



訪日外国人の消費動向

訪日外国人消費動向調査結果及び分析

平成 24 年 4-6 月期 報告書

訪日外国人の消費動向

平成 24 年 4-6 月期 報告書

目 次

I 平成 24 年 4-6 月期における 訪日外国人の消費動向の分析結果

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

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

II 訪日外国人消費動向調査結果

1. 調査概要	27
2. 調査結果の利用上の注意	27

<集計表>

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

<調査票>

日本語、英語、韓国語、中国語（繁体字）、中国語（簡体字）

I 平成 24 年 4-6 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

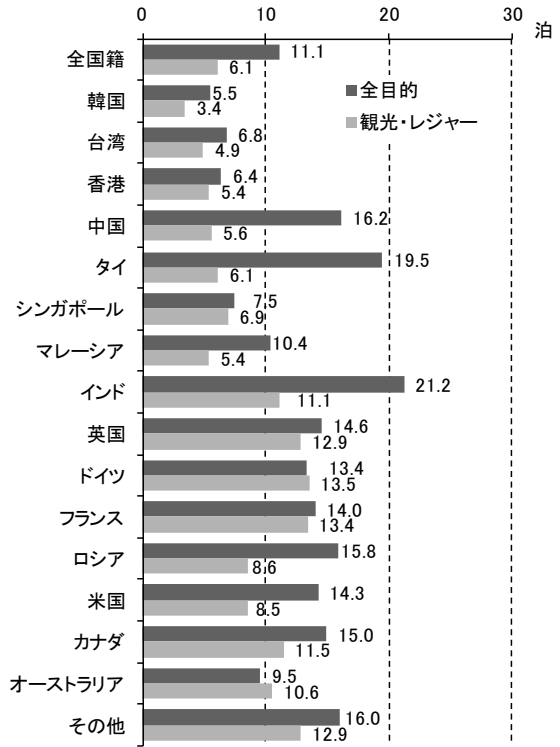
(1) 回答者属性

- 性別の構成比は男性 59.6%、女性 40.4% である。
- 性年代別で見ると、「男性 30 代」(19.1%)、「男性 40 代」(14.8%)、「女性 20 代」(12.2%)、「男性 20 代」(11.7%) の順が多い(注: 性年代別の構成比には調査対象外である 15 歳未満を含まない)。

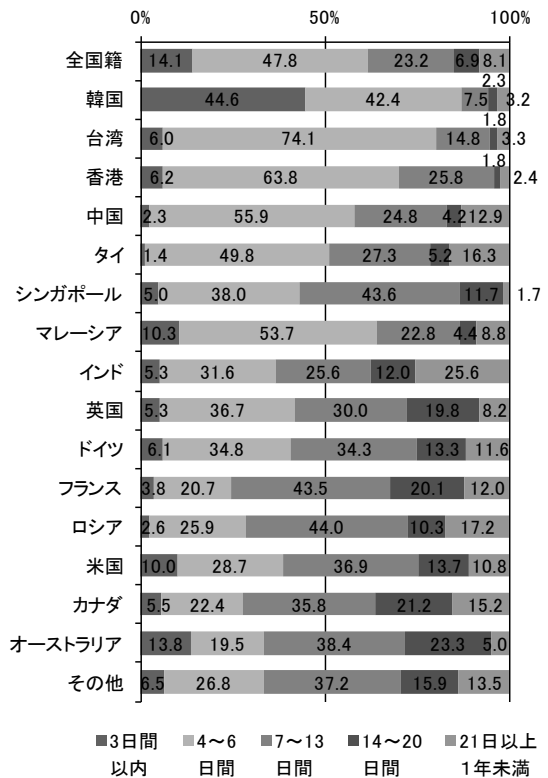
(2) 泊数

- 回答者全体の平均泊数は 11.1 泊である。国籍別ではタイやインドの高さが目立つが、これは研修など業務目的での長期滞在者が多いためである(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 6.1 泊である。東アジアからの観光客は平均泊数が短く、全目的での平均泊数が比較的長い中国でも観光・レジャー目的に限ると平均泊数は 5.6 泊となっている。
- 滞在日数の分布をみると、6 日間以内の滞在者が 6 割を占める。一方、「21 日以上 1 年未満」の長期滞在者は 8.1% を占める。国籍別では、韓国で「3 日間以内」の割合が 44.6% と他の国籍に比べて高い(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)



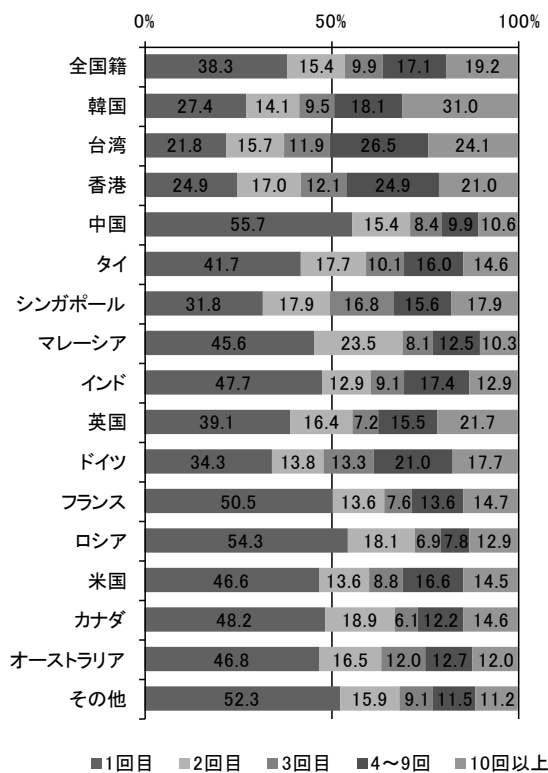
(3) 旅行内容

[全目的]

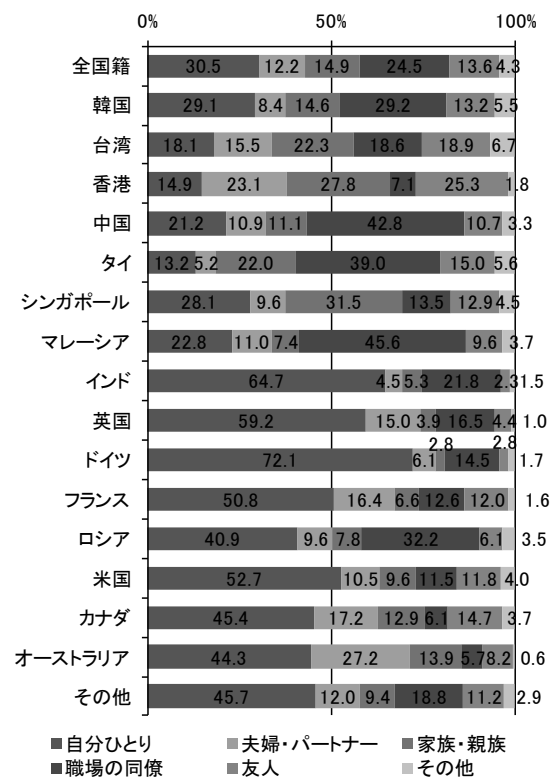
- 日本への来訪回数では、「1回目」が全体の38.3%、「2回目」が15.4%を占める。一方、「10回以上」が19.2%と少なくない。国籍別では、中国やフランス、ロシアで「1回目」の割合が高く5割を超える。韓国や台湾、香港は「1回目」の割合が低く3割を下回る(図表1-3)。

- 同行者は、「自分ひとり」30.5%、「職場の同僚」24.5%、「家族・親族」14.9%、「友人」13.6%、「夫婦・パートナー」12.2%の順となっている。国籍別では、インドや英国、ドイツ、フランス、米国で「自分ひとり」が5割を超える。また、台湾や香港、シンガポールでは「家族・親族」、中国やタイ、マレーシアでは「職場の同僚」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)



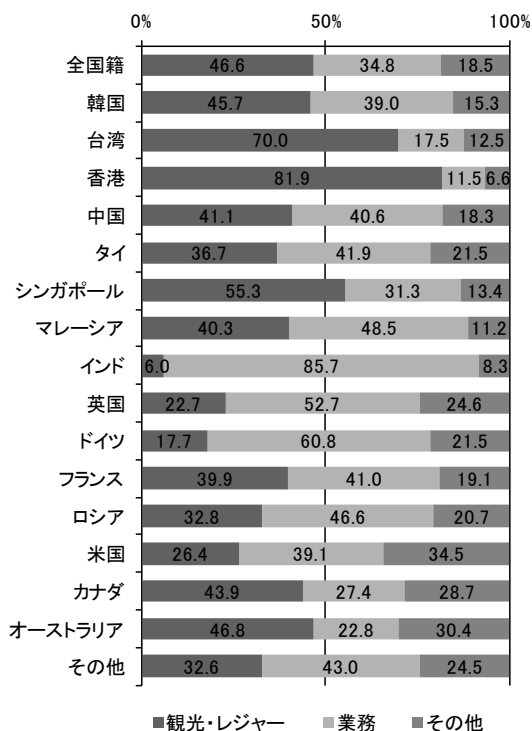
図表 1-4 同行者 (国籍別、全目的)



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

- 訪日外国人の主な来訪目的では「観光・レジャー」が全体の46.6%を占める。国籍別では、台湾や香港で「観光・レジャー」の割合が特に高い。一方、「業務（展示会・見本市／国際会議／社内会議／研修／商談等その他ビジネス）」は全体の34.8%を占める。国籍別では、インドで「業務」の割合が85.7%と高い（図表1-5）。

図表1-5 主な来訪目的（国籍別、全目的）



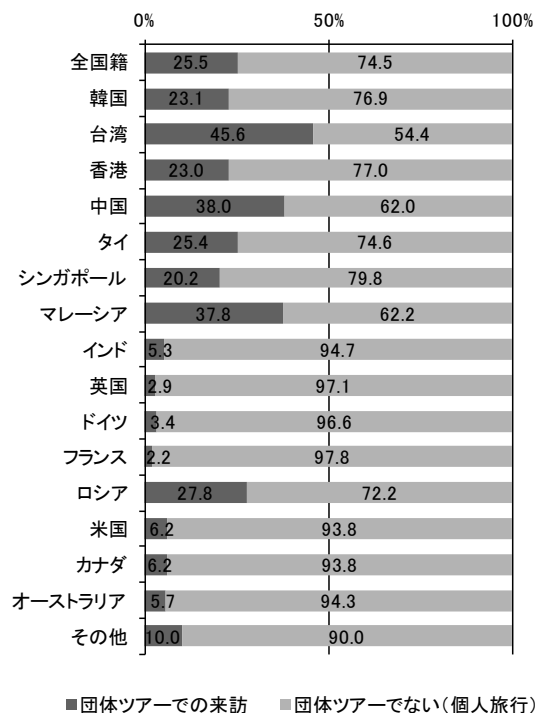
- 利用した宿泊施設のタイプ（複数回答）では、82.3%が「ホテル（洋室中心）」、17.1%が「旅館（和室中心）」を利用している。国籍別では、タイで「旅館（和室中心）」の利用率が31.1%と高い。また、欧米人は「親族・知人宅」の利用率がアジア人に比べて高い（図表1-6）。

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	82.3	17.1	1.8	12.6	
韓国	81.5	10.0	1.0	13.6	
台湾	85.1	25.0	1.6	6.8	
香港	92.9	13.7	1.1	6.2	
中国	80.0	22.2	3.5	11.6	
タイ	78.9	31.1	5.5	8.0	
シンガポール	91.1	17.3	0.0	10.1	
マレーシア	88.1	8.9	0.7	3.7	
インド	78.9	2.3	1.5	9.0	
英国	83.5	13.1	1.9	18.0	
ドイツ	87.8	7.7	2.2	14.9	
フランス	84.2	26.6	1.1	16.3	
ロシア	79.1	7.0	2.6	21.7	
米国	78.6	12.1	1.0	20.8	
カナダ	72.1	21.2	1.2	29.1	
オーストラリア	84.8	18.4	0.6	19.6	
その他	79.9	13.3	1.6	16.1	

- 旅行形態では「団体ツアーでの来訪」が25.5%を占める。国籍別では、台湾や中国、マレーシアで「団体ツアーでの来訪」の割合が高く、それぞれ4割前後を占める（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みると、いずれの国籍でも「東京都」や「大阪府」への訪問率が高い。国籍別の特徴としては、韓国で「福岡県」「大分県」「熊本県」など九州地方への訪問率が高い。その他、台湾では「北海道」、香港では「京都府」「沖縄県」、中国では「神奈川県」、米国では「京都府」への訪問率が高い（図表 1-8）。

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

【韓国】

順位	都道府県名	回答数	訪問率
1位	東京都	452	34.0%
2位	福岡県	309	23.3%
3位	大阪府	293	22.1%
4位	大分県	162	12.2%
5位	熊本県	142	10.7%
回答者数および訪問率延べ合計		1,328	164.3%

【台湾】

順位	都道府県名	回答数	訪問率
1位	東京都	567	44.0%
2位	大阪府	239	18.5%
3位	北海道	142	11.0%
4位	愛知県	137	10.6%
5位	千葉県	136	10.5%
回答者数および訪問率延べ合計		1,290	197.8%

【香港】

順位	都道府県名	回答数	訪問率
1位	東京都	244	53.9%
2位	大阪府	103	22.7%
3位	京都府	52	11.5%
3位	沖縄県	52	11.5%
5位	北海道	39	8.6%
回答者数および訪問率延べ合計		453	167.5%

【中国】

順位	都道府県名	回答数	訪問率
1位	東京都	771	62.1%
2位	大阪府	529	42.6%
3位	神奈川県	271	21.8%
4位	愛知県	249	20.0%
4位	京都府	249	20.0%
回答者数および訪問率延べ合計		1,242	245.0%

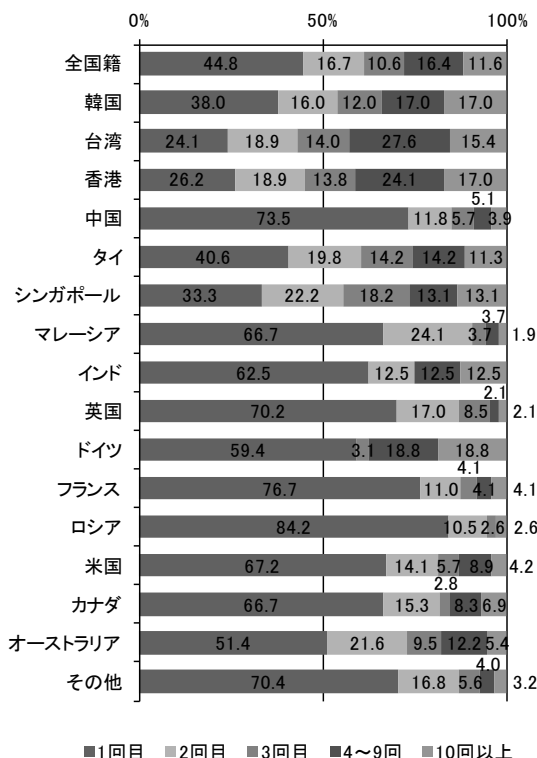
【米国】

順位	都道府県名	回答数	訪問率
1位	東京都	451	61.6%
2位	京都府	166	22.7%
3位	神奈川県	157	21.4%
4位	大阪府	96	13.1%
5位	千葉県	79	10.8%
回答者数および訪問率延べ合計		732	193.3%

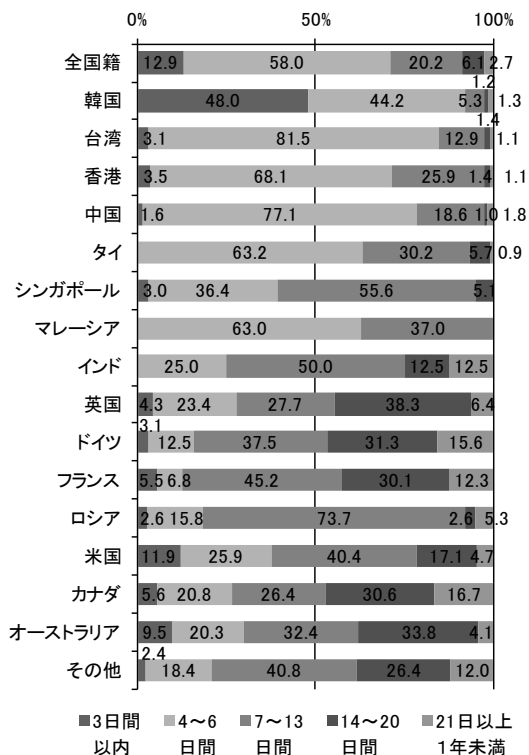
〔観光・レジャー目的〕

- 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48.0%と他国籍に比べて多い。台湾では「4～6日間」の割合が高く81.5%を占める。英国、ドイツ、フランス、カナダでは14日以上滞在が4割を超える（図表1-9）。
- 日本への来訪回数では、中国、英国、フランス、ロシアで「1回目」が7割を超える。台湾や香港では2回目以上の割合が高い（図表1-10）。
- 同行者は、タイやシンガポールで「家族・親族」の割合が高く、インドや欧米では「自分ひとり」の割合が高い（図表1-11）。

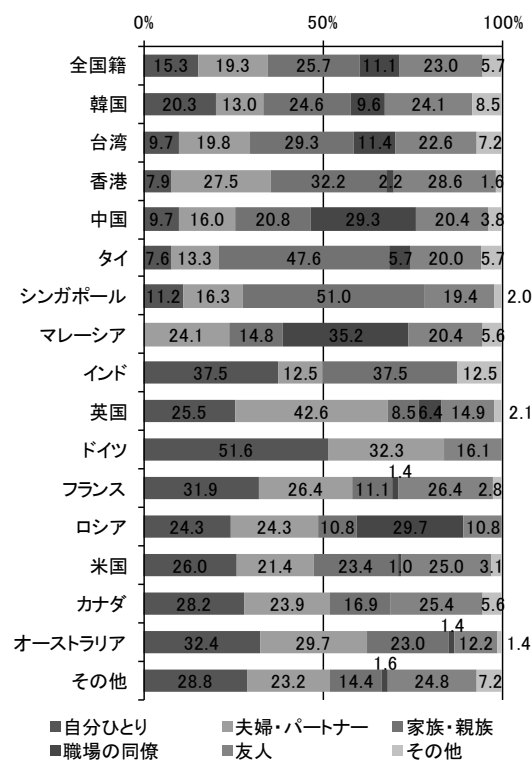
図表 1-10 日本への来訪回数
(国籍別、観光・レジャー目的のみ)



図表 1-9 滞在日数
(国籍別、観光・レジャー目的のみ)



図表 1-11 同行者
(国籍別、観光・レジャー目的のみ)



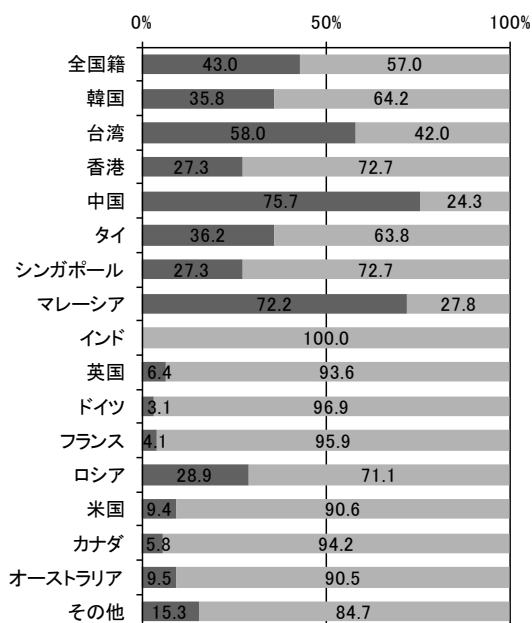
注) 「同行者」の設問は複数回答。上記図表では「同行者」を2つ以上選択した回答を「その他」として集計している。

- 利用した宿泊施設タイプ（複数回答）をみると、「ホテル」の利用が主流であるが、タイやフランスでは「旅館」の利用率も高く 4 割を超える（図表 1-12）。
- 団体ツアー参加状況をみると、中国とマレーシアでの参加率が高く 7 割を超える。欧米では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 ミニアム	親族・ 知人宅	(%)
全国籍	89.1	27.5	1.1		6.7
韓国	85.0	16.3	2.0		8.2
台湾	89.2	31.4	1.1		3.8
香港	95.4	15.4	1.1		3.5
中国	93.9	39.1	0.8		3.0
タイ	89.6	46.2	0.0		8.5
シンガポール	97.0	26.3	0.0		4.0
マレーシア	92.6	16.7	0.0		1.9
インド	75.0	0.0	0.0		50.0
英国	89.1	32.6	0.0		8.7
ドイツ	84.4	28.1	0.0		21.9
フランス	83.6	43.8	2.7		13.7
ロシア	97.3	8.1	2.7		0.0
米国	83.2	25.7	1.0		16.2
カナダ	73.6	33.3	1.4		19.4
オーストラリア	86.5	24.3	1.4		9.5
その他	87.2	29.6	0.0		13.6

図表 1-13 団体ツアー参加状況
（国籍別、観光・レジャー目的のみ）



■ 団体ツアーでの来訪 ■ 団体ツアーでない(個人旅行)

- 観光客の都道府県別の訪問率をみると、いずれの国籍でも「東京都」や「大阪府」への訪問率が高いが、韓国からの観光客では「福岡県」の訪問率が最も高くなっている（図表 1-14）。この他、台湾では「北海道」、香港では「沖縄県」、中国や米国では「京都府」の訪問率が高い。

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

【韓国】

順位	都道府県名	回答数	訪問率
1位	福岡県	207	34.2%
2位	大阪府	153	25.2%
3位	東京都	140	23.1%
3位	大分県	140	23.1%
5位	熊本県	121	20.0%
回答者数および訪問率延べ合計		606	180.2%

【台湾】

順位	都道府県名	回答数	訪問率
1位	東京都	384	42.6%
2位	大阪府	144	16.0%
3位	北海道	127	14.1%
4位	千葉県	116	12.9%
5位	長野県	110	12.2%
回答者数および訪問率延べ合計		901	216.2%

【香港】

順位	都道府県名	回答数	訪問率
1位	東京都	185	50.0%
2位	大阪府	90	24.3%
3位	沖縄県	51	13.8%
4位	京都府	47	12.7%
5位	北海道	36	9.7%
回答者数および訪問率延べ合計		370	174.1%

【中国】

順位	都道府県名	回答数	訪問率
1位	東京都	360	70.6%
2位	大阪府	340	66.7%
3位	京都府	180	35.3%
4位	神奈川県	166	32.5%
5位	愛知県	157	30.8%
回答者数および訪問率延べ合計		510	333.3%

【米国】

順位	都道府県名	回答数	訪問率
1位	東京都	147	76.2%
2位	京都府	85	44.0%
3位	大阪府	47	24.4%
4位	神奈川県	40	20.7%
5位	広島県	24	12.4%
回答者数および訪問率延べ合計		193	254.9%

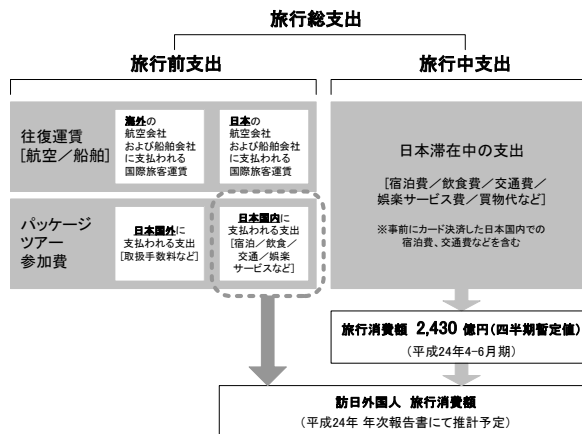
2. 訪日外国人の旅行支出

(1) 旅行支出

- 平成24年4-6月期における訪日外国人の旅行中支出額は平均 113,693 円と推計される。旅行前支出額（パッケージツアー代または日本までの往復運賃）は平均 85,811 円、両者を合算した総支出額は平均 199,505 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、中国が 17.6 万円と最も高く、カナダ（16.1 万円）、オーストラリア（15.1 万円）が続く。

- 1泊当たり旅行中支出額は 10,268 円、旅行前支出を含めた1泊当たり総支出額は 18,018 円となっている。

図表 2-1 旅行支出の推計範囲についての概念図



図表 2-2 平成 24 年 4-6 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泊当り 旅行中支出額 (=b./d.)	1泊当り 総支出額 (=c./d.)	
全国籍	7,132	85,811	113,693	199,505	-	11.1	10,268	18,018	
韓国	1,318	37,842	58,791	96,632	2.5%	5.5	10,660	17,522	
台湾	1,284	65,606	83,774	149,380	2.8%	6.8	12,329	21,985	
香港	452	59,820	106,186	166,005	5.2%	6.4	16,644	26,021	
中国	1,235	79,557	176,360	255,917	4.6%	16.2	10,911	15,833	
タイ	286	85,019	125,945	210,963	4.8%	19.5	6,459	10,820	
シンガポール	179	102,446	102,721	205,167	3.9%	7.5	13,712	27,386	
マレーシア	135	115,608	73,707	189,315	5.0%	10.4	7,059	18,132	
インド	131	86,102	140,499	226,602	9.6%	21.2	6,617	10,672	
英国	205	133,275	141,359	274,634	5.1%	14.6	9,712	18,868	
ドイツ	179	146,818	149,348	296,166	10.3%	13.4	11,161	22,133	
フランス	184	135,056	145,813	280,869	5.3%	14.0	10,391	20,015	
ロシア	114	117,478	120,360	237,837	9.4%	15.8	7,596	15,010	
米国	730	152,580	129,867	282,447	3.3%	14.3	9,109	19,811	
カナダ	164	135,561	161,182	296,743	16.2%	15.0	10,776	19,839	
オーストラリア	159	134,732	150,663	285,395	7.1%	9.5	15,812	29,952	
その他	377	137,527	131,127	268,655	4.2%	16.0	8,198	16,796	

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

【参考】 訪日外国人1人当たり旅行支出額の推移

調査時期	(円/人)	(円/人)	(円/人)	
	旅行前支出額	旅行中支出額	総支出額	
平成23年	4-6月期	85,285	111,121	196,406
	7-9月期	84,207	120,315	204,522
	10-12月期	87,136	110,338	197,474
平成24年	1-3月期	85,062	117,278	202,340
	4-6月期	85,811	113,693	199,505

【参考】平成 24 年 4-6 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 2,430 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 692 億円（構成比 28.5%）、②台湾 323 億円（同 13.3%）、③韓国 272 億円（同 11.2%）、④米国 265 億円（同 10.9%）、⑤香港 128 億円（同 5.3%）の順であり、上位 5 カ国で全体の 69.1%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 29.7%を占める。台湾、香港、中国では同利用率が 4 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 103,748 円、ツアー利用客の旅行中支出額は同 67,863 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 78,238 円、個人手配客の旅行中支出額は同 137,331 円である。
- 総支出額はツアー利用客で 171,611 円、個人手配客で 215,569 円である。

図表 2-3 平成 24 年 4-6 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	113,693	2,137,101	2,429.7	100.0%
韓国	58,791	462,222	271.7	11.2%
台湾	83,774	385,655	323.1	13.3%
香港	106,186	120,941	128.4	5.3%
中国	176,360	392,542	692.3	28.5%
タイ	125,945	78,575	99.0	4.1%
シンガポール	102,721	39,121	40.2	1.7%
マレーシア	73,707	33,344	24.6	1.0%
インド	140,499	18,520	26.0	1.1%
英国	141,359	42,189	59.6	2.5%
ドイツ	149,348	25,723	38.4	1.6%
フランス	145,813	33,179	48.4	2.0%
ロシア	120,360	11,813	14.2	0.6%
米国	129,867	203,761	264.6	10.9%
カナダ	161,182	34,926	56.3	2.3%
オーストラリア	150,663	46,386	69.9	2.9%
その他	131,127	208,204	273.0	11.2%

注1) 出典：日本政府観光局（JNTO） ※平成24年4月は暫定値、同年5-6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23年	4-6月期	111,121	1,086,492	1,207.3
	7-9月期	120,315	1,646,719	1,981.3
	10-12月期	110,338	1,739,373	1,919.2
平成24年	1-3月期	117,278	1,911,515	2,241.8
	4-6月期	113,693	2,137,101	2,429.7

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 24 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	(%)	(円/人)	(円/人)	(円/人)	(泊)	(円/人泊)	(円/人泊)
	パッケージツアー購入率	a.パッケージツアー購入者単価 (旅行前支出額)	b.日本国内における旅行支出 (旅行中支出額)	パッケージツアー客総支出額 (a.+b.)	d.平均泊数	1泊あたり 旅行中支出額 (=b./d.)	1泊あたり 総支出額 (=c./d.)
全国籍	29.7	103,748	67,863	171,611	5.0	13,681	34,596
韓国	25.5	57,722	30,710	88,432	2.7	11,353	32,692
台湾	53.8	86,041	43,078	129,119	4.2	10,142	30,399
香港	45.9	78,463	73,089	151,553	4.5	16,121	33,428
中国	40.6	106,526	131,266	237,792	5.1	25,753	46,653
タイ	27.0	138,581	62,249	200,829	14.0	4,434	14,306
シンガポール	27.4	151,889	51,367	203,256	8.1	6,340	25,087
マレーシア	38.2	164,844	38,720	203,564	4.6	8,354	43,922
インド	5.3	-	65,214	-	45.0	1,449	-
英国	4.3	225,765	99,510	325,275	8.7	11,482	37,532
ドイツ	5.5	315,753	31,590	347,343	6.8	4,646	51,080
フランス	6.0	406,065	39,839	445,904	9.0	4,427	49,545
ロシア	20.7	258,066	49,745	307,811	6.3	7,854	48,602
米国	7.0	248,099	51,794	299,893	7.9	6,555	37,952
カナダ	10.3	256,131	68,303	324,434	12.1	5,637	26,774
オーストラリア	9.4	278,288	77,497	355,785	8.4	9,226	42,355
その他	8.9	275,805	72,395	348,200	7.8	9,324	44,844

【参考】パッケージツアー利用者の旅行支出額の推移

調査時期	(円/人)	(円/人)	(円/人)	(泊)	(円/人泊)	(円/人泊)	
	旅行前支出額 (パッケージ料金)	旅行中支出額	総支出額	平均泊数	1泊あたり 旅行中支出額	1泊あたり 総支出額	
平成23年	4-6月期	98,199	64,526	162,725	7.2	8,959	22,592
	7-9月期	88,110	58,358	146,468	5.4	10,715	26,892
	10-12月期	97,682	66,953	164,634	5.4	12,418	30,535
平成24年	1-3月期	104,687	74,208	178,895	4.9	15,081	36,356
	4-6月期	103,748	67,863	171,611	5.0	13,681	34,596

注) 訪日外客数の更新等に伴い、前回公表値から一部数値を改訂した。

【個人手配客】

国籍	(%)	(円/人)	(円/人)	(円/人)	(泊)	(円/人泊)	(円/人泊)
	往復運賃購入率	a.往復運賃購入者単価 (旅行前支出額)	b.日本国内における旅行支出 (旅行中支出額)	個人手配客総支出額 (a.+b.)	d.平均泊数	1泊あたり 旅行中支出額 (=b./d.)	1泊あたり 総支出額 (=c./d.)
全国籍	70.3	78,238	137,331	215,569	13.7	10,059	15,789
韓国	74.5	31,027	70,767	101,794	6.5	10,924	15,713
台湾	46.2	41,776	139,605	181,381	9.8	14,296	18,574
香港	54.1	43,991	136,872	180,863	7.9	17,223	22,759
中国	59.4	61,128	217,139	278,267	23.7	9,152	11,728
タイ	73.0	65,218	160,859	226,078	21.5	7,476	10,507
シンガポール	72.6	83,809	122,509	206,319	7.3	16,871	28,413
マレーシア	61.8	85,128	102,958	188,087	14.0	7,335	13,401
インド	94.7	86,102	146,488	232,590	19.9	7,357	11,681
英国	95.7	129,071	143,601	272,672	14.8	9,688	18,395
ドイツ	94.5	136,938	158,621	295,559	13.8	11,523	21,470
フランス	94.0	117,824	154,385	272,209	14.4	10,757	18,966
ロシア	79.3	80,802	155,667	236,470	18.3	8,494	12,903
米国	93.0	145,426	136,518	281,944	14.7	9,266	19,137
カナダ	89.7	121,711	173,776	295,488	15.3	11,370	19,333
オーストラリア	90.6	119,778	159,006	278,784	9.6	16,484	28,902
その他	91.1	124,095	138,247	262,341	16.8	8,232	15,621

【参考】個人手配客の旅行支出額の推移

調査時期	(円/人)	(円/人)	(円/人)	(泊)	(円/人泊)	(円/人泊)	
	旅行前支出額 (往復運賃)	旅行中支出額	総支出額	平均泊数	1泊あたり 旅行中支出額	1泊あたり 総支出額	
平成23年	4-6月期	80,092	132,173	212,265	15.3	8,630	13,860
	7-9月期	82,712	148,118	230,830	22.1	6,715	10,464
	10-12月期	82,809	131,182	213,991	12.6	10,423	17,002
平成24年	1-3月期	77,403	136,817	214,220	16.0	8,572	13,422
	4-6月期	78,238	137,331	215,569	13.7	10,059	15,789

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」103,251 円、「商談等その他ビジネス」126,119 円、「親族・知人訪問」95,891 円などとなっている（図表 2-5）。
- 来訪目的別の市場規模を推計すると、「観光・レジャー」の旅行消費額は 1,029 億円で全体の 42.0%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 930 億円で、全体の 38.0%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	103,251	95,891	84,392	44,912	113,877	287,186	68,360	109,632	110,305	123,785	142,942	126,119	183,468
	韓国	53,538	56,407	15,500	15,161	59,340	324,625	-	53,167	63,452	63,075	43,012	65,564	80,455
	台湾	67,507	103,191	56,705	13,138	121,214	348,360	50,397	93,440	62,562	90,300	62,955	142,640	260,202
	香港	102,386	114,870	50,000	-	-	330,000	-	115,240	112,600	91,458	200,000	111,498	349,634
	中国	176,534	146,890	104,707	38,367	184,814	619,750	87,592	177,264	141,854	114,751	163,103	213,580	262,907
	米国	135,400	83,657	164,925	43,308	101,826	167,100	-	202,794	126,205	125,091	189,667	153,663	166,647
【参考】消費額 (億円)	全国籍	1,028.7	196.5	8.5	12.8	11.4	66.0	15.0	54.0	99.2	197.6	144.9	434.1	179.7
	韓国	113.1	25.0	0.1	0.8	1.0	10.2	0.2	8.5	6.2	5.5	7.5	84.1	12.3
	台湾	182.1	20.4	2.5	0.3	1.5	6.3	1.1	7.8	4.1	16.2	5.1	38.0	42.9
	香港	101.4	6.8	0.1	0.1	0.0	0.9	0.0	3.4	1.8	3.4	2.7	4.8	4.7
	中国	285.0	57.7	2.0	1.2	4.7	25.5	8.9	19.1	22.0	34.1	40.3	167.7	28.3
	米国	72.8	26.8	0.9	3.4	1.4	11.2	0.0	4.0	19.7	34.2	12.7	43.3	36.2
目的別構成比 (%) ヨコ計=100	全国籍	42.0	8.0	0.3	0.5	0.5	2.7	0.6	2.2	4.1	8.1	5.9	17.7	7.3
	韓国	41.2	9.1	0.0	0.3	0.4	3.7	0.1	3.1	2.3	2.0	2.7	30.6	4.5
	台湾	55.5	6.2	0.8	0.1	0.4	1.9	0.3	2.4	1.3	4.9	1.6	11.6	13.1
	香港	78.0	5.2	0.1	0.1	0.0	0.7	0.0	2.6	1.4	2.6	2.1	3.7	3.6
	中国	40.9	8.3	0.3	0.2	0.7	3.7	1.3	2.7	3.2	4.9	5.8	24.1	4.1
	米国	27.3	10.1	0.3	1.3	0.5	4.2	0.0	1.5	7.4	12.8	4.8	16.2	13.6

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、「旅行前支出額」に含まれる国内収入分は含まれていない。来訪目的の無回答者が存在するため、上表の来訪目的別消費額の合計値は平成24年4-6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	3,281	673	30	93	36	76
韓国	602	127	1	16	5	9
台湾	896	66	13	8	4	6
香港	370	22	1	0	0	1
中国	502	124	6	10	8	13
米国	191	115	2	28	5	24

注) 標本数が小さい数値については、取り扱いに留意されたい。

3. 土産品の購入実態

(1) 費目別購入率

- 購入率（その費目を購入した人の割合）が最も高い費目は「菓子類」であり57.9%が購入している。次いで「その他食料品・飲料・酒・たばこ」の購入率が高い。国籍別では「カメラ・ビデオカメラ・時計」や「電気製品」で中国の購入率が高い（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6.2万円と高く、特に中国の同単価が高い。
- 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	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	57.9%	9,221	57.4%	4,749	73.8%	8,948	65.0%	11,693	72.8%	12,922	33.5%	4,335
その他食料品・飲料・酒・たばこ	50.8%	11,080	51.7%	7,747	51.7%	8,455	48.7%	7,580	55.5%	15,882	49.2%	11,660
カメラ・ビデオカメラ・時計	9.7%	62,011	2.7%	26,622	2.9%	26,725	4.3%	21,724	32.4%	84,431	2.9%	12,046
電気製品	9.6%	35,474	3.3%	29,089	6.6%	18,009	7.6%	21,143	26.1%	52,530	4.3%	8,367
化粧品・医薬品・トイレットリー	39.0%	22,362	28.5%	13,276	62.8%	16,078	52.5%	16,365	67.8%	40,110	11.0%	4,962
和服(着物)・民芸品	15.0%	15,146	5.8%	5,405	11.6%	14,413	16.1%	11,020	13.8%	32,268	25.3%	11,033
服(和服以外)・かばん・靴	29.0%	37,296	14.3%	18,968	38.4%	42,376	57.6%	32,705	34.3%	69,568	18.1%	16,768
マンガ・DVD・アニメ関連商品	8.0%	12,892	5.0%	7,958	9.4%	17,755	17.3%	10,231	7.1%	16,516	8.4%	8,428

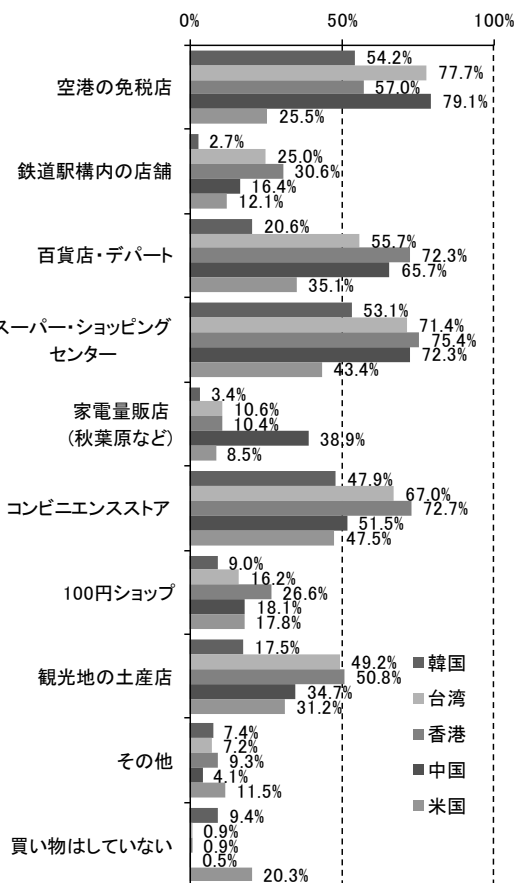
図表3-2 来訪目的別にみる費目別購入率および購入者単価（主要国籍別）

費目	来訪目的	韓国		台湾		香港		中国		米国	
		購入率	購入者単価(円)	購入率	購入者単価(円)	購入率	購入者単価(円)	購入率	購入者単価(円)	購入率	購入者単価(円)
菓子類	観光・レジャー	68.4%	4,377	76.3%	9,039	67.3%	12,496	76.4%	12,434	44.5%	3,994
	業務	46.6%	4,424	70.4%	7,298	57.7%	7,214	68.7%	13,297	24.1%	3,696
その他食料品・飲料・酒・たばこ	観光・レジャー	62.3%	7,326	53.1%	7,946	48.6%	8,095	58.5%	16,362	58.6%	10,240
	業務	42.7%	7,989	43.4%	7,338	48.1%	6,706	52.3%	14,809	38.8%	14,745
カメラ・ビデオカメラ・時計	観光・レジャー	2.8%	25,288	3.1%	19,808	4.7%	21,913	33.1%	80,073	4.7%	9,562
	業務	1.9%	37,889	2.2%	49,360	0.0%	-	34.1%	100,508	1.0%	12,637
電気製品	観光・レジャー	4.0%	31,085	6.6%	17,484	8.0%	21,605	32.5%	53,905	4.7%	5,359
	業務	2.5%	18,132	5.8%	12,503	5.8%	30,000	22.2%	55,250	2.4%	11,546
化粧品・医薬品・トイレットリー	観光・レジャー	36.2%	13,020	67.9%	15,444	56.6%	16,764	76.6%	49,095	12.6%	5,088
	業務	19.7%	15,058	50.4%	12,583	25.0%	11,667	64.9%	32,476	7.0%	4,092
和服(着物)・民芸品	観光・レジャー	8.7%	4,428	13.1%	8,632	18.1%	9,443	18.6%	48,131	28.8%	15,140
	業務	3.5%	7,954	6.2%	26,706	7.7%	11,333	9.4%	14,602	20.3%	7,649
服(和服以外)・かばん・靴	観光・レジャー	19.0%	18,075	41.1%	28,830	63.5%	29,185	42.7%	81,634	21.5%	31,419
	業務	5.7%	13,289	24.8%	29,772	25.0%	18,902	22.4%	68,662	11.5%	10,061
マンガ・DVD・アニメ関連商品	観光・レジャー	7.3%	7,142	10.7%	19,880	19.5%	10,053	10.8%	14,441	11.5%	11,375
	業務	3.3%	9,949	6.2%	7,139	7.7%	15,667	4.2%	13,831	4.9%	9,609

(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 38.9% と圧倒的に高い (図表 3-3)。

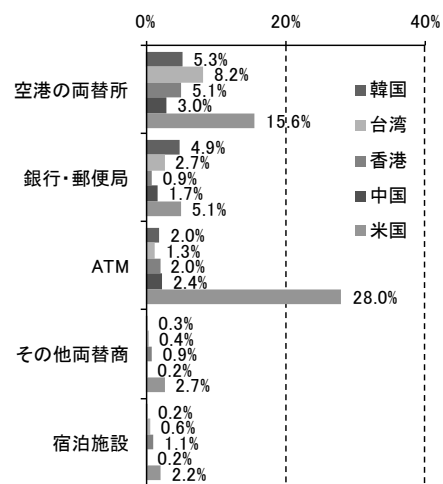
図表 3-3 買物場所 (主要国籍別、複数回答)



(4) 利用した金融機関と決済方法

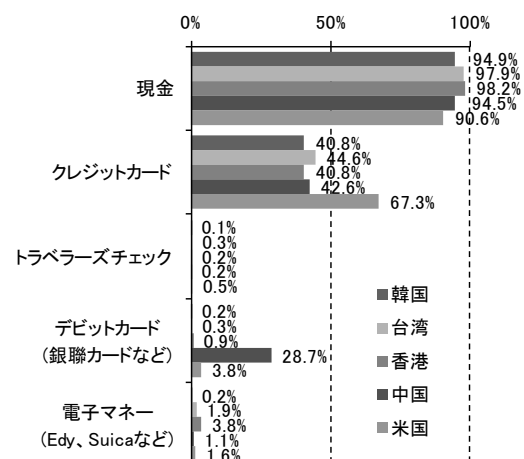
- 利用した金融機関を国籍別にみると、米国での「ATM (現金自動預払機)」の利用率が他の国籍に比べ際だって高い (図表 3-4)。

図表 3-4 利用金融機関 (主要国籍別、複数回答)



- 決済方法ではいずれの国籍も「現金」が9割以上を占める。次いで「クレジットカード」の利用率が高い。「デビットカード」の利用率は中国で 28.7% と高い。「電子マネー」の利用率は香港で 3.8% 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)

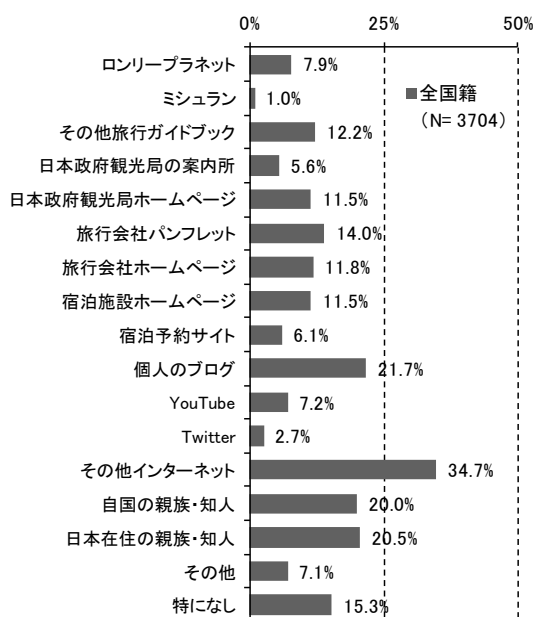


4. 旅行情報源

(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7.9%、「ミシュラン」が1.0%、「その他旅行ガイドブック」が12.2%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5.6%、「日本政府観光局ホームページ」の選択率は11.5%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」(21.7%)をあげる回答が多い。
- 知人からの口コミでは「自国の親族・知人」が20.0%、「日本在住の親族・知人」が20.5%であった。

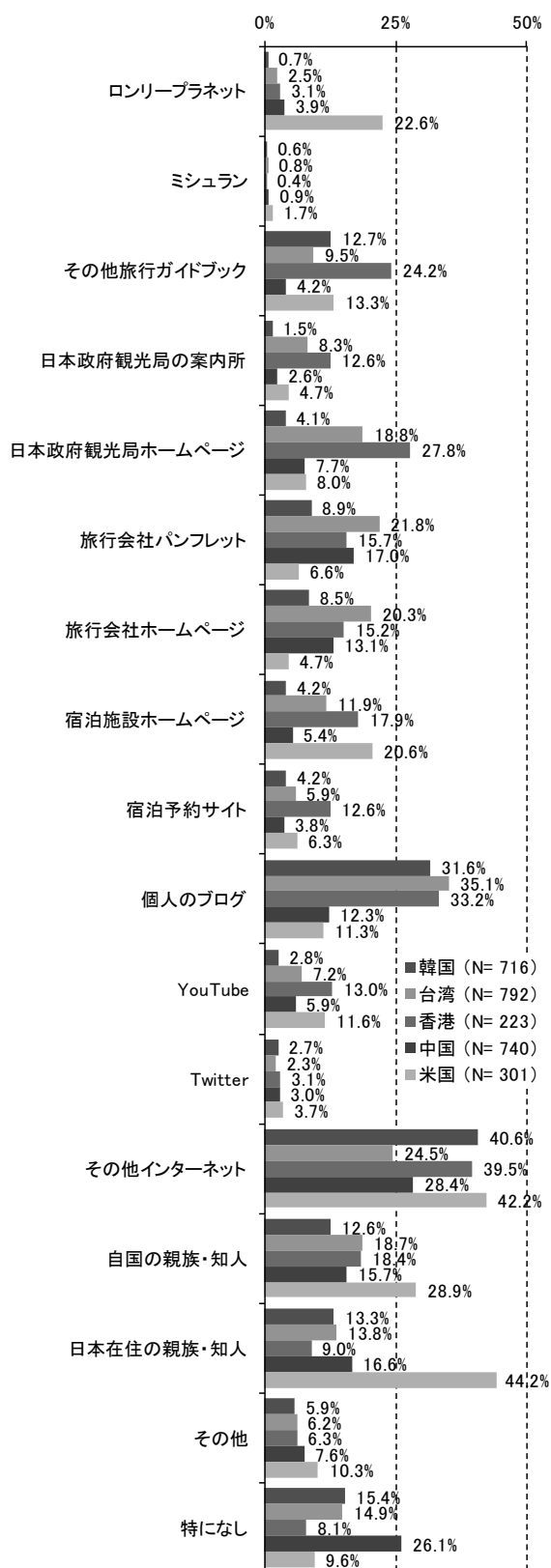
図表 4-1 出発前に得た旅行情報で役に立ったもの
(全国籍、複数回答)



- 国籍別にみると、韓国では「個人のブログ」(31.6%)や「その他インターネット」(40.6%)の選択率が高い。
- 台湾でも「個人のブログ」(35.1%)の選択率が高いが、「旅行会社パンフレット」(21.8%)や「旅行会社ホームページ」(20.3%)の選択率も他の国籍に比べると高い。
- 香港でも「個人のブログ」(33.2%)や「その他インターネット」(39.5%)の選択率が高いが、次いで「日本政府観光局ホームページ」が27.8%と高い。
- 中国では「その他インターネット」(28.4%)の選択率が最も高く、次いで「旅行会社パンフレット」(17.0%)、「日本在住の親族・知人」(16.6%)が高い。「特になし」(26.1%)と回答する人の割合も高い。
- 米国では「日本在住の親族・知人」(44.2%)の選択率が最も高く、他の国籍と比べても突出して高い。次いで、「その他インターネット」(42.2%)、「自国の親族・知人」(28.9%)の選択率が高くなっている。

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

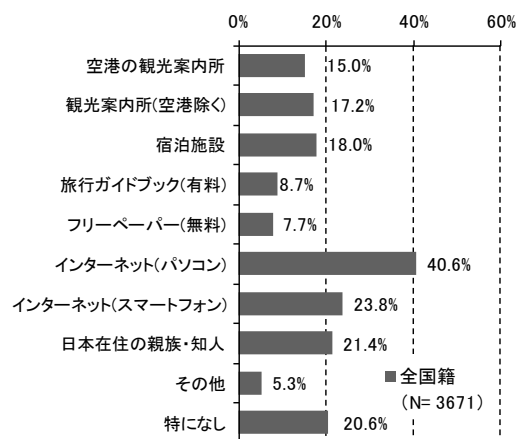
図表 4-2 出発前に得た旅行情報で役に立ったもの
(主要国籍別、複数回答)



(2) 日本滞在中に得た旅行情報

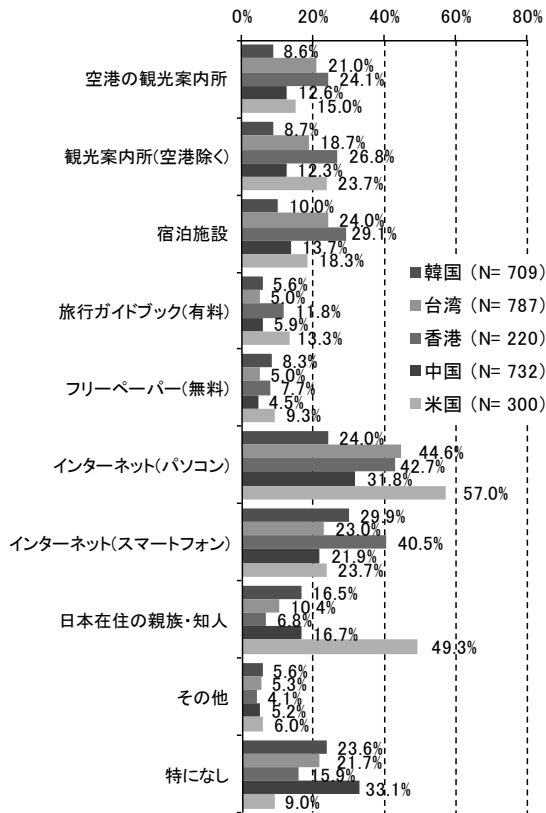
- 日本滞在中に得た旅行情報で役に立ったものでは「インターネット (パソコン)」(40.6%) の選択率が高く、次いで「インターネット (スマートフォン)」(23.8%)、「日本在住の親族・知人」(21.4%) の選択率が高い (図表 4-3)。

図表 4-3 日本滞在中に得た旅行情報で役に立ったもの(全国籍、複数回答)



- 国籍別にみると、「インターネット (パソコン)」及び「日本在住の親族・知人」では米国 (それぞれ 57.0%、49.3%) の高さが目立つ。また、「インターネット (スマートフォン)」では香港 (40.5%) の高さが目立つ。このほか、「空港の観光案内所」や「宿泊施設」では台湾や香港の選択率の高さが目立つ (図表 4-4)。

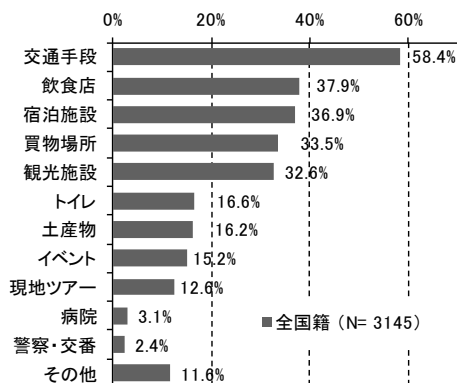
図表 4-4 日本滞在中に得た旅行情報で役に立ったもの(主要国籍別、複数回答)



(3) 日本滞在中にあると便利な情報

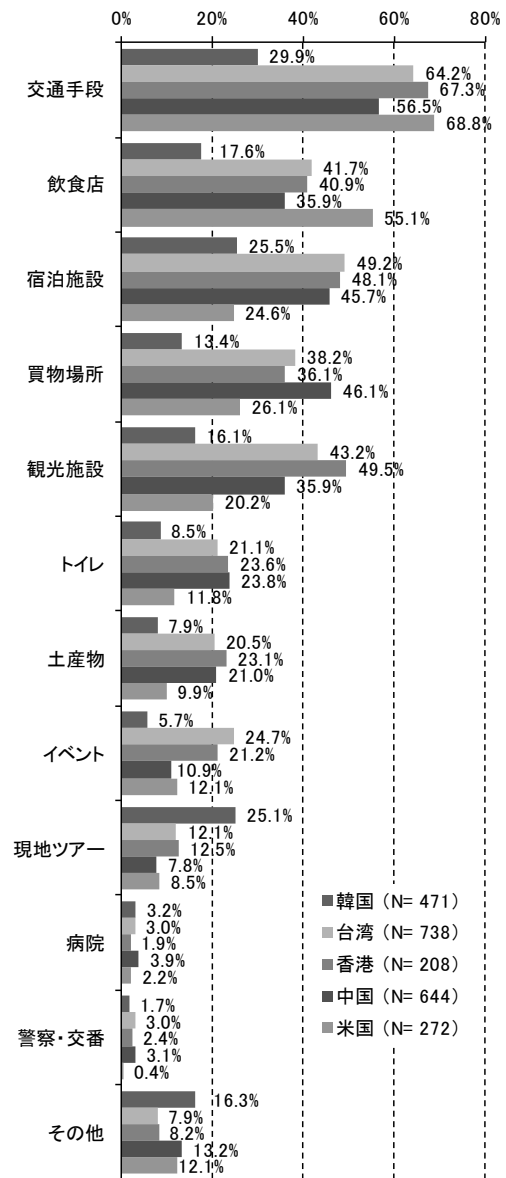
- 日本滞在中にあると便利な情報では「交通手段」が58.4%と圧倒的に多く、「飲食店」(37.9%)、「宿泊施設」(36.9%)、「買物場所」(33.5%)と続く(図表 4-5)。

図表 4-5 日本滞在中にあると便利な情報(全国籍、複数回答)



- 国籍別にみると、「交通手段」の情報に対するニーズは台湾や香港、米国で高い。また「飲食店」は米国、「宿泊施設」は台湾、香港、中国での選択率が高い。このほか、「買物場所」は中国、「イベント」は台湾や香港、「現地ツアー」は韓国での選択率がそれぞれ高い(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)

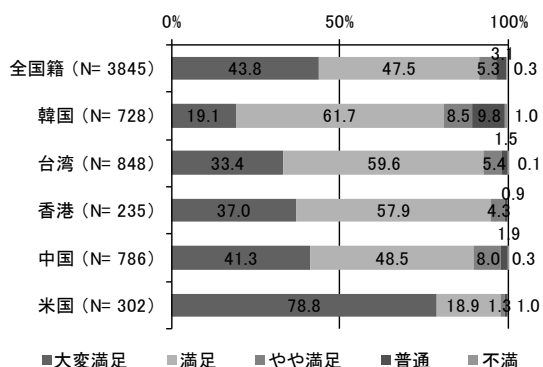


5. 満足度と再訪意向

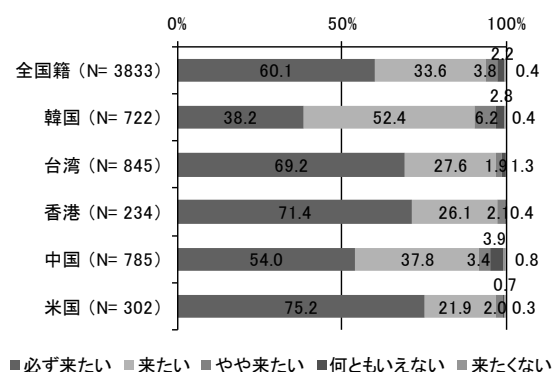
(1) 訪日旅行全体の満足度と再訪意向

- 今回の訪日旅行全体の満足度は「大変満足」43.8%、「満足」47.5%である(図表 5-1)。
- 米国では「大変満足」の割合が78.8%で、主要国籍の中で最も高い。主要国籍以外では、英国、フランス、カナダ、オーストラリアで「大変満足」の比率が7割を超えている。
- 再訪意向は「必ず来たい」が60.1%、「来たい」が33.6%である(図表 5-2)。

図表 5-1 訪日旅行の満足度(主要国籍別)



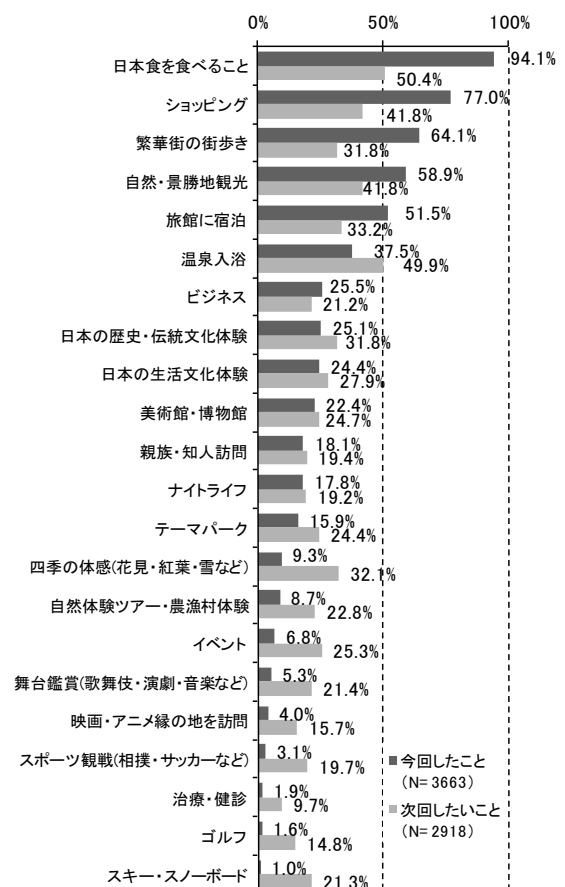
図表 5-2 訪日旅行者の再訪意向(主要国籍別)



(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」(94.1%)、「ショッピング」(77.0%)、「繁華街の街歩き」(64.1%)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」(50.4%)、「温泉入浴」(49.9%)、「自然・景勝地観光」「ショッピング」(それぞれ41.8%)の順で多い。
- 今回実施率に比べ次回実施希望率が高い活動としては「スポーツ観戦」「ゴルフ」「スキー・スノーボード」などがあげられる。

図表 5-3 今回実施した活動と次回実施したい活動(全国籍、複数回答)

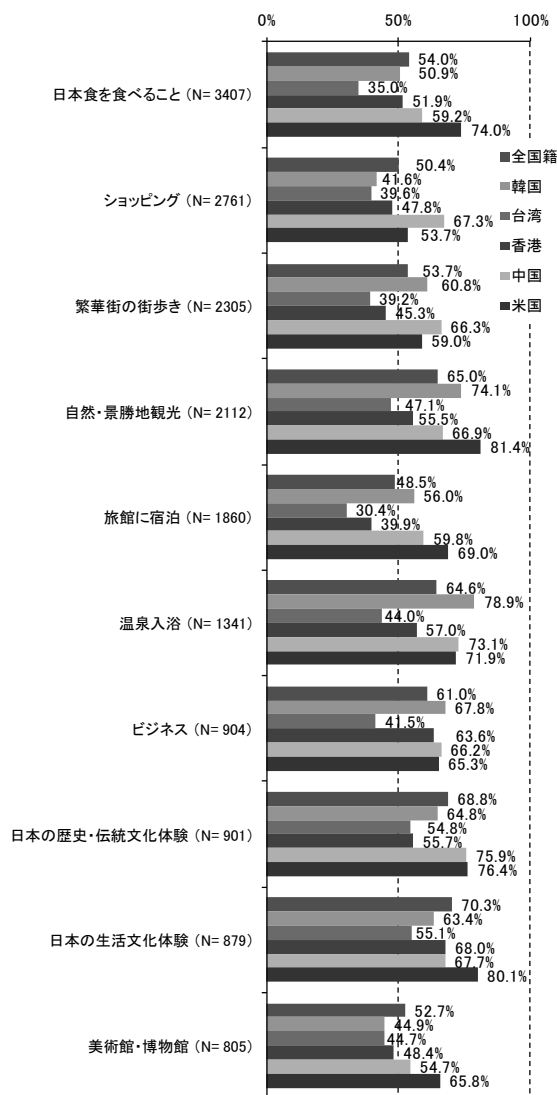


注) この章に示す調査結果は、「訪日外国人消費動向調査」と同時に実施した旅行の満足度や再来訪意向等の意識調査より得られたものである。回答は任意としているため、必ずしも全調査対象者が回答しているとは限らない。なお、この章で示す『全体(全国籍)』の値は、訪日外客数によるウェイトバック集計を行っていない。

(3) 活動別にみる満足度

- 今回実施した活動に対して「期待以上」「期待通り」「不満」の3段階評価で満足度を尋ねた。活動の実施率上位10位までの活動について「期待以上」の比率をみると、「日本の生活文化体験」や「日本の歴史・伝統文化体験」がおおよそ7割と高い。国籍別では、多くの活動で米国の満足度が高い（図表 5-4）。

図表 5-4 期待以上だった活動
(主要国籍別、実施率上位 10 活動)



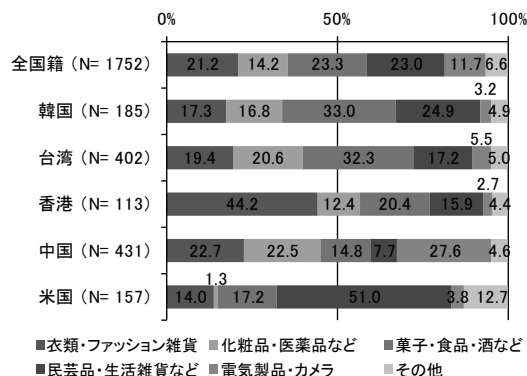
(4) 最も満足した購入商品

- 今回の訪日旅行で購入した商品のうち、最も満足したものを1つ自由に回答してもらい、図表 5-5 に示す区分に分類して集計を行った。結果、「衣類・ファッション雑貨」21.2%、「化粧品・医薬品など」14.2%、「菓子・食品・酒など」23.3%、「民芸品・生活雑貨など」23.0%、「電気製品・カメラ」11.7%、「その他」6.6%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
その他	カメラ
	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)



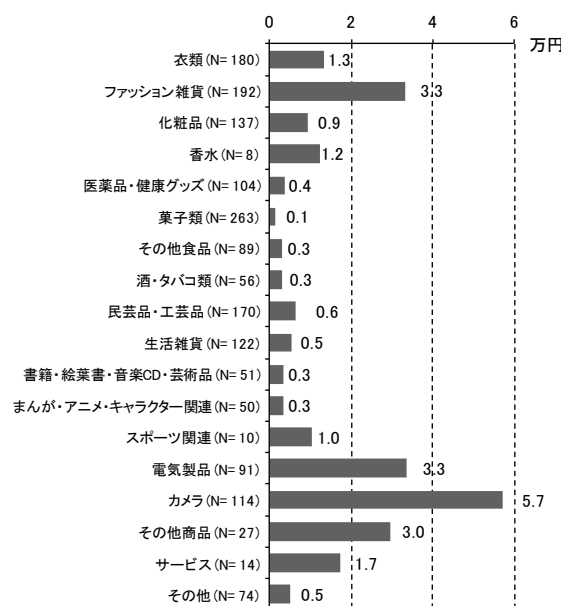
- 国籍別に、最も満足した購入商品（小区分）の比率をみると、韓国では「菓子類」（22.7%）、台湾では「菓子類」（22.4%）、香港では「衣類」（25.7%）、中国では「カメラ」（16.5%）や「化粧品」（16.2%）、米国では「民芸品・工芸品」（30.6%）の割合が高い。また、台湾では「医薬品・健康グッズ」の割合が他国籍に比べ高い（図表 5-7）。

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		10.3	12.2	25.7	7.7	5.1
ファッション雑貨		7.0	7.2	18.6	15.1	8.9
化粧品		8.6	5.2	8.0	16.2	1.3
香水		1.1	0.5	0.0	0.7	0.0
医薬品・健康グッズ		7.0	14.9	4.4	5.6	0.0
菓子類		22.7	22.4	12.4	9.5	8.3
その他食品		4.3	5.5	6.2	3.7	6.4
酒・タバコ類		5.9	4.5	1.8	1.6	2.5
民芸品・工芸品		5.4	5.7	5.3	1.6	30.6
生活雑貨		13.0	4.5	1.8	4.4	8.3
書籍・絵葉書・音楽CD・芸術品		3.2	4.0	4.4	0.0	6.4
まんが・アニメ・キャラクター関連		2.7	2.7	3.5	1.4	4.5
スポーツ関連		0.5	0.2	0.9	0.2	1.3
電気製品		2.2	3.0	0.9	11.1	2.5
カメラ		1.1	2.5	1.8	16.5	1.3
その他商品		1.6	1.2	2.7	1.2	1.9
サービス		0.5	0.7	0.0	0.5	1.3
その他		2.7	3.0	1.8	3.0	9.6
合計		100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
標本数		185	402	113	431	157

- 最も満足した購入商品（小区分）の単価をみると、「カメラ」が最も高く 5.7 万円、次いで「ファッション雑貨」と「電気製品」が高くそれぞれ 3.3 万円となっている（図表 5-8）。

図表 5-8 最も満足した購入商品の単価
（商品小区分、全国籍）



- 満足した理由（自由回答）を 10 区分に分類して集計を行ったところ、「品質が良いから」「デザインが良い・かわいい・きれい」「おいしいから」など、品質に関する回答が全体の 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」、「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	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・頼まれたから	価格が手頃・自国より安いから	その他	
衣類・ファッション雑貨		349	21.5	37.2	0.0	11.5	0.9	4.9	4.3	2.9	14.3	2.6	100.0
化粧品・医薬品など		229	53.7	1.3	0.0	16.2	0.0	5.7	2.2	7.0	10.9	3.1	100.0
菓子・食品・酒など		382	2.9	3.7	66.2	2.6	7.1	2.1	2.9	7.6	2.6	2.4	100.0
民芸品・生活雑貨など		368	17.4	24.5	0.0	4.9	14.1	9.5	9.2	12.8	4.9	2.7	100.0
電気製品・カメラ		195	42.6	4.1	0.0	24.6	0.0	4.6	11.3	2.1	8.7	2.1	100.0
その他		92	12.0	5.4	43.5	3.3	3.3	6.5	3.3	4.3	4.3	14.1	100.0
合計		1,615	22.7	15.5	18.1	9.7	5.3	5.4	5.6	6.8	7.7	3.2	100.0

Ⅱ 訪日外国人消費動向調査結果

1. 調査概要
2. 調査結果の利用上の注意

<集計表>

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

<調査票>

日本語、英語、韓国語、中国語（繁体字）、中国語（簡体字）

1. 調査概要

(1) 調査対象者

日本を出国する訪日外国人

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

(2) 調査場所

下記 11 空海港の国際線ターミナル搭乗待合ロビー

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

注）新潟空港は調査便欠航等の理由により今期は調査を実施していない。

(3) 調査時期

平成 24 年 5 月 10 日（木）～6 月 18 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 13 の国・地域ならびにインド、ロシアについて目標サンプル数を設定し、合計 6,500 サンプルを目標に調査を実施。7,181 サンプル（うち旅行中支出額の有効サンプル数は 7,132 サンプル）の回答を得た。

(6) その他

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

2. 調査結果の利用上の注意

(1) 国籍別ウェイトバック集計の実施

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

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

(2) 旅行支出額の円換算方法

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

(3) その他の注意点

集計事項により、標本数が小さい数値については、取り扱いに留意されたい。

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

訪日外国人の消費動向
平成 24 年 4-6 月期 報告書

発 行 平成 24 年 7 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/>