別紙３

平成 28 年度
国別外国人旅行者行動特性調査報告書

平成 29 年 3 月

東　京　都

目次

I.　調査概要 1
１．　調査目的 1
２．　調査対象者 1
３．　調査場所 1
４．　調査期間 1
５．　調査方法 1
６．　回答数 1
７．　ウェイトバック集計の実施 2
８．　利用上の注意 2
II.　調査結果 3
第１章 訪都外国人旅行者の属性と訪都の状況 3
１．　訪都外国人旅行者の属性 3
（１）　性別 3
（２）　年代 4
２．　訪日の状況 5
（１）　入国した空港・海港 5
（２）　これまでの訪日回数 6
３．　訪都の状況 7
（１）　訪都者のこれまでの訪都回数 7
（２）　訪都者の割合 8
（３）　訪都における宿泊数 9
（４）　訪都目的 10
第２章 訪都外国人旅行者の行動 11
１．　訪都外国人旅行者の行動と満足度 11
（１）　旅行形態（単一回答） 11
（２）　旅行の同行者（複数回答） 12
（３）　宿泊施設（複数回答） 13
（４）　利用した交通機関（複数回答） 14
（５）　訪都中に行った活動（複数回答） 15
（６）　訪問した場所（複数回答） 20
（７）　一番期待していた場所、一番満足した場所（単一回答） 25
（８）　訪問して一番満足した場所で行った活動（単一回答） 26
（９）　訪都の満足度（単一回答） 27
（１０）　項目別満足度（単一回答）（「満足」と回答した人の割合） 28
（１１）　東京への再訪問意向（単一回答） 32
第３章 訪都外国人旅行者の消費支出・平均泊数 33
１．　訪都外国人１人当たりの東京滞在中の消費額・平均泊数 33
第４章 訪都外国人旅行者が考える東京の魅力 36
１．　訪都外国人旅行者が考える東京の魅力 36
III.　訪都外国人旅行者の国籍・地域別動向 41
１．　韓国 41
２．　台湾 43
３．　中国 45
４．　香港 47

５．　タイ 49
６．　シンガポール 51
７．　マレーシア 53
８．　米国 55
９．　カナダ 57
１０．　英国 59
１１．　ドイツ 61
１２．　フランス 63
１３．　イタリア 65
１４．　スペイン 67
１５．　オーストラリア 69
１６．　インド 71
１７．　インドネシア 73
１８．　フィリピン 75
１９．　ベトナム 77
２０．　ロシア 79

平成 28 年度国別外国人旅行者行動特性調査

I.　調査概要

１．　調査目的

東京都における平成 28 年度（平成 28 年 4 月～平成 29 年 3 月）の訪都外国人旅行者の行動特性を国籍・地域別に把握し、観光産業振興に向けた施策を推進するための基礎資料とすることを目的とする。

２．　調査対象者

日本を出国する訪日外国人を調査対象とした。ただし、1 年以上の滞在者等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、日本人の配偶者等は除いた。また 14 歳以下の回答についても除外している。

３．　調査場所

羽田空港・成田空港における国際線ターミナル搭乗待合ロビーにて実施した。

４．　調査期間

調査時期	調査日数
平成 28 年 4－6 月期	羽田 4 日間、成田 8 日間
平成 28 年 7－9 月期	羽田 4 日間、成田 6 日間
平成 28 年 10－12 月期	羽田 3 日間、成田 8 日間
平成 29 年 1－3 月期	羽田 5 日間、成田 7 日間

５．　調査方法

12 言語の調査票を用い、外国語を話せる調査員による聞き取り調査を実施した。
※調査票の対応言語：英語、中国語（繁体字、簡体字）、韓国語、タイ語、フランス語、ドイツ語、イタリア語、スペイン語、インドネシア語、ベトナム語、ロシア語

６．　回答数

国籍・地域別、空港別に目標回答数を設定し、四半期毎に 3,500 票を回収目標として調査を実施した。
調査の結果、年間の回答数は 14,744 票となった。うち、「東京を訪問した」と回答した 12,959 票について、集計している。

表　平成 28 年度調査の回答数（四半期別および空港別）

	平成 28 年 4－6 月期	平成 28 年 7－9 月期	平成 28 年 10－12 月期	平成 29 年 1－3 月期	合計
羽田空港	780	746	729	784	3,039
成田空港	2,929	2,911	2,902	2,963	11,705
合計	3,709	3,657	3,631	3,747	14,744

７．　ウェイトバック集計の実施

本調査では国籍・地域別の目標回答数を設定しており無作為抽出とはならない。このため、全体の集計は、日本政府観光局（JNTO）訪日外客数の公表数値（暫定値）を用いて四半期別および国籍・地域別に訪日外客数の構成比と等しくなるよう補正係数を用いてウェイトバックした回答数を用いて実施している。

８．　利用上の注意

設問毎の有効回答数については後述の各集計表に記載しているが、回答数が少ない場合の数値については取扱いに留意されたい。特に国籍・地域の比較については、訪日外国人旅行者という母集団と国籍・地域別構成比や国ごとの性別・年代の構成を一致させた数値ではないことに注意する必要がある。また、集計表の数字の単位未満は、端数処理しているため、合計の数値と内訳の計が一致しない場合がある。

II.　調査結果

第１章 訪都外国人旅行者の属性と訪都の状況

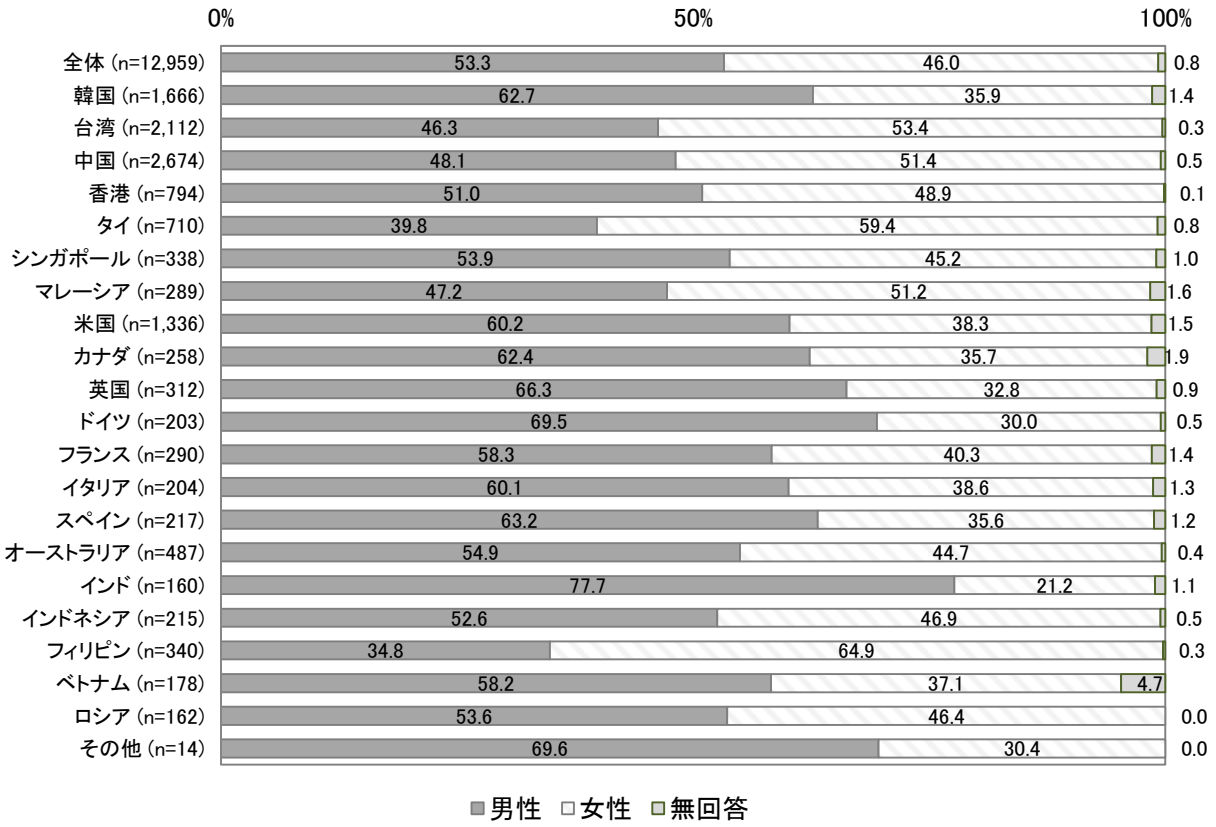
１．　訪都外国人旅行者の属性

（１）　性別

性別の構成比について、全体（全国籍・地域合計）で男性 53.3%、女性 46.0%であった。

国籍・地域別では、男性の割合が高いのは、その他を除くと、インド 77.7%、ドイツ 69.5%、英国 66.3%となった。逆に女性の割合が高いのはフィリピン 64.9%、タイ 59.4%、台湾 53.4%であった。

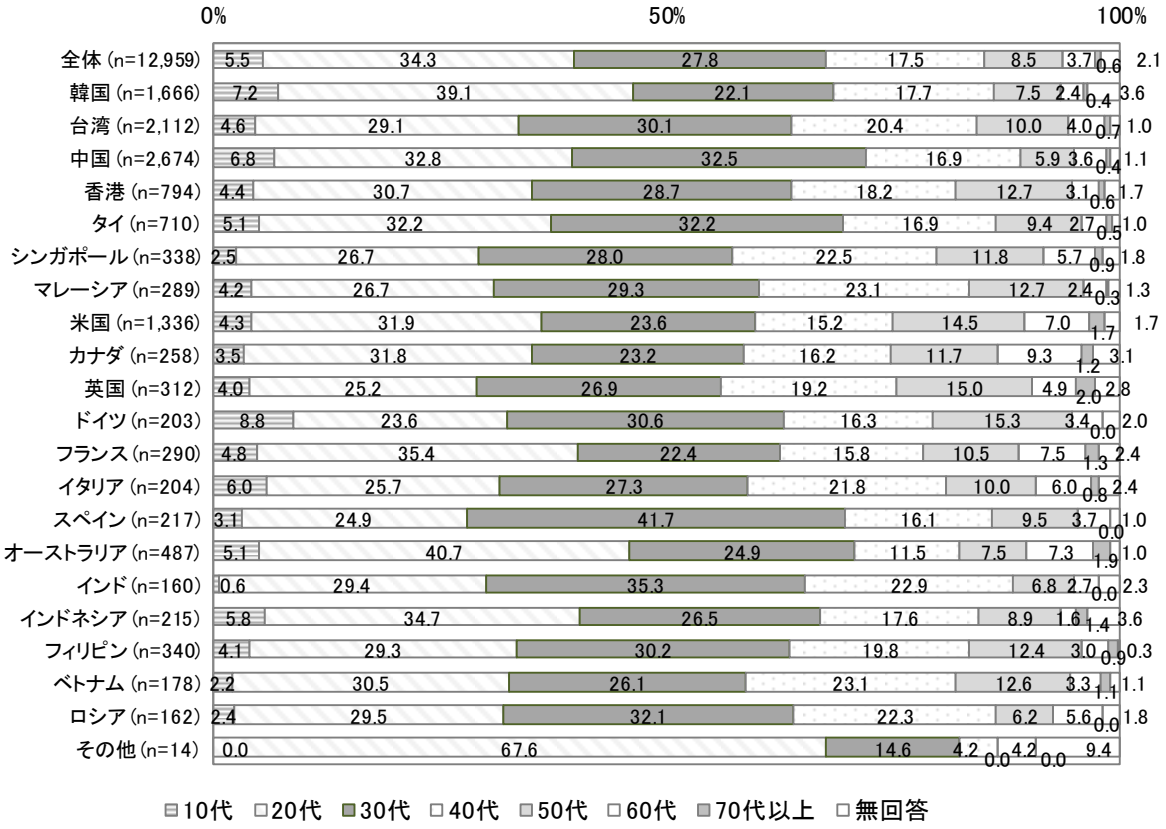
図表　1　訪都者の性別



（２） 年代

年代別に見ると、全体では 20 代の割合が最も高く 34.3%、次いで 30 代 27.8%、40 代 17.5%であった。

図表 2 訪都者の年代

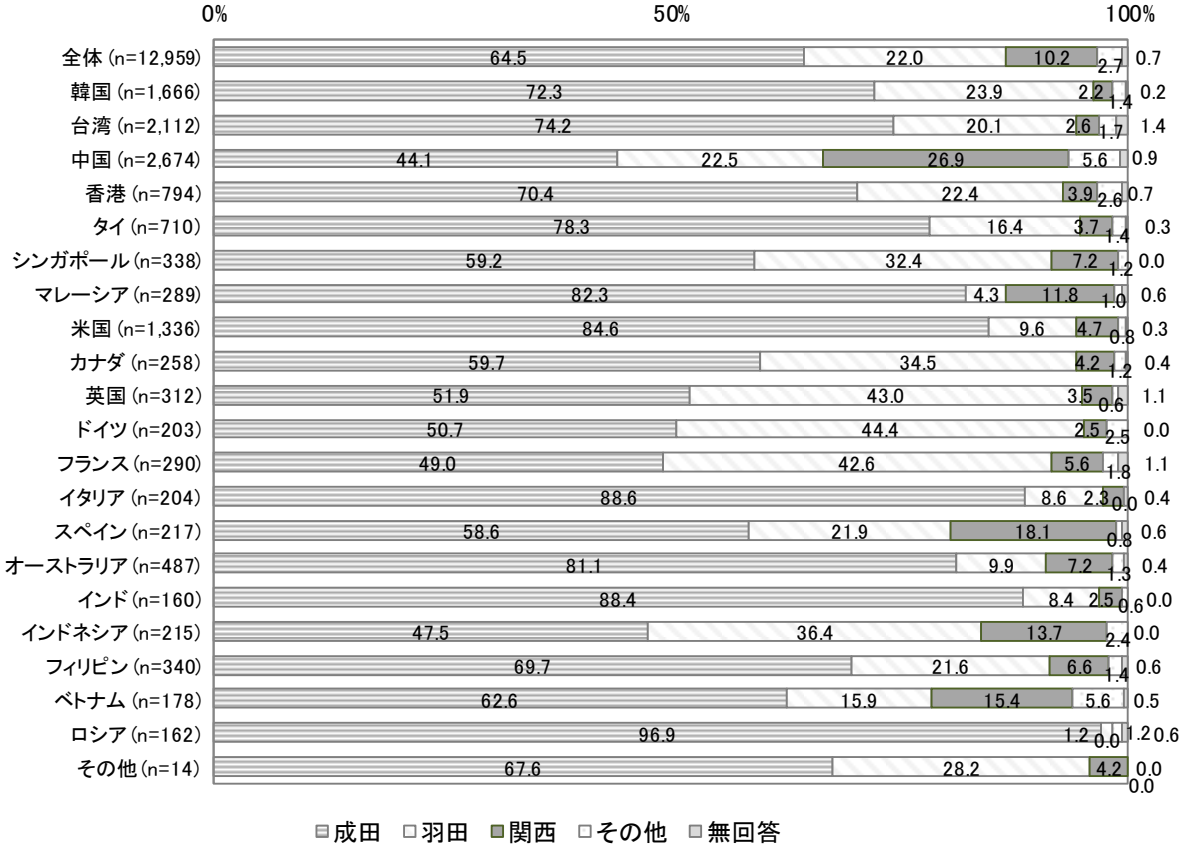


２．　訪日の状況

（１）　入国した空港・海港

入国した空港・海港としては成田空港が 64.5%、次いで羽田空港が 22.0%、関西空港が 10.2%となった。国籍・地域別に見ると、関西空港の割合が高いのは中国 26.9%、スペイン 18.1%、ベトナム 15.4%であった。

図表　３　入国した空港・海港



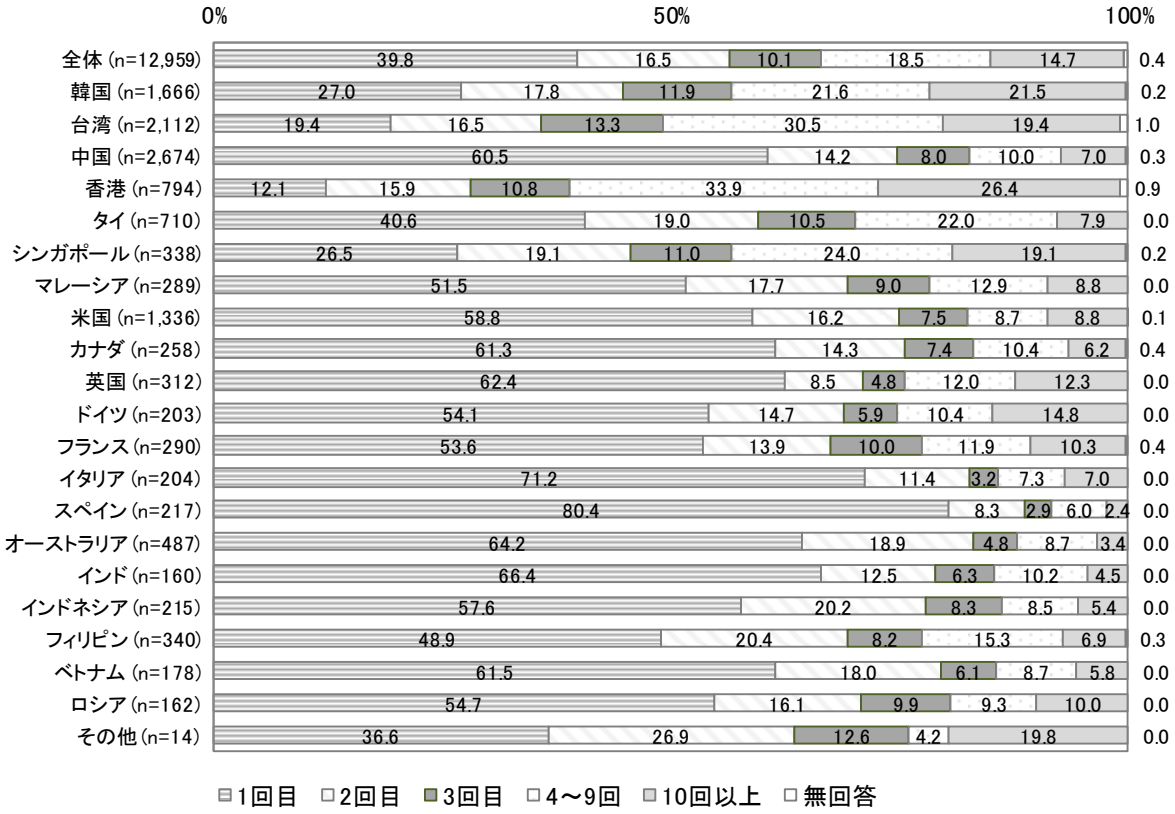
（２） これまでの訪日回数

これまでの訪日回数を尋ねたところ、「1 回目（今回が初めての訪日）」が 39.8%、「2 回目」が 16.5%であった。2 回以内の割合が 56.3%と半数以上を占めた。

国籍・地域別に見ると、「1 回目」の割合が高いのはスペイン 80.4%、イタリア 71.2%、インド 66.4%であった。

一方で、2 回以上の割合が高いのは香港 87.0%、台湾 79.6%、シンガポール 73.3%、韓国 72.8%であった。

図表 4 これまでの訪日回数



注）端数を四捨五入して表示しているため、グラフ上の数字の合計と一致しない場合がある

３．　訪都の状況

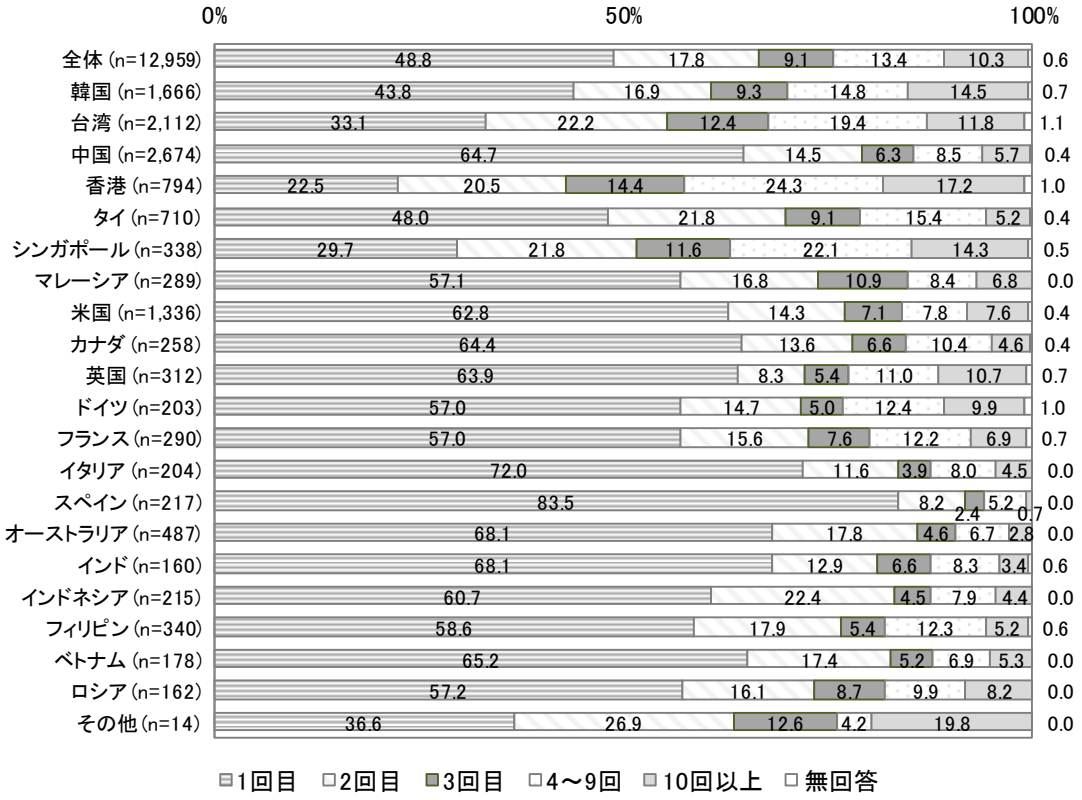
（１）　訪都者のこれまでの訪都回数

これまでの訪都回数について、全体で「1 回目（今回が初めての訪都）」が 48.8%（対前年度比 2.4 ポイント減）、「2 回目」以上は 50.6%であった。

今回の訪都者のこれまでの訪都回数を国籍・地域別に見ると、初めての割合が高い国籍・地域はスペイン 83.5%、イタリア 72.0%、オーストラリア 68.1%、インド 68.1%であった。

一方で、「2 回目」以上の割合が高いのは、香港 76.5%、シンガポール 69.8%、台湾 65.8%であった。

図表　5　これまでの訪都回数

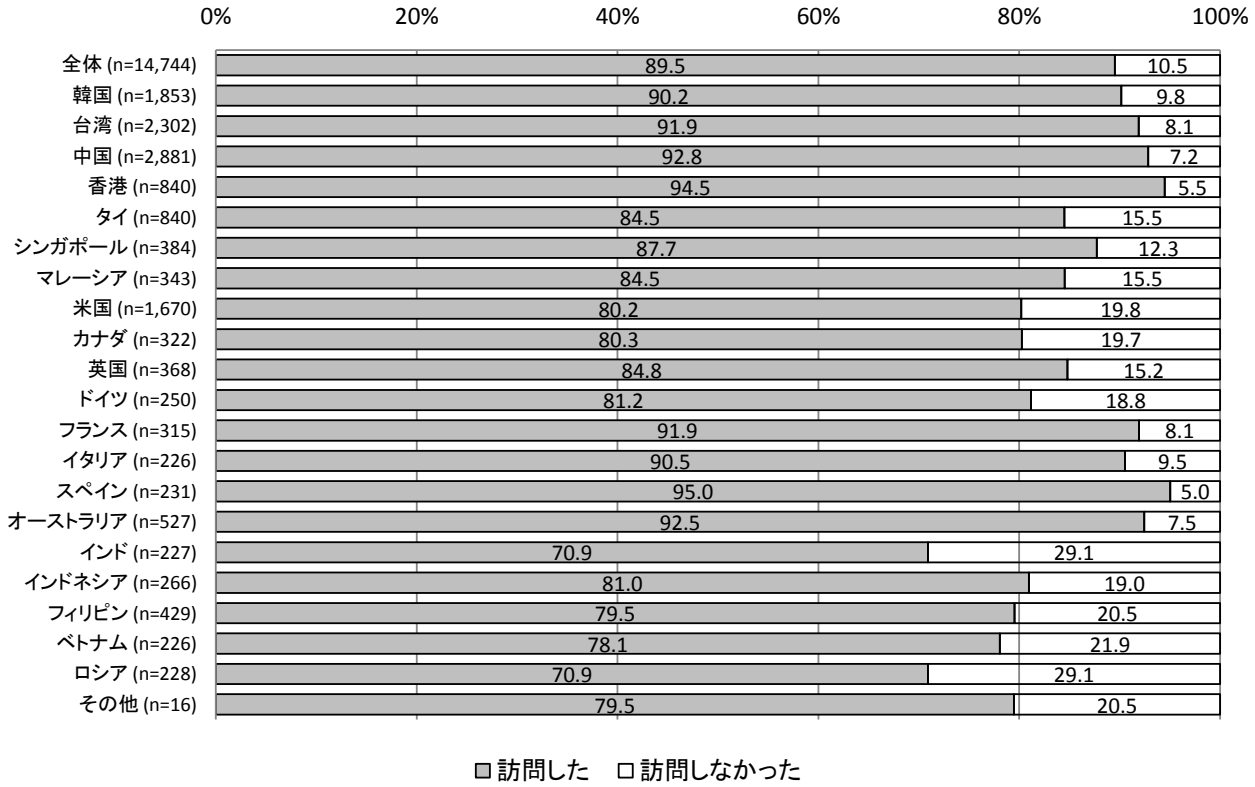


注）端数を四捨五入して表示しているため、グラフ上の数字の合計と一致しない場合がある

（２） 訪都者の割合

訪都者の割合は全回答者のうち 89.5%であった。国籍・地域別に見ると、もっとも訪都者の割合が高いのはスペイン 95.0%であり、次いで香港 94.5%、中国 92.8%となった。一方、訪都者の割合が比較的低いのはインド 70.9%、ロシア 70.9%であった。

図表 6 訪都者の割合



（３） 訪都における宿泊数

訪都における宿泊数について、全体で「４～６泊」が 36.0%と最も高く、次いで「２泊」18.0%、「３泊」17.2%であった。全体で７泊未満の合計は 84.3%、７泊以上の合計は 15.4%となった。

国籍・地域別に見ると、７泊以上の割合が高かったのは、フランス 38.5%、オーストラリア 37.7%、ロシア 31.5%、ドイツ 31.0%であった。

図表 7 訪都における宿泊数

（%）

	日帰り	1泊	2泊	3泊	4～6泊	7～13泊	14～20泊	21泊以上	無回答	合計
全体 (n=12,959)	4.3	8.8	18.0	17.2	36.0	11.3	1.3	2.8	0.2	100.0
韓国 (n=1,666)	3.7	9.6	25.2	28.7	23.6	5.6	1.0	2.3	0.3	100.0
台湾 (n=2,112)	3.2	7.7	13.0	11.8	51.0	10.1	1.0	2.1	0.1	100.0
中国 (n=2,674)	5.3	12.9	24.3	13.5	28.4	9.5	1.1	4.8	0.2	100.0
香港 (n=794)	1.3	5.2	13.0	16.0	51.1	12.1	0.4	0.8	0.1	100.0
タイ (n=710)	10.1	9.2	17.3	19.3	30.4	10.0	1.5	1.4	0.8	100.0
シンガポール (n=338)	2.7	5.3	13.1	13.8	42.4	18.3	1.9	1.8	0.7	100.0
マレーシア (n=289)	6.2	8.2	18.9	17.5	35.6	12.4	0.4	0.8	0.0	100.0
米国 (n=1,336)	4.7	6.0	9.4	16.3	37.3	20.0	3.6	2.6	0.1	100.0
カナダ (n=258)	5.4	6.6	7.7	11.6	41.5	24.0	1.9	1.2	0.0	100.0
英国 (n=312)	2.1	6.6	7.6	18.7	42.5	16.7	2.4	3.4	0.0	100.0
ドイツ (n=203)	4.4	1.5	11.8	11.8	39.5	25.6	3.9	1.5	0.0	100.0
フランス (n=290)	4.4	2.0	5.9	8.0	40.8	26.3	6.9	5.4	0.4	100.0
イタリア (n=204)	3.4	3.4	5.2	15.1	46.8	16.9	4.3	4.5	0.3	100.0
スペイン (n=217)	3.3	0.8	3.8	16.7	48.2	22.3	1.1	2.8	1.0	100.0
オーストラリア (n=487)	1.0	2.8	6.4	12.7	39.5	31.8	4.5	1.4	0.0	100.0
インド (n=160)	17.6	9.7	10.4	14.6	23.1	10.2	2.8	10.7	0.8	100.0
インドネシア (n=215)	4.0	4.2	19.1	15.3	38.8	14.7	1.8	2.1	0.0	100.0
フィリピン (n=340)	14.7	8.4	5.1	16.9	36.3	10.8	2.4	4.4	0.9	100.0
ベトナム (n=178)	14.3	22.7	17.5	9.3	19.7	7.9	3.1	5.7	0.0	100.0
ロシア (n=162)	12.4	5.5	12.9	9.2	27.3	19.8	3.1	8.6	1.2	100.0
その他 (n=14)	0.0	0.0	0.0	14.6	59.2	26.2	0.0	0.0	0.0	100.0

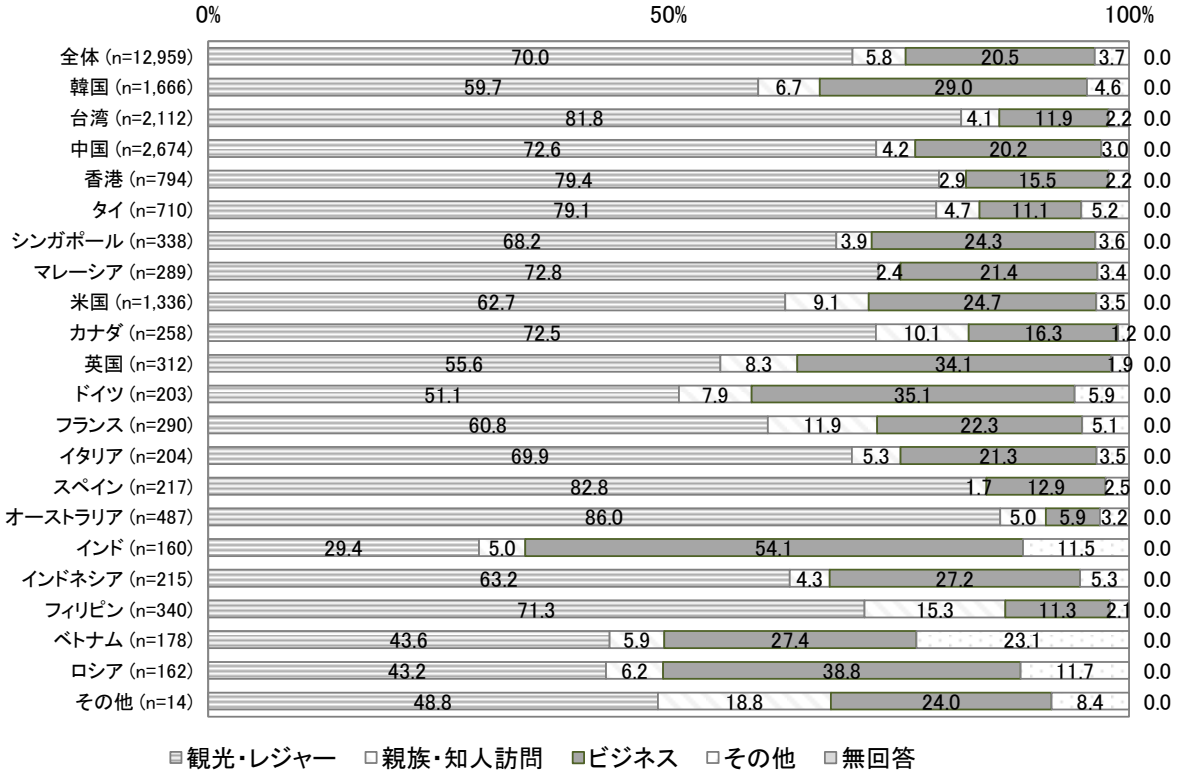
注）端数を四捨五入して表示しているため、グラフ上の数字の合計と一致しない場合がある

（４） 訪都目的

訪都目的について、全体で「観光・レジャー」が 70.0%で最も高く、次いで「ビジネス」20.5%、「親族・知人訪問」5.8%であった。

国籍・地域別に見ると、オーストラリア 86.0%、スペイン 82.8%、台湾 81.8%で「観光・レジャー」が 80%を超えた。

図表 ８ 訪都目的



第２章 訪都外国人旅行者の行動

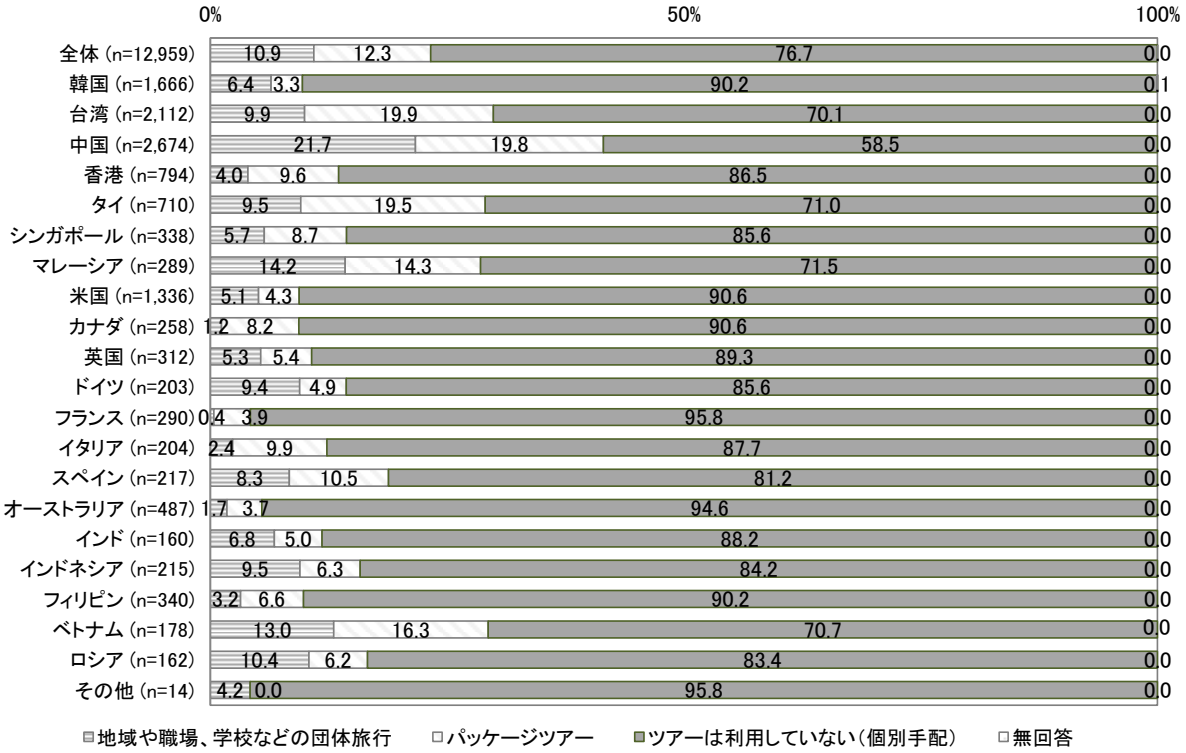
１． 訪都外国人旅行者の行動と満足度

（１） 旅行形態（単一回答）

旅行形態について、全体で「ツアーは利用していない（個別手配）」が 76.7%と最も高くなった。

国籍・地域別に見ると、特に「ツアーは利用していない（個別手配）」の割合が高いのは、その他を除くとフランス 95.8%、オーストラリア 94.6%、米国 90.6%、カナダ 90.6%であった。一方、「パッケージツアー」の割合が比較的高いのは、台湾 19.9%、中国 19.8%、タイ 19.5%であった。

図表 ９ 旅行形態



（２） 旅行の同行者（複数回答）

旅行の同行者について、全体で最も割合が高かったのは「家族・親族」27.4%、次いで「友人」24.0%、「自分ひとり」21.3%と続いた。

国籍・地域別に見ると、特に「家族・親族」の割合が高いのは、フィリピン 42.9%、台湾 38.6%、中国 34.1%、タイ 34.0%であり、「友人」の割合が高いのは、その他を除くと、オーストラリア 29.5%、韓国 28.1%、タイ 27.2%であった。

図表 １０ 旅行の同行者（複数回答）

（%）

	自分ひとり	夫婦・パートナー	家族・親族	職場の同僚	友人	その他	無回答	合計
全体（n=12,959）	21.3	13.3	27.4	15.9	24.0	1.0	0.4	103.3
韓国（n=1,666）	24.7	6.4	18.0	22.7	28.1	1.7	0.4	102.1
台湾（n=2,112）	16.1	13.6	38.6	10.5	23.6	0.5	0.3	103.3
中国（n=2,674）	17.1	11.9	34.1	18.0	20.4	0.8	0.4	102.7
香港（n=794）	22.6	18.6	27.1	7.2	25.9	0.4	0.3	102.1
タイ（n=710）	14.3	12.1	34.0	15.3	27.2	0.7	0.6	104.2
シンガポール（n=338）	22.9	14.3	30.0	7.1	26.3	1.7	0.5	102.8
マレーシア（n=289）	20.9	12.5	24.5	16.5	26.3	1.7	0.4	102.7
米国（n=1,336）	30.3	18.2	19.6	10.0	24.4	1.0	0.4	103.9
カナダ（n=258）	25.9	28.0	17.4	5.5	24.8	0.8	0.0	102.3
英国（n=312）	33.4	25.2	12.6	14.2	12.5	3.1	0.6	101.6
ドイツ（n=203）	35.6	18.6	9.3	12.8	21.2	4.5	0.5	102.5
フランス（n=290）	37.4	24.1	18.8	7.0	13.7	1.1	0.4	102.4
イタリア（n=204）	29.6	34.3	12.0	8.6	16.6	0.4	0.0	101.6
スペイン（n=217）	16.3	36.2	20.2	5.9	20.2	1.6	0.3	100.8
オーストラリア（n=487）	15.9	34.0	20.5	1.9	29.5	0.9	0.2	102.8
インド（n=160）	43.9	6.5	8.8	25.3	15.1	2.5	0.0	102.0
インドネシア（n=215）	16.2	9.2	24.2	27.3	24.4	1.8	0.0	103.1
フィリピン（n=340）	19.9	10.6	42.9	8.9	18.9	0.6	0.6	102.3
ベトナム（n=178）	33.2	4.1	14.1	33.5	13.0	3.9	0.7	102.4
ロシア（n=162）	34.7	7.4	18.0	27.6	12.9	2.4	0.6	103.7
その他（n=14）	33.4	25.8	4.2	24.0	31.3	0.0	0.0	118.7

（３） 宿泊施設（複数回答）

利用した宿泊施設について、全体で「ホテル」の割合が 73.4%と最も高く、次いで「親戚・知人宅」8.3%、「ホステル・ドミトリー・カプセルホテル」8.0%であった（その他を除く）。

国籍・地域別に見ると、全ての国籍・地域において「ホテル」の割合が最も高いが、フィリピン、フランスは「親戚・知人宅」の割合が 15%以上と他国に比べて高く、イタリア、タイは「旅館」の割合が 10%以上と比較的高い傾向であった（その他を除く）。

図表 １１ 宿泊施設（複数回答）

（%）

	ホテル	旅館	ホステル・ドミトリー・カプセルホテル	親戚・知人宅	寮、保養所、研修所	その他	無回答	合計
全体 (n=12,311)	73.4	6.6	8.0	8.3	2.9	7.7	0.4	107.2
韓国 (n=1,604)	63.5	4.9	13.1	10.4	3.4	9.2	0.4	104.8
台湾 (n=2,043)	78.3	9.6	6.0	7.0	1.5	3.7	0.4	106.6
中国 (n=2,533)	80.7	7.2	2.0	6.6	2.5	4.1	0.6	103.8
香港 (n=783)	79.8	5.9	6.6	5.3	1.2	4.5	0.2	103.6
タイ (n=639)	75.6	10.9	14.4	7.6	2.6	2.3	0.1	113.4
シンガポール (n=327)	74.2	3.9	5.0	6.6	2.4	15.5	0.3	108.0
マレーシア (n=270)	75.6	1.6	6.3	5.4	2.3	10.9	0.4	102.6
米国 (n=1,272)	73.1	4.8	9.6	9.1	2.1	12.2	0.2	111.1
カナダ (n=244)	66.8	5.7	15.5	6.1	1.6	19.3	0.0	115.1
英国 (n=305)	82.2	3.8	10.2	4.8	0.9	6.2	0.0	108.2
ドイツ (n=194)	69.1	5.7	13.4	10.2	0.0	12.3	0.5	111.3
フランス (n=277)	59.6	8.4	11.6	18.7	1.7	20.4	0.4	120.7
イタリア (n=196)	79.1	11.9	7.3	4.3	1.4	11.0	0.5	115.5
スペイン (n=208)	75.8	4.7	11.2	2.9	1.7	15.6	0.3	112.1
オーストラリア (n=482)	65.2	5.7	15.7	5.9	2.0	25.5	0.0	120.1
インド (n=129)	73.0	0.0	4.2	6.7	6.3	11.9	0.0	102.1
インドネシア (n=206)	71.4	5.5	7.5	8.9	3.2	7.7	0.0	104.1
フィリピン (n=290)	57.1	1.4	6.2	22.2	1.3	17.5	0.0	105.6
ベトナム (n=153)	72.1	2.1	2.6	10.5	8.9	3.2	0.7	100.0
ロシア (n=142)	76.7	3.5	2.8	11.4	7.0	1.4	0.0	102.8
その他 (n=14)	51.2	4.2	19.8	17.8	17.8	24.9	0.0	135.5

（４） 利用した交通機関（複数回答）

利用した交通機関について見ると、全体では「地下鉄以外の鉄道」の割合が 75.9%と最も高く、次いで「地下鉄」59.5%、「タクシー」20.7%であった。

国籍・地域別に見ると、中国で「貸切バス」の利用率が 30.0%と高い。「タクシー」については米国(43.3%)、英国(42.4%)の利用率が高い一方で、マレーシア(16.6%)、中国(17.4%)、香港(18.5%)の利用率は比較的低い。

図表 １２　利用した交通機関（複数回答）

（%）

	地下鉄	地下鉄以外の鉄道	空港リムジンバス	貸切バス	定期観光バス	路線バス	タクシー
全体 (n=12,959)	59.5	75.9	16.5	14.1	3.7	6.0	20.7
韓国 (n=1,666)	54.4	79.2	21.2	4.8	1.5	3.9	21.7
台湾 (n=2,112)	65.7	81.0	10.3	16.1	3.4	6.6	10.2
中国 (n=2,674)	51.2	59.3	13.2	30.0	3.9	6.0	17.4
香港 (n=794)	68.9	87.4	13.6	5.0	1.9	8.0	18.5
タイ (n=710)	48.4	77.6	16.7	11.8	7.6	2.9	22.1
シンガポール (n=338)	60.1	84.6	27.3	6.3	4.3	3.5	28.8
マレーシア (n=289)	53.9	72.6	15.1	16.2	5.3	5.6	16.6
米国 (n=1,336)	69.5	84.3	20.8	4.7	4.1	10.1	43.3
カナダ (n=258)	71.3	86.8	19.4	3.5	7.0	6.9	32.9
英国 (n=312)	73.4	83.2	24.4	0.9	4.5	6.6	42.4
ドイツ (n=203)	77.7	85.7	24.7	2.4	0.5	8.8	32.0
フランス (n=290)	79.9	86.6	19.2	1.4	1.0	10.5	34.9
イタリア (n=204)	78.6	83.2	19.0	2.3	3.6	8.7	33.9
スペイン (n=217)	82.1	90.2	8.9	3.1	3.1	4.7	23.2
オーストラリア (n=487)	78.2	91.8	19.1	4.6	6.4	10.8	36.3
インド (n=160)	57.1	78.6	27.5	2.2	8.3	8.5	31.8
インドネシア (n=215)	49.3	79.7	18.5	6.1	9.0	12.2	28.3
フィリピン (n=340)	55.8	79.5	25.2	6.2	5.8	12.8	32.1
ベトナム (n=178)	37.0	63.7	15.0	14.9	7.5	10.5	23.2
ロシア (n=162)	61.6	75.9	25.3	9.2	4.9	11.1	29.6
その他 (n=14)	81.2	95.8	28.2	4.2	9.4	0.0	28.2

（%）

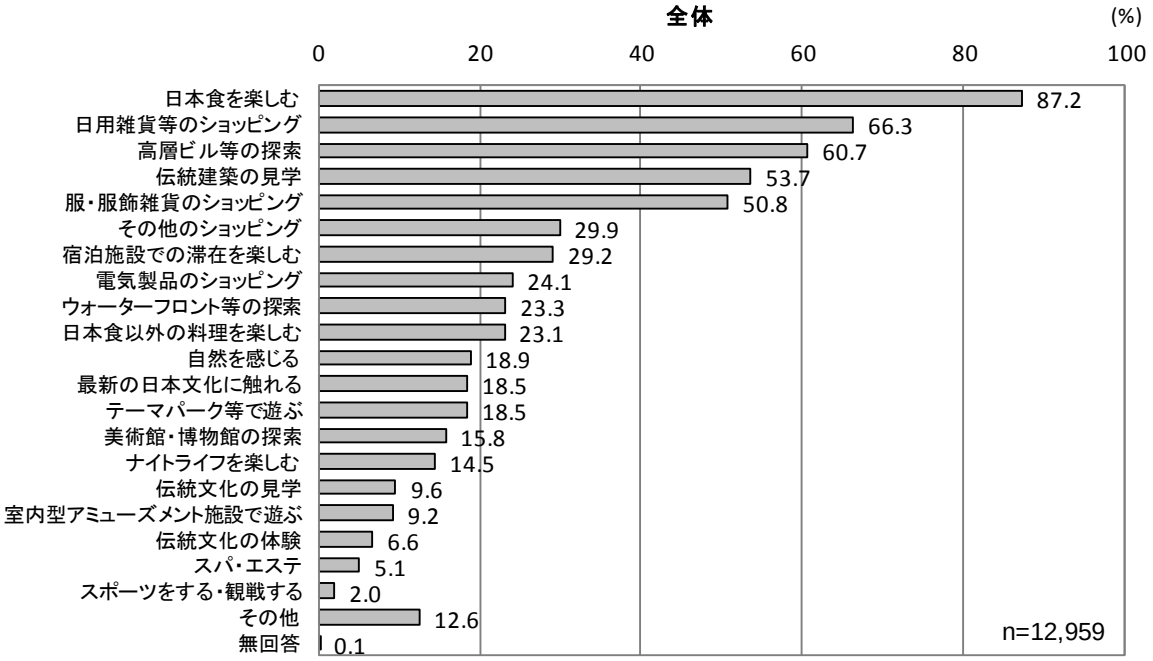
	水上バス・屋形船	船（郡内移動のみ）	自転車	親族・知人の車	レンタカー	その他	無回答	合計
全体 (n=12,959)	1.4	0.9	1.2	4.0	2.4	1.2	1.1	208.5
韓国 (n=1,666)	1.1	0.7	0.8	4.5	2.1	1.3	0.4	197.6
台湾 (n=2,112)	1.8	0.9	1.4	1.9	1.1	0.6	1.2	202.0
中国 (n=2,674)	0.7	0.4	0.8	4.1	3.5	1.1	1.6	193.3
香港 (n=794)	0.5	0.8	0.6	2.5	3.0	1.1	0.4	212.4
タイ (n=710)	0.9	0.8	1.6	4.9	6.0	1.8	0.8	204.1
シンガポール (n=338)	0.8	0.9	1.2	2.6	3.1	2.1	0.5	226.2
マレーシア (n=289)	2.0	0.7	1.3	1.6	1.7	1.7	1.7	196.0
米国 (n=1,336)	2.0	1.9	1.9	4.8	0.8	2.1	1.0	251.2
カナダ (n=258)	1.5	3.9	1.9	2.3	1.6	1.9	0.8	241.8
英国 (n=312)	3.2	4.8	3.2	4.1	1.3	3.1	0.4	255.4
ドイツ (n=203)	2.5	3.9	1.4	3.4	1.5	0.5	1.0	246.0
フランス (n=290)	0.6	1.4	4.4	3.9	1.0	1.0	1.3	247.1
イタリア (n=204)	1.6	1.3	2.1	1.4	0.0	0.9	2.0	238.6
スペイン (n=217)	1.3	3.1	1.1	0.3	0.5	2.1	0.0	223.8
オーストラリア (n=487)	1.4	1.9	5.3	2.7	1.2	0.8	0.6	261.3
インド (n=160)	2.0	1.1	2.0	1.4	4.6	2.4	1.4	229.0
インドネシア (n=215)	0.4	1.5	0.9	4.0	3.6	0.6	0.8	214.8
フィリピン (n=340)	2.3	1.8	1.1	13.4	3.5	1.5	0.3	241.3
ベトナム (n=178)	0.5	1.2	3.6	10.0	4.1	3.2	1.2	195.6
ロシア (n=162)	3.7	1.2	4.2	8.8	1.8	3.1	0.0	240.4
その他 (n=14)	9.4	0.0	0.0	10.4	0.0	0.0	4.2	270.8

（５） 訪都中に行った活動（複数回答）

訪都中に行った活動は「日本食を楽しむ」87.2%、「日用雑貨、化粧品、食品、菓子類のショッピング」66.3%、「高層ビル、近代的な街並み・景観・建築物の探索」60.7%の順で割合が高く、「日本食を楽しむ」は全ての国籍・地域別で１位であった。

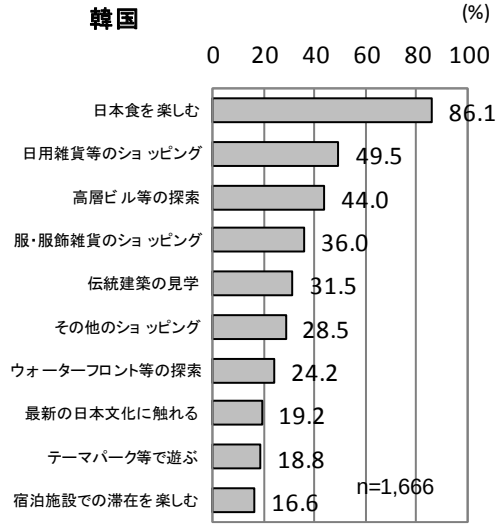
国籍・地域別に見ると、全体と比較してフランス、イタリアでは「ナイトライフを楽しむ」がそれぞれ 46.5%、44.1%で割合が高く、スペインでは「ウォーターフロント、夜景などの探索」が 51.6%と高い割合であった。

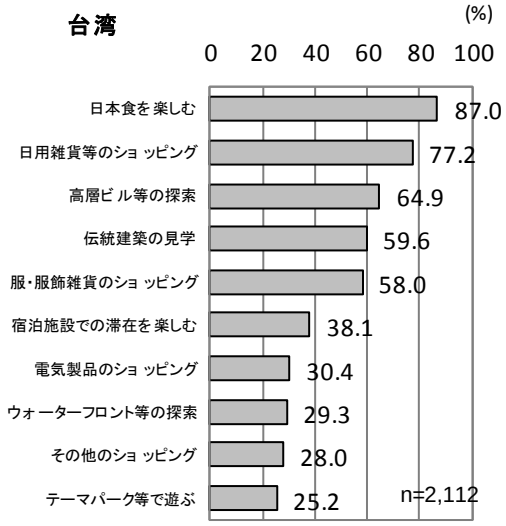
図表 １３　訪都中に行った活動（複数回答）

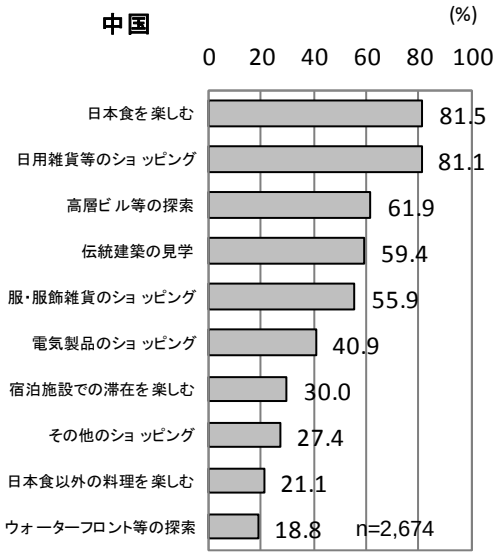


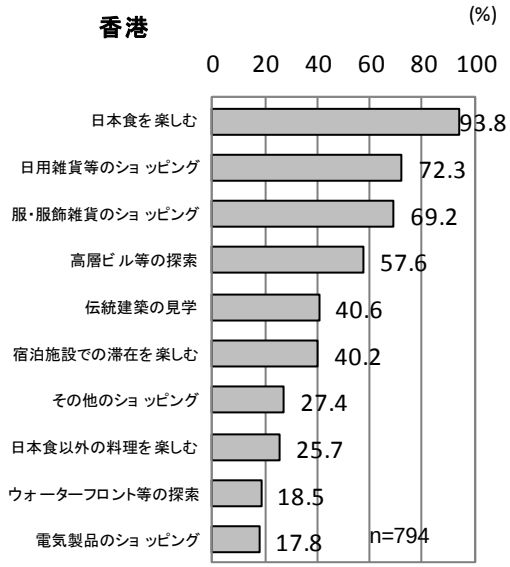
注）
日用雑貨等のショッピング：日用雑貨、化粧品、食品、菓子類のショッピング
高層ビル等の探索：高層ビル、近代的な街並み・景観・建築物の探索
ウォーターフロント等の探索：ウォーターフロント、夜景などの探索
テーマパーク等で遊ぶ：テーマパーク、レジャー施設で遊ぶ
※国籍・地域別のグラフも同様

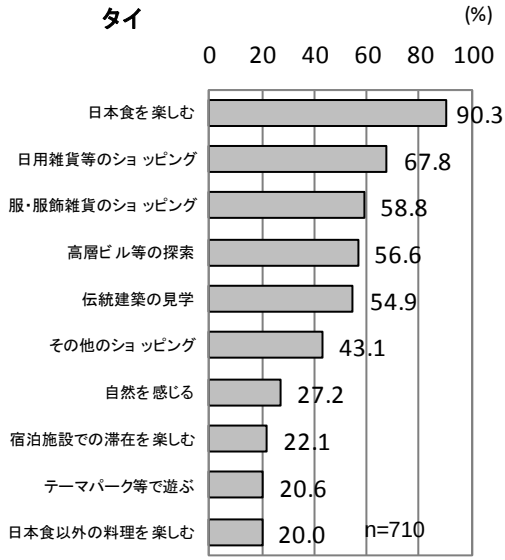
【国籍・地域別（上位 10 活動）】

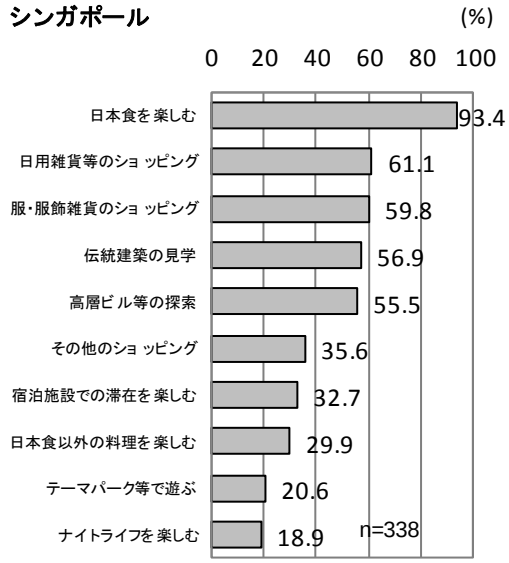


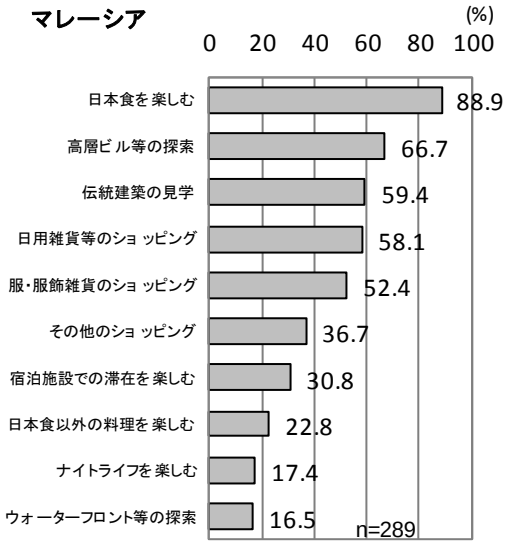


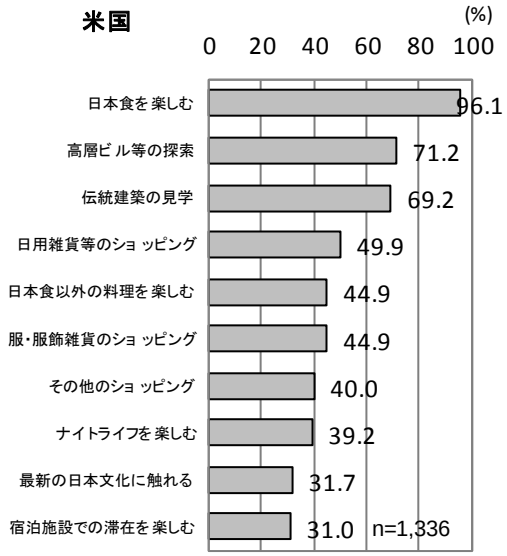


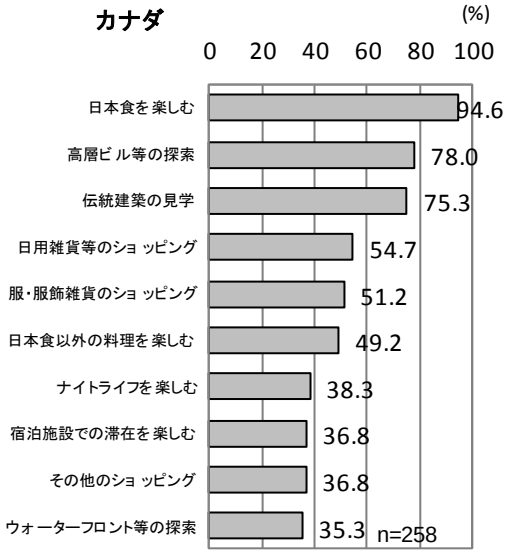


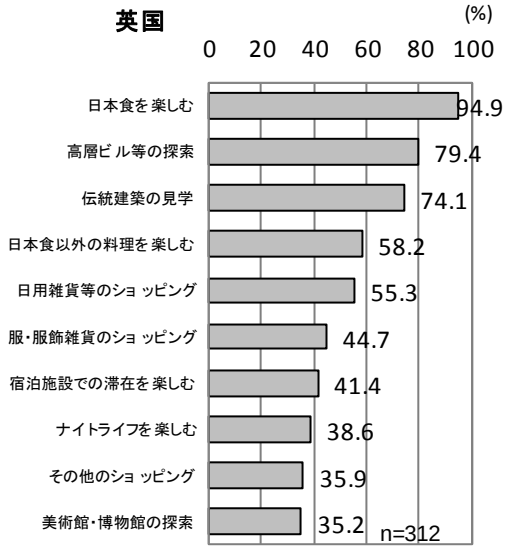


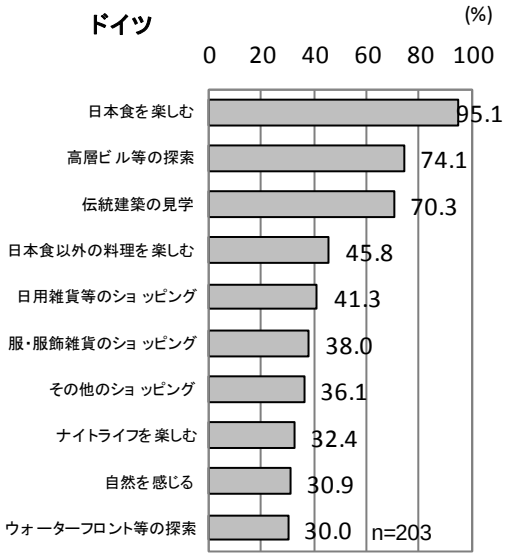


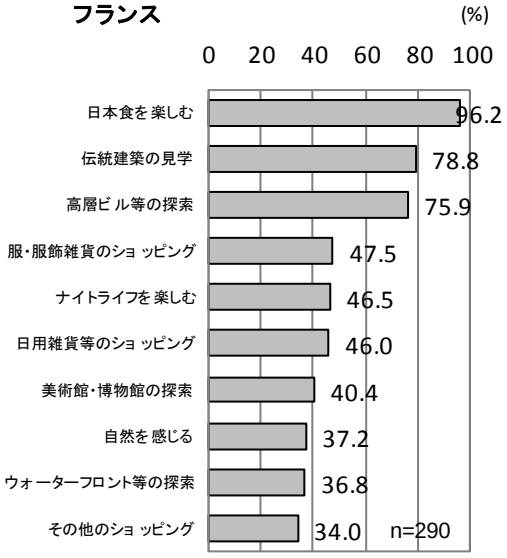

マレーシア
(%)
0 20 40 60 80 100
日本食を楽しむ 88.9
高層ビル等の探索 66.7
伝統建築の見学 59.4
日用雑貨等のショッピング 58.1
服・服飾雑貨のショッピング 52.4
その他のショッピング 36.7
宿泊施設での滞在を楽しむ 30.8
日本食以外の料理を楽しむ 22.8
ナイトライフを楽しむ 17.4
ウォーターフロント等の探索 16.5
n=289

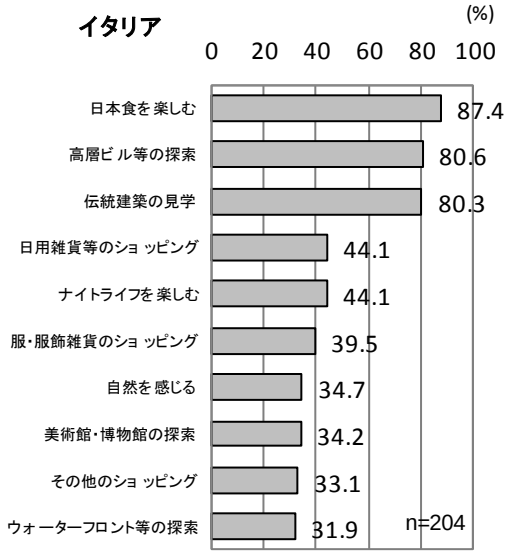

米国
(%)
0 20 40 60 80 100
日本食を楽しむ 96.1
高層ビル等の探索 71.2
伝統建築の見学 69.2
日用雑貨等のショッピング 49.9
日本食以外の料理を楽しむ 44.9
服・服飾雑貨のショッピング 44.9
その他のショッピング 40.0
ナイトライフを楽しむ 39.2
最新の日本文化に触れる 31.7
宿泊施設での滞在を楽しむ 31.0
n=1,336

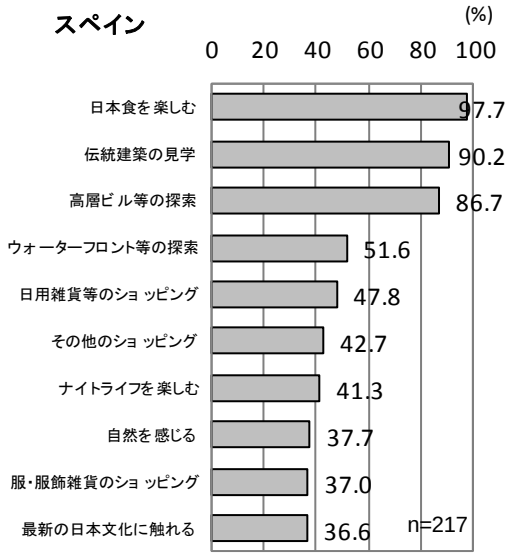

カナダ
(%)
0 20 40 60 80 100
日本食を楽しむ 94.6
高層ビル等の探索 78.0
伝統建築の見学 75.3
日用雑貨等のショッピング 54.7
服・服飾雑貨のショッピング 51.2
日本食以外の料理を楽しむ 49.2
ナイトライフを楽しむ 38.3
宿泊施設での滞在を楽しむ 36.8
その他のショッピング 36.8
ウォーターフロント等の探索 35.3
n=258

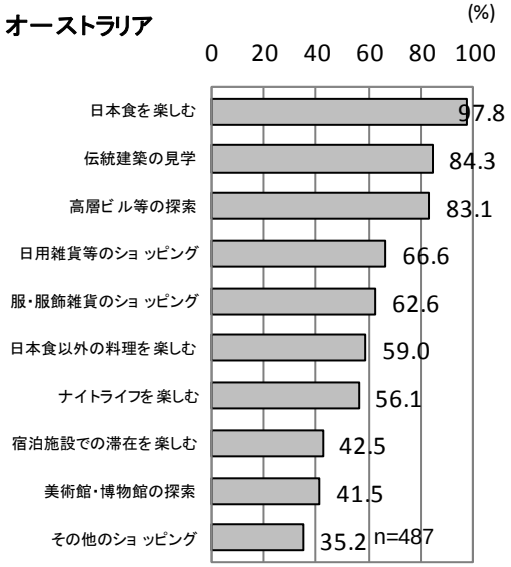

英国
(%)
0 20 40 60 80 100
日本食を楽しむ 94.9
高層ビル等の探索 79.4
伝統建築の見学 74.1
日本食以外の料理を楽しむ 58.2
日用雑貨等のショッピング 55.3
服・服飾雑貨のショッピング 44.7
宿泊施設での滞在を楽しむ 41.4
ナイトライフを楽しむ 38.6
その他のショッピング 35.9
美術館・博物館の探索 35.2
n=312

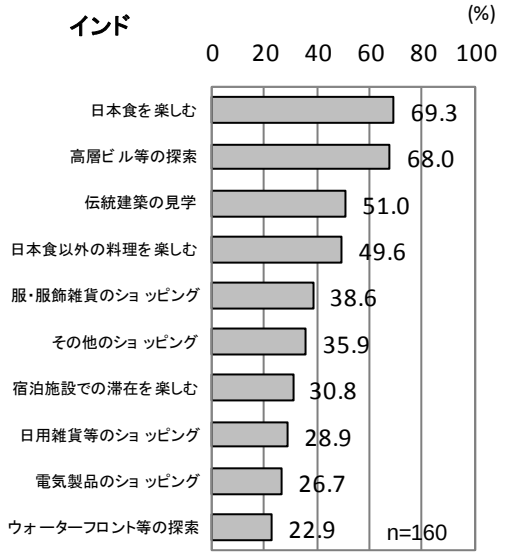

ドイツ
(%)
0 20 40 60 80 100
日本食を楽しむ 95.1
高層ビル等の探索 74.1
伝統建築の見学 70.3
日本食以外の料理を楽しむ 45.8
日用雑貨等のショッピング 41.3
服・服飾雑貨のショッピング 38.0
その他のショッピング 36.1
ナイトライフを楽しむ 32.4
自然を感じる 30.9
ウォーターフロント等の探索 30.0
n=203

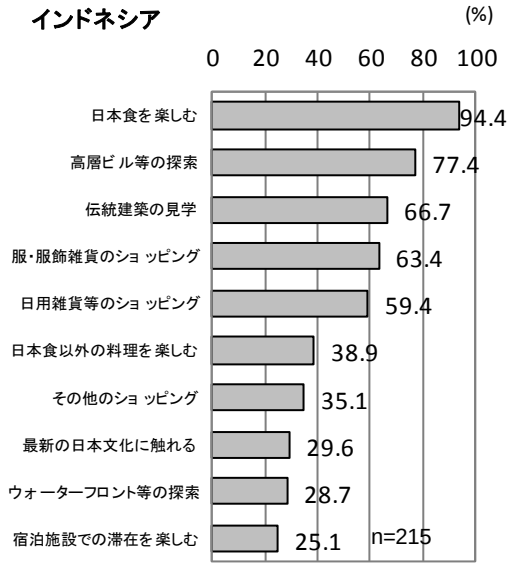

フランス
(%)
0 20 40 60 80 100
日本食を楽しむ 96.2
伝統建築の見学 78.8
高層ビル等の探索 75.9
服・服飾雑貨のショッピング 47.5
ナイトライフを楽しむ 46.5
日用雑貨等のショッピング 46.0
美術館・博物館の探索 40.4
自然を感じる 37.2
ウォーターフロント等の探索 36.8
その他のショッピング 34.0
n=290

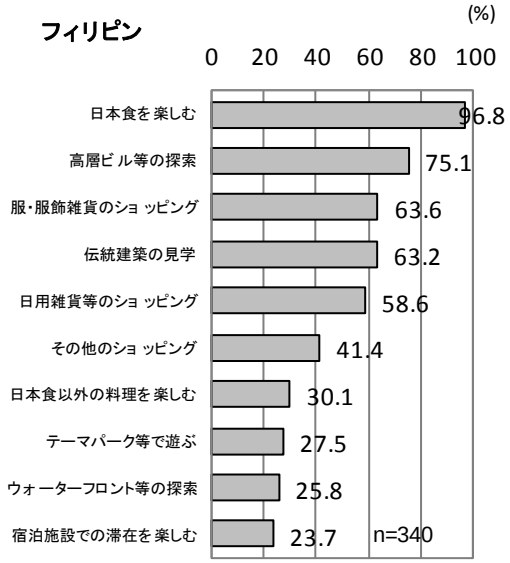

イタリア
(%)
0 20 40 60 80 100
日本食を楽しむ 87.4
高層ビル等の探索 80.6
伝統建築の見学 80.3
日用雑貨等のショッピング 44.1
ナイトライフを楽しむ 44.1
服・服飾雑貨のショッピング 39.5
自然を感じる 34.7
美術館・博物館の探索 34.2
その他のショッピング 33.1
ウォーターフロント等の探索 31.9
n=204

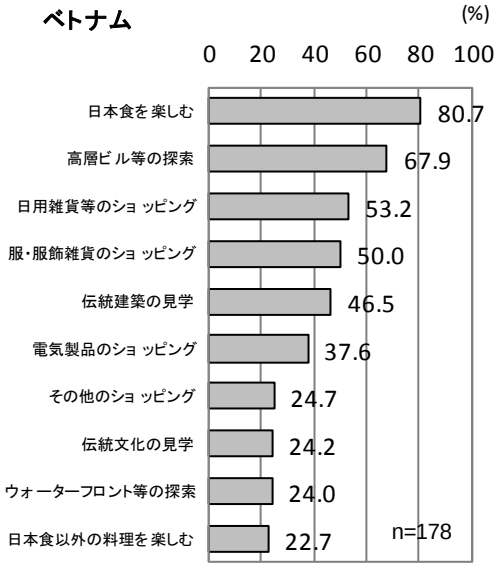

スペイン
(%)
0 20 40 60 80 100
日本食を楽しむ 97.7
伝統建築の見学 90.2
高層ビル等の探索 86.7
ウォーターフロント等の探索 51.6
日用雑貨等のショッピング 47.8
その他のショッピング 42.7
ナイトライフを楽しむ 41.3
自然を感じる 37.7
服・服飾雑貨のショッピング 37.0
最新の日本文化に触れる 36.6
n=217

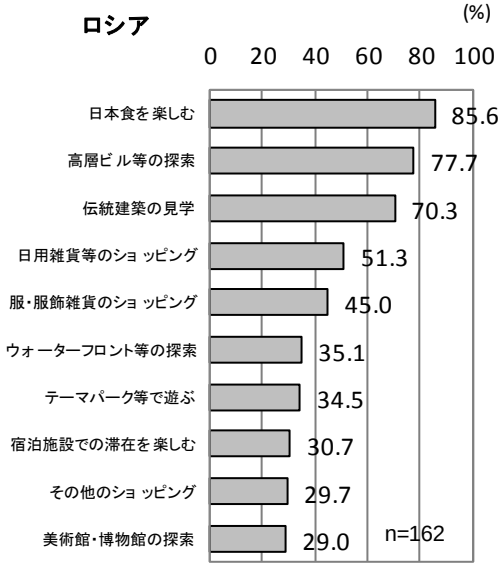

オーストラリア
(%)
0 20 40 60 80 100
日本食を楽しむ 97.8
伝統建築の見学 84.3
高層ビル等の探索 83.1
日用雑貨等のショッピング 66.6
服・服飾雑貨のショッピング 62.6
日本食以外の料理を楽しむ 59.0
ナイトライフを楽しむ 56.1
宿泊施設での滞在を楽しむ 42.5
美術館・博物館の探索 41.5
その他のショッピング 35.2
n=487

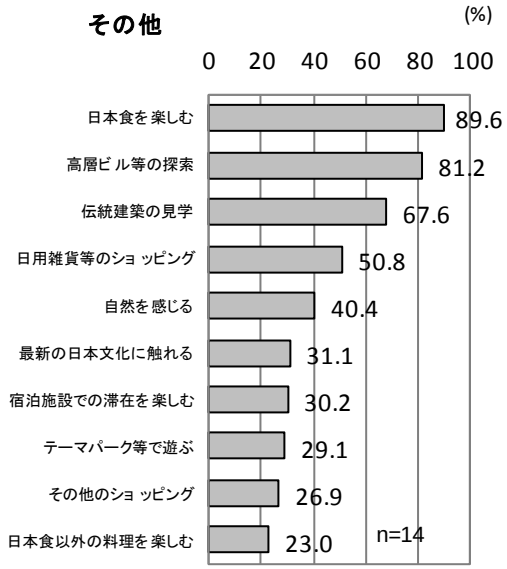

インド
(%)
0 20 40 60 80 100
日本食を楽しむ 69.3
高層ビル等の探索 68.0
伝統建築の見学 51.0
日本食以外の料理を楽しむ 49.6
服・服飾雑貨のショッピング 38.6
その他のショッピング 35.9
宿泊施設での滞在を楽しむ 30.8
日用雑貨等のショッピング 28.9
電気製品のショッピング 26.7
ウォーターフロント等の探索 22.9
n=160


インドネシア
(%)
0 20 40 60 80 100
日本食を楽しむ 94.4
高層ビル等の探索 77.4
伝統建築の見学 66.7
服・服飾雑貨のショッピング 63.4
日用雑貨等のショッピング 59.4
日本食以外の料理を楽しむ 38.9
その他のショッピング 35.1
最新の日本文化に触れる 29.6
ウォーターフロント等の探索 28.7
宿泊施設での滞在を楽しむ 25.1
n=215


フィリピン
(%)
0 20 40 60 80 100
日本食を楽しむ 96.8
高層ビル等の探索 75.1
服・服飾雑貨のショッピング 63.6
伝統建築の見学 63.2
日用雑貨等のショッピング 58.6
その他のショッピング 41.4
日本食以外の料理を楽しむ 30.1
テーマパーク等で遊ぶ 27.5
ウォーターフロント等の探索 25.8
宿泊施設での滞在を楽しむ 23.7
n=340


ベトナム
(%)
0 20 40 60 80 100
日本食を楽しむ 80.7
高層ビル等の探索 67.9
日用雑貨等のショッピング 53.2
服・服飾雑貨のショッピング 50.0
伝統建築の見学 46.5
電気製品のショッピング 37.6
その他のショッピング 24.7
伝統文化の見学 24.2
ウォーターフロント等の探索 24.0
日本食以外の料理を楽しむ 22.7
n=178

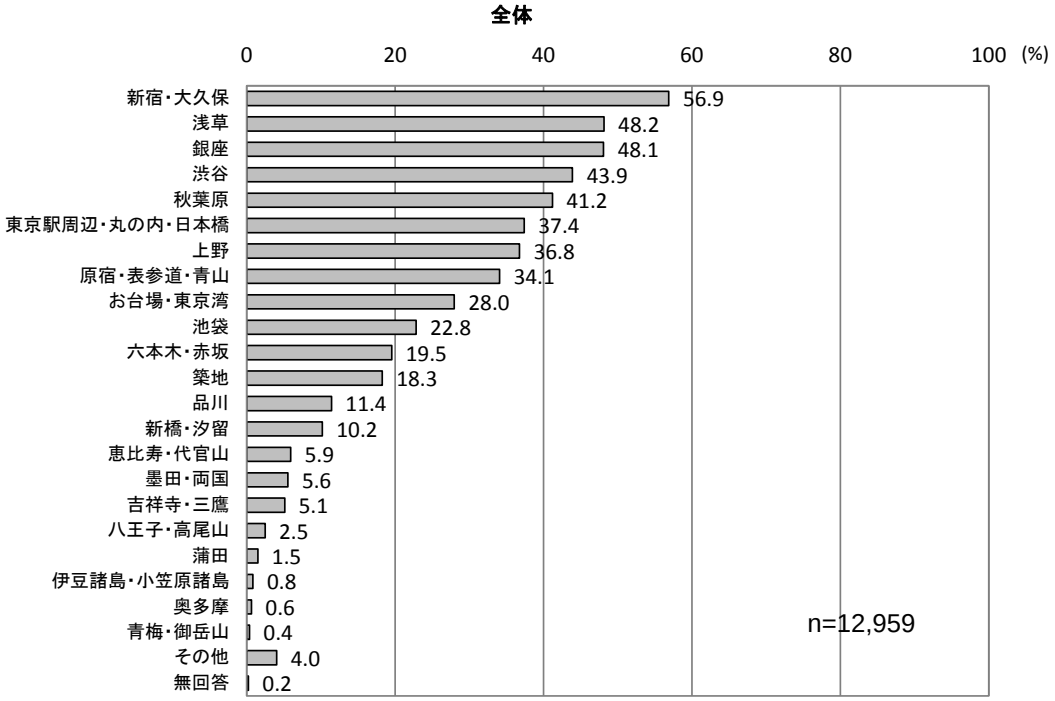

ロシア
(%)
0 20 40 60 80 100
日本食を楽しむ 85.6
高層ビル等の探索 77.7
伝統建築の見学 70.3
日用雑貨等のショッピング 51.3
服・服飾雑貨のショッピング 45.0
ウォーターフロント等の探索 35.1
テーマパーク等で遊ぶ 34.5
宿泊施設での滞在を楽しむ 30.7
その他のショッピング 29.7
美術館・博物館の探索 29.0
n=162


その他
(%)
0 20 40 60 80 100
日本食を楽しむ 89.6
高層ビル等の探索 81.2
伝統建築の見学 67.6
日用雑貨等のショッピング 50.8
自然を感じる 40.4
最新の日本文化に触れる 31.1
宿泊施設での滞在を楽しむ 30.2
テーマパーク等で遊ぶ 29.1
その他のショッピング 26.9
日本食以外の料理を楽しむ 23.0
n=14

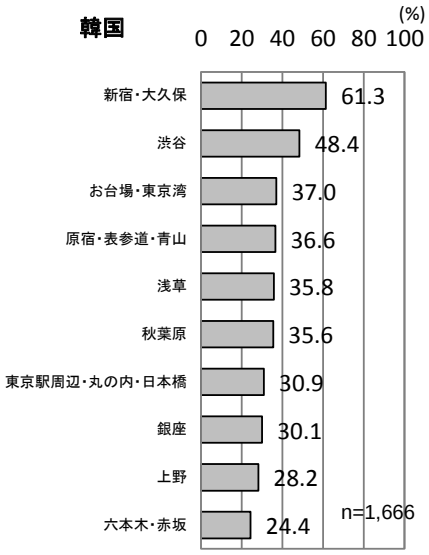
（６） 訪問した場所（複数回答）

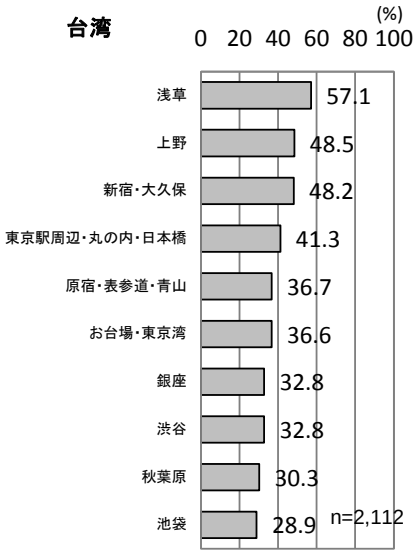
訪問した場所は「新宿・大久保」56.9%、ついで「浅草」48.2%、「銀座」48.1%となっている。国籍・地域別に見ると、ロシア、その他を除いていずれも「新宿・大久保」が 3 位以内にランクインしている。また、欧米豪地域において全て「渋谷」が 1 位に挙がっており、全体でも昨年の 5 位から順位を上げ 4 位となっている。

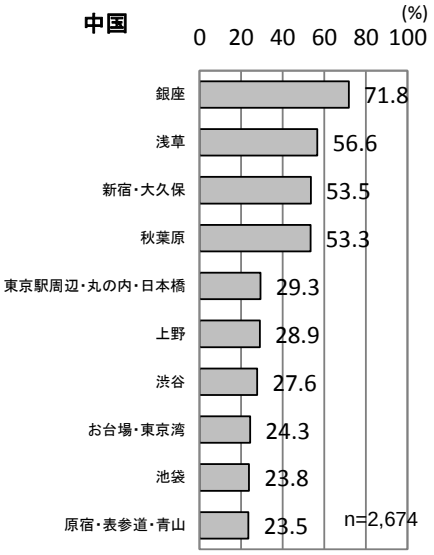
図表 １４　訪問した場所（複数回答）

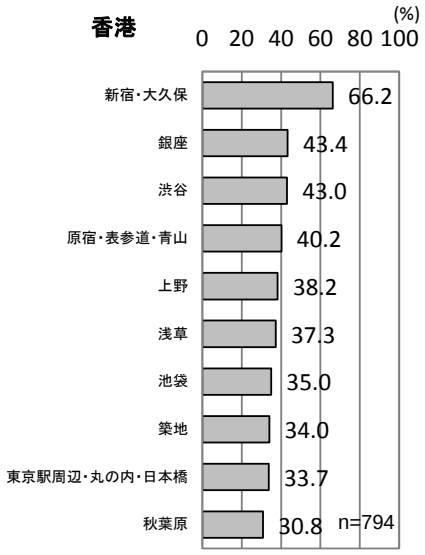


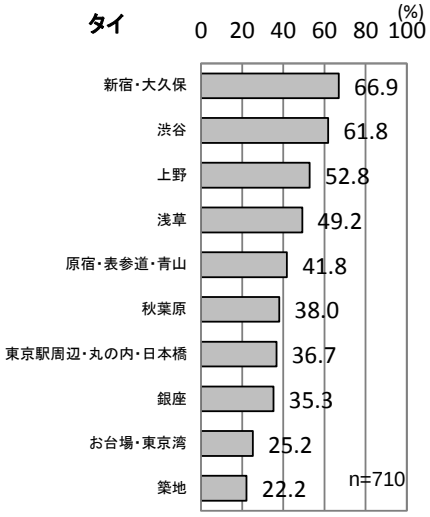
【国籍・地域別（上位 10 活動）】

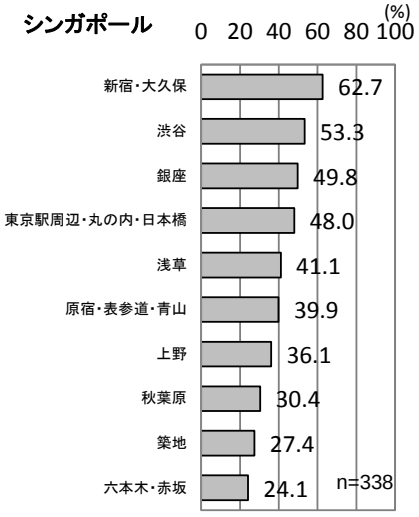


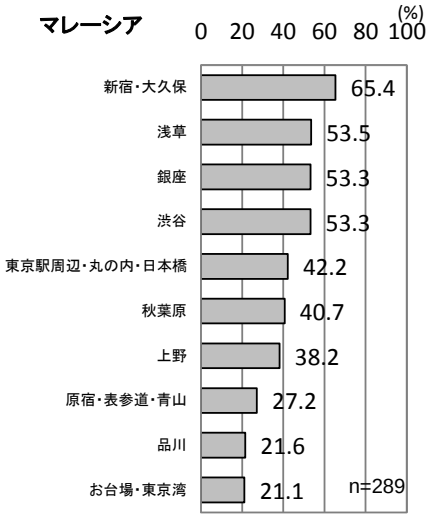


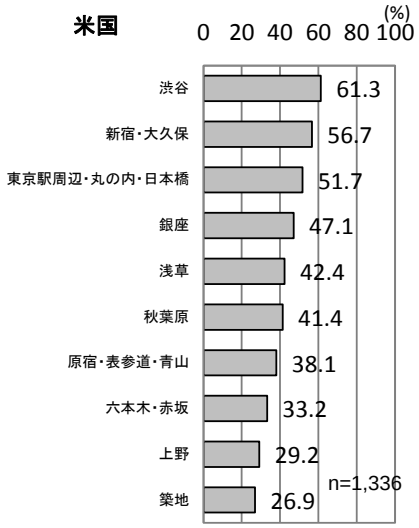

中国
(%)
0 20 40 60 80 100
銀座 71.8
浅草 56.6
新宿・大久保 53.5
秋葉原 53.3
東京駅周辺・丸の内・日本橋 29.3
上野 28.9
渋谷 27.6
お台場・東京湾 24.3
池袋 23.8
原宿・表参道・青山 23.5
n=2,674

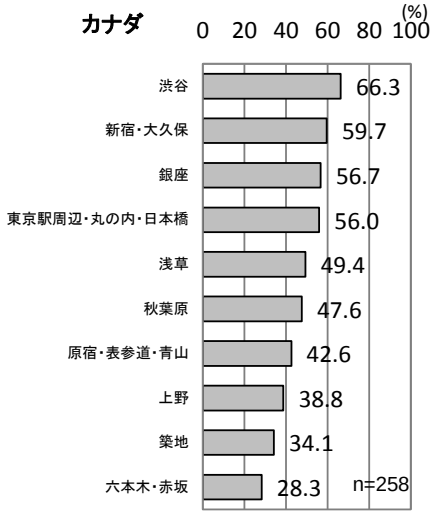

香港
(%)
0 20 40 60 80 100
新宿・大久保 66.2
銀座 43.4
渋谷 43.0
原宿・表参道・青山 40.2
上野 38.2
浅草 37.3
池袋 35.0
築地 34.0
東京駅周辺・丸の内・日本橋 33.7
秋葉原 30.8
n=794

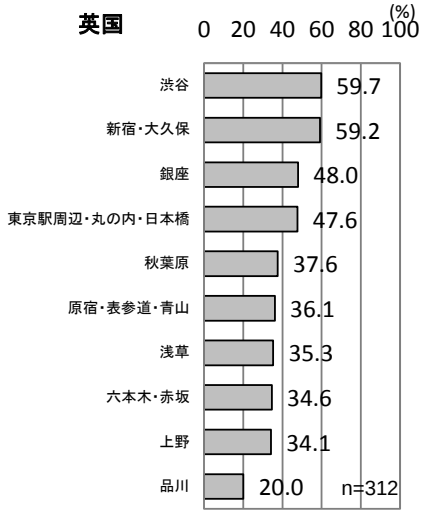

タイ
(%)
0 20 40 60 80 100
新宿・大久保 66.9
渋谷 61.8
上野 52.8
浅草 49.2
原宿・表参道・青山 41.8
秋葉原 38.0
東京駅周辺・丸の内・日本橋 36.7
銀座 35.3
お台場・東京湾 25.2
築地 22.2
n=710

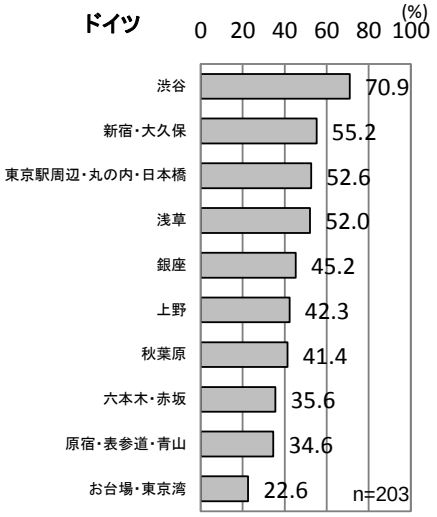

シンガポール
(%)
0 20 40 60 80 100
新宿・大久保 62.7
渋谷 53.3
銀座 49.8
東京駅周辺・丸の内・日本橋 48.0
浅草 41.1
原宿・表参道・青山 39.9
上野 36.1
秋葉原 30.4
築地 27.4
六本木・赤坂 24.1
n=338

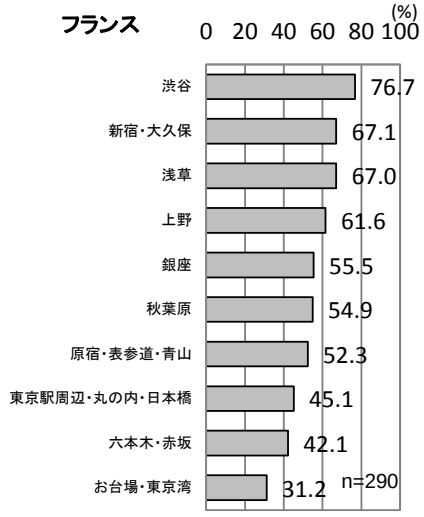

マレーシア
(%)
0 20 40 60 80 100
新宿・大久保 65.4
浅草 53.5
銀座 53.3
渋谷 53.3
東京駅周辺・丸の内・日本橋 42.2
秋葉原 40.7
上野 38.2
原宿・表参道・青山 27.2
品川 21.6
お台場・東京湾 21.1
n=289

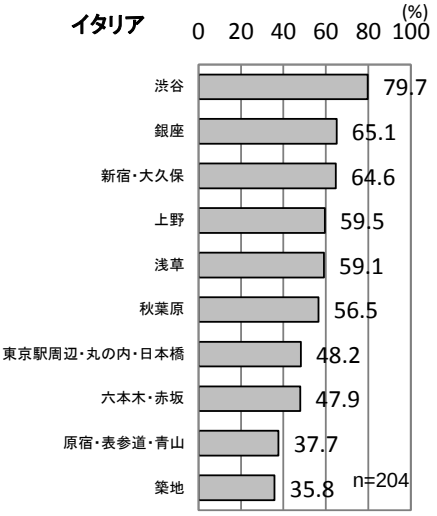

米国
(%)
0 20 40 60 80 100
渋谷 61.3
新宿・大久保 56.7
東京駅周辺・丸の内・日本橋 51.7
銀座 47.1
浅草 42.4
秋葉原 41.4
原宿・表参道・青山 38.1
六本木・赤坂 33.2
上野 29.2
築地 26.9
n=1,336

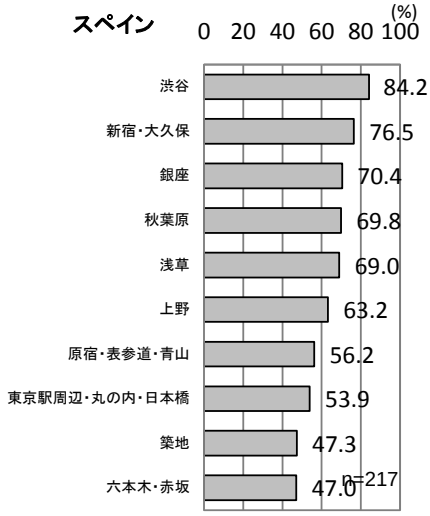

カナダ
(%)
0 20 40 60 80 100
渋谷 66.3
新宿・大久保 59.7
銀座 56.7
東京駅周辺・丸の内・日本橋 56.0
浅草 49.4
秋葉原 47.6
原宿・表参道・青山 42.6
上野 38.8
築地 34.1
六本木・赤坂 28.3
n=258


英国
(%)
0 20 40 60 80 100
渋谷 59.7
新宿・大久保 59.2
銀座 48.0
東京駅周辺・丸の内・日本橋 47.6
秋葉原 37.6
原宿・表参道・青山 36.1
浅草 35.3
六本木・赤坂 34.6
上野 34.1
品川 20.0
n=312

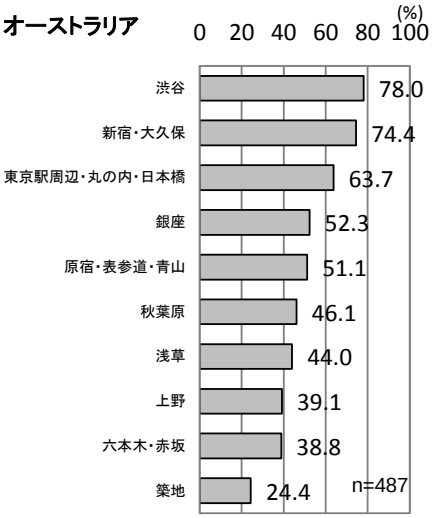

ドイツ
(%)
0 20 40 60 80 100
渋谷 70.9
新宿・大久保 55.2
東京駅周辺・丸の内・日本橋 52.6
浅草 52.0
銀座 45.2
上野 42.3
秋葉原 41.4
六本木・赤坂 35.6
原宿・表参道・青山 34.6
お台場・東京湾 22.6
n=203


フランス
(%)
0 20 40 60 80 100
渋谷 76.7
新宿・大久保 67.1
浅草 67.0
上野 61.6
銀座 55.5
秋葉原 54.9
原宿・表参道・青山 52.3
東京駅周辺・丸の内・日本橋 45.1
六本木・赤坂 42.1
お台場・東京湾 31.2
n=290

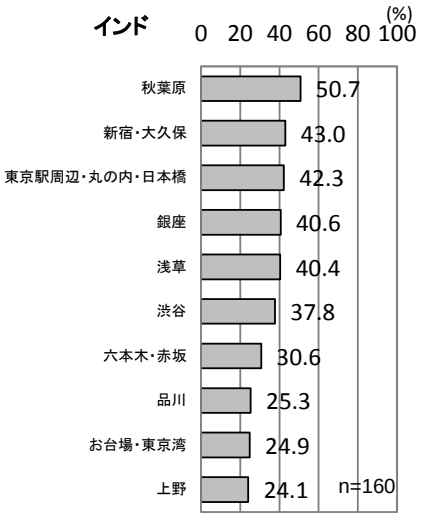

イタリア
(%)
0 20 40 60 80 100
渋谷 79.7
銀座 65.1
新宿・大久保 64.6
上野 59.5
浅草 59.1
秋葉原 56.5
東京駅周辺・丸の内・日本橋 48.2
六本木・赤坂 47.9
原宿・表参道・青山 37.7
築地 35.8
n=204


スペイン
(%)
0 20 40 60 80 100
渋谷 84.2
新宿・大久保 76.5
銀座 70.4
秋葉原 69.8
浅草 69.0
上野 63.2
原宿・表参道・青山 56.2
東京駅周辺・丸の内・日本橋 53.9
築地 47.3
六本木・赤坂 47.0
n=217

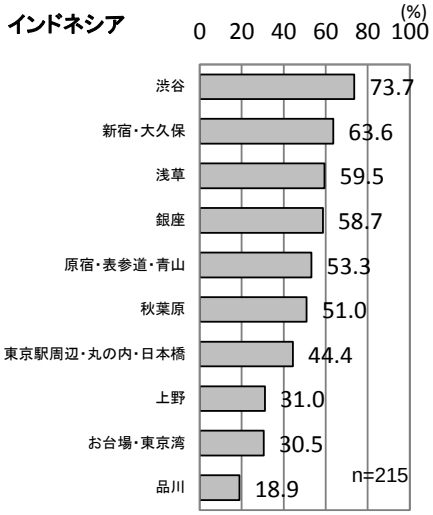
オーストラリア



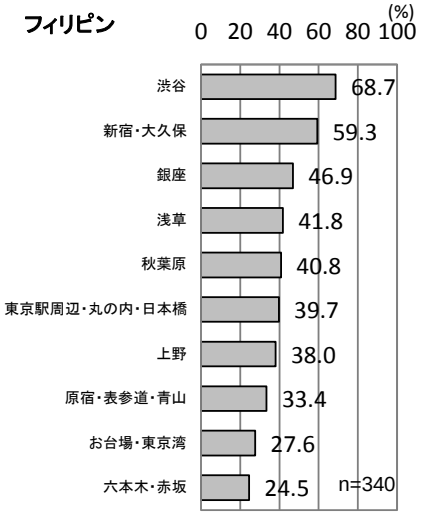
インド



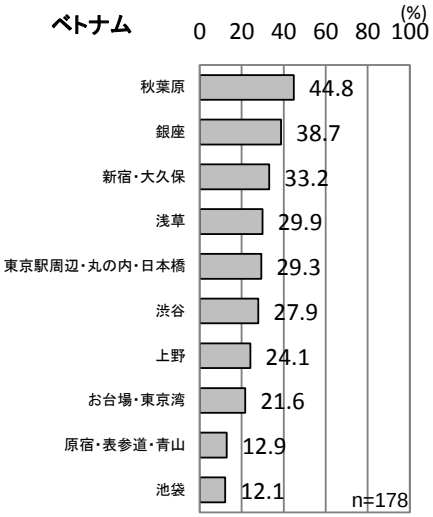
インドネシア



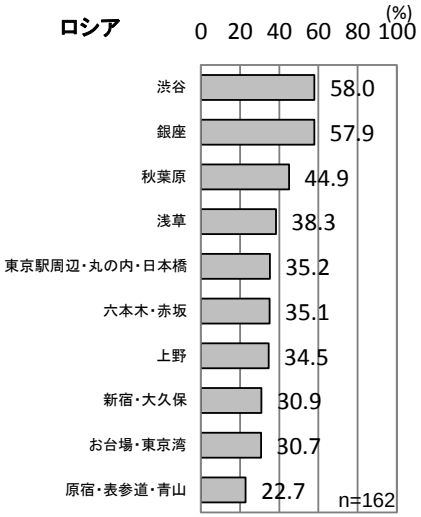
フィリピン

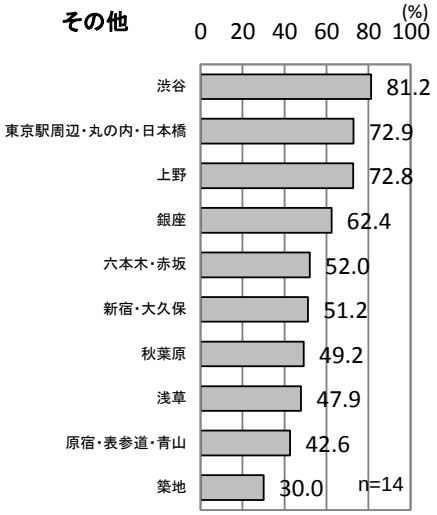


ベトナム



ロシア




その他
(%)
0 20 40 60 80 100
渋谷 81.2
東京駅周辺・丸の内・日本橋 72.9
上野 72.8
銀座 62.4
六本木・赤坂 52.0
新宿・大久保 51.2
秋葉原 49.2
浅草 47.9
原宿・表参道・青山 42.6
築地 30.0
n=14

（７） 一番期待していた場所、一番満足した場所（単一回答）

一番期待していた場所は「秋葉原」の 13.6%が最も高く、次いで「銀座」12.7%、「新宿・大久保」11.5%であった。国籍・地域別に見ると、多くの国籍・地域で「渋谷」が 1 位であり、「新宿・大久保」「秋葉原」「銀座」が３位以内であった。

一番満足した場所については「新宿・大久保」12.7%、「浅草」11.7%、「銀座」11.6%の順であった。国籍・地域別に見ると、多くの国・地域で「渋谷」「浅草」が３位以内であった。

図表 １５　一番期待していた場所、一番満足した場所上位３か所

（%）

	一番期待していた場所		一番満足した場所	
全体	1. 秋葉原	13.6	1. 新宿・大久保	12.7
	2. 銀座	12.7	2. 浅草	11.7
	3. 新宿・大久保	11.5	3. 銀座	11.6
韓国	1. 新宿・大久保	15.2	1. お台場・東京湾	17.6
	2. お台場・東京湾	14.3	2. 新宿・大久保	13.9
	3. 秋葉原	13.6	3. 渋谷	9.7
台湾	1. 浅草	14.8	1. 浅草	15.0
	2. お台場・東京湾	9.4	2. お台場・東京湾	11.6
	3. 原宿・表参道・青山	9.3	3. 上野	9.6
中国	1. 銀座	29.3	1. 銀座	25.2
	2. 秋葉原	18.3	2. 秋葉原	13.0
	3. 新宿・大久保	9.5	3. 浅草	11.8
香港	1. 新宿・大久保	14.1	1. 新宿・大久保	16.4
	2. 秋葉原	11.7	2. 原宿・表参道・青山	10.9
	3. 原宿・表参道・青山	11.6	3. 渋谷	9.2
タイ	1. 渋谷	17.5	1. 渋谷	17.2
	2. 新宿・大久保	15.7	2. 浅草	13.9
	3. 原宿・表参道・青山	10.3	3. 新宿・大久保	13.7
シンガポール	1. 銀座	10.9	1. 新宿・大久保	14.4
	2. 渋谷	10.5	2. 渋谷	10.2
	3. 新宿・大久保	10.4	3. 浅草	10.2
マレーシア	1. 新宿・大久保	17.7	1. 浅草	18.0
	2. 浅草	12.5	2. 新宿・大久保	16.9
	3. 銀座	12.4	3. 銀座	12.3
米国	1. 渋谷	15.3	1. 新宿・大久保	13.4
	2. 秋葉原	14.5	2. 渋谷	13.1
	3. 新宿・大久保	10.9	3. 秋葉原	10.4
カナダ	1. 渋谷	15.2	1. 新宿・大久保	17.8
	2. 新宿・大久保	14.7	2. 浅草	12.9
	3. 秋葉原	12.4	3. 銀座	10.1
英国	1. 渋谷	22.3	1. 渋谷	17.2
	2. 新宿・大久保	13.5	2. 新宿・大久保	13.7
	3. 原宿・表参道・青山	13.4	3. 原宿・表参道・青山	9.0

（%）

	一番期待していた場所		一番満足した場所	
ドイツ	1. 渋谷	24.2	1. 渋谷	18.6
	2. 秋葉原	12.5	2. 浅草	12.9
	3. 浅草	11.1	3. 新宿・大久保	10.3
フランス	1. 渋谷	22.3	1. 渋谷	17.5
	2. 浅草	18.1	2. 浅草	16.5
	3. 秋葉原	14.4	3. 新宿・大久保	10.8
イタリア	1. 渋谷	18.8	1. 渋谷	16.8
	2. 銀座	14.0	2. 浅草	16.0
	3. 浅草	11.9	3. 新宿・大久保	10.5
スペイン	1. 秋葉原	18.4	1. 浅草	17.3
	2. 渋谷	17.3	2. 渋谷	13.2
	3. 浅草	11.2	3. 新宿・大久保	10.7
オーストラリア	1. 渋谷	27.5	1. 渋谷	24.8
	2. 新宿・大久保	15.2	2. 新宿・大久保	15.8
	3. 秋葉原	10.5	3. 原宿・表参道・青山	9.4
インド	1. 秋葉原	19.8	1. 秋葉原	18.4
	2. 浅草	16.3	2. 浅草	17.6
	3. 銀座	10.7	3. 銀座	9.9
インドネシア	1. 渋谷	19.4	1. 渋谷	17.1
	2. 銀座	15.9	2. 銀座	15.6
	3. 浅草	11.1	3. 浅草	11.8
フィリピン	1. 渋谷	24.1	1. 渋谷	21.3
	2. 新宿・大久保	14.2	2. 新宿・大久保	14.4
	3. 秋葉原	11.3	3. 秋葉原	10.5
ベトナム	1. 銀座	14.9	1. 秋葉原	15.1
	2. 新宿・大久保	14.2	2. 銀座	13.8
	3. 秋葉原	13.8	3. 新宿・大久保	12.4
ロシア	1. 渋谷	18.3	1. 渋谷	19.1
	2. 銀座	11.7	2. お台場・東京湾	14.7
	3. お台場・東京湾	11.6	3. 銀座	13.2
その他	1. 秋葉原	20.5	1. 浅草	21.6
	2. 築地	18.0	2. 新宿・大久保	15.9
	3. 渋谷	15.9	3. 東京駅周辺・丸の内・日本橋	11.3

注）構成比は無回答を除いて算出

（８） 訪問して一番満足した場所で行った活動（単一回答）

訪問して一番満足した場所で行った活動は、多くのエリアで「日本食を楽しむ」「服・服飾雑貨のショッピング」「日用雑貨、化粧品、食品、菓子類のショッピング」「高層ビル、近代的な街並み・景観・建築物の探索」が選択されている。

『新宿・大久保』では「日用雑貨、化粧品、食品、菓子類のショッピング」（19.0%）、『浅草』では「伝統建築の見学」（71.3%）、『銀座』では「服・服飾雑貨のショッピング」（32.0%）の割合が高い。

図表 １６　訪問して一番満足した場所で行った活動

（%）

	一番満足した場所											
	東京駅周辺・丸の内・日本橋 (n=530)	秋葉原 (n=1,016)	銀座 (n=1,236)	築地 (n=392)	原宿・表参道・青山 (n=857)	渋谷 (n=1,137)	六本木・赤坂 (n=345)	新宿・大久保 (n=1,392)	恵比寿・代官山 (n=88)	池袋 (n=372)	上野 (n=719)	浅草 (n=1,294)
行った活動												
日本食を楽しむ	26.8	4.9	16.2	87.1	9.5	16.5	15.6	16.4	23.7	15.5	16.9	5.5
日本食以外の料理を楽しむ	0.9	0.5	0.6	0.2	1.3	1.6	1.0	0.8	5.3	0.7	0.8	0.4
電気製品のショッピング	0.8	25.9	2.8	0.1	0.7	1.5	0.1	3.6	0.0	5.0	1.2	0.0
服・服飾雑貨のショッピング	6.5	4.7	32.0	0.1	42.9	25.4	3.4	16.9	10.5	16.3	6.2	1.1
日用雑貨、化粧品、食品、菓子類のショッピング	7.9	12.1	29.2	2.5	13.1	15.4	2.1	19.0	4.0	21.4	14.4	2.6
その他のショッピング	2.2	13.0	4.3	0.7	4.9	6.7	2.7	4.7	3.9	5.3	3.4	0.8
伝統文化の見学	0.4	0.2	0.4	0.2	0.8	0.6	0.7	1.5	0.0	0.1	0.9	2.4
伝統文化の体験	0.0	0.2	0.1	0.2	0.5	0.4	0.3	0.3	0.6	0.5	1.1	1.1
伝統建築の見学	6.5	0.5	0.3	1.9	8.5	1.1	1.3	4.5	3.7	0.5	6.1	71.3
最新の日本文化に触れる	0.7	24.8	0.1	0.3	2.4	2.8	2.6	1.3	1.1	6.6	0.1	0.6
高層ビル、近代的な街並み・景観・建築物の探索	23.1	5.9	7.6	0.8	10.2	12.2	24.3	9.0	24.9	9.2	4.3	4.1
美術館・博物館の探索	0.7	0.1	0.1	0.0	0.8	0.3	14.9	0.1	5.1	0.0	13.8	0.3
ウォーターフロント、夜景などの探索	0.5	0.0	0.2	0.3	0.0	0.1	2.4	0.3	0.0	0.0	1.5	0.6
自然を感じる	0.8	0.1	0.0	0.1	1.3	0.0	0.0	1.3	1.8	0.0	6.2	0.5
テーマパーク、レジャー施設で遊ぶ	0.4	0.3	0.2	0.0	0.0	0.0	0.8	0.0	0.6	0.4	10.2	0.4
室内型アミューズメント施設で遊ぶ	0.0	2.6	0.0	0.0	0.1	0.1	0.5	0.5	0.0	1.7	0.4	0.1
スポーツをする・観戦する	0.2	0.2	0.0	0.0	0.1	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1	0.0
スパ・エステ	0.0	0.1	0.0	0.0	0.2	0.1	0.6	0.0	0.0	0.0	0.4	0.1
宿泊施設での滞在を楽しむ	12.2	1.3	2.7	1.1	0.2	2.1	6.9	8.7	7.8	11.6	6.9	2.1
ナイトライフを楽しむ	0.3	0.1	0.6	0.0	0.4	4.1	10.7	5.1	1.8	0.8	0.6	0.2
その他	5.8	0.7	1.3	0.8	1.1	3.8	5.4	4.1	2.7	2.8	2.2	0.6
無回答	3.3	1.9	1.4	3.6	1.2	5.2	3.7	1.9	2.6	1.4	2.2	5.0
合計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

（%）

	一番満足した場所										
	墨田・両国 (n=125)	新橋・汐留 (n=123)	品川 (n=162)	蒲田 (n=24)	お台場・東京湾 (n=910)	吉祥寺・三鷹 (n=142)	八王子・高尾山 (n=75)	青梅・御岳山 (n=15)	奥多摩 (n=18)	伊豆諸島・小笠原諸島(n=36)	その他 (n=141)
行った活動											
日本食を楽しむ	4.7	16.7	15.8	10.7	4.8	1.6	2.2	4.7	8.4	6.2	5.1
日本食以外の料理を楽しむ	0.0	0.0	0.7	7.2	0.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.2
電気製品のショッピング	0.0	0.3	0.4	0.0	0.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
服・服飾雑貨のショッピング	0.9	0.0	4.1	2.3	7.8	10.6	1.8	0.0	0.0	3.1	4.5
日用雑貨、化粧品、食品、菓子類のショッピング	0.9	1.2	3.4	6.3	6.6	14.2	0.0	0.0	10.4	0.0	2.3
その他のショッピング	0.0	0.4	1.5	2.9	1.1	3.0	1.9	0.0	0.0	0.0	39.5
伝統文化の見学	5.2	0.0	0.0	0.0	0.3	2.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.2
伝統文化の体験	0.0	0.1	0.0	0.0	0.1	1.1	2.4	0.0	19.7	2.6	0.0
伝統建築の見学	6.4	4.6	0.5	0.0	0.7	5.1	5.4	0.0	9.2	1.7	2.6
最新の日本文化に触れる	1.6	1.5	3.2	0.0	1.4	8.3	0.0	0.0	0.0	1.8	2.4
高層ビル、近代的な街並み・景観・建築物の探索	52.8	29.0	6.4	2.7	6.7	3.2	0.7	10.5	0.0	0.0	4.2
美術館・博物館の探索	10.7	0.4	1.3	0.0	0.8	33.6	1.6	4.5	0.0	0.0	0.8
ウォーターフロント、夜景などの探索	5.0	1.6	0.1	0.0	37.0	1.9	1.6	0.0	0.0	2.6	1.1
自然を感じる	0.5	0.4	0.0	9.7	2.9	5.9	51.9	74.6	38.1	66.1	2.9
テーマパーク、レジャー施設で遊ぶ	0.0	2.0	2.5	0.0	13.3	3.7	7.8	0.0	0.0	0.0	0.6
室内型アミューズメント施設で遊ぶ	0.0	0.0	0.0	0.0	1.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
スポーツをする・観戦する	1.2	1.3	0.2	0.0	0.3	0.5	0.0	0.0	0.0	2.5	1.0
スパ・エステ	0.0	0.0	0.9	1.7	5.6	0.0	0.7	0.0	0.0	1.0	0.0
宿泊施設での滞在を楽しむ	8.3	17.9	38.9	26.5	1.7	1.3	10.1	0.0	0.0	3.7	7.6
ナイトライフを楽しむ	0.0	1.6	1.4	0.0	0.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.5
その他	0.0	17.9	16.9	27.5	5.2	1.7	10.1	0.0	2.6	6.0	17.7
無回答	1.7	2.9	1.8	2.4	1.4	2.1	2.0	5.7	11.6	2.6	6.8
合計	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

注 1）一番満足した場所ごとに構成比の高い順に 3 項目を網掛けしている

注 2）構成比は無回答を除いて算出

（９） 訪都の満足度（単一回答）

訪都の満足度について、全体では「大変満足」「満足」「やや満足」を合わせると 95.3%と非常に高い。

国籍・地域別に見ると、韓国、台湾、中国、香港で「大変満足」は、全体の割合（42.7%）に対して低い傾向を示している。一方で欧米豪地域、インド、フィリピンは 60%以上と高い傾向にある（その他を除く）。

図表 １７　訪都の満足度

（%）

	大変満足	満足	やや満足	普通	やや不満	不満	大変不満	無回答	合計
全体 (n=12,959)	42.7	46.6	6.0	3.8	0.3	0.1	0.1	0.4	100.0
韓国 (n=1,666)	23.4	53.4	10.2	11.4	0.8	0.2	0.1	0.5	100.0
台湾 (n=2,112)	40.1	54.1	4.1	1.3	0.1	0.0	0.0	0.4	100.0
中国 (n=2,674)	37.7	51.3	8.0	2.5	0.2	0.0	0.0	0.3	100.0
香港 (n=794)	38.3	54.9	4.9	1.4	0.4	0.0	0.0	0.1	100.0
タイ (n=710)	57.4	37.5	2.0	1.8	0.0	0.0	0.1	1.3	100.0
シンガポール (n=338)	53.3	39.9	3.8	1.6	0.4	0.4	0.3	0.4	100.0
マレーシア (n=289)	50.1	40.7	5.0	2.1	0.4	1.0	0.4	0.3	100.0
米国 (n=1,336)	76.7	21.0	1.1	0.5	0.1	0.1	0.1	0.4	100.0
カナダ (n=258)	70.1	26.0	2.0	0.8	0.8	0.0	0.4	0.0	100.0
英国 (n=312)	83.0	15.8	0.3	0.6	0.3	0.0	0.0	0.0	100.0
ドイツ (n=203)	70.5	25.6	1.9	1.0	0.0	0.0	0.5	0.5	100.0
フランス (n=290)	67.5	30.5	1.0	0.3	0.0	0.0	0.0	0.6	100.0
イタリア (n=204)	60.9	32.5	2.9	1.2	1.1	0.0	0.0	1.4	100.0
スペイン (n=217)	74.1	23.5	1.7	0.8	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
オーストラリア (n=487)	74.6	22.6	1.1	0.2	0.9	0.0	0.4	0.2	100.0
インド (n=160)	65.7	28.8	2.2	0.8	0.0	0.8	1.1	0.6	100.0
インドネシア (n=215)	53.1	42.0	2.8	1.7	0.4	0.0	0.0	0.0	100.0
フィリピン (n=340)	76.7	21.1	0.9	0.3	0.0	0.0	0.5	0.6	100.0
ベトナム (n=178)	45.4	39.1	6.4	4.7	0.0	0.0	2.6	1.8	100.0
ロシア (n=162)	73.4	22.2	1.2	1.3	0.6	0.0	0.6	0.6	100.0
その他 (n=14)	80.2	19.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0

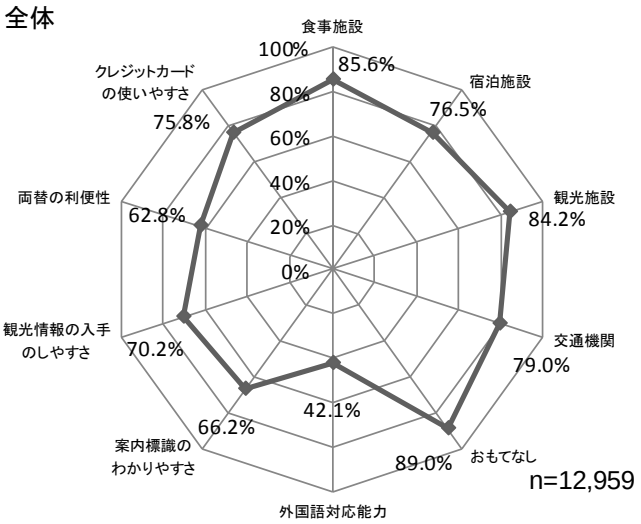
（１０）　項目別満足度（単一回答）（「満足」と回答した人の割合）

項目別満足度については、全体では「おもてなし」89.0%、「食事施設」85.6%、「観光施設」84.2%がそれぞれ 80%以上の高い満足度となっている。ほぼすべての項目で満足度が 60%以上と高いが、「外国語対応能力」の満足度は 42.1%と低い。

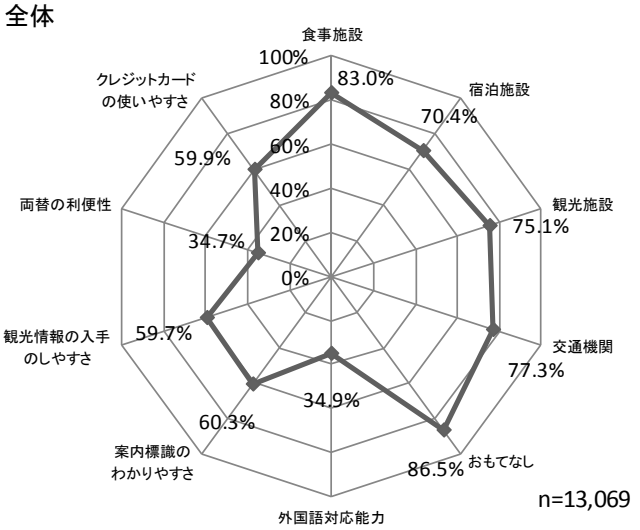
国籍・地域別に見ると、韓国は他の国籍・地域に比べて総じて満足度が低い傾向にある。また、米国、英国、オーストラリアは多くの項目で満足度が高く、「外国語対応能力」も英国 69.1%、オーストラリア 67.0%、米国 66.1%と比較的高い傾向にある。

平成 27 年度と比較すると全項目で満足度が高くなっており、特に「クレジットカードの使いやすさ」「観光情報の入手のしやすさ」「両替の利便性」は 10%以上高く上昇している。

図表　１８　項目別満足度（平成 28 年度）

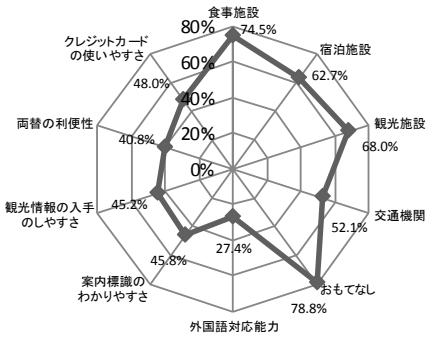


図表　１９　（参考）項目別満足度（平成 27 年度）



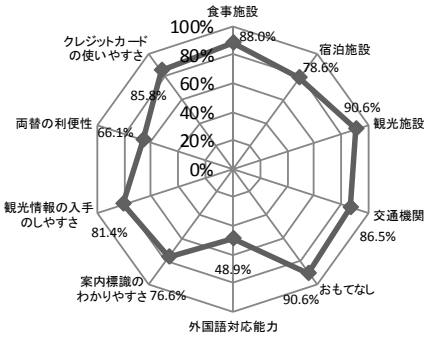
図表 ２０ 国籍・地域別　項目別満足度（平成 28 年度）

韓国



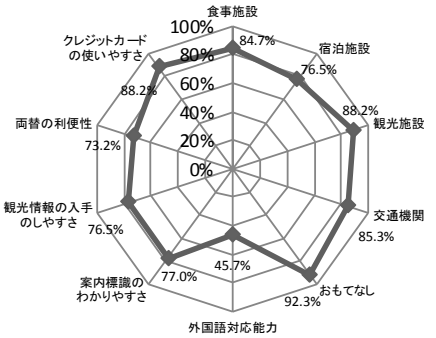
n=1,666

台湾



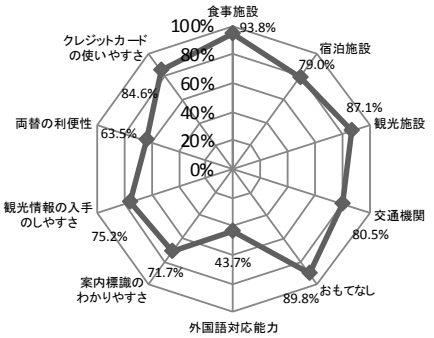
n=2,112

中国



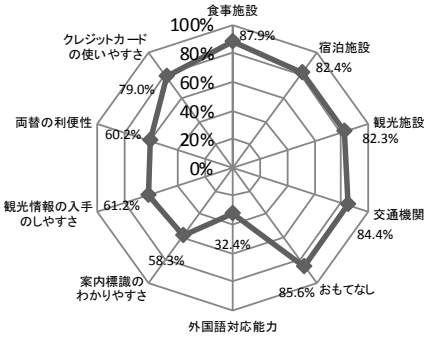
n=2,674

香港



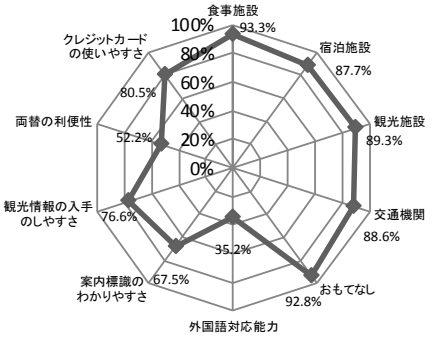
n=794

タイ



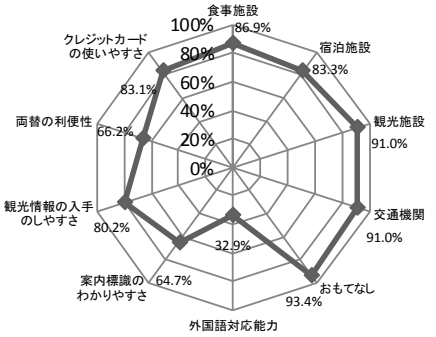
n=710

シンガポール



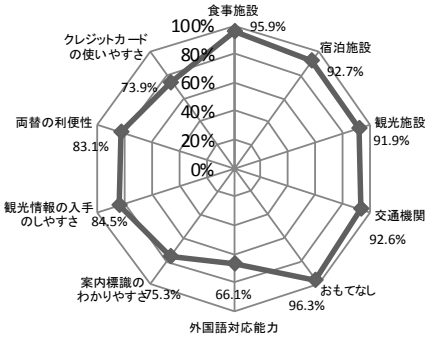
n=338

マレーシア



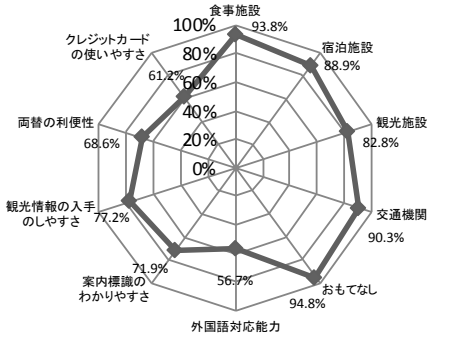
n=289

米国



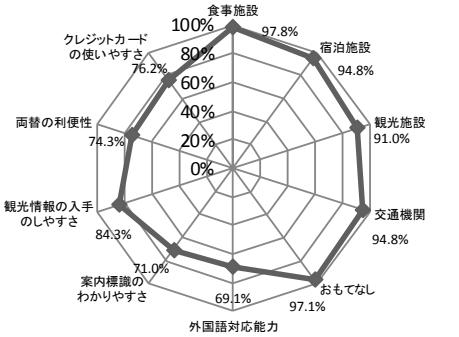
n=1,336

カナダ



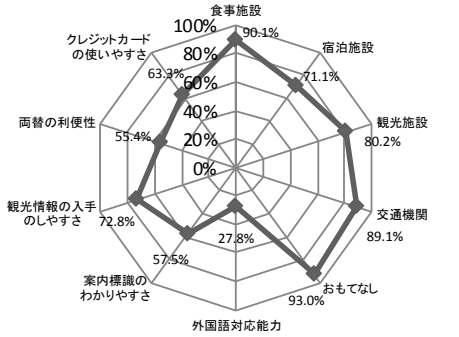
n=258

英国



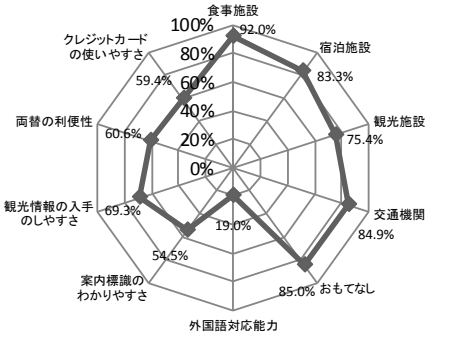
n=312

ドイツ



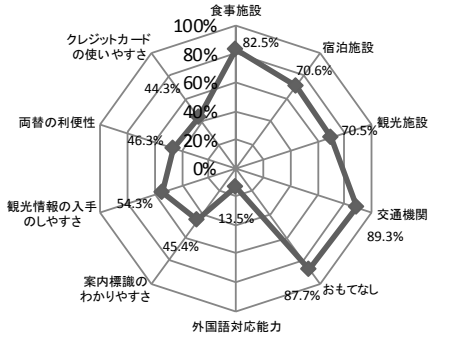
n=203

フランス



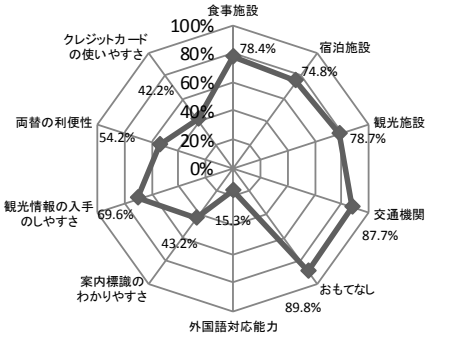
n=290

イタリア



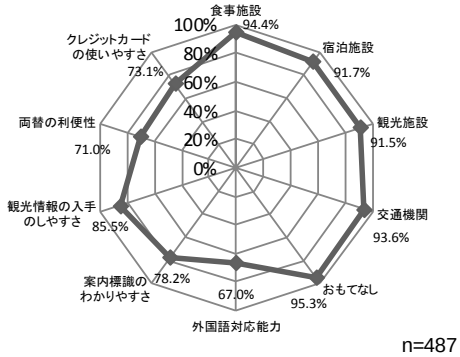
n=204

スペイン



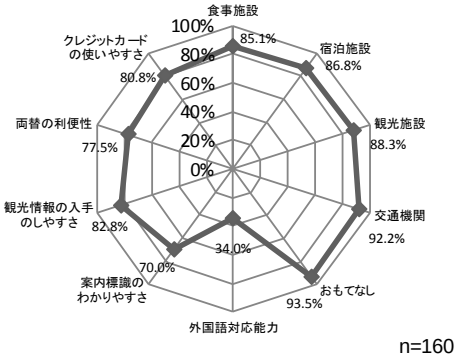
n=217

オーストラリア



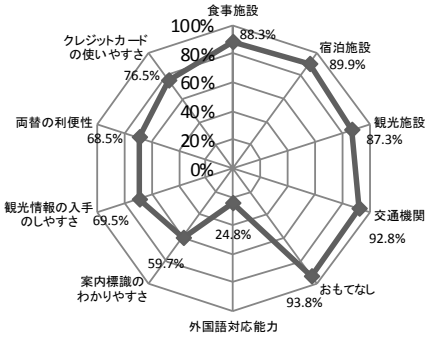
n=487

インド



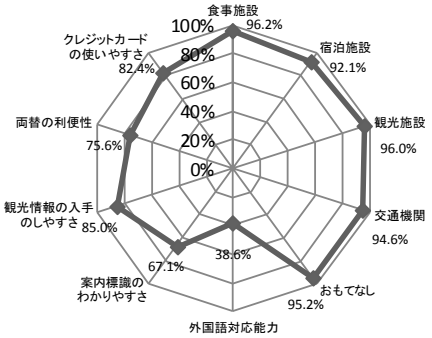
n=160

インドネシア



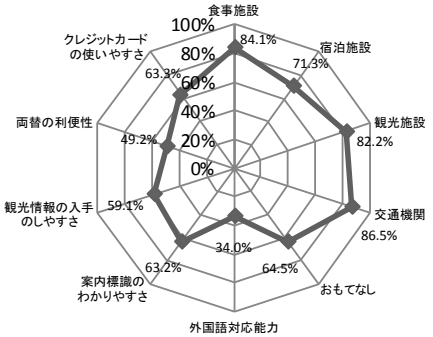
n=215

フィリピン



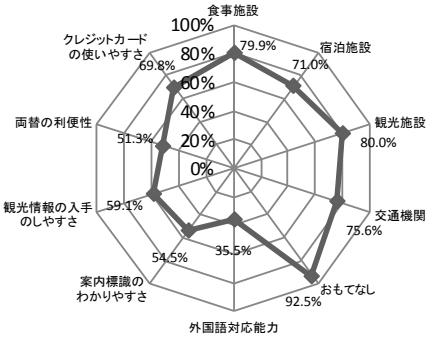
n=340

ベトナム



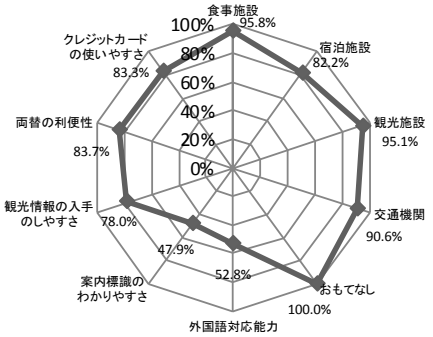
n=178

ロシア



n=162

その他



n=14

（１１）　東京への再訪問意向（単一回答）

東京への再訪問意向について、全体では「必ず来たい」「来たい」「やや来たい」を合わせると 94.7%となる。

国籍・地域別に見ると、「必ず来たい」の割合は韓国が 28.8%と最も低くなっている。一方、フィリピン、英国、インド、ロシア、インドネシア、米国、カナダ、オーストラリア、スペインでは「必ず来たい」が 60%以上となっている（その他は除く）。

図表　２１　東京への再訪問意向

（%）

	必ず来たい	来たい	やや来たい	何とも言えない	あまり来たくない	来たくない	絶対来たくない	無回答	合計
全体 (n=12,959)	49.8	38.8	6.1	3.9	0.6	0.3	0.0	0.5	100.0
韓国 (n=1,666)	28.8	50.2	11.4	7.6	0.6	0.4	0.1	0.7	100.0
台湾 (n=2,112)	58.6	36.5	2.9	1.0	0.3	0.1	0.0	0.5	100.0
中国 (n=2,674)	48.0	40.3	5.3	4.9	0.8	0.3	0.0	0.4	100.0
香港 (n=794)	56.9	36.0	3.8	2.4	0.3	0.4	0.0	0.2	100.0
タイ (n=710)	58.8	33.4	5.4	1.1	0.1	0.0	0.0	1.2	100.0
シンガポール (n=338)	56.0	36.8	4.8	1.5	0.3	0.0	0.3	0.4	100.0
マレーシア (n=289)	49.4	42.4	4.4	1.0	1.4	0.7	0.4	0.3	100.0
米国 (n=1,336)	62.3	27.6	6.2	1.8	1.2	0.3	0.0	0.7	100.0
カナダ (n=258)	62.0	26.8	8.5	1.2	1.2	0.4	0.0	0.0	100.0
英国 (n=312)	67.4	23.3	4.8	2.3	0.6	0.6	0.6	0.3	100.0
ドイツ (n=203)	55.7	27.7	9.3	5.9	0.5	0.5	0.0	0.5	100.0
フランス (n=290)	53.3	32.2	10.1	2.0	0.7	1.0	0.0	0.6	100.0
イタリア (n=204)	35.4	34.0	18.7	7.7	2.7	0.0	0.4	1.1	100.0
スペイン (n=217)	60.4	24.5	8.7	3.8	2.6	0.0	0.0	0.0	100.0
オーストラリア (n=487)	60.9	27.3	6.0	3.9	1.1	0.4	0.0	0.4	100.0
インド (n=160)	65.6	28.4	3.3	2.1	0.0	0.0	0.0	0.6	100.0
インドネシア (n=215)	62.5	32.3	4.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.8	100.0
フィリピン (n=340)	70.7	25.2	1.1	1.5	0.0	0.0	0.0	1.4	100.0
ベトナム (n=178)	46.1	43.6	2.0	6.6	0.6	0.0	0.6	0.5	100.0
ロシア (n=162)	64.8	25.9	6.8	0.6	0.6	0.6	0.0	0.6	100.0
その他 (n=14)	78.0	22.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0

第３章 訪都外国人旅行者の消費支出・平均泊数

１． 訪都外国人１人当たりの東京滞在中の消費額・平均泊数

訪都外国人１人当たりの都内での旅行中支出の合計額は 131,871 円と推計され、全費目で前年と比べ支出額が減少した。国籍・地域別で最も支出額計が高いのは中国の 203,816 円であり、前年度の 248,457 円と比べ 18.0%減少した。この中で最も支出額の大きい費目は「土産買物費」（139,769 円、対前年度比 19.9%減）であった。

また、東京での平均泊数は全体で 6.4 泊であり、国籍別にみるとインドの 15.0 泊、ロシアの 12.6 泊、ベトナムの 11.3 泊が長い傾向にある。

図表 ２２ 東京滞在中の訪都外国人１人当たり支出額および平均泊数

（円、カッコ内は対前年度比）　（泊）

	宿泊費		飲食費		都内交通費		娯楽入場費		土産買物費		その他		都内支出額計		平均泊数
全体 (n=12,849)	30,240	(-10.3%)	23,714	(-0.7%)	9,298	(-7.4%)	3,062	(-35.8%)	64,117	(-17.3%)	1,440	(-17.3%)	131,871	(-13.0%)	6.4
韓国 (n=1,655)	23,060	(-8.0%)	18,226	(-2.0%)	7,559	(-8.1%)	3,007	(-42.3%)	21,026	(-8.0%)	1,893	(23.6%)	74,771	(-8.2%)	6.1
台湾 (n=2,107)	23,363	(-10.9%)	19,165	(-7.7%)	8,156	(-10.4%)	2,866	(-32.6%)	46,396	(-16.5%)	821	(-27.2%)	100,767	(-13.9%)	5.8
中国 (n=2,661)	25,940	(-14.5%)	26,146	(1.6%)	8,079	(-22.8%)	2,005	(-56.3%)	139,769	(-19.9%)	1,877	(-34.9%)	203,816	(-18.0%)	7.2
香港 (n=793)	34,200	(-12.5%)	30,677	(9.4%)	9,798	(-0.5%)	3,096	(-38.2%)	58,658	(-26.0%)	1,036	(-11.1%)	137,465	(-15.4%)	4.8
タイ (n=703)	21,653	(-26.2%)	16,913	(-16.3%)	8,056	(-23.5%)	3,564	(-29.5%)	38,906	(-17.9%)	1,259	(-12.5%)	90,351	(-20.7%)	6.9
シンガポール (n=334)	43,744	(-13.2%)	32,486	(5.3%)	20,740	(67.4%)	9,690	(127.9%)	51,611	(-18.2%)	6,486	(364.3%)	164,758	(1.5%)	6.0
マレーシア (n=287)	21,936	(-40.9%)	17,646	(2.4%)	9,049	(4.1%)	949	(-34.0%)	33,124	(-29.4%)	352	(-63.1%)	83,056	(-26.1%)	4.6
米国 (n=1,322)	57,444	(-12.1%)	32,894	(-1.0%)	12,778	(-4.5%)	3,932	(-21.4%)	22,934	(-4.7%)	903	(-35.4%)	130,885	(-8.1%)	6.3
カナダ (n=257)	43,673	(0.5%)	24,724	(-1.0%)	8,717	(-9.1%)	3,742	(-19.3%)	22,888	(-6.5%)	1,027	(45.2%)	104,771	(-2.8%)	5.7
英国 (n=308)	78,149	(39.7%)	29,079	(-4.5%)	10,703	(-0.7%)	4,901	(0.7%)	23,736	(-1.5%)	909	(-28.8%)	147,476	(15.7%)	6.9
ドイツ (n=199)	48,062	(-15.6%)	33,485	(19.9%)	17,246	(57.5%)	3,866	(-22.7%)	29,710	(67.6%)	1,320	(115.7%)	133,688	(12.2%)	7.4
フランス (n=283)	48,220	(-16.8%)	26,536	(1.3%)	9,394	(-15.9%)	5,467	(-35.8%)	22,085	(1.9%)	762	(-67.3%)	112,463	(-12.0%)	8.4
イタリア (n=199)	70,098	(9.5%)	29,035	(-18.4%)	17,213	(26.5%)	3,732	(-46.3%)	20,868	(3.3%)	1,646	(-22.0%)	142,593	(0.1%)	7.4
スペイン (n=215)	36,182	(-20.6%)	22,802	(-22.4%)	15,239	(10.2%)	7,184	(-15.7%)	22,892	(-0.4%)	981	(-61.1%)	105,279	(-14.3%)	7.5
オーストラリア (n=484)	48,212	(-11.2%)	31,534	(4.6%)	10,668	(-15.3%)	5,845	(-0.8%)	31,477	(-3.4%)	1,038	(-26.5%)	128,775	(-5.9%)	6.8
インド (n=159)	55,520	(-26.5%)	27,454	(-28.8%)	10,865	(-32.5%)	2,252	(-59.2%)	18,386	(-25.7%)	329	(-73.1%)	114,806	(-29.0%)	15.0
インドネシア (n=214)	31,674	(7.0%)	15,617	(-4.9%)	7,029	(-32.7%)	3,394	(-47.7%)	44,993	(2.1%)	452	(-48.2%)	103,160	(-4.4%)	7.1
フィリピン (n=326)	20,122	(-29.9%)	15,852	(-23.3%)	9,278	(-3.0%)	2,703	(-16.2%)	33,233	(-10.9%)	565	(110.1%)	81,752	(-18.0%)	8.4
ベトナム (n=170)	32,962	(-1.0%)	19,903	(8.8%)	9,841	(-33.7%)	2,780	(-35.4%)	52,013	(-31.8%)	1,600	(-15.3%)	119,100	(-20.0%)	11.3
ロシア (n=159)	44,360	(-36.3%)	26,211	(-17.4%)	11,806	(-20.7%)	5,864	(-55.9%)	29,942	(-23.9%)	3,897	(58.5%)	122,080	(-28.7%)	12.6
その他 (n=14)	64,260	(26.8%)	33,275	(5.5%)	20,723	(65.3%)	7,119	(76.3%)	15,698	(-19.6%)	0	(-)	141,074	(17.9%)	5.4

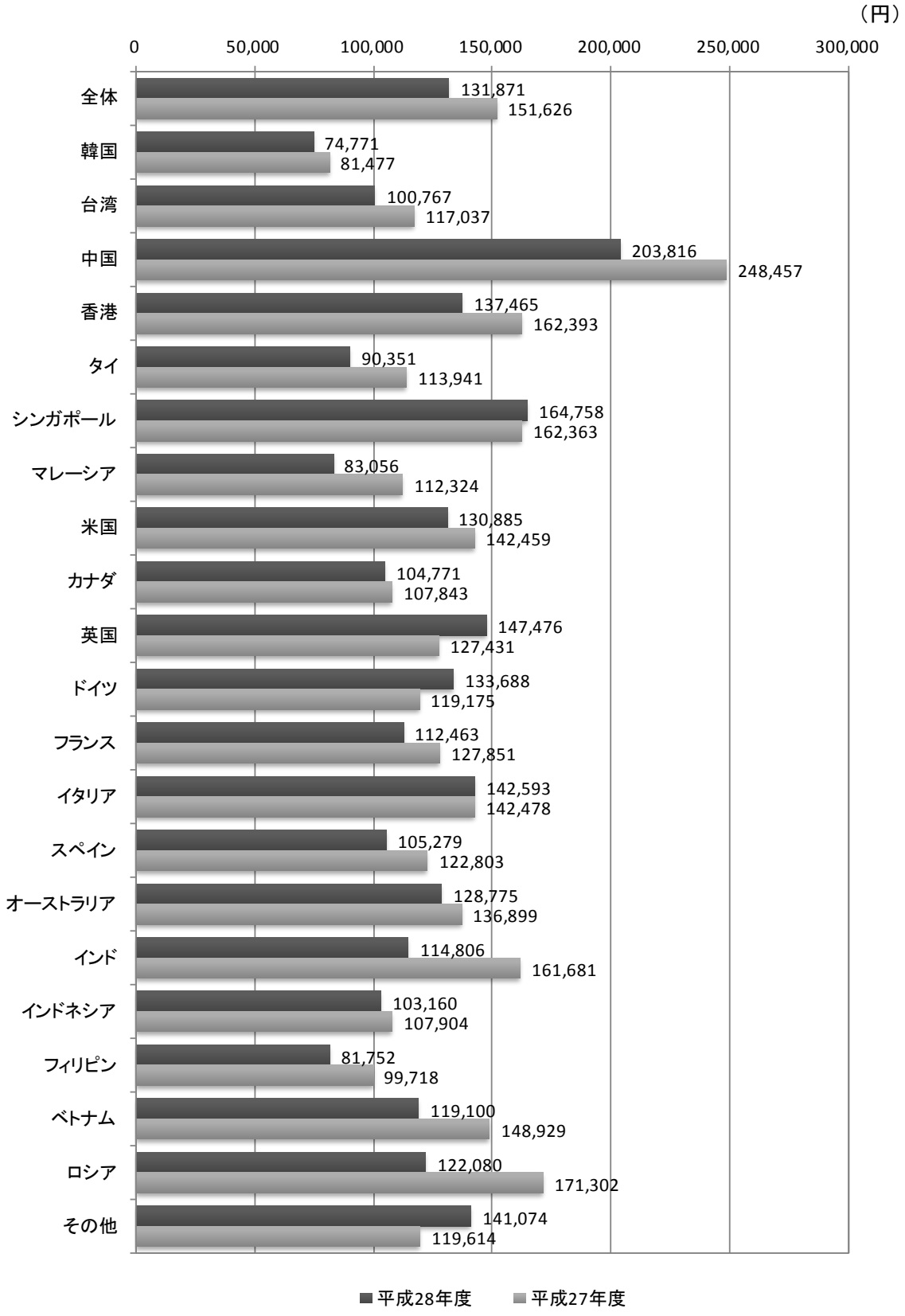
注 1) 支出額の全体平均は、国籍・地域別平均値を日本政府観光局（JNTO）「訪日外客数」をウェイトとして加重平均したものである。
注 2) 旅行中支出額にはパッケージツアー参加費に含まれる日本国内支出や日本の航空会社および船舶会社に支払われる国際旅客運賃を含まない。
注 3) 平均泊数を除く支出額の集計では支出額が極端に大きいもしくは小さい値を含むサンプルを除外している。
注 4) 金額不詳を除いて算出している。

図表 ２３　（参考）　平成 27 年度調査における東京滞在中の訪都外国人１人当たり支出額

（円）

	宿泊費	飲食費	都内交通費	娯楽入場費	土産買物費	その他	都内支出額計
全体（n=12,823）	33,698	23,877	10,044	4,770	77,497	1,741	151,626
韓国（n=1,753）	25,053	18,593	8,227	5,214	22,859	1,531	81,477
台湾（n=2,166）	26,222	20,761	9,100	4,250	55,576	1,129	117,037
中国（n=2,316）	30,356	25,728	10,463	4,589	174,438	2,883	248,457
香港（n=723）	39,092	28,034	9,844	5,010	79,248	1,165	162,393
タイ（n=799）	29,343	20,208	10,527	5,054	47,371	1,438	113,941
シンガポール（n=406）	50,398	30,859	12,387	4,251	63,071	1,397	162,363
マレーシア（n=282）	37,122	17,228	8,696	1,438	46,885	954	112,324
米国（n=1,317）	65,380	33,232	13,375	5,003	24,073	1,396	142,459
カナダ（n=279）	43,456	24,981	9,590	4,639	24,471	707	107,843
英国（n=348）	55,959	30,457	10,777	4,866	24,096	1,276	127,431
ドイツ（n=188）	56,947	27,929	10,952	5,003	17,731	612	119,175
フランス（n=320）	57,979	26,199	11,165	8,510	21,671	2,327	127,851
イタリア（n=198）	64,031	35,579	13,606	6,947	20,205	2,110	142,478
スペイン（n=224）	45,575	29,389	13,830	8,517	22,973	2,519	122,803
オーストラリア（n=433）	54,271	30,139	12,589	5,892	32,595	1,412	136,899
インド（n=157）	75,548	38,566	16,087	5,514	24,743	1,223	161,681
インドネシア（n=214）	29,615	16,423	10,441	6,486	44,068	872	107,904
フィリピン（n=238）	28,710	20,668	9,563	3,225	37,283	269	99,718
ベトナム（n=180）	33,284	18,288	14,848	4,307	76,315	1,888	148,929
ロシア（n=169）	69,602	31,722	14,882	13,309	39,329	2,458	171,302
その他（n=113）	50,686	31,553	12,535	4,037	19,516	1,286	119,614

図表 ２４　東京滞在中の訪都外国人１人当たり支出額計の平成 27 年度調査との比較



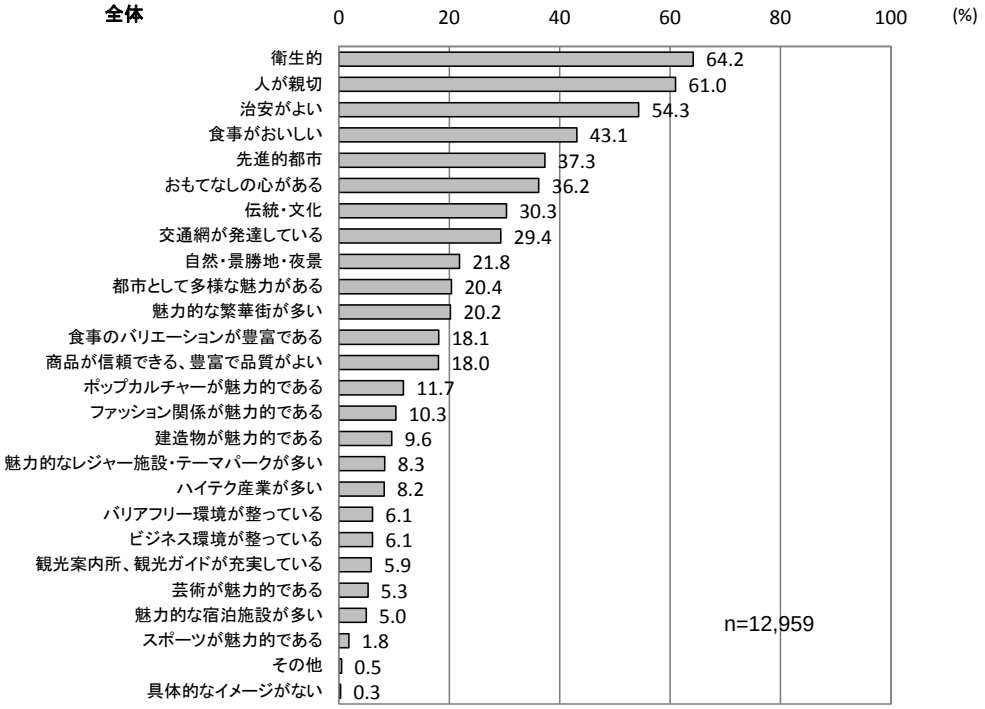
第４章 訪都外国人旅行者が考える東京の魅力

１． 訪都外国人旅行者が考える東京の魅力

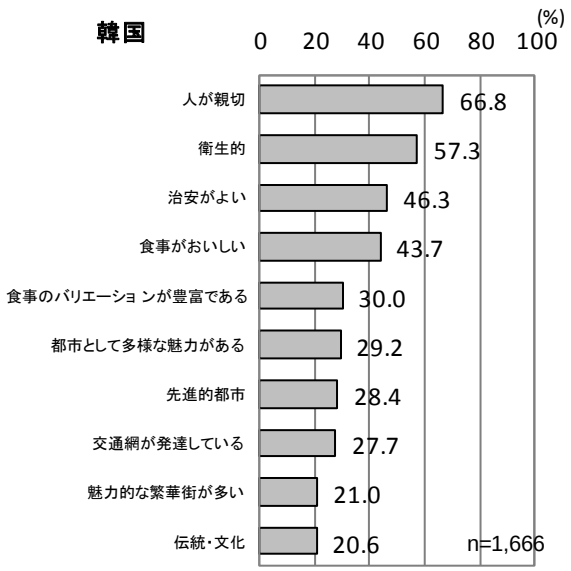
全体の回答は、「衛生的」の 64.2%が最も高く、次いで「人が親切」61.0%、「治安がよい」54.3%となっている。以降は「食事がおいしい」43.1%、「先進的都市」37.3%、「おもてなしの心がある」36.2%が続いている。

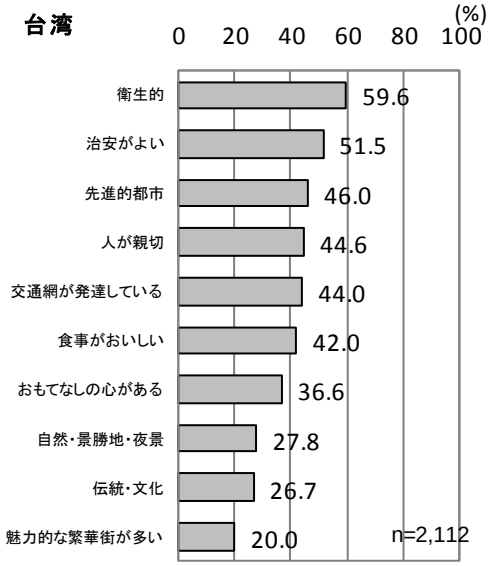
国籍・地域別に見ても概ね同様の傾向を示しているが、全体と比較して、「伝統・文化」については、その他を除くとフランス 64.8%、スペイン 60.1%、ロシア 59.2%、イタリア 59.1%で高い傾向にある。

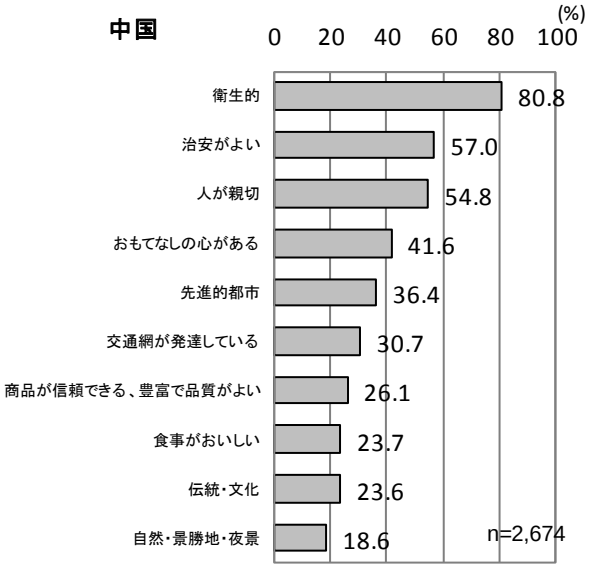
図表 ２５　東京の魅力（複数回答）

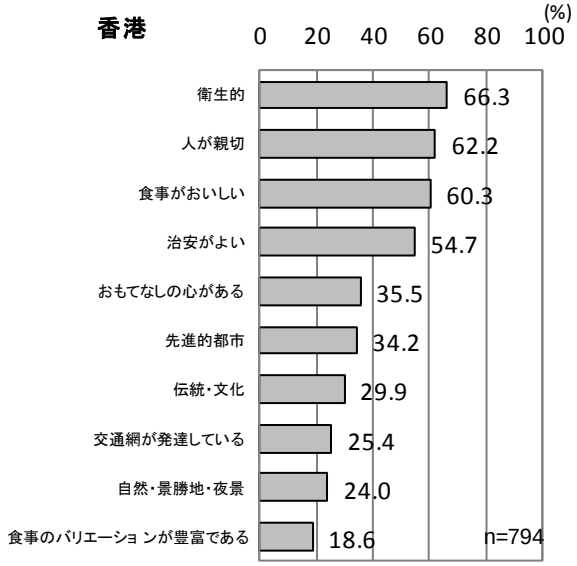


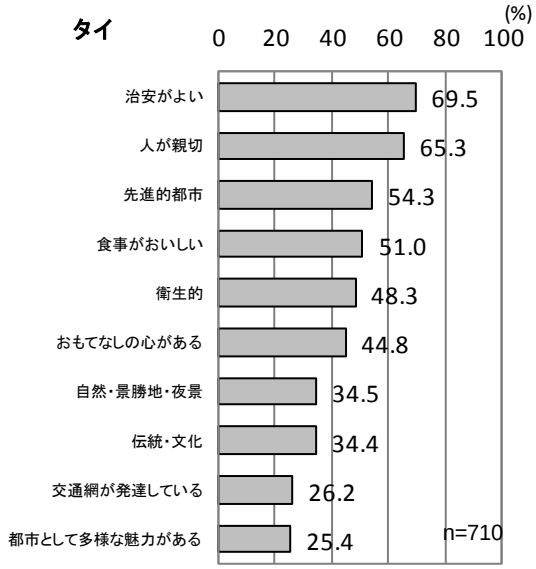
【国籍・地域別】

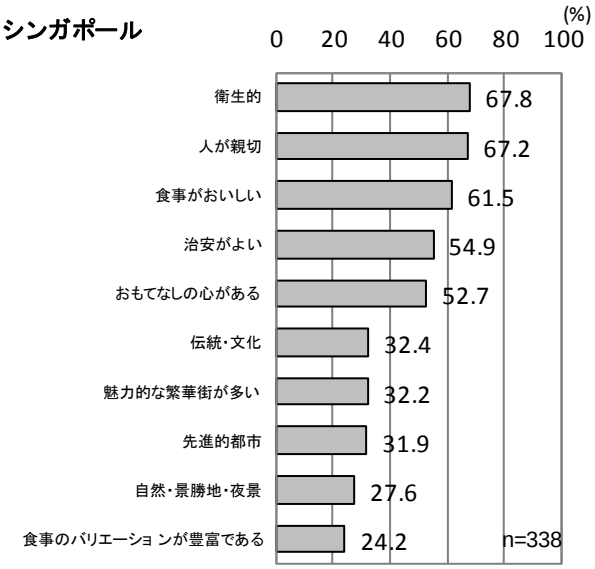


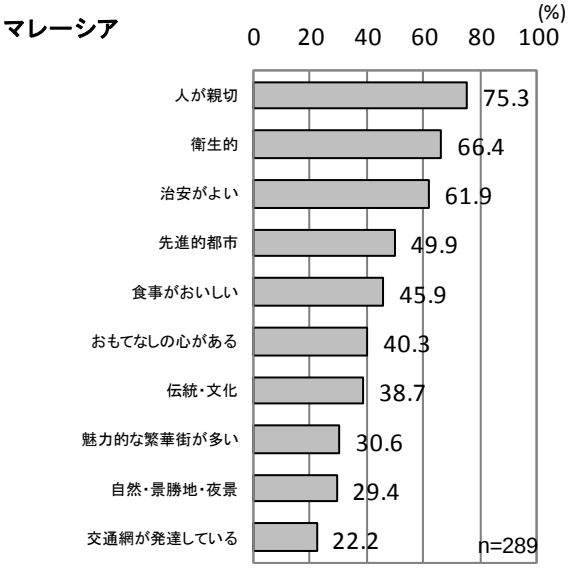


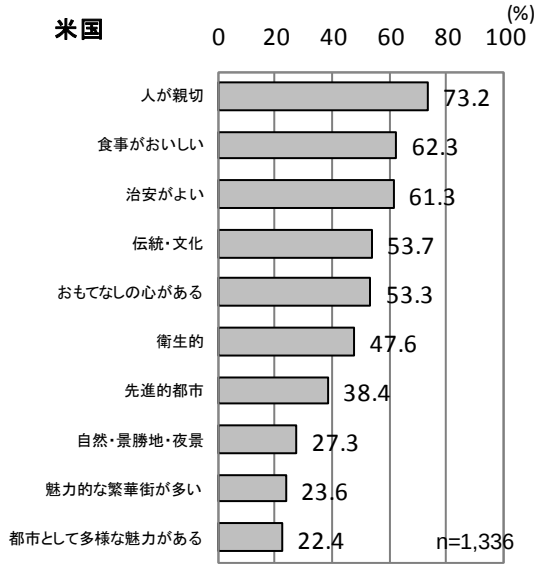

中国
(%)
0 20 40 60 80 100
衛生的 80.8
治安がよい 57.0
人が親切 54.8
おもてなしの心がある 41.6
先進的都市 36.4
交通網が発達している 30.7
商品が信頼できる、豊富で品質がよい 26.1
食事がおいしい 23.7
伝統・文化 23.6
自然・景勝地・夜景 18.6
n=2,674

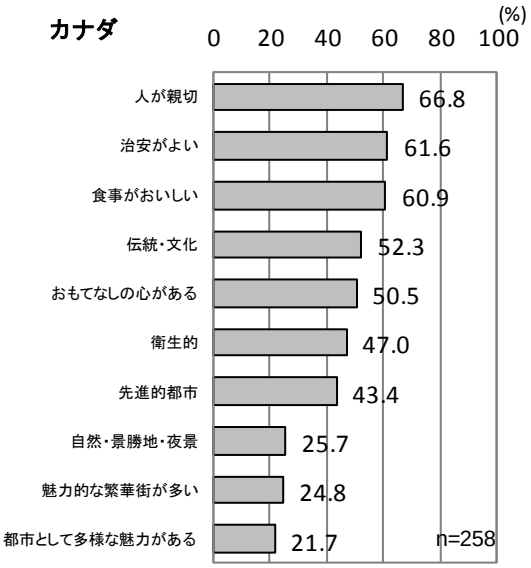

香港
(%)
0 20 40 60 80 100
衛生的 66.3
人が親切 62.2
食事がおいしい 60.3
治安がよい 54.7
おもてなしの心がある 35.5
先進的都市 34.2
伝統・文化 29.9
交通網が発達している 25.4
自然・景勝地・夜景 24.0
食事のバリエーション が豊富である 18.6
n=794

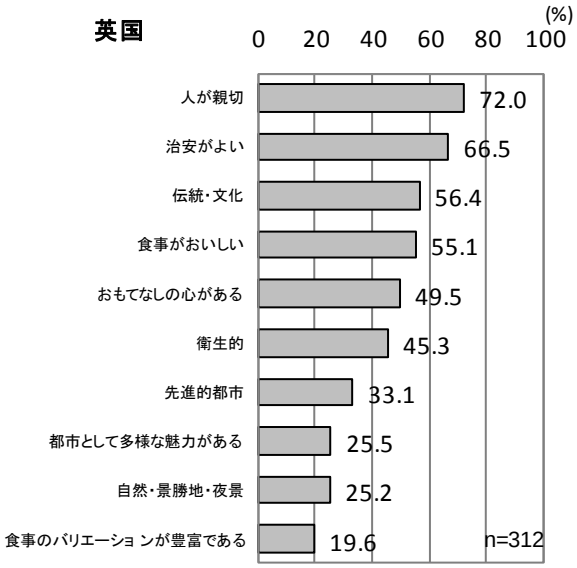

タイ
(%)
0 20 40 60 80 100
治安がよい 69.5
人が親切 65.3
先進的都市 54.3
食事がおいしい 51.0
衛生的 48.3
おもてなしの心がある 44.8
自然・景勝地・夜景 34.5
伝統・文化 34.4
交通網が発達している 26.2
都市として多様な魅力がある 25.4
n=710

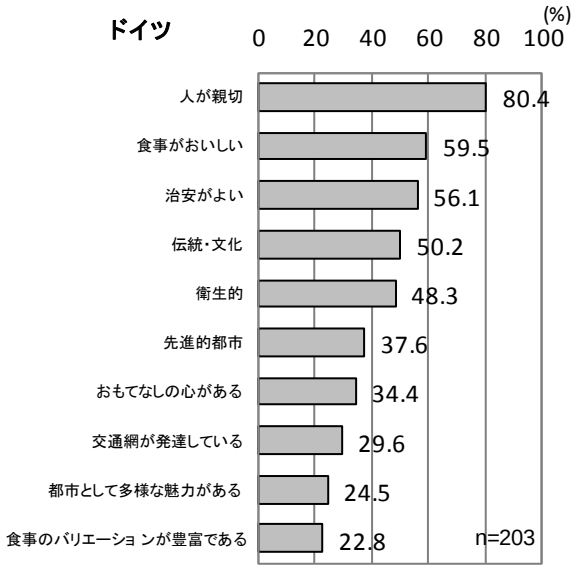

シンガポール
(%)
0 20 40 60 80 100
衛生的 67.8
人が親切 67.2
食事がおいしい 61.5
治安がよい 54.9
おもてなしの心がある 52.7
伝統・文化 32.4
魅力的な繁華街が多い 32.2
先進的都市 31.9
自然・景勝地・夜景 27.6
食事のバリエーション が豊富である 24.2
n=338

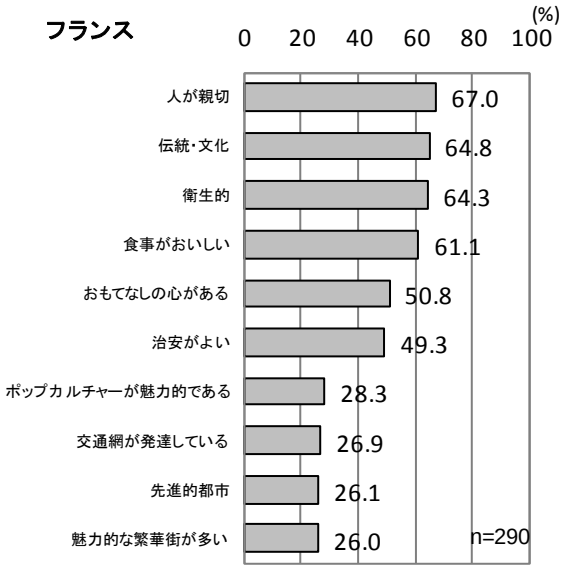

マレーシア
(%)
0 20 40 60 80 100
人が親切 75.3
衛生的 66.4
治安がよい 61.9
先進的都市 49.9
食事がおいしい 45.9
おもてなしの心がある 40.3
伝統・文化 38.7
魅力的な繁華街が多い 30.6
自然・景勝地・夜景 29.4
交通網が発達している 22.2
n=289

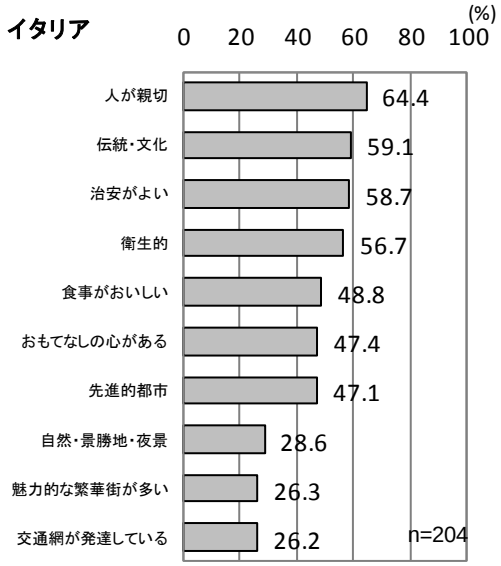

米国
(%)
0 20 40 60 80 100
人が親切 73.2
食事がおいしい 62.3
治安がよい 61.3
伝統・文化 53.7
おもてなしの心がある 53.3
衛生的 47.6
先進的都市 38.4
自然・景勝地・夜景 27.3
魅力的な繁華街が多い 23.6
都市として多様な魅力がある 22.4
n=1,336

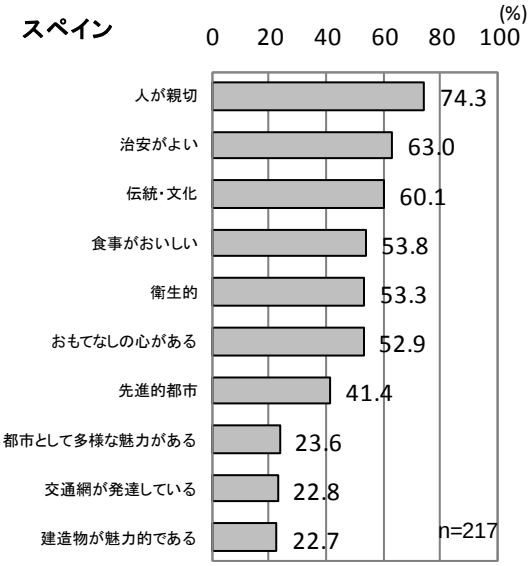

カナダ
(%)
0 20 40 60 80 100
人が親切 66.8
治安がよい 61.6
食事がおいしい 60.9
伝統・文化 52.3
おもてなしの心がある 50.5
衛生的 47.0
先進的都市 43.4
自然・景勝地・夜景 25.7
魅力的な繁華街が多い 24.8
都市として多様な魅力がある 21.7
n=258


英国
(%)
0 20 40 60 80 100
人が親切 72.0
治安がよい 66.5
伝統・文化 56.4
食事がおいしい 55.1
おもてなしの心がある 49.5
衛生的 45.3
先進的都市 33.1
都市として多様な魅力がある 25.5
自然・景勝地・夜景 25.2
食事のバリエーション が豊富である 19.6
n=312

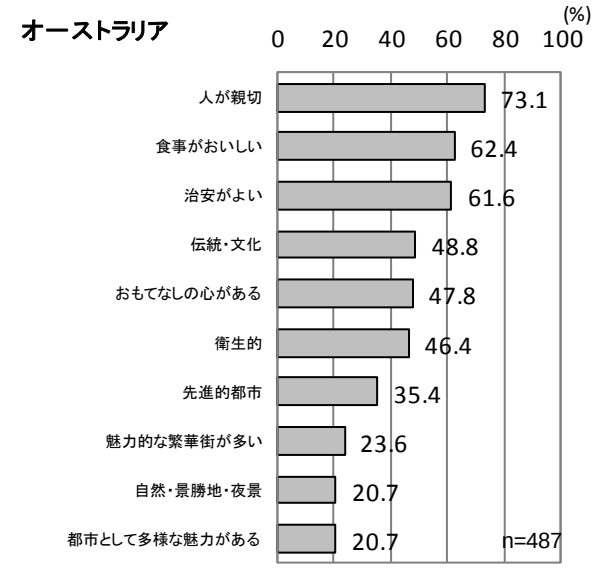

ドイツ
(%)
0 20 40 60 80 100
人が親切 80.4
食事がおいしい 59.5
治安がよい 56.1
伝統・文化 50.2
衛生的 48.3
先進的都市 37.6
おもてなしの心がある 34.4
交通網が発達している 29.6
都市として多様な魅力がある 24.5
食事のバリエーション が豊富である 22.8
n=203


フランス
(%)
0 20 40 60 80 100
人が親切 67.0
伝統・文化 64.8
衛生的 64.3
食事がおいしい 61.1
おもてなしの心がある 50.8
治安がよい 49.3
ポップカルチャーが魅力的である 28.3
交通網が発達している 26.9
先進的都市 26.1
魅力的な繁華街が多い 26.0
n=290

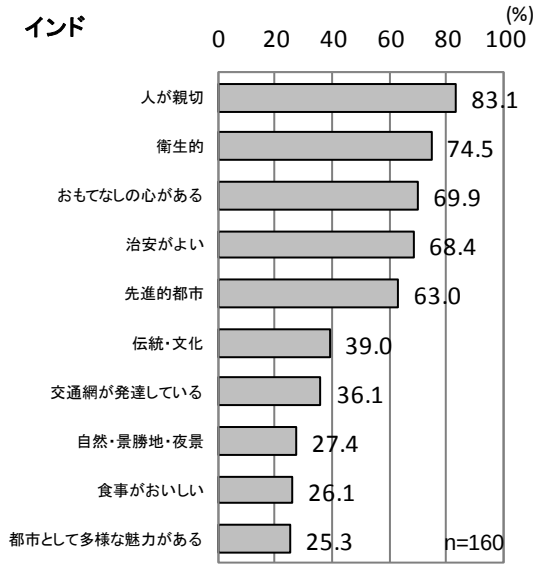

イタリア
(%)
0 20 40 60 80 100
人が親切 64.4
伝統・文化 59.1
治安がよい 58.7
衛生的 56.7
食事がおいしい 48.8
おもてなしの心がある 47.4
先進的都市 47.1
自然・景勝地・夜景 28.6
魅力的な繁華街が多い 26.3
交通網が発達している 26.2
n=204


スペイン
(%)
0 20 40 60 80 100
人が親切 74.3
治安がよい 63.0
伝統・文化 60.1
食事がおいしい 53.8
衛生的 53.3
おもてなしの心がある 52.9
先進的都市 41.4
都市として多様な魅力がある 23.6
交通網が発達している 22.8
建造物が魅力的である 22.7
n=217

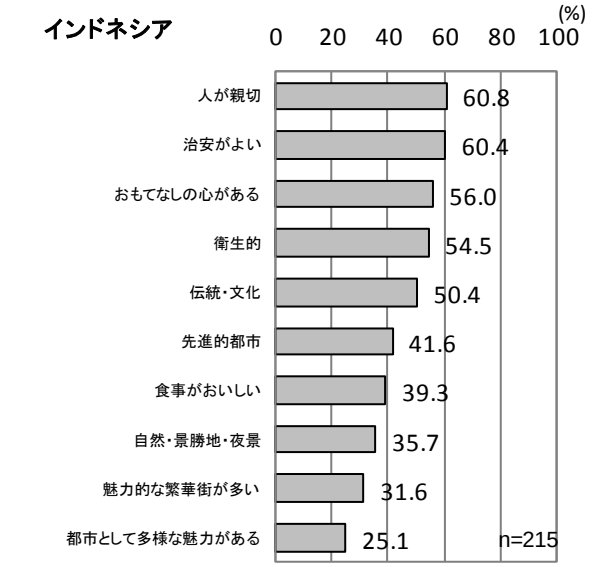
オーストラリア



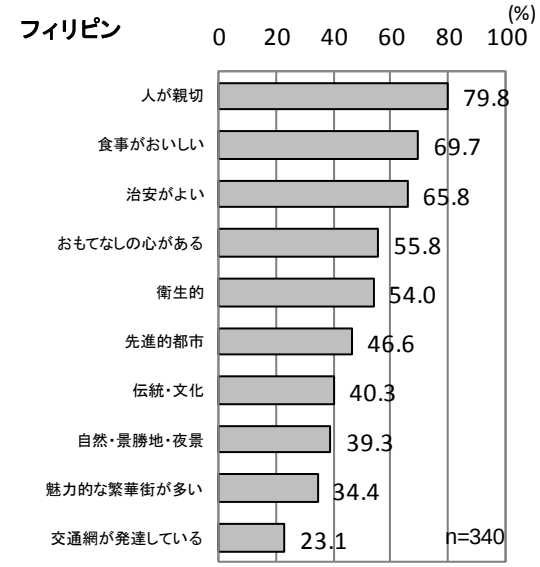
インド



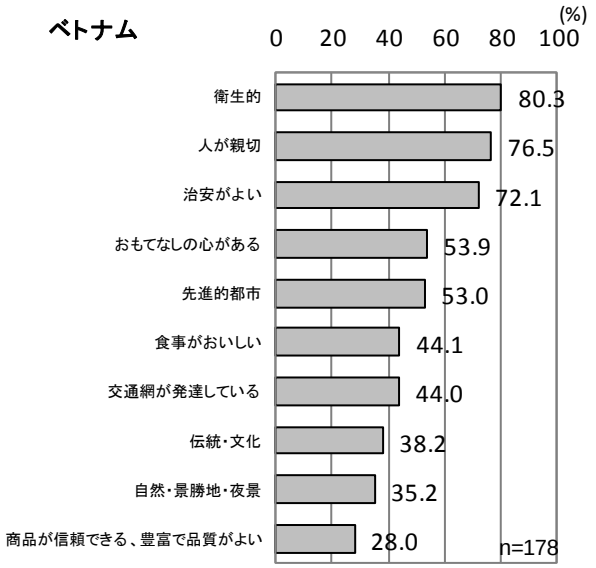
インドネシア



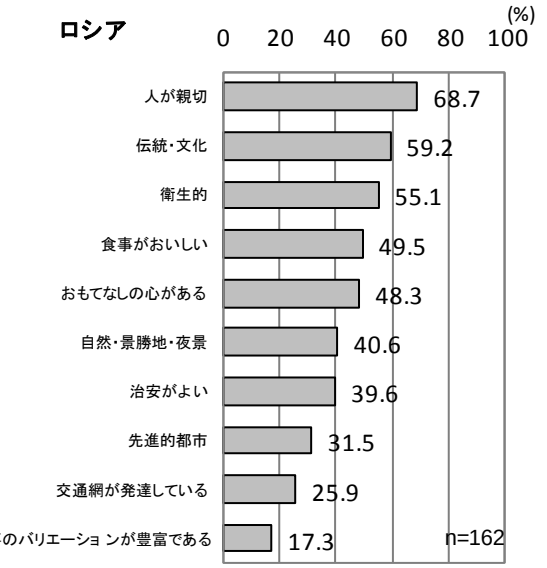
フィリピン

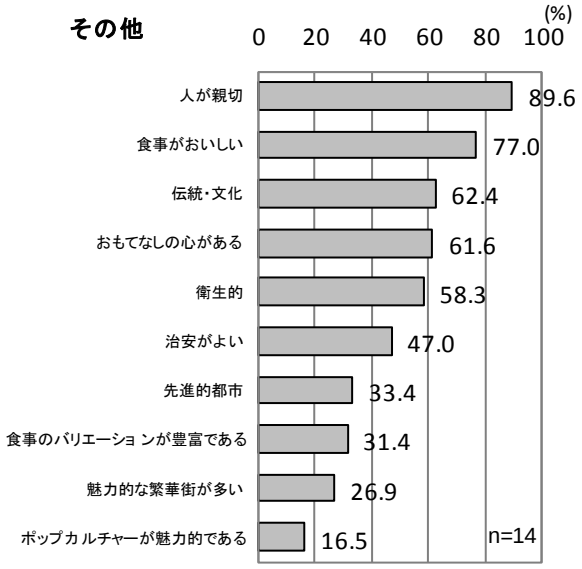


ベトナム



ロシア




その他
(%)
0
20
40
60
80
100
人が親切
89.6
食事がおいしい
77.0
伝統・文化
62.4
おもてなしの心がある
61.6
衛生的
58.3
治安がよい
47.0
先進的都市
33.4
食事のバリエーションが豊富である
31.4
魅力的な繁華街が多い
26.9
ポップカルチャーが魅力的である
16.5
n=14

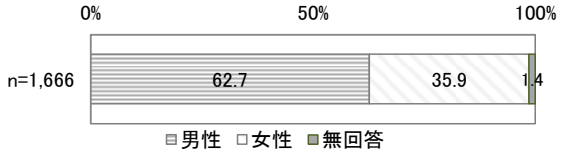
III.　訪都外国人旅行者の国籍・地域別動向

1．　韓国

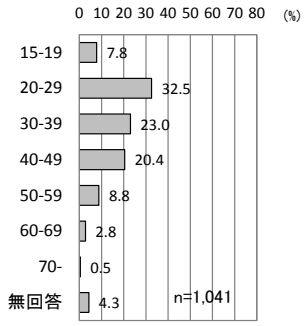
【行動特性の特徴】

- 男性、女性ともに 20 代の割合が最も高い。
- 旅行目的は観光・レジャーが 59.7%、ビジネスが 29.0%であった。
- 旅行形態は個別手配が 90.2%であった。
- 訪都回数は 2 回以上のリピーターが 55.5%であった。
- 宿泊数（全目的）は 3 泊が 28.7%、2 泊が 25.2%であった。
- 訪問先及び期待していた場所の 1 位は「新宿・大久保」、満足した場所の 1 位は「お台場・東京湾」。
- 今回行った活動は「日本食を楽しむ」、「日用雑貨、化粧品、食品、菓子類のショッピング」、「高層ビル、近代的な街並み・景観・建築物の探索」の順で高い。
- 満足度の「大変満足」は 23.4%、再訪意向の「必ず来たい」は 28.8%であった。
- 項目別満足度は、1 位が「おもてなし」の 78.8%、次いで「食事施設」が 74.5%であった。
- 旅行中消費支出は 74,771 円であり、宿泊費と飲食費を合わせて 55.2%を使っている。
- 東京の魅力は「人が親切」、「衛生的」、「治安がよい」の順で高い。

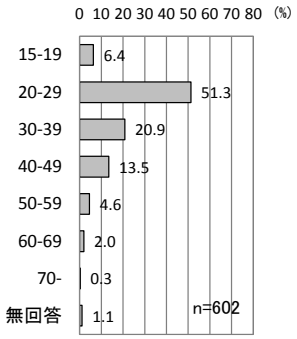
【性別・年齢】



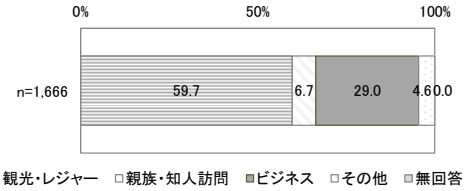
＜男性＞



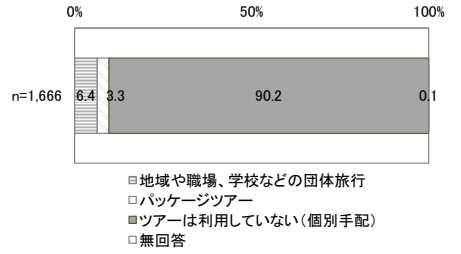
＜女性＞



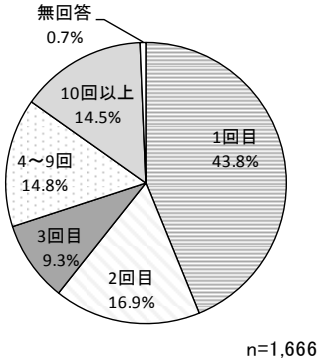
【旅行目的】



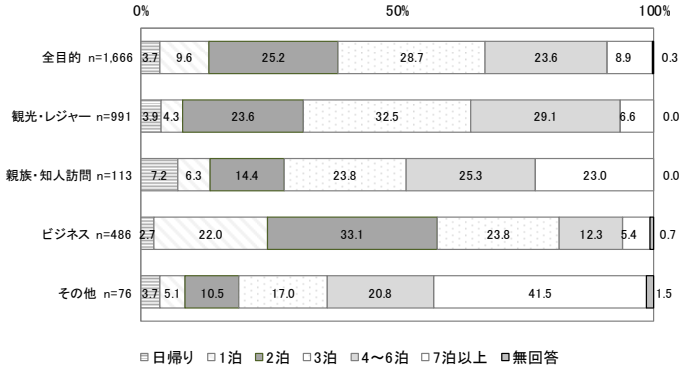
【旅行形態】



【今回の訪問を含む訪都回数】



【訪都における宿泊数】



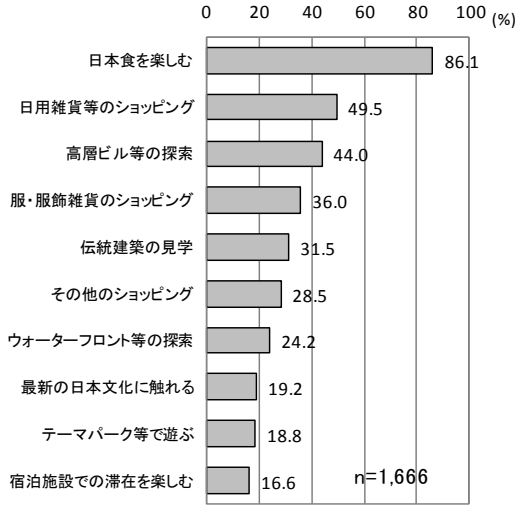
【訪問場所・期待していた場所・満足した場所】

今回の訪問先地域		（%）
1位	新宿・大久保	61.3
2位	渋谷	48.4
3位	お台場・東京湾	37.0
4位	原宿・表参道・青山	36.6
5位	浅草	35.8

一番期待していた場所		（%）
1位	新宿・大久保	15.2
2位	お台場・東京湾	14.3
3位	秋葉原	13.6
4位	原宿・表参道・青山	10.0
5位	渋谷	9.9

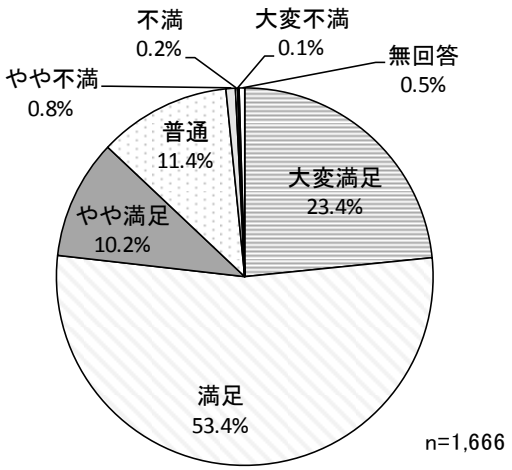
一番満足した場所		（%）
1位	お台場・東京湾	17.6
2位	新宿・大久保	13.9
3位	渋谷	9.7
4位	原宿・表参道・青山	9.5
5位	秋葉原	8.8

【今回行った活動】

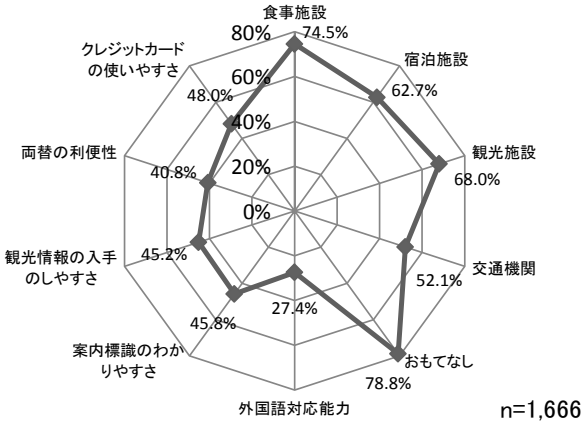


注）
日用雑貨等のショッピング：日用雑貨、化粧品、食品、菓子類のショッピング
高層ビル等の探索：高層ビル、近代的な街並み・景観・建築物の探索
ウォーターフロント等の探索：ウォーターフロント、夜景などの探索
テーマパーク等で遊ぶ：テーマパーク、レジャー施設で遊ぶ

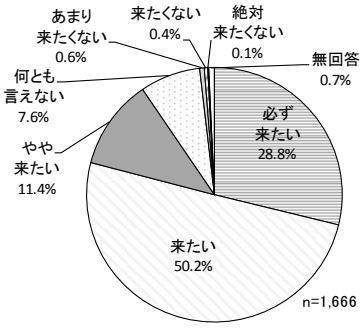
【訪都全体の満足度】



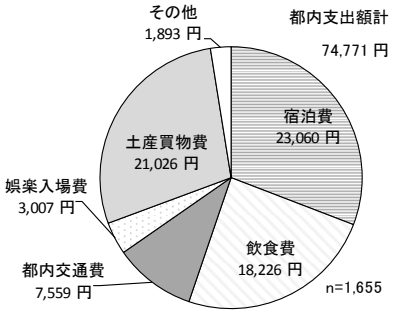
【項目別満足度】



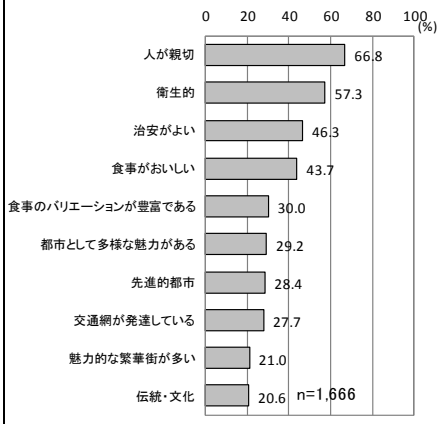
【再来訪意向】



【消費支出】



【東京の魅力】

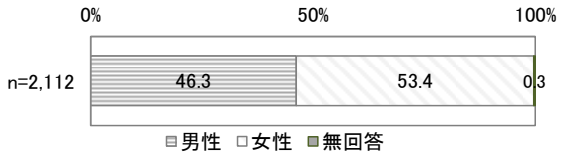


２．　台湾

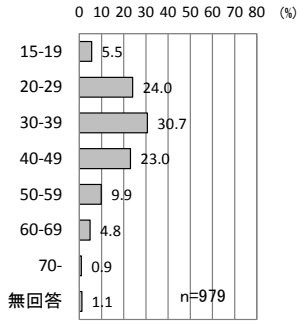
【行動特性の特徴】

- 男性は 30 代、女性は 20 代の割合が最も高い。
- 旅行目的は観光・レジャーが 81.8%であった。
- 旅行形態は個別手配が 70.1%、パッケージツアーは 19.9%であった。
- 訪都回数は 2 回以上のリピーターが 65.8%であった。
- 宿泊数（全目的）は 4～6 泊が 51.0%であった。
- 訪問先、期待していた場所、満足した場所の 1 位はいずれも「浅草」。
- 今回行った活動は「日本食を楽しむ」、「日用雑貨、化粧品、食品、菓子類のショッピング」、「高層ビル、近代的な街並み・景観・建築物の探索」の順で高い。
- 満足度の「大変満足」は 40.1%、再訪意向の「必ず来たい」は 58.6%であった。
- 項目別満足度は、1 位が「おもてなし」「観光施設」の 90.6%、次いで「食事施設」が 88.0%であった。
- 旅行中消費支出は 100,767 円であり、土産買物費に 46.0%を使っている。
- 東京の魅力は「衛生的」、「治安がよい」、「先進的都市」の順で高い。

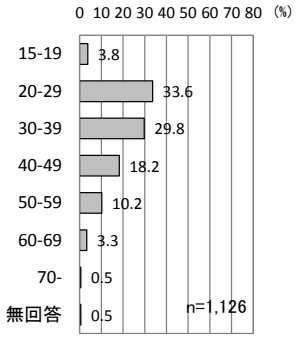
【性別・年齢】



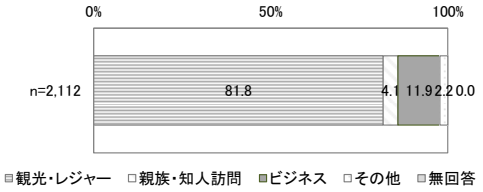
＜男性＞



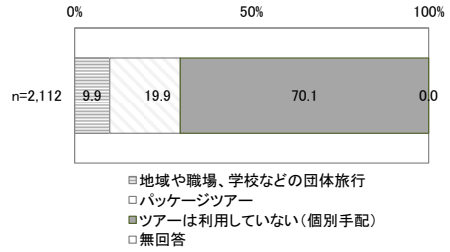
＜女性＞



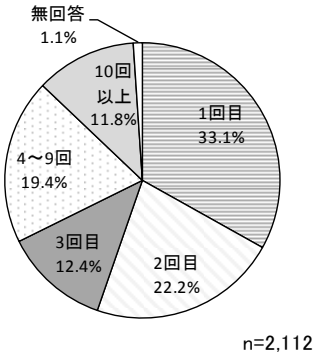
【旅行目的】



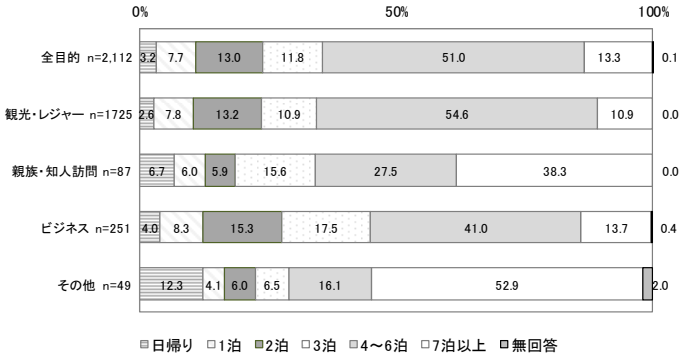
【旅行形態】



【今回の訪問を含む訪都回数】



【訪都における宿泊数】



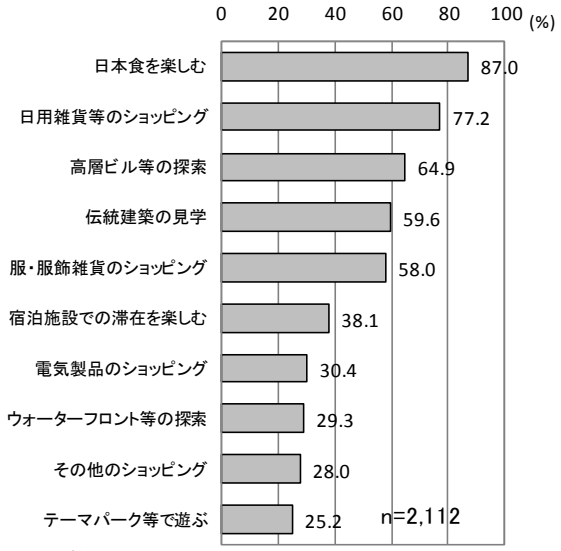
【訪問場所・期待していた場所・満足した場所】

今回の訪問先地域		（%）
1位	浅草	57.1
2位	上野	48.5
3位	新宿・大久保	48.2
4位	東京駅周辺・丸の内・日本橋	41.3
5位	原宿・表参道・青山	36.7

一番期待していた場所		（%）
1位	浅草	14.8
2位	お台場・東京湾	9.4
3位	原宿・表参道・青山	9.3
4位	新宿・大久保	9.1
5位	秋葉原	8.7

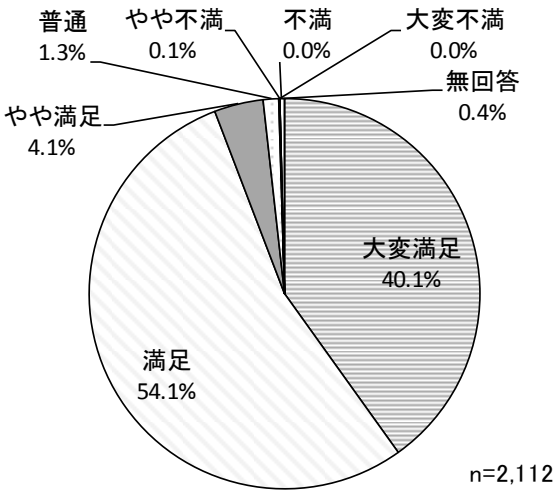
一番満足した場所		（%）
1位	浅草	15.0
2位	お台場・東京湾	11.6
3位	上野	9.6
4位	新宿・大久保	9.3
5位	原宿・表参道・青山	8.4

【今回行った活動】

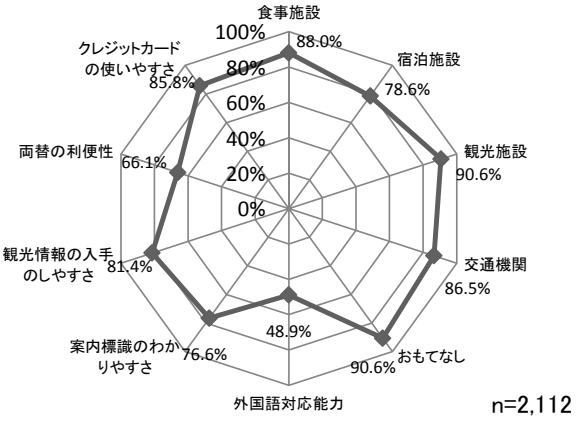


注）
日用雑貨等のショッピング：日用雑貨、化粧品、食品、菓子類のショッピング
高層ビル等の探索：高層ビル、近代的な街並み・景観・建築物の探索
ウォーターフロント等の探索：ウォーターフロント、夜景などの探索
テーマパーク等で遊ぶ：テーマパーク、レジャー施設で遊ぶ

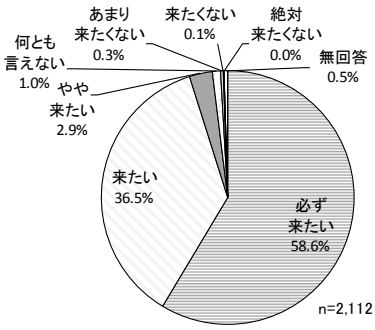
【訪都全体の満足度】



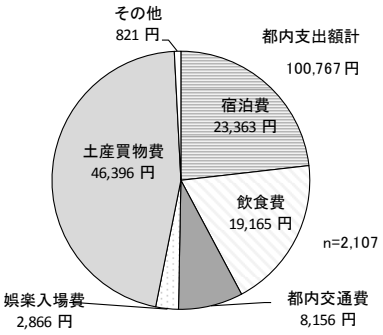
【項目別満足度】



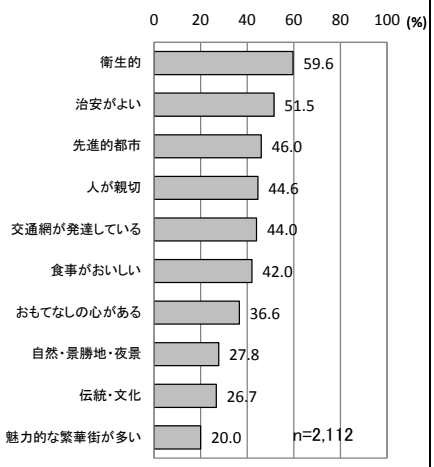
【再来訪意向】



【消費支出】



【東京の魅力】

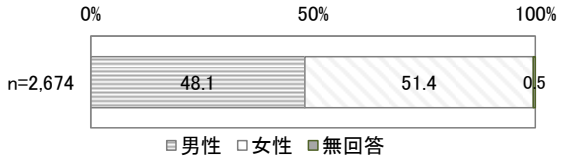


３．　中国

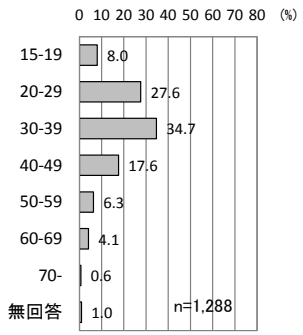
【行動特性の特徴】

- 男性は 30 代、女性は 20 代の割合が最も高い。
- 旅行目的は観光・レジャーが 72.6%であった。
- 旅行形態は個別手配が 58.5%、団体旅行 21.7%、パッケージツアーは 19.8%であった。
- 訪都回数は「1 回目」が 64.7%であった。
- 宿泊数（全目的）は 4～6 泊が 28.4%、2 泊が 24.3%であった。
- 訪問先、期待していた場所、満足した場所の 1 位はいずれも「銀座」。
- 今回行った活動は「日本食を楽しむ」、「日用雑貨、化粧品、食品、菓子類のショッピング」、「高層ビル、近代的な街並み・景観・建築物の探索」の順で高い。
- 満足度の「大変満足」は 37.7%、再訪意向の「必ず来たい」は 48.0%であった。
- 項目別満足度は、１位が「おもてなし」の 92.3%、２位が「観光施設」「クレジットカードの使いやすさ」の 88.2%であった。
- 旅行中消費支出は 203,816 円であり、土産買物費に 68.6%を使っている。
- 東京の魅力は「衛生的」、「治安がよい」、「人が親切」の順で高い。

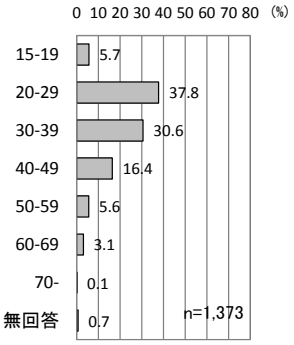
【性別・年齢】



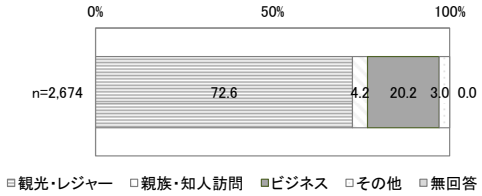
＜男性＞



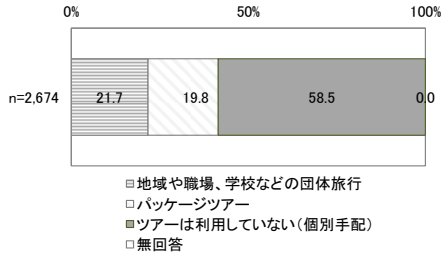
＜女性＞



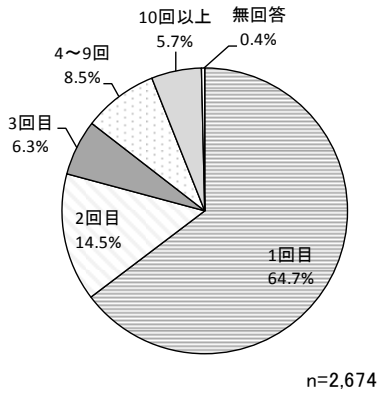
【旅行目的】



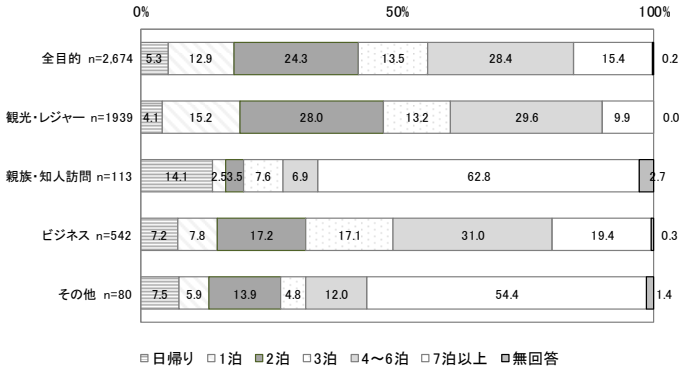
【旅行形態】



【今回の訪問を含む訪都回数】



【訪都における宿泊数】



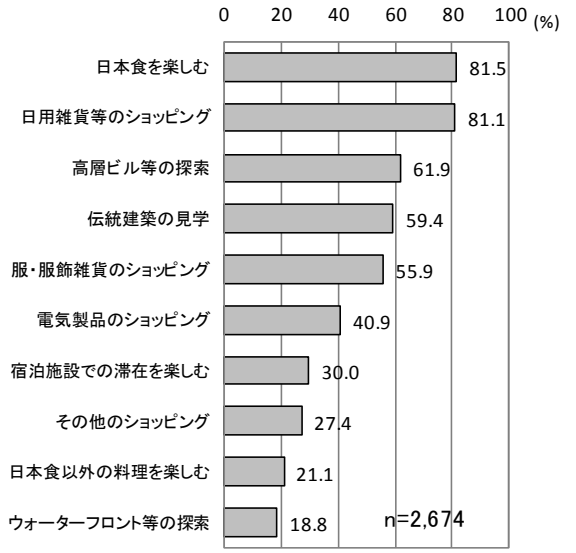
【訪問場所・期待していた場所・満足した場所】

今回の訪問先地域		（%）
1位	銀座	71.8
2位	浅草	56.6
3位	新宿・大久保	53.5
4位	秋葉原	53.3
5位	東京駅周辺・丸の内・日本橋	29.3

一番期待していた場所		（%）
1位	銀座	29.3
2位	秋葉原	18.3
3位	新宿・大久保	9.5
4位	浅草	9.2
5位	お台場・東京湾	4.6

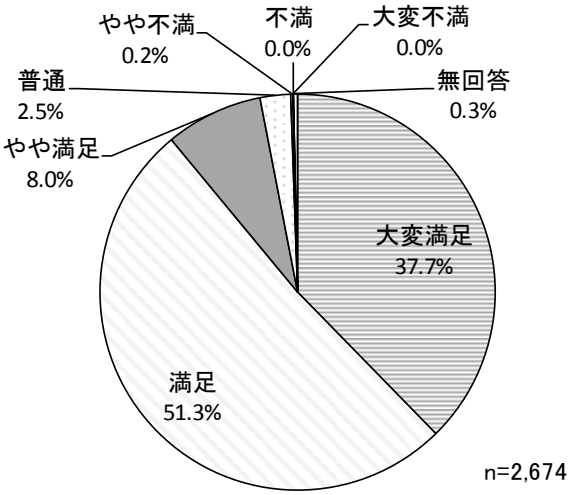
一番満足した場所		（%）
1位	銀座	25.2
2位	秋葉原	13.0
3位	浅草	11.8
4位	新宿・大久保	11.8
5位	お台場・東京湾	7.1

【今回行った活動】

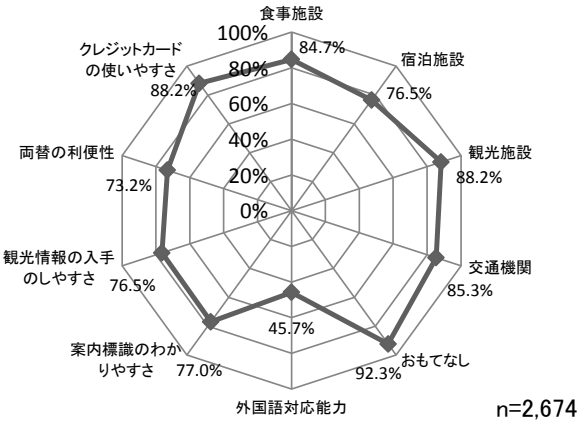


注）
日用雑貨等のショッピング：日用雑貨、化粧品、食品、菓子類のショッピング
高層ビル等の探索：高層ビル、近代的な街並み・景観・建築物の探索
ウォーターフロント等の探索：ウォーターフロント、夜景などの探索
テーマパーク等で遊ぶ：テーマパーク、レジャー施設で遊ぶ

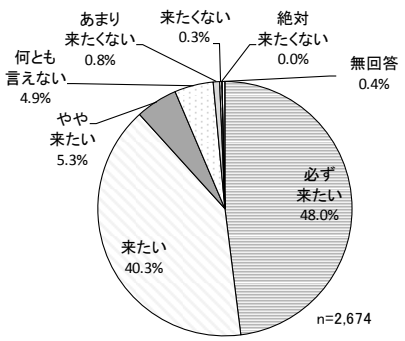
【訪都全体の満足度】



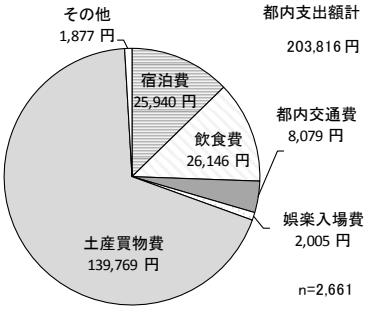
【項目別満足度】



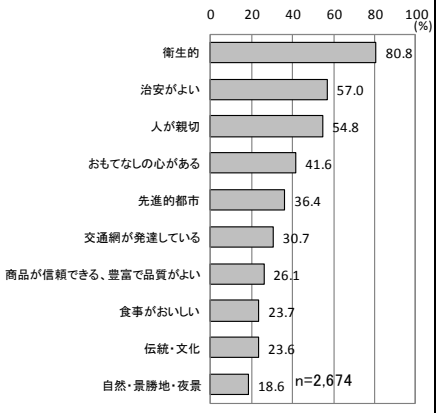
【再来訪意向】



【消費支出】



【東京の魅力】

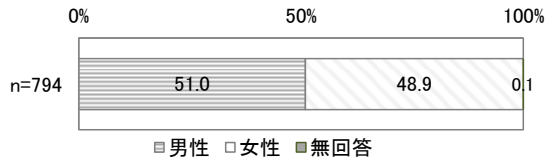


4．　香港

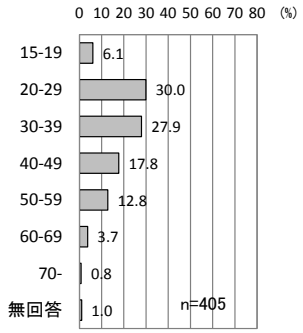
【行動特性の特徴】

- 男性、女性ともに 20 代の割合が最も高い。
- 旅行目的は観光・レジャーが 79.4%であった。
- 旅行形態は個別手配が 86.5%と高く、パッケージツアーは 9.6%であった。
- 訪都回数は 2 回以上のリピーターが 76.5%であった。
- 宿泊数（全目的）は 4～6 泊が 51.1%であった。
- 訪問先、期待していた場所、満足した場所の 1 位はいずれも「新宿・大久保」。
- 今回行った活動は「日本食を楽しむ」、「日用雑貨、化粧品、食品、菓子類のショッピング」、「服・服飾雑貨のショッピング」の順で高い。
- 満足度の「大変満足」は 38.3%、再訪意向の「必ず来たい」は 56.9%であった。
- 項目別満足度は、1 位が「食事施設」の 93.8%、次いで「おもてなし」が 89.8%であった。
- 旅行中消費支出は 137,465 円であり、土産買物費に 42.7%を使っている。
- 東京の魅力は「衛生的」、「人が親切」、「食事がおいしい」の順で高い。

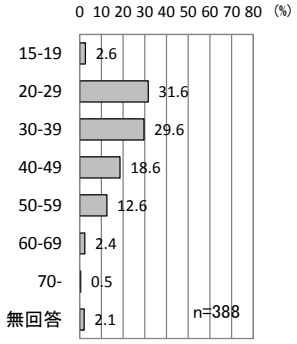
【性別・年齢】



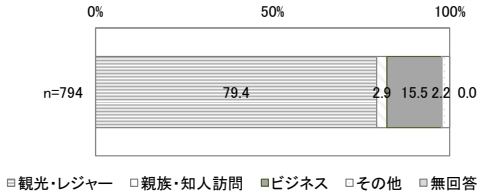
＜男性＞



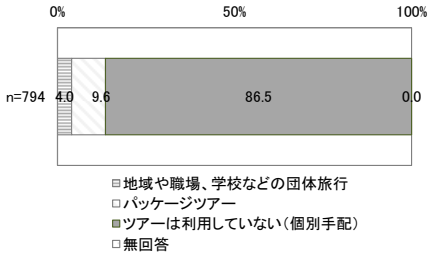
＜女性＞



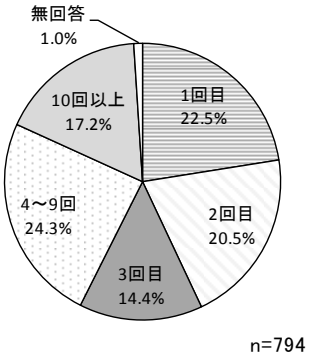
【旅行目的】



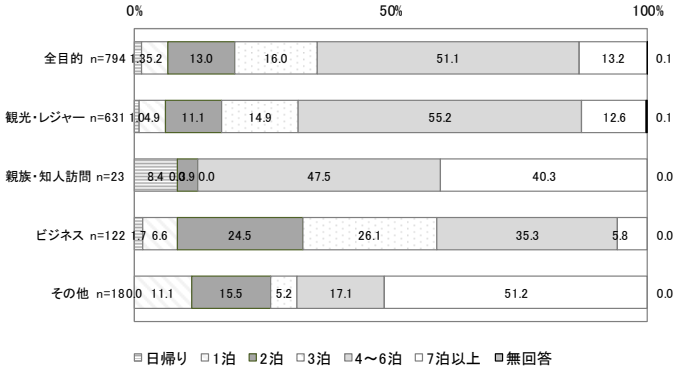
【旅行形態】



【今回の訪問を含む訪都回数】



【訪都における宿泊数】



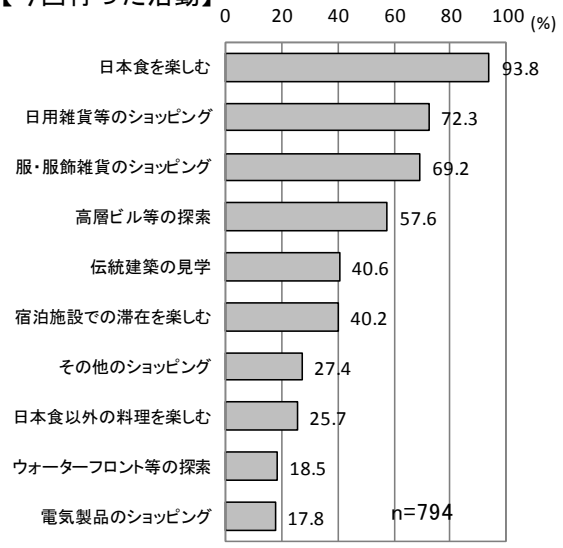
【訪問場所・期待していた場所・満足した場所】

今回の訪問先地域		（%）
1位	新宿・大久保	66.2
2位	銀座	43.4
3位	渋谷	43.0
4位	原宿・表参道・青山	40.2
5位	上野	38.2

一番期待していた場所		（%）
1位	新宿・大久保	14.1
2位	秋葉原	11.7
3位	原宿・表参道・青山	11.6
4位	銀座	9.6
5位	築地	8.9

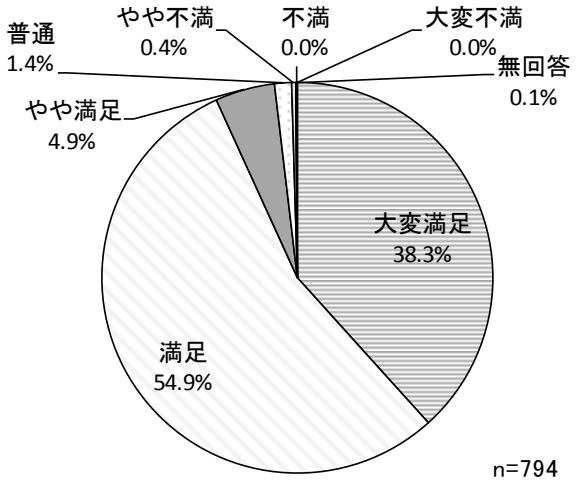
一番満足した場所		（%）
1位	新宿・大久保	16.4
2位	原宿・表参道・青山	10.9
3位	渋谷	9.2
4位	銀座	8.9
5位	築地	8.1

【今回行った活動】

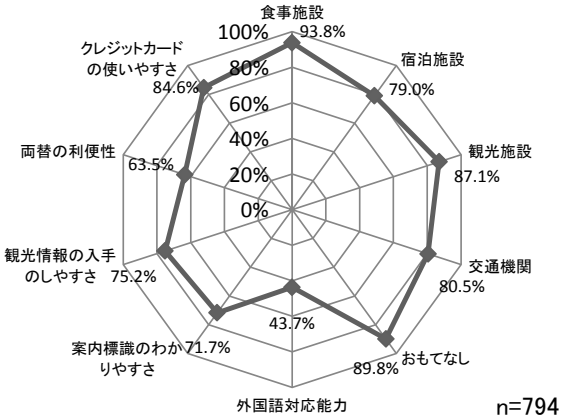


注）
日用雑貨等のショッピング：日用雑貨、化粧品、食品、菓子類のショッピング
高層ビル等の探索：高層ビル、近代的な街並み・景観・建築物の探索
ウォーターフロント等の探索：ウォーターフロント、夜景などの探索
テーマパーク等で遊ぶ：テーマパーク、レジャー施設で遊ぶ

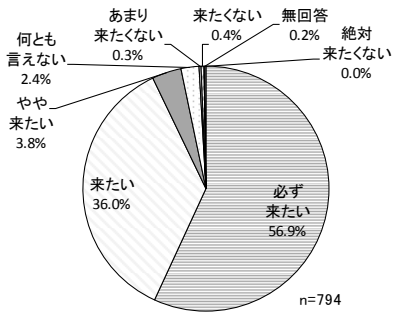
【訪都全体の満足度】



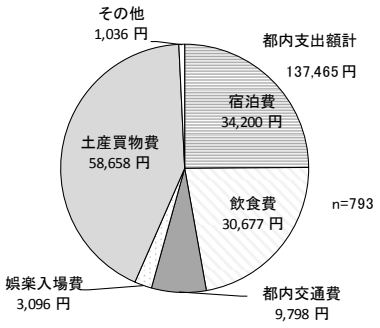
【項目別満足度】



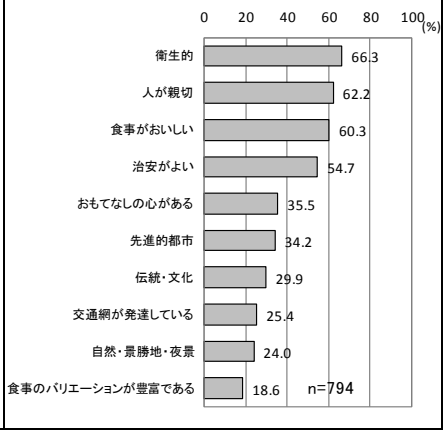
【再来訪意向】



【消費支出】



【東京の魅力】

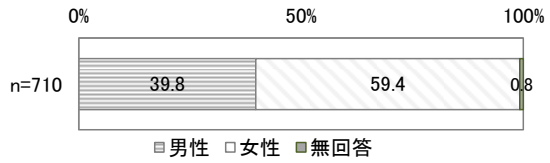


５．　タイ

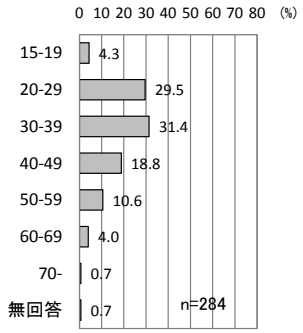
【行動特性の特徴】

- 男性は 30 代、女性は 20 代の割合が最も高い。
- 旅行目的は観光・レジャーが 79.1％であった。
- 旅行形態は個別手配が 71.0％、パッケージツアーが 19.5％であった。
- 訪都回数は 2 回以上のリピーターが 51.5％であった。
- 宿泊数（全目的）は 4～6 泊が 30.4％であった。
- 訪問先の 1 位は「新宿・大久保」、期待した場所及び満足した場所の 1 位は「渋谷」。
- 今回行った活動は「日本食を楽しむ」、「日用雑貨、化粧品、食品、菓子類のショッピング」、「服・服飾雑貨のショッピング」の順で高い。
- 満足度の「大変満足」は 57.4％、再訪意向の「必ず来たい」は 58.8％であった。
- 項目別満足度は、１位が「食事施設」の 87.9％、次いで「おもてなし」が 85.6％であった。
- 旅行中消費支出は 90,351 円であり、土産買物費に 43.1％を使っている。
- 東京の魅力は「治安がよい」、「人が親切」、「先進的都市」の順で高い。

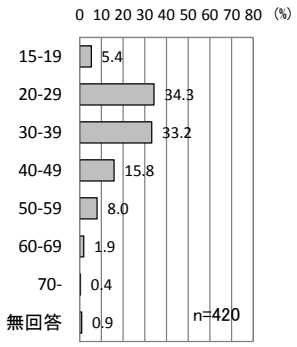
【性別・年齢】



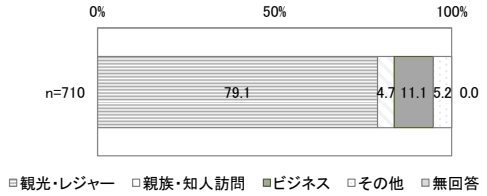
＜男性＞



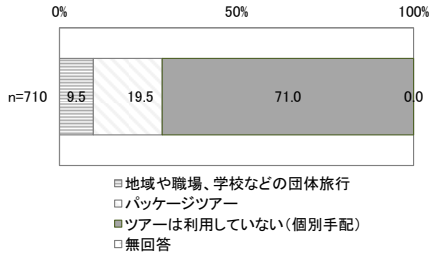
＜女性＞



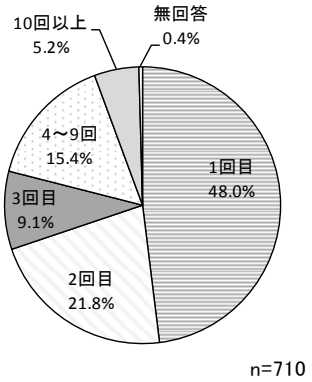
【旅行目的】



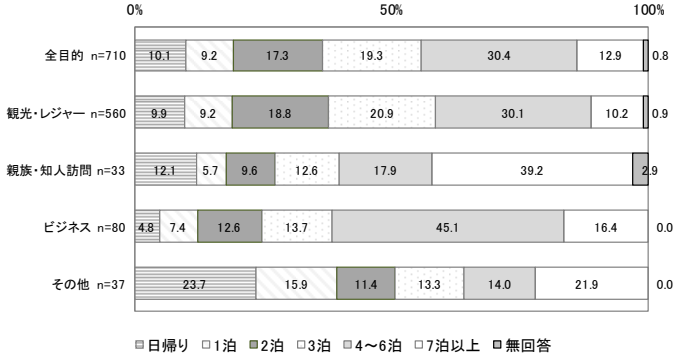
【旅行形態】



【今回の訪問を含む訪都回数】



【訪都における宿泊数】



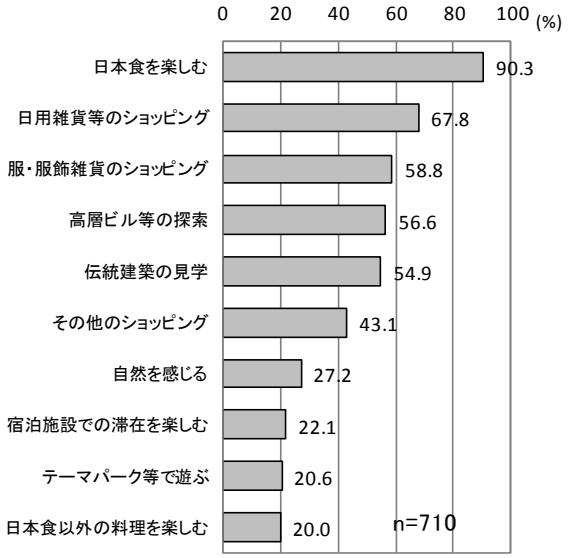
【訪問場所・期待していた場所・満足した場所】

今回の訪問先地域		（%）
1位	新宿・大久保	66.9
2位	渋谷	61.8
3位	上野	52.8
4位	浅草	49.2
5位	原宿・表参道・青山	41.8

一番期待していた場所		（%）
1位	渋谷	17.5
2位	新宿・大久保	15.7
3位	原宿・表参道・青山	10.3
4位	浅草	10.0
5位	秋葉原	8.3

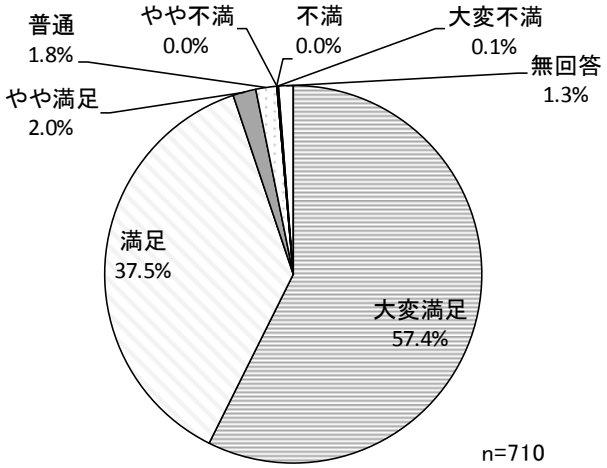
一番満足した場所		（%）
1位	渋谷	17.2
2位	浅草	13.9
3位	新宿・大久保	13.7
4位	上野	10.4
5位	原宿・表参道・青山	9.2

【今回行った活動】

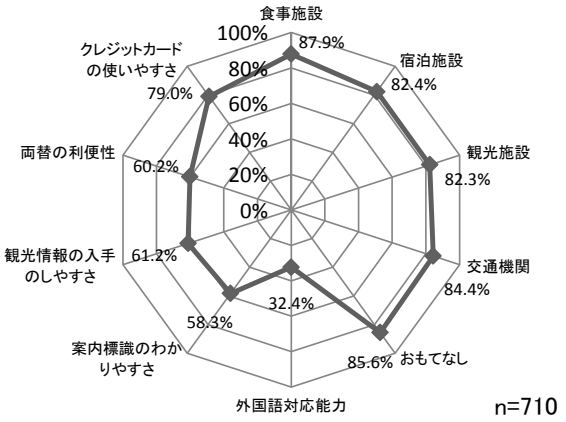


注）
日用雑貨等のショッピング：日用雑貨、化粧品、食品、菓子類のショッピング
高層ビル等の探索：高層ビル、近代的な街並み・景観・建築物の探索
ウォーターフロント等の探索：ウォーターフロント、夜景などの探索
テーマパーク等で遊ぶ：テーマパーク、レジャー施設で遊ぶ

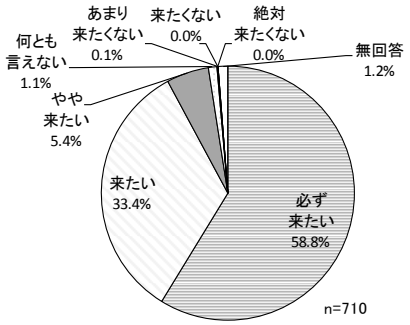
【訪都全体の満足度】



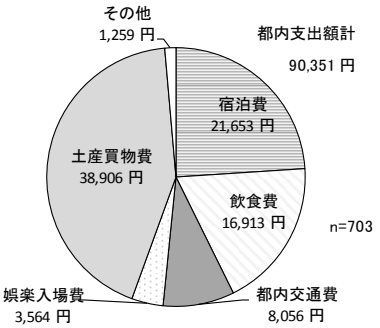
【項目別満足度】



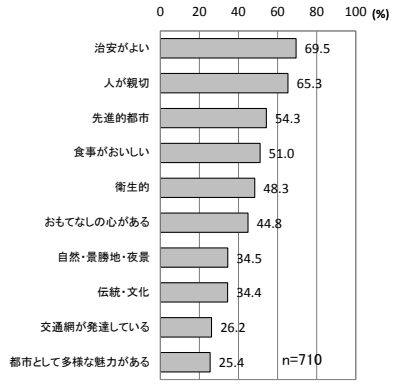
【再来訪意向】



【消費支出】



【東京の魅力】

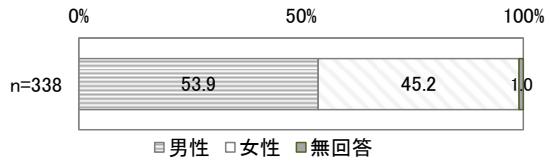


６．　シンガポール

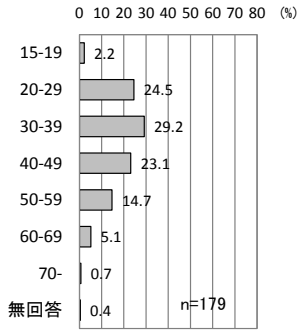
【行動特性の特徴】

- 男性は 30 代、女性は 20 代の割合が最も高い。
- 旅行目的は観光・レジャーが 68.2%であった。
- 旅行形態は個別手配が 85.6%を占める。
- 訪都回数は 2 回以上のリピーターが 69.8%であった。
- 宿泊数（全目的）は 4～6 泊が 42.4%であった。
- 訪問先及び一番満足した場所の 1 位は「新宿・大久保」、期待していた場所の 1 位は「銀座」。
- 今回行った活動は「日本食を楽しむ」、「日用雑貨、化粧品、食品、菓子類のショッピング」、「服・服飾雑貨のショッピング」の順で高い。
- 満足度の「大変満足」は 53.3%、再訪意向の「必ず来たい」は 56.0%であった。
- 項目別満足度は、１位が「食事施設」の 93.3%、次いで「おもてなし」が 92.8%であった。
- 旅行中消費支出は 164,758 円であり、宿泊費と飲食費を合わせて 46.3%を使っている。
- 東京の魅力は「衛生的」、「人が親切」、「食事がおいしい」の順で高い。

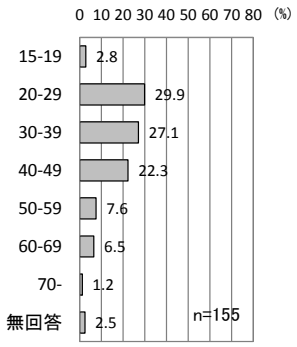
【性別・年齢】



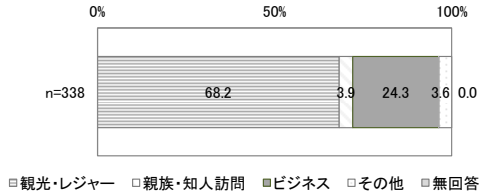
＜男性＞



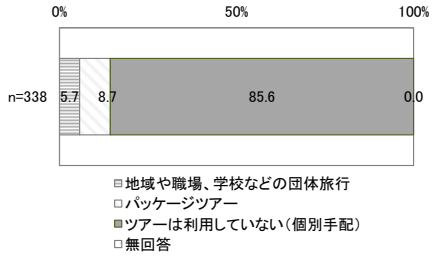
＜女性＞



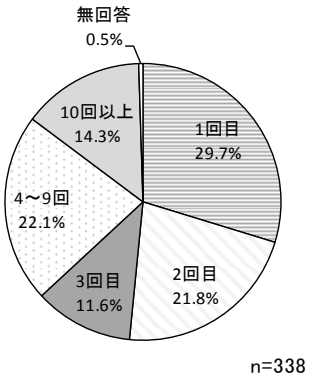
【旅行目的】



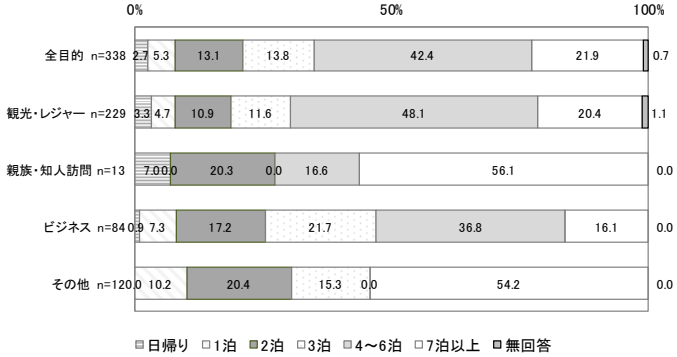
【旅行形態】



【今回の訪問を含む訪都回数】



【訪都における宿泊数】



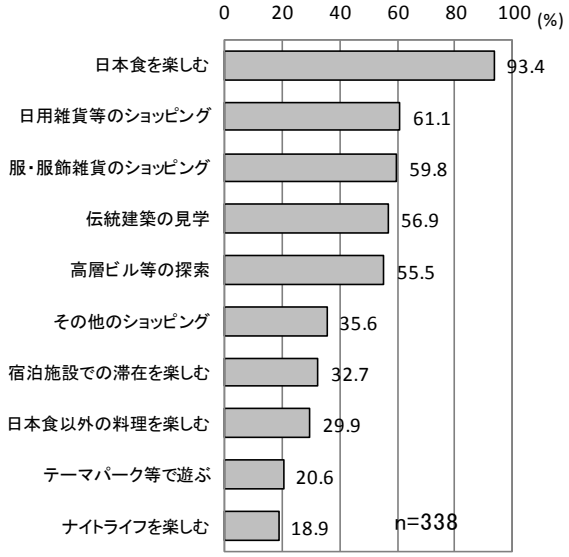
【訪問場所・期待していた場所・満足した場所】

今回の訪問先地域		（%）
1位	新宿・大久保	62.7
2位	渋谷	53.3
3位	銀座	49.8
4位	東京駅周辺・丸の内・日本橋	48.0
5位	浅草	41.1

一番期待していた場所		（%）
1位	銀座	10.9
2位	渋谷	10.5
3位	新宿・大久保	10.4
4位	上野	10.2
5位	浅草	8.7

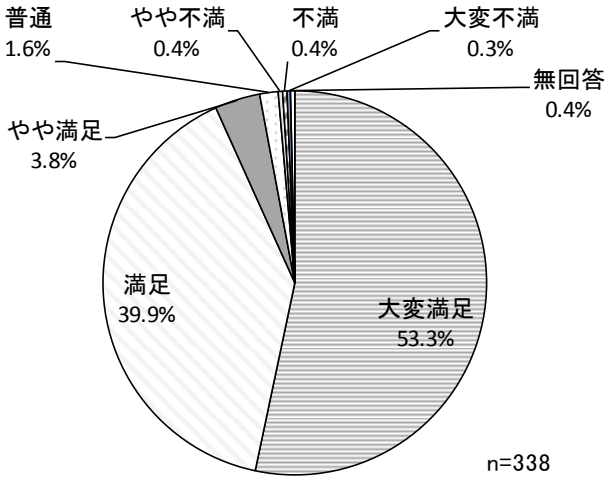
一番満足した場所		（%）
1位	新宿・大久保	14.4
2位	渋谷	10.2
3位	浅草	10.2
4位	原宿・表参道・青山	8.2
5位	銀座	8.0

【今回行った活動】

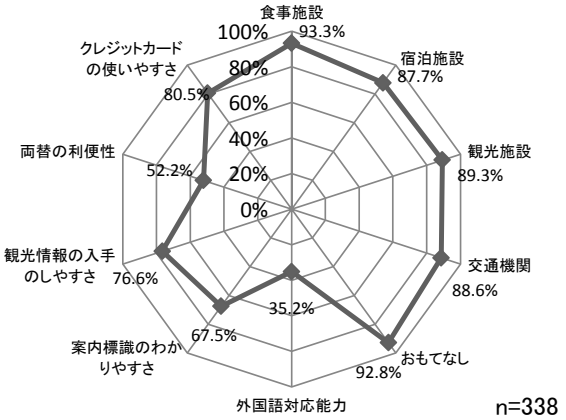


注）
日用雑貨等のショッピング：日用雑貨、化粧品、食品、菓子類のショッピング
高層ビル等の探索：高層ビル、近代的な街並み・景観・建築物の探索
ウォーターフロント等の探索：ウォーターフロント、夜景などの探索
テーマパーク等で遊ぶ：テーマパーク、レジャー施設で遊ぶ

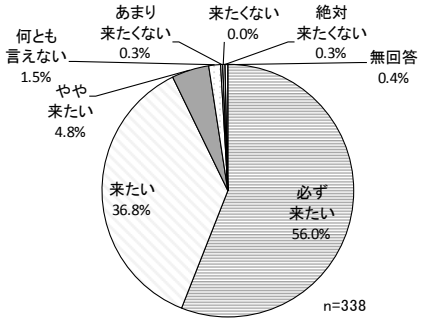
【訪都全体の満足度】



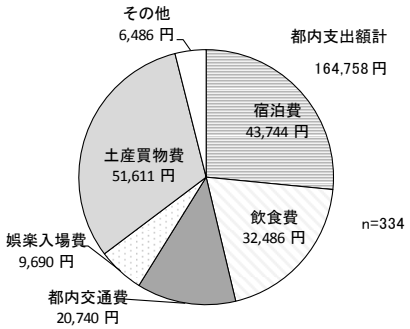
【項目別満足度】



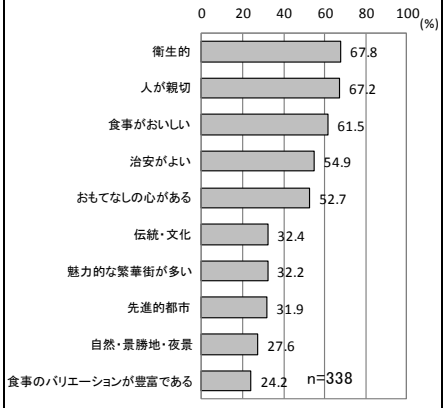
【再来訪意向】



【消費支出】



【東京の魅力】

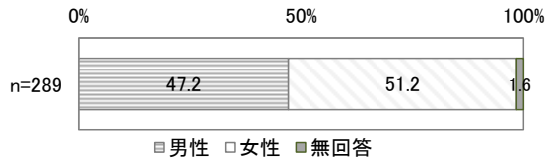


7．　マレーシア

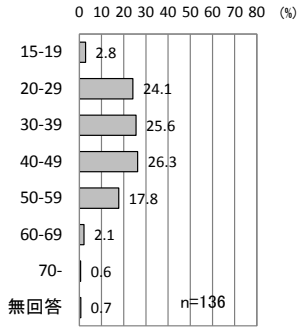
【行動特性の特徴】

- 男性は 40 代、女性は 30 代の割合が最も高い。
- 旅行目的は観光・レジャーが 72.8%であった。
- 旅行形態は個別手配が 71.5%を占める。
- 訪都回数は「1 回目」が 57.1%であった。
- 宿泊数（全目的）は 4～6 泊が 35.6%であった。
- 訪問先及び、期待していた場所の 1 位は「新宿・大久保」、満足した場所の 1 位は「浅草」。
- 今回行った活動は「日本食を楽しむ」、「高層ビル、近代的な街並み・景観・建築物の探索」、「伝統建築の見学」の順で高い。
- 満足度の「大変満足」は 50.1%、再訪意向の「必ず来たい」は 49.4%であった。
- 項目別満足度は「おもてなし」「観光施設」「交通機関」が 9 割を超えている。
- 旅行中消費支出は 83,056 円であり、宿泊費と飲食費を合わせて 47.7%を使っている。
- 東京の魅力は「人が親切」、「衛生的」、「治安がよい」の順で高い。

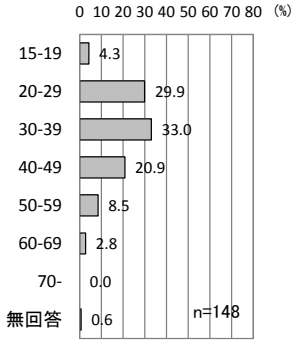
【性別・年齢】



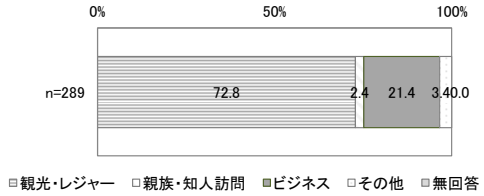
＜男性＞



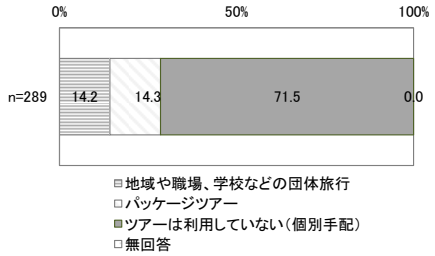
＜女性＞



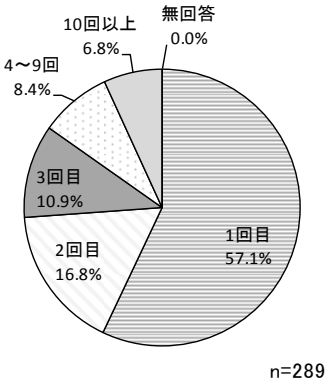
【旅行目的】



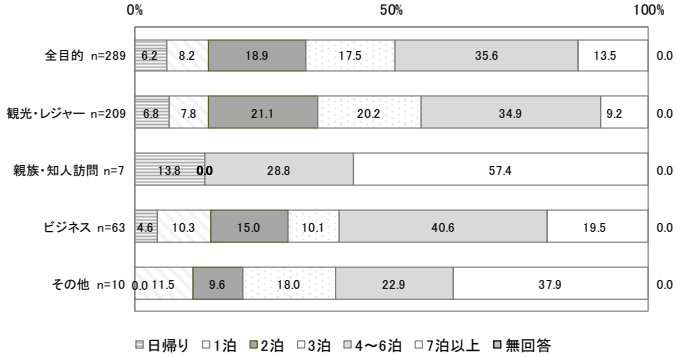
【旅行形態】



【今回の訪問を含む訪都回数】



【訪都における宿泊数】



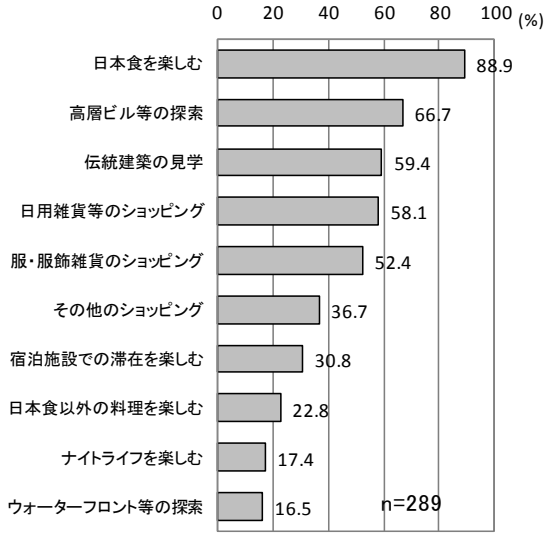
【訪問場所・期待していた場所・満足した場所】

今回の訪問先地域		（%）
1位	新宿・大久保	65.4
2位	浅草	53.5
3位	銀座	53.3
4位	渋谷	53.3
5位	東京駅周辺・丸の内・日本橋	42.2

一番期待していた場所		（%）
1位	新宿・大久保	17.7
2位	浅草	12.5
3位	銀座	12.4
4位	渋谷	12.0
5位	秋葉原	11.2

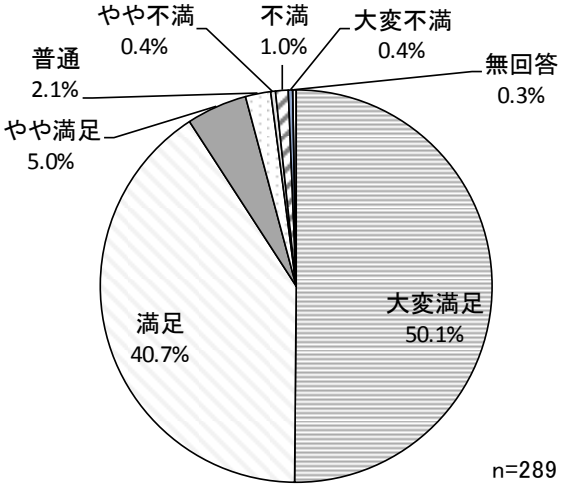
一番満足した場所		（%）
1位	浅草	18.0
2位	新宿・大久保	16.9
3位	銀座	12.3
4位	秋葉原	11.2
5位	渋谷	9.3

【今回行った活動】

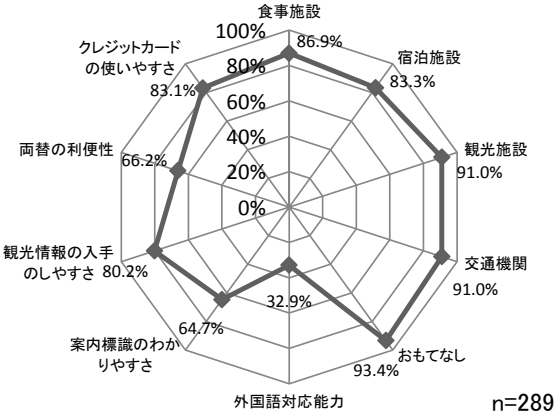


注）
日用雑貨等のショッピング：日用雑貨、化粧品、食品、菓子類のショッピング
高層ビル等の探索：高層ビル、近代的な街並み・景観・建築物の探索
ウォーターフロント等の探索：ウォーターフロント、夜景などの探索
テーマパーク等で遊ぶ：テーマパーク、レジャー施設で遊ぶ

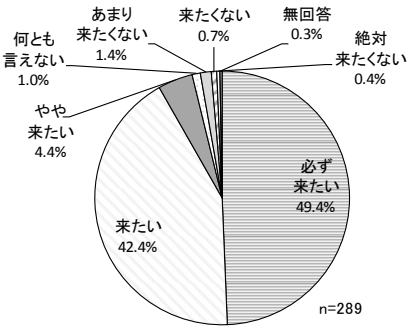
【訪都全体の満足度】



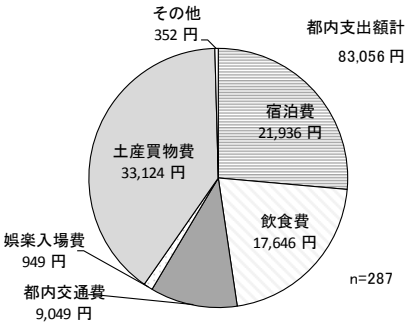
【項目別満足度】



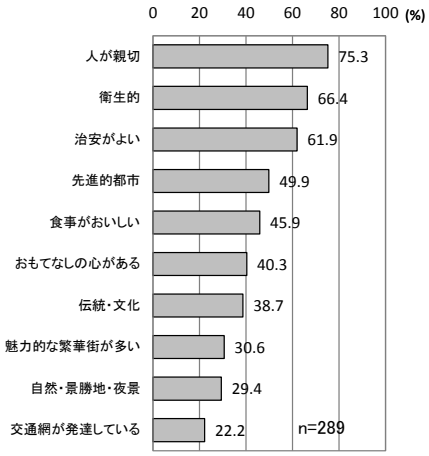
【再来訪意向】



【消費支出】



【東京の魅力】

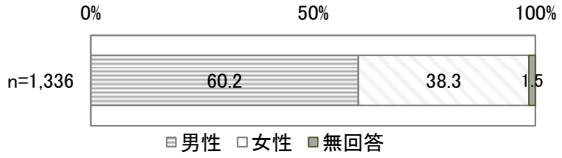


８．　米国

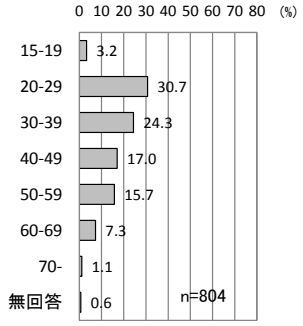
【行動特性の特徴】

- 男性、女性ともに 20 代の割合が最も高い。
- 旅行目的は観光・レジャーが 62.7%であった。
- 旅行形態は個別手配が 90.6%を占める。
- 訪都回数は「1 回目」が 62.8%であった。
- 宿泊数（全目的）は 4～6 泊が 37.3%、7 泊以上が 26.2%であった。
- 訪問先、及び期待していた場所の 1 位は「渋谷」、満足した場所の 1 位は「新宿・大久保」。
- 今回行った活動は「日本食を楽しむ」、「高層ビル、近代的な街並み・景観・建築物の探索」、「伝統建築の見学」の順で高い。
- 満足度の「大変満足」は 76.7%、再訪意向の「必ず来たい」は 62.3%と総じて高い。
- 項目別満足度は「食事施設」「宿泊施設」「観光施設」「交通機関」「おもてなし」が 9 割を超えている。
- 旅行中消費支出は 130,885 円であり、宿泊費に 43.9%を使っている。
- 東京の魅力は「人が親切」、「食事がおいしい」、「治安がよい」の順で高い。

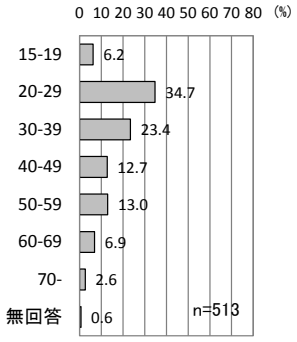
【性別・年齢】



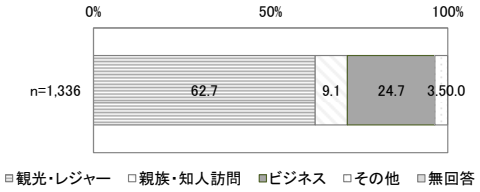
＜男性＞



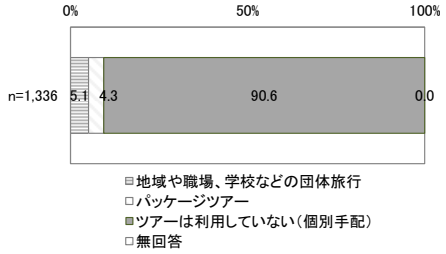
＜女性＞



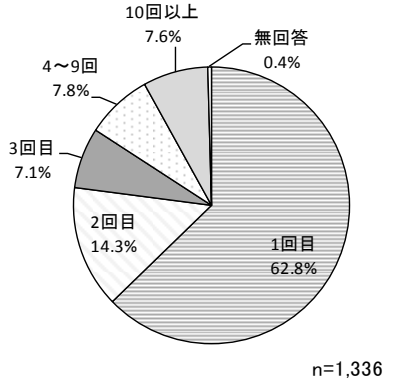
【旅行目的】



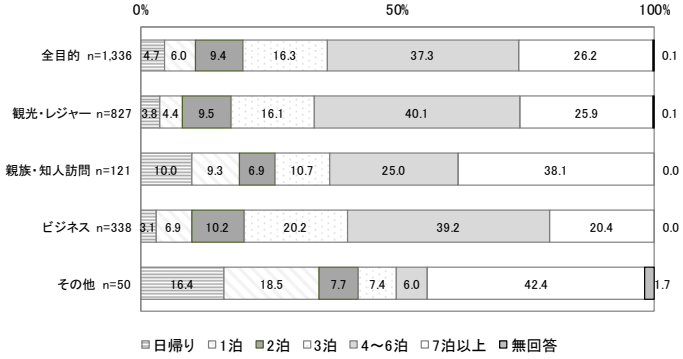
【旅行形態】



【今回の訪問を含む訪都回数】



【訪都における宿泊数】



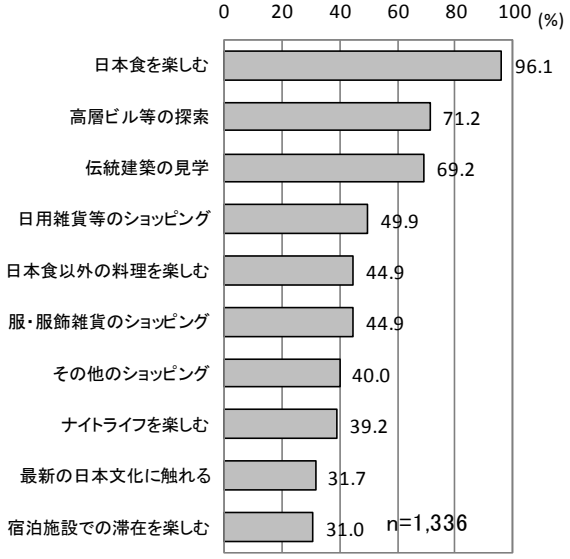
【訪問場所・期待していた場所・満足した場所】

今回の訪問先地域		（%）
1位	渋谷	61.3
2位	新宿・大久保	56.7
3位	東京駅周辺・丸の内・日本橋	51.7
4位	銀座	47.1
5位	浅草	42.4

一番期待していた場所		（%）
1位	渋谷	15.3
2位	秋葉原	14.5
3位	新宿・大久保	10.9
4位	浅草	9.2
5位	原宿・表参道・青山	8.7

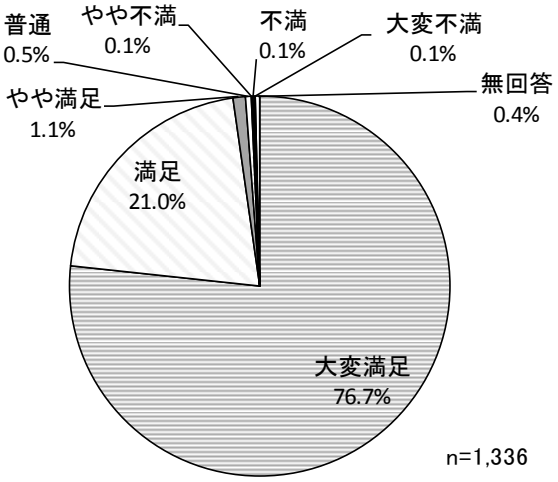
一番満足した場所		（%）
1位	新宿・大久保	13.4
2位	渋谷	13.1
3位	秋葉原	10.4
4位	浅草	9.3
5位	銀座	8.8

【今回行った活動】

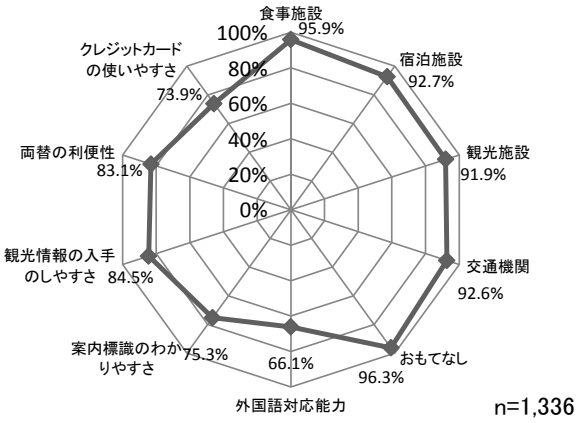


注）
日用雑貨等のショッピング：日用雑貨、化粧品、食品、菓子類のショッピング
高層ビル等の探索：高層ビル、近代的な街並み・景観・建築物の探索
ウォーターフロント等の探索：ウォーターフロント、夜景などの探索
テーマパーク等で遊ぶ：テーマパーク、レジャー施設で遊ぶ

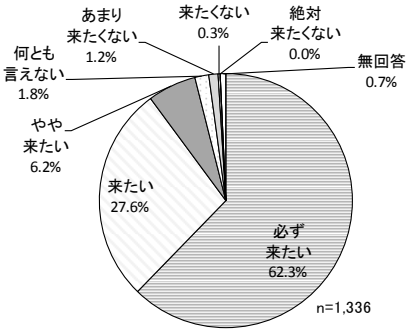
【訪都全体の満足度】



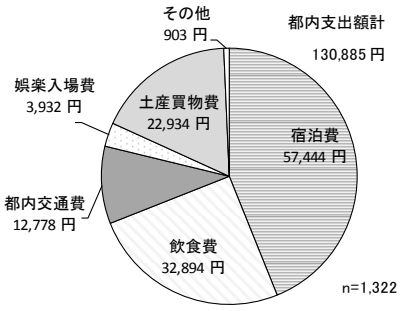
【項目別満足度】



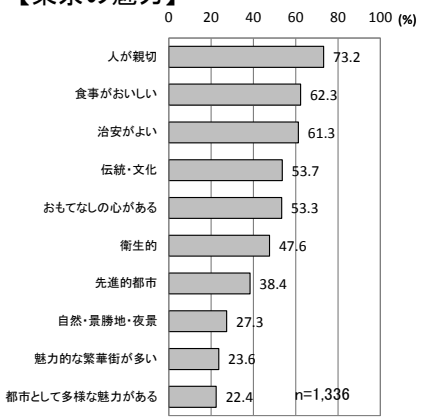
【再来訪意向】



【消費支出】



【東京の魅力】

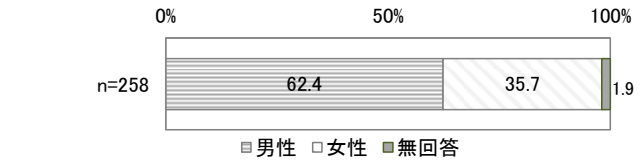


９．　カナダ

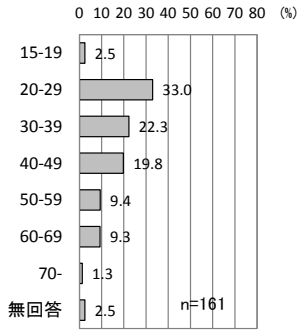
【行動特性の特徴】

- 男性、女性ともに 20 代の割合が最も高い。
- 旅行目的は観光・レジャーが 72.5%であった。
- 旅行形態は個別手配が 90.6%を占める。
- 訪都回数は「1 回目」が 64.4%であった。
- 宿泊数（全目的）は 4～6 泊が 41.5%、7 泊以上が 27.1%であった。
- 訪問先及び期待していた場所の 1 位は「渋谷」、満足した場所の 1 位は「新宿・大久保」。
- 今回行った活動は「日本食を楽しむ」、「高層ビル、近代的な街並み・景観・建築物の探索」、「伝統建築の見学」の順で高い。
- 満足度の「大変満足」は 70.1%、再訪意向の「必ず来たい」は 62.0%と総じて高い。
- 項目別満足度は、1 位が「おもてなし」の 94.8%、次いで「食事施設」が 93.8%であった。
- 旅行中消費支出は 104,771 円であり、宿泊費に 41.7%を使っている。
- 東京の魅力は「人が親切」、「治安がよい」、「食事がおいしい」の順で高い。

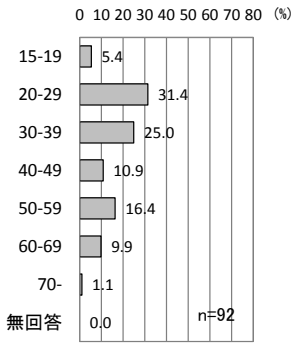
【性別・年齢】



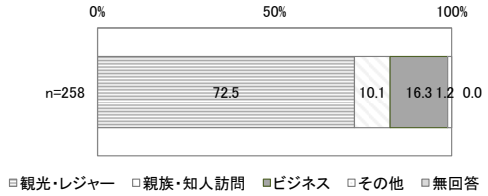
＜男性＞



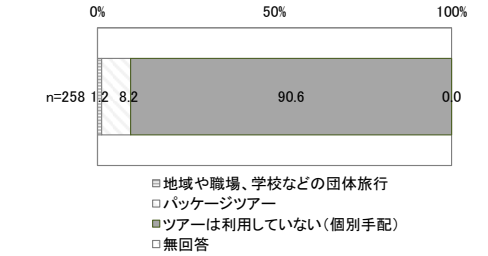
＜女性＞



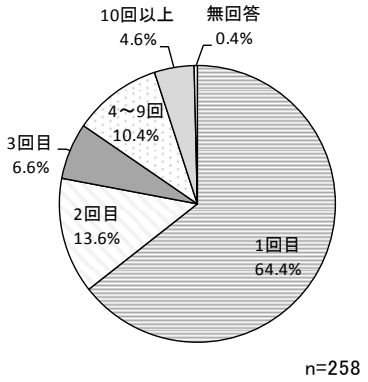
【旅行目的】



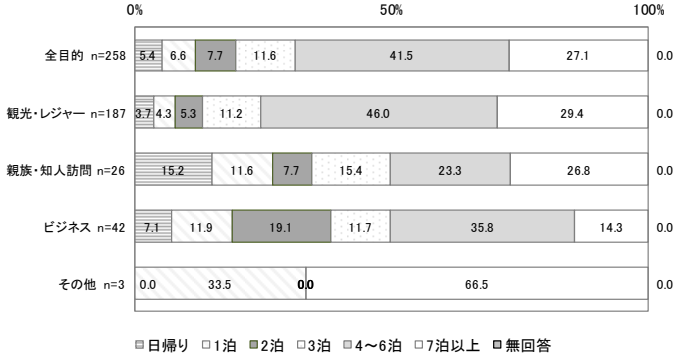
【旅行形態】



【今回の訪問を含む訪都回数】



【訪都における宿泊数】



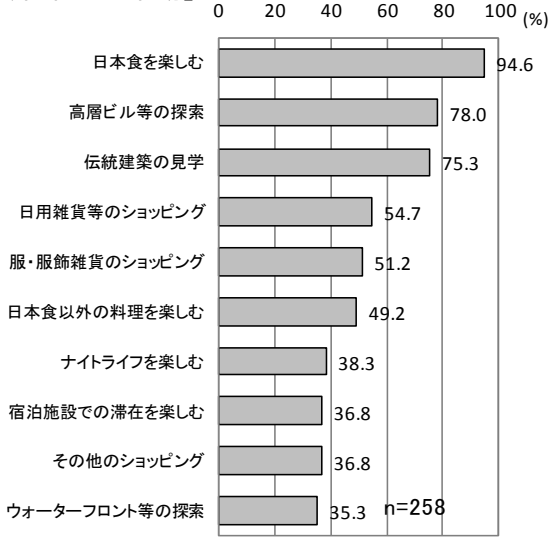
【訪問場所・期待していた場所・満足した場所】

今回の訪問先地域		（%）
1位	渋谷	66.3
2位	新宿・大久保	59.7
3位	銀座	56.7
4位	東京駅周辺・丸の内・日本橋	56.0
5位	浅草	49.4

一番期待していた場所		（%）
1位	渋谷	15.2
2位	新宿・大久保	14.7
3位	秋葉原	12.4
4位	浅草	10.8
5位	築地	9.7

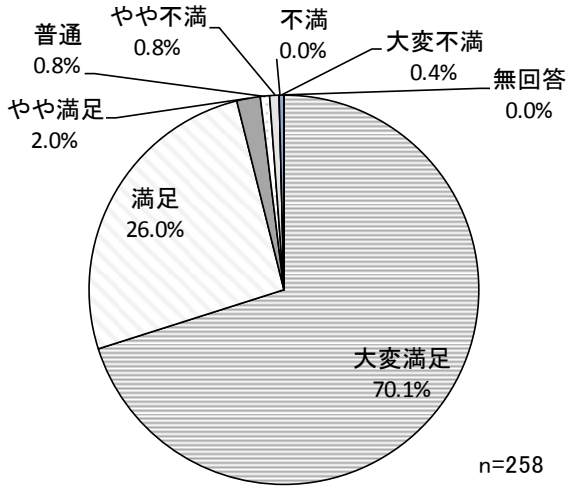
一番満足した場所		（%）
1位	新宿・大久保	17.8
2位	浅草	12.9
3位	銀座	10.1
4位	原宿・表参道・青山	8.7
5位	上野	7.4

【今回行った活動】

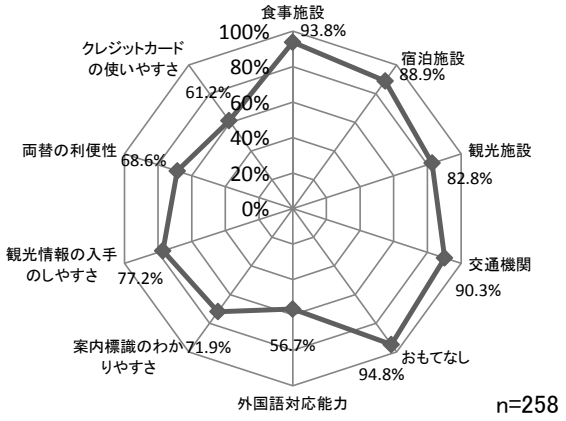


注）
日用雑貨等のショッピング：日用雑貨、化粧品、食品、菓子類のショッピング
高層ビル等の探索：高層ビル、近代的な街並み・景観・建築物の探索
ウォーターフロント等の探索：ウォーターフロント、夜景などの探索
テーマパーク等で遊ぶ：テーマパーク、レジャー施設で遊ぶ

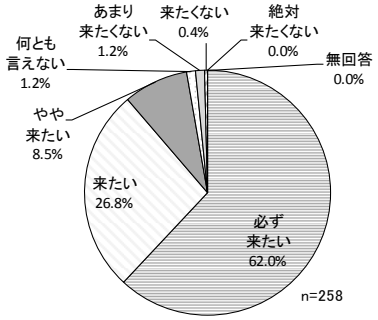
【訪都全体の満足度】



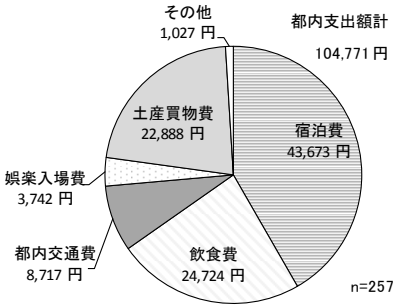
【項目別満足度】



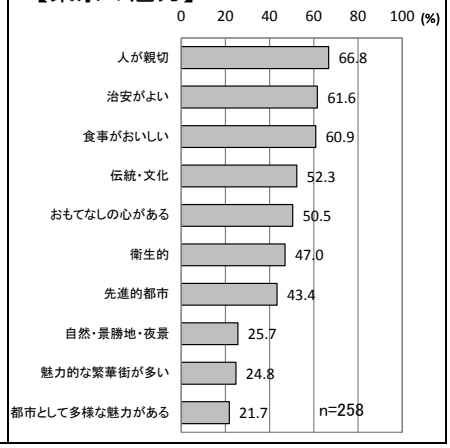
【再来訪意向】



【消費支出】



【東京の魅力】

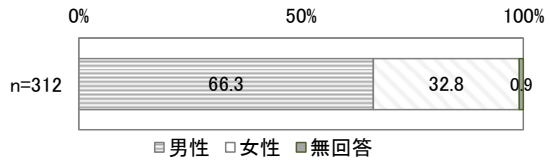


１０．　英国

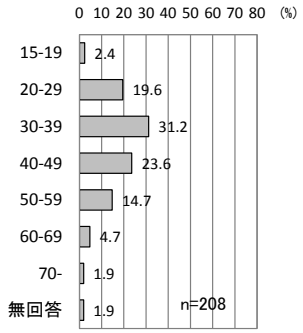
【行動特性の特徴】

- 男性は 30 代、女性は 20 代の割合が最も高い。
- 旅行目的は観光・レジャーが 55.6%、ビジネスが 34.1%であった
- 旅行形態は個別手配が 89.3%を占める。
- 訪都回数は「1 回目」が 63.9%であった。
- 宿泊数（全目的）は 4～6 泊が 42.5%であった。
- 訪問先、期待していた場所、満足した場所の 1 位はいずれも「渋谷」。
- 今回行った活動は「日本食を楽しむ」、「高層ビル、近代的な街並み・景観・建築物の探索」、「伝統建築の見学」の順で高い。
- 満足度の「大変満足」は 83.0%、再訪意向の「必ず来たい」は 67.4%と総じて高い。
- 項目別満足度は、「食事施設」「宿泊施設」「観光施設」「交通機関」「おもてなし」が 9 割を超えている。
- 旅行中消費支出は 147,476 円であり、宿泊費に 53.0%を使っている。
- 東京の魅力は「人が親切」、「治安がよい」、「伝統・文化」の順で高い。

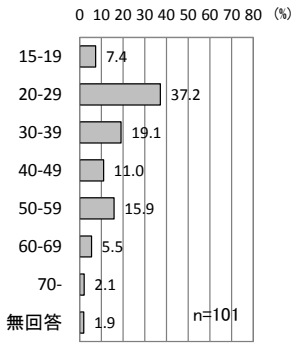
【性別・年齢】



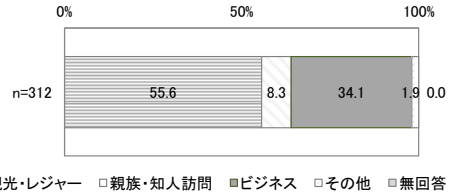
＜男性＞



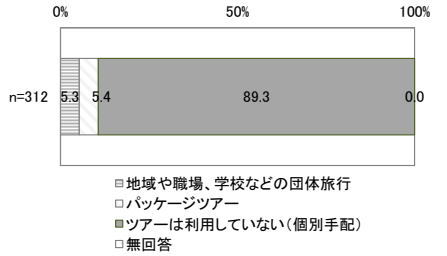
＜女性＞



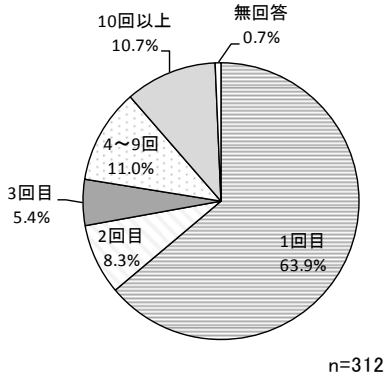
【旅行目的】



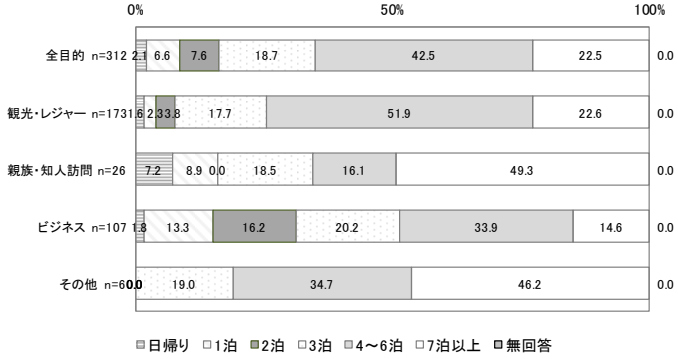
【旅行形態】



【今回の訪問を含む訪都回数】



【訪都における宿泊数】



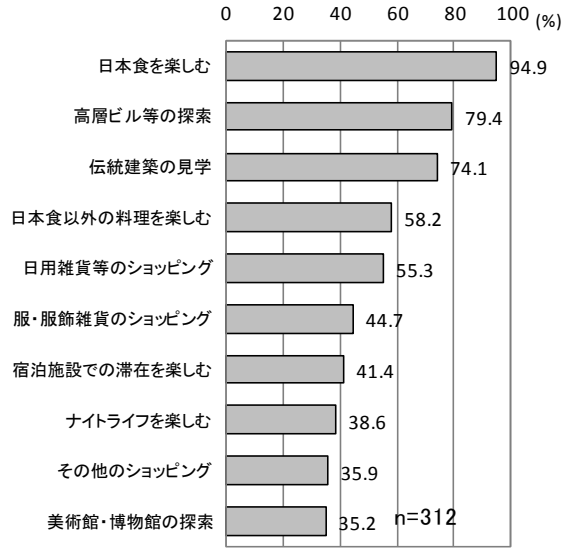
【訪問場所・期待していた場所・満足した場所】

今回の訪問先地域		（%）
1位	渋谷	59.7
2位	新宿・大久保	59.2
3位	銀座	48.0
4位	東京駅周辺・丸の内・日本橋	47.6
5位	秋葉原	37.6

一番期待していた場所		（%）
1位	渋谷	22.3
2位	新宿・大久保	13.5
3位	原宿・表参道・青山	13.4
4位	銀座	8.4
5位	秋葉原	6.9

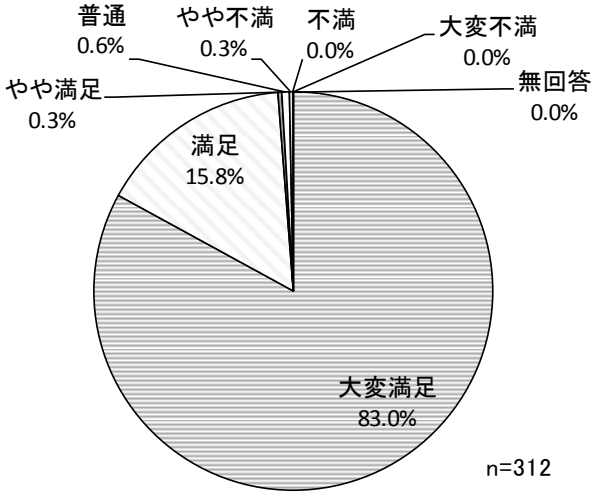
一番満足した場所		（%）
1位	渋谷	17.2
2位	新宿・大久保	13.7
3位	原宿・表参道・青山	9.0
4位	銀座	8.7
5位	浅草	7.6

【今回行った活動】

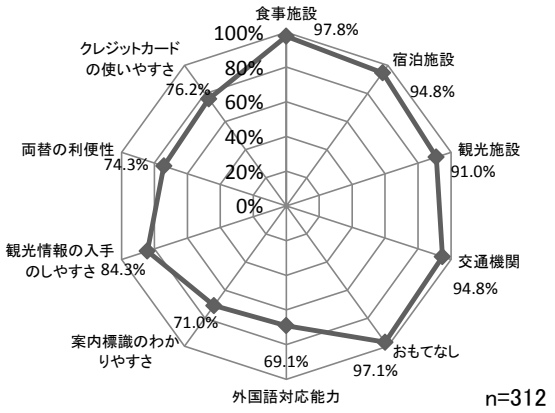


注）
日用雑貨等のショッピング：日用雑貨、化粧品、食品、菓子類のショッピング
高層ビル等の探索：高層ビル、近代的な街並み・景観・建築物の探索
ウォーターフロント等の探索：ウォーターフロント、夜景などの探索
テーマパーク等で遊ぶ：テーマパーク、レジャー施設で遊ぶ

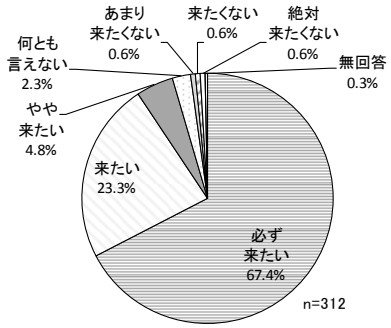
【訪都全体の満足度】



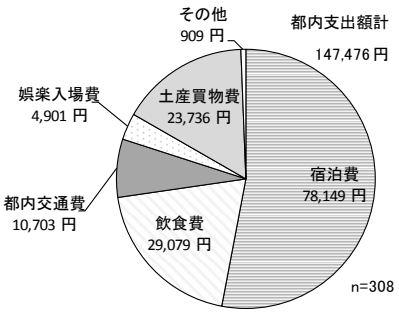
【項目別満足度】



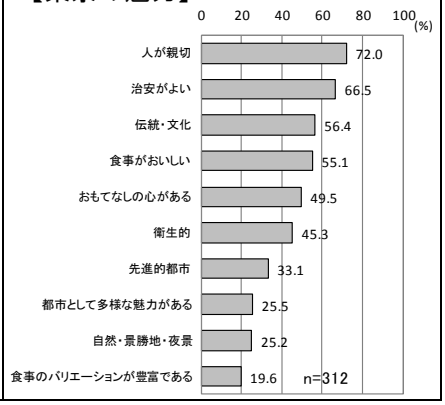
【再来訪意向】



【消費支出】



【東京の魅力】

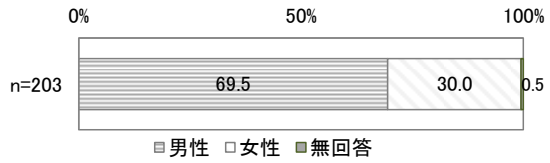


１１．　ドイツ

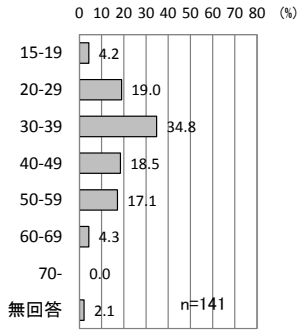
【行動特性の特徴】

- 男性は 30 代、女性は 20 代の割合が最も高い。
- 旅行目的は観光・レジャーが 51.1%、ビジネスが 35.1%であった。
- 旅行形態は個別手配が 85.6%を占める。
- 訪都回数は「1 回目」が 57.0%であった。
- 宿泊数（全目的）は 4～6 泊が 39.5%、7 泊以上が 31.0%であった。
- 訪問先、期待していた場所及び満足した場所の 1 位はいずれも「渋谷」。
- 今回行った活動は「日本食を楽しむ」、「高層ビル、近代的な街並み・景観・建築物の探索」、「伝統建築の見学」の順で高い。
- 満足度の「大変満足」は 70.5%、再訪意向の「必ず来たい」は 55.7%であった。
- 項目別満足度は、1 位が「おもてなし」の 93.0%、次いで「食事施設」が 90.1%であった。
- 旅行中消費支出は 133,688 円であり、宿泊費と飲食費を合わせて 61.0%を使っている。
- 東京の魅力は「人が親切」、「食事がおいしい」、「治安がよい」の順で高い。

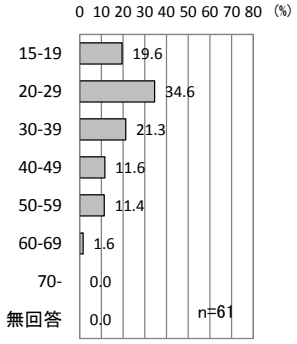
【性別・年齢】



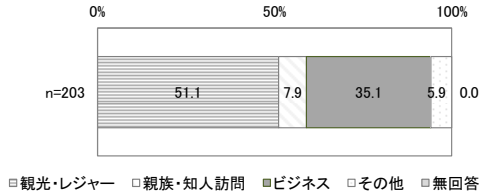
＜男性＞



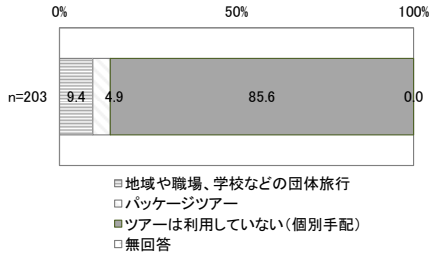
＜女性＞



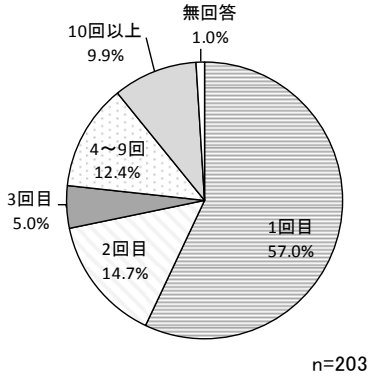
【旅行目的】



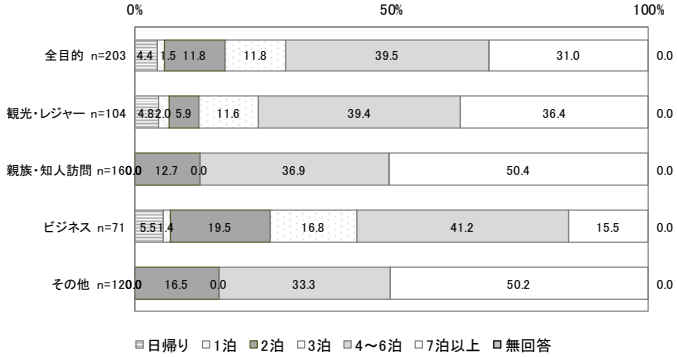
【旅行形態】



【今回の訪問を含む訪都回数】



【訪都における宿泊数】



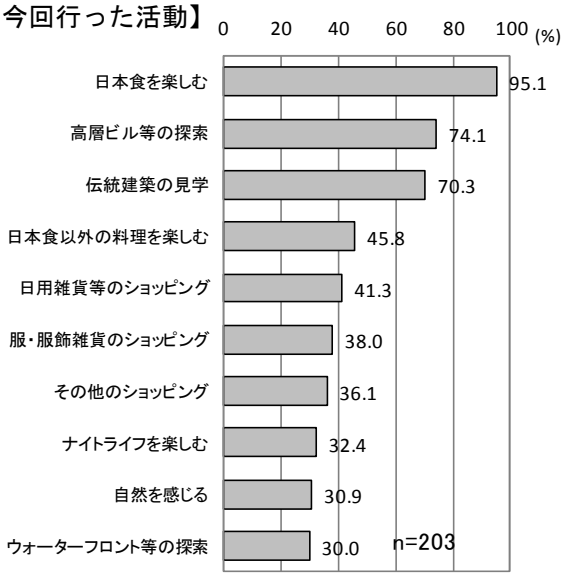
【訪問場所・期待していた場所・満足した場所】

今回の訪問先地域		（%）
1位	渋谷	70.9
2位	新宿・大久保	55.2
3位	東京駅周辺・丸の内・日本橋	52.6
4位	浅草	52.0
5位	銀座	45.2

一番期待していた場所		（%）
1位	渋谷	24.2
2位	秋葉原	12.5
3位	浅草	11.1
4位	東京駅周辺・丸の内・日本橋	10.3
5位	新宿・大久保	5.9

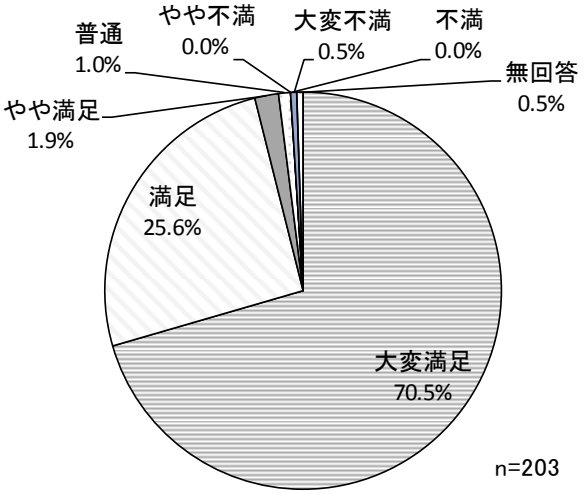
一番満足した場所		（%）
1位	渋谷	18.6
2位	浅草	12.9
3位	新宿・大久保	10.3
4位	秋葉原	9.6
5位	原宿・表参道・青山	6.2

【今回行った活動】

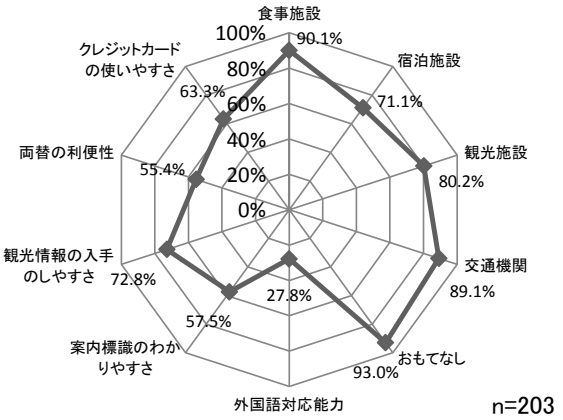


注）
日用雑貨等のショッピング：日用雑貨、化粧品、食品、菓子類のショッピング
高層ビル等の探索：高層ビル、近代的な街並み・景観・建築物の探索
ウォーターフロント等の探索：ウォーターフロント、夜景などの探索
テーマパーク等で遊ぶ：テーマパーク、レジャー施設で遊ぶ

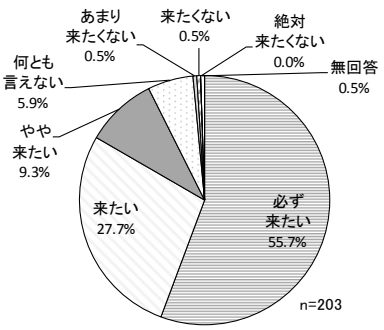
【訪都全体の満足度】



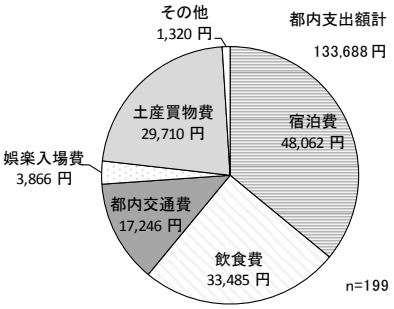
【項目別満足度】



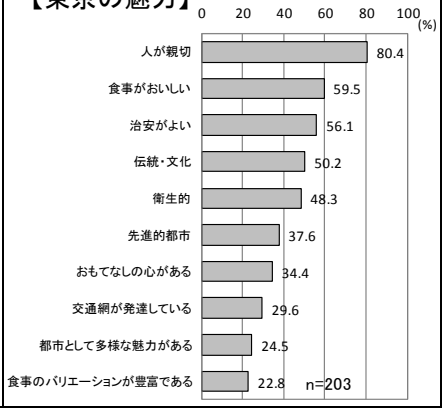
【再来訪意向】



【消費支出】



【東京の魅力】

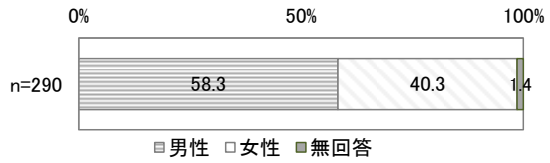


１２．　フランス

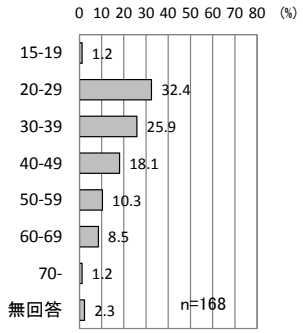
【行動特性の特徴】

- 男性、女性ともに 20 代の割合が最も高い。
- 旅行目的は観光・レジャーが 60.8%であった。
- 旅行形態は個別手配が 95.8%を占める。
- 訪都回数は「1 回目」が 57.0%であった。
- 宿泊数（全目的）は 4～6 泊が 40.8%、7 泊以上が 38.5%であった。
- 訪問先、期待していた場所、満足した場所の 1 位はいずれも「渋谷」。
- 今回行った活動は「日本食を楽しむ」、「伝統建築の見学」、「高層ビル、近代的な街並み・景観・建築物の探索」の順で高い。
- 満足度の「大変満足」は 67.5%、再訪意向の「必ず来たい」は 53.3%であった。
- 項目別満足度は、1 位が「食事施設」の 92.0%、次いで「おもてなし」の 85.0%であった。
- 旅行中消費支出は 112,463 円であり、宿泊費に 42.9%を使っている。
- 東京の魅力は「人が親切」、「伝統・文化」、「衛生的」の順で高い。

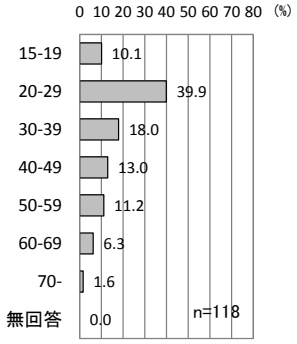
【性別・年齢】



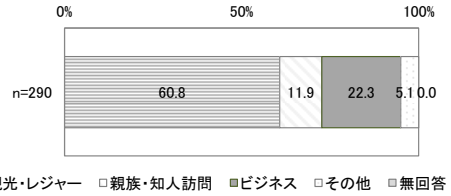
＜男性＞



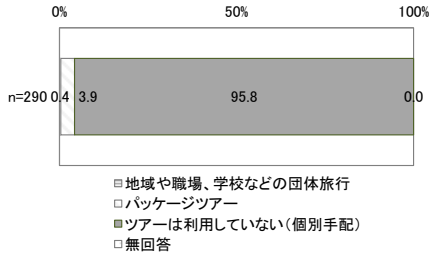
＜女性＞



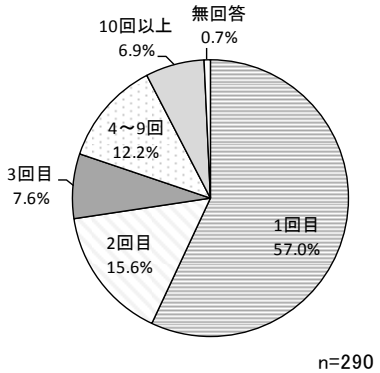
【旅行目的】



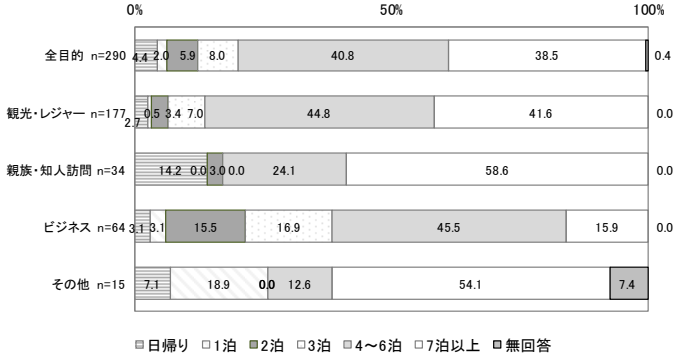
【旅行形態】



【今回の訪問を含む訪都回数】



【訪都における宿泊数】



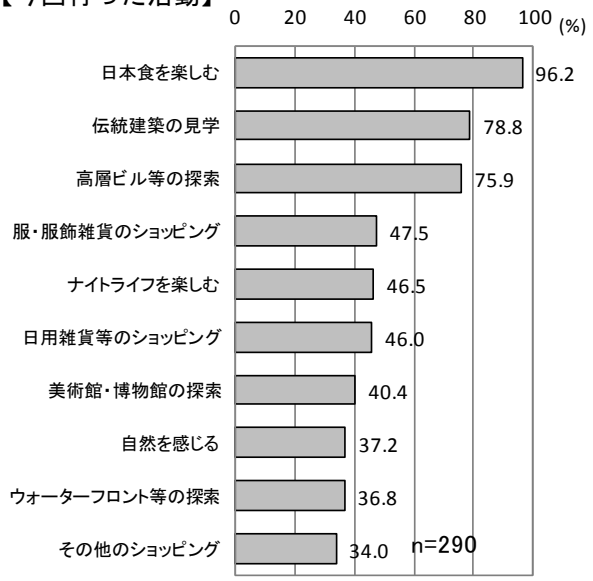
【訪問場所・期待していた場所・満足した場所】

今回の訪問先地域		（%）
1位	渋谷	76.7
2位	新宿・大久保	67.1
3位	浅草	67.0
4位	上野	61.6
5位	銀座	55.5

一番期待していた場所		（%）
1位	渋谷	22.3
2位	浅草	18.1
3位	秋葉原	14.4
4位	新宿・大久保	10.4
5位	原宿・表参道・青山	8.6

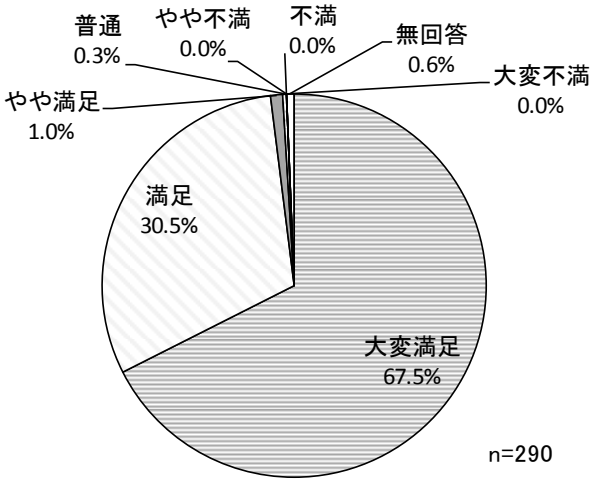
一番満足した場所		（%）
1位	渋谷	17.5
2位	浅草	16.5
3位	新宿・大久保	10.8
4位	上野	7.7
5位	銀座	7.4

【今回行った活動】

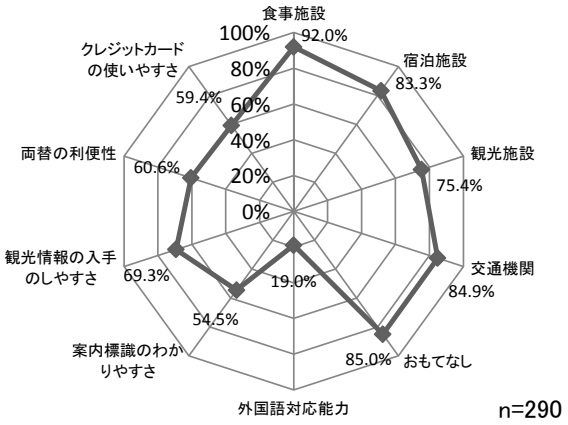


注）
日用雑貨等のショッピング：日用雑貨、化粧品、食品、菓子類のショッピング
高層ビル等の探索：高層ビル、近代的な街並み・景観・建築物の探索
ウォーターフロント等の探索：ウォーターフロント、夜景などの探索
テーマパーク等で遊ぶ：テーマパーク、レジャー施設で遊ぶ

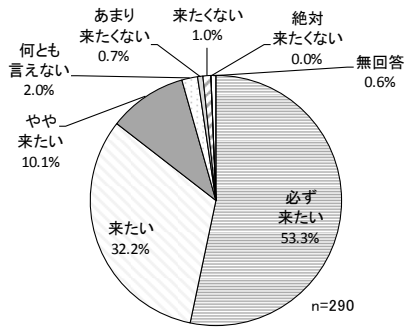
【訪都全体の満足度】



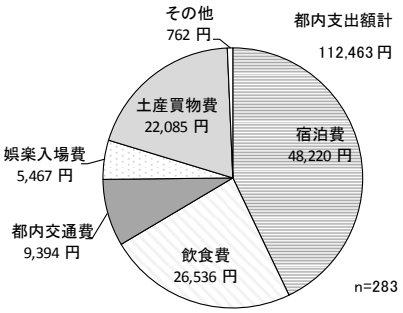
【項目別満足度】



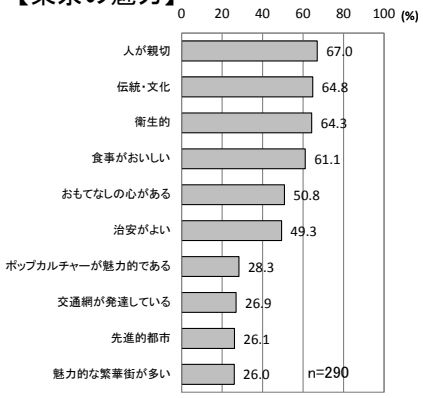
【再来訪意向】



【消費支出】



【東京の魅力】

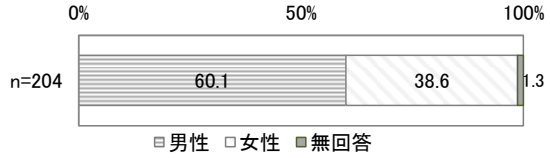


１３．　イタリア

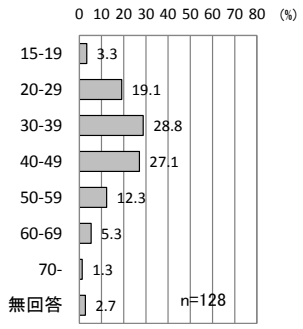
【行動特性の特徴】

- 男性は 30 代、女性は 20 代の割合が最も高い。
- 旅行目的は観光・レジャーが 69.9%であった。
- 旅行形態は個別手配が 87.7%を占める。
- 訪都回数は「1 回目」が 72.0%であった。
- 宿泊数（全目的）は 4～6 泊が 46.8%、7 泊以上が 25.7%であった。
- 訪問先、期待していた場所、満足した場所の 1 位はいずれも「渋谷」。
- 今回行った活動は「日本食を楽しむ」、「高層ビル、近代的な街並み・景観・建築物の探索」、「伝統建築の見学」の順で高い。
- 満足度の「大変満足」は 60.9%、再訪意向の「必ず来たい」は 35.4%であった。
- 項目別満足度は、１位が「交通機関」の 89.3%、次いで「おもてなし」の 87.7%であった。
- 旅行中消費支出は 142,593 円であり、宿泊費に 49.2%を使っている。
- 東京の魅力は「人が親切」、「伝統・文化」、「治安がよい」の順で高い。

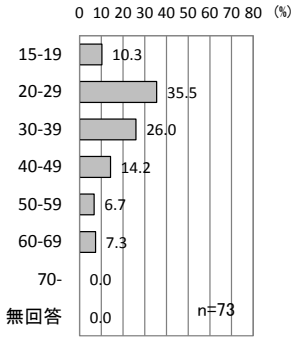
【性別・年齢】



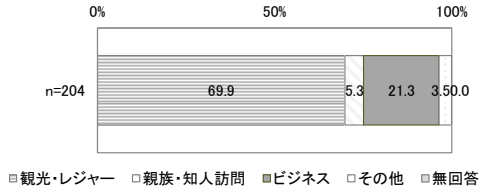
＜男性＞



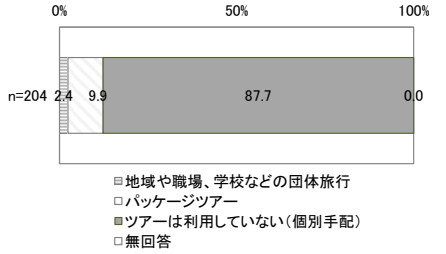
＜女性＞



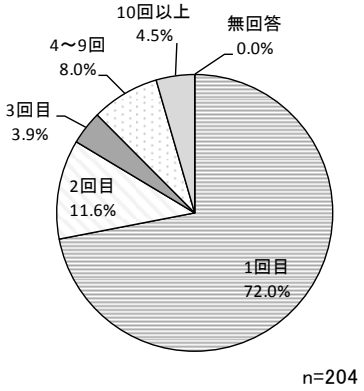
【旅行目的】



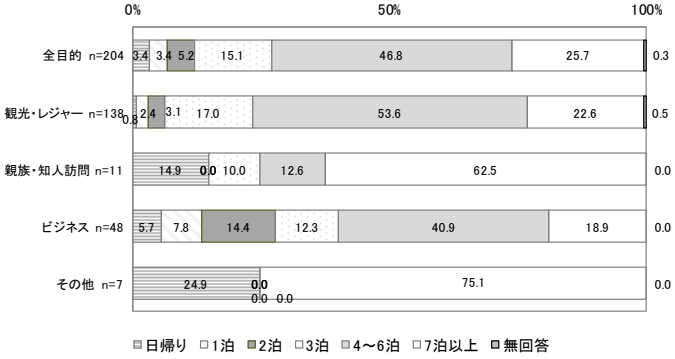
【旅行形態】



【今回の訪問を含む訪都回数】



【訪都における宿泊数】



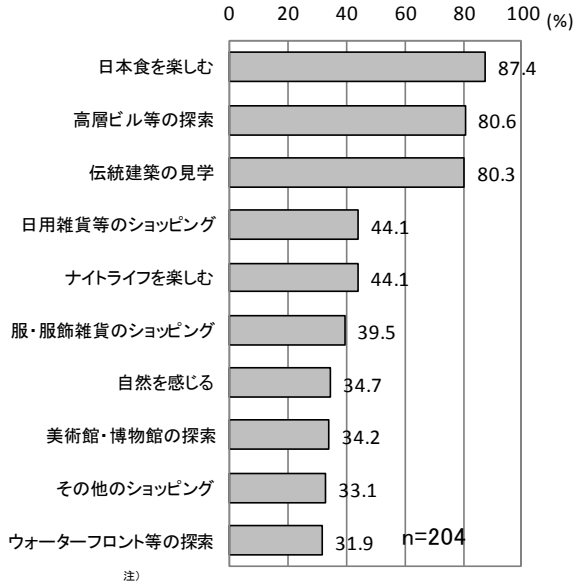
【訪問場所・期待していた場所・満足した場所】

今回の訪問先地域		（%）
1位	渋谷	79.7
2位	銀座	65.1
3位	新宿・大久保	64.6
4位	上野	59.5
5位	浅草	59.1

一番期待していた場所		（%）
1位	渋谷	18.8
2位	銀座	14.0
3位	浅草	11.9
4位	秋葉原	10.9
5位	新宿・大久保	8.4

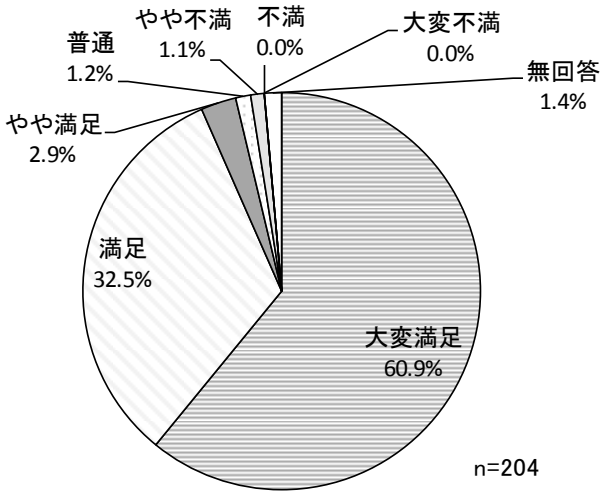
一番満足した場所		（%）
1位	渋谷	16.8
2位	浅草	16.0
3位	新宿・大久保	10.5
4位	銀座	10.3
5位	上野	9.2

【今回行った活動】

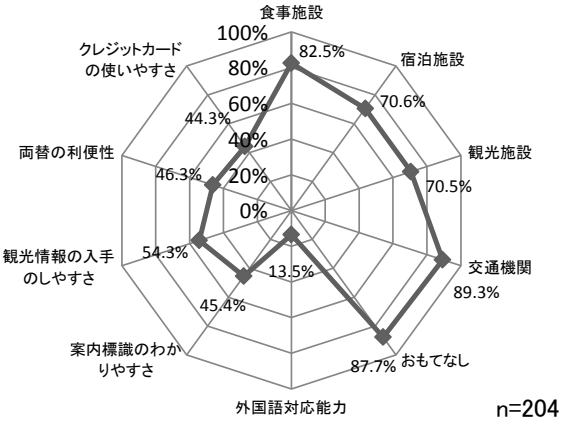


注）
日用雑貨等のショッピング：日用雑貨、化粧品、食品、菓子類のショッピング
高層ビル等の探索：高層ビル、近代的な街並み・景観・建築物の探索
ウォーターフロント等の探索：ウォーターフロント、夜景などの探索
テーマパーク等で遊ぶ：テーマパーク、レジャー施設で遊ぶ

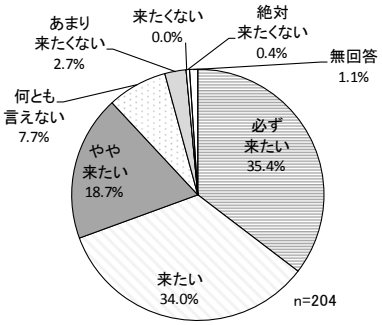
【訪都全体の満足度】



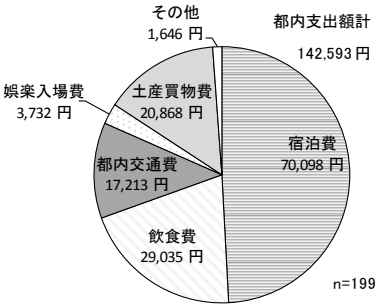
【項目別満足度】



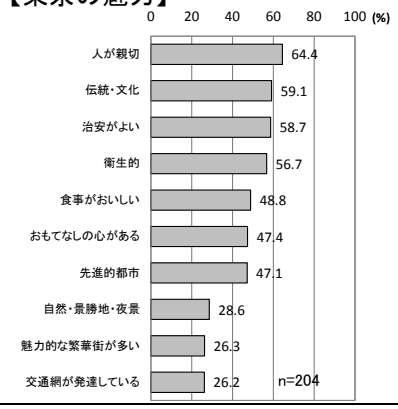
【再来訪意向】



【消費支出】



【東京の魅力】

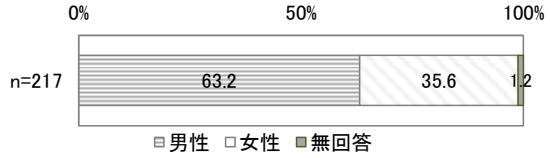


１４．　スペイン

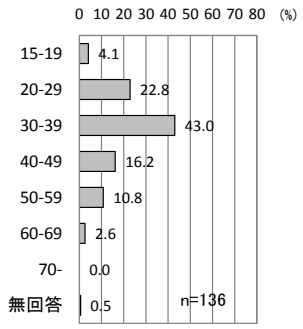
【行動特性の特徴】

- 男性、女性ともに 30 代の割合が最も高い。
- 旅行目的は観光・レジャーが 82.8%であった。
- 旅行形態は個別手配が 81.2%を占める。
- 訪都回数は「1 回目」が 83.5%であった。
- 宿泊数（全目的）は 4～6 泊が 48.2%、7 泊以上が 26.2%であった。
- 訪問先の 1 位は「渋谷」、期待していた場所の 1 位は「秋葉原」、満足した場所の 1 位は「浅草」。
- 今回行った活動は「日本食を楽しむ」、「伝統建築の見学」、「高層ビル、近代的な街並み・景観・建築物の探索」の順で高い。
- 満足度の「大変満足」は 74.1%、再訪意向の「必ず来たい」は 60.4%であった。
- 項目別満足度は、１位が「おもてなし」の 89.8%、次いで「交通機関」が 87.7%であった。
- 旅行中消費支出は 105,279 円であり、宿泊費と飲食費を合わせて 56.0%を使っている。
- 東京の魅力は「人が親切」、「治安がよい」、「伝統・文化」の順で高い。

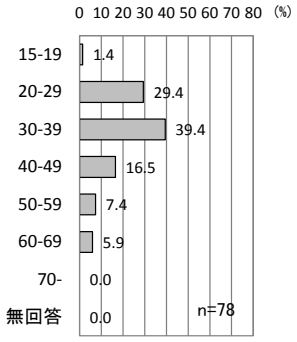
【性別・年齢】



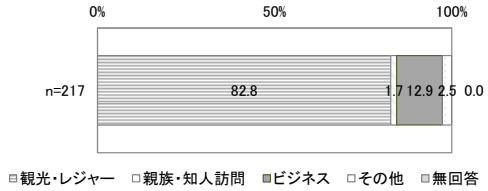
＜男性＞



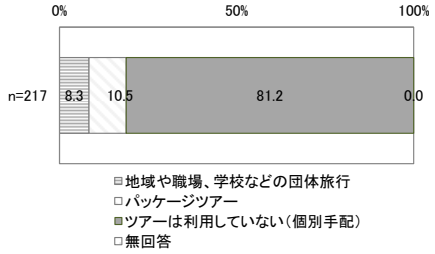
＜女性＞



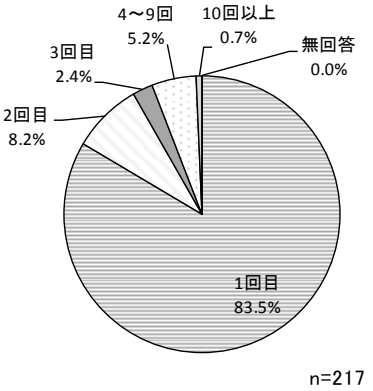
【旅行目的】



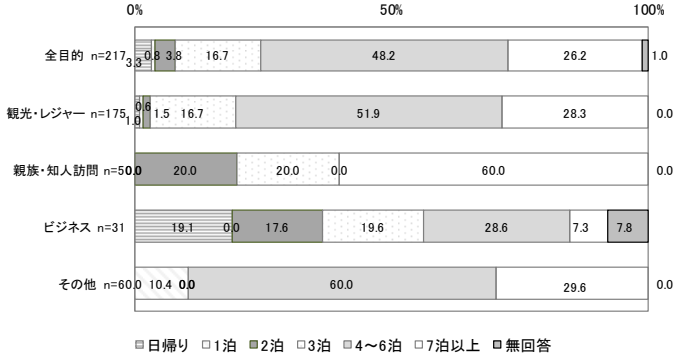
【旅行形態】



【今回の訪問を含む訪都回数】



【訪都における宿泊数】



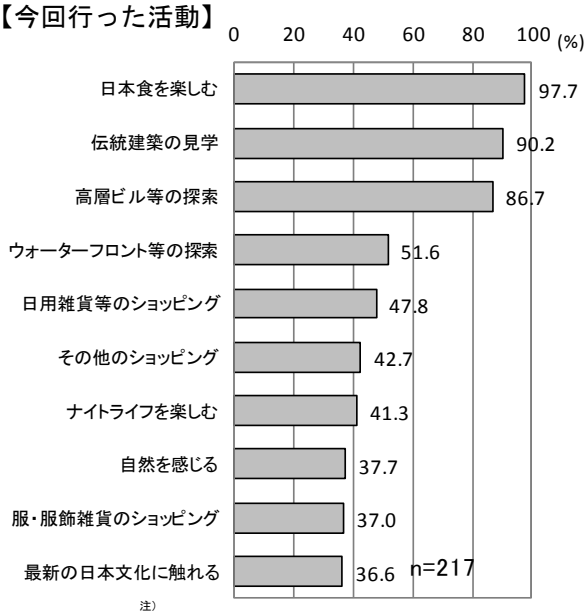
【訪問場所・期待していた場所・満足した場所】

今回の訪問先地域		（%）
1位	渋谷	84.2
2位	新宿・大久保	76.5
3位	銀座	70.4
4位	秋葉原	69.8
5位	浅草	69.0

一番期待していた場所		（%）
1位	秋葉原	18.4
2位	渋谷	17.3
3位	浅草	11.2
4位	銀座	10.3
5位	築地	8.7

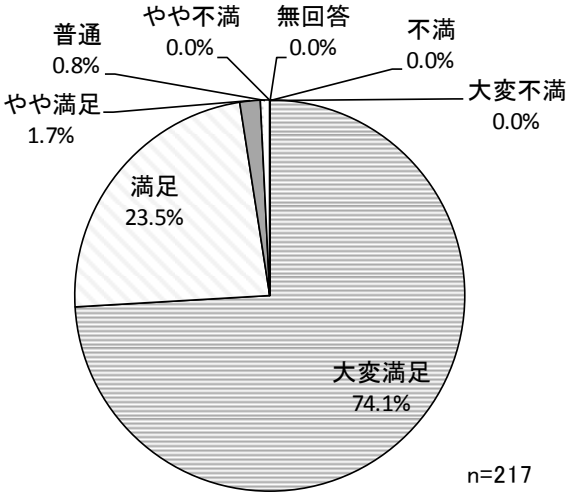
一番満足した場所		（%）
1位	浅草	17.3
2位	渋谷	13.2
3位	新宿・大久保	10.7
4位	原宿・表参道・青山	9.9
5位	秋葉原	8.9

【今回行った活動】

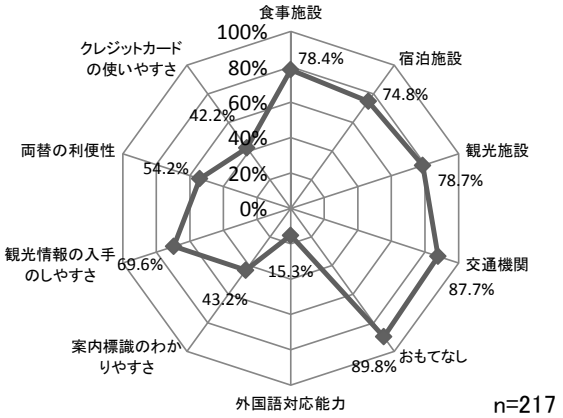


注）
日用雑貨等のショッピング：日用雑貨、化粧品、食品、菓子類のショッピング
高層ビル等の探索：高層ビル、近代的な街並み・景観・建築物の探索
ウォーターフロント等の探索：ウォーターフロント、夜景などの探索
テーマパーク等で遊ぶ：テーマパーク、レジャー施設で遊ぶ

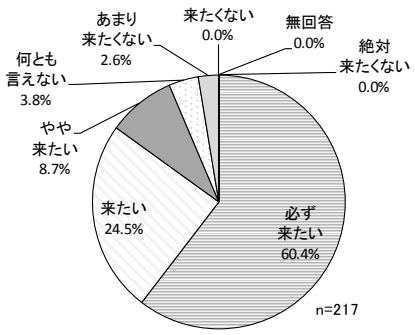
【訪都全体の満足度】



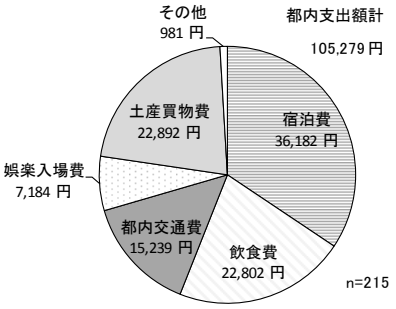
【項目別満足度】



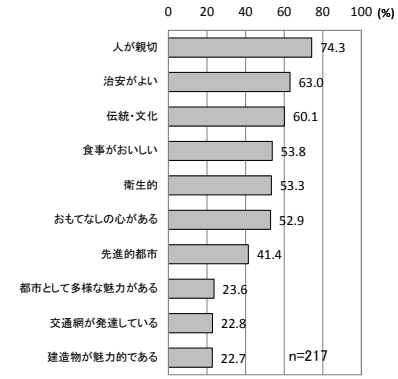
【再来訪意向】



【消費支出】



【東京の魅力】

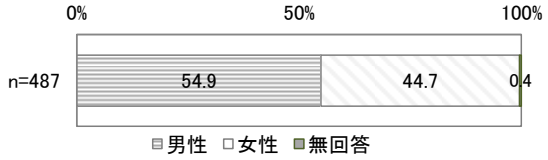


１５．　オーストラリア

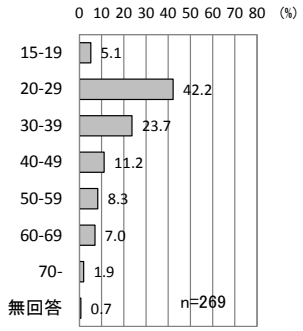
【行動特性の特徴】

- 男性、女性ともに 20 代の割合が最も高い。
- 旅行目的は観光・レジャーが 86.0%であった。
- 旅行形態は個別手配が 94.6%を占める。
- 訪都回数は「1 回目」が 68.1%であった。
- 宿泊数（全目的）は 4～6 泊が 39.5%、7 泊以上が 37.7%であった。
- 訪問先、期待していた場所、満足した場所の 1 位はいずれも「渋谷」。
- 今回行った活動は「日本食を楽しむ」、「伝統建築の見学」、「高層ビル、近代的な街並み・景観・建築物の探索」の順で高い。
- 満足度の「大変満足」は 74.6%、再訪意向の「必ず来たい」は 60.9%であった。
- 項目別満足度は、「食事施設」「宿泊施設」「観光施設」「交通機関」「おもてなし」が 9 割を超えている。
- 旅行中消費支出は 128,775 円であり、宿泊費と飲食費を合わせて 61.9%を使っている。
- 東京の魅力は「人が親切」、「食事がおいしい」、「治安がよい」の順で高い。

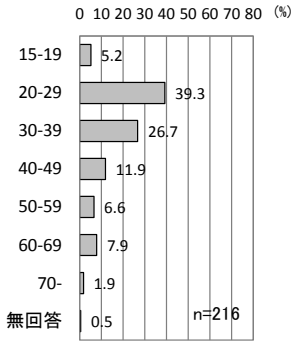
【性別・年齢】



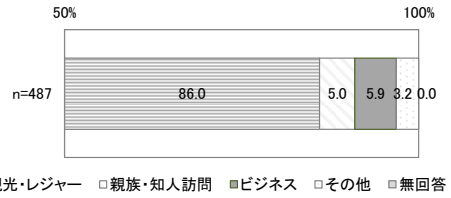
＜男性＞



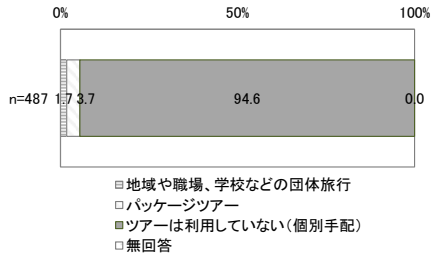
＜女性＞



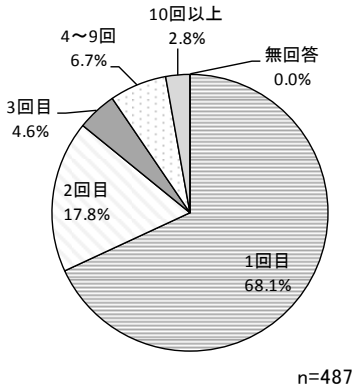
【旅行目的】



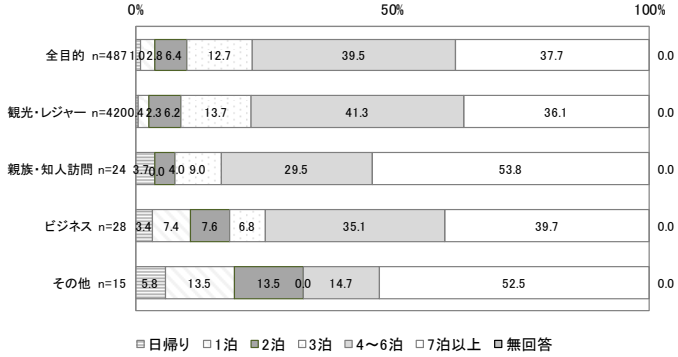
【旅行形態】



【今回の訪問を含む訪都回数】



【訪都における宿泊数】



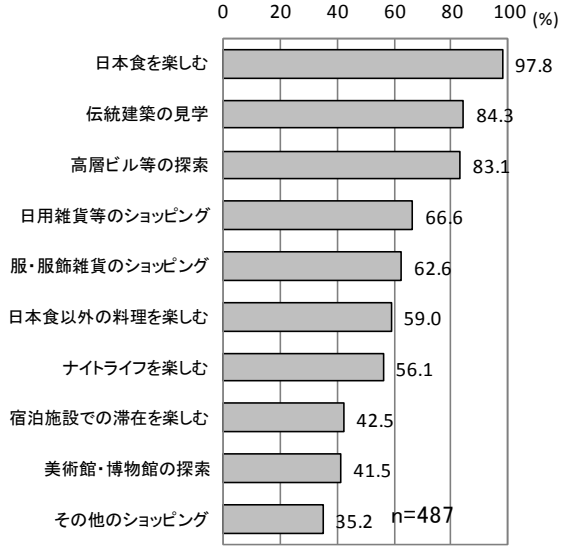
【訪問場所・期待していた場所・満足した場所】

今回の訪問先地域		（%）
1位	渋谷	78.0
2位	新宿・大久保	74.4
3位	東京駅周辺・丸の内・日本橋	63.7
4位	銀座	52.3
5位	原宿・表参道・青山	51.1

一番期待していた場所		（%）
1位	渋谷	27.5
2位	新宿・大久保	15.2
3位	秋葉原	10.5
4位	原宿・表参道・青山	9.5
5位	浅草	6.8

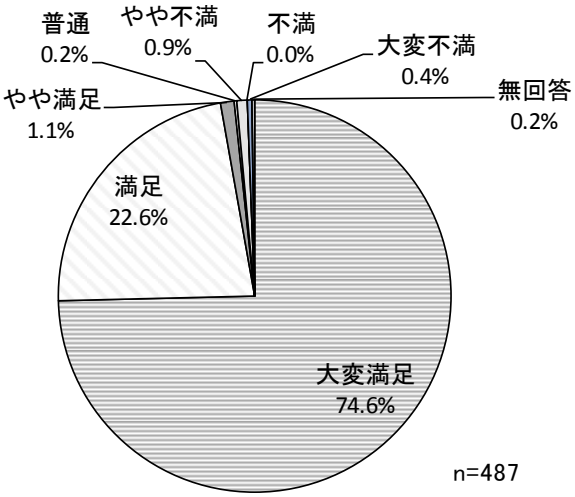
一番満足した場所		（%）
1位	渋谷	24.8
2位	新宿・大久保	15.8
3位	原宿・表参道・青山	9.4
4位	浅草	8.1
5位	秋葉原	6.5

【今回行った活動】

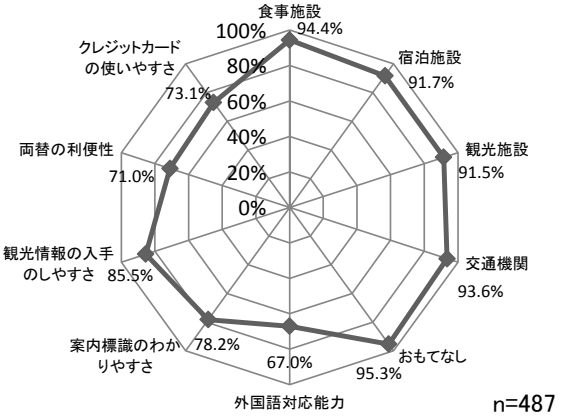


注）
日用雑貨等のショッピング：日用雑貨、化粧品、食品、菓子類のショッピング
高層ビル等の探索：高層ビル、近代的な街並み・景観・建築物の探索
ウォーターフロント等の探索：ウォーターフロント、夜景などの探索
テーマパーク等で遊ぶ：テーマパーク、レジャー施設で遊ぶ

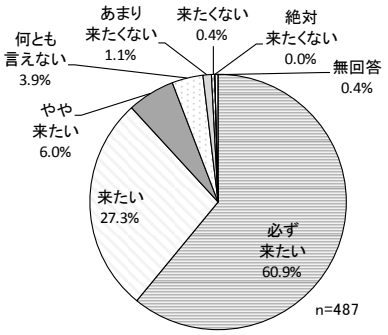
【訪都全体の満足度】



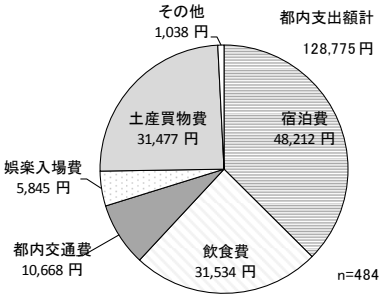
【項目別満足度】



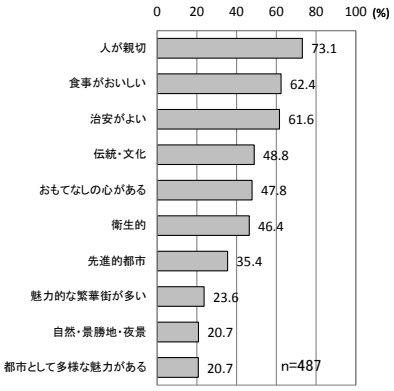
【再来訪意向】



【消費支出】



【東京の魅力】

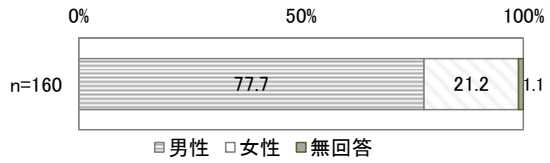


１６．　インド

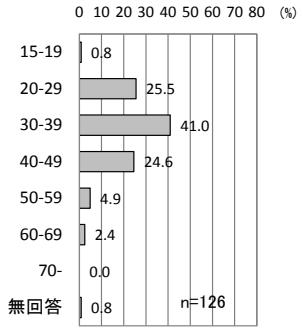
【行動特性の特徴】

- 男性は 30 代、女性は 20 代の割合が最も高い。
- 旅行目的は観光・レジャーが 29.4%、ビジネスが 54.1%であった。
- 旅行形態は個別手配が 88.2%を占める。
- 訪都回数は「1 回目」が 68.1%であった。
- 宿泊数（全目的）は 4～6 泊が 23.1%、7 泊以上が 23.8%であった。
- 訪問先、期待していた場所、満足した場所の 1 位はいずれも「秋葉原」。
- 今回行った活動は「日本食を楽しむ」、「高層ビル、近代的な街並み・景観・建築物の探索」、「伝統建築の見学」の順で高い。
- 満足度の「大変満足」は 65.7%、再訪意向の「必ず来たい」は 65.6%であった。
- 項目別満足度は、１位が「おもてなし」の 93.5%、次いで「交通機関」の 92.2%であった。
- 旅行中消費支出は 114,806 円であり、宿泊費に 48.4%を使っている。
- 東京の魅力は「人が親切」、「衛生的」、「おもてなしの心がある」の順で高い。

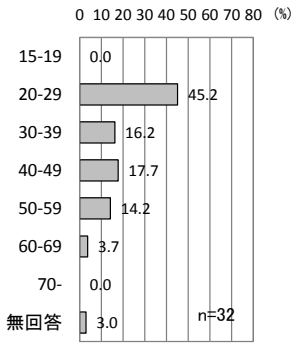
【性別・年齢】



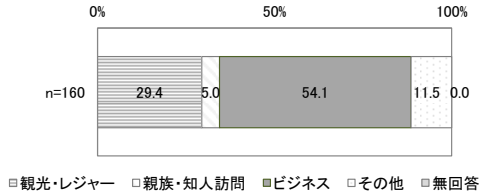
＜男性＞



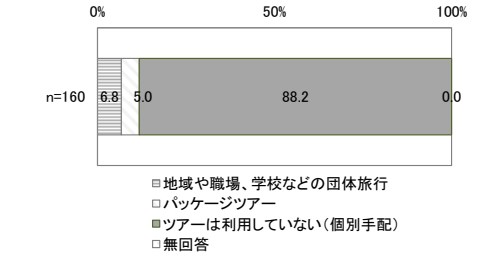
＜女性＞



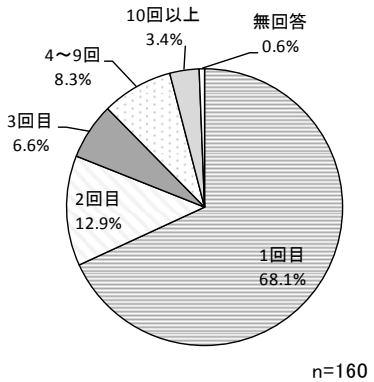
【旅行目的】



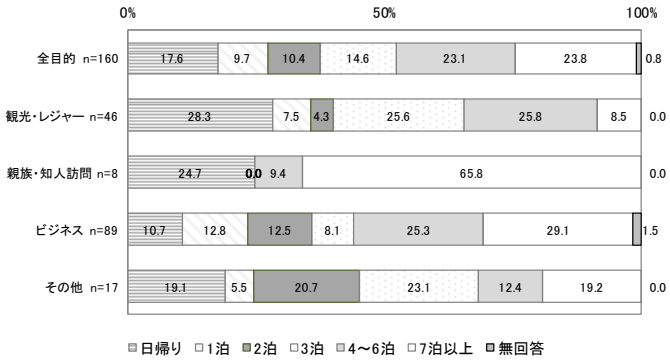
【旅行形態】



【今回の訪問を含む訪都回数】



【訪都における宿泊数】



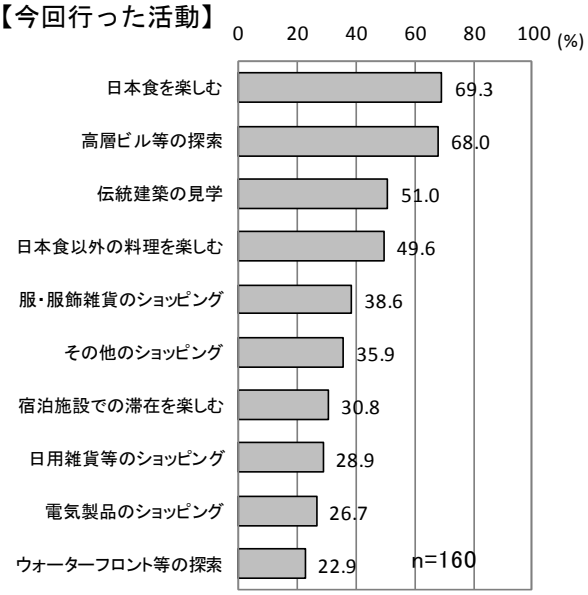
【訪問場所・期待していた場所・満足した場所】

今回の訪問先地域		（%）
1位	秋葉原	50.7
2位	新宿・大久保	43.0
3位	東京駅周辺・丸の内・日本橋	42.3
4位	銀座	40.6
5位	浅草	40.4

一番期待していた場所		（%）
1位	秋葉原	19.8
2位	浅草	16.3
3位	銀座	10.7
4位	渋谷	7.8
5位	新宿・大久保	7.3

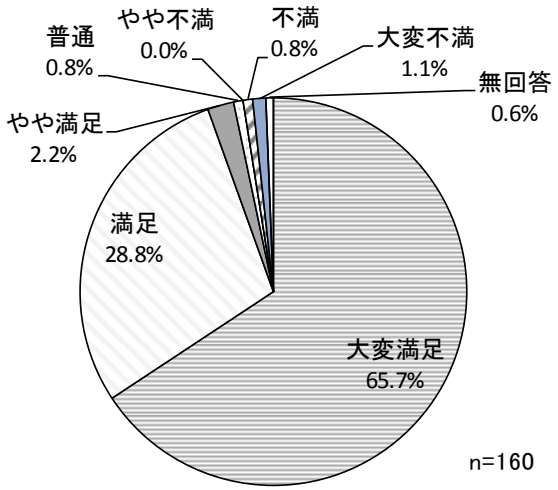
一番満足した場所		（%）
1位	秋葉原	18.4
2位	浅草	17.6
3位	銀座	9.9
4位	新宿・大久保	8.0
5位	お台場・東京湾	7.2

【今回行った活動】

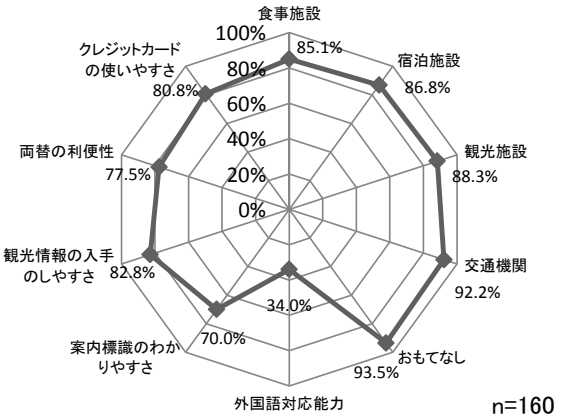


注）
日用雑貨等のショッピング：日用雑貨、化粧品、食品、菓子類のショッピング
高層ビル等の探索：高層ビル、近代的な街並み・景観・建築物の探索
ウォーターフロント等の探索：ウォーターフロント、夜景などの探索
テーマパーク等で遊ぶ：テーマパーク、レジャー施設で遊ぶ

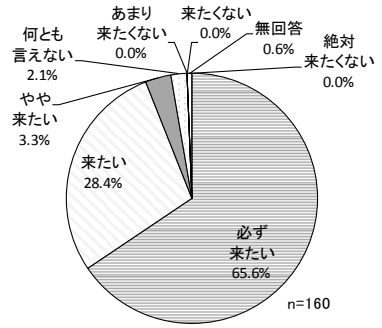
【訪都全体の満足度】



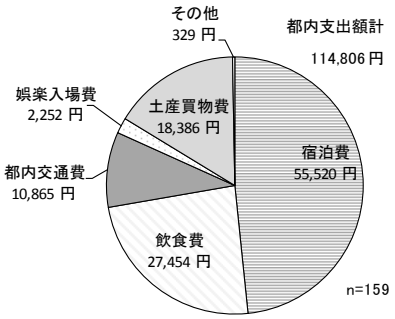
【項目別満足度】



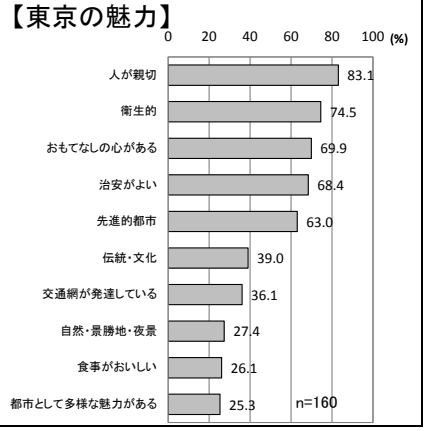
【再来訪意向】



【消費支出】



【東京の魅力】

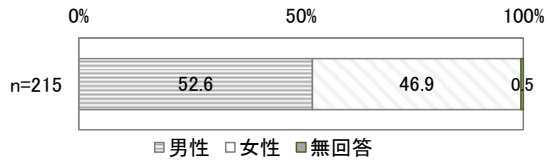


１７．　インドネシア

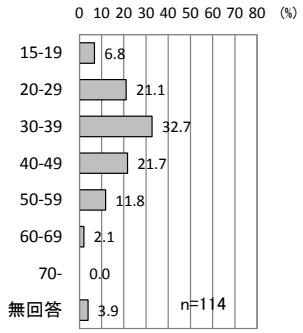
【行動特性の特徴】

- 男性は 30 代、女性は 20 代の割合が最も高い。
- 旅行目的は観光・レジャーが 63.2%、ビジネスが 27.2%であった。
- 旅行形態は個別手配が 84.2%を占める。
- 訪都回数は「1 回目」が 60.7%であった。
- 宿泊数（全目的）は 4～6 泊が 38.8%であった。
- 訪問先、期待していた場所、満足した場所の 1 位はいずれも「渋谷」。
- 今回行った活動は「日本食を楽しむ」、「高層ビル、近代的な街並み・景観・建築物の探索」、「伝統建築の見学」の順で高い。
- 満足度の「大変満足」は 53.1%、再訪意向の「必ず来たい」は 62.5%であった。
- 項目別満足度は、１位が「おもてなし」の 93.8%、次いで「交通機関」の 92.8%であった。
- 旅行中消費支出は 103,160 円であり、土産買物費に 43.6%を使っている。
- 東京の魅力は「人が親切」、「治安がよい」、「おもてなしの心がある」の順で高い。

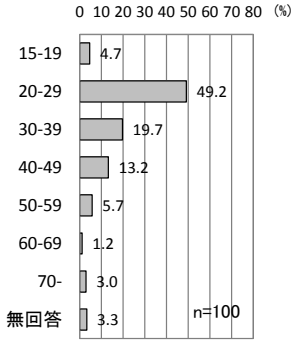
【性別・年齢】



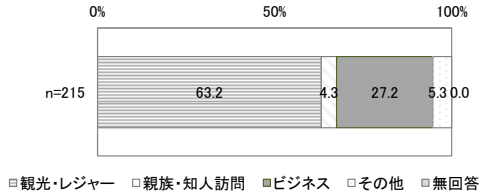
＜男性＞



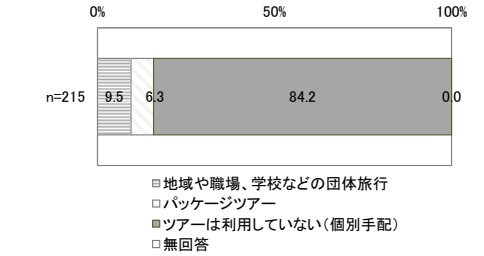
＜女性＞



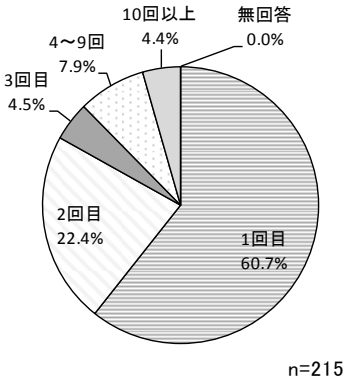
【旅行目的】



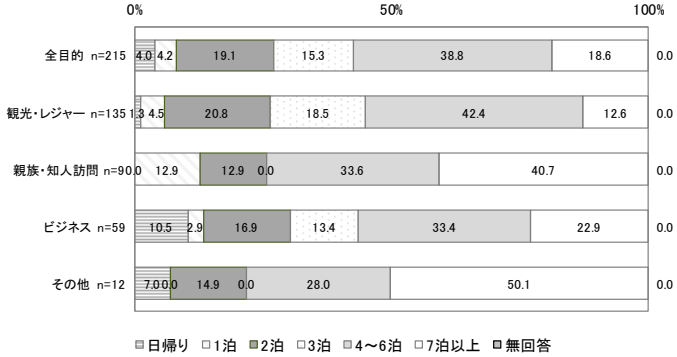
【旅行形態】



【今回の訪問を含む訪都回数】



【訪都における宿泊数】



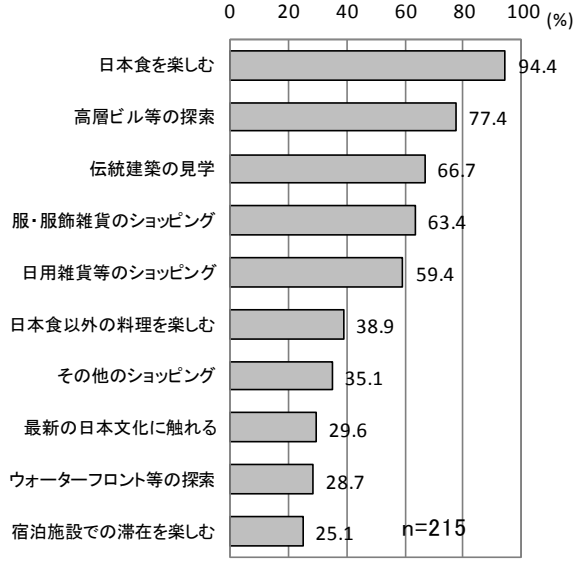
【訪問場所・期待していた場所・満足した場所】

今回の訪問先地域		（%）
1位	渋谷	73.7
2位	新宿・大久保	63.6
3位	浅草	59.5
4位	銀座	58.7
5位	原宿・表参道・青山	53.3

一番期待していた場所		（%）
1位	渋谷	19.4
2位	銀座	15.9
3位	浅草	11.1
4位	原宿・表参道・青山	10.8
5位	新宿・大久保	10.5

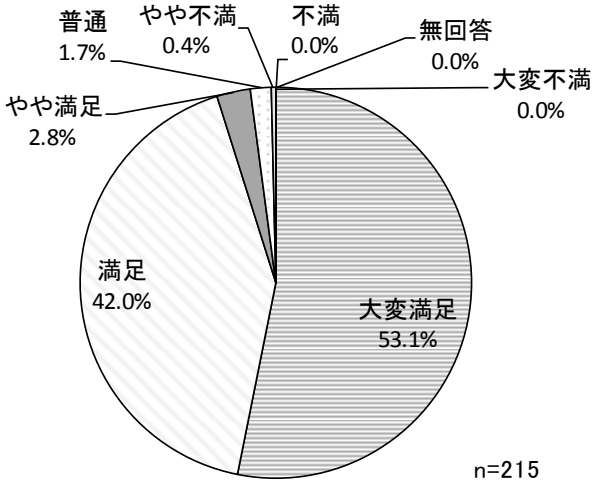
一番満足した場所		（%）
1位	渋谷	17.1
2位	銀座	15.6
3位	浅草	11.8
4位	原宿・表参道・青山	10.5
5位	お台場・東京湾	9.1

【今回行った活動】

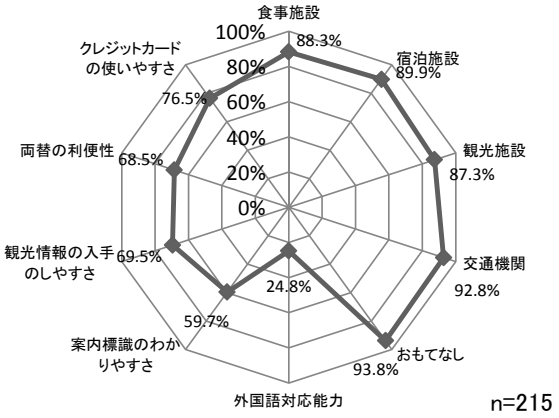


注）
日用雑貨等のショッピング：日用雑貨、化粧品、食品、菓子類のショッピング
高層ビル等の探索：高層ビル、近代的な街並み・景観・建築物の探索
ウォーターフロント等の探索：ウォーターフロント、夜景などの探索
テーマパーク等で遊ぶ：テーマパーク、レジャー施設で遊ぶ

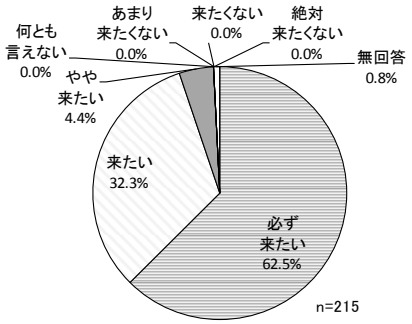
【訪都全体の満足度】



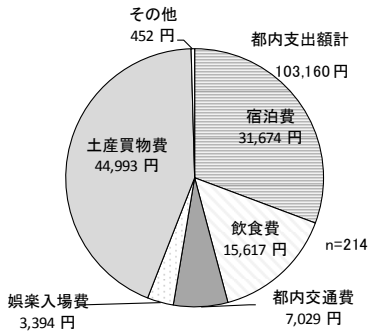
【項目別満足度】



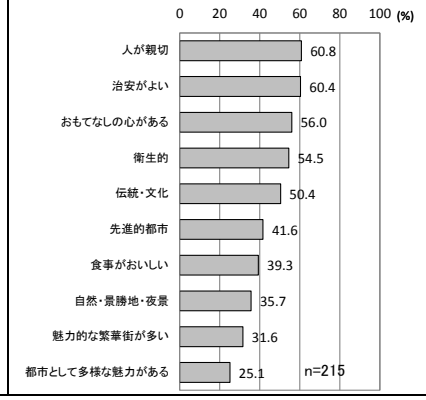
【再来訪意向】



【消費支出】



【東京の魅力】

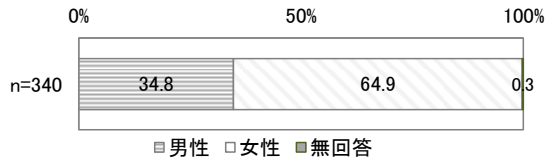


１８．　フィリピン

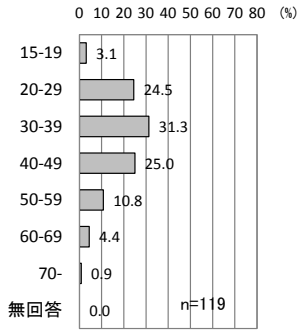
【行動特性の特徴】

- 男性は 30 代、女性は 20 代の割合が最も高い。
- 旅行目的は観光・レジャーが 71.3%であった。
- 旅行形態は個別手配が 90.2%を占める。
- 訪都回数は「1 回目」が 58.6%であった。
- 宿泊数（全目的）は 4～6 泊が 36.3%であった。
- 訪問先、期待していた場所、満足した場所の 1 位はいずれも「渋谷」。
- 今回行った活動は「日本食を楽しむ」、「高層ビル、近代的な街並み・景観・建築物の探索」、「服・服飾雑貨のショッピング」の順で高い。
- 満足度の「大変満足」は 76.7%、再訪意向の「必ず来たい」は 70.7%と非常に高くなっている。
- 項目別満足度は、「食事施設」「宿泊施設」「観光施設」「交通機関」「おもてなし」が 9 割を超えている。
- 旅行中消費支出は 81,752 円であり、土産買物費に 40.7%を使っている。
- 東京の魅力は「人が親切」、「食事がおいしい」、「治安がよい」の順で高い。

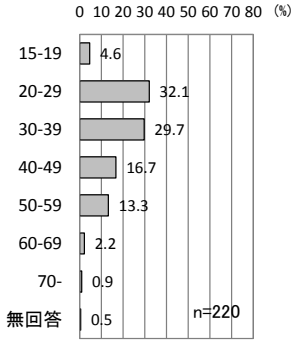
【性別・年齢】



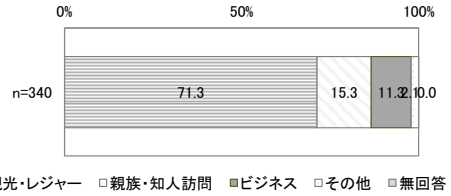
＜男性＞



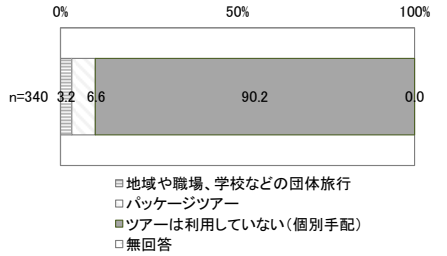
＜女性＞



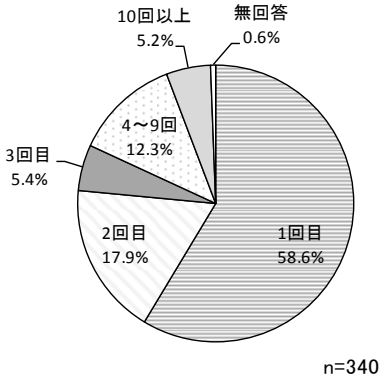
【旅行目的】



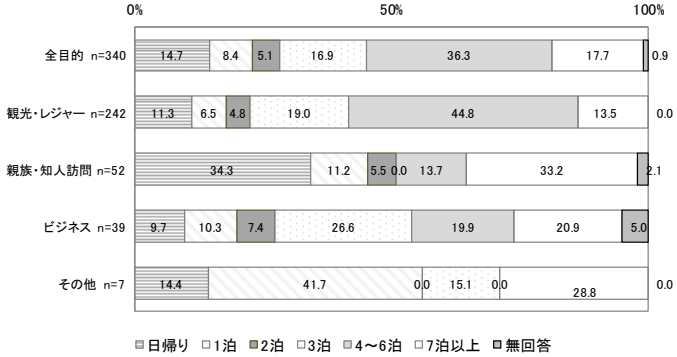
【旅行形態】



【今回の訪問を含む訪都回数】



【訪都における宿泊数】



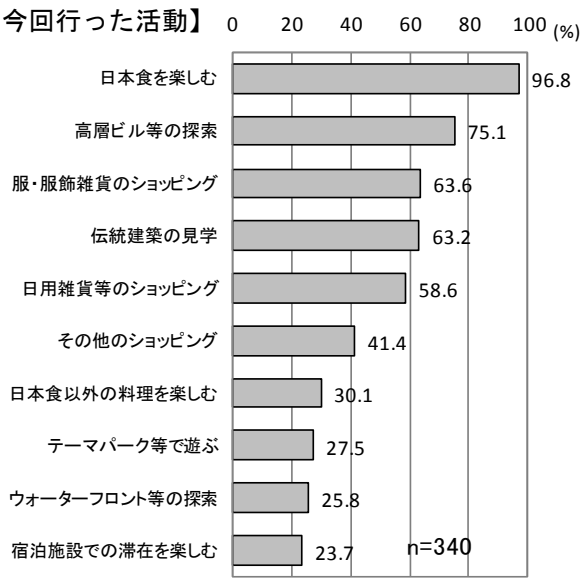
【訪問場所・期待していた場所・満足した場所】

今回の訪問先地域		（%）
1位	渋谷	68.7
2位	新宿・大久保	59.3
3位	銀座	46.9
4位	浅草	41.8
5位	秋葉原	40.8

一番期待していた場所		（%）
1位	渋谷	24.1
2位	新宿・大久保	14.2
3位	秋葉原	11.3
4位	銀座	9.6
5位	東京駅周辺・丸の内・日本橋	6.7

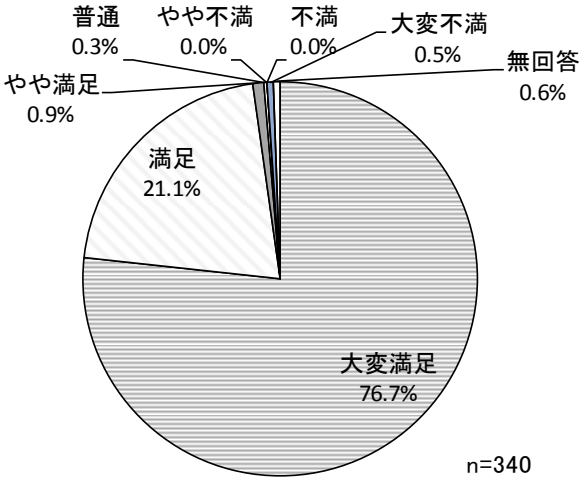
一番満足した場所		（%）
1位	渋谷	21.3
2位	新宿・大久保	14.4
3位	秋葉原	10.5
4位	銀座	9.1
5位	お台場・東京湾	8.2

【今回行った活動】

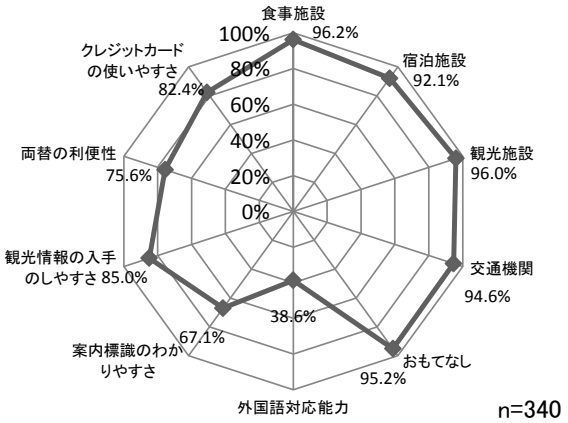


注）
日用雑貨等のショッピング：日用雑貨、化粧品、食品、菓子類のショッピング
高層ビル等の探索：高層ビル、近代的な街並み・景観・建築物の探索
ウォーターフロント等の探索：ウォーターフロント、夜景などの探索
テーマパーク等で遊ぶ：テーマパーク、レジャー施設で遊ぶ

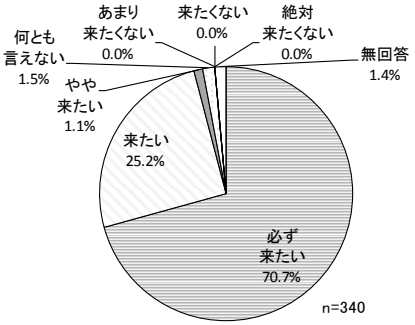
【訪都全体の満足度】



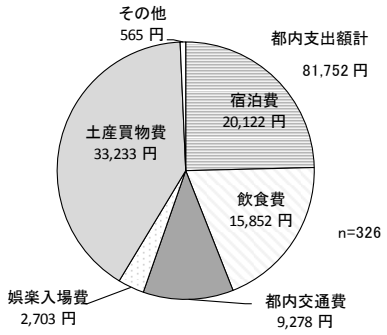
【項目別満足度】



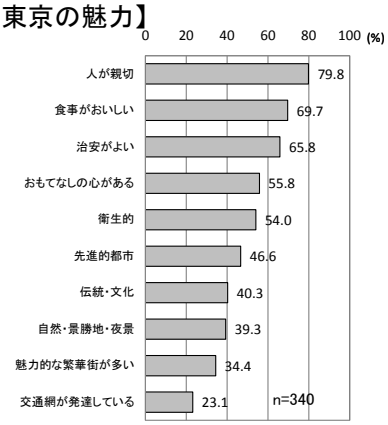
【再来訪意向】



【消費支出】



【東京の魅力】

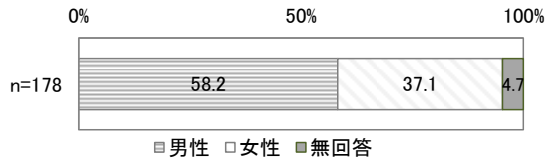


１９．　ベトナム

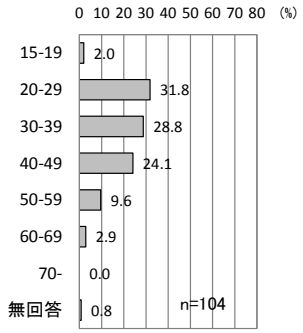
【行動特性の特徴】

- 男性、女性ともに 20 代の割合が最も高い。
- 旅行目的は観光・レジャーが 43.6%、ビジネスが 27.4%であった。
- 旅行形態は個別手配が 70.7%であった。
- 訪都回数は「1 回目」が 65.2%であった。
- 宿泊数（全目的）は 1 泊が 22.7%、4～6 泊が 19.7%であった。
- 訪問先及び満足した場所の 1 位は「秋葉原」、期待していた場所の 1 位は「銀座」。
- 今回行った活動は「日本食を楽しむ」、「高層ビル、近代的な街並み・景観・建築物の探索」、「日用雑貨、化粧品、食品、菓子類のショッピング」の順で高い。
- 満足度の「大変満足」は 45.4%、再訪意向の「必ず来たい」は 46.1%であった。
- 項目別満足度は、１位が「交通機関」の 86.5%、次いで「食事施設」が 84.1%であった。
- 旅行中消費支出は 119,100 円であり、土産買物費に 43.7%を使っている。
- 東京の魅力は「衛生的」、「人が親切」、「治安がよい」の順で高い。

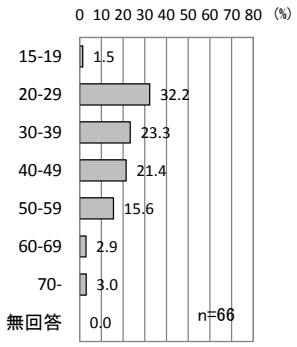
【性別・年齢】



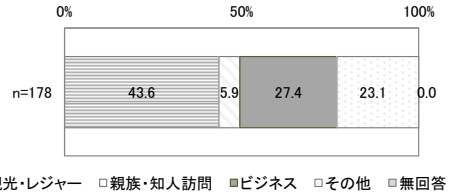
＜男性＞



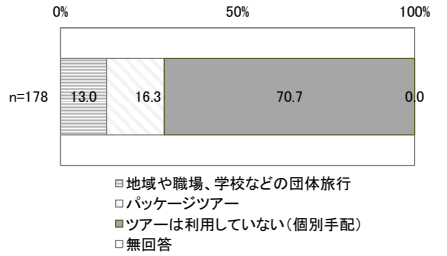
＜女性＞



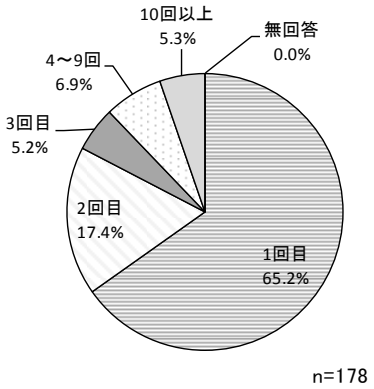
【旅行目的】



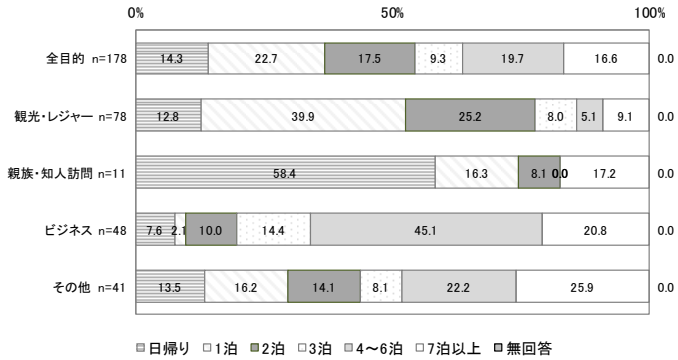
【旅行形態】



【今回の訪問を含む訪都回数】



【訪都における宿泊数】



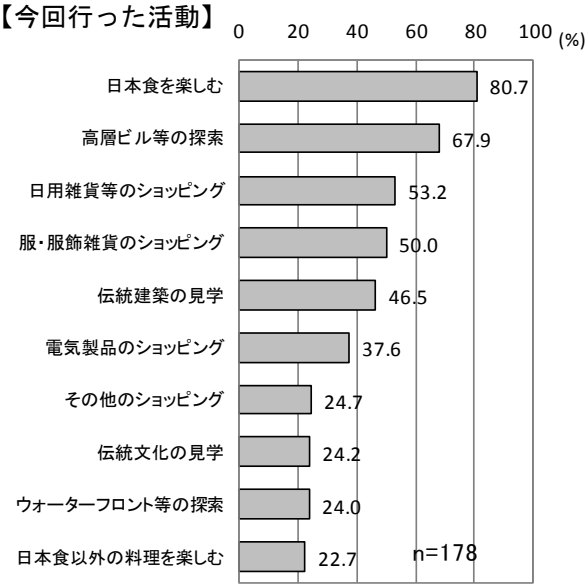
【訪問場所・期待していた場所・満足した場所】

今回の訪問先地域		（%）
1位	秋葉原	44.8
2位	銀座	38.7
3位	新宿・大久保	33.2
4位	浅草	29.9
5位	東京駅周辺・丸の内・日本橋	29.3

一番期待していた場所		（%）
1位	銀座	14.9
2位	新宿・大久保	14.2
3位	秋葉原	13.8
4位	お台場・東京湾	13.6
5位	渋谷	12.0

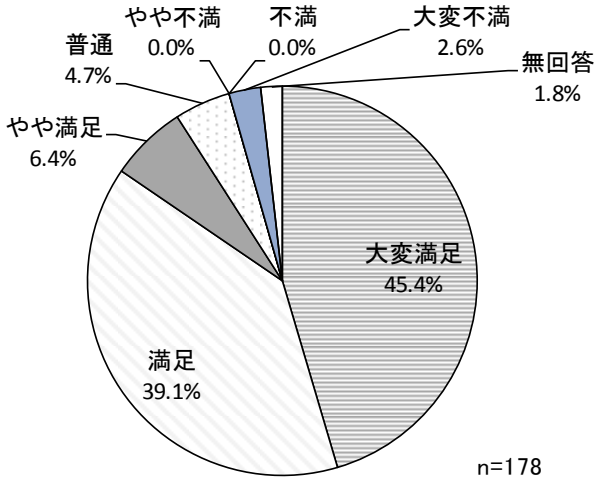
一番満足した場所		（%）
1位	秋葉原	15.1
2位	銀座	13.8
3位	新宿・大久保	12.4
4位	浅草	10.8
5位	渋谷	9.9

【今回行った活動】

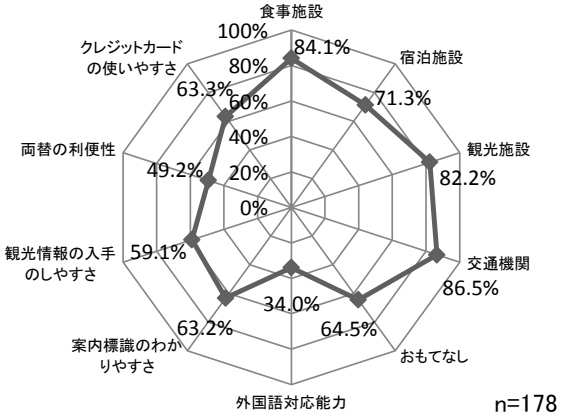


注）
日用雑貨等のショッピング：日用雑貨、化粧品、食品、菓子類のショッピング
高層ビル等の探索：高層ビル、近代的な街並み・景観・建築物の探索
ウォーターフロント等の探索：ウォーターフロント、夜景などの探索
テーマパーク等で遊ぶ：テーマパーク、レジャー施設で遊ぶ

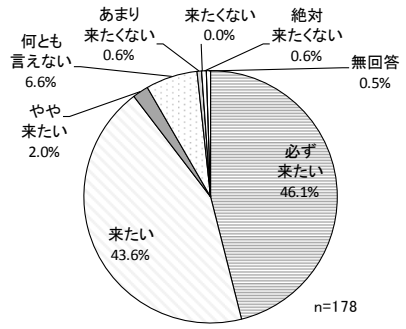
【訪都全体の満足度】



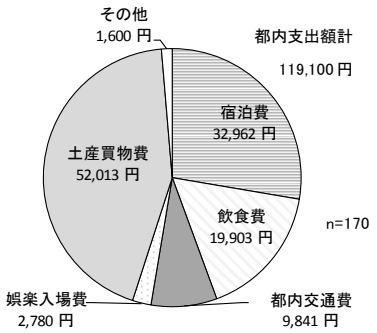
【項目別満足度】



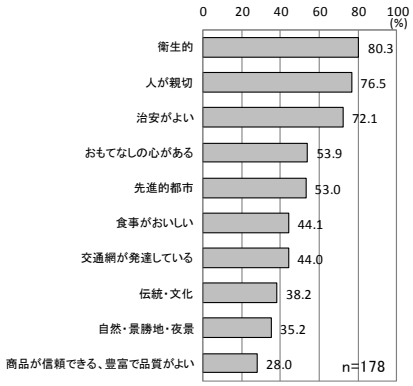
【再来訪意向】



【消費支出】



【東京の魅力】

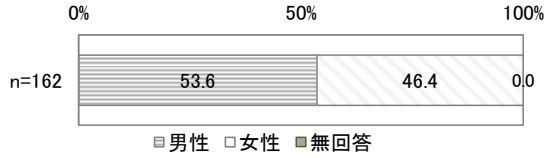


２０．　ロシア

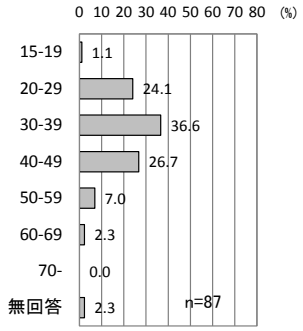
【行動特性の特徴】

- 男性は 30 代、女性は 20 代の割合が最も高い。
- 旅行目的は観光・レジャーが 43.2%、ビジネスが 38.8%であった。
- 旅行形態は個別手配が 83.4%を占める。
- 訪都回数は「1 回目」が 57.2%であった。
- 宿泊数（全目的）は 4～6 泊が 27.3%、7 泊以上が 31.5%であった。
- 訪問先地域、期待していた場所、満足した場所の 1 位はいずれも「渋谷」。
- 今回行った活動は「日本食を楽しむ」、「高層ビル、近代的な街並み・景観・建築物の探索」、「伝統建築の見学」の順で高い。
- 満足度の「大変満足」は 73.4%、再訪意向の「必ず来たい」は 64.8%であった。
- 項目別満足度は、1 位が「おもてなし」の 92.5%、次いで「観光施設」の 80.0%であった。
- 旅行中消費支出は 122,080 円であり、宿泊費と飲食費を合わせて 57.8%を使っている。
- 東京の魅力は「人が親切」、「伝統・文化」、「衛生的」の順で高い。

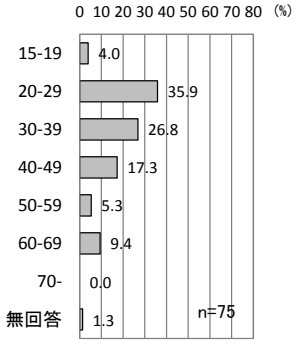
【性別・年齢】



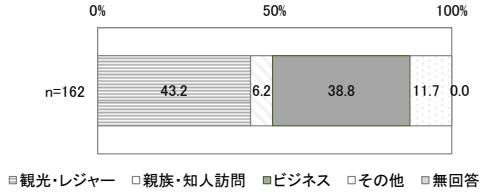
＜男性＞



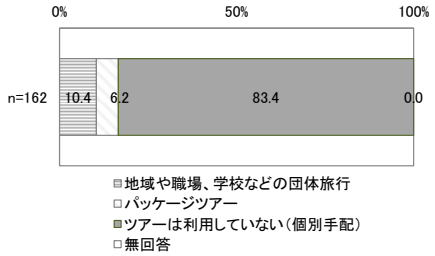
＜女性＞



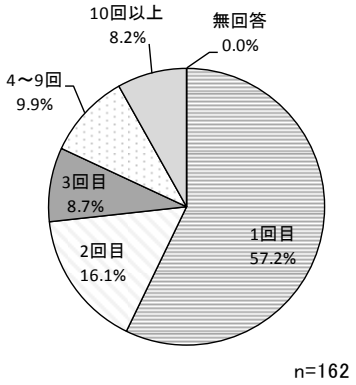
【旅行目的】



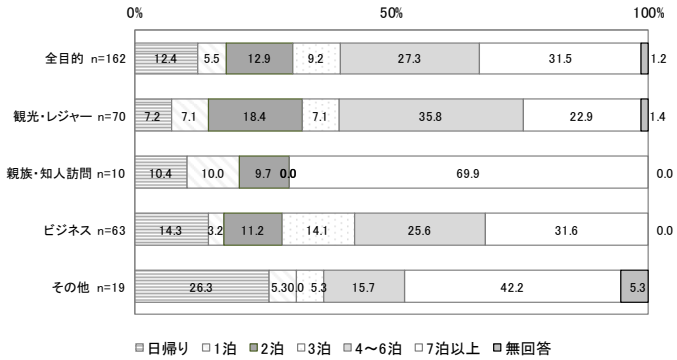
【旅行形態】



【今回の訪問を含む訪都回数】



【訪都における宿泊数】



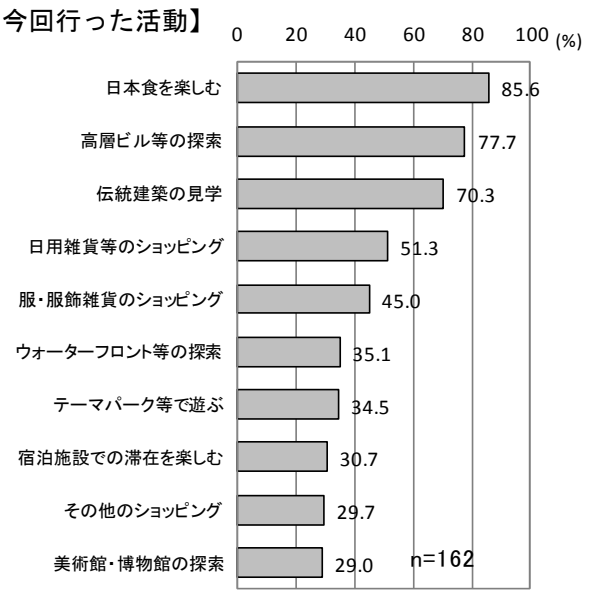
【訪問場所・期待していた場所・満足した場所】

今回の訪問先地域		（%）
1位	渋谷	58.0
2位	銀座	57.9
3位	秋葉原	44.9
4位	浅草	38.3
5位	東京駅周辺・丸の内・日本橋	35.2

一番期待していた場所		（%）
1位	渋谷	18.3
2位	銀座	11.7
3位	お台場・東京湾	11.6
4位	浅草	9.3
5位	秋葉原	8.4

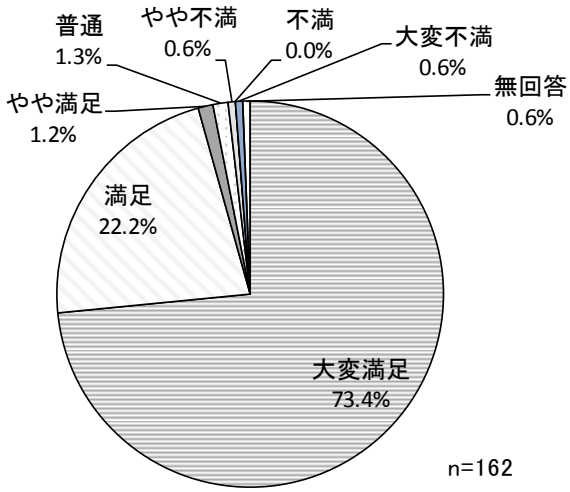
一番満足した場所		（%）
1位	渋谷	19.1
2位	お台場・東京湾	14.7
3位	銀座	13.2
4位	東京駅周辺・丸の内・日本橋	7.4
5位	秋葉原	7.3

【今回行った活動】

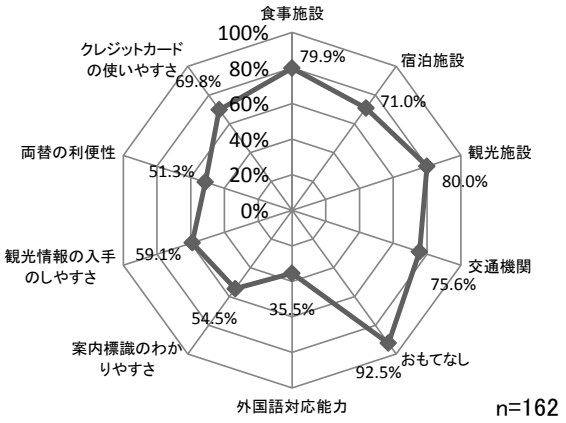


注）
日用雑貨等のショッピング：日用雑貨、化粧品、食品、菓子類のショッピング
高層ビル等の探索：高層ビル、近代的な街並み・景観・建築物の探索
ウォーターフロント等の探索：ウォーターフロント、夜景などの探索
テーマパーク等で遊ぶ：テーマパーク、レジャー施設で遊ぶ

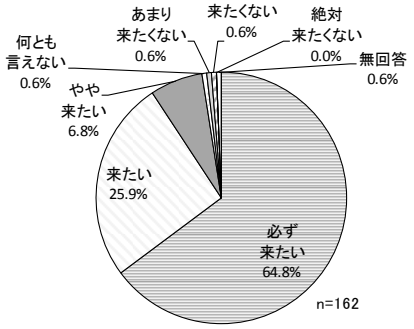
【訪都全体の満足度】



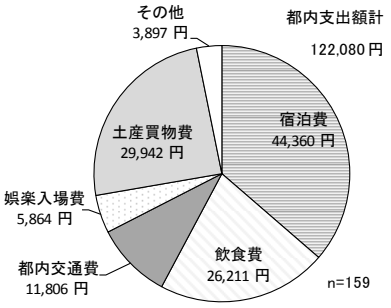
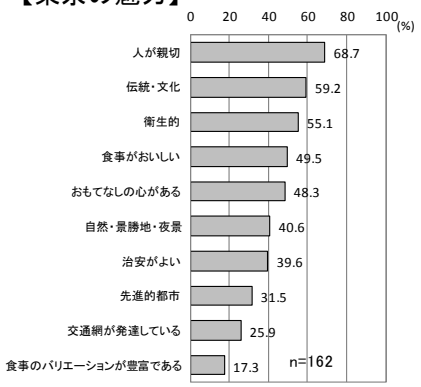
【項目別満足度】



【再来訪意向】



【消費支出】



【東京の魅力】