



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 23 年 7-9 月期 報告書

訪日外国人の消費動向

平成 23 年 7-9 月期 報告書

目 次

I 平成 23 年 7-9 月期における 訪日外国人の消費動向の分析結果

1. 訪日外国人の属性と旅行内容	
(1) 回答者属性	6
(2) 泊数	6
(3) 旅行内容	7
2. 訪日外国人の旅行支出	
(1) 旅行支出	12
(2) 手配別にみる旅行支出	13
(3) 来訪目的別にみる旅行支出	15
3. 土産品の購入実態	
(1) 費目別購入率	16
(2) 費目別購入者単価	16
(3) 買物場所	17
(4) 利用した金融機関と決済方法	17
4. 旅行情報源	
(1) 出発前に得た旅行情報	18
(2) 日本滞在中に得た旅行情報	19
(3) 日本滞在中にあると便利な情報	20

5. 満足度と再訪意向	
(1) 訪日旅行全体の満足度と再訪意向	21
(2) 今回実施した活動と 次回実施したい活動	21
(3) 活動別にみる満足度	22
(4) 最も満足した購入商品	22

II 訪日外国人消費動向調査結果

1. 調査概要	27
2. 調査結果の利用上の注意	27

<集計表>

第1表 国籍別 標本属性および旅行内容	表-1
第2表 居住地別 標本属性および旅行内容	表-7
第3表 主な宿泊地別 標本属性および旅行内容	表-13
第4表 国籍別 費目別購入率および購入者単価	表-33
第5表 居住地別 費目別購入率および購入者単価	表-34
第6表 主な宿泊地別 費目別購入率および購入者単価	表-35
第7表 国籍別 1人1回当たり旅行消費単価	表-39
第8表 居住地別 1人1回当たり旅行消費単価	表-42
第9表 主な宿泊地別 1人1回当たり旅行消費単価	表-45
参考表 国籍別 旅行情報源・活動内容・満足度など	表-65
付表 国籍別 都道府県別訪問率	表-74

<調査票>

日本語、英語、韓国語、中国語（繁体字）、中国語（簡体字）

I 平成 23 年 7-9 月期における訪日外国人の消費動向の分析結果

1. 訪日外国人の属性と旅行内容

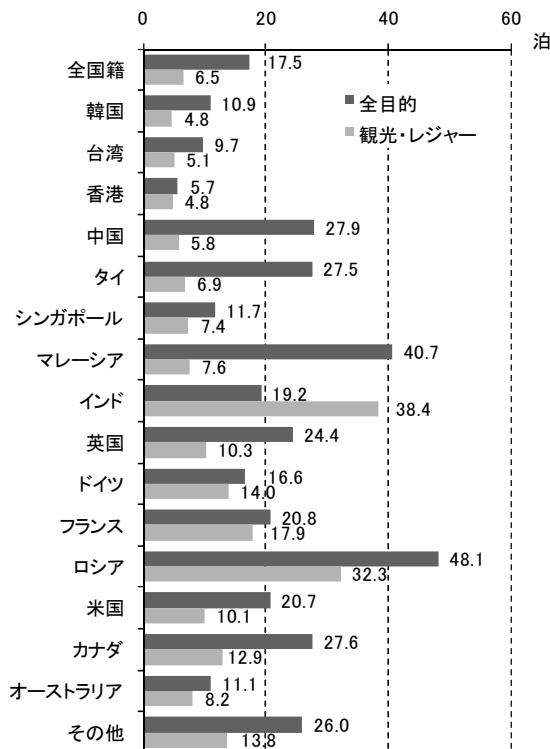
(1) 回答者属性

- 性別の構成比は男性 58.6%、女性 41.4% である。
- 性年代別でみると、「男性 30 代」15.7%、「男性 40 代」14.0%、「男性 20 代」13.9%、「女性 20 代」13.8%の順で多い（注：性年代別の構成比には調査対象外である 15 歳未満を含まない）。

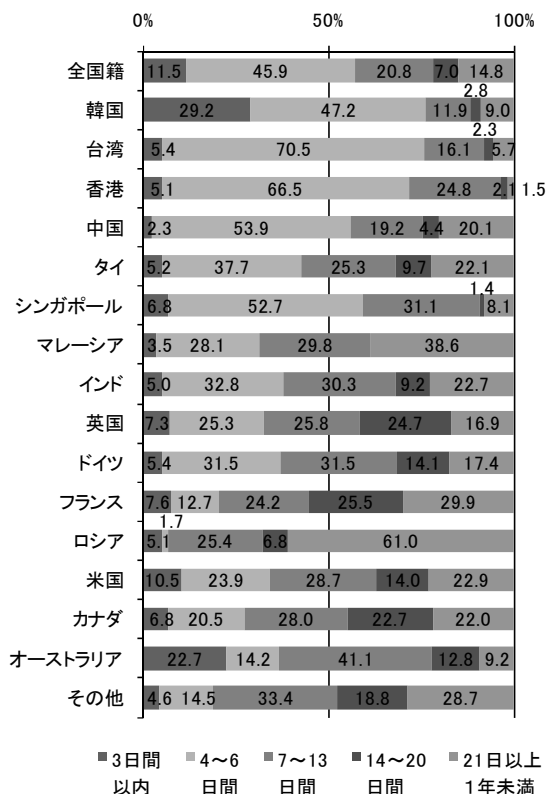
(2) 泊数

- 回答者全体の平均泊数は 17.5 泊である。今期は 90 泊以上の長期滞在者が増加している（図表 1-1）。
- 観光・レジャーを目的とした訪日外国人の平均泊数は 6.5 泊である。東アジアからの観光客は平均泊数が短く、中国でも観光・レジャー目的に限ると平均泊数は 5.8 泊である。
- 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 14.8%を占める。国籍別では、韓国で「3 日間以内」の割合が 29.2%、今期はオーストラリアでも同割合が 22.7%と高い（図表 1-2）。

図表 1-1 平均泊数（国籍別）



図表 1-2 滞在日数の分布（国籍別）



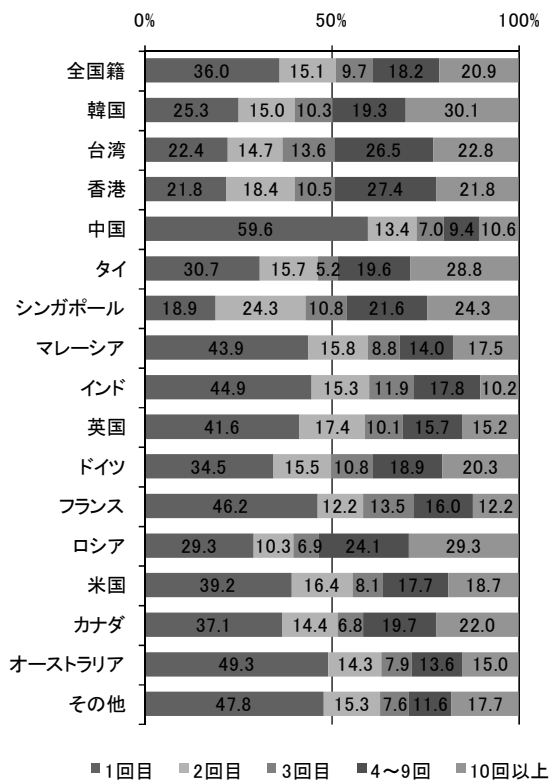
(3) 旅行内容

[全目的]

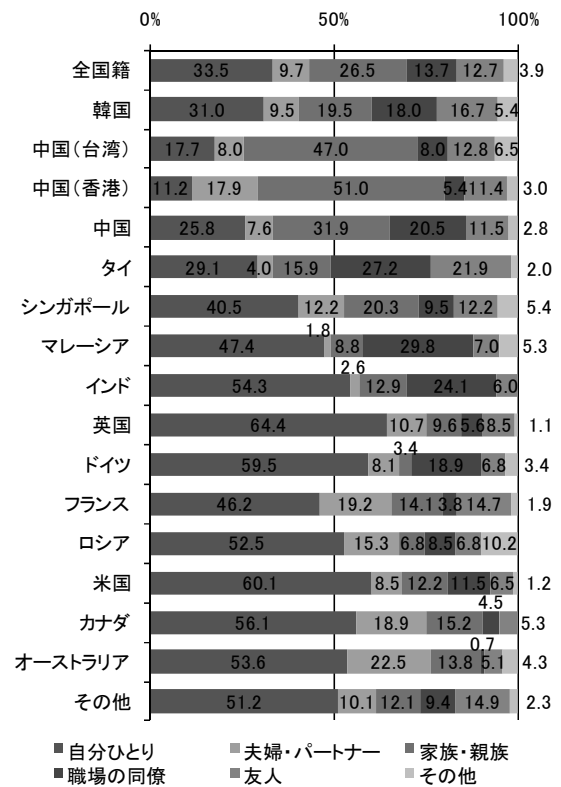
- 日本への来訪回数では、「1回目」が全体の36.0%、「2回目」が15.1%を占める。一方、「10回以上」が20.9%と少なくない。国籍別では、中国で「1回目」の割合が6割と高く、シンガポールでは2割弱と低い(図表1-3)。

- 同行者は、「自分ひとり」33.5%、「家族・親族」26.5%、「職場の同僚」13.7%、「友人」12.7%、「夫婦・パートナー」9.7%の順となっている。国籍別では、フランスを除く欧米で「自分ひとり」が5割を超える。台湾や香港では「家族・親族」の割合が高い(図表1-4)。

図表 1-3 日本への来訪回数(国籍別、全目的)



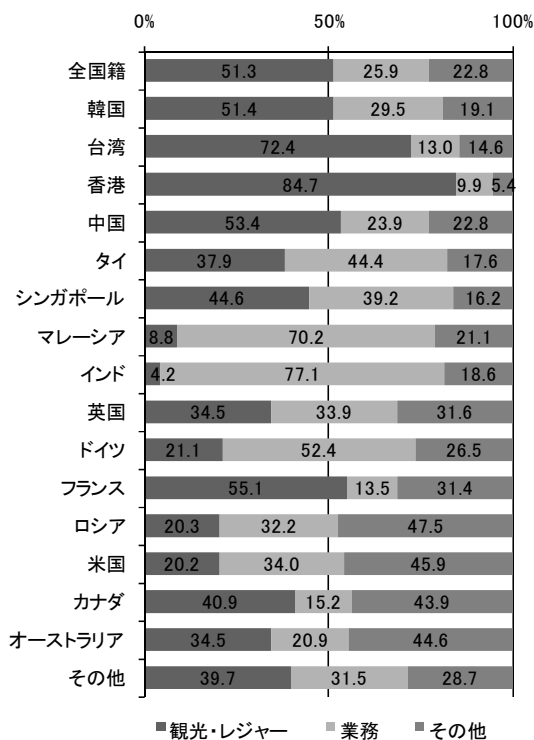
図表 1-4 同行者(国籍別、全目的)



注) 「同行者」の設問は複数回答。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。

- 訪日外国人の主な来訪目的は「観光・レジャー」目的が全体の51.3%で、前期(40.7%)に比べ大きく増加した。国籍別では台湾や香港で「観光・レジャー」の割合が高い。
「業務(展示会・見本市/国際会議/社内会議/研修/商談等その他ビジネス)」目的の割合は25.9%を占めた。国籍別ではマレーシアやインドで「業務」の割合が7割を占め、高い(図表1-5)。

図表 1-5 主な来訪目的(国籍別、全目的)



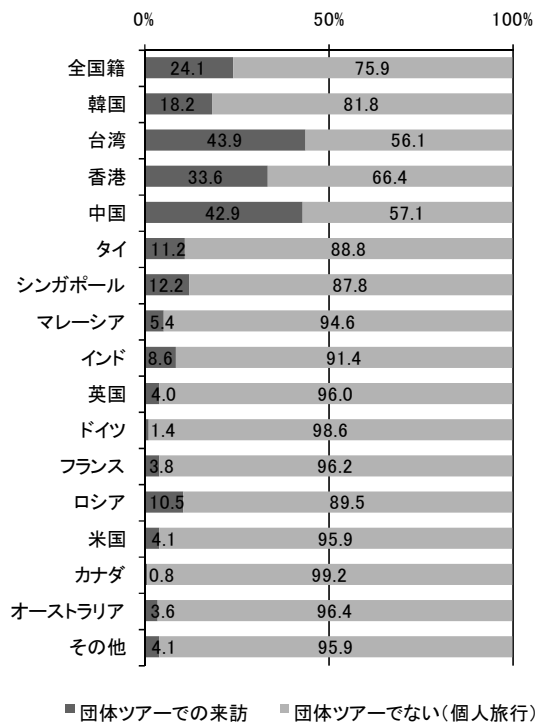
- 利用した宿泊施設のタイプ(複数回答)では、73.5%が「ホテル(洋室中心)」を利用している。国籍別では中国とフランスで「旅館(和室中心)」利用率が25%を占めた。また、欧米人は「親族・知人宅」の利用率が全体的に高い(図表1-6)。

図表 1-6 宿泊施設タイプ(複数回答)(国籍別、全目的)

	ホテル (洋室中心)	旅館 (和室中心)	別荘・コンド ミニアム	親族・ 知人宅	(%)
全国籍	73.5	15.5	2.1	16.9	
韓国	70.3	6.9	0.4	18.8	
台湾	79.6	21.8	2.1	9.5	
香港	92.0	17.3	0.6	3.9	
中国	72.0	25.5	6.0	13.8	
タイ	60.8	8.5	0.7	15.0	
シンガポール	81.9	23.6	2.8	11.1	
マレーシア	57.9	3.5	1.8	14.0	
インド	73.3	5.2	1.7	18.1	
英国	72.5	19.7	1.1	26.4	
ドイツ	79.1	8.8	0.0	18.2	
フランス	58.3	25.0	1.3	36.5	
ロシア	39.0	6.8	8.5	33.9	
米国	68.8	9.5	1.1	28.7	
カナダ	64.6	16.2	3.1	40.0	
オーストラリア	85.5	13.0	0.7	19.6	
その他	71.7	13.5	2.0	21.4	

- 旅行形態では「団体ツアーでの来訪」が24.1%で、前期(19.0%)に比べ高い。国籍別では、台湾、中国で同割合が4割を超える(図表1-7)。

図表 1-7 団体ツアー参加状況(国籍別、全目的)



- 都道府県別の訪問率を国籍別にみると、いずれの国籍からも東京都や大阪府への訪問率が高く、京都府や北海道、千葉県への訪問率も上位に目立つ。その他、韓国からは福岡県、香港からは沖縄県、中国からは愛知県、米国からは神奈川県への訪問率が高い（図表 1-8）。

図表 1-8 都道府県別訪問率
（主要国籍別、全目的、上位 5 箇所）

【韓国】

順位	都道府県名	回答数	訪問率
1位	東京都	495	34.0%
2位	大阪府	333	22.9%
3位	福岡県	279	19.2%
4位	京都府	151	10.4%
5位	北海道	115	7.9%
回答者数および訪問率延べ合計		1,456	155.4%

【台湾】

順位	都道府県名	回答数	訪問率
1位	東京都	490	40.2%
2位	大阪府	319	26.2%
3位	京都府	166	13.6%
4位	北海道	160	13.1%
5位	千葉県	135	11.1%
回答者数および訪問率延べ合計		1,218	178.8%

【香港】

順位	都道府県名	回答数	訪問率
1位	東京都	180	38.5%
2位	大阪府	136	29.1%
3位	沖縄県	72	15.4%
4位	北海道	64	13.7%
5位	千葉県	33	7.1%
回答者数および訪問率延べ合計		467	159.3%

【中国】

順位	都道府県名	回答数	訪問率
1位	東京都	718	61.8%
2位	大阪府	585	50.3%
3位	京都府	294	25.3%
4位	神奈川県	271	23.3%
5位	愛知県	253	21.8%
回答者数および訪問率延べ合計		1,162	254.4%

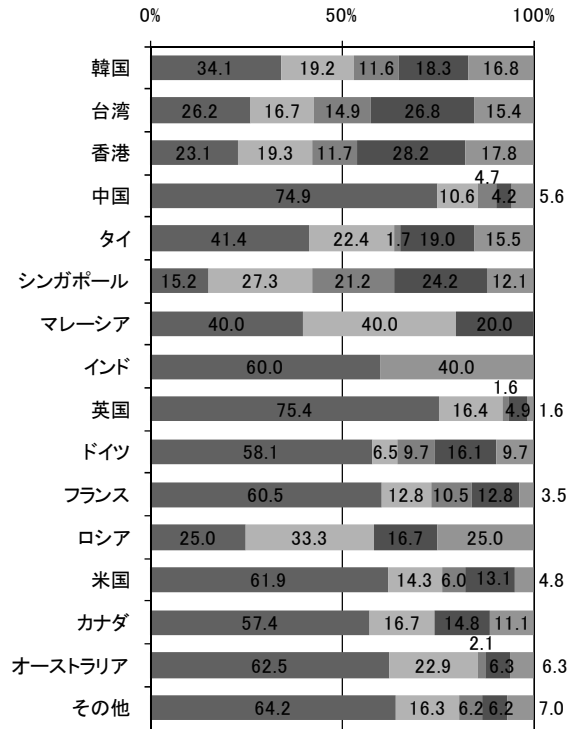
【米国】

順位	都道府県名	回答数	訪問率
1位	東京都	467	55.9%
2位	京都府	182	21.8%
3位	神奈川県	146	17.5%
4位	大阪府	124	14.9%
5位	千葉県	86	10.3%
回答者数および訪問率延べ合計		835	195.3%

〔観光・レジャー目的〕

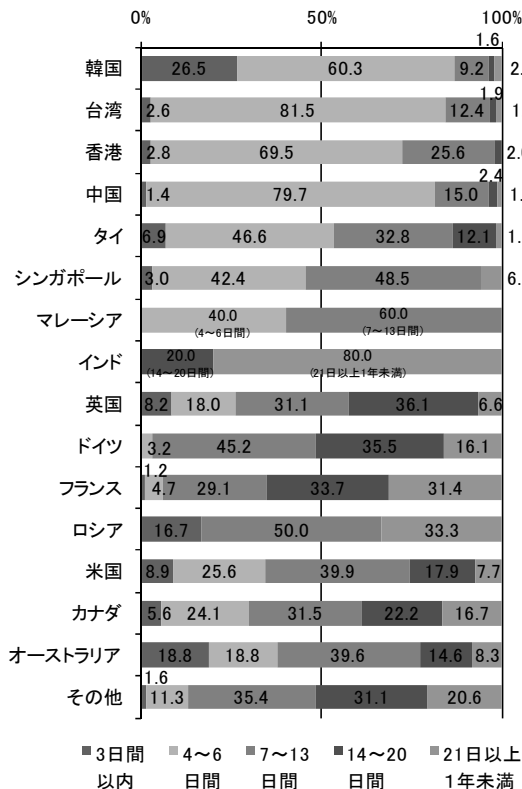
- 観光・レジャー目的で訪れた訪日外国人の滞在日数を国籍別にみると、韓国では「3日間以内」の滞在が26.5%と他国籍に比べて多い。また台湾や中国では「4～6日間」の割合が高く約8割を占める。インドやドイツ、フランスでは14日以上滞在が過半数を占める（図表1-9）。
- 日本への来訪回数では、香港、シンガポール、ロシアで2回目以上が多く、中国と英国では「1回目」が7割以上を占める（図表1-10）。
- 同行者は、東アジアでは「家族・親族」の割合が高く、欧米では「自分ひとり」の割合が高い（図表1-11）。

図表 1-10 日本への来訪回数
(国籍別、観光・レジャー目的のみ)



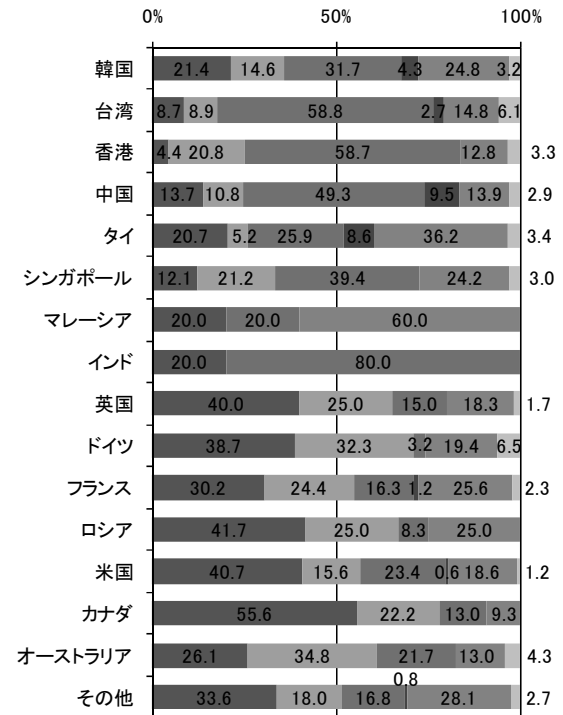
■ 1回目 ■ 2回目 ■ 3回目 ■ 4~9回 ■ 10回以上

図表 1-9 滞在日数
(国籍別、観光・レジャー目的のみ)



■ 3日間以内 ■ 4~6日間 ■ 7~13日間 ■ 14~20日間 ■ 21日以上1年未満

図表 1-11 同行者
(国籍別、観光・レジャー目的のみ)



■ 自分ひとり ■ 職場の同僚 ■ 夫婦・パートナー ■ 友人 ■ 家族・親族 ■ その他

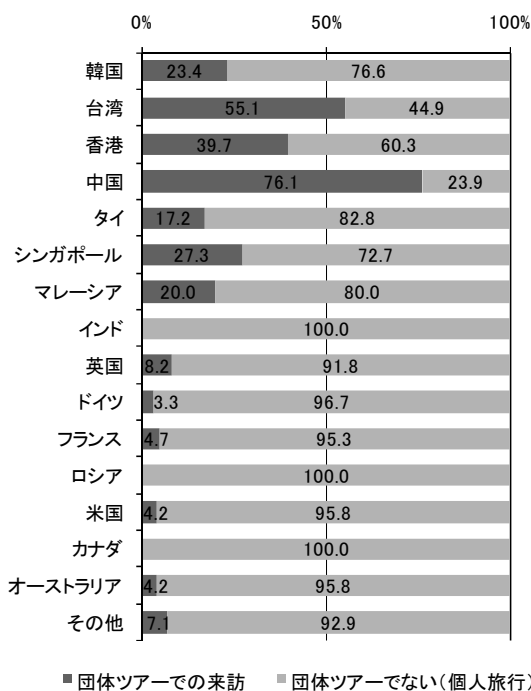
注) 「同行者」の設問は複数回答。上記図表では「同行者」を2つ以上選択した回答を「その他」として集計している。

- 利用した宿泊施設タイプ（複数回答）をみると、「ホテル」の利用が主流である。シンガポール、フランスでは「旅館」の利用率が4割前後と高い（図表 1-12）。
- 団体ツアー参加状況をみると、中国で参加率が8割近くを占める。欧米では全般的に個人旅行が大半を占める（図表 1-13）。

図表 1-12 宿泊施設タイプ（複数回答）
（国籍別、観光・レジャー目的のみ）

	ホテル (洋室中心)	旅館 (和室中心)	別荘・コンド ミニウム	親族・ 知人宅	(%)
韓国	78.2	9.6	0.4	15.0	
台湾	88.0	25.6	1.0	4.8	
香港	95.1	19.0	0.5	1.8	
中国	91.6	35.0	1.6	4.6	
タイ	69.0	17.2	0.0	24.1	
シンガポール	75.0	46.9	0.0	15.6	
マレーシア	60.0	0.0	0.0	60.0	
インド	60.0	20.0	0.0	60.0	
英国	80.3	32.8	0.0	14.8	
ドイツ	67.7	12.9	0.0	19.4	
フランス	62.8	39.5	2.3	25.6	
ロシア	58.3	16.7	0.0	50.0	
米国	73.8	20.2	1.8	22.0	
カナダ	68.5	20.4	1.9	33.3	
オーストラリア	87.5	18.8	0.0	8.3	
その他	78.1	23.8	0.4	16.4	

図表 1-13 団体ツアー参加状況
（国籍別、観光・レジャー目的のみ）



- 観光客の都道府県別の訪問率を国籍別にみると、いずれも東京都や大阪府への訪問率が高く、香港以外からは京都府への訪問率も高い。韓国や台湾、香港では北海道が上位にあがっている他、韓国や香港では福岡県、中国や米国では神奈川県への訪問率も高い。その他、台湾では千葉県、香港では沖縄県、中国では愛知県、米国では山梨県や広島県への訪問率が高い（図表 1-14）。

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

【韓国】

順位	都道府県名	回答数	訪問率
1位	大阪府	204	27.5%
1位	福岡県	204	27.5%
3位	東京都	188	25.3%
4位	京都府	105	14.2%
5位	北海道	98	13.2%
回答者数および訪問率延べ合計		742	167.1%

【台湾】

順位	都道府県名	回答数	訪問率
1位	東京都	338	38.5%
2位	大阪府	225	25.7%
3位	北海道	152	17.3%
4位	京都府	134	15.3%
5位	千葉県	115	13.1%
回答者数および訪問率延べ合計		877	190.1%

【香港】

順位	都道府県名	回答数	訪問率
1位	東京都	132	33.6%
2位	大阪府	121	30.8%
3位	沖縄県	69	17.6%
4位	北海道	62	15.8%
5位	福岡県	29	7.4%
回答者数および訪問率延べ合計		393	162.6%

【中国】

順位	都道府県名	回答数	訪問率
1位	東京都	470	75.8%
2位	大阪府	434	70.0%
3位	京都府	215	34.7%
4位	神奈川県	203	32.7%
5位	愛知県	198	31.9%
回答者数および訪問率延べ合計		620	325.3%

【米国】

順位	都道府県名	回答数	訪問率
1位	東京都	124	73.8%
2位	京都府	71	42.3%
3位	大阪府	36	21.4%
4位	神奈川県	21	12.5%
5位	山梨県	20	11.9%
5位	広島県	20	11.9%
回答者数および訪問率延べ合計		168	242.3%

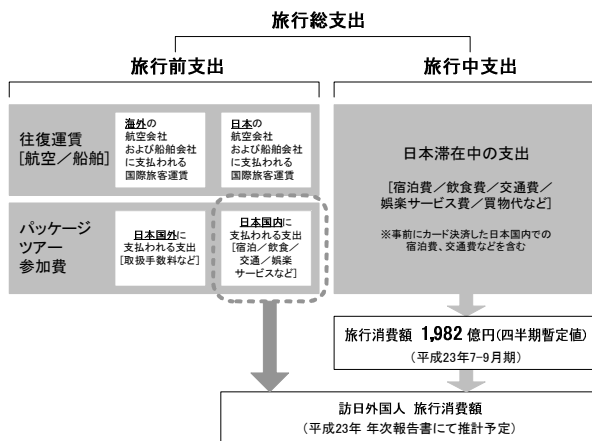
2. 訪日外国人の旅行支出

(1) 旅行支出

- 平成23年7-9月期における訪日外国人の旅行中支出額は平均120,343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84,224円、両者を合算した総支出額は平均204,567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23.6万円と最も高く、マレーシア（18.7万円）、英国（16.7万円）が続く。

- 1泊当たり旅行中支出額は6,892円、旅行前支出を含めた1泊当たり総支出額は11,715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23年7-9月期 訪日外国人1人当たり旅行支出（国籍別）※四半期暫定値

国籍	標本数	(人)	(円/人)	(円/人)	(円/人)	総支出額 標準誤差率	(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支出 (旅行中支出額)	c.総支出額 (=a.+b.)	d.平均泊数		1泊当たり 旅行中支出額 (=b./d.)	1泊当たり 総支出額 (=c./d.)	
全国籍	6,965	84,224	120,343	204,567	-	17.5	6,892	11,715	
韓国	1,438	42,509	77,861	120,370	3.5%	10.9	7,131	11,025	
台湾	1,213	67,646	79,016	146,662	2.6%	9.7	8,165	15,156	
香港	468	65,325	82,390	147,715	4.6%	5.7	14,345	25,718	
中国	1,162	70,346	162,242	232,588	3.5%	27.9	5,807	8,324	
タイ	152	78,651	132,124	210,775	6.7%	27.5	4,799	7,656	
シンガポール	74	103,051	142,627	245,679	10.3%	11.7	12,173	20,969	
マレーシア	57	83,320	187,164	270,484	13.3%	40.7	4,600	6,648	
インド	117	95,887	126,230	222,116	8.1%	19.2	6,574	11,568	
英国	176	168,633	167,905	336,538	6.6%	24.4	6,874	13,777	
ドイツ	147	180,180	146,604	326,783	7.2%	16.6	8,826	19,673	
フランス	157	155,071	152,043	307,114	6.3%	20.8	7,318	14,781	
ロシア	58	91,445	236,411	327,856	13.2%	48.1	4,911	6,811	
米国	834	147,590	154,023	301,613	4.0%	20.7	7,433	14,556	
カナダ	131	131,127	147,141	278,268	9.8%	27.6	5,329	10,077	
オーストラリア	139	143,557	137,813	281,370	7.0%	11.1	12,401	25,318	
その他	642	143,375	178,438	321,812	3.7%	26.0	6,852	12,357	

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

【参考】 訪日外国人1人当たり旅行支出額の推移

調査時期	旅行前支出額	旅行中支出額	総支出額	
				(円/人)
平成22年	7-9月期	92,250	119,605	211,854
	10-12月期	92,906	114,921	207,827
平成23年	1-3月期	89,910	113,187	203,097
	4-6月期	85,285	111,121	196,406
	7-9月期	84,224	120,343	204,567

注) 訪日外客数の更新等に伴い、前公表値から一部数値を改訂した。

【参考】平成 23 年 7-9 月期における

- 訪日外国人の日本における旅行中支出額に、同期間の訪日外客数を乗じることで、訪日外国人の旅行消費額は 1,982 億円と推計される（図表 2-3）。
- 国籍別の旅行消費額は、①中国 491 億円（構成比 24.7%）、②韓国 319 億円（同 16.1%）、③台湾 235 億円（同 11.9%）、④米国 225 億円（同 11.3%）、⑤香港 89 億円（同 4.5%）の順であり、上位 5 カ国で全体の 68.5%を占める。

（2）手配別にみる旅行支出

- パッケージツアー利用客は全体の 27.7% を占める。台湾、香港では同利用率が 5 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 88,119 円、ツアー利用客の旅行中支出額は同 58,369 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 82,732 円、個人手配客の旅行中支出額は同 148,149 円である。
- 総支出額はツアー利用客で 146,488 円、個人手配客で 230,881 円である。

図表 2-3 平成 23 年 7-9 月期 訪日外国人の旅行消費額（国籍別）※四半期暫定値

国籍	(円/人)	(人)	(億円)	構成比
	a.日本国内における旅行支出 (旅行中支出額)	b.訪日外客数 ^{注1} (JNTO速報値)	c.訪日外国人 旅行消費額 ^{注2} (=a.×b.)	
全国籍	120,343	1,647,289	1,982.4	100.0%
韓国	77,861	409,453	318.8	16.1%
台湾	79,016	297,360	235.0	11.9%
香港	82,390	107,424	88.5	4.5%
中国	162,242	302,363	490.6	24.7%
タイ	132,124	34,480	45.6	2.3%
シンガポール	142,627	21,070	30.1	1.5%
マレーシア	187,164	19,430	36.4	1.8%
インド	126,230	15,492	19.6	1.0%
英国	167,905	35,419	59.5	3.0%
ドイツ	146,604	19,960	29.3	1.5%
フランス	152,043	25,472	38.7	2.0%
ロシア	236,411	8,316	19.7	1.0%
米国	154,023	145,827	224.6	11.3%
カナダ	147,141	23,410	34.4	1.7%
オーストラリア	137,813	30,908	42.6	2.1%
その他	178,438	150,905	269.3	13.6%

注1) 出典：日本政府観光局（JNTO） ※平成23年7月は暫定値、同年8-9月は推計値を使用した。

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

【参考】訪日外国人の旅行消費額の推移

調査時期	(円/人)	(人)	(億円)	
	旅行中支出額	訪日外客数	旅行消費額	
平成22年	7-9月期	119,605	2,399,063	2,869.4
	10-12月期	114,921	2,010,476	2,310.5
平成23年	1-3月期	113,187	1,746,163	1,976.4
	4-6月期	111,121	1,086,492	1,207.3
	7-9月期	120,343	1,647,289	1,982.4

注) 訪日外客数の更新等に伴い、前回公表値から一部数値を改訂した。

- ・ 訪日外客数については、日本政府観光局（JNTO）が公表している平成 23 年 7 月時点の最新データを用いた。
- ・ 四半期毎に作成する旅行消費額には、パッケージ参加費に含まれる日本国内に支払われる宿泊費や日本の航空会社および船舶会社に支払われる国際旅客運賃等を含まない。

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

【パッケージツアー利用者】

国籍	パッケージツアー購入率 (%)	(円/人)			(円/人泊)		
		a.パッケージツアー購入者単価 (旅行前支出額)	b.日本国内における旅行支出 (旅行中支出額)	パッケージツアー客総支出額 (a.+b.)	d.平均泊数	1泊あたり旅行中支出額 (=b./d.)	1泊あたり総支出額 (=c./d.)
全国籍	27.7	88,119	58,369	146,488	5.4	10,718	26,898
韓国	22.9	60,385	34,503	94,887	4.2	8,215	22,592
台湾	50.5	85,882	39,891	125,773	4.4	9,034	28,482
香港	50.2	78,131	53,652	131,783	4.5	11,962	29,382
中国	41.4	83,318	95,651	178,969	5.3	17,979	33,639
タイ	13.6	146,030	87,521	233,551	5.6	15,576	41,564
シンガポール	13.5	152,203	62,422	214,625	5.2	12,004	41,274
マレーシア	10.5	66,399	14,517	80,916	69.0	210	1,173
インド	5.0	172,300	76,810	249,110	37.7	2,039	6,614
英国	5.6	245,406	90,796	336,202	13.8	6,579	24,362
ドイツ	3.4	325,321	121,733	447,054	11.6	10,494	38,539
フランス	3.2	486,072	38,100	524,172	12.6	3,024	41,601
ロシア	3.4	134,020	70,000	204,020	9.0	7,778	22,669
米国	4.2	239,347	86,174	325,521	18.4	4,691	17,719
カナダ	1.5	107,351	261,298	368,649	4.0	65,325	92,162
オーストラリア	10.6	253,452	68,311	321,763	7.3	9,315	43,877
その他	6.2	229,954	76,015	305,968	13.2	5,770	23,223

【参考】パッケージツアー利用者の旅行支出額の推移

調査時期	旅行前支出額 (パッケージ料金)	旅行中支出額	総支出額	(円/人泊)			
				平均泊数	1泊あたり旅行中支出額	1泊あたり総支出額	
平成22年	7-9月期	114,461	72,028	186,489	5.8	12,504	32,374
	10-12月期	122,607	64,116	186,723	5.9	10,919	31,799
平成23年	1-3月期	112,326	52,270	164,596	5.1	10,155	31,976
	4-6月期	98,199	64,526	162,725	7.2	8,959	22,592
	7-9月期	88,119	58,369	146,488	5.4	10,718	26,898

注) 訪日外客数の更新等に伴い、前回公表値から一部数値を改訂した。

【個人手配客】

国籍	往復運賃購入率 (%)	(円/人)			(円/人泊)		
		a.往復運賃購入者単価 (旅行前支出額)	b.日本国内における旅行支出 (旅行中支出額)	個人手配客総支出額 (a.+b.)	d.平均泊数	1泊あたり旅行中支出額 (=b./d.)	1泊あたり総支出額 (=c./d.)
全国籍	72.3	82,732	148,149	230,881	22.1	6,714	10,464
韓国	77.1	37,201	93,299	130,499	12.9	7,225	10,106
台湾	49.5	49,017	125,240	174,257	15.1	8,321	11,578
香港	49.8	52,409	121,706	174,115	7.0	17,355	24,828
中国	58.6	61,194	220,191	281,385	43.9	5,016	6,410
タイ	86.4	68,012	140,234	208,246	31.0	4,525	6,719
シンガポール	86.5	95,371	159,692	255,064	12.7	12,540	20,030
マレーシア	89.5	85,311	215,161	300,472	37.4	5,760	8,044
インド	95.0	91,829	129,358	221,187	18.2	7,099	12,139
英国	94.4	164,063	173,882	337,946	25.1	6,939	13,486
ドイツ	96.6	175,140	147,985	323,125	16.8	8,817	19,251
フランス	96.8	144,183	156,997	301,180	21.0	7,460	14,311
ロシア	96.6	89,951	241,166	331,117	49.5	4,871	6,688
米国	95.8	143,586	157,709	301,295	20.8	7,574	14,469
カナダ	98.5	131,493	144,604	276,097	28.0	5,169	9,869
オーストラリア	89.4	130,474	147,642	278,116	11.6	12,768	24,051
その他	93.8	137,688	186,299	323,987	26.9	6,929	12,049

【参考】個人手配客の旅行支出額の推移

調査時期	旅行前支出額 (往復運賃)	旅行中支出額	総支出額	(円/人泊)			
				平均泊数	1泊あたり旅行中支出額	1泊あたり総支出額	
平成22年	7-9月期	82,180	142,090	224,270	18.2	7,788	12,292
	10-12月期	82,326	134,994	217,320	13.3	10,147	16,335
平成23年	1-3月期	79,416	145,486	224,902	17.6	8,283	12,804
	4-6月期	80,092	132,173	212,265	15.3	8,630	13,860
	7-9月期	82,732	148,149	230,881	22.1	6,714	10,464

注) 訪日外客数の更新等に伴い、前回公表値から一部数値を改訂した。

(3) 来訪目的別にみる旅行支出

- 来訪目的別の旅行中支出額は、「観光・レジャー」87,171 円、「商談等その他ビジネス」144,030 円、「親族・知人訪問」106,148 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 736 億円で全体の 36.9%を占める。これに対し、「展示会・見本市」「国際会議」「研修」「社内会議」「商談等その他ビジネス」を合算した「業務」目的の旅行消費額は 579 億円で、全体の 29.0%を占める。

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

来訪目的	観光・レジャー	親族・知人訪問	ハネムーン	学校関連の旅行	イベント	留学	インセンティブツアー	業務					その他	
								展示会・見本市	国際会議	社内会議(自社施設以外で開催されたもの)	研修	商談等その他ビジネス		
旅行中支出額(円/人)	全国籍	87,171	106,148	166,866	129,199	101,728	465,589	84,624	119,787	113,039	121,322	141,032	144,030	155,861
	韓国	57,454	67,057	175,000	65,644	57,875	353,860	20,000	96,722	48,302	63,600	91,342	91,226	54,000
	台湾	57,591	103,927	29,433	73,700	27,343	517,895	-	77,123	84,940	108,176	89,987	133,444	110,025
	香港	72,105	83,820	-	-	58,658	326,000	66,995	123,372	20,000	108,598	159,505	110,321	711,333
	中国	111,591	128,525	-	174,444	53,350	586,838	135,000	125,510	191,038	148,374	176,962	193,706	190,688
	米国	125,111	125,685	256,963	233,660	-	376,567	-	276,012	97,421	116,573	179,544	155,069	173,091
【参考】消費額(億円)	全国籍	736.3	198.3	4.7	23.6	10.9	303.0	1.6	24.1	37.3	103.1	92.5	321.7	140.1
	韓国	120.9	28.2	0.5	5.0	0.8	48.9	0.1	6.0	2.7	3.2	11.9	82.9	6.9
	台湾	123.9	19.1	0.2	1.1	1.2	35.5	0.2	3.4	1.7	9.3	5.5	23.5	12.6
	香港	65.6	3.1	0.0	0.0	0.1	3.0	0.2	1.4	0.1	5.0	0.7	4.3	4.9
	中国	180.0	41.7	0.0	4.5	1.0	120.4	1.1	2.9	6.0	19.7	24.4	77.0	20.3
	米国	36.8	43.1	1.8	7.4	0.0	25.7	0.0	1.9	4.9	18.6	15.1	30.1	37.9
目的別構成比(%)	全国籍	36.9	9.9	0.2	1.2	0.5	15.2	0.1	1.2	1.9	5.2	4.6	16.1	7.0
	韓国	38.0	8.9	0.2	1.6	0.3	15.4	0.0	1.9	0.9	1.0	3.7	26.1	2.2
	台湾	52.3	8.0	0.1	0.5	0.5	15.0	0.1	1.4	0.7	3.9	2.3	9.9	5.3
ヨコ計=100	香港	74.1	3.5	0.0	0.0	0.2	3.4	0.2	1.6	0.1	5.7	0.8	4.9	5.6
	中国	36.1	8.4	0.0	0.9	0.2	24.1	0.2	0.6	1.2	3.9	4.9	15.4	4.1
	米国	16.5	19.3	0.8	3.3	0.0	11.5	0.0	0.9	2.2	8.3	6.8	13.5	17.0

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。来訪目的無回答者が存在するため、上表の来訪目的別消費額の合計値は平成23年7-9月期旅行消費額とは一致しない。

上表各セルの標本数	全国籍	韓国	台湾	香港	中国	米国
全国籍	3,438	837	13	74	45	274
韓国	739	149	1	25	5	48
台湾	876	75	3	6	18	28
香港	394	16	0	0	1	4
中国	620	125	0	10	7	78
米国	166	196	4	18	0	39

注) 標本数が小さい数値については、取り扱いに留意されたい。

3. 土産品の購入実態

(1) 費目別購入率

- 最も購入率（その費目を購入した人の割合）の高い費目は「菓子類」であり、訪日外国人の52.3%が購入している。次いで「その他食料品・飲料・酒・たばこ」の購入率が高い。国籍別では、多くの費目で中国の購入率が高い（図表3-1）。

(2) 費目別購入者単価

- 費目別の購入者単価（その費目を購入した人における当該費目の平均支出額）は、「カメラ・ビデオカメラ・時計」が3.9万円と高い。
- 来訪目的別にみると、購入率は「観光・レジャー」客の方が「業務」客に比べて高い傾向があるが、購入者単価の大小は国籍や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）

費目	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	52.3%	6,741	58.2%	4,477	63.3%	6,838	57.7%	7,311	65.8%	9,549	27.7%	5,159
その他食料品・飲料・酒・たばこ	50.2%	11,372	52.3%	8,124	46.7%	8,386	51.6%	12,796	54.6%	12,050	46.3%	14,377
カメラ・ビデオカメラ・時計	10.8%	39,197	2.6%	22,564	6.2%	12,783	4.6%	32,415	32.0%	50,484	4.5%	21,042
電気製品	11.7%	33,934	4.1%	35,015	10.3%	21,859	6.5%	24,327	28.3%	42,243	6.5%	16,949
化粧品・医薬品・トイレタリー	37.1%	18,339	26.7%	10,769	60.7%	14,920	42.7%	9,489	67.3%	30,277	9.5%	7,169
和服(着物)・民芸品	16.7%	11,281	5.5%	6,868	14.1%	8,811	17.0%	9,033	17.9%	10,788	27.0%	13,276
服(和服以外)・かばん・靴	33.6%	26,906	24.6%	19,360	43.1%	24,547	55.3%	26,410	42.6%	38,925	17.8%	19,528
マンガ・DVD・アニメ関連商品	11.3%	9,522	7.4%	8,489	12.8%	9,545	12.0%	8,521	13.2%	7,844	10.5%	9,678

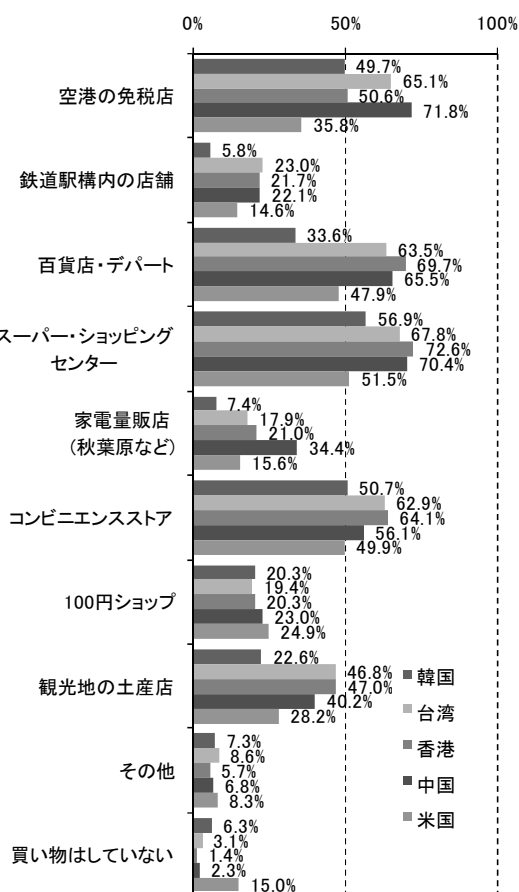
図表 3-2 来訪目的別にみる費目別購入率および購入者単価（主要国籍別）

費目	国籍	韓国		台湾		香港		中国		米国	
	来訪目的	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	67.3%	3,797	68.0%	6,673	61.0%	7,109	68.1%	8,594	36.6%	3,715
	業務	46.9%	5,016	53.2%	7,090	42.2%	9,579	60.9%	10,205	20.1%	7,063
その他食料品・飲料・酒・たばこ	観光・レジャー	60.0%	6,518	48.1%	7,949	52.2%	7,990	55.7%	10,550	47.6%	10,841
	業務	46.4%	10,499	40.9%	8,821	53.3%	8,998	50.9%	15,297	35.3%	9,555
カメラ・ビデオカメラ・時計	観光・レジャー	2.4%	17,122	6.2%	10,341	4.7%	35,034	34.7%	47,819	2.4%	11,225
	業務	3.1%	32,038	5.8%	27,857	2.2%	-	33.6%	56,048	2.8%	19,321
電気製品	観光・レジャー	3.2%	13,260	9.8%	17,376	5.9%	17,101	30.4%	36,900	5.5%	11,522
	業務	2.6%	30,178	12.3%	27,412	11.1%	23,760	26.6%	49,059	3.9%	14,988
化粧品・医薬品・トイレタリー	観光・レジャー	30.2%	8,890	64.4%	14,213	43.9%	8,637	74.7%	28,062	12.2%	5,624
	業務	20.3%	14,487	45.5%	13,361	35.6%	15,136	62.7%	29,739	3.9%	14,129
和服(着物)・民芸品	観光・レジャー	6.3%	6,361	16.4%	8,804	17.8%	8,511	21.3%	11,514	31.7%	7,343
	業務	3.1%	4,500	6.5%	13,533	6.7%	15,940	12.5%	12,329	18.7%	9,520
服(和服以外)・かばん・靴	観光・レジャー	27.2%	15,304	45.3%	18,977	60.7%	24,351	46.3%	33,535	23.8%	8,187
	業務	13.6%	19,179	24.7%	55,103	22.2%	88,272	29.2%	50,998	7.4%	11,269
マンガ・DVD・アニメ関連商品	観光・レジャー	7.7%	8,135	13.9%	9,610	12.7%	9,283	13.6%	7,378	13.4%	4,674
	業務	6.0%	8,040	4.5%	4,667	4.4%	2,750	5.2%	5,167	2.5%	2,065

(3) 買物場所

- 買物場所を国籍別にみると、「空港の免税店」は台湾と中国、「百貨店・デパート」は香港、「観光地の土産店」は台湾と香港での利用率が高い。また、「家電量販店」では中国人の利用率が 34.4% と圧倒的に高い (図表 3-3)。

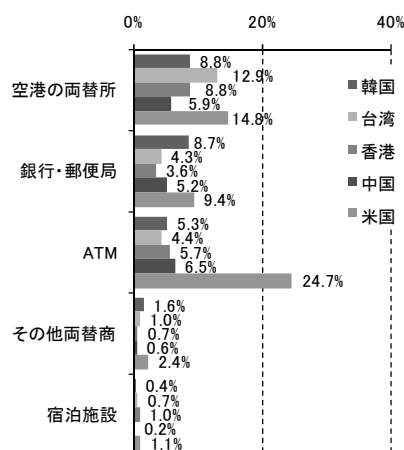
図表 3-3 買物場所 (主要国籍別、複数回答)



(4) 利用した金融機関と決済方法

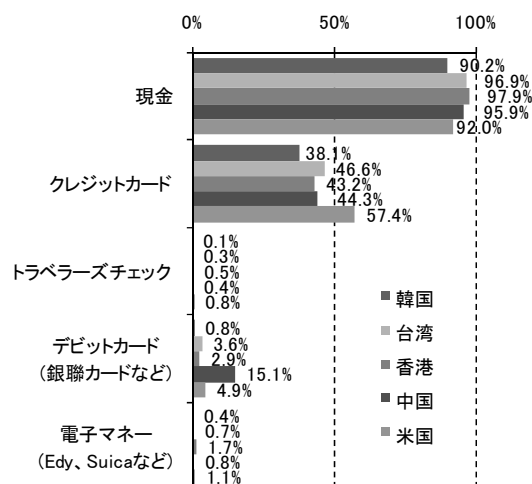
- 利用した金融機関を国籍別にみると、米国では「ATM (現金自動預払機)」の利用率が他国籍に比べ際だって高い (図表 3-4)。

図表 3-4 利用金融機関 (主要国籍別、複数回答)



- 決済方法ではいずれの国籍も「現金」が 9 割以上を占める。次いで「クレジットカード」の利用率が高い。「デビットカード」の利用率は中国で 15.1%、米国で 4.9% となっている。「電子マネー」の利用率は香港で 1.7% となっている (図表 3-5)。

図表 3-5 利用決済方法 (主要国籍別、複数回答)

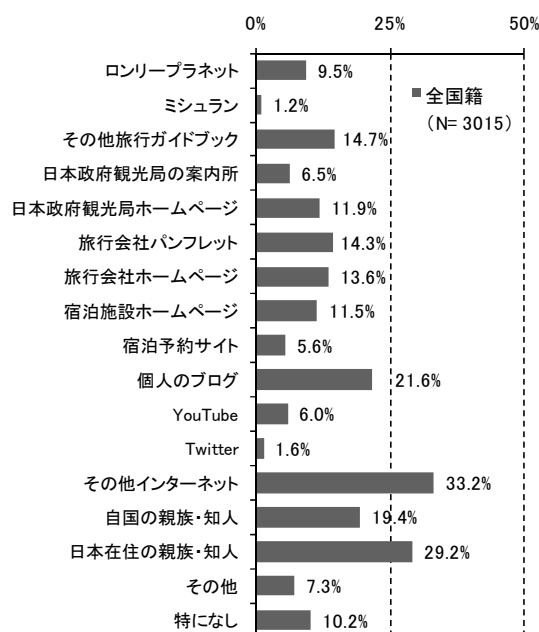


4. 旅行情報源

(1) 出発前に得た旅行情報

- 出発前に得た旅行情報で役に立ったものは、ガイドブックでは「ロンリープラネット」が9.5%、「ミシュラン」が1.2%、「その他旅行ガイドブック」が14.7%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6.5%、「日本政府観光局ホームページ」の選択率は11.9%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」(21.6%)をあげる回答が多い。
- 知人からの口コミでは、今期も「日本在住の親族・知人」が29.2%と前期(25.2%)に引き続き高かった。

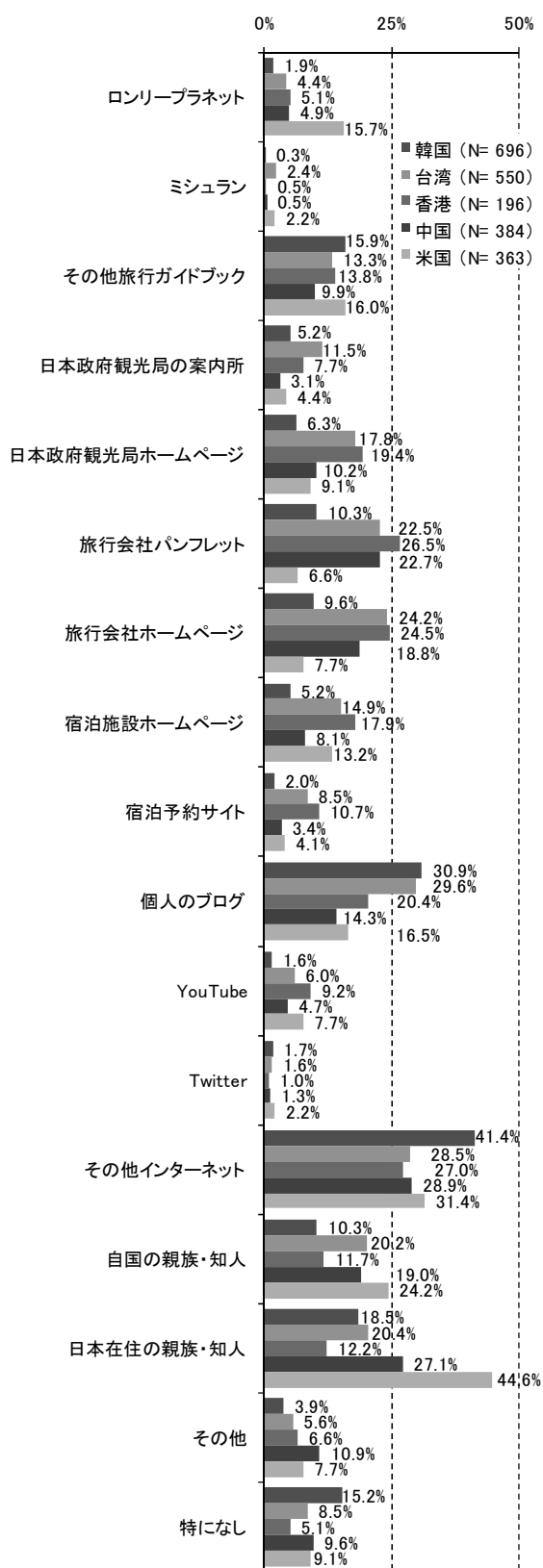
図表 4-1 出発前に得た旅行情報で役に立ったもの
(全国籍、複数回答)



- 国籍別にみると、韓国では「その他インターネット」が41.4%、「個人のブログ」が30.9%と高い。また、「特になし」も15.2%と他国籍に比べて高い（図表4-2）。
- 台湾では「個人のブログ」が29.6%、「その他インターネット」が28.5%、「旅行会社ホームページ」が24.2%と高い。
- 香港では、「その他インターネット」が27.0%、「旅行会社パンフレット」が26.5%、「旅行会社ホームページ」が24.5%と高い。また、「日本政府観光局ホームページ」も19.4%と他国籍に比べて高い。
- 中国では、「その他インターネット」が28.9%、「日本在住の親族・知人」が27.1%、「旅行会社パンフレット」が22.7%と高い。
- 米国では、「日本在住の親族・知人」が44.6%であり、他国籍に比べ圧倒的に高い。また、「その他インターネット」が31.4%、「自国の親族・知人」が24.2%と高い。

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。

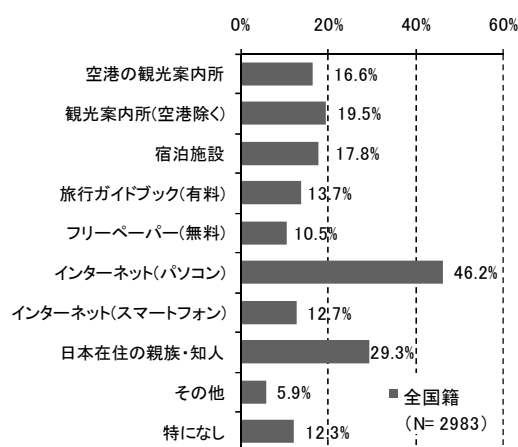
図表 4-2 出発前に得た旅行情報で役に立ったもの
(主要国籍別、複数回答)



(2) 日本滞在中に得た旅行情報

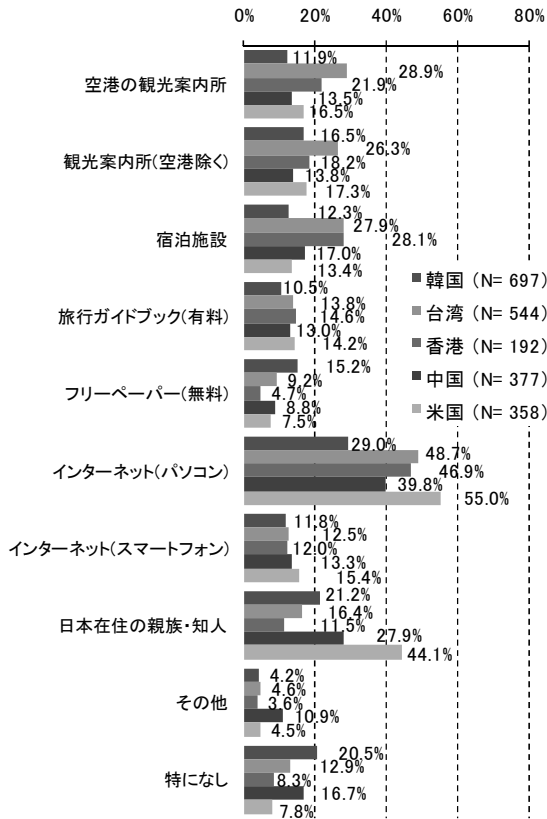
- 日本滞在中に得た旅行情報で役に立ったものは、回答者全体で「インターネット (パソコン)」46.2%、「日本在住の親族・知人」29.3%、「観光案内所 (空港除く)」19.5%の順が多い(図表 4-3)。

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)」及び「日本在住の親族・知人」では米国 (それぞれ 55.0%、44.1%) の高さが目立つ。このほか、「空港の観光案内所」や「観光案内所 (空港除く)」では台湾、「宿泊施設」では台湾や香港、「フリーペーパー (無料)」では韓国の選択率の高さが目立つ (図表 4-4)。

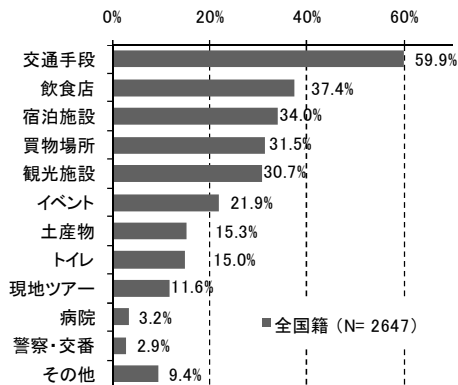
図表 4-4 日本滞在中に得た旅行情報で役に立ったもの(主要国籍別、複数回答)



(3) 日本滞在中にあると便利な情報

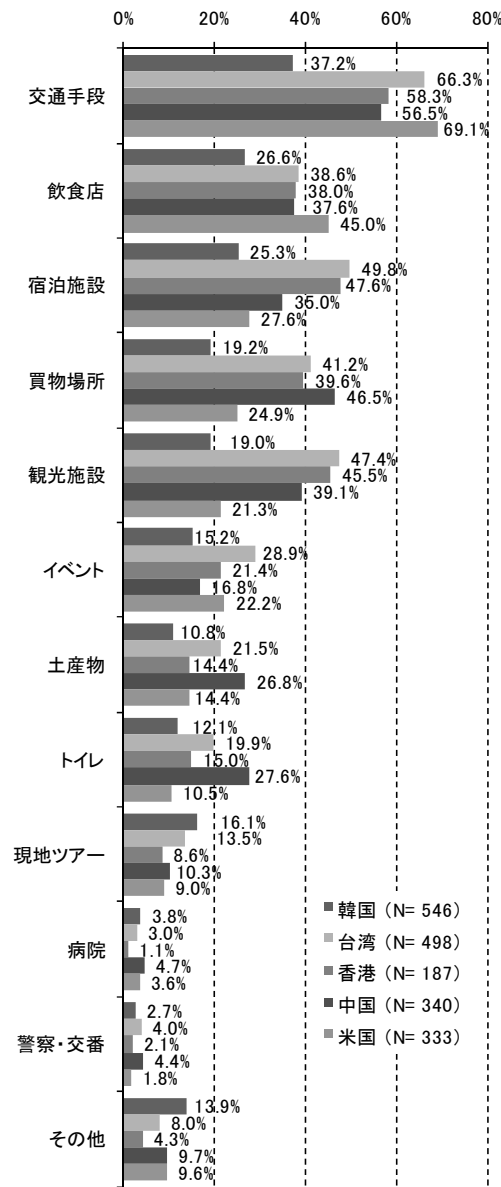
- 日本滞在中にあると便利な情報を尋ねたところ、回答者全体では「交通手段」が59.9%と圧倒的に多く、次いで「飲食店」37.4%、「宿泊施設」34.0%の順で希望する声が多かった(図表 4-5)。

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」は台湾や米国での選択率が高い。また、「飲食店」の情報は米国での選択率が高い。「宿泊施設」や「観光施設」の情報は台湾や香港での選択率が高い。このほか、「買物場所」や「トイレ」「土産物」などの選択率は中国で高く、「現地ツアー」は韓国での選択率が高い(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)

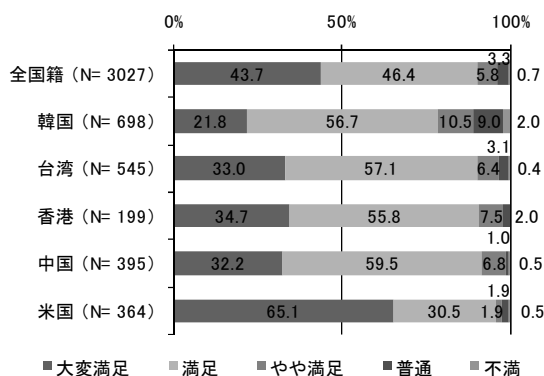


5. 満足度と再訪意向

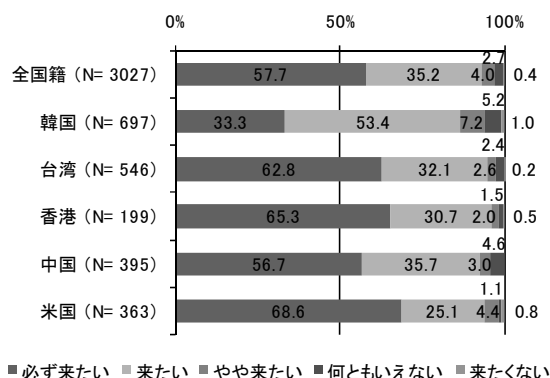
(1) 訪日旅行全体の満足度と再訪意向

- 今回の訪日旅行全体の満足度は「大変満足」43.7%、「満足」46.4%である(図表 5-1)。
- 米国では「大変満足」の割合が 65.1%で、主要国籍の中で最も高い。東アジアでは、今期は香港が 34.7%と高い。主要国籍以外では、シンガポール、英国、ロシアで「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 57.7%、「来たい」が 35.2%である(図表 5-2)。

図表 5-1 訪日旅行の満足度(主要国籍別)



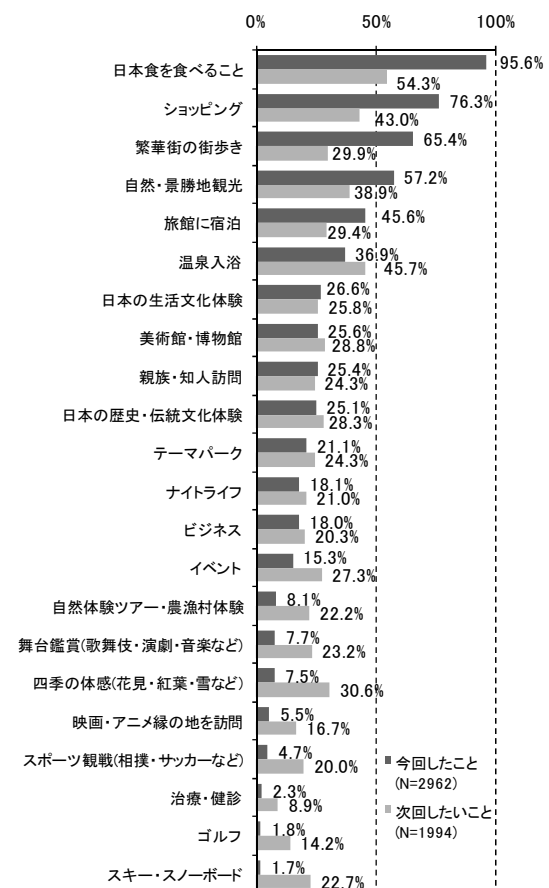
図表 5-2 訪日旅行者の再訪意向(主要国籍別)



(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」95.6%、「ショッピング」76.3%、「繁華街の街歩き」65.4%の順で多い(図表 5-3)。
- 次回実施したいことは、「日本食を食べること」54.3%、「温泉入浴」45.7%、「ショッピング」43.0%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・スノーボード」「ゴルフ」「スポーツ観戦」「四季の体感」などであった。

図表 5-3 今回実施した活動と次回実施したい活動(全国籍、複数回答)

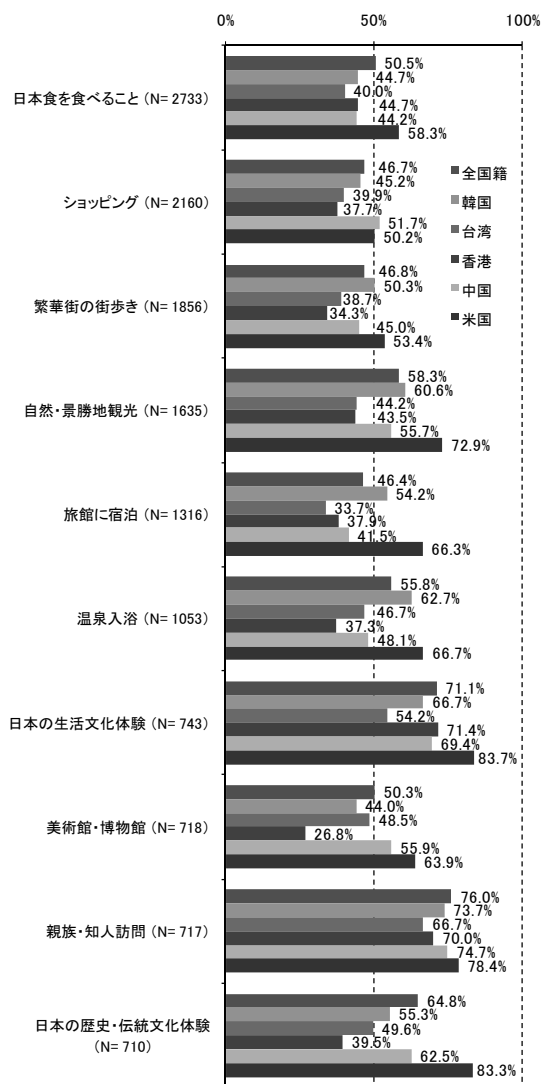


注) この章に示す調査結果は、「訪日外国人消費動向調査」と同時に実施した旅行の満足度や再来訪意向等の意識調査より得られたものである。回答は任意としているため、必ずしも全調査対象者が回答しているとは限らない。なお、この章で示す『全体(全国籍)』の値は、訪日外客数によるウェイトバック集計を行っていない。

(3) 活動別にみる満足度

- 今回実施した活動に対して「期待以上」「期待通り」「不満」の3段階評価で満足度を尋ねた。活動の実施率上位10位までの活動について「期待以上」の比率をみると、「日本の生活文化体験」「親族・知人訪問」「日本の歴史・伝統文化体験」が6割超と高い。国籍別では、どの活動でも米国の満足度が高い(図表5-4)。

図表 5-4 期待以上だった活動 (主要国籍別、実施率上位10活動)



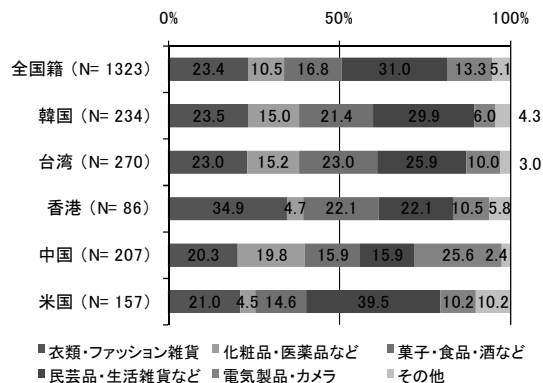
(4) 最も満足した購入商品

- 今回の訪日旅行で購入した商品のうち、最も満足したものを1つ自由に回答してもらい、図表5-5に示す区分に分類して集計を行った。結果、「衣類・ファッション雑貨」23.4%、「化粧品・医薬品など」10.5%、「菓子・食品・酒など」16.8%、「民芸品・生活雑貨など」31.0%、「電気製品・カメラ」13.3%、「その他」5.1%という分布となった(図表5-6)。

図表 5-5 最も満足した購入商品 商品区分

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

図表 5-6 最も満足した購入商品 (商品大区分、主要国籍別)



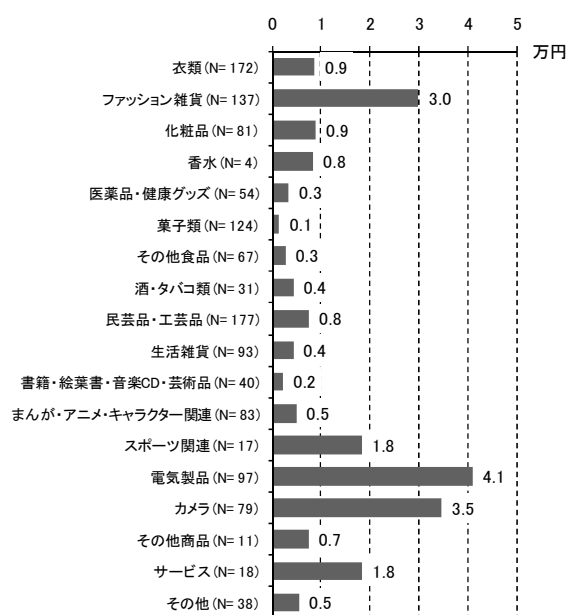
- 国籍別に、最も満足した購入商品（小区分）の比率をみると、韓国では「ファッション雑貨」（15.0%）、台湾では「衣類」（17.0%）、香港では「衣類」（26.7%）、中国では「ファッション雑貨」（14.5%）、米国では「民芸品・工芸品」（17.8%）の割合が高い。また、中国では「化粧品」「電気製品」「カメラ」の割合が他の国籍に比べて高い（図表 5-7）。

図表 5-7 最も満足した購入商品
（商品小区分、主要国籍別）

商品小区分	国籍 (%)				
	韓国	台湾	香港	中国	米国
衣類	8.5	17.0	26.7	5.8	12.7
ファッション雑貨	15.0	5.9	8.1	14.5	8.3
化粧品	9.4	4.8	2.3	14.0	3.2
香水	0.4	0.0	0.0	1.0	0.0
医薬品・健康グッズ	5.1	10.4	2.3	4.8	1.3
菓子類	11.5	14.4	8.1	10.6	7.6
その他食品	8.1	6.3	12.8	2.9	3.2
酒・タバコ類	1.7	2.2	1.2	2.4	3.8
民芸品・工芸品	10.3	8.9	9.3	5.3	17.8
生活雑貨	9.8	8.5	4.7	4.3	9.6
書籍・絵葉書・音楽CD・芸術品	3.0	2.2	1.2	1.4	2.5
まんが・アニメ・キャラクター関連	6.0	5.6	4.7	4.3	7.6
スポーツ関連	0.9	0.7	2.3	0.5	1.9
電気製品	4.3	5.6	7.0	12.6	4.5
カメラ	1.7	4.4	3.5	13.0	5.7
その他商品	1.7	0.7	0.0	0.0	1.9
サービス	0.4	0.7	2.3	0.5	2.5
その他	2.1	1.5	3.5	1.9	5.7
合計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
標本数	234	270	86	207	157

- 最も満足した購入商品（小区分）の単価をみると、「電気製品」4.1万円、「カメラ」3.5万円、「ファッション雑貨」3.0万円の順で高い（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 5 割強を占める。このほか、「衣類・ファッション雑貨」では「価格が手頃・自国より安いから」、「化粧品・医薬品など」や「電気製品・カメラ」では「日本製だから」とする回答が多かった（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	理由 (%)										
		標本数	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・贈られたから	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	296	15.2	38.2	0.0	7.8	0.0	3.0	4.4	7.8	22.6	1.0	100.0
化粧品・医薬品など	132	55.3	0.9	0.0	21.2	0.0	1.5	4.5	3.8	11.4	1.5	100.0
菓子・食品・酒など	207	2.4	5.3	62.8	4.3	5.3	1.4	3.4	10.6	3.4	1.0	100.0
民芸品・生活雑貨など	386	14.8	28.5	0.0	4.9	9.6	9.3	10.1	13.5	7.5	1.8	100.0
電気製品・カメラ	163	36.8	4.9	0.0	25.8	0.0	1.8	8.6	1.2	17.8	3.1	100.0
その他	61	1.6	4.9	42.6	3.3	3.3	4.9	4.9	3.3	6.6	24.6	100.0
合計	1,245	19.4	19.8	12.5	9.9	4.0	4.5	6.6	8.5	12.1	2.7	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
付表	国籍別 都道府県別訪問率	表-74

<調査票>

日本語、英語、韓国語、中国語（繁体字）、中国語（簡体字）

1. 調査概要

(1) 調査対象者

日本を出国する訪日外国人

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

(2) 調査場所

下記 11 空海港の国際線ターミナル搭乗待合ロビー

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

注）仙台空港は調査便欠航等の理由により今期は調査を実施していない。

(3) 調査時期

平成 23 年 7 月 21 日（木）～8 月 29 日（月）

(4) 調査方法

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

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

(5) 調査標本数

ビジット・ジャパン事業の重点市場である 15 の国・地域別に目標サンプル数を設定、合計 6,500 サンプルを目標に調査を実施し、7,030 サンプル（うち旅行中支出額の有効サンプル数は 6,965 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 23 年 7-9 月期 報告書

発 行 平成 23 年 11 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/>