

## 数字で見るインドからの訪日外国人旅行者とその背景について

### Facts and figures on foreign visitors from India to Japan

土 屋 渉

Wataru TSUCHIYA

#### 概要

2014年にわが国を訪れた外客数は、前年比29.4%増の1,341万4千人となり、2013年の1,036万4千人を300万人余り、上回った。日本政府観光局（JNTO）が1964年に統計を開始して以来、2年連続で1,000万人を突破した。

本稿は、好調な経済状況により中間層や富裕層が増加しつつあるBRICS（ブラジル、ロシア、インド、中国、南アフリカの5カ国）のうち、特に、インドからの訪日旅行の将来の傾向を考察する。

日本語学習者が増加し、日本への関心がますます高まり、2014年7月より短期滞在者向けに数次ビザの発給が開始された。このような背景からインドは近い将来、有望な訪日旅行市場として期待される。

本稿は、GDP成長率推移、可処分所得、宗教別人口、日本語学習者、日本在留者、日本への留学生、日本企業への留学生の就職状況、外国旅行、訪日旅行、日本における旅行の実態等の入手可能なデータを集め、今後のインドからの訪日旅行の動向を取りまとめたものである。

**キーワード：**訪日外国人旅行者 1,000 万人、日本語学習者、訪日外国人旅行者の旅行支出、日本での買物、旅行情報源、訪日旅行の満足度

#### Abstract

In 2014, Japan welcomed 13,414 thousand foreign visitors, representing an increase of 3 million visitors (+29.4%), compared with the figure of 2013, i.e. 10,364 thousand visitors, thus achieved the goal of 10 million foreign visitors for two successive years since Japan National Tourist Organization (JNTO) started collecting statistics on foreign visitor arrivals in 1964.

This paper examines future trends of foreign visitors to Japan, especially those from India, a member of BRICS (Brazil, Russia, India, China, South Africa) countries, showing

an increase in number of upper-middle group and rich group by achieving good economic outcomes.

Learners of the Japanese language continue to increase in India and the people are interested more and more in Japan. Since July, 2014, multiple entry visas for short-term stay are issued for nationals of India. Under such circumstances, India seems to be a promising tourist-generating market for Japan in the near future.

This paper monitors trends of Indian tourists to Japan, in summarizing changes of GDP growth rates, disposable incomes, populations by religion, learners of the Japanese language, number of Indian residents in Japan, number of Indian students, number of those employed in Japanese companies, overseas travels, travels to Japan, a fact-finding survey on travels in Japan.

**Keyword:** Ten million foreign visitors to Japan, Japanese language learners, Travel expense in Japan, Shopping in Japan, Source of information on travel in Japan, Degree of Satisfaction of traveling in Japan

## 目次

1. はじめに
2. 一般的背景
  - 2.1 インドの人口の推移
  - 2.2 宗教別・言語別人口（2011年）
  - 2.3 成長率の推移
  - 2.4 可処分所得と格差
  - 2.5 日本語学習者数の推移
  - 2.6 日本在留者数の推移
  - 2.7 留学生数
  - 2.8 留学生の日本企業等への就職状況
3. 外国旅行
  - 3.1 出国者数と外国人旅行者受入数の推移
  - 3.2 主な外国旅行先
  - 3.3 アジアへの旅行者数の推移
4. 訪日外国人旅行
  - 4.1 訪日外国人旅行者数の推移
  - 4.2 訪日外国人旅行者に対する査証（ビザ）の緩和

## 5. 訪日外国人と消費動向

(観光庁著「訪日外国人の消費動向 平成25年 年次報告書」より)

### 5.1 訪日外国人の属性と旅行内容

#### 5.1.1 回答者の属性

#### 5.1.2 泊数・滞在日数

#### 5.1.3 旅行内容

[全目的]

- 1) 来訪回数
- 2) 同行者
- 3) 来訪目的
- 4) 利用宿泊施設 (複数回答)
- 5) 旅行形態
- 6) 都道府県別訪問率 (複数回答)

[観光・レジャー目的]

- 1) 来訪回数
- 2) 同行者
- 3) 来訪目的
- 4) 利用宿泊施設 (複数回答)
- 5) 旅行形態
- 6) 都道府県別訪問率 (複数回答)

### 5.2 訪日外国人の旅行支出

#### 5.2.1 旅行中支出

#### 5.2.2 手配方法別旅行中支出

#### 5.2.3 来訪目的別にみる旅行中支出

#### 5.2.4 旅行消費額の推計 (パッケージツアー参加費を含む)

#### 5.2.5 費目別にみる旅行支出

### 5.3 土産品の購入実態

#### 5.3.1 費目別購入率

#### 5.3.2 費目別購入者単価

#### 5.3.3 買物場所

#### 5.3.4 利用金融機関・決済方法 (複数回答)

### 5.4 旅行情報源

#### 5.4.1 出発前に得た情報

#### 5.4.2 日本滞在中に得た旅行情報

5.4.3 日本滞在中にあると便利な情報

5.5 満足度と再訪意向

5.5.1 訪日外国人全体の満足度と再訪意向

5.5.2 今回したこと別回答率（複数回答）

5.5.3 活動別にみる満足度

6. おわりに

1. はじめに

日本政府観光局（JNTO）の発表によれば、2014年にわが国を訪れた外客数は、前年比29.4%増の1,341万4千人となり、2013年の1,036万4千人を300万人余り、上回った。日本政府観光局（JNTO）が1964年に統計を開始して以来、2年連続で1,000万人を突破した。

本稿では、入手可能な統計資料等を展望しながら、特に、好調な経済状況により中間所得層や富裕層が増加しつつあるBRICS（ブラジル、ロシア、インド、中国、南アフリカの5カ国）のうち、訪日査証の緩和などに後押しされて訪日旅行者が増加している、インドからの訪日旅行の傾向を予測する参考とする。

2. 一般的背景

2.1 インドの人口の推移

2000年代初頭の人口をみると、インドが約11億人（世界2位）、中国が約13億人（世界1位）となっている。一人っ子政策を採る中国は将来的には人口が減少し続け、インドでは将来的にも人口が増え続けると予測されている。

2010年の時点では、インドは、約13.6億人の中国に次いで、約11億人であるが、2030年には中国（14.6億人）を抜いて14.9億人で世界最大の人口規模に達すると国連は予測している（図表2.1）。

図表 2.1 インドの人口の推移  
単位：千人

	インド人口	日本人口
1990-1995	862,162	123,191
1995-2000	953,148	125,442
2000-2005	1,042,590	126,706
2005-2010	1,130,618	127,449
2010-2015	1,214,464	126,995
2015-2020	1,294,192	125,791
2020-2025	1,367,225	123,664
2025-2030	1,431,272	120,793
2030-2035	1,484,598	117,424
2035-2040	1,527,879	113,733
2040-2045	1,564,763	109,804
2045-2050	1,593,852	105,740
2050	1,613,800	101,659

資料：国連 World Population Prospects: The 2008 Revision

年齢別に人口構成をみると、インドでは29歳以下の年齢層の割合が高く、55歳以上の割合が低い（図表2.2）。

参考までに、中国では一人っ子政策の影響であろうか、19歳以下の割合がインドに比べかなり低い。また、35歳から49歳までの年齢層の割合が高く、65歳以上の割合が低い。

労働力人口を把握するため、人口を年齢により、①0～14歳…年少人口、②15～64歳…生産年齢人口、③65歳以上…老年人口の3階層に分けて、生産年齢人口をみると、インドでは、人口の6割強に達しており、この傾向は2050年の将来にわたり持続する傾向にある（図表2.3）。

一方、2050年には中国では高齢人口が大幅に増加し、生産年齢人口が大幅に減少する傾向にある。

図表 2.2 年齢別人口構成  
単位：%

インド (2011年) 119,250 (万人)		
男 (%)	年齢	女 (%)
5.1	0～4歳	4.5
5.0	05～09	4.5
5.1	10～14	4.8
5.3	15～19	4.9
5.2	20～24	4.7
4.5	25～29	4.0
3.9	30～34	3.6
3.4	35～39	3.4
3.1	40～44	3.1
2.8	45～49	2.7
2.4	50～54	2.2
1.9	55～59	1.7
1.4	60～64	1.3
1.0	65～69	1.0
0.7	70～74	0.8
0.9	75歳以上	1.0

資料：UN Demographic Yearbook 2011 ほか

図表 2.3 年齢3階層別人口割合  
単位：%

	インド		
	年少人口	生産年齢人口	老年人口
	0～14歳	15～64歳	65歳以上
1950年	37.5	59.4	3.1
2010年	30.2	64.8	5.1
2050年	19.5	67.8	12.7

資料：地理統計要覧 2014年版

## 2.2 宗教別・言語別人口

宗教別に2011年の人口比率をみると、ヒンドゥー教が80.5%と圧倒的に多く、約9.8億人に相当する。次いで、イスラム教が13.4%で約1.6億人となっており、この2つで約94%を占めている（図表2.4）。

インド憲法の条文（第343条）において「インドにおける連邦政府レベルでの唯一の公用語はデーヴァナーガリ（サンスクリット）文字表記のヒンディー語である」と規定されており、その割合は41%で、人口比率では約5億人弱に相当する（図表2.5）。

インドでは、国語という概念はなく、また、全般にわたる公用語もない。英語が準公用語の扱いとなっている。つまり、インドは、多言語・多民族であり、従って多様性を持つ国家となっていると言えよう。

図表 2.4 宗教別人口比率

単位：万人

宗 教	割 合	人口比率
ヒンドゥー教	80.5%	97,484
イスラム教	13.4%	16,227
キリスト教	2.3%	2,785
シーク教	1.9%	2,301
仏教	0.8%	969
ジャイナ教	0.4%	484

図表 2.5 言語別人口比率

単位：万人

言 語	割 合	人口比率
ヒンディー語	41.0%	49,650
ベンガル語	8.1%	9,809
テルグ語	7.2%	8,719
マラティ語	7.0%	8,477
タミール語	5.9%	7,145
ウルドゥー語	5.0%	6,055
その他言語	25.8%	31,243

資料：JETRO / 2011年インド国政調査

### 2.3 成長率の推移

インドは1991年の外貨危機を契機として経済自由化路線に転換し、規制緩和、外資積極活用等を柱とした経済改革政策を断行した結果、経済危機を克服し、高い実質成長を達成した。

2005年度-2007年度には3年連続で9%台の成長率を達成し、2008年度は世界的な景気後退の中にあっただが、6.7%の成長率を維持し、2010-2011年度は、欧州債務危機及び高インフレに対応するための利上げ等の要因により、経済は減速傾向にあるものの、2012年度は4.5%、2013年度は4.7%の成長率となった（図表 2.6）。

インドの1人当たりの名目GDPの推移をみると、2007年に1,000米ドルを越え、その後、着実に増加を続けている。一般的に、1,000米ドルを超えれば、高度成長軌道に乗るといわれており、インドもその例外ではない（図表 2.7、図表 2.8）。

図表 2.6 実質 GDP 成長率の推移

単位：%

	インド	日 本
2004	7.1	2.4
2005	9.5	1.3
2006	9.6	1.7
2007	9.3	2.2
2008	6.7	-1
2009	8.6	-5.5
2010	8.9	4.7
2011	6.7	-0.5
2012	4.5	1.4
2013	4.7	1.6

資料：World Economic Outlook database 2013

図表 2.7 名目 GDP 総額

単位：百万米ドル

	インド	日 本
2004	661,332	4,655,820
2005	765,809	4,571,870
2006	873,662	4,356,750
2007	1,138,105	4,356,350
2008	1,153,109	4,849,190
2009	1,287,612	5,035,140
2010	1,590,981	5,495,390
2011	1,751,135	5,905,630
2012	1,725,607	5,937,770
2013	N.A.	4,901,530

図表 2.8 1人当たりの名目 GDP の推移

単位：米ドル

	インド	日 本
2004	658	36,444
2005	749	35,781
2006	840	34,077
2007	1,081	34,038
2008	1,053	37,865
2009	1,159	39,321
2010	1,430	42,917
2011	1,553	46,175
2012	1,515	46,530
2013	1,505	38,491

資料：World Economic Outlook database 2013

## 2.4 可処分所得と格差

インドの各世帯の年間可処分所得の額に応じた各所得層の推移をみると、低所得層が順調に減少し、特に、下位中間層と上位中間層が順調に増加している。富裕層も順調に増えている。インドの富裕層は2015年には3,890万人に、また、2020年には6,600万人に達すると予測されている（図表2.9、図表2.10）。

図表 2.9 新興国の所得区分

所得層	世帯年間可処分所得
富裕層	35,000 ドル以上
上位中間層	15,000 ドル以上～35,000 ドル未満
下位中間層	5,000 ドル以上～15,000 ドル未満
低所得層	5,000 ドル未満

上位中間層：自家用車を購入可能  
下位中間層：オートバイを購入可能

図表 2.10 所得層別人口構成の推移

単位：%

所得層	2000	2005	2010	2015	2020
富裕層	0.4%	0.8%	1.5%	3.2%	5.1%
上位中間層	0.8%	1.5%	4.4%	10.0%	20.8%
下位中間層	5.1%	15.3%	40.7%	49.6%	53.4%
低所得層	93.7%	82.4%	53.4%	37.2%	20.7%

単位：百万人

所得層	2000	2005	2010	2015	2020
富裕層	4.1	8.3	17.9	38.9	66.0
上位中間層	8.2	15.6	52.6	121.4	269.2
下位中間層	52.5	159.5	486.2	602.4	691.1
低所得層	964.4	859.1	637.9	451.8	267.9

資料：Euromonitor International 2011

注：世帯可処分所得別の家計人口は、各所得層の家計比率×人口で算出した。

2009年のインドの上位20%の平均可処分所得（年間）は9,800米ドルで、下位20%の平均可処分所得（年間）は1,200ドルに留まり、その格差は約8倍となっている（図表2.11）。

なお、ASEAN各国では、マレーシア（15.0倍）、フィリピン（13.9倍）、タイ（13.1倍）、ベトナム（12.2倍）など、その格差が存在する。

図表 2.11 可処分所得の格差（2009年）

単位：米ドル

	インド
上位20%の平均可処分所得（年間）	9,803
下位20%の平均可処分所得（年間）	1,214
下位20%と上位20%の平均可処分所得の差	8.1倍

出所：Euromonitor International 2010

## 2.5 日本語学習者数の推移

インドにおける日本語教育機関数、教師数、学習者数の推移をみると、それぞれ、着実に増加している。特に、日本語学習者数は、1990年の1,407人から2009年の18,372人へと年平均約6割強の高い伸びを示している（図表2.12）。

図表 2.12 インドにおける日本語教育機関・教師・学習者数の推移

単位：人

	1990	1993	1998	2003	2006	2009
機関数	16	29	42	62	106	170
教師数	63	136	182	256	369	484
学習者数	1,407	2,161	3,946	5,446	11,011	18,372

資料：「日本語教育機関調査」 国際交流基金

教育機関別に日本語学習者数をみると、各教育機関とも着実に増加しているが、学校教育機関以外では1990年の784人から順調に増加し、2009年の8,536人となった。また、高等教育機関での学習者数が2006年の1,444人から2009年の4,253人へと約3倍伸びた（図表2.13）。

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

図表 2.13 インドにおける教育機関別日本語学習者数の推移

単位：人

	1990	1993	1998	2003	2006	2009
初等教育機関	0	0	150	446	1,001	857
中等教育機関						2,290
高等教育機関	623	247	484	653	1,444	4,253
学校教育以外	784	1,914	3,312	4,347	8,566	8,536
複数段階教育						2,436
計	1,407	2,161	3,946	5,446	11,011	18,372

資料：「日本語教育機関調査」 国際交流基金

## 2.6 日本在留者数の推移

法務省在留外国人統計によれば、2013年に日本に在留する外国人数は約207万人である。インド人は2.3万人であり、2008年の2.2万人からほとんど増えていない（図表2.14）。

表にはないが、日本在留外国人の内、中国が全体の32.1%で65.3万人、韓国人が26.1%で53.0万人、フィリピン人が10.0%で20.3万人、ブラジル人が9.4%で19.1万人となっており、これら4か国で全体の77.6%を占めている。

日本に在留する外国人は母国の家族、親族、友人たちと日常的に連絡を取り合っており、彼らの日本に対する印象が良ければ、多くの関係者に日本旅行を決断させる上で重要

な役割を果たすことが可能である。従って、日本誘致活動において彼らの活用、取り込みをより積極的に検討する必要があるだろう。

図表 2.14 日本在留者数の推移

単位：人

	2008	2009	2010	2011	2012	2013
全国籍	2,144,682	2,125,571	2,087,261	2,047,349	2,033,656	2,066,445
インド	22,335	22,858	22,497	21,501	22,985	22,526

資料：法務省 在留外国人統計

注：中長期に特別永住者を加えた在留外国人の数である

## 2.7 留学生数

法務省在留外国人統計によれば、2013年に日本に留学する学生数（注：日本語教育機関に在籍の外国人留学生を含む）は約19.3万人である。インドからは、2013年に771人となっており、2008年の559人から伸び悩んでいる（図表2.15）。

なお、出身地域別留学生の割合をみると、アジア地域からの留学生が91.9%、欧州が3.5%、北米が1.8%の順となっている。うち、短期留学生については、アジア地域からの留学生が60.6%、欧州21.2%、北米が13.9%の順となっている。

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

図表 2.15 留学生数の推移

単位：人

	2008	2009	2010	2011	2012	2013
全国籍	138,514	145,909	201,511	188,605	180,929	193,075
インド	559	601	707	685	670	771

資料：法務省 在留外国人統計

注：日本語教育機関に在籍の外国人留学生を含む

## 2.8 留学生の日本企業等への就職状況

留学生の日本企業等への就職を目的として、在留資格を「留学」から就労資格への変更申請が認められた人数は、毎年、約1万人前後で推移している。うち、インドは80人前後で推移している（図表2.16）。

また、許可された人数の多い国をみると、2013年には大きい順に中国（7,367人）、韓国（1,227人）、ベトナム（424人）、台湾（360人）、ネパール（293人）、タイ（167人）、バングラデッシュ（137人）、マレーシア（124人）となっている。

日本で大学等を卒業し、日本で就職したこれらの外国人は、それぞれの出身国と日本との架け橋として、彼らの出身国へのわが国の正しい情報と知識の発信役を果たしてくれることが期待され、わが国にとって安全保障の点から重要であるとともに、日本観光親善大使の役割を担ってくれることが期待される。

図表 2.16 留学生の日本企業等への就職状況

単位：1人

	2008	2009	2010	2011	2012	2013
合計	11,040	9,584	7,831	8,586	10,969	11,647
インド	53	33	61	58	71	80

資料：法務省 入国管理局

### 3. 外国旅行

#### 3.1 出国者数と外国人旅行者受入数の推移

インドからの出国者数は着実に増加している。2012年では1,492.5万人が外国に出かけている（図表 3.1.1）。

一方、インドが受け入れた外国人旅行者も着実に増加している。2012年では696.8万人の旅行者を受け入れている（図表 3.1.2）。

図表 3.1.1 出国者数の推移

単位：千人

	2000	2005	2010	2011	2012	2013
インド	4,416	7,185	12,988	13,994	14,925	N.A.

資料：日本政府観光局（JNTO）日本の国際観光統計 2012年

図表 3.1.2 外国人旅行者の受入数の推移

単位：千人

	2000	2005	2010	2011	2012	2013
インド	N.A.	3,919	5,776	6,291	6,649	6,968

資料：日本政府観光局（JNTO）日本の国際観光統計 2012年

#### 3.2 主な外国旅行先

インド人の主な外国旅行先としては、2011年をみると、アジア以外では、サウジアラビア（150万人）、バーレーン（83.8万人）、クウェート（79万人）、米国（66.4万人）、イギリス（35.6万人）となっている（図表 3.2）。

なお、2011年にサウジアラビアへの旅行者数が多かったのは、この年の11月4日～9日がイスラム歴のハッジ（大巡礼）に当たったためで、多くのイスラム教徒が出かけた結果である。

図表 3.2 インド人の主な外国旅行先

単位：千人

	2001	2005	2010	2011
サウジアラビア	313	117	389	1,501
バーレーン	247	467	N.A.	838
クウェート	271	477	751	790
米国	270	345	651	664
イギリス	189	269	371	356

資料：世界観光統計資料集 2012年版（財）アジア太平洋観光交流センター

### 3.3 アジアへの旅行者数の推移

アジアへのインド人旅行者数をみると、2012年にはタイ（101.6万人）、シンガポール（86.9万人、2011年）、マレーシア（69.1万人）、中国（61.0万人）、香港（41.4万人）、インドネシア（15.4万人、2011年）の順となっている。

インド人の韓国、日本、台湾等への旅行者数の伸びは芳しくない（図表 3.3）。

図表 3.3 アジアへのインド人旅行者数の推移

単位：千人

順位		2001	2005	2010	2011	2012
1	タイ	230	382	760	915	1,016
2	シンガポール	340	584	829	869	NA
3	マレーシア	144	226	691	693	691
4	中国	159	357	549	607	610
5	香港	162	274	531	498	414
6	インドネシア	340	584	137	154	NA
7	韓国	48	59	87	92	92
8	日本	40	59	67	59	69
9	フィリピン	15	21	35	43	46
10	台湾	13	18	24	24	23

資料：日本政府観光局（JNTO）日本の国際観光統計

## 4. 訪日旅行

### 4.1 訪日旅行者数の推移

2014年にわが国を訪れた外客数は、前年比29.4%増の1,341万4千人となり、2013年の1,036万4千人を300万人余り、上回った。日本政府観光局（JNTO）が1964年に統計を開始して以来、2年連続で1,000万人を突破した。

インドからの訪日旅行者数をみると、東日本大震災の年である2011年は前年比でマイナスを記録したが、その後は順調に増加している（図表 4.1）。

2014年の訪日外客数を大きく増加させた要因としては、円高の是正による旅行費用の割安感が浸透したこと、2013年7月より東南アジア諸国を対象とした査証緩和の措置が開始されたこと、ビジット・ジャパン事業が継続的に実施され、訪日プロモーションの効果が出てきたこと、LCCなどが新規に就航したことにより航空座席の供給量が増加したことなどが挙げられる。

2014年の詳細が不明なため、2013年の訪日旅行者を訪日目的別にみると、全国籍では、観光客が76.8%、商用客が14.1%、その他客が9.0%となっている。インドでは、観光客

図表 4.1 訪日旅行者数の推移

単位：千人

	全国籍	インド
2000	4,757.2	38.8
2005	6,727.9	58.6
2010	8,611.2	66.8
2011	6,218.8	59.4
2012	8,358.1	68.9
2013	10,363.9	75.1
2014	13,413.6	87.9

資料：日本政府観光局（JNTO）日本の国際観光統計

が31.0%、商用客が44.2%、その他客が24.9%となっており、全国籍に比べ、観光客の割合が約2.5倍も低く、商用客の割合が約3倍も高い。また、その他客も約2.8倍も高い(図表4.2)。

香港、台湾では観光客の割合がそれぞれ、92.9%、90.7%と高く、ドイツ、インドでは商用客の割合がそれぞれ、49.7%、46.9%と高いという点が注目される。

図表4.2 目的別訪日旅行者数の推移

単位：千人			単位：千人		
2012年	全国籍	インド	2013年	全国籍	インド
総数	8,358.1	68.9	総数	10,363.9	75.1
観光客	6,041.7	19.1	観光客	7,962.5	23.3
商用客	1,443.0	32.3	商用客	1,464.9	33.2
その他客	873.5	17.5	その他客	936.5	18.7

  

単位：%			単位：%		
2012年	全国籍	インド	2013年	全国籍	インド
総数	100.0	100.0	総数	100.0	100.0
観光客	72.3	27.7	観光客	76.8	31.0
商用客	17.3	46.9	商用客	14.1	44.2
その他客	10.5	25.4	その他客	9.0	24.9

資料：日本政府観光局（JNTO）日本の国際観光統計

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

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

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

訪日旅行者を月別にみると、一般的には、春の4月、夏の7月・8月、秋の10月が訪日時期として人気がある。この他に、アジア中華圏における春節なども人気の訪日時期となっている。全国籍をみると、4月、6月、7月、8月、9月が比較的多い。インドでは、4月、5月、9月、10月が多く、逆に2月、12月が少なくなっている(図表4.3)。

図表4.3 月別訪日旅行者（総数）の推移

単位：千人			単位：千人		
2012年	全国籍	インド	2013年	全国籍	インド
1月	136.7	5.6	1月	668.6	6.3
2月	82.0	4.8	2月	729.5	4.9
3月	129.3	5.6	3月	857.0	5.9
4月	148.8	6.1	4月	923.0	6.5
5月	112.2	6.8	5月	875.4	8.4
6月	126.0	5.6	6月	901.1	7.0
7月	204.3	5.6	7月	1,003.0	6.2
8月	190.3	4.9	8月	906.4	5.8
9月	121.7	6.3	9月	867.0	6.4
10月	69.7	6.7	10月	928.6	6.4
11月	52.0	6.1	11月	839.8	6.5
12月	52.3	4.7	12月	864.6	4.9
計	8,358.1	68.9	計	10,364.0	75.0

資料：日本政府観光局（JNTO）

## 4.2 訪日旅行者に対する査証（ビザ）の緩和

2014年7月よりインドからの訪日旅行者に対する短期数次ビザの発給が開始された。日本の全在外公館で申請手続きを行うことができるため、世界中のインド人にとって朗報であろう（図表4.4）。

今後、2,000万人という高い目標を目指すためには、早急に、インドに対する短期数次ビザの取得措置が撤廃され、ビザ免除措置が取られるべきであろう。

図表 4.4 訪日旅行者に対するビザの緩和措置

国名	ビザの緩和措置内容（資料：外務省）	
インド	数次ビザの発給	平成26年（2014）7月1日よりインド国民に対する短期滞在数次ビザの発給開始 ICAO標準の機械読取式一般旅券所有者。 滞在期間：15日 有効期間：最大3年間有効 申請受付公館：全在外公館

資料：外務省ホームページより。平成26年7月現在

## 5. 訪日外国人旅行者と消費動向

（資料：観光庁「訪日外国人の消費動向 平成25年 年次報告書」より）

日本政府観光局は、日本を訪れる外国人旅行者の日本国内における旅行・消費等に関する実態を把握するため、主要国際空港等においてアンケート調査し、その結果を「JNTO 訪日外客訪問地調査」として発表していた。その内容としては、調査年の都道府県・主要都市への訪問率、訪日目的、旅行形態、訪日回数、宿泊手段、訪日前に期待したこと、訪日後に満足したことなどが含まれていたが、平成22年度版をもって中止されることになった。

これに代わって、観光庁が平成23年度より「訪日外国人の消費動向 年次報告書」（訪日外国人消費動向調査結果及び分析）を公表しているため、これを活用する。

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

### 5.1 訪日外国人の属性と旅行内容

#### 5.1.1 回答者の属性

訪日外国人旅行者（全目的）の性別の構成比をみると、全国籍平均では男性が56.4%、女性が43.6%で、ほぼ男女比は半々である。インドでは、男性が88.8%、女性が11.2%と男性の割合が高いのが注目される（図表5.1）。

図表 5.1 国籍別・性別構成比（全目的）

単位：%

男 性		女 性	
全国籍	56.4	全国籍	43.6
インド	88.8	インド	11.2

資料：観光庁 「訪日外国人の消費動向 平成 25 年年次報告書」

観光・レジャー目的の旅行者を男女別にみると、全国籍では、男性が45.1%、女性が54.9%で、全目的の男女比と逆転し、女性の割合が高い。インドでは、全目的の旅行者と同様に、男性の割合が77.1%で、22.9%の女性に比べ、3.4倍、男性の割合が高い。

観光・レジャー目的の旅行者を性・年代別でみると、全国籍では、男性の30代（13.0%）、20代（12.6%）、40代（9.1%）の順となっている。また、女性では、20代（17.0%）、30代（16.1%）、40代（10.8%）の順となっている。インドでは、男性の30代（26.4%）、40代（26.1%）、50代（11.0%）、20代（10.4%）の順となっている。女性では、全般的に割合が低く、40代、20代がかろうじて7%台となっている（図表 5.2）。

図表 5.2 男女別・年代別構成比（観光・レジャー目的）

単位：%

単位：%

	全 体	インド		全 体	インド
男 性	45.1	77.1	女 性	54.9	22.9
20歳未満	2.1	0.0	20歳未満	2.3	0.0
20代	12.6	10.4	20代	17.0	7.1
30代	13.0	26.4	30代	16.1	2.4
40代	9.1	26.1	40代	10.8	7.8
50代	5.2	11.0	50代	6.0	2.5
60代	2.4	3.2	60代	2.1	3.2
70代以上	0.6	0.0	70代以上	0.5	0.0

資料：観光庁 「訪日外国人の消費動向 平成 25 年 年次報告書」

### 5.1.2 泊数・滞在日数

全目的の回答者の平均泊数をみると、全国籍平均では11.9泊であるが、インドでは平均泊数が25泊超と長い。

表にはないが、香港、台湾、韓国、シンガポールは8泊以下と短い。

他方、観光・レジャー目的の全国籍平均泊数は5.9泊と短い、インドは、16.1泊と全目的同様に長い（図表 5.3）。

図表 5.3 平均泊数（2013年）

単位：泊

	全目的	観光・レジャー
全国籍	11.9	5.9
インド	25.5	16.1

資料：観光庁 「訪日外国人の消費動向 平成 25 年 年次報告書」

全目的の全国籍平均滞在日数の分布をみると、6日以内と13日以内が7割超を占めている。インドでは、6日以内と13日以内の他、21日超1年未満が24.4%と、全国籍の8.7%と比べ、ほぼ3倍となっている（図表5.4）。

図表 5.4 滞在日数の分布（全目的）

単位：%

出発国	3日間以内	4～6日間	7～13日間	14～20日間	21日以上1年未満
全国籍	13.1	49.0	23.5	5.7	8.7
インド	4.5	28.3	33.7	9.1	24.4

資料：観光庁「訪日外国人の消費動向 平成25年 年次報告書」

一方、観光・レジャー目的で日本を訪れた外国人の滞在日数を全国籍で見ると、6日以内が59.0%で最も多く、次いで、13日以内（23.3%）、3日以内（11.1%）の順となっている。

インドでは、6日以内、13日以内と21日以上1年未満を合わせると、87.6%を超えている。特に、21日以上1年未満が20.8%と高い（図表5.5）。

図表 5.5 滞在日数の分布（観光・レジャー目的）

単位：%

出発国	3日間以内	4～6日間	7～13日間	14～20日間	21日以上1年未満
全国籍	11.1	59.0	23.3	4.1	2.5
インド	3.2	43.4	23.4	9.3	20.8

資料：観光庁「訪日外国人の消費動向 平成25年 年次報告書」

### 5.1.3 旅行内容

#### [全目的]

#### 1) 来訪回数

日本への来訪回数を全国籍で見ると、「1回目」（35.2%）、「4～9回目」（19.3%）、「10回以上」（17.8%）、「2回目」（17.0%）、「3回目」（10.8%）の順となっている。インドでは、「1回目」の割合がおよそ5割弱を占め、これに「2回目」（19.1%）、「4～9回目」（13.7%）、「3回目」（10.1%）が続く（表5.6）。

なお、台湾や香港では「1回目」の割合がおよそ2割と低い。

表 5.6 日本への来訪回数（国籍別、全目的）

単位：100%

全国籍		インド	
1回目	35.2	1回目	48.4
4～9回目	19.3	2回目	19.1
10回以上	17.8	4～9回目	13.7
2回目	17.0	3回目	10.1
3回目	10.8	10回以上	8.6

資料：観光庁「訪日外国人の消費動向 平成25年 年次報告書」

## 2) 同行者

全目的の旅行者の同行者（複数回答）をみると、全国籍では「自分ひとり」（26.8%）、「家族・親族」（24.9%）、「職場の同僚」（20.5%）、「友人」（17.7%）、「夫婦・パートナー」（11.9%）の順となっている。

表 5.7 同行者（複数回答）（国籍別、全目的）

単位：%

	自分ひとり	夫婦・パートナー	家族・親族	職場の同僚	友人
全国籍	26.8	11.9	24.9	20.5	17.7
インド	57.6	3.7	5.9	29.7	2.8

資料：観光庁「訪日外国人の消費動向 平成25年 年次報告書」

インドでは、「自分ひとり」が57.6%とその割合が全国籍の2倍超と高く、次いで、「職場の同僚」も29.7%と高い（表5.7）。

## 3) 来訪目的

訪日外国人の主な来訪目的をみると、全国籍では「観光・レジャー」が54.6%と過半数を占め、「業務」目的は全体の3割となっている。一方、インドでは「業務」目的が80.0%と非常に高く、「観光・レジャー」は5.9%と極めて低い（表5.8）。

表 5.8 主な来訪目的（国籍別、全目的）

単位：%

	観光・レジャー	業務	その他
全国籍	54.6	30.2	15.2
インド	5.9	80.0	14.0

資料：観光庁「訪日外国人の消費動向 平成25年 年次報告書」

## 4) 利用宿泊施設（複数回答）

利用した宿泊施設（複数回答）をみると、全国籍では82.1%が「ホテル（洋室中心）」、18.8%が「旅館（和室中心）」を利用している。インドでは、「ホテル（洋室中心）」が74.7%と高く、一方、「旅館（和室中心）」は4.5%と全国籍の4分の1と低い（表5.9）。

表 5.9 利用宿泊施設（複数回答）

単位：%

	ホテル（洋室中心）	旅館（和室中心）	別荘・コンドミニアム	親族・知人宅
全国籍	82.1	18.8	1.4	10.4
インド	74.7	4.5	1.4	9.2

資料：観光庁「訪日外国人の消費動向 平成25年 年次報告書」

## 5) 旅行形態

旅行形態をみると、全国籍では、「団体ツアーでない（個人旅行）」が74.2%、「団体ツアーでの来訪」が25.8%を占める。インドでは、団体ツアーの参加率が7.8%と低く、個人旅行が92.2%と高い（表5.10）。

なお、台湾では「団体ツアーでの来訪」が45.7%と高い。

表 5.10 団体ツアー参加状況（国籍別、全目的） 単位：%

	団体ツアーでの来訪	団体ツアーでない（個人旅行）
全国籍	25.8	74.2
インド	7.8	92.2

資料：観光庁 「訪日外国人の消費動向 平成 25 年 年次報告書」

## 6) 都道府県別訪問率（複数回答）

都道府県別の訪問率をみると、全国籍では東京都（47.3%）、大阪府（25.1%）、京都府（18.9%）、神奈川県（11.2%）、福岡県（11.0%）の順となっている。インドでは東京都が 65.0%と高く、これに神奈川県（19.3%）、大阪府（11.8%）が続く（表 5.11）。

表 5.11 都道府県別訪問率（複数回答）（全目的、上位 10 か所）

全国籍		インド	
	単位：%		単位：%
東京都	47.3	東京都	65.0
大阪府	25.1	神奈川県	19.3
京都府	18.9	大阪府	11.8
神奈川県	11.2	京都府	9.4
福岡県	11.0	千葉県	7.8
千葉県	9.6	愛知県	7.3
愛知県	8.5	兵庫県	5.4
北海道	7.8	栃木県	4.6
兵庫県	6.2	広島県	4.5
山梨県	5.5	静岡県	3.7

資料：観光庁 「訪日外国人の消費動向 平成 25 年 年次報告書」

## [観光・レジャー目的]

### 1) 来訪回数

観光・レジャー目的による日本への来訪回数をみると、全国籍では、「1 回目」が 39.8%、「4～9 回目」が 19.0%、「2 回目」が 18.4%、「3 回目」が 11.4%、「10 回以上」が 11.2%の順となっている。インドでは、「1 回目」の割合が 66.2%と高い（表 5.12）。

図表 5.12 日本への来訪回数（観光・レジャー目的）

全国籍		インド	
	単位：%		単位：%
1 回目	39.8	1 回目	66.2
4～9 回目	19.0	3 回目	11.9
2 回目	18.4	2 回目	9.0
3 回目	11.4	10 回以上	8.4
10 回以上	11.2	4～9 回目	4.5

資料：観光庁 「訪日外国人の消費動向 平成 25 年 年次報告書」

## 2) 同行者

観光・レジャー目的の同行者（複数回答）をみると、全国籍では「家族・親族」が40.0%で最も多く、次いで「友人」が26.9%、「夫婦・パートナー」が17.0%、「自分ひとり」が12.6%の順となっており、「職場の同僚」は7.1%と少ない。

インドでは「自分ひとり」、「家族・親族」、「夫婦・パートナー」、「友人」の順で、「自分ひとり」の割合が36.5%と全国籍に比べ約3倍高い（図表5.13）。

なお、アジアでは「家族・親族」の割合が高く、欧米では「自分ひとり」の割合が低い傾向がある。

図表 5.13 同行者（複数回答）（観光・レジャー目的）

単位：%

全国籍		インド	
家族・親族	40.0	自分ひとり	36.5
友人	26.9	家族・親族	32.0
夫婦・パートナー	17.0	夫婦・パートナー	15.8
自分ひとり	12.6	友人	11.1
職場の同僚	7.1	職場の同僚	2.3
その他	0.9	その他	2.3

資料：観光庁 「訪日外国人の消費動向 平成25年 年次報告書」

## 3) 利用宿泊施設

観光・レジャー目的による利用宿泊施設（複数回答）を全国籍で見ると、「ホテル（洋室中心）」が88.9%と圧倒的に多く、次いで「旅館（和室中心）」が27.2%となっている。

インドでは、「ホテル（洋室中心）」が79.6%と最も高い。また、「親族・知人宅」の利用率も30.1%と高い（図表5.14）。

図表 5.14 宿泊施設タイプ（複数回答）（観光・レジャー目的）

単位：%

全国籍		インド	
ホテル（洋室中心）	88.9	ホテル（洋室中心）	79.6
旅館（和室中心）	27.2	親族・知人宅	30.1
親族・知人宅	5.6	旅館（和室中心）	14.5
その他	3.7	その他	5.6
別荘・コンドミニアム	0.9	別荘・コンドミニアム	0.0

資料：観光庁 「訪日外国人の消費動向 平成25年 年次報告書」

## 4) 団体ツアー参加状況

観光・レジャー目的による団体ツアー参加状況では、全国籍平均では38.4%となっている。一方、インドでは8.0%と非常に低く、個人旅行が92.0%と圧倒的に高い（図表5.15）。

なお、アジアでは、中国を除き、6割超であるが、欧米では、ロシアを除き、「団体ツアーでない（個人旅行）」の利用率がほぼ9割と高く、個人旅行志向が強いことが窺える。

また、「個人旅行」の利用率が高いのは、カナダ（94.2%）とフランス（93.6%）である。

図表 5.15 団体ツアー参加状況（観光・レジャー目的のみ）

単位：%

出発国	団体ツアーでの来訪	団体ツアーでない（個人旅行）
全国籍	38.4	61.6
インド	8.0	92.0

資料：観光庁 「訪日外国人の消費動向 平成 25 年 年次報告書」

## 5) 都道府県訪問率

観光・レジャー目的の外国人旅行者（全国籍平均）の都道府県訪問率をみると、東京都（43.2%）、大阪府（30.2%）、京都府（24.9%）の順となっている。

インドでは、東京都への訪問率が 83.5% と高く、次いで、京都府（32.5%）、神奈川県（19.7%）、大阪府（15.1%）、広島県（11.4%）となっている（図表 5.16）。

図表 5.16 都道府県訪問率（複数回答）（観光・レジャー目的）

単位：%

全国籍		インド	
東京都	43.2	東京都	83.5
大阪府	30.2	京都府	32.5
京都府	24.9	神奈川県	19.7
福岡県	14.1	大阪府	15.1
北海道	12.1	広島県	11.4
千葉県	11.1	長野県	9.5
神奈川県	10.3	山梨県	7.7
大分県	7.7	奈良県	7.4
山梨県	7.4	新潟県	5.5
愛知県	6.9	和歌山県	4.8

資料：観光庁 「訪日外国人の消費動向 平成 25 年 年次報告書」

## 5.2 訪日外国人の旅行支出

### 5.2.1 旅行中支出

平成 25 年（暦年）における訪日外国人の旅行中支出額（パッケージツアー参加費に含まれる国内収入分を含まない）は、1 人当たり平均 115,837 円と推計される。また、旅行前支出額（パッケージツアー参加費または日本までの往復運賃）は、同 100,687 円、これらを合算した訪日外国人 1 人当たりの総支出額は、同 216,523 円と推計される。

インドは、旅行前支出額、日本国内における旅行中支出額とも全国籍平均を上回っており、総支出額は全国籍平均を 37,829 円ほど、上回る額となっている。

全国籍平均の 1 泊当たりの旅行中支出額は 9,700 円、旅行前支出を含めた 1 泊当たり総支出額は 18,131 円と推計される。

インドは、平均宿泊数が 25.5 泊と全国籍平均よりも 2 倍以上と長く、1 泊当たりの旅

行中支出額は 5,426 円、1泊当たりの総支出額は 9,964 円と全国籍のほぼ半分となっている（図表 5.17、図表 5.18）。

図表 5.17 平成 25 年（暦年）訪日外国人 1 人当たりの旅行前支出額（国籍別）

	a. パッケージツアー・往復運賃支出 （旅行前支出額） （円/人）	b. 日本国内における 旅行中支出額 （円/人）	c. 総支出額 （=a.+ b.） （円/人）
全国籍	100,687	115,837	216,523
インド	115,829	138,523	254,352

資料：観光庁「訪日外国人の消費動向 平成 25 年 年次報告書」

図表 5.18 1泊当たり旅行中支出額・総支出額（国籍別）

	c. 総支出額 （=a.+b.）(円/人)	d. 平均泊数（泊）	e.1 泊当たり旅行中支出額 （=b./d.） （円/人泊）	f.1 泊当たり総支出額 （=c./d.） （円/人泊）
全国籍	216,523	11.9	9,700	18,131
インド	254,352	25.5	5,426	9,964

資料：観光庁「訪日外国人の消費動向 平成 25 年 年次報告書」

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

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

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

## 5.2.2 手配方法別旅行中支出

パッケージツアー利用客は全国籍平均では 30.4% である。インドでは、その利用率は 7.2% と低い。

なお、その利用率が最も低いのは、4.5% のフランスで、これにドイツ（7.1%）、米国（7.3%）が次いでいる（図表 5.19）。

図表 5.19 パッケージツアー購入率  
単位：%

全国籍	インド
30.4	7.2

資料：観光庁「訪日外国人の消費動向 平成 25 年 年次報告書」

パッケージツアーの購入者単価は、全国籍平均額で 1 人当たり 120,814 円、日本国内における旅行中支出額は、同 62,991 円、これらを合算した総支出額は、同 183,805 円である。インドは、同 231,359 円と全国籍平均額よりも高い。

パッケージツアー購入者の 1 泊当たりの総支出額は、全国籍平均では 38,857 円となっている。インドは、1 泊当たり総支出額は、11,994 円と非常に低く、全国籍の 3 分の 1 である。

個人手配客の出発国から日本までの往復運賃は、全国籍平均額で 1 人当たり 91,884 円、日本国内における旅行中支出額は、同 141,929 円、総支出額は 233,813 円である。インドは、同 258,633 円と全国籍平均額よりも約 2.5 万円ほど高い。

なお、1 泊当たりの旅行中支出額（全国籍平均）は、パッケージツアー利用客で 13,317 円、個人手配客で 9,402 円となっている。インドでは、それぞれ同 2,406 円、同 5,696 円となっている。インドでは、平均泊数が長いことから、1 泊あたりの旅行中支出額が少ない（図表 5.20）。

図表 5.20 手配方法別に見る訪日外国人 1 人当たりの旅行前及び旅行中支出（国籍別）

[パッケージツアー利用客]

国籍	a. パッケージツアー 購入者単価 (旅行前支出額) (円/人)	b. 日本国内 における 旅行中支出額 (円/人)	c. パッケージツアー 客総支出額 (=a.+b.) (円/人)	d. 平均泊数 (泊)	e. 1泊当たり 旅行中支出額 (=b./d.) (円/人)	f. 1泊当たり 総支出額 (=c./d.) (円/人)
全国籍	120,814	62,991	183,805	4.7	13,317	38,857
インド	184,956	46,403	231,359	19.3	2,406	11,994

[個人手配客]

国籍	a. 往復運賃 購入者単価 (旅行前支出額) (円/人)	b. 日本国内 における 旅行中支出 (円/人)	c. 個人手配客 総支出額 (=a.+b.) (円/人)	d. 平均泊数 (泊)	e. 1泊当たり 旅行中支出額 (=b./d.) (円/人泊)	f. 1泊当たり 総支出額 (=c./d.) (円/人泊)
全国籍	91,884	141,929	233,813	15.1	9,402	15,488
インド	110,494	148,140	258,633	26.0	5,696	9,944

資料：観光庁 「訪日外国人の消費動向 平成 25 年 年次報告書」

### 5.2.3 来訪目的別にみる旅行中支出

来訪目的別の旅行中支出額をみると、全国籍では、「観光・レジャー」が 96,380 円、「親族・知人訪問」が 102,883 円、国際会議、展示会・見本市等の「業務」の平均は 128,677 円などとなっている。インドの支出額は、全国籍平均とほぼ同じ規模となっている（図表 5.21）。

図表 5.21 1 人 1 回当たり来訪目的別旅行消費単価

単位：円

	全国籍	インド
観光・レジャー	96,380	106,619
親族・知人訪問	102,883	115,686
ハネムーン	123,032	—
学校関連の旅行	80,690	815,150
イベント	82,752	—
留学	416,266	82,352
インセンティブツアー	85,045	—
業務	128,677	124,192
展示会・見本市	110,844	97,247
国際会議	124,583	111,879
社内会議（自社施設以外で開催されたもの）	128,517	128,294
研修	135,780	136,523
商談等その他ビジネス	143,660	147,016
その他	169,795	283,241

資料：観光庁 「訪日外国人の消費動向 平成 25 年 年次報告書」

来訪目的別の市場規模を推計すると、「観光・レジャー」の旅行消費額（旅行中支出のみ）は 5,455 億円で、全体の 45.2% を占める。また、「業務」目的の旅行消費額（旅行中支出のみ）は 4,030 億円で、全体の 35.0% を占める（図表 5.22）。

図表 5.22 来訪目的別市場規模（旅行消費単価等）

(全国籍)	旅行中支出額 (円)	目的別外客数 (万人)	消費額 (億円)	消費額構成比 (%)
観光・レジャー	96,380	566.0	5,455.1	45.2
親族・知人訪問	102,883	75.4	775.7	6.4
ハネムーン	123,032	4.0	49.2	0.4
学校関連の旅行	80,690	12.6	101.7	0.8
イベント	82,752	6.5	53.8	0.4
留学	416,266	18.1	753.4	6.3
インセンティブツアー	85,045	5.3	45.1	0.4
業務	128,677	313.2	4,030.2	35.0
展示会・見本市	110,844	19.8	219.5	1.8
国際会議	124,583	28.2	351.3	2.9
社内会議（自社施設以外で開催されたもの）	128,517	76.7	985.7	8.2
研修	135,780	47.6	646.3	5.4
商談等その他ビジネス	143,660	140.9	2,024.2	16.8
その他	169,795	35.2	597.7	5.0
MICE	125,020	184.1	2,301.7	19.1

資料：観光庁「訪日外国人の消費動向 平成25年 年次報告書」

注1：上表における「消費額」は「旅行中支出額」に「訪日外客数」を乗じて算出したもので、パッケージツアー参加費に含まれる国内収入分は含まれていない。

## 5.2.4 旅行消費額の推計（パッケージツアー参加費を含む）

訪日外国人の旅行消費額の年間値は、訪日外国人が日本国内で支払った旅行中支出額に、パッケージツアー参加費に含まれる宿泊料金や飲食費、交通費等の国内収入額を加算して推計される。

平成25年（暦年）のパッケージツアー参加費に含まれる国内収入額は1人当たり平均20,856円と推計される。旅行中支出額に、パッケージツアー参加費内訳を加えた平成25年（暦年）の旅行中支出額は、1人当たり平均で136,693円と推計される。同様に、インドでは144,644円（対前年比-9.1%）と推計される。

なお、オーストラリア（21.3万円）、ロシア（21.0万円）、中国（21.0万円）の順で高く、一方、韓国（8.1万円）は15か国中、最も旅行支出額が低い。

図表 5.23 平成25年（暦年）訪日外国人1人当たり旅行支出額と旅行消費額

	a. 日本国内での 旅行中支出額 (パック内訳含まない) (円/人)	b. パッケージツアー 参加費に含まれる 国内収入額 (パック内訳) (円/人)	c. 旅行支出額 (パック内訳含む) (=a.+ b.) (円/人)	d. 訪日外客数 (JNTO) (人)	e. 訪日外国人 旅行消費額 (=c.* d.) (億円)
全国籍	115,837	20,856	136,693	10,363,904	14,167
前年比	(3.5%)	(17.1%)	(5.3%)	(24.0%)	(30.6%)
インド	138,523	6,120	144,644	75,095	109
前年比	(-7.8%)	(-31.1%)	(-9.1%)	(9.0%)	(-0.9%)

資料：観光庁「訪日外国人の消費動向 平成25年 年次報告書」

注1：パッケージツアー参加費に含まれる国内収入額は、パッケージツアーに参加しない個人手配客（ツアー参加費0円）も含めた全体平均の値である。

注2：訪日外客数は暫定値を使用。

平成 25 年（暦年）の訪日外国人旅行消費額は、旅行支出額（パック内訳を含む）である 136,693 円に、訪日外客数である 10,363,904 人を乗じると、1 兆 4,167 億円と推計される。同様に、インドでは 109 億円と推計される（図表 5.23）。

なお、国籍・地域別にみると、①中国 2,759 億円、②台湾 2,475 億円、③韓国 1,978 億円、④米国 1,362 億円、⑤香港 1,054 億円の順となっている。

### 5.2.5 費目別にみる旅行支出

費目別旅行支出額（パッケージツアー参加費内訳を含む）をみると、全国籍平均では旅行支出総額（136,693 円）のうち、宿泊料金（45,955 円）、買物代（44,91 円）、飲食費（28,013 円）、交通費（14,278 円）、娯楽サービス費（3,366 円）の順となっている。

インドでは、旅行支出総額（144,644 円）のうち、宿泊料金（76,089 円）、飲食費（26,610 円）、買物代（24,261 円）、交通費（15,960 円）、娯楽サービス費（1,655 円）の順となっており、宿泊料金が総額の半分以上を占めている（図表 5.24）。

図表 5.24 平成 25 年（暦年）費目別にみる旅行支出額  
（国籍別、パッケージツアー参加費内訳を含む）

[費目別旅行支出額]							(円/人)
	旅行支出総額	宿泊料金	飲食費	交通費	娯楽サービス費	買物代	その他
全国籍	136,693	45,955	28,013	14,278	3,366	44,691	390
インド	144,644	76,089	26,610	15,960	1,655	24,261	68

  

[費目別構成比]（ヨコ計 100%）							(%)
	宿泊料金	飲食費	交通費	娯楽サービス費	買物代	その他	
全国籍	33.6	20.5	10.4	2.5	32.7	0.3	
インド	52.6	18.4	11.0	1.1	16.8	0.0	

資料：観光庁 「訪日外国人の消費動向 平成 25 年 年次報告書」

旅行費出の費目別構成比を国籍別にみると、全国籍平均では宿泊料金（33.6%）、買物代（32.7%）、飲食費（20.5%）の順となっている。飲食費は各国籍とも 2 割前後を占め、交通費は英国、ドイツ、フランス、米国、オーストラリアで割合が高い。買物代では中国（52.4%）、タイ（41.4%）で割合が高い。

インドでは宿泊料金（52.6%）の割合が集計の 15 カ国中、最も高く、娯楽サービス費（1.1%）が最も低いのが特徴である（図表 5.24）。

## 5.3 土産品の購入実態

### 5.3.1 費目別購入率

購入率（その費目を購入した人の割合）が最も高い費目は「菓子類」（62.1%）で、6 割以上が購入している。次いで、「その他食料品・飲料・酒・たばこ」（51.6%）や「化粧品・医薬品・トイレタリー」（42.7%）の購入率が高い。インドで購入率が全国籍平均と比べて全般的に低い、特に、「化粧品・医薬品・トイレタリー」（11.4%）が低い（図表 5.25）。

図表 5.25 費目別購入率と購入者単価（国籍別）

	全国籍		インド	
	購入率(%)	購入者単価(円)	購入率(%)	購入者単価(円)
菓子類	62.1	9,583	40.8	8,206
その他食料品・飲料・酒・たばこ	51.6	12,212	36.2	11,927
カメラ・ビデオカメラ・時計	9.3	55,685	15.2	28,307
電気製品（パソコン・音響機器など）	10.9	32,555	17.3	28,121
化粧品・医薬品・トイレタリー	42.7	20,675	11.4	11,395
和服（着物）・民芸品	14.3	12,317	18.1	12,414
服（和服以外）・かばん・靴	34.7	29,517	22.9	15,228
マンガ・DVD・アニメ関連商品	9.1	10,572	3.1	8,197
その他買物代	18.9	18,817	21.4	8,491

資料：観光庁 「訪日外国人の消費動向 平成25年 年次報告書」

### 5.3.2 費目別購入者単価

費目別購入者単価（その費目を購入した人の中での当該費目の平均支出額）は、「カメラ・ビデオカメラ・時計」が55,685円と最も高い。インドでは費目別購入単価も、ほぼすべての費目において全国籍平均を下回っている（図表5.25）。

また、中国では「カメラ・ビデオカメラ・時計」が83,582円と目立つ。

### 5.3.3 買物場所

買物場所をみると、全国籍平均では、「スーパー・ショッピングセンター」（62.4%）、「空港の免税店」（60.5%）、「コンビニエンスストア」（56.1%）、「百貨店・デパート」（50.8%）の順となっている。

インドでは、「スーパー・ショッピングセンター」（54.8%）、「百貨店・デパート」（36.9%）、「コンビニエンスストア」（36.4%）、「空港の免税店」（30.8%）の順となっている。「空港の免税店」（30.8%）、「観光地の土産店」（15.9%）は全国籍平均と比べ少なく、また、「買物はしていない」（14.7%）の割合が高い（図表5.26）。

なお、「空港の免税店」の利用率は台湾（80.5%）と中国（83.4%）で高い。「スーパー・

図表 5.26 買物場所別構成比（複数回答） 単位：%

	全国籍	インド
空港の免税店	60.5	30.8
鉄道駅構内の店舗	16.9	9.9
百貨店・デパート	50.8	36.9
スーパー・ショッピングセンター	62.4	54.8
家電量販店（秋葉原など）	15.1	25.5
コンビニエンスストア	56.1	36.4
100円ショップ	19.8	28.2
観光地の土産店	37.4	15.9
その他	7.1	3.9
買い物はしていない	5.4	14.7

資料：観光庁 「訪日外国人の消費動向 平成25年 年次報告書」

ショッピングセンター」は台湾（72.5%）、香港（75.8%）、中国（74.6%）で高い。「観光地の土産店」は台湾（54.8%）と香港（55.4%）で高い。また、「家電量販店」は中国（38.4%）が高い。

### 5.3.4 利用金融機関・決済方法（複数回答）

利用した金融機関をみると、全国籍平均では、「ATM」、「空港の両替所」、「銀行・郵便局」の利用率が高い。インドでは、「ATM」、「空港の両替所」の利用が多い。

決済方法をみると、全国籍平均では、「現金」が96.0%を占め、次いで、48.0%で「クレジットカード」が利用されている。インドでも同じ傾向となっている（図表 5.27）。

図表 5.27 利用金融機関・決済方法別構成比（複数回答）

単位：%

利用金融機関	全国籍	インド
空港の両替所	3.9	10.2
銀行・郵便局	3.5	3.1
A T M	6.5	10.9
その他両替商	1.0	0.9
宿泊施設	0.6	1.5
利用決済方法	全国籍	インド
現金	96.0	95.4
クレジットカード	48.0	43.4
トラベラーズチェック	0.2	2.1
デビットカード（銀聯カードなど）	4.8	3.4
電子マネー（Edy、Suica など）	1.6	1.6

資料：観光庁 「訪日外国人の消費動向 平成 25 年 年次報告書」

## 5.4 旅行情報源

### 5.4.1 出発前に得た情報

出発前に得た旅行情報で役立ったものをみると、全国籍では、ガイドブックでは「ロンリープラネット」が6.8%、「ミシュラン」が1.1%、「その他旅行ガイドブック」が12.2%であった。

「日本政府観光局の案内所」の選択率は6.0%、「日本政府観光局ホームページ」の選択率は10.8%であった。インターネット媒体では、「個人のブログ」が24.1%と高い。知人からの口コミも比較的高く、「日本在住の親族・知人」が20.3%、「自国の親族・知人」が18.6%であった。

インドでは、知人からの口コミが非常に高く、「日本在住の親族・知人」が40.7%、「自国の親族・知人」が28.5%で、合計すると69.2%に達することが注目される（図表 5.28）。

図表 5.28 出発前に得た旅行情報で役立ったもの（複数回答）

単位：%

	全国籍	インド
ロンリープラネット	6.8	5.2
ミシュラン	1.1	0.1
その他旅行ガイドブック	12.2	4.8
日本政府観光局の案内所	6.0	4.7
日本政府観光局ホームページ	10.8	5.2
旅行会社パンフレット	11.4	4.0
旅行会社ホームページ	11.6	5.0
宿泊施設ホームページ	10.3	6.9
宿泊予約サイト	6.4	2.4
個人のブログ	24.1	5.3
YouTube	6.5	10.8
Twitter	1.7	2.2
その他インターネット	31.8	35.6
自国の親族・知人	18.6	28.5
日本在住の親族・知人	20.3	40.7
その他	6.0	7.5
特になし	17.1	16.8

資料：観光庁 「訪日外国人の消費動向 平成 25 年 年次報告書」

#### 5.4.2 日本滞在中に得た旅行情報

日本滞在中に得た旅行情報で役に立ったものをみると、全国籍平均では、「インターネット（スマートフォン）」（37.7%）、「インターネット（パソコン）」（36.8%）、「日本在住の親族・知人」（20.2%）、「観光案内所（空港除く）」（15.8%）、「宿泊施設」（14.1%）、「空港の観光案内所」（14.0%）の順で選択率が高い。

インドでは、「インターネット（パソコン）」の選択率が 50.0%と高く、次いで「日本在住の親族・知人」（39.9%）、「インターネット（スマートフォン）」（19.7%）が続く（図表 5.29）。

図表 5.29 日本滞在中に得た旅行情報で役立ったもの（複数回答）

単位：%

	全国籍	インド
空港の観光案内所	14.0	14.2
観光案内所（空港除く）	15.8	10.4
宿泊施設	14.1	7.8
旅行ガイドブック（有料）	8.7	7.7
フリーペーパー（無料）	7.0	3.6
インターネット（パソコン）	36.8	50.0
インターネット（スマートフォン）	37.7	19.7
日本在住の親族・知人	20.2	39.9
その他	4.5	3.8
特になし	19.5	17.8

資料：観光庁 「訪日外国人の消費動向 平成 25 年 年次報告書」

### 5.4.3 日本滞在中にあると便利な情報

日本滞在中にあると便利な情報をみると、全国籍平均では「交通手段」が59.7%と圧倒的に多く、次いで「飲食店」(40.5%)、「宿泊施設」(34.7%)、「買物場所」(32.2%)、「観光施設」(30.8%)の順で希望する声が多かった。

インドでは、「交通手段」(58.7%)と「飲食店」(42.1%)は全国籍平均とほぼ同様に希望する声が高いが、「宿泊施設」(19.9%)、「土産物」(8.5%)、「イベント」(6.8%)、「トイレ」(5.1%)等では希望する声が多かった(図表 5.30)。

なお、「飲食店」情報は米国、「宿泊施設」情報は台湾や香港でのニーズが高い。このほか、「買物場所」は中国、「観光施設」は台湾や香港、「トイレ」・「土産物」は台湾、香港、中国、「現地ツアー」は韓国の選択率が高い。

図表 5.30 日本滞在中にあると便利だと思った情報(複数回答)

単位：%

	全国籍	インド
宿泊施設	34.7	19.9
交通手段	59.7	58.7
飲食店	40.5	42.1
観光施設	30.8	23.9
現地ツアー	10.3	12.8
イベント	14.3	6.8
土産物	15.6	8.5
買物場所	32.2	27.5
トイレ	17.0	5.1
病院	2.6	5.5
警察・交番	2.0	1.8
その他	10.5	16.5

資料：観光庁「訪日外国人の消費動向 平成25年 年次報告書」

## 5.5 満足度と再訪意向

### 5.5.1 訪日旅行全体の満足度と再訪意向

今回の訪日旅行全体の満足度をみると、全国籍平均では「大変満足」が43.5%、「満足」が48.1%で合計すると91.6%となり、満足度が高いことが判明した。

インドでは、「大変満足」が67.3%、「満足」が31.3%で合計すると98.6%となり、全国籍平均よりも更に満足度は高い(図表 5.31)。

なお、主要な訪日旅行者送り出し国のうちで、「大変満足」が高い国としては、米国(79.7%)が挙げられる。その他の国では、英国(82.2%)、オーストラリア(83.4%)などが挙げられる。また、韓国では「大変満足」が19.1%と満足度が低い。

図表 5.31 訪日旅行の満足度

単位：%

	全国籍	インド
大変満足	43.5	67.3
満足	48.1	31.3
やや満足	5.0	0.7
普通	2.8	0.5
やや不満	0.3	0.0
不満	0.2	0.0
大変不満	0.1	0.1

資料：観光庁 「訪日外国人の消費動向 平成 25 年 年次報告書」

訪日旅行者の再訪意向をみると、全国籍平均では「必ず来たい」が 56.5%、「来たい」が 36.1%で合計すると 92.6%となり、再訪意向が高いことが判明した。インドでは「必ず来たい」(72.5%)と「来たい」(23.8%)を合算すると 96.3%となる(図表 5.32)。

また、「必ず来たい」と「来たい」の合計が全国籍平均よりも高いところとしては、カナダ(94.3%)、シンガポール(97.0%)、マレーシア(96.9%)、香港(96.3%)、台湾(95.9%)、英国(95.8%)、フランス(95.0%)、米国(95.0%)、ドイツ(93.4%)、オーストラリア(93.2%)が挙げられる。

図表 5.32 訪日旅行者の再訪意向

単位：%

	全国籍	インド
必ず来たい	56.5	72.5
来たい	36.1	23.8
やや来たい	4.4	3.2
何ともいえない	2.5	0.1
あまり来たくない	0.3	0.0
来たくない	0.2	0.2
絶対来たくない	0.1	0.1

資料：観光庁 「訪日外国人の消費動向 平成 25 年 年次報告書」

同様に、再訪意向に関し、「必ず来たい」の割合が高い国としては、カナダ(77.1%)、英国(76.7%)、米国(74.6%)、オーストラリア(72.8%)、インド(72.5%)、ロシア(69.1%)、フランス(69.0%)、シンガポール(68.0%)、タイ(67.8%)、マレーシア(67.0%)、香港(66.1%)、ドイツ(65.7%)、台湾(62.1%)の順となっている。

一方、中国(49.1%)と韓国(33.4%)の2カ国では全国籍平均を下回っているが、韓国と中国はわが国にとって最大の旅行者送り出し国となっており、この2カ国からの訪日旅行者へのおもてなしの改善を検討する必要がある。

再訪意向に関し、「あまり来たくない」・「来たくない」・「絶対来たくない」に関し、全国籍平均では合計すると 0.5%となっている。この来たくない割合が全国籍平均より高い国としては、韓国(1.2%)、オーストラリア(1.1%)、ロシア(0.9%)、ドイツ(0.8%)、シンガポール(0.7%)、マレーシア(0.6%)が挙げられるが、これに関してもその改善

方を検討する必要がある。

### 5.5.2 訪日の際の主な活動（複数回答）

今回実施した活動をみると、全国籍平均では、「日本食を食べること」（96.6%）、「ショッピング」（77.2%）、「繁華街の街歩き」（66.6%）、「自然・景勝地観光」（56.9%）、「旅館に宿泊」（50.9%）の順が多い。

次回の訪日の際、実施したいことでは、「日本食を食べること」（47.0%）、「温泉入浴」（47.0%）、「ショッピング」（40.6%）、「自然・景勝地観光」（39.8%）、「四季の体感（花見・紅葉・雪など）」（34.6%）の順が多い（図表 5.33）。

今回実施率よりも次回実施希望率が高い活動としては、「四季の体感（花見・紅葉・雪など）」、「イベント」、「自然体験ツアー・農漁村体験」、舞台鑑賞（歌舞伎・演劇・音楽など）、「治療・検診」が挙げられる。また、「スキー」、「スポーツ観戦」、「ゴルフ」などのスポーツも挙げられる。

図表 5.33 今回したことと次回したいこと（全国籍、複数回答）

単位：%

調査項目	今回したこと	次回したいこと
日本食を食べること	96.6	47.0
ショッピング	77.2	40.6
繁華街の街歩き	66.6	31.6
自然・景勝地観光	56.9	39.8
旅館に宿泊	50.9	31.4
温泉入浴	35.5	47.0
ビジネス	24.2	22.5
日本の歴史・伝統文化体験	23.5	31.4
日本の生活文化体験	22.6	27.1
美術館・博物館	21.7	25.3
親族・知人訪問	16.9	19.0
ナイトライフ	16.6	18.7
テーマパーク	16.1	26.3
四季の体感（花見・紅葉・雪など）	11.5	34.6
イベント	8.5	25.6
自然体験ツアー・農漁村体験	7.8	21.5
舞台鑑賞（歌舞伎・演劇・音楽など）	5.5	21.9
映画・アニメ縁の地を訪問	4.0	17.2
スキー	2.9	23.3
スポーツ観戦（相撲・サッカーなど）	2.7	19.6
治療・健診	1.8	10.3
ゴルフ	1.1	16.0

資料：観光庁 「訪日外国人の消費動向 平成 25 年 年次報告書」

### 5.5.3 活動別にみる満足度

今回実施した活動に対して「期待以上」「期待通り」「不満」の3段階評価で満足度を聞いたところ、「期待以上」のみの比率で見ると、「親族・知人訪問」（78.1%）が最も高く、

次いで「日本の生活文化体験」(70.0%)、「日本の歴史・伝統文化体験」(67.9%)となっている。

また、「期待以上」・「期待通り」を合算し、満足度の高い活動をみると、「日本の生活文化体験」(99.2%)、「親族・知人訪問」(99.2%)、「自然体験ツアー・農漁村体験」(98.9%)、「日本の歴史・伝統文化体験」(98.8%)、「自然・景勝地観光」(98.8%)、「ビジネス」(98.4%)、「ショッピング」(98.1%)、「繁華街の街歩き」(98.0%)などの順となっている(図表 5.34)。

満足度別活動を「期待以上」と評価し、更に75%以上のポイントを与えた活動項目を国籍別にみると、ロシアが13項目と最も多く、次いで中国(11)、インド(10)、英国(8)、米国(8)の順となっており、満足度が高いことがわかる。一方、韓国、台湾、香港、タイでは75%以上のポイントを与えた活動項目はない(図表 5.35)。

図表 5.34 満足度別諸活動(全国籍)

[期待以上+期待通り]		[期待以上]	
単位：%		単位：%	
日本の生活文化体験	99.2	親族・知人訪問	78.1
親族・知人訪問	99.2	日本の生活文化体験	70.0
自然体験ツアー・農漁村体験	98.9	日本の歴史・伝統文化体験	67.9
日本の歴史・伝統文化体験	98.8	ビジネス	67.3
自然・景勝地観光	98.8	イベント	66.9
ビジネス	98.4	スポーツ観戦(相撲・サッカーなど)	66.8
ショッピング	98.1	自然体験ツアー・農漁村体験	66.2
繁華街の街歩き	98.0	四季の体感(花見・紅葉・雪など)	64.0
温泉入浴	97.8	テーマパーク	62.6
四季の体感(花見・紅葉・雪など)	97.1	自然・景勝地観光	62.5
映画・アニメ/緑の地を訪問	97.1	舞台鑑賞(歌舞伎・演劇・音楽など)	61.6
イベント	96.8	映画・アニメ/緑の地を訪問	61.3
テーマパーク	96.7	温泉入浴	60.7
日本食を食べること	96.6	スキー	60.0
旅館に宿泊	96.5	治療・検診	58.0
美術館・博物館	96.3	日本食を食べること	54.9
スポーツ観戦(相撲・サッカーなど)	96.0	繁華街の街歩き	53.1
舞台鑑賞(歌舞伎・演劇・音楽など)	95.3	ショッピング	52.9
スキー	92.5	美術館・博物館	51.9
ナイトライフ	91.2	ゴルフ	51.3
ゴルフ	89.6	ナイトライフ	46.2
治療・検診	89.0	旅館に宿泊	44.0

資料：観光庁「訪日外国人の消費動向 平成25年 年次報告書」

図表 5.35 国籍別「期待以上」に75%以上の評価を与えた活動項目の数

単位：項目															
ロシア	中国	インド	英国	米国	オーストラリア	フランス	マレーシア	ドイツ	カナダ	シンガポール	韓国	台湾	香港	タイ	その他
13	11	10	8	8	7	6	5	4	3	1	0	0	0	0	7

資料：観光庁「訪日外国人の消費動向 平成25年 年次報告書」

## 6. おわりに

インドにおける経済成長、日本語学習者数、日本在留者、国による留学生 30 万人計画等の一般的背景及び訪日旅行の現状等について概観してきたが、これらを元にして今後のインドからの訪日旅行を予測してみたい。

インドの富裕層（世帯可処分所得年間 35,000 ドル）は、2000 年の 410 万人から 2020 年には 3,890 万人、更に 2020 年には 6,600 万人へと増加することが予想され、日本にとって有望な旅行市場であり続ける。

また、政府はグローバル戦略の展開の一環として、現在、約 19.3 万人の留学生数を、2020 年を目途に 30 万人に増加させることを目指す「留学生 30 万人計画」を掲げ、様々な施策を推進している。例えば、母国でのあらゆる留学情報の入手を可能にし、母国で入学手続きを可能にし、国際色豊かな大学を増やし、宿舍・奨学金・交流支援・日本語教育の充実・生活支援などの受入環境づくりを整え、卒業後は留学生の日本での就職を促進するなどである。この取り組みの情報は、インドで日本語を学習する人たちにとっては大きなインセンティブになり、日本語学習者数が今後、更に増加すると予測される。

2014 年 7 月よりインドからの訪日旅行者に対する短期滞在（15 日間）数次ビザの発給が開始された。世界中にある日本の全在外公館で申請手続きを行うことができるため、世界中に暮らすインド人にとって朗報であろう。

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

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

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

特に、インドには、9 億 7,500 万人のヒンドゥー教徒と 1 億 6,000 万人以上のムスリム教徒という巨大な市場が存在し、今後、日本へ来訪することが予想される。日本にはなじみの薄い菜食主義者やハラール食材とハラール認証など、これらの巨大市場からの旅行者の受入れのために国民への広報の強化、各地での受入れ講習会の開催、受入マニュアルの作成・配布等を促進することが喫緊の課題である。

**参考資料：**

- 日本政府観光局（JNTO）『JNTO 国際観光白書』、東京、国際観光サービスセンター、2010
- 日本政府観光局（JNTO）『JNTO 日本の国際観光統計』、東京、国際観光サービスセンター、2013
- アジア太平洋観光交流センター『世界観光統計資料集 2007-2011年』、奈良、APTEC、2013
- 観光庁『訪日外国人の消費動向 平成25年 年次報告書』、東京、観光庁、2014
- 日本観光振興会『数字で見る観光』、東京、オメガコム、2013
- 日本旅行業協会（JATA）『数字が語る旅行業』東京、日本旅行業協会（JATA）、2013
- 二宮書店編集部『データブック・オブ・ザ・ワールド 2014』、東京、二宮書店、2014

**参考ホームページ：**

- 日本アセアンセンター：<http://www.asean.or.jp/ja/>
- 外務省：<http://www.mofa.go.jp/>
- 法務省：[http://www.moj.go.jp/nyuukokukanri/kouhou/nyuukokukanri01\\_00013.html](http://www.moj.go.jp/nyuukokukanri/kouhou/nyuukokukanri01_00013.html)
- 観光庁：<http://www.mlit.go.jp/kankocho/>
- 日本政府観光局（JNTO）：<http://www.jnto.go.jp/jpn/>
- 日本貿易振興機構（JETRO）：<http://www.jetro.go.jp/indexj.html>
- 国際交流基金：<http://www.jpff.go.jp/j>