



観光統計

平成25年10月31日
観光庁

訪日外国人による旅行消費額は3,253億円で過去最高の数値を記録！

～訪日外国人消費動向調査(平成25年7-9月期)の調査結果～

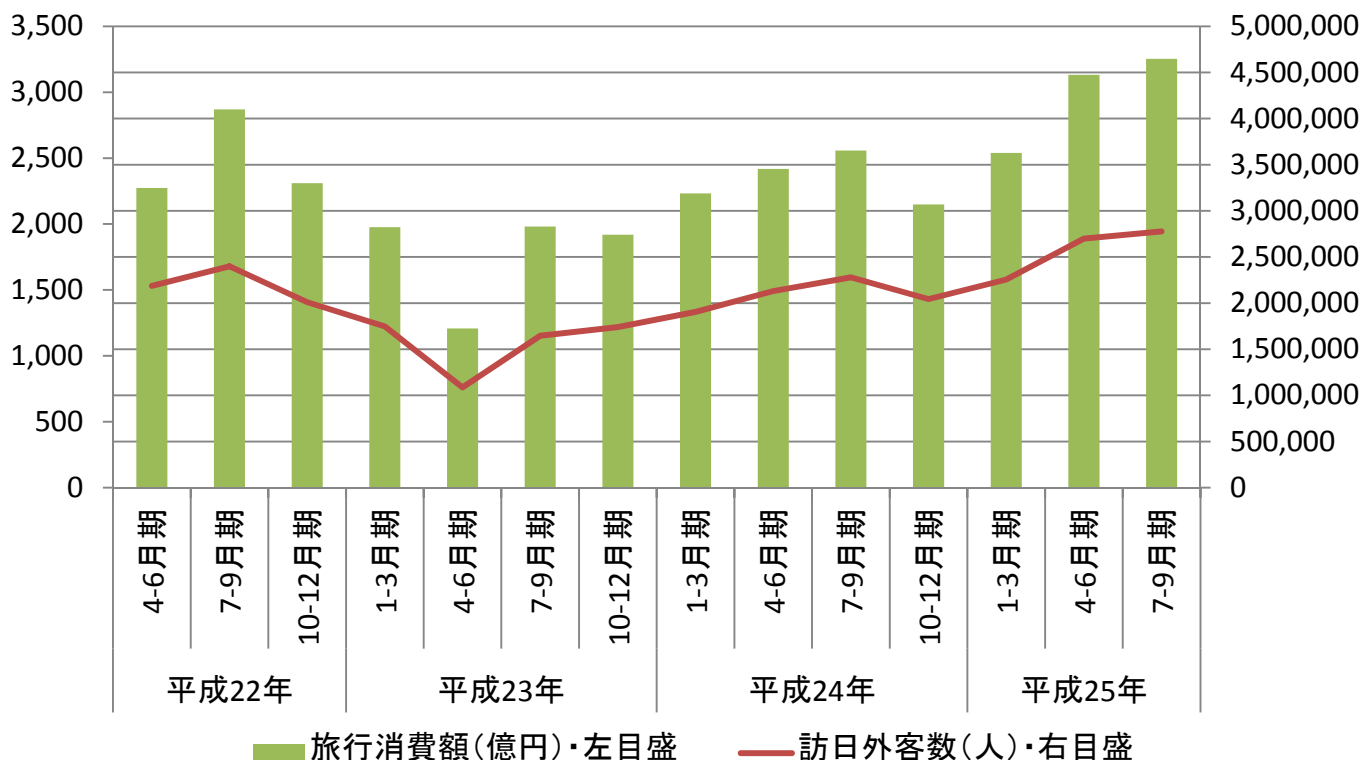
- 訪日外国人全体の旅行消費額は**3,253億円**。前年同期(2,558億円)と比べると訪日外国人数の増加に伴い**27.2%増加**。当調査の最高数値を記録。
- 訪日外国人一人当たりの旅行中支出額は**117,151円**で前年同期(112,211円)に比べ**4.4%増加**。
- 訪日旅行全体の満足度は「大変満足」45.6%、「満足」46.0%で合わせて**91.6%**。
- 再訪意向は「必ず来たい」58.2%、「来たい」34.1%で合わせて**92.3%**。

訪日外国人消費動向調査の結果概要

1. 訪日外国人全体の旅行消費額は3,253億円

- 訪日外国人全体の日本国内での旅行消費額は**3,253億円**で、前年同期(2,558億円)と比べると27.2%増加。これは訪日外客数の増加(228万人→277万7千人 21.8%増)に伴う影響が大きいと考えられる。また、当調査の最高数値を記録した。

旅行消費額と訪日外客数の推移



- 国籍・地域別の旅行消費額は、①中国792億円(構成比24.4%)②台湾509億円(同15.6%)③韓国415億円(同12.8%)④米国312億円(同9.6%)⑤香港219億円(同6.7%)であり、上位5カ国で全体の69.1%を占める。
- 香港、台湾の旅行消費額は前年同期に比べて、50%以上の大幅増加となった。これは訪日外客数の増加が大きな要因と考えられる。
 - ・香港: 13万2千人→21万3千人(60.8%増)
 - ・台湾: 40万7千人→64万人(57.2%増)

(報告書11頁 図表2-3参照)

表: 訪日外国人の旅行消費額

(億円)

国籍・地域	H25.7-9月期		前年同期 (H24.7-9月)	構成比
		前年同期比		
全国籍・地域	3,253.1	27.2%	2,558.0	-
中国	792.2	8.4%	730.9	24.4%
台湾	508.6	50.9%	337.1	15.6%
韓国	415.3	24.1%	334.6	12.8%
米国	312.3	35.4%	230.7	9.6%
香港	218.7	72.1%	127.1	6.7%

※「旅行消費額」=「一人当たり旅行中支出額」×「訪日外客数」により算出。
 ※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10月時点の最新データを用いた。

2. 訪日外国人一人当たりの旅行中支出額は117,151円 ※表は次ページに掲載。

- 訪日外国人が日本国内において支出した一人当たりの旅行中支出額は平均**117,151円**であり、前年同期(112,211円)と比べ4.4%増加。買物代※が増加し、特に「カメラ・ビデオカメラ・時計」が大幅に増加した。これは円安の影響があると推測される。
 - 【全国籍・地域】買物代: 46,392円→50,800円(9.5%増)
 カメラ・ビデオカメラ・時計: 44,026円→58,251円(32.3%増)
- 特に、米国は買物代が大幅に増加した。詳細は以下のとおり。
 - 【米国】買物代: 25,709円→ 33,907円(31.9%増)
 マンガ・DVD・アニメ関連商品: 7,543円→12,995円(72.3%増)
 和服(着物)・民芸品: 8,976円→14,716円(63.9%増)
 その他食品・飲料・酒・たばこ: 13,189円→ 21,214円(60.9%増)

(報告書10頁 図表2-2及び、集計表・第4表参照)

※「買物代」とは、詳細費目「菓子類」「その他食料品・飲料・酒・たばこ」「カメラ・ビデオカメラ・時計」「電気製品」「化粧品・医療品・トイレタリー」「和服(着物)・民芸品」「服(和服以外)・かばん・靴」「マンガ・DVD・アニメ関連商品」「その他買物代」のいずれかを購入した人の支出額平均。

表：訪日外国人一人当たり旅行中支出額

(円/人)

国籍・地域	H25.7-9月期		前年同期 (H24.7-9月)
		前年同期比	
全国籍・地域	117,151	4.4%	112,211
中国	172,696	22.0%	141,592
米国	160,216	19.9%	133,633
香港	102,913	7.0%	96,154
台湾	79,449	-4.1%	82,803
韓国	66,542	6.8%	62,282

3. 訪日旅行全体の満足度及び再訪意向は、9割以上と非常に高い。

- 今回の訪日旅行全体の満足度は「大変満足」45.6%、「満足」46.0%で合わせて**91.6%**である。
- 再訪意向は「必ず来たい(必ず再訪したい)」58.2%、「来たい(再訪したい)」34.1%で合わせて**92.3%**である。

(報告書19頁 図表5-1、5-2参照)

※観光立国推進基本計画(平成24年3月30日閣議決定)において、以下のとおり目標が定められている。

「平成28年(2016年)までに、訪日外国人消費動向調査で、「大変満足」と回答する割合を45%、「必ず再訪したい」と回答する割合を60%とすることを目指す。」

-結果の公表について-

H25.7-9月期の詳細結果については下記ホームページをご覧ください。

<http://www.mlit.go.jp/kankocho/siryou/toukei/syouthityousa.html>

また、詳細分析『トピックス』は11月末に公表予定です。

問い合わせ先

観光戦略課 森

観光戦略課調査室 山本、岸本、田嶋

TEL 03-5253-8111(内線27-216、27-219)

03-5253-8325(直通)

FAX 03-5253-1563

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 7-9 月期 報告書

訪日外国人の消費動向

平成 25 年 7-9 月期 報告書

目 次

I 平成 25 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	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）

I 平成 25 年 7-9 月期における訪日外国人の消費動向の分析結果

1. 訪日外国人の属性と旅行内容

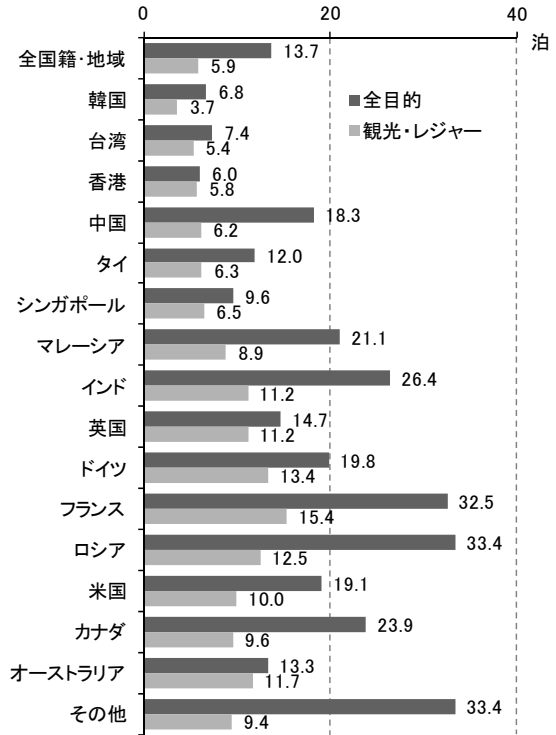
(1) 回答者属性

- 性別の構成比は男性 55.1%、女性 44.9% である。
- 性年代別で見ると、「男性 30 代」(15.8%)、「女性 20 代」(14.0%)、「男性 20 代」(13.6%) 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)。

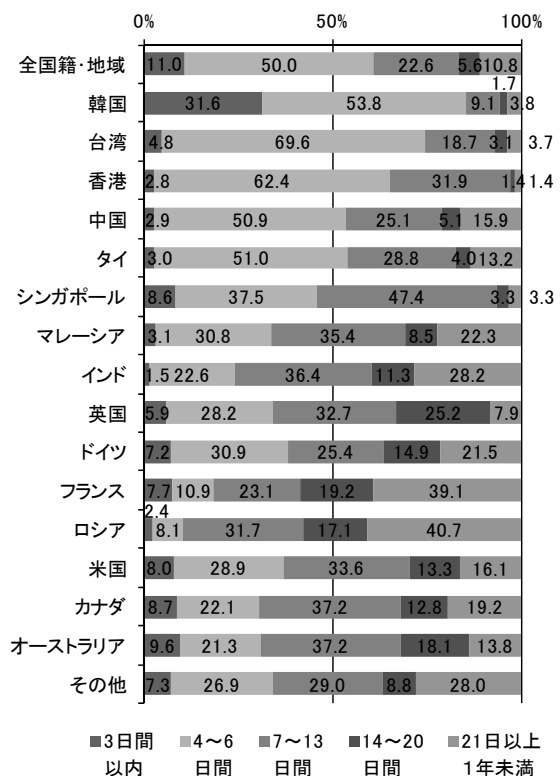
(2) 泊数

- 回答者全体の平均泊数は 13.7 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フランス、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 5.9 泊である。アジアの国籍・地域では平均泊数が短い傾向がある。インド、英国、ドイツ、フランス、ロシア、米国、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 61.0% を占める一方で、「21 日以上 1 年未満」の長期滞在者も 10.8% 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 31.6% と他の国籍・地域に比べて高い。一方、フランスやロシアでは 14 日間以上の長期滞在者が半数を超える(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)



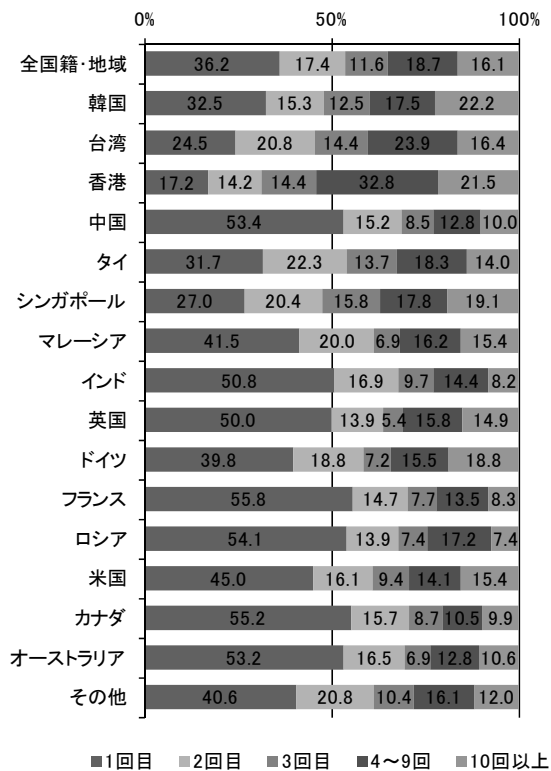
(3) 旅行内容

[全目的]

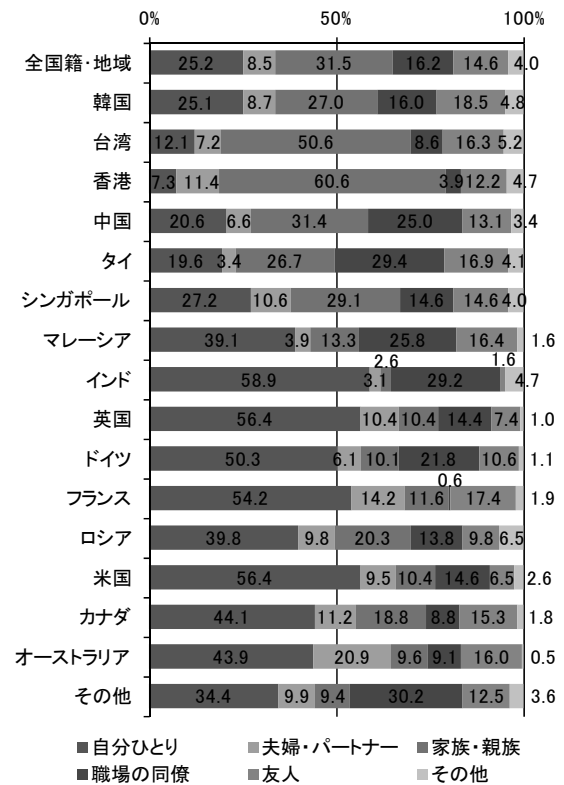
- 日本への来訪回数では、「1回目」が36.2%と最も多く、「2回目」が17.4%を占める。一方で「10回以上」も16.1%と少なくない。国籍・地域別では、中国やインド、英国、フランス、ロシア、カナダ、オーストラリアで「1回目」が5割を超える。一方、香港では「1回目」の割合が低く、2割を下回る（図表 1-3）。

- 同行者は「家族・親族」31.5%、「自分ひとり」25.2%、「職場の同僚」16.2%、「友人」14.6%、「夫婦・パートナー」8.5%の順となっている。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」、台湾や香港では「家族・親族」が5割を超える。また、中国やタイ、マレーシア、インドでは「職場の同僚」の割合がそれぞれ25%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）



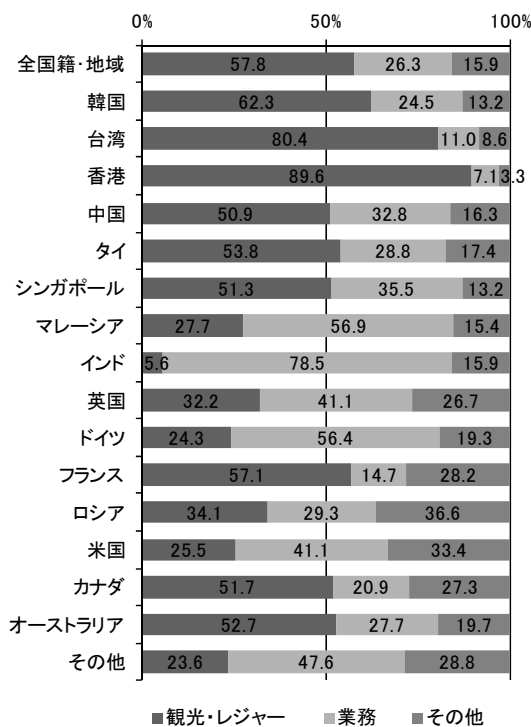
図表 1-4 同行者（国籍・地域別、全目的）



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57.8%を占める。国籍・地域別では、台湾や香港で「観光・レジャー」の割合が8割超と特に高い。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26.3%を占め、特にインドでの割合が78.5%と高い（図表1-5）。

図表 1-5 主な来訪目的（国籍・地域別、全目的）



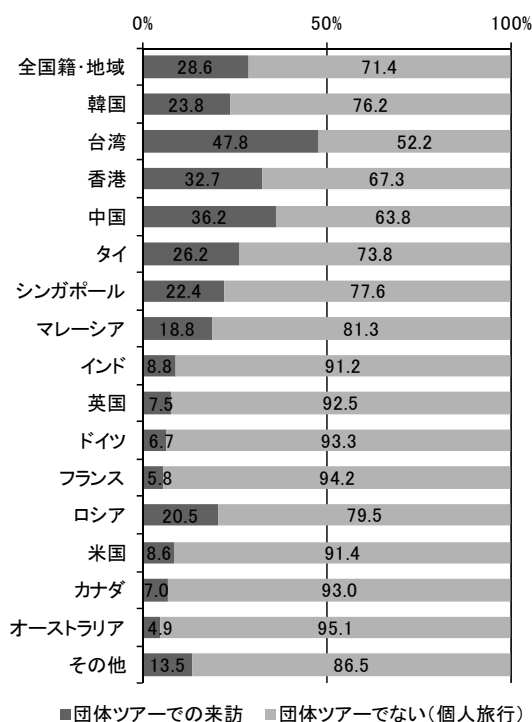
- 利用した宿泊施設のタイプ（複数回答）では、80.4%が「ホテル（洋室中心）」、19.8%が「旅館（和室中心）」を利用している。国籍・地域別では、台湾や香港、中国、フランス、オーストラリアで「旅館」、英国やフランス、ロシア、米国では「親族・知人宅」の利用率がそれぞれ2割を超える（図表1-6）。

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	80.4	19.8	1.5	11.1
韓国	82.1	9.0	1.0	11.5
台湾	86.4	27.9	1.4	6.5
香港	92.7	28.3	0.8	2.6
中国	77.3	28.7	2.9	10.6
タイ	77.9	18.4	1.0	10.7
シンガポール	93.4	17.1	0.7	4.6
マレーシア	72.7	12.5	0.0	10.2
インド	69.9	3.6	1.0	9.8
英国	81.5	19.0	0.5	23.0
ドイツ	85.0	13.3	1.1	13.9
フランス	70.3	23.2	1.3	25.8
ロシア	67.2	4.9	0.0	24.6
米国	74.2	11.7	1.0	22.8
カナダ	75.6	15.1	2.3	19.2
オーストラリア	84.6	20.7	3.2	12.8
その他	64.1	14.1	2.1	14.6

- 旅行形態では「団体ツアーでの来訪」が28.6%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47.8%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、韓国では「福岡県」「大分県」、台湾では「千葉県」「北海道」、香港では「沖縄県」「北海道」、中国では「神奈川県」「千葉県」「愛知県」、米国では「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	464	27.8%
2位	福岡県	434	26.0%
3位	大阪府	395	23.7%
4位	京都府	192	11.5%
5位	大分県	184	11.0%
回答者数および訪問率延べ合計		1,670	163.5%

【台湾】

順位	都道府県名	回答数	訪問率
1位	東京都	546	39.9%
2位	大阪府	338	24.7%
3位	京都府	279	20.4%
4位	千葉県	239	17.5%
5位	北海道	154	11.2%
回答者数および訪問率延べ合計		1,369	209.0%

【香港】

順位	都道府県名	回答数	訪問率
1位	東京都	176	35.6%
2位	大阪府	146	29.5%
3位	京都府	80	16.2%
3位	沖縄県	80	16.2%
5位	北海道	73	14.7%
回答者数および訪問率延べ合計		495	182.8%

【中国】

順位	都道府県名	回答数	訪問率
1位	東京都	621	60.8%
2位	大阪府	450	44.0%
3位	京都府	293	28.7%
4位	神奈川県	226	22.1%
5位	千葉県	174	17.0%
5位	愛知県	174	17.0%
回答者数および訪問率延べ合計		1,022	256.4%

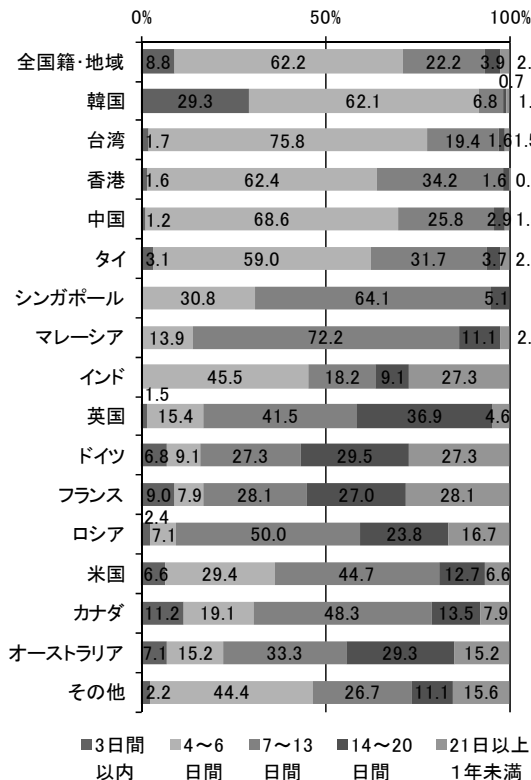
【米国】

順位	都道府県名	回答数	訪問率
1位	東京都	480	62.0%
2位	京都府	164	21.2%
3位	神奈川県	134	17.3%
4位	大阪府	115	14.9%
5位	千葉県	60	7.8%
回答者数および訪問率延べ合計		774	193.8%

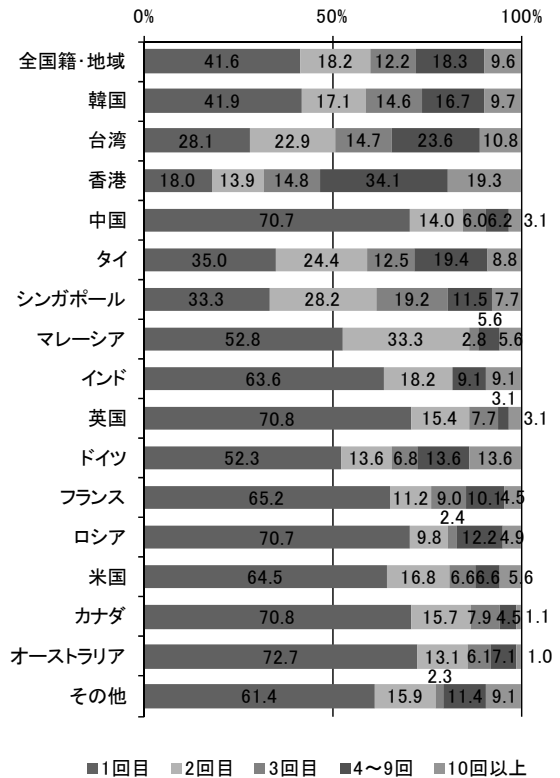
〔観光・レジャー目的〕

- 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29.3%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75.8%を占める。ドイツ、フランスでは14日間以上の滞在が5割超と高い（図表1-9）。
- 日本への来訪回数では、中国、英国、ロシア、カナダ、オーストラリアで「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、フランス、米国、オーストラリアで「自分ひとり」の割合が3割以上と高い（図表1-11）。

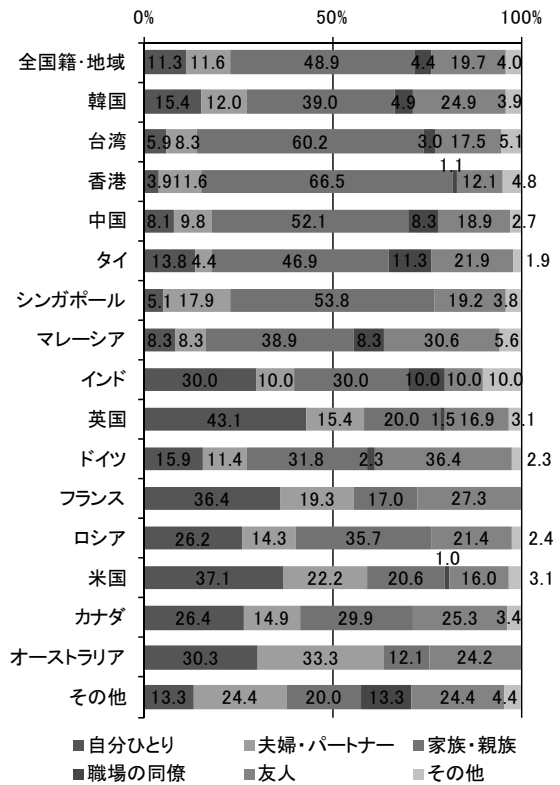
図表 1-9 滞在日数
(国籍・地域別、観光・レジャー目的のみ)



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)



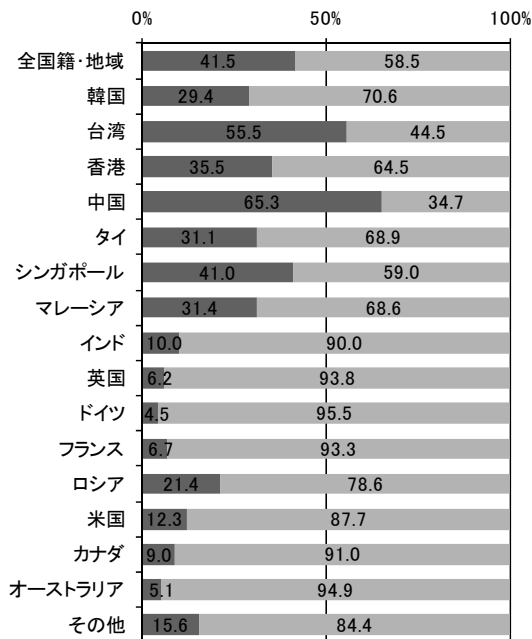
注) 「同行者」の設問は複数回答。上記図表では「同行者」を2つ以上選択した回答を「その他」として集計している。

- 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、中国や英国では「旅館」の利用率が4割以上を占める（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	89.1	28.0	0.9	6.3
韓国	86.1	11.6	1.0	7.6
台湾	90.3	31.8	0.8	3.9
香港	92.9	30.1	0.9	2.1
中国	94.4	46.3	0.6	3.7
タイ	86.8	21.4	0.6	10.7
シンガポール	94.9	29.5	1.3	5.1
マレーシア	91.2	32.4	0.0	8.8
インド	81.8	18.2	0.0	36.4
英国	81.5	40.0	0.0	15.4
ドイツ	84.1	29.5	0.0	11.4
フランス	78.7	24.7	2.2	19.1
ロシア	90.5	4.8	0.0	11.9
米国	81.7	17.8	2.0	16.8
カナダ	82.0	18.0	2.2	9.0
オーストラリア	89.9	29.3	2.0	8.1
その他	80.0	37.8	0.0	17.8

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。国籍・地域別の特徴としては、韓国では「福岡県」「大分県」、台湾では「千葉県」「北海道」、香港では「沖縄県」「北海道」、中国では「神奈川県」「千葉県」、米国では「神奈川県」「山梨県」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	324	31.2%
2位	大阪府	294	28.3%
3位	東京都	185	17.8%
4位	大分県	158	15.2%
5位	京都府	155	14.9%
回答者数および訪問率延べ合計		1,038	169.9%

【台湾】

順位	都道府県名	回答数	訪問率
1位	東京都	422	38.4%
2位	大阪府	280	25.5%
3位	京都府	252	22.9%
4位	千葉県	217	19.7%
5位	北海道	140	12.7%
回答者数および訪問率延べ合計		1,100	219.5%

【香港】

順位	都道府県名	回答数	訪問率
1位	東京都	148	33.6%
2位	大阪府	138	31.3%
3位	沖縄県	78	17.7%
4位	京都府	76	17.2%
5位	北海道	63	14.3%
回答者数および訪問率延べ合計		441	186.8%

【中国】

順位	都道府県名	回答数	訪問率
1位	東京都	366	70.5%
2位	大阪府	317	61.1%
3位	京都府	219	42.2%
4位	神奈川県	155	29.9%
5位	千葉県	134	25.8%
回答者数および訪問率延べ合計		519	326.4%

【米国】

順位	都道府県名	回答数	訪問率
1位	東京都	159	80.7%
2位	京都府	82	41.6%
3位	大阪府	44	22.3%
4位	神奈川県	32	16.2%
5位	山梨県	18	9.1%
回答者数および訪問率延べ合計		197	240.1%

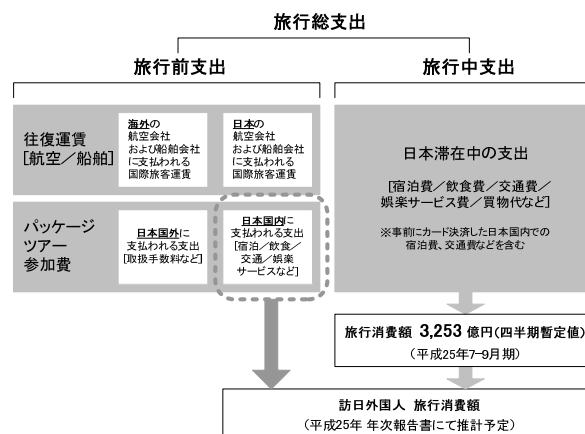
2. 訪日外国人の旅行支出

(1) 旅行支出

- 平成25年7-9月期における訪日外国人の旅行中支出額は平均117,151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101,663円、両者を合算した総支出額は平均218,814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、フランスが26.2万円と最も高く、ロシア（20.2万円）、カナダ（19.8万円）、オーストラリア（19.0万円）、中国（17.3万円）が続く。

- 1泊当たり旅行中支出額は8,521円、旅行前支出を含めた1泊当たり総支出額は15,915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 7-9 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)			総支出額 標準誤差率	(円/人泊)		
		a.パッケージツアー・往復運賃支出 (旅行前支出額)	b.日本国内における旅行支出 (旅行中支出額)	c.総支出額 (=a.+b.)		d.平均泊数	1泊当たり旅行中支出額 (=b./d.)	1泊当たり総支出額 (=c./d.)
全国籍・地域	7,279	101,663	117,151	218,814	-	13.7	8,521	15,915
韓国	1,667	47,907	66,542	114,450	3.1%	6.8	9,850	16,941
台湾	1,366	85,645	79,449	165,094	2.1%	7.4	10,786	22,413
香港	489	88,995	102,913	191,908	2.7%	6.0	17,055	31,803
中国	1,018	99,594	172,696	272,290	2.9%	18.3	9,463	14,920
タイ	300	94,594	106,384	200,978	4.5%	12.0	8,878	16,771
シンガポール	151	125,301	136,984	262,285	6.4%	9.6	14,320	27,419
マレーシア	129	119,580	145,156	264,736	8.0%	21.1	6,887	12,560
インド	195	111,890	164,390	276,280	8.1%	26.4	6,220	10,453
英国	199	205,582	169,217	374,799	8.1%	14.7	11,501	25,474
ドイツ	179	193,580	148,730	342,309	5.9%	19.8	7,497	17,254
フランス	154	165,732	261,533	427,265	7.7%	32.5	8,039	13,134
ロシア	115	113,348	201,888	315,236	10.0%	33.4	6,045	9,439
米国	770	209,061	160,216	369,278	3.8%	19.1	8,383	19,321
カナダ	171	172,442	197,636	370,078	7.4%	23.9	8,281	15,506
オーストラリア	188	169,334	190,099	359,433	4.6%	13.3	14,273	26,986
その他	188	136,781	140,248	277,028	7.5%	33.4	4,202	8,301

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	(円/人)		(円/人)	
	旅行前支出額	旅行中支出額	総支出額	
平成24年	7-9月期	90,694	112,211	202,905
	10-12月期	85,125	105,121	190,246
平成25年	1-3月期	99,327	112,590	211,917
	4-6月期	96,661	116,037	212,698
	7-9月期	101,663	117,151	218,814

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。

【参考】 平成 25 年 7-9 月期における

- 訪日外国人の日本における旅行中支出額に、同期間の訪日外客数を乗じることに
より、訪日外国人の旅行消費額は 3,253 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 792 億円（構成比 24.4%）、②台湾 509 億円（同 15.6%）、③韓国 415 億円（同 12.8%）、④米国 312 億円（同 9.6%）、⑤香港 219 億円（同 6.7%）の順であり、上位 5 カ国で全体の 69.1%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 34.1% 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 122,866 円、ツアー利用客の旅行中支出額は同 65,603 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 90,710 円、個人手配客の旅行中支出額は同 147,460 円である。
- 総支出額はツアー利用客で平均 188,469 円、個人手配客で同 238,170 円である。

図表 2-3 平成 25 年 7-9 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)	
	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.)	構成比
全国籍・地域	117,151	2,776,832	3,253.1	100.0%
韓国	66,542	624,092	415.3	12.8%
台湾	79,449	640,202	508.6	15.6%
香港	102,913	212,535	218.7	6.7%
中国	172,696	458,705	792.2	24.4%
タイ	106,384	83,389	88.7	2.7%
シンガポール	136,984	31,648	43.4	1.3%
マレーシア	145,156	32,629	47.4	1.5%
インド	164,390	18,376	30.2	0.9%
英国	169,217	47,276	80.0	2.5%
ドイツ	148,730	30,395	45.2	1.4%
フランス	261,533	42,947	112.3	3.5%
ロシア	201,888	15,645	31.6	1.0%
米国	160,216	194,950	312.3	9.6%
カナダ	197,636	35,919	71.0	2.2%
オーストラリア	190,099	48,290	91.8	2.8%
その他	140,248	259,834	364.4	11.2%

注1) 出典：日本政府観光局（JNTO） ※平成25年7月は暫定値、同年8-9月は推計値を使用した。

注2) 四半期報告書に掲載する「旅行消費額」は「旅行中支出額」の合算値であり、パッケージツアー参加費に含まれる日本国内支出や日本の航空会社および船舶会社に支払われる国際旅客運賃を含まない。

【参考】 訪日外国人の旅行消費額の推移

調査時期	(円/人)	(人)	(億円)	
	旅行中支出額	訪日外客数	旅行消費額	
平成24年	7-9月期	112,211	2,279,672	2,558.0
	10-12月期	105,121	2,044,075	2,148.8
平成25年	1-3月期	112,590	2,255,094	2,539.0
	4-6月期	116,037	2,699,491	3,132.4
	7-9月期	117,151	2,776,832	3,253.1

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 9 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者】

国籍・地域	パッケージツアー購入率 (%)	(円/人)	(円/人)	(円/人)	d.平均泊数 (泊)	(円/人泊)	(円/人泊)
		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.)		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	34.1	122,866	65,603	188,469	5.0	13,061	37,524
韓国	31.7	73,396	28,017	101,413	2.9	9,637	34,881
台湾	56.3	109,641	48,681	158,322	4.5	10,893	35,427
香港	49.1	115,365	74,045	189,411	5.2	14,360	36,733
中国	40.3	128,492	125,189	253,681	5.1	24,468	49,581
タイ	25.8	145,005	74,311	219,315	4.3	17,459	51,526
シンガポール	25.7	206,833	65,355	272,188	5.8	11,179	46,559
マレーシア	16.9	267,645	54,632	322,277	14.3	3,816	22,508
インド	8.7	178,844	38,753	217,597	14.5	2,667	14,976
英国	6.4	570,912	154,787	725,698	24.6	6,288	29,481
ドイツ	2.8	578,586	94,320	672,906	83.0	1,136	8,107
フランス	5.1	412,711	100,407	513,118	14.1	7,108	36,327
ロシア	17.1	174,233	105,988	280,221	14.2	7,444	19,681
米国	7.1	427,110	102,017	529,127	21.1	4,829	25,045
カナダ	8.1	351,982	73,711	425,693	18.6	3,969	22,922
オーストラリア	5.9	327,852	76,593	404,445	9.1	8,425	44,489
その他	13.0	249,047	80,504	329,551	7.6	10,649	43,591

【参考】パッケージツアー利用者の旅行支出額の推移

調査時期	旅行前支出額 (パッケージ料金) (円/人)	旅行中支出額 (円/人)	総支出額 (円/人)	平均泊数 (泊)	(円/人泊)	(円/人泊)	
					1泊当たり旅行中支出額 (=b./d.)	1泊当たり総支出額 (=c./d.)	
平成24年	7-9月期	106,895	64,106	171,001	5.3	12,208	32,565
	10-12月期	109,316	45,490	154,806	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	113,899	63,853	177,752	4.7	13,648	37,992
	7-9月期	122,866	65,603	188,469	5.0	13,061	37,524

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	往復運賃購入率 (%)	(円/人)	(円/人)	(円/人)	d.平均泊数 (泊)	(円/人泊)	(円/人泊)
		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.)		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	65.9	90,710	147,460	238,170	18.3	8,077	13,046
韓国	68.3	36,101	86,453	122,553	8.5	10,125	14,353
台湾	43.7	54,770	124,892	179,661	11.1	11,258	16,195
香港	50.9	63,566	136,446	200,012	6.9	19,829	29,067
中国	59.7	80,076	213,357	293,433	27.1	7,867	10,819
タイ	74.2	77,041	121,126	198,167	14.7	8,254	13,505
シンガポール	74.3	97,162	169,387	266,549	10.8	15,612	24,568
マレーシア	83.1	89,419	167,787	257,206	22.5	7,473	11,455
インド	91.3	105,496	180,819	286,315	27.6	6,559	10,386
英国	93.6	180,454	170,387	350,841	14.0	12,143	25,003
ドイツ	97.2	182,642	150,715	333,358	18.0	8,352	18,473
フランス	94.9	152,382	269,657	422,039	33.5	8,043	12,588
ロシア	82.9	100,812	231,758	332,571	37.3	6,206	8,906
米国	92.9	192,382	165,083	357,465	19.0	8,708	18,855
カナダ	91.9	156,534	211,297	367,830	24.3	8,683	15,115
オーストラリア	94.1	159,483	196,216	355,699	13.6	14,447	26,189
その他	87.0	120,074	150,971	271,045	37.2	4,057	7,283

【参考】個人手配客の旅行支出額の推移

調査時期	旅行前支出額 (往復運賃) (円/人)	旅行中支出額 (円/人)	総支出額 (円/人)	平均泊数 (泊)	(円/人泊)	(円/人泊)	
					1泊当たり旅行中支出額	1泊当たり総支出額	
平成24年	7-9月期	83,370	138,022	221,391	19.2	7,181	11,519
	10-12月期	77,802	126,558	204,360	12.0	10,559	17,051
平成25年	1-3月期	97,169	137,432	234,601	18.0	7,636	13,035
	4-6月期	88,734	142,509	231,244	13.2	10,758	17,457
	7-9月期	90,710	147,460	238,170	18.3	8,077	13,046

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」92,681 円、「商談等その他ビジネス」147,670 円、「親族・知人訪問」99,178 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 1,489 億

円で全体の 45.5%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 1,010 億円で、全体の 30.8%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）	92,681	99,178	164,995	94,394	65,103	419,520	78,276	134,959	142,512	112,690	152,038	147,670	193,302
韓国	49,362	56,879	35,000	43,864	77,667	431,437	59,667	71,016	105,014	66,736	140,301	97,055	66,778
台湾	70,096	124,746	65,714	30,979	61,509	206,022	42,366	69,772	108,400	72,089	101,850	105,975	244,876
香港	102,559	97,458	57,000	60,000	66,850	65,791	63,921	-	58,000	79,878	86,600	206,581	23,000
中国	141,511	123,103	242,942	141,031	26,333	521,092	161,667	187,416	262,613	122,109	217,994	235,398	254,820
米国	141,488	92,896	93,368	107,738	176,582	282,130	119,314	189,735	85,928	131,641	201,436	167,925	359,990
【参考】消費額（億円）	1,488.8	195.1	10.2	34.1	9.2	331.2	9.5	51.2	77.8	210.0	191.9	478.9	187.2
韓国	192.1	24.7	0.1	5.3	2.0	32.3	0.9	5.3	10.2	5.3	19.5	110.6	9.8
台湾	360.8	27.4	0.9	0.7	1.4	28.9	1.2	5.2	4.6	15.9	5.7	32.7	25.2
香港	195.4	2.5	0.2	0.3	0.6	0.3	0.8	0.0	0.5	5.2	1.9	11.6	0.2
中国	330.3	45.9	1.1	12.1	0.9	79.7	2.2	21.9	26.0	37.9	55.9	170.4	20.6
米国	70.3	31.4	0.9	4.1	1.8	27.7	0.9	5.3	5.0	39.2	24.9	49.6	53.6
目的別構成比（%）	45.5	6.0	0.3	1.0	0.3	10.1	0.3	1.6	2.4	6.4	5.9	14.6	5.7
韓国	45.9	5.9	0.0	1.3	0.5	7.7	0.2	1.3	2.4	1.3	4.7	26.5	2.3
台湾	70.6	5.4	0.2	0.1	0.3	5.7	0.2	1.0	0.9	3.1	1.1	6.4	4.9
香港	89.0	1.2	0.1	0.1	0.3	0.1	0.4	0.0	0.2	2.4	0.9	5.3	0.1
中国	41.0	5.7	0.1	1.5	0.1	9.9	0.3	2.7	3.2	4.7	6.9	21.2	2.6
米国	22.3	10.0	0.3	1.3	0.6	8.8	0.3	1.7	1.6	12.5	7.9	15.8	17.0

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7-9月期旅行消費額とは一致しない。

上表各セルの標本数	全国籍・地域	4,027	570	16	96	36	213	35	100	165	551	304	903	242
韓国	1,035	116	1	32	7	20	4	20	26	21	37	303	39	
台湾	1,094	47	3	5	5	30	6	16	9	47	12	66	22	
香港	435	6	1	1	2	1	3	0	2	15	5	13	2	
中国	517	81	1	19	8	34	3	26	22	69	57	161	18	
米国	194	134	4	15	4	39	3	11	23	118	49	116	59	

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、64.0%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」で中国の購入率が高く、「服（和服以外）・かばん・靴」で香港の購入率が高い（図表 3-1）。

(2) 費目別購入者単価

- 費目別の購入者単価（その費目を購入した人における当該費目の平均支出額）は、「カメラ・ビデオカメラ・時計」が5.8万円と高く、次いで「電気製品」が3.1万円、「服・かばん・靴」が2.7万円と高い。
- 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	64.0%	9,049	66.3%	4,868	76.4%	10,139	64.9%	9,376	77.5%	10,963	33.7%	6,142
その他食料品・飲料・酒・たばこ	52.4%	11,167	54.5%	7,753	52.3%	7,827	52.7%	9,766	57.4%	13,275	50.0%	21,214
カメラ・ビデオカメラ・時計	10.6%	58,251	4.1%	66,280	4.9%	26,655	8.3%	36,920	31.5%	78,536	2.7%	38,977
電気製品	12.6%	31,103	3.8%	25,109	8.9%	17,094	11.0%	14,385	34.3%	45,892	6.8%	11,666
化粧品・医薬品・トイレットリー	45.1%	21,684	30.7%	10,724	68.6%	17,872	54.6%	15,283	73.0%	37,916	11.5%	6,316
和服(着物)・民芸品	15.6%	11,181	6.9%	5,623	14.5%	7,288	11.8%	5,533	17.1%	10,956	29.8%	14,716
服(和服以外)・かばん・靴	37.0%	26,793	23.0%	16,116	45.4%	22,254	60.0%	29,691	45.6%	43,489	21.1%	17,685
マンガ・DVD・アニメ関連商品	12.1%	10,396	7.3%	6,340	13.4%	10,053	16.4%	6,693	16.2%	11,534	12.1%	12,995

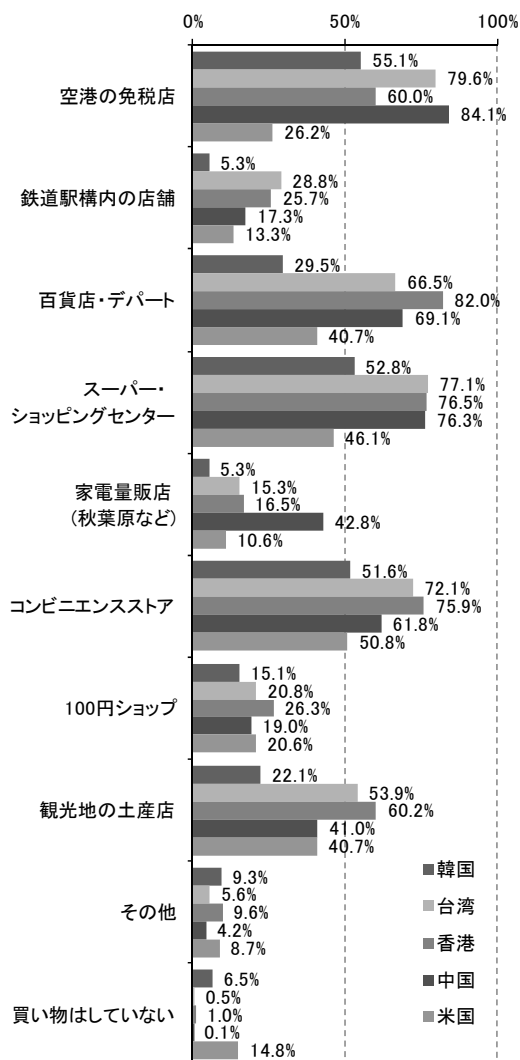
図表 3-2 来訪目的別にみる費目別購入率および購入者単価（主要国籍・地域別）

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	72.1%	4,614	78.5%	9,912	66.1%	9,625	78.2%	10,262	34.9%	5,577
	業務	55.0%	5,027	68.5%	8,948	51.4%	8,071	76.7%	11,275	28.4%	6,072
その他食料品・飲料・酒・たばこ	観光・レジャー	60.7%	5,441	54.5%	7,129	53.3%	10,211	60.0%	12,526	57.8%	11,079
	業務	41.8%	14,890	42.3%	10,166	40.0%	7,266	54.0%	13,467	39.4%	13,791
カメラ・ビデオカメラ・時計	観光・レジャー	5.4%	23,705	5.1%	19,567	8.6%	39,763	30.6%	79,772	2.1%	70,763
	業務	1.7%	447,079	3.4%	37,996	5.7%	13,250	33.4%	82,682	3.2%	23,061
電気製品	観光・レジャー	3.5%	13,864	8.6%	15,195	11.2%	14,029	35.7%	42,981	9.4%	19,041
	業務	3.4%	43,571	10.7%	22,967	8.6%	16,667	32.2%	54,856	4.4%	7,541
化粧品・医薬品・トイレットリー	観光・レジャー	35.9%	9,199	72.9%	17,113	55.6%	15,639	79.1%	41,315	14.1%	6,138
	業務	18.4%	18,214	45.0%	24,029	34.3%	10,600	69.9%	32,989	6.0%	8,205
和服(着物)・民芸品	観光・レジャー	8.4%	5,943	15.6%	6,882	12.6%	5,598	23.4%	9,041	40.1%	13,204
	業務	2.2%	5,500	6.0%	17,438	2.9%	-	9.6%	13,024	18.3%	11,704
服(和服以外)・かばん・靴	観光・レジャー	26.2%	12,114	48.4%	22,503	61.7%	28,888	53.8%	43,714	26.0%	15,535
	業務	10.3%	22,227	17.4%	24,044	34.3%	42,636	30.1%	48,676	11.0%	20,149
マンガ・DVD・アニメ関連商品	観光・レジャー	8.3%	5,698	14.1%	9,555	16.1%	6,857	22.6%	11,057	14.1%	8,965
	業務	5.2%	9,470	4.7%	3,933	17.1%	7,200	5.1%	13,183	4.4%	13,825

(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42.8%と高い（図表 3-3）。

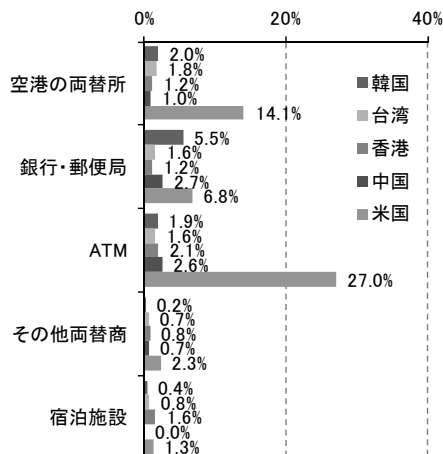
図表 3-3 買物場所
(主要国籍・地域別、複数回答)



(4) 利用した金融機関と決済方法

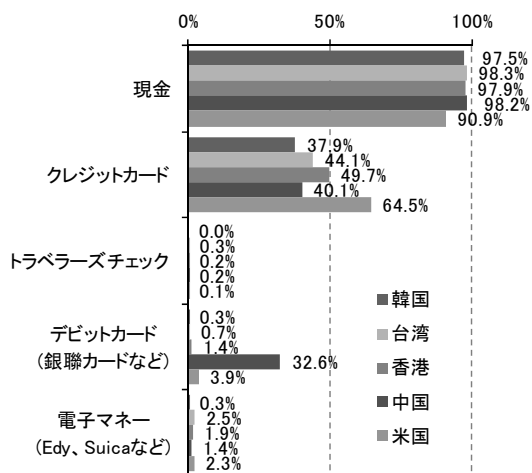
- 利用した金融機関を国籍・地域別にみると、米国の「ATM(現金自動預払機)」の利用率が27.0%と、他の主要国籍・地域に比べ際だって高い(図表3-4)。

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64.5%と高い。「デビットカード」の利用率は中国で32.6%と高い。(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)

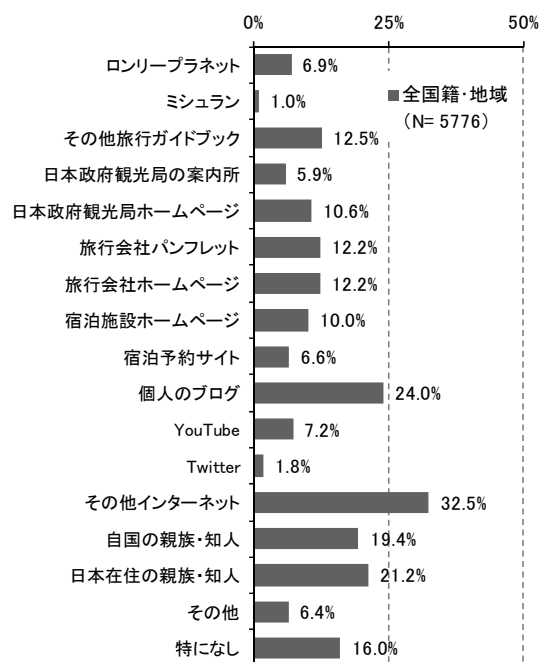


4. 旅行情報源

(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6.9%、「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5.9%、「日本政府観光局ホームページ」の選択率は10.6%であった。
- インターネット媒体も幅広く利用されており、中でも「個人のブログ」(24.0%)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19.4%、「日本在住の親族・知人」が21.2%であった。

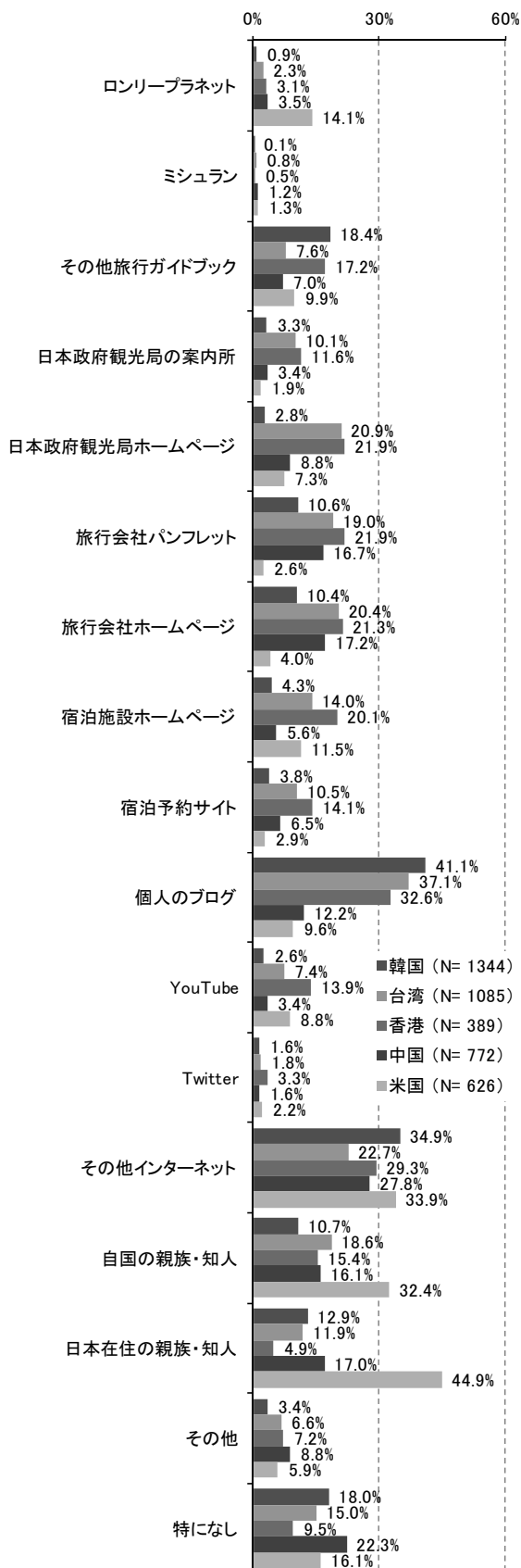
図表4-1 出発前に得た旅行情報で役に立ったもの(全国籍・地域、複数回答)



注) この章に示す調査結果は、「訪日外国人消費動向調査」と同時に実施された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、必ずしも全回答者から得られたものではない。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調整後の値である。

- 国籍・地域別にみると、韓国では「個人のブログ」（41.1%）の選択率が最も高い。次いで「その他インターネット」（34.9%）、「その他旅行ガイドブック」（18.4%）の選択率が高い（図表 4-2）。
- 台湾でも「個人のブログ」（37.1%）の選択率が最も高いが、「日本政府観光局ホームページ」（20.9%）や「旅行会社ホームページ」（20.4%）、「旅行会社パンフレット」（19.0%）の選択率も高い。
- 香港でも「個人のブログ」（32.6%）の選択率が最も高いが、「日本政府観光局ホームページ」「旅行会社パンフレット」（共に 21.9%）や「旅行会社ホームページ」（21.3%）、「宿泊施設ホームページ」（20.1%）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 27.8%と最も高い。次いで「旅行会社ホームページ」（17.2%）「日本在住の親族・知人」（17.0%）の選択率が高い。なお、「特になし」（22.3%）の選択率が他の主要国籍・地域に比べ高い。
- 米国では「日本在住の親族・知人」の選択率が 44.9%と最も高かった。次いで「その他インターネット」（33.9%）、「自国の親族・知人」（32.4%）の選択率が高い。また、「ロンリープラネット」（14.1%）の選択率が他の主要国籍・地域に比べて高い。

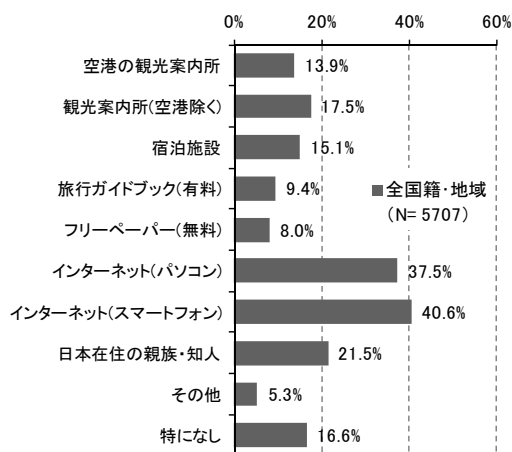
図表 4-2 出発前に得た旅行情報で役に立ったもの
(主要国籍・地域別、複数回答)



(2) 日本滞在中に得た旅行情報

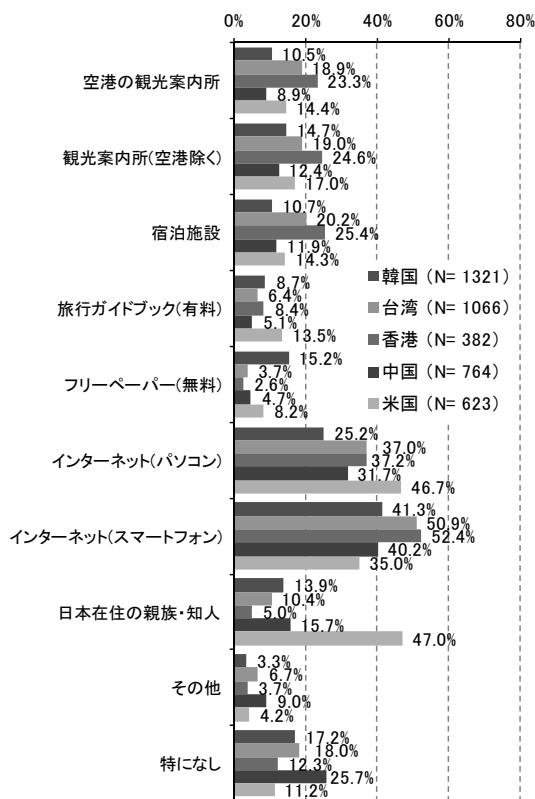
- 日本滞在中に得た旅行情報で役に立ったものでは「インターネット (スマートフォン)」(40.6%) の選択率が高く、次いで「インターネット (パソコン)」(37.5%) が高い。また、「日本在住の親族・知人」(21.5%) の選択率も高い (図表 4-3)。

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)」は台湾や香港で選択率が5割超と高い。「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)。

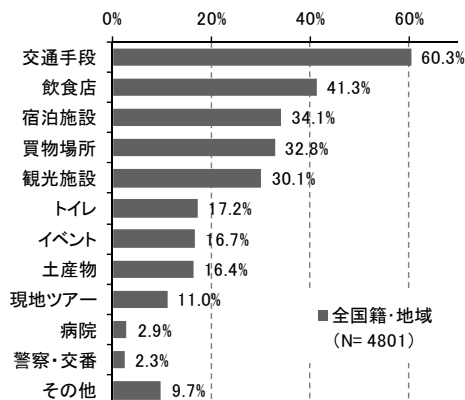
図表 4-4 日本滞在中に得た旅行情報で役に立ったもの(主要国籍・地域別、複数回答)



(3) 日本滞在中にあると便利な情報

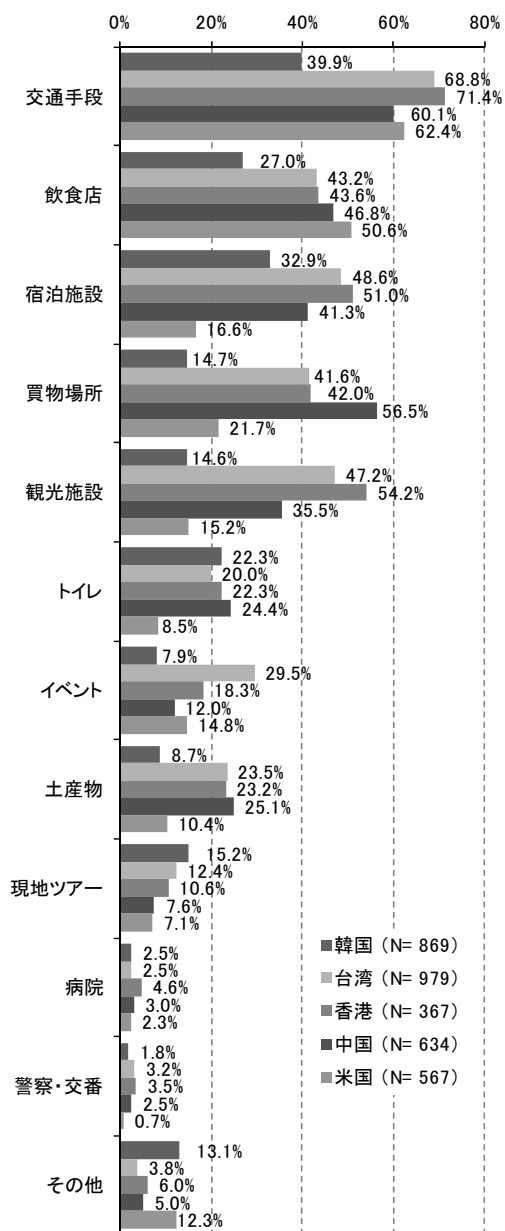
- 日本滞在中にあると便利な情報では「交通手段」が60.3%と圧倒的に多い。次いで、「飲食店」(41.3%)や「宿泊施設」(34.1%)をあげる回答が多い(図表 4-5)。

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で高い。この他、「飲食店」は米国、「宿泊施設」「観光施設」は香港、「買物場所」は中国で選択率がそれぞれ5割超と高い。また、「イベント」は韓国での選択率が高い(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)

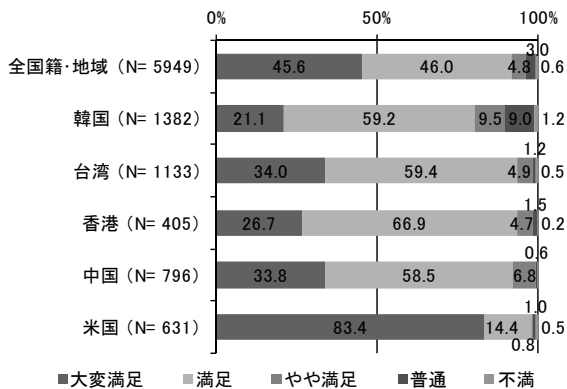


5. 満足度と再訪意向

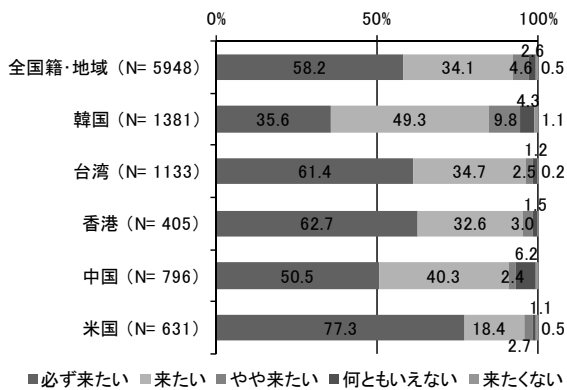
(1) 訪日旅行全体の満足度と再訪意向

- 今回の訪日旅行全体の満足度は「大変満足」45.6%、「満足」46.0%である。国籍・地域別では、米国で「大変満足」の割合が83.4%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58.2%、「来たい」が34.1%である。国籍・地域別では、米国で「必ず来たい」の割合が77.3%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）



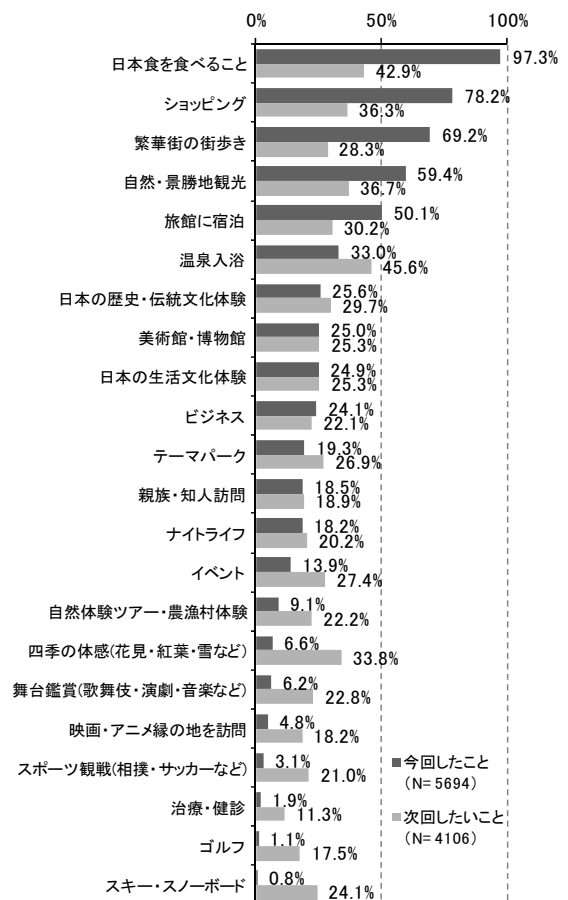
図表 5-2 訪日旅行者の再訪意向（主要国籍・地域別）



(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、「温泉入浴」「日本食を食べること」「自然・景勝地観光」「ショッピング」「四季の体感」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）

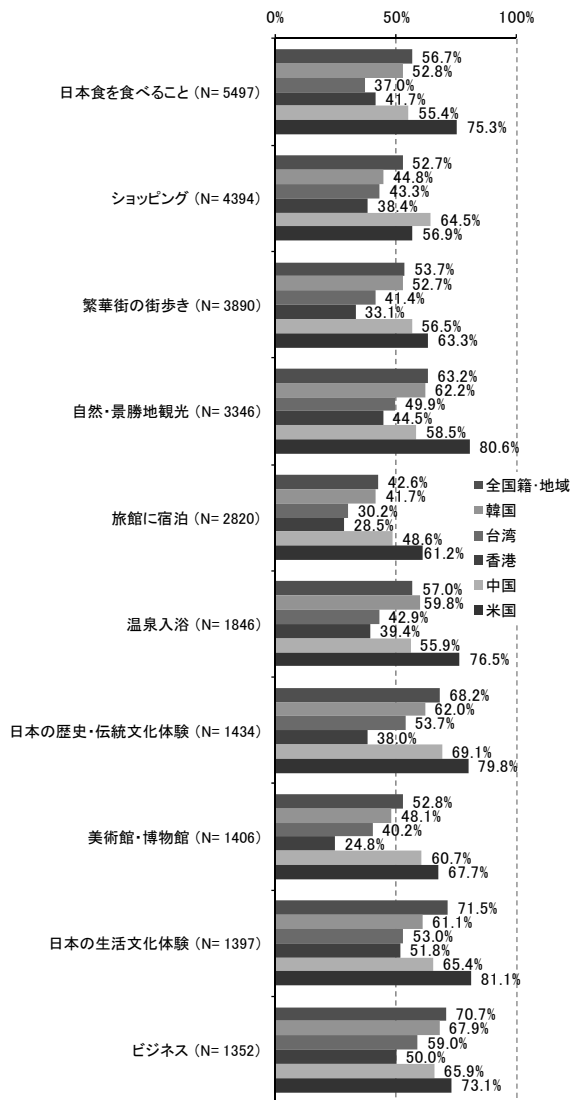


注) この章に示す調査結果は、「訪日外国人消費動向調査」と同時に実施した旅行の満足度や再来訪意向等の意識調査より得られたものである。回答は任意としているため、必ずしも全調査対象者が回答しているとは限らない。なお、この章で示す『全国籍・地域』の値は、訪日外客数によるウェイトバック集計を行っていない。

(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」「日本の歴史・伝統文化体験」「日本の生活文化体験」「ビジネス」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)



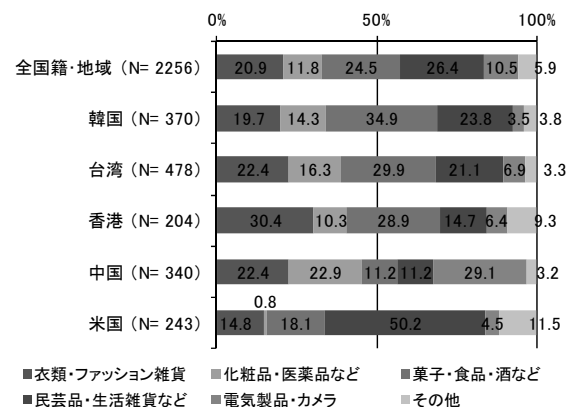
(4) 最も満足した購入商品

- 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」20.9%、「化粧品・医薬品など」11.8%、「菓子・食品・酒など」24.5%、「民芸品・生活雑貨など」26.4%、「電気製品・カメラ」10.5%、「その他」5.9%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)



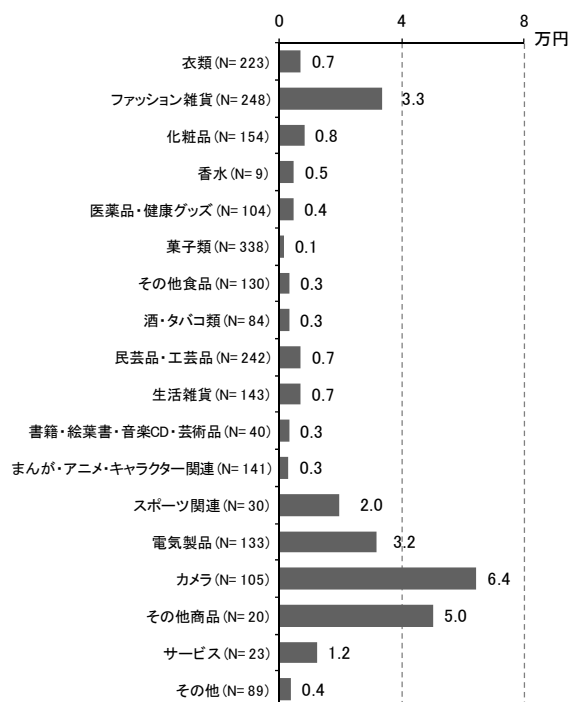
- 国籍・地域別に最も満足した購入商品（小区分）の比率をみると、韓国と台湾では「菓子類」（それぞれ 26.2%、22.4%）、香港では「ファッション雑貨」（16.7%）、中国では「化粧品」（16.2%）、米国では「民芸品・工芸品」（26.3%）の割合が高い（図表 5-7）。

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	8.1	12.6	13.7	7.4	8.2
ファッション雑貨	11.6	9.8	16.7	15.0	6.6
化粧品	6.2	8.2	5.4	16.2	0.4
香水	0.8	0.2	0.0	0.6	0.0
医薬品・健康グッズ	7.3	7.9	4.9	6.2	0.4
菓子類	26.2	22.4	11.8	7.4	5.3
その他食品	4.1	5.4	14.2	2.4	7.0
酒・タバコ類	4.6	2.1	2.9	1.5	5.8
民芸品・工芸品	8.6	4.6	3.9	3.2	26.3
生活雑貨	7.8	4.2	2.9	1.8	10.7
書籍・絵葉書・音楽CD・芸術品	1.6	1.3	1.5	0.9	4.1
まんが・アニメ・キャラクター関連	4.1	10.3	5.4	4.4	6.6
スポーツ関連	1.6	0.8	1.0	0.9	2.5
電気製品	3.2	4.2	3.4	15.6	2.5
カメラ	0.3	2.7	2.9	13.5	2.1
その他商品	0.3	0.6	0.5	1.5	0.4
サービス	0.0	0.2	1.0	0.9	3.3
その他	3.5	2.5	7.8	0.9	7.8
合計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
標本数	370	478	204	340	243

- 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 6.4 万円である。次いで「ファッション雑貨」（平均 3.3 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 51.5% を占める。「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 25% 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	理由										合計
		標本数	品質が良いから	デザインが良い・かわいい・きれい	おいしいから	日本製だから	伝統的・日本独特なものだから	好きなブランド・商品だから	自国で入手が難しいから	お土産にいいから・贈られたから	価格が手頃・自国より安いから	
衣類・ファッション雑貨	455	15.8	33.0	0.0	7.0	1.5	4.2	3.7	4.0	29.0	1.8	100.0
化粧品・医薬品など	246	48.4	0.0	0.0	17.1	0.0	1.2	2.4	6.5	20.7	3.7	100.0
菓子・食品・酒など	513	2.1	4.5	65.7	3.1	2.9	1.2	2.9	10.9	3.5	3.1	100.0
民芸品・生活雑貨など	573	13.1	28.4	0.0	4.4	11.3	10.6	8.6	12.2	6.3	5.1	100.0
電気製品・カメラ	223	33.6	5.4	0.0	22.4	0.4	2.7	4.5	1.3	26.5	3.1	100.0
その他	126	4.8	3.2	42.9	3.2	3.2	3.2	3.2	0.8	2.4	33.3	100.0
合計	2,136	16.8	16.5	18.3	7.9	4.3	4.6	4.7	7.7	14.0	5.2	100.0

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 7 月 18 日（木）～9 月 1 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。7,328 サンプル（うち旅行中支出額の有効サンプル数は 7,279 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。