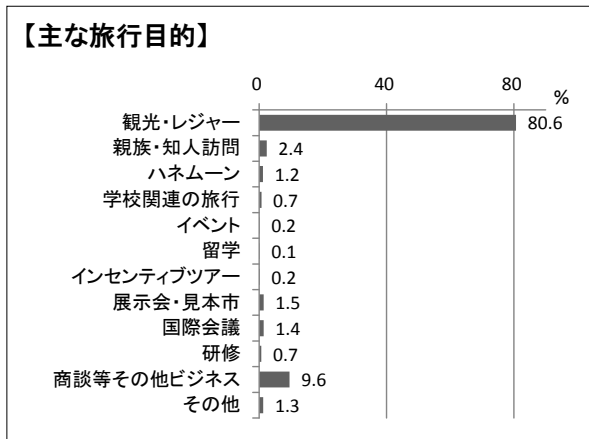
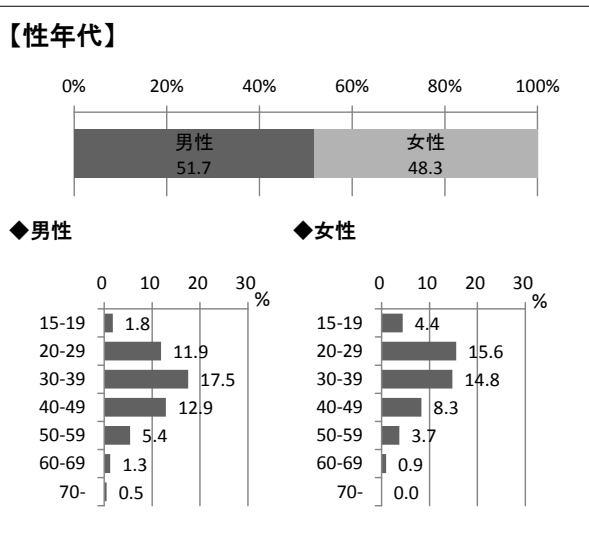
注) 旅行出発前に役に立った旅行情報源のうち、以下の項目が示す範囲は以下の通り。

- ・その他旅行ガイドブック：「ロンリープラネット」「ミシュラン」以外の旅行ガイドブック
- ・その他インターネット：「日本政府観光局」「旅行会社」「宿泊施設」のホームページ、「宿泊予約サイト」「個人のブログ」「YouTube」「Twitter」以外のインターネットサイト

③ 香港

◆訪日外客数 **508,691** 人 (前年比 13.2%増、シェア 5.9%)
 ◆1人あたり旅行支出 **116,582** 円/人 ◆平均泊数 **5.2** 泊
 ◆旅行消費額 **593** 億円 (シェア 5.2%、重点市場中第 5 位)

● 客層と旅行内容 ●



【特徴】

- リピーター比率は8割。6日間以内の短期滞在が7割強を占める。
- 台湾同様、観光目的比率が8割と高いが、団体比率は3割強で台湾に比べ低い。
- ビジネス客に比べ観光客の旅行支出が高い。人気の商品は「衣類」や「菓子類」。

●客層別にみる旅行支出●

(円/人)

客層	費目 旅行支出 (総額)	費目別支出額 (カッコ内は構成比)					
		宿泊料金	飲食費	交通費	娯楽 サービス費	買物代	その他
香港 全体	116,582 (100.0%)	31,575 (27.1%)	25,080 (21.5%)	10,541 (9.0%)	4,580 (3.9%)	43,956 (37.7%)	850 (0.7%)
[滞在日数]							
90日以内	116,242 (100.0%)	31,483 (27.1%)	25,010 (21.5%)	10,552 (9.1%)	4,567 (3.9%)	43,782 (37.7%)	847 (0.7%)
[来訪目的]							
観光・レジャー	118,459 (100.0%)	29,861 (25.2%)	25,590 (21.6%)	10,933 (9.2%)	4,845 (4.1%)	46,328 (39.1%)	901 (0.8%)
初めて	117,056 (100.0%)	27,764 (23.7%)	24,174 (20.7%)	10,001 (8.5%)	5,647 (4.8%)	49,160 (42.0%)	310 (0.3%)
2回目以上	118,849 (100.0%)	30,092 (25.3%)	25,711 (21.6%)	11,067 (9.3%)	4,551 (3.8%)	46,340 (39.0%)	1,089 (0.9%)
業務	104,845 (100.0%)	39,768 (37.9%)	21,106 (20.1%)	8,484 (8.1%)	2,216 (2.1%)	32,532 (31.0%)	740 (0.7%)

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

● 買い物ランキング ●

◆購入した費目◆ (複数回答)				◆満足した購入商品◆ (単一回答)		
購入率 順位	費目	購入率 (%)	購入者単価 (円)	順位	商品小区分	回答率 (%)
1位	菓子類	53.8	12,134	1位	衣類	21.3
2位	服(和服以外)・かばん・靴	45.4	37,380	2位	菓子類	16.9
3位	化粧品・医薬品・トイレットリー	38.4	18,258	3位	ファッション雑貨	15.7
4位	その他食料品・飲料・酒・たばこ	35.8	13,566	◆買物場所◆ (複数回答)		
5位	和服(着物)・民芸品	13.8	12,441	順位	商品小区分	回答率 (%)
6位	マンガ・DVD・アニメ関連商品	8.1	8,322	1位	百貨店・デパート	75.7
7位	カメラ・ビデオカメラ・時計	5.8	31,503	2位	スーパー・ショッピングセンター	68.5
8位	電気製品(パソコン・音響機器など)	4.7	24,339	3位	コンビニエンスストア	63.7

● 旅行情報源ランキング ●

◆旅行出発前◆ (複数回答)			◆旅行出発後◆ (複数回答)		
順位	役に立った 旅行情報源	回答率 (%)	順位	役に立った 旅行情報源	回答率 (%)
1位	その他インターネット	24.2	1位	インターネット(パソコン)	43.5
2位	旅行会社パンフレット	23.3	2位	空港の観光案内所	30.5
3位	その他旅行ガイドブック	22.7	3位	宿泊施設	24.7
4位	日本政府観光局ホームページ	22.4	4位	観光案内所(空港除く)	22.8
5位	旅行会社ホームページ	18.1	5位	旅行ガイドブック(有料)	20.9
6位	個人のブログ	17.6	6位	フリーペーパー(無料)	7.8
7位	宿泊施設ホームページ	14.9	7位	インターネット(スマートフォン)	7.4
8位	自国の親族・知人	13.0	8位	日本在住の親族・知人	5.7

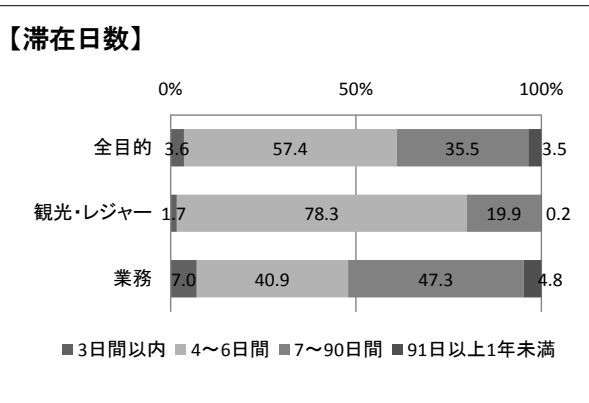
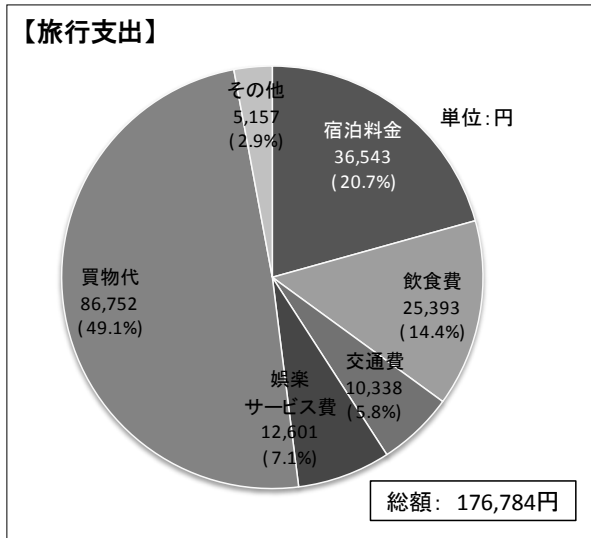
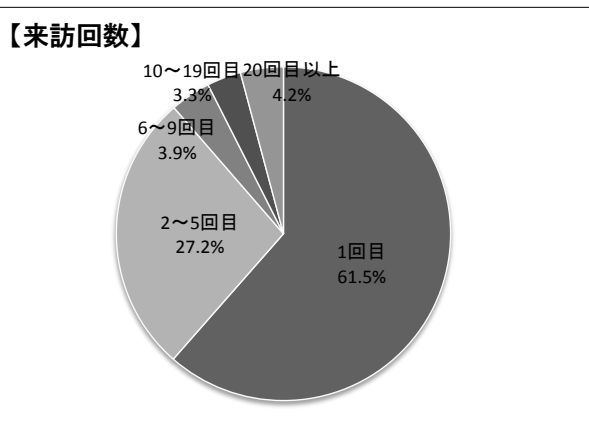
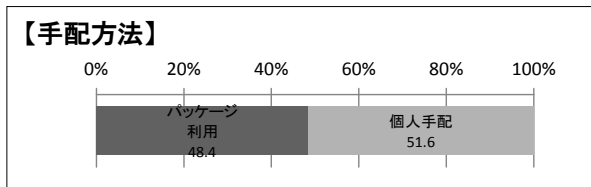
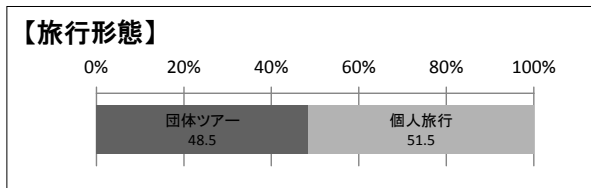
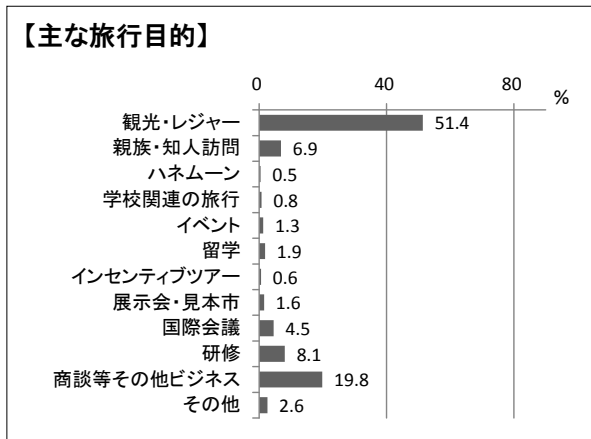
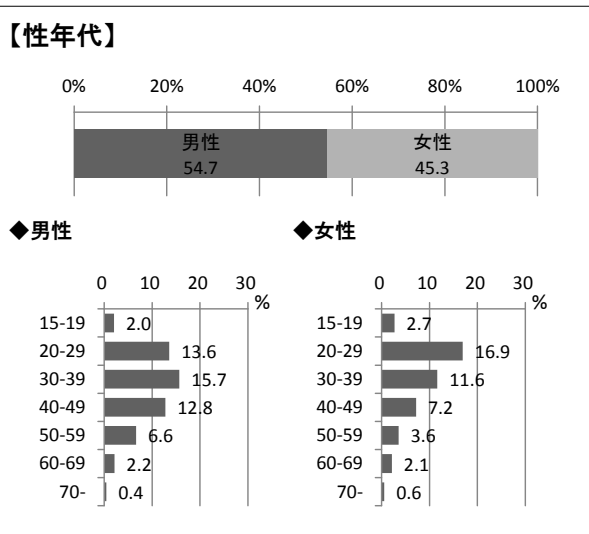
注) 旅行出発前に役に立った旅行情報源のうち、以下の項目が示す範囲は以下の通り。

- ・その他旅行ガイドブック：「ロンリープラネット」「ミシュラン」以外の旅行ガイドブック
- ・その他インターネット：「日本政府観光局」「旅行会社」「宿泊施設」のホームページ、「宿泊予約サイト」「個人のブログ」「YouTube」「Twitter」以外のインターネットサイト

④ 中国

- ◆訪日外客数 **1,412,875** 人 (前年比 40.4%増、シェア 16.4%)
- ◆1人あたり旅行支出 **176,784** 円/人 ◆平均泊数 **18.2** 泊
- ◆旅行消費額 **2,498** 億円 (シェア 21.7%、重点市場中第 1 位)

● 客層と旅行内容 ●



【特徴】

- リピーター比率が4割と低い。観光客は4～6日間が中心だが、ビジネス客は7日以上が半数。
- 台湾や香港に比べ観光目的比率は5割と低いが、団体、パッケージ利用率とも5割と高い。
- 旅行支出総額に占める「買物代」の割合が5割と高い。「化粧品」が人気。

●客層別にみる旅行支出●

(円/人)

客層	費目 旅行支出 (総額)	費目別支出額 (カッコ内は構成比)					
		宿泊料金	飲食費	交通費	娯楽 サービス費	買物代	その他
中国 全体	176,784 (100.0%)	36,543 (20.7%)	25,393 (14.4%)	10,338 (5.8%)	12,601 (7.1%)	86,752 (49.1%)	5,157 (2.9%)
[滞在日数]							
90日以内	169,214 (100.0%)	33,543 (19.8%)	22,442 (13.3%)	10,165 (6.0%)	12,117 (7.2%)	86,677 (51.2%)	4,270 (2.5%)
[来訪目的]							
観光・レジャー	172,065 (100.0%)	27,387 (15.9%)	21,696 (12.6%)	10,113 (5.9%)	13,914 (8.1%)	95,388 (55.4%)	3,566 (2.1%)
初めて	169,661 (100.0%)	26,125 (15.4%)	20,683 (12.2%)	10,142 (6.0%)	14,729 (8.7%)	94,081 (55.5%)	3,901 (2.3%)
2回目以上	180,248 (100.0%)	30,071 (16.7%)	24,391 (13.5%)	10,924 (6.1%)	10,275 (5.7%)	101,874 (56.5%)	2,713 (1.5%)
業務	180,682 (100.0%)	51,454 (28.5%)	27,983 (15.5%)	10,574 (5.9%)	7,611 (4.2%)	78,027 (43.2%)	5,033 (2.8%)

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

● 買い物ランキング ●

◆購入した費目◆ (複数回答)				◆満足した購入商品◆ (単一回答)		
購入率 順位	費目	購入率 (%)	購入者単価 (円)	順位	商品小区分	回答率 (%)
1位	化粧品・医薬品・トイレットリー	64.5	36,127	1位	化粧品	20.6
2位	菓子類	58.2	11,611	2位	ファッション雑貨	14.8
3位	その他食料品・飲料・酒・たばこ	40.1	16,831	3位	カメラ	13.8
4位	服(和服以外)・かばん・靴	29.6	50,832	◆買物場所◆ (複数回答)		
5位	カメラ・ビデオカメラ・時計	29.2	67,229	順位	商品小区分	回答率 (%)
6位	電気製品(パソコン・音響機器など)	21.1	55,652	1位	空港の免税店	78.4
7位	和服(着物)・民芸品	11.6	14,901	2位	百貨店・デパート	65.2
8位	マンガ・DVD・アニメ関連商品	6.4	11,225	3位	スーパー・ショッピングセンター	65.2

● 旅行情報源ランキング ●

◆旅行出発前◆ (複数回答)			◆旅行出発後◆ (複数回答)		
順位	役に立った 旅行情報源	回答率 (%)	順位	役に立った 旅行情報源	回答率 (%)
1位	その他インターネット	27.0	1位	インターネット(パソコン)	38.5
2位	旅行会社パンフレット	21.5	2位	宿泊施設	19.1
3位	旅行会社ホームページ	15.6	3位	観光案内所(空港除く)	17.1
4位	日本在住の親族・知人	15.2	4位	空港の観光案内所	16.1
5位	自国の親族・知人	13.6	5位	日本在住の親族・知人	15.4
6位	個人のブログ	13.2	6位	旅行ガイドブック(有料)	14.1
7位	日本政府観光局ホームページ	9.7	7位	フリーペーパー(無料)	9.2
8位	その他旅行ガイドブック	9.0	8位	インターネット(スマートフォン)	5.0

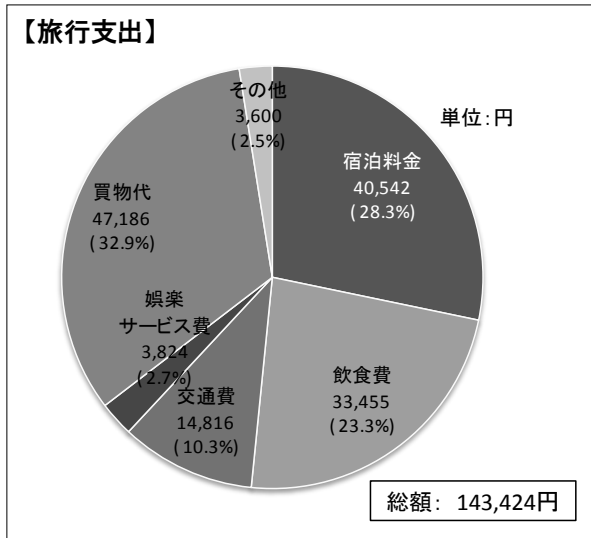
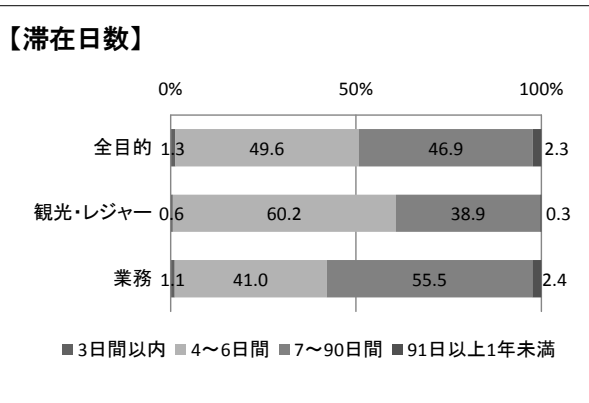
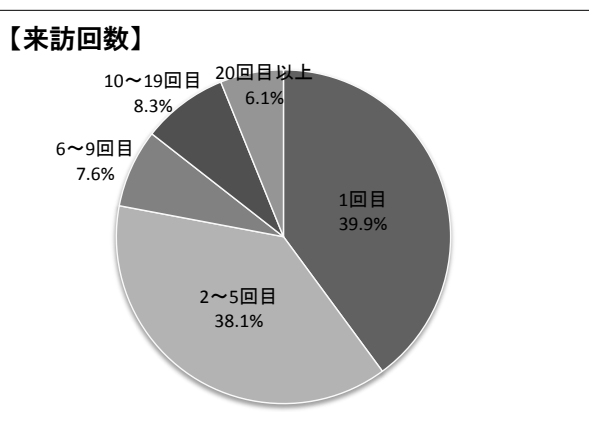
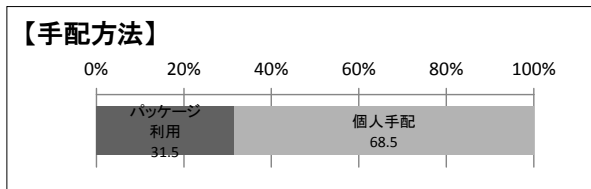
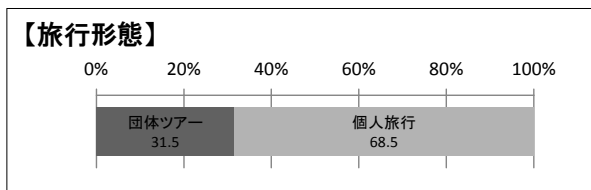
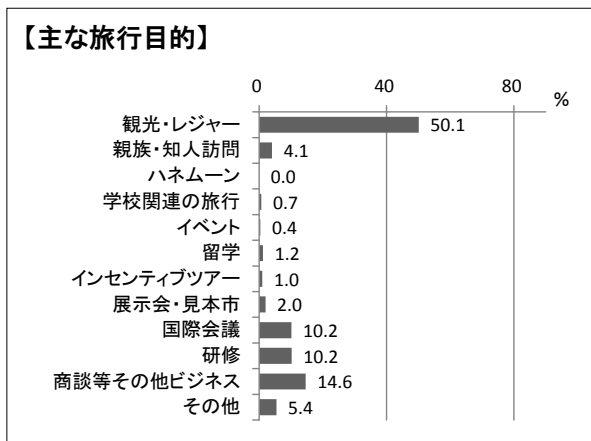
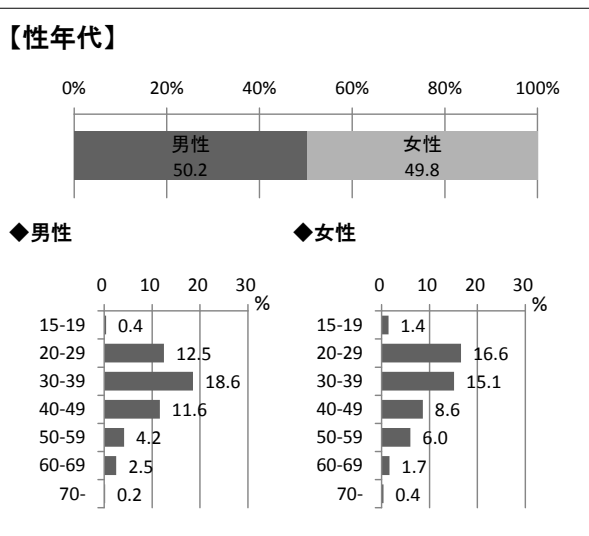
注) 旅行出発前に役に立った旅行情報源のうち、以下の項目が示す範囲は以下の通り。

- ・その他旅行ガイドブック：「ロンリープラネット」「ミシュラン」以外の旅行ガイドブック
- ・その他インターネット：「日本政府観光局」「旅行会社」「宿泊施設」のホームページ、「宿泊予約サイト」「個人のブログ」「YouTube」「Twitter」以外のインターネットサイト

⑤ タイ

- ◆訪日外客数 **214,881** 人 (前年比 21.0%増、シェア 2.5%)
- ◆1人あたり旅行支出 **143,424** 円/人 ◆平均泊数 **15.5** 泊
- ◆旅行消費額 **308** 億円 (シェア 2.7%、重点市場中第 8 位)

● 客層と旅行内容 ●



【特徴】

- リピーター比率6割。来訪目的別では観光客5割、ビジネス客4割弱。
- 観光客の滞在日数は4～6日間が6割。ビジネス客は7日以上が6割。
- 観光リピーターでは「買物代」の割合が4割と高い。人気の商品は「菓子類」。

●客層別にみる旅行支出●

(円/人)

客層	費目 旅行支出 (総額)	費目別支出額 (カッコ内は構成比)					
		宿泊料金	飲食費	交通費	娯楽 サービス費	買物代	その他
タイ 全体	143,424 (100.0%)	40,542 (28.3%)	33,455 (23.3%)	14,816 (10.3%)	3,824 (2.7%)	47,186 (32.9%)	3,600 (2.5%)
[滞在日数]							
90日以内	137,440 (100.0%)	38,898 (28.3%)	31,747 (23.1%)	14,692 (10.7%)	3,013 (2.2%)	45,724 (33.3%)	3,366 (2.4%)
[来訪目的]							
観光・レジャー	149,972 (100.0%)	37,628 (25.1%)	37,268 (24.8%)	17,160 (11.4%)	3,495 (2.3%)	53,469 (35.7%)	953 (0.6%)
初めて	148,663 (100.0%)	41,802 (28.1%)	42,806 (28.8%)	16,771 (11.3%)	2,998 (2.0%)	44,245 (29.8%)	42 (0.0%)
2回目以上	151,204 (100.0%)	34,528 (22.8%)	33,129 (21.9%)	18,024 (11.9%)	3,991 (2.6%)	59,715 (39.5%)	1,817 (1.2%)
業務	147,945 (100.0%)	52,929 (35.8%)	31,414 (21.2%)	14,139 (9.6%)	3,398 (2.3%)	40,394 (27.3%)	5,671 (3.8%)

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

● 買い物ランキング ●

◆購入した費目◆ (複数回答)				◆満足した購入商品◆ (単一回答)		
購入率 順位	費目	購入率 (%)	購入者単価 (円)	順位	商品小区分	回答率 (%)
1位	菓子類	75.9	18,484	1位	菓子類	24.9
2位	服(和服以外)・かばん・靴	42.6	22,601	2位	ファッション雑貨	16.2
3位	化粧品・医薬品・トイレットリー	38.8	18,722	3位	衣類	13.1
4位	その他食料品・飲料・酒・たばこ	30.6	11,685	◆買物場所◆ (複数回答)		
5位	カメラ・ビデオカメラ・時計	15.8	30,737	順位	商品小区分	回答率 (%)
6位	和服(着付)・民芸品	9.7	9,244	1位	スーパー・ショッピングセンター	75.3
7位	電気製品(パソコン・音響機器など)	7.4	32,039	2位	百貨店・デパート	69.3
8位	マンガ・DVD・アニメ関連商品	5.5	12,426	3位	空港の免税店	67.4

● 旅行情報源ランキング ●

◆旅行出発前◆ (複数回答)			◆旅行出発後◆ (複数回答)		
順位	役に立った 旅行情報源	回答率 (%)	順位	役に立った 旅行情報源	回答率 (%)
1位	その他インターネット	34.1	1位	インターネット(パソコン)	31.6
2位	その他旅行ガイドブック	26.7	2位	空港の観光案内所	21.1
3位	日本在住の親族・知人	21.5	3位	日本在住の親族・知人	21.0
4位	旅行会社パンフレット	18.0	4位	観光案内所(空港除く)	20.0
5位	日本政府観光局ホームページ	14.3	5位	宿泊施設	19.0
6位	自国の親族・知人	12.9	6位	インターネット(スマートフォン)	14.8
7位	宿泊施設ホームページ	9.7	7位	フリーペーパー(無料)	13.0
8位	日本政府観光局の案内所	9.4	8位	旅行ガイドブック(有料)	12.6

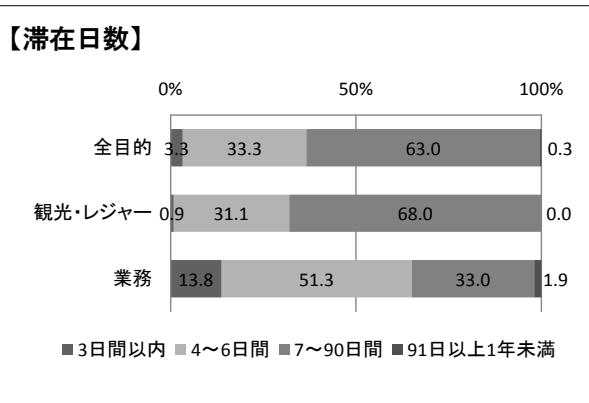
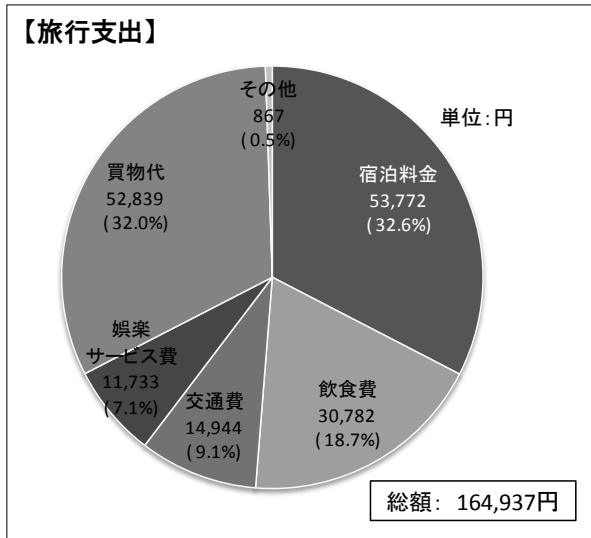
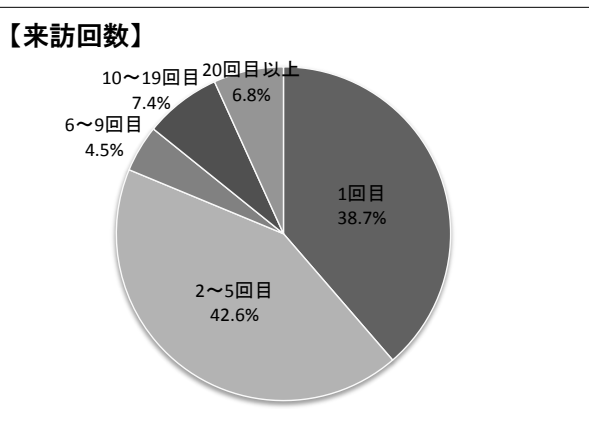
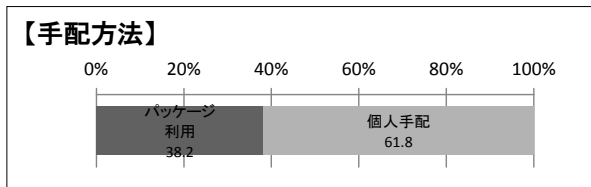
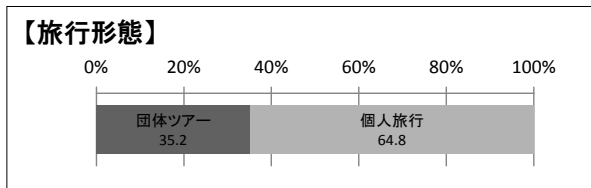
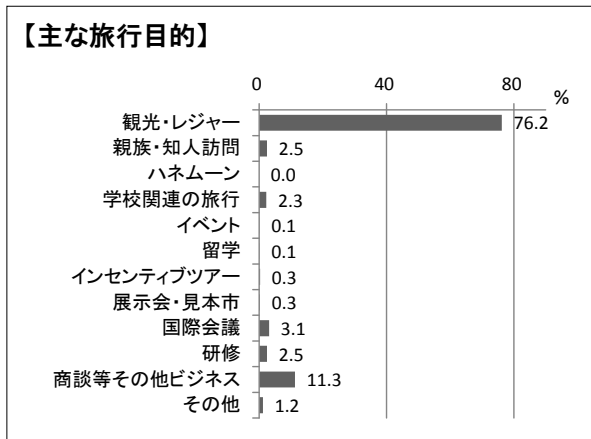
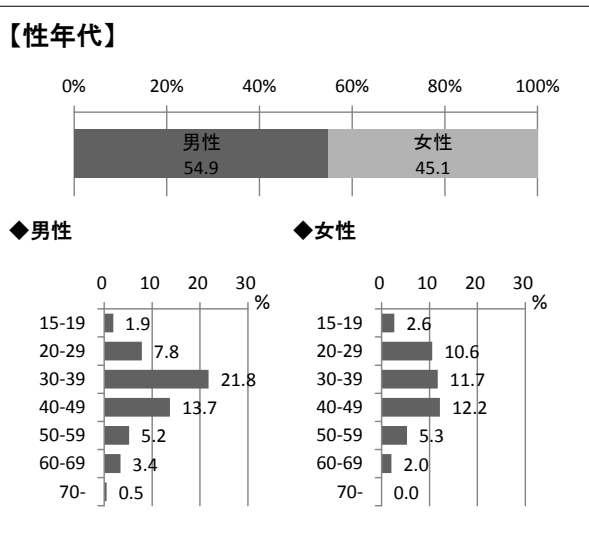
注) 旅行出発前に役に立った旅行情報源のうち、以下の項目が示す範囲は以下の通り。

- ・その他旅行ガイドブック：「ロンリープラネット」「ミシュラン」以外の旅行ガイドブック
- ・その他インターネット：「日本政府観光局」「旅行会社」「宿泊施設」のホームページ、「宿泊予約サイト」「個人のブログ」「YouTube」「Twitter」以外のインターネットサイト

⑥ シンガポール

◆訪日外客数 **180,960** 人 (前年比 24.6%増、シェア 2.1%)
 ◆1人あたり旅行支出 **164,937** 円/人 ◆平均泊数 **7.6** 泊
 ◆旅行消費額 **298** 億円 (シェア 2.6%、重点市場中第 9 位)

● 客層と旅行内容 ●



【特徴】

- リピーター比率6割。来訪目的別では観光客が8割弱と高い割合を占める。
- 滞在日数は7日以上が6割強。ビジネス客は観光客に比べ滞在日数の短い人の割合が高い。
- ビジネス客の旅行支出が高い。「菓子類」の他、「衣類」「ファッション雑貨」が人気。

●客層別にみる旅行支出●

(円/人)

客層	費目 旅行支出 (総額)	費目別支出額 (カッコ内は構成比)					
		宿泊料金	飲食費	交通費	娯楽 サービス費	買物代	その他
シンガポール 全体	164,937 (100.0%)	53,772 (32.6%)	30,782 (18.7%)	14,944 (9.1%)	11,733 (7.1%)	52,839 (32.0%)	867 (0.5%)
[滞在日数]							
90日以内	155,978 (100.0%)	48,833 (31.3%)	28,019 (18.0%)	14,618 (9.4%)	11,692 (7.5%)	51,952 (33.3%)	864 (0.6%)
[来訪目的]							
観光・レジャー	170,293 (100.0%)	49,945 (29.3%)	30,391 (17.8%)	15,204 (8.9%)	14,964 (8.8%)	58,857 (34.6%)	933 (0.5%)
初めて	177,730 (100.0%)	49,758 (28.0%)	34,417 (19.4%)	16,748 (9.4%)	12,416 (7.0%)	64,249 (36.1%)	142 (0.1%)
2回目以上	164,415 (100.0%)	50,259 (30.6%)	27,465 (16.7%)	13,843 (8.4%)	18,525 (11.3%)	52,765 (32.1%)	1,558 (0.9%)
業務	178,678 (100.0%)	85,367 (47.8%)	36,986 (20.7%)	13,490 (7.5%)	1,834 (1.0%)	40,609 (22.7%)	392 (0.2%)

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

● 買い物ランキング ●

◆購入した費目◆ (複数回答)				◆満足した購入商品◆ (単一回答)		
購入率 順位	費目	購入率 (%)	購入者単価 (円)	順位	商品小区分	回答率 (%)
1位	菓子類	65.8	17,332	1位	菓子類	21.7
2位	服(和服以外)・かばん・靴	44.1	46,435	2位	ファッション雑貨	19.5
3位	その他食料品・飲料・酒・たばこ	38.1	15,941	3位	衣類	18.1
4位	化粧品・医薬品・トイレットリー	24.0	14,934	◆買物場所◆ (複数回答)		
5位	和服(着物)・民芸品	12.3	20,560	順位	商品小区分	回答率 (%)
6位	マンガ・DVD・アニメ関連商品	8.1	9,300	1位	スーパー・ショッピングセンター	73.7
7位	電気製品(パソコン・音響機器など)	6.2	26,463	2位	百貨店・デパート	73.4
8位	カメラ・ビデオカメラ・時計	3.2	38,150	3位	空港の免税店	63.4

● 旅行情報源ランキング ●

◆旅行出発前◆ (複数回答)			◆旅行出発後◆ (複数回答)		
順位	役に立った 旅行情報源	回答率 (%)	順位	役に立った 旅行情報源	回答率 (%)
1位	その他インターネット	29.7	1位	インターネット(パソコン)	53.9
2位	日本政府観光局ホームページ	22.6	2位	宿泊施設	29.7
3位	宿泊施設ホームページ	20.9	3位	空港の観光案内所	28.4
4位	旅行会社パンフレット	20.3	4位	観光案内所(空港除く)	24.8
5位	自国の親族・知人	19.6	5位	旅行ガイドブック(有料)	16.6
6位	日本政府観光局の案内所	18.1	6位	日本在住の親族・知人	11.3
7位	個人のブログ	17.5	7位	インターネット(スマートフォン)	7.0
8位	その他旅行ガイドブック	16.9	8位	フリーペーパー(無料)	5.8

注) 旅行出発前に役に立った旅行情報源のうち、以下の項目が示す範囲は以下の通り。

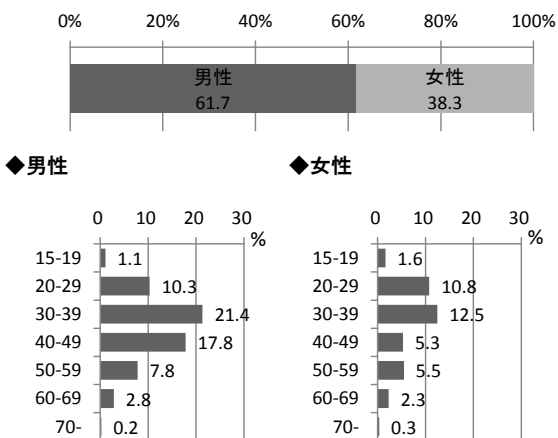
- ・その他旅行ガイドブック：「ロンリープラネット」「ミシュラン」以外の旅行ガイドブック
- ・その他インターネット：「日本政府観光局」「旅行会社」「宿泊施設」のホームページ、「宿泊予約サイト」「個人のブログ」「YouTube」「Twitter」以外のインターネットサイト

⑦ マレーシア

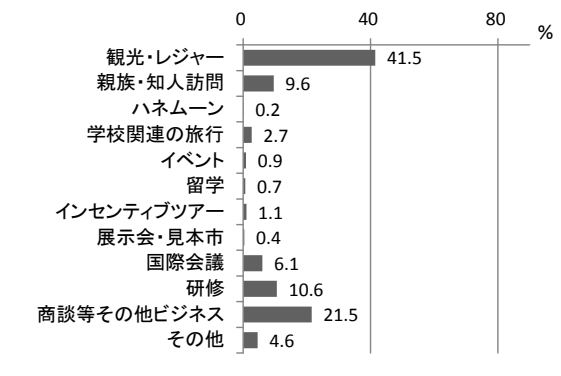
◆訪日外客数 **114,519** 人 (前年比 27.9%増、シェア 1.3%)
 ◆1人あたり旅行支出 **131,075** 円/人 ◆平均泊数 **13.3** 泊
 ◆旅行消費額 **150** 億円 (シェア 1.3%、重点市場中第 13 位)

● 客層と旅行内容 ●

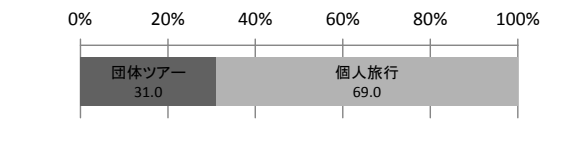
【性年代】



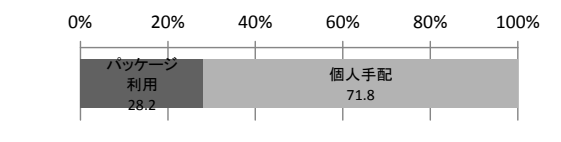
【主な旅行目的】



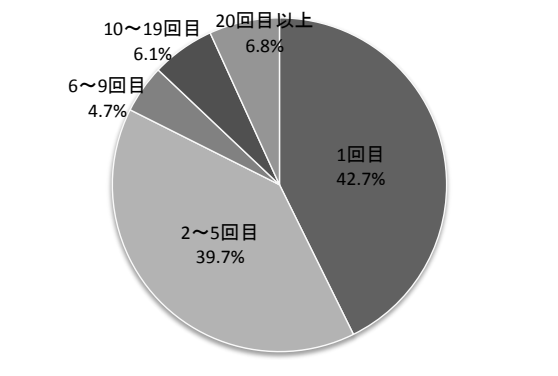
【旅行形態】



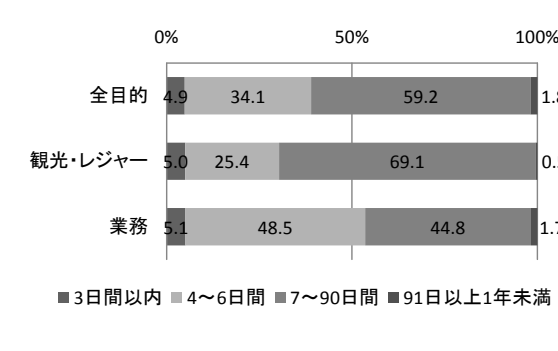
【手配方法】



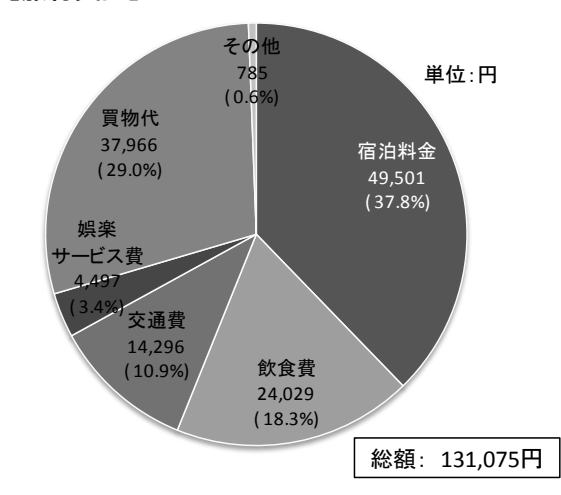
【来訪回数】



【滞在日数】



【旅行支出】



【特徴】

- リピーター比率6割弱。来訪目的別では、観光客4割、ビジネス客4割。
- 滞在日数は7日間以上が主流で、ビジネス客に比べ観光客の方が滞在日数が長い傾向。
- 観光リピーターの旅行支出が高い。人気の商品は「衣類」や「ファッション雑貨」。

●客層別にみる旅行支出●

(円/人)

客層	費目 旅行支出 (総額)	費目別支出額 (カッコ内は構成比)					
		宿泊料金	飲食費	交通費	娯楽 サービス費	買物代	その他
マレーシア 全体	131,075 (100.0%)	49,501 (37.8%)	24,029 (18.3%)	14,296 (10.9%)	4,497 (3.4%)	37,966 (29.0%)	785 (0.6%)
[滞在日数]							
90日以内	127,407 (100.0%)	48,992 (38.5%)	22,574 (17.7%)	13,807 (10.8%)	4,698 (3.7%)	36,546 (28.7%)	789 (0.6%)
[来訪目的]							
観光・レジャー	148,307 (100.0%)	54,324 (36.6%)	28,656 (19.3%)	12,140 (8.2%)	7,703 (5.2%)	44,540 (30.0%)	944 (0.6%)
初めて	117,676 (100.0%)	37,271 (31.7%)	24,589 (20.9%)	11,025 (9.4%)	5,983 (5.1%)	36,972 (31.4%)	1,836 (1.6%)
2回目以上	180,548 (100.0%)	72,812 (40.3%)	33,397 (18.5%)	13,574 (7.5%)	9,659 (5.3%)	51,094 (28.3%)	11 (0.0%)
業務	96,932 (100.0%)	41,440 (42.8%)	16,525 (17.0%)	13,451 (13.9%)	1,680 (1.7%)	23,706 (24.5%)	130 (0.1%)

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

● 買い物ランキング ●

◆購入した費目◆ (複数回答)				◆満足した購入商品◆ (単一回答)		
購入率 順位	費目	購入率 (%)	購入者単価 (円)	順位	商品小区分	回答率 (%)
1位	その他食料品・飲料・酒・たばこ	44.3	8,011	1位	衣類	21.4
2位	菓子類	37.6	12,809	2位	ファッション雑貨	15.5
3位	服(和服以外)・かばん・靴	33.8	38,339	3位	民芸品・工芸品	14.4
4位	和服(着物)・民芸品	26.0	15,877	◆買物場所◆ (複数回答)		
5位	化粧品・医薬品・トイレットリー	12.1	18,175	順位	商品小区分	回答率 (%)
6位	カメラ・ビデオカメラ・時計	11.0	40,895	1位	百貨店・デパート	63.4
7位	電気製品(パソコン・音響機器など)	10.8	26,835	2位	空港の免税店	59.3
8位	マンガ・DVD・アニメ関連商品	7.4	3,801	3位	スーパー・ショッピングセンター	56.7

● 旅行情報源ランキング ●

◆旅行出発前◆ (複数回答)			◆旅行出発後◆ (複数回答)		
順位	役に立った 旅行情報源	回答率 (%)	順位	役に立った 旅行情報源	回答率 (%)
1位	日本在住の親族・知人	42.9	1位	インターネット(パソコン)	55.3
2位	その他インターネット	34.7	2位	日本在住の親族・知人	41.7
3位	日本政府観光局ホームページ	20.4	3位	観光案内所(空港除く)	22.7
4位	旅行会社パンフレット	18.0	4位	宿泊施設	22.5
5位	旅行会社ホームページ	17.3	5位	インターネット(スマートフォン)	13.1
6位	宿泊施設ホームページ	16.2	6位	空港の観光案内所	11.5
7位	自国の親族・知人	14.7	7位	旅行ガイドブック(有料)	11.5
8位	宿泊予約サイト	11.2	8位	フリーペーパー(無料)	10.0

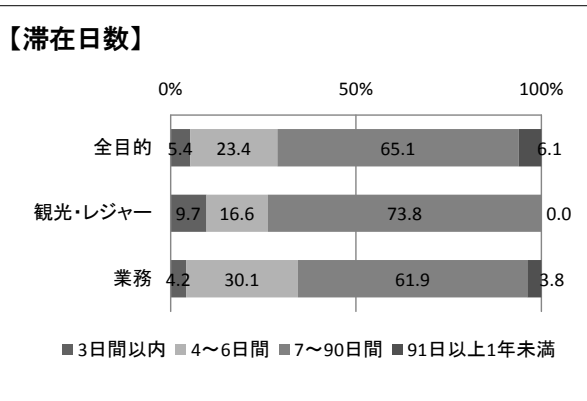
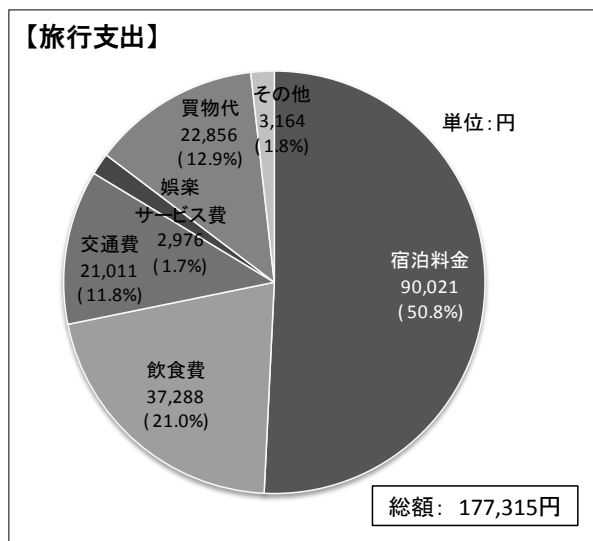
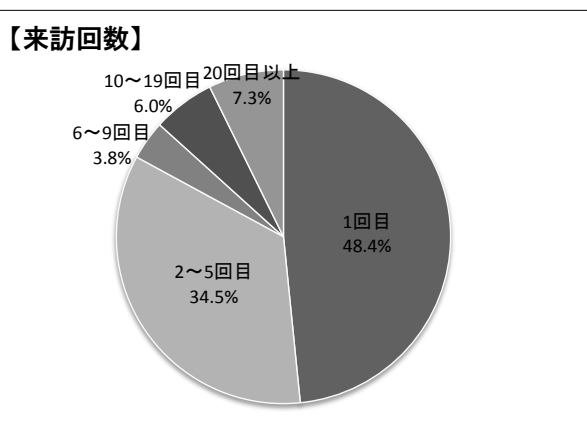
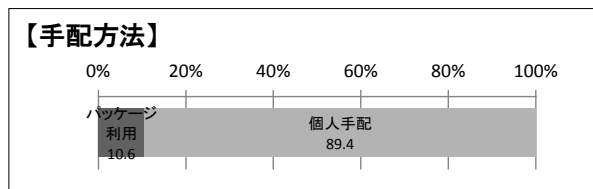
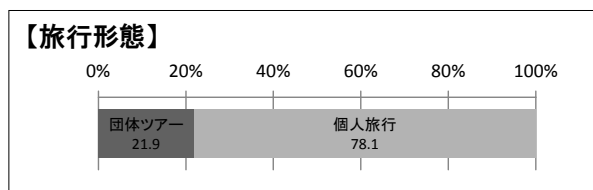
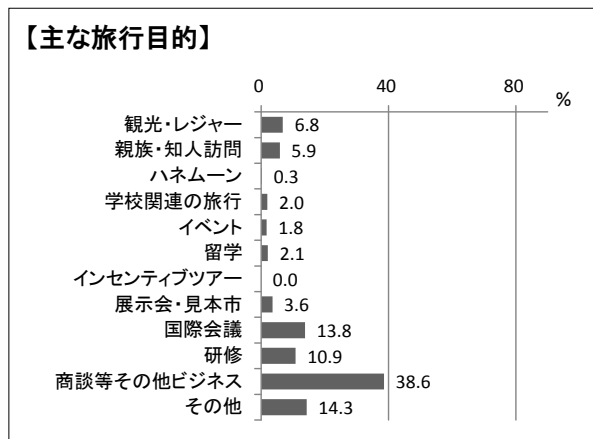
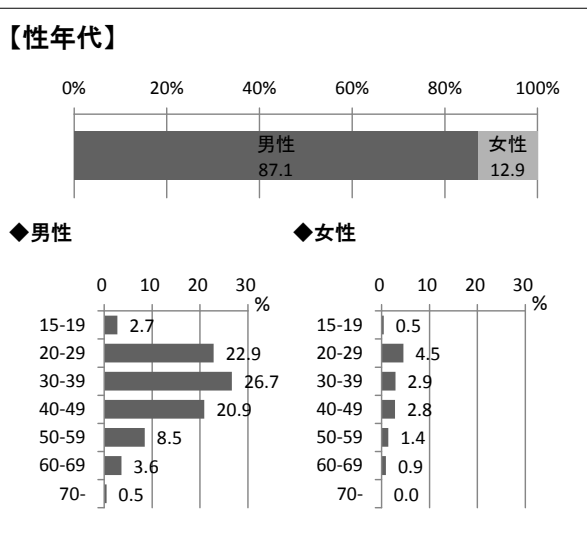
注) 旅行出発前に役に立った旅行情報源のうち、以下の項目が示す範囲は以下の通り。

- ・その他旅行ガイドブック：「ロンリープラネット」「ミシュラン」以外の旅行ガイドブック
- ・その他インターネット：「日本政府観光局」「旅行会社」「宿泊施設」のホームページ、「宿泊予約サイト」「個人のブログ」「YouTube」「Twitter」以外のインターネットサイト

⑧ インド

◆訪日外客数 **66,819** 人 (前年比 13.4%増、シェア 0.8%)
 ◆1人あたり旅行支出 **177,315** 円/人 ◆平均泊数 **24.3** 泊
 ◆旅行消費額 **118** 億円 (シェア 1.0%、重点市場中第 14 位)

● 客層と旅行内容 ●



【特徴】

- 性別では男性が8割以上を占める。観光客は少なく、ビジネス客が中心。
- リピーター比率が5割でアジアの中では低め。滞在日数は7日以上が7割。
- 「宿泊料金」が旅行支出総額の5割を占める。「民芸品・工芸品」や「家電製品」が人気。

●客層別にみる旅行支出●

(円/人)

客層	費目 旅行支出 (総額)	費目別支出額 (カッコ内は構成比)					
		宿泊料金	飲食費	交通費	娯楽 サービス費	買物代	その他
インド 全体	177,315 (100.0%)	90,021 (50.8%)	37,288 (21.0%)	21,011 (11.8%)	2,976 (1.7%)	22,856 (12.9%)	3,164 (1.8%)
[滞在日数]							
90日以内	155,107 (100.0%)	80,217 (51.7%)	30,833 (19.9%)	18,673 (12.0%)	2,504 (1.6%)	19,709 (12.7%)	3,171 (2.0%)
[来訪目的]							
観光・レジャー	144,838 (100.0%)	51,850 (35.8%)	54,483 (37.6%)	15,609 (10.8%)	1,093 (0.8%)	17,504 (12.1%)	4,298 (3.0%)
初めて	141,732 (100.0%)	48,034 (33.9%)	52,701 (37.2%)	17,690 (12.5%)	1,346 (0.9%)	16,630 (11.7%)	5,331 (3.8%)
2回目以上	18,322 (100.0%)	- (0.0%)	- (0.0%)	- (0.0%)	- (0.0%)	18,322 (100.0%)	- (0.0%)
業務	182,697 (100.0%)	102,272 (56.0%)	32,297 (17.7%)	20,787 (11.4%)	3,131 (1.7%)	20,836 (11.4%)	3,373 (1.8%)

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

● 買い物ランキング ●

◆購入した費目◆ (複数回答)				◆満足した購入商品◆ (単一回答)		
購入率 順位	費目	購入率 (%)	購入者単価 (円)	順位	商品小区分	回答率 (%)
1位	菓子類	40.7	7,660	1位	民芸品・工芸品	19.1
2位	その他食料品・飲料・酒・たばこ	30.4	10,722	2位	家電製品	19.0
3位	服(和服以外)・かばん・靴	19.7	13,045	3位	ファッション雑貨	11.5
4位	カメラ・ビデオカメラ・時計	16.1	31,750	◆買物場所◆ (複数回答)		
5位	和服(着物)・民芸品	15.3	9,942	順位	商品小区分	回答率 (%)
6位	電気製品(パソコン・音響機器など)	12.4	21,891	1位	スーパー・ショッピングセンター	47.8
7位	化粧品・医薬品・トイレタリー	9.6	11,741	2位	百貨店・デパート	41.8
8位	マンガ・DVD・アニメ関連商品	3.3	6,270	3位	コンビニエンスストア	40.0

● 旅行情報源ランキング ●

◆旅行出発前◆ (複数回答)			◆旅行出発後◆ (複数回答)		
順位	役に立った 旅行情報源	回答率 (%)	順位	役に立った 旅行情報源	回答率 (%)
1位	その他インターネット	35.6	1位	インターネット(パソコン)	52.3
2位	日本在住の親族・知人	32.5	2位	日本在住の親族・知人	40.0
3位	自国の親族・知人	15.9	3位	空港の観光案内所	20.4
4位	宿泊施設ホームページ	14.9	4位	宿泊施設	18.1
5位	日本政府観光局ホームページ	10.4	5位	観光案内所(空港除く)	16.7
6位	その他旅行ガイドブック	8.5	6位	旅行ガイドブック(有料)	11.2
7位	旅行会社パンフレット	7.8	7位	フリーペーパー(無料)	8.5
8位	日本政府観光局の案内所	7.0	8位	インターネット(スマートフォン)	5.2

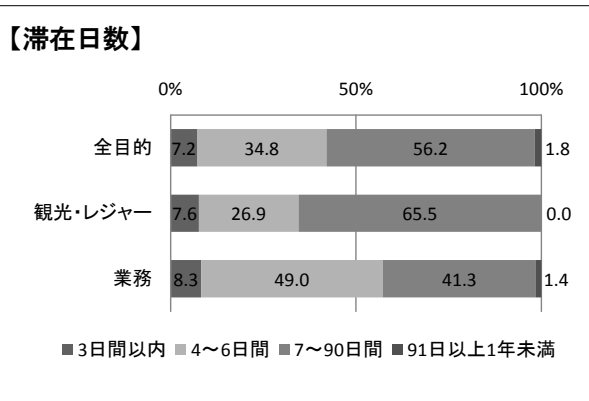
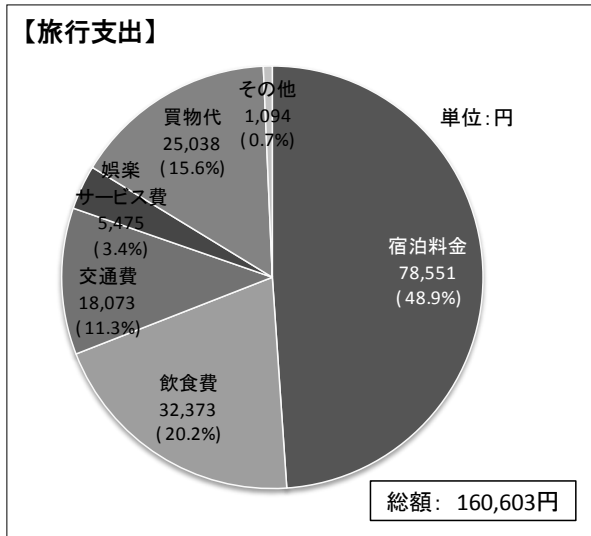
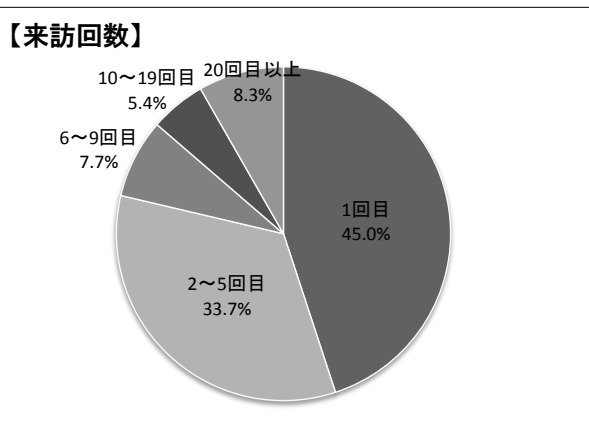
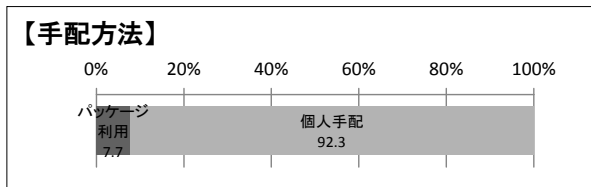
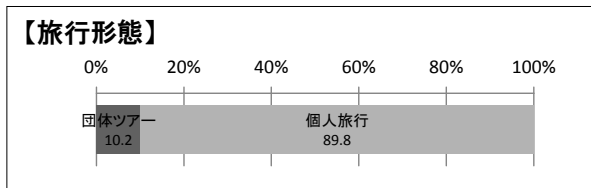
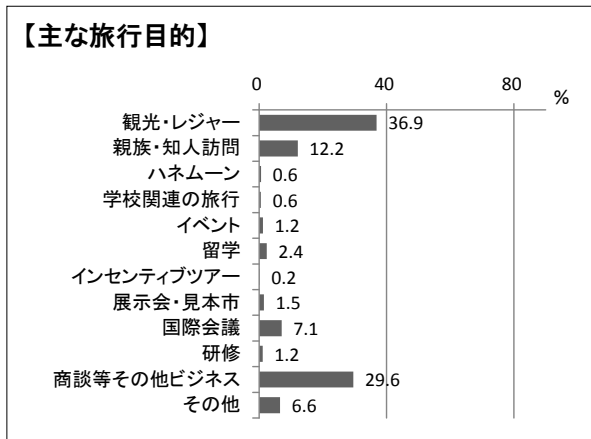
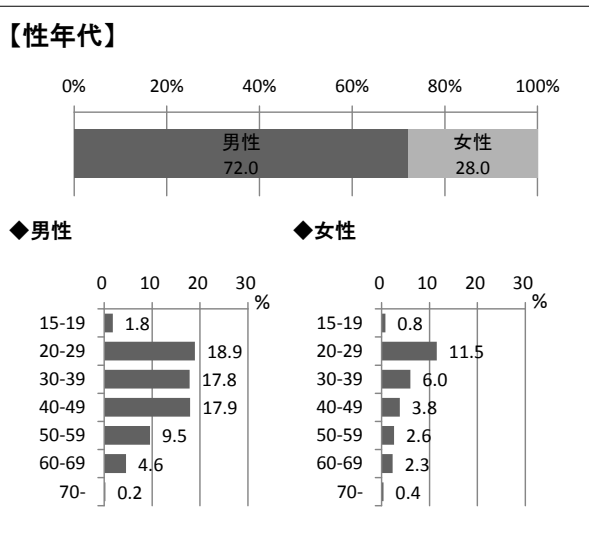
注) 旅行出発前に役に立った旅行情報源のうち、以下の項目が示す範囲は以下の通り。

- ・その他旅行ガイドブック：「ロンリープラネット」「ミシュラン」以外の旅行ガイドブック
- ・その他インターネット：「日本政府観光局」「旅行会社」「宿泊施設」のホームページ、「宿泊予約サイト」「個人のブログ」「YouTube」「Twitter」以外のインターネットサイト

⑨ 英国

◆訪日外客数 **184,045** 人 (前年比 1.4%増、シェア 2.1%)
 ◆1人あたり旅行支出 **160,603** 円/人 ◆平均泊数 **13.0** 泊
 ◆旅行消費額 **296** 億円 (シェア 2.6%、重点市場中第 10 位)

● 客層と旅行内容 ●



【特徴】

- リピーター比率55%。来訪目的別では観光客4割弱、ビジネス客4割。
- 観光客の滞在日数は7日以上が主流。団体割合、パッケージ利用率とも1割と低い。
- ビジネス客や観光初来訪者の旅行支出が高い。人気の商品は「民芸品・工芸品」。

●客層別にみる旅行支出●

(円/人)

客層	費目 旅行支出 (総額)	費目別支出額 (カッコ内は構成比)					
		宿泊料金	飲食費	交通費	娯楽 サービス費	買物代	その他
英国 全体	160,603 (100.0%)	78,551 (48.9%)	32,373 (20.2%)	18,073 (11.3%)	5,475 (3.4%)	25,038 (15.6%)	1,094 (0.7%)
[滞在日数]							
90日以内	143,095 (100.0%)	67,154 (46.9%)	30,462 (21.3%)	17,145 (12.0%)	3,864 (2.7%)	23,407 (16.4%)	1,065 (0.7%)
[来訪目的]							
観光・レジャー	160,560 (100.0%)	70,341 (43.8%)	29,001 (18.1%)	24,892 (15.5%)	6,346 (4.0%)	28,928 (18.0%)	1,052 (0.7%)
初めて	165,911 (100.0%)	74,309 (44.8%)	30,710 (18.5%)	27,431 (16.5%)	7,222 (4.4%)	25,115 (15.1%)	1,123 (0.7%)
2回目以上	146,885 (100.0%)	61,002 (41.5%)	24,775 (16.9%)	16,924 (11.5%)	3,847 (2.6%)	39,478 (26.9%)	858 (0.6%)
業務	167,145 (100.0%)	96,292 (57.6%)	36,210 (21.7%)	15,680 (9.4%)	1,217 (0.7%)	16,273 (9.7%)	1,473 (0.9%)

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

● 買い物ランキング ●

◆購入した費目◆ (複数回答)				◆満足した購入商品◆ (単一回答)		
購入率 順位	費目	購入率 (%)	購入者単価 (円)	順位	商品小区分	回答率 (%)
1位	その他食料品・飲料・酒・たばこ	41.8	17,823	1位	民芸品・工芸品	19.2
2位	菓子類	28.4	6,742	2位	ファッション雑貨	10.0
3位	和服(着物)・民芸品	20.0	17,525	3位	衣類	9.7
4位	服(和服以外)・かばん・靴	15.2	18,579	◆買物場所◆ (複数回答)		
5位	マンガ・DVD・アニメ関連商品	9.9	8,769	順位	商品小区分	回答率 (%)
6位	化粧品・医薬品・トイレタリー	8.3	7,434	1位	百貨店・デパート	49.1
7位	カメラ・ビデオカメラ・時計	6.9	54,218	2位	コンビニエンスストア	47.4
8位	電気製品(パソコン・音響機器など)	4.8	20,433	3位	スーパー・ショッピングセンター	46.3

● 旅行情報源ランキング ●

◆旅行出発前◆ (複数回答)			◆旅行出発後◆ (複数回答)		
順位	役に立った 旅行情報源	回答率 (%)	順位	役に立った 旅行情報源	回答率 (%)
1位	日本在住の親族・知人	42.2	1位	インターネット(パソコン)	56.0
2位	ロンリープラネット	35.9	2位	日本在住の親族・知人	36.5
3位	その他インターネット	31.4	3位	旅行ガイドブック(有料)	30.1
4位	その他旅行ガイドブック	21.9	4位	観光案内所(空港除く)	25.7
5位	自国の親族・知人	20.4	5位	宿泊施設	21.0
6位	宿泊施設ホームページ	18.3	6位	空港の観光案内所	17.5
7位	日本政府観光局ホームページ	11.5	7位	インターネット(スマートフォン)	8.0
8位	日本政府観光局の案内所	11.2	8位	フリーペーパー(無料)	6.1

注) 旅行出発前に役に立った旅行情報源のうち、以下の項目が示す範囲は以下の通り。

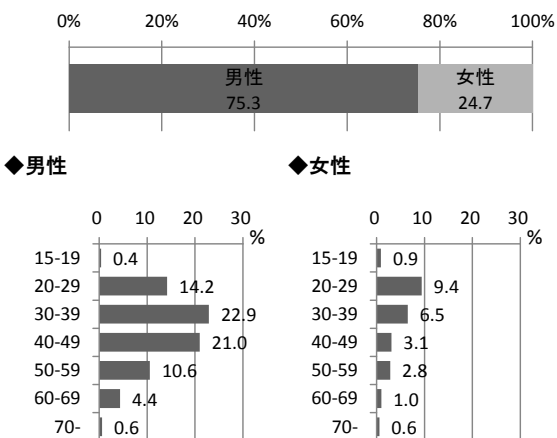
- ・その他旅行ガイドブック：「ロンリープラネット」「ミシュラン」以外の旅行ガイドブック
- ・その他インターネット：「日本政府観光局」「旅行会社」「宿泊施設」のホームページ、「宿泊予約サイト」「個人のブログ」「YouTube」「Twitter」以外のインターネットサイト

⑩ ドイツ

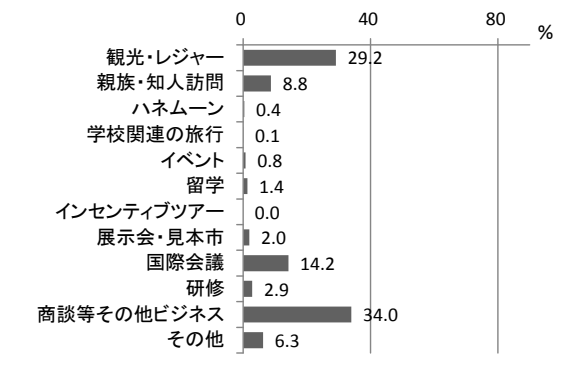
- ◆訪日外客数 **124,360** 人 (シェア1.4%、前年比12.3%増)
- ◆1人あたり旅行支出 **160,505** 円/人 ◆平均泊数 **15.1** 泊
- ◆旅行消費額 **200** 億円 (シェア1.7%、重点市場中第11位)

● 客層と旅行内容 ●

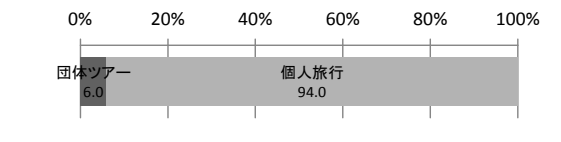
【性年代】



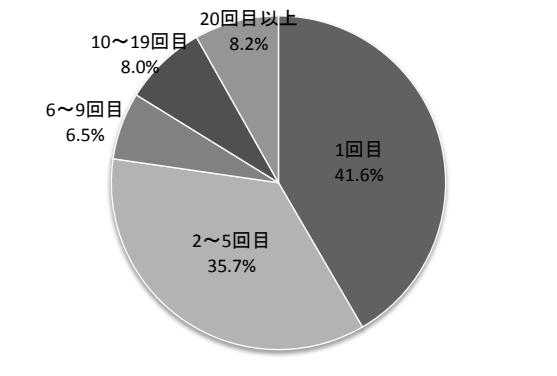
【主な旅行目的】



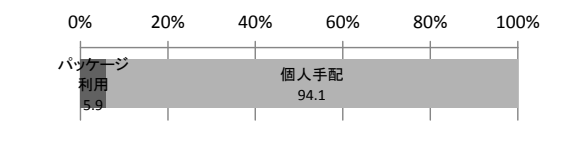
【旅行形態】



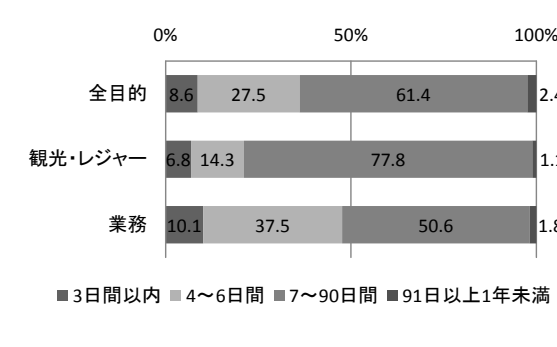
【来訪回数】



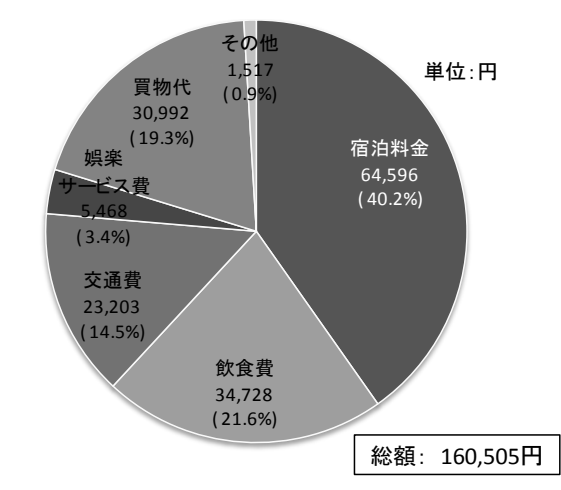
【手配方法】



【滞在日数】



【旅行支出】



【特徴】

- リピーター比率6割。来訪目的別では、観光客3割に対し、ビジネス客が5割強と多い。
- 滞在日数は7日間以上が6割強。団体比率、パッケージツアー利用率とも1割未満。
- 観光リピーターの旅行支出が高い。人気の商品は「民芸品・工芸品」や「ファッション雑貨」。

●客層別にみる旅行支出●

(円/人)

客層	費目 旅行支出 (総額)	費目別支出額 (カッコ内は構成比)					
		宿泊料金	飲食費	交通費	娯楽 サービス費	買物代	その他
ドイツ 全体	160,505 (100.0%)	64,596 (40.2%)	34,728 (21.6%)	23,203 (14.5%)	5,468 (3.4%)	30,992 (19.3%)	1,517 (0.9%)
[滞在日数]							
90日以内	150,955 (100.0%)	62,455 (41.4%)	32,698 (21.7%)	22,704 (15.0%)	3,224 (2.1%)	28,333 (18.8%)	1,541 (1.0%)
[来訪目的]							
観光・レジャー	166,491 (100.0%)	62,972 (37.8%)	45,099 (27.1%)	29,761 (17.9%)	4,652 (2.8%)	22,809 (13.7%)	1,199 (0.7%)
初めて	165,434 (100.0%)	65,300 (39.5%)	44,992 (27.2%)	28,357 (17.1%)	3,805 (2.3%)	22,048 (13.3%)	931 (0.6%)
2回目以上	168,798 (100.0%)	59,533 (35.3%)	46,341 (27.5%)	31,553 (18.7%)	5,840 (3.5%)	24,427 (14.5%)	1,104 (0.7%)
業務	133,520 (100.0%)	62,502 (46.8%)	28,775 (21.6%)	19,039 (14.3%)	2,976 (2.2%)	18,394 (13.8%)	1,834 (1.4%)

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

● 買い物ランキング ●

◆購入した費目◆ (複数回答)				◆満足した購入商品◆ (単一回答)		
購入率 順位	費目	購入率 (%)	購入者単価 (円)	順位	商品小区分	回答率 (%)
1位	その他食料品・飲料・酒・たばこ	41.4	14,070	1位	民芸品・工芸品	18.3
2位	菓子類	33.7	6,506	2位	ファッション雑貨	10.0
3位	和服(着物)・民芸品	15.4	15,057	3位	その他食品	9.6
4位	服(和服以外)・かばん・靴	15.1	93,780	◆買物場所◆ (複数回答)		
5位	マンガ・DVD・アニメ関連商品	8.7	4,914	順位	商品小区分	回答率 (%)
6位	化粧品・医薬品・トイレットリー	7.4	7,159	1位	スーパー・ショッピングセンター	49.7
7位	電気製品(パソコン・音響機器など)	6.3	15,974	2位	百貨店・デパート	45.8
8位	カメラ・ビデオカメラ・時計	2.0	15,589	3位	空港の免税店	37.6

● 旅行情報源ランキング ●

◆旅行出発前◆ (複数回答)			◆旅行出発後◆ (複数回答)		
順位	役に立った 旅行情報源	回答率 (%)	順位	役に立った 旅行情報源	回答率 (%)
1位	その他インターネット	37.4	1位	インターネット(パソコン)	51.3
2位	その他旅行ガイドブック	29.9	2位	日本在住の親族・知人	26.8
3位	日本在住の親族・知人	25.9	3位	観光案内所(空港除く)	19.9
4位	宿泊施設ホームページ	21.7	4位	宿泊施設	19.0
5位	自国の親族・知人	19.7	5位	空港の観光案内所	12.4
6位	ロンリープラネット	15.7	6位	旅行ガイドブック(有料)	11.4
7位	YouTube	9.0	7位	インターネット(スマートフォン)	10.7
8位	宿泊予約サイト	8.7	8位	フリーペーパー(無料)	6.6

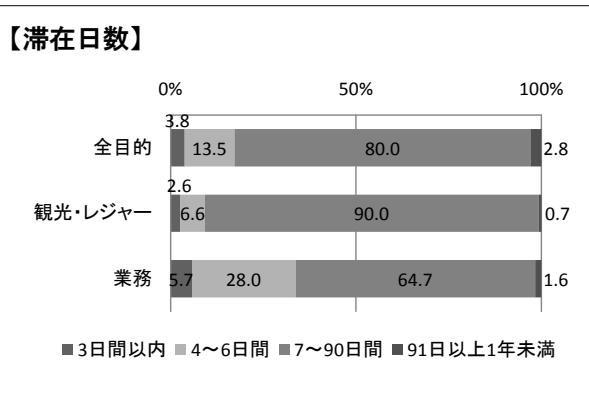
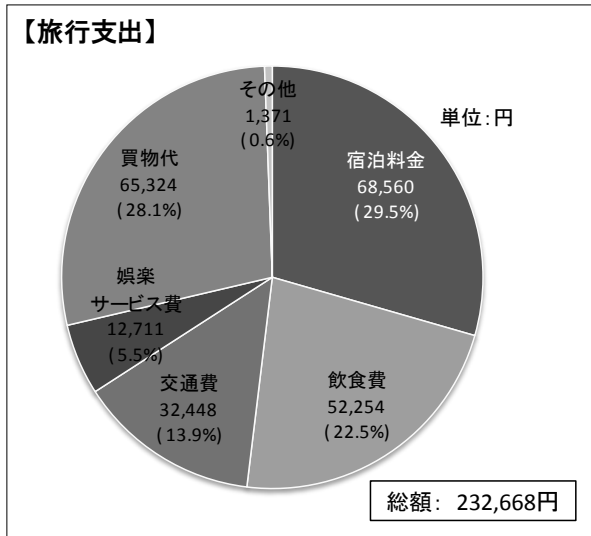
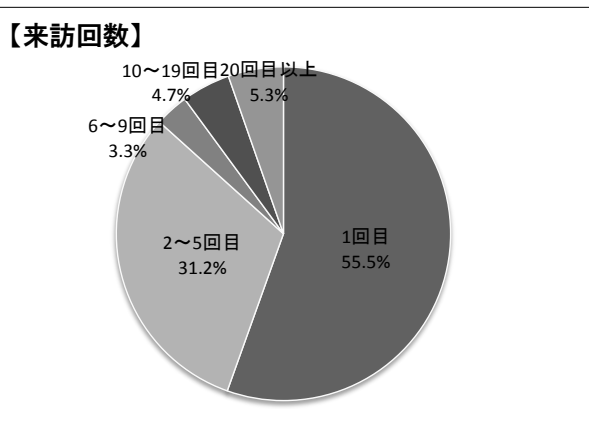
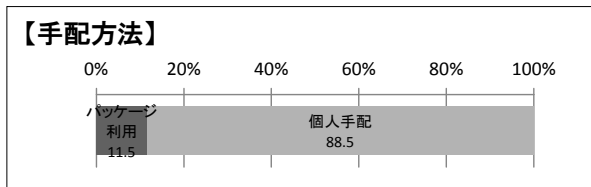
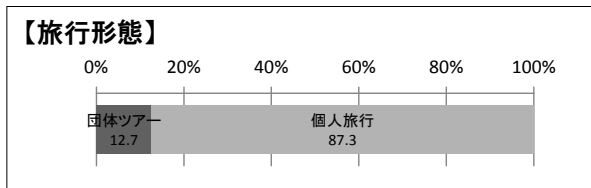
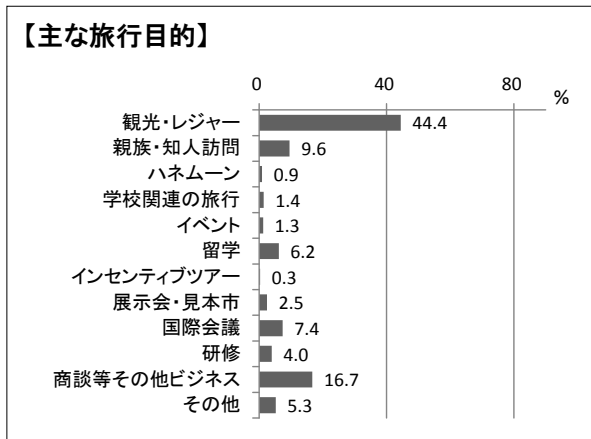
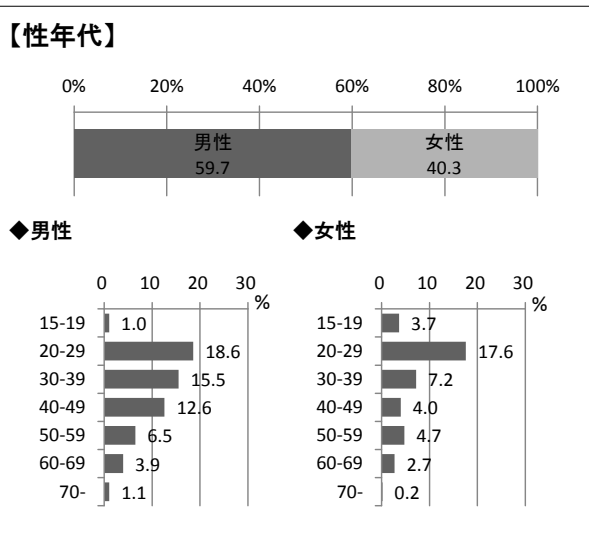
注) 旅行出発前に役に立った旅行情報源のうち、以下の項目が示す範囲は以下の通り。

- ・その他旅行ガイドブック：「ロンリープラネット」「ミシュラン」以外の旅行ガイドブック
- ・その他インターネット：「日本政府観光局」「旅行会社」「宿泊施設」のホームページ、「宿泊予約サイト」「個人のブログ」「YouTube」「Twitter」以外のインターネットサイト

⑪ フランス

- ◆訪日外客数 **151,011** 人 (シェア 1.8%、前年比 6.9%増)
- ◆1人あたり旅行支出 **232,668** 円/人 ◆平均泊数 **21.4** 泊
- ◆旅行消費額 **351** 億円 (シェア 3.1%、重点市場中第 7 位)

● 客層と旅行内容 ●



【特徴】

- リピーター比率が5割未満で、英国やドイツに比べ低い。観光客の割合が4割強。
- 滞在日数は7日間以上が8割強、観光客では9割。団体、パック利用比率とも1割。
- 観光リピーターの旅行支出が高く、4割が買物代。「まんが・アニメ・キャラクター関連」が人気。

●客層別にみる旅行支出●

(円/人)

客層	費目 旅行支出 (総額)	費目別支出額 (カッコ内は構成比)					
		宿泊料金	飲食費	交通費	娯楽 サービス費	買物代	その他
フランス 全体	232,668 (100.0%)	68,560 (29.5%)	52,254 (22.5%)	32,448 (13.9%)	12,711 (5.5%)	65,324 (28.1%)	1,371 (0.6%)
[滞在日数]							
90日以内	217,695 (100.0%)	64,581 (29.7%)	42,891 (19.7%)	30,344 (13.9%)	13,265 (6.1%)	65,324 (30.0%)	1,289 (0.6%)
[来訪目的]							
観光・レジャー	272,009 (100.0%)	73,640 (27.1%)	49,738 (18.3%)	32,922 (12.1%)	16,477 (6.1%)	98,553 (36.2%)	679 (0.2%)
初めて	267,154 (100.0%)	71,608 (26.8%)	52,807 (19.8%)	31,743 (11.9%)	18,665 (7.0%)	91,347 (34.2%)	983 (0.4%)
2回目以上	281,445 (100.0%)	77,783 (27.6%)	44,584 (15.8%)	35,682 (12.7%)	13,199 (4.7%)	110,085 (39.1%)	114 (0.0%)
業務	175,864 (100.0%)	59,712 (34.0%)	56,951 (32.4%)	31,826 (18.1%)	4,445 (2.5%)	20,765 (11.8%)	2,165 (1.2%)

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

● 買い物ランキング ●

◆購入した費目◆ (複数回答)				◆満足した購入商品◆ (単一回答)		
購入率 順位	費目	購入率 (%)	購入者単価 (円)	順位	商品小区分	回答率 (%)
1位	その他食料品・飲料・酒・たばこ	42.0	47,250	1位	民芸品・工芸品	27.9
2位	菓子類	33.0	9,070	2位	まんが・アニメ・キャラクター関連	10.1
3位	和服(着物)・民芸品	24.7	13,477	3位	生活雑貨	10.0
4位	服(和服以外)・かばん・靴	22.1	91,987	◆買物場所◆ (複数回答)		
5位	マンガ・DVD・アニメ関連商品	13.8	32,554	順位	商品小区分	回答率 (%)
6位	化粧品・医薬品・トイレットリー	8.8	14,620	1位	スーパー・ショッピングセンター	51.6
7位	カメラ・ビデオカメラ・時計	6.3	84,707	2位	百貨店・デパート	46.5
8位	電気製品(パソコン・音響機器など)	5.0	37,946	3位	コンビニエンスストア	42.8

● 旅行情報源ランキング ●

◆旅行出発前◆ (複数回答)			◆旅行出発後◆ (複数回答)		
順位	役に立った 旅行情報源	回答率 (%)	順位	役に立った 旅行情報源	回答率 (%)
1位	ロンリープラネット	27.8	1位	インターネット(パソコン)	59.1
2位	日本在住の親族・知人	24.5	2位	日本在住の親族・知人	28.2
3位	その他インターネット	23.3	3位	フリーペーパー(無料)	27.4
4位	その他旅行ガイドブック	22.0	4位	観光案内所(空港除く)	23.5
5位	自国の親族・知人	21.2	5位	旅行ガイドブック(有料)	17.5
6位	ミシュラン	19.8	6位	宿泊施設	13.1
7位	個人のブログ	12.1	7位	空港の観光案内所	11.0
8位	日本政府観光局ホームページ	12.0	8位	インターネット(スマートフォン)	9.0

注) 旅行出発前に役に立った旅行情報源のうち、以下の項目が示す範囲は以下の通り。

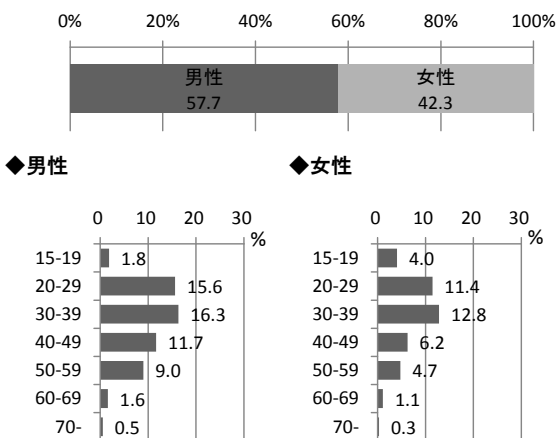
- ・その他旅行ガイドブック：「ロンリープラネット」「ミシュラン」以外の旅行ガイドブック
- ・その他インターネット：「日本政府観光局」「旅行会社」「宿泊施設」のホームページ、「宿泊予約サイト」「個人のブログ」「YouTube」「Twitter」以外のインターネットサイト

⑫ ロシア

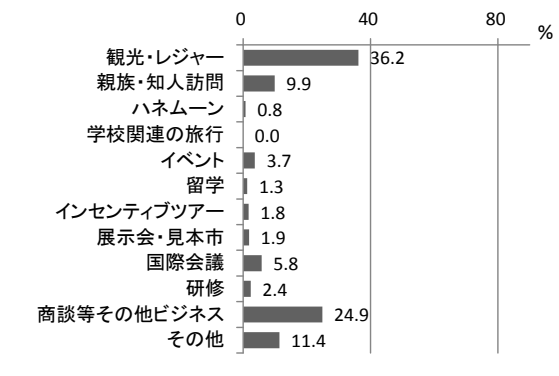
◆訪日外客数 **51,457** 人 (シェア0.6%、前年比9.6%増)
 ◆1人あたり旅行支出 **223,052** 円/人 ◆平均泊数 **26.2** 泊
 ◆旅行消費額 **115** 億円 (シェア1.0%、重点市場中第15位)

● 客層と旅行内容 ●

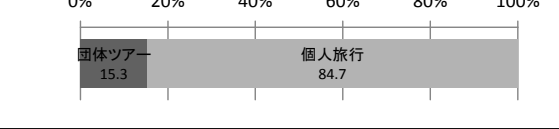
【性年代】



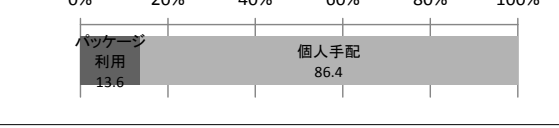
【主な旅行目的】



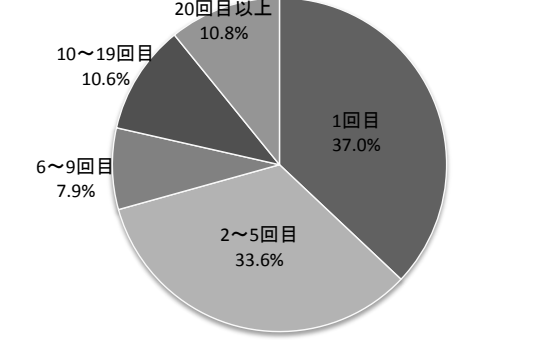
【旅行形態】



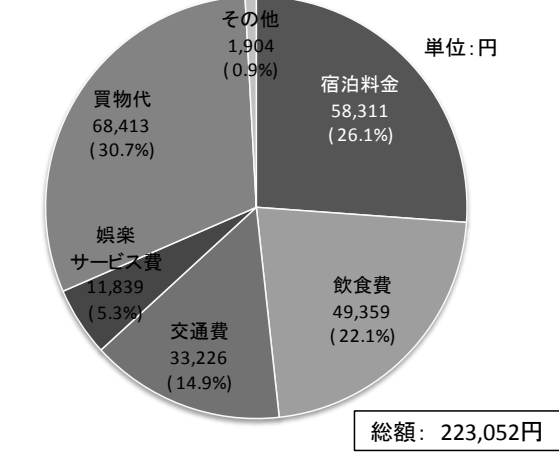
【手配方法】



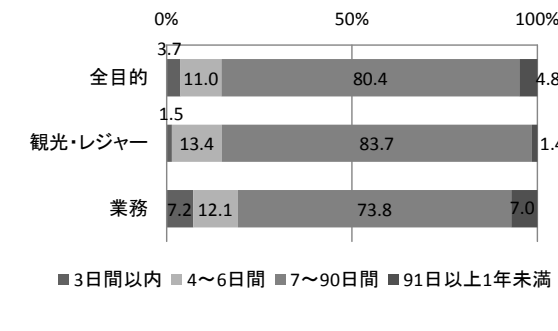
【来訪回数】



【旅行支出】



【滞在日数】



【特徴】

- リピーター比率が6割強で欧州の中では高め。観光客4割弱、ビジネス客35%。
- 滞在日数は7日間以上が8割以上。団体割合は15%、パッケージ利用率は1割強。
- ビジネス客の旅行支出が高い。人気の商品は「カメラ」や「民芸品・工芸品」。

●客層別にみる旅行支出●

(円/人)

客層	費目 旅行支出 (総額)	費目別支出額 (カッコ内は構成比)					
		宿泊料金	飲食費	交通費	娯楽 サービス費	買物代	その他
ロシア 全体	223,052 (100.0%)	58,311 (26.1%)	49,359 (22.1%)	33,226 (14.9%)	11,839 (5.3%)	68,413 (30.7%)	1,904 (0.9%)
[滞在日数]							
90日以内	204,122 (100.0%)	50,848 (24.9%)	46,613 (22.8%)	31,408 (15.4%)	12,104 (5.9%)	61,354 (30.1%)	1,795 (0.9%)
[来訪目的]							
観光・レジャー	246,692 (100.0%)	60,628 (24.6%)	52,426 (21.3%)	41,653 (16.9%)	16,138 (6.5%)	74,422 (30.2%)	1,426 (0.6%)
初めて	259,648 (100.0%)	71,176 (27.4%)	54,607 (21.0%)	40,691 (15.7%)	19,757 (7.6%)	72,530 (27.9%)	885 (0.3%)
2回目以上	231,814 (100.0%)	51,368 (22.2%)	50,259 (21.7%)	37,155 (16.0%)	12,298 (5.3%)	79,212 (34.2%)	1,522 (0.7%)
業務	292,173 (100.0%)	83,065 (28.4%)	72,065 (24.7%)	43,116 (14.8%)	10,336 (3.5%)	81,136 (27.8%)	2,454 (0.8%)

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

● 買い物ランキング ●

◆購入した費目◆ (複数回答)				◆満足した購入商品◆ (単一回答)		
購入率 順位	費目	購入率 (%)	購入者単価 (円)	順位	商品小区分	回答率 (%)
1位	菓子類	40.3	17,044	1位	カメラ	15.0
2位	その他食料品・飲料・酒・たばこ	40.2	14,137	2位	民芸品・工芸品	11.8
3位	服(和服以外)・かばん・靴	27.5	55,720	3位	家電製品	9.1
4位	化粧品・医薬品・トイレットリー	22.8	17,788	◆買物場所◆ (複数回答)		
5位	カメラ・ビデオカメラ・時計	20.4	71,995	順位	商品小区分	回答率 (%)
6位	和服(着物)・民芸品	18.7	20,502	1位	スーパー・ショッピングセンター	70.6
7位	電気製品(パソコン・音響機器など)	16.4	35,467	2位	百貨店・デパート	60.5
8位	マンガ・DVD・アニメ関連商品	5.3	10,806	3位	空港の免税店	47.9

● 旅行情報源ランキング ●

◆旅行出発前◆ (複数回答)			◆旅行出発後◆ (複数回答)		
順位	役に立った 旅行情報源	回答率 (%)	順位	役に立った 旅行情報源	回答率 (%)
1位	その他インターネット	39.0	1位	インターネット(パソコン)	51.3
2位	日本在住の親族・知人	29.5	2位	日本在住の親族・知人	30.7
3位	自国の親族・知人	23.4	3位	宿泊施設	19.6
4位	その他旅行ガイドブック	16.6	4位	旅行ガイドブック(有料)	16.7
5位	個人のブログ	10.8	5位	フリーペーパー(無料)	16.4
6位	宿泊施設ホームページ	9.2	6位	観光案内所(空港除く)	13.1
7位	宿泊予約サイト	8.9	7位	空港の観光案内所	10.7
8位	旅行会社パンフレット	8.6	8位	インターネット(スマートフォン)	5.7

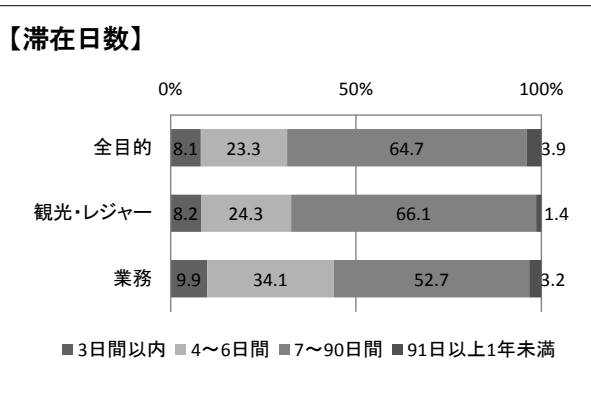
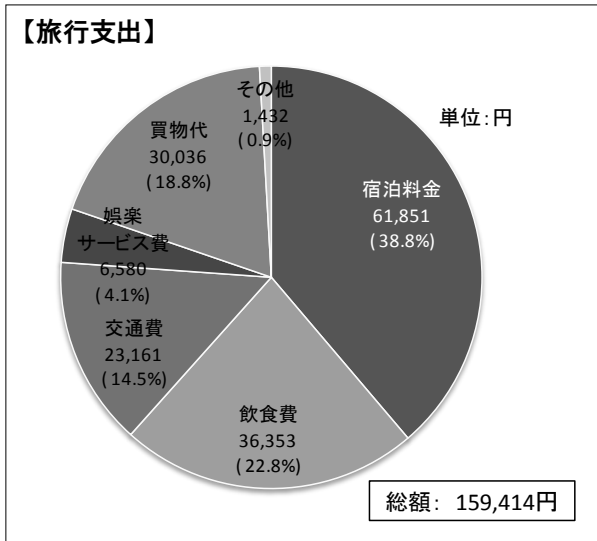
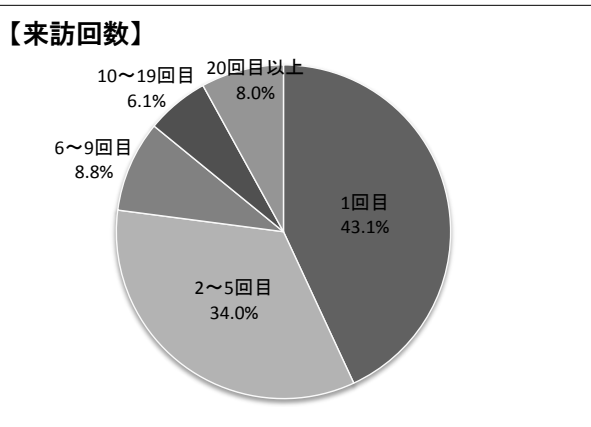
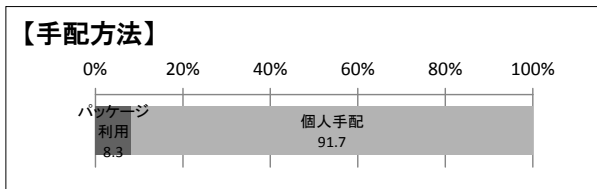
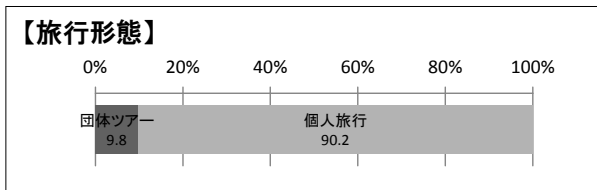
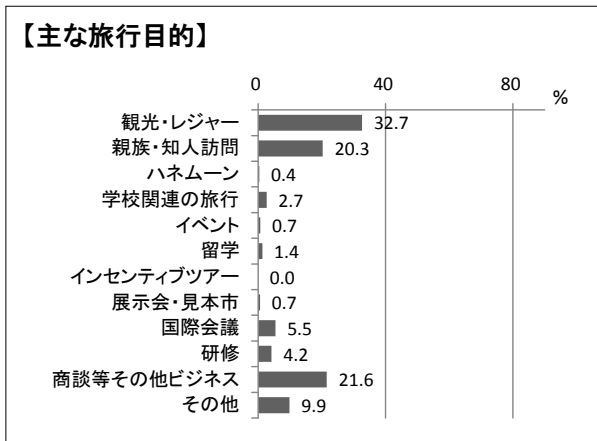
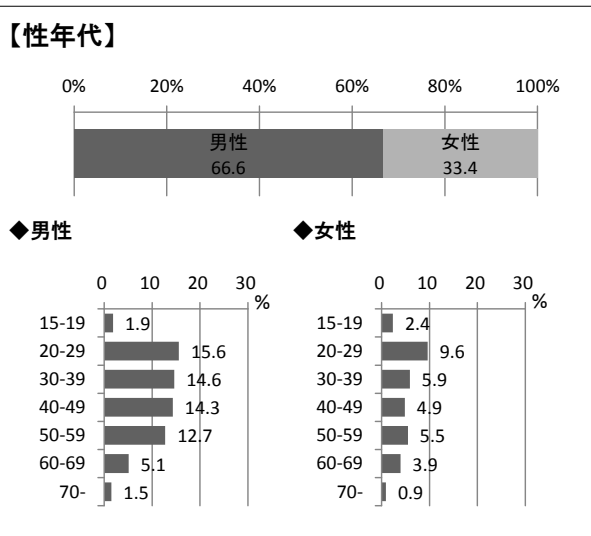
注) 旅行出発前に役に立った旅行情報源のうち、以下の項目が示す範囲は以下の通り。

- ・その他旅行ガイドブック：「ロンリープラネット」「ミシュラン」以外の旅行ガイドブック
- ・その他インターネット：「日本政府観光局」「旅行会社」「宿泊施設」のホームページ、「宿泊予約サイト」「個人のブログ」「YouTube」「Twitter」以外のインターネットサイト

⑬ 米国

◆訪日外客数 **727,234** 人 (シェア 8.4%、前年比 3.9%増)
 ◆1人あたり旅行支出 **159,414** 円/人 ◆平均泊数 **19.5** 泊
 ◆旅行消費額 **1,159** 億円 (シェア 10.1%、重点市場中第 4 位)

● 客層と旅行内容 ●



【特徴】

- リピーター比率6割弱。観光客、ビジネス客のほか、親族・知人訪問も2割と多い。
- 滞在日数は7日間以上が7割。団体割合、パッケージツアー利用率とも1割未満と低い。
- 観光リピーターやビジネス客の旅行支出が高い。土産では「民芸品・工芸品」の評価高い。

●客層別にみる旅行支出●

(円/人)

客層	費目 旅行支出 (総額)	費目別支出額 (カッコ内は構成比)					
		宿泊料金	飲食費	交通費	娯楽 サービス費	買物代	その他
米国 全体	159,414 (100.0%)	61,851 (38.8%)	36,353 (22.8%)	23,161 (14.5%)	6,580 (4.1%)	30,036 (18.8%)	1,432 (0.9%)
[滞在日数]							
90日以内	142,399 (100.0%)	56,566 (39.7%)	31,411 (22.1%)	21,134 (14.8%)	5,802 (4.1%)	26,086 (18.3%)	1,401 (1.0%)
[来訪目的]							
観光・レジャー	161,264 (100.0%)	56,027 (34.7%)	36,203 (22.4%)	28,260 (17.5%)	8,129 (5.0%)	29,631 (18.4%)	3,015 (1.9%)
初めて	155,913 (100.0%)	55,700 (35.7%)	35,163 (22.6%)	28,159 (18.1%)	7,018 (4.5%)	28,565 (18.3%)	1,307 (0.8%)
2回目以上	169,504 (100.0%)	56,416 (33.3%)	37,939 (22.4%)	29,289 (17.3%)	9,662 (5.7%)	30,860 (18.2%)	5,338 (3.1%)
業務	184,703 (100.0%)	86,426 (46.8%)	40,143 (21.7%)	25,689 (13.9%)	4,158 (2.3%)	27,445 (14.9%)	842 (0.5%)

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

● 買い物ランキング ●

◆購入した費目◆ (複数回答)				◆満足した購入商品◆ (単一回答)		
購入率 順位	費目	購入率 (%)	購入者単価 (円)	順位	商品小区分	回答率 (%)
1位	その他食料品・飲料・酒・たばこ	43.4	13,534	1位	民芸品・工芸品	23.4
2位	菓子類	32.6	5,983	2位	衣類	9.2
3位	和服(着物)・民芸品	23.0	22,971	3位	ファッション雑貨	9.2
4位	服(和服以外)・かばん・靴	16.1	21,939	◆買物場所◆ (複数回答)		
5位	化粧品・医薬品・トイレットリー	8.5	8,450	順位	商品小区分	回答率 (%)
6位	マンガ・DVD・アニメ関連商品	7.2	6,046	1位	コンビニエンスストア	52.2
7位	カメラ・ビデオカメラ・時計	4.9	24,619	2位	百貨店・デパート	48.2
8位	電気製品(パソコン・音響機器など)	4.7	21,200	3位	スーパー・ショッピングセンター	45.1

● 旅行情報源ランキング ●

◆旅行出発前◆ (複数回答)			◆旅行出発後◆ (複数回答)		
順位	役に立った 旅行情報源	回答率 (%)	順位	役に立った 旅行情報源	回答率 (%)
1位	日本在住の親族・知人	39.9	1位	インターネット(パソコン)	55.1
2位	その他インターネット	35.5	2位	日本在住の親族・知人	42.4
3位	自国の親族・知人	24.9	3位	旅行ガイドブック(有料)	19.9
4位	その他旅行ガイドブック	16.9	4位	宿泊施設	19.7
5位	ロンリープラネット	15.7	5位	観光案内所(空港除く)	19.7
6位	宿泊施設ホームページ	13.9	6位	空港の観光案内所	19.0
7位	個人のブログ	10.0	7位	インターネット(スマートフォン)	9.1
8位	日本政府観光局ホームページ	7.7	8位	フリーペーパー(無料)	7.1

注) 旅行出発前に役に立った旅行情報源のうち、以下の項目が示す範囲は以下の通り。

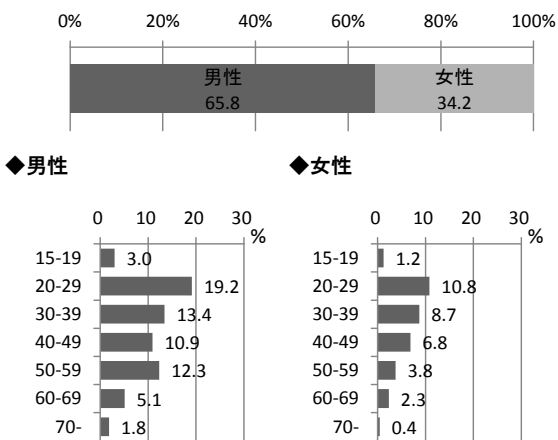
- ・その他旅行ガイドブック：「ロンリープラネット」「ミシュラン」以外の旅行ガイドブック
- ・その他インターネット：「日本政府観光局」「旅行会社」「宿泊施設」のホームページ、「宿泊予約サイト」「個人のブログ」「YouTube」「Twitter」以外のインターネットサイト

⑭ カナダ

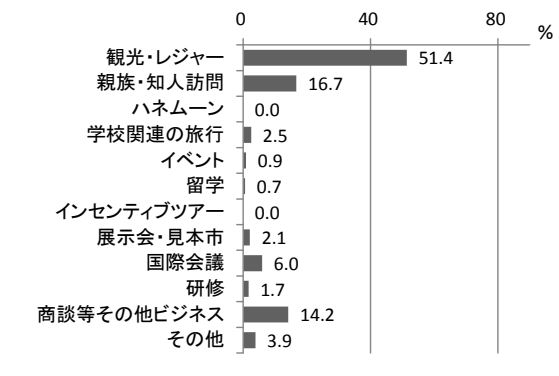
◆訪日外客数 **153,303** 人 (シェア 1.8%、前年比 0.4%増)
 ◆1人あたり旅行支出 **124,316** 円/人 ◆平均泊数 **12.2** 泊
 ◆旅行消費額 **191** 億円 (シェア 1.7%、重点市場中第 12 位)

● 客層と旅行内容 ●

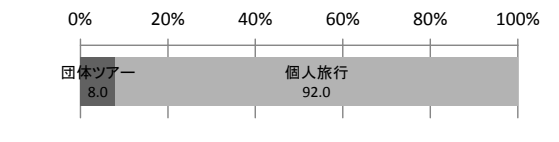
【性年代】



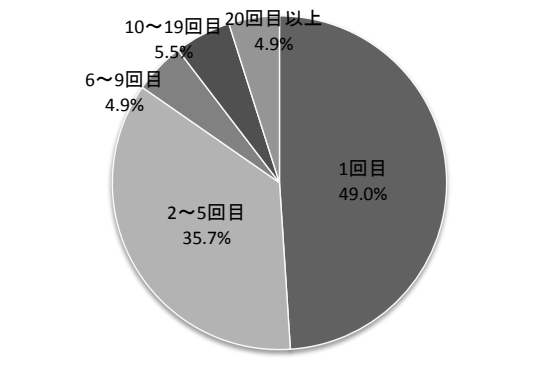
【主な旅行目的】



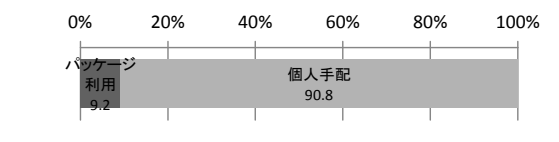
【旅行形態】



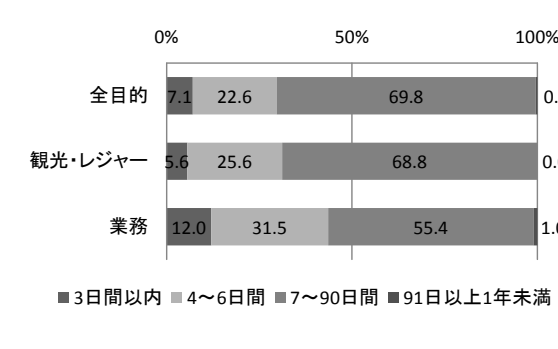
【来訪回数】



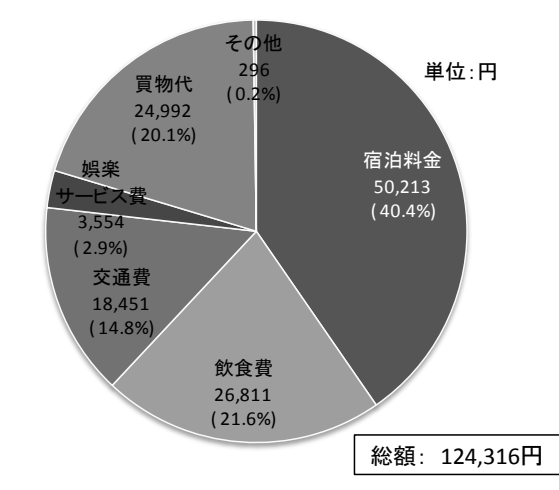
【手配方法】



【滞在日数】



【旅行支出】



【特徴】

- リピーター比率5割で米国に比べ低い。来訪目的別では観光客が5割を占める。
- 滞在日数は7日間以上が7割。団体割合、パッケージツアー利用率とも1割未満。
- 観光初来訪者の旅行支出が高い。満足した購入商品では「衣類」をあげる回答が多い。

● 客層別にみる旅行支出 ●

(円/人)

客層	費目 旅行支出 (総額)	費目別支出額 (カッコ内は構成比)					
		宿泊料金	飲食費	交通費	娯楽 サービス費	買物代	その他
カナダ 全体	124,316 (100.0%)	50,213 (40.4%)	26,811 (21.6%)	18,451 (14.8%)	3,554 (2.9%)	24,992 (20.1%)	296 (0.2%)
[滞在日数]							
90日以内	123,431 (100.0%)	50,144 (40.6%)	26,700 (21.6%)	18,384 (14.9%)	3,542 (2.9%)	24,366 (19.7%)	295 (0.2%)
[来訪目的]							
観光・レジャー	133,491 (100.0%)	53,587 (40.1%)	29,615 (22.2%)	21,240 (15.9%)	4,367 (3.3%)	24,594 (18.4%)	88 (0.1%)
初めて	141,117 (100.0%)	60,086 (42.6%)	31,278 (22.2%)	24,475 (17.3%)	4,887 (3.5%)	20,250 (14.3%)	142 (0.1%)
2回目以上	123,679 (100.0%)	45,613 (36.9%)	27,772 (22.5%)	17,709 (14.3%)	3,931 (3.2%)	28,634 (23.2%)	19 (0.0%)
業務	132,418 (100.0%)	68,060 (51.4%)	24,372 (18.4%)	10,539 (8.0%)	1,477 (1.1%)	27,144 (20.5%)	826 (0.6%)

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

● 買い物ランキング ●

◆購入した費目◆ (複数回答)				◆満足した購入商品◆ (単一回答)		
購入率 順位	費目	購入率 (%)	購入者単価 (円)	順位	商品小区分	回答率 (%)
1位	その他食料品・飲料・酒・たばこ	40.8	9,895	1位	衣類	25.8
2位	菓子類	33.7	5,997	2位	民芸品・工芸品	19.8
3位	和服(着物)・民芸品	25.5	19,302	3位	書籍・絵葉書・音楽CD・芸術品	7.4
4位	服(和服以外)・かばん・靴	23.4	19,607	◆買物場所◆ (複数回答)		
5位	マンガ・DVD・アニメ関連商品	11.6	9,267	順位	商品小区分	回答率 (%)
6位	化粧品・医薬品・トイレットリー	10.5	22,408	1位	スーパー・ショッピングセンター	55.1
7位	電気製品(パソコン・音響機器など)	5.6	18,269	2位	コンビニエンスストア	52.4
8位	カメラ・ビデオカメラ・時計	5.4	13,002	3位	百貨店・デパート	48.6

● 旅行情報源ランキング ●

◆旅行出発前◆ (複数回答)			◆旅行出発後◆ (複数回答)		
順位	役に立った 旅行情報源	回答率 (%)	順位	役に立った 旅行情報源	回答率 (%)
1位	日本在住の親族・知人	31.5	1位	インターネット(パソコン)	55.8
2位	その他インターネット	30.6	2位	日本在住の親族・知人	43.1
3位	自国の親族・知人	28.4	3位	観光案内所(空港除く)	27.0
4位	ロンリープラネット	24.2	4位	空港の観光案内所	22.4
5位	宿泊施設ホームページ	16.8	5位	宿泊施設	18.5
6位	その他旅行ガイドブック	16.1	6位	旅行ガイドブック(有料)	16.8
7位	個人のブログ	13.7	7位	フリーペーパー(無料)	9.2
8位	日本政府観光局ホームページ	12.9	8位	インターネット(スマートフォン)	6.3

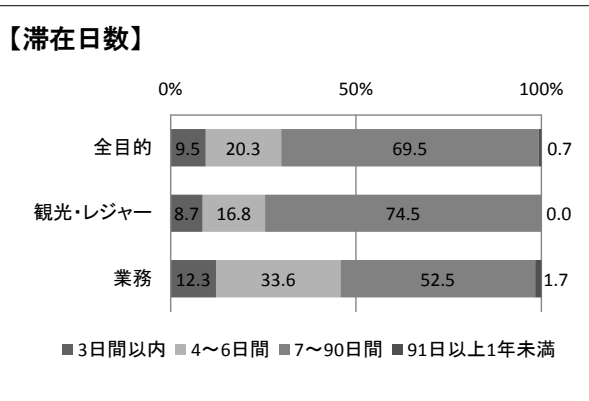
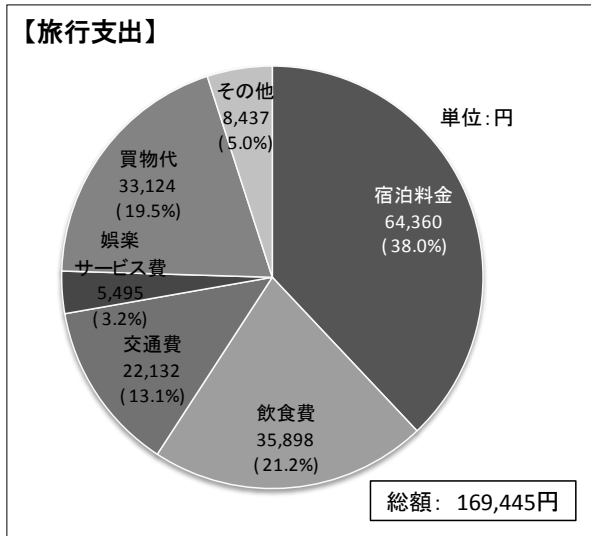
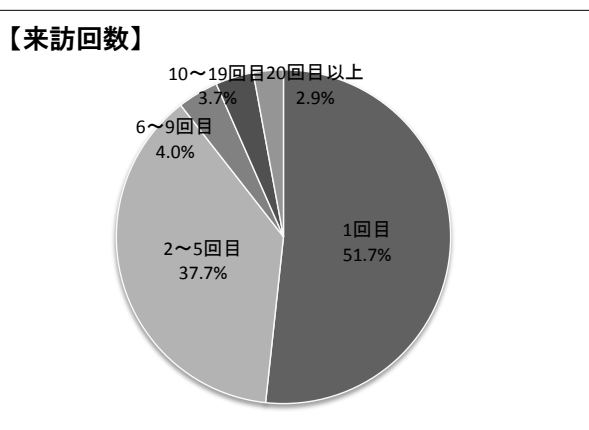
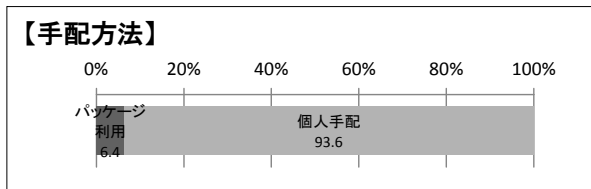
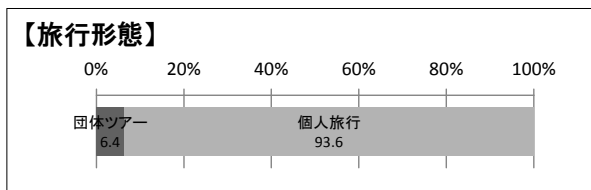
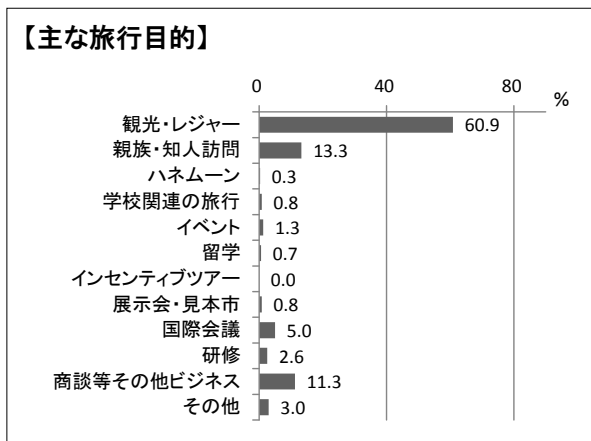
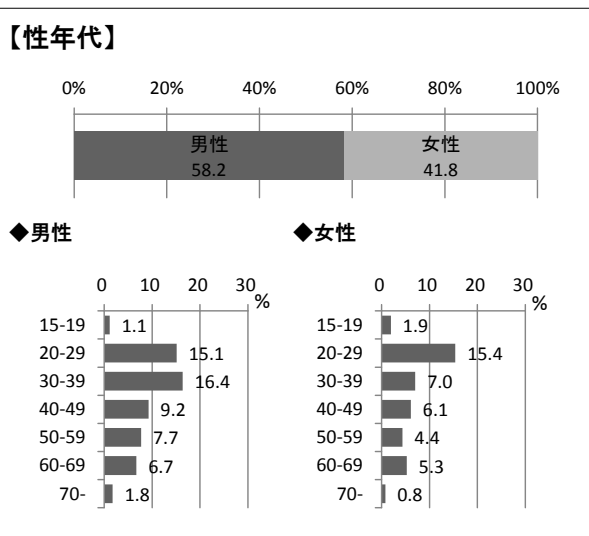
注) 旅行出発前に役に立った旅行情報源のうち、以下の項目が示す範囲は以下の通り。

- ・その他旅行ガイドブック：「ロンリープラネット」「ミシュラン」以外の旅行ガイドブック
- ・その他インターネット：「日本政府観光局」「旅行会社」「宿泊施設」のホームページ、「宿泊予約サイト」「個人のブログ」「YouTube」「Twitter」以外のインターネットサイト

⑮ オーストラリア

- ◆訪日外客数 **225,751** 人 (シェア 2.6%、前年比 6.7%増)
- ◆1人あたり旅行支出 **169,445** 円/人 ◆平均泊数 **11.9** 泊
- ◆旅行消費額 **383** 億円 (シェア 3.3%、重点市場中第 6 位)

● 客層と旅行内容 ●



【特徴】

- リピーター比率は5割弱と他国籍に比べ低い。来訪目的別では観光客が6割を占める。
- 滞在日数は7日間以上が主流だが、ビジネス客は短め。団体、パック利用率とも1割未満。
- ビジネス客の旅行支出が高い。満足した購入商品では「サービス」を評価する声が目立つ。

● 客層別にみる旅行支出 ●

(円/人)

客層	費目 旅行支出 (総額)	費目別支出額 (カッコ内は構成比)					
		宿泊料金	飲食費	交通費	娯楽 サービス費	買物代	その他
オーストラリア 全体	169,445 (100.0%)	64,360 (38.0%)	35,898 (21.2%)	22,132 (13.1%)	5,495 (3.2%)	33,124 (19.5%)	8,437 (5.0%)
[滞在日数]							
90日以内	160,948 (100.0%)	60,752 (37.7%)	34,153 (21.2%)	21,359 (13.3%)	5,378 (3.3%)	30,981 (19.2%)	8,325 (5.2%)
[来訪目的]							
観光・レジャー	173,537 (100.0%)	67,431 (38.9%)	33,825 (19.5%)	23,776 (13.7%)	6,314 (3.6%)	33,067 (19.1%)	9,124 (5.3%)
初めて	175,288 (100.0%)	70,298 (40.1%)	31,924 (18.2%)	24,699 (14.1%)	7,612 (4.3%)	38,408 (21.9%)	2,347 (1.3%)
2回目以上	170,770 (100.0%)	59,685 (35.0%)	36,101 (21.1%)	21,218 (12.4%)	3,957 (2.3%)	23,383 (13.7%)	26,426 (15.5%)
業務	203,031 (100.0%)	81,947 (40.4%)	49,496 (24.4%)	21,125 (10.4%)	3,314 (1.6%)	44,953 (22.1%)	2,196 (1.1%)

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

● 買い物ランキング ●

◆購入した費目◆ (複数回答)				◆満足した購入商品◆ (単一回答)		
購入率 順位	費目	購入率 (%)	購入者単価 (円)	順位	商品小区分	回答率 (%)
1位	その他食料品・飲料・酒・たばこ	45.0	13,600	1位	民芸品・工芸品	19.5
2位	菓子類	34.2	7,785	2位	サービス	14.4
3位	服(和服以外)・かばん・靴	27.3	26,212	3位	ファッション雑貨	11.2
4位	和服(着物)・民芸品	26.0	14,806	◆買物場所◆ (複数回答)		
5位	化粧品・医薬品・トイレットリー	13.0	9,422	順位	商品小区分	回答率 (%)
6位	カメラ・ビデオカメラ・時計	9.0	20,448	1位	百貨店・デパート	58.0
7位	マンガ・DVD・アニメ関連商品	8.0	9,475	2位	コンビニエンスストア	57.7
8位	電気製品(パソコン・音響機器など)	7.1	36,215	3位	スーパー・ショッピングセンター	52.1

● 旅行情報源ランキング ●

◆旅行出発前◆ (複数回答)			◆旅行出発後◆ (複数回答)		
順位	役に立った 旅行情報源	回答率 (%)	順位	役に立った 旅行情報源	回答率 (%)
1位	ロンリープラネット	42.6	1位	インターネット(パソコン)	50.2
2位	その他インターネット	30.7	2位	観光案内所(空港除く)	40.2
3位	自国の親族・知人	29.6	3位	宿泊施設	33.0
4位	宿泊施設ホームページ	27.6	4位	日本在住の親族・知人	29.4
5位	日本在住の親族・知人	26.5	5位	空港の観光案内所	23.9
6位	旅行会社パンフレット	15.4	6位	旅行ガイドブック(有料)	23.1
7位	日本政府観光局ホームページ	14.6	7位	フリーペーパー(無料)	10.6
8位	その他旅行ガイドブック	13.3	8位	インターネット(スマートフォン)	9.2

注) 旅行出発前に役に立った旅行情報源のうち、以下の項目が示す範囲は以下の通り。

- ・その他旅行ガイドブック：「ロンリープラネット」「ミシュラン」以外の旅行ガイドブック
- ・その他インターネット：「日本政府観光局」「旅行会社」「宿泊施設」のホームページ、「宿泊予約サイト」「個人のブログ」「YouTube」「Twitter」以外のインターネットサイト

Ⅲ 訪日外国人消費動向調査結果

集計表の利用上の注意

<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>

付表1	国籍別 平均泊数	表-74
付表2	国籍別 1人1回当たり旅行消費単価 (パッケージツアー参加費内訳含む)	表-77

[滞在日数 90日以内]

付表3	国籍別 標本属性および旅行内容	表-80
付表4	国籍別 1人1回当たり旅行消費単価 (パッケージツアー参加費内訳含む)	表-86

[観光・レジャー目的]

付表5	国籍別 標本属性および旅行内容	表-89
付表6	国籍別 1人1回当たり旅行消費単価 (パッケージツアー参加費内訳含む)	表-95

[業務目的]

付表7	国籍別 標本属性および旅行内容	表-98
付表8	国籍別 1人1回当たり旅行消費単価 (パッケージツアー参加費内訳含む)	表-104

<調査票>

日本語、英語、韓国語、中国語(繁体字)、中国語(簡体字)

集計表の利用上の注意

(1) ウェイトバック集計の実施

本調査の暦年集計表では、四半期別および国籍別にウェイトバック集計を行っている。

第1に、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)。

第2に、本調査は四半期毎に調査を実施して集計表を作成しているが、四半期毎に標本の抽出率が異なるため、暦年集計表の作成にあたっては全表において四半期別ウェイトバック集計を行った。

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、四半期別ウェイトバック集計のみを行い、国籍別ウェイトバック集計は行っていない点、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) 付表について

暦年報告書では、参考資料として以下の集計表を掲載した。

付表1：国籍別、標本属性および旅行内容別の「平均泊数」の集計表を作成。

付表2、付表4、付表6：主な客層別に、国籍別の「標本属性および旅行内容」の集計表を作成。(集計表の第1表に相当)

付表3、付表5、付表7：主な客層別に、国籍別の「旅行支出」の集計表を作成。(集計表の第7表に相当するが、これらの表ではパッケージツアーに含まれる日本国内受取額を含めた金額を記載している。)

(4) 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 年次報告書

発 行 平成 23 年 3 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/>