

# 中国人訪日旅行客実態調査

I. 調査目的・調査概要	1
II. 調査結果	
1. 回答者プロフィール	2
2. おみやげ購入実態	3
3. 訪日旅行中の食事実態	11
4. 日本食品全般についての総合評価	18
5. 日本での食品購入・食事の際の参考情報	20
6. 自国で購入してみたいと思う日本の農林水産物	22
7. 今後訪日旅行中にしてみたいこと	24
III. まとめ	26

平成28年 3月



日本政策金融公庫

農林水産事業

# I. 調査目的・調査概要

## 調査目的

本調査は、昨今、日本滞在時に「爆買い」「暴食」の形で消費額が著しく増加している「中国」に着目し、中国人訪日旅行客の日本の食品や食事などに対する志向・ニーズを探り、今後のインバウンド需要への対応に関する参考情報を提供することを目的として実施した。

## 調査概要

- 調査手法 : インターネット調査
- 調査対象者 : 以下の①、②をいずれも満たす中国人の方  
①中国本土に居住する20～59歳の男女  
②直近1年以内に訪日旅行の経験がある方  
※旅行手配方法は問わない。個人旅行、団体旅行いずれも含む。  
※仕事に関連する出張や研修は旅行に含めない。
- サンプル設計 : 総回収サンプル数は500票。  
性年代別回収サンプル数は以下のとおり（均等割付回収）。

	20代	30代	40代	50代
男性	62	62	62	62
女性	63	63	63	63
合計	125	125	125	125

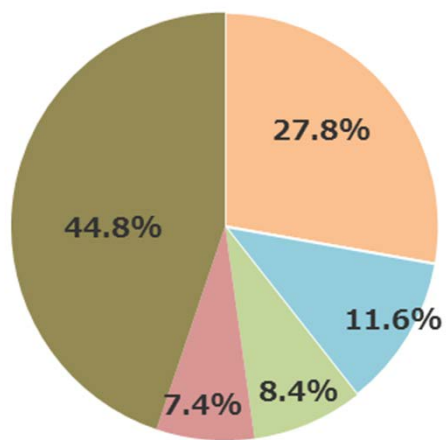
- 調査実施期間 : 2016年1月5日～2016年1月12日



## II-1. 回答者プロフィール

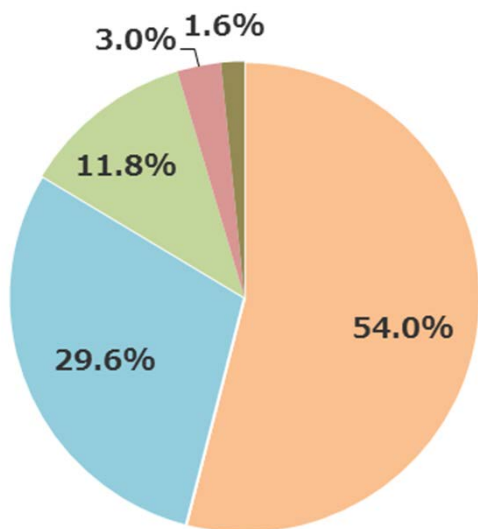
### ● 居住地

■ 上海市 ■ 北京市 ■ 広東省 ■ 山東省 ■ その他

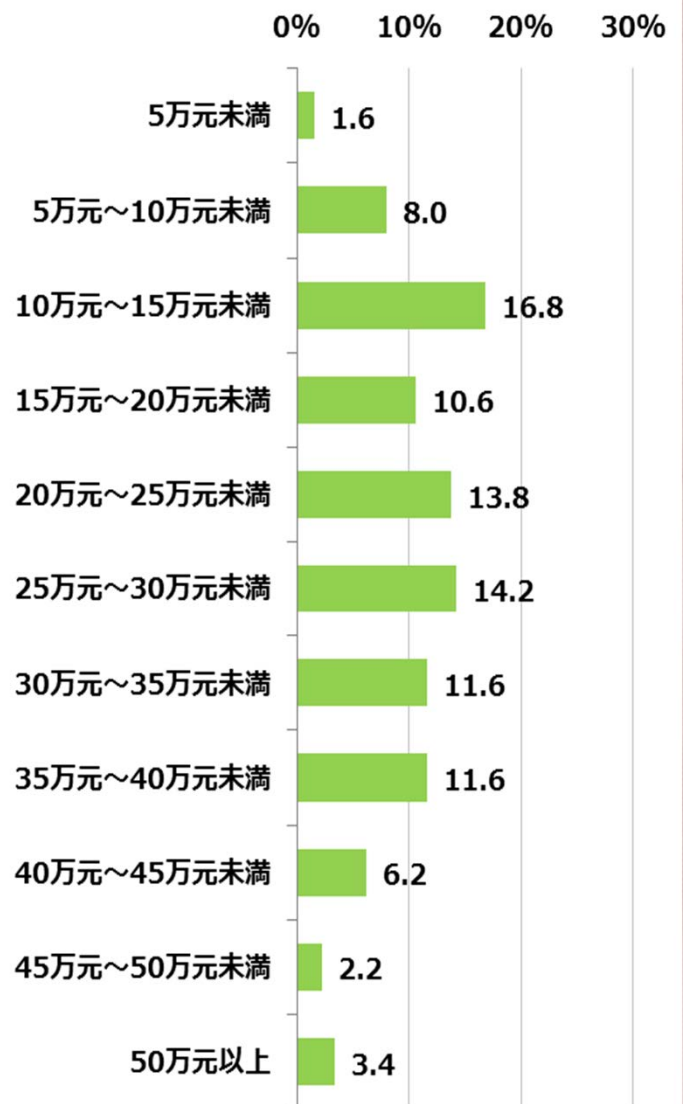


### ● 直近1年以内の訪日旅行回数

■ 1回 ■ 2回 ■ 3回 ■ 4回 ■ 5回以上

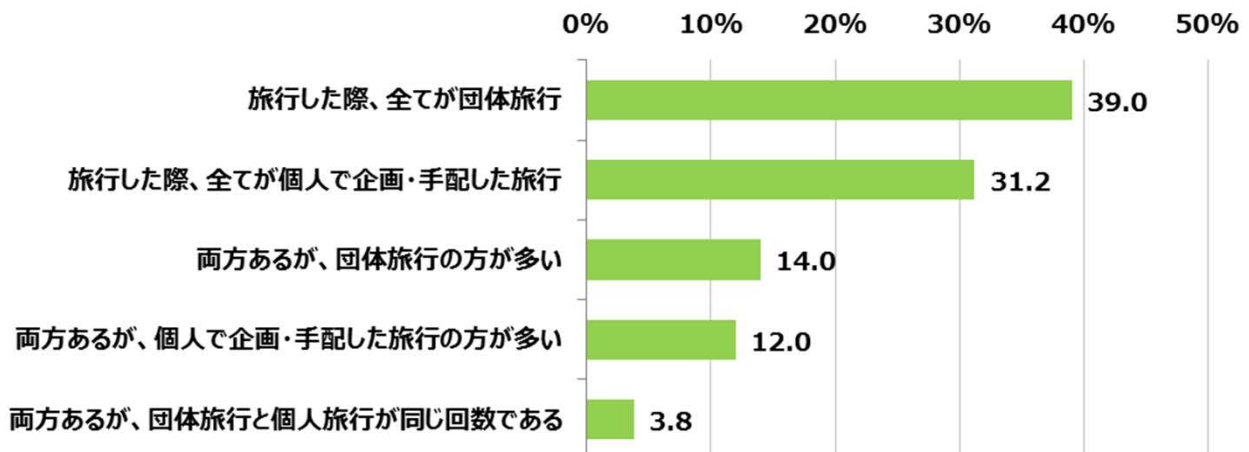


### ● 世帯年収



注: 1元=約18円(28年2月3日時点)

### ● 旅行手配方法



## Ⅱ-2-①. おみやげとして満足度が高い日本の食品・飲料TOP3 (1/2)

### 主要な結果

- 日本酒が幅広い層で受け入れられている。
- 次いでチョコレート菓子の満足度が高いが、男性20～30代の満足度はやや低い。

### 詳細結果

#### 【全体傾向】

- お酒やお菓子などに関する選択肢を提示して、購入してみて満足した日本の食品・飲料について上位3つまで質問した。その結果、日本酒の割合が50.4%で1位となった。
- 2位はチョコレート菓子で39.2%、3位は菓子類以外のその他食品類で33.2%であった。
- 醤油や味噌などを含む各種調味料は5位で、26.8%であった。

#### 【属性別の特徴】

- 1位に挙げられた日本酒について性年代別傾向をみると、男性のほうが女性より割合が高かった。ただし、女性であっても20～30代の割合は高めである。
- チョコレート菓子は性年代別の傾向差はそれほど大きくないが、男性20～30代の満足度がやや低めである。

- **設問：訪日した際、おみやげとして購入した日本の食品・飲料を、購入して満足した順に上位3つまでお答えください。**

#### 【全体傾向および性年代別傾向】

項目	全体		男性				女性			
	%	順位	20～30代		40～50代		20～30代		40～50代	
			%	順位	%	順位	%	順位	%	順位
日本酒	50.4	1	60.0	1	57.6	1	48.8	1	35.2	3
焼酎	21.0	6	22.4	6	19.2	6	24.0	6	18.4	7
ウイスキー	5.8	12	8.0	10	5.6	11	4.8	12	4.8	11
その他酒類	6.2	11	8.0	10	3.2	12	6.4	11	7.2	10
その他飲料	7.0	10	5.6	12	9.6	9	8.8	10	4.0	12
チョコレート菓子	39.2	2	32.0	4	41.6	2	44.0	2	39.2	1
ビスケット菓子	33.0	4	34.4	3	28.0	4	35.2	3	34.4	4
焼き菓子	18.2	7	13.6	8	18.4	7	14.4	8	26.4	6
スナック菓子	15.0	8	12.8	9	16.8	8	13.6	9	16.8	8
その他菓子	13.6	9	16.0	7	8.0	10	21.6	7	8.8	9
各種調味料	26.8	5	24.8	5	29.6	3	25.6	5	27.2	5
菓子類以外のその他食品類	33.2	3	35.2	2	28.0	4	32.0	4	37.6	2
日本の食品・飲料等を購入したことがない	0.8	13	0.0	13	1.6	13	0.0	13	1.6	13
回答者数	500名		125名		125名		125名		125名	

※ 調査票では「その他」という選択肢が設けられていたが、この選択肢を選択した回答者がいなかったため、上記図表では表記を省略した。

# Ⅱ-2-①. おみやげとして満足度が高い日本の食品・飲料TOP3 (2/2)

【世帯年収別】

項目	全体		世帯年収									
	%	順位	10万円未満		10～20万円未満		20～30万円未満		30～40万円未満		40万元以上	
			%	順位	%	順位	%	順位	%	順位	%	順位
日本酒	50.4	1	45.8	1	47.4	1	55.0	1	53.4	1	44.1	1
焼酎	21.0	6	27.1	3	20.4	6	17.1	7	23.3	6	22.0	8
ウイスキー	5.8	12	8.3	10	6.6	11	5.0	12	4.3	12	6.8	9
その他酒類	6.2	11	8.3	10	5.1	12	6.4	11	6.0	10	6.8	9
その他飲料	7.0	10	10.4	9	7.3	10	8.6	10	5.2	11	3.4	12
チョコレート菓子	39.2	2	27.1	3	38.0	2	44.3	2	42.2	2	33.9	2
ビスケット菓子	33.0	4	29.2	2	32.8	3	38.6	3	30.2	4	28.8	5
焼き菓子	18.2	7	6.3	12	15.3	8	19.3	6	19.0	7	30.5	3
スナック菓子	15.0	8	12.5	8	9.5	9	13.6	9	18.1	8	27.1	6
その他菓子	13.6	9	20.8	7	16.8	7	16.4	8	9.5	9	1.7	13
各種調味料	26.8	5	27.1	3	27.0	5	26.4	5	27.6	5	25.4	7
菓子類以外のその他食品類	33.2	3	27.1	3	32.1	4	35.0	4	36.2	3	30.5	3
日本の食品・飲料等を購入したことがない	0.8	13	0.0	13	0.7	13	0.0	13	0.0	13	5.1	11
回答者数	500名		48名		137名		140名		116名		59名	

【直近1年以内の訪日旅行回数別】

項目	全体		直近1年以内の訪日旅行回数					
	%	順位	1回		2回		3回以上	
			%	順位	%	順位	%	順位
日本酒	50.4	1	50.4	1	50.7	1	50.0	1
焼酎	21.0	6	17.8	7	24.3	6	25.6	6
ウイスキー	5.8	12	4.1	12	8.1	10	7.3	10
その他酒類	6.2	11	4.4	11	7.4	11	9.8	9
その他飲料	7.0	10	8.5	10	5.4	12	4.9	12
チョコレート菓子	39.2	2	41.1	2	40.5	2	30.5	3
ビスケット菓子	33.0	4	33.3	3	35.8	4	26.8	5
焼き菓子	18.2	7	18.9	6	16.2	8	19.5	7
スナック菓子	15.0	8	13.7	9	19.6	7	11.0	8
その他菓子	13.6	9	14.8	8	14.9	9	7.3	10
各種調味料	26.8	5	26.3	5	27.0	5	28.0	4
菓子類以外のその他食品類	33.2	3	30.4	4	37.2	3	35.4	2
日本の食品・飲料等を購入したことがない	0.8	13	1.1	13	0.0	13	1.2	13
回答者数	500名		270名		148名		82名	

【訪日旅行手配方法別】

項目	全体		訪日旅行手配方法					
	%	順位	団体旅行		個人旅行		個人/団体半々	
			%	順位	%	順位	%	順位
日本酒	50.4	1	52.1	1	48.6	1	47.4	2
焼酎	21.0	6	24.2	6	17.1	7	21.1	7
ウイスキー	5.8	12	7.9	10	3.2	12	5.3	10
その他酒類	6.2	11	7.2	11	5.1	11	5.3	10
その他飲料	7.0	10	7.2	11	6.5	10	10.5	8
チョコレート菓子	39.2	2	35.5	2	42.6	2	52.6	1
ビスケット菓子	33.0	4	26.0	5	41.2	3	36.8	4
焼き菓子	18.2	7	17.7	7	17.6	6	31.6	5
スナック菓子	15.0	8	14.3	8	16.2	8	10.5	8
その他菓子	13.6	9	13.2	9	13.0	9	26.3	6
各種調味料	26.8	5	29.8	4	25.0	5	5.3	10
菓子類以外のその他食品類	33.2	3	32.1	3	33.3	4	47.4	2
日本の食品・飲料等を購入したことがない	0.8	13	0.0	13	1.9	13	0.0	13
回答者数	500名		265名		216名		19名	

• 「団体旅行」には、「個人旅行もあるが、団体旅行の方が多い」が含まれる。  
 • 「個人旅行」には、「団体旅行もあるが、個人旅行の方が多い」が含まれる。

※ 調査票では「その他」という選択肢が設けられていたが、この選択肢を選択した回答者がいなかったため、上記図表では表記を省略した。

## Ⅱ-2-②. 「購入して満足したおみやげ」の選定理由

### 主要な結果

- 「味の良さ」「安全性」が商品選定の決め手。次いで、「価格」と「知り合い・家族等の推奨、購入依頼」も大きな選定理由となっている。

### 詳細結果

#### 【全体傾向】

- おみやげとして購入して満足した日本の食品・飲料について、なぜそのおみやげを購入しようと考えたのか、選定理由を質問した。その結果、多くの商品で共通して、「味の良さ」「安全性」が上位項目に挙げられていた。
- 一方で、「中国語による商品説明、品質表示等」は相対的に割合が低く、おみやげ選定時において、中国語表記はそれほど重要視されていない傾向がうかがえる。

- 設問：前の設問でご回答頂いた「おみやげとして満足度が高い日本の食品・飲料」についてうかがいます。その商品を選んだ理由は何ですか。

【各商品（おみやげ）を「購入して満足したおみやげ上位3位」に選択した回答者の傾向】

項目	日本酒		チョコレート菓子		菓子類以外の其他食品類		ビスケット菓子		各種調味料		焼酎	
	%	順位	%	順位	%	順位	%	順位	%	順位	%	順位
日本でしか買えないものだから	32.9	3	20.9	8	22.9	8	21.8	8	26.9	5	21.9	7
味が良いから	34.9	2	53.6	1	38.6	1	40.6	1	41.8	1	37.1	1
日本の食品は安全だから	36.5	1	41.8	2	35.5	2	34.5	2	38.8	2	32.4	2
知り合いや家族等に勧められた、頼まれたから	29.4	4	31.1	4	28.3	6	33.9	3	27.6	4	25.7	5
SNS等で評判が良い商品だから	22.2	7	24.0	7	29.5	5	26.1	7	20.1	8	17.1	11
販売店舗等の店員に勧められたから	21.8	8	17.9	9	22.3	9	20.0	9	21.6	6	18.1	10
包装やラベル等のデザインが好みだから	20.2	9	26.5	6	23.5	7	28.5	5	20.9	7	21.0	9
価格が手ごろ(リーズナブル)だから	26.6	6	38.3	3	31.3	3	31.5	4	19.4	10	27.6	4
中国語で商品説明、品質表示等がされていたから	12.7	11	12.8	10	14.5	11	20.0	9	20.1	8	21.9	7
有名なメーカー・ブランドの商品だから	28.2	5	27.0	5	30.7	4	27.9	6	33.6	3	22.9	6
物珍しいものだったから	16.7	10	11.7	11	18.7	10	13.3	11	13.4	11	30.5	3
回答者数	252名		196名		166名		165名		134名		105名	

項目	焼き菓子		スナック菓子		其他菓子		其他飲料		其他酒類		ウイスキー	
	%	順位	%	順位	%	順位	%	順位	%	順位	%	順位
日本でしか買えないものだから	16.5	9	29.3	4	29.4	2	28.6	4	29.0	2	13.8	10
味が良いから	36.3	2	33.3	1	44.1	1	34.3	1	19.4	8	34.5	1
日本の食品は安全だから	38.5	1	25.3	6	25.0	7	31.4	2	19.4	8	20.7	7
知り合いや家族等に勧められた、頼まれたから	23.1	5	30.7	2	26.5	5	20.0	9	29.0	2	24.1	5
SNS等で評判が良い商品だから	16.5	9	30.7	2	17.6	10	8.6	11	35.5	1	20.7	7
販売店舗等の店員に勧められたから	27.5	4	26.7	5	29.4	2	20.0	9	3.2	11	24.1	5
包装やラベル等のデザインが好みだから	17.6	8	16.0	11	23.5	8	25.7	6	25.8	4	27.6	4
価格が手ごろ(リーズナブル)だから	33.0	3	25.3	6	29.4	2	31.4	2	22.6	5	34.5	1
中国語で商品説明、品質表示等がされていたから	22.0	6	21.3	9	16.2	11	22.9	7	22.6	5	17.2	9
有名なメーカー・ブランドの商品だから	22.0	6	24.0	8	20.6	9	28.6	4	16.1	10	31.0	3
物珍しいものだったから	11.0	11	18.7	10	26.5	5	22.9	7	22.6	5	10.3	11
回答者数	91名		75名		68名		35名		31名		29名	

※ 集計は、各商品（おみやげ）を「購入した満足したおみやげ上位3位」に選択した回答者に限定して実施した。

※ 調査票では「その他」「特になし」という選択肢が設けられていたが、この選択肢を選択した回答者がいなかったため、上記図表では表記を省略した。

## Ⅱ-2-③. 「購入して満足したおみやげ」の購入場所

### 主要な結果

- お酒、お菓子ともに、おみやげ売場よりもスーパーマーケット、ショッピングセンターの利用が顕著。
- スーパーマーケット、ショッピングセンターに次いで利用率が高い購入場所は、お酒だと専門販売店とおみやげ売り場、お菓子はコンビニ。

### 詳細結果

#### 【全体傾向】

- おみやげを購入する際の購入場所を質問したところ、スーパーマーケット、ショッピングセンターの割合が高く、お酒では3～5割程度、お菓子では4～5割程度であった。
- おみやげ売り場の利用は、おみやげの種類を問わず低めであり、2～3割程度であった。

- 設問：前の設問でご回答頂いた「おみやげとして満足度が高い日本の食品・飲料」についてうかがいます。その商品はどこで購入しましたか。

【各商品（おみやげ）を「購入して満足したおみやげ上位3位」に選択した回答者の傾向】

項目	日本酒		チョコレート菓子		菓子類以外のその他食品類		ビスケット菓子		各種調味料		焼酎	
	%	順位	%	順位	%	順位	%	順位	%	順位	%	順位
百貨店	10.3	9	20.4	5	15.7	6	21.8	3	21.6	3	15.2	8
空海港、駅の土産物売り場	20.2	5	21.9	4	15.1	7	15.2	7	20.9	4	19.0	6
観光先の土産物売り場	25.4	3	17.3	7	27.7	3	18.8	6	25.4	2	25.7	4
観光先の途中にある土産売り場	16.3	7	18.4	6	27.1	4	19.4	5	20.9	4	21.0	5
宿泊先の土産物売り場	21.8	4	10.7	9	7.8	9	10.9	9	11.2	8	28.6	3
スーパーマーケット、ショッピングセンター	41.7	1	45.9	1	41.6	1	52.1	1	41.0	1	32.4	1
ドラッグストア	5.2	10	4.1	10	5.4	10	4.2	10	4.5	10	6.7	10
コンビニエンスストア	12.3	8	26.5	2	18.7	5	26.1	2	12.7	7	16.2	7
ディスカウントストア	16.7	6	11.2	8	12.7	8	14.5	8	8.2	9	9.5	9
各農林水産物・食品の専門販売店	26.6	2	24.0	3	30.1	2	20.0	4	16.4	6	30.5	2
回答者数	252名		196名		166名		165名		134名		105名	

項目	焼き菓子		スナック菓子		その他菓子		その他飲料		その他酒類		ウイスキー	
	%	順位	%	順位	%	順位	%	順位	%	順位	%	順位
百貨店	16.5	7	21.3	4	17.6	7	14.3	6	19.4	5	13.8	7
空海港、駅の土産物売り場	18.7	6	17.3	7	25.0	4	14.3	6	29.0	1	17.2	5
観光先の土産物売り場	20.9	4	18.7	5	25.0	4	11.4	8	19.4	5	20.7	3
観光先の途中にある土産売り場	19.8	5	24.0	3	29.4	3	25.7	3	29.0	1	17.2	5
宿泊先の土産物売り場	7.7	8	17.3	7	17.6	7	22.9	4	16.1	9	20.7	3
スーパーマーケット、ショッピングセンター	39.6	1	44.0	1	42.6	1	48.6	1	29.0	1	48.3	1
ドラッグストア	5.5	9	5.3	10	2.9	10	0.0	10	25.8	4	10.3	9
コンビニエンスストア	25.3	3	18.7	5	36.8	2	31.4	2	19.4	5	13.8	7
ディスカウントストア	4.4	10	12.0	9	7.4	9	8.6	9	16.1	9	10.3	9
各農林水産物・食品の専門販売店	27.5	2	28.0	2	23.5	6	22.9	4	19.4	5	27.6	2
回答者数	91名		75名		68名		35名		31名		29名	

※ 調査票では「その他」という選択肢が設けられていたが、この選択肢を選択した回答者がいなかったため、上記図表では表記を省略した。

## Ⅱ-2-④. おみやげ購入場所選定における重視点 (1/2)

### 主要な結果

- おみやげ購入場所選びの決め手は「商品の見やすさ、選びやすさ」「価格表示のわかりやすさ」「代金支払いの利便性」。
- 上記に次いで、「店内の造りがお洒落、雰囲気が良い」ことも重視されており、特に40～50代女性において重視する傾向が強い。

### 詳細結果

#### 【全体傾向】

- 訪日した際、おみやげとして日本の食品・飲料を購入した回答者（500人中496人が購入したと回答）を対象に、おみやげの購入場所を選定する際に重要だと思う要素を質問した。その結果、「商品等が選びやすい、陳列・メニューが見やすい」の割合が45.2%で1位、「価格の表示がわかりやすい」「代金の支払いがスムーズにできる」の割合が共に40.9%で2位、「店内の造りがお洒落、雰囲気が良い」が39.7%と他に比べて高く評価された。
- 言語に関する要素である「商品等が中国語で表記されている」「店員が中国語で対応できる」の2項目は、上位3位と比較すると10ポイント以上低く、それほど重視されていない傾向にある。
- 設問：日本の食品を購入するため、日本のおみやげ屋、販売店を選ぶ際に重要だと思う要素をお答えください。

#### 【全体傾向および性年代別傾向】

項目	全体		男性				女性			
	%	順位	20～30代		40～50代		20～30代		40～50代	
			%	順位	%	順位	%	順位	%	順位
商品等が選びやすい、 陳列・メニューが見やすい	45.2	1	43.2	3	43.9	1	48.8	1	44.7	2
価格の表示がわかりやすい	40.9	2	46.4	1	40.7	3	37.6	4	39.0	3
代金の支払いがスムーズにできる	40.9	2	44.8	2	37.4	4	44.0	2	37.4	4
店内の造りがお洒落、 雰囲気が良い	39.7	4	35.2	4	42.3	2	31.2	5	50.4	1
商品の原材料等がわかりやすい	33.9	5	26.4	8	37.4	4	40.0	3	31.7	5
免税手続きができること	27.6	6	29.6	5	25.2	8	29.6	6	26.0	7
商品等が中国語で表記されている	27.0	7	27.2	7	28.5	7	26.4	8	26.0	7
店員が中国語で対応できる	24.8	8	24.0	9	25.2	8	23.2	9	26.8	6
割引制度、クーポン券の利用等の サービスがある	24.4	9	28.8	6	19.5	10	28.0	7	21.1	9
SNS等で評判が良い	21.4	10	17.6	10	30.1	6	17.6	10	20.3	10
旅行雑誌等で取り上げられている	11.7	11	8.8	11	7.3	11	17.6	10	13.0	11
回答者数	496名		125名		123名		125名		123名	

※ 項目順は、全体傾向の集計値に基づいて降順で並び替えを行った。

※ 調査票では「その他」「特になし」という選択肢が設けられていたが、この選択肢を選択した回答者がいなかったため、上記図表では表記を省略した。

※ 「日本の食品・飲料等を購入したことがない」と回答した4名を除いた496名を集計対象とした。



## Ⅱ-2-④. おみやげ購入場所選定における重視点 (2/2)

【世帯年収別】

項目	全体		世帯年収									
			10万円未満		10～20万円未満		20～30万円未満		30～40万円未満		40万元以上	
	%	順位	%	順位	%	順位	%	順位	%	順位	%	順位
商品等が選びやすい、陳列・メニューが見やすい	45.2	1	25.0	7	39.7	2	51.4	1	51.7	2	46.4	1
価格の表示がわかりやすい	40.9	2	35.4	2	39.0	3	47.1	3	42.2	3	32.1	4
代金の支払いがスムーズにできる	40.9	2	41.7	1	45.6	1	49.3	2	33.6	5	23.2	7
店内の造りがお洒落、雰囲気が良い	39.7	4	33.3	4	23.5	9	43.6	4	53.4	1	46.4	1
商品の原材料等がわかりやすい	33.9	5	8.3	10	32.4	4	40.7	5	36.2	4	37.5	3
免税手続きができること	27.6	6	22.9	8	27.2	7	30.0	6	25.9	7	30.4	5
商品等が中国語で表記されている	27.0	7	31.3	5	30.9	5	27.1	7	22.4	10	23.2	7
店員が中国語で対応できる	24.8	8	35.4	2	29.4	6	21.4	9	23.3	9	16.1	10
割引制度、クーポン券の利用等のサービスがある	24.4	9	27.1	6	24.3	8	25.7	8	24.1	8	19.6	9
SNS等で評判が良い	21.4	10	8.3	10	15.4	10	20.7	10	31.9	6	26.8	6
旅行雑誌等で取り上げられている	11.7	11	10.4	9	8.1	11	15.7	11	12.9	11	8.9	11
回答者数	496名		48名		136名		140名		116名		56名	

【直近1年以内の訪日旅行回数別】

項目	全体		直近1年以内の訪日旅行回数					
			1回		2回		3回以上	
	%	順位	%	順位	%	順位	%	順位
商品等が選びやすい、陳列・メニューが見やすい	45.2	1	41.6	2	50.0	1	48.1	1
価格の表示がわかりやすい	40.9	2	43.4	1	42.6	2	29.6	7
代金の支払いがスムーズにできる	40.9	2	41.2	3	40.5	3	40.7	4
店内の造りがお洒落、雰囲気が良い	39.7	4	39.3	4	39.2	4	42.0	3
商品の原材料等がわかりやすい	33.9	5	30.0	5	34.5	5	45.7	2
免税手続きができること	27.6	6	27.3	6	25.7	9	32.1	5
商品等が中国語で表記されている	27.0	7	24.7	8	29.1	6	30.9	6
店員が中国語で対応できる	24.8	8	25.5	7	20.9	10	29.6	7
割引制度、クーポン券の利用等のサービスがある	24.4	9	22.1	9	26.4	8	28.4	9
SNS等で評判が良い	21.4	10	19.5	10	28.4	7	14.8	10
旅行雑誌等で取り上げられている	11.7	11	9.4	11	15.5	11	12.3	11
回答者数	496名		267名		148名		81名	

【訪日旅行手配方法別】

項目	全体		訪日旅行手配方法					
			団体旅行		個人旅行		個人/団体半々	
	%	順位	%	順位	%	順位	%	順位
商品等が選びやすい、陳列・メニューが見やすい	45.2	1	38.1	3	52.8	1	57.9	1
価格の表示がわかりやすい	40.9	2	40.0	1	42.0	3	42.1	4
代金の支払いがスムーズにできる	40.9	2	39.2	2	42.0	3	52.6	2
店内の造りがお洒落、雰囲気が良い	39.7	4	34.0	4	46.2	2	47.4	3
商品の原材料等がわかりやすい	33.9	5	30.6	6	37.3	5	42.1	4
免税手続きができること	27.6	6	32.5	5	22.6	10	15.8	10
商品等が中国語で表記されている	27.0	7	27.9	7	25.5	7	31.6	6
店員が中国語で対応できる	24.8	8	26.4	8	23.1	9	21.1	8
割引制度、クーポン券の利用等のサービスがある	24.4	9	23.8	9	25.5	7	21.1	8
SNS等で評判が良い	21.4	10	15.8	10	27.4	6	31.6	6
旅行雑誌等で取り上げられている	11.7	11	9.8	11	14.2	11	10.5	11
回答者数	496名		265名		212名		19名	

• 「団体旅行」には、「個人旅行もあるが、団体旅行の方が多い」が含まれる。

• 「個人旅行」には、「団体旅行もあるが、個人旅行の方が多い」が含まれる。

※ 項目順は、全体傾向の集計値に基づいて降順で並び替えを行った。

※ 調査票では「その他」「特になし」という選択肢が設けられていたが、この選択肢を選択した回答者がいなかったため、上記図表では表記を省略した。

※ 「日本の食品・飲料等を購入したことがない」と回答した4名を除いた496名を集計対象とした。

## Ⅱ-2-⑤. 食品のおみやげの購入金額 (1/2)

### 主要な結果

- 食品のおみやげ購入金額の平均は全体で36,754円。およそ6割程度の回答が1万円～5万円未満の範囲に集中している。

### 詳細結果

#### 【全体傾向】

- 旅費のうち食品のおみやげ購入に使った金額を質問した結果、「1万円以上3万円未満」と回答した割合が29.0%、「3万円以上5万円未満」は30.4%となった。
- 5万円以上と回答した割合は21.9%だった。

#### 【属性別の特徴】

- 世帯年収と購入金額の関係をみると、世帯年収があがるにつれ、最も割合が高い価格帯が連動して上昇する傾向がうかがえる。
- なお、世帯年収「10万円以下」と「40万円以上」の平均購入金額には、およそ3倍近い開きがみられた。

- 設問：あなたが日本を旅行した際、その旅費のうち、食品のおみやげ購入に使ったお金はいくらくらいですか。

#### 【階級値の設定方法】

～5,000円未満	5,000円
5,000円～10,000円未満	7,500円
10,000円～30,000円未満	20,000円
30,000円～50,000円未満	40,000円
50,000円～100,000円未満	75,000円
100,000円以上	100,000円
覚えていない・分からない	0円

#### 【全体傾向および性年代別傾向】

項目	全体 %	男性		女性	
		20～30代 %	40～50代 %	20～30代 %	40～50代 %
～5,000円未満	1.4	0.8	2.4	0.0	2.4
5,000円～10,000円未満	14.1	16.0	13.0	10.4	17.1
10,000円～30,000円未満	29.0	24.8	32.5	29.6	29.3
30,000円～50,000円未満	30.4	35.2	29.3	32.8	24.4
50,000円～100,000円未満	17.3	17.6	15.4	17.6	18.7
100,000円以上	4.6	4.0	2.4	6.4	5.7
覚えていない・分からない	3.0	1.6	4.9	3.2	2.4
加重平均値（階級値を用いて試算）	36,754円	37,480円	33,333円	39,420円	36,728円
回答者数	496名	125名	123名	125名	123名

#### 【世帯年収別】

項目	全体 %	世帯年収				
		10万円未満 %	10～20万円未満 %	20～30万円未満 %	30～40万円未満 %	40万円以上 %
～5,000円未満	1.4	2.1	2.2	0.0	1.7	1.8
5,000円～10,000円未満	14.1	35.4	14.7	7.9	12.1	14.3
10,000円～30,000円未満	29.0	27.1	35.3	30.7	28.4	12.5
30,000円～50,000円未満	30.4	20.8	25.7	35.7	38.8	19.6
50,000円～100,000円未満	17.3	4.2	14.0	20.0	13.8	37.5
100,000円以上	4.6	0.0	1.5	5.0	5.2	14.3
覚えていない・分からない	3.0	10.4	6.6	0.7	0.0	0.0
加重平均値（階級値を用いて試算）	36,754円	19,635円	30,515円	41,018円	37,716円	53,929円
回答者数	496名	48名	136名	140名	116名	56名

## Ⅱ-2-⑤. 食品のおみやげの購入金額 (2/2)

【直近1年以内の訪日旅行回数別】

項目	全体	直近1年以内の訪日旅行回数		
	%	1回 %	2回 %	3回以上 %
～5,000円未満	1.4	2.6	0.0	0.0
5,000円～10,000円未満	14.1	20.6	10.1	0.0
10,000円～30,000円未満	29.0	29.6	35.8	14.8
30,000円～50,000円未満	30.4	27.0	31.8	39.5
50,000円～100,000円未満	17.3	12.0	16.9	35.8
100,000円以上	4.6	2.6	5.4	9.9
覚えていない・分からない	3.0	5.6	0.0	0.0
加重平均値（階級値を用いて試算）	36,754円	29,991円	38,699円	55,494円
回答者数	496名	267名	148名	81名

【訪日旅行手配方法別】

項目	全体	訪日旅行手配方法		
	%	団体旅行 %	個人旅行 %	個人/団体半々 %
～5,000円未満	1.4	2.6	0.0	0.0
5,000円～10,000円未満	14.1	15.8	12.3	10.5
10,000円～30,000円未満	29.0	23.8	34.9	36.8
30,000円～50,000円未満	30.4	29.4	30.7	42.1
50,000円～100,000円未満	17.3	17.4	18.4	5.3
100,000円以上	4.6	5.7	3.3	5.3
覚えていない・分からない	3.0	5.3	0.5	0.0
加重平均値（階級値を用いて試算）	36,754円	36,528円	37,264円	34,211円
回答者数	496名	265名	212名	19名

※ 「日本の食品・飲料等を購入したことがない」と回答した4名を除いた496名を集計対象とした。

- 「団体旅行」には、「個人旅行もあるが、団体旅行の方が多い」が含まれる。
- 「個人旅行」には、「団体旅行もあるが、個人旅行の方が多い」が含まれる。

【階級値の設定方法】

～5,000円未満	5,000円
5,000円～10,000円未満	7,500円
10,000円～30,000円未満	20,000円
30,000円～50,000円未満	40,000円
50,000円～100,000円未満	75,000円
100,000円以上	100,000円



## Ⅱ-3-①. 訪日した際に食べて満足した料理（1/2）

### 主要な結果

- 寿司、刺身が幅広い層で受け入れられている。
- 次いで、お好み焼き、すきやきの満足度が高い。特に、男性はすきやきの満足度が高く、女性40～50代はお好み焼きが1位であった。

### 詳細結果

#### 【全体傾向】

- 訪日した際、食べてみて満足した料理について選択肢を提示し、上位3つまで回答してもらった所、1位は寿司で34.2%、2位は刺身で29.0%であった。

#### 【属性別の特徴】

- 1位の寿司は性別を問わず20～30代の評価が高い。
  - 女性40～50代では寿司をおさえてお好み焼きが1位となった。
  - すきやきは女性より男性に受け入れられている。
- 設問：訪日した際、具体的にどのような料理を食べましたか？食べてみて満足した順に上位3つまでお答えください。

#### 【全体傾向および性年代別傾向】

項目	全体		男性				女性			
	%	順位	20～30代		40～50代		20～30代		40～50代	
			%	順位	%	順位	%	順位	%	順位
寿司	34.2	1	39.2	1	32.8	2	40.0	1	24.8	2
刺身	29.0	2	26.4	3	36.8	1	33.6	2	19.2	4
お好み焼き	24.4	3	28.0	2	18.4	6	24.8	3	26.4	1
すきやき	19.6	4	24.0	4	24.0	3	13.6	7	16.8	5
鰻のかば焼き、鰻重	16.4	5	16.8	5	19.2	5	13.6	7	16.0	6
鉄板焼き	14.6	6	14.4	6	16.0	7	12.0	11	16.0	6
たこ焼き	14.2	7	12.8	7	20.0	4	12.8	10	11.2	10
焼き魚、煮魚	13.8	8	12.0	10	8.0	15	14.4	6	20.8	3
そば、うどん	12.8	9	11.2	11	11.2	10	16.8	4	12.0	9
ごはん、おにぎり	11.4	10	12.8	7	9.6	12	13.6	7	9.6	13
ラーメン	11.4	10	12.8	7	10.4	11	16.0	5	6.4	19
海鮮丼	10.6	12	9.6	12	16.0	7	8.0	13	8.8	17
天ぷら	10.0	13	8.8	14	12.0	9	8.0	13	11.2	10
焼肉	9.4	14	8.8	14	8.8	13	10.4	12	9.6	13
カレーライス	8.2	15	6.4	16	5.6	18	8.0	13	12.8	8
おでん	7.2	16	9.6	12	6.4	17	8.0	13	4.8	20
洋食	6.8	17	4.8	19	8.0	15	4.8	20	9.6	13
鍋料理	6.6	18	5.6	17	4.8	19	6.4	18	9.6	13
かつ丼	6.0	19	4.8	19	8.8	13	6.4	18	4.0	21
牛丼	5.6	20	4.0	22	3.2	21	4.8	20	10.4	12
とんかつ	5.2	21	4.8	19	4.8	19	8.0	13	3.2	22
焼き鳥	4.4	22	5.6	17	2.4	23	0.8	23	8.8	17
中華料理	3.2	23	4.0	22	3.2	21	3.2	22	2.4	23
回答者数	500名		125名		125名		125名		125名	

※ 項目順は、全体傾向の集計値に基づいて降順で並び替えを行った。

※ 調査票では「その他」という選択肢が設けられていたが、この選択肢を選択した回答者がいなかったため、上記図表では表記を省略した。

# Ⅱ-3-①. 訪日した際に食べて満足した料理 (2/2)

## 【世帯年収別】

項目	全体		世帯年収									
			10万円未満		10～20万円未満		20～30万円未満		30～40万円未満		40万元以上	
	%	順位	%	順位	%	順位	%	順位	%	順位	%	順位
寿司	34.2	1	50.0	1	43.8	1	32.1	2	21.6	3	28.8	1
刺身	29.0	2	29.2	2	28.5	3	33.6	1	29.3	1	18.6	4
お好み焼き	24.4	3	22.9	3	29.9	2	22.9	3	23.3	2	18.6	4
すきやき	19.6	4	10.4	8	17.5	4	21.4	4	21.6	3	23.7	2
鰻のかば焼き、鰻重	16.4	5	14.6	6	12.4	7	15.7	7	19.8	5	22.0	3
鉄板焼き	14.6	6	12.5	7	11.7	9	17.9	5	19.0	6	6.8	10
たこ焼き	14.2	7	10.4	8	14.6	5	11.4	9	18.1	7	15.3	7
焼き魚、煮魚	13.8	8	8.3	10	12.4	7	17.9	5	12.9	8	13.6	8
そば、うどん	12.8	9	18.8	4	10.2	10	12.9	8	11.2	9	16.9	6
ごはん、おにぎり	11.4	10	16.7	5	14.6	5	10.7	10	6.0	10	11.9	9
回答者数	500名		48名		137名		140名		116名		59名	

## 【直近1年以内の訪日旅行回数別】

項目	全体		直近1年以内の訪日旅行回数					
			1回		2回		3回以上	
	%	順位	%	順位	%	順位	%	順位
寿司	34.2	1	40.7	1	27.7	3	24.4	1
刺身	29.0	2	32.6	2	30.4	2	14.6	6
お好み焼き	24.4	3	21.5	3	31.1	1	22.0	2
すきやき	19.6	4	18.1	4	24.3	4	15.9	5
鰻のかば焼き、鰻重	16.4	5	16.7	5	15.5	6	17.1	4
鉄板焼き	14.6	6	14.1	7	18.2	5	9.8	9
たこ焼き	14.2	7	14.1	7	12.2	9	18.3	3
焼き魚、煮魚	13.8	8	14.8	6	12.8	8	12.2	7
そば、うどん	12.8	9	13.7	9	14.9	7	6.1	10
ごはん、おにぎり	11.4	10	12.2	10	10.1	10	11.0	8
回答者数	500名		270名		148名		82名	

## 【訪日旅行手配方法別】

項目	全体		訪日旅行手配方法					
			団体旅行		個人旅行		個人/団体半々	
	%	順位	%	順位	%	順位	%	順位
寿司	34.2	1	36.6	1	31.9	1	26.3	5
刺身	29.0	2	27.2	2	31.0	2	31.6	2
お好み焼き	24.4	3	24.2	3	23.6	3	36.8	1
すきやき	19.6	4	18.1	4	20.4	4	31.6	2
鰻のかば焼き、鰻重	16.4	5	17.4	5	15.7	6	10.5	8
鉄板焼き	14.6	6	9.4	10	19.4	5	31.6	2
たこ焼き	14.2	7	15.1	6	13.9	8	5.3	10
焼き魚、煮魚	13.8	8	14.0	7	13.0	9	21.1	6
そば、うどん	12.8	9	10.6	9	15.3	7	15.8	7
ごはん、おにぎり	11.4	10	10.9	8	12.0	10	10.5	8
回答者数	500名		265名		216名		19名	

- 「団体旅行」には、「個人旅行もあるが、団体旅行の方が多い」が含まれる。
- 「個人旅行」には、「団体旅行もあるが、個人旅行の方が多い」が含まれる。

※ 項目順は、全体傾向の集計値に基づいて降順で並び替えを行った。  
 ※ 調査票では「その他」という選択肢が設けられていたが、この選択肢を選択した回答者がいなかったため、上記図表では表記を省略した。  
 ※ 図表上では上位10位までの料理のみ表示し、11位以降の料理は省略した。

## II-3-②. 「食べて満足した料理」の選定理由

### 主要な結果

- 多くの料理で「本場の日本で食べてみたかった」「味の良さ」「メニューの写真やサンプルがおいしそう」が決め手となっている。
- 「中国語でのメニュー説明、価格表示」は選定理由としてあまり重視されていない。

### 詳細結果

#### 【全体傾向】

- 選んだ料理の選定理由を質問したところ、食べて満足した料理のトップ5では「本場の日本で食べてみたかった」「味の良さ」「メニューの写真やサンプルがおいしそう」が上位項目としてあがった。
  - 一方、6～10位の料理では、「メニューの写真やサンプルがおいしそう」が上位の項目に挙げられており、メニューやサンプルによって興味を喚起されている可能性がうかがえる。
- 設問：前設問で選んだ料理等を食べた際、選んだ理由は何ですか。

【各料理を「食べて満足した料理上位3位」に選択した回答者の傾向】

項目	寿司		刺身		お好み焼き		すき焼き		鰻のかば焼き、鰻重	
	%	順位	%	順位	%	順位	%	順位	%	順位
日本の料理を本場の日本で食べてみたかったから	52.0	1	51.7	1	39.3	1	51.0	1	37.8	1
味が良いから	41.5	2	42.8	2	23.0	5	26.5	3	30.5	4
知り合い、家族等から勧められたから	22.2	4	29.7	4	21.3	7	23.5	5	23.2	7
SNS等で評判が良かったから	17.0	7	20.0	6	22.1	6	20.4	7	26.8	5
店舗等の店員に勧められたから	14.0	9	19.3	8	19.7	8	21.4	6	24.4	6
メニューの写真やサンプル等を見ておいしそうだったから	30.4	3	33.1	3	36.9	2	37.8	2	37.8	1
価格が手ごろだから	18.7	6	20.0	6	23.8	3	17.3	9	31.7	3
中国語でメニューの説明、価格表示等がされていたから	17.0	7	13.1	9	14.8	9	25.5	4	19.5	9
盛り付けや食器等見た目が良いから	19.9	5	22.1	5	23.8	3	20.4	7	22.0	8
物珍しいものだったから	2.3	10	7.6	10	13.9	10	13.3	10	14.6	10
回答者数	171名		145名		122名		98名		82名	

項目	鉄板焼き		たご焼き		焼き魚、煮魚		そば、うどん		ごはん、おにぎり	
	%	順位	%	順位	%	順位	%	順位	%	順位
日本の料理を本場の日本で食べてみたかったから	37.0	2	31.0	2	23.2	5	43.8	1	26.3	3
味が良いから	26.0	4	35.2	1	29.0	2	32.8	3	24.6	4
知り合い、家族等から勧められたから	31.5	3	25.4	5	26.1	3	15.6	9	19.3	8
SNS等で評判が良かったから	23.3	5	28.2	4	10.1	10	21.9	5	12.3	10
店舗等の店員に勧められたから	21.9	6	22.5	6	17.4	7	18.8	7	22.8	5
メニューの写真やサンプル等を見ておいしそうだったから	45.2	1	31.0	2	34.8	1	34.4	2	36.8	1
価格が手ごろだから	15.1	9	15.5	10	18.8	6	23.4	4	35.1	2
中国語でメニューの説明、価格表示等がされていたから	19.2	8	22.5	6	24.6	4	21.9	5	21.1	6
盛り付けや食器等見た目が良いから	21.9	6	21.1	8	15.9	8	17.2	8	21.1	6
物珍しいものだったから	12.3	10	21.1	8	14.5	9	12.5	10	14.0	9
回答者数	73名		71名		69名		64名		57名	

※ 項目順は、全体傾向の集計値に基づいて降順で並び替えを行った。

※ 調査票では「その他」「特になし」という選択肢が設けられていたが、この選択肢を選択した回答者がいなかったため、上記図表では表記を省略した。

※ 「訪日した際に食べて満足した料理」の上位10位についてのみ結果を記載した。

## Ⅱ-3-③. 日本での飲食店選定における重視点 (1/2)

### 主要な結果

- 飲食店を選ぶ際には、「店内の造りがお洒落、雰囲気の良いこと」が最も重視されている。特に女性40～50代女性では、重視する割合が5割以上。
- 上記に次いで、料理の原材料・価格表示のわかりやすさ、メニューの選びやすさが重視されている。

### 詳細結果

#### 【全体傾向】

- 飲食店を選ぶ際に重要だと思う要素を質問した。その結果、1位は「店内の造りがお洒落、雰囲気の良いこと」が46.4%であった。これはすべての性年代において高い評価であり、特に女性40～50代では5割を超え、最も重視された。
- 男性、女性共通して、40～50代よりも20～30代のほうが「代金の支払いがスムーズにできる」を重視する傾向がある。

- 設問：日本で飲食店を選ぶ際に重要だと思う要素をお答えください。

#### 【全体傾向および性年代別傾向】

項目	全体		男性				女性			
	%	順位	20～30代		40～50代		20～30代		40～50代	
			%	順位	%	順位	%	順位	%	順位
店内の造りがお洒落、雰囲気が良い	46.4	1	47.2	1	44.8	4	43.2	2	50.4	1
料理の原材料等がわかりやすい	43.0	2	39.2	4	48.8	1	39.2	5	44.8	2
価格の表示がわかりやすい	42.2	3	37.6	5	46.4	3	48.0	1	36.8	4
メニューが選びやすい、見やすい	40.4	4	41.6	3	47.2	2	36.8	6	36.0	5
代金の支払いがスムーズにできる	38.4	5	43.2	2	35.2	7	40.8	3	34.4	6
メニュー等が中国語で表記されている	36.2	6	27.2	7	38.4	5	40.8	3	38.4	3
店員が中国語で対応できる	31.0	7	32.0	6	37.6	6	22.4	8	32.0	7
SNS等で評判が良い	25.2	8	24.0	9	30.4	8	24.0	7	22.4	8
旅行雑誌等で取り上げられている	21.8	9	24.8	8	19.2	9	21.6	10	21.6	9
割引制度、クーポン券の利用等のサービスがある	19.2	10	24.0	9	10.4	10	22.4	8	20.0	10
回答者数	500名		125名		125名		125名		125名	

- ※ 項目順は、全体傾向の集計値に基づいて降順で並び替えを行った。  
 ※ 調査票では「その他」「特になし」という選択肢が設けられていたが、この選択肢を選択した回答者がいなかったため、上記図表では表記を省略した。

## II-3-③. 日本での飲食店選定における重視点 (2/2)

【世帯年収別】

項目	全体		世帯年収									
			10万円未満		10～20万円未満		20～30万円未満		30～40万円未満		40万元以上	
	%	順位	%	順位	%	順位	%	順位	%	順位	%	順位
店内の造りがお洒落、雰囲気が良い	46.4	1	39.6	1	38.7	4	45.0	4	56.9	1	52.5	1
料理の原材料等がわかりやすい	43.0	2	29.2	6	33.6	7	51.4	1	45.7	2	50.8	2
価格の表示がわかりやすい	42.2	3	33.3	3	48.9	1	51.4	1	31.9	6	32.2	7
メニューが選びやすい、見やすい	40.4	4	27.1	7	39.4	2	47.9	3	38.8	4	39.0	4
代金の支払いがスムーズにできる	38.4	5	33.3	3	39.4	2	39.3	5	39.7	3	35.6	5
メニュー等が中国語で表記されている	36.2	6	35.4	2	38.0	5	35.7	6	32.8	5	40.7	3
店員が中国語で対応できる	31.0	7	33.3	3	35.0	6	27.9	8	26.7	8	35.6	5
SNS等で評判が良い	25.2	8	12.5	10	21.2	9	29.3	7	27.6	7	30.5	8
旅行雑誌等で取り上げられている	21.8	9	27.1	7	15.3	10	27.1	9	25.0	9	13.6	10
割引制度、クーポン券の利用等のサービスがある	19.2	10	16.7	9	23.4	8	19.3	10	15.5	10	18.6	9
回答者数	500名		48名		137名		140名		116名		59名	

【直近1年以内の訪日旅行回数別】

項目	全体		直近1年以内の訪日旅行回数					
			1回		2回		3回以上	
	%	順位	%	順位	%	順位	%	順位
店内の造りがお洒落、雰囲気が良い	46.4	1	47.8	1	47.3	2	40.2	3
料理の原材料等がわかりやすい	43.0	2	39.3	4	50.7	1	41.5	2
価格の表示がわかりやすい	42.2	3	47.0	2	35.8	5	37.8	5
メニューが選びやすい、見やすい	40.4	4	42.2	3	37.2	4	40.2	3
代金の支払いがスムーズにできる	38.4	5	38.9	5	40.5	3	32.9	6
メニュー等が中国語で表記されている	36.2	6	34.1	6	33.8	6	47.6	1
店員が中国語で対応できる	31.0	7	30.7	7	32.4	7	29.3	7
SNS等で評判が良い	25.2	8	26.3	8	27.0	9	18.3	10
旅行雑誌等で取り上げられている	21.8	9	18.1	9	27.7	8	23.2	9
割引制度、クーポン券の利用等のサービスがある	19.2	10	17.0	10	18.9	10	26.8	8
回答者数	500名		270名		148名		82名	

【訪日旅行手配方法別】

項目	全体		訪日旅行手配方法					
			団体旅行		個人旅行		個人/団体半々	
	%	順位	%	順位	%	順位	%	順位
店内の造りがお洒落、雰囲気が良い	46.4	1	47.2	1	44.9	3	52.6	2
料理の原材料等がわかりやすい	43.0	2	36.6	4	50.5	1	47.4	3
価格の表示がわかりやすい	42.2	3	41.5	2	41.7	4	57.9	1
メニューが選びやすい、見やすい	40.4	4	35.8	6	46.8	2	31.6	7
代金の支払いがスムーズにできる	38.4	5	36.2	5	40.7	5	42.1	4
メニュー等が中国語で表記されている	36.2	6	37.4	3	34.3	6	42.1	4
店員が中国語で対応できる	31.0	7	32.8	7	28.2	8	36.8	6
SNS等で評判が良い	25.2	8	17.4	10	34.3	6	31.6	7
旅行雑誌等で取り上げられている	21.8	9	21.9	8	20.8	9	31.6	7
割引制度、クーポン券の利用等のサービスがある	19.2	10	20.8	9	18.1	10	10.5	10
回答者数	500名		265名		216名		19名	

・「団体旅行」には、「個人旅行もあるが、団体旅行の方が多い」が含まれる。

・「個人旅行」には、「団体旅行もあるが、個人旅行の方が多い」が含まれる。

※ 項目順は、全体傾向の集計値に基づいて降順で並び替えを行った。

※ 調査票では「その他」「特になし」という選択肢が設けられていたが、この選択肢を選択した回答者がいなかったため、上記図表では表記を省略した。



## Ⅱ-3-④. 日本旅行中の食費（1人・1日あたり）（1/2）

### 主要な結果

- 食事にかけたお金は1人・1日あたり平均7,289円。
- 価格帯で見ると、3,000円～5,000円が31.0%、5,000円～10,000円は24.2%。

### 詳細結果

#### 【全体傾向】

- 世帯年収と食費との関係を見ると、世帯年収「30～40万円未満」の層を除き、最も割合の高い価格帯が世帯年収に連動して上昇する傾向がみられた。
- 食事にかけた金額を加重平均値で見ると、男性は6,000円台であるが、女性は7,000円以上となっており、1,000円程度高かった。
- **設問：あなたが日本を旅行した際、その旅費のうち食事に使ったお金は一人・一日あたりいくらくらいですか。**  
※複数回旅行した際は、使用金額が最も高かった回でお答えください。

#### 【階級値の設定方法】

～1,000円未満	1,000円
1,000円～3,000円未満	2,000円
3,000円～5,000円未満	4,000円
5,000円～10,000円未満	7,500円
10,000円～30,000円未満	20,000円
30,000円以上	30,000円
覚えていない・分からない	0円

#### 【全体傾向および性年代別傾向】

項目	性年代別傾向				
	全体	男性		女性	
		%	20～30代	40～50代	20～30代
～1,000円未満	1.8	2.4	1.6	0.8	2.4
1,000円～3,000円未満	22.8	25.6	24.0	17.6	24.0
3,000円～5,000円未満	31.0	32.8	36.0	25.6	29.6
5,000円～10,000円未満	24.2	21.6	20.8	34.4	20.0
10,000円～30,000円未満	14.6	13.6	9.6	16.0	19.2
30,000円以上	2.8	2.4	4.0	3.2	1.6
覚えていない・分からない	2.8	1.6	4.0	2.4	3.2
加重平均値（階級値を用いて試算）	7,289円	6,908円	6,616円	8,124円	7,508円
回答者数	500名	125名	125名	125名	125名

#### 【世帯年収別】

項目	世帯年収					
	全体	10万円未満	10～20万円未満	20～30万円未満	30～40万円未満	40万円以上
		%	%	%	%	%
～1,000円未満	1.8	8.3	3.6	0.0	0.0	0.0
1,000円～3,000円未満	22.8	41.7	27.7	14.3	25.0	11.9
3,000円～5,000円未満	31.0	25.0	34.3	30.0	37.9	16.9
5,000円～10,000円未満	24.2	14.6	13.1	35.0	23.3	33.9
10,000円～30,000円未満	14.6	0.0	15.3	15.0	11.2	30.5
30,000円以上	2.8	0.0	0.0	5.7	1.7	6.8
覚えていない・分からない	2.8	10.4	5.8	0.0	0.9	0.0
加重平均値（階級値を用いて試算）	7,289円	3,010円	6,015円	8,825円	6,522円	11,593円
回答者数	500名	48名	137名	140名	116名	59名

## Ⅱ-3-④. 日本旅行中の食費（1人・1日あたり）（2/2）

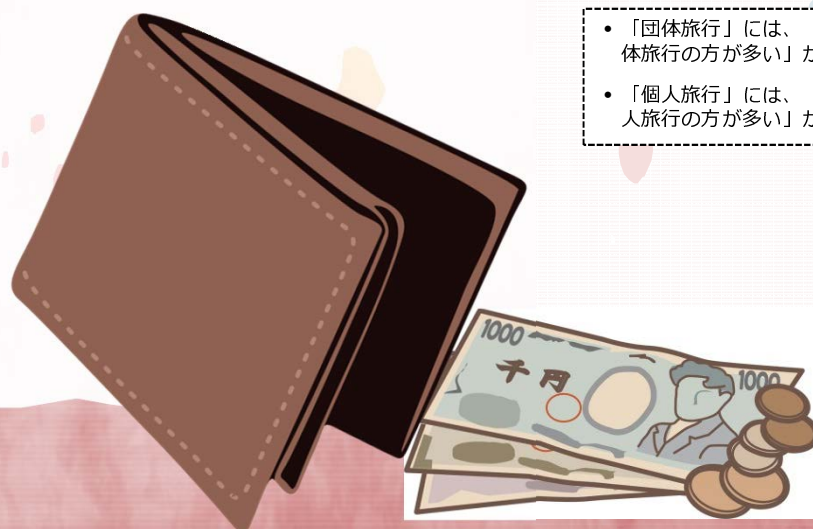
【直近1年以内の訪日旅行回数別】

項目	直近1年以内の訪日旅行回数			
	全体	1回	2回	3回以上
	%	%	%	%
～1,000円未満	1.8	3.0	0.7	0.0
1,000円～3,000円未満	22.8	30.4	20.3	2.4
3,000円～5,000円未満	31.0	31.5	37.2	18.3
5,000円～10,000円未満	24.2	18.9	25.0	40.2
10,000円～30,000円未満	14.6	8.1	15.5	34.1
30,000円以上	2.8	3.0	1.4	4.9
覚えていない・分からない	2.8	5.2	0.0	0.0
加重平均値（階級値を用いて試算）	7,289円	5,831円	7,287円	12,091円
回答者数	500名	270名	148名	82名

【訪日旅行手配方法別】

項目	訪日旅行手配方法			
	全体	団体旅行	個人旅行	個人/団体半々
	%	%	%	%
～1,000円未満	1.8	3.4	0.0	0.0
1,000円～3,000円未満	22.8	23.0	23.1	15.8
3,000円～5,000円未満	31.0	30.9	30.6	36.8
5,000円～10,000円未満	24.2	18.9	30.1	31.6
10,000円～30,000円未満	14.6	16.2	12.5	15.8
30,000円以上	2.8	2.6	3.2	0.0
覚えていない・分からない	2.8	4.9	0.5	0.0
加重平均値（階級値を用いて試算）	7,289円	7,185円	7,414円	7,316円
回答者数	500名	265名	216名	19名

- 「団体旅行」には、「個人旅行もあるが、団体旅行の方が多い」が含まれる。
- 「個人旅行」には、「団体旅行もあるが、個人旅行の方が多い」が含まれる。



## II-4. 日本食品全般についての総合評価（1/2）

### 主要な結果

- 「まあまあ満足」が7割弱、「満足」が3割弱であり、これらを合算して94.6%が満足していることがうかがえる。不満を示した回答者は1名もいなかった。

### 詳細結果

#### 【全体傾向】

- 日本の食品全般について、値段や味、品質面等総合的な評価を質問した結果、67.0%が「まあまあ満足」、27.6%が「満足」と回答しており（あわせて94.6%）、全体として満足度は高い。
- 「やや不満」「不満」を選択した回答者は0名。

#### 【属性別の特徴】

- 「満足」の割合に注目すると、女性20～30代の割合が最も高い結果。

- 設問：訪日した際に飲食した日本の食品全般について、値段や味、品質面等総合的にみて、どのように評価していますか。

【全体傾向および性年代別傾向】

項目	全体		男性		女性	
	%	%	20～30代	40～50代	20～30代	40～50代
			%	%	%	%
満足	27.6	24.0	29.6	32.0	24.8	
まあまあ満足	67.0	71.2	64.0	62.4	70.4	
どちらともいえない	5.4	4.8	6.4	5.6	4.8	
やや不満	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
不満	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
加重平均値（階級値を用いて試算）	1.2	1.2	1.2	1.3	1.2	
回答者数	500名	125名	125名	125名	125名	

#### 【階級値の設定方法】

満足	2点
まあまあ満足	1点
どちらともいえない	0点
やや不満	-1点
不満	-2点



## Ⅱ-4. 日本食品全般についての総合評価 (2/2)

### 【世帯年収別】

項目	全体	世帯年収				
		10万円未満	10～20万円未満	20～30万円未満	30～40万円未満	40万元以上
		%	%	%	%	%
満足	27.6	14.6	21.9	34.3	27.6	35.6
まあまあ満足	67.0	77.1	70.8	65.0	67.2	54.2
どちらともいえない	5.4	8.3	7.3	0.7	5.2	10.2
やや不満	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
不満	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
加重平均値 (階級値を用いて試算)	1.2	1.1	1.1	1.3	1.2	1.3
回答者数	500名	48名	137名	140名	116名	59名

### 【直近1年以内の訪日旅行回数別】

項目	全体	直近1年以内の訪日旅行回数		
		1回	2回	3回以上
		%	%	%
満足	27.6	27.8	23.6	34.1
まあまあ満足	67.0	65.9	72.3	61.0
どちらともいえない	5.4	6.3	4.1	4.9
やや不満	0.0	0.0	0.0	0.0
不満	0.0	0.0	0.0	0.0
加重平均値 (階級値を用いて試算)	1.2	1.2	1.2	1.3
回答者数	500名	270名	148名	82名

### 【訪日旅行手配方法別】

項目	全体	訪日旅行手配方法		
		団体旅行	個人旅行	個人/団体半々
		%	%	%
満足	27.6	27.9	28.7	10.5
まあまあ満足	67.0	65.7	66.7	89.5
どちらともいえない	5.4	6.4	4.6	0.0
やや不満	0.0	0.0	0.0	0.0
不満	0.0	0.0	0.0	0.0
加重平均値 (階級値を用いて試算)	1.2	1.2	1.2	1.1
回答者数	500名	265名	216名	19名

• 「団体旅行」には、「個人旅行もあるが、団体旅行の方が多い」が含まれる。

• 「個人旅行」には、「団体旅行もあるが、個人旅行の方が多い」が含まれる。

## Ⅱ-5. 日本での食品購入・食事の際の参考情報（1/2）

### 主要な結果

- 食品の購入や食事に関する情報の収集元は、友人、知人、親兄弟等からの伝聞が最も多い。
- 次いで、店頭での宣伝、プロモーションがあげられるが、男性20～30代は検索サイトの利用も目立つ。

### 詳細結果

#### 【全体傾向】

- 食品の購入や食事の際の参考となる情報収集の手段について、選択肢を提示し該当するものすべてに回答してもらったところ、1位は「友人、知人、親兄弟等からの伝聞」であり、次いで、「店頭での宣伝、プロモーション」「日本で入手した観光パンフレット」であった。
- 男性20～30代では「検索サイト」の利用が44.0%と2番目に割合が高いのが特徴的であるが、他の性年代別では全体評価の結果と同様の傾向がうかがえる。

- 設問：日本で食品を購入したり、食事した際、参考となる情報を得る手段として主に利用したものを以下より選択してください。

#### 【全体傾向および性年代別傾向】

項目	全体		男性				女性			
	%	順位	20～30代		40～50代		20～30代		40～50代	
			%	順位	%	順位	%	順位	%	順位
友人、知人、親兄弟等からの伝聞	59.6	1	55.2	1	67.2	1	58.4	1	57.6	1
店頭での宣伝、プロモーション (店員による紹介、試食、実演販売等)	46.2	2	42.4	3	44.0	2	51.2	2	47.2	2
日本で入手した観光パンフレット	39.8	3	40.8	4	36.0	5	42.4	3	40.0	4
検索サイト	38.4	4	44.0	2	40.0	3	28.0	7	41.6	3
旅行会社等の観光に関するホームページ	36.2	5	33.6	6	37.6	4	33.6	4	40.0	4
旅行ガイドブック	32.0	6	37.6	5	28.8	7	33.6	4	28.0	7
SNS等	31.8	7	28.8	7	35.2	6	32.0	6	31.2	6
雑誌や新聞、テレビ番組等	24.8	8	23.2	8	28.0	8	24.0	8	24.0	8
回答者数	500名		125名		125名		125名		125名	

- ※ 項目順は、全体傾向の集計値に基づいて降順で並び替えを行った。
- ※ 調査票では「その他」という選択肢が設けられていたが、この選択肢を選択した回答者がいなかったため、上記図表では表記を省略した。

## II-5. 日本での食品購入・食事の際の参考情報 (2/2)

【世帯年収別】

項目	全体		世帯年収									
			10万円未満		10～20万円未満		20～30万円未満		30～40万円未満		40万元以上	
	%	順位	%	順位	%	順位	%	順位	%	順位	%	順位
友人、知人、親兄弟等からの伝聞	59.6	1	60.4	1	55.5	1	62.9	1	62.1	1	55.9	1
店頭での宣伝、プロモーション (店員による紹介、試食、実演販売等)	46.2	2	35.4	3	43.1	2	50.0	3	50.9	2	44.1	2
日本で入手した観光パンフレット	39.8	3	47.9	2	37.2	3	42.9	4	42.2	3	27.1	7
検索サイト	38.4	4	31.3	4	27.0	6	50.7	2	38.8	4	40.7	3
旅行会社等の観光に関するホームページ	36.2	5	29.2	5	32.8	4	39.3	6	38.8	4	37.3	4
旅行ガイドブック	32.0	6	27.1	6	32.8	4	40.0	5	25.0	7	28.8	6
SNS等	31.8	7	18.8	7	24.8	8	36.4	7	38.8	4	33.9	5
雑誌や新聞、テレビ番組等	24.8	8	12.5	8	25.5	7	30.7	8	22.4	8	23.7	8
回答者数	500名		48名		137名		140名		116名		59名	

【直近1年以内の訪日旅行回数別】

項目	全体		直近1年以内の訪日旅行回数					
			1回		2回		3回以上	
	%	順位	%	順位	%	順位	%	順位
友人、知人、親兄弟等からの伝聞	59.6	1	61.9	1	55.4	1	59.8	1
店頭での宣伝、プロモーション (店員による紹介、試食、実演販売等)	46.2	2	43.7	2	51.4	2	45.1	3
日本で入手した観光パンフレット	39.8	3	36.3	3	37.2	5	56.1	2
検索サイト	38.4	4	36.3	3	42.6	3	37.8	6
旅行会社等の観光に関するホームページ	36.2	5	33.0	6	39.2	4	41.5	4
旅行ガイドブック	32.0	6	32.2	7	35.8	6	24.4	7
SNS等	31.8	7	35.6	5	31.1	7	20.7	8
雑誌や新聞、テレビ番組等	24.8	8	20.0	8	25.0	8	40.2	5
回答者数	500名		270名		148名		82名	

【訪日旅行手配方法別】

項目	全体		訪日旅行手配方法					
			団体旅行		個人旅行		個人/団体半々	
	%	順位	%	順位	%	順位	%	順位
友人、知人、親兄弟等からの伝聞	59.6	1	56.6	1	63.9	1	52.6	1
店頭での宣伝、プロモーション (店員による紹介、試食、実演販売等)	46.2	2	45.7	2	46.3	2	52.6	1
日本で入手した観光パンフレット	39.8	3	40.8	3	38.4	4	42.1	5
検索サイト	38.4	4	32.5	6	45.4	3	42.1	5
旅行会社等の観光に関するホームページ	36.2	5	38.1	4	32.4	6	52.6	1
旅行ガイドブック	32.0	6	33.2	5	30.6	7	31.6	7
SNS等	31.8	7	25.7	7	38.0	5	47.4	4
雑誌や新聞、テレビ番組等	24.8	8	22.6	8	28.2	8	15.8	8
回答者数	500名		265名		216名		19名	

- 「団体旅行」には、「個人旅行もあるが、団体旅行の方が多い」が含まれる。
- 「個人旅行」には、「団体旅行もあるが、個人旅行の方が多い」が含まれる。

※ 項目順は、全体傾向の集計値に基づいて降順で並び替えを行った。

※ 調査票では「その他」という選択肢が設けられていたが、この選択肢を選択した回答者がいなかったため、上記図表では表記を省略した。

## Ⅱ-6. 自国で購入してみたいと思う日本の農林水産物（1/2）

### 主要な結果

- 自国で購入してみたい日本の農産物のトップ3は魚介類、牛肉、日本茶。

### 詳細結果

#### 【全体傾向】

- 入手する手段があれば、自国で購入してみたいと思う日本の農林水産物について選択肢を提示し、2つまで回答してもらったところ、1位が「魚介類」で58.2%、2位が「牛肉」で32.4%であった。
- 女性20～30代では漬物等の購入が他の性年代別に比べ高めである。
- 設問：入手する手段があれば、自国で購入してみたいと思う日本の農林水産物は何ですか。2つまでお選びください。

#### 【全体傾向および性年代別傾向】

項目	全体		男性				女性			
	%	順位	20～30代		40～50代		20～30代		40～50代	
			%	順位	%	順位	%	順位	%	順位
魚介類	58.2	1	56.8	1	59.2	1	60.0	1	56.8	1
牛肉	32.4	2	33.6	2	37.6	2	31.2	2	27.2	2
日本茶	22.2	3	25.6	3	16.0	4	20.8	3	26.4	3
牛乳・乳製品	16.8	4	16.8	4	19.2	3	9.6	6	21.6	4
漬物等	12.0	5	10.4	5	8.0	6	20.8	3	8.8	6
食肉加工品	10.8	6	8.8	8	15.2	5	8.0	7	11.2	5
米	10.2	7	9.6	6	8.0	6	17.6	5	5.6	10
果物	7.2	8	9.6	6	4.8	9	7.2	8	7.2	7
豚肉	5.8	9	5.6	9	4.0	10	7.2	8	6.4	9
鶏肉	5.0	10	5.6	9	2.4	12	4.8	11	7.2	7
野菜	4.4	11	4.8	12	3.2	11	5.6	10	4.0	11
鶏卵	3.4	12	5.6	9	1.6	13	4.8	11	1.6	13
その他	0.2	14	0.0	13	0.8	14	0.0	13	0.0	14
購入してみたいものはない	2.6	13	0.0	13	6.4	8	0.0	13	4.0	11
回答者数	500名		125名		125名		125名		125名	

※ 項目順は、全体傾向の集計値に基づいて降順で並び替えを行った。

## Ⅱ-6. 自国で購入してみたいと思う日本の農林水産物 (2/2)

【世帯年収別】

項目	全体		世帯年収									
			10万円未満		10～20万円未満		20～30万円未満		30～40万円未満		40万元以上	
	%	順位	%	順位	%	順位	%	順位	%	順位	%	順位
魚介類	58.2	1	58.3	1	51.8	1	66.4	1	64.7	1	40.7	1
牛肉	32.4	2	20.8	3	29.9	2	38.6	2	31.0	2	35.6	2
日本茶	22.2	3	22.9	2	27.0	3	18.6	3	18.1	4	27.1	3
牛乳・乳製品	16.8	4	16.7	4	13.1	5	16.4	4	21.6	3	16.9	4
漬物等	12.0	5	16.7	4	9.5	6	15.7	5	6.9	8	15.3	5
食肉加工品	10.8	6	8.3	6	8.0	8	8.6	6	15.5	5	15.3	5
米	10.2	7	4.2	11	17.5	4	7.1	7	9.5	6	6.8	8
果物	7.2	8	8.3	6	8.8	7	4.3	10	9.5	6	5.1	9
豚肉	5.8	9	4.2	11	5.8	9	7.1	7	5.2	10	5.1	9
鶏肉	5.0	10	6.3	8	3.6	11	3.6	11	6.0	9	8.5	7
野菜	4.4	11	6.3	8	5.1	10	3.6	11	5.2	10	1.7	13
鶏卵	3.4	12	6.3	8	2.9	12	5.0	9	0.9	13	3.4	12
その他	0.2	14	0.0	14	0.7	14	0.0	14	0.0	14	0.0	14
購入してみたいものはない	2.6	13	4.2	11	2.9	12	0.7	13	2.6	12	5.1	9
回答者数	500名		48名		137名		140名		116名		59名	

【直近1年以内の訪日旅行回数別】

項目	全体		直近1年以内の訪日旅行回数					
			1回		2回		3回以上	
	%	順位	%	順位	%	順位	%	順位
魚介類	58.2	1	60.7	1	59.5	1	47.6	1
牛肉	32.4	2	31.9	2	34.5	2	30.5	2
日本茶	22.2	3	22.6	3	21.6	3	22.0	3
牛乳・乳製品	16.8	4	18.9	4	17.6	4	8.5	9
漬物等	12.0	5	12.2	5	12.8	5	9.8	8
食肉加工品	10.8	6	9.6	6	10.1	6	15.9	4
米	10.2	7	9.6	6	9.5	7	13.4	5
果物	7.2	8	4.4	9	9.5	7	12.2	6
豚肉	5.8	9	5.9	8	4.7	11	7.3	10
鶏肉	5.0	10	3.0	12	7.4	9	7.3	10
野菜	4.4	11	3.3	11	2.7	12	11.0	7
鶏卵	3.4	12	1.1	13	6.1	10	6.1	12
その他	0.2	14	0.4	14	0.0	14	0.0	13
購入してみたいものはない	2.6	13	4.4	9	0.7	13	0.0	13
回答者数	500名		270名		148名		82名	

【訪日旅行手配方法別】

項目	全体		訪日旅行手配方法					
			団体旅行		個人旅行		個人/団体半々	
	%	順位	%	順位	%	順位	%	順位
魚介類	58.2	1	58.1	1	58.3	1	57.9	1
牛肉	32.4	2	30.9	2	34.7	2	26.3	2
日本茶	22.2	3	24.2	3	19.4	4	26.3	2
牛乳・乳製品	16.8	4	12.8	5	22.7	3	5.3	9
漬物等	12.0	5	13.2	4	9.7	6	21.1	4
食肉加工品	10.8	6	10.9	6	10.2	5	15.8	5
米	10.2	7	10.2	7	9.7	6	15.8	5
果物	7.2	8	7.2	8	7.4	8	5.3	9
豚肉	5.8	9	4.2	10	7.4	8	10.5	8
鶏肉	5.0	10	5.7	9	4.6	11	0.0	11
野菜	4.4	11	4.2	10	5.1	10	0.0	11
鶏卵	3.4	12	3.8	12	1.9	12	15.8	5
その他	0.2	14	0.0	14	0.5	14	0.0	11
購入してみたいものはない	2.6	13	3.4	13	1.9	12	0.0	11
回答者数	500名		265名		216名		19名	

• 「団体旅行」には、「個人旅行もあるが、団体旅行の方が多い」が含まれる。

• 「個人旅行」には、「団体旅行もあるが、個人旅行の方が多い」が含まれる。

※ 項目順は、全体傾向の集計値に基づいて降順で並び替えを行った。



## Ⅱ-7. 今後、日本旅行時にしてみたいこと（1/2）

### 主要な結果

- 「名所・旧跡めぐり」「自然・風景の散策」が5割以上で、上位に挙げられた。
- 女性40～50代では、「買い物」への意識が高いほか、「農家民宿、農家レストラン利用」や「果物狩り」の割合が他の性年代よりも高い数値。

### 詳細結果

#### 【全体傾向】

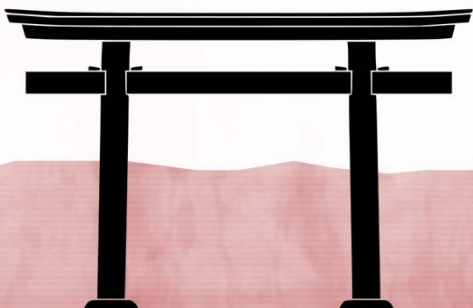
- 今後、日本を旅行するとして、してみたいことを選択肢を提示し回答してもらったところ、1位は「名所・旧跡めぐり」で53.6%、2位は「自然・風景の散策」で51.2%と割合が高かった。
- 女性40～50代では「買い物」が48.8%と他の性年代別に比べ高めであるほか、「農家民宿、農家レストラン等の利用」「果物狩り」も比較的高い割合。

- 設問：今後、日本を旅行するとして、してみたいことを以下から選択してください。

#### 【全体傾向および性年代別傾向】

項目	全体		男性				女性			
			20～30代		40～50代		20～30代		40～50代	
	%	順位	%	順位	%	順位	%	順位	%	順位
名所・旧跡めぐり	53.6	1	51.2	2	61.6	1	44.0	3	57.6	1
自然・風景の散策	51.2	2	52.0	1	52.8	2	46.4	1	53.6	2
温泉	46.4	3	45.6	4	52.0	3	45.6	2	42.4	5
アウトドア・アクティビティ	44.8	4	48.8	3	42.4	4	43.2	4	44.8	4
買い物	40.4	5	36.8	5	41.6	5	34.4	5	48.8	3
農家民宿、農家レストラン等の利用	30.8	6	26.4	8	33.6	6	24.8	8	38.4	6
食品の加工体験	29.6	7	29.6	7	24.8	8	32.0	6	32.0	8
飲食	29.6	7	32.0	6	28.8	7	26.4	7	31.2	9
果物狩り	25.4	9	20.0	9	21.6	9	24.0	9	36.0	7
農作業体験	12.8	10	8.8	10	17.6	10	9.6	10	15.2	10
回答者数	500名		125名		125名		125名		125名	

- ※ 項目順は、全体傾向の集計値に基づいて降順で並び替えを行った。
- ※ 調査票では「その他」「特になし」という選択肢が設けられていたが、この選択肢を選択した回答者がいなかったため、上記図表では表記を省略した。



## Ⅱ-7. 今後、日本旅行時にしてみたいこと (2/2)

【世帯年収別】

項目	全体		世帯年収									
			10万円未満		10～20万円未満		20～30万円未満		30～40万円未満		40万元以上	
	%	順位	%	順位	%	順位	%	順位	%	順位	%	順位
名所・旧跡めぐり	53.6	1	45.8	2	46.0	2	60.0	2	60.3	1	49.2	1
自然・風景の散策	51.2	2	43.8	3	46.0	2	61.4	1	51.7	2	44.1	3
温泉	46.4	3	29.2	4	47.4	1	52.1	3	48.3	4	40.7	5
アウトドア・アクティビティ	44.8	4	47.9	1	40.9	4	49.3	4	43.1	5	44.1	3
買い物	40.4	5	20.8	7	36.5	5	38.6	5	50.9	3	49.2	1
農家民宿、農家レストラン等の利用	30.8	6	27.1	5	23.4	8	30.0	8	37.9	6	39.0	7
食品の加工体験	29.6	7	14.6	8	25.5	7	31.4	7	32.8	8	40.7	5
飲食	29.6	7	22.9	6	27.7	6	32.9	6	25.9	9	39.0	7
果物狩り	25.4	9	10.4	9	20.4	9	22.9	9	37.9	6	30.5	9
農作業体験	12.8	10	6.3	10	5.8	10	10.0	10	19.0	10	28.8	10
回答者数	500名		48名		137名		140名		116名		59名	

【直近1年以内の訪日旅行回数別】

項目	全体		直近1年以内の訪日旅行回数					
			1回		2回		3回以上	
	%	順位	%	順位	%	順位	%	順位
名所・旧跡めぐり	53.6	1	59.3	1	45.3	3	50.0	2
自然・風景の散策	51.2	2	54.8	2	48.0	1	45.1	3
温泉	46.4	3	50.0	3	47.3	2	32.9	8
アウトドア・アクティビティ	44.8	4	43.7	4	43.2	4	51.2	1
買い物	40.4	5	43.3	5	37.2	6	36.6	5
農家民宿、農家レストラン等の利用	30.8	6	28.9	7	31.1	8	36.6	5
食品の加工体験	29.6	7	23.3	8	37.8	5	35.4	7
飲食	29.6	7	31.5	6	29.1	9	24.4	9
果物狩り	25.4	9	16.3	9	33.8	7	40.2	4
農作業体験	12.8	10	12.2	10	13.5	10	13.4	10
回答者数	500名		270名		148名		82名	

【訪日旅行手配方法別】

項目	全体		訪日旅行手配方法					
			団体旅行		個人旅行		個人/団体半々	
	%	順位	%	順位	%	順位	%	順位
名所・旧跡めぐり	53.6	1	53.6	1	54.6	1	42.1	4
自然・風景の散策	51.2	2	48.7	2	54.2	2	52.6	2
温泉	46.4	3	43.8	4	47.7	3	68.4	1
アウトドア・アクティビティ	44.8	4	44.9	3	45.4	5	36.8	7
買い物	40.4	5	35.5	5	46.3	4	42.1	4
農家民宿、農家レストラン等の利用	30.8	6	27.9	6	34.7	7	26.3	8
食品の加工体験	29.6	7	26.0	7	31.9	9	52.6	2
飲食	29.6	7	24.2	8	35.2	6	42.1	4
果物狩り	25.4	9	19.6	9	32.4	8	26.3	8
農作業体験	12.8	10	8.3	10	19.0	10	5.3	10
回答者数	500名		265名		216名		19名	

- 「団体旅行」には、「個人旅行もあるが、団体旅行の方が多い」が含まれる。
- 「個人旅行」には、「団体旅行もあるが、個人旅行の方が多い」が含まれる。

※ 項目順は、全体傾向の集計値に基づいて降順で並び替えを行った。  
 ※ 調査票では「その他」「特になし」という選択肢が設けられていたが、この選択肢を選択した回答者がいなかったため、上記図表では表記を省略した。

### Ⅲ. まとめ

項目	主要な結果
おみやげとして満足度が高い日本の食品・飲料	日本酒が幅広い層で受け入れられている。 チョコレート菓子も満足度が高いが、若い男性の満足度はやや低い。
「購入して満足したおみやげ」の選定理由	「味の良さ」「安全性」が商品選定の決め手。次いで、「価格」と「知り合い・家族等の推奨、購入依頼」。
「購入して満足したおみやげ」の購入場所	お酒、お菓子ともに、おみやげ売場よりもスーパーマーケット、ショッピングセンターの利用が顕著。 スーパーマーケット、ショッピングセンターに次いで利用率が高い購入場所は、お酒だと専門販売店とおみやげ売場、お菓子はコンビニ。
おみやげ購入場所選定における重視点	おみやげ購入場所選びの決め手は「商品の見やすさ、選びやすさ」「価格表示のわかりやすさ」「代金支払いの利便性」。 上記に次いで、「店内の造りがお洒落、雰囲気が良い」ことも重視されており、特に40～50代の重視傾向が強い。
食品のおみやげの購入金額	食品のおみやげ購入金額の平均は全体で36,754円。およそ6割程度の回答が1万円～5万円未満の範囲に集中している。
訪日した際に食べて満足した料理	寿司、刺身が幅広い層で受け入れられている。 次いで、お好み焼き、すきやきの満足度が高い。特に、男性はすきやきの満足度が高く、女性40～50代はお好み焼きが1位であった。
「食べて満足した料理」の選定理由	多くの料理で「本場の日本で食べてみたかった」「味の良さ」「メニューの写真やサンプルがおいしそう」が決め手となっている。 中国語でのメニュー説明、価格表示」は選定理由としてあまり重視されていない。
日本での飲食店選定における重視点	飲食店を選ぶ際に、「店内の造りがお洒落、雰囲気の良いこと」が最も重視されている。特に女性40～50代女性では、重視する割合が5割以上。 上記に次いで、料理の原材料・価格表示のわかりやすさ、メニューの選びやすさが重視されている。中国語表記、中国語での対応はそれほど重視されていない。
日本旅行中の食費（1人・1日あたり）	食事にかけたお金は1人・1日あたり平均7,289円。 価格帯で見ると、3,000円～5,000円が31.0%、5,000円～10,000円は24.2%。
日本食品全般についての総合評価	「まあまあ満足」が7割弱、「満足」が3割弱であり、これらを合算して94.6%程度が満足していることがうかがえる。不満を示した回答者は1名もいなかった。
日本での食品購入・食事の際の参考情報	食品の購入や、食事の際の参考となる情報源は、友人、知人、親兄弟等からの伝聞が最も多い。 次いで、店頭での宣伝、プロモーションがあげられるが、男性20～30代は検索サイトの利用も目立つ。
自国で購入してみたいと思う日本の農林水産物	自国で購入してみたい日本の農産物のトップ3は魚介類、牛肉、日本茶。
今後、日本旅行時にしてみたいこと	「名所・旧跡めぐり」「自然・風景の散策」が5割以上で、上位に挙げられた。 女性40～50代では、「買い物」への意識が高いほか、「農家民宿、農家レストラン利用」や「果物狩り」の割合が他の性年代よりも高い数値。



<お問い合わせ先>

日本政策金融公庫 農林水産事業本部 情報企画部 情報企画グループ

TEL:03-3270-5585



日本政策金融公庫

農林水産事業