

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 28 年 7-9 月期 報告書

訪日外国人の消費動向

平成 28 年 7-9 月期 報告書

目 次

I 平成 28 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	2
(2) 滞在期間	3
(3) 旅行内容	4
2. 訪日外国人の旅行支出	
(1) 旅行支出の構造	10
(2) 旅行前支出	11
(3) 旅行中支出	11
(4) 旅行支出の推計	13
(5) 費目別にみる旅行支出	15
(6) 来訪目的別にみる旅行支出	16
3. 土産品の購入実態	
(1) 費目別購入率	17
(2) 費目別購入者単価	17
(3) 買物場所	18
(4) 利用した金融機関と決済方法	18
(5) 消費税免税手続きの実施状況	19
4. 満足度と再訪意向	
(1) 訪日旅行全体の満足度	20
(2) 日本への再訪意向	20
(3) 最も満足した購入商品	21
(4) 最も満足した飲食	22
5. 役に立った旅行情報源	
(1) 出発前に得た旅行情報源	23
(2) 日本滞在中に得た旅行情報源	23
(3) 日本滞在中にあると便利な情報	24

6. 日本滞在中の行動

(1) 訪日前に期待していたこと	25
(2) 今回したことと次回したいこと	26
(3) 今回したことの満足度	26

II 訪日外国人消費動向調査結果

1. 調査概要	29
2. 調査結果の利用上の注意	29
3. 調査票選択肢の定義と具体例	30
4. 調査結果の精度	34

<集計表>

【全目的】

第1表	国籍・地域別	回答者属性および旅行内容
第2表	居住地別	回答者属性および旅行内容
第3表	訪問地別	回答者属性および旅行内容
第4表	国籍・地域別	費目別購入率および購入者単価
第5表	居住地別	費目別購入率および購入者単価
第6表	国籍・地域別	1人1回当たり旅行消費単価
第7表	居住地別	1人1回当たり旅行消費単価
第8表	訪問地別	1人1回当たり旅行消費単価
第9表	国籍・地域別	平均泊数
第10表	訪問地別	平均泊数
第11表	国籍・地域別	消費税に係る免税手続き実施状況
第12表	国籍・地域別	都道府県別訪問率
参考表1	国籍・地域別	1人1泊当たり旅行消費単価 (パッケージツアー参加費内訳含む)
参考表2	国籍・地域別	訪日旅行に関する意識(満足度など)

【観光・レジャー目的】

参考表3	国籍・地域別	回答者属性および旅行内容
参考表4	国籍・地域別	費目別購入率および購入者単価
参考表5	国籍・地域別	平均泊数
参考表6	国籍・地域別	都道府県別訪問率
参考表7	国籍・地域別	1人1回当たり旅行消費単価 (パッケージツアー参加費内訳含む)
参考表8	国籍・地域別	訪日旅行に関する意識(満足度など)

<調査票>

日本語、英語、韓国語、中国語(繁体字)、中国語(簡体字)

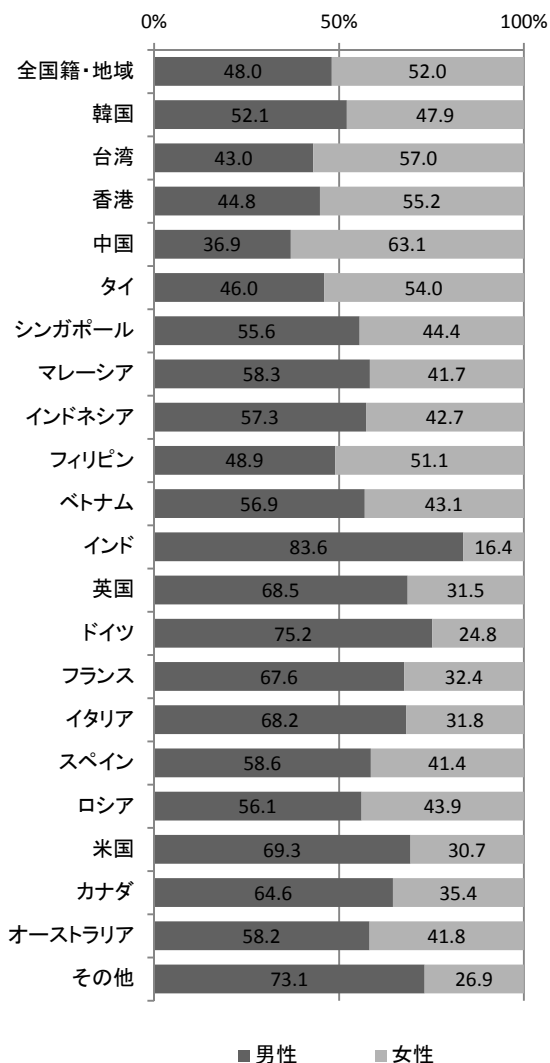
I 平成 28 年 7-9 月期における訪日外国人の消費動向の分析結果

1. 訪日外国人の属性と旅行内容

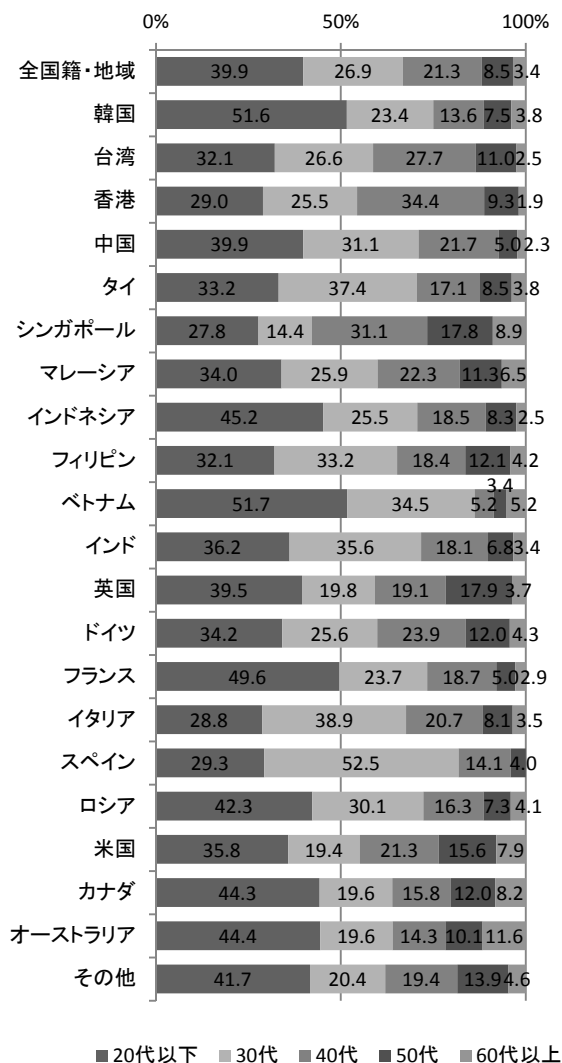
(1) 回答者属性

- 性別の構成比は「男性」が 48.0%、「女性」が 52.0%である（図表 1-1）。
- 国籍・地域別にみると、台湾や香港、中国、タイ、フィリピンでは「女性」の割合が5割を超える。インドでは「男性」の割合が 83.6%と高い。
- 年代別の構成比は、「20 代以下」(39.9%)、「30 代」(26.9%) の順で多い（図表 1-2）。（注：年代別構成比には調査対象外である 15 歳未満を含まない）
- 性年代別では「女性 20 代」(17.8%)、「男性 20 代」(13.9%)、「女性 30 代」(13.7%) の順で多い。

図表 1-1 性別（国籍・地域別、全目的）



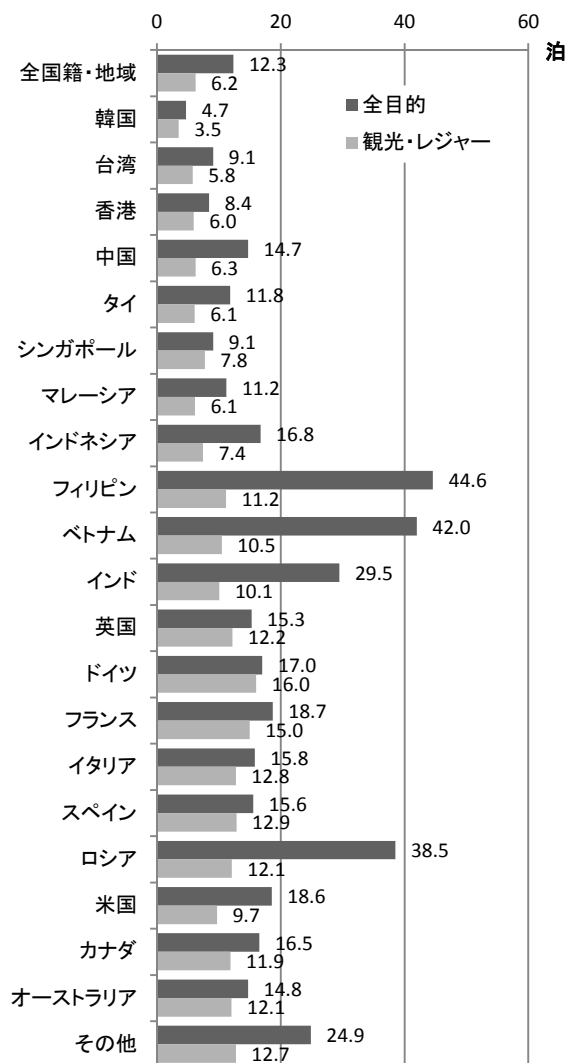
図表 1-2 年代（国籍・地域別、全目的）



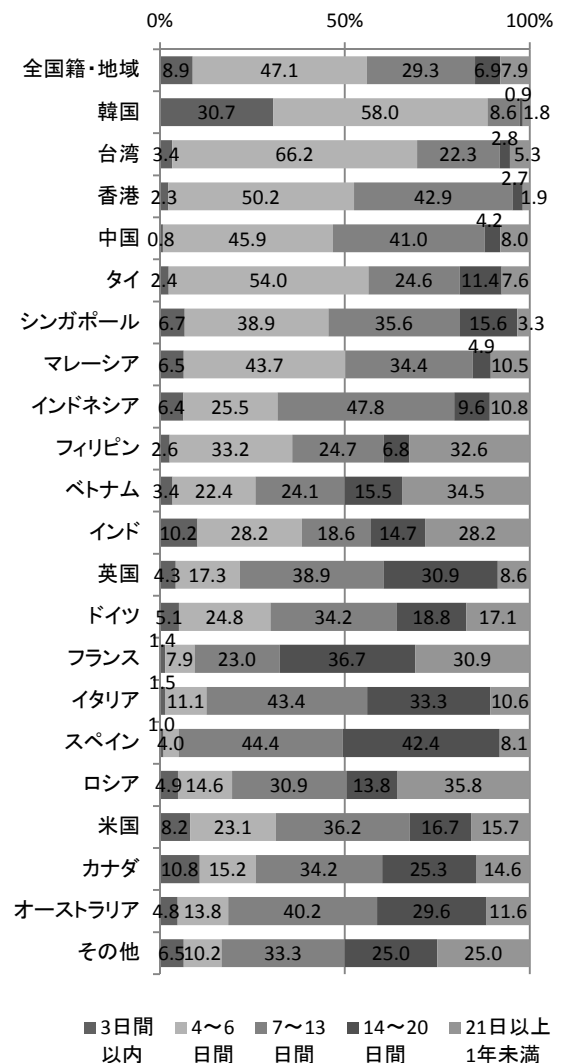
(2) 滞在期間

- 回答者全体の平均泊数は 12.3 泊である。国籍・地域別にみると、フィリピンやベトナム、ロシアで 40 泊前後と、平均泊数が長くなっている（図表 1-3）。
- 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。国籍・地域別にみると、ドイツやフランスでは 15 泊以上と、平均泊数が長い傾向にある。
- 回答者全体の滞在日数の分布をみると、6 日間以内の短期滞在者が 56.0% を占める（図表 1-4）。
- 国籍・地域別にみると、韓国では「3 日間以内」の割合が 30.7% と他の国籍・地域に比べて高い。一方、フランスでは 14 日以上滞り住者が 6 割以上を占めており、他の国籍・地域に比べて滞在日数が長い傾向にある。

図表 1-3 平均泊数（国籍・地域別）



図表 1-4 滞在日数（国籍・地域別、全目的）



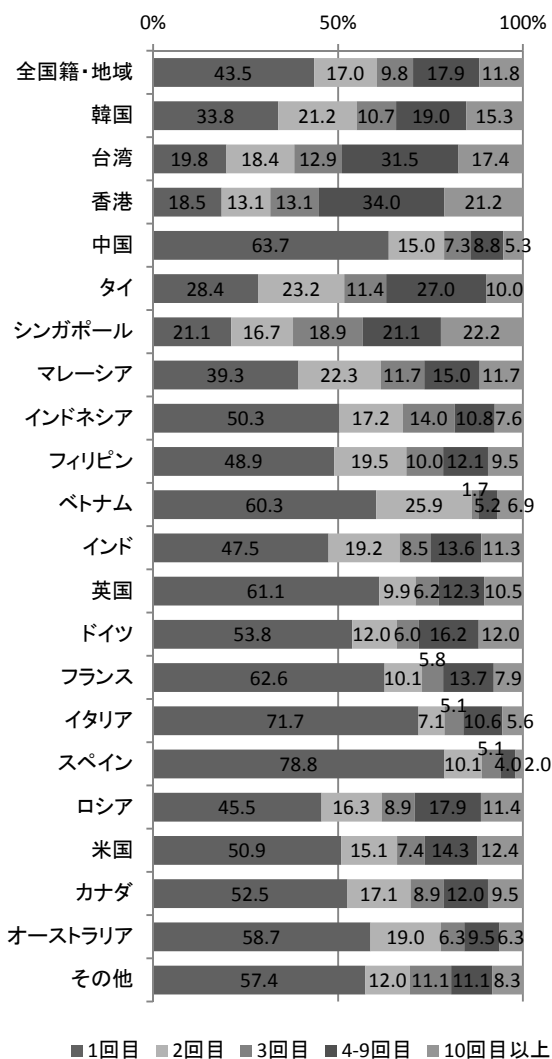
(3) 旅行内容

[全目的]

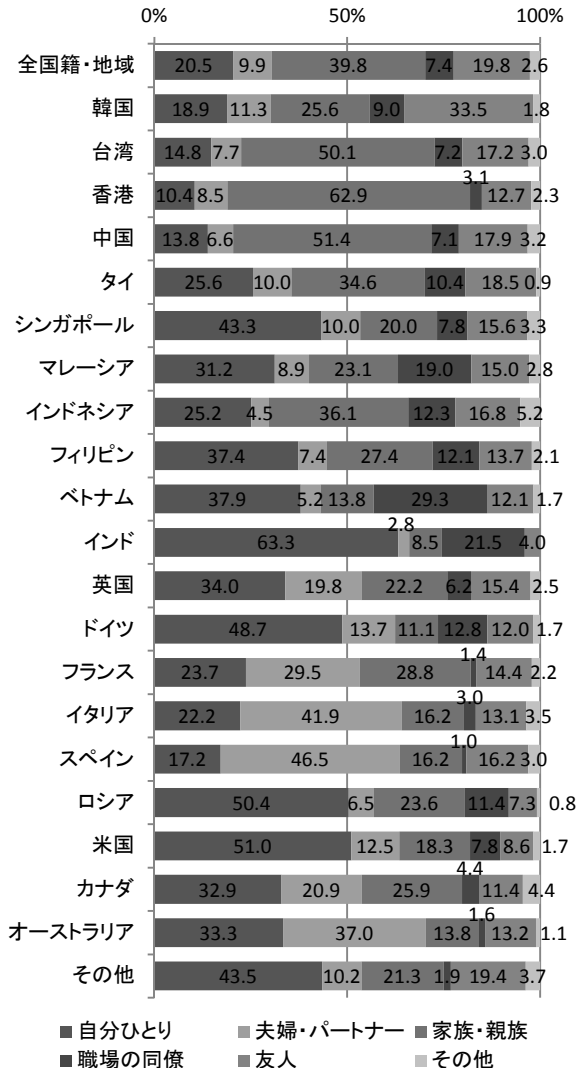
- 日本への来訪回数では、「1回目」が43.5%と最も多い。一方で「10回目以上」も11.8%と少なくない（図表1-5）。
- 国籍・地域別では、イタリアやスペインで「1回目」が7割を超える。一方、台湾や香港では「1回目」の割合が2割以下と低い。

- 同行者は「家族・親族」が39.8%と最も多い。次いで「自分ひとり」（20.5%）、「友人」（19.8%）、「夫婦・パートナー」（9.9%）、「職場の同僚」（7.4%）の順となっている（図表1-6）。
- 国籍・地域別では、台湾や香港、中国で「家族・親族」、インドやロシア、米国で「自分ひとり」の割合が他の国籍・地域に比べて高い傾向がある。

図表 1-5 来訪回数（国籍・地域別、全目的）



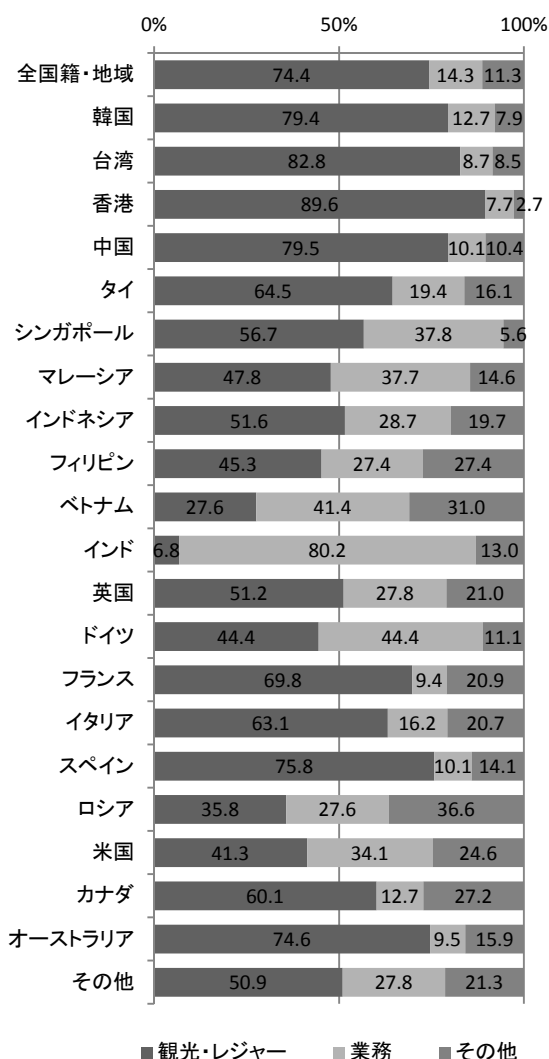
図表 1-6 同行者（国籍・地域別、全目的）



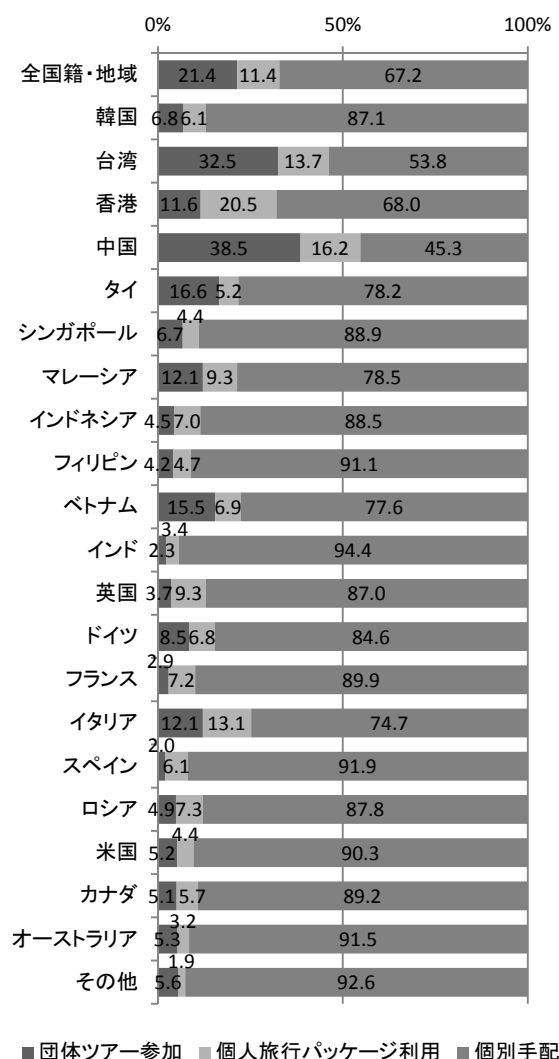
注) 「同行者」の設問は複数回答。上記図表では「同行者」を2つ以上選択した回答を「その他」として集計している。

- 訪日外国人の主な来訪目的では「観光・レジャー」が全体の 74.4%を占める。一方、「業務（展示会・見本市／国際会議／企業ミーティング／研修／その他ビジネス）」は全体の 14.3%を占める（図表 1-7）。
- 国籍・地域別では、台湾や香港で「観光・レジャー」の割合が 8 割超であり、韓国や中国、スペイン、オーストラリアでも「観光・レジャー」の割合が 7 割超と他の国籍・地域に比べて高い。
- 旅行手配方法では「旅行会社等が企画した団体ツアーに参加した（以下、**団体ツアー参加**）」が 21.4%、「往復航空（船舶）券と宿泊等がセットになった個人旅行向けパッケージ商品を利用した（以下、**個人旅行パッケージ利用**）」が 11.4%、「往復航空（船舶）券や宿泊等を個別に手配した（以下、**個別手配**）」が 67.2%を占める（図表 1-8）。

図表 1-7 主な来訪目的（国籍・地域別、全目的）

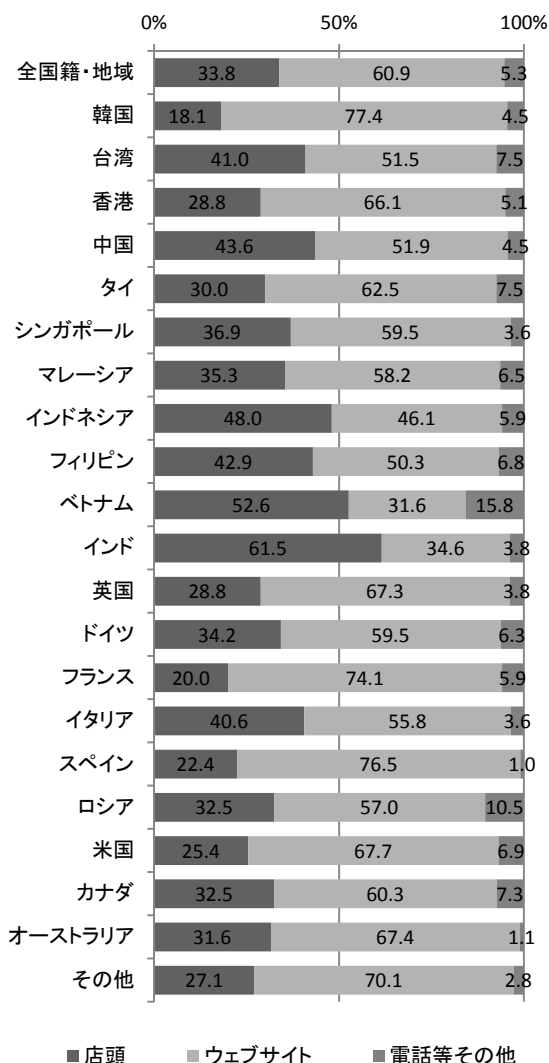


図表 1-8 旅行手配方法（国籍・地域別、全目的）

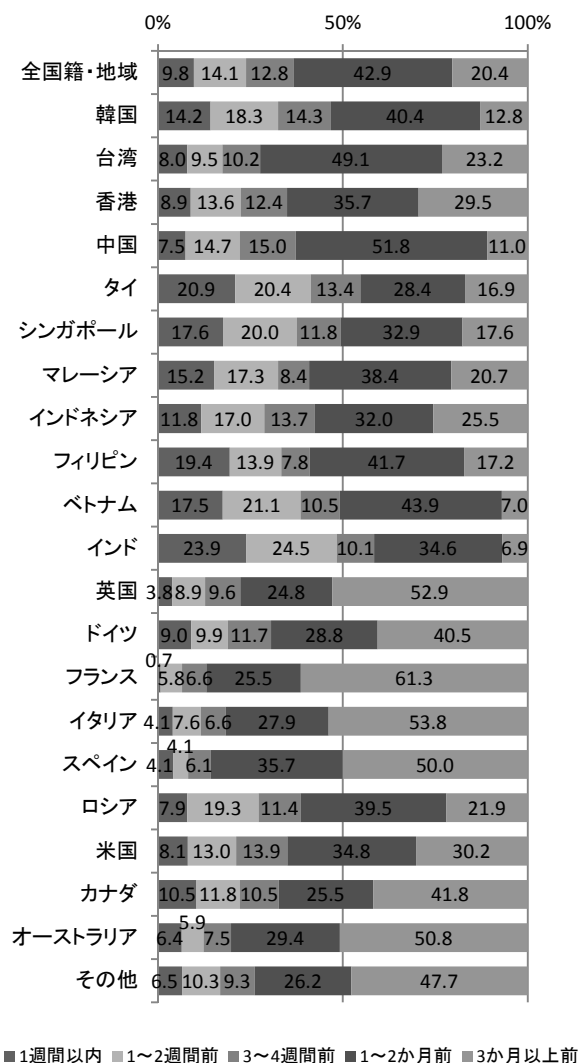


- ツアー商品や往復航空（船舶）券の**申込方法**では、「店頭（旅行会社や航空会社等）で申し込んだ（以下、**店頭**）」人の割合が全体の33.8%、「ウェブサイトから申し込んだ（以下、**ウェブサイト**）」人の割合が全体の60.9%を占める（図表1-9）。
- 国籍・地域別では、「店頭」の割合がベトナムやインドで5割を超える。「ウェブサイト」は韓国やフランス、スペインで7割を超える。
- ツアー商品や往復航空（船舶）券の**手配の時期**では、出発の「1～2か月前」が42.9%と最も高い割合を占める（図表1-10）。
- 国籍・地域別では、フランスで出発の「3か月以上前」の割合が61.3%と他の国籍・地域に比べ高い。

図表 1-9 申込方法（国籍・地域別、全目的）



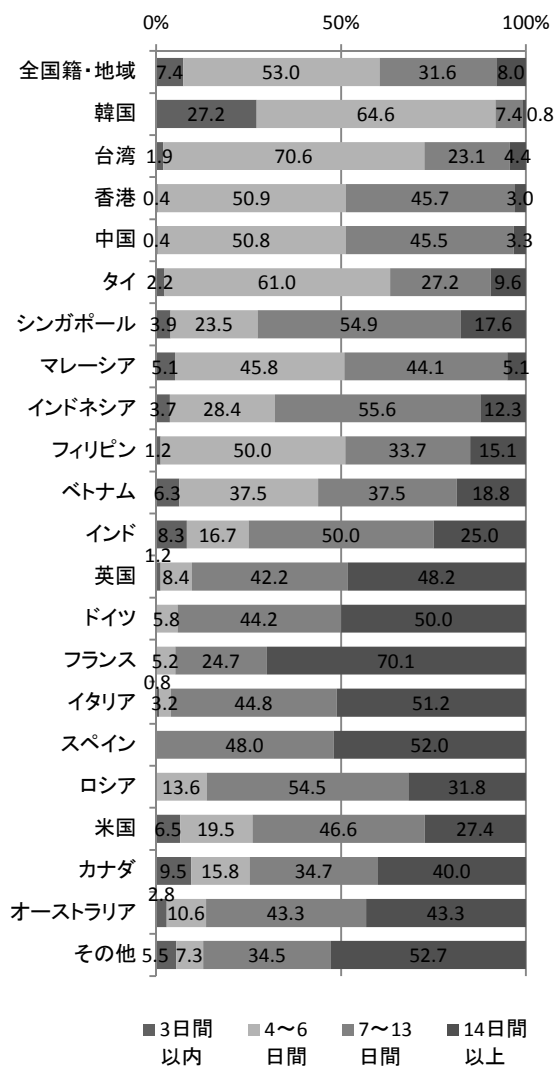
図表 1-10 手配の時期（国籍・地域別、全目的）



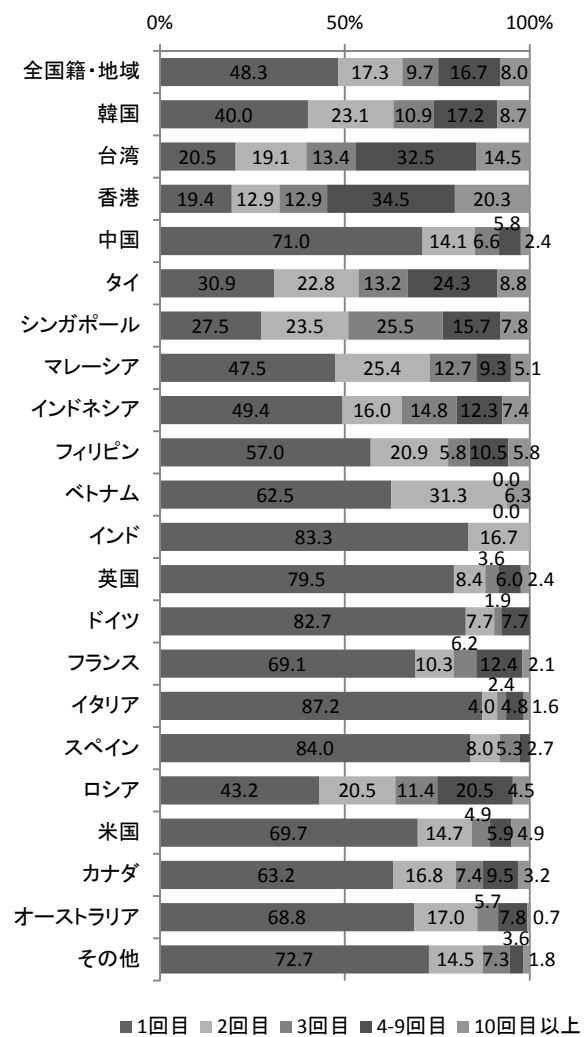
[観光・レジャー目的]

- 観光・レジャー目的で訪れた訪日外国人の滞在日数は、6 日間以内が 6 割超を占める（図表 1-11）。
- 国籍・地域別にみると、韓国では「3 日間以内」が 27.2%と他の国籍・地域に比べて多い。「14 日間以上」の割合はフランスが 7 割超、ドイツやイタリア、スペインでも 5 割以上と、他の国籍・地域に比べて滞在日数が長い傾向にある。
- 日本への来訪回数では、「1 回目」が 48.3%と最も多く、「2 回目」が 17.3%を占める。一方で「10 回目以上」も 8.0%と少なくない（図表 1-12）。
- 国籍・地域別では、インドやドイツ、イタリア、スペインで「1 回目」の割合が 8 割超と高い。一方、香港では「10 回目以上」の割合が 20.3%と、他の国籍・地域に比べて高い。

図表 1-11 滞在日数
(国籍・地域別、観光・レジャー目的)

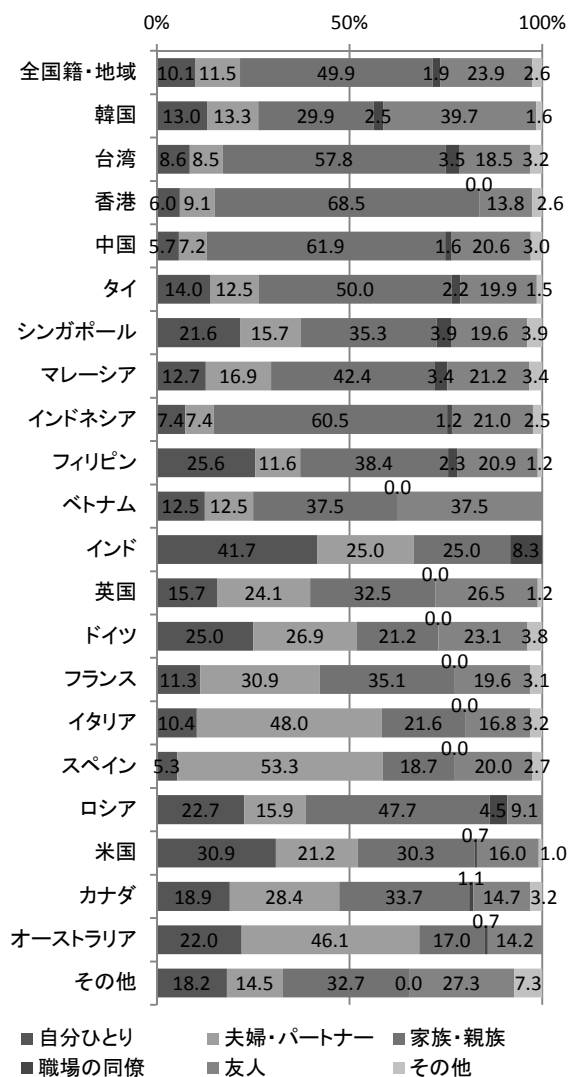


図表 1-12 日本への来訪回数
(国籍・地域別、観光・レジャー目的)

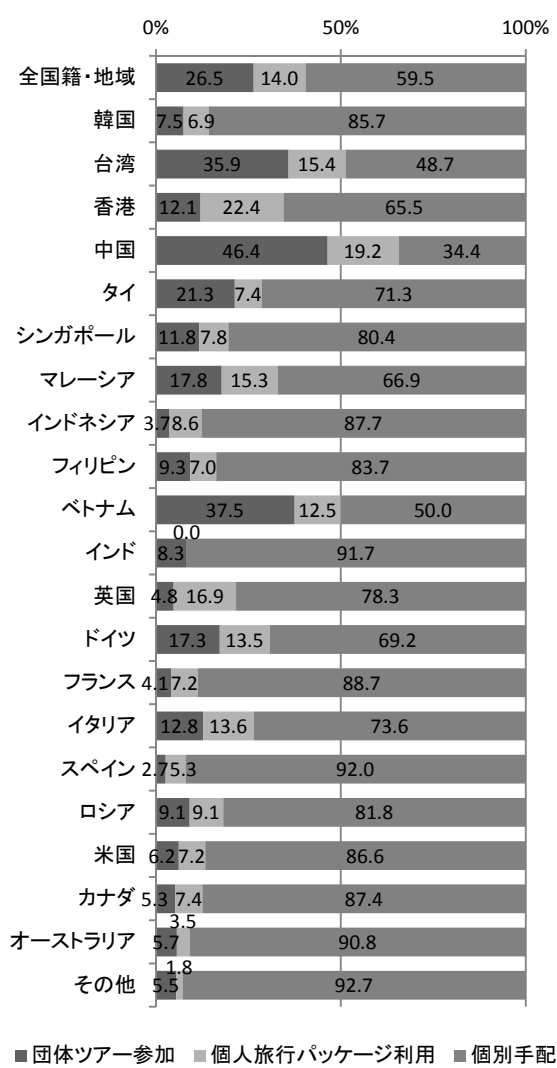


- 同行者は「家族・親族」(49.9%)、「友人」(23.9%)、「夫婦・パートナー」(11.5%)、「自分ひとり」(10.1%)、「職場の同僚」(1.9%)の順となっている(図表 1-13)。
- 国籍・地域別では、台湾や香港、中国、インドネシアで「家族・親族」、イタリアやスペイン、オーストラリアで「夫婦・パートナー」の割合が他の国籍・地域に比べて高い傾向がみられる。
- 旅行手配方法では「団体ツアー参加」が26.5%、「個人旅行パッケージ利用」が14.0%、「個別手配」が59.5%を占める(図表 1-14)。
- 国籍・地域別では、「団体ツアー参加」の割合が中国で46.4%と高い。欧米では「個別手配」が大半を占める。

図表 1-13 同行者
(国籍・地域別、観光・レジャー目的)



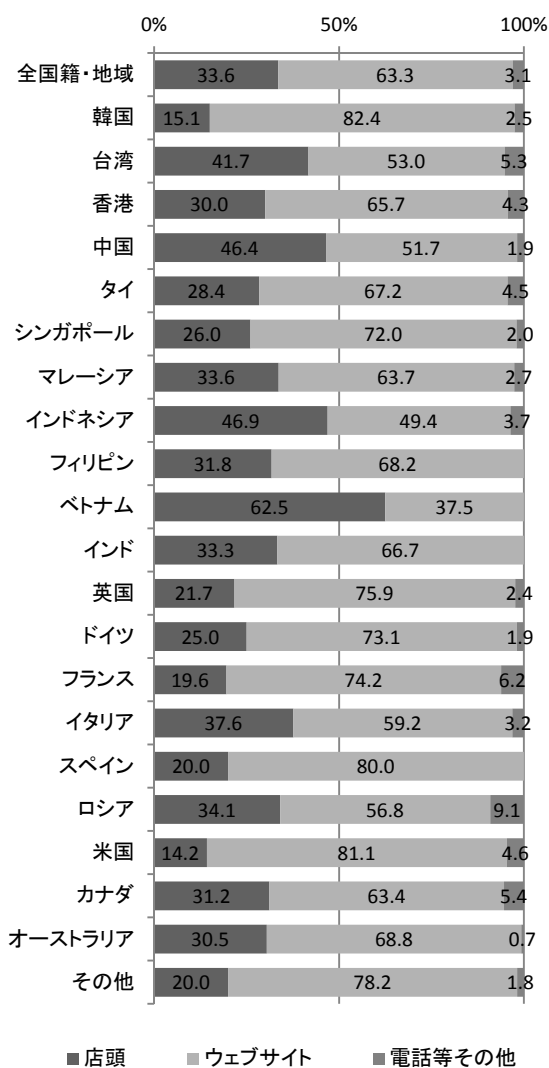
図表 1-14 旅行手配方法
(国籍・地域別、観光・レジャー目的)



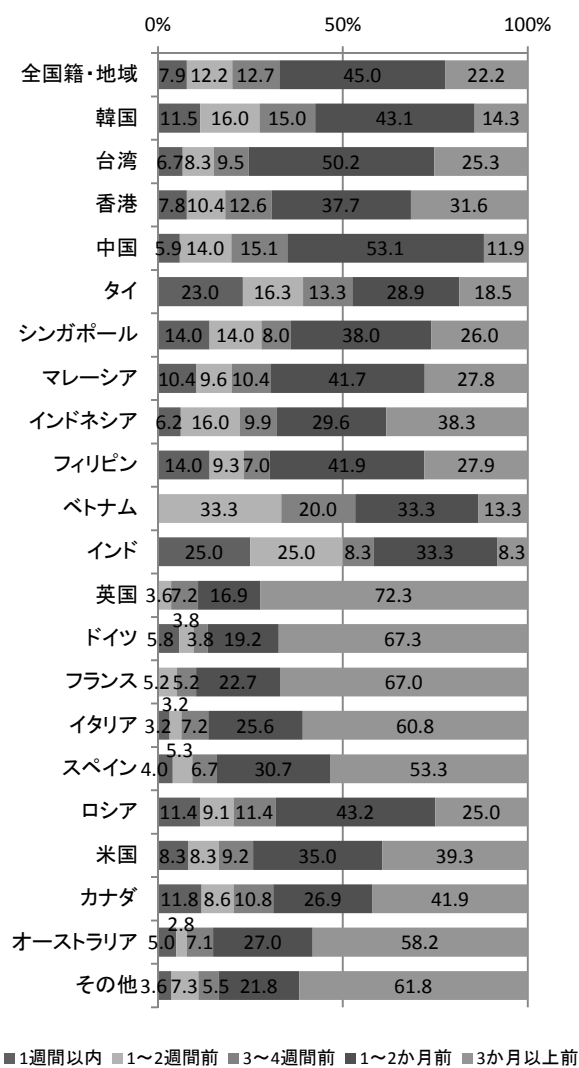
注) 「同行者」の設問は複数回答。上記図表では「同行者」を2つ以上選択した回答を「その他」として集計している。

- ツアー商品や往復航空（船舶）券の**申込方法**では、「店頭」の割合が 33.6%、「ウェブサイト」の割合が 63.3%を占める（図表 1-15）。
- 国籍・地域別では、「店頭」の割合がベトナムで 6 割以上を占める。「ウェブサイト」は韓国やスペイン、米国でおよそ 8 割を占める。
- ツアー商品や往復航空（船舶）券の**手配の時期**では、出発の「1～2 か月前」が 45.0%と最も高い割合を占める（図表 1-16）。
- 国籍・地域別では、出発の「3 か月以上前」の割合が欧州や英国やドイツ、フランス、イタリアで 6 割超と他の国籍・地域に比べ高い。

図表 1-15 申込方法
(国籍・地域別、観光・レジャー目的)



図表 1-16 手配の時期
(国籍・地域別、観光・レジャー目的)

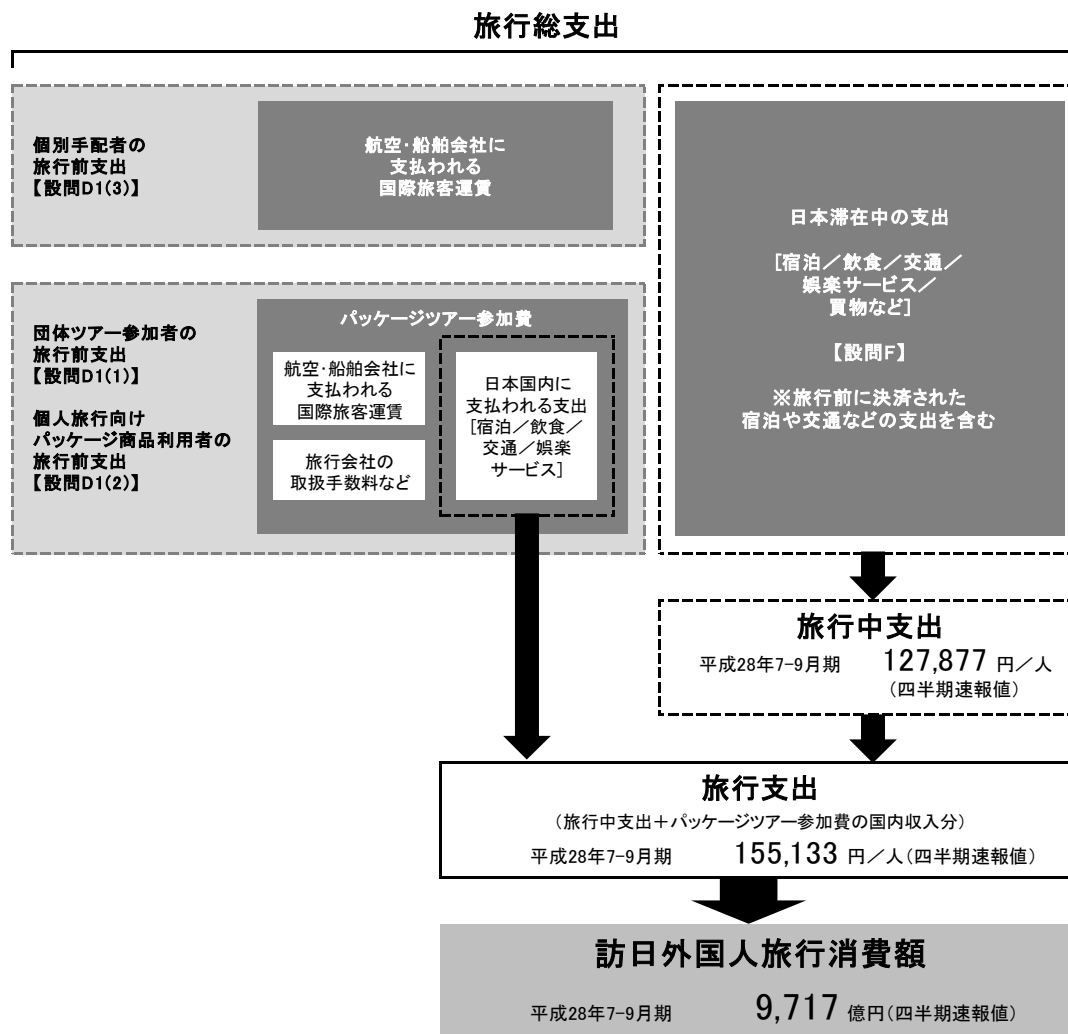


2. 訪日外国人の旅行支出

(1) 旅行支出の構造

- 本調査における訪日外国人の旅行支出の構造を図表 2-1 に示す。
- 旅行前支出は旅行手配方法別に捉え方が異なる。団体ツアー参加者^{注1}および個人旅行パッケージ利用者^{注2}についてはパッケージツアー参加費を旅行前支出として尋ねている。一方、個別手配者^{注3}については航空・船舶会社に支払われる国際旅客運賃を旅行前支出として尋ねている。
- 旅行中支出とは、日本滞在中の支出であり、宿泊料金や飲食費、交通費、娯楽サービス費、買物代など日本滞在中に支払ったすべての旅行消費支出を尋ねている（平成 26 年調査では旅行出発前に決済した宿泊料金や交通費を旅行中支出とは別の設問で尋ねていたが、平成 27 年調査以降ではこれらを旅行中支出の設問の中で尋ねることとした）。

図表 2-1 訪日外国人消費動向調査における旅行支出の構造 概念図



- **パッケージツアー参加費**には、日本国内に支払われる支出（宿泊／飲食／交通／娯楽サービスなど）や航空・船舶会社に支払われる国際旅客運賃などが含まれる。本調査では、このうち日本国内に支払われる支出（以下、国内収入分）を旅行中支出に加算することにより、訪日外国人旅行消費額（総額）を推計する。

(2) 旅行前支出

- **団体ツアー**の購入者単価は1人当たり平均130,581円、**個人旅行パッケージ**の購入者単価は1人当たり平均129,282円であった（図表2-2）。
- **個別手配者**の国際旅客運賃（出発国から日本までの往復運賃）の購入者単価は1人当たり平均64,618円であった。

(3) 旅行中支出

- 日本滞在中に支出された**旅行中支出**は1人当たり平均127,877円であった。旅行手配方法別では、団体ツアー参加者では1人当たり平均82,673円、個人旅行パッケージ利用者では1人当たり平均111,476円、個別手配者では1人当たり平均147,031円であった（図表2-3）。
- 旅行前支出と旅行中支出を合算した**旅行総支出**は、1人当たり平均217,409円であった（図表2-4）。

注1) 旅行会社等が企画した団体ツアーに参加した人
 注2) 往復航空（船舶）券と宿泊等がセットになった個人旅行向けパッケージ商品を利用した人
 注3) 往復航空（船舶）券や宿泊等を個別に手配した人

図表 2-2 訪日外国人 1 人当たり旅行前支出（旅行手配方法別） ※四半期速報値

【団体ツアー参加者】			【個人旅行パッケージ利用者】			【個別手配者】		
国籍・地域	(%)	(円/人)	国籍・地域	(%)	(円/人)	国籍・地域	(%)	(円/人)
全国籍・地域	21.4%	130,581	全国籍・地域	11.4%	129,282	全国籍・地域	67.2%	64,618
韓国	6.8%	83,013	韓国	6.1%	71,076	韓国	87.1%	26,766
台湾	32.5%	120,229	台湾	13.7%	86,580	台湾	53.8%	41,012
香港	11.6%	180,909	香港	20.5%	136,580	香港	68.0%	55,096
中国	38.5%	120,590	中国	16.2%	133,845	中国	45.3%	57,902
タイ	16.6%	135,454	タイ	5.2%	117,506	タイ	78.2%	66,373
シンガポール	6.7%	236,630	シンガポール	4.4%	107,229	シンガポール	88.9%	96,246
マレーシア	12.1%	175,800	マレーシア	9.3%	164,611	マレーシア	78.5%	56,244
インドネシア	4.5%	186,729	インドネシア	7.0%	103,928	インドネシア	88.5%	77,823
フィリピン	4.2%	78,568	フィリピン	4.7%	149,841	フィリピン	91.1%	54,790
ベトナム	15.5%	190,757	ベトナム	6.9%	264,500	ベトナム	77.6%	70,792
インド	2.3%	172,752	インド	3.4%	107,309	インド	94.4%	88,078
英国	3.7%	175,647	英国	9.3%	369,669	英国	87.0%	154,152
ドイツ	8.5%	428,767	ドイツ	6.8%	302,877	ドイツ	84.6%	134,106
フランス	2.9%	300,831	フランス	7.2%	363,289	フランス	89.9%	105,173
イタリア	12.1%	508,069	イタリア	13.1%	444,855	イタリア	74.7%	113,498
スペイン	2.0%	286,505	スペイン	6.1%	416,388	スペイン	91.9%	118,992
ロシア	4.9%	309,470	ロシア	7.3%	240,053	ロシア	87.8%	108,510
米国	5.2%	368,988	米国	4.4%	274,381	米国	90.3%	168,428
カナダ	5.1%	216,296	カナダ	5.7%	232,434	カナダ	89.2%	121,462
オーストラリア	5.3%	327,572	オーストラリア	3.2%	195,009	オーストラリア	91.5%	96,593
その他	5.6%	313,228	その他	1.9%	183,117	その他	92.6%	131,016

図表 2-3 訪日外国人 1 人当たり旅行中支出（国籍・地域別） ※四半期速報値

国籍・地域	(円/人)				b.平均泊数	(円/人泊)			
	a.旅行中支出	団体ツアー参加者	個人旅行パッケージ利用者	個別手配者		c.1泊当たり旅行中支出 (=a/b)	団体ツアー参加者	個人旅行パッケージ利用者	個別手配者
全国籍・地域	127,877	82,673	111,476	147,031	12.3	10,361	15,068	16,453	9,502
韓国	61,432	26,617	40,363	65,990	4.7	13,044	10,085	12,620	13,257
台湾	87,527	37,725	64,700	126,252	9.1	9,615	8,845	12,095	9,725
香港	117,594	82,126	92,256	131,851	8.4	13,939	17,229	16,978	13,230
中国	182,296	109,668	162,248	257,854	14.7	12,392	19,276	20,261	10,403
タイ	106,287	86,691	86,536	112,274	11.8	8,989	19,204	13,407	8,175
シンガポール	167,783	140,954	88,458	173,690	9.1	18,438	16,583	8,425	19,139
マレーシア	94,993	60,527	74,777	103,046	11.2	8,452	12,437	10,617	8,100
インドネシア	137,040	86,071	56,590	146,218	16.8	8,178	18,258	9,577	8,024
フィリピン	134,762	60,690	84,933	141,366	44.6	3,022	14,280	12,531	2,919
ベトナム	132,622	119,528	36,250	141,121	42.0	3,158	17,075	5,000	2,709
インド	146,784	89,063	48,333	152,024	29.5	4,980	4,142	4,833	5,006
英国	175,307	86,622	71,388	186,281	15.3	11,461	8,383	6,336	11,689
ドイツ	169,871	78,367	247,640	173,400	17.0	9,972	5,442	19,811	9,815
フランス	159,570	36,400	236,008	155,952	18.7	8,524	3,309	12,554	8,225
イタリア	143,149	76,967	84,819	166,496	15.8	9,055	6,791	7,023	9,686
スペイン	183,946	80,221	78,623	190,855	15.6	11,810	6,976	6,937	11,970
ロシア	205,644	102,652	95,167	217,946	38.5	5,341	10,265	3,496	5,312
米国	159,662	127,614	78,280	165,827	18.6	8,596	5,814	8,333	8,807
カナダ	153,436	107,410	58,955	163,554	16.5	9,278	8,593	8,039	9,424
オーストラリア	184,646	31,908	157,411	195,628	14.8	12,513	2,727	10,156	13,123
その他	151,624	80,592	63,651	158,899	24.9	6,094	4,650	6,700	6,197

図表 2-4 訪日外国人 1 人当たり旅行総支出（国籍・地域別） ※四半期速報値

国籍・地域	(円/人)				b.平均泊数	(円/人泊)			
	a.旅行総支出	団体ツアー参加者	個人旅行パッケージ利用者	個別手配者		c.1泊当たり旅行総支出 (=a/b)	団体ツアー参加者	個人旅行パッケージ利用者	個別手配者
全国籍・地域	217,409	213,808	242,783	215,858	12.3	17,615	38,968	35,834	13,949
韓国	94,650	108,557	109,376	92,306	4.7	20,097	41,129	34,198	18,543
台湾	160,672	158,248	151,715	164,933	9.1	17,650	37,103	28,362	12,704
香港	207,087	267,620	229,522	188,707	8.4	24,547	56,144	42,239	18,935
中国	279,995	231,354	298,510	324,807	14.7	19,033	40,663	37,277	13,104
タイ	193,444	217,980	202,545	186,331	11.8	16,359	48,287	31,380	13,568
シンガポール	288,046	384,041	164,479	285,860	9.1	31,653	45,181	15,665	31,500
マレーシア	180,367	236,620	244,884	160,127	11.2	16,049	48,621	34,768	12,587
インドネシア	224,959	272,800	146,713	227,619	16.8	13,424	57,867	24,828	12,491
フィリピン	190,300	128,702	296,231	187,758	44.6	4,267	30,283	43,706	3,877
ベトナム	229,684	300,412	390,500	206,258	42.0	5,469	42,916	53,862	3,960
インド	255,713	288,835	159,932	260,178	29.5	8,676	13,434	15,993	8,568
英国	363,347	271,802	444,435	356,789	15.3	23,754	26,303	39,447	22,389
ドイツ	361,773	493,460	584,894	321,537	17.0	21,238	34,268	46,792	18,200
フランス	309,077	322,905	588,728	273,044	18.7	16,511	29,355	31,315	14,401
イタリア	366,274	589,191	528,251	289,221	15.8	23,170	51,987	43,741	16,826
スペイン	314,102	309,426	383,207	312,273	15.6	20,166	26,907	33,812	19,584
ロシア	332,776	185,660	371,700	333,860	38.5	8,643	18,566	13,654	8,137
米国	357,984	489,904	370,626	349,998	18.6	19,274	22,320	39,454	18,589
カナダ	313,609	320,326	303,144	313,897	16.5	18,963	25,626	41,338	18,087
オーストラリア	306,554	360,512	410,351	300,470	14.8	20,774	30,813	26,474	20,156
その他	295,618	406,332	246,768	289,960	24.9	11,882	23,442	25,976	11,309

(4) 旅行支出の推計

- 訪日外国人の旅行支出および旅行消費額は、訪日外国人が日本国内で支払った旅行中支出に、パッケージツアー参加費に含まれる宿泊料金や飲食費、交通費などの国内収入分（以下、パッケージ内訳）を加算することにより推計する（平成 26 年より四半期報告書においてもパッケージ内訳を含む旅行支出を推計している）。
- 今期のパッケージ内訳は 1 人当たり平均 27,256 円と推計される（図表 2-5）。
 - 旅行中支出にパッケージ内訳を加えた今期の旅行支出は、1 人当たり平均 155,133 円と推計される。
 - これに今期の訪日外客数を乗じることで、平成 28 年 7-9 月期の訪日外国人旅行消費額は 9,717 億円と推計される。

図表 2-5 訪日外国人1人当たり旅行支出と訪日外国人旅行消費額の推移

暦年		(円/人)		(円/人)		(円/人)		(人)		(億円)	
		a. 日本国内での旅行中支出 ^{注1} (パッケージ内訳を含まない)	前年比	b. パッケージツアー参加費に含まれる国内収入分 ^{注1・注2} (パッケージ内訳)	前年比	c. 旅行支出 ^{注1} (パッケージ内訳を含む) (=a+b)	前年比	d. 訪日外客数 ^{注3} (JNTO)	前年比	e. 訪日外国人旅行消費額 ^{注1} (=c × d)	前年比
平成27年	平成27年	143,832	15.4%	32,335	21.7%	176,167	16.5%	19,737,409	47.1%	34,771	71.5%
	平成28年										
四半期	平成27年1-3月期	143,203	14.4%	27,823	14.4%	171,025	14.4%	4,131,254	43.7%	7,065	64.4%
	平成27年4-6月期	143,505	22.6%	34,040	26.6%	177,546	23.4%	5,008,623	48.0%	8,893	82.6%
	平成27年7-9月期	150,347	15.0%	36,819	33.9%	187,166	18.3%	5,347,587	53.7%	10,009	81.8%
	平成27年10-12月期	138,004	10.1%	29,692	9.4%	167,696	10.0%	5,249,945	42.8%	8,804	57.1%
	平成28年1-3月期	136,551	-4.6%	25,192	-9.5%	161,743	-5.4%	5,752,819	39.3%	9,305	31.7%
	平成28年4-6月期	129,451	-9.8%	30,482	-10.5%	159,933	-9.9%	5,960,993	19.0%	9,534	7.2%
	平成28年7-9月期	127,877	-14.9%	27,256	-26.0%	155,133	-17.1%	6,263,851	17.1%	9,717	-2.9%
	平成28年10-12月期										

注1) 訪日外客数(JNTO)の更新等に伴い、前期公表値から一部数値を改訂している。

注2) パッケージツアー参加費に含まれる国内収入分は、パッケージツアーに参加していない個人手配者(参加費0円)も含めた全体平均の値である。

注3) 訪日外客数(JNTO)は、平成27年および平成28年1-7月は暫定値、平成28年8-9月は推計値を使用している。

【訪日外国人旅行消費額の推計方法（パッケージツアー参加費に含まれる国内収入分の加算）】

パッケージツアー参加費には、「出発国から日本までの往復運賃」に加え、日本国内に支払われる「宿泊料金」「飲食費」「交通費」「娯楽サービス費」が含まれているものと仮定する。これらの費目のうち、「出発国から日本までの往復運賃」を除く費目の支出を、日本国内に支払われる支出（国内収入分）とみなす。

訪日外国人旅行消費額は、「旅行中支出」に「パッケージツアー参加費に含まれる国内収入分」の金額を加算することにより推計する。パッケージツアー参加費の内訳は、観光・レジャー目的の個人手配者の旅行支出における費目別構成比を用いて配分した。なお、この配分は国籍・地域毎（20市場と「その他の国籍・地域」の21区分）に行っている。

本報告書で推計している訪日外国人旅行消費額には、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（往復運賃）が含まれない点に留意されたい。

- 今期の旅行支出を国籍・地域別にみると、中国 (22.8 万円)、ロシア (22.2 万円)、イタリア (21.5 万円) の順で高い。また、韓国 (6.8 万円) は他の国籍・地域に比べて旅行支出が低い (図表 2-6)。
- 今期の訪日外国人旅行消費額を国籍・地域別にみると、①中国 4,398 億円 (構成比 45.3%)、②台湾 1,292 億円 (同 13.3%)、③韓国 908 億円 (同 9.3%)、④香港 699 億円 (同 7.2%)、⑤米国 532 億円 (同 5.5%) の順となっている。
- 前述の上位 5 ヶ国合計で 7,830 億円 (構成比 80.6%) を占める。エリア別では、東アジア 4 ヶ国合計で 7,297 億円 (同 75.1%)、東南アジア 6 ヶ国 (タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナム) 合計で 599 億円 (同 6.2%)、欧州 5 ヶ国 (英国、ドイツ、フランス、イタリア、スペイン) 合計で 511 億円 (同 5.3%) となっている。

図表 2-6 訪日外国人1人当たり旅行支出と訪日外国人旅行消費額 (国籍・地域別) ※四半期速報値

平成28年7-9月期	(円/人)		(円/人)		(円/人)		(人)		(億円)		
	a. 日本国内での旅行中支出 (パッケージ内訳を含まない)		b. パッケージツアー参加費に含まれる国内収入分 ^{注1} (パッケージ内訳)		c. 旅行支出 (パッケージ内訳を含む) (=a+b)		d. 訪日外客数 ^{注2} (JNTO)		e. 訪日外国人旅行消費額 (=c×d)		
		前年比		前年比		前年比		前年比		構成比	前年比
全国籍・地域	127,877	-14.9%	27,256	155,133	-17.1%	6,263,851	17.1%	9,717	100.0%	-2.9%	
韓国	61,432	-7.7%	6,505	67,937	-11.8%	1,336,508	29.0%	908	9.3%	13.7%	
台湾	87,527	-16.2%	32,394	119,921	-15.6%	1,077,702	10.1%	1,292	13.3%	-7.0%	
香港	117,594	-25.9%	29,532	147,127	-23.6%	474,830	14.3%	699	7.2%	-12.7%	
中国	182,296	-15.6%	45,525	227,821	-18.9%	1,930,686	16.3%	4,398	45.3%	-5.6%	
タイ	106,287	-21.4%	16,457	122,744	-25.1%	140,653	19.7%	173	1.8%	-10.4%	
シンガポール	167,783	-5.3%	11,636	179,419	-6.7%	51,960	7.1%	93	1.0%	-0.1%	
マレーシア	94,993	-33.2%	22,881	117,874	-30.1%	66,360	23.9%	78	0.8%	-13.4%	
インドネシア	137,040	-2.1%	8,939	145,979	-21.3%	57,292	19.0%	84	0.9%	-6.3%	
フィリピン	134,762	6.2%	5,831	140,593	6.8%	58,506	24.5%	82	0.8%	33.0%	
ベトナム	132,622	-24.4%	29,186	161,808	-28.7%	55,084	23.2%	89	0.9%	-12.2%	
インド	146,784	-5.4%	5,940	152,723	-4.0%	29,025	11.3%	44	0.5%	6.9%	
英国	175,307	-7.9%	22,007	197,313	-10.5%	70,920	2.0%	140	1.4%	-8.6%	
ドイツ	169,871	5.9%	34,192	204,063	14.2%	45,589	9.1%	93	1.0%	24.6%	
フランス	159,570	-30.5%	19,236	178,807	-30.6%	67,962	15.6%	122	1.3%	-19.8%	
イタリア	143,149	-22.8%	72,055	215,204	-8.2%	39,067	11.7%	84	0.9%	2.5%	
スペイン	183,946	-8.2%	19,222	203,169	-17.0%	35,532	14.7%	72	0.7%	-4.8%	
ロシア	205,644	32.9%	16,200	221,844	17.5%	13,500	-4.1%	30	0.3%	12.6%	
米国	159,662	-2.1%	15,881	175,544	-2.3%	303,236	20.6%	532	5.5%	17.8%	
カナダ	153,436	12.5%	12,511	165,947	7.4%	66,928	21.2%	111	1.1%	30.1%	
オーストラリア	184,646	-2.8%	15,362	200,008	-6.2%	89,596	14.9%	179	1.8%	7.8%	
その他	151,624	-10.4%	11,716	163,339	-8.4%	252,915	6.6%	413	4.3%	-2.4%	

注1) パッケージツアー参加費に含まれる国内収入分は、パッケージツアーに参加していない個人手配者(参加費0円)も含めた全体平均の値である。

注2) 訪日外客数(JNTO)は平成28年7月は暫定値、同年8-9月は推計値を使用している。

(5) 費目別にみる旅行支出

- 費目別旅行支出（パッケージツアー参加費内訳を含む）を国籍・地域別にみると、フランスやイタリアで「娯楽サービス費」が1万円超と高い。「買物代」は中国が10万円超と圧倒的に高い（図表2-7）。
- 費目別旅行消費額を国籍・地域別にみると、いずれの費目も中国が最も高くなっている。特に「買物代」は1,969億円と他の国籍・地域に比べ突出して高い。
- 旅行消費額の費目別構成比をみると、インドや英国、ドイツ、イタリア、スペイン、オーストラリアでは「宿泊料金」の割合が4割超と高い傾向がみられる。中国では「買物代」が44.8%と高い割合を占める（図表2-8）。

図表 2-7 費目別にみる訪日外国人1人当たり旅行支出（国籍・地域別）※四半期速報値

(円/人)

国籍・地域	【費目別旅行支出】						
	旅行支出 総額	宿泊料金	飲食費	交通費	娯楽 サービス 費	買物代	その他
全国籍・地域	155,133	44,566	32,678	18,695	5,152	53,544	499
韓国	67,937	21,097	17,392	7,593	3,247	18,478	130
台湾	119,921	36,549	24,911	14,290	4,288	39,874	9
香港	147,127	45,916	28,840	18,907	6,206	47,145	112
中国	227,821	51,029	44,769	22,665	6,291	101,964	1,102
タイ	122,744	36,694	22,771	18,258	5,409	39,612	0
シンガポール	179,419	67,537	35,061	21,331	3,099	43,444	8,946
マレーシア	117,874	40,282	21,696	16,231	3,282	36,384	0
インドネシア	145,979	51,446	26,749	27,256	3,741	36,671	117
フィリピン	140,593	48,422	31,708	12,559	5,151	42,753	0
ベトナム	161,808	33,509	57,298	14,761	4,766	51,474	0
インド	152,723	61,444	25,469	24,164	3,098	38,548	0
英国	197,313	83,802	43,030	33,911	5,703	30,868	0
ドイツ	204,063	92,089	42,036	37,017	7,214	25,229	478
フランス	178,807	58,987	31,361	38,757	10,057	39,585	60
イタリア	215,204	86,966	51,162	43,657	11,367	22,052	0
スペイン	203,169	88,478	47,349	39,171	6,444	21,580	147
ロシア	221,844	86,585	37,420	20,329	9,472	63,317	4,720
米国	175,544	66,471	44,184	29,822	6,137	28,508	421
カナダ	165,947	57,286	39,985	27,929	5,960	33,877	909
オーストラリア	200,008	82,499	40,117	32,286	7,119	37,925	62
その他	163,339	68,221	38,613	25,090	4,318	27,097	0

図表 2-8 費目別にみる訪日外国人旅行消費額（国籍・地域別）※四半期速報値

(億円) (％)

国籍・地域	【費目別旅行消費額】							【費目別旅行消費額 構成比】(ヨコ計100%)					
	消費額 総額	宿泊料金	飲食費	交通費	娯楽 サービス 費	買物代	その他	宿泊料金	飲食費	交通費	娯楽 サービス 費	買物代	その他
全国籍・地域	9,717	2,792	2,047	1,171	323	3,354	31	28.7%	21.1%	12.1%	3.3%	34.5%	0.3%
韓国	908	282	232	101	43	247	2	31.1%	25.6%	11.2%	4.8%	27.2%	0.2%
台湾	1,292	394	268	154	46	430	0	30.5%	20.8%	11.9%	3.6%	33.3%	0.0%
香港	699	218	137	90	29	224	1	31.2%	19.6%	12.9%	4.2%	32.0%	0.1%
中国	4,398	985	864	438	121	1,969	21	22.4%	19.7%	9.9%	2.8%	44.8%	0.5%
タイ	173	52	32	26	8	56	0	29.9%	18.6%	14.9%	4.4%	32.3%	0.0%
シンガポール	93	35	18	11	2	23	5	37.6%	19.5%	11.9%	1.7%	24.2%	5.0%
マレーシア	78	27	14	11	2	24	0	34.2%	18.4%	13.8%	2.8%	30.9%	0.0%
インドネシア	84	29	15	16	2	21	0	35.2%	18.3%	18.7%	2.6%	25.1%	0.1%
フィリピン	82	28	19	7	3	25	0	34.4%	22.6%	8.9%	3.7%	30.4%	0.0%
ベトナム	89	18	32	8	3	28	0	20.7%	35.4%	9.1%	2.9%	31.8%	0.0%
インド	44	18	7	7	1	11	0	40.2%	16.7%	15.8%	2.0%	25.2%	0.0%
英国	140	59	31	24	4	22	0	42.5%	21.8%	17.2%	2.9%	15.6%	0.0%
ドイツ	93	42	19	17	3	12	0	45.1%	20.6%	18.1%	3.5%	12.4%	0.2%
フランス	122	40	21	26	7	27	0	33.0%	17.5%	21.7%	5.6%	22.1%	0.0%
イタリア	84	34	20	17	4	9	0	40.4%	23.8%	20.3%	5.3%	10.2%	0.0%
スペイン	72	31	17	14	2	8	0	43.5%	23.3%	19.3%	3.2%	10.6%	0.1%
ロシア	30	12	5	3	1	9	1	39.0%	16.9%	9.2%	4.3%	28.5%	2.1%
米国	532	202	134	90	19	86	1	37.9%	25.2%	17.0%	3.5%	16.2%	0.2%
カナダ	111	38	27	19	4	23	1	34.5%	24.1%	16.8%	3.6%	20.4%	0.5%
オーストラリア	179	74	36	29	6	34	0	41.2%	20.1%	16.1%	3.6%	19.0%	0.0%
その他	413	173	98	63	11	69	0	41.8%	23.6%	15.4%	2.6%	16.6%	0.0%

(6) 来訪目的別にみる旅行支出

- 来訪目的別に旅行支出をみると、「観光・レジャー」は1人当たり平均147,734円、「親族・知人訪問」は1人当たり平均102,114円、「業務（展示会・見本市／国際会議／企業ミーティング／研修／その他ビジネス）」は1人当たり平均135,575円などとなっている（図表2-9）。

- 来訪目的別に旅行消費額（パッケージツアー参加費に含まれる国内収入分を含む）を推計すると、「観光・レジャー」目的が6,884億円で全体の71.2%を占める。これに対し「業務」目的の旅行消費額は1,215億円で、全体の12.6%を占める（平成28年より四半期報告書においてもパッケージ内訳を含む旅行支出を掲載することとした）。

図表2-9 来訪目的別にみる訪日外国人1人当たり旅行支出（主要国籍・地域別） ※四半期速報値

主な来訪目的	観光・レジャー	親族・知人訪問	留学	治療・検診	イベント	インセンティブツアー	業務	展示会・見本市	国際会議	企業ミーティング	研修	その他ビジネス	その他 ^{注1}	MICE ^{注2} (再掲)	
															全国籍・地域
a. 旅行支出 (円/人)	全国籍・地域	147,734	102,114	551,910	40,315	147,681	165,469	135,575	106,731	99,309	104,500	153,439	152,628	173,555	121,221
	韓国	65,217	64,380	229,073	9,966	75,843	57,483	73,000	71,699	77,667	62,151	115,097	72,511	104,705	73,298
	台湾	115,173	69,981	392,244	52,179	168,446	157,073	99,153	32,784	103,304	67,724	140,617	105,935	127,870	102,463
	香港	144,351	176,005	778,388	-	-	159,511	95,382	54,537	49,579	19,832	277,642	89,560	108,283	110,271
	中国	213,436	119,197	736,789	-	161,953	189,123	202,356	161,387	79,571	127,525	173,232	233,759	289,817	155,622
	米国	173,149	120,069	383,566	-	160,930	-	178,341	28,340	111,299	112,340	298,843	207,702	198,668	143,956

【参考】

b. 外客数目的別構成比 (%) ヨコ計=100	全国籍・地域	74.4	5.3	2.5	0.1	0.4	0.4	14.3	0.5	1.2	3.3	1.9	7.4	2.6	7.7
	韓国	79.4	4.7	0.9	0.1	0.3	0.1	12.7	0.5	0.5	4.1	1.1	6.5	1.8	6.5
	台湾	82.8	3.1	2.4	0.4	0.3	0.5	8.7	0.5	1.1	1.6	1.1	4.4	1.9	5.1
	香港	89.6	0.8	0.8	0.0	0.0	0.4	7.7	0.8	1.2	0.4	0.8	4.6	0.8	3.5
	中国	79.5	4.4	3.3	0.0	0.6	0.6	10.1	0.5	0.3	1.2	1.7	6.4	1.4	5.0
	米国	41.3	12.9	4.7	0.0	0.3	0.0	34.1	0.1	1.6	11.2	2.7	18.4	2.6	15.9
c. 訪日外客数 ^{注3} (万人)	全国籍・地域	466.0	33.2	15.6	0.6	2.4	2.6	89.6	3.1	7.3	21.0	11.7	46.6	16.4	48.0
	韓国	106.1	6.3	1.2	0.1	0.3	0.2	16.9	0.7	0.6	5.4	1.5	8.7	2.4	8.7
	台湾	89.2	3.3	2.6	0.4	0.3	0.5	9.4	0.5	1.2	1.7	1.2	4.7	2.0	5.5
	香港	42.5	0.4	0.4	0.0	0.0	0.2	3.7	0.4	0.5	0.2	0.4	2.2	0.4	1.6
	中国	153.5	8.6	6.3	0.0	1.2	1.2	19.5	0.9	0.6	2.4	3.4	12.3	2.7	9.7
	米国	12.5	3.9	1.4	0.0	0.1	0.0	10.3	0.0	0.5	3.4	0.8	5.6	2.0	4.8
d. 旅行消費額 (億円) (=a × c)	全国籍・地域	6,884	339	863	2	35	42	1,215	33	72	219	180	711	285	582
	韓国	692	41	26	0	3	1	124	5	5	34	17	63	26	64
	台湾	1,027	23	103	2	5	8	93	2	13	12	17	50	26	56
	香港	614	6	29	0	0	3	35	2	3	0	10	20	4	18
	中国	3,275	102	467	0	20	23	394	14	5	30	58	287	79	151
	米国	217	47	55	0	1	0	184	0	5	38	24	116	41	69
e. 旅行中消費額目的別構成比 (%) ヨコ計=100	全国籍・地域	71.2%	3.5%	8.9%	0.0%	0.4%	0.4%	12.6%	0.3%	0.7%	2.3%	1.9%	7.4%	2.9%	6.0%
	韓国	75.9%	4.5%	2.9%	0.0%	0.3%	0.1%	13.6%	0.5%	0.5%	3.7%	1.8%	6.9%	2.8%	7.0%
	台湾	79.8%	1.8%	8.0%	0.2%	0.4%	0.6%	7.2%	0.1%	1.0%	0.9%	1.3%	3.9%	2.0%	4.3%
	香港	88.9%	0.9%	4.1%	0.0%	0.0%	0.4%	5.1%	0.3%	0.4%	0.1%	1.5%	2.9%	0.6%	2.6%
	中国	75.1%	2.3%	10.7%	0.0%	0.5%	0.5%	9.0%	0.3%	0.1%	0.7%	1.3%	6.6%	1.8%	3.5%
	米国	39.8%	8.6%	10.1%	0.0%	0.2%	0.0%	33.8%	0.0%	1.0%	7.0%	4.5%	21.3%	7.4%	12.7%
f. 回答数 ^{注4}	全国籍・地域	7,063	605	231	10	38	33	1,709	52	119	475	207	856	223	924
	韓国	3,138	187	34	4	10	5	501	20	19	161	43	258	54	258
	台湾	883	33	26	4	3	5	93	5	12	17	12	47	18	54
	香港	232	2	2	0	0	1	20	2	3	1	2	12	2	9
	中国	1,236	69	51	0	10	10	157	7	5	19	27	99	22	78
	米国	307	96	35	0	2	0	253	1	12	83	20	137	32	118

注1) 主な来訪目的のうち、「ハネムーン」「学校関連の旅行」「スポーツ・スポーツ観戦」「トランジット」については「その他」に含めている。

注2) 「MICE」は、主な来訪目的が「イベント」「インセンティブツアー」「展示会・見本市」「国際会議」「企業ミーティング」「研修」の回答の集計結果である。

注3) JNTO「訪日外客数」に、本調査から得られた「b.外客数目的別構成比」を乗じて算出した。

注4) 回答数の少ない数値については取り扱いに留意されたい。

注5) 旅行支出無回答者が存在するため、上表の来訪目的別旅行消費額の合計値は平成28年7-9月期旅行消費額とは一致しない。

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、65.4%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61.4%と高い。国籍・地域別では、「菓子類」では韓国、「化粧品・香水」では中国、「医薬品・健康グッズ・トイレタリー」では台湾と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1人当たり平均支出）は、「カメラ・ビデオカメラ・時計」が4.6万円と最も高い。特に香港、中国では5万円台と、他の国籍・地域に比べて高い。
- 来訪目的別では、購入率は観光・レジャー客の方が高い傾向にあるが、購入者単価は業務客の方が高い傾向にある（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）

費目	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	65.4%	7,695	81.5%	5,347	66.9%	6,995	57.3%	8,226	69.1%	9,968	36.3%	5,490
その他食料品・飲料・酒・たばこ	61.4%	10,875	61.4%	5,301	63.2%	8,194	62.5%	11,092	58.3%	13,777	65.5%	16,910
カメラ・ビデオカメラ・時計	8.8%	45,838	1.9%	19,824	4.4%	24,866	6.3%	52,016	17.4%	55,524	3.4%	31,824
電気製品	16.4%	27,580	2.7%	16,630	21.9%	20,946	11.1%	14,880	28.6%	32,988	8.0%	11,804
化粧品・香水	44.7%	24,028	31.6%	6,877	38.9%	10,883	47.4%	15,523	74.1%	36,938	10.7%	9,455
医薬品・健康グッズ・トイレタリー	52.7%	16,270	45.3%	6,017	70.5%	11,730	61.7%	11,301	71.9%	25,871	16.0%	8,652
和服(着物)・民芸品	10.9%	9,539	5.6%	3,281	6.4%	7,720	15.0%	9,823	6.9%	7,819	22.7%	12,753
服(和服以外)・かばん・靴	38.1%	24,676	23.3%	14,167	44.7%	19,497	58.9%	17,758	41.7%	37,170	22.3%	21,533
マンガ・アニメ・キャラクター関連商品	16.9%	9,861	16.8%	7,269	14.2%	6,223	14.6%	14,859	18.5%	13,813	18.8%	7,741
書籍・絵葉書・CD・DVD	13.4%	5,798	4.5%	6,473	15.2%	4,220	14.6%	4,380	13.6%	8,031	22.9%	5,016

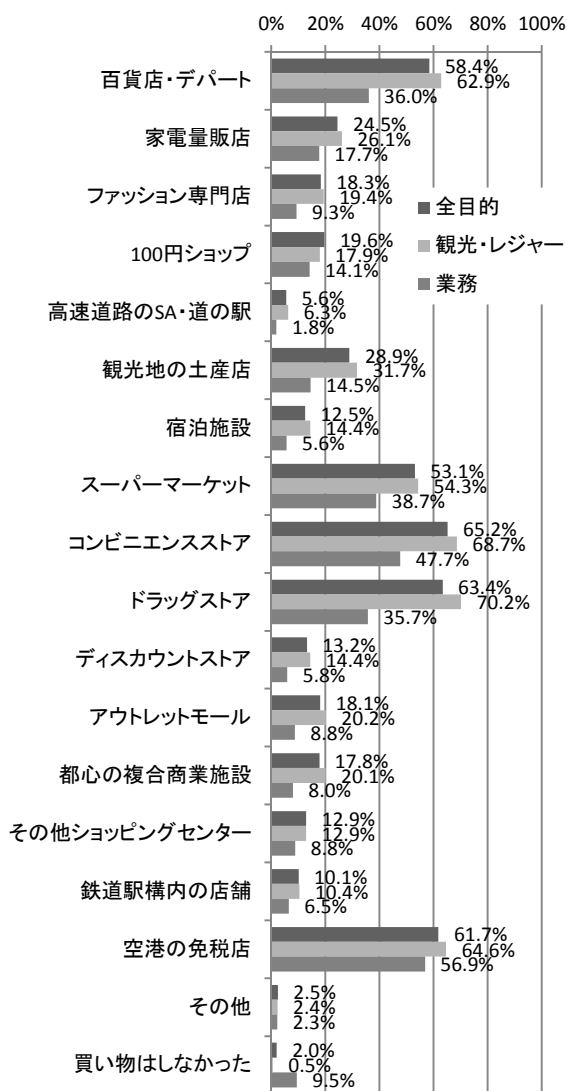
図表 3-2 来訪目的別にみる費目別購入率および購入者単価（主要国籍・地域別）

費目	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	84.7%	5,112	68.0%	6,430	58.3%	7,773	69.2%	9,357	42.0%	4,430
		業務	66.8%	6,786	53.9%	10,665	50.0%	8,936	69.0%	11,379	25.4%	5,685
その他食料品・飲料・酒・たばこ		観光・レジャー	64.2%	4,548	62.9%	7,231	61.4%	10,691	60.0%	10,752	73.9%	12,476
		業務	48.3%	9,419	61.8%	13,033	88.9%	19,000	56.1%	26,936	51.6%	12,028
カメラ・ビデオカメラ・時計		観光・レジャー	1.8%	14,358	4.6%	16,007	6.6%	11,291	17.2%	47,919	2.9%	19,214
		業務	1.8%	22,398	2.2%	20,000	5.6%	500,000	18.1%	65,287	2.0%	20,177
電気製品		観光・レジャー	2.6%	15,756	22.7%	18,828	11.8%	14,610	29.5%	28,938	6.5%	7,230
		業務	2.6%	21,514	22.5%	32,194	5.6%	20,000	23.9%	55,257	6.3%	15,136
化粧品・香水		観光・レジャー	34.1%	6,064	40.8%	10,876	49.1%	15,404	76.3%	36,473	10.1%	4,885
		業務	19.9%	11,173	22.5%	7,687	38.9%	16,891	64.5%	38,459	7.9%	15,171
医薬品・健康グッズ・トイレタリー		観光・レジャー	49.5%	5,754	72.1%	11,414	61.8%	10,173	75.5%	25,949	16.9%	4,930
		業務	24.9%	7,584	61.8%	13,845	66.7%	20,182	58.7%	25,185	7.1%	18,706
和服(着物)・民芸品		観光・レジャー	6.5%	2,953	7.2%	6,342	14.9%	9,478	7.7%	7,799	26.4%	11,220
		業務	1.4%	7,179	2.2%	25,500	11.1%	5,000	1.9%	10,000	13.5%	14,090
服(和服以外)・かばん・靴		観光・レジャー	24.8%	12,589	46.6%	17,665	63.2%	15,922	42.0%	33,785	26.4%	14,441
		業務	8.0%	21,271	22.5%	26,972	11.1%	63,235	30.3%	49,317	12.3%	46,542
マンガ・アニメ・キャラクター関連商品		観光・レジャー	18.5%	6,639	15.1%	6,258	14.5%	11,762	20.6%	12,865	23.8%	7,126
		業務	7.4%	6,582	4.5%	4,075	0.0%	-	7.1%	22,875	7.9%	8,090
書籍・絵葉書・CD・DVD		観光・レジャー	4.6%	4,960	14.6%	2,941	15.8%	3,701	13.5%	4,729	30.0%	3,855
		業務	2.8%	16,691	12.4%	8,757	0.0%	-	10.3%	8,956	8.7%	7,987

(3) 買物場所

- 買物場所は「コンビニエンスストア」(65.2%)、「ドラッグストア」(63.4%)、「空港の免税店」(61.7%)の順となっている(図表3-3)。
- 来訪目的別に見ると、「買い物はしなかった」を除く全ての項目で観光・レジャー客の利用率が業務客に比べ高い。また、業務客では「買い物はしなかった」の割合が9.5%を占める。

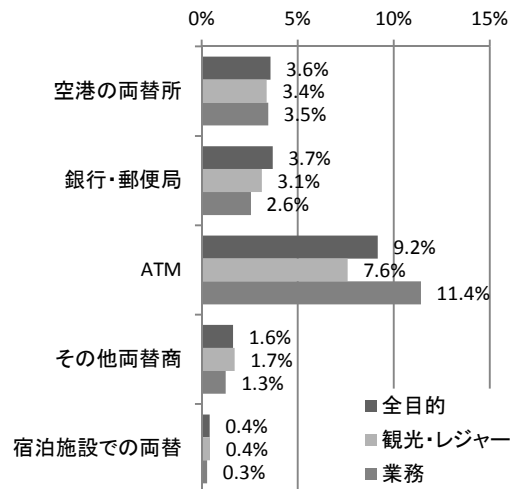
図表 3-3 買物場所
(全国籍・地域、来訪目的別、複数回答)



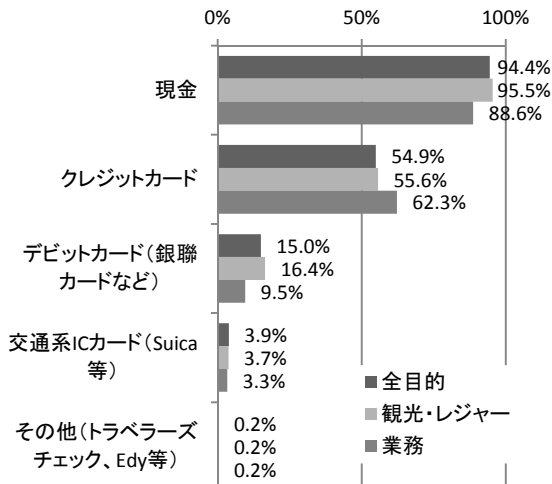
(4) 利用した金融機関と決済方法

- 利用した金融機関を見ると、「ATM」の利用率が9.2%と、他の金融機関に比べて高い(図表3-4)。
- 決済方法は「現金」の利用率が9割を超える。「クレジットカード」は観光・レジャー客に比べ業務客での利用率が高い(図表3-5)。

図表 3-4 利用した金融機関
(全国籍・地域、来訪目的別、複数回答)



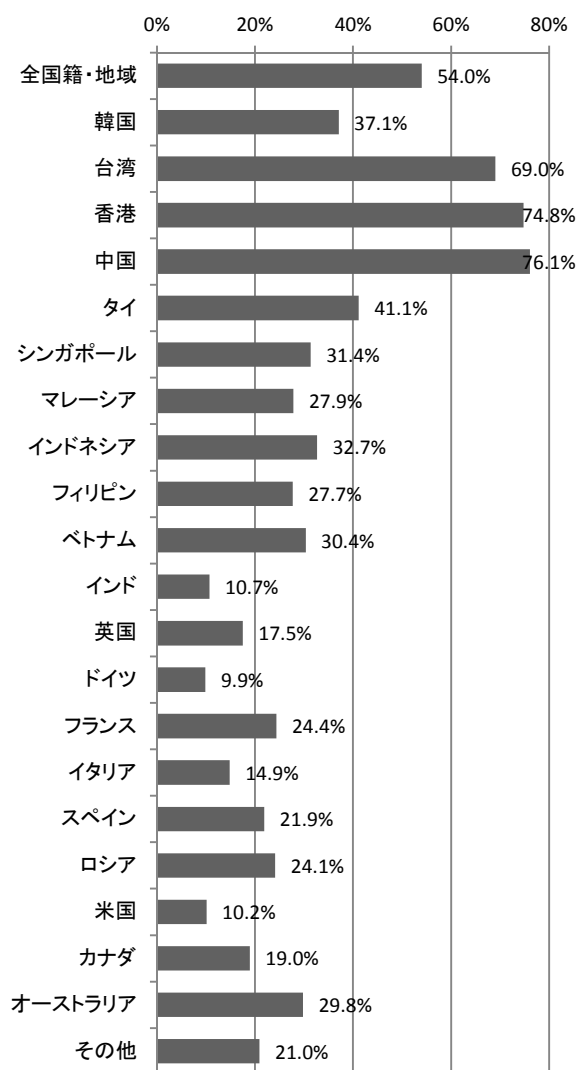
図表 3-5 利用した決済方法
(全国籍・地域、来訪目的別、複数回答)



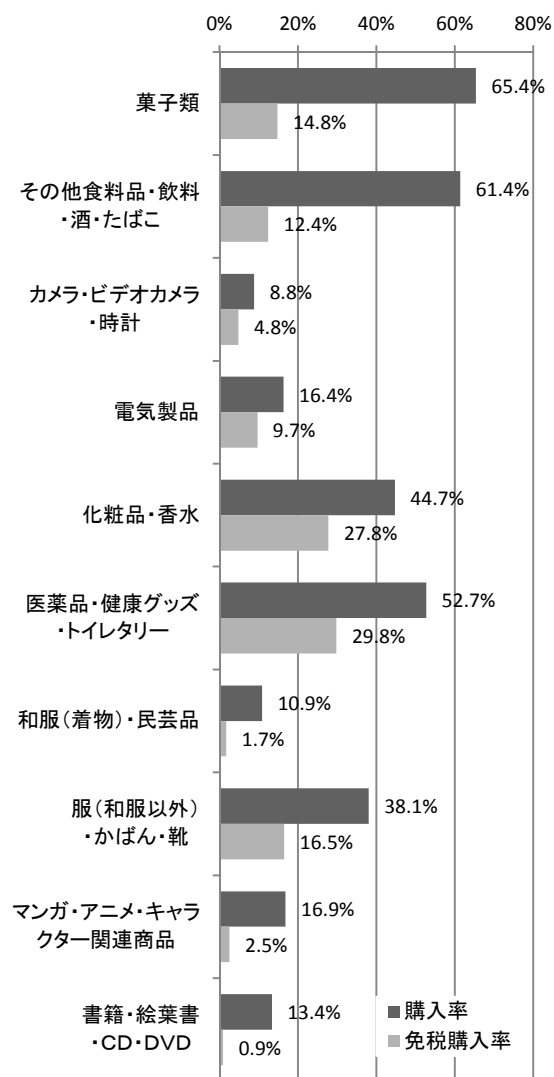
(5) 消費税免税手続きの実施状況

- 今回の日本滞在中に消費税免税手続きを実施した人の割合は全体の 54.0% である (図表 3-6)。
- 国籍・地域別にみると、香港、中国で 7 割を超える他、台湾でも 7 割弱と高い。一方、インドやドイツ、米国では 1 割前後と他の国籍・地域に比べて低い。
- 買物の費目別に、消費税免税手続きをして当該費目を購入した人の割合 (費目別の免税実施率、分母は訪日外国人全体) をみると、「医薬品・健康グッズ・トイレタリー」(29.8%) が最も高く、次いで「化粧品・香水」(27.8%)、「服・かばん・靴」(16.5%) の順で高くなっている (図表 3-7)。

図表 3-6 消費税免税手続きの実施率 (国籍・地域別)



図表 3-7 費目別購入率と費目別の免税実施率 (全国籍・地域、複数回答)



4. 満足度と再訪意向

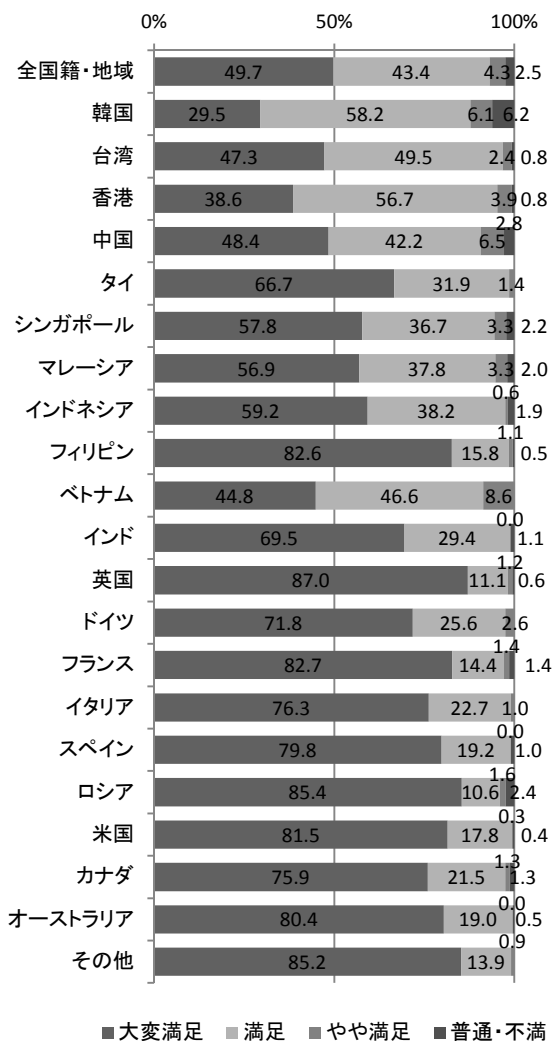
(1) 訪日旅行全体の満足度

- 今回の訪日旅行全体の満足度は「大変満足」49.7%、「満足」43.4%である。
- 国籍・地域別では、フィリピンや英国、フランス、ロシア、米国、オーストラリアで「大変満足」の割合が8割超と高い（図表4-1）。

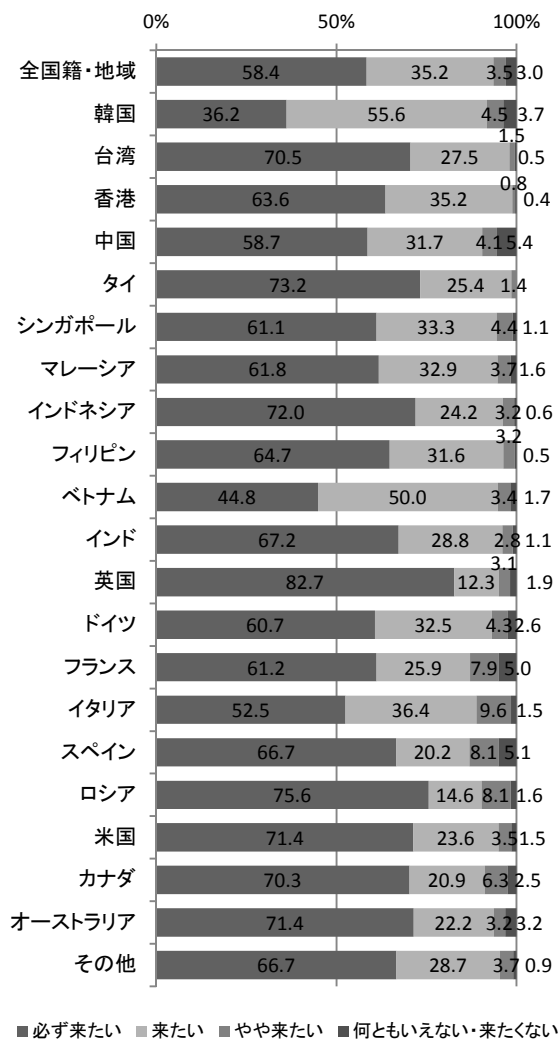
(2) 日本への再訪意向

- 日本への再訪意向では、「必ず来たい」が58.4%、「来たい」が35.2%である。
- 国籍・地域別では、英国で「必ず来たい」の割合が8割超と高い（図表4-2）。

図表 4-1 訪日旅行全体の満足度（国籍・地域別）



図表 4-2 日本への再訪意向（国籍・地域別）



(3) 最も満足した購入商品

- 今回の日本滞在中に購入した商品やサービスのうち、最も満足したものを自由回答形式で尋ねた。
- 最も満足した購入商品の割合を国籍・地域別にみると、韓国は「菓子類」(19.4%)、台湾は「医薬品・健康グッズ・トイレタリー」(16.8%)、香港と米国は「服・かばん・靴」(それぞれ 34.8%、22.7%)、中国は「化粧品・香水」(25.1%)の割合が高い(図表 4-3)。

- 満足した理由(自由回答形式)を 11 区分に分類し、商品区分毎に集計した結果を図表 4-4 に示す。「カメラ・ビデオカメラ」や「時計」「電気製品」「化粧品・香水」「医薬品・健康グッズ・トイレタリー」では「品質が良いから」とする回答が多く、「たばこ」では「価格が手頃・自国より安いから」とする回答が多かった。「カメラ・ビデオカメラ」や「電気製品」では「品質が良いから」に加え、「日本製だから」とする回答も多くみられた。

図表 4-3 最も満足した購入商品 (主な国籍・地域別)

商品区分	国籍・地域				
	韓国	台湾	香港	中国	米国
菓子類	19.4	10.9	8.0	6.0	7.7
酒	6.3	2.4	0.9	0.3	5.5
その他食料品・飲料	6.6	4.8	7.1	1.7	4.0
たばこ	0.8	0.2	0.0	0.3	0.0
カメラ・ビデオカメラ	0.2	2.0	0.9	3.4	2.6
時計	0.8	1.7	3.6	7.9	0.7
電気製品	1.1	15.5	2.7	12.4	2.6
化粧品・香水	11.2	6.3	13.4	25.1	2.2
医薬品・健康グッズ・トイレタリー	15.0	16.8	6.3	11.7	0.7
和服・民芸品	2.4	3.7	1.8	1.5	20.9
服・かばん・靴	15.4	15.9	34.8	13.9	22.7
マンガ・アニメ・キャラクター関連商品	10.7	8.3	8.9	7.3	11.0
書籍・絵葉書・CD・DVD	0.9	1.7	0.9	1.7	2.9
その他の商品	8.7	7.8	8.9	6.6	14.7
その他	0.3	2.0	1.8	0.3	1.8
合計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
回答数	2,486	459	112	712	273

図表 4-4 最も満足した購入商品についてその理由 (全国籍・地域)

商品区分	回答数	【満足した理由 構成比】(ヨコ計100%)										
		品質が良いから	デザインが良い・かわい・きれい	美味しいから	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	便利だから	その他
菓子類	670	0.7	2.2	55.1	0.1	1.3	7.0	4.0	21.8	5.4	0.3	1.9
酒	214	0.5	0.5	54.2	1.4	1.9	10.3	4.7	15.0	9.8	0.0	1.9
その他食料品・飲料	237	5.9	0.4	61.2	0.8	2.5	4.2	7.2	5.9	7.2	1.7	3.0
たばこ	23	4.3	0.0	4.3	0.0	0.0	4.3	17.4	17.4	43.5	0.0	8.7
カメラ・ビデオカメラ	71	39.4	5.6	0.0	25.4	0.0	0.0	0.0	2.8	18.3	1.4	7.0
時計	147	25.9	23.1	0.0	17.0	0.0	3.4	2.0	4.8	22.4	0.7	0.7
電気製品	253	37.2	4.7	0.0	19.4	0.0	6.7	4.0	1.6	15.8	1.2	9.5
化粧品・香水	582	39.3	2.1	0.0	9.8	0.3	13.1	1.2	5.2	26.1	0.0	2.9
医薬品・健康グッズ・トイレタリー	541	61.4	0.2	0.0	6.8	0.2	8.9	3.7	6.1	8.5	1.1	3.1
和服・民芸品	292	5.5	27.1	0.0	2.4	32.5	5.5	4.1	17.8	0.3	0.7	4.1
服・かばん・靴	924	12.8	39.0	0.0	3.0	0.9	5.2	6.3	3.1	26.7	0.8	2.3
マンガ・アニメ・キャラクター関連商品	465	7.3	26.0	0.0	0.9	0.9	32.3	13.5	7.5	6.9	0.6	4.1
書籍・絵葉書・CD・DVD	78	10.3	9.0	0.0	3.8	6.4	20.5	20.5	2.6	3.8	6.4	16.7
その他の商品	445	21.8	31.5	0.0	5.4	2.2	6.5	7.2	9.0	10.1	1.8	4.5
その他	41	7.3	4.9	0.0	0.0	9.8	2.4	2.4	0.0	12.2	9.8	51.2
全体	4,983	20.4	15.8	12.7	5.2	3.0	9.8	5.6	8.6	14.1	0.9	3.9

注) 本表では国籍・地域別ウエイトバック集計を行っていない。

(4) 最も満足した飲食

- 最も満足した購入商品と同様に、今回の日本滞在中の飲食で最も満足したものを自由回答形式で尋ねた。
- 最も満足した飲食の割合を国籍・地域別にみると、韓国は「肉料理」(27.7%)、台湾は「ラーメン」(33.2%)、香港は「寿司」「ラーメン」(ともに21.7%)、中国は「魚料理」(22.8%)、米国は「寿司」(29.4%)の割合が高い(図表4-5)。

- 満足した理由(自由回答形式)を14区分に分類し、飲食区分毎に集計を行った結果を図表4-6に示す。いずれの飲食区分でも「美味しい」が圧倒的に多いが、「寿司」や「魚料理」では「品質が良い」の割合も高い。

図表 4-5 最も満足した飲食 (主な国籍・地域別)

飲食区分	国籍・地域				
	韓国	台湾	香港	中国	米国
寿司	21.6	10.0	21.7	16.4	29.4
ラーメン	15.3	33.2	21.7	18.2	15.7
そば・うどん	7.9	3.7	3.3	2.5	6.0
肉料理	27.7	17.3	20.4	16.3	17.4
魚料理(寿司を除く)	7.1	12.7	14.5	22.8	5.8
小麦粉料理	5.5	1.0	0.0	2.4	3.4
その他日本料理	5.5	5.8	6.6	5.4	5.2
外国の料理	0.5	0.3	0.0	0.4	0.6
その他料理	3.8	5.1	2.6	2.2	6.2
菓子類	2.1	7.2	5.9	10.1	2.2
果物	0.1	1.9	1.3	0.7	0.0
酒	1.9	0.3	0.0	0.2	3.6
その他食料品・飲料	1.1	1.4	2.0	2.5	4.5
合計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
標本数	3,294	623	152	848	534

図表 4-6 最も満足した飲食についてその理由 (全国籍・地域)

満足した理由	回答数	【満足した理由 構成比】(ヨコ計100%)													
		美味しい	品質が良い	量や種類が適切	価格が手頃・自国より安い	有名である	好きな料理・食品である	珍しい・新しい	健康に良い	デザインが良い・かわいい・きれい	伝統的・日本独特	自国で味わうことができないから	店のサービスや雰囲気	宗教や信条、体質等の理由	その他
飲食区分															
寿司	1,451	71.9	16.7	1.4	2.2	0.0	1.9	1.0	0.6	0.1	1.5	2.0	0.2	0.1	0.5
ラーメン	1,243	87.4	0.3	0.8	0.7	0.8	1.6	1.1	0.1	0.0	2.0	3.5	0.6	0.5	0.6
そば・うどん	436	81.0	3.2	0.0	1.1	0.0	2.1	3.4	0.0	0.2	4.6	2.5	0.2	0.0	1.6
肉料理	1,457	84.4	4.8	0.8	1.5	0.3	1.0	1.7	0.2	0.0	1.2	2.7	0.4	0.0	1.0
魚料理	689	67.2	24.2	0.6	0.3	0.0	2.2	0.7	0.3	0.1	2.2	1.6	0.3	0.0	0.3
小麦粉料理	318	82.4	0.6	0.6	0.3	0.0	0.6	5.0	0.3	0.3	4.4	3.5	0.3	0.0	1.6
その他日本料理	408	75.5	2.5	2.2	2.2	0.0	1.5	1.2	0.5	2.7	5.4	2.9	1.0	0.7	1.7
外国の料理	29	82.8	0.0	0.0	3.4	0.0	3.4	0.0	0.0	0.0	0.0	6.9	0.0	0.0	3.4
その他料理	269	75.1	1.9	3.0	3.0	0.0	0.7	2.2	0.4	1.5	2.6	4.1	2.6	1.1	1.9
菓子類	278	82.7	1.8	0.0	0.7	1.4	1.8	1.4	0.0	2.2	4.3	2.2	0.0	0.4	1.1
果物	26	88.5	11.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
酒	143	85.3	3.5	0.7	0.7	0.7	4.9	0.7	0.0	0.0	2.1	1.4	0.0	0.0	0.0
その他食料品・飲料	144	70.1	4.2	1.4	2.1	0.0	2.1	3.5	4.9	0.0	4.9	4.9	0.7	0.7	0.7
全体	6,891	79.0	7.7	1.0	1.4	0.3	1.6	1.6	0.4	0.4	2.4	2.7	0.5	0.2	0.9

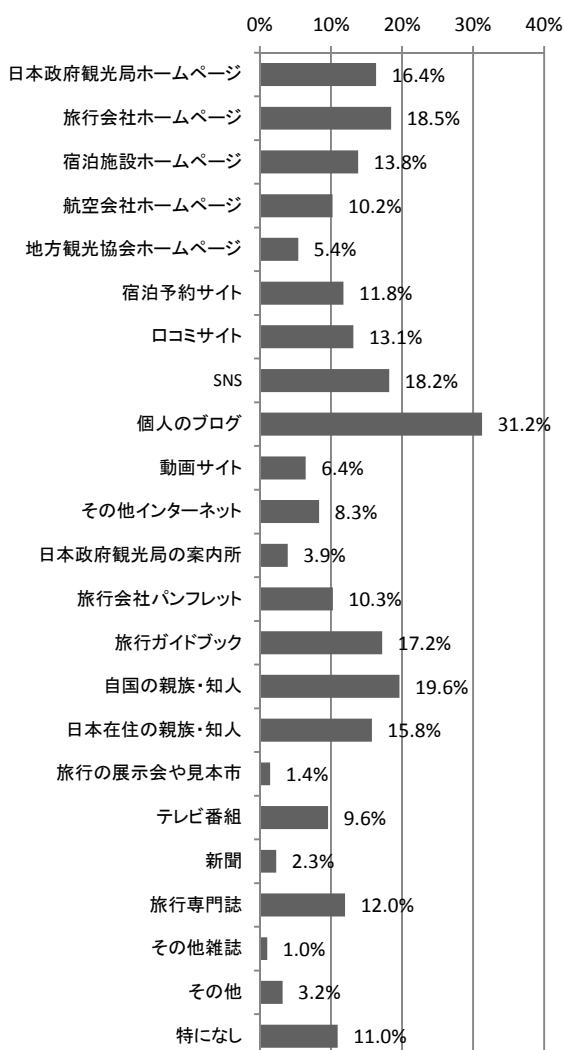
注) 本表では国籍・地域別ウェイトバック集計を行っていない。

5. 役に立った旅行情報源

(1) 出発前に得た旅行情報源

- 出発前に得た旅行情報源で役に立ったものは、「個人のブログ」(31.2%)、「自国の親戚・知人」(19.6%)、「旅行会社ホームページ」(18.5%)、「SNS」(18.2%)の順が多い(図表 5-1)。
- 「日本政府観光局ホームページ」は16.4%、「日本政府観光局の案内所」の選択率は3.9%であった。

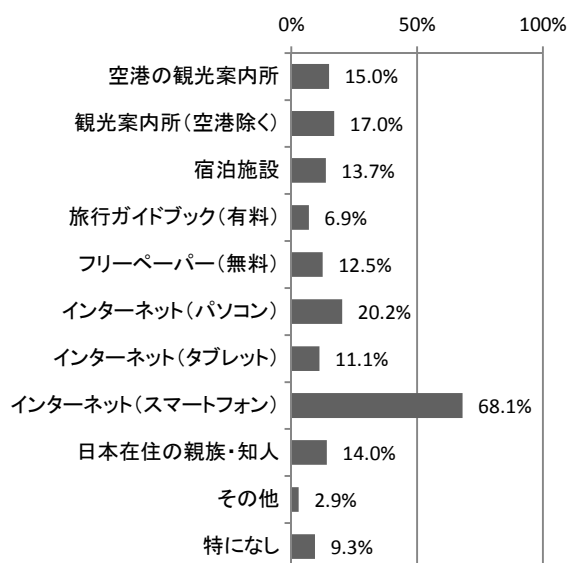
図表 5-1 出発前に得た旅行情報源で役に立ったもの
(全国籍・地域、複数回答)



(2) 日本滞在中に得た旅行情報源

- 日本滞在中に得た旅行情報源で役に立ったものでは、「インターネット(スマートフォン)」の選択率が68.1%と高い。次いで「インターネット(パソコン)」(20.2%)、「観光案内所(空港除く)」(17.0%)の順に高い(図表 5-2)。

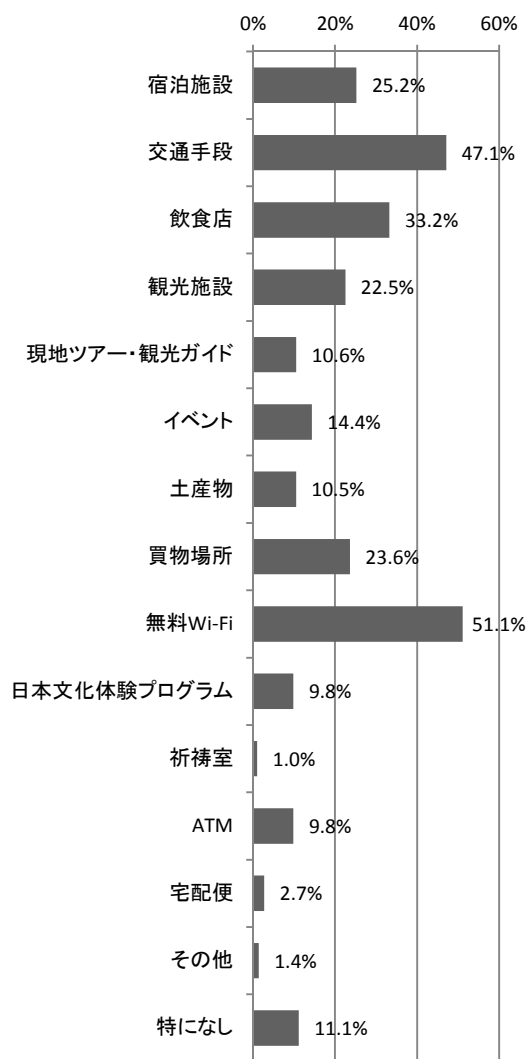
図表 5-2 日本滞在中に得た旅行情報源で役に立ったもの
(全国籍・地域、複数回答)



(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、「無料Wi-Fi」(51.1%)が最も多く、次いで「交通手段」(47.1%)、「飲食店」(33.2%)、「宿泊施設」(25.2%)、「買物場所」(23.6%)をあげる回答が多い(図表 5-3)。

図表 5-3 日本滞在中にあると便利な情報
(全国籍・地域、複数回答)

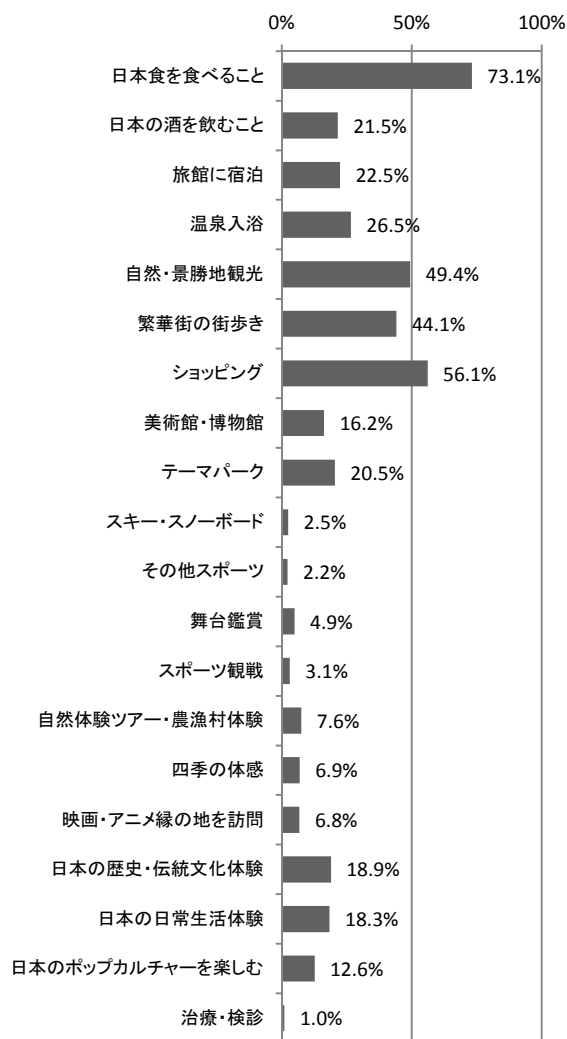


6. 日本滞在中の行動

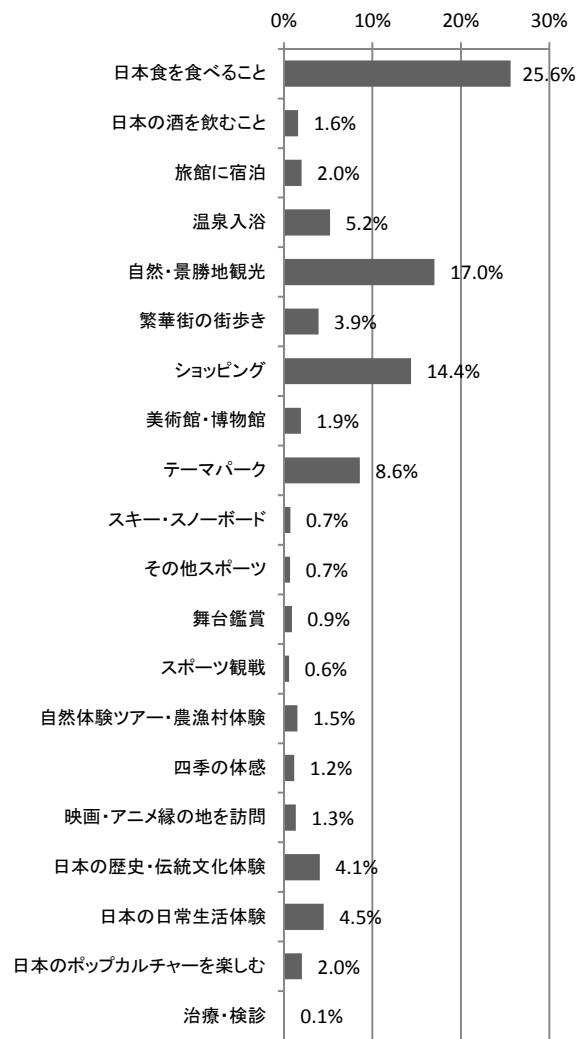
(1) 訪日前に期待していたこと

- 訪日前に期待していたことを複数回答で尋ねたところ、「日本食を食べること」が 73.1%と最も多かった。次いで「ショッピング」(56.1%)、「自然・景勝地観光」(49.4%)、「繁華街の街歩き」(44.1%)、「温泉入浴」(26.5%)の順が多い(図表 6-1)。
- 訪日前に最も期待していたことを単一回答で尋ねたところ、「日本食を食べること」(25.6%)、「自然・景勝地観光」(17.0%)、「ショッピング」(14.4%)、「テーマパーク」(8.6%)の順となった(図表 6-2)。

図表 6-1 訪日前に期待していたこと
(全国籍・地域、複数回答)



図表 6-2 訪日前に最も期待していたこと
(全国籍・地域、単一回答)



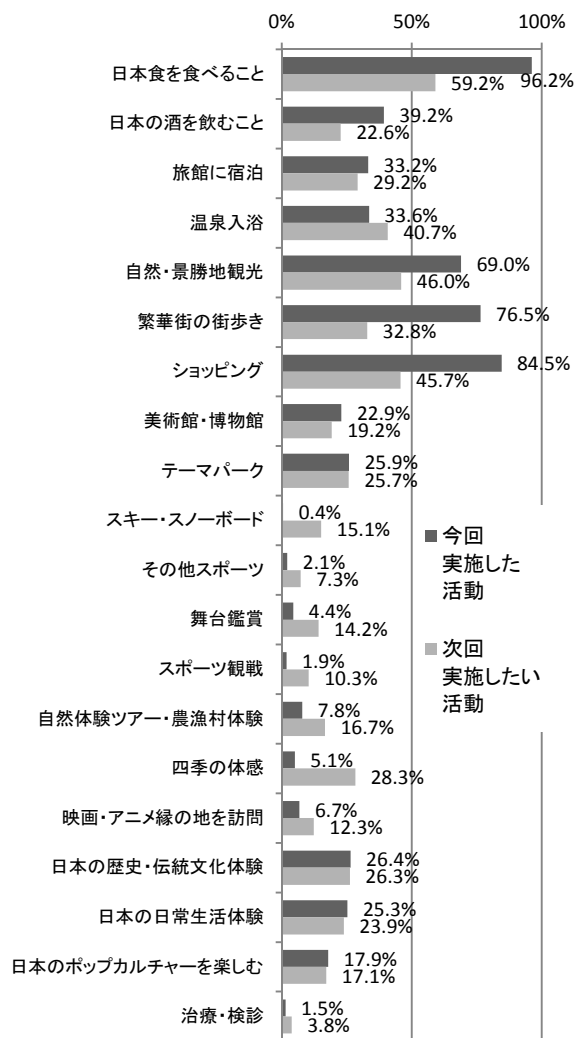
(2) 今回したことと次回したいこと

- 今回の日本滞在中にしたことでは、「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」の順で選択率が高い(図表 6-3)。
- 次回日本を訪れた時にしたいことでは、「日本食を食べること」「自然・景勝地観光」「ショッピング」「温泉入浴」の順で選択率が高い。

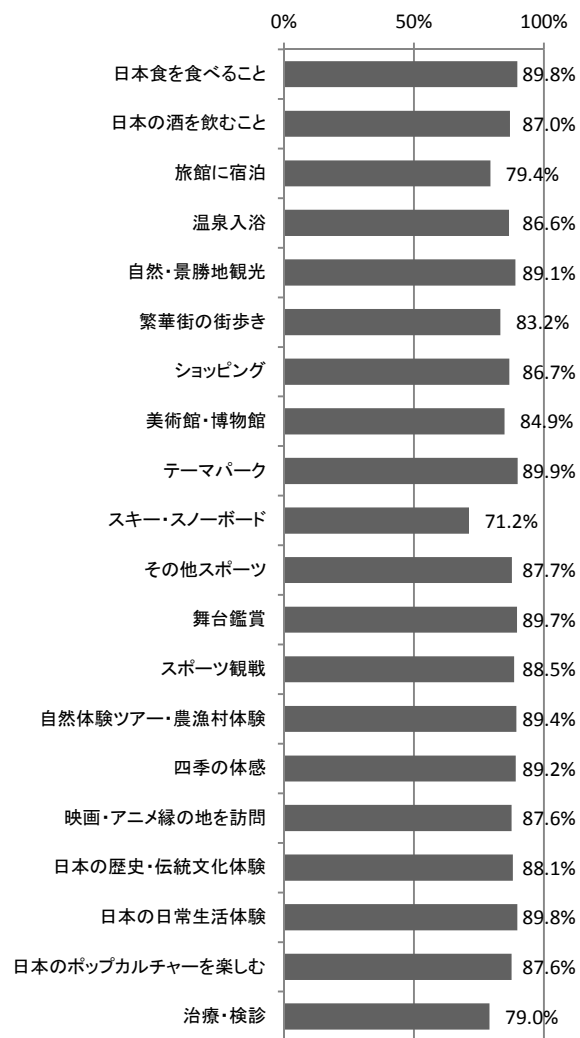
(3) 今回したこととの満足度

- 今回の日本滞在中にしたこととの満足度を尋ねた結果、「満足した」と回答した人の割合は「テーマパーク」(89.9%)、「日本の日常生活体験」(89.8%)、「日本食を食べること」(89.8%)、「舞台鑑賞」(89.7%)、「自然体験ツアー・農漁村体験」(89.4%)の順で多かった(図表 6-4)。

図表 6-3 今回したことと次回したいこと (全国籍・地域、複数回答)



図表 6-4 今回した人のうち満足した人の割合 (全国籍・地域、複数回答)



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
3. 調査票選択肢の定義と具体例
4. 調査結果の精度

<集計表>

【全目的】

- | | | |
|------|--------|--------------------------------|
| 第1表 | 国籍・地域別 | 回答者属性および旅行内容 |
| 第2表 | 居住地別 | 回答者属性および旅行内容 |
| 第3表 | 訪問地別 | 回答者属性および旅行内容 |
| 第4表 | 国籍・地域別 | 費目別購入率および購入者単価 |
| 第5表 | 居住地別 | 費目別購入率および購入者単価 |
| 第6表 | 国籍・地域別 | 1人1回当たり旅行消費単価 |
| 第7表 | 居住地別 | 1人1回当たり旅行消費単価 |
| 第8表 | 訪問地別 | 1人1回当たり旅行消費単価 |
| 第9表 | 国籍・地域別 | 平均泊数 |
| 第10表 | 訪問地別 | 平均泊数 |
| 第11表 | 国籍・地域別 | 消費税に係る免税手続き実施状況 |
| 第12表 | 国籍・地域別 | 都道府県別訪問率 |
| 参考表1 | 国籍・地域別 | 1人1回当たり旅行消費単価（パッケージツアー参加費内訳含む） |
| 参考表2 | 国籍・地域別 | 訪日旅行に関する意識（満足度など） |

【観光・レジャー目的】

- | | | |
|------|--------|--------------------------------|
| 参考表3 | 国籍・地域別 | 回答者属性および旅行内容 |
| 参考表4 | 国籍・地域別 | 費目別購入率および購入者単価 |
| 参考表5 | 国籍・地域別 | 平均泊数 |
| 参考表6 | 国籍・地域別 | 都道府県別訪問率 |
| 参考表7 | 国籍・地域別 | 1人1回当たり旅行消費単価（パッケージツアー参加費内訳含む） |
| 参考表8 | 国籍・地域別 | 訪日旅行に関する意識（満足度など） |

<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

下記空海港の国際線ターミナル搭乗待合ロビー

新千歳空港、函館空港、仙台空港、新潟空港、東京国際空港（羽田空港）、成田国際空港、小松空港、富士山静岡空港、中部国際空港、関西国際空港、広島空港、関門（下関）港、高松空港、福岡空港、博多港、厳原港、鹿児島空港、那覇空港

(3) 調査時期

平成 28 年 7 月 14 日（木）～9 月 9 日（金）

(4) 調査方法

下記 12 言語対応のタブレット端末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。

英語、韓国語、中国語（繁体字、簡体字）、タイ語、インドネシア語、ベトナム語、ドイツ語、フランス語、イタリア語、スペイン語、ロシア語

(5) 回答数

20 の国籍・地域（韓国、台湾、香港、中国、タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナム、インド、英国、ドイツ、フランス、イタリア、スペイン、ロシア、米国、カナダ、オーストラリア）と「その他の国籍・地域」の計 21 区分について目標回答数を設定し、合計 9,710 人を目標に調査を実施。9,998 人（うち旅行中支出の有効回答数 9,910 人）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、訪日旅行全体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

本調査の回答数は国籍・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ている。具体的には、第 1 表、第 4 表、第 6 表、第 9 表、第 11 表および参考表の国籍・地域別集計の『全体』列に係る数値（標本数を除く）について、20 の国・地域と「その他の国籍・地域」の計 21 区分の訪日外客数を元に重み付けを行って算出した。当該ウェイトバック集計の算出式は次の通りである。

$$X = \frac{\sum_i x_i N_i}{\sum_i N_i}$$

X : 全体（全国籍・地域）の統計値

x_i : 国籍・地域 i の統計値

N_i : 国籍・地域 i の訪日外客数

なお、居住地別や訪問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 7 表、第 8 表、第 10 表では『全体』列の表記がない点に留意されたい。

(2) 旅行支出の円換算方法

旅行支出については、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 にデータがない通貨のうち、ニュー台湾ドルおよび香港ドルについては FRB（連邦準備制度理事会）、ドン（ベトナム通貨）については財務省貿易統計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。

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。

3. 調査票選択肢の定義と具体例

(1) 設問 C 4 買物場所

百貨店・デパート

原則として百貨店協会加盟の店舗

家電量販店

PC やカメラ、電気製品を専門に販売する店舗

ファッション専門店

服・靴・鞄・アクセサリー・高級腕時計などを専門に販売する店舗

100円ショップ

店内の商品を原則として1点100日本円均一で販売する形態の小売店

高速道路のSA・道の駅

高速道路のサービスエリア(SA)やパーキングエリア(PA)、国土交通省に登録されている「道の駅」

観光地の土産店

観光地内にある小売店

宿泊施設

旅館・ホテル等の館内に併設されている土産店

スーパーマーケット

高頻度に消費される食料品や日用品などをセルフサービスで短時間に買えるようにした小売店舗

コンビニエンスストア

年中無休で長時間の営業を行い、小規模な店舗において主に食品、日用雑貨など多数の品種を扱う形態の小売店

ドラッグストア

医薬品や化粧品、トイレタリーを中心とし、併せて日用品や文房具、食料品などを取扱う店舗

ディスカウントストア

一時的なセールではなく常に低価格で商品を提供する安売り店舗で、一般的には生鮮食料品を除く生活用品を総合的に取り扱う

アウトレットモール

「メーカー品」(通常、メーカーのブランド名を表示したもの)や、「高級ブランド品」(通常、百貨店などで高額でも購入者がつき、販売可能なもの)を低価格で販売する複数のアウトレット店舗を一箇所に集めモールを形成したショッピングセンター

都心の複合商業施設

都心部に立地し、商業施設や飲食施設、映画館、遊技場などの娯楽施設などが一体的に整備された施設

その他ショッピングセンター

複数の小売店舗が入居する商業施設で、上記の買物場所に当てはまらないもの

鉄道駅構内の店舗

駅構内にある小型売店

注) 駅ビルは「百貨店・デパート」に含まれる。

空港の免税店

空港の制限区域内にあるブランドショップ

その他

上記に当てはまらない買物場所(書店、CD・DVD・レコード販売店、家具屋、観光施設内にある店舗、アンテナショップ、郵便局、質屋・金券ショップなど)

(2) 設問 F 支出費目**a. 宿泊料金**

ホテル、旅館、国民宿舎、モーテル、簡易宿泊所、ベッドハウス、山小屋、下宿屋、会員宿泊所、共済組合宿泊所、保養所、ユースホステル、リゾートクラブ、合宿所、長期滞在者の家賃、京町家での宿泊料金（賃貸借契約を結ぶ形式のもの）

注) 日本訪問前にインターネット等で決済したものを含む。日本国外で宿泊した分の料金は含まれない。設問Dのパッケージツアー料金に含まれる宿泊料金は含まれない。

b. 飲食費

食堂、レストラン、専門料理店、そば・うどん店、すし店、酒場、ビヤホール、バー、キャバレー、ナイトクラブ、喫茶店、ハンバーガー店、飲食系の移動販売（その場で調理を行うもの）、配達飲食サービス

注) 設問Dのパッケージツアー料金に含まれる飲食費は含まれない。作り置きのお弁当類を購入した場合には e2. その他食料品・飲料・酒・たばこに分類。

c. 交通費**c1. 航空**

飛行機（日本国内の移動のみ）

注) 設問Dのパッケージツアー料金に含まれる交通費は含まれない。外国と日本との間の航空運賃は含まれない。

C2. Japan Rail Pass

JR グループ各社が外国人旅行者向けに提供している特別企画乗車券

注) 日本訪問前に予め購入する必要がある「Japan Rail Pass」に加え、日本国内で購入可能な外国人旅行者向けの JR 特別企画乗車券を含む。設問Dのパッケージツアー料金に含まれる交通費は含まれない。

c3. 新幹線・鉄道・地下鉄・モノレール

JR、鉄道、路面電車、地下鉄、モノレール、案内軌条式鉄道（ゆりかもめなど）、鋼索鉄道（ケーブルカー）、交通系電子マネーのカード購入費

注) 設問Dのパッケージツアー料金に含まれる交通費は含まれない。

c4. バス・タクシー

乗合バス（路線バス）、貸切バス（団体観光バスなど）、ハイヤー、タクシー

注) 設問Dのパッケージツアー料金に含まれる交通費は含まれない。

c5. レンタカー

レンタカー、自動車リース

注) 設問Dのパッケージツアー料金に含まれる交通費は含まれない。ガソリン代や有料道路料金は c6. その他交通費に分類。

c6. その他交通費

船舶（日本国内の移動のみ）、高速道路、高速道路料金、有料道路料金、有料橋料金、有料トンネル料金、有料駐車場、ガソリン

注) 設問Dのパッケージツアー料金に含まれる交通費は含まれない。外国と日本との間の船舶運賃は含まれない。貸ボート、遊漁船業は d6. その他娯楽サービス費に分類。

d. 娯楽サービス費**d1. 現地ツアー・観光ガイド**

日本国内での現地ツアー催行、観光案内（ガイド）

注) 設問Dのパッケージツアー料金に含まれる娯楽サービス費は含まれない。

d2. ゴルフ場・テーマパーク

次の施設利用料：ゴルフ場、ゴルフ練習場、ボウリング場、テニス場、フィットネスクラ

ブ、プール、アイススケート場、テーマパーク、遊園地、公園

注) 設問Dのパッケージツアー料金に含まれる娯楽サービス費は含まれない。

d3. 舞台鑑賞・スポーツ観戦

次のチケット料金：音楽コンサート、演劇、歌舞伎、寄席、相撲興行場、ボクシング場、野球場（プロ野球興行用）、プロレス

注) 設問Dのパッケージツアー料金に含まれる娯楽サービス費は含まれない。

d4. 美術館・博物館・動物園・水族館

次の入場料：美術館、博物館、動物園、植物園、水族館、公民館、図書館

注) 設問Dのパッケージツアー料金に含まれる娯楽サービス費は含まれない。

d5. スキーリフト・スキー用品レンタル

索道（スキーリフト）の利用料金

以下のレンタル料：スキーウェア、スキー板、スノーボード板、スケート靴など

注) 設問Dのパッケージツアー料金に含まれる娯楽サービス費は含まれない。

d6. その他娯楽サービス費

映画館、競輪場、競馬場、モータボート競走場、小型自動車競走場、ビリヤード場、囲碁・将棋所、マージャンクラブ、パチンコホール、ゲームセンター、ダンスホール、マリナー、遊漁船、芸妓（げいぎ）、カラオケボックス業、場外馬券売場、場外車券売場、釣堀業

以下のレンタル料：スポーツ用品、スケート靴、自転車（レンタサイクル）、テント、ヨット、モータボート、衣装、ビデオ、本、医療・福祉用具

注) 設問Dのパッケージツアー料金に含まれる娯楽サービス費は含まれない。

e. 買物代

e1. 菓子類

キャラメル、ドロップ、キャンデー、チョコレート、チューインガム、焼菓子、ビスケット、米菓、和生菓子、洋生菓子、スナック菓子、その他菓子類

e2. その他食料品・飲料・酒・たばこ

・菓子類を除く食料品全般：野菜、果物、豆類、いも類、卵、魚介類、肉類、缶詰・瓶詰、乳製品、冷凍食品、食用油、精米、乾めん、即席めん、マカロニ・スパゲッティ、生めん、パン、ジャム、はちみつ、調味料・香辛料、みそ、レトルト食品、即席ラーメン、総菜、弁当（作り置きのもの）、豆腐、納豆

・飲料・酒全般：清酒、みりん、ビール、発泡酒、ウイスキー類、果実酒類、合成清酒、焼酎、スピリッツ、リキュール、緑茶（茶葉）、紅茶（茶葉）、ウーロン茶（茶葉）、コーヒー（豆または挽いたもの）、炭酸飲料、果実飲料、緑茶飲料、紅茶飲料、ウーロン茶飲料、コーヒー飲料、麦茶飲料、豆乳、ミネラルウォーター、スポーツドリンク

・たばこ全般

注) 屋台や移動販売でその場で調理して提供されるものはb. 飲食費に分類。宿泊料金に含まれている飲食費はa. 宿泊料金に計上。

e3. カメラ・ビデオカメラ・時計

カメラ、デジタルカメラ、DVD-ビデオ、ビデオカメラ、カメラ関連の部品（フィルタ、フード、三脚、雲台、セルフタイマ、距離計、露出計、シャッター、ボディなど）、望遠鏡、双眼鏡、顕微鏡、拡大鏡、カメラ用レンズ、光学レンズ、その他の光学機械の部分、腕時計、置時計、ストップウォッチ、タイマー時計、時計の部品

e4. 電気製品

炊飯器、ジャーポット、電子レンジ、電気冷蔵庫、食器洗い乾燥機、電磁調理器、エアコン、扇風機、換気扇、電気温水器、除湿器、加湿器、空気清浄機、電気アイロン、電気掃除機、電気洗濯機（洗濯乾燥機を含む）、洗濯物乾燥機、電気温水洗浄便座、電気かみそり、電気ストーブ、電気カーペット、電気マッサージ器具、電球、ランプ、白熱電灯、蛍光灯、携帯電灯、懐中電灯、乾電池、蓄電池、ステレオセット、デジタルオーディオディスクプレイヤー、補聴器、スピーカー、マイクロホン、イヤホン、テレビ受信機、ラジオ受信機、電話機、ファクシミリ、携帯電話機、PHS、カーナビゲーションシステム、デスクトップパソコン、ノートパソコン、サーバ用パソコン、外部記憶装置、プリンター、電気製品の部品

e5. 化粧品・香水

香水、オーデコロン、頭髮用化粧品（シャンプー、ヘヤーリンス、養毛剤、整髪料など）、皮膚用化粧品（クリーム、乳液、化粧水、パックなど）、仕上用化粧品（ファンデーション、おしろい、口紅、ほほ紅、アイメイクアップなど）、日やけ止め、ひげそり用化粧品、歯磨剤

注）歯ブラシ、化粧用ブラシは e11. その他買物代に分類。

e6. 医薬品・健康グッズ・トイレタリー

医薬品製品（風邪薬、胃腸薬、湿布薬、目薬など）、医薬部外品（清涼剤、腋臭防止剤、洗眼薬、防虫剤、殺そ剤、外用消毒剤、軟膏剤、ビタミン剤などのサプリメント）、磁気ネックレス、マッサージ用具（電気製品でないもの）、美顔用具（電気製品でないもの）、石けん・合成洗剤、界面活性剤、柔軟仕上げ剤、医療用ガーゼ、包帯、脱脂綿、ばんそうこう、綿棒、紙タオル、紙ナプキン、紙おむ

つ、生理用品、ティッシュペーパー、トイレットペーパーなどの紙製衛生用品

e7. 和服（着物）・民芸品

・和服（着物）、帯、浴衣、足袋類などの和装製品

・日本の地域独自の手工芸品に該当する以下製品：織物、染色品、陶磁器、漆器、ガラス容器、木工品、竹工品、金工品、仏壇、仏具、和紙、文具（筆、墨、硯、そろばん）、石工品、人形、郷土玩具、扇子、団扇、和傘、提灯、和楽器、神祇調度、慶弔用品、工芸用具、工芸材料、アクセサリ（首飾り、腕輪、指輪、イヤリング、ブローチ、カフスボタン、タイピン）など

e8. 服（和服以外）・かばん・靴

衣服、スポーツ用衣服、下着・寝着類、帽子、毛皮製衣服、ネクタイ、スカーフ、ハンカチーフ、手袋、ベルト、腕時計用革バンド、かばん、ハンドバッグ、リュック、ランドセル、財布、靴・履物、スポーツ用靴（登山靴、スケート靴、ゴルフ靴など）、スリッパ、サンダル

注）和服や着物など民芸品に相当するものは e7. 和服（着物）・民芸品に分類。

e9. マンガ・アニメ・キャラクター関連商品

マンガ・アニメ・キャラクター関連の以下製品：がん具（おもちゃ、テレビゲーム、人形、ぬいぐるみ、フィギュアなど）、アクセサリ、文房具、ポスター、カレンダーなど

e10. 書籍・絵葉書・CD・DVD

新聞、書籍、マンガ、雑誌、定期刊行物、その他の出版、絵葉書、CD、DVD、レコード、テープ、ゲームソフト（CD、DVD、カセット）、コンピュータソフト（CD、DVDなど）

注) マンガ・アニメ・キャラクター関連商品に相当するものは e9. マンガ・アニメ・キャラクターに分類。

e11. その他買物代

花、寝具、じゅうたん・カーペット、タオル、カーテン、クッション、家具、文房具、箸（はし）、台所用品（包丁、まな板など）、食器、宝石・貴金属・アクセサリ、乗用車・二輪自動車・自転車とその部品、磁気テープ・ディスク（録音・録画用）、がん具（おもちゃ）、楽器、歯ブラシ、化粧用ブラシ、清掃用品（ほうき、はたき、モップ）、洋傘、マッチ、たばこ用ライター、模型（地球儀、食品模型）、魔法瓶、線香類、眼鏡、眼鏡わく、眼鏡レンズ、コンタクトレンズなど

注) 日本人形や和傘など民芸品に相当するものは e7. 和服（着物）・民芸品、文房具やがん具（おもちゃ）などでマンガ・アニメ・キャラクター関連商品に該当するものは e9. マンガ・アニメ・キャラクター関連商品に分類。

f. その他

銀行やATMの手数料、両替手数料、保険料、郵便、宅配便の利用料金、公衆電話、携帯電話などの通話料金、学校、専門学校などの授業料、医療費、託児サービス・介護サービスの利用料、クリーニング、コインランドリー、理容店、美容院、銭湯・温泉浴場、エステティックサロン、ネイルサロン、手荷物預かり所、写真現像、その他

注) 現地ツアー料金に含まれる保険料は d1. 現地ツアー・観光ガイドに計上。電話機本体の購入額は e4. 電気製品に分類。d1 から d5 までに該当しない娯楽サービス費は d6. その他娯楽サービス費、e1 から e10 までに該当しない買物代は e11. その他買物代に分類。

4. 調査結果の精度

(1) 国籍・地域別の旅行総支出

	標準誤差率	有効回答数
韓国	1.3%	3,150
台湾	2.5%	885
香港	4.7%	216
中国	2.5%	1,176
タイ	5.3%	154
シンガポール	10.4%	58
マレーシア	4.9%	148
インドネシア	7.8%	94
フィリピン	9.1%	101
ベトナム	10.6%	36
インド	11.9%	93
英国	8.2%	81
ドイツ	8.8%	80
フランス	6.4%	83
イタリア	5.9%	150
スペイン	6.4%	76
ロシア	10.0%	64
米国	3.9%	450
カナダ	11.3%	90
オーストラリア	5.2%	143
その他	9.5%	67

(2) 国籍・地域別の買物代

	標準誤差率	有効回答数
韓国	2.4%	3,218
台湾	4.6%	737
香港	10.6%	143
中国	4.2%	900
タイ	14.7%	102
シンガポール	22.0%	57
マレーシア	14.5%	127
インドネシア	13.9%	82
フィリピン	15.0%	112
ベトナム	18.2%	39
インド	19.9%	85
英国	13.2%	92
ドイツ	17.1%	61
フランス	24.0%	52
イタリア	11.9%	107
スペイン	12.1%	53
ロシア	16.1%	69
米国	8.4%	397
カナダ	17.2%	68
オーストラリア	15.3%	124
その他	19.3%	44

訪日外国人の消費動向
平成 28 年 7-9 月期 報告書

発 行 平成 28 年 10 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、27215

直通 03 (5253) 8325

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