

数字で見る ASEAN 諸国からの訪日外国人旅行者とその背景について

Facts and figures on foreign visitors from ASEAN countries to Japan

土 屋 渉

Wataru TSUCHIYA

概要

最近、わが国を訪れる外客者数は、2011年の東日本大震災による影響によって大幅に落ち込んだが、大幅に回復し、2013年には1,000万人目の外客を迎え、政府の目標を達成した。本稿は、特に伸び率が大きい ASEAN 主要国からの訪日旅行者について検証したものである。

ASEAN 主要国は、日本から距離的にも比較的近く、アニメ等のサブカルチャーや和食に対し強い関心を持つなど、訪日旅行市場としての有望性が高いことから、GDP 成長率推移、可処分所得、宗教別人口、日本語学習者、日本在留者、日本への留学生、日本企業への留学生の就職状況、外国旅行、訪日旅行、日本における旅行の実態等の入手可能なデータを集め、今後の ASEAN 主要国からの訪日旅行の動向を取りまとめたものである。

キーワード：ASEAN、訪日外国人旅行者一千万人、サブカルチャー、和食、日本での買物、訪日旅行の満足度、日本再訪の意向

Abstract

Recently, visitors to Japan have recovered considerably in spite of a deep drop due to the effects caused by the Great East Japan Earthquake in 2011, and in 2013, Japan welcomed its 10 millionth foreign visitor, achieving the goal set by the government. This paper examines future trend of foreign visitors to Japan, especially those from major ASEAN countries showing a great increase in number.

Major ASEAN countries are situated relatively near to Japan, and there are many of those interested deeply in Japanese subcultures such as animation or Japanese food. Therefore, they seem to be a promising tourist-generating market for Japan. This is why this paper summarizes changes of GDP growth rates, disposable incomes, populations by religion, number of Japanese learners, number of foreign residents in Japan, number of students from ASEAN countries, number of those employed in Japanese companies, over-

seas travels, travels to Japan, a fact-finding survey on travels in Japan by major ASEAN countries.

Keywords: ASEAN, Ten million Foreign Visitors to Japan, Subcultures, Japanese Food, Shopping in Japan, Degree of Satisfaction of traveling in Japan, Intention of revisiting Japan

目次

1. はじめに
2. 一般的背景
 - 2.1 ASEAN 主要国の実質 GDP 成長率の推移
 - 2.2 ASEAN 主要国の可処分所得
 - 2.3 ASEAN 主要国の世帯可処分所得別家計人口
 - 2.4 ASEAN 主要国の世帯格差
 - 2.5 ASEAN 主要国の宗教別人口
 - 2.6 ASEAN 主要国の日本語学習者数
 - 2.7 ASEAN 主要国からの日本在留者数の推移
 - 2.8 ASEAN 主要国からの留学生数
 - 2.9 ASEAN 主要国からの留学生の日本企業等への就職状況
3. ASEAN 主要国の外国旅行
 - 3.1 ASEAN 主要国からの人気外国旅行先
4. ASEAN 主要国の訪日旅行
 - 4.1 ASEAN 主要国の訪日旅行者の推移
 - 4.2 ASEAN 主要国の訪日旅行者に対する査証（ビザ）の緩和
 - 4.3 月別訪日旅行者（総数）の推移
5. 訪日外国人旅行者と消費動向
 - 5.1 訪日外国人の属性
 - 5.2 泊数・滞在日数
 - 5.3 来訪回数
 - 5.4 同行者
 - 5.5 宿泊施設タイプ（複数回答）
 - 5.6 団体ツアー参加状況（観光・レジャー目的）
 - 5.7 都道府県訪問率
 - 5.8 旅行中支出
 - 5.9 手配方法別旅行中支出

- 5.10 買物場所別構成比
 - 5.11 利用金融機関・決済方法別構成比
 - 5.12 今回したこと別回答率（複数回答）
 - 5.13 買物の内容
 - 5.14 次回したいこと別回答率（複数回答）
 - 5.15 今回の訪日旅行全体の満足度別回答率（複数回答）
 - 5.16 日本再訪意向調査回答率
6. おわりに

1. はじめに

日本政府観光局の発表によれば、2012年に日本を訪れた外国人旅行者数は、836万人（対前年比34.6%）となった。過去最高である2010年の861万人に次いで、過去2番目の結果となった。

2011年の東日本大震災の影響からおおよそ回復したといえよう。しかしながら、政府による尖閣諸島の取得と保有等の外的要因の影響もあって、観光庁が目標としていた訪日外客数900万人を達成することはできなかった。

2013年に日本を訪れた外国人旅行者数は、1,036万人で、前年比24%増であった。1964年の統計の開始以来、初めて1,000万人を記録した。

2013年に日本を訪れた外国人旅行者数のベスト15を国籍別にみると、韓国（246万人）、台湾（221万人）、中国（132万人）、米国（80万人）、香港（75万人）がベスト5となった。注目されるのは、アセアンのタイ（対前年比74.0%増）、シンガポール（対前年比33.1%増）、マレーシア（対前年比35.6%増）、インドネシア（対前年比34.8%増）、フィリピン（対前年比27.4%増）、ベトナム（対前年比53.0%増）の6カ国がベスト15に入っていることである。

本稿では、入手可能な統計資料等を展望しながら、特に、好調な経済状況により中間所得層や富裕層が増加し、訪日査証の緩和などに後押しされて増加しつつあるタイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア、フィリピン等のアセアン諸国からの訪日旅行の傾向を予測する参考とする。

2. 一般的背景

2.1 ASEAN 主要国の実質 GDP 成長率の推移

ASEAN 主要国の実質 GDP 成長率の推移をみると、2009年秋のリーマンショックを

きっかけとした世界経済の大混乱の影響を受け、インドネシア、ベトナム、フィリピンを除き、マイナス成長に転じたものの、翌年の2010年には再びプラスに転じ、その後もプラスを維持している。2012年のシンガポールは輸出の低迷が響いて、ASEAN諸国の中で最も低い1.3%となった(図表2.1)。

ASEAN経済を牽引しているのは、域内GDPの約4割を占めるインドネシアであり、また、大洪水の影響でほぼゼロ成長(0.1%)であった前年からV字型の回復を遂げたタイである。

図表2.1 ASEAN主要国の実質GDP成長率の推移

単位：%

	2007	2008	2009	2010	2011	2012
タイ	4.9	2.5	-2.2	7.8	0.1	6.5
シンガポール	8.5	1.8	-1.3	14.8	5.2	1.3
インドネシア	6.3	6.1	4.5	6.1	6.5	6.2
マレーシア	6.2	4.6	-1.7	7.4	5.1	5.6
フィリピン	7.1	3.8	0.9	7.6	3.6	6.8
ベトナム	8.5	6.2	5.3	6.8	5.9	5.0

資料：日本貿易振興機構(JETRO)

2.2 ASEAN主要国の可処分所得の推移

ASEAN主要国の可処分所得の推移をみると、いずれの国々においても順調に増加している。中でも、2010年のシンガポールの可処分所得は64,888ドルで、日本の64,689ドルを追い抜く結果となった。

シンガポールに次いで可処分所得が多い国としては、マレーシア(17,510ドル)、タイ(8,692ドル)、フィリピン(5,551ドル)、インドネシア(4,730ドル)の順となっている。

1995年と2010年との伸び率の変化をみると、ベトナム、インドネシア、マレーシア、シンガポール、タイ、フィリピンの順となった(図表2.2)。

図表 2.2 ASEAN 主要国の可処分所得の推移

単位：US ドル

	1995	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2010vs 1995(%)
日本	78,725	68,135	68,024	68,114	68,061	67,431	65,858	64,202	64,689	-17.8
タイ	6,576	7,260	7,718	7,910	8,165	8,578	8,688	8,447	8,692	32.2
シンガポール	48,638	63,848	64,776	66,273	66,837	69,099	65,689	63,808	64,888	33.4
マレーシア	11,297	12,730	13,673	14,519	15,066	16,283	17,221	16,903	17,510	55.0
インドネシア	2,924	3,644	3,696	3,815	3,872	4,275	4,489	4,589	4,730	61.8
フィリピン	4,324	4,635	4,783	4,857	4,964	5,157	5,269	5,360	5,551	28.4
ベトナム	1,043	1,681	1,755	1,828	1,921	2,084	2,254	2,287	2,392	129.2

資料：Euromonitor International from national statistics

2.3 ASEAN 主要国の世帯可処分所得別家計人口

タイの富裕層は 2009 年の 200 万人から、2015 年は約 2 倍の 427 万人、更に 2020 年には 3.6 倍の 728 万人へと増加することが予測されている。

マレーシアの富裕層は 2009 年の 708 万人から、2015 年は約 2 倍の 1,444 万人、更に 2020 年には 3 倍の 2,125 万人へと増加することが予測されている。

インドネシアの富裕層は 2009 年の 253 万人から、2015 年は約 2.7 倍の 684 万人、更に 2020 年には 5.8 倍の 1,475 万人へと増加することが予測されている。

フィリピンの富裕層は 2009 年の 138 万人から、2015 年は約 2 倍の 278 万人、更に 2020 年には 3 倍の 415 万人へと増加することが予測されている。

ベトナムの富裕層は 2009 年の 60 万人から、2015 年は約 2 倍の 127 万人、更に 2020 年には 4.6 倍の 273 万人へと増加することが予測されている。

上記 5 カ国の富裕層は、2009 年の 1,360 万人から、2015 年には 2,960 万人、さらに 2020 年には 5,015 万人へと増加することが予想され、すでにわが国にとって有望な訪日旅行市場であるが、今後、益々、魅力的な市場となることが期待される（図表 2.3）。

図表 2.3 ASEAN 主要国の世帯可処分所得別家計人口

<タイ>		単位：1,000 人		
	低所得層	ローワーミドル	アッパーミドル	富裕層
2009	23,174	30,100	9,451	2,007
2015	15,623	30,511	16,357	4,273
2020	11,218	28,012	21,485	7,275

<マレーシア> 単位：1,000人

	低所得層	ローワーミドル	アッパーミドル	富裕層
2009	2,192	8,401	10,424	7,081
2015	1,075	5,009	10,201	14,442
2020	589	2,980	7,924	21,251

<インドネシア> 単位：1,000人

	低所得層	ローワーミドル	アッパーミドル	富裕層
2009	145,108	76,808	5,519	2,530
2015	65,688	138,212	33,454	6,837
2020	36,862	133,973	68,639	14,745

<フィリピン> 単位：1,000人

	低所得層	ローワーミドル	アッパーミドル	富裕層
2009	53,439	31,972	5,344	1,382
2015	43,525	45,274	11,319	2,778
2020	39,154	52,393	16,492	4,151

<ベトナム> 単位：1,000人

	低所得層	ローワーミドル	アッパーミドル	富裕層
2009	68,850	15,530	1,264	604
2015	52,015	32,622	4,712	1,269
2020	35,442	43,433	12,410	2,726

注：低所得層：世帯可処分所得年間 5,000 ドル以下
 ローワーミドル：世帯可処分所得年間 5,000 ドル超 15,000 ドル以下
 アッパーミドル：世帯可処分所得年間 15,000 ドル超 35,000 ドル以下
 富裕層：世帯可処分所得年間 35,000 ドル超
 備考：世帯可処分所得別の家計人口を各所得層の家計比率 x 人口で算出。
 出典：Euromonitor International 2010

2.4 ASEAN 主要国の世帯格差

マレーシアでは上位 20%の平均可処分所得は 8.3 万ドルを超えているが、ベトナムでは 8.6 千ドルで 1 万ドルに届いていない。

各国の平均可処分所得の格差は大きく、インドネシアを除き、上位層と下位層との間で 10 倍以上の所得差が存在する。特に、マレーシアでは所得格差が大きい（図表 2.4）。

図表 2.4 上位 20% 及び下位 20% の平均可処分所得 単位：ドル

(2009 年)	上位 20% の平均可処分所得 (年間)	下位 20% の平均可処分所得 (年間)
タイ	23,467	1,793
マレーシア	83,249	5,565
インドネシア	10,534	1,458
フィリピン	16,194	1,167
ベトナム	8,571	703

出典：Euromonitor International 2010

2.5 ASEAN 主要国の宗教別人口

最近、東南アジア諸国の好調な経済成長による可処分所得の増加、日本への関心の高まり、訪日ビザの免除や緩和などからこの地域からの訪日旅行者数が急速に増加し、受入観光地や観光関係者などから彼らの受け入れに強い関心が寄せられるとともに、日本人には余り馴染みのないムスリム観光客の受け入れに対する戸惑いが寄せられている。

ASEAN6 カ国の総人口は約 5.3 億人であるが、この内、イスラム教徒が約 2.3 億人となっており、アジアのムスリム観光客のマーケットは日本にとって有望な市場と言えるであろう。イスラム教信徒が多い国としては、インドネシアが約 2 億 700 万人と圧倒的に多く、次いでマレーシア (1,700 万人)、フィリピン (約 490 万人)、タイ (約 320 万人) の順となっている (図表 2.5)。

図表 2.5 宗教別人口 単位：1 万人

	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
全人口 (万人)	6,989	526	2,855	23,764	9,647	8,973	52,754
仏教	6,556	175	548	166	10	709	8,164
キリスト教	56	193	260	2,353	8,933	0	11,794
イスラム教	322	77	1,724	20,722	492	0	23,337
ヒンドゥー教	0	27	180	404	0	0	611
プロテスタント	0	0	0	0	0	81	81
道教	0	57	0	0	0	0	57
その他	0	0	0	0	0	233	233

資料：データブック・オブ・ザ・ワールド 2013

2.6 ASEAN 主要国の日本語学習者数

ASEAN 主要国における 2006 年、2009 年及び 2012 年の日本語学習者数の推移をみると、インドネシアにおける日本語学習者数が 2006 年の 27.3 万人から 2012 年には 87.2 万人へと 220% の大幅な増加を記録したことが注目される。また、タイも 7.1 万人から 13

万人へと82%増、ベトナムは3万人から4.7万人へと56%増、マレーシアは2.3万人から3.3万人へと44%増、フィリピンは1.8万人から3.2万人へと78%増となった(図表2.6)。

一般的に、日本語学習者は日本文化に強い関心を持ち、時間と旅行資金の目途が立てば、必ず日本へ行ってみたいと希望しており、日本にとって非常に有望な訪日旅行市場と言えよう。

図表 2.6 ASEAN 主要国の日本語学習者数の推移

単位：1人

国・地域名	2006年	2009年	2009vs2006 増減率(%)	2012年	2012vs2009 増減率(%)
タイ	71,083	78,802	10.9	129,616	64.5
シンガポール	12,076	15,864	31.4	N.A.	
インドネシア	272,719	716,353	162.7	872,406	21.8
マレーシア	22,920	22,856	-0.3	33,077	44.7
フィリピン	18,199	22,362	22.9	32,418	45.0
ベトナム	29,982	44,272	47.7	46,762	5.6

資料：国際交流基金「2012年 海外日本語教育機関調査」

2.7 ASEAN 主要国からの日本在留者数の推移

法務省在留外国人統計によれば、2012年に日本に在留する外国人数は約203万人であるが、この内、ASEAN6カ国からの在留者数は約37万人となっている。フィリピンが21.1万人と圧倒的に多く、次いで、ベトナム人が5.4万人、タイ人が5.1万人、インドネシア人が3.3万人、マレーシア人が1.2万人となっている(図表2.7)。

日本に在留する外国人は母国の家族、親族、友人たちと日常的に連絡を取り合っており、彼らの日本に対する印象が良ければ、多くの関係者に日本旅行を決断させる上で重要な役割を果たすことが可能であり、日本誘致活動において彼らの活用、取り込みをより積極的に検討する必要があるだろう。

図表 2.7 ASEAN 主要国からの日本在留者数の推移

単位：1人

国・地域名	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2012vs2008(%)
タイ	42,609	42,686	41,279	42,750	50,694	19.0
シンガポール	2,604	2,560	2,512	2,440	6,447	147.6
インドネシア	27,250	25,546	24,895	24,660	32,918	20.8
マレーシア	8,291	8,344	8,364	8,136	12,046	45.3
フィリピン	210,617	211,716	210,181	209,376	211,258	0.3
ベトナム	41,136	41,000	41,781	44,690	53,539	30.2

資料：法務省 在留外国人統計

2.8 ASEAN 主要国からの留学生数

法務省在留外国人統計によれば、2012年に日本に留学する学生数は約18万人であるが、この内、ASEAN6カ国の合計は約1.8万人となっている。留学生が多い順にみると、ベトナムが8.8千人、タイが3.2千人、インドネシアが2.9千人、マレーシアが2.5千人となっている（図表2.8）。

現在、政府は、留学生30万人プロジェクトを宣言し、この実現に向けて留学生を増やすための様々な施策を推進している。

留学生は母国の家族、親族、友人たちに訪日旅行を呼び掛けることが多く、また、声をかけられた人たちはこの機会に日本へ行ってみようとする傾向がある。留学生は外国人旅行者の日本への誘致にとって非常に重要なマーケットである。

図表 2.8 ASEAN 主要国からの留学生数の推移

単位：1人

国・地域名	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年
タイ	2,502	2,656	3,542	3,315	3,212
シンガポール	176	193	252	241	253
インドネシア	2,112	2,349	2,725	2,791	2,917
マレーシア	2,377	2,492	2,676	2,591	2,483
フィリピン	614	615	713	677	707
ベトナム	3,202	3,552	5,147	5,767	8,811

資料：法務省 在留外国人統計

2.9 ASEAN 主要国からの留学生の日本企業等への就職状況

留学生の日本企業等への就職状況をみると、毎年、約1万人前後で推移している。2012年のASEAN諸国を国籍別にみると、多い順に、ベトナム、タイ、マレーシア、インドネシア、フィリピン、シンガポールとなっている。

2008年から2012年までの期間での伸び率をみると、大きい順にタイ、ベトナム、インドネシア、シンガポールとなっている（図表2.9）。

これらの日本で大学等を卒業し、日本で就職した外国人たちは、それぞれの出身国と日本との間の架け橋として、彼ら出身国へのわが国の正しい情報と知識の発信役を果たしてくれることが期待され、わが国にとって大切な観光宣伝のけん引役である。

図表 2.9 留学生の日本企業等への就職状況

単位：1人

	2008	2009	2010	2011	2012	2012vs2008 (%)
合計	11,040	9,584	7,831	8,586	10,969	-0.6
タイ	97	101	119	109	170	75.3
シンガポール	9	4	5	13	12	33.3
マレーシア	134	105	65	71	116	-13.4
インドネシア	74	97	79	84	107	44.6
フィリピン	49	40	42	35	42	-14.3
ベトナム	189	161	167	242	302	59.8

資料：法務省 入国管理局

3. ASEAN 主要国からの外国旅行

3.1 ASEAN 主要国からの人気外国旅行先

ASEAN 主要国からの人気外国旅行先をみると、いずれの国も、陸路や海路でアクセス可能な隣国への旅行が最も多く、次いでアジアの近隣諸国への旅行が中心となっている。

また、華僑が多く住むシンガポール、インドネシア、マレーシアから中国、香港への旅行も多い。

なお、インドネシアはメッカ巡礼に伴うサウジアラビアへの旅行が突出している。

図表 3.1 には記載していないが、長距離の旅行先としては、オーストラリアが最も人気があり、2012 年をみると、シンガポールからは 31.9 万人、マレーシアからは 24.1 万人、インドネシアからは 14.0 万人、タイからは 8.5 万人となっている。次に、アメリカも人気があり、シンガポールが 15.9 万人、タイが 7.3 万人、インドネシアが 6.6 万人、マレーシアが 6.0 万人となっている。更に、英国も人気があり、2012 年をみると、シンガポールが 13.4 万人、マレーシアが 13.0 万人、タイが 6.5 万人となっている（図表 3.1）。

図表 3.1 ASEAN 諸国からの人気外国旅行先

<タイ人>

単位：1,000 人

旅行先	2007 年	2008 年	2009 年	2010 年	2011 年	2012 年	2012vs2011 (%)
出国者数	4,018	3,908	4,653	5,452	5,397	N.A.	37.2
マレーシア	1,626	1,494	1,449	1,459	1,442	1,263	-12.4
中国	612	554	542	636	608	648	6.5
香港	387	403	388	450	481	502	4.4
シンガポール	353	334	318	430	473	N.A.	(10.0%)
韓国	147	161	191	261	309	387	25.3

資料：日本政府観光局（JNTO）日本の国際観光統計

数字で見る ASEAN 諸国からの訪日外国人旅行者とその背景について

<シンガポール>

単位：1,000人

旅行先	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2012vs2011(%)
出国者数	6,024	6,828	6,961	7,342	7,753	8,048	28.7
マレーシア	10,493	11,004	12,733	13,042	13,373	13,014	-2.7
インドネシア	1,352	1,397	1,273	1,373	1,249	1,271	1.8
中国	922	876	890	1,004	1,063	1,028	-3.3
タイ	605	570	564	604	682	821	20.3
香港	632	633	624	710	794	728	-8.3

<インドネシア>

単位：1,000人

旅行先	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2012vs2011(%)
出国者数	5,158	5,486	5,053	6,236	6,750	N.A.	27.8
シンガポール	1,962	1,765	1,745	2,306	2,592	N.A.	(12.4)
マレーシア	1,805	2,429	2,406	2,507	2,134	2,383	11.6
中国	477	426	469	573	609	622	2.2
サウジアラビア	297	502	205	236	405	N.A.	(71.6)
香港	366	349	354	453	521	512	-1.7

<マレーシア>

単位：1,000人

旅行先	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2012vs2011(%)
出国者数	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.
タイ	1,540	1,805	1,758	2,059	2,500	2,561	2.4
インドネシア	891	1,118	1,179	1,278	1,302	1,133	9.3
中国	1,062	1,041	1,059	1,245	1,245	1,236	-0.8
シンガポール	646	648	764	1,037	1,141	N.A.	(10.0)
香港	505	491	442	579	633	625	-1.3

4. ASEAN 主要国の訪日旅行

4.1 ASEAN 主要国の訪日旅行者の推移

2012年の訪日外国人旅行者数は、対前年比で34.6%増で大幅な増加を記録した。2013年に日本を訪れた外国人旅行者数は、対前年比で24.0%増の1,036万人で、史上初めて1,000万人を達成した。

ASEAN 諸国の内、特に、タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナムからの旅行者数の伸びを2012年と比べると、それぞれ、74.0%増、33.1%増、35.6%増、34.8%増、27.4%増、53.0%増と大幅な伸びを示している。

また、来訪目的等の情報が利用可能な2012年の統計をみると、観光が来訪目的の旅行者の割合は、タイ、シンガポール、マレーシアでは全体の70%以上で、これに次いでインドネシアが67.3%、フィリピンが57.7%となっており、ASEAN5カ国では約6割以上

が観光目的となっている。なお、ベトナムは観光と商用以外の目的での訪日が多い。

観光目的での来訪者の伸びを、2011年と比べると、タイ（112.6%増）、シンガポール（31.4%増）、マレーシア（90.0%増）、インドネシア（100.0%増）、フィリピン（63.3%増）、ベトナム（77.8%増）と大幅な伸びを示している（図表4.1、4.2、4.3）。

図表 4.1 ASEAN 主要国別来訪目的別訪日旅行者数（2012年）

単位：1,000人/%

	訪日外客（注1）		観光客（注2）		商用客		その他客（注3）	
	8,358	(100%)	6,042	(72.3%)	1,443	(17.3%)	874	(10.4%)
タイ	261	(100%)	202	(77.3%)	36	(14.1%)	23	(8.8%)
シンガポール	142	(100%)	113	(79.6%)	26	(18.3%)	3	(2.1%)
マレーシア	130	(100%)	95	(73.1%)	25	(19.2%)	10	(7.7%)
インドネシア	101	(100%)	68	(67.3%)	17	(16.8%)	16	(15.9%)
フィリピン	85	(100%)	49	(57.7%)	15	(17.6%)	21	(24.7%)
ベトナム	55	(100%)	16	(29.1%)	11	(20.0%)	28	(50.9%)

図表 4.2 ASEAN 主要国の訪日旅行者の推移（総数）

単位：1,000人

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2012vs2011(%)
総数	8,347	8,351	6,790	8,611	6,219	8,368	34.6
タイ	168	192	178	215	145	261	80.0
シンガポール	152	168	145	181	111	142	27.9
マレーシア	101	106	90	115	82	130	58.5
インドネシア	64	67	64	81	62	101	62.9
フィリピン	90	82	72	77	63	85	34.9
ベトナム	32	35	34	42	41	55	34.1

図表 4.3 ASEAN 主要国の訪日旅行者（観光客）の推移

単位：1,000人

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2012vs2011(%)
総数	5,954	6,049	4,760	6,362	4,057	6,041	48.9
タイ	120	144	136	166	95	202	112.6
シンガポール	119	137	122	152	86	113	31.4
マレーシア	63	70	60	80	50	95	90.0
インドネシア	38	41	42	53	34	68	100
フィリピン	46	43	38	43	30	49	63.3
ベトナム	8	10	10	13	9	16	77.8

以上、図表 4.1～4.3 資料：日本政府観光局（JNTO）日本の国際観光統計

4.2 ASEAN 主要国の訪日旅行者に対する査証（ビザ）の緩和

ASEAN 主要国からの訪日旅行者に対する 15 日間を超えない短期滞在ビザの免除あるいは数次ビザ取得の緩和措置が以下の通り実施され、これが功を奏し、これらの国々からの訪日旅行者数が大幅に増加したと思われる。

2013 年は史上初めて訪日外国人旅行者数 1,000 万人を達成したが、今後、2,000 万人の高い目標を目指すためには、早急に、ベトナム、フィリピン、インドネシアに対する短期数次ビザの取得措置が撤廃され、ビザ免除措置が取られるべきであろう。

図表 4.4 ASEAN 主要国の訪日旅行者に対するビザの緩和措置の状況

国名	ビザの緩和措置内容（資料：外務省）	
タイ	ビザ免除	平成 25 年（2013）7 月 1 日より。15 日以内。 IC 一般旅券所有者。
マレーシア	ビザ免除	平成 25 年（2013）7 月 1 日より。15 日以内。 ICAO 標準の IC 一般旅券所有者。
ベトナム	数次ビザの発給	平成 25 年（2013）7 月 1 日より。 ICAO 標準の機会読み取り式一般旅券所有者。 短期滞在数次ビザの発給開始（滞在期間 15 日、最大 3 年間有効）。
フィリピン	数次ビザの発給	平成 25 年（2013）7 月 1 日より。 ICAO 標準の機会読み取り式又は IC 一般旅券所有者。 短期滞在数次ビザの発給開始（滞在期間 15 日、最大 3 年間有効）。
インドネシア	数次ビザの発給	平成 24 年（2012）9 月 1 日より。 ICAO 標準の機会読み取り式又は IC 一般旅券所有者。 短期滞在数次ビザの発給開始（滞在期間 15 日、最大 3 年間有効）。
	数次ビザの滞在期間の延長	平成 25 年（2013）7 月 1 日より。 ICAO 標準の機会読み取り式又は IC 一般旅券所有者。 短期滞在数次ビザの発給開始 （滞在期間 15 日から 30 日まで、最大 3 年間有効）。

資料：外務省ホームページより。平成 25 年 6 月現在

4.3 月別訪日旅行者（総数）の推移

一般的には、春の 4 月、夏の 7 月・8 月、秋の 10 月が訪日時期として人気がある。ASEAN 諸国から日本を訪れた外国人旅行者を月別にみると、4 月、5 月、10 月、12 月が多く、逆に 1 月、2 月が少なくなっている。この他に、アジア中華圏における春節なども人気の訪日時期となっている。

なお、南半球のオーストラリアからの旅行者には、自国が真夏の時期にスキーができる真冬の北海道のニセコ、長野の白馬高原などが人気の旅行先となっている。また、最近では、タイなど東南アジアからの旅行者には、最も暑い 4 月中旬に雪の中の立山アルペンルート開通ツアーの体験も人気が高い。

図表 4.5 今後の春節の予定

年	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
月日	1月 31日	2月 19日	2月 8日	1月 28日	2月 16日	2月 5日	1月 25日	2月 12日	2月 1日	1月 22日

資料：株式会社オールアバウト（All About, Inc.）ホームページ

図表 4.6 2012年 月別訪日旅行者（総数）の推移

単位：1,000人

出発国	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	合計
総数	682	547	677	780	667	683	847	774	658	706	649	690	8,358
タイ	12	15	26	41	24	14	16	12	19	32	24	26	261
シンガポール	9	8	12	13	13	13	8	6	8	10	15	28	142
インドネシア	5	5	8	10	7	10	8	13	8	9	8	13	102
マレーシア	9	7	12	12	13	8	8	8	9	11	15	17	130
フィリピン	7	4	7	11	8	6	6	6	7	8	7	7	85
ベトナム	4	4	5	7	4	4	5	4	6	6	5	4	55

図表 4.7 2013年 月別訪日旅行者（総数）の推移

単位：1,000人

出発国	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	合計
総数	669	730	857	923	875	901	1,003	907	867	929	840	865	10,364
タイ	16	20	45	60	40	21	30	24	29	61	51	56	454
シンガポール	7	10	13	15	16	22	11	9	12	16	20	38	189
インドネシア	7	5	13	16	10	15	8	16	9	11	11	17	137
マレーシア	8	11	13	15	15	10	10	11	12	18	26	29	177
フィリピン	8	5	12	13	11	7	7	7	8	11	9	11	108
ベトナム	5	4	7	12	6	6	7	6	7	11	7	5	84

以上、図表 4.6～4.7 資料：日本政府観光局（JNTO）

<脚注>

注1：「訪日外客」とは、国籍に基づく法務省集計による外国人正規入国者から日本に居住する外国人を除き、これに外国人一時上陸客等を加えた入国外国人旅行者のことである。

注2：「観光客」とは、「短期滞在入国者」から「商用客」を引いた入国外国人で、「親族友人訪問」を含んでいる。

注3：「その他客」とは、観光、商用目的を除く入国外国人で、留学、研修、外交・公用等が含まれる。

注4：春節とは中国などにおける旧暦の正月のこと。法律では、3日間を祝日と定めている。また、企業では、春節の前後7日を長期休暇としている。

5. 訪日外国人旅行者と消費動向

日本を訪れる外国人旅行者の日本国内における旅行・消費等に関する実態を把握する資料としては、日本政府観光局が主要国際空港等において実態をアンケート調査し、その結

果を「JNTO 訪日外客訪問地調査」として発表していた。その内容としては、調査年の都道府県・主要都市への訪問率、訪日目的、旅行形態、訪日回数、宿泊手段、訪日前に期待したこと、訪日後に満足したことなどが含まれていたが、2010 年度版をもって中止されることになった。

これに代わって、観光庁が 2010 年度より「訪日外国人の消費動向平成 24 年年次報告書」（訪日外国人消費動向調査結果及び分析）を公表しているため、これを活用したい。

その内容は、ほぼ、日本政府観光局が実施してきたものと変わらないものの、分析対象国が 21 カ国から 15 カ国に減少したことにより、これから成長することが予想される国々の分析データが利用不可能となり、また、調査結果の連続性がなくなったことは残念である。

5.1 訪日外国人の属性

性別の構成比をみると、全国籍平均は男性が 58.9%、女性が 41.1%である。国籍別では、タイ、シンガポール、マレーシアのいずれもが男性の割合が高く、過半数を占める（図表 5.1）。

図表 5.1 国籍別・性別構成比 単位：%

男 性		女 性	
全国籍	58.9	全国籍	41.1
タイ	59.0	タイ	41.0
シンガポール	56.2	シンガポール	43.8
マレーシア	66.0	マレーシア	34.0

観光・レジャー目的の旅行者をみると、全国籍平均は、男性が 46.8%、女性が 53.2%で、全目的の男女比と逆転し、女性の割合が高くなる。国籍別では、タイ、シンガポールのいずれもが女性の割合が高く、過半数を占める。

観光・レジャー目的の旅行者を性・年代別でみると、男性の 20 代、30 代、女性の 20 代、30 代、40 代が多い。タイ、シンガポール、マレーシアの場合もほぼ同じ状況となっている（図表 5.2）。

図表 5.2 男女別・年代別構成比（観光・レジャー目的）

単位：%

	全国籍	タイ	シンガポール	マレーシア
男 性	46.8	45.3	45.2	50.7
15-19	2.2	2.1	1.3	0.5
20-29	12.5	10.3	11.1	10.6
30-39	13.7	15.0	15.0	16.5
40-49	9.7	10.2	6.9	9.8
50-59	5.6	5.5	6.2	9.6
60-69	2.2	1.5	2.7	3.2
70-	0.7	0.2	1.6	0.0
女 性	53.2	58.2	54.8	49.3
15-19	2.5	4.1	0.3	0.5
20-29	16.2	14.8	10.5	14.1
30-39	15.2	16.4	16.6	15.3
40-49	10.5	16.4	14.5	9.4
50-59	5.8	4.9	9.4	8.0
60-69	2.3	1.2	3.0	1.0
70-	0.5	0.2	0.0	0.0

5.2 泊数・滞在日数

全目的の平均泊数は 12.3 日であるが、タイ、マレーシアは 20 日前後と長く、シンガポールは、韓国、香港、台湾と同様に、1 週間前後と短い。

一方、観光・レジャー目的の平均泊数は 6.1 泊であるが、アジアの内、タイ、シンガポール、マレーシアは 5～8 日間で全国籍の平均に近く、図表には掲載していないが、韓国、台湾、香港などは、およそ 9～12 日と観光・レジャー目的の方が長くなっている（図表 5.3）。

図表 5.3 平均泊数（2012）

単位：泊

	全目的	観光・レジャー
全国籍	12.3	6.1
タイ	17.7	6.2
シンガポール	7.4	8.3
マレーシア	19.8	5.2

全目的の滞在日数の分布をみると、6 日以内と 13 日以内が 7 割近くを占め、タイ、シンガポール、マレーシアでも同様の傾向が見られる。なお、タイ、マレーシアでは、21 日以上 1 年未満の長期滞在者が およそ 1.5 割以上を占める（図表 5.4）。

図表 5.4 滞在日数の分布

単位：%

出 発 国	3 日間以内	4～6 日間	7～13 日間	14～20 日間	21 日以上 1 年未満
全 国 籍	13.2	46.4	24.1	6.7	9.7
タイ	1.9	49.8	27.2	5.1	16.1
シンガポール	6.2	44.4	39.4	7.2	2.8
マレーシア	6.0	41.6	31.3	7.2	14.0

一方、観光・レジャー目的で日本を訪れた外国人の滞在日数を全国籍で見ると、6 日以内が 56.2% で最も多く、次いで、13 日以内 (23.3%)、3 日以内 (12.1%)、20 日以内 (5.5%) の順となっている。また、タイ、シンガポール、マレーシアをみると、6 日以内と 13 日以内の滞在でほぼ 90% 以上となっている (図表 5.5)。

図表 5.5 滞在日数構成比 (観光・レジャー目的)

単位：%

全 国 籍		タイ		シンガポール		マレーシア	
4～6 日間	56.2	4～6 日間	61.4	7～13 日間	49.3	7～13 日間	49.6
7～13 日間	23.3	7～13 日間	32.7	4～6 日間	40.7	4～6 日間	45.1
3 日間以内	12.1	14～20 日間	3.4	14～20 日間	5.7	14～20 日間	3.4
14～20 日間	5.5	28～90 日間	1.2	3 日間以内	2.7	3 日間以内	1.5
21～27 日間	1.4	3 日間以内	0.9	21～27 日間	0.8	28～90 日間	0.5
28～90 日間	1.4	21～27 日間	0.3	28～90 日間	0.7	21～27 日間	0.0
91 日以上 1 年未満	0.1	91 日以上 1 年未満	0.2	91 日以上 1 年未満	0.0	91 日以上 1 年未満	0.0

5.3 来訪回数

観光・レジャーによる来訪回数を全体で見ると、「1 回目」が全体の 43.1% を占め、次いで、「2 回目」が 16.8%、「3 回目」が 11.0% の順となっている。

国籍別に見ると、マレーシアは「1 回目」の割合が 6 割を超え、「3 回目」が平均の半分と少なく、シンガポールは「2 回目」、「3 回目」が平均よりも多くなっている (図表 5.6)。

図表 5.6 訪日回数別構成比 (観光・レジャー目的)

単位：%

全 国 籍		タイ		シンガポール		マレーシア	
1 回目	43.1	1 回目	45.5	1 回目	33.7	1 回目	64.2
2 回目	16.8	2 回目	18.5	2 回目	21.1	2 回目	16.3
3 回目	11.0	3 回目	10.7	3 回目	14.8	3 回目	5.3
6～9 回目	6.8	4 回目	5.8	6～9 回目	7.3	20 回以上	3.5
10～19 回	6.1	5 回目	5.8	10～19 回	6.4	4 回目	3.1
4 回目	5.6	10～19 回	5.0	4 回目	6.0	10～19 回	3.0
20 回以上	5.4	6～9 回目	4.9	20 回以上	5.5	6～9 回目	3.0
5 回目	5.2	20 回以上	3.8	5 回目	5.2	5 回目	1.6

5.4 同行者

観光・レジャー目的の同行者（複数回答）を全体平均別で見ると、「家族・親族」が36.4%で最も多く、次いで「友人」が24.7%、「夫婦・パートナー」が18.6%、「自分ひとり」が15.0%の順となっており、「職場の同僚」が4.9%と最も少ない。タイ（45.8%）、シンガポール（40.7%）は「家族・親族」の割合が高く、マレーシアは「夫婦・パートナー」の割合が27.8%と高い（図表5.7）。

図表 5.7 同行者（複数回答）（観光・レジャー目的）

単位：%

全 国 籍		タイ		シンガポール		マレーシア	
家族・親族	36.4	家族・親族	45.8	家族・親族	40.7	家族・親族	38.6
友人	24.7	友人	22.6	友人	23.9	夫婦・パートナー	27.8
夫婦・パートナー	18.6	夫婦・パートナー	12.7	夫婦・パートナー	20.5	友人	17.4
自分ひとり	15.0	職場の同僚	12.1	自分ひとり	13.1	職場の同僚	10.8
職場の同僚	7.9	自分ひとり	8.1	職場の同僚	3.2	自分ひとり	6.4
その他	1.3	その他	4.6	その他	0.3	その他	2.1

5.5 宿泊施設タイプ（複数回答）

利用した宿泊施設のタイプ（複数回答）を全体平均で見ると、88.1%が「ホテル（洋室中心）」を利用し、「旅館（和室中心）」の利用率は25.6%である。ホテルの利用率はシンガポール（95.2%）が高いが、旅館の利用率をみると、タイが40.2%と高い（図表5.8）。

なお、図表には掲載していないが、「親族・知人宅」の利用率を見ると、全体平均では6.9%であったが、米国が20.1%、英国が16.6%と高いのが注目される。

図表 5.8 宿泊施設タイプ（複数回答）（観光・レジャー目的）

単位：%

全 国 籍		タイ		シンガポール		マレーシア	
ホテル（洋室中心）	88.1	ホテル（洋室中心）	90.6	ホテル（洋室中心）	95.2	ホテル（洋室中心）	89.5
旅館（和室中心）	25.6	旅館（和室中心）	40.2	旅館（和室中心）	21.8	旅館（和室中心）	20.6
親族・知人宅	6.9	親族・知人宅	6.7	親族・知人宅	4.9	親族・知人宅	5.2
別荘・コンドミニアム	1.1	別荘・コンドミニアム	0.5	別荘・コンドミニアム	1.1	別荘・コンドミニアム	1.0
その他	4.1	その他	1.7	その他	2.0	その他	5.1

5.6 団体ツアー参加状況（観光・レジャー目的）

団体ツアー参加状況では、全体平均では「団体ツアーでない（個人旅行）」が60.8%であったが、シンガポールは81.1%と個人旅行志向が強いことが窺える。（図表5.9）

なお、図表には掲載していないが、「団体での来訪」では、中国が71.5%と最も高く、

一方、英国は 5.4%と最も低いのが注目される。

図表 5.9 団体ツアー参加状況（観光・レジャー目的のみ）
単位：%

出 発 国	団体ツアーでの来訪	団体ツアーでない (個人旅行)
全国籍	39.2	60.8
タイ	42.7	57.3
シンガポール	18.9	81.1
マレーシア	49.1	50.9

5.7 都道府県訪問率

観光目的の外国人訪問者が訪れた都道府県をみると、東京都と大阪府への訪問率が高い。

国別に都道府県訪問率をみると、タイは山梨県の訪問率が高く、シンガポールとマレーシアでは北海道の訪問率が高い。なお、全体において福岡県が上位に入っている理由は、韓国からの訪問率が高いことによる（図表 5.10）。

図表 5.10 外国人訪問者上位都道府県訪問率 2012 年（観光目的）
単位：%

全 国 籍		タイ		シンガポール		マレーシア	
東京都	50.5	東京都	73.3	東京都	65.1	東京都	55.2
大阪府	30.1	大阪府	32.0	北海道	23.8	大阪府	40.9
京都府	23.4	山梨県	30.5	大阪府	20.6	北海道	27.5
北海道	13.0	京都府	21.7	神奈川県	18.2	京都府	25.8
福岡県	12.7	神奈川県	18.8	千葉県	17.1	千葉県	24.4
神奈川県	12.5	千葉県	15.1	京都府	16.7	山梨県	13.0
千葉県	11.3	愛知県	10.2	山梨県	7.9	神奈川県	8.4
愛知県	8.6	岐阜県	8.6	岐阜県	4.9	兵庫県	4.7
山梨県	8.5	奈良県	8.2	奈良県	4.6	静岡県	4.4
大分県	6.6	福岡県	6.9	愛知県	4.4	愛知県	4.1

5.8 旅行中支出

訪日外国人の旅行中支出額（パッケージツアー参加費に含まれる国内収入分を含まない）は、1人当たり平均 111,983 円と推計される。また、旅行前支出額（パッケージツアー参加費または日本までの往復運賃）は、同 86,823 円、これらを合算した訪日外国人の総支出額は、同 198,806 円と推計される。シンガポールとマレーシアは全国籍平均の総支出額を上回る額となっている。

1泊当たりの旅行中支出額は 9,081 円、旅行前支出を含めた 1泊当たり総支出額は

16,121円と推計される。シンガポールは、1泊当たりの旅行中支出額が15,130円と高く、その結果、1泊当たりの総支出額が27,222円と、トップの香港の28,893円に次ぐ高額となった(図表5.11)。

図表 5.11 2012年(暦年)訪日外国人1人当たりの旅行前及び旅行中支出(国籍別)

	(円/人)	(円/人)	(円/人)	(泊)	(円/人泊)	(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中支出	c. 総支出額(=a.+b.)	d. 平均泊数	e.1 泊当たり旅行中支出額(=b./d.)	f.1 泊当たり総支出額(=c./d.)
全国籍平均	86,823	111,983	198,806	12.3	9,081	16,121
タイ	86,392	104,893	191,285	17.7	5,940	10,832
シンガポール	90,041	112,665	202,706	7.4	15,130	27,222
マレーシア	102,488	105,676	208,164	19.8	5,329	10,496

注1) 支出額の全国籍平均は、国籍別平均値を日本政府観光局「訪日外客数」をウェイトとして加重平均したもの。

注2) 平均泊数を含む全ての数値は、表記記載の桁よりも小さい桁数を有効としている。

そのため、「1泊当たり支出額(eまたはf)」は、上表記載桁数での「支出額(bまたはc)÷平均泊数(d)」の算出結果と一致しない。

5.9 手配方法別旅行中支出

パッケージツアー利用客は全体の28.1%である。シンガポールは17.6%と利用率が低い(図表5.12)。

パッケージツアーの購入者単価は、1人当たり106,102円、ツアー利用客の旅行中支出額は、同63,619円、これらを合算した総支出額は、同169,720円である。タイ、シンガポール、マレーシアとも、全国籍平均額よりも高く、特に、マレーシアは222,252円と、この中で最も高い。

個人手配客の出発国から日本までの往復運賃は、1人当たり79,277円、旅行中支出額は、同134,551円、総支出額は213,551円である。タイ、シンガポール、マレーシアとも、全国籍平均額よりも低い。

1泊当たりの旅行中支出額は、ツアー利用客で12,669円、個人手配客で8,855円となっている。

ツアー利用客では、3カ国がいずれも、平均よりも低い。また、個人手配客では、シンガポールが平均額よりも大幅に高く、16,646円となった(図表5.13)。

図表 5.12 パッケージツアー利用率

単位：%

全国籍	タイ	シンガポール	マレーシア
28.1	25.9	17.6	23.6

図表 5.13 手配方法別に見る訪日外国人 1 人当たりの旅行前及び旅行中支出（国籍別）

[パッケージツアー利用客]						
国籍	(円/人)	(円/人)	(円/人)	(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 旅行中支出	c. パッケージ ツアー客 総支出額 (=a.+b.)	d. 平均泊数	e.1 泊当たり 旅行中支出額 (=b./d.)	f.1 泊当たり 総支出額 (=c./d.)
全国籍	106,102	63,619	169,720	5	12,669	33,799
タイ	142,454	53,239	195,693	7.7	6,930	25,473
シンガポール	161,995	54,682	216,677	6.8	8,002	31,708
マレーシア	181,411	40,841	222,252	9.9	4,134	22,497

[個人手配客]						
国籍	(円/人)	(円/人)	(円/人)	(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 旅行中支出	c. 個人手配客 総支出額 (=a.+b.)	d. 平均泊数	e.1 泊当たり 旅行中支出額 (=b./d.)	f.1 泊当たり 総支出額 (=c./d.)
全国籍	79,277	134,551	213,551	15.2	8,855	14,073
タイ	66,836	131,930	198,766	21.1	6,241	9,403
シンガポール	74,702	126,124	200,825	7.6	16,646	26,505
マレーシア	78,066	133,151	211,217	22.9	5,811	9,219

5.10 買物場所別構成比

買物場所を国籍別にみると、全体としては、「スーパー・ショッピングセンター」、「コンビニエンスストア」、「空港の免税店」、「百貨店・デパート」の順となっている。

タイでは、「百貨店・デパート」、「空港の免税店」、「スーパー・ショッピングセンター」、「コンビニエンスストア」、また、シンガポールとマレーシアでは、「スーパー・ショッピングセンター」、「百貨店・デパート」、「空港の免税店」、「コンビニエンスストア」などの利用率が高い（図表 5.14）。

図表 5.14 国籍別買い物場所別構成比

単位：%

	全体	タイ	シンガポール	マレーシア
空港の免税店	61.4	80.2	56.9	56.6
鉄道駅構内の店舗	18.5	23.9	20.2	14.4
百貨店・デパート	56.2	80.7	72.8	60.2
スーパー・ショッピングセンター	69.3	76.3	75.1	67.9
家電量販店（秋葉原など）	15.3	13.7	12.6	6.8
コンビニエンスストア	62.2	73.7	54.1	52.0
100円ショップ	18.8	52.8	24.0	20.5
観光地の土産店	48.5	51.3	42.6	56.9
買い物はしていない	2.5	0.2	2.4	4.3
その他	7.5	1.3	2.8	7.0

5.11 利用金融機関・決済方法別構成比

利用した金融機関を国籍別にみると、全体としては、「ATM」、「空港の両替所」、「銀行・郵便局」の利用率が高い。タイ、シンガポール、マレーシアとも「空港の両替所」を利用している。また、シンガポール、マレーシアとも「ATM」利用している。

決済方法では、全体をみると、「現金」が9割以上を占める。次いで、47.5%で「クレジットカード」が利用されている。タイ、シンガポール、マレーシアとも同じ傾向となっている（図表 5.15）。

図表 5.15 国籍別利用金融機関・決済方法別構成比

単位：%

	全国籍	タイ	シンガポール	マレーシア
空港の両替所	6.3	3.0	3.3	3.8
銀行・郵便局	4.8	1.8	1.5	1.0
A T M	8.0	1.8	2.8	4.0
その他両替商	0.9	3.1	0.3	0.0
宿泊施設	0.6	1.0	0.0	1.5
現金	97.3	97.9	98.8	99.4
クレジットカード	47.0	53.1	56.2	55.9
トラベラーズチェック	0.2	0.2	0.2	0.0
デビットカード（銀聯カードなど）	5.5	1.0	0.9	0.0
電子マネー（Edy、Suica など）	1.3	0.7	1.5	0.0

5.12 今回したこと別回答率（複数回答）

今回実施した活動としては、全体をみると、「日本食を食べること」（95.0%）、「ショッピング」（76.8%）、「繁華街の街歩き」（64.2%）、「自然・景勝地観光」（58.5%）、「旅館に宿泊」（51.9%）の順で多い。

タイ、シンガポール、マレーシアも全体と同様の傾向となっている。タイとマレーシアは「ショッピング」の関心が全体よりも強いのが注目される（図表 5.16）。

図表 5.16 今回したこと別回答率（複数回答）

単位：%

調査項目	全 体	タイ	シンガポール	マレーシア
日本食を食べること	95.0	97.6	98.9	96.8
旅館に宿泊	51.9	24.3	42.3	36.7
温泉入浴	37.7	28.7	30.8	24.9
自然・景勝地観光	58.5	55.6	55.6	62.4
繁華街の街歩き	64.2	59.5	68.3	68.7
ショッピング	76.8	85.1	79.2	84.1

数字で見る ASEAN 諸国からの訪日外国人旅行者とその背景について

美術館・博物館	22.1	25.3	25.4	27.2
ナイトライフ	16.9	29.0	22.8	15.9
スキー	3.3	3.8	2.9	7.9
ゴルフ	1.4	1.9	0.9	1.8
テーマパーク	16.9	16.9	25.2	21.4
イベント	9.1	11.3	8.7	12.3
舞台鑑賞（歌舞伎・演劇・音楽など）	5.3	5.0	3.4	5.6
スポーツ観戦（相撲・サッカーなど）	2.5	4.5	1.0	3.7
自然体験ツアー・農漁村体験	8.0	18.2	10.2	13.2
四季の体感（花見・紅葉・雪など）	12.0	17.5	18.5	23.8
映画・アニメ縁の地を訪問	4.1	5.2	4.7	3.8
日本の歴史・伝統文化体験	23.6	22.8	28.0	34.8
日本の生活文化体験	23.0	26.5	27.3	46.8
親族・知人訪問	17.4	17.1	16.8	16.7
ビジネス	23.4	38.1	33.8	30.7
治療・健診	1.8	3.5	2.8	3.4

5.13 買物の内容

買物内容をみると、全体では「菓子類」、「その他食料品・飲料・酒・たばこ」が5割以上を占めている。

国籍別に買物内容をみると、タイ、シンガポール、マレーシアのいずれも、「菓子類」、「服（和服以外）・かばん・靴」、「化粧品・医薬品・トイレタリー」、「その他食料品・飲料・酒・たばこ」が上位を占めている。特に、タイの場合、「化粧品・医薬品・トイレタリー」が41.8%と購入率が高い（図表 5.17）。

図表 5.17 買物の内容

単位：%

	全 体	タイ	シンガポール	マレーシア
菓子類	58.2	88.1	62.4	50.5
その他食料品・飲料・酒・たばこ	51.4	36.2	48.9	48.3
カメラ・ビデオカメラ・時計	9.3	13.7	5.4	12.0
電気製品（パソコン・音響機器など）	9.4	8.5	6.3	7.4
化粧品・医薬品・トイレタリー	38.5	42.3	27.2	17.1
和服（着物）・民芸品	15.5	11.1	12.1	14.2
服（和服以外）・かばん・靴	29.8	38.8	38.1	37.4
マンガ・DVD・アニメ関連商品	9.1	8.3	8.3	4.4
その他買物代	20.3	16.2	14.5	23.7

5.14 次回したいこと別回答率（複数回答）

次回したいこととしては、全体をみると「日本食を食べること」（49.5%）、「温泉入浴」（47.3%）、「ショッピング」（40.4%）、「自然・景勝地観光」（40.1%）の順が多い。

タイは全体と同様の傾向となっている。シンガポールでは「温泉入浴」（49.4%）、「自然・景勝地観光」（45.0%）、「旅館に宿泊」（40.6%）などが全体よりも高い回答率となっており、強い関心が見て取れる。マレーシアでは「日本食を食べること」（60.9%）に非常に強い関心が示されており、更に、「ショッピング」（57.5%）、「自然・景勝地観光」（54.6%）への関心も全体よりも強いのが注目される（図表 5.18）。

図表 5.18 次回したいこと（複数回答）

単位：%

調査項目	全 体	タイ	シンガポール	マレーシア
日本食を食べること	49.5	48.9	48.3	60.9
旅館に宿泊	31.7	31.0	40.6	27.4
温泉入浴	47.3	39.0	49.4	33.8
自然・景勝地観光	40.1	39.8	45.0	54.6
繁華街の街歩き	30.8	28.6	32.9	45.5
ショッピング	40.4	40.5	38.4	57.5
美術館・博物館	23.9	26.7	20.3	26.8
ナイトライフ	18.4	24.5	19.7	19.3
スキー	22.3	33.7	30.8	24.4
ゴルフ	13.7	21.0	17.2	13.7
テーマパーク	23.7	34.3	30.1	32.6
イベント	24.1	33.5	32.0	25.7
舞台鑑賞（歌舞伎・演劇・音楽など）	20.6	25.7	21.7	20.2
スポーツ観戦（相撲・サッカーなど）	18.3	23.9	19.8	16.8
自然体験ツアー・農漁村体験	21.8	27.9	30.3	23.7
四季の体感（花見・紅葉・雪など）	32.3	38.4	32.5	32.1
映画・アニメ縁の地を訪問	15.2	23.3	17.8	16.8
日本の歴史・伝統文化体験	29.7	32.8	30.7	34.2
日本の生活文化体験	26.4	32.4	27.2	46.9
親族・知人訪問	18.7	22.6	20.4	24.4
ビジネス	19.6	33.4	24.1	28.2
治療・検診	8.9	14.2	11.1	11.3

5.15 今回の訪日旅行全体の満足度別回答率（複数回答）

今回の訪日旅行全体の満足度は、全国籍では「満足」（49.9%）、「大変満足」（40.7%）となっており、これらを合算すると 90.6% となり、高い満足度が示されている。

タイ（95.5%）、シンガポール（97.2%）、マレーシア（93.2%）も合算すると、それぞれ

れ、高い満足度を示しているが、シンガポールの満足度が非常に高いのが注目される（図表 5.19）。

図表 5.19 今回の訪日旅行全体の満足度別回答率（複数回答）

単位：%

全 国 籍		タイ		シンガポール		マレーシア	
満足	49.9	大変満足	52.1	大変満足	54.0	大変満足	51.4
大変満足	40.7	満足	43.4	満足	43.2	満足	41.8
やや満足	6.1	普通	2.6	やや満足	2.3	普通	4.1
普通	2.8	やや満足	1.9	普通	0.6	やや満足	2.2
やや不満	0.3	やや不満	0.0	やや不満	0.0	やや不満	0.5
不満	0.1	不満	0.0	不満	0.0	不満	0.0
大変不満	0.1	大変不満	0.0	大変不満	0.0	大変不満	0.0

5.16 日本再訪意向調査回答率

日本への再訪意向をみると、「必ず来たい」（57.8%）、「来たい」（34.9%）となっており、これらを合算すると 92.7%となり、高い再訪の意向が示されている。

合算するとタイ（91.4%）、シンガポール（96.8%）、マレーシア（91.0%）とも、それぞれ高い満足度を示しているが、特に、シンガポールの再訪意向度が高いのが注目される（図表 5.20）。

図表 5.20 日本再訪意向調査回答率

単位：%

調査項目	全 体	タイ	シンガポール	マレーシア
必ず来たい	57.8	65.5	69	60.7
来たい	34.9	25.9	27.8	30.3
やや来たい	4.3	5.8	2.7	5.1
何ともいえない	2.5	2.3	0.3	2.8
あまり来たくない	0.3	0.6	0.0	0.5
来たくない	0.1	0.0	0.3	0.5
絶対来たくない	0.1	0.0	0.0	0.0

6. おわりに

ASEAN 諸国における経済成長、日本語学習者数、日本在留者、国による留学生 30 万人計画等の一般的背景及び ASEAN 諸国の内、データが入手可能なタイ、シンガポール、マレーシアからの訪日旅行の現状等について概観してきたが、これらを元にして今後の ASEAN 諸国からの訪日旅行を予測してみたい。

タイ、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナム等の ASEAN 諸国の富裕層

(世帯可処分所得年間 35,000 ドル) は、2009 年の 1,360 万人から 2015 年には 2,960 万人、更に 2020 年には 5,015 万人へと増加することが予想され、日本にとって有望な旅行市場であり続ける。

また、政府はグローバル戦略の展開の一環として、現在、約 18 万人の留学生数を、2020 年を目途に 30 万人に増加させることを目指す「留学生 30 万人計画」を掲げ、様々な施策を推進している。例えば、母国でのあらゆる留学情報の入手を可能にし、母国で入学手続きを可能にし、国際色豊かな大学を増やし、宿舍・奨学金・交流支援・日本語教育の充実・生活支援などの受入環境づくりを整え、卒業後は留学生の日本での就職を促進するなどである。この取り組みの情報は、ASEAN 諸国で日本語を学習する人たちにとっては大きなインセンティブになり、日本語学習者数が今後、更に増加する。

ASEAN 諸国から日本への旅行者は、今後、富裕層やリピーター客による個人旅行と、アッパーミドルと富裕層による訪日団体観光旅行者の両方が増加すると予測される。

日本への旅行形態も一生に一度の旅行から、目的によって何回でも日本を訪れるリピーターが増加し、1 回の滞在日数はより短くなっていく。日本国内での旅行先も、東京都と大阪府を結ぶゴールデン・ルートへの訪問とともに、テーマに合わせて日本の地方への訪問が一層増加する。「日本食を食べる」ことから日本料理を学ぶことへ、また、「日本の生活文化体験」や「親族・知人訪問」を目的にした日本訪問が今後、増加する。

最後に、ASEAN 諸国からの訪日旅行者は、今後、大幅に増加することが予想されるが、市民レベルでの歓迎ムードの醸成、言語障壁の改善、案内標識の多言語化、低廉で良質な宿泊・飲食施設の確保等の受入体制の整備を、よりスピード感を持って推進していく必要がある。

特に、ASEAN 諸国には、インドネシア (2 億 700 万人)、マレーシア (1,700 万人)、フィリピン (490 万人)、タイ (320 万人) の巨大なムスリム旅行市場が存在し、今後、日本へ大挙して来訪することが予想されるので、日本にはなじみの薄いムスリム (イスラム) 観光客の受入れのために国民への広報の強化、各地での講習会の開催、受入マニュアルの作成・配布等を促進することが喫緊の課題である。

参考資料：

- 日本政府観光局（JNTO）『JNTO 国際観光白書』、東京、国際観光サービスセンター、2010
- 日本政府観光局（JNTO）『JNTO 日本の国際観光統計』、東京、国際観光サービスセンター、2013
- アジア太平洋観光交流センター（APTEC）『世界観光統計資料集』、東京、APTEC、2013
- 観光庁『訪日外国人の消費動向 平成 24 年 年次報告書』、東京、観光庁、2013
- 日本観光振興会『数字で見る観光』、東京、オメガコム、2013
- 日本旅行業協会（JATA）『数字が語る旅行業』東京、日本旅行業協会（JATA）、2013
- 二宮書店編集部『データブック・オブ・ザ・ワールド 2013』、東京、二宮書店、2013

参考ホームページ：

- 日本アセアンセンター：<http://www.asean.or.jp/ja/>
- 外務省：<http://www.mofa.go.jp/>
- 法務省：http://www.moj.go.jp/nyuukokukanri/kouhou/nyuukokukanri01_00013.html
- 観光庁：<http://www.mlit.go.jp/kankocho/>
- 日本政府観光局（JNTO）：<http://www.jnto.go.jp/jpn/>
- 日本貿易振興機構（JETRO）：<http://www.jetro.go.jp/indexj.html>
- 国際交流基金：<http://www.jpf.go.jp/j/>
- みずほ総合研究所：www.mizuho-ri.co.jp/publication/research/
- 伊藤忠商事エコノミックモニター：http://www.itochu.co.jp/ja/business/economic_monitor/