

MURC 政策研究レポート

外国人旅行者の購買動向にかかる定点観測調査 (平成 22 年 10 月)

株式会社インジェスターとの共同企画により毎月実施している「外国人旅行者の購買動向にかかる定点観測調査(平成 22 年 10 月)」について、その結果概要を紹介する。

【結果概要】

回答のあった旅行者の状況について(不明者を除いた比較)

1. 回答者数は436名で、前月217名から101%増である。1日あたり18.2名で、前月31.0名から41.3%減である。
2. 性比(*1)は127で、前月の146に比べて女性比率が増加している。
3. 平均年齢(*2)は42.0歳で、前月の41.8歳とほぼ同等である。
4. 回答者に占める中国人比率は48.2%で、前月の57.3%から大きく減らして再び半数を割っている。

旅行者の旅行行動について(不明者を除いた比較)

1. 主な渡航目的は「観光」65.7%、「業務」23.9%、「乗継」6.0%で、「観光」が微減、「業務」が微増である。
2. 渡航目的「観光」の旅行者のうち団体旅行者は56.3%であり、こちらも前月の56.7%とほぼ同等である。
3. 訪問先は「秋葉原」44.8%、「銀座」39.2%、「新宿」37.8%、「浅草」27.3%、「お台場」21.7%で上位5位までの順位は前月と全く変わらず、全体の傾向も同様である。

旅行者の購買動向について(不明者を除いた比較)

1. 空港免税店で何らかの商品を購入した旅行者のうち、もともと購入を予定していた人は95.0%であり、先月の47.0%から大幅に上昇した。
2. 商品を自分用に購入した人は62.6%、お土産用に購入した人は29.9%である。

今月のトピックス:個人観光客と団体観光客

1. 団体観光客の訪問地として「秋葉原」は断然の人気がある。

個人観光客がさまざまな観光地に分散するなか、団体観光客は73%が「秋葉原」を訪問している。

2. 個人観光客や業務渡航者の多くは、街なかではさほどお土産を購入していない。

個人旅行では業務、観光ともに3人に2人は空港到着までお土産を購入していない。行程に買い物が組み込まれる例が多い団体旅行では、逆に3人に2人は既に購入している。

*1 性比 = 男性数 / 女性数 × 100

*2 20歳代以下は24.5歳、30歳代は34.5歳、40歳代は44.5歳、50歳代は54.5歳、60歳代以上は64.5歳を代表年齢として算出。

三菱UFJリサーチ & コンサルティング株式会社

政策研究事業本部(東京)公共経営・地域政策部 主任研究員 妹尾 康志
研究員 中田 雄介

〒108-8248 東京都港区港南 2-16-4

TEL: 03-6711-1242 / FAX: 03-6711-1290

外国人旅行者の購買動向にかかる定点観測調査 (平成 22 年 10 月)

株式会社インジェスターとの共同企画による「外国人旅行者の購買動向にかかる定点観測調査(平成 22 年 10 月)」の概要は、下記の通りである。

【実査概要】

観測期間:平成 22(2010)年 10 月 5 日～10 月 17 日、10 月 21 日～10 月 31 日 24 日間

観測方法:スタッフによる対面式聞き取り

観測対象:出国予定の外国人旅行者

観測場所:成田空港

回答者数:436 名

担 当:三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社(設計および分析)

株式会社インジェスター(実査および集計)

【結果概要】

回答のあった旅行者の状況について(回答不明者を除いた比較)

1. 回答者数は 436 名で、前月の 217 名から 101%の大幅増である。1 日あたりでは 18.2 名で、前月の 31.0 名から 41.3%減である。
2. 性比(*1)は 127 で、前月調査の 146 に比べて女性の構成比が増加している。
3. 平均年齢(*2)は 42.0 歳で、前月調査の 41.8 歳とほぼ同等である。
4. 回答者に占める中国人比率は 48.2%で、前月調査の 57.3%から減らして再び半数を割っている。

旅行者の旅行行動について(回答不明者を除いた比較)

1. 主な渡航目的は「観光」が 65.7%で最も多く、次いで「業務」23.9%、「乗継」6.0%と、「観光」が微減、「業務」が微増である。
2. 渡航目的が「観光」の旅行者のうち、団体旅行者は 56.3%であり、前月の 56.7%とほぼ同等である。
3. 日本での訪問先としては、訪問先は「秋葉原」44.8%、「銀座」39.2%、「新宿」37.8%、「浅草」27.3%、「お台場」21.7%で上位 5 位までの順位は、前月と全く変わらなかった。全体の傾向に大きな変化がないなか、「箱根」が 7.0%に留まり、先月の 18.3%から大きく比率を下げた。

旅行者の購買動向について(回答不明者を除いた比較)

1. 空港免税店での購入を予定していた商品を購入した人は 95.0%、特に予定していなかった商品を購入した人は 5.0%である。
2. 自分用に購入した商品がある人は 62.6%であり、お土産用に購入した商品がある人は 29.9%である。

*1 性比 = 男性数 / 女性数 × 100

*2 20 歳代以下は 24.5 歳、30 歳代は 34.5 歳、40 歳代は 44.5 歳、50 歳代は 54.5 歳、60 歳代以上は 64.5 歳を代表年齢として算出。

【集計結果】(*1)

1. 旅行者に関する観測結果

→ 性別

n = 436	男性	女性	不明
	235	185	16
比率	53.9%	42.4%	3.7%
不明者を除いた比率	56.0%	44.0%	-

→ 年齢別

n = 436	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	不明
	41	122	159	77	13	24
比率	9.4%	28.0%	36.5%	17.7%	3.0%	5.5%
不明者を除いた比率	10.0%	29.6%	38.6%	18.7%	3.2%	-

→ 国・地域別

n = 436	韓国	中国	台湾	その他 アジア	欧米	その他	不明
	47	184	32	56	45	18	54
比率	10.8%	42.2%	7.3%	12.8%	10.3%	4.1%	12.4%
不明者を除いた比率	12.3%	48.2%	8.4%	14.7%	11.8%	4.7%	-

2. 旅行行動に関する観測結果

→ 主な訪日目的

n = 436	観光	業務	乗継	その他	不明
	209	76	19	14	118
比率	47.9%	17.4%	4.4%	3.2%	27.1%
不明者を除いた比率	65.7%	23.9%	6.0%	4.4%	-

→ 訪日目的が「観光」の場合の旅行形態

n = 209	個人旅行	団体旅行	不明
	83	107	1
比率	39.7%	51.2%	0.5%
不明者を除いた比率	43.7%	56.3%	-

→ 日本での訪問先(複数回答可)

n = 436	秋葉原	銀座	新宿	浅草	お台場	六本木	不明
	64	56	54	39	31	29	293
比率	14.7%	12.8%	12.4%	8.9%	7.1%	6.7%	67.2%
不明者を除いた比率	44.8%	39.2%	37.8%	27.3%	21.7%	20.3%	-

【少数意見】

東京タワー23、上野22、京都19、大阪15、原宿・明治神宮12、渋谷11、箱根10、
東京ディズニーリゾート3、横浜3、その他の観光地24

3. 購買行動に関する観測結果

→ 空港免税店での購買行動

n = 436	購入した	購入していない
	414	22
比率	95.0%	5.0%

→ 購入予定商品の有無

n = 436	はい	いいえ	不明
	313	103	20
比率	71.8%	23.6%	4.6%
不明者を除いた比率	75.2%	24.8%	-

→ 商品の購買目的(複数回答可)

n = 414	自分用	お土産用	その他	不明
	241	115	7	29
比率	58.2%	27.8%	1.7%	7.0%
不明者を除いた比率	62.6%	29.9%	1.8%	-

(お土産用の内訳:複数回答可)

n = 115	家族用	友人用	同僚用	不明
	28	21	7	61
比率	24.3%	18.3%	6.1%	53.0%
不明者を除いた比率	51.9%	38.9%	13.0%	-

*1 端数調整の関係で、比率の合計は100%にならない場合がある。

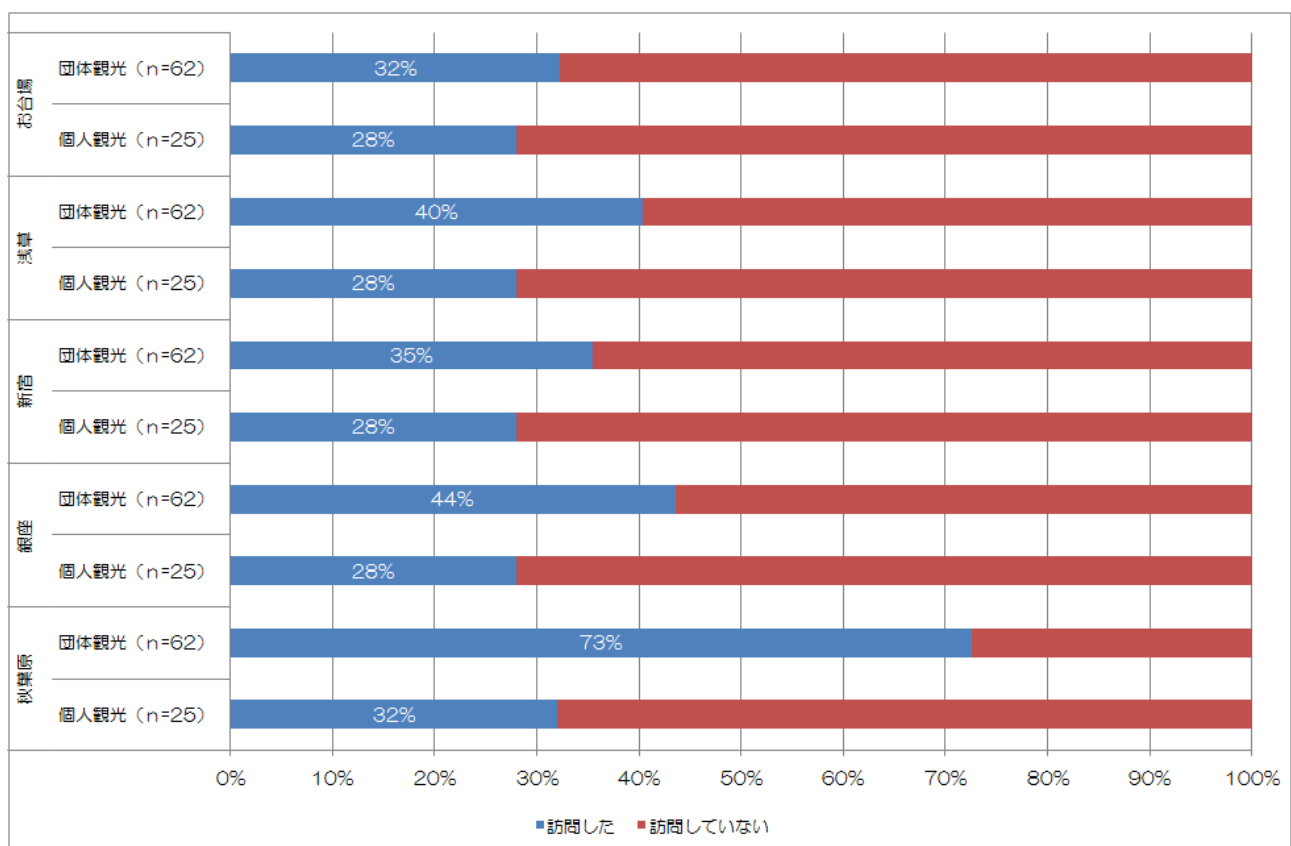
【今月のトピックス】 テーマ：個人観光客と団体観光客

1. 団体観光客の訪問地として「秋葉原」は断然の人気がある。

人気観光地への訪問状況を見ると、いずれも個人観光客よりも団体観光客による訪問率が高くなっている。

外国人旅行者全体では「秋葉原」への訪問率は45%であるが、団体観光客のみで見ると73%に達し、およそ4人に3人が「秋葉原」を訪問していることになる。他の人気観光地である「銀座」「新宿」「浅草」「お台場」ではここまで極端な差はなく、「秋葉原」は団体観光客に圧倒的な人気を誇っている。

図表 「日本での訪問先」×「旅行形態」



注釈) いずれの旅行形態についても、当該設問に対する回答不明者は除いて集計した。

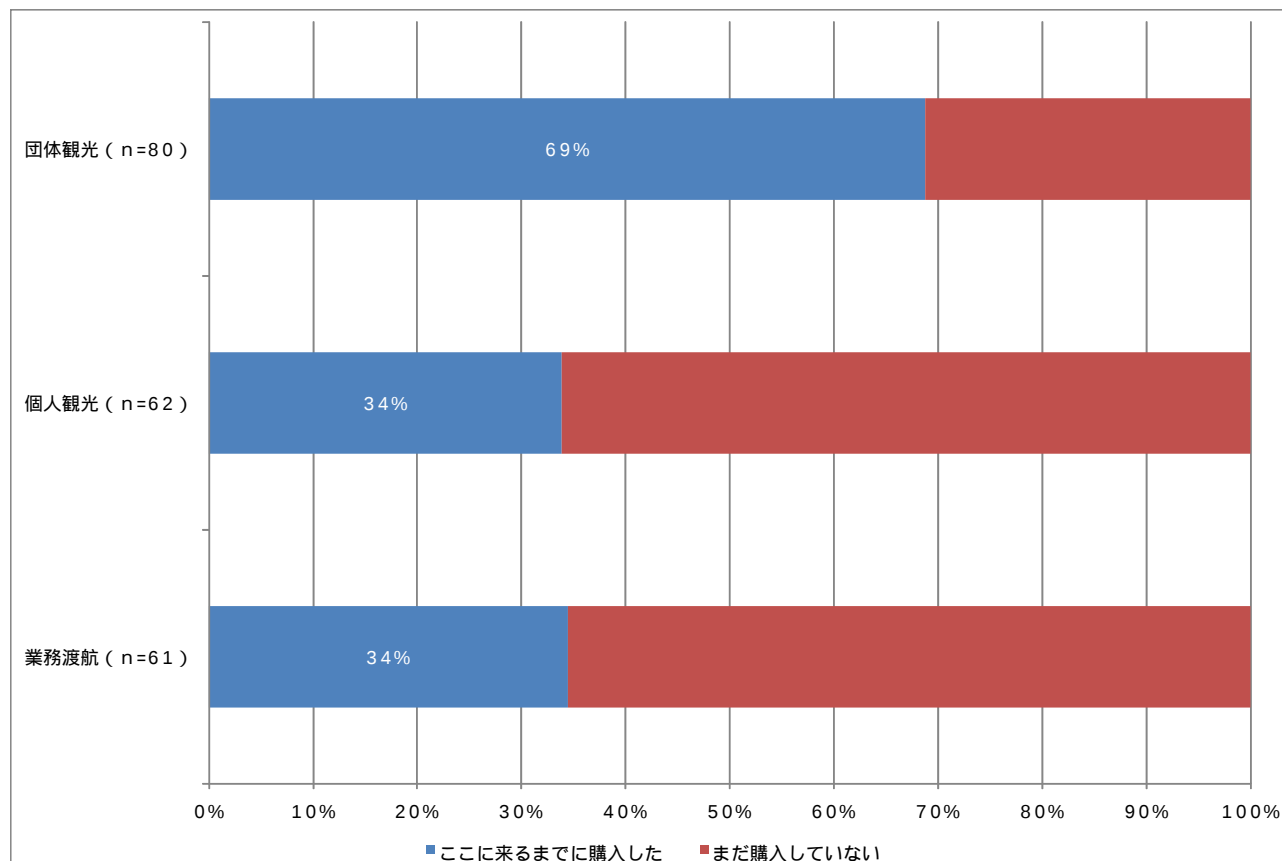
人気のある観光地は、旅行業者としてもツアーに組み込みやすいことから、個人観光客に比べて団体観光客の割合が高くなる傾向がある。その点、最も人気の高い「秋葉原」において最も団体観光客の訪問率が高くなったことは納得のいく結果で、その他の人気観光地における団体観光客の訪問率もほぼ人気順位通りとなっていることがその証左である。唯一、4位「浅草」は団体観光客の訪問率が40%で3位「新宿」の35%を上回っているが、前月調査で紹介したように「秋葉原」との近接性による回遊の影響が大きく表れているものと考えられる。

一方で、個人観光客はいずれの観光地でも3割前後の訪問率でほぼ同等であり、人気観光地に偏ることなく、個人旅行の自由度の高さを活かして多様な観光地を楽しんでいると考えられる。

2. 個人観光客や業務渡航者の多くは、街なかではさほどお土産を購入していない。

観測地点到着前にお土産を購入しているかどうか¹を旅行形態別に比較したところ、業務渡航者と個人観光客では購入済の人は34%にとどまる一方、団体観光客では69%に達しており、お土産を街なかでも購入している傾向が窺えるのは団体観光客であった。

図表 「観測地点到着前のお土産購入状況」×「旅行形態」



注釈) いずれの旅行形態についても、当該設問に対する回答不明者は除いて集計した。

団体旅行の場合は、行程に買い物用の立ち寄り先が組み込まれている場合も多く、必然的に高い比率になったと考えられる。行程途中で購入した場合もツアーバスなどで運搬が比較的容易であることも見逃せない。一方、業務渡航者や個人観光客は、途中でお土産を購入すると帰国まで持ち歩かねばならず、機動性が落ちること、業務の場合は観光地への訪問やお土産の購入時間を確保できないままに帰国の途につくこともあり、お土産の購入も当初から空港で予定していることがあると考えられる。

- ご利用に際して -

- 本資料は、信頼できるとされる各種データに基づいて作成されていますが、当社はその正確性、完全性を保証するものではありません。
- また、本資料は、執筆者の見解に基づき作成されたものであり、当社の統一した見解を示すものではありません。
- 本資料に基づくお客様の決定、行為、及びその結果について、当社は一切の責任を負いません。ご利用にあたっては、お客様ご自身でご判断くださいますようお願い申し上げます。
- 本資料は、著作物であり、著作権法に基づき保護されています。著作権法の定めに従い、引用する際は、必ず出所を三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社および株式会社インジェスター共同企画「外国人旅行者の購買動向にかかる定点観測調査」と明記してください。
- 本資料の全文または一部を転載・複製する際は著作権者の許諾が必要です。当社までご連絡下さい。

¹ 到着前の購入場所には空港内店舗の可能性もあるものの、多くは空港到着前（街なかや観光地）と考えられる。