

訪日外国人消費動向調査(平成24年10-12月期)

【トピックス】

東南アジアからの訪日外国人の消費動向

- ～①東南アジアからの訪日外国人の旅行支出
- ～②タイからの訪日観光客の旅行動向と買物支出

平成25年3月7日

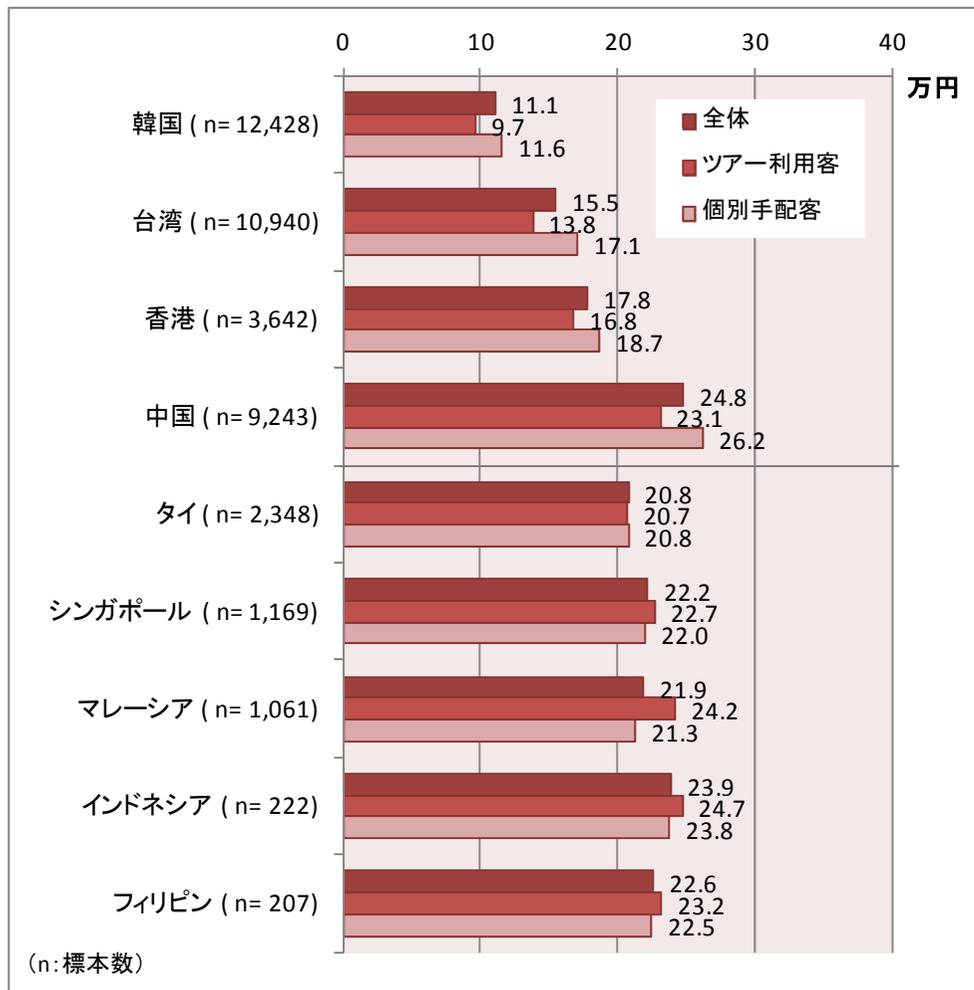
観光庁観光経済担当参事官室

①東南アジアからの訪日外国人の旅行支出

～平成22～24年調査結果より

【旅行総支出】東南アジアの総支出額平均は20万円台前半

図表1. 訪日外国人1人当たり旅行総支出額【国籍別】
(平成22～24年平均、ただし震災直後を除く^{注1})



- はじめに、主な東南アジア諸国からの訪日旅行支出を示す。なお、一部国籍の統計精度(標本数が少ないこと)に配慮して、平成22年から24年まで(ただし震災直後を除く)^{注1}の平均値を示すこととする。
- 主な東南アジア諸国からの訪日外国人1人当たり旅行総支出額^{注2}の各国籍平均は、20万円台から23万円台の間に分布する。東アジアの国・地域と比べると韓国・台湾・香港に比べ高く、中国に比べ低い。
- 個別手配客に比べて、ツアー利用客の方が旅行総支出額が高い傾向がみられる(タイを除く)。

| | 全体 (単位:万円) | | | 標本数 (単位:票) |
|--------|---------------|-------|------|---------------|
| | ツアー利用客 | 個別手配客 | | |
| 韓国 | 11.1 | 9.7 | 11.6 | 12,428 |
| 台湾 | 15.5 | 13.8 | 17.1 | 10,940 |
| 香港 | 17.8 | 16.8 | 18.7 | 3,642 |
| 中国 | 24.8 | 23.1 | 26.2 | 9,243 |
| タイ | 20.8 | 20.7 | 20.8 | 2,348 |
| シンガポール | 22.2 | 22.7 | 22.0 | 1,169 |
| マレーシア | 21.9 | 24.2 | 21.3 | 1,061 |
| インドネシア | 23.9 | 24.7 | 23.8 | 222 |
| フィリピン | 22.6 | 23.2 | 22.5 | 207 |

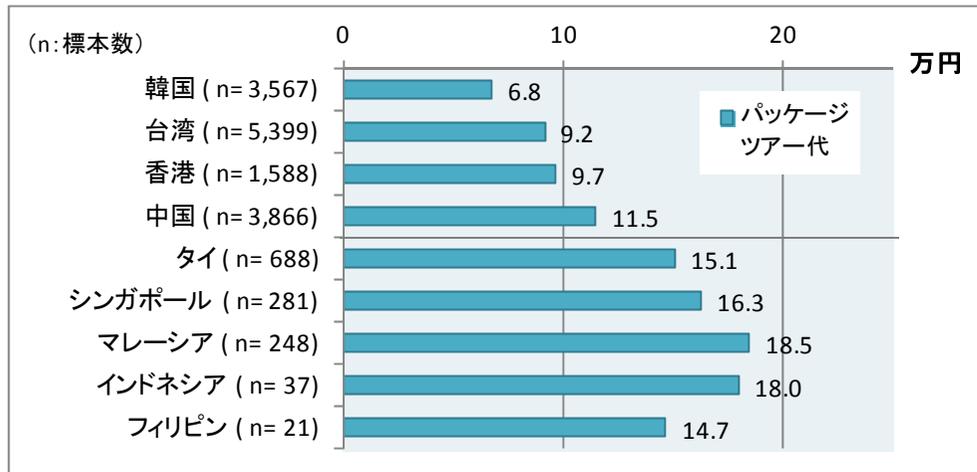
注1) 具体的には、本調査開始時の平成22年4-6月期から平成23年1-3月期までと、平成23年10-12月期から直近の平成24年10-12月期までの期間。

注2) 「旅行総支出額」とは、パッケージツアー代や往復運賃など「旅行前支出額」と日本滞在中の「旅行中支出額」を合計した値。

なお、四半期毎の調査結果に「JNTO訪日外客数」による重み付けを行って平均値を算出している。

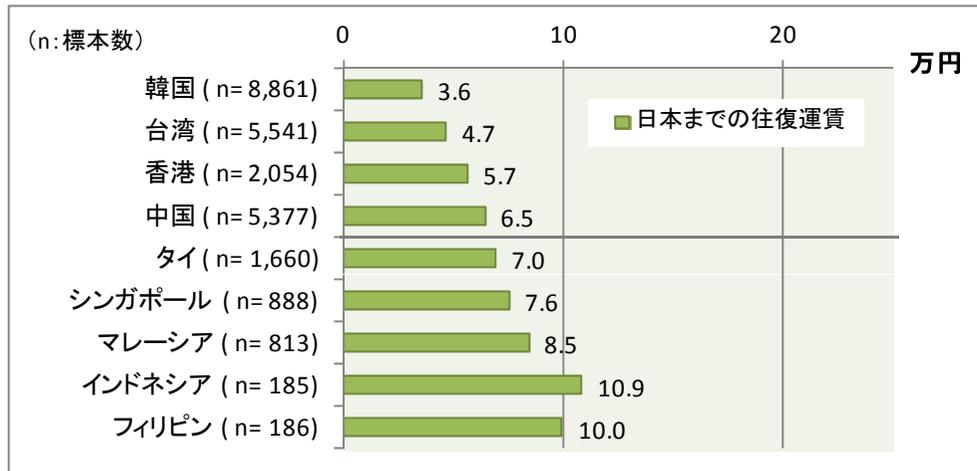
【旅行前支出】ツアー代はマレーシア・インドネシアで18万円台

図表2. パッケージツアー代【国籍別】(平成22-24年^{注1}平均)



- 次に、主な東南アジア諸国からの訪日外国人1人当たり旅行前支出額^{注2}を示す。
- ツアーを利用した人のパッケージツアー代の平均値をみると、東アジアの国・地域に比べて高いことがわかる。特に、マレーシアとインドネシアからの訪日旅行パッケージツアー代が18万円台と高い。
- 航空便や宿泊などを個別に手配した人の、出発国から日本までの往復運賃の平均値をみると、ツアー代同様に東アジアの国・地域に比べて高く、特にインドネシアやフィリピンで10万円台と高い。

図表3. 日本までの往復運賃【国籍別】(平成22-24年^{注1}平均)



| | ツアー代 (単位: 万円) | 標本数 (単位: 票) | 往復運賃 (単位: 万円) | 標本数 (単位: 票) |
|--------|------------------|----------------|------------------|----------------|
| 韓国 | 6.8 | 3,567 | 3.6 | 8,861 |
| 台湾 | 9.2 | 5,399 | 4.7 | 5,541 |
| 香港 | 9.7 | 1,588 | 5.7 | 2,054 |
| 中国 | 11.5 | 3,866 | 6.5 | 5,377 |
| タイ | 15.1 | 688 | 7.0 | 1,660 |
| シンガポール | 16.3 | 281 | 7.6 | 888 |
| マレーシア | 18.5 | 248 | 8.5 | 813 |
| インドネシア | 18.0 | 37 | 10.9 | 185 |
| フィリピン | 14.7 | 21 | 10.0 | 186 |

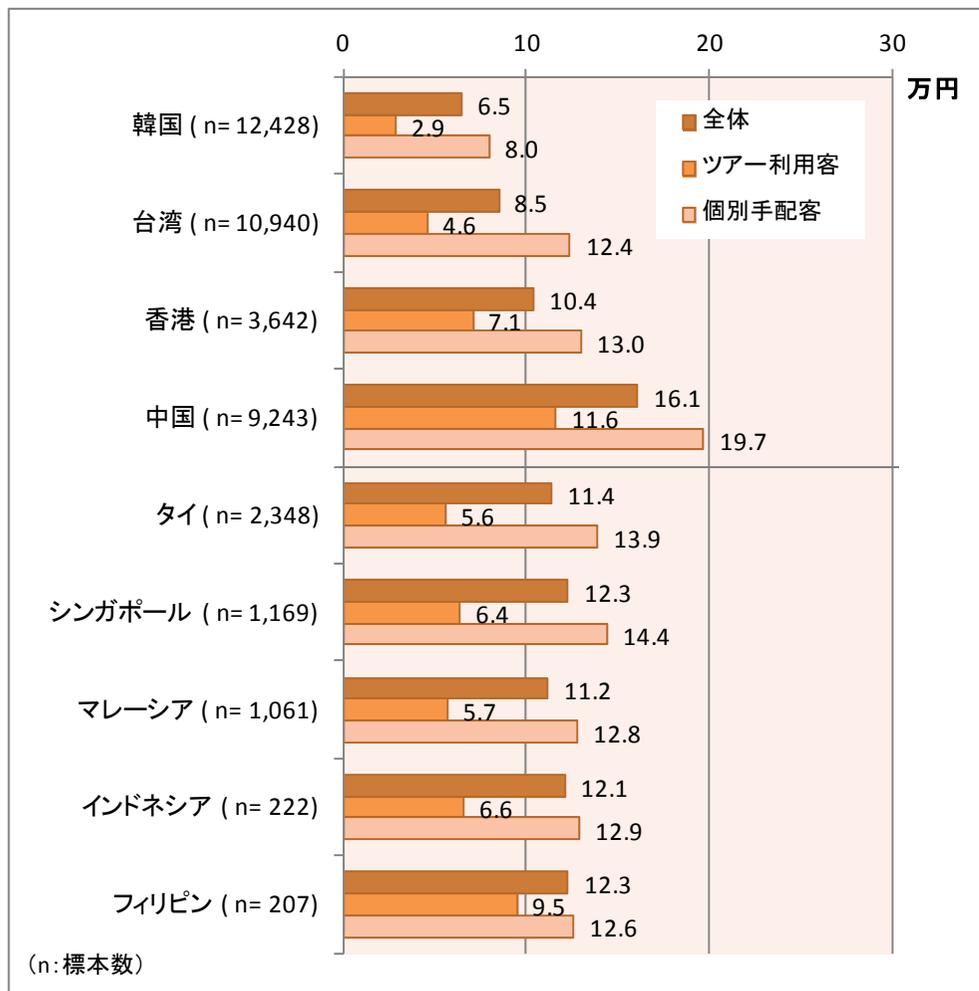
注1) 具体的には、本調査開始時の平成22年4-6月期から平成23年1-3月期までと、平成23年10-12月期から直近の平成24年10-12月期までの期間。

注2) 「旅行前支出額」とは、ツアー利用者場合には「パッケージツアー代」、個別手配客の場合には「出発国から日本までの往復運賃」を指す。

なお、四半期毎の調査結果に「JNTO訪日外客数」による重み付けを行って平均値を算出している。

【旅行中支出】日本滞在中の支出平均は11～12万円台

図表4. 訪日外国人1人当たり旅行中支出額【国籍別】
(平成22～24年平均、ただし震災直後を除く^{注1})



- 主な東南アジア諸国からの訪日外国人1人当たり旅行中支出額^{注2}の各国籍平均は、11万円台から12万円台である。東アジアの国・地域と比べると、韓国・台湾・香港に比べ高く、中国に比べ低い。
- 個別手配客では、各国籍平均が12万円台から14万円台に分布している。中でもシンガポールが14.4万円と高い。
- ツアー利用客の旅行中支出の中心は買物支出となるが、東南アジア諸国の各国籍平均では5万円台から6万円台が多い。フィリピンは9万円台と高い。

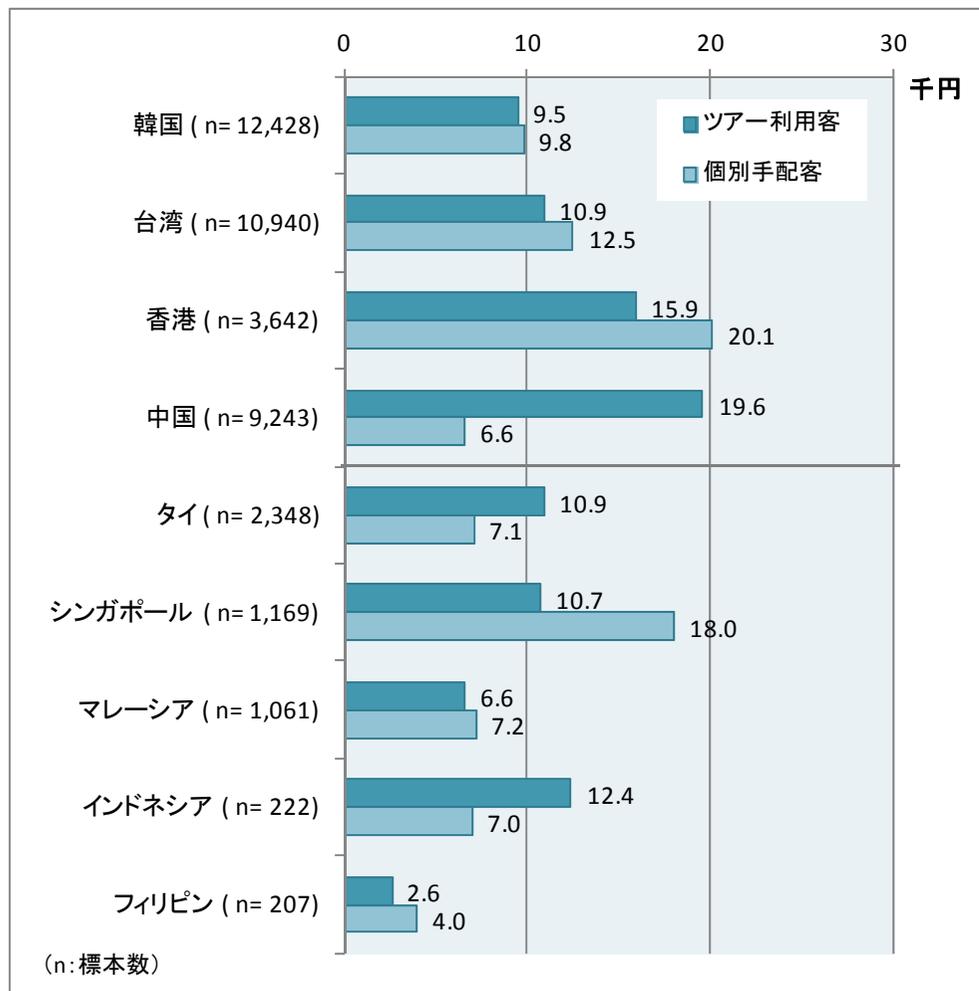
| | 全体 | | | 標本数 (単位:票) |
|--------|---------|--------|-------|---------------|
| | (単位:万円) | ツアー利用客 | 個別手配客 | |
| 韓国 | 6.5 | 2.9 | 8.0 | 12,428 |
| 台湾 | 8.5 | 4.6 | 12.4 | 10,940 |
| 香港 | 10.4 | 7.1 | 13.0 | 3,642 |
| 中国 | 16.1 | 11.6 | 19.7 | 9,243 |
| タイ | 11.4 | 5.6 | 13.9 | 2,348 |
| シンガポール | 12.3 | 6.4 | 14.4 | 1,169 |
| マレーシア | 11.2 | 5.7 | 12.8 | 1,061 |
| インドネシア | 12.1 | 6.6 | 12.9 | 222 |
| フィリピン | 12.3 | 9.5 | 12.6 | 207 |

注1) 具体的には、本調査開始時の平成22年4-6月期から平成23年1-3月期までと、平成23年10-12月期から直近の平成24年10-12月期までの期間。

注2) 「旅行中支出額」とは、日本滞在中に支出した金額である(宿泊費は旅行前に決済したものも含む)。パッケージツアー料金に内包された滞在費は含まない。
なお、四半期毎の調査結果に「JNTO訪日外客数」による重み付けを行って平均値を算出している。

【旅行中支出】個別手配客は平均20泊で1泊当たり7千円

図表5. 訪日外国人1人1泊当たり旅行中支出額【国籍別】
(平成22～24年平均、ただし震災直後を除く^{注1})



- 主な東南アジア諸国からの訪日外国人1人当たり旅行中支出額^{注2}について、1泊当たりの支出額を手配方法別に示す。
- 個別手配客では、タイ、マレーシア、インドネシアで平均泊数が20泊前後であり、1泊当たりおよそ7千円となっている。シンガポールは平均泊数が8泊と短い、1泊当たり2万円近くと高い。フィリピンでは平均泊数が長く、1泊当たり4千円と低い。

| | ツアー利用客 | | | 個別手配客 | | |
|--------|-----------------|--------------------------|----------------|-----------------|--------------------------|----------------|
| | 平均泊数 (単位: 泊) | 1泊あたり旅行中支出額 (単位: 円/泊) | 標本数 (単位: 票) | 平均泊数 (単位: 泊) | 1泊あたり旅行中支出額 (単位: 円/泊) | 標本数 (単位: 票) |
| 韓国 | 3.1 | 9,500 | 3,567 | 8.6 | 9,800 | 8,861 |
| 台湾 | 4.2 | 10,900 | 5,399 | 10.4 | 12,500 | 5,541 |
| 香港 | 4.5 | 15,900 | 1,588 | 6.6 | 20,100 | 2,054 |
| 中国 | 6.1 | 19,600 | 3,866 | 30.4 | 6,600 | 5,377 |
| タイ | 6.0 | 10,900 | 688 | 20.3 | 7,100 | 1,660 |
| シンガポール | 6.1 | 10,700 | 281 | 8.1 | 18,000 | 888 |
| マレーシア | 9.9 | 6,600 | 248 | 19.0 | 7,200 | 813 |
| インドネシア | 15.4 | 12,400 | 37 | 19.4 | 7,000 | 185 |
| フィリピン | 82.6 | 2,600 | 21 | 46.2 | 4,000 | 186 |

※上表の集計対象は日本滞在期間1年未満の訪日外国人全体であり、観光だけでなく親族・知人訪問、ビジネスや留学などを目的とする訪日客が含まれる。

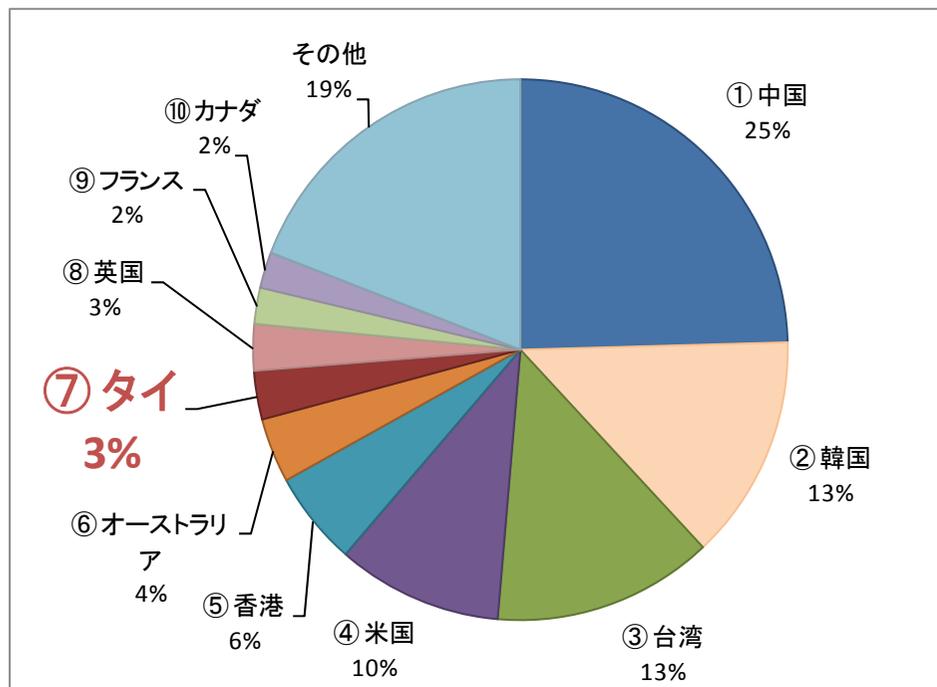
注1) 具体的には、本調査開始時の平成22年4-6月期から平成23年1-3月期までと、平成23年10-12月期から直近の平成24年10-12月期までの期間。

注2) 「旅行中支出額」とは、日本滞在中に支出した金額である(宿泊費は旅行前に決済したものも含む)。パッケージツアー料金に内包された滞在費は含まない。なお、四半期毎の調査結果に「JNTO訪日外客数」による重み付けを行って平均値を算出している。

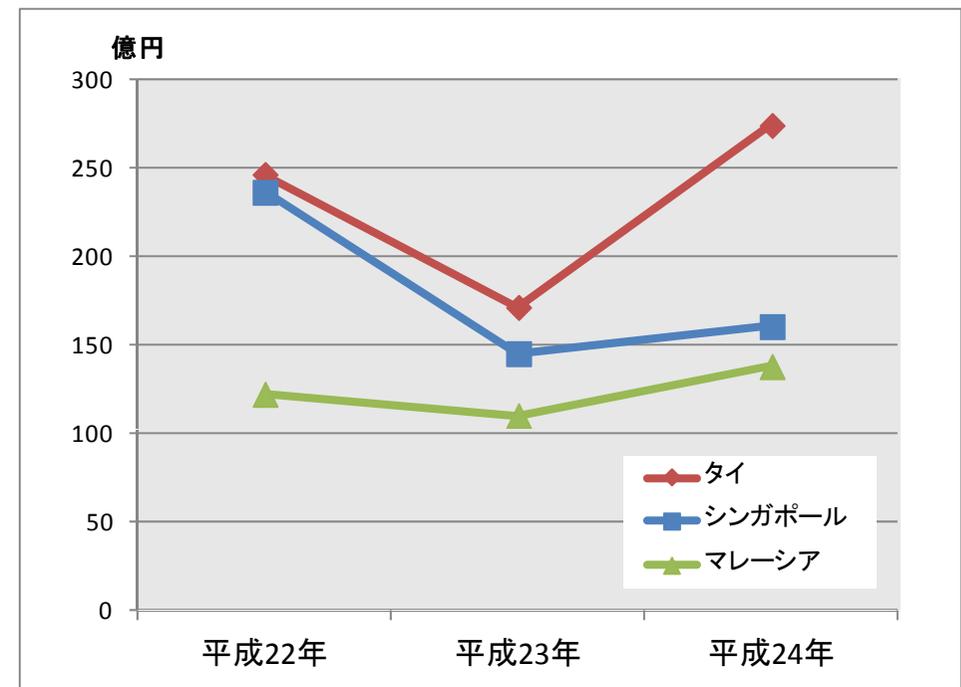
東南アジアで最も旅行消費額の多い国、タイに注目

- 東南アジア諸国の中で、訪日外国人旅行消費額の最も多い国はタイである。タイの旅行消費額は、中国、韓国、台湾、米国、香港、オーストラリアに次いで7番目の規模である(平成24年)。
- タイの旅行消費額の推移をみると、東日本大震災などの影響で平成23年には一時的に減少したものの、翌平成24年には前々年を上回る水準に回復している。タイと同様に訪日旅行のターゲット国として位置付けられているシンガポールやマレーシアの旅行消費額と比べると、平成24年においてタイの同値は倍近い規模となっている。
- 次ページ以降では、タイからの訪日観光客の旅行動向と買物支出についての詳細分析結果を紹介する。

図表6. 旅行消費額^{注1}の国籍別シェア（平成24年）



図表7. 主な東南アジア諸国の旅行消費額^{注1}の推移



注1) 平成24年の旅行消費額の値は四半期暫定値の合計値である。パッケージツアー料金に含まれる国内収入分は含まれない。

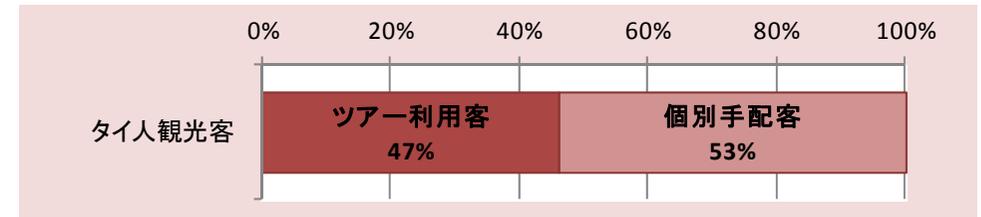
②タイからの訪日観光客の旅行動向と買物支出

～平成24年調査結果より

【客層】ツアー客は初来訪者、個別手配客はリピーターが多い

- タイからの訪日観光客では、パッケージツアー利用客が47%、個別手配客が53%を占める。
- ツアー利用客には訪日1回目的人が多く、個別手配客では3回目以上の割合が多い。
- ツアー利用客の大半(96%)が団体旅行である。

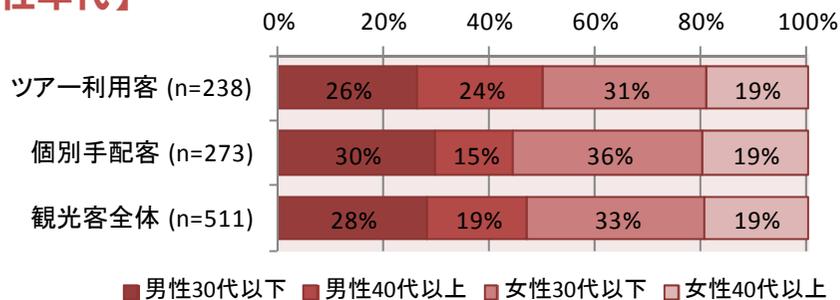
図表8. タイからの訪日観光客^{注1}の旅行手配方法
(平成24年調査の標本平均)



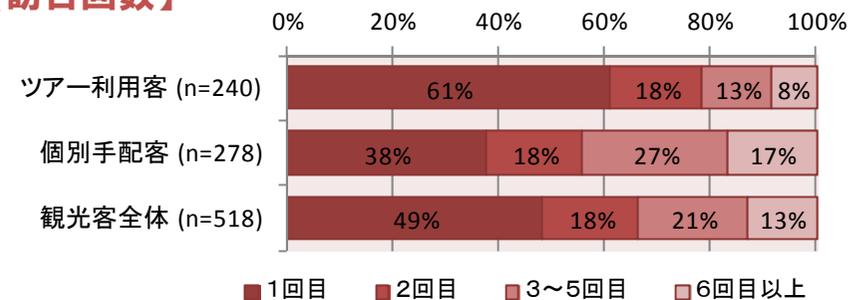
図表9. タイからの訪日観光客^{注1}の客層【手配方法別】(平成24年調査の標本平均)

(n:標本数)

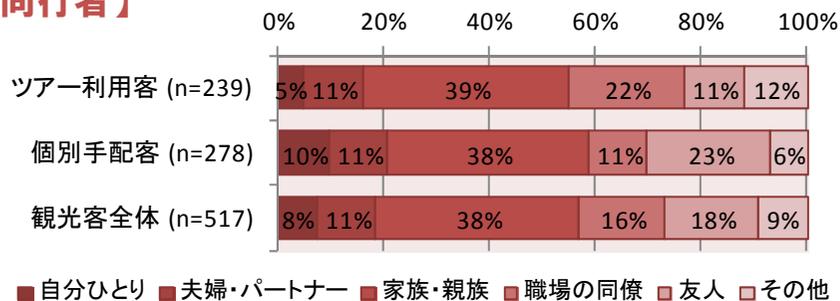
【性年代】



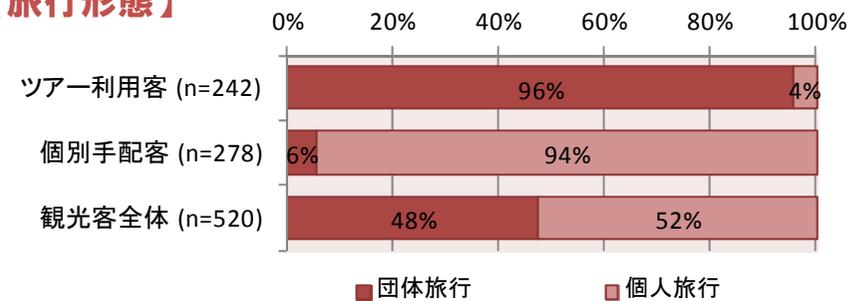
【訪日回数】



【同行者】



【旅行形態】

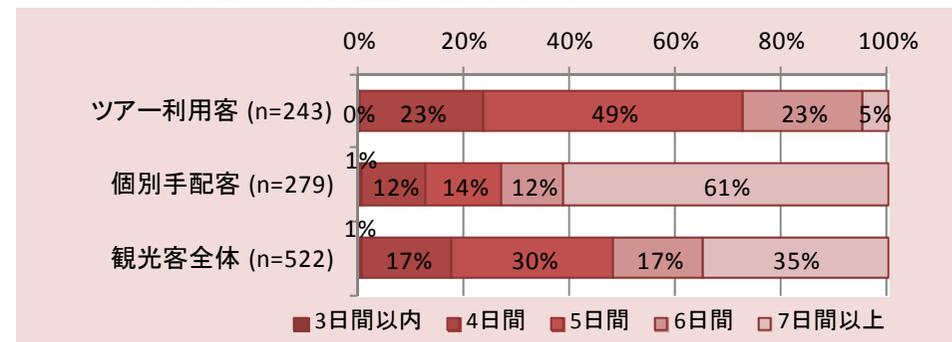


注1)ここでいう「観光客」とは、主な訪日目的が「観光・レジャー」または「インセンティブツアー」の訪日外国人を指す。

【訪問地】ツアー客に比べ個別手配客の訪問地は多様

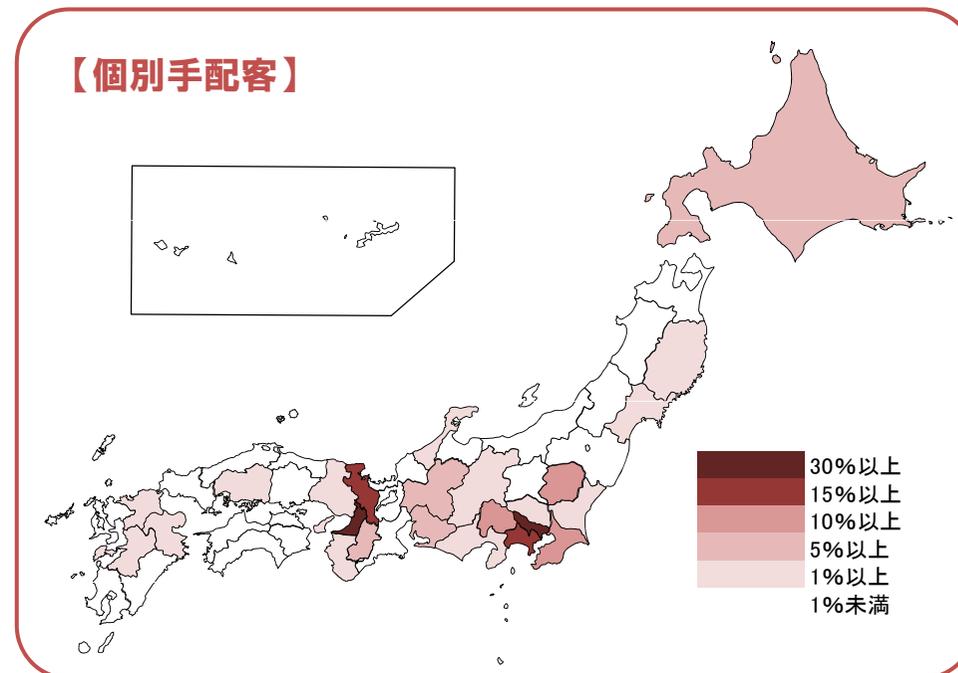
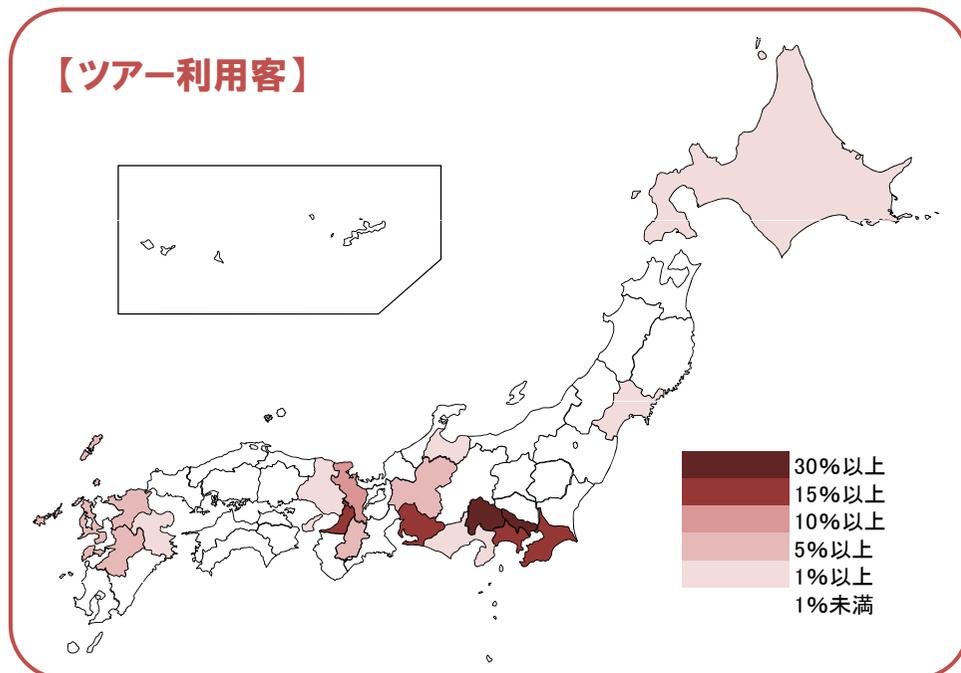
- 日本での滞在日数は、ツアー利用客では5日間が主流(49%)である。個別手配客では7日間以上の長期滞在が多い(61%)。
- 訪問地をみると、ツアー利用客では東京都と山梨県、個別手配客では東京都と大阪府の訪問率が高い。個別手配客では、ツアー利用客に比べて訪問率が1%以上の都道府県が多い。

図表10. タイからの訪日観光客^{注1}の日本での滞在日数
(平成24年調査の標本平均)



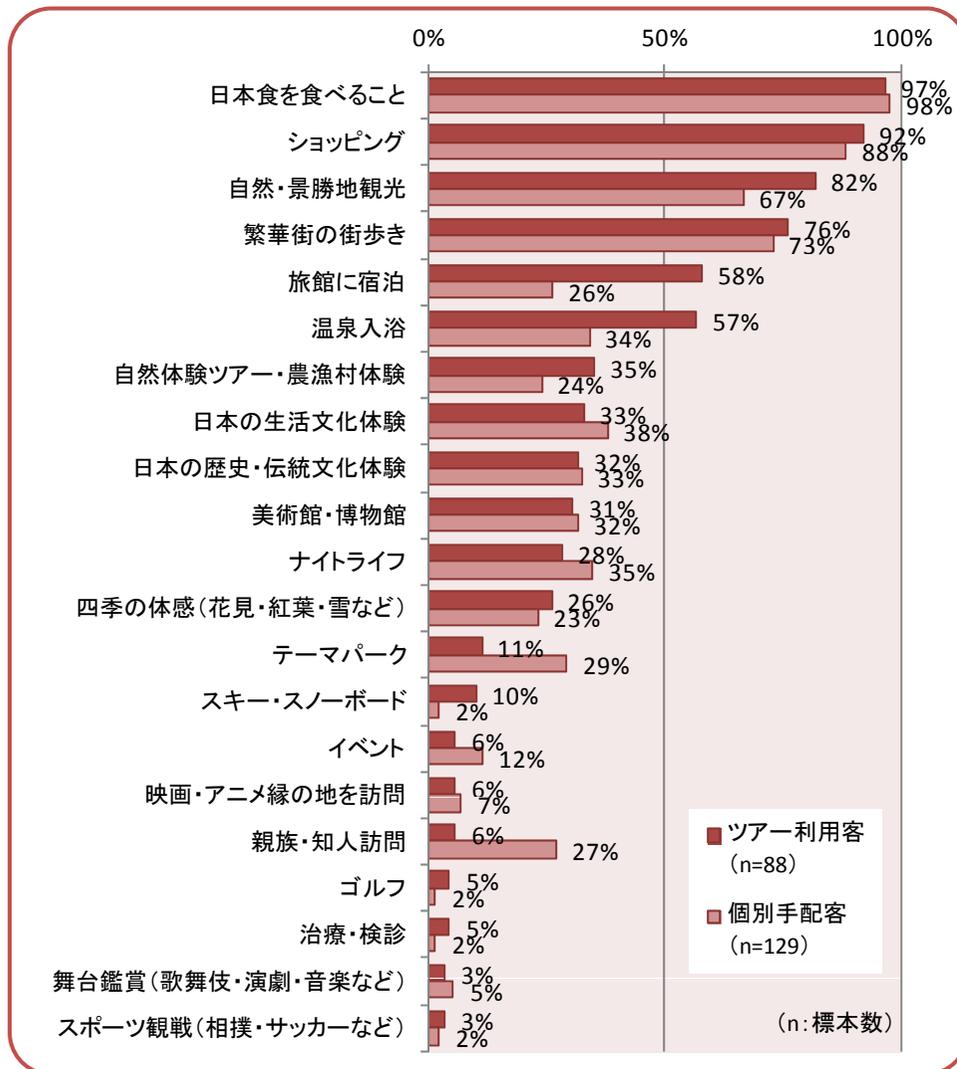
(n:標本数)

図表11. タイからの訪日観光客^{注1}の都道府県別訪問率【手配方法別】(平成24年調査の標本平均)



注1)ここでいう「観光客」とは、主な訪日目的が「観光・レジャー」または「インセンティブツアー」の訪日外国人を指す。

図表12. タイからの訪日観光客^{注1}の活動内容（今回したこと）
（平成24年調査の標本平均）



- タイからの訪日観光客の活動内容（今回したこと）をみると、ツアー利用客、個別手配客ともに日本食を食べたり、ショッピングを楽しむ人が多いことがわかる。
- ツアー利用客では、自然・景勝地観光や旅館での宿泊、温泉入浴を体験した人の割合が個別手配客に比べて高い。また、個別手配客では、テーマパークを訪れた人や、親族・知人訪問をした人の割合がツアー利用客に比べて高くなっている。
- 次に日本を訪れたら体験したいこと（次回したいこと）では、ツアー利用客は日本の歴史・伝統文化体験、個別手配客では日本食を食べることが最も多かった。また、スキー・スノーボードも上位に入っている。

図表13. タイからの訪日観光客^{注1}が次回したいこと
（平成24年調査の標本平均）

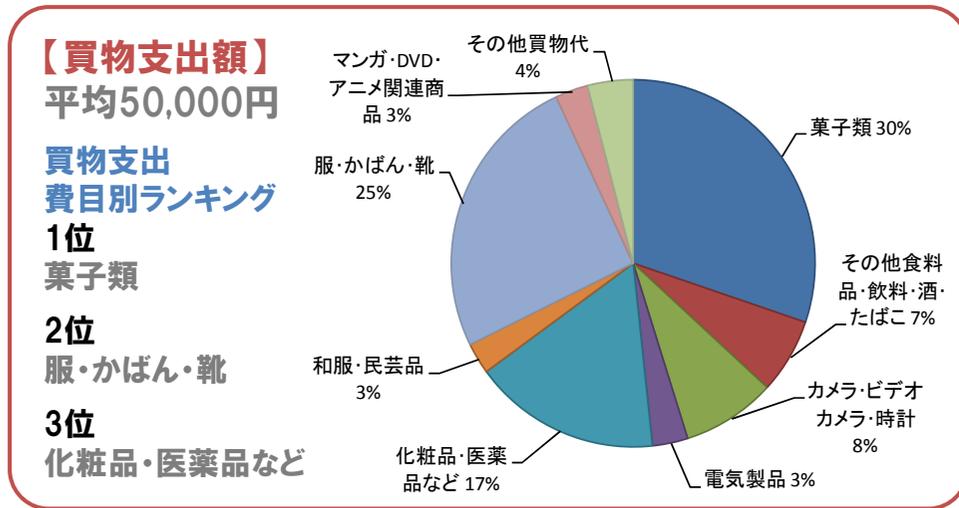
(n: 標本数)

| パッケージツアー利用客 (n=50) | | 個別手配客 (n=102) | |
|--------------------|------------------|---------------|----------------|
| 1位 | 日本の歴史・伝統文化体験 52% | 1位 | 日本食を食べること 43% |
| 2位 | スキー・スノーボード 50% | 2位 | 自然・景勝地観光 41% |
| | イベント 50% | | 四季の体感 41% |
| 4位 | 日本食を食べること 40% | 4位 | スキー・スノーボード 39% |
| | 四季の体感 40% | | テーマパーク 39% |

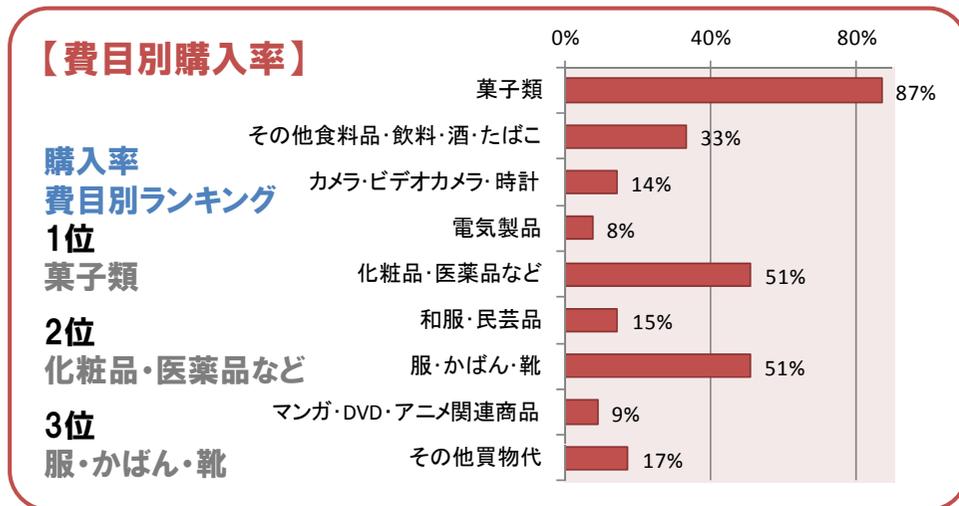
注1)ここでいう「観光客」とは、主な訪日目的が「観光・レジャー」または「インセンティブツアー」の訪日外国人を指す。

【買物支出】菓子類を買う人が多く、買物支出額の3割占める

図表14. タイからの訪日観光客^{注1}の買物支出
(平成22～24年調査の標本平均、ただし震災直後を除く^{注2})



- タイからの訪日観光客の買物支出額は平均5万円である。東アジアの国・地域(14ページ参照)と比べると韓国や台湾に比べ高く、中国に比べ低い。
- 平均買物支出額を費目別に分割すると、菓子類の割合が最も高く、全体の30%を占める。次いで、服・かばん・靴、化粧品・医薬品などの割合が高い。
- 費目別購入率をみると、菓子類を購入する人の割合が87%と極めて高いことがわかる。



【満足した購入商品】(自由回答の集計結果)

| 満足した購入商品 (n=294) | | |
|--------------------|--------|-----|
| 【菓子類】 | | |
| 1位 | チョコレート | 10% |
| 2位 | スポンジ菓子 | 4% |
| 【服・かばん・靴】 | | |
| 1位 | 服 | 13% |
| 2位 | かばん | 4% |
| 3位 | 靴 | 2% |
| 【化粧品・医薬品など】 | | |
| 1位 | 化粧品 | 11% |
| 2位 | 香水 | 1% |

今回の日本滞在中に購入した商品の中で、最も満足したものを自由回答で尋ねた結果を示す。

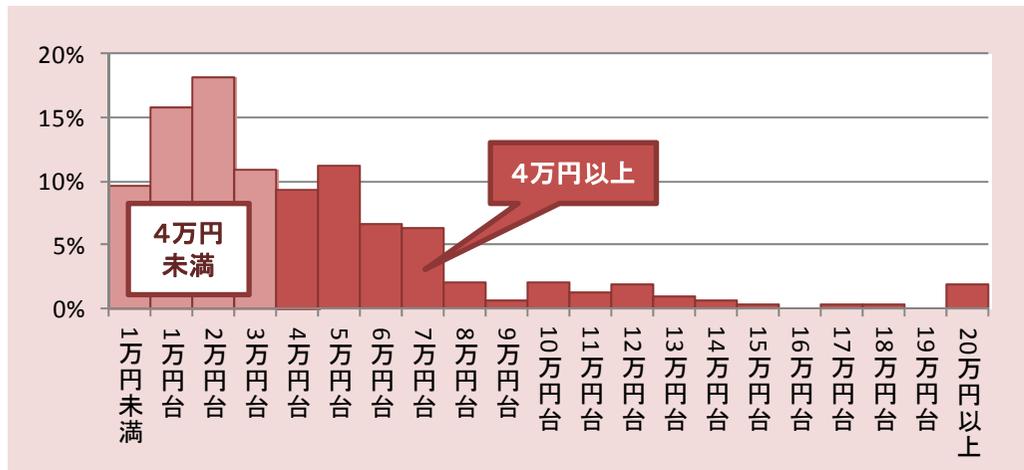
菓子類ではチョコレートやスポンジ菓子をあげる回答が多い。服・かばん・靴の中では服が多い。また、化粧品をあげる回答は多いが、医薬品はみられなかった。

注1)ここでいう「観光客」とは、主な訪日目的が「観光・レジャー」または「インセンティブツアー」の訪日外国人を指す。

注2)具体的には、本調査開始時の平成22年4-6月期から平成23年1-3月期までと、平成23年10-12月期から直近の平成24年10-12月期までの期間。

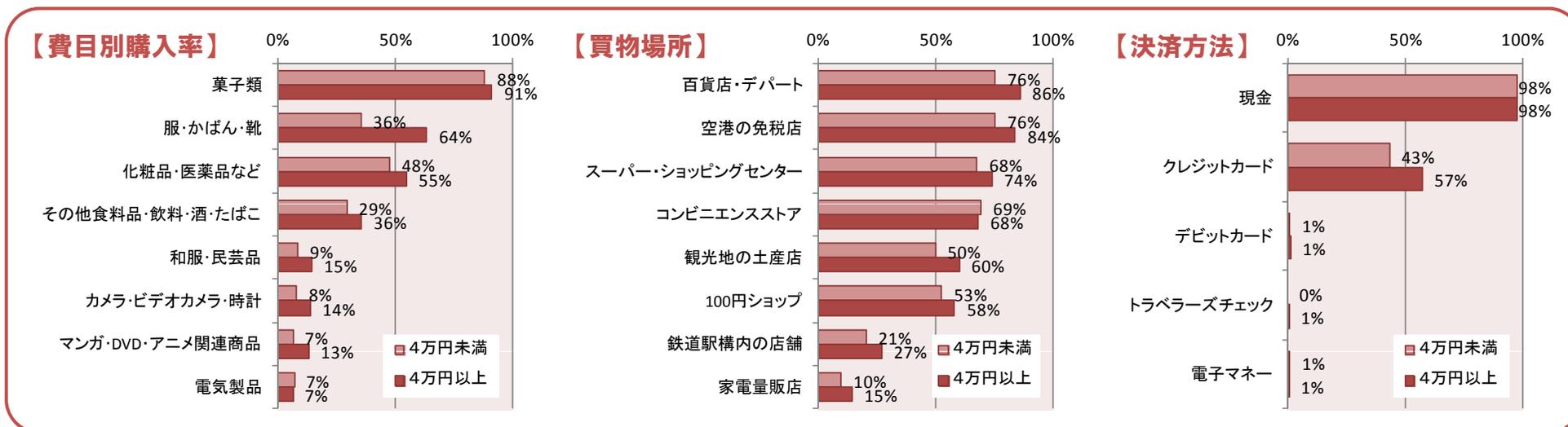
買物支出高い層は服・かばん・靴の購入率、カード利用率が高い

図表15. タイからの訪日観光客^{注1}の買物支出額の価格帯
(平成24年調査の標本平均)



- 買物支出額の金額帯別に、タイ人訪日観光客の買物特性を分析した。なお、買物支出額の中央値に近い4万円を境目とする。(4万円未満は46%、4万円以上は54%。ただし買物代0円の標本を含まない。)
- その結果、買物支出額が4万円以上の客層には、4万円未満の客層に比べて「服・かばん・靴やマンガ・DVD・アニメ関連商品の購入率が高い」「百貨店・デパートで買い物をする人が多い」「クレジットカードを利用する人が多い」といった特性がみられた。

図表16. 買物支出額の金額帯別にみる買物特性 (平成24年調査の標本平均)



注1)ここでいう「観光客」とは、主な訪日目的が「観光・レジャー」または「インセンティブツアー」の訪日外国人を指す。

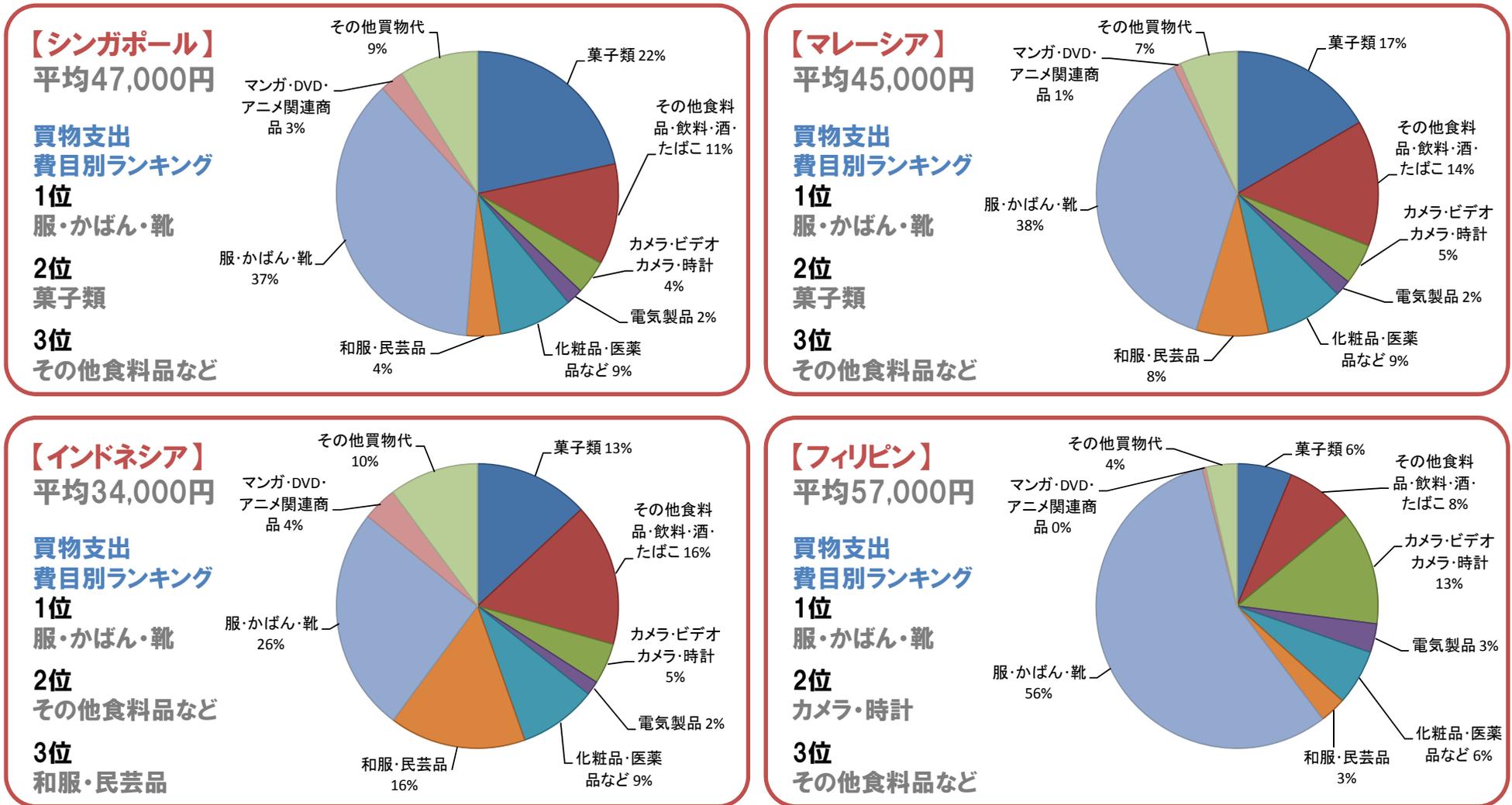
【参考】

その他の東南アジアからの訪日観光客の買物支出

～平成22～24年調査結果より

【買物支出額】平均3～5万円台、服・かばん・靴が最も高い

図表17. 主な東南アジア諸国からの訪日観光客^{注1} 1人当たり平均買物支出額【国籍別】
 (平成22～24年調査の標本平均、ただし震災直後を除く^{注2})

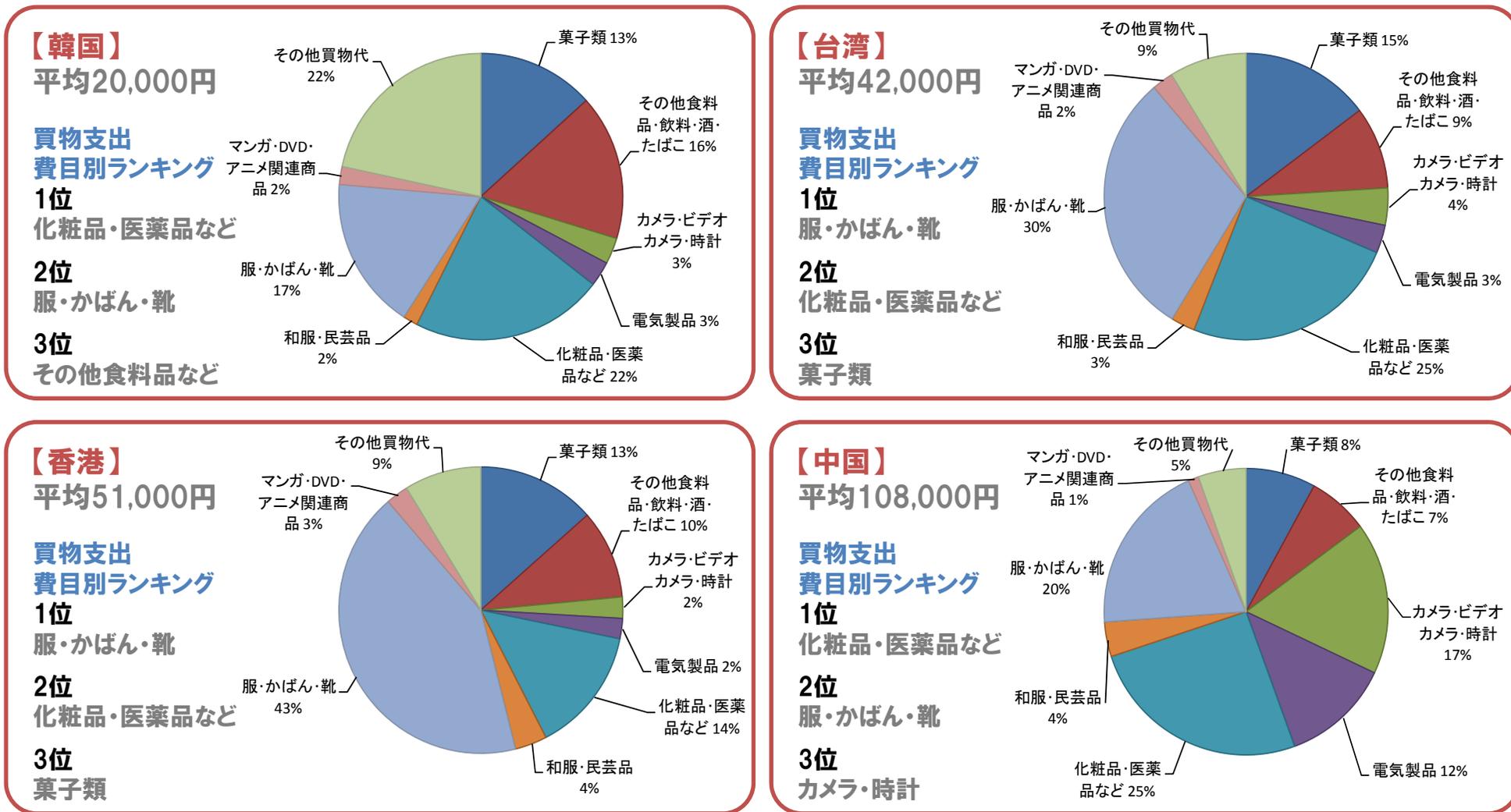


注1)ここでいう「観光客」とは、主な訪日目的が「観光・レジャー」または「インセンティブツアー」の訪日外国人を指す。

注2)具体的には、本調査開始時の平成22年4-6月期から平成23年1-3月期までと、平成23年10-12月期から直近の平成24年10-12月期までの期間。

【買物支出額】参考：東アジアでは化粧品・医薬品が上位に

図表18. 主な東アジア諸国・地域からの訪日観光客^{注1} 1人当たり平均買物支出額【国籍別】
 (平成22～24年調査の標本平均、ただし震災直後を除く^{注2})

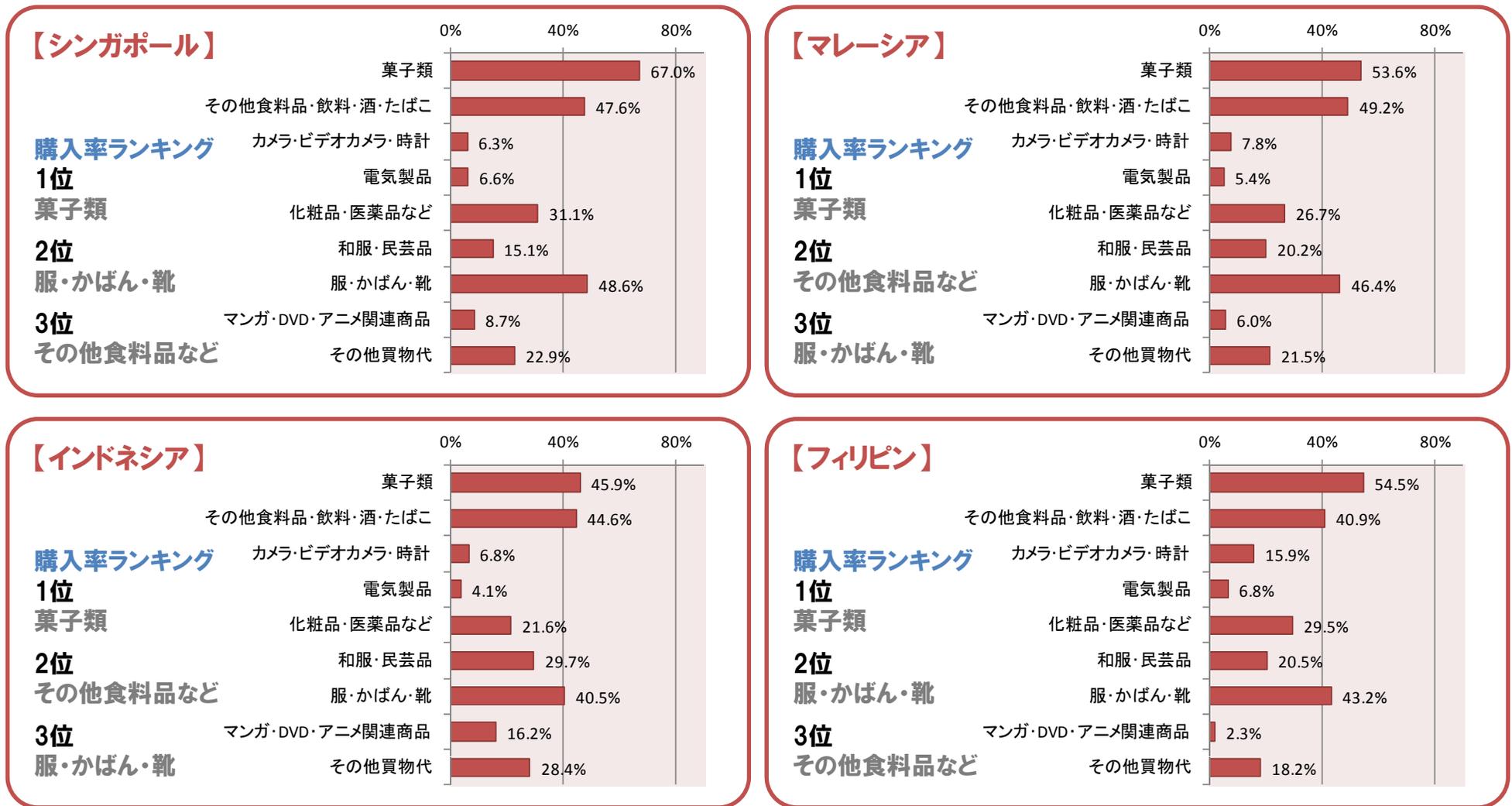


注1)ここでいう「観光客」とは、主な訪日目的が「観光・レジャー」または「インセンティブツアー」の訪日外国人を指す。

注2)具体的には、本調査開始時の平成22年4-6月期から平成23年1-3月期までと、平成23年10-12月期から直近の平成24年10-12月期までの期間。

【費目別購入率】東南アジアでは菓子類を買う人が最も多い

図表19. 主な東南アジア諸国からの訪日観光客^{注1}における費目別購入率【国籍別】
 (平成22～24年調査の標本平均、ただし震災直後を除く^{注2})

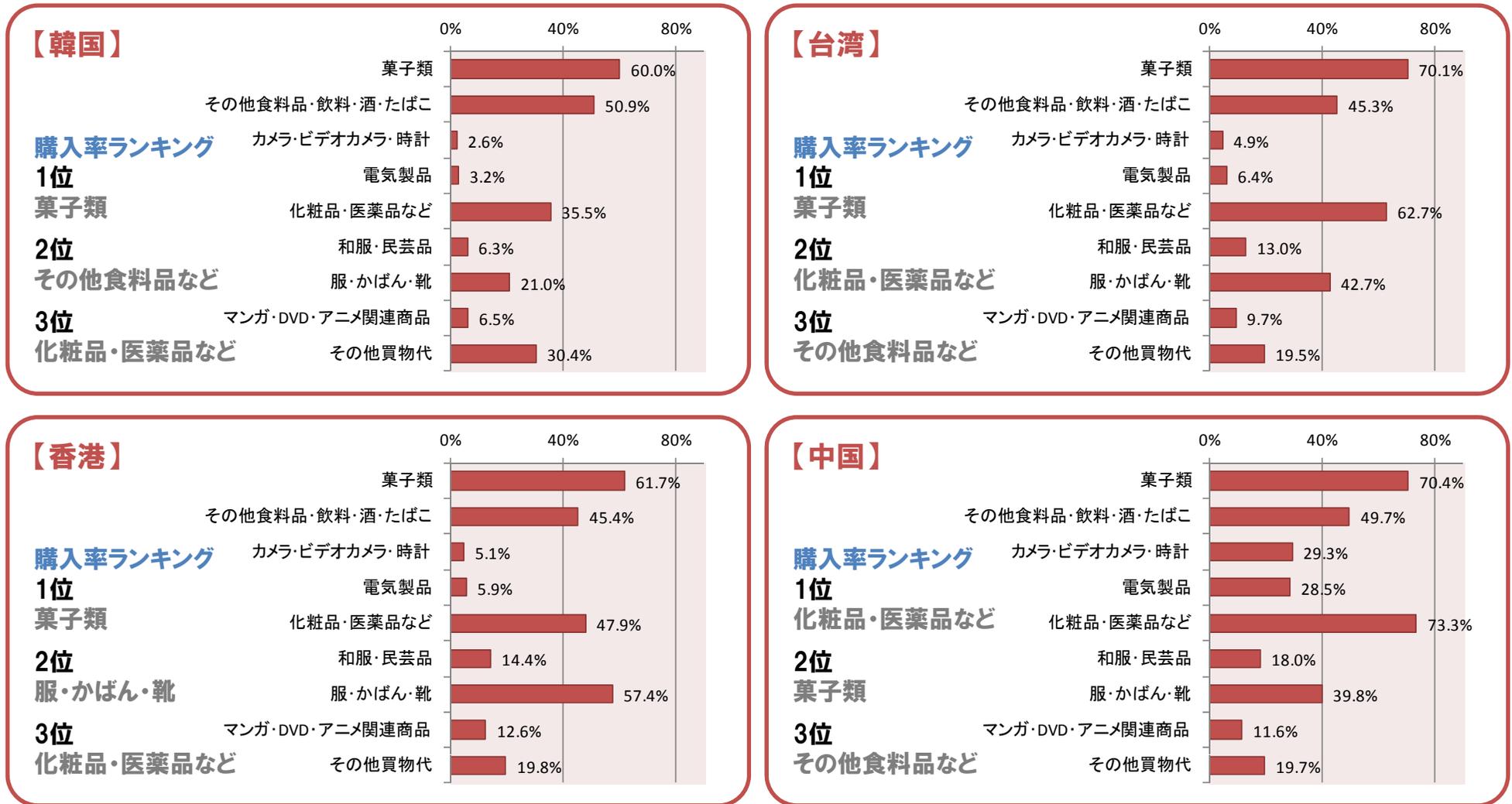


注1)ここでいう「観光客」とは、主な訪日目的が「観光・レジャー」または「インセンティブツアー」の訪日外国人を指す。

注2)具体的には、本調査開始時の平成22年4-6月期から平成23年1-3月期までと、平成23年10-12月期から直近の平成24年10-12月期までの期間。

【費目別購入率】参考：東アジアでは化粧品・医薬品が上位に

図表20. 主な東アジア諸国・地域からの訪日観光客^{注1}における費目別購入率【国籍別】
 (平成22～24年調査の標本平均、ただし震災直後を除く^{注2})



注1)ここでいう「観光客」とは、主な訪日目的が「観光・レジャー」または「インセンティブツアー」の訪日外国人を指す。

注2)具体的には、本調査開始時の平成22年4-6月期から平成23年1-3月期までと、平成23年10-12月期から直近の平成24年10-12月期までの期間。