

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 29 年 1-3 月期 報告書

訪日外国人の消費動向

平成 29 年 1-3 月期 報告書

目 次

I 平成 29 年 1-3 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)

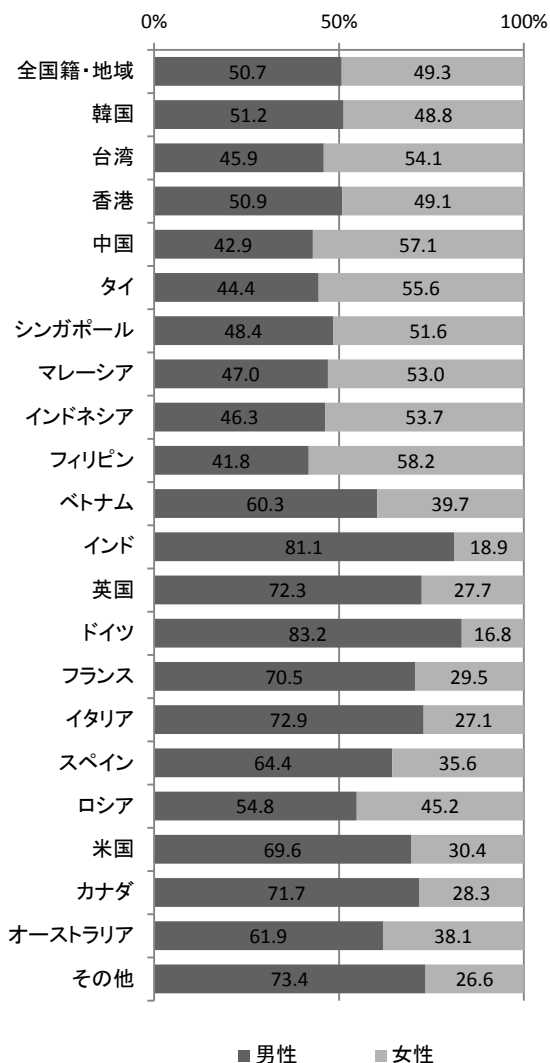
I 平成 29 年 1-3 月期における訪日外国人の消費動向の分析結果

1. 訪日外国人の属性と旅行内容

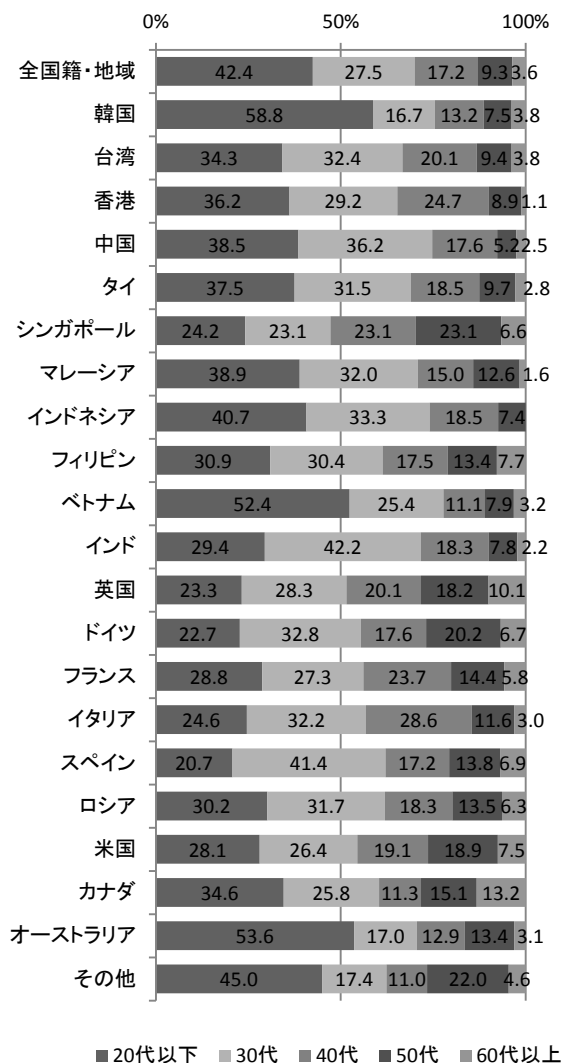
(1) 回答者属性

- 性別の構成比は「男性」が 50.7%、「女性」が 49.3%である（図表 1-1）。
- 国籍・地域別にみると、台湾や中国、ベトナム以外の東南アジアで「女性」の割合が5割を超える。インドやドイツでは「男性」の割合が8割超と高い。
- 年代別の構成比は、「20代以下」（42.4%）、「30代」（27.5%）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」（20.1%）、「男性20代」（16.9%）、「男性30代」（14.4%）の順で多い。

図表 1-1 性別（国籍・地域別、全目的）



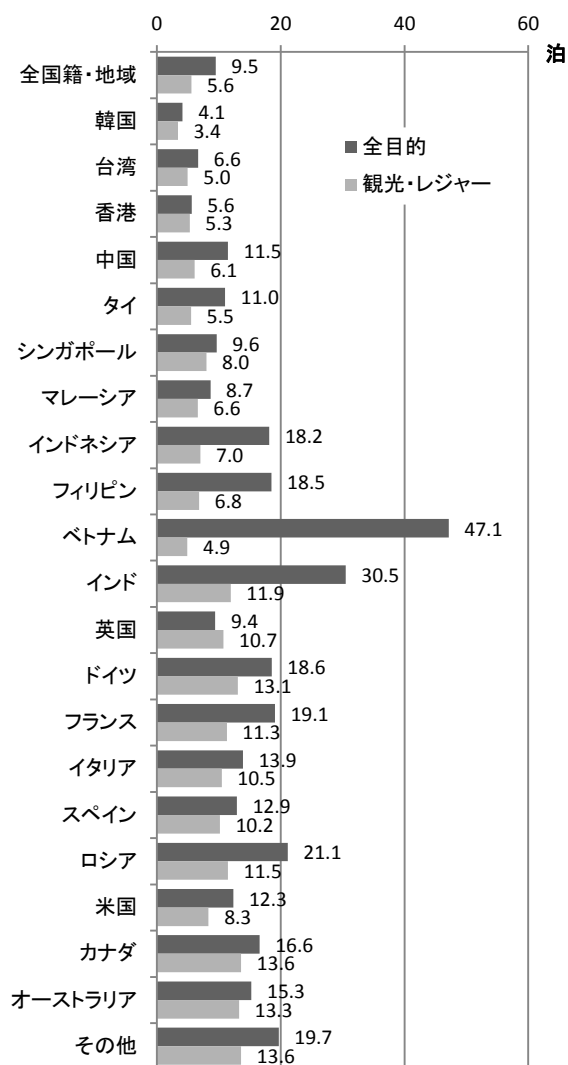
図表 1-2 年代（国籍・地域別、全目的）



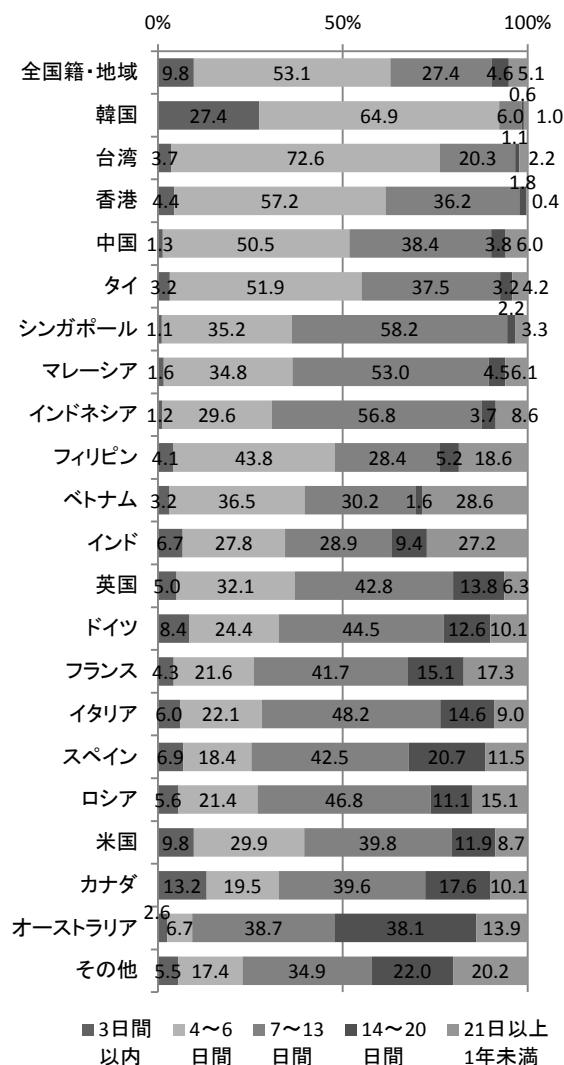
(2) 滞在期間

- 回答者全体の平均泊数は 9.5 泊である。国籍・地域別にみると、ベトナムで 47.1 泊、インドで 30.5 泊と、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 5.6 泊である。国籍・地域別にみると、インドや欧州、ロシア、カナダ、オーストラリアでは 10 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 62.9% 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 27.4% と他の国籍・地域に比べて高い。一方、オーストラリアでは 14 日以上滞滞在者が半数以上を占めており、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）

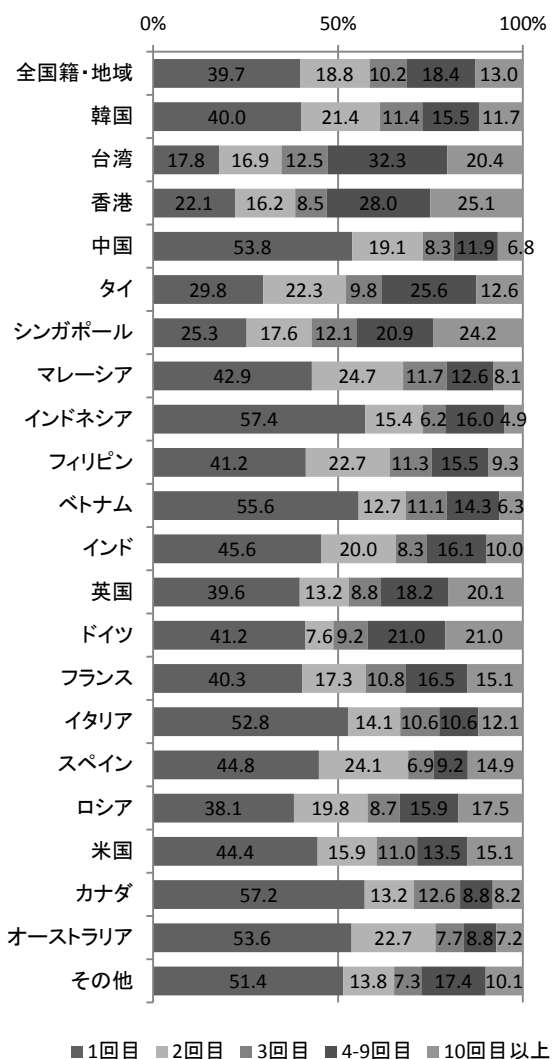


(3) 旅行内容

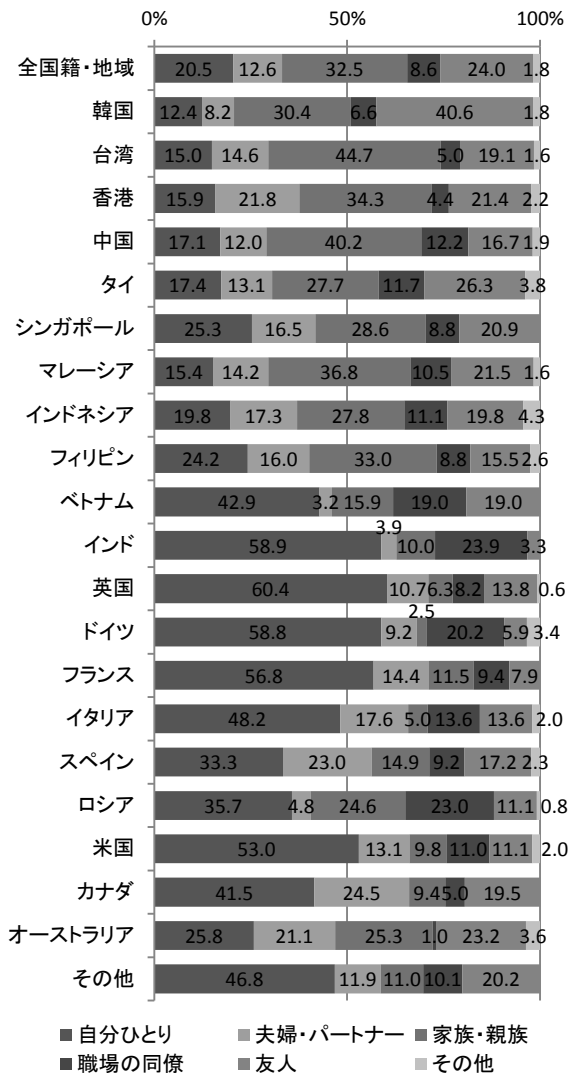
[全目的]

- 日本への来訪回数では、「1回目」が39.7%と最も多い。一方で「10回目以上」も13.0%と少なくない（図表1-5）。
- 国籍・地域別では、中国やインドネシア、ベトナム、イタリア、カナダ、オーストラリアで「1回目」が5割を超える。一方、台湾と香港では「1回目」の割合が2割前後と低い。
- 同行者は「家族・親戚」が32.5%と最も多い。次いで「友人」（24.0%）、「自分ひとり」（20.5%）、「夫婦・パートナー」（12.6%）、「職場の同僚」（8.6%）の順となっている（図表1-6）。
- 国籍・地域別では、インドや英国、ドイツ、フランス、米国で「自分ひとり」の割合が5割超と他の国籍・地域に比べて高い。

図表 1-5 来訪回数（国籍・地域別、全目的）



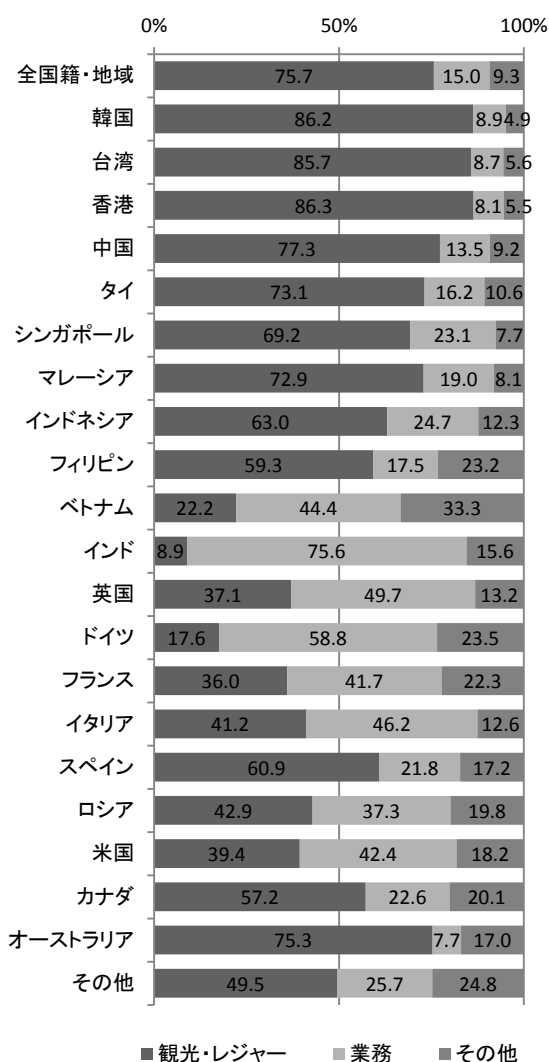
図表 1-6 同行者（国籍・地域別、全目的）



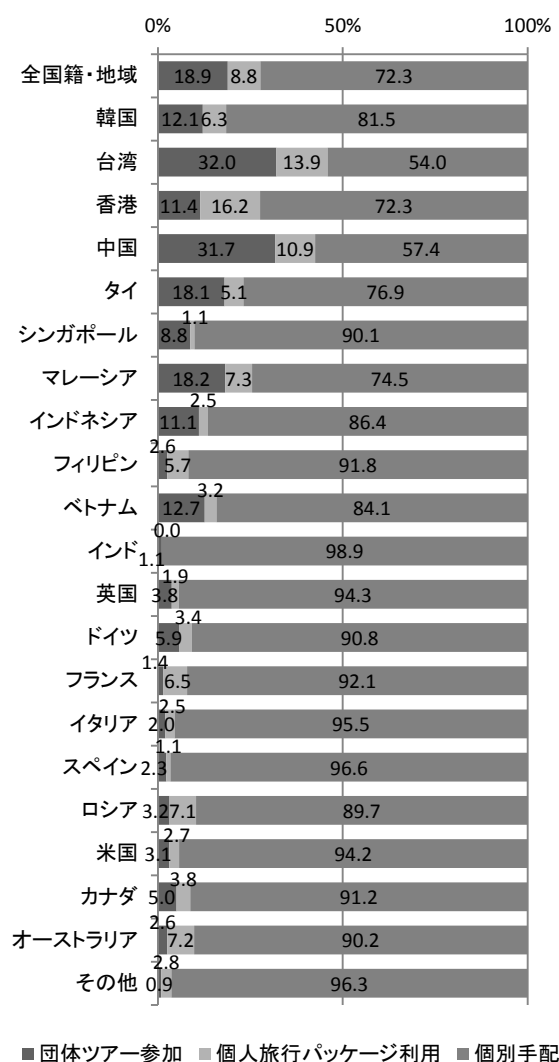
注) 「同行者」の設問は複数回答。上記図表では「同行者」を2つ以上選択した回答を「その他」として集計している。

- 訪日外国人の主な来訪目的では「観光・レジャー」が全体の 75.7%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 15.0%を占める（図表 1-7）。
- 国籍・地域別では、韓国や台湾、香港で「観光・レジャー」の割合が 8 割超であり、中国やタイ、マレーシア、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 18.9%、「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 8.8%、「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 72.3%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）

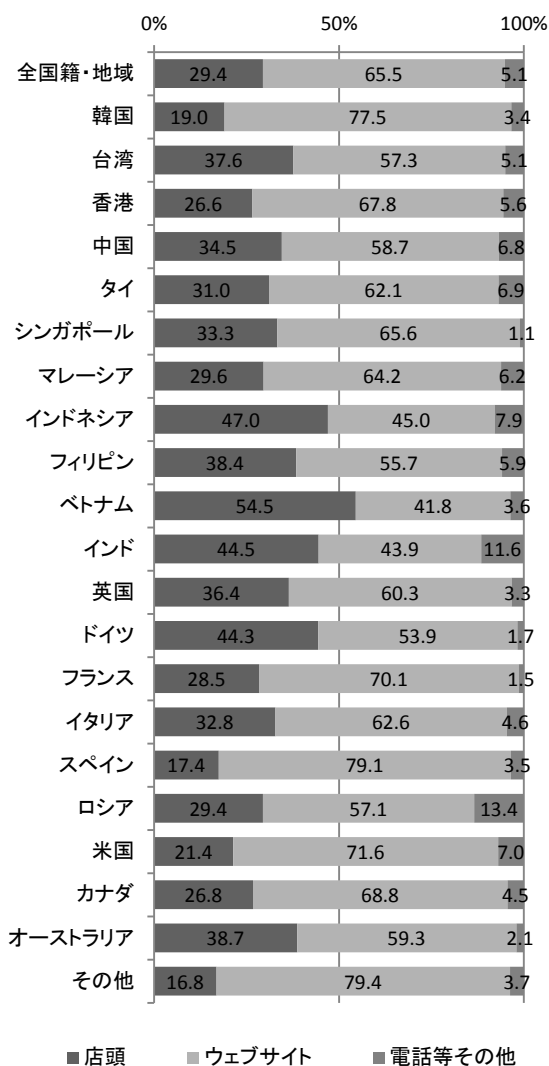


図表 1-8 旅行手配方法（国籍・地域別、全目的）

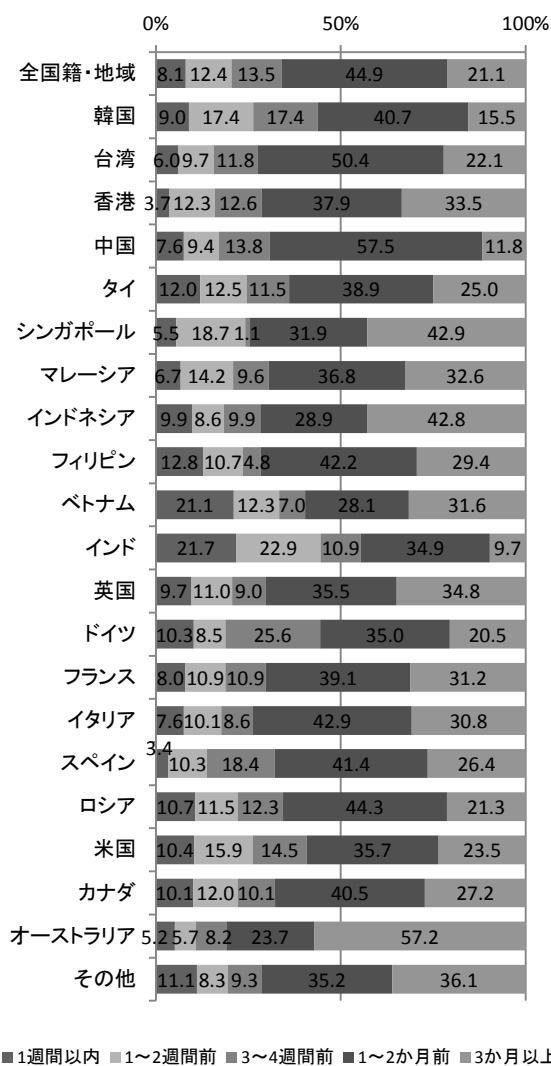


- ツアー商品や往復航空（船舶）券の**申込方法**では、「店頭（旅行会社や航空会社等）で申し込んだ（以下、**店頭**）」人の割合が全体の29.4%、「ウェブサイトから申し込んだ（以下、**ウェブサイト**）」人の割合が同65.5%を占める（図表1-9）。
- 国籍・地域別では、「店頭」の割合がベトナムで5割超と高い。「ウェブサイト」は韓国やフランス、スペイン、米国で7割を超える。
- ツアー商品や往復航空（船舶）券の**手配の時期**では、出発の「1～2か月前」が44.9%と最も高い割合を占める（図表1-10）。
- 国籍・地域別では、オーストラリアで出発の「3か月以上前」の割合が57.2%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）



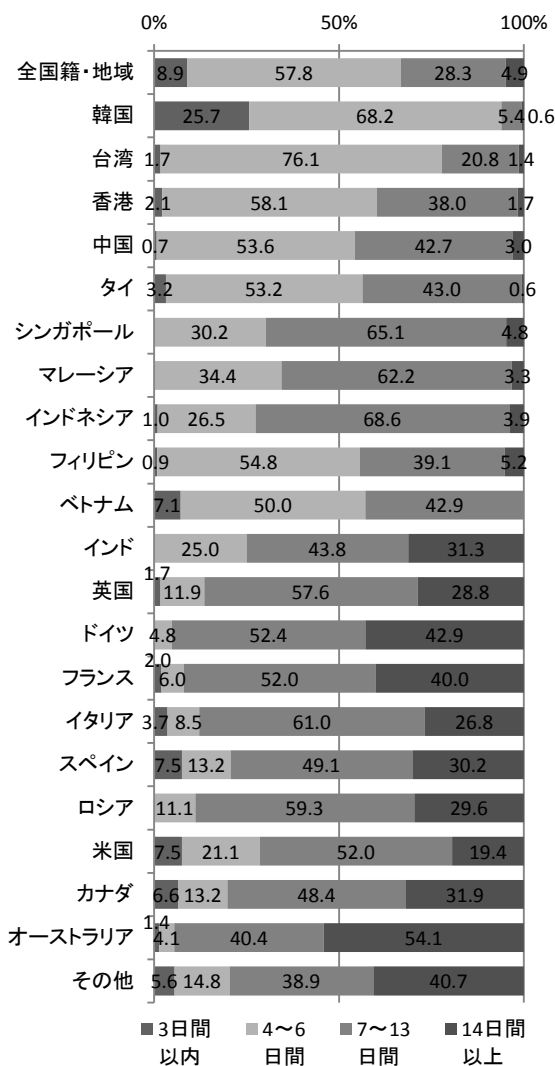
図表 1-10 手配の時期（国籍・地域別、全目的）



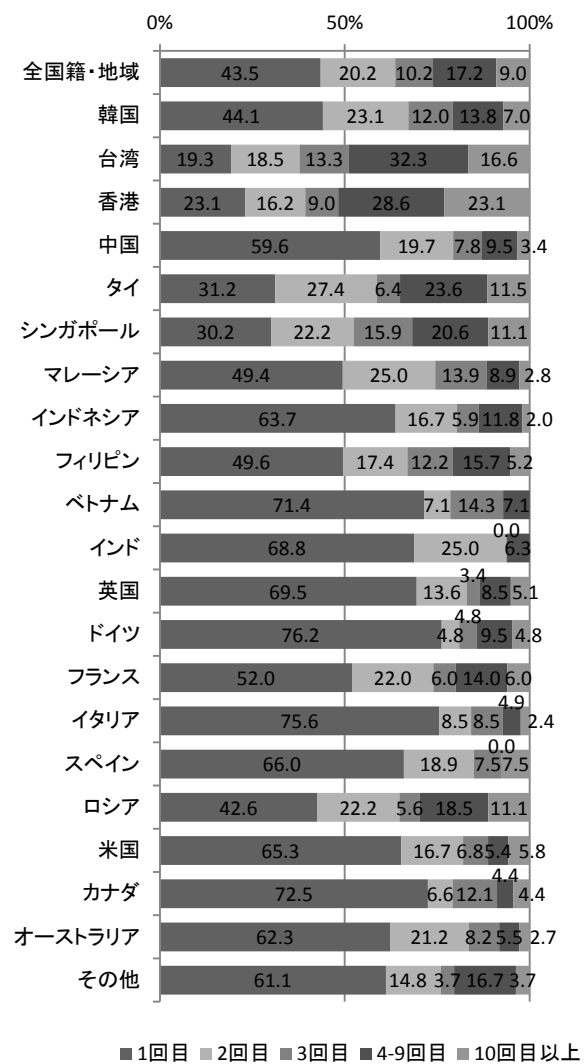
[観光・レジャー目的]

- 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 66.7% 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 25.7% と他の国籍・地域に比べて多い。「14 日間以上」の割合はオーストラリアが 5 割超、ドイツやフランスが 4 割以上と、他の国籍・地域に比べ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 43.5% と最も多く、「2 回目」が 20.2% を占める。一方で「10 回目以上」も 9.0% と少なくない（図表 1-12）。
- 国籍・地域別では、ベトナムやドイツ、イタリア、カナダで「1 回目」の割合が 7 割超と高い。一方、香港では「10 回目以上」の割合が 23.1% 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)

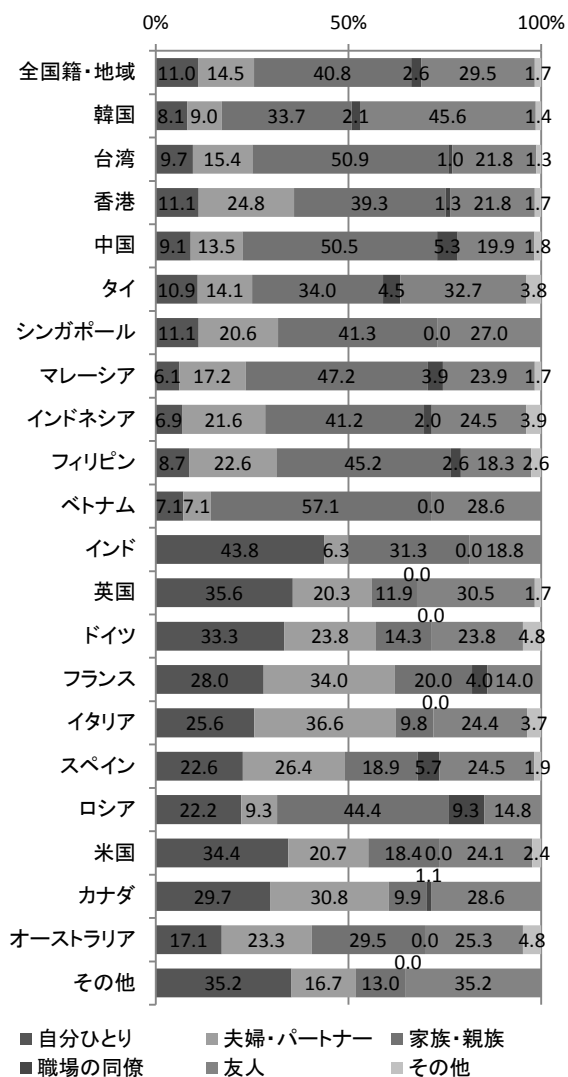


図表 1-12 日本への来訪回数
(国籍・地域別、観光・レジャー目的)

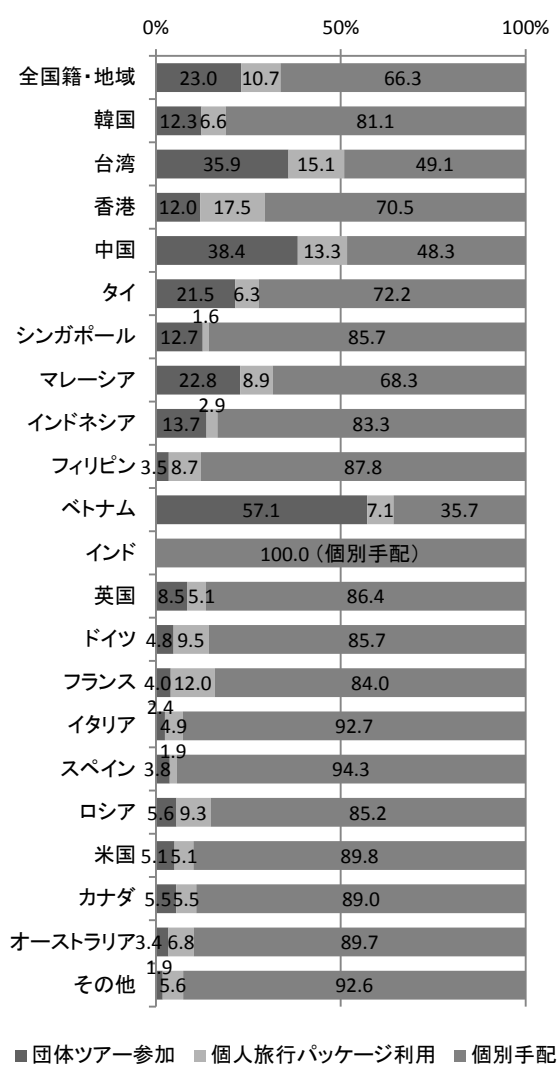


- 同行者は「家族・親族」(40.8%)、「友人」(29.5%)、「夫婦・パートナー」(14.5%)、「自分ひとり」(11.0%)、「職場の同僚」(2.6%)の順となっている(図表1-13)。
- 国籍・地域別では、韓国では「友人」、台湾や香港、中国、東南アジア、ロシアで「家族・親族」の割合が他の国籍・地域に比べて高い。
- 旅行手配方法では「団体ツアー参加」が23.0%、「個人旅行パッケージ利用」が10.7%、「個別手配」が66.3%を占める(図表1-14)。
- 国籍・地域別では、「団体ツアー参加」の割合がベトナムで57.1%と高い。韓国やシンガポール、インドネシア、フィリピン、インド、欧米、オーストラリアでは「個別手配」が8割超を占める。

図表 1-13 同行者
(国籍・地域別、観光・レジャー目的)



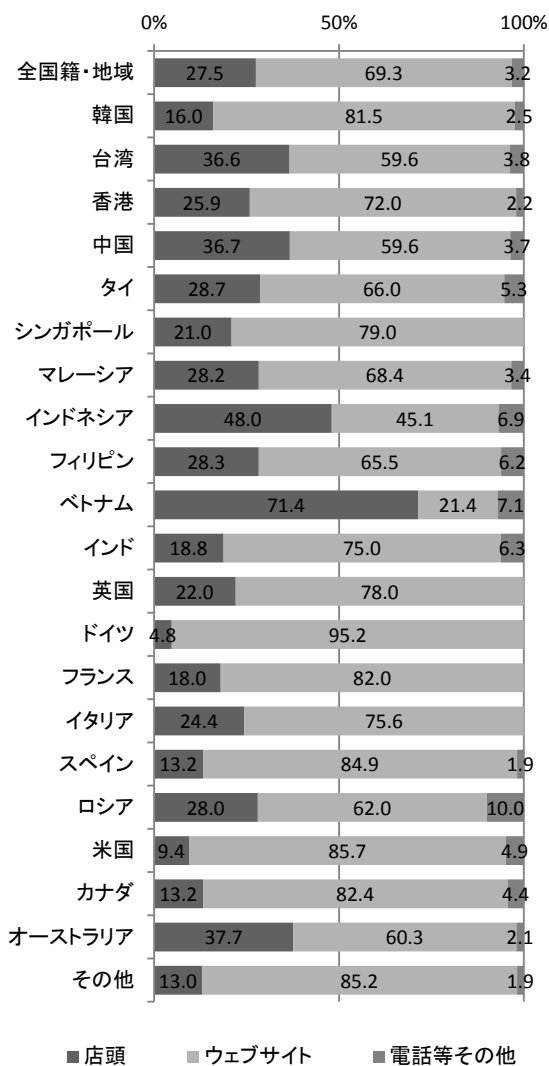
図表 1-14 旅行手配方法
(国籍・地域別、観光・レジャー目的)



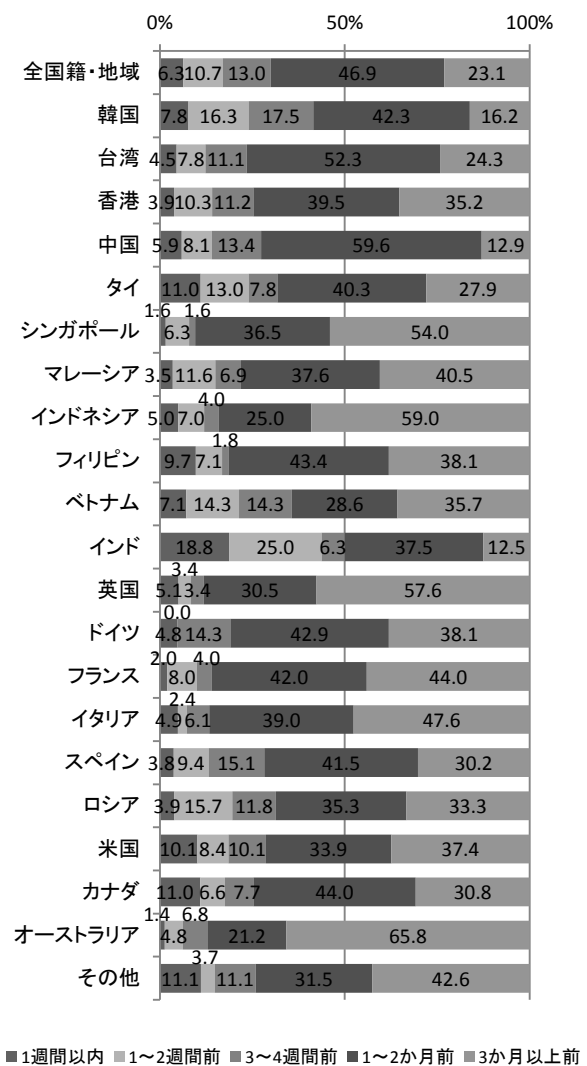
注) 「同行者」の設問は複数回答。上記図表では「同行者」を2つ以上選択した回答を「その他」として集計している。

- 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 27.5%、「ウェブサイト」の割合が 69.3%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 71.4%と他の国籍・地域に比べ高い。「ウェブサイト」は韓国やドイツ、フランス、スペイン、米国、カナダで 8 割超を占める。
- 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 46.9%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」の割合がオーストラリアで 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)

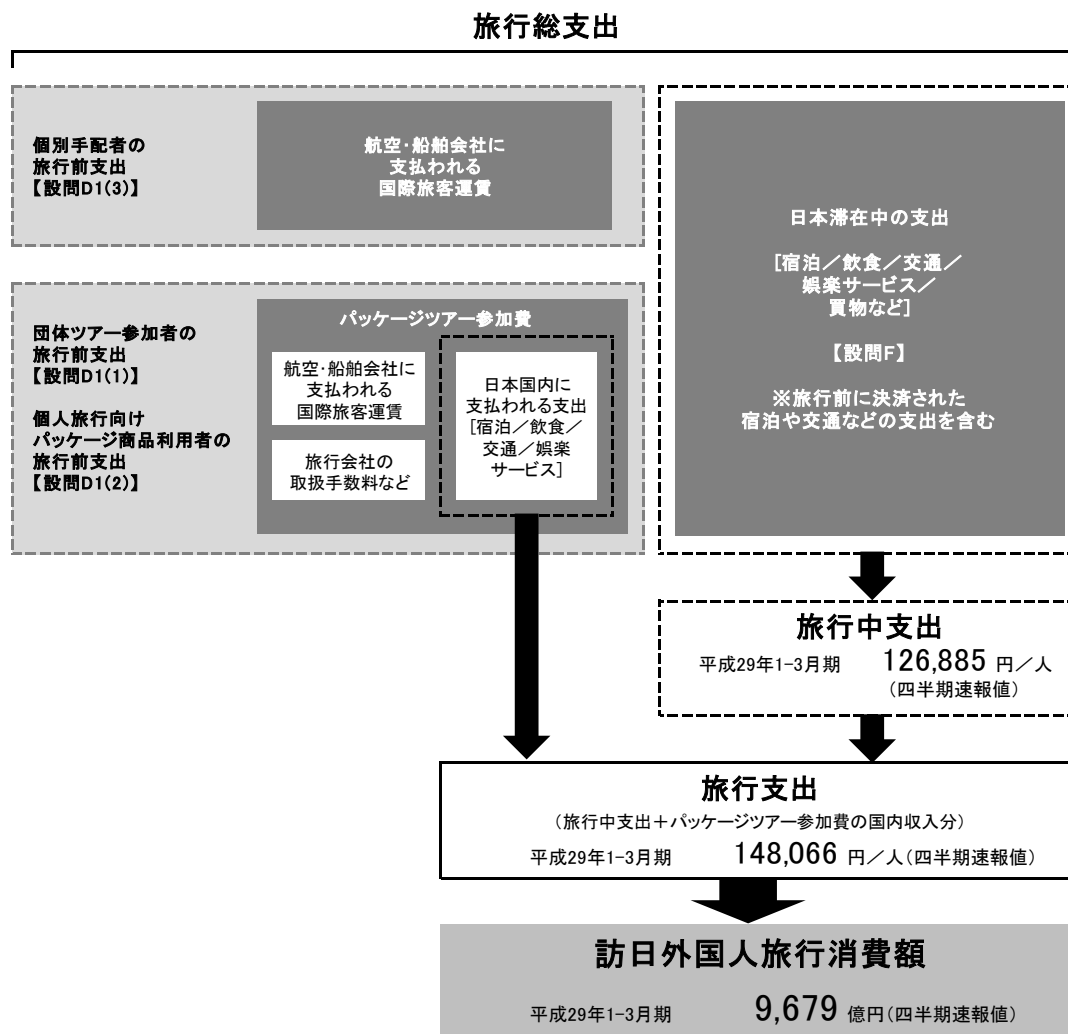


2. 訪日外国人の旅行支出

(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。

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127,125円、**個人旅行パッケージ**の購入者単価は1人当たり平均121,641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64,054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126,885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88,422円、個人旅行パッケージ利用者では1人当たり平均101,240円、個別手配者では1人当たり平均140,840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211,699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	18.9%	127,125	全国籍・地域	8.8%	121,641	全国籍・地域	72.3%	64,054
韓国	12.1%	86,766	韓国	6.3%	69,497	韓国	81.5%	29,193
台湾	32.0%	126,420	台湾	13.9%	97,882	台湾	54.0%	44,648
香港	11.4%	140,041	香港	16.2%	123,605	香港	72.3%	49,234
中国	31.7%	122,196	中国	10.9%	147,374	中国	57.4%	60,512
タイ	18.1%	148,431	タイ	5.1%	101,904	タイ	76.9%	67,935
シンガポール	8.8%	236,754	シンガポール	1.1%	320,317	シンガポール	90.1%	84,961
マレーシア	18.2%	171,039	マレーシア	7.3%	169,914	マレーシア	74.5%	57,536
インドネシア	11.1%	154,227	インドネシア	2.5%	59,500	インドネシア	86.4%	58,522
フィリピン	2.6%	90,912	フィリピン	5.7%	158,738	フィリピン	91.8%	53,944
ベトナム	12.7%	200,750	ベトナム	3.2%	61,868	ベトナム	84.1%	82,670
インド	1.1%	130,000	インド	0.0%	-	インド	98.9%	97,751
英国	3.8%	589,948	英国	1.9%	209,403	英国	94.3%	168,616
ドイツ	5.9%	623,999	ドイツ	3.4%	94,494	ドイツ	90.8%	185,902
フランス	1.4%	386,789	フランス	6.5%	338,266	フランス	92.1%	134,109
イタリア	2.0%	362,615	イタリア	2.5%	208,503	イタリア	95.5%	114,434
スペイン	2.3%	453,268	スペイン	1.1%	-	スペイン	96.6%	93,448
ロシア	3.2%	337,243	ロシア	7.1%	174,423	ロシア	89.7%	81,455
米国	3.1%	368,033	米国	2.7%	228,635	米国	94.2%	168,704
カナダ	5.0%	321,024	カナダ	3.8%	300,950	カナダ	91.2%	132,795
オーストラリア	2.6%	328,491	オーストラリア	7.2%	248,447	オーストラリア	90.2%	131,995
その他	0.9%	362,615	その他	2.8%	213,870	その他	96.3%	97,493

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)	(円/人)	(円/人)	(円/人)	b.平均泊数	(円/人泊)	(円/人泊)	(円/人泊)	(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	126,885	88,422	101,240	140,840	9.5	13,330	16,994	17,049	12,707
韓国	59,496	30,440	32,737	66,158	4.1	14,367	11,628	11,802	14,786
台湾	96,716	55,182	86,511	127,002	6.6	14,558	13,341	18,277	14,730
香港	139,322	147,686	94,396	148,087	5.6	24,823	31,358	18,297	25,283
中国	191,436	125,570	154,051	237,205	11.5	16,657	23,532	20,369	15,173
タイ	124,132	124,042	78,869	127,482	11.0	11,256	29,142	14,459	9,815
シンガポール	160,336	86,211	-	169,460	9.6	16,618	14,075	-	16,946
マレーシア	90,735	55,769	95,372	98,603	8.7	10,478	9,998	9,035	10,685
インドネシア	123,196	65,793	82,675	132,431	18.2	6,786	2,609	11,023	7,546
フィリピン	98,000	29,567	91,714	99,954	18.5	5,290	5,475	5,095	5,281
ベトナム	155,113	20,667	99,597	169,859	47.1	3,290	4,133	24,899	3,081
インド	148,124	100,000	-	148,483	30.5	4,857	25,000	-	4,821
英国	152,290	77,516	166,636	155,137	9.4	16,143	5,472	15,149	16,838
ドイツ	125,700	189,903	121,761	120,366	18.6	6,768	1,351	11,069	10,998
フランス	168,722	25,685	247,915	167,514	19.1	8,847	3,669	18,750	8,515
イタリア	135,335	87,936	87,833	137,520	13.9	9,733	7,817	10,711	9,746
スペイン	239,390	97,483	40,000	247,444	12.9	18,496	14,997	8,000	18,759
ロシア	182,709	137,855	167,608	185,617	21.1	8,645	21,208	20,664	8,180
米国	148,684	127,219	85,497	151,394	12.3	12,048	10,488	6,151	12,304
カナダ	134,062	69,624	73,035	140,341	16.6	8,077	981	7,427	10,114
オーストラリア	224,412	75,953	151,401	231,639	15.3	14,698	6,226	12,542	14,838
その他	166,241	20,000	113,474	168,825	19.7	8,448	2,500	12,608	8,401

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)	(円/人)	(円/人)	(円/人)	b.平均泊数	(円/人泊)	(円/人泊)	(円/人泊)	(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	211,699	215,243	217,500	211,008	9.5	22,240	41,369	36,628	19,037
韓国	98,880	116,615	100,132	95,901	4.1	23,877	44,547	36,099	21,434
台湾	178,191	180,192	181,421	175,755	6.6	26,822	43,564	38,328	20,384
香港	205,427	275,016	204,524	194,348	5.6	36,601	58,394	39,643	33,181
中国	283,237	245,812	292,709	308,028	11.5	24,645	46,066	38,703	19,703
タイ	217,428	287,895	191,035	198,399	11.0	19,716	67,638	35,023	15,276
シンガポール	267,120	322,966	-	259,674	9.6	27,686	52,729	-	25,967
マレーシア	183,821	221,160	273,496	162,564	8.7	21,227	39,650	25,910	17,616
インドネシア	205,949	226,614	136,400	205,741	18.2	11,344	8,985	18,187	11,723
フィリピン	163,783	131,662	261,999	157,164	18.5	8,841	24,382	14,555	8,304
ベトナム	291,730	259,092	161,466	308,025	47.1	6,188	51,818	40,366	5,587
インド	253,768	210,000	-	254,315	30.5	8,320	52,500	-	8,258
英国	344,511	532,679	367,831	333,409	9.4	36,518	37,601	33,439	36,188
ドイツ	350,335	833,853	216,255	321,968	18.6	18,864	5,932	19,660	29,418
フランス	323,272	412,474	691,324	300,661	19.1	16,950	58,925	52,285	15,284
イタリア	272,517	474,550	293,113	268,744	13.9	19,599	42,182	35,746	19,046
スペイン	343,928	550,751	-	336,268	12.9	26,573	84,731	-	25,493
ロシア	299,783	481,775	287,983	295,135	21.1	14,184	74,119	35,505	13,007
米国	340,112	540,159	310,993	334,200	12.3	27,559	44,529	22,374	27,162
カナダ	271,629	358,710	289,401	265,810	16.6	16,366	5,052	29,431	19,156
オーストラリア	380,549	659,575	433,660	374,292	15.3	24,925	54,064	35,925	23,976
その他	282,619	382,615	283,684	280,934	19.7	14,362	47,827	31,520	13,980

(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 21,182 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 148,066 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 29 年 1-3 月期の訪日外国人旅行消費額は 9,679 億円（四半期速報値）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28年		129,367	-10.1%	26,528	-18.0%	155,896	-11.5%	24,039,053	21.8%	37,476	7.8%
平成29年											
四半期	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	127,869	-15.0%	27,253	-26.0%	155,123	-17.1%	6,263,284	17.1%	9,716	-2.9%
	平成28年10-12月期	124,014	-10.1%	23,160	-22.0%	147,174	-12.2%	6,061,957	15.5%	8,922	1.3%
	平成29年1-3月期	126,885	-7.1%	21,182	-15.9%	148,066	-8.5%	6,537,168	13.6%	9,679	4.0%
	平成29年4-6月期										
	平成29年7-9月期										
平成29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28年および平成29年1月は暫定値、平成29年2-3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、スペイン（24.9万円）、オーストラリア（24.1万円）、中国（22.5万円）の順で高い。また、韓国（6.9万円）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3,718億円（構成比38.4%）、②台湾1,334億円（同13.8%）、③韓国1,180億円（同12.2%）、④香港801億円（同8.3%）、⑤米国463億円（同4.8%）の順となっている。
- 前述の上位5ヶ国・地域合計で7,495億円（構成比77.4%）を占める。エリア別では、東アジア4ヶ国・地域合計で7,032億円（同72.7%）、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920億円（同9.5%）、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345億円（同3.6%）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29年1-3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	126,885	-7.1%	21,182	148,066	-8.5%	6,537,168	13.6%	9,679	100.0%	4.0%	
韓国	59,496	0.1%	9,359	68,856	-4.1%	1,713,815	24.2%	1,180	12.2%	19.1%	
台湾	96,716	-6.8%	32,329	129,045	-3.8%	1,033,665	3.5%	1,334	13.8%	-0.4%	
香港	139,322	-8.4%	23,907	163,229	-8.3%	490,586	12.1%	801	8.3%	2.8%	
中国	191,436	-12.5%	34,053	225,489	-14.9%	1,648,670	12.0%	3,718	38.4%	-4.7%	
タイ	124,132	13.5%	17,744	141,876	10.8%	251,776	13.4%	357	3.7%	25.6%	
シンガポール	160,336	5.7%	15,856	176,192	6.9%	71,815	5.0%	127	1.3%	12.2%	
マレーシア	90,735	-19.6%	25,575	116,310	-11.4%	104,913	19.2%	122	1.3%	5.7%	
インドネシア	123,196	-7.0%	11,508	134,703	-9.6%	76,439	45.7%	103	1.1%	31.6%	
フィリピン	98,000	-10.6%	7,058	105,058	-7.0%	87,086	16.3%	91	0.9%	8.2%	
ベトナム	155,113	-12.6%	6,642	161,755	-16.7%	74,221	33.5%	120	1.2%	11.2%	
インド	148,124	-11.4%	706	148,830	-12.6%	28,805	8.4%	43	0.4%	-5.2%	
英国	152,290	0.4%	14,806	167,096	-1.7%	71,211	-1.7%	119	1.2%	-3.4%	
ドイツ	125,700	3.7%	20,803	146,503	11.8%	44,456	5.7%	65	0.7%	18.2%	
フランス	168,722	0.1%	15,668	184,390	3.6%	51,874	6.5%	96	1.0%	10.3%	
イタリア	135,335	-19.7%	7,629	142,964	-18.1%	21,969	3.6%	31	0.3%	-15.1%	
スペイン	239,390	17.8%	9,444	248,834	18.5%	13,467	-8.7%	34	0.3%	8.2%	
ロシア	182,709	26.9%	13,468	196,177	17.9%	15,220	22.8%	30	0.3%	44.8%	
米国	148,684	4.4%	9,503	158,187	7.3%	292,683	12.7%	463	4.8%	20.9%	
カナダ	134,062	6.0%	16,170	150,232	13.5%	70,783	14.5%	106	1.1%	30.0%	
オーストラリア	224,412	-12.5%	16,341	240,752	-15.5%	141,807	6.1%	341	3.5%	-10.4%	
その他	166,241	36.9%	5,642	171,883	35.2%	231,907	10.4%	399	4.1%	49.3%	

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29年1月は暫定値、同年2-3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、オーストラリアで「娯楽サービス費」が 2.7 万円と高い。「買物代」は中国が 12.0 万円と圧倒的に高い（図表 2-7）。
- 費目別旅行消費額（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 1,977 億円と他の国籍・地域に比べ突出して高い。

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	148,066	38,907	29,262	16,285	5,734	57,335	543
韓国	68,856	20,483	17,692	7,362	4,376	18,733	209
台湾	129,045	31,952	25,147	14,267	5,133	52,425	121
香港	163,229	42,812	37,088	17,564	4,466	61,293	6
中国	225,489	42,641	36,249	19,165	5,786	119,909	1,739
タイ	141,876	36,199	25,849	15,297	3,740	60,359	431
シンガポール	176,192	68,378	46,671	19,297	4,673	37,174	0
マレーシア	116,310	35,664	25,676	19,402	4,274	31,295	0
インドネシア	134,703	44,820	24,867	24,643	3,224	37,149	0
フィリピン	105,058	26,323	23,408	12,265	5,799	37,263	0
ベトナム	161,755	46,974	37,027	15,752	3,254	58,748	0
インド	148,830	50,757	32,736	20,027	2,576	42,733	0
英国	167,096	73,157	39,477	23,354	6,065	25,043	0
ドイツ	146,503	62,001	37,000	22,739	2,411	22,352	0
フランス	184,390	78,765	40,366	31,603	5,586	27,560	510
イタリア	142,964	58,717	30,500	25,612	6,273	21,837	25
スペイン	248,834	86,747	57,742	40,918	6,089	57,339	0
ロシア	196,177	68,300	40,520	20,288	7,255	59,815	0
米国	158,187	65,091	35,579	23,179	6,813	27,313	211
カナダ	150,232	59,309	32,493	28,634	6,067	23,730	0
オーストラリア	240,752	94,263	48,020	31,920	27,158	39,391	0
その他	171,883	61,697	37,512	33,789	11,730	27,155	0

- 旅行消費額の費目別構成比をみると、英国やドイツ、フランス、イタリア、米国では「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 53.2%と高い割合を占める（図表 2-8）。

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	9,679	2,543	1,913	1,065	375	3,748	36	26.3%	19.8%	11.0%	3.9%	38.7%	0.4%
韓国	1,180	351	303	126	75	321	4	29.7%	25.7%	10.7%	6.4%	27.2%	0.3%
台湾	1,334	330	260	147	53	542	1	24.8%	19.5%	11.1%	4.0%	40.6%	0.1%
香港	801	210	182	86	22	301	0	26.2%	22.7%	10.8%	2.7%	37.6%	0.0%
中国	3,718	703	598	316	95	1,977	29	18.9%	16.1%	8.5%	2.6%	53.2%	0.8%
タイ	357	91	65	39	9	152	1	25.5%	18.2%	10.8%	2.6%	42.5%	0.3%
シンガポール	127	49	34	14	3	27	0	38.8%	26.5%	11.0%	2.7%	21.1%	0.0%
マレーシア	122	37	27	20	4	33	0	30.7%	22.1%	16.7%	3.7%	26.9%	0.0%
インドネシア	103	34	19	19	2	28	0	33.3%	18.5%	18.3%	2.4%	27.6%	0.0%
フィリピン	91	23	20	11	5	32	0	25.1%	22.3%	11.7%	5.5%	35.5%	0.0%
ベトナム	120	35	27	12	2	44	0	29.0%	22.9%	9.7%	2.0%	36.3%	0.0%
インド	43	15	9	6	1	12	0	34.1%	22.0%	13.5%	1.7%	28.7%	0.0%
英国	119	52	28	17	4	18	0	43.8%	23.6%	14.0%	3.6%	15.0%	0.0%
ドイツ	65	28	16	10	1	10	0	42.3%	25.3%	15.5%	1.6%	15.3%	0.0%
フランス	96	41	21	16	3	14	0	42.7%	21.9%	17.1%	3.0%	14.9%	0.3%
イタリア	31	13	7	6	1	5	0	41.1%	21.3%	17.9%	4.4%	15.3%	0.0%
スペイン	34	12	8	6	1	8	0	34.9%	23.2%	16.4%	2.4%	23.0%	0.0%
ロシア	30	10	6	3	1	9	0	34.8%	20.7%	10.3%	3.7%	30.5%	0.0%
米国	463	191	104	68	20	80	1	41.1%	22.5%	14.7%	4.3%	17.3%	0.1%
カナダ	106	42	23	20	4	17	0	39.5%	21.6%	19.1%	4.0%	15.8%	0.0%
オーストラリア	341	134	68	45	39	56	0	39.2%	19.9%	13.3%	11.3%	16.4%	0.0%
その他	399	143	87	78	27	63	0	35.9%	21.8%	19.7%	6.8%	15.8%	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（パッケージツアー参加費内訳を含む）をみると、「観光・レジャー」は1人当たり平均143,011円、「親族・知人訪問」は1人当たり平均163,738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132,897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7,073億円で全体の73.2%を占める。これに対し「業務」目的の旅行消費額は1,306億円で、全体の13.5%を占める。

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)
a. 旅行支出 (円/人)	全国籍・地域	143,011	163,738	508,013	123,806	135,636	310,356	132,897	96,062	115,816	121,997	162,048	140,043	141,445	135,528
	韓国	66,959	48,992	681,111	285,163	35,024	67,357	62,953	60,955	63,988	53,687	67,683	66,958	107,466	59,114
	台湾	124,703	243,533	532,836	80,760	-	-	104,123	109,843	74,080	91,968	225,623	95,457	143,863	111,750
	香港	162,840	48,507	571,867	-	-	-	173,978	42,303	144,499	252,745	426,858	167,873	93,389	179,066
	中国	220,554	247,214	612,064	-	227,751	388,825	182,897	124,440	254,037	125,111	214,295	189,714	208,307	209,572
	米国	179,557	110,121	231,747	-	3,996	-	158,438	231,731	94,630	134,572	159,805	177,159	103,045	133,583

【参考】

b. 外客数 目的別 構成比 (%) ヨコ計=100	全国籍・地域	75.7	4.5	1.3	0.1	0.3	0.4	15.0	1.1	1.1	4.0	1.8	7.1	2.7	8.6
	韓国	86.2	2.3	0.3	0.1	0.1	0.1	8.9	2.0	0.2	1.8	0.9	4.0	2.0	5.0
	台湾	85.7	2.3	0.7	0.3	0.0	0.0	8.7	0.9	0.6	2.4	0.6	4.1	2.2	4.6
	香港	86.3	1.1	0.4	0.0	0.0	0.0	8.1	1.5	0.7	1.8	0.4	3.7	4.1	4.4
	中国	77.3	4.3	1.8	0.0	0.3	1.2	13.5	0.6	0.8	2.5	2.3	7.2	1.7	7.7
	米国	39.4	11.2	1.1	0.0	0.7	0.1	42.4	0.5	2.4	13.3	3.5	22.8	2.7	20.5
c. 訪日 外客数 ^{注3} (万人)	全国籍・地域	494.6	29.4	8.6	0.4	1.9	2.7	98.3	7.4	6.9	25.9	11.7	46.4	17.8	56.5
	韓国	147.8	4.0	0.6	0.1	0.2	0.1	15.2	3.4	0.4	3.1	1.5	6.9	3.4	8.6
	台湾	88.6	2.4	0.8	0.3	0.0	0.0	9.0	1.0	0.7	2.5	0.7	4.2	2.3	4.8
	香港	42.4	0.5	0.2	0.0	0.0	0.0	4.0	0.7	0.4	0.9	0.2	1.8	2.0	2.2
	中国	127.5	7.1	2.9	0.0	0.5	1.9	22.2	1.1	1.4	4.1	3.7	11.9	2.8	12.7
	米国	11.5	3.3	0.3	0.0	0.2	0.0	12.4	0.2	0.7	3.9	1.0	6.7	1.5	6.0
d. 旅行 消費額 (億円) (=a×c)	全国籍・地域	7,073	481	439	5	26	83	1,306	71	80	316	190	650	252	766
	韓国	990	19	38	2	1	1	96	21	2	16	10	46	37	51
	台湾	1,105	58	41	2	0	0	94	11	5	23	15	40	33	54
	香港	690	3	10	0	0	0	69	3	5	23	8	30	19	39
	中国	2,812	175	177	0	12	75	406	13	35	51	80	226	58	267
	米国	207	36	7	0	0	1	197	4	7	52	16	118	15	80
e. 旅行 消費額 目的別 構成比 (%) ヨコ計=100	全国籍・地域	73.2%	5.0%	4.5%	0.1%	0.3%	0.9%	13.5%	0.7%	0.8%	3.3%	2.0%	6.7%	2.6%	7.9%
	韓国	83.6%	1.6%	3.2%	0.2%	0.1%	0.0%	8.1%	1.7%	0.2%	1.4%	0.9%	3.9%	3.1%	4.3%
	台湾	82.8%	4.4%	3.1%	0.2%	0.0%	0.0%	7.0%	0.8%	0.4%	1.7%	1.1%	3.0%	2.5%	4.0%
	香港	87.2%	0.3%	1.3%	0.0%	0.0%	0.0%	8.8%	0.4%	0.7%	2.9%	1.0%	3.8%	2.4%	4.9%
	中国	75.7%	4.7%	4.8%	0.0%	0.3%	2.0%	10.9%	0.4%	1.0%	1.4%	2.2%	6.1%	1.6%	7.2%
	米国	44.6%	7.8%	1.6%	0.0%	0.0%	0.3%	42.4%	0.8%	1.4%	11.3%	3.5%	25.4%	3.3%	17.3%
f. 回答数 ^{注4}	全国籍・地域	7,336	469	131	7	26	31	1,779	131	112	507	192	837	176	999
	韓国	3,437	92	13	2	5	2	354	79	9	71	35	160	61	201
	台湾	923	25	8	3	0	0	94	10	7	26	7	44	19	50
	香港	234	3	1	0	0	0	22	4	2	5	1	10	8	12
	中国	1,190	66	27	0	5	18	207	10	13	38	35	111	24	119
	米国	294	84	8	0	5	1	317	4	18	99	26	170	17	153

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29年1-3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、69.0%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61.9%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4.7万円と最も高い。特に中国では6.2万円と、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	69.0%	8,201	86.2%	5,382	71.6%	7,831	67.2%	8,067	68.8%	11,182	38.6%	7,850
その他食料品・飲料・酒・たばこ	61.9%	10,181	65.2%	5,038	65.6%	9,145	62.0%	7,965	57.2%	13,951	59.9%	15,272
カメラ・ビデオカメラ・時計	6.5%	47,448	1.5%	36,079	5.9%	34,827	5.2%	25,850	12.1%	62,489	2.3%	38,464
電気製品	14.7%	32,118	2.1%	15,527	24.5%	24,266	12.9%	23,055	28.2%	41,206	6.0%	17,119
化粧品・香水	46.5%	24,090	36.5%	6,075	46.0%	13,975	49.1%	14,912	78.1%	41,668	9.5%	9,659
医薬品・健康グッズ・トイレタリー	52.4%	15,911	50.0%	6,307	72.0%	15,882	64.6%	12,664	73.1%	25,739	11.6%	4,290
和服(着物)・民芸品	9.8%	17,071	6.5%	3,215	8.9%	20,036	13.3%	48,509	7.4%	19,007	19.9%	15,930
服(和服以外)・かばん・靴	35.6%	30,366	19.6%	11,896	45.6%	20,710	49.8%	39,146	42.9%	49,741	15.6%	20,454
マンガ・アニメ・キャラクター関連商品	15.0%	9,647	18.7%	6,336	11.6%	9,520	18.5%	13,882	15.5%	10,642	12.0%	15,755
書籍・絵葉書・CD・DVD	10.4%	6,754	5.5%	3,425	12.0%	5,431	15.5%	5,583	9.7%	6,237	15.3%	6,775

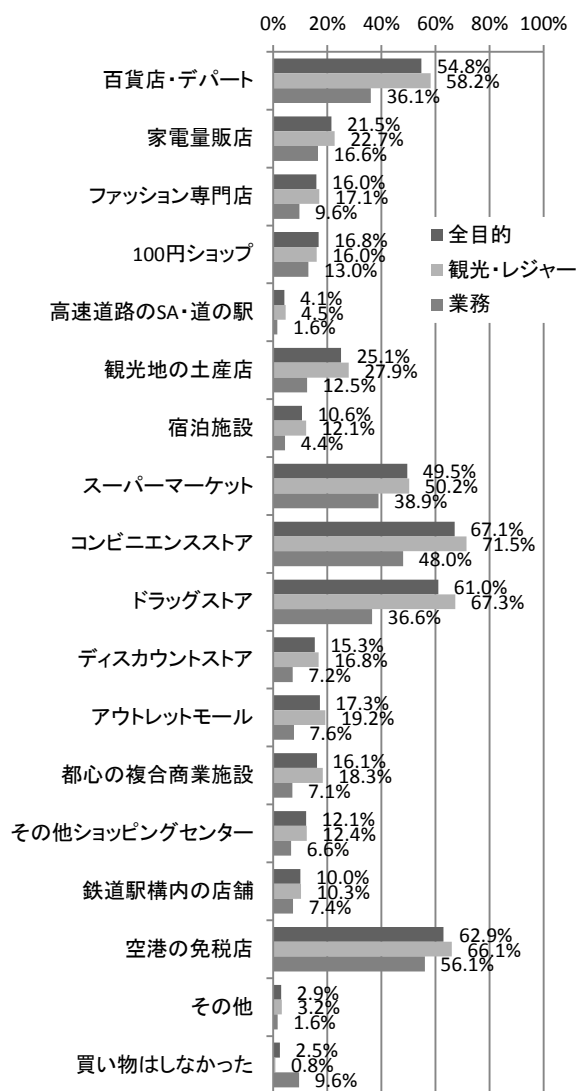
図表 3-2 来訪目的別にみる費目別購入率および購入者単価（主要国籍・地域別）

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	88.7%	5,303	72.5%	7,625	65.4%	8,424	68.2%	11,162	43.8%	6,048
		業務	68.4%	5,902	62.4%	7,714	77.3%	5,267	67.3%	9,914	32.2%	10,759
その他食料品・飲料・酒・たばこ		観光・レジャー	67.4%	4,745	66.0%	8,660	64.5%	7,712	57.4%	12,799	66.8%	16,851
		業務	52.3%	7,010	63.4%	10,887	45.5%	14,400	55.0%	16,524	53.2%	15,603
カメラ・ビデオカメラ・時計		観光・レジャー	1.5%	38,236	6.2%	24,851	5.6%	25,850	12.2%	63,822	2.7%	15,201
		業務	0.8%	30,667	3.2%	186,333	4.5%	-	11.4%	69,007	1.9%	26,238
電気製品		観光・レジャー	2.0%	14,190	24.9%	23,895	13.2%	24,533	28.8%	38,275	7.2%	6,622
		業務	1.7%	12,500	17.2%	22,643	18.2%	15,667	24.8%	34,835	5.1%	32,374
化粧品・香水		観光・レジャー	38.9%	5,873	47.6%	13,527	50.9%	14,170	81.0%	40,503	12.3%	9,579
		業務	17.8%	9,228	40.9%	14,996	40.9%	23,667	69.3%	44,479	5.7%	12,425
医薬品・健康グッズ・トイレタリー		観光・レジャー	52.6%	6,141	72.5%	15,486	66.7%	13,318	74.7%	25,713	14.0%	3,842
		業務	33.6%	8,518	65.6%	18,838	50.0%	10,688	67.8%	24,946	9.2%	5,801
和服(着物)・民芸品		観光・レジャー	7.2%	3,031	9.0%	11,465	14.5%	51,471	8.5%	16,997	24.3%	16,449
		業務	1.4%	5,333	3.2%	69,551	4.5%	10,000	2.5%	50,034	14.0%	18,558
服(和服以外)・かばん・靴		観光・レジャー	20.7%	10,409	46.7%	18,679	50.9%	28,620	44.4%	47,904	19.5%	16,277
		業務	6.2%	29,062	22.6%	24,750	50.0%	144,857	32.7%	36,256	10.8%	27,212
マンガ・アニメ・キャラクター関連商品		観光・レジャー	20.1%	6,076	12.4%	8,784	18.8%	12,115	16.7%	10,484	17.1%	14,245
		業務	5.9%	17,032	7.5%	6,500	4.5%	30,000	9.9%	8,417	6.1%	5,737
書籍・絵葉書・CD・DVD		観光・レジャー	5.2%	2,799	12.3%	5,115	15.4%	5,710	8.6%	4,762	19.5%	8,745
		業務	4.2%	11,415	5.4%	7,200	9.1%	1,500	11.4%	10,038	9.6%	5,006

(3) 買物場所

- 買物場所は「コンビニエンスストア」(67.1%)、「空港の免税店」(62.9%)、「ドラッグストア」(61.0%)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9.6%を占める。

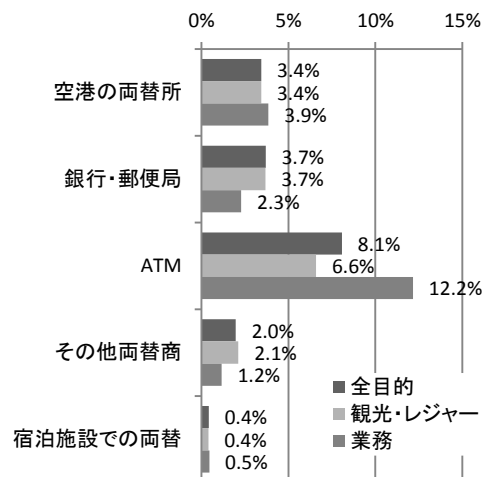
図表 3-3 買物場所
(全国籍・地域、来訪目的別、複数回答)



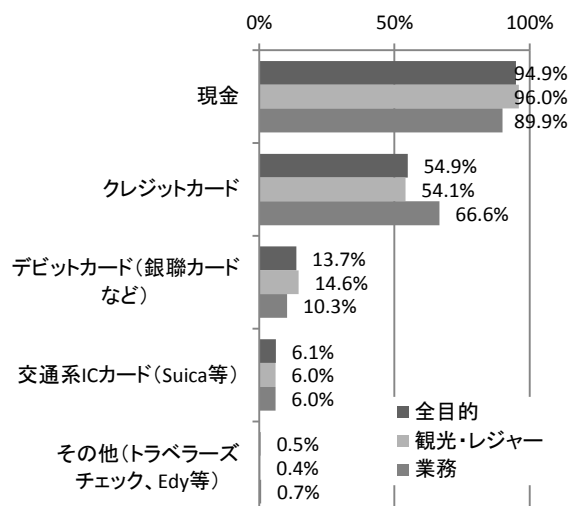
(4) 利用した金融機関と決済方法

- 利用した金融機関を見ると、「ATM」の利用率が8.1%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)



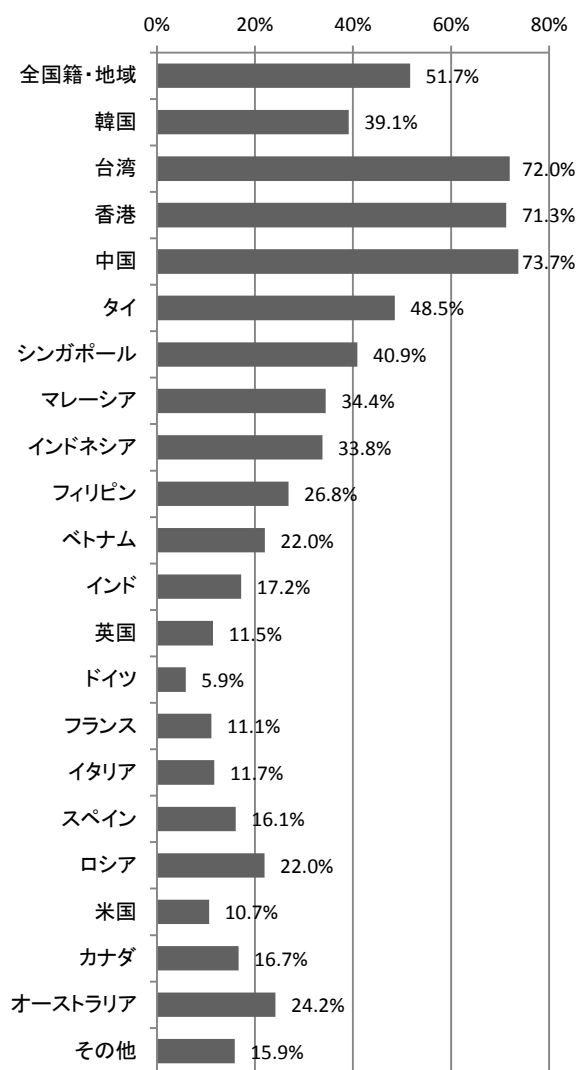
図表 3-5 利用した決済方法
(全国籍・地域、来訪目的別、複数回答)



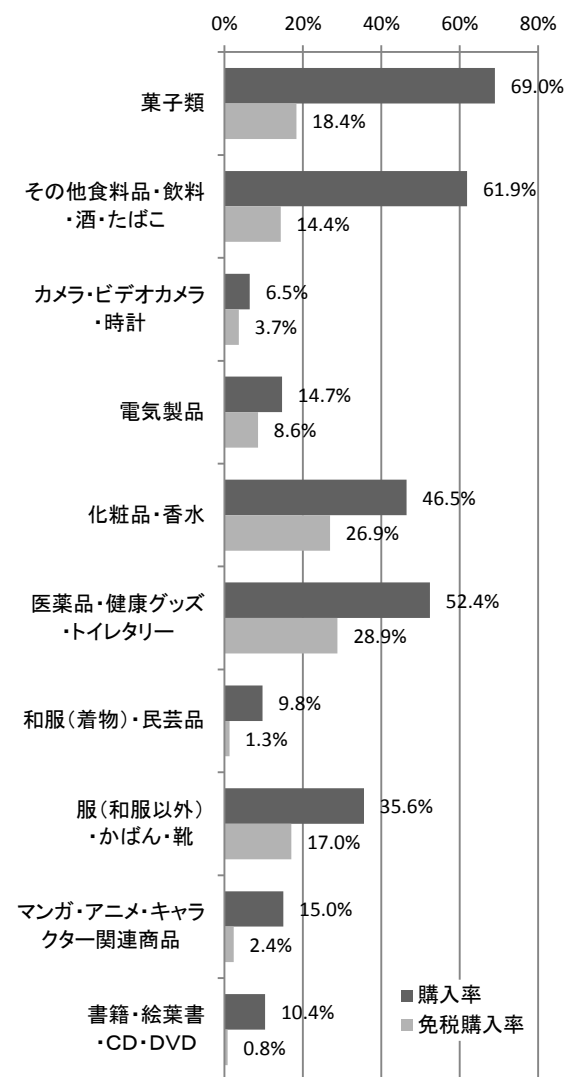
(5) 消費税免税手続きの実施状況

- 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 51.7%である(図表 3-6)。
- 国籍・地域別にみると、台湾や香港、中国で高く 7 割を超える。一方、ドイツでは 1 割未満と他の国籍・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**免税購入率**、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」(28.9%)が最も高く、次いで「化粧品・香水」(26.9%)、「菓子類」(18.4%)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購入率(全国籍・地域、複数回答)



4. 満足度と再訪意向

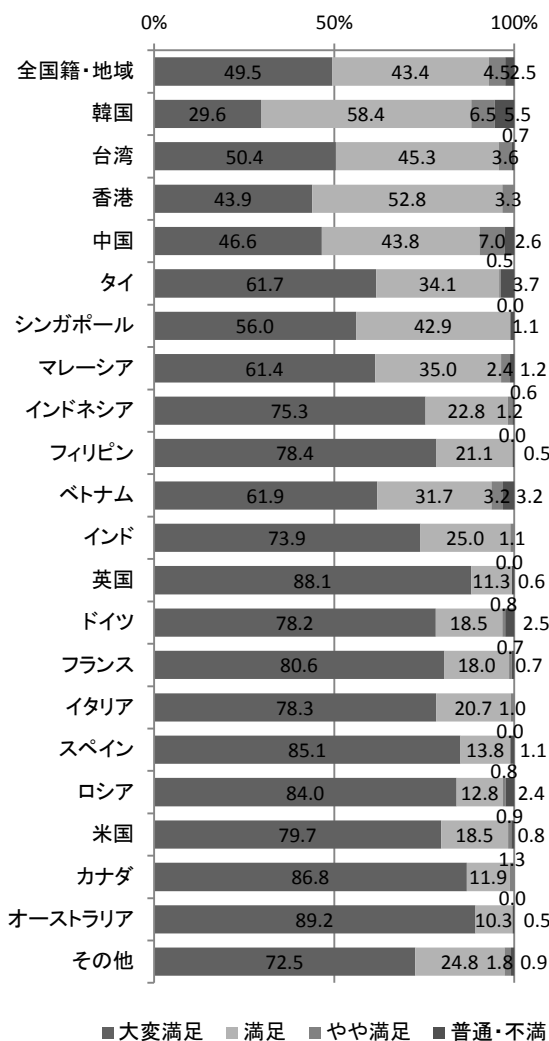
(1) 訪日旅行全体の満足度

- 今回の訪日旅行全体の満足度は「大変満足」49.5%、「満足」43.4%である。
- 国籍・地域別では、英国やフランス、スペイン、ロシア、カナダ、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）。

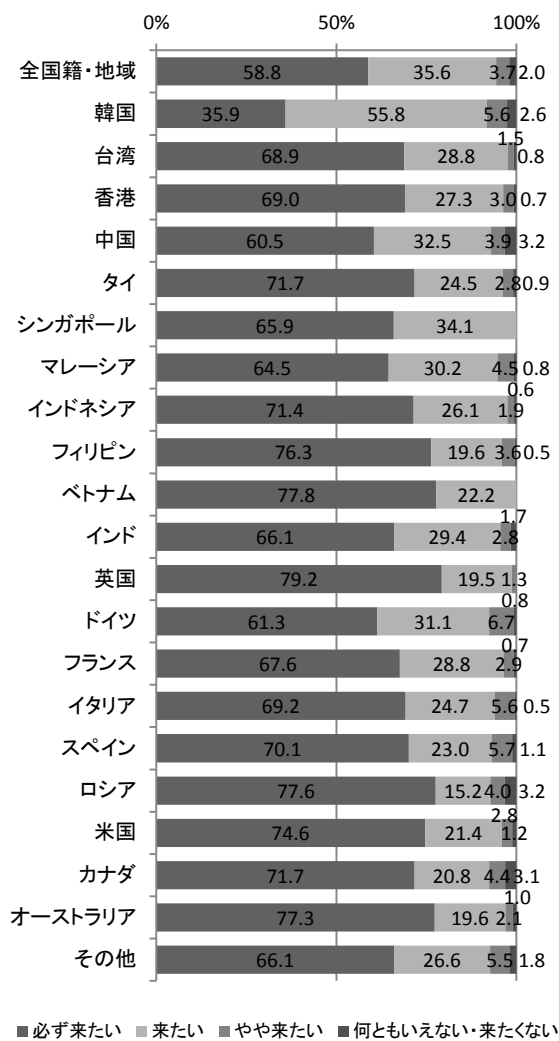
(2) 日本への再訪意向

- 日本への再訪意向では、「必ず来たい」が58.8%、「来たい」が35.6%である。
- 国籍・地域別では、韓国以外の国籍・地域で「必ず来たい」の割合が6割を超える。中でも英国で「必ず来たい」の割合が79.2%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」(19.8%)、台湾は「医薬品・健康グッズ・トイレタリー」(19.7%)、香港は「服・かばん・靴」(32.0%)、中国は「化粧品・香水」(24.8%)、米国は「和服・民芸品」(17.5%)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「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。「服・かばん・靴」では、「デザインが良い・かわいい・きれい」に加え、「価格が手頃・自国より安いから」とする回答が多くみられた。

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	19.8	7.7	6.3	6.6	9.2
酒	5.6	2.2	0.8	1.3	7.9
その他食料品・飲料	9.3	3.1	4.7	2.0	5.3
たばこ	0.6	0.0	0.0	0.0	0.0
カメラ・ビデオカメラ	0.1	1.3	0.0	2.7	1.8
時計	0.4	2.8	3.1	5.0	0.9
電気製品	1.5	17.9	6.3	13.1	5.3
化粧品・香水	11.3	11.4	18.0	24.8	3.5
医薬品・健康グッズ・トイレタリー	15.3	19.7	8.6	12.7	0.9
和服・民芸品	2.2	2.0	0.8	1.4	17.5
服・かばん・靴	13.2	19.0	32.0	17.0	15.8
マンガ・アニメ・キャラクター関連商品	9.7	5.3	7.0	5.5	7.9
書籍・絵葉書・CD・DVD	1.6	1.5	1.6	1.4	6.1
その他の商品	8.6	5.9	8.6	6.6	15.4
その他	0.6	0.2	2.3	0.0	2.6
合計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
回答数	2,497	457	128	640	228

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	724	0.8	2.6	51.8	1.2	1.1	4.7	3.3	23.9	6.1	0.0	4.4
酒	221	1.8	2.3	54.3	2.7	5.0	5.0	5.4	15.8	6.8	0.0	0.9
その他食料品・飲料	309	4.9	0.3	55.3	0.6	2.9	3.2	7.8	14.6	6.1	0.0	4.2
たばこ	17	5.9	5.9	5.9	5.9	0.0	0.0	11.8	29.4	35.3	0.0	0.0
カメラ・ビデオカメラ	62	38.7	1.6	0.0	21.0	0.0	9.7	0.0	1.6	16.1	1.6	9.7
時計	102	21.6	22.5	0.0	21.6	1.0	10.8	2.0	2.9	16.7	0.0	1.0
電気製品	276	31.9	4.0	0.0	22.8	0.0	5.4	3.3	1.8	23.2	2.5	5.1
化粧品・香水	604	35.8	1.8	0.0	11.4	0.0	10.3	2.5	5.6	28.8	0.2	3.6
医薬品・健康グッズ・トイレタリー	588	61.4	0.0	0.0	5.1	0.0	5.4	2.9	8.3	12.9	0.3	3.6
和服・民芸品	181	6.6	32.0	0.0	1.7	25.4	3.3	1.1	22.7	1.1	1.7	4.4
服・かばん・靴	872	17.1	31.4	0.0	3.4	0.3	5.2	4.8	2.1	31.1	0.2	4.4
マンガ・アニメ・キャラクター関連商品	410	6.8	25.4	0.0	0.5	1.5	30.7	12.9	10.5	6.6	0.0	5.1
書籍・絵葉書・CD・DVD	92	10.9	13.0	0.0	0.0	4.3	32.6	21.7	2.2	1.1	8.7	5.4
その他の商品	439	19.1	32.6	0.0	7.7	4.8	5.7	5.9	10.7	7.5	1.4	4.6
その他	37	0.0	0.0	0.0	0.0	2.7	0.0	2.7	0.0	8.1	16.2	70.3
全体	4,934	20.7	13.4	13.5	5.8	2.2	8.4	5.0	10.2	15.4	0.7	4.6

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。

(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、韓国と香港は「肉料理」（それぞれ29.4%、30.0%）、台湾と中国は「ラーメン」（それぞれ30.6%、21.5%）、米国は「寿司」（25.6%）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	19.8	9.9	14.4	16.4	25.6
ラーメン	18.7	30.6	21.3	21.5	19.7
そば・うどん	6.2	2.4	1.3	2.3	4.8
肉料理	29.4	19.3	30.0	18.4	15.5
魚料理(寿司を除く)	5.4	13.5	12.5	20.2	6.6
小麦粉料理	3.9	1.8	1.9	0.7	3.5
その他日本料理	7.2	6.8	5.6	6.3	8.3
外国の料理	0.3	0.2	1.3	0.6	0.7
その他料理	4.0	4.7	2.5	1.9	4.2
菓子類	2.4	7.5	6.9	7.8	4.4
果物	0.0	0.3	0.6	0.7	0.2
酒	1.4	0.7	1.3	0.7	3.3
その他食料品・飲料	1.3	2.3	0.6	2.3	3.0
合計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
回答数	3,225	615	160	810	542

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	宗教や信念、体質等の理由	その他
飲食区分															
寿司	1,352	75.2	15.9	0.4	2.1	0.1	1.5	0.7	0.4	0.1	1.4	1.9	0.1	0.0	0.1
ラーメン	1,418	90.2	0.2	1.0	0.5	0.7	1.3	0.4	0.0	0.0	1.8	3.2	0.1	0.2	0.5
そば・うどん	347	85.0	1.2	0.6	0.9	0.3	1.2	2.0	1.4	0.0	2.0	2.6	0.0	1.2	1.7
肉料理	1,553	85.8	5.0	0.5	1.1	0.3	1.0	2.2	0.1	0.0	0.7	1.9	0.4	0.1	0.9
魚料理	645	67.0	24.8	1.1	0.6	0.6	1.1	0.3	0.6	0.2	1.1	1.7	0.2	0.2	0.6
小麦粉料理	225	77.8	1.8	0.4	0.9	0.4	1.3	5.8	0.4	0.0	6.2	3.6	0.0	0.0	1.3
その他日本料理	497	77.3	3.6	1.0	1.0	0.0	1.4	1.2	2.4	1.8	5.4	1.2	0.6	0.4	2.6
外国の料理	33	69.7	0.0	0.0	3.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3.0	3.0	3.0	6.1	12.1
その他料理	265	78.9	1.5	1.5	1.5	0.0	1.1	2.6	0.8	0.4	4.9	4.5	0.0	0.8	1.5
菓子類	270	84.8	2.6	1.5	0.7	1.9	0.7	1.1	0.0	1.5	1.1	1.5	0.0	0.4	2.2
果物	16	75.0	6.3	6.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	12.5	0.0	0.0	0.0	0.0
酒	142	82.4	1.4	0.0	1.4	0.0	2.1	4.2	0.0	0.7	2.8	2.1	0.0	0.0	2.8
その他食料品・飲料	132	66.7	5.3	1.5	0.0	0.8	3.8	3.0	2.3	0.0	6.1	5.3	0.0	2.3	3.0
全体	6,895	81.1	7.3	0.8	1.1	0.4	1.3	1.4	0.5	0.2	2.0	2.4	0.2	0.3	1.0

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

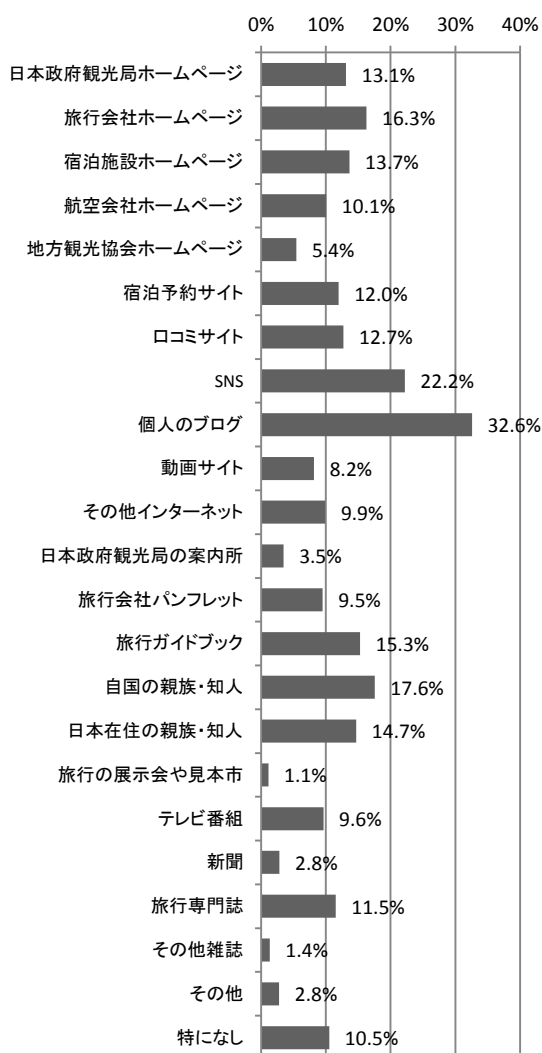
(1) 出発前に得た旅行情報源

- 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」(32.6%)、「SNS」(22.2%)、「自国の親族・知人」(17.6%)の順が多い(図表 5-1)。
- 「日本政府観光局ホームページ」は13.1%、「日本政府観光局の案内所」の選択率は3.5%であった。

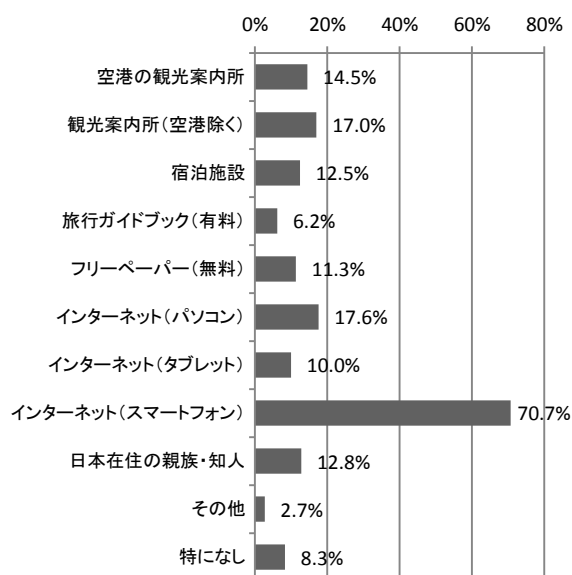
(2) 日本滞在中に得た旅行情報源

- 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70.7%と高い。次いで「インターネット(パソコン)」(17.6%)、「観光案内所(空港除く)」(17.0%)の順に高い(図表 5-2)。

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)



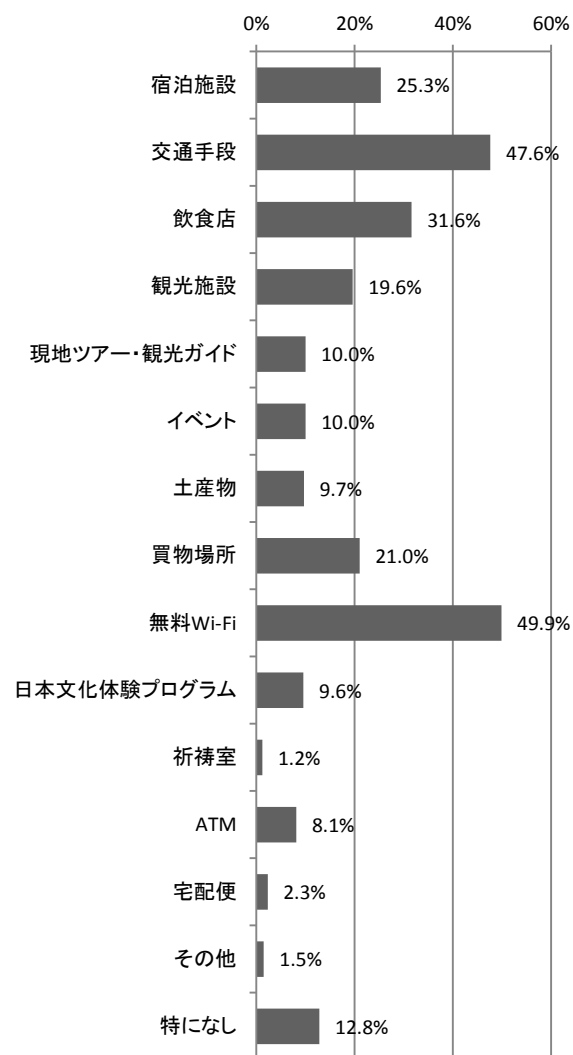
図表 5-2 日本滞在中に得た旅行情報源で役に立ったもの
(全国籍・地域、複数回答)



(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」(49.9%)が最も多く、次いで「交通手段」(47.6%)、「飲食店」(31.6%)、「宿泊施設」(25.3%)、「買物場所」(21.0%)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)

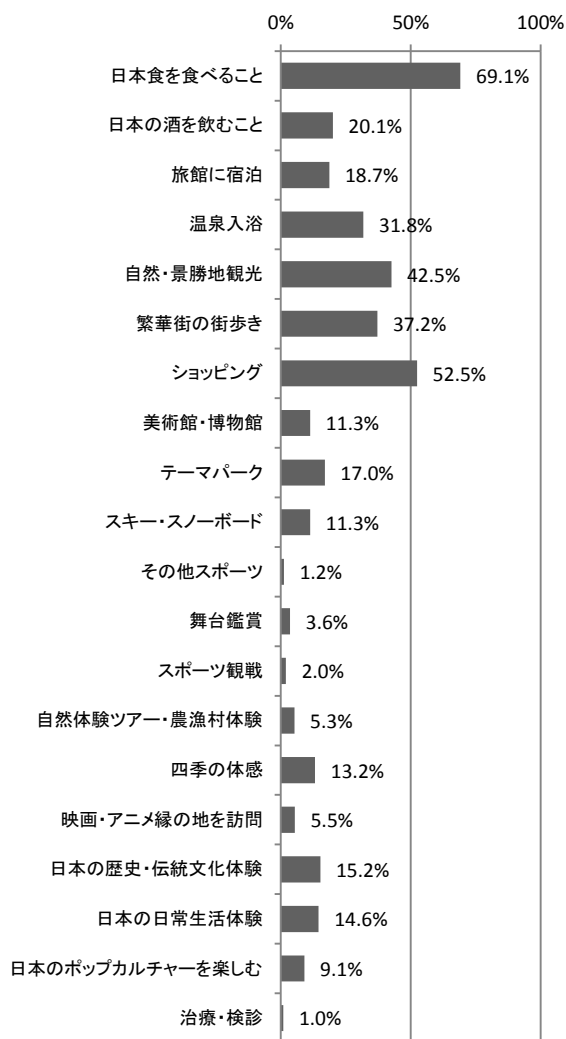


6. 日本滞在中の行動

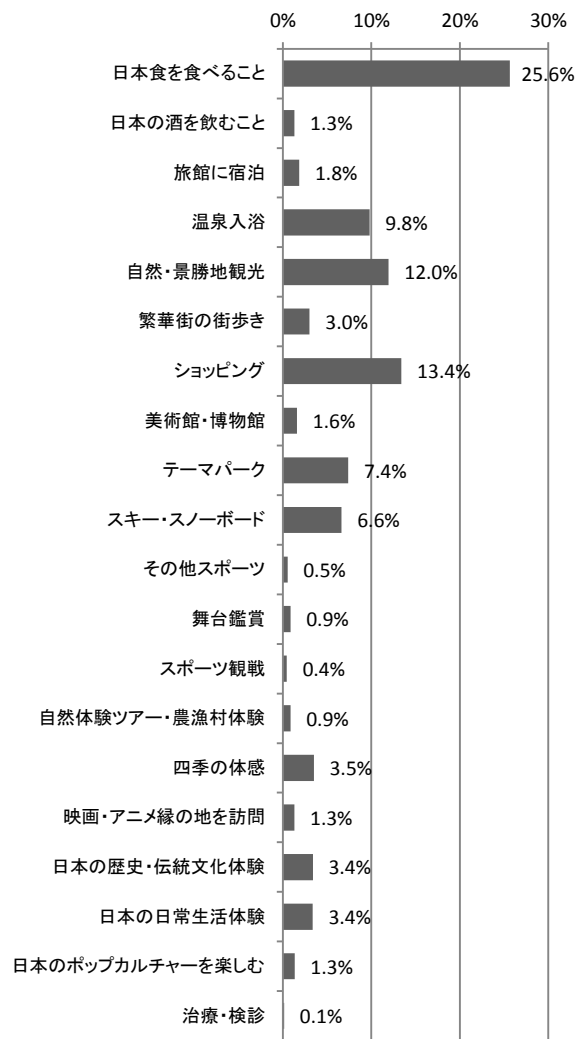
(1) 訪日前に期待していたこと

- 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 69.1%と最も多かった。次いで「ショッピング」(52.5%)、「自然・景勝地観光」(42.5%)、「繁華街の街歩き」(37.2%)、「温泉入浴」(31.8%)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%)、「ショッピング」(13.4%)、「自然・景勝地観光」(12.0%)、「温泉入浴」(9.8%)、「テーマパーク」(7.4%)、「スキー・スノーボード」(6.6%)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)



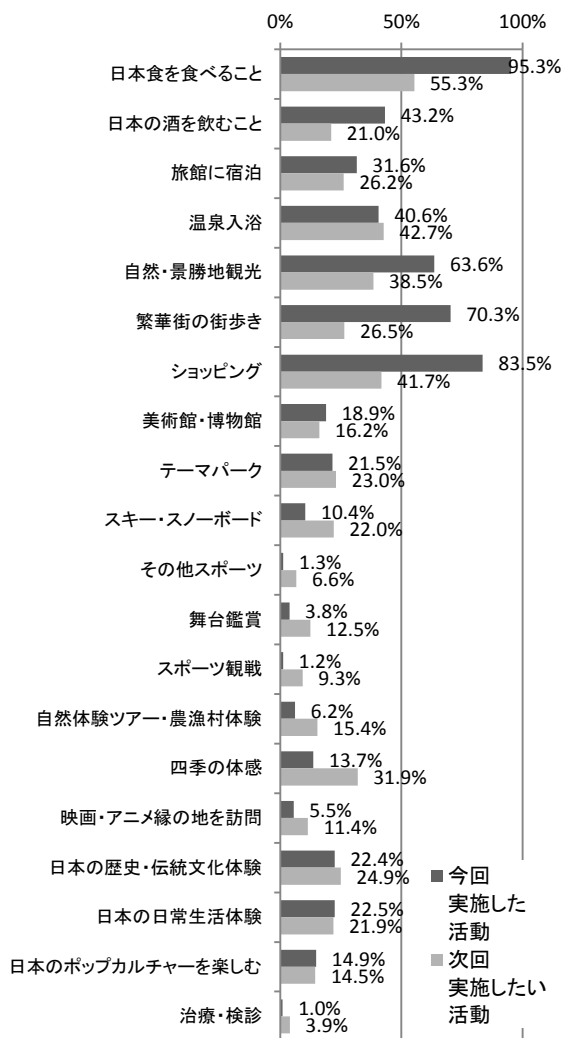
(2) 今回したことと次回したいこと

- 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」「温泉入浴」「ショッピング」「自然・景勝地観光」の順で選択率が高い。

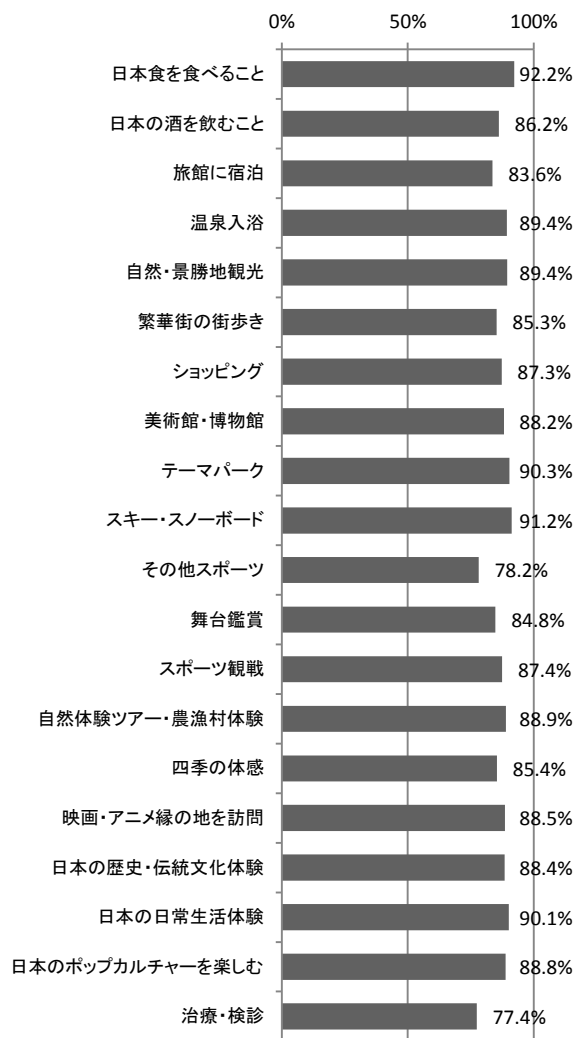
(3) 今回したこととの満足度

- 今回の日本滞在中にしたことの満足度を尋ねた結果、「満足した」と回答した人の割合は「日本食を食べること」(92.2%)、「スキー・スノーボード」(91.2%)、「テーマパーク」(90.3%)、「日本の日常生活体験」(90.1%)、「自然・景勝地観光」「温泉入浴」(ともに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 29 年 1 月 12 日（木）～3 月 3 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。10,063 人（うち旅行中支出の有効回答数 10,010 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

「メーカー一品」(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のある「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	1.2%	3,263
台湾	2.3%	871
香港	5.6%	216
中国	2.3%	1,135
タイ	6.7%	138
シンガポール	7.3%	68
マレーシア	5.4%	172
インドネシア	7.5%	104
フィリピン	5.8%	119
ベトナム	13.6%	30
インド	6.9%	81
英国	9.3%	78
ドイツ	11.0%	61
フランス	7.2%	79
イタリア	5.5%	122
スペイン	16.6%	56
ロシア	9.0%	68
米国	3.9%	421
カナダ	6.6%	92
オーストラリア	5.6%	131
その他	10.2%	62

(2) 国籍・地域別の買物代

	標準誤差率	有効回答数
韓国	2.6%	3,300
台湾	4.7%	657
香港	10.9%	151
中国	4.3%	877
タイ	12.2%	112
シンガポール	15.6%	56
マレーシア	10.3%	137
インドネシア	14.9%	93
フィリピン	15.6%	113
ベトナム	15.9%	37
インド	17.2%	97
英国	16.3%	82
ドイツ	19.7%	55
フランス	14.1%	72
イタリア	13.2%	112
スペイン	22.5%	41
ロシア	20.0%	59
米国	7.9%	386
カナダ	18.6%	79
オーストラリア	13.9%	103
その他	17.2%	51

訪日外国人の消費動向
平成 29 年 1-3 月期 報告書

発 行 平成 29 年 4 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/>