

調査結果報告書

2026 年 3 月 23 日

株式会社ブランド総合研究所

1. 事業概要

事業名	令和7年度インバウンドのコメ消費量に係る調査委託事業
目的	今般の米の価格高騰の要因と対応の検証を踏まえ、農林水産省として、精米ベースの需要量や消費動向等の正確な把握を通じたより実態に近い需給見通しの作成を行う。その作成に当たり、今回需要実績と需要見通しが乖離した要素のひとつであった、インバウンドのコメ消費量についてより実態に即した国別も含めた推計方法の開発を行うことを目的とする。
事業期間	令和7年 11 月 12 日～令和8年3月 23 日
業務内容	(1)デスクトップリサーチ、業界ヒアリング、現地調査 ・ 国別のインバウンド(訪日外国人)数、インバウンドに人気のメニュー、店舗などを調査した ・ 飲食店、宿泊業、コンビニ等でのインバウンド利用状況およびコメ消費に関するヒアリングを行った ・ 実際の店舗におけるメニューやインバウンドの飲食状況についての現地調査を行った (2)アンケート調査(海外 Web アンケート) ・ 来日外国人数の多い国を中心に 14 か国の訪日経験者を対象とした Web 調査を実施した。 ・ 日本滞在中での食およびコメの消費状況について集計、分析を実施した ・ 調査の実施に先立ち、カナダおよび日本国内を対象とした予備調査を実施した ・ 推計モデル構築のため、在日外国人を対象とした長期滞在者を対象とした調査を実施した (3)今後に向けた推計モデル構築 ・ 上記の結果をもとに、国別の平均的なコメ消費量を推計し、標準的な推計モデルを構築した
対象国	アンケートを実施するにあたり、訪日客数が多い国などを中心に以下の 14 か国とした。なお、14 か国合計では 37,788 千人で、これは訪日者数計 42,684 千人の 88.5%に相当する。 なお、調査設問の検討および推計の検証において、事前調査としてほかにカナダおよび在日外国人を対象とした調査を別途実施した。

(訪日者数は 2025 年間:JNTO 発表数)

対象国	訪日者数(千人)
アメリカ合衆国	3,307
イギリス	535
フランス	458
ドイツ	430
オーストラリア	1,058
韓国	9,460
中国	9,096
台湾	6,763
香港	2,517
フィリピン	885
ベトナム	679
タイ	1,233
シンガポール	726
インドネシア	641
14 か国計	37,788

対象メニュー 外国人のコメの消費を分析するにあたり、以下のメニューを対象とした(ラーメン、うどん・そば、サンドイッチ等のコメを使わないメニューは対象外とした)

朝食: 朝食セット(和定食)、朝食ビュッフェ、おにぎり等の持ち帰り(物販)

外食: 和定食、会席料理、寿司、すき焼き、しゃぶしゃぶ、とんかつ・かつ丼、てんぷら・天丼、うなぎ・うな丼、焼肉、カレーライス、ステーキ・ハンバーグ、オムライス、チャーハン、牛丼、海鮮丼、他の丼もの、その他

持ち帰り おにぎり、弁当、巻きずしやいなりずし、その他

2. 調査概要

(1) デスクトップリサーチ、業界ヒアリング、現地調査

目的 インバウンドの日本国内での食事およびコメの消費状況を調査した

調査方法 面接ヒアリング 実際に店舗を訪問し、経営者または担当者、調理人にインタビューを実施した

電話ヒアリング 電話にて経営者、担当者、調理人にヒアリングを実施した

訪問調査 実際の店舗を訪問し、インバウンドの飲食状況を視察、実食等を実施した

テイクアウト 実際ににおにぎりや弁当等を購入し、ごはんの量を測定した

ホームページ 宿泊施設や飲食店、物販店のホームページ等を基に調査した
(SNS 等の個人の情報は対象外)

調査期間 2025 年 12 月 4 日～2026 年 2 月 15 日

- 対象施設 国内の宿泊施設、飲食店、物販店(コンビニ等)
- 実施エリア 全国展開しているチェーン店(電話、ホームページ、テイクアウト等)
面接・訪問等は東京、大阪、京都、福岡、北海道、名古屋、横浜 で実施
(インバウンドの訪問が多い地域を中心に実施)
- 店舗選定基準 全国展開または地域の有力店で、インバウンドから人気のある店舗を対象とした
メニューごとに高級店・専門店、チェーン店、大衆を対象とした店舗が含まれるように
した(調査エリアは北海道、東京、横浜、京都、大阪、福岡、沖縄)
空港、駅、人気商業地などの店舗は実地調査に加えた
- 算出の基準 一つの店舗で複数のメニューを提供している場合は、メニューごとに複数調査した
原則として普通盛りのライス量とした(調査件数のうち、大盛、小盛りは算出対象外)
店で提供(または公表)している一般的なライス量を採用した
テイクアウトに関しては、実際に販売している商品を購入し、ライス量を測定した
ビュッフェ方式、食べ放題方式の店舗は、客数と仕込み量から算出した。
- 調査件数 合計 335 件(192 社)

施設カテゴリ	宿泊	飲食	物販	合計
面接ヒアリング	7	28	0	35
電話ヒアリング	12	82	7	101
訪問調査	2	89	4	95
テイクアウト	0	1	39	40
ホームページ	2	54	8	64
合計	23	254	58	335

調査協力店 (上記 192 社のうち、公表可能な一部店舗・企業のみ)

The Ryokan Tokyo YUGAWARA、	ゴーゴーカレー(全国)
サザンビーチホテル、	サッポロビール園、
瀬長島ホテル、	ダイワロイネット札幌
てんぷら 阿部、	二条市場海鮮丼
ニューオータニイン札幌、	プロスタイル旅館 東京浅草
ホテルメルキュール、	まるや本店
リーガロイヤルホテル京都オールデイダイニングカザ	
ロイヤルパークホテル、	沖縄式島豚焼肉「ばんない」
温もりの宿 辰巳館、	海味はちきょう 本店
京都かつりき、	黒門三平
今半、	築地 海鮮丼 大江戸
北海道料理 ユック	

(2) 海外 Web アンケート

目的 日本国内の旅行訪問時の食事およびコメの消費状況を調査する

調査方法 海外インターネット調査（各国の言語で調査を実施）

調査期間 2025 年 12 月 4 日～12 月 24 日

対象者 14 か国在住者の調査パネル登録者

抽出条件 スクリーニング調査(SC調査)では 20 代、30 代、40 代、50 代以上をほぼ均等となるように抽出。その中から 5 年以内の日本旅行経験者を抽出し、本調査に誘導。
(ただし、50 代以上は各国でパネル数および訪日経験者数が少ないケースが多く、他年代より回収数がやや少なくなっている)

回収数 SC 調査対象数は計 68,000 人。本調査は計 3,860 件（各国・地域で 200 人以上）

有効回答数 計 3,391 件（訪日未経験者、日本で宿泊していない人、および矛盾回答、不完全回答など信頼性の低い回答は集計対象外とした）

国別回収数

国・地域	SC 回収数	回収数	有効回答数
アメリカ	18,000	281	230
イギリス	10,000	258	227
ドイツ	12,000	254	205
フランス	6,000	295	238
オーストラリア	3,000	253	216
中国	2,000	300	279
台湾	2,000	261	226
韓国	2,000	275	215
香港	2,000	228	219
フィリピン	2,000	253	227
タイ	2,000	300	267
ベトナム	2,000	351	313
シンガポール	2,000	251	245
インドネシア	3,000	300	284
合計	68,000	3,860	3,391

主な調査項目 全 14 問（他に回答者属性として居住国・地域、年代、性別がある）

- Q1 訪日時の宿泊数
- Q2 主な宿泊地
- Q3 宿泊施設の種類
- Q4 朝食の喫食状況
- Q5 朝食時におけるライスの喫食状況
- Q6 宿泊施設以外での朝食の喫食状況
- Q7 朝食以外でのメニュー別の喫食状況
- Q8 メニュー別でのライスの喫食状況
- Q9 そのほかのメニューでのライス及びコメを使った料理の喫食状況
- Q10 コンビニやスーパー等でのおにぎりや弁当などの利用状況

- Q11 食事で提供されたライスの量について
- Q12 食事で提供されたライスの味について
- Q13 今後、日本を訪れたときのライスの喫食意欲
- Q14 ライスについての自由意見

クリーニング、エラーチェックの具体的な方法

無効回答対象

- A) 回答者の中で、訪日していない人、宿泊していない人は対象外とした。
- B) 幾何学的な回答は削除(例えば全部に5を入力しているなど) …… 十数件程度

朝食

- A) セット利用回数が、宿泊数より2回以上多い人は、調査対象外
- B) ビュッフェ利用回数が、宿泊数より2回以上多い人は、調査対象外
- C) 朝食セットとビュッフェを同時に食べているケース(サラダビュッフェや、パンビュッフェなどと推定) …… セット+ビュッフェの回数が宿泊数を超え、しかも回数がセット=ビュッフェの場合はすべての回数を朝食セットを注文したと修正した(30 件ほど)
- D) おにぎりなどのテイクアウトを朝食と、テイクアウトで重複して入力している ……朝食を削除(30 件ほど)
- E) 朝食のホテル外での食事回数の欄に、朝食以外の外食の回数を記入している(20 件ほど) ……朝食でのホテル外での食事と、外食の合計数が同じ数字の場合で、朝食の回数が宿泊数を超えている場合は、朝食におけるホテル外の食事数を削除
- F) ホテル外が(宿泊数ーセットービュッフェ)より 2 回以上大きい場合は、その差を上限とする(朝以外をカウントしている可能性あり)
- G) 朝食セット+ビュッフェ+ホテル外 の合計が宿泊数を大幅に上回っている場合(10 件ほど) ……集計対象外に (回答への信頼性が低いと判断した)
- H) 外国人1人1泊あたり、ライスを食べた朝食セット、朝食バイキング、テイクアウト(おにぎりや持ち帰りずしなど)の利用率と、それぞれの場合のライス量(ヒアリングで調査中)をかけて算出した。

外食(飲食店)

- A) 食事の回数があまりに多い人(1泊あたり 20 品目以上など、信頼性の低い回答は削除。
- B) 外食(朝食以外)のメニューごとの喫食回数が宿泊数を大幅に超えている場合(2 泊ですきやきが 5 回など) (30 件ほど) ……集計対象外に (回答への信頼性が低いと判断した)
- C) 一泊当たり4品以上食べている人が多く見かける。この場合は、居酒屋やフードコートなどで複数のメニューを注文し、シェアして少しずつ食べているなどのケースを想定し、1泊あたり4食(朝食のぞく)を上限として係数をかけるようにした。(具体的には、10 品/泊の場合は、 $0.25(=4/10)$ を掛ける)
- D) Q8 でメニューごとにライスを食べたか否かを新たに聞く設問を設置した。ここで「ライスを食べていない」と回答した人は、そのメニューのライス消費をゼロとした。
- E) 外国人1人1泊あたりのメニューごと食事回数=品目別食事回数×係数×ライスを食べたか否か で算出した

テイクアウト(持ち帰り)

- A) 部屋食に加え、移動中の食事用(駅弁)なども含めた。
- B) テイクアウトのお寿司で、宿泊数を大幅に超えている場合(20 件ほど)・・・お寿司の貫数を記入している可能性がある(2泊で 30 個など。また、同行者と一緒に購入した個数を記入している可能性もある)。そこで、テイクアウトの合計数が宿泊数×2 を超える場合は、6 貫を1個に換算した (スーパーのテイクアウトお寿司のパックの平均が 6 貫だったため)
- C) 朝食でのテイクアウトも含めて算出した(朝食としては算出せず)

消費量の算出

- A) ライス消費量＝メニュー別ライス量×上記の食事回数 をメニューに合計し、それを国別に算出したものの総和で集計した。
- B) 調査対象国以外については、訪日外国人数／14 か国の訪日数 で近似させる(14 か国で約 90%のシェア)。
- C) 本調査は食事内容を明らかにすることを優先したため、観光目的で訪日した短期滞在者を対象とした。そのため、宿泊数については他機関などで発表しているデータをもとに算出を行う。

3. 調査結果

算出方法

(1) メニューごとのライス量を算出

ヒアリング調査などによって、食事メニューごとに標準的なライス量(グラム:g)を算出する
(大盛、小盛などではなく普通盛りで算出する)

buffet等の場合は客数あたりの仕込み量をもとに算出する

おにぎり、弁当などについては、実際に販売している商品のライス量を測定する

(2) 国別のメニュー消費量を算出

アンケート調査等から、国別に食事メニューの利用回数を調査する

(国によって旅行スタイル、好む食事メニュー、食べるライス量などが異なるため)

その際、朝食、外食(飲食店等)、テイクアウト(物販等での購入)に分けて算出する

盛り合わせ、セット、シェア等により、1回の食事で複数のメニューを注文している場合は、1人1泊当たりの食事量が3食分を超えないようにする

(3) 1人1泊あたりのライス量の算出

- ・ 朝食、外食、テイクアウトに分けて算出する

- ・ 訪日外客の国別に分けて算出する

(a)朝食でのライス量＝1人1泊あたりの食べた朝食の種類×標準的なライス量

(ただし、「朝食を食べない」「朝食でライスを食べていない」と回答した人は 0gとする)

(b) 外食(飲食店)でのライス量は、主な食事メニューごとに、(1日1泊あたりの食べた回数
×食事の際にライスを食べた率)×食事メニューごとの標準的なライス量(1)

で算出。この合計が国別の1人1泊あたりのライス量となる

(c) テイクアウトは、おにぎり、弁当、持ち帰りずし(巻かずし、いなりずし、手巻き寿司等)の
1人1泊あたりの購入頻度×標準的なライス量 から算出する

1人1泊あたりライス消費量=(a)+(b)+(c)

(4) 来日外客によるコメ消費量の算出

国別の1人1泊あたりのライス消費量×国別年間訪問者数(訪日外客統計より)×平均滞
在泊数(インバウンド消費動向調査)×150/340 で算出

(コメ150gは炊飯後のライス量340gに相当する)

4. 推計モデルと、算出結果

(1) 朝食でのライス消費量

朝食を一度も食べていない人は14.2%。半数を超える51.4%が宿泊先で朝食セットを経
験し、42.9%は朝食ビュッフェを食べた経験がある。また、ホテル以外の飲食店で朝食を
食べた経験がある人は36.0%、コンビニ等でおにぎりなどを購入した経験のある人は
32.5%と、滞在中に異なる朝食を取った人が多い(複数回答)。

朝食で毎回必ずライスを食べた人は28.5%で、「ほとんど食べている」は34.3%。両社の
合計では6割を超えている。

一方で、朝食を食べない人と朝食でライスを一度も食べていない人の合計は21.2%いる。
結果的に、訪日外国人の1人1泊あたりで朝食にライスを食べた回数は0.65回(14か国平
均)で、1人1泊あたり128gのライスを朝食に食べているという結果になった。

(2) 外食でのライス消費量

インバウンドに最も多く食べられている料理は寿司で、85.5%が食べている。次いで高級
日本料理・会席料理で75.3%、とんかつ・かつ丼の71.4%が多かった。

ところが今回調査した14品目すべて(他の丼ものを除く)で半数以上の人が食べていると
答えているなど、インバウンドは特定の料理ではなく、数多くの料理を食べているという実
態が明らかになった。

ライスの味に対する評価も非常に高く、多くの人がライスを好んで食べているという調査
結果になった。

結果的に、外食でのライスの消費量は、14か国平均では1人1泊あたり312gを食べてい
るという結果になった。

(3) テイクアウトのライス消費量

インバウンドのおよそ7割はコンビニやスーパー、弁当屋などでおにぎりや弁当、持ち帰り

ずしなどを購入し、食べている(テイクアウト)という結果になった。

その中で最も多いのはおにぎり、インバウンドのおよそ半数が購入し、食べている。また、弁当や巻きずしやいなりずしなども4割以上が購入し、食べている。

結果的には、インバウンド1人1泊あたりでは130gのライスをテイクアウトで食べていることになる。

(4) 国別のライス消費量

国・地域によって朝食の状況はかなり異なっている。

宿泊施設での朝食セット利用率は、ドイツは25.4%と低く、香港、シンガポールも4割を下回っている。一方でイギリス、インドネシア、ベトナムは6割を超えている。そのほかの国ではおおむね5割前後。

ホテルでの朝食ビュッフェはベトナムが66.1%と多く、次いでオーストラリア、台湾。逆に少ないのは韓国で22.3%。フランスも3割程度と少ない。

結果的に、朝食でのライス消費量は1人1泊あたりで最も多いのはベトナムで174g、次いでインドネシアの151gとなった。最も少ないのはシンガポールの103gで、次いでドイツが105gと少なかった。

外食(飲食店)でのライス消費量が最も多いのはベトナムで350g、次いでフィリピンの342g。一方、ドイツは276g、シンガポールの284gと朝食と同様に外食でもライスの消費量が少なかった。

テイクアウトでは朝食や外食以上に国別での差が大きく、1人1泊あたりで最も多いのはインドネシアの237gで、次いでフィリピンの218gが多い。一方で最も少ないのは香港で78g、次いで韓国で85g、シンガポール87g、オーストラリア91gなど。

結果的に1人1泊あたりのライスの消費量が最も多いのはベトナムの718g、次いでインドネシアの714gとなった。14か国平均では1人1泊あたり570gとなった。

(5) 全体でのコメ消費量の推計モデル

インバウンド1人1泊あたりのライス消費量は570g。これを国別の訪日外国人数(「訪日外国客統計」より「観光・レジャー目的」と、平均滞在泊数(「インバウンド消費動向調査」より「観光・レジャー目的」)を掛け合わせたものを集計すると、全部で136,306トン(炊飯後のライス量)となる。

これを炊飯前のコメに換算すると60,135トンとなった。

(次ページに推計モデルによる算出結果表を記載)

2026年3月

令和7年度インバウンドのコメ消費量に係る調査委託事業
推計モデル算出シート

Q1は海外Webアンケートの問番号	料理（メニュー）	出典・特記事項	1食当たりのごはん量	調査店舗数	1人1泊あたりの料理メニューごとの喫食回数（国・地域別算出結果）														14か国・地域平均
					アメリカ	イギリス	ドイツ	フランス	オーストラリア	中国	台湾	韓国	香港	フィリピン	タイ	インドネシア	ジャバポール		
朝食 Q4×Q5	1 朝食セット（和定食）	洋食セットは含まず	221g	7	0.31	0.34	0.17	0.35	0.23	0.33	0.27	0.35	0.17	0.37	0.36	0.41	0.21	0.44	
	2 ビュッフェ	米の仕込み量から算出	161g	15	0.27	0.22	0.31	0.19	0.27	0.26	0.30	0.11	0.26	0.19	0.23	0.37	0.23	0.21	
	3 ホテルレストラン	外食（飲食店）の平均	207g		0.10	0.10	0.09	0.10	0.09	0.10	0.10	0.09	0.09	0.11	0.10	0.11	0.09	0.10	
	4 テイクアウト	以下のテイクアウトを含む	180g																
外食（飲食店） Q7×Q8	1 和定食、会席料理	茶碗等での提供が多い	181g	45	0.13	0.14	0.14	0.18	0.13	0.17	0.13	0.12	0.09	0.12	0.11	0.16	0.16	0.07	
	2 寿司	15貫での米の量で算出	243g	13	0.17	0.19	0.22	0.26	0.20	0.26	0.22	0.28	0.26	0.17	0.23	0.21	0.20	0.23	
	3 すき焼き	しゃぶしゃぶとの選択が多い	181g	7	0.08	0.06	0.07	0.08	0.06	0.11	0.11	0.10	0.08	0.08	0.09	0.07	0.08	0.08	
	4 しゃぶしゃぶ	うどんと選択が多い	138g	4	0.06	0.06	0.04	0.06	0.05	0.07	0.07	0.06	0.06	0.06	0.10	0.05	0.06	0.05	
	5 とんかつ、かつ丼	大盛やおかわりは対象外	198g	11	0.08	0.07	0.09	0.07	0.09	0.11	0.14	0.21	0.12	0.15	0.14	0.13	0.11	0.08	
	6 てんぷら、天丼	天丼での提供が多い	206g	14	0.07	0.07	0.07	0.08	0.09	0.08	0.10	0.06	0.09	0.12	0.10	0.10	0.09	0.12	
	7 うなぎ、うな丼、ひつまぶし	小丼などは算出対象外	220g	9	0.08	0.06	0.06	0.06	0.06	0.12	0.13	0.10	0.12	0.08	0.09	0.11	0.08	0.09	
	8 焼肉	焼肉定食、ジンギスカン含む	181g	14	0.06	0.06	0.04	0.06	0.05	0.10	0.09	0.06	0.09	0.08	0.06	0.13	0.07	0.09	
	9 カレーライス	単品提供、普通盛りが基準	232g	27	0.12	0.14	0.12	0.15	0.11	0.08	0.11	0.09	0.10	0.12	0.12	0.11	0.10	0.15	
	10 ステーキ、ハンバーグ	皿での提供が多い	189g	16	0.07	0.08	0.06	0.07	0.05	0.04	0.04	0.06	0.04	0.07	0.07	0.07	0.04	0.03	
	11 オムライス	コンボ商品が多い	212g	13	0.12	0.11	0.08	0.11	0.08	0.07	0.08	0.05	0.08	0.13	0.09	0.10	0.09	0.13	
	12 チャーハン	鉄板焼きは含まない	269g	5	0.15	0.16	0.10	0.10	0.14	0.06	0.06	0.05	0.06	0.13	0.11	0.11	0.07	0.11	
	13 牛丼	並盛の平均値	219g	18	0.12	0.10	0.07	0.10	0.10	0.07	0.07	0.07	0.10	0.09	0.12	0.09	0.10	0.07	
	14 海鮮丼	小丼、大盛は対象外	225g	35	0.10	0.10	0.07	0.07	0.08	0.09	0.09	0.05	0.08	0.09	0.08	0.11	0.08	0.09	
	15 他の丼もの		216g	9	0.07	0.07	0.07	0.08	0.07	0.05	0.06	0.04	0.04	0.09	0.08	0.08	0.06	0.10	
	テイクアウト Q6	1 おにぎり	コンビニ、専門店等	148g	27	0.27	0.20	0.24	0.29	0.17	0.24	0.27	0.16	0.22	0.41	0.43	0.37	0.18	0.48
2 弁当		コンビニ、専門店等	197g	15	0.18	0.17	0.12	0.16	0.11	0.15	0.17	0.16	0.10	0.36	0.32	0.27	0.16	0.39	
3 巻きずしやいなりずし		イオン、コンビニ3種	205g	6	0.19	0.26	0.16	0.22	0.21	0.18	0.20	0.13	0.12	0.41	0.18	0.41	0.14	0.43	
4 その他		丼、チャーハン、オムライス等	185g	2	0.01	0.01	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.01	0.00	0.01	0.01	0.01	0.00	0.00	
	算出結果	計算式	出典	単位	アメリカ	イギリス	ドイツ	フランス	オーストラリア	中国	台湾	韓国	香港	フィリピン	タイ	インドネシア	ジャバポール	全体	
	a1. 朝食ごはん消費量	//	//	g/人	133g	132g	105g	131g	114g	135g	128g	115g	98g	135g	137g	174g	103g	151g	
	a2. 外食ごはん消費量	Σ（g数×利用率）	上記より算出	g/人	317g	317g	276g	327g	293g	307g	313g	299g	293g	342g	328g	350g	284g	327g	
	a3. テイクアウト消費量	//	//	g/人	116g	118g	93g	119g	91g	103g	115g	85g	78g	218g	165g	193g	87g	237g	
	a. 1人1泊当たりごはん消費量	（a1～a3）の合計	//	g/人	565g	567g	474g	577g	497g	546g	556g	499g	468g	695g	629g	718g	474g	714g	
	b. 年訪日者数	2025年訪日外国人人数（観光・レジャー目的）	訪日外客統計 ^{a3}	千人	3,118	483	386	413	1,021	8,001	6,571	9,080	2,467	725	1,172	193	696	479	
Q1	c. 平均滞在泊数	インバウンド平均宿泊消費動向調査	インバウンド消費動向調査	泊	10.74	12.82	15.23	16.53	13.18	6.42	5.55	3.44	5.95	7.88	5.88	6.60	9.02	8.56	
Q4	d1. 朝食回数	Q4（1～4）の合計	//	食/人泊	0.68	0.66	0.57	0.65	0.60	0.69	0.67	0.56	0.52	0.67	0.69	0.90	0.53	0.75	
Q5	d2. 食事回数	Q5（1～15）の合計	上記より算出	食/人泊	1.48	1.47	1.29	1.53	1.36	1.47	1.49	1.42	1.38	1.61	1.55	1.66	1.35	1.51	
Q6	d3. テイクアウト回数	Q6（1～4）の合計	//	食/人泊	0.65	0.64	0.52	0.67	0.49	0.58	0.64	0.46	0.45	1.19	0.94	1.06	0.48	1.30	
	d. 1泊あたりご飯の回数	d+d2+d3	//	食	2.81	2.77	2.38	2.85	2.45	2.73	2.80	2.44	2.34	3.47	3.17	3.61	2.37	3.56	
	e1. 1人あたりご飯の量	a×c	//	g	6,070	7,267	7,218	9,537	6,556	3,504	3,087	1,716	2,789	5,477	3,701	4,734	4,279	6,113	
	e. ごはん消費量	a×b×c	q×b×c	トン	18,925	3,511	2,789	3,938	6,691	28,033	20,284	15,580	6,881	3,972	4,336	915	2,978	2,925	
	f. コメ消費量	e×150/340	e×150/340	トン	8,349	1,549	1,230	1,737	2,952	12,368	8,949	6,874	3,036	1,752	1,913	404	1,314	1,291	
	g. コメ消費量/人	f/b	f/b	g/人	2,678	3,206	3,184	4,208	2,892	1,546	1,362	757	1,230	2,416	1,633	2,089	1,888	2,697	
	調査有効サンプル数		n	人	230	227	205	238	216	279	226	215	219	227	267	313	245	284	

推計モデルの表の見方

- (1) 表中の青い部分(5～27 行目)は、1人1泊あたりのライスまたはライスを使った料理の喫食回数を、食事メニュー別、14 か国・地域別に算出した結果です
G～T 列には、調査した 14 か国・地域別に結果を記載しています
- (2) U 列は 14 か国・地域の平均値を表示しています
- (3) 食事メニューは、朝食(5～8 行目)、外食(飲食店、9～23 行目)、テイクアウト(持ち帰り、24～27 行目)別に算出しています
- (4) 訪中の黄色い部分(E 列)は、食事メニューごとの平均的なライスの提供量です
F 列はその平均値を算出するために調査した店舗数です
- (5) オレンジ色の行(29～32、35～40 行目)には、1および2の結果をもとに、14 か国・地域別にライス(ごはん)の消費量や回数を計算した結果を記載しています
F 列にはその数字の単位を記入しています
- (6) U 列には、14 か国・地域の平均値を記述しています
- (7) 33 行目には「訪日外国人数」(訪日外客統計より)を記入します
(33行目の U 列には、他国・地域も含めた訪日外国人数を記入します)
- (8) 34 行目には「インバウンド平均宿泊数」(インバウンド消費動向調査)を記入します
(33行目の U 列には、他国・地域も含めた訪日外国人全員での平均宿泊数を記入します)
- (9) 14 か国・地域以外の結果の推計は、7および8の差分から自動的に算出されます
- (10) 40 行目(濃いオレンジ)は国別のライス(ごはん)消費量を、トンベースで算出したものです(7および8を入力することで、自動的に計算されます)
41行目は、炊飯前の白米の重量に換算した結果です
- (11) U 列には、調査対象以外の国・地域も含めた総量が掲載されます

※ 7および8を入力することで、年間推計値は自動的に更新されます

5. 料理メニュー別でのインバウンドの反応と嗜好

(1) 全般的な傾向

- ・ 米価の上昇で、提供されているごはん(ライス)の量をやや少なくする店も登場している。
- ・ 大盛無料サービスの廃止、ごはんお代わり有料などの店も増えつつある
- ・ 麦や五穀米を提供する店も増えつつある
- ・ 使用するコメはほとんどの店が国産米に限定(国産米と明記していない店もある)。
- ・ 地域の人気店では、地元産の米に限定している店が多い。特に北海道では「北海道米」に限定している店が多い(今回調査対象となった北海道の店舗はすべて北海道米、または北海道の品種限定のブランド米だった)
- ・ コメへの評価はとても高く、コメを食べることを楽しみに来日するインバウンドも多い
- ・ インバウンドを狙って、ランチでも数千円を超える高額なメニューが増えてきている
- ・ 一方で、人気が高く行列ができていいるのは 2000 円以内の手ごろな価格で質の高いメニューの店が多い
- ・ ランチはラーメンや丼などの手ごろな食事、あるいは食べ歩きで多様性を楽しむスタイルを好み、夜はフードホールや居酒屋で数多くの品を頼むというスタイルと、特定の人気店を予約をして味わうという複数のスタイルを楽しむ人が多い
- ・ 飲食店では丼の提供が急増している。提供や洗いが簡易で、インバウンドも注文しやすいのが理由のひとつ

(2) 朝食セット(和定食)

- ・ 宿泊施設ではビュッフェと朝食セットのどちらかが設定されていることが多い
- ・ 朝食セットは和食、洋食を選べる人が多いが、インバウンドは和定食を選ぶ人の方が多い
- ・ 旅館などではおひつで提供することがある(ライス量の算出対象外)。一人 1 合が基準
- ・ 味噌汁、納豆も人気(個人差あり)
- ・ 中華系はお粥も喜ばれる
- ・ アジア系はおにぎりが人気。ごはんは大盛、おかわりする人も多い

(3) 朝食ビュッフェ

- ・ 自分で作る体験型(丼、うどん、鶏飯)や、目の前での調理(おにぎり、ステーキ)が人気
- ・ 朝食ビュッフェの金額は 3000 円以上が当たり前に
- ・ アジア系では朝食はコンビニで調達する人も多い(金額が理由)
- ・ パンも人気だが、インバウンドは 7 割以上がライスを食べる。箸の使い方が上手な人も多い
- ・ 朝食で炊き込みご飯にすると量が増えるとのこと。栗ご飯、ちらしずしなども
- ・ カレーは多くの店で人気が高い

(4) 和定食、高級日本料理、懐石料理

- ・ 多くのメニューを組み合わせ提供する店が人気(会席風)で、金額は 5000 円前後も多い。
- ・ 小丼を複数(3~7)組み合わせるセットも多い(海鮮丼、かつ丼、いくら丼、うな丼など)
- ・ 焼き魚定食などはインバウンドは選びにくい

(5) 寿司

- ・ 訪日での食事の最大の目的(楽しみ)として、寿司を食べることとしている人が多い

- ・ インバウンドは総じて食べる量が多い(15 貫程度で、一般的な 1.5 人前に相当)
- ・ 人気店や高級店をあらかじめ予約しておくのが一般的
- ・ 人気のネタはトロ、サーモン。青魚やこはだなどは避けられることが多い。エビや玉子も人気
- ・ 巻きずしはあまり人気ではない。いなりずしは専門店や持ち帰りも含め大人気

(6) すき焼き

- ・ すき焼きとしゃぶしゃぶを選ぶ店が、インバウンドに人気上位店になっていることが多い。
- ・ ただし、すき焼きを選ぶ人はあまり多くない。
- ・ 定食などにすき焼きがあるのは人気が高い
- ・ 甘醤油の味が人気のもと。和牛人気も高い
- ・ すき焼きを食べる人はライスを食べる場合が多い。生卵は食べない人も多い

(7) しゃぶしゃぶ

- ・ しゃぶしゃぶ専門店がインバウンドに人気になっている。
- ・ 和式のしゃぶしゃぶではなく、辛味や豆乳など複数の味を付けた鍋で肉や野菜を煮て食べる火鍋に近い店も多い。中国、台湾、韓国など東アジアに人気
- ・ 野菜は取り放題の店が人気店になっている。肉も食べ放題の店はあるが、多くは肉は別途注文する形式が多い。
- ・ ごはんとうどん(中華麺もある場合もある)を選べる店が多く、うどんの方が人気が高い

(8) とんかつ、カツ丼

- ・ とんかつは大人気メニューの一つ。訪日前から人気店を予約しているケースが多い
- ・ チェーン店より専門店が好まれることが多い
- ・ ライスを食べる人が非常に多い
- ・ とんかつ店でのエビフライ、カキフライも人気が高く、それらがセットされたメニューも人気がある。特にエビフライは高く積み上げたものがインスタ映えすると人気に。カキフライも日本発祥として多くの海外の SNS でも取り上げられているとのこと
- ・ 定食屋のオムライス、カレーなど他のメニューにとんかつをトッピングするのも人気がある
- ・ かつ丼も人気は高いが、とんかつそのものの方が人気がある。ソースカツ丼、味噌カツ丼などは一部のインバウンドには人気となっている店もある
- ・ 「牛かつ」の店がインバウンドに大人気で、行列になっている店が少なくない。和牛人気ととんかつの融合。豚肉が食べられない人も安心して食べられるとの理由もある

(9) てんぷら、天井

- ・ てんぷらもインバウンドに人気の高いメニューのひとつ
- ・ エビが一番人気。エビが多いエビ天井も人気で、特に尾を上にして円錐のように高く積み上げた天井は、SNS 映えもして人気がある。
- ・ 天つゆは人気で、多くの薬味を入れる人が多い

(10) うなぎ、うな重

- ・ 特にアジア系の人にうなぎは大人気。甘い味付け、柔らかい食感、生臭くないことが理由
- ・ 寿司、海鮮丼、牛丼などとセットにしたメニューが人気がある
- ・ ひつまぶしを愛知以外で提供する店が増加。味付けを変えた「変わり種うな丼」も多い。インバウンドには、愛知の地域色としての人気というより、うなぎ、うな丼、お茶漬けなど多様な食

べ方と、体験的な食べ方として興味をひきやすい

(11) 焼き肉

- ・ アジア系に人気が高い
- ・ ごはんの消費量はあまり多くはないが、焼き肉丼、しょうが焼きなどはご飯も多い
- ・ 食べ放題の店に人気がある

(12) カレーライス

- ・ カレーライスはインバウンドにとっても人気が高い。ただし、「欧風カレー」と言われている日本風のもので(海外ではジャパニーズカレーと呼ばれることが多い)、インドやパキスタンなどのカレーではない。
- ・ 食べるご飯の量もほかのメニューより多い(200g以上の店が多い)
- ・ カツ、フライ、ハンバーグなどトッピングの種類が多くなっている
- ・ ライスはバターライスやターメリックライスより、白米を好む人が多い

(13) ステーキ、ハンバーグ

- ・ 和牛の人気が高い。神戸牛の人気が最も高い(金額も高い)
- ・ 炎などのパフォーマンスを見せる店も増えてきている(サムライの演出をする店もある)
- ・ 鉄板で焼くチャーハン(焼きめし)も人気があるとのこと
- ・ ハンバーグは体験型スタイルの店には人気があるが、一般的なメニューとしてはあまり人気が高いとは言えない。ただし、カレーやオムライスなど、ほかのメニューとコンボされることは少なくない

(14) オムライス

- ・ オムライスはインバウンドに人気急激に高まっている
- ・ 一般的なオムライスではなく、カレー、とんかつ、シーフードなどとのコラボ新メニューが多く誕生
- ・ 5000 円を超える高額のオムライスもある(シーフード、ステーキなど)
- ・ コラボ(コンビネーション)メニューとして、ほかの業態でも多く取り入れつつある

(15) チャーハン(炒飯、焼きめし、fried rice)

- ・ 炒飯以外でも、焼きめし、炊き込みご飯、混ぜご飯、チキンライスなどをすべて含んで「fried rice」と認識しているインバウンドが少なくない
- ・ 炒飯は中華料理店以外でも、ステーキ店、鉄板焼きでも提供されることが多い(鉄板焼きでは焼きめし)
- ・ オムライスなどとのコラボメニューも多い
- ・ 混ぜご飯(炊き込みご飯)との区別がついていないインバウンドも多い

(16) 牛丼

- ・ 基本的に牛丼チェーン店での提供が大半を占めており、インバウンドもチェーン店を好んで選んでいる
- ・ 英語や中国語、ハングルなどの他国言語化が進んでいる
- ・ うな丼とのセットなどで、高価格帯のメニューも増えてきている(吉野家では 2338 円)
- ・ ニセコ等で高価格(2000 円)の通称「インバウンド丼」も登場している

(17) 海鮮丼

- ・ インバウンドに人気がとても高いのが海鮮丼で、3000 円以上の高額なものも多い
- ・ ネタとしてはマグロ、サーモンが大人気
- ・ エビ、イクラ、ホタテなど多くのネタを乗せた高額な海鮮丼も多く、人気が高い
- ・ 築地、黒門市場など市場で新鮮な海鮮丼を提供する店舗に行列ができています
- ・ 複数の小丼を組み合わせたセットメニューも人気がある
- ・ ライスの量は米価の上昇でやや少なくなっている

(18) その他どんぶりもの

- ・ 親子丼、豚丼、マーボー丼、天津丼、から揚げ丼、焼き鳥丼など多様性が進んでいる
- ・ ローストビーフ丼、ステーキ丼など洋風の丼も少なくない
- ・ 地域の食材や食文化を生かした「ご当地丼」は、インバウンドへの普及はまだ十分ではない
- ・ 丼のご飯量は、180～200gが多い

(19) おにぎり

- ・ コンビニでおにぎりを購入するインバウンドが多い。ホテルの近くのコンビニでは、インバウンド客で購入する人が多いとのこと
- ・ 朝食代わりや夜食のほか、電車やバスなどで移動中に食べるため
- ・ 帰国の際に空港や飛行機内で食べるという人も多い
- ・ 具材の一番人気は鮭(サーモン)で、ツナマヨ、イクラ、焼き肉、チキンなども人気がある
- ・ 欧米では海苔が苦手な人も少なくないとのこと、海苔のないおにぎりを求める人もいる
- ・ 大きな具材の入ったおにぎりの専門店でインバウンドの専門店で行列ができることも多い(築地等)

(20) 弁当

- ・ 新幹線やバスでの移動の際に、弁当を買い求める人も多い。特に「駅弁」を評価するインバウンドは少なくない
- ・ Bento は世界共通語で、本場の弁当を楽しみたいというインバウンドも多いとのこと
- ・ 焼き肉弁当、幕の内弁当、すし弁当が三大人気
- ・ 自己加熱式の弁当に驚く SNS もある
- ・ コンビニでは丼(カツ丼、親子丼、天津丼など)が多く、カレーやオムライス、チャーハンなどもある。温めるサービスへの評価が高いという人も多い
- ・ 弁当のご飯量は 180g程度で、丼は少し多めの 200gが多い

(21) 巻きずしやいなりずし

- ・ コンビニなどでいなりずしや巻きずしを買う人も多い
- ・ メインの食事というより、食事にプラスしたり、間食として利用したりする人が多い(おにぎりも同様)
- ・ いなりずしの専門店をインバウンドが SNS で紹介することもある

6. 算出結果に関する注意点と補足

(1) 訪日外国人数および平均宿泊数

- ・ 訪日外国人数は「訪日外客統計」より「観光・レジャー目的」の 2025 年 1～12 月の人数を採用した
- ・ 平均滞在泊数は「インバウンド消費動向調査」より 2025 年の「観光・レジャー目的」の訪日外国人の平均宿泊数を採用した
- ・ 今回の海外 Web 調査で算出したインバウンドの平均宿泊数(4.75 泊)と、インバウンド消費動向調査による観光・レジャー目的の平均滞在泊数(7.11)では大きな乖離がある。
- ・ その理由は、Web 調査では在日時の食事の具体的な内容を調べることを主眼としたため、観光を目的として短期滞在した人を調査対象者とした。具体的には 30 泊以上の長期滞在者は対象外としている。
- ・ なお、海外 Web 調査の回答者(3,631 人)のうち、10 日以上旅行者は 149 人(4.1%)いるが、その人たちの平均宿泊数は 14.8 泊だった。
また、1人1泊あたりのコメ消費量は 480gで、全回答者平均の 570gの 84%に相当し、短期滞在者と比べるとややライスの消費量が少ない傾向にある。
- ・ また、在日外国人(長期滞在者)を対象とした同様の調査を新たに行った結果(有効回答数 91 人、平均滞在数 1.59 年)。1人1日あたりのライス消費量は 306gで、前出の 570gの 54%に相当する。つまり、滞在日数が増えるほど、ライスの消費量は減少する傾向にある。

(2) 次年度以降の継続的な推計について

- ・ 今回の推計式では、国ごとの訪日数と、平均滞在日数を入力することで、インバウンドによる年間のコメ消費量が推計できるようにまとめた。
- ・ 一方で、インバウンドによる食の嗜好やニーズは、数年間で大きく変わる可能性もある。実際に、高価格の海鮮丼や、様々なトッピングをしたオムライスの登場、牛かつのブームなど、最近、人気急上昇しているものや新たな人気店が少なくない。
そのため、国別の食事メニューの状況などについては、数年ごとに調査を実施することが望ましい。

令和7年度インバウンドのコメ消費量に係る調査委託事業

海外Webアンケート調査

調査結果報告書

2026年3月

株式会社ブランド総合研究所

調査概要

調査目的

調査方法

調査期間

対象者

抽出条件

回収数

有効回答数

国別内訳

日本国内の旅行訪問時の食事およびコメの消費状況を調査する

海外インターネット調査（各国の言語で調査を実施）

2025年12月4日～12月24日

14か国在住者の調査パネル登録者

SC調査では20代、30代、40代、50代以上をほぼ均等となるように抽出。その中から5年以内の日本旅行経験者を抽出し、本調査に誘導（ただし、50代以上は各国でパネル数および訪日経験者数が少ないケースが多く、他年代より回収数がやや少なくなっている）

計3,860件（各国・地域で200人以上）

計3,391件（訪日未経験者、日本で宿泊していない人、および矛盾回答、不完全回答など信頼性の低い回答は集計対象外とした）

国・地域	SC対象	回収数	有効回答
アメリカ	18,000	281	230
イギリス	10,000	258	227
ドイツ	12,000	254	205
フランス	6,000	295	238
オーストラリア	3,000	253	216
中国	2,000	300	279
台湾	2,000	261	226
韓国	2,000	275	215
香港	2,000	228	219
フィリピン	2,000	253	227
タイ	2,000	300	267
ベトナム	2,000	351	313
シンガポール	2,000	251	245
インドネシア	3,000	300	284
合計	68,000	3,860	3,391

「SC対象」はスクリーニング用の一次調査の回収対象数。
「回収数」は本調査の回収数
「有効回答」はクリーニング後の有効回答数

主な調査項目

全14問（他に回答者属性として居住国・地域、年代、性別がある）

Q1 訪日時の宿泊数

Q2 主な宿泊地

Q3 宿泊施設の種類

Q4 朝食の喫食状況

Q5 朝食時におけるライスの喫食状況

Q6 宿泊施設以外での朝食の喫食状況

Q7 朝食以外でのメニュー別の喫食状況

Q8 メニュー別でのライスの喫食状況

Q9 そのほかのメニューでのライス及びコメを使った料理の喫食状況

Q10 コンビニやスーパー等でのおにぎりや弁当などの利用状況

Q11 食事で提供されたライスの量について

Q12 食事で提供されたライスの味について

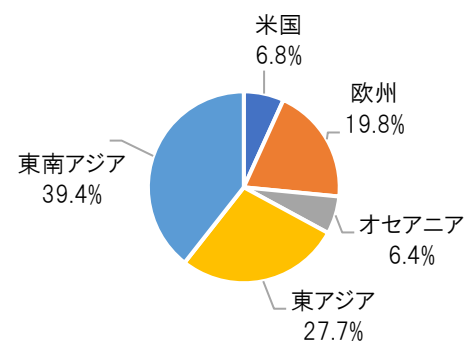
Q13 今後、日本を訪れたときのライスの喫食意欲

Q14 ライスについての自由意見

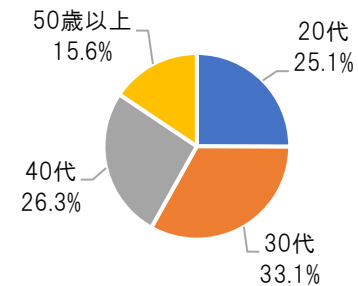
回答者属性

※宿泊していない人、および日本に旅行経験のない人は集計の対象外とした

国・地域		全体		全体	
		人数(N)	%	人数(N)	%
欧米豪	アメリカ	230	6.8	1,116	32.9
	イギリス	227	6.7		
	ドイツ	205	6.0		
	フランス	238	7.0		
	オーストラリア	216	6.4		
東アジア	中国	279	8.2	939	27.7
	台湾	226	6.7		
	韓国	215	6.3		
	香港	219	6.5		
東南アジア	フィリピン	227	6.7	1,336	39.4
	タイ	267	7.9		
	ベトナム	313	9.2		
	シンガポール	245	7.2		
	インドネシア	284	8.4		
合計		3,391	100.0	3,391	100.0



年代	全体	
	人数(N)	%
20代	850	25.1
30代	1,121	33.1
40代	891	26.3
50歳以上	529	15.6
合計	3,391	100.0

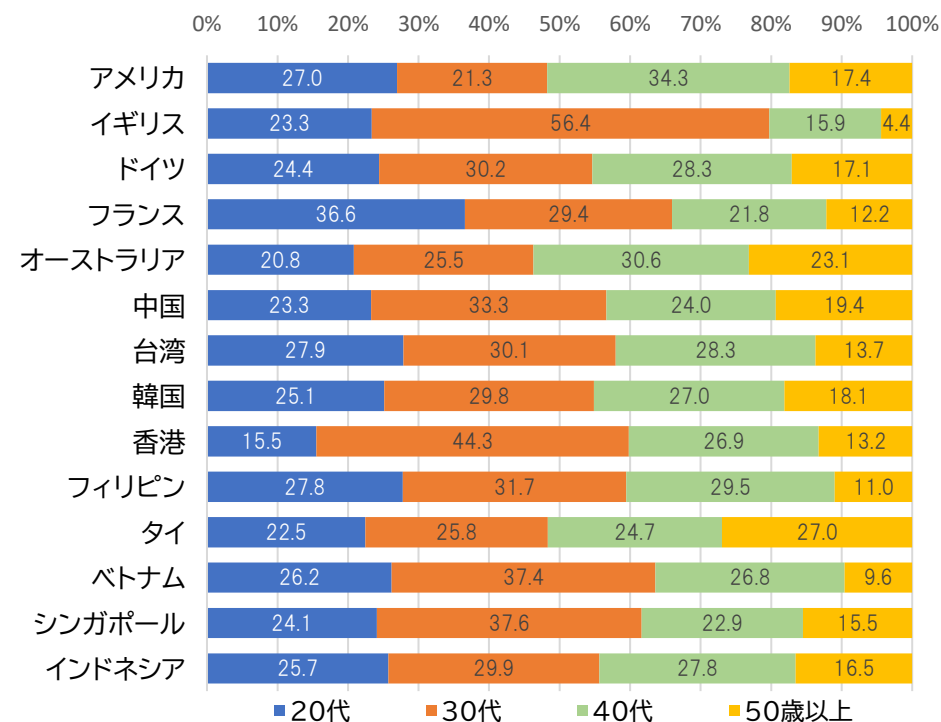
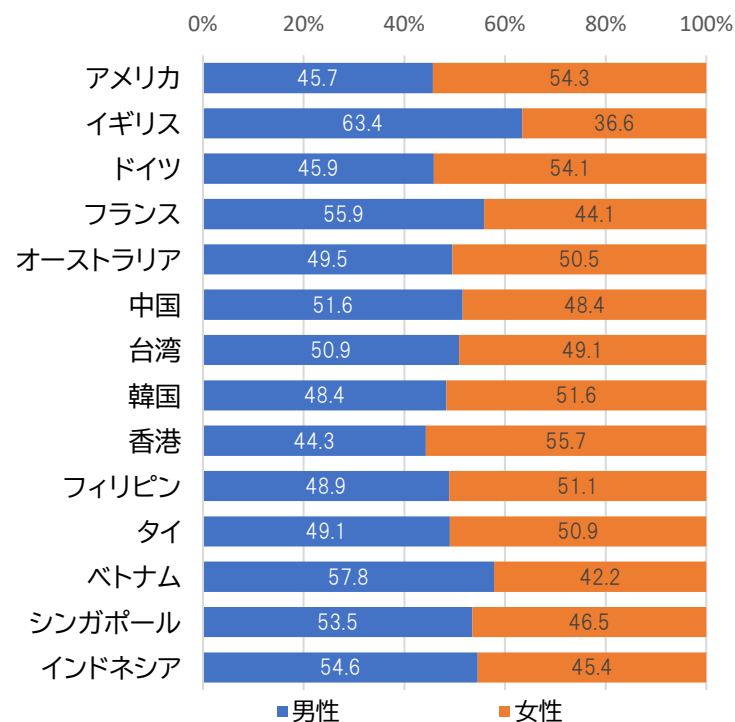


性別	全体	
	人数(N)	%
男性	1,752	51.7
女性	1,639	48.3
合計	3,391	100.0



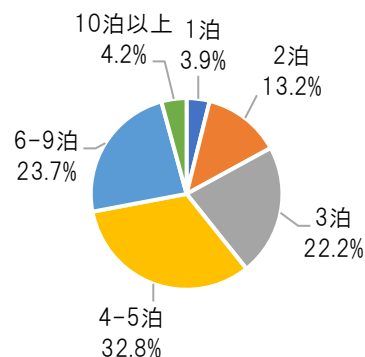
国・地域別回答者属性

地域別回答者属性	回答者数(人)							(%)					
	全体	性別		年代別				性別		年代別			
	サンプル数	男性	女性	20代	30代	40代	50歳以上	男性	女性	20代	30代	40代	50歳以上
アメリカ	230	105	125	62	49	79	40	45.7	54.3	27.0	21.3	34.3	17.4
イギリス	227	144	83	53	128	36	10	63.4	36.6	23.3	56.4	15.9	4.4
ドイツ	205	94	111	50	62	58	35	45.9	54.1	24.4	30.2	28.3	17.1
フランス	238	133	105	87	70	52	29	55.9	44.1	36.6	29.4	21.8	12.2
オーストラリア	216	107	109	45	55	66	50	49.5	50.5	20.8	25.5	30.6	23.1
中国	279	144	135	65	93	67	54	51.6	48.4	23.3	33.3	24.0	19.4
台湾	226	115	111	63	68	64	31	50.9	49.1	27.9	30.1	28.3	13.7
韓国	215	104	111	54	64	58	39	48.4	51.6	25.1	29.8	27.0	18.1
香港	219	97	122	34	97	59	29	44.3	55.7	15.5	44.3	26.9	13.2
フィリピン	227	111	116	63	72	67	25	48.9	51.1	27.8	31.7	29.5	11.0
タイ	267	131	136	60	69	66	72	49.1	50.9	22.5	25.8	24.7	27.0
ベトナム	313	181	132	82	117	84	30	57.8	42.2	26.2	37.4	26.8	9.6
シンガポール	245	131	114	59	92	56	38	53.5	46.5	24.1	37.6	22.9	15.5
インドネシア	284	155	129	73	85	79	47	54.6	45.4	25.7	29.9	27.8	16.5
合計	3,391	1,752	1,639	850	1,121	891	529	51.7	48.3	25.1	33.1	26.3	15.6



Q1 最近、日本に旅行で訪れたときに何泊しましたか？(機内泊や船泊は含まない)
(複数回訪れた人は、直近の場合についてお答えください)

全体		
	人数(N)	%
宿泊していない	0	0.0
1泊	96	3.9
2泊	437	13.2
3泊	752	22.2
4泊	601	17.5
5泊	530	15.2
6泊	267	7.6
7泊	349	10.1
8泊	102	2.9
9泊	108	3.1
10泊以上	149	4.2
(10泊以上の泊数の合計)	2,208	64.3
サンプル数	3,391	
平均宿泊数	4.81	



考察

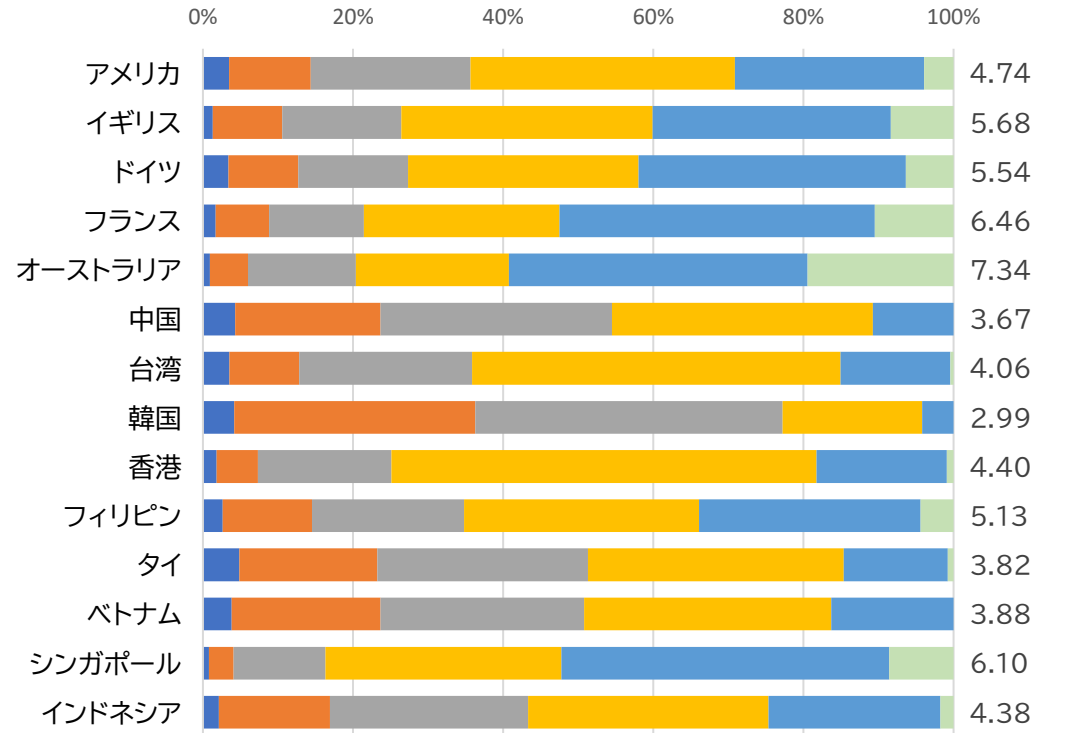
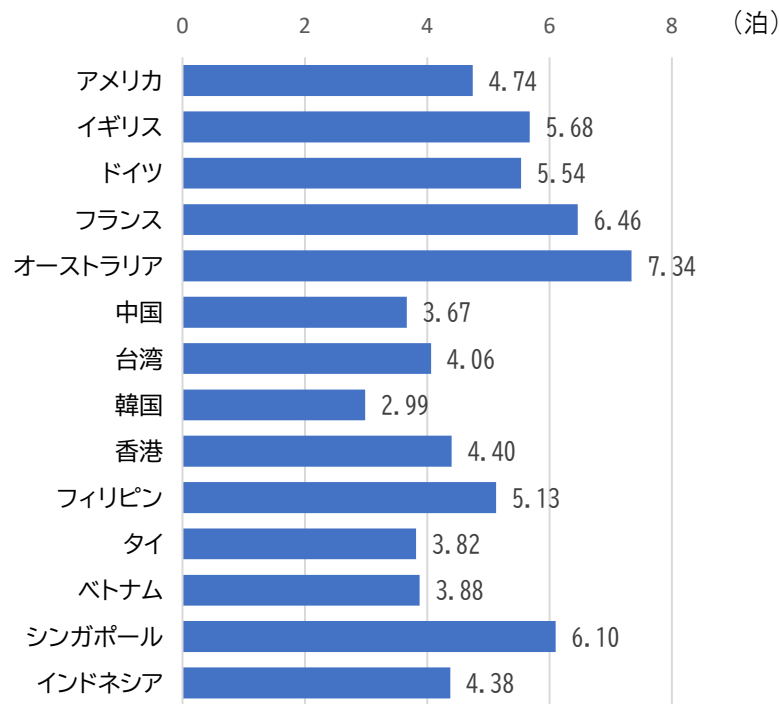
回答において「宿泊していない」、「日本に訪れていない」と回答した人は無効回答とし、集計の対象としていない。
全回答者数3,391人の平均宿泊数は4.81泊。3泊が最も多く22.2%を占めているが、国によって状況は大きく異なっている。
国別の平均宿泊数では、最も多いのはオーストラリアで7.34泊、次いでフランスの6.46泊だった。

なお、回答者の年代別では、20代が4.69泊、30代が4.71泊、40代が4.90泊、50以上が5.09泊と年代が高くなるほど長くなる傾向があるが、その影響は特に大きいとは言い切れない。

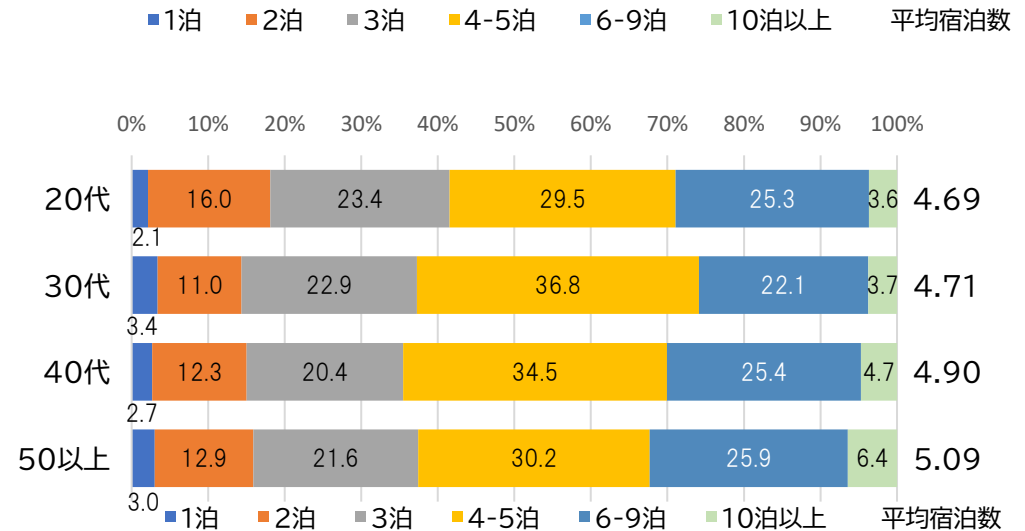
国・地域別分析

	国・地域別 (%)													
	アメリカ	イギリス	ドイツ	フランス	オーストラリア	中国	台湾	韓国	香港	フィリピン	タイ	ベトナム	シンガポール	インドネシア
宿泊していない	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
1泊	3.5	1.3	3.4	1.7	0.9	4.3	3.5	4.2	1.8	2.6	4.9	3.8	0.8	2.1
2泊	10.9	9.3	9.3	7.1	5.1	19.4	9.3	32.1	5.5	11.9	18.4	19.8	3.3	14.8
3泊	21.3	15.9	14.6	12.6	14.4	30.8	23.0	40.9	17.8	20.3	28.1	27.2	12.2	26.4
4泊	17.0	17.6	15.1	12.2	10.6	16.5	32.7	14.0	34.7	17.6	17.6	15.7	13.5	15.5
5泊	18.3	15.9	15.6	13.9	9.7	18.3	16.4	4.7	21.9	13.7	16.5	17.3	18.0	16.5
6泊	10.4	7.9	10.7	9.7	6.5	5.4	8.8	2.3	10.0	7.9	5.2	6.1	14.7	6.0
7泊	10.0	15.4	13.2	17.2	19.9	2.9	3.1	0.9	5.0	15.9	7.5	6.4	15.1	13.7
8泊	0.9	4.8	7.3	6.3	5.6	1.1	0.9	0.5	1.8	1.8	0.4	1.6	8.2	2.5
9泊	3.9	3.5	4.4	8.8	7.9	1.4	1.8	0.5	0.5	4.0	0.7	2.2	5.7	0.7
10泊以上	3.9	8.4	6.3	10.5	19.4	0.0	0.4	0.0	0.9	4.4	0.7	0.0	8.6	1.8
(10泊以上の泊数の合計)	51.3	124.7	94.6	166.0	295.4	0.0	4.4	0.0	11.4	78.4	9.7	0.0	111.4	23.9
サンプル数	230	227	205	238	216	279	226	215	219	227	267	313	245	284
平均宿泊数	4.74	5.68	5.54	6.46	7.34	3.67	4.06	2.99	4.40	5.13	3.82	3.88	6.10	4.38

※国・地域別の回答数の記載は割愛した(以下同)

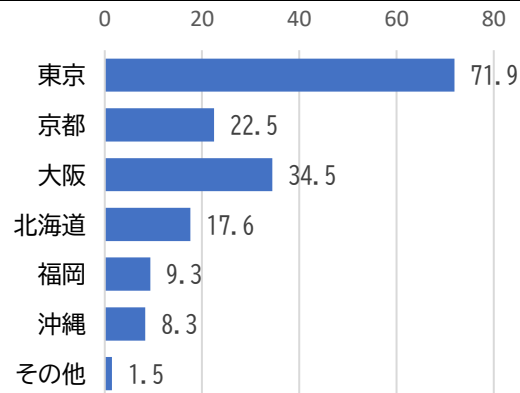


	年代別(%)			
	20代	30代	40代	50以上
宿泊していない	0.0	0.0	0.0	0.0
1泊	2.1	3.4	2.7	3.0
2泊	16.0	11.0	12.3	12.9
3泊	23.4	22.9	20.4	21.6
4泊	17.2	19.5	16.8	16.3
5泊	12.4	17.3	17.6	14.0
6泊	8.1	7.4	8.3	7.8
7泊	11.8	9.2	10.4	10.0
8泊	2.1	2.4	4.0	4.0
9泊	3.3	3.1	2.6	4.2
10泊以上	3.6	3.7	4.7	6.4
(10泊以上の泊数の合計)	56.2	55.8	67.9	94.5
サンプル数	850	1,121	891	529
平均宿泊数	4.69	4.71	4.90	5.09



Q2 直近で日本に来た時に宿泊した場所はどこですか？（いくつでも） （以下の地域、都市およびその周辺を含む）

	全体	
	人数(N)	%
東京	2,439	71.9
京都	762	22.5
大阪	1,169	34.5
北海道	597	17.6
福岡	317	9.3
沖縄	283	8.3
その他	51	1.5
サンプル数	3,391	
平均滞在都市数	1.66	



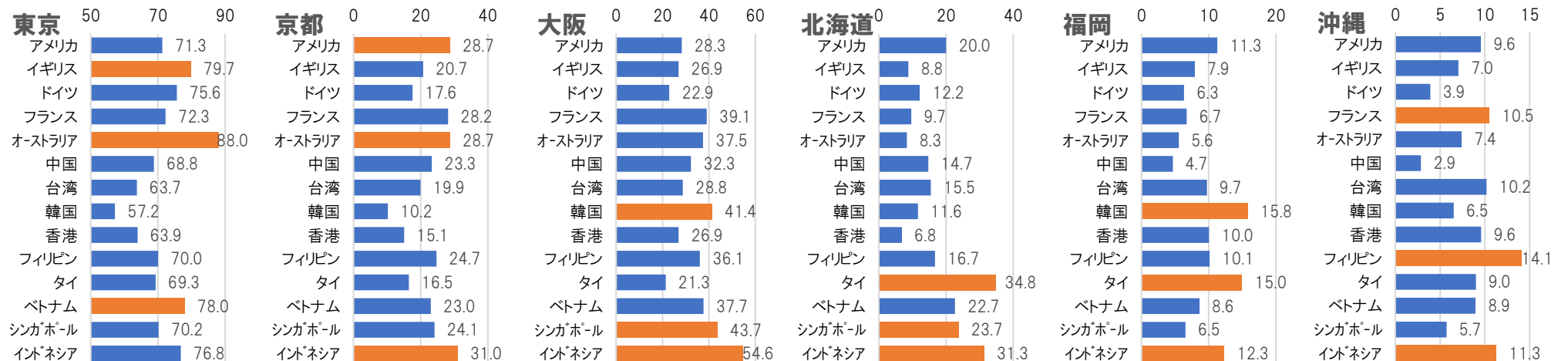
考察

最も多いのは東京で、全回答者の71.9%が宿泊している。次いで大阪が34.5%、京都22.5%が多い。下の棒グラフは各都市別に、インバウンドの国・地域別の宿泊率を比較したもの。各都市別に上位3国・地域をオレンジ色にしたが、都市によってかなり状況が異なっていることがわかる。

国・地域別分析

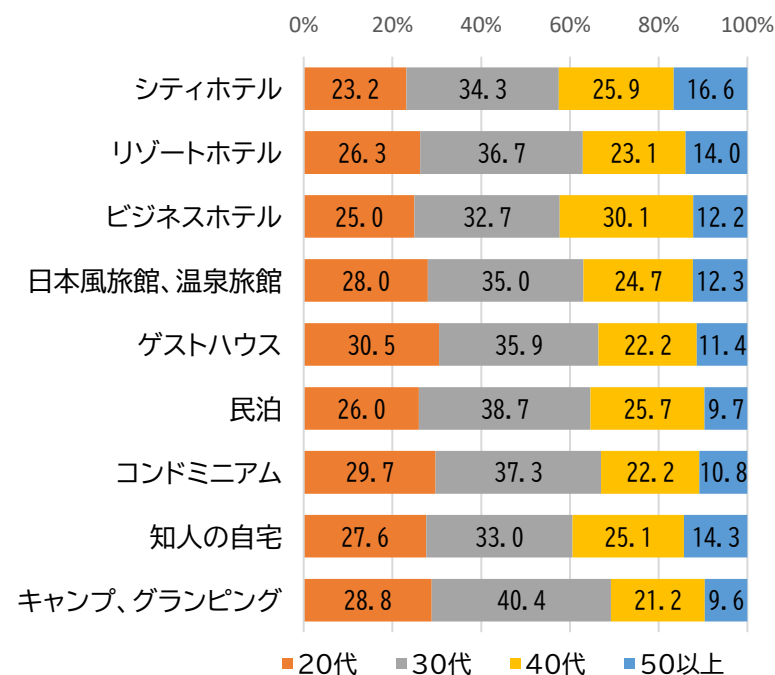
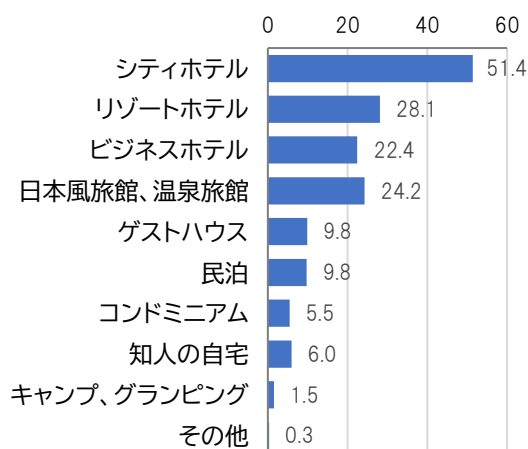
	国・地域別 (%)													
	アメリカ	イギリス	ドイツ	フランス	オーストラリア	中国	台湾	韓国	香港	フィリピン	タイ	ベトナム	シンガポール	インドネシア
東京	71.3	79.7	75.6	72.3	88.0	68.8	63.7	57.2	63.9	70.0	69.3	78.0	70.2	76.8
京都	28.7	20.7	17.6	28.2	28.7	23.3	19.9	10.2	15.1	24.7	16.5	23.0	24.1	31.0
大阪	28.3	26.9	22.9	39.1	37.5	32.3	28.8	41.4	26.9	36.1	21.3	37.7	43.7	54.6
北海道	20.0	8.8	12.2	9.7	8.3	14.7	15.5	11.6	6.8	16.7	34.8	22.7	23.7	31.3
福岡	11.3	7.9	6.3	6.7	5.6	4.7	9.7	15.8	10.0	10.1	15.0	8.6	6.5	12.3
沖縄	9.6	7.0	3.9	10.5	7.4	2.9	10.2	6.5	9.6	14.1	9.0	8.9	5.7	11.3
その他	2.6	1.3	1.0	2.1	3.7	1.4	1.8	0.9	2.7	1.3	0.7	0.3	1.6	0.4
サンプル数	230	227	205	238	216	279	226	215	219	227	267	313	245	284
平均滞在都市数	1.72	1.52	1.40	1.68	1.79	1.48	1.50	1.44	1.35	1.73	1.67	1.79	1.76	2.18

※各地域別に多い順に3つをオレンジ色に色付けした



Q3 その時、どこに泊まりましたか？

	全体	
	人数(N)	%
シティホテル	1,743	51.4
リゾートホテル	952	28.1
ビジネスホテル	761	22.4
日本風旅館、温泉旅館	822	24.2
ゲストハウス	334	9.8
民泊	331	9.8
コンドミニアム	185	5.5
知人の自宅	203	6.0
キャンプ、グランピング	52	1.5
その他	10	0.3
サンプル数	3,391	0.0



考察

宿泊施設で最も多く利用されているのはシティホテルで51.4%。次いでリゾートホテルで28.1%だった。日本風旅館・温泉旅館はおよそ4人に1人にあたる24.2%が利用している。各宿泊施設に泊まったと回答した人の年代別比率(右図)では、50歳以上の比率が最も高いのはシティホテルで16.6%。

民泊やキャンプ・グランピングは30代の割合が高く、ゲストハウスは20代が高くなっている。

(注)右の年代別は回答者の各施設ごとの年代比率であり、実際の宿泊数の比較ではない。

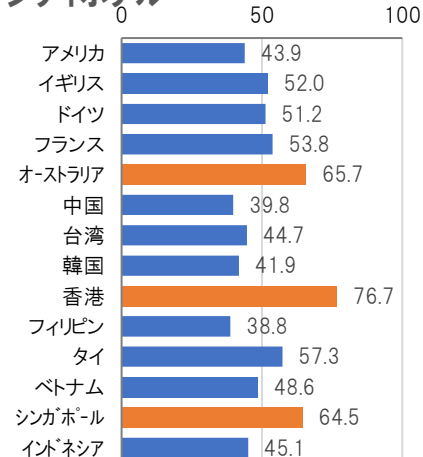
国・地域別分析

	国・地域別 (%)													
	アメリカ	イギリス	ドイツ	フランス	オーストラリア	中国	台湾	韓国	香港	フィリピン	タイ	ベトナム	シンガポール	インドネシア
シティホテル	43.9	52.0	51.2	53.8	65.7	39.8	44.7	41.9	76.7	38.8	57.3	48.6	64.5	45.1
リゾートホテル	35.2	30.0	30.7	8.4	23.1	33.0	24.3	20.0	19.6	18.9	33.0	45.4	22.9	38.0
ビジネスホテル	24.3	15.0	18.0	16.4	16.7	26.9	18.1	34.0	13.2	35.2	19.5	30.7	20.0	22.5
日本風旅館、温泉旅館	32.2	22.0	10.2	28.6	21.3	28.3	31.9	21.4	17.8	19.8	17.2	19.8	28.2	37.0
ゲストハウス	11.3	7.9	10.2	11.8	2.8	5.7	10.2	12.1	2.7	10.1	10.1	16.0	8.6	15.1
民泊	16.1	15.0	8.3	10.9	8.3	5.7	9.7	4.2	10.5	12.8	6.7	10.2	11.0	8.1
コンドミニアム	10.4	2.2	3.4	10.5	2.8	2.2	4.4	2.3	2.3	6.2	6.4	8.0	7.3	6.3
知人の自宅	10.9	8.4	4.4	4.6	3.7	2.2	4.0	3.3	0.5	11.9	5.2	8.9	2.0	12.0
キャンプ、グランピング	3.9	2.2	1.5	0.0	0.5	0.0	0.4	0.0	0.9	2.6	1.5	3.8	1.2	2.1
その他	0.0	0.4	0.5	0.0	0.0	0.0	0.9	2.3	0.0	0.4	0.0	0.0	0.0	0.0
サンプル数	230	227	205	238	216	279	226	215	219	227	267	313	245	284

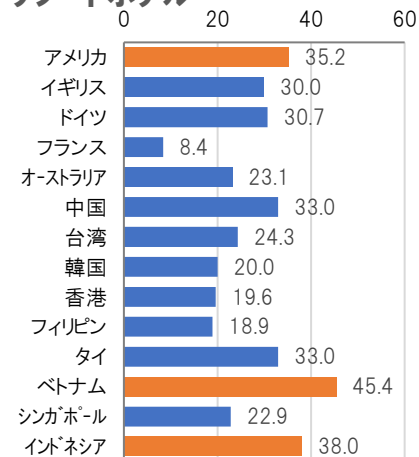
宿泊施設別の国・地域分析

※各地域別に多い順に3つをオレンジ色に色付けした

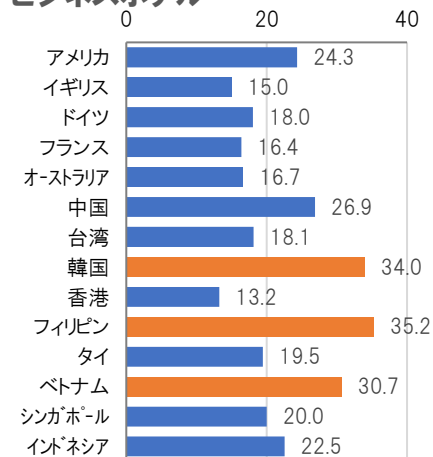
シティホテル



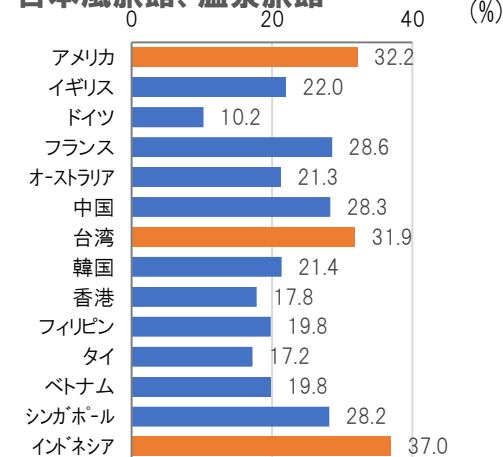
リゾートホテル



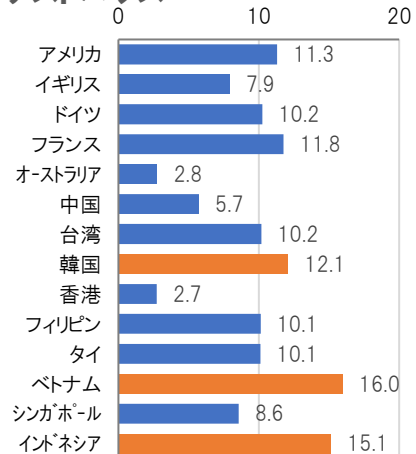
ビジネスホテル



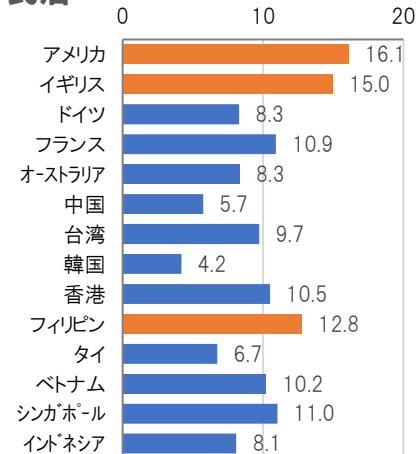
日本風旅館、温泉旅館



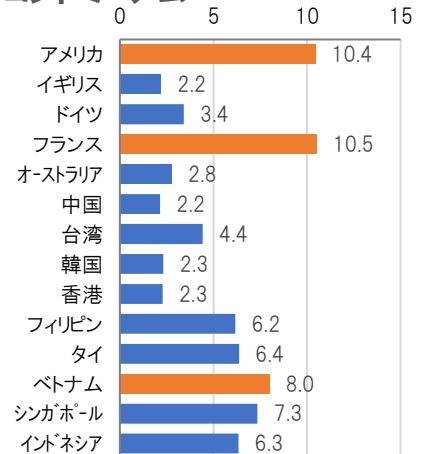
ゲストハウス



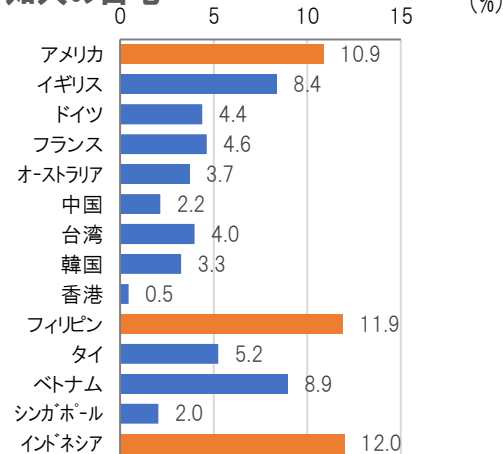
民泊



コンドミニアム



知人の自宅



考察

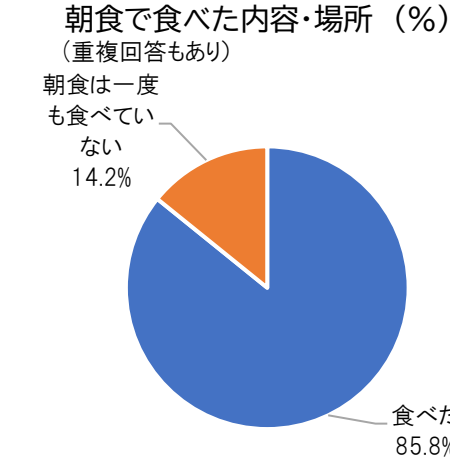
上のグラフは、宿泊施設ごとに、各国・地域の人々の利用率を比較したもの。上位3国・地域はオレンジに色分けした。
日本風旅館・温泉旅館はインドネシア、台湾、アメリカが多く、ビジネスホテルはフィリピン、韓国、ベトナムが多い。
インバウンドの国・地域によって利用する宿泊施設の状況がかなり異なっている。

Q4 朝食についてお聞きます

日本滞在中の朝食について、朝はどのような朝食を食べましたか。それぞれの回数を記入してください

食べた割合	全体		延べ食事回数		1泊あたり回数	
	人数(N)	%	回数(A)	回／人	回／泊	回／泊人
朝食は一度も食べていない	481	14.2	0	-	0	-
ホテルでの朝食定食、セット	1,743	51.4	4,993	2.9	1,176	0.35
ホテルでの朝食ビュッフェ	1,454	42.9	4,035	2.8	942	0.28
ホテル以外の飲食店	1,220	36.0	2,040	1.7	404	0.12
お店で買ったものを食べた	1,102	32.5	1,908	1.7	307	0.09
その他	44	1.3	33	0.8	2	0.00
サンプル数	3,391	100.0	13,009	3.8	2,831	0.83

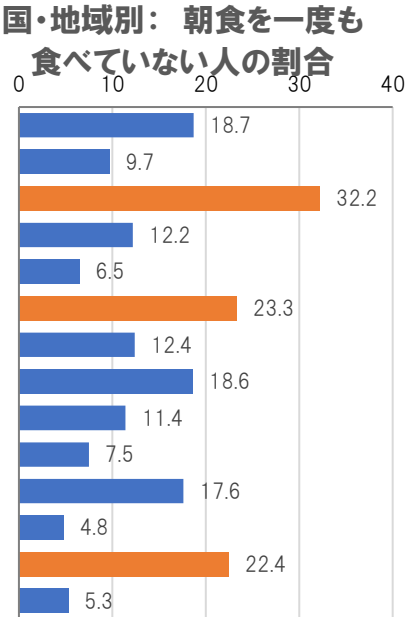
※「延べ食事回数」は、記載された回数の合計数。％は全回答者数(サンプル数)における割合
※「回／人」は延べ食事回数を「食べた」と回答した人数で割った値
※「1泊あたり回数」のうち「回／泊」は各回答者の食事回数を宿泊数で割った値の合計
※「1泊あたり回数」のうち「回／泊人」は、上記「回／泊」を全回答者数で割った値



国別の朝食の状況分析

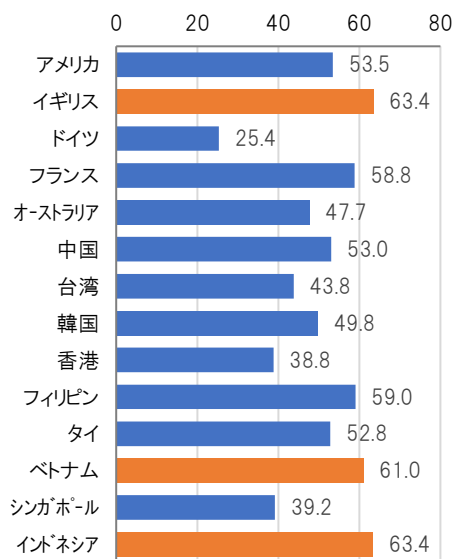
	国・地域別（％）													
	アメリカ	イギリス	ドイツ	フランス	オーストラリア	中国	台湾	韓国	香港	フィリピン	タイ	ベトナム	シンガポール	インドネシア
朝食は一度も食べていない	18.7	9.7	32.2	12.2	6.5	23.3	12.4	18.6	11.4	7.5	17.6	4.8	22.4	5.3
ホテルでの朝食定食、セット	53.5	63.4	25.4	58.8	47.7	53.0	43.8	49.8	38.8	59.0	52.8	61.0	39.2	63.4
ホテルでの朝食ビュッフェ	47.4	42.7	39.0	30.7	53.2	44.4	48.7	22.3	41.6	39.2	40.8	66.1	38.0	38.4
ホテル以外の飲食店	39.6	42.3	18.0	35.7	31.5	30.8	26.1	47.4	45.2	41.4	41.2	44.1	24.5	33.5
お店で買ったものを食べた	18.7	29.1	13.7	29.4	36.1	24.7	40.7	47.9	35.2	40.5	31.1	33.9	29.0	43.7
その他	2.2	1.3	2.4	0.0	1.9	0.4	1.3	1.9	1.4	1.3	0.7	1.3	2.0	0.7
サンプル数	230	227	205	238	216	279	226	215	219	227	267	313	245	284

考察
ホテルで朝食セット(定食)を食べた人は半数以上の51.4%、朝食ビュッフェは42.9%、ホテル以外の飲食店を利用した人は36.0%、コンビニ等で買ったものを食べた人は32.5%だった。
なお、朝食を一度も食べていない人の割合は国によってかなり大きく異なっているため、米の消費量は国・地域別で算出する必要があるようだ。

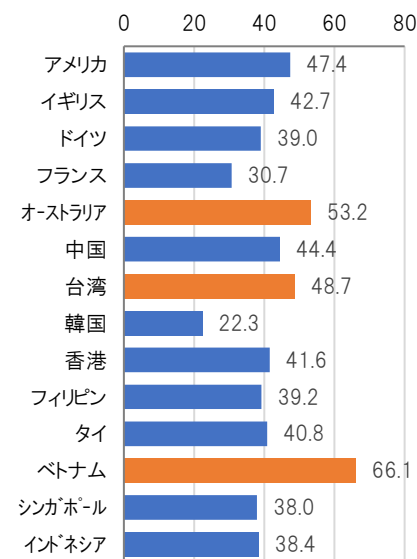


朝食内容別の国・地域分析

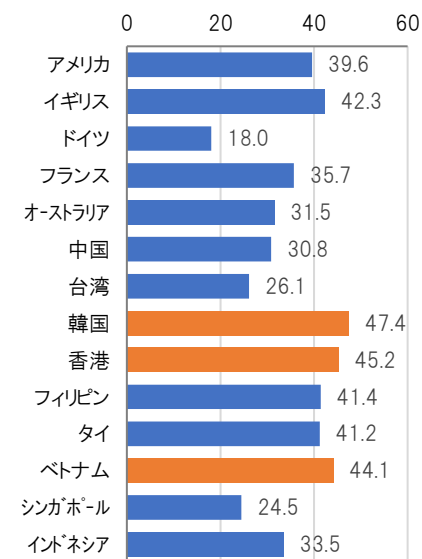
ホテルでの朝食定食、セット



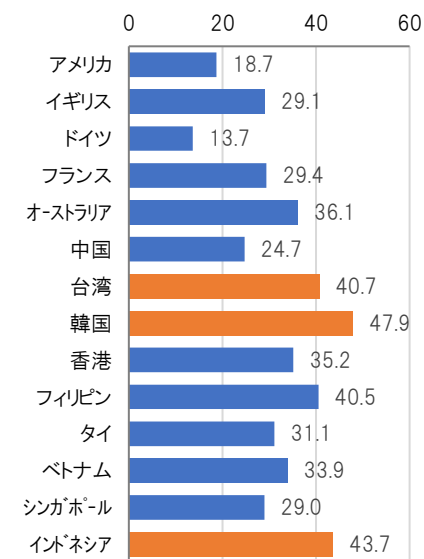
ホテルでの朝食ビュッフェ



ホテル以外の飲食店



お店で買ったものを食べた



食べた割合

	回答率 (%)					
	男性	女性	20代	30代	40代	50以上
朝食は一度も食べていない	15.1	13.2	14.9	15.2	14.0	11.2
ホテルでの朝食定食、セット	55.4	47.2	54.4	53.1	48.0	48.8
ホテルでの朝食ビュッフェ	43.7	42.0	37.9	41.8	46.9	46.3
ホテル以外の飲食店	37.6	34.2	36.8	37.9	35.6	31.2
お店で買ったものを食べた	32.1	32.9	35.9	35.4	28.1	28.4
その他	1.3	1.3	0.5	1.2	1.3	2.8
サンプル数	1,752	1,639	850	1,121	891	529

考察

国・地域によって朝食の状況はかなり異なっている。宿泊施設での朝食セット利用率は、ドイツは25.4%と低く、香港、シンガポールも4割を下回っている。一方でイギリス、インドネシア、ベトナムは6割を超えている。そのほかの国ではおおむね5割前後。ホテルでの朝食ビュッフェはベトナムが66.1%と多く、次いでオーストラリア、台湾。逆に少ないのは韓国で22.3%。フランスも3割程度と少ない。ホテル以外の飲食店で朝食を食べる人の割合が多いのは韓国、香港、ベトナムなど。コンビニなどの店で買って食べる人が多いのは韓国、台湾、インドネシア、フィリピンでいずれも4割を超えている。ベトナムは朝食セット、ビュッフェ、ホテル以外の飲食店などを併用する人が多い。一方で、ドイツやシンガポールははそもそも朝食を食べない人が多い。中国およびシンガポールは朝食を食べない人が20%を超えている。

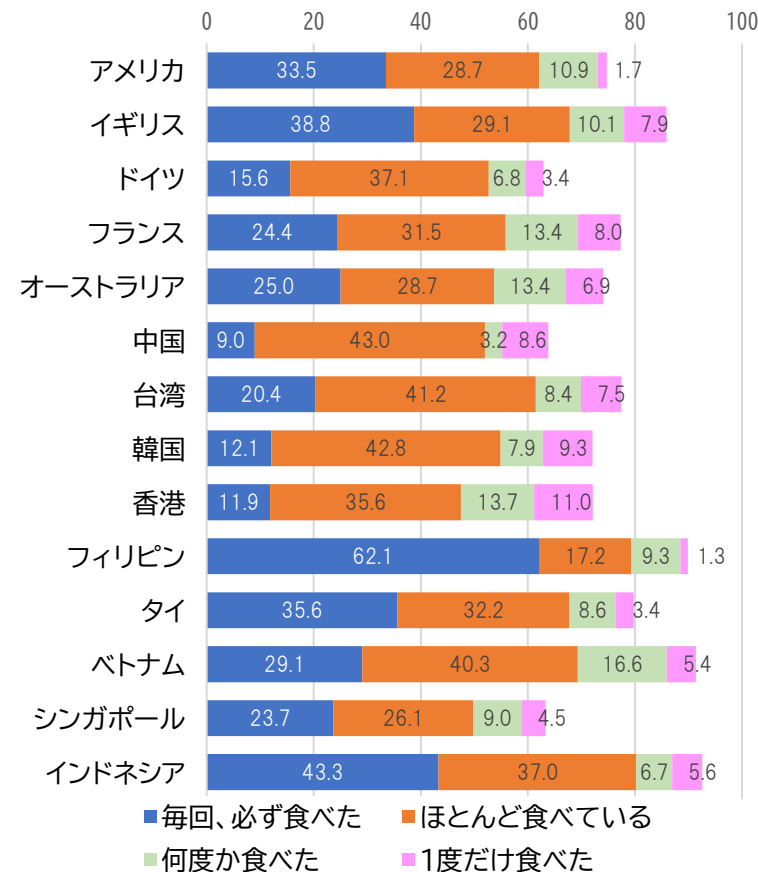
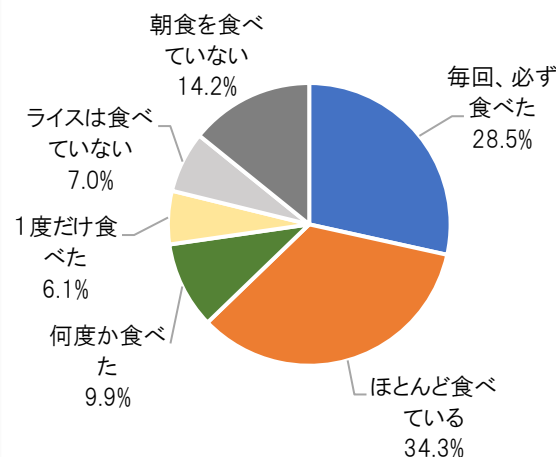
Q5 その朝食では、Riceを食べましたか？

	全体		朝食の種類別による結果(%)			
	人数	%	朝食セット	ビュッフェ	ホテル以外	テイクアウト
毎回、必ず食べた	965	28.5	36.9	31.0	30.0	26.9
ほとんど食べている	1,164	34.3	40.8	40.0	40.6	38.5
何度か食べた	337	9.9	9.9	12.9	12.8	14.1
1度だけ食べた	207	6.1	5.4	5.2	7.5	7.4
ライスは食べていない	237	7.0	6.9	10.9	9.2	13.2
朝食を食べていない	481	14.2	0.0	0.0	0.0	0.0
サンプル数	3,391	-	1,743	1,454	1,220	1,102
朝食にライスを食べた人	2,673	78.8	93.1	89.1	90.8	86.8

考察

朝食で毎回必ずライスを食べる人は3割弱。「ほとんど食べている」との合計では63%と多い。「何度か食べた」、「一度だけ食べた」も加えた合計ではおよそ8割がライスを食べている。この状況は国によって異なっており、フィリピンでは「毎回必ず食べた」人が6割を超えている。また、インドネシアでは「ほとんど食べている」との合計では8割を超えている。

一方で、中国、香港、台湾では「毎回、必ず毎回食べた」人は1割前後と少ない。欧米でも国によって異なっており、イギリスやアメリカは「毎回、必ず食べた」人が3割を超えている。



	国・地域別 (%)													
	アメリカ	イギリス	ドイツ	フランス	オーストラリア	中国	台湾	韓国	香港	フィリピン	タイ	ベトナム	シンガポール	インドネシア
毎回、必ず食べた	33.5	38.8	15.6	24.4	25.0	9.0	20.4	12.1	11.9	62.1	35.6	29.1	23.7	43.3
ほとんど食べている	28.7	29.1	37.1	31.5	28.7	43.0	41.2	42.8	35.6	17.2	32.2	40.3	26.1	37.0
何度か食べた	10.9	10.1	6.8	13.4	13.4	3.2	8.4	7.9	13.7	9.3	8.6	16.6	9.0	6.7
1度だけ食べた	1.7	7.9	3.4	8.0	6.9	8.6	7.5	9.3	11.0	1.3	3.4	5.4	4.5	5.6
ライスは食べていない	6.5	4.4	4.9	10.5	19.4	12.9	10.2	9.8	16.4	2.6	2.6	3.8	14.3	2.1
朝食を食べていない	18.7	9.7	32.2	12.2	6.5	23.3	12.4	18.6	11.4	7.5	17.6	4.8	22.4	5.3
サンプル数	230	227	205	238	216	279	226	215	219	227	267	313	245	284
朝食にライスを食べた人	74.8	85.9	62.9	77.3	74.1	63.8	77.4	72.1	72.1	89.9	79.8	91.4	63.3	92.6

朝食でライスを食べた回数 (Q4×Q5)

※回答者全体の集計

※再掲

※再掲

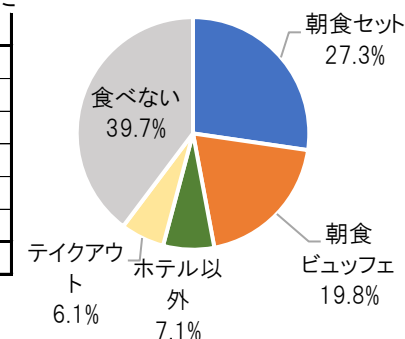
食べた割合

	全体		延べ食事回数		1泊あたりの回数		うちライスを食べた		朝食にライスを食べた (人泊あたり)
	人数	%	回数(A)	回/人	回/泊	回/泊人	回/泊	%	
朝食は一度も食べていない	481	14.2	0		0				
ホテルでの朝食定食、セット	1,743	51.4	4,993	2.9	1,176	0.35	926	78.7	0.27 回
ホテルでの朝食ビュッフェ	1,454	42.9	4,035	2.8	942	0.28	670	71.1	0.20 回
ホテル以外の飲食店	1,220	36.0	2,040	1.7	404	0.12	241	59.6	0.07 回
お店で買ったものを食べた	1,102	32.5	1,908	1.7	307	0.09	207	67.5	0.06 回
その他	44	1.3			0	0.00	0	0.0	0.0 回
全体	3,391	100.0	12,976	3.8	2,830	0.83	2,044	72.2	0.60 回

※「ライスを食べた回数」は、各朝食シーンにおいてライスを食べたと答えた人の割合

※「朝食にライスを食べた回数＝こめ食率」は、「一泊当たりの回数(回/泊人)にライスを食べた割合(%)をかけた値

※上記は国別に算出していないため、以下の国別表および算出結果の数字とは異なる



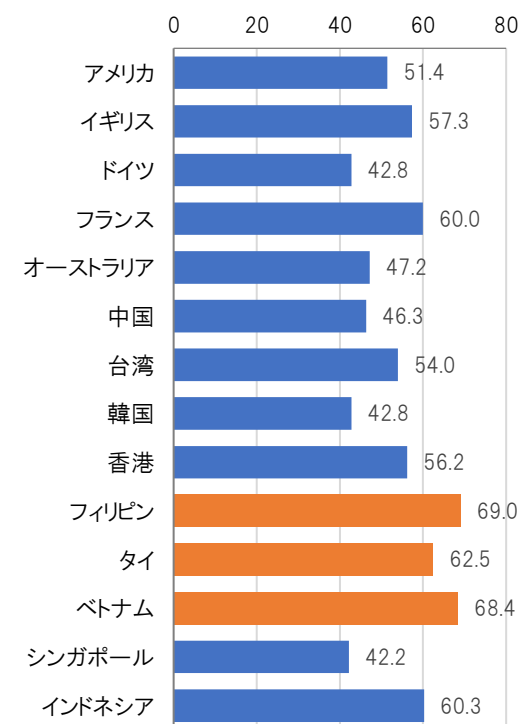
朝食にライスを食べた回数(人泊あたり。ただし、お店で買ったものを食べた場合を除く)

	サンプル数	延べ食事回数		1泊あたりの回数		うちライスを食べた		こめ食率 %
	人	回数(A)	回/人	回/泊	回/泊人	回/泊	%	
アメリカ	230	802	3.5	179	0.78	118	65.9	51.4
イギリス	227	1,047	4.6	198	0.87	130	65.7	57.3
ドイツ	205	737	3.6	128	0.62	88	68.5	42.8
フランス	238	1,312	5.5	202	0.85	143	70.8	60.0
オーストラリア	216	1,282	5.9	181	0.84	102	56.3	47.2
中国	279	762	2.7	216	0.78	129	59.7	46.3
台湾	226	744	3.3	189	0.84	122	64.5	54.0
韓国	215	499	2.3	171	0.80	92	53.8	42.8
香港	219	740	3.4	172	0.79	123	71.4	56.2
フィリピン	227	977	4.3	211	0.93	157	74.3	69.0
タイ	267	805	3.0	227	0.85	167	73.4	62.5
ベトナム	313	1,130	3.6	319	1.02	214	67.2	68.4
シンガポール	245	1,079	4.4	170	0.69	103	60.7	42.2
インドネシア	284	1,060	3.7	266	0.94	171	64.3	60.3
合計	3,391	12,976	3.8	2,830	0.83	1,859	65.7	54.8

考察

Q4とQ5から、インバウンドが朝食でどれくらいのライス(こめ)を食べているかを分析した。ホテルで朝食セット(定食)を食べた人は半数以上の51.4%、朝食ビュッフェは42.9%、ホテル以外の飲食店を利用した人は36.0%、コンビニ等で買ったものを食べた人は32.5%だった。重複分やライス以外を食べた分を差し引くと54.8%、つまり1人1泊あたり0.55食分はライスを食べていることになる。

朝食でこめを食べた割合(%)



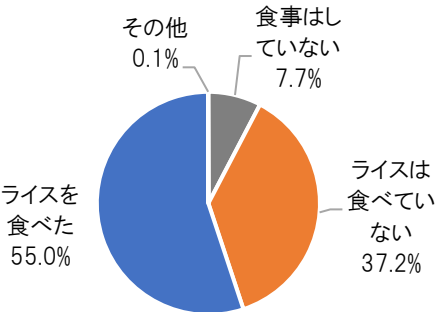
Q6 朝食以外のレストランでの食事についてお聞きします

日本に滞在中に、レストランでライス、またはライスを調理した料理を、合計で何回食べましたか

※一日で複数回食べた場合はその合計数(ラーメンなどRice以外の食事は含みません)

	全体	
	人数(N)	%
レストランで食事はしていない	260	7.7
ライスやライスを調理した料理は食べていない	1,263	37.2
ライスやライスを含む料理を食べた	1,866	55.0
その他	2	0.1
サンプル数	3,391	
ライスを食べた回数	9,187	270.9

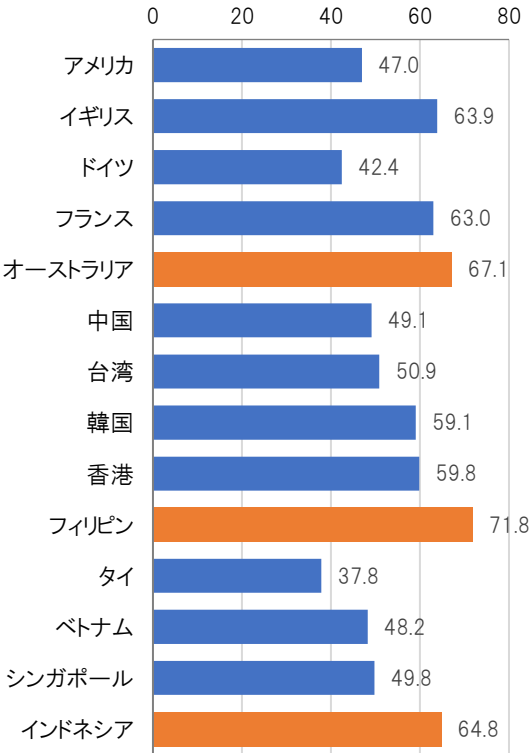
※寿司などをは「ライス」と認識していない人も多い



(朝食以外で)レストランでライスまたはライスを調理した料理を食べた人の割合

	サンプル数 人数A	ライスを食べた人		ライス食べた回数			1泊あたりの回数	
		人数B	%	延べ回C	C/B(回)	C/A(回)	宿泊数	食/人泊
アメリカ	230	108	47.0	501	4.6	2.2	4.74	0.46
イギリス	227	145	63.9	773	5.3	3.4	5.68	0.60
ドイツ	205	87	42.4	505	5.8	2.5	5.54	0.44
フランス	238	150	63.0	1,028	6.9	4.3	6.46	0.67
オーストラリア	216	145	67.1	825	5.7	3.8	7.34	0.52
中国	279	137	49.1	511	3.7	1.8	3.67	0.50
台湾	226	115	50.9	505	4.4	2.2	4.06	0.55
韓国	215	127	59.1	440	3.5	2.0	2.99	0.69
香港	219	131	59.8	542	4.1	2.5	4.40	0.56
フィリピン	227	163	71.8	871	5.3	3.8	5.13	0.75
タイ	267	101	37.8	412	4.1	1.5	3.82	0.40
ベトナム	313	151	48.2	655	4.3	2.1	3.88	0.54
シンガポール	245	122	49.8	783	6.4	3.2	6.10	0.52
インドネシア	284	184	64.8	836	4.5	2.9	4.38	0.67
合計	3,391	1,866	55.0	9,187	4.9	2.7	4.81	0.56

朝食以外でコメを食べた割合(%)



考察

朝食以外に、ランチおよびディナーなどでコメを食べている人はおよそ半数。ところが、「ライスを食べていない」と回答している人が、「寿司を食べた」と答えている人も少なくない。つまり、**寿司のシャリを「ライス」として認識していない**、という人が少なくないようだ。

そこで、本調査においては、「ライスを食べたか否か」という回答は算出には参考にせず、メニューごとの喫食率と、Q8でのメニューごとのライス喫食状況をもとに算出することとした。

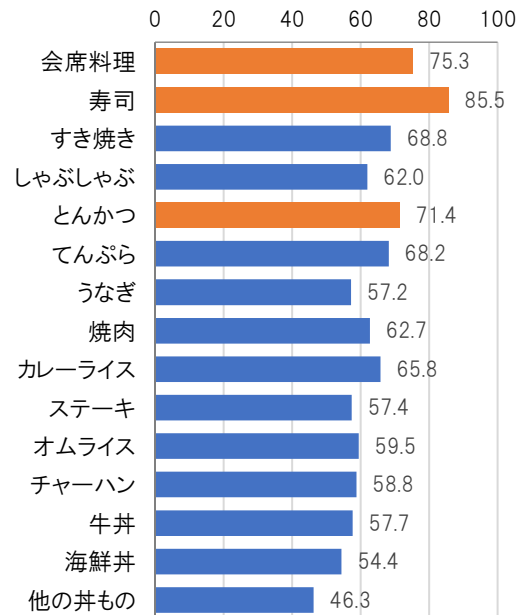
Q7 直近の日本滞在中に、朝食以外に何回、レストランでライスを含む料理を食べましたか？

料理メニューごとに、食べた回数をお書きください

(直近の日本旅行での食事以外は含まずお答えください。また、ラーメンなどライスがない食事は含みません)

食べたと答えた人の割合

	全体	
	人数(N)	%
高級日本料理、会席料理	2,552	75.3
寿司	2,901	85.5
すき焼き	2,334	68.8
しゃぶしゃぶ	2,101	62.0
とんかつ、かつ丼	2,420	71.4
てんぷら、天丼	2,313	68.2
うなぎ、うな重	1,939	57.2
焼肉	2,126	62.7
カレーライス	2,232	65.8
ステーキ、ハンバーグ	1,948	57.4
オムライス	2,016	59.5
チャーハン	1,993	58.8
牛丼	1,956	57.7
海鮮丼	1,846	54.4
他の丼もの	1,571	46.3
サンプル数	3,391	



考察

最も多くの人に食べられている料理は寿司で、インバウンドの85.5%が食べている。

次いで呼吸日本料理・会席料理で75.3%、とんかつ・かつ丼の71.4%が多かった。

ところが多くの料理メニューで5割以上が食べていると答えているなど、インバウンドは特定の料理ではなく、数多くの料理を食べているという実態が明らかになった。

下の表は国・地域別に食べた料理メニューの割合を分析したもの。

すべての国・地域で寿司は人気が高い。アジアではとんかつも人気が高く、欧米ではチャーハンもよく食べている。

※各国別に回答率が高い3品目をハイライトした

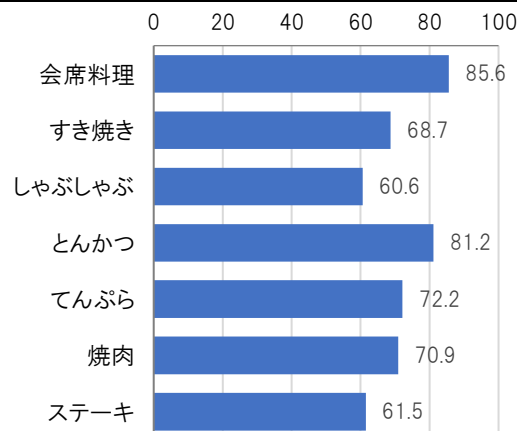
食べたと答えた人の割合

	食べた人の割合 (%)													
	アメリカ	イギリス	ドイツ	フランス	オーストラリア	中国	台湾	韓国	香港	フィリピン	タイ	ベトナム	シンガポール	インドネシア
高級日本料理、会席料理	77.4	80.2	70.2	88.2	70.8	74.9	69.9	59.1	58.4	82.8	72.3	89.8	74.7	76.8
寿司	77.8	84.6	77.6	92.9	82.4	84.2	79.6	77.7	87.2	87.2	89.1	94.9	79.6	95.4
すき焼き	68.7	59.5	53.2	67.6	52.8	67.7	66.4	56.7	59.4	81.5	78.3	86.6	64.5	85.6
しゃぶしゃぶ	61.7	53.7	49.3	65.1	46.3	54.1	54.0	42.8	54.3	78.4	78.7	71.2	60.4	83.8
とんかつ、かつ丼	66.5	63.4	56.1	62.6	63.0	57.3	71.7	76.3	63.5	89.4	82.0	87.2	67.3	83.8
てんぷら、天丼	67.0	63.0	48.3	65.5	65.7	54.1	62.4	45.1	53.4	88.1	82.8	81.8	71.8	91.5
うなぎ、うな重	57.0	45.8	42.9	46.2	40.3	63.4	65.5	44.7	59.4	66.1	61.8	70.6	56.3	68.3
焼肉	61.7	53.7	39.5	53.4	42.1	64.5	67.3	42.3	68.0	75.8	59.9	88.2	61.2	82.0
カレーライス	70.0	74.9	59.5	79.4	63.0	45.5	57.5	36.3	56.6	79.7	71.9	73.8	60.0	85.9
ステーキ、ハンバーグ	67.4	68.7	50.2	55.9	56.9	41.9	43.4	36.3	37.0	75.8	61.8	72.5	46.9	79.2
オムライス	70.4	67.0	47.8	64.3	50.9	44.4	50.9	25.6	46.6	84.1	61.0	70.9	58.0	79.9
チャーハン	73.9	77.5	55.1	63.0	66.2	39.4	42.0	25.1	36.1	81.9	65.5	70.0	45.7	74.3
牛丼	66.5	64.3	42.0	62.6	58.8	43.7	44.2	45.1	49.3	81.1	58.4	70.0	51.4	64.4
海鮮丼	60.4	61.7	39.0	49.2	53.7	52.0	52.2	27.0	44.3	70.0	52.8	71.6	50.6	66.2
他の丼もの	52.2	51.5	41.0	52.9	45.8	26.9	38.5	20.9	24.7	68.3	53.2	56.2	37.6	70.1
サンプル数	230	227	205	238	216	279	226	215	219	227	267	313	245	284

Q8 以下の料理を食べた際に、ライスは食べましたか？
(直近の日本旅行での食事以外は含まずお答えください)

食べた人の割合

	食事者Q7	ライス食べた人	
	人数(N)	人数	%
高級日本料理、会席料理	2,552	2,185	85.6
すき焼き	2,334	1,604	68.7
しゃぶしゃぶ	2,101	1,273	60.6
とんかつ、かつ丼	2,420	1,964	81.2
てんぷら	2,313	1,669	72.2
焼肉	2,126	1,508	70.9
ステーキ、ハンバーグ	1,948	1,198	61.5



考察

主要なメニューを食べる際に、ライスを食べたか否かを聞いた。その結果、高級日本料理・会席料理を食べる際には8割以上がライスを食べているとの回答を得た。

とんかつ、カツ丼も8割を超えている。

一方、最も少ないのはしゃぶしゃぶで、これはごはんとうどん(店によっては中華麺も)を選べるようになっている店が多いことが原因のようだ。

国・地域別 食べた人の割合

	ライスを食べた割合 (%)													
	アメリカ	イギリス	ドイツ	フランス	オーストラリア	中国	台湾	韓国	香港	フィリピン	タイ	ベトナム	シンガポール	インドネシア
高級日本料理、会席料理	88.8	87.9	88.9	91.4	93.5	88.0	84.2	66.9	82.8	92.6	80.8	89.7	95.1	64.2
すき焼き	67.1	70.4	76.1	73.3	76.3	72.0	84.7	63.9	72.3	69.7	69.9	56.8	69.6	58.0
しゃぶしゃぶ	65.5	73.0	57.4	59.4	69.0	65.6	77.9	62.0	57.1	55.1	71.0	54.3	64.9	37.4
とんかつ、かつ丼	68.0	72.9	81.7	74.5	79.4	85.0	89.5	87.8	95.7	90.6	83.6	85.0	85.5	60.5
てんぷら	63.6	68.5	75.8	67.3	69.0	82.1	87.9	58.8	90.6	76.5	65.6	76.2	68.8	65.4
焼肉	63.4	77.9	70.4	69.3	72.5	68.9	67.8	59.3	63.8	77.3	70.0	78.6	72.7	70.8
ステーキ、ハンバーグ	66.5	64.7	74.8	69.9	56.9	63.2	61.2	74.4	63.0	64.0	73.3	71.4	60.0	21.8

料理メニューごとの食べた回数の算出結果

算出方法

Q7の料理メニューの注文状況と、Q8でそれらの料理でライスを食べたか否かの結果をもとに、各回答者の料理メニューごとのライス喫食状況を算出した。並行して実施している現地調査やヒアリング調査の結果から、インバウンドはフードコート、あるいは居酒屋のような店舗で、複数の種類の料理を食べる人が多く、例えば3泊で10種類の料理を計20回食べたという人が少なくない。もちろん、その際は1つの食事メニューは1人前より少ない量を食べることになる。そこで、一人の回答者が1泊につき昼と夜の2回に最大2食分を食べるという上限を設け、それを超えるメニューを食している場合は最大2食になるようにウェイトを掛けた(例:3泊で10種類、計20回食べている人は、1回の食事で20/6種類の料理を頼んでいると判断し、その逆数である0.3をそれぞれの回数に乘じた)つまり、20回食のうちお寿司を2回食べている場合は、2回×0.3＝0.6食分とした)。こうした**重複処理を行った後の回数を「実質回数」とした**。さらに、食べなかった人も含めて全回答者ベースで料理メニューごとの1人1泊あたりの食事回数を次ページにまとめた。

料理メニューごとの食べた回数の算出結果

食べた回数

	人数	食べた回数			全回答者ベース	
	人	延べ回数	実質回数	回/人	回/全員	回/人泊
高級日本料理、会席料理	2,552	5,385	2,165	0.85	0.64	0.13
寿司	2,901	7,138	3,607	1.24	1.06	0.22
すき焼き	2,334	4,504	1,343	0.58	0.40	0.08
しゃぶしゃぶ	2,101	4,102	1,006	0.48	0.30	0.06
とんかつ、かつ丼	2,420	5,025	1,839	0.76	0.54	0.11
てんぷら、天丼	2,313	4,929	1,445	0.62	0.43	0.09
うなぎ、うな重	1,939	3,644	1,475	0.76	0.44	0.09
焼肉	2,126	4,283	1,223	0.58	0.36	0.07
カレーライス	2,232	4,610	1,893	0.85	0.56	0.12
ステーキ、ハンバーグ	1,948	4,068	911	0.47	0.27	0.06
オムライス	2,016	4,060	1,531	0.76	0.45	0.09
チャーハン	1,993	4,326	1,646	0.83	0.49	0.10
牛丼	1,956	3,947	1,504	0.77	0.44	0.09
海鮮丼	1,846	3,842	1,406	0.76	0.41	0.09
他の丼もの	1,571	3,276	1,117	0.71	0.33	0.07
15品目合計	3,391	67,139	24,111	19.80	7.11	1.48

※「実質回数」は1食で複数の料理メニューを食べた重複分を調整した後の回数

※「全回答者ベース」は該当する料理メニューを食べなかった人も含めた回数

考察

算出した結果、インバウンド1人1泊あたりで食べた回数(実質回数)が最も多いのは寿司で、0.22回/人泊だった。つまり、5泊すれば1回は食べる計算になる。

国・地域別では最も多いのは韓国で0.28回/人泊、最も少ないのはアメリカとフィリピンで0.17回/人泊だった。

次に多いのは高級日本料理・会席料理の0.13回/人泊で、フランスが0.18回/人泊と最も多く、インドネシアが0.07回/人泊と最も少ない。

(あくまでライスを食べた回数であり、例えばステーキとパンの場合は回数には含まれない)

なお、全回答者の15品目の合計では1日あたり1.48回ライスを食べていることになる。

国・地域別では最も多いのはベトナムで1.66回/人泊、次いでフィリピンの1.61回/人泊。逆に最も少ないのはドイツの1.29回/人泊だった。

食べた回数

	1人1泊あたり食べた回数(回/人泊)													
	アメリカ	イギリス	ドイツ	フランス	オーストラリア	中国	台湾	韓国	香港	フィリピン	タイ	ベトナム	シンガポール	インドネシア
高級日本料理、会席料理	0.13	0.14	0.14	0.18	0.13	0.17	0.13	0.12	0.09	0.12	0.11	0.16	0.16	0.07
寿司	0.17	0.19	0.22	0.26	0.20	0.26	0.22	0.28	0.26	0.17	0.23	0.21	0.20	0.23
すき焼き	0.08	0.06	0.07	0.08	0.06	0.11	0.11	0.10	0.08	0.08	0.09	0.08	0.07	0.08
しゃぶしゃぶ	0.06	0.06	0.04	0.06	0.05	0.07	0.07	0.06	0.06	0.06	0.10	0.05	0.06	0.05
とんかつ、かつ丼	0.08	0.07	0.09	0.07	0.09	0.11	0.14	0.21	0.12	0.15	0.14	0.13	0.11	0.08
てんぷら、天丼	0.07	0.07	0.07	0.08	0.09	0.08	0.10	0.06	0.09	0.12	0.10	0.10	0.09	0.12
うなぎ、うな重	0.08	0.06	0.06	0.06	0.06	0.12	0.13	0.10	0.12	0.08	0.09	0.11	0.08	0.09
焼肉	0.06	0.06	0.04	0.06	0.05	0.10	0.09	0.06	0.09	0.08	0.06	0.13	0.07	0.09
カレーライス	0.12	0.14	0.12	0.15	0.11	0.08	0.11	0.09	0.10	0.12	0.12	0.11	0.10	0.15
ステーキ、ハンバーグ	0.07	0.08	0.06	0.07	0.05	0.04	0.04	0.06	0.04	0.07	0.07	0.07	0.04	0.03
オムライス	0.12	0.11	0.08	0.11	0.08	0.07	0.08	0.05	0.08	0.13	0.09	0.10	0.09	0.13
チャーハン	0.15	0.16	0.10	0.10	0.14	0.06	0.06	0.05	0.06	0.13	0.11	0.11	0.07	0.11
牛丼	0.12	0.10	0.07	0.10	0.10	0.07	0.07	0.10	0.09	0.12	0.09	0.10	0.07	0.09
海鮮丼	0.10	0.10	0.07	0.07	0.08	0.09	0.09	0.05	0.08	0.09	0.08	0.11	0.08	0.09
他の丼もの	0.07	0.07	0.07	0.08	0.07	0.05	0.06	0.04	0.04	0.09	0.08	0.08	0.06	0.10
15品目合計	1.48	1.47	1.29	1.53	1.36	1.47	1.49	1.42	1.38	1.61	1.55	1.66	1.35	1.51

Q9 そのほかにライスを食べた料理メニューがあれば、その内容と回数をお書きください

主なライスを使った料理メニューの内容 (1～3がQ4(朝食)やQ7(外食)、Q10(テイクアウト)で算出されない可能性がある)

1 焼き魚定食、和定食など	約120件
2 めん類＋ライス	約120件
3 お茶漬け、おかゆ、雑炊など	約100件
4 白米のみ、セットの白米など	約240件
5 ホテル朝食でのライス、和朝食	約270件
6 弁当、コンビニ総菜	約70件
7 おにぎり、手巻きなど	約260件
8 デザート・もち・大福等	約40件

考察

有効回答の中で、2242人(有効回答数の66.1%)に記載があったが、「なし」などの記載が300件以上を占めている。

また、味噌汁、納豆などのライスと一緒に食べたおかずを記載しているものも多い。

さらに、ラーメン、玉子サンド、うどんなど、ライス以外のメニューがかなり多く記載されている。

そのため、実際にご飯を使った料理が記載されているのは、1割以下と推定できる。

記述内容を分類すると上記のようになる。

この中で「3 お茶漬け、おかゆ、雑炊など」(約100件)と「4 白米のみ、セットの白米など」(約240件)は和定食やとんかつ、すきやきなどと一緒に食べられた可能性が高く、その場合は食事メニューでの算出に含まれていることになる。

同様に、「5 ホテル朝食でのライス、和定食」(270件)は朝食に、「6 弁当、コンビニ総菜」と「7 おにぎり、手巻きなど」はQ10のテイクアウトに含まれているので、改めて算出する必要はないと判断した。

また、「8 デザート・もち・大福等」はライスそのものではないため、算出対象外とした。

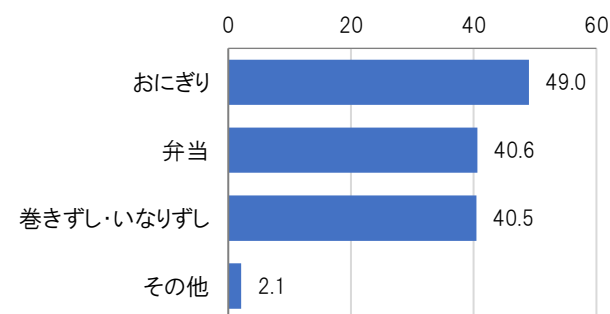
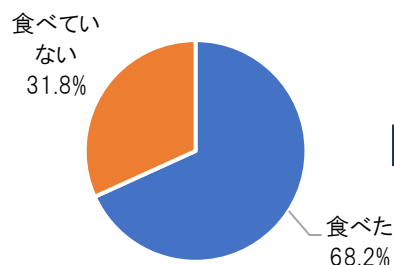
一方で、「1 焼き魚定食、和定食など」(約120件)、「2 めん類＋ライス」(約120件)はQ4(朝食)やQ7(外食)、Q10(テイクアウト)には含まれていない可能性が高い。これらの合計(約240件)を1人1泊あたりに換算すると、0.01回／人泊となる。これは回答者1人1泊あたりの総食事回数(朝やテイクアウトも含む)の2.88回／人泊の0.5%に相当する。

ただし、各国・地域別に集計することは十分な精度が確保できないこともあり、本推計においては算出の対象としない(誤差範囲内と判断する)。

Q10 直近の日本旅行中に、コンビニエンスストア、スーパーマーケット、弁当屋などで食べ物を購入したものを、ホテルの部屋などで食べましたか？
ある場合は、その回数もご記入ください。

食べた人の割合

	全体	
	人数(N)	%
おにぎり	1,662	49.0
弁当	1,377	40.6
巻きずし・いなりずし	1,372	40.5
その他	72	2.1
食べていない	1,078	31.8
サンプル数	3,391	



考察

インバウンドのおよそ7割はコンビニやスーパー、弁当屋などで購入したものを食べた(テイクアウト)という結果になった。

その中で最も多いのはおにぎりで、インバウンドのおよそ半数が購入し、食べている。

また、弁当や巻きずし・いなりずしなども4割以上が購入し、食べている。

上記3品の合計が130%となるため、食べた人1人がおよそ2品を購入し、食べていることになる。

テイクアウトの国・地域分析

	テイクアウト(おにぎり、弁当など)を食べた割合(%)													
	アメリカ	イギリス	ドイツ	フランス	オーストラリア	中国	台湾	韓国	香港	フィリピン	タイ	ベトナム	シンガポール	インドネシア
おにぎり	40.4	40.5	35.6	52.5	33.8	41.9	50.4	28.4	52.1	60.8	61.0	59.1	42.4	73.9
弁当	35.7	35.2	23.9	33.2	30.6	33.7	34.5	30.7	31.1	66.1	48.7	46.0	40.4	67.6
巻きずし・いなりずし	31.3	49.3	25.9	42.0	41.7	32.6	34.1	25.6	28.3	58.1	33.7	55.6	31.4	65.8
その他	1.7	1.3	1.5	0.4	4.2	2.2	4.0	2.8	2.7	1.8	1.1	2.2	3.7	0.7
食べていない	40.9	30.4	53.7	30.3	38.4	43.4	32.3	48.8	32.0	15.0	24.7	22.0	36.7	7.7
サンプル数	230	227	205	238	216	279	226	215	219	227	267	313	245	284

テイクアウトの性別、年代別分析

	テイクアウト(おにぎり、弁当など)を食べた割合(%)					
	男性	女性	20代	30代	40代	50以上
おにぎり	47.4	50.7	58.4	50.2	44.4	39.1
弁当	40.0	41.2	39.6	41.9	41.8	37.4
巻きずし・いなりずし	38.5	42.6	43.9	42.4	37.9	35.2
その他	1.9	2.3	1.4	2.4	1.9	3.0
食べていない	33.7	29.7	27.4	28.5	34.1	42.0
サンプル数	1,752	1,639	850	1,121	891	529

考察

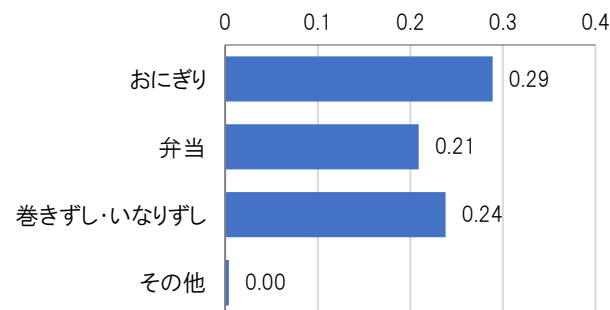
テイクアウトの利用状況は国・地域によって大きく異なっており、インドネシアでは92%、フィリピンでは85%が購入し、食べている。

最も少ないのはドイツで、それでも4割以上は購入し、食べている。

また、性別では男性より女性の方が、年代別では若いほうが購入し、食べる人の割合が多い。

1人1泊あたりの回数

	全体	
	人数(N)	%
おにぎり	980	0.29
弁当	709	0.21
巻きずし・いなりずし	808	0.24
その他	14	0.00
1人1泊あたりの回数		0.74



考察

各国・地域別に1人1泊あたりの購入回数を算出した。

回数は購入・食べていない人も含め、インバウンド1人あたりとして算出している。

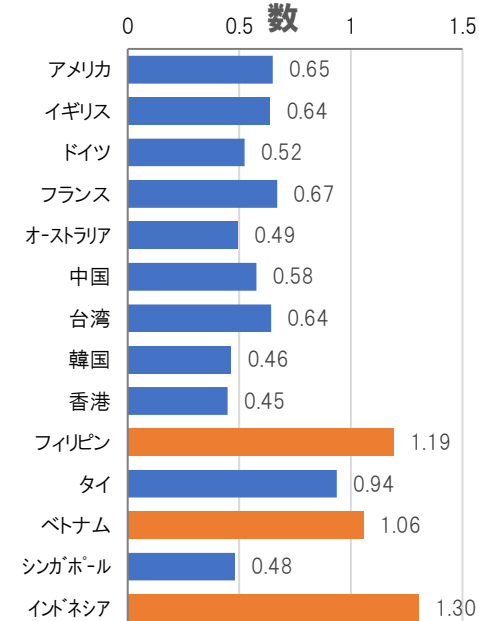
その結果、おにぎりは0.29回、弁当は0.21回、巻きずし・いなりずしは0.24回、その他0.00回の、合計0.74回／人泊となった。

国・地域別では、最も多いのはインドネシアで1.30回／人泊、次いでフィリピン1.19回／人泊、ベトナム1.06回／人泊がいずれも1回を超えている。

欧米および東アジアは東南アジア諸国よりは少なく、おおむね0.5回前後となっている。

性別では女性の方が男性よりやや多く、年代別では若いほど多くなっている。

1人1泊あたり購入・食した回数



国・地域別の食べた回数

	1人1泊あたり食べた回数(回／人泊)													
	アメリカ	イギリス	ドイツ	フランス	オーストラリア	中国	台湾	韓国	香港	フィリピン	タイ	ベトナム	シンガポール	インドネシア
おにぎり	0.27	0.20	0.24	0.29	0.17	0.24	0.27	0.16	0.22	0.41	0.43	0.37	0.18	0.48
弁当	0.18	0.17	0.12	0.16	0.11	0.15	0.17	0.16	0.10	0.36	0.32	0.27	0.16	0.39
巻きずし・いなりずし	0.19	0.26	0.16	0.22	0.21	0.18	0.20	0.13	0.12	0.41	0.18	0.41	0.14	0.43
その他	0.01	0.01	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.01	0.00	0.01	0.01	0.01	0.00	0.00
テイクアウト合計	0.65	0.64	0.52	0.67	0.49	0.58	0.64	0.46	0.45	1.19	0.94	1.06	0.48	1.30

性別・年代別の食べた回数

	1人1泊あたり食べた回数(回／人泊)					
	男性	女性	20代	30代	40代	50以上
おにぎり	0.27	0.30	0.38	0.29	0.25	0.22
弁当	0.21	0.21	0.22	0.21	0.21	0.19
巻きずし・いなりずし	0.22	0.26	0.27	0.24	0.22	0.21
その他	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.01

Q11 次に、ごはんについての質問です。

日本旅行中に食事で提供されたごはん(コメ)の量について、どう思いましたか？

	全体	
	人数(N)	%
少ない	100	2.9
やや少ない	559	16.5
ちょうどよい	2,200	64.9
やや多い	375	11.1
多い	129	3.8
食べていない	28	0.8
サンプル数	3,391	

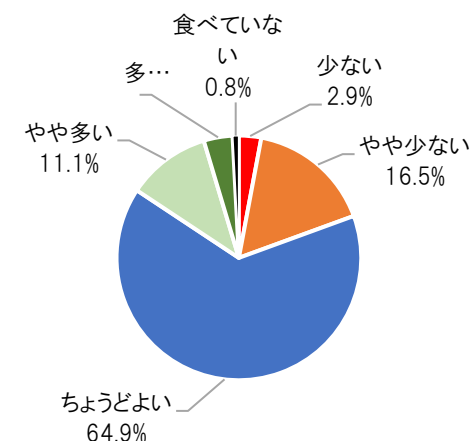
考察

ごはんの量については、3人に2人は「ちょうどよい」と答えている。「少ない」は2.9%、「やや少ない」は16.5%で、合計でおよそ2割の人が少ないと感じている。

一方で、「やや多い」と「多い」と答えた人も合計で14.9%いる。

国・地域別では、少ないと感じている人の割合が最も多いのは中国で、半数に近い45.5%、韓国が34.0%。インドネシア29.2%も量に不満がある。

これらの国を除くと、おおむね15%くらいが量に不満を感じている。



国・地域別のライス量への評価

	回答率(%)													
	アメリカ	イギリス	ドイツ	フランス	オーストラリア	中国	台湾	韓国	香港	フィリピン	タイ	ベトナム	シンガポール	インドネシア
少ない	5.2	1.3	2.4	1.7	0.9	8.6	0.9	5.6	2.3	0.9	2.6	0.3	2.4	5.3
やや少ない	11.7	6.6	15.1	13.9	7.4	36.9	23.9	28.4	13.2	12.3	7.5	13.7	12.7	23.9
ちょうどよい	60.9	75.3	56.1	69.7	75.5	49.1	63.7	60.5	67.1	75.8	60.7	70.3	69.8	57.0
やや多い	13.5	13.2	19.5	11.8	12.0	3.9	9.3	4.2	11.9	7.0	20.6	9.6	10.6	9.2
多い	5.2	3.1	6.3	2.5	2.3	0.4	0.9	1.4	4.6	4.0	8.6	6.1	2.9	4.2
食べていない	3.5	0.4	0.5	0.4	1.9	1.1	1.3	0.0	0.9	0.0	0.0	0.0	1.6	0.4
サンプル数	230	227	205	238	216	279	226	215	219	227	267	313	245	284
少ない+やや少ない	17.0	7.9	17.6	15.5	8.3	45.5	24.8	34.0	15.5	13.2	10.1	14.1	15.1	29.2

性別・年代別のライス量への評価

	回答率(%)					
	男性	女性	20代	30代	40代	50以上
少ない	2.6	3.4	2.7	2.9	3.1	3.0
やや少ない	18.2	14.7	15.6	14.1	18.7	19.1
ちょうどよい	63.4	66.5	64.5	66.4	64.5	62.9
やや多い	11.2	10.9	13.4	11.4	8.9	10.2
多い	4.0	3.6	3.5	4.8	3.4	2.8
食べていない	0.7	0.9	0.2	0.4	1.3	1.9
サンプル数	1,752	1,639	850	1,121	891	529
少ない+やや少ない	20.7	18.1	18.4	17.0	21.9	22.1

考察

ごはんの量に少ないと感じている人は、男性は20.7%と2割を超えている。女性でも18.1%が不満を感じている。

年代別では20代、30代より、40代、50代の方が「少ない」と感じる人が多い。

Q12 日本旅行中に食事で提供されたごはん(コメ)の味について、どう思いましたか？

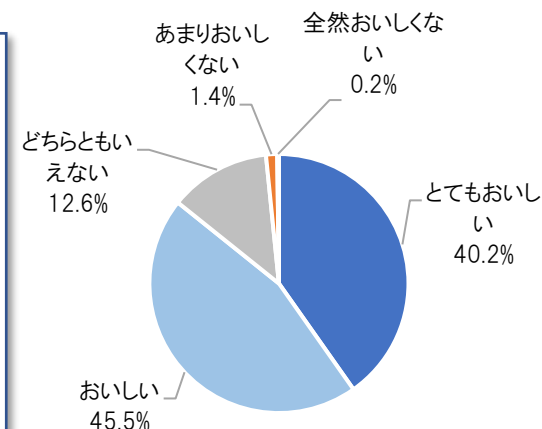
	全体	
	人数(N)	%
とてもおいしい	1,353	40.2
おいしい	1,531	45.5
どちらともいえない	425	12.6
あまりおいしくない	47	1.4
全然おいしくない	7	0.2
サンプル数	3,363	
満足度		62.1

満足度＝「とてもおいしい」＋「おいしい」/2
 －「あまりおいしくない」・2－「全然おいしくない」

考察

ごはんの味については、回答者の40.2%が「とてもおいしい」、45.5%が「おいしい」と答えるなど、85.7%の人がおいしいと評価をしている。
 一方で「あまりおいしくない」は1.4%、「全然おいしくない」は0.2%と極めて少なかった。

国・地域別で最も評価が高かったのはフィリピンで、6割が「とてもおいしい」と答えている。インドネシアは「とてもおいしい」と「おいしい」との合計が94%と多い。
 逆に最も評価が低いのは韓国で、「とてもおいしい」は1割以下だが、「おいしくない」と答えた人は1.9%と多くはない。



国・地域別の味の評価

	回答率(%)													
	アメリカ	イギリス	ドイツ	フランス	オーストラリア	中国	台湾	韓国	香港	フィリピン	タイ	ベトナム	シンガポール	インドネシア
とてもおいしい	53.2	57.1	34.8	36.7	51.9	18.8	28.3	9.8	30.9	59.9	40.1	49.2	40.2	49.8
おいしい	34.2	30.5	46.1	49.4	34.4	55.4	54.7	59.1	58.1	28.6	53.2	43.8	43.6	44.2
どちらともいえない	11.3	9.3	15.7	12.7	11.8	23.2	15.7	29.3	10.1	9.3	6.4	5.4	15.8	5.3
あまりおいしくない	1.4	2.7	2.9	1.3	1.9	2.2	0.9	1.4	0.9	1.8	0.0	1.6	0.4	0.7
全然おいしくない	0.0	0.4	0.5	0.0	0.0	0.4	0.4	0.5	0.0	0.4	0.4	0.0	0.0	0.0
サンプル数	222	226	204	237	212	276	223	215	217	227	267	313	241	283
満足度	69.6	70.6	55.9	60.8	68.2	45.1	54.7	38.1	59.4	72.9	66.3	70.3	61.8	71.6

性別・年代別の味の評価

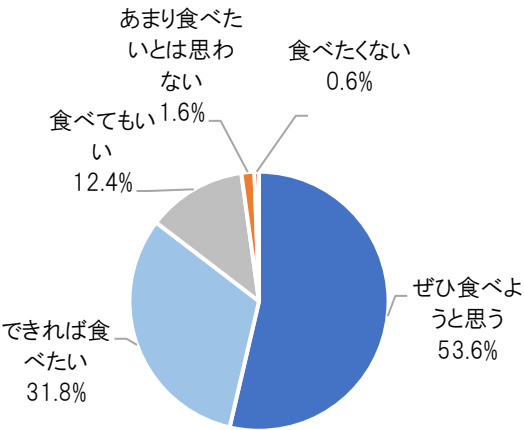
	回答率(%)					
	男性	女性	20代	30代	40代	50以上
とてもおいしい	39.6	40.9	39.3	41.6	39.7	39.7
おいしい	45.9	45.1	43.5	45.5	46.2	47.8
どちらともいえない	12.7	12.6	15.3	11.5	12.9	10.2
あまりおいしくない	1.6	1.2	1.7	1.1	1.0	2.3
全然おいしくない	0.2	0.2	0.2	0.3	0.2	0.0
サンプル数	1,739	1,624	848	1,117	879	519
満足度	61.6	62.6	60.0	63.6	62.1	62.4

Q13 今後も日本を訪れたときには、ごはん(コメ)を食べようと思いますか

	全体	
	人数(N)	%
ぜひ食べようと思う	1,819	53.6
できれば食べたい	1,077	31.8
食べてもいい	421	12.4
あまり食べたいとは思わない	55	1.6
食べたくない	19	0.6
サンプル数	3,391	
意欲度		68.2

考察
再訪問時にごはんを食べる意向については、「ぜひ食べようと思う」が半数を超える53.6%、「できれば食べたい」が31.8%、「食べてもいい」が12.4%で、合計で97.8%が食べることを肯定している。
一方で「あまり食べたいとは思わない」と「食べたくない」の合計は2.2%にすぎない。

国・地域別で「ぜひ食べようと思う」が最も多かったのはフィリピンで79.3%、インドネシアが73.1%だった。
イギリスが69.5%、オーストラリアが65.6%など、欧米でも高い意欲を示している。



	回答率(%)													
	アメリカ	イギリス	ドイツ	フランス	オーストラリア	中国	台湾	韓国	香港	フィリピン	タイ	ベトナム	シンガポール	インドネシア
ぜひ食べようと思う	63.5	69.5	44.6	60.8	65.6	35.1	49.8	15.8	44.2	79.3	33.3	61.0	58.9	73.1
できれば食べたい	26.6	24.3	37.3	29.1	27.4	43.8	36.3	40.0	39.2	15.4	50.2	27.5	31.1	20.1
食べてもいい	9.9	4.4	14.7	9.3	6.6	17.0	14.3	41.9	16.1	4.8	15.0	10.2	9.5	4.6
あまり食べたいとは思わない	0.5	1.8	3.9	0.8	0.9	4.3	0.4	2.3	0.9	0.4	1.1	1.0	1.7	2.5
食べたくない	3.2	0.4	0.0	0.4	1.4	0.7	0.4	0.0	0.5	0.0	0.4	0.3	0.4	0.0
サンプル数	222	226	204	237	212	276	223	215	217	227	267	313	241	283
意欲度	73.4	80.3	61.3	74.5	77.4	54.2	67.3	34.7	62.9	86.8	57.5	74.0	73.2	82.0

	回答率(%)					
	男性	女性	20代	30代	40代	50以上
ぜひ食べようと思う	53.8	53.4	52.2	56.6	53.5	49.9
できれば食べたい	33.1	30.3	31.2	30.9	31.5	35.0
食べてもいい	10.9	14.0	13.5	11.5	12.9	11.7
あまり食べたいとは思わない	1.5	1.8	2.8	0.8	1.3	1.9
食べたくない	0.7	0.4	0.2	0.3	0.7	1.5
サンプル数	1,752	1,639	850	1,121	891	529
意欲度	68.9	67.3	66.2	71.3	68.0	64.9

Q14 ごはんを注文、食べる際に感動したことや、困惑したことがあれば、お書きください

全体の傾向 総回答数 3,006 件

自由記述のため、「問題なし」「特に不満はない」などの表記も多く、具体的な内容を記載しているのはおよそ1000件強
日本でライスを食べた感想としては、高評価が圧倒的多数で、評価ポイントと困惑点にはかなりはっきりした傾向が見られる。
評価の中心は「味・食感・品質」
否定的意見は少なく、主に「量・価格・好みの差」
日本のライスは「世界的に見ても非常に完成度が高い主食」として認識されている
日本食体験の満足度を大きく支える要素になっている

① 感動・高評価の傾向(圧倒的に多い) 625件(全体の約21%)

1. 味・食感への評価が非常に高い 421件(約14%)

最も多く言及されているのは「柔らかい」「もちもち(粘りがある)」「ふっくら」
他に、自然な甘み・うま味、香りが良い、炊き上がりが完璧など
特に欧米圏(アメリカ・イギリス・オーストラリアなど)に多い
中国・台湾・韓国の回答では「自国の米よりも美味しい」「今まで食べた中で最高」といった強い称賛が多い。

2. 「どんな料理にも合う主食」としての評価

寿司、丼、カレー、弁当、おにぎりなど
白米単体でも美味しい
料理全体の完成度を高めている
という意見が多く、「米そのものが日本食の質を底上げしている」という認識が共有されている。

3. 見た目・品質・清潔感への安心感

米粒がそろっていて美しい
白くて艶がある
新鮮・安全・高品質・丁寧に作られている印象
特に訪日経験のある欧米・東南アジア回答者から「安心して毎日食べられる」という声が目立つ。

4. 箸との相性が良い点への感動

粘りがあり箸で食べやすい
寿司・丼に最適
箸文化に慣れていない国の人ほど「このための米なのか」と驚く傾向があります。

② 困惑・不満として挙がりやすい点(少数派) およそ80件

1. 「量が少ない」が最も多い不満点。 63件(約2%)

中国・東南アジア圏を中心に「量が足りない」、「お腹いっぱいにならない」
→ 味は絶賛だが、ボリューム面に不満という構図。

2. 価格が高い 19件(0.6%)
「美味しいが高い」、「米自体は良いが値段が気になる」
特に中国語・タイ語・ベトナム語圏で見られます。
3. 食感・味の好みの違い(少数)
もちもちすぎる
少し甘い／酢飯が苦手
自国の長粒米・ジャスミンライスの方が好み
→ 文化的な嗜好差による違和感で、否定的評価は限定的。
4. 箸で食べることへの戸惑い
スプーンがないと食べづらい
初めは慣れなかった
ただし「慣れたら問題ない」という補足が多い。

令和7年度インバウンドのコメ消費量に係る調査委託事業

デスクトップリサーチ、業界ヒアリング、現地調査

調査報告書

2026年3月

株式会社ブランド総合研究所

調査概要

調査目的	インバウンドの日本国内での食事およびコメの消費状況を調査する
調査方法	面接ヒアリング 実際に訪問し、経営者または担当者、調理人にインタビューを実施 電話ヒアリング 電話にて経営者、担当者、調理人にヒアリングを実施 訪問調査 実際の店頭を訪問し、インバウンドの飲食状況を視察、実食等を実施 テイクアウト 実際におにぎりや弁当等を購入し、ごはんの量を測定 ホームページ 宿泊施設や飲食店、物販店のホームページ等を基に調査 (SNS等の個人の情報は対象外)
調査期間	2025年12月4日～2026年2月15日
対象施設	国内の宿泊施設、飲食店、物販店(コンビニ等)
実施エリア	全国展開しているチェーン店(電話、ホームページ、テイクアウト等) 面接・訪問等は東京、大阪、京都、福岡、北海道、名古屋、横浜 で実施 (インバウンドの訪問が多い地域を中心に実施)
店舗選定基準	全国展開または地域の有力店で、インバウンドから人気のある店舗を対象とした メニューごとに高級店・専門店、チェーン店、大衆を対象とした店舗が含まれるようにした 調査エリアは北海道、東京、横浜、京都、大阪、福岡、沖縄 空港、駅、人気商業地などの店舗は実地調査に加えた
算出の基準	一つの店舗で複数のメニューを提供している場合は、メニューごとに複数調査した 原則として普通盛りのライス量とした(調査件数のうち、大盛、小盛りは算出対象外) 店で提供(または公表)している一般的なライス量を採用した テイクアウトに関しては、実際に販売している商品を購入し、ライス量を測定した ビュッフェ方式、食べ放題方式の店舗は、客数と仕込み量から算出した
調査件数	合計335件 (192社)

施設カテゴリ	宿泊	飲食	物販	合計
面接ヒアリング	7	28	0	35
電話ヒアリング	12	82	7	101
訪問調査	2	89	4	95
テイクアウト	0	1	39	40
ホームページ	2	54	8	64
合計	23	254	58	335

調査協力店	(上記192社のうち、公表可能な一部店舗・企業のみ)	
	リーガロイヤルホテル京都オールデイダイニングカザ	
	The Ryokan Tokyo YUGAWARA	ゴーゴーカレー(全国)
	サザンビーチホテル	ロイヤルパークホテル
	サッポロビール園	沖縄式島豚焼肉「ばんない」
	瀬長島ホテル	温もりの宿 辰巳館
	ダイワロイネットホテル札幌	海味はちきょう 本店
	てんぶら 阿部	京都かつりき
	二条市場海鮮丼	黒門三平
	ニューオータニイン札幌	今半
	プロスタイル旅館 東京浅草	築地 海鮮丼 大江戸
	ホテルメルキュール	北海道料理 ユック
	まるや本店	

調査結果

1. 料理メニュー別、ライスの提供量

	メニュー	調査数(件)	算出対象	ライス量(g)	備 考
朝食	朝食セット(和定食)	7	5	221	宿泊施設での和朝食セット
	ビュッフェ	15	12	161	札幌、東京、大阪、沖縄など
	ホテル外レストラン				外食の平均
	テイクアウト				下記のテイクアウトに含む
外食	和定食、会席料理	45	40	181	
	寿司	13	13	243	インバウンドの平均的な15貫で計算
	すき焼き	7	7	181	
	しゃぶしゃぶ	4	4	138	うどんと選択できる店が多い。火鍋も含む
	とんかつ、かつ丼	11	11	198	
	てんぷら、天井	14	12	206	大盛天井は対象外
	うなぎ、うな丼	9	9	220	ひつまぶしを含む
	焼肉	14	12	181	大盛は除く
	カレーライス	27	27	232	
	ステーキ、ハンバーグ	16	14	189	大盛等を除く14品の平均
	オムライス	13	13	212	創作オムライスが多い
	チャーハン	5	5	269	
	牛丼	18	9	219	並盛の平均値。(大盛9件は対象外)
	海鮮丼	35	35	225	
	他の丼もの	9	7	216	チャーシュー丼、しらす丼、タコライス等
	その他	7	4	220	鍋、中華定食など
	ごはん単品	11	8	179	
持ち帰り	おにぎり	27	27	148	
	弁当	20	15	197	
	巻きずしやいなりずし	6	6	205	イオン、コンビニ3種
	その他	2	2	185	冷凍食品等

2. 料理メニュー別でのインバウンドの反応と嗜好(概要)

全般的	米価の上昇で、提供されているごはん(ライス)の量はやや少なくなっている 大盛無料サービスの廃止、ごはんお代わり有料などの店も増えつつある 麦や五穀米を提供する店も増えつつある 使用するコメはほとんどの店が国産米に限定(国産米と明記していない店もある)。 地域の人気店では、地元産の米に限定している店が多い コメへの評価はとても高く、コメを食べることを楽しみに来日するインバウンドも多い インバウンドを狙って、ランチでも数千円を超える高額なメニューが増えてきている 一方で、人気が高く行列ができてるのは2000円以内の手ごろな価格で質の高いメニューの店 ランチはラーメンや丼などの手ごろな食事、あるいは食べ歩きで多様性を楽しむスタイルを好み、夜はフードホールや居酒屋で数多くの品を頼むというスタイルと、特定の人気店を予約をして味わうという複数のスタイルを楽しむ人が多い 飲食店では丼の提供が急増している。提供や洗いが簡易で、インバウンドも注文しやすいのが理由
朝食セット(和定食)	宿泊施設ではビュッフェと朝食セットのどちらかが設定されていることが多い 朝食セットは和食、洋食を選べることが多いが、インバウンドは和定食を選ぶ人の方が多い 旅館などではおひつで提供することがある(ライス量の算出対象外)。一人1合が基準 味噌汁、納豆も人気(個人差あり) 中華系はお粥も喜ばれる アジア系はおにぎりが人気。ごはんは大盛、おかわりする人も多い

朝食ビュッフェ	自分で作る体験型(丼、うどん、鶏飯)や、目の前で調理する(おにぎり、ステーキ)が人気 朝食ビュッフェの金額は3000円以上が当たり前に アジア系では朝食はコンビニで調達する人も多い(金額が理由) パンも人気だが、インバウンドは7割以上がライスを食べる。箸の使い方が上手な人も多い 朝食で炊き込みご飯にすると量が増えるとのこと。栗ご飯、ちらしずしなども カレーは多くの店で人気が高い
和定食、会席料理	多くのメニューを組み合わせ提供する店が人気(会席風)で、金額は5000円前後も多い。 小丼を複数(3〜7)組み合わせるセットも多い(海鮮丼、かつ丼、いくら丼、うな丼など) 焼き魚定食などはインバウンドは選びにくい
寿司	訪日での食事の最大の目的(楽しみ)として、寿司を食べることとしている人が多い インバウンドは総じて食べる量が多い(15貫程度で、一般的な1.5人前に相当) 人気店や高級店をあらかじめ予約しておくのが一般的 人気のネタはトロ、サーモン。青魚やこはだなどは避けられることが多い。エビや玉子も人気 巻きずしはあまり人気ではない。いなりずしは専門店や持ち帰りも含め大人気
すき焼き	すき焼きとしゃぶしゃぶを選ぶ店が、インバウンドに人気上位店になっていることが多い。 ただし、すき焼きを選ぶ人はあまり多くない。 定食などにすき焼きがあるのは人気が高い 甘醤油の味が人気のもと。和牛人気も高い すき焼きを食べる人はライスを食べる場合が多い。生卵は食べない人も多い
しゃぶしゃぶ	しゃぶしゃぶ専門店がインバウンドに人気になっている。 しゃぶしゃぶというより、火鍋に近い店も多い。中国、台湾、韓国など東アジア人気 野菜は取り放題の店が人気店になっている ごはんとうどん(中華麺もある場合もある)を選ぶ店が多く、うどんの方が人気が高い
とんかつ、かつ丼	とんかつは大人気メニューの一つ。人気店を予約しているケースが多い チェーン店より専門店が好まれることが多い ライスを食べる人が非常に多い エビフライ、カキフライも人気が高い 定食屋オムライス、カレーなど他のメニューにとんかつをトッピングするのも大人気 かつ丼も人気は高いが、とんかつそのものの方が人気がある 「牛かつ」の店がインバウンドに大人気に。和牛人気ととんかつの融合 豚肉が食べられない人も安心して食べられるとの理由もある ソースカツどん、たれカツ丼、味噌カツなどは一部のインバウンド向けか
てんぷら、天井	てんぷらもインバウンドに人気の高いメニュー エビが一番人気。エビが多いエビ天井も人気のひとつ 天つゆは人気で、多くの薬味を入れる人が多い
うなぎ、うな丼	アジアの人にはうなぎは大人気。甘い味付け、柔らかい食感、生臭くないことが理由 宗教面で食べられない人もいる ひつまぶしを愛知以外で提供する店が増加。味付けを変えた「変わり種うな丼」も多い
焼肉	アジア系に人気が高い ごはんの消費量はあまり多くはないが、焼き肉丼、しょうが焼きなどはご飯も多い
カレーライス	カレーライスはインバウンドにとっても人気が高い 食べるご飯の量もほかのメニューより多い カツ、フライ、ハンバーグなどトッピングの種類が多くなっている 日本風(日本人は「欧州カレー」ともいう)のカレーライスが人気が高い ライスはバターライスやターメリックライスより、白米を好む人が多い
ステーキ、ハンバーグ	和牛の人气が高い。神戸牛に人气が最も高い(金額も高い) 炎などのパフォーマンスを見せる店も増えてきている。サムライの演出も 鉄板で焼くチャーハン(焼きめし)も人気があるとのこと ハンバーグは体験型スタイルの店は人気があるが、一般的なメニューとしてはあまり人気は高くない
オムライス	オムライスはインバウンドに人気は急激に高まっている 一般的なオムライスではなく、カレー、とんかつ、シーフードなどとのコラボ新メニューが多く誕生 5000円を超える高額なオムライスもある(シーフード、ステーキなど) コラボ(コンビネーション)メニューとして、ほかの業態でも多く取り入れられつつある

チャーハン	中華料理店以外でも、ステーキ店、鉄板や尾でも提供されることが多い オムライスなどとのコラボメニューも多い 混ぜご飯(炊き込みご飯)との区別がついていないインバウンドも多い
牛丼	基本的に牛丼チェーン店での提供が大半 英語や中国語、ハングルなどの他国言語化が進んでいる うな丼とのセットなどで、高価格帯のメニューも増えてきている(吉野家では2338円) ニセコ等で高価格(2000円)の通称「インバウン丼」も登場している
海鮮丼	インバウンドに人気がとても高いのが海鮮丼で、3000円以上の高額なものも多い マグロ、サーモンが大人気 エビ、イクラ、ホタテなど多くのネタを乗せた高額の高額な海鮮丼も多く、人気が高い 築地、黒門市場など市場で新鮮な海鮮丼を提供する店舗に行列ができています 複数の小丼を組み合わせたセットメニューも人気がある ライスの量は米価の上昇でやや少なくなっている
他の丼もの	親子丼、豚丼、マーボー丼、天津丼、から揚げ丼、焼き鳥丼など多様性が進んでいる ローストビーフ丼、ステーキ丼など洋風の丼も少なくない 地域の食材や食文化を生かした「ご当地丼」は、インバウンドへの普及はまだ十分ではない 丼のご飯量は、180～200gが多い
その他	ラーメンライス、タコライス、ドリア、雑炊、お茶漬け、ライスバーガー、赤飯、ちらしずし、釜飯、など コンビニやスーパーでパックライスや冷凍品を購入する人もいるとのことだが、飲食状況は不明
おにぎり	コンビニでおにぎりを購入するインバウンドが増加している 朝食代わりや夜食のほか、電車やバスなどで移動中に食べるため 帰国の際に空港や飛行機内で食べるという人も多い 具材の一番人気は鮭(サーモン)で、ツナマヨ、イクラ、焼き肉、チキンなども人気がある 欧米では海苔が苦手な人も少なくないとのこと、海苔のないおにぎりを求める人もいます 大きな具材の入ったおにぎりの専門店がインバウンドの専門店に行列ができることも多い(築地等) 冷凍おにぎり、焼きおにぎりなどは今回の調査対象外
弁当	新幹線やバスでの移動の際に、弁当を買い求める人も多い。特に「駅弁」を評価するインバウンドは多い Bento は世界共通語で、本場の弁当を楽しみたいというインバウンドも多いとのこと 焼き肉弁当、幕の内弁当、すし弁当が三大人気 自己加熱式の弁当に驚くSNSもある コンビニでは丼(カツ丼、親子丼、天津丼など)が多く、カレーやオムライス、チャーハンなどもある 弁当のご飯量は180g程度で、丼は少し多めの200gが多い
巻きずしやいなりずし	コンビニなどでいなりずしや巻きずしを買う人も多い メインの食事というより、食事にプラスしたり、間食として利用する人が多い(おにぎりも同様か) いなりずしの専門店をインバウンドがSNSで紹介することもあり