



# 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 7-9 月期 報告書







# 訪日外国人の消費動向

平成 24 年 7-9 月期 報告書

## 目 次

### I 平成 24 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 24 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

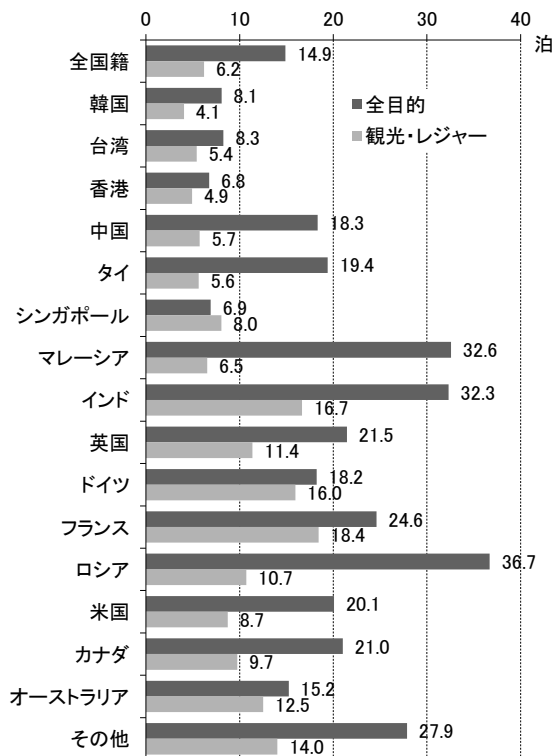
#### (1) 回答者属性

- 性別の構成比は男性 55.7%、女性 44.3% である。
- 性年代別で見ると、「男性 30 代」(15.5%)、「女性 20 代」(14.4%)、「男性 40 代」(14.2%)、「男性 20 代」(13.3%) の順が多い(注：性年代別の構成比には調査対象外である 15 歳未満を含まない)。

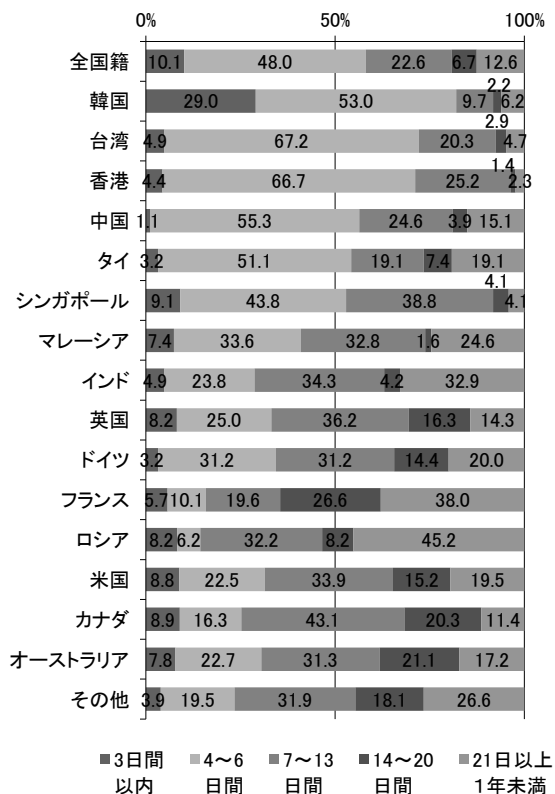
#### (2) 泊数

- 回答者全体の平均泊数は 14.9 泊である。国籍別にみると、留学目的客の割合が高いマレーシアやロシア、長期滞在のビジネス客の割合が高いインドで平均泊数が高い(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 6.2 泊である。東アジアからの観光客は平均泊数 5 泊前後と短く、インドや欧州、オーストラリアからの観光客では平均泊数が 10 泊以上と長い。
- 滞在日数の分布をみると、6 日間以内の短期滞在者が半数を超える一方で、「21 日以上 1 年未満」の長期滞在者が 12.6% を占める(図表 1-2)。国籍別にみると、韓国で「3 日間以内」の割合が 29.0% と他の国籍に比べて高い。フランスとロシアでは 14 日以上長期滞在者が過半数を占める。

図表 1-1 平均泊数(国籍別)



図表 1-2 滞在日数の分布(国籍別)



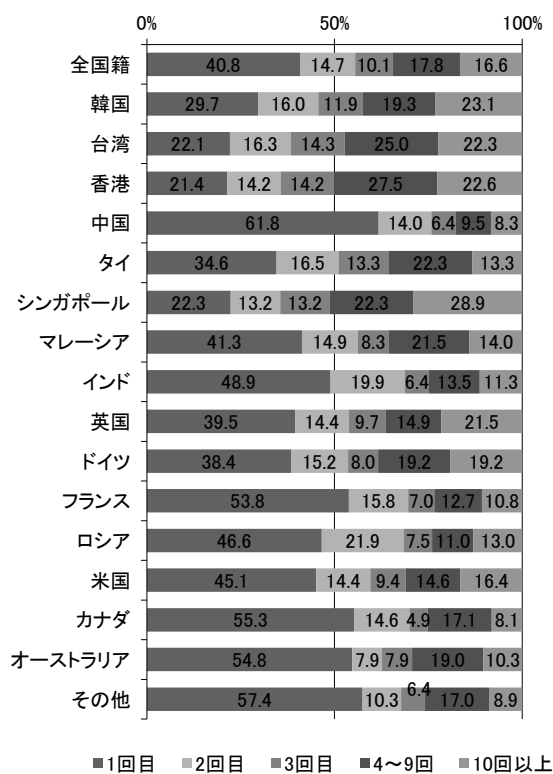
### (3) 旅行内容

#### [全目的]

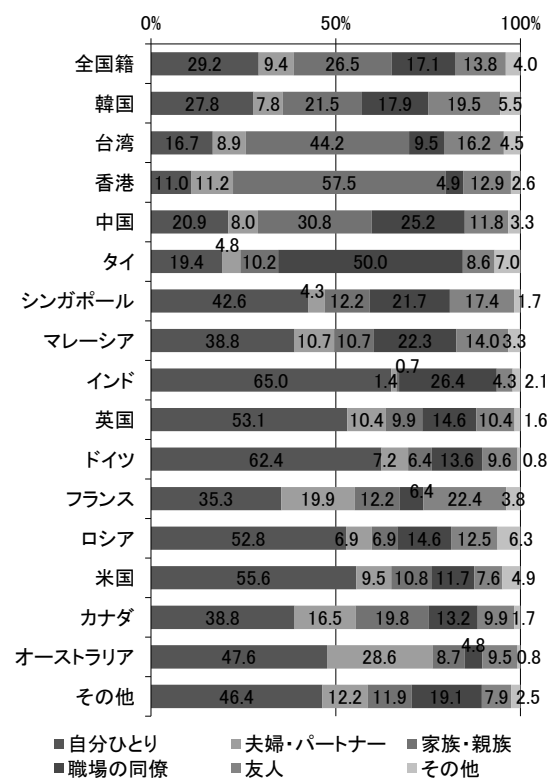
- 日本への来訪回数では、「1回目」が全体の40.8%、「2回目」が14.7%を占める。一方、「10回以上」が16.6%と少ない。国籍別では、中国やフランス、カナダ、オーストラリアで「1回目」の割合が高く5割を超える。韓国や台湾、香港、シンガポールでは「1回目」の割合が低く3割を下回る（図表1-3）。

- 同行者は「自分ひとり」29.2%、「家族・親族」26.5%、「職場の同僚」17.1%、「友人」13.8%、「夫婦・パートナー」9.4%の順となっている。国籍別では、インドや英国、ドイツ、ロシア、米国で「自分ひとり」が5割を超える。また、台湾や香港、中国では「家族・親族」、タイでは「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）



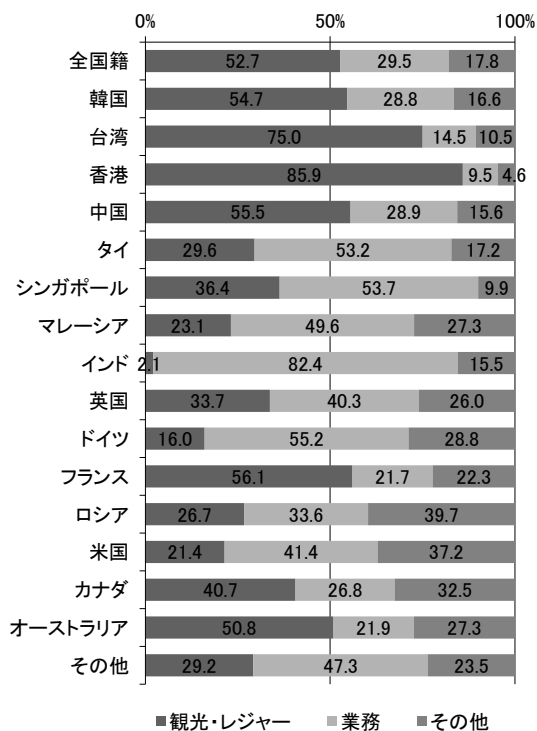
図表 1-4 同行者（国籍別、全目的）



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では「観光・レジャー」が全体の52.7%を占める。国籍別では、「観光・レジャー」の割合が台湾や香港で特に高く、中国やフランス、オーストラリアでも半数を超える。「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29.5%を占める（図表1-5）。

図表1-5 主な来訪目的（国籍別、全目的）



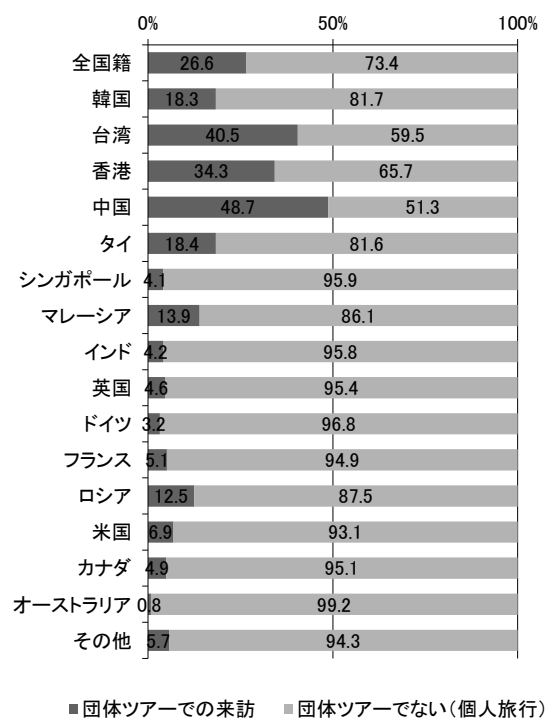
- 利用した宿泊施設のタイプ（複数回答）では、78.7%が「ホテル（洋室中心）」、16.6%が「旅館（和室中心）」を利用している。国籍別では、台湾や中国、オーストラリアで「旅館（和室中心）」の利用率が高く2割を超える。米国やカナダでは「親族・知人宅」の利用率が高く25%を超える（図表1-6）。

図表1-6 宿泊施設タイプ（複数回答）  
（国籍別、全目的）

	ホテル (洋室中心)	旅館 (和室中心)	別荘・コンド ミニアム	親族・ 知人宅
全国籍	78.7	16.6	2.2	13.7
韓国	76.4	8.6	1.0	16.7
台湾	83.5	22.2	2.2	8.3
香港	92.7	15.6	1.7	4.0
中国	80.5	24.9	3.9	10.0
タイ	75.5	12.8	6.9	10.6
シンガポール	93.4	15.7	0.0	6.6
マレーシア	67.2	7.4	0.0	15.6
インド	70.6	1.4	5.6	10.5
英国	84.2	15.3	1.5	17.9
ドイツ	82.3	10.5	0.8	14.5
フランス	66.2	18.5	1.3	24.8
ロシア	57.9	6.2	0.0	15.2
米国	72.3	10.6	2.0	25.7
カナダ	76.4	17.1	1.6	27.6
オーストラリア	78.9	25.0	1.6	21.1
その他	70.6	14.5	1.1	17.4

- 旅行形態では「団体ツアーでの来訪」が26.6%を占める。国籍別では、台湾や中国で「団体ツアーでの来訪」の割合が4割超と高いほか、香港で3割超、韓国やタイで2割近くを占める。欧米では個人旅行が大半を占める（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」「大阪府」「京都府」への訪問率が高い。国籍別の特徴としては、韓国から「福岡県」、台湾から「千葉県」、香港から「北海道」、中国から「愛知県」、米国から「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（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	588	36.2%
2位	大阪府	368	22.6%
3位	福岡県	343	21.1%
4位	京都府	183	11.3%
5位	北海道	132	8.1%
回答者数および訪問率延べ合計		1,625	160.2%

## 【台湾】

順位	都道府県名	回答数	訪問率
1位	東京都	593	44.4%
2位	大阪府	266	19.9%
3位	千葉県	210	15.7%
4位	北海道	184	13.8%
5位	京都府	167	12.5%
回答者数および訪問率延べ合計		1,335	192.5%

## 【香港】

順位	都道府県名	回答数	訪問率
1位	東京都	217	50.1%
2位	大阪府	89	20.6%
3位	北海道	74	17.1%
4位	京都府	57	13.2%
5位	千葉県	53	12.2%
回答者数および訪問率延べ合計		433	170.2%

## 【中国】

順位	都道府県名	回答数	訪問率
1位	東京都	926	63.3%
2位	大阪府	690	47.2%
3位	京都府	421	28.8%
4位	愛知県	398	27.2%
5位	神奈川県	331	22.6%
回答者数および訪問率延べ合計		1,463	281.4%

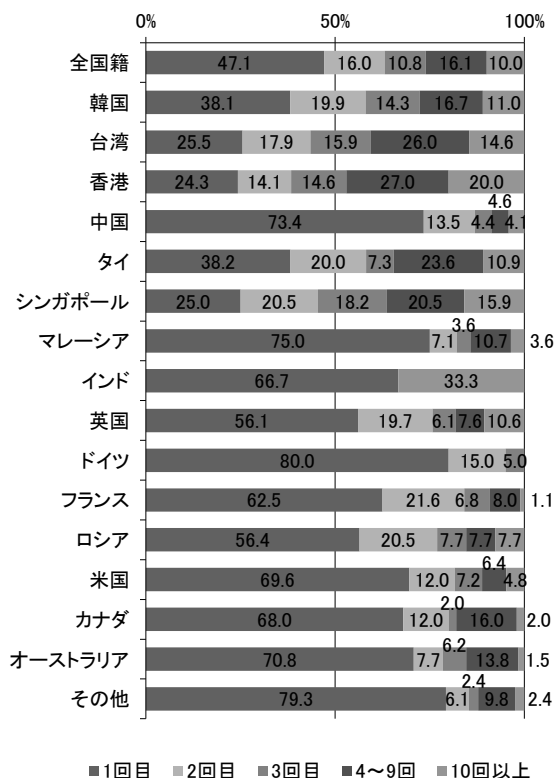
## 【米国】

順位	都道府県名	回答数	訪問率
1位	東京都	337	56.3%
2位	京都府	128	21.4%
3位	神奈川県	101	16.9%
4位	大阪府	82	13.7%
5位	千葉県	79	13.2%
回答者数および訪問率延べ合計		599	200.2%

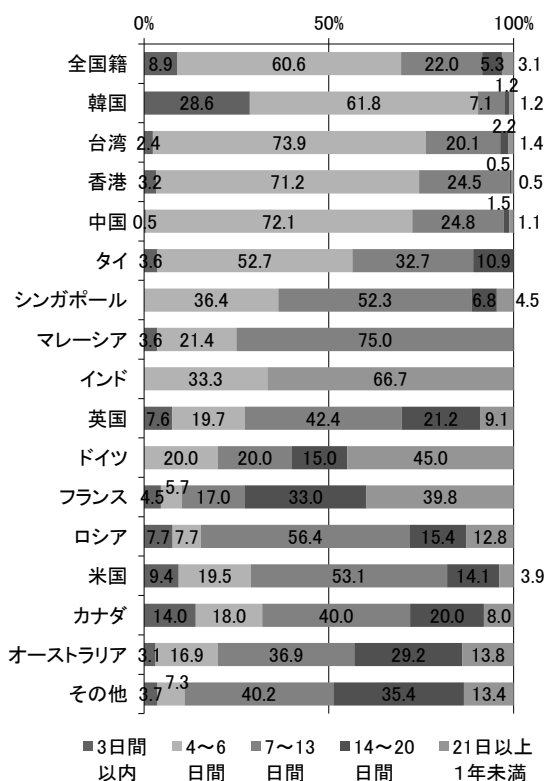
[観光・レジャー目的]

- 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28.6%と他国籍に比べて多い。台湾や香港、中国では「4～6日間」の割合が高く7割を超える。ドイツ、フランスでは14日以上滞在が5割を超える（図表1-9）。
- 日本への来訪回数では、中国、マレーシア、ドイツ、オーストラリアで「1回目」が7割を超える。台湾や香港、シンガポールでは2回目以上の割合が高い（図表1-10）。
- 同行者は、台湾や香港で「家族・親族」の割合が高く、ドイツやロシアで「自分ひとり」の割合が高い（図表1-11）。

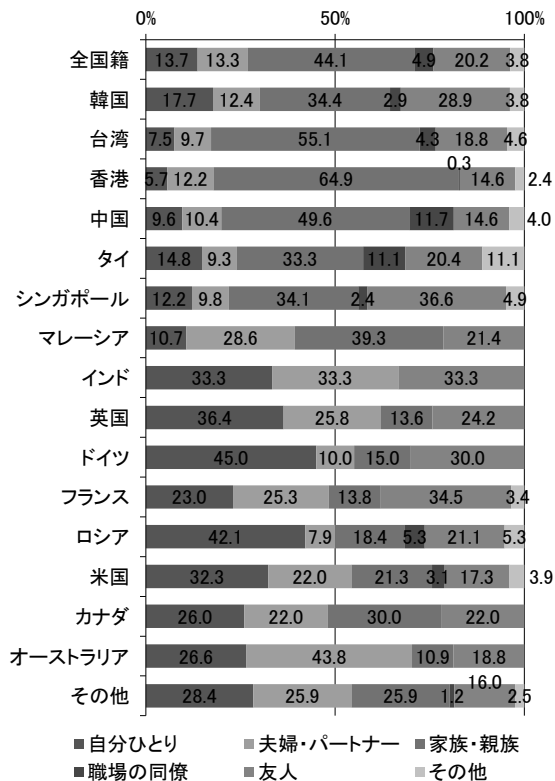
図表 1-10 日本への来訪回数  
(国籍別、観光・レジャー目的のみ)



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)



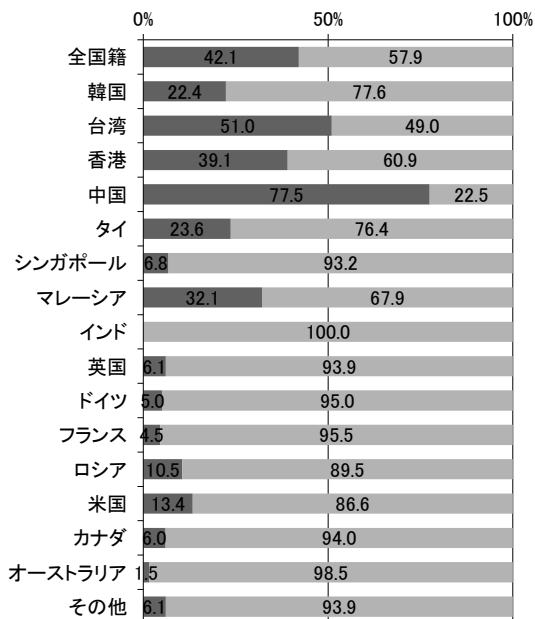
注) 「同行者」の設問は複数回答。上記図表では「同行者」を2つ以上選択した回答を「その他」として集計している。

- 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、中国やオーストラリアでは「旅館」の利用率も高く 35%を超える（図表 1-12）。
- 団体ツアー参加状況をみると、中国での参加率が高く 77.5%を占める。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 ミニウム	親族・ 知人宅	(%)
全国籍	87.6	24.4	0.9	8.0	
韓国	83.6	11.6	0.9	11.9	
台湾	87.7	26.1	0.9	4.6	
香港	95.0	17.6	1.1	1.9	
中国	94.8	36.4	0.8	3.3	
タイ	87.3	30.9	0.0	14.5	
シンガポール	93.2	27.3	0.0	9.1	
マレーシア	75.0	21.4	0.0	10.7	
インド	100.0	0.0	0.0	33.3	
英国	87.9	24.2	3.0	12.1	
ドイツ	85.0	20.0	0.0	10.0	
フランス	63.2	25.3	1.1	19.5	
ロシア	74.4	10.3	0.0	10.3	
米国	70.3	18.0	1.6	25.8	
カナダ	78.0	28.0	2.0	20.0	
オーストラリア	84.6	36.9	0.0	12.3	
その他	80.5	30.5	1.2	17.1	

図表 1-13 団体ツアー参加状況  
（国籍別、観光・レジャー目的のみ）



■ 団体ツアーでの来訪 ■ 団体ツアーでない(個人旅行)

- 観光客の都道府県別の訪問率をみると、大半の国籍において「東京都」への訪問率が最も高くなっているが、韓国では「大阪府」「福岡県」への訪問率が「東京都」を上回っている。このほか、台湾や香港では「大阪府」「北海道」、中国では「大阪府」、米国では「京都府」への訪問率が高い（図表 1-14）。

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

【韓国】

順位	都道府県名	回答数	訪問率
1位	大阪府	255	28.8%
2位	福岡県	253	28.6%
3位	東京都	227	25.6%
4位	京都府	139	15.7%
5位	北海道	118	13.3%
回答者数および訪問率延べ合計		885	168.2%

【台湾】

順位	都道府県名	回答数	訪問率
1位	東京都	412	41.2%
2位	大阪府	200	20.0%
3位	北海道	172	17.2%
4位	千葉県	160	16.0%
5位	京都府	133	13.3%
回答者数および訪問率延べ合計		999	199.0%

【香港】

順位	都道府県名	回答数	訪問率
1位	東京都	175	47.0%
2位	大阪府	79	21.2%
3位	北海道	73	19.6%
4位	京都府	50	13.4%
5位	千葉県	48	12.9%
回答者数および訪問率延べ合計		372	172.6%

【中国】

順位	都道府県名	回答数	訪問率
1位	東京都	605	75.1%
2位	大阪府	539	66.9%
3位	京都府	329	40.8%
4位	愛知県	278	34.5%
5位	神奈川県	236	29.3%
回答者数および訪問率延べ合計		806	356.2%

【米国】

順位	都道府県名	回答数	訪問率
1位	東京都	84	65.6%
2位	京都府	39	30.5%
3位	神奈川県	20	15.6%
3位	大阪府	20	15.6%
5位	山梨県	15	11.7%
回答者数および訪問率延べ合計		128	225.8%

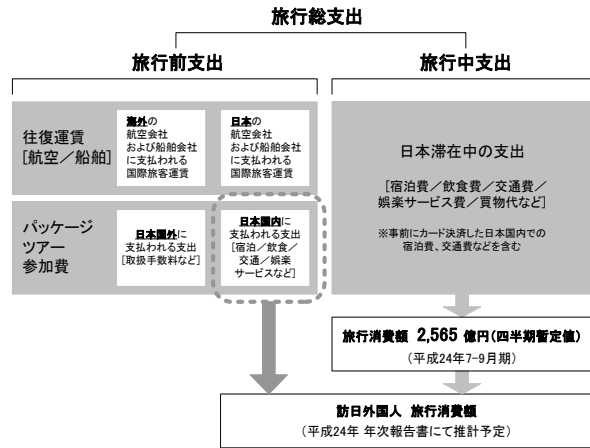
## 2. 訪日外国人の旅行支出

### (1) 旅行支出

- 平成24年7-9月期における訪日外国人の旅行中支出額は平均 112,353 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 90,776 円、両者を合算した総支出額は平均 203,129 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 18.7 万円と最も高く、英国（17.7 万円）、カナダ（17.6 万円）、オーストラリア（16.9 万円）が続く。

- 1泊当たり旅行中支出額は 7,545 円、旅行前支出を含めた 1泊当たり総支出額は 13,642 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 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	(人) 標本数	(円/人)			総支出額 標準誤差率	(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	7,161	90,776	112,353	203,129	-	14.9	7,545	13,642
韓国	1,615	39,318	62,282	101,600	2.9%	8.1	7,712	12,581
台湾	1,336	67,797	82,803	150,600	2.6%	8.3	10,009	18,203
香港	431	75,168	96,154	171,322	4.1%	6.8	14,239	25,370
中国	1,462	92,112	141,592	233,704	2.5%	18.3	7,726	12,753
タイ	187	83,772	99,646	183,419	7.1%	19.4	5,135	9,452
シンガポール	121	95,144	117,029	212,174	5.2%	6.9	16,918	30,673
マレーシア	122	94,040	150,743	244,783	8.5%	32.6	4,629	7,517
インド	143	110,135	161,567	271,702	12.0%	32.3	5,000	8,408
英国	194	162,784	176,735	339,519	5.7%	21.5	8,238	15,825
ドイツ	125	131,458	164,532	295,990	10.1%	18.2	9,028	16,242
フランス	158	117,265	187,283	304,548	7.8%	24.6	7,607	12,370
ロシア	143	93,110	160,635	253,745	7.1%	36.7	4,377	6,914
米国	595	172,645	133,633	306,278	3.9%	20.1	6,654	15,250
カナダ	123	153,756	176,394	330,150	9.6%	21.0	8,387	15,697
オーストラリア	127	122,486	169,156	291,643	7.7%	15.2	11,098	19,134
その他	279	164,149	154,180	318,329	5.8%	27.9	5,532	11,421

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)			
	旅行前支出額	旅行中支出額	総支出額	
平成23年	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	85,819	113,580	199,399
	7-9月期	90,776	112,353	203,129

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 24 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 2,565 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 738 億円（構成比 28.8%）、②韓国 335 億円（同 13.0%）、③台湾 334 億円（同 13.0%）、④米国 232 億円（同 9.0%）、⑤香港 127 億円（同 4.9%）の順であり、上位 5 カ国で全体の 68.9%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 31.1%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 106,978 円、ツアー利用客の旅行中支出額は同 64,318 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 83,451 円、個人手配客の旅行中支出額は同 138,143 円である。
- 総支出額はツアー利用客で 171,296 円、個人手配客で 221,594 円である。

図表 2-3 平成 24 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 <sup>注1</sup> (JNTO速報値)	c.訪日外国人 旅行消費額 <sup>注2</sup> (=a.×b.)	
全国籍	112,353	2,283,367	2,565.4	100.0%
韓国	62,282	537,387	334.7	13.0%
台湾	82,803	403,749	334.3	13.0%
香港	96,154	132,065	127.0	4.9%
中国	141,592	521,452	738.3	28.8%
タイ	99,646	46,949	46.8	1.8%
シンガポール	117,029	22,290	26.1	1.0%
マレーシア	150,743	25,004	37.7	1.5%
インド	161,567	16,838	27.2	1.1%
英国	176,735	40,768	72.1	2.8%
ドイツ	164,532	27,054	44.5	1.7%
フランス	187,283	35,773	67.0	2.6%
ロシア	160,635	13,316	21.4	0.8%
米国	133,633	173,636	232.0	9.0%
カナダ	176,394	31,949	56.4	2.2%
オーストラリア	169,156	44,230	74.8	2.9%
その他	154,180	210,907	325.2	12.7%

注1) 出典：日本政府観光局（JNTO） ※平成24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23年	7-9月期	1,646,719	1,981.3
	10-12月期	1,739,373	1,919.2
平成24年	1-3月期	1,911,515	2,241.8
	4-6月期	2,133,658	2,423.4
	7-9月期	2,283,367	2,565.4

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 24 年 10 月時点の最新データを用いた。
- ・ 四半期毎に作成する旅行消費額には、パッケージ参加費に含まれる日本国内に支払われる宿泊費や日本の航空会社および船舶会社に支払われる国際旅客運賃等を含まない。

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

【パッケージツアー利用者】

国籍	(%)	(円/人)	(円/人)	(円/人)	(泊)	(円/人泊)	(円/人泊)
	パッケージツアー購入率	a.パッケージツアー購入者単価(旅行前支出額)	b.日本国内における旅行支出(旅行中支出額)	パッケージツアー客総支出額(a.+b.)	d.平均泊数	1泊当たり旅行中支出額(=b./d.)	1泊当たり総支出額(=c./d.)
全国籍	31.1	106,978	64,318	171,296	5.3	12,235	32,585
韓国	27.6	61,172	24,346	85,518	3.2	7,523	26,427
台湾	45.9	92,509	38,416	130,925	4.0	9,581	32,651
香港	51.3	100,436	63,981	164,417	4.5	14,362	36,906
中国	51.3	117,090	106,064	223,154	5.8	18,379	38,668
タイ	16.0	167,355	58,822	226,177	3.8	15,616	60,047
シンガポール	9.1	232,742	56,558	289,300	8.5	6,690	34,218
マレーシア	11.5	206,096	77,791	283,887	14.2	5,473	19,972
インド	3.5	567,858	44,030	611,888	42.8	1,029	14,296
英国	6.6	304,948	68,789	373,736	8.8	7,776	42,248
ドイツ	3.2	183,078	27,515	210,593	7.5	3,669	28,079
フランス	4.4	183,016	107,865	290,881	23.6	4,576	12,340
ロシア	9.6	238,084	74,027	312,111	39.4	1,877	7,916
米国	5.7	233,150	35,806	268,956	19.3	1,856	13,940
カナダ	4.1	362,760	89,373	452,132	7.2	12,413	62,796
オーストラリア	6.3	230,116	61,460	291,577	11.8	5,231	24,815
その他	4.3	457,919	44,053	501,972	23.3	1,895	21,590

【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	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	103,740	67,708	171,448	5.0	13,650	34,563
	7-9月期	106,978	64,318	171,296	5.3	12,235	32,585

注) 訪日外客数の更新等に伴い、前回公表値から一部数値を改訂した。

【個人手配客】

国籍	(%)	(円/人)	(円/人)	(円/人)	(泊)	(円/人泊)	(円/人泊)
	往復運賃購入率	a.往復運賃購入者単価(旅行前支出額)	b.日本国内における旅行支出(旅行中支出額)	個人手配客総支出額(a.+b.)	d.平均泊数	1泊当たり旅行中支出額(=b./d.)	1泊当たり総支出額(=c./d.)
全国籍	68.9	83,451	138,143	221,594	19.2	7,178	11,514
韓国	72.4	30,981	79,656	110,637	9.9	8,028	11,151
台湾	54.1	46,844	126,670	173,514	11.9	10,655	14,596
香港	48.7	48,582	133,388	181,970	9.2	14,545	19,843
中国	48.7	65,841	190,647	256,488	31.5	6,046	8,135
タイ	84.0	67,902	111,030	178,932	22.4	4,963	7,998
シンガポール	90.9	81,385	123,463	204,847	6.8	18,254	30,287
マレーシア	88.5	79,514	162,169	241,683	34.9	4,641	6,916
インド	96.5	93,551	167,503	261,054	31.9	5,245	8,175
英国	93.4	152,685	185,596	338,281	22.3	8,304	15,136
ドイツ	96.8	129,752	170,622	300,374	18.6	9,184	16,168
フランス	95.6	114,217	191,915	306,133	24.7	7,780	12,410
ロシア	90.4	77,734	168,006	245,740	36.4	4,614	6,749
米国	94.3	169,004	140,671	309,674	20.1	6,988	15,383
カナダ	95.9	144,900	181,574	326,474	21.6	8,399	15,101
オーストラリア	93.8	115,311	177,441	292,752	15.5	11,466	18,918
その他	95.7	151,093	159,686	310,779	28.1	5,687	11,068

【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	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	78,259	137,211	215,470	13.6	10,061	15,799
	7-9月期	83,451	138,143	221,594	19.2	7,178	11,514

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」91,513 円、「商談等その他ビジネス」126,533 円、「親族・知人訪問」97,003 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 1,101 億円で全体の 42.6%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 831 億円で、全体の 32.1%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	91,513	97,003	62,500	75,432	60,321	392,110	73,905	88,100	100,763	127,515	129,361	126,533	194,690
	韓国	49,907	58,868	60,000	39,251	49,864	321,405	54,500	65,414	73,426	89,225	65,004	77,929	121,633
	台湾	66,035	134,497	37,335	-	46,000	420,924	20,600	45,600	66,594	67,545	76,960	101,861	286,079
	香港	84,129	98,100	75,000	150,000	-	668,250	50,650	97,667	-	71,044	615,667	123,184	112,500
	中国	122,924	113,233	104,000	110,808	60,286	489,871	98,814	110,000	118,776	115,486	147,751	177,507	152,210
	米国	100,685	78,479	149,833	117,357	132,854	221,733	-	162,750	117,097	113,221	150,809	200,384	204,575
【参考】消費額 (億円)	全国籍	1,101.4	200.6	5.4	18.6	8.6	267.4	5.6	16.8	70.3	176.4	167.7	400.1	149.4
	韓国	146.6	32.2	0.2	3.6	2.2	32.0	0.4	4.8	5.4	3.9	15.3	87.4	11.7
	台湾	200.0	27.7	0.9	0.0	0.8	22.9	0.1	1.4	4.8	7.2	3.7	33.3	33.8
	香港	95.5	3.3	0.2	0.5	0.0	8.2	0.2	0.9	0.6	2.6	9.4	7.1	0.7
	中国	355.8	45.5	0.4	7.9	1.7	84.3	4.3	1.6	10.2	30.2	69.9	119.0	14.2
	米国	37.5	23.1	0.9	5.5	1.5	29.0	0.0	1.9	10.6	30.3	17.1	47.2	32.1
目的別 構成比 (%)	全国籍	42.6	7.8	0.2	0.7	0.3	10.3	0.2	0.6	2.7	6.8	6.5	15.5	5.8
	韓国	42.4	9.3	0.1	1.1	0.6	9.3	0.1	1.4	1.6	1.1	4.4	25.3	3.4
	台湾	59.4	8.2	0.3	0.0	0.2	6.8	0.0	0.4	1.4	2.1	1.1	9.9	10.0
ヨリ計=100	香港	74.0	2.6	0.2	0.4	0.0	6.3	0.1	0.7	0.5	2.0	7.3	5.5	0.5
	中国	47.7	6.1	0.1	1.1	0.2	11.3	0.6	0.2	1.4	4.1	9.4	16.0	1.9
	米国	15.8	9.7	0.4	2.3	0.7	12.3	0.0	0.8	4.5	12.8	7.2	20.0	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	その他	合計
	3,724	637	23	77	43	235	24	64
	212	471	393	979	250	24	64	212
	64	21	12	71	334	2	22	21
	24	35	16	108	39	1	10	24
	3	2	12	5	19	1	3	2
	24	73	132	186	25	12	4	24
	31	90	38	81	54	0	4	31

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60.7%が購入している。次いで「その他食料品・飲料・酒・たばこ」の購入率が高い。国籍別では、「カメラ・ビデオカメラ・時計」「電気製品」「化粧品・医薬品・トイレタリー」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4.4万円と高く、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」客に比べ全般的に高い。韓国では、どの費目においても「業務」客の方が「観光・レジャー」客に比べ購入者単価が高い（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	60.7%	8,427	65.0%	4,504	74.0%	8,589	66.0%	10,066	75.7%	11,481	31.3%	6,412
その他食料品・飲料・酒・たばこ	55.1%	10,315	59.1%	5,807	53.6%	7,226	52.7%	9,306	57.8%	11,788	51.8%	13,189
カメラ・ビデオカメラ・時計	11.5%	44,026	2.4%	37,183	4.5%	14,432	6.1%	20,159	33.2%	54,679	2.5%	9,130
電気製品	11.4%	32,995	4.0%	29,289	6.1%	18,898	7.7%	17,524	27.2%	40,029	6.3%	28,411
化粧品・医薬品・トイレタリー	42.7%	20,051	30.0%	10,805	64.2%	15,823	52.2%	10,241	70.6%	32,156	12.4%	5,705
和服(着物)・民芸品	18.2%	10,247	8.5%	4,922	15.8%	7,326	18.4%	11,452	17.6%	11,549	31.3%	8,976
服(和服以外)・かばん・靴	32.5%	27,803	21.9%	14,369	42.3%	29,807	56.2%	25,764	37.9%	40,884	19.1%	14,260
マンガ・DVD・アニメ関連商品	11.8%	9,156	6.6%	5,094	13.1%	8,908	18.4%	12,168	15.9%	10,790	10.3%	7,543

図表 3-2 来訪目的別にみる費目別購入率および購入者単価（主要国籍別）

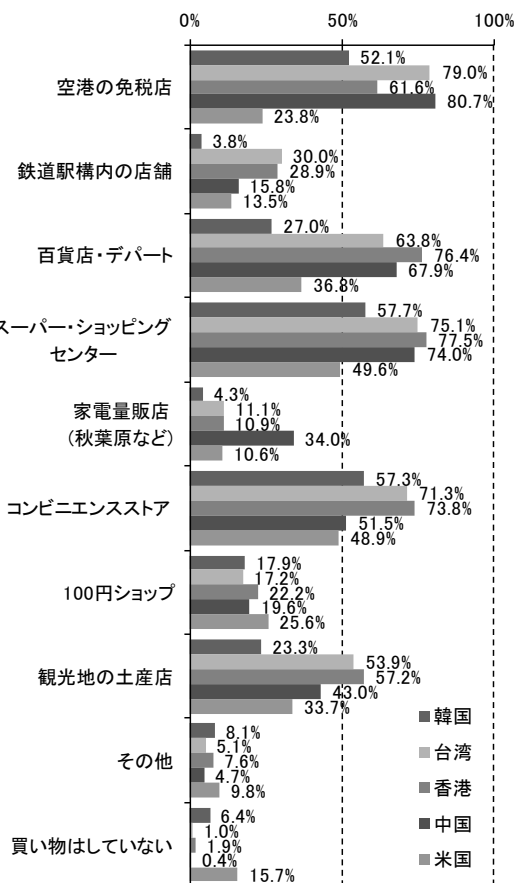
費目	国籍	来訪目的	韓国		台湾		香港		中国		米国	
			購入率	購入者単価(円)	購入率	購入者単価(円)	購入率	購入者単価(円)	購入率	購入者単価(円)	購入率	購入者単価(円)
菓子類		観光・レジャー	68.2%	3,988	75.8%	8,112	67.4%	10,594	76.7%	11,328	39.2%	3,909
		業務	61.4%	4,830	65.8%	9,069	58.5%	6,391	73.4%	10,677	22.1%	3,521
その他食料品・飲料・酒・たばこ		観光・レジャー	62.8%	5,152	54.4%	6,981	55.4%	9,011	61.1%	11,730	56.8%	11,987
		業務	53.4%	6,900	49.2%	6,568	31.7%	11,115	55.7%	11,887	41.0%	10,935
カメラ・ビデオカメラ・時計		観光・レジャー	1.8%	18,672	4.6%	11,267	7.1%	20,159	34.1%	50,896	2.4%	18,946
		業務	3.3%	27,647	2.6%	28,360	0.0%	-	37.8%	64,244	2.0%	3,600
電気製品		観光・レジャー	3.5%	17,899	5.6%	12,105	8.2%	17,903	30.8%	36,536	8.8%	44,685
		業務	3.9%	57,068	7.3%	42,891	4.9%	12,500	21.8%	44,951	2.9%	26,388
化粧品・医薬品・トイレタリー		観光・レジャー	33.6%	9,849	68.3%	15,321	55.7%	10,105	76.4%	34,577	10.4%	4,261
		業務	20.7%	12,710	41.5%	13,691	17.1%	9,817	65.1%	28,759	7.0%	6,261
和服(着物)・民芸品		観光・レジャー	10.8%	4,117	18.4%	7,041	20.4%	10,829	22.5%	9,575	31.2%	6,164
		業務	4.8%	6,599	5.7%	9,725	7.3%	22,667	10.5%	20,891	24.2%	8,026
服(和服以外)・かばん・靴		観光・レジャー	25.0%	11,610	44.2%	21,444	59.2%	26,142	44.3%	42,012	24.0%	22,113
		業務	9.6%	16,310	22.8%	19,773	26.8%	23,030	26.1%	35,449	10.7%	13,697
マンガ・DVD・アニメ関連商品		観光・レジャー	8.0%	4,610	14.6%	8,329	19.6%	11,614	21.5%	10,759	11.2%	5,722
		業務	3.7%	5,790	4.1%	19,024	4.9%	26,667	6.7%	8,091	4.9%	12,249



### (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 34.0% と圧倒的に高い（図表 3-3）。

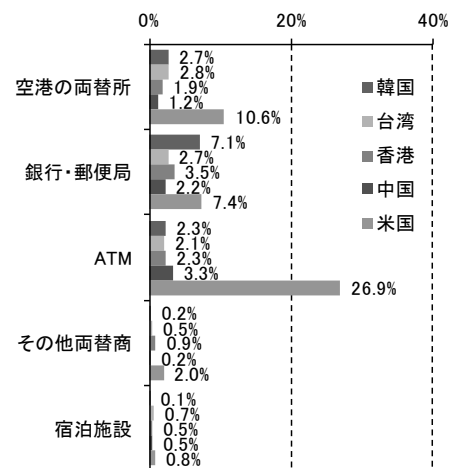
図表 3-3 買物場所（主要国籍別、複数回答）



### (4) 利用した金融機関と決済方法

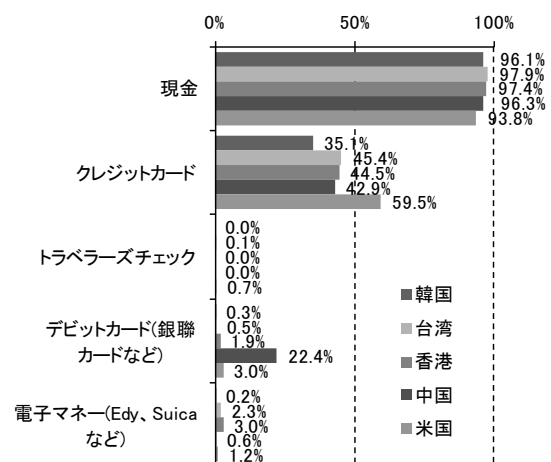
- 利用した金融機関を国籍別にみると、米国の「ATM（現金自動預払機）」の利用率が 26.9% と、他の国籍に比べ際だって高い（図表 3-4）。

図表 3-4 利用金融機関（主要国籍別、複数回答）



- 決済方法ではいずれの国籍も「現金」が 9 割以上を占める。次いで「クレジットカード」の利用率が高い。「デビットカード」の利用率は中国で 22.4% と高い。「電子マネー」の利用率は香港で 3.0% となっている（図表 3-5）。

図表 3-5 利用決済方法（主要国籍別、複数回答）



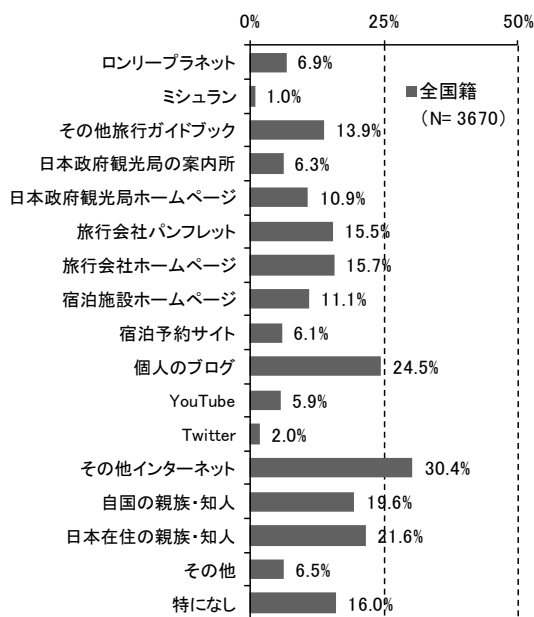
## 4. 旅行情報源

### (1) 出発前に得た旅行情報

- 出発前に得た旅行情報で役に立ったものは、ガイドブックでは「ロンリープラネット」が6.9%、「ミシュラン」が1.0%、「その他旅行ガイドブック」が13.9%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6.3%、「日本政府観光局ホームページ」の選択率は10.9%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」(24.5%)を挙げる回答が多い。
- 知人からの口コミでは「自国の親族・知人」が19.6%、「日本在住の親族・知人」が21.6%であった。

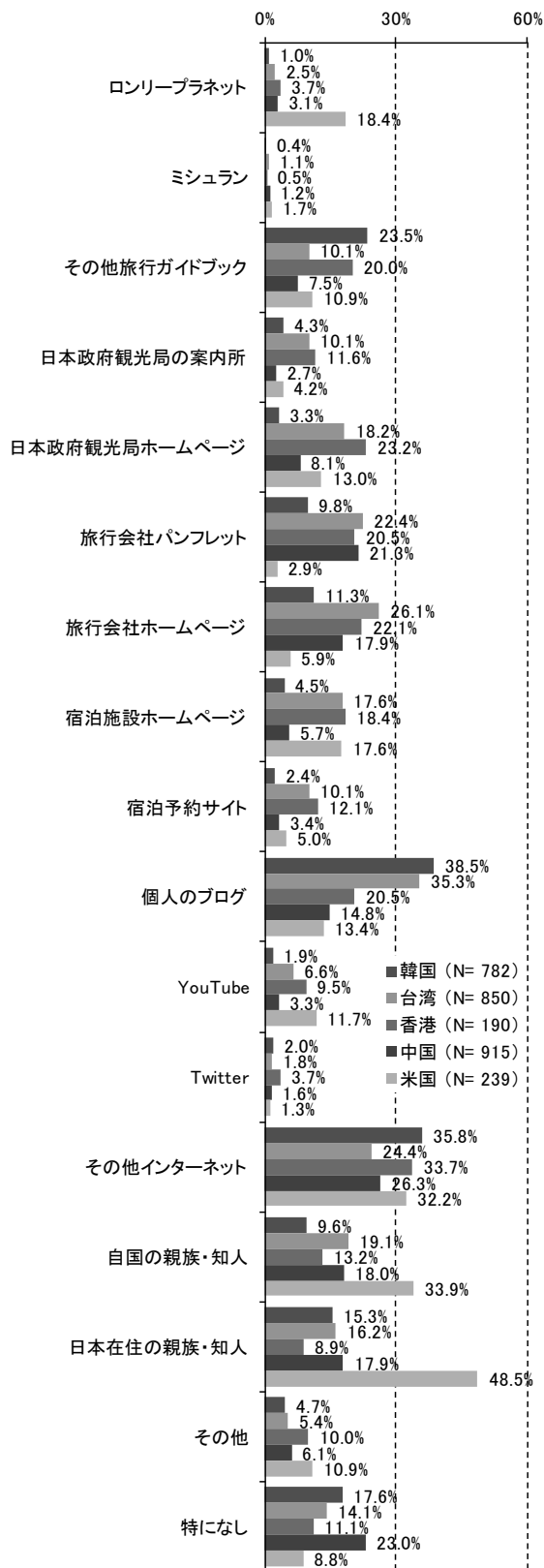
- 国籍別にみると、韓国では「個人のブログ」(38.5%)や「その他インターネット」(35.8%)の選択率が高い。
- 台湾でも「個人のブログ」(35.3%)の選択率が最も高いが、「旅行会社パンフレット」(22.4%)や「旅行会社ホームページ」(26.1%)の選択率も他の国籍に比べると高い。
- 香港では「その他インターネット」(33.7%)の選択率が最も高いが、これに次いで「日本政府観光局ホームページ」の選択率が23.2%と高い。
- 中国では「その他インターネット」(26.3%)の選択率が最も高く、次いで「旅行会社パンフレット」(21.3%)、「自国の親族・知人」(18.0%)が高い。
- 米国では、知人からの口コミを挙げる回答が多い。最も選択率の高かった旅行情報は「日本在住の親族・知人」(48.5%)であり、次いで「自国の親族・知人」(33.9%)が多い。

図表 4-1 出発前に得た旅行情報で役に立ったもの  
(全国籍、複数回答)



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

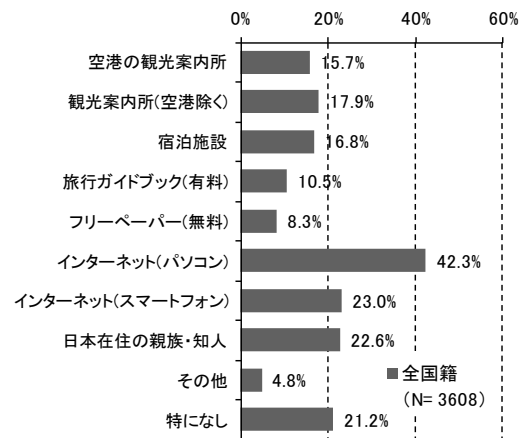
図表 4-2 出発前に得た旅行情報で役に立ったもの  
(主要国籍別、複数回答)



(2) 日本滞在中に得た旅行情報

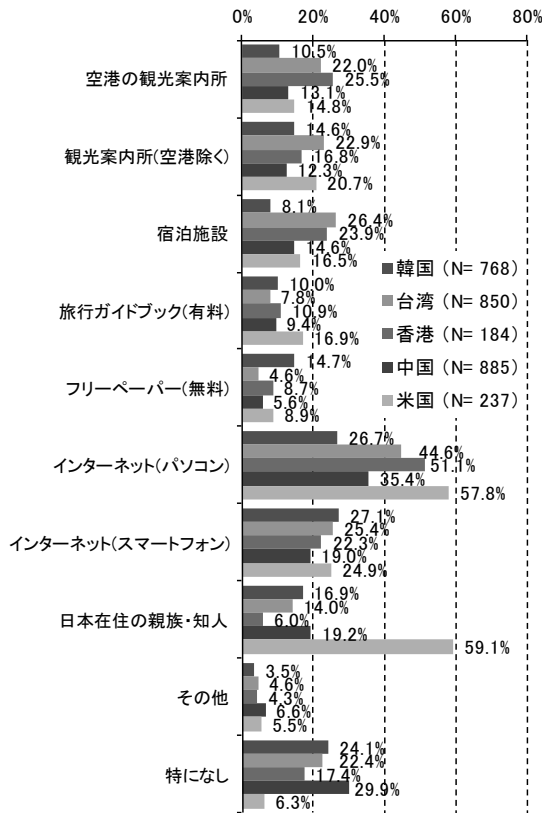
- 日本滞在中に得た旅行情報で役に立ったものでは「インターネット (パソコン)」(42.3%) の選択率が高く、次いで「インターネット (スマートフォン)」(23.0%)、「日本在住の親族・知人」(22.6%) の選択率が高い (図表 4-3)。

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、「日本在住の親族・知人」で米国 (59.1%) の高さが目立つ。「インターネット (パソコン)」は米国 (57.8%) や香港 (51.1%) で選択率が高く 5 割を超える。「インターネット (スマートフォン)」は韓国 (27.1%) での選択率が最も高い (図表 4-4)。

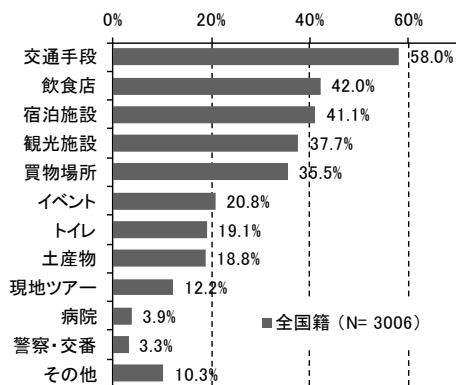
図表 4-4 日本滞在中に得た旅行情報で役に立ったもの(主要国籍別、複数回答)



(3) 日本滞在中にあると便利な情報

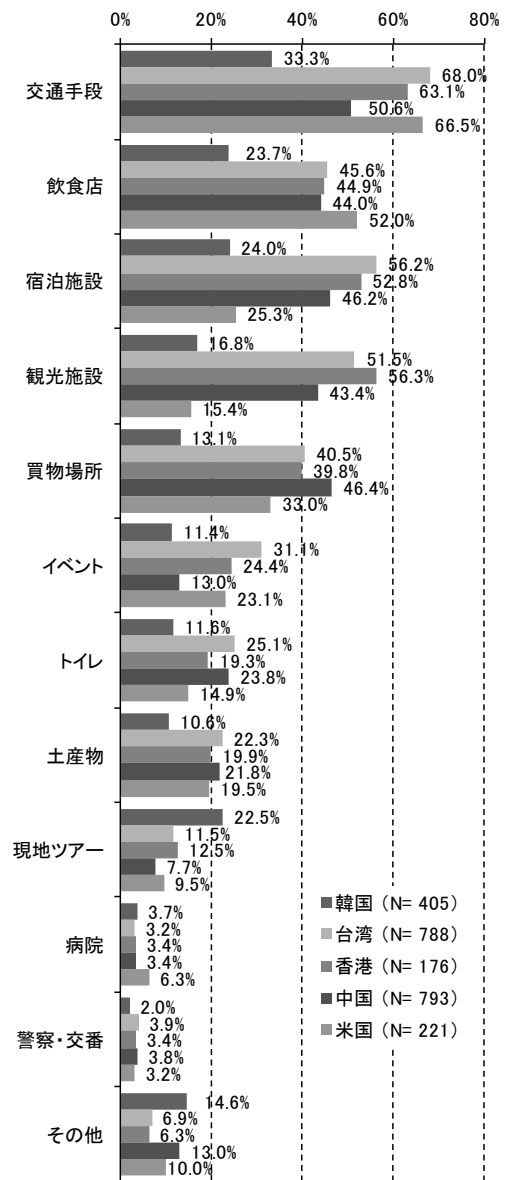
- 日本滞在中にあると便利な情報では「交通手段」が58.0%と圧倒的に多い。次いで、「飲食店」(42.0%)や「宿泊施設」(41.1%)を挙げる回答が多い(図表 4-5)。

図表 4-5 日本滞在中にあると便利な情報(全国籍、複数回答)



- 国籍別にみると、「交通手段」の情報に対するニーズは台湾や香港、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、「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)

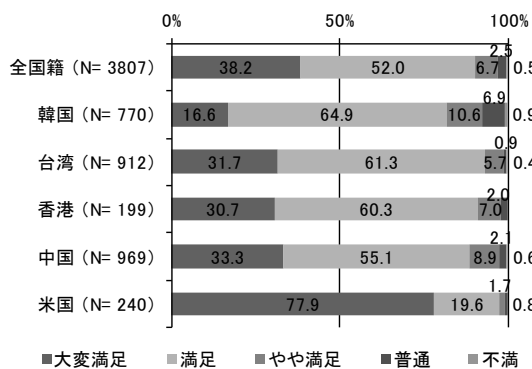


## 5. 満足度と再訪意向

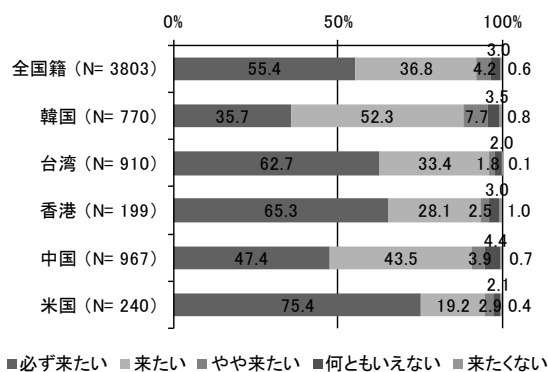
### (1) 訪日旅行全体の満足度と再訪意向

- 今回の訪日旅行全体の満足度は「大変満足」38.2%、「満足」52.0%である(図表 5-1)。
- 米国では「大変満足」の割合が 77.9%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、オーストラリアで「大変満足」の比率が 8 割を超えている。
- 再訪意向は「必ず来たい」が 55.4%、「来たい」が 36.8%である(図表 5-2)。

図表 5-1 訪日旅行の満足度(主要国籍別)

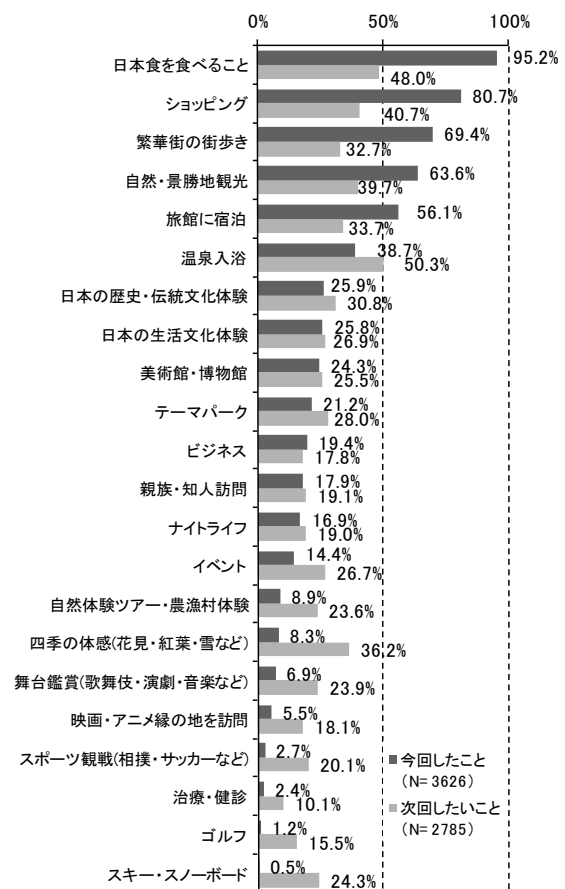


図表 5-2 訪日旅行者の再訪意向(主要国籍別)



- 今回実施した活動は「日本食を食べること」(95.2%)、「ショッピング」(80.7%)、「繁華街の街歩き」(69.4%)の順が多い(図表 5-3)。
- 次回実施したいことでは、「温泉入浴」(50.3%)、「日本食を食べること」(48.0%)、「ショッピング」(40.7%)、「自然・景勝地観光」(39.7%)が多い。
- 今回実施率に比べ次回実施希望率が高い活動としては「スキー・スノーボード」や「ゴルフ」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)

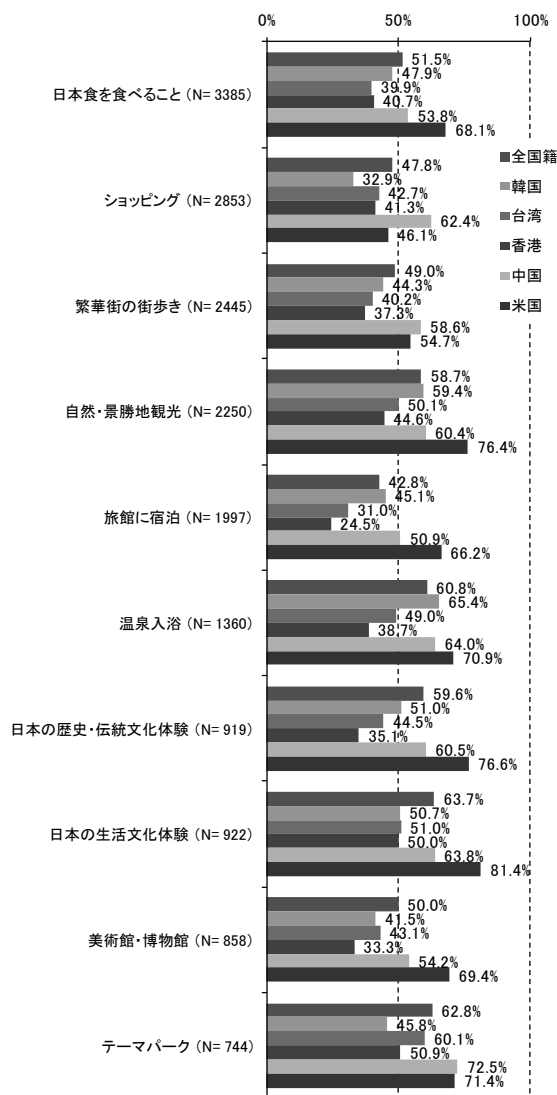


注) この章に示す調査結果は、「訪日外国人消費動向調査」と同時に実施した旅行の満足度や再来訪意向等の意識調査より得られたものである。回答は任意としているため、必ずしも全調査対象者が回答しているとは限らない。なお、この章で示す『全体(全国籍)』の値は、訪日外客数によるウェイトバック集計を行っていない。

### (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、「温泉入浴」「日本の生活文化体験」「テーマパーク」で6割超と高い。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)



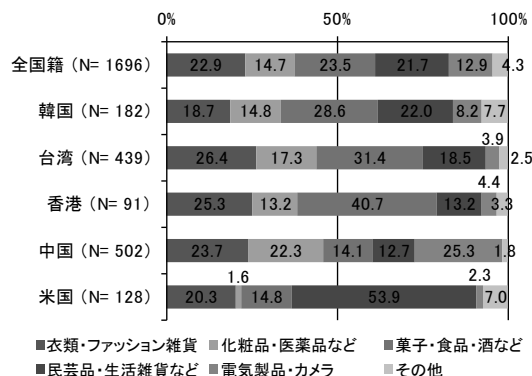
### (4) 最も満足した購入商品

- 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」22.9%、「化粧品・医薬品など」14.7%、「菓子・食品・酒など」23.5%、「民芸品・生活雑貨など」21.7%、「電気製品・カメラ」12.9%、「その他」4.3%という分布となった(図表5-6)。

図表 5-5 最も満足した購入商品 商品区分

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

図表 5-6 最も満足した購入商品  
(商品大区分、主要国籍別)



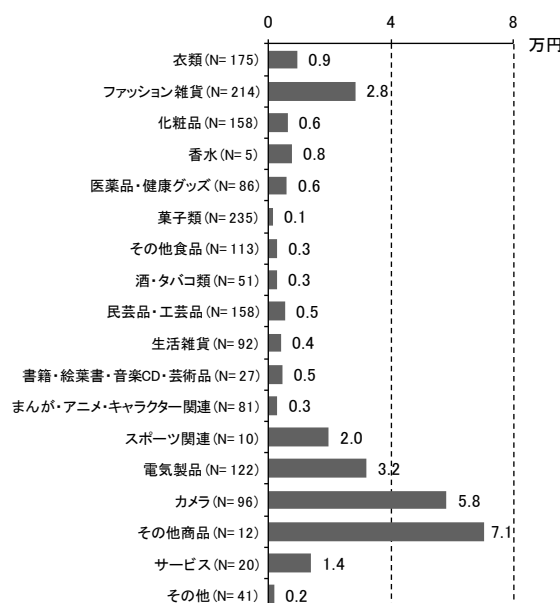
- 国籍別に最も満足した購入商品（小区分）の比率をみると、韓国、台湾、香港で「菓子類」（それぞれ 17.0%、20.5%、24.2%）、中国では「化粧品」（18.3%）、米国では「民芸品・工芸品」（35.9%）の割合が高い。また、台湾では「医薬品・健康グッズ」、中国では「電気製品」や「カメラ」の割合が他国籍に比べ高い（図表 5-7）。

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		8.2	13.7	15.4	8.2	10.2
ファッション雑貨		10.4	12.8	9.9	15.5	10.2
化粧品		9.9	5.2	7.7	18.3	1.6
香水		0.0	0.2	0.0	0.4	0.0
医薬品・健康グッズ		4.9	11.8	5.5	3.6	0.0
菓子類		17.0	20.5	24.2	8.4	6.3
その他食品		6.6	8.7	15.4	2.4	7.0
酒・タバコ類		4.9	2.3	1.1	3.4	1.6
民芸品・工芸品		7.7	6.4	4.4	3.0	35.9
生活雑貨		5.5	4.1	2.2	5.0	10.9
書籍・絵葉書・音楽CD・芸術品		1.1	0.9	1.1	1.0	3.1
まんが・アニメ・キャラクター関連		7.1	6.8	3.3	3.2	3.9
スポーツ関連		0.5	0.2	2.2	0.6	0.0
電気製品		7.7	2.1	3.3	11.8	1.6
カメラ		0.5	1.8	1.1	13.5	0.8
その他商品		0.5	0.7	2.2	0.8	0.0
サービス		1.1	0.5	0.0	0.2	3.1
その他		6.0	1.4	1.1	0.8	3.9
合計		100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
標本数		182	439	91	502	128

- 最も満足した購入商品（小区分）の単価をみると、「その他商品」に次いで最も高い商品は「カメラ」であり 5.8 万円である。次いで、「電気製品」3.2 万円、「ファッション雑貨」2.8 万円などとなっている（図表 5-8）。

図表 5-8 最も満足した購入商品の単価  
（商品小区分、全国籍）



- 満足した理由（自由回答）を 10 区分に分類して集計を行ったところ、「品質が良いから」「デザインが良い・かわいい・きれい」「おいしいから」など、品質に関する回答が全体の 57.4% を占める。このほか、「衣類・ファッション雑貨」や「化粧品・医薬品など」では「価格が手頃・自国より安いから」、「電気製品・カメラ」では「日本製だから」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	合計
衣類・ファッション雑貨		371	17.3	36.7	0.0	10.0	0.5	5.4	6.2	3.8	18.3	1.9	100.0
化粧品・医薬品など		237	52.7	1.7	0.0	13.1	0.0	3.8	4.2	5.5	18.1	0.8	100.0
菓子・食品・酒など		385	2.1	4.9	67.8	4.9	1.8	2.3	3.6	8.1	3.4	1.0	100.0
民芸品・生活雑貨など		342	13.2	33.3	0.0	5.6	13.2	12.0	4.1	10.5	6.4	1.8	100.0
電気製品・カメラ		199	44.2	5.0	0.0	21.1	0.0	5.0	8.0	1.5	12.6	2.5	100.0
その他		70	14.3	4.3	47.1	0.0	5.7	2.9	4.3	0.0	5.7	15.7	100.0
合計		1,604	21.2	17.8	18.3	9.2	3.6	5.7	5.0	6.0	10.9	2.2	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 7 月 19 日（木）～9 月 2 日（日）

### (4) 調査方法

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

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

### (5) 調査標本数

ビジット・ジャパン事業の重点市場である 13 の国・地域ならびにインド、ロシアについて目標サンプル数を設定し、合計 6,500 サンプルを目標に調査を実施。7,191 サンプル（うち旅行中支出額の有効サンプル数は 7,161 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7-9月期 報告書

発行 平成24年10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/>