

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 25 年 4-6 月期 報告書

訪日外国人の消費動向

平成 25 年 4-6 月期 報告書

目 次

I 平成 25 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	4
(2) 泊数	4
(3) 旅行内容	5
2. 訪日外国人の旅行支出	
(1) 旅行支出	10
(2) 手配別にみる旅行支出	11
(3) 来訪目的別にみる旅行支出	13
3. 土産品の購入実態	
(1) 費目別購入率	14
(2) 費目別購入者単価	14
(3) 買物場所	15
(4) 利用した金融機関と決済方法	15
4. 旅行情報源	
(1) 出発前に得た旅行情報	16
(2) 日本滞在中に得た旅行情報	17
(3) 日本滞在中にあると便利な情報	18

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	19
(2) 今回実施した活動と 次回実施したい活動	19
(3) 活動別にみる満足度	20
(4) 最も満足した購入商品	20

II 訪日外国人消費動向調査結果

1. 調査概要	25
2. 調査結果の利用上の注意	25

<集計表>

第1表 国籍・地域別 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・地域別 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・地域別 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・地域別 旅行情報源・活動内容・満足度など	表-65
付表 国籍・地域別 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 25 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

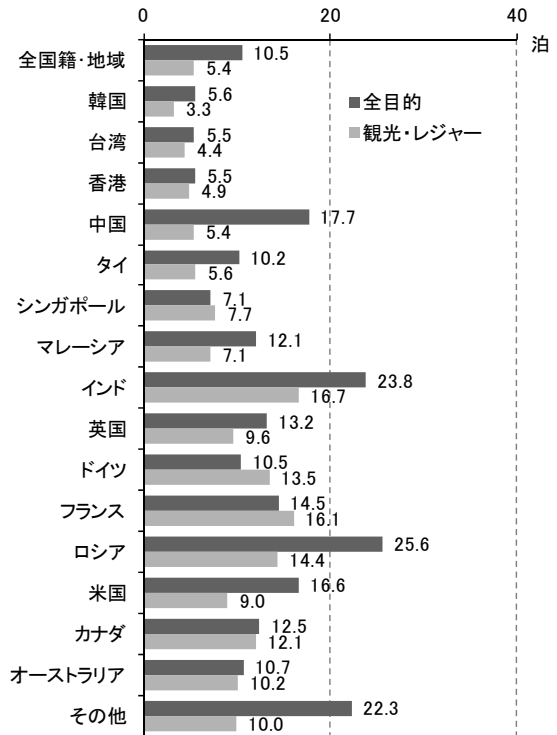
(1) 回答者属性

- 性別の構成比は男性 56.2%、女性 43.8% である。
- 性年代別で見ると、「男性 30 代」(18.9%)、「女性 30 代」(13.6%)、「女性 20 代」(13.3%) 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)。

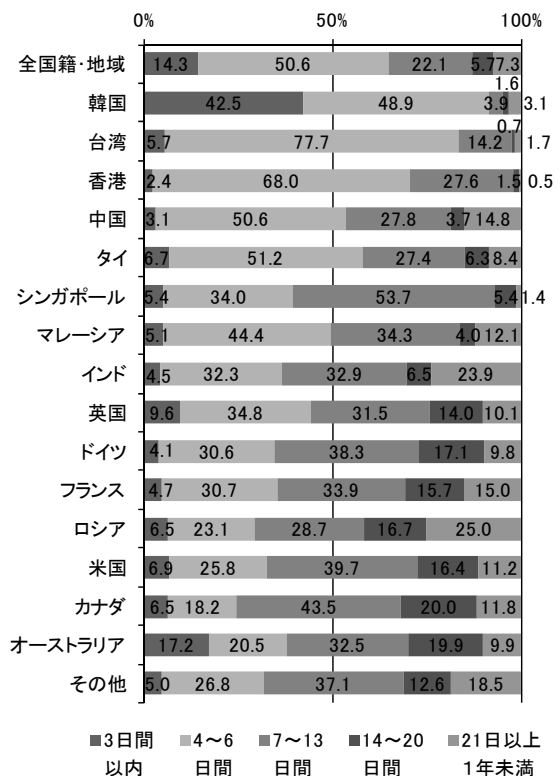
(2) 泊数

- 回答者全体の平均泊数は 10.5 泊である。国籍・地域別にみると、長期滞在者の割合が他の国籍・地域に比べて高いインドやロシアで平均泊数が高くなっている(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 5.4 泊である。アジアの国籍・地域では平均泊数が短い一方、インド、ドイツ、フランス、ロシア、カナダ、オーストラリアでは平均泊数が 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 64.9% を占める一方で、「21 日以上 1 年未満」の長期滞在者も 7.3% と少なくない。国籍・地域別にみると、韓国では「3 日間以内」の割合が 42.5% と他の国籍・地域に比べて高い。一方、ロシアでは 14 日間以上の長期滞在者が 4 割を超える(図表 1-2)。

図表 1-1 平均泊数(国籍・地域別)



図表 1-2 滞在日数の分布(国籍・地域別)



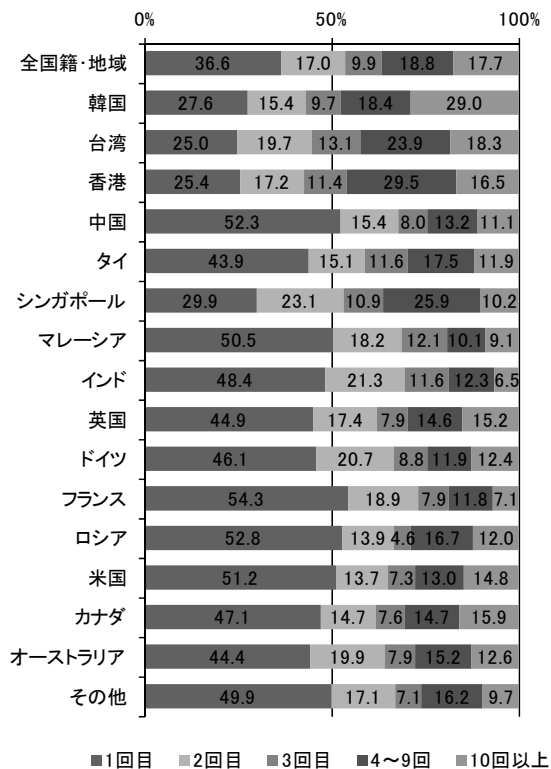
(3) 旅行内容

[全目的]

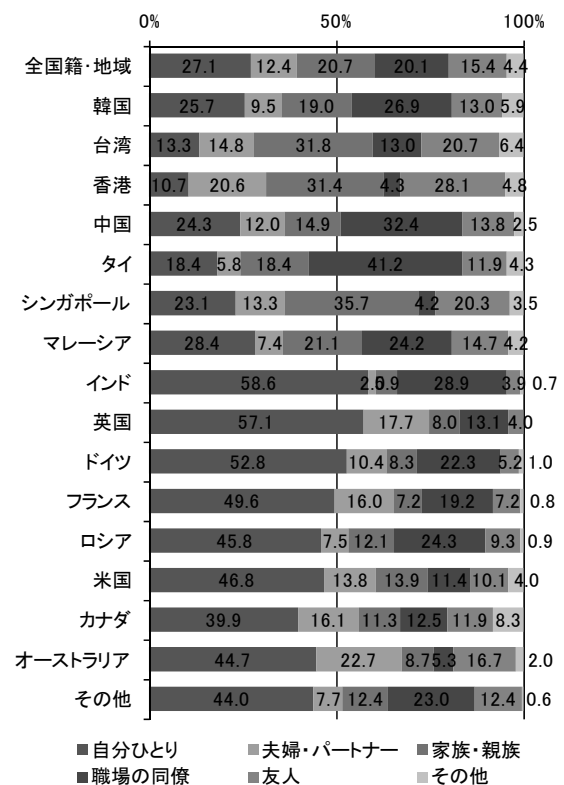
- 日本への来訪回数では、「1回目」が36.6%と最も多く、「2回目」が17.0%を占める。一方で「10回以上」も17.7%と少なくない。国籍・地域別では、中国、マレーシア、フランス、ロシア、米国で「1回目」が5割を超える。一方、韓国や台湾、香港、シンガポールでは「1回目」の割合が低く、3割を下回る（図表1-3）。

- 同行者は「自分ひとり」27.1%、「家族・親族」20.7%、「職場の同僚」20.1%、「友人」15.4%、「夫婦・パートナー」12.4%の順となっている。国籍・地域別では、インドや英国、ドイツで「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」、中国やタイでは「職場の同僚」の割合がそれぞれ3割超と他の国籍・地域に比べて高い（図表1-4）。

図表 1-3 日本への来訪回数
(国籍・地域別、全目的)



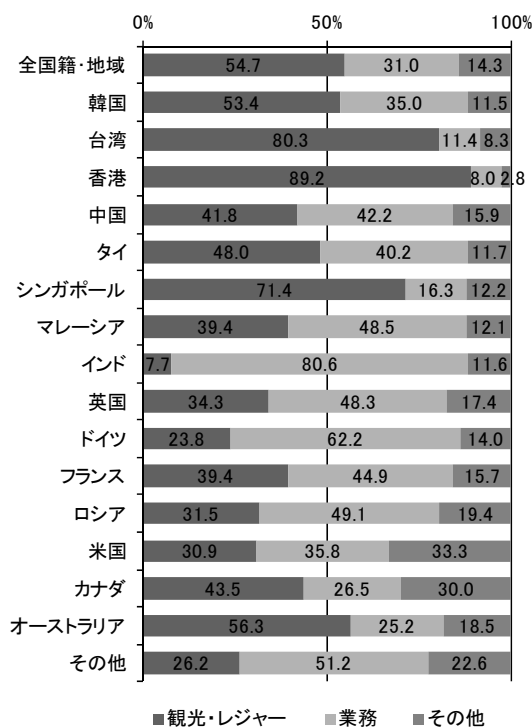
図表 1-4 同行者 (国籍・地域別、全目的)



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54.7%を占める。国籍・地域別では、台湾や香港、シンガポールで「観光・レジャー」の割合が7割超と特に高く、韓国やオーストラリアでも同目的が半数を超える。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31.0%を占め、特にインドでの割合が高い（図表1-5）。

図表 1-5 主な来訪目的（国籍・地域別、全目的）



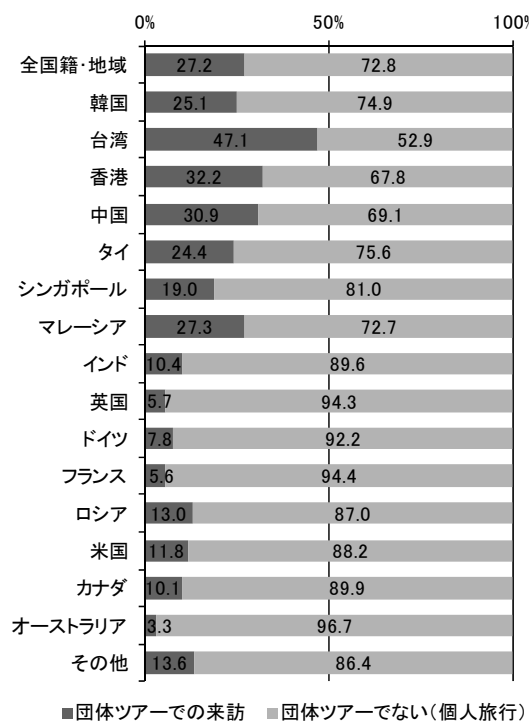
- 利用した宿泊施設のタイプ（複数回答）では、83.8%が「ホテル（洋室中心）」、18.3%が「旅館（和室中心）」を利用している。国籍・地域別では、台湾や香港、中国、タイ、シンガポール、オーストラリアで「旅館」、ロシアや米国、カナダでは「親族・知人宅」の利用率がそれぞれ2割を超える（図表1-6）。

図表 1-6 宿泊施設タイプ（複数回答）
（国籍・地域別、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・地域	83.8	18.3	1.1	10.4
韓国	86.0	10.8	0.6	9.0
台湾	88.2	23.2	0.7	6.0
香港	93.4	23.6	0.2	1.5
中国	78.1	24.6	2.6	11.3
タイ	77.1	26.4	2.1	8.8
シンガポール	87.7	26.7	0.7	6.8
マレーシア	85.7	16.3	7.1	6.1
インド	80.4	6.5	0.7	8.5
英国	83.7	13.5	2.2	16.9
ドイツ	90.6	15.1	1.6	13.0
フランス	82.7	16.5	1.6	12.6
ロシア	73.8	4.7	0.0	20.6
米国	76.2	14.9	0.9	22.8
カナダ	74.4	17.3	1.2	21.4
オーストラリア	88.1	23.8	2.6	14.6
その他	76.9	14.8	0.3	15.7

- 旅行形態では「団体ツアーでの来訪」が27.2%を占める。国籍・地域別では、台湾で「団体ツアーでの来訪」の割合が47.1%と高く、香港や中国でも3割を超える。（図表1-7）。

図表 1-7 団体ツアー参加状況
（国籍・地域別、全目的）



- 都道府県別の訪問率をみると、「東京都」「大阪府」「京都府」への訪問率が全般的に高い。国籍・地域別の特徴としては、韓国から「福岡県」「大分県」、台湾から「千葉県」「北海道」、香港から「沖縄県」「福岡県」、中国から「神奈川県」「愛知県」、米国から「神奈川県」「千葉県」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・地域別、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	480	30.9%
2位	福岡県	415	26.7%
3位	大阪府	358	23.1%
4位	大分県	218	14.0%
5位	京都府	154	9.9%
回答者数および訪問率延べ合計		1,553	165.3%

【台湾】

順位	都道府県名	回答数	訪問率
1位	東京都	493	36.6%
2位	大阪府	330	24.5%
3位	京都府	237	17.6%
4位	千葉県	198	14.7%
5位	北海道	133	9.9%
回答者数および訪問率延べ合計		1,347	209.5%

【香港】

順位	都道府県名	回答数	訪問率
1位	東京都	272	44.4%
2位	大阪府	149	24.3%
3位	京都府	78	12.7%
3位	沖縄県	78	12.7%
5位	福岡県	70	11.4%
回答者数および訪問率延べ合計		613	187.3%

【中国】

順位	都道府県名	回答数	訪問率
1位	東京都	686	61.3%
2位	大阪府	485	43.3%
3位	京都府	330	29.5%
4位	神奈川県	233	20.8%
5位	愛知県	197	17.6%
回答者数および訪問率延べ合計		1,119	252.8%

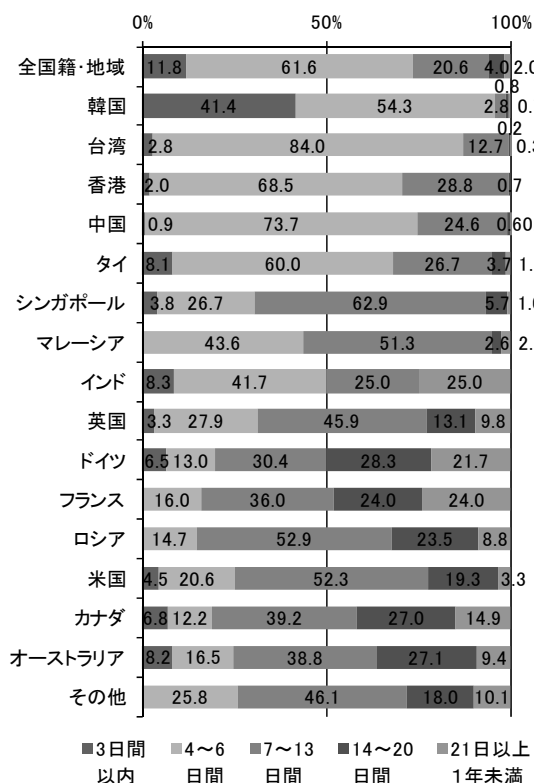
【米国】

順位	都道府県名	回答数	訪問率
1位	東京都	513	65.4%
2位	京都府	247	31.5%
3位	神奈川県	160	20.4%
4位	大阪府	132	16.8%
5位	千葉県	64	8.2%
回答者数および訪問率延べ合計		784	212.8%

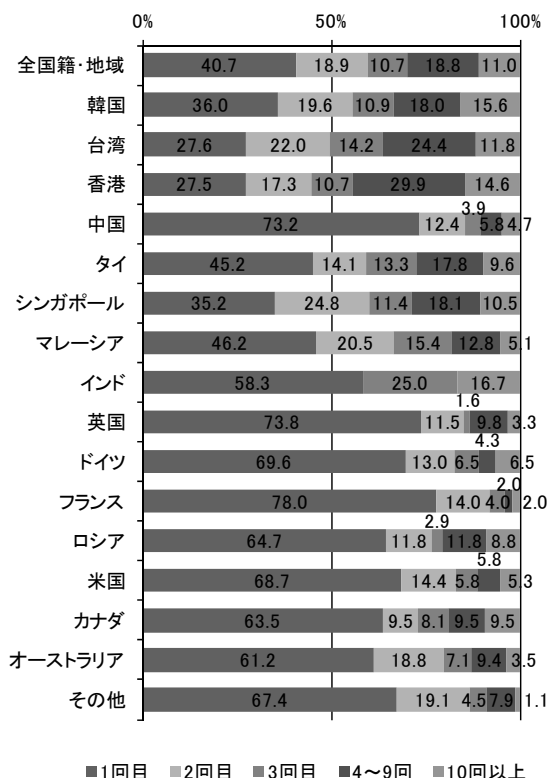
[観光・レジャー目的]

- 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・地域別にみると、韓国では「3日間以内」の滞在が41.4%と他の国籍・地域に比べて多い。台湾では「4～6日間」の割合が高く84.0%を占める。ドイツ、フランスでは14日以上滞在が5割程度と高い（図表1-9）。
- 日本への来訪回数では、中国、英国、フランスで「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）。
- 同行者では、インドや英国、ドイツ、フランスで「自分ひとり」の割合が3割以上と高い（図表1-11）。

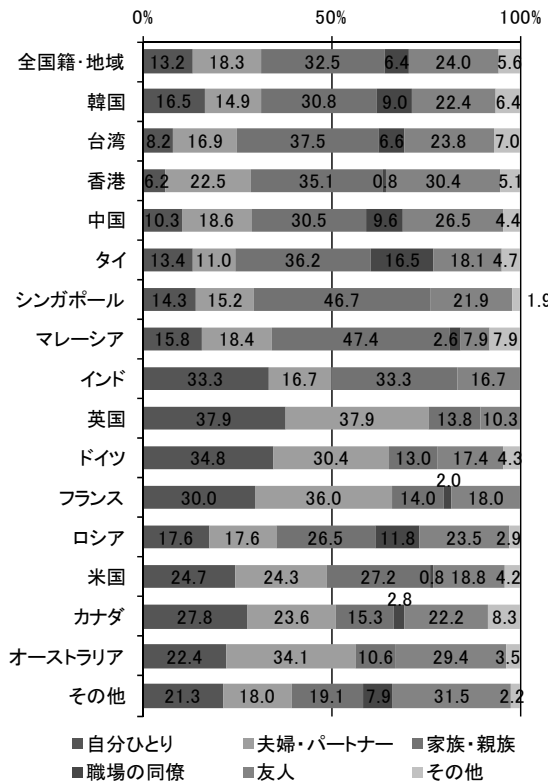
図表 1-9 滞在日数
(国籍・地域別、観光・レジャー目的のみ)



図表 1-10 日本への来訪回数
(国籍・地域別、観光・レジャー目的のみ)



図表 1-11 同行者
(国籍・地域別、観光・レジャー目的のみ)



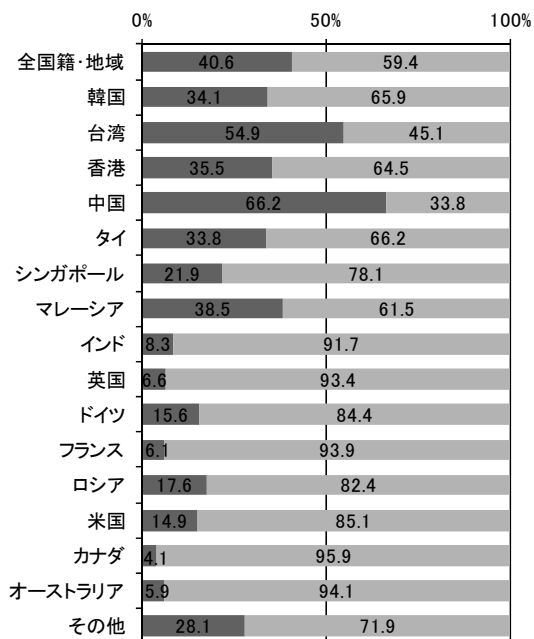
注) 「同行者」の設問は複数回答。上記図表では「同行者」を2つ以上選択した回答を「その他」として集計している。

- 利用した宿泊施設タイプ（複数回答）をみると「ホテル」の利用が主流だが、中国やドイツでは「旅館」の利用率が4割を超える（図表 1-12）。
- 団体ツアー参加状況をみると、台湾や中国での参加率が高く、5割以上を占める（図表 1-13）。

図表 1-12 宿泊施設タイプ（複数回答）
（国籍・地域別、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・地域	90.3	25.3	0.8	5.3
韓国	90.4	13.9	0.9	4.4
台湾	91.5	26.1	0.5	2.8
香港	93.9	25.7	0.2	0.7
中国	94.4	43.8	0.4	3.6
タイ	85.2	31.1	1.5	8.9
シンガポール	88.5	33.7	1.0	5.8
マレーシア	97.4	25.6	7.7	2.6
インド	83.3	8.3	0.0	25.0
英国	83.6	24.6	1.6	14.8
ドイツ	84.8	47.8	0.0	21.7
フランス	72.0	30.0	4.0	14.0
ロシア	84.8	12.1	0.0	18.2
米国	81.3	26.6	1.2	17.0
カナダ	77.8	30.6	1.4	12.5
オーストラリア	89.4	36.5	2.4	12.9
その他	89.9	23.6	0.0	13.5

図表 1-13 団体ツアー参加状況
（国籍・地域別、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、いずれの主要国籍・地域でも「東京都」「大阪府」「京都府」の訪問率が高い。韓国で「福岡県」など九州地方の訪問率が高く、台湾では「北海道」や「千葉県」、香港では「福岡県」「沖縄県」、中国では「神奈川県」「山梨県」「愛知県」、米国では「神奈川県」「広島県」が上位にあがっている（図表 1-14）。

図表 1-14 都道府県別訪問率（複数回答）
（主要国籍・地域別、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	298	36.0%
2位	大阪府	235	28.4%
3位	大分県	180	21.7%
4位	東京都	130	15.7%
5位	京都府	115	13.9%
回答者数および訪問率延べ合計		828	180.4%

【台湾】

順位	都道府県名	回答数	訪問率
1位	東京都	373	34.7%
2位	大阪府	264	24.6%
3位	京都府	205	19.1%
4位	千葉県	166	15.4%
5位	北海道	116	10.8%
回答者数および訪問率延べ合計		1,075	217.5%

【香港】

順位	都道府県名	回答数	訪問率
1位	東京都	228	41.8%
2位	大阪府	142	26.0%
3位	京都府	75	13.7%
3位	沖縄県	75	13.7%
5位	福岡県	68	12.5%
回答者数および訪問率延べ合計		546	192.7%

【中国】

順位	都道府県名	回答数	訪問率
1位	大阪府	328	70.2%
2位	東京都	305	65.3%
3位	京都府	238	51.0%
4位	神奈川県	133	28.5%
5位	山梨県	128	27.4%
5位	愛知県	128	27.4%
回答者数および訪問率延べ合計		467	349.7%

【米国】

順位	都道府県名	回答数	訪問率
1位	東京都	193	79.4%
2位	京都府	124	51.0%
3位	神奈川県	62	25.5%
4位	大阪府	50	20.6%
5位	広島県	32	13.2%
回答者数および訪問率延べ合計		243	268.3%

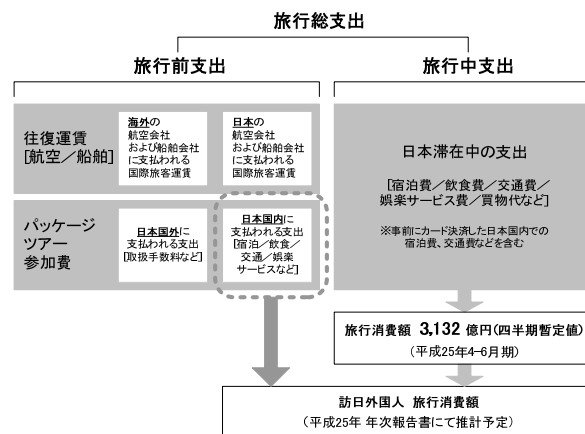
2. 訪日外国人の旅行支出

(1) 旅行支出

- 平成25年4-6月期における訪日外国人の旅行中支出額は平均 116,033 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 96,657 円、両者を合算した総支出額は平均 212,690 円と推計される（図表 2-2）。
- 国籍・地域別に旅行中支出額を比較すると、ロシアが 22.0 万円と最も高く、中国（19.9 万円）、オーストラリア（18.0 万円）、フランス（17.4 万円）が続く。

- 1泊当たり旅行中支出額は 11,001 円、旅行前支出を含めた 1泊当たり総支出額は 20,165 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 25 年 4-6 月期 訪日外国人1人当たり旅行支出（国籍・地域別）※四半期暫定値

国籍・地域	標本数	(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.)	総支出額 標準誤差率	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・地域	7,326	96,657	116,033	212,690	-	10.5	11,001	20,165
韓国	1,544	47,131	66,618	113,749	2.7%	5.6	11,993	20,478
台湾	1,339	76,340	80,590	156,930	2.2%	5.5	14,765	28,752
香港	606	68,646	117,170	185,816	3.7%	5.5	21,244	33,690
中国	1,117	82,701	198,851	281,552	4.3%	17.7	11,240	15,914
タイ	284	94,953	100,341	195,294	4.4%	10.2	9,820	19,114
シンガポール	147	121,569	124,375	245,943	4.9%	7.1	17,446	34,498
マレーシア	99	120,548	126,673	247,221	8.5%	12.1	10,503	20,498
インド	155	114,602	123,790	238,392	6.7%	23.8	5,193	10,000
英国	177	184,667	148,848	333,514	5.6%	13.2	11,250	25,208
ドイツ	188	190,311	146,454	336,765	5.0%	10.5	14,007	32,208
フランス	127	174,006	173,812	347,818	6.3%	14.5	12,016	24,046
ロシア	107	111,191	219,737	330,928	9.3%	25.6	8,574	12,912
米国	781	195,926	162,004	357,930	4.7%	16.6	9,743	21,525
カナダ	169	168,997	173,457	342,453	6.2%	12.5	13,909	27,461
オーストラリア	150	161,043	180,068	341,110	6.6%	10.7	16,794	31,814
その他	336	140,428	146,773	287,201	6.5%	22.3	6,578	12,872

注) 支出額の全体平均は、国籍・地域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	旅行前支出額	旅行中支出額	総支出額	
				(円/人)
平成24年	4-6月期	85,819	113,580	199,399
	7-9月期	90,690	112,204	202,894
	10-12月期	85,124	105,115	190,240
平成25年	1-3月期	99,327	112,590	211,917
	4-6月期	96,657	116,033	212,690

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 25 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により、訪日外国人の旅行消費額は 3,132 億円と推計される（図表 2-3）。
- 国籍・地域別の旅行消費額は、①中国 558 億円（構成比 17.8%）、②台湾 500 億円（同 16.0%）、③韓国 429 億円（同 13.7%）、④米国 364 億円（同 11.6%）、⑤香港 221 億円（同 7.1%）の順であり、上位 5 カ国で全体の 66.2%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 31.5% を占める。台湾、香港では同利用率が 5 割前後を占める（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 113,894 円、ツアー利用客の旅行中支出額は同 63,852 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 88,731 円、個人手配客の旅行中支出額は同 142,505 円である。
- 総支出額はツアー利用客で平均 177,746 円、個人手配客で同 231,236 円である。

図表 2-3 平成 25 年 4-6 月期 訪日外国人の旅行消費額（国籍・地域別）※四半期暫定値

国籍・地域	(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・地域	116,033	2,699,517	3,132.3	100.0%
韓国	66,618	644,429	429.3	13.7%
台湾	80,590	620,632	500.2	16.0%
香港	117,170	188,940	221.4	7.1%
中国	198,851	280,760	558.3	17.8%
タイ	100,341	121,012	121.4	3.9%
シンガポール	124,375	52,583	65.4	2.1%
マレーシア	126,673	39,516	50.1	1.6%
インド	123,790	21,881	27.1	0.9%
英国	148,848	47,547	70.8	2.3%
ドイツ	146,454	30,334	44.4	1.4%
フランス	173,812	43,156	75.0	2.4%
ロシア	219,737	16,483	36.2	1.2%
米国	162,004	224,865	364.3	11.6%
カナダ	173,457	39,566	68.6	2.2%
オーストラリア	180,068	56,247	101.3	3.2%
その他	146,773	271,566	398.6	12.7%

注1) 出典：日本政府観光局（JNTO） ※平成25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24年	4-6月期	113,580	2,133,658	2,423.4
	7-9月期	112,204	2,278,992	2,557.1
	10-12月期	105,115	2,043,707	2,148.2
平成25年	1-3月期	112,590	2,255,094	2,539.0
	4-6月期	116,033	2,699,517	3,132.3

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 25 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・地域別）※四半期暫定値

【パッケージツアー利用客】

国籍・地域	(%)	(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・地域	31.5	113,894	63,852	177,746	4.7	13,648	37,992
韓国	32.3	68,581	34,135	102,715	3.0	11,493	34,583
台湾	52.8	101,001	51,026	152,027	4.3	11,919	35,513
香港	47.0	88,293	79,163	167,457	4.4	17,882	37,826
中国	33.4	104,672	156,522	261,193	4.9	31,643	52,803
タイ	24.6	149,489	67,910	217,398	3.7	18,425	58,984
シンガポール	25.2	203,283	56,175	259,458	6.5	8,589	39,669
マレーシア	30.3	198,593	121,570	320,162	8.4	14,530	38,266
インド	7.7	177,480	26,658	204,138	14.8	1,797	13,762
英国	6.2	409,534	65,216	474,750	12.8	5,088	37,037
ドイツ	8.3	317,941	82,051	399,991	14.3	5,733	27,947
フランス	5.5	301,243	97,814	399,057	14.7	6,648	27,120
ロシア	5.6	396,730	140,787	537,517	7.7	18,363	70,111
米国	10.8	362,797	52,242	415,039	14.6	3,578	28,427
カナダ	10.0	215,751	41,482	257,233	10.4	4,007	24,846
オーストラリア	9.9	231,985	173,228	405,213	8.1	21,299	49,821
その他	12.1	243,049	40,786	283,835	6.8	6,015	41,861

【参考】パッケージツアー利用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(パッケージ料金)	旅行中支出額	総支出額	平均泊数	1泊当たり旅行中支出額	1泊当たり総支出額
平成24年	4-6月期	103,740	67,708	171,448	5.0	13,650	34,563
	7-9月期	106,890	64,097	170,987	5.3	12,207	32,564
	10-12月期	109,313	45,489	154,802	4.9	9,333	31,761
平成25年	1-3月期	105,462	50,908	156,369	4.2	12,009	36,887
	4-6月期	113,894	63,852	177,746	4.7	13,648	37,992

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・地域	(%)	(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・地域	68.5	88,731	142,505	231,236	13.2	10,758	17,456
韓国	67.7	36,895	84,051	120,946	6.8	12,382	17,818
台湾	47.2	48,776	116,593	165,369	6.8	17,212	24,412
香港	53.0	51,235	154,217	205,451	6.5	23,799	31,705
中国	66.6	71,671	225,520	297,191	24.1	9,362	12,337
タイ	75.4	77,197	113,888	191,085	12.3	9,226	15,480
シンガポール	74.8	94,083	149,686	243,769	7.3	20,429	33,269
マレーシア	69.7	86,616	129,617	216,233	13.7	9,484	15,822
インド	92.3	109,325	134,105	243,430	24.6	5,453	9,898
英国	93.8	169,855	154,779	324,634	13.3	11,675	24,487
ドイツ	91.7	178,774	152,391	331,165	10.1	15,077	32,765
フランス	94.5	166,583	178,034	344,618	14.5	12,321	23,849
ロシア	94.4	94,394	225,734	320,128	26.7	8,459	11,996
米国	89.2	175,692	177,117	352,809	16.9	10,496	20,908
カナダ	90.0	163,802	188,684	352,486	12.7	14,850	27,742
オーストラリア	90.1	153,218	180,930	334,148	11.0	16,437	30,357
その他	87.9	126,356	164,107	290,463	24.4	6,714	11,884

【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泊当たり旅行中支出額	1泊当たり総支出額
平成24年	4-6月期	78,259	137,211	215,470	13.6	10,061	15,799
	7-9月期	83,366	138,015	221,381	19.2	7,181	11,519
	10-12月期	77,801	126,553	204,354	12.0	10,560	17,052
平成25年	1-3月期	97,169	137,432	234,601	18.0	7,636	13,035
	4-6月期	88,731	142,505	231,236	13.2	10,758	17,456

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」96,029 円、「商談等その他ビジネス」157,450 円、「親族・知人訪問」102,094 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 1,418 億

円で全体の 45.1%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 1,192 億円で、全体の 37.9%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・地域別）※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・地域	96,029	102,094	101,317	78,946	64,678	427,106	101,255	99,461	114,981	152,021	121,238	157,450	172,900
	韓国	51,677	51,733	80,285	37,875	33,323	288,413	-	62,131	72,531	94,128	67,075	103,832	121,740
	台湾	72,753	145,095	65,113	44,778	74,795	444,250	47,375	97,918	55,444	73,679	57,409	109,013	195,048
	香港	104,523	109,918	472,000	28,000	17,750	740,000	184,500	95,348	168,480	92,063	33,500	389,165	246,750
	中国	178,699	110,371	92,250	128,862	95,000	560,552	132,700	223,030	180,583	187,513	226,406	259,964	241,564
	米国	130,674	102,925	229,600	84,278	125,755	245,828	-	167,429	144,871	187,392	165,602	333,200	167,381
【参考】消費額（億円）	全国籍・地域	1,418.4	201.4	10.7	27.1	8.8	124.8	16.0	60.3	98.3	295.9	149.4	588.0	145.8
	韓国	178.0	22.8	1.0	2.4	2.1	9.6	0.4	21.7	8.7	7.8	21.7	143.2	15.7
	台湾	362.6	34.9	3.3	1.2	0.7	8.2	2.2	8.2	2.3	13.0	3.2	38.3	23.5
	香港	176.2	2.0	1.5	0.1	0.1	4.6	0.6	1.8	1.6	4.0	0.4	26.4	3.0
	中国	209.9	29.2	0.9	1.9	1.2	31.0	4.7	15.1	13.2	59.4	45.6	136.7	13.4
	米国	90.8	42.1	1.3	11.1	1.1	11.3	0.0	3.4	16.2	54.1	15.6	96.3	24.9
目的別構成比（%） ヨコ計=100	全国籍・地域	45.1	6.4	0.3	0.9	0.3	4.0	0.5	1.9	3.1	9.4	4.8	18.7	4.6
	韓国	40.9	5.2	0.2	0.5	0.5	2.2	0.1	5.0	2.0	1.8	5.0	32.9	3.6
	台湾	72.3	7.0	0.7	0.2	0.1	1.6	0.4	1.6	0.5	2.6	0.6	7.6	4.7
	香港	79.3	0.9	0.7	0.0	0.0	2.1	0.3	0.8	0.7	1.8	0.2	11.9	1.4
	中国	37.3	5.2	0.2	0.3	0.2	5.5	0.8	2.7	2.3	10.6	8.1	24.3	2.4
	米国	24.7	11.4	0.4	3.0	0.3	3.1	0.0	0.9	4.4	14.7	4.2	26.2	6.8

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25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・地域	3,863	565	25	100	36	75	42	160	238	603	322	1,045	233
	韓国	827	105	3	15	15	8	1	83	28	20	77	329	30
	台湾	1,067	52	11	6	2	4	10	18	9	38	12	76	26
	香港	539	6	1	1	2	2	1	6	3	14	4	22	4
	中国	466	105	4	6	5	22	14	27	29	125	80	209	22
	米国	240	143	2	45	3	16	0	7	39	101	33	101	51

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、61.5%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・地域別では、「カメラ・ビデオカメラ・時計」や「電気製品」で中国の購入率の高さが目立つ（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、次いで「電気製品」、「服・かばん・靴」が3.3万円と高い。
- 来訪目的別にみると、購入率は「観光・レジャー」客の方が高い傾向がみられるが、購入者単価の大小は国籍・地域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・地域別）

国籍・地域	全国籍・地域		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	61.5%	9,444	63.9%	5,553	77.2%	9,499	69.6%	9,566	77.2%	12,859	32.5%	8,109
その他食料品・飲料・酒・たばこ	50.9%	12,558	50.6%	8,515	55.0%	9,324	50.2%	12,263	52.8%	16,040	51.2%	19,620
カメラ・ビデオカメラ・時計	8.8%	62,163	3.2%	30,656	5.0%	21,910	8.8%	93,696	30.1%	99,531	3.4%	18,920
電気製品	10.7%	33,424	3.2%	12,012	10.4%	27,190	9.4%	30,468	34.2%	51,038	5.4%	12,627
化粧品・医薬品・トイレタリー	43.3%	21,362	35.8%	14,346	71.5%	19,857	59.2%	20,719	71.2%	37,174	10.7%	8,492
和服(着物)・民芸品	15.6%	13,163	4.9%	10,206	12.3%	11,526	14.0%	9,449	12.4%	11,063	31.4%	13,217
服(和服以外)・かばん・靴	34.8%	33,144	21.1%	27,381	46.1%	28,996	63.0%	39,963	44.5%	60,218	18.9%	16,585
マンガ・DVD・アニメ関連商品	8.5%	10,374	4.2%	6,740	10.8%	7,369	14.0%	15,861	7.4%	18,478	11.3%	8,130

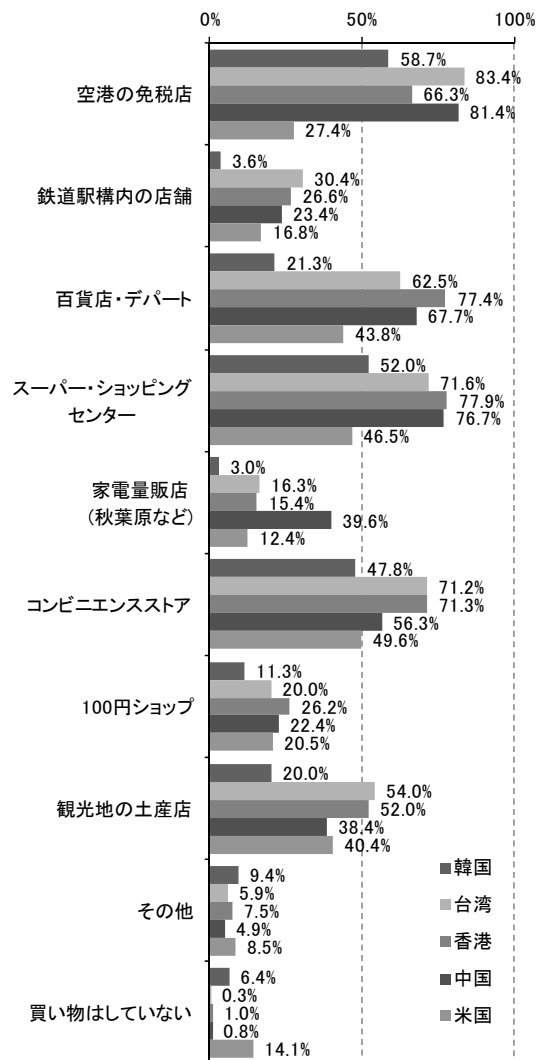
図表 3-2 来訪目的別にみる費目別購入率および購入者単価（主要国籍・地域別）

国籍・地域	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	69.9%	5,095	79.2%	9,590	69.3%	9,604	80.6%	14,198	37.4%	5,328
	業務	56.4%	6,428	67.3%	8,303	73.5%	9,488	75.1%	12,227	24.6%	4,617
その他食料品・飲料・酒・たばこ	観光・レジャー	55.0%	6,970	55.3%	9,249	50.4%	12,219	51.7%	16,851	58.0%	9,220
	業務	43.9%	11,071	51.6%	7,815	46.9%	11,759	51.9%	14,424	42.1%	36,925
カメラ・ビデオカメラ・時計	観光・レジャー	4.1%	32,236	5.2%	22,256	8.9%	37,658	29.7%	92,031	3.4%	19,546
	業務	2.2%	29,906	5.2%	12,286	8.2%	600,000	33.8%	95,813	2.9%	25,277
電気製品	観光・レジャー	2.9%	8,195	10.1%	26,394	9.7%	22,135	37.9%	43,073	9.2%	8,788
	業務	3.4%	15,871	13.7%	31,275	6.1%	140,667	32.8%	59,889	3.2%	13,325
化粧品・医薬品・トイレタリー	観光・レジャー	42.4%	14,595	75.4%	20,401	60.4%	18,597	81.7%	37,852	13.4%	4,716
	業務	26.3%	14,215	53.6%	16,650	49.0%	50,605	67.0%	37,494	5.4%	15,163
和服(着物)・民芸品	観光・レジャー	7.2%	7,285	13.6%	8,208	14.5%	9,892	19.8%	9,957	40.3%	11,375
	業務	2.4%	24,038	6.5%	14,144	10.2%	5,540	7.4%	9,827	19.3%	19,329
服(和服以外)・かばん・靴	観光・レジャー	27.3%	15,216	49.2%	25,468	65.2%	35,001	53.9%	61,129	21.4%	13,054
	業務	10.8%	24,138	26.1%	19,514	38.8%	115,541	35.3%	63,281	10.7%	16,386
マンガ・DVD・アニメ関連商品	観光・レジャー	5.6%	7,390	11.8%	7,548	15.2%	13,131	10.8%	12,483	19.3%	7,652
	業務	2.0%	3,215	5.9%	5,922	0.0%	-	3.8%	14,029	4.3%	7,069

(3) 買物場所

- 買物場所を国籍・地域別にみると、「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 39.6% と高い (図表 3-3)。

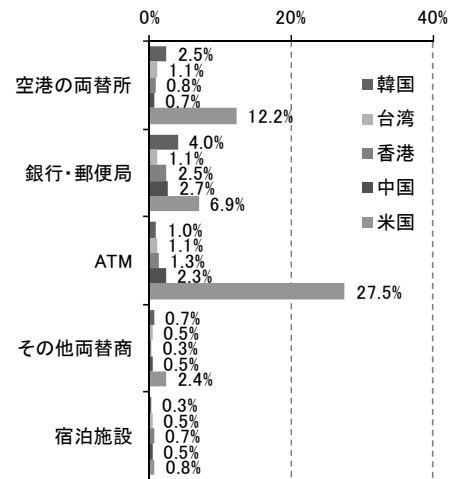
図表 3-3 買物場所
(主要国籍・地域別、複数回答)



(4) 利用した金融機関と決済方法

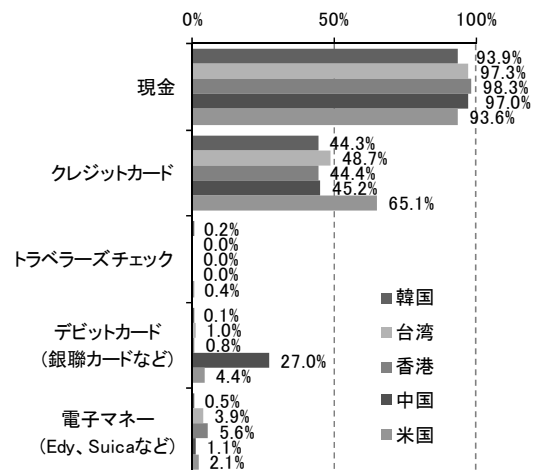
- 利用した金融機関を国籍・地域別にみると、米国の「ATM (現金自動預払機)」の利用率が 27.5% と、他の国籍・地域に比べ際だって高い (図表 3-4)。

図表 3-4 利用金融機関 (主要国籍・地域別、複数回答)



- 決済方法では「現金」が9割以上を占める。次いで「クレジットカード」の利用率が高く、特に米国で同利用率が 65.1% と高い。「デビットカード」の利用率は中国で 27.0% と高い。「電子マネー」の利用率は香港で 5.6% となっている (図表 3-5)。

図表 3-5 利用決済方法 (主要国籍・地域別、複数回答)

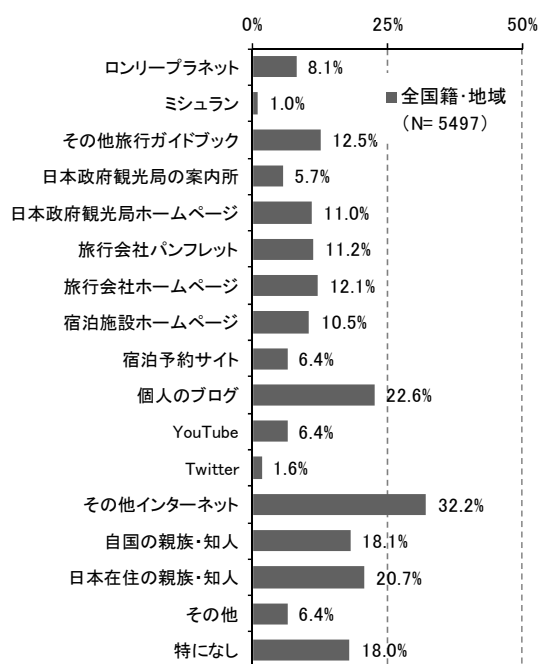


4. 旅行情報源

(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8.1%、「ミシュラン」が1.0%、「その他旅行ガイドブック」が12.5%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5.7%、「日本政府観光局ホームページ」の選択率は11.0%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」(22.6%)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18.1%、「日本在住の親族・知人」が20.7%であった。

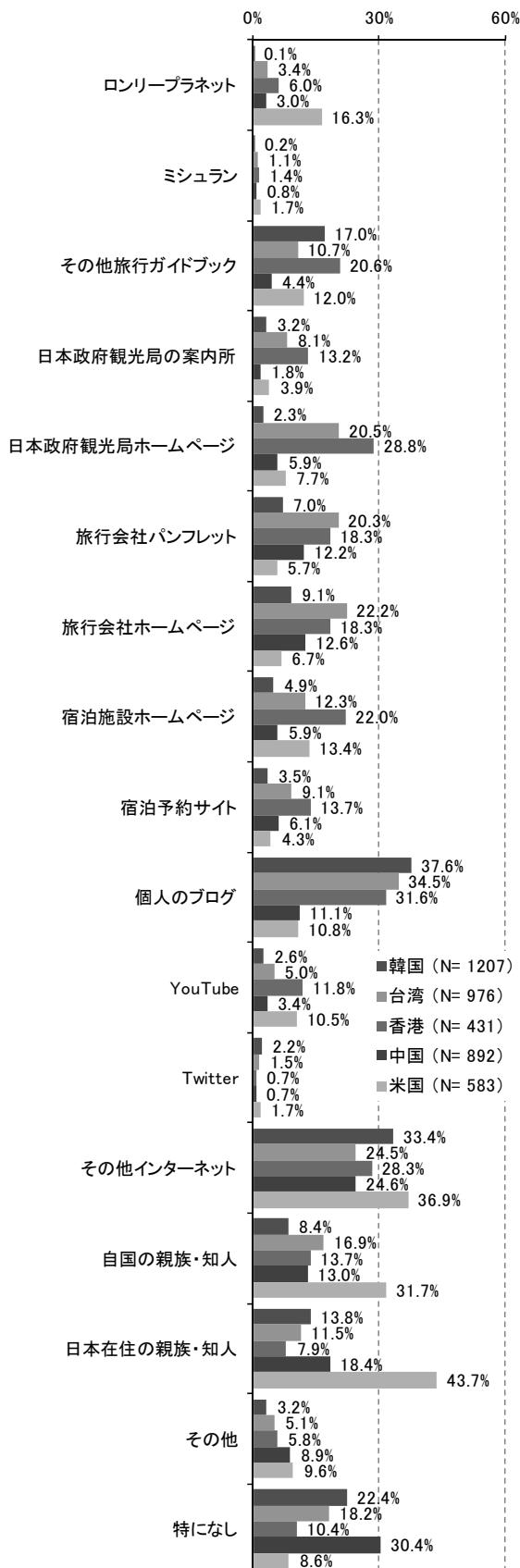
図表 4-1 出発前に得た旅行情報で役に立ったもの
(全国籍・地域、複数回答)



- 国籍・地域別にみると、韓国では「個人のブログ」(37.6%)の選択率が最も高い。次いで「その他インターネット」(33.4%)、「その他旅行ガイドブック」(17.0%)の選択率が高い(図表4-2)。
- 台湾でも「個人のブログ」(34.5%)の選択率が最も高いが、「旅行会社ホームページ」(22.2%)や「日本政府観光局ホームページ」(20.5%)、「旅行会社パンフレット」(20.3%)の選択率も高い。
- 香港でも「個人のブログ」(31.6%)の選択率が最も高いが、「日本政府観光局ホームページ」(28.8%)や「宿泊施設ホームページ」(22.0%)の選択率も高い。
- 中国では「その他インターネット」の選択率が24.6%と最も高かった。次いで「日本在住の親族・知人」(18.4%)の選択率が高い。なお、「特になし」(30.4%)の選択率が他の国籍・地域に比べ高かった。
- 米国では「日本在住の親族・知人」の選択率が43.7%と最も高かった。次いで「その他インターネット」(36.9%)、「自国の親族・知人」(31.7%)の選択率が高い。また、「ロンリープラネット」(16.3%)の選択率が他の主要国籍・地域に比べて高い。

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『全国籍・地域』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。

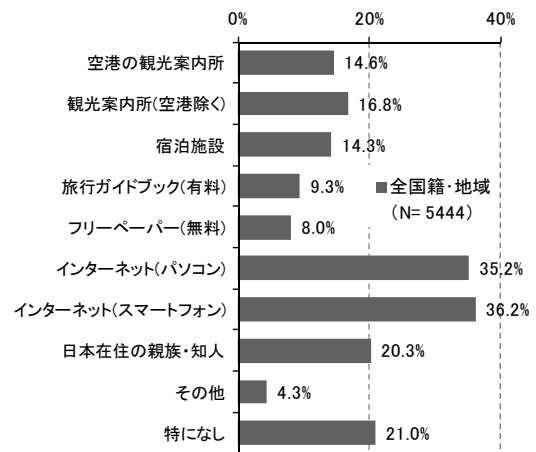
図表 4-2 出発前に得た旅行情報で役に立ったもの
(主要国籍・地域別、複数回答)



(2) 日本滞在中に得た旅行情報

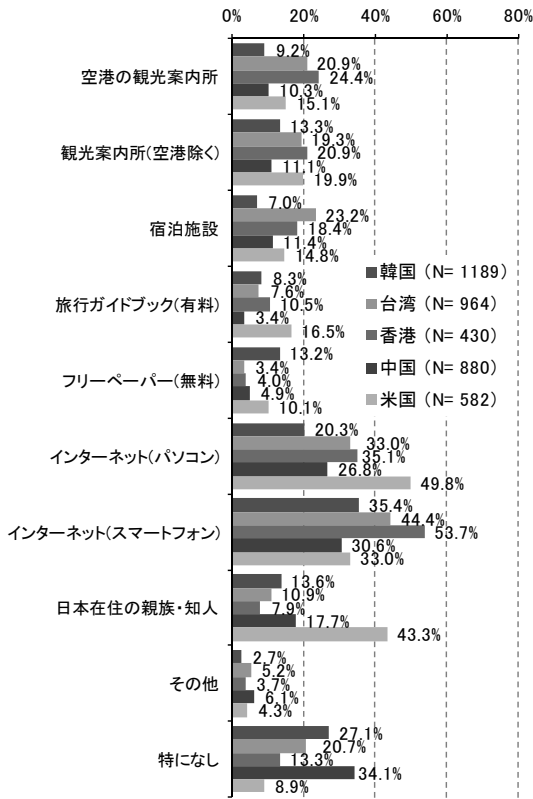
- 日本滞在中に得た旅行情報で役に立ったものでは「インターネット (スマートフォン)」 (36.2%) の選択率が高く、「インターネット (パソコン)」 (35.2%) を上回った。また、「日本在住の親族・知人」 (20.3%) の選択率も高い (図表 4-3)。

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・地域、複数回答)



- 国籍・地域別にみると、「インターネット (スマートフォン)」は香港で選択率が 5 割超と高く、台湾でも 4 割を超す。「インターネット (パソコン)」は米国での選択率が高く、「日本在住の親族・知人」も米国での選択率の高さが目立つ (図表 4-4)。

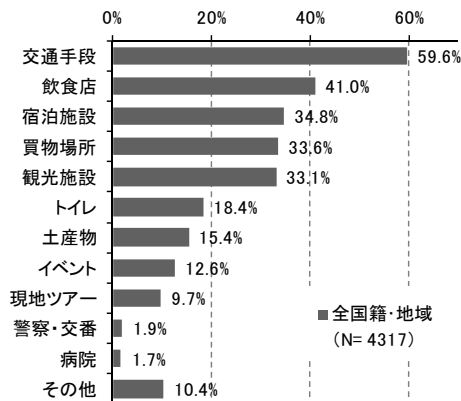
図表 4-4 日本滞在中に得た旅行情報で役に立ったもの(主要国籍・地域別、複数回答)



(3) 日本滞在中にあると便利な情報

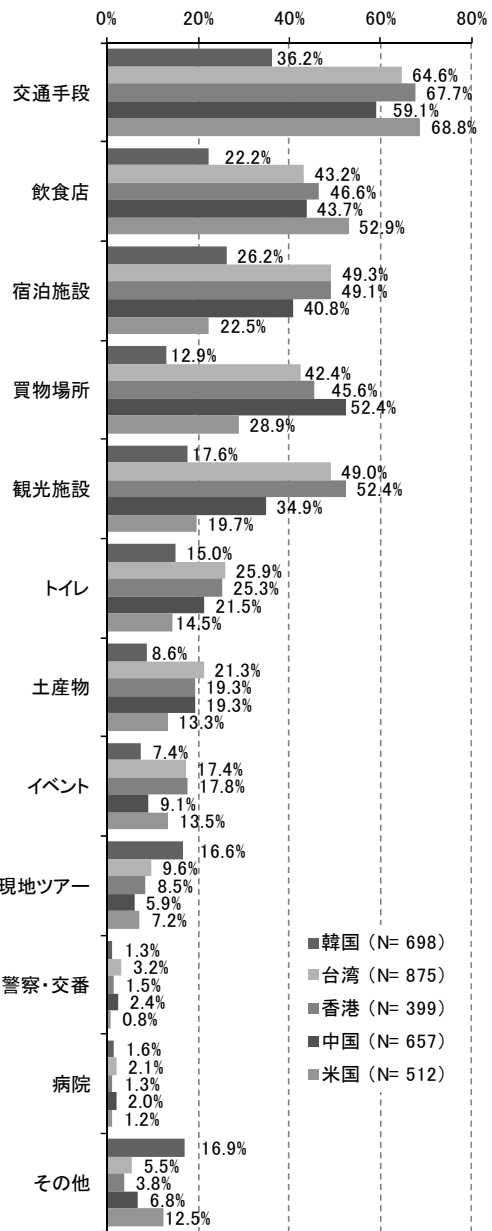
- 日本滞在中にあると便利な情報では「交通手段」が59.6%と圧倒的に多い。次いで、「飲食店」(41.0%)や「宿泊施設」(34.8%)をあげる回答が多い(図表 4-5)。

図表 4-5 日本滞在中にあると便利な情報(全国籍・地域、複数回答)



- 国籍・地域別にみると、「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。この他、や「飲食店」は香港や米国、「宿泊施設」は台湾と香港、「買物場所」は中国、「イベント」は台湾と香港、「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・地域別、複数回答)

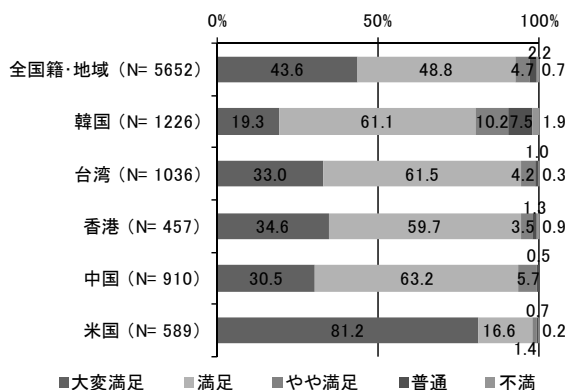


5. 満足度と再訪意向

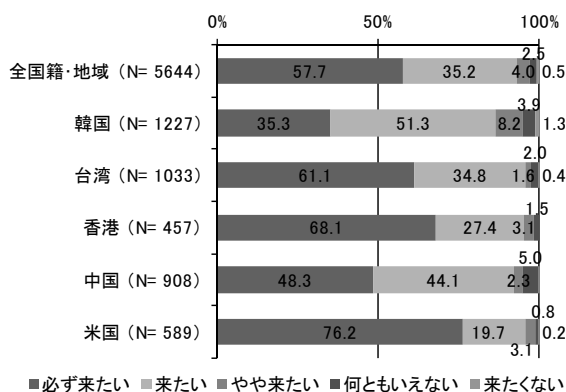
(1) 訪日旅行全体の満足度と再訪意向

- 今回の訪日旅行全体の満足度は「大変満足」43.6%、「満足」48.8%である。国籍・地域別では、米国で「大変満足」の割合が81.2%と主要国籍・地域の中で最も高い(図表 5-1)。
- 再訪意向は「必ず来たい」が57.7%、「来たい」が35.2%である。国籍・地域別では、米国で「必ず来たい」の割合が76.2%と高いほか、台湾や香港でも同割合が6割超と高い(図表 5-2)。

図表 5-1 訪日旅行の満足度(主要国籍・地域別)



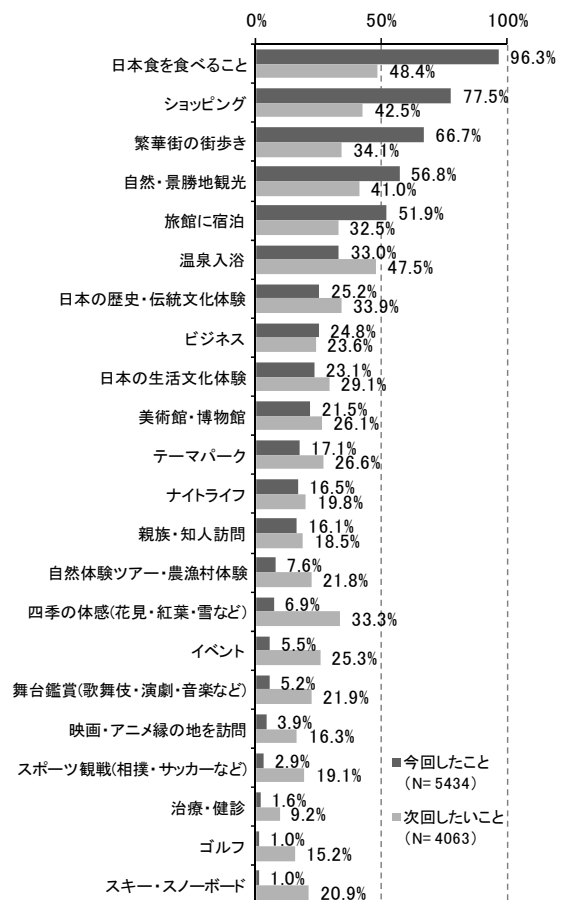
図表 5-2 訪日旅行者の再訪意向(主要国籍・地域別)



(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」「ショッピング」「繁華街の街歩き」「自然・景勝地観光」「旅館に宿泊」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」「温泉入浴」「ショッピング」「自然・景勝地観光」「繁華街の街歩き」の順で多い。
- 今回の実施率に比べて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・地域、複数回答)

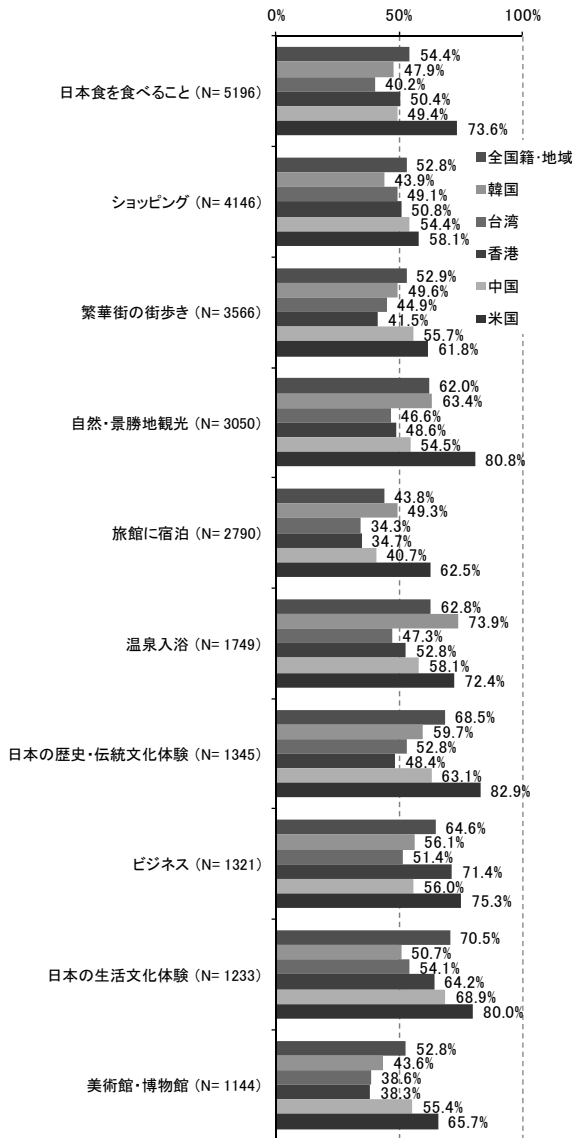


注) この章に示す調査結果は、「訪日外国人消費動向調査」と同時に実施した旅行の満足度や再来訪意向等の意識調査より得られたものである。回答は任意としているため、必ずしも全調査対象者が回答しているとは限らない。なお、この章で示す『全国籍・地域』の値は、訪日外客数によるウェイトバック集計を行っていない。

(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、「自然・景勝地観光」「温泉入浴」「日本の歴史・伝統文化体験」「ビジネス」「日本の生活文化体験」で6割超と高い(図表5-4)。

図表 5-4 期待以上だった活動
(主要国籍・地域別、実施率上位10活動)



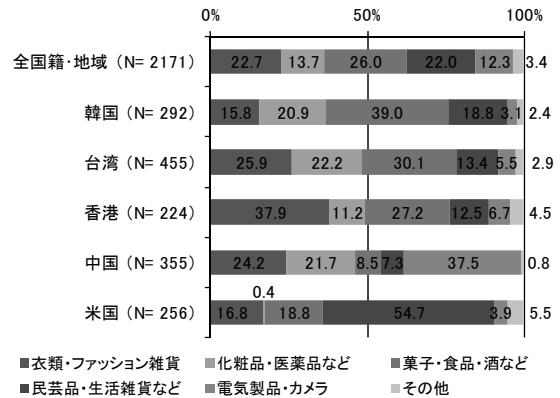
(4) 最も満足した購入商品

- 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」22.7%、「化粧品・医薬品など」13.7%、「菓子・食品・酒など」26.0%、「民芸品・生活雑貨など」22.0%、「電気製品・カメラ」12.3%、「その他」3.4%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・地域別)



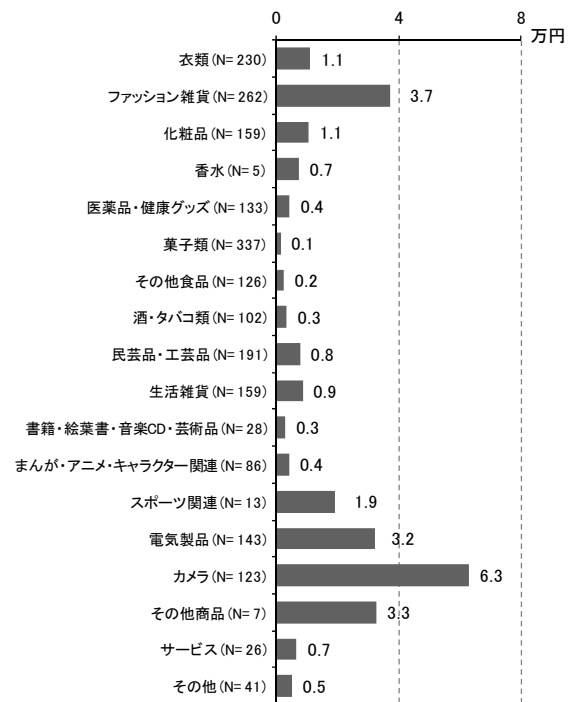
- 国籍・地域別に最も満足した購入商品（小区分）の比率をみると、韓国と台湾では「菓子類」（それぞれ 22.3%、20.2%）、香港では「衣類」（19.6%）、中国では「電気製品」（19.2%）、米国では「民芸品・工芸品」（27.0%）の割合が高い（図表 5-7）。

図表 5-7 最も満足した購入商品
（商品小区分、主要国籍・地域別）

商品小区分	国籍・地域 (%)				
	韓国	台湾	香港	中国	米国
衣類	8.9	13.6	19.6	7.3	10.9
ファッション雑貨	6.8	12.3	18.3	16.9	5.9
化粧品	11.3	8.4	6.7	14.6	0.4
香水	0.0	0.0	0.4	0.3	0.0
医薬品・健康グッズ	9.6	13.8	4.0	6.8	0.0
菓子類	22.3	20.2	17.9	6.5	10.2
その他食品	5.8	6.2	7.1	1.7	3.9
酒・タバコ類	11.0	3.7	2.2	0.3	4.7
民芸品・工芸品	4.5	3.3	2.2	2.5	27.0
生活雑貨	10.6	4.4	4.0	2.8	14.8
書籍・絵葉書・音楽CD・芸術品	1.4	0.2	1.3	0.0	3.9
まんが・アニメ・キャラクター関連	1.7	4.8	4.9	1.4	7.4
スポーツ関連	0.7	0.7	0.0	0.6	1.6
電気製品	2.4	4.4	3.1	19.2	1.6
カメラ	0.7	1.1	3.6	18.3	2.3
その他商品	0.7	0.2	0.0	0.3	0.4
サービス	1.0	1.1	0.9	0.0	2.0
その他	0.7	1.5	3.6	0.6	3.1
合計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
標本数	292	455	224	355	256

- 最も満足した購入商品（小区分）の単価をみると、最も高い商品は「カメラ」であり平均 6.3 万円である。次いで「ファッション雑貨」（平均 3.7 万円）、「電気製品」（平均 3.2 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・地域）



- 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 55.6% を占める。この他、「衣類・ファッション雑貨」や「電気製品・カメラ」では「価格が手頃・自国より安いから」とする回答が 2 割超と多かった（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・地域）

商品大区分	満足した理由	標本数	理由 (%)										合計
			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		474	16.9	38.2	0.0	6.5	1.3	5.7	2.7	4.2	22.6	1.9	100.0
化粧品・医薬品など		277	56.3	0.7	0.0	11.2	0.0	6.9	3.6	5.4	13.4	2.5	100.0
菓子・食品・酒など		534	3.7	4.3	66.9	2.4	4.5	2.4	3.9	6.9	3.7	1.1	100.0
民芸品・生活雑貨など		454	15.2	24.4	0.0	6.8	13.7	9.0	8.4	12.1	6.2	4.2	100.0
電気製品・カメラ		253	38.3	3.6	0.0	17.0	0.0	2.8	6.3	1.6	26.9	3.6	100.0
その他		67	4.5	4.5	49.3	1.5	0.0	4.5	4.5	1.5	6.0	23.9	100.0
合計		2,059	20.6	16.0	18.9	7.3	4.5	5.3	4.9	6.4	12.8	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・地域別 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・地域別 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・地域別 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・地域別 旅行情報源・活動内容・満足度など	表-65
付表	国籍・地域別 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 25 年 5 月 23 日（木）～6 月 23 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。7,374 サンプル（うち旅行中支出額の有効サンプル数は 7,326 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・地域別ウェイトバック集計の実施

本調査の標本は国籍・地域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・地域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・地域別集計表）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・地域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 25 年 4-6 月期 報告書

発 行 平成 25 年 7 月

編 集 国土交通省観光庁
観光戦略課調査室

〒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 27216、27204

直通 03 (5253) 8325

URL <http://www.mlit.go.jp/kankocho/>