

# 旅行年報

Annual Report on the  
Tourism Trends Survey

2 0 2 1



公益財団法人 日本交通公社

本書は、原則として2020年度(2020年4月～2021年3月)のデータに基づいて執筆しています。ただし、執筆時期に公開されているデータが暦年のものはそのデータに基づき、年表などの一部項目については2021年6月までの情報を取り込みました。

# 旅行年報

Annual Report on the  
Tourism Trends Survey

# 2021

## 目次

この1年をふりかえって ..... 2

### 第Ⅰ編 日本人の旅行市場

「JTBF 旅行実態調査」「JTBF 旅行意識調査」について(調査概要) ..... 6

I -1 日本人の旅行市場の概況 ..... 7

I -2 日本人の国内旅行 ..... 11

I -3 日本人の海外旅行 ..... 35

I -4 日本人の旅行に対する意識 ..... 38

I -5 新型コロナウイルス感染症の流行と日本人の旅行 ..... 50

### 第Ⅱ編 訪日外国人旅行

Ⅱ -1 訪日外国人の旅行動向 ..... 62

Ⅱ -2 訪日旅行に対する意識 ..... 77

Ⅱ -3 訪日旅行事業の現況 ..... 84

### 第Ⅲ編 観光産業

Ⅲ -1 旅行業 ..... 92

Ⅲ -2 運輸業 ..... 100

Ⅲ -3 宿泊業 ..... 113

Ⅲ -4 集客交流施設、MICE ..... 119

### 第Ⅳ編 観光地

都道府県別延べ宿泊者数およびうち外国人延べ宿泊者数(2020年と2019年の比較) ..... 130

Ⅳ -1 北海道 ..... 131

Ⅳ -2 東北 ..... 135

Ⅳ -3 関東 ..... 140

Ⅳ -4 中部 ..... 144

Ⅳ -5 近畿 ..... 148

Ⅳ -6 中国・四国 ..... 152

Ⅳ -7 九州 ..... 156

Ⅳ -8 沖縄 ..... 160

Ⅳ -9 自然 ..... 164

Ⅳ -10 歴史・文化 ..... 168

Ⅳ -11 温泉 ..... 175

### 第Ⅴ編 観光政策

V -1 国による観光政策 ..... 180

V -2 都道府県による観光政策 ..... 186

V -3 主要市町村による観光政策 ..... 191

### 付記

観光研究 ..... 197

(1) 日本国内の観光関連学会 (2) 大学・大学院 (3) 科学研究費助成事業における観光学の扱い

### 資料編

資料-1 旅行年表 ..... 202

資料-2 付属統計表 ..... 206

---

# この1年をふりかえって

## 経験のない厄災

『旅行年報』は観光を巡る1年間の記録であり、1981年以來の年々歳々、旅行市場、観光産業や観光地の動き、国や地域の観光政策をとりまとめてきている。約40年の間に、バブル経済の崩壊やリーマンショックなどの経済危機、米国同時多発テロや東日本大震災などの事件・災害が旅行市場を脅かして来た。しかしながら、この2020年のコロナ禍ほどマイナスのインパクトをもたらした厄災は他に存在しない。

第Ⅰ編では国内旅行、第Ⅱ編では訪日旅行の動向をとりまとめているが、「旅行・観光消費動向調査」による2020年の国内宿泊旅行は1.6億人回で前年比48.4%減、目的別では業務出張が57.8%減と特に減少した。2019年に初の2千万人超えに沸いたばかりの海外旅行市場は317万人の84.2%減へと沈んだ。訪日外客数は412万人の87.1%減となっており、4月以降はほぼ市場が消滅した形になっている。

パンデミックを迎えたタイミングにも厳しいものがあつた。1990年代から続く国内旅行市場の長い停滞を経て、訪日市場の拡大を梃子としてようやく宿泊産業の経常利益も回復し、国や自治体の観光予算も増え、DMOなどの観光推進組織も強化されつつあつた。東京オリンピックをフックとした投資も外国資本や異業種も含めて活発となり、一部の観光地では「オーバーツーリズム」とも言われるような態勢もみられていた。

そうした環境下で発生したパンデミックによって、観光需要は下方シフトを余儀なくされ、資産回転率や経常利益が大幅に低下している。但し、資金力のある外資系を中心とする高級ホテルの開業は続いており、コロナ禍においても資産を増やしたとされる富裕層に向けて、観光施設や観光人材の重心が移っていく可能性がある。

第Ⅲ編には観光産業の動向をまとめているが、旅行業の取扱高は2020年度で前年比78.4%減と、国際旅行と国内団体旅行の縮小等によって、観光産業の中でもとりわけ厳しい状況となっている。運輸産業も、観光需要の減少と自動車利用へのシフトに加え、業務出張や家事帰省の減退もあり、新幹線旅客数は57.8%減、国内線航空旅客数は幹線で64.7%、ローカル線で68.4%減となるなど、見たことのないマイナス数値が並ぶこととなった。

宿泊産業は2020年の延べ宿泊者数が43.3%減の3.3億人泊まで縮小したが、2020年の後半はGo Toトラベルキャンペーンの効果もあって、補助金を含む宿泊単価は比較的高めに維持された。しかし2021年に入ってから、緊急事態宣言の長期化により稼働率、宿泊単価の両面で厳しい状況となっている。

テーマパーク・遊園地の入場者数は62.5%減と、やはり市場規模が縮小しており、個別にみると東京や沖縄などで緊急事態宣言の影響で減少幅が大きい。MICEについても国際会議の開催延期やオンライン化、あるいはハイブリッドでの開催などが

---

目立った。展示会の統計では、開催件数38.3%減に対して来場者数のマイナス幅の方が78.3%減と大きくなっている。出張旅行の減少とも重なるが、こうしたワークスタイルがある程度定着していく可能性があり、今後現地でしか得られない成果や経験価値とは何かを見定めていく必要があるだろう。また一方で、ワーケーションやプレジャーなど新たな市場の萌芽も始まっている。

第Ⅳ編では観光地の動向についてとりまとめている。2003年のSARSや2009年の新型インフルエンザでは、感染者数の発生が一部の地域に限られていたのに対し、新型コロナウイルスは全国に広がった点が特徴であり、従って観光客数も全国的に減少することになった。2020年の「宿泊旅行統計」をみると、減少率が大きい都道府県は、大阪、沖縄、京都、東京、山梨、千葉、福岡の順となっており、感染者が多かった地域や外国人客比率が高かった地域でダメージが大きい。地理的範囲の広がりだけでなく、パンデミックの発生している期間も長期にわたっており、通年型の観光地からスキー場や海浜リゾートなどのシーズンリティの高い地域まで漏れなく厳しい状況となっている。

第Ⅴ編では、国や地域の観光政策を取り上げ、観光産業や観光地の窮状を緩和するために実施された主な施策の状況について独自調査「観光政策に関するアンケート調査」の結果を交えて整理している。

先ず、国においては、「持続化給付金」「家賃支援給付金」「雇用調整助成金の特例措置」など、観光関連事業や雇用継続への直接的な支援が行われた。また、コロナ対策を行っている事業者を対象とした需要喚起策としてGo Toトラベルキャンペーンが実施され、大きな成果を上げている。また、コロナ収束後の旅行市場回復を睨み、滞在型コンテンツの磨き上げを企図した各種事業も実施された。城泊・寺泊による歴史資源の活用や、国立公園におけるグランピングの支援などが日本各地で進められている。

都道府県の新型コロナ対策としては、「自都道府県内居住者向け需要喚起策」が2020年度、2021年度とも9割を超えてトップとなっており、いわゆる「県民割」などの県内旅行への補助事業等が国からの「地方創生臨時交付金」などを用いて進められた。マイクロツーリズムなどとも言われるこうした動きには、県民が地元の観光資源や施設の魅力を再発見する効果もあったものと考えられる。市町村においても同様に自市町村民向けの需要喚起策が2020年度、2021年度とも最も取り組まれている施策となっている。

---

---

## 強い潜在需要と政策への期待

1987年の「総合保養地域整備法」に前後して各地に整備されたリゾート施設は、需要予測の見通しの甘さもあったが、バブル経済の崩壊によって当初見込んでいた高単価の観光客を獲得できなかった。その後数奇な運命をたどって今も輝きを放つ施設が多いが、関係した方々の辛苦は大変なものであったろう。宿泊産業におけるここ数年の設備投資の水準はバブル期に迫るものだったが、こうしたストックの積み重ねを無にしてはならない。また、固定資産同様に観光人材もまた短期に養成できるものではなく、こうした事業の基盤を保全していくことが今重要である。

観光消費の経済波及効果は、平年度であれば55兆円を超え(生産波及効果)、これに観光設備投資による波及効果を加えれば日本経済への影響力は基幹産業のそれであり、雇用の波及効果は456万人とさらに大きな影響力を持っている。コロナ禍によって失われているものの、旅行への潜在需要には根強いものがあり、コロナ禍が一定の収束をみれば早期に顕在化する可能性が高い。

当財団では、幾つかの独自調査を継続的に行って、国内旅行や訪日旅行の需要動向の把握に努めてきている。第Ⅱ編では、「DBJ・JTBFアジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査」の結果を抜粋しているが、主要国の海外旅行経験者のほとんどがコロナ収束後の海外旅行を望んでおり、しかも旅行先についてはアジア、欧米豪ともに日本が一位という調査結果となっている。

国内旅行も含め、コロナ収束後に急ピッチで市場が回復する可能性があるが、観光産業は大きく痛んでおり、Go Toトラベルキャンペーンの再開などにより、観光産業や観光地の体力回復を中長期的に支援していくことが望まれている。

また一方で、コロナ以前からの課題であったオーバーツーリズムが再発しないための対策や、単に誘客をするだけでなく、観光の経済効果が国や地域内で循環するような施策の方向性を前広に検討する必要があるだろう。観光分野におけるSDGsの推進も盛んに言われるようになったが、国民や地域住民への利益をもたらすという視点から取り組んでいくことがより重要と考える。そのことが、今回のような旅行市場を脅かす危機に際して、住民が観光産業に向ける眼差しを柔らかくすることにつながるだろう。

長期的にみれば、訪日富裕層の増大や、自動運転技術の進化など、旅行市場のブレークスルーにつながる要素は多い。その未来のために、今は観光産業・観光地の活力を堅持していくための国や地域の支援に期待したい。

(塩谷英生 執筆者を代表して)

# 第 I 編 日本人の旅行市場

「JTBF 旅行実態調査」「JTBF 旅行意識調査」について(調査概要) ..... 6

## I-1 日本人の旅行市場の概況

- 1 旅行者数 ..... 7
  - 旅行平均回数 ●平均泊数 ●延べ旅行者数 ●延べ泊数
- 2 旅行市場区分(全体) ..... 8
  - (1) 費用負担および旅行形態からみた旅行市場
- 3 旅行市場区分(観光・レクリエーション) ..... 9
  - (1) マーケットセグメント別の市場シェア
  - (2) 性・年代別にみる同行者別の市場シェア

## I-2 日本人の国内旅行

- 1 2020年の概況 ..... 11
  - (1) 国内旅行者の主要動向
  - (2) 主な要因
  - (3) 宿泊者数の内訳(●性・年代別●出発月別●居住地別)
- 2 着地別(都道府県別)の旅行動向 ..... 14
  - (1) 都道府県別国内宿泊者数
  - (2) 都道府県別旅行内容
- 3 マーケットセグメント(同行者×ライフステージ)別の旅行動向 ..... 28

## I-3 日本人の海外旅行

- 1 2020年の概況 ..... 35
  - (1) 日本人海外出国者の主要動向
  - (2) 主な要因
  - (3) 日本人海外出国者数の内訳

## I-4 日本人の旅行に対する意識

- 1 行ってみたい旅行 ..... 38
  - (1) 行ってみたい旅行先(国内旅行・海外旅行)
  - (2) 行ってみたい旅行タイプ
  - (3) 旅行タイプ別の行ってみたい旅行先
  - (4) 特定の旅行スタイルの経験と参加意向
- 2 旅行の動機 ..... 47
- 3 旅行の阻害要因 ..... 49

## I-5 新型コロナウイルス感染症の流行と日本人の旅行

- 1 旅行実態 ..... 50
  - (1) 旅行実施への影響
  - (2) 実施した旅行への影響
- 2 旅行意識 ..... 54
  - (1) 旅行実施に及ぼす影響
- 3 旅行意向 ..... 57
  - (1) コロナ禍における直近3ヶ月間の意向
  - (2) コロナ収束後の旅行意向
- 4 日常生活での意識・行動 ..... 58
  - (1) 日常生活での意識
  - (2) 日常生活での行動の変化

## 「JTBF 旅行実態調査」「JTBF 旅行意識調査」について(調査概要)

本書では、第I編と第III編にて、下記調査データを使用しています。

調査名 : JTBF 旅行実態調査2020  
 調査方法 : ウェブ調査  
 調査時期 : 2020年5月実施(2020年1~3月期分の旅行内容)、2020年7月実施(同4~6月期の旅行内容)、2020年10月実施(同7~9月期の旅行内容)、2021年1月実施(同10~12月期の旅行内容)

### 【全体調査】

調査対象 : 全国16~79歳の男女(調査会社のパネルより抽出)  
 標本の大きさ : 各回50,000人 ※国勢調査時の人口(地域・性別・年代)に基づき、調査会社のモニターを割り当て。  
 調査項目 : 旅行実施の状況、今後の旅行予定・意向、コロナ禍における日常生活への影響等を調査

### 【トリップ調査】

調査対象 : 全国16~79歳の男女で、期間中に観光・レクリエーション旅行を実施した人(調査会社のパネルより抽出)  
 調査の対象とした旅行期間 : 2020年1月~12月  
 調査項目 : 主に旅行実態を調査  
 回答者属性 :

### 〈国内宿泊観光旅行〉

年齢(歳)	男性							女性							合計
	16~19	20~29	30~39	40~49	50~59	60~69	70~79	16~19	20~29	30~39	40~49	50~59	60~69	70~79	
標本の大きさ(人)	109	352	386	461	377	360	318	87	282	320	412	363	373	378	4,578
構成比(%)	2.4	7.7	8.4	10.1	8.2	7.9	6.9	1.9	6.2	7.0	9.0	7.9	8.1	8.3	100.0
年齢(歳)	男性							女性							合計
	16~19	20~29	30~39	40~49	50~59	60~69	70~79	16~19	20~29	30~39	40~49	50~59	60~69	70~79	
トリップ数(件)	153	489	534	677	569	539	460	112	398	405	570	538	555	512	6,511
構成比(%)	2.3	7.5	8.2	10.4	8.7	8.3	7.1	1.7	6.1	6.2	8.8	8.3	8.5	7.9	100.0

※国勢調査時の人口(地域・性別・年代)に基づき、調査会社のモニターを割り当て。ただし、一部若年層および高齢層において不足した属性あり。トリップ数は標本の大きさに各月の旅行発生量(観光庁)を割り付けて重み付け。

※表中の数値は表示単位未満四捨五入の関係で、合計が一致しない場合がある。

※海外観光旅行も調査対象だが、4月以降の海外観光旅行実施票を十分に得られなかったため、今回の分析対象からは除外した。

本文では、I-1「日本人の旅行市場の概況」、I-2「日本人の国内旅行」、I-5「新型コロナウイルス感染症の流行が日本人の旅行に与えた影響」で使用

調査名 : JTBF 旅行意識調査  
 調査対象 : 全国18~79歳の男女(調査会社のパネルより抽出)  
 調査方法 : 郵送自記式調査  
 調査項目 : 主に旅行に関する意識を調査  
 調査時期 : 2021年5~6月実施  
 回答者属性 :

年齢(歳)	男性							女性							合計
	18~19	20~29	30~39	40~49	50~59	60~69	70~79	18~19	20~29	30~39	40~49	50~59	60~69	70~79	
標本の大きさ(人)	14	108	126	151	113	127	110	13	103	105	132	106	149	116	1,473
構成比(%)	1.0	7.3	8.6	10.3	7.7	8.6	7.5	0.9	7.0	7.1	9.0	7.2	10.1	7.9	100.0

※国勢調査時の人口に基づき、住宅地図データベースから世帯を抽出し、個人を割り当て。

※表中の数値は表示単位未満四捨五入の関係で、合計が一致しない場合がある。

本文では、I-4「日本人の旅行に対する意識」およびI-5「新型コロナウイルス感染症の流行が日本人の旅行に与えた影響」、III-1「旅行業」で使用



# I-1 日本人の旅行市場の概況

## I 旅行者数

日本人の旅行平均回数 国内宿泊旅行1.28回、国内日帰り旅行1.05回、海外旅行はデータなし

日本人の旅行市場を「国内宿泊旅行」「国内日帰り旅行」「海外旅行」の3領域に大別し、旅行者数を概観する。なお2020年中に実施された海外旅行に係る調査結果のうち、観光庁の公開する統計が欠損値（データなし）である部分について、本項の本文では記述を省略し、図表では「-」として表示した。

### ●旅行平均回数

2020年の日本人の旅行平均回数は、国内宿泊旅行全体では1.28回/人、国内日帰り旅行全体では1.05回/人であった。各旅行の観光、帰省、出張の内訳については、図I-1-1左を参照。

### ●平均泊数

2020年の日本人の旅行における平均泊数は、国内宿泊旅行全体では2.42泊/人回であった。各旅行の観光、帰省、出張の内訳については、図I-1-1右を参照。

### ●延べ旅行者数

2020年の日本人の延べ旅行者数は、国内宿泊旅行全体では1億6,070万人、国内日帰り旅行全体では1億3,271万人であった。国内宿泊旅行の目的は観光が57.1%、帰省・知人訪問等が28.6%、出張・業務が14.2%であった。国内日帰り旅行の目的は国内宿泊旅行の目的は観光が67.3%、帰省・知人訪問等が17.6%、出張・業務が15.0%であった(図I-1-2左)。

### ●延べ泊数

2020年の日本人の延べ泊数については、国内宿泊旅行全体では3億8813万人泊であった。旅行目的は観光が39.0%、帰省・知人訪問等が40.7%、出張・業務が20.4%であった。(図I-1-2右)

図 I - 1-1 旅行平均回数および平均泊数(2020年)

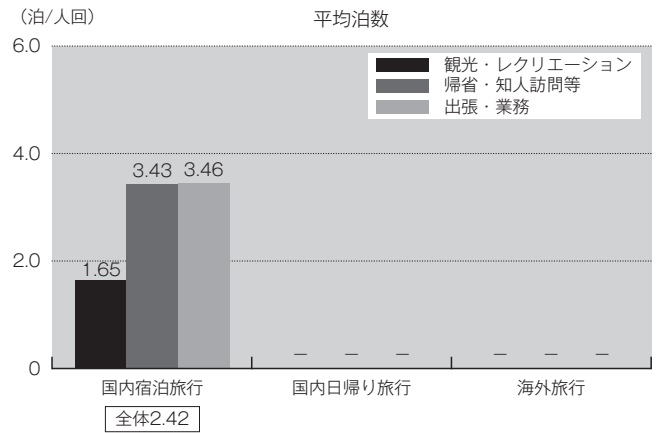
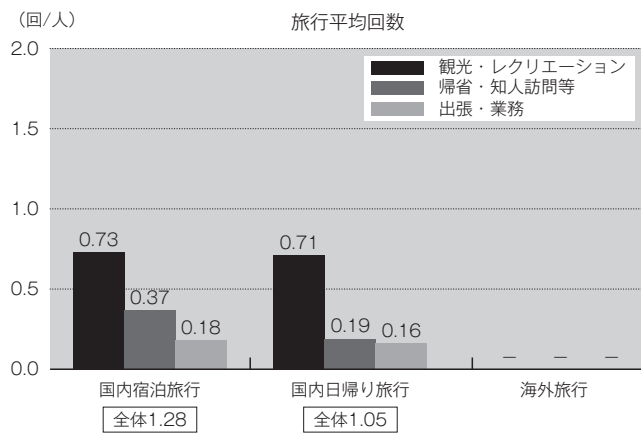
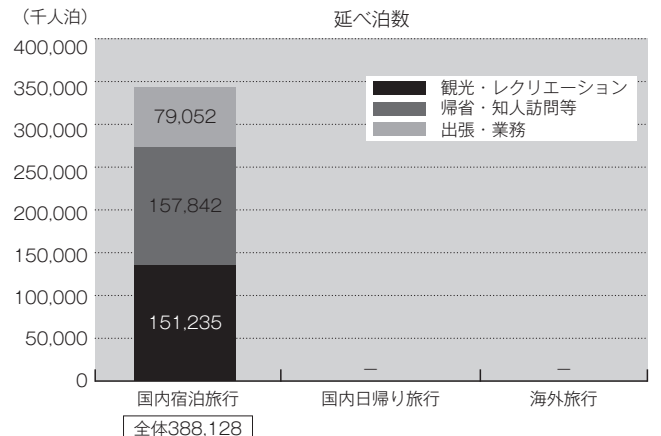
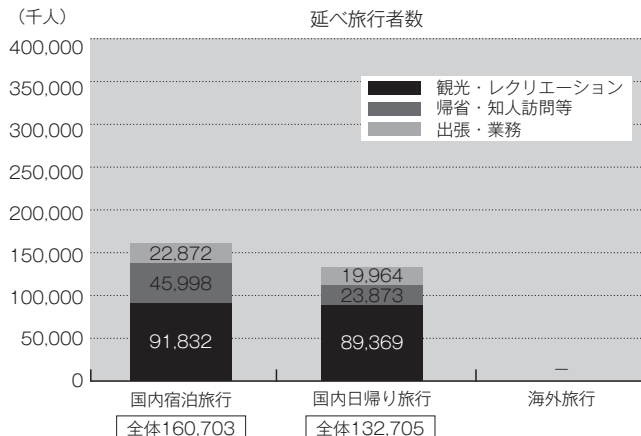


図 I - 1-2 延べ旅行者数および宿泊者の延べ泊数(2020年)



資料:いずれも観光庁「旅行・観光消費動向調査」をもとに(公財)日本交通公社作成

## 2 旅行市場区分（全体）

旅行全体の約半分が個人で実施する観光旅行

### (1) 費用負担および旅行形態からみた旅行市場

第一に、旅行内容と旅行形態(団体・個人)に着目し、旅行市場を「個人で実施する観光旅行」「帰省や家事のための旅行」「組織が募集する団体旅行」「出張や業務旅行」「会社がらみの団体旅行」の5種類に区分した。この5つの市場区分について、延べ旅行者数(単位:人回)をベースとしてそれぞれのシェアを算出すると、「個人で実施する観光旅行」が最も大きなシェアを占めていることが分かる。国内旅行では60.4%、海外旅行では45.5%が「個人で実施する観光旅行」であった。次点は国内・海外旅行ともに「出張や業務旅行」、第三位は「帰省や家事のための旅行」であった(表I-1-1)。

表 I - 1-1 旅行形態に着目した旅行市場区分シェア(2020年)

(単位:%)

市場区分	定義	国内旅行	海外旅行
個人で実施する観光旅行	個人で実施する観光旅行。スポーツ旅行。旅行会社のバック旅行に参加した場合も含める。	60.4	45.5
帰省や家事のための旅行	帰省や冠婚葬祭関連の旅行。(帰省ついでに行った観光旅行は観光・レクリエーション旅行)	12.5	11.1
組織が募集する団体旅行	町内、農協、郵便局、信金、宗教団体、サークルなどが募集する旅行。	4.8	10.1
出張や業務旅行	打合せや会議、視察目的の旅行。	13.2	15.4
会社がらみの団体旅行	職場旅行や招待、報奨旅行。団体で行動する旅行。	4.1	9.2
その他の旅行	上記のいずれにもあてはまらない旅行。	4.9	8.7

資料:(公財)日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

表 I - 1-2 旅行費用の負担者別にみるシェア(2020年)

(単位:%)

費用負担者	市場区分	国内旅行	海外旅行
個人負担	個人で実施する観光旅行	77.7	66.7
	帰省や家事のための旅行		
	組織が募集する団体旅行		
法人負担	出張や業務旅行	17.4	24.6
	会社がらみの団体旅行		
	その他の旅行		

資料:(公財)日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

表 I - 1-3 旅行形態別にみるシェア(2020年)

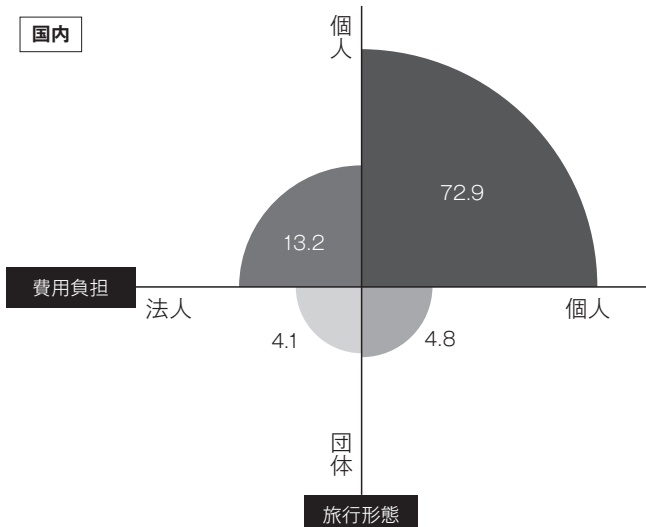
(単位:%)

旅行形態	市場区分	国内旅行	海外旅行
個人旅行	個人で実施する観光旅行	86.1	72.1
	帰省や家事のための旅行		
	出張や業務旅行		
団体旅行	組織が募集する団体旅行	8.9	19.3
	会社がらみの団体旅行		
	その他の旅行		

資料:(公財)日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

図 I - 1-3 国内旅行の負担者別・旅行形態別のシェア(2020年)

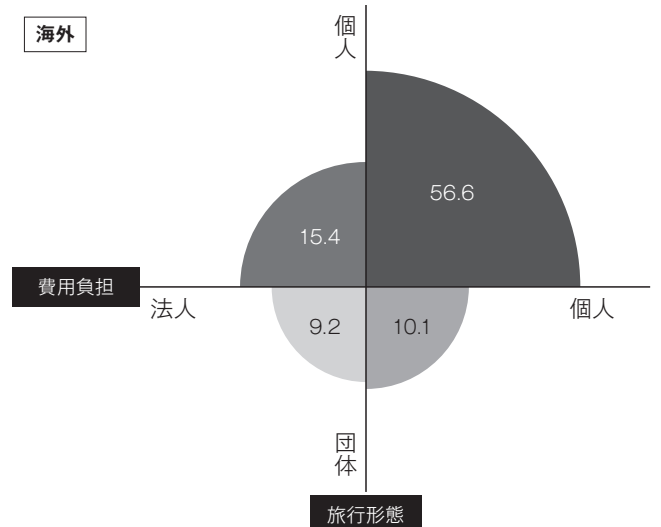
(単位:%)



資料:(公財)日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

図 I - 1-4 海外旅行の負担者別・旅行形態別のシェア(2020年)

(単位:%)



資料:(公財)日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

### ③ 旅行市場区分（観光レクリエーション）

夫婦・カップルの旅行シェアが最も高く39.2%

#### (1) マーケットセグメント別の市場シェア

旅行は「誰と行くか」によって、内容が大きく左右される。特に家族旅行の場合、子供の有無や年齢によって、旅行の内容は大きく変化する。そこで旅行マーケットのセグメンテーションとして、まず「旅行の同行者」を軸にして『家族旅行』『夫

婦・カップル旅行』『友人旅行』『ひとり旅』に大きく区分し、さらにその旅行者の「ライフステージ（配偶者や子供の有無、子供の年齢）」を軸として、17のセグメント（3世代家族旅行は除く）に細分化した。（表I-1-4）

セグメントごとのシェアを概観すると、国内旅行では「夫婦・カップル旅行」のシェア39.2%と最も高く、次いで「家族旅行」が27.9%、「友人旅行」が16.1%を占めた。「ひとり旅」は全体の15.4%を占め、そのうち10.4%は「男性のひとり旅」であった。

国内旅行におけるセグメント別分析の詳細は、28～34ページに掲載した。

表 I - 1-4 観光レクリエーション旅行の市場区分

マーケットセグメント		旅行の同行者	ライフステージ
家族旅行	乳幼児の子どもと一緒にの家族旅行(小中高生を含まない)	子供連れ	乳幼児の子あり
	小中高生の子どもと一緒にの家族旅行(乳幼児連れも含む)	子供連れ	小中高生の子あり
	18歳以上のみの家族旅行	子供連れ 親を連れて	末子が18歳以上 —
	※内、3世代家族旅行	3世代で	—
夫婦・カップル旅行	カップルでの旅行	カップルで	—
	夫婦での旅行(子どもなし)	夫婦で	子供なし
	子育て中の夫婦での旅行	夫婦で	末子が18歳未満
	子育て後の夫婦での旅行	夫婦で	末子が18歳以上
友人旅行	未婚男性による友人旅行	友人や知人と	未婚男性
	既婚男性による友人旅行(子どもなし)	友人や知人と	既婚男性・子供なし
	子育て中の男性による友人旅行	友人や知人と	末子が18歳未満
	子育て後の男性による友人旅行	友人や知人と	末子が18歳以上
	未婚女性による友人旅行	友人や知人と	未婚女性
	既婚女性による友人旅行(子どもなし)	友人や知人と	既婚女性・子供なし
	子育て中の女性による友人旅行	友人や知人と	末子が18歳未満
	子育て後の女性による友人旅行	友人や知人と	末子が18歳以上
ひとり旅	男性のひとり旅	自分ひとりで	男性
	女性のひとり旅	自分ひとりで	女性

※3世代家族旅行は、子どもの年齢にかかわらず3世代で行った旅行であり、家族旅行の3セグメントと重複する。

資料：(公財)日本交通公社作成

表 I - 1-5 観光レクリエーション旅行の市場区分別のシェア

(単位：%)

マーケットセグメント		国内旅行	海外旅行
家族旅行		27.9	—
	乳幼児の子どもと一緒にの家族旅行(小中高生を含まない)	5.4	—
	小中高生の子どもと一緒にの家族旅行(乳幼児連れも含む)	11.1	—
	18歳以上のみの家族旅行	11.4	—
	※内、3世代家族旅行	6.4	—
夫婦・カップル旅行		39.2	—
	カップルでの旅行	10.0	—
	夫婦での旅行(子どもなし)	10.7	—
	子育て中の夫婦での旅行	1.5	—
	子育て後の夫婦での旅行	16.9	—
友人旅行		16.1	—
	未婚男性による友人旅行	4.4	—
	既婚男性による友人旅行(子どもなし)	0.6	—
	子育て中の男性による友人旅行	0.6	—
	子育て後の男性による友人旅行	2.4	—
	未婚女性による友人旅行	3.8	—
	既婚女性による友人旅行(子どもなし)	0.9	—
	子育て中の女性による友人旅行	0.4	—
子育て後の女性による友人旅行	2.9	—	
ひとり旅		15.4	—
	男性のひとり旅	10.5	—
	女性のひとり旅	4.9	—
その他		1.4	—
全体		100.0	—

※3世代家族旅行は、子どもの年齢にかかわらず3世代で行った旅行であり、家族旅行の3セグメントと重複する。

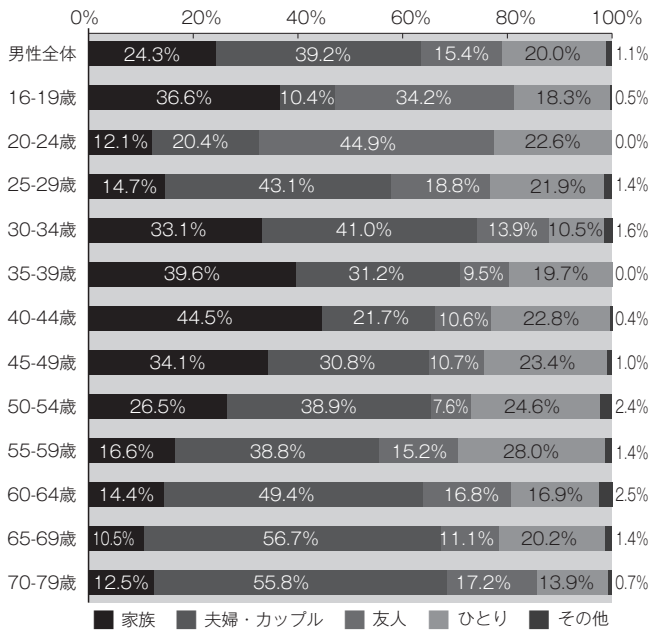
※16歳未満の旅行者はアンケート調査の対象となっていないため、上記シェアからは除外。

資料：(公財)日本交通公社「JTBF 旅行実態調査」

(2) 性・年代別にみる同行者別の市場シェア

同行者は、年代の移り変わりに伴って変化する。国内旅行の同行者を性・年代別にみると、男性では20歳未満および30歳以上から55歳未満のセグメントで、「家族」の占める割合が男性全体の平均よりも高かった。20～24歳では「友人」の占める割合が44.9%と最も高いが、25～29歳では「夫婦・カップル」が43.1%に対して「友人」は18.8%と、近接する年代間で差異がみられた。60歳以上ではいずれのセグメントも「夫婦・カップル」が全体の半数程度を占めた。

図 I -1-5 国内旅行における年代別同行者(男性)

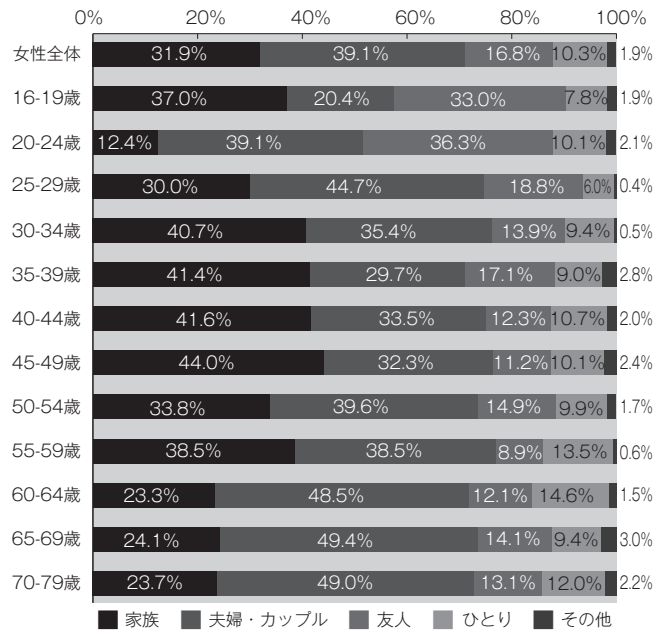


資料：(公財)日本交通公社「JTBF 旅行実態調査」

女性では20歳未満および30歳以上から59歳未満のセグメントで、「家族」の占める割合が女性全体の平均よりも高かった。20～24歳では「夫婦・カップル」が39.1%、「友人」が36.3%をそれぞれ占める一方、25～29歳では「夫婦・カップル」が44.7%で最も高く、男性の場合と内訳は異なるものの、女性でも近接する年代間でシェアの差異がみられた。60歳以上ではいずれのセグメントも「夫婦・カップル」が全体の半数程度を占めた(図I-1-5、図I-1-6)。

(那須 将)

図 I -1-6 国内旅行における年代別同行者(女性)



資料：(公財)日本交通公社「JTBF 旅行実態調査」

## I-2 日本人の国内旅行

## 1 2020年の概況

国内旅行市場は大幅に縮小

## (1) 国内旅行者の主要動向

観光庁の「旅行・観光消費動向調査」によると、2020年の宿泊をともなう国内延べ旅行者数は1億6,070万人回、前年比48.4%減となり、大幅に減少した(表I-2-1)。いずれの目的においても旅行者数は大幅減であったが、特に、出張・業務は前年比57.8%減と6割に迫る減少率となった。観光・レクリエーション(以下、観光)は前年比46.5%減、帰省・知人訪問等は同46.3%減であった(表I-2-1)。

宿泊旅行市場の5割強のシェアを占める観光旅行では、延べ旅行者数は9,183万人回(前年1億7,173万人回)、国民1人当たりの旅行平均回数は0.73回/人(同1.36回/人)、国民1人当たりの平均宿泊数は1.2泊/人(同2.3泊/人)となり、いずれの指標も前年を大きく下回った。

日帰り旅行の減少幅も大きく、国内延べ日帰り旅行者数は前年比51.8%減の1億3,271万人回であった(表I-2-1)。

## (2) 主な要因

新型コロナウイルス感染症拡大の影響に伴い、2020年の国内旅行市場は大幅に縮小した。全国や特定都道府県を対象とした緊急事態宣言が発出され、国民に対しては不要不急の外出や都道府県間の移動等の自粛、事業者に対しては休業や営業時間短縮等の要請がなされた。また、感染拡大リスクを考慮し、多くの祭りやイベントが中止・延期を余儀なくされ、感染が拡大し始めた3月以降、人の流れを抑制するための様々な措置が強弱はあれど終始取られ続けた。その一方で、国内旅行喚起策としてGo Toトラベルが7月から開始、10月からは東京も加わり、感染状況が比較的落ち着いていたこともあり、11月の宿泊観光旅行は前年比2.4%減まで回復したが、第3波下となった12月には再び大幅減となった。

年を越してもコロナ禍の影響が続いていることから、2021年の見通しについても、厳しい状況であることが予想される。1~3月の国内宿泊観光旅行における延べ旅行者数は、前年同期比50.6%減となっている。(観光庁「旅行・観光消費動向調査」速報)。8月現在でも1日あたりの新規感染者数は過去最多を更新し、未だ収束の兆しが見えないが、ワクチン接種の加速化による市場回復が期待される。

表 I -2-1 日本人の国内旅行における延べ旅行者数

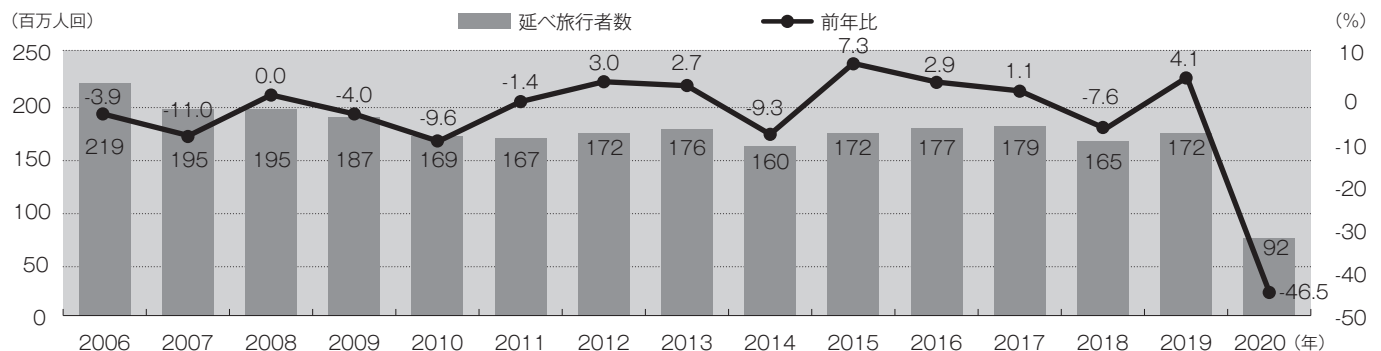
(単位：千人回)

	宿泊旅行				日帰り旅行											
	前年比 (%)	前年比 (%)	前年比 (%)	前年比 (%)	前年比 (%)	前年比 (%)	前年比 (%)	前年比 (%)								
2016年	325,658	4.0	176,670	2.9	93,222	6.8	55,766	3.2	315,422	8.1	208,799	7.8	51,131	19.4	55,491	0.5
2017年	323,328	△0.7	178,615	1.1	90,425	△3.0	54,288	△2.7	324,182	2.8	207,575	△0.6	52,774	3.2	63,833	15.0
2018年	291,052	△10.0	165,010	△7.6	79,798	△11.8	46,245	△14.8	270,727	△16.5	188,850	△9.0	40,018	△24.2	41,859	△34.4
2019年	311,624	7.1	171,727	4.1	85,696	7.4	54,201	17.2	275,478	1.8	196,347	4.0	40,974	2.4	38,157	△8.8
2020年	160,703	△48.4	91,832	△46.5	45,998	△46.3	22,872	△57.8	132,705	△51.8	89,369	△54.5	23,373	△43.0	19,964	△47.7

(注)各年の値は年間確報による。それぞれの調査結果は観光庁ホームページより(2021年7月26日時点)。

資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」をもとに(公財)日本交通公社作成

図 I -2-1 日本人の国内宿泊観光・レクリエーションにおける延べ旅行者数の推移および伸び率



(注)延べ旅行者数の値は、2006~2009年は国民1人あたりの旅行平均回数(回/人)に7月1日時点の推計人口(人)を乗じた値。2010~2020年は観光庁確定値。資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」をもとに(公財)日本交通公社作成

(3) 宿泊旅行者数の内訳

●性・年代別(表I-2-2、図I-2-2)

2020年の国内宿泊旅行全体を性・年代別にみると、全ての性・年代で大幅なマイナスとなり、特に、80代以上女性と10代男性では前年比6割以上減となった。

目的別にみると、減少者数が多かったのは、40代男性の出

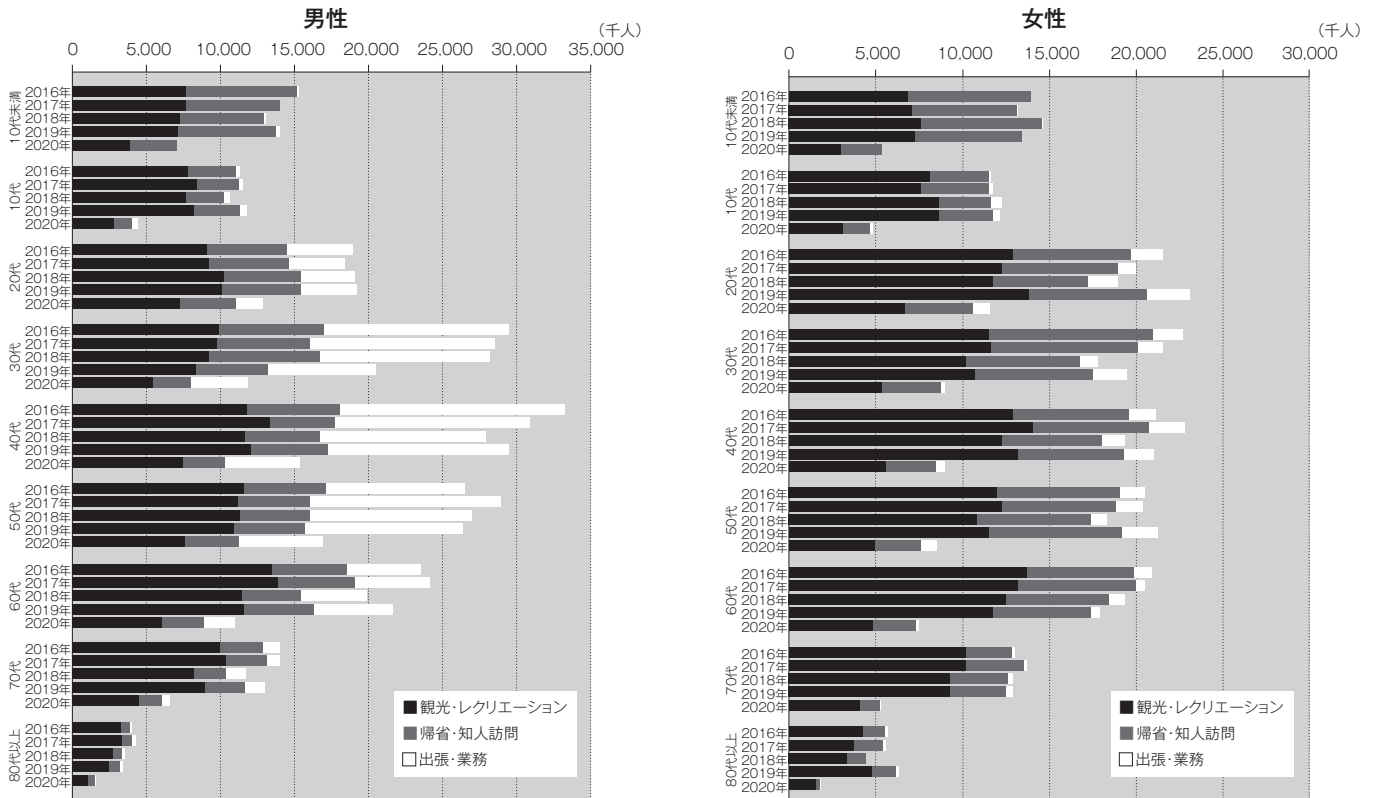
表 I -2-2 性・年代別日本人国内宿泊旅行者数(2020年)

男性		年代								全体	
		10代未満	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代		80代以上
観光・レクリエーション	延べ旅行者数(千人)	3,928	2,825	7,291	5,426	7,489	7,616	6,074	4,512	1,085	46,245
	前年比(%)	△44.7	△65.6	△28.5	△42.7	△38.3	△30.6	△47.7	△49.6	△56.4	△43.0
	旅行平均回数(回/人)	0.79	0.50	1.11	0.76	0.81	0.92	0.79	0.60	0.26	0.75
帰省・知人訪問等	延べ旅行者数(千人)	3,116	1,176	3,572	2,616	2,831	3,619	2,808	1,538	472	21,749
	前年比(%)	△53.1	△61.6	△32.1	△51.6	△45.2	△19.2	△41.1	△43.5	△45.0	△43.3
	旅行平均回数(回/人)	0.62	0.21	0.54	0.37	0.31	0.44	0.36	0.21	0.11	0.35
出張・業務	延べ旅行者数(千人)	-	438	1,833	3,803	5,012	5,664	2,058	480	48	19,336
	前年比(%)	-	△25.7	△51.8	△63.2	△58.7	△48.1	△61.3	△63.2	△53.4	△56.7
	旅行平均回数(回/人)	0.00	0.08	0.28	0.53	0.54	0.68	0.27	0.06	0.01	0.32
宿泊旅行全体	延べ旅行者数(千人)	7,044	4,439	12,695	11,845	15,332	16,899	10,940	6,530	1,606	87,330
	前年比(%)	△49.6	△62.6	△34.1	△53.0	△47.9	△35.9	△49.6	△49.7	△53.4	△46.8
	旅行平均回数(回/人)	1.41	0.78	1.93	1.65	1.66	2.04	1.42	0.87	0.38	1.42
女性		年代								全体	
		10代未満	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代		80代以上
観光・レクリエーション	延べ旅行者数(千人)	3,490	3,595	7,789	6,251	6,519	5,759	5,620	4,731	1,834	45,587
	前年比(%)	△51.4	△58.1	△43.4	△41.6	△50.4	△49.8	△52.1	△49.0	△61.3	△49.7
	旅行平均回数(回/人)	0.73	0.66	1.27	0.90	0.72	0.70	0.70	0.54	0.25	0.70
帰省・知人訪問等	延べ旅行者数(千人)	2,735	1,845	4,576	3,991	3,388	3,153	2,919	1,410	232	24,250
	前年比(%)	△56.3	△41.8	△33.7	△42.1	△45.9	△59.0	△46.9	△56.8	△83.4	△48.8
	旅行平均回数(回/人)	0.57	0.34	0.74	0.58	0.37	0.38	0.36	0.16	0.03	0.38
出張・業務	延べ旅行者数(千人)	20	171	1,148	282	534	1,064	202	52	64	3,536
	前年比(%)	0.6	△49.2	△53.3	△84.7	△66.5	△49.9	△70.1	△83.2	△55.4	△62.8
	旅行平均回数(回/人)	0.00	0.03	0.19	0.04	0.06	0.13	0.03	0.01	0.01	0.05
宿泊旅行全体	延べ旅行者数(千人)	6,245	5,611	13,513	10,524	10,440	9,975	8,741	6,193	2,129	73,372
	前年比(%)	△53.6	△53.6	△41.5	△45.8	△50.3	△53.1	△51.2	△51.8	△66.1	△50.2
	旅行平均回数(回/人)	1.31	1.04	2.20	1.52	1.15	1.21	1.08	0.71	0.29	1.13

(注)各値は年間確報による。調査結果は観光庁ホームページより(2021年7月26日時点)。  
 (注)旅行平均回数とは、旅行に行った回数の平均を指す。旅行しなかった人は0回として含めている。

資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」をもとに(公財)日本交通公社作成

図 I -2-2 性・年代別日本人国内宿泊旅行における延べ旅行者数の推移



(注)図中のデータについては表I-2-2注と同じ。

資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」をもとに(公財)日本交通公社作成

性は20代が最大となった。

●出発月別(表I-2-3、図I-2-3)

出発月別の国内宿泊観光旅行者数をみると、コロナの感染拡大の影響により、3月は前年比5割減、緊急事態宣言が発出されていた4~5月は9割減となった。その後は、感染状況の落ち着きやGo Toトラベルの効果などもあり、11月には前年比2.4%減まで回復した。しかしながら、第3波下となった12月には再び3.5割減となった。

いずれの目的においても3月以降はすべて前年比マイナスとなったが、他目的ではやや回復傾向にあった9~11月も含め、出張・業務は4月以降、5割以上の落ち込みが続いた。

●居住地別(表I-2-3)

いずれの目的においても、居住地問わず、前年比マイナスとなった。国内宿泊旅行全体でみると、四国地方、東北地方、中国地方において前年比で5割以上減少しており、特に落ち込みが大きい。

観光目的に絞ってみると、四国地方では前年比66.6%減、中国地方では55.9%減、東北地方では52.3%と減少率が大きい。一方、沖縄は20.4%減であった。

帰省・知人訪問等目的では、減少率の大きい順から東北地方(55.6%減)、四国地方(52.5%減)、関東地方(51.7%減)となった。

出張・業務目的では、減少率の大きい順から中国地方(78.8%減)、四国地方(68.8%減)、東北地方(65.0%減)となり、北海道と九州地方を除く地域で5割以上の減少率であった。

表 I -2-3 出発月・居住地別日本人国内宿泊旅行者数(2020年)

出発月		1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	全体
観光・レクリエーション	延べ旅行者数(千人)	9,405	9,699	7,196	1,544	1,609	3,873	6,344	11,566	10,506	9,315	13,004	7,772	91,832
	前年比(%)	△5.8	0.4	△53.7	△88.2	△91.8	△69.9	△53.0	△53.0	△33.0	△20.3	△2.4	△35.9	△46.5
	旅行平均回数(回/人)	0.07	0.08	0.06	0.01	0.01	0.03	0.05	0.09	0.08	0.07	0.10	0.06	0.73
帰省・知人訪問等	延べ旅行者数(千人)	8,752	4,437	5,364	1,712	1,845	2,527	2,658	4,858	4,544	2,954	3,413	2,935	45,998
	前年比(%)	△10.9	20.6	△13.2	△72.4	△82.9	△55.3	△46.7	△67.5	△26.5	△35.6	△36.0	△60.1	△46.3
	旅行平均回数(回/人)	0.07	0.04	0.04	0.01	0.01	0.02	0.02	0.04	0.04	0.02	0.03	0.02	0.37
出張・業務	延べ旅行者数(千人)	2,547	2,905	1,978	703	587	1,570	1,798	1,622	2,432	2,436	2,231	2,065	22,872
	前年比(%)	△9.4	1.0	△43.3	△83.0	△88.5	△74.6	△63.4	△65.3	△56.1	△50.6	△57.0	△52.5	△57.8
	旅行平均回数(回/人)	0.02	0.02	0.02	0.01	0.00	0.01	0.01	0.01	0.02	0.02	0.02	0.02	0.18
宿泊旅行全体	延べ旅行者数(千人)	20,704	17,041	14,538	3,959	4,042	7,970	10,799	18,046	17,481	14,704	18,648	12,771	160,703
	前年比(%)	△8.5	5.1	△42.3	△83.1	△88.6	△67.8	△53.9	△59.2	△36.2	△30.7	△21.8	△46.4	△48.4
	旅行平均回数(回/人)	0.16	0.14	0.12	0.03	0.03	0.06	0.09	0.14	0.14	0.12	0.15	0.10	1.28

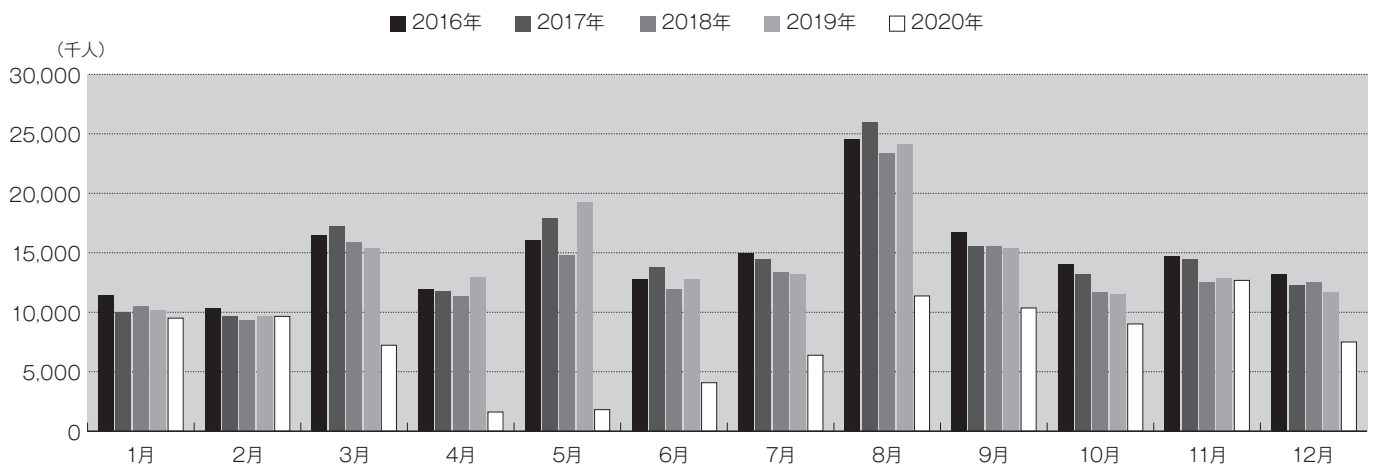
  

居住地		北海道	東北	関東	北陸信越	中部	近畿	中国	四国	九州	沖縄	全体
観光・レクリエーション	延べ旅行者数(千人)	3,769	5,518	37,856	4,695	11,198	15,850	3,386	1,401	7,473	687	91,832
	前年比(%)	△47.8	△52.3	△45.1	△48.5	△47.0	△40.5	△55.9	△66.6	△47.7	△20.4	△46.5
	旅行平均回数(回/人)	0.72	0.64	0.86	0.73	0.71	0.77	0.47	0.38	0.58	0.48	0.73
帰省・知人訪問等	延べ旅行者数(千人)	2,469	2,630	16,223	2,615	5,404	6,481	3,131	1,042	5,726	278	45,998
	前年比(%)	△38.3	△55.6	△51.7	△40.8	△36.7	△46.6	△37.8	△52.5	△38.6	△47.1	△46.3
	旅行平均回数(回/人)	0.47	0.30	0.37	0.41	0.34	0.32	0.43	0.28	0.45	0.19	0.37
出張・業務	延べ旅行者数(千人)	1,904	1,312	8,819	959	2,606	3,304	787	416	2,648	116	22,872
	前年比(%)	△49.0	△65.0	△58.0	△53.7	△62.7	△50.6	△78.8	△68.8	△42.8	△62.2	△57.8
	旅行平均回数(回/人)	0.36	0.15	0.20	0.15	0.17	0.16	0.11	0.11	0.21	0.08	0.18
宿泊旅行全体	延べ旅行者数(千人)	8,142	9,460	62,898	8,269	19,208	25,634	7,304	2,859	15,848	1,082	160,703
	前年比(%)	△45.6	△55.5	△49.1	△47.0	△47.6	△43.6	△55.5	△63.0	△43.9	△36.2	△48.4
	旅行平均回数(回/人)	1.55	1.09	1.42	1.28	1.22	1.25	1.00	0.77	1.24	0.75	1.28

(注)表中のデータについては表1-2-2注と同じ。

資料:観光庁「旅行・観光消費動向調査」をもとに(公財)日本交通公社作成

図 I -2-3 出発月別日本人国内宿泊観光・レクリエーションにおける延べ旅行者数の推移



(注)図中のデータについては表1-2-2注と同じ。

資料:観光庁「旅行・観光消費動向調査」をもとに(公財)日本交通公社作成

## 2 着地別（都道府県別）の旅行動向

全都道府県で延べ宿泊者数大幅減  
密を避けた旅行や近隣旅行の増加

一方、減少幅が小さかったのは、山口(15.8%減)、鳥取(22.8%減)、青森(23.8%減)、福島(24.1%減)、宮崎(24.4%減)などであった。

(各地の詳細な動向については、第IV編観光地参照。)

### (1) 都道府県別国内宿泊者数

2020年の日本人延べ宿泊者数は、すべての都道府県で大幅に減少した。特に減少幅が大きかったのは、沖縄(49.3%減)、千葉(46.8%減)、大阪(44.1%減)、山梨(42.9%減)、滋賀(42.9%減)、徳島(41.3%減)などであった。

### (2) 都道府県別旅行内容

ここでは、国内宿泊観光旅行(観光・レクリエーションを目的とする国内宿泊旅行)に絞り、日本人の国内旅行の実態を詳しく見ていく。なお、ここで分析に用いた表データは、全て「JTBF旅行実態調査」による。

表 I -2-4 都道府県別の日本人延べ宿泊者数

(単位：千人泊、%)

訪問先	2016年		2017年		2018年		2019年		2020年	
		前年比		前年比		前年比		前年比		前年比
北海道	27,000	0.2	27,247	0.9	26,974	△1.0	28,178	4.5	19,393	△31.2
青森県	4,846	△0.8	4,305	△11.2	4,710	9.4	4,249	△9.8	3,237	△23.8
岩手県	6,109	1.0	5,770	△5.6	5,840	1.2	5,933	1.6	4,224	△28.8
宮城県	9,566	△10.0	8,742	△8.6	10,003	14.4	10,371	3.7	6,440	△37.9
秋田県	3,333	△1.9	3,060	△8.2	3,382	10.5	3,515	3.9	2,520	△28.3
山形県	5,356	△9.2	5,143	△4.0	5,268	2.4	5,338	1.3	3,426	△35.8
福島県	10,120	△11.4	10,266	1.4	11,220	9.3	12,443	10.9	9,448	△24.1
茨城県	5,384	△2.8	5,422	0.7	5,638	4.0	6,082	7.9	4,290	△29.5
栃木県	10,064	0.1	9,874	△1.9	9,146	△7.4	9,205	0.6	6,414	△30.3
群馬県	8,437	△2.7	8,539	1.2	8,016	△6.1	8,356	4.2	5,564	△33.4
埼玉県	4,303	3.1	4,118	△4.3	4,682	13.7	5,217	11.4	3,449	△33.9
千葉県	18,536	△2.8	19,462	5.0	21,470	10.3	24,431	13.8	12,990	△46.8
東京都	39,455	△5.0	39,080	△1.0	42,915	9.8	49,631	15.7	32,760	△34.0
神奈川県	16,585	△1.9	16,859	1.6	20,268	20.2	20,635	1.8	14,535	△29.6
新潟県	9,938	△0.6	9,949	0.1	9,366	△5.9	10,450	11.6	6,714	△35.8
富山県	3,186	△15.8	3,348	5.1	3,474	3.8	3,450	△0.7	2,177	△36.9
石川県	8,073	△1.7	7,801	△3.4	8,157	4.6	8,216	0.7	5,014	△39.0
福井県	3,655	△11.0	3,516	△3.8	3,981	13.2	4,046	1.6	2,541	△37.2
山梨県	6,982	△2.7	6,323	△9.4	6,652	5.2	7,017	5.5	4,005	△42.9
長野県	16,670	△8.7	16,878	1.2	16,798	△0.5	16,475	△1.9	10,716	△35.0
岐阜県	5,371	△8.1	5,019	△6.6	5,367	6.9	5,644	5.2	4,210	△25.4
静岡県	19,667	△5.4	19,156	△2.6	20,068	4.8	20,936	4.3	14,102	△32.6
愛知県	14,166	△0.8	14,925	5.4	14,160	△5.1	15,704	10.9	10,408	△33.7
三重県	8,953	△1.3	7,913	△11.6	8,560	8.2	8,211	△4.1	5,011	△39.0
滋賀県	4,350	△11.5	4,007	△7.9	4,419	10.3	4,592	3.9	2,624	△42.9
京都府	13,047	△4.6	12,905	△1.1	14,183	9.9	18,725	32.0	12,190	△34.9
大阪府	21,002	△1.9	20,991	0.0	24,774	18.0	29,501	19.1	16,492	△44.1
兵庫県	12,639	△2.5	12,695	0.4	12,132	△4.4	13,050	7.6	8,796	△32.6
奈良県	2,214	△3.5	2,087	△5.8	2,134	2.2	2,191	2.7	1,423	△35.1
和歌山県	4,108	△4.5	4,342	5.7	4,548	4.7	4,666	2.6	3,324	△28.8
鳥取県	2,889	△0.1	2,908	0.6	3,368	15.8	2,703	△19.7	2,086	△22.8
島根県	3,408	1.0	3,202	△6.1	2,904	△9.3	3,538	21.8	2,438	△31.1
岡山県	5,065	1.4	5,043	△0.4	5,145	2.0	5,174	0.6	3,701	△28.5
広島県	8,753	0.8	8,552	△2.3	8,662	1.3	10,308	19.0	6,577	△36.2
山口県	4,571	△3.5	4,291	△6.1	4,229	△1.4	3,658	△13.5	3,081	△15.8
徳島県	2,314	2.5	2,005	△13.3	2,108	5.1	2,435	15.5	1,429	△41.3
香川県	3,422	△11.5	3,005	△12.2	3,502	16.5	3,888	11.0	2,448	△37.0
愛媛県	3,895	6.2	4,288	10.1	4,020	△6.3	4,169	3.7	2,940	△29.5
高知県	2,746	△0.3	2,642	△3.8	2,935	11.1	2,808	△4.3	1,946	△30.7
福岡県	13,802	0.1	14,868	7.7	13,365	△10.1	16,158	20.9	9,969	△38.3
佐賀県	2,791	△2.5	2,626	△5.9	2,361	△10.1	2,442	3.4	1,781	△27.1
長崎県	6,658	△14.6	7,074	6.2	6,995	△1.1	6,496	△7.1	4,436	△31.7
熊本県	6,756	5.3	6,810	0.8	7,040	3.4	6,698	△4.9	4,591	△31.5
大分県	6,025	△8.9	5,686	△5.6	6,332	11.4	6,696	5.7	4,698	△29.8
宮崎県	3,398	△5.4	3,601	6.0	3,832	6.4	3,994	4.2	3,020	△24.4
鹿児島県	6,721	△11.1	7,353	9.4	8,034	9.3	7,526	△6.3	5,005	△33.5
沖縄県	16,767	2.4	16,492	△1.6	20,590	24.8	25,115	22.0	12,725	△49.3

(注)日本人延べ宿泊者数は、全延べ宿泊者数から外国人延べ宿泊者数を差し引いて集計した。

資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」より(公財)日本交通公社作成



## ①旅行先とマーケットセグメント(表I-2-5)

全体的な傾向としては、『夫婦・カップルでの旅行』が前年と比べて3.5ポイント増加、『友人や知人との旅行』及び『ひとり旅』が1.5ポイント程度減少した。『家族旅行』は『大人のみ』は増加したが、『子ども連れ』『3世代』は減少した。

都道府県別にみると、多くの都道府県で『夫婦・カップルでの旅行』の比率が最も高く、40道府県でトップシェアとなった。特に、「熊本」「宮崎」では全体よりも10ポイント以上高く、その他、「岩手」「群馬」「富山」「鳥取」「山口」「長崎」でも高いシェアとなった。さらに詳しくみると、『夫婦旅行(子育て後)』は「鳥取」では、全体に比べて15ポイント以上高い。

『家族旅行』がトップシェアとなったのは、「千葉」「福井」「三重」「兵庫」「広島」であった。さらに詳しくみると、『子ども連れ家族旅行』は、東京ディズニーリゾートを有する「千葉」で特に高い値となった。また、『大人のみ家族旅行』は「宮城」「福井」で、『3世代の家族旅行』は「富山」「滋賀」「和歌山」で、全体の比率と比べて高い値を示した。

『友人旅行』は、「大阪」の他、中四国地方の「山口」「香川」「愛媛」「高知」が全体に比べて高い傾向にあった。

『ひとり旅』については、「東京」「大阪」で男女ともに高い比率を示し、「大阪」ではトップシェアとなった。『ひとり旅』は、全体的に男性のほうが高い値を示しており、特に、「埼玉」「東京」「愛知」「滋賀」「大阪」「広島」「佐賀」「沖縄」で男性ひとり旅が目立った。

## ②旅行先と居住地(表I-2-6)

旅行者全体の居住地構成としては前年から大きな変動はなく、人口の多い南関東が3割を占め、近畿1.5割強、東海および九州・沖縄がそれぞれ1割で続く。しかしながら、旅行先をあわせてみると前年から大きな変動があった。いずれの地域においても大都市居住者(南関東・近畿)と近隣居住者が重要なマーケットとなっているが、コロナの影響を受け、例年に比して近隣居住者の比率が大幅に高まった。

北海道は、前年は南関東居住者のシェアが最も高く、道内居住者は26.2%であったが、2020年は道内居住者が48.4%と半数弱を占めた。

東北地方も、「福島」を除き東北地方在住の旅行者のシェアが約半数を占め、域内旅行者の割合が大幅に高まった。

北関東は前年同様、南関東居住者のシェアが最も高く、約半数を占めた。次点は北関東居住者であり、その比率は前年に比べ15ポイント程度高まった。南関東の「埼玉」「千葉」「神奈川」も、南関東居住者が前年から20ポイント程度増加。「東京」も、近畿や東海、九州在住者のシェアが1割を超え全国各地から観光客が訪れたものの、南関東居住者が31.2%を占め、前年10.5%に比べて大幅増となった。

甲信越、東海および北陸地方でも、「山梨」を除き域内居住者の比率が高まった。「山梨」は隣接する南関東の居住者が大幅増となった。

近畿地方のうち、「滋賀」「兵庫」「奈良」「和歌山」は近隣居住者である近畿居住者のシェアが最も大きく、「奈良」以外は、前年に比べて10～20ポイント程度その比率は高まった。「京都」

「大阪」も域内居住者比率は10～15ポイント程度高まったが、トップシェアは前年同様、南関東居住者であった。

中国および四国地方においても近隣居住者の比率が増加。近畿地方からの旅行者も多く、主要なマーケットとなっている。

九州地方は、例年九州在住の旅行者が多いが、「福岡」を除きさらに域内居住者率が高まった。「沖縄」も、九州・沖縄居住者が前年15.1%から28.6%と大幅に増加した。前年トップシェアの南関東からの旅行者は、全国の他地域からの割合が減少したこともあり、その比率はさらに高まって36.1%を占めた。

## ③旅行先と最も楽しみにしていたこと(表I-2-7)

旅行の楽しみの2トップは『温泉に入ること』『おいしいものを食べること』で、それぞれ約2割を占めた。直近5年間は『おいしいものを食べること』がトップだったが、前年から5.5ポイント増となった『温泉』と入れ替わった。その後には、『自然景観を見ること』『文化的な名所(史跡、社寺仏閣など)を見ること』が続き、これらはそれぞれ約1割であった。『目当ての宿泊施設に泊まること』は、5.7%と大きなシェアとはなっていないが、前年から3.3ポイント増となり順位を大きく伸ばした。その一方で、『芸術・音楽・スポーツなどの観劇・鑑賞・観戦』は2.3ポイント減となり、前年と比べて順位を大きく下げた。それ以外の項目については、割合に増減はあるものの、順位に大きな変動はなかった。

最も楽しみにしていたことについて都道府県別にみると、1つの目的のシェアが4割を超えたのは「栃木」「群馬」「大分」の『温泉に入ること』、「福井」「高知」の『おいしいものを食べること』であった。一方、「東京」「愛知」「岡山」「宮崎」「沖縄」などは特定の目的への集中が他道府県に比べてみられず、分散傾向にあった。

『温泉に入ること』は、鬼怒川・塩原温泉などを有する「栃木」、草津・伊香保温泉などを有する「群馬」、別府・由布院温泉などを有する「大分」で4割を占め、かつ、全体に比べて15ポイント以上高い。

『おいしいものを食べること』は、越前がにや丸焼き鯖に代表される「福井」、カツオのたたきや皿鉢料理に代表される「高知」で特徴的な楽しみであり、4割を占め、かつ、全体に比べ15ポイント以上高い。いずれの都道府県においても上位5位の目的に入っている。

『自然景観を見ること』は、「青森」で3割弱を占め、かつ、全体に比べ15ポイント以上高い。

『文化的な名所を見ること』は、「京都」「奈良」で3.5割を占め、かつ、全体に比べ15ポイント以上高い。近畿および中国地方でのシェアが高い。

『観光・文化施設を訪れること』は、東京ディズニーリゾートのある「千葉」で全体より15ポイント以上高い値となった。

『スポーツやアウトドア活動を楽しむこと』は「茨城」「山梨」、『目当ての宿泊施設に泊まること』は「神奈川」「山口」「沖縄」でのシェアが高い。

表I-2-5 旅行先別のマーケットセグメント(同行者×ライフステージ)

(単位：%)

同行者 旅行先	家族旅行					夫婦・カップルでの旅行					友人や知人との旅行							ひとり旅			サンプル数			
	子ども連れ		大人のみの *3世代	カップル (子どもなし)	夫婦旅行 (子どもなし)	子育て中	子育て後	男性			女性				男性	女性	その他							
	(小中高生を含まない)	乳幼児連れ						未婚	既婚 (子どもなし)	子育て中	子育て後	未婚	既婚 (子どもなし)	子育て中				子育て後						
																			小中高生連れ					
全体	27.9	5.4	11.1	11.4	6.4	39.2	10.0	10.7	1.5	16.9	16.1	4.4	0.6	0.6	2.4	3.8	0.9	0.4	2.9	15.4	10.5	4.9	1.4	(6511)
前年	27.7	5.7	11.7	10.3	7.5	35.6	9.3	9.0	2.2	15.2	17.8	3.8	0.9	1.2	2.1	4.4	1.4	0.4	3.6	16.9	11.1	5.8	2.0	(9364)
北海道	28.2	5.8	11.0	11.3	4.7	41.0	8.4	10.8	2.1	19.8	14.1	3.4	0.0	0.8	2.0	4.9	0.5	0.0	2.5	15.8	11.5	4.3	0.9	(446)
青森県	22.1	7.8	9.0	5.3	9.5	42.7	7.1	11.3	1.0	23.2	17.4	2.6	0.0	3.2	2.6	3.0	1.4	0.0	4.7	17.0	12.6	4.4	0.9	(84)
岩手県	26.4	2.2	11.7	12.6	9.8	48.9	8.0	11.8	1.3	27.8	12.8	2.1	0.0	1.0	3.4	0.0	0.0	1.6	4.6	11.7	8.9	2.9	0.2	(136)
宮城県	30.3	3.0	7.4	19.9	3.5	39.4	8.4	10.0	0.6	20.4	11.9	4.1	0.0	0.6	0.9	4.9	0.0	0.7	0.8	16.6	14.2	2.4	1.8	(197)
秋田県	24.8	10.0	6.1	8.8	4.3	43.6	9.4	8.3	1.7	24.3	13.3	3.5	0.0	0.0	5.4	0.0	1.0	0.0	3.4	18.3	15.1	3.2	0.0	(104)
山形県	27.8	4.5	8.0	15.3	7.0	39.8	8.4	10.9	1.5	19.0	16.3	4.8	1.0	0.0	5.2	1.5	1.6	0.0	2.2	16.2	14.1	2.1	0.0	(114)
福島県	29.8	1.9	18.8	9.1	5.8	40.9	10.8	7.0	3.6	19.5	13.1	4.0	0.0	2.2	0.7	1.9	2.6	0.0	1.7	14.5	11.4	3.0	1.7	(155)
茨城県	35.2	14.1	7.3	13.8	8.1	36.8	7.2	11.3	2.6	15.7	12.2	6.4	0.0	0.0	0.9	4.4	0.0	0.0	0.5	15.8	10.6	5.2	0.0	(85)
栃木県	34.8	11.1	14.9	8.8	8.3	38.4	9.5	9.0	1.2	18.7	17.2	2.6	1.0	1.6	3.3	3.8	1.3	0.3	3.3	8.0	6.0	2.0	1.6	(231)
群馬県	23.2	4.8	8.9	9.5	4.4	45.2	10.5	14.0	2.5	18.2	17.3	5.6	0.0	2.6	0.9	4.5	0.8	0.0	2.9	13.7	10.6	3.0	0.6	(211)
埼玉県	24.7	4.7	15.2	4.9	8.0	38.2	17.4	10.4	2.6	7.8	13.6	6.1	1.3	1.1	1.1	2.3	0.0	1.7	0.0	21.5	16.9	4.6	1.9	(89)
千葉県	42.4	13.6	16.8	12.1	8.0	32.0	8.2	13.2	0.5	10.1	10.1	2.5	0.5	0.3	0.6	5.2	0.1	0.0	0.8	12.7	9.9	2.9	2.8	(283)
東京都	21.0	5.2	9.2	6.6	5.9	35.6	14.8	12.2	0.8	7.8	11.8	2.8	0.7	1.2	1.0	3.6	0.9	0.5	1.1	30.9	19.2	11.7	0.7	(438)
神奈川県	26.1	5.1	10.0	11.0	5.2	42.9	15.1	10.5	1.7	15.6	14.1	3.6	1.0	0.6	1.3	3.8	0.6	0.5	2.7	15.0	9.5	5.5	1.9	(346)
新潟県	25.1	5.6	10.0	9.6	3.0	43.4	13.1	8.2	0.6	21.6	18.0	2.8	0.4	0.7	5.0	3.2	2.5	0.0	3.3	12.4	8.9	3.5	1.1	(168)
富山県	23.3	0.0	15.5	7.8	12.7	44.5	12.4	6.6	0.0	25.6	16.1	4.0	1.2	0.0	4.1	3.7	0.0	0.0	3.2	14.9	11.2	3.7	1.2	(85)
石川県	27.6	2.8	12.0	12.9	7.9	40.1	12.2	7.1	2.1	18.8	19.1	6.8	1.2	0.0	1.6	5.4	1.0	0.0	3.1	10.3	8.0	2.3	2.9	(170)
福井県	34.9	4.3	13.2	17.3	6.6	33.2	8.4	4.5	1.3	18.9	18.5	8.9	1.1	0.4	2.8	0.0	0.0	0.0	5.2	13.3	9.2	4.1	0.0	(88)
山梨県	26.8	5.1	9.1	12.6	7.2	35.4	9.7	10.4	2.2	13.1	20.5	6.9	0.7	0.0	3.6	3.7	1.6	0.5	3.5	16.0	12.5	3.5	1.2	(157)
長野県	23.9	2.5	6.7	14.8	6.6	41.0	6.1	14.1	1.0	19.8	20.0	5.4	0.3	0.5	5.2	3.0	1.4	0.5	3.7	14.4	8.8	5.6	0.7	(341)
岐阜県	27.1	6.2	9.4	11.5	5.0	43.7	12.1	7.6	1.9	22.2	17.5	7.7	1.3	0.2	3.5	3.0	1.1	0.0	0.7	9.8	8.9	0.9	1.8	(158)
静岡県	28.2	5.7	11.4	11.1	7.0	42.7	8.5	11.7	1.9	20.6	16.7	5.2	2.2	0.4	3.1	1.4	0.7	1.7	2.1	11.2	7.0	4.2	1.1	(383)
愛知県	29.8	3.2	11.6	15.0	4.0	30.5	8.3	11.7	2.4	8.1	17.5	6.7	0.3	0.0	2.9	4.7	0.0	0.0	3.0	21.3	16.6	4.7	0.8	(180)
三重県	36.3	8.4	13.6	14.3	7.7	33.4	10.7	11.7	1.6	9.4	14.8	3.7	0.6	0.8	3.2	4.6	0.0	0.6	1.3	11.7	8.3	3.4	3.8	(184)
滋賀県	22.8	6.8	6.8	9.3	11.5	39.7	10.9	11.1	1.2	16.5	13.6	1.2	0.0	0.4	1.0	5.1	3.1	0.0	2.9	22.2	16.6	5.6	1.7	(100)
京都府	19.4	3.3	5.4	10.7	3.8	37.6	9.9	11.3	2.8	13.6	18.9	6.5	1.2	0.2	0.7	4.7	0.5	0.6	4.7	22.1	14.0	8.0	2.0	(315)
大阪府	19.7	1.1	7.0	11.6	5.7	25.3	9.6	8.8	1.5	5.5	21.8	5.7	1.7	0.8	1.2	7.3	1.2	0.6	3.1	33.0	22.1	10.8	0.3	(290)
兵庫県	35.3	6.9	15.5	12.9	8.7	32.6	9.3	8.8	0.8	13.6	13.8	5.5	1.2	0.4	0.3	2.5	1.0	0.4	2.6	16.4	9.7	6.7	1.9	(288)
奈良県	23.9	2.8	6.0	15.2	4.1	40.9	7.4	8.8	0.5	24.3	16.1	6.8	0.0	0.0	2.3	1.4	0.0	0.9	4.7	17.9	12.5	5.4	1.2	(83)
和歌山県	31.7	8.0	13.8	10.0	12.8	38.6	6.6	5.2	2.1	24.7	17.8	6.0	0.0	0.3	0.8	5.1	0.8	0.0	4.8	11.8	6.3	5.5	0.0	(138)
鳥取県	19.7	0.0	3.6	16.1	4.7	47.4	3.6	10.0	0.0	33.8	21.0	9.8	2.6	0.0	2.6	4.2	0.0	0.0	1.8	10.8	7.6	3.2	1.1	(67)
島根県	21.5	3.1	6.7	11.7	8.5	40.1	3.5	17.0	0.0	19.5	19.3	11.4	0.0	0.0	3.7	1.5	0.0	0.0	2.6	13.5	9.5	4.0	5.5	(65)
岡山県	22.2	4.1	7.5	10.5	7.3	39.2	4.7	8.1	0.7	25.7	15.9	4.6	0.0	0.9	1.6	4.4	1.0	0.0	3.4	16.6	14.0	2.6	6.1	(108)
広島県	29.7	5.6	8.4	15.7	7.3	28.1	4.1	11.5	1.2	11.3	12.9	5.0	0.0	0.0	2.0	2.8	0.0	0.0	3.2	27.3	18.8	8.6	1.9	(122)
山口県	21.8	6.3	3.7	11.8	4.6	45.9	8.5	12.1	2.4	22.9	22.4	8.9	0.3	0.0	2.2	3.0	0.0	1.3	6.7	9.9	8.2	1.7	0.0	(91)
徳島県	27.4	4.1	12.7	10.6	6.0	42.2	11.2	12.1	3.2	15.6	14.1	1.8	0.0	0.0	1.8	5.5	0.0	0.0	5.0	13.2	11.3	1.9	3.1	(55)
香川県	20.2	7.3	9.8	3.1	8.1	41.5	10.2	9.0	0.0	22.3	22.2	4.8	1.1	0.3	1.8	5.9	0.0	0.0	8.4	15.0	12.8	2.3	1.1	(97)
愛媛県	23.8	3.1	8.4	12.3	9.2	35.2	7.5	9.8	0.0	17.9	30.2	8.6	0.0	0.6	3.1	5.2	0.0	1.7	11.1	10.8	9.6	1.2	0.0	(85)
高知県	19.7	5.2	11.8	2.7	5.5	32.6	11.4	4.6	2.7	13.9	33.3	9.4	3.4	0.0	7.8	3.3	4.8	0.0	4.5	11.8	10.2	1.6	2.7	(64)
福岡県	17.4	3.9	5.1	8.4	4.3	37.7	12.4	9.8	2.2	13.4	19.8	8.8	0.0	0.5	3.8	2.3	1.1	0.0	3.4	25.0	16.5	8.5	0.0	(219)
佐賀県	21.9	0.0	10.7	11.3	2.8	41.0	15.5	8.9	0.0	16.7	14.8	6.3	0.0	1.0	0.0	2.6	3.0	0.0	1.9	19.7	16.2	3.5	2.6	(79)
長崎県	22.8	1.7	8.6	12.5	4.4	48.0	8.7	18.9	2.4	18.0	16.2	4.5	0.0	1.8	1.6	5.4	0.0	0.0	2.9	12.2	8.4	3.9	0.7	(132)
熊本県	23.2	7.8	9.7	5.8	6.8	50.4	15.0	10.5	2.0	23.0	14.4	3.9	0.0	0.0	0.9	7.0	0.2	0.0	2.4	11.1	8.3	2.8	0.9	(138)
大分県	31.4	3.6	14.8	13.1	10.4	37.1	11.4	9.1	2.8	13.8	15.8	5.5	0.0	0.0	5.1	1.8	0.9	0.4	2.1	10.8	8.0	2.8	4.8	(175)
宮崎県	18.0	0.0	9.1	8.9	2.6	51.0	18.6	8.7	2.0	21.7	15.9	5.5	1.0	0.4	4.8	1.2	0.0	0.0	3.1	13.9	9.2	4.7	1.2	(100)
鹿児島県	22.7	5.3	9.8	7.6	7.1	42.3	8.3	8.8	1.4	23.7	17.4	7.4	0.7	0.0	1.5	2.1	2.1	0.0	3.7	17.6	14.1	3.5	0.0	(146)
沖縄県	19.8	3.8	11.6	4.4	3.0	40.5	12.8	12.0	3.2	12.6	18.0	4.5	0.2	1.4	2.5	5.9	1.0	1.1	1.4	20.6	15.7	5.0	1.0	(249)

(注)1回の旅行につき、複数の旅行先(都道府県)を選択したデータを含む。表中の数値は表示単位未満で四捨五入して表示している。

資料：(公財)日本交通公社「JTB 旅行実態調査」

※3世代家族旅行は、子どもの年齢にかかわらず3世代で行った旅行であり、家族旅行の3セグメントと重複する。

■全体の比率より15ポイント以上大きい値 ■全体の比率より10ポイント以上大きい値 ■全体の比率より5ポイント以上大きい値

表 I -2-6 旅行先(都道府県)別の旅行者居住地

(単位：%)

居住地 旅行先	居住地												サンプル数
	北海道	青森、岩手、秋田	宮城、山形、福島	茨城、群馬、栃木	埼玉、千葉、東京、神奈川	新潟、山梨、長野	富山、石川、福井	岐阜、静岡、愛知、三重	滋賀、京都、大阪、兵庫、奈良、和歌山	鳥取、島根、岡山、広島、山口	徳島、香川、愛媛、高知	福岡、佐賀、長崎、熊本、大分、宮崎、鹿児島、沖縄	
全体	4.1	3.0	4.0	5.0	30.5	3.7	2.7	11.6	16.6	4.8	2.5	11.4	(6511)
前年	4.2	3.0	4.6	4.9	30.1	4.1	2.4	11.6	16.3	4.9	2.8	11.1	(9364)
北海道	48.4	0.8	2.2	2.2	22.8	1.5	0.7	4.7	7.8	1.6	0.9	6.4	(446)
青森県	0.0	34.7	10.2	2.8	23.1	3.3	0.0	6.1	12.9	0.0	3.3	3.5	(84)
岩手県	0.6	48.3	10.9	5.4	17.2	3.2	0.0	3.9	6.3	0.8	0.8	2.8	(136)
宮城県	1.8	14.3	36.3	6.3	24.9	4.6	0.3	3.9	4.3	0.5	0.0	2.8	(197)
秋田県	1.9	39.4	11.2	7.0	19.5	3.9	0.0	7.8	4.9	1.7	0.0	2.6	(104)
山形県	1.2	4.7	38.5	5.6	27.4	5.8	1.0	4.9	6.7	0.9	0.0	3.3	(114)
福島県	0.0	3.5	27.2	15.4	35.4	7.0	0.7	4.6	3.5	0.7	0.0	2.2	(155)
茨城県	0.6	6.2	10.0	25.3	45.0	0.0	0.0	4.1	7.6	1.2	0.0	0.0	(85)
栃木県	0.3	1.5	5.4	27.9	55.2	2.8	0.0	3.7	2.7	0.4	0.0	0.0	(231)
群馬県	0.5	0.4	4.1	23.5	51.2	7.8	0.0	5.3	7.2	0.0	0.0	0.0	(211)
埼玉県	0.0	4.4	6.2	4.7	55.4	8.3	0.3	4.7	8.2	0.0	0.0	7.9	(89)
千葉県	1.4	1.4	2.1	9.1	60.6	1.2	0.4	7.0	8.1	1.0	1.2	6.3	(283)
東京都	3.5	5.2	5.2	4.8	31.2	5.2	2.8	10.4	14.8	3.4	2.0	11.6	(438)
神奈川県	1.0	2.5	2.0	4.1	68.6	2.9	0.3	9.6	4.9	0.9	0.5	2.6	(346)
新潟県	0.6	1.9	5.3	7.3	35.2	35.4	2.9	7.6	2.6	0.7	0.0	0.4	(168)
富山県	0.0	1.3	0.0	0.0	33.6	7.9	26.2	10.1	13.2	1.8	2.0	3.9	(85)
石川県	0.0	1.3	1.2	5.0	21.3	4.8	25.9	9.4	26.7	0.9	0.6	2.9	(170)
福井県	1.2	1.2	0.0	2.3	12.0	3.3	18.6	16.4	40.9	0.7	1.3	1.9	(88)
山梨県	0.0	0.5	0.7	4.1	64.5	4.1	0.2	17.0	6.4	1.4	1.1	0.0	(157)
長野県	1.1	0.0	0.0	6.3	40.0	16.3	4.5	19.9	9.1	0.8	1.0	0.9	(341)
岐阜県	0.0	0.7	1.8	2.0	14.7	2.8	2.9	57.8	11.5	1.0	2.8	2.0	(158)
静岡県	0.5	1.0	0.1	2.7	53.5	4.5	1.1	28.5	4.8	1.0	1.3	0.9	(383)
愛知県	0.6	0.6	0.8	5.0	22.0	2.2	3.1	37.1	17.7	1.2	3.7	6.1	(180)
三重県	0.0	0.0	0.0	4.9	18.8	0.9	1.5	40.7	31.4	0.7	0.1	1.0	(184)
滋賀県	1.2	1.1	0.0	2.1	16.0	2.5	2.7	16.9	50.2	3.1	3.2	1.1	(100)
京都府	2.7	0.5	0.6	2.5	29.2	2.5	3.8	16.4	28.5	4.6	2.8	5.9	(315)
大阪府	1.4	0.9	0.4	2.3	28.8	0.9	4.7	9.8	25.4	8.8	4.0	12.6	(290)
兵庫県	1.1	0.4	0.3	1.0	9.6	2.0	1.4	7.7	59.1	7.1	4.6	5.7	(288)
奈良県	2.8	0.0	2.0	1.7	19.6	2.7	3.5	19.0	34.5	4.9	1.5	7.9	(83)
和歌山県	0.0	0.9	0.0	0.0	12.4	1.1	0.7	7.2	71.3	1.8	3.9	0.7	(138)
鳥取県	0.0	0.0	1.5	3.0	9.0	0.0	0.0	4.6	33.6	35.3	12.6	0.4	(67)
島根県	0.0	0.0	1.5	4.5	15.1	0.0	3.7	4.1	20.9	39.7	10.0	0.4	(65)
岡山県	0.4	0.0	0.9	2.1	13.0	1.3	2.6	8.3	35.1	23.2	8.1	5.1	(108)
広島県	0.0	0.0	0.0	4.2	15.7	1.0	2.0	5.0	18.4	41.2	8.5	4.0	(122)
山口県	0.0	0.0	0.0	3.3	8.6	0.0	1.7	4.3	13.6	41.1	7.2	20.2	(91)
徳島県	0.9	0.0	0.9	0.0	17.3	0.0	0.0	19.9	41.9	4.4	7.5	7.3	(55)
香川県	0.0	0.0	0.0	0.4	18.0	1.5	0.0	13.1	30.1	9.2	21.8	5.9	(97)
愛媛県	0.0	0.0	0.0	2.7	14.6	1.4	0.0	14.3	16.5	12.1	28.7	9.8	(85)
高知県	1.6	0.0	0.0	0.6	11.3	0.0	1.5	7.8	30.5	9.4	25.0	12.3	(64)
福岡県	0.9	0.0	0.8	0.5	24.4	0.5	1.3	4.1	16.2	12.9	1.0	37.4	(219)
佐賀県	0.0	0.0	0.0	1.0	16.8	0.0	2.2	3.5	8.5	4.0	1.3	62.9	(79)
長崎県	0.4	0.0	0.0	0.0	12.7	1.0	1.9	6.7	10.0	3.3	0.7	63.2	(132)
熊本県	0.7	0.0	0.0	1.4	13.1	0.0	2.1	0.5	6.1	6.0	2.3	67.7	(138)
大分県	0.6	0.0	0.0	2.4	10.3	0.0	1.6	1.9	7.1	6.3	3.8	66.1	(175)
宮崎県	0.0	0.0	0.0	0.5	14.9	0.0	3.9	5.3	14.4	2.1	3.2	55.3	(100)
鹿児島県	0.7	0.0	0.3	2.7	17.7	0.0	1.2	6.1	16.9	7.6	0.8	46.0	(146)
沖縄県	2.7	0.2	1.5	4.3	36.1	0.8	0.7	6.9	13.5	3.8	1.0	28.6	(249)

(注)1回の旅行につき、複数の旅行先(都道府県)を選択したデータを含む。表中の数値は表示単位未満で四捨五入して表示している。資料：(公財)日本交通公社「JTBF 旅行実態調査」  
 ■全体の比率より15ポイント以上大きい値 ■全体の比率より10ポイント以上大きい値 ■全体の比率より5ポイント以上大きい値

表I-2-7 旅行先(都道府県)別の最も楽しみにしていたこと

(単位：%)

楽しみ 旅行先	温泉に入ること	おいしいものを 食べる	自然景観を見ること	文化的な名所(史跡、寺 社仏閣など)を見ること	観光・文化施設(水族館 や美術館、テーマパーク など)を訪れること	スポーツやアウトドア 活動を楽しむこと	目当ての宿泊施設に 泊まること	帰省・冠婚葬祭・ 親族や知人訪問	自然の豊かさを 体験すること	街や都市を訪れること	芸術・音楽・スポーツ などの観劇・鑑賞・観戦	買い物をすること	地域の祭りやイベント	地域の文化を 体験すること	その他	サンプル数
全体	20.9	20.8	11.1	8.2	6.7	6.0	5.7	4.3	3.7	3.6	2.6	2.5	0.9	0.4	2.4	(6511)
前年	15.4	18.7	12.2	11.7	9.3	6.2	2.5	4.0	3.2	4.0	5.0	2.9	1.9	1.0	2.1	(9364)
北海道	24.6	22.2	12.0	4.3	4.5	6.0	5.7	5.1	4.0	3.7	1.1	2.5	2.1	0.0	2.2	(399)
青森県	18.5	13.0	27.9	5.3	6.0	4.0	10.2	0.5	4.2	0.0	2.5	0.8	0.0	0.0	7.0	(46)
岩手県	36.5	24.5	9.7	2.4	4.8	8.9	7.1	2.7	0.0	0.3	1.5	1.6	0.0	0.0	0.0	(80)
宮城県	26.4	26.3	15.7	5.8	6.3	0.8	0.0	2.2	3.8	2.9	1.2	5.1	0.0	2.3	1.3	(131)
秋田県	31.3	22.2	13.8	6.9	5.0	5.2	4.0	0.0	7.6	1.2	0.0	0.7	0.0	0.0	2.1	(52)
山形県	31.7	21.3	14.0	1.6	6.1	12.5	1.7	3.1	1.7	0.7	0.0	1.1	0.0	0.0	4.3	(68)
福島県	31.8	17.4	8.7	4.5	7.5	5.7	8.0	6.2	4.5	0.5	1.9	0.0	0.0	0.5	3.0	(103)
茨城県	13.5	22.7	12.2	4.5	13.0	17.1	0.5	0.0	1.6	3.2	1.6	2.2	2.5	0.0	5.3	(47)
栃木県	43.5	11.4	11.8	6.8	2.3	8.9	5.7	1.5	4.3	1.5	0.8	0.5	0.4	0.0	0.6	(181)
群馬県	47.2	6.6	6.2	3.0	3.6	13.0	3.3	2.1	5.6	5.1	1.7	1.0	0.0	0.0	1.5	(165)
埼玉県	9.4	20.2	13.7	14.2	2.0	5.4	3.0	7.7	13.0	7.2	3.6	0.6	0.0	0.0	0.0	(59)
千葉県	11.6	21.4	12.5	1.2	31.2	6.3	6.2	1.7	2.5	0.0	1.6	1.9	0.0	0.2	1.8	(205)
東京都	4.5	18.7	2.5	5.6	10.9	0.2	9.3	10.1	1.0	7.4	14.4	7.9	1.9	1.7	3.9	(310)
神奈川県	30.7	18.4	8.9	4.3	3.6	3.1	15.4	1.4	2.8	4.0	1.8	1.8	0.4	0.0	3.4	(247)
新潟県	26.3	20.5	16.6	3.8	4.2	13.7	4.8	3.2	1.9	0.3	0.8	1.0	0.0	0.0	2.9	(123)
富山県	20.3	33.6	8.4	14.3	1.9	2.0	6.5	1.4	6.5	3.2	0.0	0.0	0.0	0.0	1.9	(53)
石川県	28.1	32.8	8.2	7.9	2.0	3.8	6.7	0.0	0.0	4.0	0.8	2.8	0.4	0.6	1.8	(121)
福井県	14.4	47.6	14.2	2.6	6.5	4.6	5.3	3.0	1.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	(55)
山梨県	21.4	16.0	13.8	1.0	3.7	20.0	6.0	3.2	8.6	1.0	0.0	2.4	0.0	0.0	3.0	(104)
長野県	24.1	8.4	18.7	6.0	0.4	15.4	5.2	3.5	9.4	0.7	0.0	5.3	0.0	0.0	2.9	(263)
岐阜県	26.3	26.4	17.3	8.2	2.6	5.0	1.6	3.3	2.6	3.5	0.0	2.5	0.0	0.0	0.7	(109)
静岡県	34.5	23.2	13.1	1.9	3.8	7.6	5.6	1.5	2.9	1.6	1.0	0.4	1.1	0.0	1.8	(307)
愛知県	9.1	25.3	4.7	7.4	7.3	2.4	9.1	7.4	1.4	6.5	7.9	8.1	1.7	0.0	1.8	(121)
三重県	20.6	27.8	4.9	13.6	9.2	5.4	5.4	1.8	3.6	3.1	0.0	1.0	1.0	0.0	2.5	(131)
滋賀県	19.1	20.9	11.5	14.7	3.0	6.1	6.7	4.9	0.4	2.0	1.7	4.0	3.0	0.0	2.0	(58)
京都府	3.3	22.4	10.8	34.9	4.2	0.4	4.3	0.9	1.9	8.4	2.9	2.3	0.5	1.2	1.6	(200)
大阪府	4.0	28.5	2.2	5.5	13.9	3.2	4.3	6.9	0.1	7.2	8.6	5.8	2.8	0.6	6.5	(176)
兵庫県	23.0	27.0	5.0	4.8	3.4	6.9	5.6	5.4	3.7	6.2	2.4	1.6	0.4	0.8	3.8	(211)
奈良県	11.5	10.7	5.1	35.7	5.2	11.1	10.1	7.1	0.6	0.0	0.0	0.0	1.7	1.1	0.0	(44)
和歌山県	27.2	22.7	9.2	6.5	13.9	3.6	5.0	5.4	3.7	1.0	0.0	0.0	1.1	0.0	0.7	(106)
鳥取県	33.7	9.5	14.8	18.4	6.5	0.0	0.7	9.0	0.0	0.0	0.0	1.1	3.2	0.0	3.3	(36)
島根県	21.8	16.6	0.0	21.5	10.4	0.0	6.5	6.9	15.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.9	(28)
岡山県	14.0	17.7	4.8	15.2	10.8	5.9	1.5	10.0	6.3	6.7	0.0	3.5	1.5	0.0	2.1	(65)
広島県	6.1	22.2	16.9	14.3	1.9	2.3	4.8	11.9	4.0	4.2	6.3	0.3	0.0	0.0	4.8	(83)
山口県	21.0	25.1	18.4	9.9	3.1	0.0	12.1	3.4	0.0	0.0	0.0	3.5	0.4	0.4	2.5	(56)
徳島県	11.1	21.7	7.9	13.2	11.7	6.7	6.5	10.9	7.9	2.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	(22)
香川県	13.2	28.3	14.0	8.6	9.4	2.3	3.4	8.8	0.0	5.9	0.0	4.1	0.0	0.0	2.0	(51)
愛媛県	33.1	15.2	6.6	2.8	11.5	2.8	0.9	4.7	4.8	3.0	4.1	4.2	0.0	3.4	2.8	(41)
高知県	0.0	40.3	20.0	5.1	10.2	4.8	0.0	5.0	8.6	3.4	2.5	0.0	0.0	0.0	0.0	(40)
福岡県	9.8	28.5	4.5	8.8	3.6	1.1	6.0	10.9	1.0	9.6	6.5	6.4	1.3	0.5	1.5	(139)
佐賀県	37.7	25.1	8.5	4.7	0.0	0.0	4.1	4.6	1.0	3.1	2.7	3.1	0.0	0.0	5.3	(38)
長崎県	24.3	15.7	6.8	10.4	9.8	7.5	10.6	2.9	0.0	2.3	1.2	2.7	3.6	0.0	2.0	(96)
熊本県	32.4	29.0	14.4	2.5	1.8	6.1	8.0	1.5	0.0	1.2	0.0	1.6	0.0	0.0	1.5	(85)
大分県	47.6	12.3	7.1	3.0	5.0	9.9	4.5	4.5	0.8	0.0	2.6	0.2	0.0	1.0	1.5	(118)
宮崎県	14.9	21.5	11.5	8.6	2.2	10.7	2.9	2.4	5.3	3.6	7.3	3.2	0.0	0.0	5.8	(54)
鹿児島県	29.6	20.1	7.3	3.5	3.6	8.6	7.1	3.3	7.7	1.1	1.5	0.4	3.7	1.4	1.1	(93)
沖縄県	0.8	16.8	22.2	4.5	6.8	9.7	10.9	6.0	8.9	3.4	2.9	2.1	1.1	1.1	2.6	(214)

(注)旅行先別については、1回の旅行につき、単一の旅行先(都道府県)を選択したデータのみ。表中の数値は表示単位未満で四捨五入して表示している。資料：(公財)日本交通公社「JTBF 旅行実態調査」

■全体の比率より15ポイント以上大きい値 ■全体の比率より10ポイント以上大きい値 ■全体の比率より5ポイント以上大きい値

## ④旅行先での交通手段(表I-2-8)

旅行先での交通手段は、コロナ禍の影響を大きく受け、『列車』をはじめとした公共交通機関の利用率が大幅に減少、『自家用車』の利用率が約10ポイント高まった。『交通機関は利用しなかった』は5ポイント高まり、1割以上を占めた。

『自家用車』は、特に、「秋田」「茨城」「栃木」「群馬」「山梨」「山口」では利用率が6割を超え、全体よりも15ポイント以上高い。

『列車』についてみると、公共交通機関が発達している「東京」「大阪」では約6割が利用しており、両都府での『自家用車』利用率は2割程度にとどまる。その他、大阪に隣接する「京都」「奈良」に加え「福岡」も、『列車』利用率が全体よりも15ポイント以上高く、かつ、列車利用率が自家用車利用率を上回る。「愛知」の『列車』利用率は全体より15ポイント以上高いものの、『自家用車』利用率のほうが高かった。

『路線バス』については、特に「京都」での利用率が高く、全体よりも15ポイント以上高い。「鳥取」「福岡」も、全体を10ポイント以上上回る高い利用率であった。その他、「石川」「大阪」「奈良」「沖縄」においても、全体を5ポイント以上上回った。

『レンタカー』利用率は、北海道や四国、九州・沖縄で高い比率となった。「沖縄」では約5割が『レンタカー』を利用したが、前年に比べて約10ポイント減となった。

『タクシー・ハイヤー』は、「青森」「東京」「京都」「奈良」「沖縄」において、多く利用された。

## ⑤旅行先と宿泊施設(表I-2-9)

最も多い宿泊施設は5.5割を占める『ホテル』であり、以下、『旅館』が3割強、『実家・親戚・知人宅』『民宿・ペンション・ロッジ』が0.5割で続く。前年と比べて『ホテル』利用率が減少、内訳をみると『ビジネスホテル』と『シティホテル』が減少しており、『リゾートホテル』の利用率が最も高くなった。その一方で、『旅館』、特に『旅館(比較的規模小)』の利用率が増加した。

都道府県別にみると、31都道府県で『ホテル』の利用率が最も高くなっており、特に、「東京」「京都」「大阪」は7割を超え、全体と比べて15ポイント以上高い利用率となった。いずれも『シティホテル』『ビジネスホテル』利用率がそれぞれ3~4割を占める。『リゾートホテル』については「千葉」「和歌山」「長崎」「沖縄」、『シティホテル』については「福岡」の利用率の高さも顕著であった。

一方、東北地方の「秋田」「山形」、中国地方の「島根」「山口」の4県では『旅館』の利用率が5割を超え、『旅館』利用率が『ホテル』利用率を上回った。

『実家・親戚・知人宅』は、「山形」「埼玉」「愛知」「大阪」「広島」「徳島」「愛媛」「宮崎」における利用率が全体よりも5ポイント以上上回った。

『民宿・ペンション・ロッジ』は、「福井」「熊本」で利用率1割となり、全体平均より5ポイント以上高い。

個人所有の宿泊施設である『別荘・リゾートマンション・会員制の宿泊施設』は、「山梨」「島根」での利用率が1.5割を占め、全体平均より10ポイント以上高い。

『キャンプ・オートキャンプ』は、「埼玉」「山梨」での利用率が1割弱となり、全体平均より5ポイント以上高くなった。

## ⑥旅行先と宿泊数(表I-2-10)

宿泊数については、近隣旅行の増加とも関連して前年に比べて『1泊』率が11.3ポイント増加し、62.0%を占めた。『1泊』と『2泊』をあわせると全体の84.9%を占め、宿泊数の短縮化が進んだ。

都道府県別にみても、「沖縄」を除く全ての都道府県において『1泊』の割合が最も高い。1泊率が7割を超えるのは27県(前年16県)で、特に、「福井」の1泊率は9割を超えた。

一方、「北海道」「沖縄」は他の都道府県に比べて宿泊数が長くなっており、3泊以上の割合がそれぞれ3割、4.5割を占める(全体の3泊以上の割合は15.1%)。平均宿泊数はそれぞれ2.11泊、2.49泊であった。なお、「北海道」は他都道府県に比べて宿泊数は長いものの、2020年は道内居住者の割合が48.4%と半数弱を占めたこともあり、1泊率が47.6%と、前年27.1%から大幅に増加した。

## ⑦旅行先と現地で楽しんだ活動(表I-2-11)

全体でみると、最も楽しみにしていたことと同様に『温泉』を楽しんだ旅行者が最も多く、活動実施率は4.5割を占め、前年から7.3ポイント増加した。全体として多い活動は、以下、『自然や景勝地の訪問』、『現地グルメ・名物料理』、『まち並み散策・まち歩き』、『歴史・文化的な名所の訪問』、『ショッピング・買い物』と続き、これらの活動実施率は2割を超えた。前年から『温泉』と『自然や景勝地の訪問』の順位が入れ替わったものの、それ以外の順位は変わらなかった。ただし、これらの活動の実施率は『温泉』及び『自然や景勝地の訪問』以外は前年マイナスとなった。近隣旅行の増加、宿泊日数の短縮化の影響などもあり、1回の旅行あたりの平均活動数は減少した。

『温泉』は前述の通り前年より7.3ポイント増、最多の活動となったのは31道県と、前年22県から大幅に増加した。「岩手」「栃木」「群馬」「静岡」「山口」「佐賀」「熊本」「大分」では実施率が6割を超え、かつ、全体と比べて15ポイント以上高い。

『自然や景勝地の訪問』は前年より0.1ポイント増、最多の活動となったのは「青森」「茨城」「埼玉」「徳島」「沖縄」の5県(前年12道県)。トップになる県はそれほど多くはないが、いずれの都道府県においても人気の活動となっている。「長野」「山口」「徳島」「鹿児島」「沖縄」では実施率が5割を超え、かつ、全体と比べて10ポイント以上高い。

『現地グルメ・名物料理』は前年より1.2ポイント減となり、最多の活動となったのは、「東京」「富山」「愛知」「大阪」「広島」「高知」「福岡」「宮崎」の8都道府県であった(前年6府県)。「北海道」「沖縄」でも4割強と高い実施率だが、「北海道」は『温泉』、『沖縄』は『自然や景勝地の訪問』に次いで多い活動であった。

『まち並み散策・まち歩き』は前年より6.2ポイント減となり、最多の活動となった都道府県はなかった(前年1県)。全体との比較でみると、飛騨高山や郡上八幡などに代表される「岐阜」、祇園や三年坂などのある「京都」、内子、大洲などに代表される「愛媛」で特に特徴的な活動であった。

『歴史・文化的な名所の訪問』は前年より5.7ポイント減となり、この活動が最多の活動となった地域は、世界文化遺産にも登録されている古都「京都」「奈良」の2府県であり(前年4府

表I-2-8 旅行先(都道府県)別の旅行先での交通手段(複数回答)

(単位: %)

交通手段 旅行先	自家用車	列車	路線バス	レンタカー	タクシー・ ハイヤー	貸切バス・ 定期観光バス	飛行機	観光客向けの 巡回バスなど	観音船、 屋形船 など	船(フェリー、 観光船、 屋形船 など)	レンタサイクル	その他	交通機関は 利用しなかった	サンプル数
全体	46.5	21.1	11.1	10.9	5.8	4.4	4.2	2.9	2.3	1.1	1.3	13.2	(6511)	
前年	37.5	29.7	14.1	13.6	8.5	7.3	8.1	3.9	2.9	1.4	1.1	7.2	(9364)	
北海道	35.8	24.5	11.0	20.6	10.2	8.5	12.7	3.7	3.3	0.8	1.4	12.8	(446)	
青森県	40.7	25.9	15.4	16.5	13.5	11.6	12.2	3.5	3.3	0.0	1.4	10.4	(84)	
岩手県	55.9	19.7	12.1	6.3	2.8	7.1	8.6	3.0	1.3	0.2	1.4	14.0	(136)	
宮城県	50.4	25.4	10.8	7.4	4.1	5.0	2.8	7.7	3.2	0.6	0.7	13.1	(197)	
秋田県	68.3	16.7	8.2	9.5	1.9	13.9	4.7	2.9	0.4	0.0	0.4	4.6	(104)	
山形県	51.4	13.5	9.7	10.4	2.3	8.2	3.2	2.8	0.3	0.0	1.0	17.0	(114)	
福島県	60.6	11.2	6.1	12.2	3.2	7.3	2.6	1.9	1.0	1.4	3.6	12.6	(155)	
茨城県	61.5	13.4	10.7	10.4	4.8	9.6	6.5	2.3	1.2	2.0	0.0	6.0	(85)	
栃木県	65.5	9.1	5.1	6.0	2.7	5.7	1.5	1.8	0.8	0.5	0.0	14.0	(231)	
群馬県	62.7	10.8	11.9	5.7	3.1	4.4	3.1	4.8	0.4	1.4	0.0	11.0	(211)	
埼玉県	34.0	28.6	4.9	11.3	5.6	4.1	9.6	7.8	2.8	2.8	3.0	14.3	(89)	
千葉県	47.2	28.4	11.1	5.7	3.7	3.9	3.2	5.5	0.8	1.7	1.3	10.4	(283)	
東京都	18.0	59.1	13.8	6.8	12.4	5.1	7.4	2.4	1.7	1.5	1.9	9.8	(438)	
神奈川県	40.1	29.6	14.3	4.8	5.8	3.4	3.2	3.9	4.6	2.1	1.3	15.0	(346)	
新潟県	56.0	13.1	4.5	7.3	2.0	5.1	0.8	1.7	1.4	0.1	1.8	16.7	(168)	
富山県	47.0	29.1	7.1	10.2	2.4	8.0	1.7	4.6	2.8	2.6	0.5	8.4	(85)	
石川県	39.5	17.1	19.1	16.7	5.7	4.9	1.6	7.7	1.0	1.4	0.0	17.2	(170)	
福井県	56.2	9.4	10.0	12.0	6.0	5.5	1.1	6.4	0.0	1.9	1.6	11.5	(88)	
山梨県	61.8	10.5	7.8	12.1	5.0	3.0	1.0	0.8	0.7	3.0	0.5	13.0	(157)	
長野県	58.7	10.3	7.5	5.6	4.0	4.5	2.5	1.6	0.4	1.1	2.5	16.9	(341)	
岐阜県	59.2	10.1	7.8	13.0	2.8	4.2	2.6	2.5	0.5	2.1	0.5	12.2	(158)	
静岡県	53.0	13.0	9.1	8.8	6.2	1.6	0.9	4.4	1.9	0.5	0.7	16.3	(383)	
愛知県	37.6	36.8	11.7	11.5	7.6	4.5	3.3	4.7	4.0	3.0	1.2	8.1	(180)	
三重県	55.7	14.4	6.8	9.1	3.0	7.0	0.0	4.0	2.4	0.6	3.3	10.8	(184)	
滋賀県	43.9	24.3	10.4	11.1	4.7	7.1	1.2	4.2	0.7	0.5	1.1	13.9	(100)	
京都府	30.8	47.4	36.5	8.4	12.4	5.5	4.4	4.5	1.5	2.2	1.0	4.5	(315)	
大阪府	19.9	61.2	20.6	10.1	9.1	4.3	9.6	4.0	1.5	2.0	0.8	10.2	(290)	
兵庫県	48.4	25.4	11.9	10.4	6.0	4.2	5.5	3.3	0.3	1.4	1.6	13.7	(288)	
奈良県	27.5	39.3	20.1	14.8	12.2	12.3	2.7	8.4	0.0	8.7	0.5	7.0	(83)	
和歌山県	56.1	12.0	10.5	7.2	5.3	12.0	2.6	2.5	0.5	1.8	1.5	10.8	(138)	
鳥取県	54.3	22.8	24.4	9.7	7.7	8.8	1.5	5.7	1.5	0.0	0.0	4.9	(67)	
島根県	56.0	22.5	13.6	14.7	6.9	7.2	7.4	7.3	5.7	0.0	0.0	6.8	(65)	
岡山県	59.4	19.5	4.7	13.9	3.3	7.5	4.5	0.0	5.5	2.8	0.7	6.5	(108)	
広島県	45.9	22.5	16.0	12.1	7.8	4.3	4.2	1.6	11.3	2.0	2.0	15.5	(122)	
山口県	64.4	15.0	10.1	15.1	3.2	11.1	4.4	3.3	6.7	0.0	1.3	1.1	(91)	
徳島県	37.5	8.4	9.5	20.3	4.9	16.0	4.7	1.8	6.3	0.0	0.7	15.5	(55)	
香川県	40.0	9.1	6.6	23.9	1.4	11.2	6.6	2.1	13.5	1.4	1.6	15.1	(97)	
愛媛県	50.0	16.3	7.5	22.3	3.7	8.8	4.3	2.3	7.7	3.6	4.3	3.9	(85)	
高知県	55.4	12.1	3.2	23.2	1.5	8.7	3.4	3.2	7.1	0.0	0.0	10.9	(64)	
福岡県	31.8	36.7	23.8	20.5	7.1	7.3	11.5	3.4	4.3	2.2	1.1	5.2	(219)	
佐賀県	50.1	16.7	15.7	20.2	4.8	8.8	4.0	1.3	3.9	2.8	0.0	11.2	(79)	
長崎県	44.2	14.7	12.5	14.9	5.1	12.7	3.2	2.3	9.4	1.3	0.6	15.6	(132)	
熊本県	45.5	13.3	13.1	20.7	5.6	8.6	2.3	2.0	2.2	1.3	0.7	16.1	(138)	
大分県	59.7	8.2	8.4	14.1	3.6	5.6	4.8	0.6	2.0	1.8	0.0	12.9	(175)	
宮崎県	42.9	13.8	11.6	29.8	2.8	8.1	3.4	0.8	3.3	3.8	0.0	7.8	(100)	
鹿児島県	42.6	19.2	11.4	23.1	6.6	11.3	10.6	3.9	6.7	2.1	1.5	6.4	(146)	
沖縄県	16.1	17.7	16.8	51.5	13.1	5.1	24.1	2.4	7.6	1.3	2.4	1.9	(249)	

(注)1回の旅行につき、複数の旅行先(都道府県)を選択したデータを含む。表中の数値は表示単位未満で四捨五入して表示している。

資料: (公財)日本交通公社「JTBF 旅行実態調査」

■全体の比率より15ポイント以上大きい値

■全体の比率より10ポイント以上大きい値

■全体の比率より5ポイント以上大きい値

表 I -2-9 旅行先(都道府県)別の宿泊施設(複数回答)

(単位：%)

宿泊施設 旅行先	ホテル			旅館		実家・親戚・知人宅	民宿・ペンション・ロッジ	リゾートマンション・会員制の宿泊施設	別荘・リゾートキャンプ	オートキャンプ	公共の宿	その他	サンプル数	
	リゾートホテル	ビジネスホテル	シティホテル	旅館(比較的規模大)	旅館(比較的規模小)									
全体	56.8	23.3	20.6	15.4	31.7	18.3	14.2	5.2	4.6	2.8	1.9	1.6	1.9	(6511)
前年	62.2	22.9	24.3	19.4	27.0	16.9	10.8	7.4	4.2	2.5	1.7	1.8	1.8	(9364)
北海道	63.4	28.5	18.3	20.2	33.4	20.4	13.5	5.8	3.6	0.7	1.7	0.7	2.4	(399)
青森県	53.7	23.1	30.8	6.4	41.3	27.7	16.1	5.1	7.1	0.0	3.0	0.0	0.0	(46)
岩手県	43.4	25.7	11.2	7.7	49.5	33.1	16.4	2.1	2.7	0.0	1.5	1.2	2.2	(80)
宮城県	63.8	28.1	20.4	16.3	32.2	21.7	10.6	3.6	1.9	0.9	0.0	0.0	0.0	(131)
秋田県	43.5	10.9	23.9	10.9	50.4	29.5	25.7	2.1	0.9	0.0	3.3	1.9	0.0	(52)
山形県	20.8	1.7	14.6	4.5	59.9	18.9	41.0	11.4	4.8	0.7	3.1	0.0	1.7	(68)
福島県	42.5	21.1	16.1	5.3	43.8	26.5	17.8	3.0	4.4	0.8	0.6	4.7	1.0	(103)
茨城県	53.8	23.4	16.0	16.1	29.5	23.8	7.9	3.0	5.8	0.8	0.0	3.8	4.4	(47)
栃木県	43.8	31.4	9.2	3.1	38.7	23.9	14.8	3.6	5.8	4.9	4.4	1.3	0.3	(181)
群馬県	35.9	17.2	15.2	4.2	47.1	26.2	21.9	2.8	7.2	3.0	3.7	2.1	0.4	(165)
埼玉県	48.2	14.7	15.2	18.4	23.1	6.7	16.4	14.0	5.3	0.4	8.6	1.7	0.4	(59)
千葉県	58.0	40.7	10.2	9.5	21.9	13.0	9.7	5.2	6.0	3.2	1.3	2.7	2.8	(205)
東京都	84.7	10.3	40.3	36.3	5.4	1.6	3.8	8.3	2.2	0.5	0.0	0.0	0.6	(310)
神奈川県	59.3	28.2	15.0	16.1	30.4	9.9	20.5	1.9	1.8	5.1	2.0	1.8	0.0	(247)
新潟県	33.4	14.0	17.8	3.0	46.6	35.7	11.9	3.8	5.6	3.9	1.8	1.9	4.3	(123)
富山県	48.3	14.3	21.0	13.0	48.5	31.5	16.9	4.0	2.2	0.0	0.0	0.0	0.5	(53)
石川県	46.0	20.3	8.7	18.1	47.2	32.2	15.0	0.0	1.9	2.7	0.0	1.8	2.2	(121)
福井県	23.3	6.9	12.5	3.9	48.4	38.8	9.5	3.5	13.4	6.3	2.6	0.0	2.5	(55)
山梨県	36.0	20.0	7.7	8.3	28.1	17.6	10.5	1.8	8.8	15.3	8.4	1.0	1.5	(104)
長野県	38.5	27.1	8.2	3.6	41.8	23.1	18.8	3.4	9.4	5.7	2.1	0.5	3.1	(263)
岐阜県	34.9	22.9	6.1	5.9	45.9	27.5	18.4	5.5	7.0	6.1	1.8	0.3	3.0	(109)
静岡県	45.4	30.3	8.6	7.5	34.2	19.1	15.7	1.9	6.8	7.3	2.8	2.4	1.5	(307)
愛知県	57.9	9.1	30.2	19.3	27.5	14.1	13.4	10.6	3.9	0.0	0.0	0.6	1.0	(121)
三重県	44.4	30.6	10.1	4.0	39.4	22.7	18.9	4.4	5.9	3.6	4.5	0.0	1.0	(131)
滋賀県	49.3	28.9	12.8	7.6	20.6	16.5	4.1	4.9	8.5	4.7	4.2	7.9	0.0	(58)
京都府	73.2	7.5	29.9	37.1	15.7	8.2	7.6	3.5	2.2	3.0	0.6	1.3	0.7	(200)
大阪府	76.8	9.9	37.3	31.5	7.2	2.8	4.4	12.1	0.0	1.9	0.8	0.3	1.5	(176)
兵庫県	45.2	14.8	13.2	17.2	35.7	25.1	10.6	4.2	6.0	3.1	2.3	1.5	3.1	(211)
奈良県	52.0	13.4	20.3	18.3	45.9	21.3	24.6	0.6	8.8	0.0	5.1	0.0	0.0	(44)
和歌山県	59.7	48.8	6.3	4.6	26.5	15.0	11.5	6.0	3.9	0.5	0.0	4.6	0.0	(106)
鳥取県	41.5	21.1	13.0	7.4	49.5	32.8	16.6	7.6	0.0	0.0	0.0	4.7	0.0	(36)
島根県	20.4	0.0	16.2	4.2	55.0	26.8	28.3	9.2	0.0	15.4	0.0	0.0	0.0	(28)
岡山県	57.6	15.9	27.3	18.1	24.8	8.3	16.6	9.8	0.0	0.0	1.8	3.4	4.3	(65)
広島県	67.0	14.0	31.8	22.4	11.9	7.1	4.8	14.2	2.5	0.0	0.0	8.0	1.2	(83)
山口県	45.7	17.9	20.0	12.8	53.9	38.6	15.3	4.8	1.6	0.0	0.0	0.0	2.5	(56)
徳島県	41.0	24.0	8.1	9.0	43.4	10.8	32.6	10.9	5.4	4.7	0.0	0.0	0.0	(22)
香川県	45.7	18.1	19.8	12.7	33.9	21.0	12.9	5.4	1.9	0.0	2.0	3.4	7.7	(51)
愛媛県	45.4	20.3	11.7	13.5	41.2	24.0	17.1	10.9	5.7	0.0	1.2	2.5	0.9	(41)
高知県	46.6	13.3	27.8	11.7	24.5	20.2	4.3	5.0	8.6	0.0	3.9	6.8	10.6	(40)
福岡県	72.2	14.0	29.1	31.6	15.9	8.3	7.6	9.9	0.0	1.1	0.0	1.4	1.7	(139)
佐賀県	41.8	23.5	17.3	1.0	55.4	33.7	21.7	4.6	0.0	0.0	1.0	0.0	0.0	(38)
長崎県	74.6	45.4	17.8	16.5	27.9	16.2	11.8	3.0	0.7	0.0	0.0	0.0	0.4	(96)
熊本県	32.6	8.1	19.2	5.4	50.2	18.4	32.9	5.2	10.8	2.1	1.2	3.2	0.0	(85)
大分県	37.6	21.4	10.5	6.1	48.4	13.5	34.9	5.0	6.0	2.9	3.7	0.6	1.5	(118)
宮崎県	74.5	27.5	27.1	19.8	9.3	5.1	4.2	12.4	3.8	0.0	1.4	1.8	0.0	(54)
鹿児島県	61.8	28.9	24.6	9.4	32.8	16.1	16.7	4.1	3.1	1.1	1.5	2.7	3.3	(93)
沖縄県	90.8	59.8	21.7	14.7	2.5	0.4	2.2	1.9	7.1	0.8	0.6	0.4	3.3	(214)

(注)旅行先別については、1回の旅行につき、単一の旅行先(都道府県)を選択したデータのみ。表中の数値は表示単位未満で四捨五入して表示している。資料：(公財)日本交通公社「JTBF 旅行実態調査」

■全体の比率より15ポイント以上大きい値 ■全体の比率より10ポイント以上大きい値 ■全体の比率より5ポイント以上大きい値

表I-2-10 旅行先(都道府県)別の宿泊数

(単位：%)

(泊)

宿泊数	1泊	2泊	3泊	4泊	5泊以上	平均宿泊数	サンプル数
旅行先							
全体	62.0	22.9	8.5	3.2	3.4	1.66	(6511)
前年	50.7	29.2	12.1	3.7	4.4	1.85	(9364)
北海道	47.6	22.2	18.6	3.7	7.9	2.11	(399)
青森県	53.0	35.7	6.3	2.4	2.5	1.66	(46)
岩手県	81.3	11.5	2.1	3.4	1.8	1.34	(80)
宮城県	77.5	16.8	5.3	0.4	0.0	1.29	(131)
秋田県	77.9	20.4	0.0	0.9	0.7	1.28	(52)
山形県	68.8	14.8	9.1	3.3	4.1	1.63	(68)
福島県	67.5	24.7	6.9	0.5	0.5	1.42	(103)
茨城県	64.2	23.7	7.4	4.7	0.0	1.53	(47)
栃木県	81.2	12.9	2.5	2.3	1.1	1.30	(181)
群馬県	77.0	15.5	1.9	3.7	1.9	1.40	(165)
埼玉県	74.2	18.9	1.7	4.5	0.8	1.39	(59)
千葉県	76.5	18.6	1.9	1.9	1.1	1.33	(205)
東京都	59.8	23.5	8.6	2.8	5.4	1.75	(310)
神奈川県	84.4	11.9	2.2	0.6	0.9	1.22	(247)
新潟県	63.7	28.3	4.9	2.3	0.8	1.49	(123)
富山県	71.4	20.0	3.1	1.9	3.7	1.50	(53)
石川県	78.3	18.5	2.0	1.1	0.0	1.26	(121)
福井県	90.1	3.5	5.0	1.4	0.0	1.18	(55)
山梨県	74.8	18.0	4.9	2.4	0.0	1.35	(104)
長野県	59.6	27.3	6.8	2.7	3.6	1.65	(263)
岐阜県	73.5	23.8	1.3	1.4	0.0	1.30	(109)
静岡県	72.8	19.8	5.6	1.1	0.6	1.38	(307)
愛知県	68.5	21.7	5.6	2.1	2.1	1.48	(121)
三重県	80.0	11.8	1.8	4.0	2.4	1.38	(131)
滋賀県	73.6	22.2	1.3	2.9	0.0	1.34	(58)
京都府	51.7	35.6	10.3	1.0	1.4	1.65	(200)
大阪府	60.7	24.8	6.5	4.0	4.1	1.70	(176)
兵庫県	79.1	14.7	3.7	1.2	1.3	1.32	(211)
奈良県	67.1	28.3	1.7	1.1	1.7	1.42	(44)
和歌山県	77.7	16.0	4.0	0.0	2.3	1.33	(106)
鳥取県	70.3	21.7	0.0	4.8	3.2	1.49	(36)
島根県	61.6	17.1	12.9	6.2	2.3	1.72	(28)
岡山県	70.2	24.0	4.3	0.0	1.5	1.39	(65)
広島県	65.6	18.6	9.7	5.0	1.2	1.60	(83)
山口県	71.5	23.0	3.1	2.5	0.0	1.37	(56)
徳島県	65.3	19.8	10.4	0.0	4.6	1.63	(22)
香川県	78.9	15.7	3.5	1.9	0.0	1.28	(51)
愛媛県	70.0	17.0	5.5	7.5	0.0	1.51	(41)
高知県	73.0	19.1	7.9	0.0	0.0	1.35	(40)
福岡県	72.4	14.6	7.9	2.2	2.9	1.50	(139)
佐賀県	86.0	6.7	2.7	0.0	4.6	1.30	(38)
長崎県	67.6	17.5	10.3	2.4	2.3	1.56	(96)
熊本県	81.3	11.0	7.7	0.0	0.0	1.26	(85)
大分県	84.1	9.4	5.1	0.6	0.9	1.25	(118)
宮崎県	66.6	22.9	1.9	3.6	5.0	1.58	(54)
鹿児島県	56.4	32.3	5.5	3.6	2.3	1.63	(93)
沖縄県	22.0	31.4	31.2	10.5	4.8	2.49	(214)

(注)旅行先別については、1回の旅行につき、単一の旅行先(都道府県)を選択したデータのみ。表中の数値は表示単位未満で四捨五入して表示している。資料：(公財)日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

■全体の比率より15ポイント以上大きい値 ■全体の比率より10ポイント以上大きい値 ■全体の比率より5ポイント以上大きい値

■平均宿泊数が全体平均値より0.5泊以上大きい値(平均宿泊数については、7泊以上は7泊と仮定して算出。)



県)、活動実施率は6割を占めた。出雲大社が立地する「島根」においても、『温泉』に次いで多い活動であり、活動実施率は4割を超えた。『まち並み散策・まち歩き』及び『歴史・文化的な名所の訪問』は、近畿・中四国地方での実施率が高い活動である。

『ショッピング・買い物』は前年より3.7ポイント減となり、最多の活動となった都道府県はなかった(前年1都)。「大阪」「沖縄」では、全体平均より10ポイント以上高い実施率であった。

その他の活動で、都道府県によって特徴が顕著に表れたものは、『都市観光』における「京都」、『テーマパーク・レジャーランド』における「千葉」、『リゾート滞在(海浜)』、『海水浴・マリンスポーツ』における「沖縄」などであった。

また、現地ツアー・オプションツアー・体験プログラムの参加率は全体で8.0%と前年13.1%から5ポイント減となった。都道府県別にみると、突出して高い値を示した「沖縄」での参加率が21.2%となったが、前年37.7%からは大幅に減少した。

#### ⑧旅行先と旅行費用(表I-2-12)

交通費や宿泊費、飲食代、土産代などを含めた旅行1回1人当たりの総費用について全体でみると、『1万円以上2万円未満』が最も多くなり、前年に比べて最頻値が1段階下がった。平均費用でみても、約1.2万円減となり、近隣旅行の増加、宿泊数の短縮化などとも関連して減少した。

都道府県別にみると、「岩手」「秋田」「福島」「茨城」「埼玉」「福井」「岐阜」「滋賀」「広島」「佐賀」「熊本」で平均費用が2万円台と

低めの傾向にあった。要因としては、近隣からの旅行者が特に多いこと、それにともない、宿泊数が短いことなどが考えられる。

一方、平均費用が高いのは「北海道」「沖縄」であった。「沖縄」については『10万円以上』のシェアが2割を占め、他都道府県と比べて圧倒的に高い水準となっているものの、前年の3.5割からは約15ポイント減となった。

#### ⑨旅行先と満足度・再来訪意向(表I-2-13)

旅行先での満足度をみると、前年に比べて『大変満足』の比率が2.4ポイント減少したものの、全体でのトップシェアは『満足』であり、ほとんどの都道府県において満足層(『大変満足』+『満足』+『やや満足』)が9割を占める。“観光地における満足度調査で満足層が9割”というのは、決して高い水準ではなく、日本においては標準的な結果であるということが分かる。

都道府県別の再来訪意向(「1年以内に当該地域を再び訪れたいですか。’)も、前年に比べて『大変そう思う』の比率が2.6ポイント減少した。再来訪希望層(『大変そう思う』+『そう思う』+『やや思う』)は、5.5~9割となり、満足度よりも都道府県によって評価は分かれる。

「沖縄」は、満足度の『大変満足』率、再来訪意向の『大変そう思う』率ともに、全体に比べて15ポイント以上高い値となった。

表I-2-11 旅行先(都道府県)別の現地活動(複数回答)

現地行動	温泉	自然や景勝地の訪問	現地グルメ・名物料理	まち並み散策・まち歩き	歴史・文化的な名所の訪問	ショッピング・買い物	都市観光	観光施設・動物園・水族館	ドライブ	テーマパーク・レジャーランド	家族や親戚・友人知人訪問	美術館・博物館	リゾート滞在(海浜)	リゾート滞在(高原)	登山・トレッキング	写真・写生	祭り・イベント	世界遺産訪問
全体	44.8	39.6	34.7	25.9	24.2	22.0	14.6	8.9	7.5	7.1	6.3	5.5	4.1	3.4	3.4	3.0	2.9	2.9
前年	37.5	39.5	35.9	32.0	29.8	25.7	19.5	11.2	6.8	10.2	7.1	7.0	4.7	3.4	2.5	3.9	7.1	3.0
北海道	53.9	41.3	42.5	20.6	13.7	17.2	15.3	9.3	9.3	3.0	9.0	5.5	0.8	3.4	2.0	1.7	3.4	1.8
青森県	43.0	49.1	27.3	19.1	24.5	17.8	2.3	7.9	8.2	1.9	6.7	17.1	1.1	1.6	1.6	0.0	4.1	1.6
岩手県	61.6	28.8	26.5	8.6	8.1	17.1	9.3	5.7	10.4	0.3	2.9	2.0	0.3	7.6	3.9	1.5	1.5	0.0
宮城県	55.8	34.0	32.8	20.3	19.2	28.1	13.1	11.1	6.4	1.3	2.7	6.5	2.6	3.1	1.0	1.3	2.4	2.1
秋田県	59.1	31.7	42.6	16.5	16.9	25.6	6.0	15.2	5.3	3.2	7.6	9.9	3.3	1.4	2.2	0.0	6.9	2.6
山形県	56.9	27.4	45.2	20.4	20.9	19.8	7.6	5.2	2.3	2.6	4.9	0.0	0.4	0.0	0.0	0.4	1.5	0.0
福島県	57.0	38.4	26.5	11.8	12.3	11.4	6.4	9.3	6.7	8.5	5.3	1.0	1.0	7.4	3.8	4.0	1.5	0.0
茨城県	38.3	46.8	25.9	10.2	12.2	3.5	0.5	19.7	5.7	7.6	2.1	6.7	6.2	4.2	14.0	4.4	2.5	0.8
栃木県	65.3	43.5	28.1	15.8	26.8	23.5	4.4	8.8	8.6	11.1	2.0	2.2	1.3	8.3	4.9	2.2	2.2	2.8
群馬県	63.0	36.7	17.4	27.9	11.2	18.1	10.1	7.6	4.8	5.1	2.9	0.9	2.9	3.5	9.3	2.9	1.9	1.2
埼玉県	26.7	42.3	27.0	22.3	23.4	13.7	7.9	11.4	6.1	6.1	16.1	4.9	2.3	0.6	0.8	3.7	0.0	0.0
千葉県	26.6	30.0	25.1	6.0	6.6	20.1	3.0	11.0	10.4	34.5	5.8	1.3	5.4	1.6	0.8	1.8	2.5	0.0
東京都	9.4	10.8	32.1	25.0	11.3	28.6	23.2	5.1	2.0	11.4	14.2	4.7	2.7	0.6	0.8	1.6	8.2	0.5
神奈川県	56.0	33.7	26.8	24.8	15.3	24.1	14.7	6.5	1.5	4.3	1.4	11.1	2.7	3.2	4.5	0.5	1.5	0.7
新潟県	59.6	33.6	30.9	16.5	15.4	12.7	4.6	5.6	10.5	1.7	3.2	3.8	0.0	3.9	3.5	3.4	0.0	0.9
富山県	52.7	47.1	54.1	29.4	18.7	17.8	15.0	2.1	11.2	5.4	7.3	3.2	0.0	0.0	0.7	0.0	0.0	0.0
石川県	59.6	40.6	40.2	32.2	34.1	25.3	18.9	8.5	2.8	1.4	0.0	11.6	2.2	0.0	1.8	4.1	1.0	0.9
福井県	52.6	49.1	45.6	20.1	21.6	15.7	5.1	5.0	19.2	5.3	7.6	9.6	3.1	3.2	0.0	1.9	0.0	3.1
山梨県	50.8	42.3	22.3	11.4	10.9	15.1	4.4	5.2	3.0	10.3	3.7	6.1	1.6	13.8	5.0	5.9	1.0	0.0
長野県	58.6	50.3	28.8	18.2	22.1	23.9	8.6	2.5	5.5	0.4	4.4	7.7	0.4	13.1	12.0	5.7	1.0	1.6
岐阜県	57.5	46.8	38.1	49.0	28.7	19.0	12.7	2.7	8.2	2.7	4.6	3.8	0.7	3.3	3.0	5.2	4.4	3.1
静岡県	60.9	41.6	37.6	20.5	13.6	22.7	6.9	7.6	11.1	7.8	1.9	4.4	7.7	3.1	1.8	2.6	2.4	0.2
愛知県	18.0	21.5	37.5	22.2	17.7	22.6	9.4	11.3	3.4	7.8	10.3	2.7	1.5	1.1	1.5	3.8	4.0	0.8
三重県	44.5	34.8	38.5	20.2	26.1	15.6	6.8	14.1	10.0	11.7	4.2	0.8	2.8	2.5	0.8	1.0	1.6	8.3
滋賀県	34.2	33.0	34.1	25.6	33.4	7.7	12.1	1.3	4.1	0.0	3.1	2.0	7.0	0.0	2.0	5.3	3.0	0.0
京都府	16.5	46.0	34.7	51.1	64.4	22.1	30.5	4.3	2.0	1.8	2.2	6.7	0.4	0.7	2.0	3.5	3.0	11.6
大阪府	10.5	10.6	33.8	29.8	12.0	33.8	14.1	6.7	3.2	17.1	9.5	3.4	1.3	0.0	0.8	1.5	3.8	1.1
兵庫県	47.0	36.9	28.2	32.3	21.4	21.4	18.3	10.9	4.5	6.4	6.6	3.0	4.9	2.0	1.8	2.2	1.4	1.6
奈良県	27.6	48.8	31.0	40.9	59.2	9.7	13.8	7.8	3.9	0.9	7.1	14.0	0.0	3.9	8.4	0.0	4.0	14.3
和歌山県	59.7	35.5	28.4	14.0	20.0	17.9	6.3	16.9	6.3	13.5	2.4	1.1	11.4	0.0	1.4	2.4	2.4	7.6
鳥取県	50.4	42.5	18.6	20.9	35.2	10.8	10.2	3.8	3.2	5.3	12.2	8.2	0.0	0.0	5.9	0.0	2.1	0.7
島根県	50.2	25.4	28.2	36.6	44.6	9.0	7.9	3.9	14.1	0.0	6.4	18.1	0.0	18.2	0.0	4.2	2.7	0.0
岡山県	39.4	31.3	24.3	31.6	30.2	23.5	10.4	6.3	14.8	4.5	7.9	5.5	4.0	5.9	8.1	1.5	2.1	0.0
広島県	26.3	36.8	38.5	28.2	28.8	15.0	16.2	5.8	0.8	0.9	16.6	4.9	4.2	1.2	0.8	3.2	0.0	3.0
山口県	70.7	52.7	38.9	34.8	28.8	21.2	13.2	6.5	12.6	1.8	5.5	14.3	13.2	3.7	1.8	3.9	0.0	5.1
徳島県	40.9	50.4	22.1	4.6	20.5	12.5	0.0	10.1	4.6	0.0	15.5	17.2	4.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
香川県	46.7	31.0	37.6	31.9	15.7	11.6	13.1	10.7	10.1	11.9	7.9	7.6	0.0	4.3	2.0	5.7	0.0	0.0
愛媛県	52.2	31.3	31.8	43.7	32.0	14.5	17.4	1.8	5.1	0.0	10.6	13.4	2.5	0.6	3.4	0.0	2.6	0.0
高知県	13.3	49.5	54.1	13.7	21.1	17.3	16.1	11.3	9.1	0.0	7.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	4.3
福岡県	23.9	24.0	39.8	24.4	22.0	28.3	23.4	7.5	3.3	3.3	12.8	3.6	5.1	2.0	0.0	1.5	6.8	1.8
佐賀県	63.9	41.3	43.5	13.0	27.6	28.4	4.5	9.5	3.1	0.0	5.6	2.7	10.1	0.0	0.0	3.1	3.1	0.0
長崎県	42.4	40.4	35.8	25.1	26.3	9.3	14.3	6.4	10.1	17.4	4.2	5.1	8.4	1.2	2.1	0.3	5.2	7.9
熊本県	63.7	40.8	30.5	28.4	19.9	19.2	13.3	5.5	13.2	3.9	2.8	0.0	0.0	3.2	1.2	2.8	1.9	0.0
大分県	75.1	37.2	36.8	21.8	13.7	16.9	10.1	11.1	6.3	9.2	5.2	1.6	3.2	5.1	7.2	0.2	0.8	0.0
宮崎県	42.2	43.2	45.7	18.0	27.8	18.9	15.4	2.6	11.7	1.4	1.4	0.0	6.3	0.0	0.0	2.2	1.8	0.0
鹿児島県	59.6	57.6	32.4	15.3	18.6	14.1	8.9	9.6	4.0	3.3	6.8	7.0	7.8	3.1	7.0	2.4	3.7	2.7
沖縄県	3.8	56.8	41.8	27.4	27.8	35.5	18.3	19.3	15.8	4.1	6.6	2.3	34.2	0.6	2.6	4.4	5.0	7.4

(注) 旅行先別については、1回の旅行につき、単一の旅行先(都道府県)を選択したデータのみ。表中の数値は表示単位未満で四捨五入して表示している。

■全体の比率より15ポイント以上大きい値

■全体の比率より10ポイント以上大きい値

■全体の比率より5ポイント以上大きい値

## 2 日本人の国内旅行

(単位：%)

季節の花見	(観劇、コンサート・ライブなど)	芸術鑑賞	アウトドア体験 (カヌー、乗馬体験、気球など)	ゴルフ	海水浴・マリンスポーツ	スキー・スノーボード	スポーツ観戦	果物狩り・農林漁業体験	サイクリング	スパ・エステ	産業観光(工場見学、モノづくりの現場見学など)	野生動物観察 (クジラ、鳥など)	(陶芸体験、そば打ち体験など)	生活文化体験	マラソン・ジョギング	その他	体験プログラム等の参加率	現地ツアー・ 現地ツアー 体験プログラム等の参加率	サンプル数	現地行動
																				旅行先
2.7	2.2	2.0	2.0	1.9	1.5	1.4	1.2	1.2	1.0	0.9	0.8	0.7	0.4	2.8	8.0	(6511)	全体			
4.7	4.9	2.3	2.0	2.5	1.3	2.9	1.8	1.2	1.5	1.4	1.0	1.3	0.7	2.3	13.1	(9364)	前年			
1.7	0.8	2.3	1.5	0.0	3.9	1.5	0.8	0.5	0.6	0.9	1.3	0.4	0.0	2.8	11.4	(399)	北海道			
3.7	1.6	1.6	0.0	1.6	2.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.2	12.7	(46)	青森県			
4.7	0.3	2.0	1.8	0.0	3.4	1.8	1.2	0.6	0.6	0.3	0.0	0.9	0.0	1.5	6.6	(80)	岩手県			
1.8	2.4	0.2	0.0	4.3	0.6	0.9	0.0	1.7	2.3	0.2	0.2	0.8	0.0	0.9	3.7	(131)	宮城県			
0.0	1.4	0.0	0.0	3.3	4.5	0.0	4.8	0.0	2.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	8.5	(52)	秋田県			
0.0	0.0	0.0	1.7	0.0	5.9	1.5	5.3	0.0	0.0	0.0	0.0	1.1	0.0	4.6	6.2	(68)	山形県			
5.2	0.7	2.5	1.8	0.0	0.7	1.4	2.8	0.7	2.3	2.1	0.0	1.5	0.0	5.8	3.5	(103)	福島県			
1.6	0.0	2.1	1.6	0.0	0.0	2.1	0.0	2.3	0.5	0.0	2.4	1.1	0.0	9.9	4.8	(47)	茨城県			
3.8	0.0	7.3	7.1	0.0	0.0	0.0	4.2	0.0	0.6	0.0	1.3	2.7	0.2	1.7	4.0	(181)	栃木県			
0.8	0.1	4.4	5.6	0.0	2.8	0.7	1.2	0.9	0.8	1.9	1.0	0.7	0.0	0.2	7.1	(165)	群馬県			
3.5	4.2	4.8	4.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.7	6.2	0.0	0.0	0.0	3.3	15.3	(59)	埼玉県			
2.2	0.7	0.1	3.9	3.3	0.0	0.7	0.7	2.2	1.4	0.0	0.0	0.2	0.4	2.1	4.9	(205)	千葉県			
0.9	11.3	0.0	0.6	0.0	0.0	1.7	0.2	0.5	0.9	0.9	0.8	0.2	0.0	4.0	7.5	(310)	東京都			
3.3	2.0	2.0	0.5	0.9	0.0	0.7	0.7	1.7	0.7	1.3	0.1	0.0	0.0	2.5	3.3	(247)	神奈川県			
0.9	0.8	1.4	1.3	7.3	12.4	0.9	0.9	0.0	0.0	1.2	0.9	0.0	0.0	4.2	4.7	(123)	新潟県			
0.0	0.0	2.2	5.3	2.0	0.0	0.0	0.0	3.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.9	2.2	(53)	富山県			
2.6	0.0	2.4	1.6	0.0	0.0	0.0	1.5	0.6	0.4	0.9	0.0	0.6	0.6	5.4	4.1	(121)	石川県			
1.9	0.0	3.2	3.1	3.2	1.8	0.0	0.0	0.0	0.0	2.1	0.0	0.0	0.0	4.4	11.0	(55)	福井県			
0.6	0.0	3.0	8.9	0.0	1.0	0.0	5.6	2.8	1.1	1.5	0.0	0.0	0.0	2.8	2.1	(104)	山梨県			
3.3	1.5	0.8	1.7	0.0	11.7	0.7	3.3	0.7	0.0	1.1	0.1	0.3	0.7	2.7	7.1	(263)	長野県			
2.0	0.9	3.4	1.1	0.0	0.0	0.0	0.0	1.1	1.0	1.3	0.0	2.0	0.0	1.3	9.2	(109)	岐阜県			
3.4	0.4	2.8	2.0	4.9	0.0	1.3	0.6	0.9	0.8	0.4	0.4	0.1	0.5	5.3	4.5	(307)	静岡県			
2.9	3.8	0.0	0.9	3.3	0.0	3.7	2.1	2.3	1.4	1.0	1.5	0.0	0.2	1.8	9.2	(121)	愛知県			
0.0	0.6	3.4	2.4	0.8	0.6	0.0	2.4	0.4	2.1	1.3	0.0	0.0	0.0	1.3	4.3	(131)	三重県			
0.4	0.0	1.9	0.0	0.9	2.4	1.7	2.0	0.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	7.9	3.3	(58)	滋賀県			
5.6	2.3	1.1	1.2	0.0	0.0	0.4	0.0	1.7	0.9	0.5	0.7	1.2	0.0	2.2	8.5	(200)	京都府			
1.1	10.2	0.0	1.3	0.7	0.0	6.1	0.0	1.0	0.6	0.0	0.6	0.0	1.0	6.3	4.3	(176)	大阪府			
3.6	1.7	2.8	1.5	3.5	0.0	1.0	2.3	1.6	1.2	0.2	0.2	1.3	0.0	5.8	7.1	(211)	兵庫県			
10.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.7	0.0	3.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3.9	5.0	(44)	奈良県			
1.1	1.1	0.0	0.0	2.6	0.0	0.0	1.1	0.4	0.7	0.7	2.2	0.0	0.0	2.6	5.1	(106)	和歌山県			
0.7	0.0	8.8	0.0	4.8	0.0	0.0	0.0	2.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.8	2.1	(36)	鳥取県			
0.0	0.0	0.0	0.0	2.7	2.7	0.0	2.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.7	(28)	島根県			
0.0	0.0	1.7	1.5	0.0	0.0	1.8	3.9	0.0	0.0	0.0	4.1	0.0	0.0	2.6	8.2	(65)	岡山県			
1.2	2.1	2.1	1.7	0.0	0.0	2.7	3.9	1.2	0.0	0.0	2.1	0.0	0.0	1.2	3.7	(83)	広島県			
0.0	0.0	0.4	0.0	0.4	0.4	0.0	0.0	3.1	2.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	10.3	(56)	山口県			
0.0	0.0	7.9	1.8	5.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	15.1	(22)	徳島県			
1.9	3.9	2.3	2.3	0.0	0.0	0.0	0.0	2.3	0.0	0.0	0.0	1.9	0.0	0.0	9.2	(51)	香川県			
0.0	0.0	5.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.6	0.0	0.0	0.0	0.6	0.6	5.3	13.2	(41)	愛媛県			
2.5	2.5	15.0	1.9	4.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	13.6	(40)	高知県			
3.3	2.5	0.0	0.0	0.8	0.0	5.1	1.4	0.8	1.5	0.5	0.5	0.0	0.5	2.5	5.7	(139)	福岡県			
3.1	0.0	1.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	4.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.0	3.8	(38)	佐賀県			
3.2	2.2	0.0	0.0	4.0	0.0	1.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.4	0.0	4.5	7.9	(96)	長崎県			
0.5	0.0	2.5	1.4	0.5	0.0	0.0	0.5	1.2	2.4	0.0	4.2	0.0	0.9	1.6	7.9	(85)	熊本県			
1.4	2.6	2.5	1.0	0.0	0.0	3.1	0.3	0.0	0.0	0.0	0.8	0.0	0.0	0.3	4.2	(118)	大分県			
0.5	4.5	6.1	12.9	3.2	0.0	7.3	0.0	0.0	1.4	4.1	0.0	1.9	0.0	9.3	5.1	(54)	宮崎県			
3.3	0.3	1.5	4.5	0.0	0.0	0.0	2.3	0.0	2.9	2.1	2.9	1.1	4.1	1.1	12.0	(93)	鹿児島県			
0.2	2.0	6.3	2.5	17.5	0.0	2.3	0.5	3.8	3.0	1.1	1.2	2.2	2.0	3.9	21.2	(214)	沖縄県			

資料：(公財)日本交通公社「JTBF 旅行実態調査」

表 I -2-12 旅行先(都道府県)別の旅行費用価格帯

(単位：%)

(円)

消費額 旅行先	消費額									平均費用 (概数)	サンプル数
	1万円未満	1万円以上 2万円未満	2万円以上 3万円未満	3万円以上 4万円未満	4万円以上 5万円未満	5万円以上 7万円未満	7万円以上 10万円未満	10万円以上			
全体	8.8	21.5	20.1	14.5	11.6	9.9	6.6	7.1	41,133	(6322)	
前年	3.9	13.6	18.0	16.2	13.1	13.1	9.8	12.3	53,444	(9111)	
北海道	11.3	17.1	13.3	9.4	11.0	11.1	9.2	17.6	54,891	(386)	
青森県	5.5	14.5	15.8	8.5	23.4	10.0	8.2	14.1	52,918	(46)	
岩手県	17.6	25.7	22.2	6.5	15.0	6.2	4.8	1.9	29,525	(80)	
宮城県	11.8	25.2	17.1	22.4	9.0	5.8	7.6	1.1	31,838	(126)	
秋田県	12.9	44.8	5.9	13.3	8.6	11.5	0.0	3.1	28,632	(51)	
山形県	12.2	22.0	12.3	12.3	19.9	10.9	8.7	1.7	36,329	(68)	
福島県	7.8	34.6	20.1	15.3	12.2	5.7	3.1	1.2	28,968	(100)	
茨城県	9.8	31.7	21.7	23.0	4.4	6.3	0.0	3.0	29,795	(46)	
栃木県	9.0	29.1	24.5	16.7	4.8	8.6	5.4	1.8	31,573	(177)	
群馬県	15.3	24.5	20.5	13.9	14.5	4.8	0.9	5.6	33,695	(157)	
埼玉県	22.5	27.6	20.7	13.4	4.3	5.8	2.7	3.0	28,036	(59)	
千葉県	7.6	23.9	24.1	7.1	9.0	8.9	8.5	11.0	46,925	(197)	
東京都	7.1	15.9	16.0	14.4	16.7	13.9	6.7	9.3	47,549	(294)	
神奈川県	11.6	26.0	20.1	13.3	15.4	7.8	2.9	2.8	32,146	(245)	
新潟県	11.5	25.0	29.0	13.5	5.5	8.3	5.9	1.2	30,607	(121)	
富山県	14.0	23.0	24.4	6.5	11.4	9.8	6.8	4.0	34,356	(48)	
石川県	6.6	16.2	30.2	20.0	7.7	14.7	2.2	2.3	34,843	(118)	
福井県	10.0	29.4	24.1	16.8	6.8	3.8	9.0	0.0	29,836	(55)	
山梨県	13.5	27.2	21.4	10.8	11.8	5.1	6.2	4.1	33,659	(100)	
長野県	7.9	20.6	23.3	17.4	13.7	6.6	5.0	5.5	37,669	(250)	
岐阜県	5.4	34.0	25.9	13.6	11.7	5.0	2.0	2.3	29,472	(106)	
静岡県	6.7	23.3	27.0	13.7	11.5	10.3	3.8	3.5	34,971	(303)	
愛知県	8.7	26.0	27.3	15.6	12.7	4.6	3.3	1.9	30,922	(114)	
三重県	5.5	27.3	25.9	15.3	5.3	4.4	7.0	9.3	41,583	(128)	
滋賀県	21.2	28.6	20.6	7.3	8.3	11.7	0.9	1.3	26,284	(56)	
京都府	4.9	14.8	22.5	19.0	10.9	12.8	7.9	7.2	45,191	(194)	
大阪府	7.0	19.6	22.8	17.4	11.1	10.8	5.6	5.8	40,545	(172)	
兵庫県	10.5	22.8	29.2	11.4	9.8	5.5	3.4	7.3	36,607	(207)	
奈良県	12.6	9.0	25.4	15.5	13.8	11.6	2.7	9.5	42,988	(44)	
和歌山県	14.8	31.6	14.0	15.1	9.2	7.5	4.1	3.6	31,461	(105)	
鳥取県	11.0	20.1	26.3	9.6	17.7	7.2	8.1	0.0	32,669	(33)	
島根県	11.5	39.0	20.7	3.7	5.7	0.0	12.9	6.6	35,991	(27)	
岡山県	8.6	22.0	20.8	19.9	17.7	7.9	1.7	1.5	32,691	(64)	
広島県	16.3	21.5	17.9	23.5	9.9	5.7	3.8	1.4	29,621	(82)	
山口県	5.7	26.5	19.3	23.4	1.1	14.9	6.6	2.4	35,424	(55)	
徳島県	6.3	18.6	25.2	18.0	12.9	11.7	1.8	5.4	39,550	(22)	
香川県	10.0	31.8	26.1	5.9	16.6	2.0	0.8	6.9	33,299	(50)	
愛媛県	10.8	25.6	22.8	18.7	13.5	3.9	0.0	4.7	32,963	(41)	
高知県	6.2	37.0	14.7	20.6	3.3	3.6	14.6	0.0	32,831	(38)	
福岡県	14.6	21.1	21.1	16.3	11.7	7.9	5.7	1.7	32,495	(138)	
佐賀県	15.9	24.7	26.2	21.1	0.7	7.6	3.8	0.0	26,552	(36)	
長崎県	16.2	30.4	17.1	8.2	7.2	6.7	1.9	12.4	39,350	(96)	
熊本県	11.7	41.7	21.7	8.3	8.9	6.2	1.6	0.0	24,198	(81)	
大分県	14.5	29.7	19.6	12.0	10.0	6.4	2.9	5.0	32,878	(115)	
宮崎県	6.3	29.3	11.6	21.2	11.6	6.8	10.9	2.4	36,886	(54)	
鹿児島県	7.0	20.3	7.0	17.0	19.9	10.5	10.7	7.5	44,895	(91)	
沖縄県	5.2	5.6	7.0	13.5	11.9	16.7	19.0	21.0	72,290	(206)	

(注) 旅行先別については、1回の旅行につき、単一の旅行先(都道府県)を選択したデータのみ。表中の数値は表示単位未満で四捨五入して表示している。資料：(公財)日本交通公社「JTBF 旅行実態調査」

■全体の比率より15ポイント以上大きい値 ■全体の比率より10ポイント以上大きい値 ■全体の比率より5ポイント以上大きい値

表 I -2-13 旅行先(都道府県)別の満足度・再来訪意向 (単位: %)

旅行先	満足度								サンプル数
	大変満足	満足	やや満足	どちらでもない	やや不満	不満	大変不満	満足度指数	
全体	30.6	45.4	17.7	4.5	1.3	0.3	0.2	5.98	(6511)
前年	33.0	45.6	16.0	4.1	0.9	0.2	0.2	6.04	(9364)
北海道	28.7	49.3	14.8	3.9	2.2	0.5	0.6	5.94	(399)
青森県	29.3	41.0	25.3	4.4	0.0	0.0	0.0	5.95	(46)
岩手県	27.2	43.6	28.1	0.8	0.3	0.0	0.0	5.97	(80)
宮城県	22.2	38.7	28.3	7.6	1.0	1.3	0.9	5.66	(131)
秋田県	16.8	49.2	16.9	13.2	1.9	0.0	2.0	5.58	(52)
山形県	23.1	33.3	29.0	11.0	3.6	0.0	0.0	5.61	(68)
福島県	27.2	51.3	15.3	4.9	1.4	0.0	0.0	5.98	(103)
茨城県	20.7	52.3	17.3	7.8	1.9	0.0	0.0	5.82	(47)
栃木県	24.7	53.6	17.7	2.6	1.4	0.0	0.0	5.98	(181)
群馬県	29.9	48.8	13.5	7.5	0.3	0.0	0.0	6.01	(165)
埼玉県	39.9	30.9	13.1	10.8	5.4	0.0	0.0	5.89	(59)
千葉県	32.9	36.1	25.0	4.7	0.1	0.6	0.7	5.93	(205)
東京都	28.5	43.9	16.6	7.0	2.1	1.2	0.7	5.83	(310)
神奈川県	29.3	48.2	17.3	4.2	0.9	0.2	0.0	6.00	(247)
新潟県	30.5	43.8	19.5	5.3	0.9	0.0	0.0	5.98	(123)
富山県	24.3	46.3	21.0	8.4	0.0	0.0	0.0	5.86	(53)
石川県	33.3	42.3	19.8	2.2	2.4	0.0	0.0	6.02	(121)
福井県	25.2	52.8	18.1	1.4	2.5	0.0	0.0	5.97	(55)
山梨県	29.8	49.2	18.7	2.0	0.2	0.0	0.0	6.06	(104)
長野県	33.4	47.3	16.6	2.0	0.4	0.0	0.3	6.10	(263)
岐阜県	28.0	50.8	16.3	4.3	0.6	0.0	0.0	6.01	(109)
静岡県	25.7	47.9	21.2	3.5	1.0	0.2	0.6	5.91	(307)
愛知県	30.8	41.8	18.7	7.5	1.3	0.0	0.0	5.93	(121)
三重県	33.8	41.6	17.0	5.7	1.9	0.0	0.0	6.00	(131)
滋賀県	25.7	41.5	25.0	5.4	2.4	0.0	0.0	5.83	(58)
京都府	34.0	47.9	14.9	2.5	0.7	0.0	0.0	6.12	(200)
大阪府	38.5	39.0	14.8	3.0	3.7	1.0	0.0	6.03	(176)
兵庫県	32.2	41.4	17.8	6.4	2.0	0.0	0.1	5.95	(211)
奈良県	35.2	44.3	14.4	3.8	2.3	0.0	0.0	6.06	(44)
和歌山県	29.0	50.8	18.5	1.6	0.0	0.0	0.0	6.07	(106)
鳥取県	20.2	44.5	27.7	7.6	0.0	0.0	0.0	5.77	(36)
島根県	13.3	49.5	33.5	3.7	0.0	0.0	0.0	5.72	(28)
岡山県	12.3	55.2	21.1	8.0	1.8	1.7	0.0	5.63	(65)
広島県	22.0	54.4	17.6	5.4	0.6	0.0	0.0	5.92	(83)
山口県	26.6	58.8	11.9	2.7	0.0	0.0	0.0	6.09	(56)
徳島県	35.2	43.1	17.1	4.6	0.0	0.0	0.0	6.09	(22)
香川県	25.9	44.1	11.3	13.7	5.0	0.0	0.0	5.72	(51)
愛媛県	22.1	55.4	20.0	2.4	0.0	0.0	0.0	5.97	(41)
高知県	51.5	32.7	12.9	2.9	0.0	0.0	0.0	6.33	(40)
福岡県	23.8	44.8	23.9	6.2	0.5	0.0	0.7	5.82	(139)
佐賀県	18.5	56.5	20.0	5.0	0.0	0.0	0.0	5.88	(38)
長崎県	25.3	42.1	25.4	2.9	1.5	1.8	1.0	5.77	(96)
熊本県	27.3	36.5	26.3	9.4	0.5	0.0	0.0	5.81	(85)
大分県	35.4	48.0	12.7	3.6	0.0	0.2	0.0	6.15	(118)
宮崎県	19.9	60.0	15.5	3.5	1.2	0.0	0.0	5.94	(54)
鹿児島県	28.5	53.1	9.3	6.7	1.3	1.1	0.0	5.98	(93)
沖縄県	46.9	38.3	9.8	3.0	1.4	0.1	0.5	6.24	(214)

(注) 旅行先別については、1回の旅行につき、単一の旅行先(都道府県)を選択したデータのみ。表中の数値は表示単位未満で四捨五入して表示している。  
 (注) 満足度指数: 大変満足(7点)~大変不満(1点)の7段階評価の平均値。再来訪意向指数: 大変そう思う(7点)~全く思わない(1点)の7段階評価の平均値。  
 ■ 全体の比率より15ポイント以上大きい値 ■ 全体の比率より10ポイント以上大きい値 ■ 全体の比率より5ポイント以上大きい値

資料: (公財)日本交通公社「JTBF 旅行実態調査」

旅行先	再来訪意向(1年以内)							サンプル数	
	大変そう思う	そう思う	やや思う	どちらでもない	あまり思わない	思わない	全く思わない		
全体	27.0	31.5	18.6	13.3	6.0	2.3	1.2	5.49	(6511)
前年	29.6	33.9	17.9	11.2	4.4	2.2	0.8	5.63	(9364)
北海道	31.4	29.1	19.0	11.6	5.7	2.6	0.6	5.59	(399)
青森県	22.3	17.0	26.2	20.7	9.1	2.2	2.5	5.06	(46)
岩手県	19.3	40.0	21.0	9.9	7.9	0.3	1.7	5.45	(80)
宮城県	25.8	30.7	21.6	12.9	8.8	0.3	0.0	5.51	(131)
秋田県	9.5	37.0	33.5	14.8	5.2	0.0	0.0	5.31	(52)
山形県	18.0	30.2	26.8	20.4	4.6	0.0	0.0	5.37	(68)
福島県	22.5	31.7	24.0	9.1	9.7	2.0	1.1	5.38	(103)
茨城県	20.8	31.6	18.2	20.2	3.0	6.1	0.0	5.29	(47)
栃木県	24.9	30.7	23.1	12.1	6.9	1.0	1.4	5.46	(181)
群馬県	24.3	33.4	19.0	11.6	8.0	2.6	1.0	5.42	(165)
埼玉県	34.1	27.5	9.0	17.0	6.0	1.7	4.8	5.42	(59)
千葉県	30.7	24.7	24.8	11.3	4.4	2.7	1.3	5.53	(205)
東京都	33.7	28.0	10.7	16.8	6.2	2.8	1.8	5.50	(310)
神奈川県	25.3	34.8	19.8	10.4	5.6	0.6	3.6	5.48	(247)
新潟県	28.0	25.7	20.9	15.0	6.5	2.6	1.4	5.40	(123)
富山県	18.3	29.9	16.7	17.6	12.4	3.2	1.9	5.07	(53)
石川県	19.1	32.4	22.5	13.1	7.0	5.5	0.3	5.25	(121)
福井県	18.6	40.4	16.0	12.2	7.1	5.6	0.0	5.34	(55)
山梨県	27.4	38.3	18.4	9.1	2.9	2.3	1.6	5.65	(104)
長野県	31.5	31.2	16.7	13.7	5.6	0.7	0.4	5.65	(263)
岐阜県	19.5	36.3	23.1	16.5	4.2	0.0	0.3	5.49	(109)
静岡県	21.4	34.5	22.0	11.8	6.3	2.2	1.8	5.39	(307)
愛知県	20.7	35.1	19.3	17.6	5.3	1.9	0.0	5.43	(121)
三重県	25.0	28.0	18.8	14.5	7.7	4.6	1.5	5.28	(131)
滋賀県	20.6	29.6	16.0	21.7	6.0	6.0	0.0	5.19	(58)
京都府	32.2	34.7	16.1	10.0	3.7	2.5	0.7	5.71	(200)
大阪府	42.8	27.6	9.0	11.8	6.5	1.2	1.1	5.80	(176)
兵庫県	27.1	32.2	18.4	10.4	5.5	2.8	3.6	5.42	(211)
奈良県	19.8	30.5	24.4	12.6	5.1	3.2	4.4	5.20	(44)
和歌山県	24.9	27.8	22.7	16.2	4.9	2.2	1.3	5.40	(106)
鳥取県	21.4	38.3	11.1	20.8	0.0	8.3	0.0	5.36	(36)
島根県	33.2	32.3	8.5	19.9	6.2	0.0	0.0	5.67	(28)
岡山県	20.7	31.3	15.0	20.2	7.8	4.9	0.0	5.22	(65)
広島県	22.7	33.8	19.6	15.2	3.5	5.2	0.0	5.41	(83)
山口県	11.6	25.9	18.5	33.8	7.2	3.0	0.0	4.92	(56)
徳島県	28.4	39.9	12.0	9.3	0.0	10.4	0.0	5.56	(22)
香川県	10.3	40.5	26.1	6.8	12.9	3.4	0.0	5.18	(51)
愛媛県	14.3	38.7	24.5	7.1	10.5	2.5	2.4	5.22	(41)
高知県	37.4	29.0	21.1	2.9	2.7	7.0	0.0	5.74	(40)
福岡県	28.0	33.6	15.7	17.4	3.3	0.8	1.0	5.59	(139)
佐賀県	11.5	35.3	27.6	16.6	9.1	0.0	0.0	5.24	(38)
長崎県	20.8	23.1	27.3	11.6	6.5	6.5	4.2	5.04	(96)
熊本県	25.0	38.0	11.9	22.7	2.3	0.0	0.0	5.61	(85)
大分県	29.2	28.9	22.5	13.2	2.2	4.0	0.0	5.58	(118)
宮崎県	14.3	47.6	12.3	13.5	7.1	2.0	3.2	5.29	(54)
鹿児島県	18.8	37.0	21.5	10.1	6.7	4.8	1.1	5.32	(93)
沖縄県	48.0	24.0	11.6	8.5	5.4	0.6	1.9	5.91	(214)

### ③ マーケットセグメント (同行者×ライフステージ) 別の旅行動向

いずれのセグメントも密を避けた行動が目立つ

ここでは、国内宿泊観光旅行(観光・レクリエーションを目的とする国内宿泊旅行)に絞り、日本人の国内旅行の実態を詳しく見ていく。なお、ここで分析に用いた表データは、全て「JTBF 旅行実態調査」による。

#### ① マーケットセグメントと申し込み時期

全体をみると、前年に比べて申し込み時期が大幅に遅く、言い換えると、旅行が近づいてからの申し込みが増加した。前年は、『旅行の3ヶ月より前』が30.7%を占めたが、2020年は20.7%となり、10ポイント減となった。一方、『2週間を切ってから』は前年19.3%から27.6%と8ポイント増となった。

いずれのセグメントにおいても、前年に比べて申し込み時期が遅めの傾向がみられた。『旅行の1ヶ月前まで』と『旅行の1ヶ月前を切ってから』の大きく2つに分けてその比率をみる

と、全てのセグメントにおいて『旅行の1ヶ月前を切ってから』が前年プラスとなった。『1週間以内』の直前申し込みの割合も増加した。

特に、「カップルでの旅行」「ひとり旅(男女ともに)」は、『旅行の1ヶ月前を切ってから』申し込み割合は5割超、『1週間以内』の割合も1割を超えており、他セグメントに比べ、旅行直前に申し込んでいた。

#### ② マーケットセグメントと出発月・出発日

出発月は、例年『8月』が最も多く、『2月』が最も少ないが、2020年はコロナ禍の影響を大きく受け、『11月』が最も多く、初めて緊急事態宣言が発出された『4月』が最も少なくなった。

コロナ禍においても、「家族旅行」は例年同様、学校が夏休みとなる『8月』の旅行が多く、他セグメントに比して高い。なかでも「18歳未満の子どもと一緒に家族旅行」は2割を超えた。

一方、「夫婦・カップル旅行」は、「カップル旅行」は『9月』、「子育て後の夫婦旅行」は『11月』、「子育て中の夫婦旅行」は『2月』の出発が多かった。

「友人旅行」では、コロナ禍の影響が比較的小さかった『2月』

表 I -2-14 マーケットセグメント(同行者×ライフステージ)別の旅行申し込み時期

(単位: %)

マーケットセグメント	申し込み時期										サンプル数
	1年以上前	半年～1年前	3～5ヶ月前	1～2ヶ月前	3～4週間前	1～2週間前	4～6日前	2～3日前	出発前日	当日/出発後	
全体	1.0	4.9	14.9	33.7	18.0	16.6	4.5	4.0	1.3	1.2	(6286)
前年	1.2	7.8	21.7	34.9	15.1	11.2	3.3	2.8	1.0	1.1	(8953)
家族旅行	1.4	5.7	15.6	36.8	18.5	12.4	4.2	3.3	1.1	1.0	(1745)
乳幼児の子どもと一緒に家族旅行(小中高生を含まない)	0.9	6.1	21.3	32.1	13.3	14.0	5.5	3.4	1.6	1.8	(341)
小中高生の子どもと一緒に家族旅行(乳幼児連れも含む)	2.4	4.5	16.2	35.4	20.0	11.9	4.0	3.7	1.0	0.8	(697)
18歳以上のみの家族旅行	0.6	6.6	12.3	40.3	19.5	12.2	3.9	2.8	0.9	0.9	(707)
3世代家族旅行*	3.3	6.3	18.5	35.8	15.5	12.9	3.2	3.4	0.1	0.9	(402)
夫婦・カップル旅行	0.8	4.4	14.2	34.3	17.9	17.8	4.5	4.1	1.2	0.9	(2477)
カップルでの旅行	0.4	4.7	11.5	31.1	21.0	19.3	4.2	4.9	1.5	1.3	(635)
夫婦での旅行(子どもなし)	1.2	5.4	14.9	35.5	16.6	14.9	5.1	3.7	1.9	0.7	(678)
子育て中の夫婦での旅行(末子が18歳未満)	4.7	6.5	12.6	31.4	7.7	25.2	5.7	3.8	0.9	1.6	(99)
子育て後の夫婦での旅行(末子が18歳以上)	0.4	3.3	15.5	35.7	17.9	18.2	4.1	3.8	0.5	0.6	(1065)
友人旅行	0.5	4.6	17.0	35.8	18.8	15.6	3.1	2.9	0.9	0.7	(1003)
未婚男性による友人旅行	0.0	3.6	11.9	41.1	16.6	15.9	3.8	4.3	1.5	1.4	(277)
既婚男性による友人旅行(子どもなし)	0.0	3.9	18.0	34.1	15.2	18.0	2.9	2.9	2.6	2.5	(40)
子育て中の男性による友人旅行(末子が18歳未満)	4.0	8.2	23.8	20.3	21.9	16.9	1.0	0.0	1.3	2.6	(38)
子育て後の男性による友人旅行(末子が18歳以上)	0.9	1.2	22.8	29.4	25.3	15.5	2.1	2.8	0.0	0.0	(150)
未婚女性による友人旅行	0.6	5.7	17.3	31.8	18.6	17.3	5.0	2.9	0.9	0.0	(232)
既婚女性による友人旅行(子どもなし)	0.0	7.4	11.3	46.1	9.1	21.3	1.9	2.8	0.0	0.0	(58)
子育て中の女性による友人旅行(末子が18歳未満)	0.0	0.0	38.8	12.5	19.9	18.7	8.2	1.0	0.0	1.0	(25)
子育て後の女性による友人旅行(末子が18歳以上)	0.6	6.9	16.8	41.6	20.0	10.3	0.8	1.8	0.6	0.6	(183)
ひとり旅	1.2	5.2	12.8	24.5	16.1	21.9	6.5	6.4	2.3	3.0	(975)
男性のひとり旅	1.4	5.7	13.0	21.6	14.8	23.8	7.4	7.0	2.0	3.2	(667)
女性のひとり旅	1.0	4.1	12.4	30.8	19.0	17.7	4.5	5.2	2.9	2.4	(308)

資料: (公財)日本交通公社「JTBF 旅行実態調査」

\* 3世代家族旅行は、子どもの年齢にかかわらず3世代で行った旅行であり、家族旅行の3セグメントと重複する。表中の数値は表示単位未満で四捨五入して表示している。

■全体の比率より15ポイント以上大きい値 ■全体の比率より10ポイント以上大きい値 ■全体の比率より5ポイント以上大きい値

の出発が多い。「子育て後の女性による友人旅行」は、新規感染者数が比較的落ち着いていた『11月』出発が最多となった。

「ひとり旅」も『11月』出発が最も多かった。

旅行の出発日については、密を避けた平日旅行がこれまで以上に意識されたためか、前年に比べて『月～木曜日』の比率がさらに高まり、3.5割を占めてトップシェアとなった。『ゴールデンウィーク』出発は前年から6ポイント減、前年の新天皇即位・改元にとまなう10連休の反動もあるが、初の緊急事態宣言の影響を大きく受けた。『夏休み』『金曜日』出発はそれぞれ

れ2ポイント程度減少した。

出発日は出発月と比べてマーケットセグメントによる差が大きい。コロナ禍においても、やはり「家族旅行」の出発日は子どもの年齢に大きく左右され、特に、「小中高生の子どもと一緒に家族旅行」では休日出発が大半を占めた。なかでも『夏休み』のシェアが他セグメントに比べて大きい。

「子育て後の夫婦での旅行」「子育て後の友人旅行」「未婚女性の友人旅行」「ひとり旅」では『月～木曜日』出発の旅行が4割を超える。

表 I -2-15 マーケットセグメント(同行者×ライフステージ)別の出発月・出発日 (単位：%)

マーケットセグメント	出発月												出発日					サンプル数		
	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	夏休み	ゴールデンウィーク	年末年始	土曜日	日曜・祝日		月～木曜日	金曜日
全体	10.2	10.6	7.8	1.7	1.8	4.2	6.9	12.6	11.4	10.1	14.2	8.5	6.4	0.7	5.1	19.0	19.6	35.4	13.7	(6511)
前年	5.8	5.6	9.0	7.6	11.5	7.5	7.9	14.3	9.1	6.8	7.8	7.1	8.0	6.7	4.2	17.8	16.1	31.7	15.5	(9364)
家族旅行	10.7	9.1	6.8	1.7	1.7	4.0	7.1	19.0	10.1	8.8	13.5	7.6	11.3	0.7	6.9	22.6	22.0	23.3	13.2	(1818)
乳幼児の子どもと一緒に家族旅行 (小中高生を含まない)	9.6	8.4	2.9	1.3	2.0	5.5	7.7	22.1	12.6	8.7	12.1	7.0	12.0	0.6	6.1	22.8	21.1	21.6	15.8	(352)
小中高生の子どもと一緒に家族旅行 (乳幼児連れも含む)	11.1	7.8	7.2	2.0	1.8	2.8	8.8	20.4	9.8	8.4	11.7	8.1	13.3	0.9	9.2	27.5	22.2	15.0	11.8	(726)
18歳以上のみの家族旅行	10.8	10.7	8.2	1.5	1.6	4.3	5.1	16.1	9.3	9.2	15.9	7.2	8.9	0.6	5.1	17.8	22.1	32.1	13.3	(740)
3世代家族旅行*	11.1	9.0	8.6	1.6	2.1	3.6	7.8	18.1	10.0	7.3	14.6	6.2	11.6	0.8	7.7	26.0	21.9	18.5	13.4	(419)
夫婦・カップル旅行	8.8	9.0	7.3	1.5	1.6	4.8	7.7	11.1	12.7	11.0	14.9	9.5	4.8	0.7	4.3	16.9	19.6	38.4	15.5	(2551)
カップルでの旅行	8.8	9.2	8.0	2.2	2.3	4.9	9.5	12.1	12.3	8.8	10.9	10.9	5.6	1.2	5.7	22.3	19.0	27.9	18.2	(653)
夫婦での旅行(子どもなし)	9.5	9.4	7.5	1.3	1.4	4.2	6.7	11.4	10.9	11.5	14.7	11.6	4.7	0.4	6.0	21.4	21.0	31.5	14.9	(697)
子育て中の夫婦での旅行 (末子が18歳未満)	10.6	16.9	6.2	2.7	3.5	4.6	9.8	12.1	12.8	7.1	6.8	6.9	10.6	2.5	4.5	19.3	9.3	23.1	30.7	(100)
子育て後の夫婦での旅行 (末子が18歳以上)	8.2	7.9	6.9	1.1	1.3	5.0	7.2	10.2	14.1	12.3	18.2	7.6	3.7	0.3	2.3	10.5	19.9	50.3	12.8	(1101)
友人旅行	10.6	15.6	9.4	1.6	1.6	3.4	6.0	8.7	11.9	10.2	13.8	7.2	4.3	0.7	3.3	20.0	18.0	39.7	14.0	(1046)
未婚男性による友人旅行	8.9	14.0	12.5	2.6	2.2	2.5	5.6	11.4	11.7	9.0	13.0	6.7	7.4	1.1	4.8	23.7	20.5	30.1	12.4	(289)
既婚男性による友人旅行 (子どもなし)	10.7	11.7	19.5	0.6	2.3	1.8	7.7	4.1	24.8	5.6	8.1	3.3	0.0	0.0	0.0	20.3	23.0	34.0	22.7	(42)
子育て中の男性による友人旅行 (末子が18歳未満)	14.6	24.0	5.0	1.8	8.4	8.3	5.3	4.2	0.0	8.6	16.5	3.3	2.6	3.6	3.7	15.7	22.8	38.9	12.7	(41)
子育て後の男性による友人旅行 (末子が18歳以上)	12.2	16.6	10.6	0.9	0.0	2.5	5.6	13.4	12.0	9.1	9.9	7.1	5.2	0.0	1.5	18.1	19.0	43.3	13.0	(155)
未婚女性による友人旅行	9.7	19.6	8.7	1.7	1.0	2.9	5.3	5.6	10.8	8.1	16.5	10.0	2.3	1.2	3.9	20.1	12.1	46.5	13.9	(247)
既婚女性による友人旅行 (子どもなし)	9.0	18.6	1.8	0.8	0.8	5.9	5.6	11.8	11.9	12.1	14.6	7.1	3.0	0.0	2.4	24.7	13.7	40.0	16.3	(58)
子育て中の女性による友人旅行 (末子が18歳未満)	21.1	11.9	8.2	2.0	2.0	3.1	4.3	6.9	14.0	14.2	6.8	5.5	6.9	0.0	12.1	13.8	24.0	21.9	21.3	(25)
子育て後の女性による友人旅行 (末子が18歳以上)	11.1	10.4	6.0	0.6	1.0	4.6	8.0	6.4	12.9	16.2	16.2	6.5	3.0	0.0	1.6	15.9	19.3	46.1	14.1	(189)
ひとり旅	12.6	11.8	9.4	2.4	2.4	4.4	5.5	8.6	9.9	10.7	13.6	8.6	3.7	1.1	5.6	17.7	17.1	44.1	10.7	(1002)
男性のひとり旅	12.2	10.7	10.4	2.5	3.0	4.1	5.4	8.3	9.9	11.5	12.9	9.2	3.9	1.3	6.3	19.7	16.9	42.3	9.5	(685)
女性のひとり旅	13.5	14.1	7.5	2.3	1.1	5.2	5.8	9.3	9.9	8.9	15.0	7.4	3.1	0.5	4.2	13.2	17.6	47.9	13.5	(317)

※ 3世代家族旅行は、子どもの年齢にかかわらず3世代で行った旅行であり、家族旅行の3セグメントと重複する。表中の数値は表示単位未満で四捨五入して表示している。  
 ■全体の比率より15ポイント以上大きい値 ■全体の比率より10ポイント以上大きい値 ■全体の比率より5ポイント以上大きい値

③マーケットセグメントと交通手段

●旅行先までの主な交通手段

前年と比較して『自家用車』は14.7ポイント増と大幅に増加した一方、公共交通機関は『列車』4.4ポイント減、『飛行機』8.5ポイント減、『バス・貸切バス』2.4ポイント減となった。

「家族旅行」は『自家用車』利用率が他セグメントに比べて高く、特に「18歳未満の子どもと一緒に家族旅行」では7.5割を占めた(前年5.5～6割)。子どもが大きくなるにつれ、『自家用車』利用率が減少し、「3世代家族旅行」になると、再び『自家用車』利用率が高まるという傾向は前年同様であった。

「夫婦・カップル旅行」も『自家用車』がトップシェアを占め、前年46.9%から61.5%と15ポイント増となった。

「友人旅行」は、「未婚女性による友人旅行」において『列車』利用が最も多く、それ以外のセグメントでは『自家用車』利用が最も多い。同セグメントの旅行では、『バス』利用も全体に比べて多い。

「ひとり旅」では『列車』『飛行機』の利用率が他セグメントに比べ高い。特に、『女性のひとり旅』の『列車』利用率は約半数を占める。一方、『自家用車』利用は男性でも3割、女性では1.5割にとどまる。

表 I -2-16 マーケットセグメント(同行者×ライフステージ)別の旅行先までの主な交通手段

(単位：%)

旅行先までの主な交通手段 マーケットセグメント	自家用車		列車				飛行機		バス・貸切バス	レンタカー			その他	サンプル数	
	高速道路利用	高速道路利用なし	有料特急利用	新幹線・特急利用なし	新幹線・有料特急利用なし	JAL・ANA利用	JAL・ANA以外利用	高速道路利用		利用なし	高速道路利用				
全体	54.6	39.9	14.6	23.0	16.0	7.0	14.2	11.1	3.1	4.0	3.2	2.8	0.4	1.0	(6511)
前年	39.9	33.2	6.7	27.3	22.0	5.4	22.7	17.7	5.0	6.4	2.7	2.2	0.5	1.0	(9364)
家族旅行	69.0	53.2	15.8	16.2	11.5	4.7	9.6	7.8	1.8	2.0	2.5	2.2	0.3	0.6	(1818)
乳幼児の子どもと一緒に家族旅行(小中高生を含まない)	75.0	59.8	15.2	11.4	7.2	4.2	10.8	8.5	2.4	0.0	2.7	2.0	0.7	0.0	(352)
小中高生の子どもと一緒に家族旅行(乳幼児連れも含む)	74.4	56.6	17.8	12.8	8.7	4.1	8.8	7.6	1.1	0.7	2.6	2.5	0.1	0.8	(726)
18歳以上のみの家族旅行	60.8	46.6	14.2	21.8	16.3	5.5	9.8	7.8	2.1	4.3	2.4	2.1	0.4	0.8	(740)
3世代家族旅行*	71.0	54.9	16.1	11.1	7.2	3.9	12.6	10.5	2.1	1.0	3.4	2.8	0.6	0.9	(419)
夫婦・カップル旅行	61.5	44.9	16.6	18.6	12.0	6.6	13.0	10.7	2.3	2.9	3.2	2.8	0.4	0.8	(2551)
カップルでの旅行	52.7	40.6	12.0	26.8	15.9	10.9	12.5	9.3	3.3	2.5	4.7	4.2	0.5	0.8	(653)
夫婦での旅行(子どもなし)	59.9	43.3	16.6	17.5	9.7	7.7	15.5	13.2	2.3	1.3	4.8	4.1	0.7	0.9	(697)
子育て中の夫婦での旅行(末子が18歳未満)	54.8	38.7	16.2	16.5	12.0	4.5	18.7	15.5	3.1	0.8	9.3	8.1	1.2	0.0	(100)
子育て後の夫婦での旅行(末子が18歳以上)	68.4	49.0	19.4	14.5	11.1	3.4	11.2	9.5	1.7	4.4	0.7	0.6	0.1	0.8	(1101)
友人旅行	40.1	28.1	11.9	28.9	20.2	8.7	16.2	11.3	4.9	7.0	6.0	5.2	0.9	1.7	(1046)
未婚男性による友人旅行	33.9	29.0	4.9	33.1	22.8	10.3	17.1	11.0	6.0	6.0	8.3	6.9	1.5	1.6	(289)
既婚男性による友人旅行(子どもなし)	41.5	36.4	5.2	30.2	22.1	8.1	17.6	10.3	7.3	1.8	8.8	8.8	0.0	0.0	(42)
子育て中の男性による友人旅行(末子が18歳未満)	47.1	41.2	5.9	19.6	16.1	3.6	15.9	14.1	1.8	6.7	10.7	10.7	0.0	0.0	(41)
子育て後の男性による友人旅行(末子が18歳以上)	64.1	42.5	21.7	15.5	13.1	2.4	9.9	7.0	2.9	4.3	2.9	2.9	0.0	3.2	(155)
未婚女性による友人旅行	20.4	13.7	6.7	36.8	25.5	11.3	23.8	15.2	8.5	8.4	10.2	8.3	1.9	0.5	(247)
既婚女性による友人旅行(子どもなし)	48.4	25.7	22.7	25.8	21.3	4.5	14.9	12.6	2.4	6.6	2.4	2.0	0.4	1.9	(58)
子育て中の女性による友人旅行(末子が18歳未満)	45.8	34.1	11.7	32.0	21.3	10.7	13.0	4.0	9.1	0.0	0.0	0.0	0.0	9.2	(25)
子育て後の女性による友人旅行(末子が18歳以上)	50.5	29.3	21.2	25.3	14.9	10.5	10.9	10.4	0.5	11.4	0.0	0.0	0.0	1.9	(189)
ひとり旅	25.6	16.3	9.4	40.8	30.0	10.8	23.7	17.9	5.9	6.6	1.4	1.0	0.4	1.8	(1002)
男性のひとり旅	30.5	20.4	10.1	37.9	27.9	10.0	23.7	18.8	4.9	4.1	1.8	1.5	0.4	1.9	(685)
女性のひとり旅	15.0	7.2	7.8	47.2	34.5	12.6	23.8	15.9	7.9	12.0	0.3	0.0	0.3	1.6	(317)

資料：(公財)日本交通公社「JTBF 旅行実態調査」

\* 3世代家族旅行は、子どもの年齢にかかわらず3世代で行った旅行であり、家族旅行の3セグメントと重複する。表中の数値は表示単位未満で四捨五入して表示している。

■全体の比率より15ポイント以上大きい値 ■全体の比率より10ポイント以上大きい値 ■全体の比率より5ポイント以上大きい値



●旅行先での主な交通手段(複数回答)

旅行先での交通手段は、旅行先までの交通手段同様、ほとんどのセグメントにおいて、前年と比較して『自家用車』が増加、『列車』や『路線バス』などの公共交通機関が減少した。

「家族旅行」や「夫婦・カップル旅行」での『自家用車』利用率はいずれのセグメントでも半数を超えて5~6.5割と高く(前年4~5.5割)、特に、「乳幼児の子どもと一緒にの家族旅行」「3世代家族旅行」では6割以上を占めた。

「友人旅行」では、ライフステージによって特徴は異なる。

「未婚男性・女性の友人旅行」は3~3.5割が『列車』、2割弱が『路線バス』を利用。「子育て後の男性による友人旅行」は6割が『自家用車』を、「子育て後の女性による友人旅行」は1割強が『貸切バス・定期観光バス』を利用した。子育て後の男女ともに、前年に比べて『自家用車』利用率が15ポイント前後増加した。

「ひとり旅」は、4割が『列車』を、2割が『路線バス』を利用しており、他セグメントに比べて特徴的な交通手段となっている。その一方で全体傾向同様、『自家用車』の利用が増え、前年16.9%から9ポイント増の25.7%を占めた。

表 I -2-17 マーケットセグメント(同行者×ライフステージ)別の旅行先での主な交通手段(複数回答) (単位: %)

旅行先での主な交通手段	自家用車	列車	路線バス	レンタカー	タクシー・ハイヤー	貸切バス・定期観光バス	飛行機	観光客向けの巡回バスなど	船(フェリー、観光船、屋形船など)	レンタサイクル	その他	利用しなかった交通機関は	サンプル数
マーケットセグメント													
全体	46.5	21.1	11.1	10.9	5.8	4.4	4.2	2.9	2.3	1.1	1.3	13.2	(6511)
前年	37.5	29.7	14.1	13.6	8.5	7.3	8.1	3.9	2.9	1.4	1.1	7.2	(9364)
家族旅行	57.8	14.2	7.9	9.6	5.6	3.4	3.9	3.5	2.3	1.4	0.5	14.3	(1818)
乳幼児の子どもと一緒にの家族旅行(小中高生を含まない)	65.4	13.5	4.6	9.4	4.5	2.7	5.6	2.1	1.9	0.8	0.3	13.3	(352)
小中高生の子どもと一緒にの家族旅行(乳幼児連れも含む)	59.9	12.5	6.2	9.7	5.1	1.8	4.2	2.8	1.1	0.9	0.5	15.7	(726)
18歳以上のみの家族旅行	52.1	16.2	11.2	9.5	6.7	5.3	2.7	4.7	3.7	2.1	0.6	13.4	(740)
3世代家族旅行*	61.5	11.1	5.4	12.2	5.3	2.7	6.8	3.6	2.7	1.3	0.4	15.4	(419)
夫婦・カップル旅行	51.9	16.3	8.7	10.9	4.5	4.7	3.1	2.3	2.5	0.7	1.0	13.7	(2551)
カップルでの旅行	45.3	23.8	10.5	14.7	5.3	2.1	3.6	3.2	1.8	1.0	0.4	13.6	(653)
夫婦での旅行(子どもなし)	48.4	17.9	8.8	13.0	4.7	2.0	3.1	1.6	2.8	1.1	1.4	16.1	(697)
子育て中の夫婦での旅行(末子が18歳未満)	55.5	17.9	15.0	20.3	5.2	6.8	15.9	6.4	2.5	2.5	0.0	5.4	(100)
子育て後の夫婦での旅行(末子が18歳以上)	57.7	10.8	7.1	6.5	4.0	7.8	1.7	1.8	2.6	0.2	1.1	12.9	(1101)
友人旅行	33.8	24.5	13.3	16.9	9.0	6.2	4.9	3.6	1.7	1.0	1.7	12.7	(1046)
未婚男性による友人旅行	27.1	28.3	17.5	25.6	6.1	3.3	8.3	3.8	1.7	1.2	1.0	13.7	(289)
既婚男性による友人旅行(子どもなし)	36.8	25.2	5.5	20.9	11.7	0.0	2.4	2.4	2.4	0.0	2.8	12.7	(42)
子育て中の男性による友人旅行(末子が18歳未満)	37.3	22.5	6.6	26.7	6.0	0.0	8.8	0.0	0.0	0.0	0.0	10.1	(41)
子育て後の男性による友人旅行(末子が18歳以上)	58.2	10.4	6.3	14.7	6.1	4.7	0.0	0.0	3.1	2.0	3.2	5.7	(155)
未婚女性による友人旅行	19.4	35.5	18.4	18.2	10.0	6.6	7.2	6.9	1.0	1.7	1.5	13.1	(247)
既婚女性による友人旅行(子どもなし)	37.5	27.4	7.5	14.0	12.6	7.5	4.9	1.3	2.0	0.0	1.9	13.2	(58)
子育て中の女性による友人旅行(末子が18歳未満)	40.2	27.3	4.0	7.0	15.1	7.1	0.0	4.1	7.7	0.0	3.0	14.9	(25)
子育て後の女性による友人旅行(末子が18歳以上)	39.4	14.9	12.1	2.7	12.5	13.6	1.1	3.8	1.0	0.0	2.0	16.4	(189)
ひとり旅	25.7	42.6	20.5	7.3	6.1	3.5	7.2	2.6	2.3	1.9	2.8	10.0	(1002)
男性のひとり旅	29.3	41.8	20.8	8.8	5.7	2.2	8.3	2.5	2.0	2.6	3.5	8.9	(685)
女性のひとり旅	17.7	44.4	20.0	4.0	6.8	6.5	5.0	2.9	2.9	0.4	1.4	12.3	(317)

資料: (公財)日本交通公社「JTBF 旅行実態調査」

\* 3世代家族旅行は、子どもの年齢にかかわらず3世代で行った旅行であり、家族旅行の3セグメントと重複する。表中の数値は表示単位未満で四捨五入して表示している。

■全体の比率より15ポイント以上大きい値 ■全体の比率より10ポイント以上大きい値 ■全体の比率より5ポイント以上大きい値

④マーケットセグメントと旅行で最も楽しみにしていたこと

前年と比較して、多くのセグメントで『温泉に入ること』や『おいしいものを食べること』が増加、その一方で『文化的な名所(史跡、寺社仏閣など)を見ること』、『観光・文化施設(水族館や美術館、テーマパークなど)を訪れること』は減少した。

『温泉に入ること』は、「子育て後の夫婦旅行」「女性の友人旅行(子育て後)」で最多となり、かつ、全体に比べて高い5ポイント以上高い比率となった。前年との比較でみると、「乳幼児の子どもと一緒に家族旅行」「3世代家族旅行」「子育て後の夫婦での旅行」「子育て後の女性による友人旅行」での増加幅が大きい。

『おいしいものを食べること』は、「カップルでの旅行」「未婚女性による友人旅行」で特徴的な楽しみであり、同セグメント

において最多となった。

『自然景観を見ること』や『文化的な名所を見ること』、『観光・文化施設を訪れること』はどのセグメントにおいてもトップシェアにはならないものの、比較的上位を占めた。前年との比較でみると、『文化的な名所を見ること』は「子育て後の女性による友人旅行」で、『観光・文化施設を訪れること』は「乳幼児の子どもと一緒に家族旅行」での減少幅が大きい。

『スポーツやアウトドア活動を楽しむこと』は「男性による友人旅行」で特徴的な楽しみとなっている。特に、「子育て後の男性による友人旅行」では全体の比率より15ポイント以上高い値を示しており、前年と比較しても10ポイント以上増加した。

このように、同行者やライフステージによって、旅行での楽しみは異なる。

表 I -2-18 マーケットセグメント(同行者×ライフステージ)別の旅行で最も楽しみにしていたこと (単位：%)

マーケットセグメント	温泉に入ること	おいしいものを食べること	自然景観を見ること	寺社仏閣などを見ること	文化的な名所(史跡、 寺社仏閣など)を見ること	観光・文化施設(水族館や美術館、 テーマパークなど)を訪れること	スポーツやアウトドア 活動を楽しむこと	目当ての宿泊施設に泊 まること	帰省・冠婚葬祭関連・ 親族や知人訪問	自然の豊かさを 体験すること	街や都市を訪れること	芸術・音楽・スポーツ などの観劇・鑑賞・観戦	買い物をすること	地域の祭りや イベント	地域の文化を 体験すること	その他	サンプル数
全体	20.9	20.8	11.1	8.2	6.7	6.0	5.7	4.3	3.7	3.6	2.6	2.5	0.9	0.4	2.4	(6511)	
前年	15.4	18.7	12.2	11.7	9.3	6.2	2.5	4.0	3.2	4.0	5.0	2.9	1.9	1.0	2.1	(9364)	
家族旅行	21.8	20.1	9.6	7.0	10.5	6.2	6.5	3.8	3.8	3.5	1.6	3.2	0.5	0.6	1.3	(1818)	
乳幼児の子どもと一緒に家族旅行 (小中高生を含まない)	21.1	19.7	8.6	4.7	15.0	5.4	6.1	3.9	4.4	3.7	0.6	3.2	0.8	0.7	2.2	(352)	
小中高生の子どもと一緒に家族旅行 (乳幼児連れも含む)	20.7	19.7	8.1	7.1	13.6	8.8	6.5	3.1	4.0	2.4	1.0	2.9	0.1	1.0	1.1	(726)	
18歳以上のみの家族旅行	23.3	20.8	11.7	7.9	5.4	4.1	6.8	4.4	3.2	4.4	2.7	3.5	0.7	0.1	1.1	(740)	
3世代家族旅行*	24.7	20.0	8.0	6.1	12.3	6.3	7.9	3.8	1.9	1.3	2.0	2.4	0.0	1.1	2.0	(419)	
夫婦・カップル旅行	26.1	22.8	12.1	7.6	5.5	3.8	6.4	3.2	3.8	3.1	1.0	2.0	0.6	0.3	1.6	(2551)	
カップルでの旅行	22.2	24.8	10.5	7.1	7.9	4.2	7.6	2.2	3.9	4.3	0.6	2.2	0.6	0.3	1.7	(653)	
夫婦での旅行(子どもなし)	23.7	22.4	12.3	6.7	6.7	5.1	6.5	4.8	3.7	3.0	2.0	1.1	0.6	0.2	1.2	(697)	
子育て中の夫婦での旅行 (末子が18歳未満)	13.7	26.3	8.4	9.5	9.0	7.4	6.1	1.2	4.4	8.9	0.2	3.3	1.1	0.0	0.2	(100)	
子育て後の夫婦での旅行 (末子が18歳以上)	31.2	21.7	13.1	8.4	3.0	2.5	5.7	3.0	3.6	1.9	0.8	2.2	0.7	0.3	1.9	(1101)	
友人旅行	17.9	23.4	10.0	7.4	5.9	11.4	4.9	1.5	4.2	2.8	3.6	2.7	0.8	0.7	2.7	(1046)	
未婚男性による友人旅行	15.3	23.0	15.7	10.4	4.3	9.6	2.2	2.0	4.9	2.9	4.1	2.3	0.6	1.1	1.7	(289)	
既婚男性による友人旅行 (子どもなし)	9.0	39.3	7.2	1.8	4.0	22.4	2.4	4.0	0.0	2.8	0.0	3.5	0.0	2.4	1.2	(42)	
子育て中の男性による友人旅行 (末子が18歳未満)	17.3	22.8	7.5	6.1	3.6	28.0	2.1	0.0	1.2	6.6	2.4	2.4	0.0	0.0	0.0	(41)	
子育て後の男性による友人旅行 (末子が18歳以上)	16.8	20.0	8.5	6.3	1.4	29.3	3.1	0.6	4.5	1.6	2.2	0.8	0.5	0.8	3.5	(155)	
未婚女性による友人旅行	11.8	29.3	6.7	6.4	12.6	2.8	8.2	1.4	4.1	4.0	3.5	4.2	2.0	0.5	2.3	(247)	
既婚女性による友人旅行 (子どもなし)	28.9	24.9	14.8	2.9	1.3	5.1	2.0	3.0	2.0	3.3	3.0	0.0	1.3	0.0	7.6	(58)	
子育て中の女性による友人旅行 (末子が18歳未満)	19.8	18.3	7.8	11.9	6.0	4.3	6.9	0.0	4.0	0.0	10.8	1.5	0.0	0.0	8.6	(25)	
子育て後の女性による友人旅行 (末子が18歳以上)	28.9	16.1	7.0	7.2	5.8	7.7	8.0	1.1	5.7	1.5	4.2	3.6	0.4	0.3	2.6	(189)	
ひとり旅	8.9	14.8	12.3	12.7	3.9	5.6	3.5	11.5	2.6	6.1	7.5	2.5	2.3	0.4	5.6	(1002)	
男性のひとり旅	8.5	17.0	13.4	13.6	4.4	6.4	3.2	8.6	1.9	7.7	5.6	2.2	2.0	0.4	5.0	(685)	
女性のひとり旅	9.8	9.9	9.8	10.6	2.9	3.8	4.0	17.9	4.1	2.8	11.6	3.0	2.8	0.3	6.8	(317)	

資料：(公財)日本交通公社「JTBF 旅行実態調査」

\* 3世代家族旅行は、子どもの年齢にかかわらず3世代で行った旅行であり、家族旅行の3セグメントと重複する。表中の数値は表示単位未満で四捨五入して表示している。

■全体の比率より15ポイント以上大きい値 ■全体の比率より10ポイント以上大きい値 ■全体の比率より5ポイント以上大きい値

⑤マーケットセグメントと宿泊施設

前年同様、全てのセグメントにおいて『ホテル』がトップを占めたが、多くのセグメントでその利用率は減少した。『リゾートホテル』は「家族旅行」「子育て後の夫婦での旅行」「子育て後の女性による友人旅行」で、『ビジネスホテル』は「ひとり旅」で、特に、高い利用率となった。

『旅館』の利用率はほとんどのセグメントにおいて前年比べて増加。「3世代家族旅行」「夫婦での旅行(子育て後)」「子

育て後の女性による友人旅行」などで高い傾向がみられた。

『実家・親戚・知人宅』の利用率は多くのセグメントで減少した。他セグメントと比べて突出して多い「女性のひとり旅」においても、前年23.3%に対し、2020年は16.4%と7ポイント減となった。なお、『民宿・ペンション・ロッジ』は「未婚男性による友人旅行」において、他セグメントに比べて高い利用率であった。

表 I -2-19 マーケットセグメント(同行者×ライフステージ)別の宿泊施設(複数回答)

(単位: %)

マーケットセグメント	ホテル			旅館		実家・親戚・知人宅	民宿・ペンション・ロッジ	別荘・リゾートマンション・会員制の宿泊施設	オートキャンプ・キャンプ	公共の宿	その他	サンプル数		
	リゾートホテル	ビジネスホテル	シティホテル	旅館(比較的大規模)	旅館(比較的小規模)									
全体	56.8	23.3	20.6	15.4	31.7	18.3	14.2	5.2	4.6	2.8	1.9	1.6	1.9	(6511)
前年	62.2	22.9	24.3	19.4	27.0	16.9	10.8	7.4	4.2	2.5	1.7	1.8	1.8	(9364)
家族旅行	52.4	30.5	11.8	12.6	34.8	21.5	14.0	5.2	5.7	2.7	2.4	1.6	1.6	(1818)
乳幼児の子どもと一緒に家族旅行(小中高生を含まない)	48.8	32.2	10.5	9.9	35.8	20.3	16.9	5.8	6.3	3.7	3.6	1.5	1.8	(352)
小中高生の子どもと一緒に家族旅行(乳幼児連れも含む)	49.6	29.0	9.2	13.1	34.7	22.3	13.2	4.2	7.0	2.3	3.5	1.6	1.8	(726)
18歳以上のみの家族旅行	57.0	31.2	15.0	13.4	34.3	21.4	13.5	5.8	4.1	2.7	0.8	1.6	1.3	(740)
3世代家族旅行*	52.0	33.6	10.3	11.9	37.2	23.8	14.7	3.6	5.4	5.4	1.8	2.0	0.8	(419)
夫婦・カップル旅行	54.5	24.1	17.0	16.3	37.9	21.6	17.3	3.4	3.2	3.3	0.9	1.9	1.5	(2551)
カップルでの旅行	59.7	20.0	22.9	20.1	32.7	18.9	14.8	3.3	4.3	1.3	1.2	0.7	1.5	(653)
夫婦での旅行(子どもなし)	54.7	21.3	19.9	15.7	38.8	18.8	20.7	3.8	3.7	2.1	1.2	1.6	1.6	(697)
子育て中の夫婦での旅行(末子が18歳未満)	67.8	23.5	28.7	25.3	28.3	13.7	15.9	1.7	5.7	1.0	2.2	2.2	1.2	(100)
子育て後の夫婦での旅行(末子が18歳以上)	50.1	28.3	10.7	13.7	41.2	25.6	16.6	3.3	2.0	5.3	0.5	2.7	1.5	(1101)
友人旅行	56.9	22.5	21.3	16.2	31.2	16.5	15.0	3.3	7.5	2.2	3.0	0.7	1.5	(1046)
未婚男性による友人旅行	53.3	15.2	24.7	16.4	30.1	17.2	13.4	5.4	10.8	0.6	5.1	0.3	2.0	(289)
既婚男性による友人旅行(子どもなし)	70.6	21.8	26.8	26.1	19.6	7.9	11.7	0.0	4.8	0.0	7.8	0.0	0.0	(42)
子育て中の男性による友人旅行(末子が18歳未満)	69.2	20.0	28.1	25.8	27.8	11.4	16.4	2.6	0.0	0.0	0.0	3.4	0.0	(41)
子育て後の男性による友人旅行(末子が18歳以上)	54.0	22.0	23.5	12.9	32.4	14.3	18.1	2.1	6.2	4.6	1.5	1.9	1.4	(155)
未婚女性による友人旅行	66.1	26.5	24.1	19.5	24.8	12.5	12.6	1.9	9.3	2.5	1.6	0.0	0.4	(247)
既婚女性による友人旅行(子どもなし)	51.9	24.3	20.1	12.4	38.5	18.5	22.1	0.0	9.0	3.3	3.0	1.7	3.3	(58)
子育て中の女性による友人旅行(末子が18歳未満)	45.1	10.0	23.3	14.8	33.7	17.1	16.6	7.7	10.8	6.9	3.0	0.0	0.0	(25)
子育て後の女性による友人旅行(末子が18歳以上)	49.9	30.8	7.9	11.2	41.0	24.9	16.2	3.9	2.7	2.6	2.4	0.9	2.3	(189)
ひとり旅	70.3	8.1	46.1	17.8	11.3	5.5	6.7	12.0	3.1	2.3	2.1	1.7	3.5	(1002)
男性のひとり旅	72.1	5.4	51.7	17.1	11.2	5.4	7.1	10.0	2.9	3.1	2.3	1.4	4.3	(685)
女性のひとり旅	66.3	14.1	33.8	19.4	11.4	5.8	6.0	16.4	3.4	0.8	1.5	2.4	1.9	(317)

資料: (公財)日本交通公社「JTBF 旅行実態調査」

\* 3世代家族旅行は、子どもの年齢にかかわらず3世代で行った旅行であり、家族旅行の3セグメントと重複する。表中の数値は表示単位未満で四捨五入して表示している。

■全体の比率より15ポイント以上大きい値 ■全体の比率より10ポイント以上大きい値 ■全体の比率より5ポイント以上大きい値

## ⑥マーケットセグメントと宿泊数

ほぼ全てのセグメントにおいて『1泊』の割合が高まり、平均宿泊数は減少した。特に減少が大きかったのは、「小中高生の子どもと一緒に家族旅行」「3世代家族旅行」であった。

平均宿泊数が最も長いのは、前年同様、「ひとり旅」であり、1.97泊であった。「ひとり旅」の場合は、同行者のいる旅行に比べてスケジュール面の制約が緩いことが、平均宿泊数の長さに影響していると考えられる。

逆に、宿泊数が最も短い傾向にあるのは「家族旅行」で、1.54泊であった。なかでも、「小中高生の子どもと一緒に家族旅行」は1.45泊と短い。「友人旅行」の「子育て後の男性による友人旅行」も1.39泊と短かった。

(五木田玲子)

表I-2-20 マーケットセグメント(同行者×ライフステージ)別の宿泊数

マーケットセグメント	宿泊数					平均宿泊数	サンプル数
	1泊	2泊	3泊	4泊	5泊以上	(単位：泊)	
全体	62.0	22.9	8.5	3.2	3.4	1.66	(6511)
前年	50.7	29.2	12.1	3.7	4.4	1.85	(9364)
家族旅行	66.4	21.0	7.5	3.1	2.0	1.54	(1818)
乳幼児の子どもと一緒に家族旅行 (小中高生を含まない)	62.9	23.6	7.6	2.7	3.3	1.62	(352)
小中高生の子どもと一緒に家族旅行 (乳幼児連れも含む)	70.7	19.3	6.8	1.9	1.4	1.45	(726)
18歳以上のみの家族旅行	63.9	21.6	8.1	4.4	2.0	1.60	(740)
3世代家族旅行*	63.9	18.6	11.2	3.3	3.0	1.65	(419)
夫婦・カップル旅行	62.6	21.6	9.5	3.0	3.2	1.66	(2551)
カップルでの旅行	62.9	23.1	11.2	1.5	1.2	1.55	(653)
夫婦での旅行(子どもなし)	63.1	21.2	7.8	2.8	5.0	1.71	(697)
子育て中の夫婦での旅行 (末子が18歳未満)	44.0	30.8	10.3	10.1	4.8	2.02	(100)
子育て後の夫婦での旅行 (末子が18歳以上)	63.9	20.0	9.5	3.4	3.2	1.65	(1101)
友人旅行	63.7	25.5	5.9	1.9	3.1	1.57	(1046)
未婚男性による友人旅行	52.6	34.0	6.8	2.8	3.8	1.73	(289)
既婚男性による友人旅行(子どもなし)	75.3	17.6	2.4	2.3	2.3	1.39	(42)
子育て中の男性による友人旅行 (末子が18歳未満)	61.5	33.8	4.7	0.0	0.0	1.43	(41)
子育て後の男性による友人旅行 (末子が18歳以上)	73.8	17.7	6.1	0.7	1.8	1.39	(155)
未婚女性による友人旅行	63.2	23.4	7.7	2.9	2.7	1.60	(247)
既婚女性による友人旅行(子どもなし)	63.4	32.3	0.0	0.0	4.4	1.51	(58)
子育て中の女性による友人旅行 (末子が18歳未満)	68.0	19.0	7.0	3.0	3.0	1.60	(25)
子育て後の女性による友人旅行 (末子が18歳以上)	70.3	20.2	4.7	0.9	3.9	1.53	(189)
ひとり旅	50.4	26.8	10.9	5.4	6.4	1.97	(1002)
男性のひとり旅	51.2	27.1	11.2	4.9	5.7	1.93	(685)
女性のひとり旅	48.7	26.3	10.3	6.6	8.2	2.08	(317)

資料：(公財)日本交通公社「JTBF 旅行実態調査」  
 ※ 3世代家族旅行は、子どもの年齢にかかわらず3世代で行った旅行であり、家族旅行の3セグメントと重複する。表中の数値は表示単位未満で四捨五入して表示している。  
 ■ 全体の比率より15ポイント以上大きい値 ■ 全体の比率より10ポイント以上大きい値 ■ 全体の比率より5ポイント以上大きい値  
 ■ 平均宿泊数が全体平均値より0.5泊以上大きい値(平均宿泊数については、7泊以上は7泊と仮定して算出。)

## I-3 日本人の海外旅行

## ■ 2020年の概況

2020年の日本人海外出国者数は317万人、  
新型コロナウイルス感染症の影響により大幅減少

## (1) 日本人海外出国者の主要動向

法務省の「出入国管理統計」によると、2020年の日本人の海外出国者数は317万人で、2003年のビジット・ジャパン事業開始以降、最も少ない人数となり、前年比84.2%の減少となった。2019年には、2017年3月に閣議決定した「観光立国推進基本計画」において定められた「2020年までに日本人の海外旅行者数を2,000万人にする」という目標を達成したものの、2020年には新型コロナウイルス感染症の流行により大幅な減少がみられた(表 I-3-1)。

なお、日本人海外出国者数の直近1年平均の推移は、2020年1月から徐々に減少し、2020年12月には30万人を下回る数となった(図 I-3-1)。

## (2) 主な要因

2020年の海外旅行は、新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、日本のみならず世界各国で旅行の需要が減少し、ウイルスの流入を防ぐために水際対策や観光目的の渡航制限措置の実施を余儀なくされた。国連世界観光機関(UNWTO)は、コロナ禍によって2020年の国際観光客到着数が前年比10億人(74%)減少したことをうけ、観光史上最悪の年と評価している。

日本政府は、2020年6月以降、「国際的な人の往来再開に向けた段階的措置について」に基づき、ビジネストラックおよびレジデンストラックにおける出国緩和措置を取ったものの、断続的な感染者の増加によって海外旅行全体の大幅な回復には至らなかった。

今後、陰性証明書や新型コロナワクチン接種証明書(ワクチンパスポート)の導入によって入国制限が更に緩和され、収束に向けて国内外の海外旅行需要が回復することが期待される。

表 I-3-1 日本人海外出国者数の推移

(単位：千人)

	出国者数		観光・レクリエーション		帰省・知人訪問等		出張・業務	
	伸び率(%)	伸び率(%)	伸び率(%)	伸び率(%)	伸び率(%)	伸び率(%)		
2016年	17,116	5.6	11,173	3.0	1,408	△18.5	4,535	24.8
2017年	17,889	4.5	11,581	3.6	1,949	38.4	4,359	△3.9
2018年	18,954	6.0	13,699	18.3	1,014	△48.0	4,241	△2.7
2019年	20,081	5.9	14,257	4.1	1,494	47.3	4,330	2.1
2020年	3,174	△84.2	—	—	—	—	—	—

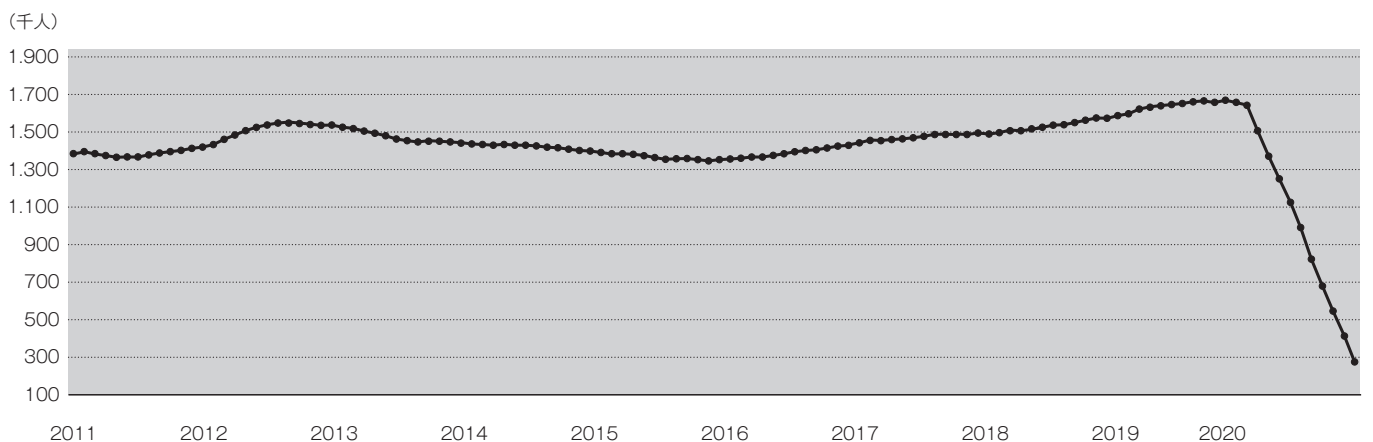
(注)各年の値は年間確報による。

資料：法務省「出入国管理統計」および観光庁「旅行・観光消費動向調査」をもとに(公財)日本交通公社作成

(注)出国者数は法務省統計の数値を用いた。目的別内訳は観光庁統計の数値を用いて推計した。

(注)2020年「旅行・観光消費動向調査」のうち「海外旅行」は、新型コロナウイルス感染症の影響により、海外旅行を実施した票を得られなかったため年間値の該当数字は公表されていない。

図 I-3-1 日本人海外出国者(月別)の直近1年平均の推移



資料：法務省「出入国管理統計」をもとに(公財)日本交通公社作成

(3) 日本人海外出国者数の内訳

2020年の海外出国者数及び旅行平均回数は、すべての性・年代において前年を下回った。

性・年代別にみると、特に10代の延べ出国者数の伸び率が大幅に低下しており、一人当たりの旅行平均回数も著しく減少している。

一方で、20代の延べ出国者数は、減少幅が最も小さく、一人

当たりの旅行平均回数は、男性0.05回、女性0.08回と他の年代に比べてやや多く、業務・出張での渡航が多い30代～50代男性を上回る結果となった。

70代以上の旅行平均回数は、男性0.01回、女性0.00回と大幅に減少しており、新型コロナウイルス感染症の重症化に対する懸念などによって移動を断念したことが影響したと考えられる。

表 I -3-2 性・年代別の日本人海外出国者数(2020年)

男性		年代							全体	
		10代未満	10代	20代	30代	40代	50代	60代		70代以上
出国者数	延べ出国者数(千人)	59	69	294	277	348	333	195	99	1,674
	前年比(%)	△84.5	△87.1	△78.3	△84.6	△85.5	△84.9	△85.0	△84.6	△84.2
	旅行平均回数(回/人)	0.01	0.01	0.05	0.04	0.04	0.04	0.03	0.01	0.03
	前年比(%)	△84.2	△86.9	△78.3	△84.2	△85.3	△85.2	△84.5	△85.0	△84.2

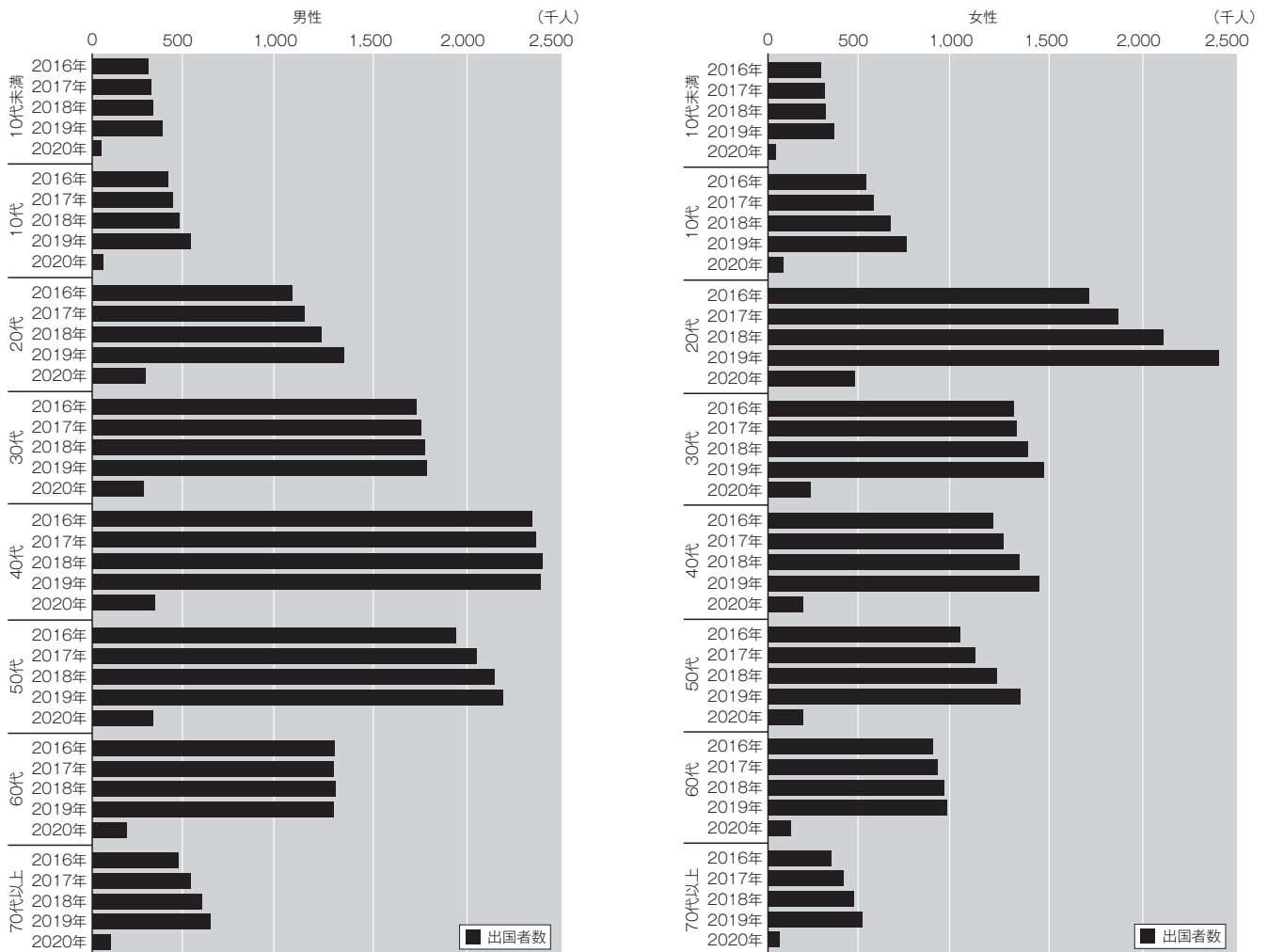
女性		年代							全体	
		10代未満	10代	20代	30代	40代	50代	60代		70代以上
出国者数	延べ出国者数(千人)	57	95	487	234	208	209	139	73	1,500
	前年比(%)	△84.6	△87.6	△80.1	△84.5	△86.0	△84.9	△85.8	△86.2	△84.1
	旅行平均回数(回/人)	0.01	0.02	0.08	0.03	0.02	0.03	0.02	0.00	0.02
	前年比(%)	△84.3	△87.4	△80.1	△84.2	△85.8	△85.2	△85.3	△86.6	△84.1

(注)表中では、前年同期時期からの伸び率を「前年比(%)」と記載している。

資料：法務省「出入国管理統計」および総務省「人口推計」をもとに(公財)日本交通公社作成

(注)2020年人口推計の数値は、国勢調査の実施により年次報告がされなかったため、2020年10月1日現在の平成27年国勢調査を基準とする月次推計値を使用(2021年3月公表)。

図 I -3-2 性・年代別の日本人海外出国者数の推移(2016～2020年)



資料：法務省「出入国管理統計」をもとに(公財)日本交通公社作成

## ●出発月別(表I-3-3)

海外出国者数を出発月別にみると、1月及び2月は100万人を超えているが、新型コロナウイルス感染症感染拡大の影響から、3月は前年同月比85割減、4月から5月にかけては全国

的な緊急事態宣言の影響が加わり、マイナス99%を超える伸び率となった。6月以降、延べ出国者数はやや回復の傾向があるものの、大幅には増加せず、3万人程度にとどまっている。

(仲七重)

表 I -3-3 出発月・居住地別の日本人海外出国者数(2020年)

出発月		1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	全体
出国者 全体	延べ出国者数(千人)	1,381	1,317	273	4	6	11	20	37	32	31	31	33	3,174
	伸び率(%)	△4.9	△14.2	△85.9	△99.8	△99.6	△99.3	△98.8	△98.2	△98.2	△98.1	△98.1	△98.1	△84.2
	旅行平均回数(回/人)	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
観光・ レクリエ ーション	延べ出国者数(千人)	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
	伸び率(%)	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
	旅行平均回数(回/人)	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
帰省・ 知人 訪問等	延べ出国者数(千人)	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
	伸び率(%)	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
	旅行平均回数(回/人)	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
出張・ 業務	延べ出国者数(千人)	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
	伸び率(%)	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
	旅行平均回数(回/人)	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—

居住地		北海道	東北	関東	北陸信越	中部	近畿	中国	四国	九州	沖縄	全体
出国者 全体	延べ出国者数(千人)	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
	伸び率(%)	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
	旅行平均回数(回/人)	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
観光・ レクリエ ーション	延べ出国者数(千人)	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
	伸び率(%)	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
	旅行平均回数(回/人)	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
帰省・ 知人 訪問等	延べ出国者数(千人)	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
	伸び率(%)	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
	旅行平均回数(回/人)	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
出張・ 業務	延べ出国者数(千人)	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
	伸び率(%)	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
	旅行平均回数(回/人)	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—

(注)表中のデータについては表I-3-1注と同じ。

資料:法務省「出入国管理統計」および観光庁「旅行・観光消費動向調査」および総務省「人口推計」をもとに(公財)日本交通公社作成

## I-4 日本人の旅行に対する意識

### 1 行ってみたい旅行

行ってみたい旅行先(国内)は北海道、沖縄県、京都府  
 行ってみたい旅行先(海外)は、  
 ハワイ、アメリカ合衆国本土、イタリア  
 行ってみたい旅行タイプは温泉、自然、グルメ

ここでは、日本人の行ってみたい旅行について詳しくみていく。なお、ここで分析に用いたデータは、全て「JTBF 旅行意識調査」に基づいている。

#### (1) 行ってみたい旅行先(国内旅行・海外旅行)

「今後1～2年の間に行ってみたい国内旅行及び海外旅行の旅行先(国、都市、観光スポット)」について、具体的な地名を国内・海外それぞれ行きたい順に3つまで自由に回答してもらった(表I-4-1)。

表 I-4-1 行ってみたい旅行先

##### 国内旅行

順位	2021年			2018年		
	地域名	合計ポイント	構成比(%)	地域名	合計ポイント	構成比(%)
1位	北海道	1,753	55.9	北海道	1,647	58.8
2位	沖縄県	1,423	44.0	沖縄県	1,204	42.8
3位	京都府	502	18.5	京都府	523	20.7
4位	東京都	394	14.9	東京都	284	12.5
5位	大阪府	321	12.7	大阪府	241	10.4
6位	九州地方	254	9.5	九州地方	230	10.1
7位	石川県	228	7.8	鹿児島県	187	7.9
8位	鹿児島県	202	7.6	石川県	171	7.7
9位	千葉県	193	5.9	長崎県	169	6.9
10位	長崎県	165	6.0	千葉県	164	6.1
11位	福岡県	159	6.5	長野県	148	6.6
12位	四国地方	149	5.7	東北地方	134	5.8
13位	静岡県	148	4.5	四国地方	132	6.1
14位	長野県	129	4.7	静岡県	129	5.0
15位	広島県	122	4.4	広島県	111	4.3
15位	東北地方	122	4.7	三重県	103	4.1
17位	神奈川県	111	4.2	島根県	100	4.1
18位	大分県	98	3.6	青森県	99	4.3
19位	青森県	94	3.1	大分県	98	3.6
20位	和歌山県	91	2.7	福岡県	92	4.4
21位	三重県	88	2.6	神奈川県	74	3.1
22位	島根県	83	2.8	和歌山県	71	3.1
23位	栃木県	78	2.8	栃木県	69	2.4
23位	兵庫県	78	2.7	熊本県	67	2.7
25位	富山県	70	2.4	兵庫県	62	2.5
26位	宮城県	69	2.4	宮城県	60	2.8
27位	熊本県	66	2.5	奈良県	58	2.4
28位	岐阜県	58	1.7	新潟県	57	2.4
28位	高知県	58	2.3	富山県	56	2.4
30位	宮崎県	57	2.3	宮崎県	54	2.3

ただし、最も行きたい地域を3ポイント、2番目に行きたい地域を2ポイント、3番目に行きたい地域を1ポイントとして、その合計値をランキングにしている。

その結果、国内では北海道が最も高く、初回調査時(1988年)より連続して首位を維持している。次いで沖縄県、京都府、東京都、大阪府の順となり、沖縄県以降については、都市部が続いた。

2018年の結果と比較すると、上位10位までの都道府県の顔ぶれに大きな変動はなかったが、石川県、千葉県が順位を上げ、鹿児島県、長崎県が順位を下げる形となった。具体的な旅行先として、石川県では金沢、千葉県では東京ディズニーリゾートが多くあげられた。

海外では、ハワイが最も高く、続いてアメリカ合衆国本土、イタリアとなり、5位までは2018年と同じ地域が並んだ。

##### 海外旅行

順位	2021年			2018年		
	地域名	合計ポイント	構成比(%)	地域名	合計ポイント	構成比(%)
1位	ハワイ	1,286	44.5	ハワイ	1,019	40.7
2位	アメリカ合衆国本土	479	19.9	アメリカ合衆国本土	428	20.0
3位	イタリア	462	19.8	イタリア	424	20.5
4位	オーストラリア	422	19.2	オーストラリア	340	16.2
5位	フランス	389	17.7	フランス	318	15.3
6位	韓国	304	12.8	台湾	268	13.2
7位	台湾	267	12.0	カナダ	238	11.7
8位	グアム	257	11.0	イギリス	229	11.0
9位	イギリス	221	9.7	グアム	215	10.9
10位	カナダ	210	9.4	韓国	206	9.5
11位	スペイン	204	8.9	シンガポール	196	9.9
12位	スイス	181	7.8	スイス	189	8.5
13位	シンガポール	168	8.5	スペイン	166	8.1
14位	タイ	156	6.7	ドイツ	158	7.9
15位	ドイツ	106	4.7	中国	117	6.2
15位	北欧	96	4.2	タイ	115	6.3
17位	中欧	75	3.5	ニュージーランド	102	4.6
18位	ニュージーランド	74	3.3	ヨーロッパ	94	4.3
19位	フィンランド	69	3.0	バリ島	72	3.7
19位	エジプト	69	2.9	エジプト	59	2.7
21位	ベトナム	66	3.2	トルコ	58	2.9
22位	バリ島	60	2.5	ベトナム	53	2.2
23位	トルコ	55	2.5	オーストリア	44	2.2
24位	中国	47	2.1	フィンランド	42	2.0
25位	モルディブ	44	1.8	ペルー	42	1.8
26位	オランダ	43	2.1	インド	37	2.2
27位	オーストリア	41	1.9	アラブ首長国連邦	34	1.5
28位	ペルー	38	1.7	ロシア	34	1.4
29位	ギリシャ	29	1.7	タヒチ	32	1.4
30位	ロシア・マレーシア	27	1.2	オランダ	30	1.4

資料：(公財)日本交通公社「JTBF 旅行意識調査」



(2) 行ってみたい旅行タイプ

「今後1～2年の間に行ってみたい国内旅行及び海外旅行の旅行タイプ」として当てはまるものを選択肢一覧表(表I-4-2)から全て選んでもらった結果、行ってみたい旅行タイプ(複数回答)は、「温泉旅行」(56.8%)、「自然観光」(49.2%)、「グルメ」(44.5%)、「歴史・文化観光」(39.8%)の順となった(図I-4-1)。

表I-4-3では、性・年代別にランキング形式で示している。男性では、20代・30代において「温泉旅行」「テーマパーク」が上位2位となり、40代以上では「温泉旅行」が1位、「自然観光」が2位となっている。3位には、40代・50代では「グルメ」、60代・

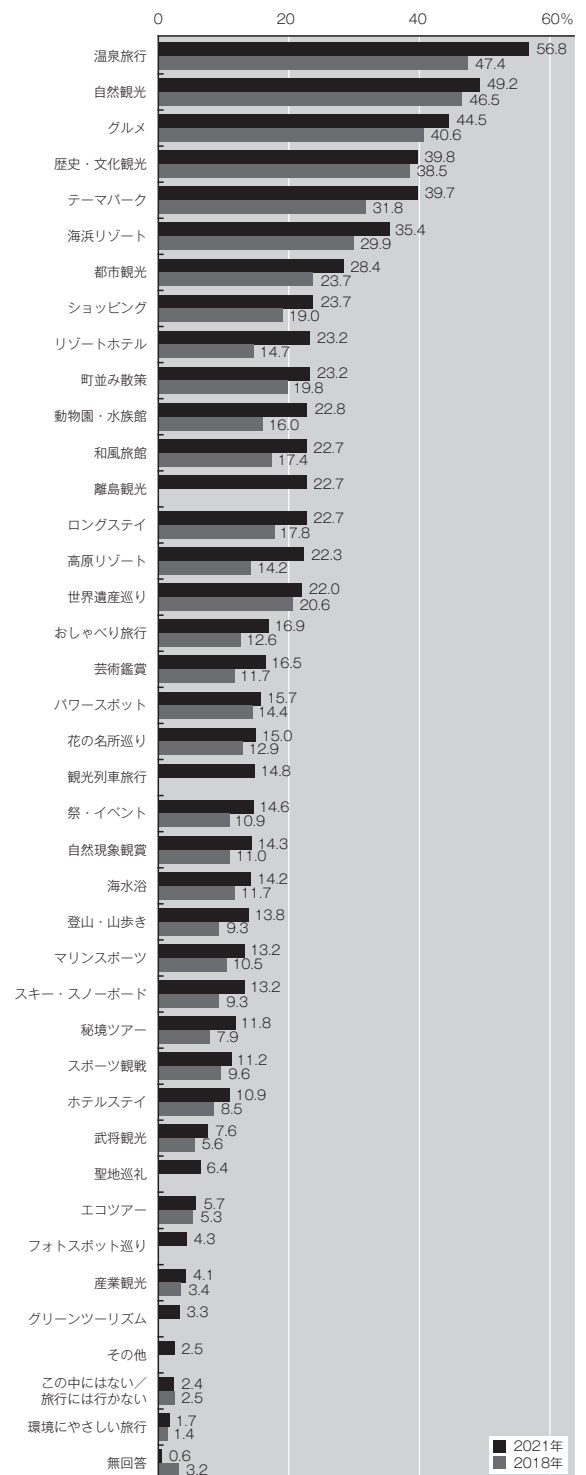
70代では「歴史・文化観光」が挙がっている。女性では、20代・30代・40代において「テーマパーク」「グルメ」「温泉旅行」が上位3位以内に挙がっている。50代以上では、「自然観光」の人气が高く、1位または2位となっている。

また、性・年代別のランキングを、2021年と2018年で比較すると、男性20代・30代および女性20代において「リゾートホテル」、男性20代において「ロングステイ」、男性30代において「高原リゾート」、男性70代において「海浜リゾート」「都市観光」の順位が大きく上がっている。

表 I-4-2 行ってみたい旅行タイプ 選択肢一覧

旅行タイプ名	内容
1 自然観光	自然や景勝地を見てまわる観光旅行
2 歴史・文化観光	歴史や文化的な名所を見てまわる観光旅行
3 海浜リゾート	海辺でゆったり過ごす旅行
4 高原リゾート	高原でゆったり過ごす旅行
5 都市観光	街や都市で楽しむ旅行
6 温泉旅行	温泉を楽しむ旅行
7 祭・イベント	祭やイベントを楽しむ旅行
8 テーマパーク	テーマパークや遊園地で楽しむ旅行
9 動物園・水族館	動物園や水族館で楽しむ旅行
10 グルメ	おいしいものを食べる旅行
11 スキー・スノーボード	スキー・スノーボードを楽しむ旅行
12 マリンスポーツ	マリンスポーツを楽しむ旅行
13 登山・山歩き	登山や山歩きを楽しむ旅行
14 海水浴	海水浴を楽しむ旅行
15 ショッピング	ショッピングを楽しむ旅行
16 芸術鑑賞	演劇、音楽、展覧会等を楽しむ旅行
17 スポーツ観戦	スポーツ観戦を楽しむ旅行
18 花の名所巡り	桜やハープなどの花の名所を訪ねる旅行
19 自然現象観賞	珍しい自然現象を見に行く旅行
20 秘境ツアー	秘境を訪ねる旅行
21 町並み散策	美しい町並みを楽しむ旅行
22 リゾートホテル	リゾートホテルに泊まる旅行
23 和風旅館	落ち着いた和風旅館に泊まる旅行
24 おしゃべり旅行	仲間や家族と楽しく過ごす旅行 (見るもの、遊ぶものにはこだわらない)
25 世界遺産巡り	世界遺産を巡る旅行
26 ロングステイ	ロングステイを楽しむ旅行
27 パワースポット	神秘的な力・エネルギーの宿る場所を訪れる旅行
28 ホテルステイ	ホテルの館内での滞在そのものを主目的とした旅行
29 環境にやさしい旅行	旅行中に排出したCO <sub>2</sub> を減らすための料金負担など、環境に配慮した旅行
30 エコツアー	自然を楽しみ、自然や環境を学ぶ旅行
31 フォトスポット巡り	SNSへの投稿を主な目的として写真スポットを巡る旅行
32 武将観光	戦国武将にまつわる名所・旧跡を訪れる旅行
33 聖地巡礼	アニメ、マンガなどに関連する場所、映画などのロケ地、アイドルゆかりの場所への訪問を楽しむ旅行
34 観光列車旅行	内外装を凝らし、味覚を楽しみながら旅行が出来るなど、乗ること自体を目的とした列車旅行
35 グリーンツーリズム	農山漁村に滞在し農林漁業やふるさと体験を楽しむ旅行
36 離島観光	本土から離れた島を訪れ、島巡りや島での滞在を楽しむ旅行
37 産業観光	工場見学やものづくり現場の見学・体験を楽しむ旅行
38 その他	
39 この中にはない／旅行には行かない	

図 I-4-1 行ってみたい旅行タイプ(複数回答)



表I-4-3 性・年代別 行ってみたい旅行タイプ(複数回答)

(単位：%)

## 男性20代

	2021年	2018年	
1位	温泉旅行	43.5	31.3 (5位)
2位	テーマパーク	43.5	28.3 (7位)
3位	グルメ	39.8	35.4 (4位)
4位	自然観光	38.9	37.4 (1位)
5位	都市観光	30.6	29.3 (6位)
6位	歴史・文化観光	29.6	36.4 (3位)
7位	海浜リゾート	27.8	37.4 (1位)
8位	リゾートホテル	25.9	11.1 (17位)
9位	ロングステイ	23.1	11.1 (17位)
10位	スキー・スノーボード	20.4	17.2 (9位)

## 男性30代

	2021年	2018年	
1位	テーマパーク	51.6	35.8 (2位)
2位	温泉旅行	50.8	34.9 (4位)
3位	海浜リゾート	40.5	33.0 (7位)
4位	自然観光	38.9	44.3 (1位)
5位	グルメ	35.7	34.0 (6位)
6位	都市観光	31.7	34.9 (4位)
7位	歴史・文化観光	29.4	35.8 (2位)
8位	リゾートホテル	27.8	9.4 (21位)
9位	高原リゾート	25.4	12.3 (16位)
	ショッピング	25.4	19.8 (8位)

## 男性40代

	2021年	2018年	
1位	温泉旅行	55.0	37.9 (5位)
2位	自然観光	46.4	44.0 (2位)
3位	グルメ	45.7	40.5 (3位)
4位	テーマパーク	43.7	50.0 (1位)
5位	歴史・文化観光	41.7	31.9 (6位)
6位	海浜リゾート	41.1	38.8 (4位)
7位	都市観光	29.8	24.1 (7位)
8位	ロングステイ	25.8	24.1 (7位)
9位	リゾートホテル	23.8	17.2 (11位)
	離島観光	23.8	調査なし

## 男性50代

	2021年	2018年	
1位	温泉旅行	57.5	54.8 (1位)
2位	自然観光	54.0	46.2 (2位)
3位	グルメ	44.2	41.3 (3位)
4位	歴史・文化観光	40.7	39.4 (4位)
	海浜リゾート	40.7	39.4 (4位)
6位	テーマパーク	38.1	31.7 (6位)
7位	都市観光	33.6	18.3 (10位)
8位	ロングステイ	24.8	18.3 (10位)
	離島観光	24.8	調査なし
10位	高原リゾート	23.9	20.2 (8位)

## 男性60代

	2021年	2018年	
1位	温泉旅行	60.6	43.5 (2位)
2位	自然観光	52.8	52.2 (1位)
3位	歴史・文化観光	47.2	38.3 (3位)
4位	グルメ	34.6	35.7 (4位)
5位	海浜リゾート	30.7	21.7 (7位)
6位	高原リゾート	26.0	15.7 (9位)
7位	世界遺産巡り	25.2	23.5 (5位)
8位	観光列車旅行	23.6	調査なし
	離島観光	23.6	調査なし
10位	和風旅館	22.8	15.7 (9位)

## 男性70代

	2021年	2018年	
1位	温泉旅行	60.9	60.3 (1位)
2位	自然観光	51.8	53.4 (2位)
3位	歴史・文化観光	42.7	45.2 (3位)
4位	グルメ	33.6	26.0 (4位)
5位	和風旅館	27.3	16.4 (8位)
6位	離島観光	25.5	調査なし
7位	町並み散策	24.5	21.9 (6位)
8位	海浜リゾート	22.7	5.5 (22位)
	都市観光	22.7	4.1 (27位)
10位	観光列車旅行	20.0	調査なし

## 女性20代

	2021年	2018年	
1位	テーマパーク	64.1	58.6 (2位)
2位	グルメ	58.3	60.9 (1位)
3位	温泉旅行	53.4	49.4 (4位)
4位	海浜リゾート	45.6	50.6 (3位)
5位	自然観光	41.7	44.8 (5位)
6位	都市観光	38.8	35.6 (8位)
	ショッピング	38.8	41.4 (6位)
8位	ロングステイ	33.0	28.7 (9位)
9位	リゾートホテル	30.1	21.8 (15位)
10位	動物園・水族館	28.2	21.8 (15位)

## 女性30代

	2021年	2018年	
1位	テーマパーク	72.4	53.3 (2位)
2位	温泉旅行	63.8	59.0 (1位)
3位	グルメ	61.0	53.3 (2位)
4位	海浜リゾート	49.5	36.9 (6位)
5位	自然観光	48.6	47.5 (4位)
6位	ショッピング	39.0	27.0 (9位)
7位	都市観光	37.1	31.1 (7位)
8位	動物園・水族館	36.2	31.1 (7位)
9位	歴史・文化観光	35.2	38.5 (5位)
10位	和風旅館	34.3	17.2 (16位)

## 女性40代

	2021年	2018年	
1位	テーマパーク	58.3	51.9 (1位)
2位	温泉旅行	57.6	45.0 (3位)
3位	グルメ	50.0	48.8 (2位)
4位	海浜リゾート	47.7	34.1 (6位)
5位	自然観光	46.2	40.3 (4位)
6位	歴史・文化観光	43.9	37.2 (5位)
7位	ショッピング	31.1	31.8 (7位)
8位	動物園・水族館	29.5	17.8 (12位)
9位	ロングステイ	27.3	17.8 (12位)
10位	都市観光	25.8	29.5 (8位)

## 女性50代

	2021年	2018年	
1位	温泉旅行	63.2	47.9 (2位)
2位	自然観光	54.7	50.4 (1位)
3位	歴史・文化観光	50.9	42.7 (3位)
4位	グルメ	44.3	40.2 (4位)
5位	テーマパーク	43.4	27.4 (7位)
6位	ショッピング	36.8	22.2 (10位)
7位	海浜リゾート	34.0	33.3 (5位)
	都市観光	34.0	25.6 (8位)
9位	町並み散策	32.1	29.9 (6位)
10位	和風旅館	31.1	22.2 (10位)

## 女性60代

	2021年	2018年	
1位	自然観光	61.7	50.8 (2位)
2位	温泉旅行	61.1	52.5 (1位)
3位	歴史・文化観光	53.0	35.2 (4位)
4位	グルメ	47.7	38.5 (3位)
5位	世界遺産巡り	31.5	18.9 (9位)
6位	花の名所巡り	29.5	25.4 (5位)
	町並み散策	29.5	21.3 (8位)
8位	海浜リゾート	28.9	18.9 (9位)
9位	おしゃべり旅行	28.2	22.1 (6位)
10位	高原リゾート	26.2	18.9 (9位)

## 女性70代

	2021年	2018年	
1位	温泉旅行	57.8	59.1 (1位)
2位	自然観光	55.2	46.4 (2位)
3位	花の名所巡り	42.2	34.5 (4位)
4位	グルメ	41.4	29.1 (5位)
5位	歴史・文化観光	35.3	46.4 (2位)
6位	観光列車旅行	31.0	調査なし
7位	世界遺産巡り	29.3	24.5 (6位)
8位	高原リゾート	25.9	14.5 (11位)
	町並み散策	25.9	23.6 (7位)
10位	おしゃべり旅行	25.0	18.2 (9位)

**(3) 旅行タイプ別の行ってみたい旅行先**

ここでは、行ってみたいと回答した旅行タイプについて、それぞれの行ってみたい旅行先を国内・海外問わずに自由に回答してもらい、それらの回答を国内は都道府県別(または地方別)、海外は国別(または島別)に整理して集計した(表I-4-4、表I-4-5)。

自然観光では、「北海道」が最も多く、2位以下を大きく引き離す結果となっている。

歴史・文化観光では、「京都府」が4割以上を占め1位となり、次いで「イタリア」が2位となっている。

海浜リゾートでは、「沖縄県」「ハワイ」の人气が高く、両者で6割を占める。

高原リゾートでは、「長野県」が6割近くを占め1位となっている。具体的な回答内容を見ると、軽井沢や上高地など複数の地名がリゾートとして挙げられている。

都市観光では、「東京都」が最も多く、次いで「アメリカ合衆国」となっている。

温泉旅行では、由布院や別府など著名な温泉地を有する「大分県」が最も多く、次いで箱根を有する「神奈川県」となっている。

祭・イベントでは、ねぶた祭で知られる「青森県」が最も多く、2位以下は祇園祭ほか伝統的な祭の多い「京都府」や竿燈まつりが有名な「秋田県」など回答が分散している。

テーマパークでは、東京ディズニーリゾートが位置する「千葉県」が1位、ユニバーサル・スタジオ・ジャパンを有する「大阪府」が2位となっている。3位以下は、2018年調査と同様、「東京都」「長崎県」「アメリカ合衆国」で構成されるが、その順位には変動がある。

動物園・水族館では、沖縄美ら海水族館を有する「沖縄県」が最も多く、次いで旭川市旭山動物園が位置する「北海道」となっている。

グルメでは、「北海道」が他を大きく引き離して1位となり、2018年調査では5位以下であった「石川県」が2位に浮上している。

スキー・スノーボードでは、「北海道」が最も多く、2位は「長野県」、3位は「新潟県」が続き、5位までを国内の旅行先が占めた。

マリンスポーツでは、「沖縄県」が半数以上を占め1位、2位以下は、4位の「静岡県」以外を「ハワイ」「グアム」などの海外の旅行先が占める結果となっている。

登山・山歩きでは、日本アルプスを有する「長野県」が1位、富士山を有する「静岡県」「山梨県」が2位となり、これらで半数近くを占めている。

海水浴では、「沖縄県」「ハワイ」の人气が高く、3位に白浜を有する「和歌山県」、伊豆を有する「静岡県」が続いている。

ショッピングでは、「ハワイ」が最も多く、次いで「東京都」「韓国」の順となっている。

芸術鑑賞では、「東京都」が最も多く、次いで「フランス」「イギリス」「アメリカ合衆国」「イタリア」「オーストリア」と海外の旅行先が上位を占めている。

スポーツ観戦では、「東京都」が最も多く、次いで「アメリカ

合衆国」という結果となっている。

花の名所巡りでは、「北海道」が最も多く、2018年調査にはなかった「栃木県」が上位に入っている。

自然現象観賞は、オーロラ観賞で有名な「カナダ」が1位となり、続いて流水で有名な「北海道」が上位を占めた。

秘境ツアーでは、屋久島のある「鹿児島県」が最も多く、次いで「北海道」「沖縄県」となっている。

町並み散策は、「京都府」が最も多く、「石川県」が2位となっている。

リゾートホテルは、「沖縄県」「ハワイ」の人气が高く、3位以下に大きく差をつけている。

和風旅館では、「京都府」が最も多く、次いで「石川県」「神奈川県」となっている。

見るもの、遊ぶものにこだわらず、仲間や家族と楽しく過ごすおしゃべり旅行では、「東京都」「神奈川県」が多い。

世界遺産巡りについては、世界遺産の登録数が最も多い「イタリア」が1位、次いで「ペルー」という結果となっている。旅行先の上位は海外が占めている。

ロングステイでは、「ハワイ」が最も多く、次いで「沖縄県」「アメリカ合衆国本土」となっている。

パワースポットでは、屋久島のある「鹿児島県」が最も多く、伊勢神宮の位置する「三重県」が続く。

ホテルステイでは、「ハワイ」が最も多く、次いで「沖縄県」「東京都」となっている。

武将観光では、「岐阜県」が最も多く、具体的には「関ヶ原」といった地名が挙げられた。

エコツアーでは、「沖縄県」が最も多く、知床を有する「北海道」、屋久島を有する「鹿児島県」が続いている。

離島観光では、「沖縄県」が半数近くを占め、具体的には「宮古島」「石垣島」「竹富島」が多く挙げられた。

この他、フォトスポット巡りでは「京都府」、聖地巡礼では「東京都」、観光列車旅行では「九州・沖縄地方」、グリーンツーリズムでは「北海道」、産業観光では「群馬県」「千葉県」がそれぞれ1位となっている。

表I-4-4 旅行タイプ別行ってみたい旅行先(2021年)

離島観光			産業観光		
2021年(回答数:335)			2021年(回答数:61)		
1位	沖縄県	48.7%	1位	群馬県、千葉県	6.6%
2位	鹿児島県	14.0%	2位	石川県	4.9%
3位	東京都	10.7%	3位	神奈川県、兵庫県、福岡県、大阪府、山梨県	3.3%
4位	長崎県	3.9%			
5位	北海道	3.6%			

表 I -4-5 旅行タイプ別行ってみたい旅行先(2021年・2018年)

## 自然観光

2021年(回答数:725)			2018年(回答数:534)		
1位	北海道	27.2%	1位	北海道	24.7%
2位	沖縄県	10.1%	2位	沖縄県	9.9%
3位	鹿児島県	4.3%	3位	鹿児島県	7.7%
4位	ハワイ	3.7%	4位	ハワイ	5.4%
5位	長野県	3.2%	5位	カナダ	4.5%

## 歴史・文化観光

2021年(回答数:586)			2018年(回答数:464)		
1位	京都府	41.3%	1位	京都府	33.8%
2位	イタリア	5.3%	2位	イタリア	6.9%
3位	石川県	3.9%	3位	奈良県	3.7%
4位	栃木県	3.6%	4位	広島県	3.2%
5位	フランス、奈良県	3.1%	5位	沖縄県、島根県	2.8%

## 海浜リゾート

2021年(回答数:521)			2018年(回答数:393)		
1位	沖縄県	32.2%	1位	ハワイ	38.9%
2位	ハワイ	31.3%	2位	沖縄県	32.8%
3位	和歌山県	5.0%	3位	静岡県	3.8%
4位	静岡県、グアム	4.2%	4位	グアム	2.3%
5位	バリ	1.9%	5位	和歌山県、バリ島	1.8%

## 高原リゾート

2021年(回答数:329)			2018年(回答数:175)		
1位	長野県	59.3%	1位	長野県	62.9%
2位	栃木県	4.9%	2位	山梨県	7.4%
3位	山梨県	3.6%	3位	栃木県	6.9%
4位	スイス	3.0%	4位	北海道	5.7%
5位	静岡県	2.7%	5位	スイス	3.4%

## 都市観光

2021年(回答数:418)			2018年(回答数:296)		
1位	東京都	32.1%	1位	東京都	27.7%
2位	アメリカ合衆国	7.4%	2位	アメリカ合衆国	11.5%
3位	大阪府、兵庫県	6.0%	3位	大阪府	6.8%
4位	京都府	3.6%	4位	京都府	6.1%
5位	北海道、フランス、イタリア	3.1%	5位	フランス	5.1%

## 温泉旅行

2021年(回答数:836)			2018年(回答数:531)		
1位	大分県	22.5%	1位	大分県	18.8%
2位	神奈川県	14.2%	2位	群馬県	12.8%
3位	群馬県	8.9%	3位	静岡県	9.0%
4位	静岡県	5.9%	4位	九州地方	7.2%
5位	北海道	3.6%	5位	神奈川県	6.4%

## 祭・イベント

2021年(回答数:215)			2018年(回答数:136)		
1位	青森県	23.7%	1位	青森県	19.1%
2位	京都府	9.3%	2位	京都府	9.6%
3位	北海道	7.0%	3位	北海道	7.4%
4位	岐阜県	6.5%	4位	秋田県	6.6%
5位	秋田県、東京都	3.7%	5位	東京都	5.9%

## テーマパーク

2021年(回答数:585)			2018年(回答数:411)		
1位	千葉県	41.7%	1位	千葉県	37.2%
2位	大阪府	31.8%	2位	大阪府	33.6%
3位	東京都	5.5%	3位	アメリカ合衆国	7.8%
4位	長崎県	4.3%	4位	東京都	6.8%
5位	アメリカ合衆国	3.9%	5位	長崎県	6.6%

## 動物園・水族館

2021年(回答数:336)			2018年(回答数:196)		
1位	沖縄県	26.2%	1位	北海道	32.1%
2位	北海道	15.2%	2位	沖縄県	24.5%
3位	和歌山県	9.8%	3位	和歌山県	10.2%
4位	東京都	6.5%	4位	東京都	6.1%
5位	神奈川県	6.0%	5位	大阪府	3.1%

## グルメ

2021年(回答数:655)			2018年(回答数:485)		
1位	北海道	41.8%	1位	北海道	44.7%
2位	石川県	6.1%	2位	台湾	6.8%
3位	韓国	3.7%	3位	韓国	5.8%
4位	台湾	3.5%	4位	大阪府	4.5%
5位	京都府	3.2%	5位	福岡県	3.9%

## スキー・スノーボード

2021年(回答数:194)			2018年(回答数:123)		
1位	北海道	36.6%	1位	北海道	37.4%
2位	長野県	30.9%	2位	長野県	29.3%
3位	新潟県	8.8%	3位	カナダ	8.1%
4位	山形県	3.6%	4位	新潟県	4.9%
5位	岐阜県	3.1%	5位	スイス、鳥取県、福島県、山形県	2.4%

## マリンスポーツ

2021年(回答数:195)			2018年(回答数:136)		
1位	沖縄県	52.3%	1位	沖縄県	41.9%
2位	ハワイ	22.6%	2位	ハワイ	25.7%
3位	グアム	6.2%	3位	グアム	9.6%
4位	静岡県	3.6%	4位	オーストラリア、バリ島	2.9%
5位	オーストラリア	2.1%			

## 登山・山歩き

2021年(回答数:204)			2018年(回答数:178)		
1位	長野県	26.0%	1位	山梨県	18.0%
2位	山梨県、静岡県	21.6%	2位	静岡県	17.4%
3位	新潟県	11.3%	3位	長野県	15.2%
4位	富山県	7.8%	4位	富山県	6.7%
5位	福島県	7.4%	5位	新潟県	4.5%

## 海水浴

2021年(回答数:209)			2018年(回答数:156)		
1位	沖縄県	32.5%	1位	沖縄県	42.3%
2位	ハワイ	20.1%	2位	ハワイ	25.6%
3位	和歌山県、静岡県	9.6%	3位	グアム	5.8%
4位	グアム	3.8%	4位	千葉県	3.8%
5位	福井県	3.3%	5位	和歌山県	3.2%

## ショッピング

2021年(回答数:349)			2018年(回答数:237)		
1位	ハワイ	24.4%	1位	ハワイ	36.3%
2位	東京都	19.5%	2位	東京都	16.9%
3位	韓国	13.2%	3位	韓国	13.5%
4位	グアム	3.7%	4位	アメリカ合衆国本土	4.6%
5位	イタリア	3.4%	5位	フランス	3.0%

## 芸術鑑賞

2021年(回答数:243)			2018年(回答数:147)		
1位	東京都	28.0%	1位	フランス	21.8%
2位	フランス	15.2%	2位	東京都	17.0%
3位	イギリス	4.5%	3位	アメリカ合衆国	11.6%
4位	アメリカ合衆国	4.1%	4位	イタリア	6.1%
5位	イタリア、オーストリア	3.7%	5位	オーストリア	4.1%

表 I -4-5 旅行タイプ別行ってみたい旅行先(2021年・2018年) 一つづき

スポーツ観戦

2021年(回答数:165)			2018年(回答数:123)		
1位	東京都	19.4%	1位	東京都	27.6%
2位	アメリカ合衆国	18.8%	2位	アメリカ合衆国	22.0%
3位	兵庫県	9.1%	3位	スペイン	8.9%
4位	スペイン	7.9%	4位	福岡県	4.9%
5位	大阪府、福岡県、イタリア	3.6%	5位	イギリス	4.1%

花の名所巡り

2021年(回答数:221)			2018年(回答数:135)		
1位	北海道	13.6%	1位	北海道	26.7%
2位	青森県	6.8%	2位	青森県	8.9%
3位	栃木県	5.4%	3位	京都府	5.9%
4位	京都府、茨城県	5.0%	4位	茨城県、長崎県	4.4%

自然現象観賞

2021年(回答数:211)			2018年(回答数:133)		
1位	カナダ	12.8%	1位	カナダ	12.8%
2位	北海道	10.4%	2位	アラスカ、 フィンランド	9.0%
3位	フィンランド	6.6%			
4位	アラスカ	6.2%	4位	ヨーロッパ	6.0%
5位	鹿児島県	4.3%	5位	北海道	5.3%

秘境ツアー

2021年(回答数:174)			2018年(回答数:99)		
1位	鹿児島県	14.4%	1位	ペルー	12.1%
2位	北海道	6.9%	2位	北海道	9.1%
3位	沖縄県	5.7%	3位	沖縄県、鹿児島県、 宮崎県	4.0%
4位	東京都	4.6%			
5位	ペルー	4.0%			

町並み散策

2021年(回答数:341)			2018年(回答数:243)		
1位	京都府	23.2%	1位	京都府	17.7%
2位	石川県	15.8%	2位	イタリア	9.9%
3位	岐阜県	6.7%	3位	石川県	7.4%
4位	イタリア	5.9%	4位	岡山県、岐阜県	5.8%
5位	フランス	4.7%			

リゾートホテル

2021年(回答数:342)			2018年(回答数:190)		
1位	沖縄県	30.1%	1位	ハワイ	23.7%
2位	ハワイ	15.2%	2位	沖縄県	17.4%
3位	長野県	5.6%	3位	北海道	9.5%
4位	パリ	3.5%	4位	長野県	6.8%
5位	神奈川県、北海道	2.6%	5位	シンガポール、パリ島	4.7%

和風旅館

2021年(回答数:335)			2018年(回答数:183)		
1位	京都府	26.3%	1位	京都府	26.8%
2位	石川県	15.5%	2位	石川県	18.0%
3位	神奈川県	10.4%	3位	神奈川県	6.6%
4位	静岡県	3.9%	4位	静岡県	5.5%
5位	大分県	3.0%	5位	大分県、長野県	4.9%

おしゃべり旅行

2021年(回答数:249)			2018年(回答数:127)		
1位	東京都、神奈川県	6.0%	1位	静岡県	7.9%
2位	静岡県	5.6%	2位	神奈川県、京都府、 ハワイ	6.3%
3位	沖縄県	4.8%			
4位	ハワイ、北海道	4.4%	5位	沖縄県、東京都	5.5%

世界遺産巡り

2021年(回答数:324)			2018年(回答数:240)		
1位	イタリア	11.7%	1位	イタリア	10.8%
2位	ペルー	9.0%	2位	フランス	9.6%
3位	スペイン、フランス	7.4%	3位	カンボジア、 エジプト	6.3%
4位	エジプト	6.2%			
			5位	スペイン	5.8%

ロングステイ

2021年(回答数:334)			2018年(回答数:242)		
1位	ハワイ	21.3%	1位	ハワイ	25.6%
2位	沖縄県	13.5%	2位	アメリカ合衆国本土	8.3%
3位	アメリカ合衆国本土	4.5%	3位	オーストラリア	7.0%
4位	タイ	3.9%	4位	沖縄県	6.6%
5位	長野県、イギリス	3.6%	5位	イギリス	5.8%

パワースポット

2021年(回答数:231)			2018年(回答数:155)		
1位	鹿児島県	13.4%	1位	三重県	14.8%
2位	三重県	9.5%	2位	鹿児島県	12.9%
3位	ハワイ	7.4%	3位	ハワイ	9.7%
4位	島根県	6.5%	4位	アメリカ合衆国本土	8.4%
5位	京都府	5.2%	5位	京都府	7.7%

ホテルステイ

2021年(回答数:161)			2018年(回答数:91)		
1位	ハワイ	13.0%	1位	ハワイ	14.3%
2位	沖縄県	11.2%	2位	沖縄県	8.8%
3位	東京都	8.7%	3位	北海道	5.5%
4位	神奈川県	5.0%	4位	神奈川県、静岡県、千葉県、 シンガポール、パリ島	4.4%
5位	京都府	4.3%			

武将観光

2021年(回答数:112)			2018年(回答数:59)		
1位	岐阜県	17.0%	1位	宮城県	10.2%
2位	京都府	13.4%	2位	愛知県、兵庫県	8.5%
3位	熊本県	7.1%			
4位	愛知県	6.3%	4位	岐阜県、栃木県、 長野県、山梨県	6.8%
5位	栃木県、長野県、山梨県	4.5%			

エコツアー

2021年(回答数:84)			2018年(回答数:50)		
1位	沖縄県	10.7%	1位	北海道	16.0%
2位	北海道	9.5%	2位	鹿児島県、東京都	10.0%
3位	鹿児島県	6.0%			
4位	長野県	4.8%	4位	沖縄県、静岡県、 山梨県、ハワイ	6.0%
5位	ハワイ	3.6%			

フォトスポット巡り

2021年(回答数:63)			2021年(回答数:94)		
1位	京都府	11.1%	1位	東京都	13.8%
2位	ハワイ、韓国	9.5%	2位	韓国	9.6%
4位	沖縄県	7.9%	3位	広島県、埼玉県、 静岡県	5.3%
5位	北海道	6.3%			

観光列車旅行

2021年(回答数:218)			2021年(回答数:48)		
1位	九州・沖縄地方	32.1%	1位	北海道	10.4%
2位	北海道	6.0%	2位	千葉県	8.3%
3位	四国地方	5.0%	3位	長崎県、沖縄県	6.3%
4位	スイス、東北地方	3.7%			
			5位	香川県	4.2%

(4) 特定の旅行スタイルの経験と参加意向

特定の旅行スタイルに対するこれまでの経験について、「行ったことがある」「知っているが行ったことはない」「知らない」の3つの選択肢で回答してもらった(図I-4-2)。また、特定の旅行スタイルに対する今後の参加意向について、「是非してみたい」「してみたい」「あまりしたくない」「全くしたくない」の4段階で回答してもらった(図I-4-3)。図I-4-4では、年代別の経験率と認知度を、図I-4-5では年代別の参加意向を示している。

特定の旅行スタイルに対する認知と経験、参加意向について、2016年調査と比較できる4項目をみると、「世界遺産旅行」は国内、海外いずれも経験率は上昇する一方で認知度、参加

意向は低下し、2021年は特に30歳未満で「知らない」が3割以上を占めた。「日本の国立公園を訪れる旅行」は、経験率、認知度ともに上昇し、2021年は60歳以上の経験率が約4割と高かった。「着地型旅行」は経験率、認知度ともに減少し、参加意向はほぼ変化が見られなかった。

「Go Toトラベルキャンペーンを利用しての旅行」は、認知率は89.3%と高い一方で、経験率は26.9%にとどまった。

「ナイトツアー」は、経験率は13.4%、認知率は64.6%であった。また、参加意向は56.5%であり、若年層の参加意欲が比較的高かった。

「海外の国立公園を訪れる旅行」は、経験率は10.7%、認知率

図 I -4-2 特定の旅行スタイル 認知と経験

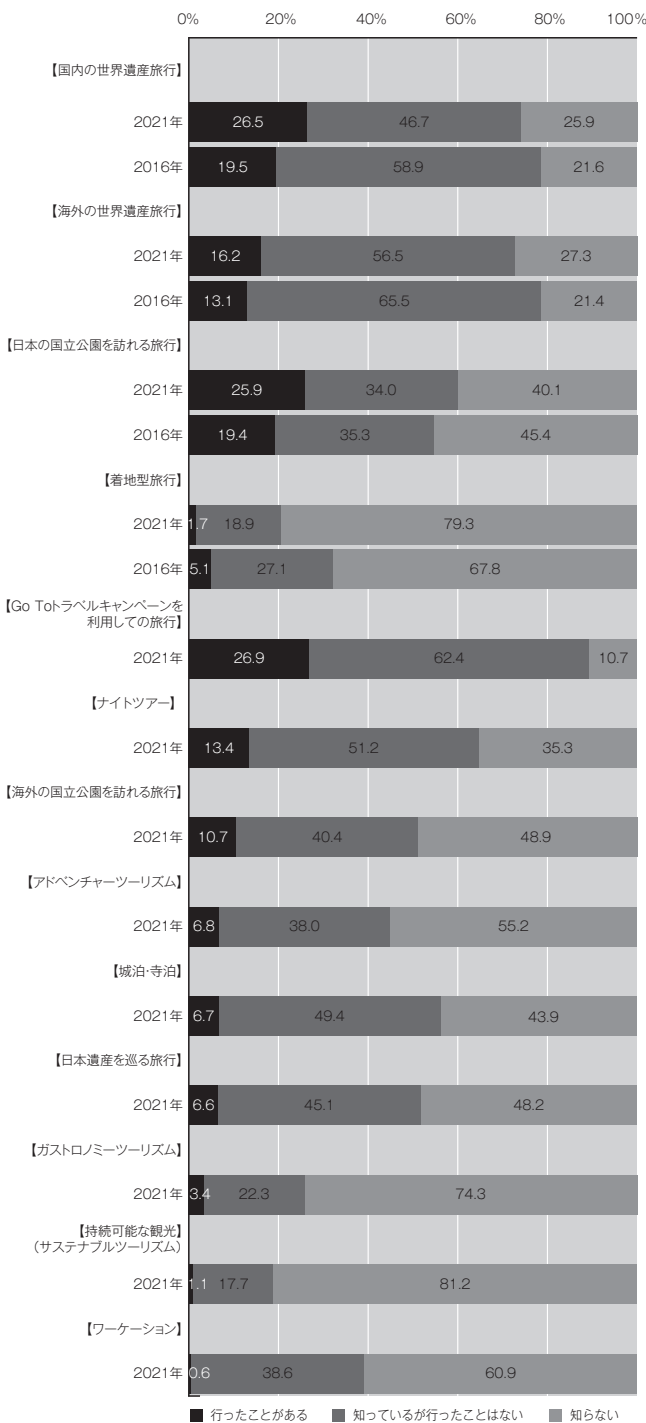
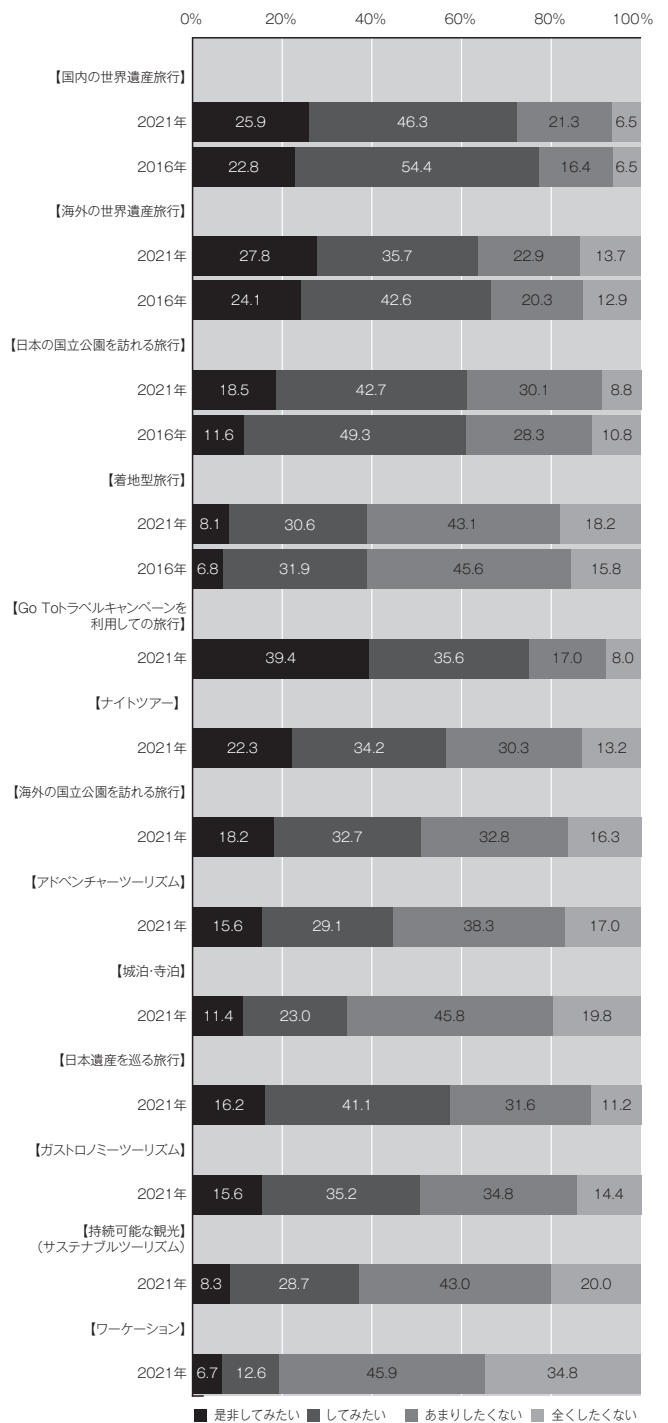


図 I -4-3 特定の旅行スタイル 参加意向



は51.1%、参加意向は50.9%であった。特に18～29歳の認知率が低く、6割以上が「知らない」と答えた。

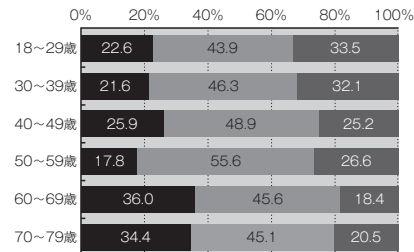
「アドベンチャーツーリズム」は、経験率は6.8%、認知率は44.8%であった。また、参加意向は44.7%であり、60歳以下の参加意欲が比較的高かった。

「城泊・寺泊」は、経験率は6.7%であり、特に60歳以上の高齢層で高かった。また、認知率は56.1%と半数以上となり、参加意向は34.4%となった。

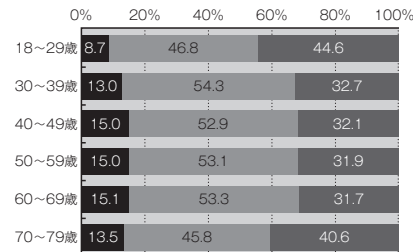
「日本遺産を巡る旅行」は、経験率は6.6%と低いものの、認知率(51.7%)、参加意向(57.3%)はいずれも5割を超えた。認

図 I -4-4 年代別・特定の旅行スタイル 認知と経験

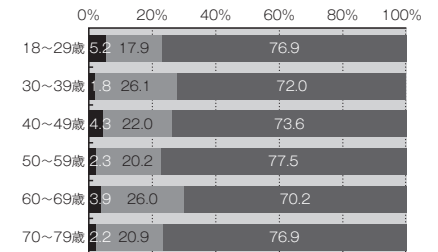
国内の世界遺産旅行



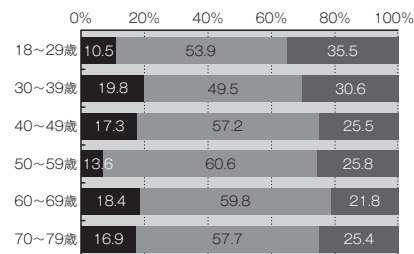
ナイトツアー



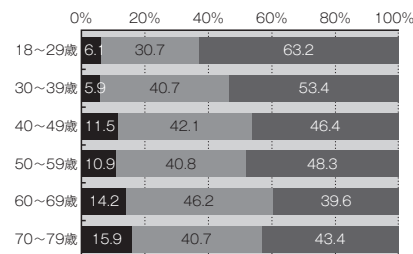
ガストロノミーツーリズム



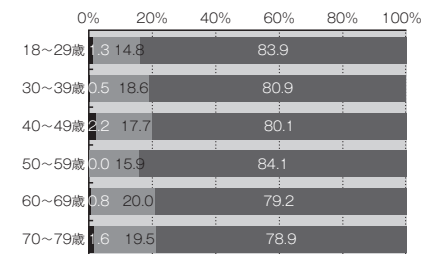
海外の世界遺産旅行



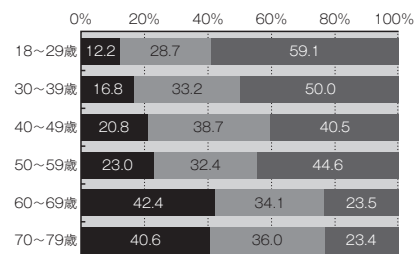
海外の国立公園を訪れる旅行



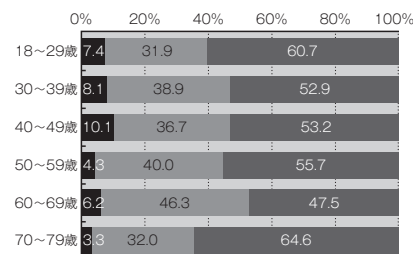
持続可能な観光(サステナブルツーリズム)



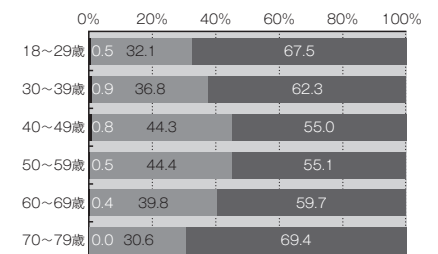
日本の国立公園を訪れる旅行



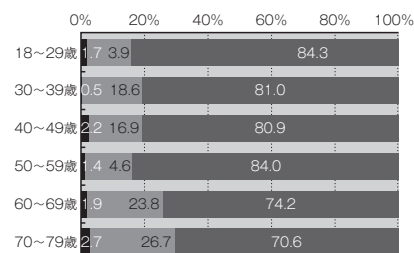
アドベンチャーツーリズム



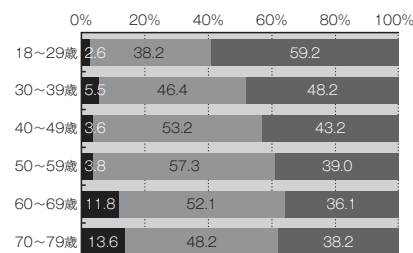
ワーケーション



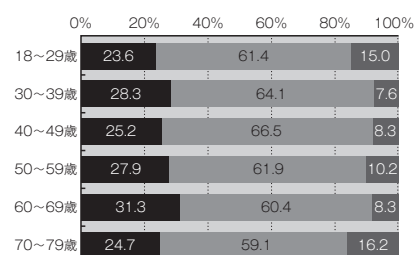
着地型旅行



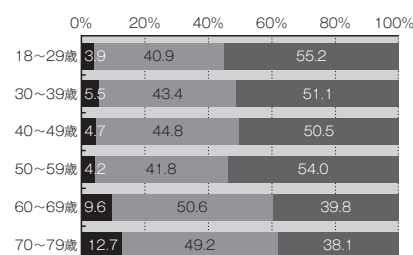
城泊・寺泊



Go Toトラベルキャンペーンを利用したの旅行



日本遺産を巡る旅行



■行ったことがある  
■知っているが行ったことはない  
■知らない

知率は60～79歳で高かった。

「ガストロノミーツーリズム」は、経験率は3.4%、認知率は25.7%となった。一方で、参加意向は50.8%と半数以上となり、「是非してみたい」は若い年代ほど高かった。

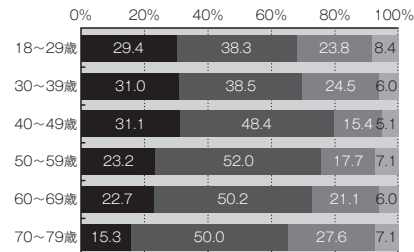
「持続可能な観光(サステナブルツーリズム)」は、「知らな

い」が81.2%と高く、参加意向は37.0%となった。

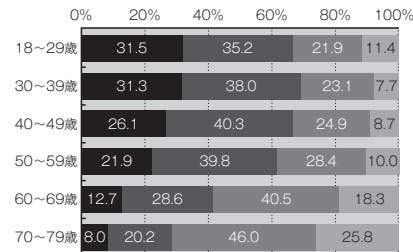
「ワーケーション」は、60.9%が「知らない」と回答し、参加意向は19.3%となった。

図 I -4-5 年代別・特定の旅行スタイル 参加意向

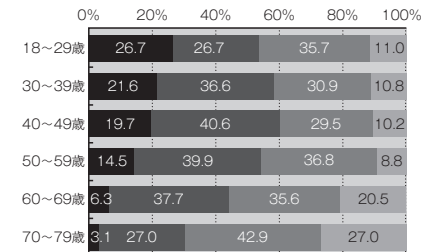
国内の世界遺産旅行



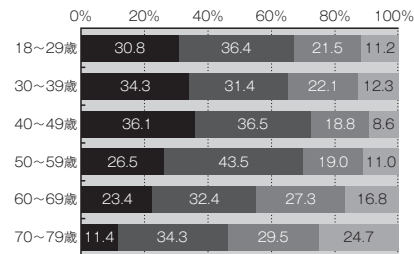
ナイトツアー



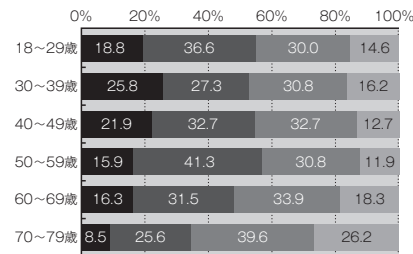
ガストロノミーツーリズム



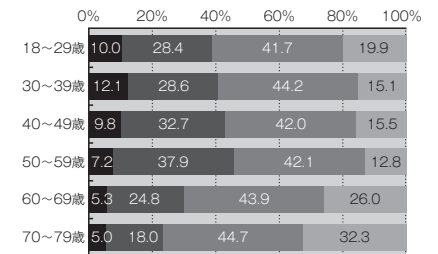
海外の世界遺産旅行



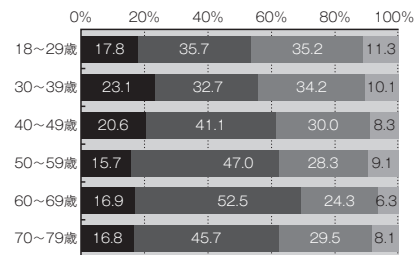
海外の国立公園を訪れる旅行



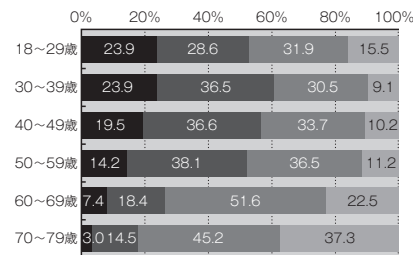
持続可能な観光(サステナブルツーリズム)



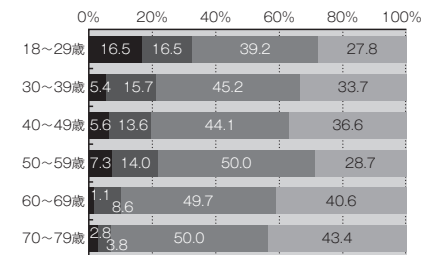
日本の国立公園を訪れる旅行



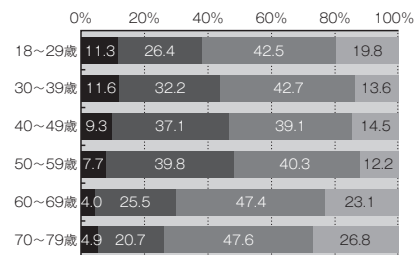
アドベンチャーツーリズム



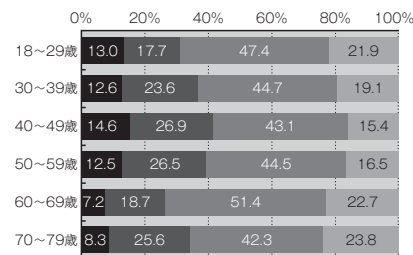
ワーケーション



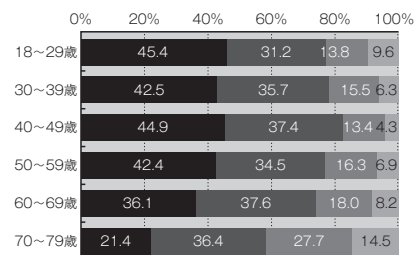
着地型旅行



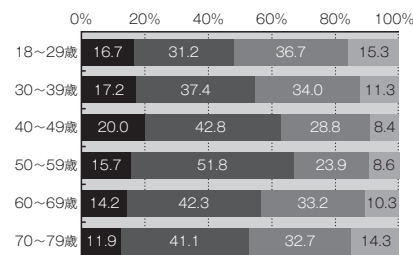
城泊・寺泊



Go Toトラベルキャンペーンを利用したの旅行



日本遺産を巡る旅行



■是非してみたい  
 ■してみたい  
 ■あまりしたくない  
 ■全くしたくない



## 2 旅行の動機

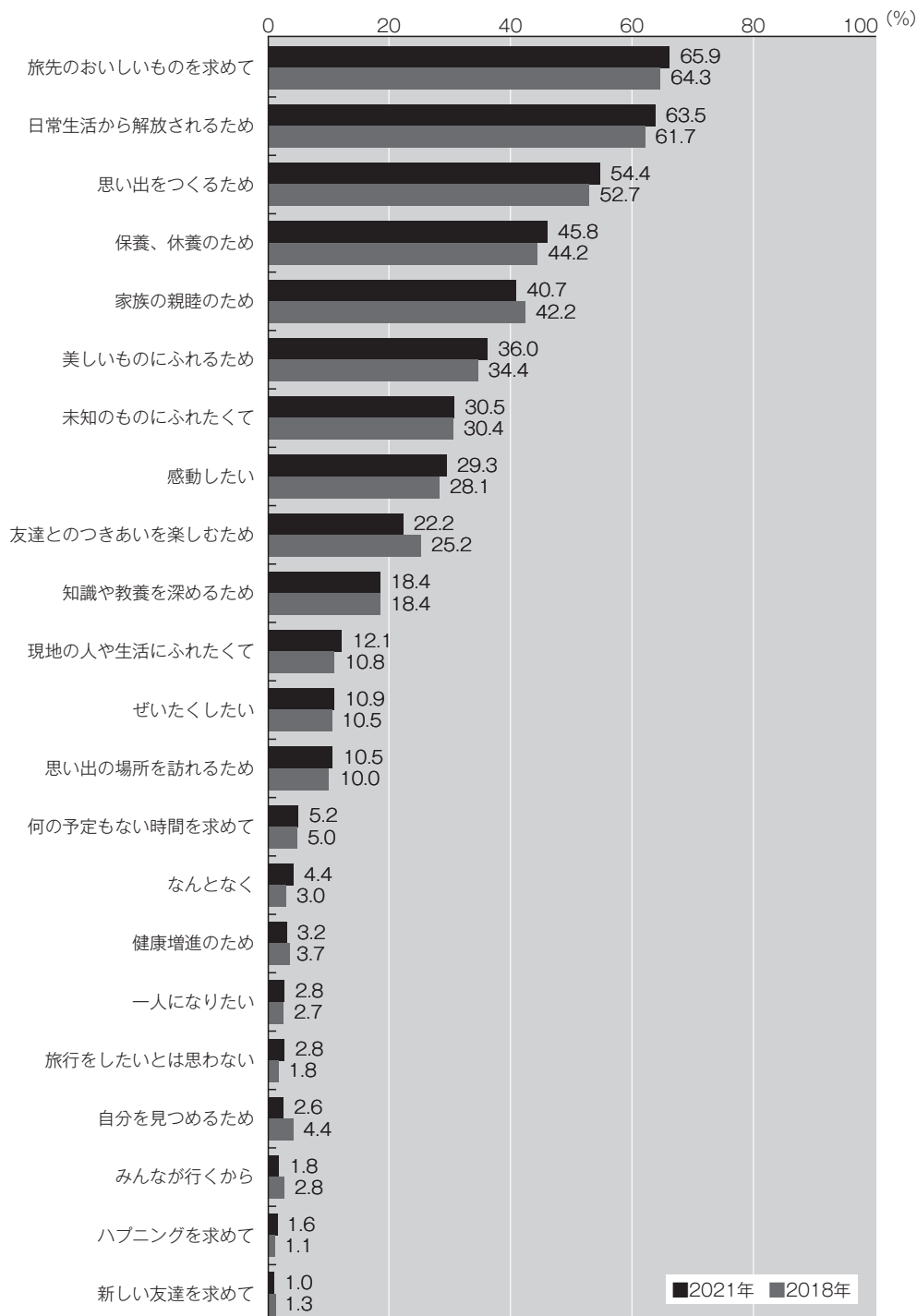
旅行の動機は、「おいしいもの」「日常生活からの解放」

「国内宿泊旅行、海外宿泊旅行をしてみたいと思う動機」として当てはまるものを、あらかじめ用意した選択肢から選んでもらった結果、旅行動機(複数回答)については、「旅先のおいしいものを求めて」が65.9%と最も多く、続いて「日常生活から解放されるため」63.5%、「思い出をつくるため」54.4%、「保養、休養のため」が45.8%となった(図I-4-6)。2018年調査と比

較すると、これらの上位4つの選択肢はやや増加した一方で、「家族の親睦のため」「友達とのつきあいを楽しむため」などは減少した。

上位の動機について、性・年代別に詳しくみると、「旅先のおいしいものを求めて」「日常生活から解放されるため」については、すべての性・年代において上位3位に入っている(表I-4-6)。この他、男性20代、30代では「思い出をつくるため」が1位であること、30代、40代では男女ともに「家族の親睦のため」が比較的多いこと、女性60代、70代、男性70代では「美しいものにふれるため」が比較的上位であることなどの特徴がある。

図 I -4-6 旅行の動機(複数回答)



表I-4-6 性・年代別 旅行の動機(複数回答)

(単位: %)

## 男性20代

	2021年	2018年	
1位	思い出をつくるため	59.3	48.5 (3位)
2位	日常生活から解放されるため	54.6	51.5 (2位)
3位	旅先のおいしいものを求めて	45.4	60.6 (1位)
4位	友達とのつきあいを楽しむため	39.8	45.5 (4位)
5位	保養、休養のため	38.0	32.3 (7位)
6位	未知のものにふれたくて	26.9	39.4 (5位)
7位	美しいものにふれるため	25.9	33.3 (6位)
8位	家族の親睦のため	21.3	13.1 (10位)
9位	感動したい	18.5	26.3 (8位)
10位	知識や教養を深めるため	13.0	21.2 (9位)

## 男性30代

	2021年	2018年	
1位	思い出をつくるため	66.7	62.3 (1位)
2位	日常生活から解放されるため	63.5	53.8 (3位)
3位	旅先のおいしいものを求めて	63.5	56.6 (2位)
4位	家族の親睦のため 保養、休養のため	50.0	48.1 (4位) 50.0 (5位)
6位	未知のものにふれたくて	31.0	32.1 (6位)
7位	美しいものにふれるため	26.2	24.5 (7位)
8位	感動したい	25.4	22.6 (8位)
9位	知識や教養を深めるため	21.4	21.7 (9位)
10位	友達とのつきあいを楽しむため	15.1	20.8 (10位)

## 男性40代

	2021年	2018年	
1位	日常生活から解放されるため	66.2	62.9 (2位)
2位	旅先のおいしいものを求めて	60.9	68.1 (1位)
3位	思い出をつくるため	57.0	62.9 (2位)
4位	家族の親睦のため	53.0	56.0 (4位)
5位	保養、休養のため	39.1	49.1 (5位)
6位	未知のものにふれたくて	26.5	28.4 (6位)
7位	美しいものにふれるため	23.8	22.4 (7位)
8位	感動したい	19.9	22.4 (7位)
9位	知識や教養を深めるため	17.2	17.2 (9位)
10位	友達とのつきあいを楽しむため	11.9	9.5 (12位)

## 男性50代

	2021年	2018年	
1位	旅先のおいしいものを求めて	61.1	66.3 (2位)
2位	日常生活から解放されるため	59.3	68.3 (1位)
3位	保養、休養のため	59.3	47.1 (5位)
4位	思い出をつくるため	51.3	56.7 (4位)
5位	家族の親睦のため	45.1	59.6 (3位)
6位	未知のものにふれたくて	33.6	30.8 (6位)
7位	美しいものにふれるため	31.0	26.9 (8位)
8位	感動したい	23.0	27.9 (7位)
9位	知識や教養を深めるため	16.8	23.1 (9位)
10位	現地の人や生活にふれたくて	14.2	9.6 (11位)

## 男性60代

	2021年	2018年	
1位	旅先のおいしいものを求めて	62.2	63.5 (1位)
2位	日常生活から解放されるため	55.1	53.9 (2位)
3位	思い出をつくるため	47.2	33.9 (5位)
4位	保養、休養のため	46.5	45.2 (3位)
5位	家族の親睦のため	40.2	33.9 (5位)
6位	未知のものにふれたくて	34.6	33.9 (5位)
7位	美しいものにふれるため	29.1	40.9 (4位)
8位	感動したい	26.0	28.7 (8位)
9位	知識や教養を深めるため	21.3	20.0 (9位)
10位	友達とのつきあいを楽しむため	11.0	15.7 (10位)

## 男性70代

	2021年	2018年	
1位	旅先のおいしいものを求めて	60.0	50.7 (1位)
2位	日常生活から解放されるため	49.1	39.7 (3位)
3位	思い出をつくるため	40.9	37.0 (5位)
4位	美しいものにふれるため	37.3	28.8 (7位)
5位	家族の親睦のため	34.5	42.5 (2位)
6位	未知のものにふれたくて 保養、休養のため	33.6	30.1 (6位) 33.6 (3位)
8位	感動したい	29.1	23.3 (10位)
9位	友達とのつきあいを楽しむため	21.8	28.8 (7位)
10位	知識や教養を深めるため	18.2	24.7 (9位)

## 女性20代

	2021年	2018年	
1位	旅先のおいしいものを求めて	75.7	65.5 (3位)
2位	思い出をつくるため	68.0	72.4 (1位)
3位	日常生活から解放されるため	63.1	70.1 (2位)
4位	保養、休養のため	43.7	43.7 (4位)
5位	美しいものにふれるため	36.9	33.3 (6位)
6位	友達とのつきあいを楽しむため	34.0	33.3 (6位)
7位	感動したい	32.0	24.1 (9位)
8位	未知のものにふれたくて	25.2	25.3 (8位)
9位	家族の親睦のため	22.3	35.6 (5位)
10位	ぜいたくしたい	20.4	23.0 (10位)

## 女性30代

	2021年	2018年	
1位	日常生活から解放されるため	81.9	75.4 (1位)
2位	思い出をつくるため	77.1	70.5 (2位)
3位	旅先のおいしいものを求めて	76.2	67.2 (3位)
4位	保養、休養のため 家族の親睦のため	51.4	45.9 (4位) 51.4 (4位)
6位	美しいものにふれるため	44.8	30.3 (7位)
7位	未知のものにふれたくて	34.3	32.0 (6位)
8位	感動したい	31.4	23.8 (8位)
9位	ぜいたくしたい	24.8	12.3 (11位)
10位	友達とのつきあいを楽しむため	18.1	22.1 (9位)

## 女性40代

	2021年	2018年	
1位	日常生活から解放されるため	75.0	69.8 (2位)
2位	旅先のおいしいものを求めて	72.0	70.5 (1位)
3位	思い出をつくるため	59.8	65.9 (3位)
4位	家族の親睦のため	53.8	62.0 (4位)
5位	保養、休養のため	49.2	48.1 (5位)
6位	美しいものにふれるため	36.4	34.9 (6位)
7位	未知のものにふれたくて	33.3	29.5 (8位)
8位	感動したい	31.8	32.6 (7位)
9位	知識や教養を深めるため	21.2	14.7 (9位)
10位	友達とのつきあいを楽しむため	15.2	13.2 (10位)

## 女性50代

	2021年	2018年	
1位	旅先のおいしいものを求めて	80.2	68.4 (1位)
2位	日常生活から解放されるため	72.6	66.7 (2位)
3位	保養、休養のため	53.8	49.6 (3位)
4位	家族の親睦のため	45.3	36.8 (7位)
5位	美しいものにふれるため	44.3	41.9 (5位)
6位	思い出をつくるため	43.4	42.7 (4位)
7位	感動したい	34.9	37.6 (6位)
8位	未知のものにふれたくて	33.0	23.1 (9位)
9位	友達とのつきあいを楽しむため	21.7	26.5 (8位)
10位	知識や教養を深めるため	17.9	20.5 (10位)

## 女性60代

	2021年	2018年	
1位	旅先のおいしいものを求めて	73.8	67.2 (1位)
2位	日常生活から解放されるため	69.8	66.4 (2位)
3位	美しいものにふれるため 保養、休養のため	50.3	50.0 (4位) 50.3 (3位)
5位	思い出をつくるため	45.0	41.0 (5位)
6位	感動したい	40.9	35.2 (8位)
7位	家族の親睦のため	37.6	37.7 (6位)
8位	未知のものにふれたくて	27.5	33.6 (9位)
9位	友達とのつきあいを楽しむため	26.2	36.9 (7位)
10位	知識や教養を深めるため	21.5	17.2 (10位)

## 女性70代

	2021年	2018年	
1位	旅先のおいしいものを求めて	62.1	60.9 (1位)
2位	美しいものにふれるため	52.6	40.0 (4位)
3位	日常生活から解放されるため	50.9	52.7 (2位)
4位	友達とのつきあいを楽しむため	44.8	44.5 (3位)
5位	感動したい	38.8	28.2 (8位)
6位	保養、休養のため	37.9	33.6 (6位)
7位	思い出をつくるため	36.2	34.5 (5位)
8位	未知のものにふれたくて	31.0	27.3 (9位)
9位	家族の親睦のため	29.3	31.8 (7位)
10位	知識や教養を深めるため	19.0	20.9 (10位)

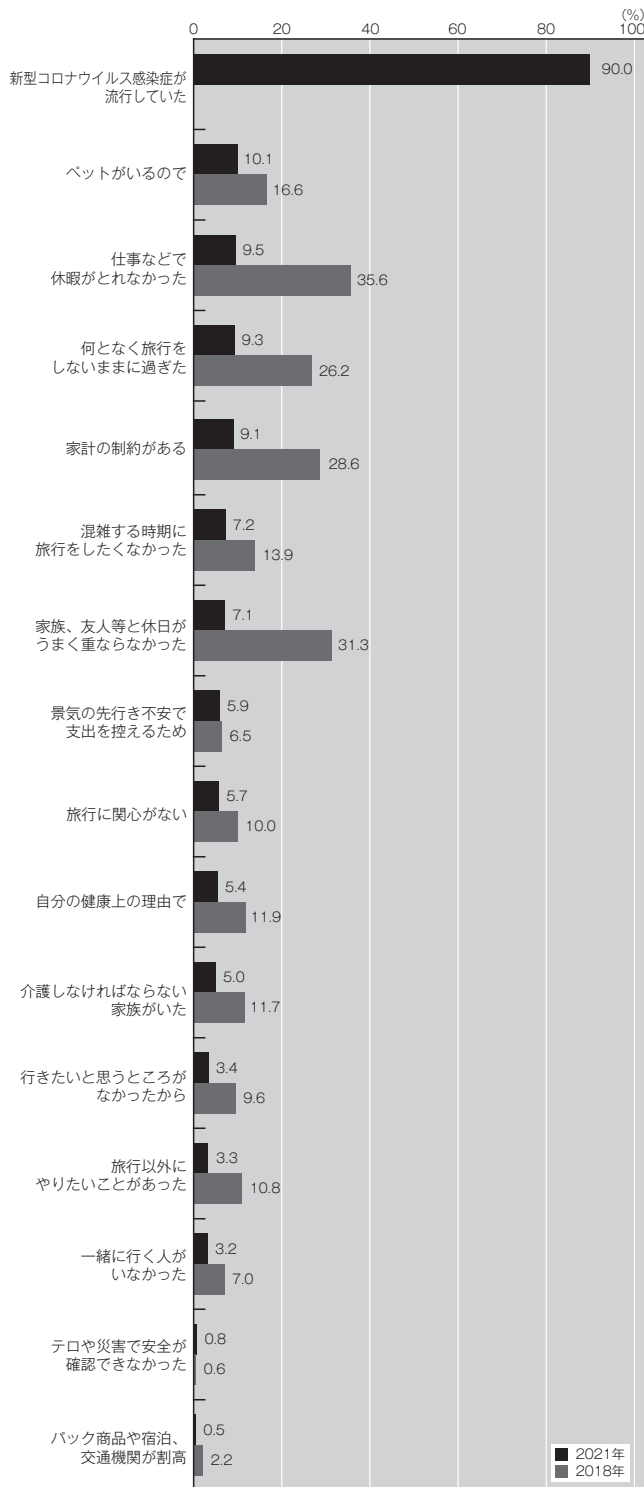
3 旅行の阻害要因

阻害要因は「新型コロナの流行」「ペットがいる」

「2020年1月～12月中に国内または海外旅行に行かなかった人」に「行かなかった」理由として当てはまるものをあらかじめ用意した選択肢から全て選んでもらった。

その結果、旅行の阻害要因(複数回答)は、「新型コロナウイルス感染症が流行していた」が突出して多く90.0%にのぼった。

図 I -4-7 旅行の阻害要因(複数回答)



た。続いて、「ペットがいるので」(10.1%)、「仕事などで休暇がとれなかった」(9.5%)、「何となく旅行をしないままに過ぎた」(9.3%)の順となった(図I-47)。

また、「新型コロナウイルス感染症が流行していた」以外の阻害要因をライフステージ別にみると、未婚の男女は「仕事などで休暇がとれない」が高く、子育て中は男女ともに「家計の制約がある」が高い。一方で、子供なし、子育て後は男女ともに「ペットがいるので」が上位にあがっている(表I-47)。

(安原有紗)

表 I -4-7 ライフステージ別・旅行の阻害要因 (単位: %)

男女・未婚

2021年		2018年		
1位	新型コロナウイルス感染症が流行していた	86.8	1位 仕事などで休暇がとれなかった	35.8
2位	仕事などで休暇がとれなかった	15.3	2位 何となく旅行をしないままに過ぎた	29.2
3位	旅行に関心がない	13.7	3位 家計の制約がある	22.6

男女・子供なし

2021年		2018年		
1位	新型コロナウイルス感染症が流行していた	87.5	1位 仕事などで休暇がとれなかった	53.1
2位	ペットがいるので	25.0	2位 家計の制約がある	31.3
3位	家計の制約がある	20.0	3位 家族、友人等と休日が重ならなかった	28.1

男性子育て中

2021年		2018年		
1位	新型コロナウイルス感染症が流行していた	89.5	1位 仕事などで休暇がとれなかった	47.3
2位	家計の制約がある	11.4	2位 家族、友人等と休日が重ならなかった	42.0
3位	家族、友人等と休日がうまく重ならなかった	10.5	3位 家計の制約がある	35.7

男性子育て後

2021年		2018年		
1位	新型コロナウイルス感染症が流行していた	89.1	1位 仕事などで休暇がとれなかった	27.5
2位	ペットがいるので	20.9	2位 家計の制約がある	25.0
3位	仕事などで休暇がとれなかった	10.9	3位 何となく旅行をしないままに過ぎた	

女性子育て中

2021年		2018年		
1位	新型コロナウイルス感染症が流行していた	93.3	1位 家族、友人等と休日が重ならなかった	38.1
2位	家計の制約がある	9.6	2位 家計の制約がある	36.6
3位	何となく旅行をしないままに過ぎた	8.7	3位 仕事などで休暇がとれなかった	32.8

女性子育て後

2021年		2018年		
1位	新型コロナウイルス感染症が流行していた	93.0	1位 何となく旅行をしないままに過ぎた	35.7
2位	ペットがいるので	13.9	2位 家族、友人等と休日が重ならなかった	30.4
3位	介護しなければならない家族がいた	13.3	3位 自分の健康上の理由で	25.0

# I-5 新型コロナウイルス感染症の流行と日本人の旅行

## I 旅行実態

### (1) 旅行実施への影響

新型コロナウイルス感染症(以下、コロナ)の影響により、2020年の国内観光旅行は、1回目の緊急事態宣言下にあった4月及び5月には8割強がとりやめたが、6月以降は徐々にとりやめが減少し、11月には3割まで下がった。コロナが急拡大した12月には再び増加に転じ、半数以上が旅行をとりやめた。一方、海外観光旅行は、2月からとりやめが徐々に増加し、4月には9割に達した。5月以降も各国の入出国制限の影響により、高水準のまま横ばいで推移した(図I-5-1)。

観光旅行のとりやめを決めた時期は、2~4月は国内・海外観光旅行ともに当月になってからが3~5割を占めており、急な判断が求められたことがうかがえる。第3波下にあった12月も、国内旅行の当月とりやめは4割を超え、4月と同水準にまで増加した(図I-5-2)。

観光旅行をとりやめた理由については、国内・海外観光旅行ともに「感染リスク回避」が年間を通じて最大の理由となった。国内観光旅行において「自粛要請」は緊急事態宣言下の4月及び5月に4割を超えたが、年末年始の移動自粛が要請されていた12月には3割にとどまり、緊急事態宣言下より低い割合となった。海外観光旅行は、国内観光旅行に比べて「旅行先の受入制限」や「現地までの交通制限」が多くあげられた(表I-5-1)。

図 I -5-1 コロナ禍の観光旅行への影響(日帰り含む・旅行を計画していた人のみ)【複数回答】(2020年)

(単位：%)

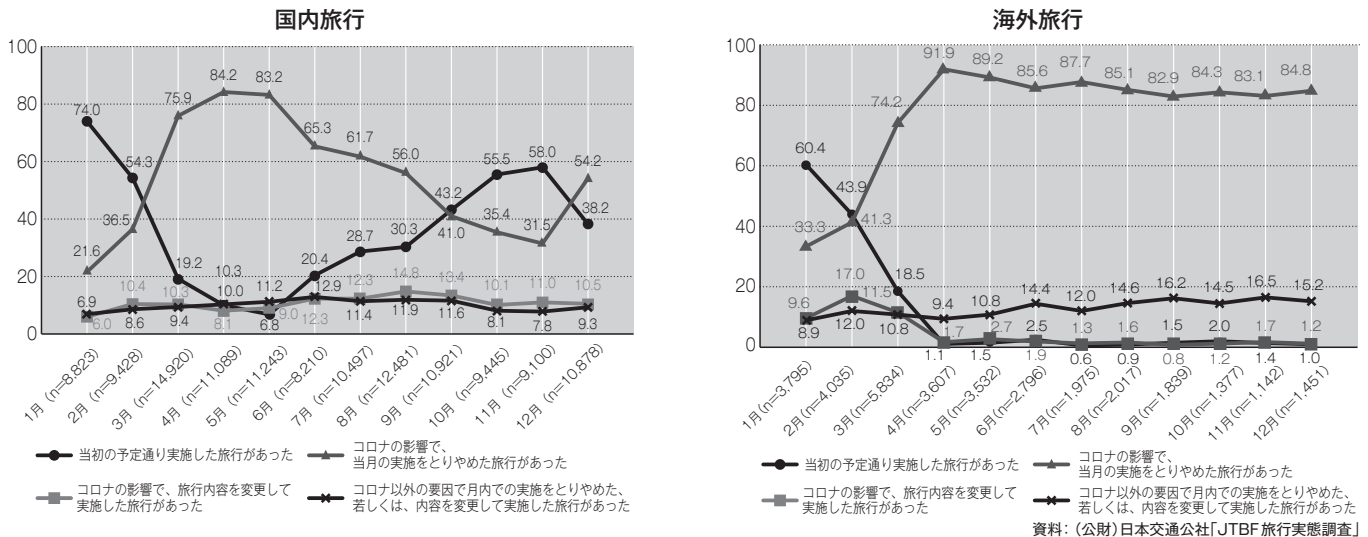
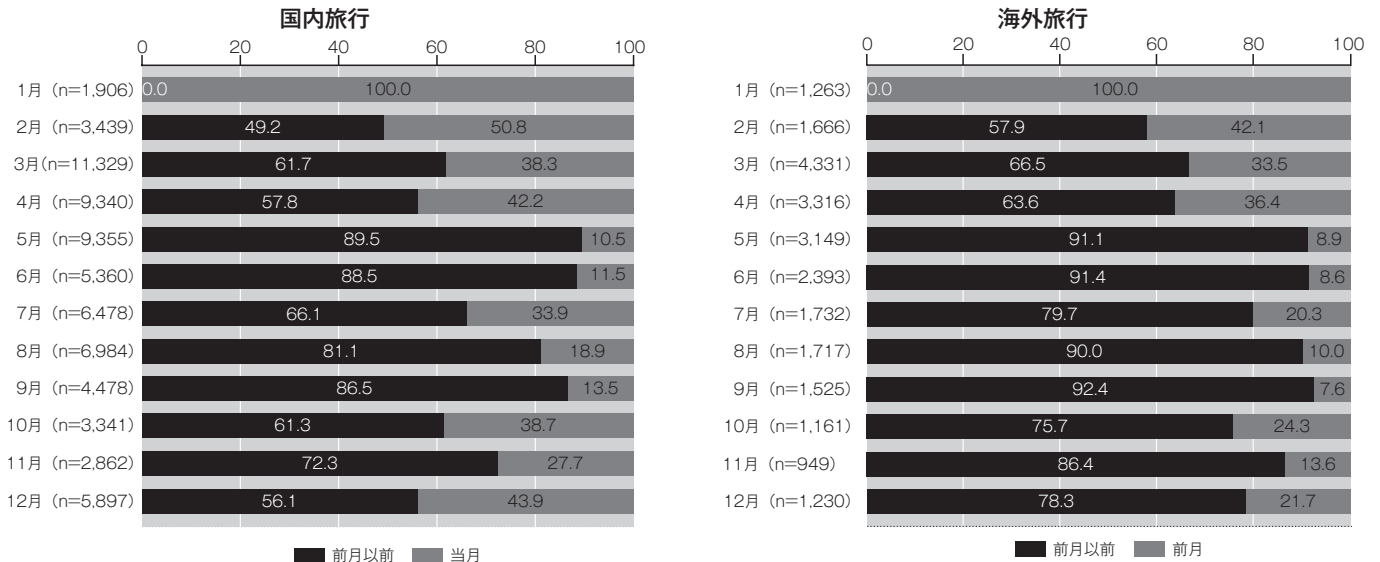


図 I -5-2 観光旅行をとりやめた時期(コロナの影響で旅行をとりやめた人のみ)

(単位：%)



資料：(公財)日本交通公社「JTBF 旅行実態調査」

表 I-5-1 観光旅行をとりやめた理由(コロナの影響で旅行をとりやめた人のみ)【複数回答】(2020年)

(単位:%)

	自分自身の感染リスク回避	同行者の感染リスク回避	旅行中に接する人への感染リスク回避	自粛要請	周りからの非難回避	家族や友人等からの助言	同行者の意向	旅行目的としていたイベント等の中止	旅行先の受入制限	参加予定のツアー等の中止	経済的要因	新型コロナウイルスの影響による	現地までの交通制限	多忙	その他
国内旅行	1月(n=1,906)	80.5	49.4	40.6	18.0	17.6	16.7	12.1	10.2	7.2	6.7	6.1	6.9	6.1	0.7
	2月(n=3,439)	80.1	53.2	44.8	21.2	16.4	16.4	12.0	12.8	6.3	5.6	3.5	4.5	4.2	0.8
	3月(n=11,329)	81.2	58.0	51.1	34.6	18.6	18.0	12.7	18.6	10.0	5.4	3.4	6.1	3.7	0.8
	4月(n=9,340)	79.7	53.6	46.3	44.4	23.6	16.8	11.2	17.0	14.2	6.7	3.5	10.1	3.6	0.7
	5月(n=9,355)	79.2	55.7	48.2	51.1	23.1	14.6	10.5	16.4	15.4	5.7	3.7	10.6	3.4	0.9
	6月(n=5,360)	75.6	48.6	42.8	36.5	20.7	14.1	10.2	18.6	15.0	8.1	4.4	11.8	4.0	1.1
	7月(n=6,478)	79.1	53.3	45.6	31.2	26.9	17.0	11.8	14.3	10.1	6.1	5.3	7.5	3.6	0.8
	8月(n=6,984)	78.3	55.9	49.1	29.1	27.3	17.4	10.9	11.3	7.8	4.0	5.4	5.6	2.9	1.0
	9月(n=4,478)	76.8	50.8	43.1	24.4	23.7	15.5	11.4	12.6	7.5	5.2	5.2	6.3	3.0	1.1
	10月(n=3,341)	81.8	54.8	41.7	20.1	18.8	12.0	10.0	8.2	4.9	4.0	4.0	4.6	3.6	1.8
	11月(n=2,862)	80.3	52.5	40.6	20.4	19.5	13.0	10.8	7.1	4.6	4.0	3.9	3.6	3.5	1.6
	12月(n=5,897)	77.7	56.0	47.3	27.0	20.8	14.9	10.4	5.7	4.1	3.6	3.2	2.9	2.4	3.0
海外旅行	1月(n=1,263)	75.9	45.5	39.7	15.7	14.9	18.2	11.8	13.3	7.4	8.9	8.6	8.9	7.3	0.7
	2月(n=1,666)	80.9	52.7	43.5	18.1	15.2	17.9	11.6	11.5	8.8	6.8	5.0	7.0	4.8	1.1
	3月(n=4,331)	82.1	58.0	47.8	27.8	18.0	20.0	13.2	14.5	14.9	8.2	4.3	11.5	4.6	0.9
	4月(n=3,316)	78.7	49.4	40.2	30.9	19.1	15.6	10.3	13.4	16.8	9.3	3.1	13.8	2.9	0.5
	5月(n=3,149)	78.3	51.1	41.4	34.0	18.3	14.4	9.7	12.5	18.9	8.7	3.1	16.3	2.9	0.5
	6月(n=2,393)	77.0	44.6	36.6	26.9	16.3	13.5	8.7	13.4	19.6	10.5	3.5	18.3	2.7	0.7
	7月(n=1,732)	74.1	42.9	34.2	22.4	17.5	12.9	7.6	7.6	24.2	9.5	2.9	19.7	2.2	0.5
	8月(n=1,717)	74.1	44.8	34.9	22.1	17.6	11.8	6.9	7.2	23.7	6.9	3.0	19.7	2.1	0.8
	9月(n=1,525)	73.8	42.0	31.1	20.1	16.1	10.7	6.6	6.8	23.3	8.8	2.6	19.9	1.8	1.2
	10月(n=1,161)	77.6	43.2	32.5	15.8	12.5	10.6	7.8	5.9	16.3	7.5	2.8	10.3	3.0	0.9
	11月(n=949)	76.7	39.3	29.8	14.0	11.4	9.8	5.8	4.8	14.4	6.4	3.0	10.9	2.3	1.2
	12月(n=1,230)	76.8	44.8	33.9	17.2	13.2	11.2	6.7	4.9	15.7	5.1	3.3	11.5	2.8	1.8

資料：(公財)日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

(2)実施した旅行への影響

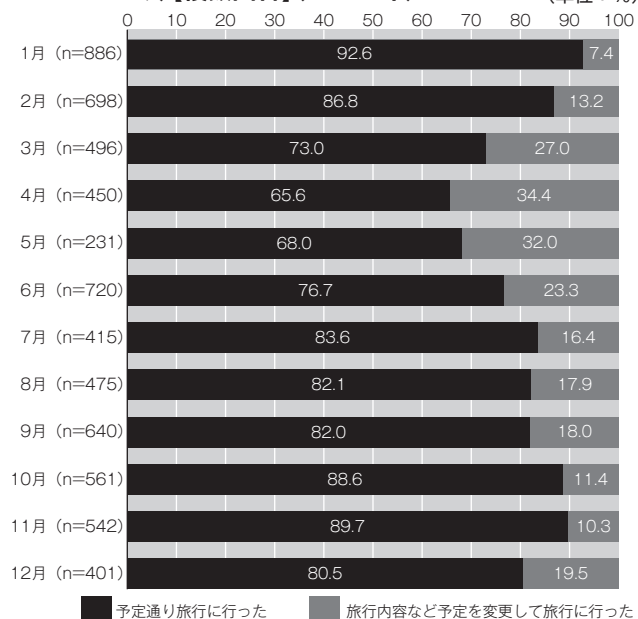
●国内宿泊観光旅行の内容変更の有無と変更内容

2020年にコロナの影響で国内宿泊観光旅行の予定に変更が生じた割合は、1月には1割弱だったが、感染拡大とともに徐々に増加、緊急事態宣言下であった4月に3.5割でピークとなった。その後、変更割合は7月にかけて減少、第2波下の8月及び9月にやや増加したものの、11月には1割となった。しかし、第3波下の12月には感染急拡大の影響から再び変更割合が2割に増加した(図I-5-3)。

コロナによって変更した内容は、8月を除いたすべての月で「活動内容・訪問先」の変更が最多となった。8月は「旅行先(国内→国内他地域)」の変更が3.5割と最も高かった。夏休みを利用した比較的遠方への旅行から近隣の旅行への変更が多かったと考えられる。「旅行先(海外→国内)」の変更は、1~5月には1~2割だったが、6月以降(10月を除く)は1割未満で推移した。(表I-5-2)。

図 I-5-3 実施した国内宿泊観光旅行のコロナによる変更の有無(コロナの影響で旅行をとりやめた人のみ)【複数回答】(2020年)

(単位:%)



資料：(公財)日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

表 I -5-2 コロナ禍による国内宿泊観光旅行の変更内容(コロナの影響で旅行をとりやめた人のみ) [複数回答] (2020年)  
(単位: %)

	活動内容・訪問先	旅行先 (国内→国内他地域)	宿泊施設	泊数	交通手段	旅行先 (海外→国内)	同行者	同行者の人数	その他
1月(n=66)	36.4	25.8	15.2	28.8	19.7	16.7	10.6	6.1	3.0
2月(n=92)	42.4	19.6	15.2	28.3	18.5	15.2	8.7	8.7	1.1
3月(n=134)	39.6	23.9	17.9	23.1	14.2	18.7	4.5	4.5	1.5
4月(n=155)	34.8	21.9	14.8	29.0	20.0	11.6	4.5	5.8	3.2
5月(n=74)	37.8	21.6	18.9	36.5	20.3	18.9	4.1	8.1	1.4
6月(n=168)	41.1	23.8	14.3	21.4	20.2	5.4	3.0	4.2	6.5
7月(n=68)	32.4	23.5	17.6	30.9	26.5	7.4	0.0	2.9	2.9
8月(n=85)	29.4	36.5	20.0	20.0	24.7	9.4	5.9	1.2	5.9
9月(n=115)	33.9	28.7	16.5	32.2	22.6	8.7	2.6	2.6	6.1
10月(n=64)	48.4	17.2	14.1	20.3	21.9	14.1	1.6	3.1	1.6
11月(n=56)	42.9	21.4	17.9	35.7	17.9	1.8	1.8	5.4	8.9
12月(n=78)	41.0	25.6	23.1	23.1	16.7	7.7	2.6	2.6	5.1

資料: (公財)日本交通公社「JTBF 旅行実態調査」

## ●コロナ禍での国内宿泊観光旅行の実施にあたっての気持ち

コロナ禍での旅行実施にあたっての気持ちは、1～2月には「コロナに対する不安は感じない」「今の状況では自分にあまりかわりはない」が目立ったが、3月になるとそれらは上位ではあるものの割合は減少した。4月以降は「心配しても仕方ない」が最も高い割合で推移した。「旅行先の観光地を応援したい」は、6月以降、2割前後を維持した(表I-5-3)。

## ●コロナ禍で実施した国内宿泊観光旅行の感想

コロナ禍で旅行を実施した感想は、1月は「平時と特段変わらない」が8割を超えていたが月を追うごとに減少、4月から9月にかけては「混雑がなく快適」が最多となった。3月から7月にかけては、「閑散としていて寂しい」が「想定より混雑」よ

り高い割合で推移したが、8月以降その割合が逆転した。「平時と特段変わらない」も6月には増加に転じ、12月には半数となった。「感染が不安」は3月にピークとなり、4月以降、1.5～2割程度で推移した。(表I-5-4)。

## ●国内宿泊観光旅行中のコロナ対策

旅行中のコロナ対策は「マスクの着用」が6月に9割を超え、9月以降は10割に近い値で推移した。「特に何もしていない」は月を追うごとに減少、10月以降は1%未満にとどまり、マスク着用や手指消毒、手洗い・うがいなど、旅行先での感染対策徹底が進んだ(表I-5-5)。

表 I -5-3 コロナ禍での国内宿泊観光旅行実施にあたっての気持ち [複数回答] (2020年)

(単位: %)

	心配しても仕方ない	コロナに対する不安は感じない	応援したい	旅行先の観光地を応援したい	値段が通常より安い	どうしても行きたい旅行	旅行先の感染者数が少ないので安心	経済の停滞は避けるべき	同行者の考えに応じた	外国人観光客が少ない	(記念旅行など)	今しか楽しめない旅行	休暇が変更できない	あまりかわりはない	今の状況では自分に	かからない	旅行先には迷惑は	キャンセル料が嫌	どこも空いている	旅行の中止や変更が面倒	自分には感染しない	自粛には耐えられない	兼ねるので仕方ない	冠婚葬祭を	・軽症で済む	感染しても発症しない	その他
1月(n=886)	13.9	66.4	3.3	1.2	6.7	8.2	4.3	3.4	4.3	2.9	3.6	30.2	6.5	4.3	2.1	3.0	6.5	1.4	1.5	5.9	9.8						
2月(n=698)	19.8	37.0	7.9	2.4	12.9	14.6	5.7	7.3	9.9	6.7	7.9	26.8	6.7	8.0	4.3	3.6	8.7	1.6	1.6	5.2	5.9						
3月(n=496)	19.8	26.2	12.7	4.6	18.3	21.0	6.3	11.9	11.5	10.3	8.1	19.0	8.1	7.7	9.1	3.8	6.3	2.6	2.6	4.0	7.5						
4月(n=450)	26.2	20.4	12.9	5.1	13.8	17.3	10.2	10.7	10.2	8.7	10.7	17.3	7.6	9.6	9.8	4.0	10.9	5.8	2.0	6.4	4.0						
5月(n=231)	33.8	20.3	14.3	3.9	11.3	19.9	11.7	8.2	6.1	5.2	12.6	11.3	7.8	5.2	11.3	2.6	10.4	6.1	4.3	8.7	2.6						
6月(n=720)	27.9	21.7	24.0	12.8	10.1	24.9	13.8	9.0	11.8	3.2	6.0	11.5	7.8	2.2	10.0	1.4	4.9	5.0	0.8	2.8	5.3						
7月(n=415)	33.3	20.2	21.9	12.3	14.2	21.4	11.3	9.9	10.8	3.9	5.1	11.1	6.5	3.9	11.6	2.7	5.5	4.6	2.7	5.1	3.4						
8月(n=475)	37.5	22.5	18.7	14.7	13.3	21.3	11.8	11.8	10.3	6.9	5.3	10.5	9.7	2.5	8.8	0.4	4.2	6.1	2.3	2.9	2.3						
9月(n=640)	36.1	23.9	21.3	20.0	13.6	19.5	14.2	9.5	10.6	5.0	4.2	9.8	6.6	2.0	6.7	1.4	4.5	6.1	1.3	3.8	4.4						
10月(n=561)	27.3	25.5	23.5	19.6	12.7	25.0	12.8	10.0	13.0	7.5	5.3	12.7	5.5	3.9	6.1	2.3	5.2	2.5	2.0	4.1	3.0						
11月(n=542)	26.0	23.1	23.2	21.8	18.1	22.9	14.4	10.0	11.6	7.6	5.7	10.3	6.8	4.4	6.5	2.2	5.4	3.5	1.5	3.0	4.2						
12月(n=401)	28.9	24.2	21.2	20.4	20.2	17.7	14.7	13.0	9.5	9.5	7.7	7.5	6.0	5.7	4.7	3.7	3.2	2.2	1.5	1.2	3.5						

資料: (公財)日本交通公社「JTBF 旅行実態調査」

## 5 新型コロナウイルス感染症の流行と日本人の旅行

表 I -5-4 コロナ禍で実施した国内宿泊観光旅行の感想【複数回答】(2020年)

(単位:%)

	混雑がなく快適	平時と特段変わらない	感染が不安	旅行先で歓迎された	想定より混雑	自分が感染源にならないか心配	休業の店舗・施設があり残念	閑散としていて寂しい	疲れを気にして	旅行先で早く思われなかったのではと不安	旅行後に周囲から批判された	旅行後の待機要請対応等が大変	その他
1月(n=886)	14.2	82.1	7.6	11.3	6.1	5.5	3.6	4.4	5.0	2.0	1.2	1.1	0.9
2月(n=698)	25.1	60.6	17.3	12.0	9.6	11.5	5.0	9.6	9.5	3.0	2.0	0.7	0.6
3月(n=496)	36.7	44.0	26.2	13.1	12.1	14.7	13.7	19.4	9.3	3.8	2.0	0.6	1.0
4月(n=450)	41.1	26.2	22.2	10.9	5.3	13.3	13.3	25.6	9.6	7.3	2.4	1.8	0.7
5月(n=231)	43.7	24.7	20.3	14.3	5.2	12.6	20.8	23.8	9.5	8.7	0.9	0.9	1.3
6月(n=720)	49.7	33.6	16.7	17.9	10.4	7.5	14.3	18.1	4.6	3.1	0.3	0.1	1.0
7月(n=415)	52.5	32.5	17.3	12.8	10.8	8.7	11.3	14.7	6.3	3.9	0.5	1.0	0.7
8月(n=475)	51.4	37.7	17.3	13.1	16.0	11.6	9.9	10.3	5.3	2.9	0.4	0.2	0.6
9月(n=640)	43.4	39.5	16.6	13.9	20.3	9.2	6.6	7.7	4.7	3.9	0.3	0.3	1.7
10月(n=561)	41.7	46.9	18.7	12.8	13.0	9.8	6.2	9.4	6.1	2.9	0.2	0.2	1.6
11月(n=542)	40.6	45.9	20.5	10.1	17.5	11.4	6.1	7.6	5.7	2.4	0.2	0.2	1.7
12月(n=401)	49.6	40.1	18.2	11.7	10.7	10.5	8.2	8.0	5.5	3.2	1.0	0.5	1.2

資料：(公財)日本交通公社「JTBF 旅行実態調査」

表 I -5-5 国内宿泊観光旅行中のコロナ対策【複数回答】(2020年)

(単位:%)

	マスクの着用	設置されている除菌剤の励行・徹底	手洗い・うがいの励行・徹底	アルコール除菌剤の携行	ソーシャルディスタンスの確保	多数が集まる密集空間の回避	換気の悪い密閉空間の回避	飲食時の注意(エトフエ、食へ歩き回避等)	間近での会話等密接場面の回避	不特定多数が触れる箇所をなるべく触らない	その他	特に何もしていない
1月(n=886)	36.1	18.6	30.8	22.9	8.2	10.9	11.5	7.4	7.4	11.2	1.0	47.4
2月(n=698)	59.7	37.2	53.4	40.7	17.9	23.4	24.1	15.3	16.0	24.1	0.4	19.5
3月(n=496)	75.0	54.6	64.7	51.8	32.7	41.9	39.5	29.0	30.0	34.7	0.6	9.1
4月(n=450)	81.3	52.7	61.3	52.2	34.4	43.6	38.9	27.8	27.3	36.4	0.4	4.2
5月(n=231)	80.1	57.1	61.5	49.8	35.5	35.1	36.4	24.2	22.5	30.7	0.0	3.9
6月(n=720)	92.9	73.9	74.0	61.1	46.9	47.9	43.5	35.3	31.7	42.2	0.6	1.8
7月(n=415)	94.7	71.8	70.4	61.0	49.6	53.3	45.1	33.7	34.0	41.0	0.2	1.0
8月(n=475)	94.1	76.6	74.7	64.6	50.5	53.3	48.4	36.0	33.9	40.4	0.6	1.9
9月(n=640)	95.2	78.1	72.2	61.4	49.7	50.5	45.6	33.8	33.3	39.5	0.0	1.6
10月(n=561)	96.3	80.6	76.8	66.7	56.3	56.7	51.5	43.7	42.2	47.6	0.2	0.7
11月(n=542)	98.0	83.8	77.7	67.7	59.0	54.4	49.6	48.3	43.4	48.5	0.2	0.4
12月(n=401)	97.5	81.5	74.3	62.8	59.6	55.6	50.1	43.6	41.6	40.4	0.0	0.5

資料：(公財)日本交通公社「JTBF 旅行実態調査」

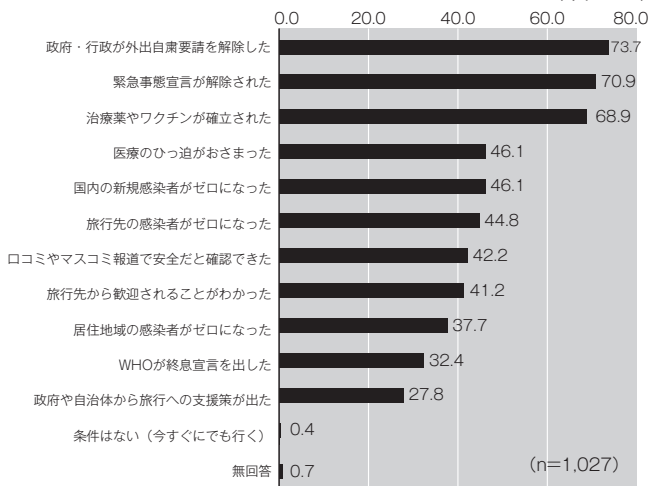
## 2 旅行意識

### (1) 旅行実施に及ぼす影響

#### ●国内旅行実施のための条件と実施判断に影響を及ぼす項目

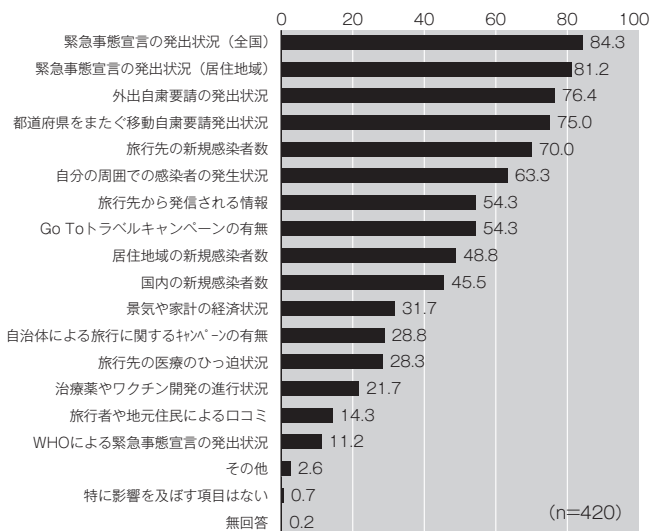
新型コロナウイルス感染症収束後にどのような条件が満たされれば国内旅行を実施したいと思うか、コロナ禍で国内旅行を実施するかどうかを判断する時にどのような項目が影響を及ぼすかを複数回答で選んでもらった。その結果、2020年5月調査では「政府・行政が外出自粛要請を解除した(73.7%)」、「緊急事態宣言が解除された(70.9%)」、「治療薬やワクチンが確立された(68.9%)」と回答した割合が高く、12月調査では「全国の緊急事態宣言の発出状況(84.3%)」、「居住地域の緊急事態宣言の発出状況(81.2%)」、「外出自粛要請の発出状況(76.4%)」が上位にあげられた。特に、治療薬やワクチンに関しては、5月調査から12月調査にかけて回答割合が大きく減少した(図I-5-4、図I-5-5)。

図 I -5-4 新型コロナウイルス収束後の国内旅行実施のために必要な条件【複数回答】(2020年5月調査) (単位：%)



資料：(公財)日本交通公社「JTBF旅行意識調査」

図 I -5-5 コロナ禍における国内旅行実施判断に影響を及ぼす項目【複数回答】(2020年12月調査) (単位：%)

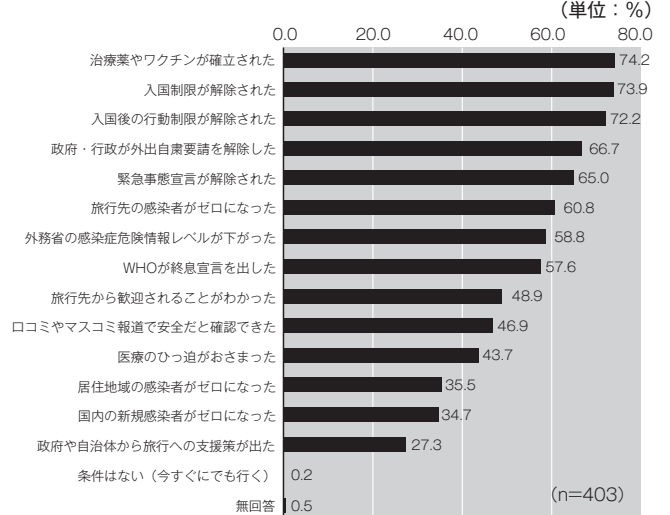


資料：(公財)日本交通公社「JTBF旅行意識調査」

#### ●海外旅行実施のための条件

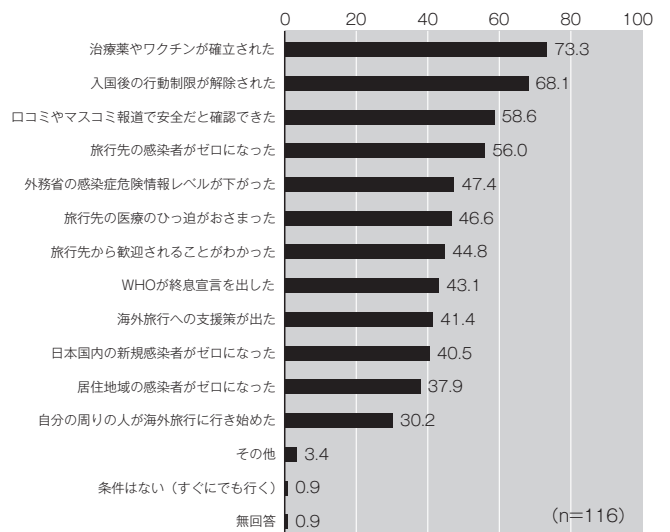
どのような条件が満たされれば海外旅行を実施したいと思うかを複数回答で選んでもらった結果、5月調査、12月調査ともに治療薬やワクチンの確立、入国後の行動制限に関する項目が上位にあげられた(図I-5-6、図I-5-7)。

図 I -5-6 新型コロナウイルス収束後の海外旅行実施のために必要な条件【複数回答】(2020年5月調査) (単位：%)



資料：(公財)日本交通公社「JTBF旅行意識調査」

図 I -5-7 コロナ禍における海外旅行実施判断に影響を及ぼす項目【複数回答】(2020年12月調査) (単位：%)



資料：(公財)日本交通公社「JTBF旅行意識調査」

### (2) 観光トレンドの変化

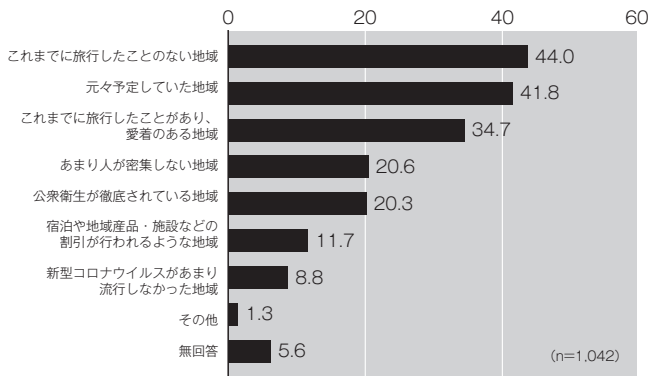
#### ●行きたい／あまり行きたくない地域

新型コロナウイルス収束後に行きたい地域としては、3割以上が「これまでに旅行したことのない地域」、「元々予定していた地域」、「これまでに旅行したことがあり愛着のある地域」をあげて。コロナ禍に行きたい地域としては、半数近くが「あまり人が密集しない地域」をあげた(図I-5-8、図I-5-9)。

新型コロナウイルス収束後にあまり行きたくない地域としては、4割以上が「公衆衛生が徹底されていない地域」、「人が密集している地域」をあげた。コロナ禍にあまり行きたくない地域としては、6割近くが「新型コロナウイルス感染者が多かった地域」、「人が密集しやすい地域」をあげた(図I-5-10、図I-5-11)。

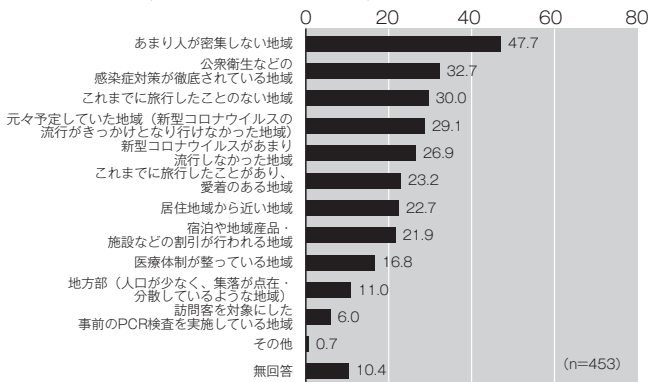


図 I -5-8 新型コロナウイルス収束後に行きたい地域【複数回答】(2020年5月調査) (単位: %)



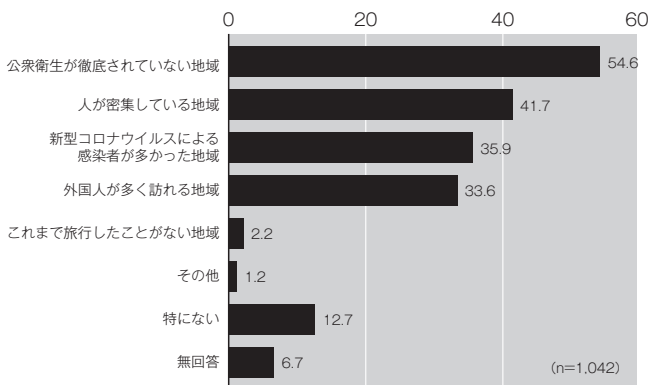
資料: (公財)日本交通公社「JTBF 旅行意識調査」

図 I -5-9 コロナ禍に行きたい地域【複数回答】(2020年12月調査) (単位: %)



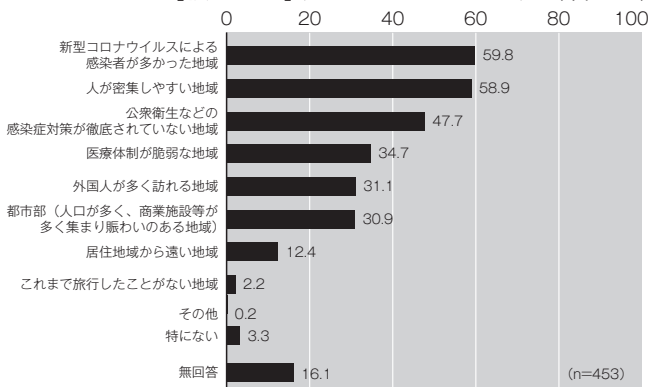
資料: (公財)日本交通公社「JTBF 旅行意識調査」

図 I -5-10 新型コロナウイルス収束後に行きたい地域【複数回答】(2020年5月調査) (単位: %)



資料: (公財)日本交通公社「JTBF 旅行意識調査」

図 I -5-11 新型コロナウイルス収束後に行きたい地域【複数回答】(2020年12月調査) (単位: %)



資料: (公財)日本交通公社「JTBF 旅行意識調査」

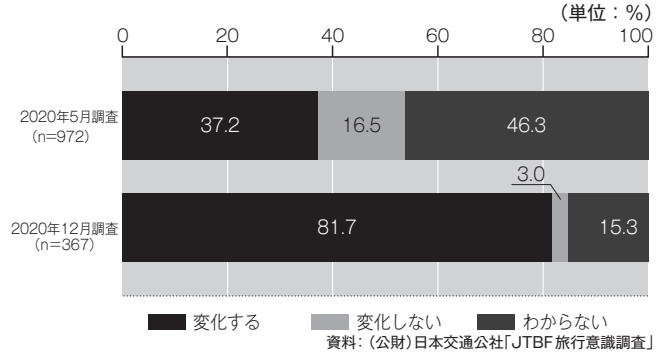
以上より、コロナ禍においては、密の回避や感染症対策の徹底が重視される傾向が見られた。

●観光行動の変化

今後の旅行先の選択や旅行先での行動に関する変化の有無は、5月調査では「わからない」が半数弱を占めたが、12月調査では「変化する」が81.7%を占め、新型コロナウイルス感染症の流行により人々の旅行に関する行動が影響を受けることが示された(図I-5-12)。

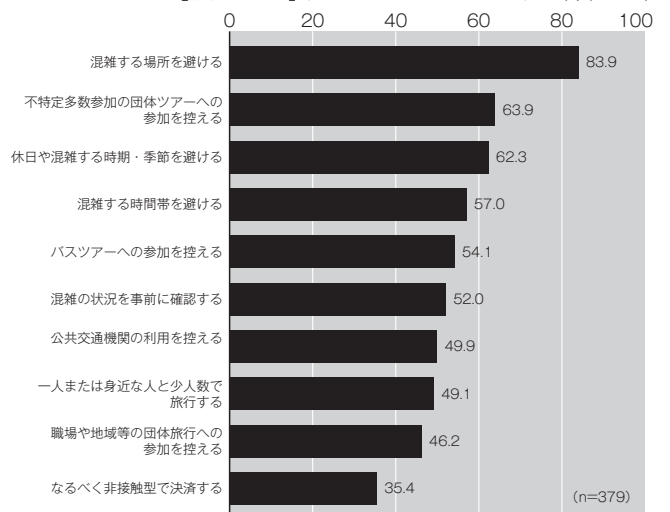
旅行の計画や旅先での行動で意識することを複数回答で尋ねた結果、「混雑する場所を避ける(83.9%)」、「休日や混雑する時期・季節を避ける(63.9%)」、「混雑する時間帯を避ける(57.0%)」、「混雑の状況を事前に確認する(52.0%)」など密を避ける行動が上位にあげられた。また、「不特定多数参加の団体ツアーへの参加を控える」「バスツアーへの参加を控える」など、他人と空間や行動を共にする旅行ツアーへの参加を控える行動も意識されていた(図I-5-13)。

図 I -5-12 今後の旅行先での行動の変化の有無



資料: (公財)日本交通公社「JTBF 旅行意識調査」

図 I -5-13 旅行の計画や旅先での行動で意識すること【複数回答】(2020年12月調査) (単位: %)



資料: (公財)日本交通公社「JTBF 旅行意識調査」

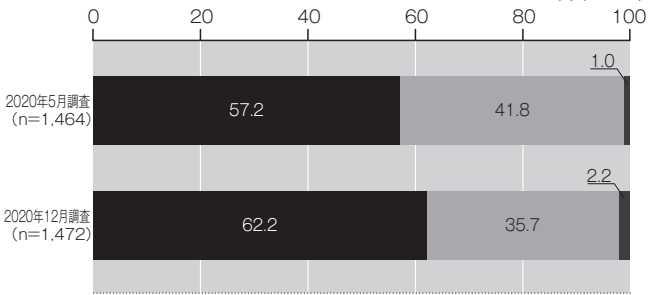
●観光地への支援

新型コロナウイルスの流行によって、観光客数が大幅に減少し経済的な影響を受けている観光地に対して支援を行いたいと思うかを尋ねたところ、「支援したいと思う」と答えた割合が5月調査では57.2%、12月調査では62.2%と微増した(図I-5-14)。

さらに、「支援したいと思う」と答えた人に対して、支援の実施状況を探った結果、「支援したいと思うが具体的な方法がわからない」と答えた割合が、5月調査では77.1%だったが、12月調査では73.0%にやや減少した(図I-5-15)。

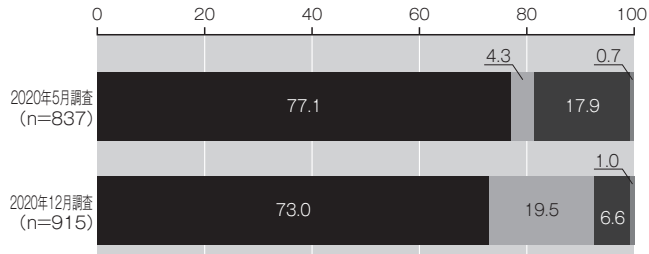
これから支援を行う予定の人および既に支援した人に対して、具体的な支援内容を尋ねると、5月調査、12月調査いずれも「インターネットを通じての現地商品の購入」、「現地への旅行」が上位にあがった。

図I-5-14 観光地への支援意向 (単位：%)



資料：(公財)日本交通公社「JTBF旅行意識調査」

図I-5-15 観光地への支援状況 (単位：%)

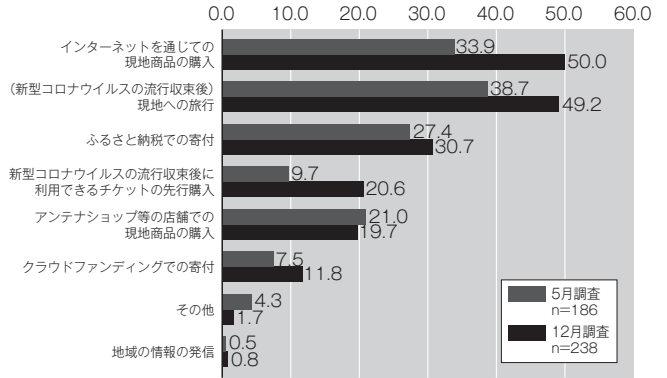


資料：(公財)日本交通公社「JTBF旅行意識調査」

●政府や自治体の要請に対する意識

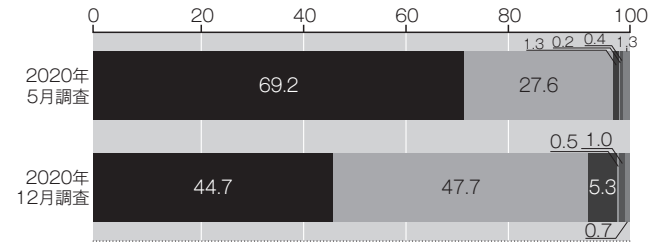
旅行を実施するかどうかを判断するとき、政府や自治体の要請(外出自粛、来訪自粛等)をどの程度意識するかを尋ねたところ、5月調査では「政府や自治体の要請に従って判断する」が約7割を占めたが、12月調査では「政府や自治体の要請を気にしつつも、自分で状況を分析して判断する」が5割近くを占め、コロナ禍が長期化する中で要請に対する意識が変化した(図I-5-16)。

図I-5-16 観光地への支援内容 (単位：%)



資料：(公財)日本交通公社「JTBF旅行意識調査」

図I-5-17 政府や自治体の要請に対する意識 (単位：%)



資料：(公財)日本交通公社「JTBF旅行意識調査」

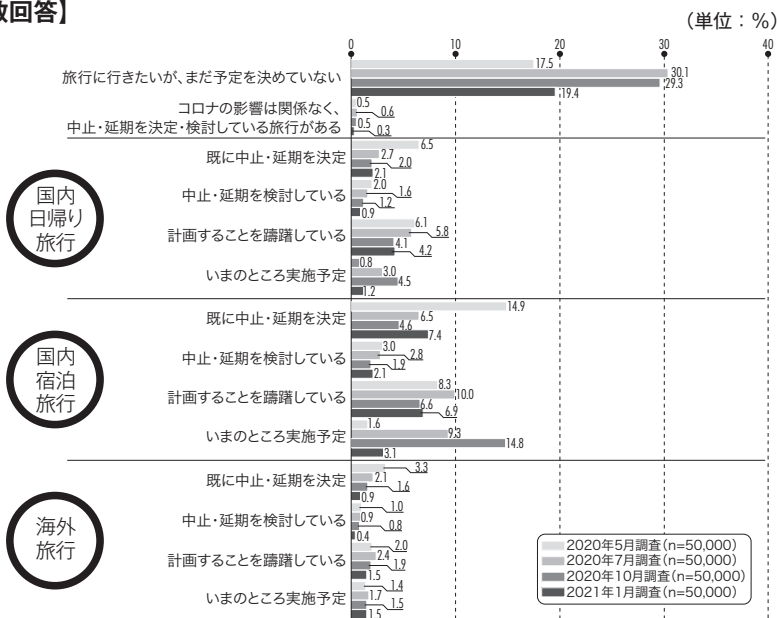
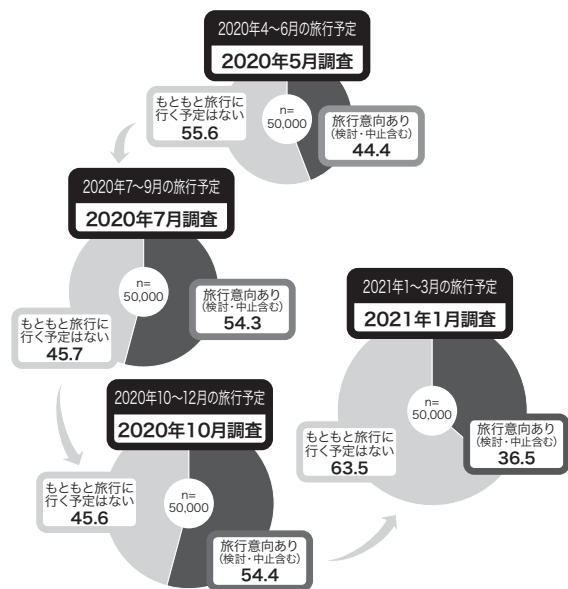
3 旅行意向

本調査は、2020年5月から概ね四半期毎に実施しており、5月調査は緊急事態宣言下、7月調査は第2波に向けて感染拡大していた時期、10月調査は国内旅行喚起策であるGo To Travelに東京が加わった時期、2021年1月調査は急速な感染拡大に伴い第2回目の緊急事態宣言が発出された時期にそれぞれ実施したものである。

(1) コロナ禍における直近3ヶ月間の意向

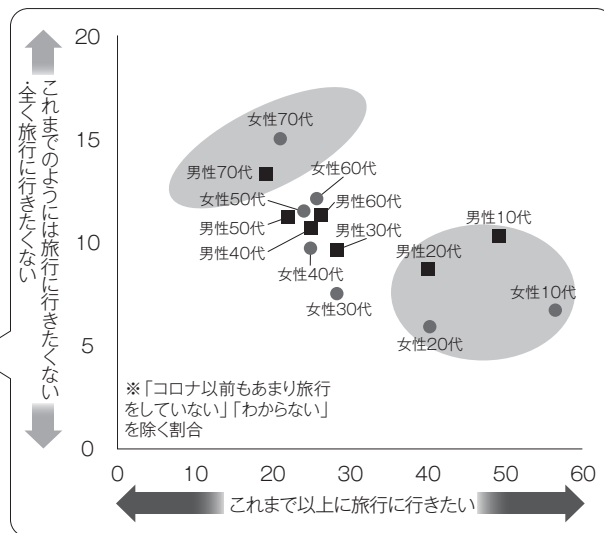
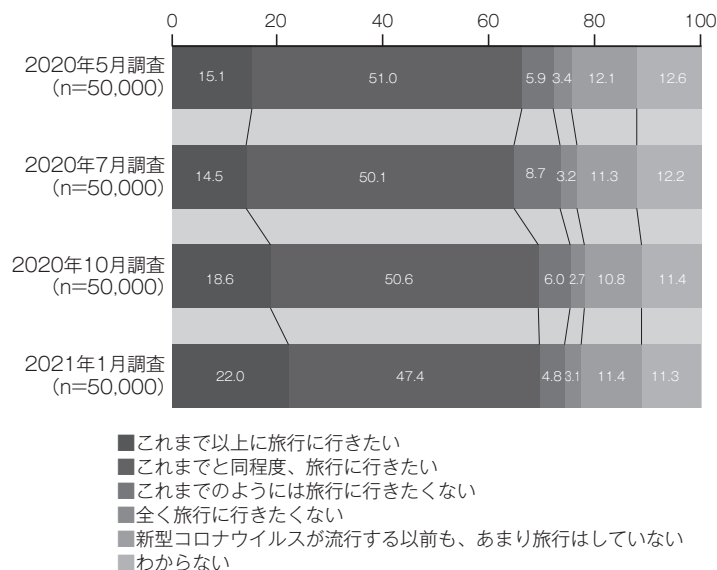
この先3ヶ月間の旅行予定を尋ねたところ、2021年1月調査(2021年1~3月の旅行予定)では「もともと旅行に行く予定はない」が6割以上を占め、調査開始以降、最も高くなった。1~3月は観光旅行が最も少ないシーズンではあるものの、10月調

図 I -5-18 この先3ヶ月間の観光旅行の予定【複数回答】



資料：(公財)日本交通公社「JTBF 旅行実態調査」

図 I -5-19 コロナ収束後の旅行意向



資料：(公財)日本交通公社「JTBF 旅行実態調査」

## 4 日常生活での意識・行動

### (1) 日常生活での意識

#### ●コロナによる家計への影響

コロナによる家計への影響は、5月調査では、5割超が「かなり影響がある」「やや影響がある」と回答したが、7月調査ではその割合は減少、10月調査以降は4割程度となった(図I-5-20)。

#### ●コロナに対する不安

コロナに対する不安の程度は、緊急事態宣言下の5月調査では9割程度が「とても不安を感じている」「やや不安を感じている」と回答した。10月調査にかけては8割まで減少したが、

第3波の2021年1月調査では再び増加した(図I-5-21)。

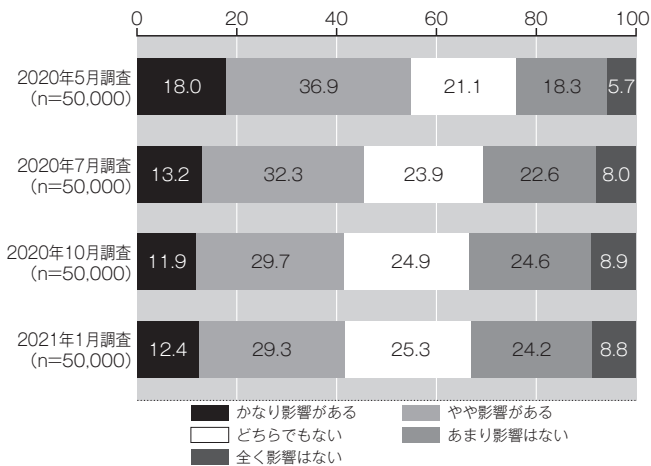
不安の具体的な内容には、「自分や家族の感染」が5月調査以降継続して9割を超え最も多く、「長期化・先が見えないこと」が2番目に続いた(図I-5-22)。

#### ●日常生活でのコロナ対策

コロナ禍における日常生活での対策は、「マスクの着用」が9割以上と最も高く、調査開始以降その割合は増加した。「訪問先に設置されているアルコール除菌スプレアの励行・徹底」「アルコール除菌剤の携行」は5月調査から1月調査にかけて10ポイント近く増加しており、徹底が進んだことがわかる。

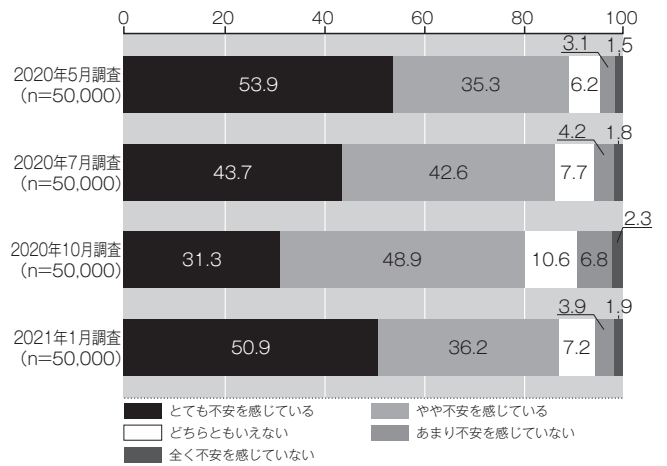
また、「旅行・レクリエーションを控える」は5月調査から10月調査にかけて減少していたが、1月調査では再び増加した(図I-5-23)。

図 I -5-20 コロナによる家計への影響 (単位：%)



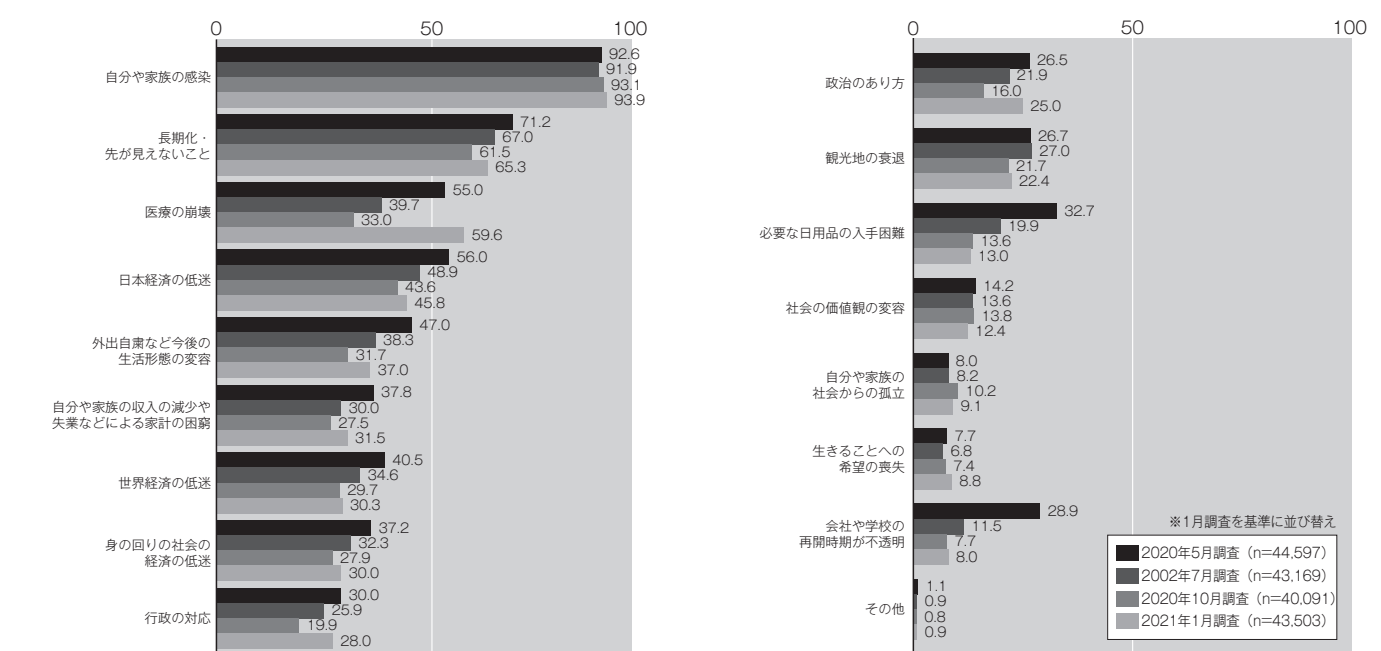
資料：(公財)日本交通公社「JTBF 旅行実態調査」

図 I -5-21 コロナに対する不安 (単位：%)



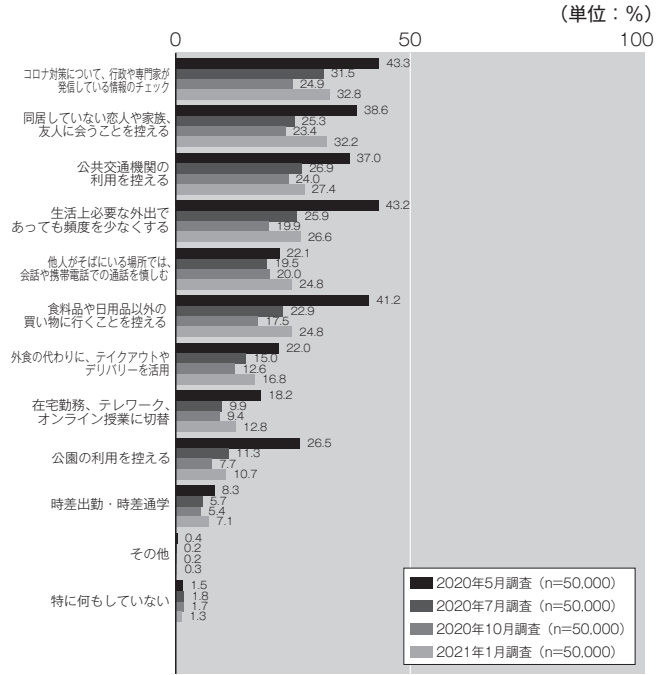
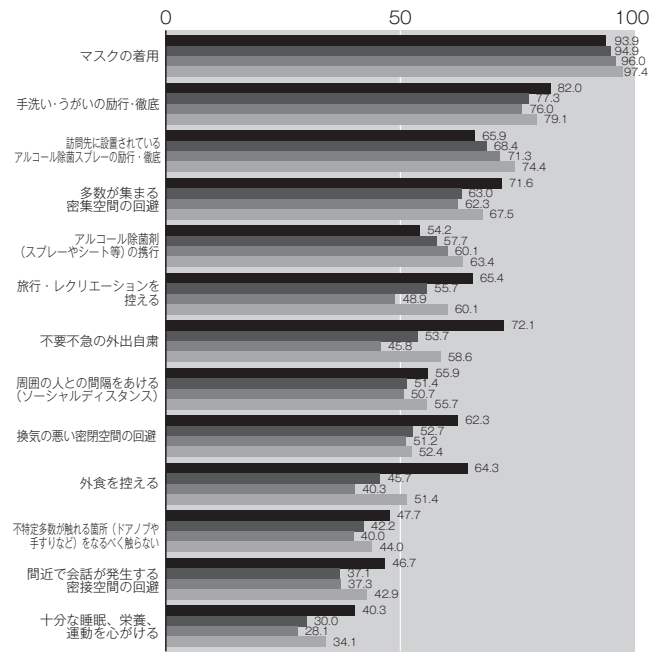
資料：(公財)日本交通公社「JTBF 旅行実態調査」

図 I -5-22 コロナに対する不安の具体的な内容(不安を感じている人のみ)【複数回答】 (単位：%)



資料：(公財)日本交通公社「JTBF 旅行実態調査」

図 I-5-23 日常生活でのコロナ感染対策【複数回答】



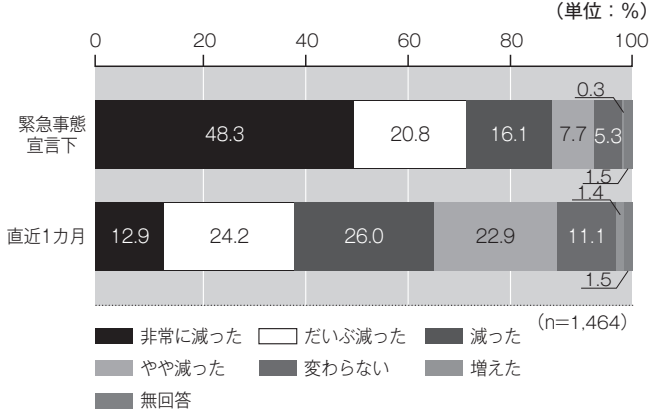
資料：(公財)日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

(2) 日常生活での行動の変化

● コロナ流行前と比べた時の外出の頻度

緊急事態宣言下(2020年4~5月)と直近1ヶ月(同年12月頃)それぞれの時期について、コロナ流行前と比べた時の日常生活における外出の頻度に変化があったかを尋ねた結果、緊急事態宣言下では「非常に減った」が48.3%に上がったが、直近1ヶ月では12.9%にとどまった。(図I-5-24)。

図 I-5-24 コロナ流行前と比べた時の外出の頻度



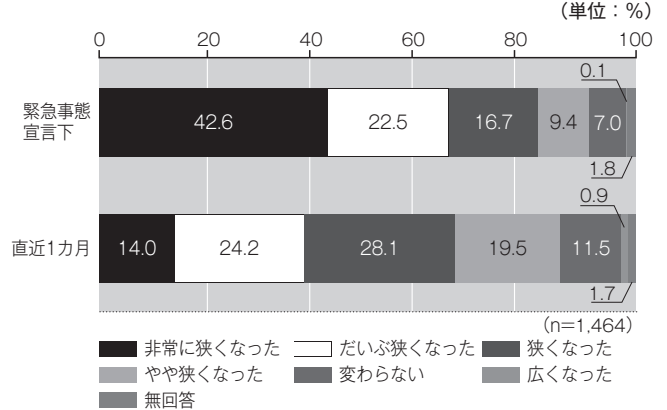
資料：(公財)日本交通公社「JTBF旅行意識調査」

● コロナ流行前と比べた時の行動範囲

緊急事態宣言下(2020年4~5月)と直近1ヶ月(同年12月頃)それぞれの時期について、コロナ流行前と比べた時の日常生活における行動の範囲に変化があったかを尋ねた結果、緊急事態宣言下では「非常に狭くなった」が42.6%に上がったが、直近1カ月では14.0%にとどまった。(図I-5-25)。

(仲 七重/安原有紗)

図 I-5-25 コロナ流行前と比べた時の行動範囲



資料：(公財)日本交通公社「JTBF旅行意識調査」



# 第Ⅱ編 訪日外国人旅行

## Ⅱ-1 訪日外国人の旅行動向

- 1** 2020年の訪日旅行の概況 ..... 62
  - (1) 訪日外客数の動向
  - (2) 客層の変化
  - (3) 旅行支出の動向
  - (4) 日本人海外旅行との対比
- 2** 市場別にみる訪日旅行動向 ..... 65
  - (1) 国籍・地域別にみる訪日旅行動向
    - ①韓国 ②台湾 ③香港 ④中国 ⑤タイ ⑥米国
  - (2) 都道府県別にみる訪日旅行動向
    - ①訪問者数 ②主な旅行目的 ③旅行消費額 ④国籍・地域比率(訪日外国人観光客) ⑤平均泊数と旅行支出(訪日外国人観光客)
- 3** 世界の国際観光動向 ..... 75
  - (1) インバウンド(到着地側)の動向
  - (2) アウトバウンド(出発地側)の動向

## Ⅱ-2 訪日旅行に対する意識

- 1** コロナ禍における海外旅行及び訪日旅行意向 ..... 77
  - (1) 調査概要
  - (2) 調査結果
    - ①コロナ禍におけるレジャー全般の実施意向 ②新型コロナ流行収束後の海外旅行 ③新型コロナ流行収束後の訪日旅行 ④新型コロナ禍における自国での日本に関する活動

## Ⅱ-3 訪日旅行事業の現況

- 1** 日本企業による訪日旅行事業の展開 ..... 84
  - (1) 訪日旅行事業の動向
    - 主要旅行会社の外国人旅行取扱額
    - 主要旅行会社等の訪日旅行事業展開
  - (2) コロナ禍での商品・サービス開発の動向
    - 物産・EC ●オンラインツアー
  - (3) コロナ収束後を見据えた受入環境整備
    - コンテンツ作成 ータピナカ体験サービスー
    - 受入基盤強化
  - (4) 免税店・免税サービスの動向
    - 免税店・免税サービスの縮小 ●免税店数・売上高の状況
- 2** 訪日団体パッケージツアーの概況 ..... 88
  - (1) 2020年の訪日パッケージツアーの販売状況
  - (2) 東京2020大会観戦チケットを含むパッケージ
    - ①観戦チケットを含むパッケージの概要 ②各国・地域の観戦チケットを含むパッケージ

## II-1 訪日外国人の旅行動向

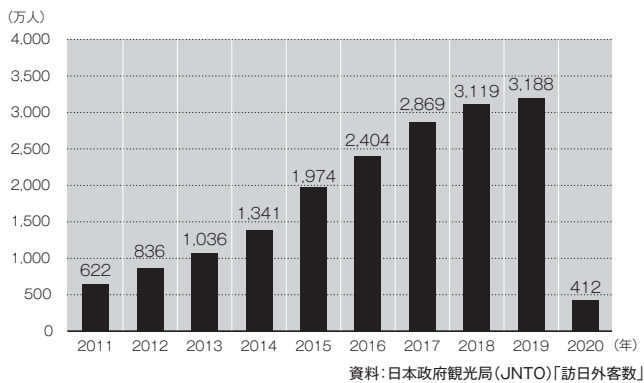
### 1 2020年の訪日旅行の概況

訪日外客数は前年比87.1%減の412万人と低迷、  
それに伴い旅行消費額も前年比84.5%減の  
7,446億円(試算値)と前年を大きく下回る

#### (1) 訪日外客数の動向

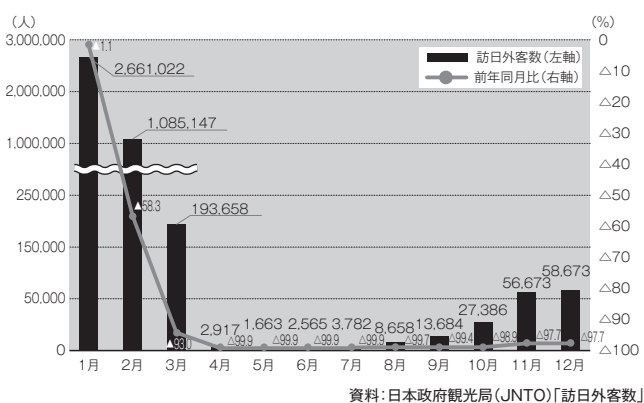
日本政府観光局(JNTO)によると、2020年の訪日外客数は412万人(前年比87.1%減)となった。2011年以降は過去最高を更新し続けてきたが、2020年は大幅減に転じ、2001年以来20年ぶりの400万人台にとどまった(図II-1-1)。

図II-1-1 訪日外客数の推移



月別に見ると、2020年1月は前年同月比1.1%減とほぼ前年並みであったが、2月は同58.3%減と減少幅が拡大、3月以降は各月とも9割を超える減少幅で推移した(図II-1-2)。

図II-1-2 訪日外客数(月別)



#### (2) 客層の変化

観光庁「訪日外国人消費動向調査」は新型コロナウイルス感染症の影響で2020年4~6月期、7~9月期、10~12月期調査はいずれも中止となった。そのため、本稿では2020年の数値は1~3月期調査結果を用いている。

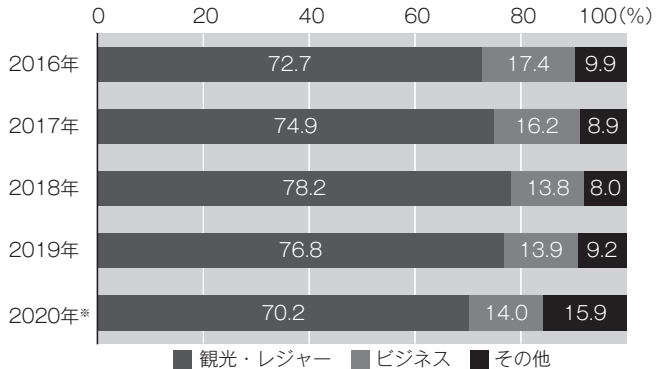
2020年1~3月期のクルーズ客を除いた一般客(以下、一般客)の客層は観光・レジャー目的客の割合が減少し、その他目的の割合が増加した(図II-1-3)。

訪日経験回数は、1~2回目の比率が減少し、3回目以上のリピーターの比率が増加した。

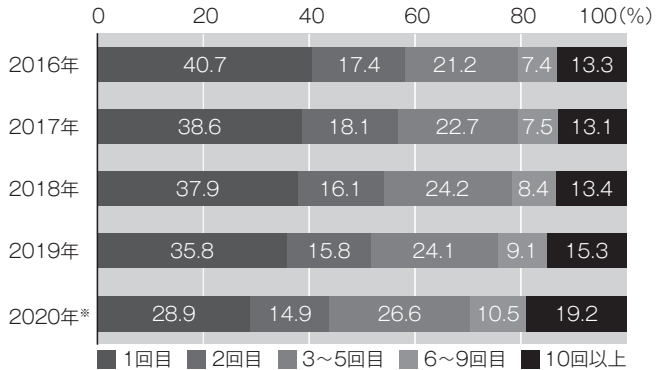
旅行手配方法では、パッケージ利用率が減少し、個別手配を利用した比率が増加した。

図II-1-3 訪日外国人の客層変化

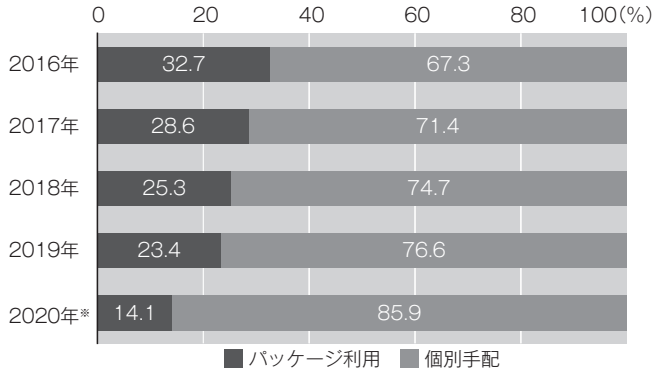
#### ● 主な来訪目的



#### ● 訪日経験回数



#### ● 旅行手配方法



\*2020年はいずれも1~3月期調査結果

資料: 観光庁「訪日外国人消費動向調査」

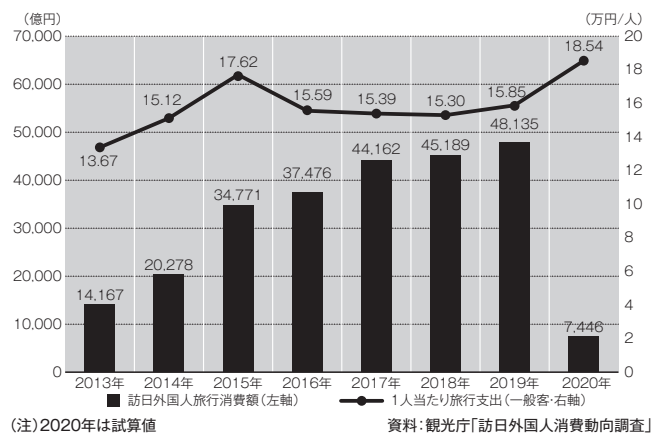
#### (3) 旅行支出の動向

前述のとおり観光庁「訪日外国人消費動向調査」は新型コロナウイルス感染症の影響で2020年4~6月期、7~9月期、10~12月期調査は中止となった。そのため、1~3月期調査の1人当たり旅行支出を用いた試算値によると、2020年暦年の訪日外国人旅行消費額は7,446億円(前年比84.5%減)であり、2013年以降では初めて減少に転じた(表II-1-1)。



一方で一般客の1人当たり旅行支出は18.54万円(前年比17.0%増)となった(図II-1-4)。多くの国・地域で滞在日数が前年を上回っていることが1人当たり旅行支出を押し上げたと思われる。

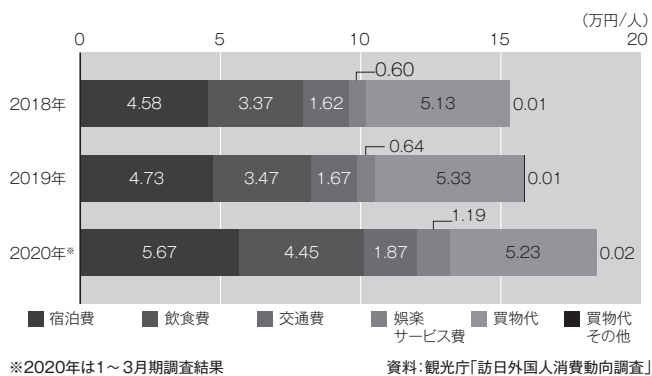
図II-1-4 訪日外国人旅行消費額の推移



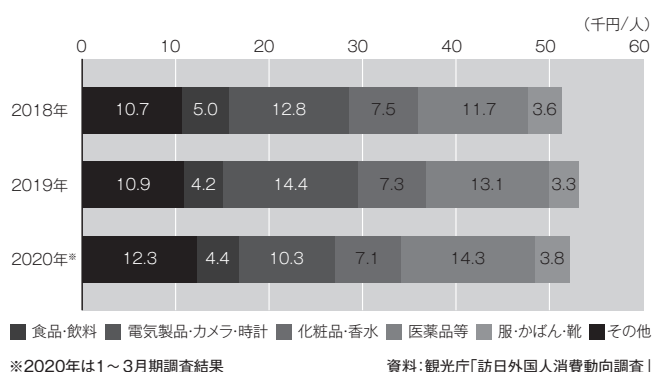
一般客の1人当たり旅行支出について費目別に見ると、滞在日数の長期化に伴い増加した宿泊費と飲食費が総額を押し上げたと考えられる(図II-1-5)。

買物代については、食品・飲料や服・かばん・靴は前年を上回ったが、化粧品・香水は前年を下回り、総額も2019年に比べ微減となった(図II-1-6)。

図II-1-5 費目別にみる訪日外国人1人当たり旅行支出(一般客)



図II-1-6 費目別にみる訪日外国人1人当たり買物代(一般客)



表II-1-1 2020年暦年における訪日外客数と訪日外国人旅行消費額(試算値)

	2020年暦年(試算値)	訪日外客数(人)	シェア(%)	前年比(%)	寄与度(%)	1人当たり旅行支出(円/人)		訪日外国人旅行消費額(億円)			
						前年比(%)	前年比(%)	シェア(%)	前年比(%)	寄与度(%)	
一般客	全国籍・地域	3,995,868	97.1	△86.6	△81.1	185,413	17.0	7,409	99.5	△84.3	△82.9
	韓国	487,772	11.9	△91.2	△15.9	87,900	15.4	429	5.8	△89.9	△7.9
	台湾	676,128	16.4	△85.3	△12.3	159,722	35.0	1,080	14.5	△80.2	△9.1
	香港	341,236	8.3	△84.8	△6.0	168,544	8.1	575	7.7	△83.6	△6.1
	中国	976,442	23.7	△87.8	△22.0	256,566	20.6	2,505	33.6	△85.3	△30.1
	タイ	219,798	5.3	△83.3	△3.4	139,715	6.3	307	4.1	△82.3	△3.0
	シンガポール	55,204	1.3	△88.7	△1.4	182,664	5.2	101	1.4	△88.1	△1.6
	マレーシア	76,492	1.9	△84.6	△1.3	123,935	△7.0	95	1.3	△85.7	△1.2
	インドネシア	77,658	1.9	△81.1	△1.0	153,448	17.1	119	1.6	△77.8	△0.9
	フィリピン	108,907	2.6	△82.1	△1.6	103,287	△4.3	112	1.5	△82.9	△1.1
	ベトナム	152,551	3.7	△69.1	△1.1	263,497	48.8	402	5.4	△54.1	△1.0
	インド	26,880	0.7	△84.5	△0.5	191,373	21.7	51	0.7	△81.2	△0.5
	英国	50,713	1.2	△87.7	△1.1	205,332	△14.9	104	1.4	△89.5	△1.9
	ドイツ	29,758	0.7	△87.0	△0.6	192,165	△4.6	57	0.8	△87.6	△0.8
	フランス	43,085	1.0	△87.2	△0.9	189,911	△20.0	82	1.1	△89.7	△1.5
	イタリア	13,655	0.3	△91.6	△0.5	229,426	15.0	31	0.4	△90.3	△0.6
	スペイン	11,723	0.3	△91.0	△0.4	190,762	△13.8	22	0.3	△92.2	△0.6
	ロシア	21,800	0.5	△81.6	△0.3	157,432	△14.0	34	0.5	△84.2	△0.4
	米国	218,764	5.3	△87.1	△4.6	208,402	10.0	456	6.1	△85.8	△5.7
	カナダ	52,920	1.3	△85.6	△1.0	180,290	△0.8	95	1.3	△85.7	△1.2
オーストラリア	142,627	3.5	△76.7	△1.5	238,826	△3.6	341	4.6	△77.5	△2.4	
その他	211,755	5.1	△84.5	△3.6	193,127	△12.8	409	5.5	△86.5	△5.5	
クルーズ客		119,960	2.9	△94.1	△6.0	31,019	△21.9	37	0.5	△95.4	△1.6
全体		4,115,828	100.0	△87.1	△87.1	-	-	7,446	100.0	△84.5	△84.5

(注)訪日外客数は暫定値を使用している。

資料:日本政府観光局(JNTO)「訪日外客数」、観光庁「訪日外国人消費動向調査」

#### (4) 日本人海外旅行との対比

2015年以降、外国人の訪日旅行（インバウンド旅行）が日本人の海外旅行（アウトバウンド旅行）を人数、国際収支ともに上回る状況が続いている。

日本人の海外旅行者数に相当する「日本人出国者数」（法務省「出入国管理統計」）は1990年代後半から右肩上がり増加、インバウンド旅行を大きく上回る傾向が続いてきた。その後、2000年代に入り、日本人出国者数がおおむね横ばい傾向で推移した一方でインバウンド旅行が急拡大した結果、2015年に訪日外客数が日本人出国者数を上回った。その後は訪日外客数と日本人出国者数の差は広がりつつも、日本人出国者数も増加が続き、2019年にはいずれも過去最高を記録した。

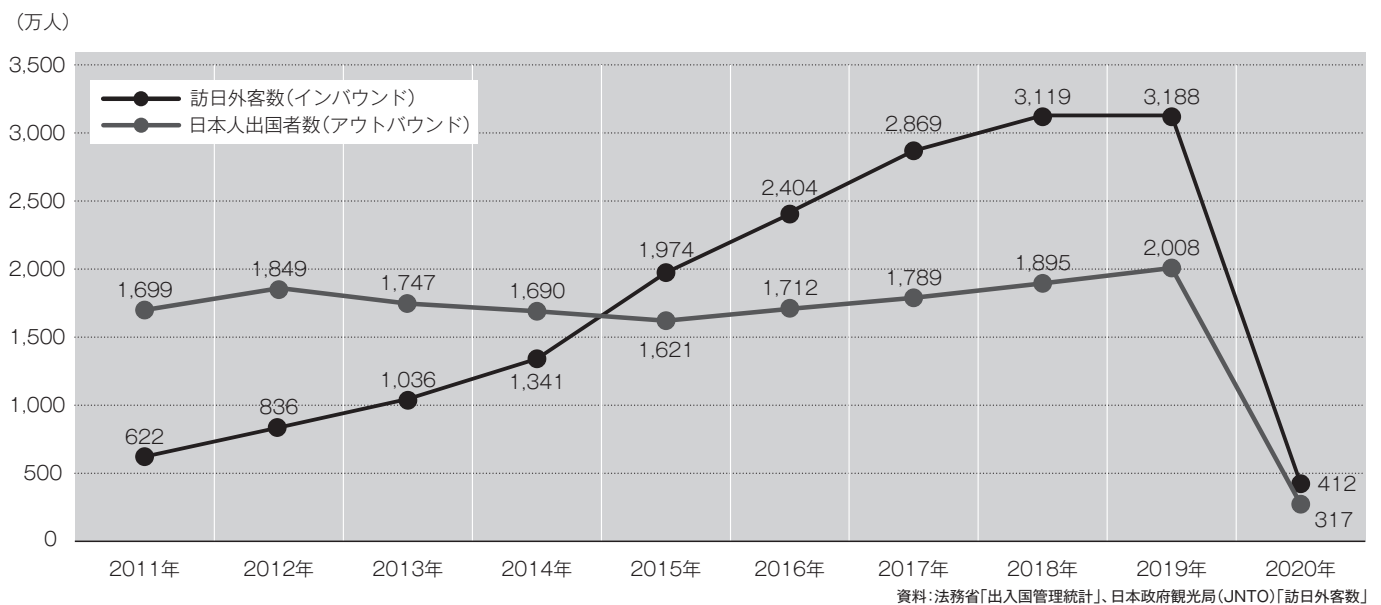
しかし、2020年は双方とも大幅に落ち込み、訪日外客数は

1998年以來の410万人台、日本人出国者数に至っては1977年以來の310万人台となった（図II-1-7）。

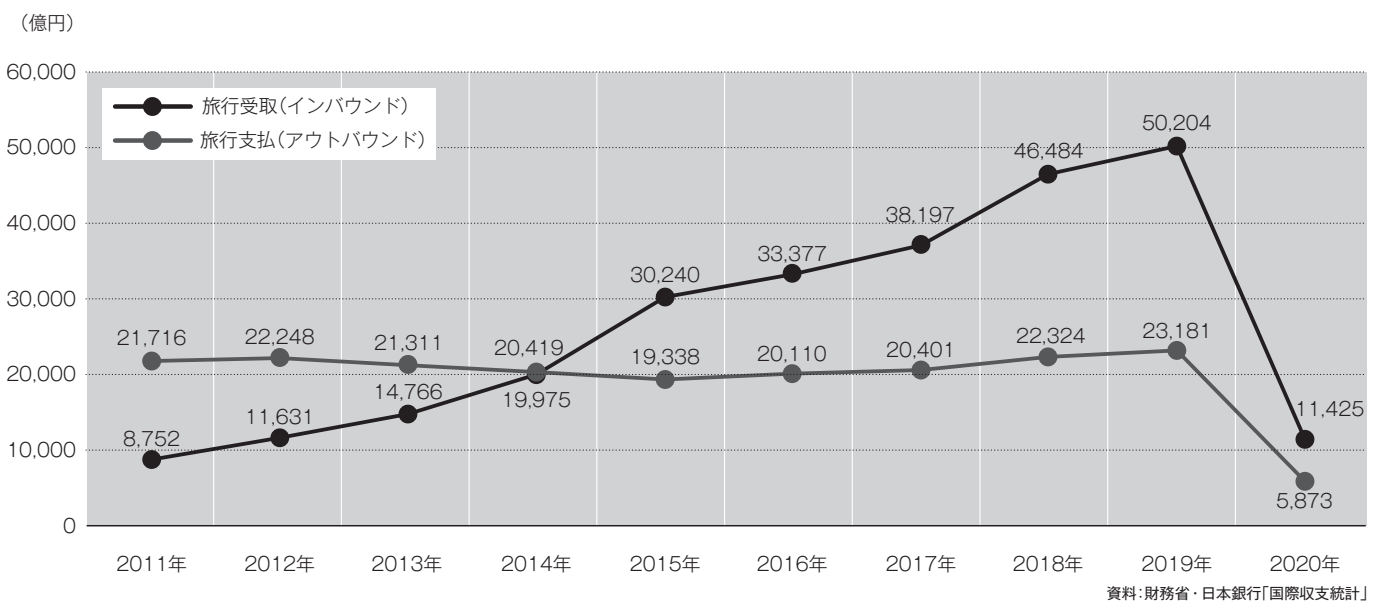
経済取引面からの視点として財務省・日本銀行「国際収支統計」を見ると、2010年には旅行支払（アウトバウンド旅行）がおおよそ2.4兆円に対して旅行受取（インバウンド旅行）がおおよそ1.2兆円と2倍の開きがあったが、2014年には両者ともおおよそ2兆円と並んだ。2015年以降は旅行受取が旅行支払を上回り、2019年は旅行支払（アウトバウンド旅行）がおおよそ2.3兆円に対して旅行受取（インバウンド旅行）がおおよそ5.0兆円と、両者の差は継続して拡大傾向にあった。2020年は旅行者数の減少に伴いいずれも大幅減となったが、旅行受取が旅行支払を上回る傾向は継続した（図II-1-8）。

（相澤 美穂子）

図II-1-7 訪日外客数および日本人出国者数の推移



図II-1-8 国際収支における旅行受取および支払の推移



2 市場別にみる訪日旅行動向

2020年の訪日外客数は  
全ての国籍・地域において7～9割の大幅減少

(1) 国籍・地域別にみる訪日旅行動向

前述のとおり、観光庁「訪日外国人消費動向調査」は新型コロナウイルス感染症の影響で、2020年4～6月期、7～9月期、10～12月期調査がいずれも中止となった。そのため、本節では、2020年1～3月期の調査結果を用いて、市場別の訪日旅行動向を記述する。

訪日外客数を国籍・地域別にみると、2020年は全ての国籍・地域で前年と比べ大きく減少しており、訪日外客数全体では87.1%減少した(表II-1-2)。

2020年の1～3月期における1人当たりの旅行支出(クルーズ

客を除く)を国籍・地域別にみると、ベトナムが最も高く26.3万円、ついで中国が25.7万円、オーストラリアが23.9万円であった。2020年1～3月期にはすでに海外を中心に新型コロナウイルス感染症の影響が出始めていたとみられ、同時期に訪日した外国人旅行者は観光・レジャー目的の訪問比率が低い傾向にある(前項参照)。その影響からか、一般的に滞在日数は長期化の傾向が見られ、中でも滞在日数が長い傾向にあるベトナムの支出の多さが目立つ結果となった。

そのほか、オーストラリア人は、スキーなどのアクティビティを楽しむ客層が多いことから、娯楽サービス費が2.8万円と高くなっている。また、中国人は2019年までの傾向と同様に、買い物代の割合が高く、10.0万円を支出している。最も旅行支出が小さいのは韓国(8.8万円)で、費目別にみても、ほぼ全ての費目において他の国籍・地域に比べて支出が小さい(表II-1-3)。

表II-1-2 訪日外客数の推移(国籍・地域別)

(単位:万人) (単位:%)

年	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021上期	2019/2018年比	2020/2019年比	2021上期/2020上期比	
訪日外客数全体	521.2	613.8	672.8	733.4	834.7	835.1	679.0	861.1	621.9	835.8	1036.4	1341.3	1973.7	2404.0	2869.1	3119.2	3188.2	411.6	9.6	2.2	△87.1	△97.6	
東アジア																							
韓国	145.9	158.8	①174.7	②117.7	③260.1	④238.2	⑤158.7	⑥244.0	⑦165.8	⑧204.3	⑨245.6	⑩275.5	⑪400.2	⑫509.0	⑬714.0	⑭753.9	⑮558.5	⑯48.8	0.8	△25.9	△91.3	△98.3	
台湾	78.5	108.1	①127.5	②130.9	③138.5	④139.0	⑤102.4	⑥126.8	⑦99.4	⑧146.6	⑨221.1	⑩283.0	⑪367.7	⑫416.8	⑬456.4	⑭475.7	⑮489.1	⑯69.4	0.3	2.8	△85.8	△99.6	
香港	26.0	30.0	29.9	35.2	43.2	55.0	45.0	50.9	36.5	48.2	74.6	92.6	152.4	183.9	223.2	220.8	229.1	34.6	0.0	3.8	△84.9	△99.9	
中国	44.9	61.6	65.3	81.2	③94.2	④100.0	⑤100.6	⑥141.3	⑦104.3	⑧142.5	⑨131.4	⑩240.9	⑪499.4	⑫637.4	⑬735.6	⑭838.0	⑮959.4	⑯106.9	⑰2.3	14.5	△88.9	△97.8	
東南アジア																							
タイ	8.0	10.5	12.0	12.6	16.7	19.2	17.8	21.5	14.5	26.1	45.4	65.8	79.7	90.2	98.7	113.2	131.9	22.0	0.1	16.5	△83.3	△99.3	
マレーシア	7.7	9.0	9.4	11.6	15.2	16.8	14.5	18.1	11.1	14.2	18.9	22.8	30.9	36.2	40.4	43.7	49.2	5.5	0.0	12.6	△88.8	△99.4	
シンガポール	6.5	7.2	7.8	8.6	10.1	10.6	9.0	11.5	8.2	13.0	17.7	25.0	30.5	39.4	44.0	46.8	50.2	7.7	0.1	7.1	△84.7	△99.1	
フィリピン	6.5	5.5	5.9	6.0	6.4	6.7	6.4	8.1	6.2	10.1	13.7	15.9	20.5	27.1	35.2	39.7	41.3	7.8	0.2	4.0	△81.2	△96.6	
インドネシア	13.8	15.5	14.0	9.6	9.0	8.2	7.1	7.7	6.3	8.5	10.8	18.4	26.8	34.8	42.4	50.4	61.3	10.9	0.3	21.7	△82.2	△97.4	
ベトナム	1.7	1.9	2.2	2.6	3.2	3.5	3.4	4.2	4.1	5.5	8.4	12.4	18.5	23.4	30.9	38.9	49.5	15.3	⑰2.2	27.3	△69.2	△80.6	
欧米・その他																							
インド	4.8	5.3	5.9	6.3	6.8	6.7	5.9	6.7	5.9	6.9	7.5	8.8	10.3	12.3	13.4	15.4	17.6	2.7	0.3	14.2	△84.7	△84.9	
英国	20.1	21.6	22.2	21.6	22.2	20.7	18.1	18.4	14.0	17.4	19.2	22.0	25.8	29.2	31.0	33.4	42.4	5.1	0.1	27.0	△88.0	△97.6	
フランス	8.5	9.6	11.1	11.8	13.8	14.8	14.1	15.1	9.5	13.0	15.5	17.9	21.4	25.3	26.9	30.5	33.6	4.3	0.1	10.3	△87.2	△97.1	
ドイツ	9.4	10.6	11.8	11.5	12.5	12.6	11.1	12.4	8.1	10.9	12.2	14.0	16.3	18.3	19.6	21.5	23.7	3.0	0.1	9.8	△87.4	△96.5	
イタリア	3.6	3.9	4.5	4.6	5.4	5.6	6.0	6.2	3.4	5.2	6.7	8.1	10.3	11.9	12.6	15.0	16.3	1.4	0.1	8.5	△91.6	△96.2	
スペイン	1.5	1.9	2.6	2.7	3.3	4.1	4.2	4.4	2.1	3.5	4.4	6.1	7.7	9.2	10.0	11.9	13.0	1.2	0.1	9.5	△91.0	△93.8	
ロシア	4.5	5.7	6.4	6.1	6.4	6.6	4.7	5.1	3.4	5.0	6.1	6.4	5.4	5.5	7.7	9.5	12.0	2.2	0.1	26.6	△81.5	△96.1	
米国	65.6	76.0	⑧82.2	⑨81.7	81.6	76.8	70.0	72.7	56.6	71.7	79.9	89.2	103.3	124.3	137.5	152.6	172.4	21.9	0.5	12.9	△87.3	△97.7	
カナダ	12.6	14.2	15.0	15.7	16.6	16.8	15.3	15.3	10.1	13.5	15.3	18.3	23.1	27.3	30.6	33.1	37.5	5.3	0.1	13.5	△85.8	△99.1	
オーストラリア	17.2	19.4	20.6	19.5	22.3	24.2	21.2	22.6	16.3	20.6	24.5	30.3	37.6	44.5	49.5	55.2	62.2	14.4	0.1	12.5	△76.9	△99.6	
その他	34.0	37.5	42.0	42.0	47.2	48.9	43.6	48.1	36.1	49.0	57.5	68.2	85.7	98.0	109.5	119.9	138.1	21.2	⑰1.8	15.2	△84.6	△90.1	

(注1)①②③は各年で旅行者数が多い国籍・地域の順位を示す。

(注2)訪日外客数は2019年までは確定値、2020年から2021年4月までは暫定値、2021年5～6月は推計値を使用している。

資料:日本政府観光局(JNTO)「訪日外客数」

表II-1-3 費目別にみる訪日外国人1人当たり旅行支出と旅行消費額(一般客(クルーズ客以外の訪日外国人)、国籍・地域別、2020年1～3月期)

(単位:円/人) (単位:億円)

国籍・地域	旅行支出総額	宿泊費	飲食費	交通費	娯楽サービス費	買物代	その他	旅行消費額
全国籍・地域	184,135	56,653	44,480	18,672	11,899	52,279	152	7,409
東アジア								
韓国	87,900	28,486	26,679	7,851	5,451	19,380	52	429
台湾	159,722	49,479	36,696	15,196	10,495	47,822	34	1,080
香港	168,544	48,931	43,876	18,193	7,374	50,092	78	575
中国	256,566	62,620	55,202	19,922	18,279	100,233	310	2,505
東南アジア								
タイ	139,715	37,959	31,642	17,780	5,199	46,928	207	307
シンガポール	182,664	67,918	46,065	23,174	8,619	36,151	736	101
マレーシア	123,935	39,305	27,451	15,238	6,020	35,921	0	95
インドネシア	153,448	47,204	30,850	22,342	12,748	40,054	249	119
フィリピン	103,287	29,124	26,111	12,584	4,778	30,673	16	112
ベトナム	263,497	96,618	73,179	18,974	14,351	59,978	396	402
欧米・その他								
インド	191,373	82,671	54,354	22,845	4,088	27,414	0	51
英国	205,332	82,677	51,375	32,891	16,521	21,816	52	104
ドイツ	192,165	88,532	47,473	27,885	8,422	19,639	215	57
フランス	189,911	72,119	44,409	26,909	16,685	29,775	13	82
イタリア	229,426	88,557	58,182	31,023	20,623	31,041	0	31
スペイン	190,762	65,016	46,980	34,480	19,960	23,501	825	22
ロシア	157,432	46,227	40,013	16,388	7,394	47,411	0	34
米国	208,402	86,792	58,355	27,028	11,409	24,668	149	456
カナダ	180,290	74,368	46,689	24,200	10,309	24,709	14	95
オーストラリア	238,826	90,015	61,835	32,014	28,020	26,942	0	341
その他	193,127	75,185	51,607	26,435	10,419	29,376	105	409

資料:観光庁「訪日外国人消費動向調査」

①韓国

2020年の韓国人出国者数は428万人で、2019年の2,871万人から85.1%の減少となった(表II-1-7)。また、2020年の訪日韓国人旅行者数は49万人(前年比91.2%減)で、出国者に占める訪日旅行者の比率は11.4%であった。

2020年1～3月期における訪日韓国人の客層についてみると、平均泊数が10.2泊、観光レジャー比率が53.8%、リピーター率が85.2%、ツアー利用率が4.9%であった(表II-1-4)。2020年1～3月期は、新型コロナウイルス感染症の影響が出始めた時期であることから、韓国の場合は他の主要国・地域に比べ、観光・レジャー比率が2019年以前とは大きく異なっており、平均泊数やリピーター率、ツアー利用率の変化にも影響したと考えられる。

また、2020年1～3月期の訪日韓国人1人当たりの平均旅行支出総額は、他の国籍・地域に比べて低い87,900円であった。買い物代の費目別購入率をみると、最も購入率が高い費目は「菓子類」の63.1%、次いで「その他食料品・飲料・たばこ」が40.1%、「医薬品」が25.9%であった。為替レートは前年に比べてやや円安傾向であった。

表II-1-4 訪日韓国人の旅行動向

	2019年	2020年
訪日韓国人旅行者数(万人)	558	49
平均泊数(泊)	5.1	10.2*
観光レジャー比率(%)	77.8	53.8*
リピーター率(%)	79.2	85.2*
ツアー利用率(%)	14.7	4.9*

\*2020年1～3月期の値

資料:観光庁「訪日外国人消費動向調査」

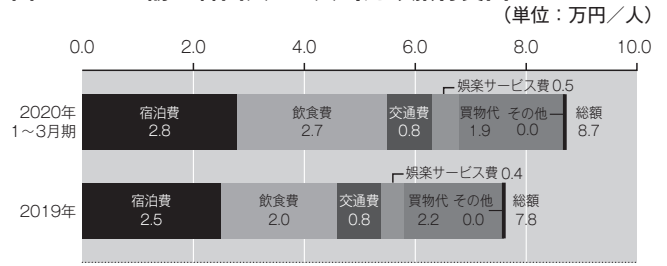
表II-1-7 韓国基本情報

年	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2024
①人口(万人)*1	4,819	4,955	4,994	5,020	5,043	5,075	5,102	5,122	5,136	5,161	5,171	5,178	5,189
②韓国人出国者数(万人)*2	1,008	1,249	1,269	1,374	1,485	1,608	1,931	2,238	2,650	2,870	2,871	428	—
③出国率(%) (②÷①)	20.9	25.2	25.4	27.4	29.4	31.7	37.9	43.7	51.6	55.6	55.5	8.3	—
④訪日韓国人旅行者数(万人)*3	174.7	244.0	165.8	204.3	245.6	275.5	400.2	509.0	714.0	753.9	558.5	48.8	—
⑤出国者に占める訪日旅行者比率(④÷②)	17.3	19.5	13.1	14.9	16.5	17.1	20.7	22.7	26.9	26.3	19.4	11.4	—
⑥為替レート(100円/韓国ウォン)*1	10.8	7.6	7.2	7.1	8.9	10.0	10.7	9.4	9.9	10.0	9.4	9.0	—
⑦GDP成長率(%)※1	4.3	6.8	3.7	2.4	3.2	3.2	2.8	2.9	3.2	2.9	2.0	△1.0	—
⑧一人当たりGDP(米ドル)*1	19,398	23,077	25,100	25,459	27,180	29,253	28,737	29,274	31,601	33,433	31,846	31,497	—

(注) 斜体は推計値

資料:IMF(※1)、KTO(※2)、JNTO(※3)

図II-1-9 訪日韓国人の1人当たり旅行支出



資料:観光庁「訪日外国人消費動向調査」

表II-1-5 費目別購入率及び購入者単価(韓国, 2020年1～3月期)

購入率順位	費目	購入率(%)	購入者単価(円/人)
1位	菓子類	63.1	5,257
2位	その他食料品・飲料・たばこ	40.4	6,233
3位	医薬品	25.9	7,260
4位	酒類	20.0	9,674
5位	衣類	18.6	16,024
6位	化粧品・香水	17.1	7,369
7位	健康グッズ・トイレットリー	7.7	5,645
8位	靴・かばん・革製品	6.7	24,822
9位	生鮮農産物	3.6	48,046
10位	民芸品・伝統工芸品	3.4	7,292

資料:観光庁「訪日外国人消費動向調査」

表II-1-6 アジア各国・地域への韓国人訪問者数

訪問先	基準	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年
日本	NFV	275.5	400.2	509.0	714.0	753.9	558.5
台湾	RFV	52.8	65.9	88.4	105.5	101.9	124.3
香港	RFV	89.5	93.3	107.2	116.1	111.6	78.0
中国	NFV	418.2	444.4	477.5	386.4	419.3	—
タイ	NFT	110.9	135.9	145.0	170.9	179.6	188.8
シンガポール	RFV	53.7	57.7	56.7	63.1	62.9	64.6
マレーシア	NFV	38.6	42.1	44.4	48.5	61.7	67.3
インドネシア	RFT	35.2	37.6	38.7	—	35.9	38.8
フィリピン	RFT	117.5	134.0	147.5	160.8	158.8	198.9
ベトナム	RFV	84.8	111.3	154.4	241.5	348.5	429.1
カンボジア	RFT	42.4	39.5	35.7	34.5	30.2	25.5

資料:日本政府観光局(JNTO)「日本の国際観光統計(2019)」  
(注) [N]国籍別統計、[R]居住地別統計/[F]国境到着者数/[V]日帰りを含む旅行者数、  
[T]宿泊を伴った旅行者数

②台湾

2020年における台湾人出国者数は234万人で、2019年の1,710万人から86.3%の減少となった(表II-1-11)。また、2020年の訪日台湾人旅行者数は69万人(前年比85.9%減)で、出国者に占める訪日旅行者の比率は29.7%であった。台湾人旅行者の方面別旅行先をみると、2015年以降日本が1位となっており、新型コロナウイルス感染症の影響があった2020年についても、日本への旅行者数が最も多い結果となった。

2020年1～3月期における訪日台湾人旅行者の客層についてみると、平均泊数は14.5泊、観光レジャー比率は84.3%、リピーター率は90.4%、ツアー利用率は27.2%であった(表II-1-8)。訪日台湾人旅行者はほかの国籍・地域と比較してツアー利用率が高い傾向にあったが、2020年1～3月期はFIT比率が高かった。

2020年1～3月期の訪日台湾人旅行者1人当たりの旅行支出は159,722円であった。また、買い物代の費目別の購入率についてみると、最も購入率が高いのは「菓子類」で72.7%、次いで「医薬品」が51.5%、「その他食料品・飲料・たばこ」が33.6%であった。

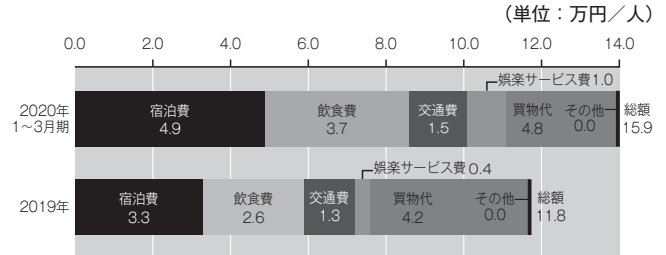
表II-1-8 訪日台湾人の旅行動向

	2019年	2020年
訪日台湾人旅行者数(万人)	489	69
平均泊数(泊)	6.1	14.5*
観光レジャー比率(%)	88.5	84.3*
リピーター率(%)	86.8	90.4*
ツアー利用率(%)	34.7	27.2*

\*2020年1～3月期の値

資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

図II-1-10 訪日台湾人の1人当たり旅行支出



資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

表II-1-9 費目別購入率及び購入者単価(台湾、2020年1～3月期)

購入率順位	費目	購入率(%)	購入者単価(円/人)
1位	菓子類	72.7	8,788
2位	医薬品	51.5	16,858
3位	その他食料品・飲料・たばこ	33.6	9,581
4位	衣類	33.4	22,237
5位	化粧品・香水	32.8	15,175
6位	健康グッズ・トイレットリー	24.2	12,949
7位	靴・かばん・革製品	22.8	27,074
8位	酒類	18.5	8,642
9位	生鮮農産物	10.0	9,142
10位	電気製品(デジタルカメラ/PC/家電等)	9.7	23,556

資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

表II-1-10 方面別台湾人旅行者数

	2016年			2017年			2018年			2019年			2020年		
	国・地域	人数(万人)	前年比(%)	国・地域	人数(万人)	前年比(%)	国・地域	人数(万人)	前年比(%)	国・地域	人数(万人)	前年比(%)	国・地域	人数(万人)	前年比(%)
1位	日本	429.5	13.1	日本	461.6	7.5	日本	482.6	4.6	日本	491.2	1.8	日本	69.8	△85.8
2位	中国	368.5	8.3	中国	392.8	6.6	中国	417.3	6.2	中国	404.4	△3.1	中国	41.5	△89.7
3位	香港	190.3	△5.3	香港	177.3	△6.8	香港	169.6	△4.3	香港	167.6	△1.2	香港	16.4	△86.4
4位	韓国	80.8	61.7	韓国	88.9	9.9	韓国	108.7	22.3	韓国	120.9	11.3	韓国	15.8	△81.4
5位	マカオ	59.9	13.6	マカオ	58.9	△1.6	タイ	67.9	22.6	ベトナム	85.3	29.5	ベトナム	15.8	△90.6

(注) 出発地側の発表データであり、到着地側が公表している各国・地域の到着者数とは一致しない。

資料：台湾交通部観光局

表II-1-11 台湾基本情報

年	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2024
①人口(万人)*1	2,277	2,316	2,323	2,332	2,337	2,343	2,349	2,354	2,357	2,359	2,360	2,362	2,367
②台湾人出国者数(万人)*2	821	942	958	1,024	1,105	1,184	1,318	1,459	1,565	1,664	1,710	234	—
③出国率(%) (②÷①)	36.0	40.6	41.3	43.9	47.3	50.5	56.1	62.0	66.4	70.6	72.5	9.9	—
④訪日台湾人旅行者数(万人)*3	127.5	126.8	99.4	146.6	221.1	283.0	367.7	416.8	456.4	475.7	489.1	69.4	—
⑤出国者に占める訪日旅行者比率(④÷②)	15.5	13.5	10.4	14.3	20.0	23.9	27.9	28.6	29.2	28.6	28.6	29.7	—
⑥為替レート(円/台湾ドル)*1 *4	3.4	2.8	2.7	2.7	3.3	3.5	3.8	3.4	3.7	3.7	3.5	3.6	—
⑦GDP成長率(%) *1	5.4	10.2	3.7	2.2	2.5	4.7	1.5	2.2	3.3	2.8	3.0	3.1	—
⑧一人当たりGDP(米ドル)*1	16,427	19,181	20,839	21,256	21,945	22,844	22,753	23,071	25,062	25,826	25,936	28,306	—

(注) 斜体は推計値

資料：IMF(\*1)、台湾交通部観光局(\*2)、JNTO(\*3)、FRB(\*4)

### ③香港

香港人の2018年における出国者数は9,221万人で、近年はやや高止まり傾向にあったものの、人口に対する出国率が非常に高い状態が続いていた。2021年9月現在、2019、2020年の香港人出国者数は未発表であるものの、新型コロナウイルス感染症の影響により、他の国・地域と同様に大きく減少したと考えられる。2020年の訪日香港人旅行者数は35万人で、2019年の229万人と比較し84.7%の減少となった。

2020年1～3月期における訪日香港人旅行者の客層についてみると、平均泊数は7.7泊、観光レジャー比率は91.8%、リピーター率は89.3%、ツアー利用率は11.0%であった。訪日香港人旅行者の特徴は、他の国籍・地域に比べ観光レジャー比率とリピーター率が高いことであるが、2020年1～3月期のデータからもその傾向が継続していることが伺える。また、2020年1～3月期のツアー利用率は11.0%となっており、個人旅行で訪問した割合が多い結果となった。

2020年1～3月期における訪日香港人1人当たりの旅行支出総額は、168,544円であった。他の国籍・地域に比べて1泊当たりの滞在費(宿泊費・飲食費)が高い点が香港の特徴である(図II-1-11)。買物代の費目別購入率をみると、最も購入率が高いのは「菓子類」で64.2%、次いで「医薬品」が49.9%、「衣類」が41.0%であった。他の国籍・地域と比べ、衣類の購入率が高いことも香港人旅行者の特徴であると言える。

表II-1-12 訪日香港人の旅行動向

	2019年	2020年
訪日香港人旅行者数(万人)	229	35
平均泊数(泊)	6.1	7.7*
観光レジャー比率(%)	91.6	91.8*
リピーター率(%)	88.1	89.3*
ツアー利用率(%)	21.1	11.0*

\*2020年1～3月期の値

資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

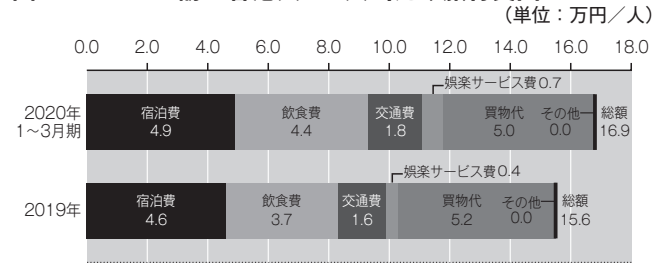
表II-1-15 香港基本情報

年	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2024
①人口(万人)*1	684	705	711	717	721	725	731	738	741	749	752	747	765
②香港人出国者数(万人)*2	7,230	8,444	8,482	8,528	8,441	8,452	8,908	9,176	9,134	9,221	—	—	—
③出国率(%) (②÷①)	1057.3	1197.4	1192.9	1189.2	1170.6	1165.3	1218.6	1243.9	1232.2	1231.8	—	—	—
④訪日香港人旅行者数(万人)*2	29.9	50.9	36.5	48.2	74.6	92.6	152.4	183.9	223.2	220.8	229.1	34.6	—
⑤出国者に占める訪日旅行者比率 (④÷②)	0.4	0.6	0.4	0.6	0.9	1.1	1.7	2.0	2.4	2.4	—	—	—
⑥為替レート(円/香港ドル)*1*3	14.2	11.3	10.2	10.3	12.6	13.6	15.6	14.0	14.4	14.1	13.9	13.9	—
⑦GDP成長率(%)*1	7.4	6.8	4.8	1.7	3.1	2.8	2.4	2.2	3.8	2.8	△1.2	△6.1	—
⑧一人当たりGDP(米ドル)*1	26,552	32,421	34,955	36,624	38,233	40,185	42,325	43,491	46,032	48,313	48,626	46,753	—

(注) 斜体は推計値

資料：IMF(※1)、JNTO(※2)、FRB(※3)

図II-1-11 訪日香港人の1人当たり旅行支出



資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

表II-1-13 費目別購入率及び購入者単価(香港、2020年1～3月期)

購入率順位	費目	購入率(%)	購入者単価(円/人)
1位	菓子類	64.2	8,468
2位	医薬品	49.9	11,950
3位	衣類	41.0	22,146
4位	化粧品・香水	36.1	15,119
5位	その他食料品・飲料・たばこ	33.2	9,115
6位	健康グッズ・トイレットリー	27.9	13,899
7位	靴・かばん・革製品	27.4	33,184
8位	酒類	14.3	13,872
9位	生鮮農産物	12.2	6,458
10位	本・雑誌・ガイドブックなど	6.4	6,474

資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

表II-1-14 アジア各国・地域への香港人訪問者数

訪問先	基準	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年
日本	NFV	92.6	152.4	183.9	223.2	220.8	229.1
韓国	NFV	55.8	52.3	65.1	65.8	68.4	69.5
台湾	RFV	137.6	151.4	161.5	169.2	165.4	175.8
中国	NFV	7,613.2	7,944.8	8,105.9	7,979.6	—	8,050.0
タイ	NFT	48.3	67.0	75.1	82.1	101.6	104.5
シンガポール	RFV	63.1	61.0	53.8	46.6	47.3	48.9
マレーシア	NFV	0.1	0.1	—	—	—	—
インドネシア	RFT	9.5	9.4	10.1	9.8	9.1	5.0
フィリピン	RFT	11.4	12.2	11.6	11.1	11.8	9.2
ベトナム	RFV	1.5	—	3.5	4.8	6.2	5.2
カンボジア	RFT	1.0	1.5	1.6	1.3	1.2	0.2

資料：日本政府観光局(JNTO)「日本の国際観光統計(2019)」

(注) [N] 国籍別統計、[R] 居住地別統計 / [F] 国境到着者数 / [V] 日帰りを含む旅行者数、[T] 宿泊を伴った旅行者数

④中国

中国人の出国者数は近年継続的に増加しており、2019年には1億6,921万人にのぼっていた(表Ⅱ-1-19)。2021年9月現在、2020年の中国人出国者数は未発表であるものの、新型コロナウイルス感染症の影響により、他の国籍・地域と同様に大きく減少したと考えられる。訪日中国人旅行者数については、2020年は107万人で、2019年の959万人と比較し88.8%の減少となった(表Ⅱ-1-16)。

2020年1～3月期における訪日中国人旅行者の客層をみると、平均泊数が23.0泊、観光レジャー比率が75.8%、リピーター率が67.7%、ツアー利用率が14.4%であった(表Ⅱ-1-16)。ツアー利用率が高いのが中国人観光客の特徴であるが、2020年1～3月期においては個人旅行で訪問した割合が2019年と比較して多い結果となった。

2020年1～3月期における訪日中国人旅行者1人当たりの旅行支出は256,566円であった。訪日中国人旅行者の特徴として、買い物代への支出比率が高いことが挙げられるが、2020年1～3月期においては、平均泊数が長期化していることから、宿泊費、飲食費、娯楽サービス費への支出も多くなっている(図Ⅱ-1-12)。買い物代の費目別購入率をみると、最も購入率が高いのが「化粧品・香水」で72.1%、次いで「菓子類」が68.3%、「医薬品」が46.8%であった。特に「化粧品・香水」は購入者単価も4.4万円と他の国籍・地域と比較して高い。為替レートは、2015年以降円高傾向が続いている。

表Ⅱ-1-16 訪日中国人の旅行動向

	2019年	2020年
訪日中国人旅行者数(万人)	959	107
平均泊数(泊)	7.5	23.0*
観光レジャー比率(%)	84.2	75.8*
リピーター率(%)	50.0	67.7*
ツアー利用率(%)	34.0	14.4*

※2020年1～3月期の値

資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

表Ⅱ-1-19 中国基本情報

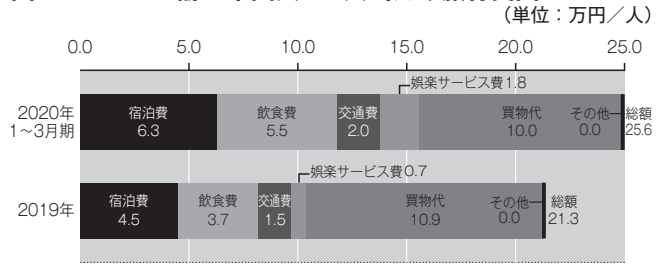
年	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2024
①人口(万人) <sup>※1</sup>	130,756	134,091	134,735	135,404	136,072	136,782	137,462	138,271	139,008	139,538	140,005	140,433	141,624
②中国人出国者数(万人) <sup>※2</sup>	3,103	5,739	7,025	8,318	9,819	11,659	12,786	13,513	14,273	16,199	16,921	—	—
③出国率(%) (②÷①)	2.4	4.3	5.2	6.1	7.2	8.5	9.3	9.8	10.3	11.6	12.1	—	—
④訪日中国人旅行者数(万人) <sup>※3</sup>	65.3	141.3	104.3	142.5	131.4	240.9	499.4	637.4	735.6	838.0	959.4	106.9	—
⑤出国者に占める訪日旅行者比率(④÷②)	2.1	2.5	1.5	1.7	1.3	2.1	3.9	4.7	5.2	5.2	5.7	—	—
⑥為替レート(円/中国元) <sup>※1</sup>	13.5	13.0	12.3	12.6	15.8	17.2	19.5	16.4	16.6	16.7	15.8	15.4	—
⑦GDP成長率(%) <sup>※1</sup>	11.3	10.8	9.5	7.9	7.8	7.4	7.0	6.9	6.9	6.7	5.8	2.3	—
⑧一人当たりGDP(米ドル) <sup>※1</sup>	1,751	4,500	5,561	6,307	7,073	7,694	8,085	8,120	8,823	9,920	10,243	10,484	—

(注1) 斜体は推計値

(注2) ②中国人出国者数は香港・マカオへの出国者を含むが、日帰りは含んでいない。

資料：IMF(※1)、中国国家統計局(※2)、JNTO(※3)

図Ⅱ-1-12 訪日中国人の1人当たり旅行支出



資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

表Ⅱ-1-17 費目別購入率及び購入者単価(中国、2020年1～3月期)

購入率順位	費目	購入率(%)	購入者単価(円/人)
1位	化粧品・香水	72.1	44,066
2位	菓子類	68.3	11,118
3位	医薬品	46.8	20,007
4位	衣類	38.6	36,320
5位	その他食料品・飲料・たばこ	30.7	13,760
6位	健康グッズ・トイレットリー	26.6	15,918
7位	靴・かばん・革製品	23.1	39,408
8位	酒類	14.5	13,069
9位	電気製品(デジタルカメラ/PC/家電等)	12.3	31,076
10位	民芸品・伝統工芸品	6.9	16,496

資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

表Ⅱ-1-18 アジア各国・地域への中国人訪問者数

訪問先	基準	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年
日本	NFV	240.9	499.4	637.4	735.6	838.0	959.4
韓国	NFV	612.7	598.4	806.8	416.9	479.0	602.3
台湾	RFV	398.7	418.4	351.2	273.3	269.6	271.4
香港	RFV	1,907.7	1,799.7	1,736.5	1,852.6	1,990.2	1,622.7
タイ	NFV	463.6	793.7	875.8	980.6	1,053.4	1,099.5
シンガポール	RFV	172.2	210.6	286.4	322.8	341.8	362.7
マレーシア	NFV	161.3	167.7	212.5	228.1	294.4	311.4
インドネシア	RFV	105.3	124.9	155.7	209.3	213.9	207.2
フィリピン	RFV	394.6	49.1	67.6	96.8	125.5	174.3
ベトナム	RFV	194.7	178.1	269.7	400.8	496.6	580.6
カンボジア	RFV	56.0	69.5	83.0	121.1	202.4	236.2

資料：日本政府観光局(JNTO)「日本の国際観光統計(2019)」  
(注) [N] 国籍別統計、[R] 居住地別統計 / [F] 国境到着者数 / [V] 日帰りを含む旅行者数、  
[T] 宿泊を伴った旅行者数

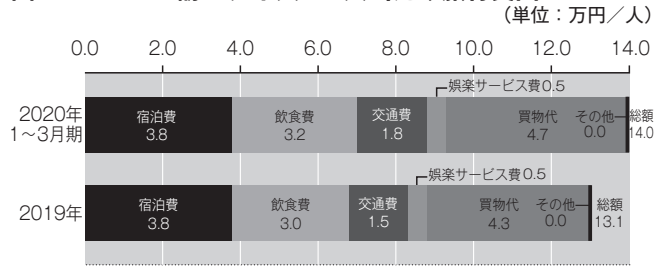
⑤タイ

タイ人の出国者数および出国率は2010年以降継続的に増加しており、2018年時点で996万人(出国率14.3%)であった。2021年9月現在、2020年のタイ人出国者数は未発表であるものの、新型コロナウイルス感染症の影響により、他の国・地域と同様に大きく減少したと考えられる。訪日タイ人旅行者数については、2020年は22万人で、2019年の132万人と比較し83.3%の減少となった。

2020年1～3月期における訪日タイ人旅行者の客層をみると、平均泊数は9.3泊、観光レジャー比率は73.9%、リピーター率は74.5%、ツアー利用率は24.7%であった。

また、2020年1～3月期における訪日タイ人旅行者1人当たりの旅行支出は139,715円であった(図II-1-13)。買い物代の費目別購入率をみると、最も購入率が高いのは「菓子類」で81.0%、次いで「衣類」が39.8%、「化粧品・香水」が37.2%であった。購入者単価についても、「菓子類」は11,319円と他の国籍・地域と比較して高いことがわかる(表II-1-21)。

図II-1-13 訪日タイ人の1人当たり旅行支出



資料:観光庁「訪日外国人消費動向調査」

表II-1-21 費目別購入率及び購入者単価(タイ、2020年1～3月期)

購入率順位	費目	購入率(%)	購入者単価(円/人)
1位	菓子類	81.0	11,319
2位	衣類	39.8	14,703
3位	化粧品・香水	37.2	18,113
4位	靴・かばん・革製品	33.6	39,473
5位	その他食料品・飲料・たばこ	33.0	8,962
6位	酒類	16.9	8,038
7位	医薬品	10.2	11,155
8位	生鮮農産物	8.8	8,124
9位	健康グッズ・トイレットリー	8.3	16,132
10位	電気製品(デジタルカメラ/PC/家電等)	4.6	20,537

資料:観光庁「訪日外国人消費動向調査」

表II-1-20 訪日タイ人の旅行動向

	2019年	2020年
訪日タイ人旅行者数(万人)	132	22
平均泊数(泊)	8.8	9.3*
観光レジャー比率(%)	77.2	73.9*
リピーター率(%)	72.2	74.5*
ツアー利用率(%)	28.9	24.7*

※2020年1～3月期の値

資料:観光庁「訪日外国人消費動向調査」

表II-1-22 アジア各国・地域へのタイ人訪問者数

(単位:万人)

訪問先	基準	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年
日本	NFV	65.8	79.7	90.2	98.7	113.2	131.9
韓国	NFV	46.7	37.2	47.0	49.9	55.9	57.2
台湾	RFV	10.5	12.4	19.6	29.3	32.0	41.4
香港	RFV	39.5	41.1	45.5	43.0	45.0	35.3
中国	NFV	61.3	94.1	74.9	77.6	83.3	—
シンガポール	RFV	50.7	51.6	54.7	53.1	54.6	52.8
マレーシア	NFV	129.9	134.4	178.1	183.7	191.5	188.4
インドネシア	RFT	11.4	12.1	12.5	13.8	12.4	13.7
フィリピン	RFT	4.6	4.4	4.8	4.9	6.0	6.1
ベトナム	RFV	24.7	21.5	26.7	30.2	34.9	51.0
カンボジア	RFT	27.9	35.0	39.8	39.5	38.2	46.6

資料:日本政府観光局(JNTO)「日本の国際観光統計(2019)」

(注) [N] 国籍別統計、[R] 居住地別統計 / [F] 国境到着者数 / [V] 日帰りを含む旅行者数、  
[T] 宿泊を伴った旅行者数

表II-1-23 タイ基本情報

年	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2024
①人口(万人)*1	6,542	6,720	6,752	6,784	6,815	6,844	6,872	6,897	6,921	6,943	6,963	6,980	7,027
②タイ人出国者数(万人)*2	305	534	540	572	597	644	679	820	896	996	—	—	—
③出国率(%) (②÷①)	4.7	7.9	8.0	8.4	8.8	9.4	9.9	11.9	13.0	14.3	—	—	—
④訪日タイ人旅行者数(万人)*2	12.0	21.5	14.5	26.1	45.4	65.8	79.7	90.2	98.7	113.2	131.9	22.0	—
⑤出国者に占める訪日旅行者比率 (④÷②)	3.9	4.0	2.7	4.6	7.6	10.2	11.7	11.0	11.0	11.4	—	—	—
⑥為替レート(円/バーツ)*1	2.7	2.8	2.6	2.6	3.2	3.3	3.5	3.1	3.3	3.4	3.5	3.4	—
⑦GDP成長率(%)*1	4.2	7.5	0.8	7.2	2.7	1.0	3.1	3.4	4.2	4.2	2.3	△6.1	—
⑧一人当たりGDP(米ドル)*1	2,890	5,074	5,494	5,863	6,169	5,952	5,838	5,995	6,596	7,294	7,815	7,190	—

(注1) 斜体は推計値

(注2) ②タイ人出国者数は日帰りを含んでいない

資料:IMF(\*1)、JNTO(\*2)



⑥米国

2020年の米国人出国者数は1,559万人で、2019年の6,010万人から74.0%の減少となった(表II-1-7)。新型コロナウイルスの影響で大きく出国者数が減少したものの、他の国籍・地域に比べ減少幅はやや小さいことがわかる(表II-1-26)。米国人出国者のうち日本への出国者数は近年増加しており、2018年から2019年にかけては19%増加するなど好調であったが、2020年の訪日米国人旅行者数についてみると、22万人(前年比87.2%減)で、出国者に占める訪日旅行者の比率は1.4%となり、過去15年間で最も低い割合となった(表II-1-26)。

2020年1～3月期における訪日米国人の客層についてみると、平均泊数は15.8泊、観光レジャー比率は50.4%、リピーター率は51.4%、ツアー利用率は7.2%であった(表II-1-24)。2019年のデータに対して、平均泊数はやや長い傾向がみられるが、観光・レジャー比率やリピーター率、ツアー利用率についてはほぼ同じ傾向であった。

2020年1～3月期における訪日米国人1人当たりの旅行支出は208,402円であった(図II-1-14)。

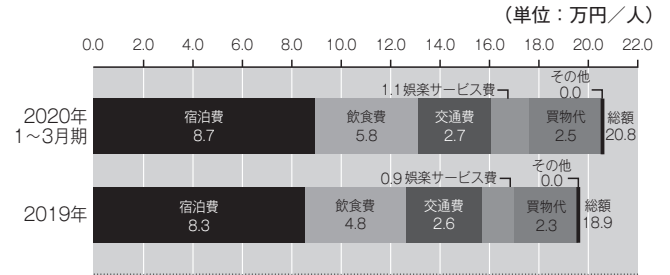
表II-1-24 訪日米国人の旅行動向

	2019年	2020年
訪日米国人旅行者数(万人)	172	22
平均泊数(泊)	12.4	15.8*
観光レジャー比率(%)	52.3	50.4*
リピーター率(%)	48.1	51.4*
ツアー利用率(%)	8.2	7.2*

※2020年1～3月期の値

資料:観光庁「訪日外国人消費動向調査」

図II-1-14 訪日米国人の1人当たり旅行支出



資料:観光庁「訪日外国人消費動向調査」

表II-1-25 方面別米国人旅行者数

	2015年				2016年				2017年				2018年				2019年			
	国・地域	人数(万人)	前年比(%)	順位	国・地域	人数(万人)	前年比(%)	順位	国・地域	人数(万人)	前年比(%)	順位	国・地域	人数(万人)	前年比(%)	順位	国・地域	人数(万人)	前年比(%)	順位
1位	メキシコ(空路のみ)	799.4	15	1位	メキシコ(空路のみ)	893.4	12	1位	メキシコ(空路のみ)	981.1	10	1位	メキシコ(空路のみ)	1,007.5	3	1位	メキシコ(空路のみ)	1,015.8	1	
2位	カナダ(空路のみ)	363.4	6	2位	カナダ(空路のみ)	451.6	17	2位	カナダ(空路のみ)	481.6	7	2位	カナダ(空路のみ)	459.2	△4	2位	カナダ(空路のみ)	513.4	12	
3位	英国	288.5	2	3位	英国	319.7	11	3位	英国	375.6	17	3位	英国	392.7	5	3位	英国	394.3	0	
4位	ドミニカ共和国	278.7	3	4位	ドミニカ共和国	270.6	△3	4位	ドミニカ共和国	272.1	1	4位	フランス	300.8	14	4位	イタリア	318.1	9	
5位	フランス	236.1	11	5位	イタリア	221.4	9	5位	フランス	264.5	21	5位	イタリア	292.4	25	5位	フランス	313.7	4	
14位	日本	88.5	11	14位	日本	98.4	14	11位	日本	115.0	17	14位	日本	117.0	2	11位	日本	138.9	19	

アジア

	2015年				2016年				2017年				2018年				2019年			
	国・地域	人数(万人)	前年比(%)	順位	国・地域	人数(万人)	前年比(%)	順位	国・地域	人数(万人)	前年比(%)	順位	国・地域	人数(万人)	前年比(%)	順位	国・地域	人数(万人)	前年比(%)	順位
1位	中国	121.3	7	1位	中国	130.0	7	1位	中国	138.0	6	1位	中国	158.7	15	1位	中国	156.8	△1	
2位	インド	108.2	0	2位	インド	119.5	10	2位	日本	115.0	17	2位	インド	125.3	13	2位	日本	138.9	19	
3位	日本	88.5	11	3位	日本	98.4	11	3位	インド	111.1	△7	3位	日本	117.0	2	3位	インド	134.4	7	
4位	フィリピン	82.0	16	4位	フィリピン	91.4	11	4位	フィリピン	84.3	△8	4位	フィリピン	91.9	9	4位	フィリピン	94.1	2	
5位	香港	55.7	7	5位	香港	56.2	1	5位	香港	57.5	2	5位	韓国	71.0	32	5位	韓国	71.7	1	

資料:U.S. Department of Commerce, International Trade Administration, National Travel & Tourism Office

(注) 出発地側の発表データであり、到着地側が公表している各国の到着者数とは一致しない。

表II-1-26 米国基本情報

年	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2024
①人口(万人)*1	29,612	30,973	31,192	31,412	31,627	31,854	32,082	32,310	32,514	32,688	32,846	33,009	33,773
②米国人出国者数(万人)*2	3,837	3,736	3,601	3,787	3,846	4,113	4,464	4,859	5,295	5,643	6,010	1,559	—
③出国率(%) (②÷①)	13.0	12.1	11.5	12.1	12.2	12.9	13.9	15.0	16.3	17.3	18.3	4.7	—
④訪日米国人旅行者数(万人)*3	82.2	72.7	56.6	71.7	79.9	89.2	103.3	124.3	137.5	152.6	172.4	21.9	—
⑤出国者に占める訪日旅行者比率 (④÷②)	2.1	1.9	1.6	1.9	2.1	2.2	2.3	2.6	2.6	2.7	2.9	1.4	—
⑥為替レート(円/米ドル)*1	110.2	87.8	79.8	79.8	97.7	105.6	121.1	108.7	112.1	110.4	109.0	108.2	—
⑦GDP成長率(%)*1	3.5	2.6	1.6	2.2	1.8	2.5	3.1	1.7	2.3	3.0	2.2	△3.5	—
⑧一人当たりGDP(米ドル)*1	44,026	48,403	49,829	51,563	53,072	55,025	56,849	58,017	60,106	63,056	65,254	63,416	—

(注1) 斜体は推計値

資料:IMF(\*1)、U.S. Department of Commerce, International Trade Administration (\*2)、JNTO(\*3)

(注2) ②米国人出国者数はメキシコやカナダへの陸路による出国者数を除いた数値

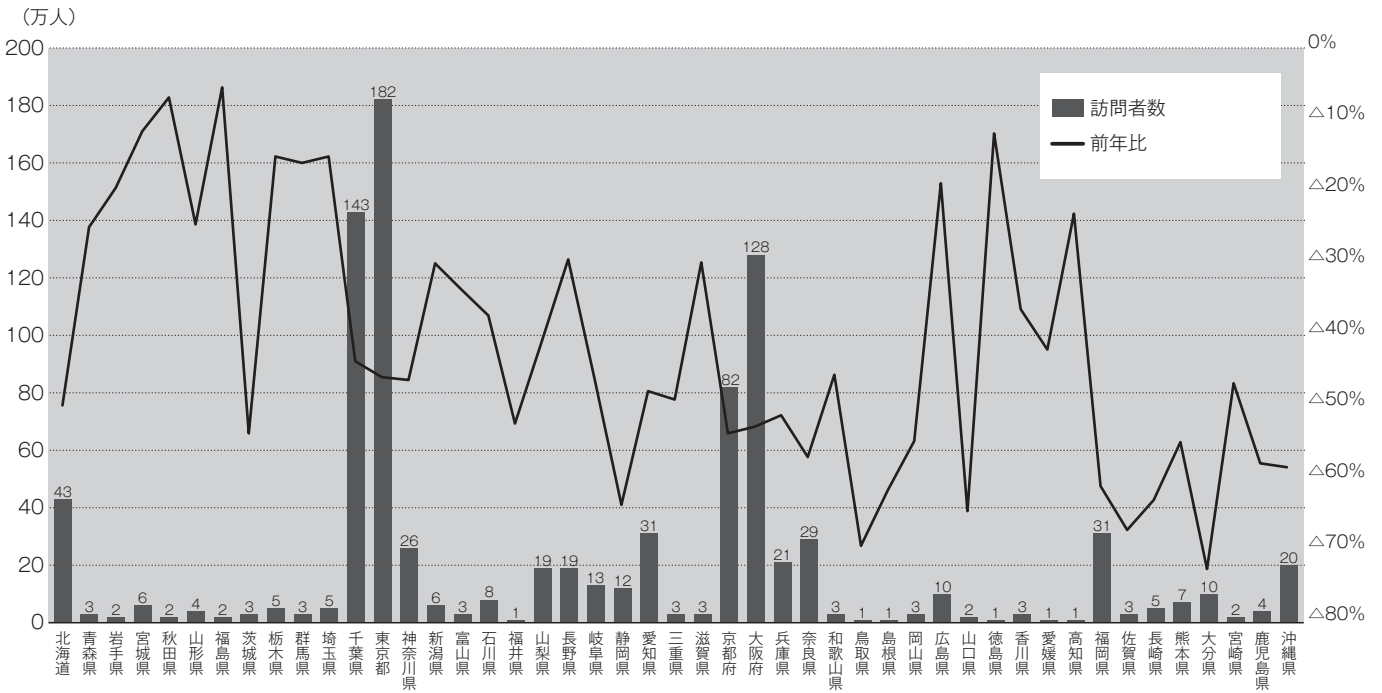
(2) 都道府県別にみる訪日旅行動向

① 訪問者数

2020年1～3月期における訪日外国人の都道府県別訪問者数をみると、東京都(181.6万人)や千葉県(143.4万人)、大阪府(127.7万人)、京都府(82.3万人)で特に多い。次いで、北海道が42.7万人、愛知県が31.1万人、福岡県が30.6万人であった。

都道府県別訪問者数の前年比(2019年1～3月期との比較)をみると、全ての都道府県で減少したが、もともと来訪者数の少ない東北や、中国、四国地方での減少幅が小さくなっている。また、韓国人訪問者数の比率が高い九州地方や山口県などは大きく減少しており、最も減少幅が大きかったのは大分県で、前年比72.9%減であった。

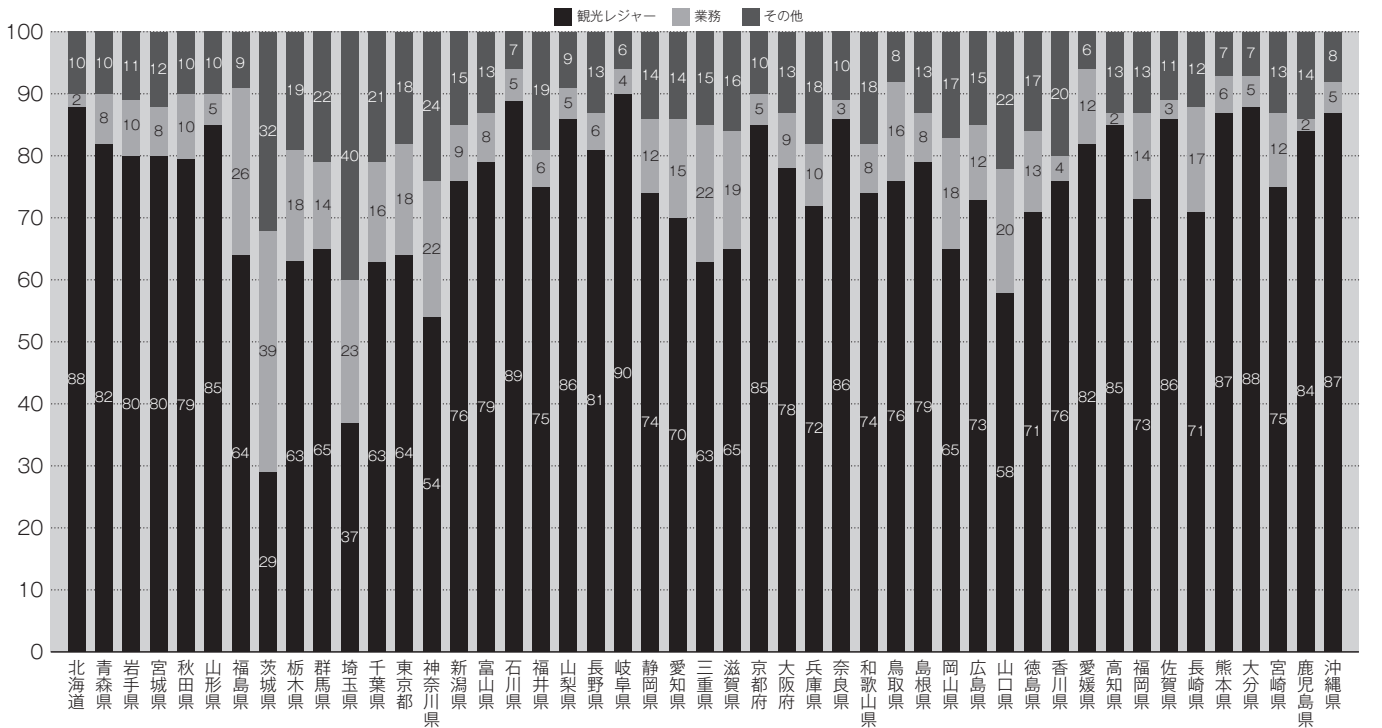
図Ⅱ-1-15 都道府県別訪日外国人訪問者数(2020年1～3月期)



資料:観光庁「訪日外国人消費動向調査」

図Ⅱ-1-16 都道府県別訪日外国人訪問者の主な旅行目的(2020年1～3月期)

(単位:%)



資料:観光庁「訪日外国人消費動向調査」

②主な旅行目的

2020年1～3月期に各都道府県を訪問した外国人旅行者の主な旅行目的をみると、多くの都道府県で「観光・レジャー」目的客の比率が7～9割を占めている。一方で、茨城県や埼玉県では、「業務」目的や留学などを含む「その他」目的が多く、「観光・レジャー」目的は3～4割程度となっている(図II-1-16)。

③旅行消費額

2020年1～3月期における都道府県別の訪日外国人旅行消費額は、東京都が圧倒的に高く2,097億円、次いで大阪府が1,246億円であった(図II-1-17)。

④国籍・地域比率(訪日外国人観光客)

2020年1～3月期に各都道府県を訪問した外国人旅行者のうち、「観光・レジャー」目的客(以下、訪日外国人観光客)のみに絞って、国籍・地域別比率を示す(図II-1-18)。

東アジアは国籍・地域によって訪問地が大きく異なり、全国

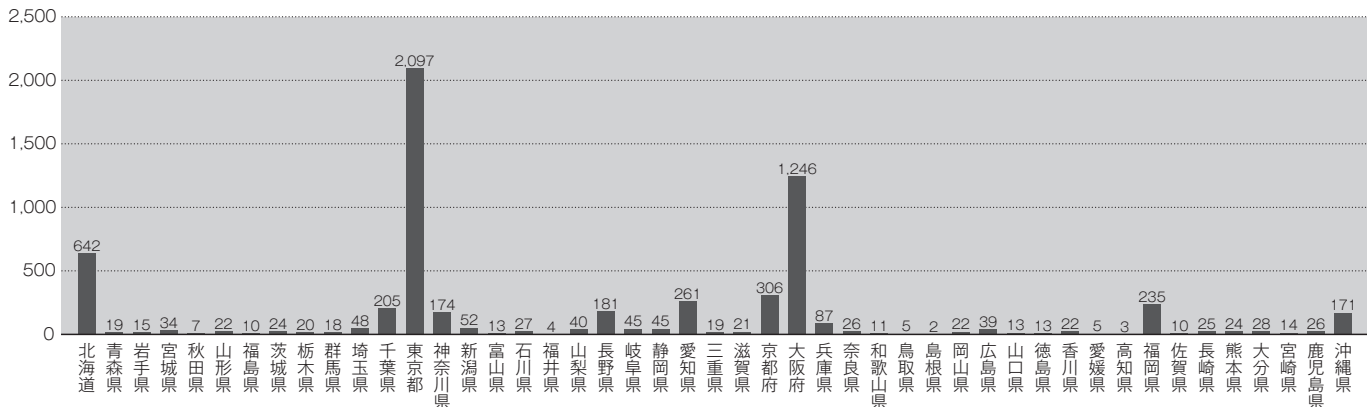
各地に分散している。例えば、九州、山陰地方では韓国人比率が高く、特に福岡県や山口県では約4割、大分県では約3割が韓国人旅行者である。また、東北地方では台湾人比率が高く5～6割を占めている。そのほか、富山県や福井県、沖縄県でも台湾人比率が約4割となっている。香港人比率は、四国地方や九州地方南部で2～3割と高い傾向がみられるほか、和歌山県や鳥取県でも約2割を占めている。中国人比率は近畿圏で高く、特に奈良県、大阪府、京都府、兵庫県では3～5割を占めている。また、愛知県、山梨県、静岡県、北海道でも高い。

東南アジア人比率は、関東地方を中心に高い傾向がみられ、北関東地方や福島県、埼玉県、山梨県、岐阜県、静岡県で2～3割程度を占めている。

欧米豪の比率は有名歴史観光地を抱える栃木県(日光)、石川県(金沢)、広島県(宮島)などで高い。また、1～3月期はスキーシーズンを含むため、スキー場の立地する新潟県や長野県では、特にオーストラリア人比率が高くなっている。

図II-1-17 都道府県別訪日外国人旅行消費額(2020年1～3月期)

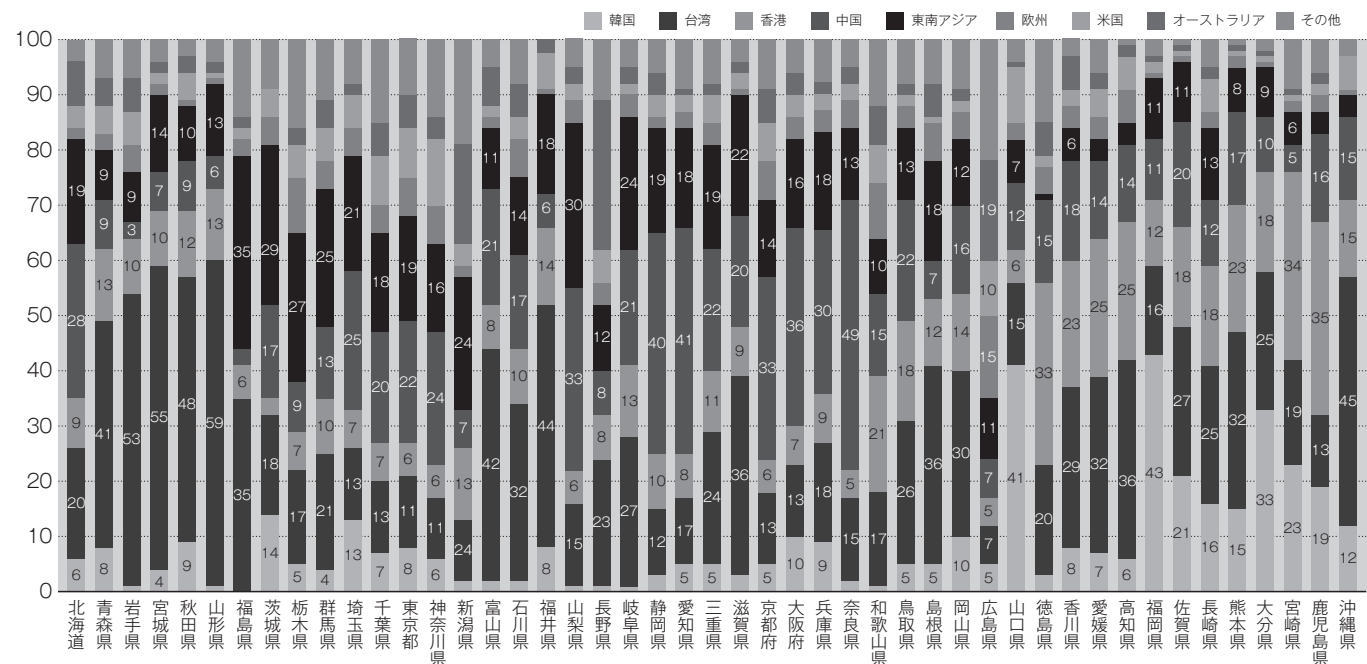
(単位:億円)



資料:観光庁「訪日外国人消費動向調査」

図II-1-18 都道府県別 訪日観光客の国籍・地域比率(観光・レジャー目的客・2020年1～3月期)

(単位:%)



(注) 東南アジアはタイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナムを、欧州は英国、フランス、ドイツ、イタリア、スペインを指す。

資料:観光庁「訪日外国人消費動向調査」

⑤平均泊数と旅行支出(訪日外国人観光客)

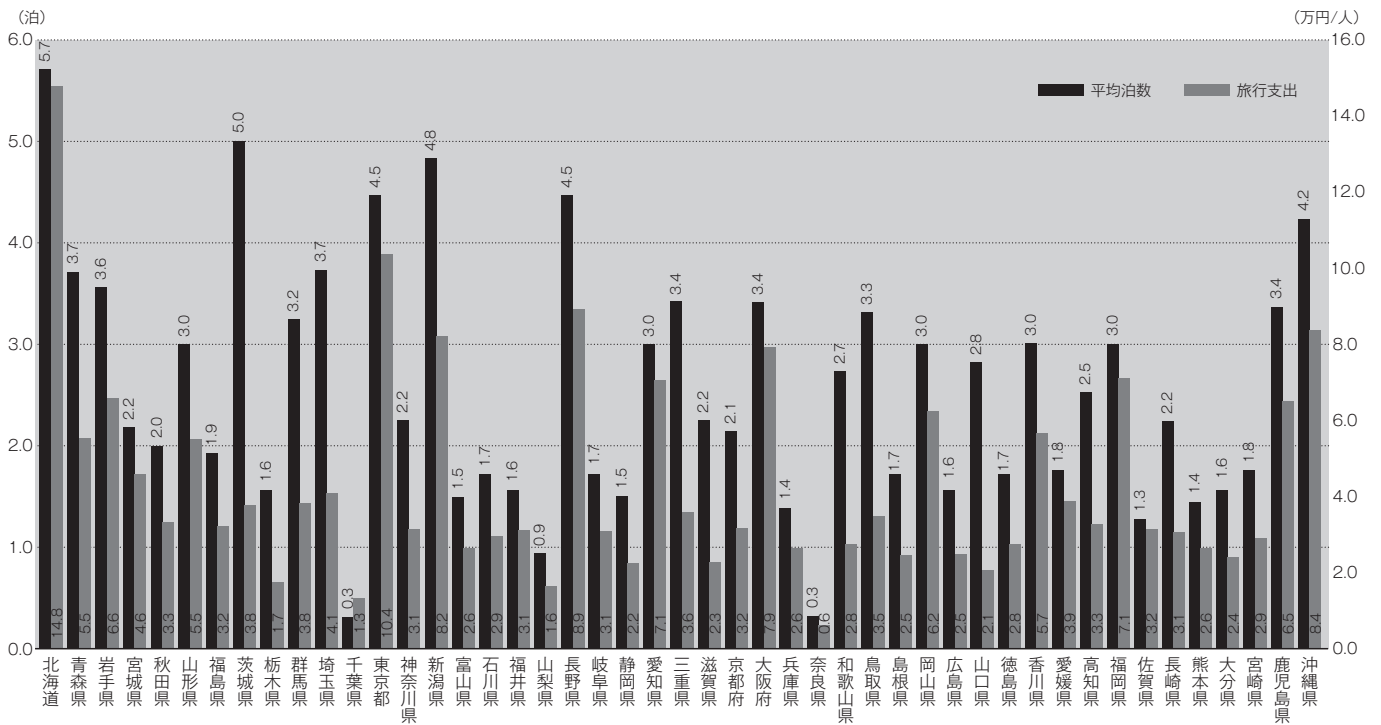
2020年1～3月期に各都道府県を訪問した訪日外国人観光客による、都道府県別の平均泊数と旅行支出(パッケージツアー等参加費の訪問地収入分を含む)をみると、泊数の長さや旅行支出は概ね連動していることがわかる(図II-1-19)。北海道、東京都、長野県、大阪府、沖縄県は、平均泊数が長く、それに伴って旅行支出も多いことがわかる。また、近畿圏からの日帰り客が多いと考えられる奈良県や、成田空港利用者が大半を占める千葉県は、平均泊数も短く、旅行支出も少ない。一方で、茨城県、群馬県、埼玉県や和歌山県、鳥取県、山口県は平均泊数に対して旅行支出が少ないことがわかる。

地域ブロック別に見ると、平均泊数は北海道、東北、関東の順に長い(表II-1-28)。また、1人1回当たりの旅行支出は、北海道が13.1万円、関東が10.9万円、九州が9.4万円となっている。

国籍・地域別に見ると、韓国人は関東、台湾人や香港人は近畿、中国人は九州における平均泊数が長い。また、1人1回あたりの旅行支出では、香港人と中国人の支出が多く、地方で高く、特に九州においては香港人が12.8万円、中国人が19.4万円を支出している。

(工藤 亜稀)

図II-1-19 都道府県別 訪日外国人観光客の平均泊数・旅行支出(2020年1～3月期)



資料:観光庁「訪日外国人消費動向調査」

表II-1-28 国籍別地域ブロック別 訪日外国人観光客の平均泊数・旅行中支出(2020年1～3月期)

訪問地	平均泊数 (単位:泊)						
	全国籍・地域	韓国	台湾	香港	中国	タイ	米国
北海道	5.7	3.8	5.1	5.6	5.9	5.3	5.9
東北	5.1	—	5.8	—	—	—	—
関東	5.1	5.0	4.3	4.7	4.6	5.3	5.8
北陸信越	4.2	—	3.1	2.9	3.4	1.7	3.4
中部	3.3	—	3.5	3.5	3.7	2.8	2.6
近畿	5.0	3.4	6.4	6.0	4.4	4.4	4.5
中国	2.4	1.5	2.2	1.9	—	—	2.0
四国	4.2	3.0	5.1	4.6	—	—	—
九州	4.8	2.9	4.8	5.4	9.1	—	—
沖縄	4.2	3.4	3.8	—	—	—	—
(以下再掲)							
東京都	4.5	4.4	3.6	4.3	4.0	4.2	5.1
大阪府	2.1	—	2.6	1.4	1.6	1.0	3.1
京都府	3.4	2.5	4.3	4.4	3.1	3.7	2.4

(注1) 訪問地における泊数の平均値である。資料:観光庁「訪日外国人消費動向調査」  
 (注2) 地方区分は国土交通省地方運輸局の管轄都道府県に基づく。  
 (注3) サンプル数が少ない数値は非表示としている。

訪問地	旅行中支出 (単位:万円/人)						
	全国籍・地域	韓国	台湾	香港	中国	タイ	米国
北海道	13.1	8.5	9.5	12.7	17.3	12.5	13.3
東北	7.5	—	8.9	—	—	—	—
関東	10.9	8.0	8.5	12.1	16.0	10.6	10.0
北陸信越	7.3	—	4.6	6.8	8.3	2.9	6.9
中部	5.9	—	5.2	6.9	7.8	5.2	3.8
近畿	9.6	5.6	8.0	12.3	12.7	8.4	6.7
中国	3.5	1.6	4.6	4.6	—	—	2.8
四国	7.0	4.3	7.3	8.5	—	—	—
九州	9.4	6.2	8.9	12.8	19.4	—	—
沖縄	7.8	5.1	7.0	—	—	—	—
(以下再掲)							
東京都	9.9	6.8	7.4	11.1	14.5	9.1	9.6
大阪府	7.6	4.6	5.6	9.5	10.7	7.1	3.8
京都府	3.0	—	3.0	3.0	2.4	1.8	4.5

資料:観光庁「訪日外国人消費動向調査」  
 (注1) 訪問地における1人当たり旅行中支出の平均値である。パッケージツアー参加費に含まれる宿泊料金などの滞在費は含まない。  
 (注2) 地方区分は国土交通省地方運輸局の管轄都道府県に基づく。  
 (注3) サンプル数が少ない数値は非表示としている。

### 3 世界の国際観光動向

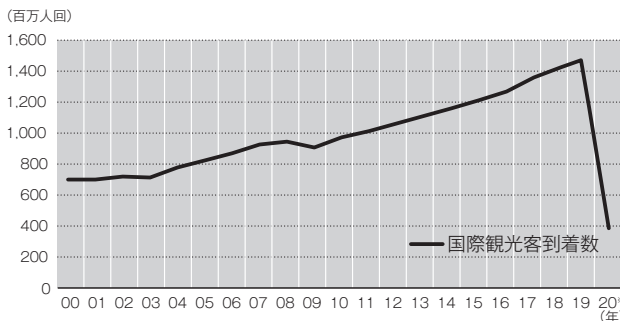
世界の国際観光客到着数は前年から約10億人減  
2000年代の世界の観光市場をけん引してきた  
アジア太平洋地域が大幅減

#### (1) インバウンド(到着地側)の動向

##### ●国際観光客到着数

世界観光機関(UNWTO)の最新データ(2021年8月時点)によると、2020年における国際観光客到着数(International Tourist Arrivals)は前年から約10億人減の3.99億人回(前年比72.8%減)となった。(表II-1-29)。SARS、リーマン・ショック(2008年)後の一時的な減少を除き増加基調が続いてきたが、2020年は新型コロナウイルス感染症の世界的な流行により渡航規制等が相次ぎ、大幅な減少となった(図II-1-20)。

図II-1-20 国際観光客到着数の推移



データ出所: UNWTO International「Tourism Highlights」/「World Tourism Barometer」  
※2020年は暫定値

国際観光客到着数を到着地域別にみると、2020年の国際観光客到着数は全ての地域において対前年6割超の減少となった(表II-1-29)。減少幅が最大の地域は2000年代に入り最も市場が拡大したアジア太平洋地域であり、なかでも日本を含む北東アジア地域が前年比88.1%減と落ち込みが最も大きかった。

2020年の国際観光客到着数については本稿執筆時点(2021年8月)で公表されていない国・地域が複数あるため表II-1-30では2019年の順位を掲載している。

いずれの国・地域でも大幅減となっているが、中でもアジアの国・地域の落ち込み幅が欧米地域と比べて大きく、到着数との開きが顕著となった。

表II-1-29 世界の国際観光客到着数(到着地域別)

	到着地域別 国際観光客到着数 (百万人回)								シェア (%)	前年比 (%)		
	2000	2005	2010	2015	2017	2018	2019	2020*		2020*	19/18	20/19
世界全体	680	809	956	1,197	1,332	1,413	1,466	399	100.0	3.8	△72.8	
到着地域	ヨーロッパ	392.9	452.9	491.2	606.6	676.6	716.0	746.3	235.9	59.1	4.2	△68.4
	アジア太平洋	110.4	154.1	208.2	284.6	323.3	346.5	360.4	56.9	14.3	4.0	△84.2
	北東アジア	58.4	85.9	111.5	142.1	159.5	169.2	170.3	20.2	5.1	0.7	△88.1
	東南アジア	36.3	49.0	70.5	104.2	120.6	128.6	138.6	25.5	6.4	7.8	△81.6
	オセアニア	9.6	10.9	11.5	14.3	16.6	17.0	17.5	3.6	0.9	2.4	△79.4
	南アジア	6.1	8.3	14.7	24.0	26.7	31.7	34.0	7.6	1.9	7.5	△77.6
	アメリカ	128.2	133.3	150.3	194.0	210.8	216.0	219.3	69.9	17.5	1.5	△68.1
アフリカ	26.2	34.8	50.4	53.9	63.3	68.7	70.1	18.1	4.5	2.0	△74.2	
中東	22.4	34.0	56.1	58.3	57.6	65.5	70.0	18.2	4.6	6.8	△74.0	

※2020年は暫定値

資料: UNWTO「World Tourism Barometer」

表II-1-30 国際観光客到着数ランキング(到着国・地域別)

2019 順位	到着国・地域	到着国・地域別 国際観光客到着数 (百万人回)				前年比 (%)		調査方法	到着数
		2010	2018	2019	2020*	19/18	20*/19		
1位	フランス	77.6	89.4	-	-	-	-	TCE	
2位	スペイン	52.7	82.8	83.5	19.0	0.8	△77.3	TF	
3位	米国	60.0	79.7	79.4	19.4	△0.4	△75.5	TF	
4位	中国	55.7	62.9	65.7	-	4.5	-	TF	
5位	イタリア	43.6	61.6	64.5	25.2	4.8	△61.0	TF	
6位	トルコ	31.4	45.8	51.2	15.9	11.9	△69.0	TF	
7位	メキシコ	23.3	41.3	45.0	24.3	9.0	△46.0	TF	
8位	タイ	15.9	38.2	39.9	6.7	4.4	△83.2	TF	
9位	ドイツ	26.9	38.9	39.6	12.4	1.8	△68.5	TCE	
10位	英国	28.9	38.7	39.4	-	1.9	-	VF	

(11位以下の主な北東アジアの国・地域)

12位	日本	8.6	31.2	31.9	4.1	2.2	△87.1	VF	
17位	香港	20.1	29.3	23.8	1.4	△18.8	△94.3	TF	
26位	韓国	8.8	15.3	17.5	2.5	14.0	△85.6	VF	
36位	台湾	5.6	11.1	11.9	1.4	7.2	△88.4	VF	

※2020年は暫定値

資料: UNWTO「World Tourism Barometer」

TF: 国境での調査(日帰りを除く)

VF: 国境での調査(日帰りを含む)

TCE: 宿泊施設(非営利含む)での調査

##### ●国際観光収入

2020年の国際観光収入(International Tourism Receipts)は、世界全体でおよそ5,350億USドル(前年比63.7%減)と推計される(表II-1-31)。到着地域別にみると、国際観光客到着数の落ち込みがアジア太平洋地域前年比70.2%減と収入も大きく減少した。

2020年の国際観光収入を到着国・地域別にみると、減少幅の大きかったアジア太平洋地域では特に香港と台湾の落ち込みが顕著だった(表II-1-32)。欧州についてはばらつきが大きく、2019年は2位だったスペインは対前年比で77.3%減と大きく落ち込んだ一方で、3位だったフランス(同49.7%減)や9位だったドイツ(同48.2%減)は減少幅は比較的小さかった。

表II-1-31 世界の国際観光収入(到着地域別)

	到着地域別国際観光収入 (10億USドル)							シェア (%)	前年比 (現地通貨基準) (%)		到着地域別 国際観光客 到着数 (百万人回)	1人当たり 国際観光 収入(USド ル/人回)
	2010	2016	2017	2018	2019	2020*	2020*		19/18	20*/19		
	2020*											
世界全体	980	1,254	1,347	1,460	1,465	535	100.0	3.0	△63.7	399	1,340	
到着地域	ヨーロッパ	427.5	472.7	520.1	572.4	571.8	233.4	43.6	4.3	△59.7	236	990
	アジア太平洋	254.3	371.0	391.9	436.5	441.3	132.5	24.8	1.0	△70.2	57	2,330
	北東アジア	122.9	169.1	168.5	193.3	187.2	48.9	9.2	△3.6	△74.3	20	2,420
	東南アジア	68.5	117.0	126.1	138.4	146.9	32.0	6.0	3.8	△78.1	26	1,250
	オセアニア	42.8	51.7	57.4	61.1	61.6	33.3	6.2	5.6	△45.9	4	9,250
	南アジア	20.1	33.3	39.9	43.7	45.6	18.2	3.4	6.2	△60.4	8	2,390
	アメリカ	215.2	319.2	330.0	338.2	322.8	126.6	23.7	△0.6	△60.4	70	1,810
	アフリカ	30.4	32.2	36.5	38.9	38.9	14.0	2.6	2.2	△63.6	18	780
中東	52.2	58.8	68.5	74.5	90.5	28.4	5.3	19.7	△68.9	18	1,560	

※2020年は暫定値

資料: UNWTO「World Tourism Barometer」

(2)アウトバウンド(出発地側)の動向

次に、出発国・地域別に世界の国際観光動向を概観する。国際観光支出(International Tourism Expenditure)を出発国・地域別にみると、前年まで1位を維持してきた中国が2020年も存在感を示した(表II-1-33)。

北東アジア地域は、中国と韓国はマイナス幅は比較的小かったが、香港、日本、台湾の国際観光支出は大幅に減少した。(相澤 美穂子)

表II-1-32 国際観光収入ランキング(到着国・地域別)

2019 順位	到着国・ 地域	到着国・地域別 国際観光収入 (10億USドル)			前年比 (現地通貨 基準) (%)	国際 観光客 到着数 (百万人 回)	1人回 当たり 国際観光 収入 (USドル/ 人回)
		2010	2019	2020*			
		2020*		20*/19			
1位	米国	137.0	193.3	76.1	△60.6	19.4	3,924
2位	スペイン	58.8	79.7	18.5	△77.3	19.0	972
3位	フランス	57.1	63.5	32.6	△49.7	-	-
4位	タイ	20.1	59.8	14.2	△76.2	6.7	2,119
5位	英国	35.2	52.7	18.9	△64.2	12.4	1,527
6位	イタリア	38.8	49.6	19.8	△60.9	25.2	786
7位	日本	13.2	46.1	10.7	△77.2	4.1	2,610
8位	オーストラリア	32.6	45.7	25.8	△42.9	1.8	14,345
9位	ドイツ	34.7	41.8	22.1	△48.2	12.4	1,781
10位	マカオ	22.3	40.1	8.6	△78.6	2.8	3,088

(11位以下の主な北東アジアの国・地域)

11位	中国	45.8	35.8	14.2	△60.2	-	-
15位	香港	22.2	28.9	2.8	△90.3	1.4	2,030
19位	韓国	10.3	20.9	10.5	△49.5	2.5	4,211
28位	台湾	8.7	14.4	1.8	△87.2	1.4	1,319

※2020年は暫定値

資料: UNWTO「World Tourism Barometer」

(注)1人当たり国際観光収入は(公財)日本交通公社算出

表II-1-33 国際観光支出ランキング(出発国・地域別)

2019 順位	出発国・地域	国際観光支出			前年比 (現地通貨基準) (%)	
		2010	2019	2020*	19/18	20*/19
1位	中国	54.9	254.6	130.5	△4.2	△48.7
2位	米国	86.6	134.6	39.3	6.8	△70.8
3位	ドイツ	78.1	93.2	38.9	2.9	△59.1
4位	英国	60.7	71.9	21.7	6.0	△70.0
5位	フランス	38.5	50.5	27.8	7.6	△46.1
6位	ロシア	26.7	36.2	9.1	5.5	△74.7
7位	オーストラリア	26.6	36.0	6.8	4.6	△81.0
8位	カナダ	30.0	35.8	12.1	6.1	△65.9
9位	韓国	18.8	32.7	16.2	△6.8	△50.6
10位	イタリア	27.1	30.3	10.9	6.3	△64.7

(11位以下の主な北東アジアの国・地域)

13位	香港	17.4	26.9	5.3	1.6	△80.3
16位	日本	27.9	21.3	5.5	3.8	△74.7
17位	台湾	9.4	20.5	3.2	5.5	△84.6

※2020年は暫定値

資料: UNWTO「World Tourism Barometer」

## II-2 訪日旅行に対する意識

### II-1 コロナ禍における海外旅行及び訪日旅行意向 新型コロナ流行下においても高い訪日意向

#### (1) 調査概要

当財団(JTBF)と日本政策投資銀行(DBJ)は2015年より共同で、アジア及び欧米豪の12地域を対象に「DBJ・JTBFアジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査」を実施している。2020年度は新型コロナウイルス(以下、「新型コロナ」)感染症の拡大が外国人旅行者の海外旅行・訪日旅行に与えた影響を調査すべく、「DBJ・JTBFアジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査(2020年度 新型コロナ影響度 特別調査)」(以下、「第1回調査」)を2020年6月に、「DBJ・JTBFアジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査(第2回 新型コロナ影響度 特別調査)」(以下、「第2回調査」)を同12月に実施した(表II-2-1)。

本稿では、第1回調査と第2回調査の結果から、①コロナ禍におけるレジャー全般の実施意向、②新型コロナ流行収束後の海外旅行、③新型コロナ流行収束後の訪日旅行、④新型コロナ禍における自国での日本に関する活動の実施状況を紹介する。

表II-2-1 調査概要・回答者属性

調査方法	インターネットによる調査
実施時期	【第1回調査】2020年6月2日～12日 【第2回調査】2020年12月1日～12日
調査地域	韓国、中国、台湾、香港、タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア、イギリス、アメリカ、フランス、オーストラリアの12地域 ※中国は北京及び上海在住者のみ
調査対象者	20歳～59歳の男女、かつ、海外旅行経験者 ※中国－香港－マカオ間、マレーシア－シンガポール間、タイ－マレーシア間、アメリカ－カナダ・メキシコ・ハワイ・グアム間、オーストラリア－ニュージーランド間、イギリス・フランス－欧州各国間の旅行については、海外旅行経験から除く
有効回答者数	【第1回調査】 全体：6,266人(韓国529、中国548、台湾530、香港511、タイ521、シンガポール517、マレーシア520、インドネシア518、イギリス505、アメリカ520、フランス522、オーストラリア525) 【第2回調査】 全体：6,139人(韓国531、中国537、台湾500、香港499、タイ516、シンガポール514、マレーシア509、インドネシア521、イギリス506、アメリカ503、フランス496、オーストラリア507)

#### (2) 調査結果

##### ① コロナ禍におけるレジャー全般の実施意向

調査時点から6ヶ月以内のレジャー全般の実施意向(第1回調査は2020年6月に実施しているため、2020年12月まで、第2回調査は同年12月に実施しているため2021年6月までの間のレジャー全般の実施意向を尋ねている)については、第1回調査、第2回調査ともに、外食、買い物、屋外での運動等の日常生活圏内のレジャー、国内旅行、海外旅行の順に選択率が上がっている。この結果から、日常生活圏内から徐々に行動範囲を広げていきたいという意識が見てとれる(図II-2-1)。また、第1回調査から第2回調査の間の約6ヶ月の変化では、アジア、欧米豪ともに全てのレジャーの選択率が上昇しており、特にアジアでその傾向が顕著である。

レジャーのうち、海外旅行については、飛行機を利用した際の搭乗時間別に3パターン(5時間未満、5時間以上9時間未満、9時間以上)に分け、実施意向を尋ねている。第2回調査の結果に基づき、2021年6月までの海外旅行実施意向と感染不安の関係を示したのが図II-2-2-a～cである。調査対象国・地域によって日本までの搭乗時間が異なるため、参照するグラフが異なる点に留意が必要である。調査対象国・地域のうち、東アジア各国・地域(韓国、中国、台湾、香港)については、日本までの搭乗時間は5時間未満に該当するケースが多いため、図II-2-2-aを参照されたい。同様にタイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア等の東南アジア各国からの搭乗時間は5時間以上9時間未満(図II-2-2-b)、欧米豪各国は9時間以上(図II-2-2-c)となる。全体的な傾向として、搭乗時間に関わらず、感染不安が高いと、海外旅行実施意向は低くなる。一方、インドネシア、マレーシア、タイ等の東南アジアの国や中国のように、感染不安は高いが海外旅行実施意向も高い国もある。国籍・地域別では、欧米豪では感染不安が低く海外旅行実施意向が高く、東アジアでは感染不安が高く海外旅行実施意向が低い。





②新型コロナ流行収束後の海外旅行

新型コロナ流行収束後の海外旅行の実施意向(新型コロナ流行収束後に海外旅行を実施したいと「思う」、「どちらかといえば思う」人の割合)は第1回調査(アジア:86%/欧米豪74%)と比べ、第2回調査(アジア:89%/欧米豪:81%)では上昇している。特にアジア・欧米豪ともに実施したいと「思う」人の割合が上昇した(図II-2-3)。

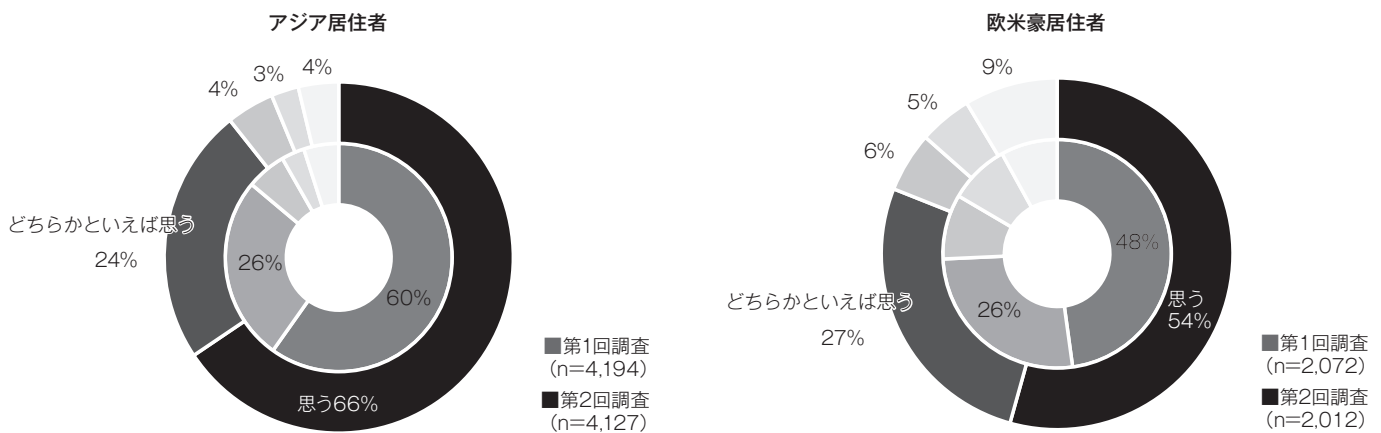
2021年6月までの海外旅行の実施意向(図II-2-2-a~c)は感染不安と関係性が見られるのに対し、新型コロナ流行収束後については、同様の関係性は見られない(図II-2-4)。全ての国・地域で海外旅行の実施意向が7割以上と高く、特にアジア各国・地域で高い。

海外観光旅行の再開は、アジア・欧米豪ともに「抗ウイルス薬の開発など、新型コロナウイルスの脅威が消滅してから」、「渡航希望先の安全宣言後」、「WHOのパンデミック終息宣言後」となっており、上位3項目の順位は第1回調査と変化ない(図II-2-5)。また、アジア・欧米豪ともに第2回調査では「抗ウイルス薬の開発など、新型コロナウイルスの脅威が消滅してから」の割合が上昇している。

また、新型コロナ流行収束後に海外観光旅行したい国・地域では、「日本」が回答者全体(第1回46%、第2回57%)、アジア、欧米豪のいずれにおいても32カ国・地域中1位となった(図II-2-6)。

図II-2-3 新型コロナ流行収束後の海外旅行の実施意向※1

(回答は1つ)

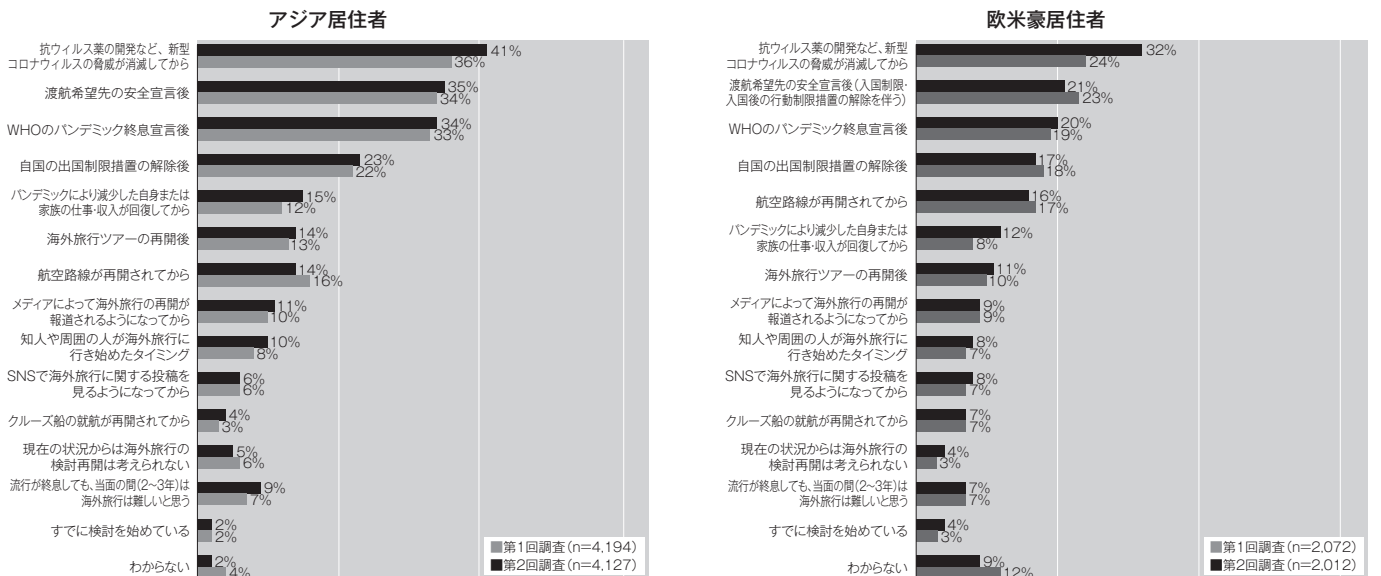


出典:「DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査(第2回 新型コロナ影響度 特別調査/2020年度 新型コロナ影響度 特別調査)」

※1: 内側の円は第1回調査の結果。

図II-2-5 次に海外旅行の検討を再開するタイミング

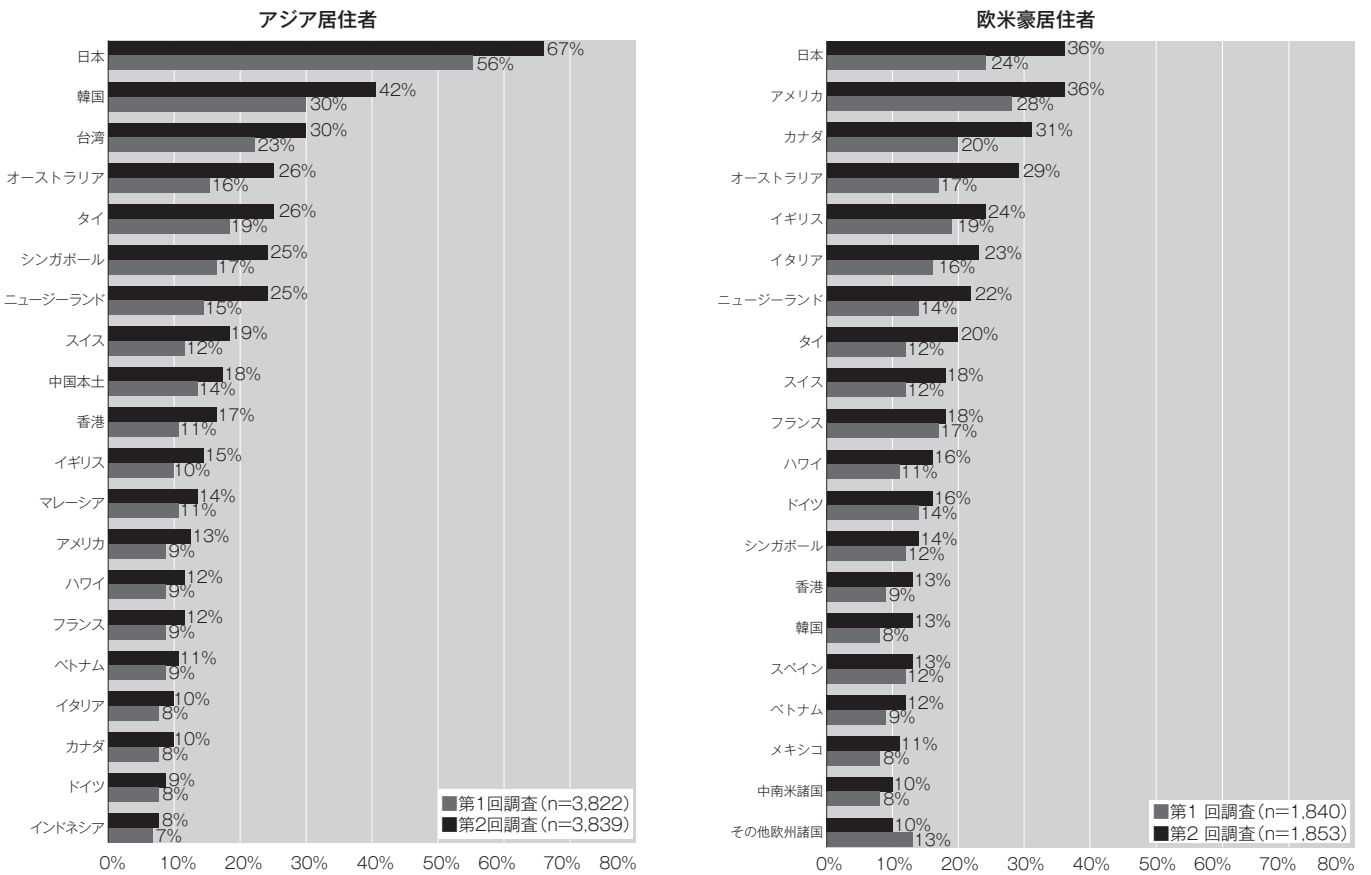
(回答はあてはまるもの最大3つまで)  
(第2回調査における割合で降順ソート)



出典:「DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査(第2回 新型コロナ影響度 特別調査/2020年度 新型コロナ影響度 特別調査)」

図II-2-6 新型コロナ流行収束後に観光旅行したい国・地域<sup>※1※2</sup>

(回答は最大5つまで)  
(第2回調査における割合で降順ソート・上位20位まで)



出典：「DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査（第2回 新型コロナ影響度 特別調査/2020年度 新型コロナ影響度 特別調査）」

※1：新型コロナウィルス収束後に海外観光旅行について「[したい]と思わない」を選択した対象者および次に海外観光旅行の検討を再開するタイミングについて「現在の状況からは海外旅行の検討再開は考えられない」と回答した対象者を除く全員から回答を得た。  
 ※2：全体の割合において、「旅行したい国・地域」と「回答者の国・地域」または「近隣国」が同じ場合、当該国・地域の回答はサンプル数から除いている。

③新型コロナ流行収束後の訪日旅行

新型コロナ流行収束後の訪日旅行については、希望する旅行形態でアジア、欧米豪ともに「フルパッケージツアー」の割合が最も高いが、新型コロナ流行前に実施した「DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査(2019年度版)」と比較すると、第2回調査では、「フルパッケージツアー」の利用希望割合が低くなっており、「航空券と宿泊施設のみがセットになったパック旅行」が高くなっている(図II-2-7)。また、希望する同行者は「配偶者・恋人」や「自分の子供」の選択率が高くなっている(図II-2-8)。旅行手配方法、同行者共に、流行収束後の訪日旅行においては、行動経路を把握できる人との訪日旅行を想定している点が共通している。

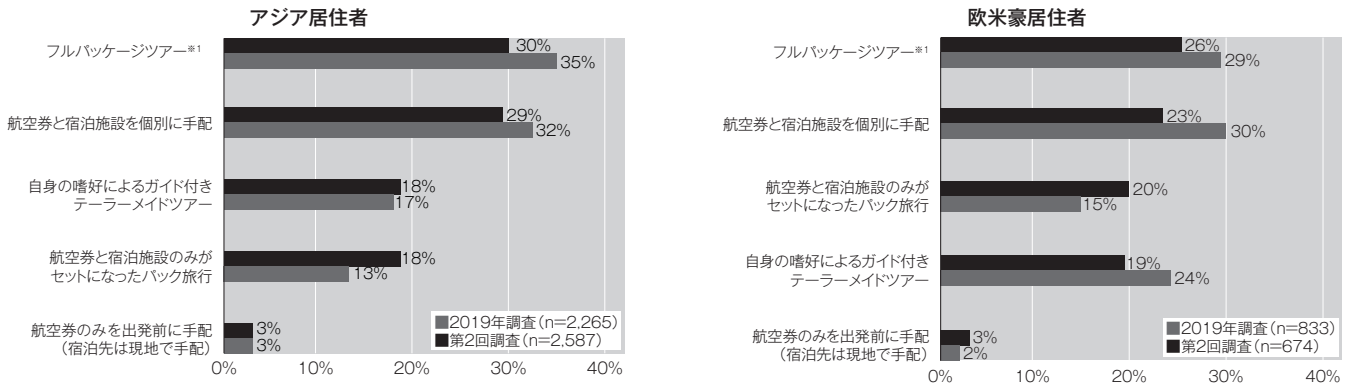
「訪日旅行で体験したいこと」では、新型コロナ流行前と比較して、アジアでは、「自然や風景の見物」、「有名な史跡や歴史的な建造物の見物」、「世界遺産の見物」、「アウトドアアクティビティ」の選択率が上昇した。欧米豪では、「繁華街の街歩き」の選択率が低下(-25ポイント)しており、新型コロナ流行収束後は、繁華街等の感染リスクが高い場所を避け、感染リスクの低い場所で体験できることを希望する傾向が見られた(図II-2-9)。

続いて、訪日旅行時に日本国内の事業者等に求める対策では、交通事業者(図II-2-10-a)、宿泊事業者(図II-2-10-b)ともに「徹底した消毒」の選択率が最も高い。アジア、欧米豪別の特徴として、「特に必要だと思う対策はない」を除く全ての項目において、アジアの選択率が欧米豪を上回っており、アジアからの旅行者は欧米豪からの旅行者に比べ、事業者の感染対策に関心が高い。

また、わが国では、「東京2020オリンピック・パラリンピック」(2021年)の開催に続き、「ワールドマスターズゲーム」(2022年)、「大阪・関西万博」(2025年)と国際的なイベントが連続して開催を予定している。本調査では、これらを見据え、「国際的なイベントに必要な準備」を尋ねており、「国際的な認証を受けている」、「定期的な清掃および消毒」、「非接触型認証・決済システムの導入」が上位3項目となった(図III-2-11)。

図Ⅱ-2-7 新型コロナ流行収束後の訪日旅行で希望する旅行形態

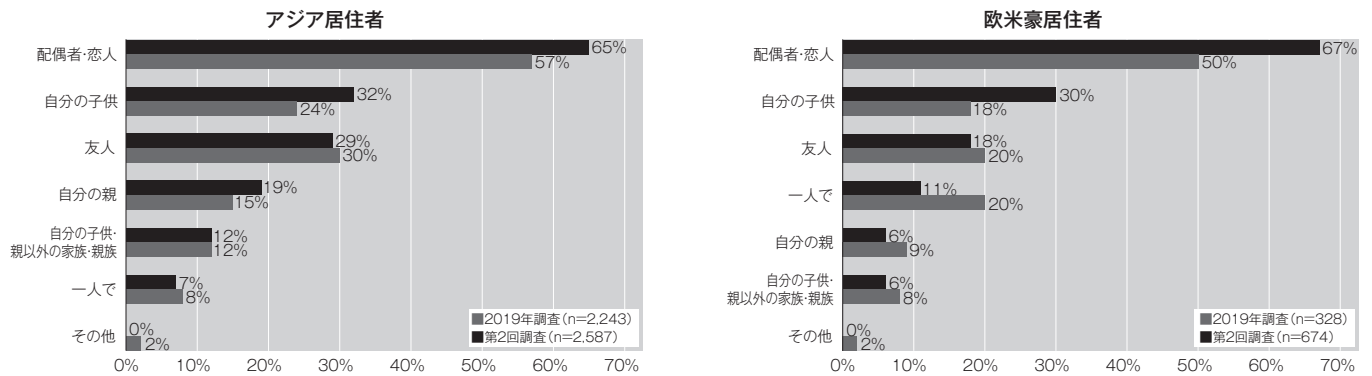
(回答は1つ)



出典：「DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査(第2回 新型コロナ影響度 特別調査/2019年度版)」  
 ※1：航空券と宿泊施設がセットになったパック旅行に食事・観光・添乗員や現地ガイドが含まれているもの。

図Ⅱ-2-8 新型コロナ流行収束後の訪日旅行で希望する同行者\*1

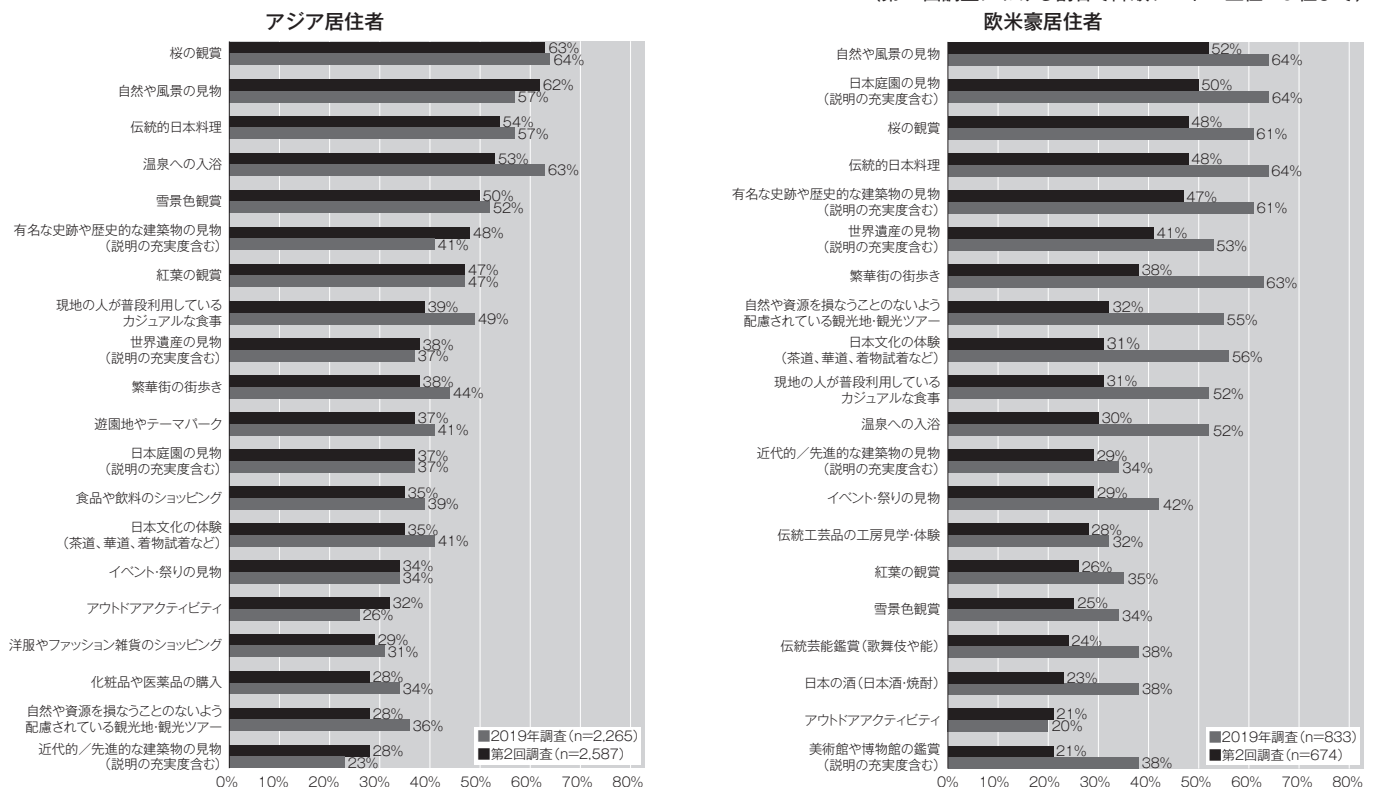
(回答はあてはまるものすべて)  
(第2回調査における割合で降順ソート)



出典：「DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査(第2回 新型コロナ影響度 特別調査/2019年度版)」  
 ※1：2019年調査は、「訪日経験者」に日本旅行時の同行者を聴取した結果。

図Ⅱ-2-9 訪日旅行で体験したいこと

(回答はあてはまるものすべて)  
(第2回調査における割合で降順ソート・上位20位まで)

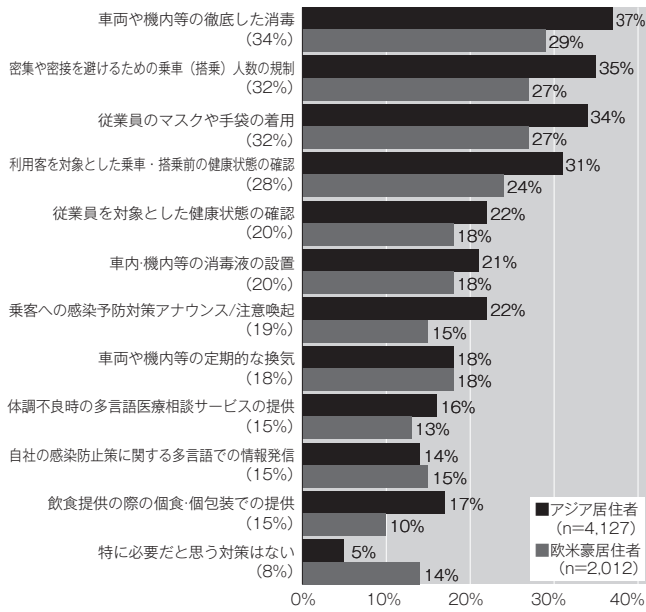


出典：「DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査(第2回 新型コロナ影響度 特別調査/2020年度 新型コロナ影響度 特別調査)」

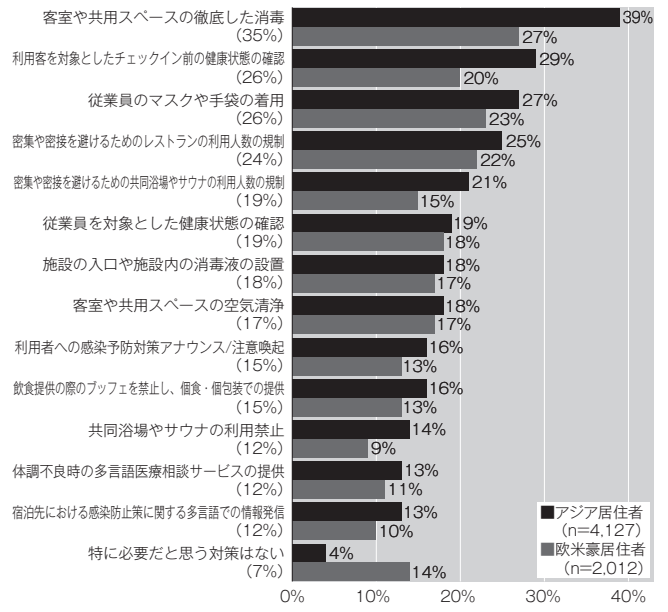
図Ⅱ-2-10 訪日旅行する場合に日本国内の事業者が取るべき対策

(最も重要と思われるものを3つまで回答)  
(回答者全体の割合で降順ソート)

図Ⅱ-2-10-a 交通事業者がとるべき対策



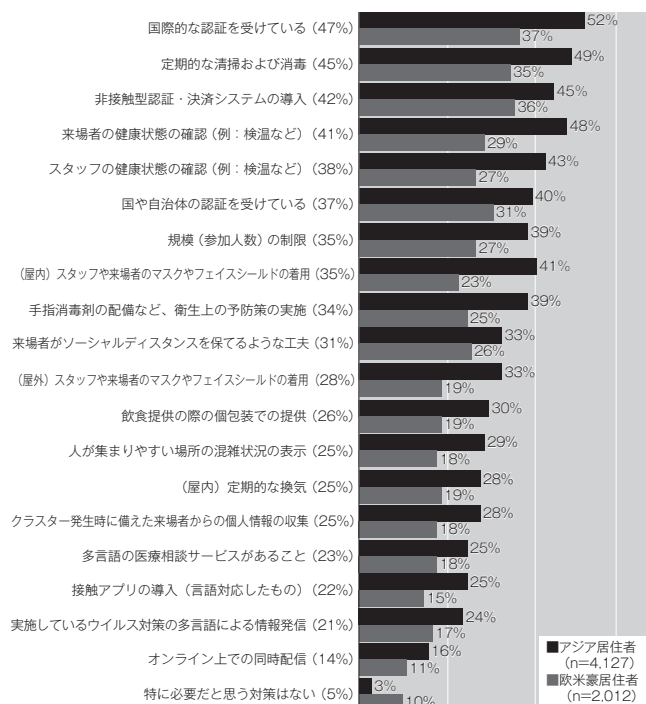
図Ⅱ-2-10-b 宿泊事業者がとるべき対策



出典：「DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査 (第2回 新型コロナ影響度 特別調査)」

図Ⅱ-2-11 国際的なイベントに必要な準備※1

(回答はあてはまるものすべて)



出典：「DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査 (第2回 新型コロナ影響度 特別調査)」

※1：項目のカッコ内は、回答者全体の数値

④新型コロナウイルス禍における自国での日本に関する活動

新型コロナの世界的な流行拡大が長期化する状況においては、わが国のインバウンド市場が回復するまで、高い訪日意向を維持、喚起するかが重要である。そこで第2回調査では、2020年に居住地で実施した日本に関する活動(図II-2-12-a)に着目し、これらの活動を実施することを通じて、訪日意向がどのように変化したか(図II-2-12-b)を把握した。

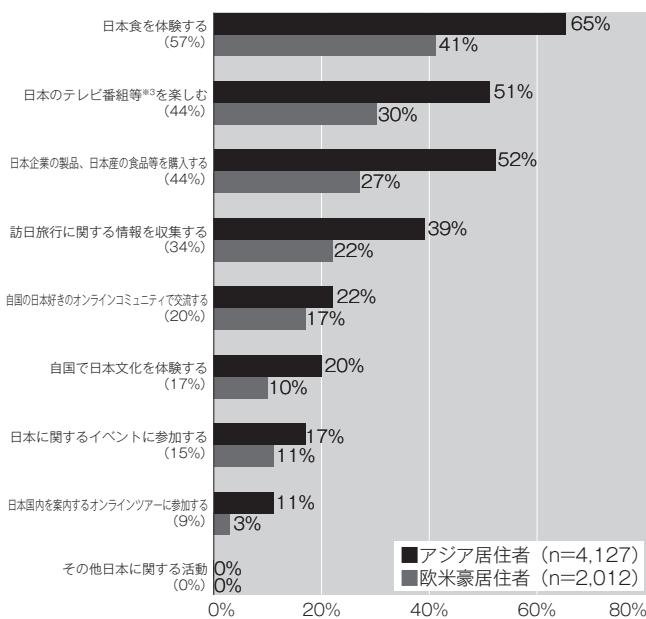
居住地での実施率が高い「日本食を体験する」、「日本のテレビ番組、映画、アニメ、音楽、ゲーム書籍等を楽しむ」、「日本企業の製品、日本産の食品等を購入する」を実施したことによる

訪日意向は相対的に低いが、居住地での実施率が低い「日本国内を案内するオンラインツアーに参加」したことによる訪日意向は高い。日本食、日本のコンテンツ、日本の製品・食品購入は現地(特に東アジア)では日常生活の一部となっており、こうした消費行動と訪日旅行が結びつきにくくなっている一方、新型コロナ禍でその名を広く知られるようになったオンラインツアーは、目新しい消費活動であるため、実施率は低いものの、活動そのものが旅行を想起しやすいことが影響しているものと考えられる。

(柿島あかね)

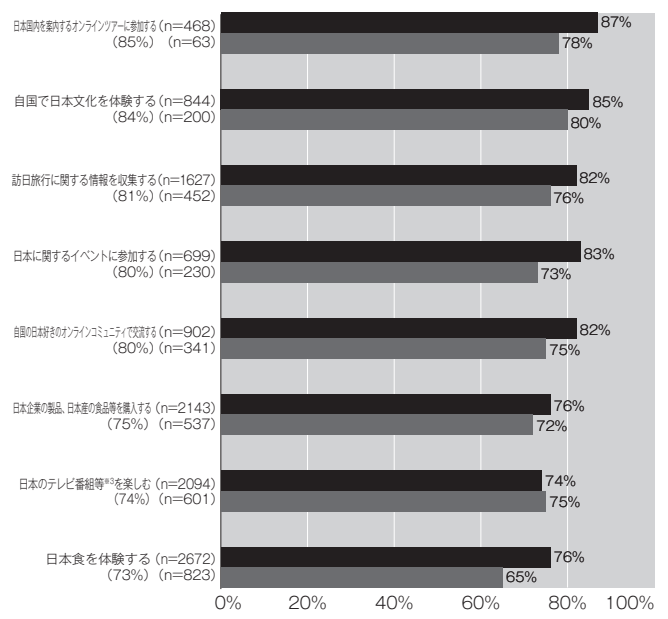
図II-2-12 2020年に自国で実施した日本に関する活動とこれを実施したことによる訪日意向の変化※1

図II-2-12-a 2020年に実施した日本に関する活動  
(回答はあてはまるものすべて)



※1: 項目のカッコ内は、回答者全体の数値。  
 ※2: 「訪日意向が高まった」または「訪日意向がやや高まった」と回答した対象者の割合。  
 ※3: 選択肢は「日本のテレビ番組、映画、アニメ、音楽、ゲーム書籍等を楽しむ」。

図II-2-12-b 日本に関する活動を実施したことによる訪日意向の変化※2  
(項目毎に回答。回答は5段階の中から1つ選択)



出典: 「DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査 (第2回 新型コロナ影響度 特別調査)」

## II-3 訪日旅行事業の現況

### 1 日本企業による訪日旅行事業の展開

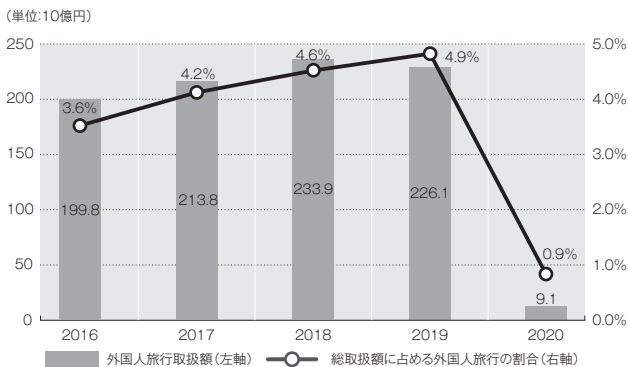
縮小の一方で新たなサービス開発や環境整備が進む

#### (1) 訪日旅行事業の動向

##### ●主要旅行会社の外国人旅行取扱額

観光庁「主要旅行業者の旅行取扱状況年度総計」によると、わが国の旅行会社における外国人旅行取扱額は年々増加していたが、新型コロナウイルス感染症流行の影響を受けて2019年度は減少に転じ、さらに2020年度（速報値）は91億円、前年度比96.0ポイント減と大きく落ち込んだ。総取扱額に占める外国人旅行の割合は0.9%と前年度より4ポイント減となり、こちらもここ数年のシェア拡大傾向が一気に縮小に転じた。（図II-3-1）。

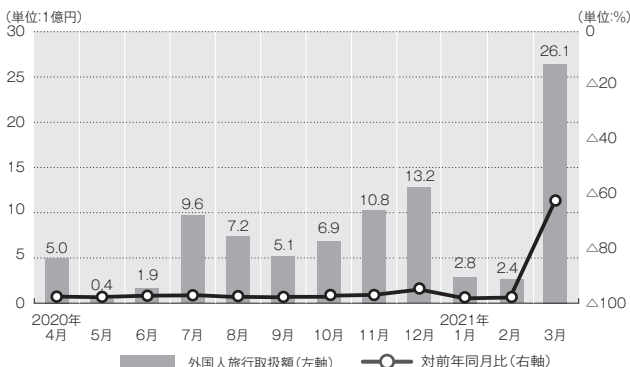
図II-3-1 主要旅行会社の外国人旅行取扱額とシェアの推移



資料：観光庁「主要旅行業者の旅行取扱状況年度総計」より（公財）日本交通公社作成  
（注）2020年度は速報値

月別の動向を見ると、2020年5月6月、2021年1月2月は外国人旅行取扱額が特に大きく落ち込んだ。一方で回復傾向が見られる時期もあったが、前年度と比較すると低水準が続いている。（図II-3-2）

図II-3-2 主要旅行会社の外国人旅行取扱額の月別推移



（注）速報値 資料：観光庁「主要旅行業者の旅行取扱状況年度総計」より（公財）日本交通公社作成

##### ●主要旅行会社等の訪日旅行事業展開

2020年度は、新型コロナウイルス感染症流行による業績悪化を受けて海外拠点の縮小が相次いだ。

JTBは、2021年度までに海外の拠点を190以上、人員を3700人削減すると、2020年11月に発表した。

KNT-CTホールディングスは、海外現地法人の解散により経費削減を図ることを2020年11月に発表した。

H.I.S.は、2021年度までの2年間に約2200人の海外要員削減、販管費（販売費及び一般管理費）の50%削減、営業拠点の95か所削減を実施すると2020年12月に発表した。

日本旅行は、2021年3月の中期経営計画見直しの中でインバウンド部門を縮小すると発表したが、中長期的な成長分野としての位置づけは変わらないとし、今後もMICEや富裕層、長期滞在等の市場拡大に備えていくとした。

このような縮小計画の一方で、アフターコロナの訪日需要に備え新たな分野での業務や業務提携を行う動きも見られた。

楽天グループは2020年7月に、日本・インド・東南アジア諸国を対象にタビナカの体験アクティビティ予約・販売サイトを運営する完全子会社のVoyaginを吸収合併した。これにより経営効率化とサービス向上を図る。また、楽天とLIFULLが民泊事業に参入するために設立した楽天LIFULL STAYは2021年3月、宿泊・民泊予約サイトVacation STAYにおいて、株式会社シーナッツが提供する予約サイトコントローラー「TL-リンカーン」とのシステム連携を開始した。TL-リンカーンを利用する宿泊施設は、情報の一括管理や、Vacation STAYのネットワークを活用した世界中の宿泊予約サイトへの販路拡大が可能となる。

タビナカ体験予約を手掛けるFun Group（旧タビナカ社）は2020年9月、観光アクティビティブランド「Fun」と国内外のOTA17社の業務提携に合意し、タビナカ体験企画のさらに幅広い提供を目指す。

ジェイアール東日本企画は2020年6月、Vpon JAPANとインバウンド動向分析デジタルマーケティングのサービス提供に関する業務提携を結んだ。地域や企業を対象に、訪日外国人のタビナカ行動を総合的に分析したレポートや、プロモーション施策の実施からその効果検証までを行うパッケージプランを提供する。

JALとJapan Travelは2021年3月25日、包括提携を締結し共同で旅行商品の企画や販売を行うと発表した。今までも両社は訪日プロモーションサイト「Explore Japan」を通じて観光情報を発信してきたが、訪日観光需要回復を目指し新たに共同で企画・販売も行う。

#### (2) コロナ禍での商品・サービス開発の動向

2020年度は国境を超えた往来が制限され、訪日客数は大きく落ち込んだ。その一方で、訪問せずとも日本を楽しむこと

ができる商品・サービス、アフターコロナの訪日意欲醸成を意識した商品・サービスの開発が進んだ。また自治体や企業が独自に開発・販売を行う流れが加速した。

#### ●物産・EC

H.I.S.は2020年6月、食に関わる生産者、自治体や一次産業従事者を支え、地域創生につなげる「HIS FOOD PROJECT」を開始した。2020年10月からはイギリス、ドイツ、シンガポール等の海外市場に日本酒を提供する取り組みが行われた。またH.I.S.のドイツ法人は2021年2月、ベルリンに日本食材店「HIS JAPAN FOOD & TRAVEL in BERLIN」をオープンした。グランドオープンにあたっては期間限定で三重県物産展・観光展を開催し、H.I.S.の訪日事業とリンクさせてアフターコロナの訪日意欲向上を図っている。

鳥取県は2021年3月、タイにおける鳥取県の認知度向上を図るため、タイ国際航空が運営する「機内食レストラン」にて、鳥取県の食材を用いた料理の提供と観光情報PRフェアを行った。

百貨店の越境EC進出も相次いだ。小田急百貨店は2020年9月、WeChat ミニプログラム「橙感」を通じた中国向け越境EC事業を開始した。中国向け越境EC市場では未展開のコスメブランドを扱い、中国における認知度向上を狙っている。また東急百貨店は、世界最大規模のオンライン・マーケットプレイス「eBay」に日本の百貨店として初めて公式越境ECショップを開設した。伝統工芸品等の上質な商品を取り扱い、日本文化の発信を目指すとしている。

#### ●オンラインツアー

日本旅行は2020年12月、訪日旅行や日本文化に関心の高い海外居住者や在留外国人を対象としたオンラインツアー「Real Web Tour」を発売した。東京の魅力再発見がテーマのシリーズでは、全国通訳案内士の資格を持つ英語ガイドが、現在の東京の様子、最新スポット、感染症対策への取り組み等を紹介する。東京からお土産を送るプランも設定している。

コロナ流行開始後にいち早く国内向けオンラインツアーを開始した琴平バスは、2020年10月、アメリカの日系旅行会社IACEトラベルと共同で海外向けツアーも開始した。拠点である四国の四県に加え、京都の摩気・美山地区など、あえて海外で知名度の高くない地域を対象地とし、コロナ収束後の誘客を目指している。

地域連携DMOである「一般社団法人秋田犬ツーリズム」は2020年10月以降、アジアの国や地域を対象にオンラインイベントを実施している。2020年10月には、コロナ後の需要回復期の予行演習、母国への情報発信、地域内の多文化共生機運醸成などの効果を期待してベトナム人技能実習生に向けたモニターツアーを実施した。また台湾やシンガポールに向けてはオンライン農泊イベントを行い、2021年2月の台湾向けイベントには約2,600名の視聴者が参加した。

#### (3) コロナ収束後を見据えた受入環境整備

##### ●コンテンツ開発 — タビナカ体験サービス —

新型コロナウイルス感染症流行前からタビナカ体験サービスの需要は高まっていたが、コロナ禍にシステムを整備したり、近年の流行を踏まえ新たなコンテンツを開発する動きが見られた。

JAL、ジャルパックは2021年3月、北海道宝島旅行社と、コロナ収束後のインバウンド需要を見据え、持続可能な開発目標(SDGs)を意識した商品開発・販売に関する包括契約を締結した。アドベンチャーツーリズム旅行商品を共同で開発し、JALが提供するプラットフォーム「訪日ダイナミックパッケージ(JAL Vacations)」において販売する。また、「北海道・宝結プロジェクト」として北海道の自然や食、人の魅力を発信する旅を提供し、観光以外の分野の保全や発展にも貢献していく。

環境省が実施する「国立公園満喫プロジェクト」に関連して、国立公園における取り組みも数多く見られた。富士箱根伊豆国立公園では、2020年1月に静岡銀行や地域の宿泊施設、交通事業者等が連携して「富士山ラグジュアリーツーリズムコンソーシアム」が設立された。インバウンド富裕層をターゲットとしたブランディングや、モデルコース開発をはじめとしたコンテンツ作成が進んでいる。さらに同団体は、同年11月には、富裕旅行業界最大規模の商談会であるILTM Cannesのオンラインイベント“World Tour in 2020”にも参加し、販路開拓を行った。

JTBは2021年2月、トリップアドバイザーのBókun事業部と連携し新事業「JTB BÓKUN」を開始した。Bókunは世界のツアー & アクティビティ事業者向けにBtoBプラットフォームを運営している。そのシステムのライセンスを受け、在庫の一元管理によるツアー・アクティビティ商品を扱う事業者の負担軽減、国内外OTAとのつながりを活かした世界中の旅行者への商品販売、商品の創出・販売支援等の取り組みを開始した。

##### ●受入基盤強化

新型コロナウイルス流行前から課題とされていた多言語化対応や二次交通整備に取り組むなど、今後を見据え感染対策の観点を取り入れた新たな仕組みを構築する動きが見られた。

JR西日本とJALは2021年3月、訪日客が西日本各地を自由に観光できる仕組みづくりを共同推進し、インバウンド再開時のスムーズな誘客を目指していくと発表した。取り組みの第一弾としては、JR-WEST RAIL PASSの電子チケットをJALマイレージバンク海外地区会員のマイル特典として交換可能にする。またJALの地域送客プラットフォーム「訪日ダイナミックパッケージ(JAL Vacations)」の中でも購入可能とし、航空券・交通バス・宿泊・アクティビティ等がワンストップで購入できる仕組みを確立した。

JTBは、多言語同時翻訳チャットツールを提供するKotoznaとニューノーマル時代の宿泊施設向け非接触型多言語コミュニケーションツール「Kotozna In-room」を開発し、2020年10月より販売を開始した。QRコードを読み込むと施

設案内や周辺観光情報が母国語で表示され、また施設内のどこからでもスタッフと母国語同士で会話が可能である。宿泊施設スタッフとゲスト間のバーチャルコミュニケーションが強化され、感染のリスクが低下するとともに、施設側の多言語対応能力強化、業務効率化、売り上げ拡大等が実現できる。

観光案内所の整備も行われた。東京都は2020年8月、訪日外国人受入態勢のさらなる強化のため、対面で情報提供等を行う東京観光案内窓口の追加募集を始めた。一方小田急箱根グループは2021年3月、NTT東日本と連携し、多言語に対応するコミュニケーションロボットによる箱根エリアの観光案内・施設案内サービスを開始すると発表した。

(4) 免税店・免税サービスの動向

新型コロナウイルス感染症の流行により訪日外国人客数が大きく減少したため、2020年度は免税店の撤退や売り上げの減少が見られた。

●免税店・免税サービスの縮小

福岡国際空港・西日本鉄道・三越伊勢丹ホールディングスが出資して設立された福岡三越内の空港型市中免税店「福岡デューティーフリー天神」が、2020年7月に閉店した。2016年に開業、2019年の売り上げは35億円、また2020年1月には大規模改装が行われたばかりであったが、訪日客の回復が見通せないとの判断から閉店に至った。

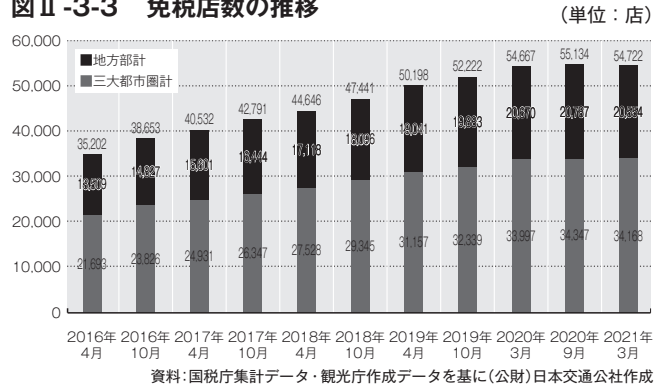
高島屋は2020年10月、タカシマヤタイムズスクエアで営業していた空港型市中免税店「高島屋デューティーフリーSHILLA&ANA」を閉店し、同店の運営を担っていた全日空商事・ホテル新羅との合弁会社「A&S高島屋デューティーフリー」の事業を終了した。

各地で免税店を展開するラオックスは、全国24店舗のうち半数の12店舗の閉店と、九州・沖縄からの撤退を2020年7月に発表した。

●免税店数・売上高の状況

全国の免税店数は、2021年3月末時点で54,722店と、前回調査(2020年9月)に比べ0.7%の減少となった。三大都市圏(東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県、愛知県、大阪府、京都府、兵庫県)は34,168店(同1.1%減)、三大都市圏を除く地方で20,554店(同0.5%減)となった(図II-3-3)。免税店数は2012年4月以降三大都市圏・地方部双方において常に増加傾向にあり、減少に転じたのは2021年3月が初めてである。

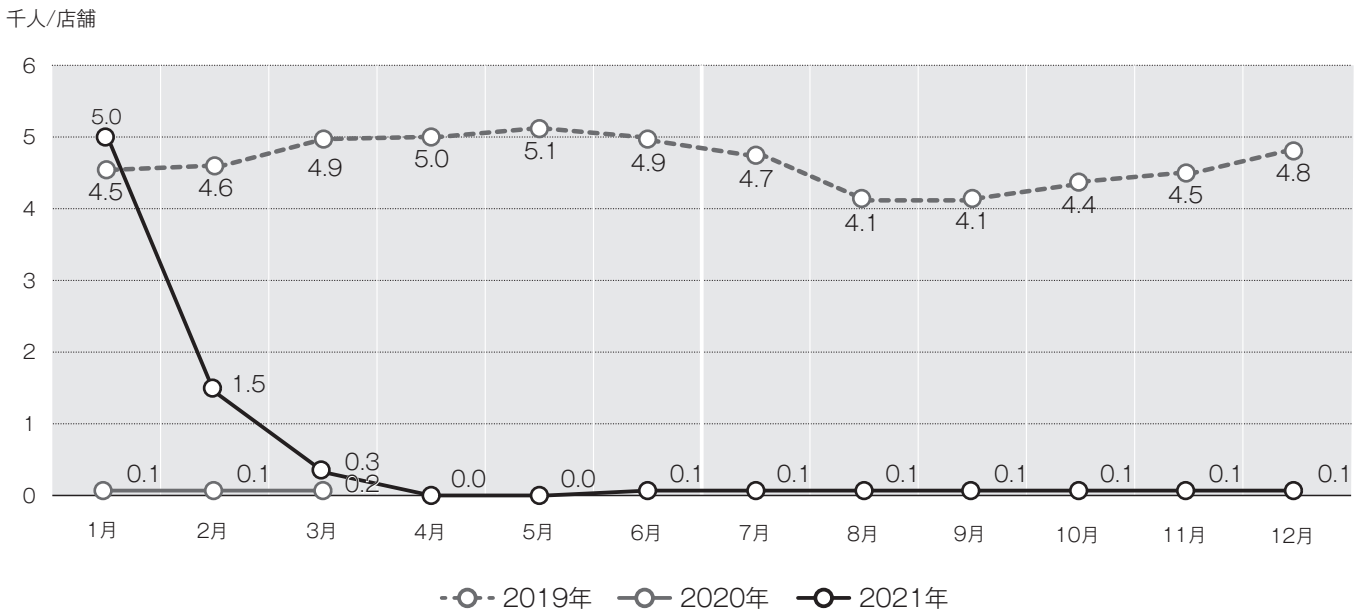
図II-3-3 免税店数の推移



消費税免税を行っている百貨店についてみると、1店舗あたりの免税購買客数は新型コロナウイルス流行に関連する渡航規制が開始された2020年2月以降大きく減少し、2020年度は毎月約200人以下で推移した(図II-3-4)。また、1店舗あたりの免税販売売上高も2020年2月頃に大きく落ち込んだが、その後わずかながら回復傾向も見られる。消耗品が総売上額に占める割合は2020年3月に6割にまで高まったが、その後は低下した(図II-3-5)。また1人あたりの購入単価は大きく増加し、2019年度は6~7.5万円程度で推移していたが2020年10月には42万円となった(図II-3-6)。

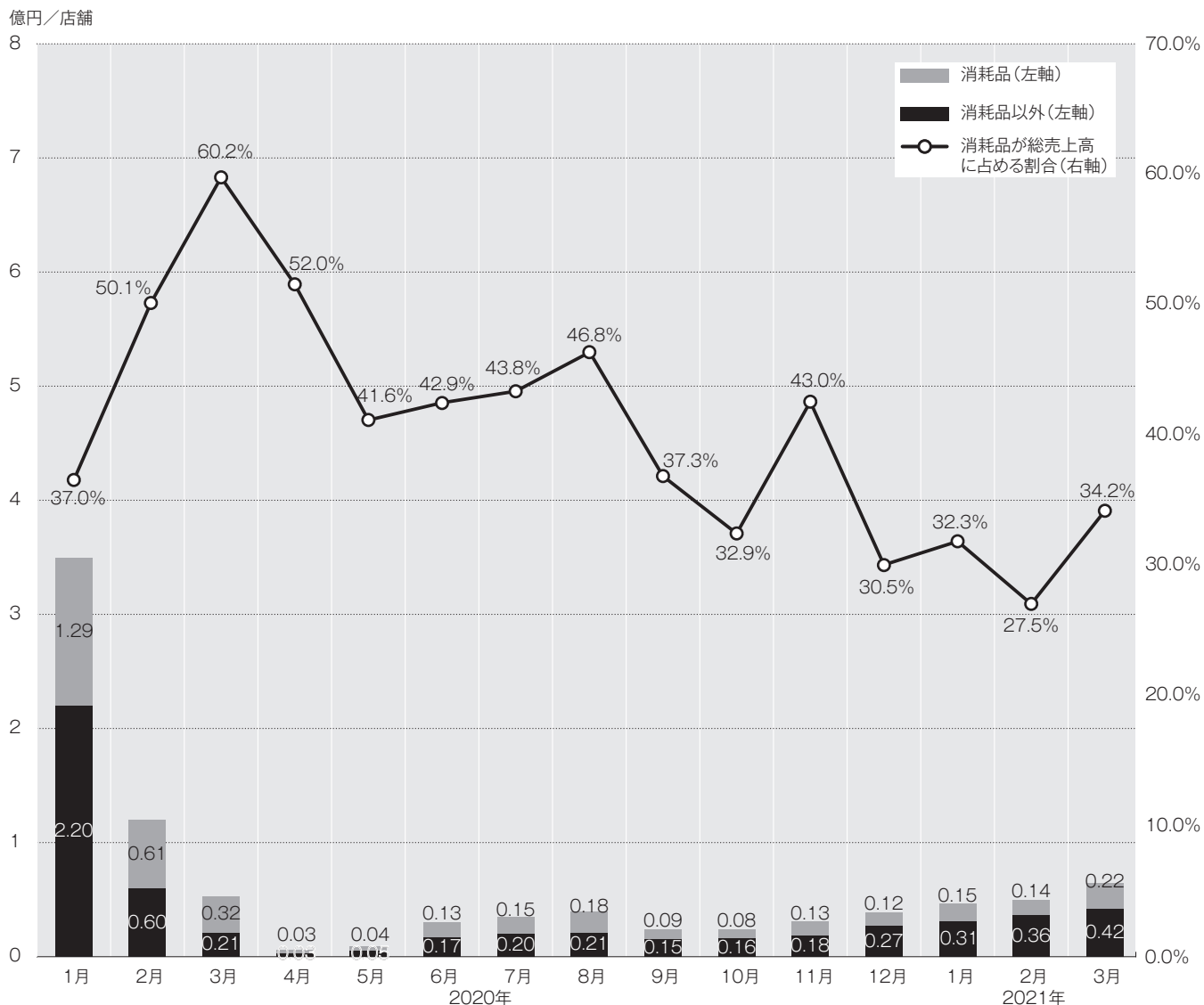
(山本奏音)

図II-3-4 消費税免税を行っている百貨店における1店舗当たり免税購買客数の推移



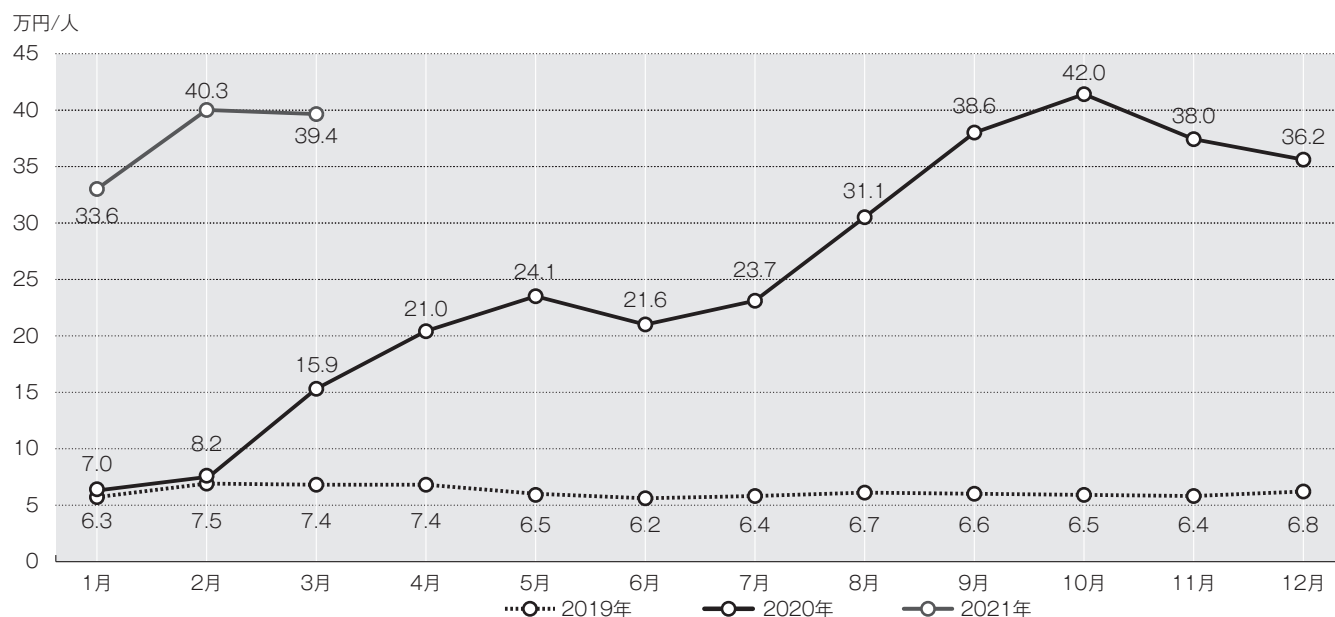


図II-3-5 消費税免税を行っている百貨店における1店舗当たり免税販売上高の推移



資料：日本百貨店協会「外国人観光客売上・来店動向【速報】」をもとに(公財)日本交通公社作成

図II-3-6 消費税免税を行っている百貨店における1人あたりの購買単価の推移



## 2 訪日パッケージツアーの概況

東京2020大会に向けた観戦商品

### (1) 2020年の訪日パッケージツアーの販売状況

当財団では、2015年より、パッケージツアーの利用率が高い台湾、香港、中国を調査対象として独自調査「JTBF 訪日旅行商品調査」を実施している。しかし、2020年3月以降、世界的に感染が拡大する新型コロナウイルスの流行拡大により、本調査が対象とする国・地域及び旅行会社の訪日パッケージツアーは催行されていない。

一方、2021年に開催された「東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会」(以下「東京2020大会」)の開催に伴い、海外在住の一般観客を対象として、観戦チケット及び観戦チケットを含むパッケージが販売された。これらは、2021年3月に開催された政府、東京都、大会組織委員会、国際オリンピック委員会 (IOC)、国際パラリンピック委員会 (IPC) による5者協議の場で、海外観客の受入を見送る決断がされるまで販売された。

本稿では、「JTBF 訪日旅行商品調査(東京2020大会観戦商品調査)」の調査結果をもとに、台湾、香港、タイ、英国、スペイン、米国・オーストラリア(両国を対象として公式チケット販売事業者1社が販売)、カナダ、東南アジア(シンガポール、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナム)・インドを対象として公式チケット販売事業者1社が販売)で販売されたオリンピック観戦商品について紹介する。

表II-3-1 JTBF 訪日旅行商品調査(東京2020大会観戦商品調査)調査概要

調査時期	: 2020年11月～2021年2月(各月の上旬1週間 <sup>※1</sup> )
調査対象	: 台湾、香港、タイ、英国、スペイン、米国・オーストラリア、カナダ、東南アジア・インド
有効商品数 <sup>※2</sup>	: 台湾(176)、香港(169)、タイ(212)、英国(24)、スペイン(34)、米国・オーストラリア(90)、カナダ(36)、東南アジア・インド(24)

※1: 2020年11月～2021年2月まで月1度調査を実施し、新規商品が確認された場合に調査対象に追加。

※2: 訪日インバウンド市場における主要市場であること、データ収集が可能であること、パッケージを販売していることなどを考慮して選定。

表II-3-2 調査対象国・地域の公式チケット販売事業者

調査対象国・地域	公式チケット販売事業者
台湾	JTB Taiwan Ltd
香港	香港中國旅行社有限公司(CTS)
タイ	JTB Thailand
英国	TEAM GB LIVE
スペイン	Issta Sport LTD
米国・オーストラリア	CoSport
カナダ	ATPI Sports Events
東南アジア・インド	Kingdom Sports Group

### (2) 東京2020大会観戦チケットを含むパッケージ

#### ① 観戦チケットを含むパッケージの概要

海外に居住する人が「東京2020大会」の観戦を希望する際は、各国・地域の公式チケット販売事業者を通じて、観戦チケットまたは観戦チケットを含むパッケージを購入する。これらの商品は130カ国・地域、58の事業者を通じて販売された。なお、中南米、東南アジア、アフリカなどでは、1社が同一地域内の複数国・地域の公式チケット販売事業者となっているケースがある。また、1カ国・地域あたり公式チケット販売事業者は1社であることが多いが、ブラジル、ベルギー、チェコ、デンマーク、スロベニアなど、一部の国では副販売事業者を置き、2社以上で販売しているケースもある。

観戦チケットを含むパッケージは、観戦チケットに加え、航空チケット、宿泊施設、日本国内での観光が商品に組み込まれており、国・地域によってパッケージ構成が異なる(表II-3-3)。出発地から日本までの航空チケットを含んでいる主な国・地域は香港(169商品中/169商品)、英国(24商品中/18商品)である。宿泊施設は、調査対象国・地域中、英国を除き、販売されている全ての商品に含まれている。試合観戦の前後や合間に日本国内での観光を含んでいる主な国・地域は、スペイン(34商品中/34商品)や東南アジア(24商品中/14商品)である。

また、パッケージの中には、トップカテゴリの観戦チケット、専用通路によるスムーズな移動、会場内のラウンジでの食事、スペシャルゲストによる競技解説などが付いた高付加価値型商品「ホスピタリティパッケージ」が含まれているケースもあり、スペイン(34商品中/34商品)、米国・オーストラリア(90商品中/6商品)、東南アジア・インド(24商品中/14商品)で販売されている。

なお、調査対象となったパッケージの平均泊数は3.1泊、平均パッケージ価格は50.3万円、平均観戦数は3.1セッション(観戦チケットは各競技の開催日・時間帯ごとに区切られた「セッション」ごとに販売される)となった。

#### ② 各国・地域の観戦チケットを含むパッケージ

調査対象国・地域の観戦チケットを含むパッケージの概要は以下の通りである(表II-3-3～5)。

##### ●台湾

台湾で販売されたパッケージは、多くが観戦チケットと宿泊施設で構成されており、訪日リピーターが多い台湾では、航空チケットや観光が含まれる割合が低く、自由度が高い商品が多い。平均泊数は2.9泊、平均観戦数は2.0セッションとコンパクトな商品が多いが、一部、開会式と閉会式を含む18セッションが含まれた商品も販売されている。平均パッケージ価格は17.5万円です調査対象国・地域中最も安い。主な観戦種目は野球、バスケットボール、バレーボールである。

##### ●香港

香港で販売されたパッケージは、観戦チケット、宿泊施設、航空チケットで構成されるケースが多い。台湾と同様、訪日リピーターが多いことから、観光が含まれている商品は少な

表II-3-3 パッケージに含まれるサービス(国・地域別)

	観戦チケットを含むパッケージ(商品)					
	航空チケットを含むパッケージ	宿泊施設を含むパッケージ	観戦チケットを含むパッケージ	観光を含むパッケージ	ホスピタリティを含むパッケージ	
台湾	176	27	176	176	0	0
香港	169	169	169	169	2	0
タイ	212	0	212	212	0	0
英国	24	18	12	24	0	0
スペイン	34	0	34	34	34	34
米国・オーストラリア	90	0	90	90	0	6
カナダ	36	0	36	36	0	0
東南アジア・インド	24	0	24	24	14	14
合計	765	214	753	765	50	54

表II-3-4 パッケージの平均泊数・平均価格・平均観戦数

	平均泊数(泊)	平均パッケージ価格(円)	平均観戦数(セッション)
台湾	2.9	174,822	2.0
香港	4.1	573,854	3.0
タイ	1.1	319,807	2.0
英国	6.7	1,156,257	9.9
スペイン	3.8	526,691	3.6
米国・オーストラリア	4.6	954,528	4.1
カナダ	5.0	614,638	6.8
東南アジア・インド	5.0	1,490,274	4.3
全体	3.1	503,278	3.1

表II-3-5 主な観戦種目(国・地域別)

台湾		香港		タイ		英国	
競技名	セッション数	競技名	セッション数	競技名	セッション数	競技名	セッション数
野球	46	バレーボール	132	バレーボール	99	陸上競技	78
バスケットボール	45	水泳(飛込)	104	バドミントン	95	体操(体操競技)	27
バレーボール	44	バドミントン	54	テニス	39	水泳(競泳)	27
バドミントン	41	陸上競技	51	卓球	33	ビーチバレーボール	15
陸上競技	31	バスケットボール	42	サッカー	31	テコンドー	13
卓球	29	卓球	33	陸上競技	23	水泳(飛込)	13
アーチェリー	27	水泳(競泳)	33	ゴルフ	17	スケートボード	9
テニス	17	体操(体操競技)	18	バスケットボール	14	ホッケー	8
テコンドー	12	テニス	8	野球	14	ボート	6
ウエイトリフティング	10	フェンシング	8	水泳(競泳)	14	自転車競技(BMXレーシング)	5
						閉会式	5
スペイン		米国・オーストラリア		カナダ		東南アジア・インド	
競技名	セッション数	競技名	セッション数	競技名	セッション数	競技名	セッション数
陸上競技	22	競技選択可能	64	ビーチバレーボール	31	テニス	14
水泳(競泳)	20	開会式	7	水泳(飛込)	25	水泳(競泳)	12
体操(体操競技)	13	閉会式	4	陸上競技	17	バドミントン	11
柔道	9			ボート	16	陸上競技	11
バスケットボール	7			テニス	12	体操(体操競技)	9
テニス	6			サッカー	12	バスケットボール	9
卓球	6			ラグビー	10	開会式	8
開会式	6			体操(体操競技)	9	水泳(飛込)	4
バドミントン	4			バスケットボール	8	水泳(アーティスティックスイミング)	4
体操(新体操)	4			バレーボール	7	ビーチバレーボール	4
				馬術(総合馬術)	7		
				閉会式	7		

いが、一部、観光がセットになった商品が販売されている。入国した成田空港から成田山新勝寺、香取神宮、佐原などの千葉県の名所や、偕楽園や大洗などの茨城県の名所を訪問し、合間に女子バレーボールを1セッション観戦するという、観光に重きが置かれた行程となっている。また、観光が含まれていない商品には交通系ICカード・Suica(チャージ済)が付いている。

平均泊数は4.1泊、平均観戦数は3.0セッション、平均パッケージ価格は57.4万円である。主な観戦種目はバレーボール、水泳(飛込)、バドミントンである。

#### ●タイ

タイで販売されたパッケージは、観戦チケット、宿泊施設で

構成されている。平均泊数は1.1泊、平均観戦数は2.0セッションと調査対象国・地域の中では、最もコンパクトな商品となっている。平均パッケージ価格は32.0万円で、台湾に次いで安い。主な観戦種目は、バレーボール、バドミントン、テニスである。

#### ●英国

英国で販売されたパッケージは、観戦チケット、航空チケット、宿泊施設で構成されている。平均泊数は6.7泊、平均観戦数は9.9セッション、平均パッケージ価格は115.6万円と調査対象国・地域中、東南アジア・インドに次いで2番目に高い。

大会期間中、開会式を含む24セッションを毎日観戦することができる商品が322.0万円で販売される一方、英国出発から帰国までの3泊5日の間に、陸上競技や自転車競技2セッションを観戦

するコンパクトな商品も販売されており、多様な商品展開が特徴である。主な観戦種目は陸上競技、体操競技、競泳である。

#### ●スペイン

スペインで販売されたパッケージは、観戦チケット、宿泊施設、観光で構成されている。今回調査対象となった商品の全てがホスピタリティパッケージとなっており、公式チケット販売事業者が用意した専用スペースでのサービスが含まれている。平均泊数は3.8泊、平均観戦数は3.8セッション、平均パッケージ価格は52.7万円で、主な観戦種目は陸上競技、競泳、体操競技となっており、英国と共通している。

#### ●米国・オーストラリア

米国・オーストラリアで販売されたパッケージは、観戦チケットと宿泊施設で構成されるケースが多く、一部の商品がホスピタリティパッケージとなっている。平均泊数は4.6泊、平均観戦数は4.1セッション、平均パッケージ価格は95.5万円(ホスピタリティパッケージ以外の一般的な商品は最低価格にて算出。消費者が選択する種目及びセッションによって値上がりする)である。ホスピタリティパッケージを除いた一般的な商品は、消費者が自由に観戦したい競技やセッションを選択できる点の特徴である。

#### ●カナダ

カナダで販売されたパッケージは、観戦チケット、宿泊施設で構成され、多くの商品に交通系ICカード・PASMOが付いている。

また、今回調査対象となった全ての商品に選手との交流の場が組み込まれていることが特徴である。平均泊数は5.0泊、平均観戦数は6.8セッション、平均パッケージ価格は61.5万円である。主な観戦種目はビーチバレーボール、飛込、陸上競技である。

#### ●東南アジア・インド

東南アジア(シンガポール、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナム)・インドで販売されたパッケージは、観戦チケットと宿泊施設で構成されており、一部の商品に観光が含まれている。販売された商品のうち半数以上がホスピタリティパッケージとなっている。平均泊数は5.0泊、平均観戦数は4.3セッション、平均パッケージ価格は149.0万円となっており、調査対象国・地域中、最も高い。主な観戦種目はテニス、競泳、バドミントン、陸上競技である。

なお、商品数が少ないため、今回の調査対象国・地域には含まれないが、ドイツでは、観戦パッケージに追加できるオプションツアーとして、試合観戦前に上海・北京に立ち寄る4泊5日のツアーや台湾に立ち寄る6泊7日のツアーが販売された。

(柿島あかね)

# 第Ⅲ編 観光産業

## Ⅲ-1 旅行業

- 1 旅行業の現況 ..... 92  
(1) 旅行業者数 (2) 主要旅行業者の取扱額 (3) 大手旅行会社の決算からみる売上高
- 2 旅行業界をめぐる動き ..... 94  
(1) 感染症蔓延に伴う営業休止と再開、Go Toトラベル事業  
(2) 組織再編や提携、新規参入などの動向 (3) 流通・チャネルをめぐる動向 (4) 業界団体の動向
- 3 旅行商品をめぐる動き ..... 96  
(1) 旅行商品の企画開発
- 4 旅行の計画と旅行会社の利用 ..... 97  
(1) 旅行計画の情報収集源 (2) 旅行の予約によく使う方法  
(3) パッケージツアー商品の利用

## Ⅲ-2 運輸業

- 1 輸送量と交通事業の動向 ..... 100  
(1) 国内旅客輸送の動向
- 2 鉄道交通 ..... 101  
(1) 利用者の動向 (2) 鉄道路線の動向 (3) 鉄道事業者等による取り組み
- 3 航空交通 ..... 103  
(1) 利用者の動向 (2) 航空路線の動向 (3) 空港関連施設の動向  
(4) 航空政策の動向
- 4 海上交通 ..... 107  
(1) 利用の動向 (2) 航路・寄港の動向 (3) 海上交通関連政策の動向
- 5 道路交通 ..... 109  
(1) 利用者の動向 (2) 高速道路の動向 (3) 道路交通関連施設の動向

## Ⅲ-3 宿泊業

- 1 宿泊施設の供給動向と利用動向 ..... 113  
(1) 供給動向 (2) 宿泊者数 (3) 客室稼働率および定員稼働率  
(4) 宿泊料(宿泊単価)
- 2 四半期別の利用動向 ..... 114  
(1) 客室稼働率 (2) 定員稼働率 (3) 外国人宿泊者比率
- 3 2020年の話題 ..... 116  
(1) 感染者受け入れ施設としての活用 (2) 宿泊施設の新しい「売り方」への挑戦 (3) 宿泊施設の感染防止策 (4) コロナ禍における宿泊事業支援政策 (5) 都市・リゾート地で多様な宿泊施設が開業 (6) 宿泊業の倒産

## Ⅲ-4 集客交流施設、MICE

- 1 集客交流施設 ..... 119  
(1) 集客交流施設の動向 (2) 集客交流施設の整備動向
- 2 MICE ..... 122  
(1) MICEの現況 (2) MICEをめぐる動き (3) IRをめぐる動き

# Ⅲ-1 旅行業

## Ⅰ 旅行業の現況

第1種、第2種、第3種ともに減少  
 コロナ禍で主要旅行業者の取扱額は激減

### (1) 旅行業者数

観光庁によると、2021年4月1日現在の旅行業者総数(旅行業者と旅行業者代理業者、旅行手配サービス業の計)は11,888社で、2016年から続いた増加傾向が減少に転じた(前年比0.5%減)(表Ⅲ-1-1)。

営業資格別にみると、第1種(海外・国内の募集型企画旅行の企画・実施が可能)が前年比2.3%減で、2017年からの漸減傾向に拍車がかかった。第2種(国内の募集型企画旅行の企画・実施が可能)は同0.2%減にとどまったが、第3種(受注型企画旅行ならびに限定区域内での募集型企画旅行の企画・実施が可能)は同4.2%減となった。2014年に新設され年々その数を増やしてきた地域限定旅行業は、今期も前年比22.8%増の伸びとなった。

旅行業者代理業者は同9.0%減と、2012年以降10年連続の減少が続いている。2018年1月より新たに制度化され急増してきた「旅行サービス手配業」(ランドオペレーター業務を行う)の登録者数は同11.4%増の伸びにとどまった。

### (2) 主要旅行業者の取扱額

観光庁の「主要旅行業者の旅行取扱状況速報」によると、

2020年度の主要旅行業者46社の取扱額(他の旅行業者が造成した募集型企画旅行の代売実績を含む)は合計で9,997億円(前年比78.4%減)<sup>\*1</sup>であった。市場別では、国内旅行が9,481億円(同63.1%減)、海外旅行は425億円(同97.7%減)、外国人旅行(日本の旅行会社によるインバウンド旅行)は91億円(同96.0%減)であった(表Ⅲ-1-2)。

\*1 2017年度総取扱額2位の「楽天」が2018年6月より旅行部門の業績開示をとりやめており、同社の取扱額を含まない。

四半期別にみると、海外旅行と外国人旅行は実質的には年間を通じて停止しており、各期とも9割減が続いた。国内旅行については、Go Toトラベルキャンペーンによる需要喚起策の効果もあって、第2四半期(7~9月期)が対前年72.5%減、第3四半期(10~12月期)が同33.3%減と、徐々に回復傾向にあったが、年末からの感染拡大と緊急事態宣言発出により、第4四半期は再び対前年48.6%減へと落ち込んだ(表Ⅲ-1-3)。

表Ⅲ-1-4は、主要旅行業者46社について、各社の消費者への販売力(BtoC)を比較するため、ホールセール専門会社とみなされる3社を除外し可能な限り代売実績の重複を避け、対象43社の取扱額合計に占める各社(グループ)のシェアについて推計を行ったものである。

2020年度の総取扱額では1位が「ジェイティービー(JTB)」(グループ9社計)で4.7%、2位は「KNT-CTホールディングス」(グループ13社計)で11.3%、3位は「日本旅行」で11.1%となった。

表Ⅲ-1-1 旅行業者数の推移

(単位：社、%)

	2017年		2018年		2019年		2020年		2021年	
	実数	前年比	実数	前年比	実数	前年比	実数	前年比	実数	前年比
総数	10,301	2.0	11,107	0.9	11,560	4.1	11,948	3.4	11,888	△0.5
旅行業	9,551	2.5	9,684	1.4	9,783	1.0	9,790	0.1	9,610	△1.8
第1種	704	△0.6	688	△2.3	691	0.4	686	△0.7	670	△2.3
第2種	2,914	3.1	2,980	2.3	3,022	1.4	3,043	0.7	3,036	△0.2
第3種	5,789	2.1	5,816	0.5	5,803	△0.2	5,692	△1.9	5,451	△4.2
地域限定	144	22.0	200	38.9	267	33.5	369	38.2	453	22.8
旅行業者代理業	750	△3.7	706	△5.9	675	△4.4	620	△8.1	564	△9.0
旅行サービス手配業			717	-	1,102	53.7	1,538	39.6	1,714	11.4

資料：2017年までは観光庁への聞き取りをもとに、2018年以降は観光庁HPより(公財)日本交通公社作成

表Ⅲ-1-2 主要旅行業者の取扱額

(単位：億円、%)

	2019年度	2020年度	前年度比
海外旅行	18,262	425	△97.7
外国人旅行	2,261	91	△96.0
国内旅行	25,661	9,481	△63.1
合計	46,184	9,997	△78.4

資料：観光庁「令和2年度主要旅行業者の取扱状況年度総計(速報)」より(公財)日本交通公社作成

表Ⅲ-1-3 主要旅行業者の取扱額の四半期別前年度比の増減

(単位：%)

	第1四半期 (4~6月)	第2四半期 (7~9月)	第3四半期 (10~12月)	第4四半期 (1~3月)
海外旅行	△98.7	△98.4	△97.5	△94.8
外国人旅行	△99.0	△96.2	△95.6	△89.2
国内旅行	△92.5	△72.5	△33.3	△48.6
合計	△95.3	△84.2	△61.6	△67.8

資料：観光庁「令和2年度主要旅行業者の取扱状況年度総計(速報)」より(公財)日本交通公社作成

表Ⅲ-1-4 主要旅行業者の取扱額上位10社とシェア

## 一総取扱額一

順位	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度	取扱額(百万円)	前年度比(%)	43社内シェア(%)
1	JTB	JTB	JTB	JTB	JTB	421,545	△73.3	47.8
2	楽天	楽天	HIS	KNT	KNT	99,806	△78.2	11.3
3	KNT	KNT	KNT	日本旅行	日本旅行	97,815	△77.0	11.1
4	HIS	HIS	日本旅行	阪急交通社	阪急交通社	58,444	△82.6	6.6
5	日本旅行	日本旅行	阪急交通社	東武トップツアーズ	JR東海ツアーズ	29,794	△63.4	3.4
6	阪急交通社	阪急交通社	東武トップツアーズ	エアトリ	HIS	26,954	△94.2	3.1
7	東武トップツアーズ	東武トップツアーズ	エボラブルアジア	名鉄観光サービス	東武トップツアーズ	25,242	△79.4	2.9
8	JTBビジネストラベルソリューションズ	JR東海ツアーズ	JR東海ツアーズ	JR東海ツアーズ	名鉄観光サービス	24,228	△71.6	2.7
9	JR東海ツアーズ	名鉄観光サービス	名鉄観光サービス	農協観光	びゅうトラベルサービス	10,153	△76.8	1.2
10	名鉄観光サービス	農協観光	農協観光	日新航空サービス	農協観光	7,695	△86.7	0.9

## 一国内旅行取扱額一

順位	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度	取扱額(百万円)	前年度比(%)	43社内シェア(%)
1	JTB	JTB	JTB	JTB	JTB	402,158	△57.0	48.4
2	楽天	楽天	KNT	KNT	KNT	96,775	△65.5	11.6
3	KNT	KNT	日本旅行	日本旅行	日本旅行	95,324	△64.4	11.5
4	日本旅行	日本旅行	阪急交通社	阪急交通社	阪急交通社	55,929	△56.5	6.7
5	阪急交通社	阪急交通社	東武トップツアーズ	東武トップツアーズ	JR東海ツアーズ	29,783	△61.6	3.6
6	東武トップツアーズ	東武トップツアーズ	JR東海ツアーズ	JR東海ツアーズ	名鉄観光サービス	23,897	△64.7	2.9
7	JR東海ツアーズ	JR東海ツアーズ	名鉄観光サービス	名鉄観光サービス	東武トップツアーズ	23,811	△72.6	2.9
8	名鉄観光サービス	名鉄観光サービス	エボラブルアジア	エアトリ	HIS	22,449	△60.3	2.7
9	農協観光	農協観光	HIS	農協観光	びゅうトラベルサービス	10,111	△74.9	1.2
10	HIS	HIS	農協観光	びゅうトラベルサービス	農協観光	7,626	△84.8	0.9

## 一海外旅行取扱額一

順位	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度	取扱額(百万円)	前年度比(%)	43社内シェア(%)
1	JTB	JTB	JTB	JTB	JTB	12,659	△97.7	30.2
2	HIS	HIS	HIS	阪急交通社	HIS	4,216	△98.9	10.0
3	阪急交通社	阪急交通社	阪急交通社	KNT	阪急交通社	2,502	△98.8	6.0
4	KNT	KNT	KNT	日本旅行	エムオーツーリスト	2,298	△93.1	5.5
5	日本旅行	日本旅行	日本旅行	エアトリ	KNT	2,274	△98.5	5.4
6	JTBビジネストラベルソリューションズ	DeNAトラベル	エボラブルアジア	日新航空サービス	日新航空サービス	2,116	△94.9	5.0
7	DeNAトラベル	日新航空サービス	日新航空サービス	エムオーツーリスト	日本旅行	1,857	△98.3	4.4
8	日新航空サービス	楽天	エムオーツーリスト	旅工房	郵船トラベル	1,718	△92.5	4.1
9	エムオーツーリスト	エムオーツーリスト	エヌオーイー	エヌオーイー	日通旅行	1,597	△93.4	3.8
10	楽天	日通旅行	日通旅行	東武トップツアーズ	エヌオーイー	1,527	△94.6	3.6

## 一外国人旅行取扱額一

順位	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度	取扱額(百万円)	前年度比(%)	43社内シェア(%)
1	JTB	JTB	JTB	JTB	JTB	6,729	△93.1	74.1
2	日本旅行	日本旅行	HIS	日本旅行	KNT	757	△96.8	8.3
3	HIS	HIS	日本旅行	KNT	日本旅行	634	△98.7	7.0
4	KNT	KNT	KNT	東武トップツアーズ	東武トップツアーズ	296	△96.1	3.3
5	楽天	楽天	東武トップツアーズ	阪急交通社	HIS	290	△99.0	3.2
6	東武トップツアーズ	東武トップツアーズ	阪急交通社	びゅうトラベルサービス	T-LIFEホールディングス	106	△95.8	1.2
7	阪急交通社	阪急交通社	東日観光	T-LIFEホールディングス	WILLER	66	△91.9	0.7
8	東日観光	東日観光	名鉄観光サービス	JR東海ツアーズ	名鉄観光サービス	41	△98.1	0.4
9	農協観光	名鉄観光サービス	びゅうトラベルサービス	名鉄観光サービス	びゅうトラベルサービス	40	△98.6	0.4
10	名鉄観光サービス	DeNAトラベル	JR東海ツアーズ	日通旅行	農協観光	26	△97.8	0.3

資料：観光庁「主要旅行業者の取扱状況速報」をもとに(公財)日本交通公社推計

(注1) シェアの分母は主要旅行業者46社(20年度掲載企業)から下記ホールセラー3社を除外した取扱額の合計

ANAセールス(株)、(株)シャルバック、ビックホリデー(株)

(注2) 2020年度の「JTB」は以下9社の合計(社内取引を相殺した額で算出)(2016年度は15社、17年度は25社、18年度は12社、19年度は11社)

(株)JTB、(株)JTBグローバルマーケティング&amp;トラベル、(株)JTB沖縄、(株)JTB京阪トラベル、(株)JTBメディアリテリング、(株)JTBグランドツアー&amp;サービス、(株)JTBビジネストラベルソリューションズ、(株)JTBガイアレック、(株)トラベルプラザインターナショナル

(注3) 2020年度の「KNT」は以下13社の合計(社内取引を相殺した額で算出)(2016年度は8社、17年度は11社、18～19年度は13社)

クラブツーリズム(株)、(株)近畿日本ツーリスト北海道、(株)近畿日本ツーリスト東北、(株)近畿日本ツーリスト関東、(株)近畿日本ツーリスト首都圏、(株)近畿日本ツーリスト中部、(株)近畿日本ツーリスト関西、(株)近畿日本ツーリスト中国四国、(株)近畿日本ツーリスト九州、(株)近畿日本ツーリストコーポレートビジネス、(株)KNT-CTグローバルトラベル、(株)KNT-CTウエブトラベル、(株)ユナイテッドツアーズ

(注4) 「阪急交通社」は以下3社の合計(社内取引を相殺した額で算出)

(株)阪急交通社、(株)阪急阪神ビジネストラベル、阪神トラベル・インターナショナル(株)

(注5) 2020年度の「HIS」は以下6社の合計(社内取引を相殺した額で算出)(2016年度は5社、17～18年度はミキ・ツーリストを加えた6社)(19年度は情報提供をとりやめた)

(株)エイチ・アイ・エス、(株)オリオンツアー、(株)クオリタ、(株)クルーズプラネット、(株)ジャパホリデートラベル、(株)エイチ・アイ・エス沖縄

(注6) 2019～20年度の「T-LIFEホールディングス」は以下の4社の合計(社内取引を相殺した額で算出)

(株)タビックスジャパン、東日観光(株)、トラベルイン(株)、(株)湯旅

(注7) 「楽天」は、2018年度よりトラベル部門の業績開示をとりやめた

(注8) 「エアトリ」は、2020年度の情報を非公開、2019年度は以下4社の合計(社内取引を相殺した額で算出)

(株)エアトリ(旧エボラブルアジア)、(株)エアトリインターナショナル(旧(株)エアトリ)、(株)エヌエス・エンタープライズ、(株)セブンフォーセブンエンタープライズ

### (3) 大手旅行会社の決算からみる売上高

大手の旅行会社5社（JTB、HIS、日本旅行、KNT-CTホールディングス、阪急交通社）の決算資料から旅行事業部門の売上高（取扱額）と前年比をみると、決算期の違いによるコロナ禍の影響に差はあるものの、いずれも大幅な減少となった（10月決算のHISのみコロナ前の2019年11月、12月の売り上げを含む）（表Ⅲ-1-5）。

決算としては、JTBが過去最大で2期ぶりの赤字（1052億円）、HISが2002年の上場以来初めての赤字（250億円）となったほか、KNTが285億円、日本旅行が128億円の過去最大赤字、阪急交通社もグループ3社の営業損益が74億円の赤字となった。

表Ⅲ-1-5 大手旅行会社の売上高および対前年同期比

単位：百万円

	2016	2017	2018	2019	2020
HIS	465,772	536,826	651,303	722,464	359,631
JTB	1,169,145	1,143,128	1,152,502	1,073,593	190,728
日本旅行	411,968	420,413	429,766	451,028	135,640
KNT	396,004	405,172	411,821	385,362	87,889
阪急交通社	318,750	345,521	369,971	335,605	57,835

単位：%

	2016	2017	2018	2019	2020
HIS	△2.2	15.3	21.3	10.9	△50.2
JTB	△3.2	△2.2	0.8	△6.8	△82.2
日本旅行	△1.2	2.0	2.2	4.9	△69.9
KNT	-	2.3	1.6	△6.4	△77.2
阪急交通社	△5.1	8.4	7.1	△9.3	△82.8

資料：各社決算資料、ニュースリリースをもとに（公財）日本交通公社作成  
 (注1)「JTB」「HIS」「阪急交通社」は、(株)ジェイティービー、(株)エイチ・アイ・エス、阪急阪神ホールディングス(株)の連結業績のうち旅行事業部門の業績を記載。  
 (注2)「KNT」はKNT-CTホールディングス(株)の連結業績を記載  
 2016年度の前年比は決算期の変更に伴い、単純比較ができないため、記載していない  
 (注3)各社の決算期間は下記の通り  
 JTB、KNT、阪急交通社：4月1日～3月31日  
 日本旅行：1月1日～12月31日  
 HIS：11月1日～10月31日

## 2 旅行業界をめぐる動き

Go Toトラベルで一時的に復調するも苦境の1年  
 コスト削減と構造改革、事業領域拡大で次に備える

### (1) 感染症蔓延に伴う営業休止と再開、Go Toトラベル事業

2020年4月、新型コロナウイルス感染症の蔓延に伴い緊急事態宣言が発出され、旅行各社は店舗営業を一時休止した。5月28日に緊急事態宣言が全面解除されると、6月1日以降、感染対策を講じて店舗営業の再開を始める。

その後、政府による国内旅行需要喚起策「Go Toトラベル事業」が東京発着を除外して7月22日に開始され、各社は積極的に商品の販売を行った。

Go Toトラベル事業とは、国内旅行を対象に宿泊・日帰り旅行代金の1/2相当額を政府が支援するもので、給付額の内7割は旅行代金の割引として、3割は旅行先で使える地域共通クーポンとして付与されるもの。一人一泊あたり2万円、日帰り旅行については1万円が上限で、利用者は参加事業者登録を受けた旅行事業者・宿泊事業者を通じて適用商品の購入を行う必要がある。運営事務局には「ツーリズム産業共同提案体」が選定された。同グループは、日本旅行業協会（JATA）、

全国旅行業協会（ANTA）、日本観光振興協会、JTB、KNT、日本旅行、東武トップツアーズの7社が共同提案者として参画し、全国旅館ホテル生活衛生同業組合連合会、日本旅館協会、日本ホテル協会、全日本シティホテル連盟、リクルートライフスタイル、楽天、ヤフーの7社が協力団体として参画したもの。

10月1日から東京も対象に追加されたが、12月に入り都市部での感染が再び急拡大し、12月28日に全国で一斉に停止となった（2021年8月現在も停止措置実施中）。

本事業の狙いは感染対策と地域経済活性化の両立を図るもので、事業発表時（4月）の予算は1.7兆円で、後に増額されて2.7兆円となった。「観光白書2021」によると、2020年度の利用宿泊数は少なくとも約8,781万人泊、支給額は少なくとも約5,399億円であった。

### (2) 組織再編や提携、新規参入などの動向

#### ●組織再編の動向

年間を通じてコロナ禍に見舞われた2020年度、旅行各社は店舗営業縮小等によるコスト削減と並行して、ウィズ・アフターコロナを見据えて思い切った構造改革、事業ドメインの再構築に取り組んだ。

JTBは11月、2021年度までに店舗数25%減、従業員数6,500人減、一般社員の年収30%減等を含む構造改革と、2022年度の新卒採用の見合わせを発表。2022年度新卒採用の中止は、2020年3月にHIS、12月にKNT-CTホールディングス（以下KNT）、日本旅行も発表している。

JTBは、2021年3月に資本金を23億円から1億円に減資し、法人税上の中小企業となって税負担を軽減したほか、4月の組織改編では「ツーリズム事業本部」「地域ソリューション事業部」「ビジネスソリューション事業本部」を新設して、旅行事業のほかに地域と企業それぞれの課題解決事業の3つを柱とする体制へ移行した。従来の旅行事業はデジタル化の進展を進め、地域と法人の支援ビジネスにより人流に依存しない収益を上げる狙いがある。

KNTは11月、2024年度までに従業員を3分の1削減、2022年3月までに個人旅行向け店舗数を3分の1へ、団体旅行営業支店を95支店から約70支店へ縮小する計画と、パッケージツアーブランド「メイト」（国内旅行）、「ホリディ」（海外旅行）の3月末での販売終了を発表した。

同グループのクラブツーリズムは2021年4月、テーマ旅行本部内に、全国の地域創生の専門部署として「地域共創事業部」を新設した。

海外旅行取扱額の大きいHISは、2020年6月、海外旅行のリソースを国内旅行部門へ再配置して強化を図りながら、コロナ前から進めていた店舗数削減を進めて3分の2へ縮小すると発表した。2021年6月には本社社屋の譲渡・賃貸も発表。人件費や宣伝費等のコスト削減を行う一方で、旅行以外のビジネスへ意欲的に参入した（詳細は後述）。

組織改編に関しては他に、日本旅行が2021年1月、DXや非旅行業分野開拓を推進する「事業共創推進事業部」を新設し、4月には西日本エリアの組織を統合再編して「大阪法人営業統括部」を設置した。また、東武トップツアーズは2021年4月、「東



武沿線事業推進部」と「D2C事業推進部」を新設。ANAセールスは4月、会社分割し、旅行事業をマイレージクラブの運営を行っていたANA Xへ継承し、合わせて商号を「ANAあきんど株式会社」に変更した。狙いはこれまでの航空セールス事業に加えて、新たに地域創生事業への事業領域拡大である。

以上のように、各社とも地域創生への関与とデジタル強化を目指す体制へのシフトがみられる。

その他の動きとしては、感染症蔓延に伴う在宅テレワークにより働き方への関心が高まる中、JTBがテレワークや副業に関するガイドラインや新制度導入を発表。4月には「自己成長支援休職制度」を新設した。

旅工房は、アフターコロナ期の旅行業界人材不足に備え、人材紹介事業等を行うDYM社との協業により、旅行業界内の再就職支援(雇用サポート)事業へ取り組むことを発表した。

### ●非旅行業への事業展開

旅行業以外の分野への事業展開では、HISの動きが目立った。2020年度の新規事業として10月、HISは飲食業に参入し、埼玉県川越市に「満天ノ秀そば」を開業した。2021年8月時点で東京都内の3店舗を加えて計4店舗へ広げている。

またHISは2020年6月から、食を通じて地域を創生する「HIS FOOD PROJECT」として、緑茶や日本酒の海外への情報発信を手掛け、2021年1月に金沢の和菓子店のコンサルティング契約、2月にドイツで日本食のアンテナショップ開業、6月にタイで京都の文化を発信するカフェを開業するなど、国際観光再開時を狙って様々仕掛けている。2020年11月には海外の商品を日本へ紹介、販売する通販サイト「From the World」を開設した。

同社のコーポレートレポート(2021年3月発行)によれば、最大の新規事業はオンライン体験ツアーで(詳細は旅行商品の項で後述する)、他にホテル旅館の再生や農業分野への領域拡大も計画されている。

人の移動が制限されるコロナ禍にあって好調な通販、宅配ビジネスへの参入は他にもあった。ベルトラは2021年3月、国内にある外国料理専門店の食材を宅配する「世界のGOHAN@home」サービスを立ち上げた。

JTBも近年、旅行業以外のソリューションビジネスへの取り組みを強化している。2020年度は、以前から取り組んでいる「ふるさと納税」に関連して、住民参加型「ローカル魅力発掘発信ワークショップ」を各地で実施した。これは地方創生に取り組む自治体と地元住民が地域の魅力を発掘・発信し、ふるさと納税につながるよう支援するもので、2020年9月以降、宮城県気仙沼市、秋田県大仙市など6自治体で実施した。

JTBは他にも、2021年5月、イベントマーケティング企業と協業契約を結び、MICE事業の強化を図っている。また、ロジスティクス分野の強みを生かしてワクチン職域接種サポートデスクも設置した。

### ●新規参入の動向

2020年度、旅行業への参入は近年と比べて少なかったが、2021年4月、観光目的の海外渡航の見込みが立たない中で、宿

泊サイトReluxの創業者が海外旅行事業の「令和トラベル」(第1種)を立ち上げた。海外旅行予約をデジタルで最適化、誰もが利用できる価格と高品質な旅行を目指すとして、6月には22.5億円の資金調達も実施し、注目されている。

### ●倒産・撤退・廃業の動向

東京商工リサーチの発表資料によると、2020年(1~12月)の旅行業者の倒産件数は前年より1件多い26件で、コロナ禍であっても過去20年間で2番目に低い水準であった。ただし大型の倒産(ホワイテ・ベアーファミリー社)があったので、負債総額は約300億と大きかった。2021年上半期(1~6月)は、前年比20%増の18件となったが、零細規模の企業が多く、負債総額は17億円と低い。

政府や金融機関によるコロナ関連融資が、事業継続を可能にしたとみられるが、需要損失の期間が長引いており、今後は返済期限を迎えての倒産数増加が懸念される。

コロナ禍からの回復が当面見込めないことから自主廃業する動きもあった。

1955年に日本通運の旅行事業部門として創業した老舗の日通旅行は、2021年3月末に営業を終了、解散した。負債はない。日通旅行は1968年にJTBとともに海外旅行のパッケージツアーブランド「ルック」を立ち上げ、日本の海外旅行需要を牽引してきた。

### (3)流通・チャネルをめぐる動向

#### ●店舗での取り組み

旅行店舗では、感染対策以前からIT技術の活用に取り組んできたが、2020年度は特に「非接触」が推奨されたことから、オンライン、リモート接客は拡大した。

JTBは、2020年8月から全国25店舗でオンライン相談を開始、2021年3月からは全国店舗で実施している。

HISも2021年3月、全国全店舗で、スマホ用にレイアウトした「ビデオチャット接客」を開始、対面接客からオンラインへの誘導を促進している。キャッシュレス決済「メルペイ」も導入した。また、同じく3月には北海道と青森の大型商業施設内の店舗で無人の「バーチャルカウンター」を開設した。

新しい動きとしては、JR東日本が2021年3月、川崎駅と秋田駅に新店舗「駅たびコンシェルジュ」を開業した。旅行の販売だけでなく、地域情報の発信や地域連携・交流機能を持つ店舗として、運営はびゅうトラベルサービスが行う。

#### ●他流通チャネルでの取り組み

近年、テレビなど放送事業者の協業も散見される。2020年度は9月、クラブツーリズムがテレビ東京グループと共同で「テレ東トラベル」を開設し、番組に登場した旅行商品の販売を開始した。2021年1月には、同社が提携する情報番組の放送終了後に、定期的なオンライン無料旅行説明会を開始。ライブ配信で双方向のコミュニケーションも行い、視聴から旅行へつなげる新しいメディア開発として注目されている。

#### (4) 業界団体の動向

業界団体には、コロナ対応における感染対策ガイドラインづくりが求められた。

世界では、世界旅行ツーリズム協議会(WTTC)が2020年5月と6月、空港、航空会社、ツアーオペレーター等に向けたガイドラインを策定したほか、ヨーロッパでは欧州委員会が5月、EU加盟国内の旅行制限の緩和と観光事業回復に向けて感染対策のガイドラインを発表した。

日本旅行業協会(JATA)も5月、「旅行業における新型コロナウイルス対応ガイドライン」を発表。

またJATAを含む旅行業界28団体からなる「旅行連絡会」が6月、旅行者向けの「新しい旅のエチケット」を発表し、同リーフレットはGo Toトラベル事業とも連携して広く活用された。

さらにJATAは2021年4月、感染対策のモニター調査(8社参画、9コース、参加154人)を行い、6月にその成果をまとめた。対策を徹底した結果、陽性者はなく、事後のアンケート調査では、様々な感染対策の中でも「参加者全員が事前にPCR検査を受けていること」への評価が最も高かった。

この他JATAでは、2021年4~5月、旅行各社・団体が制作した海外オンラインツアー動画を募集して、投票キャンペーンを実施した。

### 3 旅行商品をめぐる動き

様々な感染対策商品で需要喚起  
ユニークなオンラインツアーの開発で商機を探る

#### (1) 旅行商品の企画開発

国境をまたぐ自由な観光旅行はほぼ実施できなかつた2020年度、旅行会社は感染対策を万全とする国内需要喚起とオンラインツアーの開発に知恵を絞った。こうした工夫の中からは、コロナが終息したとしても残るであろうアイデアや連携・協業が生まれた可能性がある。またコロナ禍には、そもそもの旅行の価値や観光地との関係性に新しい見方をもたらした側面もある。SDGs、ワーケーションなど、コロナ前から一部で取り組まれていたテーマへの関心が急速に高まったことを受け、関連する旅行商品やサービスは積極的に考案された。

なお東京2020オリンピック・パラリンピックは、無観客開催であったため観戦ツアー等は実施されなかった。

訪日外国人向けの旅行商品については第II編3を参照のこと。

#### ●感染対策を前面に打ち出した商品

感染対策および発症時を考慮したサービスは様々な工夫がされ、国際認証の取得や独自のガイドラインの設定、ソーシャルディスタンスを考慮した参加人数や座席等の利用制限、PCR検査や医療相談、保険を付けてキャンセル料やお見舞金を負担する「お守りバック」などが企画・発売された。

JTBは、2020年8月、先述のWTTCが発行するSafe Travels Stampを取得したほか、業務出張手配契約のある企業のビジネス渡航者限定でPCR検査予約や精算を代行するサービスを開始。9月には、企業・団体向けに、PCR検査、抗体検査キット

販売および感染症対策コンサルティングの支援サービスを開始した。沖縄ツーリストは12月、沖縄発航空機利用のPCR検査付き団体ツアーを発売。

いわゆる三密回避のため、参加人数等の制限を特徴とする企画商品では、バス1台につき19名限定で窓側の席のみ利用とするなどの基準を設けたクラブツーリズムの新ブランド「クラブツーリズムニュースタイル」(6月発売)、一組だけが体験できるメニューを組み合わせたJTBロイヤルロード銀座の「あなただけの夢の休日-ラグジュアリー ONE-」(9月発売)などがあった。

ANAセールスは、国内ダイナミックパッケージなどに、旅行中の医療相談デスクとコロナ感染症を発病した場合の補償(2万円)を組み合わせた「ANAトラベラーズ あんしんのお守り」を発売(10月)。KNTも同様に、「メイト」のフリープランに「コロナお守りパック」を付保し、発病に関する補償(3万円)と医療相談などのサポートを組み込んだ(10月)。11月発売の京王観光の新型コロナ補償商品には、変更費用補償サービスが含まれた。

KNTコーポレートビジネスは、2021年4月、救急病院と提携し、PCR検査をセットした法人旅行とイベントの販売を開始。

2021年度に入って各地でワクチン接種が始まると、商業施設や観光施設等で接種済みの客への割引サービスがみられるようになり、旅行会社でも、接種を終えた人への割引や限定参加商品の検討が始まっている。

#### ●オンラインツアーの開発

オンラインツアーは、旅行業法上の旅行商品ではないが、移動と対面コミュニケーションの自粛を求められるコロナ禍で、旅行各社はオンライン上のツアーやサービス提供を模索した。

当初は、旅行気分を味わってもらおうと無料のオンデマンド動画の提供がみられたが、徐々に、双方向性や地域との関係づくり、これまでなかったサービスとの組み合わせなど工夫された同期型のオンラインツアーが実施されるようになり、有料化、ビジネスモデル化への取り組みがみられるようになった。

HISでは、このオンライン体験の販売を新規事業の柱と位置づけ、さまざまな付加価値の創出に取り組んだ。事前にテーマに沿った料理を送ってからライブ配信をし、「訪問」先での買い物も可能とするツアー(2020年7~8月開催、「観る・食べる・買う!究極のヤンゴン街歩き」など)や、農業生産者が行う食育学習ライブに調理をしながら参加し、後日実際に農業体験にも参加する企画(10月提供開始、「旅する やさいシリーズ」、青梅市などと連携)などを販売。他にも、墓の清掃や寺への挨拶代行を含む「リモートお墓参りサポート・お墓掃除代行」(10月発売)、シベリア鉄道始発駅からのライブ配信商品(2021年1月発売)などユニークな企画を次々打ち出した。視聴者側が画面操作できる機能も取り入れている。90分で世界一周できるツアー、インドの有名占い師によるオンライン占い、ハワイのバーチャルショッピングなどが人気を博し、2021年6月末時点の同社の発表では、72カ国・地域で累計4,500コース以上が催行され、利用者は10万人を突破したとのこと。異業種とのタイアップ企画も実施している。

JTBでもフィリピンへのオンライン慰霊ツアーなど独自性のあるツアーの他、教育旅行分野、法人向け展示会分野でのオンライン活用がみられた。VRを活用した「バーチャル修学旅行360」の開発(8月)、凸版印刷の遠隔体験技術を活用した修学旅行の事前学習プログラムの開発(2021年6月)、リアルとオンラインを融合させたハイブリット展示会の開催(2021年2月)などである。

他にも、KNT首都圏が9月、吉本興業の芸人が司会を務める「Remote(リモート)修学旅行」、ジャルパックが2021年1月、フランス・ボルドーのシャトーからのライブでワインの飲み比べを楽しむツアー、ANAセールスが3月、宇宙開発と宇宙旅行をテーマとするオンラインツアーを発売した。

海外のガイドと直接的なつながりの強いツアーオペレーターは、現地ガイドの雇用といった側面からも積極的にオンラインツアーに取り組んだ。ミキ・ツーリストは2020年5月から無料オンラインライブ番組「たびOhライブ!」を配信、8月からは個人旅行ブランド「みゅう」で、ヨーロッパのオンライン体験ツアーの販売を開始した。

ナビタイムは2021年3月、オンラインツアーに参入し、同社の「NAVITIME Travel」で提供するプラン作成機能を活用して個人旅行化に対応するプライベートオンライン有料ツアー「Tra to La(トラットラ)」をスタートさせている。

#### ●遊覧チャーターフライト商品

遊覧飛行を目的とするチャーターフライトの体験商品も2020年度を象徴する商品の一つといえよう。

2020年9月、ジャルパックは、国際線機材をチャーターした国内日帰り旅行商品「空たび星空フライト」を発売した。海外旅行の雰囲気を体験してもらうことを目的に、ハワイ線のメニューをアレンジしたオリジナル機内食が提供されるもの。発着地は成田空港で、価格はエコノミークラス1人1万5,000円〜であった。

2021年3月、JTBとJALは、海外旅行をテーマとする「JTB×JAL海外を感じる 国内遊覧チャーターフライト」を共同企画し、シリーズ展開することを発表した。テーマ国にちなんだ機内食や各国の現地情報の動画が放映される。

全日空のエアバス A380機材を利用した遊覧フライトツアー商品はセブン&アイ・ホールディングス傘下のセブンカルチャーネットワークが2021年5月から販売した。

ジャルパックからは羽田発着の遊覧飛行のあとに品川のホテルに宿泊する1泊2日の「チャーター & ホテルDEハワイ旅行気分を満喫!」も発売された(2021年5月)。機内だけでなくホテルも連携して、食事や音楽でハワイを演出した。

#### ●SDGsへの取り組み

業種を問わず取り組みが活発化しているSDGsに関しては、多様な取り組みや旅行商品が目立つようになってきた。

東武トップツアーズは2020年8月、グローバル・サステイナブル・ツーリズム協議会(GSTC)の公式認証機関Travelife社による国際認証「Travelife Partner」を取得した。

日本旅行は2020年6月、同社のSDGs取り組み解説動画を

公開した他、2021年2月、SDGs取り組みの一環としてカーボン・オフセットを取り入れた国内旅行プラン「JRセットプラン Carbon-Zero」を発売した。

KNT首都圏は2021年3月、SDGs視点で沖縄の観光地を紹介する地図教材を開発した。修学旅行での活用を図るとして6月には京都・奈良のSDGs探究マップも企画、販売した。

JTBはカナダ観光局と連携し、2021年6月、カナダのSDGs先進都市バンクーバーを紹介するオンラインツアーを販売した。

#### ●その他の動き

海外旅行を専門に扱ってきた企業や部署が国内旅行の企画に取り組み、新たな商品を誕生させる動きもあった。少人数の海外パッケージツアー専門のJTBグランドツアー&サービスは、2020年8月、国内旅行と海外旅行がリンクする「日本の魅力を知り、海外を想う旅」シリーズを発表。ジャルパックは2021年6月、海外ツアーの添乗員が企画した「日本と世界をつなぐ旅」を発売した。HISは2021年6月、東武鉄道と船車券契約を結び、観光列車「SL大樹」の1車両貸切ツアー商品を企画販売した。

また、ワーケーションが広く話題となったことから、大手旅行会社はそれぞれ、実態調査や異業種との協業による情報発信、プラン提案など新しい取り組みを開始している。

#### ●「ツアーグランプリ2021」受賞の商品

JATAを中心とする実行委員会が旅行会社の商品企画力とマーケティング力の向上、観光施策への寄与を目的に実施している「ツアーグランプリ2021」(28回目/2020は中止/審査対象は2019年4月~2021年3月末に販売されたもの)では、国土交通大臣賞に、JTBの「ヨーロッパから参加する現地発着周遊バスの旅『ランドクルーズJTB』」が選ばれた。これまでのヨーロッパ旅行では実現できなかった“乗り降り自由”“日本語案内あり”の路線バスとして企画されたもので、他社ツアー参加者も利用できるインフラとして事業化に踏み切ったことが高く評価された。

国内・訪日旅行部門の観光庁長官賞には、HISの「手話対応添乗員と手話が出来る登山ガイドが同行する国内トレッキングツアー」、海外旅行部門の観光庁長官賞には、ワールド航空サービスの「日本初 直行チャーター便特別企画 初夏の南西フランスへひとつ飛びA~Iコース」が選ばれた。

#### 4 旅行の計画と旅行会社の利用

18歳~30代は、SNSと口コミ重視  
個人型のパッケージ商品利用率が微増傾向

「JTBF旅行意識調査」(郵送調査自記式調査。その他概要はP6参照)によると、旅行計画時の情報収集源や予約方法については次の通りである。調査は2021年7月に実施されたもので、特に海外旅行の計画については現実的でない時期であるが、本調査は旅行に関する意識調査として実施された。

##### (1)旅行計画時の情報収集源

「観光レクリエーション旅行の計画を立てる際に、主にとど

のように情報を収集するか」について、国内・海外別にきくと、国内宿泊旅行の場合、「インターネットの検索サイト」が72.2%と最も高く、前年調査の68.8%から3.4%増加した。次に多かったのは「宿泊施設のホームページ」で49.1%（前年調査では47.6%）、「旅行会社のパンフレットを見る」が39.8%（同37.3%）でこれに次いだ。海外旅行の場合でも「インターネットの検索サイト」41.8%（同36.8%）が1位で、2位は「旅行会社のパンフレット」34.7%（同31.0%）、3位は「旅行ガイドブック」31.8%（同31.5%）であった。

前年との比較では、国内・海外ともに、僅差ではあるが「旅行会社のパンフレット」が「旅行ガイドブック」を上回り順位を上げた。

年代別に比較すると、18歳～50代がインターネット上で活発に情報を収集しているのに対し、60代以上では「旅行会社のパンフレット」「旅行会社に問い合わせる（店頭や電話）」「旅行先の観光協会や宿泊施設へ問い合わせる」（国内）がよく使われる傾向は続いている。18～29歳の国内旅行では、約5割が「ブログ、ツイッター等や口コミサイト」「家族や友人・知人に尋ねる」と回答している（図Ⅲ-1-1）。

(2) 旅行の予約によく使う方法

「観光レクリエーション旅行で旅行を予約する際によく使う方法」については、国内旅行の場合、「ネット専門の旅行予約サイト」が53.4%で最も高く、前年調査の46.7%から6.7%増加した。次に「宿泊施設のホームページから」が30.8%（前年調査では30.4%）、「旅行会社のホームページから」が29.3%（同27.7%）、「旅行会社の店舗」が26.1%（同26.3%）でこれに続いた。

海外旅行では、「旅行会社の店舗」が29.2%（同29.3%）で最も高く、「ネット専門の旅行予約サイト」が16.6%（同13.6%）、「旅行会社のホームページ」が16.2%（同14.6%）でこれに次いだ（図Ⅲ-1-2）。

(3) パッケージツアー商品の利用

「観光レクリエーション旅行をする際のパッケージツアーの利用状況」については、国内旅行の場合、「団体型のパッケージツアーをよく利用する」が13.1%、「宿泊施設と交通手段がセットの個人型商品をよく利用する」が27.6%で、「パッケージ旅行は利用しない」が59.3%と多い。

海外旅行では「団体型のパッケージツアーをよく利用する」が28.6%、「宿泊施設と交通手段がセットの個人型商品をよく利用する」が26.0%、「パッケージ旅行は利用しない」が45.5%であった。

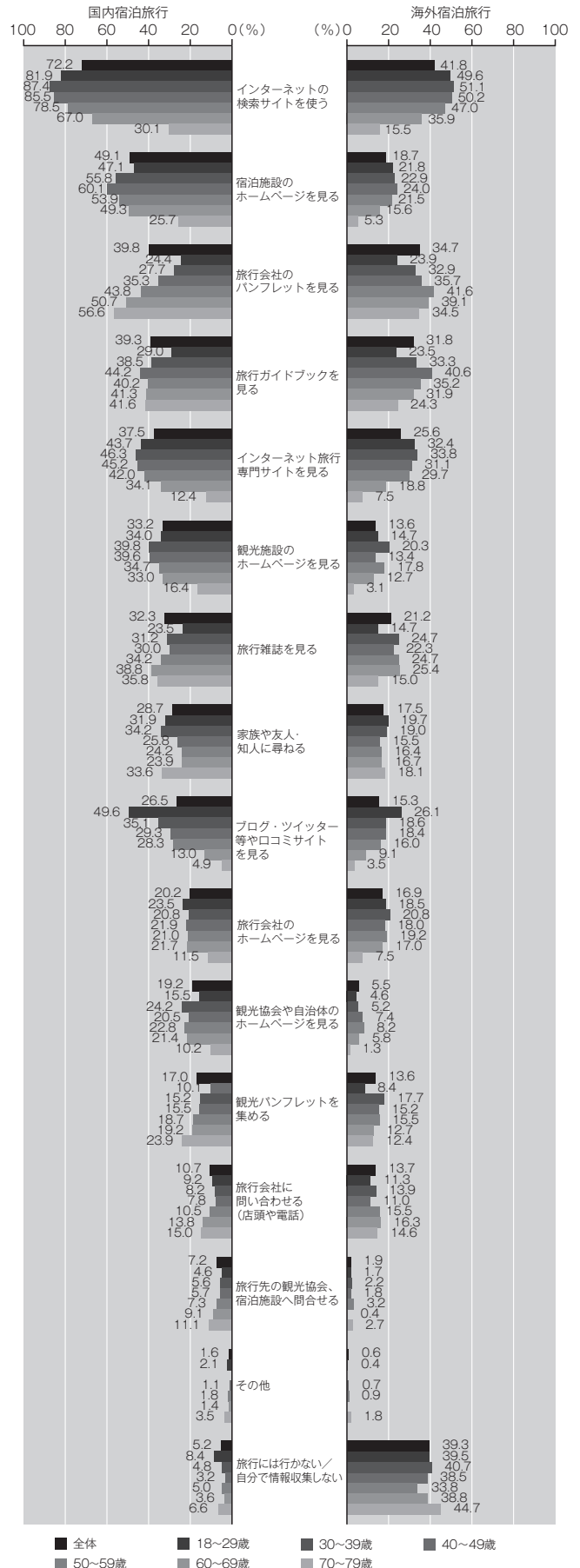
国内と海外旅行の比較では、海外旅行で団体型または個人型の商品利用率が高い。

年代別にみると、年齢が上がるにつれて団体パッケージ商品の利用率が上がっている（図Ⅲ-1-3）（図Ⅲ-1-4）。

2017年調査からの推移では、国内旅行、海外旅行ともに「パッケージ旅行は利用しない」が増加する傾向にあったが、2020年、2021年調査では、個人型のセット商品の利用が微増傾向を示した。（図Ⅲ-1-5）（図Ⅲ-1-6）。

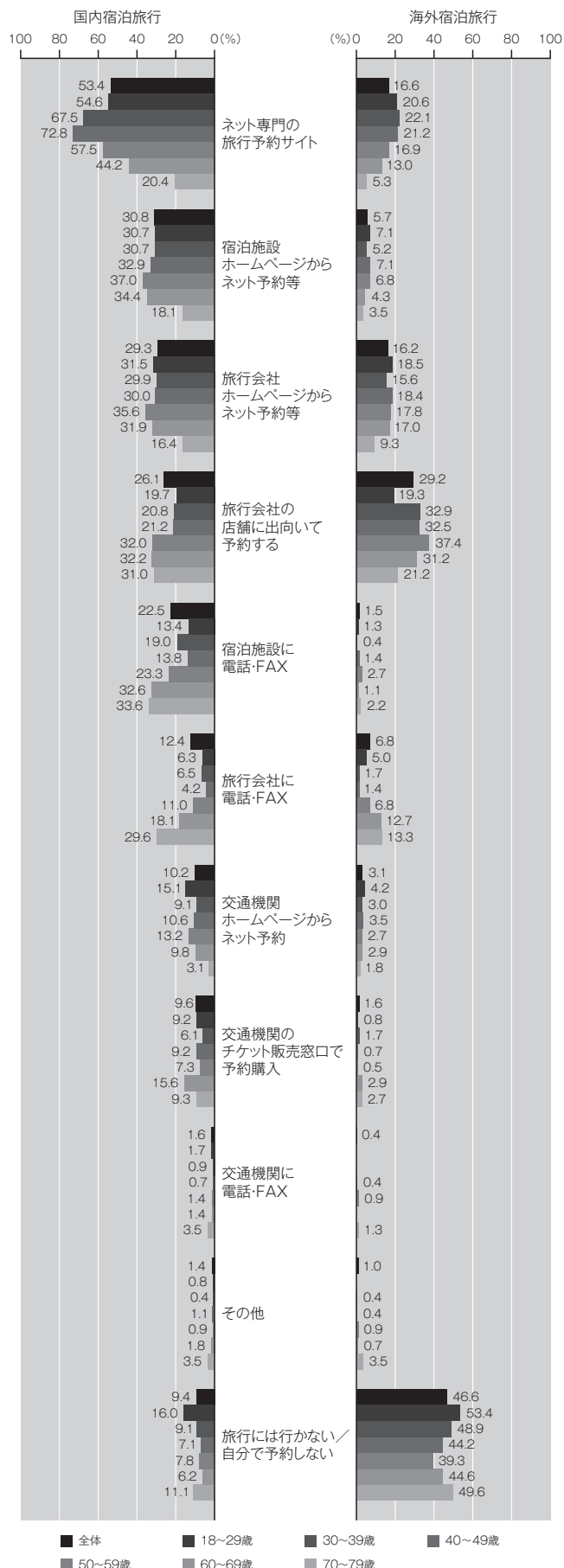
（亜細亜大学 久保田美穂子）

図Ⅲ-1-1 旅行計画時の情報収集源(複数回答)(年代別) (単位: %)

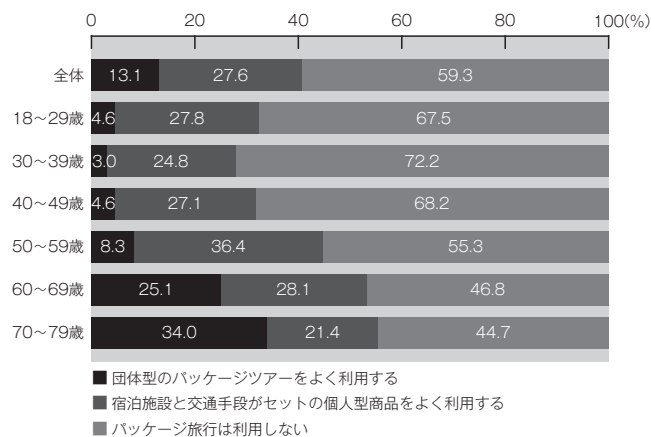


資料: (公財)日本交通公社「JTBF旅行意識調査」

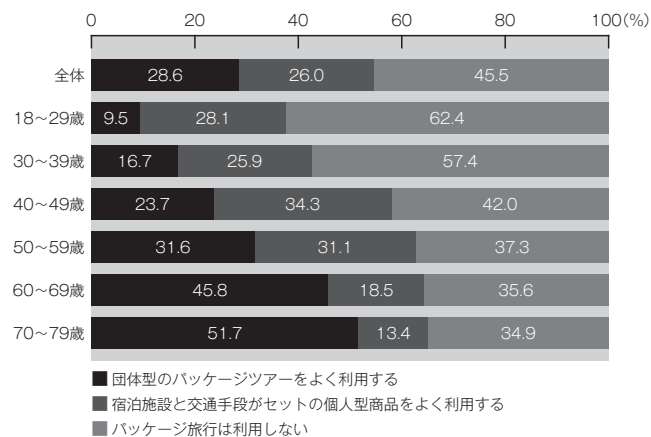
図Ⅲ-1-2 旅行の予約によく使う方法(複数回答)(年代別)  
(単位: %)



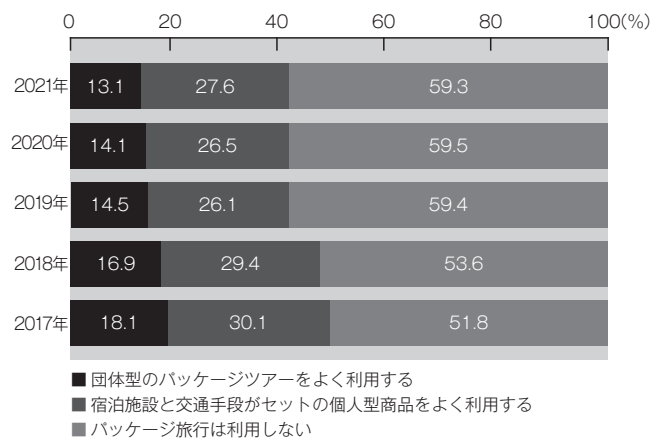
図Ⅲ-1-3 パッケージツアー商品の利用意識(国内旅行/年代別)



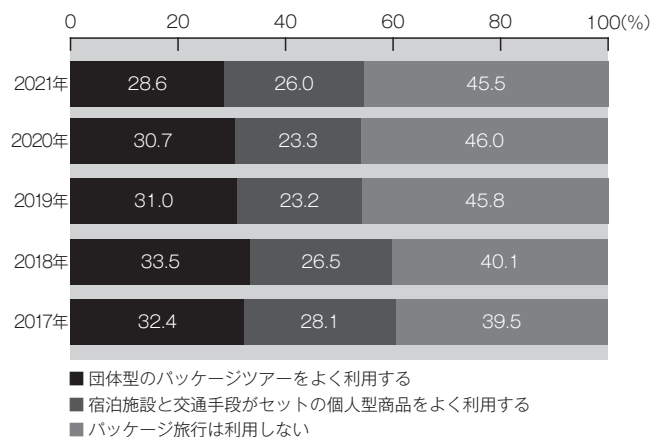
図Ⅲ-1-4 パッケージツアー商品の利用意識(海外旅行/年代別)



図Ⅲ-1-5 パッケージツアー利用意識の推移(国内旅行)



図Ⅲ-1-6 パッケージツアー利用意識の推移(海外旅行)



資料: (公財)日本交通公社「JTBF 旅行意識調査」

## Ⅲ-2 運輸業

### 1 輸送量と交通事業の動向

緩やかな増加傾向から全ての交通事業で対前年減少へ

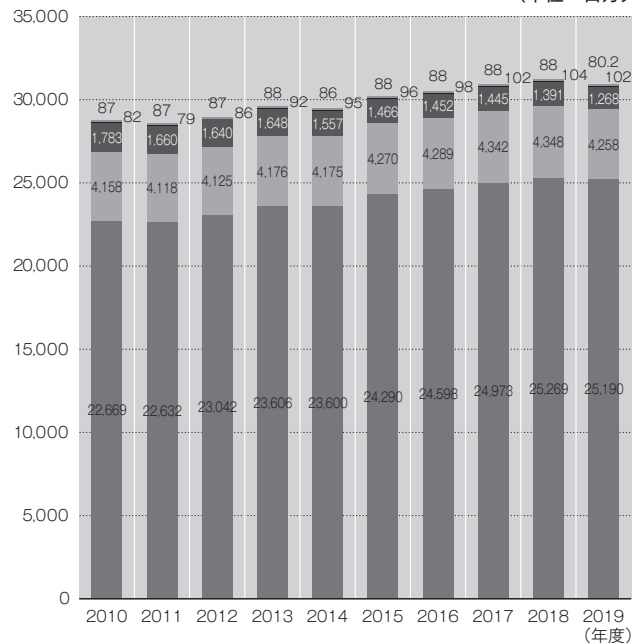
#### (1) 国内旅客輸送の動向

国内の旅客輸送量(人ベース)は、2012年度以降緩やかな増加傾向にあったが、2019年度は新型コロナウイルス感染症の影響から全ての交通事業で減少となった(図Ⅲ-2-1-1)。

各交通機関別にみると、鉄道の比率が大半であり、乗合バス、タクシー、航空、旅客船と続くなど、比率に大きな変動は見られなかった。

図Ⅲ-2-1-1 国内旅客輸送量(人ベース)の推移

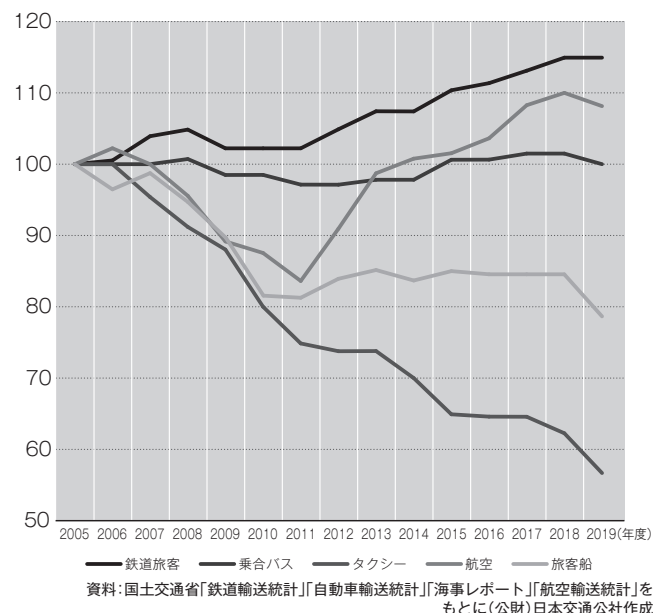
(単位：百万人)



資料：国土交通省「鉄道輸送統計」「自動車輸送統計」「海事レポート」「航空輸送統計」をもとに(公財)日本交通公社作成

旅客輸送量(人ベース)について、2005年度を100とした場合の推移を見ると(図Ⅲ-2-1-2)、鉄道は上昇傾向を続けていたが、2019年度は減少に転じた。航空は2012年度以降増加に転じ、2014年度以降は2005年度を上回る輸送量で増加を続けてきたが、2019年度は減少に転じた。乗合バスは前年に比べやや減少し、2005年度と同水準となった。旅客船は2012年度以降下げ止まりの傾向を示していたが、2019年度は大きく減少した。タクシーは2015年度まで減少が続き、その後も低い水準で推移してきたが、2019年度は大きく減少した。

図Ⅲ-2-1-2 国内旅客輸送量(人ベース)の推移  
(2005年度を100とした場合の動き)

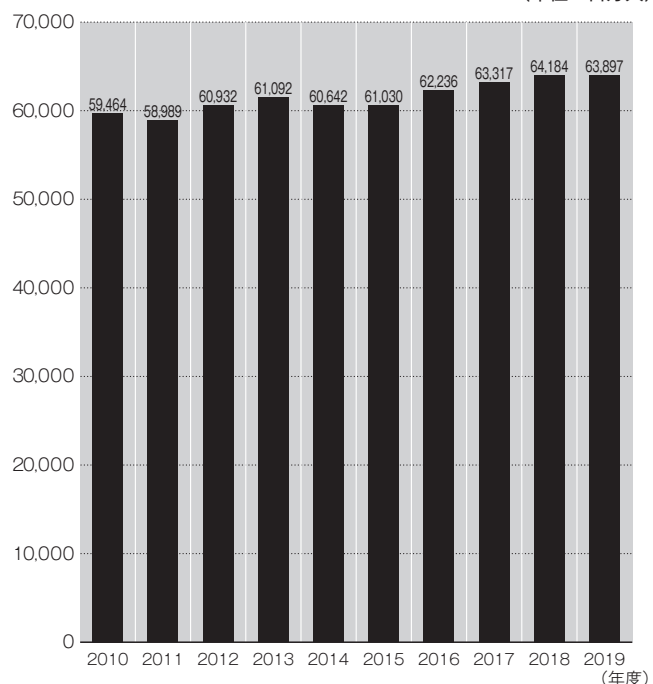


資料：国土交通省「鉄道輸送統計」「自動車輸送統計」「海事レポート」「航空輸送統計」をもとに(公財)日本交通公社作成

自家用車による旅客輸送量は、緩やかな増加傾向が続いたが、2019年度は2014年度以来5年ぶりに対前年から減少となった(図Ⅲ-2-1-3)。

図Ⅲ-2-1-3 自家用車による国内旅客輸送量(人ベース)の推移

(単位：百万人)



資料：国土交通省「自動車輸送統計」をもとに(公財)日本交通公社作成

## 2 鉄道交通

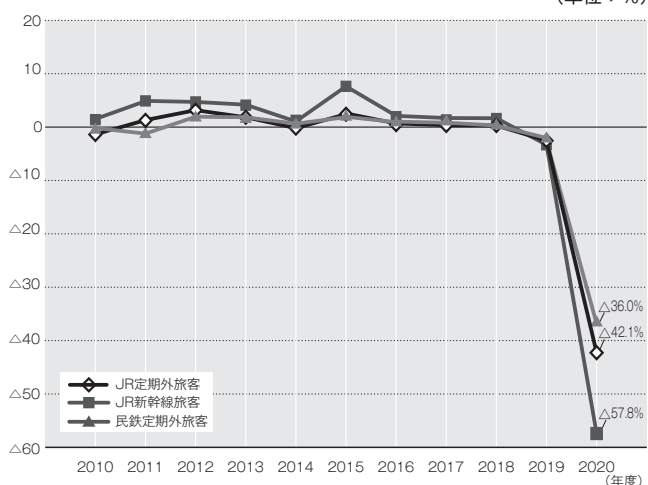
2020年度の鉄道旅客数は、  
JR線(定期外)、新幹線、民鉄(定期外)  
全てにおいて大幅な減少

## (1) 利用者の動向

## ●年間旅客数(定期外、新幹線、民鉄)

2020年度の鉄道旅客数は、JRの定期外旅客が20億9,866万人(前年度比42.1%減)、JR新幹線旅客(定期・定期外合計)が1億5,630万人(同57.8%減)、JR以外の民鉄の定期外旅客は43億3,178万人(同36.0%減)と、それぞれ大幅な減少となった。(図Ⅲ-2-2-1)。

図Ⅲ-2-2-1 鉄道旅客数の推移(前年度比) (単位: %)



資料:国土交通省「鉄道輸送統計調査」をもとに(公財)日本交通公社作成

JR新幹線の旅客数を路線別に見ると(表Ⅲ-2-2-1)、2019年度は全ての路線で前年度を下回り、特に北海道新幹線、上越新幹線、北陸新幹線は5%以上の減少となった。北海道線は開業直後の2016年度をピークに、2019年度年まで減少が続いている。

表Ⅲ-2-2-1 JR新幹線旅客数の推移(路線別)

(単位: 千人)

	2014年度	2015年度	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度	2019年度/ 2018年度
北海道線	—	102	2,113	1,667	1,601	1,504	△6.1%
東北線	86,793	90,451	91,088	92,116	93,489	89,435	△4.3%
上越線	39,195	42,961	43,058	43,633	44,452	42,138	△5.2%
東海道線	157,369	162,968	167,724	169,974	174,171	168,033	△3.5%
北陸線	12,017	31,842	30,745	30,892	31,670	29,426	△7.1%
山陽線	68,109	72,059	72,534	74,449	76,007	72,379	△4.8%
九州線	13,103	13,648	13,271	14,168	14,488	13,994	△3.4%

資料:国土交通省「鉄道輸送統計調査」をもとに(公財)日本交通公社作成

## (2) 鉄道路線の動向

## ●東北気仙沼線・大船渡線の一部区間廃止

東北地方では2020年4月1日、JR東日本の気仙沼線の柳津駅～気仙沼駅区間(55.3km)、大船渡線の気仙沼駅～盛岡駅区間(43.7km)が廃止となった。この区間は東日本大震災の被害によって不通となったが、鉄道の線路をバス専用道路として活

用するBRT(バス高速輸送システム)として運行を行っており、廃線後もBRTの運行が実施される。

## ●北海道 札沼線の一部区間廃止

北海道では札沼線の北海道医療大学駅～新十津川駅区間(47.6km)が2020年5月7日に廃止となった。同線はJR北海道「単独維持困難線区」で2区間目の廃止となる。

## ●自然災害による運休

2020年7月豪雨により、九州地方ではJR九州の肥薩線(八代駅～吉松駅区間(86.8km))、くま川鉄道(人吉温泉駅～湯前駅区間(24.8km))、近畿地方では和歌山県叡山鉄道(市原駅～鞍馬駅区間(3.5km))が運休となった。このうち、くま川鉄道の復旧は2021年11月、叡山鉄道は2021年秋の運行再開を目指す方針が示された。

## ●自然災害からの復旧・再開

運行再開路線としては、2016年の熊本地震やその後の豪雨災害等で被災していた豊肥本線肥後大津駅～阿蘇駅区間(27.3km)が2020年8月に4年4か月ぶりに再開した。また、2019年の台風19号の被害により運休していた阿武隈急行富野駅～丸森駅区間(15.4km)が2020年10月に約1年ぶりに再開した。

同じく2019年の台風19号の被害により運休していたJR東日本の水郡線袋田駅～常陸大子駅間は、2021年夏の復旧予定から大幅に前倒し、2021年3月27日に全線で運転を再開。さらに水郡線では2021年5月1日(土)から9月26日の土休日、自転車をそのまま列車内に持ち込める「水郡線サイクルトレイン」の実証実験を実施。沿線の「久慈川サイクリングロード」「奥久慈里山ヒルクライムルート」等のサイクリングコースとの連携を図っている。2021年7月3日からは対象列車を大幅に追加している。

上田電鉄上田駅～城下駅区間(0.8km)は2019年の台風19号により鉄橋が崩落・不通となっていたが、2021年3月に1年5ヶ月ぶりに再開となった。

## (3) 鉄道事業者等による取り組み

## ●駅舎等の整備

2020年10月、東京地下鉄(東京メトロ)は銀座駅をリニューアルした。これは1964年以来、56年ぶりとなる。銀座線全体についても、外苑前駅、青山一丁目駅、京橋駅、日本橋駅の4駅が改装され、渋谷駅、新橋駅、虎ノ門駅の改装が進められる等、銀座線全線のリニューアルが進められている。

JR九州は2021年1月に折尾駅(北九州市八幡西区)の新駅舎の供用を開始した。折尾駅は1891年に開業し、特に東口駅舎は、長年、折尾駅の顔であった木造2階建て駅舎(1916年建設)のシンボリックな部材を保存・復元することを基本に、可能な限り当時の駅舎を再現したものとなっている。

JR東日本は山手線を起点に、まちの個性を引き出し、まちや人が有機的につながる心豊かな都市生活空間づくりとして、「東京感動線」に取り組んでいる。その一環として2021年3月28日にJR新大久保駅ビル3階・4階に「国際的」なイメージ

のある新大久保に全国・海外から「食」に関わる様々な人が集い楽しむ交流拠点として「シェアダイニング」「コワーキングスペース」「ファクトリーキッチン」を備えたフードラボ「Kimchi, Durian, Cardamom, . . .」を開業した。

2021年4月にJR甲府駅改札口前に(株)山梨県産品センターとJR中央線コミュニティデザインが運営する「カフェ&ワインバー 葡萄酒一番館」がオープン。甲州ワインをはじめ山梨のワインを揃え、グラスでの提供に加え、「山梨スタイル」と言われる湯呑茶碗で飲むワイン、ワインに合わせた各おつまみ・スイーツを揃え、山梨県ならではのおもてなしを提供する。

### ●観光列車等の運行

観光列車は多くの観光客から人気を集める重要な観光資源となっており、各社が工夫を凝らした観光列車の運行を行っている。

特にJR西日本の「WEST EXPRESS 銀河」は京都～出雲市の夜行特急、大阪～下関の昼行特急等として運行される。また、九州全県を巡る観光特急であるJR九州の「36ぶらす3」、JR西日本が「せとうち広島デスティネーションキャンペーン」に合わせて呉線および山陽線で運行する「etSETOra (エトセトラ)」等が話題になった(表Ⅲ-2-2-2)。

### ●鉄道事業者のMaaSへの取り組み

JR東日本は観光型MaaS(モビリティ・アズ・ア・サービス)を「旅のマーケットプレイス」と位置付け、スマートフォン等を通じたJR線、バス等の各種チケット、旅のプランニング、地域の味や日帰り入浴等の共通チケット等を入手できるサービスを拡張している。2020年6月には「MaaS・Suica推進本部」を新設し、観光MaaSにSuicaやJREポイント等の決済・ポイントサービス機能を融合した。またコロナ禍のニーズに合わせ、位置情報システムと連携した混雑情報の提供を開始した。

伊予鉄道は2020年8月に「伊予鉄MaaS」として、これまで紙チケットであったフリー乗車券2種とリムジンバス乗車券をモバイルチケット化する等、本格的なMaaSの取り組みを開始した。

また東京メトロでは2020年12月にNTTドコモ、東京海上日動あんしん生命保険と連携し、大都市型MaaSとして、新機能「ひと駅歩く検索」を提供開始。歩数目標達成とポイント獲得を合わせた「dヘルスケア」、歩数に応じて保険料の一部が返ってくる医療保険「あるく保険」等と連携し、MaaSを使った健康増進につながる取り組みとなっている。

表Ⅲ-2-2-2 観光列車等の主な動向  
(2020年4月～2021年3月)

年月	事業者名	内容
2020.7.4	しなの鉄道	7月からあらたに有料快速列車の運行を開始。平日は「しなのサンライズ号・しなのサンセット号」として、土休日は「軽井沢リゾート号」として運行され、土休日向けに列車指定券と軽食がセットになったプランも発売されている。
2020.8.28	東急電鉄	東急の豪華観光列車「THE ROYAL EXPRESS」を利用した「THE ROYAL EXPRESS～HOKKAIDO CRUISE TRAIN～」が運行。通常は横浜～伊豆急下田間での運行だが、東急、JR東日本、JR貨物の協力により8～9月に各回3泊4日で北海道内で計3回運行された。
2020.9.11	JR西日本	あらたな長距離列車として、「WEST EXPRESS 銀河」が運行開始。9月に京都・新大阪～出雲市間を夜行で、12月からは大阪～下関間の昼行特急として運行した。
2020.9.12	JR東日本	トロッコ列車「びゅうコースター 風っこ」が9月に釜石線と三陸鉄道で運行。2020年7～9月には北海道の宗谷本線で運行されたが、三陸鉄道の全線再開と釜石線全通7周年を記念して花巻～釜石～宮古間で運行された。
2020.10.3	東武鉄道	蒸気機関車列車「SL 大樹『ふたら』」が運行開始。下今市～東武日光間を運行し、車体はJR四国・JR北海道・JR東日本から譲り受け、2020年度の間は月1回の運転を行った。
2020.10.3	JR西日本	広島県内での瀬戸内エリアで「etSETOra」が運行。2020年10月～2021年3月の運行で、往路を広島～尾道間、復路を尾道～宮島口間を快速、全車グリーン車指定席で運行した。
2020.10.10	JR四国	徳島線を含む徳島～阿波池田間でトロッコ列車の運行が開始。観光キャンペーン「おでかけ。四国家」の一環として運行され、列車は下りが「藍よしのがわトロッコ さとめぐみの風」、上りが「藍よしのがわトロッコ かちどきの風」と呼ばれる。
2020.10.16	JR九州	新たな観光列車「36ぶらす3」が運行開始。「世界一壮大な「わ」をつくります」をコンセプトに九州全県を周遊。2020年7月豪雨の影響で、10月に鹿児島中央～宮崎間「黒の路」、11月に博多～鹿児島中央間「赤の路」コースの運行を開始した。
2020.10.17	JR北海道	あらたな観光特急「はまなす」が運行開始。降雪期における被視認性が高いことや向かい合わせシートでも使えるテーブル、電源コンセントなどが特徴で、札幌～小樽間を2日かけて走るツアーでデビューした。
2020.11.12	阪急交通社	上越新幹線越後湯沢～新潟間で運用されており、2020年12月19日で引退することになっていた「現美新幹線」をチャーターし、東北新幹線 上野～仙台間で11月～12月にかけて運行した。
2021.1.8	JR九州	観光列車「かわせみ やませみ」が長崎本線で運行開始。2020年7月豪雨の影響で肥後線八代～吉松間が長期不通状態となったことを受け、同線を守る観光列車「いさぶろう・しんべい」と併結して運行されていた。
2021.1.24	小田急電鉄	小田急電鉄と小田急トラベルは、「貸切特急口マンスカールで行く！小田急線車庫めぐりミステリーツアー」を2021年1月24・31日に開催した。駅と車両基地を結ぶ複数の出入庫線を巡りながら唐木田車両基地へ向かう特別ツアー。
2021.2.13	秋田内陸縦貫鉄道	秋田内陸線を運営する秋田内陸縦貫鉄道は「秋田縄文号」を運行開始。沿線に点在する縄文遺跡群をイメージした車体とし、運行区間は鷹巣～角館間。
2021.3.14	JR九州	「流れ星新幹線」を運行。「輝け！みんなの九州プロジェクト」の一環として行われ、運行当日はビューイングイベントが開催されたほか、全国から集まった願い事を乗せ光を放ちながら走った。

資料：各社ホームページをもとに(公財)日本交通公社作成



## 3 航空交通

2020年度は国内線、国際線ともに旅客数は大幅減少  
国際線の減便は下げ止まり

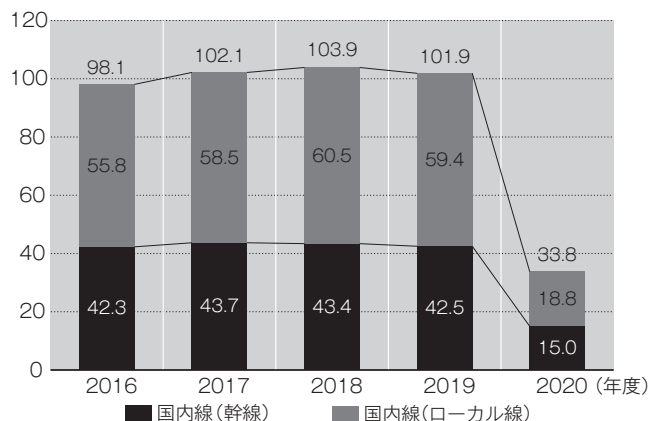
## (1) 利用者の動向

## ●国内航空旅客数の動向

2020年度の国内線の利用者数は、幹線では前年度比64.7%減の1,500万人、ローカル線では前年度比68.4%減の1,877万人と、大幅に減少した(図Ⅲ-2-3-1)。

図Ⅲ-2-3-1 国内航空旅客輸送量(利用者数)の推移

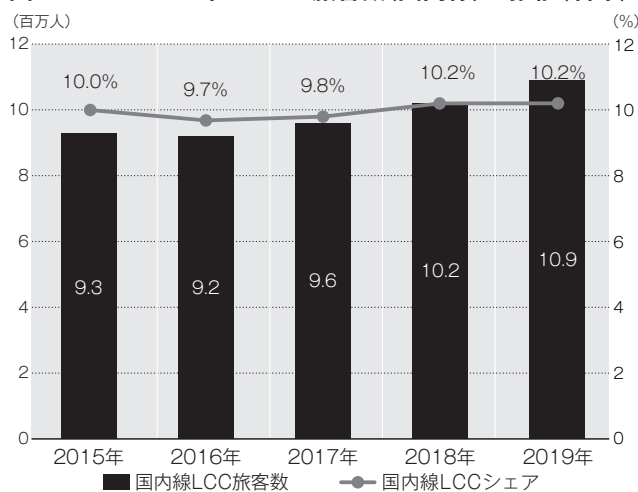
(単位:百万人)



資料:国土交通省「航空輸送統計年報」をもとに(公財)日本交通公社作成  
(注) 幹線:新千歳、羽田、成田、伊丹、関西、福岡、那覇の各空港を相互に結ぶ路線  
ローカル線:上記以外の路線

2019年度の日本のローコストキャリア(LCC)の旅客数(国内線)の推移を見ると(図Ⅲ-2-3-2)、2015年以降10%前後のシェアを保ち、横ばいで推移している。

図Ⅲ-2-3-2 日本のLCC旅客数(国内線)の推移(暦年)



資料:国土交通省「交通政策白書」をもとに(公財)日本交通公社作成  
(注) 日本のLCCとはPeach Aviation(株)、ジェットスター・ジャパン(株)、春秋航空日本(株)、(株)ZIPAIR Tokyoを指す(2021年4月時点)。  
(注) 2020年6月時点のデータによる集計

2020年度の乗降客数(国内線)上位15空港における利用者数をみると(表Ⅲ-2-3-1)、新型コロナウイルス感染拡大の影響で大幅に落ち込み、全体でも68%の減少となった。

表Ⅲ-2-3-1 空港別乗降客数(国内線)の推移(上位15空港)

(単位:百万人)

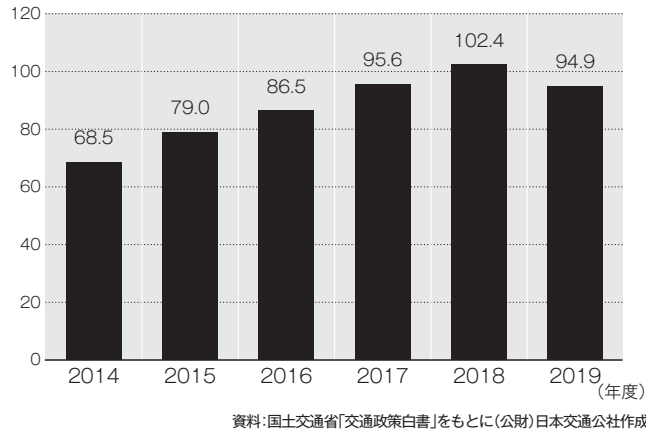
順位	空港	2015年度	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度	2020年度/ 2019年度
1	羽田(東京国際)	62.6	64.2	66.4	67.3	64.9	19.6	△69.8%
2	那覇	16.0	17.0	17.5	17.6	17.5	6.6	△62.3%
3	福岡	16.7	17.1	17.6	17.9	17.6	6.5	△63.1%
4	新千歳	18.6	18.8	19.6	19.8	19.5	6.4	△67.0%
5	伊丹(大阪国際)	14.6	15.1	15.7	16.3	15.8	5.8	△63.1%
6	関西国際	6.8	6.6	6.9	6.5	6.7	2.1	△69.4%
7	中部国際	5.5	5.7	6.0	6.3	6.4	2.0	△68.8%
8	成田国際	6.9	7.2	7.5	7.3	7.5	2.0	△73.4%
9	鹿児島	5.1	5.2	5.4	5.7	5.4	1.8	△66.3%
10	仙台	3.0	2.9	3.2	3.3	3.3	1.2	△63.5%
11	神戸	2.5	2.8	3.1	3.2	3.3	1.2	△63.1%
12	新石垣	2.3	2.4	2.4	2.5	2.5	1.2	△53.2%
13	宮崎	2.9	3.0	3.1	3.2	3.2	0.9	△70.8%
14	長崎	3.1	3.0	3.1	3.2	3.1	0.9	△71.3%
15	熊本	3.2	2.9	3.2	3.3	3.2	0.8	△73.1%
—	上記以外	35.3	36.6	38.3	39.7	39.1	12.2	△68.9%
	合計	205.0	210.6	218.9	223.1	218.8	71.2	△67.5%

資料:国土交通省「空港管理状況調査」をもとに(公財)日本交通公社作成

●国際航空旅客輸送量の動向

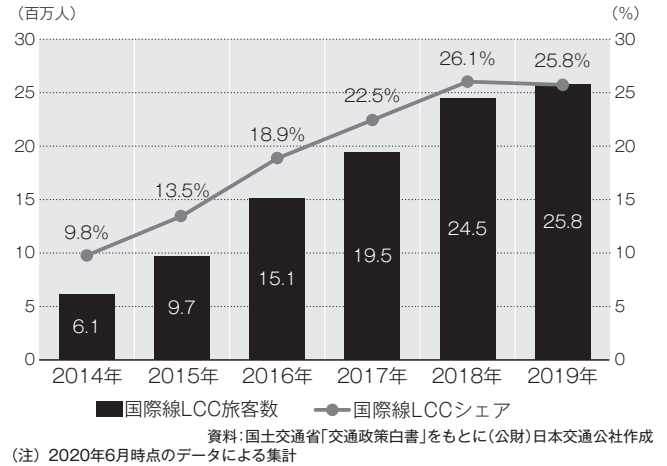
2019年度の日本を発着する国際航空旅客数(本邦航空運送事業者と外国航空運送事業者の国際線旅客数の合計)はここ数年増加を続けてきたが、2019年度は9,493万人と対前年7%の減少となった(図Ⅲ-2-3-3)。

図Ⅲ-2-3-3 日本を発着する国際航空旅客輸送量の推移 (単位:百万人)



2019年度の日本のLCC旅客数(国際線)の推移を見ると(図Ⅲ-2-3-4)、LCC旅客数は前年に比べやや減少し、シェアも0.3%減少した。

図Ⅲ-2-3-4 日本のLCC旅客数(国際線)の推移(暦年)



2020年度の空港別国際線乗降客数(乗客+降客+通過客)の上位7空港における利用者数を見ると(表Ⅲ-2-3-2)、いずれも大幅なマイナスとなった。特に成田、羽田、関西国際以外の空港ではほぼ100%のマイナスとなった。

入国外国人数の空港別シェアの推移を見ると(図Ⅲ-2-3-5)、成田空港、羽田空港のシェアが拡大している。

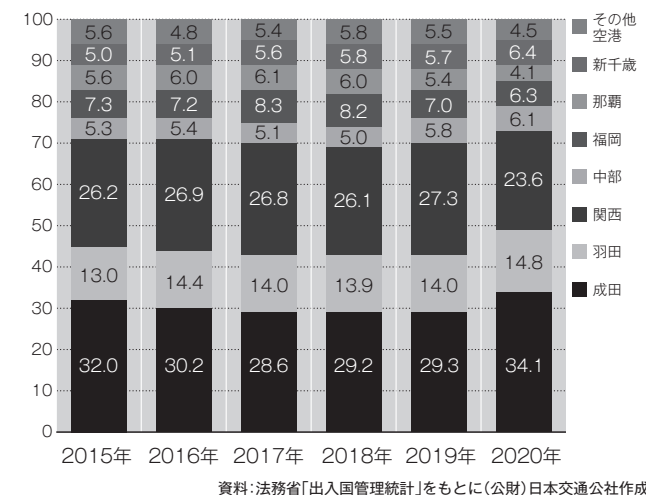
表Ⅲ-2-3-2 空港別乗降客数(国際線)の推移(年度、上位7空港)

(単位:百万人)

順位	空港	2015年度	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度	2020年度/2019年度
1	成田国際	28.5	30.0	31.5	33.9	32.1	1.0	△96.8%
2	羽田(東京国際)	13.4	15.6	17.1	18.2	16.8	0.4	△97.5%
3	関西国際	17.2	19.0	21.8	22.8	22.0	0.2	△99.1%
4	中部国際	4.9	5.2	5.5	6.1	6.2	0.0	△99.7%
5	福岡	4.6	5.2	6.3	6.9	5.5	0.0	△99.7%
6	那覇	2.5	3.1	3.6	3.9	3.1	0.0	△100.0%
7	鹿児島	0.2	0.2	0.3	0.4	0.3	0.0	△99.9%
—	上記以外	5.0	5.5	7.0	8.0	6.7	0.0	△100.0%
	合計	76.3	83.9	93.3	100.2	92.7	1.7	△98.2%

資料:国土交通省「空港管理状況調査」をもとに(公財)日本交通公社作成

図Ⅲ-2-3-5 入国外国人の空港別割合(暦年) (単位:%)



(2)航空路線の動向

●国内路線の動向

2020年度は幹線、ローカル線共に大幅な減少となった。幹線では、東京(羽田)－関西、成田－札幌、成田－大阪、関西－福岡、札幌－那覇が幹線全体の減少を大きく上回る減少となった。一方、大阪－札幌、大阪－福岡、大阪－那覇は幹線全体と比べ、ゆるやかな減少であった。(表Ⅲ-2-3-3)。

ローカル線においては、主要路線が70%以上の減少となる等、幹線に比べ厳しい減少となった。その中でも、那覇－石垣、那覇－宮古は50%台の減少と比較的ゆるやかな減少であった(表Ⅲ-2-3-4)。

新規路線開設については、LCCを中心にローカル線において15路線が新たに就航した(表Ⅲ-2-3-5)。

表Ⅲ-2-3-3 主な幹線航空路線の旅客数推移

(単位：千人)

	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度	対前年比
東京(羽田)－札幌	8,945	9,051	9,059	8,810	2,921	△66.8%
東京(羽田)－大阪	5,256	5,451	5,478	5,292	2,058	△61.1%
東京(羽田)－関空	1,261	1,291	1,271	1,254	320	△74.5%
東京(羽田)－福岡	8,237	8,540	8,725	8,365	3,009	△64.0%
東京(羽田)－那覇	5,547	5,809	5,961	5,875	2,257	△61.6%
成田－札幌	1,746	1,827	1,877	1,819	477	△73.8%
成田－大阪	469	464	463	454	1	△99.9%
成田－関空	901	1,057	696	644	251	△61.1%
成田－福岡	1,158	1,152	1,132	1,229	435	△64.6%
成田－那覇	861	786	717	662	246	△62.8%
大阪－札幌	1,078	1,115	1,123	1,100	468	△57.5%
大阪－福岡	487	515	539	542	252	△53.6%
大阪－那覇	1,119	1,160	1,156	1,115	463	△58.5%
関空－札幌	1,116	1,219	1,089	1,124	357	△68.2%
関空－福岡	545	506	456	460	127	△72.3%
関空－那覇	1,139	1,093	1,081	1,155	355	△69.3%
福岡－札幌	497	574	607	619	224	△63.9%
福岡－那覇	1,810	1,922	1,879	1,852	735	△60.3%
札幌－那覇	89	102	97	97	29	△70.5%
合計	42,263	43,633	43,408	42,466	14,984	△64.7%

(注) 国内定期路線の幹線とは、新千歳、東京(羽田)、東京(成田)、大阪、関空、福岡、沖縄(那覇)の7空港を相互に結ぶ路線

表Ⅲ-2-3-4 主なローカル路線の旅客数推移

(単位：千人)

	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度	対前年比
東京(羽田)－鹿児島	2,302	2,400	2,519	2,338	660	△71.8%
東京(羽田)－広島	1,803	1,893	1,883	1,863	537	△71.2%
東京(羽田)－熊本	1,837	1,974	1,976	1,835	520	△71.7%
那覇－宮古	1,078	1,100	1,099	1,065	485	△54.5%
中部－札幌	1,353	1,424	1,509	1,522	482	△68.3%
那覇－石垣	1,167	1,160	1,125	1,047	472	△55.0%
東京(羽田)－長崎	1,687	1,732	1,766	1,620	435	△73.1%
中部－那覇	1,135	1,158	1,194	1,204	427	△64.5%
東京(羽田)－松山	1,480	1,552	1,571	1,465	372	△74.6%
東京(羽田)－宮崎	1,421	1,431	1,425	1,354	358	△73.6%
東京(羽田)－大分	1,192	1,204	1,240	1,183	356	△69.9%
東京(羽田)－函館	1,044	998	1,014	1,023	356	△65.2%
東京(羽田)－神戸	1,044	1,068	1,086	1,046	345	△67.0%
東京(羽田)－高松	1,231	1,263	1,262	1,238	323	△73.9%
中部－福岡	751	738	836	878	312	△64.4%
合計	55,828	58,464	60,466	59,379	18,768	△68.4%

資料：国土交通省「特定本邦航空運送事業者に係る情報」より(公財)日本交通公社作成

(注) ローカル線については、輸送実績(旅客)による国内定期路線の上位路線(2020年度旅客数30万人以上)を抽出

表Ⅲ-2-3-5 主な国内路線の開設

航空会社	開設日	路線
ピーチ・アビエーション	2020年8月1日	成田－釧路
ピーチ・アビエーション	2020年8月1日	成田－宮崎
エアアジア・ジャパン	2020年8月1日	中部－福岡
スカイマーク	2020年10月25日	下地島－羽田
スカイマーク	2020年10月25日	下地島－神戸
スカイマーク	2020年10月25日	下地島－那覇
アイベックスエアラインズ	2020年10月25日	中部－鹿児島
アイベックスエアラインズ	2020年10月25日	伊丹－鹿児島
ピーチ・アビエーション	2020年10月25日	札幌(新千歳)－那覇
ピーチ・アビエーション	2020年10月25日	仙台－那覇
ピーチ・アビエーション	2020年12月24日	中部－札幌(新千歳)
ピーチ・アビエーション	2020年12月24日	中部－仙台
ピーチ・アビエーション	2021年2月19日	成田－大分
ソラシドエア	2021年3月28日	羽田－那覇
日本トランスオーシャン航空	2021年3月28日	中部－宮古

資料：各社ホームページより(公財)日本交通公社作成

表Ⅲ-2-3-6 国際線(旅客便)国籍別動向

(単位：便/週)

	2019年夏	2019年冬	2020年夏	2020年冬
韓国	11694.5	692	24.5	23
中国	870	1096.5	6	15
台湾	431	452	48	12
香港	350.5	366.5	2	3
東南アジア	630	651	29.5	42.5
その他アジア	35	42	4	3.5
米国	270	249	39.5	39
ヨーロッパ	201	184	37	33
オセアニア	56	59	2	1
中東	56	56	8	22
その他	37	32	10	10
合計	4131	3850	210.5	204

(注) 当初認可時における第1週目の運航便数

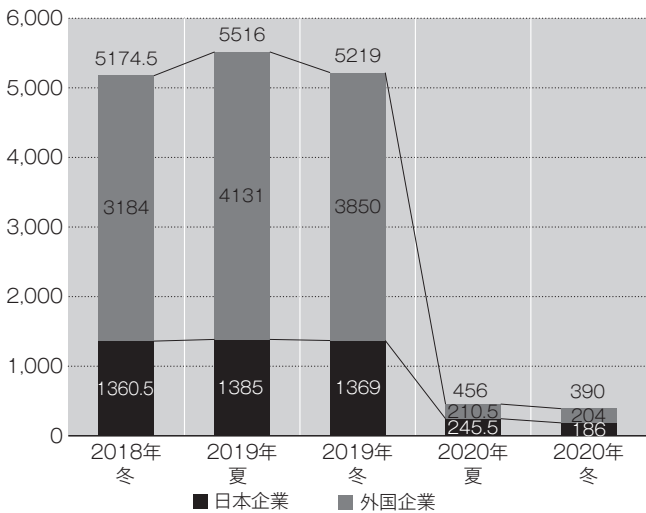
●国際路線の動向

国際線定期便(旅客便)の運行便数は2019年冬期から減少に転じ、2020年には大幅な減少となった(図Ⅲ-2-3-6)。

国籍別では、各国ともに大幅な減便となったが、特に韓国、中国、台湾、香港、オセアニアの減少幅が大きく、シェアも大きく落ち込んだ。東南アジア、米国、ヨーロッパ、中東は大きく減少している中でも2020年になってからの減便は比較的少ないものとなった(表Ⅲ-2-3-5、図Ⅲ-2-3-7)。

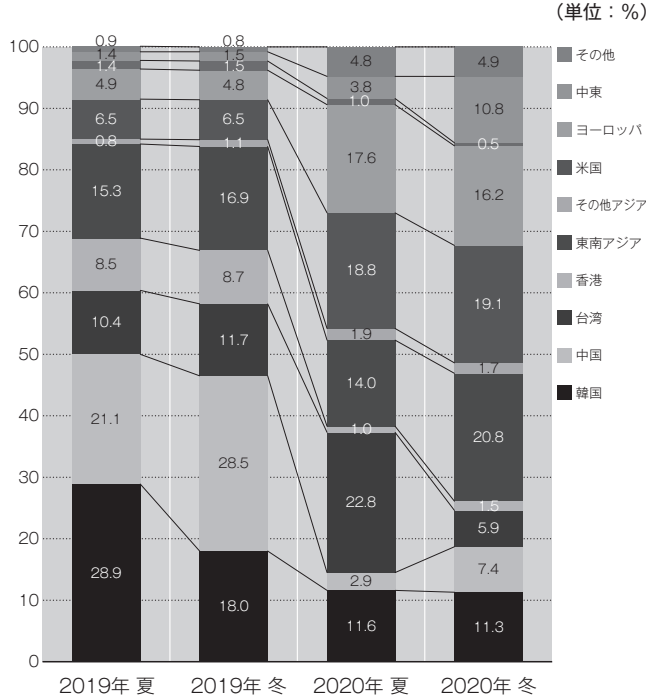
新規路線開設については、日本航空会社、海外航空会社それぞれによって、ヨーロッパ、米国、アジア等の路線が開設された(表Ⅲ-2-3-7)。

図Ⅲ-2-3-6 国際線定期便運行便数の推移(旅客便)(暦年)



(注) 当初認可時における第1週目の運航便数

図Ⅲ-2-3-7 国際線(旅客便)国籍別シェアの推移



(注) 当初認可時における第1週目の運航便数

表Ⅲ-2-3-7 主な国際路線の開設

航空会社	開設日	路線
日本航空(JAL/JL)／日本	2020年7月1日	ヘルシンキー-羽田
ユナイテッド航空(UAL/UA)／アメリカ	2020年7月6日	シカゴ-羽田
バンブー・エアウェイズ(BAV/QH)／ベトナム	2020年11月1日	ホーチミン-成田
スターラックス航空(SJX/JX)／台湾	2020年12月15日	台北-関西
スターラックス航空(SJX/JX)／台湾	2020年12月15日	台北-成田
ZIPAIR(TZP/ZG)／日本	2020年12月19日	成田-ホノルル
全日本空輸(ANA/NH)／日本	2020年12月14日	成田-シンセン
春秋航空日本(SJO/IJ)／日本	2021年1月22日	成田-南京

資料:各社ホームページより(公財)日本交通公社作成

(3)空港関連施設の動向

●地方空港の民営化の動き

「民間の能力を活用した国管理空港等の運営等に関する法律(通称「民営空港運営法」、2013年)」に基づき、2020年度には2空港の民営化(民間事業者への委託)がなされた。

2020年4月に熊本空港(阿蘇くまもと空港)が熊本空港株式会社(三井不動産、九州電力、九州産業交通ホールディングス(熊本市)等、地元企業が加わる11社の企業連合)による運営が開始された。

2020年1月から民営化された北海道7空港(北海道エアポート)は2020年6月から新千歳、同年10月から旭川、2021年3月から稚内、釧路、函館、帯広、女満別がそれぞれ民営による運営が開始された。

●空港施設のリニューアル

関西エアポート株式会社が運営する伊丹空港は、2020年8月5日にリニューアル、グランドオープンした。同社が約50年ぶりの大規模改修工事を約4年半かけて進めてきたもので、保安検査の時間を短縮する「スマートレーン」の本格導入、「ウォークスルー型」の商業エリア、31店舗がオープンする等、空港内の回遊性、搭乗利便性の向上、待ち時間での飲食・買い物等が楽しめる空港へとリニューアルされた。

福岡空港は2020年8月に国内線ターミナルの展望デッキをオープンした。新展望デッキと展望デッキ跡地がつながることで、2015年6月から続いたリニューアルが完了した。

(4)航空政策の動向

政府は新型コロナウイルス感染拡大による移動抑制や水際対策等の影響を大きく受けた航空会社や空港会社等に対して、『コロナ時代の航空・空港の経営基盤強化に向けた支援施策パッケージ(2020年10月策定、同12月改訂)』による支援を行った。具体的には、着陸料等の免除、空港使用料・航空機燃料税の減免、着陸使用料の支払い猶予、感染リスク最小化のための空港受入環境高度化支援、入国時の検査能力の確保等が行われた。特に地方空港会社は厳しい状況にあるが、無利子貸付等財政的な支援策がとられた。

(中野 文彦)

**4 海上交通**

国内旅客輸送人員が減少  
クルーズ船による入国外国人旅客数、  
クルーズ船寄港数も記録的減少

(1) 利用者の動向

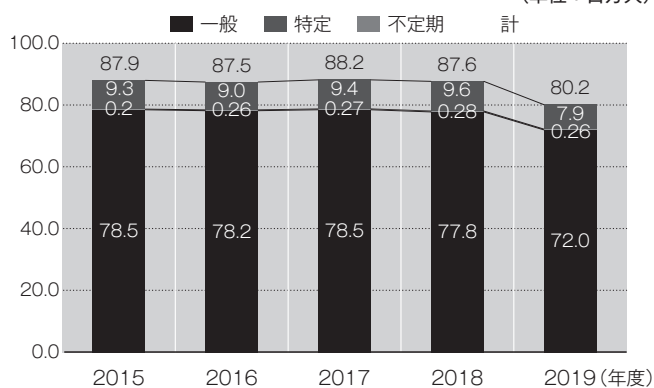
●国内旅客船の動向

2019年度の国内旅客船輸送人員は約8,020万人(前年度比8.5%減)となり、近年の横ばい傾向から減少に転じた(図Ⅲ-2-4-1)。

長距離フェリー航路では、2020年度の旅客輸送人員は112万人(同53.1%減)と、大幅な減少となった(図Ⅲ-2-4-2)。

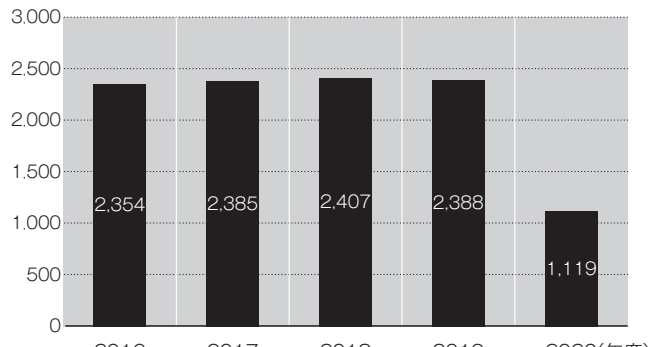
離島航路では、2019年度の旅客輸送人員は4,135万人(同5.4%減)だった(図Ⅲ-2-4-3)。

図Ⅲ-2-4-1 国内旅客船輸送人員の推移 (単位:百万人)



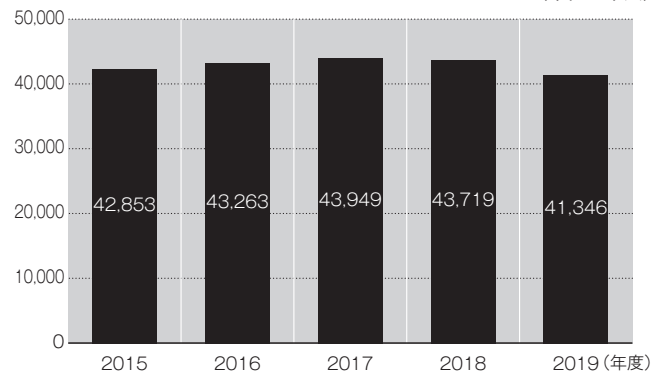
資料:国土交通省「数字で見る海事2021」をもとに(公財)日本交通公社作成

図Ⅲ-2-4-2 長距離フェリー航路の旅客輸送人員 (単位:千人)



資料:国土交通省「数字で見る海事2021」をもとに(公財)日本交通公社作成

図Ⅲ-2-4-3 離島航路の旅客輸送人員 (単位:千人)

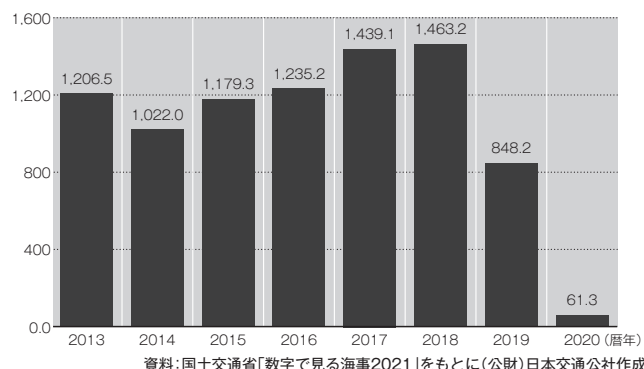


資料:国土交通省「数字で見る海事2021」をもとに(公財)日本交通公社作成

●外航旅客定期航路等の動向

2020年の日本発着の外航旅客定期航路等における乗客数は61.3万人(前年比92.8%減)となった(図Ⅲ-2-4-4)。

図Ⅲ-2-4-4 外航旅客定期航路等の乗客数の推移(暦年) (単位:千人)

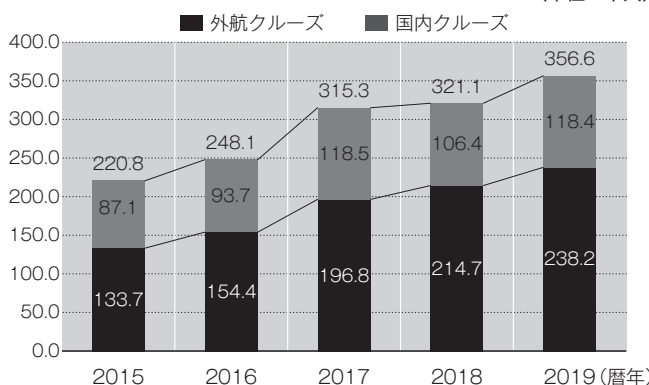


資料:国土交通省「数字で見る海事2021」をもとに(公財)日本交通公社作成

●クルーズ船の日本人乗客の動向

2019年の日本人のクルーズ乗客数(日本のクルーズ人口)は35.7万人(前年比11.1%増)と大幅な増加となり、1989年以降で最多となった(図Ⅲ-2-4-5)。

図Ⅲ-2-4-5 日本人の外航・国内クルーズ乗客数(暦年) (単位:千人)

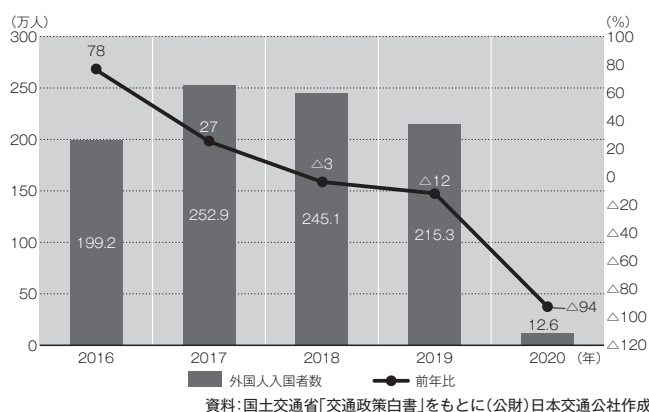


資料:国土交通省「2019年の我が国のクルーズ等の動向」をもとに(公財)日本交通公社作成

●クルーズ船による外国人入国の動向

2020年にクルーズ船で日本に入国した外国人旅客数は12.6万人(前年比94.1%減)と記録的な減少となった(図Ⅲ-2-4-6)。

図Ⅲ-2-4-6 クルーズにより入国した外国人旅客数(暦年)



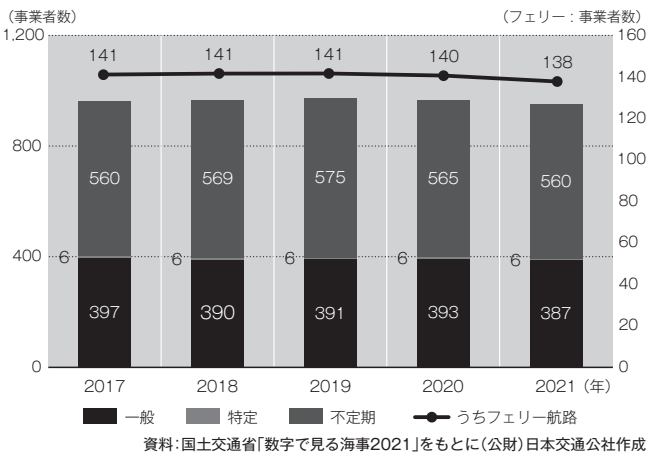
資料:国土交通省「交通政策白書」をもとに(公財)日本交通公社作成

(2) 航路・寄港の動向

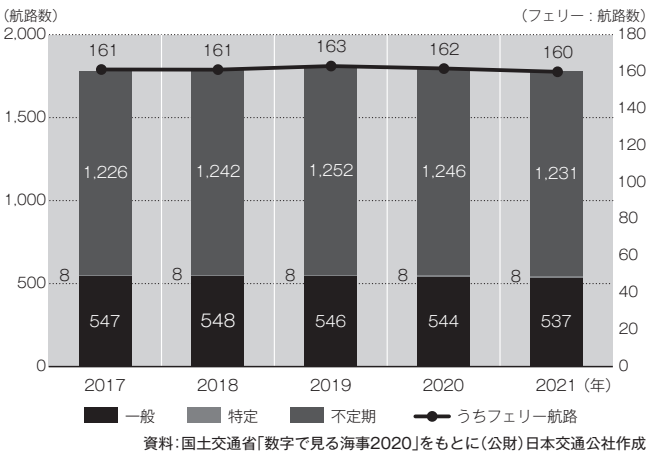
●国内旅客船の航路動向

旅客船の事業者数は953件(前年比9件減)、航路数は1,776路線(同22路線減)となった(図Ⅲ-2-4-7)。

図Ⅲ-2-4-7 旅客船事業者数の推移(暦年)



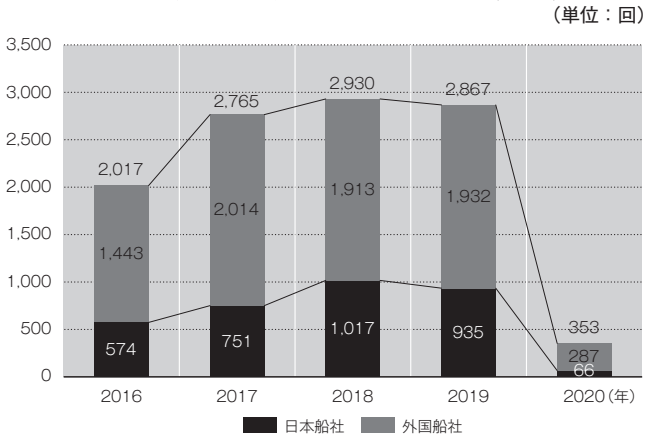
図Ⅲ-2-4-8 旅客船航路数の推移(暦年)



●クルーズ船の寄港動向

2020年における我が国港湾へのクルーズ船の寄港回数は合計353回(前年比2,514回減)となり、記録的な減少となった。

図Ⅲ-2-4-9 クルーズ船の寄港回数の推移(暦年)



(3) 海上交通関連政策の動向

●クルーズの安全・安心確保に係る検討・中間とりまとめ、会場運送法施行規則の改正

2020年9月、国土交通省海事局外航課及び港湾局産業港湾課は、「クルーズ船利用者の安全・安心の確保に向けた有識者WG」の意見を踏まえて、「クルーズの安全・安心の確保に係る検討・中間とりまとめ」を公表した。

クルーズ船内での感染拡大事案の検証、クルーズ船の利用者、寄港する港湾の関係者等の安全・安心の確保に向けた関係業界によるガイドライン整備、その実効性を担保するための措置等を取りまとめたもの。外務省等関係機関と連携し、国際海事機関(IMO)における国際ルール作りも視野に、クルーズ船の安全確保に向けた国際的議論を我が国が主導するとしている。

本とりまとめを受けて、同年11月、「海上運送法施行規則」が改正され、海上運送法に基づく「安全管理規程」に定めるべき事項として感染症予防に係る措置に関する事項等が追加され、邦船クルーズ事業者に対して衛生管理規程の届出が義務付けられた。

●感染拡大防止を支援する補助事業(観光振興事業費補助金)

2020年10月、国土交通省は、クルーズ船の再開に向けて、新型コロナウイルス感染症拡大防止、上質かつ多様な寄港地観光の促進、クルーズ船のさらなる寄港促進につながる事業等を対象として、「令和2年度観光振興事業費補助金(クルーズの更なる寄港促進を通じた地域活性化事業)」を募集し、8事業への支援を行った(表Ⅲ-2-4-1)。

表Ⅲ-2-4-1 令和2年度 観光振興事業費補助金(クルーズの更なる寄港促進を通じた地域活性化事業)

事業主体	事業計画明	実施港湾
小樽港クルーズ推進協議会	小樽港への外国クルーズ船誘致用パンフレット作製事業	小樽港
青森県	青森港におけるクルーズ船の更なる寄港促進に向けた調査事業	青森港
茨城県	茨城県寄港地観光促進事業	茨城港
神戸市	クルーズから始まるRE-KOBE物語事業	神戸港
京都府	京都舞鶴港第2ふ頭航行安全調査事業	舞鶴港
一般社団法人京都舞鶴港振興会	With コロナ時代における上質かつ多様な京都舞鶴港寄港地観光ツアー造成事業	舞鶴港
唐津みなとまちづくり懇話会	歴史と文化の海玄界灘に開く唐津港の「コト体験」ランドマーク事業	唐津港
公益社団法人熊本県観光連盟	クルーズ客受入観光施設における安全安心事業	熊本港・八代港

資料:国土交通省「令和2年度クルーズ地域活性化事業実施港一覧」をもとに(公財)日本交通公社作成

5 道路交通

交通量・輸送人員が軒並み減少  
東日本大震災被災地での高速道路開通が相次ぐ

(1) 利用の動向

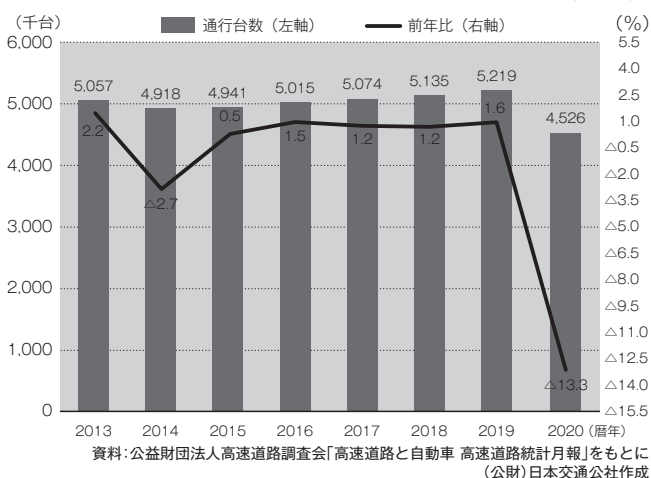
●高速道路の利用

○利用交通量の推移

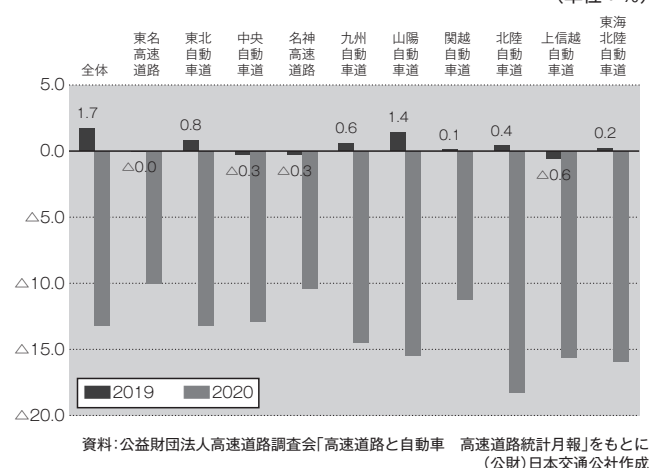
2020年(暦年)の高速道路通行台数は日平均で約453万台であり、前年比13.3%減(図Ⅲ-2-5-1)となり、主要な全ての路線で前年を大きく下回った(図Ⅲ-2-5-2)。

月別利用交通量の前年比を見ると、特に4月、5月の落ち込みが大きく、10月にかけて回復傾向にあったものの11月から再び減少に転じた。

図Ⅲ-2-5-1 高速道路の日平均利用交通量の推移(暦年)



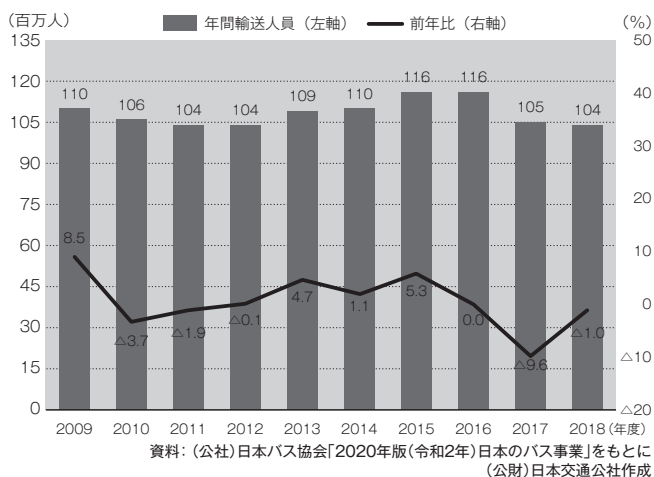
図Ⅲ-2-5-2 主要高速道路の日平均利用交通量の前年比(暦年)(単位:%)



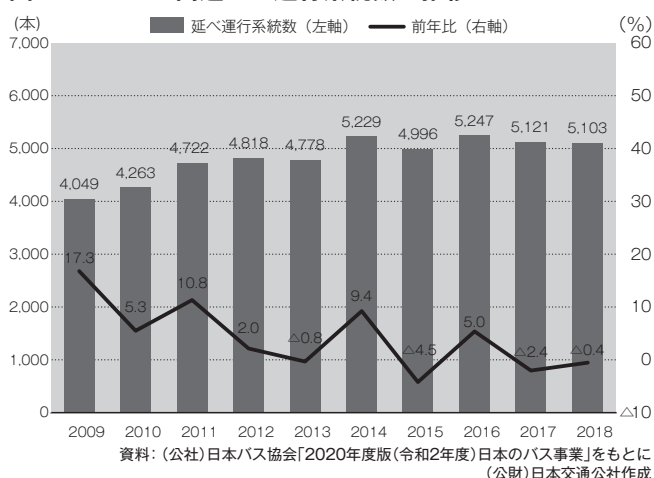
●高速バスの利用

(公社)日本バス協会の最新統計(2018年度まで)によると、2018年度の高速バス輸送人員は1億4百万人であった(図Ⅲ-2-5-3)。2017年度に続き、2年度連続の減少となった。また、高速バス運行系統数はこのべ5,103本(前年比0.4%減)であった(図Ⅲ-2-5-4)。

図Ⅲ-2-5-3 高速バスの年間輸送人員数の推移



図Ⅲ-2-5-4 高速バス運行系統数の推移

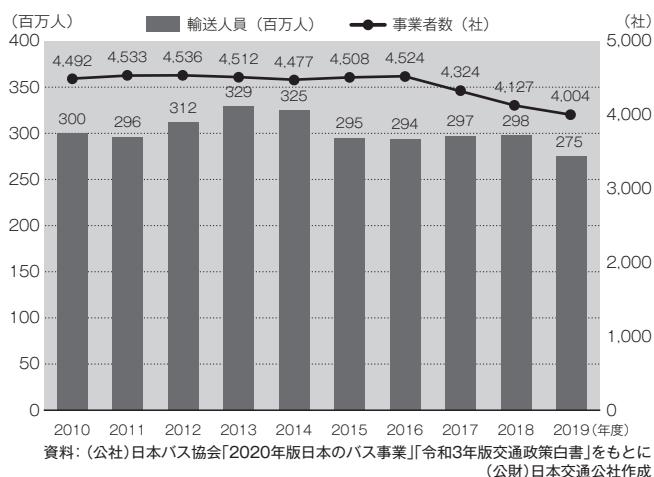


●貸切バスの利用

(公社)日本バス協会の最新統計によると、貸切バスの輸送人員は、2015年度以降横ばい傾向であったが、2019年度は275百万人(前年比7.7%減)となった(図Ⅲ-2-5-5)。

また、事業者数は2017年度から3年度連続の減少となり、404事業者(前年比123件減)であった。「安全・安心な貸切バス運行を実現するための総合的な対策」に基づき、2017年4月の事業許可更新制導入、同年8月の民間指定機関による巡回指導開始等により、事業者の退出が続いている。

図Ⅲ-2-5-5 貸切バスの事業者数及び輸送人員の推移

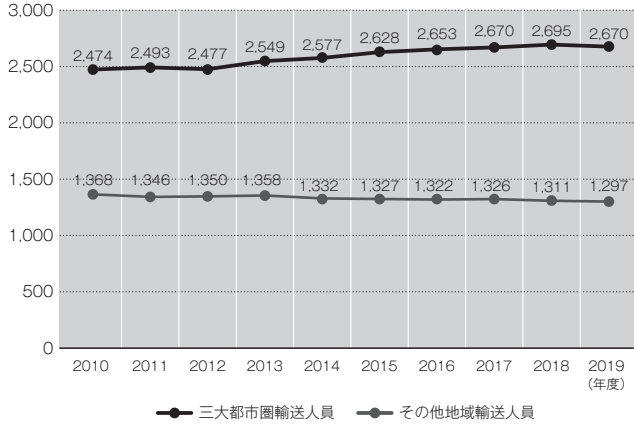


●一般路線バスの利用

一般路線バス利用者数は、1970年前後をピークに長期的な減少傾向にあるが、近年は横ばい傾向である(図Ⅲ-2-5-6)。

三大都市圏では、2013年度以降増加傾向にあったが、2019年度は2,670百万人(前年比0.9%減)となった。その他地域では、横ばいからゆるやかな減少傾向にあり、2019年度は1,297百万人(前年比1.1%減)となった。

図Ⅲ-2-5-6 都市部・地方部別の一般路線バス輸送人員の推移 (単位:百万人)

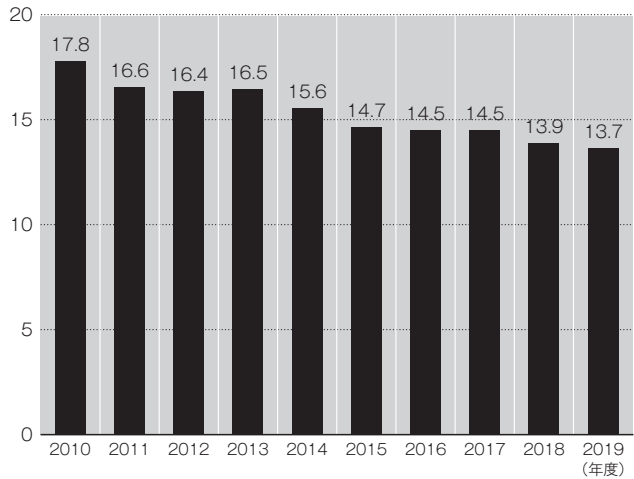


資料:国土交通省「交通政策白書」をもとに(公財)日本交通公社作成  
注1: 乗合バスの保有車両数が30以上のバス事業者のデータ  
注2: 三大都市圏とは、埼玉、千葉、東京、神奈川、愛知、三重、岐阜、大阪、京都、兵庫の集計値。

●タクシーの利用

タクシーの輸送人員は、1970年度をピークに、バブル期に横ばい傾向となり、以後は緩やかな減少傾向にある。2019年度の輸送人員は13.7億人(前年比1.6%減)であった(図Ⅲ-2-5-7)。

図Ⅲ-2-5-7 タクシーの輸送人員の推移 (単位:億人)



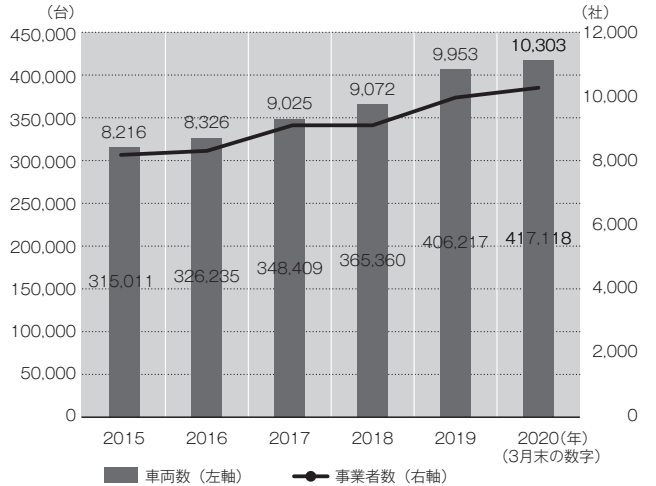
資料:国土交通省「自動車輸送統計年報」をもとに(公財)日本交通公社作成

●レンタカーの利用

レンタカー利用者数に関する全国規模の公開資料は見当たらないが、レンタカー需要の分析にあたり、国土交通省の「レンタカー事業者数及び車両数」が引用されることが多い。

同資料によると、2020年3月末時点のレンタカー事業者数(乗用車)は10,303社(前年比3.5%増)、車両数(乗用車)の合計は41.7万台(前年比2.7%増)であった(図Ⅲ-2-5-8)。近年、主としてインバウンド需要の増加を背景として、車両数、事業者数とも増加傾向にある。

図Ⅲ-2-5-8 レンタカー(乗用車)車両数及び事業者数の推移



資料:国土交通省「レンタカー事業者数及び車両数」をもとに(公財)日本交通公社作成

(2) 高速道路の動向

●高速道路の整備

2021年3月末時点における高規格幹線道路の供用延長は12,085kmであり、1987年の高規格幹線道路網計画において示された整備目標に対する進捗率は86%となった。内訳は、高速自動車国道が9,110km(進捗率79%)、一般国道自動車専用道路が1,924km(同79%)であった(表Ⅲ-2-5-1)。

2020年4月から2021年3月までに開通した、主要な高規格幹線道路及び地域高規格道路は、表Ⅲ-2-5-2に示すとおりであった。特に東日本大震災被災地における新規開通が相次いだ。

表Ⅲ-2-5-1 高規格幹線道路の整備状況 (2021年3月末時点)

区分	総延長	開通予定延長	進捗率
高規格幹線道路	約14,000km	12,085km	86%
高速自動車国道	11,520km	9,110km	79%
高速自動車国道のうち、高速自動車国道に並行する一般国道自動車専用道路	—	1,051km	88%
一般国道自動車専用道路(本四連絡道路を含む)	約2,480km	1,924km	79%

資料:国土交通省「令和3年度道路関係予算概要」をもとに(公財)日本交通公社作成



表Ⅲ-2-5-2 2020年4月～2021年3月に開通した主要な高規格幹線道路及び地域高規格道路

地方	路線名	No <sup>*</sup>	区間名等	区間	年月日	開通延長
北海道	函館新外環状道路		空港道路	赤川IC～函館空港IC	2021/3/28	7.6km
東北	三陸沿岸道路	E45	宮古老老道路	宮古中央JCT～田老真崎海岸IC	2020/7/12	17.0km
	宮古盛岡横断道路			宮古港IC～宮古中央IC	2020/7/12	4.0km
	東北中央自動車道に並行	E13	相馬福島道路	伊達桑折IC～桑折JCT	2020/8/2	2km
	三陸沿岸道路	E45	歌津本吉道路	小泉海岸IC～本吉津谷IC	2020/11/21	2km
	八戸久慈自動車道	E45	洋野階上道路	洋野種市IC～階上IC	2020/12/12	7.0km
	日本海沿岸東北自動車道	E7	日本海沿岸東北自動車道	酒田みなとIC～遊佐比子IC	2020/12/13	5.5km
	日本海沿岸東北自動車道	E7	鷹巣西道路及び鷹巣大館道路への接続区間	蟹沢IC～大館能代空港IC	2020/12/13	5.3km
	三陸沿岸道路	E45	尾肝要普代道路	田野畑北IC～普代	2020/12/19	8.0km
	三陸沿岸道路	E45	気仙沼道路	気仙沼港IC～唐桑半島IC	2021/3/6	7.3km
	八戸久慈自動車道	E45	洋野階上道路	侍浜IC～洋野種市IC	2021/3/20	16.0km
	宮古盛岡横断道路		平津戸松草道路	平津戸・岩井～松草	2021/3/28	7.0km
	宮古盛岡横断道路		宮古箱石道路	川井～箱石	2021/3/28	7.0km
	宮古盛岡横断道路		宮古箱石道路	曇目～腹帯	2021/3/28	7.0km
	宮古盛岡横断道路		宮古箱石道路	下川井地区	2021/3/30	2.0km
関東	上信自動車道			金井IC～箱島IC	2021/6/7	7.2km
中部						
関西	北近畿豊岡自動車道	E72	日高豊岡南道路	但馬空港IC～日高神鍋高原IC	2020/11/1	6.1km
中国	木原道路			尾道市福地町～三原市糸崎8丁目	2021/3/14	3.8km
四国	中村宿毛道路	E56		平田IC～宿毛和田IC	2020/7/5	7.6km
	高知東部自動車道	E55	高知南国道路	高知IC～高知南IC	2021/2/27	6.2km
	四国横断自動車道	E55	徳島南部自動車道	徳島沖洲IC～徳島津田IC	2021/3/21	2.4km
九州	有明海沿岸道路			大川東IC～大野島IC	2021/3/14	3.7km
	都城志布志道路			有明東IC～志布志IC	2021/3/28	3.6km
	都城志布志道路			金御岳IC～末吉IC	2021/3/28	3.6km
	福岡高速6号 アイランドシティ線			香椎浜JCT～アイランドシティ	2021/3/27	2.5km

※No列には高速道路ナンバリングを示した。

資料：国土交通省及び高速道路会社のプレスリリースなどをもとに(公財)日本交通公社作成

### (3) 道路交通関連施設の動向

#### ●高速道路の休憩施設

2020年4月～2021年3月までに新規オープン・リニューアルした主な高速道路の休憩施設は、表Ⅲ-2-5-3に示すとおりであった。

表Ⅲ-2-5-3 2020年4月～2021年3月までに新設・リニューアルした主な高速道路の休憩施設

施設名称			年月日	内容・特徴
東北自動車道	長者原SA	上り	2020/4/24	宿泊施設「E-NEXCO LODGE 長者原SA店(経営運営：旅籠屋)」をオープン。手軽で経済的に泊まることのできる宿泊施設を「E-NEXCO LODGE」の名称で展開している。
東北自動車道	国見SA	上下	上り 2020/9/29 下り 2020/10/28	「ドラマチックエリア国見」としてリニューアルオープン。「四季見宿」をコンセプトに、ショッピング、直売所、フードコート、テイクアウト店などを揃える。上下線とも一般道側から利用可能な駐車場の整備を予定している。
長野自動車道	みどり湖PA	下り	2020/11/16	「旨いそばを腹いっぱい」をコンセプトとしたフードコート、駅弁販売、地元農家の朝採れ野菜や果物等の直売、地元の人気店の菓子販売などを行う。
東名高速道路	上郷SA	下り	2020/12/25	簡易宿泊施設「ファーストラウンジ上郷」がオープン。客室(宿泊施設)のほか、ラウンジスペースやコインシャワーを設置。ラウンジ付き簡易宿泊施設の設置は高速道路では初めてとなる。
東名高速道路	海老名SA	下り	2020/7/22	EXPASA(エクスパーサ)海老名(下り)としてリニューアルオープン。新たなショッピングコーナー「SASTAR1」の設置のほか、フードコートのリニューアルも行った。
北陸自動車道	小矢部川SA	上り	2020/12/18	「散居村を見渡す木陰のテラス」をコンセプトとしてリニューアルオープン。富山県内の北陸道では、コンビニエンスストア「ファミリーマート」が初めてオープンした。
伊勢自動車道	安濃SA	下り	2020/12/10	新しい生活様式を取り込んだ「安全・安心」のエリアとして「NEOライブ」をコンセプトに安全対策を施したほか、「伊勢詣での玄関口」として商品やメニューの充実を図った。
阪神高速4号湾岸線	高石PA	北行	2021/3/30	新設。軽食を販売する自販機コンビニのほか、防災施設として、緊急資材の備蓄、避難車両の滞留スペースを確保した(無人PA)。

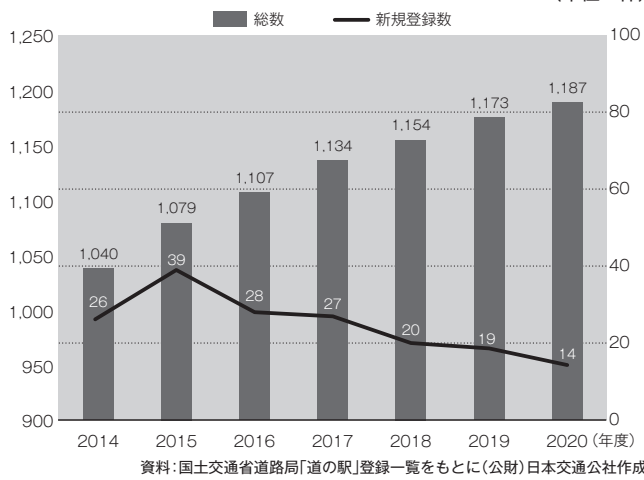
資料：高速道路株式会社各社のプレスリリースなどをもとに(公財)日本交通公社作成

●一般道路の休憩施設(道の駅)

○登録数の推移

2020年度中に20件の「道の駅」が登録され、総数は1,187駅となった(図Ⅲ-2-5-9)。

図Ⅲ-2-5-9 「道の駅」登録数の推移



●その他の道路及び交通に関する政策

○ジャパン・レール・パスのWEB販売が開始

JRグループ6社が共同して提供する特別企画乗車券「ジャパン・レール・パス」について、2020年6月よりWEB販売サービスが開始された。

1ヶ月先の利用開始分までのパスを、多言語展開する専用ウェブサイトから直接購入できるほか、指定席の事前予約や、自動改札の利用も可能となり、訪日外国人旅行者の利便性が高まる。より一層の利用促進や、地方部における鉄道利用拡大が期待されている。

○ナショナルサイクルルートの選定が進む

2016年に成立した自転車活用推進法に基づき、国土交通省自転車活用推進本部では、「ナショナルサイクルルート」の指定を進めている。

ナショナルサイクルルートとは、優れた観光資源を有機的に連携したサイクルツーリズムの推進により、日本における新たな観光価値を創造し、地域の創生を図るために、一定の水準を満たすルートを指定するもの、CO<sub>2</sub>削減や、健康増進、交通混雑の緩和、災害時の交通機能維持等の観点からも、今後の展開が注目されている。

表Ⅲ-2-5-4 ナショナルサイクルルート

名称	延長	起終点及び経過地
つくば霞ヶ浦りんりんロード	176km	自:茨城県桜川市 JR岩瀬駅 至:茨城県潮来市 水郷潮来バスターミナル
ピワイチ	193km	自:滋賀県大津市 瀬田唐橋 至:滋賀県大津市 瀬田唐橋 (琵琶湖岸一周(反時計回りの一方通行))
しまなみ海道サイクリングロード	70km	自:広島県尾道市 JR尾道駅 至:愛媛県今治市 サンライズ糸山
トカプチ400	403km	帯広市を起終点とし上士幌町から大樹町までを8の字で結んだルート
太平洋岸自転車道	1,487km	自:千葉県銚子市 銚子駅 至:和歌山県和歌山市 加太港
富山湾岸サイクリングコース	102km	自:富山県氷見市脇 至:富山県朝日町境

(吉谷地 裕)

## Ⅲ-3 宿泊業

### Ⅰ 宿泊施設の供給動向と利用動向

COVID-19パンデミックで宿泊者数は大幅減  
大規模施設ほど客室稼働率・定員稼働率の前年差(減)大

#### (1) 供給動向

旅館・ホテル・簡易宿所の軒数、旅館・ホテルの客室数の推移は、表Ⅲ-3-1のとおりである。なお、旅館業法改正(2018年6月15日施行)により、2018年度から「旅館」と「ホテル」の営業種

別が統合された。

2019年度の旅館・ホテルの軒数は51,004軒(前年度比3.0%増)、客室数は170万7,078室(同3.7%増)、簡易宿所の軒数は37,308軒(同5.2%増)であった。

旅館・ホテルの軒数は、2015～2017年度は減少が続いていたが、2018、2019年度と2年連続で増加した。旅館・ホテルの客室数は2015～2019年度の5年間、増加が続き、増加率も年々拡大している。旅館・ホテル1軒当たり平均客室数も2015年度以降、増加が継続している。

表Ⅲ-3-1 旅館・ホテル・簡易宿所 軒数・客室数の推移

年度	旅館・ホテル計						旅館			ホテル			簡易宿所	
	軒数(軒)		客室数(室)		1軒当たり平均客室数(室)		軒数(軒)	客室数(室)	1軒当たり平均客室数(室)	軒数(軒)	客室数(室)	1軒当たり平均客室数(室)	軒数(軒)	伸び率(%)
		伸び率(%)		伸び率(%)		増減(室)								
2009	58,654	△3.0	1,589,963	0.1	27.1	0.8	48,966	791,893	16.2	9,688	798,070	82.4	23,429	1.6
2015	50,628	△2.2	1,547,988	0.2	30.6	0.7	40,661	701,656	17.3	9,967	846,332	84.9	27,169	3.1
2016	49,590	△2.1	1,561,772	0.9	31.5	0.9	39,489	691,962	17.5	10,101	869,810	86.1	29,559	8.8
2017	49,024	△1.1	1,595,842	2.2	32.6	1.1	38,622	688,342	17.8	10,402	907,500	87.2	32,451	9.8
2018	49,502	1.0	1,646,065	3.1	33.3	0.7							35,452	9.2
2019	51,004	3.0	1,707,078	3.7	33.5	0.2							37,308	5.2
2019/2009		△13.0		7.4										59.2

(注)旅館業法改正(2018年6月15日施行)により、2018年度から「旅館」と「ホテル」の営業種別が統合された。

資料：厚生労働省「衛生行政報告例(生活衛生関係)」をもとに(公財)日本交通公社作成

表Ⅲ-3-2 従業者数別(観光目的割合別)、宿泊施設タイプ別の宿泊者数、平均泊数、稼働率(2020年)

	延べ宿泊者数 (万人泊)	前年比 (%)	実宿泊者数 (万人)	前年比 (%)	1人1回 当たり平均 泊数(泊)	対前年 増減(泊)	客室稼働率 (%)	前年差 (ポイント)	定員稼働率 (%)	前年差 (ポイント)
総数	33,165	△44.3	24,980	△43.7	1.33	△0.01	34.3	△28.4	21.2	△20.6
観光目的50%以上	15,781	△49.5	12,550	△47.2	1.26	△0.06	26.1	△27.9	16.2	△18.7
観光目的50%未満	17,306	△38.5	12,380	△39.6	1.40	0.03	41.7	△29.1	30.0	△24.7
従業者数別の										
0～9人	6,502	△31.5	4,327	△34.9	1.50	0.07	23.2	△13.8	12.1	△8.7
観光目的50%以上	2,987	△41.3	2,218	△41.1	1.35	△0.01	13.8	△12.9	8.1	△8.1
観光目的50%未満	3,462	△19.4	2,077	△26.1	1.67	0.14	35.7	△15.2	22.2	△10.5
10～29人	10,397	△41.4	7,764	△41.0	1.34	△0.01	40.4	△29.4	26.1	△22.8
観光目的50%以上	3,209	△48.7	2,542	△45.9	1.26	△0.07	29.9	△28.8	17.5	△19.5
観光目的50%未満	7,173	△37.3	5,211	△38.1	1.38	0.02	45.1	△29.5	33.4	△26.0
30～99人	10,038	△46.2	8,015	△45.2	1.25	△0.02	40.1	△32.2	27.1	△24.5
観光目的50%以上	5,041	△49.2	4,198	△47.2	1.20	△0.05	34.8	△31.6	22.3	△21.9
観光目的50%未満	4,988	△42.6	3,810	△42.6	1.31	0.00	44.2	△32.8	34.6	△29.5
100人以上	6,228	△54.5	4,874	△51.1	1.28	△0.10	33.7	△41.9	24.3	△31.9
観光目的50%以上	4,545	△54.5	3,592	△51.0	1.27	△0.10	32.7	△40.0	23.5	△29.4
観光目的50%未満	1,683	△54.7	1,282	△51.2	1.31	△0.10	35.7	△45.6	27.0	△40.6
夕泊施設別の										
旅館	5,568	△41.5	4,657	△41.4	1.20	△0.00	25.0	△14.6	14.2	△10.8
リゾートホテル	4,420	△46.8	3,507	△45.2	1.26	△0.04	30.0	△28.5	21.3	△21.3
ビジネスホテル	16,656	△38.9	12,201	△39.3	1.37	0.01	42.8	△33.0	32.5	△30.3
シティホテル	4,080	△56.6	3,013	△53.1	1.35	△0.11	34.1	△45.4	25.7	△39.6
簡易宿所	2,032	△52.5	1,330	△54.7	1.53	0.07	15.5	△17.9	8.3	△10.7
会社・団体の宿泊所	409	△48.9	272	△52.7	1.50	0.11	18.6	△10.2	9.3	△8.9
うち外国人宿泊者数	2,035	△82.4	1,197	△83.5	1.70	0.10				
夕泊施設別の										
旅館	159	△81.5	109	△83.9	1.46	0.19				
リゾートホテル	248	△80.6	143	△83.7	1.73	0.28				
ビジネスホテル	867	△81.8	542	△82.2	1.60	0.03				
シティホテル	526	△85.3	283	△85.7	1.86	0.06				
簡易宿所	211	△79.8	106	△83.1	1.98	0.32				
会社・団体の宿泊所	25	△31.7	15	△38.4	1.67	0.16				

(注)総数には、従業者数別(観光目的割合別)で見た場合、宿泊目的割合不詳を含む。  
宿泊施設タイプ別で見た場合、宿泊施設タイプ不詳を含む。

資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」をもとに(公財)日本交通公社作成

簡易宿所の軒数は、2016～2018年度は8%を超える高い伸びであったが、2019年度は5.2%増と、やや鈍化した。

10年前の2009年度と比較すると、旅館・ホテルの軒数は13.0%減、客室数は7.4%増、簡易宿所の軒数は59.2%増と、増加が顕著である。

## (2) 宿泊者数

2020年の延べ宿泊者数、実宿泊者数、1人1回当たり平均泊数は、表Ⅲ-3-2のとおりである。

延べ宿泊者数は3億3,165万人泊、前年比44.3%減、実宿泊者数は2億4,980万人泊、同43.7%減と、前年から大幅減となった。延べ宿泊者数を実宿泊者数で割った1人1回当たり平均泊数は1.33泊で、前年とほぼ同じ水準であった。

宿泊施設の従業者数別に見ると、延べ宿泊者数は、「従業者数0～9人」で31.5%減、「従業者数10～29人」で41.4%減、「従業者数30～99人」で46.2%減、「従業者数100人以上」で54.5%減と、従業者数が多い施設ほど、減少幅が大きく、これは実宿泊者数についても同様の傾向であった。また、従業者数99人以下の施設では、「観光目的50%以上」の施設のほうが、「観光目的50%未満」の施設より、減少幅が大きかった。

宿泊施設のタイプ別に見ると、延べ宿泊者数、実宿泊者数ともに、「シティホテル」と「簡易宿所」が50%以上の減少であったが、「ビジネスホテル」だけが40%未満の減少と、他のタイプに比べ、わずかではあるが減少幅が小さかった。

外国人宿泊者数は、延べ宿泊者数が2,035万人泊、前年比82.4%減、実宿泊者数1,197万人泊、同83.5%減と、2019年の過去最高値から一転、著しい減少であった。

## (3) 客室稼働率および定員稼働率

2020年の客室稼働率および定員稼働率は、表Ⅲ-3-2のとおりである。

年間の客室稼働率は34.3%（前年差28.4ポイント減）、定員稼働率は21.2%（同20.6ポイント減）であった。

宿泊施設の従業者数別に見ると、客室稼働率・定員稼働率ともに「従業者0～9人」が最も低く（23.2%、12.1%）、従業者数が多くなるほど、前年差（減少ポイント）が大きかった。

宿泊施設タイプ別に見ると、客室稼働率・定員稼働率とも「ビジネスホテル」が最も高いが、前年差では30ポイント以上減少している。「シティホテル」は、「ビジネスホテル」に次ぐ高さではあったが、前年差（減少ポイント）は、「ビジネスホテル」より大きかった。

## (4) 宿泊料(宿泊単価)

旅館およびホテルの1人当たり宿泊料売上を、施設タイプ・規模別にまとめたものが表Ⅲ-3-3である。なお、「旅館」は、2017年までは宿泊料に夕食・朝食を含む料金、2018年からは「(宿泊売上を含む)宿泊料理売上」である。

2019年の旅館の1人当たり宿泊料理売上は、13,715円（前年比12.5%減）と3年ぶりに前年を下回り、過去5年間では最低であった。小規模旅館は19,562円（同10.9%増）、中規模旅館は12,864円（同20.8%減）、大規模旅館は14,525円（同2.8%減）と、

中規模旅館の減少が顕著であった。

ホテル（ルームチャージ）の宿泊料売上は、4,262円、前年比45.6%減と、旅館同様、3年ぶりに前年を下回り、過去5年間では最低であった。

## 2 四半期別の利用動向

客室稼働率は4～9月の2四半期は顕著な低下  
外国人延べ宿泊者比率は4～6月期以降、2%に届かず

### (1) 客室稼働率

2020年の客室稼働率を四半期別にまとめたものが、表Ⅲ-3-4である。

「1～3月期」は46.2%（前年同期差13.5ポイント減）、「4～6月期」は17.5%（同45.5ポイント減）、「7～9月期」は32.2%（同33.1ポイント減）、「10～12月期」は41.4%（同21.3ポイント減）、年間では34.3%（同28.4ポイント減）であった。2020年1月半ばに国内で初の新型コロナウイルス感染者が見つかり、4月半ばから5月下旬まで全都道府県に緊急事態宣言が発出されたため、4～6月期の客室稼働率の低下が顕著であった。7月22日から、Go Toトラベル事業（詳細は後述）が始まり、7～9月期の稼働率は4～6月期よりは向上したものの、前年のほぼ1/2程度であった。

従業者数別に見ると、従業者数が多いほど、前年差（減）は大きく、特に「従業者100人以上」の4～6月期は66.3ポイント減（客室稼働率9.5%）と、減少が顕著であった。

宿泊施設タイプ別では、「ビジネスホテル」と「シティホテル」で前年差（減）が大きく、特に「シティホテル」は4～6月期は12.7%（同68.2ポイント減）、7～9月期は28.7%（同52.3ポイント減）であった。なお、4～6月期は、「旅館」9.0%（同30.3ポイント減）、「リゾートホテル」7.1%（同50.5ポイント減）、「簡易宿所」7.8%（同24.7ポイント減）は、客室稼働率が一桁台であった。

### (2) 定員稼働率

2020年の定員稼働率を四半期別にまとめたものが、表Ⅲ-3-5である。

「1～3月期」は29.7%（前年同期差10.0ポイント減）、「4～6月期」は9.2%（同32.7ポイント減）、「7～9月期」は20.4%（同25.0ポイント減）、「10～12月期」は25.9%（同14.4ポイント減）、年間では21.2%（同20.6ポイント減）であった。客室稼働率と同様に、4～6月期の低下が顕著であった。

従業者数別に見ると、従業者数が多いほど、前年差（減）は大きく、4～6月期は「従業者100人以上」は5.6%（同50.1ポイント減）と減少幅が大きかった。「従業者0～9人」も6.6%（同14.2ポイント減）と、小規模施設も低迷した。

宿泊施設タイプ別では、「ビジネスホテル」と「シティホテル」で前年差（減）が大きく、特に「シティホテル」は4～6月期は8.3%（同58.7ポイント減）、7～9月期は21.2%（同46.4ポイント減）であった。なお、4～6月期は、「ビジネスホテル」18.4%（同45.5ポイント減）以外の施設の定員稼働率は、いずれも一桁台で、特に「旅館」4.1%と「リゾートホテル」4.4%は5%にも満たなかった。

## (3) 外国人宿泊者比率

2020年の外国人延べ宿泊者比率を四半期別にまとめたものが、表Ⅲ-3-6である。

年間では、6.1%（前年差13.3ポイント減）で、「1～3月期」は15.6%（前年同期差4.8ポイント減）、「4～6月期」は1.7%（同18.9ポイント増）、「7～9月期」は0.9%（同16.6ポイント減）、「10～12月期」は1.3%（同18.1ポイント減）であった。新型コロナウイルス感染症の世界的流行の兆しが2020年1月時点で明らかになり、日本政府も出入国管理及び難民認定法に基づき、2月1日から特定地域からの入国拒否を始めた。その結果、訪日

外国人も2月から激減、外国人延べ宿泊者比率も2019年に比べ、大きく低下した。

宿泊施設タイプ別に見ると、通年で延べ宿泊者比率が10%を超えたのは「シティホテル」12.9%と「簡易宿所」10.4%のみで、「旅館」は2.9%、「ビジネスホテル」5.2%、「リゾートホテル」5.6%の低迷が顕著であった。なお、前年同期差（ポイント）をみると、「旅館」は他の施設に比べ減少幅が小さかったが、「ビジネスホテル」「シティホテル」「簡易宿所」は特に4～6月期以降の減少幅が大きかった。

表Ⅲ-3-3 宿泊施設タイプ・規模別 宿泊客1人当たり宿泊料売上

(単位：円、%)

	旅館								ホテル	
	単価	前年比	小旅館(30室以下)	前年比	中旅館(31～99室)	前年比	大旅館(100室以上)	前年比	単価	前年比
2015	15,160	10.6	14,050	△3.4	14,271	5.7	16,587	20.9	7,935	10.3
2016	14,452	△4.7	15,535	10.6	13,662	△4.3	14,919	△10.1	5,416	△31.7
2017	14,604	1.1	16,390	5.5	14,254	4.3	14,635	△1.9	7,538	39.2
2018	15,670	7.3	17,639	7.6	16,233	13.9	14,951	2.2	7,839	4.0
2019	13,715	△12.5	19,562	10.9	12,864	△20.8	14,525	△2.8	4,262	△45.6

(注)「旅館」は、2017年までは宿泊料金に夕食・朝食を含む。

資料：(一社)日本旅館協会「営業状況等統計調査」をもとに(公財)日本交通公社作成

2018年から「(宿泊売上を含む)宿泊料売上」に変更された。「ホテル」は、ルームチャージでの販売。

表Ⅲ-3-4 2020年四半期別客室稼働率

	年計 (%)	前年差 (ポイント)	1～3月期 (%)		4～6月期 (%)		7～9月期 (%)		10～12月期 (%)		
			前年差 (ポイント)	前年差 (ポイント)	前年差 (ポイント)	前年差 (ポイント)	前年差 (ポイント)	前年差 (ポイント)			
全体	34.3	△28.4	46.2	△13.5	17.5	△45.5	32.2	△33.1	41.4	△21.3	
従業者数別	0～9人	23.2	△13.8	30.4	△3.1	14.7	△22.0	22.9	△18.1	25.0	△11.9
	10～29人	40.4	△29.4	53.0	△13.8	22.7	△47.6	37.9	△34.2	48.4	△21.6
	30～99人	40.1	△32.2	53.7	△16.0	19.4	△53.4	37.8	△36.7	49.7	△22.6
	100人以上	33.7	△41.9	50.5	△23.3	9.5	△66.3	29.8	△47.8	45.6	△29.7
宿泊施設タイプ別	旅館	25.0	△14.6	30.2	△7.2	9.0	△30.3	26.9	△15.9	34.2	△4.6
	リゾートホテル	30.0	△28.5	41.4	△15.5	7.1	△50.5	30.5	△32.9	41.3	△14.6
	ビジネスホテル	42.8	△33.0	57.4	△15.7	25.6	△50.8	39.3	△38.0	49.4	△26.9
	シティホテル	34.1	△45.4	52.0	△24.4	12.7	△68.2	28.7	△52.3	43.1	△36.6
	簡易宿所	15.5	△17.9	21.7	△7.2	7.8	△24.7	15.9	△23.7	16.5	△16.0
	会社・団体の宿泊所	18.6	△10.2	18.7	△6.4	15.0	△15.7	20.1	△13.6	20.9	△4.3

資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」をもとに(公財)日本交通公社作成

表Ⅲ-3-5 2020年四半期別定員稼働率

	年計 (%)	前年差 (ポイント)	1～3月期 (%)		4～6月期 (%)		7～9月期 (%)		10～12月期 (%)		
			前年差 (ポイント)	前年差 (ポイント)	前年差 (ポイント)	前年差 (ポイント)	前年差 (ポイント)	前年差 (ポイント)			
全体	21.2	△20.6	29.7	△10.0	9.2	△32.7	20.4	△25.0	25.9	△14.4	
従業者数別	0～9人	12.1	△8.7	16.7	△1.8	6.6	△14.2	12.4	△12.3	12.8	△6.2
	10～29人	26.1	△22.8	35.5	△10.7	13.2	△36.6	24.6	△27.9	31.3	△15.8
	30～99人	27.1	△24.5	37.3	△12.1	11.1	△40.5	26.2	△28.7	34.0	△16.7
	100人以上	24.3	△31.9	36.7	△18.5	5.6	△50.1	22.3	△37.0	33.0	△21.4
宿泊施設タイプ別	旅館	14.2	△10.8	18.1	△5.4	4.1	△20.2	15.4	△12.9	19.4	△4.3
	リゾートホテル	21.3	△21.3	29.9	△12.1	4.4	△36.8	22.2	△25.9	28.8	△10.2
	ビジネスホテル	32.5	△30.3	45.4	△15.4	18.4	△45.5	29.4	△35.6	37.0	△24.5
	シティホテル	25.7	△39.6	41.0	△21.7	8.3	△58.7	21.2	△46.4	32.1	△31.7
	簡易宿所	8.3	△10.7	11.8	△3.8	3.3	△15.8	9.5	△15.0	8.5	△8.1
	会社・団体の宿泊所	9.3	△8.9	10.9	△3.8	5.5	△14.9	10.4	△12.9	10.3	△3.9

資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」をもとに(公財)日本交通公社作成

表Ⅲ-3-6 2020年四半期別宿泊施設タイプ別外国人延べ宿泊者数比率

	年計 (%)	前年差 (ポイント)	1～3月期 (%)		4～6月期 (%)		7～9月期 (%)		10～12月期 (%)		
			前年差 (ポイント)	前年差 (ポイント)	前年差 (ポイント)	前年差 (ポイント)	前年差 (ポイント)	前年差 (ポイント)			
全体	6.1	△13.3	15.6	△4.8	1.7	△18.9	0.9	△16.6	1.3	△18.1	
宿泊施設タイプ別	旅館	2.9	△6.2	8.5	△3.0	0.6	△9.0	0.2	△6.6	0.3	△8.5
	リゾートホテル	5.6	△9.7	14.8	△2.7	1.7	△16.0	0.7	△11.2	0.9	△13.9
	ビジネスホテル	5.2	△12.3	13.0	△4.7	1.2	△17.2	0.8	△15.9	1.5	△15.8
	シティホテル	12.9	△25.1	29.1	△8.5	4.2	△36.0	2.1	△34.5	2.4	△35.1
	簡易宿所	10.4	△14.0	26.1	△1.9	4.2	△20.7	1.3	△18.5	1.3	△26.1
	会社・団体の宿泊所	6.0	1.5	8.7	3.5	9.2	5.4	3.7	△0.6	3.7	△1.2

資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」をもとに(公財)日本交通公社作成

### 3 2020年の話題

#### 宿泊施設の新しい「売り方」登場 Go Toトラベル事業による宿泊需要喚起

#### (1) 感染者受け入れ施設としての活用

わが国では、自然災害発生後にホテルや旅館が避難所として利用されることがあり、内閣府と観光庁は、災害避難所として活用可能なホテルや旅館などの宿泊施設を発表しているが、2020年度は「感染症」というこれまでにない災害が長期に渡って発生し、宿泊施設も新たな役割を担うこととなった。

2020年1月以降、世界各国でCOVID-19が流行、日本でも1月に最初の感染者が見つかった。この感染症は、検査結果が「陽性」であっても発熱などがなく「無症状病原体保有者(以下、無症状者)」が確認された。感染者急増により医療機関の病床数(ベッド数)が不足、ホテルを「宿泊療養施設」として、無症状者や軽症者を受入れることとなった。ホテルは国や都道府県からの要請を受けて受け入れを判断し、東京都では、2020年度末時点で18ホテルあった(2021年度に入り、数軒が受入終了)。

宿泊施設を災害時の福祉避難所として活用するための研修・認証制度が、2020年9月からスタートした。一般社団法人日本環境保健機構と、(株)イオタ(防災コンサルティング企業)による「借り上げ福祉避難所(宿泊施設避難所)推進施設認証」である。管理者専門研修、従業員一般研修、開設・運営訓練を行い(一部DVD研修)、推進施設認証を付与する。3年に一度の研修を受けることで、防災意識及び災害避難所として運営できる技術を維持できる体制づくりを目指す。

#### (2) 宿泊施設の新しい「売り方」への挑戦

政府は2020年4月7日に緊急事態宣言を発出(埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、大阪府、兵庫県、福岡県の7都府県対象。当初は5月6日まで)、外出自粛が国民に求められた。通勤・通学という日常生活圏での移動、日常生活圏を離れる観光も当然ながら自粛が奨励され、全国の観光地では来訪者が激減した。

宿泊施設は、通常、チェックイン15時、チェックアウト10時、(文字通り)「宿泊する場所」を商品として販売するが、外出自粛で宿泊需要が見込めなくなり、別の目的で施設を販売しようという試みが、多くの宿泊施設で始まった。

都市部では、テレワークが推奨されたものの自宅で良好な勤務環境が確保できない人々に対し、ホテルの客室を「オフィス」として販売するものである。客室のネット回線、オンライン会議用ライト、サポートスタッフの常勤等、「働く場」としてのインフラを整備して販売している。連泊プランや、サブスク(月額定額プラン)プランもあり、「ホテルで暮らして働く」というライフスタイルの提案でもある。また、客室を「時間単位で販売する」というホテルもあり、チェックイン時間を自由に選べる(プリンスホテル都内8ホテル)、半日単位で販売(リッチモンドホテルズ等)、ベッド無し客室(ベッドを畳の小上がり等に改装)(京都タワーホテル等)の提供など、これまでになかったホテルの使い方が提案・販売されるようになった。

観光地の宿泊施設では、「ワーケーション」需要を狙ったプランが発売されている。客室や館内でのWi-Fi整備はもとより、テレビ会議用に空いている客室の無料提供(北海道・定山渓ビューホテル等、カラカミ観光系列6ホテル)、1ヶ月の長期滞在プラン(テレビ会議用マイク・スピーカー・ライト等を有料で貸し出し。星のや竹富島)等がある。また、ホテル内にワーキングスペースや個室作業スペースを新たに設置(沖縄県・カヌチャリゾート)して、リゾート滞在と仕事の両立を支援する取り組みもある。ワーケーションは、平日需要と共に、長期滞在需要の可能性もあるため、COVID-19を契機とした働き方改革の進展とともに、観光地の中には、この需要獲得に注力する所も出てくると思われる。

#### (3) 宿泊施設の感染防止策

2020年5月14日に39県で緊急事態宣言が解除されることを受け、全国旅館ホテル生活衛生同業組合連合会、日本旅館協会、全日本シティホテル連盟は「宿泊施設における新型コロナウイルス対応ガイドライン(第1版)」を同日に発表した(その後、一部改訂を2回実施)。新型コロナウイルス感染症対策専門家会議の提言に従い、入館時からチェックアウトまで、具体的かつ詳細な感染防止対策を整理した。

観光庁も、2020年7月22日からの「Go Toトラベル事業(詳細は後述)」開始を踏まえ、同事業を利用した宿泊客や宿泊施設の従業員がCOVID-19に感染した場合の対応を8月にまとめた。

各ホテルでも、独自の対策を構築・実施している。アパホテルでは、2020年5月に衛生基準を策定、社内に衛生検査組織を発足させて、全ホテルに特別衛生検査官を配置することとした。プリンスホテルでは、2020年6月に衛生・消毒基準「Prince Safety Commitment」を策定、従業員の衛生体制強化、宿泊客の健康確認、清掃・消毒、飛沫防止対策を徹底し、イメージムービーを制作して周知を図っている。また、客室の清掃後、入室者がいないことを示すため、客室ドアに「Safetyシール」を添付している。パレスホテル東京は、2020年8月、国内で初めて「ジーバック・スター・ファシリティー・アクレディテーション(GBAC STAR認証)」を取得した。これは、国際社会保障協会の一部門であるグローバル・バイオリスク・アドバイザー・カウンシル(GBAC)による国際的認証プログラムで、同ホテルは国際的な衛生基準を満たしたことになる。外資系ホテルグループでは、マリオット・インターナショナルは、衛生や感染防止等に関する社内外のエキスパートで構成されるマリオット・クリーンリネス・カウンシル(協議会)を設立し、ホテルの清掃と安全に関する新たな基準を策定、ゲストや従業員を守る安全措置を強化している。ヒルトンは、洗浄・消毒製品メーカーと全米屈指の医療機関の協力のもとに「ヒルトン・クリーンステイ」プログラムという新たな衛生・消毒基準を策定、6,100軒以上のホテルに導入した。ハイアットは、新衛生対策として、独自の「グローバルケア&クリーン」を実施している。

他にも、チェックイン時の感染防止策として、非接触型のアプリチェックイン機導入(アパホテル、2020年8月から)や、LINE上で到着前にチェックイン手続きをしてもらう仕組み(箱根湯本温泉ホテルおかだ、2020年9月から)、QRコード

チェックイン(H.I.S.ホテルホールディングス、2020年12月から)等が登場した。

#### (4) コロナ禍における宿泊事業支援政策

2020年4月上旬に緊急事態宣言が発出され、5月の旅行シーズンであるゴールデンウィークの旅行需要は激減した。そこで、旅行需要の回復や旅行地域の観光関連消費の喚起、ウィズコロナ時代における「安全で安心な旅のスタイル」を普及定着させるため、観光庁が「Go Toトラベル事業(キャンペーン)」に取り組んだ。

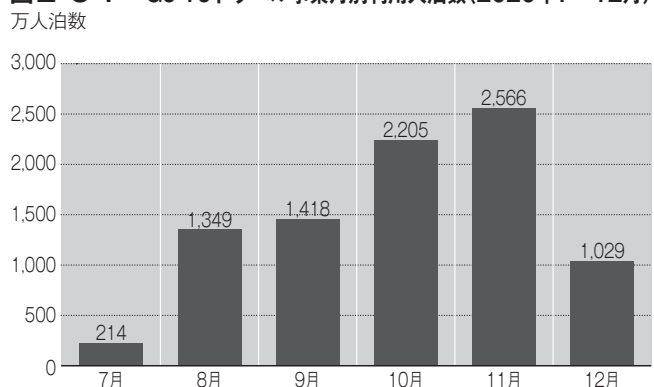
2020年7月22日からの(東京都発着を除く)国内旅行(宿泊・日帰り)代金の35%を割引し、10月1日からはこれに加え、旅行代金の15%相当分の地域共通クーポン(旅行先で使用可)を付与するというものである(支援額上限は1人1泊あたり2万円、日帰り旅行は1万円)。ただし、7月は東京都の感染者数が増加していたことから東京都発着旅行への適用は、10月1日から延期された。しかし、COVID-19の全国的な感染拡大が止まらず、2020年12月28日から2021年1月11日まで「Go Toトラベル事業」の利用は全国一斉に一時停止された。なお、2021年に入ってから感染拡大は収まらず、2021年8月末時点でも当事業の運用は停止されたままである。

観光庁によると、2020年度の同事業の利用実績(7月22日～12月28日チェックアウト分)は、約8,781万人泊(一部推計値を含む速報値)、支援額は少なくとも約5,399億円、うち、宿泊・旅行代金の割引は少なくとも約4,082億円(一部推計値を含む速報値)であった。

都道府県の中には、独自の予算で割引事業を実施した自治体もあったが、「Go Toトラベル事業」停止に伴い、やむなく年度途中で中止となった事業もある。

観光庁は、「Go Toトラベル事業」再開までの間、感染状況ステージ2相当以下と判断した都道府県が、住民が居住都道府県内を旅行する場合の旅費割引やクーポン発行等のための補助金を都道府県に交付する「地域観光事業支援」実施を2021年3月下旬に決定(予算規模約3,000億円)、4月以降準備が整った都道府県から5月末まで同事業を実施することとなった(なお、2021年4月末に、8月31日までに予約・販売された旅行であれば12月31日宿泊分まで期間が延長され、さらに6月下旬には予約販売期間が10月31日まで延長された。2021年7月15日現在)。

図Ⅲ-3-1 Go Toトラベル事業月別利用人数(2020年7～12月)



資料：観光庁報道発表資料(2021年2月10日)をもとに(公財)日本交通公社作成  
(注)7月22日～12月28日チェックアウトまで。推計値を含む速報値。12月中旬から、札幌市・東京都・名古屋市・大阪市・広島市を目的地とする旅行は一時停止開始

#### (5) 都市・リゾート地で多様な宿泊施設が開業

2020年度は、一部施設は開業日が延期されたものの、都市・地方観光地で宿泊施設が開業した(表Ⅲ-3-7)。外資系の高級ホテルの開業が特徴である。

また、積水ハウスとアメリカの大手ホテルチェーンのマリオット・インターナショナルは、「地方創生事業 Trip Base 道の駅プロジェクト」として、日本各地の「道の駅」周辺にホテル展開を開始した。このプロジェクトは、「道の駅」に隣接してホテルを作ることで、「旅の拠点」として周辺エリアを活性化させる目的である。積水ハウスがホテルを施工し、運営はマリオットが行う。2020年度は、10月から年度末までに4府県に11軒を開業させた(栃木県3軒、岐阜県3軒、三重県2軒、京都府3軒)。2021年度以降もホテル開業を進め、2025年までに25道府県で約3,000室を目指す。

#### (6) 宿泊業の倒産

2020年度は、2回の緊急事態宣言発出(主として大都市圏対象)や、国による入国制限により、国内宿泊需要・インバウンド宿泊需要、いずれも前年度に比べ、大きく減少した。

前述したように、Go Toトラベル事業等、国による支援事業はあり、宿泊施設の企業努力もあったものの、長期にわたる宿泊需要低迷(消滅)により、宿泊業の倒産も相次いだ。

東京商工リサーチによると2020年度の宿泊業の倒産件数は127件(前年度比71.6%増)、うちCOVID-19関連の倒産は68件で、全体の53.5%を占めた。従業員数別では、5人未満が61件と全体の48%を占め、小規模施設への影響が最も大きかったといえる。

2021年7月11日で「まん延防止等重点措置」発出都道府県のうち、解除されるのは北海道・愛知県・京都府・兵庫県・福岡県の5道府県、東京都は7月12日から緊急事態宣言に移行、埼玉県・千葉県・神奈川県・大阪府の同措置と沖縄県の緊急事態宣言は期間延長(いずれも9月12日まで)となった。ワクチン接種は進んでいるものの、感染力の強い変異株も発見されており、感染症収束と宿泊需要回復が待たれる。

(淑徳大学 朝倉はるみ)

表Ⅲ-3-7 2020年度の主な新規開業施設の概要

施設名	所在地	概要	開業年月
ハイアットリージェンシー 横浜	神奈川県横浜市	21階建て315室。ハイアットとしては横浜で初のホテル。横浜市中心部に位置し、中華街、みなとみらい等へは徒歩圏。最上階には横浜港と横浜ベイブリッジを一望できるウェディングチャペルとスカイバンケットがある	2021年6月
フェアフィールド・バイ・マリオット 大阪難波	大阪府大阪市	難波駅から徒歩5分、難波エリアでは唯一のマリオット系ホテル。300室の客室はバスタブなしシャワーのみで、フィットネスセンターやコインランドリーがある。レストランは宿泊者以外も利用できるコワーキングスペースとしても営業する。	2021年7月
星のや沖縄	沖縄県読谷村	「グスクの居館」をコンセプトに、高さ4.5mの壁で施設を囲った。全室オーシャンフロント100室、インフィニティプール、カフェなど。食事は、下準備を済ませた状態で客室へ運び、客室の調理家電を利用して宿泊者が好きなタイミングで仕上げる。	2021年7月
星野リゾート リゾナーレ 小浜島	沖縄県竹富町	石垣島と西表島間の小浜島にある。60室。屋外プール、レストラン、スパ、ゴルフ場等を備える。	2021年7月
ヒルトン沖縄瀬底リゾート	沖縄県本部町	ヒルトン日本初のビーチリゾートホテル。地上9階建て、298室。透明度抜群の天然ビーチを有する瀬底島西端(本土から瀬底大橋でつながっている)にある。屋内屋外プール、スパ、宴会場等がある。美ら海水族館や今帰仁城址に近い。	2021年7月
ザ・リッツカールトン日光	栃木県日光市	中禅寺湖畔に東武鉄道が開業。客室数94室、湯元温泉を引き入れた温浴施設は、「ザ・リッツカールトン」としては初の試み。	2021年7月
sequence MIYASHITA PARK	東京都渋谷区	三井不動産の新ブランドホテル「sequence (シークエンス)」。渋谷駅近くの宮下公園に立地。「SMART」「OPEN」「CULTURE」をコンセプトに、宿泊者に自由な時間と過ごし方を提供。同ブランドの「sequence KYOTO GOJO」も京都市五条に同年8月7日に開業。	2021年8月
フォーシーズンズホテル 東京大手町	東京都千代田区	日本で3軒目の「フォーシーズンズ」。39階建てビルの最上階を含む6フロアで170室+インペリアルスイート(38階)20室。室内温水プール、レストラン、チャペル、会議室、スパ(最上階)など。スパでは、禅を取り入れたセラピーを提供	2021年9月
プリンス スマート イン 恵比寿	東京都渋谷区	プリンスホテルの次世代型ホテルブランド「プリンス スマート イン(INN)の1号店。最新ICT技術やAI技術を導入。国家公務員宿舎跡地に、分譲住宅、保育施設、介護施設等が入居する複合施設の一角。82室、レストラン、会議室、フィットネスジム、ランドリー。	2020年10月
HOTEL THE MITSUI KYOTO	京都府京都市	二条城至近の三井家ゆかりの地に250年以上にわたって存在した三井総領家の邸宅跡地に建設。マリオット・インターナショナルの上位ブランド「ラグジュアリーコレクション」と提携、国内外の富裕層を狙う。161室。日本の入浴体験ができる貸し切り温泉を設置。	2020年11月
東山ニセコビレッジ リッツ・カールトン・リザーブ	北海道ニセコ町	日本国内初の「リッツ・カールトン・リザーブ」ブランド(リゾート向け。当ホテルを含め、世界に5軒)。50室。館内に温泉やフィットネスセンターがある。ニセコアンヌプリの麓に位置し、敷地内に約8.86km <sup>2</sup> のゲレンデがある。	2020年12月
フォションホテル京都	京都府京都市	フランスの高級老舗高級食料品店ブランド「フォション」の日本初ホテル(世界で2軒目)。グルメホテルという「食」へのこだわりがコンセプト。59室。全客室35㎡以上。フォションブランド世界発のスパ「ル スパ フォション」もホテル内に開設。	2021年03月
W Osaka	大阪府大阪市	マリオット・インターナショナルのWブランドホテルとして、日本初。地上27階建てビルの6~27階部分、337室。最上階には200㎡の「エクストリーム WOW 스위트」がある。	2021年03月

資料:新聞・雑誌記事等をもとに(公財)日本交通公社作成



## Ⅲ-4 集客交流施設、MICE

### 1 集客交流施設

コロナ禍による入場者数減少が深刻化  
新規オープン施設の開業延期も相次ぐ

#### (1) 集客交流施設の動向

##### ●遊園地・テーマパークなどの動向

2020年度の遊園地・テーマパークの売上高は2,206億円(前年度比65.6%減)、入場者数は2,685万人(前年度比62.5%減)であり、売上高、入場者数ともに前年を大幅に下回った。従業者数も、36,084人(前年度比18.5%減)と前年を下回る結果となった(表Ⅲ-4-1-1)。

主要施設の入場者数は、テーマパーク、美術館、博物館、動物園、公園など、すべての種別の施設において前年度から大幅に減少した。(表Ⅲ-4-1-2)。

##### ●主要テーマパークの主な動向

##### <東京ディズニーリゾート>

2020年度の入場者数は、前年度比73.9%減の756万人となり、前年度と比較して2,145万人の減少となった。

新型コロナウイルスの感染拡大を受け、2020年2月29日から実施されていた臨時休園は、同年4月に入ってから延長が行われた。2020年7月からは、入園者数を制限し、従来よりも開園時間を短くした形で営業が再開された。新型コロナウイルスの感染防止対策として、ゲストへの検温やマスク着用、ソーシャルディスタンスの確保などへ協力依頼が行われた。施設内においても、アトラクションの待機位置の目印設置などの対策がとられた。

また、2021年1月に首都圏の1都3県に緊急事態宣言が発令されたことを受け、閉園時間がそれまでよりも1時間早めた午後7時となった。同年2月からは、開園時間も1時間遅くなり午前10時開園となった。これらの変更は、2021年3月31日まで継

表Ⅲ-4-1-1 遊園地・テーマパークの売上高などの推移

	売上高 (百万円)		入場者数 (人)		従業者数 (人)	
		前年度比(%)		前年度比(%)		前年度比(%)
2016年度	665,011	1.7	80,346,541	△1.0	39,788	2.4
2017年度	685,186	3.0	78,026,318	△2.9	39,978	0.5
2018年度	720,439	5.1	79,977,698	2.5	41,303	3.3
2019年度	641,248	△11.0	71,614,589	△10.5	44,301	7.3
2020年度	220,619	△65.6	26,854,299	△62.5	36,084	△18.5

※1)2016年1月より一部数値に変更が生じたため、以前の数値と不連続が生じており、伸び率はこれを調整した。  
※2)2015年1月より調査対象の見直しを行ったため、以前の数値と不連続が生じており、伸び率はこれを調整した。

資料：経済産業省「特定サービス産業動態統計調査」

表Ⅲ-4-1-2 主要施設の入場者数の推移

(単位：万人)

施設名	開業年	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度
東京ディズニーランド・ディズニーシー(千葉県浦安市)	1983/2001	3,000	3,010	3,256	2,901	756
ユニバーサル・スタジオ・ジャパン(大阪府大阪市) <sup>※1</sup>	2001	1,460	—	—	—	—
ナガシマリゾート(三重県桑名市) <sup>※2</sup>	1964	1,510	1,530	1,550	1,550	997
ハウステンボス(長崎県佐世保市)	1992	280	280	263	228	114
鈴鹿サーキット(三重県鈴鹿市)	1963	201	204	206	204	69
東京スカイツリー(東京都墨田区)	2012	449	444	427	360	78
東京都恩賜上野動物園(東京都台東区)	1882	397	441	496	348	53
沖縄美ら海水族館(沖縄県本部町)	2002	363	378	372	332	60
名古屋市東山動植物園(愛知県名古屋市)	1937	241	260	254	234	135
旭川市旭山動物園(北海道旭川市)	1967	143	143	137	139	52
金沢21世紀美術館(石川県金沢市)	2004	255	237	258	233	75
国立新美術館(東京都港区)	2007	285	283	261	185	38
国立科学博物館(東京都台東区) <sup>※3</sup>	1877	247	288	267	274	53
広島平和記念資料館(広島県広島市)	1955	174	168	152	176	33
首里城(沖縄県那覇市)	1992	189	181	177	105	21
兼六園(石川県金沢市)	1874	291	280	275	259	102
グラバー園(長崎県長崎市)	1974	99	100	95	77	24

※1)2017年より入場者数非公開のため2017年以降は米テーマエンターテインメント協会(TEA)の調査値より記載。

※2)2014年度よりアウトレット施設を含んだ人数。また、2018~2020年度は年間値。

※3)筑波実験植物園と自然教育園を含む

資料：新聞・雑誌記事及び聞き取り調査により(公財)日本交通公社作成

続した。その他、2021年3月20日からは、入場者数の平準化を図るため、土日・祝日など多くの入場者数が見込まれる期間のチケット価格を高くする変動価格制が導入された。

新規施設としては、2020年9月に東京ディズニーランド内において、大規模開発エリアがオープンした。本エリアは、「ファンタジーランド」「トゥモローランド」「トゥーンタウン」にまたがり、総開発面積は約47,000㎡にのぼる。ファンタジーランド内には、ディズニー映画「美女と野獣」をテーマとしたエリアが誕生し、大型新規アトラクション「美女と野獣“魔法のものがたり”」などがオープンした。トゥモローランド内には、新規アトラクション「ベイマックスのハッピーランド」などがオープンした。トゥーンタウン内には、新規のキャラクターグリーティング施設「ミニーのスタイルスタジオ」がオープンした。

#### <ユニバーサル・スタジオ・ジャパン>

新型コロナウイルスの感染拡大を受け、2020年2月29日から実施されていた臨時休業は、同年4月に入ってから延長が行われた。2020年6月からは、段階的に一般営業が再開された。具体的には、関西2府4県（大阪府、京都府、兵庫県、滋賀県、奈良県、和歌山県）の在住者のみ入場可能という対応がとられた。新型コロナウイルスの感染防止対策として、ゲストへの検温やマスク着用などを依頼するとともに、施設内においても、アトラクションの待機位置の目印設置や、着席不可席の設定などが行われた。2020年7月からは居住地域制限が解除され、全国から入場可能となった。2021年1月に大阪府に緊急事態宣言が発令された際には、入場者数を大幅に制限して営業が継続された。

2021年3月には、2020年夏のオープンを予定していたものの、新型コロナウイルスの感染拡大を受けて延期となっていた新規エリア「スーパー・ニンテンドー・ワールド」がオープンした。同エリアは、任天堂のキャラクターやゲームの世界をテーマにしている。新規施設として、「マリオカート〜クッパの挑戦状〜」や「ヨッシー・アドベンチャー」といったアトラクションに加え、レストラン、ショップなどがオープンした。また、エリア内のコイン収集や、ボスキャラクターを倒す体験ができるスマートフォンのアプリの提供が開始された。

#### <ハウステンボス>

2020年度の入場者数は、前年度比50.0%減の114万人となり、コロナ禍以前より続いていた減少傾向に拍車がかかる形となった。

新型コロナウイルスの感染拡大を受け、2020年4月6日から5月15日まで臨時休業が行われた。5月16日以降は、長崎県在住者限定で一部営業が再開された。6月19日以降は居住地制限が解除され、7月以降は営業施設の追加が行われるなど、段階的に営業が再開された。ただし、2020年8月および9月に予定されていた花火大会は中止となった。2021年1月には、首都圏の1都3県に対する緊急事態宣言および長崎県で発令された特別警戒警報を受け、営業時間の短縮と、一部施設の営業休止の対応がとられた。

長崎県内の入場者に向けた取り組みとしては、2020年8月

に、園内のホテルに割引価格で宿泊できる優待キャンペーンを実施した。新規イベントとしては、2020年8月に、コロナ禍を生き抜く人々に対して希望のメッセージを映し出すプロジェクションマッピング「ツナグ 光のメッセージinハウステンボス」を実施した。

#### (2)集客交流施設の整備動向(表Ⅲ-4-1-3)

##### ●テーマパーク

#### <SMALL WORLDS TOKYO(スモールワールズTOKYO)>

2020年6月、東京都江東区有明に、世界最大級の屋内型ミニチュア・テーマパークの「SMALL WORLDS TOKYO (スモールワールズTOKYO)」がオープンした。当初は2020年4月のオープンを予定していたが、緊急事態宣言の発令を受け、開業が延期された。

同施設では、「関西国際空港エリア」「宇宙センターエリア」「世界の街エリア」など複数のエリアによって構成されており、精巧に作られたミニチュアを観覧できる。実在の空間だけでなく、「美少女戦士セーラームーンエリア」など、アニメの世界のミニチュアも展示されている。また、来場者自身を3Dスキャンし、ミニチュアの中の住人としてフィギュアを設置できるサービスも実施している。

##### ●複合施設

#### <MIYASHITA PARK>

東京都渋谷区と三井不動産株式会社が、官民連携のPPP (Public Private Partnership)事業として整備した複合施設であり、渋谷区立宮下公園、商業施設、ホテルによって構成されている。当初は2020年6月のオープンを予定していたが、新型コロナウイルスの感染拡大を受け、開業が延期された。その後、混雑による感染拡大を避ける観点から、2020年7月～8月にかけて段階的に開業した。

商業施設部分の「RAYARD MIYASHITA PARK」には、ファッションブランドや飲食店、レコード店などが出店している。3階建ての施設の屋上部分は、公園スペースとなっており、多目的運動施設(サンドコート)、ボルダリングウォールなどを設置している。ホテルの名称は「sequence MIYASHITA PARK」で、株式会社三井不動産ホテルマネジメントが運営している。ホテルは商業施設や公園とつながっており、4階～18階に全240室の客室とカフェ、レストランを備えている。

#### <とことろざわサクラタウン>

埼玉県所沢市と株式会社KADOKAWAとの共同プロジェクトである、「COOL JAPAN FOREST 構想」の拠点として整備された施設である。当初は2020年6月～7月にかけてのオープンを予定していたが、新型コロナウイルスの感染拡大を受け、開業が延期された。その後、ミュージアム部分の一部を8月にオープンし、11月にグランドオープンとなった。

同施設は、ミュージアム、ホテル、商業施設、イベントスペースなどから構成されており、アニメやゲームといったポップ・カルチャーの発信拠点となっている。同施設内には、KADOKAWAのオフィスも整備されている。

表Ⅲ-4-1-3 2020年4月以降にオープンあるいはリニューアルなどを行った主な集客交流施設

施設名	所在地	整備主体	事業費(約)	開設日	施設内容
ウポポイ (民族共生象徴空間)	北海道 白老町	国土交通省北海道開発局	200億円	2020.7	アイヌの歴史・文化を学び伝えるナショナルセンターとしての機能を持つ施設。国立アイヌ民族博物館、国立民族共生公園、慰霊施設を備える。
弘前れんが倉庫美術館	青森県 弘前市	弘前市、 弘前芸術創造株式会社	42億円	2020.7	明治・大正期に建設された倉庫をリニューアルした美術館。ミュージアムショップやカフェも併設する。
ところざわ サクラタウン	埼玉県 所沢市	株式会社KADOKAWA	395億円 (総工費)	2020.11	埼玉県所沢市との共同プロジェクト「COOL JAPAN FOREST 構想」の拠点として整備された施設。ミュージアム、ホテル、イベントスペース、商業施設などを備える。
MIYASHITA PARK	東京都 渋谷区	渋谷区、 三井不動産株式会社	235億円 (借地料)	2020.7	渋谷区立宮下公園、商業施設、ホテルが一体となった複合施設。公園スペースには、多目的運動施設(サンドコート)、ボルダリングウォールなども備える。
SMALL WORLDS TOKYO (スモールワールズTOKYO)	東京都 江東区	株式会社SMALL WORLDS	非公表	2020.6	世界最大級の屋内型ミニチュア・テーマパーク。様々な空間をテーマにしたミニチュアを観覧できる。
有明ガーデン	東京都 江東区	住友不動産株式会社	非公表	2020.8	商業施設、ホテル、イベントホール、温浴施設などから構成される複合施設。
WATERS takeshiba (ウォーターズ竹芝)	東京都 港区	東日本旅客鉄道株式会社	非公表	2020.7	竹芝エリアに所在する、劇団四季専用劇場、ホテル、商業施設などから構成される複合施設。
豊島区立トキワ荘 マンガミュージアム	東京都 豊島区	豊島区	9.8億円	2020.7	手塚治虫、赤塚不二夫らが若手時代を過ごしたアパート「トキワ荘」を再現した、マンガをテーマとした博物館。
ミナカ小田原	神奈川県 小田原市	万葉倶楽部株式会社	140億円	2020.12	小田原駅東口の再開発事業の一環として整備された複合施設。ホテル、商業施設、公共施設などから構成されている。
クロスゲート金沢	石川県 金沢市	オリックス株式会社	200億円	2020.8	金沢駅西口エリアに所在する、ホテル、分譲マンション、商業エリアから構成される複合施設。
国立工芸館	石川県 金沢市	独立行政法人 国立美術館	34億円	2020.10	東京都千代田区にあった「東京国立近代美術館工芸館」が金沢市に移転。
あいち朝日遺跡 ミュージアム	愛知県 清須市	愛知県	20億円	2020.11	東海地方を代表する弥生時代の遺跡「朝日遺跡」に関する博物館。
泉南りんくう公園 (SENNAN LONG PARK)	大阪府 泉南市	泉南市、 大和リース株式会社	23億円	2020.7	スポーツや飲食、グランピングなどを楽しめる複数のエリアから構成された、関西最大級のレクリエーション拠点。
高知県立足摺海洋館 SATOUMI	高知県 土佐清水市	高知県	45億円	2020.7	竜串湾の海洋生物をメインに、約350種、15,000点の生物を展示する水族館。老朽化した旧施設を閉館し、新たに施設を建設した。
DMMかりゆし水族館	沖縄県 豊見城市	株式会社DMM RESORTS	非公表	2020.5	沖縄県内で2つ目となる水族館。最新の映像音響技術を駆使した展示が行われている。

#### <泉南りんくう公園(SENNAN LONG PARK)>

大阪府泉南市が、官民連携のPFI事業として整備した関西最大級のレクリエーション拠点である。施設の整備や運営は、大和リース株式会社が担う。2020年4月のオープンを予定していたが、新型コロナウイルスの感染拡大を受けて延期され、7月のオープンとなった。

敷地面積約10万㎡以上の広大な園内は、スポーツを楽しむ「アクティビティエリア」、バーベキュー場や飲食店が並ぶ「コミュニティエリア」、地域の食材を購入できる「マルシェエリア」、グランピングを楽しむ「グランピングエリア」の4つに分かれている。

#### <クロスゲート金沢>

オリックス株式会社が、金沢駅西口に隣接したエリアに整備した複合施設である。当初は2020年6月のオープンを予定していたが、新型コロナウイルスの感染拡大を受けて延期され、8月のオープンとなった。

同施設は、地上14階建てのビルと地上15階建てのビルの2

棟から構成されている。施設内には、2つのホテルと、分譲マンション、商業エリアが整備されている。商業エリアには、地元店舗や金沢初進出の店舗など全34店が出店している。また、施設内には屋上庭園「みらいの丘」が整備されている。

#### ●その他

##### <DMMかりゆし水族館>

株式会社DMM RESORTSが、沖縄県豊見城市に建設した水族館である。当初は2020年4月のオープンを予定していたが、新型コロナウイルスの感染拡大を受けて延期され、5月のオープンとなった。沖縄県内では、沖縄美ら海水族館に続いて2つ目の水族館となる。

市内の大型ショッピングセンター「イーアス沖縄豊崎」の1階～2階部分に位置しており、海洋生物の展示のほか、最新の映像音響技術を駆使したバーチャル水槽の展示も行われている。

(淑徳大学 外山昌樹)

## 2 MICE

世界の国際会議件数は大きく減少し、延期やオンライン開催に観光庁は世界水準の感染症対策認定の取得マニュアルを公開  
高崎、横浜、山口、福岡でMICE施設が開業

※MICE：企業などの会議(Meeting)、企業などの行う報奨・研修旅行(Incentive Travel)、国際機関・団体・学会などが行う会議(Convention)、展示会・見本市/イベント、(Exhibition/Event)の頭文字。概念としては外国人参加者の有無は問わない。

### (1)MICEの現況

#### ①ミーティング(M)、インセンティブ(I)の現況

ミーティング、インセンティブ分野は、統計データも未整備であり各分野の全体的な現況把握は困難である。そこで、日本政府観光局(JNTO)各現地事務所が把握している情報に限定はされるものの、MICE関連の状況やトピックスが紹介されている「MICE市場トピックス」(※2021年5月末時点までの情報)を参考に、日本へのインセンティブ旅行の現況を概観すると、2020年のインセンティブ旅行については、海外を目的地とするものは基本的には実施されず、国内を目的地とするものに変更、あるいは延期・中止となっている状況である。

2021年に入ってから、インセンティブ旅行については基本的に国内を目的地とするものが主流であるが、海外へのインセンティブ旅行について、2021年下半年や2022年の実施のものが少しずつではあるが検討され始めている状況である。

#### ②コンベンション(C)の現況

コンベンション分野は、国際会議の統計データが整備されているため、このデータをもとに現況を整理する(国内会議〔外国人参加者数が基準に満たない会議など〕の統計データは未整備)。

#### ●国際会議の開催件数、参加者数の状況

日本政府観光局(JNTO)の国際会議選定基準に基づき集計された、2019年に我が国で開催された国際会議(2020年数値は未発表)の件数は3,621件(前年比5.5%、188件増)、参加者総数は1,993,790人(前年比8.4%、154,096人増)となった。参加者数の内訳は、国内参加者が1,780,396人(全体の89.3%)、外国人参加者が213,394人(同10.7%)であり、外国人参加者の構成比が前年より0.7ポイント減少した(表Ⅲ-4-2-1)。

月別では、件数は11月が最も多く484件、参加者数は10月が最も多く264,247人であった。時期としては例年同様に秋(9～11月)の開催が多く、この3ヶ月で件数は約37%、参加者数は約36%を占めている(表Ⅲ-4-2-2)。

#### ●分野別、規模別の国際会議開催状況

分野別では、「科学・技術・自然」が1,507件(全体の41.6%)で、前年までと同様に他分野と比較して非常に多い。以下「医学」(631件、同17.4%)、「芸術・文化・教育」(481件、同13.3%)と続く。構成比の前年比較では「政治・経済・法律」、「科学・技術・自然」、「その他」が1.0ポイント増加している。一方で、「医学」は3.0ポイント減少であった。

規模別では、「100人未満」が最も多く1,302件、次いで「100～

表Ⅲ-4-2-1 国際会議の開催件数・参加者数の推移

	開催件数(件)	参加者数(人)				
		総数	うち国内	構成比(%)	うち外国人	構成比(%)
2015年	2,847	1,766,798	1,591,765	90.1	175,033	9.9
2016年	3,121	1,862,506	1,646,380	88.4	216,126	11.6
2017年	3,313	1,725,927	1,539,279	89.2	186,648	10.8
2018年	3,433	1,839,694	1,630,097	88.6	209,597	11.4
2019年	3,621	1,993,790	1,780,396	89.3	213,394	10.7

資料：日本政府観光局(JNTO)「国際会議統計」をもとに(公財)日本交通公社作成

表Ⅲ-4-2-2 月別の国際会議開催件数・参加者数(2019年)

	件数(件)	構成比(%)	前年差(ポイント)	参加者数(人)		
				構成比(%)	前年差(ポイント)	
1月	169	4.7	△0.4	94,371	4.7	1.7
2月	221	6.1	△0.5	103,893	5.2	0.5
3月	317	8.8	△1.2	158,869	8.0	△0.7
4月	141	3.9	△1.4	183,713	9.2	2.9
5月	285	7.9	0.6	179,906	9.0	△2.0
6月	315	8.7	△0.8	217,860	10.9	△1.7
7月	297	8.2	△0.3	143,113	7.2	0.0
8月	311	8.6	1.6	107,281	5.4	△0.2
9月	416	11.5	0.9	207,189	10.4	△2.7
10月	426	11.8	0.3	264,247	13.3	0.7
11月	484	13.4	1.4	253,195	12.7	1.3
12月	239	6.6	△0.2	80,153	4.0	0.1
合計	3,621	100.0	—	1,993,790	100.0	—

資料：日本政府観光局(JNTO)「国際会議統計」をもとに(公財)日本交通公社作成  
(注)構成比は四捨五入により合計100%にならない場合がある

表Ⅲ-4-2-3 分野別・規模別の国際会議開催件数

(分野別)

	2019年		
	件数(件)	構成比(%)	前年差(ポイント)
政治・経済・法律	435	12.0	1.0
科学・技術・自然	1,507	41.6	1.0
医学	631	17.4	△3.0
産業	163	4.5	△0.3
芸術・文化・教育	481	13.3	0.3
社会	210	5.8	△0.1
運輸・観光	33	0.9	0.1
社交・親善	32	0.9	△0.5
宗教	11	0.3	0.1
スポーツ	37	1.0	0.4
その他	81	2.2	1.0
合計	3,621	100.0	—

(注)構成比は四捨五入により合計100%にならない場合がある

(規模別)

	2019年		
	件数(件)	構成比(%)	前年差(ポイント)
100人未満	1,302	36.0	1.7
100～199人	912	25.2	0.9
200～299人	364	10.1	△1.2
300～399人	217	6.0	△0.3
400～499人	116	3.2	△0.3
500～999人	272	7.5	△1.2
1,000～1,999人	226	6.2	0.7
2,000人以上	212	5.9	△0.3
合計	3,621	100.0	—

資料：両表とも日本政府観光局(JNTO)「国際会議統計」をもとに(公財)日本交通公社作成  
(注)構成比は四捨五入により合計100%にならない場合がある

199人」が912件で、これら200人未満の規模の国際会議で全体の61.1%を占めている。前年の同構成比は58.5%であり、2.6ポイント増加している。構成比の前年差を見ると、200人以上の会議では「1,000～1,999人」が0.7ポイント増加している以外は全て減少となっており、199人以下の小さな会議が増加傾向となったことがわかる(表Ⅲ-4-2-3)。

国際会議の規模と外国人参加者数の関係を見ると、参加者総数300人以上かつ外国人参加者数が50人以上の会議(中・大型会議)の開催件数は471件(前年比1.5%、7件増)、外国人参加者数は131,316人(前年比1.4%、1,919人減)であった(表Ⅲ-4-2-4)。

#### ●都市別の国際会議開催状況

都市別の開催件数は、東京(23区)が561件と前年同様最も多く、以下2位が神戸市の438件、3位が京都市の383件と続く。上位10都市の顔ぶれに変化はなかったが、前年5位の名古屋市が本年は6位に、前年6位の横浜市が本年は5位と順位の入替えがあった。参加者数で見ると、東京(23区)が308,276人と件数同様最も多く、次いで多いのは件数では5位の横浜市で303,767人であった(表Ⅲ-4-2-5)。

#### ●会場別の国際会議開催状況

会場別では、神戸大学が218件と前年に続き最も多く、2位は前年4位のパシフィコ横浜の180件、3位は前年2位の京都大学の166件であった。以下、4位に名古屋大学(119件)、5位に

九州大学(117件)と続く。

参加者数はパシフィコ横浜が266,958人と前年に続き最も多く、前年の201,512人から6万5千人強の増加となった。2位は国立京都国際会館で111,679人、3位は名古屋国際会議場で105,099人となっている。開催件数では上位10会場のうち大学・研究機関が8つを占めるが、参加者数では上位10会場のうち神戸ポートピアホテル以外の9つが会議場施設であることから、大学・研究機関では小規模の国際会議が、会議場施設では中・大型の国際会議が多く開かれていることが窺える(表Ⅲ-4-2-6)。

#### ●国際的に見た日本のコンベンションの開催状況

世界で開催された国際会議の件数等に関する統計についてはこれまでICCA(国際会議協会:International Congress

表Ⅲ-4-2-4 中・大型国際会議の外国人参加者数

	開催件数(件)			外国人参加者数(人)		
	総数	うち 中・大型 国際会議	構成比 (%)	総数	うち 中・大型 国際会議	構成比 (%)
2015年	2,847	406	14.3	175,033	111,171	63.5
2016年	3,121	430	13.8	216,126	142,320	65.9
2017年	3,313	350	10.6	186,648	108,851	58.3
2018年	3,433	464	13.5	209,597	133,235	63.6
2019年	3,621	471	13.0	213,394	131,316	61.5

資料:日本政府観光局(JNTO)「国際会議統計」をもとに(公財)日本交通公社作成  
※中・大型会議:参加者総数300人以上かつ外国人参加者数が50人以上の会議

表Ⅲ-4-2-5 都市別の国際会議開催件数

2018年				2019年			
順位(件数)	都市名	件数(件)	参加者数(人)	順位(件数)	都市名	件数(件)	参加者数(人)
1	東京(23区)	645	293,157	1	東京(23区)	561	308,276
2	神戸市	419	187,773	2	神戸市	438	158,094
3	京都市	348	156,076	3	京都市	383	190,834
4	福岡市	293	124,193	4	福岡市	313	119,340
5	名古屋市	202	73,489	5	横浜市	277	303,767
6	横浜市	156	215,171	6	名古屋市	252	192,416
7	大阪市	152	190,433	7	大阪市	204	149,117
8	北九州市	133	48,469	8	北九州市	150	38,535
9	仙台市	116	78,251	9	仙台市	136	69,227
10	札幌市	109	60,659	10	札幌市	102	51,090

資料:日本政府観光局(JNTO)「国際会議統計」をもとに(公財)日本交通公社作成

表Ⅲ-4-2-6 会場別の国際会議開催件数、参加者数

(件数)

2018年			2019年		
順位	会場名	件数(件)	順位	会場名	件数(件)
1	神戸大学	180	1	神戸大学	218
2	京都大学	150	2	パシフィコ横浜	180
3	九州大学	114	3	京都大学	166
4	パシフィコ横浜	104	4	名古屋大学	119
5	名古屋大学	96	5	九州大学	117
6	理化学研究所	86	6	理化学研究所	89
7	東北大学	75	7	東北大学	72
8	国連大学	66	8	東京大学	68
9	東京大学	63	9	国立京都国際会館	68
10	北海道大学	52	10	大阪大学	60

(参加者数)

2018年			2019年		
順位	会場名	参加者数(人)	順位	会場名	参加者数(人)
1	パシフィコ横浜	201,512	1	パシフィコ横浜	266,958
2	神戸国際会議場	133,956	2	国立京都国際会館	111,679
3	大阪府立国際会議場	124,841	3	名古屋国際会議場	105,099
4	神戸ポートピアホテル	115,514	4	神戸国際会議場	96,612
5	国立京都国際会館	83,575	5	大阪府立国際会議場	91,428
6	神戸国際展示場	80,031	6	幕張メッセ	77,119
7	東京国際フォーラム	69,017	7	福岡国際会議場	56,587
8	福岡国際会議場	62,967	8	仙台国際センター	53,413
9	幕張メッセ	44,718	9	ウインクあいち	49,392
10	仙台国際センター	44,668	10	神戸ポートピアホテル	48,307

資料:両表とも日本政府観光局(JNTO)「国際会議統計」をもとに(公財)日本交通公社作成

and Convention Association) により発表されてきているが、2020年は新型コロナウイルス感染拡大の影響を大きく受けたことから、従来の集計方式を取りやめ、開催が予定されていた国際会議の詳細や新型コロナウイルスの影響を受けた国際会議の動向などの調査結果が発表された。

ICCAの発表によれば、世界で開催または予定されていた国際会議の件数は8,410件であり、前年の13,254件からは大きく減少した。これは、新型コロナウイルス感染拡大の影響で、多くの国際会議のウェブページが開設されなかったり、延期や中止により情報が更新されたことから当初の日程が特定できなかったりしたためとしている。世界の国際会議の開催状況をみると、影響なしは763件(9%)、オンラインは2,506件(30%)、ハイブリッドは143件(2%)、延期は3,714件(44%)、開催地変更は73件(1%)、中止は1,211件(14%)であった。日本においては、影響なしは30件(10%)、オンラインは97件(31%)、ハイブリッドは12件(4%)、延期は126件(41%)、開催地変更は5件(2%)、中止は39件(13%)であり、世界の状況と概ね同様の傾向であった(表Ⅲ-4-2-7)。

### ③エキシビション(E)の現況

#### ●展示会の開催件数・出展者数・出展小間数・来場者数の状況

2020年は新型コロナウイルス感染拡大の影響を大きく受け、我が国で開催された展示会の件数は474件と前年比38.0%(290件)の減少となった。また、出展者数、出展小間数、来場者数もそれぞれ42,498社(前年比63.8%、75,013社・団体減)、33,103小間(前年比73.7%、92,942小間減)、2,923,185人(前年比78.3%、10,522,334人減)と大きく減少した(表Ⅲ-4-2-8)。

月別にみると、新型コロナウイルスの感染が広がった3月以降、開催0件が4ヶ月間続いた。7月以降は徐々に展示会が開催されるようになり、9～11月は前年よりも開催件数は多かったが、12月になると新型コロナウイルス感染者数が増加傾向となったことも影響し、前年の開催件数を下回った(表Ⅲ-4-2-9)。

#### ●2020年に開催された主な展示会

2020年に開催された展示会で最も来場者数が多かったのは「東京オートサロン2020」(会場:幕張メッセ、会期:1月10～12日)の336,060人であった。以下、「第24回大阪オートメッセ2020」(会場:インテックス大阪、会期:2月14～16日/207,479

人)、「第89回東京インターナショナル・ギフト・ショー春2020」(会場:東京ビッグサイト、会期:2月5～7日/181,784人)と続く。

最も出展者数が多かったのは「第54回スーパーマーケット・トレードショー2020」(会場:幕張メッセ、会期:2月12～14日)の2,326社・団体であった。以下、「第89回東京インターナショナル・ギフト・ショー春2020」(会場:東京ビッグサイト、会期:2月5～7日/2,132社・団体)、「日本ものづくりワールド2020」(会場:幕張メッセ、会期:2月26～28日/1,524社・団体)と続く。出展者数が2,000社・団体を超えた展示会は2018年4つ、2019年4つであったが、2020年は2つと減少した。

#### ●第三者認証を取得した展示会

日本では、2012年4月から「展示会データ認証制度」(2017年9月に「展示会統計に係る第三者認証制度」から名称変更)が導入されている。本制度は、展示会の「来場者数」又は「来場者数」、「出展者数」、及び「出展面積」について、展示会統計に係る認証制度のガイドラインで定めた定義と指標に基づき、展示会統計情報に利用可能な展示会として、独立行政法人日本貿易振興機構、大規模展示場連絡会、一般社団法人日本展示会協会を構成員とする日本展示会認証協議会(JECC)が認証するものである。2020年に認証された展示会は2件で、2021年6月末現在では合計92件の展示会が認証を取得している。

### (2)MICEをめぐる動き

#### ①国等の動き

##### ●プレ・ポストMICEプログラムの推進

観光庁では、テレワークが浸透し、働き方が多様化していることなどを踏まえ、ワーケーションやプレジャー等の仕事と休暇を組み合わせた滞在型旅行を、働き方改革とも合致した「新たな旅のスタイル」と位置づけ、より多くの旅行機会の創出と旅行需要の平準化に向けてその普及を促進している。その一環として2021年3月、「新たな旅のスタイル」ワーケーション&プレジャーのウェブサイトを開発した他、オンラインセミナーの開催、パンフレット作成等を通じた普及啓発、モデル事業の実施を通じた効果検証および実態調査を実施した。

また、2020年度事業「海外のインセンティブ旅行に関わるニーズ調査およびコンベンションビューロー等の機能高度化事業」において、支援都市として選定された広島市及び静岡

表Ⅲ-4-2-7 2020年に開催が予定されていた国際会議の件数と開催状況(地域別)

	開催状況														
	影響なし		オンライン		ハイブリッド		延期		開催地変更		中止		合計		
合計	763	9%	2,506	30%	143	2%	3,714	44%	73	1%	1,211	14%	8,410	100%	
地域	欧州	344	7%	1,423	30%	48	1%	2,231	47%	30	1%	630	13%	4,706	56%
	アジア	187	12%	378	25%	80	5%	628	42%	29	2%	199	13%	1,501	18%
	(うち、日本)	30	10%	97	31%	12	4%	126	41%	5	2%	39	13%	309	4%
	北米	93	9%	380	39%	6	1%	318	32%	3	0%	180	18%	980	12%
	中南米	69	11%	165	27%	—	—	275	44%	4	1%	108	17%	621	7%
	大洋州	26	10%	69	27%	4	2%	103	40%	5	2%	52	20%	259	3%
	アフリカ	26	11%	63	26%	4	2%	122	50%	—	—	31	13%	246	3%
	中近東	18	19%	28	29%	1	1%	37	38%	2	2%	11	11%	97	1%

(注)構成比は四捨五入により合計100%にならない場合がある

資料:観光庁「観光白書(令和3年版)」をもとに(公財)日本交通公社作成

表Ⅲ-4-2-8 展示会の開催件数・出展者数・出展小間数・来場者数の推移

	開催件数 (件)		出展者数 (社・団体)		出展小間数 (小間)		来場者数 (人)	
		前年比(%)		前年比(%)		前年比(%)		前年比(%)
2018年	763	2.4	122,551	△3.1	149,175	△14.1	13,309,251	△8.0
2019年	764	0.1	117,511	△4.1	126,045	△15.5	13,445,519	1.0
2020年	474	△38.0	42,498	△63.8	33,103	△73.7	2,923,185	△78.3

(注)調査基準

①主催事務局への電話調査もしくはHPによる実数把握が可能なもの ※小間数は非公開のものを除く  
 ②商談性の高い展示会 ③一般来場者をターゲットにするイベントにおいても事務局が出展者への営業活動を展開しているもの  
 ④関係者のみの来場者のため数値を公表しない展示会でも聞き取りが可能なもの ⑤企業単独のプライベートショーは除く

資料：(株)ピーオービー「EventBiz」をもとに(公財)日本交通公社作成

表Ⅲ-4-2-9 月別の展示会開催件数・出展者数・出展小間数・来場者数(2020年)

	開催件数 (件)			出展者数 (社・団体)			出展小間数 (小間)			来場者数 (人)		
	構成比 (%)	前年差 (件)		構成比 (%)	前年差 (件)		構成比 (%)	前年差 (件)		構成比 (%)	前年差 (件)	
1月	71	15.0	△6	8,445	19.9	△2,197	8,412	25.4	△1,941	797,080	27.3	△87,365
2月	96	20.3	5	15,673	36.9	△808	14,562	44.0	△3,153	1,108,973	37.9	△612,087
3月	0	0.0	△55	0	0.0	△11,141	0	0.0	△12,913	0	0.0	△1,427,500
4月	0	0.0	△70	0	0.0	△7,680	0	0.0	△7,174	0	0.0	△917,755
5月	0	0.0	△77	0	0.0	△7,660	0	0.0	△8,660	0	0.0	△1,044,552
6月	0	0.0	△67	0	0.0	△7,341	0	0.0	△9,907	0	0.0	△872,820
7月	22	4.6	△39	480	1.1	△7,049	774	2.3	△7,590	13,933	0.5	△633,054
8月	2	0.4	△18	354	0.8	△3,573	114	0.3	△4,318	20,541	0.7	△352,061
9月	85	17.9	20	4,144	9.8	△5,944	1,823	5.5	△7,945	247,956	8.5	△1,027,024
10月	103	21.7	18	7,402	17.4	△8,933	1,906	5.8	△14,692	493,794	16.9	△2,013,069
11月	75	15.8	10	4,324	10.2	△8,091	4,986	15.1	△8,317	179,490	6.1	△815,695
12月	20	4.2	△11	1,676	3.9	△4,596	526	1.6	△6,332	61,418	2.1	△719,352
合計	474	100.0	△290	42,498	100.0	△75,013	33,103	100.0	△92,942	2,923,185	100.0	△10,522,334

(注)構成比は四捨五入により合計100%にならない場合がある

資料：(株)ピーオービー「EventBiz」をもとに(公財)日本交通公社作成

県東部地域コンベンションビューローに対して、地域資源を活用したコンテンツの開発等によりプレジャーの活用促進に向けた支援が実施された。

#### ●コンベンションビューローの機能高度化を支援

観光庁は2020年度事業として、都市のコンベンションビューローの更なる機能高度化を目的とした支援を、岡山市と松山市を対象として実施した。観光庁は平成25～30年度にグローバルMICE都市12都市(東京都、横浜市、京都市、神戸市、福岡市、名古屋市愛知県、大阪府大阪市、札幌市、仙台市、千葉県千葉市、広島市、北九州市)に、また平成30年度以降はグローバルMICE都市以外のMICE誘致・開催に能動的な活動を行っている都市(平成30年度:富山県、奈良県、令和元年度:姫路市、長崎市)に対して支援事業を実施していた。今回事業はグローバルMICE都市か否かを問わずに公募が実施され、選定された2都市に対しては、海外有識者によるトレーニングやコンサルテーションが実施された。

#### ●世界水準の感染症対策認定の取得マニュアルを公開

観光庁は2021年4月、国際的な第三者機関が実施するMICE関連施設向けの感染症予防対策認定制度について比較調査を行ったほか、実証実験として国内4施設の認定取得を支援し、実践的な取得マニュアルを公開した。比較調査は、北米の国際会議場やコンベンションセンターが多く取得している「GBAC STAR(実施団体/Global Biorisk Advisory Council:

グローバルバイオリスク委員会)」と、宿泊施設の取得実績が多い「SAFEGUARD(実施団体/Bureau Veritas:ビューローベリタス)」の2制度について実施された。実証実験については、MICE施設の取得事例が顕著なGBAC STARを対象として、国立京都国際会館、パシフィコ横浜、東京ミッドタウンホール&カンファレンス、ザ・リッツ・カールトン東京の4施設において実施された。

#### ●国際MICEの総消費額を算出

観光庁は2020年度事業として「MICE総消費額等調査事業」を実施し、2019年の国際MICEによる総消費額を約9,228.6億円と推計した。推計が始まった2016年以降、総消費額は着実に増加しており、2019年推計値と2016年推計値を比較すると約71%の増加となった。分野別にみると、企業会議【M】は約3,786.8億円と全体の41.0%、報奨・研修旅行【I】は約249.7億円と全体の2.7%、国際会議【C】は約3,573.0億円と全体の38.7%、展示会・見本市【E】は約1,619.0億円と全体の17.5%であり、2016年からの推移をみると企業会議【M】の占める割合が増加していることがわかる(表Ⅲ-4-2-10)。

#### ●「MICEアンバサダー」に6名を新規認定

JNTOは2020年3月に4名、同年9月に2名をそれぞれ「MICEアンバサダー」として認定した。MICEアンバサダーとは、国内外に強い影響力を持つ方々で、それぞれの分野の国際会議誘致活動や日本国内における国際会議開催の意義についての

表Ⅲ-4-2-10 国際MICEによる総消費額の推移及び国際MICEの定義

(単位: 億円)

年	企業会議【M】	報奨・研修旅行【I】	国際会議【C】	展示会・見本市【E】	計
2016年	約774.9(14.4%)	約347.8(6.5%)	約3,445.3(64.0%)	約816.2(15.2%)	約5,384.2(100%)
2017年	約1,861.6(26.6%)	約391.8(5.6%)	約3,211.2(45.8%)	約1,547.0(22.1%)	約7,011.6(100%)
2018年	約2,696.2(32.9%)	約498.2(6.1%)	約3,388.2(41.3%)	約1,614.4(19.7%)	約8,197.0(100%)
2019年	約3,786.8(41.0%)	約249.7(2.7%)	約3,573.0(38.7%)	約1,619.0(17.5%)	約9,228.6(100%)

(注) 合計消費額、%は四捨五入により各項目の合計と一致しない

## (国際MICEの定義)

企業会議【M】	参加者数10名以上(海外からの外国人参加者含む)、4時間以上の開催、外部の施設の利用
報奨・研修旅行【I】	参加者数10名以上、4時間以上の開催、外部の施設の利用・訪問、海外発日本着の催事
国際会議【C】	JNTOの基準による国際会議を対象(JNTOによる国際会議の定義:参加者総数50名以上、日本を含む3カ国以上が参加、1日以上開催期間の条件を満たした会議)
展示会・見本市【E】	日本展示会認証協議会により国際展示会の認証(海外来場者数5%以上又は海外出展者数10%以上)を取得している展示会を対象。また、認証を取得していないものの同様の海外来場者・出展者数の基準を満たした展示会も対象

資料: 観光庁「令和2年度MICE総消費額等調査事業」報告書より(公財)日本交通公社作成

普及・啓発活動に加え、会議開催地としての日本の魅力を海外に向けて発信する広報活動に寄与する方々のことである。2013年に観光庁事業として開始されて以来、2020年末までに計66名が認定されている。

2020年度に開催予定であったアンバサダー関連会議は計8件であったが、3件がオンライン開催、5件が延期となった。また、MICEアンバサダーの活躍により、2020年度には「国際熱電変換会議(2022年仙台市開催、参加予定人数800名、うち外国人500名)」、「国際昆虫学会議(2024年京都市開催、参加予定人数3,000名、うち外国人1,500名)」、「国際カイアシ類学会(2024年広島市開催、参加予定人数300名、うち外国人200名)」、「IEEE International Conference on Robotics and Automation(2024年横浜市開催、参加予定人数5,000名、うち外国人4,000名)」の計4件の日本での開催が決定した。

## ●「JAPAN Best Incentive Travel Awards 2020」受賞案件を決定

JNTOは2016年度より、日本を訪れるインセンティブツアーの表彰制度「JAPAN Best Incentive Travel Awards」をスタートしており、第5回となる2020年度は、世界16カ国・地域からの応募総数83件(2019年度に実施された100人泊以上の旅行が条件)の中から、大賞、企画賞、貢献賞及び特別賞それぞれ1件が決定した(表Ⅲ-4-2-11)。

大賞となった「VME Retail Safari and the Beauty of Japan」は、家具の販売成績優秀者を対象とした日本の小売文化を学ぶツアーで、東京、箱根、京都、沖縄と旅程に多様な訪問先が取り入れられていることや研修と観光の要素がうまくアレンジされていることなどが評価された。

また、企画賞「2019 Incentive Trip to Okinawa, Japan」は、小売会社の成績トップ社員を対象としたツアーで、文化体験、チームビルディング、ユニークメニューのそれぞれについて沖縄らしいコンテンツを取り入れた企画である点などが、貢献賞「Japan Incentive Tour」は、日系工具メーカーのトップ社員を対象にしたツアーで、食に関心の高いグループに適したコンテンツを工夫するとともに日本の伝統文化と現代性の両方を感じるツアーであった点などがそれぞれ評価された。

なお特別賞は、2019年ラグビーワールドカップ日本大会に

表Ⅲ-4-2-11 「Japan Best Incentive Travel Awards 2020」受賞案件の概要

<b>大賞</b>	
受賞者	teamtravel international GmbH(ドイツ)
イベント名	VME Retail Safari and the Beauty of Japan
訪問先等	(10日間・18名) (ドイツ)~東京(3日)~神奈川~京都(2日) ~沖縄(3日)~(帰国)
<b>企画賞</b>	
受賞者	H.I.S International Travel Pte Ltd(シンガポール)
イベント名	2019 Incentive Trip to Okinawa, Japan
訪問先等	(4日間・121名) (シンガポール)~那覇~糸満~那覇~(帰国)
<b>貢献賞</b>	
受賞者	JTB Germany GmbH(ドイツ)
イベント名	Japan Incentive Tour
訪問先等	(8日間・50名) (ドイツ)~東京(2日)~静岡~愛知(2日)~広島~京都~(帰国)
<b>特別賞</b>	
受賞者	Fortis Events(ニュージーランド)
イベント名	Hynds VIP Rugby World Cup 2019 Tour
訪問先等	(13日間・86名) 東京、京都、長崎、大阪、姫路

資料: JNTO発表資料より(公財)日本交通公社作成

合わせて催行されたツアー「Hynds VIP Rugby World Cup 2019 Tour(ニュージーランド)」で、大型スポーツイベントを契機に日本国内の様々な地域を訪問した好事例として授与された。

## ②業界(企業)等の動き

## ●イベント消費規模は8兆6,649億円に

2021年6月、一般社団法人日本イベント産業振興協会(JACE)は「2020年イベント消費規模推計報告書」を発刊し、2020年(1月~12月)における国内イベント消費規模が8兆6,649億円(前年比50.5%減)と推計されたことを発表した。この推計値は、イベントに対する様々な支出(出発前、交通費、宿泊費、会場内、会場外、イベント後)を含めた数字である。新型コロナウイルス感染拡大の影響により、9回目となる今回の推計で初めて消費規模が大きく減少した。カテゴリー別の消費規模は、大きい順に「興行イベント」(2兆6,613億円、前年比56.5%減)、「文化イベント」(1兆6,628億円、前年比30.3%減)、「フェスティ



バル」(1兆3,921億円、前年比48.6%減)、「スポーツイベント」(1兆764億円、前年比55.8%減)、「会議イベント」(9,038億円、前年比59.5%減)、「見本市・展示会」(4,952億円、前年比53.6%減)、「販促イベント」(4,717億円、前年比12.0%減)、「博覧会」(14億円、前年比89.3%減)であり、どのカテゴリーでも減少している。

なお、同報告書ではイベントに対する意識調査の結果も示されており、この中でオンラインイベントに関しては、参加率が最も高かったのは「音楽アーティストによるライブ、コンサート」で16.8%であった。また、オンラインイベントのイメージについては「移動時間が節約できる」「交通費や宿泊費が節約できる」「感染症などのリスクがないので安心である」「今まで行くことの出来なかった遠い場所で開催されているイベントにも参加できる」の回答率が5割以上と高く、オンラインイベントの特性に対する認識が高まっていることがうかがえる。

#### ●「VISIT JAPAN トラベル&MICE マート2020」が中止

東京で例年開催されていた日本最大のインバウンド商談会「VISIT JAPAN トラベル&MICE マート(VJTM/VJMM)」は、当初2020年10月14～16日(会場:パシフィコ横浜ノース)の日程で開催予定であったが、2020年7月14日、新型コロナウイルス感染拡大の状況に鑑み中止が発表された。

#### ●コンベンション業界団体が新型コロナウイルス対応ガイドラインを策定

2020年6月、一般社団法人日本コンベンション協会(JCMA)はMICE主催者がMICEを安全に安心して開催できるよう「新型コロナウイルス感染症禍におけるMICE開催のためのガイドライン」を策定した。同ガイドラインでは、MICE開催の意義・特徴、感染リスクの洗い出し、開催前・準備段階～会期中～会期後それぞれの場面での参加者の安全対策、運営関係者に対する安全対策、開催施設への依頼事項、開催自治体・コンベンションビューローへの依頼事項、JCMAが取組む検証や連携体制の構築について整理されている。なお、同ガイドラインは新型コロナウイルス感染症への最新の知見や対処方針の変更などを踏まえ、必要に応じて改訂することとされており、2021年6月末時点で第4版が公開されている。

同じく2020年6月、一般社団法人日本コンGRESS・コンベンション・ビューロー(JCCB)は、コンベンション推進機関及びMICE関連事業者(施設管理者等を含む)等が主にMICEの誘致、開催支援を行う際に心得るべき基本的事項を整理した「コンベンション推進機関及びMICE関連事業者等における新型コロナウイルス(COVID-19)対応ガイドラインーWithコロナ時代の安全で衛生的なMICE開催の推進のためにー」を策定した。同ガイドラインでは、ガイドラインの基本的な考え方や定める活動範囲、ビューローやMICE関連事業者の活動に応じた具体的な感染症防止対策について整理されている。なお、同ガイドラインは、2021年6月末時点で第2版が公開されている。

#### ●日本展示会協会が新型コロナウイルス対応ガイドラインを策定

2020年6月、一般社団法人日本展示会協会は展示会・見本市及び付帯イベントにおける新型コロナウイルス感染拡大予防策として実施すべき基本的事項を具体的に整理した「展示会業界におけるCOVID-19感染拡大予防ガイドライン」を策定した。同ガイドラインでは、展示会の特徴や展示会における感染リスク評価、展示会の上限人数及び収容率、主催者/会場管理・運営者/支援企業それぞれが行うべき対策、出展者及び来場者それぞれに促すべき対策について整理されている。なお、同ガイドラインは、2021年6月末時点で第3次改訂版が公開されている

#### ●展示会産業最大手が「RX Japan株式会社」に社名変更

展示会産業最大手のリード エグジビション ジャパン株式会社は2021年7月15日、RX Japan株式会社(アールエックス ジャパン)への社名変更を発表した。社名変更之际に同社は「exhibition:見本市を通じ、日本を世界市場の中心に」「maximum:出展社のビジネスを最大化する」「experience:来場者に価値あるビジネス体験を」「co-existence:地域経済の発展に貢献する」「experts:進化し続けるプロ集団」「exciting:ワクワクを力に!」「exceed expectations:期待を超える見本市を創り出す」の7つのビジョンを紹介し、同ビジョンのもと、人と人、企業と企業をつなぎ、見本市を通してビジネス拡大に貢献するとしている。

#### ③各都市での動き

##### ●MICE施設の整備が各都市で進む

群馬では、高崎の競馬場跡地に整備が進められていた「Gメッセ群馬」が2020年6月に開業した。当初は同年4月開業の予定であったが、新型コロナの影響により開業を見合わせていた。同施設はJR高崎駅から徒歩15分に位置しており、総敷地面積は110,000㎡、建物には屋内展示ホール10,000㎡、屋外展示場20,000㎡超に加え、1,000人収容可能な1,300㎡のメインホールをはじめとする大小17の会議施設がある。

東京では、大型複合施設であるHANEDA INNOVATION CITY内に「コングレスクエア羽田」が2020年7月に開業した。同施設は羽田空港第3ターミナルから1駅の天空橋駅直上に位置しており、590㎡(シアター形式最大621席)の多機能ホールをはじめ、少人数から266席まで対応可能な多様な会議室がある。

横浜では、パシフィコ横浜で6番目の施設となる「パシフィコ横浜ノース」が2020年4月に開業した。新型コロナの影響により開業と同時に臨時休業となったが、同年6月より開館となった。建物は1階が約6,300㎡、8分割が可能で300～6,000名まで対応可能な無柱の多目的ホール、2～4階は大・中・小の計42室の会議室となっている。

姫路では、2021年9月に開館予定である姫路市文化コンベンションセンターの愛称が「アクリエひめじ(Arcrea HIMEJI)」に決定したことを2020年8月に姫路市が発表した。アクリエには、架け橋(アーク:arc)と創造(クリエーション:creation)

から、「未来へ続く、新しい創造の架け橋となる場所に」との思いが込められている。同施設はJR姫路駅から屋根付きの連絡通路で直結となっており、1階に4,000㎡の展示場と一体利用も可能な屋外展示場(にぎわい広場)約1,600㎡が、2階には2,010席の大ホールのほか、693席の中ホール、164席の小ホールが、4階には大中小計10室の会議室がある。更に姫路市は同センターのオープンを見据え、国際会議観光都市・MICE都市としてイメージアップを図っていくことの一環として、「Monumental Meetings」をタグラインとした姫路MICEブランドロゴを制作した。

山口では、「山口市産業交流拠点施設」が2021年4月に開業した。同施設は新幹線停車駅であるJR新山口駅の北口から直結しており、2,000人収容の可変型ホールを擁する「KDDI維新ホール」、学生や若い社会人等を対象とした居住型の人材育成施設(21戸)が整備された「アカデミーハウス」、医学的視点を取り入れた運動プログラム等を提供・実践するメディカルフィットネスが整備された「ライフイノベーションラボ」などで構成されている。

福岡では、「博多国際展示場&カンファレンスセンター」が2021年4月に開業した。同施設は西日本鉄道株式会社が整備したもので、博多駅から徒歩13分に位置しており、約3,000㎡のホール2室と16の会議室がある。また、福岡市が整備した「マリンメッセ福岡B館」も同じく2021年4月に開業した。B館は既存のマリンメッセ(A館)に隣接する形で整備され、A館との間にアーチ状の屋根を設け両館の一体利用も出来るようになっており、1階に約5,000㎡の多目的展示室、2階に2つの会議施設がある。

### ●京都コンベンションビューローが「京都MICE基金」を創設

公益財団法人京都文化交流コンベンションビューローは、国際会議などのMICEによる地域貢献を促進するため、京都府・京都市の協力の下「京都MICE基金」を創設し運用を開始したことを2021年6月に発表した。同基金は、世界有数の学術文化都市・京都が誇る、悠久の歴史の中で育まれた多彩な文化・芸術や、豊かな自然環境、美しい景観の保全・継承・活用を図り、京都の魅力や人々の暮らしの向上、MICE・観光振興及びSDGs達成に寄与する取り組みを支援するもので、京都の文化、芸術、自然環境を守り育む取り組みをはじめ、京都の文化財・歴史的建造物やその他ユニークベニューの保全・利用等促進に係る取り組みなどに使われることとされている。

### ●神戸市が40周年の節目の年にリブランディング

2021年は神戸市にとって日本初のコンベンション複合施設「神戸コンベンションセンター」が開設されて40周年という節目の年にあたることから、同市のMICE振興を目的としたブランドロゴ及びメッセージの制定、神戸の強みとなる分野の再整理を行った。ブランドメッセージ「KOBE for Change Makers Where Change Lives and Drives the Future Forward」には、神戸のChange Makersと世界中から神戸に集うChange Makersがこの地で出会い、イノベーションを起こすことで、共により良い未来を創造し、神戸から世界に

向けて発信して欲しいとの思いが込められている。また神戸の強みについては、港湾(PORT CITY)、福祉・防災(LIVABLE CITY)、医療(MEDICAL CITY)、ITなどの新産業(DYNAMIC CITY)の4分野に定められた。

### (3)IRをめぐる動き

#### ●IR整備の基本方針が閣議決定、4自治体で申請へ取り組み

ホテルやテーマパーク、劇場、ショッピング・グルメモール、MICE施設などにカジノを含んだ複合施設である統合型リゾート(Integrated Resort = IR)について、特定複合観光施設区域整備法(IR整備法)に基づく「特定複合観光施設区域整備のための基本的な方針」及び「特定複合観光施設区域整備推進本部におけるIR事業者等との接触のあり方に関するルール」が2020年12月18日に決定された。併せて、IR整備法の区域整備計画の認定申請期間を2021年10月1日から2022年4月28日までとする政令が閣議決定された。

基本方針では「①民間の活力を生かしてこれまでにないスケールとクオリティを有するMICE施設を整備することにより、これまでにないような大型の国際的な会議やイベント等を展開し、新たなビジネスの起爆剤となること、②世界に向けた日本の魅力の発信により、世界中から観光客を集め、全国各地の豊かな自然、固有の歴史、文化、伝統、食などの魅力を紹介すること、③IRへの来訪客に国内各地の魅力を紹介し、国内各地に送り出すことにより、世界と国内各地をつなぐ交流のハブとなること、の3点により、国際競争力の高い魅力ある滞在型観光を実現すること」が日本型IRの意義として示された。その他、IR整備の目標、IR整備の推進施策、IR事業及びIR事業者、区域整備計画の認定、カジノ施設の有害影響排除などについて、それぞれ基本的な事項が示された。

IR整備法では、認定区域の上限は3となっているが、2021年6月末現在、横浜市、大阪府・市、和歌山県、長崎県の4つの自治体がIRの誘致表明を行っており、各自治体ともIR事業者の公募・選定を進めている。

(守屋邦彦)

# 第Ⅳ編 観光地

○都道府県別延べ宿泊者数およびうち外国人延べ宿泊者数(2020年と2019年の比較) …	130
<b>IV-1 北海道</b> ……………	131
(1) 都道府県レベルの旅行者動向 (2) 観光地の主な動向 (3) 市町村の主な動き	
<b>IV-2 東北</b> ……………	135
(1) 都道府県レベルの旅行者動向 (2) 観光地の主な動向	
<b>IV-3 関東</b> ……………	140
(1) 都道府県レベルの旅行者動向 (2) 観光地の主な動向	
<b>IV-4 中部</b> ……………	144
(1) 都道府県レベルの旅行者動向 (2) 観光地の主な動向	
<b>IV-5 近畿</b> ……………	148
(1) 都道府県レベルの旅行者動向 (2) 観光地の主な動向	
<b>IV-6 中国・四国</b> ……………	152
(1) 都道府県レベルの旅行者動向 (2) 観光地の主な動向	
<b>IV-7 九州</b> ……………	156
(1) 都道府県レベルの旅行者動向 (2) 観光地の主な動向	
<b>IV-8 沖縄</b> ……………	160
(1) 都道府県レベルの旅行者動向 (2) 観光地の主な動向 (3) 国・地域別の月別入域数(平準化の状況)	
<b>IV-9 自然</b> ……………	164
(1) 自然公園の利用及び指定状況 (2) 自然公園の活性化に関する動向 (3) エコツーリズム推進法に基づく動向 (4) 世界自然遺産の動向 (5) その他の動向	
<b>IV-10 歴史・文化</b> ……………	168
(1) 文化財保護法に基づく指定状況 (2) 文化庁の観光関連施策の動向 (3) 文化財活用に関する計画策定の動向 (4) 世界文化遺産、ユネスコ無形文化遺産に関する動向 (5) その他の動向	
<b>IV-11 温泉</b> ……………	175
(1) 温泉地利用状況 (2) 温泉地活性化に向けた動向 (3) 温泉に関する評価 (4) コロナ禍における地域の動向	

地域区分(北海道、沖縄県を除く)は以下のとおりです。

東	北	青森県、岩手県、宮城県、秋田県、山形県、福島県
関	東	茨城県、栃木県、群馬県、埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、山梨県、新潟県
中	部	富山県、石川県、福井県、長野県、岐阜県、静岡県、愛知県、三重県
近	畿	滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県、和歌山県
中国・四国		鳥取県、島根県、岡山県、広島県、山口県、徳島県、香川県、愛媛県、高知県
九	州	福岡県、佐賀県、長崎県、熊本県、大分県、宮崎県、鹿児島県

# 都道府県別延べ宿泊者数およびうち外国人延べ宿泊者数（2020年と2019年の比較）

各都道府県の延べ宿泊者数および外国人延べ宿泊者数の経年推移については、地域ごとのグラフを参照。

全国計	2019	2020	前年比
延べ宿泊者数	595,921,530	331,654,060	△44.3%
うち外国人延べ宿泊者数	115,656,360	20,345,170	△82.4%

都道府県名	2019	2020	前年比
北海道	延べ宿泊者数 36,983,420 うち外国人延べ宿泊者数 8,805,160	21,443,200 2,050,370	△42.0% △76.7%
青森県	延べ宿泊者数 4,605,770 うち外国人延べ宿泊者数 356,550	3,315,460 78,420	△28.0% △78.0%
岩手県	延べ宿泊者数 6,276,670 うち外国人延べ宿泊者数 343,970	4,312,000 87,780	△31.3% △74.5%
宮城県	延べ宿泊者数 10,934,100 うち外国人延べ宿泊者数 563,040	6,570,840 131,270	△39.9% △76.7%
秋田県	延べ宿泊者数 3,653,930 うち外国人延べ宿泊者数 139,400	2,545,500 25,380	△30.3% △81.8%
山形県	延べ宿泊者数 5,571,860 うち外国人延べ宿泊者数 234,050	3,513,220 87,440	△36.9% △62.6%
福島県	延べ宿泊者数 12,657,410 うち外国人延べ宿泊者数 214,690	9,536,080 87,680	△24.7% △59.2%
東北計	延べ宿泊者数 43,699,740 うち外国人延べ宿泊者数 1,851,700	29,793,100 497,970	△31.8% △73.1%
茨城県	延べ宿泊者数 6,299,850 うち外国人延べ宿泊者数 217,410	4,342,570 52,520	△31.1% △75.8%
栃木県	延べ宿泊者数 9,559,870 うち外国人延べ宿泊者数 354,830	6,477,140 62,690	△32.2% △82.3%
群馬県	延べ宿泊者数 8,648,440 うち外国人延べ宿泊者数 292,490	5,634,580 70,410	△34.8% △75.9%
埼玉県	延べ宿泊者数 5,436,560 うち外国人延べ宿泊者数 219,520	3,488,850 39,960	△35.8% △81.8%
千葉県	延べ宿泊者数 29,229,120 うち外国人延べ宿泊者数 4,798,250	14,131,320 1,141,600	△51.7% △76.2%
東京都	延べ宿泊者数 78,981,720 うち外国人延べ宿泊者数 29,350,650	37,763,210 5,003,240	△52.2% △83.0%
神奈川県	延べ宿泊者数 23,883,890 うち外国人延べ宿泊者数 3,248,700	15,129,650 594,600	△36.7% △81.7%
山梨県	延べ宿泊者数 9,072,350 うち外国人延べ宿泊者数 2,054,960	4,362,220 356,740	△51.9% △82.6%
新潟県	延べ宿泊者数 10,930,410 うち外国人延べ宿泊者数 480,490	6,969,120 255,190	△36.2% △46.9%
関東+山梨+新潟計	延べ宿泊者数 182,042,210 うち外国人延べ宿泊者数 41,017,300	98,298,660 7,576,950	△46.0% △81.5%
富山県	延べ宿泊者数 3,807,890 うち外国人延べ宿泊者数 357,830	2,228,020 50,770	△41.5% △85.8%
石川県	延べ宿泊者数 9,200,650 うち外国人延べ宿泊者数 984,720	5,203,790 189,490	△43.4% △80.8%
福井県	延べ宿泊者数 4,144,090 うち外国人延べ宿泊者数 97,730	2,563,690 23,080	△38.1% △76.4%
長野県	延べ宿泊者数 18,052,570 うち外国人延べ宿泊者数 1,577,570	11,242,390 526,750	△37.7% △66.6%
岐阜県	延べ宿泊者数 7,304,310 うち外国人延べ宿泊者数 1,660,330	4,499,950 289,700	△38.4% △82.6%
静岡県	延べ宿泊者数 23,429,440 うち外国人延べ宿泊者数 2,493,790	14,369,130 267,390	△38.7% △89.3%
愛知県	延べ宿泊者数 19,337,740 うち外国人延べ宿泊者数 3,633,500	11,068,000 660,140	△42.8% △81.8%
三重県	延べ宿泊者数 8,599,890 うち外国人延べ宿泊者数 388,950	5,069,070 58,560	△41.1% △84.9%

都道府県名	2019	2020	前年比
中部+三重計	延べ宿泊者数 93,876,580 うち外国人延べ宿泊者数 11,194,420	56,244,040 2,065,880	△40.1% △81.5%
滋賀県	延べ宿泊者数 5,016,150 うち外国人延べ宿泊者数 423,890	2,683,930 59,970	△46.5% △85.9%
京都府	延べ宿泊者数 30,749,560 うち外国人延べ宿泊者数 12,025,050	13,898,320 1,708,410	△54.8% △85.8%
大阪府	延べ宿泊者数 47,427,510 うち外国人延べ宿泊者数 17,926,170	19,717,020 3,224,750	△58.4% △82.0%
兵庫県	延べ宿泊者数 14,417,170 うち外国人延べ宿泊者数 1,366,850	8,976,310 180,050	△37.7% △86.8%
奈良県	延べ宿泊者数 2,726,320 うち外国人延べ宿泊者数 535,290	1,479,840 56,890	△45.7% △89.4%
和歌山県	延べ宿泊者数 5,324,320 うち外国人延べ宿泊者数 658,480	3,393,490 69,220	△36.3% △89.5%
近畿計	延べ宿泊者数 105,661,030 うち外国人延べ宿泊者数 32,935,730	50,148,910 5,299,290	△52.5% △83.9%
鳥取県	延べ宿泊者数 2,887,920 うち外国人延べ宿泊者数 184,600	2,120,240 34,350	△26.6% △81.4%
島根県	延べ宿泊者数 3,641,650 うち外国人延べ宿泊者数 104,090	2,451,050 13,300	△32.7% △87.2%
岡山県	延べ宿泊者数 5,660,680 うち外国人延べ宿泊者数 486,600	3,774,870 74,260	△33.3% △84.7%
広島県	延べ宿泊者数 11,630,710 うち外国人延べ宿泊者数 1,322,280	6,745,990 169,010	△42.0% △87.2%
山口県	延べ宿泊者数 3,761,960 うち外国人延べ宿泊者数 104,360	3,112,930 31,510	△17.3% △69.8%
徳島県	延べ宿泊者数 2,568,550 うち外国人延べ宿泊者数 133,560	1,448,780 20,040	△43.6% △85.0%
香川県	延べ宿泊者数 4,659,250 うち外国人延べ宿泊者数 771,730	2,528,820 81,270	△45.7% △89.5%
愛媛県	延べ宿泊者数 4,385,520 うち外国人延べ宿泊者数 216,270	2,998,140 57,760	△31.6% △73.3%
高知県	延べ宿泊者数 2,903,110 うち外国人延べ宿泊者数 95,360	1,963,360 17,000	△32.4% △82.2%
中四国計	延べ宿泊者数 42,099,350 うち外国人延べ宿泊者数 3,418,850	27,144,180 498,500	△35.5% △85.4%
福岡県	延べ宿泊者数 20,420,380 うち外国人延べ宿泊者数 4,261,960	10,592,700 623,350	△48.1% △85.4%
佐賀県	延べ宿泊者数 2,801,730 うち外国人延べ宿泊者数 359,240	1,823,290 42,340	△34.9% △88.2%
長崎県	延べ宿泊者数 7,248,850 うち外国人延べ宿泊者数 753,310	4,584,450 148,320	△36.8% △80.3%
熊本県	延べ宿泊者数 7,633,470 うち外国人延べ宿泊者数 934,990	4,731,500 140,390	△38.0% △85.0%
大分県	延べ宿泊者数 7,902,700 うち外国人延べ宿泊者数 1,206,780	4,860,480 162,050	△38.5% △86.6%
宮崎県	延べ宿泊者数 4,320,060 うち外国人延べ宿泊者数 326,260	3,072,880 52,970	△28.9% △83.8%
鹿児島県	延べ宿泊者数 8,366,340 うち外国人延べ宿泊者数 839,900	5,126,520 121,380	△38.7% △85.5%
九州計	延べ宿泊者数 58,693,530 うち外国人延べ宿泊者数 8,682,440	34,791,820 1,290,800	△40.7% △85.1%
都道府県名	2019	2020	前年比
沖縄県	延べ宿泊者数 32,865,670 うち外国人延べ宿泊者数 7,750,760	13,790,150 1,065,410	△58.0% △86.3%

資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」(2021年6月30日)をもとに(公財)日本交通公社作成

## IV-1 北海道

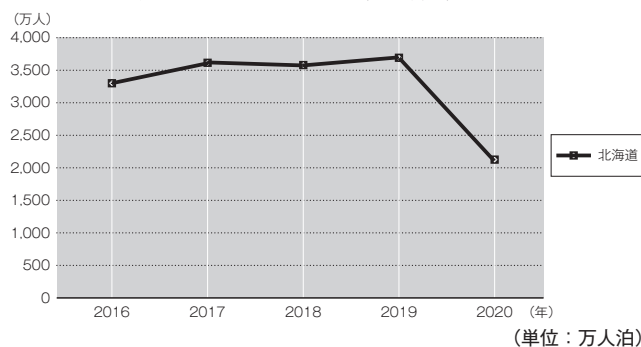
新型コロナウイルス感染症の影響で延宿泊者数半減  
ピーチが成田－釧路線、成田－女満別線を就航  
「さっぽろ雪まつり」オンライン開催

## (1) 都道府県レベルの旅行者動向

観光庁「宿泊旅行統計調査」によると2020年1月から12月の北海道の延べ宿泊者数は2,144万人泊となり、前年から42.0%の減少を記録した。減少幅は、大阪府、東京都などのゴールデンルート上の府県や沖縄県、福岡県などに次ぐ14番目の大きさとなり、新型コロナウイルス感染症の入国規制による訪日外国人旅行者の減少が大きく影響したことがうかがえる。なお都道府県別の順位では2017年以來3年ぶりに東京都に次ぐ2位に返り咲く結果となった。

外国人延べ宿泊者数は対前年マイナス76.7%の2,050千人泊となった。北海道の外国人延べ宿泊者数が2,000千人規模となるのは、2,198千人だった2008年以來のことであり、新型コロナウイルス感染症の影響による需要の後退が顕著となった。なお、都道府県別の順位では東京都、大阪府に次ぐ3位となった。

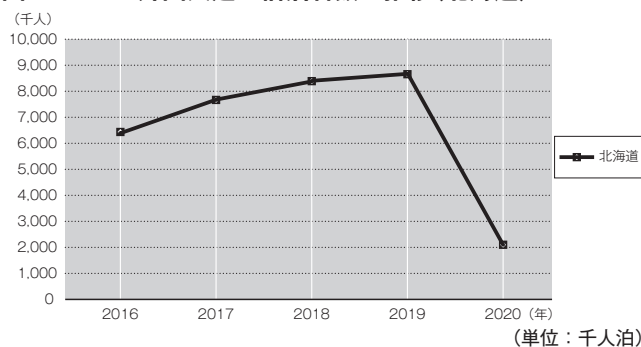
図IV-1-1 延べ宿泊者数の推移(北海道)



都道府県名	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年
北海道	3,355	3,556	3,531	3,698	2,144

資料：観光庁「令和2年宿泊旅行統計調査」をもとに(公財)日本交通公社作成

図IV-1-2 外国人延べ宿泊者数の推移(北海道)



都道府県名	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年
北海道	6,554	7,702	8,335	8,805	2,050

資料：観光庁「令和2年宿泊旅行統計調査」をもとに(公財)日本交通公社作成

また、北海道の「観光入込客数調査」(北海道庁)でも2020年の延べ宿泊者数は対前年でマイナス46.0%の2,084万人泊となった。白老町の民族共生象徴空間「ウポポイ」(白老町)のオープンなど好材料はあったものの、新型コロナウイルス感染症の影響が全道に波及し、いずれの圏域も30%台後半から50%前後の大幅なマイナスを記録した。月別でも対前年でプラスとなったのは1月の道央圏域と11月の道南圏域のみであり、2月末に北海道が独自の緊急事態宣言を発令して以降は対前年でマイナス60%から80%後半という大幅な減少となった。

ただし、7月に「どうみん割」事業が開始されると減少幅は縮小に転じ、10月には対前年マイナス9.9%にまで改善した。特に道南圏域やオホーツク圏域では10月、11月と2ヶ月連続で対前年のマイナス幅が1桁台となっており、旅行需要が下げ止まったことがうかがえる結果となった。なお、12月は新型コロナウイルス感染症の第3波の影響から再び、対前年でマイナス30%から50%代後半を記録している。

外国人の延べ宿泊者数は、国籍・地域別の延べ宿泊者数で首位の中国が対前年マイナス77.4%、2位の台湾が同マイナス82.3%となり、軒並み大幅な減少となった。近年、成長著しい東南アジア市場も一様に対前年でマイナス70%から80%を記録している。

表IV-1-1 道内の圏域別延べ宿泊者数の増減

(単位：万人泊) (単位：%)

	2019年	2020年	前年比増減
北海道	3,859	2,084	△46.0
道央圏域	2,279	1,230	△46.0
道南圏域	482	232	△51.9
道北圏域	476	250	△47.5
オホーツク圏域	186	114	△38.5
十勝圏域	221	138	△37.3
釧路・根室圏域	214	119	△44.4

資料：北海道「観光入込客数調査」をもとに(公財)日本交通公社作成

表IV-1-2 道内の国籍・地域別延べ宿泊者数の増減

(単位：千人泊) (単位：%)

	2019年	2020年	前年比増減
全国籍	8,534	1,926	△77.4
中国	2,259	567	△74.9
台湾	1,737	307	△82.3
オーストラリア	309	185	△40.1
香港	725	163	△77.5
タイ	572	159	△72.3
アメリカ	242	89	△63.3
シンガポール	431	69	△84.1
韓国	1,125	62	△94.5
マレーシア	275	51	△81.5
インドネシア	113	29	△74.3
その他	746	246	△67.0

資料：北海道「観光入込客数調査」をもとに(公財)日本交通公社作成

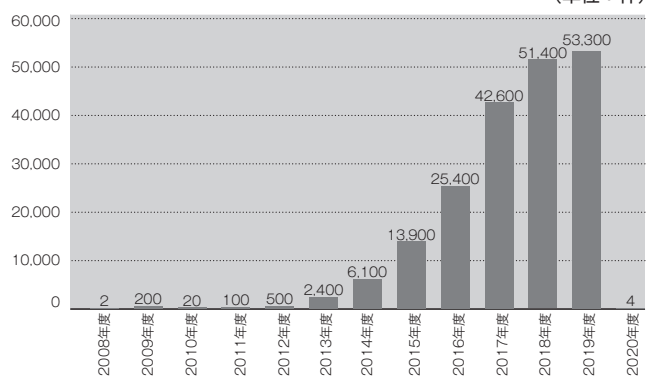
アジア以外では、冬季に来道需要が集中し、20年1月と2月の減少が小幅だったオーストラリアが対前年マイナス40.1%と比較的小幅な減少に留まった。その結果、国・地域別の延宿泊者数は香港、タイ、シンガポールを抜いて3位に浮上している。

(2) 観光地の主な動向

●外国人旅行者による高速道路の利用動向

東日本高速道路株式会社によれば、新型コロナウイルスの感染拡大により2020年4月8日から同社が販売する訪日外国人限定の高速道路乗り放題パス「Hokkaido Expressway Pass」の新規申込受付を停止した。そのため2020年度の実績は4件となった。なお、4件はいずれも台湾の利用者であった。

図IV-1-3 「Hokkaido Expressway Pass」の販売実績 (単位：件)



資料：東日本高速道路株式会社資料をもとに(公財)日本交通公社作成

●どうみん割

北海道は2020年7月から、道民の道内旅行について、1人1回最大1万円を補助する「どうみん割」キャンペーンを開始した。県単位の補助制度としては最大規模となる23億円の予算が準備され、2021年1月まで宿泊、交通付き宿泊商品、交通付き日帰り商品、アウトドア体験商品が割引対象となった。また、当該事業が好評だったことを受け、その後、北海道は後継事業となる「どうみん割ぶらす」と「りとうぶらす」を企画し第一弾を上回る26億円の予算を準備した。しかしながら、「りとうぶらす」は2020年10月より事業が開始されたものの、「どうみん割ぶらす」については緊急事態宣言を受け実質上の事業停止に追い込まれた。

その後、2021年4月より感染防止対策を徹底した新しい旅行の形態を普及・定着させることを目的とした「新しい旅のスタイル」事業が、感染拡大が際立っていた札幌市を除外する形で開始された。人数と泊数を制限し北海道内の6つの圏域に区分し、同一圏域内の旅行を支援するという特徴的な制度設計であったが、2021年5月には感染拡大を受け札幌市以外についても事業休止となっている。

表IV-1-3 「新しい旅のスタイル」制度概要

	「新しい旅のスタイル」事業	備考
人数制限	1名利用または同居人との利用限定	「どうみん割」では制限なし
泊数制限	1旅行あたりの泊数の上限は2泊まで	「どうみん割」では5泊まで
対象	道民による道内旅行	
割引金額	最大半額(離島宿泊は上限1万2千円、その他は1万円)	「どうみん割」では宿泊上限1万円(価格帯による累進制)、日帰りは上限5千円
対象圏域	対象圏域内のみ旅行限定 〔札幌市〕札幌市内、〔道央①〕石狩・空知、〔道央②〕後志・胆振・日高、〔道南〕渡島・檜山、〔道北〕上川・留萌・宗谷、〔道東〕オホーツク・十勝・釧路・根室)	「どうみん割」では制限なし

資料：(公財)日本交通公社作成

図IV-1-4 「新しい旅のスタイル」



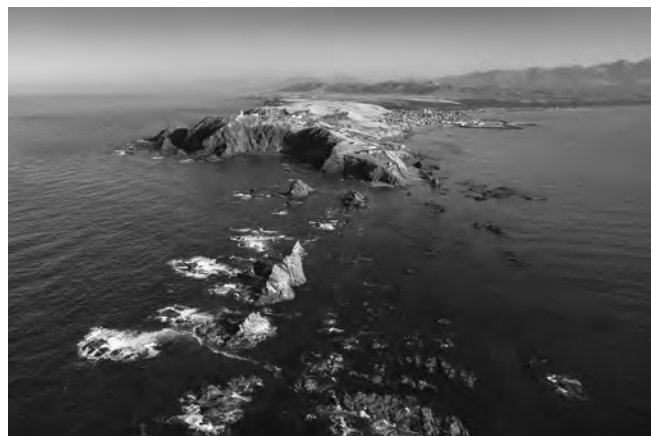
提供：公益社団法人北海道観光振興機構

●国立公園、国定公園の再編進む

2021年3月、道内6番目の国定公園となる「厚岸霧多布昆布森国定公園」が誕生した。道内での指定は、1990年の暑寒別天売焼尻国定公園以来31年ぶりのことで、厚岸道立自然公園のエリアに周辺の別寒辺牛湿原等を加える形で国定公園への格上げが実現した。

また、1市11町1村にまたがり、国定公園としては国内最大の面積をほこる日高山脈襟裳国定公園は環境省より2010年に国立公園指定候補地に選ばれており、最速で2021年度中に国立公園化される予定となっている。既に2021年2月には「日高山脈襟裳地域の国立公園指定に関する関係自治体連絡会」が関係市町村によって設立されているほか、2021年4月には大雪山国立公園管理事務所上士幌管理官事務所(上士幌町)に併設される形で帯広自然保護官事務所が設置され、2021年6月に帯広市内に移転するなど、国立公園化に向けた体制整備が進んでいる。

図IV-1-5 日高山脈襟裳国定公園



提供：えりも町

### ●道東エリアにLCCが新規路線

ピーチ・アビエーションは2018年の関西－釧路に続き2020年8月、成田－釧路線を開設した。また、これに続き、2021年2月には成田－女満別線を開設した。いずれも1日1往復のデイリー運航で、女満別線は同空港初のLCC路線となった。阿寒摩周国立公園やオホーツクの流水観光、世界遺産・知床半島への誘客拡大が見込まれる。

### ●ニセコエリアヘラグジュアリーホテルが多数進出

2020年1月、100室の「パーク・ハイアットホテル」と113室の「パーク・ハイアットレジデンス」からなるラグジュアリーホテル「パーク ハイアット ニセコ HANAZONO」が倶知安町にオープンした。また、2020年12月には世界最大のホテルチェーン、マリオット・インターナショナルが、同社の最上級ブランドである「リッツ・カールトン・リザーブ」の日本1号店「東山ニセコビレッジ・リッツ・カールトン・リザーブ」をニセコ町東山地区に開業した。客室数は50室で、ニセコビレッジスキーリゾートのゲレンデと直結し、スキーイン、スキーアウトが可能となっている。

ニセコエリアでは、藻岩山の中腹に30室のゲストルーム、31棟の独立型レジデンス、アクティビティセンターなどを備えた「アマン ニセコ」のオープンが2023年に控えており、ラグジュアリーホテルの進出ラッシュが続いている。

#### 図IV-1-6 ニセコビレッジスキーリゾート



提供：ニセコ町

### ●道の駅のオープン続く

2020年3月、留萌市の道の駅「るもい」と上士幌町の道の駅「かみしほろ」がそれぞれ新規登録となったのに続き、2016年に開業した音更町のガーデンスパ十勝川温泉が2020年7月に新たに道の駅として登録された。さらに2021年5月には士別市に道の駅「羊のまち侍・しべつ」がオープンし、道内の道の駅は全国最多の129件となった。

ここ数年、北海道では道の駅の新設や新規登録が続いており、2019年4月以降に登録された59件の道の駅のうち北海道での登録が実に8件を占めている。

### ●「北海道・北東北の縄文遺跡群」世界遺産登録決定

国連教育科学文化機関(ユネスコ)の世界遺産委員会は2021年7月27日、日本の「北海道・北東北の縄文遺跡群」を世界文化遺産に登録することを決めた。世界文化遺産はこれで計20件となり、紀元前の遺跡としては初めての登録となる。北海道からはキウス周堤墓群(千歳市)、北黄金貝塚(伊達市)、入江・高砂貝塚(洞爺湖町)、垣ノ島遺跡・大船遺跡(函館市)の5箇所が構成資産に含まれている。

### (3)市町村の動き

#### ●札幌市:雪まつりを初めてオンラインで開催

札幌市や一般社団法人札幌観光協会などで構成されるさっぽろ雪まつり実行委員会は、2021年2月、「さっぽろ雪まつり」を史上初めてのオンラインで開催した。「オンラインさっぽろ雪まつり2021～みんなで作る雪まつり～」と題した同イベントでは、写真投稿コンテスト「さっぽろ雪フォトまつり」や、「雪像制作レポート」に加え、過去の雪まつりの貴重な動画や会場の360°ビューを配信する「さっぽろ雪まつり大歴史展」など多彩なコンテンツが提供された。企業との連携企画「みんなと雪まつり」では、札幌観光バス株式会社と株式会社ダウンゴが協力して札幌市内を巡るオンラインバスツアーの配信がニコニコ生放送で行われたほか、バーチャルSNS「Cluster」上に大通公園と雪像を配置した「VR雪まつり会場」を制作し、自由にVR雪像を鑑賞したりVR雪像づくりに応募したりできるバーチャル雪まつり「V雪」が開催された。コロナ禍の新しいイベントのあり方を模索する動きとして注目される。

#### 図IV-1-7 オンラインさっぽろ雪まつり2021



ゆきまつり:バーチャル雪まつり2021ホームページより許可を得て転載

### ●函館市:重要文化財「旧函館区公会堂」リニューアル

耐震化や老朽化対策のための改修工事が進められていた国指定重要文化財の「旧函館区公会堂」が2021年4月リニューアルオープンした。改修に合わせ、館内ではスマートフォン等向けると画面上に建物や調度品の解説が表示される拡張現実(AR)技術が導入され、多言語にも対応した。

#### 図IV-1-8 旧函館区公会堂



提供:函館市



提供:旧函館区公会堂

### ●ニセコ町:「グリーンデスティネーションズ」のトップ100に選出

2020年10月、ニセコ町が、持続可能な観光の国際的な認証団体グリーン・デスティネーションズの「TOP 100 Destinations」に選出された。グリーン・デスティネーションズは世界持続可能観光協議会(GSTC)が開発した国際的な指標の認証団体の1つであり、ニセコ町はGSTCに基づいた日本独自のガイドラインを策定する観光庁事業「日本版持続可能な観光ガイドライン」のモデル地区に選ばれていた。グリーン・デスティネーションズは100項目からなる基準を設けており、特に重要な30項目のうちの15以上の項目に対する取り組みについて特に高い評価を得られた地域が「TOP 100 Destinations」に選出された。

### ●美瑛町:青い池の駐車場を有料化

町内有数の人気観光スポットである「青い池」併設の駐車場が2020年4月、有料化された。マイカー、レンタカーの総量規制や町内への経済効果の還元、自然環境や景観保全のための財源確保等を目的とした施策として、2018年に策定された「観光マスタープラン2020」に明記されていた。料金は一般車両が500円、オートバイが100円、マイクロバス1,000円、大型バス2,000円でコロナ禍にもかかわらず2020年は約7,800万円の駐車場収入を集めた。

(北海道大学 石黒侑介)

#### 図IV-1-9 青い池の駐車場有料化



提供:美瑛町



## IV-2 東北

新型コロナウイルスの影響により東北夏まつりが中止に  
北海道・北東北の縄文遺跡群、世界文化遺産への登録が決定  
東日本大震災から10年。復興道路や震災伝承施設の整備が進む

### (1) 都道府県レベルの旅行者動向

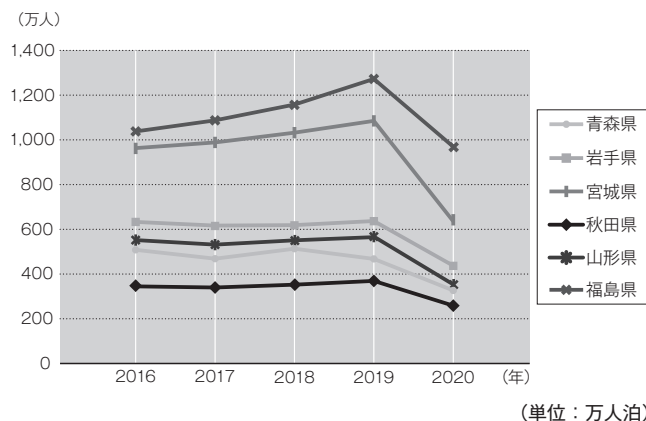
観光庁「宿泊旅行統計調査」によると、2020年1月～12月の東北地方の延べ宿泊者数は2,979万人泊となり、前年比31.8%減少となった(図IV-2-1)。県別にみると、青森県が28.0%減、岩手県が31.3%減、宮城県が39.9%減、秋田県が30.3%減、山形県が36.9%減、福島県が24.7%減となった。

外国人延べ宿泊者数は、49.8万人泊となり73.1%減となった(図IV-2-2)。県別では青森県が78.0%減、岩手県が74.5%減、宮城県が76.7%減、秋田県が81.8%減、山形県が62.6%減、福島県が59.2%減となった。

2019年は東北6県でのトップセールスやプロモーション、国際定期便の新規就航やチャーター便の増加などにより、東北6県の外国人延べ宿泊者数目標150万人泊(2020年)を1年前倒しで達成したものの、2020年は新型コロナウイルスの世界的な感染拡大を受けて大きな減少となった。

一方で、東北は延べ宿泊者数、外国人延べ宿泊者数ともに、地方ブロック別では最も低い減少率となった。

図IV-2-1 延べ宿泊者数の推移(東北)

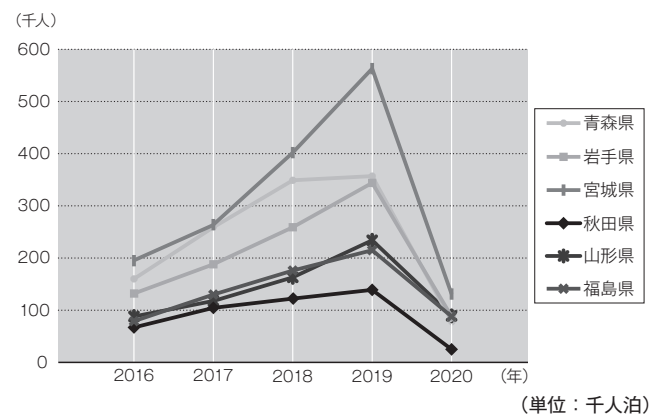


緊急事態宣言が解除された夏季には、「あおり宿泊キャンペーン」「秋田県プレミアム飲食券・宿泊券」「岩手に泊まるなら地元割クーポン」など、東北各県で宿泊割引キャンペーンが実施された(表IV-2-1)。

また、(一社)東北観光推進機構は、コロナ禍で観光需要の早期回復を目指し、東北・新潟にお住まいの方々が域内の魅力を再発見し、相互に訪問し合うことを目的とした「東北・新潟応援! 絆キャンペーン ～旅を楽しもう～」を自治体や関係事業者とともに2020年7月から実施。特設サイトを開設し、キャンペーンと連動した旅行商品や特集記事などを掲載した他、「新しい旅の様式」を推進するため、マスクケースの制作・配布などを行った。

また、2021年4月から開始された「東北デスティネーションキャンペーン」(東北DC)に向けて、東北DC推進協議会とJR東日本による共同記者会見を実施した他、域内外の方に応援していただく「TOHOKU サポーター」(東北6県にお住まいの方を対象とした Welcome to TOHOKU 隊と東北6県以外にお住まいの方を対象とした TOHOKU Fan で構成)の募集を2020年10月から開始した。

図IV-2-2 外国人延べ宿泊者数の推移(東北)



表IV-2-1 コロナ禍における東北各県の主な宿泊割引キャンペーン

県名	キャンペーン名	対象	利用期間	キャンペーン概要
青森県	泊まって応援、旅して発見！「あおり宿泊キャンペーン」	県民	2020年7月10日～2021年3月12日	1人1泊当たり5,500円(税込み)割引 ※2連泊まで可。1人何回でも可
秋田県	秋田県プレミアム飲食券・宿泊券	県民	(販売)2020年6月3日～6月12日、 6月22日～7月3日 (利用)～2021年2月28日	宿泊券は、額面5,000円のを2,500円で販売(プレミアム率100%)、発行数は40万枚、1人5枚まで購入可能。 飲食券は、額面1,000円のを700円で販売、発行数は355万枚、1人12枚まで購入可能
岩手県	岩手に泊まるなら地元割引クーポン	県民	2020年7月11日～8月9日(応募期間)	2,000円分の割引クーポン券をプレゼント、20万枚発行
岩手県	岩手に泊まるなら地元割引クーポン	県民	2020年10月1日～2021年3月7日	3,000円分の割引クーポン券をプレゼント、15万枚発行
岩手県	おでんせ岩手券	岩手県を除く、青森県・宮城県・秋田県・山形県・福島県・新潟県民向け	クーポン受け取り後～2021年3月7日	岩手県内の宿泊施設で使える3,000円分のクーポン
宮城県	せんだい・みやぎ絆の宿泊キャンペーン(宮城県ふっこう割)	県民	(第1弾)2020年7月8日～8月30日 (第2弾) 2020年11月13日～2021年1月31日	宿泊最大半額(1人1泊5,000円迄)
宮城県	仙台・宮城すずめのお宿キャンペーン	東北6県と新潟県在住者	2020年9月1日～2021年1月31日	宮城県内の小規模宿泊施設を利用する際に1人1泊当たり宿泊費の2分の1を割引
山形県	県民泊まって応援キャンペーン	県民	(第1弾)2020年5月15日～5月31日 (第2弾)2020年6月15日～6月28日	1万円以上の宿泊プランで5,000円の割引クーポン
山形県	県民県内お出かけキャンペーン	県民	(第1弾)2020年5月15日～ (第2弾)2020年7月2日～	2,000円分のクーポンを1,000円で販売
山形県	県民泊まって元気キャンペーン	県民	2020年7月10日～2021年12月31日	1枚1,000円分の割引クーポンを500円で発行
福島県	福島県民限定ふっこう割	県民	2020年6月1日～2021年3月30日	7,000円以上の旅行に対して5,000円割引(一人1泊あたり)

出典：各キャンペーン公式サイトを元に(公財)日本交通公社作成

(2) 観光地の主要な動き

① 地方・都道府県レベル

● 東北のまつりの動向

2020年の東北各県の代表的な夏まつり(6件)は新型コロナウイルス感染拡大の影響により、全て中止となった(福島わらじまつりは神事のみ実施)(表IV-2-2)。その一方で、オンライン等による代替イベントを行った地域もみられた。

オンライン青森夏まつり実行委員会は、青森ねぶた祭のみならず各地域のおまつりが中止になったことをふまえ、「#オンライン青森夏まつり」を2020年7月31日から8月2日にかけて開催。「お祭りメインステージ」と6つの「青森まるごと体感ブース」によって構成され、ZoomやYouTube Liveを活用し、青森四大祭りの祭囃子リレーやアマビエねぶた製作体験、青森シールドに合わせたおつまみを作る料理教室などが配信された。

青森ねぶた祭実行委員会事務局は、ねぶた制作者支援のため、ねぶた師14名の合作による特別ねぶたを制作するプロジェクトを実施。約1,950万円の支援が集まった。完成した特別ねぶたは、2020年12月から「ねぶたの家ワ・ラッセ」で展示されたほか、次回開催する青森ねぶた祭で運行される。

盛岡さんさ踊り実行委員会は、それぞれのさんさ踊りや

メッセージ動画を投稿していただく「さんさでつながるプロジェクト」を実施した他、盛岡青年会議所は8月1日に「盛岡さんさ踊り2020 with コロナバージョン ～もりおかの想いを今、夏の夜空に～」を開催し、26団体が投稿した動画を編集したもののや、打ち上げ花火のライブ映像などを配信した。

東北絆まつりは、2020年は中止となったが、2021年は5月22日・23日の2日間にわたって山形市で開催された(表IV-2-3)。新型コロナウイルスの感染状況を鑑み、パレードやブースの出店を取りやめ、山形市役所屋外エリアで東北6祭りの山車や楽器、衣装などを集めた特別展示を行った他、学生たちによる「絆の火を灯す！竹あかりプロジェクト」、震災復興・コロナ収束への願いや医療従事者への感謝の気持ちを込めた、ブルーインパルスによる展示飛行などを実施した。

● LCCの新規就航

仙台空港では、Peachによる仙台～沖縄線が2020年10月に、仙台～中部線が2020年12月に新規就航した。仙台～沖縄線は東北地方と沖縄を結ぶ初めてのLCCとなる。

また、いわて花巻空港では、いわて花巻～神戸線が2021年3月に新規就航した。

表IV-2-2 東北夏祭りの来場者数

祭事名	開催地	2012年度	2013年度	2014年度	2015年度	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度
青森ねぶた祭	青森県青森市	282万人	285万人	259万人	269万人	276万人	282万人	280万人	285万人	中止
盛岡さんさ踊り	岩手県盛岡市	122万人	130万人	137万人	139万人	126万人	134万人	133万人	149万人	中止
仙台七夕まつり	宮城県仙台市	200万人	206万人	204万人	218万人	228万人	179万人	203万人	225万人	中止
秋田竿燈まつり	秋田県秋田市	139万人	141万人	126万人	140万人	132万人	131万人	130万人	131万人	中止
山形花笠まつり	山形県山形市	100万人	90万人	63万人	98万人	100万人	99万人	97万人	98万人	中止
福島わらじまつり	福島県福島市	25万人	24万人	25万人	26万人	26万人	28万人	29万人	30万人	中止

資料：各種資料をもとに(公財)日本交通公社作成

表IV-2-3 東北六魂祭、東北絆まつりの開催概要

	東北六魂祭						東北絆まつり				
	2011年度	2012年度	2013年度	2014年度	2015年度	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度
開催地	宮城県仙台市	岩手県盛岡市	福島県福島市	山形県山形市	秋田県秋田市	青森県青森市	宮城県仙台市	岩手県盛岡市	福島県福島市		山形県山形市
開催日程	7月16日(土) 17日(日)	5月26日(土) 27日(日)	6月1日(土) 2日(日)	5月24日(土) 25日(日)	5月30日(土) 31日(日)	6月25日(土) 26日(日)	6月10日(土) 11日(日)	6月2日(土) 3日(日)	6月1日(土) 2日(日)	新型コロナウイルス 感染拡大のため 中止	5月22日(土) 23日(日)
来場者数	約37万人	約24万人	約25万人	約26万人	約26万人	約27万人	約45万人	約30万人	約31万人		—
経済効果	約103億円	約22億円	約37億円	約25億円	約31億円	約29億円	約44億円	データ無し	約42億円		—

資料:各種資料をもとに(公財)日本交通公社作成

## ●東日本大震災から10年

2021年3月で、東日本大震災発生から10年が経過した。2020年度から2021年度にかけては、東北のみならずさまざまな組織や団体による関連事業が行われた。2018年に設立された震災伝承ネットワーク協議会は、「教訓が、いのちを救う」をキーワードに、東日本大震災の事実や記憶、経験や教訓を伝える「震災伝承施設」などをネットワーク化し、防災に関する「学び」や「備え」を国内外に発信することで震災を風化させず、後世に伝える「3.11伝承ロード」の形成を進めている。「震災伝承施設」は、災害の教訓が理解できるもの、災害時の防災に貢献できるものといった5つの要件のいずれかに該当する施設や構造物等を3分類にわけて登録。2021年7月現在で288件が登録されている(表IV-2-4)。

特に2019年頃より各地域での震災の経験を伝える施設である「伝承館」が相次いでオープンしている(表IV-2-5)。2020年9月に開館した「東日本大震災・原子力災害伝承館」(福島県双

葉町)は、原子力災害の複合災害を経験した記録や教訓と、そこから着実に復興する過程を収集・保存・研究し、世界や後世に継承・発信することを目的としている。福島県が収集してきた震災・原発事故関連資料のうち、167点を展示しているほか、フィールドワークや語り部講話などを組み合わせた研修プログラムも用意している。

また、「いわき震災伝承みらい館」(2020年5月、福島県いわき市)では、発災から現在に至るまでの様子を紹介したパネルや、卒業式当日に被害にあった「旧いわき市立豊間中学校」の黒板・学習机の実物が展示されている他、校舎を襲う津波のVR体験ができる。

東北経済連合会と東北地域づくり協会によって設立された(一財)3.11伝承ロード推進機構は、2021年2月11日から3月3日にかけて観光庁誘客多角化等のための滞在コンテンツ造成実証事業の一環として、「3.11伝承ロード」をめぐる日帰りバスツアーを実施した。

表IV-2-4 震災伝承施設の概要

分類	内容	青森	岩手	宮城	福島	計
第1分類	下記の項目のいずれか一つ以上に該当する施設。 ・災害の教訓が理解できるもの ・災害時の防災に貢献できるもの ・災害の恐怖や自然の畏怖(いふ)を理解できるもの ・災害における歴史的・学術的価値があるもの ・その他、災害の実情や教訓の伝承と認められるもの	4	68	73	5	150
第2分類	第1分類の条件を満たし、かつ、公共交通機関等の利便性が高い、近隣に有料又は無料の駐車場がある等、来訪者が訪問しやすい施設。	2	27	31	23	83
第3分類	第2分類の条件を満たし、かつ、案内員の配置や語り部活動等、来訪者の理解しやすさに配慮している施設。	1	18	25	11	55
	計	7	113	129	39	288

資料:震災伝承ネットワーク協議会事務局サイト、プレスリリースをもとに(公財)日本交通公社作成

表IV-2-5 2020年度以降に開館した主な伝承館

名称	開館年月	場所	施設概要
みやぎ東日本大震災津波伝承館	2021年6月	宮城県石巻市	「かけがえない命を守るために、未来へと記憶を届ける場」というコンセプトのもと、県内の震災伝承施設等へ誘うゲートウェイ(玄関口)の役割を果たす施設として開設。震災の概要や復興に向けた取り組みなどを紹介するパネル展示の他、シアターや語り部の証言など映像で学べる設備も豊富。石巻南浜津波復興祈念公園内に立地。平屋建て、延床面積は1,520㎡。
東日本大震災・原子力災害伝承館	2020年9月	福島県双葉町	特に福島だけが経験した原子力災害を伝えるため、複合災害の記録や教訓とそこから着実に復興する過程を収集・保存・研究し、風化させず後世に継承・発信し世界と共有することを目的に設置。福島県が収集してきた震災・原発事故関連資料のうち、167点を展示。地上3階建て、延床面積5256㎡。
いわき震災伝承みらい館	2020年5月	福島県いわき市	未曾有の複合災害に見舞われた、いわき市の震災経験を改めて捉えなおし、震災の記憶や教訓を風化させず確実に後世へと伝えていくことを目的に設置。発災から現在に至るまでのパネルや、卒業式当日に被害にあった「旧いわき市立豊間中学校」の黒板・学習机の実物が展示されている他、校舎を襲う津波のVR体験ができる。地上2階建て延床面積546㎡。
名取市震災復興伝承館	2020年5月	宮城県名取市	東日本大震災の記憶や教訓を世界や後世に伝承し、防災意識を醸成することを目的としている。館内は展示スペース、シアタールーム、コミュニティスペースに分かれている。木造平屋建て、延床面積約300㎡。

資料:各施設サイトをもとに(公財)日本交通公社作成

●(公社)日本観光振興協会と(一社)東北観光推進機構が東北の観光振興に係る事業連携協定を締結

2021年3月、東日本大震災から10年が経過した東北において震災とコロナ禍からの復興と地域経済の活性化に資するため、(公社)日本観光振興協会と(一社)東北観光推進機構が東北の観光振興に係る事業連携協定を締結した。同協会の東北支部事務局を、同機構の推進本部内に設置した他、国内外における東北プロモーション、観光人財育成における共同事業などを実施する。

●北海道・北東北の縄文遺跡群(北海道、青森、秋田、岩手の4道県の17史跡)、世界遺産への登録が決定

2021年7月、ユネスコ世界遺産委員会は、「北海道・北東北の縄文遺跡群」を世界文化遺産へ登録することを決定した。日本最大級の縄文集落跡である三内丸山遺跡の他、遮光器土偶が出土した亀ヶ岡石器時代遺跡、4つの環状列石が集中している伊勢堂岱遺跡など、北海道、青森、秋田、岩手県に点在する17史跡で構成される(表IV-2-6)。本資産は、「先史時代における農耕を伴わない定住社会及び複雑な精神文化を示している」「定住社会の発展段階や様々な環境変化への適応を示している」という2点が評価されたものである。紀元前の遺跡は世界遺産でも数が少なく、国内では初めての登録となる。

JR東日本では、五能線を走る観光列車「リゾートしらかみ青池編成」において、車両の窓と一体化した透過型ディスプレイ「e-モーションウインドウ」に秋田・津軽エリアの三内丸山遺跡や亀ヶ岡石器時代遺跡、伊勢堂岱遺跡の情報を新たに加えた。また、秋田内陸縦貫鉄道は、縄文遺跡をイメージしたデザインの観光列車「秋田縄文号」を2月に発表。6月から8月にかけては、「秋田縄文号」に乗って伊勢堂岱遺跡を見学する日帰りのイベントを実施した。

表IV-2-6 北海道・北東北の縄文遺跡群の構成資産

名称	概要	所在地
史跡 垣ノ島遺跡	居住域と墓域の分離を示す集落跡	北海道函館市
史跡 北黄金貝塚	内浦湾に面した大規模な貝塚を伴う集落跡	北海道伊達市
史跡 大船遺跡	祭祀場が発達した拠点集落跡	北海道函館市
史跡 キウス周堤墓群	高い土手で囲まれた共同墓地	北海道千歳市
史跡 入江・高砂貝塚(高砂貝塚)	内浦湾に面した共同墓地	北海道洞爺湖町
史跡 入江・高砂貝塚(入江貝塚)	共同の祭祀場や墓地を支えた集落跡	北海道洞爺湖町
史跡 大森勝山遺跡	岩木山麓につくられた大規模な環状列石	青森県弘前市
史跡 亀ヶ岡石器時代遺跡	芸術性豊かな土偶や多彩な副葬品が出土した共同墓地	青森県つがる市
史跡 是川石器時代遺跡	竪穴建物・土坑墓・水場・捨て場などを伴う集落跡	青森県八戸市
史跡 大平山元遺跡	縄文時代のはじまりを示す遺跡	青森県外ヶ浜町
史跡 田小屋野貝塚	古十三湖に面した貝塚を伴う集落跡	青森県つがる市
史跡 二ツ森貝塚	海水性及び汽水性の貝塚が環境の変化を表す集落跡	青森県七戸町
特別史跡 三内丸山遺跡	多様な施設で構成される大規模な拠点集落	青森県青森市
史跡 小牧野遺跡	複雑な配石構造を持つ大規模な環状列石	青森県青森市
史跡 御所野遺跡	墓域と祭祀場を中心とした拠点集落	岩手県一戸町
史跡 伊勢堂岱遺跡	4つの環状列石が集中した祭祀遺跡	秋田県北秋田市
特別史跡 大湯環状列石	規則的な構造を示す2つの環状列石	秋田県鹿角市

資料: JOMON ARCHIVES を元に(公財)日本交通公社作成

●復興道路・復興支援道路の全線開通に向けた整備

国土交通省では、震災復興のリーディングプロジェクトとして八戸から仙台までの沿岸を結ぶ復興道路(三陸沿岸道路)と、東西を横断する4本の復興支援道路、約570kmの高速道路を10年で全線開通させることを目標に震災直後から整備を進めてきた。復興道路が開通することで、八戸～仙台間が3時間10分短縮され、4時間25分となる。

2020年度、復興道路は、青森県から岩手県にかけての階上～洋野種市(2020年12月、7km)、岩手県内の洋野種市～侍浜(2021年3月、16km)、普代～尾肝要(2020年12月、8km)、尾肝要～田野畑南(2021年7月、6km)、宮城県内の気仙沼港IC～唐桑半島IC(2021年3月、7km)、小泉海岸IC～本吉津谷IC(2020年11月、2km)が開通した。気仙沼港IC～唐桑半島IC間の気仙沼港ICから浦島大島ICをつなぐ「気仙沼湾横断橋」(愛称かなえおおはし)は全長1,344mで、塔から斜めに張ったケーブルで主桁を支える斜張橋としては東北最長となる。気仙沼市内湾地区では、カフェや飲食店などが入る「迎(ムカエル)」、「結(ユワエル)」、「拓(ヒラケル)」、気仙沼市まち・ひと・しごと交流プラザ「創(ウマレル)」の4施設から成る観光商業施設「ないわん」がオープンした(2020年7月)。

復興支援道路のうち、宮古盛岡横断道路は2021年3月に延長約66kmの全区間が開通となった。また、東北中央自動車道は、2021年4月に相馬～福島の延長45kmが全線開通となった。

②広域・市区町村レベル

●復興五輪の開催

東日本大震災に際して、世界中から頂いた支援への感謝や、復興しつつある被災地の姿を世界に伝えること、国内外の方々に被災地や復興についての理解・共感を深めていただくことで復興を後押しすることを主眼とした2020年東京オリンピック・パラリンピックであったが、新型コロナウイルスの影響により2021年に開催が延期された。東北で開催されたのはソフトボール(福島あづま球場、6試合)、野球(福島あづま球場、1試合)、サッカー(宮城スタジアム、10試合)の3種目となった。

●コロナ禍での温泉地の取り組み

山形県のDMC天童温泉は、宿泊者を対象に「朝摘みさくらんぼツアー」を実施しているが、コロナ禍では休館となった宿泊施設のスタッフが農家でさくらんぼの収穫を支援する取り組みを行った。さくらんぼ狩りもキャンセルが相次いだ、収穫したさくらんぼはふるさと納税の返礼品として活用された。天童温泉は、地域資源を有効活用し、地域住民と一体となった観光コンテンツの造成や観光誘客に努めたことが評価され、温泉地情報サイト「温泉総選挙2020」において観光庁長官賞を受賞した。

●観光地域づくり法人(DMO)の新規登録と取り消し

2020年度は、(公財)さんりく基金、(一社)石巻圏観光推進機構、(一社)あきた白神ツアーリズム、(一社)秋田県観光連盟の4件が地域連携DMOとして登録され、(一社)男鹿市観光協会、(一社)花巻観光協会、(一社)横手市観光推進機構、(一社)

福島市観光コンベンション協会、(一財)会津若松観光ビューローの5件が地域DMOとして登録された。

一方で2020年4月に公表された「観光地域づくり法人の登録制度に関するガイドライン」に基づき、候補DMOであった(一財)ブナの里白神公社(青森県西目屋村)、トラベルデザイン(株)(秋田県羽後町)、(特非)土湯温泉観光まちづくり協議会(福島県福島市)などは、役割の見直しやエリア内の他組織との会員の重複や人材不足などから登録の取り消しがおこなわれた。

#### ●(一社)Clan PEONY 津軽の設立

青森県弘前市など、津軽圏域の14市町村で構成される(一社)Clan PEONY 津軽(地域連携DMO)が2020年4月に設立された。「住民と観光客との交流により10年後・20年後も選ばれる津軽地域」「地域の「つなぎ役」として民間事業者・地域住民の力を生かす組織」「協力・連携しつつもそれぞれの役割はしっかり果たす」の3つを掲げている。

#### ●「弘前れんが倉庫美術館」がオープン

弘前市の近代産業遺産である元シールド工場「吉野町煉瓦倉庫」をリノベーションした「弘前れんが倉庫美術館」が2020年7月にオープンした。「記憶の継承」と「風景の創生」をコンセプトに、芸術文化創造の拠点として整備された弘前市初の公立美術館である。3,089㎡の延床面積があり、館内には5つの展示室の他に3つのスタジオ、市民ギャラリー、ライブラリースペース、カフェ・ショップ、シールド工房がある。

#### ●「宮城県 松島離宮」がオープン

2020年10月、マリンピア松島水族館跡地に「宮城県 松島離宮」がオープンした。延床面積は約2,470㎡。松島の景観との調和を図るために黒を基調とした施設内には宮城県松島離宮博物館や屋上庭園、飲食店、土産物店、離宮ホール、離宮庭園などがある。体験型観光の拠点としても位置付けられ、こけし絵付けや化石アート体験などが日替わりで楽しめる。総工費は約17億円。

(福永香織)

# IV-3 関東

延べ宿泊者数・外国人宿泊者数は全都県で大幅減  
 コロナ禍にありながら各地で短期・長期視点の  
 新たな取り組みが実践された

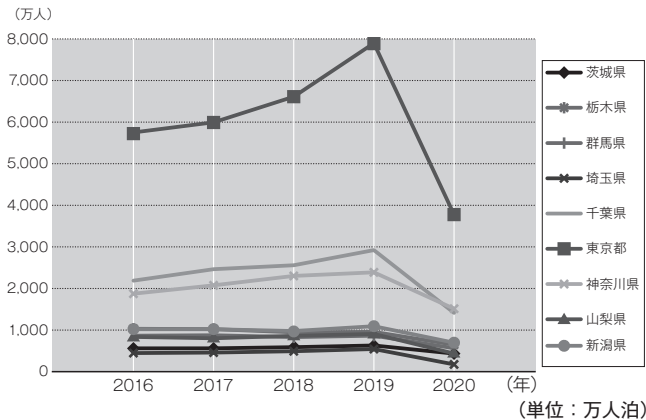
## (1) 都道府県レベルの旅行者動向

### ① 宿泊者数の動向

観光庁「宿泊旅行統計調査」によると、2020年1～12月の関東地方1都8県の延べ宿泊者数は9,830万人泊で、前年比46%減となった(図IV-3-1)。都県別にみても、全ての都県において減少しており、東京都の前年比52.2%減、山梨県の51.9%減、千葉県51.7%減など、極めて大幅な減少となり、全都県で好調に推移していた前年(前年比1.0～19.5%増)から一変した。

外国人延べ宿泊者数は、前年比81.5%減の758万人泊となった(図IV-3-2)。都県別にみると、東京都が前年比83.0%減、山梨県が82.6%減、栃木県が82.3%減など、こちらも大幅な減少となった。

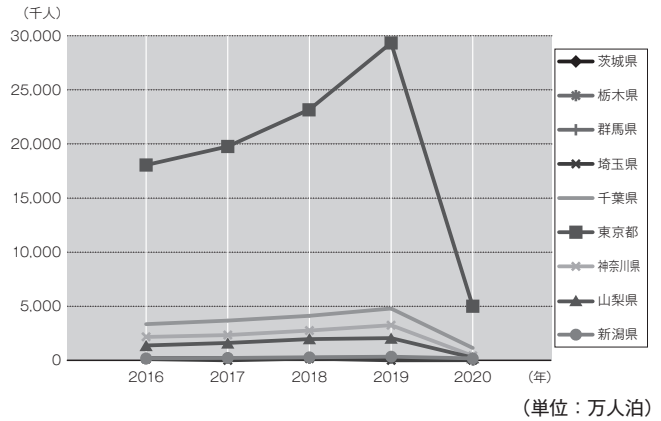
図IV-3-1 延べ宿泊者数の推移(関東)



都道府県名	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年
茨城県	561	561	589	630	434
栃木県	1,032	1,022	947	956	648
群馬県	865	876	831	865	563
埼玉県	447	459	491	544	349
千葉県	2,188	2,464	2,559	2,923	1,413
東京都	5,751	5,995	6,611	7,898	3,776
神奈川県	1,875	2,076	2,302	2,388	1,513
山梨県	835	802	861	907	436
新潟県	1,020	1,020	977	1,093	697

資料: 観光庁「令和元年宿泊旅行統計調査」をもとに(公財)日本交通公社作成

図IV-3-2 外国人延べ宿泊者数の推移(関東)



都道府県名	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年
茨城県	225	231	254	217	53
栃木県	252	272	323	355	63
群馬県	214	291	289	292	70
埼玉県	170	219	230	220	40
千葉県	3,345	3,675	4,116	4,798	1,142
東京都	18,060	19,776	23,195	29,351	5,003
神奈川県	2,161	2,337	2,754	3,249	595
山梨県	1,371	1,609	1,961	2,055	357
新潟県	267	315	405	480	255

資料: 観光庁「令和元年宿泊旅行統計調査」をもとに(公財)日本交通公社作成

## (2) 観光地の主な動向

### ① 地方・都道府県レベル

#### ●「キャンプ」を通じたアウトドア需要の開拓に向けた取り組み(茨城県)

茨城県は、当県のキャンプ場数が全国最多であることを活かし、県内キャンプ場への誘客を目的としたポータルサイト「いばらきキャンプ」の運用を開始した。首都圏のアウトドア需要の取り込みにむけて、ブランディングを目指している。

県内のキャンプ場の紹介や予約への導線誘導に加え、ロケーションごとの楽しみ方、地元食材を使った「キャンプ飯」のレシピ情報等の発信、キャンプイベントの開催、旅行商品造成に取り組むほか、PR動画を製作し、県公式インターネット動画サイト「いばキラTV」他で配信している。

#### ●環境配慮型・観光MaaS導入に向けた取り組み(栃木県)

栃木県では、官民が連携して「NIKKO MaaS<sup>\*</sup>」の導入に向けた準備が進められている。脱炭素社会への移行と周遊観光の振興による地域活性化を通じて、「環境にやさしい観光地」としての日光地域のブランドを強化、観光地における脱炭素の取り組みのロールモデルづくりを進めている。

こうした県の取り組みに、東武鉄道と株式会社JTBが呼応し、日光において環境配慮型・観光MaaSの導入検討が発表された。鉄道と電気自動車(EV)カーシェアリングサービスの

検索・予約・決済にかかわる手続きのワンストップ化、観光コンテンツや宿泊との連携などの実現を目指す。県は、奥日光の湿原周辺に導入されるEV（電気自動車）バスとの連携を含め、本事業との連携を進めている。

※ 国土交通省によると「地域住民や旅行者一人一人のトリップ単位での移動ニーズに対応して、複数の公共交通やそれ以外の移動サービスを最適に組み合わせて検索・予約・決済等を一括で行うサービスであり、観光や医療等の目的地における交通以外のサービス等との連携により、移動の利便性向上や地域の課題解決にも資する重要な手段となるもの」とされている。

#### ●「群馬県観光振興計画」が策定(群馬県)

群馬県は、2021年3月にぐんまよいとこ観光振興条例に基づき「群馬県観光振興計画(2021～2023年度)」を策定した。

県観光の課題として、観光のニューノーマルへの転換、観光分野におけるデジタル化、ウィズコロナ時代の「変化」などが挙げられている。

課題解決のための対策と方向性として、「ウィズコロナ時代のニーズに即した施策の実施」「DX（デジタルトランスフォーメーション）の活用」の二つを掲げ、「量から質、さらに付加価値」への転換、「複数ターゲット層の設定・切替」という方向性のもと、基本方針・基本計画を定め、「ニューノーマル下における観光先進県」を目指すとしている。

計画期間(2021～2023年度)は、その先の更なる発展を見据えた新型コロナウイルスからのV字回復を目指す時期と位置づけ、延べ宿泊者数を2021年度比で30万人泊増の895万人泊を目指すとしている。

#### ●「ぐんま観光リーダー塾」が継続開催(群馬県)

群馬県は、県内の観光産業の先導役となる人材を育成するため、2017年度より「ぐんま観光リーダー塾」を継続的に開催している。全国各地から複数の実践者などを招聘した講義に加え、少人数のグループワーク、ミニインターンシップなど多彩なプログラムを展開している。修了者は、観光事業者や金融機関、広告代理店、自治体担当者など幅広い。過去の受講者を対象とした「アドバンスコース」では事業化に向けた助言等も実施している。

第4期となる2020年度は、ニューノーマルに対応した観光地づくりに向けた人材育成を企図して開催され、10名の修了者が輩出された。

#### ●商談サイト「SAITAMAトラベルマートオンライン」がオープン(埼玉県)

埼玉県物産観光協会と埼玉県は、2021年2月、県内観光事業者、市町村、観光協会等の情報を集約し、旅行会社や旅行メディア等とマッチングするWEBサイト「SAITAMAトラベルマートオンライン」を開設した。対面での商談機会が減少する中、オンラインでの交流を支援するもの。

商談に必要な各観光スポットや施設等の基礎的情報や、写真素材、特典等の情報を集約し、担当者と直接アクセスできる常設環境を整備することで、交流・商談機会を増やし、県内旅行商品の造成促進につなげることを目指すとしている。

#### ●「CHIBA“おもてなし”多言語コミュニケーションシート」とオリジナル作成サイトの公開(千葉県)

千葉県は、2020年10月、東京オリンピック・パラリンピックの開催を控えた受入環境整備の一環として、訪日外国人旅行者対応として、様々な場面において指差しだけで簡単に会話できる5か国語のコミュニケーションシートと、オリジナルシートを作成できるウェブサイトを作成・公開した。

タクシー、バス、宿泊施設、飲食施設、物販の5つのシーン別に、関係団体の意見を取り入れた実用的な内容とし、日常に加え、新型コロナウイルス感染症への対応や災害発生時などにも活用できる内容となっており、東京オリンピック・パラリンピック終了後も継続的に活用していくとしている。

#### ●訪日外国人誘客に向けた「AIチャットボット」の導入(千葉県)

千葉県は、2021年3月、県の公式外国語観光情報サイト「Visit Chiba」を設置・運用しているが、この中で、観光情報のほか、旅行者からの関心が高まっている新型コロナウイルス感染状況や対応状況、医療情報などの情報を常時提供できるAIチャットボット機能を新たに導入した。

時差のある外国からでも、いつでも必要な情報が入手できることが特徴である。5か国語に対応し、外国人向けの「やさしい日本語」にも対応している。

SNSや検索ポータルサイトなどのインターネット広告を活用して、海外在住の外国人や在日外国人に向けてアピールを行っている。

#### ●テレワークができる宿泊施設を紹介するウェブサイト「HOTEL WORK TOKYO」開設(東京都)

東京都は、2020年6月、(一社)全日本シティホテル連盟と連携しテレワークの場を提供する都内宿泊施設と、テレワークの場を確保したい企業を募集・マッチングするための新たなウェブサイトを開設した。宿泊施設をエリアごとに紹介しており、企業は本サイトから直接申込ができる。

都では、都内宿泊施設でテレワークを行う事業者が活用できる「宿泊施設テレワーク利用促進事業」、宿泊施設がテレワーク対応のために行う施設整備を支援する「宿泊施設テレワーク環境整備支援事業」と併せて、利用拡大を図っている。

#### ●「新たな観光モデル事業」で箱根と大山地域(神奈川県)

神奈川県は2020年10月、新型コロナウイルスの感染拡大に対応した「新たな観光モデル」を創出する事業のモデル地域として、箱根地域と大山地域を採択した。

箱根地域では、長年の課題である道路混雑への対応として、公共交通機関における混雑情報を、AIカメラを活用して収集し、事業者ごとに発信していた混雑・渋滞情報、大涌谷駐車場の空き情報等を、ウェブサイトやデジタルサイネージで発信し、回遊性向上を企図した。

大山地域では、大山地域の魅力的なコンテンツを盛り込んだ「丹沢・大山オンラインツアー」を実施し、特参加特典に加え、ライブ中継等も組み込み、臨場感を演出した。

また、小田急電鉄株式会社のアプリ「EMot」を活用し、小田

急線の混雑予報や、AIカメラを活用した大山地域の混雑状況をリアルタイムに提供するほか、同地域で利用できる電子チケットを発売し、キャッシュレスの促進と大山地域の消費拡大を図った。

●「やまなし地域プロモーション戦略」が策定(山梨県)

山梨県は、2021年3月、山梨のブランド力を高め地域経済の活性化につなげることを目指し、「やまなし地域プロモーション戦略」を策定した。

本戦略は、県政運営の基本指針である「山梨県総合計画」における各分野の取り組みを、プロモーションの観点から推進するための基本方針を示したものである。

地域ブランドに関する事業者ヒアリングや消費者認知度調査を踏まえたうえで、キャッチフレーズを「ハイクオリティやまなし」と定め、県が「上質な環境の提供」を消費者に約束することで、「やまなし」という地域ブランド、および山梨県の有する様々な環境や地域資源のブランド価値を上げていくことを目指すとしている。

●「新潟県自転車活用推進計画」が策定(新潟県)

新潟県は、自転車を活用したまちづくりや健康増進、サイクルーツリズム促進などを視野に、持続可能な自転車活用を総合的かつ計画的に推進するため「新潟県自転車活用推進計画(2021～2025年度)」を策定した。

観光面の課題として、コト消費やアクティビティへの関心の高まり、訪日外国人FIT、SITへの対応の必要性を念頭に、県内自転車イベントや自転車道を活用したサイクルーツリズムにおいて、受入環境、情報発信の支援の必要性が挙げられている。

実施すべき施策として、自転車通行空間の確保・整備等に加え、「サイクルーツリズムを含んだ観光への支援」として補助金制度を通じた支援、「サイクルイベントへの支援」として、市町村等が取り組むものへの後援・共催、「スポーツによる地域活性化の推進」として、関係する地域づくり活動の支援や普及啓発を行うこととしている。

②広域・市町村レベル

●「日光西町回遊グリーンスローモビリティ」実証実験(栃木県日光市)

栃木県日光市は、2020年11～12月にかけて、観光庁の「あたらしいツーリズム」の一環として「日光西町回遊グリーンスローモビリティ」実証実験を実施した。

世界遺産として知られる「日光の社寺」に訪れる観光客を、西町エリアとの導線をつなぐことで、小回りが利く電動車により回遊性を高め、滞在時間の延伸を企図したもので、コロナ期における新しい観光のあり方についても検証を行うもの。

社会実験期間中2.4千人が利用し、アンケート結果からは、高い満足度(約9割)が確認された。

●日光市ワーケーション実証実験(栃木県日光市)

栃木県日光市は、連携協定を結んでいるNTT東日本栃木支店と協働で、ワーケーション事業推進に取り組んでいる。

この一環で、NTT東日本栃木支店社員が、2020年8月と11月の2回にわたり、中禅寺湖畔で滞在する「ワーケーション」の実証実験が行われた。労務管理や業務環境の課題等が挙げられたが、「地域での体験・交流」と組み合わせることによる価値の有望性も指摘された。

日光市は、これを踏まえて、ワーケーション利用の増加による平日誘客の促進を目指すとしている。

●国宝「西置繭所」のグランドオープン(群馬県富岡市)

群馬県富岡市は、富岡製糸場の国宝「西置繭所(にしおきまゆじょ)」の保存修理及び整備活用工事を完了し、2020年10月より公開した。

製糸場創業時に建てられた繭倉庫二棟のうちの一棟で、2015年より保存整備工事が進められていた。文化財としての保存と活用の両立をめざし、「ハウス・イン・ハウス(入れ子構造)」により、多目的ホール、ギャラリー(資料展示室)、ホワイエなどが整備された。

ギャラリーでは、スマートフォンアプリを活用した音声ガイドを導入し、ビジュアルで分かりやすく展示解説がされている。

●「奥利根広域観光連携協議会」(広観連)の設立

(群馬県沼田市、みなかみ町、片品村、川場村、昭和村)

群馬県沼田市、片品村、川場村、昭和村、みなかみ町の観光協会、商工会、商工会議所、民間企業により、2020年12月、「奥利根広域観光連携協議会」が設立された。

群馬県北部に位置する5町村は、従来行政区分ごとに行われていた観光客誘致事業を連携し、広域イベントなどの仕掛けを行うもの。首都圏からの分かりやすさを重視して「奥利根」の名称を採用した。

2021年度はスタンプラリーや宿泊キャンペーン、SNSキャンペーンなどを企画している。

●物流・公共交通ネットワーク「秩父モデル」構築へ

(埼玉県秩父市)

埼玉県秩父市は、民間企業・大学を含む9者は、2020年11月に「秩父市生活交通・物流融合推進協議会」を設立し、物流、生活交通、観光交通、医療等の多様な分野のサービスについて、先端技術を活用してヒトとモノの移動を最適化・効率化し、持続性の高い事業モデル(「秩父モデル」)を構築することを目的として、5年間にわたり調査・実証を行い、2024年に社会実装を目指すことを発表した。

本事業では、「ドローン物流」「遠隔医療」「MaaS(貨客混載・EVカーシェアリング)などの先端技術を活用していくこととしている。



### ●観光案内施設「SHIBUHACHI BOX」をオープン

(東京都渋谷区)

(一社)渋谷駅前エリアマネジメント<sup>※</sup>は、2020年10月、東急5000系車両モニュメント(通称青ガエル)の跡地に、新たな観光案内施設「SHIBU HACHI BOX」をオープンした。

待ち合わせスポットである渋谷ハチ公広場の立地を生かし、スタッフによる観光案内、タッチパネルを使用したアバターによる案内、渋谷区観光協会の公式・公認お土産物の販売のほか、情報発信スペースを活用した情報提供や、無料Wi-Fiサービス提供などを実施している。

※ 渋谷駅前エリアマネジメント協会は、2013年5月に、まちづくりに関するルールづくりと官民の調整のために、関係企業、組合、国、都、区などによって設立された協議会。(一社)渋谷駅前エリアマネジメントは、当協議会が設定したルールに基づいて実際にまちづくり活動を実施している団体である。

### ●「食のまちづくり拠点施設」整備事業(千葉県館山市)

千葉県館山市は、2020年11月、「食のまちづくり拠点施設」整備事業の実施方針を公表した。安房グリーンライン、国道128号線に接する約2.3万㎡の敷地で、財源として「前澤友作館山応援基金」を活用し、PFI(Private Finance Initiative)手法の1つであるDBO(Design Build Operate)方式による実施を予定するとしている。

コンセプトを『食のライブファクトリー』とし、道の駅機能(トイレ、休憩、情報、駐車場)、地域振興機能(物販、飲食、加工)を整備し、「道の駅」への登録を目指す。2023年度中の開業に向けて、民間事業者の企画提案を受けて事業を推進している。

(吉谷地裕)

## IV-4 中部

宿泊者数は全県で前年比40%減。  
各地でコロナ禍でのさまざまな取り組み。  
登山道の難易度を示す「山のグレーディング」を公表

### (1) 都道府県レベルの旅行者動向

観光庁「宿泊旅行統計調査」によると、2020年1月～12月の中部地方の延べ宿泊者数は5,624万人泊となり、前年比40.1%の減少であった(図IV-4-1)。2017年以降2年連続の増加となっていた2019年から、大幅な減少に転じた。

県別にみると、延べ宿泊者数がもっとも多いのは静岡県であり、次点には長野県、3番手には愛知県が続いた。富山県、石川県、福井県、長野県、岐阜県、静岡県、愛知県、三重県の延べ宿泊者数は、それぞれ前年比41.5%、43.4%、38.1%、37.7%、38.4%、38.7%、42.8%、41.1%の減少となった。

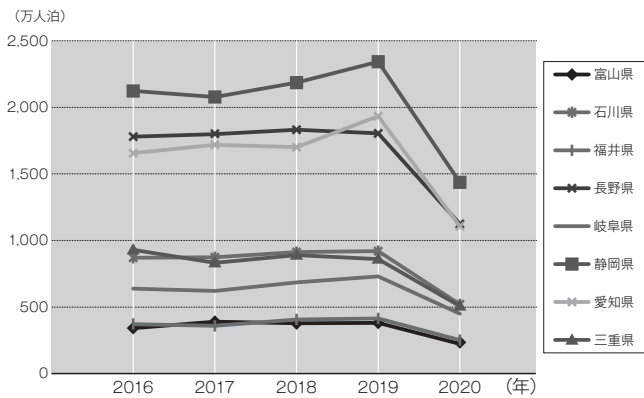
中部地方における外国人の延べ宿泊者数は207万人泊となり、前年比81.5%の減少であった。(図IV-4-2)。増加を続けていた2019年から転じて、大幅な減少となった。

県別にみると、外国人延べ宿泊者数がもっとも多いのは愛知県であり、次点には長野県、3番手には岐阜県が続い

た。富山県、石川県、福井県、長野県、岐阜県、静岡県、愛知県、三重県における外国人の延べ宿泊者数は、それぞれ前年比85.8%、80.8%、76.4%、66.6%、82.6%、89.3%、81.8%、84.9%の減少となった。

外国人の述べ宿泊者数はいずれの県も前年から顕著な減少を示しているが、長野県の減少率は比較的小さく、昨年は8県の中で4番目に多い値であったが、本年は2番目に多い値となった。(一財)長野経済研究所が実施した長野県の主要23ヶ所のスキー場を対象としたアンケート調査の結果によれば、2020年のスキー場利用者(日本人を含む)は、1月には雪不足等により前年を下回ったものの、2月は前年を上回り、3月に対前年3割の減少となった。また同報告では外国人利用者について「オーストラリア、台湾や中国などアジア系の利用が目立ったが、3月以降は大幅に減少した」ことが指摘された。新型コロナウイルス感染症の拡大による訪日外国人旅行者の減少は、2020年3月頃からその影響が大きくなったことから、長野県ではそれ以前の1月から2月にかけてスノーシーズンの訪日外国人旅行者を一定数確保したことにより、外国人の述べ宿泊者数の減少率が比較的小さくなったと推測される。

図IV-4-1 延べ宿泊者数の推移(中部)

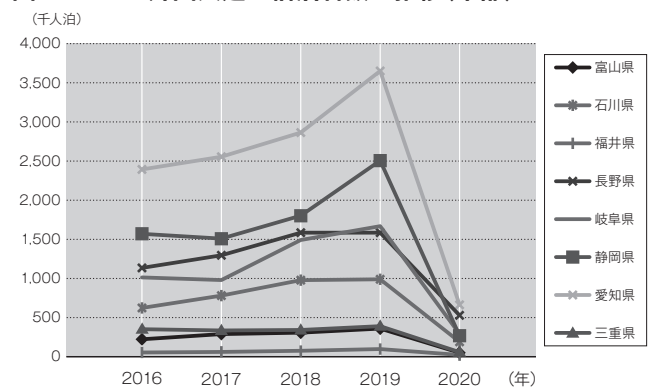


(単位: 万人泊)

都道府県名	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年
富山県	341	390	378	381	223
石川県	870	874	913	920	520
福井県	371	359	406	414	256
長野県	1,780	1,799	1,832	1,805	1,124
岐阜県	638	621	685	730	450
静岡県	2,124	2,078	2,186	2,343	1,437
愛知県	1,656	1,719	1,701	1,934	1,107
三重県	930	832	890	860	507

資料:観光庁「令和2年宿泊旅行統計調査」をもとに(公財)日本交通公社作成

図IV-4-2 外国人延べ宿泊者数の推移(中部)



(単位: 千人泊)

都道府県名	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年
富山県	222	288	306	358	51
石川県	623	777	974	985	189
福井県	54	61	76	98	23
長野県	1,135	1,290	1,527	1,578	527
岐阜県	1,013	975	1,484	1,660	290
静岡県	1,570	1,502	1,794	2,494	267
愛知県	2,393	2,543	2,850	3,634	660
三重県	352	334	341	389	59

資料:観光庁「令和2年宿泊旅行統計調査」をもとに(公財)日本交通公社作成

## (2) 観光地の主な動向

### ① 地方・都道府県レベル

#### ● 観光計画等の策定・更新(三重県・福井県・愛知県・富山県)

2020年3月、三重県は「三重県観光推進基本計画」を策定した。計画期間は2020年4月から2023年3月までの4年間。先行する「三重県観光振興基本計画(平成28年度～31年度)」の計画期間満了による。

同年3月、福井県は「ふくい観光ビジョン」を策定した。計画期間は2020年4月から2025年3月までの5年間。先行する「福井県更新戦略」の計画期間満了による。

同年12月、愛知県は「あいち観光戦略2021-2023」を策定した。計画期間は2021年4月から2024年3月までの3年間。先行する「あいち観光戦略」の計画期間満了による。

富山県は2015年4月から2020年3月までの5年間を計画期間とする「新・富山県観光振興戦略プラン」の改定時期を、2021年度以降に見直した。

#### ● 令和2年7月豪雨への対応(長野県・岐阜県)

2020年7月に全国的な被害をもたらした集中豪雨により、中部地方では長野県と岐阜県内の複数市町村に、災害救助法が適用された。

同月末、観光庁は被災した観光関連事業者等からの特別相談窓口を北陸信越局と中部運輸局内に設置するとともに、中部地方を含む全国の被災地域を「災害時のボランティアツアー実施に係る通知の適用となる地域」に指定した。同指定は緊急性・公益性の高いボランティアツアーの催行にあたり、旅行業の許認可を有さないボランティア団体、NPO法人、自治体、大学等がツアーの募集や料金の収受を行った場合でも、旅行業法に抵触しない地域、期間および必要な措置等を定めるものである。

さらに同年9月、観光庁は豪雨等の災害で被害を受けた観光地全体の復興を目的として「被災観光地の誘客多角化・収益力事業」の公募を開始した。地域における復旧プランの作成、誘客多角化や事業者の収益力向上のための取り組みなどに対して、専門家の派遣などによる支援を行う事業であり、長野県と岐阜県それぞれ2件の取り組みが採択された。

#### ● 山のグレーディングを公表(富山県)

2020年4月、富山県は県内の登山道の難易度情報を取りまとめ、「富山県 山のグレーディング」として公表した。富山県内の代表的な登山道92ルートを対象として、10段階の体力度と5段階の技術的難易度の2軸に基づく評価を行った。あわせて、対象のルートを細分化して区間別の難易度を設定した「ピッチマップ」を公表した。

「山のグレーディング」は登山道ごとの難易度を提示し、登山者が自分の力量にあった山選びをすることで、山岳遭難の防止に役立てることを目的とする取り組みである。その嚆矢は2014年、長野県による評価基準の策定と、グレーディングの実施である。同年5月、長野県、新潟県、山梨県、静岡県による中央四県サミットにおいて、各県が共同して「山のグレーディング」を行うことが合意され、以降各県で共通の基準によるグ

レーディングの実施と更新が行われてきた。

2021年5月現在、秋田県、山形県、栃木県、群馬県、新潟県、山梨県、岐阜県、静岡県、富山県と、四国の石鎚山系の10県1山域において、計962ルートがグレーディングされている。石鎚山系以外のルートは都道府県ごとに公表されてきたが、2021年1月には長野県が、10県1山域に含まれる日本百名山のうち67山200ルートについて、都道府県を跨いだ「登山ルートグレーディング」を取りまとめるなど、発展的な取り組みが行われている。

#### ● 羽田-能登線が搭乗率61.8%に減少(石川県)

2020年7月6日、石川県は前年7月7日からの1年間における羽田空港-能登空港線の搭乗率(速報値)が61.8%であったこと、同期間における搭乗保証制度の適用を除外することを運送事業者である全日本空輸株式会社(ANA)と合意済みであることを発表した。

能登空港は石川県が設置・運営する第3種空港である。2003年の開港時、石川県は定期路線である羽田-能登線の1日2便の確保を目的として、「搭乗率保証制度」によりANAに対して一定の搭乗率を保証した。

羽田-能登線における利用者数と搭乗率の推移は、図IV-4-3に示す通りである。17年目の利用者数は120,044席に減少し、地元利用者数は過去最低、首都圏等利用者数は過去2番目に低い値となった。なお新型コロナウイルス感染症の影響により、羽田-能登線は2020年4月9日以降、断続的に減便等(1日あたり2往復のうち1往復を運休、または全便運休)が行われている。

#### ● 地方管理空港における支援策・新規事業等の展開(富山県・石川県・長野県)

航空各社が厳しい経営状況にある中、一部の地方管理空港では定期便路線の維持を目的として、国管理・共用空港で実施された措置等に準ずる支援策が展開された。

2020年4月、富山県は富山空港における着陸料と停留料の支払いを6ヶ月間猶予することを決定した。11月、石川県は能登空港の着陸料を8月から翌年2月まで45%減額し、徴収済みの着陸料については返還することを決定した。

また2020年11月、株式会社フジドリームエアラインズ(FDA)は、チャーター便で松本空港を発着し、乗鞍岳、御嶽山、富士山等を通常より低い高度から鑑賞する遊覧飛行ツアーを販売し、12月中に2日間にわたって催行した。国土交通省はコロナ後の航空・空港の経営基盤強化に向けた支援施策の一つとして「遊覧飛行等における柔軟な飛行経路の設定支援等」を挙げている。

#### ● スキー場利用客数が2年連続の減少(長野県)

2020年8月、長野県は県内のスキー場(営業78箇所)における、2019年11月1日から2020年5月31日までの延べ利用者数は5,527千人であり、前シーズン比14.4%の減少となったと発表した。また2020年4月、(一財)長野経済研究所は長野県の主要23ヶ所のスキー場を対象としたアンケート調査の結果(速報値)として、2019年12月から2020年3月までのスキー場延べ利用者数は4,409千人であり、前シーズン比8.6%の減少となっ

図IV-4-3 羽田ー能登線の利用者数と搭乗率の推移

年次	対象期間		利用者数 (席)	利用者数内訳				搭乗率	搭乗率保証制度に係る目標値と実績			
				地元		首都圏等			目標 搭乗率	支払なし とする範囲	保証金 (県→ANA)	協力金 (ANA→県)
	自	至		利用者数	構成比	利用者数	構成比					
01年目	03/07/07	04/07/06	151,015	56,242	37.2%	94,773	62.8%	79.5%	70.0%	—	—	97,329千円
02年目	04/07/07	05/07/06	155,623	52,395	33.7%	103,228	66.3%	64.6%	63.0%	—	—	15,989千円
03年目	05/07/07	06/07/06	160,052	48,991	30.6%	111,061	69.4%	66.5%	64.0%	±1.0%	—	20,000千円
04年目	06/07/07	07/07/06	156,945	45,384	28.9%	111,561	71.1%	65.1%	62.0%	±4.0%	—	—
05年目	07/07/07	08/07/06	158,558	36,039	22.7%	122,519	77.3%	65.4%	62.0%	±4.0%	—	—
06年目	08/07/07	09/07/06	150,365	32,127	21.4%	118,238	78.6%	62.3%	62.0%	±4.0%	—	—
07年目	09/07/07	10/07/06	149,010	33,426	22.4%	115,584	77.6%	62.3%	62.0%	±4.0%	—	—
08年目	10/07/07	11/07/06	132,698	30,932	23.3%	101,766	76.7%	55.8%	62.0%	±4.0%	震災により適用除外	
09年目	11/07/07	12/07/06	149,117	32,526	21.8%	116,591	78.2%	62.0%	62.0%	±4.0%	—	—
10年目	12/07/07	13/07/06	150,542	35,041	23.3%	115,501	76.7%	63.2%	62.0%	±4.0%	—	—
11年目	13/07/07	14/07/06	147,129	33,356	22.7%	113,773	77.3%	62.7%	62.0%	±4.0%	—	—
12年目	14/07/07	15/07/06	150,712	31,428	20.9%	119,284	79.1%	63.6%	62.0%	±4.0%	—	—
13年目	15/07/07	16/07/06	152,834	29,622	19.4%	123,212	80.6%	63.7%	62.0%	±4.0%	—	—
14年目	16/07/07	17/07/06	157,611	28,319	18.0%	129,292	82.0%	65.6%	62.0%	±4.0%	—	—
15年目	17/07/07	18/07/06	162,903	26,720	16.4%	136,183	83.6%	69.2%	62.0%	±4.0%	—	22,764千円
16年目	18/07/07	19/07/06	169,840	25,884	15.2%	143,956	84.8%	71.2%	62.0%	±4.0%	—	37,000千円
17年目	19/07/07	20/07/06	120,068	17,471	14.6%	102,597	85.4%	61.8%	62.0%	±4.0%	新型コロナウイルスにより適用除外	

能登空港「のと里山空港1年目～18年目の搭乗率」、石川県「能登・羽田便17年目の利用状況について(速報)」をもとに(公財)日本交通公社作成

たと発表した。

いずれの集計結果も2年連続の減少となった。想定される要因としてシーズン初旬の少雪と、1月以降の新型コロナウイルス感染症の影響が指摘された。

②広域・市区町村レベル

●交通関連施設の沿線・近接型の宿泊施設が新規開業(岐阜県内の4市、三重県内の2町)

2020年4月、東急不動産ホールディングスグループは、高山市に「東急ステイ 飛騨高山 結の湯」を開業した。東急ステイブランド初の観光型ホテルとして、JR高山駅直近で212室を提供する。

マリオット・インターナショナルと積水ハウス株式会社は、「Trip Base 道の駅プロジェクト」として、6府県(栃木県、岐阜県、三重県、京都府、和歌山県、奈良県)で道の駅に近接するロードサイド型ホテルブランド「フェアフィールド・バイ・マリオット」の展開を開始した。宿泊施設は積水ハウスが建設し、マリオットが運営する。中部地方では2020年10月から2021年8月までに、岐阜県下では岐阜美濃(美濃市)、岐阜郡上(郡上市)、岐阜高山荘川(高山市)、岐阜清流里山公園(美濃加茂市)、三重県下では三重御浜(御浜町)、三重おおい(大台町)が、それぞれ順次開業している。

●海外のインセンティブ旅行誘致に関する支援事業(静岡県東部・伊豆地域の7市4町)

2020年6月、観光庁は「海外のインセンティブ旅行に関わるニーズ調査およびコンベンションビューロー等の機能高度化事業」において、広島市と静岡県東部・伊豆地域の7市4町(沼津市、熱海市、三島市、御殿場市、裾野市、伊豆市、伊豆の国市、函南町、清水町、長泉町、小山町)を支援対象都市とすることを発表した。

同事業は観光庁による公募事業である。支援対象都市は

観光庁から専門コンサルタントの派遣を受け、誘致戦略の立案、地域資源を活用したインセンティブコンテンツの検討、海外企業とのネットワーク形成等について支援を受ける。採択決定を受けて事業の応募者である静岡県東部地域コンベンションビューローは、応募目的を「中国や東南アジアに展開する地元日系企業からのインセンティブ旅行誘致」と位置づけ、国の支援を受けて「目的地として選ばれるよう、地域が持つ潜在能力を戦略的に高めていく」としている。

●御殿場プレミアム・アウトレットの大規模リニューアル(静岡県御殿場市)

御殿場プレミアム・アウトレットでは2020年春季から夏季にかけて、既設エリアを含む大規模リニューアル、新規エリア「ヒルサイド」の開業、2,000台規模の駐車場・団体観光バスターミナルの新設等が行われた。

運営会社である三菱地所・サイモン株式会社は同年7月以降、開業20周年を記念するセールやイベントなどを実施するとともに、10月には(一社)日本記念日協会に対して10月10日を「プレミアム・アウトレットの日」とする申請を行い、記念日として認定を受けた。

●古民家等を活用した分散型ホテル事業(三重県伊賀市)

2020年11月、バリューマネジメント株式会社は三重県伊賀市に分散型ホテル「NIPPONIA HOTEL 伊賀上野城下町」をオープンした。国の有形登録文化財である「栄楽館」をフロント棟として、市内の3棟10室により展開される。

宿泊施設となった3棟(栄楽館、旧福森邸、広部邸)は、従前は市の生涯学習施設や民家として利用されていたが、2019年3月末には閉鎖、または空き家となっていた。同年3月、伊賀市は古民家を活用した観光まちづくりをまちの賑わい創出に繋げることを目的として、伊賀上野城下町ホテル(古民家等再生活用事業)を展開することとし、JR西日本、株式会社NOTE、

(一社)ノオトとの4者間で業務連携協定を締結した。以降、3棟のうち栄楽館は公設民営、旧福森邸と広部邸は民設民営の施設として、ホテルへの改修が進められた。ホテル開業後の運営事業者であるバリューマネジメント株式会社は、各地で古民家等をリノベーションし、宿泊施設として運営する事業を行っている。

分散型ホテルは、近接する複数の小規模施設群を1つの宿泊施設として扱う業態である。本邦では2018年の旅館業法改正において、宿泊施設における営業許可の区分、最低客室数の制限、玄関帳場の設置義務等に係る基準が整理されたことにより、営業が可能となった。

#### ●白山手取川ジオパークの国内推薦が決定(石川県白山市)

2020年10月、日本ジオパーク委員会は「白山手取川ジオパーク」について、審議の結果「ユネスコ世界ジオパーク」に推薦すると発表した。同年6月に実施されたプレゼンテーション、8月に実施された現地調査を経て、国内推薦が決定された。

ユネスコ世界ジオパークは、国連教育科学文化機関(UNESCO)が行う国際地質科学ジオパーク計画(IGGP)の一部として、国際的な価値を有する地質遺産を認定する事業である。2021年8月現在、日本国内では9地域がユネスコ世界ジオパークに登録されている。UNESCOでの審査は各国の委員会からの推薦(国内推薦)に基づいて行われ、本邦では日本ジオパーク委員会が登録審査業務の権限を有する機関として認証されている。

#### ●寺泊事業の展開(岐阜県高山市)

2020年8月、観光庁は令和2年度観光振興事業費補助金(城泊・寺泊による歴史的資源の活用事業)において、城泊2件、寺泊8件を採択したことを発表した。同事業は歴史資源である城や社寺を、日本ならではの文化が体験できる宿泊施設として訪日外国人旅行者向けに活用する取り組みを補助するもので、補助率1/2(上限750万円)の国際観光旅客税充当事業である。

中部地方では、岐阜県高山市の宗教法人善光寺が実施する「善光寺インバウンド受入体制強化および寺院体験コンテンツの拡充事業」が採択された。同寺は2017年7月より「TEMPLE HOTEL 高山善光寺」として営業を開始し、2021年8月現在は5室を提供している。運営を担う株式会社シェアウイングは、2017年に「お寺ステイ」を商標登録、同年の高山善光寺開業以降、2021年3月までに全国7寺院で「Temple Hotel」ブランドによる寺泊を展開している。

#### ●名古屋市と近畿日本ツーリスト中部が協定を締結(愛知県名古屋市)

2020年11月、名古屋市と近畿日本ツーリスト中部は、大規模災害時に自治体間で相互に派遣する応援職員の宿泊・移動等の迅速かつ円滑な確保を目的として、「大規模災害時における名古屋市および他自治体間の応援職員にかかる宿泊施設等の確保に関する協定」を締結した。

発災時には近畿日本ツーリスト中部が、同社在庫や特別契

約を結ぶ宿泊施設からの客室の提供、職員の移動に係る交通(バスやレンタカー等)の手配、宿泊施設の受入可能人数や食事・入浴提供の可否、駐車場の有無などの情報提供を行うことにより、名古屋市の応援・受援に係る対応力を高めるとしている。

#### ●コロナ禍での取り組み: コミュニケーションアバターを活用したオンライン修学旅行の実証実験(石川県加賀市)

2020年9月、ANAグループ参加のavatarin株式会社と加賀市は、オンライン修学旅行の実証実験を実施した。同社の開発した、ビデオ通話と移動が可能なコミュニケーションアバター「newme」を活用する。市立小学校の6年生が加賀市イノベーションセンターから、ANAグループの総合訓練施設「ANA Blue Base」(東京島大田区)に設置されたアバターを操作し、施設内を見学した。

加賀市とANAホールディングス株式会社は、2019年5月にイノベーション推進に関する連携協定を締結している。2020年中には本実験のほか、同様のシステムを利用した遠隔お見舞い、窓口行政相談の実証実験等が行われた。

#### ●コロナ禍での取り組み: 平日伊勢まいりキャンペーンの展開(三重県伊勢市)

2020年12月、伊勢市と(公社)伊勢市観光協会は「平日伊勢まいり」キャンペーンを実施することを発表した。年始の初詣分散化による密の回避を目的とする施策で、三が日のピークを避けて1月6日以降の平日に参拝した来訪者、2月以降の平日に伊勢市内の対象宿泊施設をチェックアウトした宿泊利用者に対して、参宮木札等の配布を行った。

(那須将)

# IV-5 近畿

- 和歌山県内でワーケーション需要を取り込むための活発な動きがみられた
- 京都市は持続可能な観光を目指した取り組み推進

## (1) 都道府県レベルの旅行者動向

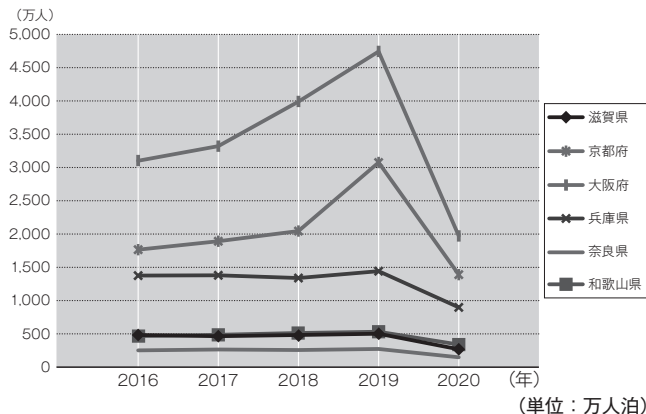
### ① 宿泊者数の動向

観光庁「宿泊旅行統計調査」によると、2020年1月～12月の近畿地方の延べ宿泊者数は5,015万人泊と過去5年間で最も低い値となり、前年比では52.5%の減少となった。府県別にみると、2府4県全てにおいて、過去5年間での最低人数を記録した。前年比をみると、大阪府で58.4%減、京都府で54.8%減と激減したほか、滋賀県で前年比46.5%減、奈良県で45.7%減、兵庫県で37.7%減、和歌山県で36.3%減と、大阪府・京都府の下げ幅程ではないものの、全ての府県において大幅な減少がみられた(図IV-5-1)。

外国人延べ宿泊者数については、近畿地方全体で530万人泊で前年比83.9%減となり、過去5年間で初めて1,000万人を切った。府県別にみると、延べ宿泊者数と同様に、全ての府県において過去最低を記録した。前年比をみると、和歌山県で前年比89.5%減、奈良県で89.4%減、兵庫県で86.8%減、滋賀県で85.9%減、京都府で85.8%減、大阪府で82.0%減と、全ての府県で8割を超える減少率となった(図IV-5-2)。

延べ宿泊者数に占める外国人延べ宿泊者数を府県別にみると、大阪府で16.4%、京都府で12.3%であり、それぞれ4割弱を占めていた昨年から大幅に減少している。しかし、奈良県3.8%、滋賀県2.2%、兵庫県と和歌山県2.0%と比べると、変わらず延べ宿泊者数に占める外国人延べ宿泊者数の割合は大きい。

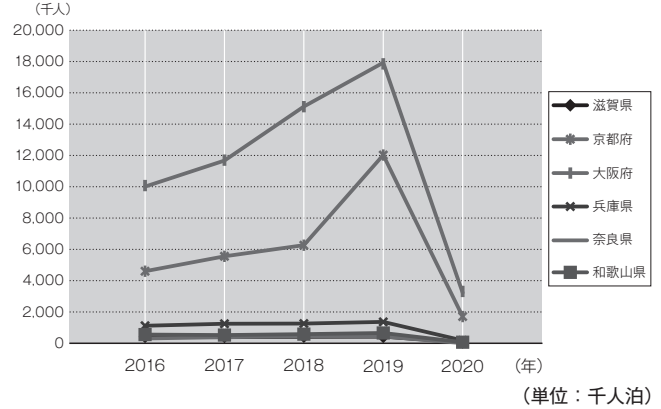
図IV-5-1 延べ宿泊者数の推移(近畿)



都道府県名	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年
滋賀県	483	465	483	502	268
京都府	1,765	1,892	2,045	3,075	1,390
大阪府	3,101	3,321	3,990	4,743	1,972
兵庫県	1,376	1,380	1,339	1,442	898
奈良県	252	265	257	273	148
和歌山県	467	486	513	532	339

資料: 観光庁「宿泊旅行統計調査」をもとに(公財)日本交通公社作成

図IV-5-2 外国人延べ宿泊者数の推移(近畿)



都道府県名	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年
滋賀県	481	389	413	424	60
京都府	4,603	5,556	6,268	12,025	1,708
大阪府	10,009	11,672	15,124	17,926	3,225
兵庫県	1,120	1,248	1,260	1,367	180
奈良県	308	389	439	535	57
和歌山県	557	525	584	658	69

資料: 観光庁「宿泊旅行統計調査」をもとに(公財)日本交通公社作成

### ② 関西国際空港の利用動向

関西国際空港の運営を行っている関西エアポート株式会社が2021年4月に発表した利用状況によると、2020年の国際線と国内線を合わせた航空旅客数は656万人となり、新型コロナウイルスの影響により前年度から大幅に減少した。一方、国際線貨物便は、運休・減便による旅客便の貨物スペースの減少により需要が増加し、発着回数は過去最高となる22,445回で、前年比60%増を記録した(表IV-5-1)。

表IV-5-1 関西国際空港の発着回数と旅客数

	2019年(速報値)	2020年(速報値)	前年比
発着回数	206,777	57,814	△72.0%
国際線	157,887	50,685	△67.9%
旅客便	142,161	26,559	△81.3%
貨物便	14,009	22,445	60.2%
その他	1,715	1,681	△2.0%
国内線	48,892	32,735	△33.0%
旅客便	46,302	30,798	△33.5%
貨物便	488	54	△88.9%
その他	2,102	1,883	△10.4%
旅客数	31,910,732	6,560,067	△79.4%
国際線	24,928,962	3,511,096	△85.9%
日本人	7,943,304	1,304,774	△83.6%
外国人	16,770,154	2,153,978	△87.2%
通過旅客	215,504	52,344	△75.7%
国内線	6,981,770	3,048,971	△56.3%

出典: 関西エアポート株式会社  
(注) 航空機発着回数のその他には空輸機・燃油給油機・プライベート機・特別機・回転翼機等を含む

## (2) 観光地の主な動向

### ① 地方・都道府県レベル

#### ●近畿地方の3市で全国初の歩行者利便増進道路指定

2021年2月に、大阪市御堂筋・神戸市三宮中央通り・姫路市大手前通りが、全国で初めての歩行者利便増進道路(通称「ほこみち」)に指定された。歩行者利便増進道路制度とは、賑わいのある道路空間創出を目的とした道路の指定制度として、国土交通省によって設けられた制度である。全国初のほこみちとなった3カ所はそれぞれの道路管理者において指定されており、特に、神戸市三宮中央通りの事例は、コロナ占用特例からの移行が施された事例である。ほこみちに指定された道路では今後、賑わい創出や地域活性化に資する魅力的な道路活用が実施されていく。

#### ●「滋賀県営都市公園マネジメント基本方針」を策定

滋賀県は、2020年12月に「滋賀県営都市公園マネジメント基本方針」を策定したと発表した。2017年6月に都市公園法が改正され、公募設置管理制度(Park-PFI)と公園協議会制度が創設されたことを受け、滋賀県は、滋賀県公園緑地検討協議会を設置し、県営都市公園の現状と課題を整理し、県営都市公園が果たすべき役割・機能について改めて検討を行った。今回、施策の方向性を示すことを目的に、基本方針を策定した。本方針は、10年間で想定して、行政・県民・事業者等が、県営都市公園が担う役割とめざすべき基本的な方向性を共有し、だれもが自由に利用できる多様性に配慮した賑わいと活力あふれる県営都市公園となることを目指すものである。

#### ●京都府、「クラフト市場開拓事業」実施

京都府は、京都府内の伝統産業事業者と全国で活動するクリエイター等が協働しながら、京都の伝統産業が長年培ってきた高度な製造技術と高品質の素材を維持、「WITHコロナ」時代に相応しい、従来の発想を打ち破るアイデアを創出し、それをもとにした新プロダクトの開発を支援することで、京都の伝統産業の新たな市場開拓と体質強化を図る「クラフト市場開拓事業」を実施している。2020年7月から、京都府内の伝統産業事業者と協業して新プロダクトの開発の希望者を募集し、2021年8月から2022年2月末にかけてビジネスプランの具体化検討を行う。

#### ●大阪府とUSJにおける包括連携協定の締結

2020年11月、合同会社ユー・エス・ジェイと大阪府は、子ども・教育、観光・地域活性化、環境、福祉・健康、女性活躍・働き方改革、安全・安心、政府のPRといった7分野にわたる連携と協働に関する包括連携協定を締結したことを発表した。

本連携による今後の主な取り組みとしては、①小中学校等への英語教育の支援②国際観光都市の創出に向けた協力③府立支援学校の生徒への就労意欲の醸成に向けた取組みの実施④プラスチックごみの削減に向けた取組みの推進等が掲げられた。合同会社ユー・エス・ジェイが運営するユニバーサル・スタジオ・ジャパン等も活用し、パーク内でのクルーとの英語コミュニケーションや、パーク内で回収されたプラスチック製

品のリサイクル活動等、様々な取り組みが実施されていく予定である。

#### ●ひょうご大学生観光局プログラムの開始

ひょうご観光本部は2020年10月、兵庫県在住・在学の大学生を対象に、オンライン学習と観光事業の現場体験を組み合わせた観光人材育成プログラム、ひょうご大学生観光局「YOUNG DMO HYOGO」を開始した。事業主催は、ひょうご観光本部ツーリズムプロデューサーである江藤誠晃氏が代表を務める株式会社BUZZPORTであり、大学生の選抜メンバーが実際のプロジェクトをもとに、観光マーケティングやプロデュース術を実践的に学ぶプログラムとなっている。

局員になった大学生は、ひょうご観光本部が協賛する観光動画コンテストやSDGs思考を身に付けるための私塾『nojuku』等のプロジェクトに、大学生スタッフとして参加することでSDGsの考え方を取り入れながら観光産業の未来を考える。

#### ●「大阪都市魅力創造戦略2025」の策定

2021年3月に、大阪府と大阪市の共通戦略として、「大阪都市魅力創造戦略2025」を策定した。この戦略は新型コロナウイルスの影響・状況を踏まえ、観光需要の回復を担う国内旅行の促進や新たな潮流に応じた魅力の創出・強化、インバウンド回復後に向けた基盤整備などを着実に推進するとともに、大阪・関西万博の開催、そして万博後に向けて、国際都市大阪に相応しい新たな賑わいを創り出し、活力を高めていくための方向性を示すものとして策定され、期間は2021年度から2025年度までの5年間とされている。

戦略が目指す姿として「魅力共創都市・大阪 ～新たな時代を切り拓き、さらに前へ～」を掲げ、①食・歴史・芸術文化・エンタメなど大阪の強みを活かした新しい時代に相応しい価値や魅力の創出②マイクロツーリズムを起点とする国内からの誘客強化③来阪外国人の75%を占める東アジアからの旅行者をコロナ前の水準に戻すための試作展開、の3つを最優先の取り組みとしている。

#### ●奈良県、県内宿泊等促進キャンペーン実施

奈良県は、2020年8月26日から、県内宿泊等促進キャンペーン「いまなら。キャンペーン」を開始した。県内の宿泊需要を喚起し、観光業界の回復を図るとともに、将来の宿泊意欲の喚起に繋げる目的。県民に「知らなかった奈良」「もっと知りたい奈良」を見つけてもらうことを目指す。最大割引率は71.4%で、利用回数に制限は設けていない。

#### ●「奈良新『都』づくり戦略2020」とりまとめ

奈良県は、2019年6月に「奈良新『都』づくり戦略(案)」を発表し、それを土台に戦略を実行してきた。一方、2020年2月に、戦略(案)について「もっと良くなる奈良」を目指した「奈良県政の発展の目標と道筋」について、「奈良新『都』づくり戦略2020」をとりまとめた。さらに、2021年2月には、いくつかの新たな戦略を盛り込み、「奈良新『都』づくり戦略2021」を打ち出した(表IV-5-2)。

表IV-5-2 「奈良新『都』づくり戦略2020」戦略体系

戦略の体系	
栄える「都」をつくる	1 地域活性化
	2 働き方改革の推進と就業支援
賑わう「都」をつくる	3 滞在型観光の定着
	4 魅力ある観光地づくり
	5 観光奈良の魅力向上・発信
楽しむ「都」をつくる	6 「安全安心な地域」づくり
	7 「きれいな奈良県」づくり
	8 ぐらしやすいまちづくり
	9 地域で子どもを健やかに育てる
	10 女性活躍の推進
	11 エネルギー政策
便利な「都」をつくる	12 道路整備
	13 鉄道整備
	14 バス輸送環境整備
健やかな「都」をつくる	15 健康寿命日本一を目指した健康づくり
	16 地域医療の総合マネジメント地域包括ケアの充実
	17 福祉の充実
	18 だれでもいつでもどこでもスポーツできる観光地づくり
智恵の「都」をつくる	19 教育の振興
	20 文化財の保全・活用、文化財の防災文化の振興
	21 海外との交流展開
豊かな「都」をつくる	22 農業・農地・農村・食と農の振興
	23 畜産・水産業振興
	24 森林環境管理・林業振興
誇らしい「都」をつくる	25 南部・東部の振興
爽やかな「都」をつくる	26 奈良モデルの実行
	27 行政マネジメント
	28 財政マネジメント

奈良県HPより筆者作成

●和歌山県におけるワーケーション推進に向けた取り組み

2017年、和歌山県が、特設サイトの開設を皮切りに「和歌山ワーケーションプロジェクト」を開始した。そのプロジェクトの一環として、2020年6月には、和歌山県内での安心して円滑なワーケーションの実施を支援するべく、ワーケーションが目的の来訪者や、企業に向けてサービスを提供する事業者・団体を「Wakayama Workation Networks」として公表した。県は、Wakayama Workation Networksとして募集した事業者・団体のワーケーションに関わる取り組みを、「ワークプレイス」「宿泊サービス」「アクティビティ」「コーディネート」の4つのカテゴリに分類し、市町村単位での絞り込み検索やMAPの表示機能が付いた検索機能を構築しており、Wakayama Workation Networksについては現在も随時募集をしている。

また、2020年11月には、和歌山ワーケーションプロジェクトの一環として、和歌山オンラインワーケーションイベント「WAKAYAMA オンラインワーケーション」が開催された。2日間にわたって、ワーケーションそのものや、和歌山でのワーケーションについてのガイダンスが開かれたり、和歌山県内のバーチャルツアーやワークスペースの視察等が行われたりして、「ワーケーションの聖地」とも言われる和歌山を体感することのできるイベントとなった。

②市町村レベル

●守山市でアートイベント開催

2020年7月に、滋賀県守山市観光物産協会が、市内をアートで元気づけるプロジェクト「ROOT for PEOPLE (みんなを応援)」を開催した。新型コロナウイルスの影響で様々な事業が中止・延期となり、観光や物販の場が失われている状況を打開しようと企画した。市立図書館をメイン会場に開催された。

●琵琶湖一周自転車アプリのスタンプラリーを実施

滋賀県栗東市観光協会、滋賀プラス・サイクル推進協議会、ナビタイムジャパンの3者は、2021年2月26日から3月31日にかけて、自転車で琵琶湖を一周する「ピワイチ」専用アプリ「ピワイチサイクリングナビ」を活用したサイクルスタンプラリーを市内で実施した。スタンプラリー参加者に先着でオリジナルグッズをプレゼントするほか、抽選で栗東市の名産品が贈られる。

●京都市、京都観光行動基準(京都観光モラル)を策定

2020年11月9日、京都市及び公益社団法人京都市観光協会(DMO KYOTO)が、持続可能な観光をこれまで以上に推進していくために、「京都観光行動基準(京都観光モラル)～京都が京都であり続けるために、観光事業者・従事者等、観光客、市民の皆様とともに大切にしていきたいこと～」を策定した。近年、京都観光では、観光地の混雑や、マナーの違い等の観光課題が発生し、市民生活に影響を及ぼす事態が生じていた。しかし、新型コロナウイルス感染症拡大により、観光がいかに京都の経済と雇用や地域文化の振興を支えているか再認識した。持続可能な京都観光を創り上げるため、観光事業者・

表IV-5-3 「京都観光行動基準」概要

対象	行動基準
観光事業者・従事者	<ul style="list-style-type: none"> <li>地域文化・コミュニティへの貢献、市民生活と観光の調和</li> <li>質の高いサービス・商品の提供・人材育成</li> <li>環境・景観の保全</li> <li>災害や感染症等の危機に強い観光の実現</li> </ul>
観光客	<ul style="list-style-type: none"> <li>地域文化・コミュニティへの貢献、市民生活と観光の調和</li> <li>環境・景観の保全</li> <li>相互理解・交流</li> </ul>
市民	<ul style="list-style-type: none"> <li>地域文化・コミュニティへの貢献</li> <li>環境・景観の保全</li> <li>相互理解・交流</li> <li>災害や感染症等の危機に強い観光の実現</li> </ul>

京都市役所HPより筆者作成

従事者等、観光客、市民に大切にしたい行動基準を策定した。本基準を踏まえて、それぞれの主体において具体的な活動が進むよう、行動基準の周知や実践を行う(表IV-5-3)。

●京都市、京都観光行動基準(京都観光モラル)PR動画を公開

2021年3月24日、京都市及び公益社団法人京都市観光協会(DMO KYOTO)が、京都観光行動基準(京都観光モラル)を理解して、実践してもらうためにPR動画を制作した。「観光



リサーチ篇」、「観光準備篇」、「水分補給篇」、「散策篇」、「社寺拝観篇」、「移動方法篇」、「文化財散策篇」、「お土産手渡し篇」の計8篇で各2分程度の動画である。

#### ●京都市、公共施設にウォーターサーバー設置

京都市は、水道直結式ウォーターサーバーのレンタル事業を行うウォータースタンドと、「マイボトル等で利用できる給水スポットの拡大に関する連携協定」を締結した。3年間で市内の市営・民間施設、神社仏閣など約1,000カ所にウォーターサーバーの設置を進める。京都市は、「ものを大切にするライフスタイル」への転換を進めるため、使い捨てプラスチックごみを削減する政策を推進している。

#### ●京都嵐山にラグジュアリーホテル「MUNI KYOTO」開業

2020年6月1日に、ラグジュアリーホテル「MUNI KYOTO」がオープンした。2019年に開業した日本絵画コレクションを紹介する「福田美術館」と合わせた施設。建築のコンセプトは「唯一無二の景色」。

#### ●京都市、オンラインコンテンツ配信開始

公益社団法人京都市観光協会は2020年4月28日に、「Stay Home, Feel Kyoto」の取り組みを開始した。国内観光客向けサイト「京都観光Navi」や外国人観光客向けサイト「Kyoto City Official Travel Guide」を通じて、自宅でも味わえる京都の魅力を発信する。第一弾として座禅解説講座動画を配信した。「KYOTOの予習」プログラムも提供する予定である。

#### ●京都市、国際的な持続可能観光都市に選出

京都市が、世界持続可能観光協議会(GSTC)が開発した国際認証団体「グリーン・デスティネーションズ」が表彰する制度「TOP100選」に選出された。グリーン・デスティネーションズは100以上の指標を設けており、「TOP100選」はその中でも特に重要な文化財の保護など15以上の取り組みについて高評価が得られた地域が選出される。

#### ●藤田観光、太閤園を売却

2021年6月、藤田観光株式会社は保有している太閤園(大阪市)の土地等を譲渡し、太閤園、桜苑、オペラ・ドメーン高麗橋の営業が終了した。

#### ●豊岡市、独自の感染症対策認証制度の導入

2020年8月、豊岡市は市民と観光客の安全・安心のため、独自の新型コロナウイルス感染症対策認証制度「CLEAN and SAFE TOYOOKA」を開始した。この制度は同年7月に、一般社団法人豊岡観光イノベーションが豊岡市内の6つの観光協会、豊岡ツーリズム協議会とともに策定した「豊岡市における新型コロナウイルス感染症ガイドライン」や、感染症対策の専門家の意見等を踏まえて作成された対策項目に取り組む宿泊施設・物産施設・飲食店等を認証する制度である。

認証にあたっては「CLEAN and SAFE TOYOOKA委員会」が設立され、認証主体となっている。認証された施設に対

しては、ロゴ入りの認証ポスターが送られ、その安全性をPRすることができる制度となっている。

#### ●城崎温泉(豊岡市)の新型コロナウイルス対策

2020年6月、一般社団法人豊岡観光イノベーションは、一斉休業の解除に際して、城崎温泉がまち全体で安心安全なおもてなしを提供するべく、城崎温泉観光協会・城崎温泉旅館協同組合とともに、「城崎温泉における新型コロナウイルス感染症対策ガイドライン」を策定した。このガイドラインには、城崎温泉エリアに関わる全ての業種に関する項目や、外湯めぐりやそぞろ歩き等、城崎温泉ならではの項目が盛り込まれており、かつ世界基準を満たすよう作成された城崎温泉独自のガイドラインとなっている。2020年7月には第2版、11月には第3版が策定されており、今後も、新型コロナウイルスに関する最新の知見等を踏まえて、随時見直しが行われる。

#### ●和歌山県太地町とJMAMにおける包括連携協定の締結

2020年5月、和歌山県太地町と株式会社日本能率協会マネジメントセンター(JMAM)は、ワーケーションを通じた地方創生と働き方改革を目的とした事業の実施に向けて、包括連携協定を締結したことを発表した。JMAMでは従来より、「働く+遊ぶ」に「学ぶ」を追加した、イノベティブな人材の成長を支援するためのワーケーションプログラム「here there」の開発を進めており、独自の体験を提供している全国市町村との連携を強化してきた。和歌山県太地町との連携も、その一つである。

太地町とJMAMが展開するワーケーションサービスは、JMAMが提供する「働く+遊ぶ+学ぶワーケーション」という価値のもとに、太地町の推進する「太地町くじらと自然公園のまちづくり」を活かした、「くじら×FACTFULNESS」をテーマとしている。くじらと様々に関わりながら発展・変遷してきた太地町そのものを「生きた教材」と捉え、学びにつながる特別な体験ができるワーケーションプログラムが展開されていく予定である。

#### ●平城宮跡でローカル5G・MR活用した観光体験の実証実験

日本電気(NEC)や凸版印刷などが2021年2月26日～3月1日に、奈良県平城宮跡歴史公園でローカル5GやMRを活用した新たな観光体験の実証実験を実施した。ローカル5Gとは、地域・企業が主体となって特定エリアで5Gネットワークを構築・利用することである。

#### ●奈良県最古の醤油蔵元を古民家ホテルに改装

奈良県最古の醤油蔵元・マルトは、古民家ホテル「NIPPONIA 田原本 マルト醤油」を開業した。

奈良伝統建築様式「大和棟」で建てられた屋敷内では、宿泊棟以外にも醤油を使った料理が楽しめるレストランのほか、醤油搾り体験プログラムも提供する。

(立教大学観光学部西川研究室 山崎友美・若佐栞・西川亮)

## IV-6 中国・四国

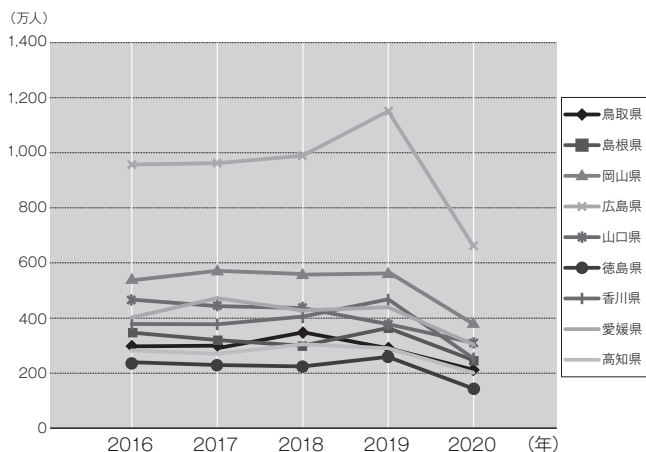
エリア全体で延べ宿泊者数、外国人延べ宿泊者数ともに大幅減  
新型コロナウイルスに対応した取り組みが加速  
観光施設の新規オープンやリニューアルも多数

### (1) 都道府県レベルの旅行者動向

観光庁「宿泊旅行統計調査」によると、2020年1～12月の中国・四国全体の延べ宿泊者数は2,714万人泊となり、前年比で35.5%の減少であった。

延べ宿泊者数は全県で減少し、香川県(前年比45.7%減)、徳島県(同43.6%減)、広島県(同42.0%減)、岡山県(同33.3%減)、島根県(同32.7%減)、高知県(同32.4%減)、愛媛県(同31.6%減)、鳥取県(同26.6%減)、山口県(同17.3%減)であった。(図IV-6-1)。

図IV-6-1 延べ宿泊者数の推移(中国・四国)



(単位：万人泊)

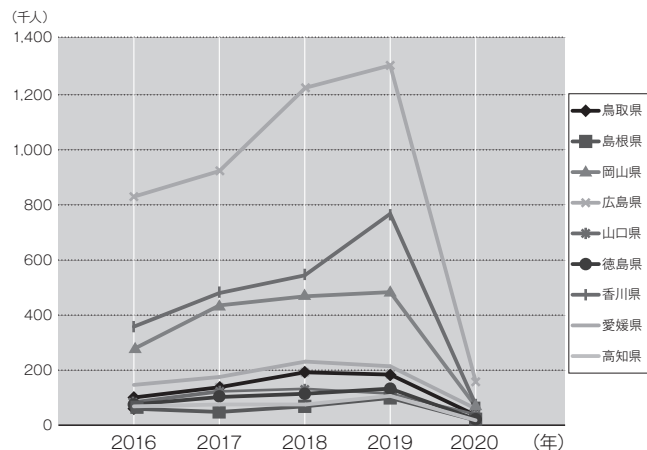
都道府県名	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年
鳥取県	299	299	356	289	212
島根県	347	319	298	364	245
岡山県	535	583	561	566	377
広島県	959	963	990	1,163	675
山口県	466	444	435	376	311
徳島県	238	230	222	257	145
香川県	378	376	405	466	253
愛媛県	404	470	425	439	300
高知県	282	271	301	290	196

資料：観光庁「令和2年宿泊旅行統計調査」をもとに(公財)日本交通公社作成

2020年1～12月の中国・四国全体の外国人延べ宿泊者数は50万人泊となり、前年比で85.4%の減少であった。

外国人延べ宿泊者数は全県で減少し、香川県(前年比89.5%減)、島根県(同87.2%減)、広島県(同87.2%減)、徳島県(同85.0%減)、岡山県(同84.7%減)、高知県(同82.2%減)、鳥取県(同81.4%減)、愛媛県(同73.3%減)、山口県(同69.8%減)であった。(図IV-6-2)。

図IV-6-2 外国人延べ宿泊者数の推移(中国・四国)



(単位：千人泊)

都道府県名	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年
鳥取県	100	141	195	185	34
島根県	58	48	73	104	13
岡山県	282	439	469	487	74
広島県	840	928	1,237	1,322	169
山口県	93	117	123	104	32
徳島県	69	103	116	134	20
香川県	358	482	546	772	81
愛媛県	147	179	230	216	58
高知県	75	75	79	95	17

資料：観光庁「令和2年宿泊旅行統計調査」をもとに(公財)日本交通公社作成

### (2) 観光地の主な動向

#### ① 地方・都道府県レベル

##### ● JR西日本 長距離観光列車「銀河」運行開始

JR西日本は2020年9月11日に長距離観光列車「WEST EXPRESS 銀河」の運行を開始した。同社は、「JR西日本グループ中期経営計画 2022」において、鉄道事業の事業戦略として、地域との対話と連携を通じ、観光を軸とする西日本の各エリアの活性化に貢献することを掲げており、本事業はその一環として取り組むものである。列車名は、運行する西日本エリアを宇宙に、各エリアを魅力的な星として、それらを結ぶ列車という意味を込めて名付けられた。

同列車は関西と山陰・山陽を結ぶ特急列車で、京都・大阪～出雲市を結ぶ区間は2020年9月～11月の期間に夜行特急列車として、大阪～下関を結ぶ区間は2020年12月～2021年3月の期間に昼行特急列車として、それぞれ運行された。関西と山陰を結ぶ区間では京都府・大阪府・兵庫県・岡山県・鳥取県・島根県に、関西と山陽を結ぶ区間では大阪府・兵庫県・岡山県・広島県・山口県に、それぞれ停車する。

車両は117系6両1編成で全車指定席の定員90名程度で、西日本の海や空を表現した「瑠璃紺色」の外観が特徴となっている。「多様性」「カジュアル」「くつろぎ」をキーワードとした

デザインコンセプトを基に、個室やフルフラットシート、コンパートメント、フリースペースなど、1両ごとに異なる座席タイプが配置されている。

一部停車駅や車内では、特産品の販売や伝統芸能披露などの各種おもてなしを実施したほか、一部運航日では車両の空いたスペースに沿線地域の特産品を積載し、貨客混載輸送の取り組みを試験的に行った。

沿線地域ではWEST EXPRESS 銀河とのタイアップ商品の企画販売や地域のPRイベント等が開催された。2020年10月には和歌山県と和歌山県紀南地方の7市町村がJR西日本に対し、紀南地方への運行を誘致する要望書を提出した。

#### ●鳥取県・島根県がオンラインツアーによる観光PRを実施

鳥取県は2021年1月～3月にかけて、鳥取県の観光や食を紹介するオンラインツアーをシンガポールおよび日本国内向けにそれぞれ実施した。

シンガポールに向けたオンラインツアーは、株式会社エイチ・アイ・エス(以下、H.I.S.)と連携して行われたもので、1月～3月にかけて計4回開催された。配信はH.I.S.シンガポール店舗のFacebookページ上で行われた。オンラインツアーでは映像や現地中継を交え県内観光地が紹介されたほか、シンガポールで開催する食のフェアのPRが行われた。食のフェアは「鳥取レストランフェア in シンガポール」と題し、シンガポールの高級レストラン「Takayama」と連携して、2021年2月中に紅ズワイガニ、松葉がにを中心とした鳥取県産食材を活用したコース料理の提供を行った。また、オンラインツアーの実施に合わせ、1月～3月にかけてH.I.S.シンガポール店舗でのカニのせんべい等の土産品を中心とした鳥取県産品の販売および鳥取県の観光PRを行った。

なお、鳥取県とH.I.S.は、東南アジア地域の訪日観光需要の獲得に向け連携して取り組んでいくことを目的に、2019年5月にインバウンド観光推進に関する協定を締結している。

また、3月にはシンガポールの現地旅行社「EU Holidays」と連携し、同社のFacebook上にてライブ配信でオンラインツアーを実施した。鳥取県観光大使である宮川光彩氏が進行役となり、鳥取県内の観光地である仁風閣と皆生温泉、鳥取砂丘の3カ所と中継を結んで魅力を紹介した。

日本国内に向けたオンラインツアーは、鳥取県と島根県が山陰海岸ジオパーク推進協議会および一般社団法人隠岐ユネスコ世界ジオパーク推進協議会と連携し実施した。運営は委託先である「株式会社島ファクトリー」が担い、オンライン会議システムzoomを使用して行われた。オンラインツアーは「山陰海岸」と「隠岐」の2つのユネスコ世界ジオパークを巡るもので、参加者の自宅には事前に山陰海岸と隠岐の特産品や旅のしおりが届き、参加料は1グループあたり5,000円であった。

#### ●島根県立三瓶自然館サヒメルが新装オープン

大幅改修工事で2019年11月から休館していた自然史博物館「島根県立三瓶自然館サヒメル」が2020年6月にリニューアルオープンした。新型コロナウイルスの影響で当初予定の4月から1ヶ月半遅れのオープンとなった。島根県による事業費は約

2億1,500万円であった。

同館は国立公園三瓶山に位置し、豊かな島根の自然に生息する動植物をはじめ、大地の歴史に関する展示を行っており、天文台やプラネタリウムも併設している。三瓶山の噴火による10万年前からの地形変化を立体映像で解説する300インチの大型スクリーンや、剥製など動物展示の詳細な説明動画がスマートフォンで見られる拡張現実(AR)技術が採り入れられ、パネルの多言語化など展示内容の充実も図られた。

#### ●山口県が新モビリティサービス実証事業を開始

山口県は官民でつくる「新移動サービス官民推進協議会」を2020年5月に立ち上げた。同協議会はJR新山口駅北地区に位置する山口市産業交流拠点施設を核として、交流人口の更なる拡大や観光振興等につなげるため、AI等の新技術を活用した新たなモビリティサービス(MaaS)や、移動手段と多様なサービスを組み合わせた新たな付加価値を創出するビジネスモデルの構築に取り組む。協議会は山口県や山口市に加え、鉄道やバスといった公共交通事業者、宿泊、飲食業など19団体が構成された。

これに関連し、山口県と山口市は二次交通の利便性向上を目指し、既存の公共交通と最新技術を組み合わせた新しい移動サービスの実証実験を同年12月～2021年2月にかけて実施した。実証実験では移動サービスの予約などができるやまぐちMaaS用Webアプリ「ぶらやま」の運用や、観光客への超小型モビリティの貸し出し、タクシーツアー、シェアサイクル、デジタルチケット販売等が行われた。

#### ②広域・市町村レベル

##### ●鳥取県米子市であかりの社会実験

2021年3月、鳥取県米子市の皆生温泉街で海辺や公園などを照明で演出し、夜の散策を楽しむ社会実験「KAIKE AKARI PARK(カイケアカリパーク)」が実施された。

皆生温泉では、旅館経営者等で作る「皆生温泉まちづくり会議」が、今後も選ばれる温泉地の将来像として「皆生温泉まちづくりビジョン」を策定しており、この将来ビジョンの実現に向け、官民をあげて様々な取り組みを行なうこととしている。今回の社会実験は、このビジョンを具現化するために、「灯り」と「飲食」を切り口として、魅力的な空間づくりを目指し行われた。

宿泊事業者や米子市による「皆生温泉街歩き魅力増進事業実行委員会」が主催し、境港市の水木しげるロードや県外の温泉地・社寺仏閣などのライトアップを手掛ける照明デザイナー・長町志穂氏が演出を担当した。皆生海浜公園や海岸遊歩道があんどんや間接照明、スポットライトなどでライティングされたほか、皆生海浜公園や皆生グランドホテル天水の庭では、飲食物の販売が行われた。

##### ●『「ジャパンレッド」発祥の地—弁柄と銅の町・備中吹屋—』が日本遺産認定

岡山県高梁市・吹屋が『「ジャパンレッド」発祥の地—弁柄と銅の町・備中吹屋—』として2020年6月、文化庁により「日本遺

産」に認定された。日本遺産とは、地域の歴史的魅力や特色を通じてわが国の文化・伝統を語るストーリーを認定し、ストーリーを語る上で不可欠な魅力ある有形・無形の様々な文化財群を総合的に活用する取り組みを支援する事業である。

「ジャパンレッド」は、江戸中期以降に高梁市成羽町吹屋地区で盛んに生産されたベンガラと銅にまつわるエピソードがテーマとなっている。ベンガラは銅山で産出される硫化鉄鉱を原料とし、輪島塗や九谷焼といった工芸品のほか、全国の社寺の建築に用いられた。今回の認定では「わが国を代表する陶磁器や漆器の『赤』を『ジャパンレッド』と表現した興味深い物語」と評価された。

認定された日本遺産は、ベンガラ色に彩られた町並みが残る吹屋地区(国重要伝統的建造物群保存地区)をはじめ、ベンガラの製造販売で栄えた豪商・旧片山家住宅(国重要文化財)や吉岡銅山跡、地域に伝わる民俗芸能・備中神楽(国重要無形民俗文化財)など計22点の文化財で構成されている。

#### ●広島県廿日市市が宮島訪問税の導入を決定

2021年3月、廿日市市議会において、宮島を訪問者に対し1人1回100円を課税する「宮島訪問税」の条例が可決された。訪問税は、フェリーで来島する訪問者の運賃に上乗せして徴収する。ただし、島民や通勤・通学者、未就学児、修学旅行生などは対象外となっている。頻繁に来島する訪問者を対象に1人500円の年払い制も設ける。また、税収は島内のトイレの維持管理といった観光関連施設の整備に充てる方針を立てている。宮島口フェリー旅客ターミナルを自動改札にするなど省人化を進める。

宮島訪問税は地方税法第5条第3項に基づく法定外普通税で、廿日市市は2008年と2015年に検討委員会を設置し、導入を検討したが島民の反対などから断念した。同市は2019年に新たな検討委員会を設置し、2020年5月に素案をまとめた。条例の施行と徴収システムの導入完了は2023年頃となる見通しとなっている。

#### ●庄原観光推進機構(庄原DMO)が発足

2020年4月、広島県庄原市で一般社団法人庄原観光推進機構(庄原DMO)が発足した。庄原市観光協会を母体に、市からの出向者2人を加えた12人体制でスタートし、官民が連携して「稼ぐ観光地域づくり」を目指す。事務所は国営備北丘陵公園北入口一帯の中核施設である「里山の駅庄原ふらり」内に置いた。

庄原DMOは主な事業として「マーケティング・マネジメント事業」「プロモーション事業」「旅行事業」「地域商社事業」「古民家ステイズ事業」を据え、観光交流人口の拡大による地域経済の活性化やシビックプライドの醸成、庄原ブランドの確立、定住人口の増大による地域の持続的な発展を目指す。

#### ●生産者と交流するオンライン宇部ツアーを実施

宇部観光コンベンション協会などは山口県宇部市内各地を紹介するオンラインツアーを2020年8月と9月に開催した。オンラインツアーは同協会の新たな観光戦略として、東京都の

旅行会社あうたび合同会社と共同で実施したもので、新型コロナウイルスによる売り上げ減少などの影響を受けている事業者の支援にもつなげる狙いがある。

参加者には事前に特産品の詰め合わせ「応援セット」が自宅に届き、ツアー中に生産者と交流しながら味わうことができる。参加費は応援セットに含まれ、9,000円、7,000円、6,500円の3種類が設定されている。

#### ●「雪舟回廊」日本ガーデンツーリズム登録

2020年10月、山口市や防府市など県内外6市でつくる雪舟回廊協議会が作成した、庭園間交流連携促進計画「雪舟回廊」が、国土交通省の日本ガーデンツーリズムに登録された。日本ガーデンツーリズムとは、庭園文化の普及を図ることなどを目的に、庭園を通じた交流などの計画を登録する制度で、2019年度に創設されたものである。

雪舟回廊協議会は、室町時代の画僧・雪舟にゆかりのある山口市や防府市のほか、雪舟サミット構成市の島根県益田市、岡山県総社市と岡山県井原市、広島県三原市で構成され、「雪舟の作品に出会うことができる旅」をテーマに、雪舟が造ったとされる庭やゆかりの地など6市の9カ所を構成庭園としている。

#### ●徳島市の阿波おどり中止

2020年8月12～15日に予定されていた阿波おどりが、新型コロナウイルスの感染拡大を受け中止となった。4日間全ての中止は戦後初めてとなっている。

#### ●香川ワーケーション協議会設立

2020年11月、「香川ワーケーション協議会」が設立された。同協議会は非営利の任意団体で、株式会社地方創生の代表取締役社長を代表役員として、幹事にJR四国、香川大学、香川県庁などの幹部が名を連ねた。ワーケーションによる地域経済への貢献や人々のワークライフバランスの向上、真の豊かさへの追及を設立趣旨に掲げた。

#### ●道後アートの交流拠点「ひみつジャナイ基地」開館

道後アートの交流拠点「ひみつジャナイ基地」が松山市道後湯月町に完成し、2020年6月に開館した。アートを通じ交流人口拡大を図る「ひみつジャナイ基地プロジェクト」の一環として設計コンペが実施され、応募者のアイデアを基に制作された。同プロジェクトは、東京芸術大美術学部長の日比野克彦氏が監修・メインアーティストを務めた。

基地は木造平屋約48平方メートル、総工費は約1,600万円となっており、木造平屋建てのあずまやのような外観で、内部は展示やワークショップなどに柔軟に活用できる半屋外空間のような土間が広がる。

#### ●四国中央市歴史考古博物館高原ミュージアム開館

2020年7月、愛媛県四国中央市歴史考古博物館高原ミュージアムが開館した。四国中央市の歴史・文化を学び発信する「歴史文化発信拠点施設」として、郷土資料館「かわのえ高原

ふるさと館」に「考古資料館」を統合し改修・増築した。

同館は鉄筋コンクリート一部鉄骨造の2階建て、延べ床面積2,075平方メートル、総事業費は約5億6,400万円で、展示棟と収蔵棟で構成され、資料約1万点を所蔵する。

弥生時代の同市上分西遺跡から出土した県内唯一の銅鐸や、江戸時代中後期から明治時代初期にかけての公用記録「川之江村役用記」など地域ゆかりの資料が展示されている。

#### ●愛媛県大洲市に分散型ホテル「NIPPONIA HOTEL 大洲 城下町」と城泊「大洲城キャッスルステイ」開業

2020年7月、愛媛県大洲市やDMO、企業が連携して、分散型ホテル「NIPPONIA HOTEL 大洲 城下町」と城泊「大洲城キャッスルステイ」が開業した。

「NIPPONIA HOTEL 大洲 城下町」開業の背景として、大洲市では人口減少などに伴う空き家の増加が社会問題化していることがある。古民家は個人で維持管理することが難しいため、市が改修などで景観を保持し、観光振興につなげる取り組みを進めている。古民家の改修業務などはDMO「キタ・マネジメント」が担い、ホテルの運営は2018年から市と連携協定を結ぶ「パリューマネジメント」が行う。

ホテルは大洲城下エリアの宿泊棟3棟とレストラン棟1棟、おはなはん通り周辺エリアの宿泊棟3棟と宿泊兼宴会場1棟で構成されており、各棟に旧大洲藩主「加藤家」の歴代藩主の名前を付けている。2021年4月には、国登録有形文化財の旧加藤家住宅を改修した「MITI棟」をオープンした。分散型ホテルの付近では宿泊者による土産物の購入増加や、商店の新たな開業がみられているという。

「大洲城キャッスルステイ」は大洲城の木造復元天守に宿泊できる体験プランで、大洲市が所有する文化財観光施設を活用した官民連携事業として始まったものである。同市では2019年から「文化財観光施設を活用した歴史体験検討委員会」が組織され、大洲城と臥龍山荘の活用方法が検討されてきた。

同体験プランには城までの送迎や様々なアクティビティ、国の重要文化財に指定された建物での食事などが含まれる。城泊は1日1組限定で、価格設定は1泊1組100万円からとなり、年間の受け入れ上限数は30組を予定している。

#### ●高知のよさこい祭り中止

2020年8月9～12日に予定されていたよさこい祭りが、新型コロナウイルスの感染拡大を受け中止となった。よさこい祭りは観光や宿泊、飲食、美容、土産物の生産・販売など関わる業種の裾野が広く、祭りを主催する「よさこい祭振興会」の調査によると、経済波及効果は98億2,700万円(2017年)に上る。

#### ●高知県内初となるジップラインが四万十市に開業

2020年6月、高知県内で初となる空中に張ったワイヤを滑車で滑って楽しむアトラクション「四万十川ジップライン」が、高岡郡四万十町の道の駅「四万十とおわ」にオープンした。四国では徳島県三好市の祖谷に続いて二例目となる。同町が総事業費約6,800万円で整備した。

スタート地点は道の駅対岸の「御成婚の森」で、水面からの高さは約25m、道の駅まで高低差約10m、距離約200メートルを滑空する。ワイヤは2本あり、一度に2人体験できる。新型コロナウイルスの影響で開業が遅れたものの、目標数を上回る利用者が来訪し、道の駅の売り上げを押し上げた。

#### ●高知県土佐清水市に海洋館「SATOUMI」がリニューアルオープン

2020年7月、高知県土佐清水市三崎の新足摺海洋館「SATOUMI(さとうみ)」がオープンした。高知県観光開発公社が運営する。

新足摺海洋館は老朽化で同年2月に閉館した旧館の隣接地に建設され、竜串湾に面した2階建て、延べ床面積は3,398平方メートルである。「竜串全体が自然の水族館」をコンセプトに、竜串湾の海底を再現した大水槽をはじめ、計70基の水槽が設置された。熱帯や温帯の魚のほか、ウミウシやサンゴなど地元の生き物を中心に350種1万5千点を展示している。入館者はオープン1カ月で旧館末期の1年分に当たる5万人を突破し、2020年度末には17万5,740人に達した。

(武智玖海人)

# IV-7 九州

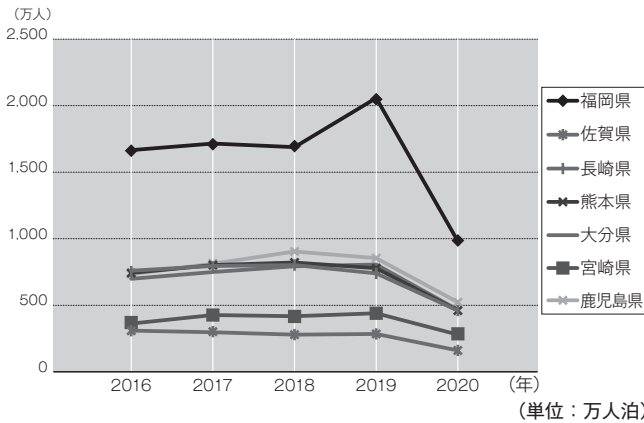
コロナ禍での新たな取り組み  
オンラインツアー、WEB陶器市、貸し切りプランなど  
令和2年7月豪雨により人吉、天ヶ瀬温泉、杖立温泉に被害  
新たなD&S列車「36ぶらす3」の運行開始

## (1) 都道府県レベルの旅行者動向

観光庁「宿泊旅行統計調査」によると2020年1月から12月の九州各県の延べ宿泊者数は、九州全体では3,479万人泊となり、前年比40.7%減となった(図IV-7-1)。九州内すべての県で延べ宿泊者数は減少しており、特に福岡県は、前年比48.1%減と最も大きく減少した。各県の前年と比べた減少率は以下の通り。

福岡県が48.1%減、佐賀県は34.9%減、長崎県が36.8%減、熊本県が38.0%減、大分県が38.5%減、宮崎県が28.9%減、鹿児島県が38.7%減。

図IV-7-1 延べ宿泊者数の推移(九州)



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」をもとに(公財)日本交通公社作成

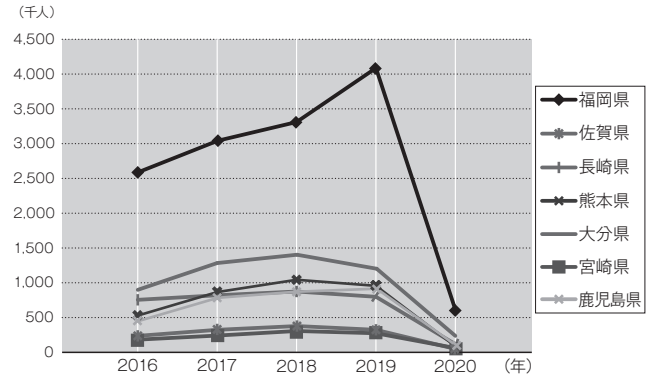
外国人延べ宿泊者数は、九州全体では129万人泊で、前年比85.1%減(図IV-7-2)。各県の前年と比べた減少率は以下の通り。

福岡県が85.4%減、佐賀県が88.2%減、長崎県が80.3%減、熊本県が85.0%減、大分県が86.6%減、宮崎県が83.8%減、鹿児島県が85.5%減。

なお、2019年12月時点では、九州内には11カ国・地域、24都市から週436便の国際航空路線があったが、2020年12月時点では、4カ国・地域、4都市から週10便になった(表IV-7-1)。

また、国際定期旅客船は日本政府から、韓国からの船舶による旅客運送停止が要請されていることにより、2020年3月からすべて運休となっている。

図IV-7-2 外国人延べ宿泊者数の推移(九州)



(単位：千人泊)

都道府県名	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年
福岡県	2,674	3,112	3,367	4,262	612
佐賀県	250	385	392	359	40
長崎県	725	779	860	753	130
熊本県	519	808	1,013	935	124
大分県	827	1,387	1,442	1,207	142
宮崎県	245	297	327	326	50
鹿児島県	481	744	831	840	115

資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」をもとに(公財)日本交通公社作成

表IV-7-1 2019年12月および2020年12月の九州内の国際路線一覧

空港	路線	2019年12月		2020年12月	
		就航都市	便数/週	就航都市	便数/週
福岡空港	韓国	ソウル、プサン、大邱、済州	171	ソウル	4
	中国	北京、上海、武漢、煙台	44	—	—
	台湾	台北、高雄	52	台北	2
	香港	香港	31	—	—
	マカオ	マカオ	4	—	—
	フィリピン	マニラ	14	マニラ	3
	タイ	バンコク	17	シンガポール	1
	ベトナム	ホーチミン	10	—	—
	シンガポール	シンガポール	7	—	—
マレーシア	クアラルンプール	4	—	—	
USA	ホノルル、グアム	11	—	—	
北九州空港	韓国	ソウル、プサン、襄陽	6	—	—
	中国	大連	3	—	—
	台湾	台北	7	—	—
九州佐賀国際空港	中国	上海、西安	7	—	—
長崎空港	台湾	台北	2	—	—
	中国	上海	2	—	—
阿蘇くまもと空港	香港	香港	3	—	—
	台湾	高雄	3	—	—
大分空港	香港	香港	3	—	—
	—	—	—	—	—
宮崎ブルーゲンピリア空港	韓国	ソウル	6	—	—
	台湾	台北	2	—	—
鹿児島空港	韓国	ソウル	6	—	—
	中国	上海	2	—	—
	台湾	台北	5	—	—
	香港	香港	14	—	—
九州全体	11カ国・地域、24都市(經由地含む)	436	4カ国・地域、4都市	10	

資料：九州内各空港HPをもとに筆者作成

## (2) 観光地の主な動向

## ① 地方・都道府県レベル

## ●九州における緊急事態宣言等の状況

九州においては、2020年4月7日に福岡県に新型コロナウイルス感染症緊急事態宣言(以下、緊急事態宣言)が発令され、4月16日には、九州全県(日本全国)が対象となった。その後、福岡県においては、2021年1月14日～2月28日、2021年5月12日～6月20日に緊急事態宣言、2021年6月21日～7月11日にまん延防止等重点措置が発令された。各県においても独自基準において緊急事態宣言や警報が発令されるなどの状況にある。

## ●九州各県における宿泊割引キャンペーンの実施

新型コロナウイルスの影響により打撃を受けた観光産業の支援のため、九州各県や九州内市町村において、県民向け、九州在住者向け等の宿泊割引キャンペーンが実施された。

表IV-7-2 九州各県の主な宿泊キャンペーン

	キャンペーン名	対象	利用可能期間
福岡県	「福岡の魅力再発見」九州キャンペーン	九州在住者	2020年7月～9月
	「福岡の避暑の旅」観光キャンペーン	福岡県在住者	2020年11月～2021年12月
佐賀県	佐賀支え愛宿泊キャンペーン	佐賀県在住者、九州居住者	2020年7月～
	佐賀支え愛宿泊キャンペーン第2弾	佐賀県在住者、九州居住者	2020年10月～2021年3月
長崎県	ふるさとで“心呼吸”の旅キャンペーン	長崎県在住者	2020年6月～8月
熊本県	くまもっと泊まろうキャンペーン	熊本県在住者、九州在住者	2020年7月～8月
大分県	大分県民向け旅館ホテル応援割	大分県在住者	2020年6月～8月
宮崎県	みやざき県民「旅して応援！」キャンペーン	宮崎県在住者	2020年6月～9月
鹿児島県	今こそ鹿児島の旅	鹿児島県在住者、九州在住者	2020年11月～3月
	ディスカバー鹿児島キャンペーン	鹿児島県在住者	2020年6月～10月

資料：九州内各県HP等をもとに筆者作成

## ●一般社団法人九州観光推進機構の取り組み

## ○2020年4月より、欧米豪プロモーションセンターを設置

一般社団法人九州観光推進機構(以下、九州観光推進機構)は、2020年4月より「欧米豪プロモーションセンター」を立ち上げた。九州は、欧米豪市場において認知度が極めて低い状況にあり、かつ、欧米豪市場は、旅行に求める目的・ニーズ、旅行における行動特性がアジアとは異なることから、欧米豪に特化した施策を進める必要がある。2020年3月には、グローバルサイト「Visit Kyushu」をリニューアルし、欧米豪をターゲットとして、シンプルで使いやすいデザイン等の刷新を行った。また、2020年度はアメリカにレップ(現地PR会社)を設置した。

## ○コロナに対応した取り組み

2020年6月より九州観光推進機構のBtoC向けサイト「九州旅ネット」に、九州各県の宿泊割引・各種キャンペーンやお得情報をまとめて掲載するサイト「九州のおトクな旅情報」を公開している。合わせて、本サイトでは、各県各市町村のイベント延期・中止情報、観光施設の開館状況、新型コロナウイルス感染防止拡大に向けた取り組みについても掲載し、状況が

変わるなかで九州旅行の最新情報が集約されるようにしている。2020年9月からは、九州観光推進機構としては初の試みであるオンラインツアーを開催した。九州旅行のうち、アクティビティ、温泉、絶景、紅葉、パワースポットを題材とし、計5回実施した。

## ●「アジアベストレストラン50」の武雄での開催中止(佐賀県)

2020年3月、日本で初めての開催となる国際的な食の祭典「アジアベストレストラン50」(主催：ウィリアム・リード社)が佐賀県武雄市で開催される予定であった。3月22日～24日の3日間にアジアのトップシェフやレストラン関係者、マスメディアなど約700名が参加する予定であったが、新型コロナウイルスの感染拡大を受けて武雄市での開催を中止し、FacebookおよびYouTubeのオンラインストリームでの発表となった。「アジアベストレストラン50」は、シンガポールやマカオなどアジアの大都市で開催されてきたが、佐賀県が「自然共生型」という独自のコンセプトで誘致に取り組み、初めての地方開催となるものであった。

## ●令和2年7月豪雨による被害

2020年7月3日から7月31日にかけて発生した「令和2年7月豪雨」により、熊本県、大分県、福岡県などで人的被害や物的被害が発生した。熊本県球磨川水系流域では、人吉市内中心部が浸水するなど、多大な被害を受けた。宿泊施設の被害に加え、球磨川くんだり・ラフティングの船舶や渡渡船場の破損・流出、航路が土砂や石で埋まるなどの被害により、名物である球磨川くだりが運休となった。2021年7月、観光複合施設「HASSENBA」(球磨川くんだり、ラフティングの出発地点)が開業し、発船場～人吉城址の区間の遊覧船が再開した。球磨川くんだりおよびラフティングは、2022年春の再開を目指している。また、玖珠川の氾濫により、川沿いに旅館が建ち並ぶ大分県日田市天ヶ瀬温泉、杖立川の氾濫により、熊本県小国町杖立温泉においても、浸水や土砂崩れ等による被害を受けた。杖立温泉は、2021年2月にすべての宿泊施設で営業が再開したが、天ヶ瀬温泉では、2021年7月現在、温泉旅館組合に加盟する14施設のうち7施設は営業休止中である。

## ●JR九州、スノーピークと包括連携協定を締結

2020年10月28日に、九州旅客鉄道株式会社(以下、JR九州)と株式会社スノーピーク(本社：新潟県)は、九州全域におけるアウトドアを通じた地域の魅力向上や観光誘致等を目的に包括連携協定を締結した。

その取り組みの一環として2021年4月、JR熊本駅直結の駅ビル「アミュプラザくまもと」内に直営店「スノーピーク アミュプラザくまもと」をオープンさせた。本店舗には、九州発となるレストラン「Snow Peak Eat」を併設している。2021年3月には、JR九州ウォーキングにおいて、JR九州とスノーピークの共同企画である「南阿蘇鉄道のレールウォークと南阿蘇の絶景ウォーク」が熊本県南阿蘇村において開催された。また、JR九州グループの宿泊施設「奥日田温泉うめひびき」(大分県日田市)でのアウトドア体験、スノーピーク直営キャンプ場「スノーピーク奥日田」(2015年7月オープン)でのうめひびき温泉利用優待等を実施している。

## ●JR九州 豊肥本線の完全復旧

2016年の熊本地震で被災し、肥後大津(熊本県大津町)から阿蘇(同県阿蘇市)間の27.3kmが不通になっていたJR豊肥本線が、2020年8月に全面開通した。これにより、JR九州の熊本地震で不通となった路線はすべて復旧となった。全線開通に伴い、JR九州は、2020年7月1日～2021年1月11日まで「スイッチオン!豊肥本線全線開通プロジェクト」キャンペーンを行った。本キャンペーンでは、2016年から熊本県が実施している「ONE PIECE熊本復興プロジェクト」とのコラボにより、漫画「ONE PIECE」のキャラクターボードを熊本駅から宮地駅までの主要な9駅に設置、期間限定きっぷ「スイッチオン!豊肥本線フリーパス」(熊本～大分・別府(豊肥本線経由)の乗り降り自由なきっぷ)や「スイッチオン!阿蘇のんびりきっぷ」(「熊本」「別府・大分」からの往復JR券と阿蘇エリアの乗り放題のセット)の販売、期間限定の周遊バス(「スイッチオン!阿蘇・竹田つまみ食い周遊バス」、内牧温泉から豊後竹田駅までの観光名所を巡るバスと名物グルメクーポンのセット)の販売等を実施した。

## ●D&S列車「36ぶらす3」の運行開始

JR九州は、2020年10月に、新しいD&S(デザイン&ストーリー)列車「36ぶらす3」の運行を開始した。この列車は、5日間かけて九州7県を巡るよう5つの運行ルートが設定されており、走行距離1,198kmで九州を一つの円を描くように環状運転を行う(図IV-7-3)。

図IV-7-3 D&S列車「36ぶらす3」の運行ルート



運行曜日	運行ルート
木曜日	博多→熊本→鹿兒島中央
金曜日	鹿兒島中央→宮崎
土曜日	宮崎空港・宮崎→大分・別府
日曜日	大分・別府→小倉・博多
月曜日	博多→長崎・長崎→博多

出典:JR九州

## ●九州電力株式会社による九州観光促進事業の取り組み

九州電力株式会社は、2019年より、九州内の企業とともに外国人旅行者をターゲットに、体験サービス、特産品等を開発し提供する九州観光促進プラットフォーム「reQreate(レクリエイト)」に取り組んでいる。

2020年6月には、株式会社KIZUNA(本社:福岡市)や熊本県山鹿市の平山温泉観光協会と共同で化粧品を開発し、

reQreateおよび平山温泉の旅館にて販売を開始した。

本プロジェクトは、特産品開発を推進し、地域の観光協会に販売したブランド売上の一部をロイヤリティとして支払うことで地域の観光開発財源創出を目指している。2020年7月には、福岡県朝倉市、うきは市、太宰府市、八女市、熊本県北広域本部および九州内企業5社と「九州観光促進コンソーシアム」を設立。2021年1月には、一般社団法人九州通訳・翻訳者・ガイド協会と共同実施で、朝倉市、うきは市、太宰府市、八女市、山鹿市、阿蘇市でオンラインツアーを実施した。

## ②広域・市町村レベル

### ●ホテル・MICEなどの複合施設がオープン(福岡県福岡市)

2020年3月に、福岡県福岡市にショッピング・グルメ・劇場・MICEなどが一体となった複合施設「アイランドアイ:island eye」がオープンした。「island eye」には、イベントホール「福岡アイランドシティフォーラム」や、「歌劇ザ・レビュー HTB」(ハウステンボスで結成された女性のための劇団)の新専用劇場である「歌劇ザ・レビューシアター」、レストランやショッピングエリアなどで構成される。2020年11月には、併設ホテル「The 358(サンゴハチ)」がオープンした。

### ●「NIPPONIA HOTEL 八女福島商家町」がオープン(福岡県八女市)

福岡県八女市に、2020年4月、「NIPPONIA HOTEL 八女福島商家町」がオープンした。九州内でVMG HOTELS & UNIQUE VENUESが運営する宿泊施設としては、2019年10月にオープンした「HOTEL CULTIA 太宰府」に続いて2件目となる。「NIPPONIA HOTEL 八女福島商家町」は、「JAPANESE TEA HOTEL」をコンセプトとし、国の重要伝統的建造物群保存地区である八女市八女福島にある元茶商「旧大坪茶舗」と酒蔵「旧喜多屋別邸」の2棟をリノベーションした。宿泊者には、茶園を望むテラスでのヨガ体験や八女福島の伝統工芸巡りなどのアクティビティの提供も行っている。

### ●ゼンリンミュージアムがオープン(福岡県北九州市)

株式会社ゼンリン(本社:福岡県)は、2020年6月、福岡県北九州市内の複合施設リバーウォーク内に「ゼンリンミュージアム」をオープンさせた。「ゼンリンミュージアム」は、2019年11月に閉館した「ゼンリン地図の資料館」の後継施設であり、「世界と日本の歴史および、歴史を映し出す地図の紹介」というコンセプトのもと展示内容を一新した。展示品は、16～19世紀に造られた西洋製および日本製の日本地図等約120点で、世界で1点しか見つからない貴重な日本図も展示している。なお、来館者に地図の楽しみ方を伝えるZキュレーターというスタッフが常駐している。

### ●エンターテインメント施設「BOSS E・ZO FUKUOKA」がオープン(福岡県福岡市)

2020年7月、福岡市に「BOSS E・ZO FUKUOKA」がオープンした。施設内には、日本初を含む3つの絶景アトラクション「すべZO(すべぞー)・「つりZO(つりぞー)・「のぼZO(のぼぞー)」、アート集団チームラボの常設ミュージアム「teamLab Forest」、「王貞治ベースボールミュージアム」などがある。絶景アトラクションのうち、「すべZO」は最上階8階、地上40mの



高さからビルの壁面に沿いながら、地上まで滑り降りる全長100mのチューブ型スライダーで、日本初の建造物に付随したチューブ型スライダーとなる。なお、「つりZO」は地上約60mから自然の重力を利用した1人用ぶらさがり式レールコースター、「のぼZO」は高さ9mのクライミングウォールで、いずれのアトラクションも福岡市内の絶景を望むことができる。

#### ●博多湾を周遊するクルージング船、ハウステンボスへ

株式会社西鉄ホテルズは、博多湾を周遊するクルージング船「マリエラ」の運航を2021年1月に終了した。マリエラは、ランチやディナータイムに運行し、海上から福岡の街並みを望みながら船内レストランで食事できるレストランシップで、1993年4月就航から約130万人が利用してきた。

2021年7月からは、「ハウステンボスリゾートシップ マリエラ」として、ハウステンボス発の大村湾内クルーズ船として運行されている。

#### ●コロナ禍での新たな試み、「有田陶器市」のウェブ開催(佐賀県有田町)

佐賀県有田町で例年5月の大型連休に開催されていた「有田陶器市」は、2020年は新型コロナウイルス感染の影響から、「Web有田陶器市」として開催された。開催期間は、2020年4月29日から5月5日と例年の陶器市と同じ期間で設定され、129の事業者が参加した。サイトのアクセス解析によると、25～44歳の男女の合計が全体の6割超と、従来よりも若年の購買層獲得につながった。また、地域別では、最も多かったのは東京都の19.7%で、九州外からは7割と、通常の陶器市より全国に顧客が広がった。売上総額は約2億4500万円になった。

#### ●旅館を活用したワーケーション、サテライトオフィスの取り組み(佐賀県嬉野市)

佐賀県嬉野市は、ワーケーション、サテライトオフィスの取り組みを推進している。

旅館和多屋別荘は、株式会社イノベーションパートナーズ(本社:東京都)とともに、ワーケーションに取り組む企業を誘致している。同社は、和多屋別荘内の1室を改装し、2020年4月より10年契約で入居、サテライトオフィスを設けた。入居料は月70万円で、うち4分の3を佐賀県および嬉野市が企業誘致の優遇措置として負担している。

2021年4月には、新たに和多屋別荘にサテライトオフィスを設ける4社(AnyMind Japan株式会社、ENGAWA株式会社、ライフエンディングテクノロジーズ株式会社、株式会社ナノ・アソシエーション)と「4社合同進出協定締結式」を行った。なお、(株)イノベーションパートナーズは、和多屋別荘の事業パートナーでもあり、和多屋別荘内に予約制で一般客も利用できるレンタルオフィス、ワーケーション会員専用のコワーキングスペース、ワーケーション利用者の滞在等を支援する「ワーケーションコンシェルジュ」を設置している。

#### ●熊本城の特別公開第2弾開始(熊本県熊本市)

2016年4月に発生した熊本地震により熊本城(熊本県熊本市)は、重要文化財建造物13棟すべておよび復元建造物20棟すべてが被災、石垣の崩壊という被害を受けた。2016年5月後半から復旧に向けた工事が着手され、順次、復興状況を特別公開している。2019年10月に「特別公開第1弾」(北ルート、工

事用スロープから天守閣の見学可能)が行われ、2020年6月より「特別公開第2弾」が開始された。第2弾では、全長約350m、高さ6mの空中回廊「特別見学通路」が設置された。空中回廊の設置により、下から眺めていた石垣を間近に見学することができる。さらに、2021年6月に「特別公開第3弾」として、天守閣内部公開が開始された。復旧工事は、熊本城のシンボルである天守閣から優先的に進められ、復旧完了は2038年度を予定している。

#### ●コロナ禍での新たな試み、マゼノ渓谷貸し切りプランの造成(熊本県南小国町)

株式会社SMO南小国は、2020年5月10日から6月30日まで、熊本県南小国町にあるマゼノ渓谷を1日1組限定で貸し出すプランを造成した。マゼノ渓谷は、「牧野(放牧場)」であることから、通常は立ち入ることができないエリアであり、これまでは新緑と紅葉の時期のみ期間限定で開放していたが、2020年は新型コロナウイルスの影響により、新緑の時期の開放を見送ることとなった。そのようななか、三密を避け、自然に触れることができるプランとして牧野組合と観光協会により造成された。

#### ●コンセプトホテル「GALLERIA MIDO BARU」のオープン(大分県別府市)

2020年12月、現代アートと建築、別府の美しい自然環境を融合させたコンセプトホテル「GALLERIA MIDO BARU」がオープンした。

「体験価値を高めるサイトスペシフィックなホテル」をコンセプトとし、ホテル内には、アーティスト12組による別府を題材とした作品が設置されている。また、コンセプト立案・作家キュレーション・アートキュレーション等は、別府において、「温泉混浴世界」や「In BEPPU」などの実績があるNPO法人BEPPU PROJECTが担当した。全35室で、各室に別府湾を見下ろす半露天風呂が設置されている。

#### ●山をまるごと貸し切りプランの開始(宮崎県日南市)

2020年8月より、宮崎県日南市の株式会社KING TOURISM JAPANは、1日1組限定で、山をまるごと貸し切りのできるプランを販売している。このプランでは、コテージ付きで標高90m、12,000㎡の山を貸し切ることができる。コテージは10人まで宿泊可能で、敷地内ではタケノコ狩りや花火・焚火が可能である。

#### ●都井岬観光交流館「PAKALAPAKA」オープン(宮崎県串間市)

2020年4月、宮崎県串間市に都井岬観光交流館「PAKALAPAKA」がオープンした。岬馬の生態や都井岬に生息する動植物のガイド、馬追いや定置網体験などのエコツーリズムのVR(仮想現実)体験、飲食等のサービスを提供している。

#### ●1泊100万円のスイートルームの提供を開始(鹿児島市)

SHIROYAMA HOTEL kagoshima(鹿児島県鹿児島市)は、2020年10月より、1泊100万円のスイートルームの提供を始めた。2017年度から約60億円をかけ耐震改修工事と客室改装を実施。本工事により、総客室を減らしながら高単価の客室を増やし、富裕層の取り込みを進める。2022年には、広さ200㎡あるインペリアルスイートを21室にまで増やしていく。

(一般社団法人九州観光推進機構 野間恵子)

## IV-8 沖縄

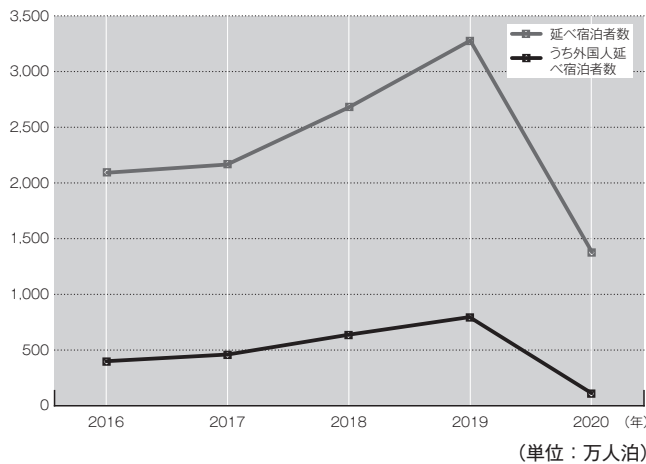
入域観光客数は373.7万人(暦年)で  
2011年以来の減少に/  
400万人を下回るのは23年ぶり

### (1)都道府県レベルの旅行者動向

観光庁「宿泊旅行統計調査」によると2020年1月～12月の沖縄の延べ宿泊者数は1,379万人泊となり、前年比58.0%の大幅減(1,908万人泊減)となった(図IV-8-1)。

一方、外国人延べ宿泊者数は107万人泊となり、前年比86.3%減(669万人泊減)で、新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受けて、延べ宿泊者数・外国人延べ宿泊者数ともに大幅な減少となった。

図IV-8-1 延べ宿泊者数の推移(沖縄)



	2016	2017	2018	2019	2020
延べ宿泊者数	2,063	2,169	2,679	3,287	1,379
うち外国人延べ宿泊者数	386	462	620	775	107

資料:観光庁「令和2年宿泊旅行統計調査」をもとに(公財)日本交通公社作成

沖縄県が推計している「入域観光客数(含ビジネス客)」は、2020年(暦年)で373万7千人となり、前年比63.2%減(642.7万人減)と東日本大震災の影響を受けた2011年以来の前年比減を記録した。なお、入域観光客数が400万人を下回るのは、1997年以来23年ぶりのこととなる。(図IV-8-2)。

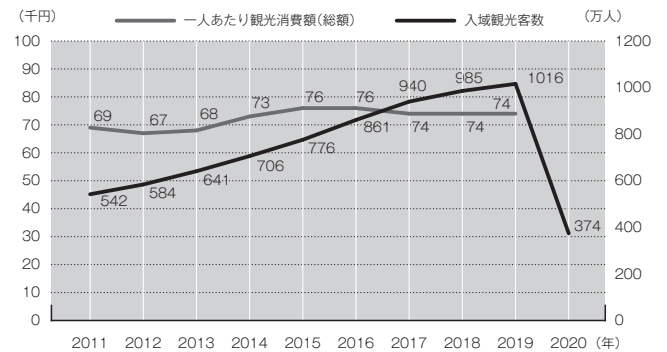
入域観光客数のうち、国内客は348万0千人(前年比51.9%減)、外国人客は25万7千人(同91.2%減)だった(図IV-8-3)。近年、外国人客比率は拡大傾向にあったが、2019年の外国人客比率28.8%に対して2020年は6.9%に留まった。

国内客は、1月は対前年同月を上回ったものの、3月以降は新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受けて各月とも大幅に減少した。特に4月、5月は国や沖縄県から緊急事態宣言が発出された影響と、8月、9月は沖縄県から2度目の緊急事態宣言が発出された影響を受けて、前年を大きく下回る結果となった。一方外国人客は、1月下旬から新型コロナウイルス感染

症拡大の影響を受けてクルーズ船の寄港キャンセルが相次ぎ、そのまま3月下旬からは全ての航空路線が運休したことによって、4月以降は皆減となった。

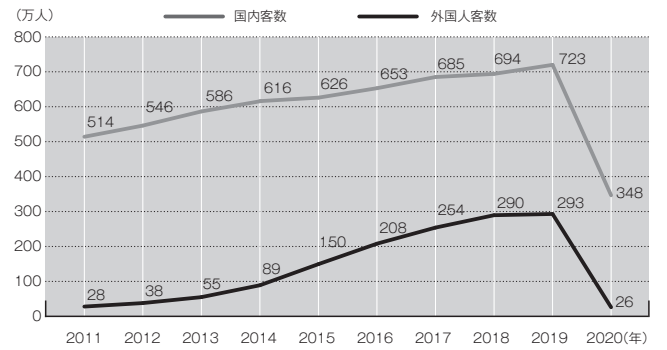
離島の動向をみると、沖縄県八重山事務所が公表している八重山地域の入域観光客数は、2020年(暦年)が65万2千人(前年比56.0%減)となった。一方、宮古島市が公表している宮古島の観光客数は44万1千人(前年比61.3%減)といずれも前年から大幅な減少となった。ただし、沖縄県全体の減少幅と比較すると、八重山地域はやや減少幅が小さく抑えられており、宮古島は県全体と同程度の減少幅となった。

図IV-8-2 入域観光客数と一人あたり観光消費額の推移



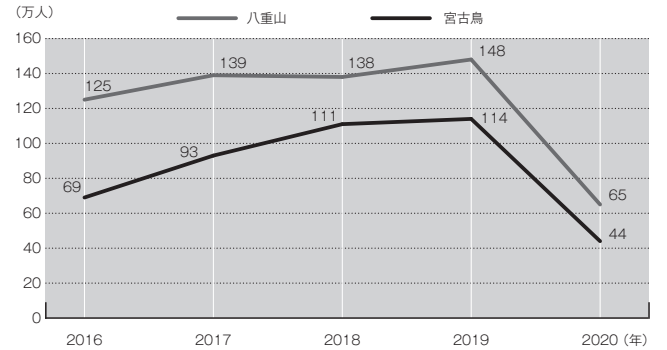
資料:沖縄県「観光統計実態調査」をもとに(公財)日本交通公社作成

図IV-8-3 県外客数と外国人客数の推移



資料:「沖縄県入域観光客数統計概況」をもとに(公財)日本交通公社作成

図IV-8-4 八重山地域及び宮古島の入域観光客数の推移



資料:沖縄県「八重山入域観光客数統計概況(推計)」及び宮古島市「宮古の入域観光客数」をもとに(公財)日本交通公社作成

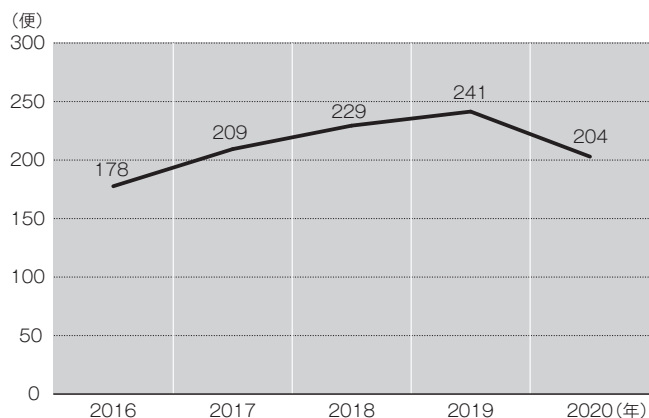
## (2) 観光地の主な動向

入域観光客数の拡大を受けて、近年、国際線の増便、宿泊施設及び商業施設等のオープンが相次いでいたが、2020年は新型コロナウイルス感染症拡大の影響もあり、一部縮小や開業延期の動きがみられた。

## ●国際線の便数推移

調査月が異なるため単純比較はできないものの、2020年1月末日現在的那覇空港及び新石垣空港、下地島空港の週あたりの便数は204便で、前年(2019年6月1日現在)に比べ15.4%減(37便減)となった(図IV-8-5)。主な内訳は、台北63便(石垣便を含む)、香港42便(石垣便、下地島便を含む)、ソウル22便、上海21便、高雄18便などとなっている。2020年1月時点では新型コロナウイルス感染症拡大の影響をまだ強く受けていないため、減少は2019年時点での外国客増加幅の陰りが影響しているものと考えられる。中でも特に、ソウル便の減少数が大きくなった。

図IV-8-5 那覇空港、新石垣空港(南ぬ島石垣空港)及びみやこ下地島空港における国際線(直行便)の便数(週あたり)の推移



資料：沖縄県「観光要覧」をもとに(公財)日本交通公社作成

※2016年は8月1日、2017年から2019年は6月1日、2020年は1月末日現在の便数を掲載。  
※提供座席数は主な使用機材より独自に推計したもの。使用機材の変更等により実際の提供座席数とは異なる可能性がある。

## ●宿泊施設の開業

2020年から2021年前半にかけてオープンした主な宿泊施設(名称変更等によるリニューアルオープンを含む)を表IV-8-1に示す。

2020年前半から7月にかけては那覇市内、那覇市以外の沖縄本島、そして離島を含めて多くの宿泊施設が開業したが、以降は新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受けて国内客、外国人客ともに大幅に減少したこともあり、予定されていた施設の開業を延期する動きが一部で見られた。一方、2021年については開業を延期していた施設が改めて開業したものを含めて再び多くの宿泊施設が開業した。

特に那覇市内では、「東急ステイ沖縄那覇」(2020年2月)、「ホテルコレクティブ」(同年4月)、「ホテルストレータ那覇」(同年4月)、「ホテルWBF 辻町」(同年12月)、「沖縄逸の彩 温泉リゾートホテル」(同年12月)、「ヒューイットリゾート那覇」(2021年7月)など、多くの大型ホテルが開業した他、2021年5月には星野リゾートによる県内5施設目となる宿泊施設「OMO5沖縄那覇」が開業した。

表IV-8-1 2020年から2021年前半にかけてオープンした主な宿泊施設

年月	宿泊施設名	所在地	室数
2020年 1月	グリーンリッチホテル沖縄名護	名護市	155室
2月	東急ステイ沖縄那覇	那覇市	199室
2月	ホテル アンテルーム 那覇	那覇市	126室
2月	かりゆしコンドミニアムリゾート宮古島 ふくぎステイズ	宮古島市	18室
3月	レクー沖縄北谷スパ&リゾート	北谷町	229室
3月	アクアパレス北谷 by コルディオプレミアム	北谷町	24室
4月	ホテル コレクティブ	那覇市	260室
4月	ホテル ストレータ 那覇	那覇市	221室
5月	ホテルピースアイランド名護	名護市	138室
6月	Lalamare 古宇利	今帰仁村	16室
6月	ルネッサンス リゾート オキナワ (リニューアル)	恩納村	377室
7月	星のや沖縄	読谷村	100室
7月	レクー沖縄北谷スパ&リゾート プレミア	北谷町	48室
7月	ヒルトン沖縄瀬底リゾート	本部町	298室
7月	OKINAWA KARIYUSHI LCH. RESORT on The Beach	名護市	117室
7月	THIRD石垣島	石垣市	28室
7月	コンフォートホテル石垣島	石垣市	81室
7月	星野リゾート リゾナーレ小浜島 (リブランド)	竹富町	60室
10月	ワイズイン那覇小禄駅前	那覇市	85室
12月	ホテルWBF 辻町	那覇市	278室
12月	沖縄逸の彩 温泉リゾートホテル	那覇市	201室
2021年 1月	かりゆしコンドミニアムリゾート 那覇 龍神ホテル浮島	那覇市	53室
3月	Rakuten STAY 那覇美栄橋	那覇市	27室
3月	HIYORI オーシャンリゾート沖縄	恩納村	203室
3月	ホテル・トリフィート宮古島リゾート	宮古島市	207室
3月	HOTEL R9 The Yard 宮古島	宮古島市	59室
3月	ホテルグランビュー石垣新川	石垣市	61室
4月	ネストホテル那覇久茂地	那覇市	120室
4月	那覇クリスタルホテル	那覇市	105室
4月	ホテル カクテルステイナハ	那覇市	100室
4月	MBギャラリーチャタン by ザ・テラスホテルズ	北谷町	88室
4月	oile by DSH Resorts	北谷町	44室
5月	星野リゾート OMO5沖縄那覇	那覇市	190室
5月	U-MUI Forest Villa Okinawa	恩納村	18棟
6月	ロワジール テラス&ヴィラス古宇利	今帰仁村	44室
6月	セントラルリゾート宮古島 (リニューアル)	宮古島市	135室
6月	たびのホテルlit 宮古島	宮古島市	111室
7月	ヒューイットリゾート那覇	那覇市	331室
7月	アウェイ沖縄古宇利島リゾート	今帰仁村	38室
7月	One Suite THE GRAND	今帰仁村	22室
7月	コンフォートイン那覇泊港 (リブランド)	那覇市	117室

資料：新聞記事やホームページ等をもとに(公財)日本交通公社作成

●観光関連施設の開業

2020年から2021年前半にかけてオープンした主な商業施設・アミューズメント施設等を始めとした観光関連施設を表IV-8-2に示す。

2021年4月に供用開始となった「モータースポーツマルチフィールド沖繩」は、整備の総事業費は約6億9千万円。敷地面積は約2万平方メートルの沖繩市が設置した多目的施設。全国のさまざまなサーキットを参考に設計が行われたモータースポーツに特化した多目的コースで、中長期ビジョンとして本格的なサーキットの整備を目指す沖繩市にとって前段となる拠点整備となった。今後は、競技利用だけでなく、警察の技能訓練や交通安全教室など、幅広い用途での使用を想定している。

2021年6月に本格稼働となった「沖繩アリーナ」は県内最大となる1万人の観客を収容、施設内には510インチの大型ビジョンや60台のカメラで360度の全方向からの視点映像が見られる「4DREPLAY」など最先端設備が取り入れられた。沖繩市をホームタウンとするプロバスケットチーム「琉球ゴールデンキングス」のホームコートとして今後は定期的に試合が開催される他、音楽コンサートや展示会など様々な利用が行われる予定。なお、2022年1月のBリーグオールスターゲーム、2023年にはインドネシア、フィリピンと共催する「FIBAバスケットボールワールドカップ(W杯)」の予選ラウンドの開催が予定されている。

表IV-8-2 2020年から2021年前半にかけてオープンした主な観光関連施設・アミューズメント施設

年月	施設名	所在地	概要
2020年2月	国際通りのれん街	那覇市	国際通り沿いの商業施設に開業した飲食店32店舗が集積した施設。国際通りの賑わいに合わせて、祭りをイメージしたデザインとしている。
5月	DMM かりゆし水族館	豊見城市	最新の映像表現と空間演出を駆使した新しいカタチのエンターテインメント水族館。4月開業予定が新型コロナの影響で5月へ延期された。
5月	糸満市場 いとま〜る	糸満市	糸満市公設市場を立て替えた商業施設。鮮魚、精肉店など旧市場から移転した事業者に加え、雑貨店、飲食店など36店舗が入居。
5月	イオンタウン 読谷座喜味	読谷村	マックスバリュ座喜味店を核店舗に全8テナントが出店。地元客向けの商業施設。
6月	アクロスプラザ 小禄	那覇市	小禄ボウリング跡地に開業した地元客向け商業施設。ドラッグストア、フィットネス、インターネットカフェなどの8店舗が入居。アクロスプラザとしては古島駅前続き2店目。
6月	イーアス 沖繩豊崎	豊見城市	本島南部・豊見城市にオープンした大型複合商業施設。店舗面積4.3万㎡、駐車場台数3,100の建物に県内外から155のテナントが入居。
8月	サンエー 石川シティ	うるま市	県内3番目に人口の多いうるま市に開業した地元客向け大型商業施設。サンエー直営店舗に加えて、家電量販店、ドラッグストア、レストラン等が入居。
2021年4月	モータースポーツマルチフィールド沖繩	沖繩市	モータースポーツ用の多目的コースで、県内のモータースポーツニーズに対応すべく、ジムカーナやドリフト、レーシングカート、ミニバイクなどの競技ができるようになっている。
6月	沖繩アリーナ「キングスホームコート」	沖繩市	県内最大の収容人数を誇る多目的アリーナ。スポーツイベントを始め、音楽イベント、展示会など様々な用途に利用可能。

資料：新聞記事やホームページ等をもとに(公財)日本交通公社作成

(3)国・地域別の月別入域数(平準化の状況)

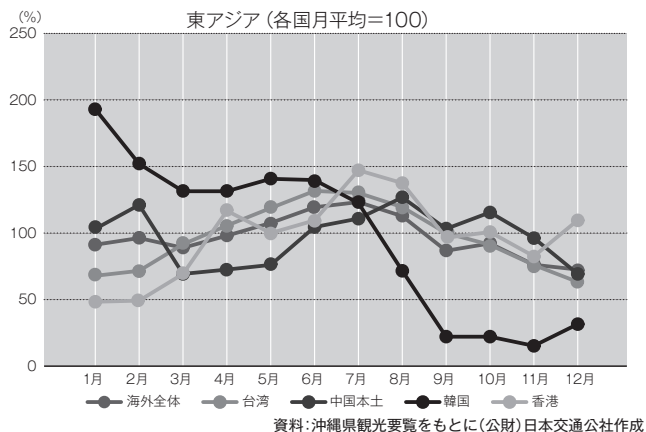
沖繩県では、現行・第5次沖繩県観光振興基本計画の中で、観光事業者の安定経営と観光従事者の安定的な職場環境確保を目的に、観光客受入における季節変動の平準化を図ることを掲げている。その中で、海の魅力を核とした従来の夏季の需要に加えて、陸域資源の活用や文化コンテンツの活用、さまざまなツーリズムの展開、イベント及び年中行事を活用し、オフシーズンの需要を喚起することに取り組んできたものの、2019年時点においても春休みおよび夏休み時期に観光客が集中する傾向は続いており、課題は解決されたとはいえない。

また、近年、入域観光客数は順調に拡大し、2019年には年間1,000万人の大台に達したものの、観光客一人当たり単価は伸び悩んでおり、結果として観光収入における計画目標値1.1兆円は未達成の状態が続いている。平均単価向上のためには現状の顧客層の滞在日数延伸や体験コンテンツへの誘導などで消費額を伸ばす必要がある一方、抜本的な対策としてより高単価の顧客層へ市場構成をシフトさせる必要がある。その際にも、特定の時期に観光客が偏ることがないように、市場ごとの入域の傾向を捉え、繁忙期・閑散期における市場の上手な組み合わせを考えていくことが重要となってくる。

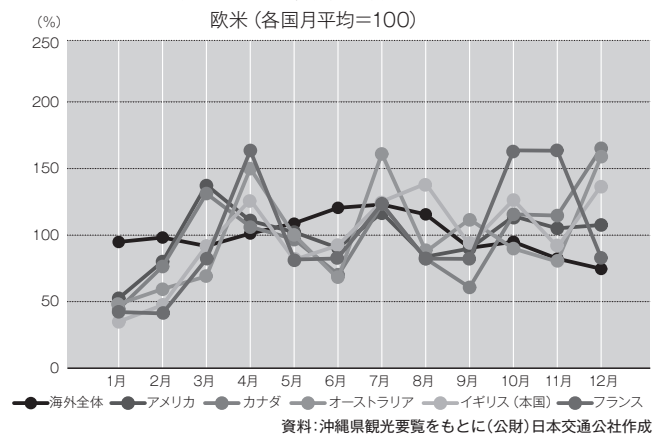
以下は、それらの検討においてベースとなるコロナ前の2019年の市場別入域客の年間変動をグラフで整理したものである。

東アジア諸国では、2019年は韓国からの観光客が国内全体で後半に大幅に減少したものと沖繩への入域も同様の傾向を示しており、例年とは違った傾向であったことが考えられるが、それ以外の国・地域については、概ね夏季シーズンにピークが来ていることが分かる。一方、欧米諸国については、国によって春や夏にピークがあるケースも見られるが、12月・クリスマス休暇シーズンにピークが来ている国が多くなっている。東南アジア諸国については、シンガポール、マレーシアからの入域は夏季に減り、11～12月の年末の時期に非常に多くなっている。国内と海外全体を比べると、国内は3月・春休みに小さなピークがあり、8月・夏休みに最大のピークを迎えている。一方で海外は5～8月のグリーンシーズンに緩やかなピークを迎えており、一部の国でピークであった冬季については海外全体で見れば入域の少ない時期となっており、その時期に訪れやすい・かつ高単価が期待できる市場に効果的にアプローチが出来れば、観光客の集中を避けながら全体の消費単価向上にも寄与できるものと考えられる。

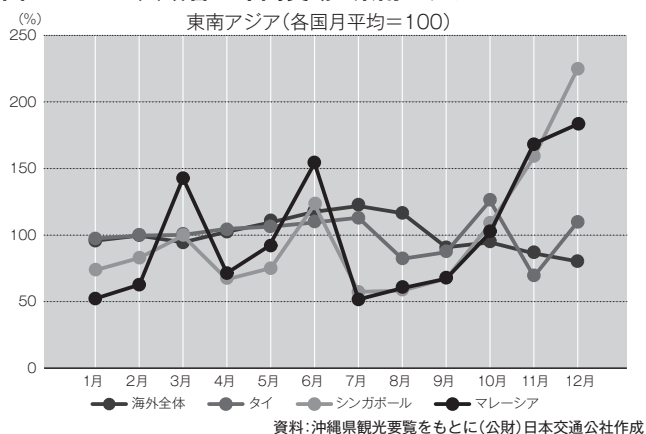
図IV-8-6 入域客の年間変動・東アジア



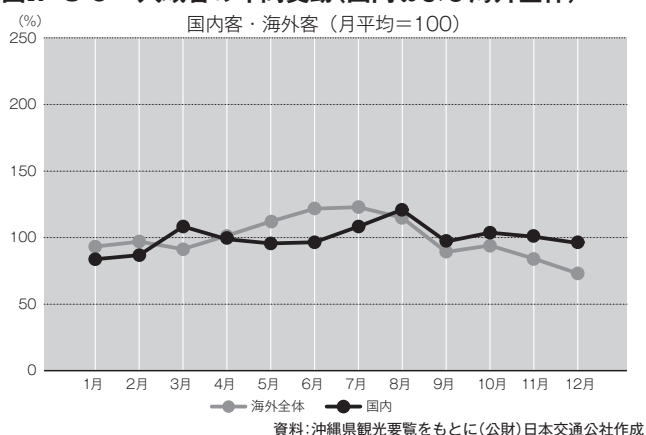
図IV-8-7 入域客の年間変動・欧米



図IV-8-8 入域客の年間変動・東南アジア



図IV-8-9 入域客の年間変動(国内および海外全体)



(4)世界自然遺産登録

2021年7月26日、国連教育科学文化機関(ユネスコ)の世界遺産委員会は、「奄美大島、徳之島、沖縄県北部および西表島」(鹿児島県、沖縄県)の世界自然遺産への登録を決めた。対象となったのは鹿児島県の奄美大島と徳之島、沖縄県の沖縄本島と西表島の4島にまたがる計約4万3千ヘクタールで、イリオモテヤマネコ、アマミシカワガエルなど貴重な動植物が多く生息する。日本政府は2017年に世界自然遺産候補として推薦していたが、ユネスコの諮問機関「国際自然保護連合(IUCN)」の登録延期勧告を受け、いったん推薦を取り下げたの再挑戦となっていた。国内の自然遺産としては、2011年に登録された「小笠原諸島」(東京都)に続き、5件目の登録となる。

(中島 泰)

# IV-9 自然

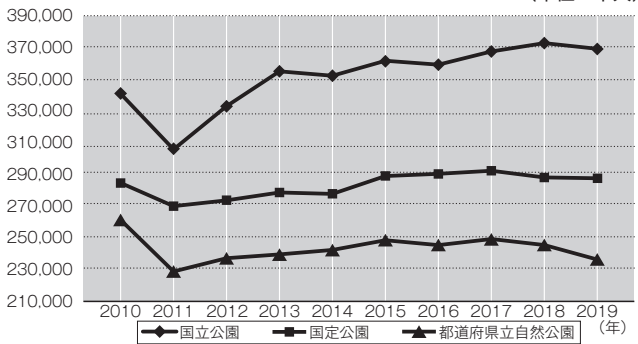
自然公園での地域の主体的な取り組みを促す仕組みを制度化  
ウィズコロナ・ポストコロナ時代への新たな利用にも対応

## (1) 自然公園の利用及び指定状況

### ① 利用者の推移

2019年の自然公園全体の利用者数は8億9,311万人(対前年比98.7%)ではほぼ横ばいであった(図IV-9-1)。これを公園種別に見ると国立公園(34カ所)は3億6,914万人(同99.4%)、国定公園(56カ所)は2億8,758万人(前年比99.8%)、都道府県立自然公園(311カ所)は2億3,638万人(前年比96.3%)であった(図IV-9-1)。個別の国立公園ごとに見ると、10%以上の増減があったのは、三陸復興国立公園(145%)、やんばる国立公園(123%)、釧路湿原国立公園(116%)、大雪山国立公園(112%)、小笠原国立公園(75%)となった。

図IV-9-1 自然公園の利用推移(2010~2019年、10年間)  
(単位:千人)



資料:自然公園等利用者数調(環境省)

国立公園に関しては、外国人利用者数の推計も行われている。環境省によると、2019年の外国人利用者数は6,669千人であった(表IV-9-1)。そのうち、最も多い国立公園は、富士箱根伊豆国立公園の3,093千人、次に支笏洞爺国立公園の959千人、阿蘇くじゅう国立公園の752千人であった。

表IV-9-1 国立公園の訪日外国人利用者数(2019年、上位10)  
(単位:千人)

順位 <sup>*2</sup>	国立公園名	2017年	2018年	2019年
1	富士箱根伊豆国立公園	2,580	2,991	3,093
2	支笏洞爺国立公園	901	1,068	959
3	阿蘇くじゅう国立公園	926	1,034	752
4	瀬戸内海国立公園	387	676	671
5	上信越高原国立公園	322	341	354
6	中部山岳国立公園	382	376	351
7	日光国立公園	271	304	276
8	霧島錦江湾国立公園	129	142	120
9	大雪山国立公園	60	80	83
10	伊勢志摩国立公園	76	40	71
合計(推計実利用者数)		6,001	6,940	6,669
訪日外客数全体 <sup>*1</sup>		28,691	31,192	31,882

資料:国立公園訪日外国人利用者数の推計について(環境省)をもとに(公財)日本交通公社作成

\*1 出典:日本政府観光局「訪日外客数」

\*2 2019年度上位10位以内にあった各国立公園

## ② 公園区域及び公園計画の変更

### ● 厚岸霧多布昆布森国立公園—新規指定

2021年2月4日付けで中央環境審議会より「厚岸霧多布昆布森国立公園」の新規指定について答申がなされた。そして、3月30日付けで厚岸霧多布昆布森国立公園が国内で58カ所目の国立公園として新たに指定された。

厚岸霧多布昆布森国立公園は北海道東部の太平洋側に位置し、雄大で荒々しい海蝕崖が連続した岩石海岸、国内有数の規模を誇る湿地及びそこに成立する希少な水鳥繁殖地や湿原植生等の生態系と、人と自然との共生により育まれてきた文化景観とが一体となって作り出す景観が広がっており、面積は41,487haである。国立公園の指定は2020年3月の中央アルプス国立公園(長野県)以来、約1年ぶりとなった。

## (2) 自然公園の活性化に関する動向

### ① 自然公園法の一部を改正する法律案の閣議決定

自然公園法については、2010年4月の改正の施行から10年が経過し、同改正後の協働型管理運営の推進、明日の日本を支える観光ビジョンに基づく国立公園満喫プロジェクトの推進等の取り組み状況や同法の施行状況等を踏まえた課題と必要な措置に関する検討のため、2020年度に中央環境審議会自然環境部会自然公園等小委員会において審議が行われた。審議の結果を受け、2021年1月29日に、「自然公園法の施行状況等を踏まえた今後講ずべき必要な措置について」が中央環境審議会から環境大臣に対して答申された。

同答申を踏まえ、同年3月2日に「自然公園法の一部を改正する法律案」が閣議決定された。国・都道府県が保護管理を担う国立公園・国定公園において、地方自治体や関係事業者等の地域の主体的な取り組みを促す仕組みを新たに設け、保護のみならず利用面での施策を強化し、「保護と利用の好循環」(自然を保護しつつ活用することで地域の資源としての価値を向上)を実現しようとするものである。主な改正内容は、(1)地域主体の自然体験アクティビティ促進の法定化・手続の簡素化、(2)地域主体の利用拠点整備の法定化・手続の簡素化下記、(3)国立公園等の保全管理の充実であり、その概要は次ページの通りである(表IV-9-2)。

### ② 国立公園満喫プロジェクト有識者会議の開催

環境省は、2016年3月30日に政府がとりまとめた「明日の日本を支える観光ビジョン」に基づき、日本の国立公園を世界水準の「ナショナルパーク」としてのブランド化を図ることを目標に、「国立公園満喫プロジェクト」を実施している。

2020年度は、計2回の有識者会議が開催された(表IV-9-3)。第13回会議では、新型コロナウイルス感染症拡大による国立公園等における影響と回復状況や旅行・観光に対するニーズや志向変化についての報告、そして、2021年以降の取り組み

方針案について議論ととりまとめが行われた。それを踏まえて、第14回会議では、国立公園満喫プロジェクトの取り組み状況と成果の報告や2021年以降の指標にかかわる検討等が行われた(表IV-9-4)。

表IV-9-2 自然公園法の一部を改正する法律案の概要

背景
地域の過疎化が進む一方、コロナ禍で自然や健康への関心が高まる中で、我が国を代表する優れた自然の風景地である国立公園・国定公園(以下「国立公園等」という。)は、国内外の多くの人々をひきつける観光地などとして、地域社会にとって重要な資源となっている。 その自然の価値を活かし、地域活性化に資する滞在型の自然観光を推進するためには、魅力的な自然体験アクティビティの提供や旅館街等の上質な街並みづくり、認知度の向上が必要であるが、それが十分にできていない。
主な改正内容
(1) 地域主体の自然体験アクティビティ促進の法定化・手続の簡素化 公園計画において、従来の利用施設のハード整備に加え、新たに自然体験アクティビティの促進を位置づけ、市町村やガイド事業者等から成る協議会を設け、自然体験活動促進計画を作成。環境大臣・都道府県知事の認定を受けた場合には、計画に記載された事業の実施に必要な許可を不要とする。 これにより、計画に基づく魅力的な自然体験アクティビティの開発・提供、ルール化等の関係者が一体となった取組を促し、旅行者の多様なニーズに応え、長期滞在につながる国立公園等の楽しみ方を提供。
(2) 地域主体の利用拠点整備の法定化・手続の簡素化 公園利用の拠点となる旅館街等の街並みを整備するため、市町村や旅館事業者等から成る協議会を設け、利用拠点整備改善計画を作成。環境大臣・都道府県知事の認定を受けた場合には、計画に記載された事業の実施に必要な許可を不要とする。 これにより、計画に基づく廃屋の撤去、機能充実、景観デザインの統一など、関係者が一体となった自然と調和した街並みづくりを促し、国立公園等における魅力的な滞在環境を整備。
(3) 国立公園等の保安全管理の充実 国立公園等の国内外へのプロモーションの促進、クマ・サルなど野生動物の餌付け規制による人身被害等の予防、公園事業の譲渡による公園事業者の地位の承継に関する規定の整備、公園管理団体の業務の見直しによる指定の促進、特別地域等における行為規制の違反に係る罰則の引上げ等の措置を講じる。

資料：環境省資料より(公財)日本交通公社作成

表IV-9-3 有識者会議(2020年度)の概要(資料タイトル)

第13回(2020年8月3日(月))
資料1 新型コロナウイルス感染拡大による国立公園等における影響と回復状況
資料2 新型コロナウイルスにより生じた旅行・観光に対するニーズや志向変化
資料3 国立公園における利用者回復に向けた取組及び国立公園満喫プロジェクトの8公園を中心とした取組状況
資料4 2019年国立公園外国人利用者数の結果
資料5 国立公園満喫プロジェクトの2021年以降の取組方針案
第14回(2021年3月17日(水))
資料1 2020年の全国および国立公園等における利用動向
資料2 国立公園満喫プロジェクトの取組状況と成果 (別紙1) 自然公園法の一部を改正する法律案の概要 (別紙2) 令和3年度予算案、令和2年度3次補正予算について
資料3 2021年以降の指標にかかる検討について
資料4 国立公園満喫プロジェクトの経済効果の試算
資料5 各公園のステップアッププログラム2025等の概要
資料6 支笏洞爺(支笏湖定山溪)、中部山岳(南部)、富士箱根伊豆(富士山周辺地域)のこれまでの成果について

資料：環境省資料より(公財)日本交通公社作成

表IV-9-4 国立公園満喫プロジェクトの2021年以降の取り組み方針

基本的な方針	
1 ウィズコロナ・ポストコロナの時代への対応～ワーケーション等～	<ul style="list-style-type: none"> <li>国内誘客の強化、地域内観光の受け皿として再構築</li> <li>ワーケーションなど国立公園の新しい利用価値を提供</li> <li>コロナ禍での安心・安全で快適に利用できる受入環境整備</li> <li>国立公園のブランディング、多様な利用者層をターゲットにしたコンテンツ充実・情報発信</li> <li>限定体験やキャパシティコントロールの推進による保護と利用の好循環</li> </ul>
2 水平・垂直展開～8公園から全公園へ～	<ul style="list-style-type: none"> <li>全34公園の底上げ・水平展開) 法改正も含む制度化検討、総合展開型・個別事業型)</li> <li>さらなる高みを目指した集中的な取組による「世界水準のデスティネーション」の実現) 保護と利用の好循環、上質なサービス、キラコンテンツ、周辺地域との広域周遊、サステナブルツーリズム等)</li> <li>先行8公園等は取組継続・成果を生かした誘客</li> <li>国定公園・ロングトレイルの資源の活用・連携</li> </ul>
3 これまでの基本的な視点の継続・重視	最大の魅力は自然そのもの／人の暮らし・文化・歴史を有する自然との共生の姿／「体積」で考える／幅広い利用者層に対応／広域的な視点／サステナビリティ
目標・指標	
当面の目標(～2025)	<ul style="list-style-type: none"> <li>自然を満喫できる上質なツーリズムの実現とブランド化。そのための「質」の目標・指標の設定(延べ宿泊者数、認知度等)</li> <li>新型コロナウイルスによる影響前の国内利用者の復活</li> <li>訪日外国人利用者数1,000万人目標を見据えた、同ウイルスによる影響前の訪日外国人利用者の復活</li> <li>取り組みを行う公園・地域ごとに個別の目標・指標を設定 ※政府全体目標次第で必要な見直しを検討</li> </ul>
長期目標(～2030)	政府全体目標を踏まえつつ、上記の「当面の目標」の達成状況をフォローアップする中で検討
具体的なアクション	
<ol style="list-style-type: none"> <li>国立公園満喫プロジェクトの制度化</li> <li>国立公園の新しい利用など幅広いターゲットを想定した情報発信とコンテンツ造成</li> <li>質の高さや快適性・環境保全に配慮された体験利用の推進と保護と利用の好循環</li> <li>利用者受入れのための基盤整備</li> <li>滞在したくなる利用拠点を狙った景観の磨き上げ</li> <li>官民連携の強化・広域的取組への発展</li> </ol>	

資料：環境省資料より(公財)日本交通公社作成

### ③その他

#### ●国立公園等資源整備事業費補助金

環境省は、2019年度に引き続き国際観光旅客税を財源とした「国立公園等資源整備事業費補助金」を活用した事業を実施した。2020年度の対象事業は、表IV-9-5のとおりである。

#### ●国立・国定公園への誘客の推進事業費及び

国立・国定公園、温泉地でのワーケーションの推進事業費  
国立・国定公園及び国民保養温泉地における誘客やワーケーションの推進の支援を通じて、新型コロナウイルスの流行の収束までの間の地域の雇用の維持・確保等に資することで、新型コロナウイルスの感染拡大の影響を受けている地域経済

の再活性化に寄与することを目的に補助事業を実施した。

国立・国定公園への誘客の推進事業では、国立・国定公園内の自然を活用したツアー・イベント等を同年度中に少なくとも1回以上、実施するものを対象。国立・国定公園、温泉地でのワーケーションの推進事業では、国立・国定公園及び国民保養温泉地のキャンプ場、旅館、ホテル、飲食店、休憩所等で、ワーケーションやリモートワークを実施するもの(ワーケーション等の実施に係る事業、ワーケーション等環境整備事業)を対象とした。

表IV-9-5 各対象事業の内容

<b>国立公園利用拠点滞在環境等上質化事業</b>
国立公園における集団施設地区等の利用拠点において、滞在環境の上質化を図るための地域関係者による計画策定及び当該計画に基づく上質化に係る整備を行い、外国人訪問者の地域における体験滞在の満足度を向上させる取組に対して支援。
<b>野生動物観光促進事業</b>
外国人訪問者を対象とした、野生動物を観察するツアーの開発やそれらツアーの 프로모ーション等を行う野生動物観光促進事業を行い、外国人訪問者の地域における体験滞在の満足度を向上させる取組に対して支援。
<b>国立公園多言語解説等整備事業</b>
国立公園の自然資源等に関する先進的で高次元な多言語解説整備を行い、外国人訪問者の地域における体験滞在の満足度を向上させる取組に対して支援。
<b>国立公園におけるグランピング等促進事業</b>
国立公園における上質な宿泊体験、アクティビティ、食事等を組み合わせたグランピング事業等を促進し、高付加価値で多様な宿泊体験の提供に資するとともに、訪日外国人旅行者の地域での体験滞在の満足度を向上させる取組に対して支援。
<b>国立公園における地場産品等の提供促進事業</b>
日本の国立公園ならではの「食」お土産の開発、高付加価値化等を支援し、訪日外国人旅行者の地域での体験滞在の満足度を向上させる取組に対して支援。

資料：環境省ホームページより(公財)日本交通公社作成

(3) エコツーリズム推進法に基づく動向

① エコツーリズム推進全体構想の新規認定

2020年9月11日付けで認定されたエコツーリズム推進全体構想は1件(表IV-9-6)であり、これにより全体構想の認定は全国で18件となった。

表IV-9-6 認定されたエコツーリズム推進全体構想の概要

<b>宮島エコツーリズム推進全体構想(2020年9月)</b>
協議会名 : 宮島エコツーリズム推進協議会
推進する地域: 宮島全域及び周囲の海域(広島県廿日市市)
【基本的な考え方】○守る: 世界遺産を擁する宮島の自然を理解し、守り、未来へ継承します。／○活かす: 美しい宮島の自然の恵みを活かし、持続的に発展させます。／○つなぐ: 美しい宮島の自然を通して、本土側を含めた地域住民と訪れる人との交流の場を提供します。
【主な自然観光資源】〔自然環境に係るもの〕動物・水生生物(シカ、ウミネコ、シジュウカラ、ハクセンシオマネキ、テッポウエビなど)、昆虫(ミヤジマトンボ)、植物群落・植物(クスノキ・クマノミズキ群落、アセビなど)、滝(白糸の滝)、自然景観(弥山、駒ヶ林など)など／〔風俗習慣、伝統的な生活文化に係るもの〕生活・産業的な資源(カキ筏など)、芸能(厳島神社で現在舞われている舞楽、神能など)、祭り(御島巡式、管絃祭、氏神祭など)、食文化(太閤の力餅、もみじ饅頭など)など
【主なエコツアー】 海浜における生物、植物観察ツアー / 海のクリーンアップ作戦(原生林や海浜の保全・継承) / 海上(船上)での参拝ツアー(伝統文化の理解・継承) / 史跡めぐり(史跡の保全・継承)など

資料：環境省資料より(公財)日本交通公社作成

② エコツーリズム全体構想の変更認定

● てしかがスタイルのエコツーリズム推進全体構想

ー 特定自然観光資源の指定と立ち入り制限

2020年9月2日付で、2016年11月に認定された「てしかがスタイルのエコツーリズム推進全体構想」の変更認定がなされた。硫黄山の一部について、協議会が認定するガイド同行を条件とした立ち入り制限を適用し、自然観光資源の適切な保存と利用の推進に寄与することを目的とするものであり、その背景、内容は下記の通りである(表IV-9-7)。

表IV-9-7 エコツーリズム推進全体構想の変更概要

<b>変更の目的</b>
総面積の半分以上を弟子屈町(北海道)が占める「阿寒摩周国立公園」が2016年7月に国立公園満喫プロジェクトに選定されるなど、社会状況の変化や弟子屈町におけるエコツーリズムの取組を踏まえ、認定全体構想を変更するもの。
<b>変更の事項とその理由</b>
① モニタリング方法の変更 効果的かつ効率的なモニタリングを実施するため、現行のモニタリング対象の利用実績を踏まえ、現状に則したより実践的な方法に変更。
② 自然観光資源の「硫黄山」を細分化 弟子屈町のエコツーリズム推進の取り組みにおいて、自然観光資源である「火山(硫黄山)」を新たに活用することに伴い、その一部(噴気孔)について特定自然観光資源として保護の措置を講ずる必要が生じたことを踏まえ、当該部分を明確にするため、主な自然観光資源及びそれを取り巻く特性の事項を細分化するとともに、利用の概況及び利用に当たって配慮すべき事項を修正。
③ 「硫黄山の噴気孔」を特定自然観光資源として指定し、立入制限を実施 新たに活用する自然観光資源である「火山(硫黄山)」のうち、特に噴気孔については不特定多数の利用により損なわれるおそれがあることから、「硫黄山の噴気孔」として特定自然観光資源に指定し、立入制限を実施。

資料：環境省資料より(公財)日本交通公社作成

③ その他

● 西表島エコツーリズム推進全体構想地方局協議版案の承認

竹富町西表島エコツーリズム推進協議会は、「西表島エコツーリズム推進全体構想地方局協議版」案を作成し、2020年10月に開催された協議会で同案を承認した。島内4区域(ヒナイ川・西田川／古見岳／浦内川源流域／テドウ山)を特定自然観光資源に指定し、1日当たりの立入人数を制限しようとするものである。今後の検討や、エコツーリズム推進法に基づく申請に向けた協議等の過程で案の内容を変更する可能性もあるが、2022年度から立ち入り承認制度や登録引率者制度の運用を目指している。

(4) 世界自然遺産の動向

① 「奄美大島、徳之島、沖縄島北部及び西表島」世界遺産一覧表への記載に係る国際自然保護連合(IUCN)による現地調査

日本政府は、世界遺産条約に基づく2020年の世界遺産委員会における世界遺産登録審査に向けて、「奄美大島、徳之島、沖縄島北部及び西表島」世界自然遺産候補地を改めて推薦候補とすることを2018年に決定し、2019年2月に、「奄美大島、徳之島、沖縄島北部及び西表島」を世界遺産条約に基づく世界遺産一覧表に記載するための推薦書をユネスコ世界遺産センターに提出した。しかし、2020年度は、開催予定だった世界遺産委員会の開催が延期され、2021年度に開催されることが決定した。



## (5) その他の動向

## ①新型コロナウイルス感染症拡大防止に伴う山岳地域での対応

2020年度は、新型コロナウイルス感染症拡大防止に向けて、山小屋が営業していない区間や期間においては、山岳利用安全対策等のため登山自粛を求める動きが確認された。また、各地で登山に関するルールが登山者へのお願いという形で発信された。

公益社団法人日本山岳・スポーツライミング協会、日本勤労者山岳連盟、公益社団法人日本山岳会、公益社団法人日本山岳ガイド協会で構成される山岳四団体は、2020年5月に登山時における新型コロナウイルス感染症拡大防止の基本的なガイドラインを提示した。

## ②入域料導入に向けた動き

「地域自然資産法(正式名称:地域自然資産区域における自然環境の保全及び持続可能な利用の推進に関する法律)」(2014年6月制定、2015年4月施行)に基づき、入域料を導入する地域の動きが確認される。

## ●竹富島での入域料の徴収状況

竹富町は、「竹富島地域自然資産地域計画」に基づき、2019年9月1日より竹富島へ入島した観光客から任意の協力金として300円を徴収している。『2020年度 Annual Report』(一般財団法人竹富島地域自然資産財団)によると、入島料収入は約590万円で前期の61.6%と大幅減となった一方、竹富島入域者数の前年度比は37.8%であったことから、コロナ禍で収入自体は落ち込んでいるものの徴収率は上向いているとのことである。また、「竹富島地域自然資産地域計画」に基づき、耕作放棄地の再生、防風林除草作業、外来種駆除などの地域自然環境保全等事業が行われた。

## ●妙高山・火打山地域自然資産地域計画の策定

妙高山・火打山の美しい自然を保全し、次の世代に継承していくため、自然環境保全にかかる500円の協力金を、登山者の方に任意でお願いする社会実験を妙高市と環境省が協力して実施した。2018年に協力率75.1%という成果が得られたことを受けて、入域料の本格導入に向けて、2019年度に登山シーズンを通じた社会実験を実施した(期間は2019年7月1日～10月31日)。笹ヶ峰、燕温泉、新赤倉登山口の3カ所の登山口にて、収受員による収受や協力金箱による収受、昨年度に引き続きアンケートが行われた。

妙高市は、妙高山・火打山での二ヶ年にわたる社会実験の結果を受けて、国立公園妙高の貴重な自然環境の保全と持続可能な利用を目的に、地域自然資産法に基づく「妙高山・火打山地域自然資産地域計画」を策定した。同計画に基づき、2020年7月1日からの入域料を本格導入した。

新型コロナウイルス感染症拡大の影響により登山者数の減少が懸念されたが、笹ヶ峰登山口における入込数は、2019年度の10,722人に対し、2020年度は11,484人と微増であり、例年並みの活動となった。

また、入域料(2019年度分)充当事業としてライチョウ保護対策事業(妙高戸隠連山国立公園火打山周辺におけるライチョウ生息地回復調査)を実施した。「登山道整備事業」も予定されていたが、自然災害等の影響により未実施となった。未実施の費用は、2021年度に繰り越し、登山道整備事業予算を拡充し執行する計画とされている。

## ③日本ジオパークの動向

2020年度には、第39、40、41回日本ジオパーク委員会が開催された。現地調査の上、ユネスコ世界ジオパーク国内推薦の可否について審議がなされ、白山手取川ジオパークの推薦が決定された。また、日本ジオパーク新規認定等の審査が行われた。その結果は、以下の通り(表IV-9-8)。

日本ジオパークにおいては、新規(エリア拡大)認定1件、再認定9件、条件付き再認定2件であった。結果、日本ジオパークは43地域となった(うちユネスコ世界ジオパークは9地域を含む)。

表IV-9-8 ジオパークの認定審査結果(2020年度)

ユネスコ世界ジオパーク国内推薦	
決定	白山手取川ジオパーク
日本ジオパーク認定	
新規認定	(エリア拡大)桜島・錦江湾ジオパーク
再認定	伊豆大島ジオパーク、箱根ジオパーク、銚子ジオパーク、ゆざわジオパーク、立山黒部ジオパーク、下北ジオパーク、筑波山地域ジオパーク、浅間山北麓ジオパーク、鳥海山・飛鳥ジオパーク
条件付き再認定	南アルプス(中央構造線エリア)ジオパーク、白滝ジオパーク

資料:日本ジオパークネットワーク公式ホームページより(公財)日本交通公社作成

(後藤 健太郎)

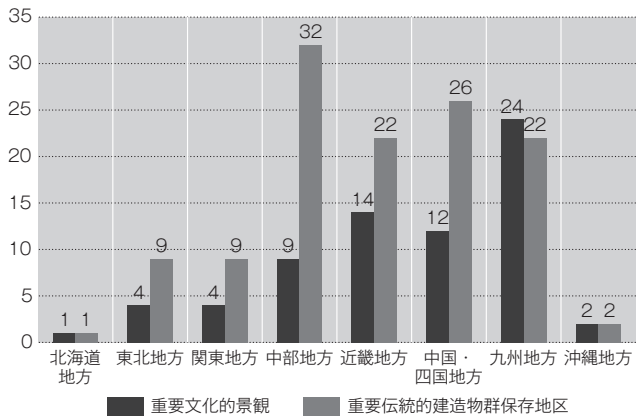
# IV-10 歴史・文化

## 文化観光推進法の施行 新型コロナウイルス感染症流行への対応

### 1. 文化財保護法に基づく指定状況

文化財保護法の対象となる文化財の種類のうち、観光との関連が強い「文化的景観」(地域における人々の生活又は生業及び当該地域の風土により形成された景観地)と「伝統的建造物群保存地区」(宿場町、城下町、農漁村等)については、2021年3月31日現在、「重要文化的景観」70件、「重要伝統的建造物群保存地区」123地区が選定されている(地方ブロックごとの選定件数は図IV-10-1参照)。

図IV-10-1 地方ブロックごとの選定件数  
(重要文化的景観、重要伝統的建造物群保存地区)  
(2021年3月31日現在) (単位: 件)



※地域区分はP129参照

資料:文化庁資料より(公財)日本交通公社作成

2020年度は、「重要文化的景観」として5件、「重要伝統的建造物群保存地区」として3件が新たに選定された(表IV-10-1)。

「高岡市吉久」は、2011年に認定された「高岡市歴史的風致維持向上計画」の重点区域のひとつであり、2015年に日本遺産に認定された「加賀前田家ゆかりの町民文化が花咲くまち高岡一人、技、心」と、同じく2017年に日本遺産に認定された「荒波を越えた男たちの夢が紡いだ異空間～北前船寄港地・船主集落～」の構成文化財のひとつともなっている(表IV-10-2)。高岡市では、「吉久」の他、「山町筋」「金屋町」の計3件の重要伝統的建造物群保存地区が選定されている。

表IV-10-2 高岡市吉久の取り組み経緯

高岡市吉久	
1993～1994年	保存対策調査実施
1998年	「吉久の伝統的町並みを考える会」設立
1999年	第1回「さまのこアートinよっさ」開催
2011年	「高岡市歴史的風致維持向上計画」認定 「吉久まちづくり推進協議会」設立
2015年	日本遺産「加賀前田家ゆかりの町民文化が花咲くまち高岡一人、技、心」認定
2017年	日本遺産「荒波を越えた男たちの夢が紡いだ異空間～北前船寄港地・船主集落～」認定
2019～2020年	保存対策再調査実施
2020年	保存地区決定、保存活用計画策定 重要伝統的建造物群保存地区選定
2021年	修理・修景事業開始 「高岡市歴史的風致維持向上計画(第2期)」認定

資料:高岡市資料、文化庁資料より(公財)日本交通公社作成

表IV-10-1 2020年度に新規選定された重要文化的景観・重要伝統的建造物群保存地区

種別	文化財名	所在地	概要	選定年月日
重要文化的景観	加賀海岸地域の海岸砂防林及び集落の文化的景観	石川県加賀市	日本海と大聖寺川に挟まれる区域に、砂浜、前丘、海岸砂防林、民有林、集落、水田の帯が並ぶ景観で、海岸砂丘が発達しやすい自然条件下にあって、造林によって飛砂から集落や耕地の保護を図る近世以降の取り組みを伝える文化的景観	2021年3月26日
	越前海岸の水仙畑下岬の文化的景観	福井県福井市	急崖が連なる越前海岸の厳しい自然条件下において、幾つもの生業を合わせながら生活を営んできた集落が、斜面に自生する水仙を正月花として摘花・販売することを冬の副業とし、近代以降に斜面や棚田に栽培地を広げ、水仙を主たる産物の一つに発展させる中で形成されてきた文化的景観	2021年3月26日
	越前海岸の水仙畑上岬の文化的景観	福井県越前町		2021年3月26日
	越前海岸の水仙畑糠の文化的景観	福井県南越前町		2021年3月26日
重要伝統的建造物群保存地区	瀬戸内海姫島の海村景観	大分県姫島村	瀬戸内海西端部かつ火山フロント上に浮かび、海流の影響を受ける姫島の全域とその周辺海域からなる海村景観で、島と海の資源を一杯生かしながら複数の生業を営んできた海村の生活や文化を表し、また、生物資源管理の約束事を島全体で守り、一島一村として自立的に過ごしてきた歴史を伝える文化的景観	2021年3月26日
重要伝統的建造物群保存地区	高岡市吉久	富山県高岡市	年貢米を集積した御蔵の繁栄を今に伝える小矢部川河口部の在郷町	2020年12月23日
	津山市城西	岡山県津山市	寺院が並ぶ風格ある寺町と近代の繁栄を示す商家の町並み	2020年12月23日
	矢掛町矢掛宿	岡山県矢掛町	江戸時代の旧本陣と旧脇本陣が揃って残る稀有な山陽道の宿場町	2020年12月23日

資料:文化庁資料より(公財)日本交通公社作成

## 2.文化庁の観光関連施策の動向

## (1)概要

「明日の日本を支える観光ビジョン」で目標のひとつとして掲げられた「文化財の観光資源としての開花」を実現するべく、文化庁では2016年4月に「文化財活用・理解促進戦略プログラム2020(以下、「プログラム2020」)」を策定した。「プログラム2020」では、文化財の観光資源としての魅力を向上させる取り組みを1,000事業程度実施するとともに、日本遺産をはじめ、文化財を中核とする観光拠点を全国で200箇所程度整備することを目標に掲げている。

2020年度も、文化庁事業全体として観光振興に関連した事業が実施された。2019年10月31日に生じた首里城の火災を踏まえ、災害等から文化財を護るための防災対策予算が新規計上されるなど、対前年度0.1億円増の1,067億円の予算が計上された。また、新型コロナウイルス感染症の流行等を踏まえ、第1次から第3次までの補正予算(計1,171億円)が成立した(表IV-10-3)。

表IV-10-3 2020年度文化庁予算の概要

(単位:百万円)

事項	【総表】		
	前年度予算額	2020年度 予算額	比較
	106,709	106,715	5
事項	前年度予算額	2020年度 予算額	比較
<b>I 文化財の確実な継承に向けた保存・活用の推進</b>	<b>45,697</b>	<b>46,295</b>	<b>598</b>
1 文化財の適切な修理等による継承・活用等 ●史跡等の保存整備・活用等 他 (歴史生き生き!史跡等総合活用整備事業、地域の特色ある埋蔵文化財活用事業 他)	38,937	39,471	534
2 文化財の公開活用、伝承者養成、鑑賞機会の充実等 ●地域文化財の総合的な活用の推進 他 (地域計画等活用拠点形成事業、日本遺産活性化推進事業、地域文化財総合活用推進事業(地域文化遺産活性化、地域の文化財の保存及び活用に関する総合的な計画等策定支援、世界文化遺産活性化、ユネスコ無形文化遺産活性化))	6,761	6,670	△91
3 文化財防衛のための基盤の整備[一部再掲]	24,455	25,707	1,252
<b>II 文化芸術立国に向けた文化芸術の創造・発展と人材育成</b>	<b>21,302</b>	<b>21,356</b>	<b>53</b>
1 文化芸術創造活動への効果的な支援	6,092	6,195	103
2 新たな時代に対応した文化芸術人材の育成及び子供たちの文化芸術体験の推進	8,104	8,201	97
3 我が国の文化芸術の創造力向上と新たな価値の創出	7,106	6,960	△146
<b>III 文化発信を支える基盤の整備・充実</b>	<b>34,370</b>	<b>35,162</b>	<b>792</b>
1 国立文化施設の機能強化	29,133	29,517	384
2 国立文化施設の整備	2,375	1,712	△663
3 美術館・博物館活動の充実 ●博物館文化拠点機能強化プラン 他 (博物館クラスター推進事業、地域と共働した創造活動の支援、博物館レガシー基盤強化事業 他)	1,150	2,017	866
4 生活者としての外国人に対する日本語教育の推進	804	955	151
5 文化発信を支える基盤の整備・充実	908	961	54
国際観光旅客税財源事業: 文化資源の磨き上げによるインバウンドのための環境整備	—	9,840	—
1 「日本博」を契機とした文化資源による観光インバウンドの拡充	—	4,533	—
2 Living History(生きた歴史体感プログラム)事業	—	1,800	—
3 日本が誇る先端技術を活用した日本文化の魅力発信	—	1,660	—
4 文化財・博物館等インバウンド強化事業	—	1,847	—

※上記の他、新型コロナウイルス感染症の流行等を踏まえ、第1次～第3次補正予算(計1,171億円)が成立

資料:文化庁資料より(公財)日本交通公社作成

## (2)文化資源を活用したインバウンドのための環境整備

観光先進国実現に向けた観光基盤の拡充・強化を図るための恒久的な財源確保を目的として、2019年1月から運用開始された国際観光旅客税(通称:出国税)を活用した事業として「文化資源を活用したインバウンドのための環境整備」を掲げ、文化財に新たな付加価値を付与してより魅力的なものとなるよう磨き上げる取り組みを支援している。

## ①「日本博」を契機とした観光コンテンツの拡充

2018年3月に閣議決定された「文化芸術推進基本計画(第1期)」では、東京オリンピック競技大会・東京パラリンピック競技大会(以下、「東京2020大会」)は、「スポーツの祭典であると同時に文化の祭典でもあり、我が国の文化芸術の価値を世界へ発信する大きな機会であるとともに、文化芸術による新たな価値の創出を広く示していく好機である」とされている。文化庁では、東京2020大会を契機とする文化プログラムを全国各地で展開しており、「日本博」はその中核事業として位置

付けられている。

「日本博」は、縄文時代から現代まで続く「日本の美」を各分野にわたって体系的に展開していく大型プロジェクトで、「日本人と自然」という総合テーマの下に、各地域が誇る様々な文化資源を年間を通じて体系的に創成・展開するとともに、国内外への戦略的プロモーションを推進し、インバウンド需要回復や国内観光需要の一層の喚起、文化芸術立国の基盤強化、文化による国家ブランディングの強化等を図ることを目的としている。

2020年度は、新型コロナウイルス感染症の影響を大きく受ける中、多様な映像コンテンツの制作とオンラインでの発信等もあわせて行われた。

## ② Living History(生きた歴史体感プログラム)事業

「Living History(生きた歴史体感プログラム)促進事業」では、国指定文化財等を核として、文化財の付加価値を高め、収益の増加等の好循環を創出するため、史料や研究資料等に基づいた復元行事や展示・体験事業を通じて、歴史的な出来事や当時の生活を再現することにより、生きた歴史の体感・体験につなげ、文化財の理解を促進する取り組みを支援している。

また、「観光拠点整備事業」として、訪日外国人観光客が多く見込まれる日本遺産や世界文化遺産などにおいて、地域全体で魅力向上につながる一体的な整備や公開活用のためのコンテンツの作成等を行うことで、観光拠点としてのさらなる磨き上げを図っている。

2020年度の「Living History(生きた歴史体感プログラム)促進事業」には24件が採択され(表IV-10-4)、縄文時代から近代まで、様々な時代をテーマにした歴史体感プログラムの開発が進められている。

## ③ 日本が誇る先端技術を活用した日本文化の魅力発信

「日本が誇る先端技術を活用した日本文化の魅力発信」では、訪日外国人観光客の旅前の情報発信の充実や、観光地における体験滞在の満足度向上や再訪に結びつけるため、日本の玄関口である主要な空港や主要な観光地等において、文化財をはじめとする日本固有の文化資源を、先端技術を活用して効果的に発信するとしている。また、日本文化の多様な魅力・コンテンツに関する情報入手を容易にするため、文化遺産・観光コンテンツバンクの構築も挙げている。

## ④ 文化財・博物館等のインバウンド対応

「文化財多言語解説整備事業」では、訪日外国人観光客の地域での体験滞在の満足度を向上させるため、文化財に対する多言語で先進的・高次元な言語解説の整備への支援を、観光施策と連携させつつ実施している。

2020年度の採択件数は52件で、多言語対応音声ガイド整備、QRコード付き案内板作成、多言語パンフレット制作、解説アプリ作成、VR/AR技術を用いた映像コンテンツ作成、多言語ウェブサイト構築等が行われた。

この他、地方の博物館や美術館における、サイン等の多言語化整備、キャッシュレス化・チケットレス化等に対する支援も行われた。

## 3.文化財活用に関する計画策定の動向

### (1) 文化財保存活用地域計画・歴史文化基本構想、文化財保存活用大綱

#### ① 文化財保存活用地域計画・歴史文化基本構想

地域に存在する文化財を、指定・未指定にかかわらず幅広く捉えて的確に把握し、文化財をその周辺環境まで含めて、総合的に保存・活用するための計画である「文化財保存活用地域計画(以下、地域計画)」は、各市町村が目指す目標や中長期的に取り組む具体的な内容を記載した、当該市町村における文化財の保存・活用に関する基本的なアクションプランとされている。2018年度の文化財保護法の改正に伴い、それまでの「歴史文化基本構想(以下、基本構想)」を実効的に発展させ法律に位置付けたもの。「プログラム2020」では、基本構想や地域計画の策定地域が、文化財を中核とする観光拠点のひとつとして位置付けられている。

2021年3月31日現在、23件の地域計画が策定されている。

地域計画や基本構想については、文化庁が「地域文化財総合活用推進事業」内において「文化財保存活用地域計画等作成事業」を実施し、地域計画や基本構想の作成・策定及び改訂に対する支援(基本構想の策定・改訂は、2019年度採択事業のみ対象)を引き続き実施した(2020年度の採択件数は、文化財保存活用地域計画作成事業98件、歴史文化基本構想策定事業1件)。

また、「地域文化財総合活用推進事業(地域計画等)」を実施し、地域計画等を活用した文化財を中核とする拠点形成に資する事業(人材育成、普及啓発、情報発信、活用のための整備)に対する支援を行った。

#### ② 文化財保存活用大綱

文化財保護法の改正に伴い新たに制度化された「文化財保存活用大綱(以下、大綱)」は、都道府県における文化財の保存・活用の基本的な方向性を明確化するもので、域内の文化財の総合的な保存・活用の方針や複数の市町村にまたがる広域的な取り組み、市町村への支援の方針などについて定められる。

2021年3月31日現在、38道府県で策定されている。

大綱についても文化庁が「地域文化財総合活用推進事業」内において「文化財保存活用大綱作成支援事業」を実施し、各道県で作成に向けた作業が進められた(2020年度の採択件数は21件)。

表IV-10-4 2020年度「Living History(生きた歴史体感プログラム)促進事業」採択一覧

都道府県	補助事業者名	補助事業名	核となる文化財
富山県	高岡市歴史文化推進協議会	高岡市の文化財を活かした歴史体験プログラム事業	勝興寺
福井県	一乗谷朝倉氏遺跡活用推進協議会	一乗谷朝倉氏遺跡 戦国体感プログラム	一乗谷朝倉氏遺跡
山梨県	梅之木縄文ムラ活用促進協議会	梅之木縄文ムラ Living Prehistory 体感プログラム事業	梅之木遺跡/金生遺跡 星ヶ塔黒曜石原産地遺跡
静岡県	静岡市	東アジア稲作文化登呂ムラの発信事業	登呂遺跡 静岡県登呂遺跡出土品
三重県	日本忍者協議会	忍者の精神や伝統技術、忍者文化を体感する「忍道プロジェクト」	上野城跡
京都府	artKYOTO Living History 制作委員会	artKYOTO Living History 事業 二条城の歴史体験舞踊劇「剣舞・誇り高き人」を核にした 二条城 history in action festival 事業	旧二条離宮(二条城)
京都府	一般社団法人 先端イメージング工学研究所	仁和寺と戊辰戦争の史実仮想再現	仁和寺
京都府	Living History in 京都・二条城協議会	Living History in 京都・二条城 ～生きた歴史体験プログラム～	旧二条離宮(二条城)
和歌山県	和歌祭四百年祭実行委員会	和歌祭四百年祭歴史体感プログラム事業	和歌の浦/東照宮 和歌山城
和歌山県	和歌山市歴史体感プログラム活用推進協議会	和歌山市の文化財を活かした歴史体感プログラム事業	和歌山城 和歌山城西ノ丸庭園 和歌山城岡口門
島根県	津和野町	津和野藩校養老館を活かした歴史体感プログラム事業	津和野町津和野伝統的建造物群保存地区 森鴎外旧宅 西周旧居
香川県	公益社団法人 香川県観光協会	Living History in 琴平 ～生きた歴史体験プログラム「こんびら詣で(KOMPIRAMODE)」～	金毘羅庶民信仰資料 旧金毘羅大芝居
福岡県	「神宿る島」宗像・沖ノ島と関連遺産群保存活用協議会	世界遺産「宗像・沖ノ島」の保存と調和した歴史体感プログラム開発事業	「神宿る島」宗像・沖ノ島と関連遺産群
福岡県	古代おもてなし料理の復元・活用事業実行委員会	古代おもてなし料理の復元・活用事業	鴻臚館跡附女原瓦窯跡
大分県	宇佐国東半島を巡る会	宇佐・国東半島地域 LivingHistory 事業	宇佐神宮造営図/修正鬼会
鹿児島県	出水市	日本遺産「出水麓」を活かした歴史体験プログラム	出水市出水麓伝統的建造物群保存地区
岩手県	矢巾町	矢巾町の文化財を活かした歴史体感プログラム事業	徳丹城跡
神奈川県	株式会社NI-WA	令和2年度 Living History 促進事業 鎌倉の抹茶伝来の起源から辿る、都市人に向けた歴史空間体験プログラム	喫茶養生記/吾妻鏡 浄妙寺境内 木造不動明王坐像
神奈川県	鎌倉武士文化財活用協議会	バーチャル運慶 meets 鎌倉 BUSHIDO ～写経とミニ仏像作成で発願体験する～	木造阿彌陀如来及両脇侍像(運慶作) 木造(不動明王/毘沙門天)立像(運慶作)
神奈川県	横浜市	重要文化財 帆船日本丸を活用した海事文化体感プログラム事業	日本丸
石川県	七尾城歴史資源活用協議会	「合戦前夜!七尾城 能登の風雲第一幕」再現プロジェクト	七尾城跡
三重県	王朝文化体感プログラム協議会	王朝文化体感プログラム事業	齋宮跡
京都府	「温故知新」生きた歴史体感実行委員会	「温故知新」生きた歴史体感プログラム事業	南丹市美山町北伝統的建造物群保存地区
大阪府	八尾市	八尾市の歴史資産体感プログラム事業	由義寺跡

資料:文化庁資料より(公財)日本交通公社作成

## (2) 日本遺産

文化庁は、地域の歴史的の魅力や特色を通じて、我が国の文化・伝統を語るストーリーを「日本遺産(Japan Heritage)」として認定している。ストーリーを語る上で不可欠な、魅力ある有形・無形の文化財群を地域が主体となって総合的に整備・活用し、国内外に戦略的に発信することにより、地域の活性化を図ることを目的としている。「プログラム2020」に掲げる文化財を中核とする観光拠点の代表例と位置付けられている。

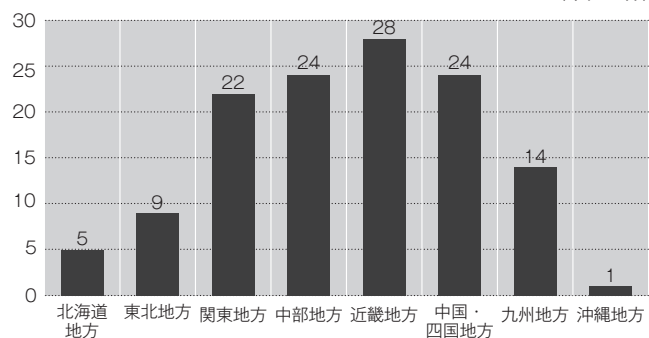
2020年度は、新たに21件が認定され(表IV-10-5)、2021年3月31日現在、104件のストーリーが認定されている(地方ブロックごとの選定件数は図IV-10-2)。

日本遺産については文化庁が「日本遺産活性化推進事業」「観光拠点整備事業(地域文化財総合活用推進事業)」「文化遺産観光拠点充実事業」「日本遺産プロモーション事業」を実施し、日本遺産認定後に行う情報発信、人材育成、普及啓発、調査研究、公開活用のための整備、構成文化財の魅力向上等

の事業に対して財政支援を行うとともに、各認定地域が抱える個別の課題に対して指導・助言を行う日本遺産プロデューサーの派遣等を行っている。

### 図IV-10-2 地方ブロックごとの日本遺産認定件数(2021年3月31日現在)

(単位:件)



※地域区分はP129参照 資料:文化庁資料より(公財)日本交通公社作成  
※複数地域にまたがるものがあるため、地方別の合計は認定件数と合致しない。

### (3) 歴史的風致維持向上計画

「地域における歴史的風致の維持及び向上に関する法律」(愛称:歴史まちづくり法)は、現代社会において失われつつある地域の歴史的な風情、情緒を活かしたまちづくりを支援するもので、文化庁、農林水産省、国土交通省の共管となっている。市町村が作成した「歴史的風致維持向上計画」に対して国

の認定がなされると、歴史まちづくり法に基づく様々な特別の措置や国による支援が受けられるようになる。

2020年度は、熊本市(熊本県)、棚倉町(福島県)、加賀市(石川県)、大津市(滋賀県)、杵築市(大分県)の5件が新たに認定され、2021年3月31日現在、86件が認定されている。

表IV-10-5 2020年度に新規認定された日本遺産(2020年6月19日認定)

都道府県	申請者(◎は代表自治体)	ストーリーのタイトル
北海道	◎標津町、根室市、別海町、羅臼町	「鮭の聖地」の物語 ～根室海峡一万年の道程～
岩手県	◎二戸市、八幡平市	“奥南部”漆物語 ～安比川流域に受け継がれる伝統技術～
茨城県・山梨県	茨城県(◎牛久市)、山梨県(甲州市)	日本ワイン140年史 ～国産ブドウで醸造する和 문화の結晶～
栃木県・茨城県	栃木県(◎益子町)、茨城県(笠間市)	かさましこ ～兄弟産地が紡ぐ“焼き物語”～
東京都	八王子市	霊気満山 高尾山 ～人々の祈りが紡ぐ桑都物語～
新潟県	十日町市	究極の雪国とおかまち 一真説! 豪雪地ものがたり
福井県・滋賀県	福井県(◎南越前町、敦賀市)、滋賀県(長浜市)	海を越えた鉄道 ～世界へつながる 鉄道のキセキ～
山梨県	◎甲府市、甲斐市	甲州の匠の源流・御嶽昇仙峡 ～水晶の鼓動が導いた信仰と技、そして先進技術へ～
長野県	千曲市	月の都 千曲 一姨捨の棚田がつくる摩訶不思議な月景色「田毎の月」
長野県	上田市	レイラインがつなぐ「太陽と大地の聖地」 ～龍と生きるまち 信州上田・塩田平～
静岡県	◎藤枝市、静岡市	日本初「旅ブーム」を起こした弥次さん喜多さん、駿州の旅 ～滑稽本と浮世絵が描く東海道旅のガイドブック(道中記)～
京都府・滋賀県	京都府(◎京都市)、滋賀県(大津市)	京都と大津を繋ぐ希望の水路 琵琶湖疏水 ～舟に乗り、歩いて触れる明治のひとつ
大阪府・奈良県・和歌山県	大阪府(◎河内長野市)、奈良県(宇陀市)、和歌山県(九度山町、高野町)	女性とともに今に息づく女人高野 ～時を超え、時に合わせて見守り続ける癒しの聖地～
兵庫県	◎伊丹市、尼崎市、西宮市、芦屋市、神戸市	「伊丹諸白」と「灘の生一本」 下り酒が生んだ銘醸地、伊丹と灘五郷
奈良県・大阪府	奈良県(◎三郷町)、大阪府(柏原市)	もう、すべらせない!! ～龍田古道の心臓部「亀の瀬」を越えてゆけ～
和歌山県・大阪府・奈良県	◎和歌山県(和歌山市、橋本市、紀の川市、岩出市、かつらぎ町)、大阪府(岸和田市、泉佐野市、河内長野市、和泉市、柏原市、阪南市、岬町、河南町、千早赤阪村)、奈良県(五條市、御所市、香芝市、葛城市、王寺町)	「葛城修験」一里人とともに守り伝える修験道はじまりの地
島根県	益田市	中世日本の傑作 益田を味わう 一地方の時代に輝き再び
島根県	大田市	石見の火山が伝える悠久の歴史 ～“縄文の森”“銀の山”と出逢える旅へ～
岡山県	高梁市	「ジャパンレッド」発祥の地 一弁柄と銅の町・備中吹屋
長崎県・福岡県・佐賀県	長崎県(◎長崎市、諫早市、大村市)、福岡県(飯塚市、北九州市)、佐賀県(嬉野市、小城市、佐賀市)	砂糖文化を広めた長崎街道 ～シュガーロード～
熊本県	八代市	八代を創造した石工たちの軌跡 ～石工の郷に息づく石造りのレガシー～

資料:文化庁資料より(公財)日本交通公社作成

### (4) 文化観光推進法に基づく文化観光拠点の整備等

文化の振興を、観光の振興と地域の活性化につなげ、これによる経済効果が文化の振興に再投資される好循環を創出することを目的に、2020年5月に「文化観光拠点施設を中核とした地域における文化観光の推進に関する法律(通称:文化観光推進法)」が施行された。

博物館や美術館、社寺、城郭等の文化資源の保存及び活用を行う施設が、「文化観光拠点施設」として、観光地域づくり法人(DMO)、観光協会、旅行会社等の観光関係事業者等と連携しながら観光振興に取り組む事業計画を主務大臣(文部科学大臣、国土交通大臣)が認定し、支援するもの。歴史的・文化的背景やストーリー性を考慮した文化資源の魅力の解説・紹介を行うとともに、積極的な情報発信や、交通アクセスの向上、多言語・Wi-Fi・キャッシュレスの整備を行うなど、文化施設そのものの機能強化や、地域一体となった取り組みの進展が期待されている。

文化観光拠点施設としての機能強化に関する計画(拠点計画)と、文化観光拠点施設を中核とした地域における文化観

光の総合的かつ一体的な推進に関する計画(地域計画)とがある。認定を受けると、共通乗車船券、道路運送法、海上運送法に関する特例措置や、国・地方公共団体・国立博物館等による助言、(独)国際観光振興機構(日本政府観光局/JNTO)による海外宣伝等の支援が受けられる。

2021年3月31日現在、25件の拠点計画及び地域計画が認定されている(表IV-10-6)。2020年度は「博物館等を中核とした文化クラスター推進事業」等による支援が行われた。

## 4. 世界文化遺産、ユネスコ無形文化遺産に関する動向

### (1) 世界文化遺産

#### ① 第44回世界遺産委員会

2020年6月29日～7月9日にかけて、中国の福州で開催される予定だった第44回世界遺産委員会は、新型コロナウイルス感染症の感染拡大により延期となった。

なお、2021年7月16日から30日にかけて、第44回世界遺産委員会拡大大会合としてオンライン開催され、2020年と2021年の2年分が審議された。

②各世界文化遺産の取り組み

世界文化遺産に対しては、文化庁が「地域文化財総合活用推進事業」「文化遺産観光拠点充実事業」を実施し、人材育成、普及啓発、調査研究、情報コンテンツ作成、活用環境整備に対する支援を行った。

2020年は、「白川郷・五箇山の合掌造り集落」が登録25周年、「琉球王国のグスク及び関連遺産群」が登録20周年、「明治日本の産業革命遺産 製鉄・製鋼、造船、石炭産業」が登録5周年、「百舌鳥・古市古墳群 - 古代日本の墳墓群 -」が登録1周年を迎え、各地で記念シンポジウム等が行われた。

表IV-10-6 2020年度に認定された文化観光推進法に基づく拠点計画・地域計画

計画の実施地域	計画の種類	主な申請者	文化観光拠点施設	認定日
秋田県横手市	地域	横手市	横手市増田まんが美術館	2020年 8月12日
群馬県高崎市	拠点	群馬県	群馬県立歴史博物館	
東京都品川区	拠点	寺田倉庫株式会社	WHAT NUSEUM	
山梨県	地域	山梨県	山梨県立美術館、平山郁夫シルクロード美術館、中村キース・ヘリング美術館、清春芸術村	
愛知県名古屋市中区	拠点	(公財)徳川黎明会 徳川美術館	徳川美術館	
福井県福井市	地域	福井県	福井県立一乗谷朝倉氏遺跡資料館、特別史跡一乗谷朝倉氏遺跡	
奈良県	地域	奈良県	奈良国立博物館、奈良県立美術館、奈良県立民俗博物館、奈良県立橿原考古学研究所附属博物館、奈良県立万葉文化館、なら歴史芸術文化村	
大阪府堺市	地域	堺市	堺市博物館、さかい利品の社、堺伝統産業会館	
岡山県倉敷市	拠点	(公財)大原美術館	大原美術館	
熊本県阿蘇市	地域	阿蘇市	阿蘇火山博物館	
青森県十和田市	拠点	十和田市	十和田市現代美術館	2020年 11月18日
山形県酒田市	拠点	(公財)本間美術館	本間美術館	
福島県津波市	拠点	福島県	福島県立博物館	
埼玉県所沢市	拠点	(公財)角川文化振興財団	角川武蔵野ミュージアム	
神奈川県横浜市中区	拠点	横浜市	横浜美術館	
新潟県十日町市	地域	十日町市	十日町市博物館、越後妻有交流館キナーレ、まつだい雪国農耕文化村センター、越後松之山「森の学校」キョロロ、十日町市清津峡溪谷歩道トンネル	
石川県七尾市	拠点	七尾市	和倉温泉お祭り会館	
長野県御代田町	拠点	(株)アマナ	MMoP   御代田写真美術館(仮称)	
静岡県熱海市	拠点	(公財)岡田茂吉美術文化財団	MOA美術館	
京都府京都市	拠点	京都市上下水道局	琵琶湖疏水記念館	
奈良県明日香村	地域	明日香村	飛鳥宮跡、飛鳥京跡苑池、飛鳥水落遺跡、酒船石遺跡、石舞台古墳、牽牛子塚古墳、中尾山古墳、キトラ古墳、高松塚古墳	
徳島県	地域	徳島県	徳島県立博物館、徳島県立阿波十郎兵衛屋敷、阿波おどり会館、藍住町歴史館藍の館、徳島県立大鳴門橋架橋記念館(渦の道)	
徳島県美波町	拠点	美波町	日和佐うみがめ博物館カレッタ	
福岡県北九州市	地域	北九州市	北九州市立自然史・歴史博物館、北九州市立新科学館(仮称)	
長崎県長崎市	拠点	(株)ユニバーサルワークス	軍艦島デジタルミュージアム	

資料:文化庁資料より(公財)日本交通公社作成

③我が国の暫定一覧表記載文化遺産

2021年3月31日時点の我が国の暫定一覧表記載文化遺産は、全6件となっている(表IV-10-7)。

例年、7月に開催される国の文化審議会世界文化遺産の推薦候補が選定されるが、2020年は世界遺産委員会が延期となった影響で、推薦候補の選定作業は行われなかった。

表IV-10-7 我が国の暫定一覧表記載文化遺産

NO.	遺産名	所在地	記載年
1	古都鎌倉の寺院・神社ほか	神奈川県	1992
2	彦根城	滋賀県	1992
3	飛鳥・藤原の宮都とその関連資産群	奈良県	2007
4	北海道・北東北の縄文遺跡群	北海道・青森県・岩手県・秋田県	2009 <sup>*1</sup>
5	金を中心とする佐渡鉱山の遺産群	新潟県	2010
6	平泉-仏国土(浄土)を表す建築・庭園及び考古学的遺跡群-	岩手県	2012 <sup>*2</sup>

\*1 2021年登録 資料:文化庁資料より(公財)日本交通公社作成  
\*2 拡張

(2)ユネスコ無形文化遺産

①「伝統建築工匠の技: 木造建造物を受け継ぐための伝統技術」のユネスコ無形文化遺産登録

2020年12月14日から19日にかけて、オンラインで開催された無形文化遺産保護条約第15回政府間委員会において、「伝統建築工匠の技: 木造建造物を受け継ぐための伝統技術」が「人類の無形文化遺産の代表的な一覧表」に登録された。

無形文化遺産保護条約は、無形文化遺産を国内的及び国際的に保護することを目的とした条約で、世界遺産は「顕著な普遍的価値」が重要な登録基準であるのに対し、無形文化遺産には同様の基準がなく、世界各地の無形文化遺産の多様性を示すことに重きが置かれている。

2021年3月31日現在、日本国内の無形文化遺産は22件となっている。

5. その他の動向

(1)新型コロナウイルス感染症への対応

2020年度は新型コロナウイルス感染症の流行により、文化芸術関係イベントの中止や開催方式の変更が生じる等、文化芸術活動も大きな影響を受けた。文化庁では、補正予算により、文化施設の感染症予防対策支援(サーモグラフィー、空気清浄機、消毒液、時間制来館者システム等の導入)、文化芸術団体の収益力強化、個人事業者や小規模団体に対する活動継続支援等を行った。

また、イベント実施に対する政府の自粛要請を受け、多くのイベントが中止等になり主催者に大きな損失が生じている状況を踏まえ、中止等となったイベントのチケット代金について観客等が払い戻しを受けない場合に、その金額分を寄付とみなして、寄付金控除の対象とする特例が措置された。

多くの地域では、伝統行事や民俗芸能が中止となった。文化庁は、こうした地域の無形文化遺産を重要な観光資源と位置付けた上で、「地域無形文化遺産継承のための新しい生活様式支援事業」により、デジタル化やオンライン配信等、新しい生活様式に対応した継承基盤を整備することにより、国内

観光の需要喚起及びインバウンドの回復に向けて地域の魅力を発信するなど、地域無形文化遺産にかかる取り組みを支援した。

## (2) 城泊をめぐる近年の動き

観光庁では、城泊・寺泊による歴史的資源を活用した観光まちづくりの推進に取り組んでおり、「観光ビジョン実現プログラム2019」には、訪日外国人観光客に向けた「地域の新しい観光コンテンツの開発」の一環として、城泊や寺泊などの、泊まって楽しむ体験型宿泊コンテンツの開拓が盛り込まれている。地域の象徴的な歴史的資源である城や様々な文化体験が可能な寺を活用した、ユニークな体験型宿泊コンテンツを開発することで、訪日外国人観光客の地方誘客を促進し、長期滞在や旅行消費額の増加等が目指されている。

愛媛県大洲市の大洲城は、2020年7月に「大洲城キャッスルステイ」としてオープンした。城下町に分散する町屋や古民家を改修し、まち全体がホテルという構想で展開する分散型ホテル「NIPPONIA HOTEL 大洲 城下町」も同日にオープンした。2004年に木造復元された天守を宿泊施設として利用し、宿泊客は城主として、初代藩主の入場を再現した体験プログラムで迎えられる。

長崎県平戸市の平戸城は、2017年の天守宿泊イベントをきっかけに城泊に取り組み始め、2021年4月に常設の城泊施設である「平戸城CASTLE STAY 懐柔櫓」としてオープンした。復元された鉄筋コンクリート製の懐柔櫓を、改修工事を施した上で宿泊施設として利用している。地元食材の特別料理、平戸神楽鑑賞、座禅体験、乗馬体験、茶道体験等の各種体験プログラムも利用可能。

観光庁では2020年度から「城泊・寺泊による歴史的資源の活用事業」を実施し、訪日外国人観光客・富裕層向け滞在環境整備や、体験コンテンツの造成・多言語化等に対して、専門家派遣や経費補助による支援を行っている。2020年度は、白河小峰城(福島県白河市)、岸和田城(大阪府岸和田市)、福山城(広島県福山市)、松江城(島根県松江市)、丸亀城(香川県丸亀市)、白杵城(大分県白杵市)、綾城(宮崎県綾町)の7つの城に対して専門家派遣を行い、実施報告書及びナレッジ集が作成された。ナレッジ集では、事業立ち上げまでを、事業検討段階、コンセプトの検討、事業計画の骨組みの作成、コンテンツの磨き上げの4つのステップに分け、各ステップでの重要なポイントを解説している。

(門脇茉海)



## IV-11 温泉

### 新・湯治推進プランの展開 コロナ禍における温泉地の取り組み

#### (1) 温泉地利用状況

##### ① 2019年度の温泉利用状況

環境省の「温泉利用状況」によると、2019年度(2020年3月末現在)、温泉地を有する市町村は1,444団体(前年度比9団体減)、温泉地数(宿泊施設のある温泉地)は全国で2,971カ所(同11カ所減)であった(表IV-11-1)。

源泉総数は27,969カ所(同686カ所増)で、このうち利用源泉数が17,193カ所(自噴4,079カ所、動力13,114カ所)となっている。前年度に比べて自噴47カ所の減少・動力157カ所の増加となった。

宿泊施設数は13,050軒(同175軒増)、収容定員は1,339,237人(同16,226人増)となった。延べ宿泊利用人員は126,529,082人と4,034,470人の減少となった。

温泉法(昭和23年法律第125号)に基づき環境大臣が指定した「国民保養温泉地」の延べ宿泊利用人員は、9,618,114人(同80,194人減)であった。

温泉地数を都道府県別にみると、北海道が243カ所と最も多く、以下、長野県205カ所、新潟県145カ所、福島県136カ所、青森県125カ所と続き、東日本が上位を占めている。

源泉数では、大分県が5,088カ所と突出しており、以下、鹿児島県2,749カ所、静岡県2,244カ所、北海道2,172カ所、熊本県1,360カ所、青森県1,075カ所と続く。

##### ② 2019年度入湯税額

総務省の「入湯税に関する調」によると、2019年度の課税市町村数は990市町村(前年度比2市町村減)、入湯客数は185,288,526人(同766,950人減)、入湯税額(決算額)は約225億

円(同約1億円増)であった。

課税市町村数は990団体で、標準税率は1人1日150円としている。なお、2020年度からは栃木県那須塩原市が新型コロナウイルス感染症対策調査事業(PCR検査)の財源の一部を確保するとして、宿泊料金や日帰り温泉料、教職員の引率する中学校・高校の行事を対象に、入湯税額を20円から200円引き上げた。2020年12月1日から2022年3月31日までの期間限定措置となる。

#### (2) 温泉地活性化に向けた動向

##### ① 新・湯治の推進

2017年7月、温泉地保護利用推進室(環境省)が開催した「自然等の地域資源を活かした温泉地の活性化に関する有識者会議」にて、現代のライフスタイルに合った温泉地の過ごし方「新・湯治」が提言された。2020年度には、同提言中の「新・湯治推進プラン」実現のために2018年度に策定されたロードマップ(2018～2022年度(5年間))に基づき、主に次の事業が展開された。

##### ● 新・湯治コンテンツモデル調査事業

チーム内の取り組みとして期待されるコンテンツをモデル調査として行い、その効果と有用性を発信することを目的として実施された。チーム員から2件の応募があり、関金温泉(鳥取県倉吉市)の「温泉地×転地療法×地域食材」、松之山温泉(新潟県十日町市)の「温泉地×ワーケーション×リフレッシュチャージ」が採択され、事業の途中経過が発信された(表IV-11-2)。

##### ● 新・湯治に関するセミナー等の開催

チーム員を主な対象とした「チーム 新・湯治セミナー」が2018年度のチーム新・湯治立ち上げから2019年度末までに計11回実施され、温泉地活性化に向けたチーム員の活動や環境

表IV-11-1 温泉利用状況の経年変化

年度	市町村数	温泉地数	計	A 利用源泉数		B 未利用源泉数		宿泊施設数	収容定員	年度延べ 宿泊利用人員	温泉利用の 公衆浴場数	国民保養温泉地 年度延べ 宿泊利用人員
				自噴	動力	自噴	動力					
2009	1,445	3,170	27,825	4,711	13,930	3,225	5,959	14,294	1,407,164	127,929,516	7,913	10,479,554
2010	1,440	3,185	27,671	4,460	13,476	3,325	6,410	14,052	1,411,884	124,925,272	7,902	9,563,332
2011	1,436	3,108	27,532	4,413	13,396	3,296	6,426	13,754	1,394,107	120,061,329	7,717	8,976,989
2012	1,436	3,085	27,221	4,286	13,354	3,232	6,346	13,521	1,373,508	124,695,579	7,771	8,823,770
2013	1,439	3,098	27,405	4,260	13,394	3,348	6,403	13,358	1,377,387	126,422,229	7,816	8,951,999
2014	1,434	3,088	27,367	4,142	13,181	3,484	6,560	13,278	1,377,591	127,974,837	7,883	8,726,377
2015	1,461	3,084	27,213	4,075	13,081	3,530	6,527	13,108	1,371,063	132,064,038	7,864	8,856,161
2016	1,449	3,038	27,421	4,117	13,100	3,549	6,655	13,008	1,354,607	130,127,812	7,898	8,870,292
2017	1,454	2,983	27,297	4,172	13,035	3,453	6,637	12,860	1,344,954	130,567,782	7,935	9,222,137
2018	1,453	2,982	27,283	4,126	12,957	3,458	6,742	12,875	1,323,011	130,563,552	7,936	9,698,308
2019	1,444	2,971	27,969	4,079	13,114	3,625	7,152	13,050	1,339,237	126,529,082	7,981	9,618,114

※1 温泉地数は宿泊施設のある場所を計上

※2 宿泊利用人員は参考数値

資料：環境省「温泉利用状況」よりJTBF作成

省の事業等について報告された(表IV-11-3)。また、2020年10月2日(金)、2021年1月28日(木)には地方公共団体や温泉事業者に向けた温泉熱の有効活用促進セミナーが実施され、「温泉熱有効活用に関するガイドライン」の普及及び温泉熱の有効活用に関する情報提供が図られた。なお、2020年10月2日(金)のセミナーは、第5回全国温泉地サミット、第2回チーム新・湯治全国大会と合同で行われた。

表IV-11-2 新・湯治モデルコンテンツ調査概要

■関金温泉(鳥取県倉吉市)	
実施者	関金温泉振興組合
テーマ	「温泉地×転地療法×地域食材」
内容	6つのプログラム(作業療法士によるセミナー、ウォーキング、ヘルシーランチ、ウォーキング、入浴、意見交流会)を実施し、身体及び心理的効果等を把握。医学的な見地に基づいて評価と検証を実施。「特別なものは何もない」温泉地であっても、豊かな自然と地域の食材と温泉を効果的に提示できれば、ヘルスツーリズムの拠点となり得ることを実証。
■松之山温泉(新潟県十日町市)	
実施者	松之山温泉合同会社まんな
テーマ	「温泉地×ワーケーション×リフレッシュチャージ」
内容	GPSSグループ社員の中から10名の参加社員を募り、松之山温泉でテレワーク&ワーケーション(ワーケーション)を行う。その効果検証のためにアンケート調査等を実施。

資料:環境省HPよりJTBF作成

表IV-11-3 「チーム新・湯治」セミナーのテーマ

第1回	温泉地でイマドキの湯治を考える(2018.12.5)
第2回	温泉地を「リフレッシュできる環境」に再生する(2019.1.25)
第3回	温泉地×企業で、新しいスタイルの滞在を創出する(2019.3.6)
第4回	全国「新・湯治」効果測定調査プロジェクト結果報告(2019.6.4)
伊豆半島	温泉地での新しいスタイルの滞在で、伊豆のジオの恵みを活かす(2019.7.11)
第5回	温泉地に求められるトータルデザイン力(2019.9.12)
雲仙温泉	地域の資源としての温泉と今後の町づくりを考える(2020.2.14)
第6回	現代人の生活に“寄り添う温泉”とは～健康の維持・増進の観点から温泉地の可能性を考える(2020.8.26)※オンラインセミナー
第7回	健康経営時代における温泉利用と元気な暮らし、生き方(2020.12.21)※リアル会場+オンライン配信
福島市	環境変化を乗り越える、特徴ある温泉地づくりの歩み(2021.2.19)※オンラインセミナー
第8回	コロナ禍で考える、温泉地での滞在に資する食と宿泊施設のあり方(2021.3.10)※オンラインセミナー

資料:環境省HPよりJTBF作成

## ②第5回全国温泉地サミット、第2回チーム新・湯治全国大会の開催

2020年10月2日(金)、温泉地保護利用推進室(環境省)が主催する第5回全国温泉地サミット(全国温泉地自治体首長会議)、第2回チーム新・湯治全国大会が、オンラインで開催され、ライブ配信が行われた。

サミットにおいては、ユニリーバ・ジャパンホールディングス株式会社取締役・鳥田由香氏によるワーケーションについての基調講演、温泉地を有する市町村の首長等による各地の取り組みの紹介、温泉地におけるワーケーションをテーマと

した意見交換が行われた。各地の取組においては、長湯温泉(大分県竹田市)の温泉地のブランディング、嬉野温泉(佐賀県嬉野市)・伊香保温泉(群馬県渋川市)・雲仙温泉(長崎県雲仙市)等でのワーケーション推進について紹介があった。

チーム新・湯治全国大会では、チーム新・湯治の活動についての環境省からの紹介、一般財団法人日本健康開発財団温泉医科学研究所による平成30年度・令和元年度の2ヶ年で行われた全国「新・湯治」効果測定調査プロジェクトの実施報告、チーム員等7名による温泉地におけるワーケーションについての発表が行われた。

## ③温泉利用型健康増進施設

「温泉利用型健康増進施設」とは、厚生労働省が定める一定の基準を満たし、温泉を利用した健康づくりを図ることができる施設のことをいう。1988年に規定が設けられた際は、温泉利用と有酸素運動を行える設備が同一の施設内にある必要があったが、2016年3月に基準が緩和され、入浴施設と運動施設が異なる場合であっても、運営が一体となっており近接性について一定の要件を満たせば、温泉利用型健康増進施設(連携型)として認定可能となった。2020年度4月1日現在では、21施設が指定されている。

## ④国民温泉保養地に関する動向

「国民保養温泉地」とは、温泉の公共的利用増進のため、温泉利用の効果が十分期待され、かつ、健全な保養地として活用される温泉地を、温泉法(1948年法律第125号)に基づき環境大臣が指定するもので、1954年に始まった制度である。その後、制度発足以降長い年月が経過し、「国民保養温泉地を取り巻く社会情勢や温泉利用者のニーズが大きく変化してきたこと」「温泉資源の保護を図りつつ、自然や歴史文化等、温泉地の特性を踏まえ、方向性を明確にした取組の進展が必要であること」等から、環境省では、国民保養温泉地の選定基準を2012年7月に改訂し、「温泉地計画」の見直しを5年毎に行うこととした。

2020年11月末現在では、77ヵ所の国民保養温泉地が指定されている。2020年度は7ヵ所で温泉地計画が改訂され、新規指定はなかった。

## (3)温泉に関する評価

### ●にっぽんの温泉100選

旅行会社社員等が選んだ温泉地ランキング「第34回にっぽんの温泉100選(2010年度)」(主催:株式会社観光経済新聞社)では、「草津温泉」(群馬県草津町)が18年連続で1位となった。2位は「別府八湯」(大分県別府市、昨年2位)、3位は「下呂温泉」(岐阜県下呂市、昨年6位)であった。(表IV-11-4)

### ●温泉総選挙

2019年度に引き続き、「温泉総選挙2020」(主催:旅して日本プロジェクト、後援:環境省・観光庁・内閣府・総務省・経済産業省)が実施された。本事業は、投票を通じて温泉地の様々な情報を発信し、来訪者を増やすことを目的としている。2016

年度までは温泉総選挙選考委員会(環境省・日本温泉協会・日本温泉気候物理医学会等から構成される)により全ての賞が選定されていたが、2017年度以降は一般からの投票も募っている。例年はウェブ、現地で投票を受け付けるが、2020年度は新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、ウェブ投票のみとなった。

各温泉地が9部門のうち1部門を選んでエントリーし、2020年度は23万票の一般投票により各部門賞が決定。さらに各後援省庁の選定基準に基づき省庁賞(環境大臣賞、地方創生担当大臣賞、総務大臣賞、観光庁長官賞)、温泉総選挙選考委員会により特別賞(審査員特別賞、おもてなし賞、クールジャパン賞、温泉Biz賞、新型コロナウイルス対策賞)を選出した。新型コロナウイルス対策賞は、エントリーした全24カ所の温泉地すべてに授与された。(表IV-11-5)

表IV-11-4 にっぽんの温泉100選ランキング

2020年	2019年	温泉地	所在地
1位	1位	草津	群馬県草津町
2位	2位	別府八湯	大分県別府市
3位	6位	下呂	岐阜県下呂市
4位	4位	有馬	兵庫県神戸市
5位	3位	指宿	鹿児島県指宿市
6位	5位	道後	愛媛県松山市
7位	9位	箱根	神奈川県箱根町
8位	10位	城崎	兵庫県豊岡市
9位	7位	登別	北海道登別市
10位	8位	湯布院	大分県由布市

資料:観光経済新聞よりJTBF作成

表IV-11-5 温泉総選挙2020 受賞温泉地

	賞	温泉地	所在地
部門賞 (一般投票)	リフレッシュ	やいづ黒潮温泉	静岡県焼津市
	うる肌	秋川渓谷 瀬音の湯	東京都あきる野市
	スポーツ・レジャー	ひよし温泉	京都府南丹市
	健康増進	竜王ラドン温泉	山梨県甲斐市
	ファミリー	絹島温泉 ベッセルおおちの湯	香川県東かがわ市
	歴史・文化	菊池温泉	熊本県菊池市
	女子旅	四万温泉	群馬県吾妻郡中之条町
	外国人おもてなし	沖縄北谷温泉 美浜の湯	沖縄県中頭郡北谷町
	絶景	みはらしの丘 みたまの湯	山梨県西八代郡市川三郷町
	省庁賞	環境大臣賞	松之山温泉
地方創生担当大臣賞		菊池温泉	熊本県菊池市
総務大臣賞		千里浜温泉郷	石川県羽咋市
観光庁長官賞		天童温泉	山形県天童市
特別賞	審査員特別賞	上天草温泉郷	熊本県上天草市
		湯谷温泉	島根県川本町
		層雲峡温泉	北海道上川郡上川町
	おもてなし賞	箱根温泉	神奈川県足柄下郡箱根町
	クールジャパン賞	山代温泉	石川県加賀市
	温泉Biz賞	肘折温泉	山形県最上郡大蔵村
	新型コロナウイルス対策賞	エントリーした全24温泉地に授与	

資料:温泉総選挙2020「温泉総選挙2020 最終結果発表」よりJTBF作成

#### (4) コロナ禍における地域の動向

##### ① 感染拡大防止策

###### ● 新型コロナウイルス感染症拡大防止ガイドラインの策定

新型コロナウイルス感染症対策専門家会議の意向を受け、温泉や浴場の業界団体は、新型コロナウイルス感染症拡大防止ガイドラインを策定した。日本温泉協会は温泉施設における感染対策の基本的な考え方や留意点を「温泉施設における新型コロナウイルス対応ガイドライン」として取りまとめた。また、全国公衆浴場業生活衛生同業組合連合会は、「浴場業(公衆浴場)における新型コロナウイルス感染拡大予防ガイドライン」を策定した。

各施設でこれらの業界団体のガイドラインに準じた対策が行われる中、町全体が一つの旅館であるという意識のもと発展を遂げてきたことで知られる城崎温泉では、旅館・物産・飲食店・外湯の組合が参画の上、町全体としてのガイドラインを独自に策定し、感染対策を行った。

###### ● 各温泉地の感染拡大防止に向けた取り組み

業界団体のガイドラインに沿った対策が行われる中、各温泉地では感染拡大防止に向けた独自の取組も進められた。

###### ○ 感染対策の認証制度「つちゆKEEP」

土湯温泉(福島県福島市)では、宿泊施設などを対象とした感染対策の認証制度「つちゆKEEP」が、土湯温泉観光協会により設けられた。業界団体のガイドライン等をもとに10カ条の基準を設け、それを満たした施設に認定証を付与する。観光業回復のための独自プラン「つちゆ黎明プロジェクト」の一環として行われた。

###### ○ 感染防止対策のピクトグラム制作

宇奈月温泉(富山県黒部市)では、感染防止対策とおもてなしの両立を図る取組のシンボルとして、ロゴマークとピクトグラム(視覚記号)を制作した。ピクトグラムは、消毒液設置や従業員の検温など、全13種類の感染拡大防止に向けた取組を視覚化したもので、施設の店頭やレジ周り等に掲示して活用する。

###### ○ 独自の衛生・消毒プログラム、CO<sub>2</sub>で密を測定するシステムの導入

親湯温泉(長野県茅野市)では、各業界団体のガイドラインを踏まえた32項目からなる独自の衛生・消毒プログラムを策定し、感染拡大防止を図った。また、空気中の二酸化炭素濃度を測定して密集度合いをモニター画面で知らせるシステムを経営する3軒の旅館で導入し、三密を避けた利用を促した。

## ②新しい温泉地の楽しみ方

### ●リモートで楽しむ温泉地

感染症対策のため外出が抑制される中、リモートで温泉地を楽しむ取組が注目を集めた。

### ○温泉街の食事をデリバリー「温泉イーツ」

戸倉上山田温泉街(長野県千曲市)では、10以上の旅館・飲食店・商店・地元タクシー事業者等の連携により、温泉街の旅館・飲食店等の食事を千曲市・坂城町へデリバリーするサービス「温泉イーツ」が開始された。宿泊施設を中心としたサービスの既存ネットワークを活かし、飲食店・商店が拠点となる旅館に注文品も持ち込み、事務局で取りまとめ、地元タクシー事業者が配送する。

### ○温泉を家庭に届ける「源泉デリバリー」

栃木県では、スポーツ選手及びスタッフが那須温泉・板室温泉・塩原温泉・鬼怒川温泉の源泉を無料で家庭に届けるサービス「源泉デリバリー」が期間限定で実施された。栃木県旅館ホテル若旦那の会(栃木県旅館ホテル生活衛生同業組合連合会青年部)と栃木県内を拠点とするプロスポーツの7チームが連携して行った。

### ○温泉を疑似体験「湯めぐりVR」

有馬温泉(兵庫県神戸市)では、VRで温泉を疑似体験できる動画「有馬温泉 湯めぐりVR」をYouTube等で公開した。若手旅館経営者らが、感染収束後に有馬温泉を訪れるきっかけになることを狙いとして制作した。その後、有馬温泉と連携し、草津温泉(群馬県吾妻郡草津町)でも同様にVR動画「草津温泉 湯めぐりVR」を制作・公開した。

### ●温泉地でのワーケーション推進

新型コロナウイルス感染拡大下では、三密を避けた新しい働き方として、ワーケーションが温泉地でも推進された。

環境省など5省庁が後援する「旅して日本プロジェクト」が主催する温泉地情報発信サイト「温泉総選挙」では、利用者の少ない平日の温泉地をテレワークの場として活用できるよう、温泉地やワーケーションを行う企業、個人をサポートする官民一体の企画「温泉Biz」を開始した。参加温泉地では、街を挙げてワークスペースや会議施設、食事等を提供する。

## ③その他の特徴的な取り組み

コロナ禍の直接的な影響下以外でも、各地域で温泉地活性化に向けた取り組みが進められた。

### ○映画仕立てのPR動画「別府 THE ONSEN JOURNEY」

別府温泉(大分県別府市)では、外郭団体「別府市産業連携・協働プラットフォームB-biz LINK」により、PR動画「別府 THE ONSEN JOURNEY」が公開された。CGと実写を織り交ぜた映画仕立ての動画で、自然地理学の観点も踏まえ、別府温泉の成り立ちや歴史、魅力を紹介している。コロナ禍で落ち込んだ観光需要の回復も狙いとする。

### ○復興を目指す「天ヶ瀬温泉未来創造プロジェクト」

天ヶ瀬温泉(大分県日田市)では、2020年7月の壊滅的な豪雨からの復興を目指し、有志チームと一般社団法人日田市観光協会によって「天ヶ瀬温泉未来創造プロジェクト」が立ち上げられた。被災者への炊き出し、防犯ブザーの配布、天ヶ瀬温泉の風物詩「川湯」の復活整備、温泉街魅力化景観整備等を行い、「希望を見つけに行く温泉街」として地域全体の再興を図る。

### ○雪国の知恵と特徴を生かす雪室低温貯蔵による地域製品の付加価値形成試験

越後湯沢温泉観光協会(新潟県湯沢町)は、観光庁のニューノーマルな観光を支援する事業「あたらしいツーリズム」の一環として、雪室低温貯蔵による地域製品の付加価値形成試験を実施した。低温貯蔵と相性がよいと思われる産品や加工品を雪室に貯蔵することで、シーズン外の商品提供や市場に出回りにくい商品の提供を図る。

(磯貝友希)

# 第V編 観光政策

## V-1 国による観光政策

(1) 政府の観光政策の概観	180
① 観光ビジョン実現プログラム2020	180
② 観光庁関連予算	180
(2) 各府省庁による観光政策	180
① 観光分野における新型コロナウイルス感染症対策	180
② 新型コロナウイルス感染症終息後を見据えた観光施策	182

## V-2 都道府県による観光政策

(1) 都道府県の観光行政にかかわる基盤整備の状況	186
(2) 都道府県における政策・施策	187
(3) 市町村との役割分担	188
(4) 新型コロナウイルス感染症への対応	189

## V-3 主要市町村による観光政策

(1) 主要市町村の観光行政に関わる基盤整備の状況	191
(2) 主要市町村における政策・施策	192
(3) 都道府県との役割分担	192
(4) 新型コロナウイルス感染症への対応	193
(5) 都道府県に対する調査結果との比較	194

# V-1 国による観光政策

コロナ禍の中で観光関連産業の雇用維持・事業継続支援に注力するとともに、消費喚起、観光産業の体質強化、滞在型コンテンツの磨き上げなど、「反転攻勢に転じる」ための各種政策を実施

## (1) 政府の観光政策の概観

### ① 観光ビジョン実現プログラム2020

政府は2019年8月から2020年6月にかけて開催した「観光戦略実行推進会議」における議論を踏まえ、2020年7月に「観光ビジョン実現プログラム2020」を決定した。

同プログラムでは、

- ・ 新型コロナウイルス感染症により深刻な影響が生じている観光関連産業において、まずは雇用の維持と事業の継続の支援策を最優先に取り組むこと
  - ・ 観光需要の回復に向けて反転攻勢に転じるための基盤を整備すること
  - ・ 感染の状況等を見極めつつ、我が国の観光消費の8割を占める国内旅行需要を強力に喚起し、観光産業の回復と体質強化を図ること
  - ・ 国・地域ごとの感染収束を見極め、誘客可能となった国等からインバウンドの回復を図ること
- 等が打ち出された。

### ② 観光庁関連予算

2020年度の観光庁当初予算は680.9億円（前年度比102%）であった。2019年1月に運用開始された国際観光旅客税は、予算全体の約7.5割にあたる510.6億円が充当されることとなった。用途の内訳は、「ストレスフリーで快適に旅行できる環境の整備」が273.8億円（前年度比98%）、「我が国の多様な魅力に関する情報の入手の容易化と観光産業の基幹産業化」が156.5億円（前年度比105%）、「地域固有の文化、自然等を活用した観光資源の整備等による地域での体験滞在の満足度向上」が237.4億円（前年度比106%）等となっている。

さらに、2020年4月に成立した第1次補正予算では、「国内に向けた観光需要喚起策（Go To キャンペーン事業）」に1兆6,794億円の内数（経済産業省に計上し国土交通省にて執行）、「誘客多角化等のための魅力的な滞在コンテンツ造成」に102億円、「訪日外国人旅行者受入環境整備緊急対策事業」に52億円、「訪日外国人旅行者の需要回復のためのプロモーション」に96億円が計上された。

また、2020年12月に成立した第3次補正予算では、「Go To トラベル事業（延長と適切な運用）」に1兆311億円（別途予備費3,119億円を措置）、「既存観光拠点の再生・高付加価値化推進事業」に550億円、「地域の観光資源の磨き上げを通じた域内連

携促進事業」に50億円、「訪日外国人旅行者受入環境整備緊急対策事業」に50億円が計上された。

## (2) 各府省庁による観光政策

以下、2020年度の各省庁の主な取り組みを概観していく。

### ① 観光分野における新型コロナウイルス感染症対策

#### ● 観光関連産業の雇用の維持と事業の継続

政府として、新型コロナウイルス感染症拡大により特に大きな影響を受ける事業者、また売上の減少に直面する事業者の事業継続を下支えするため、「持続化給付金」「家賃支援給付金」を創設し給付を行った。また、雇用調整助成金について特例措置の拡充、延長を行ったほか、地域経済や雇用を維持するため、政府系金融機関や民間金融機関を通じた実質無利子・無担保融資を開始し、その後実質無利子となる上限額の段階的な引き上げを行った。

#### ● 反転攻勢に転じるための基盤の整備

##### ○ 各業界の感染拡大予防ガイドライン整備への支援

2020年5月に、観光庁の助言等を受け、旅行・宿泊・バスの業界団体により感染拡大予防ガイドラインが整備された。

##### ○ 旅行者に対する「新しい旅のエチケット」の周知

旅行者に対しては、交通機関や宿泊・観光施設等の業界団体で構成される旅行連絡会において、国土交通省・観光庁の協力の下、旅行者視点での旅行時における感染拡大防止のための基本的な留意事項と旅行の各場面（移動、食事、宿泊、観光施設、ショッピング）における留意事項を「新しい旅のエチケット」としてまとめ、周知・徹底を図った。

##### ○ Go To トラベル事業

2020年7月22日には、失われた旅行需要の回復や旅行中に

表V-1-1 Go To トラベル事業の主な経緯

日付	内容
2020年7月22日	Go To トラベル事業開始
2020年10月1日	地域共通クーポンの利用開始。対象外としていた東京発着を新対象に追加。
2020年11月24日	札幌市と大阪市を3週間対象から除外
2020年12月14日	12月27日まで札幌・大阪・名古屋・東京への旅行を対象外に
2020年12月14日	12月28日～1月11日の期間中、全国で一時停止
2020年12月14日	名古屋市への旅行を12月16日～27日に一時除外へ
2020年12月16日	12月27日まで広島市への旅行を対象外に
2021年1月7日	緊急事態宣言発出に伴い2月7日まで停止措置継続
2021年2月3日	3月7日まで全国一律の停止措置を継続
2021年3月5日	事業の一時停止措置の継続

資料：各種情報をもとに（公財）日本交通公社作成

おける地域の観光関連消費の喚起を図るとともに、ウィズコロナの時代における「安全で安心な旅のスタイル」の普及・定着を図る「サービス産業消費喚起事業」(Go Toトラベル事業)が開始された。同事業では同年10月1日より地域共通クーポンの利用を開始し、対象外としていた東京発着の旅行を支援対象に含めることとした。

なお、新型コロナウイルス感染症対策分科会の提言等を踏まえ、2020年11月24日に札幌市、大阪市を目的とする旅行について、同年12月15日まで本事業の適用を一時停止する旨を発表した。

また、同年12月14日には、札幌市、大阪市、名古屋市、東京都を目的地とする旅行について、同年12月27日まで本事業の適用を一時停止し、年末年始における旅行について、特定の地域に関わらず、2021年1月11日まで本事業の適用を一時停止する旨を発表した。

さらに、2020年12月16日には広島市を目的地とする旅行について、同年12月27日まで本事業の適用を一時停止する旨を発表した。

その後も一時停止を延長し、2021年6月末時点においても、Go Toトラベル事業は一時停止されている(表V-1-1)。

### ○観光業の体質強化

「宿泊施設アドバイザー派遣事業」として、事業継続や、感染症ガイドラインを踏まえた感染拡大防止の取り組み、新たなビジネスモデル構築等に意欲のある宿泊施設(2020年9月の第一期公募分30件、同年11月の第二期公募分4件)に対して個々の課題解決に向けてアドバイザーを派遣し、事業計画作成、金融機関との調整、活用可能な補助金の助言・申請支援等を行い、個別状況に応じた高付加価値化・生産性向上に向けた取り組みを支援した。

また、地域旅館の再生・活性化に資する対策を図るため、金融的支援等の専門的見地から検討を加えるべく、2020年5月から3回にわたり「旅館への投資の活性化による『負のスパイラルの解消』に向けた支援のあり方に関する分科会」が開催された。同分科会では、融資制度の拡充、観光遺産産業化ファンドの活用促進等の支援制度を含め、具体的な仕組みが検討された。

### ○滞在型コンテンツへの磨き上げ

「誘客多角化等のための魅力的な滞在コンテンツ造成」実証事業を通じて、地方公共団体、観光地域づくり法人(DMO)等

表V-1-2 「文化観光拠点施設を中核とした地域における文化観光の推進に関する法律」(文化観光推進法)に基づき認定された拠点計画および地域計画(令和2年度分)

計画の実施地域	計画	主な申請者	文化観光拠点施設
秋田県横手市	地域	横手市	横手市増田まんが美術館
群馬県高崎市	拠点	群馬県	群馬県立歴史博物館
東京都品川区	拠点	(株)寺田倉庫	WHAT
山梨県	地域	山梨県	山梨県立美術館、平山郁夫シルクロード美術館、中村キース・ヘリング美術館、清春芸術村
愛知県名古屋市	拠点	(公財)徳川黎明会徳川美術館	徳川美術館
福井県福井市	地域	福井県	福井県立一乗谷朝倉氏遺跡資料館、特別史跡一乗谷朝倉氏遺跡
奈良県	地域	奈良県	奈良国立博物館、奈良県立美術館、奈良県立民俗博物館、奈良県立橿原考古学研究所附属博物館、奈良県立万葉文化館、なら歴史芸術文化村
大阪府堺市	地域	堺市	堺市博物館、さかい利晶の杜、堺伝統産業会館
岡山県倉敷市	拠点	(公財)大原美術館	大原美術館
熊本県阿蘇市	地域	阿蘇市	阿蘇火山博物館
青森県十和田市	拠点	十和田市	十和田市現代美術館
山形県酒田市	拠点	(公財)本間美術館	本間美術館
福島県会津若松市	拠点	福島県	福島県立博物館
埼玉県所沢市	拠点	(公財)角川文化振興財団	角川武蔵野ミュージアム
神奈川県横浜市	拠点	横浜市	横浜美術館
新潟県十日町	地域	十日町市	十日町市博物館、越後妻有交流館キナーレ、まつだい雪国農耕文化村センター、越後松之山「森の学校」キョロロ、十日町市清津峡溪谷歩道トンネル
石川県七尾市	拠点	七尾市	和倉温泉お祭り会館
長野県御代田町	拠点	(株)アマナ	MMoP   御代田写真美術館(仮称)
静岡県熱海市	拠点	(公財)岡田茂吉美術文化財団	MOA美術館
京都府京都市	拠点	京都市上下水道局	琵琶湖疏水記念館
奈良県明日香村	地域	明日香村	飛鳥宮跡、飛鳥京跡苑池、飛鳥水落遺跡、酒船石遺跡、石舞台古墳、牽牛子塚古墳、中尾山古墳、キトラ古墳、高松塚古墳
徳島県	地域	徳島県	徳島県立博物館、徳島県立阿波十郎兵衛屋敷、阿波おどり会館、藍住町歴史館藍の館、徳島県立大鳴門橋架橋記念館(渦の道)
徳島県美波町	拠点	美波町	日和佐うみがめ博物館カレッタ
福岡県北九州市	地域	北九州市	北九州市立自然史・歴史博物館、北九州市立新科学館(仮称)
長崎県長崎市	拠点	(株)ユニバーサルワーカース	軍艦島デジタルミュージアム

資料:文化庁ウェブサイトをもとに(公財)日本交通公社作成

が観光イベント・観光資源をより安全で集客力の高いものへと磨き上げるために実施する事業(2020年9月の第一次採択事業307件、同年11月の第二次採択事業249件の計556件)への支援を行った。

また、「国立公園・温泉地等での滞在型ツアー・ワーケーション推進事業」を実施し、ワーケーション等実施のためのツアーやWi-Fi等の環境整備に対する支援を行う271件を採択した。

### ○受入環境の整備

「観光地の「まちあるき」の満足度向上整備支援事業」等において地方公共団体・観光地域づくり法人(DMO)等が実施する観光地の訪日外国人旅行者受入環境の整備を引き続き推進し、2021年3月末時点で累計140件の旅行環境まるごと整備計画を認定した。

また、「訪日外国人旅行者受入環境整備緊急対策事業」として、「地方での消費拡大に向けたインバウンド対応支援事業」および「感染症対策事業」を実施し、前者では外国人観光案内所や観光拠点情報・交流施設の整備、観光スポットの段差の解消、非常用電源装置および情報端末への電源供給機器の整備などを行った。また後者では、観光施設における感染症対策機器の導入支援を行い、感染症対策を推進した。

表V-1-3 城泊・寺泊による歴史的資源の活用事業  
(城泊・寺泊専門家派遣)

#### <城泊>

応募団体名	対象物件	地域
白河市(産業部観光課)	小峰城	福島県白河市
岸和田市魅力創造部観光課	岸和田城	大阪府岸和田市
福山市	福山城	広島県福山市
(一社)松江観光協会	松江城	島根県松江市
(一財)丸亀市観光協会	丸亀城	香川県丸亀市
臼杵のんき屋	臼杵城	大分県臼杵市
BIOSOPHY ARCHIVES 七部会議	綾城	宮崎県東諸県郡綾町

#### <寺泊>

応募団体名	対象物件	地域
黄檗宗眞福山寶林寺	寶林寺	群馬県邑楽郡千代田町
(一社) 加賀市観光交流機構	大聖寺 (実性院)	石川県加賀市
宗教法人圓立寺	圓立寺	福井県大野市
宗教法人法源寺	法源寺	山梨県南アルプス市
武井坊	武井坊	山梨県南巨摩郡身延町
大本山方広寺	方広寺	静岡県浜松市
妙泉寺	妙泉寺	静岡県富士宮市
浄土真宗本願寺派 覚成寺	覚成寺	岐阜県安八郡安八町
株式会社KOMINKA企画	法皇山光明寺	滋賀県長浜市
大泉寺・路地ing	大泉寺	京都府京都市上京区
株式会社ティ・エ・エス	立本寺	京都府京都市上京区
宗教法人正暦寺	正暦寺	京都府綾部市
宗教法人海蔵寺	海蔵寺	和歌山県東牟婁郡那智勝浦町
宗教法人楞嚴寺	楞嚴寺	和歌山県東牟婁郡那智勝浦町

資料:観光庁ウェブサイトをもとに(公財)日本交通公社作成

### ○新たな旅のスタイル

ワーケーションやプレジャー等の普及に向けて、関係府省庁、経済団体、旅行団体、地方公共団体、有識者等による「新たな旅のスタイル」に関する検討委員会を開催し、取り組みの共有や具体的な実施内容等の検討を行うとともに、モデル事業や実態調査を行い、2021年3月に開設したウェブサイトを通じた情報発信を行った。

### ②新型コロナウイルス感染症終息後を見据えた観光施策

#### ●外国人が真の意味で楽しめる仕様に変えるための環境整備

#### ○訪日ベジタリアン・ヴィーガンの受入環境整備

2020年4月に公表した「飲食事業者等におけるベジタリアン・ヴィーガン対応ガイド」について、セミナーを開催するとともに周知を行った。

#### ○文化観光を推進するための受入環境整備

2020年5月に施行された「文化観光拠点施設を中核とした地域における文化観光の推進に関する法律」に基づき、2020年度は25件の拠点計画および地域計画を認定した。また対象とする拠点又は地域では、多言語案内、Wi-Fi 環境、キャッシュレス化、バリアフリー化等の整備を促進した(表V-1-2)。

#### ○地域への誘客力を備えた世界レベルの宿泊施設整備の促進および富裕層対応人材の育成

世界レベルの宿泊施設等における富裕層対応人材の確保・育成に向け、「上質なサービス提供に向けた宿泊施設への専門家派遣」事業を、2020年11月より全国8施設において実施した。

#### ○観光施設におけるバリアフリー情報提供の促進

2020年6月に施行された「高齢者、障害者等の移動等の円滑化の促進に関する法律の一部を改正する法律」に基づき、2020年12月に「観光施設における心のバリアフリー認定制度」を開始した。これは、高齢者、障害者等が旅行中に利用する宿泊施設、飲食施設、観光案内所においてバリアフリー対応と情報発信に積極的に取り組む施設を認定する制度となっている。

表V-1-4 国立公園におけるグランピング等促進事業

国立公園名	採択事業者名
日光国立公園、尾瀬国立公園	大都開発株式会社
上信越高原国立公園	株式会社Wonder Wanderers
富士箱根伊豆国立公園	一般社団法人エコロジック
富士箱根伊豆国立公園	株式会社ヴィレッジインク (Beach Dish "IZU")
伊勢志摩国立公園	株式会社Voyagin
瀬戸内海国立公園	特定非営利活動法人 シクロツーリズムしまなみ
瀬戸内海国立公園	株式会社JR西日本コミュニケーションズ
大山隠岐国立公園	株式会社wondertrunk&co.
阿蘇くじゅう国立公園	阿蘇ハイランド開発株式会社
屋久島国立公園	株式会社Wonder Wanderers
西表石垣国立公園	上地プロバン合同会社

資料:(一財)環境イノベーション情報機構ウェブサイトをもとに(公財)日本交通公社作成



## ○消費や投資を促進する観光地高度化計画の推進

2019年度に策定した「スマートリゾート計画」やハンドブック、動画を取りまとめ、2020年5月に経済産業省のウェブサイトにて公開し、展開を図った。

## ○日本版MaaSの推進

「日本版MaaS推進・支援事業」において公募を行い、全国38地域を選定し実証実験の支援を実施したほか、公共交通機関のデータ化については10事業者、キャッシュレス化については21事業者、AIオンデマンド交通等、新型輸送サービスの導入については7事業者に対し支援を実施し、公共交通機関におけるストレスフリーで快適に旅行できる環境を整備した。

## ○農泊のビジネス化・受入体制の強化

農泊のビジネス化に向けた経営人材育成の研修会(基礎

編・アドバンス編)を全国15会場で実施した。

また、宿泊、食事および体験コンテンツの充実や訪日外国人旅行者に対応した受入体制の強化を目的として、全国25箇所

## ●地域の新しい観光コンテンツの開発

## ○「国立公園満喫プロジェクト」の推進

「ステップアッププログラム2020」に基づき各種取り組みを実施するとともに、先行8国立公園を含む10公園において、2021年以降の取り組み計画である「ステップアッププログラム2025」等を策定した。

また、先行8国立公園を含む23国立公園において、自然体験コンテンツの充実や、地域の取り組みの自走化に向けたガイド等の人材育成研修を実施した。

表V-1-5 夜間・早朝の活用による新たな時間市場の創出事業

応募団体名	事業名	地域
株式会社 プロットアジアアンドパシフィック(PAP)	十勝の資源を活用したハイクラス野遊びリゾート創出事業	北海道 帯広市、幕別町、大樹町、清水町、池田町、中札内村、広尾町
十和田・八甲田ナイトタイム 活性化協議会(仮)	十和田・八甲田地域ナイトタイム市場創出事業	青森県 十和田市
株式会社 アイサイト(i SITE Inc.) 夜の果樹園実行委員会	三位一体“やま型”夜間・早朝ツアー実施調査プロジェクト 夜の果樹園	山形県 山形市 福島県福島市
株式会社 フロンティアインターナショナル	「花火大会」の国内外来場者の環境整備とマネタイズ化	茨城県 水戸市
八ヶ岳アートナイト実行委員会	八ヶ岳アートナイト	山梨県 北杜市
株式会社 滝沢印刷	南魚沼雲海ハント	新潟県南魚沼市
一般社団法人 長岡観光コンベンション協会	日本農業遺産 山古志の棚田・棚池ライトアップと山花火 ～山古志のおもてなし～	新潟県 長岡市
一般社団法人ななお・なかのとDMO	“旅館と街の美味しい連携”「七尾&和倉 灯りと食のほっこりナイト」推進事業	石川県 七尾市
一般社団法人 The CAMPus	野沢温泉富裕層向け農LIFE & CAMP アグリツーリズム事業	長野県 野沢温泉村
福井県坂井市	東尋坊エリアにおけるナイトタイムエコノミー創出事業	福井県 坂井市
京阪ホールディングス 株式会社	夜も、朝も楽しめる京都アートツーリズム振興事業	京都府 京都市
一般社団法人 KYOTOGRAPHIE	KYOTOGRAPHIE 京都国際写真祭 ナイトプログラム	京都府京都市
大峯山洞川温泉観光協会	洞川温泉街の夜間時間市場の創出(仮称)	奈良県 天川村
一般社団法人 みよし観光まちづくり機構 広島県夜の魅力づくり協議会	日本妖怪博物館ナイトミュージアムと夜の伝統文化・温泉 多様な交通機関・文化財等を活用した夜の魅力創出事業	広島県 三次市 広島県 広島市、廿日市市
一般社団法人 地域創生グローバル人材支援協会	Hiroshima Friends Project	広島県 広島市、庄原市
ヌーヴォー・シルク・ジャポン(NCJ) 推進協議会	ヌーヴォー・シルク・ジャポン in お庭の国宝 栗林公園	香川県 高松市
小豆島ナイトツーリズム協会	小豆島迷路のまちを中心としたナイトツーリズムの創造	香川県 土庄町
RELA GREEN VILLAGE 株式会社	完全地産地消四十町夜間早朝サウナ&マルシェ事業	高知県 四十町
一般社団法人 まちはチームだ	文化財を活用したナイトコンテンツの創出「ナイトキャッスル」	福岡県 北九州市
宗像国際環境会議実行委員会	世界遺産を活用した夜間・早朝時間市場創出事業	福岡県 宗像市
株式会社 御花	水上ナイトマーケットによる新しい観光資源創出事業	福岡県 柳川市
五島市体験交流協議会	五島列島全域におけるコンテンツ造成・環境整備事業	長崎県 五島市
平山温泉観光協会	地酒×伝統文化を活用した、温泉地におけるナイトタイムエコノミー創出事業	熊本県 山鹿市
Qurumu 合同会社	【宮崎ニシタチ】スナック入り口&発信事業	宮崎県 宮崎市
鹿児島県酒造組合青年会	鹿児島島の特性を活かした本格焼酎ナイトミュージアム創出事業	鹿児島県 鹿児島市
鹿児島クラフトツーリズム協議会	クラフトフェア時間拡大による賑わい創出事業	鹿児島県 鹿児島市
奄美大島のナイトタイムを楽しむ オンラインサロン事務局	奄美のナイトタイムでのコンテンツ連携と情報発信事業	鹿児島県 奄美市、大和村、宇検村、瀬戸内町、龍郷町
株式会社 モーアシビー	太平通りナイトマーケット及びナイトコンテンツ紹介事業	沖縄県 那覇市
Sanctuary Dining in Nanjo 実行委員会	文化遺産活用型ナイトコンテンツ創出事業	沖縄県 南城市

資料:観光庁ウェブサイトをもとに(公財)日本交通公社作成

○城泊、寺社仏閣泊などの地域の新しい宿泊コンテンツの開拓の推進

城や社寺をインバウンド向けの宿泊施設として利活用することに意欲がある21件の実施主体に向けて、専門家を地域の実情・相談内容に合わせて派遣し、地方公共団体・地域住民への理解の促進および宿泊施設化を進めるためのコンサルティングを行った(表V-1-3)。

また、全国の国立公園におけるグランピング等の事業立上げ、トライアル実施等の取り組み11件に対して支援を行った。(表V-1-4)。

○ナイトタイム等の活用による新たな時間市場の創出

「夜間・早朝の活用による新たな時間市場の創出事業」として、美術館・博物館、文化財等の文化資源、国立公園、温泉等の自然資源を含めた地域の観光資源の夜間・早朝活用に向け、31件の事業を選定し、多様なコンテンツ造成等を実施した(表V-1-5)。

○国際競争力の高いスノーリゾートの形成

「国際競争力の高いスノーリゾート形成促進事業」を開始し、観光地域づくり法人(DMO)等を中心に地域の関係者が

表V-1-6 国際競争力の高いスノーリゾート形成促進事業による支援対象 地域

地域名	形成計画名	形成計画策定者名
札幌(北海道札幌市)	スノーリゾートシティ SAPPORO 形成計画 「SNOW SAPPORO ~ Powder in the city ~」	スノーリゾートシティ SAPPORO 推進協議会
キロロ(北海道赤井川村)	コロナ禍の時代に対応する地域一体となったコンテンツ開発と磨き上げ	一般社団法人 赤井川村国際リゾート推進協会
大雪(北海道旭川市、鷹栖町、東神楽町、当麻町、比布町、愛別町、上川町、東川町)	The Heart of Hokkaido「Taisetsu」形成プロジェクト	一般社団法人 大雪カムイミンタラDMO
ルスツ(北海道留寿都村、喜茂別町)	羊蹄山10マイル観光圏構想 形成計画	留寿都村DMO 検討協議会
たざわ湖(秋田県仙北市)	秋田の四季に遊び、郷土に触れる。『滞在型スノーカントリー “雪国” リゾート』	一般社団法人田沢湖・角館観光協会
安比・八幡平(岩手県八幡平市)	Tohoku Mountain Frontier APPI Hachimantai	株式会社八幡平DMO
夏油高原(岩手県北上市)	夏油高原スノーリゾート形成計画	夏油高原スノーリゾート協議会
蔵王(山形県山形市、上山市)	“世界の蔵王”に連れてって Can you take me Skiing in Zao The Resort?	おもてなし山形株式会社
塩原(栃木県那須塩原市)	ONSEN-SNOW RESORT Shiobara	一般社団法人那須塩原市観光局
妙高(新潟県妙高市)	MYOKO スノーリゾート~世界に誇れる観光地域づくり~	一般社団法人妙高ツーリズムマネジメント
湯沢(新潟県湯沢町)	湯沢町スノーリゾート形成計画~スノーエントリー層に世界一やさしい、多様な山の楽しみ方があふれる身近なスノーリゾート YUZAWA に向けて~	一般社団法人湯沢町観光まちづくり機構
白馬(長野県大町市、白馬村、小谷村)	国際競争力の高いスノーリゾート形成計画(HAKUBAVALLEY)	一般社団法人 HAKUBAVALLEY TOURISM
志賀高原(長野県山ノ内町)	世界標準の「志賀高原マウンテンリゾート(SHIGA KOGEN MOUNTAIN RESORT)」へ飛躍に向けて地域一体で取り組む形成計画	志賀高原観光協会
野沢温泉(長野県野沢温泉村)	野沢温泉スノーリゾート 国際競争力を高める魅力作りプロジェクト	野沢温泉マウンテンリゾート協議会
斑尾高原(長野県信濃町、飯山市)	北陸新幹線飯山駅を中心とした斑尾高原ハブエリア形成事業	斑尾高原スノーリゾート形成推進協議会
白樺高原(長野県茅野市、立科町、長和町)	アジア至近の(スノー)リゾート醸成計画	Eight Peaks Resort
郡上(岐阜県郡上市)	EXPERIENCE POWDER SKIING IN JAPAN'S HEARTLAND “GUJO”	一般社団法人郡上市観光連盟
米原(滋賀県米原市)	新幹線米原駅を中心とした びわ湖の素 米原スノーリゾートの形成計画	一般社団法人びわ湖の素DMO

資料:観光庁ウェブサイトをもとに(公財)日本交通公社作成

表V-1-7 海洋周辺地域における訪日観光の充実・開拓及び魅力向上事業

事業主体	事業計画名	実施地域
福島県	小名浜港における訪日外国人受入環境整備事業	小名浜港
(株)小名浜デイクルーズ	小名浜港の海上遊覧船運航に伴う環境整備事業	小名浜港
横浜市	横浜港内における訪日観光客等に対する観光コンテンツ向上事業	横浜港
新潟県	万代島旅客ターミナル港湾資料室における多言語対応等整備事業	新潟港
(一社)佐渡観光交流機構	小木港周辺におけるシェアサイクルを活用した観光コンテンツ造成事業	小木港
富山県	伏木富山港における大型クルーズ船受入環境整備事業	伏木富山港
一般社団法人 ななお・なかのとDMO	“海のリゾート和倉温泉”ウォーターフロント(海の玄関)活用インバウンド誘客事業	和倉港
大阪港クルーズ振興コンソーシアム	大阪港クルーズ受入における訪日観光の充実・開拓及び魅力向上事業	大阪港
神戸市	神戸港中突堤地区魅力向上事業	神戸港
三原市	小佐木島航路待合所トイレ洋式化改修事業	小佐木島
瀬戸内シーライン(株)	瀬戸内しまびライン観光開発事業	瀬戸内海(広島県周辺)
(株)ごごしま	フェリー客室内へのデジタルサイネージの設置	興居島
QUINIELA(株)	興居島のゲストハウスにおける訪日外国人観光客受入れ環境整備事業	興居島
福岡市	博多港観光振興事業	博多港
佐世保市	佐世保港受入環境整備事業	佐世保港
ジョイポート南淡路(株)	淡路島で世界一を体験するクルーズの受入環境整備と魅力向上事業	岩屋港、福良港

資料:国土交通省ウェブサイトをもとに(公財)日本交通公社作成

表V-1-8 観光地域づくり法人の登録制度に関するガイドライン 主な改正・ポイント

## ■観光地域づくり法人の役割の明確化

- ・観光地域づくり法人が、地域における多様な関係者の合意形成において、主導的な役割を果たすことについて改めて徹底
- ・観光資源の磨き上げや受入環境整備等の着地整備は、観光地域づくりにおける当面の最重要課題であるため、最優先に取り組む
- ・プロモーション等を戦略的に実施することについて改めて徹底(日本政府観光局を最大限活用し、効果的・効率的に実施)

## ■各層の観光地域づくり法人の役割および役割分担の整理

- ・地域連携および地域DMOは、地域の多様な関係者と連携し着地整備の徹底について最優先に取り組む
- ・広域連携DMOは、広域的な連結性を有するコンテンツ開発等の着地整備の各地域への働きかけのほか、広範囲にわたる戦略策定やマーケティングを実施
- ・各層の観光地域づくり法人は、取り組みの効果検証を行うとともに、連携・調整を通じ、業務の定期的な棚卸しを行い、役割分担の下、取り組みの選択と集中を行う

## ■登録要件の厳格化

- ・合意形成の仕組み(観光地域づくり法人の主導的な役割確保の徹底)
- ・組織体制(「候補DMO」の登録申請前の法人格取得を義務付け)
- ・KPIの状況確認、PDCAサイクルの実施(観光庁への報告の徹底)
- ・地域経済・社会の変化の状況を分析した事業報告書を作成し、関係者や地域住民に説明・共有
- ・安定的な財源の確保(安定的な運営資金の確保のため、財務責任者(CFO)の設置を義務付け)
- ・登録要件を満たさない法人や観光庁による助言を受けても、検討・改善が見られない法人の登録取消し規定の創設

## ■更新登録制の導入

- ・更新登録制度(更新期間3年)を導入、新要件を満たさない観光地域づくり法人の登録取消し規定の創設
- ・候補法人に登録してから3年を経過しても本登録していない観光地域づくり法人の登録取消し規定の創設
- ・4月に公表・施行(初回更新登録は本年11月まで)

## ■国の支援

- ・「登録DMO」および「候補DMO」に対して、国は様々な支援(情報提供支援、体制強化支援、事業支援)を実施
- ・特に、「登録DMO」のうち、インバウンド需要を取り込む意欲・ポテンシャルの高い法人に対して、重点的に支援を実施

資料:観光庁資料をもとに(公財)日本交通公社作成

「国際競争力の高いスノーリゾート形成計画」を作成して行うアフタースキーのコンテンツ造成等の着地整備やICゲートシステムの導入等の取り組みへの財政支援等を18地域で実施した(表V-1-6)。

## ○クルーズを安心して楽しめる環境の整備

感染症・危機管理等の専門家を含む多様な有識者からの意見を踏まえ、2020年9月に「クルーズの安全・安心の確保に係る検討・中間とりまとめ」を公表した。

また「中間とりまとめ」の公表に合わせて、関係業界団体が策定したクルーズ船及び受入港の感染症対策に関するガイドライン(国内クルーズ対象)も公表された。

## ○海洋周辺地域における訪日観光の充実・開拓および魅力向上

2020年4～5月と同年10月に「海洋周辺地域における訪日観光の充実・開拓及び魅力向上事業」の公募を行い、多言語対応、無料Wi-Fiサービス等に取り組む16事業を採択した(表V-1-7)。

## ●日本政府観光局と地域(地方公共団体・観光地域づくり法人)の適切な役割分担と連携強化

## ○ガイドラインに基づく観光地域づくり法人の育成・支援

2020年4月に観光地域づくり法人(DMO)としての登録基準の厳格化や更新登録制の導入等を内容とする「観光地域づくり法人の登録制度に関するガイドライン」を作成した(表V-1-8)。

## ○テーマ別観光による地方誘客

「テーマ別観光による地方誘客事業」を実施し、2020年5月に「Industrial Study Tourism」「ONSEN・ガストロノミーツーリズム」「郷土食探訪～フードツーリズム～」 「宙(そら) ツーリズム」をテーマとして事業を実施する団体を選定し、観光資源の磨き上げによって地方誘客を図る取り組みに対して支援を行った。

## ●観光インフラの整備

## ○海外のインセンティブ旅行誘致に向けたコンベンションビューロー等の機能高度化

「海外のインセンティブ旅行誘致に関する支援事業」として、広島市および静岡県東部・伊豆地域の7市4町を支援都市として選定し、海外のインセンティブ旅行に関わるニーズ調査およびコンベンションビューロー等の機能高度化を行った。

## ●更なる観光振興を図るための主要施策

## ○持続可能な観光地域づくりに向けた対策の強化

2020年6月に策定・公表した「日本版持続可能な観光ガイドライン(JSTS-D)」について、全国5つのモデル地区(北海道ニセコ町、三浦半島観光連絡協議会(鎌倉市、逗子市、横須賀市、三浦市、葉山町)、岐阜県白川村、京都府京都市および沖縄県)を選定しモデル事業を実施した。具体的には「持続可能な観光」に関するトレーニングプログラムの実施、危機管理やエコツーリズム等の有識者の派遣等を通じて、各モデル地区の持続可能な観光に向けた取り組みを支援した。

(菅野正洋)

# V-2 都道府県による観光政策

インバウンド誘客について  
インターネットによる情報発信が大半に  
大幅に予算が増えた前年度に引き続き、  
2021年度予算も前年度から大幅増加

当財団では、自主研究として地方公共団体を対象とする観光政策に関するアンケート調査を2014年度から継続的に実施している。2021年度は、2020年度から引き続き、都道府県と市町村で可能な限り統一した調査票を用いて実施した。2020年度に追加した新型コロナウイルス感染症に関連する項目も含めて、2020年度の調査票で質問した項目について継続して尋ねている。

主な調査項目としては、各都道府県における観光行政にかかわる基盤整備の状況（職員数、予算、職員の知識・技能）、2020年度の観光政策・重点施策、市町村との役割分担、新型コロナウイルス感染症拡大に関連した特別設問を設定した。ここでは、アンケート調査結果の一部を紹介する\*。

\* 2021年8月末時点までに回答を得た47都道府県（回答率100%）の集計結果。なお、記載したデータは速報値であり、今後の精査次第で最終的な結果が異なる可能性がある。年度によって回答している都道府県が一部異なる点には留意が必要である。

## (1) 都道府県の観光行政にかかわる基盤整備の状況

都道府県内に設置されている観光担当部署の職員数・予算・職員の知識・技能について、その実数（職員数・予算のみ）と過不足に関する感覚を尋ねた。職員数は54.5%の都道府県が「不足している」（7段階中1,2,3を選択した人の割合、以下同じ）と回答しているのに対して、予算や求められる知識・技能に関しては「不足している」と回答した都道府県はそれぞれ29.5%、2.3%であった。予算に対する不足感は、2019、2020年度と比べると減っているが、人員に対する不足感については都道府県間で差が拡大している傾向にある。一部の観光担当部署としては、人員の不足が依然として最も重要な問題ではあると考えられる。以下、詳しくみていく。

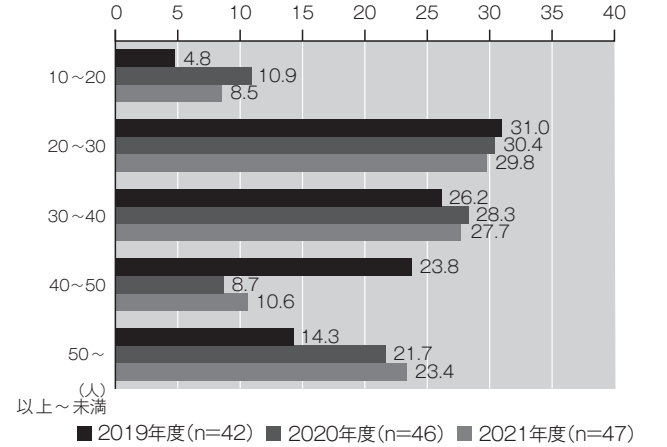
### ① 観光担当部署の職員数

各都道府県において観光行政を担当する職員の平均人数は38人、中央値は33人である。

図V-2-1は職員数の分布を示している。2021年度は20人以上30人未満が最も多く（29.8%）、次いで30人以上40人未満となっている（27.7%）。50人以上の職員が在籍する都道府県も23.4%存在する。2019、2020年度と比較すると50人以上の割合が増え、全体として職員数は多くなっていく傾向にあった。

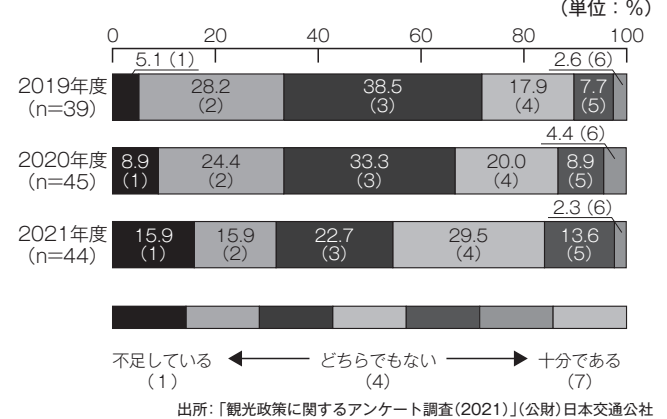
業務の量に比較して、人員が十分であったかどうかを尋ねたところ54.5%の都道府県が「不足している」と答え、「十分である」（7段階中5,6,7を選択した人の割合、以下同じ）と回答した都道府県は15.9%にとどまった（図V-2-2）。2019年度、2020年度と比較すると、職員数に関する不足感について、都道府県間で差が拡大している傾向にある。

図V-2-1 観光担当部署の職員数 (単位：%)



出所：「観光政策に関するアンケート調査(2021)」(公財)日本交通公社  
(注) 役職や雇用形態による加重なし。出向受入中の人数を含み、出向中の人数を含まない

図V-2-2 観光担当部署の職員数に関する不足感 (単位：%)



出所：「観光政策に関するアンケート調査(2021)」(公財)日本交通公社

### ② 観光担当部署の予算

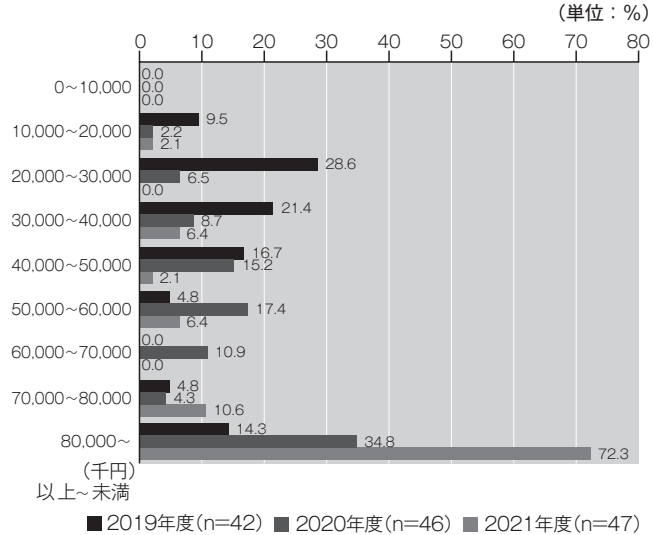
各都道府県の観光担当部署に対して執行された2021年度予算の平均額は5,913,382千円、中央値は5,122,178千円である。2020年度の予算平均額2,910,844千円に比べ大幅に増えている。また、2020年度の予算中央値1,759,825千円と比較すると2021年度は約3倍に増加しており、2020年度に引き続き、予算の大幅な増加が確認できた。この増加は、新型コロナウイルス感染症に関連した対策(需要喚起策含む)のためである都道府県が多いと考えられる。

一般に予算額は職員数に比例すると考えられることから、職員数と予算の両方について回答を得た都道府県のデータをもとに、職員1人あたりの予算額を算出した。その結果、平均額は178,609千円/人、中央値は132,346千円/人であった。図V-2-3は一人当たりの予算額の分布を示しており、80,000千円/人以上が圧倒的に多いという結果となり(72.3%)、2019、2020年度と比較すると、一人当たりの予算額は大幅に増えている。

また、観光担当部署に与えられた業務の量に比較して、予算が十分であったかどうかを尋ねたところ、29.5%の都道

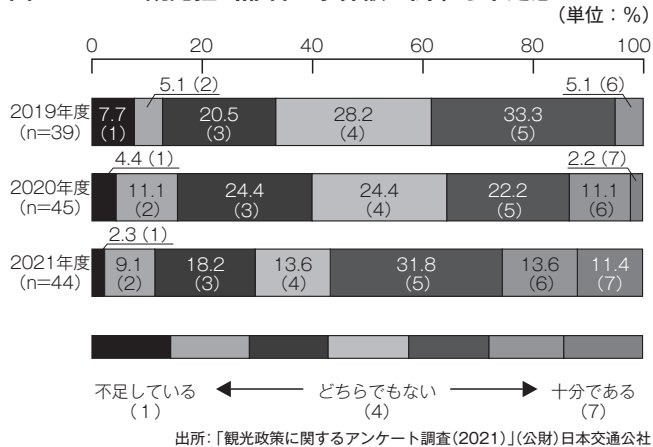
府県が「不足している」、13.6%の都道府県が「どちらでもない」、56.8%の都道府県が「十分である」と回答した(図V-2-4)。2019、2020年度と比べて、不足感を感じている都道府県の割合は減っている。

図V-2-3 観光担当部署の一人当たりの予算額



出所:「観光政策に関するアンケート調査(2021)」(公財)日本交通公社  
(注) 役職や雇用形態による加重なし。出向受入中の人数を含み、出向中の人数を含まない

図V-2-4 観光担当部署の予算額に関する不足感



③観光担当部署で求められる技能・知識

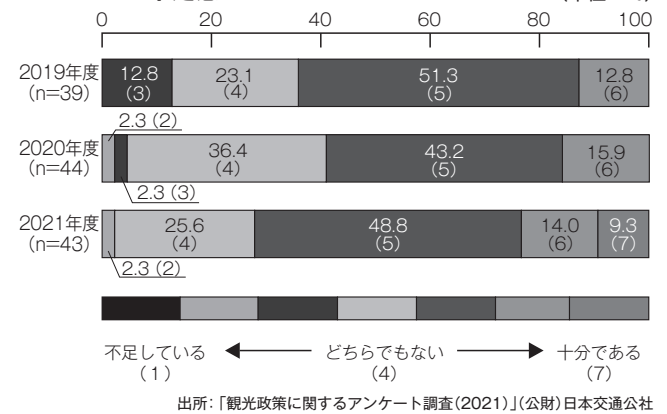
観光担当部署に与えられた業務の難易度に比較して、職員の能力・知識・技能が十分であったかどうかを尋ねたところ、「不足している」と答えた都道府県は2.3%にとどまった(図V-2-5)。職員数や予算と比較すると、職員の能力・知識・技能について、十分であると考える都道府県が多いことが分かる。2019、2020年度の調査結果と比べて、ほぼ同様の結果であった。

(2)都道府県における政策・施策

①2020年度の観光政策・重点施策

2020年度に都道府県が実施した事業(図V-2-6)及び国際観光の振興に関する事業(図V-2-7)について、代表的なもの3つを選択した上で、自由記述で各分野における取り組みの概要と成果について回答を得た。

図V-2-5 観光担当部署で求められる知識・技能に関する不足感

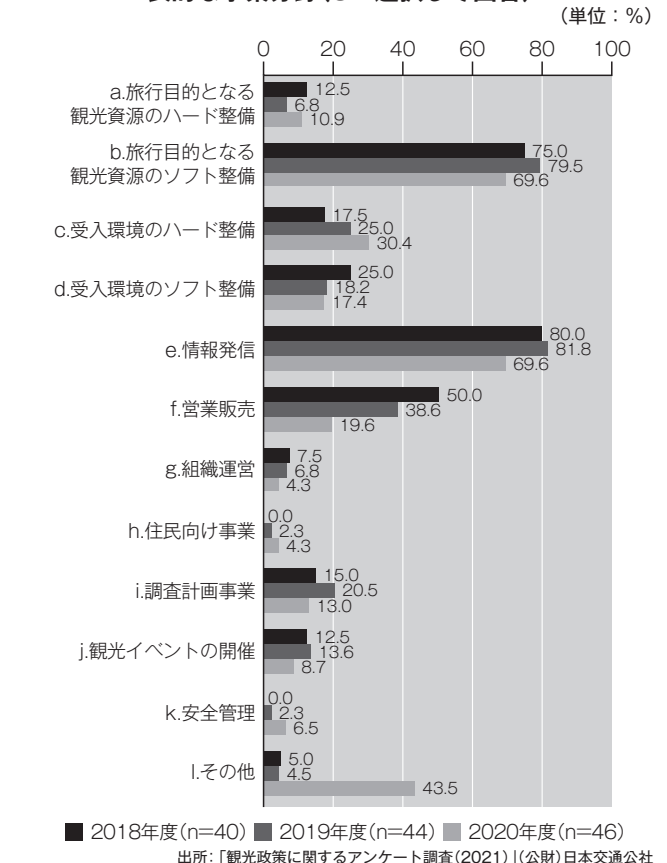


都道府県が実施した事業として、最も多く選択された事業分野は、同率で「b.旅行目的となる観光資源のソフト整備」と「e.情報発信」であった(69.6%)。具体的には、前者は「旅行商品」「周遊ルート」「体験プラン」「商品の開発」等で、後者は「Webサイトの作成」「旅行博等への出展」「ポスター・チラシ」「動画の作成」等が挙げられる。

3番目に多く選択された事業分野は「l.その他」であった(43.5%)。自由回答にて具体的な内容を尋ねたところ、コロナ禍に対応した需要喚起策との回答が多く確認された。

1番目・2番目に選ばれたものについては、2020年度の調査結果と比べてほぼ同様の結果であった。また、2019、2020年度と比較すると、「f.営業販売」を実施した都道府県割合は、大きく減少傾向がみられる。

図V-2-6 2020年度含めた過去3ヶ年度に実施した代表的な事業分野(3つ選択して回答)

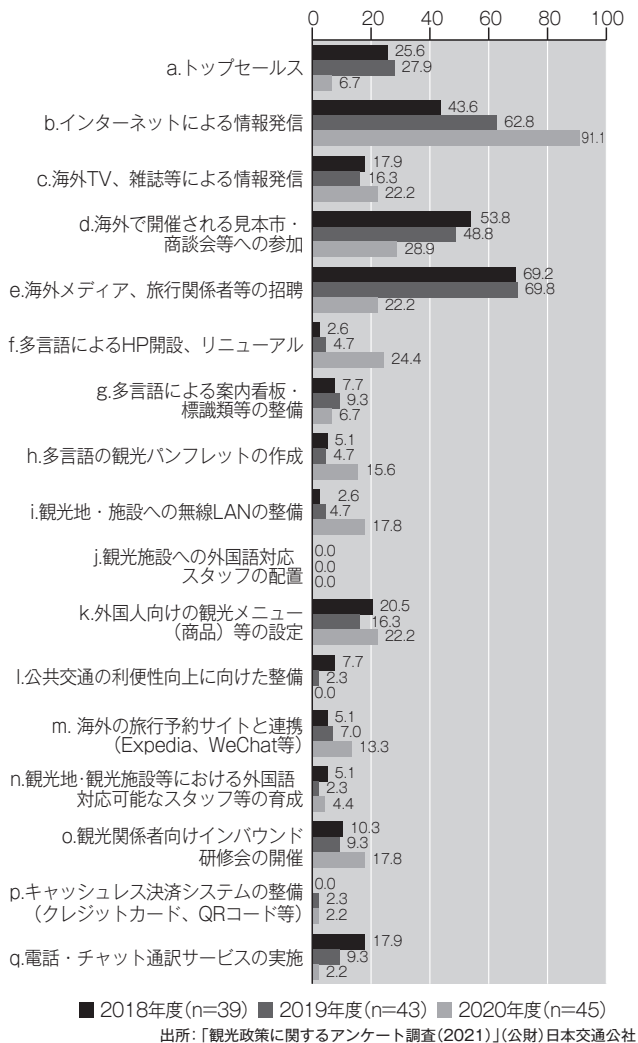


また、国際観光に関する事業として、最も多く選択された事業分野は「b.インターネットによる情報発信」であった(91.1%)。2番目、3番目に多く選択された事業分野は、それぞれ「d.海外で開催される見本市・商談会等への参加」(28.9%)、「f.多言語によるHP開設、リニューアル」(24.4%)であったが、最も選ばれた事業分野とは大きな差がある。

コロナ禍で海外向けには、インターネットを通じた情報発信が中心となったが、その内容は直接的な誘客ではなく、訪日することができないインバウンドとの関係性維持のためという側面が大きいと予想される。

2019、2020年度の調査結果と比較すると、インバウンド再開がいつになるのかわからないということも影響し、「d.海外で開催される見本市・商談会等への参加」「e.海外メディア、旅行関係者等の招聘」を選択した割合が大きく減少した。一方で、「f.多言語によるHP開設、リニューアル」「h.多言語の観光パンフレットの作成」「i.観光地・施設への無線LANの整備」「m.海外の旅行予約サイトと連携(Expedia、WeChat等)」「o.観光関係者向けインバウンド研修会の開催」の選択割合は、どれも2~3倍程度に増加しており、インバウンド再開に向けた準備を進めている都道府県が多いことが分かる。

図V-2-7 2020年度含めた過去3ヶ年度に実施した代表的な国際観光に関連した事業分野(3つ選択して回答)  
(単位: %)



(3)市町村との役割分担

都道府県が市町村に主導的な役割を期待する分野(図V-2-8)について、重要度の高い順に3つ選択した上で、自由記述にて連携や役割分担に関する課題等について回答を得た。

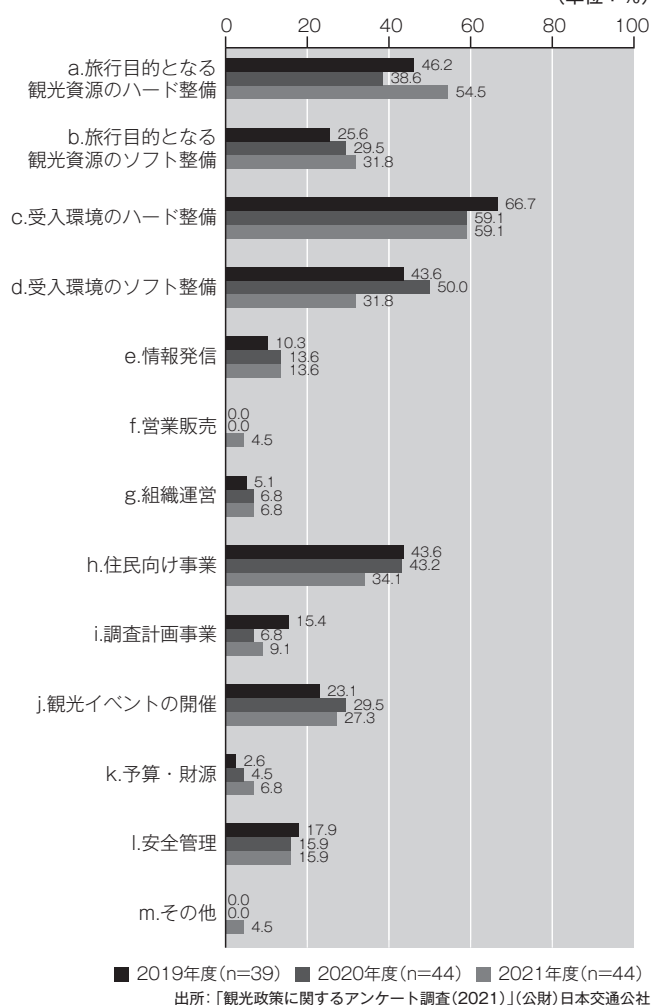
都道府県が市町村に主導的な役割を期待する事業分野として、最も多く選択された事業分野は「c.受入環境のハード整備」であった(59.1%)。具体的には「駐車場やトイレの整備」「二次交通の改善」「Wi-Fi環境の導入」等の取り組みが挙げられる。

2番目に多く選択された事業分野は「a.旅行目的となる観光資源のハード整備」であった(54.5%)。具体的には「自然物の保全や維持管理」「観光施設の建設運営」等の取り組みが挙げられる。

3番目に多く選択された事業分野は、「h.住民向けの事業」(34.1%)であった。具体的には、「理解促進のための広報や説明会の開催」「観光を体験する機会の創出」等の取り組みが挙げられる。

2019、2020年度と比較すると、市町村に対して「a.旅行目的となる観光資源のハード整備」に関して主導的な役割を期待する割合がやや上昇している一方で、「h.住民向けの事業」に関して主導的な役割を期待する割合がやや減少している。

図V-2-8 市町村が主導的な役割を期待する事業分野(3つ選択して回答)  
(単位: %)



(4) 新型コロナウイルス感染症への対応

① 新型コロナウイルス感染症対策として2021年度に取り組む施策

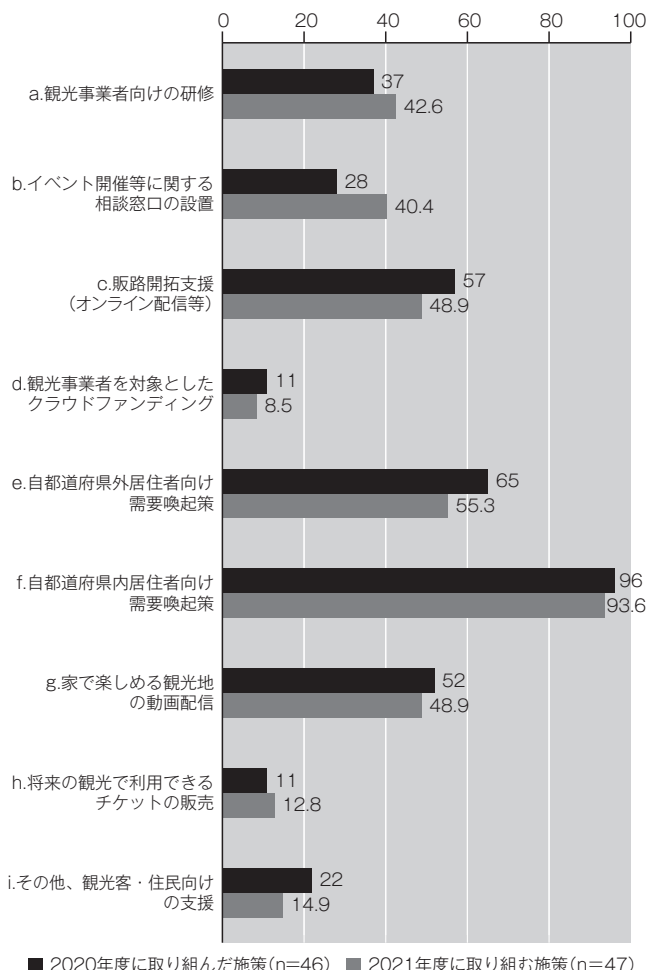
新型コロナウイルス感染症対策として、都道府県が2021年度に取り組む施策について尋ねた。

図V-2-9は、新型コロナウイルス感染症対策として、都道府県が取り組む施策の中から、観光に特に関連する施策を示しているが、最も多く選択された施策は「f.自都道府県内居住者向け需要喚起策」(93.6%)であり、こちらの施策はほとんどの都道府県が取り組んでいる。新型コロナウイルス感染症拡大で、需要が大きく減少した観光産業のために、まずは近場である自都道府県内居住者向けの需要喚起策を実施していることが分かる。

次に多く選択された施策は、「e.自都道府県外居住者向け需要喚起策」(55.3%)であった。また、政府の交付金を利用するものとして選択されている施策も上記の2点が多く、交付金の存在は、各都道府県における需要喚起策の実施に貢献していることが分かる。

また、「c.販路開拓支援(オンライン配信等)」[「g.家で楽しめる観光地の動画配信」]も、どちらも48.9%の都道府県が選択していた。販路開拓支援によって対面での売り上げを補うことを援助したり、動画配信によって実際に現地に訪れることが

図V-2-9 都道府県が実施する観光に関連した新型コロナウイルス感染症に関する対策(全て選択して回答) (単位: %)



できない消費者を自地域のファンとして留めたりする施策によって、観光産業を支援していたことが分かる。

2020年度と比較すると、全体の傾向はほとんど同じであり、やや「b.イベント開催等に関する相談窓口の設置」を選択する割合が増えているという傾向がみられた。

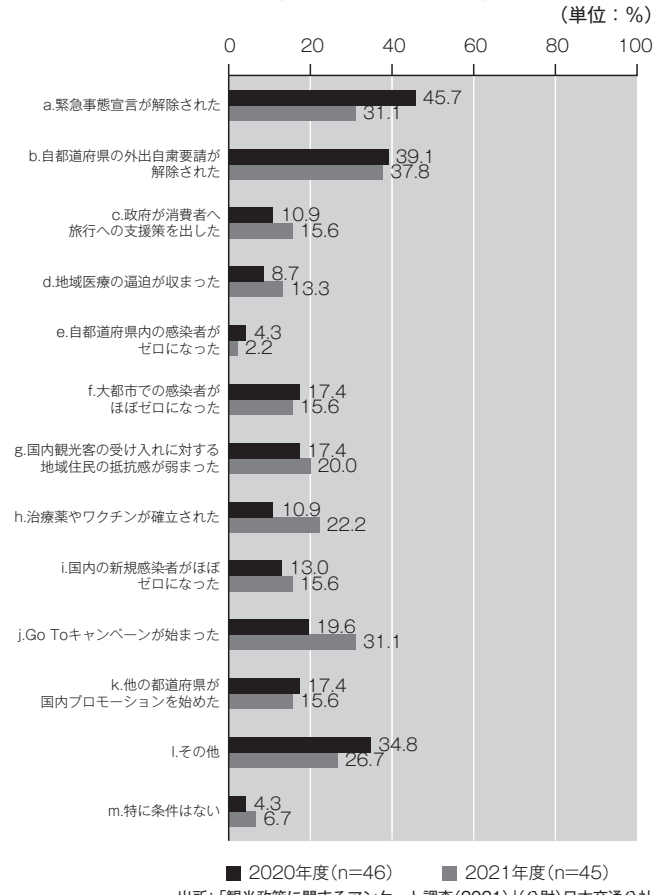
② 国内で地域を限定しない観光プロモーション再開条件

新型コロナウイルス感染症拡大とそれに伴う緊急事態宣言等の影響で、日本全国での観光客の移動はコロナ前と比較して、大きく変化している。その状況を踏まえて、国内で地域を限定せずに観光プロモーションを再開する/した際に、考慮する/した条件について、重要度の高い順に3つ選択を求めた。

図V-2-10の示す通り、最も多く選択された条件は「b.自都道府県の外出自粛要請が解除された」(37.8%)であり、次いで同率で「a.緊急事態宣言が解除された」(31.1%)、「j.Go Toキャンペーンが始まった」(31.1%)であった(31.1%)。このことから全国的な国内プロモーションについては、国や都道府県の指針が大きく影響を与えていることが分かる。

この傾向は、2020年度とおおむね同様であるが、やや都道府県の指針の影響度が多くなっていることが分かる。

図V-2-10 国内で地域を限定しない観光プロモーション再開条件(全て選択して回答) (単位: %)



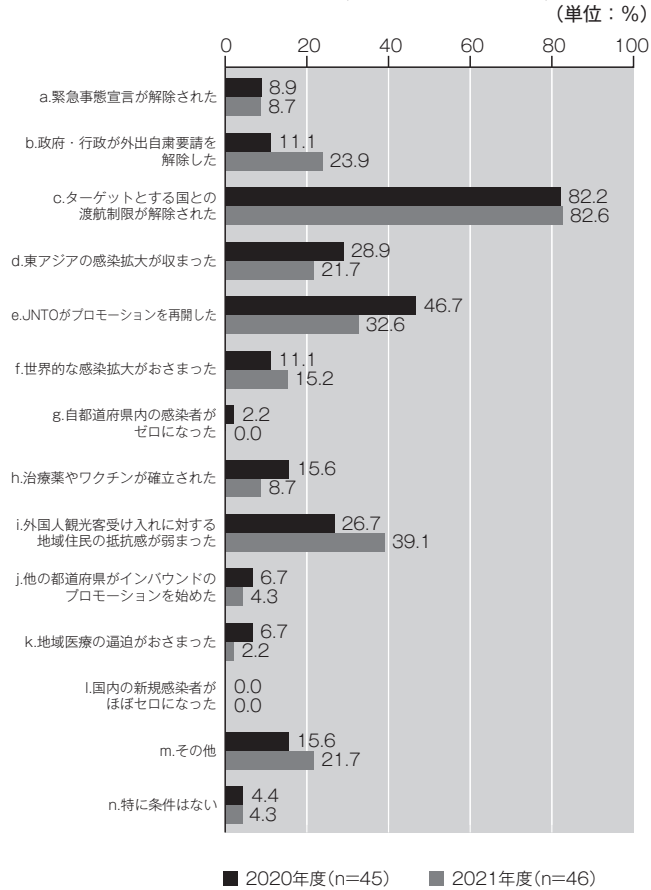
### ③インバウンド誘客に関する観光プロモーション再開条件

2021年8月時点において、国レベルでのインバウンド誘客再開の目途はたっていない。その状況において、訪日外国人誘客のターゲットとしている国・地域に対し、観光プロモーションを再開する際に考慮する条件について、重要度の高い順に3つ選択を求めた。

図V-2-11の示す通り、最も多く選択された条件は「c.ターゲットとする国との渡航制限が解除された」(82.6%)であり、ほとんどの都道府県が渡航制限を目安にしていることが分かった。

また、次に多く選択された条件は「i.外国人観光客受け入れに対する地域住民の抵抗感が弱まった」(39.1%)であった。2020年度と比較すると、この条件を選択した都道府県割合は増えており、国内観光と同様に住民の意識の重要性が認識されていることが分かる。

図V-2-11 インバウンド誘客に関する観光プロモーション再開条件(全て選択して回答)



出所:「観光政策に関するアンケート調査(2021)」(公財)日本交通公社  
(注) 渡航制限中のPR等は含まない。

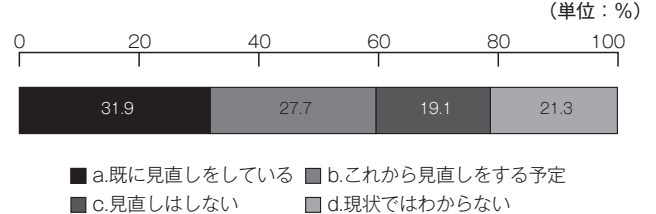
### ④観光振興に関する見直し状況

新型コロナウイルスに関連して、観光振興に関する計画とターゲット層の変更の見直しを検討しているかどうかについて尋ねた。

図V-2-12の示す通り、都道府県の観光計画については「a.既に見直しをしている」を選択した割合が最も高く、31.9%が選択した。自由回答記述では、新型コロナウイルス感染拡大の影響で、予定より早く計画を改定したとの回答が目立った。

地域連携DMOや地域DMOに関する観光振興の見直し状況については、「現状ではわからない／把握していない」との回答が約65.1%となった。一方で、「a.既に見直しをしている」と回答した都道府県は約9.3%であったが、自由回答記述では新型コロナウイルス感染拡大の影響(訪日外国人の消滅、今後の誘客可能時期の不明確さ等)を踏まえて見直し予定である、との回答が目立った。

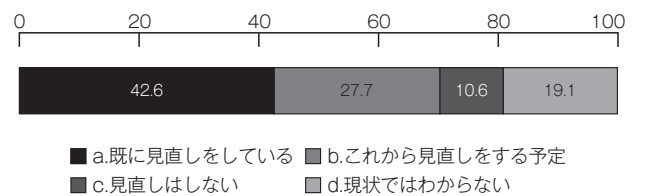
図V-2-12 2021年度における都道府県の観光振興に関する計画等の見直し状況(n=47)



出所:「観光政策に関するアンケート調査(2021)」(公財)日本交通公社

また、図V-2-13の示す通り、ターゲット層については、「a.既に見直しをしている」を選択した割合が最も高くなった(42.6%)。「a.既に見直しをしている」「b.これから見直しをする予定」を選んだ都道府県の自由回答記述では、訪日外国人誘客のタイミングが遅れる／読めない中でターゲット戦略を変更し(国内シフト等)、国内客についても近隣をターゲットにすることに言及したものが目立った。

図V-2-13 2021年度における観光客のターゲット層の見直し状況(n=47)



出所:「観光政策に関するアンケート調査(2021)」(公財)日本交通公社

(池知貴大)



# V-3 主要市町村による観光政策

職員一人当たりの予算額は2020年度と比較し全体的に減少するも、一部の政令指定都市では増加。市町村の重点施策として「イベントの開催」が減少し、「旅行目的となる観光資源のハード・ソフト整備」が増加。

本項では、自主研究として実施している地方公共団体を対象とする観光政策に関するアンケートにもとづき、主要市町村の動向について整理する。市町村を対象とする調査については、各地の観光動向を勘案し、政令指定都市20市を含む180市町村を対象として選定した。

具体的な調査項目としては、各市町村における観光行政に関わる基盤整備の状況（職員数、予算、職員の知識・技能）、2020年度の観光政策・重点施策、都道府県との役割分担、新型コロナウイルス感染症の流行に対する施策等について質問した。ここでは、アンケート調査結果の一部を紹介する\*。

\* 2021年8月末時点までに回答を得た123市町村（回答率68.3%）の集計結果。なお、記載したデータは速報値であり、今後の精査次第で最終的な結果が異なる可能性がある。

## (1) 主要市町村の観光行政に関わる基盤整備の状況

主要市町村に設置されている観光担当部署の職員数・予算・職員の知識・技能について、その実数（職員数・予算のみ）と過不足に関する感覚を尋ねた。

### ① 観光担当部署の職員数

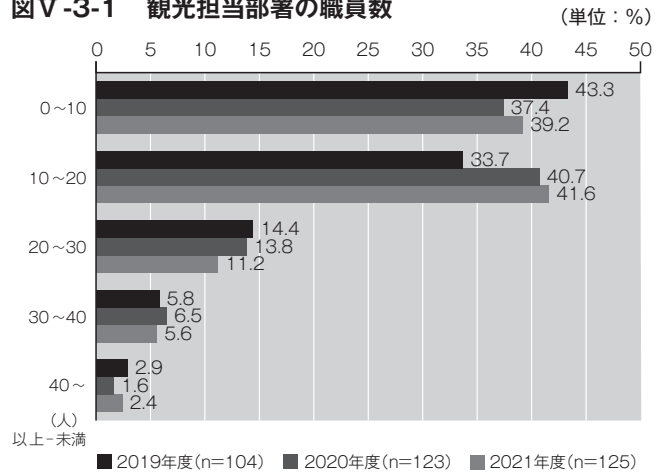
観光担当部署に在籍する職員数について、政令指定都市16市を含む125市町村から回答を得た。職員数の平均値は13.9人、中央値は11.0人であり、昨年から大きな増減は見られなかった。

職員数の分布は図V-3-1に示す通りである。10人以上20人未満が52市町村（41.6%）と最も多く、10人未満が49市町村（39.2%）、20人以上30人未満が14市町村（11.2%）、30人以上40人未満が7市町村（5.6%）であった。このうち政令指定都市についてみると、回答を得た16市のうち10人未満の自治体が1市、10人以上20人未満が5市、20人以上30人未満が5市、30人以上40人未満が3市、40人以上が2市であった。

続いて、観光担当部署における業務の量や難易度と比較した職員数の過不足度について、「不足している」を1、「どちらでもない」を4、「十分である」を7とした7段階による評価を求めた。結果は図V-3-2に示す通りである。1～3を選んだ自治体が61市町村（49.2%）、4を選んだ自治体が34市町村（27.4%）、5～7を選んだ自治体が29市町村（23.4%）であった。過去2年の調査結果と比較すると、「職員の技能・知識に関する不足感」は2019年度から2020年度にかけて改善傾向にあったが、2021年度では不足感を感じている自治体が再び増えていることがうかがえる。

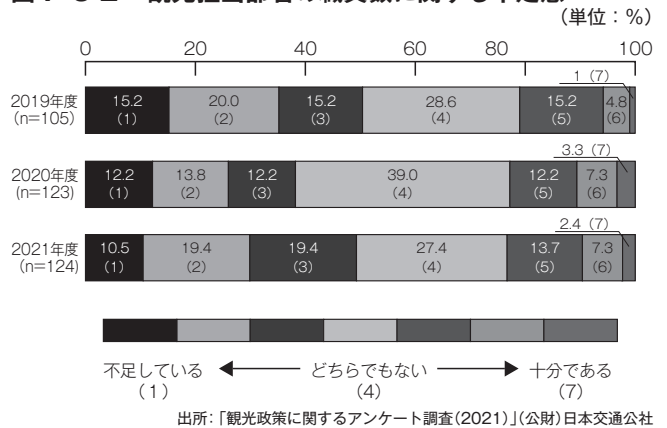
また、政令指定都市のみを見てみると、2市が1～3を、9市が4を、5市が5～7を選択しており、そのほかの市町村と比べ、不足感を感じている自治体の割合が少ないことがわかる。

図V-3-1 観光担当部署の職員数



出所：「観光政策に関するアンケート調査(2021)」(公財)日本交通公社  
(注) 役職や雇用形態による加重なし。出向受入中の人数を含み、出向中の人数を含まない

図V-3-2 観光担当部署の職員数に関する不足感



出所：「観光政策に関するアンケート調査(2021)」(公財)日本交通公社

### ② 観光担当部署の予算

各市町村の観光担当部署に対して執行された2021年度の平均予算額は649,434千円、中央値は219,272千円であった。

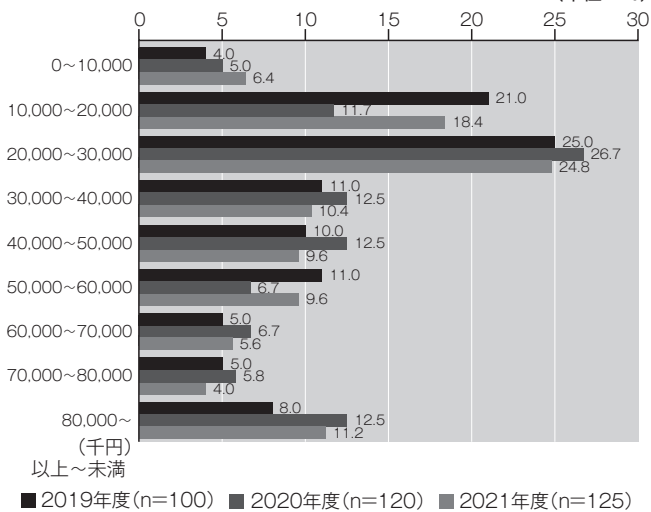
一般に予算額は職員数に比例すると考えられることから、職員数と予算額の両方について回答を得た125市町村（政令指定都市16市を含む）について、職員一人当たりの予算額を算出した。その結果、平均値は43,698千円/人、中央値は30,318千円/人であり、2020年度と比較すると平均値で6.2%の減少、中央値で14.5%の減少が見られた。

また、職員一人当たりの予算額の分布は図V-3-3に示す通りである。20,000千円/人以上30,000千円/人未満が31市町村（24.8%）と最も多く、次いで10,000千円/人以上20,000千円/人未満が23市町村（18.4%）、30,000千円/人以上40,000千円/人未満が13市町村（10.4%）という結果であった。2019年度、2020年度と比較すると、20,000千円/人以上30,000千円/人未満の市町村が最も多いという点は変わらないものの、20,000千円/人未満の市町村が増加し、30,000千円/人以上の市町村が減少していることがわかる。

一方で、政令指定都市16市の2021年度の職員一人当たりの予算については、平均値が75,303千円/人、中央値が60,796千円/人であり、2020年度の平均値61,727千円/人、中央値51,405千円/人と比較すると増加していることがわかる。しかしながら、分布を見てみると20,000千円/人以上30,000千円/人未満が5市、30,000千円/人以上60,000千円/人未満が3市、60,000千円/人以上が8市とばらつきがあり、政令指定都市が必ずしも潤沢な観光予算を有するわけではないと言える。

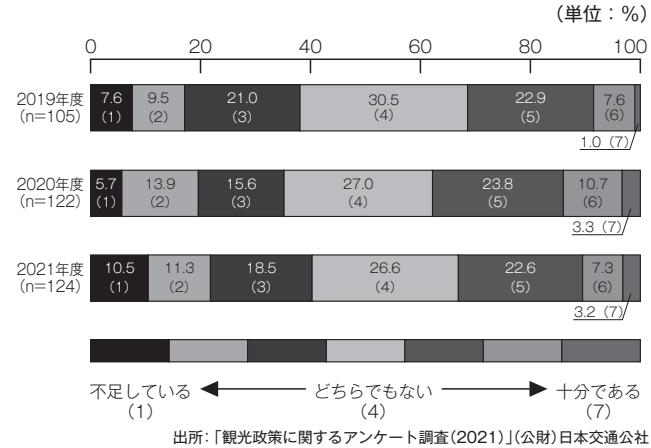
また、観光担当部署における業務量と比較した予算の過不足度について、同様に7段階で質問した。結果は図V-3-4に示す通りである。1～3を選んだ自治体が50市町村(40.3%)、4を選んだ自治体が33市町村(26.6%)、5～7を選んだ自治体が41市町村(33.1%)であった。この結果を見ると、全体として予算が十分であるとは言えず、不足感を感じていることがわかる。また、2020年度と比較すると、1～3を選んだ自治体が増加し、5～7を選んだ自治体が減少していることから、新型コロナウイルス感染症の影響等により、全体として業務量に対する予算の不足感は強まっていると考えられる。

図V-3-3 観光担当部署の一人当たりの予算額 (単位: %)



出所:「観光政策に関するアンケート調査(2021)」(公財)日本交通公社  
(注) 役職や雇用形態による加重なし。出向受入中の人数を含み、出向中の人数を含まない

図V-3-4 観光担当部署の予算額に関する不足感 (単位: %)



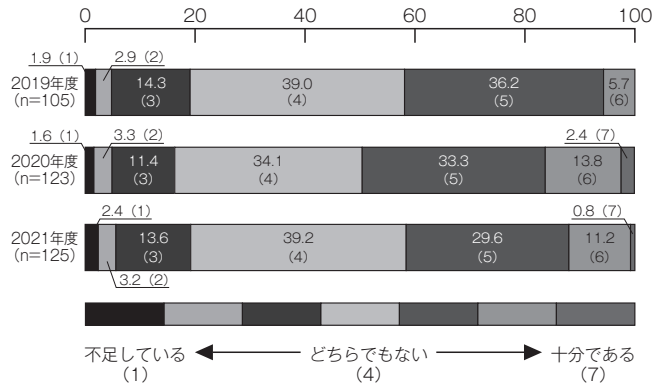
出所:「観光政策に関するアンケート調査(2021)」(公財)日本交通公社

③観光担当部署で求められる技能・知識

続いて、観光担当部署における業務の量と比較した、職員の能力・知識・技能が十分であるかについて質問し、同様に7段階で評価を求めた。結果は図V-3-5に示す通りである。1～3を選んだ自治体が24市町村(19.2%)、4を選んだ自治体が49市町村(39.2%)、5～7を選んだ自治体が52市町村(41.6%)であった。この結果から、全体として職員の技能・知識に対する不足感を感じている自治体が多いものの、職員数や予算の不足感と比較するとその程度は小さいものと考えられる。

また、2019年度、2020年度の結果と比較すると、2019年度から2020年度にかけては全体的に改善傾向にあったものの、2021年度は再び5～7を選んだ自治体が減少しており、新型コロナウイルス感染症対策等、新たな業務への対応が求められていることがうかがえる。

図V-3-5 観光担当部署で求められる技能・知識に関する不足感 (単位: %)



出所:「観光政策に関するアンケート調査(2021)」(公財)日本交通公社

(2)主要市町村における政策・施策

①2020年度の観光政策・重点施策

2020年度に市町村が実施した事業について、12の分野のうち代表的なものを3つ選択するよう求めた。

結果は図V-3-6に示す通りである。最も多かったのは「e.情報発信」で78市町村(62.4%)、次いで「b.旅行目的となる観光資源のソフト整備」が53市町村(42.4%)、「a.旅行目的となる観光資源のハード整備」が51市町村(40.8%)であった。過去の結果と比較してみると、2020年度には「e.情報発信」に次いで2番目に多かった「j.観光イベントの開催」を選択した市町村の割合が半分以下に減少しており、「a.旅行目的となる観光資源のハード整備」や「b.旅行目的となる観光資源のソフト整備」が増加していることから、コロナ禍で多くの来訪者が望めない期間に、観光資源の磨き上げに対する施策に重点が置かれていることがうかがえる。

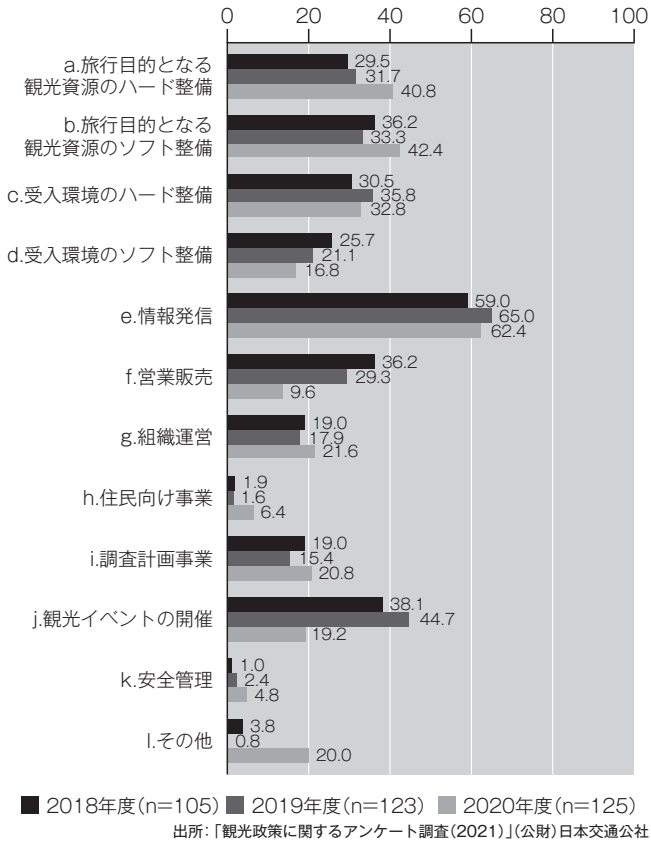
また、「h.住民向け事業」が2019年度の1.6%から2020年度には6.4%へ増加しているが、コロナ禍における住民向けの宿泊キャンペーン等がこれに含まれていると考えられる。

(3)都道府県との役割分担

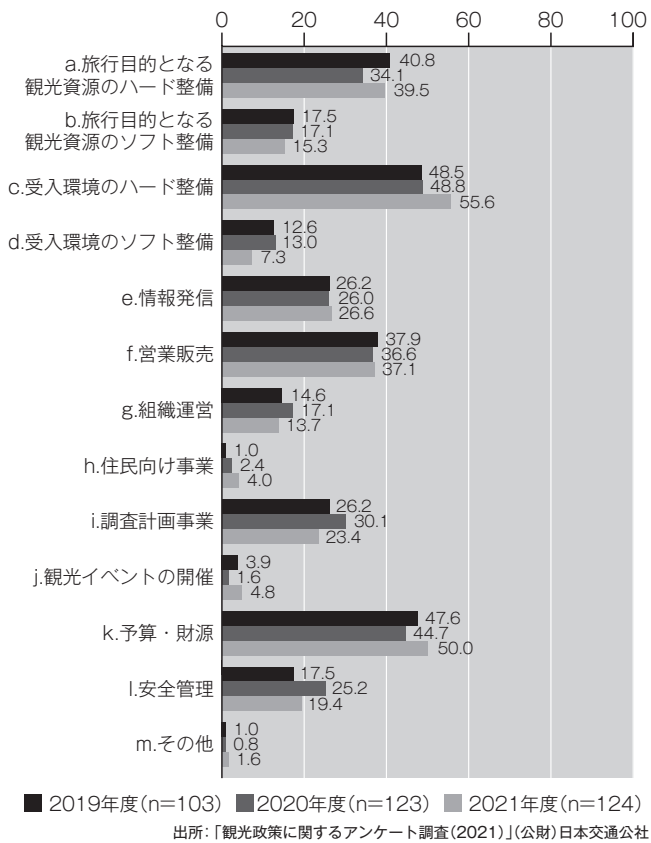
市町村が都道府県に主導的な役割を期待する事業について、13の分野から特に重要なものを3つ選択するよう求めた。

結果は図V-3-7に示す通りである。最も多かったのは、「c.受け入れ環境のハード整備」で69市町村(55.6%)が選択した。

図V-3-6 2020年度を含めた過去3ヶ年度に実施した代表的な事業分野(3つ選択して回答) (単位: %)



図V-3-7 都道府県が主導的な役割を期待する事業分野(3つ選択して回答) (単位: %)



次いで、「k. 予算・財源」を62市町村(50.0%)、「a. 旅行目的となる観光資源のハード整備」を49市町村(39.5%)が選択した。

2019年度、2020年度の結果と比較すると、上記の3項目を選択した割合が特に増加しているのに対し、「i. 調査計画事業」や「l. 安全管理」については減少している。

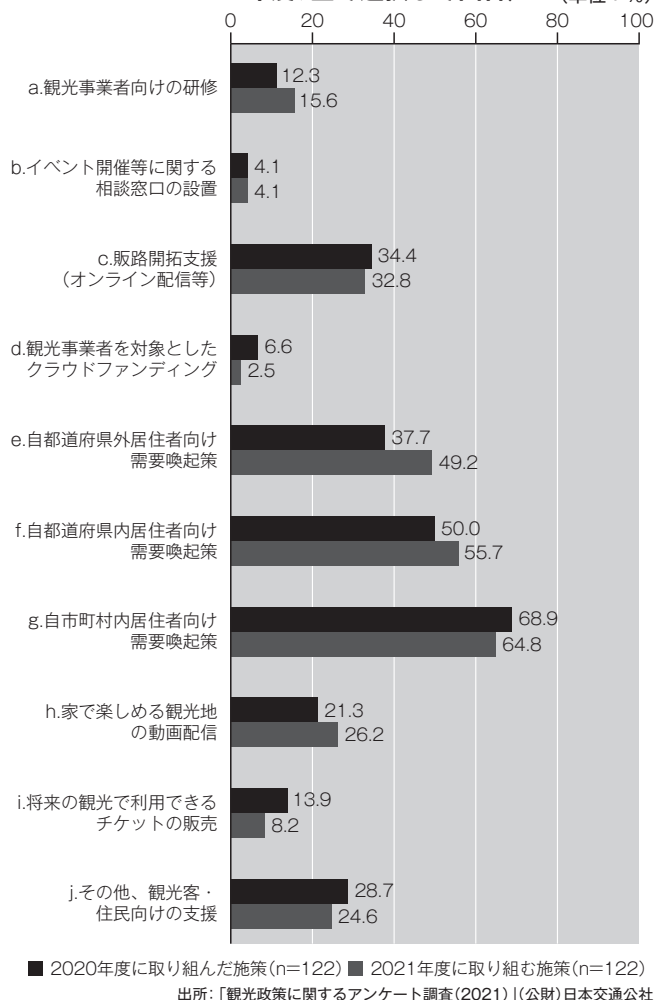
(4) 新型コロナウイルス感染症への対応

① 新型コロナウイルス感染症対策として2021年度に取り組む施策

新型コロナウイルス感染症対策として、2021年度に市町村が取り組む施策について尋ねた。

図V-3-8は、市町村が新型コロナウイルス感染症対策として取り組む施策のうち、観光に関連する項目についての結果を示したものである。最も回答が多かったのは、「g. 自市町村内居住者向け需要喚起策」で79市町村(64.8%)、次いで回答が多かったのが「f. 自都道府県内居住者向け需要喚起策」で68市町村(55.7%)、「e. 自都道府県外居住者向け需要喚起策」で60市町村(49.2%)であり、2020年度に引き続き、旅行クーポン等による需要喚起策に重点を置く市町村が多い。また需要喚起策を行う際に対象とする消費者の居住範囲についても、昨年度と同様、市町村内、都道府県内、都道府県外の順番で範囲を広げる傾向にあることがうかがえる。

図V-3-8 市町村が実施する観光に関連した新型コロナウイルス感染症に関する対策(2020年度および2021年度、全て選択して回答) (単位: %)

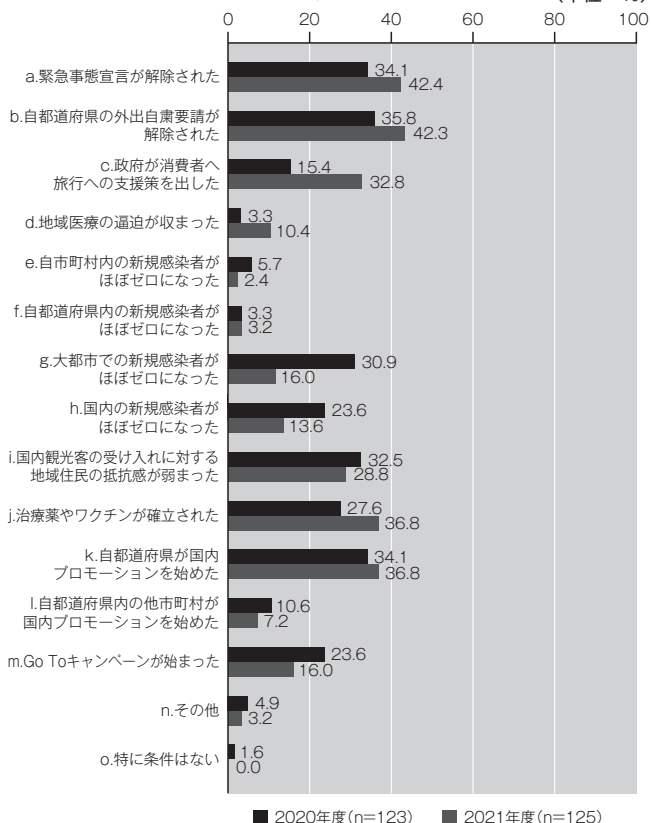


### ②国内で地域を限定しない観光プロモーションの再開条件

度重なる緊急事態宣言の発出や、都道府県を跨いで移動の自粛が政府や都道府県から要請されている中、市町村が主体となった観光プロモーションは限定的にならざるを得ない状況が続いている。そこで、昨年度に引き続き、市町村が国内内容を対象に、地域を限定せずに観光プロモーションを再開する際に重視する条件について回答を求めた。

結果は図V-3-9に示す通りである。最も回答が多かったのは、「b. 自都道府県の外出自粛要請が解除された」で54市町村(42.3%)、次いで、「a. 緊急事態宣言が解除された」が53市町村(42.4%)、「j. 治療薬やワクチンが確立された」及び「k. 自都道府県が国内プロモーションを始めた」が46市町村(36.8%)であった。2020年度の結果と比較すると、「c. 政府が消費者へ旅行への支援策を出した」を選択した割合が、15.4%から32.8%に増加している。2020年7月から12月にかけて政府によるGoToトラベルキャンペーンが実施され、実際に多くの自治体はその効果を経験したことから、政府による需要喚起策の実施が各市町村におけるプロモーション再開の条件として認識されるようになったことがうかがえる。また、「g. 大都市での新規感染者がほぼゼロになった」や「h. 国内の新規感染者がほぼゼロになった」を選択した市町村の割合は減少し、「j. 治療薬やワクチンが確立された」を選択した市町村の割合が増加していることから、感染症流行当初と比較して、感染者数を限りなく抑え込んだうえでの旅行再開よりも、ワクチン接種等によりリスクを低減しての旅行再開が現実的な策として認識されていると考えられる。

図V-3-9 国内で地域を限定しない観光プロモーションの再開条件(2020年度および2021年度、全て選択して回答) (単位: %)



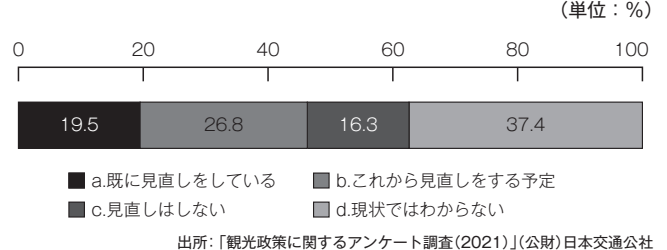
### ③観光振興に関する見直し状況

新型コロナウイルス感染症の流行を受け、観光振興に関する計画とターゲット層の見直しを検討しているかについて回答を求めた。

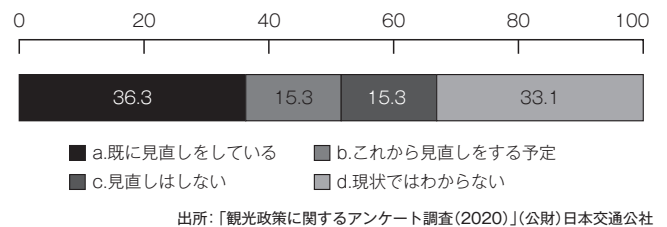
市町村による観光振興に関する計画等の見直し状況については、図V-3-10に示す通りである。「d. 現状ではわからない」が最も多く46市町村(37.4%)であった。また、「a. 既に見直しをしている」と「b. これから見直しをする予定」という市町村を合わせると、46.3%であった。

また、観光客のターゲット層の見直し状況については、図V-3-11に示す通りである。「a. 既に見直ししている」が最も多く45市町村(36.3%)、また、「b. これから見直しをする予定」が19市町村(15.3%)であり、これらを合計すると半数を超える結果となった。

図V-3-10 2021年度における市町村の観光振興に関する計画等の見直し状況(n=123) (単位: %)



図V-3-11 2021年度における観光客のターゲット層の見直し状況(n=124) (単位: %)



### (5)都道府県に対する調査結果との比較

本書前項で取り上げた都道府県に対する調査と、本項で取り上げた主要市町村に対する調査は、一部を除き設問の構成を統一し比較可能な形式となっている。以下、比較結果の一部を紹介する。

#### ①2020年度の観光政策・重点施策

2020年度に実施した観光政策・重点施策について、都道府県の調査では、コロナ禍前の2018年度、2019年度と比較してコロナ禍中である2020年度の結果に大きな変化が見られなかった(図V-2-6)。一方、市町村の調査結果では、「a. 旅行目的となる観光資源のハード整備」や「b. 旅行目的となる観光資源のソフト整備」を選択する割合が約10%ずつ増加するなど、コロナ禍前と比較して一定の変化が見られたことから(図V-3-6)、地域内の観光資源の管理により近い立場で関わっている市町村の方が、コロナ対策以外の場面でも、より柔軟な施策の転換が求められていたことがうかがえる。

### ②主導的な役割を果たすことを期待する事業分野

都道府県が市町村に対して主導的な役割を担うことを期待する事業分野として、最も多く選択されたものは「c.受け入れ環境のハード整備」(59.1%)であり(図V-2-8)、一方、市町村が都道府県に対して主導的な役割を担うことを期待する事業分野で最も多く選択されたものも同じく「c.受け入れ環境のハード整備」(55.6%)であったことから(図V-3-7)、都道府県と市町村の双方が、もう一方に対して「c.受け入れ環境のハード整備」を期待していることがわかる。この傾向は2019年度、2020年度と継続して見られるものであるが、二次交通の改善など長期的な改革が必要となる事業分野も含め、都道府県と市町村の連携による適切な役割分担を行うことが期待される。

### ③新型コロナウイルス感染症関連の設問

新型コロナウイルス感染症として2021年度に取り組む施策について、都道府県(図V-2-9)と市町村(図V-3-8)の結果を比較すると、全体として都道府県の方が多くの項目が選択されている(複数回答における延べ回答率が大きい)ことがわかる。特に、「f.自都道府県内居住者向け需要喚起策」は93.6%の都道府県が実施したのに対し、市町村においては「g.自市町村内居住者向け需要喚起策」は64.8%、「f.自都道府県居住者向け需要喚起策」は55.7%にとどまっている。また、「b.イベント開催等に関する相談窓口の設置」については、都道府県では40.4%が実施したのに対し、市町村では4.1%のみが実施している。その他、ほとんどの項目において、都道府県の方が市町村よりも選択率が高いことから、新型コロナウイルス感染症対策に関連した施策は、都道府県が広域レベルで実施し、それを市町村が地域レベルで補完する形で展開されている様子が見えてくる。

(工藤亜稀)



## 観光研究

ここでは、わが国の観光の発展に寄与する学術面での「観光研究の動き」を概観する。

### (1) 日本国内の観光関連学会

データベース「学会名鑑」(日本学術会議、公益財団法人日本学術協力財団、国立研究開発法人科学技術振興機構)によると、2020年7月現在、国内主要学術団体(2,074件)のうち、学会名称に「観光」「ツーリズム」「旅行」「リゾート」「余暇」「レジャー」「レクリエーション」「ホスピタリティ」のいずれかの語を含む学会は、合計で12団体である(表 付記-1)。

#### ① 全国大会

新型コロナウイルス感染症の拡大を受けて全国大会の中止もやむを得ない状況下において、オンラインに切り替えて開催する学会も目立った。

全国大会のテーマでは、「レジャー・レクリエーションの歩みから学ぶこれからの可能性」(日本レジャー・レクリエーション学会)、「社会構造の変化と余暇ツーリズム」(余暇ツーリズム学会)などのほかに、「With/After コロナ時代における観光ホスピタリティ教育のあり方」(日本観光ホスピタリティ教育学会)のようにコロナを取り上げた学会もあった。

#### ② 機関誌・学会誌

各学会が発行する機関誌・学会誌は合計13誌である。20年度に発行された機関誌・学会誌の中で特集テーマが設定されていたものとしては、「観光に及ぼす負の影響について考える」(日本観光研究学会)、「新型コロナウイルス感染症拡大とオンライン授業への対応」(日本観光ホスピタリティ教育学会)、「物語と観光」(観光情報学会)などがあつた。

### (2) 大学・大学院

「観光」「ツーリズム」「ホスピタリティ」のいずれかの語を含む学部、学科を有する大学は43、大学院は11で、2019年度と同様であった(表 付記-2)。

観光庁は、地域の観光産業における経営力や生産性の向上を図ることを目的に、2015年度より「産学連携による観光産業の中核人材育成・強化事業」を大学に委託して

表 付記-2 日本の観光関連大学・大学院の数

	大学	学部	学科	大学院
2020年度	43	16	43	11
2019年度	43	16	43	11
2018年度	43	16	45	11

資料：文部科学省「年度別開設大学等一覧」、各大学サイトより(公財)日本交通公社作成  
(注) 大学の場合は学部・学科名に、大学院の場合は研究科・専攻名に「観光」「ツーリズム」「ホスピタリティ」という言葉を含むもののみをカウント。

取り組んでおり、2020年度は全国7大学において「中核人材育成講座」が開講された(表 付記-3)。

なお、採択校は、2020年度に山口大学が採択されたことで、自走化校(観光庁による事業採択期間が終了し、講座を継続実施する採択校)を含めて実施校は14大学に拡大した(表 付記-4)。

表 付記-3 地域の観光産業を担う中核人材育成講座のテーマ(2020年度)

大学	講座テーマ
明海大学	with コロナ時代の観光人材育成
北陸先端科学技術大学院大学	地域観光のイノベーション人材講座
信州大学	ユニバーサルフィールド・コンシェルジュ養成講座
滋賀大学	ウェルネスツーリズムプロデューサー養成講座
和歌山大学	観光・地域づくり講座(旧観光カリスマ講座)
山口大学	SDGsによるスポーツ観光講座
愛媛大学	愛媛・四国の儲かる観光サービス業を担う中核人材育成講座

資料：観光庁ホームページより(公財)日本交通公社作成

表 付記-4 全国の各地域における実施校一覧(採択順)

北海道・東北	小樽商科大学、青森大学
関東	東洋大学、明海大学、横浜商科大学
甲信越・北陸	信州大学、北陸先端科学技術大学院大学
近畿・中部	和歌山大学、関西国際大学、滋賀大学
中国・九州	大分大学、鹿児島大学、愛媛大学、山口大学

資料：令和2年度「産学連携による観光産業の中核人材育成・強化事業」報告書(令和3年3月、観光庁 参事官(観光人材政策)付)

### (3) 科学研究費助成事業における観光学の扱い

2020年度の科学研究費助成事業(以下、科研費)「観光学関連」(小区分80020)における新規採択件数は91件(交付89件、採択後辞退1件、留保1件)、研究種目の内訳は、基盤研究(B)13件、基盤研究(C)59件、若手研究18件、特別研究員奨励費1件であった(表 付記-5)。

配分される科研費の合計は4億5,063万円、その内訳は、100万円未満が3件、500万円未満が75件、1千万円未満が4件、5千万円未満が9件となっている。

研究のキーワードとしては、観光(14件)を筆頭に、インバウンド(4件)、観光行動(4件)、以下3件で、tourism、コミュニティ、ソーシャルメディア、ツーリズム、ビッグデータ、文化遺産、観光振興、観光行動と続く。

新規採択件数を研究機関別にみると、4件で九州産業大学(総配布額14,690千円)、北海道大学(同11,750千円)、立教大学(同36,270千円)、和歌山大学(同20,020千円)、3件で東京都立大学(同23,400千円)、奈良県立大学(同23,920千円)、福知山公立大学(同8,710千円)、立命館大学(同6,890千円)と続く(表 付記-6)。

(吉澤清良)

表 付記-1 国内の観光関連学会の概要

	学会名・会員数	会長、本部/事務局、支部	活動内容(2020年度)	学会誌(機関誌)、大会論文集
1	日本観光学会 Japan Academic Society of Tourism (JAST) ○正会員 200名 ○準会員(大学院生・学部生) 37名 ○賛助会員 1団体 (2021年7月現在)	【会長】 神頭広好(愛知大学) 【本部/事務局】 青山学院大学社会情報学部 長橋研究室 【支部】 東北・北海道支部、関東支部、中部支部、関西・中国支部、九州・沖縄支部	○全国大会の開催(年1回、研究報告、シンポジウム、学会総会等) ※2020年度第114回大会は新型コロナ禍により中止 ○支部会(研究発表会、支部総会)の開催 ※関東、中部、九州・沖縄支部のみオンライン開催 ○第4回学生観光プレゼン大会(関東支部主催) ※2020年度第4回大会は新型コロナ禍により中止 ○機関誌の発行(『日本観光学会誌』、年1回) ○学会賞の授与	【学会誌】 『日本観光学会誌』(1996年～、年1回) (前身『日本観光学会研究報告』1961～1995年) ・2020年度:第61号 論文1本、研究ノート2本、書評2本 【大会論文集】 『研究発表要旨集』(年1回)
2	日本レジャー・レクリエーション学会 Japan society of Leisure and Recreation Studies(JSLRS) ○正会員 277名 ○購読会員 20団体 (2021年7月現在)	【会長】 前橋明(早稲田大学) 【本部/事務局】 早稲田大学人間科学学術院 前橋明研究室 【支部】 なし	○学会大会(年1回、地域研究、基調講演、シンポジウム、研究発表、ワークショップ、総会等) ・2020年度日本レジャー・レクリエーション学会第50回記念大会テーマ: レジャー・レクリエーションの歩みから学ぶこれからの可能性【オンライン開催】 ○研究会・講演会等の開催 ○機関誌の発行(『レジャー・レクリエーション研究』) ○学会ニュースの発行(年2～3回) ○学会賞の授与(日本レジャー・レクリエーション学会賞(学会賞、研究奨励賞、支援実践奨励賞、貢献賞)、2007年～) ○研究の助成(研究助成金制度、2011年～) ○内外の諸団体との連絡と情報の交換(世界レジャー機関、全米レクリエーション・公園協会との情報交換、ホームページのリンク等)	【学会誌】 『レジャー・レクリエーション研究』 (1992年～、年3回) (前身『レクリエーション研究』1965～1991年) ・2020年度:第91号 原著3本、総説1本 第92号 第50回記念大会発表論文集 第93号 原著3本、第50回記念大会 基調講演1本、特別講演1本、地域研究1本 【大会論文集】 なし(学会誌に発表要旨を掲載)
3	余暇ツーリズム学会 The Association for Leisure and Tourism Studies ○正会員 153名 ○準会員 5名 ○名誉会員 3名 (2021年8月現在)	【会長】 佐々木一彰(東洋大学) 【本部事務局】 東洋大学 国際観光学部 佐々木一彰研究室 【支部】 関東支部、九州支部	○学会大会の開催(年1回、自由論題報告、会員総会、統一論題報告:討論等) ・2020年度全国大会テーマ:社会構造の変化と余暇ツーリズム【オンライン開催】 ○支部大会の開催(年1～2回、研究発表等) ○研究部会の開催(ライフスタイル研究部会、ヘルス・スポーツツーリズム研究部会、飲料サービス研究部会、レジャー・スタディーズ研究部会、エンタテインメント・ツーリズム研究部会、プライダル研究部会、ツーリズム心理研究部会、学生教育研究部会) ○学会誌の発行(『余暇ツーリズム学会誌』) ○図書の編集(『おもてなし』を考える—余暇学と観光学による多面的検討) ○受託研究 ○会員の研究活動支援 ○学会賞の授与(2016年～)	【学会誌(機関誌)】 『余暇ツーリズム学会誌』 (前身『余暇学研究』1998～2013年、『ツーリズム学会誌』2001～2012年) (2014年3月～、年1回) ・2020年度:第8号 論文5本、研究ノート2本、 基調講演1本、統一論題報告1本
4	日本観光研究学会 Japan Institute of Tourism Research (JITR) ○正会員 1,099名 ○準会員 8名 ○名誉会員 8名 ○賛助会員 4団体 ○特別会員 8団体 (2021年7月現在)	【会長】 梅川智也(國學院大学) 【本部/事務局】 東京都豊島区西池袋4-16-19 コンフォルト池袋106 【支部】 関西支部(2003年7月設立) 九州・韓国南部支部 (2007年4月設立) 東北支部(2015年3月設立)	○全国大会の開催(年1回、講演会、シンポジウム、研究発表等) ・2020年度第35回全国大会シンポジウムテーマ:京都から観光の未来を考える—コロナ後の世界を見据えて【オンライン開催】 ○総会の開催(年1回、講演、学会賞表彰、シンポジウム) ○研究分科会の設置、助成 ○研究懇話会(年2回、1月と7月)の開催 ○支部の活動 ○機関誌の発行(『観光研究』) ○観光学全集の発行 ○会務報告の発行(『会務報告』、年2回) ○メールニュースの配信 ○特別研究の助成 ○学会賞の授与(論文奨励賞、観光著作賞、2007年度～) ○優秀論文賞の授与 ○図書の監修(『観光学全集』全10巻予定) ○観光研究に関する外国諸団体との交流等	【学会誌】 『観光研究』(1987年～、年2回) ・2020年度:Vol.32 No.1 論文4本、研究ノート1本、学会活動報告等 Vol.32 No.2 論文7本、論説1本、 特集『観光に及ぼす負の影響について考える』4本、学 会活動報告等 【大会論文集】 『全国大会学術論文集』(1986年～、年1回)
5	日本国際観光学会 Japan Foundation for International Tourism(JAFIT) ○正会員 390名 ○学生会員(大学院生・大学・短期大学・専門学校生) 40名 ○名誉会員 2名 ○賛助会員 2団体 (2021年7月現在)	【会長】 島川崇(神奈川大学) 【本部/事務局】 東京都千代田区二番町1-12 番町ハイム701 【支部】 なし	○全国大会の開催(年1回、基調講演、研究発表等) ・2020年度第24回全国大会特別講演テーマ:聖地巡礼—ローマとアッシジの想い出—【オンライン開催】 ○例会の開催(研究発表、講演、年5回) ○論文集の発行(『日本国際観光学会論文集』) ○産学協同セミナー「ツーリズム・フォーラム」の開催(2003年～) ○自由論集の発行(年1回) ○テーマ別研究部会による活動(①観光への知的財産権活用、②宿泊関連、③持続可能な観光、④精神性の高い観光、⑤福祉観光、⑥おもてなし文化、⑦航空マネジメント、⑧オーバーツーリズム、⑨デステネーション&ブライズブランディング、⑩ワーケーション、⑪観光マネジメント) ○国内外でのシンポジウム開催 ○国際観光研修旅行の実施 ○教科書・学術書の出版 ○懸賞論文の実施(太田記念国際観光懸賞論文) ○国際観光に関する学術調査及び研究 ○内外の企業、団体、個人からの委託研究 ○関連学会、協会との連絡及び交流	【学会誌】 『日本国際観光学会論文集』(1993年～、年1回) ・2020年度:第28号 論文6本、研究ノート9本 『日本国際観光学会自由論集』(2017年～、年1回) ・2020年度:『自由論集Vol.4』(21本) 【大会論文集】 『全国大会梗概集』(2001年～、年1回発行)
6	日本ホスピタリティ・マネジメント学会 Japan Academic Society of Hospitality Management (JASH) ○正会員 172名 ○学生会員 2名 ○名誉会員 5名 (2021年3月現在)	【会長】 藤本享(北見工業大学) 【本部/事務局】 江戸川大学社会学部 崎本武志研究室 【支部】 北海道支部、関東支部、 関西支部、九州支部	○全国大会の開催(年1回、研究発表、年次総会、基調講演、パネルディスカッション等) ※2020年度大会は新型コロナ禍により中止 ○研究専門部会の開催(適宜) ○研究発表会 ※各支部ともに新型コロナ禍により中止 ○学会誌の発行 (『HOSPITALITY』『INTERNATIONAL JOURNAL OF JAPAN ACADEMIC SOCIETY OF HOSPITALITY MANAGEMENT』)	【学会誌】 『HOSPITALITY』(1993年～2012年度:年1回、 2013～2015年度:年2回、2016年度～:年1回) ・2020年度:第31号 論文7本、研究ノート2本 『INTERNATIONAL JOURNAL OF JAPAN ACADEMIC SOCIETY OF HOSPITALITY MANAGEMENT』 (2012年～、年1回(2013年は年2回)) ・2020年度:Vol.7 No.1 論文3本
7	総合観光学会 The Japan Society for Interdisciplinary Tourism Studies ○正会員 98名 (正会員94名、学生会員4名) (2021年8月現在)	【会長】 大江雄雄(東京農業大学) 【事務局】 立教大学観光学部 東徹研究室 【支部】 なし	○全国学術研究大会の開催(年1回) ・統一論題:コロナ禍と観光【2021年1月10日(日)オンラインで開催】 ○観光フォーラム ※秋季に富山で開催予定であったがコロナ禍により中止 ○学会誌『総合観光研究』の発行(創刊号からJ-STAGEで公開) ○会報の発行(第36・37号) ○その他(学会公式HPの刷新 <a href="https://sogokanko.jimdfree.com/">https://sogokanko.jimdfree.com/</a> )	【学会誌】 『総合観光研究』(2002年度～、年1回刊行) ・2020年度:第19号(2021年3月) 論文1本、研究ノート2本(J-STAGEで閲覧可能)

付記

観光研究



	学会名・会員数	会長、本部/事務局、支部	活動内容(2020年度)	学会誌(機関誌)、大会論文集
8	観光まちづくり学会 The Society of Tourism and Community Design ○正会員 116名 ○学生会員 3名 ○院生会員 4名 ○法人会員 4団体 ○名誉会員 6名 (2021年10月現在)	【会長】 細野昌和(北海商科大学) 【本部/事務局】 (一社)岩手県土木技術センター内 【支部】 北海道支部(2008年～)	○役員会、総会の開催 ○学会誌の発行(『観光まちづくり学会誌』) ※以下は新型コロナウイルスにより延期 ○研究大会の開催(年1回、基調講演、研究発表、会員総会等) ○学会賞の授与(学術論文賞・優秀発表賞) ○講演会、講習会の開催 ○調査研究、視察会の開催	【学会誌】 『観光まちづくり学会誌』(2003年～、年1回) (2020年度: 第17号 論文8本、報告1本) 【大会論文集】 なし(学会誌及び学会ホームページに掲載)
9	日本観光ホスピタリティ教育学会 The Japanese Society of Tourism and Hospitality Educators(JSTHE) ○正会員 182名 ○準会員 8名 ○特別会員 1団体 ○名誉会員 4名 (2021年8月現在)	【会長】 穴戸学(日本大学) 【本部/事務局】 杏林大学外国語学部内 【支部】 なし	○全国大会の開催(年1回、講演、事例報告、教育実践報告・研究教育論文発表、ワークショップ等) ・2020年度第20回全国大会テーマ:With / After コロナ時代における観光ホスピタリティ教育のあり方【オンライン開催】 ○総会・シンポジウムの開催(年1回) ○研究会の開催(年1～3回) ○機関誌の発行(『観光ホスピタリティ教育』) ○学術論文集の発行(『全国大会論文集』) ○Newsletterの発行(年3回程度)	【学会誌】 『観光ホスピタリティ教育』(2006年～、年1回) ・2020年度: 第14号 教育実践報告2本、特集(新型コロナウイルス感染拡大とオンライン授業への対応)8本、書評3本、総会報告 【大会論文集】 『全国大会論文集』(年1回)
10	観光情報学会 Society for Tourism Informatics ○正会員 159名 ○学生賛助会員 8名 ○ゴールド賛助会員 5名 ○個人賛助会員 4名 ○企業・団体会員A 2団体 ○企業・団体会員B 5団体 (2021年7月27日現在)	【会長】 大数多可志(NPO法人日本海国際交流センター) 【本部/事務局】 北海道大学 情報科学研究科内 【支部】 なし	○全国大会の開催(年1回、基調講演、パネル討論、学術講演セッション、総会等) ※2020年度第17回大会はコロナ禍により中止 ○研究発表会の開催(年2回、研究発表、エクササイズ) ※2020年度はコロナ禍により1回のみ開催 ○観光情報学研究会の開催(さっぽろ、はこだて、かがの、たいせつかみイ、ちゅうしこく、いわて、オホーツク圏、とうかい、きゅうしゅう) ○学会誌の発行(『観光と情報』) ○賞の授与(大会優秀賞、大会奨励賞、研究発表会優秀賞、研究発表会奨励賞、功労賞) ○メールニュースの配信 ○情報提供事業、コンサルティング、活動支援等	【学会誌】 『観光と情報』(2005年度～、年1回) ・2020年度: 第16巻 特集記事(物語と観光)3本、学術研究論文3本、産業化論文1本 【大会論文集】 『全国大会講演予稿集』(2004年度～、年1回) 『研究発表会講演論文集』(2009年度～、年2回)
11	コンテンツツーリズム学会 The Academy of Contents Tourism(ACT) ○正会員 113名 ○学生会員(大学院生) 16名 (2021年6月末現在)	【会長】 増淵敏之(法政大学) 【本部/事務局】 法政大学大学院政策創造研究科 増淵敏之研究室 【支部】 なし	○論文発表大会(年1回、特別講演、論文発表、講評等) ・2020年度第8回全国大会特別講演テーマ:真新しいのに懐かしい、古めかしいのに輝かしい未来志向のミュージアム―「トキワ荘マンガミュージアム」が再現した「モノ」と「コト」【オンライン開催】 ○学会論文集の発行(『コンテンツツーリズム学会論文集』) ○シンポジウムの開催(年1回) ・2020年度シンポジウムテーマ:ポストコロナのコンテンツツーリズム ○研究会(不定期開催)	【学会誌】 『コンテンツツーリズム学会論文集』 (2014年度～、年1回) ・2020年度: 論文3本、研究ノート1本、その他1本 【大会論文集】 なし
12	観光学術学会 Japan Society for Tourism Studies(JSTS) ○正会員(一般) 363名 ○正会員(院生) 67名 ○正会員(シニア) 2名 ○準会員 1名 ○名誉会員 1名 (2021年3月現在)	【会長】 藤巻正己(立命館大学) 【本部/事務局】 (有)CR-ASSIST(大阪府) 【支部】 なし	○全国大会の開催(年1回、基調講演、フォーラム、大学院生育成セミナー、学生ポスターセッション、一般研究発表等) ※2020年度第9回全国大会はコロナ禍により中止、発表予定の研究報告要旨を『2020年度研究報告要旨集』として発行。 ○研究集会の開催 ・2020年度第8回研究集会テーマ:リベラルアーツとしての観光―ツーリストのリテラシーとは何か【オンライン開催】 ○機関誌の発行(『観光学評論』) ○学会賞の授与(著作賞、論文賞、教育・啓蒙著作賞など8種、2013年度～) ○図書等の刊行 ○観光学の研究調査 ○国内外の学術団体、学会との連絡・交流	【学会誌】 『観光学評論』 ・2020年度: 年1回/2013年度～、年2回) ・2020年度: vol.9 No.1 特集論文(『観光まちづくり』論の新たな地平をひらく)4本、書評1本 vol.8 No.2 特集論文(観光と都市再編―ツーリズム・シニアリフィケーションの諸相)4本、書評1本 【大会論文集】 『全国大会発表要旨集』(2012年度～、年1回)

資料: データベース「学会名鑑」、各学会ホームページ、各学会への聞き取り調査から(公財)日本交通公社作成(2020年9月現在)

(注) データベース「学会名鑑」(日本学術会議、公益財団法人日本学術協力財団、国立研究開発法人科学技術振興機構、http://gakukai.jst.go.jp/gakkai/)に収録されている国内の主要学術団体(2020年8月16日現在、2,062件)のうち、学会名称に「観光」「ツーリズム」「旅行」「リゾート」「余暇」「レジャー」「レクリエーション」「ホスピタリティ」のいずれかの語が含まれる学会を「国内の観光関連学会」として抽出した。

表 付記-6 科研費「観光学関連」の総配布額の上位研究機関(2020年度)

研究機関	採択件数	総配布額(千円)	研究機関	採択件数	総配布額(千円)
九州産業大学	4	14,690	静岡文化芸術大学	2	24,440
北海道大学	4	11,750	高崎経済大学	2	7,020
立教大学	4	36,270	多摩大学	2	7,540
和歌山大学	4	20,020	東海大学	2	7,540
東京都立大学	3	23,400	獨協大学	2	5,720
奈良県立大学	3	23,920	兵庫県立大学	2	3,770
福知山公立大学	3	8,710	横浜商科大学	2	3,770
立命館大学	3	6,890			

(注) 審査区分において「小区分80020:観光学関連」、また研究期間の開始年度が2020年度のものを対象としている。

資料: 科学研究費助成事業データベースより(公財)日本交通公社作成

表 付記-5 科研費「観光学関連」の新規採択研究課題(2020年度～)

研究課題名	研究種目	研究機関
POW Tourism and Japan-Australian Reconciliation	基礎研究(B)	京都大学
積極的平和構築のツールとしての観光研究—中米地域におけるエコツーリズムを事例に	基礎研究(B)	静岡文化芸術大学
EUによる域内観光振興に関する資金支援政策の研究—ギリシャを事例に—	基礎研究(B)	静岡文化芸術大学
「道」の魅力の解明: 歩く旅の心理的機能と地域資源としての「道」	基礎研究(B)	信州大学
観光とコミュニケーションに関わるコンピテンシー評価指標の開発	基礎研究(B)	成蹊大学
データフュージョンによる時空間解像度の高い地域観光統計整備手法の開発	基礎研究(B)	東京都立大学
農山村地域における観光施設の遊休化が及ぼす地域社会への影響と観光イノベーション	基礎研究(B)	東京農業大学
開発途上国におけるホームステイを中核とした観光開発に関する国際比較研究	基礎研究(B)	奈良県立大学
オリンピックを契機とした新観光者層指標と観光施設経営ロジックの解明	基礎研究(B)	横浜市立大学
観光計画概念としてのスマルスケープに関する基礎的研究	基礎研究(B)	立教大学
ツーリズムの心理的効果に関する研究	基礎研究(B)	立教大学
Confronting difficult past: Dark Tourism development in Japan:	基礎研究(B)	和歌山大学
インバウンド客の増加にともなう観光産業におけるマネジメントの諸課題	基礎研究(B)	早稲田大学
観光者の問題行為を誘発する観光者の認知特性、思考プロセス等に関する研究	基礎研究(C)	愛知東邦大学
世界文化遺産の持続可能な開発に貢献するステークホルダーエンゲージメントの実態解明	基礎研究(C)	茨城キリスト教大学
旅行者の娯楽としての風景画制作—18世紀グランド・ツアーにおけるアルカディア体験	基礎研究(C)	岩手大学
登山道のオーバー・アンダーユースを発生させる観光行動のメカニズムに関する研究	基礎研究(C)	愛媛大学
東南アジア諸国と日本のレジャー活動データ比較	基礎研究(C)	桜美林大学
地域通貨等が観光消費に与える影響の実証的研究	基礎研究(C)	大分大学
港湾観光都市における津波率先避難の意思決定モデル構築とシミュレーション分析	基礎研究(C)	小樽商科大学
資源保全に効果あるツアーガイドスキルの育成: 国際比較によるトレーニング指標の確立	基礎研究(C)	金沢大学
生活都市のビジョンの共実現と持続可能な観光の運動的な展開	基礎研究(C)	金沢工業大学
ウェルネス概念からみたアルザス地方のガストロノミーウォーキングに関する研究	基礎研究(C)	関西国際大学
人新世におけるツーリズムとその課題—脱炭素社会に向けたツーリズムのあり方	基礎研究(C)	九州産業大学
隣接国間の相互理解に資する観光関連施設の多言語対応—北部九州における韓国語対応—	基礎研究(C)	九州産業大学
旅行業経営における競争優位性に関する理論・実証的研究	基礎研究(C)	九州産業大学
CBTによる農村観光の持続的展開—市民参画の方式をめぐる日中共同研究—	基礎研究(C)	京都女子大学
宇治茶の生産・文化を持続させる「地域主導型ツーリズム・マネジメント」手法の開発	基礎研究(C)	京都文教大学
日本の観光政策の変遷に関する学際的・実証的研究—一戦前期の観光関連組織に着目して	基礎研究(C)	公益財団法人日本交通公社
観光地における豪雨に起因する土砂災害の被害軽減策の提案	基礎研究(C)	神戸市立工業高等専門学校
最新デジタルテクノロジーを活用した観光情報発信と2次交通の研究	基礎研究(C)	札幌国際大学
観光混雑回避に向けた自発的行動変容を促すゲーミフィケーション導入に関する実証研究	基礎研究(C)	芝浦工業大学
国内外からの国際会議参加者の参加動機を誘発する開催地選定基準に関する研究	基礎研究(C)	城西国際大学
歴史文化資源を基にした地域ストーリーの異文化間インタープリテーション	基礎研究(C)	大東文化大学
インバウンド観光に対する住民の態度: 多様な他民族に対する考えの観点から	基礎研究(C)	高崎経済大学
観光まちづくりを牽引しうるリーダー像の構築とリーダー育成プログラムの開発	基礎研究(C)	高崎経済大学
観光資源としてのジャパニーズ・ポップカルチャー・イベントの発展パターン分析	基礎研究(C)	拓殖大学
我が国ブライダルツーリズムのビジネスモデル化研究	基礎研究(C)	千葉商科大学
世界遺産エリアにおける公共空間の防災計画	基礎研究(C)	帝京平成大学
SNS収集データをもとにしたAI技術を用いたWeb情報の推薦	基礎研究(C)	東海大学
「関係人口」創出を目指す「関係案内人」の役割や創出評価の枠組形成に関する実証研究	基礎研究(C)	東海大学
訪日外国人の観光危機管理における情報収集行動と避難行動の影響分析	基礎研究(C)	東京工業大学
データに基づく効果検証を伴った地方創生シニアプロモーションモデルの開発	基礎研究(C)	東京都市大学
ワールドライフツーリズム枠組みを活用した野生動物と人間社会の共生システム	基礎研究(C)	東京都立大学
Exploring the voice of a host community in 'overtourism': The case of Kyoto	基礎研究(C)	同志社大学
観光地における創造的環境の成立要因に関する研究	基礎研究(C)	東洋大学
タイ地方都市における創造都市化とローカル・コミュニティ再編に関する民族誌的研究	基礎研究(C)	獨協大学
観光みやげにおける贈答コミュニケーションに関する研究	基礎研究(C)	獨協大学
観光資源としてのライブ・エンターテインメントの「楽しさ」と課題に関する研究	基礎研究(C)	長崎県立大学
里山・里海のマネジメントを促す地域圏の解明: 当事者意識の向上と都市地域連携	基礎研究(C)	名古屋大学
スタジアム・アリーナ改革を通じた地域活性化に関する理論、実証、および、政策研究	基礎研究(C)	名古屋学院大学
奈良のシカを中心とした野生動物の観光資源化に関する研究	基礎研究(C)	奈良県立大学
周遊型観光消費モデルの小地域への展開～複数交通ネットワークの連携効果の計測～	基礎研究(C)	南山大学
地域再生に向けた地域外関係者のかかわりと観光地域ガバナンスに関する研究	基礎研究(C)	阪南大学
訪日観光客のリピーター行動要因に関する研究	基礎研究(C)	一橋大学
マレーシアの世界遺産都市にみる観光過剰の把握と規制誘導による持続的観光施策の探求	基礎研究(C)	兵庫県立大学
日本の島嶼部における複合的観光システムのレジリエンスを高める要因の検討	基礎研究(C)	広島大学
MassiveDataの収集・分析手法を用いた持続的な観光振興による地域への影響	基礎研究(C)	広島修道大学
観光者の動態把握におけるビッグデータ活用	基礎研究(C)	福知山公立大学
国際リゾート地ニセコにおける外国人ワーキング・ホリデー・メーカーの生活と労働	基礎研究(C)	北星学園大学短期大学部
中国中産階級の観光行動とナショナル・アイデンティティに関する研究	基礎研究(C)	北海道大学
北海道ガーデンツーリズムに関する研究—英国との比較から	基礎研究(C)	北海道大学
Community-based participatory governance in tourism	基礎研究(C)	安田女子大学
ワーケーション導入による実施企業、従業員、地域への効果および影響について	基礎研究(C)	山梨大学
外国人と複数ルートを対象にした富士登山者の転倒リスク軽減に関する疫学的研究	基礎研究(C)	山梨県富士山科学研究所
商店街におけるWeb・ソーシャルメディアを活用した活性化	基礎研究(C)	横浜商科大学
屋外遊園地の経営・マーケティング研究—5市町村の施設による比較研究—	基礎研究(C)	横浜商科大学
歴史的参詣道の景観資源性を活かした新たな自然歩道ネットワークの計画論に関する研究	基礎研究(C)	立教大学
現代観光におけるガイドツアーの重要性に関する研究: 産業遺産を事例として	基礎研究(C)	立命館大学
グローバルなアジア世界の共生を志向するポリフォニック・ツーリズム(多声的観光)	基礎研究(C)	立命館大学
ウェルネスツーリズムの学術基盤構築に関する研究	基礎研究(C)	琉球大学
ビッグデータの活用によるスマートツーリズム・デザイン・サービスの構築と価値共創	基礎研究(C)	和歌山大学
日本人旅行者の予防接種行動と関連する因子構造の解明	若手研究	岐阜大学
近代日本における宿泊旅行の量的拡大に関する歴史社会学研究—昭和戦前期を中心に—	若手研究	九州産業大学
文化遺産観光における観光者のパフォーマンスと地域社会との相互作用についての研究	若手研究	京都橋大学
旅行者のシェアリングエコノミー利用行動における心理的メカニズムの解明	若手研究	成城大学
日本におけるVFR旅行の実態と成立プロセス—訪日中国人を事例に—	若手研究	多摩大学
タクツーリズムから公共ツーリズムへ: 中国における自然災害遺産の保存と活用	若手研究	多摩大学
レベニューマネジメントに基づくオーバーツーリズムの指標開発とその評価	若手研究	東京都立大学
The role of Mega-tourism events in disaster recovery, implications for local communities	若手研究	東北大学
持続可能な観光としてのコミュニティ・ベースド・ツーリズムの有効性に関する研究	若手研究	奈良県立大学
A study on the causes and effects of stressful situations in tourism of Japanese people	若手研究	兵庫県立大学
ソーシャルメディアを利用した旅行計画者の行動のモデル化	若手研究	広島経済大学
観光地のスマート化とデータマネジメントに関する研究	若手研究	福知山公立大学
農山漁村地域における住民の対外国人意識に関する研究	若手研究	福知山公立大学
宿泊レビューに対するレスポンス管理の理論と手法の構築	若手研究	北海道大学
温泉地における廃業宿泊施設の取壊しと跡地再利用に関する研究	若手研究	立教大学
「おもてなし」概念の再定義と経済的価値指標の構築—歴史史料からのアプローチ—	若手研究	立命館大学
Analysis of tourism guiding in pilgrimage: Model for perception of role of guides	若手研究	和歌山大学
Attitudes of non-host city residents toward a mega-event during the pre-event stage: A longitudinal study	若手研究	和歌山大学
日本の低消費型野生動物ツーリズム: オンラインオフライン混合空間における意味と倫理	特別研究員奨励費	北海道大学

(注) 審査区分において「小区分80020: 観光学関連」、また研究期間の開始年度が2020年度のものを対象としている。

資料: 科学研究費助成事業データベースより(公財)日本交通公社作成

# 資料編

<b>資料-1</b>	<b>旅行年表</b> .....	<b>202</b>
	一般社会・海外情勢	
	観光行政	
	旅行・観光動向・イベント動向	
	宿泊施設・観光施設等のオープン	
	交通・運輸	
	旅行業	
<b>資料-2</b>	<b>付属統計表</b> .....	<b>206</b>
	経済関連指標	
	旅行・観光関連産業(宿泊業)(運輸業)	
	国内旅行動向	
	海外旅行動向	
	出国者数(地域別)(性・年齢別)	
	訪日旅行動向	



Table with columns: 月日, 宿泊施設・観光施設等のオープン. Lists opening dates for various hotels and facilities from 1.6 to 9.23.

Table with columns: 月日, 交通・運輸. Lists transportation and infrastructure news from 1.15 to 9.29.

Table with columns: 月日, 旅行業. Lists travel industry news from 1.1 to 9.24.

資料編

(2020年10月～2021年6月)

Table with 2 columns: 月日, 一般社会・海外情勢. Contains various news items from October 2020 to June 2021, including travel restrictions, economic news, and international relations.

Table with 2 columns: 月日, 観光行政. Contains news items related to tourism administration, including government policies, industry updates, and regional developments.

Table with 2 columns: 月日, 旅行・観光地動向、イベント動向. Contains news items about travel trends, tourism destinations, and various events and festivals.

Table with columns for date (月日) and opening/closure of facilities (宿泊施設・観光施設等のオープン). It lists various hotels, restaurants, and cultural venues across different dates from 10.1 to 6.25.

Table with columns for date (月日) and transportation/transportation (交通・運輸). It covers new rail services, road closures, and other transport-related news from 10.3 to 6.30.

Table with columns for date (月日) and tourism/industry (旅行業). It details travel agency news, such as new tours, cancellations, and business developments, spanning from 10.1 to 6.30.

資料編















## 執筆者一覧(掲載順)

塩谷英生	公益財団法人日本交通公社 理事	この1年をふりかえって
五木田玲子	同 上席主任研究員	調査概要 I-2 日本人の国内旅行
那須 将	同 副主任研究員	I-1 日本人の旅行市場の概況 IV-4 中部
仲 七重	同 研究員	I-3 日本人の海外旅行 I-5 新型コロナウイルス感染症の流行と日本人の旅行
安原有紗	同 研究員	I-4 日本人の旅行に対する意識 I-5 新型コロナウイルス感染症の流行と日本人の旅行
相澤美穂子	同 上席主任研究員	II-1 訪日外国人の旅行動向 (1.2020年の訪日旅行の概況、3.世界の国際観光動向)
工藤亜稀	同 研究員	II-1 訪日外国人の旅行動向 (2.市場別にみる訪日旅行動向) V-3 主要市町村による観光政策
柿島あかね	同 主任研究員	II-2 訪日旅行に対する意識 II-3 訪日旅行事業の現況 (2.訪日団体パッケージツアーの概況)
山本奏音	同 研究員	II-3 訪日旅行事業の現況 (1.日本企業による訪日旅行事業の展開) IV 都道府県別延べ宿泊者数およびうち外国人延べ宿泊者数
久保田美穂子	亜細亜大学 経営学部 ホスピタリティ・マネジメント学科 准教授	III-1 旅行業
中野文彦	公益財団法人日本交通公社 上席主任研究員	III-2 運輸業 (1.輸送量と交通事業の動向、2.鉄道交通、3.航空交通)
吉谷地 裕	同 主任研究員	III-2 運輸業 (4.海上交通、5.道路交通) IV-3 関東
朝倉はるみ	淑徳大学 経営学部 観光経営学科 教授	III-3 宿泊業
外山昌樹	淑徳大学 経営学部 観光経営学科 助教	III-4-1 集客交流施設
守屋邦彦	公益財団法人日本交通公社 上席主任研究員	III-4-2 MICE
石黒侑介	北海道大学 国際広報メディア・観光学院 准教授	IV-1 北海道
福永香織	公益財団法人日本交通公社 主任研究員	IV-2 東北
西川 亮	立教大学 観光学部 准教授	IV-5 近畿
山崎友美	立教大学 観光学部 西川研究室	IV-5 近畿
若佐栞	立教大学 観光学部 西川研究室	IV-5 近畿
武智玖海人	公益財団法人日本交通公社 研究員	IV-6 中国・四国
野間恵子	一般社団法人九州観光推進機構 企画部	IV-7 九州
中島 泰	公益財団法人日本交通公社 上席主任研究員	IV-8 沖縄
後藤健太郎	同 主任研究員	IV-9 自然
門脇茉海	同 副主任研究員	IV-10 歴史・文化
磯貝友希	同 研究員	IV-11 温泉
菅野正洋	同 上席主任研究員	V-1 国による観光政策
池知貴大	同 副主任研究員	V-2 都道府県による観光政策
吉澤清良	同 主席研究員	付記
郭 玲玲	同 主任研究員	付属統計表

# 旅行年報 2021

Annual Report on the Tourism Trends Survey

---

---

2021年10月発行

発行: 公益財団法人 日本交通公社  
〒107-0062 東京都港区南青山二丁目7番29号 日本交通公社ビル  
TEL: 03-5770-8360 (観光文化振興部)  
E-mail: jtbfbook@jtb.or.jp

発行人: 末永安生  
編集人: 有沢徹郎

デザイン・作図・作表・制作・印刷: 佐川印刷株式会社  
編集協力: 株式会社 ふれす  
©2021 公益財団法人日本交通公社

---

---

本書の内容についてのご意見・お問い合わせは観光文化振興部へご連絡下さい。

本書を許可なく複製することを禁じます。

許諾については観光文化振興部にお問い合わせ下さい。

※本書のご注文はオンライン書店 (Amazon.co.jp) へ。

POD (プリント・オン・デマンド) で発行しています。

ISBN 978-4-86631-358-0

ISSN 0911-4750



公益財団法人 日本交通公社