

な商品が自国で販売されていないことや、同じ銘柄の商品であっても日本と自国とで味が異なることなどが挙げられた。

### 継続購入状況に関する訪日旅行経験者の発言（一部抜粋）

- 好きな商品を定常的に購入している。（韓国／全対象国・地域で関連意見複数）
- 日本の文化に対する期待感や信頼感があるため、頻繁に購入する。（韓国）
- 輸入食品を販売する店を見かけたら日本食品を買う可能性があるが、わざわざ行くほどではない。（中国／全対象国・地域で関連意見複数）
- 買ったことはあるが、日本の方が安いのでもう買わないと思う。（韓国）
- 訪日の際に1年分購入したため、帰国後は購入していない。食べきってしまったら、訪日する友人に買ってきてもらう予定である。（中国）
- あくまでお土産として購入したため帰国後はあまり購入していない。（中国／全対象国・地域で関連意見複数）
- 価格が高いので買わない。（タイ／関連意見複数）
- 好きな商品は自国でほとんど見ないので買えない。（米国、韓国）
- 同じ日本のビールでも、自国で飲むのと日本で飲むのとでは味が異なる。（韓国）

## ②継続購入の対象品目

7か国・地域全体の品目別購入額についてみると、チョコレート、健康食品（妊産婦用食品を含む）、清酒が上位3位を占めている。また、国・地域別の購入額上位10品目は下表に示すとおりである。

図表 44 帰国後の日本食品の継続購入状況（購入額上位10品目）

順位	7か国・地域合計	中国	韓国	台湾
1	チョコレート	健康食品（妊産婦用食品を含む）	ビール	健康食品（妊産婦用食品を含む）
2	健康食品（妊産婦用食品を含む）	チョコレート	ビスケット・クッキー	ビスケット・クッキー
3	清酒	乳児用食品（ミルク・離乳食等）	チョコレート	チョコレート
4	乳児用食品（ミルク・離乳食等）	清酒	うどん（乾麺・半生麺）	ビール
5	うどん（乾麺・半生麺）	うどん（乾麺・半生麺）	ゼリー	清酒
6	ウイスキー	ウイスキー	からし・わさび	キャンディ
7	米	米	インスタント麺	茶飲料
8	ビスケット・クッキー	インスタント麺	茶飲料	インスタント麺
9	インスタント麺	キャンディ	健康食品（妊産婦用食品を含む）	清涼飲料水（コーラ、コーヒードリンクやココアドリンク、炭酸水など）
10	茶飲料	ビスケット・クッキー	その他菓子類	果汁 100%飲料

順位	香港	アメリカ	オーストラリア	タイ
1	インスタント麺	米	ビスケット・クッキー	チョコレート
2	ビスケット・クッキー	味噌	ウィスキー	清酒
3	うどん（乾麺・半生麺）	茶飲料	ケーキ	茶飲料
4	チョコレート	その他菓子類	インスタント麺	膨化食品（米菓含む）
5	茶飲料	清酒	チョコレート	うどん（乾麺・半生麺）
6	ケーキ	ビール	茶飲料	そば（乾麺・半生麺）
7	果汁 100%飲料	うどん（乾麺・半生麺）	清酒	米
8	その他菓子類	ビスケット・クッキー	そば（乾麺・半生麺）	果汁 100%飲料
9	その他食品	米（パックご飯）	米	インスタント麺
10	ビール	キャンディ	焼酎	ビール

注釈) 右上がり斜線の網掛けをしている品目は当該国・地域においてのみ上位10位にランクインしたものである。  
右下がり斜線の網掛けをしている品目は2カ国・地域において上位10位にランクインしたものである。

訪日旅行経験者に対するインタビュー調査では、帰国後に購入される商品には、訪日時に購入したものと類似の商品が含まれていることが確認できた。具体的には、チョコレート、清涼飲料水やインスタント麺などの品目が挙げられた。

#### 継続購入の対象品目に関する訪日旅行経験者の発言（一部抜粋）

- 日本で購入したものと似たような商品を購入している。（中国、台湾）
- 中国で生産された日本ブランドの食品を購入している。（中国）
- お菓子を継続購入している。（香港／中華圏で関連意見複数）
- カップラーメンを購入している。（台湾／関連意見複数）
- 清涼飲料水などを買う。（米国、豪州）
- チョコレートや和牛などの日本食品を購入した。（中国）
- するめや粉ミルクなどを購入している。（香港）
- ホタテなどの貝類やせんべいを購入している。（韓国）
- 日本のしょうゆは味が良いため、継続購入している。（韓国）
- ごまドレッシングをよく買う。（韓国）
- とんこつラーメンを買っている。（豪州）

### ③継続購入の経路

購入額上位 10 品目の最も多い購入経路についてみると、すべての品目において「スーパーや百貨店等の店舗で購入」が最も多くなっている。

図表 45 お土産の購入をきっかけに購入した日本食品の購入経路（購入額上位 10 品目）

品目	最も多い経路	
	1位	2位
チョコレート	スーパーや百貨店等の店舗で購入	家族・知人による買い付け その他通販サイトでの購入（日本からの購入）
健康食品 （妊産婦用食品を含む）	スーパーや百貨店等の店舗で購入	家族・知人による買い付け
清酒	スーパーや百貨店等の店舗で購入	その他通販サイトでの購入（日本からの購入）
乳児用食品 （ミルク・離乳食等）	スーパーや百貨店等の店舗で購入	家族・知人による買い付け
うどん（乾麺・半生麺）	スーパーや百貨店等の店舗で購入	ネットオークション等、個人間取引での購入（日本からの購入） その他通販サイトでの購入（日本からの購入）
ウィスキー	スーパーや百貨店等の店舗で購入	その他通販サイトでの購入（日本からの購入）
米	スーパーや百貨店等の店舗で購入	ネットオークション等、個人間取引での購入（日本からの購入）
ビスケット・クッキー	スーパーや百貨店等の店舗で購入	その他通販サイトでの購入（日本からの購入）
インスタント麺	スーパーや百貨店等の店舗で購入	家族・知人による買い付け
茶飲料	スーパーや百貨店等の店舗で購入	その他通販サイトでの購入（日本からの購入）

訪日旅行経験者に対するインタビュー調査では、アンケート調査と同様に、スーパー、百貨店やコンビニエンスストアなど、輸入食品を取り扱う店舗を購入経路として挙げた意見が多数みられた。

また、中国、台湾、香港、韓国では知人等を通じた買い付けによる購入も確認された。

さらに、中華圏（主に中国）においては EC サイトの利用実績および利用意向を示す意見が複数みられた。EC サイトについては賛否両論で、手軽である反面、偽物が販売されている可能性を懸念する意見もみられた。

### 継続購入の経路に関する訪日旅行経験者の発言（一部抜粋）

- ECサイトで継続購入している。（中国／中華圏で関連意見複数）
- 今後インターネットで購入することもあるだろう。（香港／中華圏で関連意見複数）
- メーカー直営のネットショップは日本より多少割高だが、許容範囲内である。（中国）
- ECサイトは偽物の心配があるため利用していない。（中国／中華圏で関連意見複数）
- ECサイトは食品によっては配送中に壊れやすいため利用していない。（中国）
- 実店舗で販売される日本食品の価格は割高だが、保証が付いており、賞味期限も確認できるため安心できる。（中国）
- 輸入食品を取り扱う店で購入する。（韓国／中華圏、韓国、豪州で関連意見複数）
- 久光百貨で見かけたら購入することがある。（中国／関連意見複数）
- 地元のイオンなどで継続購入している。（中国）
- コンビニやスーパーで日本食品を購入する。（米国）
- 訪日する友人を通じて継続購入している。（中国／中華圏、韓国で関連意見複数）
- 買いたいものは中国に進出していないため、食べたいときは日本へ行く友達に買ってきてもらう。（中国）
- 必要なら日本に買いに行くか知人に頼むので、国内では手に入りやすいものしか買わない。（韓国）

海外事業者に対するヒアリング調査によれば、オーストラリアでは、和食ブームの影響で日本食品の購入者が増加傾向にある。訪日旅行をきっかけに帰国後も日本食品を買い求める人がみられる。同国の所得水準が高い中、他の商品との価格差が小さいことも日本食品の購買を後押ししたと考えられる。

### オーストラリアにおける日本食品の流通状況等に関する海外事業者の発言（一部抜粋）

- 和食はヘルシーだとされ、人気がある。（観光分野事業者）
- 輸入コストがかかっているとはいえ、それでも現地の食品やレストラン等と同程度の値段であり、特に日本食が高いという印象はない。（観光分野事業者）
- 最近では日本食ブームなのか、テレビで紹介されたものや、日本食レストランで使われている調味料を試してみたいなどといった理由で来店する客も増えている。白人は調味料の購入が多く、ここ2、3年でも来店が増えている。（小売分野事業者）
- 抹茶は人気商品である。また、ほうじ茶や麦茶などお茶全般の売れ行きが良い。（小売分野事業者）
- 味噌は海外のレシピを参照している方や、味噌汁を作りたいという方が購入されている。味噌汁はインスタントも取り扱っているため、そちらを紹介することもある。（小売分野事業者）
- 訪日した方が、帰国後に美味しかったものを購入することが多い。商品ブランドへのこだわりは客それぞれだが、「九州のここの醤油はないのか」「北海道で食べたスナック菓子が美味しかったが取り扱いはないのか」などといった問い合わせもある。（小売分野事業者）
- 店舗の近くまで来たついでに来店して購入されていく方が多いため、店舗とオンラインショップを比較すると、店舗の方が来店客も多く売れ行きが良い。（小売分野事業者）

アンケート回答者のうち、訪日した知人から貰って／買って／見聞きして良かったことがきっかけで、過去1年以内に自国内で日本食品を購入した人が全体の4割を占めている。国や地域によって程度の差はあるが、訪日旅行者によるお土産の配布が海外における日本食品の市場拡大に寄与していることがいえる。

**図表 46 自国内における日本食品の購買に対する訪日した知人の影響（国・地域別）**

国・地域	訪日した知人から貰って／買って／見聞きして良かったことがきっかけで、自国内で日本食品を購入した人の割合
7か国・地域合計	39.3%
中国	45.5%
韓国	26.0%
台湾	26.5%
香港	40.5%
アメリカ	31.0%
オーストラリア	27.0%
タイ	47.5%

## 2. 訪日外国人旅行者によるお土産購買の市場規模

アンケート調査の結果をふまえ、主要7か国・地域（韓国、台湾、香港、中国、タイ、アメリカ、オーストラリア）からの訪日外国人旅行者によるお土産の年間購買額を推計した。

### （1）推計に係る基本的な考え方

アンケートによる把握項目から国・地域別日本食品購買率および1人当たり購入額を算出する。1人当たり購入額にお土産の年間購入者数を乗じて国・地域別の市場規模を推計する。

アンケートで把握された購入額の単位は現地通貨であるため、これらの数値に平成29年の年間平均為替レート（TTS）を乗じ、日本円の1人当たり購入額を算出する。

**図表 47 お土産としての日本食品購入額（年間）の推計式**

日本食品お土産市場の規模＝1人当たり購入額×お土産（日本食品）の年間購入者数

※お土産（日本食品）の年間購入者数＝年間訪日外客数×お土産購入率×日本食品購買率

### （2）推計結果

#### ①日本食品購買率

アンケート回答者のうち、お土産として日本食品を購入した者の割合を日本食品購買率とする。国・地域別にみると、香港の日本食品購買率が100%と最も高い。一方、オーストラリアが75.50%と7か国・地域の中で最も低い。

**図表 48 お土産としての日本食品の購買率（国・地域別）**

国・地域	お土産としての日本食品の購入者数（人）	回答者数（人）	日本食品購買率
中国	1,171	1,200	97.58%
韓国	171	200	85.50%
台湾	195	200	97.50%
香港	200	200	100.0%
アメリカ	172	200	86.00%
オーストラリア	151	200	75.50%
タイ	197	200	98.50%
7か国・地域合計	2,257	2,400	94.04%

オーストラリアの日本食品購買率が低い背景として、食品に対する同国の検疫が非常に厳しいこと、日本食品のアレルギー表示の不十分さ、同国からの訪日旅行者が「コト消費」を重視すること、同国における日本食品の入手しやすさが考えられる。

## お土産としての日本食品の購買（オーストラリア）に関する海外事業者の発言（一部抜粋）

- オーストラリアの旅行者は、お土産よりも体験や経験を重視するので、お土産のプライオリティが高いわけではないと考えられる。（観光分野事業者）
- 購買にかかる課題として、オーストラリアは税関や検疫が厳しいため、食品の購入には抵抗がある。また、オーストラリアではアレルギー（グルテンフリー、ナッツの有無等）の表示が必ず行われているが、日本では表示が少なく、購入をためらう要因となることも多いようである。（観光分野事業者）
- ディスカウントショップやコンビニで豊富な品物を取り扱っているほか、日本食材店やEコマースで多くの日本のものも購入可能であるため、わざわざ旅行先で荷物を増やすようなことはなかなかしないと考えられる。（観光分野事業者）

各国・地域の品目別購買率は以下に示すとおりである。

図表 49 お土産としての日本食品の品目別購買率（中国）

品目	購買率	品目	購買率
キャンディ	27.00%	インスタント麺	14.42%
チョコレート	46.42%	そば（乾麺・半生麺）	22.33%
ビスケット・クッキー	37.00%	うどん（乾麺・半生麺）	40.50%
ケーキ	23.25%	茶飲料	23.25%
ゼリー	7.17%	果汁 100%飲料	25.00%
饅頭	34.83%	清涼飲料水（コーラ、コーヒードリンクやココアドリンク、炭酸水など）	28.67%
ガム	10.25%	その他ノンアルコール飲料	3.42%
膨化食品（米菓含む）	17.75%	清酒	55.58%
その他菓子類	9.00%	焼酎	15.33%
米	10.92%	ビール	14.50%
米（パックご飯）	25.75%	ウィスキー	14.17%
醤油	13.25%	その他アルコール飲料	2.33%
味噌	20.50%	乳児用食品（ミルク・離乳食等）	21.92%
からし・わさび	26.67%	健康食品（妊産婦用食品を含む）	36.33%
その他調味料	7.50%	その他食品	8.08%

図表 50 お土産としての日本食品の品目別購買率（韓国）

品目	購買率	品目	購買率
キャンディ	14.00%	インスタント麺	22.00%
チョコレート	47.50%	そば（乾麺・半生麺）	10.00%
ビスケット・クッキー	34.00%	うどん（乾麺・半生麺）	23.50%
ケーキ	10.00%	茶飲料	24.00%
ゼリー	27.00%	果汁 100%飲料	11.50%
饅頭	27.00%	清涼飲料水（コーラ、コーヒードリンクやココアドリンク、炭酸水など）	19.50%
ガム	6.00%	その他ノンアルコール飲料	3.50%
膨化食品（米菓含む）	5.00%	清酒	10.50%
その他菓子類	10.00%	焼酎	14.00%
米	2.50%	ビール	26.00%
米（パックご飯）	5.00%	ウィスキー	4.00%
醤油	14.00%	その他アルコール飲料	4.00%
味噌	6.00%	乳児用食品（ミルク・離乳食等）	1.50%
からし・わさび	19.00%	健康食品（妊産婦用食品を含む）	12.50%
その他調味料	4.50%	その他食品	6.00%

図表 51 お土産としての日本食品の品目別購買率（台湾）

品目	購買率	品目	購買率
キャンディ	49.00%	インスタント麺	27.50%
チョコレート	59.50%	そば（乾麺・半生麺）	13.00%
ビスケット・クッキー	76.00%	うどん（乾麺・半生麺）	14.00%
ケーキ	25.50%	茶飲料	31.50%
ゼリー	17.50%	果汁 100%飲料	13.50%
饅頭	17.00%	清涼飲料水（コーラ、コーヒードリンクやココアドリンク、炭酸水など）	21.50%
ガム	3.50%	その他ノンアルコール飲料	7.50%
膨化食品（米菓含む）	25.00%	清酒	22.50%
その他菓子類	24.50%	焼酎	5.50%
米	5.00%	ビール	14.00%
米（パックご飯）	6.50%	ウィスキー	3.50%
醤油	8.00%	その他アルコール飲料	6.50%
味噌	15.00%	乳児用食品（ミルク・離乳食等）	6.50%
からし・わさび	4.00%	健康食品（妊産婦用食品を含む）	45.00%
その他調味料	18.50%	その他食品	4.50%



図表 52 お土産としての日本食品の品目別購買率（香港）

品目	購買率	品目	購買率
キャンディ	47.00%	インスタント麺	28.00%
チョコレート	56.00%	そば（乾麺・半生麺）	21.50%
ビスケット・クッキー	62.00%	うどん（乾麺・半生麺）	16.50%
ケーキ	40.50%	茶飲料	29.00%
ゼリー	11.50%	果汁 100%飲料	21.00%
饅頭	12.50%	清涼飲料水（コーラ、コーヒードリンクやココアドリンク、炭酸水など）	17.50%
ガム	5.00%	その他ノンアルコール飲料	5.00%
膨化食品（米菓含む）	18.00%	清酒	17.50%
その他菓子類	26.50%	焼酎	6.00%
米	4.50%	ビール	8.50%
米（パックご飯）	3.50%	ウィスキー	5.50%
醤油	8.00%	その他アルコール飲料	4.00%
味噌	15.50%	乳児用食品（ミルク・離乳食等）	6.50%
からし・わさび	3.00%	健康食品（妊産婦用食品を含む）	14.00%
その他調味料	12.50%	その他食品	11.00%

図表 53 お土産としての日本食品の品目別購買率（アメリカ）

品目	購買率	品目	購買率
キャンディ	27.00%	インスタント麺	18.00%
チョコレート	42.50%	そば（乾麺・半生麺）	19.00%
ビスケット・クッキー	35.50%	うどん（乾麺・半生麺）	18.50%
ケーキ	29.50%	茶飲料	34.50%
ゼリー	8.50%	果汁 100%飲料	11.00%
饅頭	23.00%	清涼飲料水（コーラ、コーヒードリンクやココアドリンク、炭酸水など）	18.50%
ガム	10.50%	その他ノンアルコール飲料	1.50%
膨化食品（米菓含む）	18.00%	清酒	32.50%
その他菓子類	13.00%	焼酎	9.00%
米	12.00%	ビール	8.50%
米（パックご飯）	6.50%	ウィスキー	11.50%
醤油	12.50%	その他アルコール飲料	2.50%
味噌	17.50%	乳児用食品（ミルク・離乳食等）	3.50%
からし・わさび	13.00%	健康食品（妊産婦用食品を含む）	11.50%
その他調味料	5.50%	その他食品	11.00%

図表 54 お土産としての日本食品の品目別購買率（オーストラリア）

品目	購買率	品目	購買率
キャンディ	24.50%	インスタント麺	11.50%
チョコレート	38.00%	そば（乾麺・半生麺）	10.50%
ビスケット・クッキー	32.50%	うどん（乾麺・半生麺）	12.00%
ケーキ	19.50%	茶飲料	29.50%
ゼリー	8.50%	果汁 100%飲料	12.50%
饅頭	20.50%	清涼飲料水（コーラ、コーヒードリンクやココアドリンク、炭酸水など）	10.50%
ガム	7.00%	その他ノンアルコール飲料	1.50%
膨化食品（米菓含む）	13.00%	清酒	29.00%
その他菓子類	4.50%	焼酎	11.00%
米	8.50%	ビール	10.50%
米（パックご飯）	8.00%	ウィスキー	14.50%
醤油	12.00%	その他アルコール飲料	1.50%
味噌	16.00%	乳児用食品（ミルク・離乳食等）	9.00%
からし・わさび	16.00%	健康食品（妊産婦用食品を含む）	14.00%
その他調味料	5.00%	その他食品	4.00%

図表 55 お土産としての日本食品の品目別購買率（タイ）

品目	購買率	品目	購買率
キャンディ	28.00%	インスタント麺	34.00%
チョコレート	71.50%	そば（乾麺・半生麺）	41.00%
ビスケット・クッキー	38.00%	うどん（乾麺・半生麺）	35.00%
ケーキ	28.50%	茶飲料	47.00%
ゼリー	30.00%	果汁 100%飲料	38.50%
饅頭	19.50%	清涼飲料水（コーラ、コーヒードリンクやココアドリンク、炭酸水など）	32.00%
ガム	16.50%	その他ノンアルコール飲料	5.50%
膨化食品（米菓含む）	40.50%	清酒	40.50%
その他菓子類	13.00%	焼酎	19.50%
米	25.50%	ビール	27.00%
米（パックご飯）	23.50%	ウィスキー	10.00%
醤油	38.00%	その他アルコール飲料	2.00%
味噌	30.00%	乳児用食品（ミルク・離乳食等）	14.50%
からし・わさび	27.00%	健康食品（妊産婦用食品を含む）	35.00%
その他調味料	7.00%	その他食品	10.00%

## ② 1人あたり購入額

アンケート回答者がお土産として購入した日本食品の総額、およびお土産としての日本食品の購入者数を使用し、1人あたり購入額を国・地域別に算出する。国・地域別にみると、中国の1人あたり購入額が28,385円と最も高い。一方、韓国の1人あたり購入額が5,298円と最も低い。

図表 56 お土産としての日本食品の1人あたり購入額（国・地域別）

国・地域	お土産としての日本食品の購入金額（円）	お土産としての日本食品の購入者数（人）	1人あたり購入額（円）
中国	33,239,278	1,171	28,385
韓国	905,877	171	5,298
台湾	2,524,038	195	12,944
香港	2,997,558	200	14,988
アメリカ	3,139,891	172	18,255
オーストラリア	2,746,616	151	18,190
タイ	1,578,903	197	8,015

各国・地域の品目別1人あたり購入額は以下に示すとおりである。

図表 57 お土産としての日本食品の品目別1人あたり購入額（中国）

品目	1人あたり購入額（円）	品目	1人あたり購入額（円）
キャンディ	4,976	インスタント麺	3,184
チョコレート	5,357	そば（乾麺・半生麺）	3,010
ビスケット・クッキー	3,626	うどん（乾麺・半生麺）	3,195
ケーキ	3,532	茶飲料	2,341
ゼリー	2,693	果汁 100%飲料	2,662
饅頭	3,656	清涼飲料水（コーラ、コーヒードリンクやココアドリンク、炭酸水など）	2,826
ガム	2,508	その他ノンアルコール飲料	4,731
膨化食品（米菓含む）	4,243	清酒	5,333
その他菓子類	2,874	焼酎	4,092
米	7,531	ビール	3,068
米（パックご飯）	3,236	ウィスキー	7,860
醤油	2,321	その他アルコール飲料	2,013
味噌	3,236	乳児用食品（ミルク・離乳食等）	12,177
からし・わさび	2,472	健康食品（妊産婦用食品を含む）	7,030
その他調味料	2,747	その他食品	5,608

図表 58 お土産としての日本食品の品目別 1 人当たり購入額（韓国）

品目	1人当たり 購入額(円)	品目	1人当たり 購入額(円)
キャンディ	902	インスタント麺	1,058
チョコレート	1,147	そば(乾麺・半生麺)	1,209
ビスケット・クッキー	1,017	うどん(乾麺・半生麺)	1,093
ケーキ	1,342	茶飲料	1,354
ゼリー	1,493	果汁 100%飲料	277
饅頭	1,291	清涼飲料水(コーラ、コーヒード リン クやココアドリンク、炭酸 水など)	754
ガム	299	その他ノンアルコール飲料	863
膨化食品(米菓含む)	608	清酒	1,634
その他菓子類	817	焼酎	609
米	211	ビール	1,435
米(パックご飯)	940	ウイスキー	1,163
醤油	1,062	その他アルコール飲料	620
味噌	283	乳児用食品(ミルク・離乳食等)	994
からし・わさび	779	健康食品(妊産婦用食品を含む)	1,124
その他調味料	1,369	その他食品	1,127

図表 59 お土産としての日本食品の品目別 1 人当たり購入額（台湾）

品目	1人当たり 購入額(円)	品目	1人当たり 購入額(円)
キャンディ	2,256	インスタント麺	1,577
チョコレート	2,092	そば(乾麺・半生麺)	1,258
ビスケット・クッキー	2,937	うどん(乾麺・半生麺)	2,494
ケーキ	2,668	茶飲料	1,010
ゼリー	1,747	果汁 100%飲料	924
饅頭	1,497	清涼飲料水(コーラ、コーヒード リン クやココアドリンク、炭酸 水など)	969
ガム	1,083	その他ノンアルコール飲料	559
膨化食品(米菓含む)	1,991	清酒	2,634
その他菓子類	2,981	焼酎	2,520
米	1,914	ビール	1,425
米(パックご飯)	1,238	ウイスキー	4,532
醤油	729	その他アルコール飲料	1,026
味噌	673	乳児用食品(ミルク・離乳食等)	1,548
からし・わさび	617	健康食品(妊産婦用食品を含む)	4,363
その他調味料	1,329	その他食品	1,472

図表 60 お土産としての日本食品の品目別 1人当たり購入額（香港）

品目	1人当たり 購入額（円）	品目	1人当たり 購入額（円）
キャンディ	3,332	インスタント麺	2,658
チョコレート	3,353	そば（乾麺・半生麺）	1,858
ビスケット・クッキー	3,338	うどん（乾麺・半生麺）	1,888
ケーキ	2,543	茶飲料	2,370
ゼリー	2,803	果汁 100%飲料	1,842
饅頭	2,743	清涼飲料水（コーラ、コーヒード リン クやココアドリンク、炭酸 水など）	2,416
ガム	642	その他ノンアルコール飲料	915
膨化食品（米菓含む）	2,733	清酒	2,393
その他菓子類	4,084	焼酎	2,178
米	1,348	ビール	1,446
米（パックご飯）	639	ウィスキー	5,369
醤油	1,589	その他アルコール飲料	896
味噌	1,990	乳児用食品（ミルク・離乳食等）	1,916
からし・わさび	1,041	健康食品（妊産婦用食品を含む）	4,458
その他調味料	1,131	その他食品	6,651

図表 61 お土産としての日本食品の品目別 1人当たり購入額（アメリカ）

品目	1人当たり 購入額（円）	品目	1人当たり 購入額（円）
キャンディ	2,087	インスタント麺	2,729
チョコレート	2,869	そば（乾麺・半生麺）	5,010
ビスケット・クッキー	3,082	うどん（乾麺・半生麺）	2,287
ケーキ	2,462	茶飲料	2,721
ゼリー	2,010	果汁 100%飲料	1,861
饅頭	2,716	清涼飲料水（コーラ、コーヒード リン クやココアドリンク、炭酸 水など）	2,353
ガム	4,390	その他ノンアルコール飲料	100
膨化食品（米菓含む）	1,771	清酒	3,318
その他菓子類	3,500	焼酎	5,203
米	2,311	ビール	2,781
米（パックご飯）	1,013	ウィスキー	5,452
醤油	1,374	その他アルコール飲料	966
味噌	6,030	乳児用食品（ミルク・離乳食等）	22,586
からし・わさび	6,903	健康食品（妊産婦用食品を含む）	4,185
その他調味料	1,881	その他食品	3,112

図表 62 お土産としての日本食品の品目別 1 人当たり購入額（オーストラリア）

品目	1人当たり 購入額(円)	品目	1人当たり 購入額(円)
キャンディ	1,530	インスタント麺	3,078
チョコレート	2,098	そば(乾麺・半生麺)	3,843
ビスケット・クッキー	2,393	うどん(乾麺・半生麺)	6,441
ケーキ	2,525	茶飲料	2,375
ゼリー	1,339	果汁 100%飲料	2,054
饅頭	1,706	清涼飲料水(コーラ、コーヒード リン クやココアドリンク、炭酸 水など)	1,585
ガム	2,826	その他ノンアルコール飲料	341
膨化食品(米菓含む)	5,511	清酒	4,237
その他菓子類	2,416	焼酎	4,309
米	9,412	ビール	4,165
米(パックご飯)	1,088	ウィスキー	3,668
醤油	1,982	その他アルコール飲料	2,049
味噌	7,183	乳児用食品(ミルク・離乳食等)	5,695
からし・わさび	4,311	健康食品(妊産婦用食品を含む)	5,413
その他調味料	2,791	その他食品	1,719

図表 63 お土産としての日本食品の品目別 1 人当たり購入額（タイ）

品目	1人当たり 購入額(円)	品目	1人当たり 購入額(円)
キャンディ	880	インスタント麺	981
チョコレート	1,799	そば(乾麺・半生麺)	808
ビスケット・クッキー	865	うどん(乾麺・半生麺)	715
ケーキ	719	茶飲料	646
ゼリー	1,037	果汁 100%飲料	460
饅頭	411	清涼飲料水(コーラ、コーヒード リン クやココアドリンク、炭酸 水など)	1,230
ガム	634	その他ノンアルコール飲料	469
膨化食品(米菓含む)	1,643	清酒	1,126
その他菓子類	1,414	焼酎	655
米	921	ビール	1,005
米(パックご飯)	375	ウィスキー	1,184
醤油	439	その他アルコール飲料	1,371
味噌	751	乳児用食品(ミルク・離乳食等)	937
からし・わさび	746	健康食品(妊産婦用食品を含む)	1,342
その他調味料	685	その他食品	970

### ③お土産としての日本食品購入額

訪日外国人旅行者が訪日中にお土産として購入した日本食品の年間購入額は7か国・地域で約3,574億円である。このうち、中華圏（中国、台湾、香港）からの訪日外国人旅行者による購入額が大半を占めている。

図表 64 お土産としての日本食品購入額の推計値

	1人当たり 購入額（円）	年間訪日 外客数（人）	お土産 購入率	日本食品 購買率	年間購入額 （億円）
中国	28,385	7,355,818	99.5%	97.58%	2,027
韓国	5,298	7,140,438	97.1%	85.5%	314
台湾	12,944	4,564,053	99.0%	97.5%	570
香港	14,988	2,231,568	99.2%	100.0%	332
アメリカ	18,255	1,374,964	88.3%	86.0%	191
オーストラリア	18,190	495,054	93.1%	75.5%	63
タイ	8,015	987,211	98.8%	98.5%	77
合計					3,574

注釈）年間訪日外客数は日本政府観光局（JNTO）が公表した2017年数値を使用している。お土産購入率は「訪日外国人消費動向調査」（観光庁、平成29年）における「買物代」の国・地域別購入率を使用している。

各国・地域の品目別購入額の推計値は以下に示すとおりである。

図表 65 お土産としての日本食品の品目別購入額の推計値（中国）

品目	購入額の推 計値（億円）	品目	購入額の推 計値（億円）
キャンディ	98.33	インスタント麺	33.60
チョコレート	181.99	そば（乾麺・半生麺）	49.20
ビスケット・クッキー	98.19	うどん（乾麺・半生麺）	94.71
ケーキ	60.10	茶飲料	39.84
ゼリー	14.13	果汁 100%飲料	48.71
饅頭	93.21	清涼飲料水（コーラ、コーヒード リン クやココアドリンク、炭酸 水など）	59.29
ガム	18.82	その他ノンアルコール飲料	11.83
膨化食品（米菓含む）	55.12	清酒	216.96
その他菓子類	18.93	焼酎	45.92
米	60.17	ビール	32.56
米（パックご飯）	60.99	ウイスキー	81.50
醤油	22.51	その他アルコール飲料	3.44
味噌	48.55	乳児用食品（ミルク・離乳食等）	195.33
からし・わさび	48.25	健康食品（妊産婦用食品を含む）	186.95
その他調味料	15.08	その他食品	33.18

図表 66 お土産としての日本食品の品目別購入額の推計値（韓国）

品目	購入額の推計値（億円）	品目	購入額の推計値（億円）
キャンディ	8.76	インスタント麺	16.14
チョコレート	37.77	そば（乾麺・半生麺）	8.38
ビスケット・クッキー	23.97	うどん（乾麺・半生麺）	17.81
ケーキ	9.30	茶飲料	22.53
ゼリー	27.95	果汁 100%飲料	2.21
饅頭	24.17	清涼飲料水（コーラ、コーヒードリンクやココアドリンク、炭酸水など）	10.19
ガム	1.24	その他ノンアルコール飲料	2.09
膨化食品（米菓含む）	2.11	清酒	11.90
その他菓子類	5.66	焼酎	5.91
米	0.37	ビール	25.87
米（パックご飯）	3.26	ウィスキー	3.23
醤油	10.31	その他アルコール飲料	1.72
味噌	1.18	乳児用食品（ミルク・離乳食等）	1.03
からし・わさび	10.26	健康食品（妊産婦用食品を含む）	9.74
その他調味料	4.27	その他食品	4.69

図表 67 お土産としての日本食品の品目別購入額の推計値（台湾）

品目	購入額の推計値（億円）	品目	購入額の推計値（億円）
キャンディ	49.95	インスタント麺	19.60
チョコレート	56.24	そば（乾麺・半生麺）	7.39
ビスケット・クッキー	100.86	うどん（乾麺・半生麺）	15.78
ケーキ	30.74	茶飲料	14.38
ゼリー	13.81	果汁 100%飲料	5.64
饅頭	11.50	清涼飲料水（コーラ、コーヒードリンクやココアドリンク、炭酸水など）	9.41
ガム	1.71	その他ノンアルコール飲料	1.89
膨化食品（米菓含む）	22.49	清酒	26.78
その他菓子類	33.00	焼酎	6.26
米	4.32	ビール	9.01
米（パックご飯）	3.64	ウィスキー	7.17
醤油	2.64	その他アルコール飲料	3.01
味噌	4.56	乳児用食品（ミルク・離乳食等）	4.55
からし・わさび	1.12	健康食品（妊産婦用食品を含む）	88.71
その他調味料	11.11	その他食品	2.99



図表 68 お土産としての日本食品の品目別購入額の推計値（香港）

品目	購入額の推計値（億円）	品目	購入額の推計値（億円）
キャンディ	34.67	インスタント麺	16.48
チョコレート	41.57	そば（乾麺・半生麺）	8.84
ビスケット・クッキー	45.81	うどん（乾麺・半生麺）	6.90
ケーキ	22.80	茶飲料	15.21
ゼリー	7.14	果汁 100%飲料	8.56
饅頭	7.59	清涼飲料水（コーラ、コーヒードリンクやココアドリンク、炭酸水など）	9.36
ガム	0.71	その他ノンアルコール飲料	1.01
膨化食品（米菓含む）	10.89	清酒	9.27
その他菓子類	23.96	焼酎	2.89
米	1.34	ビール	2.72
米（パックご飯）	0.50	ウィスキー	6.54
醤油	2.81	その他アルコール飲料	0.79
味噌	6.83	乳児用食品（ミルク・離乳食等）	2.76
からし・わさび	0.69	健康食品（妊産婦用食品を含む）	13.82
その他調味料	3.13	その他食品	16.20

図表 69 お土産としての日本食品の品目別購入額の推計値（アメリカ）

品目	購入額の推計値（億円）	品目	購入額の推計値（億円）
キャンディ	6.84	インスタント麺	5.96
チョコレート	14.80	そば（乾麺・半生麺）	11.56
ビスケット・クッキー	13.28	うどん（乾麺・半生麺）	5.14
ケーキ	8.82	茶飲料	11.40
ゼリー	2.07	果汁 100%飲料	2.49
饅頭	7.58	清涼飲料水（コーラ、コーヒードリンクやココアドリンク、炭酸水など）	5.29
ガム	5.60	その他ノンアルコール飲料	0.02
膨化食品（米菓含む）	3.87	清酒	13.09
その他菓子類	5.52	焼酎	5.69
米	3.37	ビール	2.87
米（パックご飯）	0.80	ウィスキー	7.61
醤油	2.09	その他アルコール飲料	0.29
味噌	12.81	乳児用食品（ミルク・離乳食等）	9.60
からし・わさび	10.90	健康食品（妊産婦用食品を含む）	5.84
その他調味料	1.26	その他食品	4.16

図表 70 お土産としての日本食品の品目別購入額の推計値（オーストラリア）

品目	購入額の推計値（億円）	品目	購入額の推計値（億円）
キャンディ	1.73	インスタント麺	1.63
チョコレート	3.67	そば（乾麺・半生麺）	1.86
ビスケット・クッキー	3.58	うどん（乾麺・半生麺）	3.56
ケーキ	2.27	茶飲料	3.23
ゼリー	0.52	果汁 100%飲料	1.18
饅頭	1.61	清涼飲料水（コーラ、コーヒードリンクやココアドリンク、炭酸水など）	0.77
ガム	0.91	その他ノンアルコール飲料	0.02
膨化食品（米菓含む）	3.30	清酒	5.66
その他菓子類	0.50	焼酎	2.18
米	3.69	ビール	2.02
米（パックご飯）	0.40	ウィスキー	2.45
醤油	1.10	その他アルコール飲料	0.14
味噌	5.30	乳児用食品（ミルク・離乳食等）	2.36
からし・わさび	3.18	健康食品（妊産婦用食品を含む）	3.49
その他調味料	0.64	その他食品	0.32

図表 71 お土産としての日本食品の品目別購入額の推計値（タイ）

品目	購入額の推計値（億円）	品目	購入額の推計値（億円）
キャンディ	2.40	インスタント麺	3.25
チョコレート	12.55	そば（乾麺・半生麺）	3.23
ビスケット・クッキー	3.21	うどん（乾麺・半生麺）	2.44
ケーキ	2.00	茶飲料	2.96
ゼリー	3.03	果汁 100%飲料	1.73
饅頭	0.78	清涼飲料水（コーラ、コーヒードリンクやココアドリンク、炭酸水など）	3.84
ガム	1.02	その他ノンアルコール飲料	0.25
膨化食品（米菓含む）	6.49	清酒	4.45
その他菓子類	1.79	焼酎	1.25
米	2.29	ビール	2.65
米（パックご飯）	0.86	ウィスキー	1.15
醤油	1.63	その他アルコール飲料	0.27
味噌	2.20	乳児用食品（ミルク・離乳食等）	1.33
からし・わさび	1.96	健康食品（妊産婦用食品を含む）	4.58
その他調味料	0.47	その他食品	0.95

### 3. 小括

#### (1) 7か国・地域共通の特徴

日本食品に対する訪日外国人旅行者の評価が総じて高い中、お土産の購買にあたっては知名度、日本をイメージさせることおよび希少性（例えば母国で入手困難、限定販売など）を重視する傾向にある。日本の地域別特産品を把握している外国人が限られているため、「何県産」にこだわっておらず、あくまで「日本のお土産」として購入している。

贈呈用と自分用を両方購入する人が大半である。贈呈用のお土産について、知名度、パッケージデザインや小分けできることなどを重視する人が多い。自分用のお土産について、より味の良さを重視する傾向にある。また、お土産の用途に応じて購入店舗を使い分けている人もみられる。

多くの国や地域においては生鮮食品に対する検疫や持込制限が厳しいであるため、持ち込み制限の少ない加工食品を中心に購入する傾向にある。

SNS や口コミサイト等のデジタルメディアで事前に情報収集するが、訪日中に購入商品を決める人が多い。日本食品をプロモーションする際は対象国・地域の人気サイトや SNS 等を活用することが重要である。

商品情報に関する多言語表示に対するニーズが高い。

訪日旅行をきっかけに日本食品の継続購入につながったケースが多くみられる。

#### (2) 国・地域別の特徴

##### ①中国

一人の購買行動が同行者に影響することや、日本食品の安全性に対する評価が高いこともあり、日本食品の購入額は7か国・地域で最も高い。特に安全性が重視される乳児用食品（ミルク・離乳食等）や健康食品（妊産婦用食品を含む）の購入が多い。

贈答品としてお酒やたばこの人気が高いため、関連品目の購入が多くみられる。また、アルコール度数の高いお酒が好まれるため、ウイスキーの購入も多い。

健康志向ブームの影響で、菓子類を中心に味がやや甘すぎることを指摘する意見がみられる。また、日本食品の賞味期限の短さを指摘する意見が多い。

国内店舗で販売されている日本食品が割高であるため、EC サイトからの購入や訪日の友人等を通じた購入が多くみられる。

プロモーションのあたっては、特別扱いをされていると感じさせる仕組み、お得感を感じさせる仕組みが重要である。また、味や品質だけではなく「健康に良い」ことをアピールするのも効果的である。

##### ②韓国

日本へのアクセスが良いため、気軽に訪日することができる。その影響もあり、1人当たり購入額が相対的に低い。

##### ③台湾

中国と同様に健康食品（妊産婦用食品を含む）の購入が多い。たばこやお酒等の嗜好品を除き、訪日中に購入商品を決める人が多い。

日本食品の賞味期限が短いことについて、食品添加物が少ないことで健康的と好意的にとらえる人が多い。ベジタリアン人口が多いため、ベジタリアン向けに食品成分に関する情報提供が求められている。

環境意識が高いため、日本食品のパッケージのデザインを評価する一方、過剰包装を指摘する意見がみられる。

台湾では数多くの日本食品が流通していることと、EC ビジネスが中国ほど発達していないため、スーパーなどの実店舗から日本食品を継続する人が多い。

#### ④香港

中国と同様、健康志向の影響で日本食品の味がやや甘すぎることを指摘する意見がみられる。福島第一原子力発電所事故による風評被害が一部残っている。

#### ⑤アメリカ

日本語が理解できないことから内容物の可視性の向上を求める意見がみられる。

#### ⑥オーストラリア

日本らしいお菓子や食品を購入する（酒、蜂蜜、わさび、抹茶味 等）が、和菓子の人気は高くない。

検疫が厳しく食品の持ち込み制限が多いことに加え、「コト消費」を重視するため、お土産としての日本食品の購買率が7か国・地域で最も低い。

和食ブームのため、自国で日本食品を購入する人が増加傾向にある。中には訪日旅行中に食べた食品を買い求める人も多くみられる。

ベジタリアン、ヴィーガン、グルテンフリーなど食事制限を持つ人に対し、シンボルマークの活用等による情報提供を求める意見が多い。

環境保護の観点から、日本食品の過剰包装を指摘する意見がみられる。

#### ⑦タイ

訪日旅行者の所得水準が7か国・地域の中で最も低いこともあり、日本食品が高いと感じる人が多い。その影響で1人当たり購入額が比較的低くなっている。価格に敏感であるため、より安価な商品を求める意見が多い。