

# 訪日プロモーションの最近の動向

---

平成30年 2月 7日

観光庁 国際観光課 新市場開発室

# 「明日の日本を支える観光ビジョン」 概要

新たな目標値

訪日外国人旅行者数	2020年: <b>4,000万人</b> <small>(2015年の約2倍)</small>	2030年: <b>6,000万人</b> <small>(2015年の約3倍)</small>
訪日外国人旅行消費額	2020年: <b>8兆円</b> <small>(2015年の2倍超)</small>	2030年: <b>15兆円</b> <small>(2015年の4倍超)</small>
地方部での外国人延べ宿泊者数	2020年: <b>7,000万人泊</b> <small>(2015年の3倍弱)</small>	2030年: <b>1億3,000万人泊</b> <small>(2015年の5倍超)</small>
外国人リピーター数	2020年: <b>2,400万人</b> <small>(2015年の約2倍)</small>	2030年: <b>3,600万人</b> <small>(2015年の約3倍)</small>
日本人国内旅行消費額	2020年: <b>21兆円</b> <small>(最近5年間の平均から約5%増)</small>	2030年: <b>22兆円</b> <small>(最近5年間の平均から約10%増)</small>

## 課題

■ 我が国の豊富で多様な観光資源を、誇りを持って磨き上げ、その価値を日本人にも外国人にも分かりやすく伝えていくことが必要。

■ 観光の力で、地域の雇用を生み出し、人を育て、国際競争力のある生産性の高い観光産業へと変革していくことが必要。

■ CIQや宿泊施設、通信・交通・決済など、受入環境整備を早急に進めることが必要。  
 ■ 高齢者や障がい者なども含めた、すべての旅行者が「旅の喜び」を実感できるような社会を築いていくことが必要。

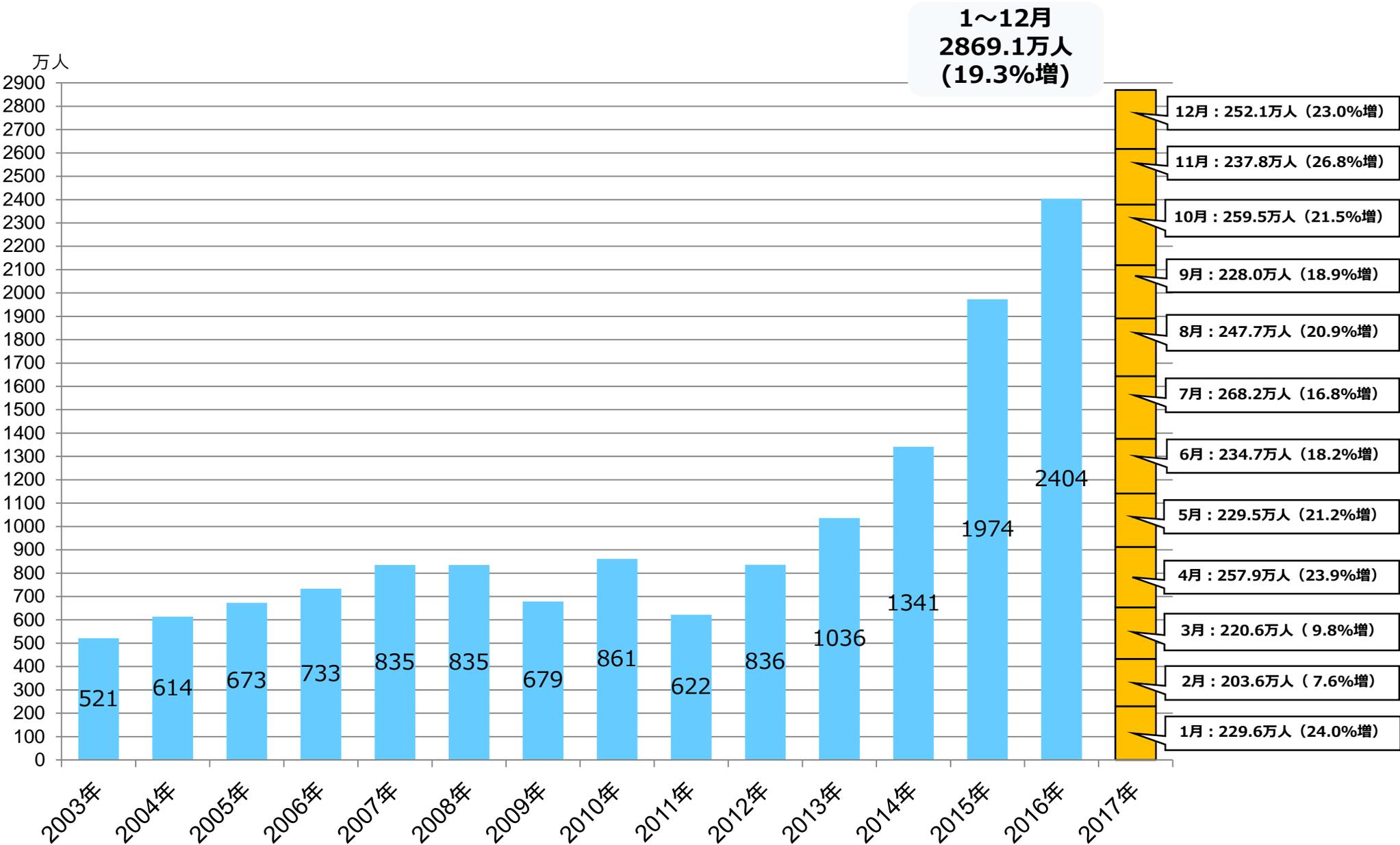
## 「観光先進国」への「3つの視点」

**視点 1**  
「観光資源の魅力を極め、地方創生の礎に」

**視点 2**  
「観光産業を革新し、国際競争力を高め、我が国の基幹産業に」

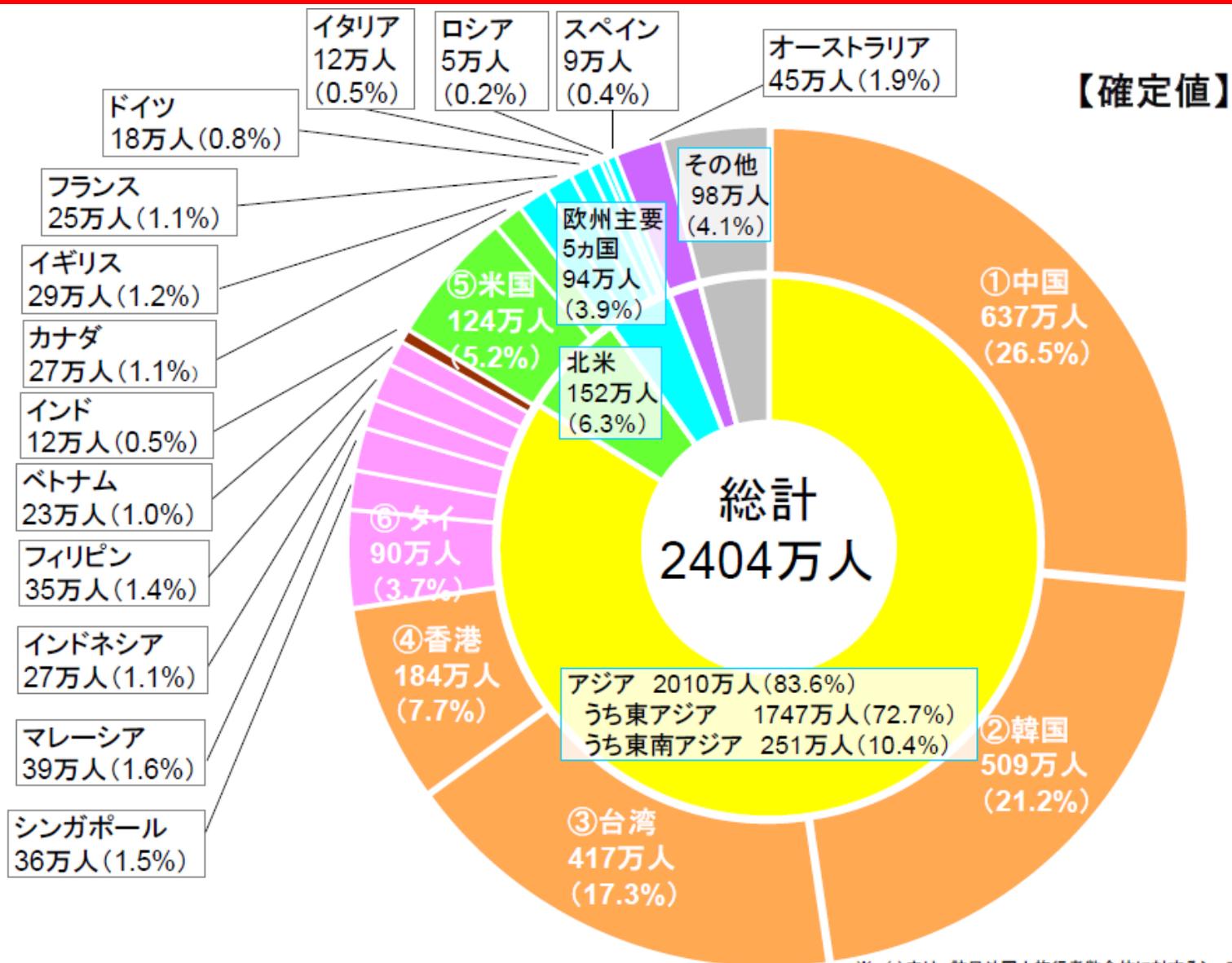
**視点 3**  
「すべての旅行者が、ストレスなく快適に観光を満喫できる環境に」

# 訪日外国人旅行者数の推移



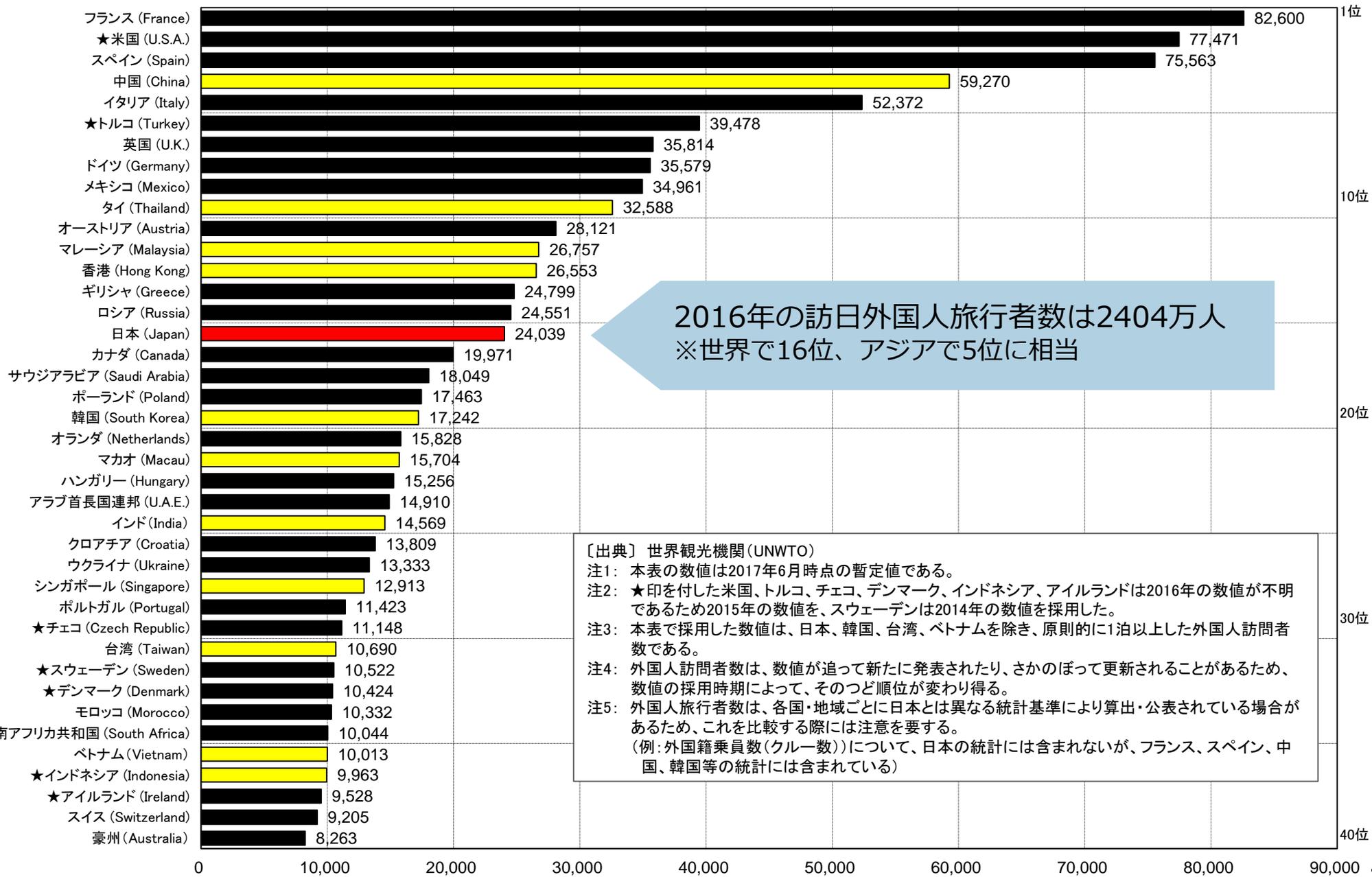
注) 2016年以前の値は確定値、2017年1~10月の値は暫定値、2017年11~12月の値は推計値、%は対前年同月比

# 国・地域別訪日外国人旅行者数及び割合（2016年）



※ ( )内は、訪日外国人旅行者数全体に対するシェア  
 ※ その他には、アジア、欧州等各地域の国であっても記載のない国・地域が含まれる。  
 ※ 数値は、それぞれ四捨五入によっているため、端数において合計とは合致しない場合がある。  
 ※ 日本政府観光局(JNTO)資料より観光庁作成

# 外国人旅行者受入数の国際比較 (2016年)



2016年の訪日外国人旅行者数は2404万人  
 ※世界で16位、アジアで5位に相当

〔出典〕 世界観光機関 (UNWTO)

注1: 本表の数値は2017年6月時点の暫定値である。

注2: ★印を付した米国、トルコ、チェコ、デンマーク、インドネシア、アイルランドは2016年の数値が不明であるため2015年の数値を、スウェーデンは2014年の数値を採用した。

注3: 本表で採用した数値は、日本、韓国、台湾、ベトナムを除き、原則的に1泊以上した外国人訪問者数である。

注4: 外国人訪問者数は、数値が追って新たに発表されたり、さかのぼって更新されることがあるため、数値の採用時期によって、そのつど順位が変わり得る。

注5: 外国人旅行者数は、各国・地域ごとに日本とは異なる統計基準により算出・公表されている場合があるため、これを比較する際には注意を要する。

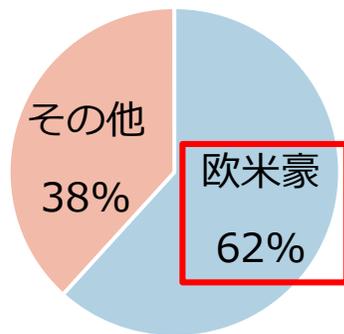
(例: 外国籍乗員数(クルー数))について、日本の統計には含まれないが、フランス、スペイン、中国、韓国等の統計には含まれている)

# 訪日プロモーションの抜本改革

## 現状

- ・インバウンドの83%がアジア
- ・他のアジア諸国に比べ、日本は欧州市場を取り込めていない

世界のアウトバウンド市場シェア（2015年）

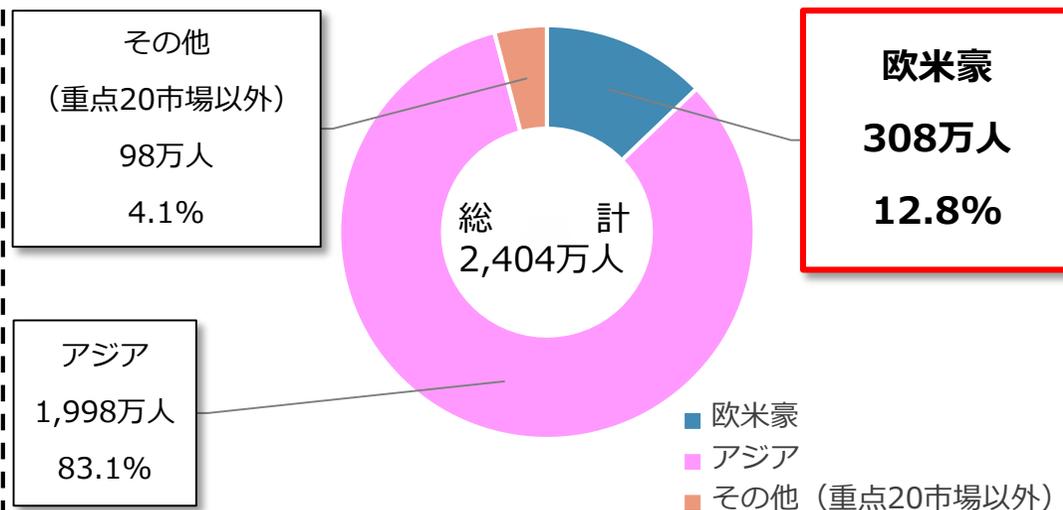


（出典）UNWTO

イギリス、フランス、ドイツからアジア地域へのアウトバウンドランキング(2015年)

	イギリス		フランス		ドイツ	
1	タイ	90万人(1.3%)	タイ	65万人(1.4%)	タイ	75万人(0.8%)
2	インド	87万人(1.2%)	中国	49万人(1.1%)	中国	62万人(0.7%)
3	豪州	69万人(1.0%)	インド	23万人(0.5%)	シンガポール	29万人(0.3%)
4	中国	58万人(0.8%)	<b>日本</b>	<b>21万人(0.5%)</b>	インド	25万人(0.3%)
5	シンガポール	47万人(0.7%)	インドネシア	21万人(0.5%)	インドネシア	20万人(0.3%)
6	香港	43万人(0.6%)	ベトナム	21万人(0.5%)	<b>日本</b>	<b>16万人(0.2%)</b>
7	マレーシア	40万人(0.6%)	シンガポール	16万人(0.3%)	香港	15万人(0.2%)
8	インドネシア	29万人(0.4%)	香港	16万人(0.3%)	ベトナム	15万人(0.2%)
9	<b>日本</b>	<b>26万人(0.4%)</b>	マレーシア	15万人(0.3%)	マレーシア	14万人(0.2%)

訪日外国人旅行者及び割合（2016年）



## 今後

アジアのみならず、海外旅行市場の大きさに対して訪日客数が多いとは言えない欧米豪をはじめ、全世界からの誘客の実現が必要

# 役に立った旅行情報源の変化

〔出典〕観光庁  
「平成22年訪日外国人消費動向調査」

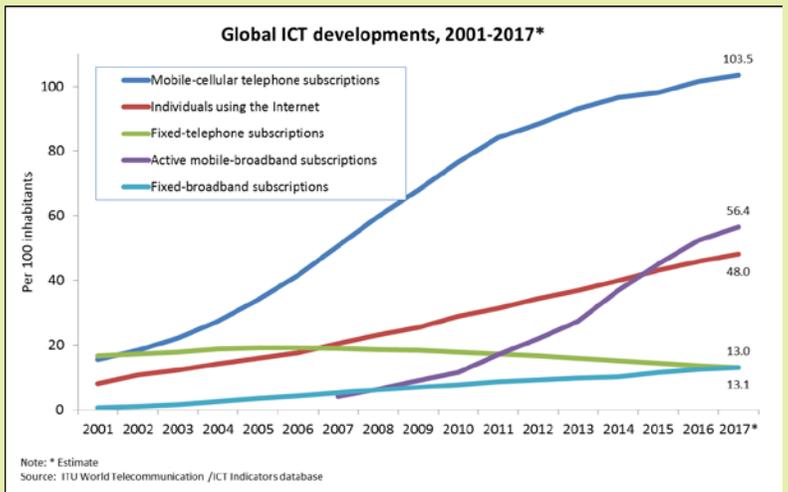
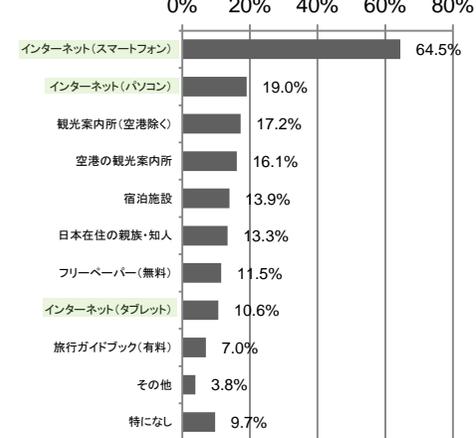
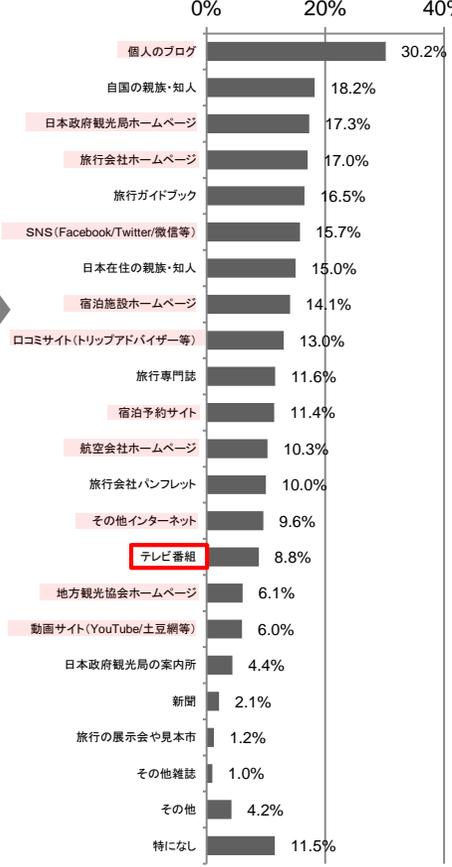
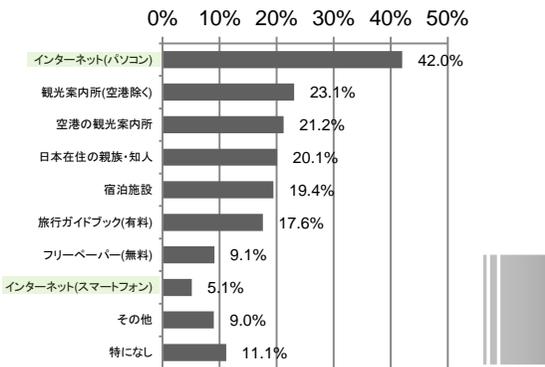
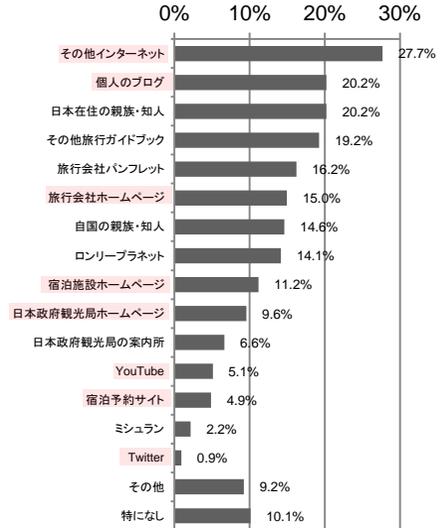
〔出典〕観光庁  
「平成28年訪日外国人消費動向調査」

出発前に得た旅行情報源で役に立ったもの  
(全国籍・地域、複数回答)

日本滞在中に得た旅行情報源で役に立ったもの (全国籍・地域、複数回答)

出発前に得た旅行情報源で役に立ったもの  
(全国籍・地域、複数回答)

日本滞在中に得た旅行情報源で役に立ったもの (全国籍・地域、複数回答)

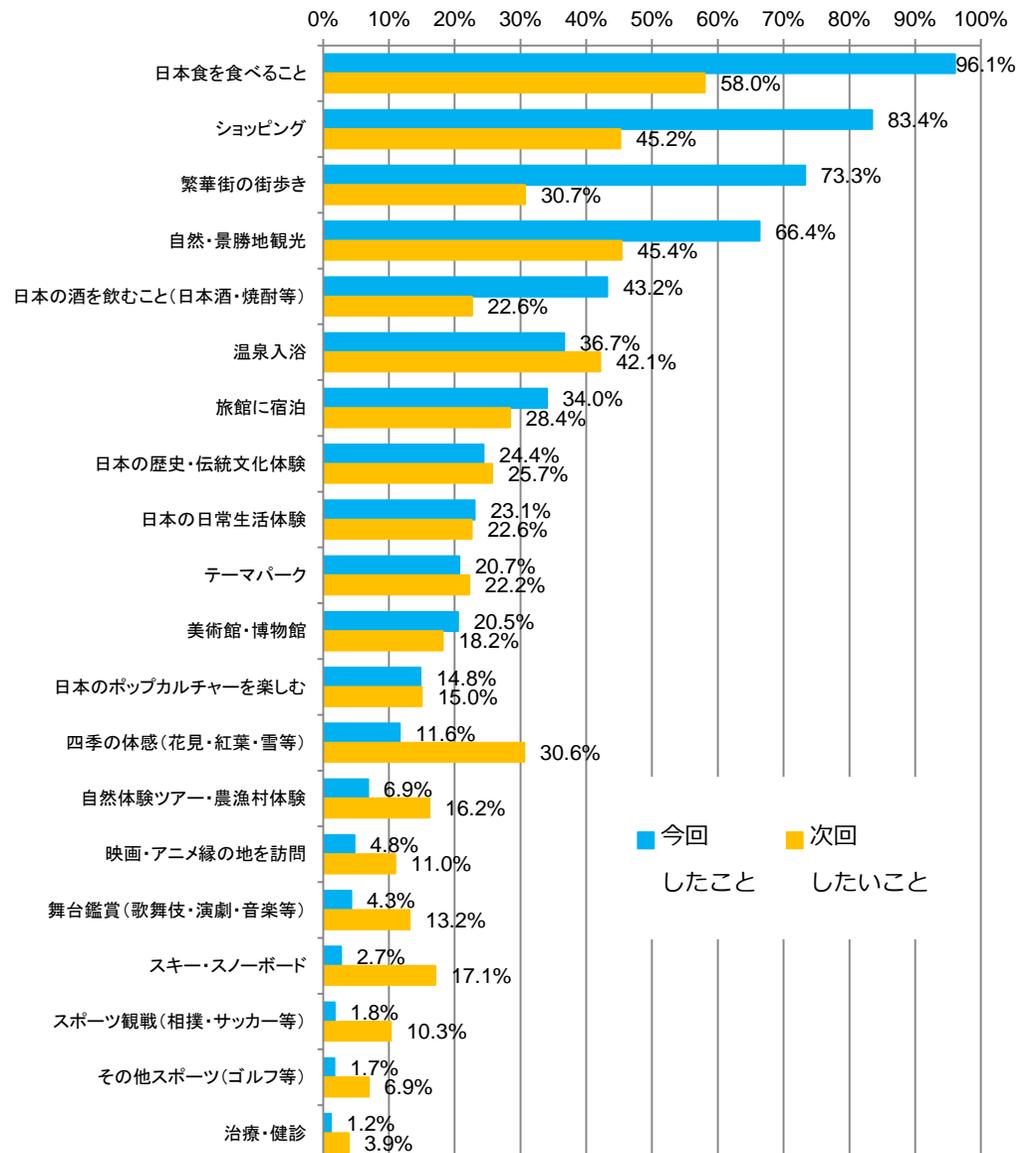
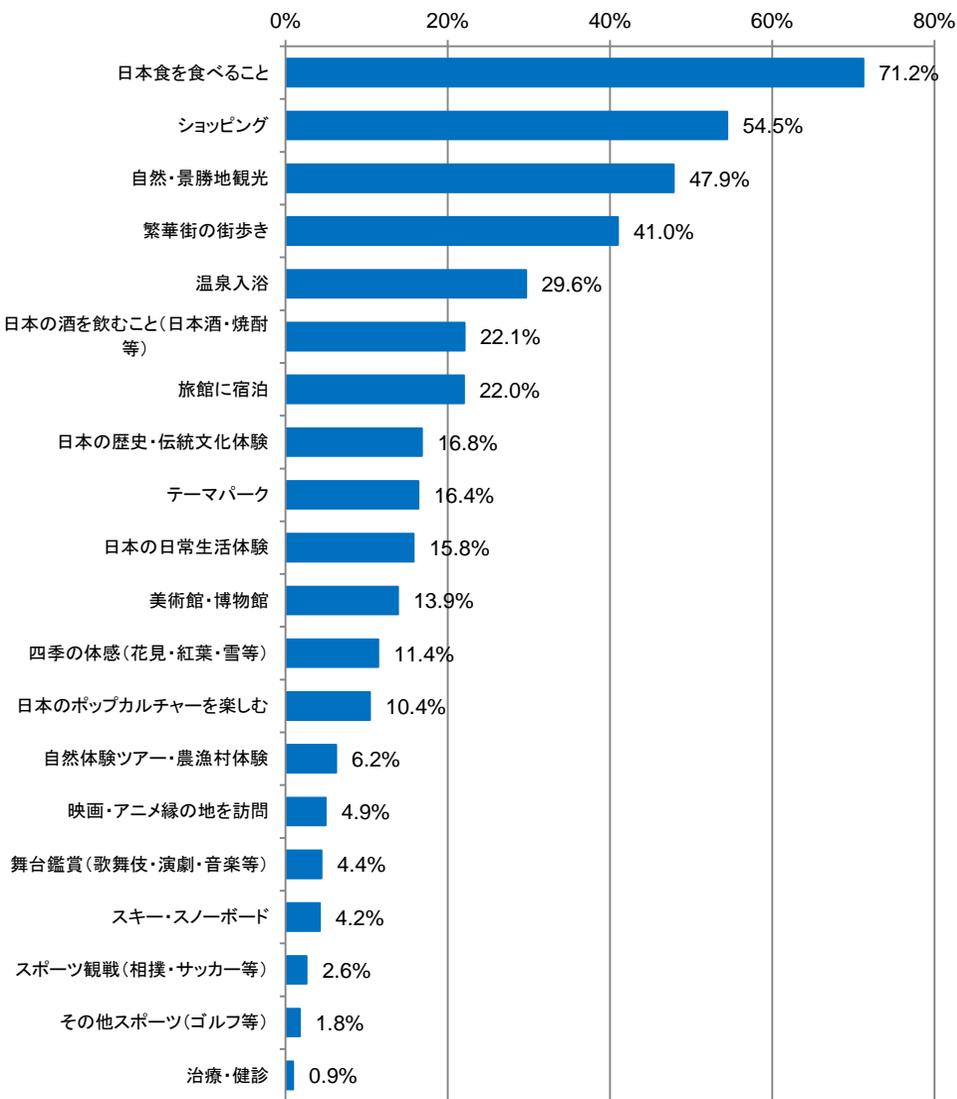


〔出典〕  
ITU, ICT Statistics Home Page  
ITU Statistics  
(<http://www.itu.int/ict/statistics>)  
Global ICT developments, 2001-2017

各国（地域）のインターネット利用率

## 訪日前に期待していたこと (全体)

## 今回実施したこと・次回実施したいこと (全体)



〔出典〕観光庁「平成28年訪日外国人消費動向調査」

# 出発前に得た旅行情報源で役に立ったもの

出発前に得た旅行情報源で役に立ったもの（2016年）

（単位：％）

日本政府観光局ホームページ		口コミサイト(トリップアドバイザー等)		SNS (Facebook/Twitter/ 微信等)		個人のブログ	
香港	36.0	オーストラリア	41.6	韓国	22.8	韓国	54.2
台湾	30.7	英国	33.5	ベトナム	21.1	台湾	38.0
タイ	29.2	フランス	31.1	中国	20.2	スペイン	36.4
シンガポール	26.0	カナダ	27.5	ロシア	15.5	香港	33.7
スペイン	25.2	イタリア	27.0	香港	14.8	フランス	24.3
フランス	24.7	米国	24.7	フランス	14.3	ロシア	22.3
イタリア	23.7	ロシア	23.8	オーストラリア	12.7	イタリア	21.9
インドネシア	22.8	フィリピン	23.8	フィリピン	12.2	シンガポール	21.1
マレーシア	20.1	シンガポール	23.2	タイ	11.0	オーストラリア	20.3
ドイツ	15.9	ドイツ	21.3	台湾	11.0	マレーシア	19.8
カナダ	15.8	インドネシア	21.1	インドネシア	9.4	カナダ	19.6
中国	14.1	スペイン	16.5	マレーシア	8.7	タイ	18.8
オーストラリア	13.8	タイ	16.2	シンガポール	8.5	インドネシア	17.9
インド	13.8	マレーシア	15.2	米国	7.9	フィリピン	17.8
フィリピン	13.0	香港	14.1	英国	7.4	英国	17.4
英国	12.8	台湾	10.8	カナダ	7.4	中国	17.4
ベトナム	11.5	中国	10.3	イタリア	6.1	米国	15.9
米国	9.7	ベトナム	9.6	ドイツ	5.9	ドイツ	12.7
ロシア	9.5	インド	8.8	スペイン	5.6	ベトナム	6.1
韓国	3.6	韓国	4.3	インド	3.6	インド	5.0
その他	14.1	その他	24.1	その他	5.3	その他	18.7

東アジア

他のアジア  
(東南アジア等)

欧米豪等

動画サイト(YouTube/ 土豆網等)		旅行ガイドブック		自国の親族・知人		テレビ番組	
フランス	15.4	スペイン	36.4	オーストラリア	40.9	タイ	17.9
オーストラリア	15.3	イタリア	35.8	カナダ	30.2	台湾	17.0
英国	14.2	フランス	33.7	フランス	27.5	香港	12.1
イタリア	14.2	英国	27.5	フィリピン	26.5	インドネシア	11.4
インドネシア	13.0	ドイツ	26.7	インドネシア	26.0	英国	11.2
タイ	12.7	カナダ	23.7	スペイン	25.9	フィリピン	10.6
フィリピン	12.6	オーストラリア	23.2	米国	25.6	スペイン	9.1
カナダ	12.1	ロシア	20.8	ドイツ	25.2	ベトナム	8.7
米国	10.3	韓国	19.1	イタリア	24.0	マレーシア	8.6
スペイン	9.4	タイ	19.0	英国	23.4	フランス	7.9
シンガポール	9.4	インドネシア	18.1	タイ	23.3	中国	7.7
ドイツ	9.0	フィリピン	17.8	ベトナム	22.1	シンガポール	7.7
ロシア	8.4	中国	16.6	中国	19.1	オーストラリア	7.6
ベトナム	7.8	米国	16.2	マレーシア	17.4	ロシア	7.4
香港	7.2	シンガポール	13.9	インド	17.2	イタリア	6.6
マレーシア	5.7	マレーシア	11.7	シンガポール	16.8	カナダ	5.8
台湾	5.1	香港	11.0	ロシア	16.5	米国	5.7
中国	3.8	台湾	10.5	台湾	15.9	インド	3.1
インド	2.7	インド	8.3	香港	13.7	ドイツ	2.8
韓国	2.3	ベトナム	5.0	韓国	11.6	韓国	2.4
その他	10.4	その他	21.8	その他	25.8	その他	5.8

〔出典〕観光庁  
「平成28年訪日外国人消費動向調査」

# 外国人旅行者の訪日動機（訪日前に期待していたこと）

## 訪日前に期待していたこと（2016年）

（単位：％）

日本食を食べること		ショッピング		自然・景勝地観光		繁華街の街歩き		温泉入浴		日本の酒を飲むこと(日本酒・焼酎等)		旅館に宿泊	
オーストラリア	85.9	タイ	69.0	オーストラリア	58.7	タイ	50.1	中国	36.1	オーストラリア	47.0	スペイン	34.2
タイ	85.8	香港	67.8	タイ	57.2	香港	49.5	オーストラリア	32.8	英国	43.1	イタリア	30.4
フランス	81.1	台湾	59.5	台湾	55.6	オーストラリア	48.3	香港	31.6	イタリア	40.5	香港	29.2
香港	79.4	中国	59.3	スペイン	53.5	マレーシア	46.6	タイ	31.0	米国	39.1	フランス	29.1
フィリピン	79.3	マレーシア	58.0	香港	53.2	フィリピン	45.7	スペイン	30.7	フランス	38.2	台湾	28.6
ドイツ	78.8	フィリピン	55.9	フランス	52.9	台湾	45.4	台湾	30.5	カナダ	37.8	オーストラリア	28.5
イタリア	78.5	インドネシア	51.8	中国	52.3	スペイン	44.9	フランス	28.2	スペイン	34.2	マレーシア	28.0
米国	78.2	オーストラリア	50.9	マレーシア	50.9	インドネシア	44.5	シンガポール	27.3	ドイツ	33.7	カナダ	26.2
スペイン	77.6	ベトナム	48.7	英国	49.9	中国	42.5	英国	27.3	韓国	26.7	中国	25.9
英国	76.5	シンガポール	48.3	シンガポール	49.8	シンガポール	42.4	韓国	26.8	ロシア	25.8	英国	24.4

日本の歴史・伝統文化体験		テーマパーク		日本の日常生活体験		美術館・博物館		四季の体感(花見・紅葉・雪等)		日本のポップカルチャーを楽しむ		自然体験ツアー・農漁村体験	
スペイン	46.0	フィリピン	26.8	フランス	40.4	フランス	32.7	インドネシア	21.9	スペイン	27.4	インドネシア	14.2
オーストラリア	43.5	オーストラリア	23.1	スペイン	36.4	イタリア	31.9	イタリア	20.9	フランス	21.7	フランス	13.5
カナダ	41.3	インドネシア	22.3	カナダ	32.3	スペイン	29.7	オーストラリア	20.7	カナダ	17.8	イタリア	13.0
フランス	41.1	台湾	19.8	英国	31.9	オーストラリア	29.6	フランス	20.5	オーストラリア	17.1	カナダ	12.8
英国	41.0	タイ	19.7	イタリア	31.6	英国	29.5	マレーシア	18.7	米国	15.9	オーストラリア	10.4
米国	36.8	マレーシア	19.6	ドイツ	30.7	米国	26.4	タイ	17.7	イタリア	15.1	米国	10.3
イタリア	34.4	ロシア	19.3	オーストラリア	30.5	カナダ	24.6	シンガポール	17.7	ドイツ	14.9	フィリピン	9.9
ドイツ	34.0	香港	16.8	米国	30.1	タイ	23.8	台湾	16.5	英国	14.8	タイ	9.2
ロシア	26.6	中国	16.8	ロシア	24.1	ロシア	23.3	ロシア	15.9	タイ	12.7	スペイン	9.2
インドネシア	22.6	韓国	15.6	フィリピン	20.9	フィリピン	19.4	英国	15.5	台湾	11.9	台湾	8.8

映画・アニメ縁の地を訪問		舞台鑑賞(歌舞伎・演劇・音楽等)		スキー・スノーボード		スポーツ観戦(相撲・サッカー等)		その他スポーツ(ゴルフ等)		治療・健診		上記には当てはまるものがない	
フランス	11.4	スペイン	14.4	オーストラリア	24.2	カナダ	11.0	ロシア	4.6	ベトナム	3.7	インド	19.4
スペイン	9.7	フランス	10.1	タイ	7.6	フランス	10.8	フランス	4.2	タイ	2.1	ロシア	16.8
イタリア	7.8	イタリア	10.0	インドネシア	7.4	オーストラリア	10.3	インドネシア	4.0	ロシア	2.1	ベトナム	13.3
米国	7.2	英国	10.0	フィリピン	6.6	スペイン	9.3	スペイン	3.9	フィリピン	2.0	米国	11.7
オーストラリア	6.8	オーストラリア	10.0	シンガポール	6.5	イタリア	8.4	ドイツ	3.3	スペイン	1.8	英国	10.6
フィリピン	6.6	米国	9.0	台湾	6.0	英国	7.9	シンガポール	3.0	オーストラリア	1.7	マレーシア	10.4
ドイツ	6.6	ドイツ	8.6	マレーシア	5.9	米国	6.9	米国	2.7	シンガポール	1.5	イタリア	10.3
英国	6.5	カナダ	6.9	英国	5.3	ロシア	4.0	英国	2.7	イタリア	1.4	カナダ	10.0
カナダ	6.4	インドネシア	6.8	ロシア	4.8	タイ	3.2	マレーシア	2.6	インドネシア	1.3	ドイツ	9.3
ロシア	6.1	ロシア	6.6	カナダ	4.2	ドイツ	3.0	英国	2.5	インド	1.3	フランス	7.6

東アジア

他のアジア  
(東南アジア等)

欧米豪等

〔出典〕観光庁「平成28年訪日外国人消費動向調査」

# 外国人旅行者の訪日動機（今回実施したこと）

## 今回実施したこと（2016年）

（単位：％）

日本食を食べること		ショッピング		繁華街の街歩き		自然・景勝地観光		日本の酒を飲むこと（日本酒・焼酎等）		温泉入浴		旅館に宿泊	
オーストラリア	99.0	香港	90.3	インドネシア	77.5	スペイン	76.4	英国	72.8	中国	48.4	スペイン	50.3
イタリア	99.0	中国	89.2	中国	77.4	オーストラリア	75.5	オーストラリア	70.6	スペイン	41.1	中国	45.3
スペイン	98.9	台湾	88.6	オーストラリア	76.8	台湾	74.7	米国	64.4	オーストラリア	38.4	台湾	43.3
フィリピン	98.7	マレーシア	85.5	カナダ	76.5	中国	73.6	カナダ	64.3	台湾	37.9	イタリア	40.6
ドイツ	98.6	タイ	85.4	フィリピン	76.0	香港	70.0	イタリア	63.5	香港	36.2	香港	40.5
ロシア	98.3	フィリピン	84.6	台湾	75.9	タイ	68.6	ドイツ	62.7	タイ	36.0	フランス	37.5
シンガポール	98.2	韓国	81.9	香港	75.1	マレーシア	68.5	韓国	61.5	ベトナム	33.3	マレーシア	34.2
英国	98.1	インドネシア	81.7	スペイン	75.0	英国	66.6	フランス	56.6	韓国	32.7	オーストラリア	34.1
米国	97.9	ベトナム	81.6	マレーシア	74.4	イタリア	65.3	スペイン	54.6	ロシア	32.6	カナダ	33.6
香港	97.7	シンガポール	76.5	英国	73.6	インドネシア	64.5	ロシア	50.1	フランス	32.0	ベトナム	32.1

日本の歴史・伝統文化体験		日本の日常生活体験		テーマパーク		美術館・博物館		日本のポップカルチャーを楽しむ		四季の体感（花見・紅葉・雪等）		自然体験ツアー・農漁村体験	
スペイン	61.8	スペイン	58.6	フィリピン	37.5	フランス	45.8	スペイン	45.3	インドネシア	27.4	インドネシア	19.3
オーストラリア	59.5	フランス	55.0	ロシア	32.6	スペイン	45.8	フランス	31.9	イタリア	25.8	イタリア	16.5
英国	59.3	カナダ	54.2	オーストラリア	30.1	英国	44.2	オーストラリア	29.2	オーストラリア	23.2	オーストラリア	13.4
カナダ	54.2	英国	54.1	インドネシア	28.1	イタリア	43.3	カナダ	28.8	ロシア	22.3	カナダ	13.0
フランス	53.0	イタリア	49.1	マレーシア	23.6	オーストラリア	43.0	英国	26.3	シンガポール	21.5	ドイツ	12.9
イタリア	48.5	オーストラリア	49.1	台湾	23.4	ロシア	39.1	イタリア	25.0	マレーシア	21.0	タイ	12.8
米国	48.5	米国	44.8	中国	22.7	カナダ	38.4	米国	24.5	フィリピン	19.9	スペイン	12.2
ドイツ	46.8	ドイツ	44.6	タイ	21.9	米国	34.9	ドイツ	20.8	ベトナム	19.3	ベトナム	11.9
ロシア	43.8	ロシア	40.7	シンガポール	19.4	ドイツ	32.8	フィリピン	20.5	フランス	18.8	フランス	11.5
フィリピン	34.7	フィリピン	40.3	香港	19.3	インドネシア	32.2	ベトナム	18.3	英国	17.7	ロシア	10.4

映画・アニメ縁の地を訪問		舞台鑑賞（歌舞伎・演劇・音楽等）		スキー・スノーボード		スポーツ観戦（相撲・サッカー等）		その他スポーツ（ゴルフ等）		治療・健診		上記には当てはまるものがない	
フランス	13.3	スペイン	12.3	オーストラリア	21.1	フランス	8.4	ロシア	6.1	ロシア	5.7	インド	2.0
スペイン	11.9	フランス	11.2	インドネシア	6.6	オーストラリア	8.4	フランス	6.0	ベトナム	5.6	シンガポール	1.1
ロシア	9.5	英国	10.8	マレーシア	5.3	カナダ	7.9	スペイン	3.6	オーストラリア	3.2	中国	0.9
英国	9.0	イタリア	10.6	ロシア	5.2	ロシア	7.2	ドイツ	3.4	フィリピン	3.1	カナダ	0.8
イタリア	8.8	オーストラリア	10.3	英国	5.0	英国	7.1	英国	3.3	タイ	2.5	米国	0.6
オーストラリア	8.3	ドイツ	9.1	タイ	4.6	米国	4.5	ベトナム	3.0	英国	2.1	ドイツ	0.6
ドイツ	8.3	ロシア	8.9	シンガポール	4.1	イタリア	4.5	カナダ	2.9	インドネシア	2.1	台湾	0.5
カナダ	8.1	米国	8.3	台湾	3.5	スペイン	4.4	イタリア	2.8	マレーシア	2.0	オーストラリア	0.4
米国	8.0	カナダ	8.1	フィリピン	3.2	ドイツ	3.4	マレーシア	2.7	米国	1.9	フィリピン	0.4
フィリピン	5.9	インドネシア	6.5	カナダ	3.2	タイ	2.8	タイ	2.7	カナダ	1.8	マレーシア	0.3

東アジア

他のアジア  
（東南アジア等）

欧米豪等

〔出典〕観光庁「平成28年訪日外国人消費動向調査」

## 次回実施したいこと（2016年）

（単位：％）

日本食を食べること		ショッピング		繁華街の街歩き		自然・景勝地観光		日本の酒を飲むこと(日本酒・焼酎等)		温泉入浴		旅館に宿泊	
ロシア	76.1	タイ	62.1	マレーシア	43.9	フランス	58.2	英国	42.3	韓国	51.0	イタリア	50.4
マレーシア	75.7	マレーシア	60.6	タイ	43.0	スペイン	57.5	オーストラリア	41.4	イタリア	49.7	スペイン	46.2
タイ	74.3	香港	52.0	スペイン	39.5	マレーシア	56.5	カナダ	40.7	カナダ	49.2	カナダ	39.6
イタリア	73.0	フィリピン	51.0	フランス	38.8	タイ	55.9	フランス	40.6	スペイン	47.9	オーストラリア	38.1
ドイツ	72.6	ベトナム	46.2	ロシア	38.1	イタリア	53.9	イタリア	40.6	フランス	46.3	フランス	37.3
米国	70.8	中国	46.0	米国	37.3	カナダ	52.5	ドイツ	38.8	ロシア	45.4	マレーシア	34.4
フィリピン	70.2	台湾	45.7	フィリピン	37.1	オーストラリア	51.9	米国	38.6	シンガポール	44.6	ドイツ	33.5
スペイン	70.0	ロシア	43.9	カナダ	36.6	オーストラリア	50.8	スペイン	36.0	香港	44.4	シンガポール	33.2
カナダ	69.1	インド	43.9	オーストラリア	36.6	インドネシア	49.1	ロシア	32.0	オーストラリア	42.6	英国	33.1
オーストラリア	68.5	カナダ	43.7	ドイツ	35.0	ドイツ	49.0	韓国	27.8	タイ	42.2	香港	32.8

日本の歴史・伝統文化体験		日本の日常生活体験		テーマパーク		美術館・博物館		日本のポップカルチャーを楽しむ		四季の体感(花見・紅葉・雪等)		自然体験ツアー・農漁村体験	
スペイン	50.5	フランス	43.3	フィリピン	32.7	イタリア	42.9	スペイン	29.5	イタリア	48.1	イタリア	33.5
イタリア	50.2	イタリア	40.8	タイ	27.9	フランス	41.4	イタリア	23.8	オーストラリア	44.4	フランス	29.8
カナダ	47.1	スペイン	40.4	ロシア	27.3	スペイン	36.9	ベトナム	22.1	フランス	43.8	ドイツ	25.4
フランス	46.8	カナダ	37.1	マレーシア	26.7	カナダ	36.2	フランス	21.5	スペイン	41.6	カナダ	25.1
ドイツ	44.8	ロシア	35.8	台湾	24.2	米国	35.4	カナダ	20.5	カナダ	39.8	フィリピン	25.0
米国	44.5	オーストラリア	34.6	韓国	23.9	英国	33.7	米国	19.9	英国	39.3	英国	24.1
オーストラリア	43.9	英国	33.7	オーストラリア	23.0	ドイツ	32.6	オーストラリア	19.0	シンガポール	37.7	米国	23.9
英国	43.7	米国	33.5	インドネシア	22.9	ロシア	31.7	英国	17.9	ロシア	37.1	ベトナム	23.2
ロシア	42.7	ドイツ	33.5	ベトナム	22.6	オーストラリア	29.9	ドイツ	16.1	台湾	36.1	スペイン	22.9
インド	34.2	ベトナム	28.4	イタリア	22.0	タイ	27.3	台湾	16.0	米国	36.0	シンガポール	22.1

映画・アニメ縁の地を訪問		舞台鑑賞(歌舞伎・演劇・音楽等)		スキー・スノーボード		スポーツ観戦(相撲・サッカー等)		その他スポーツ(ゴルフ等)		治療・健診		上記には当てはまるものがない	
スペイン	19.0	イタリア	36.2	オーストラリア	37.7	イタリア	27.7	イタリア	13.4	タイ	6.4	ベトナム	7.2
イタリア	18.1	スペイン	30.8	ベトナム	25.1	スペイン	27.6	カナダ	11.3	ロシア	6.2	シンガポール	4.9
ロシア	15.6	フランス	29.7	フィリピン	24.1	カナダ	27.4	スペイン	11.3	ベトナム	6.2	中国	4.0
カナダ	14.9	英国	27.8	香港	23.3	オーストラリア	25.9	米国	11.3	イタリア	5.8	インド	3.1
フィリピン	14.9	米国	26.4	台湾	22.8	フランス	25.9	フィリピン	11.2	フィリピン	5.4	米国	3.0
フランス	14.5	カナダ	26.3	タイ	22.8	英国	25.2	英国	11.1	マレーシア	5.3	マレーシア	2.5
米国	13.6	ロシア	22.9	マレーシア	20.8	米国	22.2	ロシア	9.5	台湾	4.7	ロシア	2.3
英国	12.8	オーストラリア	22.7	シンガポール	20.6	ドイツ	18.7	タイ	9.4	オーストラリア	4.7	スペイン	2.2
ベトナム	12.4	ドイツ	21.8	インドネシア	20.1	ロシア	16.6	オーストラリア	9.3	インドネシア	4.5	カナダ	2.0
シンガポール	12.1	フィリピン	18.0	カナダ	17.8	フィリピン	13.6	フランス	8.7	香港	4.4	韓国	1.8

東アジア

他のアジア  
(東南アジア等)

欧米豪等

【出典】観光庁「平成28年訪日外国人消費動向調査」

