

# 旅行年報

# 2024

Annual Report on the  
Tourism Trends Survey



公益財団法人 日本交通公社

本書は、原則として2023年度(2023年4月～2024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、年表等の一部項目については2024年6月までの情報を取り込みました。

# 旅行年報 2024

Annual Report on the  
Tourism Trends Survey

## 目次

この一年をふりかえって ..... 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 ..... 56

### 第Ⅱ編 訪日外国人旅行

II-1 訪日外国人の旅行動向 ..... 68

II-2 訪日旅行に対する意識 ..... 84

II-3 訪日旅行事業の現況 ..... 90

### 第Ⅲ編 観光産業

III-1 旅行業 ..... 100

III-2 運輸業 ..... 108

III-3 宿泊業 ..... 120

III-4 集客交流施設、MICE ..... 125

### 第Ⅳ編 観光地

都道府県別延べ宿泊者数及びうち外国人延べ宿泊者数(2022年と2023年の比較) ..... 136

IV-1-1 北海道 ..... 137

IV-1-2 東北 ..... 141

IV-1-3 関東 ..... 145

IV-2-1 中部 ..... 149

IV-2-2 近畿 ..... 153

IV-2-3 中国・四国 ..... 157

IV-2-4 九州 ..... 161

IV-2-5 沖縄 ..... 165

IV-3-1 自然 ..... 169

IV-3-2 歴史・文化 ..... 175

IV-3-3 温泉 ..... 181

### 第Ⅴ編 観光政策

V-1 国による観光政策 ..... 186

V-2 都道府県による観光政策 ..... 192

V-3 主要市町村による観光政策 ..... 197

### 付記

観光研究 ..... 203

(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 ..... 208

資料-2 付属統計表 ..... 212

---

# この一年をふりかえって

## パンデミックからの回復

観光視点から2023年という年をひと言で言えば「パンデミックからの回復」ということになるだろう。

『旅行年報』2021、2022で示したように、COVID-19によるパンデミックによって、2020年から2021年にかけて観光市場は大きく落ち込んだ。具体的には、国内旅行（観光・レクリエーション／以下同）は0.9億人回（2020年）、0.8億人回（2021年）、海外旅行者数は317万人（2020年）、51万人（2021年）、訪日外客数は412万人（2020年）、25万人（2021年）という数値となった。これに対し、2023年は国内旅行1.6億人回、海外旅行者数962万人、訪日外客数2,500万人と力強い回復を見せた。これらの数値を2019年比で見ると、国内旅行については、ほぼ復活。訪日外客数も、それに準じる水準（勢い）を有している一方で、海外旅行者数については2019年の半分以下にとどまっている状況にある。当財団の機関誌『観光文化』の257号では、「ポスト・コロナで再起動する海外旅行」という特集を組んでいるが、海外旅行の回復が鈍い原因として、円安傾向による高価格化だけでなく、団塊世代が牽引してきた海外旅行市場が、パンデミックによって消失した可能性を指摘している。また、人数的には大きく戻ってきている訪日外客数についても、その内訳を見ると韓国、シンガポール、アメリカの伸び率が高い一方で、中国の戻りは鈍い。それも影響して消費科目にも変化が生じており、宿泊費や飲食費の伸び率が高くなっている。

こうした回復期に京都市を対象にまとめられた『観光文化』259号「ポスト・コロナの観光地マネジメント～京都市～」では「改変された時間軸」という表現がされているように、規模的にはパンデミック前の状況に戻りつつあっても、その中身は従前とは異なったものである。その意味では、戻ったというよりも、新しい環境が始まったと捉えるほうが適切なのかもしれない。

## 国内旅行

国内旅行の規模は2019年に近い水準にまで戻ってきている。しかしながら、年代別では20代、30代、50代は2019年比でプラスとなっている一方で、60代以上は大きく減少している。また、出発月は4月、5月、8月が2019年比で減少している一方で、3月や10～12月が増加し、月別に見た繁閑の差が減少している。着地も、2019年比で北海道や東京都、関西圏、沖縄県が増加したのに対し、東北地方や甲信越、中四国は減少するという変化が起きている。

これらの変化が、どういった市場構造の変化につながっていくのか、現時点で断定的に述べることはできないが、パンデミックによる高齢者の旅行市場からの退出、物価上昇による景気の不透明感より旅行実施者が限定されてきている可能性が指摘できる。一方で、若年層での実施者が増えていることは、今後の市場成長に期待できる部分でもあるだろう。

なお、パンデミックを経ても「実施したい旅行」の内容（海外旅行を含む）については、大きな差は確認できない。旅行実施の阻害要因は「家計の制約」と「時間がとれない」が1、2位を占めるが、この傾向も過去の調査と大きな違いはない。

観光旅行に対する基本的な意識は変化していないものの、顕在化する行動、需要については変化が起きてきていることがうかがえる。

---

## 海外旅行

3つの観光市場の中で、最も回復が鈍いのが、この海外旅行である。

国際路線は続々と再開されているものの、日本人の海外旅行の回復は遅く、性・年代別に見ても、全セグメントにおいて2019年の45～55%程度にとどまっている。その原因は、世界的な物価上昇の中での円安、ウクライナやイスラエル、ガザ地区等での社会不安、順調な訪日外客市場による航空座席減少、国内高齢者の市場からの退出等さまざまに指摘されている。いずれにしても、複合的な原因が絡み合っていることはほぼ確実であり、市場が回復するのか、するとすれば、それはいつ頃になるのかも、現時点では見通すことはできない。

本誌『旅行年報』は1981年以来、毎年、観光をめぐる一年間の情報を記録している。バックナンバーも含めてご参照いただくことで、現在起きている変化が、過去からの連続的なものではないことが確認できるだろう。

## 訪日旅行

日本人の海外旅行に対して、順調な回復を見せているのが訪日旅行である。2019年の人数には達していないものの、その回復の勢いは強く、その功罪がマスコミでニュースとして報じられることも多い。ただ、前述したように、その構成は必ずしもパンデミック前の状況と同じではない。特に消費額の増大は著しく、かつ、その主要な消費科目は買物費から宿泊費や飲食費等サービス科目に変化している。これは、宿泊費等のサービス価格が上昇したこともあるが、いわゆる爆買いから消費性向が変化したことを示している。

これは、発地国がパンデミック前と異なることや、世界的な物価上昇、中国の出入国事情等が複合的に作用した結果と考えられる。量的には回復しているが、その構成には変化があることは認識し、今後の推移に注目しておく必要があるだろう。

## 地域

パンデミックによる環境激変に見舞われた各地域であるが、さまざまな動きが出てきている。それらの動きは、①パンデミック前からの取り組みが(一時休止をはさんで)復活したもの、②パンデミック中に取り組みされていたものが顕在化したもの、③パンデミック後に新たに展開されたものと大きく3つに区分できる。パンデミック中の観光との向き合い方も地域によって異なっていたが、困難な状況の中でも観光について関係者と対話を続けパンデミックを乗り切った地域とそうでない地域の差も出てきているように感じる。例えば、③の象徴的な動きは県や市町村での宿泊税の導入検討であり、当財団でも「観光財源研究会」を主催し、動きを支援しているが、①、②があるところと、そうでないところでは、特別徴収義務者となる宿泊事業者の反応が異なることを感じている。年報は、一年の断面であるが、観光地域づくりは5～10年のストックによって形成されるため、経年でなにが起きてきているのかを把握しておくことが重要となる。

---

## 産業

各種産業も、パンデミックから回復し新しい事業環境を迎えてきている。ただ、需要構造で示したように、量的な回復はしているものの、その構成には変化があり、その変化への対応力によって収益等の差も生じている。例えば、爆買いの沈静化によってドラッグストアやデパート等が受ける恩恵は限定的となった一方で、宿泊施設では高価格設定が可能となっている。また、一部地域においては、パンデミック中にも投資が進んで供給量が増大したことで、同じ業種内でも業績には差が出るようになっている。さらに、ほぼすべての地域・業種において共通する課題は人手不足である。最低賃金の引き上げもあり、人件費は上昇傾向にあるが、人口縮小社会の中では、業種間、施設間での人の取り合いは避けられない。地域によっては、大型の製造業が進出したことで人手不足が起きている事例も出てきている。

人手不足への対応方策が、産業の持続可能性を左右していくことになるだろう。

## 政策

パンデミックからの回復、特に、訪日外客市場の復活は、国の観光予算の再強化にもつながっている。国は、再び安定財源となった国際観光旅客税を用いて、パンデミック後の諸課題に対応する施策を展開するようになっている。高付加価値化、人手不足解消、DX、観光地域づくり法人(DMO)強化といった施策を展開すると同時に、一部地域で過熱した状況に対応していくため、オーバーツーリズムの抑制や、環境の好循環を促す取り組みも展開してきている。

地方誘客(地方分散)も課題のひとつとなっており、国立公園、文化財、スノーリゾート等、日本がもつ各種資源(ストック)の活用も図られている。文化庁の京都市移転も、地方分散を進めていく中での象徴的な出来事だと言える。

地方自治体において、宿泊税導入の検討が進められるようになっており、国と地方自治体との関係性、連携体制も変わっていくと考えられるが、観光振興という大きな政策課題への対応力向上を期待したい。

## 最後に

1981年から毎年、年報として発刊してきた本誌であるが、新たな取り組みとして、本誌の情報を大学等の講義で利用できるような資料に組み換え、シラバス案とセットで提供することを計画している。

提供先及び提供形態は、まだ検討事項であるが、本誌の情報を教育現場でご活用いただけることを目的とした取り組みとしている。

詳細については、当財団のウェブサイト等に掲載予定の統報をご参照いただきたい。

(山田雄一 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
- 2 旅行市場区分(全体)……………8
  - (1) 旅行形態及び費用負担から見た旅行市場
- 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・年代別に見る同行者別の市場シェア

## I-2 日本人の国内旅行

- 1 2023年の概況……………11
  - (1) 国内旅行者の動向
  - (2) 主な要因
  - (3) 宿泊旅行者数の内訳
- 2 着地別(都道府県別)の旅行動向……………15
  - (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 2023年の概況……………35
  - (1) 日本人出国者の動向
  - (2) 主な要因
  - (3) 日本人出国者数の内訳
- 2 着地別(国・地域別)の旅行動向……………38
  - (1) 着地別(国・地域別)の日本人出国者数
  - (2) 着地別(国・地域別)の旅行内容
- 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…50

## I-4 日本人の旅行に対する意識

- 1 行ってみたい旅行……………56
  - (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
- 2 旅行の動機……………63
- 3 旅行の阻害要因……………65

## 「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2023  
 調査方法 : ウェブ調査  
 調査時期 : 2023年4～5月実施(2023年1～3月期分の旅行内容)、2023年7月実施(同4～6月期の旅行内容)、2023年10月実施(同7～9月期の旅行内容)、2024年1月実施(2023年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 ※地域、性別、年代の層別の全国人口構成比に基づき、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 : 2023年1～12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)	35	593	543	651	545	499	414	59	528	455	474	467	484	516	6,263
構成比(%)	0.6	9.5	8.7	10.4	8.7	8.0	6.6	0.9	8.4	7.3	7.6	7.5	7.7	8.2	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)	52	735	727	857	727	642	548	80	706	598	646	620	648	672	8,258
構成比(%)	0.6	8.9	8.8	10.4	8.8	7.8	6.6	1.0	8.5	7.2	7.8	7.5	7.8	8.1	100.0

### <海外観光旅行>

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)	6	200	197	172	137	144	118	32	228	174	141	146	171	135	2,001
構成比(%)	0.3	10.0	9.8	8.6	6.8	7.2	5.9	1.6	11.4	8.7	7.0	7.3	8.5	6.7	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)	6	200	197	172	137	144	118	32	228	174	141	146	171	135	2,001
構成比(%)	0.3	10.0	9.8	8.6	6.8	7.2	5.9	1.6	11.4	8.7	7.0	7.3	8.5	6.7	100.0

※地域、性別、年代の層別の全国人口構成比に基づき、調査会社のモニターを割り当て。ただし、一部若年層及び高齢層において不足した属性あり。  
 ※集計にあたっては、各月の旅行発生量(観光庁「旅行・観光消費動向調査」)をウェイトとして重み付けを行っている。  
 ※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-1「日本人の旅行市場の概況」、I-2「日本人の国内旅行」、I-3「日本人の海外旅行」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 : 2024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)	20	60	78	119	94	114	90	14	55	79	143	146	102	106	1,220
構成比(%)	1.6	4.9	6.4	9.8	7.7	9.3	7.4	1.1	4.5	6.5	11.7	12.0	8.4	8.7	100.0

※地域、性別、年代の層別の全国人口構成比に基づき、調査会社のモニターを割り当て。  
 ※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」、III-1「旅行業」で使用



# I-1 日本人の旅行市場の概況

## 1 旅行者数

2023年の日本人の旅行経験率 国内宿泊旅行56.4%、国内日帰り旅行40.7%、海外旅行3.7%

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。

### ●旅行経験率

2023年の日本人の旅行経験率は、「国内宿泊旅行」全体では56.4%、「国内日帰り旅行」全体では40.7%、「海外旅行」全体では3.7%であった。「観光・レクリエーション」(以下、「観光」)、「帰省・知人訪問等」(以下、「帰省」)、「出張・業務」(以下、「出張」)の内訳については図I-1-1左を参照。

### ●旅行平均回数

2023年の日本人の旅行平均回数は、「国内宿泊旅行」全体では2.26回/人、「国内日帰り旅行」全体では1.74回/人、「海外旅行」全体では0.08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右を参照。

「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

2023年の日本人の延べ旅行者数は、「国内宿泊旅行」全体では2億8,135万人、「国内日帰り旅行」全体では2億1,623万人、「海外旅行」では947万人であった。いずれの旅行も、「観光」のシェアが6割から7割程度を占めた。また、「国内宿泊旅行」のうち24.5%が「帰省」、「海外旅行」のうち21.7%が「出張」による旅行であった(図I-1-2左)。

### ●延べ泊数

2023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5億9,377万人泊、「海外旅行」全体では6,216万人泊であった。延べ旅行者数と比較して、「帰省」及び「出張」のシェアが増加、「観光」のシェアは減少する傾向にある(図I-1-2右)。

図 I-1-1 旅行経験率及び旅行平均回数(2023年)

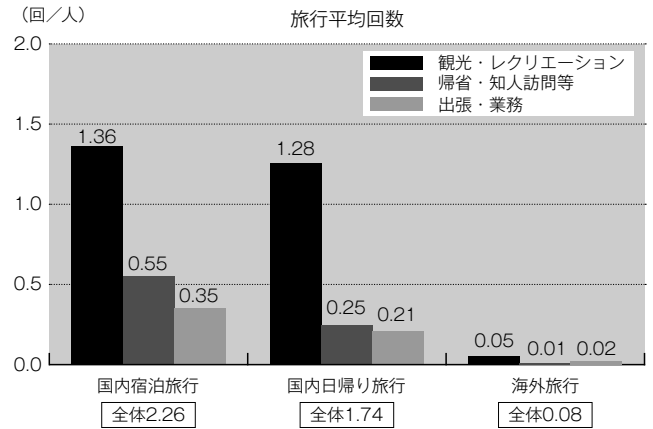
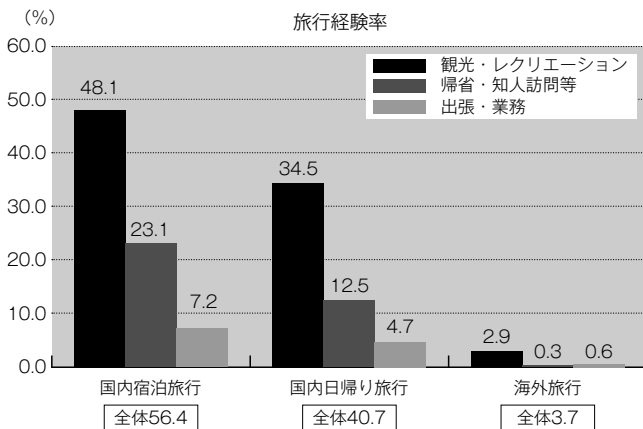
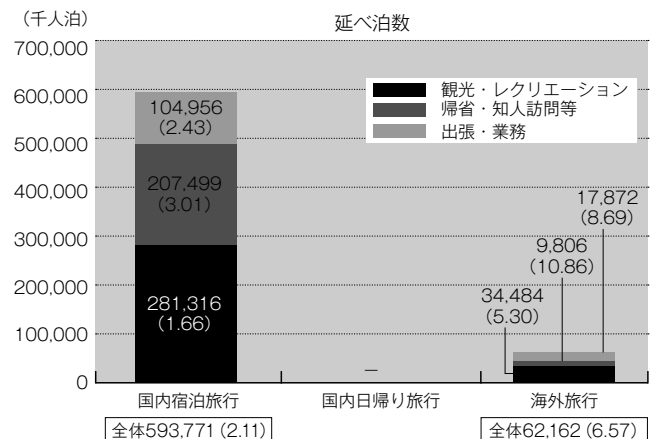
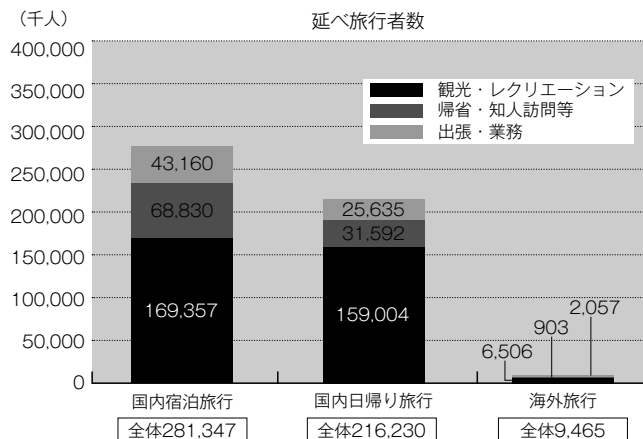


図 I-1-2 延べ旅行者数及び宿泊者の延べ泊数(2023年)



※括弧内の数値は平均泊数。単位は(泊/人回)  
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)

国内旅行形態「個人旅行」が86.3%

### (1) 旅行形態及び費用負担から見た旅行市場

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おり、国内旅行で57.4%、海外旅行で52.1%を占めた(表I-1-1)。

第二に、旅行市場の構造を「費用負担者」と「旅行形態」のふたつの視点から検討した。

まず旅行の費用負担者として「個人負担」と「法人負担」を想定し、それぞれの占める割合を延べ旅行者数(単位:人回)ベースで算出した。国内旅行においては全体の76.4%が、海外旅行においては70.6%が、「個人負担」により実施された旅行であった(表I-1-2)。

次に旅行形態として「個人旅行」と「団体旅行」を想定し、それぞれの占める割合を延べ旅行者数(単位:人回)ベースで算出した。国内旅行全体では86.3%が、海外旅行全体では76.2%が「個人旅行」であった(表I-1-3)。

最後に、「費用負担者」と「旅行形態」のふたつの軸によって、旅行市場を4つに区分した(図I-1-3、図I-1-4)。「個人負担」によって行われる「個人旅行」が、国内旅行では72.1%、海外旅行では62.1%を占めた。

表 I - 1 - 1 旅行内容と旅行形態に着目した旅行市場区分シェア(2023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。	57.4	52.1
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)。	14.7	10.0
組織が募集する団体旅行	町内、農協、郵便局、信金、宗教団体、サークル等が募集する旅行。	4.4	8.5
出張や業務旅行	打ち合わせや会議、視察目的の旅行。	14.3	14.0
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。	3.8	7.7
その他の旅行	上記のいずれにも当てはまらない旅行。	5.5	7.6

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見るシェア(2023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	76.4	70.6
	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	18.1	21.7
	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 旅行形態別に見るシェア(2023年)

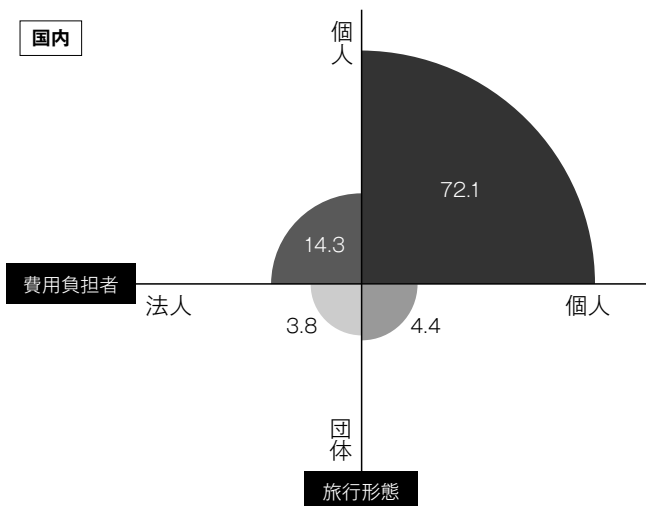
(単位: %)

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	86.3	76.2
	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	8.1	16.2
	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(2023年)

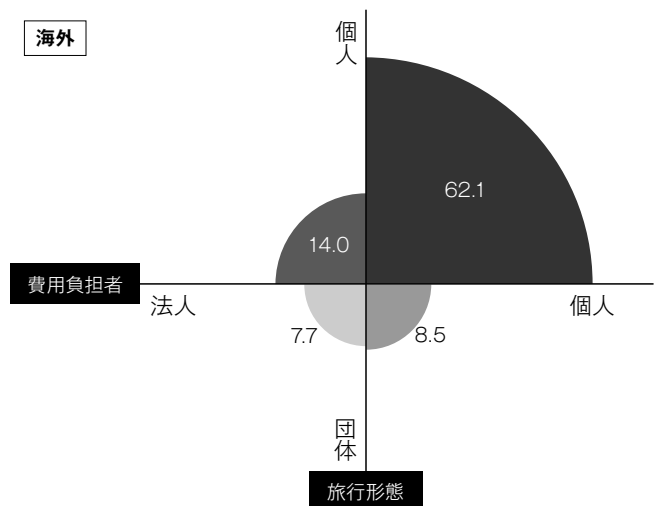
(単位: %)



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(2023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）**

国内旅行「夫婦・カップル旅行」34.4%、  
「家族旅行」28.4%、「ひとり旅」19.2%

(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、子ども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（配偶者や子どもの有無、子どもの年齢）」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、海外旅行ともに、「夫婦・カップル旅行」のシェアが最も高く、次点は「家族旅行」となった（表I-1-5）。

各セグメントに着目した詳細分析は、国内旅行は28～34ページ、海外旅行は50～55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)	子ども連れ	乳幼児の子どもあり
	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)	子ども連れ	小中高生の子どもあり
	18歳以上のみの家族旅行	子ども連れ 親を連れて	末子が18歳以上 —
	うち、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	子どもなし
	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・子どもなし
	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・子どもなし
	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

(注)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		28.4	24.1
	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)	5.1	4.0
	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)	12.2	8.2
	18歳以上のみの家族旅行	11.1	11.9
	うち、3世代家族旅行	7.0	5.0
夫婦・カップル旅行		34.4	33.0
	カップルでの旅行	9.4	6.9
	夫婦での旅行(子どもなし)	9.2	14.5
	子育て中の夫婦での旅行	1.6	2.1
友人旅行	子育て後の夫婦での旅行	14.2	9.5
		16.1	19.3
	未婚男性による友人旅行	4.0	4.7
	既婚男性による友人旅行(子どもなし)	0.6	0.5
	子育て中の男性による友人旅行	0.7	1.1
	子育て後の男性による友人旅行	1.8	1.2
	未婚女性による友人旅行	4.4	8.2
	既婚女性による友人旅行(子どもなし)	1.0	1.4
ひとり旅	子育て中の女性による友人旅行	0.5	1.8
	子育て後の女性による友人旅行	3.2	0.5
		19.2	19.5
その他	男性のひとり旅	12.2	11.6
	女性のひとり旅	7.0	7.9
全体		100.0	100.0

(注1)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。  
(注2)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・年代別に見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。国内旅行について見ると、10代後半は家族や友人との旅行が中心であるが、20代では家族旅行の割合が低下し、夫婦・カップルでの旅行の割合が増加する。30代から40代にかけては家族旅行のシェアが増加し、全体の3～5割程度を占める。50代・60代では再び家族旅行の割合が減少し、夫婦・カップルでの旅行のシェアが拡大する。また、ほぼすべての年代において男性

はひとり旅の割合が女性に比べて高く、15～30%程度のシェアを占める(図I-1-5、図I-1-6)。

海外旅行についても、国内旅行と同様、30代から40代にかけては家族旅行のシェアが拡大する傾向が確認された。一方、全体に占める家族旅行の割合は国内旅行に比べると低く、男女のいずれにおいても49歳までの各年代で友人との旅行が占める割合が国内旅行に比べて高い(図I-1-7、図I-1-8)。

(目代 風)

図 I -1-5 国内旅行における年代別同行者(男性)

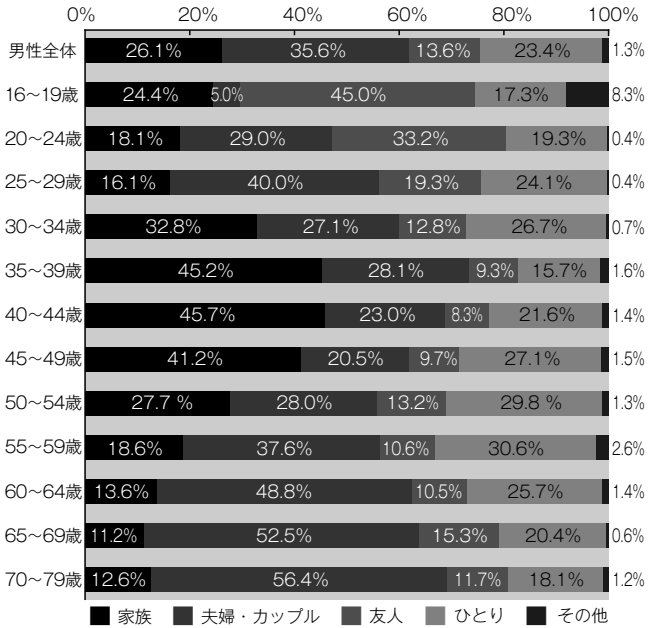
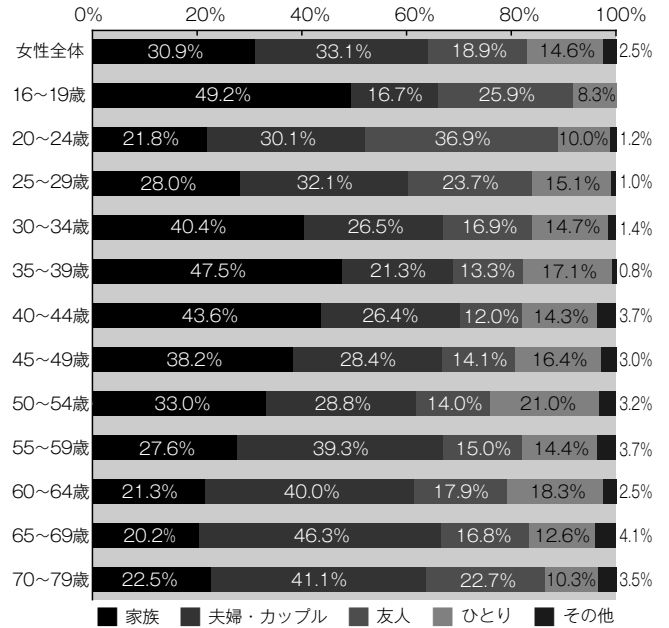


図 I -1-6 国内旅行における年代別同行者(女性)



資料：(公財)日本交通公社「JTBF 旅行実態調査」

図 I -1-7 海外旅行における年代別同行者(男性)

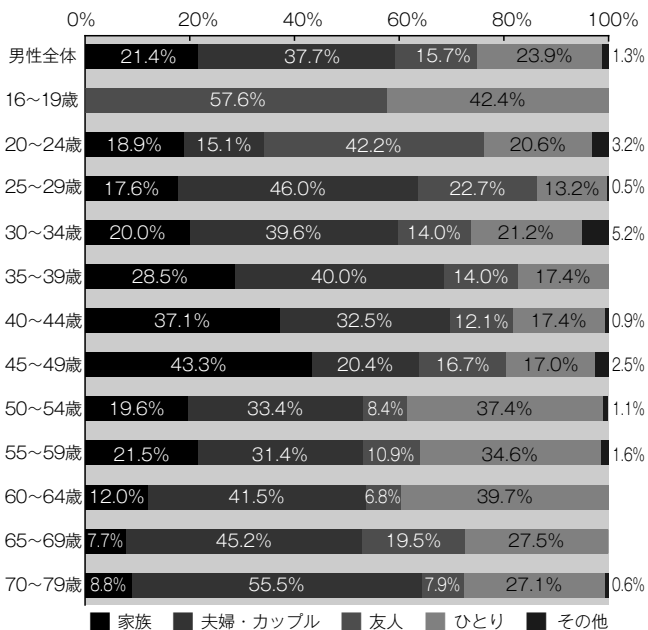
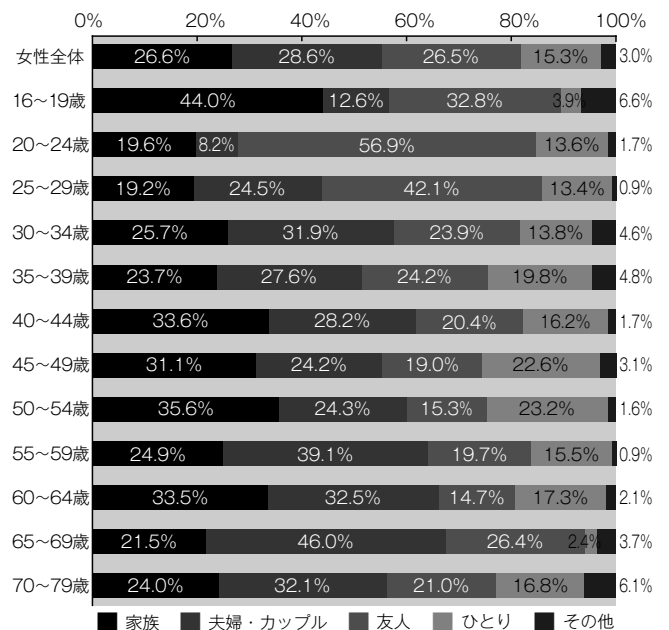


図 I -1-8 海外旅行における年代別同行者(女性)



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

## I 2023年の概況

国内宿泊観光旅行市場はコロナ禍前とほぼ同程度の水準まで回復

## (1) 国内旅行者の動向

観光庁の「旅行・観光消費動向調査」によると、2023年の宿泊を伴う国内延べ旅行者数は2億8,135万人回、前年比21.0%増となった。「観光・レクリエーション」(以下、「観光」)は前年比16.9%増、「帰省・知人訪問等」(以下、「帰省」)は同19.6%増、「出張・業務」(以下、「出張」)は同43.5%増であった(表I-2-1)。コロナ禍前2019年との比較においては、宿泊全体9.7%減、「観光」1.4%減、「帰省」19.7%減、「出張」20.4%減となった。

宿泊旅行市場の6割を占める観光旅行では、延べ旅行者数は1億6,936万人回(前年1億4,483万人回)、国民一人当たりの旅行平均回数は1.36回/人(同1.16回/人)、国民一人当たりの平均宿泊数は2.3泊/人(同1.9泊/人)となり、いずれの指標も前年を上回った(図I-2-1)。

国内延べ日帰り旅行者数もすべての目的において前年から増加した(表I-2-1)。コロナ禍前2019年との比較においては、日帰り全体21.5%減、「観光」19.0%減、「帰省」22.9%減、「出張」32.8%減となった。

## (2) 主な要因

2023年の国内宿泊観光旅行市場はコロナ禍前とほぼ同程度の水準まで回復した。コロナ禍によって2021年を底に落ち込んだ旅行者数は、2022年10月以降の全国を対象とした「全国旅行支援」、入国者数の上限撤廃や個人旅行の解禁等の水際対策の大幅な緩和等に伴い、回復が加速した。2023年に入っても回復基調は続き、5月の新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行により、旅行需要は安定的なものとなった。大型イベントとしては、「2023 WORLD BASEBALL CLASSIC」や「東京ディズニーリゾート」のアニバーサリーイベント「東京ディズニーリゾート40周年“ドリームゴーラウンド”」の開催等があった。

2024年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0.2%増(2019年同期比3.6%増)となった(観光庁「旅行・観光消費動向調査」確報)。3月には北陸新幹線が延伸、6月には「東京ディズニーシー」の新エリアがオープンした。2024年後半には「ユニバーサル・スタジオ・ジャパン」の新エリアオープン等が予定されており、今後の市場活性化が期待される。

表 I-2-1 日本人の国内延べ旅行者数の推移

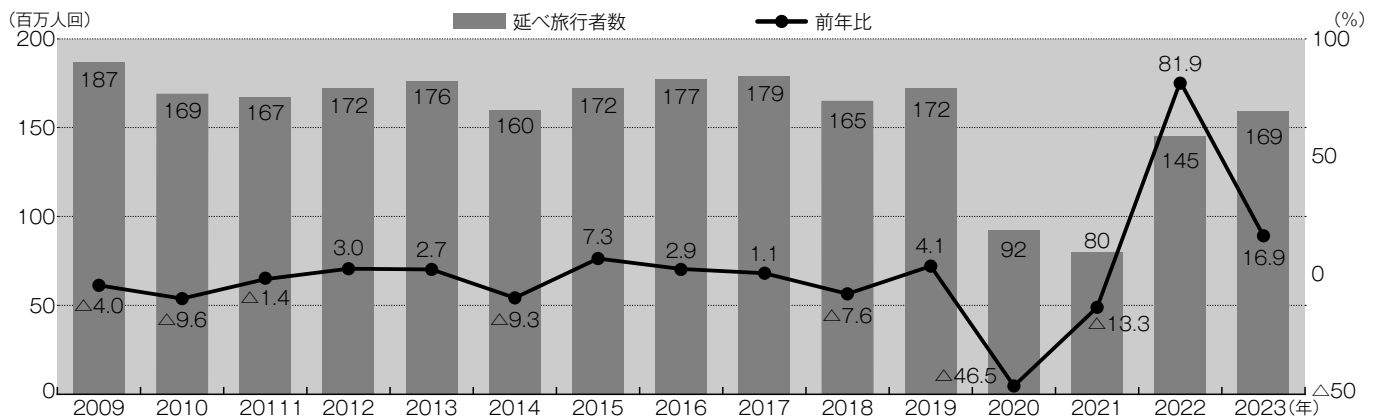
(単位：千人回)

	宿泊旅行								日帰り旅行							
	前年比 (%)	観光・レクリエーション		帰省・知人訪問等		出張・業務		前年比 (%)	観光・レクリエーション		帰省・知人訪問等		出張・業務			
		前年比 (%)	前年比 (%)	前年比 (%)	前年比 (%)	前年比 (%)	前年比 (%)		前年比 (%)	前年比 (%)	前年比 (%)	前年比 (%)	前年比 (%)			
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
2021年	141,768	△11.8	79,608	△13.3	42,769	△7.0	19,392	△15.2	126,440	△4.7	83,878	△6.1	20,222	△13.5	22,340	11.9
2022年	232,467	64.0	144,828	81.9	57,568	34.6	30,071	55.1	185,387	46.6	139,475	66.3	26,527	31.2	19,385	△13.2
2023年	281,347	21.0	169,357	16.9	68,830	19.6	43,160	43.5	216,230	16.6	159,004	14.0	31,592	19.1	25,635	32.2

(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のウェブサイトより(2024年5月21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・レクリエーション延べ旅行者数の推移



(注)延べ旅行者数の値は、2009年は国民一人当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年以降は観光庁確定値。

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)

2023年の国内宿泊旅行者数は、男性80代以上を除くすべての性・年代で前年からプラスとなり、特に、男性10代と女性70代で前年比5割程度増となり、他年代に比べて増加した。2019年比で見ると、男性10～20代を除くすべての性・年代でマイナスであり、男女ともに10代未満、30代、80代以上等で減少が大きい。

目的別に見ると、特に前年からの増加幅が大きかったのは、男性20代の観光(約420万人増)、男性40代、50代の出張(約490万人増、約440万人増)、女性40代の観光(約200万人増)、女性60代の観光(約230万人増)、女性70代の観光(約240万人増)であった。

「観光」にしばって見ると、最も旅行をした年代は男女ともに20代であった。コロナ禍前の2019年と比べても、20代において男性は約3割増、女性は約1.5割増と、大幅なプラスとなった。

●出発月別(表I-2-3上、図I-2-3)

国内宿泊観光旅行者数を出発月別に見ると、1～9月において前年比プラスとなった。10月以降は、2022年10月から行われた全国を対象とした「全国旅行支援」や水際対策の大幅緩和の影響もあり、前年比はマイナスとなった。2019年比で見ると、2～3月、6～7月、10～12月でプラスとなり、特に、10月と12月では1割程度増となった。

●居住地別(表I-2-3下)

国内宿泊観光旅行者数を居住地別に見ると、すべてのエリアで前年からプラスとなり、北海道、中部、近畿、中国、沖縄では2019年比もプラスとなった。特に、沖縄は2019年比約5割増と伸びが大きい。

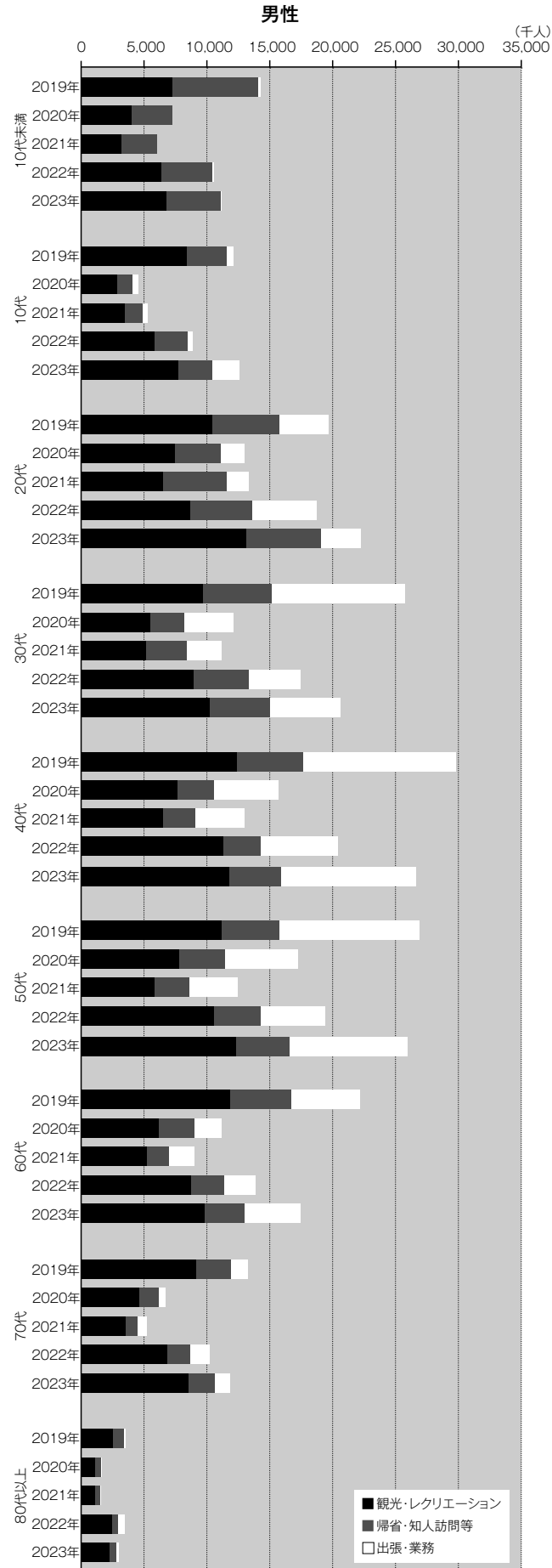
表 I-2-2 性・年代別日本人国内宿泊延べ旅行者数(2023年)

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	
宿泊旅行 全体	延べ旅行者数(千人)	11,372	12,499	22,263	20,626	26,703	26,061	17,448	11,791	2,859	151,623
	前年比(%)	7.3	53.6	22.2	22.4	30.0	34.5	23.6	16.3	△7.3	25.2
	2019年比(%)	△18.6	5.3	15.6	△18.2	△9.3	△1.1	△19.6	△9.2	△17.1	△7.7
	旅行平均回数(回/人)	2.46	2.26	3.41	2.99	3.09	2.92	2.39	1.56	0.63	2.50
観光・ レクリエーション	延べ旅行者数(千人)	6,871	7,612	13,067	10,118	11,690	12,264	9,757	8,480	2,131	81,990
	前年比(%)	8.3	29.2	47.4	12.5	5.0	17.2	18.0	21.2	△1.3	18.6
	2019年比(%)	△3.3	△7.4	28.2	6.8	△3.7	11.8	△16.0	△5.3	△14.3	1.0
	旅行平均回数(回/人)	1.48	1.38	2.00	1.47	1.35	1.37	1.34	1.12	0.47	1.35
帰省・知人 訪問等	延べ旅行者数(千人)	4,474	2,699	5,988	4,885	4,178	4,321	3,222	2,140	549	32,457
	前年比(%)	6.9	34.3	24.1	16.3	20.5	11.9	19.0	23.2	31.2	18.4
	2019年比(%)	△32.7	△11.9	13.8	△9.6	△19.1	△3.5	△32.4	△21.5	△36.0	△15.4
	旅行平均回数(回/人)	0.97	0.49	0.92	0.71	0.48	0.48	0.44	0.28	0.12	0.54
出張・業務	延べ旅行者数(千人)	27	2,188	3,208	5,622	10,835	9,477	4,470	1,170	179	37,176
	前年比(%)	△57.1	828.2	△29.2	53.5	82.6	87.4	42.4	△16.4	△64.8	51.5
	2019年比(%)	△87.3	270.8	△15.6	△45.6	△10.7	△13.1	△15.9	△10.3	73.4	△16.8
	旅行平均回数(回/人)	0.01	0.40	0.49	0.82	1.25	1.06	0.61	0.16	0.04	0.61
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	
宿泊旅行 全体	延べ旅行者数(千人)	10,749	10,670	22,887	16,030	18,635	19,211	15,780	11,359	4,403	129,724
	前年比(%)	16.7	29.0	3.2	7.5	28.3	8.1	23.6	45.7	11.0	16.4
	2019年比(%)	△20.1	△11.7	△1.0	△17.5	△11.2	△9.8	△11.8	△11.6	△29.9	△12.0
	旅行平均回数(回/人)	2.44	2.03	3.71	2.43	2.21	2.17	2.08	1.29	0.56	2.03
観光・ レクリエーション	延べ旅行者数(千人)	6,857	7,389	15,738	10,245	12,148	12,512	11,208	8,303	2,966	87,367
	前年比(%)	11.4	22.6	7.3	5.6	20.0	6.5	25.8	41.3	18.4	15.4
	2019年比(%)	△4.4	△13.8	14.4	△4.2	△7.5	9.0	△4.5	△10.6	△37.5	△3.5
	旅行平均回数(回/人)	1.56	1.41	2.55	1.55	1.44	1.42	1.48	0.95	0.37	1.37
帰省・知人 訪問等	延べ旅行者数(千人)	3,870	2,693	5,827	5,005	5,178	5,485	4,039	2,912	1,364	36,374
	前年比(%)	28.1	46.2	△5.4	8.0	48.9	20.5	24.5	60.3	△3.0	20.6
	2019年比(%)	△38.2	△15.1	△15.6	△27.3	△17.3	△28.6	△26.5	△10.8	△2.4	△23.1
	旅行平均回数(回/人)	0.88	0.51	0.95	0.76	0.61	0.62	0.53	0.33	0.17	0.57
出張・業務	延べ旅行者数(千人)	21	588	1,322	781	1,309	1,214	533	144	72	5,984
	前年比(%)	△28.9	46.1	△1.9	35.2	41.5	△17.7	△13.7	33.0	31.7	8.0
	2019年比(%)	64.4	74.4	△46.2	△57.7	△17.9	△42.8	△21.0	△53.4	△49.6	△37.0
	旅行平均回数(回/人)	0.00	0.11	0.21	0.12	0.16	0.14	0.07	0.02	0.01	0.09

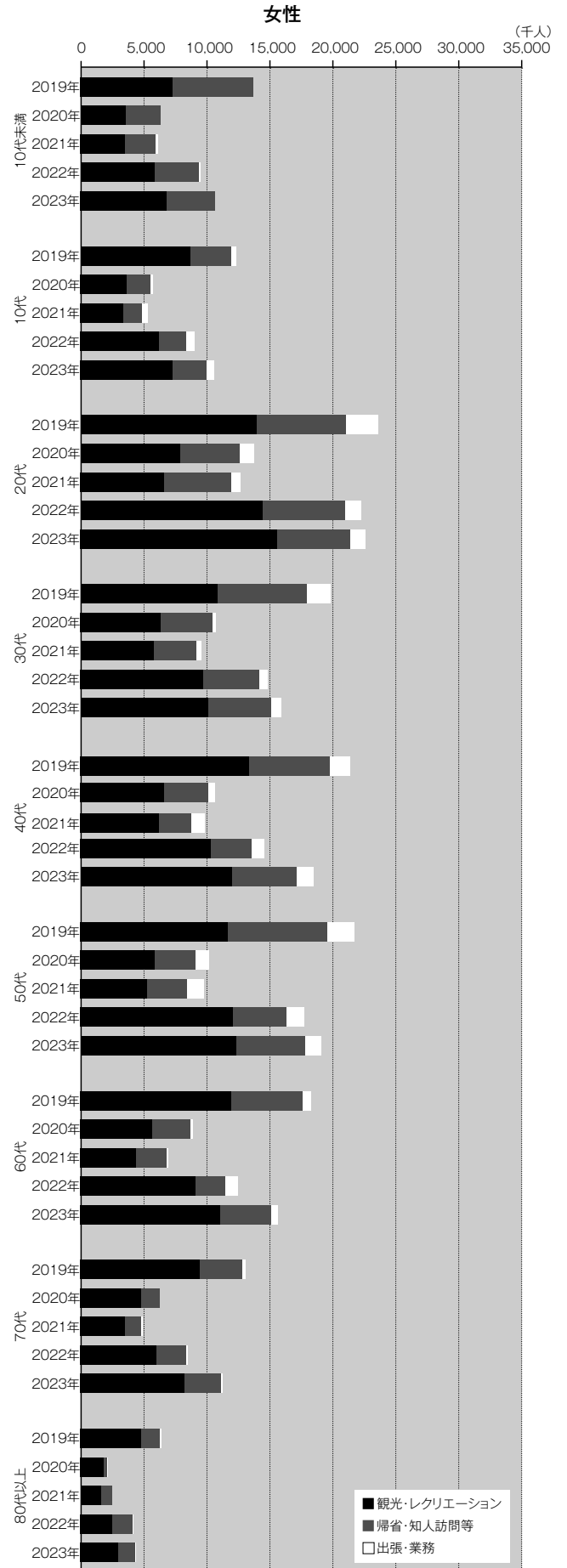
(注1)各値は年間確報による。調査結果は観光庁のウェブサイトより(2024年5月21日時点)。  
 (注2)旅行平均回数とは、旅行に行った回数の平均を指す。旅行しなかった人は0回として含めている。

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

表 I-2-3 出発月・居住地別日本人国内宿泊延べ旅行者数(2023年)

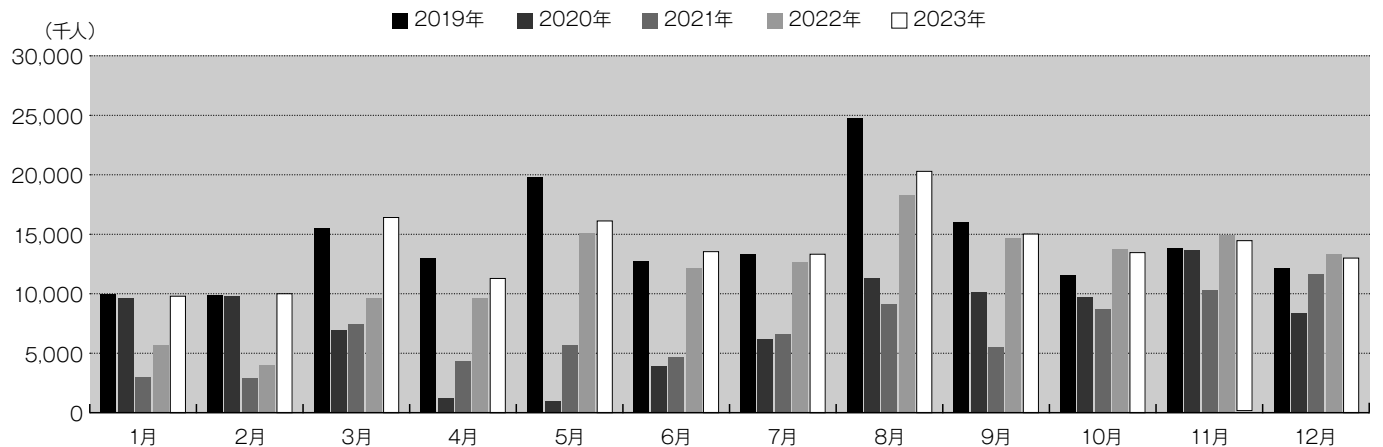
出発月		1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	全体
宿泊旅行 全体	延べ旅行者数(千人)	18,519	15,661	25,365	20,108	29,230	22,878	21,422	35,286	24,618	20,747	22,963	24,551	281,347
	前年比(%)	41.8	117.5	60.5	21.0	15.5	16.9	11.5	21.4	13.4	4.1	3.9	7.3	21.0
	2019年比(%)	△18.1	△3.4	0.6	△13.9	△17.8	△7.5	△8.5	△20.3	△10.2	△2.2	△3.7	3.1	△9.7
	旅行平均回数(回/人)	0.15	0.13	0.20	0.16	0.23	0.18	0.17	0.28	0.20	0.17	0.18	0.20	2.26
観光・ レクリエーション	延べ旅行者数(千人)	9,582	9,982	16,832	12,080	17,198	13,824	13,572	20,411	15,291	12,839	14,362	13,384	169,357
	前年比(%)	65.4	138.9	75.9	26.0	12.8	11.2	5.4	10.9	4.9	△4.2	△4.0	△3.1	16.9
	2019年比(%)	△4.1	3.3	8.3	△7.3	△12.6	7.3	0.5	△17.1	△2.5	9.9	7.8	10.4	△1.4
	旅行平均回数(回/人)	0.08	0.08	0.13	0.10	0.14	0.11	0.11	0.16	0.12	0.10	0.12	0.11	1.36
帰省・ 知人 訪問等	延べ旅行者数(千人)	7,209	3,453	5,670	4,999	8,065	4,176	4,014	11,362	5,102	3,504	4,325	6,952	68,830
	前年比(%)	23.1	112.1	36.4	14.9	14.8	6.1	△6.3	33.0	14.3	△2.2	12.0	18.2	19.6
	2019年比(%)	△26.6	△6.1	△8.2	△19.3	△25.1	△26.2	△19.5	△24.0	△17.5	△23.6	△18.9	△5.4	△19.7
	旅行平均回数(回/人)	0.06	0.03	0.05	0.04	0.06	0.03	0.03	0.09	0.04	0.03	0.03	0.06	0.55
出張・ 業務	延べ旅行者数(千人)	1,728	2,225	2,863	3,029	3,968	4,878	3,835	3,513	4,226	4,404	4,276	4,214	43,160
	前年比(%)	22.8	59.8	37.6	12.8	31.1	52.0	86.2	66.3	58.4	48.7	30.6	31.9	43.5
	2019年比(%)	△38.5	△22.7	△17.9	△26.8	△22.3	△21.0	△22.0	△24.9	△23.8	△10.7	△17.6	△3.0	△20.4
	旅行平均回数(回/人)	0.01	0.02	0.02	0.02	0.03	0.04	0.03	0.03	0.03	0.04	0.03	0.03	0.35

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
宿泊旅行 全体	延べ旅行者数(千人)	12,761	14,520	114,069	12,293	35,116	45,436	14,281	6,472	24,440	1,960	281,347
	前年比(%)	0.2	19.8	25.3	28.4	21.4	17.8	28.6	34.2	13.4	△1.1	21.0
	2019年比(%)	△14.7	△31.6	△7.7	△21.2	△4.2	△0.1	△13.0	△16.2	△13.5	15.6	△9.7
	旅行平均回数(回/人)	2.49	1.73	2.58	1.96	2.27	2.24	2.01	1.80	1.94	1.34	2.26
観光・ レクリエーション	延べ旅行者数(千人)	7,269	9,058	68,189	7,934	22,779	27,703	8,122	3,732	13,289	1,281	169,357
	前年比(%)	5.2	17.3	14.1	20.0	31.7	15.4	33.9	33.7	7.0	3.3	16.9
	2019年比(%)	0.7	△21.8	△1.2	△13.0	7.8	4.0	5.7	△11.1	△7.0	48.5	△1.4
	旅行平均回数(回/人)	1.42	1.08	1.54	1.26	1.47	1.37	1.14	1.04	1.05	0.88	1.36
帰省・ 知人 訪問等	延べ旅行者数(千人)	3,166	3,082	28,114	2,978	7,850	11,311	3,712	1,857	6,336	423	68,830
	前年比(%)	0.8	6.6	27.3	36.6	34.6	15.1	△0.3	35.0	5.0	△9.9	19.6
	2019年比(%)	△20.9	△47.9	△16.4	△32.5	△8.0	△6.8	△26.2	△15.3	△32.0	△19.6	△19.7
	旅行平均回数(回/人)	0.62	0.37	0.64	0.47	0.51	0.56	0.52	0.52	0.50	0.29	0.55
出張・ 業務	延べ旅行者数(千人)	2,326	2,380	17,765	1,381	4,486	6,422	2,446	882	4,816	256	43,160
	前年比(%)	△13.5	57.9	92.6	76.2	△22.7	35.6	86.4	34.8	55.9	△6.2	43.5
	2019年比(%)	△37.7	△36.4	△15.4	△33.3	△35.7	△4.0	△34.0	△33.8	4.0	△16.6	△20.4
	旅行平均回数(回/人)	0.45	0.28	0.40	0.22	0.29	0.32	0.34	0.25	0.38	0.18	0.35

(注)表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

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



**2 着地別（都道府県別）の旅行動向**

44都道府県で前年から増加  
 コロナ禍前の2019年比、23都道府県で増

(1) 都道府県別国内宿泊者数(表I-2-4)

2023年の日本人延べ宿泊者数は、44都道府県で前年から増加した。前年に続き、特に「沖縄県」(60.9%増)での伸びが大きい。「高知県」(41.1%増)、「群馬県」(40.9%増)、「茨城県」(39.3%増)も前年から3割以上の増加となった。

一方、コロナ禍前の2019年と比べて増加が見られたのは23都道府県であり、特に、「高知県」(28.7%増)、「栃木県」(28.4%増)、「神奈川県」(21.4%増)の3県では2割以上増となった(各地の詳細な動向については、第IV編 観光地参照)。

(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)にしぼり、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、すべて「JTBF 旅行実態調査」(6ページ参照)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	2019年		2020年		2021年		2022年		2023年		
	前年比		前年比		前年比		前年比		前年比	2019年比	
北海道	28,178	4.5	19,393	△ 31.2	18,994	△ 2.1	28,312	49.1	32,503	14.8	15.3
青森県	4,249	△ 9.8	3,237	△ 23.8	3,582	10.6	4,045	12.9	4,129	2.1	△ 2.8
岩手県	5,933	1.6	4,224	△ 28.8	4,416	4.5	5,013	13.5	5,573	11.2	△ 6.1
宮城県	10,371	3.7	6,440	△ 37.9	6,385	△ 0.8	8,318	30.3	9,546	14.8	△ 8.0
秋田県	3,515	3.9	2,520	△ 28.3	2,618	3.9	2,756	5.3	2,905	5.4	△ 17.3
山形県	5,338	1.3	3,426	△ 35.8	3,435	0.3	4,015	16.9	4,388	9.3	△ 17.8
福島県	12,443	10.9	9,448	△ 24.1	8,437	△ 10.7	8,756	3.8	9,474	8.2	△ 23.9
茨城県	6,082	7.9	4,290	△ 29.5	4,269	△ 0.5	5,219	22.3	7,270	39.3	19.5
栃木県	9,205	0.6	6,414	△ 30.3	6,925	8.0	9,255	33.6	11,816	27.7	28.4
群馬県	8,356	4.2	5,564	△ 33.4	5,084	△ 8.6	7,052	38.7	9,939	40.9	18.9
埼玉県	5,217	11.4	3,449	△ 33.9	3,449	0.0	4,582	32.9	5,072	10.7	△ 2.8
千葉県	24,431	13.8	12,990	△ 46.8	13,487	3.8	21,949	62.7	24,555	11.9	0.5
東京都	49,631	15.7	32,760	△ 34.0	36,703	12.0	52,261	42.4	55,810	6.8	12.4
神奈川県	20,635	1.8	14,535	△ 29.6	14,569	0.2	21,582	48.1	25,041	16.0	21.4
新潟県	10,450	11.6	6,714	△ 35.8	6,687	△ 0.4	8,309	24.3	9,242	11.2	△ 11.6
富山県	3,450	△ 0.7	2,177	△ 36.9	2,384	9.5	3,026	26.9	3,698	22.2	7.2
石川県	8,216	0.7	5,014	△ 39.0	4,439	△ 11.5	6,464	45.6	7,699	19.1	△ 6.3
福井県	4,046	1.6	2,541	△ 37.2	2,321	△ 8.7	2,699	16.3	3,180	17.8	△ 21.4
山梨県	7,017	5.5	4,005	△ 42.9	4,581	14.4	6,700	46.3	6,543	△ 2.3	△ 6.8
長野県	16,475	△ 1.9	10,716	△ 35.0	10,779	0.6	13,992	29.8	16,473	17.7	0.0
岐阜県	5,644	5.2	4,210	△ 25.4	3,730	△ 11.4	5,368	43.9	5,918	10.2	4.9
静岡県	20,936	4.3	14,102	△ 32.6	14,170	0.5	18,137	28.0	20,810	14.7	△ 0.6
愛知県	15,704	10.9	10,408	△ 33.7	11,234	7.9	15,469	37.7	16,849	8.9	7.3
三重県	8,211	△ 4.1	5,011	△ 39.0	5,161	3.0	6,831	32.4	7,135	4.4	△ 13.1
滋賀県	4,592	3.9	2,624	△ 42.9	2,708	3.2	3,515	29.8	4,513	28.4	△ 1.7
京都府	18,725	32.0	12,190	△ 34.9	11,814	△ 3.1	19,697	66.7	19,992	1.5	6.8
大阪府	29,501	19.1	16,492	△ 44.1	17,539	6.3	28,393	61.9	31,946	12.5	8.3
兵庫県	13,050	7.6	8,796	△ 32.6	8,736	△ 0.7	12,508	43.2	14,115	12.8	8.2
奈良県	2,191	2.7	1,423	△ 35.1	1,545	8.6	2,040	32.0	2,314	13.5	5.6
和歌山県	4,666	2.6	3,324	△ 28.8	3,622	8.9	3,954	9.2	4,109	3.9	△ 11.9
鳥取県	2,703	△ 19.7	2,086	△ 22.8	2,275	9.1	1,869	△ 17.8	2,158	15.4	△ 20.2
島根県	3,538	21.8	2,438	△ 31.1	2,612	7.2	2,862	9.5	3,254	13.7	△ 8.0
岡山県	5,174	0.6	3,701	△ 28.5	3,683	△ 0.5	4,517	22.6	5,219	15.5	0.9
広島県	10,308	19.0	6,577	△ 36.2	5,796	△ 11.9	8,388	44.7	10,125	20.7	△ 1.8
山口県	3,658	△ 13.5	3,081	△ 15.8	3,282	6.5	3,876	18.1	3,528	△ 9.0	△ 3.5
徳島県	2,435	15.5	1,429	△ 41.3	1,590	11.3	1,824	14.7	2,205	20.9	△ 9.5
香川県	3,888	11.0	2,448	△ 37.0	2,256	△ 7.8	3,206	42.1	3,921	22.3	0.9
愛媛県	4,169	3.7	2,940	△ 29.5	2,502	△ 14.9	3,725	48.9	4,490	20.5	7.7
高知県	2,808	△ 4.3	1,946	△ 30.7	1,901	△ 2.3	2,554	34.4	3,613	41.4	28.7
福岡県	16,158	20.9	9,969	△ 38.3	9,516	△ 4.5	13,387	40.7	16,086	20.2	△ 0.4
佐賀県	2,442	3.4	1,781	△ 27.1	1,564	△ 12.2	1,974	26.3	2,273	15.1	△ 6.9
長崎県	6,496	△ 7.1	4,436	△ 31.7	4,558	2.7	6,246	37.0	7,125	14.1	9.7
熊本県	6,698	△ 4.9	4,591	△ 31.5	4,701	2.4	6,201	31.9	7,399	19.3	10.5
大分県	6,696	5.7	4,698	△ 29.8	4,135	△ 12.0	6,132	48.3	6,317	3.0	△ 5.7
宮崎県	3,994	4.2	3,020	△ 24.4	3,140	4.0	3,276	4.3	3,260	△ 0.5	△ 18.4
鹿児島県	7,526	△ 6.3	5,005	△ 33.5	4,910	△ 1.9	6,051	23.2	7,791	28.8	3.5
沖縄県	25,115	22.0	12,725	△ 49.3	11,235	△ 11.7	17,650	57.1	28,402	60.9	13.1

(注1) 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。  
 (注2) 数値は確定値。調査結果は観光庁のウェブサイトより(2024年8月27日時点)。

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

## 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、「友人旅行」と「ひとり旅」が前年と比べて増加した(それぞれ2.7ポイント増、1.6ポイント増)。「友人旅行」は、コロナ禍前(2019年)と比べて減少が続いていたが、増加に転じた。「ひとり旅」は4年連続の増加となり、コロナ禍前と比べても高い割合となった。一方、「家族旅行」、「夫婦・カップル旅行」は前年に比べ、それぞれ1.2ポイント減、3.0ポイント減であった。

都道府県別に見ると、40道府県で「夫婦・カップル旅行」が最も高い割合を占めた。特に、「群馬県」、「石川県」、「長野県」、「静岡県」、「滋賀県」、「奈良県」、「鳥取県」、「山口県」、「長崎県」では全体よりも5ポイント以上高い。「家族旅行」が最も高い割合となったのは、「福島県」、「埼玉県」、「千葉県」、「大阪府」、「和歌山県」、「大分県」であった。「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「千葉県」で、例年同様、特に高い値となった。また、「大人のみ家族旅行」は「栃木県」、「徳島県」で、「3世代の家族旅行」は「三重県」、「和歌山県」で、全体と比べて高い値を示した。「友人旅行」は、「福井県」、「兵庫県」、「高知県」、「福岡県」で全体に比べて高い傾向にあった。「ひとり旅」は、「東京都」では最も高い割合、かつ、全体よりも10ポイント以上高い。「東京都」を除いては、「青森県」、「宮城県」、「秋田県」、「埼玉県」、「愛知県」、「京都府」、「大阪府」、「香川県」で高い。「ひとり旅」は、都道府県によらず男性のほうが高い値を示しており、特に、「岐阜県」、「愛知県」、「鳥取県」、「岡山県」では男性ひとり旅が目立つ。

## 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、前年及びコロナ禍前(2019年)から大きな変動はなく、人口の多い「南関東」が3割強を占め、「近畿」1.5割強、「東海」及び「九州・沖縄」がそれぞれ1割で続く。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点も変わらない。コロナ禍の影響で近隣居住者の割合が高まった状態が続いていたが、前年に比べて近隣への旅行割合は減少した。

「北海道」は、コロナ禍においては道内居住者率が5割まで高まったが、2023年はコロナ禍前(2019年)とほぼ同程度の2.5割となり、北海道旅行者の居住地構成比は南関東居住者が最も高くなった。「東北地方(北東北、南東北)」においても、東北地方内の割合は前年から減少した。「北関東」は例年同様、南関東居住者の割合が最も高く、5~6割を占めた。「南関東」のうち、「埼玉県」、「千葉県」、「神奈川県」は、南関東居住者の割合がコロナ禍前に比べて5~10ポイント程度高まった状態が続くものの、前年からは減少傾向にあった。「東京都」については、他道府県に比べて全国各地から観光客が訪れることから、南関東居住者の割合は1.5割にとどまった。「甲信越」は南関東居住者の割合が最も高く、「北陸」のうち「富山県」、「石川県」は南関東居住者、「福井県」は近畿居住者の割合が高い。「東海」は「静岡県」は南関東居住者の割合が6割、「愛知県」は同割合が3.5割を占める。一方、「岐阜県」は東海居住者、「三重県」は東海及び近畿居住者の割合が3割以上を占める。近畿地方

のうち、「滋賀県」、「兵庫県」、「奈良県」、「和歌山県」は近隣居住者である近畿居住者の割合が最も高い。「大阪府」は、前年同様、南関東居住者の割合が最も高い。「京都府」は、前年は近畿居住者の割合が最も高かったが、2023年はコロナ禍前の2019年同様、南関東居住者の割合が最も高かった。「中国」のうち、「鳥取県」、「島根県」、「岡山県」は近隣の大都市圏である近畿地方居住者、「広島県」は南関東居住者、「山口県」は九州・沖縄居住者の割合が最も高い。「四国」は、南関東居住者が主要なマーケットとなっている。「九州」は、九州居住者の割合が高い。「沖縄県」は、南関東居住者が4割を占める。

## ③旅行先と最も楽しみにしていたこと(表I-2-7)

最大の旅行の楽しみは「おいしいものを食べること」で、2割を占めた。コロナ禍においては「温泉に入ること」が最大の楽しみであったが、前年に続き、「おいしいものを食べること」がトップになり、「温泉に入ること」(1.5割)、「自然景観を見ること」(1割)、「文化的な名所を見ること」(1割)、「観光・文化施設を訪れること」(1割)が続く。

都道府県別に見ると、ひとつの目的のシェアが4割を超えたのは、「群馬県」、「大分県」の「温泉に入ること」のみであった。一方、「岩手県」、「埼玉県」、「徳島県」等は特定の目的への集中が他都道府県に比べて見られず、分散傾向にあった。「おいしいものを食べること」は、「北海道」、「石川県」、「三重県」、「鳥取県」、「福岡県」等で特徴的な楽しみとなっている。「温泉に入ること」は、鬼怒川・塩原温泉等を有する「栃木県」、草津・伊香保温泉等を有する「群馬県」、熱海・伊東温泉等を有する「静岡県」、嬉野・武雄温泉等を有する「佐賀県」、別府・由布院温泉等を有する「大分県」で、全体に比べて15ポイント以上高い。「自然景観を見ること」は、「沖縄県」で2.5割を占め、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、「京都府」、「奈良県」、「岡山県」で、全体に比べ15ポイント以上高い。「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「千葉県」、「ユニバーサル・スタジオ・ジャパン」のある「大阪府」で全体より15ポイント以上高い値となった。

## ④旅行先での交通手段(表I-2-8)

コロナ禍においては「自家用車」の利用率が高まったが、2021年をピークに利用率は徐々に減少し、2023年は前年から9ポイント減、2019年から1ポイント減となった。

「自家用車」は、特に、「山梨県」、「長野県」で利用率が6割を超え、全体よりも25ポイント以上高い。「列車」は、公共交通機関が発達している「東京都」では7.5割が利用しており、「自家用車」利用率は1割未満にとどまる。同様に、「大阪府」も「列車」利用率7割、「自家用車」利用率2割弱であった。また、「愛知県」、「京都府」、「福岡県」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」利用率を大きく上回る。「レンタカー」利用率は、「北海道」や「沖縄県」で高い割合となり、「沖縄県」では半数以上が「レンタカー」を利用した。「路線バス」は、特に「京都府」や「奈良県」での利用率が高い。「タクシー・ハイヤー」は、「京都府」、「大阪府」、「福岡県」、「沖縄県」において、多く利用された。



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	北海道	北東北	南東北	北関東	南関東	甲信越	北陸	東海	近畿	中国	四国	九州・沖縄	サンプル数
		青森県 岩手県 秋田県	宮城県 山形県 福島県	茨城県 栃木県 群馬県	埼玉県 千葉県 東京都 神奈川県	新潟県 山梨県 長野県	富山県 石川県 福井県	岐阜県 静岡県 愛知県 三重県	滋賀県 京都府 大阪府 兵庫県 奈良県 和歌山県	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	福岡県 佐賀県 長崎県 熊本県 大分県 宮崎県 鹿児島県 沖縄県	
2023年	3.7	2.5	3.6	4.4	33.7	4.0	2.3	11.7	16.7	4.3	2.6	10.4	(8,258)
2022年	4.0	2.9	4.1	5.0	30.7	4.1	3.1	11.4	15.9	4.5	2.8	11.5	(6,050)
2019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	(9,364)
北海道	26.2	2.4	2.0	3.9	31.4	2.9	0.8	7.6	13.7	1.5	2.0	5.3	(670)
青森県	8.7	20.8	5.8	4.0	29.8	1.4	0.6	8.2	10.3	2.2	3.0	5.2	(146)
岩手県	5.0	26.2	10.2	3.4	30.3	4.1	1.4	5.8	10.1	1.1	1.3	1.1	(147)
宮城県	4.3	15.8	25.4	4.9	30.4	1.5	0.7	6.0	5.6	1.3	1.5	2.6	(267)
秋田県	5.6	17.3	12.7	5.5	26.6	1.0	1.3	8.7	9.5	4.6	2.1	5.2	(126)
山形県	4.8	7.0	21.2	2.5	37.8	8.0	2.4	3.6	7.8	1.8	0.8	2.4	(131)
福島県	0.9	2.6	18.4	12.5	46.2	6.8	1.6	4.4	3.1	1.5	1.1	1.0	(213)
茨城県	0.0	6.7	9.0	13.5	53.3	3.6	1.2	3.2	2.3	2.4	1.6	3.2	(108)
栃木県	0.8	0.3	6.0	16.2	58.1	4.4	0.0	3.3	5.6	2.4	0.7	2.1	(263)
群馬県	0.5	0.6	1.2	11.7	56.5	7.3	1.2	8.6	5.7	2.9	0.0	3.7	(255)
埼玉県	3.4	0.0	7.3	10.4	43.6	2.1	1.2	9.5	7.7	8.2	0.6	5.9	(135)
千葉県	2.9	2.2	5.2	6.2	46.1	2.6	1.3	9.6	13.8	2.4	1.5	6.1	(390)
東京都	6.0	4.6	5.1	4.1	16.1	6.5	3.1	11.9	20.8	5.5	3.2	13.0	(864)
神奈川県	2.9	2.7	3.9	5.2	52.4	2.5	1.2	11.5	8.5	2.3	1.8	5.1	(469)
新潟県	0.0	1.7	3.8	7.1	50.5	20.5	0.8	6.6	6.4	0.9	0.0	1.6	(192)
富山県	0.7	0.0	0.0	4.9	39.0	6.3	17.2	9.1	13.1	2.6	1.0	6.0	(117)
石川県	0.6	1.8	1.1	2.8	30.5	5.9	10.5	13.8	24.6	2.8	2.0	3.6	(204)
福井県	0.0	1.9	2.1	1.6	22.8	3.4	13.8	17.0	31.7	3.9	0.8	1.0	(100)
山梨県	1.5	0.4	0.6	3.3	62.0	6.6	1.6	15.4	5.9	0.4	0.8	1.3	(191)
長野県	0.5	0.7	1.4	5.7	41.1	11.8	2.9	19.0	12.1	1.9	0.9	2.1	(377)
岐阜県	1.7	1.2	1.6	3.4	18.6	4.9	6.4	35.5	20.0	1.4	1.3	3.9	(171)
静岡県	0.5	0.9	1.4	3.6	58.0	5.1	0.6	19.2	7.6	0.4	0.4	2.2	(463)
愛知県	3.0	0.5	1.3	2.9	35.7	3.2	6.4	22.7	17.3	1.7	0.9	4.3	(300)
三重県	0.9	0.0	1.0	0.5	17.3	2.3	2.7	32.8	37.4	2.5	1.9	0.8	(213)
滋賀県	0.0	0.7	0.9	2.5	22.9	1.6	8.1	18.1	37.1	3.6	1.4	3.1	(124)
京都府	2.1	1.1	1.2	1.3	33.7	3.2	3.1	13.4	23.9	6.5	2.4	8.3	(442)
大阪府	3.3	1.3	2.5	3.8	33.6	3.2	3.7	12.1	16.3	5.6	3.2	11.6	(553)
兵庫県	0.5	0.9	2.1	1.8	15.5	2.5	1.8	9.1	42.8	9.1	5.5	8.3	(341)
奈良県	2.3	1.0	3.2	0.0	22.5	5.6	0.0	17.6	34.7	3.5	3.0	6.6	(124)
和歌山県	1.2	0.0	0.8	2.0	12.2	1.6	0.6	11.2	55.5	4.8	4.4	5.7	(147)
鳥取県	1.2	1.4	2.6	0.8	10.8	2.5	0.9	7.8	46.7	13.3	6.3	5.6	(85)
島根県	1.0	1.9	1.2	4.2	13.5	5.1	2.1	9.1	32.3	15.0	4.6	10.1	(104)
岡山県	1.7	1.7	2.5	2.1	21.5	3.0	3.8	14.4	25.0	8.6	9.8	5.9	(109)
広島県	0.6	0.9	0.7	0.4	25.7	4.0	2.1	8.2	17.2	16.1	8.7	15.5	(190)
山口県	2.1	0.0	0.0	5.3	18.2	3.6	0.8	3.3	18.7	21.8	4.1	22.1	(103)
徳島県	0.0	0.0	6.7	2.2	29.2	4.3	0.0	14.9	25.1	5.4	8.6	3.7	(62)
香川県	1.2	0.8	2.7	1.1	36.1	1.9	1.3	15.0	19.3	6.8	6.8	6.9	(105)
愛媛県	1.2	0.0	1.3	0.0	26.1	3.1	1.7	14.9	16.1	10.7	16.2	8.8	(128)
高知県	1.2	0.0	4.7	2.1	26.6	4.1	0.0	11.5	22.5	2.9	21.7	2.8	(95)
福岡県	2.1	1.8	0.7	2.1	23.9	3.2	0.6	7.3	15.5	9.3	2.3	31.3	(368)
佐賀県	0.0	1.3	0.0	0.9	13.5	2.0	0.0	6.5	6.5	3.8	0.0	65.6	(92)
長崎県	0.6	0.6	2.0	3.7	22.6	3.4	0.7	6.5	10.7	3.7	0.9	44.8	(184)
熊本県	0.0	0.7	2.2	0.7	19.1	2.1	0.0	5.6	9.6	5.1	2.4	52.5	(162)
大分県	0.4	0.4	1.9	0.0	13.9	1.0	0.0	6.3	9.4	10.4	2.4	53.7	(189)
宮崎県	1.4	3.6	4.1	0.0	14.8	0.0	0.0	3.9	14.4	1.9	3.8	52.1	(89)
鹿児島県	0.0	0.7	2.2	3.5	29.0	0.0	0.5	3.2	12.0	3.5	2.3	43.1	(164)
沖縄県	2.7	1.3	3.0	3.4	40.6	1.0	0.6	11.7	19.1	2.9	1.9	12.0	(376)

(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ポイント以上高い ■全体の比率より10ポイント以上高い ■全体の比率より5ポイント以上高い

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	おいしいものを 食へること	温泉に入ること	自然景観を見ること	(史跡・寺社仏閣等)を 見ること	文化的な名所 (水族館や美術館、テーマ パーク等)を訪れること	観光・文化施設 (水族館や美術館、テーマ パーク等)を訪れること	芸術・音楽・スポーツ等 の観劇・鑑賞・観戦	スポーツやアウトドア 活動を楽しむこと	街や都市を訪れること	帰省・冠婚葬祭関連、 親族や知人訪問	目当ての宿泊施設に 泊まること	自然の豊かさを 体験すること	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
2023年	20.7	14.3	10.4	9.6	9.3	6.1	5.9	4.9	3.9	3.6	3.5	2.9	2.2	1.0	1.8	(8,258)	
2022年	21.3	18.4	9.5	8.2	8.5	5.4	6.2	3.5	3.8	5.0	3.0	2.9	1.8	0.7	1.9	(6,050)	
2019年	18.7	15.4	12.2	11.7	9.3	5.0	6.2	4.0	4.0	2.5	3.2	2.9	1.9	1.0	2.1	(9,364)	
北海道	33.0	12.5	16.9	6.2	2.8	3.9	5.5	4.2	1.6	1.4	6.3	3.0	1.1	0.5	1.1	(550)	
青森県	9.9	17.9	14.7	15.5	8.1	4.9	4.4	6.4	5.7	0.0	4.4	4.3	3.9	0.0	0.0	(68)	
岩手県	12.8	18.3	9.7	8.7	11.1	7.3	2.4	6.9	4.6	1.2	6.4	3.2	3.3	1.7	2.3	(72)	
宮城県	20.4	22.6	12.2	7.0	7.6	9.1	2.2	3.5	2.0	2.5	1.3	5.6	1.8	0.7	1.5	(148)	
秋田県	14.6	17.3	15.6	11.0	12.0	2.5	3.8	3.7	8.9	2.1	0.0	2.5	1.5	2.2	2.1	(53)	
山形県	23.0	25.0	13.9	7.2	2.7	2.1	5.7	3.4	5.2	1.3	3.8	3.0	1.9	1.7	0.0	(64)	
福島県	15.0	29.0	8.4	3.4	3.7	2.2	8.6	4.9	6.5	8.4	6.1	0.6	0.7	0.6	1.7	(130)	
茨城県	27.3	15.8	5.1	14.7	4.9	0.0	11.7	5.6	6.9	1.2	4.0	1.4	0.0	0.0	1.4	(57)	
栃木県	11.4	31.2	11.1	6.4	7.3	1.2	7.0	1.2	4.6	7.8	4.5	1.7	1.5	1.9	1.3	(174)	
群馬県	11.9	49.9	5.6	4.9	3.5	1.2	7.7	0.5	3.1	1.7	2.3	2.9	2.1	1.9	0.8	(175)	
埼玉県	12.7	6.0	6.8	15.1	4.3	5.0	10.6	8.7	11.4	3.2	3.6	6.0	3.7	1.5	1.5	(58)	
千葉県	19.5	9.9	3.6	1.7	33.0	1.7	10.0	5.0	1.0	6.0	1.6	2.9	0.9	0.8	2.4	(234)	
東京都	14.5	0.8	2.3	5.0	12.2	23.1	3.6	11.7	6.3	3.6	1.1	6.7	5.1	0.8	3.2	(551)	
神奈川県	20.5	22.4	7.7	8.7	7.1	7.7	3.0	5.2	1.9	5.0	3.3	3.3	2.1	0.7	1.4	(288)	
新潟県	23.2	16.7	11.5	3.0	3.0	5.5	12.5	1.6	9.1	2.8	3.5	1.3	4.6	0.0	1.7	(128)	
富山県	20.4	15.2	24.2	4.1	2.0	1.7	3.2	1.4	4.7	5.0	8.8	0.0	5.8	0.0	3.4	(60)	
石川県	34.8	14.9	6.6	16.5	8.6	0.7	1.0	2.4	1.8	7.0	0.0	1.9	1.0	0.7	1.8	(115)	
福井県	29.9	14.6	3.4	6.1	12.1	7.8	7.8	2.0	4.9	2.0	3.8	2.0	3.6	0.0	0.0	(52)	
山梨県	14.5	19.7	22.1	3.8	9.5	2.0	6.0	1.4	2.2	4.2	9.2	1.8	2.6	0.0	1.1	(126)	
長野県	12.8	17.7	22.0	7.1	2.5	2.3	12.2	0.7	3.7	3.8	8.9	2.6	0.7	0.3	2.7	(270)	
岐阜県	15.3	28.4	11.3	9.6	5.3	1.8	7.8	4.2	1.3	2.9	4.4	2.3	4.4	0.0	1.1	(97)	
静岡県	24.5	29.8	10.0	3.3	3.5	2.3	8.4	1.6	3.2	6.0	3.0	1.3	1.2	0.5	1.6	(350)	
愛知県	23.5	5.5	1.9	7.3	12.6	18.0	4.9	6.8	8.9	1.3	0.0	2.9	2.7	2.2	1.4	(183)	
三重県	33.7	13.2	3.3	15.0	15.2	2.1	7.9	0.0	2.2	4.5	0.7	0.0	1.5	0.0	0.6	(148)	
滋賀県	16.9	13.5	18.9	17.2	4.8	0.0	8.3	4.3	1.6	4.4	1.6	2.9	0.0	1.6	3.9	(64)	
京都府	27.8	4.1	9.4	32.7	4.1	1.7	0.7	4.3	3.6	2.3	2.1	2.6	2.1	0.3	2.1	(247)	
大阪府	23.7	5.0	1.8	1.5	24.3	16.4	2.9	6.7	4.1	2.5	0.0	5.8	2.5	1.3	1.6	(323)	
兵庫県	24.1	21.4	6.3	6.0	9.1	4.4	4.8	7.3	4.0	7.5	1.5	0.5	1.2	0.0	1.9	(208)	
奈良県	12.7	12.7	9.1	31.1	0.0	0.0	6.1	3.8	3.8	8.7	6.0	1.3	1.3	3.4	0.0	(59)	
和歌山県	18.8	25.1	12.3	7.5	19.0	0.0	6.3	2.0	0.9	3.7	3.4	0.0	0.0	0.0	0.9	(102)	
鳥取県	39.9	22.1	12.6	8.1	0.0	0.0	7.2	0.0	0.0	4.9	2.3	0.0	3.1	0.0	0.0	(36)	
島根県	17.0	17.3	7.8	23.4	8.9	0.0	0.0	3.4	8.4	3.8	5.2	0.0	2.4	0.0	2.4	(55)	
岡山県	18.4	8.7	3.5	24.8	8.2	3.3	12.0	2.9	7.5	1.4	0.0	2.3	3.5	0.0	3.3	(59)	
広島県	21.5	3.3	4.2	20.9	6.2	8.9	7.1	7.3	6.6	2.5	2.8	3.5	0.9	0.0	4.2	(114)	
山口県	18.0	19.1	13.3	10.1	9.0	4.0	1.9	4.2	8.6	2.0	0.0	0.0	4.5	1.4	3.9	(59)	
徳島県	10.0	4.2	6.0	9.1	5.7	0.0	12.0	11.8	0.0	10.4	8.3	4.3	12.3	5.8	0.0	(19)	
香川県	21.8	14.5	10.3	10.4	14.4	4.3	5.1	12.6	0.0	2.0	4.6	0.0	0.0	0.0	0.0	(43)	
愛媛県	20.3	22.3	9.2	2.8	3.3	3.5	6.8	6.6	11.5	2.0	2.7	4.8	4.3	0.0	0.0	(60)	
高知県	15.5	6.0	8.6	18.3	11.0	0.0	11.1	1.9	8.9	5.8	2.6	3.0	3.0	2.5	1.8	(44)	
福岡県	33.0	3.2	3.6	5.9	5.7	16.5	1.9	7.8	7.4	2.4	1.2	6.3	3.1	1.4	0.5	(226)	
佐賀県	21.8	37.9	4.4	8.3	8.6	0.0	4.6	0.0	2.7	9.9	0.0	0.0	1.9	0.0	0.0	(43)	
長崎県	16.1	8.8	10.1	17.3	14.3	0.7	3.6	6.9	1.7	7.6	3.5	1.4	2.5	3.2	2.5	(119)	
熊本県	14.8	21.8	15.6	9.1	4.8	0.0	3.8	2.9	3.2	5.1	5.3	1.0	2.7	5.0	5.0	(85)	
大分県	20.0	40.9	3.1	1.9	7.7	1.0	4.3	4.5	1.5	6.7	3.9	1.8	0.9	0.8	1.0	(119)	
宮崎県	24.5	3.1	13.3	7.4	5.1	4.7	15.8	2.2	0.0	4.6	5.1	3.3	6.2	2.3	2.3	(37)	
鹿児島県	17.4	21.1	19.9	9.0	1.9	2.7	6.3	1.5	4.3	3.0	7.9	1.1	3.8	0.0	0.0	(107)	
沖縄県	12.7	0.8	26.6	4.4	7.7	0.8	14.5	4.8	2.0	4.9	12.1	4.7	0.7	1.2	2.1	(323)	

(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ポイント以上高い ■全体の比率より10ポイント以上高い ■全体の比率より5ポイント以上高い

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	自家用車	列車	レンタカー	路線バス	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等	船(フェリー、観光船、屋形船等)	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
2023年	36.5	32.9	14.2	13.9	8.1	5.5	5.3	3.4	2.8	1.7	0.6	8.2	(8,258)
2022年	45.5	25.2	10.2	10.6	6.2	3.9	2.9	2.5	2.4	1.1	0.8	12.3	(6,050)
2019年	37.5	29.7	13.6	14.1	8.5	7.3	8.1	3.9	2.9	1.4	1.1	7.2	(9,364)
北海道	19.6	34.8	31.4	14.1	11.9	9.9	15.8	5.0	2.2	1.5	0.8	6.4	(670)
青森県	24.6	33.3	27.0	22.2	11.0	18.2	3.7	3.9	6.8	6.2	0.0	0.8	(146)
岩手県	40.8	23.9	18.0	14.2	10.3	9.8	6.1	5.6	2.4	6.9	0.0	5.3	(147)
宮城県	44.0	30.7	14.0	10.5	5.4	9.0	4.6	6.0	3.3	4.4	0.6	7.9	(267)
秋田県	40.8	24.4	25.3	11.9	5.3	11.8	7.8	6.0	2.7	4.0	0.0	0.6	(126)
山形県	43.9	24.2	18.3	13.0	8.2	11.3	3.8	9.4	2.1	4.6	0.0	4.5	(131)
福島県	56.3	13.3	12.9	7.2	3.0	8.4	3.0	3.9	0.7	1.3	0.5	7.8	(213)
茨城県	44.1	24.5	16.8	16.1	10.5	7.9	5.1	4.6	2.4	1.5	1.1	11.0	(108)
栃木県	51.4	20.1	8.9	10.1	4.2	4.8	3.0	5.5	0.9	2.8	0.3	10.8	(263)
群馬県	51.2	10.6	15.4	7.6	5.0	6.9	1.6	5.1	1.0	1.4	0.6	10.8	(255)
埼玉県	38.9	39.3	18.5	15.8	6.3	5.0	10.8	5.9	0.0	3.9	1.2	5.9	(135)
千葉県	37.6	35.4	10.1	11.5	5.4	3.9	5.6	5.2	2.0	1.3	0.8	9.2	(390)
東京都	9.7	75.3	6.5	16.6	12.2	4.4	9.5	2.8	1.3	0.8	0.9	3.0	(864)
神奈川県	29.3	45.7	6.4	17.1	9.5	6.2	5.9	5.1	3.9	1.5	0.4	6.7	(469)
新潟県	50.7	16.5	11.2	9.4	8.4	8.6	6.6	4.4	3.8	1.5	0.4	8.8	(192)
富山県	38.0	26.1	19.3	12.8	3.7	14.5	1.7	6.6	0.9	1.9	0.0	7.3	(117)
石川県	33.1	26.9	18.3	25.5	9.9	8.2	3.1	7.3	0.9	1.5	1.0	4.4	(204)
福井県	50.1	17.1	10.4	10.1	7.5	14.1	1.9	5.0	0.0	1.0	2.3	5.8	(100)
山梨県	61.8	12.3	11.3	7.7	4.2	5.1	1.3	5.6	0.8	0.4	1.1	10.1	(191)
長野県	63.3	11.2	5.4	8.2	4.8	6.6	2.3	4.4	0.9	3.0	0.8	8.5	(377)
岐阜県	55.3	15.4	7.9	11.4	5.3	8.7	1.1	4.9	1.6	4.4	0.0	15.0	(171)
静岡県	50.0	19.9	6.9	11.6	6.9	7.5	1.9	3.7	2.0	0.4	0.4	10.9	(463)
愛知県	29.9	52.8	8.3	13.4	8.1	5.7	5.0	2.5	2.2	1.7	1.0	8.8	(300)
三重県	55.0	21.3	8.4	11.7	3.2	4.7	4.5	1.5	6.1	1.3	0.5	10.8	(213)
滋賀県	46.0	30.8	10.9	10.8	9.2	5.5	4.4	2.9	6.1	5.8	0.9	8.1	(124)
京都府	20.6	56.7	12.4	34.6	16.2	5.9	3.2	3.7	1.2	2.6	0.5	4.1	(442)
大阪府	16.9	69.4	8.9	18.1	13.4	1.8	5.9	2.8	2.1	1.5	0.5	6.9	(553)
兵庫県	40.9	39.0	11.9	16.0	6.3	4.5	2.9	1.7	2.0	1.2	0.9	8.1	(341)
奈良県	30.6	44.1	11.5	31.1	11.6	9.0	3.3	7.4	1.5	2.2	0.0	9.7	(124)
和歌山県	56.8	15.5	14.8	8.7	6.8	6.5	4.6	3.0	2.7	1.2	0.0	8.8	(147)
鳥取県	46.9	13.2	8.7	4.3	5.3	16.8	3.0	4.1	5.5	0.9	1.2	12.2	(85)
島根県	45.3	19.8	11.7	10.4	6.7	17.8	2.9	5.8	2.5	1.9	0.7	6.9	(104)
岡山県	45.0	31.7	13.9	12.7	4.4	7.2	2.8	3.7	3.8	3.7	1.1	6.2	(109)
広島県	26.5	41.0	18.3	21.4	9.0	7.1	4.2	2.4	15.7	3.1	1.0	5.2	(190)
山口県	35.4	17.3	17.3	11.2	9.4	14.3	4.3	3.6	7.7	1.9	1.9	12.9	(103)
徳島県	37.2	14.3	24.2	10.5	2.2	18.8	6.4	3.1	7.1	1.8	1.9	9.1	(62)
香川県	28.5	29.3	26.7	14.7	7.4	15.8	6.1	3.3	12.3	2.0	0.0	6.2	(105)
愛媛県	36.8	26.2	24.2	14.2	8.0	7.8	6.1	4.8	7.3	3.2	0.0	6.2	(128)
高知県	39.9	17.8	22.3	12.4	7.0	14.4	8.6	3.8	4.2	2.3	0.9	5.6	(95)
福岡県	22.4	54.0	16.7	24.3	13.4	5.8	9.2	3.1	4.4	3.0	0.3	4.1	(368)
佐賀県	43.0	22.8	15.5	18.5	4.0	5.2	3.0	0.0	5.7	2.1	0.0	11.7	(92)
長崎県	32.5	28.1	18.6	14.5	9.3	10.2	9.3	3.5	9.7	2.6	1.6	9.0	(184)
熊本県	52.1	15.0	20.3	9.5	4.0	7.0	7.3	4.9	6.5	1.8	0.9	3.2	(162)
大分県	52.5	13.5	16.1	9.1	8.3	5.1	6.8	1.3	2.6	0.0	0.4	8.2	(189)
宮崎県	54.8	14.7	17.4	13.5	9.7	11.8	4.6	6.7	4.6	1.4	0.8	0.9	(89)
鹿児島県	33.3	18.1	27.5	16.8	6.6	8.6	7.9	5.8	7.0	3.0	0.4	5.6	(164)
沖縄県	7.2	21.9	55.9	14.6	13.9	7.3	23.4	5.4	8.4	5.1	0.7	2.1	(376)

(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ポイント以上高い ■全体の比率より10ポイント以上高い ■全体の比率より5ポイント以上高い

## ⑤ 旅行先と宿泊施設(表I-2-9)

最も多い宿泊施設タイプは6.5割を占める「ホテル」であり、以下、「旅館」が2.5割、「実家・親戚・知人宅」が0.5割で続く。前年と比べ、「ホテル」利用率、特に「ビジネスホテル」の利用率が増加した。

都道府県別に見ると、43都道府県で「ホテル」の利用率が最も高くなっており、特に、「東京都」、「大阪府」、「沖縄県」は8割以上を占め、全体と比べて15ポイント以上高い利用率となった。「東京都」では「ビジネスホテル」が4.5割、「シティホテル」が3.5割を占めるのに対し、「大阪府」では「ビジネスホテル」、「シティホテル」が3.5~4割となった。「沖縄県」は「リゾートホテル」の利用率が6割と突出している。一方、「山形県」、「群馬県」、「島根県」、「大分県」は、「旅館」利用率が「ホテル」利用率を上回り、4.5割を超えた。「実家・親戚・知人宅」は、「山口県」や「愛媛県」等で利用率が高い。「民宿・ペンション・ロッジ」は「山梨県」、「長野県」で、「別荘・リゾートマンション・会員制の宿泊施設」は「兵庫県」で利用率が高い。

## ⑥ 旅行先と宿泊数(表I-2-10)

コロナ禍においては近隣旅行の増加とも関連して1泊率が高まっていたが、2021年をピークにその割合は徐々に減少し、2023年は前年から10ポイント減、2019年から1ポイント減となった。

都道府県別に見ると、「北海道」、「鹿児島県」、「沖縄県」を除く都道府県において「1泊」の割合が最も高い。1泊率が7割を超えるのは13県(2022年27県、2021年33県、2020年27県、2019年16県)となった。一方、「北海道」、「沖縄県」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36.6%、57.4%を占め(全体の3泊以上の割合は20.1%)、平均宿泊数はそれぞれ2.39泊、2.88泊であった。

## ⑦ 旅行先と現地で楽しんだ活動(表I-2-11)

全体で見ると、「現地グルメ・名物料理」を楽しんだ旅行者が最も多く、活動実施率は4割弱を占めた。前年からは1.9ポイント増、コロナ禍前の2019年からは2.3ポイント増となった。全体として多い活動は、以下、「温泉」、「自然や景勝地の訪問」、「町並み散策・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2.5割を超えた。コロナ禍において全体的に低下傾向にあった活動実施率だが、前年に続き、さまざまな活動の実施率が向上した。前年マイナスとなったのは、「温泉」、「ドライブ」、「マラソン・ジョギング」のみであった。

「現地グルメ・名物料理」は前述のとおり、前年より1.9ポイント増となり、最多の活動となったのは、「宮城県」、「石川県」、「愛知県」、「三重県」、「大阪府」、「広島県」、「愛媛県」、「福岡県」、「長崎県」、「宮崎県」の10府県であった(前年5府県、2019年6府県)。なかでも、加能ガニ・香箱ガニや金沢おでん等が名物の「石川県」では、全体と比べて20ポイント以上高い。最多の活動ではない都道府県も含め、全国的に人気の活動となっている。

「温泉」は前年から4.9ポイント減、最多の活動となったのは18県(前年29道県、2019年22県)であった。「岩手県」、「山形県」、

「福島県」、「栃木県」、「群馬県」、「静岡県」、「和歌山県」、「鳥取県」、「佐賀県」、「大分県」では実施率が5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1.1ポイント増、最多の活動となったのは13道県(前年7県、2019年12道県)であった。「青森県」、「富山県」、「長野県」、「鹿児島県」では実施率が5割を超え、かつ、全体と比べて15ポイント以上高い。

「町並み散策・まち歩き」は前年より3.3ポイント増となり、「岡山県」で最多の活動となった(前年はゼロ、2019年3県)。全体との比較で見ると、ひがし茶屋街や長町武家屋敷跡等のある「石川県」、祇園や三年坂等のある「京都府」では実施率が5割を超え、かつ、全体と比べて20ポイント以上高い。

「歴史・文化的な名所の訪問」は前年より2.7ポイント増となり、この活動が最多の活動となった地域は、ユネスコ世界文化遺産に登録される多くの文化財を有する古都「京都府」と「奈良県」、出雲大社が位置する「島根県」の3府県であり(前年3府県、2019年4府県)、全体平均より20ポイント以上高い実施率であった。「町並み散策・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0.7ポイント増となり、最多の活動となったのは「東京都」のみであった(前年は2都県、2019年1都)。

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、「テーマパーク・レジャーランド」における「千葉県」、「大阪府」、「長崎県」、「美術館・博物館」における「島根県」、「芸術鑑賞」における「東京都」、「リゾート滞在(海浜)」、「海水浴・マリンスポーツ」における「沖縄県」等であった。

また、コロナ禍において減少傾向が続いていた現地ツアー・体験プログラム等の参加率は、前年に続き増加となり(5.7ポイント増)、全体で11.5%となった。都道府県別に見ると、突出して高い値を示した「沖縄県」での参加率が26.5%となった(前年20.6%、2019年37.7%)。

## ⑧ 旅行先と旅行費用(表I-2-12)

交通費や宿泊費、飲食代、土産代等を含めた旅行1回一人当たりの総費用について全体で見ると、「2万円以上3万円未満」が最頻値となった(前年は「1万円以上2万円未満」が最頻値)。コロナ禍において近隣旅行の増加や宿泊数の短縮化等と関連して旅行費用の減少が続いていたが、平均費用(概数)は、4年ぶりに5万円台となった。

都道府県別に見ると、平均費用が高いのは「北海道」、「香川県」、「長崎県」、「沖縄県」等であった。「沖縄県」は「10万円以上」のシェアが4割を占め、他都道府県と比べて圧倒的に高い水準であった。

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	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・オートキャンプ	公共の宿	ゲストハウス	民泊	その他	サンプル数		
	ビジネスホテル	リゾートホテル	シティホテル	旅館(比較的大)	旅館(比較的小)											
旅行先																
2023年	64.9	26.8	21.7	20.6	25.0	15.2	10.4	6.0	3.3	2.3	2.1	1.4	1.2	0.6	1.6	(8,258)
2022年	61.7	23.0	23.6	19.0	27.9	15.4	13.0	5.6	3.2	2.3	2.5	1.8	1.0	0.6	1.6	(6,050)
2019年	62.2	24.3	22.9	19.4	27.0	16.9	10.8	7.4	4.2	2.5	1.7	1.8	—	—	1.8	(9,364)
北海道	75.0	24.7	29.7	27.7	24.0	18.6	6.6	4.3	2.9	0.6	3.7	0.9	0.7	0.1	1.6	(550)
青森県	61.7	38.1	15.7	14.6	37.4	22.5	14.9	8.5	3.6	0.0	0.0	1.7	1.1	1.7	0.0	(68)
岩手県	53.5	24.0	21.5	8.0	39.3	21.0	18.3	9.2	1.0	1.3	2.4	1.7	1.1	0.0	1.6	(72)
宮城県	59.7	31.0	14.8	15.9	34.0	25.0	9.6	4.8	0.7	0.0	1.1	1.6	0.0	0.6	1.7	(148)
秋田県	58.0	27.0	19.7	14.9	36.4	25.2	16.1	6.8	0.0	2.1	4.2	0.0	1.6	3.8	1.9	(53)
山形県	35.9	19.1	6.9	13.0	48.3	26.7	23.3	7.0	7.0	0.0	1.8	9.7	0.0	0.0	0.0	(64)
福島県	43.9	20.7	20.0	4.9	40.8	23.4	18.0	5.2	3.8	2.5	2.7	1.3	1.6	0.6	0.0	(130)
茨城県	52.2	31.2	11.1	13.1	18.2	14.8	3.4	11.3	5.4	4.0	7.6	7.2	0.0	0.0	0.0	(57)
栃木県	44.8	14.9	25.9	5.0	44.0	27.4	16.6	3.3	2.7	4.0	2.2	0.9	0.5	0.0	0.0	(174)
群馬県	32.4	11.2	17.0	4.3	56.6	32.1	24.5	3.2	4.6	3.7	2.5	1.4	0.9	0.5	0.7	(175)
埼玉県	56.5	27.8	10.1	19.9	21.2	6.2	14.9	9.2	5.6	0.0	7.0	1.5	1.8	0.0	0.0	(58)
千葉県	71.3	21.3	34.9	16.9	13.7	8.1	6.2	4.1	2.9	3.2	4.3	0.6	2.0	0.3	1.3	(234)
東京都	84.4	44.2	8.7	35.3	3.7	2.0	1.8	9.0	0.6	0.8	0.0	0.6	1.9	0.2	1.0	(551)
神奈川県	56.2	16.5	23.0	17.0	25.3	11.5	13.8	6.8	3.0	4.8	1.3	1.7	2.1	0.9	2.1	(288)
新潟県	49.5	22.9	18.1	9.9	36.1	22.8	14.2	9.4	3.5	3.5	1.8	0.8	0.9	0.0	0.8	(128)
富山県	54.6	26.6	16.4	13.5	31.5	25.1	6.4	6.2	4.7	1.4	1.4	3.7	0.0	0.0	2.0	(60)
石川県	56.2	24.5	6.2	27.5	47.4	33.0	14.5	1.5	0.0	0.7	0.0	0.0	1.1	0.0	1.0	(115)
福井県	46.4	18.3	16.2	14.3	35.6	15.9	19.7	6.6	6.1	0.0	0.0	3.3	0.0	2.4	1.7	(52)
山梨県	46.1	22.3	19.3	4.4	23.8	18.3	5.5	4.9	11.5	5.2	6.1	2.0	1.5	0.0	0.9	(126)
長野県	47.4	14.6	27.7	6.5	26.0	13.9	12.1	4.4	9.7	6.2	3.8	1.7	0.7	1.2	2.1	(270)
岐阜県	44.3	15.6	20.3	9.2	39.0	21.0	18.1	5.2	4.8	0.0	4.8	1.2	0.8	2.9	1.7	(97)
静岡県	50.6	15.7	24.8	10.7	32.2	18.7	13.5	4.1	3.5	5.7	1.9	1.3	0.4	0.6	2.0	(350)
愛知県	77.2	37.1	12.8	30.3	10.2	7.6	2.6	11.3	0.4	1.3	0.5	1.1	0.0	0.0	0.9	(183)
三重県	57.9	17.3	37.4	6.4	29.7	17.6	12.2	2.7	3.8	2.9	1.5	0.0	0.0	1.3	0.7	(148)
滋賀県	55.1	9.7	32.1	14.8	20.4	7.7	12.7	6.3	4.2	4.7	5.9	3.5	0.0	0.0	0.0	(64)
京都府	69.7	28.5	10.0	32.8	18.7	10.8	8.2	5.8	0.8	2.7	1.4	1.1	0.8	0.4	1.8	(247)
大阪府	83.8	35.3	12.0	38.9	6.8	5.0	1.8	6.8	0.7	0.4	1.5	0.0	1.4	0.5	1.0	(323)
兵庫県	50.4	14.4	20.8	15.2	30.0	16.8	13.2	9.1	3.9	7.5	0.4	1.6	0.0	0.5	0.4	(208)
奈良県	60.4	28.9	12.2	21.3	30.1	12.3	19.3	2.9	3.5	1.8	2.0	0.0	1.6	2.1	1.5	(59)
和歌山県	46.5	7.2	32.4	6.8	36.7	26.3	10.4	5.0	4.3	5.3	2.4	3.4	0.0	0.0	2.5	(102)
鳥取県	56.9	29.5	17.5	9.9	45.9	35.6	10.3	0.0	0.0	2.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	(36)
島根県	41.2	22.7	6.6	12.0	47.4	26.7	22.8	9.0	0.0	0.0	0.0	1.5	0.0	2.4	0.0	(55)
岡山県	68.0	24.6	10.2	33.2	19.5	9.2	10.3	11.6	0.0	0.0	0.0	1.4	0.0	0.0	1.4	(59)
広島県	72.6	29.3	9.9	34.2	15.1	6.8	8.2	7.8	0.7	0.0	2.5	0.0	0.9	1.8	2.5	(114)
山口県	45.6	21.2	17.3	8.8	28.9	21.0	7.9	14.7	0.0	0.0	2.3	5.2	0.0	1.6	1.7	(59)
徳島県	53.0	44.1	11.1	9.1	20.8	6.0	14.8	12.0	5.7	4.1	4.1	4.2	0.0	0.0	0.0	(19)
香川県	68.5	32.4	21.9	21.8	19.0	17.0	2.0	1.8	0.0	0.0	3.4	2.5	2.8	0.0	2.0	(43)
愛媛県	64.8	40.1	11.1	18.0	9.4	8.0	1.4	14.5	1.9	0.0	1.4	7.7	0.0	0.0	1.6	(60)
高知県	66.7	20.8	31.2	16.5	20.7	10.9	9.8	6.8	4.1	0.0	4.3	2.7	0.0	0.0	2.5	(44)
福岡県	78.3	39.2	11.6	29.4	10.5	7.8	2.7	9.1	0.5	0.0	1.3	1.3	1.6	0.7	2.3	(226)
佐賀県	51.4	23.6	16.5	13.5	32.2	13.4	18.7	10.4	3.8	2.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	(43)
長崎県	73.5	25.8	34.0	17.8	17.1	8.0	9.7	4.7	1.8	0.0	1.0	0.0	1.6	1.0	5.4	(119)
熊本県	50.1	23.8	8.2	18.2	44.0	20.9	26.1	2.4	3.2	3.4	2.5	1.2	0.0	1.0	0.0	(85)
大分県	42.2	11.7	20.4	10.7	46.5	15.6	32.5	3.9	1.1	2.2	1.9	0.0	0.0	1.9	3.3	(119)
宮崎県	76.3	37.6	30.2	13.4	13.0	2.3	10.7	0.0	3.8	2.3	8.0	0.0	2.2	0.0	0.0	(37)
鹿児島県	57.8	24.2	23.3	12.7	26.3	14.3	12.0	8.8	8.3	0.0	0.0	2.9	1.3	0.0	0.0	(107)
沖縄県	89.6	17.8	61.2	19.3	2.9	2.3	0.7	1.7	3.1	3.0	1.0	0.4	2.9	1.4	0.4	(323)

(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ポイント以上高い ■全体の比率より10ポイント以上高い ■全体の比率より5ポイント以上高い



表 I-2-10 旅行先(都道府県)別の宿泊数

(単位：%) (単位：泊)

宿泊数 旅行先	1泊	2泊	3泊	4泊	5泊以上	平均宿泊数	サンプル数
2023年	49.7	30.2	12.3	3.9	3.9	1.85	(8,258)
2022年	59.5	24.3	9.2	3.3	3.8	1.71	(6,050)
2019年	50.7	29.2	12.1	3.7	4.4	1.85	(9,364)
北海道	27.2	36.2	22.6	6.3	7.7	2.39	(550)
青森県	44.0	29.4	24.2	0.0	2.4	1.88	(68)
岩手県	50.3	29.0	10.2	7.0	3.5	1.85	(72)
宮城県	71.1	20.0	7.1	1.8	0.0	1.40	(148)
秋田県	50.9	31.6	11.1	4.4	2.1	1.77	(53)
山形県	58.6	27.0	9.0	3.6	1.8	1.65	(64)
福島県	65.3	28.1	4.7	1.3	0.6	1.44	(130)
茨城県	77.2	9.1	6.8	3.6	3.2	1.48	(57)
栃木県	69.2	24.1	4.0	1.3	1.3	1.42	(174)
群馬県	62.3	26.5	7.0	2.2	2.1	1.55	(175)
埼玉県	65.8	23.6	2.6	1.5	6.5	1.59	(58)
千葉県	63.6	28.7	5.9	1.3	0.5	1.46	(234)
東京都	49.6	33.2	10.8	2.7	3.7	1.81	(551)
神奈川県	70.4	20.9	5.5	1.5	1.8	1.44	(288)
新潟県	47.9	35.2	12.9	2.6	1.4	1.76	(128)
富山県	58.6	26.5	12.2	1.4	1.4	1.62	(60)
石川県	56.5	35.3	6.5	0.7	1.0	1.54	(115)
福井県	72.0	15.9	12.1	0.0	0.0	1.40	(52)
山梨県	65.7	28.1	4.5	1.1	0.6	1.43	(126)
長野県	56.1	32.2	7.9	1.2	2.5	1.63	(270)
岐阜県	65.7	23.0	6.4	4.9	0.0	1.51	(97)
静岡県	70.3	22.7	4.6	1.5	0.9	1.41	(350)
愛知県	60.9	27.1	8.4	2.4	1.1	1.56	(183)
三重県	78.1	17.5	2.1	1.4	0.9	1.30	(148)
滋賀県	72.6	19.1	8.2	0.0	0.0	1.36	(64)
京都府	46.7	37.4	12.7	1.7	1.6	1.76	(247)
大阪府	50.8	34.0	10.9	1.4	2.9	1.74	(323)
兵庫県	72.0	20.0	3.1	3.1	1.8	1.44	(208)
奈良県	52.5	27.5	15.0	0.0	5.0	1.80	(59)
和歌山県	70.7	21.7	4.9	1.9	0.7	1.40	(102)
鳥取県	82.3	15.4	2.3	0.0	0.0	1.20	(36)
島根県	57.7	34.7	2.4	3.8	1.3	1.58	(55)
岡山県	70.7	14.9	12.4	2.0	0.0	1.46	(59)
広島県	57.4	33.2	4.7	0.7	4.1	1.65	(114)
山口県	57.8	28.1	6.7	0.0	7.4	1.73	(59)
徳島県	42.7	41.2	11.8	0.0	4.2	1.86	(19)
香川県	54.3	26.1	10.1	7.8	1.8	1.77	(43)
愛媛県	54.5	31.0	11.9	2.6	0.0	1.63	(60)
高知県	42.7	39.0	13.9	2.6	1.8	1.82	(44)
福岡県	48.3	35.4	8.8	3.9	3.6	1.83	(226)
佐賀県	73.8	11.2	4.9	5.0	5.0	1.59	(43)
長崎県	52.3	24.6	15.2	4.2	3.6	1.82	(119)
熊本県	64.8	24.6	6.3	2.5	1.8	1.52	(85)
大分県	71.6	21.9	4.8	1.7	0.0	1.37	(119)
宮崎県	51.0	39.3	4.6	0.0	5.1	1.71	(37)
鹿児島県	38.3	40.4	18.6	0.0	2.6	1.91	(107)
沖縄県	13.2	29.5	35.0	10.9	11.5	2.88	(323)

(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ポイント以上高い ■全体の比率より10ポイント以上高い ■全体の比率より5ポイント以上高い  
 ■平均宿泊数が全体平均値より0.5泊以上多い(平均宿泊数については、7泊以上は7泊と仮定して算出)

表 I-2-11 旅行先(都道府県)別の現地活動(複数回答)

現地活動	旅行先																	
	現地グルメ・名物料理	温泉	自然や景勝地の訪問	町並み散策・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	テーマパーク・レジャーランド	ドライブ	美術館・博物館	家族や親戚、友人・知人訪問	祭り・イベント	(観劇、コンサート、ライブ等)	芸術鑑賞	リゾート滞在(海浜)	季節の花見	リゾート滞在(高原)
2023年	38.2	36.8	36.4	31.0	26.9	26.3	18.7	11.8	9.8	7.7	7.0	6.9	6.1	5.8	4.7	4.4	3.4	3.3
2022年	36.4	41.6	35.3	27.7	24.2	25.6	14.2	10.5	9.3	7.8	6.1	6.2	4.3	4.4	3.9	3.1	3.3	2.7
2019年	35.9	37.5	39.5	32.0	29.8	25.7	19.5	11.2	10.2	6.8	7.0	7.1	7.1	4.9	4.7	4.7	3.4	3.0
北海道	48.0	44.7	50.6	33.6	20.4	30.5	23.7	16.3	4.4	8.9	5.7	3.9	6.4	2.5	2.8	4.9	4.7	2.6
青森県	32.2	46.1	52.6	33.2	44.9	16.4	22.9	14.3	1.6	6.5	6.6	5.0	7.1	6.4	0.0	7.9	1.9	6.3
岩手県	36.1	52.4	43.8	29.8	24.8	15.4	12.3	8.1	2.9	10.4	6.2	8.4	7.4	0.0	2.7	4.0	2.4	4.2
宮城県	39.7	39.2	39.1	29.3	20.5	31.1	14.6	7.8	5.1	6.0	6.7	2.8	5.5	7.3	3.7	3.9	4.5	0.0
秋田県	35.3	34.6	50.1	45.1	29.5	17.5	20.5	4.6	1.5	10.3	1.5	12.2	9.8	1.6	1.5	6.2	8.6	0.0
山形県	31.8	55.0	28.7	31.0	20.1	21.2	13.5	8.9	2.7	3.4	10.8	8.4	8.8	2.1	2.7	3.5	0.0	0.0
福島県	29.8	58.7	30.8	22.0	23.3	21.4	9.4	5.8	8.3	7.8	3.7	7.1	3.0	0.6	1.3	3.3	5.7	1.5
茨城県	32.6	34.9	41.0	11.4	29.8	16.8	12.7	11.2	3.5	14.1	5.4	8.9	11.1	1.7	3.5	13.8	5.7	2.0
栃木県	32.5	65.1	39.4	16.3	26.0	18.6	6.8	7.2	13.8	12.4	5.0	4.8	3.9	1.2	2.0	2.3	11.2	3.5
群馬県	31.7	69.4	40.3	32.5	18.2	24.2	13.6	7.6	6.4	9.6	6.3	4.5	4.4	0.5	3.3	7.1	9.8	3.0
埼玉県	19.5	25.7	25.4	18.9	21.9	16.5	15.7	6.7	6.3	6.1	5.1	15.0	7.1	10.7	5.9	8.9	3.6	0.0
千葉県	19.4	25.1	17.6	13.3	6.2	18.0	5.0	7.7	39.1	5.5	1.0	2.7	5.1	2.1	6.8	1.6	1.4	0.0
東京都	31.9	8.2	9.0	27.8	13.0	33.2	28.3	9.8	12.7	1.2	9.5	14.2	8.2	21.4	1.2	1.9	0.8	0.2
神奈川県	32.9	43.2	30.1	26.7	17.4	29.6	17.6	9.4	7.7	5.8	8.7	2.4	3.6	7.2	3.2	5.3	3.3	0.8
新潟県	29.1	46.6	30.2	21.1	16.6	21.4	10.2	6.9	1.7	9.1	2.3	8.6	10.3	4.1	1.6	4.9	0.6	1.1
富山県	38.5	39.1	55.6	35.8	32.6	20.0	10.9	6.2	1.4	6.4	10.9	3.2	12.9	1.7	1.4	4.6	1.4	0.0
石川県	58.3	44.1	42.8	52.7	44.0	32.6	25.6	14.6	2.0	6.7	17.9	2.9	6.0	0.7	4.0	2.7	2.1	0.7
福井県	42.7	47.5	36.6	21.0	21.7	19.3	13.8	11.6	7.4	9.1	15.3	6.9	6.0	3.5	2.4	7.1	0.0	1.8
山梨県	32.4	37.4	43.2	12.8	15.6	19.6	7.6	6.4	10.2	8.4	4.0	2.2	6.3	2.6	0.0	4.3	6.9	0.8
長野県	30.3	51.3	53.3	24.7	25.4	21.8	12.2	3.3	2.1	9.9	7.6	4.7	1.6	2.0	0.6	6.3	11.4	0.6
岐阜県	31.3	48.7	33.4	45.0	29.7	18.3	14.9	7.6	4.1	7.4	6.1	1.3	9.3	4.3	1.6	2.3	4.8	3.7
静岡県	39.6	55.8	35.2	22.4	16.0	22.0	8.2	11.9	6.5	7.6	4.1	5.3	4.5	1.5	7.8	5.9	2.7	0.7
愛知県	38.5	16.6	14.3	26.7	24.1	25.8	18.3	12.6	10.4	3.5	7.2	11.2	7.3	14.4	0.5	3.1	0.4	0.9
三重県	44.3	40.7	30.7	29.1	32.2	21.6	12.2	17.3	16.1	10.0	3.5	0.9	4.5	0.7	8.2	3.1	0.0	2.2
滋賀県	40.5	32.6	49.3	22.0	38.0	21.2	16.8	10.2	1.5	12.8	2.6	4.9	4.4	3.1	4.6	3.8	1.3	5.4
京都府	41.2	17.9	43.8	52.5	54.5	27.9	27.0	5.7	2.5	3.8	8.6	7.3	5.6	3.3	3.5	9.5	1.0	9.5
大阪府	42.3	13.1	8.1	27.6	8.7	33.4	19.8	11.7	31.3	0.7	3.2	8.8	4.7	15.1	0.9	1.6	1.4	0.7
兵庫県	41.6	44.6	26.6	36.7	20.7	26.4	16.2	18.6	8.5	5.7	4.0	9.9	3.2	4.7	5.1	3.4	1.3	1.1
奈良県	16.8	20.4	45.1	36.4	58.1	9.7	18.4	3.4	0.0	2.0	8.5	3.4	1.3	0.0	1.8	2.0	0.0	7.8
和歌山県	22.4	61.6	47.1	11.3	17.9	21.8	5.3	19.7	18.5	6.3	0.0	6.3	3.9	1.2	7.5	2.3	2.9	2.8
鳥取県	43.6	65.4	33.2	20.0	18.5	20.5	2.3	2.6	4.9	14.0	5.1	0.0	0.0	0.0	3.3	2.3	0.0	3.2
島根県	30.1	46.1	35.6	26.8	49.7	16.0	10.9	9.0	3.4	17.5	23.4	9.9	3.9	0.0	3.7	3.6	2.1	6.6
岡山県	34.0	24.1	31.2	44.4	42.0	15.8	18.9	11.6	3.4	13.0	9.1	9.8	3.4	2.1	0.0	0.0	0.0	0.0
広島県	47.3	15.7	34.8	38.3	44.1	22.8	28.5	8.6	1.2	5.6	7.7	8.2	4.6	7.3	1.5	1.0	0.0	16.0
山口県	43.5	44.5	41.2	23.9	31.9	26.8	20.1	13.0	6.8	6.0	7.0	6.9	8.3	5.8	6.0	0.0	0.0	1.2
徳島県	21.1	23.2	30.5	25.5	23.6	18.4	18.3	6.0	0.0	15.6	15.7	5.3	14.0	0.0	0.0	4.3	0.0	0.0
香川県	38.3	36.3	44.0	42.6	30.1	22.4	13.9	13.0	8.0	3.8	15.0	4.8	3.8	4.4	1.8	3.4	6.8	0.0
愛媛県	43.8	42.3	22.5	28.2	24.1	35.4	5.9	9.2	1.2	4.6	5.5	19.3	4.3	3.5	1.4	2.6	0.0	1.4
高知県	33.4	30.7	47.2	28.7	31.8	23.7	10.0	19.8	0.0	8.2	4.9	13.3	3.0	0.0	4.3	6.2	4.8	0.0
福岡県	46.5	20.0	16.5	29.5	24.5	31.7	21.2	12.2	5.9	2.4	4.9	10.4	5.4	11.9	2.5	2.7	0.8	0.9
佐賀県	32.3	59.2	32.5	19.4	15.4	19.2	5.7	3.1	6.9	7.0	1.6	8.0	4.2	0.0	10.6	3.7	5.0	1.8
長崎県	41.8	35.3	37.9	33.0	37.9	22.2	19.6	8.9	26.4	7.1	5.0	3.2	5.0	1.4	2.3	3.3	2.9	10.1
熊本県	26.9	51.6	45.3	27.2	30.0	18.8	9.8	9.0	3.7	15.8	1.2	4.2	5.2	2.7	2.5	3.3	3.1	0.0
大分県	42.2	73.9	39.5	28.2	15.9	26.0	11.7	16.6	9.4	8.2	1.3	4.0	3.1	1.0	1.6	4.4	0.8	0.7
宮崎県	39.2	24.8	25.5	17.6	23.6	4.5	20.4	5.9	5.6	15.8	2.3	7.9	16.7	2.3	0.0	4.6	2.3	0.0
鹿児島県	38.5	44.7	54.8	20.3	31.3	22.5	14.4	10.4	0.0	10.0	7.1	7.8	2.5	0.0	7.6	0.8	3.8	7.1
沖縄県	47.1	6.2	51.4	34.9	25.2	37.3	24.0	24.0	6.8	14.3	4.4	4.1	4.3	1.1	31.9	2.0	1.1	6.6

(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ポイント以上高い ■全体の比率より10ポイント以上高い ■全体の比率より5ポイント以上高い

(単位：%)

写真・写生	スポーツ観戦	登山・トレッキング	海水浴・マリンスポーツ	アウトドア体験 (カヌー、乗馬体験、気球等)	ゴルフ	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、ものづくりの現場見学等)	スキー・スノーボード	(陶芸体験、そば打ち体験等)	マラソン・ジョギング	野生動物観察(クジラ、鳥等)	その他	体験プログラム等の参加率	現地ツアー・ 現地ツアー等の参加率	現地活動	旅行先
																	サンプル数	
3.2	3.1	2.6	2.4	2.3	1.6	1.4	1.3	1.3	1.2	1.0	0.9	0.7	0.6	1.7	11.5	(8,258)	2023年	
2.6	2.9	2.3	1.7	2.0	1.5	0.7	0.8	1.2	0.9	1.0	0.5	0.8	0.5	2.2	5.8	(6,050)	2022年	
3.9	2.9	2.5	2.5	2.3	2.0	1.8	1.2	1.5	1.4	1.3	1.3	0.7	1.0	2.3	13.1	(9,364)	2019年	
4.5	4.8	2.2	0.5	3.5	0.5	1.2	0.7	1.2	1.7	2.3	1.0	0.9	1.3	2.0	17.9	(550)	北海道	
4.7	1.4	1.3	0.0	1.7	1.2	1.6	4.4	1.6	0.0	0.0	1.6	1.7	1.9	1.4	18.2	(68)	青森県	
5.5	4.1	3.3	3.6	3.3	0.0	1.9	1.6	0.0	0.0	7.8	1.9	1.2	1.1	2.3	8.1	(72)	岩手県	
0.8	6.2	0.6	0.0	0.8	2.4	1.3	2.0	0.9	1.9	0.0	0.8	0.8	0.8	0.6	13.3	(148)	宮城県	
4.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3.8	0.0	5.6	0.0	0.0	1.5	0.0	2.1	12.2	(53)	秋田県	
1.5	0.0	0.0	0.0	1.8	1.5	10.1	0.0	0.0	3.9	0.0	1.7	3.0	0.0	1.1	10.1	(64)	山形県	
0.6	1.4	4.1	0.0	0.6	2.0	2.5	0.0	0.8	1.8	1.7	0.0	0.0	0.0	2.4	5.5	(130)	福島県	
1.7	1.9	0.0	0.0	1.2	3.3	0.0	0.0	2.0	1.7	1.7	1.2	1.7	1.2	2.8	13.0	(57)	茨城県	
3.7	0.0	4.5	0.5	2.9	4.9	0.5	0.0	0.0	0.7	0.9	0.5	0.0	1.1	2.6	6.2	(174)	栃木県	
4.0	0.6	2.9	0.9	2.5	3.8	2.7	1.1	1.0	1.5	0.5	1.3	0.6	0.5	0.7	9.5	(175)	群馬県	
2.4	3.6	0.0	0.0	1.5	1.5	7.8	3.3	0.0	1.5	0.0	3.2	0.0	0.0	2.0	15.0	(58)	埼玉県	
1.3	1.2	0.8	4.4	2.2	1.4	2.4	0.9	1.1	0.3	0.0	0.8	1.7	0.9	2.6	5.9	(234)	千葉県	
1.7	6.4	0.6	0.2	0.4	0.6	0.3	0.8	1.5	0.6	0.3	0.5	0.3	0.0	1.2	9.3	(551)	東京都	
1.6	2.2	0.7	0.9	1.0	1.1	0.0	0.9	1.4	0.4	0.0	0.0	0.4	0.0	0.8	7.4	(288)	神奈川県	
3.3	4.4	0.6	3.8	2.1	0.9	1.8	0.9	0.0	1.5	10.8	2.2	0.0	0.0	3.3	9.6	(128)	新潟県	
2.7	1.4	3.4	0.0	3.2	0.0	1.4	3.2	1.4	2.6	0.0	1.3	0.0	0.0	3.4	16.9	(60)	富山県	
0.7	0.0	1.5	2.5	0.8	1.8	0.0	0.0	1.0	3.3	1.0	1.8	0.0	0.0	0.0	9.3	(115)	石川県	
1.7	3.3	1.5	2.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.5	0.0	0.0	0.0	3.7	4.0	(52)	福井県	
0.6	0.9	3.5	1.1	3.6	0.7	6.8	1.7	0.8	0.0	0.9	1.1	0.0	0.0	3.5	6.3	(126)	山梨県	
3.6	3.2	12.9	0.5	3.1	1.2	4.7	2.1	0.4	0.4	5.9	0.9	0.0	0.6	0.8	7.1	(270)	長野県	
0.9	2.4	5.8	0.9	7.3	0.8	3.1	1.4	2.0	0.0	2.8	1.8	0.9	3.2	1.1	11.1	(97)	岐阜県	
2.3	2.0	2.8	3.7	1.4	3.7	0.9	1.0	0.5	0.3	0.0	0.5	0.3	0.6	3.4	6.9	(350)	静岡県	
1.5	5.3	0.5	0.9	0.0	1.8	0.6	0.0	0.0	0.0	0.0	1.0	0.6	0.0	0.5	4.9	(183)	愛知県	
2.3	4.0	2.7	0.9	0.9	2.5	1.8	0.0	0.6	2.8	0.0	0.0	0.0	0.6	2.6	7.7	(148)	三重県	
5.5	1.8	6.6	0.0	4.8	1.5	1.3	0.0	1.3	2.9	1.3	3.1	3.1	0.0	4.0	10.2	(64)	滋賀県	
4.1	0.8	1.6	0.0	1.7	0.3	0.3	0.3	1.2	0.7	0.0	1.0	0.3	0.0	1.0	5.4	(247)	京都府	
0.9	5.4	1.4	0.3	1.0	0.0	0.0	0.3	2.6	0.6	0.0	0.0	0.7	0.0	1.1	6.5	(323)	大阪府	
4.1	1.7	0.5	2.0	2.5	1.2	0.0	1.1	1.1	1.1	0.3	1.6	0.4	0.7	2.2	4.0	(208)	兵庫県	
3.3	2.1	2.0	2.0	2.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.5	12.2	(59)	奈良県	
3.5	0.0	3.2	10.6	3.2	0.0	0.8	0.0	0.0	0.8	0.0	1.1	0.0	0.0	2.8	4.2	(102)	和歌山県	
0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	5.1	(36)	鳥取県	
1.5	0.0	1.7	0.0	3.5	0.0	0.0	2.1	2.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	8.0	(55)	島根県	
3.3	3.4	0.0	0.0	4.0	0.0	0.0	0.0	1.9	0.0	0.0	0.0	6.0	0.0	0.0	3.7	(59)	岡山県	
0.8	5.8	0.0	0.7	1.0	0.0	0.0	2.2	0.0	2.6	0.0	0.8	0.0	0.0	2.7	8.0	(114)	広島県	
3.1	1.9	0.0	0.0	1.6	0.0	1.7	1.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.0	4.2	(59)	山口県	
10.1	0.0	7.0	6.2	0.0	4.8	5.7	0.0	0.0	0.0	0.0	4.3	0.0	0.0	0.0	10.5	(19)	徳島県	
0.0	0.0	0.0	3.4	3.0	2.1	2.5	0.0	3.4	0.0	3.0	0.0	0.0	0.0	3.0	12.5	(43)	香川県	
0.0	4.4	1.4	2.0	1.7	2.0	1.9	0.0	5.9	1.4	0.0	0.0	1.9	0.0	2.0	6.8	(60)	愛媛県	
1.8	1.8	0.0	2.5	6.8	1.8	0.0	0.0	3.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.8	5.6	(44)	高知県	
1.5	6.0	0.8	0.0	1.6	0.7	1.9	0.0	0.8	0.5	0.0	0.0	0.5	0.4	1.2	8.8	(226)	福岡県	
0.0	2.7	1.9	3.1	0.0	0.0	0.0	0.0	2.7	0.0	0.0	0.0	2.3	0.0	1.6	7.4	(43)	佐賀県	
1.6	1.9	2.9	0.8	2.9	0.6	0.9	1.6	0.9	0.7	0.0	0.0	0.0	2.9	2.4	10.3	(119)	長崎県	
0.0	0.0	6.6	3.6	0.9	3.0	1.0	1.6	1.4	0.0	1.4	0.0	0.0	2.2	2.3	9.3	(85)	熊本県	
1.7	0.0	1.6	1.0	1.6	1.9	1.0	0.0	1.4	0.7	0.7	0.0	0.0	0.9	3.5	8.8	(119)	大分県	
7.3	6.9	6.0	3.8	0.0	2.8	0.0	2.3	2.3	0.0	0.0	0.0	3.3	0.0	0.0	2.3	(37)	宮崎県	
3.7	2.5	3.1	2.9	4.0	0.0	0.8	2.7	1.5	1.3	0.0	0.0	0.8	0.9	2.3	14.9	(107)	鹿児島県	
5.7	1.7	1.8	25.9	10.1	3.7	0.6	4.9	2.1	0.6	0.0	1.7	1.8	1.7	0.3	26.5	(323)	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：%) (単位：円)

消費額 旅行先	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	平均費用 (概数)	サンプル数
	2023年	4.1	13.5	17.1	15.4	13.6	13.5	9.8	13.0	54,229
2022年	8.4	19.0	18.4	14.7	10.9	10.9	8.2	9.5	45,855	(5,882)
2019年	3.9	13.6	18.0	16.2	13.1	13.1	9.8	12.3	53,444	(9,111)
北海道	4.1	10.1	7.8	10.3	11.5	14.1	15.2	26.9	75,173	(533)
青森県	0.0	13.5	22.0	12.1	15.5	11.1	16.7	9.2	51,998	(67)
岩手県	6.0	14.8	24.0	15.9	14.8	6.3	12.5	5.8	42,919	(69)
宮城県	3.3	14.1	24.8	19.5	14.8	10.7	7.2	5.6	42,531	(148)
秋田県	5.9	14.8	16.1	27.3	13.6	3.6	9.5	9.2	47,423	(52)
山形県	0.0	21.0	14.9	14.9	14.6	14.3	15.2	5.1	47,734	(63)
福島県	5.6	18.1	22.2	23.2	12.9	10.7	4.2	3.3	36,461	(128)
茨城県	13.6	22.5	19.4	22.4	6.8	11.7	1.5	2.1	32,292	(54)
栃木県	3.8	19.6	22.0	23.3	10.6	9.9	7.1	3.7	38,177	(163)
群馬県	2.3	18.4	24.6	19.6	16.6	10.4	4.1	4.1	38,764	(165)
埼玉県	9.4	24.3	22.6	5.6	15.1	13.1	3.6	6.4	40,960	(56)
千葉県	6.1	18.1	18.6	16.5	12.9	12.1	4.9	10.9	45,789	(226)
東京都	4.9	10.6	14.7	13.2	17.8	16.6	10.3	11.9	54,894	(531)
神奈川県	3.8	18.7	21.6	16.8	12.0	10.4	7.3	9.4	46,059	(270)
新潟県	5.6	17.0	19.8	21.7	9.8	11.8	5.3	8.9	45,295	(125)
富山県	5.6	20.5	13.0	16.3	9.4	12.1	16.7	6.5	47,092	(57)
石川県	5.3	8.4	15.6	17.5	17.5	14.7	9.1	11.9	53,105	(113)
福井県	11.0	25.8	16.7	22.2	9.8	9.0	1.5	4.0	34,042	(51)
山梨県	5.3	15.0	23.4	18.9	14.9	6.9	6.3	9.2	44,464	(118)
長野県	3.6	16.1	19.1	18.7	14.6	14.2	7.9	5.7	44,477	(261)
岐阜県	3.2	19.7	19.5	21.9	11.3	6.4	10.4	7.7	43,471	(94)
静岡県	4.3	20.6	26.1	17.6	10.5	9.7	4.4	6.7	40,879	(338)
愛知県	8.5	14.0	24.6	18.0	13.1	7.9	6.0	7.8	42,714	(171)
三重県	2.5	16.9	23.9	18.8	16.1	10.9	6.8	4.1	40,649	(143)
滋賀県	4.9	18.2	23.8	18.9	19.4	5.4	3.3	6.2	38,993	(63)
京都府	2.5	12.8	18.6	15.1	14.0	16.8	13.2	7.1	49,757	(236)
大阪府	3.8	12.3	19.7	13.1	14.9	19.0	8.5	8.7	50,212	(312)
兵庫県	4.6	20.7	22.9	14.5	10.7	12.4	8.6	5.7	41,419	(201)
奈良県	7.6	20.7	22.6	8.9	17.0	9.9	6.4	7.0	41,872	(58)
和歌山県	5.5	16.2	18.7	19.5	14.7	13.4	7.0	4.8	41,551	(101)
鳥取県	8.5	17.0	27.2	9.2	10.6	14.3	8.7	4.4	41,063	(35)
島根県	0.0	14.3	19.0	10.1	8.2	27.3	7.6	13.5	55,720	(51)
岡山県	11.8	14.4	16.3	21.0	11.9	8.1	11.6	4.8	42,993	(59)
広島県	5.7	15.7	14.9	19.3	13.0	12.2	15.0	4.3	44,845	(112)
山口県	5.4	24.9	13.1	13.4	15.6	13.9	6.6	7.0	44,521	(58)
徳島県	6.6	20.1	30.3	21.4	0.0	12.0	0.0	9.6	37,638	(18)
香川県	4.2	19.6	9.2	16.8	18.2	7.3	7.1	17.7	60,188	(40)
愛媛県	7.0	13.3	34.8	11.2	12.8	7.1	4.9	8.9	41,958	(57)
高知県	0.0	18.2	17.1	16.6	13.9	16.2	4.7	13.3	52,384	(41)
福岡県	2.0	12.9	18.4	12.0	17.3	12.7	11.4	13.3	55,633	(221)
佐賀県	15.4	18.2	17.8	13.6	8.6	14.9	4.5	6.9	38,051	(42)
長崎県	5.1	16.2	15.5	10.7	9.2	11.9	9.8	21.4	62,998	(113)
熊本県	8.6	22.4	22.4	15.3	9.3	7.1	5.0	9.8	41,370	(84)
大分県	8.4	15.2	14.8	17.2	13.6	8.7	10.8	11.4	49,909	(116)
宮崎県	2.5	29.4	17.0	17.5	21.7	3.0	2.4	6.5	38,980	(34)
鹿児島県	2.5	13.1	13.2	14.5	16.7	14.9	11.2	14.0	59,682	(100)
沖縄県	2.1	3.4	4.9	7.7	8.0	16.0	16.7	41.3	98,185	(306)

(注1) 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」  
(注2) よく覚えていない/わからないと回答したサンプルを除いて集計している。

■全体の比率より15ポイント以上高い

■全体の比率より10ポイント以上高い

■全体の比率より5ポイント以上高い



### 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

同行者とライフステージで異なる旅行動向

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)にしほり、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、すべて「JTBF 旅行実態調査」(6ページ参照)による。

#### ① マーケットセグメントと申し込み時期(表I-2-14)

コロナ禍においては、旅行が近付いてからの申し込みが多い傾向にあったが、「1~2か月前」以上前の割合は前年より増加しており、2019年と同程度、もしくはそれ以上に早い申し込みをする傾向が見られた。

マーケットセグメント別に見ると、旅行が近付いてからの申し込みが多いのは「ひとり旅」(男女ともに)であり、旅行の1か月前を切ってから申し込む割合は4割程度であった。さらに、1週間以内が1割を超えており、他セグメントに比べ、旅行直前に申し込む割合が高い。逆に、「3世代家族旅行」や「女性による友人旅行」では旅行の1か月前までの申し込みが7.5割以上を占め、余裕をもって申し込む傾向にあった。

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か月前	1~2か月前	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	
2023年	0.7	7.4	21.8	38.5	14.3	10.5	2.7	2.4	0.7	1.0	(7,970)
2022年	0.4	4.1	15.6	35.6	18.6	15.5	3.9	3.9	1.0	1.3	(5,847)
2019年	1.2	7.8	21.7	34.9	15.1	11.2	3.3	2.8	1.0	1.1	(8,953)
家族旅行	0.6	9.1	23.3	38.6	14.3	9.1	2.1	1.7	0.7	0.4	(2,217)
乳幼児の子どもと一緒に家族旅行(小中高生を含まない)	1.0	9.6	20.0	40.9	14.7	9.4	2.0	1.6	0.6	0.2	(397)
小中高生の子どもと一緒に家族旅行(乳幼児連れも含む)	0.9	8.6	24.0	38.1	13.0	10.7	2.4	1.4	0.5	0.3	(944)
18歳以上のみの家族旅行	0.2	9.4	24.0	38.2	15.6	7.2	1.9	2.1	0.9	0.5	(876)
3世代家族旅行*	1.2	14.8	26.4	37.2	9.9	7.0	2.5	1.1	0.0	0.0	(548)
夫婦・カップル旅行	0.5	6.8	21.3	39.4	15.2	10.8	2.6	2.2	0.4	0.8	(2,770)
カップルでの旅行	0.4	7.3	20.2	37.4	15.4	12.8	2.4	2.3	0.5	1.3	(744)
夫婦での旅行(子どもなし)	0.6	7.5	22.5	39.1	13.1	11.1	2.3	3.0	0.3	0.5	(730)
子育て中の夫婦での旅行(末子が18歳未満)	1.4	8.9	20.2	41.1	15.2	6.1	2.4	3.3	1.3	0.0	(135)
子育て後の夫婦での旅行(末子が18歳以上)	0.5	5.8	21.3	40.6	16.5	9.8	3.0	1.4	0.3	0.9	(1,161)
友人旅行	0.8	7.7	24.6	41.8	11.9	8.7	1.6	1.5	0.6	0.6	(1,311)
未婚男性による友人旅行	1.3	8.7	18.0	39.8	12.8	13.6	0.9	3.1	1.4	0.5	(326)
既婚男性による友人旅行(子どもなし)	0.0	3.6	24.8	43.4	12.4	8.4	0.0	2.4	3.5	1.5	(50)
子育て中の男性による友人旅行(末子が18歳未満)	0.0	18.6	28.5	24.4	14.1	5.4	6.8	0.0	2.2	0.0	(53)
子育て後の男性による友人旅行(末子が18歳以上)	1.7	10.2	25.5	37.4	11.2	11.4	1.9	0.0	0.0	0.6	(142)
未婚女性による友人旅行	1.3	6.0	25.9	42.2	12.6	6.5	2.3	2.1	0.2	0.9	(361)
既婚女性による友人旅行(子どもなし)	0.0	4.2	24.3	46.9	11.4	8.7	2.2	0.0	0.0	2.4	(83)
子育て中の女性による友人旅行(末子が18歳未満)	0.0	11.6	22.5	53.7	8.8	3.4	0.0	0.0	0.0	0.0	(36)
子育て後の女性による友人旅行(末子が18歳以上)	0.0	6.7	30.0	46.1	10.2	5.8	0.8	0.4	0.0	0.0	(260)
ひとり旅	0.8	5.4	18.2	33.3	14.9	14.0	4.6	4.7	1.7	2.5	(1,537)
男性のひとり旅	0.9	5.0	16.6	33.4	16.2	14.7	4.3	4.7	1.7	2.6	(967)
女性のひとり旅	0.7	6.1	20.9	33.0	12.8	12.7	5.2	4.7	1.5	2.3	(570)

(注1) 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2) 「わからない」と回答したサンプルを除いて集計している。

\* 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ポイント以上高い

■ 全体の比率より10ポイント以上高い

■ 全体の比率より5ポイント以上高い

資料：(公財)日本交通公社「JTBF 旅行実態調査」

②マーケットセグメントと出発月・出発日(表I-2-15)

コロナ禍においては感染状況等に応じて旅行の出発月が例年と異なる傾向にあったが、2023年の出発月は、前年、コロナ禍前同様、「8月」が最も多く、「1月」、「2月」が少ない。マーケットセグメント別に見ると、「小中高生の子どものと一緒にの家族旅行」、「3世代家族旅行」は、学校が夏休みとなる「8月」に多い。

旅行の出発日については、「月～木曜日」は前年に比べると2.0ポイント減、コロナ禍前の2019年からは1.9ポイント増となった。前年からはマイナスではあるものの、コロナ禍前に比べ分

散化への意識が高まった状態が続いていると考えられる。

出発日はマーケットセグメントによる差が大きい。「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、「小中高生の子どものと一緒にの家族旅行」は「夏休み」出発の割合が他セグメントに比べて高い。「月～木曜日」出発の割合が高いセグメントは、「子育て後の夫婦での旅行」、「子育て後の友人旅行」(男女ともに)、「既婚女性による友人旅行(子どもなし)」、「女性のひとり旅」等であった。

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・日		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	日曜日・祝日	月～木曜日	金曜日		
2023年	5.7	5.9	9.9	7.1	10.2	8.2	8.0	12.1	9.0	7.6	8.5	7.9	8.0	4.2	3.0	22.4	12.0	33.6	16.6	(8,258)	
2022年	4.0	2.9	6.6	6.6	10.5	8.6	8.9	12.7	10.1	9.2	10.3	9.5	8.2	4.7	3.1	21.3	12.1	35.6	15.0	(6,050)	
2019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	(9,364)	
家族旅行	5.4	5.0	11.0	6.6	10.6	6.4	8.1	17.6	7.5	6.6	6.9	8.4	13.4	6.2	3.8	24.4	11.9	24.1	16.3	(2,308)	
乳幼児の子どものと一緒にの家族旅行 (小中高生を含まない)	4.2	5.5	9.8	7.2	12.3	6.2	8.4	16.1	7.6	9.1	5.7	8.0	10.2	5.4	2.6	26.3	12.2	24.2	19.3	(414)	
小中高生の子どものと一緒にの 家族旅行(乳幼児連れも含む)	5.8	4.0	11.0	7.4	10.0	5.0	8.4	21.8	6.4	4.9	5.9	9.3	19.3	7.5	4.9	27.0	9.9	16.9	14.5	(984)	
18歳以上のみの家族旅行	5.4	5.9	11.5	5.5	10.5	8.0	7.6	13.5	8.7	7.4	8.4	7.7	8.4	5.1	3.0	20.6	14.0	32.0	16.9	(910)	
3世代家族旅行*	6.3	5.6	10.2	7.2	11.9	5.4	8.3	19.4	6.3	6.3	5.9	7.2	14.9	7.0	4.2	27.2	9.0	21.4	16.2	(573)	
夫婦・カップル旅行	6.1	5.8	9.3	7.5	10.4	8.5	8.4	10.1	9.4	8.2	9.0	7.4	6.1	3.6	3.0	20.9	12.4	37.5	16.6	(2,861)	
カップルでの旅行	6.7	6.3	9.8	6.7	9.2	7.6	7.5	12.6	9.3	7.9	8.0	8.6	6.9	4.5	3.5	26.4	12.3	29.1	17.3	(777)	
夫婦での旅行(子どもなし)	6.1	5.9	8.1	7.1	10.1	8.6	9.3	11.0	9.8	8.3	8.2	7.5	8.0	4.6	3.7	23.1	11.9	33.6	15.2	(764)	
子育て中の夫婦での旅行 (末子が18歳未満)	8.8	6.5	9.5	9.4	9.6	7.7	10.0	10.4	6.5	6.2	11.0	4.5	10.9	3.2	4.0	22.1	21.2	24.0	14.6	(136)	
子育て後の夫婦での旅行 (末子が18歳以上)	5.4	5.3	9.8	8.2	11.5	9.0	8.2	7.9	9.5	8.5	9.9	7.0	3.9	2.3	2.0	15.7	11.9	47.0	17.2	(1,184)	
友人旅行	5.3	7.3	10.6	6.7	9.7	9.8	8.2	8.2	8.9	8.5	10.7	6.1	5.4	3.8	1.9	24.2	11.9	35.9	16.9	(1,354)	
未婚男性による友人旅行	6.2	8.0	9.6	7.3	9.7	6.8	10.3	10.0	7.4	7.9	8.8	7.9	9.3	6.2	3.9	28.2	9.5	23.8	19.1	(336)	
既婚男性による友人旅行 (子どもなし)	7.2	11.9	14.9	5.0	16.0	6.7	5.7	5.5	2.4	3.2	14.4	7.1	0.0	0.0	1.4	29.9	14.5	35.5	18.6	(52)	
子育て中の男性による友人旅行 (末子が18歳未満)	1.4	9.5	12.4	10.8	6.4	8.4	14.1	15.3	4.5	9.0	3.8	4.4	6.1	2.1	1.4	24.0	15.7	28.7	22.0	(55)	
子育て後の男性による友人旅行 (末子が18歳以上)	2.9	6.2	10.5	5.0	12.2	12.0	5.0	5.5	11.4	11.9	11.0	6.3	0.9	1.5	0.0	26.5	11.8	39.2	20.0	(151)	
未婚女性による友人旅行	6.0	10.1	9.2	6.4	7.6	8.4	6.8	8.0	11.1	8.8	11.2	6.2	5.8	5.0	2.2	25.3	12.0	33.9	15.9	(369)	
既婚女性による友人旅行 (子どもなし)	5.2	4.1	11.0	6.0	5.5	10.8	9.1	8.2	13.1	11.7	11.1	4.3	6.1	2.4	0.9	16.0	9.5	46.1	19.1	(85)	
子育て中の女性による友人旅行 (末子が18歳未満)	11.7	6.9	11.2	2.2	9.2	12.1	10.2	7.4	0.0	8.7	13.9	6.4	8.8	3.1	0.0	31.9	6.8	33.3	16.1	(39)	
子育て後の女性による友人旅行 (末子が18歳以上)	4.1	2.9	12.2	7.8	12.1	14.4	8.2	6.7	8.3	6.7	12.5	4.0	2.6	2.0	0.8	16.8	15.1	50.6	12.0	(267)	
ひとり旅	5.7	6.2	9.0	7.5	9.6	8.8	7.4	11.0	10.3	6.9	7.9	9.7	6.2	3.1	3.2	21.2	11.4	37.7	17.1	(1,576)	
男性のひとり旅	6.2	6.1	9.3	8.0	10.2	8.7	7.0	11.6	10.7	5.7	7.7	8.6	6.9	3.5	3.3	22.8	11.6	34.2	17.8	(1,000)	
女性のひとり旅	4.8	6.4	8.5	6.6	8.7	9.0	8.0	9.8	9.7	8.9	8.1	11.5	5.1	2.4	3.2	18.4	11.2	43.9	15.8	(576)	

(注)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。

\*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ポイント以上高い

■全体の比率より10ポイント以上高い

■全体の比率より5ポイント以上高い

資料：(公財)日本交通公社「JTBF 旅行実態調査」

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(表I-2-16)

コロナ禍においては「列車」や「飛行機」等の公共交通機関の利用率が大幅に減少、「自家用車」の利用率が高まったが、2023年の「自家用車」利用率は40.2%と前年から12.5ポイント減となり、コロナ禍前の2019年と同程度の水準となった。一方、公共交通機関は「列車」対前年4.5ポイント増、「飛行機」対前年6.7ポイント増、「バス・貸切バス」対前年0.9ポイント増となった。

「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「小中高生の子どもと一緒に家族旅行」では6割を占めた。「夫婦・カップル旅行」も「自家用車」利用率が高く、特に、「子育て後の夫婦での旅行」では5.5割を占めた。「友人旅行」は「列車」利用率が高く、特に、女性において高い傾向にあった。「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5割弱を占める。一方、「自家用車」利用は男性で2割強、女性では1割にとどまった。

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			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	高速道路	新幹線・有料特急利用	新幹線・有料特急利用なし	新幹線・有料特急	JAL・ANA利用	JAL・ANA以外利用	バス・貸切バス	高速道路利用	高速道路利用なし	高速道路	その他				
2023年	40.2	32.3	7.9	29.6	22.7	6.9	22.1	16.8	5.3	4.2	2.9	2.4	0.5	1.0	(8,258)		
2022年	52.7	38.4	14.4	25.1	17.6	7.5	15.4	11.0	4.4	3.3	2.6	2.1	0.5	0.9	(6,050)		
2019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	(9,364)		
家族旅行	51.8	45.1	6.7	23.5	18.0	5.5	19.2	14.8	4.4	1.8	3.1	2.6	0.4	0.5	(2,308)		
乳幼児の子どもと一緒に家族旅行(小中高生を含まない)	52.7	44.8	7.8	21.9	16.0	5.9	18.8	14.7	4.1	0.8	5.4	4.6	0.7	0.5	(414)		
小中高生の子どもと一緒に家族旅行(乳幼児連れも含む)	58.0	51.9	6.1	18.9	14.7	4.2	17.9	14.4	3.5	1.3	3.2	3.0	0.2	0.6	(984)		
18歳以上のみの家族旅行	44.6	37.7	6.9	29.3	22.7	6.7	20.9	15.4	5.4	2.9	1.9	1.4	0.6	0.4	(910)		
3世代家族旅行*	54.0	47.0	7.0	21.8	15.8	6.0	17.8	12.7	5.1	1.1	4.5	4.0	0.6	0.7	(573)		
夫婦・カップル旅行	47.9	37.6	10.3	24.4	18.4	6.0	21.1	16.4	4.7	2.7	3.0	2.6	0.4	0.9	(2,861)		
カップルでの旅行	42.8	33.9	8.9	28.4	19.5	8.9	20.3	14.9	5.3	3.2	5.1	4.8	0.3	0.2	(777)		
夫婦での旅行(子どもなし)	43.9	36.2	7.7	26.2	19.8	6.5	23.8	17.5	6.3	1.6	3.5	2.7	0.8	0.9	(764)		
子育て中の夫婦での旅行(末子が18歳未満)	29.9	24.8	5.1	37.7	30.7	7.0	24.8	21.9	2.8	1.3	6.4	5.7	0.7	0.0	(136)		
子育て後の夫婦での旅行(末子が18歳以上)	56.0	42.5	13.5	19.1	15.3	3.7	19.4	16.0	3.4	3.3	0.9	0.8	0.1	1.3	(1,184)		
友人旅行	29.0	23.2	5.8	35.6	27.0	8.5	22.6	16.5	6.2	7.5	3.9	3.6	0.3	1.4	(1,354)		
未婚男性による友人旅行	28.3	23.1	5.2	26.8	21.3	5.6	29.9	20.3	9.6	6.2	7.7	6.6	1.1	1.0	(336)		
既婚男性による友人旅行(子どもなし)	54.1	52.2	1.9	20.7	16.9	3.7	21.9	14.6	7.3	1.7	0.0	0.0	0.0	1.7	(52)		
子育て中の男性による友人旅行(末子が18歳未満)	33.4	27.0	6.4	33.8	23.2	10.5	20.2	17.1	3.1	6.6	4.5	4.5	0.0	1.5	(55)		
子育て後の男性による友人旅行(末子が18歳以上)	48.7	35.7	12.9	26.1	19.0	7.1	14.7	13.2	1.5	6.9	0.8	0.8	0.0	2.8	(151)		
未婚女性による友人旅行	18.6	16.4	2.2	42.7	31.8	10.9	24.5	16.3	8.3	9.6	4.3	4.0	0.2	0.4	(369)		
既婚女性による友人旅行(子どもなし)	22.0	18.4	3.6	52.1	42.6	9.5	17.2	11.7	5.6	5.0	2.6	2.6	0.0	1.1	(85)		
子育て中の女性による友人旅行(末子が18歳未満)	30.5	26.8	3.7	34.0	23.6	10.4	26.2	19.8	6.4	2.5	6.7	6.7	0.0	0.0	(39)		
子育て後の女性による友人旅行(末子が18歳以上)	29.1	20.3	8.8	40.3	30.6	9.8	17.4	15.1	2.2	9.5	1.2	1.2	0.0	2.6	(267)		
ひとり旅	17.8	10.8	7.0	43.4	33.9	9.5	28.0	21.0	7.0	7.4	1.6	0.8	0.8	1.8	(1,576)		
男性のひとり旅	22.2	13.8	8.3	40.2	30.1	10.1	28.2	21.2	7.0	5.9	1.7	1.0	0.6	1.9	(1,000)		
女性のひとり旅	10.2	5.5	4.7	48.8	40.4	8.4	27.8	20.8	7.0	10.0	1.5	0.5	1.0	1.7	(576)		

(注)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。

\*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ポイント以上高い ■全体の比率より10ポイント以上高い ■全体の比率より5ポイント以上高い

資料：(公財)日本交通公社「JTB 旅行実態調査」



●旅行先での主な交通手段(表I-2-17)

旅行先での交通手段は、旅行先までの交通手段同様、多くのセグメントにおいて、前年と比較して「自家用車」が減少、「列車」や「路線バス」等の公共交通機関が増加した。

「家族旅行」での「自家用車」利用率は、「乳幼児の子どもと一緒に家族旅行」、「小中高生の子どもの一緒に家族旅行」、「3世代家族旅行」で高く、それぞれ5割を占めた。「夫婦・カップル旅行」は、「子育て後の夫婦での旅行」は5割弱が自家用車を利用した。「友人旅行」では、ライフステージによって特徴が

異なる。「未婚男性による友人旅行」では「レンタカー」が他セグメントに比べて顕著に高く、「子育て後の男性による友人旅行」では4割が「自家用車」であった。「未婚女性による友人旅行」では「列車」利用率が5割弱を占め、「子育て後の女性による友人旅行」では「貸切バス・定期観光バス」を2割弱が利用した。「ひとり旅」は、半数以上が「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。

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	レンタカー	路線バス	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等	船(フェリー、観光船、屋形船等)	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
マーケットセグメント													
2023年	36.5	32.9	14.2	13.9	8.1	5.5	5.3	3.4	2.8	1.7	0.6	8.2	(8,258)
2022年	45.5	25.2	10.2	10.6	6.2	3.9	2.9	2.5	2.4	1.1	0.8	12.3	(6,050)
2019年	37.5	29.7	13.6	14.1	8.5	7.3	8.1	3.9	2.9	1.4	1.1	7.2	(9,364)
家族旅行	46.8	25.9	15.4	10.2	8.5	3.7	5.3	3.6	2.6	1.3	0.2	7.8	(2,308)
乳幼児の子どもと一緒に家族旅行(小中高生を含まない)	49.1	22.1	18.8	9.5	6.9	4.4	6.2	5.9	2.6	1.9	0.0	6.7	(414)
小中高生の子どもの一緒に家族旅行(乳幼児連れも含む)	50.7	23.5	15.7	8.5	8.2	2.1	5.0	3.4	2.6	1.6	0.4	8.8	(984)
18歳以上のみの家族旅行	41.5	30.2	13.5	12.5	9.6	5.1	5.4	2.6	2.5	0.7	0.2	7.2	(910)
3世代家族旅行*	49.2	20.1	19.0	8.2	10.2	3.6	7.6	5.7	3.4	2.6	0.3	8.6	(573)
夫婦・カップル旅行	41.8	26.5	14.9	12.1	7.2	6.1	4.9	3.2	2.8	1.4	0.7	7.9	(2,861)
カップルでの旅行	38.3	34.8	17.7	13.3	8.9	2.7	7.5	3.1	1.9	1.9	0.5	6.1	(777)
夫婦での旅行(子どもなし)	39.6	29.2	15.3	13.0	7.9	4.3	5.1	3.1	3.3	1.3	0.4	7.5	(764)
子育て中の夫婦での旅行(末子が18歳未満)	22.6	36.8	37.4	17.5	14.3	4.8	12.6	6.5	3.7	6.3	0.0	4.2	(136)
子育て後の夫婦での旅行(末子が18歳以上)	47.7	18.1	10.2	10.1	4.9	9.7	2.3	3.0	3.0	0.5	1.1	9.8	(1,184)
友人旅行	27.2	35.5	18.0	15.1	9.4	8.2	5.8	3.9	3.1	1.7	0.5	8.3	(1,354)
未婚男性による友人旅行	27.6	35.9	29.1	13.3	8.7	4.7	13.0	4.4	2.8	3.1	0.3	5.6	(336)
既婚男性による友人旅行(子どもなし)	42.6	23.7	16.2	14.9	7.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	15.2	(52)
子育て中の男性による友人旅行(末子が18歳未満)	34.1	38.6	20.4	18.7	5.2	9.9	6.6	3.3	3.6	1.9	0.0	9.9	(55)
子育て後の男性による友人旅行(末子が18歳以上)	42.6	18.1	12.3	5.4	8.0	6.7	1.9	2.1	4.6	0.6	1.2	17.1	(151)
未婚女性による友人旅行	16.8	49.3	16.2	23.3	10.3	6.2	5.3	4.6	3.0	1.4	0.0	5.8	(369)
既婚女性による友人旅行(子どもなし)	25.7	40.9	16.0	19.3	11.7	6.9	4.1	9.6	1.8	1.6	1.0	3.3	(85)
子育て中の女性による友人旅行(末子が18歳未満)	28.3	43.7	17.7	13.9	6.4	2.5	10.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	(39)
子育て後の女性による友人旅行(末子が18歳以上)	28.1	24.9	10.6	9.9	11.0	18.4	0.7	2.9	4.3	1.3	1.2	11.3	(267)
ひとり旅	19.1	53.3	8.7	21.7	7.7	4.2	5.6	3.6	2.5	3.0	1.1	9.0	(1,576)
男性のひとり旅	22.0	49.4	11.0	18.8	7.3	2.8	5.2	3.4	2.2	3.1	1.0	9.7	(1,000)
女性のひとり旅	14.1	60.1	4.7	26.7	8.4	6.7	6.3	3.9	3.1	2.8	1.2	7.7	(576)

(注)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。

\*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ポイント以上高い

■全体の比率より10ポイント以上高い

■全体の比率より5ポイント以上高い

資料: (公財)日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

④マーケットセグメントと最も楽しみにしていたこと(表I-2-18)

「おいしいものを食べること」は、「18歳以上のみの家族旅行」、「3世代家族旅行」、「カップルでの旅行」、「夫婦での旅行(子どもなし)」、「未婚男性・女性による友人旅行」、「子育て後の女性による友人旅行」、「男性のひとり旅」等において最多となった。「温泉に入ること」は、「子育て後の夫婦での旅行」で最多となった。「自然景観を見ること」は突出して目立つセグメントはない。「観光・文化施設を訪れること」は、「家族旅行」

において全体よりも高い。「芸術・音楽・スポーツ等の観劇・鑑賞・観戦」は「女性のひとり旅」、「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。

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)別の最も楽しみにしていたこと

(単位：%)

最も楽しみにしていたこと	おいしいものを食べること	温泉に入ること	自然景観を見ること	(史跡、寺社仏閣等)を見ること	観光・文化施設(水族館や美術館、テーマパーク等)を訪れること	芸術・音楽・スポーツ等の観劇・鑑賞・観戦	スポーツやアウトドア活動を楽しむこと	街や都市を訪れること	帰省、冠婚葬祭関連、親族や知人訪問	目当ての宿泊施設に泊まること	自然の豊かさを体験すること	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
マーケットセグメント																
2023年	20.7	14.3	10.4	9.6	9.3	6.1	5.9	4.9	3.9	3.6	3.5	2.9	2.2	1.0	1.8	(8,258)
2022年	21.3	18.4	9.5	8.2	8.5	5.4	6.2	3.5	3.8	5.0	3.0	2.9	1.8	0.7	1.9	(6,050)
2019年	18.7	15.4	12.2	11.7	9.3	5.0	6.2	4.0	4.0	2.5	3.2	2.9	1.9	1.0	2.1	(9,364)
家族旅行	19.8	15.0	9.3	8.0	15.6	3.5	5.0	3.9	4.0	4.5	3.8	3.3	1.7	1.3	1.4	(2,308)
乳幼児の子どもと一緒に家族旅行(小中高生を含まない)	16.8	13.3	7.8	6.0	22.7	1.0	6.7	4.8	4.8	4.0	4.6	3.5	0.9	2.5	0.5	(414)
小中高生の子どもと一緒に家族旅行(乳幼児連れも含む)	18.0	13.9	7.9	7.5	19.2	2.4	6.6	3.7	4.0	4.8	3.6	3.2	2.2	0.8	2.2	(984)
18歳以上のみの家族旅行	23.1	17.2	11.5	9.5	8.4	5.8	2.4	3.6	3.6	4.4	3.7	3.3	1.4	1.2	0.9	(910)
3世代家族旅行*	18.8	17.3	9.2	8.1	16.3	0.9	4.9	3.4	5.0	4.4	3.4	3.4	1.5	2.0	1.5	(573)
夫婦・カップル旅行	22.4	18.2	12.3	10.5	7.0	2.9	4.3	5.0	2.6	4.2	3.6	3.2	1.6	1.1	1.0	(2,861)
カップルでの旅行	25.1	14.5	10.1	8.0	11.6	3.7	4.3	6.1	1.6	3.8	3.5	3.7	2.0	1.4	0.7	(777)
夫婦での旅行(子どもなし)	23.6	19.3	11.3	8.5	6.6	3.1	5.7	5.0	3.3	3.1	4.8	2.7	1.2	1.0	0.9	(764)
子育て中の夫婦での旅行(末子が18歳未満)	15.4	9.3	15.4	13.4	9.2	2.1	2.9	7.0	1.3	2.8	5.1	4.2	4.0	5.2	2.6	(136)
子育て後の夫婦での旅行(末子が18歳以上)	20.7	20.9	14.0	13.2	4.0	2.4	3.7	4.1	2.9	5.2	2.8	3.0	1.4	0.6	1.1	(1,184)
友人旅行	22.4	11.9	9.4	8.7	9.2	7.8	9.8	3.1	2.1	3.0	3.7	2.5	3.4	0.9	2.1	(1,354)
未婚男性による友人旅行	25.3	8.7	9.9	9.3	9.1	5.5	9.8	5.2	3.2	1.5	3.6	2.8	4.1	0.6	1.4	(336)
既婚男性による友人旅行(子どもなし)	32.4	7.7	1.7	7.0	4.6	6.6	34.0	2.2	2.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.4	(52)
子育て中の男性による友人旅行(末子が18歳未満)	12.5	11.0	3.7	15.3	4.7	7.3	22.1	7.2	1.9	3.0	0.0	4.9	3.3	0.0	3.1	(55)
子育て後の男性による友人旅行(末子が18歳以上)	17.4	17.3	8.5	8.6	3.1	5.0	18.8	3.2	2.2	3.3	2.9	2.2	0.5	2.5	4.4	(151)
未婚女性による友人旅行	19.0	11.6	8.5	7.5	16.3	14.1	5.4	1.9	1.1	3.2	4.7	1.6	3.3	0.5	1.2	(369)
既婚女性による友人旅行(子どもなし)	26.4	14.4	11.3	5.7	9.2	5.5	7.7	1.0	1.4	2.3	1.3	7.6	4.1	0.0	2.1	(85)
子育て中の女性による友人旅行(末子が18歳未満)	37.8	6.4	6.5	2.5	0.0	4.2	14.5	3.7	2.0	5.6	0.0	2.0	8.7	3.1	3.1	(39)
子育て後の女性による友人旅行(末子が18歳以上)	22.8	14.1	13.0	10.2	6.0	5.1	3.5	2.1	2.3	5.0	5.7	2.0	4.2	1.2	2.8	(267)
ひとり旅	17.4	7.3	10.1	10.8	4.5	14.3	6.8	8.0	7.5	1.8	2.6	2.2	3.0	0.6	3.2	(1,576)
男性のひとり旅	16.9	9.0	9.0	11.7	3.9	11.8	8.1	10.0	6.4	1.3	2.4	2.5	2.9	0.5	3.8	(1,000)
女性のひとり旅	18.1	4.5	11.9	9.3	5.6	18.6	4.5	4.4	9.4	2.7	3.1	1.9	3.2	0.7	2.2	(576)

(注)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。

\*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ポイント以上高い ■全体の比率より10ポイント以上高い ■全体の比率より5ポイント以上高い

資料：(公財)日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

⑤マーケットセグメントと宿泊施設(表I-2-19)

前年同様、すべてのセグメントにおいて「ホテル」がトップを占めた。「ビジネスホテル」は「ひとり旅」で、「リゾートホテル」は「子ども(乳幼児・小中高生)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、「シティホテル」は「カップルでの旅行」等で高い利用率となった。

「旅館」は「3世代家族旅行」で、「実家・親戚・知人宅」は「女性のひとり旅」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	キャンプ・オートキャンプ	公共の宿	ゲストハウス	民泊	その他	サンプル数		
	ビジネスホテル	リゾートホテル	シティホテル	旅館(比較的規模大)	旅館(比較的規模小)											
2023年	64.9	26.8	21.7	20.6	25.0	15.2	10.4	6.0	3.3	2.3	2.1	1.4	1.2	0.6	1.6	(8,258)
2022年	61.7	23.0	23.6	19.0	27.9	15.4	13.0	5.6	3.2	2.3	2.5	1.8	1.0	0.6	1.6	(6,050)
2019年	62.2	24.3	22.9	19.4	27.0	16.9	10.8	7.4	4.2	2.5	1.7	1.8	-	-	1.8	(9,364)
家族旅行	59.8	16.8	28.4	18.7	30.1	19.5	11.5	5.9	3.6	3.2	3.1	1.6	0.9	0.8	0.9	(2,308)
乳幼児の子どもと一緒に家族旅行(小中高生を含まない)	52.1	14.3	29.3	13.6	33.9	24.5	10.8	5.0	6.3	4.6	4.7	2.6	1.4	1.4	0.5	(414)
小中高生の子どもと一緒に家族旅行(乳幼児連れも含む)	63.2	17.4	31.0	19.8	27.0	18.2	9.4	5.7	3.5	2.2	3.2	1.7	0.6	0.6	1.5	(984)
18歳以上のみの家族旅行	59.5	17.2	25.1	19.8	31.9	18.7	14.1	6.4	2.6	3.7	2.2	1.0	1.0	0.8	0.3	(910)
3世代家族旅行*	51.3	10.9	30.4	13.2	40.2	29.7	12.2	5.4	6.4	5.2	2.4	3.4	1.0	1.2	1.1	(573)
夫婦・カップル旅行	64.9	21.4	25.4	22.9	28.9	17.3	12.2	4.1	3.0	2.6	1.6	1.4	0.7	0.5	1.5	(2,861)
カップルでの旅行	69.6	25.3	24.9	25.9	25.9	13.9	12.4	3.7	2.9	2.6	1.6	0.5	0.8	0.6	0.5	(777)
夫婦での旅行(子どもなし)	64.9	25.6	21.5	20.2	27.7	16.2	12.0	4.6	3.4	2.0	1.6	1.2	0.7	0.2	2.1	(764)
子育て中の夫婦での旅行(末子が18歳未満)	73.7	25.4	26.3	33.2	21.2	9.1	13.6	2.6	8.3	3.2	3.3	2.3	0.9	2.2	1.5	(136)
子育て後の夫婦での旅行(末子が18歳以上)	60.9	15.7	28.2	21.4	32.5	21.2	11.9	4.3	2.2	2.8	1.4	1.9	0.7	0.5	1.6	(1,184)
友人旅行	64.0	28.3	19.4	20.0	24.3	14.3	10.5	5.7	4.8	2.0	1.9	1.0	1.8	0.8	1.3	(1,354)
未婚男性による友人旅行	67.2	29.5	17.6	23.2	20.9	12.4	8.5	8.2	5.3	1.0	1.6	0.9	3.5	0.6	0.3	(336)
既婚男性による友人旅行(子どもなし)	54.4	27.2	10.7	22.8	21.2	18.9	6.0	9.7	4.4	3.6	5.9	0.0	0.0	2.3	0.0	(52)
子育て中の男性による友人旅行(末子が18歳未満)	59.5	32.6	19.7	14.4	31.2	22.3	8.9	1.9	4.8	2.6	3.6	2.1	2.1	1.5	1.5	(55)
子育て後の男性による友人旅行(末子が18歳以上)	56.0	27.2	22.2	11.3	30.6	20.6	10.6	3.8	3.7	4.0	0.6	1.8	0.6	2.9	1.9	(151)
未婚女性による友人旅行	69.2	36.1	17.6	20.2	18.9	10.8	8.0	6.6	5.3	1.1	2.7	0.7	2.6	0.2	0.3	(369)
既婚女性による友人旅行(子どもなし)	64.3	28.2	14.6	21.6	22.6	10.0	12.6	2.5	6.3	0.0	1.4	0.0	0.0	0.0	7.0	(85)
子育て中の女性による友人旅行(末子が18歳未満)	54.8	21.2	9.6	24.0	23.3	7.2	16.0	3.7	2.2	6.1	2.5	0.0	2.5	4.8	0.0	(39)
子育て後の女性による友人旅行(末子が18歳以上)	61.3	17.3	27.2	19.9	32.5	17.5	15.9	3.7	4.2	2.8	1.1	1.4	0.0	0.0	2.2	(267)
ひとり旅	73.9	50.7	7.1	19.7	10.5	5.2	5.5	10.1	2.1	0.8	2.0	1.4	2.1	0.5	3.1	(1,576)
男性のひとり旅	74.1	52.3	7.1	17.8	11.6	5.7	6.2	7.6	2.0	0.7	2.5	1.2	2.8	0.5	3.9	(1,000)
女性のひとり旅	73.6	47.7	7.1	23.0	8.4	4.2	4.2	14.3	2.3	0.8	1.1	1.8	1.0	0.5	1.8	(576)

(注)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。

\*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ポイント以上高い

■全体の比率より10ポイント以上高い

■全体の比率より5ポイント以上高い

資料: (公財)日本交通公社「JTBF 旅行実態調査」

## ⑥マーケットセグメントと宿泊数(表I-2-20)

「ひとり旅」は平均宿泊数が2.00泊と長い傾向にある。スケジュール面等の制約の少なさ等が影響しているためと考えられる。特に、「女性のひとり旅」は2.05泊と男性よりも長い。

逆に、宿泊数が短い傾向にあるのは「友人旅行」の1.71泊で

あった。それぞれ異なる勤め先や家庭の都合をもつ者が一緒に旅行することが、短い平均宿泊数の背景になっていると考えられる。

(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

(単位：%) (単位：泊)

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		
2023年	49.7	30.2	12.3	3.9	3.9	1.85	(8,258)
2022年	59.5	24.3	9.2	3.3	3.8	1.71	(6,050)
2019年	50.7	29.2	12.1	3.7	4.4	1.85	(9,364)
家族旅行	50.2	29.3	13.5	3.9	3.1	1.82	(2,308)
乳幼児の子どもと一緒に家族旅行 (小中高生を含まない)	46.6	30.5	12.9	5.3	4.8	1.93	(414)
小中高生の子どもと一緒に家族旅行 (乳幼児連れも含む)	51.3	28.4	14.4	3.7	2.1	1.78	(984)
18歳以上のみの家族旅行	50.6	29.8	12.7	3.4	3.5	1.82	(910)
3世代家族旅行*	43.3	29.9	17.3	5.3	4.1	1.99	(573)
夫婦・カップル旅行	49.4	30.0	12.3	4.3	4.0	1.87	(2,861)
カップルでの旅行	53.1	28.4	11.2	4.1	3.2	1.78	(777)
夫婦での旅行(子どもなし)	49.2	27.8	13.5	5.2	4.3	1.91	(764)
子育て中の夫婦での旅行 (末子が18歳未満)	26.4	38.7	19.5	8.8	6.6	2.32	(136)
子育て後の夫婦での旅行 (末子が18歳以上)	49.7	31.4	11.4	3.3	4.1	1.85	(1,184)
友人旅行	53.5	31.2	10.2	2.7	2.4	1.71	(1,354)
未婚男性による友人旅行	40.2	38.9	13.8	4.8	2.3	1.92	(336)
既婚男性による友人旅行 (子どもなし)	50.6	26.6	15.7	2.7	4.4	1.84	(52)
子育て中の男性による友人旅行 (末子が18歳未満)	56.9	25.4	14.0	2.1	1.6	1.66	(55)
子育て後の男性による友人旅行 (末子が18歳以上)	61.5	27.4	10.0	0.0	1.1	1.53	(151)
未婚女性による友人旅行	55.7	29.8	8.8	3.3	2.4	1.69	(369)
既婚女性による友人旅行 (子どもなし)	62.2	32.4	4.3	1.0	0.0	1.44	(85)
子育て中の女性による友人旅行 (末子が18歳未満)	70.6	29.4	0.0	0.0	0.0	1.29	(39)
子育て後の女性による友人旅行 (末子が18歳以上)	57.5	27.6	9.3	1.7	3.9	1.72	(267)
ひとり旅	46.2	30.8	12.2	4.2	6.5	2.00	(1,576)
男性のひとり旅	46.4	31.7	12.0	4.1	5.9	1.97	(1,000)
女性のひとり旅	45.9	29.4	12.7	4.5	7.5	2.05	(576)

(注)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。

\*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ポイント以上高い ■全体の比率より10ポイント以上高い ■全体の比率より5ポイント以上高い

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

資料：(公財)日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

# I-3 日本人の海外旅行

## ■ 2023年の概況

2023年の日本人出国者数は  
パンデミックによる減少から回復基調にあるが  
1,000万人に至らず

デミックの発生により出国者数は大きく減少し、2023年現在でも、2019年水準の50%にまだ至っていない(表I-3-1、図I-3-1)。

### (2) 主な要因

2020年初頭に発生した新型コロナウイルス感染症によるパンデミックにおける渡航制限のあおりがある中、全世界的な円安傾向が拍車をかけ、日本人の海外への渡航意欲が、減退していると推察される。

2024年1~6月の出国者数は5,798千人で前年同期比60.4%増、2019年同期比39.2%減となった(法務省「出入国管理統計」1~5月:月報、6月:速報値)。今後も、為替の影響等が懸念されるものの段階的に回復傾向になるものと期待される。

### (1) 日本人出国者の動向

法務省の「出入国管理統計」によると、日本人出国者数は2019年には過去最高記録の20,081千人となり、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。

しかし、その後、新型コロナウイルス感染症によるパン

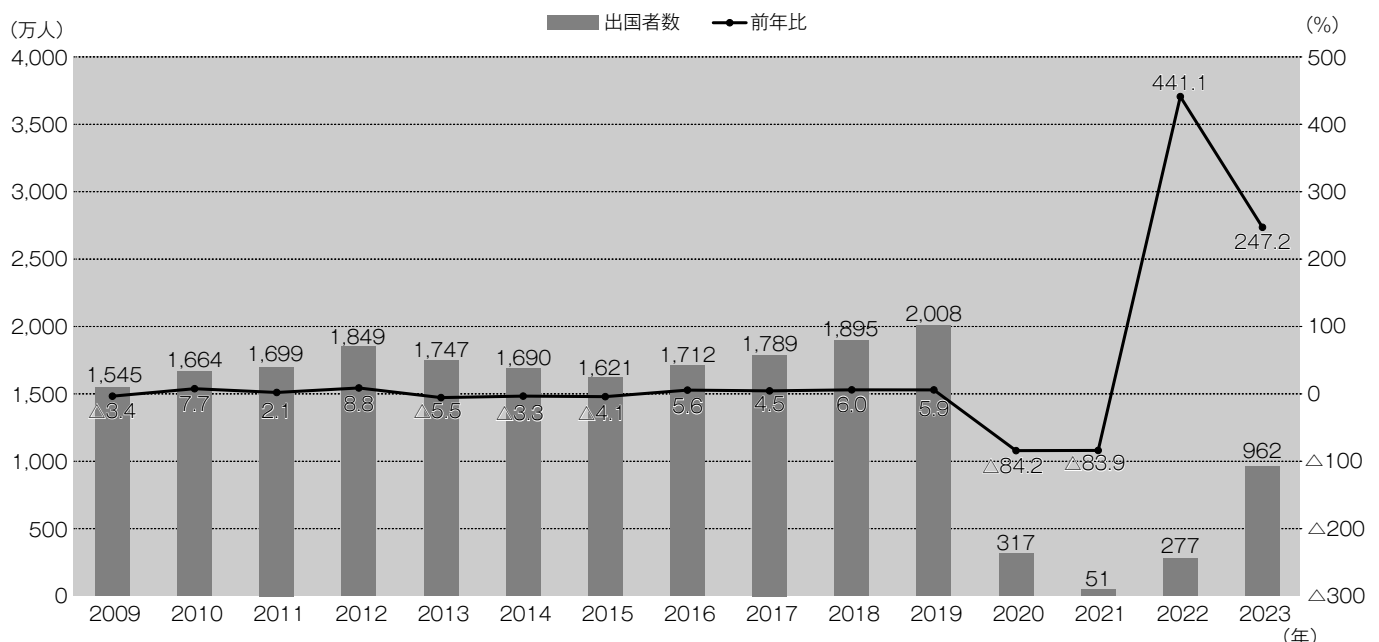
表 I-3-1 日本人出国者数の推移

(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		
		前年比(%)	前年比(%)	前年比(%)	前年比(%)			
2019年	20,081	5.94	14,257	4	1,494	47.3	4,330	2.1
2020年	3,174	△84.19	-	-	-	-	-	-
2021年	512	△83.86	-	-	-	-	-	-
2022年	2,772	441.10	-	-	-	-	-	-
2023年	9,624	247.22	6,615	-	918	-	2,091	-

(注1)各年の値は年間確報による。  
 (注2)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3)「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、2020~2022年は海外旅行を実施した票を得られなかったため、年間値の該当数値は公表されていない。  
 資料:法務省「出入国管理統計」及び観光庁「旅行・観光消費動向調査」をもとに(公財)日本交通公社作成

図 I-3-1 日本人出国者数の推移



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) 日本人出国者数の内訳

●性・年代別(表I-3-2, 図I-3-2)

2023年の出国者数は渡航制限の影響のあった前年を全体として上回った。年代別では、男女ともに70代以上の前年からの回復が著しい。

しかし、2019年時と比較すると、男性の30代~60代、女性の40代・60代以上を中心に、回復が鈍い。

旅行平均回数では、女性20代が0.21回となり、2019年以前同様、男女の他の世代を大きく引き離す。

一方で、男性の30代~50代の旅行平均回数が2019年時と比較し、最も回復が鈍く、出張・業務での渡航の頻度が抑えられていることが推察される。コロナ禍の影響で、オンラインミーティングの環境が整備され、海外出張については、現地に赴く必要性に応じて行っている現状があると考えられる。

表 I-3-2 性・年代別の日本人出国者数(2023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	
延べ出国者数(千人)	194	289	701	773	996	1,048	607	326	4,932	
前年比(%)	136.1	231.7	261.6	187.6	179.2	192.6	232.4	318.8	207.0	
2019年比(%)	△48.8	△46.0	△48.2	△57.0	△58.6	△52.5	△53.4	△49.3	△53.6	
旅行平均回数(回/人)	0.04	0.05	0.11	0.11	0.11	0.12	0.08	0.03	0.08	
前年比(%)	142.1	235.3	260.0	192.5	187.1	185.1	238.2	313.3	208.3	
2019年比(%)	△45.1	△44.3	△48.2	△55.1	△56.0	△55.9	△49.7	△52.2	△53.1	

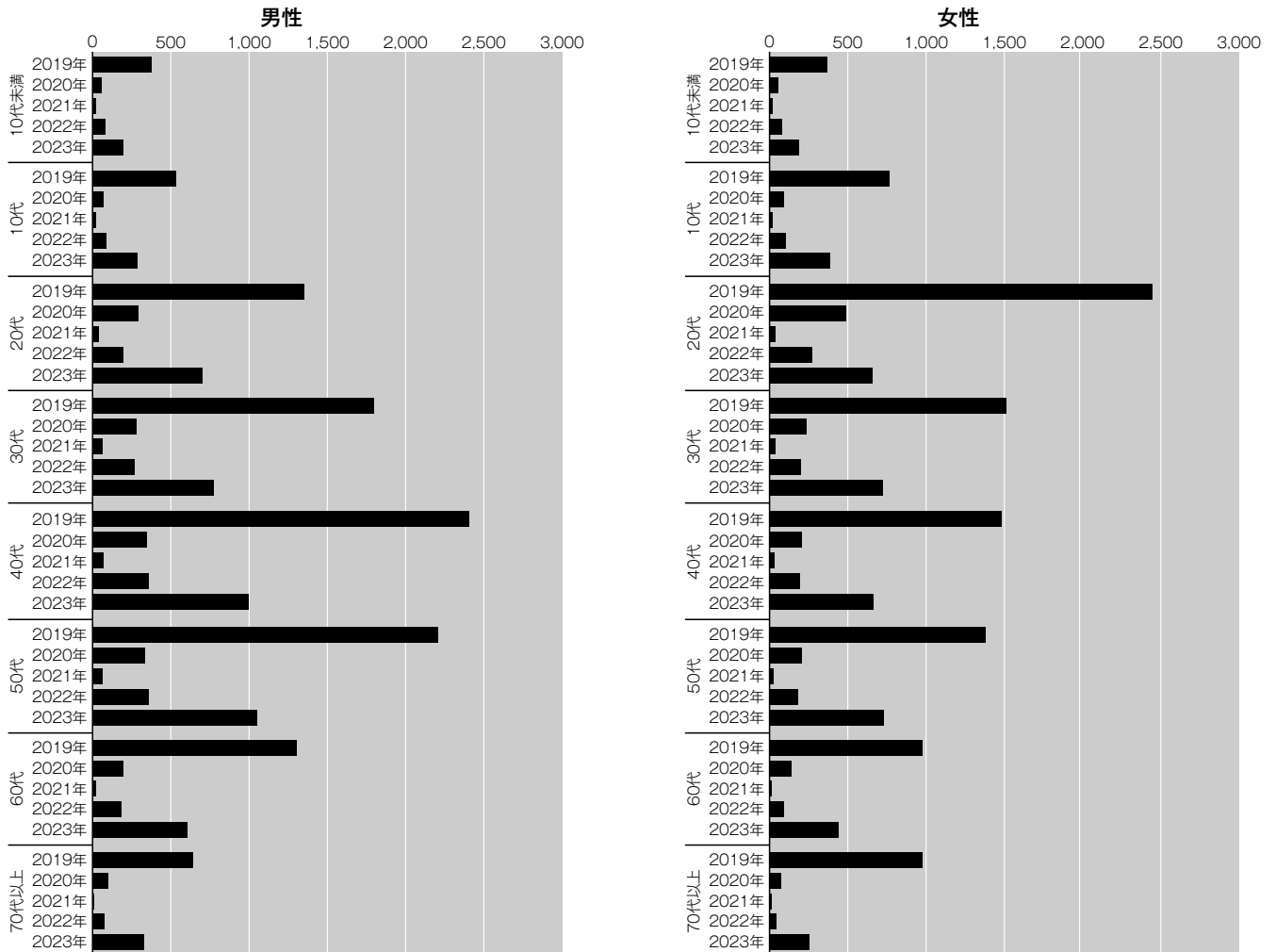
  

	女性	年代								全体
		10代未満	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代以上	
延べ出国者数(千人)	189	387	661	727	666	732	440	253	4,692	
前年比(%)	137.4	271.9	374.5	263.6	246.9	306.7	378.4	474.5	302.7	
2019年比(%)	△49.0	△49.4	△46.9	△51.9	△55.1	△47.0	△55.0	△52.2	△50.4	
旅行平均回数(回/人)	0.04	0.07	0.21	0.11	0.08	0.08	0.06	0.02	0.07	
前年比(%)	143.4	275.9	374.2	270.8	256.8	297.0	388.0	467.7	304.5	
2019年比(%)	△45.3	△47.7	△47.3	△49.5	△52.1	△50.7	△51.0	△54.6	△50.0	

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

図 I-3-2 性・年代別の日本人出国者数の推移(2019~2023年)

(単位:千人)



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)

出国者数を出発月別に見てみると、コロナ禍から段階的に回復が見られるが、7月以降に大きな傾向が見られる。

夏休みという時期性、訪日旅行者の急激な回復、特に、中国からの団体旅行の解禁等のニュースもあり、日本人の海外渡航への意欲の増加が出てきた時期と推察される。

●居住地別(表I-3-4)

居住地別で見ると、すべての地域で前年を大きく上回った。

特に、北陸信越での前年からの回復伸長が著しい。一方2019年との比較では、北海道、東北、沖縄での回復が特に鈍い。国際線の復便が地方空港を中心に遅れており、その影響を受けているものと推察される。

表 I-3-3 出発月別の日本人出国者数(2023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)	443	538	694	560	676	703	892	1,201	1,005	938	1,027	948	9,624
	前年比(%)	490.9	1045.7	882.3	333.7	404.1	310.0	220.8	210.8	214.8	168.3	170.9	119.3	247.2
	2019年比(%)	△69.5	△65.0	△64.0	△66.4	△53.0	△53.8	△46.3	△43.1	△42.6	△43.6	△37.5	△44.6	△52.1
	旅行平均回数(回/人)	0.004	0.004	0.006	0.004	0.005	0.006	0.007	0.010	0.008	0.008	0.008	0.008	0.077
観光・レクリエーション	延べ出国者数(千人)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6,615
	前年比(%)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	2019年比(%)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	△53.6
	旅行平均回数(回/人)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.053
帰省・知人訪問等	延べ出国者数(千人)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	918
	前年比(%)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	2019年比(%)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	△38.5
	旅行平均回数(回/人)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.007
出張・業務	延べ出国者数(千人)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2,091
	前年比(%)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	2019年比(%)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	△51.7
	旅行平均回数(回/人)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.017

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

表 I-3-4 居住地別の日本人出国者数(2023年)

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)	155	186	4,589	208	934	1,662	268	115	592	69	9,624
	前年比(%)	333.4	307.1	245.5	1103.0	303.7	333.0	340.3	368.1	411.4	302.9	247.2
	2019年比(%)	△73.5	△77.9	△49.0	△66.4	△63.3	△60.3	△55.3	△68.2	△42.6	△73.0	△52.1
	旅行平均回数(回/人)	0.030	0.022	0.104	0.033	0.060	0.082	0.038	0.032	0.047	0.047	0.077
観光・レクリエーション	延べ出国者数(千人)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	前年比(%)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	2019年比(%)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	旅行平均回数(回/人)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
帰省・知人訪問等	延べ出国者数(千人)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	前年比(%)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	2019年比(%)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	旅行平均回数(回/人)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
出張・業務	延べ出国者数(千人)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	前年比(%)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	2019年比(%)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	旅行平均回数(回/人)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

(注)「外国」、「不詳」の区分が含まれていない関係により、居住地別の延べ出国者数の合計と全体の値は一致しない。

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

**2 着地別(国・地域別)の旅行動向**  
 差異はあるもののコロナ禍からの回復基調が進む

(1) 着地別(国・地域別)の日本人出国者数(表I-3-5)

日本政府観光局(JNTO)の公表データをもとに日本人出国者数の近年の動向を見る。

コロナ禍の影響を受け、2020～2022年は2019年と比較して、

大きく減少している(2022年時でも、2019年時の10～25%水準)。直近、2022年では、主要な旅行先の中でも、「アメリカ(ハワイ州)」、「韓国」、一部東南アジアへの渡航が多く、これらの国・地域で上位10位を占めている。

ヨーロッパ諸国については、「ドイツ」等西ヨーロッパを中心にコロナ禍からの回復基調が確認でき、2022年時点で2019年時と比較して、20～30%水準となっている。前述のアメリカや韓国、東南アジア等と比較しても、渡航者のボリュームは少ないものの回復の割合は高い。

表 I-3-5 主要エリアへの日本人出国者数

(単位：人、%)

訪問先	2018年	前年比	2019年	前年比	2020年	前年比	2021年	前年比	2022年	前年比
アジア	中国	2,689,662	100.4	2,676,334	99.5	—	—	—	—	—
	韓国	2,948,527	127.6	3,271,706	111.0	430,742	13.2	15,265	3.5	296,867
	台湾	1,969,151	103.7	2,167,952	110.1	269,659	12.4	10,056	3.7	87,616
	タイ	1,655,996	107.2	1,806,438	109.1	322,677	17.9	24,279	7.5	—
	香港	852,192	104.8	660,883	77.6	23,341	3.5	334	1.4	7,077
	シンガポール	829,676	98.0	884,308	106.6	125,879	14.2	5,920	4.7	132,107
	ベトナム	826,674	103.6	951,962	115.2	205,274	21.6	9,300	4.5	174,720
	マレーシア	394,540	100.4	424,694	107.6	74,383	17.5	3,114	4.2	—
	インドネシア	530,573	92.5	519,623	97.9	92,228	17.7	5,952	6.5	73,913
	フィリピン	631,821	108.2	682,788	108.1	136,664	20.0	15,024	11.0	100,274
	マカオ	188,917	57.5	192,156	101.7	15,201	7.9	485	3.2	1,658
	インド	236,236	106.2	238,903	101.1	48,191	20.2	15,358	31.9	—
	カンボジア	210,471	103.5	207,636	98.7	41,257	19.9	2,011	4.9	29,733
トルコ	81,931	177.5	103,320	126.1	19,122	18.5	7,153	37.4	30,610	
オセアニア	グアム	566,588	91.3	687,566	121.4	144,291	21.0	4,184	2.9	23,659
	オーストラリア	469,233	108.0	498,645	106.3	91,701	18.4	1,864	2.0	79,382
	北マリアナ諸島	27,291	53.6	17,121	62.7	9,870	57.6	54	0.5	2,134
ヨーロッパ	ドイツ	613,248	104.9	614,638	100.2	95,782	15.6	28,001	29.2	132,213
	フランス	540,169	111.5	—	—	—	—	—	—	—
	スイス	211,945	93.4	212,617	100.3	17,138	8.1	5,714	33.3	36,361
	イタリア	384,004	99.5	372,979	97.1	83,839	22.5	14,350	17.1	101,422
	スペイン	547,182	123.8	677,658	123.8	112,916	16.7	29,368	26.0	124,290
	オーストリア	220,198	105.7	256,355	116.4	36,849	14.4	5,509	15.0	27,257
	イギリス	428,952	173.8	388,839	90.6	—	0.0	10,154	—	115,289
	オランダ	119,000	101.7	131,000	110.1	22,000	16.8	11,000	50.0	29,000
	クロアチア	159,574	112.3	150,217	94.1	7,360	4.9	4,770	64.8	11,856
	チェコ	129,119	112.3	147,760	114.4	25,301	17.1	5,221	20.6	22,283
	ベルギー	84,508	123.8	92,207	109.1	14,428	15.6	5,272	36.5	19,732
	フィンランド	113,000	90.7	119,104	105.4	26,201	22.0	5,897	22.5	16,298
ロシア	105,251	103.4	112,286	106.7	12,822	11.4	—	—	—	
北中米	アメリカ	3,493,313	97.2	3,752,980	107.4	696,727	18.6	121,519	17.4	597,330
	(ハワイ州)	1,489,778	93.8	1,576,205	105.8	289,138	18.3	18,936	6.5	192,562
	カナダ	260,755	85.7	260,374	99.9	31,626	12.1	11,473	36.3	53,216
	メキシコ	156,471	103.6	153,894	98.4	41,349	26.9	27,423	66.3	51,985

(注1) アメリカの数値には、アメリカ合衆国本土(全米50州とコロンビア特別区)への入国者のほか、北マリアナ諸島、グアム、米領サモア、プエルトリコ、米領バージン諸島等への地域への入域者を含む。  
 (注2) 本表には国境到着者数、ホテル到着者数等の統計が混在しており、集計基準が異なるため、同一指標としての比較はできない。  
 (注3) 一部のデータは未公表のため非掲載。

資料：日本政府観光局公表データをもとに(公財)日本交通公社作成



(2) 着地別(国・地域別)の旅行内容

ここでは、観光・レクリエーションを目的とする海外旅行に  
しほり、日本人の海外旅行の実態を詳しく見ていく。なお、分  
析に用いた表データはすべて「JTBF 旅行実態調査」(6ページ  
参照)による。

① 旅行先とマーケットセグメント(表I-3-6)

同行者タイプについては、全体では「夫婦・カップル」が最  
も多く、次いで「家族」、「ひとり」、「友人」、の順となった。「夫  
婦・カップル」の中でもシェアが高いのが「夫婦旅行(子どもな  
し)」であり、全体の約15%を占めている。

セグメント別の旅行先を見ると、「家族旅行」での旅行先  
は高い順に、「グアム・サイパン」(40.3%)、「シンガポール」  
(39.6%)、「ハワイ」(35.2%)となり、特に子ども連れや3世代旅

行の場合にはグアム・サイパンやハワイ等、ビーチリゾートが  
選択される傾向にある。

「夫婦・カップル旅行」では、カップルや子どものいない夫婦  
旅行と子育て後の夫婦旅行で傾向が異なる。前者では「南太  
平洋」や「グアム・サイパン」及びヨーロッパの割合が高い一  
方で、後者では、「カナダ」、東南アジア、ヨーロッパの傾向が高  
い。子育て中の夫婦旅行は実施割合自体が小さく、全体のう  
ち2.1%となった。

「友人旅行」では、アクセスのしやすい東アジア、東南アジア  
の割合が比較的高く、特に「韓国」や「タイ」、「インドネシア(バ  
リ)」が多く選択されている。

「ひとり旅」では、全体的に女性よりも男性の割合が高いが、  
男性は「カナダ」や東南アジア、女性は「ドイツ」や「イギリス」、  
「その他東南アジア」の割合が高い結果となった。

表I-3-6 旅行先(国・地域)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・カップル旅行					友人旅行						ひとり旅			サ ン プ ル 数				
	子ども連れ		大人のみ	3世代*	カ ッ プ ル	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					
2023年	24.1	4.0	8.2	11.9	5.0	33.0	6.9	14.5	2.1	9.5	19.3	4.7	0.5	1.1	1.2	8.2	1.4	1.8	0.5	19.5	11.6	7.9	4.1	(2,001)
2019年	22.8	3.3	8.8	10.7	5.1	35.5	6.6	11.0	2.6	15.3	22.4	4.3	0.9	1.4	2.5	6.5	1.5	0.7	4.7	17.2	10.4	6.8	2.1	(4,559)
韓国	26.4	3.0	8.5	15.0	5.4	22.2	7.9	6.3	3.1	4.9	29.5	5.1	0.6	0.6	0.5	15.7	3.4	2.2	1.3	17.0	8.2	8.8	5.0	(517)
中国	33.6	11.7	10.7	11.2	12.5	26.3	6.9	5.9	8.9	4.6	11.0	2.5	3.0	0.0	0.0	2.9	2.7	0.0	0.0	20.9	9.7	11.2	8.2	(42)
台湾	23.9	3.8	5.8	14.3	4.7	33.8	6.7	11.8	2.4	12.9	18.1	5.5	1.3	0.9	0.7	5.9	1.9	2.0	0.0	17.4	11.6	5.8	6.8	(287)
香港・マカオ	23.7	7.3	6.2	10.2	8.1	28.5	10.3	7.0	6.3	4.9	21.0	4.9	0.0	5.2	0.0	9.1	0.0	1.8	0.0	26.8	11.2	15.6	0.0	(62)
シンガポール	39.6	10.4	9.5	19.7	11.1	32.7	5.7	17.6	4.6	4.8	12.7	3.3	0.0	0.0	1.4	8.0	0.0	0.0	0.0	12.6	11.0	1.6	2.4	(90)
インドネシア	22.1	0.0	15.2	6.9	8.7	55.2	11.6	30.2	2.0	11.4	9.4	2.8	0.0	0.0	0.0	4.8	0.0	1.8	0.0	11.2	6.4	4.8	2.0	(41)
マレーシア	20.8	1.7	8.8	10.3	4.9	36.4	10.1	3.5	3.5	19.2	10.1	7.2	0.0	0.0	0.0	2.9	0.0	0.0	0.0	28.5	23.3	5.2	4.2	(43)
タイ	18.3	3.8	5.6	8.9	2.6	26.2	8.0	10.0	0.9	7.3	25.0	6.3	1.2	3.8	6.1	6.3	0.6	0.9	0.0	29.7	22.9	6.8	0.7	(177)
ベトナム	20.3	4.6	7.6	8.1	3.5	36.4	7.4	10.4	1.8	16.7	13.3	4.8	2.0	0.0	1.0	4.1	0.6	0.9	0.0	29.4	22.6	6.7	0.6	(94)
フィリピン	25.1	9.9	5.1	10.1	16.7	30.1	9.6	8.7	0.0	11.7	21.4	7.6	0.0	3.5	3.7	6.5	0.0	0.0	0.0	23.4	21.7	1.7	0.0	(57)
インドネシア (バリ)	30.6	16.8	0.0	13.8	0.0	38.1	0.0	24.9	0.0	13.2	31.3	14.2	0.0	0.0	0.0	8.0	9.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	(9)
その他東南アジア	10.3	0.0	0.0	10.3	0.0	29.4	2.8	4.3	0.0	22.2	16.7	6.1	0.0	1.5	0.0	3.4	0.0	5.7	0.0	34.8	18.4	16.4	8.9	(38)
オーストラリア・ ニュージーランド	24.8	4.7	3.5	16.6	1.9	28.9	5.3	15.4	1.3	6.9	15.4	4.3	0.0	2.0	1.3	7.8	0.0	0.0	0.0	25.3	15.1	10.2	5.5	(64)
南太平洋 (タヒチ・フィジー・ ニューカレドニア等)	26.9	17.2	9.7	0.0	9.7	43.0	0.0	16.7	11.0	15.4	20.3	20.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	9.7	9.7	0.0	0.0	(7)
ハワイ	35.2	6.9	13.0	15.3	11.5	46.6	8.4	26.1	3.1	8.9	8.8	1.5	0.3	0.3	1.3	2.5	1.1	1.8	0.0	5.9	4.0	1.9	3.5	(176)
グアム・サイパン	40.3	4.7	21.2	14.4	11.2	36.2	8.3	24.2	2.1	1.6	9.9	2.1	1.6	2.0	0.0	4.3	0.0	0.0	0.0	7.6	7.6	0.0	6.0	(42)
アメリカ合衆国本土	15.2	1.2	8.3	5.7	1.8	43.2	11.4	22.3	1.1	8.4	18.3	7.0	0.0	0.5	0.0	7.5	1.0	2.2	0.0	20.9	15.1	5.8	2.4	(116)
カナダ	14.7	0.0	7.4	7.4	0.0	39.9	3.5	12.2	0.0	24.3	5.8	5.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	39.6	29.3	10.3	0.0	(19)
フランス	21.2	9.2	3.9	8.0	0.0	51.3	5.7	33.7	1.1	10.9	7.4	1.5	0.0	0.0	0.0	6.0	0.0	0.0	0.0	18.4	16.9	1.5	1.7	(58)
イギリス	11.8	0.0	5.2	6.6	0.0	35.9	0.0	16.9	1.9	17.2	19.3	5.0	0.0	0.0	1.7	12.7	0.0	0.0	0.0	29.3	13.2	16.1	3.6	(40)
スペイン	15.9	3.8	7.5	4.5	0.0	38.8	5.8	27.4	0.0	5.7	24.5	10.9	0.0	0.0	2.1	3.9	0.0	7.6	0.0	14.9	11.2	3.7	5.9	(36)
イタリア	21.8	6.8	1.8	13.2	5.8	36.0	3.7	25.6	0.0	6.7	12.1	0.0	0.0	1.2	0.0	6.3	0.0	0.0	4.6	25.8	13.0	12.9	4.3	(48)
ドイツ	17.7	2.8	6.1	8.8	6.4	28.9	1.7	17.0	1.5	8.7	6.2	2.2	2.2	0.0	0.0	1.7	0.0	0.0	0.0	40.8	12.7	28.0	6.4	(39)
その他ヨーロッパ	13.4	0.0	4.2	9.2	3.5	43.9	1.4	20.2	0.0	22.4	13.4	5.8	0.0	0.0	0.0	6.7	0.0	0.9	0.0	23.1	10.5	12.6	6.2	(74)
その他	10.5	0.0	3.4	7.1	3.3	45.2	0.0	26.4	1.7	17.1	22.2	6.7	1.9	0.0	1.3	4.8	0.0	7.5	0.0	16.4	4.4	12.0	5.7	(67)

(注)旅行先別については、1回の旅行につき、複数の旅行先(国・地域)を訪問したデータを含む。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」  
\*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ポイント以上高い ■全体の比率より10ポイント以上高い ■全体の比率より5ポイント以上高い

②着地別(国・地域別)と居住地(表I-3-7)

旅行者の居住地については、全体で見ると、人口の多い「南関東」が42.6%、「近畿」が18.2%、「東海」及び「九州・沖縄」が9.1～10.8%を占める。この傾向はコロナ禍前の2019年とほぼ同様であるが、とりわけ「南関東」の割合が大きくなっている(30.7%→42.6%)。

一方、旅行先別に見た際の、国内旅行で顕著な近隣居住者が大きな割合を占める特徴については、海外旅行では旅行先までの距離の相対的な差が縮まるため、ほとんど表れない。

ただし、「韓国」、「台湾」の割合が「九州・沖縄」居住者において相対的に高いのは、距離の近さや福岡から海路が通じていることが影響していると推察される。

「南関東」では「マレーシア」、「インドネシア(バリ)」が全体よりも20ポイント以上高く、「東海」では「南太平洋」、「近畿」では「インドネシア」、「中国」では「フィリピン」の比率が高くなっており、2019年時とは国内の地域によって、訪問傾向に差異が発生している。

表 I-3-7 旅行先(国・地域)別の旅行者居住地

(単位：%)

居住地	北海道	北東北	南東北	北関東	南関東	甲信越	北陸	東海	近畿	中国	四国	九州・沖縄	サンプル数
		青森県 岩手県 秋田県	宮城県 山形県 福島県	茨城県 群馬県 栃木県	埼玉県 千葉県 東京都 神奈川県	新潟県 山梨県 長野県	富山県 石川県 福井県	岐阜県 静岡県 愛知県 三重県	滋賀県 京都府 大阪府 兵庫県 奈良県 和歌山県	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	福岡県 佐賀県 長崎県 熊本県 大分県 宮崎県 鹿児島県 沖縄県	
2023年	3.3	1.3	2.4	2.6	42.6	3.0	1.3	10.8	18.2	3.6	1.8	9.1	(2,001)
2019年	4.5	2.8	4.1	4.6	30.7	3.8	2.5	11.3	16.7	4.6	2.9	11.5	(4,559)
韓国	3.4	1.3	2.9	1.6	35.5	2.9	0.8	11.4	22.6	3.2	2.3	12.1	(517)
中国	0.0	2.3	1.5	9.6	52.7	0.0	2.0	15.0	8.4	1.7	0.0	6.8	(42)
台湾	5.3	1.7	3.4	2.3	40.1	4.6	1.9	7.1	16.2	3.4	1.5	12.5	(287)
香港・マカオ	2.0	2.9	2.5	4.0	45.5	4.7	0.0	12.9	14.1	1.1	4.0	6.3	(62)
シンガポール	3.5	2.7	1.7	3.4	48.3	0.7	0.0	5.9	18.0	7.2	0.0	8.6	(90)
インドネシア	0.0	2.7	2.7	2.0	35.5	0.0	0.0	18.4	29.6	1.5	2.1	5.5	(41)
マレーシア	0.0	2.7	0.0	0.0	65.7	0.0	0.0	6.3	16.2	3.9	0.0	5.2	(43)
タイ	6.2	1.4	1.7	2.8	41.3	6.5	2.2	10.4	13.7	5.8	0.0	7.9	(177)
ベトナム	3.2	1.6	0.9	4.2	40.0	2.0	0.0	15.3	21.5	1.3	4.2	6.0	(94)
フィリピン	0.0	2.0	2.6	1.5	35.6	3.1	1.4	16.7	18.3	9.7	0.0	9.1	(57)
インドネシア(バリ)	0.0	0.0	0.0	13.2	68.5	0.0	0.0	0.0	7.4	0.0	0.0	11.0	(9)
その他東南アジア	1.7	2.8	0.0	3.9	41.6	3.3	1.9	8.8	15.2	4.0	2.8	14.0	(38)
オーストラリア・ ニュージーランド	1.3	0.0	1.3	2.0	41.0	1.9	4.1	8.5	16.1	5.8	5.5	12.5	(64)
南太平洋 (タヒチ・フィジー・ ニューカレドニア等)	0.0	0.0	9.7	0.0	26.4	0.0	0.0	35.7	28.2	0.0	0.0	0.0	(7)
ハワイ	4.4	0.7	2.4	3.1	49.0	2.4	2.6	8.6	15.7	3.3	3.1	4.6	(176)
Guam・サイパン	0.0	0.0	2.0	5.1	34.9	8.7	0.0	18.4	20.3	1.6	3.4	5.7	(42)
アメリカ合衆国本土	5.7	0.0	1.9	1.3	53.6	3.0	1.2	8.2	20.8	2.0	0.0	2.3	(116)
カナダ	3.5	0.0	0.0	0.0	49.3	5.8	0.0	18.0	23.4	0.0	0.0	0.0	(19)
フランス	1.1	1.1	0.0	2.5	53.2	2.9	0.0	19.0	17.4	0.0	0.0	2.8	(58)
イギリス	3.6	0.0	0.0	1.9	46.3	0.0	2.9	18.2	16.6	2.4	0.0	8.2	(40)
スペイン	0.0	0.0	0.0	3.1	46.1	4.1	0.0	12.6	19.4	5.7	3.5	5.6	(36)
イタリア	0.0	1.4	3.9	1.8	43.0	0.0	0.0	16.3	24.0	0.0	0.0	9.6	(48)
ドイツ	0.0	0.0	3.2	0.0	48.4	1.7	0.0	14.9	16.2	3.2	0.0	12.3	(39)
その他ヨーロッパ	0.9	0.9	1.7	3.7	41.7	3.9	1.6	6.4	19.5	1.4	3.2	15.1	(74)
その他	1.8	2.0	0.0	5.3	38.7	4.3	1.9	5.3	23.6	8.1	0.0	9.2	(67)

(注) 旅行先別については、1回の旅行につき、複数の旅行先(国・地域)を訪問したデータを含む。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。

■全体の比率より15ポイント以上高い

■全体の比率より10ポイント以上高い

■全体の比率より5ポイント以上高い

資料：(公財)日本交通公社「JTBF 旅行実態調査」

③旅行先と最も楽しみにしていたこと(表I-3-8)

最も楽しみにしていたことについては、旅行先によって大きく傾向が分かれる結果となった。全体で見ると、「おいしいものを食べること」が最も多く23.3%、次いで「文化的な名所を見ること」(14.1%)、「街や都市を訪れること」(12.4%)、「自然景観を見ること」(11.0%)の順で10%を超える割合となっている。

「おいしいものを食べること」については、東アジアの国々への旅行で多く挙がり、高い順に「台湾」(39.9%)、「韓国」(37.7%)、「香港・マカオ」(30.4%)となり、前年度とほとんど同様の傾向となった。

「文化的な名所を見ること」では、「その他東南アジア」(58.7%)のほか、「スペイン」(40.9%)、「ドイツ」(29.1%)等の

ヨーロッパをはじめ、「タイ」(24.0%)へ旅行の場合に多く挙げられた。

「自然景観を見ること」では、「オーストラリア・ニュージーランド」(42.5%)、「カナダ」(38.0%)への旅行で特に多く挙げられ、次いで「その他ヨーロッパ」(31.5%)、「ハワイ」(21.8%)で比較的多く挙げられた。

「街や都市を訪れること」では、「イギリス」(29.1%)、「フランス」(25.6%)、「シンガポール」(25.4%)、「イタリア」(23.9%)への旅行で特に多い結果となった。

そのほか、「スポーツやアウトドア活動を楽しむこと」での「グアム・サイパン」(35.1%)、「自然の豊かさを体験すること」での「南太平洋」(58.2%)が、全体よりも30ポイント以上高い値となった。

表 I-3-8 旅行先(国・地域)別の最も楽しみにしていたこと

(単位：%)

旅行先	最も楽しみにしていたこと	(史跡、寺社仏閣等)を見ること	自然景観を見ること	観光・文化施設(水族館や美術館、テーマパーク等)を訪れること	スポーツやアウトドア活動を楽しむこと	街や都市を訪れること	自然の豊かさを体験すること	地域の文化を体験すること	エステ・スパ・マッサージを受けること	おいしいものを食べること	買い物をする	地域の祭りやイベント	帰省・冠婚葬祭関連、親族や知人訪問	目当ての宿泊施設に泊まること	芸術・音楽・スポーツ等の観劇・鑑賞・観戦	その他	サンプル数
2023年		14.1	11.0	5.9	5.1	12.4	3.9	3.0	2.5	23.3	7.2	1.0	3.2	1.8	2.6	2.9	(2,001)
2019年		17.7	13.5	7.5	5.1	12.2	3.8	2.5	2.2	18.2	8.3	1.1	2.3	1.5	2.3	1.9	(4,559)
韓国		9.1	3.5	6.3	1.0	7.3	1.2	2.5	4.4	37.7	16.8	1.0	1.7	0.8	4.7	2.0	(484)
中国		20.2	15.5	8.4	4.5	9.6	0.0	7.5	0.0	9.8	4.9	0.0	9.8	0.0	0.0	9.6	(25)
台湾		17.3	6.1	5.8	1.3	15.2	0.3	1.7	0.5	39.9	5.2	0.0	3.0	0.3	1.5	1.9	(260)
香港・マカオ		9.0	7.2	14.6	6.3	17.6	3.3	3.9	1.6	30.4	1.3	0.0	0.0	2.5	0.0	2.4	(45)
シンガポール		9.7	11.2	22.7	3.2	25.4	2.9	2.8	0.0	10.6	1.8	2.0	0.0	1.8	4.8	1.1	(66)
インドネシア		8.9	15.6	3.7	10.0	8.8	20.5	4.0	5.1	16.6	0.0	0.0	0.0	6.8	0.0	0.0	(30)
マレーシア		3.2	10.7	10.9	8.0	16.0	0.0	9.3	8.6	9.2	2.9	0.0	9.9	4.8	0.0	6.7	(23)
タイ		24.0	5.1	3.6	6.3	10.8	3.4	3.5	5.3	24.6	6.5	0.9	2.9	0.0	0.4	2.6	(144)
ベトナム		22.4	11.2	0.8	0.0	14.5	5.4	6.5	2.1	21.1	3.3	2.1	5.5	2.8	0.0	2.3	(72)
フィリピン		5.7	11.3	2.5	15.5	8.8	7.1	1.2	10.9	5.6	5.1	0.0	11.0	8.4	0.0	6.9	(46)
インドネシア(バリ)		0.0	14.6	21.3	0.0	12.9	0.0	17.7	22.9	0.0	0.0	0.0	0.0	10.5	0.0	0.0	(6)
その他東南アジア		58.7	8.4	0.0	0.0	0.0	9.1	7.9	0.0	8.0	0.0	0.0	0.0	3.4	4.4	0.0	(25)
オーストラリア・ニュージーランド		4.2	42.5	5.3	2.7	10.0	10.5	3.2	1.4	3.0	2.8	0.0	6.6	0.0	0.0	8.0	(57)
南太平洋(タヒチ・フィジー・ニューカレドニア等)		0.0	13.5	0.0	0.0	0.0	58.2	0.0	0.0	28.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	(5)
ハワイ		4.6	21.8	2.6	9.4	7.7	11.5	1.5	0.7	16.6	9.4	1.1	2.5	3.9	0.0	6.6	(167)
グアム・サイパン		0.0	17.6	0.0	35.1	0.0	10.5	2.3	1.8	7.2	8.4	0.0	0.0	17.2	0.0	0.0	(38)
アメリカ合衆国本土		5.9	10.4	14.6	12.5	18.4	4.9	1.3	1.3	7.2	2.0	0.0	6.1	1.0	10.5	4.1	(105)
カナダ		9.5	38.0	0.0	4.5	0.0	7.4	0.0	0.0	9.5	0.0	0.0	21.7	0.0	9.5	0.0	(14)
フランス		17.7	6.1	7.3	10.5	25.6	0.0	5.1	0.0	6.7	5.8	0.0	5.1	0.0	10.3	0.0	(28)
イギリス		14.1	10.4	11.6	0.0	29.1	7.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	8.3	10.7	0.0	8.2	(17)
スペイン		40.9	6.9	3.7	5.6	14.2	0.0	3.0	0.0	22.6	0.0	0.0	0.0	3.0	0.0	0.0	(24)
イタリア		20.8	12.7	0.0	3.1	23.9	3.5	0.0	2.9	18.6	0.0	0.0	4.2	4.2	6.1	0.0	(27)
ドイツ		29.1	14.9	7.8	0.0	7.8	0.0	3.6	0.0	20.0	0.0	3.6	6.7	0.0	3.8	2.6	(22)
その他ヨーロッパ		24.7	31.5	0.0	4.2	17.7	7.2	2.1	0.0	6.3	0.0	0.0	0.0	0.0	2.2	4.1	(51)
その他		29.1	13.9	3.0	9.9	10.5	3.8	9.0	0.0	2.5	0.0	4.6	7.5	1.1	0.0	5.1	(54)

(注)旅行先別については、1回の旅行につき、単一の旅行先(国・地域)を訪問したデータのみ。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ポイント以上高い ■全体の比率より10ポイント以上高い ■全体の比率より5ポイント以上高い

④旅行先(国・地域)別の交通手段(表I-3-9)

1回の旅行につき複数の旅行先へ行った場合を含め、旅行先での主な交通手段を見ると、全体では多い順に「列車」(50.5%)、「タクシー・ハイヤー・その他配車サービス」(37.5%)、「路線バス」(25.9%)、「飛行機」(25.0%)となった。

旅行先の国・地域によって傾向が分かれており、「列車」は「フランス」(85.3%)、「イギリス」(78.1%)、「ドイツ」(76.7%)等ヨーロッパ諸国、「台湾」(72.5%)等で高い利用率となった。

「タクシー・ハイヤー・その他配車サービス」の利用は、「インドネシア(バリ)」(65.7%)、「タイ」(60.2%)、「南太平洋」(56.4%)、「フィリピン」(56.3%)で高い利用率となった。

「路線バス」は、「イギリス」(46.3%)、「スペイン」(44.9%)、「南太平洋」(41.0%)、「ドイツ」(39.1%)で高い利用率となった。

「飛行機」は「南太平洋」(64.3%)、「スペイン」(51.2%)、「マレーシア」(46.9%)、「カナダ」(44.1%)で高い利用率となった。

表I-3-9 旅行先(国・地域)別の旅行先での交通手段(複数回答)

(単位：%)

交通手段	飛行機	(鉄道・地下鉄・路面電車・モノレール等)	列車	貸切バス・定期観光バス	路線バス	観光客向けの巡回バス等	タクシー・ハイヤー・その他配車サービス	ウーバー (一般的なドライバーが自家用車を使用し行うライドシェアリングサービス)	レンタサイクル	船(フェリー、観光船等)	その他	交通機関は利用しなかった	サンプル数
2023年	25.0	50.5	10.2	14.3	25.9	9.0	37.5	9.2	1.7	6.2	2.6	1.3	(2,001)
2019年	-	31.7	8.5	22.0	19.8	11.5	32.5	-	1.9	9.3	4.0	1.3	(4,559)
韓国	22.9	70.0	4.7	7.7	27.5	5.0	33.8	1.8	0.8	1.1	0.8	1.1	(517)
中国	40.2	57.4	17.0	13.2	17.9	3.5	44.5	15.0	2.9	4.3	0.0	0.0	(42)
台湾	14.5	72.5	5.9	17.7	33.6	5.3	34.4	5.2	3.1	2.4	2.5	1.2	(287)
香港・マカオ	35.9	65.6	6.2	4.8	27.6	11.2	31.8	8.9	1.3	18.5	0.0	0.0	(62)
シンガポール	20.7	60.0	10.0	8.0	28.6	6.1	51.4	14.5	0.8	2.6	1.2	0.0	(90)
インドネシア	38.6	16.1	13.6	5.1	7.1	6.4	46.9	18.8	0.0	0.0	5.5	11.7	(41)
マレーシア	46.9	51.2	9.5	9.8	25.2	14.2	50.6	18.9	1.7	5.6	7.5	0.0	(43)
タイ	19.5	56.1	6.1	6.4	23.9	5.3	60.2	10.6	2.5	15.6	3.1	0.7	(177)
ベトナム	28.9	11.0	6.8	19.8	24.8	10.6	50.6	23.2	1.6	6.2	7.2	0.8	(94)
フィリピン	25.6	13.2	12.5	7.7	16.4	7.3	56.3	11.9	5.2	11.5	7.3	3.1	(57)
インドネシア(バリ)	6.5	16.8	24.2	13.8	0.0	0.0	65.7	0.0	7.4	0.0	0.0	0.0	(9)
その他東南アジア	25.1	24.7	2.8	37.1	15.8	11.9	19.4	14.6	0.0	12.0	13.8	1.9	(38)
オーストラリア・ニュージーランド	42.1	41.3	31.1	18.6	13.7	13.5	21.1	10.6	2.3	18.0	3.4	1.4	(64)
南太平洋 (タヒチ・フィジー・ニューカレドニア等)	64.3	17.2	0.0	0.0	41.0	0.0	56.4	0.0	20.3	62.1	17.2	0.0	(7)
ハワイ	25.1	5.2	32.3	9.5	32.8	32.7	41.5	15.5	2.3	3.7	1.3	0.5	(176)
グアム・サイパン	24.0	4.4	21.6	9.5	20.0	34.6	42.7	0.0	2.1	1.6	0.0	3.4	(42)
アメリカ合衆国本土	40.4	32.8	22.9	8.2	15.5	6.6	26.4	29.6	3.2	5.9	6.4	2.3	(116)
カナダ	44.1	43.1	16.2	15.7	25.8	4.8	24.2	23.7	0.0	15.9	5.8	0.0	(19)
フランス	39.7	85.3	12.3	21.0	35.5	10.2	37.3	8.2	2.0	11.2	5.8	0.0	(58)
イギリス	41.8	78.1	9.1	15.8	46.3	1.9	30.6	7.2	5.9	12.9	1.9	1.9	(40)
スペイン	51.2	57.6	14.9	31.5	44.9	10.1	19.5	5.9	0.0	10.0	2.1	0.0	(36)
イタリア	39.5	68.6	4.6	33.8	27.6	3.1	25.0	5.1	0.0	14.8	6.6	0.0	(48)
ドイツ	33.4	76.7	7.7	14.1	39.1	8.9	29.8	9.1	0.0	6.4	1.7	0.0	(39)
その他ヨーロッパ	22.7	67.0	8.1	35.9	35.7	7.2	19.1	8.1	1.6	22.8	3.0	(0)	(74)
その他	39.5	28.6	8.4	46.8	16.9	2.4	26.6	19.2	0.0	15.2	8.9	(1)	(67)

(注)旅行先別については、1回の旅行につき、複数の旅行先(国・地域)を訪問したデータを含む。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ポイント以上高い ■全体の比率より10ポイント以上高い ■全体の比率より5ポイント以上高い

⑤旅行先と宿泊施設(表I-3-10)

旅行先で利用した主な宿泊施設を見ると全体では「ホテル」(83.0%)が大半を占めている。その内訳は、「シティホテル」(37.8%)、「リゾートホテル」(29.1%)、「ビジネスホテル」(16.1%)となった。

旅行先別に見ると、ヨーロッパ諸国、「台湾」、「タイ」では「シティホテル」の利用が他の旅行先に比べて高いことがわかる。一方で、「リゾートホテル」は利用率の高い順に「南太平洋」や

「グアム・サイパン」、「インドネシア(バリ)」、「ハワイ」等の海浜リゾート需要の高い国・地域で特に高い。これらの傾向は、現地で楽しんだ活動(表I-3-13)と連動している。

そのほか、「ペンション・B&B・ロッジ」の利用は「イギリス」、「ドイツ」で、「別荘・リゾートマンション・会員制の宿泊施設」は「ハワイ」、「ゲストハウス・ドミトリー」は「イギリス」、「ベトナム」で全体の比率よりも5ポイント以上高い利用率となった。

表 I-3-10 旅行先(国・地域)別の宿泊施設(複数回答)

(単位：%)

宿泊施設	ホテル											その他	サンプル数
	シティホテル	ビジネスホテル	リゾートホテル	B&B・ペンション・ロッジ	オートキャンプ・キャンブ	別荘・リゾートマンション・会員制の宿泊施設	民泊	ゲストハウス・ドミトリー	実家・親戚・知人宅				
2023年	84.6	44.0	19.7	34.2	5.4	2.5	4.9	4.3	6.1	7.3	3.9	(2,001)	
2019年	88.6	43.3	13.0	40.0	3.6	1.0	2.7	-	4.4	3.7	2.5	(4,559)	
韓国	81.4	50.5	29.6	14.3	5.0	4.4	5.2	6.2	9.9	8.0	7.8	(484)	
中国	82.5	33.6	31.1	22.7	2.6	2.3	7.2	0.0	0.0	10.0	0.0	(25)	
台湾	90.2	54.1	31.6	20.3	3.2	2.8	2.9	4.7	5.7	6.9	4.7	(260)	
香港・マカオ	87.5	46.5	21.2	33.3	4.0	2.8	2.8	4.3	8.1	5.2	4.2	(45)	
シンガポール	93.3	43.5	12.6	48.4	1.3	1.3	2.3	3.2	1.3	5.3	1.3	(66)	
インドネシア	82.3	10.7	11.9	67.6	12.0	2.0	3.7	0.0	0.0	2.0	2.8	(30)	
マレーシア	78.2	31.7	23.0	33.5	5.0	5.0	10.5	8.8	5.0	14.7	8.0	(23)	
タイ	91.0	54.9	11.6	31.3	2.9	0.5	0.4	3.1	3.8	2.6	2.0	(144)	
ベトナム	87.0	42.6	18.4	39.0	7.3	1.6	1.6	1.6	12.0	8.2	2.4	(72)	
フィリピン	82.1	40.2	11.0	50.6	13.0	4.1	9.3	4.1	3.1	10.5	0.0	(46)	
インドネシア(バリ)	100.0	12.9	0.0	87.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	(6)	
その他東南アジア	89.1	39.3	18.5	57.0	4.4	5.1	0.0	0.0	0.0	5.8	0.0	(25)	
オーストラリア・ニュージーランド	81.5	48.4	18.2	31.5	11.9	0.0	2.2	1.0	5.3	15.2	0.0	(57)	
南太平洋(タヒチ・フィジー・ニューカレドニア等)	100.0	13.5	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	(5)	
ハワイ	81.0	10.8	2.5	71.4	0.8	0.0	18.3	1.3	0.4	3.3	0.0	(167)	
グアム・サイパン	96.6	9.1	0.0	91.5	0.0	0.0	3.4	0.0	0.0	0.0	0.0	(38)	
アメリカ合衆国本土	78.8	42.4	14.2	35.7	7.2	2.2	5.4	5.6	7.2	13.5	3.5	(105)	
カナダ	71.5	32.5	7.4	31.6	7.4	0.0	0.0	4.1	9.5	14.9	5.4	(14)	
フランス	89.7	70.1	8.9	22.1	6.7	0.0	0.0	7.9	4.0	9.9	0.0	(28)	
イギリス	74.1	40.6	21.9	37.6	18.7	4.6	0.0	20.1	15.7	4.6	0.0	(17)	
スペイン	79.9	58.6	20.5	28.6	11.2	0.0	0.0	3.7	7.9	5.2	2.7	(24)	
イタリア	82.5	52.3	0.0	39.0	7.5	0.0	0.0	0.0	3.1	15.8	0.0	(27)	
ドイツ	54.2	35.3	11.9	7.0	18.4	2.6	0.0	3.6	9.5	19.4	0.0	(22)	
その他ヨーロッパ	89.8	53.1	11.4	45.4	9.0	0.0	0.0	3.1	6.9	6.3	1.3	(51)	
その他	86.7	52.8	8.5	55.6	0.0	2.9	1.1	2.3	2.2	5.7	9.8	(54)	

(注)旅行先別については、1回の旅行につき、単一の旅行先(国・地域)を訪問したデータのみ。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ポイント以上高い ■全体の比率より10ポイント以上高い ■全体の比率より5ポイント以上高い

⑥旅行先と宿泊数(表I-3-11)

旅行先での宿泊数について全体で見ると、「3泊」が最も多く(24.2%)、次いで「2泊」(16.4%)、「4泊」(15.5%)、「5泊」(10.7%)となった。

旅行先別には、基本的に遠方の旅行先ほど宿泊数が多い傾向にあり、ヨーロッパ諸国では6泊以上の滞在が60%以上を占めている。東南アジアや「オーストラリア・ニュージーランド」、「南太平洋」、「ハワイ」、「グアム・サイパン」等への旅行では、3

～5泊の滞在、近隣の東アジア諸国では比較的短期の旅行が中心であり、特に「韓国」、「香港・マカオ」への旅行者のそれぞれ65%以上が2～3泊の滞在となった。

そのほか特徴的な傾向として、「フィリピン」や「インドネシア(バリ)」への旅行では3～4泊が最も多い層であるが、中国では10泊を超える長期滞在の割合が20%以上を占め、平均宿泊数も全体平均よりも0.5泊以上多い結果となった。

表I-3-11 旅行先(国・地域)別の宿泊数

(単位: %)(単位: 泊)

旅行先	宿泊数													平均宿泊数 (概数)	サンプル数
	1泊	2泊	3泊	4泊	5泊	6泊	7泊	8 ～ 9泊	10 ～ 13泊	14 ～ 20泊	21 ～ 27泊	28泊以上			
2023年	3.9	16.4	24.2	15.5	10.7	6.9	7.0	6.2	4.2	2.3	0.8	1.9	5.28	(2,001)	
2019年	3.1	15.6	25.1	14.7	10.0	7.9	9.0	7.1	3.8	1.6	0.5	1.6	5.16	(4,559)	
韓国	10.4	39.1	31.2	7.9	3.6	2.4	1.4	2.3	0.7	0.0	0.1	0.9	3.12	(484)	
中国	4.9	14.6	29.7	11.7	7.5	2.6	0.0	4.9	14.4	9.6	0.0	0.0	5.94	(25)	
台湾	5.0	23.1	38.1	11.3	7.7	5.5	1.4	3.8	1.3	1.6	0.6	0.6	3.97	(260)	
香港・マカオ	7.1	20.8	48.1	8.3	2.8	2.5	5.3	2.7	0.0	2.5	0.0	0.0	3.57	(45)	
シンガポール	3.2	19.1	27.2	27.2	16.6	0.9	1.8	0.9	0.0	1.3	0.0	1.8	4.12	(66)	
インドネシア	0.0	8.0	18.7	21.8	9.4	15.4	13.7	6.6	6.3	0.0	0.0	0.0	5.24	(30)	
マレーシア	5.0	16.8	17.0	22.2	13.9	5.5	7.7	0.0	0.0	3.8	0.0	8.0	6.24	(23)	
タイ	0.0	8.7	27.0	19.7	16.9	5.1	8.3	2.8	4.6	3.4	2.1	1.4	5.75	(144)	
ベトナム	1.6	7.0	27.9	34.4	6.4	8.6	6.9	4.6	0.8	1.7	0.0	0.0	4.47	(72)	
フィリピン	0.0	4.8	19.9	21.7	12.4	7.5	5.4	17.5	3.4	4.0	1.7	1.7	6.45	(46)	
インドネシア(バリ)	0.0	22.9	25.1	39.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	12.9	0.0	5.87	(6)	
その他東南アジア	0.0	7.3	17.1	38.5	17.6	7.8	4.4	4.4	0.0	0.0	0.0	2.9	5.04	(25)	
オーストラリア・ ニュージーランド	1.4	2.7	15.8	16.8	26.7	5.4	12.8	9.4	1.5	5.5	0.0	2.0	6.25	(57)	
南太平洋 (タヒチ・フィジー・ ニューカレドニア等)	0.0	0.0	36.7	0.0	49.8	0.0	0.0	13.5	0.0	0.0	0.0	0.0	4.74	(5)	
ハワイ	0.9	3.0	13.6	20.3	23.3	12.3	13.4	5.8	4.2	2.0	0.0	1.1	5.76	(167)	
グアム・サイパン	0.0	9.3	43.0	35.3	7.2	0.0	0.0	0.0	1.8	0.0	0.0	3.4	4.40	(38)	
アメリカ合衆国本土	2.5	1.7	18.8	14.5	11.3	11.8	18.2	5.9	3.6	5.0	2.8	3.8	7.27	(105)	
カナダ	0.0	7.4	0.0	16.9	29.1	8.6	0.0	16.9	11.6	0.0	9.5	0.0	7.84	(14)	
フランス	0.0	0.0	13.0	14.6	20.2	7.8	19.7	7.8	6.7	3.8	4.0	2.4	7.54	(28)	
イギリス	0.0	0.0	12.7	24.8	6.9	18.5	8.8	5.7	8.2	0.0	0.0	14.4	8.90	(17)	
スペイン	0.0	0.0	8.8	17.2	3.3	20.4	20.9	5.7	18.5	5.2	0.0	0.0	7.30	(24)	
イタリア	0.0	3.5	7.3	6.8	5.4	21.9	15.9	23.7	11.1	4.4	0.0	0.0	7.30	(27)	
ドイツ	5.2	6.4	0.0	15.5	6.2	10.9	27.7	5.1	5.5	12.6	0.0	4.8	8.27	(22)	
その他ヨーロッパ	0.0	8.3	0.0	17.0	6.2	12.8	15.0	30.3	7.0	1.3	0.0	2.2	7.19	(51)	
その他	1.9	0.0	8.5	6.5	14.7	10.9	19.8	20.2	16.2	0.0	1.4	0.0	7.21	(54)	

(注)旅行先別については、1回の旅行につき、単一の旅行先(国・地域)を訪問したデータのみ。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ポイント以上高い ■全体の比率より10ポイント以上高い ■全体の比率より5ポイント以上高い  
 ■平均宿泊数が全体平均値より0.5泊以上多い(平均宿泊数については、28泊以上は28泊と仮定して算出)

⑦旅行先と旅行費用(表I-3-12)

交通費や宿泊費、飲食代、土産代等を含めた旅行1回一人当たりの総費用については、前項の旅行宿泊数と類似の傾向であり、平均費用(概数)で見ると、東アジアや東南アジアでは比較的低く(平均費用は10万~20万円台前半)、ヨーロッパ諸国、「アメリカ合衆国本土」、「カナダ」、「オーストラリア・ニュージーランド」、「ハワイ」、「南太平洋」で高くなっている(平均費用は35万円以上)。「イギリス」、「ドイツ」、「カナダ」への旅行においては「100万円以上」が旅行先全体の平均よりも10ポイント以上高くなっており、旅行先それぞれの平均費用(概数)

を引き上げている。

東アジア諸国の中でも特に「韓国」、「台湾」では10万円未満の旅行がそれぞれ約45%、34%を占めており、距離的・价格的なアクセスのしやすさが表れているといえる。ただし、コロナ禍前と比較すると、10万円未満の割合はそれぞれ20%程度減少している。

他方、価格帯別のばらつきは、「その他東南アジア」、「アメリカ合衆国本土」、「イタリア」、「その他ヨーロッパ」で比較的大きくなり、これらの旅行先では幅広い価格帯の旅行が実施されていることがわかる。

表 I-3-12 旅行先(国・地域)別の旅行費用価格帯

(単位: %) (単位: 万円)

旅行先	消費額															平均費用(概数)	サンプル数
	3万円未満	3万円以上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15万円未満	15万円以上20万円未満	20万円以上30万円未満	30万円以上40万円未満	40万円以上50万円未満	50万円以上60万円未満	60万円以上70万円未満	70万円以上80万円未満	80万円以上90万円未満	90万円以上100万円未満	100万円以上		
2023年	1.2	3.0	7.0	11.6	18.1	13.0	13.7	8.6	5.5	5.8	2.8	2.3	1.2	1.4	4.7	28.8	(1,938)
2019年	2.0	5.5	8.0	12.1	14.8	13.3	15.5	9.9	5.5	5.1	2.1	1.5	1.0	1.0	2.8	24.9	(4,434)
韓国	2.0	8.1	15.4	21.6	29.3	10.8	5.9	3.1	1.2	1.3	0.2	0.8	0.2	0.2	0.0	13.6	(462)
中国	8.1	3.8	10.4	5.5	18.6	17.0	13.1	10.8	7.3	5.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	20.1	(23)
台湾	0.2	2.9	10.7	20.8	28.0	15.5	14.7	2.9	1.1	1.8	0.5	0.0	0.3	0.0	0.6	16.1	(257)
香港・マカオ	0.0	2.8	11.1	21.5	19.4	13.3	15.9	4.1	0.0	2.8	2.5	0.0	2.7	2.7	1.3	22.0	(47)
シンガポール	0.0	0.0	6.4	8.1	12.0	19.9	15.9	8.9	9.1	5.4	3.0	2.0	2.0	1.2	6.2	32.7	(61)
インドネシア	0.0	0.0	0.0	13.1	10.8	7.7	23.7	15.5	5.1	12.1	4.0	2.2	3.7	0.0	2.0	33.5	(30)
マレーシア	0.0	5.3	3.0	5.0	25.2	27.4	8.8	10.0	7.0	8.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	22.2	(22)
タイ	0.6	2.0	5.9	11.5	17.8	21.4	22.5	10.1	0.4	3.4	1.1	1.8	0.0	0.5	1.0	22.1	(132)
ベトナム	5.8	2.7	5.9	13.3	27.5	19.1	13.8	7.4	1.4	0.0	0.0	0.9	0.8	0.0	1.4	17.9	(73)
フィリピン	0.0	3.2	2.5	5.1	24.3	28.0	15.0	3.6	13.7	2.7	0.0	0.0	0.0	0.0	1.8	23.1	(47)
インドネシア(バリ)	0.0	0.0	0.0	0.0	12.9	76.5	10.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	17.6	(6)
その他東南アジア	2.9	2.4	0.0	4.4	9.4	19.2	25.7	10.2	7.3	8.0	0.0	7.8	2.9	0.0	0.0	31.0	(25)
オーストラリア・ニュージーランド	0.0	3.9	0.0	0.0	3.9	5.4	21.8	21.9	15.6	13.9	3.8	1.5	2.3	0.0	6.0	40.9	(55)
南太平洋(タヒチ・フィジー・ニュージーランド等)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	23.2	28.3	13.5	0.0	34.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	35.1	(5)
ハワイ	0.0	0.0	2.3	1.4	4.8	9.5	20.0	17.5	10.9	7.0	6.8	3.9	2.2	4.4	9.2	45.0	(165)
グアム・サイパン	0.0	0.0	0.0	6.7	13.4	20.9	17.6	8.6	7.7	5.4	3.3	7.3	2.0	3.5	3.8	36.1	(37)
アメリカ合衆国本土	1.1	0.0	0.6	2.0	10.3	9.0	12.4	13.6	12.5	10.6	7.0	3.5	1.3	3.6	12.5	46.6	(97)
カナダ	0.0	0.0	0.0	0.0	13.8	0.0	0.0	0.0	4.4	34.9	0.0	0.0	8.0	15.9	23.0	67.8	(15)
フランス	5.6	0.0	0.0	0.0	3.2	7.8	0.0	17.7	18.8	6.2	4.0	9.8	5.6	0.0	21.5	56.1	(27)
イギリス	0.0	0.0	5.1	0.0	0.0	13.0	6.0	12.7	6.9	23.9	0.0	8.2	0.0	0.0	24.2	55.2	(14)
スペイン	0.0	0.0	2.8	0.0	0.0	6.2	26.3	16.1	22.0	13.5	6.2	0.0	0.0	4.2	2.8	41.5	(21)
イタリア	0.0	0.0	0.0	11.2	8.4	3.3	6.5	7.7	10.8	6.3	11.2	5.8	4.6	5.8	18.5	54.7	(26)
ドイツ	5.2	0.0	0.0	3.8	5.2	3.6	26.9	5.2	9.3	10.7	3.8	0.0	0.0	2.6	23.6	48.9	(23)
その他ヨーロッパ	1.2	0.0	0.0	0.0	6.7	2.3	11.7	9.3	6.8	19.3	11.9	14.2	2.6	0.0	14.1	55.8	(50)
その他	0.0	0.0	0.0	2.6	2.4	2.4	16.5	20.1	14.4	10.1	6.6	1.7	3.6	2.1	17.6	52	(52)

(注)旅行先別については、1回の旅行につき、単一の旅行先(国・地域)を訪問したデータのみ。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ポイント以上高い ■全体の比率より10ポイント以上高い ■全体の比率より5ポイント以上高い

⑧旅行先と現地で楽しんだ活動(表I-3-13)

現地で楽しんだ活動では、「町並み散策・まち歩き」(49.1%)、「現地グルメ・名物料理」(47.4%)、「ショッピング・買い物」(45.2%)、「都市観光・都会見物」(39.2%)、「歴史・文化的な名所の訪問」(38.0%)、「自然や景勝地の訪問」(37.8%)が多くなっている。

旅行先別に見てみると、ヨーロッパの国々では選択肢のいずれの旅行先でも、「歴史・文化的な名所の訪問」、「都市観光・都会見物」、「美術館・博物館」を楽しみにしていたという割合が、その他旅行先を含めた全体平均よりも5ポイント以上高くなっている。「町並み散歩・まち歩き」も、「ドイツ」を除いたいずれの国でも10ポイント以上高い値である。

表 I-3-13 旅行先(国・地域)別の現地活動(複数回答)

現地活動	自然や景勝地の訪問	歴史・文化的な名所の訪問	都市観光・都会見物	町並み散策・まち歩き	温泉	祭り・イベント	季節の花見	リゾート滞在(海浜)	リゾート滞在(高原)	テーマパーク・レジャーランド	観光施設・動物園・水族館	美術館・博物館	ショッピング・買い物	現地グルメ・名物料理	(観劇・コンサート・ライブ等)芸術鑑賞	スポーツ観戦	(陶芸体験、そば打ち体験等)生活文化体験	果物狩り・農林漁業体験
旅行先																		
2023年	42.4	42.6	44.0	55.0	3.5	8.1	2.5	13.2	3.3	7.1	11.2	14.4	50.7	53.2	5.7	3.1	1.5	0.5
2019年	45.3	43.2	42.0	47.2	3.4	5.8	2.6	13.3	2.3	6.7	11.4	14.3	46.9	45.6	5.9	1.6	1.3	0.8
韓国	21.5	30.9	35.7	51.9	3.9	5.1	2.0	2.7	2.0	5.4	5.8	6.3	61.6	61.8	8.0	0.7	1.9	1.2
中国	30.1	35.7	39.4	37.5	4.9	9.1	7.2	9.6	6.9	4.5	17.0	23.8	22.2	36.5	2.3	0.0	4.5	0.0
台湾	47.9	58.7	54.4	65.8	6.2	7.8	1.5	0.9	2.3	2.4	12.4	24.1	51.8	59.6	2.1	1.2	1.9	0.3
香港・マカオ	25.9	33.9	27.7	38.1	3.6	9.5	0.0	0.0	2.7	24.6	5.0	10.2	27.7	43.7	0.0	0.0	0.0	0.0
シンガポール	36.4	37.2	53.0	56.9	2.2	13.4	3.4	8.6	3.4	27.8	34.7	12.7	39.6	45.5	4.6	4.8	4.5	0.0
インドネシア	42.5	27.5	12.4	45.6	0.0	5.1	0.0	55.3	8.3	2.0	3.9	0.0	47.7	46.2	11.9	0.0	2.8	0.0
マレーシア	43.9	31.2	36.4	51.6	0.0	0.0	11.4	15.1	4.4	10.9	18.0	22.6	46.3	46.2	0.0	0.0	0.0	0.0
タイ	38.3	41.8	35.5	45.7	1.6	7.2	1.0	12.7	1.8	7.1	9.4	2.9	54.7	60.4	1.8	1.6	0.9	0.6
ベトナム	49.2	51.4	55.7	71.0	0.0	7.1	0.0	14.9	2.1	9.7	9.0	12.1	48.6	67.3	4.9	0.0	2.6	0.0
フィリピン	40.5	33.8	20.4	40.7	2.5	1.7	2.5	46.2	7.7	11.9	14.5	7.6	32.9	36.2	0.0	0.0	0.0	0.0
インドネシア(バリ)	14.6	40.7	51.9	62.4	21.3	44.2	21.3	42.9	25.1	0.0	0.0	0.0	53.6	51.2	30.6	0.0	0.0	0.0
その他東南アジア	76.0	87.7	27.3	38.2	0.0	0.0	0.0	2.9	5.2	0.0	0.0	8.8	19.1	32.7	4.4	0.0	5.1	0.0
オーストラリア・ニュージーランド	77.2	37.8	53.1	58.1	1.2	6.6	1.4	16.1	9.7	1.4	31.9	14.0	57.3	59.8	1.2	3.3	2.8	0.0
南太平洋(タヒチ・フィジー・ニューカレドニア等)	76.8	13.5	13.5	41.8	0.0	0.0	0.0	86.5	0.0	0.0	13.5	0.0	41.8	76.8	28.3	0.0	0.0	0.0
ハワイ	58.7	25.1	39.6	56.1	2.4	13.7	4.6	55.3	3.5	6.0	8.1	8.2	59.1	53.6	2.9	1.4	0.0	0.0
グアム・サイパン	37.9	20.2	25.4	42.0	0.0	0.0	0.0	46.4	0.0	8.7	8.0	0.0	48.4	37.4	1.9	0.0	0.0	0.0
アメリカ合衆国本土	40.4	28.3	47.7	34.7	1.5	5.6	0.0	6.1	1.4	18.6	11.2	10.4	42.4	35.4	8.7	21.0	0.7	0.6
カナダ	79.5	21.0	21.0	19.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	4.5	16.9	14.8	11.0	40.6	14.9	5.4	0.0	0.0
フランス	43.3	65.0	60.2	80.6	0.0	7.8	0.0	0.0	0.0	6.5	19.1	50.2	55.7	63.1	14.8	15.5	0.0	0.0
イギリス	36.2	54.7	52.8	62.6	0.0	0.0	0.0	5.7	0.0	0.0	10.2	28.7	40.2	29.6	0.0	6.0	4.1	0.0
スペイン	56.8	63.5	66.8	64.9	3.0	11.9	3.3	10.8	6.3	5.6	6.0	42.2	44.7	54.6	23.9	8.7	5.7	3.0
イタリア	57.4	65.1	59.7	70.0	0.0	8.4	6.6	2.1	10.3	0.0	13.7	35.4	53.8	52.4	8.4	2.6	4.2	0.0
ドイツ	42.7	56.8	63.9	53.6	0.0	21.2	2.6	0.0	0.0	10.5	20.2	22.5	34.1	28.6	7.0	6.7	0.0	0.0
その他ヨーロッパ	77.0	78.1	73.9	79.8	2.1	8.9	1.4	7.8	5.8	0.0	7.4	29.4	42.7	39.6	3.4	1.9	1.9	0.0
その他	69.8	71.4	50.6	55.5	10.4	5.8	0.0	15.3	0.0	1.9	11.8	21.8	36.4	35.6	1.9	1.4	1.9	0.0

(注)旅行先別については、1回の旅行につき、単一の旅行先(国・地域)を訪問したデータのみ。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ポイント以上高い ■全体の比率より10ポイント以上高い ■全体の比率より5ポイント以上高い



「南太平洋」、「ハワイ」、「グアム・サイパン」、「インドネシア」、「インドネシア(バリ)」、「フィリピン」では「リゾート滞在(海浜)」、「海水浴・マリンスポーツ」の値が全体よりも15ポイント以上高く、マリリゾートが大きな旅行先であることが伺える。

その他特徴的な点として、「香港・マカオ」、「シンガポール」

では「テーマパーク・レジャーランド」が、「シンガポール」、「オーストラリア・ニュージーランド」では「観光施設・動物園・水族館」が全体よりも15ポイント以上高くなっている。「オーストラリア・ニュージーランド」への旅行では「アウトドア体験」や「登山・トレッキング」、「野生動物観察」等のアウトドア需要があることも確認される。

(単位：%)

(カヌー、乗馬体験、気球等)	アウトドア体験	野生動物観察(クジラ、鳥等)	登山・トレッキング	海水浴・マリンスポーツ	スキー・スノーボード	マラソン・ジョギング	ゴルフ	写真・写生	スパ・エステ	ドライブ	サイクリング	世界遺産訪問	産業観光(工場見学、ものづくりの現場見学等)	家族や親戚、友人・知人訪問	その他	体験プログラム等の参加率	現地ツアー・サンプル数	現地活動
																		旅行先
4.1	1.8	4.6	7.8	0.5	0.5	2.0	5.1	7.5	2.8	1.4	12.6	1.4	7.5	1.7	28.0	(2,001)	2023年	
3.4	2.0	2.9	8.2	0.4	0.6	1.9	5.4	6.0	2.9	1.0	14.5	1.5	4.5	1.1	36.3	(4,559)	2019年	
1.0	0.5	1.4	0.5	0.5	0.3	0.0	4.9	9.9	1.1	1.0	4.3	0.6	6.0	1.0	14.6	(484)	韓国	
2.3	0.0	0.0	0.0	2.3	0.0	0.0	4.9	9.6	2.6	2.3	17.1	4.9	9.4	4.7	17.8	(25)	中国	
0.3	0.4	3.0	0.6	0.7	0.4	0.0	3.8	3.7	1.2	0.5	6.2	1.8	5.8	0.0	23.8	(260)	台湾	
0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	5.4	1.6	0.0	0.0	2.8	0.0	2.5	0.0	15.8	(45)	香港・マカオ	
3.4	2.3	1.1	4.1	0.0	0.0	1.1	4.0	2.2	2.2	3.1	5.9	1.1	4.8	1.1	27.6	(66)	シンガポール	
4.0	0.0	0.0	34.9	0.0	0.0	9.1	4.2	25.8	0.0	0.0	6.0	0.0	2.8	0.0	36.7	(30)	インドネシア	
4.8	11.0	7.7	9.6	0.0	0.0	5.8	14.7	0.0	4.8	5.0	11.9	0.0	20.1	2.9	35.4	(23)	マレーシア	
2.8	0.5	0.0	8.9	0.0	0.5	5.9	2.2	16.9	0.5	3.0	10.2	0.9	6.3	2.7	22.5	(144)	タイ	
4.1	0.0	0.8	6.2	0.0	0.0	3.4	5.1	17.0	0.0	3.3	29.5	5.3	7.9	0.0	47.8	(72)	ベトナム	
9.6	5.9	5.6	38.9	2.5	0.0	3.4	4.3	21.1	1.7	0.0	4.7	0.0	16.9	2.7	24.9	(46)	フィリピン	
0.0	0.0	0.0	34.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	12.9	(6)	インドネシア(バリ)	
0.0	6.3	2.6	4.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	45.5	0.0	0.0	0.0	47.8	(25)	その他東南アジア	
22.7	14.9	16.2	11.6	0.0	0.0	3.0	6.4	1.3	15.0	0.0	25.2	0.0	16.0	2.3	65.4	(57)	オーストラリア・ニュージーランド	
0.0	0.0	0.0	55.3	0.0	0.0	0.0	13.5	28.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	78.6	(5)	南太平洋(タヒチ・フィジー・ニューカレドニア等)	
10.6	4.6	14.8	26.8	0.4	0.5	6.2	4.1	7.6	10.1	2.0	5.4	0.9	3.7	2.7	43.9	(167)	ハワイ	
5.2	4.0	0.0	58.3	0.0	0.0	12.3	3.9	3.3	3.0	0.0	0.0	0.0	1.8	1.6	33.8	(38)	グアム・サイパン	
4.5	0.0	5.1	1.3	1.3	1.2	3.3	6.7	0.7	5.3	2.2	6.9	1.0	11.9	6.8	20.8	(105)	アメリカ合衆国本土	
7.4	0.0	24.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	9.5	0.0	0.0	0.0	14.9	7.4	40.4	(14)	カナダ	
0.0	0.0	4.0	0.0	2.9	4.0	0.0	2.9	0.0	2.0	0.0	24.0	0.0	17.7	0.0	25.5	(28)	フランス	
0.0	0.0	5.7	0.0	0.0	0.0	0.0	18.7	0.0	5.7	4.6	21.9	4.1	18.5	4.1	11.1	(17)	イギリス	
3.0	0.0	3.0	3.0	0.0	0.0	0.0	14.6	6.0	3.0	0.0	38.4	0.0	0.0	0.0	38.5	(24)	スペイン	
4.1	0.0	13.1	0.0	3.1	0.0	0.0	8.4	0.0	0.0	4.2	32.8	3.9	8.4	0.0	19.0	(27)	イタリア	
0.0	0.0	5.5	0.0	0.0	0.0	0.0	5.2	0.0	0.0	0.0	12.6	10.8	14.1	0.0	12.2	(22)	ドイツ	
1.1	1.3	23.6	0.0	0.0	2.3	0.0	5.0	0.0	1.1	0.0	40.0	0.0	3.0	3.8	34.5	(51)	その他ヨーロッパ	
17.1	0.0	8.0	11.7	1.9	0.0	1.9	7.5	5.5	4.5	0.0	57.0	9.6	10.6	2.9	44.1	(54)	その他	

資料：(公財)日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

⑨旅行先と満足度・再来訪意向(表I-3-14)

旅行先での満足度を見ると、全体での「大変満足」の割合が48.5%と、2019年時と比較して4.9%上昇している。不満足層(「やや不満」+「不満」+「大変不満」)の割合は合わせて1.2%のみであり、海外旅行者の95.8%は旅行に満足している(「大変満足」+「満足」+「やや満足」)。

「大変満足」の割合は「アメリカ合衆国本土」への旅行で最も高く(63.5%)、全旅行先平均よりも15ポイント高くなった。満足度指数(満足度を指数化した得点)で見ると「フランス」(6.59)、「イタリア」(6.50)、「オーストラリア・ニュージーランド」(6.48)、「ハワイ」(6.42)が上位となった。

再来訪意向(5年以内に当該地域を再び訪れたいか)については、再来訪希望層(「大変そう思う」+「そう思う」+「やや思う」)は全体で81.6%となった。

「大変そう思う」の割合が最も高いのは「ハワイ」(62.4%)であり、次いで「タイ」(52.7%)、「韓国」(51.7%)となった。再来訪意向指数についても同様に、高い順に「ハワイ」(6.48)、「タイ」(6.16)、「韓国」(6.10)となった。

図I-3-3から、「ハワイ」、「イタリア」、「フランス」、「タイ」が満足度と再来訪意向の両方が高いということがわかる。これらの国・地域は、旅行先での経験に加えて、日本からの行きやすさも備えていると考えられる。

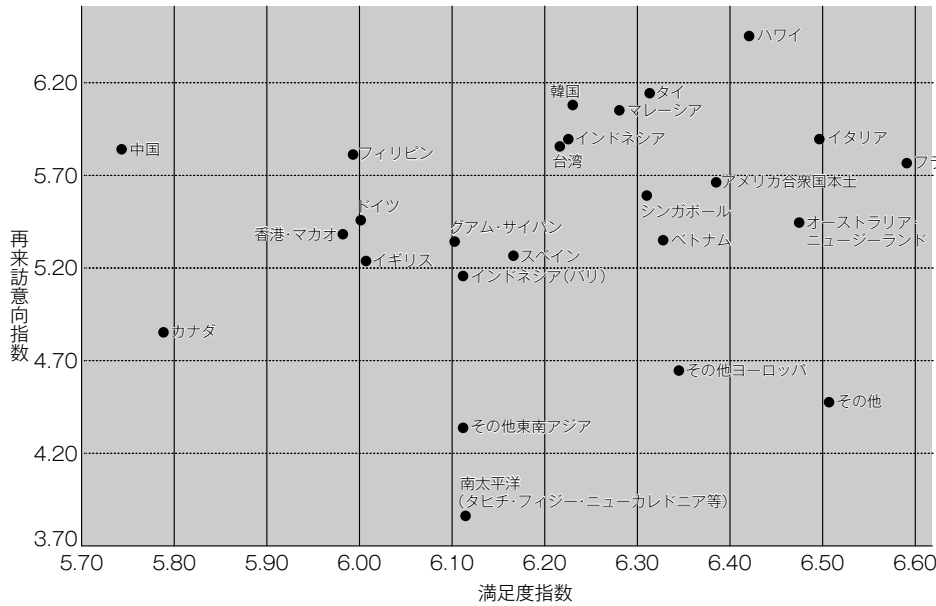
表 I-3-14 旅行先(国・地域)別の満足度・再来訪意向

(単位：%)

旅行先	満足度							満足度指数	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		
2023年	48.5	35.6	11.7	3.1	0.8	0.1	0.3	6.26	(2,001)
2019年	43.6	38.6	12.9	3.2	0.9	0.2	0.6	6.18	(4,559)
韓国	47.8	34.8	12.4	3.7	1.1	0.1	0.2	6.23	(484)
中国	25.5	40.4	19.3	12.5	2.3	0.0	0.0	5.74	(25)
台湾	46.5	35.6	13.3	3.3	0.8	0.0	0.4	6.22	(260)
香港・マカオ	26.4	48.0	23.1	2.6	0.0	0.0	0.0	5.98	(45)
シンガポール	48.2	35.6	15.0	1.1	0.0	0.0	0.0	6.31	(66)
インドネシア	43.3	42.2	11.5	0.0	2.9	0.0	0.0	6.23	(30)
マレーシア	42.9	42.4	14.6	0.0	0.0	0.0	0.0	6.28	(23)
タイ	47.9	40.4	9.2	1.5	0.0	0.5	0.5	6.31	(144)
ベトナム	50.7	33.4	13.8	2.1	0.0	0.0	0.0	6.33	(72)
フィリピン	43.6	24.8	19.9	10.4	1.2	0.0	0.0	5.99	(46)
インドネシア(バリ)	32.3	46.4	21.3	0.0	0.0	0.0	0.0	6.11	(6)
その他東南アジア	49.3	25.0	19.6	0.0	6.1	0.0	0.0	6.11	(25)
オーストラリア・ニュージーランド	55.6	36.4	8.0	0.0	0.0	0.0	0.0	6.48	(57)
南太平洋 (タヒチ・フィジー・ニューカレドニア等)	34.9	41.8	23.2	0.0	0.0	0.0	0.0	6.12	(5)
ハワイ	54.3	35.9	7.8	1.6	0.4	0.0	0.0	6.42	(167)
グアム・サイパン	30.9	54.6	8.4	6.2	0.0	0.0	0.0	6.10	(38)
アメリカ合衆国本土	63.5	20.9	10.6	3.5	0.0	0.0	1.5	6.38	(105)
カナダ	30.9	33.8	18.4	16.9	0.0	0.0	0.0	5.79	(14)
フランス	61.4	36.4	2.2	0.0	0.0	0.0	0.0	6.59	(28)
イギリス	21.3	62.3	12.3	4.1	0.0	0.0	0.0	6.01	(17)
スペイン	42.7	33.7	21.0	2.7	0.0	0.0	0.0	6.16	(24)
イタリア	58.7	35.3	3.1	2.9	0.0	0.0	0.0	6.50	(27)
ドイツ	43.6	39.9	7.8	0.0	3.8	0.0	4.8	6.00	(22)
その他ヨーロッパ	44.1	46.4	9.5	0.0	0.0	0.0	0.0	6.35	(51)
その他	59.8	33.4	4.5	2.4	0.0	0.0	0.0	6.50	(54)

(注1) 旅行先別については、1回の旅行につき、単一の旅行先(国・地域)を訪問したデータのみ。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2) 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)~まったく思わない(1点)の7段階評価の平均値。  
■全体の比率より15ポイント以上高い ■全体の比率より10ポイント以上高い ■全体の比率より5ポイント以上高い

図 I-3-3 旅行先(国・地域)別の満足度・再来訪意向



(単位：%)

旅行先	再来訪意向(5年以内)								再来訪意向指数	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			
2023年	42.6	26.4	12.6	9.6	5.2	2.7	1.0	5.80	(2,001)	
2019年	34.1	26.0	16.1	11.6	6.3	4.2	1.6	5.51	(4,559)	
韓国	51.7	25.6	11.1	6.8	2.9	1.2	0.8	6.10	(484)	
中国	40.4	31.9	10.1	12.5	2.3	0.0	2.9	5.84	(25)	
台湾	44.3	27.7	11.2	8.9	4.0	3.5	0.5	5.87	(260)	
香港・マカオ	24.9	34.1	10.5	20.2	5.7	4.5	0.0	5.39	(45)	
シンガポール	30.7	29.1	23.5	5.9	9.1	1.7	0.0	5.61	(66)	
インドネシア	39.9	36.0	10.8	4.7	5.7	2.9	0.0	5.91	(30)	
マレーシア	38.8	44.5	5.6	6.7	4.4	0.0	0.0	6.07	(23)	
タイ	52.7	23.8	14.2	6.1	2.8	0.5	0.0	6.16	(144)	
ベトナム	23.5	31.7	18.6	14.7	8.6	1.6	1.4	5.37	(72)	
フィリピン	44.1	31.1	10.0	4.9	2.5	2.5	4.9	5.82	(46)	
インドネシア(バリ)	17.7	22.9	31.8	12.9	14.6	0.0	0.0	5.16	(6)	
その他東南アジア	11.0	14.6	17.3	29.8	14.5	7.6	5.1	4.34	(25)	
オーストラリア・ニュージーランド	29.6	30.6	16.2	11.8	4.5	7.4	0.0	5.47	(57)	
南太平洋 (タヒチ・フィジー・ニューカレドニア等)	0.0	34.9	0.0	28.3	13.5	0.0	23.2	3.87	(5)	
ハワイ	62.4	26.7	7.7	2.7	0.6	0.0	0.0	6.48	(167)	
ガム・サイパン	30.9	25.6	14.5	12.1	13.8	0.0	3.0	5.36	(38)	
アメリカ合衆国本土	41.5	24.4	11.3	11.0	5.8	6.0	0.0	5.67	(105)	
カナダ	9.9	26.4	15.6	35.2	12.8	0.0	0.0	4.85	(14)	
フランス	46.8	25.3	2.4	8.7	16.8	0.0	0.0	5.77	(28)	
イギリス	37.8	5.7	25.0	13.0	11.6	6.9	0.0	5.24	(17)	
スペイン	33.5	23.1	13.6	11.4	3.9	14.5	0.0	5.27	(24)	
イタリア	50.3	17.7	14.0	11.8	3.9	2.4	0.0	5.92	(27)	
ドイツ	33.4	30.5	12.2	10.9	3.8	4.4	4.8	5.46	(22)	
その他ヨーロッパ	15.0	21.5	16.4	22.3	15.4	5.5	3.9	4.66	(51)	
その他	20.5	11.0	16.2	23.7	11.1	13.6	4.0	4.50	(54)	

資料：(公財)日本交通公社「JTBF 旅行実態調査」

**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

ここでは、海外旅行(観光・レクリエーションを目的とする海外旅行)にしほり、日本人の海外旅行の実態を詳しく見ていく。なお、分析に用いた表はすべて「JTBF 旅行実態調査」(6ページ参照)による。

①マーケットセグメントと申し込み時期(表I-3-15)

旅行の申し込み時期は、全体で見ると旅行の「3～5か月前」(35.6%)、「1～2か月前」(28.2%)、「半年～1年前」(19.7%)の割合が大きくなった。

マーケットセグメント別に見ると、「ひとり旅」を除いて、「3～5か月前」の割合が最も高くなり、「ひとり旅」では「1～2か月前」が最も高くなった。

表 I-3-15 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か月前	1～2か月前	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		
2023年	2.8	20.1	36.8	28.4	6.6	3.8	0.9	0.3	0.3	0.0	(1,973)	
2019年	2.7	22.2	37.7	25.8	7.2	2.9	0.8	0.5	0.2	0.1	(4,484)	
家族旅行	3.6	22.1	34.9	27.3	5.9	4.3	1.0	0.5	0.3	0.0	(466)	
乳幼児の子どもと一緒に家族旅行(小中高生を含まない)	2.8	27.3	40.6	15.4	2.8	6.1	1.9	3.1	0.0	0.0	(77)	
小中高生の子どもと一緒に家族旅行(乳幼児連れも含む)	5.1	20.6	35.0	31.2	5.2	2.2	0.4	0.0	0.5	0.0	(158)	
18歳以上のみの家族旅行	2.9	21.4	32.9	28.8	7.5	5.1	1.1	0.0	0.3	0.0	(231)	
3世代家族旅行*	5.5	29.0	37.1	18.8	3.9	3.0	0.6	0.6	1.5	0.0	(101)	
夫婦・カップル旅行	3.2	25.0	37.5	25.2	6.4	2.0	0.4	0.4	0.0	0.0	(654)	
カップルでの旅行	2.0	20.3	28.4	34.8	8.4	3.4	0.9	1.7	0.0	0.0	(142)	
夫婦での旅行(子どもなし)	3.6	29.3	38.5	20.1	6.4	1.7	0.5	0.0	0.0	0.0	(285)	
子育て中の夫婦での旅行(末子が18歳未満)	5.7	25.2	38.7	25.2	5.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	(42)	
子育て後の夫婦での旅行(末子が18歳以上)	3.1	21.9	42.3	25.7	5.2	1.9	0.0	0.0	0.0	0.0	(185)	
友人旅行	1.0	16.8	40.3	30.5	5.9	3.6	1.3	0.0	0.5	0.0	(378)	
未婚男性による友人旅行	1.4	14.5	44.3	30.4	2.9	4.1	1.2	0.0	1.2	0.0	(88)	
既婚男性による友人旅行(子どもなし)	0.0	20.0	19.8	51.5	0.0	0.0	8.8	0.0	0.0	0.0	(10)	
子育て中の男性による友人旅行(末子が18歳未満)	2.9	22.3	27.2	33.4	3.2	10.9	0.0	0.0	0.0	0.0	(22)	
子育て後の男性による友人旅行(末子が18歳以上)	0.0	24.1	39.8	19.6	10.9	5.6	0.0	0.0	0.0	0.0	(23)	
未婚女性による友人旅行	1.1	16.0	38.6	32.9	6.7	2.8	1.5	0.0	0.5	0.0	(160)	
既婚女性による友人旅行(子どもなし)	0.0	16.9	43.2	20.0	10.5	6.9	2.5	0.0	0.0	0.0	(27)	
子育て中の女性による友人旅行(末子が18歳未満)	0.0	18.9	47.5	25.1	8.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	(39)	
子育て後の女性による友人旅行(末子が18歳以上)	0.0	13.8	44.4	41.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	(9)	
ひとり旅	3.3	14.7	32.0	32.5	8.7	6.4	1.4	0.2	0.6	0.2	(396)	
男性のひとり旅	4.4	17.1	29.2	33.4	8.5	4.0	2.4	0.3	0.5	0.3	(235)	
女性のひとり旅	1.6	11.2	36.1	31.2	9.0	10.0	0.0	0.0	0.8	0.0	(161)	

(注1) 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2) 「わからない」と回答したサンプルを除いて集計している。

\* 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ポイント以上高い

■ 全体の比率より10ポイント以上高い

■ 全体の比率より5ポイント以上高い

資料：(公財)日本交通公社「JTBF 旅行実態調査」

②マーケットセグメントと出発月・出発日(表I-3-16)

全体としては、出発月は「3月」(12.2%)、「5月」(10.5%)、「10月」(8.8%)が多かった。

出発日を見ると、コロナ禍前の2019年と比べ、特に「月～木曜日」が10ポイント以上高くなっている中、「土曜日」が2019年と比較して6ポイント、「日曜・祝祭日」が4ポイント以上低くなっている。

また、「夏休み」、「ゴールデンウィーク」は、2019年よりやや少なくなっている。2019年時は、最大10連休程度となったゴールデンウィークや、その他連休が土曜日始まりであったことが影響していると考えられる(お盆休みは8月10日(土)から最大9連休、シルバーウィークは大型連休ではないものの9月14日(土)からの3連休及び9月21日(土)からの3連休、年末年始は12月28日(土)から最大9連休等)。

「家族旅行」では子どもの休みに旅行時期が影響される傾向にあり、特に「小中高生の子どものと一緒にの家族旅行(乳幼児連れも含む)」では、学校の「夏休み」(「8月」)に旅行に出掛ける割合が全体と比較して高い。

「夫婦・カップル旅行」では、「子育て中の夫婦での旅行(末子が18歳未満)」は「4月」、「7月」に出発する割合が全体と比較して5ポイント以上高くなっている。

「友人旅行」では性別や子どもの有無によって傾向が異なり、特徴的な点として、「既婚男性による友人旅行(子どもなし)」の出発月は「11月」と「12月」、出発日は「金曜日」の出発の割合が全体よりも15ポイント以上高くなった。また、「子育て中の女性による友人旅行(末子が18歳未満)」において、「6月」、「月～木曜日」の出発が全体より15ポイント以上高くなった。

表 I-3-16 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 ウィーク ゴールデン	年末年始	土曜日	日曜・祝祭日	月～木曜日	金曜日		
2023年	4.6	5.6	7.2	5.8	7.0	7.3	9.3	12.5	10.4	9.7	10.7	9.8	9.4	3.3	4.8	13.3	11.5	41.8	15.9	(2,001)
2019年	6.3	5.2	15.2	6.4	8.8	9.0	5.0	9.9	11.0	6.4	8.8	8.0	6.0	7.5	9.1	13.5	16.8	12.8	34.4	(4,559)
家族旅行	5.9	4.9	7.2	5.3	6.8	5.0	11.7	18.0	9.9	7.3	9.6	8.5	15.0	3.6	5.5	13.4	12.6	30.5	19.3	(476)
乳幼児の子どものと一緒にの家族旅行(小中高生を含まない)	6.3	7.6	3.7	5.1	7.5	2.5	20.1	17.1	8.9	6.9	9.4	4.8	15.3	4.7	7.0	13.9	21.4	24.7	12.9	(78)
小中高生の子どものと一緒にの家族旅行(乳幼児連れも含む)	5.8	3.7	8.7	4.0	9.4	3.6	9.2	27.0	5.8	3.4	7.6	11.8	23.8	5.4	7.0	12.1	10.2	21.1	20.3	(161)
18歳以上のみの家族旅行	5.8	4.7	7.4	6.2	4.7	6.7	10.6	12.1	13.0	10.2	11.0	7.6	9.0	2.0	4.0	14.1	11.4	38.9	20.8	(237)
3世代家族旅行*	7.9	6.9	7.0	3.2	7.9	7.9	14.8	13.6	5.9	8.7	12.4	3.8	13.6	5.6	3.6	13.5	16.3	20.9	26.5	(103)
夫婦・カップル旅行	4.8	5.2	6.1	5.5	8.0	8.4	9.9	11.1	11.9	9.8	9.1	10.1	7.7	3.6	5.7	14.0	10.6	44.6	13.9	(661)
カップルでの旅行	7.8	5.6	6.0	7.1	8.6	7.2	8.3	9.9	9.5	12.7	6.3	11.1	6.0	2.5	8.4	16.6	9.5	43.9	13.0	(143)
夫婦での旅行(子どもなし)	4.8	3.9	6.3	4.8	8.3	7.2	9.9	12.6	13.2	8.0	12.5	8.5	10.3	4.1	5.6	13.8	10.3	40.8	15.1	(287)
子育て中の夫婦での旅行(末子が18歳未満)	5.2	6.2	11.3	13.7	6.4	4.8	13.8	7.3	11.4	7.9	9.0	3.1	6.4	6.7	3.5	19.1	12.4	31.6	20.3	(45)
子育て後の夫婦での旅行(末子が18歳以上)	2.7	6.8	4.7	3.4	7.3	12.0	10.3	10.4	11.9	11.0	5.9	13.5	5.2	2.8	4.4	11.3	11.3	53.8	11.2	(186)
友人旅行	4.3	7.0	8.1	3.8	5.3	8.5	10.1	13.0	9.0	10.5	10.0	10.3	8.5	2.8	3.2	14.8	10.7	42.0	18.0	(384)
未婚男性による友人旅行	3.9	8.3	7.6	3.5	1.4	5.3	14.8	22.8	7.7	7.1	10.7	6.9	13.9	2.5	3.5	17.3	10.5	31.9	20.4	(88)
既婚男性による友人旅行(子どもなし)	7.3	8.8	6.0	0.0	13.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	25.3	39.1	0.0	13.5	0.0	16.1	0.0	39.1	31.3	(10)
子育て中の男性による友人旅行(末子が18歳未満)	13.3	4.0	13.6	7.5	3.1	4.6	0.0	14.0	10.9	0.0	11.4	17.7	0.0	6.8	21.0	4.6	2.7	45.6	19.3	(23)
子育て後の男性による友人旅行(末子が18歳以上)	6.1	7.3	7.4	3.4	8.4	8.3	9.6	12.8	0.0	4.6	10.5	21.6	0.0	0.0	0.0	11.2	16.1	60.3	12.4	(24)
未婚女性による友人旅行	3.1	6.8	9.0	3.0	6.5	6.0	9.8	12.9	11.6	12.0	9.1	10.2	10.6	3.0	2.8	15.3	10.4	40.8	17.1	(164)
既婚女性による友人旅行(子どもなし)	5.3	0.0	6.5	6.0	4.9	7.3	17.0	5.6	17.6	20.3	4.6	4.7	4.2	2.5	0.0	23.3	13.0	32.5	24.5	(27)
子育て中の女性による友人旅行(末子が18歳未満)	2.0	9.5	6.5	6.7	7.3	29.9	6.3	0.0	0.0	18.1	6.8	7.0	3.1	0.0	0.0	6.6	14.9	60.8	14.6	(39)
子育て後の女性による友人旅行(末子が18歳以上)	8.0	9.6	0.0	0.0	7.4	22.0	0.0	0.0	13.2	12.2	27.6	0.0	0.0	0.0	0.0	21.8	11.0	67.2	0.0	(9)
ひとり旅	3.5	6.2	8.7	9.0	7.0	7.7	5.6	8.2	9.2	10.2	13.5	11.2	6.9	3.6	4.4	10.3	11.5	47.6	15.6	(400)
男性のひとり旅	5.3	6.3	7.1	9.9	6.3	7.3	5.9	9.8	9.8	10.4	13.4	8.3	7.4	4.0	5.2	9.6	9.9	46.7	17.3	(237)
女性のひとり旅	0.9	6.1	10.9	7.8	8.0	8.2	5.1	5.8	8.3	9.8	13.5	15.5	6.3	3.1	3.3	11.4	13.9	49.1	13.0	(163)

(注)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。

\*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ポイント以上高い ■全体の比率より10ポイント以上高い ■全体の比率より5ポイント以上高い

資料: (公財)日本交通公社「JTB 旅行実態調査」

③マーケットセグメントと旅行先での主な交通手段

(表I-3-17)

旅行先での主な交通手段は、先に見たものと傾向は同じで全体では「列車」(50.9%)、「タクシー・ハイヤー・その他配車サービス」(37.8%)、「路線バス」(26.0%)、「飛行機」(25.5%)の割合が高い。

「タクシー・ハイヤー・その他配車サービス」については、既婚男性の「友人旅行」での利用率が高く、加えて、乳幼児連れを除く家族旅行での利用が多い。

「列車」については「友人旅行」での利用率が高く、特に「子育て

後の女性による友人旅行(末子が18歳以上)」と「未婚女性による友人旅行」で全体よりも15ポイント以上高くなった。

「貸切バス・定期観光バス」は「子育て後の夫婦での旅行」や「子育て中の女性による友人旅行」での利用率が高く、「路線バス」は「子育て後の女性による友人旅行」や「男性のひとり旅」で利用される割合が高くなった。

そのほか、「レンタカー」については全体の利用率が10.3%と小さいものの、「既婚男性による友人旅行」や「3世代家族旅行」、「乳幼児の子どもと一緒に家族旅行」で比較的需要があることがわかる。

表I-3-17 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	飛行機	列車(鉄道・地下鉄・路面電車・モノレール等)	レンタカー	貸切バス・定期観光バス	路線バス	観光客向けの巡回バス等	タクシー・ハイヤー・その他配車サービス	ウーバー(一般のドライバーが 自家用車を使用し行う ライドシェアリングサービス)	レンタサイクル	船(フェリー・観光船等)	その他	交通機関は利用しなかった	サンプル数
マーケットセグメント													
2023年	25.0	50.5	10.2	14.3	25.9	9.0	37.5	9.2	1.7	6.2	2.6	1.3	(2,001)
2019年	-	31.7	8.5	22.0	19.8	11.5	32.5	-	1.9	9.3	4.0	1.3	(4,559)
家族旅行	27.3	47.8	14.1	12.2	23.1	12.0	44.1	9.9	1.3	6.6	1.3	1.4	(476)
乳幼児の子どもと一緒に家族旅行 (小中高生を含まない)	23.3	39.8	22.2	12.7	15.2	18.5	37.2	9.0	0.0	3.6	4.8	4.1	(78)
小中高生の子どもと一緒に家族旅行 (乳幼児連れも含む)	33.0	39.3	17.2	12.7	20.0	12.5	45.7	10.9	1.9	8.3	0.4	1.7	(161)
18歳以上のみの家族旅行	24.7	56.4	9.2	11.7	27.8	9.4	45.4	9.5	1.4	6.5	0.7	0.3	(237)
3世代家族旅行*	29.7	32.9	22.9	14.4	28.2	13.2	45.4	11.6	1.9	5.3	3.6	0.0	(103)
夫婦・カップル旅行	26.1	40.8	11.9	19.3	21.7	11.0	35.5	10.9	2.0	7.3	2.3	1.7	(661)
カップルでの旅行	29.3	45.9	11.8	9.5	25.6	7.6	42.0	12.6	5.3	2.8	1.5	1.0	(143)
夫婦での旅行(子どもなし)	24.0	43.3	12.8	16.4	21.8	15.6	35.8	13.6	1.3	9.2	1.7	1.9	(287)
子育て中の夫婦での旅行 (末子が18歳未満)	46.8	31.7	10.7	8.2	21.3	9.1	28.8	2.9	1.7	2.8	0.0	3.9	(45)
子育て後の夫婦での旅行 (末子が18歳以上)	22.5	35.4	10.9	33.4	19.0	7.0	31.7	7.3	0.8	8.6	4.2	1.3	(186)
友人旅行	21.7	60.0	6.5	9.9	28.5	6.7	37.4	6.6	1.8	5.7	2.5	0.9	(384)
未婚男性による友人旅行	24.3	54.6	11.2	4.5	35.5	6.5	32.3	9.3	4.8	9.0	2.9	0.0	(88)
既婚男性による友人旅行 (子どもなし)	25.4	20.0	32.7	25.7	0.0	12.6	60.2	25.7	0.0	0.0	0.0	0.0	(10)
子育て中の男性による友人旅行 (末子が18歳未満)	29.0	54.8	8.6	0.0	21.2	3.3	50.5	15.6	7.0	11.8	3.8	3.8	(23)
子育て後の男性による友人旅行 (末子が18歳以上)	24.2	31.7	20.1	6.4	22.5	10.1	59.3	4.8	0.0	13.0	6.1	0.0	(24)
未婚女性による友人旅行	21.1	72.3	2.5	9.4	27.4	5.6	31.1	3.5	0.5	1.8	0.9	1.6	(164)
既婚女性による友人旅行 (子どもなし)	10.4	64.4	2.7	8.3	19.9	13.1	41.8	8.5	0.0	0.0	4.2	0.0	(27)
子育て中の女性による友人旅行 (末子が18歳未満)	22.3	41.7	0.0	29.2	35.6	6.9	49.4	4.6	0.0	10.8	5.2	0.0	(39)
子育て後の女性による友人旅行 (末子が18歳以上)	8.0	83.0	0.0	17.0	39.2	0.0	27.0	0.0	0.0	9.6	0.0	0.0	(9)
ひとり旅	23.9	57.2	5.8	10.6	34.3	4.3	32.0	8.0	2.1	5.8	4.8	0.8	(400)
男性のひとり旅	23.9	54.8	7.5	8.8	37.3	2.9	36.6	7.1	2.6	6.7	3.5	0.9	(237)
女性のひとり旅	23.9	60.6	3.3	13.2	30.0	6.3	25.2	9.4	1.3	4.6	6.8	0.7	(163)

(注)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。

\*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ポイント以上高い

■全体の比率より10ポイント以上高い

■全体の比率より5ポイント以上高い

資料: (公財)日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

④マーケットセグメントと最も楽しみにしていたこと(表I-3-18)

最も楽しみにしていたことについて全体では、先に見たものと傾向は同じで「おいしいものを食べること」(23.3%)が最も多く、次いで「文化的な名所を見ること」(13.7%)、「街や都市を訪れること」(12.2%)、「自然景観を見ること」(11.0%)の順で10%を超える割合となった。

セグメント別で見ると、「家族旅行」では「買い物をする事」や「自然景観を見ること」が他のセグメントと比較して高く、特に「乳幼児の子どもと一緒に家族旅行(小中高生を含まない)」では全体よりも高い傾向が出た。

「夫婦・カップル旅行」では「街や都市を訪れること」が他セグメントと比較してやや高くなった。

「友人旅行」では男性と女性で傾向が異なり、男性の友人旅行では「おいしいものを食べること」が他のセグメントに差をつけて高くなった。一方、女性の友人旅行では「おいしいものを食べること」や「買い物をする事」が比較的高く、「子育て後の女性による友人旅行(末子が18歳以上)」では「文化的な名所を見ること」が30.2%と顕著に高くなった。

「ひとり旅」では「文化的な名所を見ること」、「街や都市を訪れること」が他のセグメントより比較的高くなった。

表I-3-18 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:%)

最も楽しみにしていたこと マーケティングセグメント	(史跡・寺社仏閣等)を見ること	文化的な名所	自然景観を見ること	観光文化施設(水族館や美術館・テーマパーク等)を訪れること	スポーツやアウトドア活動を楽しむこと	街や都市を訪れること	自然の豊かさを体験すること	地域の文化を体験すること	エステ・スパ・マッサージを受けること	おいしいものを食べること	買い物をする事	地域の祭りやイベント	帰省・冠婚葬祭関連・親族や知人訪問	目当ての宿泊施設に泊まること	芸術・音楽・スポーツ等の観劇・鑑賞・観戦	その他	サンプル数
2023年	14.1	11.0	5.9	5.1	12.4	3.9	3.0	2.5	23.3	7.2	1.0	3.2	1.8	2.6	2.9	(2,001)	
2019年	17.7	13.5	7.5	5.1	12.2	3.8	2.5	2.2	18.2	8.3	1.1	2.3	1.5	2.3	1.9	(4,559)	
家族旅行	11.8	11.9	7.8	7.4	8.9	4.9	2.3	2.2	26.4	6.8	1.4	2.8	2.3	1.1	2.1	(476)	
乳幼児の子どもと一緒に家族旅行(小中高生を含まない)	5.3	12.6	6.6	8.0	8.0	7.7	2.8	1.2	23.5	8.2	4.8	8.9	1.4	0.9	0.0	(78)	
小中高生の子どもと一緒に家族旅行(乳幼児連れも含む)	15.7	12.5	8.7	7.5	8.4	6.0	1.7	3.4	23.7	5.7	0.9	1.1	2.5	0.7	1.5	(161)	
18歳以上のみの家族旅行	11.3	11.3	7.6	7.0	9.5	3.3	2.6	1.6	29.1	7.1	0.6	1.9	2.4	1.3	3.2	(237)	
3世代家族旅行*	8.2	12.6	12.8	8.2	6.8	5.6	2.2	1.8	22.8	7.4	1.8	3.4	2.2	3.0	1.2	(103)	
夫婦・カップル旅行	14.0	13.8	5.6	4.4	15.9	4.8	2.8	1.3	20.6	5.7	0.9	2.0	2.6	1.8	3.7	(661)	
カップルでの旅行	11.2	8.7	7.0	5.9	13.0	3.4	1.1	2.4	32.6	3.9	0.9	1.8	1.1	4.0	2.9	(143)	
夫婦での旅行(子どもなし)	12.8	13.8	5.8	4.8	17.3	5.6	3.2	0.5	17.9	7.3	1.1	1.6	2.8	2.0	3.5	(287)	
子育て中の夫婦での旅行(末子が18歳未満)	21.1	11.1	5.5	6.5	10.6	4.6	4.7	5.1	18.4	6.6	0.0	2.9	3.0	0.0	0.0	(45)	
子育て後の夫婦での旅行(末子が18歳以上)	16.3	18.2	4.2	2.3	16.9	4.7	3.1	1.0	16.4	4.5	0.7	2.8	3.2	0.3	5.5	(186)	
友人旅行	14.3	6.1	6.5	5.2	9.4	2.7	3.9	3.9	26.7	13.4	0.3	1.9	0.4	4.3	1.0	(384)	
未婚男性による友人旅行	24.4	8.5	9.3	5.2	12.4	2.5	5.9	3.8	19.5	3.9	0.0	0.8	0.7	2.4	0.6	(88)	
既婚男性による友人旅行(子どもなし)	13.0	0.0	12.6	12.7	0.0	0.0	0.0	0.0	52.8	0.0	0.0	0.0	0.0	8.8	0.0	(10)	
子育て中の男性による友人旅行(末子が18歳未満)	24.6	0.0	8.4	9.8	10.0	0.0	0.0	3.3	31.4	2.7	0.0	0.0	3.8	0.0	5.9	(23)	
子育て後の男性による友人旅行(末子が18歳以上)	12.1	0.0	0.0	23.3	14.6	4.6	2.8	0.0	20.5	2.5	0.0	12.0	0.0	0.0	7.7	(24)	
未婚女性による友人旅行	9.1	8.1	5.4	1.7	10.8	3.8	4.0	4.3	27.9	18.1	0.0	0.5	0.0	6.3	0.0	(164)	
既婚女性による友人旅行(子どもなし)	2.2	8.7	0.0	0.0	4.7	0.0	0.0	6.7	34.2	28.3	0.0	10.7	0.0	4.4	0.0	(27)	
子育て中の女性による友人旅行(末子が18歳未満)	12.9	0.0	12.2	6.2	0.0	2.4	6.2	5.7	28.9	19.3	3.1	0.0	0.0	3.0	0.0	(39)	
子育て後の女性による友人旅行(末子が18歳以上)	30.2	0.0	0.0	12.2	0.0	0.0	0.0	0.0	24.8	24.8	0.0	0.0	0.0	8.0	0.0	(9)	
ひとり旅	16.1	10.7	3.1	4.0	15.0	2.4	3.1	3.5	21.3	3.9	1.1	7.4	1.6	4.7	2.1	(400)	
男性のひとり旅	18.4	10.9	3.9	5.2	17.7	2.4	1.7	2.4	19.9	4.1	0.8	4.4	1.4	4.5	2.3	(237)	
女性のひとり旅	12.7	10.4	2.0	2.2	11.0	2.4	5.2	5.3	23.4	3.5	1.6	12.0	1.8	4.9	1.6	(163)	

(注)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。

\*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ポイント以上高い

■全体の比率より10ポイント以上高い

■全体の比率より5ポイント以上高い

資料:(公財)日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

⑤マーケットセグメントと宿泊施設(表I-3-19)

ホテル宿泊の割合が高いのはマーケットセグメントに限らず同様であるが、「家族旅行」や「夫婦・カップル旅行」では「リゾートホテル」の利用が、「友人旅行」では「ビジネスホテル」、「ひとり旅」では「ビジネスホテル」や「ゲストハウス・ドミト

リー」、「実家・親戚・知人宅」が、他のセグメントと比べて高い傾向である。

そのほか、「3世代家族旅行」では「別荘・リゾートマンション・会員制の宿泊施設」の利用率が他のセグメントよりも高くなった。

表I-3-19 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	宿泊施設	ホテル			ペンション・B&B・ロッジ	オートキャンプ・キャンプ・キャンブ	別荘・リゾートマンション・会員制の宿泊施設	民泊	ゲストハウス・ドミトリー	実家・親戚・知人宅	その他	サンプル数	
		シティホテル	ビジネスホテル	リゾートホテル									
2023年		84.6	44.0	19.7	34.2	5.4	2.5	4.9	4.3	6.1	7.3	3.9	(2,001)
2019年		88.6	43.3	13.0	40.0	3.6	1.0	2.7	-	4.4	3.7	2.5	(4,559)
家族旅行		85.0	41.9	14.0	38.1	4.1	1.5	5.2	2.3	3.1	5.9	2.3	(476)
	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)	80.1	37.0	11.8	37.5	6.3	1.4	8.7	3.8	1.6	8.6	1.6	(78)
	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)	84.1	39.9	13.1	41.4	4.3	2.1	4.4	1.2	4.6	6.6	2.9	(161)
	18歳以上のみの家族旅行	87.3	45.0	15.3	36.0	3.2	1.1	4.5	2.5	2.7	4.5	2.0	(237)
	3世代家族旅行*	78.3	35.1	14.8	41.3	8.5	4.0	12.4	3.8	2.9	8.0	2.6	(103)
夫婦・カップル旅行		86.4	41.5	12.7	46.6	4.7	1.7	4.2	3.4	2.4	4.6	4.3	(661)
	カップルでの旅行	81.4	41.7	10.7	37.8	8.1	2.7	5.0	5.8	4.0	4.1	2.2	(143)
	夫婦での旅行(子どもなし)	88.2	37.7	15.8	50.4	3.7	1.2	3.3	2.9	2.2	3.9	3.3	(287)
	子育て中の夫婦での旅行(末子が18歳未満)	92.9	45.1	20.9	47.4	4.5	6.2	4.5	6.1	3.1	3.1	3.1	(45)
	子育て後の夫婦での旅行(末子が18歳以上)	85.8	46.4	7.7	47.1	3.9	0.9	4.9	1.6	1.4	6.3	7.5	(186)
友人旅行		88.4	46.6	32.4	24.9	5.7	3.3	5.6	6.0	8.8	5.4	4.6	(384)
	未婚男性による友人旅行	88.3	41.8	40.0	24.2	4.8	6.4	8.0	11.1	8.8	5.6	6.1	(88)
	既婚男性による友人旅行(子どもなし)	91.2	38.7	32.6	32.5	0.0	0.0	0.0	0.0	8.8	0.0	0.0	(10)
	子育て中の男性による友人旅行(末子が18歳未満)	96.7	52.2	30.0	34.6	5.9	0.0	0.0	0.0	0.0	5.9	0.0	(23)
	子育て後の男性による友人旅行(末子が18歳以上)	96.4	55.4	28.3	30.4	2.5	0.0	9.8	0.0	7.7	0.0	3.6	(24)
	未婚女性による友人旅行	85.9	44.9	32.0	20.2	8.0	3.6	5.1	6.7	12.2	7.1	4.0	(164)
	既婚女性による友人旅行(子どもなし)	89.6	36.0	33.4	30.7	0.0	0.0	4.4	0.0	3.7	6.7	0.0	(27)
	子育て中の女性による友人旅行(末子が18歳未満)	88.0	60.2	22.6	35.9	6.1	2.7	5.4	5.0	2.7	2.7	12.9	(39)
	子育て後の女性による友人旅行(末子が18歳以上)	87.8	74.6	13.2	7.4	0.0	0.0	0.0	0.0	12.2	0.0	0.0	(9)
ひとり旅		76.4	45.8	24.6	19.7	8.2	4.3	5.6	7.0	13.3	16.3	4.3	(400)
	男性のひとり旅	81.3	46.4	27.4	19.9	8.6	2.5	4.3	6.6	11.0	11.0	2.9	(237)
	女性のひとり旅	69.1	44.9	20.6	19.5	7.5	6.9	7.4	7.7	16.7	24.2	6.4	(163)

(注)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。

\*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ポイント以上高い

■全体の比率より10ポイント以上高い

■全体の比率より5ポイント以上高い

資料：(公財)日本交通公社「JTBF 旅行実態調査」



⑥マーケットセグメントと宿泊数(表I-3-20)

「ひとり旅」が最も宿泊数が多い傾向は国内旅行と同様である。平均宿泊数(概数)が最も多いのは「女性のひとり旅」の7.50泊であるが、これには帰省や親戚・知人の訪問のための渡航の割合が比較的高いことも影響していると考えられる。

「ひとり旅」に次いで、「子育て後の男性による友人旅行(末子が18歳以上)」では平均宿泊数は7.02泊、「子育て後の夫婦で

の旅行(末子が18歳以上)」では平均6.75泊となった。

「子育て中の夫婦での旅行(末子が18歳未満)」や「友人旅行」のうち「既婚男性による友人旅行(子どもなし)」、「子育て後の男性による友人旅行(末子が18歳以上)」を除き、比較的日数が少なくなる傾向が見られた。

(蛭澤俊典)

表 I-3-20 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

(単位：%) (単位：泊)

マーケットセグメント	宿泊数													平均宿泊数(概数)	サンプル数
	1泊	2泊	3泊	4泊	5泊	6泊	7泊	8~9泊	10~13泊	14~20泊	21~27泊	28泊以上			
2023年	3.9	16.4	24.2	15.5	10.7	6.9	7.0	6.2	4.2	2.3	0.8	1.9	5.28	(2,001)	
2019年	3.1	15.6	25.1	14.7	10.0	7.9	9.0	7.1	3.8	1.6	0.5	1.6	5.16	(4,559)	
家族旅行	2.5	17.2	30.7	16.9	11.7	5.8	4.5	4.8	2.4	1.5	0.8	1.2	4.67	(476)	
乳幼児の子どもと一緒に家族旅行(小中高生を含まない)	0.0	18.7	32.9	13.1	15.4	6.2	2.2	1.9	0.0	5.3	2.7	1.6	5.35	(78)	
小中高生の子どもと一緒に家族旅行(乳幼児連れも含む)	5.7	14.2	34.1	14.6	9.6	4.4	5.9	5.6	2.5	1.9	0.0	1.5	4.60	(161)	
18歳以上のみの家族旅行	1.1	18.8	27.5	19.8	11.9	6.7	4.3	5.2	3.2	0.0	0.6	0.8	4.49	(237)	
3世代家族旅行*	2.6	13.5	29.8	13.9	18.5	8.4	3.8	4.7	2.6	1.3	0.0	1.1	4.67	(103)	
夫婦・カップル旅行	3.7	10.6	22.0	18.7	11.2	9.1	7.3	9.0	4.3	2.2	0.5	1.5	5.44	(661)	
カップルでの旅行	7.3	17.5	27.9	17.5	7.6	7.3	5.9	5.3	1.7	2.0	0.0	0.0	4.18	(143)	
夫婦での旅行(子どもなし)	1.9	9.7	22.3	21.0	11.7	8.4	8.3	8.4	5.0	2.3	0.0	1.3	5.40	(287)	
子育て中の夫婦での旅行(末子が18歳未満)	10.2	20.7	28.8	17.2	12.0	6.4	2.0	0.0	0.0	0.0	2.6	0.0	3.82	(45)	
子育て後の夫婦での旅行(末子が18歳以上)	2.3	4.6	15.9	16.3	12.9	12.3	8.0	14.5	6.3	2.7	1.0	3.2	6.75	(186)	
友人旅行	5.1	28.4	24.6	10.5	8.5	5.6	7.2	3.8	3.8	1.2	0.4	0.8	4.32	(384)	
未婚男性による友人旅行	7.0	21.6	24.1	14.1	11.3	10.6	4.9	2.9	2.7	0.0	0.8	0.0	4.08	(88)	
既婚男性による友人旅行(子どもなし)	0.0	0.0	52.8	0.0	6.7	13.0	14.8	0.0	0.0	12.6	0.0	0.0	5.89	(10)	
子育て中の男性による友人旅行(末子が18歳未満)	3.3	30.6	23.8	14.3	12.9	2.7	9.7	0.0	2.7	0.0	0.0	0.0	3.73	(23)	
子育て後の男性による友人旅行(末子が18歳以上)	0.0	12.9	9.0	4.2	15.2	10.5	14.4	12.2	14.3	7.3	0.0	0.0	7.02	(24)	
未婚女性による友人旅行	7.0	34.7	22.3	12.4	7.3	3.3	3.5	2.5	3.9	0.9	0.4	1.9	4.18	(164)	
既婚女性による友人旅行(子どもなし)	0.0	30.3	48.2	6.5	0.0	2.7	8.1	4.2	0.0	0.0	0.0	0.0	3.40	(27)	
子育て中の女性による友人旅行(末子が18歳未満)	2.7	23.9	25.2	3.1	9.2	3.1	19.0	8.7	5.0	0.0	0.0	0.0	4.68	(39)	
子育て後の女性による友人旅行(末子が18歳以上)	0.0	62.8	12.2	0.0	0.0	0.0	17.0	8.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3.49	(9)	
ひとり旅	5.1	13.4	19.4	13.4	12.0	5.8	8.3	5.4	6.0	4.1	2.2	4.9	6.72	(400)	
男性のひとり旅	3.5	12.2	21.5	16.1	13.3	4.8	9.5	5.6	5.4	2.5	1.6	4.0	6.20	(237)	
女性のひとり旅	7.5	15.1	16.2	9.3	10.2	7.1	6.5	5.1	7.0	6.5	3.1	6.4	7.50	(163)	

(注)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。

\*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ポイント以上高い

■全体の比率より10ポイント以上高い

■全体の比率より5ポイント以上高い

■平均宿泊数が全体平均値より0.5泊以上多い(平均宿泊数については、28泊以上は28泊と仮定して算出)

資料：(公財)日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

## I-4 日本人の旅行に対する意識

### ■ 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、アメリカ本土、韓国  
 行ってみたい旅行タイプは温泉、グルメ、自然

ここでは、日本人の行ってみたい旅行について詳しく見ていく。なお、ここで分析に用いたデータは、すべて「JTBF 旅行意識調査」(6ページ参照)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	2024年			2021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	1,464	56.4	北海道	1,753	55.9
2位	沖縄県	1,134	42.0	沖縄県	1,423	44.0
3位	京都府	376	16.7	京都府	502	18.5
4位	大阪府	304	13.7	東京都	394	14.9
5位	東京都	236	10.8	大阪府	321	12.7
6位	千葉県	200	7.8	九州地方	254	9.5
7位	九州地方	193	9.0	石川県	228	7.8
8位	長崎県	175	7.7	鹿児島県	202	7.6
9位	福岡県	171	9.1	千葉県	193	5.9
10位	石川県	164	7.5	長崎県	165	6.0
11位	鹿児島県	132	5.6	福岡県	159	6.5
12位	四国地方	123	5.9	四国地方	149	5.7
13位	広島県	118	5.6	静岡県	148	4.5
14位	長野県	117	5.3	長野県	129	4.7
15位	青森県	105	5.2	広島県	122	4.4
16位	島根県	99	4.6	東北地方	122	4.7
17位	三重県	96	3.8	神奈川県	111	4.2
18位	東北地方	93	4.2	大分県	98	3.6
19位	静岡県	91	4.5	青森県	94	3.1
20位	大分県	89	3.8	和歌山県	91	2.7
21位	神奈川県	88	3.8	三重県	88	2.6
22位	兵庫県	77	3.5	島根県	83	2.8
23位	和歌山県	74	3.0	栃木県	78	2.8
24位	奈良県	73	2.9	兵庫県	78	2.7
25位	富山県	66	2.9	富山県	70	2.4
26位	宮城県	64	3.0	宮城県	69	2.4
27位	宮崎県	59	2.6	熊本県	66	2.5
28位	群馬県	54	2.7	岐阜県	58	1.7
29位	熊本県	52	2.3	高知県	58	2.3
	新潟県	52	2.9	宮崎県	57	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」、「大阪府」、「東京都」の順となり、「沖縄県」以降については、都市部が続いた。

2021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更はなかったが、「大阪府」、「千葉県」、「長崎県」、「福岡県」が順位を上げ、「東京都」、「九州地方」、「石川県」が順位を下げた。また、上位29位の中で最も順位を上げたのは、「島根県」であり、具体的な地名として「出雲」や「隠岐の島」、「足立美術館」等が挙げられた。

海外では、「ハワイ」が最も高く、続いて「アメリカ合衆国本土」、「韓国」となり、順位の変動はあるものの15位までは2021年と同じ地域が並んだ。

#### 海外旅行

順位	2024年			2021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	921	38.3	ハワイ	1,286	44.5
2位	アメリカ合衆国本土	454	22.7	アメリカ合衆国本土	479	19.9
3位	韓国	398	18.4	イタリア	462	19.8
4位	イタリア	367	18.0	オーストラリア	422	19.2
5位	台湾	362	17.6	フランス	389	17.7
6位	フランス	321	17.5	韓国	304	12.8
7位	オーストラリア	306	15.6	台湾	267	12.0
8位	グアム	189	10.0	グアム	257	11.0
9位	イギリス	183	9.3	イギリス	221	9.7
10位	スペイン	172	8.1	カナダ	210	9.4
11位	タイ	157	8.3	スペイン	204	8.9
12位	スイス	138	6.6	スイス	181	7.8
13位	シンガポール	131	7.4	シンガポール	168	8.5
14位	カナダ	128	7.5	タイ	156	6.7
15位	ドイツ	92	5.2	ドイツ	106	4.7
16位	エジプト	87	5.0	北欧	96	4.2
17位	ヨーロッパ	75	3.2	中欧	75	3.5
18位	ベトナム	74	4.2	ニュージーランド	74	3.3
18位	ニュージーランド	74	4.2	フィンランド	69	3.0
20位	トルコ	55	3.0	エジプト	69	2.9
21位	ペルー	51	2.5	ベトナム	66	3.2
22位	フィンランド	43	2.4	パリ	60	2.5
	ギリシャ	43	2.4	トルコ	55	2.5
24位	香港	39	2.2	中国	47	2.1
	パリ	39	1.9	モルディブ	44	1.8
26位	オーストラリア	35	1.8	オランダ	43	2.1
27位	オランダ	33	1.8	オーストラリア	41	1.9
28位	モルディブ	31	1.4	ペルー	38	1.7
29位	インドネシア	27	1.4	ギリシャ	29	1.7
30位	インド、中国	26	1.3	ロシア、マレーシア	27	1.2

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)からすべ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」(52.0%)、「グルメ」(46.3%)、「自然観光」(45.2%)、「歴史・文化観光」(38.4%)の順となった(図I-4-1)。

また、2021年から順位を上げ、かつ、選択率が増加したのは、「グルメ」、「おしゃべり旅行」、「スポーツ観戦」であった。

表I-4-3では、性・年代別にランキング形式で示している。男性は、どの年代でも「グルメ」、「温泉旅行」、「自然観光」、「歴史・文化観光」の人气が高く、上位5位以内に挙がっている。女性では、20代～40代において「テーマパーク」、「グルメ」の人气が高く、各年代5～7割が行ってみたいと回答している。これらの旅行タイプの希望率は年代が上がるにつれて少なくなり、「自然観光」や「温泉旅行」の人气が高くなる。

また、2021年から順位を上げた「おしゃべり旅行」は、女性全年代、男性20代で大きく順位を上げた。「和風旅館」は、全体的な選択率は2021年に比べ低下したものの、女性20代、女性60代、男性50代で大きく順位を上げている。

## (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)。

「温泉旅行」では、由布院や別府等、著名な温泉地を有する「大分県」が最も多く、次いで草津や伊香保を有する「群馬県」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位となっている。また、2021年には5位未満であった「福岡県」、「大阪府」が上位に浮上した。

「自然観光」では、2021年と同様に「北海道」が1位、次いで「沖縄県」となった。

「歴史・文化観光」では、「京都府」が2.5割を占め、2位「奈良県」(7.0%)以下を大きく引き離している。

「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」が位置する「大阪府」が2位となっている。3位以下は「東京都」、「アメリカ合衆国本土」、「長崎県」の順で続いている。

「海浜リゾート」では、2021年と同様に、「沖縄県」、「ハワイ」の人气が高く、3位「グアム」(2.7%)以下を大きく引き離している。

「都市観光」では、「東京都」が最も多く、次いで「大阪府」、「アメリカ合衆国本土」となっている。

「世界遺産巡り」については、ピラミッド地帯等で著名な「エジプト」が1位、「フランス」、「スペイン」が続き、旅行先の上位は海外が占めている。

「町並み散策」は、2021年と変わらず「京都府」が最も多く、次いで「石川県」、「岡山県」となっている。

「離島観光」では、「沖縄県」が突出して多く4割以上となり、屋久島や奄美大島を有する「鹿児島県」、軍艦島や壱岐島等を

有する「長崎県」が続いた。

「和風旅館」では、「京都府」、「石川県」といった古都、「神奈川県」、「大分県」といった伝統的な温泉地が並んでいる。

「おしゃべり旅行」では、「北海道」や「沖縄県」、「東京都」等に回答が分散した。

「動物園・水族館」では、2021年から上位2位が入れ替わり、「旭山動物園」等が位置する「北海道」が最も多く、次いで「沖縄美ら海水族館」等が位置する「沖縄県」となっている。

「ショッピング」では、「ハワイ」が最も多く、次いで「東京都」の順となった。

「リゾートホテル」は、「海浜リゾート」でも上位を占めた「沖縄県」、「ハワイ」の人气が高い。

「高原リゾート」では、「長野県」が1位となり、全体の約5割を占めている。具体的な表記を見ると、軽井沢や上高地、八ヶ岳、白馬等の地名が挙げられている。

「ロングステイ」では、「海浜リゾート」や「リゾートホテル」でも上位となった「ハワイ」、「沖縄県」の人气が高い。

「芸術鑑賞」では、「東京都」が最も多く、次いで「フランス」、「アメリカ合衆国本土」、「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。

「パワースポット」では、伊勢神宮の位置する「三重県」が最も多く、出雲大社のある「島根県」が続いた。また、2021年には5位未満であった「宮崎県」が上位に浮上した。

「スポーツ観戦」では、メジャーリーグベースボールに注目が集まる「アメリカ合衆国本土」が1位となり、3.5割を占めた。

「観光列車旅行」では「九州地方」が最も多く、具体的には「ななつ星in九州」が多く挙げられている。

「海水浴」では、「沖縄県」、「ハワイ」の人气が高く、3位以下は伊豆を有する「静岡県」、白浜を有する「和歌山県」等に回答が分散している。

「祭り・イベント」では、「青森ねぶた祭」で知られる「青森県」が1位となり、4割以上を占めた。2位以降は2025年に万博が開催される「大阪府」、「秋田竿燈まつり」がある「秋田県」等で回答が分散している。

「自然現象観賞」は、オーロラ観賞で有名な「カナダ」、「フィンランド」、流氷で有名な「北海道」が上位に挙げられた。

「花の名所巡り」では、「北海道」が2割弱を占めている。また、2021年には5位以内に入っていなかった「奈良県」、「長崎県」が上位に浮上した。

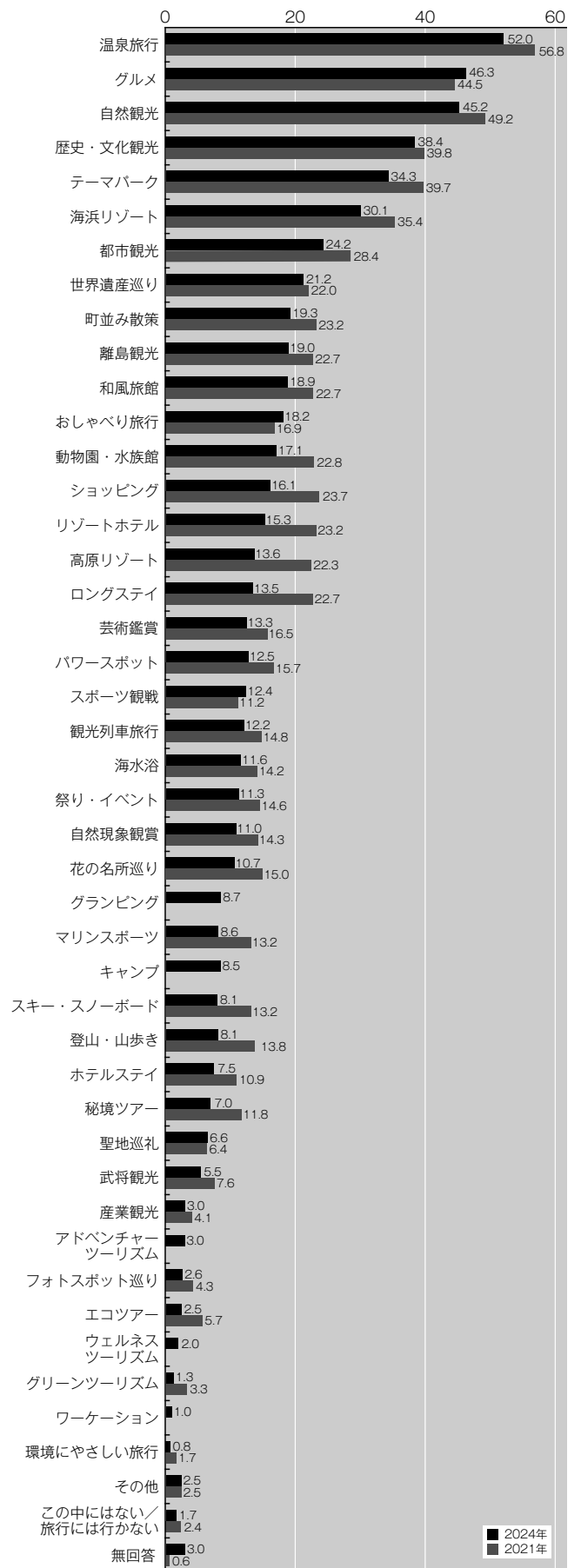
2021年には調査項目になかった旅行タイプについて見ると、「グランピング」では、山中湖や河口湖がある「山梨県」が1位、軽井沢や白馬がある「長野県」が2位、館山がある「千葉県」が3位となった。

「キャンプ」でも「グランピング」と概ね同様の顔ぶれとなったが、これに加えて伊豆半島のある「静岡県」が2位となった。

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	祭り・イベント	祭り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	スキーや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	キャンプ	テント等を用いて屋外で寝泊まりする旅行(野営等を含む)
15	グランピング	あらかじめキャンプ用品や食材・食事が用意されている豪華で快適な施設で、キャンプの雰囲気を味わう旅行
16	海水浴	海水浴を楽しむ旅行
17	ショッピング	ショッピングを楽しむ旅行
18	芸術鑑賞	演劇、音楽、展覧会等を楽しむ旅行
19	スポーツ観戦	スポーツ観戦を楽しむ旅行
20	花の名所巡り	桜やハーブ等の花の名所を訪ねる旅行
21	自然現象観賞	珍しい自然現象を見に行く旅行
22	秘境ツアー	秘境を訪ねる旅行
23	町並み散策	美しい町並みを楽しむ旅行
24	リゾートホテル	リゾートホテルに泊まる旅行
25	和風旅館	落ち着いた和風旅館に泊まる旅行
26	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)
27	ロングステイ	ロングステイを楽しむ旅行
28	世界遺産巡り	世界遺産を巡る旅行
29	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
30	ホテルステイ	ホテルや旅館内の滞在そのものを主目的とした旅行
31	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等、環境に配慮した旅行
32	エコツアー	自然を楽しみながら、自然や文化、環境等に対する理解を深める旅行
33	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
34	武将観光	戦国武将にまつわる名所・旧跡を訪れる旅行
35	聖地巡礼	アニメ、マンガ等に関連する場所、映画等のロケ地、アイドルゆかりの場所への訪問を楽しむ旅行
36	観光列車旅行	内外装を凝らした列車で、味覚を楽しみながら旅行ができる等、乗ること自体を目的とした列車旅行
37	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
38	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
39	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
40	ワーケーション	テレワークの活用等により、リゾート地や地方等の普段の職場と異なる場所で仕事をしながら休暇取得等も行う旅行
41	ウェルネスツーリズム	フィットネス、スパ、瞑想、ヘルシー食等を通して心身のリフレッシュや健康の増進を図る旅行
42	アドベンチャーツーリズム	アクティビティ、自然、文化体験の3要素のうちふたつ以上で構成される旅行
43	その他	
44	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) (%)



(注) グランピング、キャンプ、アドベンチャーツーリズム、ウェルネスツーリズム、ワーケーションは、2021年は設定なし。

資料：(公財)日本交通公社「JTBF 旅行意識調査」

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

		2024年	2021年
1位	グルメ	48.3	39.8 (3位)
2位	自然観光	40.0	38.9 (4位)
	温泉旅行	40.0	43.5 (1位)
4位	歴史・文化観光	33.3	29.6 (6位)
5位	都市観光	30.0	30.6 (5位)
6位	テーマパーク	28.3	43.5 (1位)
7位	海浜リゾート	26.7	27.8 (7位)
8位	マリンスポーツ	20.0	14.8 (17位)
	町並み散策	20.0	17.6 (13位)
10位	ショッピング	16.7	17.6 (13位)
	おしゃべり旅行	16.7	11.1 (23位)

女性20代

		2024年	2021年
1位	テーマパーク	60.0	64.1 (1位)
2位	グルメ	52.7	58.3 (2位)
3位	温泉旅行	47.3	53.4 (3位)
4位	海浜リゾート	40.0	45.6 (4位)
5位	都市観光	36.4	38.8 (6位)
6位	自然観光	30.9	41.7 (5位)
7位	歴史・文化観光	27.3	26.2 (11位)
	和風旅館	27.3	22.3 (16位)
	おしゃべり旅行	27.3	22.3 (16位)
10位	町並み散策	25.5	25.2 (13位)

男性30代

		2024年	2021年
1位	温泉旅行	51.3	50.8 (2位)
2位	テーマパーク	48.7	51.6 (1位)
3位	グルメ	41.0	35.7 (5位)
	自然観光	41.0	38.9 (4位)
5位	歴史・文化観光	35.9	29.4 (7位)
6位	海浜リゾート	32.1	40.5 (3位)
7位	動物園・水族館	29.5	24.6 (11位)
8位	海水浴	24.4	21.4 (13位)
	リゾートホテル	24.4	27.8 (8位)
10位	都市観光	20.5	31.7 (6位)

女性30代

		2024年	2021年
1位	テーマパーク	69.6	72.4 (1位)
2位	温泉旅行	59.5	63.8 (2位)
3位	自然観光	55.7	48.6 (5位)
4位	グルメ	53.2	61.0 (3位)
5位	海浜リゾート	36.7	49.5 (4位)
6位	歴史・文化観光	32.9	35.2 (9位)
7位	動物園・水族館	29.1	36.2 (8位)
8位	和風旅館	27.8	34.3 (10位)
9位	都市観光	26.6	37.1 (7位)
	おしゃべり旅行	26.6	23.8 (18位)

男性40代

		2024年	2021年
1位	温泉旅行	52.9	55.0 (1位)
2位	グルメ	42.0	45.7 (3位)
3位	自然観光	40.3	46.4 (2位)
4位	歴史・文化観光	39.5	41.7 (5位)
5位	テーマパーク	37.8	43.7 (4位)
6位	海浜リゾート	32.8	41.1 (6位)
7位	都市観光	23.5	29.8 (7位)
8位	世界遺産巡り	21.8	16.6 (16位)
9位	離島観光	19.3	23.8 (9位)
10位	海水浴	18.5	19.9 (13位)

女性40代

		2024年	2021年
1位	グルメ	57.3	50.0 (3位)
2位	テーマパーク	53.1	58.3 (1位)
3位	海浜リゾート	49.7	47.7 (4位)
4位	自然観光	46.9	46.2 (5位)
5位	温泉旅行	46.2	57.6 (2位)
6位	歴史・文化観光	39.2	43.9 (6位)
7位	都市観光	26.6	25.8 (10位)
8位	おしゃべり旅行	24.5	18.2 (18位)
9位	動物園・水族館	23.8	29.5 (8位)
10位	町並み散策	23.1	25.0 (11位)

男性50代

		2024年	2021年
1位	温泉旅行	54.3	57.5 (1位)
2位	歴史・文化観光	45.7	40.7 (4位)
3位	グルメ	41.5	44.2 (3位)
4位	自然観光	40.4	54.0 (2位)
5位	都市観光	29.8	33.6 (7位)
6位	海浜リゾート	28.7	40.7 (4位)
7位	和風旅館	24.5	16.8 (16位)
8位	テーマパーク	19.1	38.1 (6位)
9位	離島観光	18.1	24.8 (8位)
10位	世界遺産巡り	16.0	23.0 (11位)
	高原リゾート	16.0	23.9 (10位)

女性50代

		2024年	2021年
1位	温泉旅行	54.8	63.2 (1位)
2位	グルメ	52.1	44.3 (4位)
3位	自然観光	50.0	54.7 (2位)
4位	テーマパーク	40.4	43.4 (5位)
5位	歴史・文化観光	39.0	50.9 (3位)
6位	世界遺産巡り	32.2	23.6 (16位)
7位	海浜リゾート	28.8	34.0 (7位)
8位	おしゃべり旅行	24.7	28.3 (12位)
9位	町並み散策	24.0	32.1 (9位)
	ショッピング	24.0	36.8 (6位)

資料：(公財)日本交通公社「JTBF旅行意識調査」

表 I-4-3 性・年代別 行ってみたい旅行タイプ(複数回答) — 続き

(単位: %)

## 男性60代

		2024年	2021年
1位	温泉旅行	54.4	60.6 (1位)
2位	自然観光	49.1	52.8 (2位)
3位	グルメ	43.9	34.6 (4位)
4位	歴史・文化観光	42.1	47.2 (3位)
5位	都市観光	28.1	18.1 (14位)
6位	海浜リゾート	25.4	30.7 (5位)
7位	テーマパーク	22.8	21.3 (11位)
	世界遺産巡り	22.8	25.2 (7位)
9位	離島観光	21.1	23.6 (8位)
10位	町並み散策	17.5	21.3 (11位)

## 女性60代

		2024年	2021年
1位	自然観光	52.0	61.7 (1位)
2位	温泉旅行	46.1	61.1 (2位)
3位	グルメ	41.2	47.7 (4位)
4位	歴史・文化観光	38.2	53.0 (3位)
5位	世界遺産巡り	29.4	31.5 (5位)
	おしゃべり旅行	29.4	28.2 (9位)
7位	和風旅館	25.5	22.8 (15位)
8位	都市観光	23.5	22.8 (15位)
9位	テーマパーク	21.6	21.5 (17位)
	海浜リゾート	21.6	28.9 (8位)

## 男性70代

		2024年	2021年
1位	温泉旅行	62.2	60.9 (1位)
2位	自然観光	54.4	51.8 (2位)
3位	歴史・文化観光	46.7	42.7 (3位)
4位	グルメ	35.6	33.6 (4位)
5位	離島観光	24.4	25.5 (6位)
	町並み散策	24.4	24.5 (7位)
7位	和風旅館	21.1	27.3 (5位)
8位	世界遺産巡り	20.0	14.5 (18位)
9位	都市観光	17.8	22.7 (8位)
	芸術鑑賞	17.8	13.6 (19位)

## 女性70代

		2024年	2021年
1位	温泉旅行	56.6	57.8 (1位)
2位	自然観光	50.0	55.2 (2位)
3位	グルメ	38.7	41.4 (4位)
4位	歴史・文化観光	36.8	35.3 (5位)
5位	おしゃべり旅行	27.4	25.0 (10位)
6位	町並み散策	22.6	25.9 (8位)
7位	世界遺産巡り	21.7	29.3 (7位)
	和風旅館	21.7	24.1 (11位)
9位	花の名所巡り	20.8	42.2 (3位)
10位	観光列車旅行	17.9	31.0 (6位)

資料: (公財)日本交通公社「JTBF 旅行意識調査」

表 I-4-4 旅行タイプ別 行ってみたい旅行先(2024年・2021年)

## 温泉旅行

2024年(回答数:635)			2021年(回答数:836)		
1位	大分県	21.6%	1位	大分県	22.5%
2位	群馬県	15.4%	2位	神奈川県	14.2%
3位	神奈川県	6.1%	3位	群馬県	8.9%
4位	静岡県	5.4%	4位	静岡県	5.9%
5位	北海道	5.2%	5位	北海道	3.6%

## テーマパーク

2024年(回答数:418)			2021年(回答数:585)		
1位	千葉県	38.5%	1位	千葉県	41.7%
2位	大阪府	31.8%	2位	大阪府	31.8%
3位	東京都	6.5%	3位	東京都	5.5%
4位	アメリカ合衆国本土	6.0%	4位	長崎県	4.3%
5位	長崎県	4.8%	5位	アメリカ合衆国本土	3.9%

## グルメ

2024年(回答数:565)			2021年(回答数:655)		
1位	北海道	38.4%	1位	北海道	41.8%
2位	韓国	8.0%	2位	石川県	6.1%
3位	福岡県	7.3%	3位	韓国	3.7%
4位	台湾	7.1%	4位	台湾	3.5%
5位	大阪府	4.6%	5位	京都府	3.2%

## 海浜リゾート

2024年(回答数:367)			2021年(回答数:521)		
1位	沖縄県	41.7%	1位	沖縄県	32.2%
2位	ハワイ	32.2%	2位	ハワイ	31.3%
3位	グアム	2.7%	3位	和歌山県	5.0%
4位	和歌山県	2.2%	4位	静岡県、グアム	4.2%
5位	モルディブ共和国	1.9%			

## 自然観光

2024年(回答数:552)			2021年(回答数:725)		
1位	北海道	23.2%	1位	北海道	27.2%
2位	沖縄県	8.3%	2位	沖縄県	10.1%
3位	ハワイ	6.3%	3位	鹿児島県	4.3%
4位	鹿児島県	5.3%	4位	ハワイ	3.7%
5位	長野県	4.3%	5位	長野県	3.2%

## 都市観光

2024年(回答数:295)			2021年(回答数:418)		
1位	東京都	26.8%	1位	東京都	32.1%
2位	大阪府	10.2%	2位	アメリカ合衆国本土	7.4%
3位	アメリカ合衆国本土	7.8%	3位	大阪府、兵庫県	6.0%
4位	京都府、フランス	5.4%			

## 歴史・文化観光

2024年(回答数:469)			2021年(回答数:586)		
1位	京都府	25.8%	1位	京都府	41.3%
2位	奈良県	7.0%	2位	イタリア	5.3%
3位	イタリア	5.5%	3位	石川県	3.9%
4位	フランス	4.9%	4位	栃木県	3.6%
5位	エジプト	4.3%	5位	奈良県、フランス	3.1%

## 世界遺産巡り

2024年(回答数:259)			2021年(回答数:324)		
1位	エジプト	12.0%	1位	イタリア	11.7%
2位	フランス	10.8%	2位	ペルー	9.0%
3位	スペイン	8.5%	3位	スペイン、フランス	7.4%
4位	イタリア	7.7%			
5位	ペルー	5.4%	5位	エジプト	6.2%

資料: (公財)日本交通公社「JTBF 旅行意識調査」

表I-4-4 旅行タイプ別 行ってみたい旅行先(2024年・2021年) — 続き

## 町並み散策

2024年(回答数:236)			2021年(回答数:341)		
1位	京都府	16.9%	1位	京都府	23.2%
2位	石川県	8.9%	2位	石川県	15.8%
3位	岡山県	6.4%	3位	岐阜県	6.7%
4位	岐阜県	5.1%	4位	イタリア	5.9%
5位	イタリア	4.2%	5位	フランス	4.7%

## 離島観光

2024年(回答数:232)			2021年(回答数:335)		
1位	沖縄県	40.9%	1位	沖縄県	48.7%
2位	鹿児島県	12.1%	2位	鹿児島県	14.0%
3位	長崎県	10.8%	3位	東京都	10.7%
4位	東京都	9.9%	4位	長崎県	3.9%
5位	新潟県	2.6%	5位	北海道	3.6%

## 和風旅館

2024年(回答数:231)			2021年(回答数:335)		
1位	京都府	23.4%	1位	京都府	26.3%
2位	石川県	8.2%	2位	石川県	15.5%
3位	神奈川県	6.9%	3位	神奈川県	10.4%
4位	大分県	6.1%	4位	静岡県	3.9%
5位	山形県	4.3%	5位	大分県	3.0%

## おしゃべり旅行

2024年(回答数:222)			2021年(回答数:249)		
1位	北海道、沖縄県	8.6%	1位	東京都、神奈川県	6.0%
3位	東京都	5.9%	3位	静岡県	5.6%
4位	神奈川県、韓国	4.5%	4位	沖縄県	4.8%
			5位	北海道、ハワイ	4.4%

## 動物園・水族館

2024年(回答数:209)			2021年(回答数:336)		
1位	北海道	24.4%	1位	沖縄県	26.2%
2位	沖縄県	23.0%	2位	北海道	15.2%
3位	東京都、神奈川県	11.5%	3位	和歌山県	9.8%
			4位	東京都	6.5%
5位	大阪府	10.5%	5位	神奈川県	6.0%

## ショッピング

2024年(回答数:196)			2021年(回答数:349)		
1位	ハワイ	22.4%	1位	ハワイ	24.4%
2位	東京都	21.9%	2位	東京都	19.5%
3位	韓国	19.9%	3位	韓国	13.2%
4位	台湾、フランス	5.1%	4位	グアム	3.7%
			5位	イタリア	3.4%

## リゾートホテル

2024年(回答数:187)			2021年(回答数:342)		
1位	沖縄県	32.6%	1位	沖縄県	30.1%
2位	ハワイ	19.3%	2位	ハワイ	15.2%
3位	北海道	5.9%	3位	長野県	5.6%
4位	長野県	4.3%	4位	パリ	3.5%
5位	グアム	2.7%	5位	北海道、神奈川県	2.6%

## 高原リゾート

2024年(回答数:166)			2021年(回答数:329)		
1位	長野県	47.0%	1位	長野県	59.3%
2位	山梨県	9.0%	2位	栃木県	4.9%
3位	栃木県	7.2%	3位	山梨県	3.6%
4位	スイス	6.6%	4位	スイス	3.0%
5位	北海道	4.2%	5位	静岡県	2.7%

## ロングステイ

2024年(回答数:165)			2021年(回答数:334)		
1位	ハワイ	16.4%	1位	ハワイ	21.3%
2位	沖縄県	9.7%	2位	沖縄県	13.5%
3位	オーストラリア	7.9%	3位	アメリカ合衆国本土	4.5%
4位	北海道	7.3%	4位	タイ	3.9%
5位	アメリカ合衆国本土	5.5%	5位	長野県、イギリス	3.6%

## 芸術鑑賞

2024年(回答数:162)			2021年(回答数:243)		
1位	東京都	19.8%	1位	東京都	28.0%
2位	フランス	18.5%	2位	フランス	15.2%
3位	アメリカ合衆国本土	8.6%	3位	イギリス	4.5%
4位	イタリア	7.4%	4位	アメリカ合衆国本土	4.1%
5位	オーストラリア	5.6%	5位	イタリア、オーストラリア	3.7%

## パワースポット

2024年(回答数:152)			2021年(回答数:231)		
1位	三重県	12.5%	1位	鹿児島県	13.4%
2位	島根県	8.6%	2位	三重県	9.5%
3位	鹿児島県	7.9%	3位	ハワイ	7.4%
4位	京都府	6.6%	4位	島根県	6.5%
5位	宮崎県	5.3%	5位	京都府	5.2%

## スポーツ観戦

2024年(回答数:151)			2021年(回答数:165)		
1位	アメリカ合衆国本土	35.1%	1位	東京都	19.4%
2位	東京都	13.2%	2位	アメリカ合衆国本土	18.8%
3位	北海道	9.9%	3位	兵庫県	9.1%
4位	兵庫県	4.6%	4位	スペイン	7.9%
5位	福岡県	3.3%	5位	大阪府、福岡県、イタリア	3.6%

## 観光列車旅行

2024年(回答数:149)			2021年(回答数:218)		
1位	九州地方	28.2%	1位	九州・沖縄地方	32.1%
2位	北海道	5.4%	2位	北海道	6.0%
3位	東北地方、 四国地方	4.0%	3位	四国地方	5.0%
5位	京都府	3.4%	4位	東北地方、スイス	3.7%

## 海水浴

2024年(回答数:142)			2021年(回答数:209)		
1位	沖縄県	43.7%	1位	沖縄県	32.5%
2位	ハワイ	16.9%	2位	ハワイ	20.1%
3位	静岡県、和歌山県	4.2%	3位	静岡県、和歌山県	9.6%
5位	グアム	3.5%	5位	グアム	3.8%

## 祭り・イベント

2024年(回答数:138)			2021年(回答数:215)		
1位	青森県	43.5%	1位	青森県	23.7%
2位	大阪府	8.0%	2位	京都府	9.3%
3位	北海道、秋田県	6.5%	3位	北海道	7.0%
			4位	岐阜県	6.5%
5位	東京都	4.3%	5位	秋田県、東京都	3.7%

## 自然現象観賞

2024年(回答数:134)			2021年(回答数:211)		
1位	カナダ	14.2%	1位	カナダ	12.8%
2位	北海道	10.4%	2位	北海道	10.4%
3位	フィンランド	9.7%	3位	フィンランド	6.6%
4位	ノルウェー	4.5%	4位	アラスカ	6.2%
5位	沖縄県	3.7%	5位	鹿児島県	4.3%

資料：(公財)日本交通公社「JTBF 旅行意識調査」

表 I-4-4 旅行タイプ別 行ってみたい旅行先(2024年・2021年) ー続き

## 花の名所巡り

2024年(回答数:130)			2021年(回答数:221)		
1位	北海道	17.7%	1位	北海道	13.6%
2位	京都府	6.9%	2位	青森県	6.8%
3位	栃木県	6.2%	3位	栃木県	5.4%
4位	奈良県	5.4%	4位	茨城県、京都府	5.0%
5位	長崎県	4.6%			

## マリンスポーツ

2024年(回答数:105)			2021年(回答数:195)		
1位	沖縄県	63.8%	1位	沖縄県	52.3%
2位	ハワイ	17.1%	2位	ハワイ	22.6%
3位	グアム	2.9%	3位	グアム	6.2%
4位	東京都、大阪府	1.9%	4位	静岡県	3.6%
			5位	オーストラリア	2.1%

## スキー・スノーボード

2024年(回答数:99)			2021年(回答数:194)		
1位	北海道	41.4%	1位	北海道	36.6%
2位	長野県	25.3%	2位	長野県	30.9%
3位	新潟県	12.1%	3位	新潟県	8.8%
4位	山形県、カナダ	2.0%	4位	山形県	3.6%
			5位	岐阜県	3.1%

## 登山・山歩き

2024年(回答数:99)			2021年(回答数:204)		
1位	山梨県	27.3%	1位	長野県	26.0%
2位	長野県、静岡県	24.2%	2位	山梨県、静岡県	21.6%
4位	富山県、鹿児島県	6.1%	4位	新潟県	11.3%
			5位	富山県	7.8%

## ホテルステイ

2024年(回答数:91)			2021年(回答数:161)		
1位	東京都	12.1%	1位	ハワイ	13.0%
2位	沖縄県	11.0%	2位	沖縄県	11.2%
3位	ハワイ	7.7%	3位	東京都	8.7%
4位	北海道	4.4%	4位	神奈川県	5.0%
5位	京都府	3.3%	5位	京都府	4.3%

## 秘境ツアー

2024年(回答数:85)			2021年(回答数:174)		
1位	沖縄県	10.6%	1位	鹿児島県	14.4%
2位	ペルー	7.1%	2位	北海道	6.9%
3位	北海道、鹿児島県	4.7%	3位	沖縄県	5.7%
			4位	東京都	4.6%
5位	宮崎県	3.5%	5位	ペルー	4.0%

## 聖地巡礼

2024年(回答数:81)			2021年(回答数:94)		
1位	韓国	16.0%	1位	東京都	13.8%
2位	東京都	13.6%	2位	韓国	9.6%
3位	神奈川県、大阪府	6.2%	3位	埼玉県、静岡県、広島県	5.3%

## 武将観光

2024年(回答数:67)			2021年(回答数:112)		
1位	長野県	10.4%	1位	岐阜県	17.0%
2位	愛知県	9.0%	2位	京都府	13.4%
3位	大阪府、兵庫県	6.0%	3位	熊本県	7.1%
			4位	愛知県	6.3%
5位	山梨県	4.5%	5位	栃木県、山梨県、長野県	4.5%

## 産業観光

2024年(回答数:37)			2021年(回答数:61)		
1位	神奈川県	8.1%	1位	群馬県、千葉県	6.6%
2位	群馬県、千葉県、三重県、山梨県、沖縄県	5.4%	3位	石川県	4.9%
			4位	神奈川県、山梨県、大阪府、兵庫県、福岡県	3.3%

## フォトスポット巡り

2024年(回答数:32)			2021年(回答数:63)		
1位	神奈川県	12.5%	1位	京都府	11.1%
2位	アメリカ合衆国本土	9.4%	2位	韓国、ハワイ	9.5%
3位	北海道、山梨県、静岡県	6.3%			
			5位	北海道	6.3%

## エコツアー

2024年(回答数:31)			2021年(回答数:84)		
1位	沖縄県	9.7%	1位	沖縄県	10.7%
2位	北海道、長野県、静岡県、奈良県	6.5%	2位	北海道	9.5%
			3位	鹿児島県	6.0%
			4位	長野県	4.8%
			5位	ハワイ	3.6%

## グリーンツーリズム

2024年(回答数:16)			2021年(回答数:48)		
1位	長野県、新潟県	12.5%	1位	北海道	10.4%
3位	北海道、青森県、山梨県、静岡県、三重県、島根県、グアム、スリランカ	6.3%	2位	千葉県	8.3%
			3位	長崎県、沖縄県	6.3%
			5位	香川県	4.2%

## 環境にやさしい旅行

2024年(回答数:10)			2021年(回答数:25)		
1位	北海道	10.0%	1位	山梨県	16.0%
2位	沖縄県	10.0%	2位	ハワイ	12.0%
3位	東北地方	10.0%	3位	茨城県、長野県、静岡県、大阪府、兵庫県、奈良県、鳥取県、台湾、スイス、アフリカ	8.7%
4位	台湾	10.0%			
5位	スイス	10.0%			

## グランピング

2024年(回答数:106)		
1位	山梨県	10.4%
2位	長野県	8.5%
3位	千葉県	7.5%
4位	静岡県、兵庫県	6.6%

## ウェルネスツーリズム

2024年(回答数:25)		
1位	パリ	12.0%
2位	北海道、沖縄県、インド、タイ、ハワイ	8.0%

## キャンプ

2024年(回答数:104)		
1位	山梨県	17.3%
2位	静岡県、長野県	12.5%
4位	北海道	7.7%
5位	栃木県	6.7%

## ワーケーション

2024年(回答数:12)		
1位	沖縄県	50.0%
2位	静岡県、高知県、近畿地方、中部地方	8.3%

## アドベンチャーツーリズム

2024年(回答数:36)		
1位	沖縄県	25.0%
2位	北海道	8.3%
3位	新潟県	5.6%
4位	群馬県、長野県、カナダ、ニュージーランドほか	2.8%

資料：(公財)日本交通公社「JTBF旅行意識調査」



## 2 旅行の動機

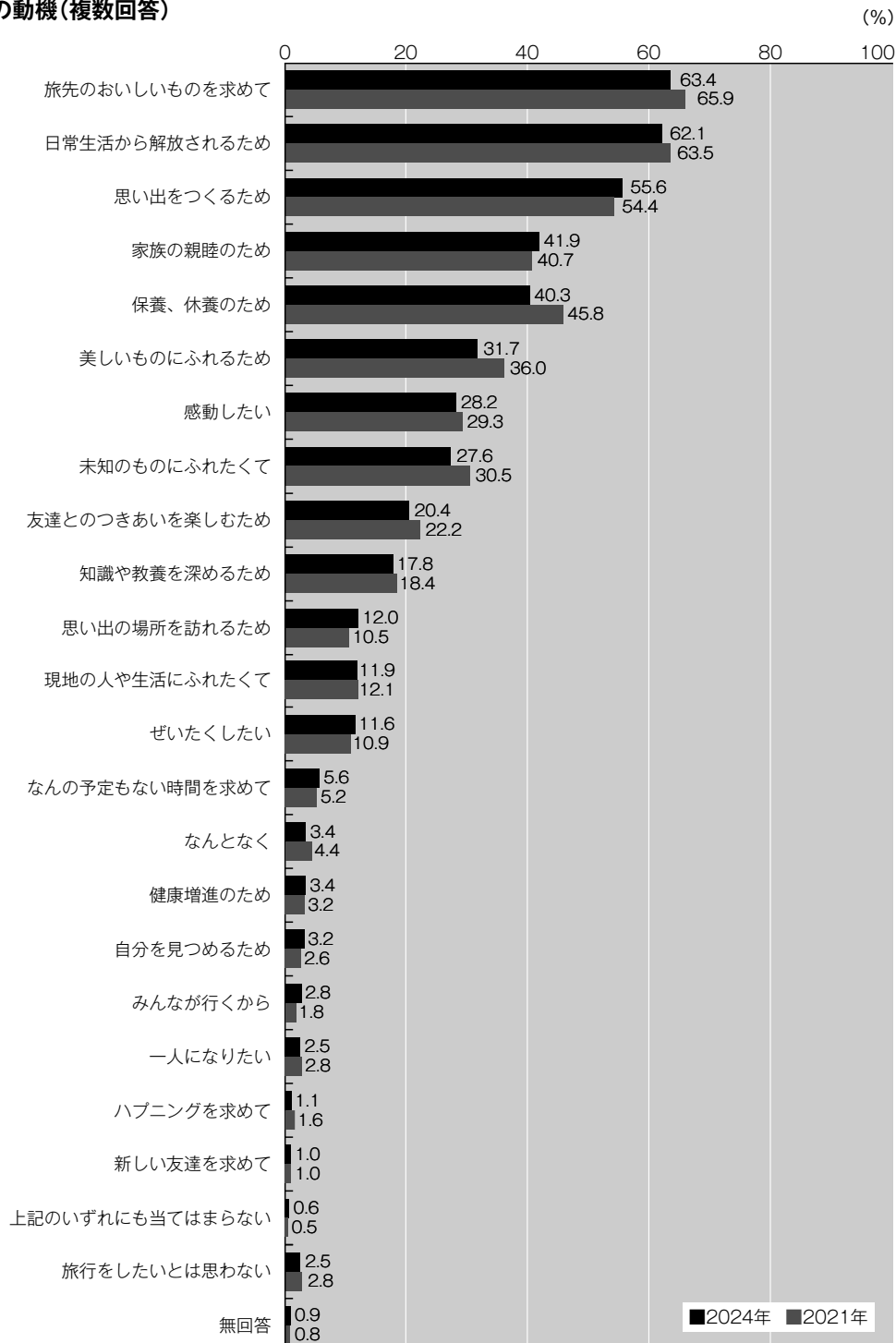
旅行の動機は「おいしいもの」、「日常生活からの解放」

「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63.4%と最も多く、続いて「日常生活から解放されるため」62.1%、「思い出をつくるため」55.6%、「家族の親睦のため」が41.9%となった(図I-4-2)。2021年と比較す

ると、「思い出をつくるため」、「家族の親睦のため」、「思い出の場所を訪れるため」等は増加した一方で、「保養、休養のため」、「美しいものにふれるため」等は減少した。

先に述べた上位3つの動機について、性・年代別に詳しく見ると、「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、すべての年代において上位3位に入っている(表I-4-5)。また、「思い出をつくるため」は、男性20~40代、70代と女性20~30代で1位または2位となっており、比較的若い世代での主な動機となっている。

図 I-4-2 旅行の動機(複数回答)



資料：(公財)日本交通公社「JTBF旅行意識調査」

表I-4-5 性・年代別 旅行の動機(複数回答)

(単位：%)

男性20代		2024年	2021年
1位	旅先のおいしいものを求めて	58.3	45.4 (3位)
2位	思い出をつくるため	56.7	59.3 (1位)
3位	日常生活から解放されるため	55.0	54.6 (2位)
4位	友達とのつきあいを楽しむため	46.7	39.8 (4位)
5位	未知のものにふれたくて	33.3	26.9 (6位)
6位	美しいものにふれるため	28.3	25.9 (7位)
7位	感動したい	25.0	18.5 (9位)
8位	保養、休養のため	21.7	38.0 (5位)
9位	家族の親睦のため	18.3	21.3 (8位)
10位	知識や教養を深めるため	13.3	13.0 (10位)

男性30代		2024年	2021年
1位	思い出をつくるため	71.8	66.7 (1位)
2位	旅先のおいしいものを求めて	67.9	63.5 (2位)
3位	日常生活から解放されるため	65.4	63.5 (2位)
4位	家族の親睦のため	57.7	50.0 (4位)
5位	保養、休養のため	56.4	50.0 (4位)
6位	美しいものにふれるため	30.8	26.2 (7位)
7位	未知のものにふれたくて	29.5	31.0 (6位)
8位	感動したい	26.9	25.4 (8位)
9位	ぜいたくしたい	21.8	11.9 (12位)
10位	知識や教養を深めるため	16.7	21.4 (9位)

男性40代		2024年	2021年
1位	思い出をつくるため	65.5	57.0 (3位)
2位	日常生活から解放されるため	64.7	66.2 (1位)
3位	旅先のおいしいものを求めて	60.5	60.9 (2位)
4位	家族の親睦のため	52.9	53.0 (4位)
5位	保養、休養のため	40.3	39.1 (5位)
6位	未知のものにふれたくて	33.6	26.5 (6位)
7位	美しいものにふれるため	21.8	23.8 (7位)
8位	感動したい	20.2	19.9 (8位)
9位	知識や教養を深めるため	19.3	17.2 (9位)
10位	現地の人や生活にふれたくて	9.2	6.6 (13位)

男性50代		2024年	2021年
1位	旅先のおいしいものを求めて	60.6	61.1 (1位)
2位	日常生活から解放されるため	55.3	59.3 (2位)
3位	家族の親睦のため	48.9	45.1 (5位)
4位	思い出をつくるため	47.9	51.3 (4位)
5位	保養、休養のため	46.8	59.3 (2位)
6位	未知のものにふれたくて	23.4	33.6 (6位)
7位	美しいものにふれるため	22.3	31.0 (7位)
8位	感動したい	18.1	23.0 (8位)
9位	知識や教養を深めるため	17.0	16.8 (9位)
10位	友達とのつきあいを楽しむため	11.7	8.8 (12位)

男性60代		2024年	2021年
1位	旅先のおいしいものを求めて	66.7	62.2 (1位)
2位	日常生活から解放されるため	57.9	55.1 (2位)
3位	思い出をつくるため	44.7	47.2 (3位)
4位	家族の親睦のため	40.4	40.2 (5位)
5位	保養、休養のため	36.8	46.5 (4位)
6位	美しいものにふれるため	36.0	29.1 (7位)
7位	未知のものにふれたくて	35.1	34.6 (6位)
8位	感動したい	29.8	26.0 (8位)
9位	知識や教養を深めるため	21.9	21.3 (9位)
10位	現地の人や生活にふれたくて	16.7	11.0 (10位)

男性70代		2024年	2021年
1位	旅先のおいしいものを求めて	54.4	60.0 (1位)
2位	思い出をつくるため	48.9	40.9 (3位)
3位	日常生活から解放されるため	47.8	49.1 (2位)
4位	家族の親睦のため	41.1	34.5 (5位)
5位	美しいものにふれるため	37.8	37.3 (4位)
6位	保養、休養のため	35.6	33.6 (6位)
7位	感動したい	28.9	29.1 (8位)
8位	未知のものにふれたくて	26.7	33.6 (6位)
9位	友達とのつきあいを楽しむため	26.7	21.8 (9位)
10位	知識や教養を深めるため	21.1	18.2 (10位)

女性20代		2024年	2021年
1位	思い出をつくるため	69.1	68.0 (2位)
2位	旅先のおいしいものを求めて	65.5	75.7 (1位)
	日常生活から解放されるため	65.5	63.1 (3位)
4位	友達とのつきあいを楽しむため	45.5	34.0 (6位)
5位	美しいものにふれるため	41.8	36.9 (5位)
6位	保養、休養のため	32.7	43.7 (4位)
7位	家族の親睦のため	23.6	22.3 (9位)
8位	未知のものにふれたくて	20.0	25.2 (8位)
9位	感動したい	18.2	32.0 (7位)
	知識や教養を深めるため	18.2	16.5 (11位)

女性30代		2024年	2021年
1位	思い出をつくるため	75.9	77.1 (2位)
	日常生活から解放されるため	75.9	81.9 (1位)
3位	旅先のおいしいものを求めて	72.2	76.2 (3位)
4位	保養、休養のため	57.0	51.4 (4位)
5位	家族の親睦のため	54.4	51.4 (4位)
6位	美しいものにふれるため	31.6	44.8 (6位)
7位	感動したい	29.1	31.4 (8位)
8位	未知のものにふれたくて	24.1	34.3 (7位)
	ぜいたくしたい	24.1	24.8 (9位)
10位	友達とのつきあいを楽しむため	19.0	18.1 (10位)

女性40代		2024年	2021年
1位	日常生活から解放されるため	71.3	75.0 (1位)
2位	旅先のおいしいものを求めて	68.5	72.0 (2位)
3位	思い出をつくるため	65.0	59.8 (3位)
4位	家族の親睦のため	58.7	53.8 (4位)
5位	保養、休養のため	40.6	49.2 (5位)
6位	未知のものにふれたくて	30.1	33.3 (7位)
7位	美しいものにふれるため	27.3	36.4 (6位)
8位	感動したい	25.9	31.8 (8位)
9位	知識や教養を深めるため	18.9	21.2 (9位)
10位	ぜいたくしたい	14.7	13.6 (12位)

女性50代		2024年	2021年
1位	旅先のおいしいものを求めて	69.2	80.2 (1位)
2位	日常生活から解放されるため	68.5	72.6 (2位)
3位	思い出をつくるため	54.1	43.4 (6位)
4位	保養、休養のため	43.2	53.8 (3位)
5位	美しいものにふれるため	41.8	44.3 (5位)
6位	家族の親睦のため	41.1	45.3 (4位)
7位	感動したい	39.7	34.9 (7位)
8位	未知のものにふれたくて	28.1	33.0 (8位)
9位	知識や教養を深めるため	21.2	17.9 (10位)
10位	現地の人や生活にふれたくて	15.1	13.2 (11位)

女性60代		2024年	2021年
1位	旅先のおいしいものを求めて	63.7	73.8 (1位)
2位	日常生活から解放されるため	62.7	69.8 (2位)
3位	思い出をつくるため	42.2	45.0 (5位)
4位	感動したい	38.2	40.9 (6位)
5位	美しいものにふれるため	36.3	50.3 (3位)
6位	保養、休養のため	32.4	50.3 (3位)
7位	友達とのつきあいを楽しむため	29.4	26.2 (9位)
8位	家族の親睦のため	23.5	37.6 (7位)
9位	未知のものにふれたくて	16.7	27.5 (8位)
10位	知識や教養を深めるため	15.7	21.5 (10位)

女性70代		2024年	2021年
1位	日常生活から解放されるため	56.6	50.9 (3位)
2位	旅先のおいしいものを求めて	51.9	62.1 (1位)
3位	保養、休養のため	41.5	37.9 (6位)
4位	思い出をつくるため	34.9	36.2 (7位)
5位	友達とのつきあいを楽しむため	33.0	44.8 (4位)
6位	美しいものにふれるため	31.1	52.6 (2位)
7位	感動したい	30.2	38.8 (5位)
8位	家族の親睦のため	29.2	29.3 (9位)
9位	未知のものにふれたくて	28.3	31.0 (8位)
10位	知識や教養を深めるため	19.8	19.0 (10位)

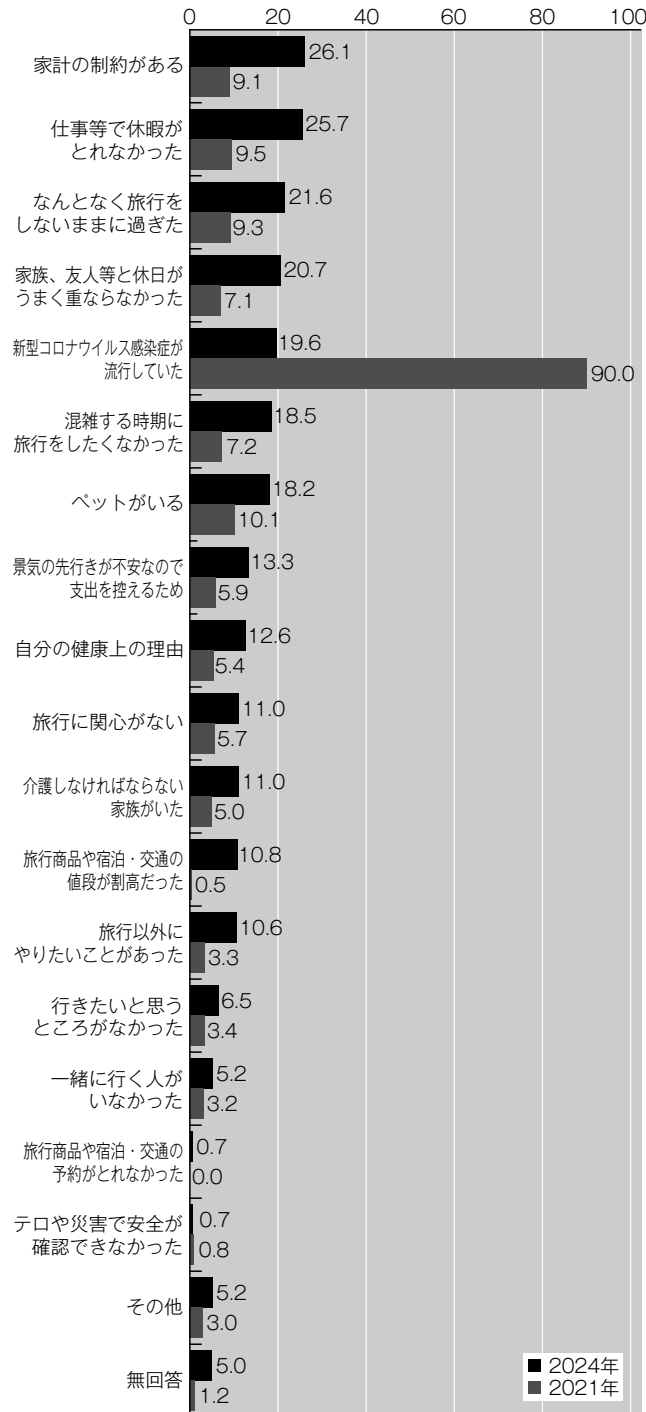
3 旅行の阻害要因

阻害要因は「家計の制約」、「休暇がとれない」

「2023年1～12月中に国内旅行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すべて選んでもらった。

その結果、旅行の阻害要因(複数回答)は、「家計の制約がある」(26.1%)、「仕事等で休暇がとれなかった」(25.7%)等が上

図 I-4-3 旅行の阻害要因(複数回答) (%)



資料：(公財)日本交通公社「JTBF旅行意識調査」

位の項目となり、2021年において突出して高かった「新型コロナウイルス感染症が流行していた」は19.6%と、大幅に低下した(図I-4-3)。

また、ライフステージごとの傾向に着目すると、先述の上位の項目のほか、子どもなしや子育て後では「ペットがいる」が、子育て中では、先述の上位の項目のほか、「家族、友人等と休日がうまく重ならなかった」が挙げられた。未婚では「仕事等で休暇がとれなかった」がトップとなった(表I-4-6)。

(目代 風)

表 I-4-6 性・年代別 旅行の阻害要因 (単位：%)

男女・未婚

2024年		2021年			
1位	仕事等で休暇がとれなかった	29.6	1位	新型コロナウイルス感染症が流行していた	86.8
2位	新型コロナウイルス感染症が流行していた	25.9	2位	仕事等で休暇がとれなかった	15.3
3位	家計の制約がある	24.7	3位	旅行に関心がない	13.7

男女・子どもなし

2024年		2021年			
1位	家計の制約がある	44.4	1位	新型コロナウイルス感染症が流行していた	87.5
2位	ペットがいる	33.3	2位	ペットがいる	25.0
3位	新型コロナウイルス感染症が流行していた	27.8	3位	家計の制約がある	20.0

男性子育て中

2024年		2021年			
1位	家計の制約がある	36.0	1位	新型コロナウイルス感染症が流行していた	89.5
2位	仕事等で休暇がとれなかった	31.4	2位	家計の制約がある	11.4
3位	家族、友人等と休日がうまく重ならなかった	27.9	3位	家族、友人等と休日がうまく重ならなかった	10.5

男性子育て後

2024年		2021年			
1位	仕事等で休暇がとれなかった	28.8	1位	新型コロナウイルス感染症が流行していた	89.1
2位	ペットがいる	25.0	2位	ペットがいる	20.9
	新型コロナウイルス感染症が流行していた	25.0	3位	仕事等で休暇がとれなかった	10.9

女性子育て中

2024年		2021年			
1位	家族、友人等と休日がうまく重ならなかった	28.6	1位	新型コロナウイルス感染症が流行していた	93.3
2位	仕事等で休暇がとれなかった	27.7	2位	家計の制約がある	9.6
3位	家計の制約がある	26.1	3位	なんとなく旅行をしないままに過ぎた	8.7

女性子育て後

2024年		2021年			
1位	新型コロナウイルス感染症が流行していた	26.0	1位	新型コロナウイルス感染症が流行していた	93.0
2位	なんとなく旅行をしないままに過ぎた	24.7	2位	ペットがいる	13.9
3位	ペットがいる	23.4	3位	介護しなければならない家族がいた	13.3

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

- 2023年の訪日旅行の概況 ..... 68
  - (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
- 市場別に見る訪日旅行動向 ..... 71
  - (1) 国籍・地域別に見る訪日旅行動向
  - (2) 都道府県別に見る訪日旅行動向
- 世界の国際観光動向 ..... 81
  - (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

- 訪日旅行経験と今後の希望 ..... 84
  - (1) 調査概要
  - (2) 訪日経験率
  - (3) 日本国内の観光地の訪問経験率
  - (4) 日本国内の観光地の訪問意向
  - (5) 日本の地方観光地への訪問経験と訪問意向
- 為替と訪日旅行 ..... 88
  - (1) 円安が訪日旅行の決定に与えた影響
  - (2) 円安による日本での消費行動への影響

## Ⅱ-3 訪日旅行事業の現況

- 日本企業による訪日旅行事業の展開 ..... 90
  - (1) 主要旅行業者の外国人旅行取扱額
  - (2) 主要旅行業者の訪日旅行事業
  - (3) 訪日旅行商品・サービス開発
  - (4) 免税店・免税サービスの動向
- 訪日パッケージツアーの概況 ..... 94
  - (1) 訪日パッケージツアーの概況
  - (2) 出発国・地域別の商品の特徴
  - (3) 地方ブロック別の商品の特徴

## II-1 訪日外国人の旅行動向

### 1 2023年の訪日旅行の概況

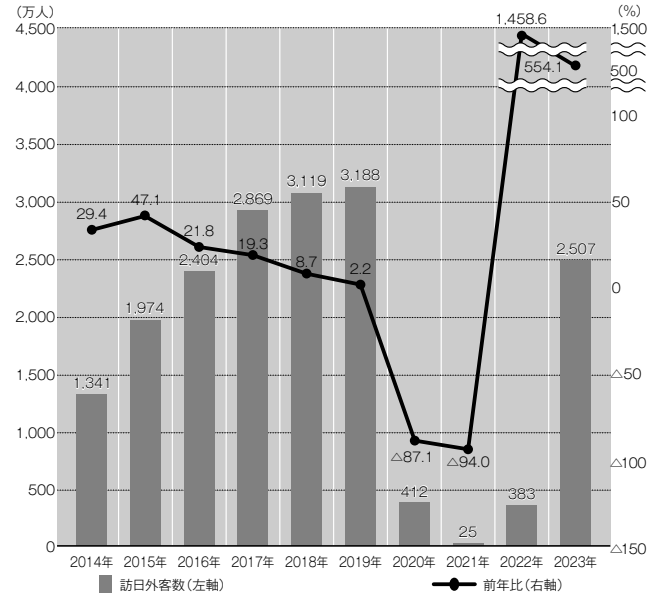
訪日外客数は2019年比21.4%減の2,507万人  
旅行消費額は2019年比10.2%増の5兆3,065億円

#### (1) 訪日外客数の動向

日本政府観光局(JNTO)によると、2023年の訪日外客数は2,507万人であった。訪日外客数は2014年から2019年まで毎年増加を続けていたが、新型コロナウイルス感染症の影響により、2020年から2022年の3年間は大幅に減少した(図II-1-1)。

また、国籍・地域別に見ると、2023年の訪日外国人のうちクルーズ客を除いた一般客数で最も人数が多かったのは韓国で694.4万人、次いで台湾が412.7万人、中国が236.3万人であった。2019年比では、特に韓国、シンガポール、アメリカの伸びが大きく、寄与度も高い(表II-1-1)。

図II-1-1 訪日外客数の推移



(注)2023年の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「訪日外客数」

表II-1-1 2023年における訪日外客数と訪日外国人旅行消費額

2023年	訪日外客数(人)				一人当たり旅行支出(円/人)		訪日外国人旅行消費額(億円)			
	シェア(%)	2019年比(%)	寄与度(%)		2019年比(%)		シェア(%)	2019年比(%)	寄与度(%)	
全国籍・地域	24,899,890	99.3	△ 16.6	△ 15.5	212,764	34.2	52,978	99.8	11.9	11.7
韓国	6,943,876	27.7	24.7	4.3	106,312	39.6	7,382	13.9	74.1	6.5
台湾	4,127,407	16.5	△ 10.4	△ 1.5	189,116	59.9	7,806	14.7	43.2	4.9
香港	2,109,955	8.4	△ 6.3	△ 0.4	227,360	45.8	4,797	9.0	36.6	2.7
中国	2,362,886	9.4	△ 70.4	△ 17.7	320,125	50.4	7,564	14.3	△ 55.5	△ 19.6
タイ	995,451	4.0	△ 24.4	△ 1.0	193,409	47.1	1,925	3.6	11.2	0.4
シンガポール	591,236	2.4	20.7	0.3	289,881	66.9	1,714	3.2	101.4	1.8
マレーシア	415,493	1.7	△ 16.5	△ 0.3	224,078	68.2	931	1.8	40.4	0.6
インドネシア	429,262	1.7	4.6	0.1	198,442	51.4	852	1.6	58.4	0.7
フィリピン	622,115	2.5	2.1	0.0	177,315	64.3	1,103	2.1	67.7	0.9
ベトナム	573,806	2.3	16.1	0.2	211,330	19.4	1,213	2.3	38.6	0.7
インド	166,385	0.7	△ 4.2	△ 0.0	231,539	47.2	385	0.7	41.1	0.2
イギリス	320,531	1.3	△ 22.4	△ 0.3	327,505	35.7	1,050	2.0	5.4	0.1
ドイツ	228,903	0.9	△ 0.2	△ 0.0	301,712	49.7	691	1.3	49.4	0.5
フランス	276,815	1.1	△ 17.6	△ 0.2	329,332	38.7	912	1.7	14.3	0.2
イタリア	152,102	0.6	△ 6.2	△ 0.0	334,346	67.6	509	1.0	57.3	0.4
スペイン	115,694	0.5	△ 10.9	△ 0.0	336,130	51.9	389	0.7	35.3	0.2
ロシア	41,924	0.2	△ 64.7	△ 0.2	258,694	41.4	108	0.2	△ 50.1	△ 0.2
アメリカ	2,044,896	8.2	20.2	1.1	296,813	56.7	6,070	11.4	88.4	5.9
カナダ	425,554	1.7	16.0	0.2	277,433	52.6	1,181	2.2	77.1	1.1
オーストラリア	612,887	2.4	0.3	0.0	340,661	37.4	2,088	3.9	37.9	1.2
その他	1,342,712	5.4	△ 2.0	△ 0.1	320,989	44.9	4,310	8.1	42.0	2.6
クルーズ客	166,460	0.7	△ 91.8	△ 5.8	52,437	32.0	87	0.2	△ 89.2	△ 1.5
全体	25,066,350	100.0	△ 21.4	△ 21.4	-	-	53,065	100.0	10.2	10.2

(注1)訪日外客数は暫定値。(注2)クルーズ客における「一人当たり旅行支出」及び「訪日外国人旅行消費額」は参考値。

■シェアは上位3か国・地域、2019年比は増加幅が大きい3か国・地域、寄与度はプラスの影響が大きい3か国・地域にそれぞれ色付けしている。

資料:日本政府観光局「訪日外客数」及び観光庁「訪日外国人消費動向調査」

(2) 客層の変化

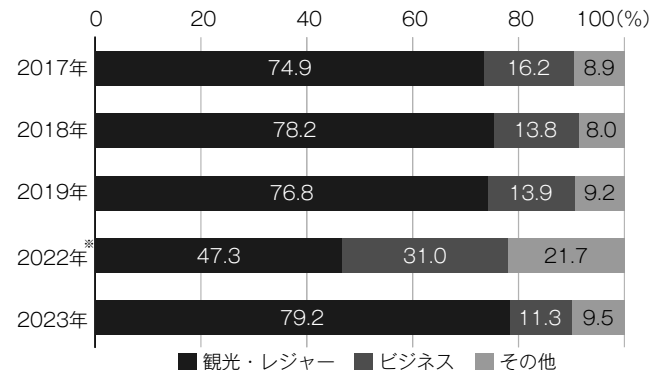
観光庁「訪日外国人消費動向調査」によると、2022年に約5割まで減少した「観光・レジャー」目的の割合が、2023年は79.2%であり、2019年以前と同程度となった。

訪日経験回数は、2022年よりも「10回以上」のリピーター割合が減少し、2019年以前の傾向に戻っている。

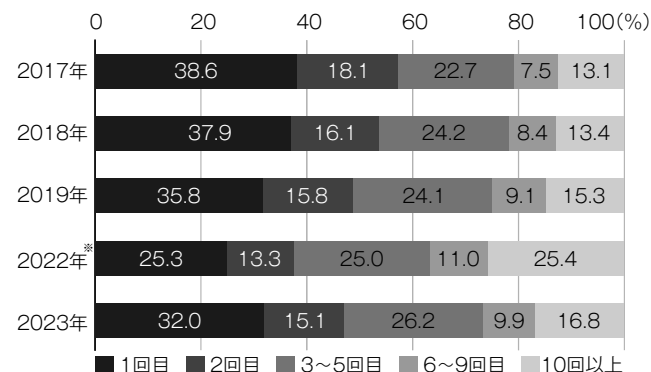
旅行手配方法は、2022年に引き続き、「個別手配」の割合が高い傾向にある(図II-1-2)。

図II-1-2 訪日外国人の客層変化

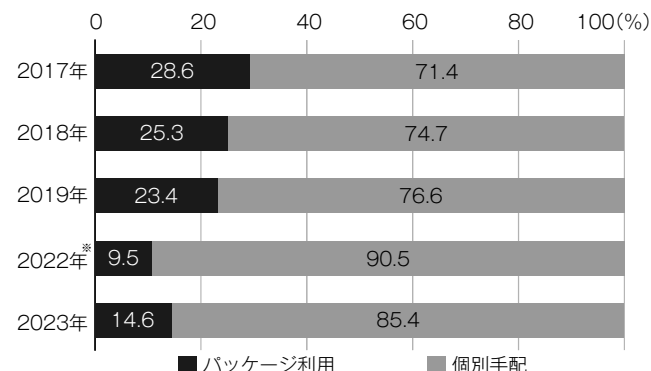
●主な来訪目的



●訪日経験回数



●旅行手配方法



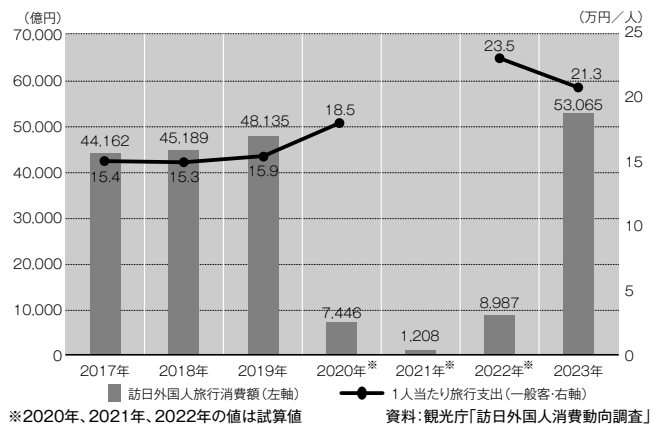
※2022年の値は試算値 資料:観光庁「訪日外国人消費動向調査」

(3) 旅行支出の動向

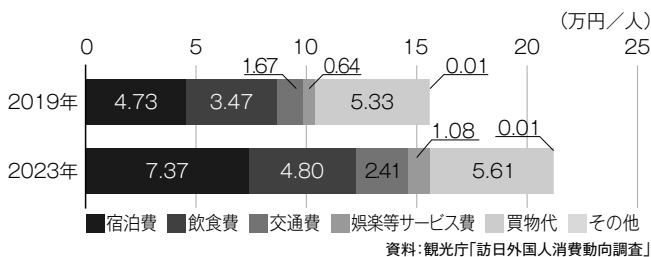
観光庁「訪日外国人消費動向調査」によると、2023年の訪日外国人旅行消費額は5兆3,065億円(2019年比10.2%増)である(表II-1-1)。2019年と比べると、中国とロシアを除くすべての国籍・地域において、プラスに転じている。特に、韓国、台湾、アメリカの寄与度が高い。

また、2023年の訪日外国人旅行消費額を訪日外客数で割ることによって算出した一般客の一人当たり旅行支出は、21.3万円(2019年比34.2%増)であった(図II-1-3)。これは、円安や平均泊数の増加(全目的における2019年差1.3泊増)の影響による宿泊費や飲食費の増加が主な要因と考えられる(図II-1-4)。

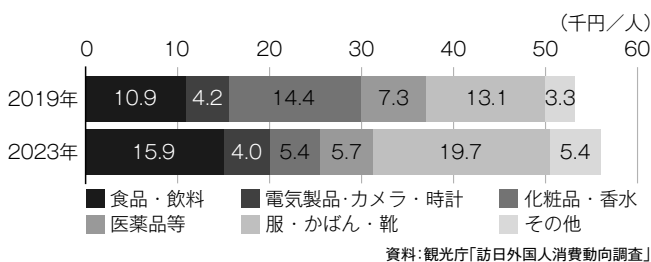
図II-1-3 訪日外国人旅行消費額の推移



図II-1-4 費目別に見る訪日外国人一人当たり旅行支出(一般客)



図II-1-5 費目別にみる訪日外国人一人当たり買物代(一般客)



(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おり、2019年にはいずれも過去最高を記録した。しかし、2020年から2022年の3年間は、新型コロナウイルス感染症の影響により双方とも大幅に落ち込む結果(最も落ち込んだ2021年は、2019年比で人数が99.2%減、国際収支が97.4%減)となった。2023年は回復傾向となり、訪日外客数(インバウンド旅行)が2,507万人(2019年比21.4%減)、日本人出国者数(アウトバウンド旅行)が962万人(2019年比52.1%減)であった(図II-1-6)。

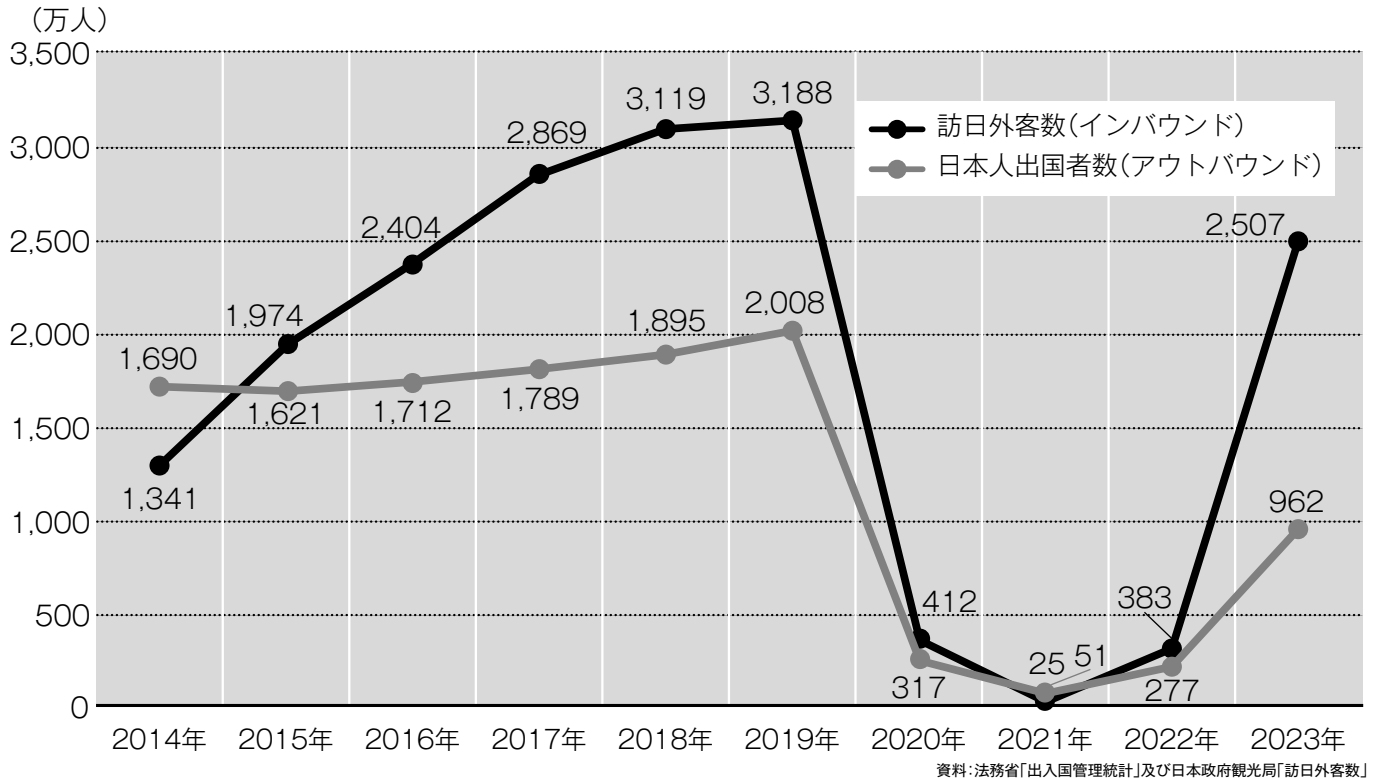
また、経済取引面からの視点として財務省・日本銀行「国際収支統計」を見ると、2023年は旅行受取(インバウンド)が1996

年以降過去最高の5兆4,211億円、旅行支払(アウトバウンド)は1兆7,898億円であり、旅行受取(インバウンド)が旅行支払(ア

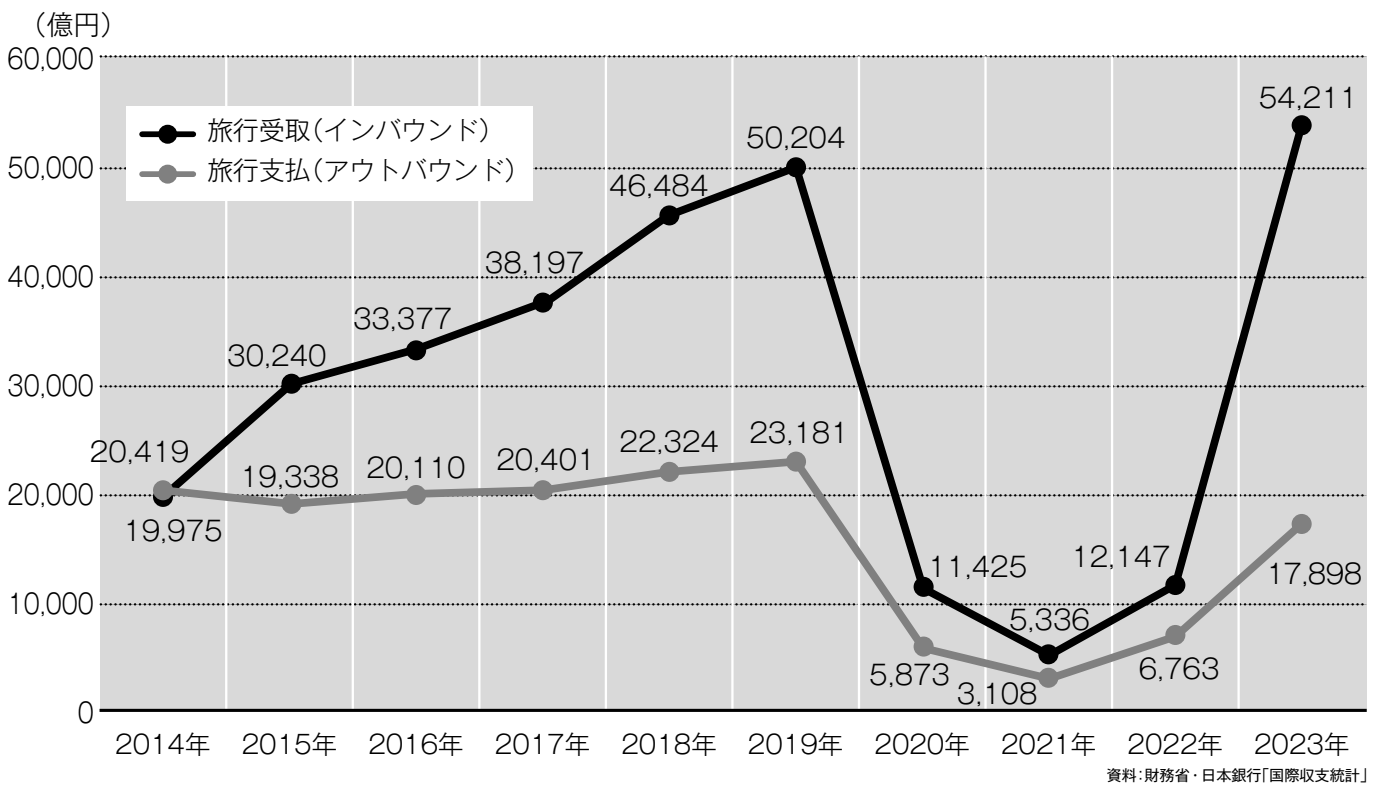
ウトバウンド)の約3倍となった(図Ⅱ-1-7)。

(園部容子)

図Ⅱ-1-6 訪日外客数及び日本人出国者数の推移



図Ⅱ-1-7 国際収支における旅行受取及び旅行支払の推移





**2 市場別に見る訪日旅行動向**

2023年の訪日外客数・訪日外国人旅行消費額は市場により回復の状況に差

(1)国籍・地域別に見る訪日旅行動向

2023年の訪日外客数を国籍・地域別に見ると、海外との往来が厳しく制限されていたコロナ禍以降、大幅な減少となっていたが、2023年は前年比554.1%増の2,507万人(2019年比21.4%減)でV字回復となった。

直近10年間について国籍・地域別に見ると、2014年以降(2021年を除く)は韓国、台湾、中国が上位3か国・地域を占める状況が継続していたが、2022年は中国に代わってアメリカが上位3か国にランクインした。2023年は再び2020年以前と同じく、上位3か国は韓国、台湾、中国となっている(表II-1-2)。

2023年のクルーズ客を除いた一般客(以下、一般客)の一人当たり旅行支出を国籍・地域別に見ると、中国やヨーロッパ、オーストラリア等で高く、30万円を超えている。いずれも「宿泊費」「飲食費」が占める割合が高く、この2費目で6~7割となっている(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	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2023年/ 2019年比	2023年/ 2022年比
訪日外客数全体	1,341.3	1,973.7	2,404.0	2,869.1	3,119.2	3,188.2	411.6	24.6	383.2	2,506.6	△21.4	554.1
東アジア												
韓国	②275.5	②400.2	②509.0	②714.0	②753.9	②558.5	③48.8	1.9	①101.3	①695.8	24.6	587.1
台湾	①283.0	③367.7	③416.8	③456.4	③475.7	③489.1	②69.4	0.5	②33.1	②420.2	△14.1	1169.2
香港	92.6	152.4	183.9	223.2	220.8	229.1	34.6	0.1	26.9	211.4	△7.7	685.2
中国	③240.9	①499.4	①637.4	①735.6	①838.0	①959.4	①106.9	4.2	18.9	③242.5	△74.7	1182.3
東南アジア												
タイ	65.8	79.7	90.2	98.7	113.2	131.9	22.0	0.3	19.8	99.6	△24.5	402.7
シンガポール	22.8	30.9	36.2	40.4	43.7	49.2	5.5	0.1	13.2	59.1	20.1	348.0
マレーシア	25.0	30.5	39.4	44.0	46.8	50.2	7.7	0.2	7.4	41.6	△17.1	461.1
インドネシア	15.9	20.5	27.1	35.2	39.7	41.3	7.8	0.5	12.0	42.9	4.0	258.6
フィリピン	18.4	26.8	34.8	42.4	50.4	61.3	10.9	0.6	12.7	62.2	1.5	390.6
ベトナム	12.4	18.5	23.4	30.9	38.9	49.5	15.3	2.7	28.4	57.4	15.9	102.0
欧米・その他												
インド	8.8	10.3	12.3	13.4	15.4	17.6	2.7	0.9	5.4	16.6	△5.4	206.4
イギリス	22.0	25.8	29.2	31.0	33.4	42.4	5.1	0.7	5.7	32.1	△24.2	459.1
ドイツ	14.0	16.3	18.3	19.6	21.5	23.7	3.0	0.5	4.6	23.3	△1.3	410.2
フランス	17.9	21.4	25.3	26.9	30.5	33.6	4.3	0.7	5.3	27.7	△17.5	425.6
イタリア	8.1	10.3	11.9	12.6	15.0	16.3	1.4	0.4	2.4	15.2	△6.4	543.1
スペイン	6.1	7.7	9.2	10.0	11.9	13.0	1.2	0.3	1.6	11.6	△11.0	627.6
ロシア	6.4	5.4	5.5	7.7	9.5	12.0	2.2	0.4	1.0	4.2	△65.0	306.5
アメリカ	89.2	103.3	124.3	137.5	152.6	172.4	21.9	2.0	③32.4	204.6	18.7	532.4
カナダ	18.3	23.1	27.3	30.6	33.1	37.5	5.3	0.4	5.6	42.6	13.5	662.2
オーストラリア	30.3	37.6	44.5	49.5	55.2	62.2	14.4	0.3	8.9	61.3	△1.4	591.6
その他	68.2	85.7	98.0	109.5	119.9	138.1	21.2	7.0	36.7	134.4	△2.7	266.5
うちクルーズ客(再掲)	-	-	193.6	244.9	233.8	202.6	12.0	0.0	0.0	16.6	△91.8	-

(注)①②③は各年で訪日外客数が多い国籍・地域の順位を示す。

資料:日本政府観光局「訪日外客数」及び法務省「出入国管理統計」

表II-1-3 費目別に見る訪日外国人一人当たり旅行支出と旅行消費額(一般客、2023年)

(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	娯楽等サービス費	買物代	その他	旅行消費額
全国籍・地域	212,764	73,674	47,981	24,078	10,838	56,098	95	52,978
東アジア								
韓国	106,312	34,859	29,399	9,299	6,037	26,630	87	7,382
台湾	189,116	53,375	40,364	19,277	10,005	65,906	190	7,806
香港	227,360	70,285	53,249	22,388	10,062	71,247	129	4,797
中国	320,125	88,265	60,647	25,876	23,553	121,717	67	7,564
東南アジア								
タイ	193,409	59,201	45,443	25,920	7,189	55,624	32	1,925
シンガポール	289,881	110,302	60,468	34,272	11,564	73,276	0	1,714
マレーシア	224,078	77,621	48,346	26,587	8,690	62,833	3	931
インドネシア	198,442	71,865	38,533	26,904	8,009	53,131	0	852
フィリピン	177,315	57,358	36,833	20,640	8,390	54,088	6	1,103
ベトナム	211,330	63,837	48,260	22,454	8,825	67,954	0	1,213
欧米・その他								
インド	231,539	95,716	43,897	31,948	6,777	53,201	0	385
イギリス	327,505	149,769	69,699	46,803	13,857	47,225	153	1,050
ドイツ	301,712	138,972	69,579	45,936	11,060	36,116	50	691
フランス	329,332	145,019	71,400	49,453	11,764	51,681	15	912
イタリア	334,346	145,440	81,861	53,615	12,641	40,624	165	509
スペイン	336,130	136,186	80,055	62,066	14,708	43,066	48	389
ロシア	258,694	103,227	69,124	38,884	7,350	40,109	0	108
アメリカ	296,813	129,695	67,071	40,468	13,110	46,275	193	6,070
カナダ	277,433	116,544	65,213	39,810	12,022	43,845	0	1,181
オーストラリア	340,661	139,457	76,600	49,136	21,730	53,707	31	2,088
その他	320,989	132,063	73,201	45,699	13,344	56,676	7	4,310

資料:観光庁「訪日外国人消費動向調査」

①韓国

2023年の韓国人出国者数は2,272万人で、2019年比で約2割減(前年の655万人から約3.5倍の増加)となった。また、2023年の訪日韓国人旅行者数は696万人で、2019年比24.6%増と大幅な回復となった。これは経済問題や安全保障に関する日韓関係の問題により、2019年の8月以降、訪日韓国人旅行者数が大幅に減少した反動による影響も大きい(表II-1-7)。

観光庁「訪日外国人消費動向調査」によると、2023年に日本を訪れた韓国人の平均泊数は4.7泊で2019年から0.4泊減少した。また、観光レジャー目的の比率は87.0%(2019年差9.2ポイント増)、リピーター率は76.5%(同2.7ポイント減)、ツアー利用率は13.7%(同1.0ポイント減)となっており、2019年以前の状況に戻っている(表II-1-4)。

また、訪日韓国人(一般客)の一人当たり旅行支出は10.6万円で、2019年比39.6%の増加となった。平均泊数は若干減少したものの、泊数と連動する「宿泊費」や「飲食費」以外にも、「娯楽等サービス費」や「買物代」等、全体的に増加が見られた(図II-1-8)。これは、為替レートの影響(2019年に比べて円安が進んだ)も大きいと考えられる(表II-1-7)。また、「買物代」のうち、最も購入率が高かったのは「菓子類」の83.1%で、購入者単価は7,016円であった(表II-1-5)。

表II-1-4 訪日韓国人の旅行動向

	2019年	2022年	2023年	2019年差	2023年/2019年比
訪日韓国人旅行者数(万人)	558	101	696	137	24.6%
平均泊数(泊)	5.1	8.5	4.7	△0.4	△7.6%
観光レジャー比率	77.8%	71.0%	87.0%	9.2%	11.8%
リピーター率	79.2%	84.6%	76.5%	△2.7%	△3.4%
ツアー利用率	14.7%	6.8%	13.7%	△1.0%	△7.0%

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・一般客、2023年)

購入率順位	費目	購入率(%)	購入者単価(円/人)
1位	菓子類	83.1	7,016
2位	その他食料品・飲料・たばこ	39.2	6,806
3位	酒類	37.5	7,809
4位	医薬品	34.8	7,783
5位	衣類	23.4	19,738
6位	化粧品・香水	18.0	9,252
7位	靴・かばん・革製品	10.4	24,111
8位	健康グッズ・トイレタリー	6.3	14,024
9位	民芸品・伝統工芸品	3.2	4,505
10位	音楽・映像・ゲーム等ソフトウェア	2.1	16,562

資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

図II-1-8 訪日韓国人の一人当たり旅行支出(一般客)



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

(単位：万人)

訪問先	基準	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年
日本	NFV	400.2	509.0	714.0	753.9	558.5	48.8	1.9	101.3	695.8
台湾	RFV	65.9	88.4	105.5	101.9	124.3	17.9	0.3	5.2	74.5
香港	RFV	93.3	107.2	116.1	111.6	78.0	4.0	0.1	0.8	40.3
中国	NFV	444.4	477.5	386.4	419.3	-	-	-	-	-
タイ	NFT	135.9	145.0	170.9	179.6	188.8	26.0	1.2	53.9	166.0
シンガポール	RFV	57.7	56.7	63.1	62.9	64.6	9.0	0.7	21.8	57.1
マレーシア	NFV	42.1	44.4	48.5	61.7	67.3	12.0	0.3	14.6	40.1
インドネシア	RFT	37.6	38.7	-	35.9	38.8	7.6	0.9	12.1	34.7
フィリピン	RFT	134.0	147.5	160.8	158.8	198.9	33.9	0.6	42.8	145.1
ベトナム	RFV	111.3	154.4	241.5	348.5	429.1	84.0	3.3	76.9	359.5
カンボジア	RFT	39.5	35.7	34.5	30.2	25.5	5.6	0.6	6.4	17.0

[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

資料：韓国観光公社「국민 해외관광객 주요 목적지별 통계」

表II-1-7 韓国基本情報

年	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2027
①人口(万人) <sup>*1</sup>	5,075	5,102	5,122	5,136	5,159	5,177	5,184	5,177	5,167	5,160	5,139
②韓国人出国者数(万人) <sup>*2</sup>	1,608	1,931	2,238	2,650	2,870	2,871	428	122	655	2,272	-
③出国率(%) (②÷①)	31.7	37.9	43.7	51.6	55.6	55.5	8.2	2.4	12.7	44.0	-
④訪日韓国人旅行者数(万人) <sup>*3</sup>	275.5	400.2	509.0	714.0	753.9	558.5	48.8	1.9	101.3	695.8	-
⑤出国者に占める訪日旅行者比率(④÷②)	17.1	20.7	22.7	26.9	26.3	19.4	11.4	1.6	15.5	30.6	-
⑥為替レート(100円/韓国ウォン) <sup>*1</sup>	10.0	10.7	9.4	9.9	10.0	9.4	9.0	9.6	10.2	10.8	-
⑦GDP成長率(%) <sup>*1</sup>	3.2	2.8	2.9	3.2	2.9	2.2	△0.7	4.3	2.6	1.4	2.1
⑧一人当たりGDP(米ドル) <sup>*1</sup>	29,253	28,737	29,274	31,601	33,447	31,902	31,728	35,126	32,395	33,192	39,012

(注) 斜体は推計値。

資料：国際通貨基金(※1)、韓国観光公社(※2)、日本政府観光局(※3)の公表値をもとに(公財)日本交通公社作成

②台湾

2023年の台湾人出境者数は1,180万人で、2019年比では約3割減(2022年の148万人から約8倍の増加)となった。また、2023年の訪日台湾人旅行者数は420万人で、2019年比14.1%減となった(表II-1-11)。台湾人の訪問先上位5位の国・地域の中で、2019年と比べると日本はベトナムに次いで好調な回復状況といえる(表II-1-10)。

観光庁「訪日外国人消費動向調査」によると、2023年に日本を訪れた台湾人の平均泊数は7.0泊で2019年から0.8泊増加した。また、観光レジャー目的の比率は90.9%(2019年差2.4ポイント増)、リピーター率は88.6%(同1.8ポイント増)とコロナ禍前の傾向に戻りつつあるが、ツアー利用率は28.8%(同5.9ポイント減)となっており、個人旅行者が増加している(表II-1-8)。

また、訪日台湾人(一般客)の一人当たり旅行支出は18.9万円で、2019年比59.9%の増加となった。「宿泊費」や「飲食費」以外にも、「娯楽等サービス費」や「買物代」等、全体的に増加が見られた(図II-1-9)。これは、2019年以降継続的に円安が進んでいる影響もあると考えられる(表II-1-11)。「買物代」のうち、最も購入率が高かったのは「菓子類」の購入率が77.9%で、購入者単価は12,799円であった(表II-1-9)。

表II-1-8 訪日台湾人の旅行動向

	2019年	2022年	2023年	2019年差	2023年/2019年比
訪日台湾人旅行者数(万人)	489	33	420	△69	△14.1%
平均泊数(泊)	6.1	10.8	7.0	0.8	13.6%
観光レジャー比率	88.5%	65.7%	90.9%	2.4%	2.7%
リピーター率	86.8%	94.5%	88.6%	1.8%	2.1%
ツアー利用率	34.7%	6.8%	28.8%	△5.9%	△17.0%

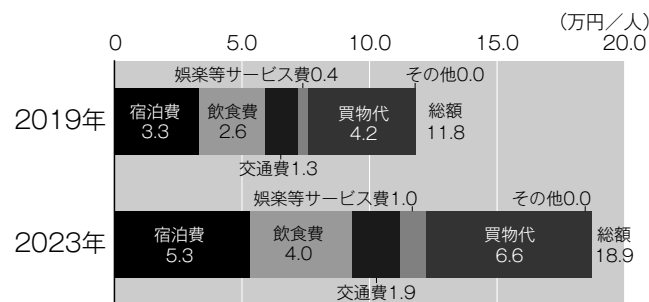
資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

表II-1-9 費目別購入率及び購入者単価(台湾・一般客、2023年)

購入率順位	費目	購入率(%)	購入者単価(円/人)
1位	菓子類	77.9	12,799
2位	医薬品	48.2	19,190
3位	衣類	42.2	22,857
4位	その他食料品・飲料・たばこ	40.7	10,058
5位	靴・かばん・革製品	29.8	40,545
6位	化粧品・香水	29.2	16,979
7位	健康グッズ・トイレタリー	24.5	18,418
8位	酒類	16.1	10,871
9位	電気製品(デジタルカメラ/PC/家電等)	11.4	28,477
10位	生鮮農産物	9.5	7,212

資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

図II-1-9 訪日台湾人の一人当たり旅行支出(一般客)



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

	2019年			2020年			2021年			2022年			2023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	491.2	1.8	日本	69.8	△85.8	中国	12.9	△69.0	日本	35.4	2421.3	日本	422.6	1093.0
2位	中国	404.4	△3.1	中国	41.5	△89.7	米国	10.4	△27.8	米国	21.6	108.0	中国	176.1	961.6
3位	香港	167.6	△1.2	香港	16.4	△86.4	日本	1.4	△98.0	中国	16.6	29.0	韓国	95.5	1119.0
4位	韓国	120.9	11.3	韓国	15.8	△81.4	シンガポール	1.4	△79.2	ベトナム	13.3	1097.5	ベトナム	85.4	541.0
5位	ベトナム	85.3	29.5	ベトナム	15.8	△90.6	香港	1.3	△92.0	タイ	10.5	1215.1	タイ	77.7	641.1

(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。

資料：台湾交通部観光局

表II-1-11 台湾基本情報

	年	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2027
①人口(万人) <sup>*1</sup>		2,343	2,349	2,354	2,357	2,359	2,360	2,356	2,338	2,333	2,332	2,332
②台湾人出境者数(万人) <sup>*2</sup>		1,184	1,318	1,459	1,565	1,664	1,710	234	36	148	1,180	-
③出境率(%) (②÷①)		50.5	56.1	62.0	66.4	70.6	72.5	9.9	1.5	6.3	50.6	-
④訪日台湾人旅行者数(万人) <sup>*3</sup>		283.0	367.7	416.8	456.4	475.7	489.1	69.4	0.5	33.1	420.2	-
⑤出境者に占める訪日旅行者比率(④÷②)		23.9	27.9	28.6	29.2	28.6	28.6	29.7	1.4	22.4	35.6	-
⑥為替レート(円/台湾ドル) <sup>*1*4</sup>		3.5	3.8	3.4	3.7	3.7	3.5	3.6	3.9	4.4	4.5	-
⑦GDP成長率(%) <sup>*1</sup>		4.7	1.5	2.2	3.3	2.8	3.1	3.4	6.6	2.6	1.4	2.4
⑧一人当たりGDP(米ドル) <sup>*1</sup>		22,844	22,753	23,071	25,062	25,826	25,903	28,571	33,071	32,610	32,444	40,453

(注) 斜体は推計値。

資料：国際通貨基金(※1)、台湾交通部観光局(※2)、日本政府観光局(※3)、連邦準備制度理事会(※4)の公表値をもとに(公財)日本交通公社作成

### ③香港

2023年の香港人出境者数は7,220万人で、2019年比では23.8%減となった。また、2023年の訪日香港人旅行者数は211万人で、2019年比7.7%減となった。出境者に占める訪日旅行者比率は2.9%と、コロナ禍前よりも増加している(表II-1-15)。

観光庁「訪日外国人消費動向調査」によると、2023年に日本を訪れた香港人の平均泊数は7.2泊で2019年から1.1泊増加した。また、観光レジャー目的の比率は92.8% (2019年差1.2ポイント増)、リピー

ター率は91.3% (同3.2ポイント増)とコロナ禍前の傾向に戻っている。一方で、ツアー利用率は11.1% (同10.0ポイント減)となり、個人旅行者が大幅に増加している(表II-1-12)。

また、訪日香港人(一般客)の一人当たり旅行支出は22.7万円で、2019年比45.8%の増加となった。「宿泊費」や「飲食費」以外にも、「娯楽等サービス費」や「買物代」等、全体的に増加が見られた(図II-1-10)。特に「買物代」のうち、最も購入率が高かったのは「菓子類」の70.3%で、購入者単価は14,143円であった(表II-1-13)。

表II-1-12 訪日香港人の旅行動向

	2019年	2022年	2023年	2019年差	2023年/2019年比
訪日香港人旅行者数(万人)	229	27	211	△18	△7.7%
平均泊数(泊)	6.1	9.1	7.2	1.1	17.7%
観光レジャー比率	91.6%	89.1%	92.8%	1.2%	1.3%
リピーター率	88.1%	95.0%	91.3%	3.2%	3.6%
ツアー利用率	21.1%	3.3%	11.1%	△10.0%	△47.6%

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・一般客、2023年)

購入率 順位	費目	購入率 (%)	購入者単価 (円/人)
1位	菓子類	70.3	14,143
2位	衣類	52.8	30,424
3位	その他食料品・飲料・たばこ	38.5	11,430
4位	靴・かばん・革製品	37.1	44,923
5位	医薬品	35.6	14,899
6位	化粧品・香水	34.5	20,598
7位	健康グッズ・トイレタリー	13.8	13,355
8位	酒類	13.3	14,025
9位	生鮮農産物	9.4	6,728
10位	民芸品・伝統工芸品	4.7	11,332

資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

図II-1-10 訪日香港人の一人当たり旅行支出(一般客)



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

(単位：万人)

訪問先	基準	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年
日本	NFV	152.4	183.9	223.2	220.8	229.1	34.6	0.1	26.9
韓国	NFV	52.3	65.1	65.8	68.4	69.5	8.9	0.1	6.1
台湾	RFV	151.4	161.5	169.2	150.7	159.8	16.2	1.0	3.1
中国	NFV	7,944.8	8,105.9	7,979.6	7,936.8	8,050.1	-	-	-
タイ	NFT	67.0	75.1	82.1	101.6	104.5	12.4	0.2	16.2
シンガポール	RFV	61.0	53.8	46.6	47.3	48.9	5.9	-	-
マレーシア	NFV	0.1	-	-	-	-	-	-	-
インドネシア	RFT	9.4	10.1	9.8	9.1	5.0	0.3	-	-
フィリピン	RFT	12.2	11.6	11.1	11.8	9.2	1.2	-	-
ベトナム	RFV	-	3.5	4.8	6.2	5.2	-	-	-
カンボジア	RFT	1.5	1.6	1.3	1.2	0.2	0.0	-	-

[N] 国籍別統計 / [R] 居住地域別統計 / [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

資料：日本政府観光局「日本の国際観光統計(2023)」

表II-1-15 香港基本情報

年	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2027
①人口(万人) <sup>*1</sup>	725	731	738	742	749	752	743	740	747	754	772
②香港人出境者数(万人) <sup>*2</sup>	8,452	8,908	9,176	9,134	9,221	9,472	8,261	905	2,181	7,220	-
③出境率(%) (②÷①)	1165.3	1218.6	1243.7	1231.8	1231.5	1259.4	1112.3	122.3	291.9	958.2	-
④訪日香港人旅行者数(万人) <sup>*2</sup>	92.6	152.4	183.9	223.2	220.8	229.1	34.6	0.1	26.9	211.4	-
⑤出境者に占める訪日旅行者比率(④÷②)	1.1	1.7	2.0	2.4	2.4	2.4	0.4	0.0	1.2	2.9	-
⑥為替レート(円/香港ドル) <sup>*1*3</sup>	13.6	15.6	14.0	14.4	14.1	13.9	13.9	14.1	16.8	17.9	-
⑦GDP成長率(%) <sup>*1</sup>	2.8	2.4	2.2	3.8	2.8	△1.7	△6.5	6.5	△3.7	3.2	2.6
⑧一人当たりGDP(米ドル) <sup>*1</sup>	40,185	42,325	43,488	46,026	48,310	48,278	46,446	49,849	48,002	50,030	61,081

(注) 斜体は推計値。

資料：国際通貨基金(※1)、日本政府観光局(※2)、連邦準備制度理事会(※3)の公表値をもとに(公財)日本交通公社作成

④中国

2023年の中国人出国者数は1億96万人で、2019年比では40.3%減となった。なお、コロナ禍前は年々上昇を続けていた出国率は7.2%である。また、2023年の訪日中国人旅行者数は243万人で、2019年比74.7%減であった(表II-1-19)。ほかの国籍・地域と比較して、中国における出国の状況について、訪問先に限らず回復が遅れている状況である。

観光庁「訪日外国人消費動向調査」によると、2023年に日本を訪れた中国人の平均泊数は16.2泊で2019年から8.7泊増加した。また、観光レジャー目的の比率は64.0%(2019年差20.2ポイント減)、リピーター率は65.0%(同15.0ポイント増)、ツアー利用率は5.2%(同28.8

ポイント減)となり、訪日客の傾向はコロナ禍前と異なる状況が続いている。また、人数ベースの回復も遅れており、2023年は2019年から717万人減の243万人となった(表II-1-16)。

また、訪日中国人(一般客)の一人当たり旅行支出は32.0万円で、2019年比50.4%の増加となった。「宿泊費」や「飲食費」以外にも、「娯楽等サービス費」や「買物代」等、全体的に増加が見られた(図II-1-11)。特に「娯楽等サービス費」の伸びが大きい。また、「買物代」のうち購入率が高い費目を2019年と比べると、順位の変動はあるものの上位5費目自体は変化がない。ただ、「化粧品・香水」の購入率は2019年の81.9%から52.2%と大きく減少した(表II-1-17)。

表II-1-16 訪日中国人の旅行動向

	2019年	2022年	2023年	2019年差	2023年/2019年比
訪日中国人旅行者数(万人)	959	19	243	△717	△74.7%
平均泊数(泊)	7.5	59.5	16.2	8.7	116.7%
観光レジャー比率	84.2%	2.3%	64.0%	△20.2%	△24.0%
リピーター率	50.0%	74.2%	65.0%	15.0%	29.9%
ツアー利用率	34.0%	0.1%	5.2%	△28.8%	△84.8%

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・一般客、2023年)

購入率 順位	費目	購入率 (%)	購入者単価 (円/人)
1位	菓子類	72.7	13,258
2位	化粧品・香水	52.2	44,995
3位	医薬品	36.9	21,922
4位	衣類	36.0	47,926
5位	その他食料品・飲料・たばこ	34.1	15,688
6位	靴・かばん・革製品	28.2	101,933
7位	健康グッズ・トイレットリー	15.9	23,820
8位	酒類	12.0	18,437
9位	電気製品(デジタルカメラ/PC/家電等)	10.7	50,778
10位	民芸品・伝統工芸品	5.5	15,823

資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

図II-1-11 訪日中国人の一人当たり旅行支出(一般客)



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

(単位：万人)

訪問先	基準	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年
日本	NFV	499.4	637.4	735.6	838.0	959.4	106.9	4.2	18.9
韓国	NFV	598.4	806.8	416.9	479.0	602.3	68.6	17.0	22.7
台湾	RFV	418.4	351.2	273.3	269.6	271.4	11.1	1.3	2.4
香港	RFV	1,799.7	1,736.5	1,852.6	1,990.2	1,622.7	88.5	6.5	35.6
タイ	NFV	793.7	875.8	980.6	1,053.4	1,099.7	125.0	1.3	27.4
シンガポール	RFV	210.6	286.4	322.8	341.8	362.7	35.7	-	-
マレーシア	NFV	167.7	212.5	228.1	294.4	311.4	40.5	-	-
インドネシア	RFV	124.9	155.7	209.3	213.9	207.2	24.0	-	-
フィリピン	RFV	49.1	67.6	96.8	125.5	174.3	17.0	-	-
ベトナム	RFV	178.1	269.7	400.8	496.6	580.6	95.9	5.8	12.5
カンボジア	RFV	69.5	83.0	121.1	202.4	236.2	33.0	-	-

[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

資料：日本政府観光局「日本の国際観光統計(2023)」

表II-1-19 中国基本情報

年	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2027
①人口(万人) <sup>*1</sup>	137,646	138,326	139,232	140,011	140,541	141,008	141,212	141,260	141,175	141,140	140,694
②中国人出国者数(万人) <sup>*2</sup>	11,659	12,786	13,513	14,273	16,199	16,921	-	-	-	10,096	-
③出国率(%) (②÷①)	8.5	9.2	9.7	10.2	11.5	12.0	-	-	-	7.2	-
④訪日中国人旅行者数(万人) <sup>*3</sup>	240.9	499.4	637.4	735.6	838.0	959.4	106.9	4.2	18.9	242.5	-
⑤出国者に占める訪日旅行者比率(④÷②)	2.1	3.9	4.7	5.2	5.2	5.7	-	-	-	2.4	-
⑥為替レート(円/中国元) <sup>*1</sup>	17.2	19.5	16.4	16.6	16.7	15.8	15.4	17.0	19.5	19.8	-
⑦GDP成長率(%) <sup>*1</sup>	7.4	7.0	6.9	6.9	6.8	6.0	2.2	8.5	3.0	5.2	3.6
⑧一人当たりGDP(米ドル) <sup>*1</sup>	7,646	8,034	8,063	8,760	9,849	10,170	10,525	12,572	12,643	12,514	15,834

(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：国際通貨基金(※1)、中国国家统计局(※2)、日本政府観光局(※3)の公表値をもとに(公財)日本交通公社作成

⑤タイ

2014年以降、順調に増加を続けていた訪日タイ人旅行者数は、2023年は99.6万人(2019年比24.5%減)で、2017年と同水準まで回復している(表Ⅱ-1-23)。

観光庁「訪日外国人消費動向調査」によると、2023年に日本を訪れたタイ人の平均泊数は9.3泊で2019年から0.5泊増加した。また、観光レジャー目的の比率は82.8% (2019年差5.6ポイント増)、リピーター率は78.3% (同6.2ポイント増)、ツアー利用率は19.5% (同9.4ポイント減)となり、ツアー利用率がコロナ禍以降減少傾向にある

(表Ⅱ-1-20)。

また、訪日タイ人(一般客)の一人当たり旅行支出は19.3万円で、2019年比47.1%の増加となった。「宿泊費」や「飲食費」以外にも、「娯楽等サービス費」や「買物代」等、全体的に増加が見られた(図Ⅱ-1-12)。これは、2014年以降で見ると円安の水準が最も高い状況にある影響が大きいものと推測される(表Ⅱ-1-23)。特に、「買物代」のうち、最も購入率が高かったのは「菓子類」の83.9%で、上位5費目は2019年と変わらない(表Ⅱ-1-21)。

表Ⅱ-1-20 訪日タイ人の旅行動向

	2019年	2022年	2023年	2019年差	2023年/2019年比
訪日タイ人旅行者数(万人)	132	20	100	△32	△24.5%
平均泊数(泊)	8.8	12.8	9.3	0.5	6.0%
観光レジャー比率	77.2%	70.1%	82.8%	5.6%	7.2%
リピーター率	72.2%	82.0%	78.3%	6.2%	8.5%
ツアー利用率	28.9%	19.0%	19.5%	△9.4%	△32.4%

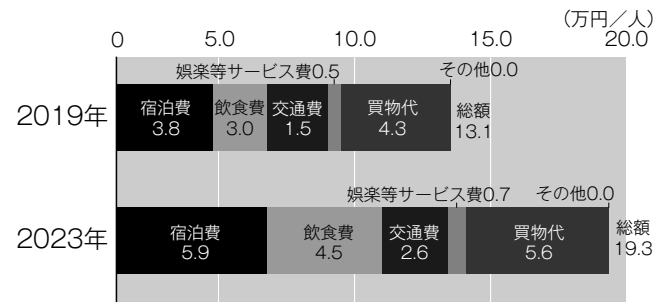
資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

表Ⅱ-1-21 費目別購入率及び購入者単価(タイ・一般客、2023年)

購入率順位	費目	購入率 (%)	購入者単価 (円/人)
1位	菓子類	83.9	17,356
2位	衣類	45.3	21,132
3位	その他食料品・飲料・たばこ	45.0	10,714
4位	靴・かばん・革製品	42.5	29,728
5位	化粧品・香水	31.7	19,704
6位	酒類	17.9	9,605
7位	医薬品	9.4	11,684
8位	生鮮農産物	6.5	9,207
9位	健康グッズ・トイレタリー	4.5	11,076
10位	電気製品(デジタルカメラ/PC/家電等)	3.7	15,231

資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

図Ⅱ-1-12 訪日タイ人の一人当たり旅行支出(一般客)



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	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年
日本	NFV	79.7	90.2	98.7	113.2	131.9	22.0	0.3	19.8
韓国	NFV	37.2	47.0	49.9	55.9	57.2	7.7	-	-
台湾	RFV	12.4	19.6	29.3	32.0	41.4	6.4	0.8	7.4
香港	RFV	41.1	45.5	43.0	45.0	35.3	1.8	-	-
中国	NFV	94.1	74.9	77.6	83.3	87.1	-	-	-
シンガポール	RFV	51.6	54.7	53.1	54.6	52.8	6.4	-	-
マレーシア	NFV	134.4	178.1	183.7	191.5	188.4	39.4	6.0	71.6
インドネシア	RFT	12.1	12.5	13.8	12.4	13.7	2.1	-	-
フィリピン	RFT	4.4	4.8	4.9	6.0	6.1	1.0	-	-
ベトナム	RFV	21.5	26.7	30.2	34.9	51.0	-	-	-
カンボジア	RFT	35.0	39.8	39.5	38.2	46.6	21.1	-	-

[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

資料：日本政府観光局「日本の国際観光統計(2023)」

表Ⅱ-1-23 タイ基本情報

年	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2027
①人口(万人)*1	6,844	6,872	6,897	6,921	6,943	6,963	6,980	6,995	7,008	7,018	7,039
②タイ人出国者数(万人)*2	644	679	820	896	996	1,045	-	-	-	-	-
③出国率(%) (②÷①)	9.4	9.9	11.9	13.0	14.3	15.0	-	-	-	-	-
④訪日タイ人旅行者数(万人)*2	65.8	79.7	90.2	98.7	113.2	131.9	22.0	0.3	19.8	99.6	-
⑤出国者に占める訪日旅行者比率(④÷②)	10.2	11.7	11.0	11.0	11.4	12.6	-	-	-	-	-
⑥為替レート(円/バツ)*1	3.3	3.5	3.1	3.3	3.4	3.5	3.4	3.4	3.7	4.0	-
⑦GDP成長率(%)*1	1.0	3.1	3.4	4.2	4.2	2.1	△6.1	1.5	2.5	1.9	3.0
⑧一人当たりGDP(米ドル)*1	5,952	5,840	5,993	6,594	7,299	7,813	7,170	7,237	7,073	7,337	9,147

(注)斜体は推計値。

資料：国際通貨基金(※1)、日本政府観光局(※2)の公表値をもとに(公財)日本交通公社作成

⑥アメリカ

2023年のアメリカ人出国者数は2019年比では11.8%増の6,718万人となった。また、2023年の訪日アメリカ人旅行者数は2019年比18.7%増の205万人で、アメリカ人出国者数に占める訪日旅行者の比率は3.0%と、2014年以降の最高水準となった(表II-1-26)。

観光庁「訪日外国人消費動向調査」によると、2023年に日本を訪れたアメリカ人の平均泊数は12.1泊で2019年から0.3泊減少した。また、観光レジャー目的の比率は64.2% (2019年差11.9ポイント増)、リピーター率は41.4% (同6.7ポイント減)、ツアー利用率は7.1% (同1.0ポイント減)となり、コロナ禍前とは異なる客層となっている(表II-1-24)。

表II-1-24 訪日アメリカ人の旅行動向

	2019年	2022年	2023年	2019年差	2023年/2019年比
訪日アメリカ人旅行者数(万人)	172	32	205	32	18.7%
平均泊数(泊)	12.4	18.1	12.1	△0.3	△2.2%
観光レジャー比率	52.3%	32.6%	64.2%	11.9%	22.7%
リピーター率	48.1%	59.7%	41.4%	△6.7%	△14.0%
ツアー利用率	8.2%	3.1%	7.1%	△1.0%	△12.6%

資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

表II-1-25 費目別購入率及び購入者単価(アメリカ一般客、2023年)

購入率順位	費目	購入率 (%)	購入者単価 (円/人)
1位	その他食料品・飲料・たばこ	54.2	13,677
2位	菓子類	44.4	11,144
3位	衣類	42.6	23,280
4位	酒類	30.3	12,733
5位	民芸品・伝統工芸品	22.2	14,617
6位	靴・かばん・革製品	14.2	30,013
7位	化粧品・香水	10.6	14,461
8位	本・雑誌・ガイドブック等	9.4	8,475
9位	音楽・映像・ゲーム等ソフトウェア	6.2	20,268
10位	電気製品(デジタルカメラ/PC/家電等)	4.6	28,796

資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

図II-1-13 訪日アメリカ人の一人当たり旅行支出(一般客)



寄与度	宿泊費	飲食費	交通費	娯楽等サービス費	買物代	その他
	24.6%	9.9%	7.6%	2.3%	12.2%	0.1%

資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

表II-1-26 アメリカ基本情報

年	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2027
①人口(万人) <sup>*1</sup>	31,862	32,093	32,322	32,528	32,702	32,855	33,127	33,233	33,351	33,514	34,330
②アメリカ人出国者数(万人) <sup>*2</sup>	4,113	4,464	4,859	5,295	5,643	6,010	1,559	2,897	5,438	6,718	-
③出国率(%) (②÷①)	12.9	13.9	15.0	16.3	17.3	18.3	4.7	8.7	16.3	20.0	-
④訪日アメリカ人旅行者数(万人) <sup>*3</sup>	89.2	103.3	124.3	137.5	152.6	172.4	21.9	2.0	32.4	204.6	-
⑤出国者に占める訪日旅行者比率(④÷②)	2.2	2.3	2.6	2.6	2.7	2.9	1.4	0.1	0.6	3.0	-
⑥為替レート(円/米ドル) <sup>*1</sup>	105.6	121.1	108.7	112.1	110.4	109.0	108.2	109.8	131.6	140.5	-
⑦GDP成長率(%) <sup>*1</sup>	2.5	2.9	1.8	2.5	3.0	2.5	△2.2	5.8	1.9	2.5	2.1
⑧一人当たりGDP(米ドル) <sup>*1</sup>	55,264	57,007	58,180	60,293	63,165	65,505	64,367	70,996	77,192	81,632	94,012

(注1) 斜体は推計値。

(注2) ②アメリカ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。

(注3) 出発地側の発表データであり、到着地が公表している各国の到着者数とは一致しない。

資料：国際通貨基金(※1)、アメリカ商務省国際貿易局(※2)、日本政府観光局(※3)の公表値をもとに(公財)日本交通公社作成

(2)都道府県別に見る訪日旅行動向

①訪問者数

2023年は、「訪日外国人消費動向調査」のうち、訪日外国人の都道府県別訪問者数を算出するための「B1.地域調査」について、新型コロナウイルス感染症の影響により1～3月期の調査を中止している。そのため、4～6月期、7～9月期、10～12月期の3四半期の結果が観光庁のウェブサイトに掲載されているため、そちらを参照されたい。

②クルーズ客数

船舶観光上陸許可を受けた外国人数(クルーズ客数)は、コロナ禍以前と同様の傾向で、九州や沖縄地方が多い。中でも博多港や長崎港、那覇港で特に多く、この3港で2023年全体の84.7%を占める。

国籍・地域別では、台湾が7.5万人、中国が6.2万人と多く、この2か国・地域で全体の82.5%となった。コロナ禍以前は中国が全体の約8割を占める状況だったが、訪日外客数と同様で、クルーズ客についても中国の回復が遅れている(表II-1-27)。

表II-1-27 上陸港別、国籍・地域別クルーズ客数 (単位:人)

上陸港	国籍・地域					
	全国籍・地域	韓国	台湾	香港	中国	その他
日本全国	166,460	14,618	75,027	4,447	62,271	10,097
関門港	2,258	0	0	0	2,242	16
博多港	37,322	2	3,303	109	32,588	1,320
長崎港	21,181	1,638	3,356	46	15,878	263
佐世保港	5,617	1,980	2,840	12	726	59
鹿児島港	7,945	1	4	61	3,670	4,209
那覇港	82,438	5,083	65,522	4,210	5,587	2,036
平良港	2	0	0	0	0	2
石垣港	3,079	0	1	5	936	2,137
その他	6,618	5,914	1	4	644	55

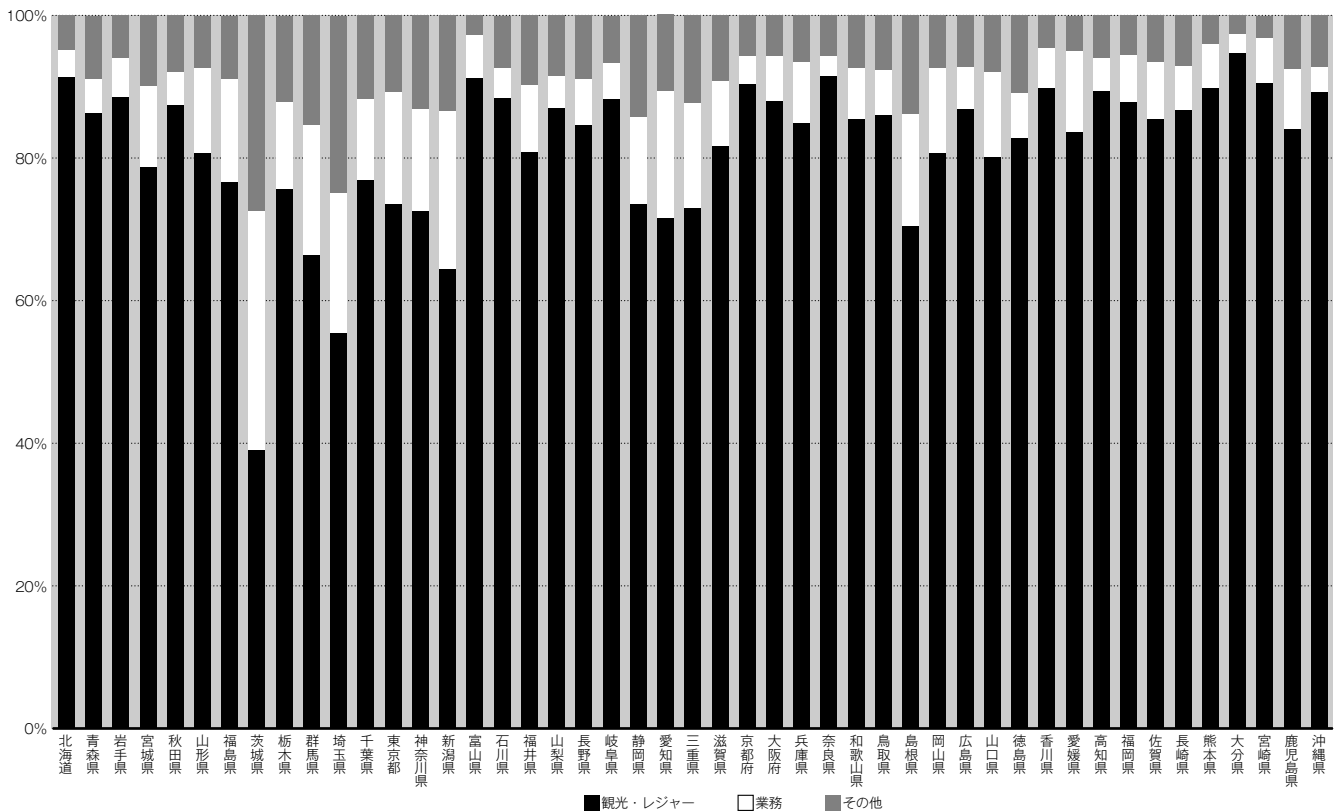
(注)「関門港」は下関港、門司港を含む。

資料:法務省「出入国管理統計」

③主な旅行目的

各都道府県を訪問する外国人旅行者の主な旅行目的を見ると、多くの地域で「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、群馬県、埼玉県、新潟県では「業務」目的や、親族・知人訪問や留学等を含む「その他」目的の割合が高く、「観光・レジャー」目的は4～6割程度となっている(図II-1-14)。

図II-1-14 都道府県別訪日外国人訪問者の主な旅行目的(2023年4～12月期)



(注)1～3月期は調査中止となったため、4～12月期の結果である。

資料:観光庁「訪日外国人消費動向調査」



④旅行消費額

2023年は、「訪日外国人消費動向調査」のうち、訪日外国人の都道府県別旅行消費額を算出するための「B1.地域調査」について、新型コロナウイルス感染症の影響により1～3月期の調査を中止している。そのため、4～6月期、7～9月期、10～12月期の3四半期の結果が観光庁のウェブサイトに掲載されているため、そちらを参照されたい。

⑤国籍・地域比率(訪日外国人観光客)

各都道府県を訪問する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)のみにしぼって、国籍・地域別比率を示す。

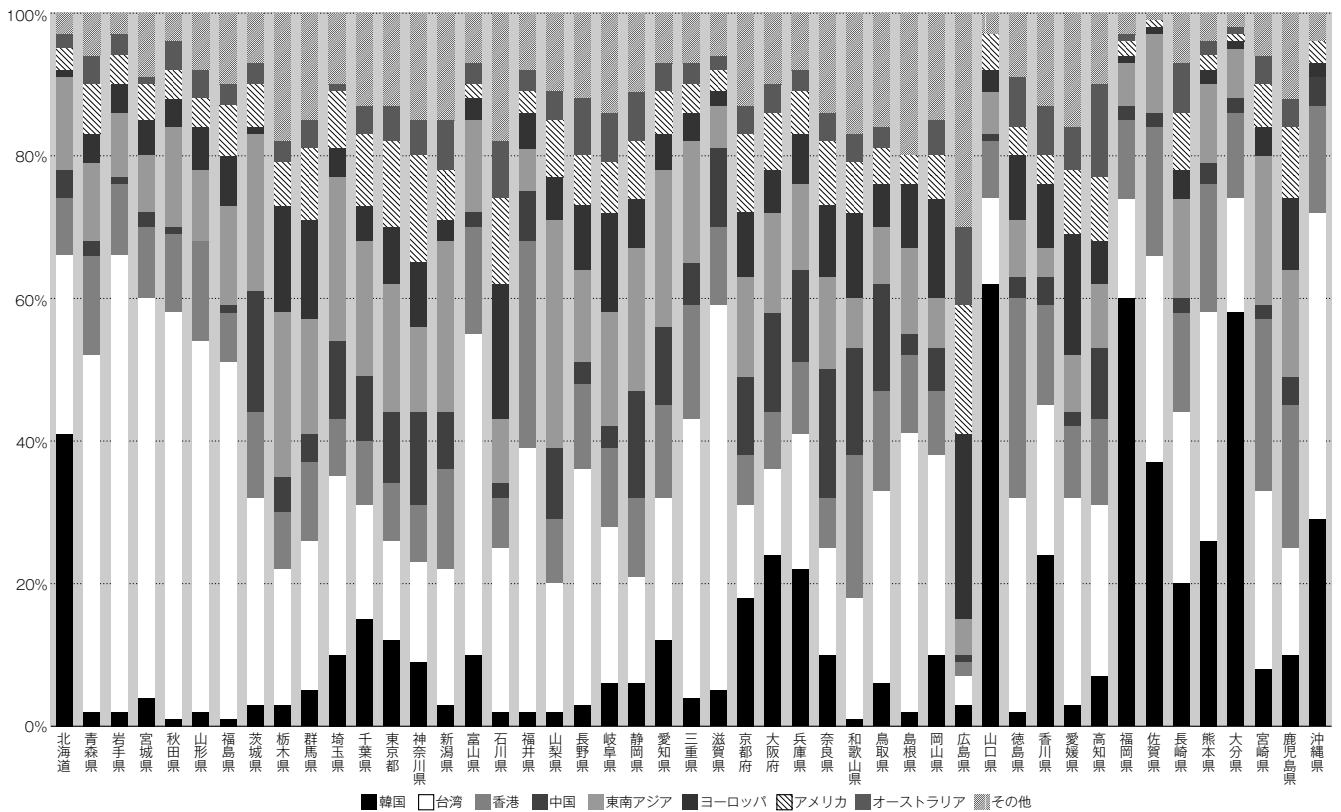
東アジアは国籍・地域によって訪問地が大きく異なり、全国各地に分散している。韓国人比率は九州で高い傾向にある。特に福岡県、大分県における比率が高く、訪日外国人観光客の約6割を韓国人

が占めている。また、北海道、山口県における比率も高い。台湾人比率は東北地方等で高く、いずれの都道府県でも5割以上となっている。また、富山県、三重県、滋賀県、沖縄県でも4～5割と高い。香港人比率は福井県や和歌山県、徳島県、宮崎県、鹿児島県で高い傾向が見られ、2～3割程度を占めている。中国人比率はゴールデンルート上のエリアで高く、一都三県、静岡県、愛知県、二府六県等で高い。ただし、回復が遅れている関係で、コロナ禍前のように各都道府県で5割以上を占めるといった状況ではない。

東南アジア人比率は関東地方を中心に高い傾向が見られ、ほかにも北関東地方や新潟県、山梨県、愛知県、宮崎県等で2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地方において高い点が共通しており、石川県(金沢)、広島県(宮島)等で高い。このうち広島県は特に高く、欧米豪を合わせた訪問者の比率は5割に達する(図Ⅱ-1-15)。

図Ⅱ-1-15 都道府県別訪日外国人観光客の国籍・地域比率(観光・レジャー目的客、2023年4～12月期)



(注) 1～3月期は調査中止となったため、4～12月期の結果である。

資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

⑥平均泊数と旅行支出

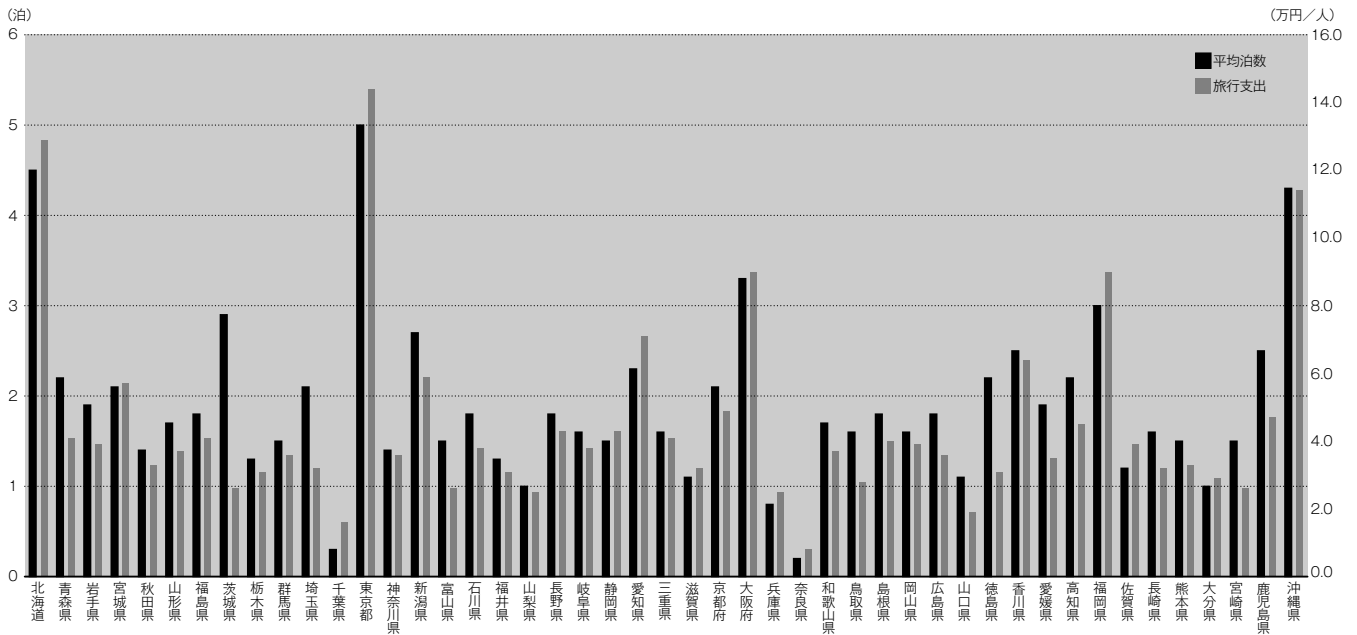
各都道府県を訪問する訪日外国人観光客による、都道府県別の平均泊数と旅行支出(パッケージツアー等参加費の訪問地取入分を含む)を見ると、泊数の長さや旅行支出は概ね連動していることがわかる。北海道や東京都、沖縄県は平均泊数が長く、旅行支出も高い。逆に、日帰り客の多い奈良県や、成田空港利用者が大半の千葉県は平均泊数が短く、旅行支出も低い。一方で、茨城県や埼玉県、徳島県等は、平均泊数が高いにもかかわらず、旅行支出は低い(図II-1-16)。

地域ブロック別に見ると、平均泊数は関東地方、近畿地方、北海道の順で長い。旅行中支出は関東地方で15.5万円と突出して高く、次いで近畿地方、沖縄県、北海道、九州地方の順となっている。

国籍・地域別に見ると、多くの地方で香港、中国の旅行中支出が高い。中国は北海道や関東地方で高く、20万円を超える。また、表章しているどの国籍・地域でも、東京都や大阪府における旅行中支出が高い傾向は変わらないが、アメリカのみ大阪府と京都府の旅行中支出額がほぼ同額であり、ほかの国籍・地域と比較しても京都府での旅行中支出が高い(表II-1-28)。

(園部容子)

図II-1-16 都道府県別 訪日外国人観光客の平均泊数・旅行支出(2023年4~12月期)



(注) 1~3月期は調査中止となったため、4~12月期の結果である。

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(2023年4~12月期)

訪問地	平均泊数 (単位: 泊)						
	国籍・地域 全国籍・地域	韓国	台湾	香港	中国	タイ	アメリカ
北海道	4.5	3.5	4.9	6.2	4.8	5.0	4.9
東北	4.0	2.4	4.5	4.6	—	3.8	3.7
関東	5.6	4.1	4.7	5.3	5.0	5.0	6.2
北陸信越	2.4	1.8	2.3	2.1	2.1	1.9	2.4
中部	2.5	2.5	2.6	3.2	2.1	2.4	2.2
近畿	4.8	3.3	4.7	5.5	5.3	4.8	4.9
中国	1.9	0.9	2.9	1.8	—	—	1.8
四国	3.5	2.8	4.3	4.7	—	—	—
九州	3.9	2.9	4.9	5.5	5.5	5.8	5.8
沖縄	4.3	3.6	4.2	5.0	4.9	—	5.4
(以下再掲)							
東京都	5.0	3.7	4.0	4.6	4.3	4.2	5.5
大阪府	3.3	2.8	3.1	4.0	3.8	3.9	2.8
京都府	2.1	0.7	1.6	1.6	2.0	1.2	2.9

(注1) 訪問地における泊数の平均値である。  
(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。  
(注4) 1~3月期は調査中止となったため、4~12月期の結果である。

資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

訪問地	旅行中支出 (単位: 万円/人)						
	国籍・地域 全国籍・地域	韓国	台湾	香港	中国	タイ	アメリカ
北海道	10.2	7.7	10.9	17.3	20.4	8.9	8.8
東北	7.0	5.8	8.2	8.3	—	6.6	5.3
関東	15.5	10.2	14.4	19.1	21.3	13.0	16.3
北陸信越	3.9	1.9	3.4	4.9	5.9	3.4	4.4
中部	5.8	6.4	6.5	9.9	7.9	4.9	4.8
近畿	11.8	7.8	11.4	16.7	17.1	12.0	11.8
中国	3.4	1.9	5.9	4.4	—	—	3.2
四国	6.5	6.3	8.3	10.4	—	—	—
九州	10.2	8.1	11.8	17.9	16.4	14.8	6.9
沖縄	10.3	9.3	9.9	13.3	14.7	—	7.8
(以下再掲)							
東京都	13.6	9.3	12.1	16.5	18.6	10.7	14.4
大阪府	8.4	6.3	8.6	12.6	12.7	10.0	6.9
京都府	4.4	1.7	3.1	4.2	5.2	2.5	7.0

(注1) 訪問地における一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等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。  
(注4) 1~3月期は調査中止となったため、4~12月期の結果である。

資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

3 世界の国際観光動向

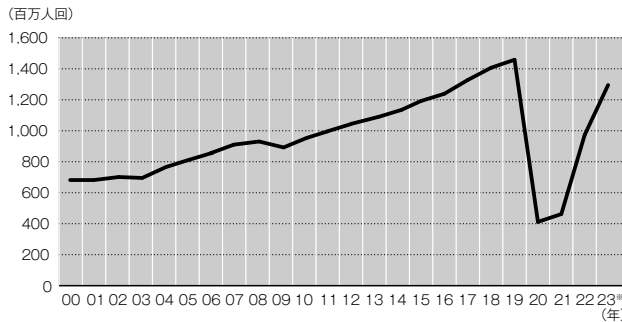
2023年の世界の国際観光客到着数は  
前年比33%増で回復が進む

(1)インバウンド(到着地側)の動向

●国際観光客到着数

国連世界観光機関 (UN Tourism) の最新データ (2024年5月時点)によると、2023年における世界全体の国際観光客到着数 (International Tourist Arrivals) は2019年から約1.7億人回減の13億人回 (暫定値、2019年比11.2%減)となった。前年比は33.4%増であり、2022年に続いてさらなる回復の一年となった (図II-1-17・表II-1-29)。

図II-1-17 世界の国際観光客到着数の推移



(注) 2023年は暫定値。  
資料：国連世界観光機関「Tourism Highlights」及び「World Tourism Barometer」

2023年の国際観光客到着数の状況を到着地域別に見ると、前年に続いて地域差が見られた。2021年から先行して回復傾向を見せていたヨーロッパやアメリカに比べて、アジア太平洋地域の増減率が大きく、地域全体で前年比154.2%増、2019年比34.6%減となった。アジア太平洋地域の中で特に回復が遅れていた北東アジアでは、前年比で360.7%増、2019年比で44.5%減であり、いまだ回復途上にある (表II-1-29)。

2023年の国際観光客到着数の上位10か国は、欧米諸国が中

心となった。一部の国で2019年比はマイナスだが、前年比ではいずれもプラスである。また、日本を含む北東アジアでは、前年比が100%を超える状況で、大幅な回復となった (表II-1-30)。

表II-1-30 国際観光客到着数ランキング (到着国・地域別)

2023年 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)							到着数 調査 方法
		2019	2020	2021	2022	2023*	2023*/2019	2023*/2022	
1位	フランス	90.9	41.7	48.4	93.2	100.0	10.0	7.3	TF
2位	スペイン	83.5	18.9	31.2	71.7	85.2	2.0	18.9	TF
3位	アメリカ	79.4	19.2	22.3	50.8	66.5	△16.3	30.9	TF
4位	イタリア	64.5	25.2	26.9	49.8	57.2	△11.3	14.9	TF
5位	トルコ	51.2	15.9	29.9	50.5	55.2	7.7	9.3	TF
6位	メキシコ	45.0	24.3	31.9	38.3	42.2	△6.4	10.0	TF
7位	イギリス	39.4	10.7	6.3	30.7	37.2	△5.6	21.1	TF
8位	ドイツ	39.6	12.4	11.7	28.5	34.8	△12.0	22.3	TCE
9位	ギリシャ	31.3	7.4	14.7	27.8	32.7	4.4	17.6	TF
10位	オーストリア	31.9	15.1	12.7	26.2	30.9	△3.1	17.9	TCE

(11位以下の主な北東アジアの国・地域)

16位	日本	31.9	4.1	0.2	3.8	25.1	△21.4	554.1	VF
22位	香港	23.8	1.4	0.1	0.6	17.2	△27.8	-	TF
34位	韓国	17.5	2.5	1.0	3.2	11.0	△37.0	245.0	VF
48位	台湾	11.9	1.4	0.1	0.9	6.5	△45.3	624.0	VF

【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  
(注1) 2023年は暫定値。  
(注2) 中国は2022年値、2023年値の公表がないため、掲載なし。  
(注3) 増減率は国連世界観光機関の公表値を掲載しているため、国際観光客到着数から算出した結果と一致しないケースがある。

資料：国連世界観光機関「World Tourism Barometer」

表II-1-29 世界の国際観光客到着数 (到着地域別)

	年	到着地域別 国際観光客到着数 (百万人回)											シェア (%)	増減率 (%)	
		2000	2005	2010	2015	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023*			2023*
世界全体		680.0	809.0	955.7	1,196	1,333	1,413	1,465	407.0	458.0	975.0	1,300.0	100.0	△11.2	33.4
到着地域	ヨーロッパ	392.6	452.9	490.6	605.0	676.6	716.0	742.4	239.7	301.3	609.5	709.4	54.6	△4.4	16.4
	アジア太平洋	110.4	154.1	208.2	284.6	324.1	346.5	362.7	59.1	24.6	93.3	237.2	18.2	△34.6	154.2
	北東アジア	58.4	85.9	111.5	142.1	159.5	169.2	170.3	20.3	10.9	20.5	94.4	7.3	△44.5	360.7
	東南アジア	36.3	49.0	70.5	104.2	120.6	128.6	138.6	25.5	3.0	42.3	99.0	7.6	△28.6	134.1
	オセアニア	9.6	10.9	11.5	14.3	16.6	17.0	17.5	3.6	0.8	6.8	12.9	1.0	△26.2	90.5
	南アジア	6.1	8.3	14.7	24.0	27.5	31.7	36.3	9.8	10.0	23.8	30.9	2.4	△14.8	30.0
	アメリカ	128.2	133.3	150.3	194.1	210.9	216.0	219.3	69.6	81.8	157.2	200.2	15.4	△8.7	27.4
アフリカ	26.2	34.8	50.4	53.5	63.3	68.7	69.0	18.7	19.7	47.0	66.3	5.1	△3.9	41.2	
中東	22.4	34.0	56.1	58.3	57.7	65.5	71.3	19.4	30.2	67.8	87.0	6.7	22.0	28.3	

(注1) 2023年は暫定値。  
(注2) 増減率は国連世界観光機関の公表値を掲載しているため、国際観光客到着数から算出した結果と一致しないケースがある。

資料：国連世界観光機関「World Tourism Barometer」

表II-1-31 世界の国際観光収入(到着地域別)

年	到着地域別 国際観光収入 (10億米ドル)										シェア (%)	増減率 (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 (米ドル/人回)
	2010	2015	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023*	2023*		2023*/2019	2023*/2022		
世界全体	980.0	1,202.0	1,350.0	1,439.0	1,488.0	558.0	638.0	1,126.0	1,507.0	100.0	△2.5	28.8	1,300.0	1,159	
到着地域															
ヨーロッパ	427.5	449.8	520.3	569.2	584.0	249.3	329.3	553.0	660.0	43.8	7.2	13.3	709.4	930	
アジア太平洋	254.3	355.0	396.1	435.2	441.0	126.3	90.6	160.0	347.0	23.0	△21.9	115.5	237.2	1,463	
北東アジア	122.9	167.1	168.1	193.3	187.2	44.9	44.9	49.2	141.8	9.4	△23.4	191.8	94.4	1,502	
東南アジア	68.5	108.6	130.7	138.2	146.9	31.2	11.0	49.4	102.9	6.8	△31.8	103.0	99.0	1,039	
オセアニア	42.8	47.7	57.4	61.1	61.4	32.7	20.3	30.9	58.4	3.9	△6.3	86.0	12.9	4,527	
南アジア	20.1	31.6	39.9	42.5	45.7	17.5	14.3	30.5	43.9	2.9	△4.9	42.5	30.9	1,421	
アメリカ	215.2	306.0	329.1	320.9	331.0	125.4	142.5	262.0	333.0	22.1	△4.5	20.5	200.2	1,663	
アフリカ	30.4	32.6	36.4	38.8	39.0	14.9	17.8	33.0	38.0	2.5	△5.3	11.9	66.3	573	
中東	52.2	58.7	68.4	75.2	92.0	41.9	58.0	118.0	129.0	8.5	33.3	6.8	87.0	1,483	

(注1) 2023年は暫定値。

(注2) 1人当たり国際観光収入は(公財)日本交通公社算出。

(注3) 増減率は国連世界観光機関の現地通貨基準値を掲載しているため、国際観光収入額から算出した結果と一致しないケースがある。

資料：国連世界観光機関「World Tourism Barometer」

### ●国際観光収入

2023年の国際観光収入(International Tourism Receipts)は、世界全体でおよそ1兆5,070億米ドル(前年比28.8%増)と推計される(表II-1-31)。

到着地域別に見ると、昨年回復の遅れが目立っていたアジア太平洋地域を含めたすべての地域で前年比プラスとなった。特に北東アジア、東南アジアでの回復が顕著である。

2023年の国際観光収入を到着国・地域別に見ると、上位国は欧米諸国が中心となった中で、日本は10位にランクインした。前年比で見ると、日本、香港、台湾の伸びが大きい(表II-1-32)。

### (2)アウトバウンド(出発地側)の動向

次に、出発地の国・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・地域別に見ると、昨年2位となっていた中国(前年比80.2%増)が1位に返り咲いた。

上位10か国において、前年比はいずれもプラスとなっており、回復傾向といえる。また、回復が遅れていた北東アジアは、前年比で大幅な回復状況となっているが、2019年比で見るとまだマイナスの状況である。一方で、欧米諸国を中心に2019年を超えている状況であり、地域差がある(表II-1-33)。

(園部容子)

表II-1-32 国際観光収入ランキング(到着国・地域別)

2023年 順位	到着国・地域	到着国・地域別 国際観光収入 (10億米ドル)					増減率 (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 (米ドル/人回)
		2019年	2020年	2021年	2022年	2023年*			
1位	アメリカ	199.0	72.5	71.4	136.9	175.9	28.5	66.5	2,645
2位	スペイン	79.7	18.5	34.5	72.9	92.0	22.9	85.2	1,080
3位	イギリス	58.4	26.7	33.0	67.6	73.9	12.1	37.2	1,987
4位	フランス	63.5	32.6	40.8	59.7	68.6	12.0	100.0	686
5位	イタリア	49.5	19.8	25.2	43.7	55.9	24.6	57.2	977
6位	アラブ首長国連邦	30.7	19.7	27.6	49.3	51.9	5.3	28.1	1,847
7位	トルコ	34.3	13.3	26.6	41.2	49.5	20.2	55.2	897
8位	オーストラリア	45.5	25.8	17.0	24.6	46.6	97.3	7.2	6,472
9位	カナダ	29.8	13.9	15.3	28.1	39.2	45.0	18.3	2,142
10位	日本	46.1	10.7	4.9	9.2	38.6	346.3	25.1	1,538

(11位以下の主な北東アジアの国・地域)

19位	中国	35.8	10.0	11.3	13.5	24.8	91.0	-	-
22位	香港	28.9	2.9	1.8	3.1	21.1	572.2	17.2	1,227
26位	韓国	20.9	10.3	10.8	12.5	15.3	22.9	11.0	1,391
38位	台湾	14.4	1.8	0.8	1.8	8.7	390.9	6.5	1,338

(注1) 2023年は暫定値。

(注2) 1人当たり国際観光収入は(公財)日本交通公社算出。

(注3) 中国は2023年の「国際観光客到着数」の公表がないため、「1人当たり国際観光収入」は掲載なし。

(注4) 増減率は国連世界観光機関の現地通貨基準値を掲載しているため、国際観光収入額から算出した結果と一致しないケースがある。

資料：国連世界観光機関「World Tourism Barometer」

表II-1-33 国際観光支出ランキング(出発国・地域別)

2023年 順位	出発国・地域	国際観光支出 (10億米ドル)						増減率 (現地通貨基準) (%)	
		2010年	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年*	2023年*/2019年	2023年*/2022年
1位	中国	54.9	254.6	131.1	109.4	114.8	196.5	△20.9	80.2
2位	アメリカ	86.6	132.0	33.7	56.7	115.3	150.0	13.6	30.1
3位	ドイツ	78.1	93.2	38.9	51.0	89.7	111.9	24.3	21.5
4位	イギリス	60.7	85.9	24.5	27.3	81.7	110.3	31.8	19.6
5位	フランス	38.5	50.5	28.7	36.0	41.3	49.0	0.4	15.6
6位	カナダ	30.0	35.3	12.1	8.1	28.6	38.3	10.2	38.7
7位	イタリア	27.1	30.3	10.9	15.0	26.9	34.2	16.7	23.6
8位	インド	10.5	22.9	12.6	14.3	25.9	33.3	70.6	34.8
9位	ロシア	26.7	36.2	9.1	11.4	20.8	33.0	△8.8	58.6
10位	韓国	18.8	32.7	16.1	17.8	20.8	27.8	△15.0	33.7

(11位以下の主な北東アジアの国・地域)

17位	香港	17.4	26.9	5.5	3.4	5.5	22.7	△15.7	313.1
23位	台湾	9.4	20.5	3.0	1.2	2.5	15.5	△24.3	514.0
28位	日本	27.9	21.3	5.5	2.8	5.1	12.7	△22.8	164.6

(注1) 2023年は暫定値。

(注2) 増減率は国連世界観光機関の現地通貨基準値を掲載しているため、国際観光支出額から算出した結果と一致しないケースがある。

資料：国連世界観光機関「World Tourism Barometer」

## II-2 訪日旅行に対する意識

### II 訪日旅行経験と今後の希望

今後旅行したい国・地域で日本は31の国・地域中1位  
地方観光地への訪問意向は96.6%と高水準

#### (1) 調査概要

当財団(JTBF)と日本政策投資銀行(DBJ)は共同で、アジア及び欧米豪の12か国・地域を対象に調査(「DBJ・JTBFアジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査(2024年度版)」)を実施した。ここでは調査結果の一部を紹介する。調査の概要及び回答者属性は表II-2-1のとおり。

表II-2-1 「DBJ・JTBFアジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査(2024年度版)」の概要・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	2024年7月
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、アメリカ、オーストラリア、イギリス、フランスの12か国・地域 ※中国は北京及び上海在住者のみ
調査対象者	20～59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－ヨーロッパ各国間の旅行については、海外旅行経験から除く
有効回答数	全体：7,796人(韓国671、中国621、台湾645、香港647、タイ626、シンガポール640、マレーシア625、インドネシア645、アメリカ701、オーストラリア636、イギリス668、フランス671) 訪日経験者：3,349人(韓国502、中国282、台湾554、香港569、タイ389、シンガポール351、マレーシア184、インドネシア236、アメリカ65、オーストラリア124、イギリス37、フランス56)

#### (2) 訪日経験率

アジア8か国・地域の中で最も訪日経験率が高いのは香港で、87.9%に上る。これに台湾(85.9%)、韓国(74.8%)と東アジアの国・地域が続く。東南アジアの中では、タイ(62.1%)、シンガポール(54.8%)の訪日経験率が高い。欧米豪4か国の中では、オーストラリアが19.5%と最も高い(表II-2-2)。訪日回数別に見ると、香港、台湾は、訪日経験者におけるリピーター(訪日経験回数2回以上)の割合が7割以上となっている。

今後旅行したい国・地域について31の国・地域の中から複数回答方式で尋ねたところ、日本が全体で1位となった(表II-2-3)。アジア8か国・地域で日本は1位となっており、訪日意向の高さがうかがえる。欧米豪4か国では、オーストラリア、フランスで1位となっている。

表II-2-2 海外旅行経験者の訪日経験率と訪日経験回数 (単位：%)

調査地域	訪日経験率	訪日経験回数	
全体	43.0	11.9	31.1
韓国	74.8	19.4	55.4
中国	45.4	17.9	27.5
台湾	85.9	12.7	73.2
香港	87.9	10.4	77.6
タイ	62.1	18.5	43.6
シンガポール	54.8	15.3	39.5
マレーシア	29.4	13.8	15.7
インドネシア	36.6	12.9	23.7
アメリカ	9.3	6.1	3.1
オーストラリア	19.5	10.8	8.6
イギリス	5.5	2.2	3.3
フランス	8.3	5.8	2.5

資料：「DBJ・JTBFアジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査(2024年度版)」

表II-2-3 今後旅行したい国・地域(複数回答、上位15か国・地域)【海外旅行経験者】

(単位：%)

順位	今後旅行したい国・地域	全体	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	アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
1	日本	54.9	①43.5	①44.4	①72.7	①77.9	①76.5	①62.2	①61.1	①71.9	③29.7	①45.1	②39.5	①38.2
2	ニュージーランド	25.1	23.8	③32.2	23.4	14.1	29.1	③35.6	③39.4	19.4	②30.4	0.0	32.8	20.9
3	韓国	24.5	0.0	27.4	②33.5	22.9	②34.8	②36.9	②41.6	②50.5	12.3	14.2	12.6	11.6
4	オーストラリア	24.5	②26.2	23.0	16.3	③27.0	20.8	28.1	32.8	25.1	③29.7	0.0	③35.9	27.9
5	スイス	20.4	25.5	15.0	③26.2	15.6	③33.4	24.2	32.8	26.8	25.5	20.8	0.0	0.0
6	アメリカ	18.2	11.3	14.8	15.8	13.3	14.9	12.5	9.9	17.5	0.0	②29.7	①40.0	②38.0
7	タイ	16.9	16.2	20.3	20.0	21.3	0.0	23.6	0.0	19.1	14.3	18.2	23.1	25.3
8	シンガポール	16.6	16.4	②36.1	15.2	15.9	24.1	0.0	0.0	③39.5	10.6	18.2	17.5	6.9
9	カナダ	16.0	16.8	14.8	13.8	15.0	8.8	10.8	7.5	6.2	0.0	26.7	③35.9	③34.7
10	イタリア	15.1	19.2	13.2	12.9	9.7	13.9	14.1	14.7	14.9	①40.7	③27.4	0.0	0.0
11	ハワイ	14.6	③25.6	21.3	12.4	10.0	12.3	10.0	13.8	9.0	0.0	23.3	23.7	14.9
12	台湾	14.5	17.6	13.5	0.0	②34.3	21.6	29.7	23.2	6.8	11.4	6.4	5.4	4.9
13	中国本土	13.7	8.9	0.0	19.1	0.0	31.9	26.1	30.2	17.8	8.0	7.7	9.0	7.3
14	イギリス	13.3	13.0	10.5	13.8	17.0	19.8	10.8	11.0	15.2	26.2	21.7	0.0	0.0
15	フランス	13.1	16.2	21.7	16.1	9.7	14.5	8.9	10.7	13.0	26.4	19.5	0.0	0.0

(注1)①②③は各国・地域の上位1～3位を示している。

(注2)「次に観光旅行したい国・地域」の選択肢からは、回答者の国・地域及び近隣の国・地域(中国－香港－マカオ、マレーシア－シンガポール、タイ－マレーシア、アメリカ－カナダ・メキシコ・ハワイ・グアム、オーストラリア－ニュージーランド、イギリス・フランス－ヨーロッパ各国)を除いている。

資料：「DBJ・JTBFアジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査(2024年度版)」

(3) 日本国内の観光地の訪問経験率

訪日旅行経験者を対象に日本国内の観光地(63か所)の訪問経験率を尋ねたところ、最も訪問率が高かったのは東京で、次いで、大阪、京都、富士山と続いており、これまでと同様、ゴールデンルート上にある地域の訪問率が高い傾向にある(表Ⅱ-2-4)。ゴールデンルート以外では、北海道や沖縄への訪問率が高い。

調査地域別の傾向では、オーストラリア、イギリスで、広島への訪問率が全体プラス15ポイント以上となっている。また、タイやインドネシアといった東南アジアの国を中心に富士山への訪問率が全体プラス10ポイント以上となっている。国・地域別では、台湾や香港で全体と比べプラス5ポイントやプラス10ポイントとなっている調査地域が多い。

表Ⅱ-2-4 これまでの訪日旅行で訪問した日本の観光地(複数回答 上位48地域)【訪日旅行経験者】

(単位:ポイント)

調査地域	全体	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	アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
回答数(人)	3,349	502	282	554	569	389	351	184	236	65	124	37	56
選択率(%)													
東京	56.3	50.2	40.4	57.6	57.3	53.5	63.5	64.1	64.4	46.2	65.3	59.5	69.6
大阪	45.4	50.2	26.2	53.4	54.5	36.5	46.4	46.7	38.6	21.5	44.4	35.1	46.4
京都	39.2	35.9	24.1	48.4	46.4	35.2	42.5	35.9	28.4	24.6	41.9	43.2	51.8
富士山	27.4	8.8	35.8	16.6	32.2	38.6	36.2	29.9	40.3	15.4	28.2	27.0	28.6
北海道	25.0	13.3	27.0	35.0	28.1	30.1	30.5	30.4	16.1	6.2	12.1	8.1	1.8
沖縄	17.1	12.9	10.3	31.6	20.9	9.8	14.8	14.1	16.5	16.9	9.7	5.4	8.9
奈良	16.5	12.0	8.9	26.4	27.9	8.2	19.7	9.8	4.7	4.6	13.7	8.1	17.9
札幌	16.5	15.9	5.7	23.5	20.6	16.7	22.5	15.2	6.8	4.6	12.1	0.0	3.6
名古屋	16.5	11.2	21.6	22.4	20.9	10.5	14.8	12.5	20.8	6.2	9.7	13.5	8.9
神戸	14.5	12.0	8.9	20.0	25.7	6.4	16.5	10.3	5.9	1.5	12.1	10.8	10.7
関西	13.0	11.2	3.9	21.5	23.4	13.1	10.5	7.1	3.0	4.6	3.2	2.7	3.6
横浜	12.7	8.8	6.4	13.2	14.8	13.4	12.8	10.9	20.3	18.5	12.9	24.3	7.1
福岡/博多/小倉	12.5	21.9	2.5	12.5	21.4	12.3	8.0	6.0	5.9	3.1	4.0	2.7	0.0
九州	11.0	14.1	3.9	16.1	20.9	8.0	7.1	4.9	2.5	3.1	3.2	2.7	1.8
広島	9.0	5.0	5.7	6.0	7.9	10.8	8.0	6.0	16.9	16.9	25.0	24.3	21.4
箱根	8.0	5.8	3.5	10.8	13.5	4.6	12.5	3.3	1.3	4.6	5.6	8.1	12.5
函館	7.3	2.8	2.5	17.7	11.2	3.6	8.3	3.8	0.8	4.6	4.0	0.0	0.0
熊本/阿蘇	6.6	5.0	1.1	12.3	15.6	3.9	3.4	0.5	2.1	1.5	0.0	2.7	3.6
長崎/佐世保	5.7	5.0	3.5	5.8	6.0	5.9	5.4	4.3	7.6	10.8	7.3	16.2	1.8
大分/別府/湯布院	5.6	11.2	0.4	6.9	10.7	2.3	3.1	1.1	2.1	3.1	3.2	0.0	0.0
福島	5.1	4.4	5.3	2.9	3.0	7.2	2.8	5.4	17.8	4.6	4.0	2.7	5.4
鹿児島	4.6	3.4	5.0	7.4	9.8	2.1	2.8	1.6	1.3	0.0	0.8	2.7	0.0
軽井沢	4.4	1.0	1.4	10.3	11.1	1.3	1.1	1.1	2.5	0.0	0.8	2.7	1.8
旭川/富良野	3.9	1.4	1.4	7.2	8.1	0.8	4.6	3.3	2.1	1.5	0.8	0.0	0.0
青森	3.8	2.8	2.8	6.1	5.8	2.8	3.7	1.1	2.5	3.1	1.6	2.7	0.0
金沢	3.8	0.8	1.4	5.1	6.9	3.3	3.4	1.6	4.2	1.5	6.5	8.1	1.8
飛騨/高山	3.7	0.6	1.4	7.6	8.6	2.8	2.3	0.5	2.5	0.0	0.0	2.7	0.0
宮崎	3.4	2.2	3.5	3.8	6.0	2.3	2.3	1.6	3.0	4.6	2.4	5.4	7.1
仙台/松島	3.2	2.8	2.8	5.1	4.9	3.6	1.1	1.1	2.1	0.0	2.4	0.0	3.6
日光	3.2	2.2	1.8	4.2	3.5	3.9	3.4	0.5	3.4	3.1	4.8	5.4	5.4
岡山	3.2	2.0	1.4	4.9	4.4	3.6	3.1	1.6	3.0	1.5	1.6	10.8	0.0
富山	3.2	1.2	6.7	2.0	5.8	2.6	2.6	0.5	3.8	4.6	2.4	8.1	0.0
四国	3.2	1.4	2.5	5.6	6.2	4.1	1.1	0.5	0.8	0.0	0.8	5.4	1.8
立山/黒部	2.7	0.4	1.4	6.9	5.8	1.5	1.1	0.5	0.0	1.5	0.8	2.7	0.0
鳥取	2.4	3.6	1.4	2.3	4.4	2.8	0.3	0.0	2.1	3.1	0.8	0.0	3.6
佐賀	2.4	2.2	1.4	3.6	4.2	1.5	1.1	1.1	2.1	3.1	0.8	5.4	0.0
川越	2.4	0.2	0.7	3.4	5.3	2.6	2.6	0.5	1.3	4.6	0.8	0.0	0.0
高松/香川	2.4	1.4	1.8	2.2	4.6	2.6	2.6	1.1	2.5	0.0	0.8	2.7	0.0
宮古/石垣	2.2	0.8	1.1	5.1	4.0	0.8	0.9	0.0	2.1	3.1	0.8	2.7	0.0
徳島	2.1	1.0	1.4	2.0	3.5	2.1	2.0	2.2	3.8	3.1	0.0	2.7	0.0
山口	2.0	1.0	0.7	1.3	1.6	3.6	2.6	2.7	5.5	4.6	0.0	2.7	0.0
東北	2.0	1.2	0.4	3.8	2.8	1.3	2.0	0.5	1.7	4.6	0.0	2.7	1.8
山形/蔵王	1.8	0.4	1.1	3.1	2.1	0.5	1.1	1.1	5.1	1.5	1.6	2.7	1.8
北陸	1.8	0.8	0.4	3.1	3.0	1.3	0.9	0.0	3.0	3.1	1.6	2.7	0.0
倉敷	1.7	1.4	0.4	2.0	2.8	2.3	0.6	1.1	3.0	0.0	0.8	0.0	0.0
高知	1.6	0.6	2.1	2.3	2.3	2.8	0.6	0.5	1.3	1.5	1.6	0.0	0.0
松本/白馬	1.6	0.8	1.4	0.9	1.2	3.6	2.0	0.5	3.4	0.0	2.4	0.0	0.0
福井	1.6	1.0	1.4	1.1	2.1	1.8	1.1	0.0	3.0	3.1	3.2	5.4	0.0

■全体の選択率より15ポイント以上高い ■全体の選択率より10ポイント以上高い ■全体の選択率より5ポイント以上高い

資料:「DBJ・JTBFアジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査(2024年度版)」

#### (4) 日本国内の観光地の訪問意向

日本国内の観光地(63か所)を対象に訪問意向を尋ねたところ、最も訪問意向が高かったのは東京であった。これまでと同様、富士山、大阪、京都、北海道、沖縄への訪問意向が高く、ゴールデンルートと北海道、沖縄に人気が集まる傾向が続いている(表Ⅱ-2-5)。

調査地域別に見ると、訪日リピーター割合が7割を超える台湾や香港等の地方部への関心が高い傾向にある。

特に台湾では、全体の選択率プラス15ポイント以上となった地域が12か所(大阪、京都、北海道、沖縄、札幌、名古屋、奈良、九州、鹿児島、函館、青森、軽井沢)と最も多く、全体の選択率プラス10ポイント以上となった地域も6か所(神戸、関西、箱根、熊本/阿蘇、立山/黒部、飛騨/高山)と多い。

国・地域別の傾向では、韓国で札幌が、タイ、シンガポールでは北海道の選択率が全体プラス15ポイント以上となっている。

表Ⅱ-2-5 日本国内で行ってみたい観光地(複数回答 上位48地域)【海外旅行経験者】

(単位：ポイント)

調査地域	全体	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	アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
回答数(人)	7,796	671	621	645	647	626	640	625	645	701	636	668	671
選択率(%)													
東京	41.1	39.5	28.3	45.7	33.5	47.3	42.7	49.0	52.1	32.5	48.4	39.8	35.2
富士山	36.6	20.3	43.3	38.3	32.6	48.7	42.3	42.9	49.0	22.7	40.6	30.1	31.1
大阪	30.9	38.0	25.1	46.8	32.5	39.6	38.4	39.0	39.1	12.3	31.1	15.7	16.2
京都	27.8	27.7	23.2	46.8	33.4	36.4	33.6	30.6	31.8	11.3	26.9	14.7	20.3
北海道	25.4	27.1	30.8	53.3	35.1	42.8	43.1	35.5	19.8	3.0	9.6	3.9	4.9
沖縄	17.9	25.5	12.7	41.9	24.1	19.8	21.7	18.9	17.4	7.8	12.1	6.9	7.0
札幌	14.9	31.0	6.4	30.9	19.9	24.6	22.7	14.7	13.3	3.6	7.4	2.7	3.0
名古屋	13.8	13.4	22.5	34.3	21.0	15.2	15.5	14.6	19.8	1.6	4.2	2.7	3.0
広島	10.5	4.9	6.4	13.0	6.6	11.7	9.1	9.6	16.0	8.4	17.9	14.4	8.0
横浜	10.2	9.1	6.9	19.5	9.9	13.4	8.8	11.4	18.3	5.7	8.2	8.2	3.9
神戸	10.1	10.4	13.2	24.5	16.4	8.1	13.4	7.2	9.9	2.3	6.8	2.7	6.9
奈良	9.0	8.5	11.9	30.2	17.0	8.1	13.0	4.3	4.5	2.1	4.1	2.1	2.7
九州	7.9	12.2	5.2	25.0	16.5	11.2	10.9	4.6	3.7	1.4	1.9	0.6	1.8
福岡/博多/小倉	7.3	14.0	3.1	15.5	14.8	11.0	9.2	8.2	6.5	1.7	2.2	1.3	1.0
関西	7.1	7.6	4.2	21.7	14.7	12.8	8.6	5.8	4.8	1.3	1.6	1.6	1.2
長崎/佐世保	6.3	3.7	6.1	9.5	7.3	7.8	5.3	7.5	8.8	4.7	5.7	6.0	3.7
福島	5.8	4.2	4.3	7.0	3.4	8.0	4.4	7.7	10.7	3.0	8.2	5.7	3.9
鹿児島	5.4	3.7	8.2	20.9	17.0	2.2	3.9	1.8	2.6	1.4	0.6	1.5	1.0
箱根	4.8	3.9	2.7	18.9	10.8	2.6	8.4	2.6	1.2	1.1	2.0	1.8	2.1
函館	4.5	3.6	2.1	23.9	10.5	2.1	5.9	1.8	1.4	1.0	1.1	0.6	0.4
宮崎	3.9	3.3	6.8	11.9	7.6	3.5	2.7	2.4	2.8	1.3	2.2	1.3	1.5
熊本/阿蘇	3.8	2.2	2.4	18.4	12.7	3.2	2.3	1.9	1.6	0.1	0.8	0.1	0.4
青森	3.6	3.9	1.6	19.4	8.2	2.4	3.3	1.8	1.1	1.4	0.6	0.3	0.0
軽井沢	3.6	0.6	1.0	23.3	11.4	1.8	1.4	1.3	1.4	0.3	0.3	0.4	0.9
富山	3.3	1.2	8.1	6.8	7.4	2.7	2.5	1.4	3.3	2.7	0.9	1.9	1.2
四国	3.1	1.0	2.9	11.9	9.0	3.7	1.4	1.8	1.6	1.6	1.1	0.6	0.9
金沢	3.0	1.0	1.0	10.4	5.6	2.7	3.9	1.9	3.1	1.6	2.2	1.6	0.6
仙台/松島	2.9	1.6	4.0	11.5	4.6	4.8	1.9	1.6	2.3	1.0	1.1	0.6	0.4
岡山	2.8	1.0	1.8	7.0	3.7	3.2	5.3	2.9	4.3	1.0	1.3	2.2	0.6
立山/黒部	2.8	0.7	1.1	16.6	8.2	1.3	1.6	0.3	0.9	0.7	0.6	0.7	0.7
大分/別府/湯布院	2.6	6.3	1.0	9.3	6.5	2.2	2.8	0.8	1.2	0.6	0.9	0.1	0.0
日光	2.6	1.9	2.1	6.7	3.2	2.7	2.7	0.8	2.0	2.6	1.9	2.2	2.4
旭川/富良野	2.5	0.7	1.3	11.5	8.5	1.6	2.7	1.0	1.9	0.4	0.3	0.4	0.1
飛騨/高山	2.5	0.1	0.8	12.7	6.5	1.6	2.0	1.3	2.5	0.7	0.6	1.2	0.1
佐賀	2.4	1.5	1.1	8.4	4.6	1.6	1.3	1.9	2.6	2.0	1.1	2.2	0.3
鳥取	2.4	5.2	0.6	7.9	5.7	1.8	1.3	1.8	1.1	1.4	0.8	0.4	0.3
紀伊半島/高野山/熊野古道	2.3	0.1	1.8	4.3	2.9	3.4	2.2	2.4	4.7	1.0	1.7	2.2	1.6
東北	2.2	1.0	1.3	9.0	3.4	1.4	1.9	0.8	1.4	3.0	0.8	1.3	0.6
山口	2.2	0.7	0.6	2.2	1.7	3.8	2.2	3.7	5.9	1.6	2.2	1.5	0.1
徳島	1.9	1.0	0.8	4.2	3.6	2.6	1.9	1.9	2.6	1.4	0.5	1.5	0.9
新潟/佐渡	1.8	0.7	1.6	5.7	3.9	1.3	1.9	1.6	2.0	1.4	1.1	0.4	0.6
山形/蔵王	1.8	0.4	0.8	6.8	2.2	1.8	1.1	1.0	2.6	1.6	1.7	0.7	0.7
秋田/角館	1.7	0.4	1.9	6.0	4.0	0.8	2.0	1.9	1.7	1.4	0.3	0.0	0.4
福井	1.7	0.7	1.0	1.6	2.6	2.9	1.3	0.6	2.9	1.4	2.0	2.4	1.2
高知	1.6	0.9	1.0	3.7	2.5	2.2	0.5	1.8	2.0	1.9	1.1	1.6	0.4
宮古/石垣	1.6	0.7	1.0	7.8	3.2	1.3	0.6	1.0	2.0	0.7	0.0	0.9	0.4
二セコ	1.6	0.9	1.3	1.1	0.8	1.4	5.5	1.0	1.7	1.4	2.5	1.2	0.1
北陸	1.5	0.7	0.8	5.9	2.0	1.0	1.4	1.1	1.9	1.9	1.1	0.6	0.1

■全体の選択率より15ポイント以上高い ■全体の選択率より10ポイント以上高い ■全体の選択率より5ポイント以上高い  
資料：「DBJ・JTBFアジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査(2024年度版)」



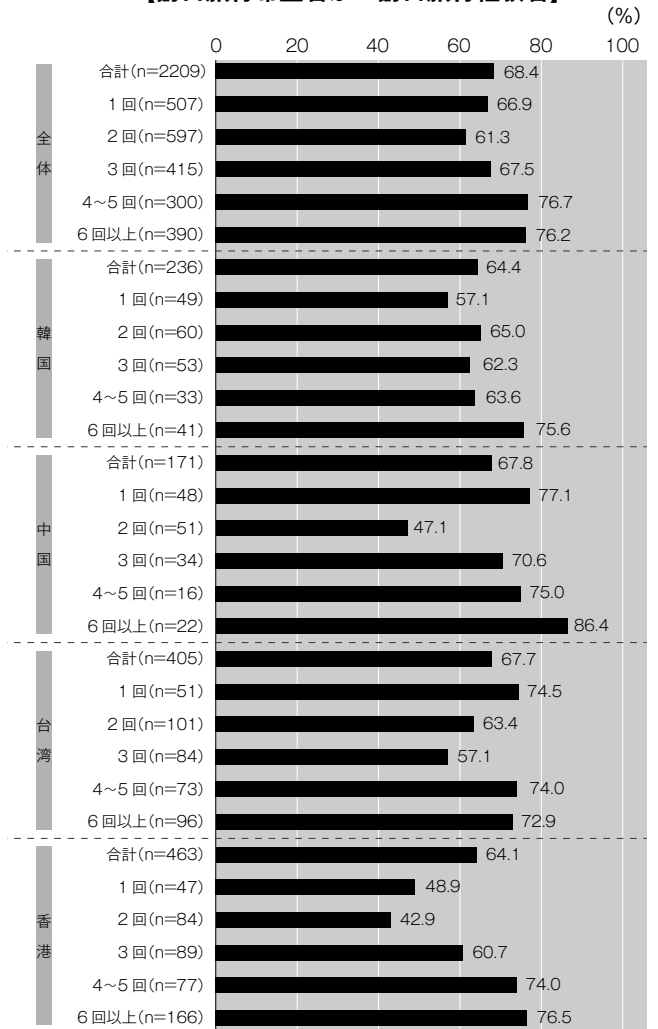
(5) 日本の地方観光地への訪問経験と訪問意向

訪日旅行経験者に2015年以降の日本の地方観光地(首都圏・都市部から離れた観光地)への訪問経験の有無を尋ねた結果、地方訪問経験率は全体の85.8%であり、前回聴取した2023年度調査の84.4%から大きくは変わらない結果となった(表II-2-6)。

また、今後、地方観光地を「ぜひ旅行したい」、「機会があれば旅行したい」を合わせると、訪問意向率は全体の96.6%となった(2023年は92.8%)。アジア8か国・地域では9割以上となっており、欧米豪4か国では、アメリカが100%、次いでフランス(91.3%)、オーストラリア(89.7%)は9割程度で同水準、イギリスは81.3%となった。

韓国、中国、台湾、香港を対象に、地方観光地を「ぜひ旅行したい」と回答した割合(図II-2-1)は、訪日回数別では、いずれの国・地域においても、訪日回数が4~5回以上の訪日リピーターの地方訪問意向が高い傾向が見てとれる。

図II-2-1 地方へ「ぜひ旅行したい」割合(訪日回数別)【訪日旅行希望者かつ訪日旅行経験者】



資料:「DBJ・JTBFアジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査(2024年度版)」

表II-2-6 日本の地方観光地への訪問経験有無及び今後の訪問意向(単一回答)【訪日旅行希望者かつ訪日旅行経験者】

調査地域	全体	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	アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス	
回答数(人)	2,209	236	171	405	463	300	218	116	175	28	58	16	23	
訪問経験あり(%)	2015年以降に旅行したことがあり、今後もぜひ旅行したい	59.0	56.4	63.2	51.9	62.9	68.0	50.0	50.9	77.7	71.4	31.0	18.8	52.2
	2015年以降に旅行したことがあり、今後も機会があれば旅行したい	24.2	28.8	26.3	23.5	29.2	19.0	21.1	26.7	16.6	7.1	25.9	43.8	21.7
	2015年以降に旅行したことがあるが、今後はあまり旅行したいと思わない	1.9	1.3	2.3	1.2	3.7	0.7	1.4	1.7	0.6	0.0	5.2	6.3	4.3
	2015年以降に旅行したことがあるが、今後は旅行しないと思う	0.7	0.4	0.0	0.2	1.1	1.0	1.4	0.0	0.0	0.0	3.4	0.0	4.3
	(小計)訪問経験あり	85.8	86.9	91.8	76.8	96.8	88.7	73.9	79.3	94.9	78.6	65.5	68.8	82.6
訪問経験なし(%)	2015年以降に旅行したことはないが、今後はぜひ訪れてみたい	9.5	8.1	4.7	15.8	1.3	8.3	17.4	12.1	4.6	21.4	27.6	12.5	13.0
	2015年以降に旅行したことはないが、今後は機会があれば訪れてみたい	3.9	4.7	2.9	6.4	1.9	2.3	6.9	6.9	0.6	0.0	5.2	6.3	4.3
	2015年以降に旅行したことはなく、今後もあまり訪れたいと思わない	0.5	0.4	0.0	0.5	0.0	0.3	0.9	0.9	0.0	0.0	1.7	12.5	0.0
	2015年以降に旅行したことはなく、今後も訪れないと思う	0.3	0.0	0.6	0.5	0.0	0.3	0.9	0.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	(小計)訪問経験なし	14.2	13.1	8.2	23.2	3.2	11.3	26.1	20.7	5.1	21.4	34.5	31.3	17.4
(小計)ぜひ旅行したい(%)	68.4	64.4	67.8	67.7	64.1	76.3	67.4	62.9	82.3	92.9	58.6	31.3	65.2	
(小計)ぜひ+機会があれば旅行したい(%)	96.6	97.9	97.1	97.5	95.2	97.7	95.4	96.6	99.4	100.0	89.7	81.3	91.3	

資料:「DBJ・JTBFアジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査(2024年度版)」

## 2 為替と訪日旅行

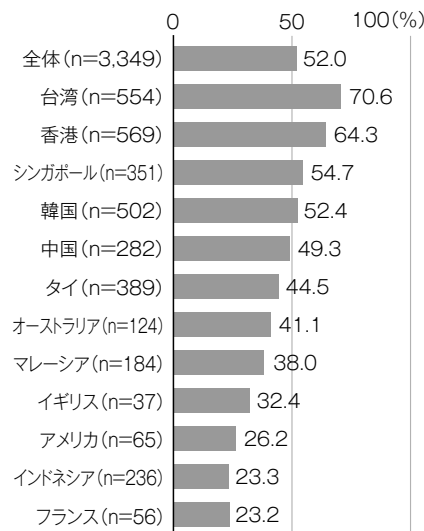
アジアを中心に円安が訪日旅行の決定を後押しし、日本滞在中の買い物や食事等の消費行動にも影響

2022年以降に進行した円安は、新型コロナウイルス感染症の流行で低迷した日本のインバウンド市場回復を後押しした。こうした状況を受け、本調査では、訪日旅行への決定と消費行動に円安が及ぼした影響を把握した。

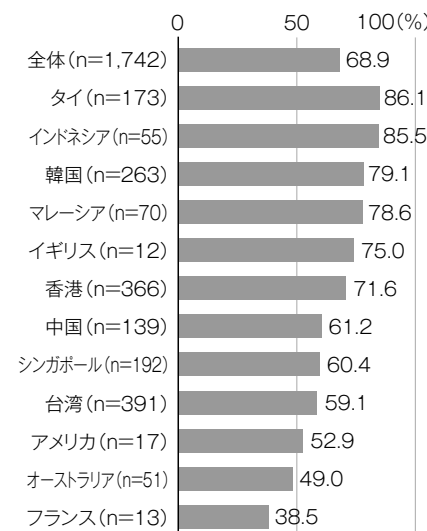
### (1) 円安が訪日旅行の決定に与えた影響

訪日旅行経験者を対象に、訪日旅行を決定した際の自国通貨と円の為替レートについて尋ねたところ、52.0%が円安を実感していることが明らかとなった。国・地域別では、台湾で円安実感者の割合が最も高く70.6%、次いで、香港(64.3%)、シンガポール(54.7%)と続き、上位はアジアの国・地域が占めている(図II-2-2)。アメリカ(26.2%)は12か国・地域中10位となった。また、円安実感者のうち68.9%が、訪日旅行の決定に円安が「強く影響した」(27.2%)、「影響した」(41.8%)と回答した。国・地域別ではタイ(86.1%)、インドネシア(85.5%)、韓国(79.1%)で「影響した」と回答した人が多い(図II-2-3)。

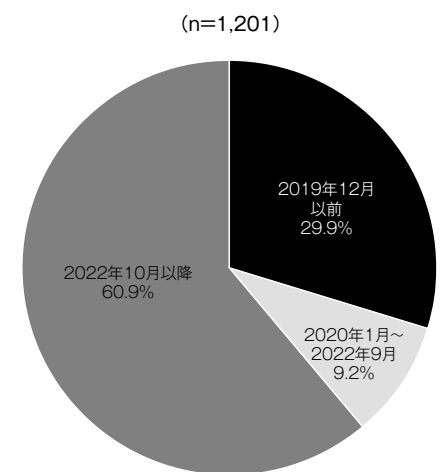
図II-2-2 訪日旅行経験者に占める円安実感者の割合(単一回答)【訪日旅行経験者】



図II-2-3 円安が訪日旅行の決定に影響を与えたと回答した人の割合(単一回答)【訪日旅行経験者かつ円安実感者】



図II-2-4 円安が訪日旅行の決定に影響を与えたと回答した人の直近の訪日旅行時期(単一回答)【訪日旅行経験者かつ円安実感者かつ訪日旅行への円安影響あり】



資料: いずれも「DBJ・JTBFアジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査(2024年度版)」

また、円安が訪日旅行の決定に影響を与えたと回答した人の直近の訪日旅行時期は、新型コロナウイルス感染症が収束し始め、水際対策が緩和された「2022年10月以降」と回答した人が60.9%となった(図II-2-4)。

### (2) 円安による日本での消費行動への影響

円安実感者を対象に、円安によって得をした分のお金の使い道を複数回答で尋ねたところ、「直近の日本旅行では使わず」と回答した人は9.4%で、残りの約9割は、日本での支出に何らかの変化があったと回答している。

その使い道として、最も選択率が高いのは「数量を多く購入した」で43.5%、次いで「高価な食事をした」(37.6%)、「宿泊施設をアップグレードした」(26.9%)と続く。

居住地別の傾向では、「日本国内の目的地を追加した」はマレーシア(45.7%)やインドネシア(52.7%)で「その他」を除く13項目中1位、シンガポール(30.2%)で同2位となり、東南アジア各国やイギリス(41.7%)、オーストラリア(31.4%)で他の項目と比べ選択率が高い。また、「高価なものを購入した」は香港(19.9%)、イギリス(33.3%)、フランス(30.8%)で13項目中3位となっている(表II-2-7)。

(柿島あかね)

表Ⅱ-2-7 円安で得をした分のお金の使い道(複数回答)【訪日旅行希望者かつ円安実感者】

(単位：%)

順位	円安で得をした分のお金の使い道	全体	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	アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
1	数量を多く購入した	43.5	③24.7	③38.8	①50.9	①60.1	①55.5	③29.7	31.4	38.2	②41.2	19.6	③33.3	15.4
2	高価な食事をした	37.6	①40.7	31.7	②35.0	②40.7	②39.3	①37.5	②40.0	21.8	①52.9	③29.4	①50.0	①61.5
3	宿泊施設をアップグレードした	26.9	②28.9	①46.0	21.0	18.3	③38.2	22.4	③35.7	③41.8	③35.3	15.7	25.0	②38.5
4	体験するもの(体験ツアー等)を追加した	22.6	9.1	②41.7	③25.1	10.1	30.1	23.4	30.0	②50.9	29.4	①35.3	25.0	③30.8
5	日本国内の目的地を追加した	22.4	16.3	30.9	17.9	7.7	35.3	②30.2	①45.7	①52.7	23.5	②31.4	②41.7	7.7
6	高価なものを購入した	19.1	13.7	17.3	18.7	③19.9	24.3	21.4	24.3	18.2	11.8	13.7	③33.3	③30.8
7	日本での滞在日数を延ばした	16.8	17.1	12.2	16.9	12.3	28.9	13.5	17.1	32.7	23.5	17.6	8.3	0.0
8	日本国内を移動する新幹線、鉄道、航空機、船舶等を利用する際に座席をアップグレードした	14.1	7.6	15.8	16.1	8.2	26.6	12.0	15.7	25.5	11.8	21.6	8.3	15.4
9	優先入場等のチケットを購入した	11.4	8.4	15.8	14.1	10.4	8.1	13.5	10.0	12.7	11.8	9.8	8.3	0.0
10	タクシーの利用頻度が高くなった	10.4	12.2	9.4	8.4	11.2	9.8	8.9	10.0	18.2	17.6	7.8	16.7	23.1
11	直近の日本旅行では使わず、日本での滞在費を安く済ませた	9.4	12.9	1.4	8.4	12.3	1.7	14.6	8.6	1.8	5.9	19.6	8.3	0.0
12	プライベートのガイドツアーを利用した	7.3	3.4	10.1	2.0	4.1	16.2	11.5	11.4	18.2	29.4	7.8	16.7	15.4
13	貸切でタクシー等を利用した	5.6	4.2	7.9	2.3	6.6	7.5	6.3	8.6	14.5	11.8	0.0	8.3	0.0
14	その他	0.5	0.4	0.0	1.3	0.0	0.0	0.0	1.4	0.0	0.0	2.0	0.0	0.0

(注)①②③は各国・地域の上位1～3位を示している。

資料：「DBJ・JTBFアジア・欧米圏 訪日外国人旅行者の意向調査(2024年度版)」

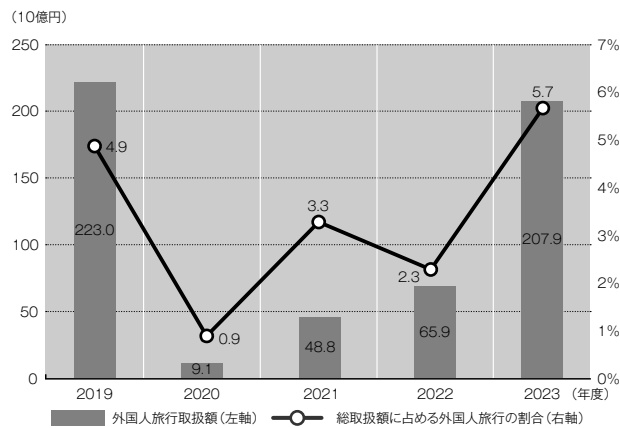
## II-3 訪日旅行事業の現況

### 1 日本企業による訪日旅行事業の展開 コロナ禍からの本格回復を見据えた取り組み推進

#### (1) 主要旅行業者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、日本の旅行会社における外国人旅行取扱額は、新型コロナウイルス感染症流行の影響を受けて2020年より大幅に減少したものの、回復基調が強まっている。2023年度（速報値）の外国人旅行取扱額は2,079億円、総取扱額に占める割合は5.7%となった（図II-3-1）。

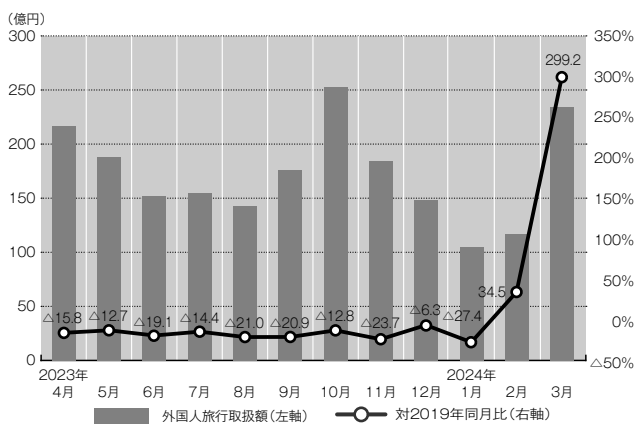
図II-3-1 主要旅行業者の外国人旅行取扱額とシェアの推移



(注)2023年度は速報値。  
資料：観光庁「主要旅行業者の旅行取扱状況年度総計」をもとに(公財)日本交通公社作成

月別の動向を見ると、2023年4月、2023年10月、2024年3月は外国人旅行取扱額が200億円を超えた。コロナ禍前の2019年度第三四半期までの各月と比較すると、2019年度比でマイナス20%以内に収まる月が過半数を占めており、回復が進んでいることが読み取れる（図II-3-2）。

図II-3-2 主要旅行業者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」をもとに(公財)日本交通公社作成

#### (2) 主要旅行業者の訪日旅行事業

主要旅行業者各社の間では、コロナ禍からの本格的な回復基調を受けて、訪日旅行事業を積極的に展開する動きが見られた。

JTBグループで訪日旅行を扱うJTBグローバルマーケティング&トラベル(JTBGMT)は、2023年度に訪日外国人向けパッケージ旅行「サンライズツアー」の新規ルート開発を進めた。具体的には、福岡市、熊本市、鹿児島市と連携し、「九州オーセンティックルート」を開発した。また、北海道の大自然を体験できる「北海道アドネイチャールート」や、東北の文化を辿る「東北ディスカバリールート」を開発した。

日本旅行は2023年7月、JRグループが販売する「ジャパン・レール・パス」を購入した訪日外国人旅行者が、鉄道利用によって排出されるCO<sub>2</sub>相当分を植林活動等で埋め合わせできる、環境配慮型のオプションプランである「JRP Carbon-free」の販売を開始した。

KNT-CTホールディングスは、欧米豪市場を中心に人気が高まっているアドベンチャートラベルの推進をグループ全体で行った。2023年9月に北海道で開催された「アドベンチャートラベル・ワールドサミット」(ATWS)では、公式ツアーオペレーターとして、同サミット参加者を対象としたツアーを企画した。

HISは2023年11月に、ユネスコ無形文化遺産の「文楽」とデジタルアートを組み合わせた訪日外国人旅行者向けツアーを発売した。12月には、国立アイヌ民族博物館のテーマ展示「ウポポイナイトミュージアム」内でデジタルアートを活用した特別企画を実施するとともに、「ウポポイナイトミュージアム」観覧と北海道観光を組み合わせたツアーの販売を開始した。

#### (3) 訪日旅行商品・サービス開発

2023年度は、鉄道やタビナカ予約、スポーツツーリズム、手ぶら観光、日本文化体験の領域で特徴的な取り組みが見られた。また、富裕層向け商品についても新たな動きが見られた。

#### ●鉄道関連サービス

JRグループは2023年10月、訪日外国人旅行者を対象としたJRグループ各社の鉄道や路線バスの乗り降りが自由にできる周遊パスの「ジャパン・レール・パス」について、価格改定を行った。普通車用(大人用)の7日間のパスが改定前は最安価格29,650円であったところ、改定後は50,000円となる等、大幅な値上げが行われる格好となった。一方で、従来の「ジャパン・レール・パス」では乗車することができなかった、新幹線の「のぞみ」と「みずほ」について、追加の利用券を購入すれば乗車することが可能となった。また、日本国内の主要観光施設等において、「ジャパン・レール・パス」の保有者を対象とした割り引き等のサービスが始まった。このように、価格改定と同時に、

サービス内容の拡充が行われた。

2023年度は、クレジットカードのタッチ決済機能を利用した鉄道の乗車サービス導入に向けた動きが進展した。江ノ島電鉄は、2023年4月より江ノ島電鉄全線でタッチ決済による鉄道乗車サービスを開始した。東急電鉄は、2023年8月より、東急田園都市線全駅でタッチ決済による乗車サービスに関する実証実験を開始した。名古屋鉄道は2024年3月より、中部国際空港駅等一部の駅において、タッチ決済による乗車サービスに関する実証実験を開始した。

#### ●タビナカ予約サービス

日本航空は2023年9月に、経路探索サービスの「JAL MaaS」上で、東京や京都の観光地を巡る2階建てバス「スカイホップバス」のデジタルチケットの販売を開始した。英語サイトでも販売を開始しており、訪日外国人旅行者の利用促進を図っている。

ナビタイムジャパンは2024年1月、インバウンドプラットフォームと連携し、訪日・在留外国人向けに新幹線やJRの在来線特急等のチケット手配サービスを開始した。ナビタイムジャパンが提供する訪日外国人旅行者向けアプリの「Japan Travel by NAVITIME」のルート検索結果から、チケットの予約が可能となっている。

#### ●富裕層向け商品

Japanticketは2023年7月に、ビジネスジェットの「HondaJet」を活用した富裕層向けのプレミアムガストロノミーツアーのトライアルを実施した。東京都内から山口県まで「HondaJet」とハイヤーを組み合わせて移動し、日本酒「瀬祭」の蔵元である旭酒造の酒蔵見学や、有名シェフによるランチ等を味わう行程のツアーとなっている。

阪急交通社とナビタイムジャパンが共同で運営する「NICHER TRAVEL」(ニッチャートラベル)は2024年1月に、富裕層向けの「世界的アーティスト奈良祐希といく、究極の金沢アート&クラフトツアー」を造成した。陶芸家の奈良祐希氏による作陶修業体験や、寿司店「小松 弥助」をはじめとする一流レストランの食事が体験できるツアーであり、3泊4日で100万円以上の料金を見込む。

#### ●スポーツツーリズム関連商品

びあは2023年8月に、訪日外国人旅行者向けのツアーやチケットとして、Jリーグのサガン鳥栖の公式戦観戦と佐賀県周遊を組み合わせたツアープログラムや、サガン鳥栖の公式戦のホスピタリティ体験パッケージ等の販売を開始した。ホスピタリティ体験パッケージには、特別観覧席での観戦、専用ラウンジでの飲食、試合後の選手との交流イベントや、オリジナルグッズの土産が含まれている。

Jリーグのベガルタ仙台とナビタイムジャパンは2023年9月に、びあ、JTBと連携し、訪日外国人旅行者向けの特別観戦チケットの販売を開始した。チケットには、スタジアムツアーや仙台ならではの食事、ドリンク等が含まれている。

#### ●手ぶら観光サービス

AirporterとJALエービーシー、一般社団法人関西イノベーションセンターは2023年7月に、宿泊施設等の特定地点から国内出発空港を経て、海外到着空港まで手荷物を直送するサービスの実証実験を、関西国際空港発の日本航空便利用者を対象に開始した。Airporterの手荷物当日配送サービスと航空会社の事前オンラインチェックインを組み合わせることで、搭乗手続きの効率化に貢献することが期待される。

東武鉄道と東武ホテルマネジメントは2023年12月に、「浅草東武ホテル」において、訪日外国人旅行者向けの国際手荷物配送サービスの実証実験を開始した。総合物流管理業務を行うオー・エス・エスと連携し、宿泊施設から、海外の自宅まで手荷物を直接配送することができるサービスとなっている。

#### ●日本文化体験

Japanticketは2023年10月に、そごう・西武と連携し、西武池袋本店において利酒師による日本酒講座やテイステイング、利酒師のガイドが付いた日本酒のショッピングを体験できる訪日外国人旅行者向けのプランの販売を開始した。対応言語は英語で、2時間程度の体験時間となっている。

EYストラテジー・アンド・コンサルティング(EYSC)、日本旅行、ABALは2023年11月に、一般社団法人大田観光協会及び大田浴場連合会とともに、大田区の銭湯を体験する「"SENTO" New Entertainment Experience Tour in Ota, Haneda area」というツアーを実施した。VR技術等を用いて銭湯文化や作法を学ぶとともに、プロジェクションマッピングを組み合わせた銭湯体験等が盛り込まれている。

#### (4) 免税店・免税サービスの動向

##### ●空港免税店の拡充

沖縄ディーエフエスは2023年9月に、「DFS那覇空港国際線ターミナル店」の営業を3年4か月ぶりに再開した。営業再開にあたっては、国内免税店初出店となるブランドや、沖縄以外の地域の土産商品の取り扱いを始め、店舗面積の拡張も行った。

関西エアポートは2023年12月に、関西国際空港第1ターミナルの国際線出発エリアのリニューアルオープンを行った。免税店は売り場面積約2,500㎡の国内最大規模となっており、売り場の間に通路を配置するウォークスルー型のレイアウトを採用している。利用客が、タッチパネル式の端末で菓子商品を自らオーダーできるシステムも新たに導入した。

##### ●免税店数・売上高の状況

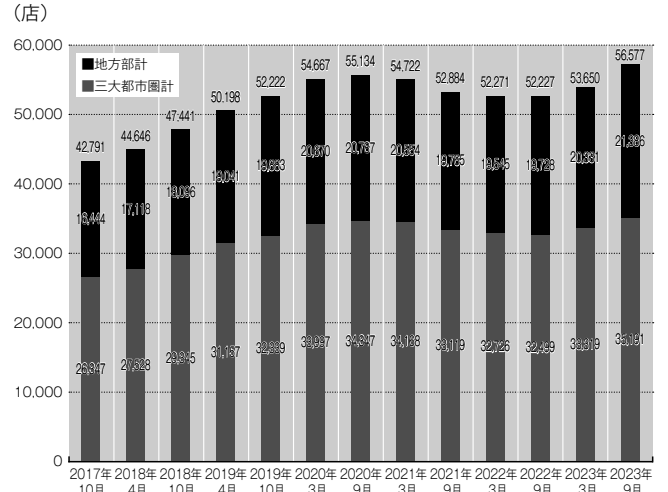
全国の免税店数は、2023年9月末時点で56,577店と、前回調査(2023年3月)に比べ5.5%増加した。三大都市圏(東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県、愛知県、大阪府、京都府、兵庫県)は35,191店(同5.62%増)、三大都市圏を除く地方で21,386店(同5.19%増)となった(図II-3-3)。免税店数は新型コロナウイルス感染症流行に伴い一時減少したが、2023年以降は増加傾向が復活している。

消費税免税を行っている全国の百貨店について見ると、1店舗あたりの免税購買客数は、2023年度に入ってから上昇傾

向が続いた(図II-3-4)。1店舗当たりの免税販売売上も上昇傾向が続き、2024年3月時点では5億円を超えた(図II-3-5)。一人当たりの購入単価は、2023年度は8万円台～11万円台前半を推移する結果となった(図II-3-6)。

(高崎経済大学 外山昌樹)

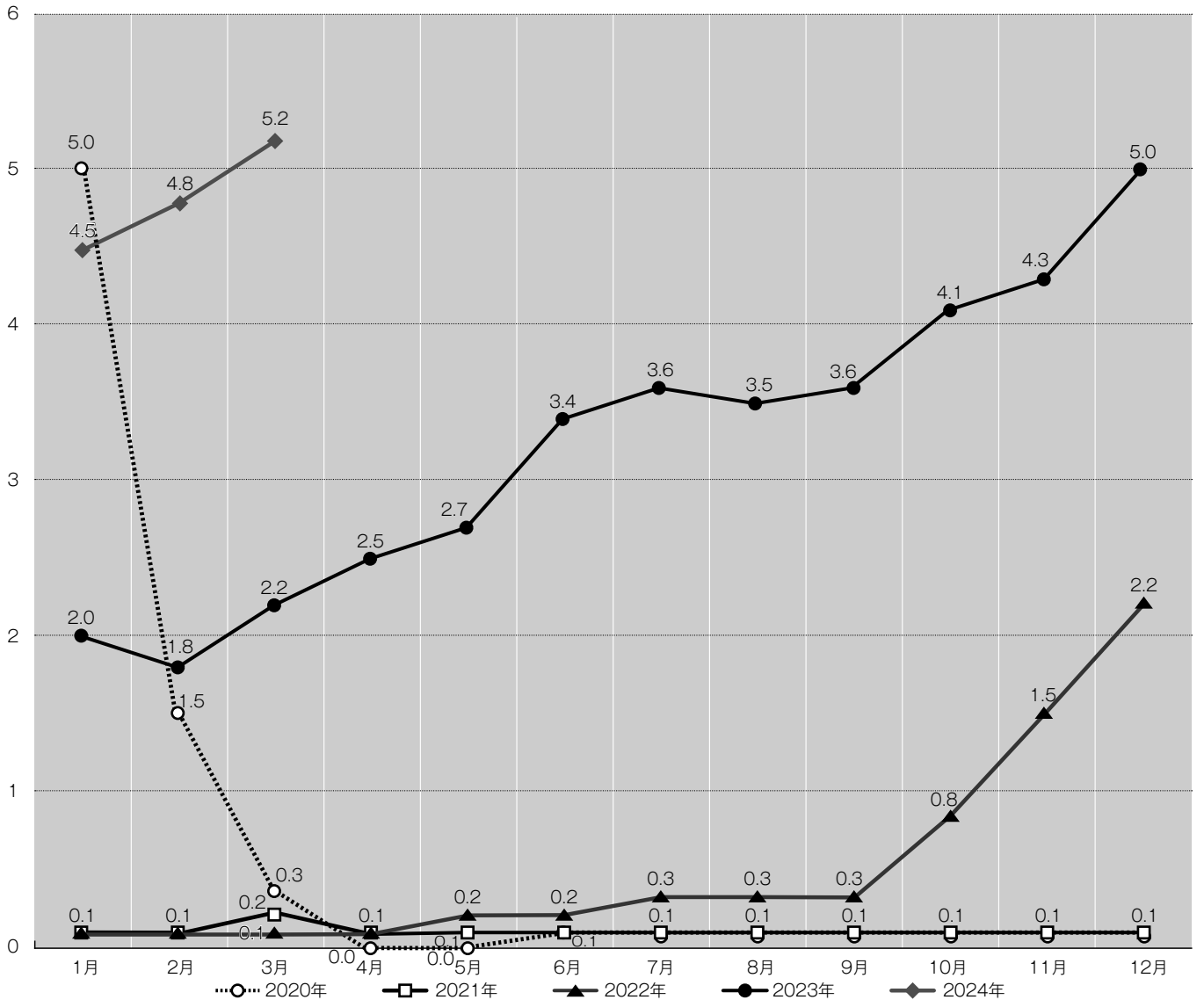
図II-3-3 免税店数の推移



資料:国税庁集計データ及び観光庁作成データをもとに(公財)日本交通公社作成

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

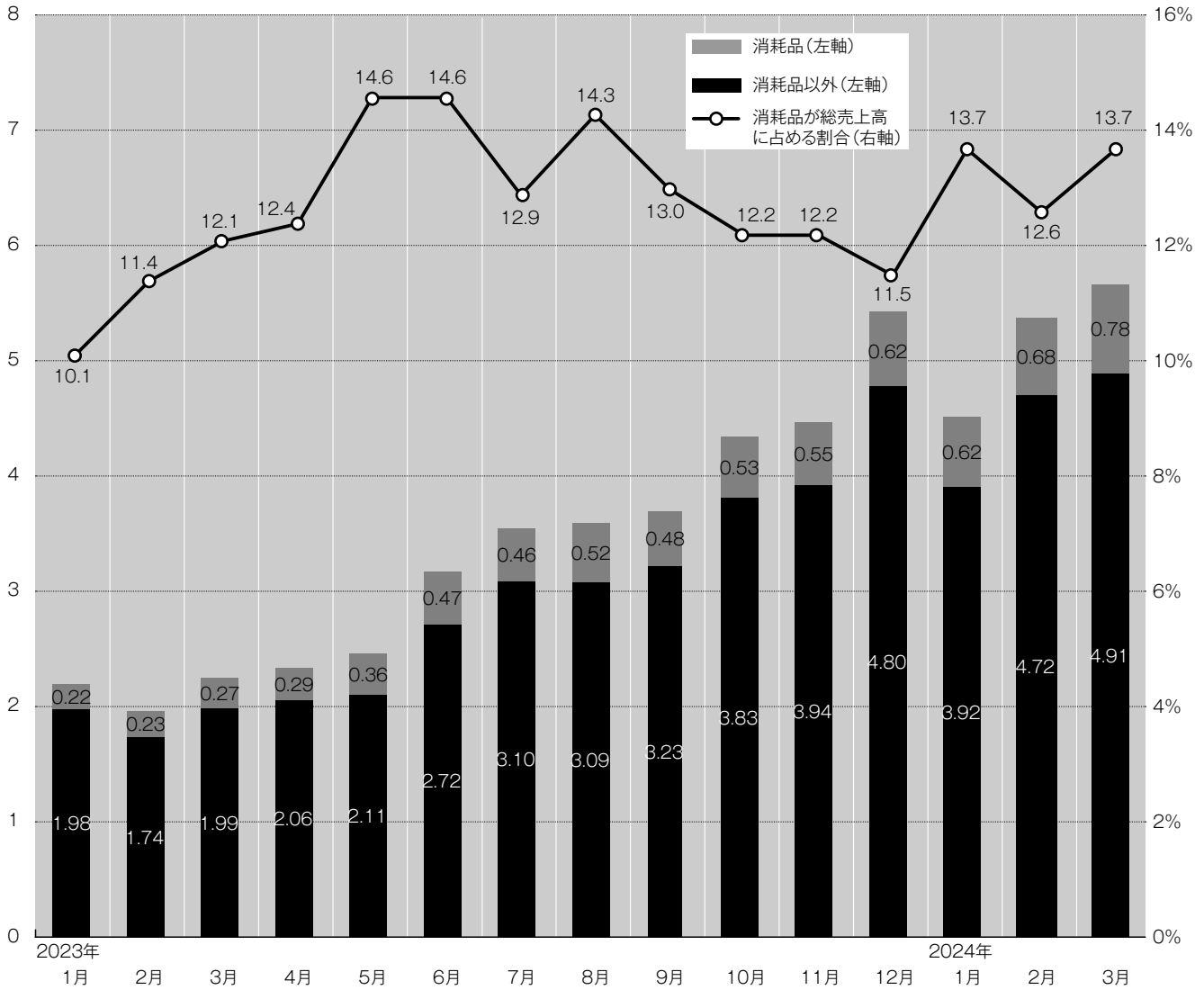
(千人/店舗)



資料:(一社)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-3-5 消費税免税を行っている百貨店における1店舗当たりの免税販売売上高の推移

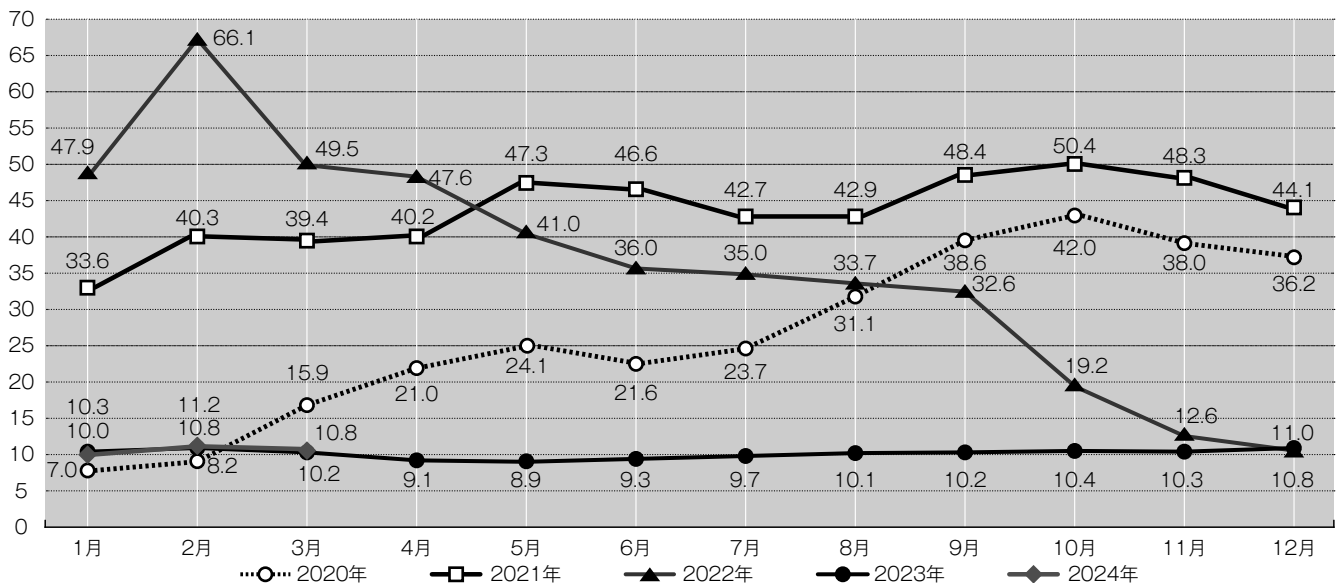
(億円/店舗)



資料：(一社)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一人当たりの購買単価の推移

(万円/人)



資料：(一社)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

第Ⅱ編  
訪日外国人旅行

## 2 訪日パッケージツアーの概況

台湾、香港で本格回復するもコロナ禍前と比べ高額化傾向  
中国では2023年下半年から回復

### (1) 訪日パッケージツアーの概況

当財団では、2015年より、台湾(3社)、香港(2社)、中国(2社)で販売されている訪日パッケージツアーのデータ収集、集計、分析を行う「JTBF 訪日旅行商品調査」を実施している。新型コロナウイルス感染症の流行に伴い、調査対象国・地域では、2020年以降、海外パッケージツアーの販売を禁止もしくは控える動きが見られたが、2022年には台湾、香港で訪日パッケージツアーの取り扱いが再開され、2023年には本格的に回復している。一方、中国では2023年8月に日本への団体旅行が解禁されたため、この時期までは、調査対象商品がない状態が続いた。解禁後の9月には原子力発電所の処理水問題等の影響もあり、商品数が少ない状態が続いたが、2024年1月以降は徐々に商品数が増え、回復傾向にある。本項では、2023年夏期時点で商品販売、催行していた台湾、香港を分析対象とする。

### ● 訪日パッケージツアーの訪問地

都道府県別訪問率ランキングを表Ⅱ-3-1に示す。台湾では東京都、北海道、千葉県、香港では東京都、大阪府、京都府が上位3位となった。

台湾発の商品は、新潟県以外の都道府県への訪問が確認された。また、香港発の商品では、山形県と新潟県を除く都道

### 「JTBF 訪日旅行商品調査」調査概要

時期	2023年6月16日～22日 2023年7月20日～31日
対象	旅行会社7社(台湾3社、香港2社、中国2社)
有効商品数	【台湾】700商品 7月発:319商品／8月発:381商品 【香港】181商品 7月発:95商品／8月発:86商品 【中国】0商品 7月発:0商品／8月発:0商品

(注)7月と8月に同一の商品が販売されている場合は1商品とした。

表Ⅱ-3-1 都道府県別訪問率ランキング

	台湾		香港		
	都道府県	訪問率	都道府県	訪問率	
1位	東京都	20.7%	1位	東京都	27.6%
2位	北海道	19.9%	2位	大阪府	24.3%
3位	千葉県	16.9%	3位	京都府	21.5%
4位	大阪府	16.6%	4位	千葉県	21.0%
5位	京都府	15.1%	5位	岡山県	17.7%
6位	神奈川県	12.9%	6位	鳥取県	15.5%
	長野県	12.9%	7位	福岡県	14.9%
8位	兵庫県	11.9%	8位	山梨県	13.3%
	岐阜県	11.6%	9位	北海道	12.2%
9位	愛知県	11.6%	10位	長野県	11.6%
				愛知県	11.6%
				三重県	11.6%

資料:「JTBF 訪日旅行商品調査」(2023年7・8月出発分)

府県への訪問が確認された。台湾、香港の訪問地が多様である傾向はコロナ禍以前から継続している(表Ⅱ-3-2)。

コロナ禍以前の2019年と比べ、台湾では東京都(+5.5ポイント)、北海道(+5.0ポイント)、埼玉県(+3.1ポイント)、神奈川県(+3.0ポイント)、千葉県(+2.9ポイント)と、関東地方の都県を中心に、香港では鳥取県(+13.7ポイント)、岡山県(+10.9ポイント)、三重県(+8.4ポイント)、鳥根県(+7.5ポイント)、京都府(+7.5ポイント)と、中国地方の県を中心に訪問率が上昇した。

### (2) 出発国・地域別の商品の特徴

#### ● 台湾の訪日パッケージツアー

台湾の商品の旅程日数の平均は5.0日(2019年は5.0日)で、コロナ禍前からの変化はない。1商品あたりの訪問した地方ブロック(北海道、東北、関東、甲信越、北陸、東海、近畿、中国、四国、九州、沖縄の11ブロック)数の平均は1.4ブロック、ブロック数別では、1ブロックのみ訪問する商品が7割となっている(図Ⅱ-3-7)。1ブロックのみを訪問する商品の方面(地方ブロック)別内訳では、甲信越の割合が33.5%と最も高く、関東(29.6%)、北海道(28.2%)と続く。

コロナ禍前との変化では、ツアー料金(平均)〔客製〕商品を除くが2019年の33,800台湾ドル(TWD)からプラス18%の39,962TWDとなり、高額化傾向を示している。価格帯別では、2019年は30,000TWD台の割合が56.1%と最も高かったが、2023年はその割合が減少して48.4%となった。一方で、40,000TWD台の割合が2019年から24.3ポイント増の32.2%と大幅に増加した(図Ⅱ-3-8)。また、一部の旅行会社で、往復の航空券を含まず、日本国内の旅程のみを販売する「客製」商品が登場した。

台湾では「主題旅遊」と呼ばれるテーマ型の商品(マラソン、登山、観光列車、ゴルフ等)が数多く販売されている。2023年は、「乗鞍ヒルクライム」に参加する5日間のツアー(62,000TWD:日本円で28万円程度)や毎日異なる場所でゴルフをプレーする5日間のツアー(50,000TWD:日本円で23万円程度)等がいずれも高額で販売されている。

訪問上位都道府県別に見ると(表Ⅱ-3-3)、1位の東京都では、「ダイバーシティ東京 プラザ」がある江東区(51.0%)、東京スカイツリー周辺の墨田区(40.7%)、浅草寺周辺や上野アメヤ横丁周辺の台東区(31.7%)と続く。東京都では、銀座やお台場等で自由行動が設定されているケースが多い。2位の北海道は、札幌市(99.3%)、美瑛町(87.8%)、小樽市(87.1%)、中富良野町(85.6%)、登別市(62.6%)の順に訪問率が高い。3位の千葉県は成田市(35.6%)、「東京ディズニーリゾート」がある浦安市(28.8%)が主な訪問地である。成田市では、成田空港発着便を利用する商品で、到着後、出発前にショッピングモールに立ち寄るケースが多い。4位の大阪府は、大阪府を訪問するすべての商品が大阪市を訪問している。主な訪問地は大阪市繁華街(心斎橋、難波等)と「ユニバーサル・スタジオ・ジャパン」である。大阪市に次いで、「カップヌードルミュージアム」がある池田市(8.6%)を訪問する商品もある。5位の京都府の主な訪問地は京都市(89.6%)、天橋立がある宮津市(12.3%)、舟屋がある伊根町(12.3%)である。6位の神奈川県の主な訪

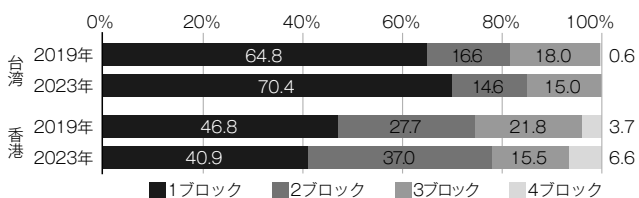


表Ⅱ-3-2 都道府県別商品数と訪問率

地方ブロック	都道府県	台湾				香港			
		2019年		2023年		2019年		2023年	
		商品数	訪問率	商品数	訪問率	商品数	訪問率	商品数	訪問率
北海道	北海道	174	14.9%	139	19.9%	31	14.1%	22	12.2%
東北	青森県	60	5.1%	35	5.0%	5	2.3%	4	2.2%
	岩手県	73	6.2%	47	6.7%	7	3.2%	4	2.2%
	宮城県	72	6.2%	56	8.0%	7	3.2%	4	2.2%
	秋田県	65	5.6%	44	6.3%	3	1.4%	2	1.1%
	山形県	44	3.8%	37	5.3%	3	1.4%	0	0.0%
	福島県	11	0.9%	16	2.3%	2	0.9%	4	2.2%
関東	茨城県	7	0.6%	5	0.7%	4	1.8%	8	4.4%
	栃木県	1	0.1%	2	0.3%	8	3.6%	12	6.6%
	群馬県	8	0.7%	18	2.6%	6	2.7%	8	4.4%
	埼玉県	35	3.0%	43	6.1%	19	8.6%	16	8.8%
	千葉県	163	13.9%	118	16.9%	48	21.8%	38	21.0%
	東京都	178	15.2%	145	20.7%	49	22.3%	50	27.6%
	神奈川県	115	9.8%	90	12.9%	20	9.1%	19	10.5%
甲信越	山梨県	127	10.9%	76	10.9%	34	15.5%	24	13.3%
	長野県	181	15.5%	90	12.9%	21	9.5%	21	11.6%
	新潟県	3	0.3%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
北陸	富山県	135	11.5%	67	9.6%	32	14.5%	4	2.2%
	石川県	124	10.6%	74	10.6%	38	17.3%	12	6.6%
	福井県	15	1.3%	20	2.9%	17	7.7%	15	8.3%
東海	岐阜県	148	12.7%	81	11.6%	46	20.9%	17	9.4%
	静岡県	77	6.6%	41	5.9%	18	8.2%	19	10.5%
	愛知県	143	12.2%	81	11.6%	41	18.6%	21	11.6%
	三重県	13	1.1%	16	2.3%	7	3.2%	21	11.6%
近畿	滋賀県	46	3.9%	21	3.0%	17	7.7%	8	4.4%
	京都府	216	18.5%	106	15.1%	31	14.1%	39	21.5%
	大阪府	235	20.1%	116	16.6%	52	23.6%	44	24.3%
	兵庫県	155	13.3%	83	11.9%	33	15.0%	20	11.0%
	奈良県	146	12.5%	63	9.0%	17	7.7%	19	10.5%
中国	和歌山県	14	1.2%	21	3.0%	16	7.3%	20	11.0%
	鳥取県	3	0.3%	7	1.0%	4	1.8%	28	15.5%
	島根県	3	0.3%	7	1.0%	3	1.4%	16	8.8%
	岡山県	23	2.0%	11	1.6%	15	6.8%	32	17.7%
	広島県	12	1.0%	11	1.6%	9	4.1%	14	7.7%
四国	山口県	58	5.0%	6	0.9%	4	1.8%	12	6.6%
	徳島県	39	3.3%	20	2.9%	13	5.9%	20	11.0%
	香川県	50	4.3%	30	4.3%	17	7.7%	17	9.4%
	愛媛県	46	3.9%	14	2.0%	10	4.5%	18	9.9%
九州	高知県	19	1.6%	8	1.1%	8	3.6%	12	6.6%
	福岡県	176	15.1%	78	11.1%	22	10.0%	27	14.9%
	佐賀県	78	6.7%	36	5.1%	19	8.6%	12	6.6%
	長崎県	74	6.3%	31	4.4%	20	9.1%	16	8.8%
	熊本県	143	12.2%	66	9.4%	15	6.8%	16	8.8%
	大分県	144	12.3%	59	8.4%	22	10.0%	10	5.5%
	宮崎県	37	3.2%	18	2.6%	16	7.3%	10	5.5%
沖縄	鹿児島県	37	3.2%	1	0.1%	11	5.0%	10	5.5%
沖縄	沖縄県	81	6.9%	56	8.0%	12	5.5%	6	3.3%
旅行商品数		1169	—	700	—	220	—	181	—
調査旅行会社数		3社		3社		2社		2社	

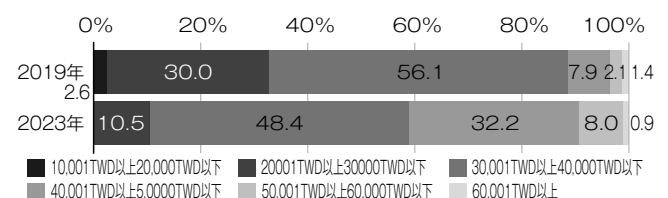
資料：「JTBF 訪日旅行商品調査」(2023年7・8月出発分)

図Ⅱ-3-7 訪問した地方ブロック数別の構成比



資料：「JTBF 訪日旅行商品調査」(2023年7・8月出発分)

図Ⅱ-3-8 価格帯別構成比(台湾)



資料：「JTBF 訪日旅行商品調査」(2023年7・8月出発分)

問地は横浜市(51.1%)、鎌倉市(46.7%)、箱根町(40.0%)、藤沢市(33.3%)である。藤沢市では主に江島神社の訪問や江ノ島電鉄(江ノ電)の乗車体験が行われている。7位の長野県では松本市(60.0%)、大町市(57.8%)、軽井沢町(25.6%)と続く。松本市内の主な訪問地は上高地周辺で、立山黒部アルペンルートとセットで訪問するケースが多い。8位の兵庫県では、神戸市(86.7%)や姫路城がある姫路市(20.5%)が主な訪問地である。9位の岐阜県は白川町(98.8%)、高山市(72.8%)、郡上市(48.1%)が主な訪問地である。石川県金沢市から白川郷や高山市を経て、立山黒部アルペンルート方面へ足を伸ばす商品と、愛知県名古屋市へ抜け中部国際空港から出国する商品がある。愛知県を訪問するすべての商品が名古屋市を訪問している。

表Ⅱ-3-3 台湾発商品の主な訪問地

順位	都道府県	主な訪問地(市町村単位)
1位	東京都	江東区、墨田区、渋谷区、台東区
2位	北海道	札幌市、美瑛町、小樽市、中富良野町、登別市
3位	千葉県	成田市 浦安市
4位	大阪府	大阪市、池田市
5位	京都府	京都市、宮津市、伊根町
6位	神奈川県	横浜市、鎌倉市、箱根町、藤沢市
7位	長野県	松本市、大町市、軽井沢町、安曇野市
8位	兵庫県	神戸市、姫路市
9位	岐阜県	白川町、高山市、郡上市、中津川市
	愛知県	名古屋市

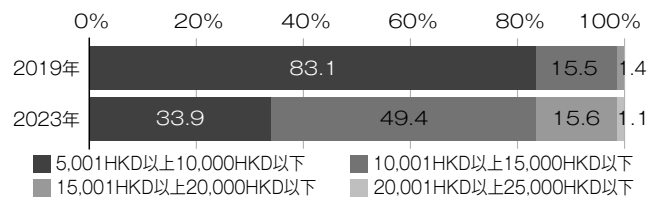
資料:「JTBF訪日旅行商品調査」(2023年7・8月出発分)

●香港の訪日パッケージツアー

香港の商品の旅程日数の平均は6.1日(2019年は5.2日)で約1日伸びている。訪問した地方ブロック数の平均は1.9ブロックとなった。ブロック数別では1ブロックのみ訪問する商品の割合が40.9%と最も高い。1旅程につき、ひとつの地方ブロックに滞在する商品の割合が高い傾向は台湾と共通しているが、台湾と比較すると2ブロック(37.0%)に訪問する商品の割合が高く(図Ⅱ-3-7)、周遊型商品も一定程度販売されている。

ツアー料金の平均は2019年の8,431香港ドル(HKD)からプラス40%の11,775HKDとなり、台湾以上の高額化傾向を示している。2019年には5,001HKD以上10,000HKD以下の商品が主流だったが、2023年には10,001HKD以上15,000HKD以下の割合が34.0ポイント増の49.4%に増加した(図Ⅱ-3-9)。

図Ⅱ-3-9 価格帯別構成比(香港)



資料:「JTBF訪日旅行商品調査」(2023年7・8月出発分)

訪問上位都道府県別に見ると(表Ⅱ-3-4)、1位の東京都は新宿区(54.0%)、江東区(28.0%)、お台場がある港区(18.0%)、「鬼太郎茶屋」や深大寺がある調布市(10.0%)が主な訪問地である。2位の大阪府では、「りんくうプレミアム・アウトレ

ット」がある泉佐野市(59.1%)や大阪市(34.1%)、「ららぽーとEXPOCITY」がある吹田市(34.1%)が主な訪問地である。3位の京都府は台湾と同様、京都市(74.4%)、伊根町(33.3%)、宮津市(25.6%)が主な訪問地である。4位の千葉県は「三井アウトレットパーク幕張」がある千葉市(52.6%)、「酒々井プレミアム・アウトレット」がある酒々井町(50.0%)、が主な訪問地である。コロナ禍以前から、東京都、大阪府、千葉県を中心にアウトレットモールやショッピングモールへの訪問を好む傾向は継続している。5位の岡山県は、倉敷市(93.8%)、桃狩り体験施設がある赤磐市(78.1%)が主な訪問地である。6位の鳥取県では、JR境線の「名探偵コナン列車」や「鬼太郎列車」への乗車体験を含む商品が多く確認された。「水木しげるロード」がある境港市(57.1%)、鳴り石の浜がある琴浦町(39.3%)が主な訪問地である。7位の福岡県では福岡市(88.9%)の訪問率が最も高く、次いで太宰府市(29.6%)、「門司港レトロ」がある北九州市(25.9%)と続く。8位の山梨県は河口湖がある富士河口湖町(70.8%)、「富士急ハイランド」がある富士吉田市(58.3%)が主な訪問地である。9位の北海道は、北海道を訪問するすべての商品が札幌市を訪問しており、次いで小樽市(90.9%)、美瑛町(86.4%)、中富良野町(77.3%)、登別市(50.0%)と道内の主要訪問地は台湾と同様の傾向である。10位の愛知県は名古屋市(95.2%)、長野県は松本市(66.7%)、軽井沢町(52.4%)、三重県は「三井アウトレットパーク ジャズドリーム長島」がある桑名市(100.0%)、伊勢市(28.6%)、鳥羽市(28.6%)が主な訪問地である。

表Ⅱ-3-4 香港発商品の主な訪問地

順位	都道府県	主な訪問地(市町村単位)
1位	東京都	新宿区、江東区、港区、調布市
2位	大阪府	泉佐野市、大阪市、吹田市
3位	京都府	京都市、伊根町、宮津市
4位	千葉県	酒々井町、千葉市、富津市
5位	岡山県	倉敷市、赤磐市、鏡野町、岡山市
6位	鳥取県	鳥取市、境港市、琴浦町、岩美町
7位	福岡県	福岡市、太宰府市、北九州市、柳川市
8位	山梨県	富士河口湖町、富士吉田市、甲府市
9位	北海道	札幌市、小樽市、美瑛町、中富良野町、登別市
	愛知県	名古屋市、常滑市
	長野県	松本市、軽井沢町、諏訪市、大町市
10位	三重県	桑名市、伊勢市、鳥羽市

資料:「JTBF訪日旅行商品調査」(2023年7・8月出発分)

(3) 地方ブロック別の商品の特徴

地方ブロック別の訪問率を表Ⅱ-3-5に示す。各地方ブロック別の商品は以下のとおり。

●北海道

台湾、香港いずれにおいても訪問率では上位10位に入る人気訪問地である。2019年からの変化では、台湾では11地方ブロック中プラス5.0ポイントと訪問率が増加した。北海道のみを周遊する商品では、札幌(新千歳)空港、函館空港が出入国空港となっている。主な訪問地は台湾、香港ともに札幌市、小樽市、美瑛町、中富良野町、登別市等である。

## ●東北

訪問率は、台湾では9.0%（11地方ブロック中8位）、香港では4.4%（同10位）となっている。2019年との比較では台湾でプラス1.6ポイント、香港ではプラス1.2ポイントと、ほぼ同程度の訪問率となった。東北地方を訪問する商品の8割以上が東北地方のみを周遊する商品となっており、仙台空港が主な出入国空港となっている。ほかに茨城県や栃木県等、北関東を經由して新宿や銀座（東京都）を訪問し、成田空港や羽田空港から出国する商品もある。

主な訪問地は、青森県の十和田市（奥入瀬溪流、十和田湖）、岩手県では一関市（厳美渓）や平泉町（中尊寺）、宮城県の仙台市や松島町、秋田県の仙北市（角館、田沢湖）や秋田市、山形県の尾花沢市（銀山温泉）や酒田市、福島県の会津若松市や北塩原村（五色沼）である。

## ●関東

訪問率は、台湾では20.9%（11地方ブロック中2位）、香港で28.2%（同2位）となった。コロナ禍以前から東京都、神奈川県、千葉県等の3都県の訪問率が他の県に比べて高い傾向に変化はないが、2023年は台湾で埼玉県（3.1ポイント）と群馬県（1.9ポイント）で訪問率が増加した（表Ⅱ-3-2）。埼玉県内の主な訪問地は川越市、「ムーミンバレーパーク」がある飯能市、群馬県内の主な訪問地は草津温泉、伊香保温泉である。

## ●甲信越・北陸・東海

台湾では甲信越の訪問率が11地方ブロック中1位となった。一方で、台湾、香港ともに甲信越、北陸、東海の訪問率は軒並み低下した。特に香港の東海への訪問率はマイナス11.7ポイントと大幅に減少した。

これらの地域を含む複数の地方ブロック周遊型の商品が多い。また、その周遊パターンも複数存在する。例えば、成田空港から、東京都、神奈川県（箱根、江の島等）、山梨県（富士山周辺）を周遊する「ゴールデンルート」パターン、中部国際空港や小松空港から、岐阜県（白川村、高山市、馬籠）を経て、長野県側から立山黒部アルペンルートを経由して石川県（金沢市、加賀市）を周遊する「昇龍道」パターンがある。

## ●近畿

訪問率は、台湾では16.6%（11地方ブロック中5位）、香港では30.4%（同1位）となった。近畿のみを訪問する商品は1割程度で、近畿を含む複数の地方ブロック周遊型の商品が多い。主な出入国空港は関西国際空港である。台湾、香港ともに大阪府、京都府への訪問率が高い一方、滋賀県や和歌山県への訪問率が低い。関東地方と同様に域内の府県間で訪問率の偏りが大きいことが特徴である。

## ●中国・四国

訪問率は、中国地方は台湾が2.0%（11地方ブロック中11位）、香港が26.0%（同3位）、四国地方は台湾が4.3%（同10位）、香港が13.8%（同7位）となった。中国地方は台湾と香港で訪問率に大きな差が生じている。中国地方では、福岡空港から、福

岡県、山口県、広島県、島根県を周遊するパターンや、米子空港から、鳥取県、島根県、広島県、岡山県を周遊するパターン等がある。中国地方を含む複数の地方ブロック周遊型の商品が多いが、四国地方を訪問する商品の半数が四国地方のみを訪問する商品となっている。

## ●九州・沖縄

九州の訪問率は、台湾では11.1%（11地方ブロック中7位）、香港では16.0%（同6位）、沖縄の訪問率は台湾では8.0%（同9位）、香港では3.3%（同11位）となっている。2019年との比較では、台湾で九州への訪問率がマイナス5.4ポイントとなっている。九州を訪問する商品の8割が九州地方のみを訪問する商品となっており、福岡空港から、福岡県、熊本県、大分県を中心に周遊する商品となっている。沖縄は、すべての商品が那覇空港から入国し、沖縄県のみを訪問している。

（柿島あかね）

表Ⅱ-3-5 地方ブロック別の訪問率

	台湾		香港	
	2019年	2023年	2019年	2023年
北海道	14.9%	19.9%	14.1%	12.2%
東北	7.4%	9.0%	3.2%	4.4%
関東	16.2%	20.9%	23.2%	28.2%
甲信越	25.7%	23.6%	23.6%	19.9%
北陸	13.0%	11.6%	18.6%	9.9%
東海	20.5%	17.7%	35.5%	23.8%
近畿	22.0%	16.6%	27.7%	30.4%
中国	6.8%	2.0%	8.2%	26.0%
四国	4.5%	4.3%	8.2%	13.8%
九州	16.5%	11.1%	14.5%	16.0%
沖縄	6.9%	8.0%	5.5%	3.3%

資料：「JTBF訪日旅行商品調査」（2019年、2023年7・8月発表分）



# 第Ⅲ編 観光産業

## Ⅲ-1 旅行業

<b>1</b> 旅行業の現況	100
(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見る売上高	
<b>2</b> 旅行業界をめぐる動き	102
(1) 業界を取り巻く環境と課題 (2) 組織再編や提携、新規参入等の動向 (3) 流通・チャンネルをめぐる動向 (4) 業界団体の動向	
<b>3</b> 旅行商品をめぐる動き	105
<b>4</b> 旅行の計画と旅行会社の利用	105
(1) 旅行計画時の情報収集源 (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

<b>1</b> 輸送量と交通事業の動向	108
(1) 国内旅客輸送の動向	
<b>2</b> 鉄道交通	109
(1) 利用の動向 (2) 鉄道会社の動向 (3) 鉄道事業者等による取り組み	
<b>3</b> 航空交通	110
(1) 利用の動向 (2) 航空路線の動向 (3) 航空会社・空港運営会社等の動向	
<b>4</b> 海上交通	114
(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	
<b>5</b> 道路交通	116
(1) 利用の動向 (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

<b>1</b> 宿泊施設の供給動向と利用動向	120
(1) 供給動向 (2) 宿泊者数 (3) 客室稼働率及び定員稼働率 (4) 宿泊料(宿泊単価)	
<b>2</b> 四半期別の利用動向	122
(1) 客室稼働率 (2) 定員稼働率 (3) 外国人宿泊者比率	
<b>3</b> 2023年度の話	123
(1) 旅館業法改正 (2) 人手不足への対応 (3) 新規開業 (4) 宿泊業の倒産・新設法人	

## Ⅲ-4 集客交流施設、MICE

<b>1</b> 集客交流施設	125
(1) 集客交流施設の動向 (2) 集客交流施設の整備動向	
<b>2</b> MICE	128
(1) MICEの現況 (2) MICEをめぐる動き (3) 統合型リゾート(IR)をめぐる動き	

# Ⅲ-1 旅行業

## Ⅰ 旅行業の現況

地域限定旅行業者と旅行サービス手配業者の増加続く  
コロナ禍前との比較では約8割までの回復

### (1) 旅行業者数

観光庁によると、2024年4月1日時点の旅行業者総数(旅行業者と旅行業者代理業者、旅行サービス手配業者の計)は12,641社で、前年と比べて4.6%の増加となった(表Ⅲ-1-1)。

営業資格別に見ると、増加したのは第2種旅行業(国内の募集型企画旅行の企画・実施が可能)と地域限定旅行業(隣接する市町村等特定の範囲内での募集型企画旅行の企画・実施が可能)で、それぞれ対前年1.2%増、10.3%増である。地域限定旅行業者は687社となり、はじめて第1種旅行業者数を超えた。減少したのは、第1種(海外・国内の募集型企画旅行の企画・実施が可能)と旅行業者代理業(所属旅行業者の商品を代理で販売する)で、それぞれ対前年2.9%減、3.7%減である。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、続いていた減少傾向に歯止めがなかった。

2018年に制度化されて以来増加傾向にある旅行サービス手配業(ランドオペレーター業務を行う)の登録は対前年22.7%の大きな増加となった。

### (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年度総計(速報)」によると、2023年度の主要旅行業者43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3兆6,338億円で、前年度比24.8%増となったが、2019年度比では20.5%減と、コロナ禍前からの回復ははまだ8割程度にとどまった。市場別では、国内旅行が2兆3,559億円(前年度比1.5%減、2019年度比7.8%減)、海外旅行は1兆699億円(同135.5%増、同40.3%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2,079億円(同215.5%増、同6.8%減)であった(表Ⅲ-1-2)。2022年度からほぼコロナ禍前の水準に戻りつつある国内旅行に次いで、外国人旅行も概ね回復したといえるが、海外旅行の回復が6割程度であることが合計に影響している。

四半期別に見ると、第4四半期に入ってから伸びの鈍化が目立つが、これは前年の反動の影響が大きい(表Ⅲ-1-3)。

表Ⅲ-1-4は、主要旅行業者43社のうち、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見なされる3社を除外し可能な限り代売実績の重複を避け、対象40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。

2023年度の総取扱額では、1位が「JTB」(グループ7社計)で40社中のシェアは40.8%、2位は「日本旅行」で同10.8%、3位は「KNT-CTホールディングス」(グループ4社計)で同9.5%となった。

表Ⅲ-1-1 旅行業者数の推移

(単位:社、%)

	2020年		2021年		2022年		2023年		2024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	11,948	3.4	11,888	△0.5	11,791	△0.8	12,090	2.5	12,641	4.6
旅行業	9,790	0.1	9,610	△1.8	9,454	△1.6	9,447	△0.1	9,532	0.9
第1種	686	△0.7	670	△2.3	631	△5.8	627	△0.6	609	△2.9
第2種	3,043	0.7	3,036	△0.2	3,035	0.0	3,054	0.6	3,091	1.2
第3種	5,692	△1.9	5,451	△4.2	5,254	△3.6	5,143	△2.1	5,145	0.0
地域限定	369	38.2	453	22.8	534	17.9	623	16.7	687	10.3
旅行業者代理業	620	△8.1	564	△9.0	537	△4.8	511	△4.8	492	△3.7
旅行サービス手配業	1,538	39.6	1,714	11.4	1,800	5.0	2,132	18.4	2,617	22.7

資料:観光庁のウェブサイトをもとに(公財)日本交通公社作成

表Ⅲ-1-2 主要旅行業者の取扱額と増減率

(単位:兆円、%)

	2019年度	2022年度	2023年度	前年度比	2019年度比
海外旅行	1.79	0.45	1.07	135.5	△40.3
外国人旅行	0.22	0.07	0.21	215.5	△6.8
国内旅行	2.55	2.39	2.36	△1.5	△7.8
合計	4.57	2.91	3.63	24.8	△20.5

資料:観光庁「主要旅行業者の旅行取扱状況年度総計(速報)」をもとに(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(増減率)

(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	231.7	193.2	123.2	75.3
外国人旅行	1,480.9	770.4	164.1	31.1
国内旅行	31.8	△0.8	△4.8	△18.2
合計	66.9	34.3	19.7	0.4

資料:観光庁「主要旅行業者の旅行取扱状況年度総計(速報)」をもとに(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

## ー総取扱額ー

順位	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	取扱額(百万円)	前年度比(%)	40社内シェア(%)
1	JTB	JTB	JTB	JTB	JTB	1,388,734	14.6	40.8
2	KNT	KNT	KNT	KNT	日本旅行	366,568	42.3	10.8
3	日本旅行	日本旅行	日本旅行	日本旅行	KNT	323,913	10.5	9.5
4	阪急交通社	阪急交通社	阪急交通社	東武トップツアーズ	HIS	320,311	118.1	9.4
5	東武トップツアーズ	JR東海ツアーズ	東武トップツアーズ	阪急交通社	阪急交通社	272,242	76.2	8.0
6	エアトリ	HIS	名鉄観光サービス	HIS	東武トップツアーズ	133,805	△ 21.0	3.9
7	名鉄観光サービス	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	75,788	18.9	2.2
8	JR東海ツアーズ	名鉄観光サービス	HIS	名鉄観光サービス	JR東海ツアーズ	73,301	2.8	2.2
9	農協観光	びゅうトラベルサービス	びゅうトラベルサービス	日新航空サービス	日新航空サービス	35,770	43.0	1.1
10	日新航空サービス	農協観光	西鉄旅行	エムオーツーリスト	エムオーツーリスト	33,908	41.8	1.0

## ー国内旅行取扱額ー

順位	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	取扱額(百万円)	前年度比(%)	40社内シェア(%)
1	JTB	JTB	JTB	JTB	JTB	1,012,213	△ 6.2	47.0
2	KNT	KNT	KNT	KNT	日本旅行	245,271	22.4	11.4
3	日本旅行	日本旅行	日本旅行	日本旅行	KNT	234,245	△ 10.4	10.9
4	阪急交通社	阪急交通社	阪急交通社	東武トップツアーズ	阪急交通社	150,371	25.6	7.0
5	東武トップツアーズ	JR東海ツアーズ	名鉄観光サービス	阪急交通社	東武トップツアーズ	105,267	△ 32.9	4.9
6	JR東海ツアーズ	名鉄観光サービス	JR東海ツアーズ	JR東海ツアーズ	JR東海ツアーズ	71,253	1.0	3.3
7	名鉄観光サービス	東武トップツアーズ	東武トップツアーズ	名鉄観光サービス	名鉄観光サービス	64,020	7.8	3.0
8	エアトリ	HIS	HIS	HIS	HIS	54,364	△ 0.5	2.5
9	農協観光	びゅうトラベルサービス	びゅうトラベルサービス	農協観光	農協観光	27,131	52.8	1.3
10	びゅうトラベルサービス	農協観光	農協観光	読売旅行	WILLER	21,122	25.1	1.0

## ー海外旅行取扱額ー

順位	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	取扱額(百万円)	前年度比(%)	40社内シェア(%)
1	JTB	JTB	JTB	JTB	JTB	283,197	171.3	27.1
2	阪急交通社	HIS	HIS	HIS	HIS	255,485	185.4	24.4
3	KNT	阪急交通社	阪急交通社	日本旅行	阪急交通社	117,517	244.5	11.2
4	日本旅行	エムオーツーリスト	日新航空サービス	阪急交通社	日本旅行	67,590	63.1	6.5
5	エアトリ	KNT	日本旅行	日新航空サービス	KNT	64,212	205.9	6.1
6	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	エムオーツーリスト	日新航空サービス	33,161	47.3	3.2
7	エムオーツーリスト	日本旅行	エヌオーイー	KNT	エムオーツーリスト	31,536	43.1	3.0
8	旅工房	郵船トラベル	郵船トラベル	郵船トラベル	郵船トラベル	27,800	62.7	2.7
9	エヌオーイー	日通旅行	KNT	エヌオーイー	東武トップツアーズ	23,799	135.2	2.3
10	東武トップツアーズ	エヌオーイー	トヨタツーリスト	HTB-BCDトラベル	エヌオーイー	23,553	46.2	2.3

## ー外国人旅行取扱額ー

順位	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	取扱額(百万円)	前年度比(%)	40社内シェア(%)
1	JTB	JTB	JTB	JTB	JTB	93,325	236.3	44.9
2	日本旅行	KNT	KNT	日本旅行	日本旅行	53,707	241.6	25.8
3	KNT	日本旅行	東武トップツアーズ	KNT	KNT	25,456	136.8	12.3
4	東武トップツアーズ	東武トップツアーズ	日本旅行	HIS	HIS	10,461	289.3	5.0
5	阪急交通社	HIS	T-LIFEホールディングス	東武トップツアーズ	東武トップツアーズ	4,740	92.2	2.3
6	びゅうトラベルサービス	T-LIFEホールディングス	HIS	T-LIFEホールディングス	阪急交通社	4,354	565.6	2.1
7	T-LIFEホールディングス	WILLER	名鉄観光サービス	名鉄観光サービス	T-LIFEホールディングス	4,141	140.9	2.0
8	JR東海ツアーズ	名鉄観光サービス	WILLER	JR東日本びゅう	JR東日本びゅう	2,473	167.8	1.2
9	名鉄観光サービス	びゅうトラベルサービス	阪急交通社	阪急交通社	名鉄観光サービス	2,361	107.2	1.1
10	日通旅行	農協観光	JR東海ツアーズ	JR東海ツアーズ	JR東海ツアーズ	1,865	203.1	0.9

(注1) シェアの分母は主要旅行業者43社から下記ホールセラー3社を除外した取扱額の合計。

ANA X(株)、(株)ジャルパック、ビッグホリデー(株)

(注2) 2023年度の「JTB」は以下7社の合計(社内取引を相殺した額で算出)(2019年度は11社、2020年度～2021年度は9社、2022年度は7社)。

(株)JTB、(株)JTBグローバルマーケティング&amp;トラベル、JTB沖縄(株)、(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)トラベルデザインインターナショナル、(株)TSトラベルサービス

(注3) 2023年度の「KNT」は以下4社の合計(社内取引を相殺した額で算出)(2018年度～2021年度は13社、2022年度は4社)。

近畿日本ツーリスト(株)、(株)近畿日本ツーリストブループラネット、クラブツーリズム(株)、(株)ユナイテッドツアーズ

(注4) 「阪急交通社」は以下2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

(注5) 「日本旅行」は以下4社の合計(社内取引を相殺した額で算出)。

(株)日本旅行、(株)日本旅行北海道、(株)日本旅行東北、(株)日本旅行沖縄

(注6) 「HIS」は以下6社の合計(社内取引を相殺した額で算出)。2019年度のみ情報公開を休止。

(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)ジャパンホリデートラベル、(株)エイチ・アイ・エス沖縄

(注7) 「T-LIFEホールディングス」は以下2社の合計(社内取引を相殺した額で算出)(2019年度～2021年度は4社)。

T-LIFEホールディングス(株)、T-LIFEパートナーズ(株)

(注8) 「WILLER」は以下4社の合計(社内取引を相殺した額で算出)。

WILLER EXPRESS(株)、WILLER TRAINS(株)、WILLER ACROSS(株)、(株)クールジャパントラベル

(注9) 「楽天」は、2018年度よりトラベル部門の業績開示を取りやめている。

(注10) 「エアトリ」は、2020年度より情報を非公開。

資料：観光庁「主要旅行業者の旅行取扱状況年度総計(速報)」をもとに(公財)日本交通公社推計

### (3) 大手旅行会社の決算から見る売上高

大手の旅行会社5社（JTB、阪急交通社、KNT-CTホールディングス、日本旅行、HIS）の決算資料から旅行事業部門の売上高（取扱額）と対前年同期比を見ると、決算期の違いによりコロナ禍からの回復の影響が異なるため比較はしづらいが、いずれも前年同期を上回っている（表Ⅲ-1-5）。

JTBでは、旅行事業以外の売上高（MICE、出版事業等）約

3,200億円と合わせた総売上高が1兆810億円となり、4期ぶり（2019年度以来）の1兆円超えとなった。KNTは増収となったが、過大請求案件等の影響により来期の見通しは厳しいことが見込まれている。HISは、10月の決算後の2023年12月、中期経営計画（2024-2026）で、2030年度以降、旅行と非旅行事業の利益構造を1:1とする方針を発表している。

表Ⅲ-1-5 大手旅行会社の売上高及び対前年同期比（増減率）

（単位：百万円、％）

	2019年		2020年		2021年		2022年		2023年	
	売上高	対前年同期比	売上高	対前年同期比	売上高	対前年同期比	売上高	対前年同期比	売上高	対前年同期比
JTB	1,073,593	△ 6.8	190,728	△ 82.2	210,940	10.6	475,552	125.4	766,271	61.1
阪急交通社	335,605	△ 9.3	57,835	△ 82.8	49,304	△ 14.8	154,504	213.4	272,242	76.2
KNT	385,362	△ 6.4	87,889	△ 77.2	139,957	59.2	252,152	80.2	255,427	1.3
日本旅行	—	—	89,546	—	97,314	8.7	164,893	69.4	209,235	26.9
HIS	722,464	10.9	359,631	△ 50.2	43,028	△ 88.0	67,693	57.3	202,008	198.4

（注1）「JTB」、「HIS」、「阪急交通社」は、(株)JTB、(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。

（注3）「日本旅行」は2021年から集計・表記を変更、個別業績を記載。

（注4）各社の決算期間は次のとおり。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。

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

## 2 旅行業界をめぐる動き

観光再始動とともに深刻化する人手不足への対応が課題  
事業領域の拡大を目指し、多様な連携進む

### (1) 業界を取り巻く環境と課題

2023年度は、5月に新型コロナウイルス感染症の感染症法上の位置付けが5類に引き下げられ、本格的な観光再始動の年となった。同時に、コロナ禍による離職者が戻らないこと等を原因とする人材不足が深刻化した。2024年4月発表のサービス・ツーリズム産業労働組合連合会の調査では、旅行業・宿泊業の85%が人材不足による営業制限を実施したとされる。解決策として、デジタル化やDXの推進、待遇や労働環境改善等の課題への取り組みに注目が集まった。

あわせて、持続可能な観光への機運が以前にも増して高まり、環境や多様性に関する取り組みも進んだ。また企業間連携や自治体との連携による事業領域拡大の動きも引き続き目立った。各社は、地域活性化、教育、メディカルヘルス分野等への関与を強めつつ、得意分野や特長を模索している。

### (2) 組織再編や提携、新規参入等の動向

#### ●組織再編・提携の動向

各社の組織再編や新組織設立に関する大きなニュースは、比較的少なかったが、KNT-CTホールディングスで個人旅行のウェブ販売専門会社新設の組織改編があった。近畿日本ツーリスト（KNT）と近畿日本ツーリストコーポレートビジネス（CB）間の会社分割（吸収分割）に基づき、2023年4月、CBが「近畿日本ツーリストブループラネット」に商号を変更して個人旅行のウェブ販売専門会社としてスタートした。CBが行っていた法人及び訪日旅行事業部門はKNTが継承。この事業再編は、同社の中期経営計画に基づくもので、狙いは個人旅

行事業のウェブシフトの加速と団体旅行事業の強化とされている。ただし、同計画は2024年5月に見直しが発表された。

HISは、2023年8月にケニアのナイロビでの新子会社設立、10月にサウジアラビアのリヤドでの新支店開設を発表し、海外展開を進めた。ケニアでは宿泊事業、サウジアラビアでは着地型旅行の取り扱いを行う。

施工房は、2023年11月、「skyticket」を運営するオンライン旅行取引事業者（OTA）のアドベンチャーの連結子会社となった。

また、主にインバウンド需要に対応した観光地への出店や東京での拠点づくり等が目立った。

JTBは、2023年11月、山梨県富士河口湖町に観光交流拠点「Tourist Base Kawaguchiko」、2024年4月、同笛吹市の「FUJIYAMA ツインテラス」に観光交流拠点「Lily Bell Hütte」（リリーベルヒュッテ）を開設した。同社の「地域交創プロジェクト」の一環として、人気観光地における滞在時間の充実やオーバーツーリズムの解消として、カフェ事業や県内観光地を周遊するオプションツアー等の提供を行っている。

HISは、2023年11月、京都府京都市に観光案内所「京都ツーリストインフォメーションセンター」、2024年3月、東京・豊洲市場に隣接する商業施設内に「豊洲ツーリストインフォメーションセンター」を開業した（2015年開業の東京・原宿と合わせて計3店へ）。多言語による観光案内に加えて、観光マナーの啓発や地方への送客、周辺のウォーキングツアー等を行う。HISはほかに2024年2月に豊洲の同施設内に海鮮バイキング店も開業した。

東武トップツアーズは、2023年10月、東京・品川に、行政や企業等が集まり新たな事業を創造する拠点として「Innovation Oasis」を開設した。11月には、山形県西川町が発行するデジタル住民票をもつ住民の相互交流の場として交流会が開催された。東武トップツアーズと西川町は2022年8月に包括連携協定を締結している。



店舗の閉店、統合に関しては、東武トップツアーズの新越谷駅支店、北千住駅支店、ふじみ野駅支店、志木駅支店の営業終了(2023年12月29日)等があった。非対面での販売スタイルの浸透に伴うものとされる。

同業の企業間での連携では次のようなものがあった。

日本旅行と楽天は、2023年7月、「楽天トラベル」上でダイナミックパッケージ「JR楽パック赤い風船」を共同で提供することに向けた協業に合意した。

東武トップツアーズと阪急交通社は、2023年9月、共同企業体として、大阪・関西万博のシャトルバス運行業務契約を結んだ。なお、万博の入場チケットは2022年にJTBコミュニケーションデザイン、グッドフェローズ、びあの3社の共同事業体を受託している。

JTBは、2023年11月、大手OTAのTrip.comとインバウンド事業を行う新会社「JTB Inbound Trip」を設立させた。国内仕入事業とコンサルティング事業を行う。

### ●事業領域拡大の動き

#### ○異業種への参入、連携

旅行業以外の事業領域へ乗り出す動きは引き続き盛んで、中でも教育分野への取り組み強化が目立った。文部科学省による学習指導要領で「主体的・対話的で深い学び」、「探究」が重視されるようになり、旅行業界は、修学旅行に求められる内容の深化はもとより、キャリア教育や人材育成における観光分野の可能性をひらく提案に挑んでいる。

JTBは、2023年9月、Institution for a Global Society (IGS)と、教育活動の効果を測定する「J's GROW」を開発し、全国の中学・高校向けに販売を開始した。また12月には、事前にクエストを設定してゲーム感覚で探究心を養う探究学習プログラム「SCHOOL QUEST」を開発、販売している。2024年1月にはJALと共同で、修学旅行で国際線を利用する団体を対象に、SAF(持続可能な航空燃料)等をはじめとした、サステナビリティを学ぶ教育プログラムの販売を開始した。2024年3月には、JR東日本商事と、中学・高校生を対象として現地学習の事前～事後で学びを提供する「地域探究学習プログラム」の開発を発表した。

日本旅行は、2023年8月、北海道大樹町の北海道スペースポート(商業的宇宙港)で、宇宙をテーマとする探究学習プログラムの提供を開始した。また、探究学習を基盤とするスポーツ教育プログラム「SportEdVentures」を提供する企業との業務提携により、スポーツ教育における探究学習サポートプログラム提供を開始した。

KNTは、2023年11月、地球の歩き方と共同で、地域探求をテーマとした授業プログラムを企画、販売を開始した。生徒が編集者となり地域のオリジナルガイドブックを制作する。

東武トップツアーズは、2024年3月、一般財団法人地域・教育魅力化プラットフォームと包括連携協定を締結した。

教育系以外では医療、健康分野との事業連携も目立った。

JTBは、2023年10月、NECグループのヘルスケア事業を行う企業と連携して訪日外国人向けの疾病リスク予測検査「フォーネスビジュアル検査」の提供を開始した。日本へのメ

ディカルツーリズム促進を狙う。

日本旅行は、2023年10月、ヘルスケアビジネスのトータルブレインケアと資本業務提携契約を締結した。認知機能別トレーニングと認知機能チェックツールを活用した新事業を開発、自治体向けに販売を目指す。

ANA Xは、ウェルビーイングの推進を目的に、2023年7月、4社でコンソーシアムを設立した。

ユニークな事例としては、KNT-CTホールディングスが、2023年8月以来試験的に取り組んできたアメリカ・ロサンゼルスでのおにぎり専門店を2024年2月から常設店舗化したというニュースもあった。JTBが2023年4月、訪日外国人向けフードプラットフォームを運営するテーブルクロスへの出資を発表する等、「食」を接点とする事業領域への関心も高まっている。

#### ○自治体との連携

旅行会社が自治体の課題解決に取り組む連携の動きは今年も活発で、協定等を踏まえた具体的な事業も増えてきた。

JTBは2023年10月、熱海市と交流人口及び関係人口拡大の推進に関する包括連携協定を締結した。また2024年2月、香川県高松市と高松市中央卸売市場を中心とした地域の活性化を図ることを目的とする包括連携協定を締結。5月には同市場内の商店街に観光交流拠点「SICS サステナブルラウンジ」を開設した。市場で廃棄される未利用魚や野菜等を活用する飲食店と、旅行者と地域を結ぶ交流スペースからなる。

またJTBは、2024年6月、埼玉県さいたま市と基本協定を締結した地域商社、つなぐに出資した。同社はデジタル地域通貨機能を含む市民アプリの運用を担う地域商社としてさいたま市ほか地元の経済団体や企業が出資するもの。JTBは魅力発信や関係・交流人口増による地域内経済の活性化の観点から同社の理念に賛同し協業する。

JTBは、地方自治体向けの観光プロモーション支援サービスも開始した。2024年5月、グループのJTBコミュニケーションデザインがマイクロアドと「AITでまちあげ」を共同開発し、サービス提供を開始した。

KNT-CTホールディングスは、2023年7月、北海道新ひだか町とアドベンチャートラベルの推進及び地域活性化に関する包括連携協定を締結した。またKNTは、千葉県九十九里町と観光振興及び地域活性化に関する包括連携協定を締結した。

日本旅行は、2023年7月、JR西日本とともに和歌山県と、10月には宮城県石巻市と、観光振興に関する連携協定を締結した。また2024年6月には、長野県茅野市との共同開催によるメタバース婚活の実施を発表している。

東武トップツアーズは、2023年8月、大分県佐伯市と宮崎県延岡市それぞれと包括連携協定を締結し、9月には奈良県大淀町と包括連携協定、10月には福島県浪江町と観光振興に関する連携協定を締結した。東武トップツアーズは、山口県美祢市の「デジタル住民票NFT」の発売(2023年7月)や観光用ChatGPT「ミネドン」のリリース(2023年9月)等、デジタル技術を活用した自治体との連携を強化している。

HISは、2024年2月、公益財団法人横浜市スポーツ協会と企業の健康経営の推進に関する包括連携協定を締結したほか、

3月に静岡県富士市と、4月に香川県東かがわ市と、地域活性化起業人制度(総務省)による派遣に関する協定を締結し、社員を派遣している。6月には鳥取県とインバウンド観光推進に関する協定を締結した。

ほかには、ANA X等5社による福岡県飯塚市との健康なまちづくり形成に関する実証事業実施における協定の締結(2023年10月)、阪急交通社による秋田県との包括連携協定の締結(2024年3月)等があった。

じゃらんを運営するリクルートは、2024年2月、一般社団法人広島県観光連盟と観光振興の推進を目的とする包括連携協定を締結した。観光マーケティング、キャッシュレス促進、観光DX、データを活用した地域経営推進、観光商品開発と情報発信、人材育成等を行う。

### ●新規参入、倒産・撤退・廃業の動向

旅行業への参入としては、2023年5月、ヨドバシホールディングスのグループ会社である石井スポーツによる石井スポーツアドベンチャーズ(第2種)の設立がある。また2023年9月、ペット旅行専門メディア「休日いぬ部」や日帰り旅行サイト「ポケカル」を運営するイオレが第2種旅行業登録を取得した。ペット同伴可能な独自の旅行商品を企画する。2024年2月には、広域連携DMO(観光地域づくり法人)の一般社団法人九州観光機構がポータルサイト「九州旅ネット」から予約できる現地体験商品の拡大を図るため第2種旅行業者となった。体験素材とアクセスを組み合わせた商品の取り扱いを増やすとしている。

一方、東京商工リサーチによると、2023年度の旅行業者倒産件数(負債1,000万円以上)は25件で、2年ぶりに増加に転じた。このうちコロナ禍に起因する倒産は18件で全体の約7割を占め、負債5,000万円未満の小規模倒産が15件と多かった。負債総額は25億100万円(前年比31.2%増)である。

### ●デジタル化、DXに関する動向

デジタル技術の活用やDX推進の取り組みについては、特にBtoBにおいて、新たなテクノロジーの導入や連携による業務効率化や新しいサービス提供が進んだ。

JTBでは、2023年11月、これまで宿泊・観光事業者向けに提供してきたカード決済端末「C→REX」が多様化する決済手段に対応できていないという課題に対し、三井住友カードの決済プラットフォームと連携してオールインワン型の決済端末を設置する等、宿泊施設等におけるDX化の支援を開始した。またJTBの体験アクティビティ予約管理システム「JTBポータン」では、2024年6月、Keelys(キールズ)による鍵のリモート受け渡しシステムを導入し、レンタサイクル事業者や民泊事業者等へ鍵の受け渡しや返却時の省人化を提案した。

ANA Xは、2023年8月、日鉄ソリューションズが販売する旅行会社向けDX支援ソリューション「TRIPHOO」(トリッポー)を採用し、ツアーの仕入れから予約、精算まで一元管理できるシステムにより変動型の仕入れへの対応と省力化を実現した。

ホワイト・ベアーファミリーは、2023年7月、コロナ禍をきっかけにリモートシステムを強化したことから、旅行業者代理

店業に向けた在宅旅行業手配システム「トラベルジュ」を開発した。これにより、同社と契約した各地の旅行業者代理店業からの旅行提案や手配が可能になる。

BtoCでは、HISの「原宿ツーリストインフォメーションセンター」で、シンガポールのCapichiと連携したスマートオーダーシステムのサービス提供開始(2023年10月)が挙げられる。同センターでは訪日外国人向けのサービスとして、自治体と連携した特産品の販売も行っているが、7言語でそれら商品のこだわりや特長の閲覧、注文が可能で、業務効率化と顧客体験の向上で満足度アップを狙ったものである。

### ●待遇改善の動向

人手不足の深刻化は、各社の待遇改善の動きにつながった。

JTBは2024年4月より初任給を32,000円引き上げ、シニア社員には新たに賞与を支給する等、新卒採用における競争力の強化と多様な人材獲得を目指すことを発表した(2024年1月)。JTBはほかに、女性社員の働きやすさの向上とキャリア形成に向け、LIFEM(ライフエム)の法人向けフェムテックサービスの導入にも取り組んでいる(2024年6月)。

日本旅行も2024年4月から初任給を34,800円引き上げ、ベテラン層の手当ての改善を行うと発表した(2024年3月)。

HISは2024年5月、2025年4月からの初任給引き上げ(15,000円)と、多様な働き方の選択肢として、60歳以上の選択的週休3日制の導入(2024年5月から)を発表した。

### ●不正事案

コロナ禍による需要激減をきっかけとして、大手旅行会社は新型コロナウイルス感染症対策事業に関連するBPO事業の拡大により経営を支えてきたが、そうした中で2023年度においても、2021年度、2022年度に続く不正事案が発生した。

2023年11月、青森県青森市が指名競争入札で発注した新型コロナウイルス感染症患者移送業務の入札に参加した5社が、談合を繰り返したとの疑いに基づく立ち入り検査を受けた。2024年5月、公正取引委員会は、JTB、東武トップツアーズ、名鉄観光サービス、日本旅行東北の4社に対し、独占禁止法に基づく排除措置命令を出し、各種メディアは大きく報じた。立ち入り検査を受けた5社のうちKNTは、審査前に違反行為を自主申告したことから命令の対象外となった。

改めてコンプライアンスの確立、徹底が強く求められている。

### (3)流通・チャネルをめぐる動向

店頭販売を行う旅行会社店舗は減少傾向にあり、代わって各社はテレビやインターネットメディアの活用を広げた。

テレビ通販はすでに阪急交通社やクラブツーリズム等が進めてきたが、JTBも2023年9月、QVCジャパンの番組を通じた旅行商品の販売を開始した。

ライブ配信を利用した商品販売(ライブコマース)への参入も見られるようになり、ANA Xは、2023年6月、自社の動画配信サービス「penguin」の提供を開始し、地域の物産販売を開始した。ジャルパックは、2023年11月、第1回「JALPAK LIVE」を配信し、旅行商品を販売した。

KNT-CTホールディングスは、旅行だけでなく日常生活を含めたさまざまなシーンにおける楽しさの提供を目指し、「チル」をキーワードにした情報サイト「Chill+」(チルプラス)を立ち上げた。「チル」は、Z世代を中心とする流行語で、リラックスした状態や穏やかな気分を指す。

#### (4) 業界団体の動向

一般社団法人日本旅行業協会(JATA)は、回復の遅れる海外旅行需要喚起策のほか、業界の共通課題と相次ぐ不正に対する具体的な対策に取り組んだ。

まず、旅行会社と宿泊施設の連絡業務を一元化し、生産性向上を図る目的と、災害発生時における旅行者の安否確認や状況把握を迅速・正確に行うレジリエンス機能を目的として、2023年12月、観光産業共通プラットフォームの本格運用を開始した。管理する情報は災害情報、宿泊施設基本情報、営業情報の3点で、各社のデジタル化、DX化のきっかけになることも期待されている。2023年度中に、宿泊施設7,000軒、旅行会社(自治体・DMOを含む)200社のデータベース登録が目標とされた。

またJATAは、昨年創設した「SDGsアワード」表彰を継続し、2024年6月、結果を発表した。大賞は読売旅行の「常磐沖の海産物など福島県『浜通り』地域の味覚と新たな魅力を体験する一般向けツアーを販売・実施し、『浜通り』の風評払しょくと復興を後押しする取組」であった。

公務受託事業費の不正請求、雇用調整助成金の不正受給、関係各社による談合等、旅行業界における不適切案件の多発については、2023年12月、有識者委員会を設置し、原因分析と再発防止策等の報告書をまとめた。さらにこれを受けてJATAは、2024年3月、具体的な対策として、除名処分等の懲戒規定の整備、現在全国にある37の地区委員会を廃止、旅行業務取扱管理者の定期研修へのコンプライアンス科目の導入等を発表した。

### 3 旅行商品をめぐる動き

環境配慮と地域活性を目指すサステナブル商品の多様化  
ユニバーサルツーリズム商品、サービス提供も再始動

各社のニュースリリース等から、2023年度に販売された旅行商品について特徴的なものをまとめると次のとおりである。訪日外国人向け旅行商品についてはII-3(90ページ)を参照。

#### ●環境配慮と地域活性を目指すサステナブル商品

サステナビリティを意識した旅行商品の企画は引き続き積極的に行われ、JR東日本びゅうツーリズム&セールスでは、2023年4月より、「J-クレジット制度」(省エネ機器の導入や森林経営等の取り組みによるCO<sub>2</sub>等排出量削減や吸収量をクレジットとして国が認証する制度)を活用したカーボン・オフセットによる環境保全や、地域に根差す伝統行事や産業、工芸等の魅力を伝えるツアーを企画する「びゅうサステナブルツーリズムプロジェクト」を開始した。「大人の休日倶楽部」会

員誌にツアーを掲載して販売するほか、半期ごとのオフセット量を発表している。

日本旅行は、2023年12月、ブルーカーボン(海洋生物の働きにより吸収・貯留されている炭素)を活用した、新しいカーボン・オフセット付き旅行商品「JRで行く環境にやさしい旅Carbon-Zero 鳥根県一松江・玉造温泉」を発売した。

阪急交通社は、2024年1月から「サステナブルな海外旅行」と銘打った特設サイトにて、ヨーロッパやカナダ、アメリカで、環境への配慮のある交通機関やホテル、食事を選んだ企画商品の販売を開始した。

#### ●ユニバーサルツーリズム関連の取り組み

障がい者、高齢者等、旅行を諦めたり不便を感じたりしている人に向けた新しい商品やサービス提供は、主にコロナ禍以前から取り組んでいた企業により複数始動した。

2023年4月、ANA Xは、国内旅行を対象に「旅行先、福祉用具レンタルサービス」を開始。同11月、JTBは手話通訳付きリモート旅行相談・予約専用デスクを開設した。介護施設向け旅行に特化する東京トラベルパートナーズは、10月、全国のバリアフリー旅行相談窓口を紹介する専用ページを開設した。

2024年1月には、KNTがオストメイトとその家族のための温泉日帰りツアーの販売を開始、同じく1月、HISが車椅子利用の海外現地発着ツアーの販売を開始した。

またJTBは2024年5月、ユニバーサルツーリズム新規事業として「UniTri~ゆにとり~」の実証実験を開始した。第1弾は、アトピー患者と家族のQOL向上を目指してコミュニティアプリやサンプル商品の提供を行い、宿泊施設向けには研修を実施してその効果を検証する。

#### ●周年事業の旅行商品

ブランド商品の周年事業も複数あった。ジャルパックは2025年1月に海外パッケージツアー「JALPAK」ブランド誕生60周年を迎えることを記念して、2024年4月から特別企画ツアー等6つの記念企画を開始した。

JTBは、訪日外国人観光客向けパッケージ旅行の「サンライズツアー」の60周年を記念して、1964年開始当初の行程をアレンジした復刻版ツアーと日帰りミステリーツアーを行う(実施は2024年10月)。

阪急交通社は、「トラピックス」ブランドが35周年を迎えることから、2024年5月以降、名古屋や大阪、東京での野球のナイターゲームのスポンサーとキャンペーンを実施している。

### 4 旅行の計画と旅行会社の利用

国内旅行計画時の情報収集で「家族や友人・知人」が3位に  
18~29歳の69%がSNSとブログで旅行情報収集

「JTBF旅行意識調査」(6ページ参照)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とおりである。調査は2024年5月から6月に実施された。

(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、主にどのように情報を収集するか」について、国内・海外別に尋ねると、国内宿泊旅行の場合、「インターネットの検索エンジン」が71.2%と最も高く、前年調査の67.5%から増加した。次に多かったのは「宿泊施設のホームページ」で54.8%（前年調査では52.2%）であった。3位は、年々上位へと順位を上げてきた「家族や友人・知人に尋ねる」の36.9%であった（前年6位、前々年8位）。海外旅行の場合でも「インターネットの検索エンジン」43.6%（前年45.3%）が1位であったが、2位は「旅行ガイドブック」32.8%（同34.0%）、3位は「旅行会社のパンフレット」32.1%（同32.1%）であった。

18～29歳の国内旅行では、前年調査に続き「インターネットの検索エンジン」に次いで「SNSやブログを見る」が2位で、68.5%にのぼる結果であった。なお今回調査から、SNSと口コミサイトに関する選択肢が一部変更、追加されている（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55.6%で最も高く、「宿泊施設のホームページ」が32.0%（前年調査では32.1%）、「旅行会社のホームページ」が27.7%（同28.0%）で、この順位は数年変わらない。昨年まで4位であった「旅行会社の店舗」がひとつ順位を落とし、「宿泊施設に電話・FAX」19.1%（同20.2%）がこれに代わった。

海外旅行では、「旅行会社の店舗」が26.0%（同28.4%）で最も高い点は変わらない。なお今回調査から、選択肢が一部変更、追加されている（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」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12.5%、「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21.4%で、「パッケージツアーは利用しない」が66.1%と最も多かった。

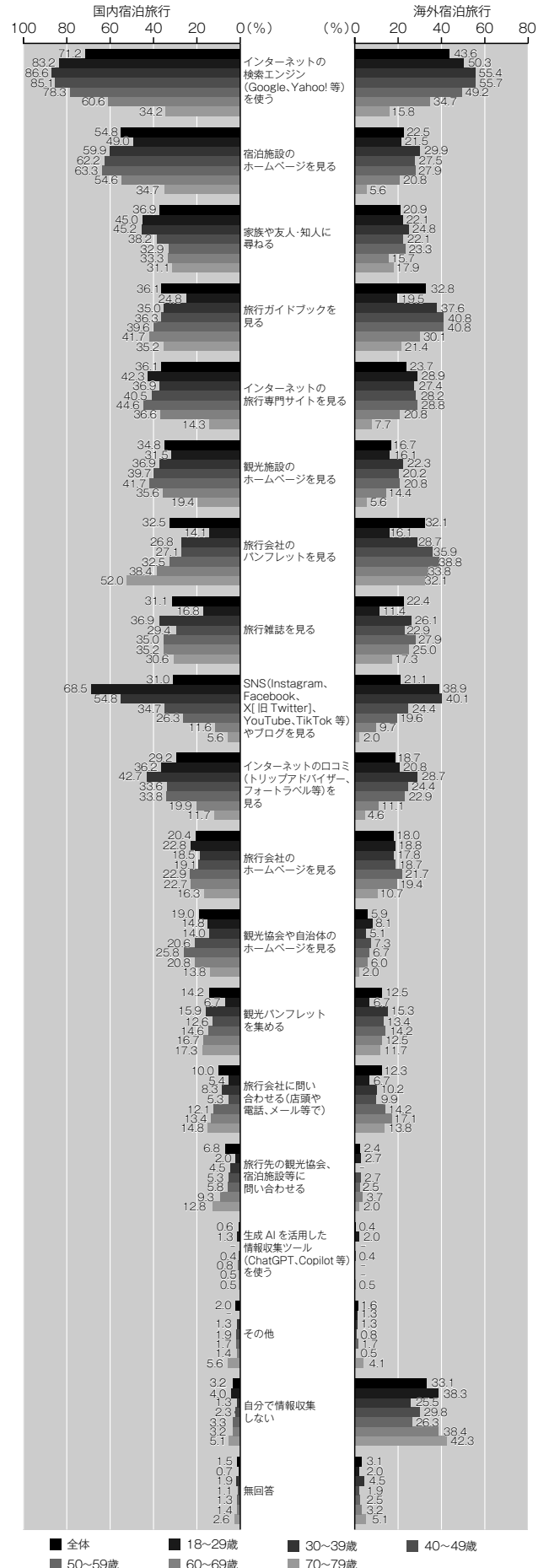
海外旅行では「団体型のパッケージツアーをよく利用する」が30.7%、「宿泊施設と交通手段がセットの個人型商品をよく利用する」が26.6%、「パッケージツアーは利用しない」が42.7%であった。

年代別に見ると、年齢が上がるにつれて団体型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）。

2020年の調査からの推移では、国内旅行では「団体型のパッケージツアーをよく利用する」が減少傾向にあり、海外旅行ではそれほど大きな変化は見られない（図Ⅲ-1-5、図Ⅲ-1-6）。

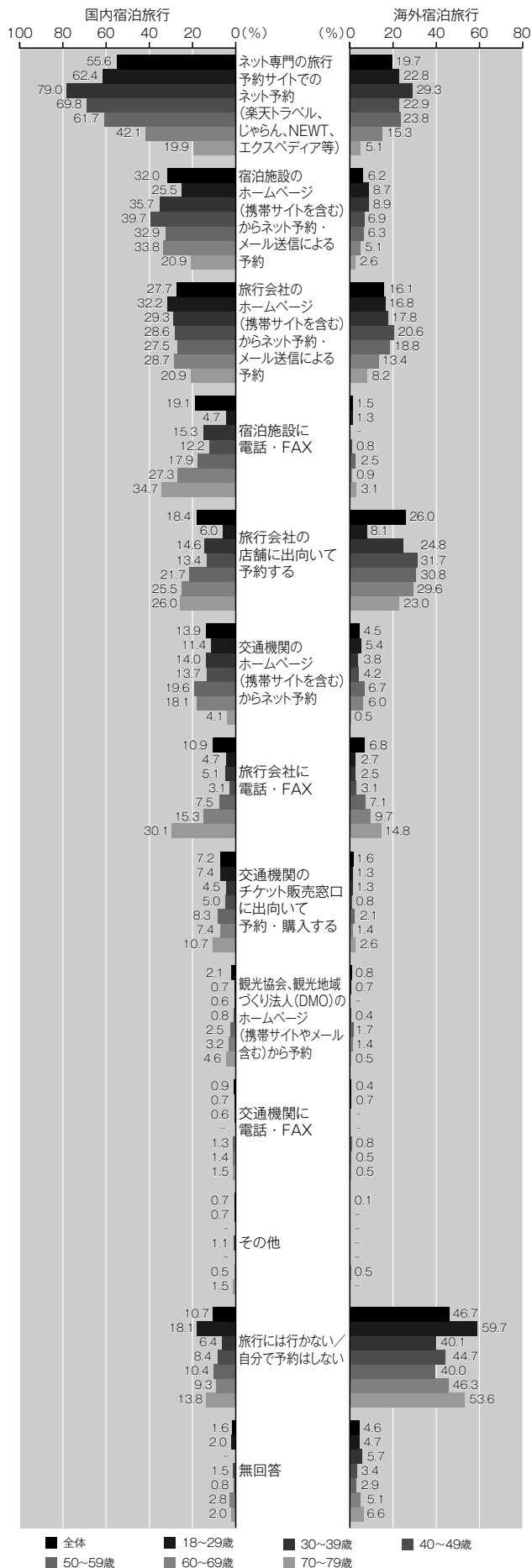
（亜細亜大学 久保田美穂子）

図Ⅲ-1-1 旅行計画時の情報収集源（複数回答）（年代別）

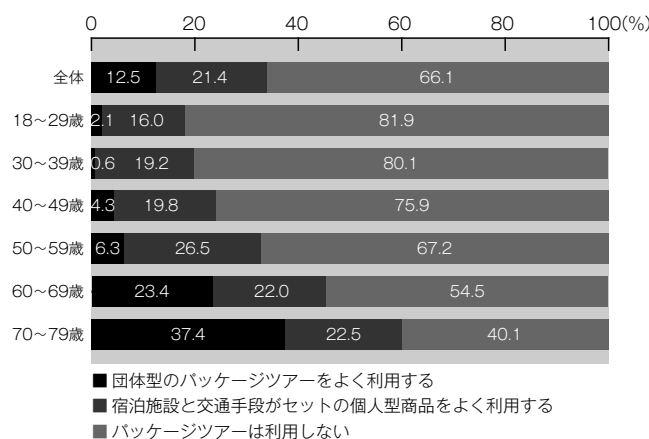


資料：(公財)日本交通公社「JTBF 旅行意識調査」

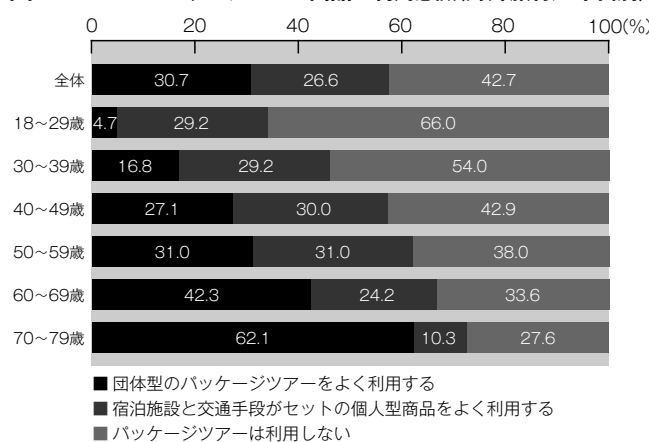
図Ⅲ-1-2 旅行の予約によく使う方法(複数回答)(年代別)



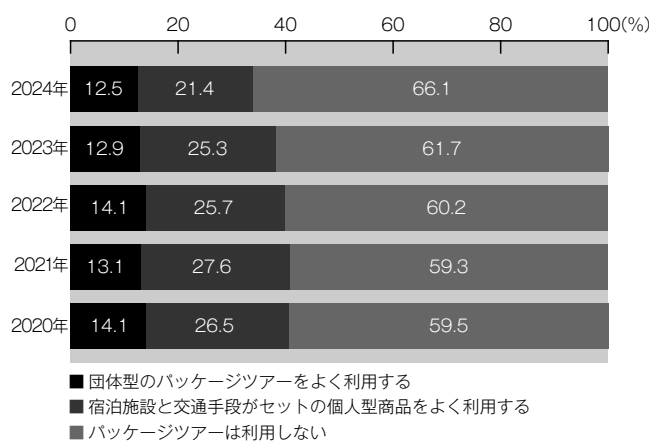
図Ⅲ-1-3 パッケージツアー商品の利用意識(国内旅行/年代別)



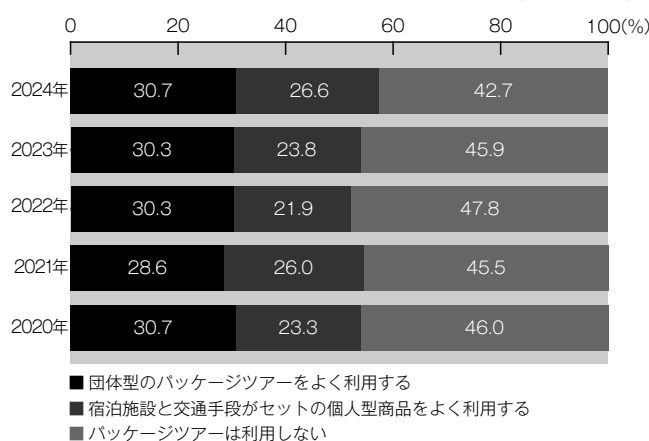
図Ⅲ-1-4 パッケージツアー商品の利用意識(海外旅行/年代別)



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)



## Ⅲ-2 運輸業

### 1 輸送量と交通事業の動向

2021年と比較し順調に回復

#### (1) 国内旅客輸送の動向

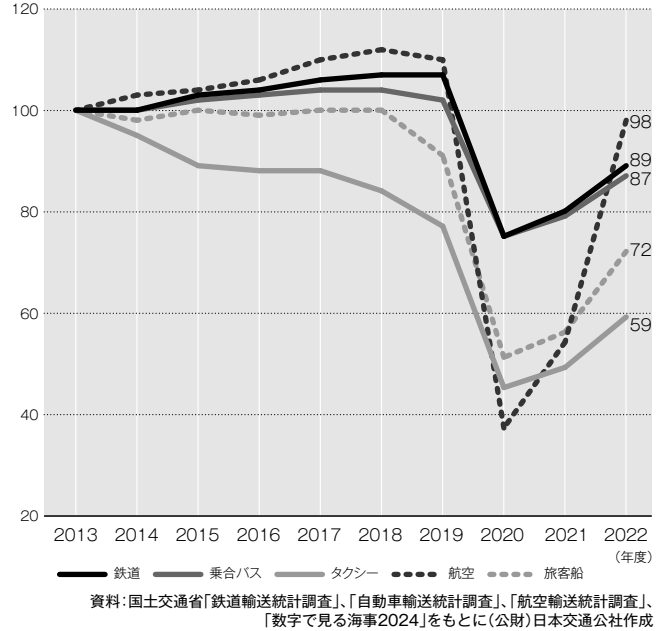
2022年度の国内の旅客輸送量(人ベース)は、コロナ禍で大幅な減少となった2020年度から順調に回復し約257億9,300万人となった(図Ⅲ-2-1)。

各交通機関別に見ると、前年から鉄道は約12%、乗合バスは約9%の増加となり、タクシーは約21%、旅客船は約29%と大幅な増加となった。また、航空は約82%とコロナ禍前の水準に迫る極めて大幅な増加となった。

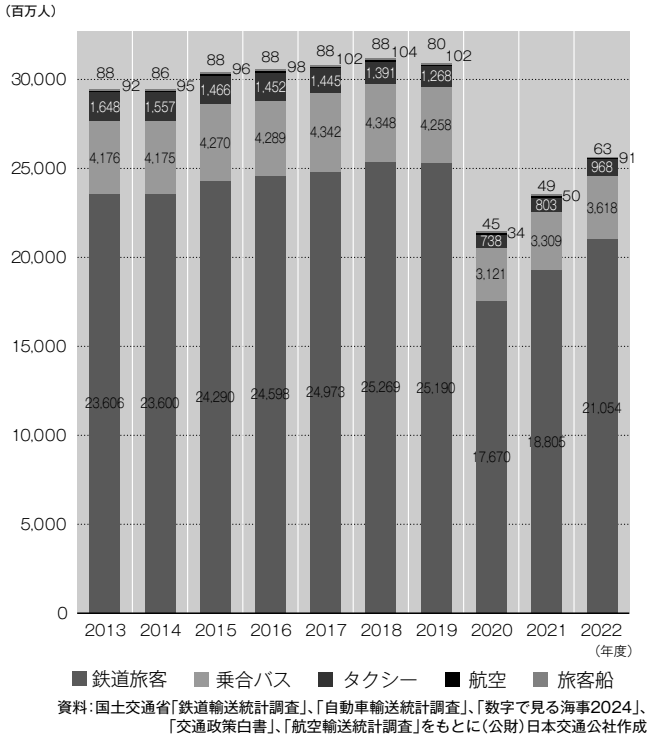
国内旅客輸送量(人ベース)について、2013年度を100とした場合の推移を見ると、すべての交通機関で回復傾向となった。特に航空は98となり2013年度並みに回復した(図Ⅲ-2-2)。

自家用車による国内旅客輸送量については、2022年度は前年比約7%の増加となり、2018年度から3年連続の減少傾向から増加に転じた(図Ⅲ-2-3)。

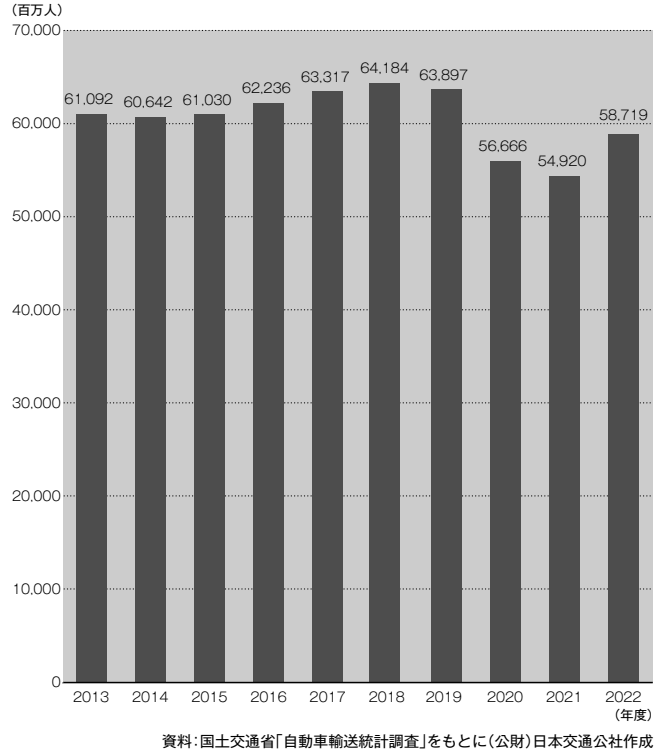
図Ⅲ-2-2 国内旅客輸送量(人ベース)の推移  
(2013年度を100とした場合の動き)



図Ⅲ-2-1 国内旅客輸送量(人ベース)の推移  
(百万人)



図Ⅲ-2-3 自家用車による国内旅客輸送量(人ベース)の推移  
(百万人)



## 2 鉄道交通

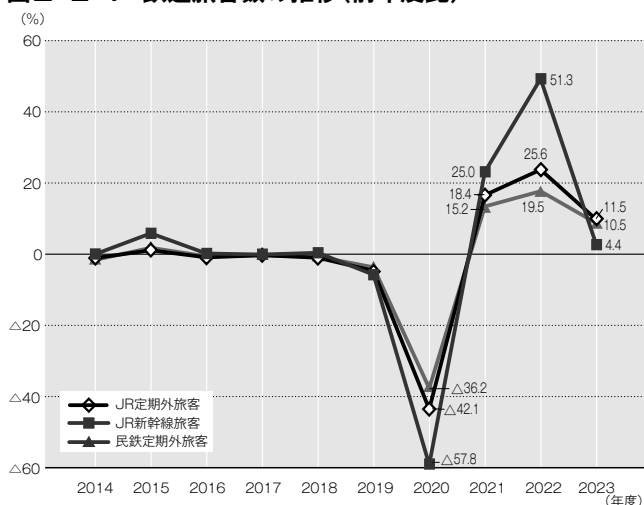
2023年度の鉄道旅客数は  
JR線、民鉄(定期外)ともに大幅に回復  
事業収支も回復

## (1) 利用の動向

## ●年間旅客数(JR定期外、新幹線、民鉄定期外)

2023年度の鉄道旅客数は、JRの定期外旅客が34億8,138万人(前年度比11.5%増)、JR新幹線旅客(定期・定期外合計)が3億860万人(同4.4%増)、JR以外の民鉄の定期外旅客は65億6,831万人(同10.5%増)と、増加率は2022年度に及ばないものの3年連続の回復となった(図Ⅲ-2-4)。

図Ⅲ-2-4 鉄道旅客数の推移(前年度比)



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

2022年度までのJR新幹線の旅客数を路線別に見ると、コロナ禍前の2019年度の数値に達していないものの、すべての路線で2021年度の40%増を上回る大幅な回復となった。特に北海道新幹線では75.8%増と極めて大幅な回復となった(表Ⅲ-2-1)。

表Ⅲ-2-1 JR新幹線旅客数の推移(路線別、2022年まで)  
(単位:千人)

	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2022年度/2021年度
北海道線	1,601	1,504	531	608	1,069	175.8%
東北線	93,489	89,435	37,860	45,878	66,168	144.2%
上越線	44,452	42,138	17,996	22,522	33,036	146.7%
東海道線	174,171	168,033	65,591	85,690	133,609	155.9%
北陸線	31,670	29,426	12,080	15,474	24,558	158.7%
山陽線	76,007	72,379	32,059	39,363	60,017	152.5%
九州線	14,488	13,994	7,072	7,977	12,384	155.2%

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) 鉄道会社の動向

## ●JR・民鉄各社の多くが黒字化

JR各社は、2022年度から単体決算純利益が全社回復した。JR貨物を除く6社が黒字化し、JR北海道、JR九州はコロナ禍前の2019年度を超える数値となり、JR東日本、JR東海はコロナ禍前の2019年度の約9割を超える回復、JR四国は2019年度の約8割の回復となった(表Ⅲ-2-2)。

大手民鉄16社も2022年度に引き続き大幅に業績が改善され、単体決算純利益の16社合計ではコロナ禍前の2019年度を超え、16社すべてが黒字となった。また、コロナ禍前の2019年度の数値を超える民鉄も11社となった(表Ⅲ-2-3)。

表Ⅲ-2-2 JR各社の純利益推移(単体決算) (単位:億円)

	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2023年度-2022年度
JR北海道	△7	△372	△9	△180	19	199
JR東日本	1,590	△5,066	△991	524	1,467	943
JR東海	3,788	△2,023	△682	2,019	3,548	1,529
JR西日本	735	△2,173	△1,216	594	654	60
JR四国	5	△65	△47	△6	4	10
JR九州	286	△111	89	254	329	75
JR貨物	39	0	△27	△53	△48	5

資料:各社決算資料(単体決算)をもとに(公財)日本交通公社作成

表Ⅲ-2-3 民鉄大手16社の純利益推移(単体決算)

(単位:億円)

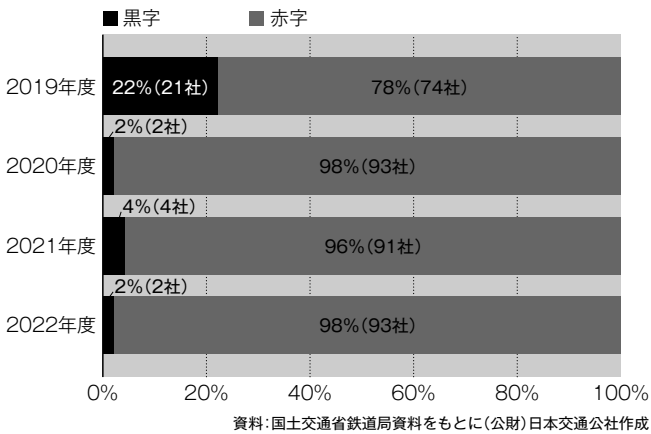
	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2023年度-2022年度
東武	271	△216	160	164	290	126
西武	42	11	350	76	240	164
京成	148	△20	△15	26	677	651
京王	139	△21	△44	114	188	74
小田急	213	△197	136	281	708	427
東急	279	△93	△27	40	179	139
京急	113	△202	140	79	759	680
東京メトロ	491	△516	△150	266	458	192
相鉄	37	△23	△13	△13	19	32
名鉄	182	△131	47	73	132	59
近鉄	126	△159	△4	55	172	117
南海	136	△17	△2	80	173	93
京阪	53	△38	7	35	39	4
阪急	279	26	127	183	325	142
阪神	94	14	22	91	131	40
西鉄	86	△76	43	124	283	159
大手16社合計	2,687	△1,658	777	1,673	4,774	3,101

資料:日本民営鉄道協会「大手民鉄16社2024年3月期 決算概況および鉄軌道事業旅客輸送実績」をもとに(公財)日本交通公社作成

●赤字が続く地域鉄道

国土交通省によると、地域鉄道事業95社（新幹線、在来幹線、都市鉄道に該当する路線以外の鉄軌道路線の運営主体の中でも、中小民鉄及び第三セクターを合わせた事業者）のうち、2019年度は21社が鉄軌道事業の経常収支が黒字であった。しかし、2020年度はコロナ禍の影響を受け、2社のみとなった。2021年度は若干改善され4社が黒字となったものの、2022年度は2社のみであった（図Ⅲ-2-5）。

図Ⅲ-2-5 地域鉄道の経常収支（鉄軌道事業）



●京成スカイライナー運行開始50周年

2023年12月30日に京成スカイライナーが京成上野～京成成田間運行50周年を迎えた。京成上野駅と京成成田駅の記念装飾、記念ヘッドマークの車体側面の掲出等が行われた。

●神戸～大阪鉄道開業150周年

1874年、神戸～大阪間に関西初の鉄道が開業してから2024年5月11日で150年となり、一年間を通じ、さまざまなイベントやキャンペーンが展開された。

●北陸新幹線金沢～敦賀間が開業

全国新幹線鉄道整備法に基づき1973年に「整備計画」が決定された北陸新幹線は、2015年3月の長野～金沢間開業を経て、2024年3月に金沢～敦賀間が開業した。東京から福井が最短2時間51分、敦賀が3時間8分となり、これまでの金沢乗り換えからそれぞれ36分、50分の短縮になり、経済・観光面での効果が期待されている。

●自然災害からの復旧・再開

2016年4月の熊本地震で被災した第三セクター、南阿蘇鉄道は2023年7月、被害が大きく不通となっていた南阿蘇村の中松～立野間が復旧し、7年3か月ぶりに全線での運行を再開した。

2024年1月の令和6年能登半島地震で被災した第三セクターのと鉄道七尾線は2024年4月、能登中島～穴水間が復旧し、約3か月ぶりに全線での運行を再開した。

(3) 鉄道事業者等による取り組み

●再生可能エネルギー由来電力導入の取り組み

西武鉄道は2024年1月1日より、京浜急行電鉄、小田急グループは同年4月1日より、全線で使用するすべての電力を実質的に再生可能エネルギー由来の電力とし、実質CO<sub>2</sub>排出量ゼロで運行を開始。また、東京メトロは、丸ノ内線・南北線で、南海電気鉄道はすべての特急ラピートで、同様の取り組みを開始する等、鉄道各社で再生可能エネルギー由来の電力導入が進んだ。

●新路線・駅舎等の開業・開発・再整備

宇都宮ライトレールは2023年8月、宇都宮芳賀ライトレール線（14.6キロメートル）を日本国内の路面電車路線として75年ぶりに新規開業。新たに19の停留場が誕生した。

北大阪急行電鉄南北線（千里中央駅～箕面萱野駅）が、2024年3月に開業。箕面市と北大阪急行電鉄が整備を行い、千里中央駅から北へ約2.5キロメートル延伸し、箕面船場阪大前駅と箕面萱野駅の2駅を新設した。

また、名古屋鉄道は、東海市の要請に基づき、地域住民の利便性の向上、交通円滑化等を図るため河和線を鉄道高架化し、16年ぶりに新駅（加木屋中ノ池駅）を設置した。

3 航空交通

2022年度は国内線、国際線ともに大幅に回復傾向

(1) 利用の動向

●国内航空旅客数の動向

2023年度の国内線の利用者数は、幹線では13.8%増の4,485万人、ローカル線では前年度比17.0%増の5,995万人となり、国内定期便総数もコロナ禍の2019年度を超えた（図Ⅲ-2-6）。

日本の格安航空会社（LCC）の旅客数（国内線）の推移を見ると（図Ⅲ-2-7）、2022年は、2021年から極めて大幅に回復し、コロナ禍前の2019年を超える旅客数となった。シェアは2021年から微増し14.7%のシェアとなった。

2023年度の乗降客数（国内線）上位15空港における利用者数を見ると（表Ⅲ-2-4）、2020年度にすべての空港で大幅に減少した後、2021年度以降は3年連続の増加となった。2023年度は2022年度から15.3%増加し、利用者数は2019年並みの約214万人に回復した。空港別では上位15空港のうち7空港が2019年度の利用者数を超えた。

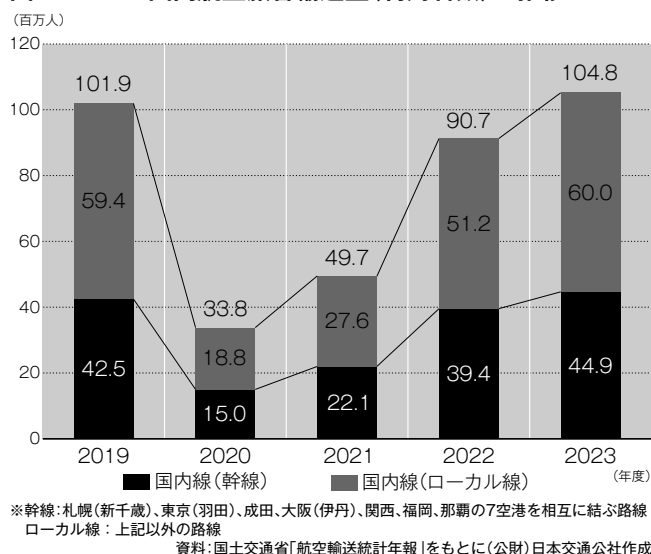
●国際航空旅客輸送量の動向

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、2020年度にコロナ禍の影響により大幅な減少となり、2021年度は若干改善されたものの低調であった。2022年度は極めて大幅に改善され2,820万人まで回復した（図Ⅲ-2-8）。

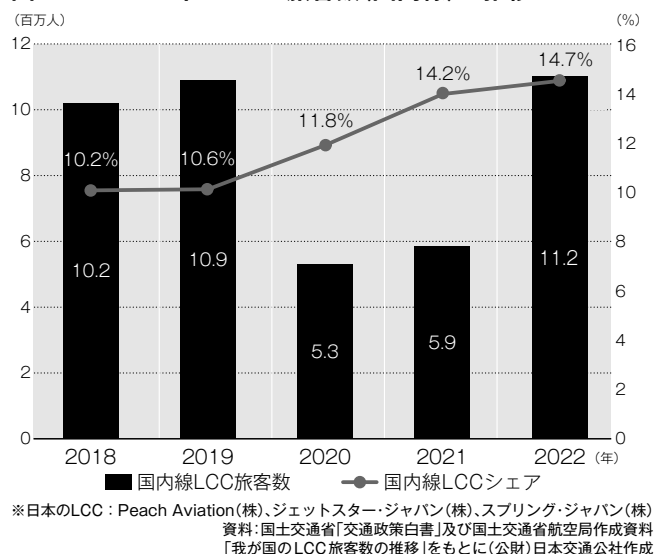
2022年度の日本のLCC旅客数（国際線）の推移を見ると（図Ⅲ-2-9）、コロナ禍の影響で2021年にほぼゼロに近い状況にまで落ち込んだものの、2020年並みに大幅に回復した。シェア



図Ⅲ-2-6 国内航空旅客輸送量(利用者数)の推移



図Ⅲ-2-7 日本のLCC旅客数(国内線)の推移



表Ⅲ-2-4 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	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2023年度／2022年度
1	東京(羽田)	65.4	20.6	28.9	53.0	61.8	116.5%
2	札幌(新千歳)	19.5	6.4	9.2	16.9	20.0	118.2%
3	那覇	17.6	6.5	9.4	15.7	17.9	113.8%
4	福岡	17.5	6.6	8.0	15.8	17.5	110.3%
5	大阪(伊丹)	15.8	5.8	7.5	13.0	14.8	113.9%
6	成田	7.5	2.0	4.1	7.0	7.8	112.3%
7	関西	6.7	2.1	3.4	6.4	6.8	107.4%
8	中部	6.4	2.0	2.8	5.2	6.0	114.7%
9	鹿児島	5.4	1.8	2.7	4.7	5.5	117.3%
10	神戸	3.3	1.2	1.8	3.1	3.4	110.8%
11	仙台	3.3	1.2	1.7	2.8	3.2	114.3%
12	熊本	3.2	0.8	1.4	2.6	3.1	118.2%
13	長崎	3.2	0.9	1.4	2.6	3.0	118.4%
14	宮崎	3.1	0.9	1.3	2.6	2.9	111.1%
15	松山	2.9	0.8	1.1	2.2	2.7	120.8%
—	上記以外	38.7	12.5	17.5	31.8	37.6	118.4%
	合計	219.3	72.2	102.1	185.5	213.9	115.3%

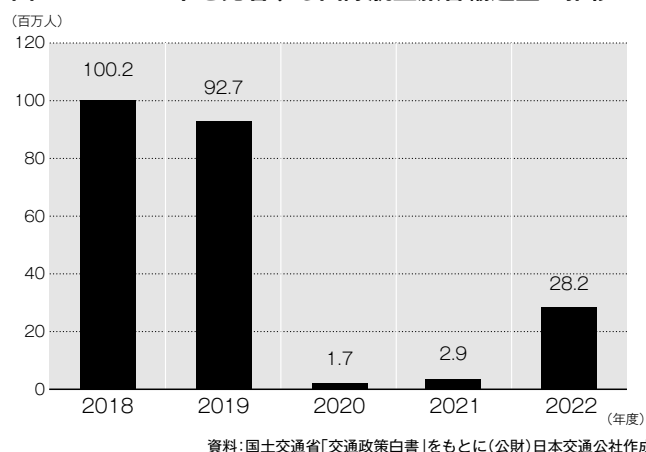
資料：国土交通省「管内空港の利用概況集計表」をもとに(公財)日本交通公社作成

率については20.3%まで極めて大幅に回復した。

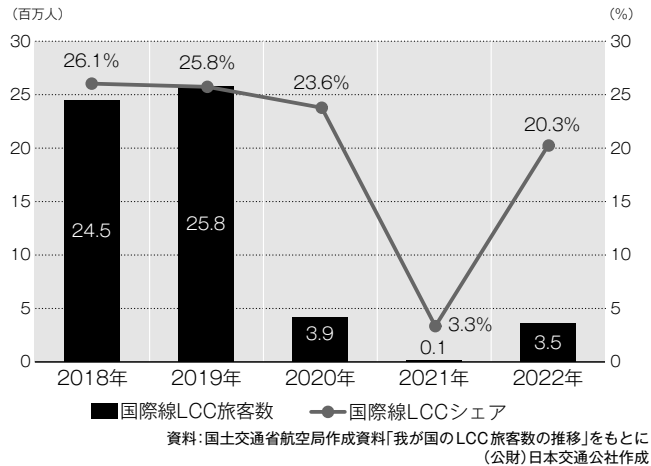
2022年度の空港別国際線乗降客数(乗客+降客+通過客)の上位7空港における利用者数を見ると(表Ⅲ-2-5)、すべての空港で極めて大幅な改善が見られ、全体で2022年度から190%増加し、8,166万人となった。特に羽田空港と福岡空港ではコロナ禍前の2019年度を超える利用者数となった。

空港別入国外国人数の推移(図Ⅲ-2-10)では、2023年の外国人の入国人数の割合は、成田空港、羽田空港の割合が減少してそれ以外の空港が増加。東京への一極集中から分散傾向となり、コロナ禍前の2019年の割合に近付いた。

図Ⅲ-2-8 日本を発着する国際航空旅客輸送量の推移



図Ⅲ-2-9 日本のLCC旅客数(国際線)の推移

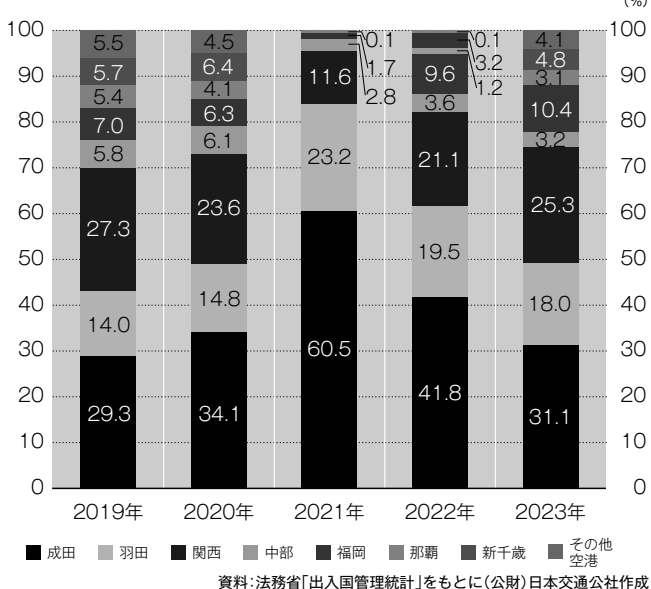


表Ⅲ-2-5 空港別乗降客数(国際線)の推移  
(年度、上位7空港) (単位:百万人)

順位	空港	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2023年度/2022年度
1	成田	32.1	1.0	1.7	11.7	26.0	222.3%
2	東京(羽田)	16.8	0.4	0.8	6.8	19.1	280.5%
3	関西	22.0	0.2	0.3	5.1	19.0	372.8%
4	福岡	5.5	0.0	0.0	2.3	7.1	312.7%
5	中部	6.2	0.0	0.1	0.8	3.2	392.5%
6	札幌(新千歳)	3.3	0.0	0.0	0.9	2.9	312.3%
7	那覇	3.1	0.0	0.0	0.4	2.0	496.7%
一	上記以外	3.7	0.0	0.0	0.1	2.4	1931.1%
	合計	92.7	1.7	2.9	28.1	81.7	290.2%

資料:国土交通省「空港管理状況調書」をもとに(公財)日本交通公社作成

図Ⅲ-2-10 空港別入国外国人数の推移



(2) 航空路線の動向

●国内路線の動向

主な幹線航空路線の旅客数は、2022年度は前年度比178.8%と極めて大幅な回復となった。合計数は2019年度のコロナ禍前に近い水準となった(表Ⅲ-2-6)。ローカル路線においても2022年度は前年度比189.1%と極めて大幅な回復となった(表Ⅲ-2-7)。新規路線開設については、トキエアの新規就航に伴い新潟路線2路線が新設される等、合計4路線が新たに開設された(表Ⅲ-2-8)。

●国際路線の動向

国際線定期便(旅客便)の運航便数は2022年冬から半期ごとに大幅に回復している。特に外国企業の運航便数は日本企業以上の回復となり、コロナ禍前の水準に近い状況となった(図Ⅲ-2-11)。国籍別では、2023年夏より中国が極めて大幅に回復し、次いでアメリカ、ヨーロッパ、香港が大幅に回復した(表Ⅲ-2-9)。また中国が2023年冬に国籍別シェアを16.5%まで伸ばした一方で、2022年冬と比較し、国籍別シェア1位の韓国、2位の東南アジアのシェアは縮小した(図Ⅲ-2-12)。

(3) 航空会社・空港運営会社等の動向

●航空会社の動向

2024年月期決算(連結)では、日本航空(JAL)は955億円の黒字(前年度は344億円の黒字)となった。全日本空輸(ANA)は1,571億円の黒字(同895億円の黒字)となり過去最高益を達成した。新型コロナウイルス感染症の感染症法上の位置付けが5類感染症に変更されたこと等を背景に、訪日需要と国内のレジャー需要が改善し、国際線旅客・国内線旅客ともに好調であった点が黒字幅拡大の大きな要因となった。また、各社ともに新卒採用を再開し、2024年4月にJALには約2,600人、ANAには約2,850人の新入社員が入社した。

●空港の動向

羽田空港では国際線増便に対応した第2ターミナル(国際線供用部分)が2023年7月から約3年ぶりに供用再開。国際線の増便に対応するとともに国内線ネットワークとの乗り継ぎ機能の強化を図る。また、2026年夏頃の供用開始に向け、木造・鉄骨ハイブリッド構造採用の第1ターミナル北側サテライト施設を着工。将来の航空需要拡大への対応を目指す。関西国際空港では今後の貨物ネットワーク拡大を目指し2期島国際貨物地区において、新たに3スポットの増設を決定。2024年度中の供用開始を目指す。また、スムーズな出国手続きを目指し、第1ターミナルビルをリノベーションし、国際線出国エリアを新たにオープンさせた。

2024年1月、羽田空港において、日本航空516便(札幌(新千歳)発羽田行き)が、被災地への支援物資輸送準備中だった海上保安庁所属JA722A機と衝突し、日本航空機側乗員・乗客379名のうち17名が負傷、海上保安庁機側乗員6名のうち5名が亡くなる事故が発生した。この事故に伴い、羽田空港航空機衝突事故対策検討委員会が設置され、滑走路における航空機等の衝突防止のためのさらなる安全・安心対策が検討されている。

表Ⅲ-2-6 主な幹線航空路線の旅客数推移

(単位：千人)

	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2022年度／ 2021年度
東京(羽田)－札幌(新千歳)	9,059	8,810	2,921	4,166	7,627	183.1%
東京(羽田)－大阪(伊丹)	5,478	5,292	2,058	2,879	4,453	154.7%
東京(羽田)－関西	1,271	1,254	320	515	1,076	208.7%
東京(羽田)－福岡	8,725	8,365	3,009	4,541	7,521	165.6%
東京(羽田)－那覇	5,961	5,875	2,257	2,834	5,840	206.1%
成田－札幌(新千歳)	1,877	1,819	477	967	1,823	188.6%
成田－大阪(伊丹)	463	454	1	5	114	2183.6%
成田－関西	696	644	251	549	800	145.8%
成田－福岡	1,132	1,229	435	904	1,398	154.7%
成田－那覇	1,123	1,100	468	614	704	114.7%
大阪(伊丹)－札幌(新千歳)	539	542	252	363	1,078	296.7%
大阪(伊丹)－福岡	1,156	1,115	463	535	549	102.6%
大阪(伊丹)－那覇	1,089	1,124	357	605	1,073	177.3%
関西－札幌(新千歳)	456	460	127	245	1,239	505.1%
関西－福岡	1,081	1,155	355	508	353	69.6%
関西－那覇	607	619	224	359	1,155	321.6%
福岡－札幌(新千歳)	1,879	1,852	735	941	658	69.9%
福岡－那覇	97	97	29	59	1,810	3076.8%
札幌(新千歳)－那覇	717	662	246	432	108	24.9%
合計	43,408	42,466	14,984	22,021	39,377	178.8%

※国内定期路線の幹線：札幌(新千歳)、東京(羽田)、成田、大阪(伊丹)、関西、福岡、那覇の7空港を相互に結ぶ路線

資料：国土交通省「特定本邦航空運送事業者に係る情報」をもとに(公財)日本交通公社作成

表Ⅲ-2-7 主なローカル路線の旅客数推移

(単位：千人)

	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2022年度／ 2021年度
東京(羽田)－鹿児島	2,519	2,338	660	1,085	2,068	190.5%
東京(羽田)－熊本	1,976	1,835	520	849	1,603	188.8%
東京(羽田)－広島	1,883	1,863	537	760	1,480	194.6%
東京(羽田)－長崎	1,766	1,620	435	720	1,345	186.9%
中部－札幌(新千歳)	1,509	1,522	482	681	1,298	190.6%
中部－那覇	1,194	1,204	427	598	1,205	201.4%
東京(羽田)－松山	1,571	1,465	372	580	1,222	210.6%
東京(羽田)－宮崎	1,425	1,354	358	571	1,131	198.2%
東京(羽田)－高松	1,262	1,238	323	570	1,015	177.9%
東京(羽田)－大分	1,240	1,183	356	569	1,013	178.0%
東京(羽田)－函館	1,014	1,023	356	514	931	180.9%
那覇－石垣	1,125	1,047	472	513	892	173.8%
東京(羽田)－旭川	943	901	274	490	830	169.4%
東京(羽田)－神戸	1,086	1,046	345	487	829	170.4%
東京(羽田)－北九州	1,253	1,166	291	475	815	171.5%
その他ローカル線を含めた合計	60,466	59,379	18,768	25,218	47,679	189.1%

(注)ローカル線については、2022年度輸送実績(旅客数)による国内定期路線の上位15路線を抽出。

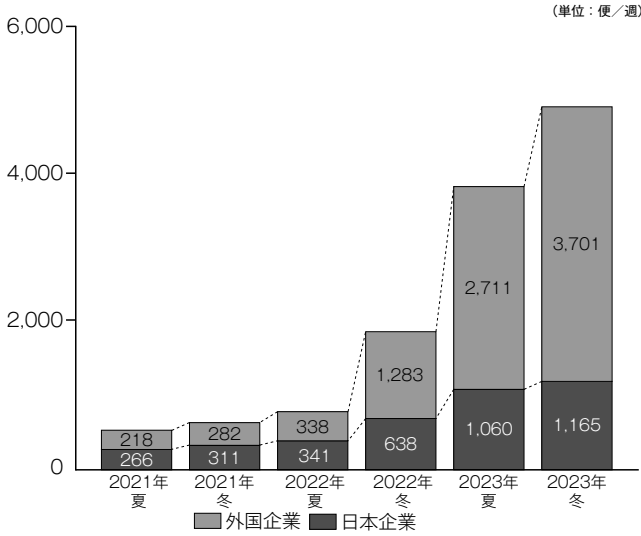
資料：国土交通省「特定本邦航空運送事業者に係る情報」をもとに(公財)日本交通公社作成

表Ⅲ-2-8 主な国内路線の開設

航空会社	開設日	路線
北海道エアシステム(NTH/HC)	2023年10月23日	札幌(丘珠)－根室中標津
ジェットスター・ジャパン(JJP/GK)	2023年12月15日	旭川－成田
トキエア(TOK/BV)	2024年1月31日	新潟－札幌(丘珠)
トキエア(TOK/BV)	2024年4月26日	新潟－仙台

資料：各社のウェブサイトをもとに(公財)日本交通公社作成

図Ⅲ-2-11 国際線定期便運航便数の推移(旅客便)



※当初認可時における1週目の運航便数  
資料:国土交通省「国際線定期便(旅客便・貨物便)国籍別動向」をもとに(公財)日本交通公社作成

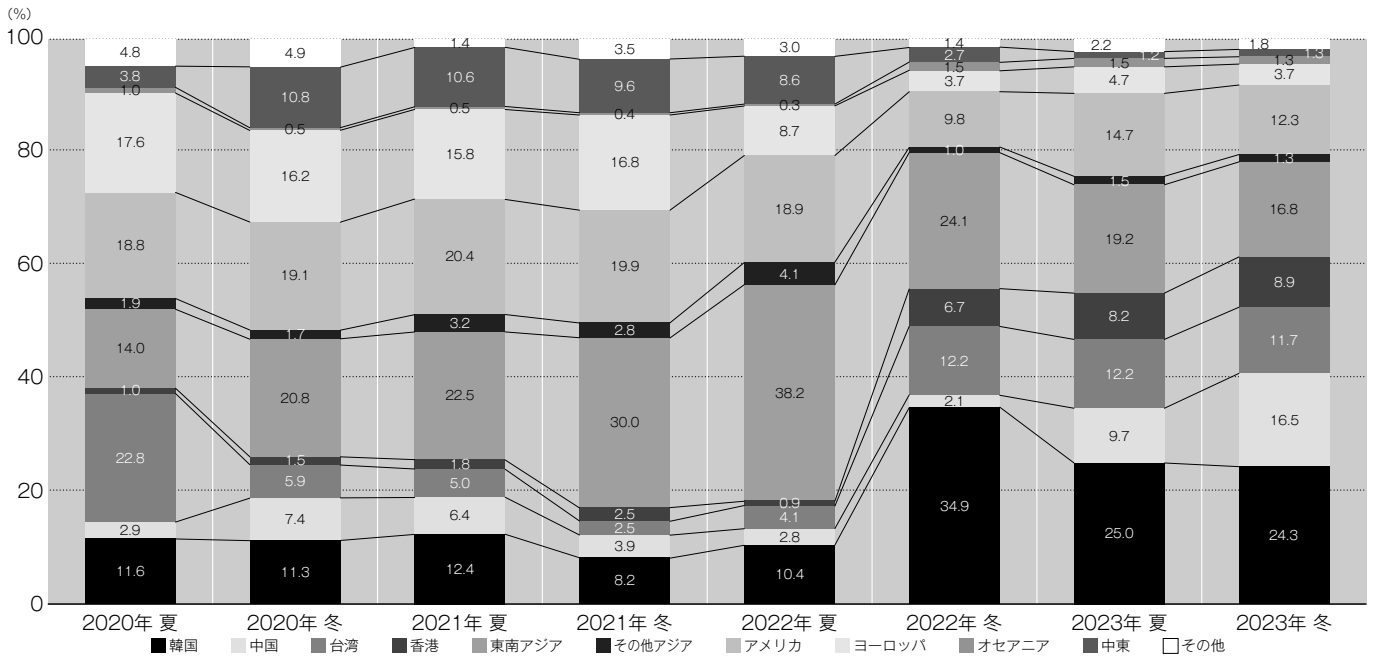
表Ⅲ-2-9 国際線(旅客便)国籍別動向

(単位: 便/週)

	2020年夏	2020年冬	2021年夏	2021年冬	2022年夏	2022年冬	2023年夏	2023年冬
韓国	24.5	23.0	27.0	23.0	35.0	447.0	942.0	1,181.0
中国	6.0	15.0	14.0	11.0	9.5	27.0	365.0	803.0
台湾	48.0	12.0	11.0	7.0	14.0	157.0	459.5	571.0
香港	2.0	3.0	4.0	7.0	3.0	86.5	307.5	435.0
東南アジア	29.5	42.5	49.0	84.5	129.0	308.5	724.5	818.5
その他アジア	4.0	3.5	7.0	8.0	14.0	13.0	56.0	64.0
アメリカ	39.5	39.0	44.5	56.0	64.0	125.5	553.5	598.0
ヨーロッパ	37.0	33.0	34.5	47.5	29.5	47.0	177.5	181.0
オセアニア	2.0	1.0	1.0	1.0	1.0	19.0	57.5	64.5
中東	8.0	22.0	23.0	27.0	29.0	34.0	43.5	63.5
その他	10.0	10.0	3.0	10.0	10.0	18.0	84.0	86.0
合計	210.5	204.0	218.0	282.0	338.0	1,282.5	3,770.5	4,865.5

※当初認可時における1週目の運航便数  
資料:国土交通省「国際線定期便(旅客便・貨物便)国籍別動向」をもとに(公財)日本交通公社作成

図Ⅲ-2-12 国際線(旅客便)国籍別シェアの推移



※当初認可時における1週目の運航便数  
資料:国土交通省「国際線定期便(旅客便・貨物便)国籍別動向」をもとに(公財)日本交通公社作成

#### 4 海上交通

国内旅客輸送人員が回復  
クルーズによる外国船の寄港が再開

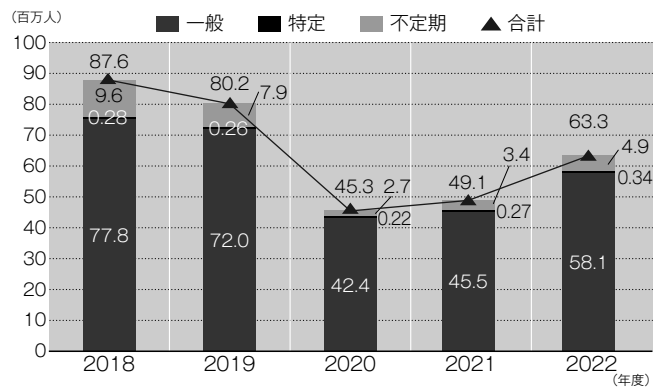
##### (1) 利用の動向

###### ●国内旅客船の動向

2022年度の国内旅客船人員は約6,330万人(前年度比28.8%増)となり、2020年度の大幅な減少から2年連続の回復となった(図Ⅲ-2-13)。

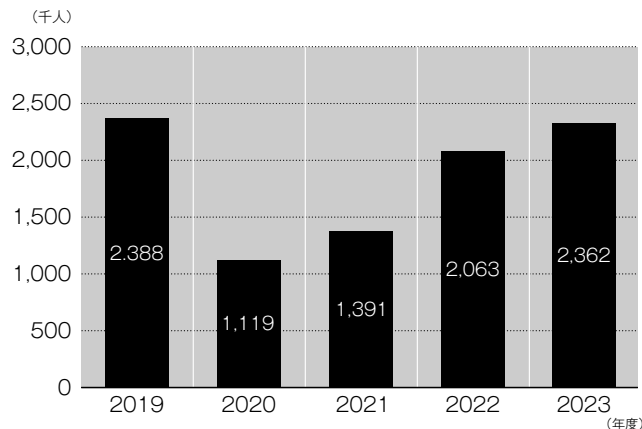
長距離フェリー航路では、2023年度の旅客輸送人員が約236万人(同14.5%)と3年連続で回復し、2019年度と同水準となった(図Ⅲ-2-14)。離島航路では2021年度の旅客輸送人員は約2,846万人(同7.0%)と回復した(図Ⅲ-2-15)。

図Ⅲ-2-13 国内旅客輸送人員の推移



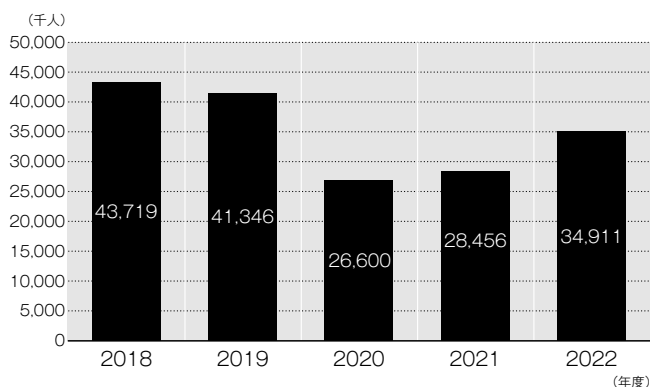
資料:国土交通省「数字で見る海事2024」をもとに(公財)日本交通公社作成

図Ⅲ-2-14 長距離フェリー航路の旅客輸送人員



資料:国土交通省「数字で見る海事2024」をもとに(公財)日本交通公社作成

図Ⅲ-2-15 離島航路の旅客輸送人員

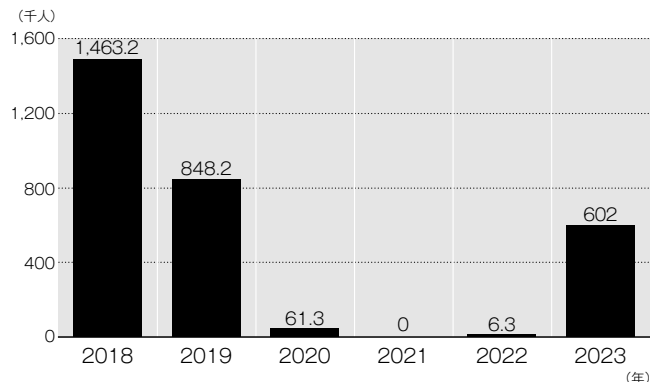


資料:国土交通省「数字で見る海事2024」をもとに(公財)日本交通公社作成

●外航旅客定期便航路等の動向

2023年の日本発着の外航旅客定期航路等における乗客数は、航路の再開により60.2万人と極めて大幅に回復した(図Ⅲ-2-16)。

図Ⅲ-2-16 外航旅客定期航路等の乗客数の推移

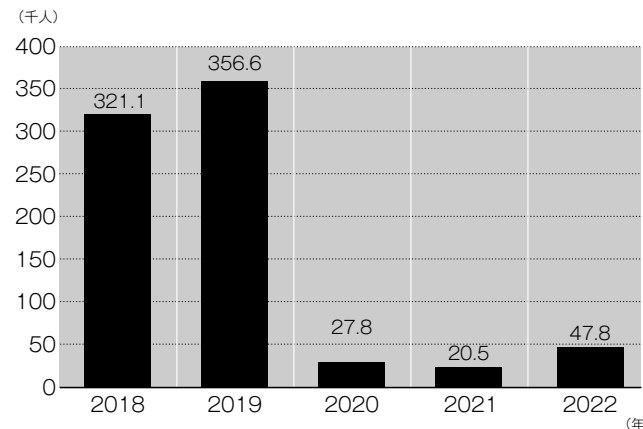


資料:国土交通省「数字で見る海事2024」をもとに(公財)日本交通公社作成

●クルーズ船の日本人乗客の動向

新型コロナウイルス感染症の影響により激減した日本人のクルーズ乗客数(日本のクルーズ人口)は、2022年から運航再開が相次いで開始したことで減少から回復に転じた(図Ⅲ-2-17)。

図Ⅲ-2-17 日本人の外航・国内クルーズ乗客数

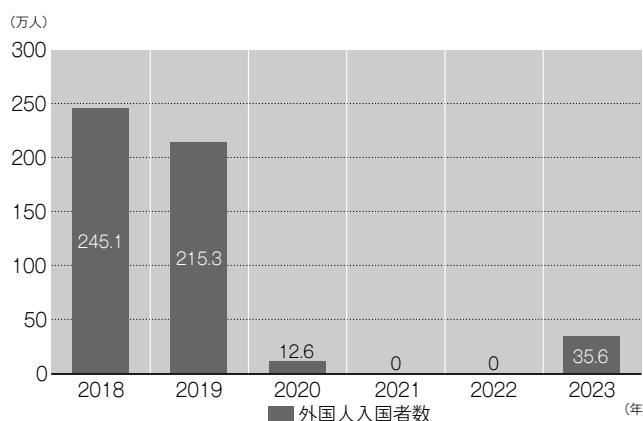


資料:国土交通省「数字で見る海事2024」及び国土交通省「我が国のクルーズ等の動向について」をもとに(公財)日本交通公社作成

●クルーズ船による外国人入国の動向

2023年より海外からのクルーズが再開されたことにより、外国人旅客数が35.6万人まで回復した(図Ⅲ-2-18)。

図Ⅲ-2-18 クルーズにより入国した外国人旅客数の推移



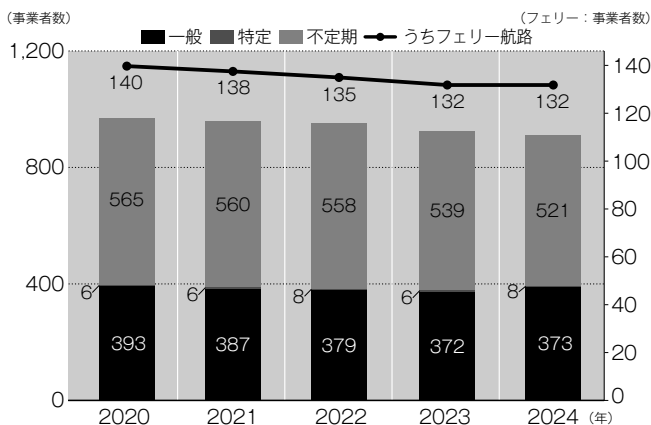
資料:国土交通省「訪日クルーズ旅客数及びクルーズ船の寄港回数(2024年速報値)」をもとに(公財)日本交通公社作成

(2)航路・寄港の動向

●国内旅客船の航路動向

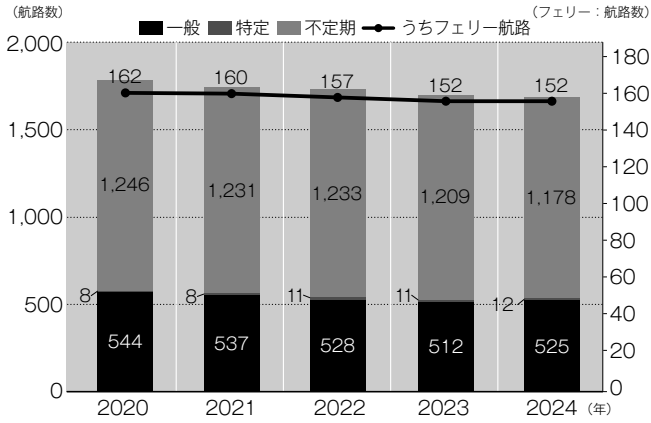
旅客船の事業者数は902件(前年比15件減)、航路数は1,715路線(同17路線減)となった(図Ⅲ-2-19、図Ⅲ-2-20)。

図Ⅲ-2-19 旅客船事業者数の推移



資料:国土交通省「数字で見る海事2024」をもとに(公財)日本交通公社作成

図Ⅲ-2-20 旅客船航路数の推移

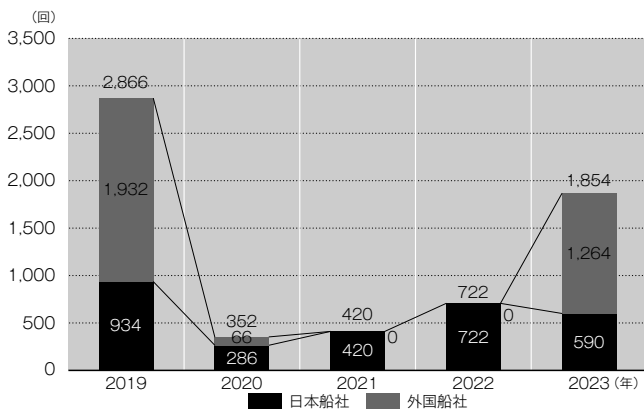


資料：国土交通省「数字で見る海事2024」をもとに(公財)日本交通公社作成

●クルーズ船の寄港動向

2023年における国内港湾へのクルーズ船の寄港回数は合計1,854回(前年比156.8%増)となった。国際クルーズの再開により外国船社の寄港回数が急回復した(図Ⅲ-2-21)。

図Ⅲ-2-21 クルーズ船の寄港回数の推移



資料：国土交通省「訪日クルーズ旅客数及びクルーズ船の寄港回数(2023年速報値)」をもとに(公財)日本交通公社作成

(3)海上交通関連政策の動向

●国際クルーズの受け入れ再開に関する取り組み

国土交通省は2023年3月の外国船社による国際クルーズの再開を契機として、新たに国際クルーズの振興に取り組む。2025年目標を訪日クルーズ旅客数250万人、外国クルーズ寄港回数2,000回、外国クルーズが寄港する港湾数100港とし、「観光立国推進基本計画」に記載、「クルーズの安全な運航再開を通じた地域活性化事業」、「国際クルーズ旅客受入機能高度化事業」等を実施する。

●モーダルシフト等推進事業の実施

国土交通省は、物流分野の労働力不足に対応するとともに、温室効果ガスの排出量を削減し、カーボンニュートラルを推進するため、物流総合効率化法の枠組みのもと、トラック輸送から、よりCO<sub>2</sub>排出量の少ない大量輸送機関である鉄道・船舶輸送への転換(モーダルシフト)を進めている。中長距離フェリー・RORO船航路にて、新規航路開設や代替建造等による輸送力増強が図られている。

5 道路交通

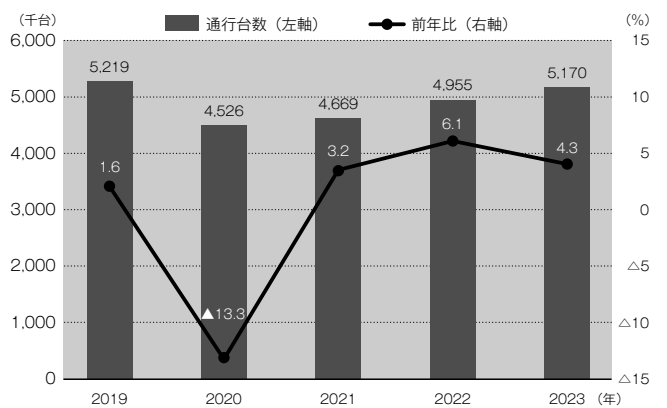
2023年の高速道路交通量は引き続き回復傾向  
2022年度のバス利用は大幅に回復

(1)利用の動向

●高速道路の利用

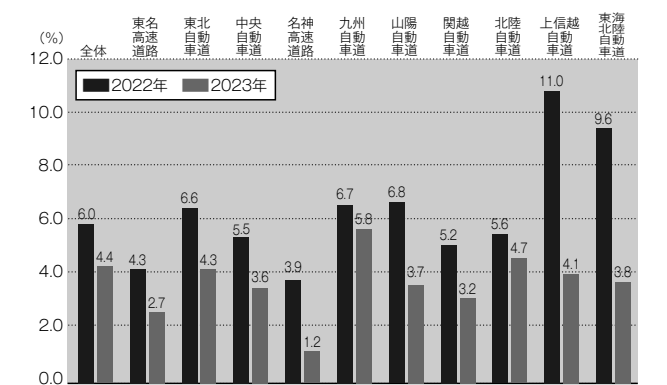
2023年の高速道路の日平均利用交通量は約517万台であり、前年と比べて4.3%増となり、コロナ禍前の2019年と同水準に回復し(図Ⅲ-2-22)、主要高速道路はすべての路線で前年の利用量を上回った(図Ⅲ-2-23)。月別日平均利用交通量もすべての月で前年を上回った(図Ⅲ-2-24)。

図Ⅲ-2-22 高速道路の日平均利用交通量の推移



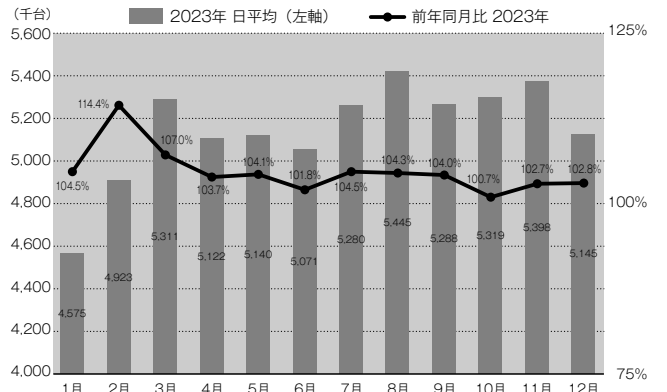
資料：(公財)高速道路調査会「高速道路と自動車 高速道路統計月報」をもとに(公財)日本交通公社作成

図Ⅲ-2-23 主要高速道路の日平均利用交通量の前年比



資料：(公財)高速道路調査会「高速道路と自動車 高速道路統計月報」をもとに(公財)日本交通公社作成

図Ⅲ-2-24 2023年月別日平均利用交通量の推移と前年同月比

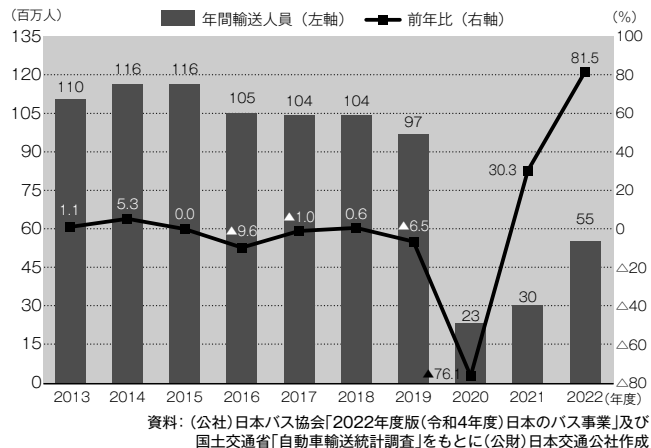


資料：(公財)高速道路調査会「高速道路と自動車 高速道路統計月報」をもとに(公財)日本交通公社作成

●高速バスの利用(2022年度)

2022年度の高速バス輸送人員は5,500万人(前年比81.5%増)となり、極めて大幅に回復した。新型コロナウイルス感染症の影響で大きく減少した2020年度から2年連続改善しているものの、2019年度以前までには回復していない(図Ⅲ-2-25)。

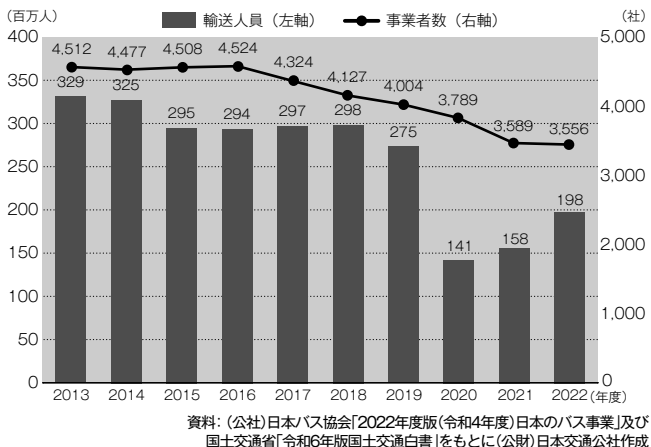
図Ⅲ-2-25 高速バスの年間輸送人員数の推移



●貸切バスの利用(2022年度)

2022年度の貸切バスの輸送人員は1億9,800万人(前年比24.8%増)で大幅な回復となった。新型コロナウイルス感染症の影響で大きく減少した2020年度から2年連続で改善しているものの、2019年度以前までには回復していない。また、事業者数は3,556事業者(前年比0.9%減)となり6年連続の減少となった(図Ⅲ-2-26)。

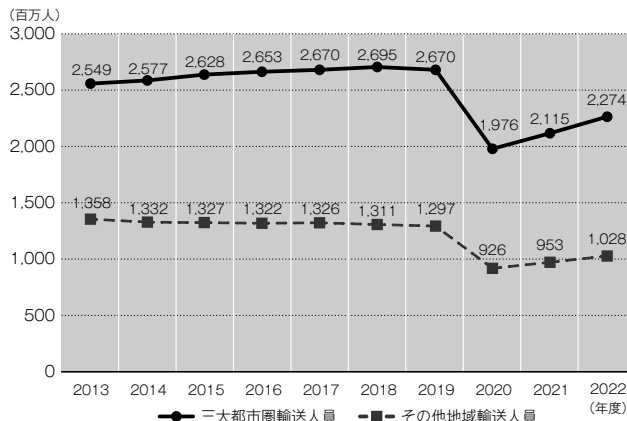
図Ⅲ-2-26 貸切バスの事業者数及び輸送人員の推移



●一般路線バスの利用(2022年度)

地域における公共交通ネットワークの中で中心的な役割を果たしている一般路線バスの利用者数は、1970年前後をピークに長期的な減少傾向にある。近年は三大都市圏では微増、地方部では横ばい傾向であったが、新型コロナウイルス感染症の影響で大きく落ち込み、2020年度からは2年連続で改善している。2022年は三大都市圏で22億7,400万人(前年比7.5%増)、その他地域では10億2,800万人(前年比7.9%増)と回復傾向である(図Ⅲ-2-27)。

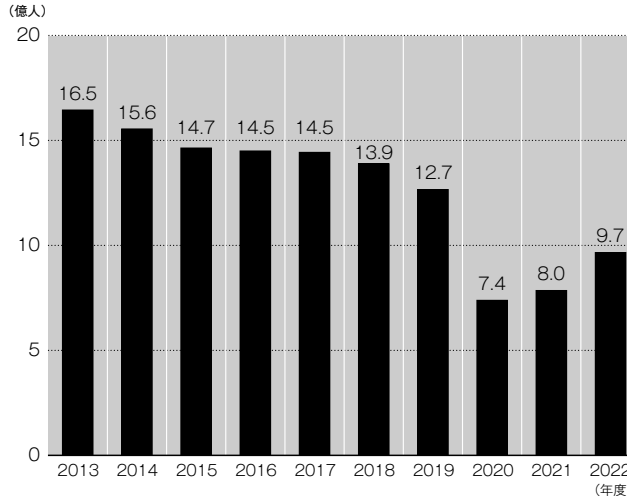
図Ⅲ-2-27 都市部・地方部別の一般路線バス輸送人員の推移



●タクシーの利用(2022年度)

タクシーの輸送人員は、1970年代をピークにバブル期に横ばい傾向になり、以後はゆるやかな減少傾向にある。新型コロナウイルス感染症の影響で大きく落ち込んだが、2021年度に回復傾向に転じ、2022年度も9.7億人(前年比20.6%増)と2年連続の回復となった(図Ⅲ-2-28)。

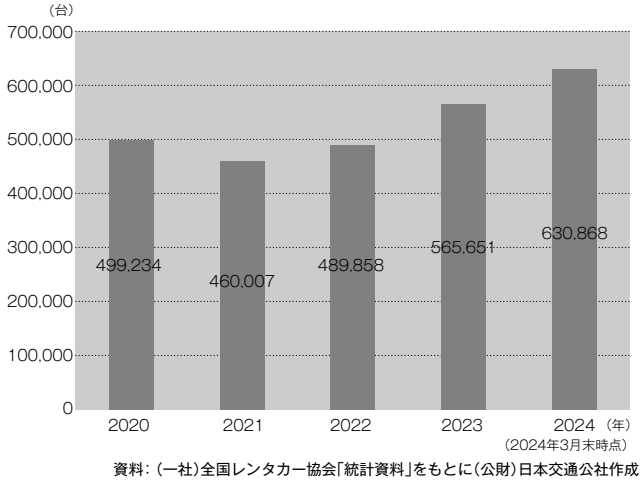
図Ⅲ-2-28 タクシーの輸送人員の推移



●レンタカーの利用(2023年度)

一般社団法人全国レンタカー協会の「統計資料」によると2024年3月末時点のレンタカー車両数(乗用車)の合計は約63万台(前年比11.5%増)であった(図Ⅲ-2-29)。

図Ⅲ-2-29 レンタカー車両数(軽自動車を含む乗用車)の推移



資料: (一社)全国レンタカー協会「統計資料」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

2024年7月時点における高規格幹線道路の供用延長は12,303キロメートルであり、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88%となった。内訳は高速自動車道路が10,304キロメートル(進捗率89%)、一般国道自動車専用道路が1,999キロメートル(同81%)であった(表Ⅲ-2-10)。2023年4月から2024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-2-11に示すとおりであった。中部縦貫自動車道勝原IC～九頭竜ICが開通、九州中央自動車道は山都中島西IC～山都通潤橋ICが開通した。また、岡山自動車道有漢IC～北房JCTの一部で4車線化の運用を開始した。

表Ⅲ-2-10 高規格幹線道路の整備状況

区分	総延長	供用	進捗率
高規格幹線道路	約14,000km	12,303km	88%
高速自動車国道	11,520km	10,304km	89%
一般国道自動車専用道路 (本四連絡高速道路を含む)	約2,480km	1,999km	81%

資料: 全国高速道路建設協議会のウェブサイトをもとに(公財)日本交通公社作成

表Ⅲ-2-11 2023年4月～2024年3月に開通・拡張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*	区間名等	区間	年月日	開通延長(km)	開通・拡張
北陸	中部縦貫自動車道	E67		勝原IC～九頭竜IC	2023年10月28日	9.5	開通
北陸	能越自動車道	E41	輪島道路	のと三井IC～のと里山空港IC	2023年9月16日	4.7	開通
九州	九州中央自動車道	E77		山都中島西IC～山都通潤橋IC	2024年2月11日	10.4	開通
東北	日本海沿岸東北自動車道	E7		遊佐子比IC～遊佐鳥海IC	2024年3月23日	6.5	開通
中国	岡山自動車道	E73		有漢IC～北房JCT(一部)	2023年8月9日	1.2	4車線化

\*No列: 高速道路ナンバリング

資料: 各高速道路会社のプレスリリース等をもとに(公財)日本交通公社作成

表Ⅲ-2-12 2023年4月～2024年4月にオープン・リニューアルした主な高速道路の休憩施設

施設名称	道路名	上下線の別	年月日	内容・特徴
境川PA	中央道	上り	2023年6月14日	リニア中央新幹線の高架橋が境川PA(上り)の商業施設の上空を通過する計画であることから、これに協力するため、PA内の西側に新たな商業施設を設置。施設規模は1.6倍に拡充され、山梨に本社を構えるスイーツの全国有名チェーン「シャトレゼ」が高速道路に初出店する等、地域製品のPRも実施。
大村湾PA	長崎自動車道	上り	2024年4月19日	大村湾を一望できるロケーションを活かした新たな展望テラス「青い庭」がオープン。NEXCO西日本初の取り組みとして、東彼杵町と連携し、名称を一般公募により決定。新しくなった店舗は、食事スペースが約2倍、買い物スペースが約3倍に拡充された。
坂東PA	首都圏中央連絡自動車道	内回り	2024年4月23日	快適な室内環境を実現しながら省エネを実現する照明・換気設備等の導入や、太陽光パネルによる再生可能エネルギーを導入する等、環境に配慮したPAを新設。坂東市との連携により、郷土の英雄、平将門公をモチーフとしたキャラクター「将門くん」を壁面に配置した家族トイレも設置した。

資料: 全国高速道路建設協議会のウェブサイトをもとに(公財)日本交通公社作成



### (3) 道路交通関連施設の動向

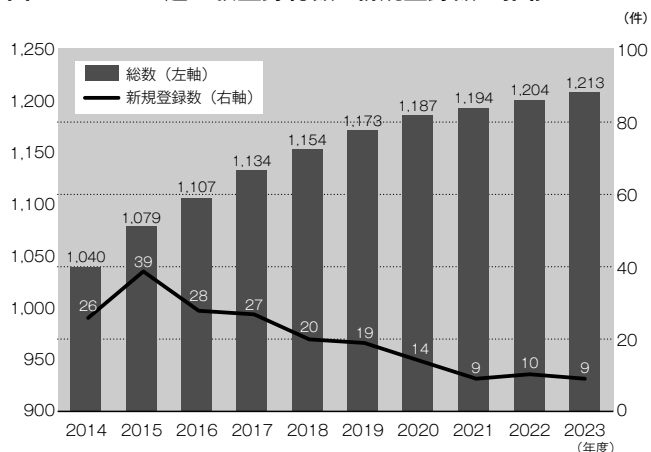
#### ●高速道路の休憩施設

2023年4月から2024年4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-2-12に示すとおりであった。

#### ●一般道路の休憩施設(道の駅)

2023年度中に、9件の「道の駅」が新たに登録され、登録総数は1,213件(第60回登録時点)となった。新たに登録される道の駅数は横ばい傾向である(図Ⅲ-2-30)。

図Ⅲ-2-30 道の駅登録総数・新規登録数の推移



資料：国土交通省道路局「道の駅」一覧をもとに(公財)日本交通公社作成

#### ●その他の道路及び交通に関する政策等

##### ○バッテリー交換式EVの国連基準の策定をオールジャパンで推進

国土交通省はカーボンニュートラルの達成に向け、電気自動車(EV)の安全性等に関する国連基準の策定を主導し、普及を促進してきた。これらをさらに推進するため、官民協力でカーボンニュートラルセンターを立ち上げ、日本で開発・実証が進められるバッテリー交換式EVの技術を取り入れた国際ルール(国連基準)の策定を目指している。

##### ○燃料高への対策

経済産業省は「デフレ完全脱却のための総合経済対策」等に基づき、原油価格高騰がコロナ禍からの経済回復の重荷になる事態を防ぐことや、国際情勢の緊迫化による国民生活や経済活動への影響を最小化することを目的に、「燃料油価格激変緩和対策事業」を実施。燃料油の卸売価格の高騰を抑制し、消費者の負担を低減するための手当てを支給した。

##### ○自動運転システムの実現に向けた取り組み

国土交通省は、「デジタルを活用した交通社会の未来2022」に基づき、「モビリティ・ロードマップ2024」を取りまとめた。ロードマップでは、短期的には公共交通サービスの維持を支援するためのシステムの導入を進めるとし、中期的には自動運転技術の導入コストの低減、データの収集・共有の加速、モビリティサービスを支える人材の育成等が重要であると示した。また、新たなモビリティサービス市場の確立、事業改善サイクルの確立、他形態への展開等を長期的な目標とした。今後さらに積極的に自動運転技術の活用・発展が期待される。

##### ○乗務員の人手不足

国土交通省は、バス事業における運転者の確保のため、運賃改定時の運賃算定手法の見直しや運賃改定の迅速化による早期の賃上げを促進したほか、大型二種免許取得費用の支援等、事業者による人材確保・養成の取り組み支援を推進。また、キャッシュレス・配車アプリ、運行管理システム、電気バスの導入等の交通DX・GXによる省人化や経営改善に対する支援を推進した。

さらに乗合バス等では、独占禁止法特例法による共同経営等の特例と連動し、地域公共交通利便増進事業の枠組みを活用して公共交通ネットワークの効果的な再編や、利用者目線に立ったダイヤ・運賃の設定等により、利便性の高い運送サービスの実現を図る取り組みを推進した。

タクシーでは、2024年3月、タクシーが不足する地域、時期、時間帯において、地域の自家用車や一般ドライバーを活用して行う有償運送を許可する制度として、「自家用車活用事業」(日本版ライドシェア)が創設された。

(後藤伸一)

## Ⅲ-3 宿泊業

### 1 宿泊施設の供給動向と利用動向

旅館・ホテル軒数は3年連続で微減  
 宿泊者数はコロナ禍前とほぼ同水準にまで回復

#### (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。

2022年度の旅館・ホテルの軒数は50,321軒（前年度比0.4%減）、客室数は177万752室（同1.8%増）、簡易宿所の軒数は39,811軒（同3.2%増）であった。旅館・ホテルの軒数は、2018年度、2019年度と2年連続で増加が続いていたものの、2020年度以降3年連続で微減となった。旅館・ホテルの客室数は2018年以降5年間、増加が続いているが、2020年度以降、伸び率は鈍化が続いている。旅館・ホテル1軒当たり平均客室数は、2018年度以降、微増が続いている。簡易宿所の軒数は、2018年度は9%以上の高い伸びであったが、2019年度以降の伸びは鈍化している。

10年前の2012年度と比較すると、旅館・ホテルの軒数は7.7%減、一方、客室数は13.8%増と、旅館・ホテルの大規模化が想定される。簡易宿所の軒数は58.8%増と、増加が顕著である。

#### (2) 宿泊者数

2023年の延べ宿泊者数、実宿泊者数、一人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6億1,747万人泊、前年比37.1%増、実宿泊者数は4億3,912万人、同31.1%増と増加し、ほぼコロナ禍前と同水準にまで回復した。延べ宿泊者数を実宿泊者数で割った一人1回当たり平均泊数は、2023年は1.41泊で、前年と比較して微増した。

宿泊施設従業者数別に見ると、延べ宿泊者数・実宿泊者数ともに、2022年は施設規模が大きいほど伸び率が高かったが、2023年は最も施設規模の小さい「従業者数0～9人」で、延べ宿泊者数前年比60.4%、実宿泊者数前年比57.4%と、伸び率が最も高かった。

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「会社・団体の宿泊所」の伸び率がそれぞれ74.3%、59.2%と顕著で、それに次いで「シティホテル」の伸び率がそれぞれ59.5%、42.3%と高かった。

外国人宿泊者数は、延べ宿泊者数1億1,775万人泊、前年比613.5%増、実宿泊者数6,506万人、前年比651.0%増と、前年から非常に大きな回復を見せた。

#### (3) 客室稼働率及び定員稼働率

2023年の客室稼働率及び定員稼働率は、表Ⅲ-3-2のとおりである。

年間の客室稼働率は57.0%（前年差10.4ポイント増）、定員稼働率は37.5%（同8.0ポイント増）と、いずれも増加した。

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」が最も低かったが（35.4%、20.8%）、前年比ではそれぞれ8.0ポイント、5.6ポイント増加した。それ以外の施設は、いずれも客室稼働率は65%以上、定員稼働率も40%以上、前年比でも10ポイント以上増加の施設が多かった。

宿泊施設タイプ別に見ると、客室稼働率・定員稼働率ともに「ビジネスホテル」が最も高かった。客室稼働率は、「ビジネスホテル」、「シティホテル」、「会社・団体の宿泊所」で前年比10ポイント以上増加している。一方、「旅館」、「リゾートホテル」、「簡易宿所」は、客室稼働率・定員稼働率ともに前年よりも増加したが、増加幅が他の施設に比べ低かった。

#### (4) 宿泊料（宿泊単価）

旅館及びホテルの一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。2020年以降は旅館とホテルに分けての集計をやめたため、2020年の前年比は算出していない。

2022年の一人当たり宿泊料売上は、18,782円（前年比9.9%増）、小規模施設は23,389円（同21.1%増）、中規模施設は18,687円（0.8%増）、大規模施設は17,719円（同18.9%増）と、中規模施設以外は宿泊料売上が前年より20%近く増加した。

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				簡易宿所			
	軒数(軒)	伸び率(%)	客室数(室)	伸び率(%)	1軒当たり平均客室数(室)	増減(室)	軒数(軒)	伸び率(%)
2012	54,540	△ 2.7	1,555,961	△ 1.3	28.5	0.4	25,071	2.3
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
2020	50,703	△ 0.6	1,739,124	1.9	34.3	0.8	37,847	1.4
2021	50,523	△ 0.4	1,757,557	1.1	34.8	0.5	38,593	2.0
2022	50,321	△ 0.4	1,770,752	1.8	35.2	0.9	39,811	3.2
2022/2012		△ 7.7		13.8				58.8

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(2023年)

	延べ宿泊者数(万人泊)		実宿泊者数(万人)		一人1回当たり平均泊数(泊)		客室稼働率(%)		定員稼働率(%)		
		前年比(%)		前年比(%)		対前年増減(泊)		前年差(ポイント)		前年差(ポイント)	
総数	61,747	37.1	43,912	31.1	1.41	0.06	57.0	10.4	37.5	8.0	
観光目的50%以上	32,597	44.3	23,631	33.8	1.38	0.10	51.0	11.2	32.5	7.7	
観光目的50%未満	28,247	27.1	19,655	25.1	1.44	0.02	64.6	10.3	48.6	9.5	
宿泊施設従業者数別	0~9人	11,757	60.4	7,807	57.4	1.51	0.03	35.4	8.0	20.8	5.6
	観光目的50%以上	6,843	79.9	4,769	68.3	1.44	0.09	31.3	10.1	18.3	6.0
	観光目的50%未満	4,458	31.7	2,751	32.6	1.62	△ 0.01	45.6	6.4	30.2	5.0
	10~29人	18,941	27.5	13,275	23.5	1.43	0.04	65.4	10.8	44.7	9.3
	観光目的50%以上	6,870	36.8	4,883	27.2	1.41	0.10	57.2	11.9	35.6	8.9
	観光目的50%未満	11,923	21.9	8,283	20.4	1.44	0.02	69.7	10.5	52.8	9.9
	30~99人	18,280	33.9	13,777	28.4	1.33	0.05	66.4	12.5	47.2	10.3
	観光目的50%以上	9,514	38.5	7,277	28.9	1.31	0.09	61.4	12.3	40.8	9.2
	観光目的50%未満	8,624	28.0	6,393	26.7	1.35	0.01	70.7	13.0	57.4	12.4
	100人以上	12,769	38.5	9,053	28.2	1.41	0.10	65.3	15.2	47.8	11.7
	観光目的50%以上	9,369	35.9	6,702	25.5	1.40	0.11	63.1	14.3	45.9	10.8
	観光目的50%未満	3,243	39.9	2,228	29.8	1.46	0.10	70.2	15.6	55.7	14.5
宿泊施設タイプ別	旅館	8,165	23.2	6,835	21.3	1.19	0.02	36.7	3.6	21.7	2.2
	リゾートホテル	8,059	24.5	6,128	20.3	1.32	0.04	51.9	8.5	37.6	6.3
	ビジネスホテル	29,775	36.0	20,702	32.7	1.44	0.03	69.2	12.5	55.0	12.4
	シティホテル	10,675	59.5	6,923	42.3	1.54	0.17	68.8	18.7	54.4	17.3
	簡易宿所	3,727	33.5	2,475	29.1	1.51	0.05	25.1	3.9	15.2	3.2
	会社・団体の宿泊所	691	74.3	425	59.2	1.62	0.14	28.8	10.4	15.2	5.2
うち外国人宿泊者数	11,775	613.5	6,506	651.0	1.81	△ 0.10					
宿泊施設タイプ別	旅館	728	688.7	556	843.6	1.31	△ 0.26				
	リゾートホテル	978	706.7	610	923.4	1.60	△ 0.43				
	ビジネスホテル	5,237	654.9	2,933	665.6	1.79	△ 0.03				
	シティホテル	3,887	529.3	1,928	539.0	2.02	△ 0.03				
	簡易宿所	740	526.8	378	536.9	1.96	△ 0.03				
	会社・団体の宿泊所	12	299.5	5	279.9	2.59	0.13				

(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

表Ⅲ-3-3 宿泊施設タイプ・規模別 宿泊客一人当たり宿泊料売上

(単位:円、%)

(注1)	旅館								ホテル	
	全体		小旅館		中旅館		大旅館			
	単価	前年比	単価	前年比	単価	前年比	単価	前年比	単価	前年比
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2)	全体		小規模		中規模		大規模	
	単価	前年比	単価	前年比	単価	前年比	単価	前年比
2020	17,267		22,750		16,330		19,099	
2021	17,088	△ 1.0	19,311	△ 15.1	18,536	13.5	14,903	△ 22.0
2022	18,782	9.9	23,389	21.1	18,687	0.8	17,719	18.9

(注1)2018~2019年:「旅館」は「(宿泊売上を含む)宿泊料売上」、「ホテル」はルームチャージでの販売。

(注2)2020年度調査から、旅館とホテルを分けた回答結果表示をやめた。

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

## 2 四半期別の利用動向

客室稼働率・定員稼働率ともに  
全四半期を通じて前年よりほぼ増加  
外国人宿泊者比率は10～12月期に20%超え

### (1) 客室稼働率

2023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51.9%（前年同期差15.4ポイント増）、「4～6月期」は55.5%（同10.9ポイント増）、「7～9月期」は60.1%（同10.7ポイント増）、「10～12月期」は60.7%（同5.1ポイント増）、年計では57.0%（同10.4ポイント増）と各期とも前年同期を上回った。2023年5月8日から、新型コロナウイルス感染症の感染症法上の位置付けが5類に移行したこと、また世界的にも旅行需要の回復が加速したことが、日本人・訪日外国人の旅行者数増加、客室稼働率向上の要因と見られる。

従業者数別では、「従業者0～9人」の年計は35.4%と、最も低かったが、「1～3月期」30.3%、「4～6月期」33.3%、「7～9月期」40.0%、「10～12月期」38.0%と、下半期に上昇した。「従業者10～29人」、「従業者30～99人」、「従業者100人以上」は、それぞれ年計65.4%、66.4%、65.3%と、いずれも65%程度であった。またこれら3つの規模については、四半期ごとに稼働率が向上し、10～12月期はいずれも70%程度となった。

宿泊施設タイプ別に年計を見ると、「ビジネスホテル」が

69.2%（前年差12.5ポイント増）、「シティホテル」が68.8%（同18.7ポイント増）と、他のタイプと比較して高かった。「旅館」は、ホテルと比較すると客室稼働率が低い。また、「10～12月期」は39.0%（同0.7ポイント減）となり、全四半期・全宿泊施設タイプの中で唯一、前年差がマイナスとなった。

### (2) 定員稼働率

2023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33.8%（前年同期差11.5ポイント増）、「4～6月期」は35.6%（同8.2ポイント増）、「7～9月期」は41.1%（同8.4ポイント増）、「10～12月期」は39.5%（同4.1ポイント増）、年計では37.5%（同8.0ポイント増）と、各期で前年同期を上回った。

従業者数別に見ると、「従業者0～9人」の年計は20.8%と、他の従業者規模に比べ最も低かった。四半期別では、いずれの従業者規模においても下半期に向かって上昇した。また「1～3月期」、「4～6月期」、「7～9月期」は、従業者規模が大きいかほど前年差（増加）も大きかったが、「10～12月期」においてはそのような傾向は見られなかった。

宿泊施設タイプ別では、「ビジネスホテル」、「シティホテル」がそれぞれ55.0%（前年差12.4ポイント増）、54.4%（前年差17.3ポイント増）と50%を超え、「1～3月期」以外は50%以上を維持した。「旅館」は、年計では21.7%と、客室稼働率と同様、ホテルに比べると低い。また客室稼働率と同様、「10～12月期」は22.4%（同0.8ポイント減）となり、前年差がマイナスに転じた。

表Ⅲ-3-4 2023年四半期別客室稼働率

（単位：％）

	年計		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)	
全体	57.0	10.4	51.9	15.4	55.5	10.9	60.1	10.7	60.7	5.1	
従業者数別	0～9人	35.4	8.0	30.3	7.6	33.3	8.4	40.0	10.1	38.0	5.8
	10～29人	65.4	10.8	60.3	15.8	64.3	10.9	68.0	11.0	69.0	6.0
	30～99人	66.4	12.5	60.9	19.2	65.1	12.9	69.3	12.3	70.3	6.4
	100人以上	65.3	15.2	60.8	26.1	63.7	16.3	66.9	13.7	69.7	5.1
宿泊施設タイプ別	旅館	36.7	3.6	33.4	9.6	34.6	2.8	39.8	2.7	39.0	△ 0.7
	リゾートホテル	51.9	8.5	48.7	17.5	48.9	9.2	55.8	6.1	54.2	1.5
	ビジネスホテル	69.2	12.5	63.3	16.3	68.1	12.7	71.9	13.5	73.6	7.8
	シティホテル	68.8	18.7	63.2	28.0	67.4	20.3	70.4	18.2	74.0	8.3
	簡易宿所	25.1	3.9	21.0	4.0	24.0	5.2	30.0	5.3	25.3	1.1
	会社・団体の宿泊所	28.8	10.4	21.9	8.7	23.8	5.3	35.1	13.3	31.2	11.1

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 2023年四半期別定員稼働率

（単位：％）

	年計		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)	
全体	37.5	8.0	33.8	11.5	35.6	8.2	41.1	8.4	39.5	4.1	
従業者数別	0～9人	20.8	5.6	17.6	5.9	18.9	5.6	24.9	6.6	21.3	3.9
	10～29人	44.7	9.3	40.6	12.4	43.3	9.5	48.0	9.9	46.8	5.7
	30～99人	47.2	10.3	42.7	15.2	45.3	10.5	50.9	10.4	49.8	5.5
	100人以上	47.8	11.7	44.3	19.4	45.1	12.1	50.7	11.3	50.9	4.2
宿泊施設タイプ別	旅館	21.7	2.2	19.7	6.2	19.8	1.5	24.9	2.1	22.4	△ 0.8
	リゾートホテル	37.6	6.3	35.6	13.2	33.7	6.0	42.7	5.2	38.0	1.0
	ビジネスホテル	55.0	12.4	49.7	14.8	53.5	12.5	57.8	13.3	58.7	9.0
	シティホテル	54.4	17.3	48.8	23.8	52.4	19.1	57.2	18.6	59.1	8.2
	簡易宿所	15.2	3.2	12.4	3.9	14.2	3.9	19.8	3.7	14.1	1.4
	会社・団体の宿泊所	15.2	5.2	11.7	5.1	14.3	4.2	18.5	5.8	15.7	5.3

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-3-6 2023年四半期別宿泊施設タイプ別外国人延べ宿泊者数比率

(単位：%)

	年計		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)
全体	19.1	15.4	14.9	14.0	19.5	17.8	18.6	16.8	22.7	14.1
旅館	8.9	7.5	8.0	7.7	9.3	8.9	7.2	6.7	11.2	7.5
リゾートホテル	12.1	10.3	10.5	10.0	13.3	12.1	10.5	9.6	14.5	10.3
ビジネスホテル	17.6	14.4	12.8	12.1	17.5	15.9	18.1	16.5	21.1	13.7
シティホテル	36.4	27.2	28.5	26.5	37.5	33.6	37.3	32.1	41.0	21.9
簡易宿所	19.9	15.6	17.9	16.8	21.3	18.9	16.5	14.9	24.9	14.0
会社・団体の宿泊所	1.7	1.0	1.5	0.9	1.7	0.9	1.6	1.2	2.1	0.7

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)外国人宿泊者比率

2023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。

年計では、19.1%（前年差15.4ポイント増）で、「1～3月期」は14.9%（同14.0ポイント増）、「4～6月期」は19.5%（同17.8ポイント増）、「7～9月期」は18.6%（同16.8ポイント増）、「10～12月期」は22.7%（同14.1ポイント増）であった。年間を通じて前年差（増加）が大きく、入国が制限されていた新型コロナウイルス感染症流行時からの回復が一気に進んだ。

宿泊施設タイプ別に見ると、「旅館」は「1～3月期」が8.0%、「4～6月期」が9.3%、「7～9月期」が7.2%、「10～12月期」が11.2%、また「リゾートホテル」は「1～3月期」が10.5%、「4～6月期」が13.3%、「7～9月期」が10.5%、「10～12月期」が14.5%と、どちらも多少の増減がありつつも年間を通じてある程度一定の割合を維持していた。一方で「ビジネスホテル」は「1～3月期」が12.8%、「4～6月期」が17.5%、「7～9月期」が18.1%、「10～12月期」が21.1%、「シティホテル」は「1～3月期」が28.5%、「4～6月期」が37.5%、「7～9月期」が37.3%、「10～12月期」が41.0%と、いずれも基本的には期を追うごとに割合が上昇した。

## 3 2023年度の話

人手不足への対応が法制度・民間の両面で行  
宿泊業の倒産件数は前年を上回る

### (1)旅館業法改正

生活衛生関係営業等の事業活動の継続に資する環境の整備を図るための旅館業法等の一部を改正する法律が2023年12月13日に施行された。この改正により、宿泊拒否事由が追加され、カスタマーハラスメントに当たる特定の要求を行った者の宿泊を拒むことができるようになった。また宿泊者に対して、特定感染症の症状の有無等に応じて、特定感染症の感染防止に必要な協力を求めることができるようになった。一方でみだりな宿泊拒否を防止するための規定も追加された。また、旅館業の事業譲渡について、合併・分割・相続の場合と同様に、譲受人は新たな許可の取得等を行うことなく、あらかじめ承認手続を行うことにより、営業者の地位を承継することとなった。

### (2)人手不足への対応

#### ①外国人材の雇用

観光・宿泊業においては、コロナ禍を経て人手不足がさらに深刻化している。そのような中、外国人材の雇用に関して新たな制度が設けられた。

「特定技能制度」は2019年4月に創設されたが、宿泊分野では当初、最長5年の在留が認められる資格「特定技能1号」のみが設定されていた。しかし2020年2月には2号移行対象職種として認定され、さらに2023年8月31日に、出入国管理及び難民認定法別表第一の二の表の特定技能の項の下欄に規定する産業上の分野等を定める省令が施行され、熟練した技能が必要だが在留期間が延長可能な「特定技能2号」に宿泊分野が追加された。

これを受け、2024年3月29日に第1回宿泊分野特定技能2号評価試験が行われ、1名が合格した。また2019年度から実施されている1号評価試験については、2023年度は合格者数が1,299人と、2022年度の985人と比較して増加した(表Ⅲ-3-7)。

また2024年3月15日には、「外国人技能実習制度」を廃止し、新たに外国人材の確保を目的とした「育成就労制度」を創設する出入国管理・難民認定法等の改正案が閣議決定された。「外国人技能実習制度」は人材育成を通じた国際貢献を目的としていたが、「育成就労制度」では人材確保と人材育成を目的として掲げている。制度を利用して来日した外国人は、在留資格「育成就労」を得ることとなる。3年間で一定の技能水準に育成し、在留資格「特定技能」への移行を促すことで、日本での長期的な就労につなげる狙いがある。

#### ②短期雇用の活用

スキマバイトサービス「タイミー」を提供するタイミーが2024年1月に公表した、ホテル業界のスキマバイト利用実態レポートによると、タイミーに掲載されたホテルのスキマバイト募集人数は近年増加を続け、2023年12月には過去最高を記録した。2023年12月は、前年同月比では約4.2倍となっており、2023年の間に需要は急激に増加した。

また、地域の短期的・季節的な人手不足で困っている事業者と地域に興味がある若者をマッチングするウェブプラットフォームサービス「おてつたび」を提供するおてつたびは、自治体との連携も行っている。2023年7月からは静岡県と連携し、繁忙期における人材確保に向けた取り組みを実施した。結果、8月には静岡県内11件の宿泊事業者が「おてつたび」を実施し、県内外から89名が参加した。

(3) 新規開業

2023年度に新規開業した主な宿泊施設は、表Ⅲ-3-8のとおりである。「洞爺湖 鶴雅リゾート 洗の詞」等、地域資源を活用してアクティビティや体験を提供するホテルが誕生した。また「ブルガリ ホテル 東京」、「東京エ디션銀座」、「ヒルトン沖縄宮古島リゾート」等、高級外資ホテルの開業も複数見られた。

地域別に見ると、横浜・みなとみらいでは再開発に伴い「三井ガーデンホテル横浜みなとみらいプレミア」、「ヒルトン横浜」をはじめとしたホテルの開業が相次いだ。

(4) 宿泊業の倒産・新設法人

東京商工リサーチによると2023年の宿泊業の倒産件数(負債1千万円以上)は79件と前年より3件増え(前年76件)、3年ぶりに前年を上回った。このうち新型コロナウイルス感染症関連の倒産は前年と同じ55件であった。この構成比は、2020年は46.6%、2021年は54.6%、2022年は72.4%と年々増加していたが、2023年は初めて前年を下回った。

一方で、宿泊業新設法人数は前年比46.8%増と、インバウンド需要の回復や宿泊単価の上昇を背景に、2022年と比較すると大きく増加した。

(山本奏音)

表Ⅲ-3-7 2023年度宿泊業技能測定試験結果

試験種類	回数	日程	会場	受験者数(人)	合格者数(人)	合格率
1号評価試験	1回目	2023年6月1日～8日	国内	442	242	54.75%
	2回目	2023年8月21日～31日	国内	273	134	49.08%
	3回目	2023年10月30日～11月7日	国内	417	256	61.39%
	4回目	2023年11月4日～9日	インドネシア	143	67	46.85%
	5回目	2023年11月28日～12月2日	フィリピン	75	34	45.33%
	6回目	2023年12月8日～11日	ネパール	166	82	49.40%
	7回目	2024年2月5日	インドネシア・バリ	82	21	25.61%
	8回目	2024年2月14日・15日・17日	国内	489	314	64.21%
	9回目	2024年2月21日	ネパール	166	41	24.70%
	10回目	2024年2月26日～3月10日	CBT	-	108	-
	合計			-	1299	-
2号評価試験	1回目	2024年3月29日	国内	23	1	4.35%

資料：(一社)宿泊業技能試験センターのウェブサイトをもとに(公財)日本交通公社作成

表Ⅲ-3-8 2023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
洞爺湖 鶴雅リゾート 洗の詞 (ひかりのうた)	北海道 有珠郡	鶴雅グループとして14番目の施設。48室。アドベンチャーツーリズムの拠点となる、北国ならではのライフスタイルをテーマとしたリゾートホテル。	2023年4月
ホテル アマネク新宿歌舞伎町	東京都 新宿区	アマネクブランドとして9施設目のホテル。169室。多様化しているライフスタイルに合わせ、時間単位で利用できるプランを導入する予定。	2023年4月
ブルガリ ホテル 東京	東京都 中央区	ブルガリ ホテルズ & リゾーツのコレクション8番目のホテルで、日本には初進出。98室。富裕層をターゲットとしており、「ブルガリ 스위트」は都内最大級のスイート。	2023年4月
三井ガーデンホテル 横浜みなとみらいプレミア	神奈川県 横浜市	新規開業する大型複合施設「横浜コネクスクエア」の上層階(20～27階)に位置する。364室。「三井ガーデンホテルズ」のプレミアクラス9番目の施設。	2023年5月
シェラトン鹿児島	鹿児島県 鹿児島市	鹿児島県内初の高級外資系ホテル。228室(キング114室、ダブル104室、スイート10室)。総面積約610㎡に及び多目的設備を整備。	2023年5月
COVA KAKUDA(コーバカクダ)	三重県 志摩市	覚田真珠株式会社が真珠養殖場の跡地に開業。4室。真珠の挿核体験やクルージングをはじめとした多種多様なアクティビティを提供。	2023年6月
ヒルトン沖縄宮古島リゾート	沖縄県 宮古島市	沖縄の離島に初めて進出したヒルトンホテル。329室。宮古ブルーの海や自然をデザインに取り入れた客室。	2023年6月
箱根ホテル小涌園	神奈川県 足柄下郡	一度閉業した「箱根ホテル小涌園」の名前を受け継ぎ、建て替え・開業したホテル。150室。「箱根小涌園ユネッサン」を中心とした箱根小涌園エリアの再開発の一環。	2023年7月
ラピスタ観音崎テラス	神奈川県 横須賀市	2022年に営業終了した「観音崎京急ホテル」をリニューアル。75室。観音崎公園等を含む三浦半島のエリアマネジメントと連携し、エリア全体の活性化・魅力向上を目指す。	2023年8月
OMO3浅草 by 星野リゾート	東京都 台東区	館内の至るところから浅草寺や東京スカイツリーを望むことができる、浅草観光をサポートする新感覚のホテル。98室。	2023年7月
センタラグランドホテル大阪	大阪府 大阪市	センタラ ホテルズ & リゾーツが初めて日本で開業。515室、33階建て。「タイと日本の美と文化の融合」がコンセプト。	2023年7月
-sen- 湯河原	神奈川県 足柄下郡	老舗旅館を官民一体のプロジェクトの一環で改装した宿。22室。30～40代のハイエンド層をターゲットとする。	2023年7月
ヒルトン横浜	神奈川県 横浜市	横浜・みなとみらいの大規模複合開発「Kアリーナプロジェクト」の一環で、「Kアリーナ横浜」に隣接し、街区「ミュージックテラス」のホテル棟として開業。339室。	2023年9月
東京エ디션銀座	東京都 中央区	マリオットの最高級ブランドホテル「エ디션」の東京2号店。86室、隈研吾建築。食のホットスポットが揃う。	2023年12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

引き続きレジャー需要が回復  
客単価や顧客満足(体験価値)を上げる方針が目立つ

#### (1) 集客交流施設の動向

##### ●遊園地・テーマパーク等の動向

2023年度の遊園地・テーマパークの売上高は8,704億円(前年度比29.6%増)、入場者数は7,290万人(前年度比15.4%増)、従業者数は、48,078人(前年度比15.8%増)であり、売上高、入場者数、従業者数のすべてが前年度を上回った(表Ⅲ-4-1)。

2023年度の主要施設の入場者数は、兼六園を除いてすべての施設で前年度より増加した(表Ⅲ-4-2)。特に、東京スカイツリー、広島平和記念資料館、首里城公園は、前年から大幅に増加している。しかしながら、新型コロナウイルス感染症流行前の2019年度と比較すると、東京スカイツリー、名古屋市東山動植物園、広島平和記念資料館が上回るのみである。

##### ●主要テーマパークの主な動向

○東京ディズニーリゾート:東京ディズニーランド・東京ディズニーシー(千葉県)

2023年度の入園者数は、前年度と比較して24.5%増の2,750万人となっており、海外ゲスト数も増加している。

2023年度は、一日当たりの入園者数について、ゲストの満足度やパーク環境等を総合的に分析しながら、適正な上限を検証するとともに、ゲストの体験価値の向上を進める計画となっており、10月には一日当たりの入園者数の上限を引き上げた。また同月より変動価格制の価格幅を広げ、6段階で運用するとともに、前年度に引き続き「ディズニー・プレミアアクセス」の導入・展開、縮小していたスペシャルイベントやエンターテインメントの規模を順次回復することで、入園者に選択肢を提供し、パークの魅力向上を図っている。

2023年4月には、開園40周年を迎え、スペシャルイベント「東京ディズニーリゾート40周年“ドリームゴーラウンド”」(2023年3月まで)が開催された。40周年イベントの中で、パレードやグリーティングが実施され、新たなグッズも販売された。

2024年6月には、「東京ディズニーシー」において新たに、テーマエリア「ファンタジースプリングス」、パーク一体型ホテル「東京ディズニーシー・ファンタジースプリングスホテル」が開業したことで、キャパシティが増加している。

表Ⅲ-4-1 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(%)	前年度比(%)	前年度比(%)	
2019年度	641,248	△11.0	71,614,589	△10.5	44,301	7.3
2020年度	220,800	△65.6	26,906,120	△62.4	36,983	△16.5
2021年度	369,110	67.2	38,849,794	44.4	36,165	△2.2
2022年度	671,439	81.9	63,148,016	62.5	41,510	14.8
2023年度	870,365	29.6	72,897,977	15.4	48,078	15.8

資料:経済産業省「特定サービス産業動感統計調査」

表Ⅲ-4-2 主要施設の入場者数の推移

(単位:万人)

施設名	開業年	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度
東京ディズニーランド・東京ディズニーシー(千葉県浦安市)	1983/2001	2,901	756	1,205	2,209	2,750
ナガシマリゾート(三重県桑名市) <sup>*1</sup>	1964	1,550	997	1,062	1,200	1,300
東京スカイツリー(東京都墨田区)	2012	360	78	104	286	447
東京都恩賜上野動物園(東京都台東区)	1882	348	53	57	306	326
沖縄美ら海水族館(沖縄県本部町)	2002	332	60	62	216	295
国立科学博物館(東京都台東区) <sup>*2</sup>	1877	274	53	112	207	269
名古屋市東山動植物園(愛知県名古屋市)	1937	234	135	181	238	265
兼六園(石川県金沢市)	1874	259	102	84	220	214
広島平和記念資料館(広島県広島市)	1955	176	33	41	113	198
金沢21世紀美術館(石川県金沢市)	2004	233	75	101	176	197
鈴鹿サーキット(三重県鈴鹿市) <sup>*1</sup>	1962	204	69	68	123	130
旭川市旭山動物園(北海道旭川市)	1967	139	52	46	116	129
国立新美術館(東京都港区) <sup>*3</sup>	2007	185	38	97	149	-
首里城公園(沖縄県那覇市)	1992	105	21	21	65	95
グラバー園(長崎県長崎市)	1974	77	24	28	65	73

\*1 年間値 \*2 筑波実験植物園と附属自然教育園を含む \*3 2023年度データなし(2024年9月時点)

資料:新聞・雑誌記事及び聞き取り調査をもとに(公財)日本交通公社作成

## ○ユニバーサル・スタジオ・ジャパン(USJ)(大阪府)

2023年も引き続き、カンパニーメッセージである“NO LIMIT!”なパーク体験を提供。人気IP(キャラクター等の知的財産)による限定イベントが多く開催された。

オープン当時からあるアトラクション「アメージング・アドベンチャー・オブ・スパイダーマン・ザ・ライド」が2024年1月をもって閉幕のため、「スパイダーマン・ザ・ライド」のファイナル・キャンペーンが2023年7月より開催された。

ハロウィンイベントでは、ポケモンが初めて登場。また、2022年に大人気だった「マイメロディ&クロミのハッピー・ハロウィーン・グリーンティング」がコスチュームを一新して登場(2023年9月7日～11月5日)。ミニオンやセサミストリートの仲間たちもこの時期だけの特別な姿でゲストを出迎えた。

体験者アンケート\*で満足度99%を記録した、アニメ「鬼滅の刃」作品中の激闘を全身で体感できるVRジェットコースター「鬼滅の刃 XRライド ～夢を駆ける無限列車～」を、2024年2月1日から6月9日の期間限定で復活運行した。

また、2021年3月に開業した大人気エリア「スーパー・ニンテンドー・ワールド」の体験価値をさらに増強・深化するために、今後エリアを拡張する。世界的に高い人気を誇るドンキーコングをテーマにしたエリア「ドンキーコング・カントリー」が2024年後半にオープン予定となっている。

\*体験者アンケートとは、USJが2021年11月9日から18日の期間、「鬼滅の刃 XRライド ～夢を駆ける無限列車～」体験者のうち240名を対象としてUSJ内で行った、「鬼滅の刃 XRライド ～夢を駆ける無限列車～」の満足度を調査するアンケート。

## ○ハウステンボス(長崎県)

2023年8月、パーク内の最新情報や位置情報をすぐに確認できるハウステンボス公式アプリの配信を開始した。

同月8日、「ハウステンボス」で“感動は国境を越える”を信条に歌劇エンターテインメントを展開するハウステンボス歌劇団は、創立10周年を記念して、10年間の軌跡を結集した一日限りの記念公演を開催した。

また、人気のイルミネーションにおいては、一般社団法人夜景観光コンベンション・ビューローと、びあが新たに創設した第1回「International Illumination Award」(国際イルミネーションアワード)でイルミネーションイベント部門優秀エンタテインメント賞の1位に輝いた。

同年10月には、ハウステンボスオフィシャルホテル「変なホテル ハウステンボス」を、スマートなカジュアルホテル「ホテルロツテルダム」としてリニューアルオープンした。

チケットについては、2024年1月13日より料金改定が行われ、年間パスポート制度も2024年5月1日以降新規入会・更新分より、一般料金と九州在住者料金が一本化された。

## (2)集客交流施設の整備動向(表Ⅲ-4-3)

### ●テーマパーク

#### ○魔女の谷(ジブリパーク内)(愛知県)

2024年3月、愛知県長久手市の愛・地球博記念公園内にある「ジブリパーク」に、「魔女の宅急便」や「ハウルの動く城」等、魔女が登場するスタジオジブリ作品をイメージしたエリアがオープン。ヨーロッパ風の町並みの中に、作品に登場する建

物をはじめ、スタジオジブリ作品がモチーフのメリーゴーラウンドやフライングマシンがあり、町や建物の至るところで魔法や空を飛ぶような体験を楽しめるエリアとなっている。

### ●ミュージアム

#### ○ロイズカカオ&チョコレートタウン(北海道)

創業40周年を迎え、北海道・当別町のロイズタウン工場に併設する体験型施設としてオープン。カカオの栽培からチョコレートができるまでの「ファームトゥーバー」の旅を、さまざまな展示や体験を通して楽しめる。2023年8月4日にグランドオープンして以降、カカオ豆加工プラントを稼働し、農園づくりからチョコレートができるまでのすべてをロイズが手掛けた「ファームトゥーバー」チョコレートの製造を開始した(工場の稼働は常時ではない)。施設の入場には事前予約・チケット購入が必要。

#### ○森ビル デジタルアート ミュージアム:エプソン チームラボボーダレス(東京都)

東京・お台場にあった「森ビル デジタルアート ミュージアム:エプソン チームラボボーダレス」が、「麻布台ヒルズ」に移転開館した。当施設は、森ビルとチームラボが共同で手掛け、開館からわずか1年で、世界中から約230万人の動員を達成している。「チームラボボーダレス」は、アート集団チームラボの境界のないアート群による“地図のないミュージアム”で、作品同士がコミュニケーションし、影響を受け、混ざり合っている。来場者は、“境界のない1つの世界の中で、さまよい、探索し、発見する”。「麻布台ヒルズ」では、複数の新作を含む70以上の作品群を展示している。

#### ○福井県立恐竜博物館(福井県)

恐竜化石の一大産地である福井県勝山市にある、恐竜を中心とする地質・古生物学博物館。2022年12月からリニューアルのため休館していたが、3階建ての新館を増設しオープン。本館の展示も最新の研究成果を反映したものとなり、レストランとショップも大幅に拡張した。

#### ○熊本地震震災ミュージアム KIOKU(熊本県)

2016年熊本地震の記憶や経験、得られた教訓を後世に伝える回廊型のフィールドミュージアム「熊本地震 記憶の廻廊」の中核拠点施設として、県が南阿蘇村(旧東海大学阿蘇キャンパス内)に整備した施設。熊本地震の経験や教訓を学び、風化させず確実に後世に伝承し、今後の大規模自然災害に向けた防災対応の強化を図り、熊本の自然特性を学び、改めて自然を畏れ、郷土を愛する心を育むことを目指している。

### ●その他

#### ○あおもり縄文ステーション じょもじょも(青森県)

2024年4月26日、青森県内に所在する世界遺産「北海道・北東北の縄文遺跡群」の8つの構成資産の価値や魅力、アクセス情報等を案内・発信する施設として、JR青森駅東口ビル4階にオープンした。

国内外の世界遺産と縄文遺跡群を比較表示した年表や、



縄文時代の四季と生活の様子がわかる模型が展示されている。縄文遺跡群の価値や魅力を伝える映像や、縄文時代に入り込みリアルな動物たちと同じ空間にいるような体験ができるAR映像も見ることができる。縄文服を着て写真撮影ができるフォトスポットや、子どもたちが遊びながら学べる魚釣りゲーム、土器パズル、土器・土偶神経衰弱等のコーナーも設置されている。

#### ○SYMBIOSIS FARM by YANMAR(滋賀県)

自社農場である滋賀県の栗東センター内に、地域資源を活用して子どもたちにワクワクする体験と学びを提供する新しいスタイルの観光農園をオープン。当施設は“美味しく遊ぶ!”をコンセプトに、滋賀県の竹や木材・琵琶湖の葦(よし)等を使った自然と調和するカフェエリア、イチゴの通年栽培にチャレンジする栽培ハウス、子どもたちが楽しく学べるキッズエリア「HANASAKA ルーム」等で構成されている。

(岩野温子)

表Ⅲ-4-3 2023年4月以降にオープンあるいはリニューアル等を行った主な集客交流施設

施設名	所在地	整備主体	開設年月	施設内容
AOAO(アオアオ) SAPPORO	北海道札幌市	株式会社青々	2023.7	「さっぽろ地下街ポールタウン」直結の複合商業施設「moyuk(モユク) SAPPORO」の4階から6階で、“生命のワンダー～みえないものがみえてくる～”をテーマに、生物の特徴や魅力を観察できる展示をしている水族館。
ロイズカカオ&チョコレートタウン	北海道当別町	株式会社ロイズコンフェクト	2023.8	ロイズタウン工場に併設。工場見学やさまざまな体験とおとして、カカオの栽培からチョコレートができるまでの「ファームトゥーパー」の旅を楽しめる。ミュージアム、工場体験ゾーン、工場直売店、ワークショップエリア等がある。
あおり縄文ステーション じょもじょも	青森県青森市	東日本旅客鉄道株式会社(駅ビルの工事)、青森県(施設設置)	2024.4	青森県内に所在する世界遺産「北海道・北東北の縄文遺跡群」の8つの構成資産の価値や魅力、アクセス情報等を案内・発信する施設。JR青森駅東口ビル4階。
森ビル デジタルアートミュージアム:エプソン チームラボボーダレス	東京都港区	森ビル株式会社、チームラボ株式会社	2024.1	東京・お台場から「麻布台ヒルズ」に移転開館。「チームラボボーダレス」は、アート集団チームラボの境界のないアート群による“地図のないミュージアム”。
フォレストアドベンチャー・よこはま	神奈川県横浜市	有限会社パンフィックネットワーク(Park-PFI(公募設置管理許可制度))	2024.3	時間制で回り放題のトレックコースとしてリニューアルオープン。初級から上級まで難易度が分かれたサイトを選んで遊べる。
橘樹(たちばな)歴史公園	神奈川県川崎市	川崎市	2024.5	2015年3月に国史跡に指定された史跡橘樹官衙遺跡群にオープン。復元した飛鳥時代の倉庫が目玉。
福井県立恐竜博物館	福井県勝山市	福井県	2023.7(リニューアル)	2022年12月からリニューアルのため休館していた。3階建ての新館を増設。本館の展示も最新の研究成果を反映したものととなり、レストランとショップも大幅に拡張した。
KOMOROB(コモロビ) Athletic & Camp	長野県小諸市	株式会社アサマリゾート	2023.7	子どもやその家族が自然にふれ、そこからたくさんのことを学んでほしいという想いを込めて“生きるチカラを育む、おもいっきり自然体験”をコンセプトに、アスレチックフィールドやキャンプ場を中心に自然体験型コンテンツを複合的に楽しめ、五感で自然を味わえる施設としてオープン。
新穂高ロープウェイ「頂(いただき)の森」	岐阜県高山市	名古屋鉄道株式会社、奥飛騨観光開発株式会社	2023.10	「頂の森」が位置する山頂・西穂高口駅周辺エリアは、“世界屈指の北アルプスでありのままの自然に五感でふれる”をコンセプトにリニューアル。原生林に囲まれた自然を間近に感じられる散策路や槍・穂高連峰を山歩きする雰囲気を感じることができるエリアとして整備された。
STUDIO 894(スタジオやくし)	愛知県瀬戸市	株式会社中外陶園	2023.9	瀬戸は、古来の陶磁器窯のうち、中世から現在までやきものづくりが続く日本六古窯のひとつであり、千年以上の歴史を誇る日本屈指の生産地。「STUDIO 894」は、歴史あるこのやきもの町で、瀬戸のやきものの魅力を発信し、新たな価値を提案していく施設。
ジブリパーク「魔女の谷」	愛知県長久手市	愛知県、株式会社スタジオジブリ、株式会社中日新聞社	2024.3	「魔女の宅急便」や「ハウルの動く城」、「アヤと魔女」といった、魔女が登場するスタジオジブリ作品をイメージした新エリア。ヨーロッパ風の町並みに、作品に登場する建物をはじめ、スタジオジブリ作品がモチーフのメリーゴラウンドやフライングマシンがある。
SYMBIOSIS FARM(シンビオシスファーム) by YANMAR	滋賀県栗東市	ヤンマーシンビオシス株式会社	2024.1	自社農場、栗東センター内に、地域資源を活用して子どもたちにワクワクする体験と学びを提供する新しいスタイルの観光農園をオープン。“美味しく遊ぶ!”をコンセプトに、カフェエリア、イチゴの通年栽培にチャレンジする栽培ハウス、子どもたちが楽しく学べるキッズエリア等がある。
ネスタリゾート神戸「マウンテン・バギー」	兵庫県三木市	株式会社ネスタリゾート神戸	2023.7	広大な山をそのままコースとして使用しており、ビル13階相当の高低差(40m)をバギーで駆け上がる「エンジン破りの坂」をはじめ、迫力ある岩肌沿いを駆け下りたり、美しい自然に360度囲まれた、山を丸ごと制覇する体験ができるバギーコースが整備されている。
KOBE SUPER STADIUM	兵庫県神戸市	株式会社SCコミュニケーションズ	2024.3	株式会社バンダイナムコエンターテインメントの「トンドেম」、[VS PARK]を手掛けたスポーツエンターテインメント施設の企画チームがプロデュース。体を動かしながらまるでバラエティ番組に参加しているような体験ができる新感覚のスポーツエンターテインメント施設。
熊本地震震災ミュージアム KIOKU	熊本県南阿蘇村	熊本県ほか	2023.7	2016年熊本地震の記憶や経験、得られた教訓を後世に伝える回廊型のフィールドミュージアム「熊本地震 記憶の回廊」の中核拠点施設として県が南阿蘇村(旧東海大学阿蘇キャンパス内)に整備した。
Little Universe OKINAWA	沖縄県豊見城市	株式会社リトルユニバース	2024.4	大型商業施設「イース沖縄豊崎」内に開業した沖縄初の屋内型テーマパーク。1/80スケールのミニチュアを、首里城を中心に18世紀の沖縄をモチーフにした琉球王朝エリアや、日本の有名アニメ作品のエリア等に展示している。

資料:新聞・雑誌記事をもとに(公財)日本交通公社作成

## 2 MICE

国際会議開催件数で日本がアジア太平洋地域1位  
展示会は件数ほかすべての項目で前年を上回る  
イベント産業規模はコロナ禍前の水準にほぼ回復

※MICE 企業等の会議(Meeting)、企業等の行う報奨・研修旅行(Incentive Travel)、国際機関・団体、学会等が行う会議(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(2024年6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に対する現況を概観する。

諸外国・地域のインセンティブ旅行の需要は2022年より高まってきていたところ、2023年5月の日本の水際対策の終了により、訪日インセンティブ旅行の需要がベトナム、マレーシア、タイ等、アジアを中心に高まった。ベトナムは経済不況の影響もあり旅行需要としては低調気味であったが、不況の影響をあまり受けない一部大手企業(金融や保険)は、夏の日本は暑さ等のためオフシーズンであり混雑回避ができることや旅費が低価格であることから、日本をインセンティブ旅行先に選択した。また、2024年春には、日本の美しい桜を目当てに大小多くのインセンティブ旅行が催行され、フライ&クルーズ形式でクルーズ船「ダイヤモンド・プリンセス号」の日本一周クルーズに約700名が参加した企業(小売業)もあった。マレーシアでは企業等によるインセンティブ旅行が盛んに行われており、冬から春にかけての時期が訪日インセンティブ旅行のピークとなっている。また、タイでも訪日インセンティブ旅行の需要は好調となっているが、リピーターも多い市場であることから、特別感(他の人がまだ体験していないプレミアムな体験ができ、人に自慢できる等)のある企画提案が求められているようである。

なお、中国については2023年5月時点では団体旅行が解禁されていなかったが、同年8月に訪日団体旅行及び航空券+ホテルのパッケージ商品が販売解禁となった。しかし、同月下旬の原子力発電所の処理水の海洋放出の影響により旅行のキャンセルも見られた。その後、同年10月には概ね沈静化し、例えば深圳の小売業の会社が同月に約350名規模で関東を目的地としたインセンティブ旅行を実施したケースがあった。

#### 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等)の統計データは未整備)。

### ●新型コロナウイルス感染症拡大の影響

JNTOが毎年公表している「国際会議統計」によれば、2021年は国際会議の開催件数が29件と激減していたが、2022年は日本側の水際措置が緩和された秋以降に開催件数を徐々に増やし、年間では553件の開催となった。また、新型コロナウイルス感染症の世界的拡大・長期化により、2020年以降、対面とオンラインを併用したハイブリッド国際会議の開催が増加した。ハイブリッドでの開催件数は、2020年は12件(国際会議総数の5.4%)であったが、2021年には21件(国際会議総数の72.4%)へ増加、さらに2022年には420件(国際会議総数の75.9%)へと大幅に増加した。

### ●国際会議の開催件数、参加者数の状況

JNTOの国際会議選定基準に基づき集計された、2022年に日本で開催された国際会議(2023年の数値は未発表)の件数は553件(前年比1,807%、524件増)、参加者総数は325,752人(前年比490.0%、270,531人増)となった。参加者数の内訳は、国内参加者が291,965人(全体の89.6%)、外国人参加者が33,787人(同10.4%)であり、外国人参加者の構成比が前年より9.0ポイント増加した(表Ⅲ-4-4)。

月別では、1~4月は開催件数が一桁と、新型コロナウイルス感染症拡大の影響を大きく受けていたが、9月以降開催件数が大きく増加し、10・11月は100件を超える開催となった。構成比で見ると9~12月の合計が72.5%であり、年間の7割以上が秋以降に開催されたことがわかる(表Ⅲ-4-5)。

表Ⅲ-4-4 国際会議の開催件数・参加者数の推移

	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 (%)
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
2020年	222	96,271	89,668	93.1	6,603	6.9
2021年	29	55,221	54,471	98.6	750	1.4
2022年	553	325,752	291,965	89.6	33,787	10.4

資料：日本政府観光局「国際会議統計」をもとに(公財)日本交通公社作成

表Ⅲ-4-5 月別の国際会議開催件数(2022年)

	件数 (件)	構成比 (%)	前年差 (ポイント)
1月	4	0.7	△ 2.7
2月	1	0.2	0.2
3月	7	1.3	△ 2.2
4月	9	1.6	△ 5.3
5月	22	4.0	△ 2.9
6月	34	6.1	6.1
7月	36	6.5	△ 3.8
8月	39	7.1	7.1
9月	82	14.8	11.4
10月	107	19.3	△ 4.8
11月	141	25.5	1.4
12月	71	12.8	△ 4.4
合計	553	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。

資料：日本政府観光局「国際会議統計」をもとに(公財)日本交通公社作成

## ●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281件、「医学」が124件と、このふたつの分野で全体の73.2%となっている。なお、「医学」は2021年から22.4ポイントの減少となっているが、これは2021年は合計29件のうち13件(44.8%)が「医学」であったことが影響している。その他の分野では、「政治・経済・法律」が38件、「芸術・文化・教育」が35件と多くなっている。

規模別では、「100人未満」が最も多く168件、次いで「100～199人」が130件で、これら200人未満の規模の国際会議で全体の53.9%を占めている。200人以上の国際会議の多くはその構成比が前年よりも減少となっているが、これは2021年の開催件数自体が少なかったことが影響しており、件数で比較すれば規模の大きな国際会議でも件数が増加となっている(表Ⅲ-4-6)。

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

表Ⅲ-4-6 分野別・規模別の国際会議開催件数  
(分野別)

	2022年		
	件数(件)	構成比(%)	前年差(ポイント)
政治・経済・法律	38	6.9	3.5
科学・技術・自然	281	50.8	12.9
医学	124	22.4	△22.4
産業	27	4.9	4.9
芸術・文化・教育	35	6.3	2.9
社会	23	4.2	△6.1
運輸・観光	5	0.9	0.9
社交・親善	2	0.4	0.4
宗教	1	0.2	0.2
スポーツ	1	0.2	0.2
その他	16	2.9	2.9
合計	553	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)

	2022年		
	件数(件)	構成比(%)	前年差(ポイント)
100人未満	168	30.4	16.6
100～199人	130	23.5	9.7
200～299人	58	10.5	△3.3
300～399人	43	7.8	0.9
400～499人	22	4.0	0.5
500～999人	56	10.1	△7.1
1,000～1,999人	33	6.0	△7.8
2,000人以上	43	7.8	△9.5
合計	553	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。

資料:いずれも日本政府観光局「国際会議統計」をもとに(公財)日本交通公社作成

表Ⅲ-4-7 中・大型国際会議\*の開催件数・外国人参加者数の推移

	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(%)
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
2020年	222	13	5.9	6,603	2,561	38.8
2021年	29	2	6.9	750	316	42.1
2022年	553	84	15.2	33,787	20,918	61.9

\*中・大型国際会議 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  
資料:日本政府観光局「国際会議統計」をもとに(公財)日本交通公社作成

型国際会議)の開催件数は84件(前年比4,100%、82件増)、外国人参加者数は20,918人(前年比6,520%、20,602人増)であった(表Ⅲ-4-7)。

## ●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134件と最も多く、以下2位が京都市の70件、3位が横浜市の44件となった。上位10都市を見ると政令指定都市が9都市となっており、これはコロナ禍前と概ね同様の状況である。参加者数でも最も多いのは東京(23区)の62,196人であるが、2位は横浜市の54,558人、3位は福岡市の40,222人となっており、件数で2位の京都市は37,293人で4位となっている(表Ⅲ-4-8)。

表Ⅲ-4-8 都市別の国際会議開催件数

2022年				
順位(件数)	都市名	件数(件)	参加者数(人)	うち外国人参加者数(人)
1	東京(23区)	134	62,196	8,174
2	京都市	70	37,293	7,747
3	横浜市	44	54,558	2,434
4	福岡市	33	40,222	1,324
5	札幌市	23	13,023	1,343
	仙台市	23	9,454	865
7	名古屋市	21	10,544	999
8	神戸市	19	18,960	1,399
9	広島市	12	5,768	288
10	大阪市	11	2,945	1,108
	つくば地区 <sup>*1</sup>	11	1,829	266
2021年				
順位(件数)	都市名	件数(件)	参加者数(人)	うち外国人参加者数(人)
1	横浜市	13	22,837	110
2	京都市	4	1,046	349
3	東京(23区)	3	29,196	110
4	北九州市	2	440	20
5	仙台市	1	568	5
	柏市	1	80	21
	府中市	1	105	35
	伊勢志摩地区 <sup>*2</sup>	1	509	5
	神戸市	1	318	42
	姫路市	1	63	51
	岡山市	1	59	2

\*1 つくば地区:つくば市、土浦市

\*2 伊勢志摩地区:三重県伊勢市、鳥羽市、志摩市、玉城町、南伊勢町、度会町

資料:日本政府観光局「国際会議統計」をもとに(公財)日本交通公社作成

## ●会場別の国際会議開催状況

会場別では、「パシフィコ横浜」が30件と最も多く、2位が京大の20件、3位が国立京都国際会館の19件となっている。

参加者数でも「パシフィコ横浜」が50,701人と最も多いが、次いで多いのは、件数では4位の福岡国際会議場(30,424人)となっている。以下、国立京都国際会館(22,756人)、神戸国際会議場(15,384人)と続き、この4会場は参加者数が10,000人を越えた(表Ⅲ-4-9)。

## ●国際的に見た日本のコンベンションの開催状況

国際会議協会(ICCA)が発表した2023年に世界で開催された国際会議数の統計によれば、世界全体の開催件数は10,187件で、新型コロナウイルス感染症拡大前である2019年(13,799件)の73.8%まで回復した。

表Ⅲ-4-9 会場別の国際会議開催件数、参加者数

2022年			
順位	会場名	件数(件)	参加者数(人)
1	パシフィコ横浜	30	50,701
2	京都大学	20	3,536
3	国立京都国際会館	19	22,756
4	福岡国際会議場	16	30,424
5	東北大学	13	4,885
6	九州大学	11	2,464
7	名古屋大学	10	1,784
	つくば国際会議場	10	1,666
	東京大学	10	1,525
10	神戸国際会議場	9	15,384
	仙台国際センター	9	4,509
	北海道大学	9	1,303
	慶應義塾大学	9	1,018
	島根県立産業交流会館(くにびきメッセ)	9	972
2021年*			
1	パシフィコ横浜	11	22,022
2	国立京都国際会館	2	400
	北九州国際会議場	2	440
3	メルパルク京都	1	445
	ホテルニューオータニ東京	1	105
	アクリエヒめじ	1	63
	神戸国際会議場	1	318
	早稲田大学	1	200
	東京外国語大学	1	105
	京都大学	1	201
	東京大学	1	80
	東京ビッグサイト	1	28,891
	新横浜プリンスホテル	1	715
	仙台国際センター	1	568
	三重県営サンアリーナ	1	509
	Y-PORT センター	1	100
岡山コンベンションセンター	1	59	

\*2021年は開催件数が少ないため全会場を掲載  
資料：日本政府観光局「国際会議統計」をもとに(公財)日本交通公社作成

表Ⅲ-4-10 アジア太平洋地域の国・地域別国際会議開催件数(順位上位の国・地域)

順位	世界順位	国・地域名	2019年(件)	2023年(件)	2023年/2019年比
1	7	日本	530	363	68.5%
2	11	韓国	253	252	99.6%
3	13	オーストラリア	275	219	79.6%
4	18	中国	545	170	31.2%
5	21	シンガポール	152	152	100.0%
6	26	タイ	171	143	83.6%
7	30	インド	163	123	75.5%
8	32	台湾	163	106	65.0%
9	33	マレーシア	142	104	73.2%
10	40	インドネシア	104	68	65.4%

(注)開催件数は新型コロナウイルス感染症拡大前と同様の対面開催のみの件数。  
資料：観光庁「観光白書」及び国際会議協会資料をもとに(公財)日本交通公社作成

このうち、日本の開催件数は363件であり、2019年と比較すると68.5%の回復状況ではあるが、世界で7位、アジア太平洋地域でトップであった。アジア太平洋地域の2位は韓国(252件、2019年比99.6%)、3位はオーストラリア(219件、2019年比79.6%)で、以下、中国、シンガポール、タイと続いており、日本は他の上位国・地域に比べ、2019年比で見ると回復が早いわけではないが、2位以下を大きく引き離す結果となった(表Ⅲ-4-10)。

都市別に見ると、アジア太平洋地域のトップは、新型コロナウイルス感染症拡大前と同様シンガポールで152件(世界2位)であり、ソウルが2位(103件、世界10位)、東京は3位(91件、世界13位)であった。以下、4位バンコク、5位台北、6位シドニーと続くが、6位シドニーまでが世界30位以内となっており、2022年の結果(1位シンガポール、2位ソウル、3位台北までは世界30位以内)と比べると、アジア太平洋地域での国際会議の開催件数が回復してきていることがうかがえる(表Ⅲ-4-11)。

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

2023年に日本で開催された展示会の件数は882件で、2022年と比較すると0.6%(5件)の増加となり、また、出展者数101,147社・団体(前年比33.7%、25,478社・団体増)、出展小間数106,518小間(前年比18.0%、16,222小間増)、来場者数9,647,380人(前年比59.5%、3,599,841人増)と、すべての項目で前年を上回った。

表Ⅲ-4-11 アジア太平洋地域の都市別国際会議開催件数の推移(順位上位の都市)

順位	2019年			順位	2022年			順位	2023年		
	都市名	件数(件)	世界順位		都市名	件数(件)	世界順位		都市名	件数(件)	世界順位
1	シンガポール	148	7	1	シンガポール	101	13	1	シンガポール	152	2
2	東京	131	10	2	ソウル	66	18	2	ソウル	103	10
3	バンコク	124	13	3	台北	55	25	3	東京	91	13
4	ソウル	114	15	4	バンコク	50	32	4	バンコク	88	15
5	台北	101	19	5	東京	39	41	5	台北	68	23
6	シドニー	93	20	6	クアラルンプール	35	52	6	シドニー	64	25
7	北京	91	22	7	シドニー	34	55	7	クアラルンプール	52	32
	香港	91	22	8	メルボルン	31	60	8	香港	51	33
10	クアラルンプール	91	22	9	京都	29	66	9	メルボルン	50	35
	上海	87	27	10	チェジュ	27	74	10	京都	41	52

(注1)2020年、2021年は新型コロナウイルス感染症拡大の影響でランキングの発表なし。  
(注2)2022年、2023年の開催件数は、新型コロナウイルス感染症拡大前と同様の対面開催のみの件数。

資料：国際会議協会資料をもとに(公財)日本交通公社作成

表Ⅲ-4-12 展示会の開催件数・出展者数・出展小間数・来場者数の推移

	件数 (件)		出展者数 (社・団体)		出展小間数 (小間)		来場者数 (人)	
		前年比増減(%)		前年比増減(%)		前年比増減(%)		前年比増減(%)
2021年	697	47.0	50,735	19.4	44,513	34.5	2,841,096	△ 2.8
2022年	877	25.8	75,669	49.1	90,296	102.9	6,047,539	112.9
2023年	882	0.6	101,147	33.7	106,518	18.0	9,647,380	59.5
	(2019年比:115.4%)		(2019年比:86.1%)		(2019年比:84.5%)		(2019年比:71.8%)	

※調査基準

①主催事務局への電話調査もしくはウェブサイト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-4-13 月別の展示会開催件数・出展者数・出展小間数・来場者数(2023年)

	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 (社・団体)		構成比 (%)	前年差 (小間)		構成比 (%)	前年差 (人)	
1月	51	5.8	△ 9	5,118	5.1	△63	6,137	5.8	50	407,023	4.2	92,586
2月	81	9.2	17	11,793	11.7	3,700	17,376	16.3	5,382	1,027,833	10.7	601,411
3月	48	5.4	△ 13	7,020	6.9	443	7,646	7.2	△2,396	763,930	7.9	143,464
4月	78	8.8	4	7,081	7.0	3,401	5,976	5.6	1,446	558,657	5.8	72,692
5月	78	8.8	21	6,924	6.8	3,302	10,246	9.6	1,798	814,660	8.4	240,458
6月	66	7.5	△ 27	9,103	9.0	4,649	6,915	6.5	1,203	786,434	8.2	78,290
7月	94	10.7	△ 17	6,132	6.1	1,492	6,460	6.1	1,909	355,235	3.7	△65,346
8月	46	5.2	19	4,350	4.3	1,984	4,356	4.1	233	306,785	3.2	93,168
9月	103	11.7	0	11,181	11.1	1,777	9,257	8.7	△2,205	1,182,613	12.3	360,606
10月	124	14.1	0	16,322	16.1	5,439	13,385	12.6	4,223	2,048,744	21.2	1,246,156
11月	87	9.9	34	11,630	11.5	5,837	14,166	13.3	5,255	865,560	9.0	484,108
12月	26	2.9	△ 24	4,493	4.4	1,132	4,598	4.3	△677	529,906	5.5	259,454
合計	882	100.0	5	101,147	100.0	33,093	106,518	100.0	16,222	9,647,380	100.0	3,607,047

(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

2023年の開催件数は、2022年の時点で新型コロナウイルス感染症拡大の影響による中止はほぼなくなり、3年ぶり、4年ぶりに開催する展示会も相次いだことから、2022年とほぼ同水準となり、2019年比115.4%となった。一方で、出展者数や出展小間数は2019年比85%前後まで回復したが、来場者数は2019年比71.8%にとどまった(表Ⅲ-4-12)。

月別に見ると、10月が開催件数(124件)、出展者数(16,322社・団体)、来場者数(2,048,744人)で、2月が出展小間数(17,376小間)でそれぞれ最も多くなっている。出展者数、出展小間数、来場者数はほとんどの月で前年よりも増加しているが、特に10・11月は大きく増加しており、秋以降、新型コロナウイルス感染症拡大の影響はほぼなくなり、展示会の規模が大きくなってきていることがうかがえる(表Ⅲ-4-13)。

#### ●2023年に開催された主な展示会

2023年に開催された展示会で最も来場者数が多かったのは「JAPAN MOBILITY SHOW 2023」(会場:東京ビッグサイトほか、会期:10月26日～11月5日)の1,112,000人であった。同展示会は長らく開催されてきた「東京モーターショー」の名称・内容がリニューアルされたもので、同展示会が開催されたことが2023年来場者数の増加にもつながった。来場者数が多かった展示会は、以下、「第12回大阪モーターショー」(会場:インテックス大阪、会期:12月8日～11日/250,667人)、「東京ゲームショウ2023」(会場:幕張メッセ、会期:9月21日～24日/243,238人)と続く。

最も出展者数が多かったのは「FOODEX JAPAN 2023」

(会場:東京ビッグサイト、会期:3月7日～10日)の2,562社・団体であった。以下、「第96回東京国際ナショナル・ギフト・ショー秋2023」(会場:東京ビッグサイト、会期:9月6日～8日/2,275社・団体)、「第57回スーパーマーケット・トレードショー2023」(会場:幕張メッセ、会期:2月15日～17日/2,046社・団体)と続く。出展者数が2,000社・団体を超える展示会は、新型コロナウイルス感染症拡大以降、2020年はふたつ、2021年はひとつ、2022年はゼロと減少が続いていたが、2023年は3つへと回復した。

#### ●第三者認証を取得した展示会、2023年もゼロ

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」または「来場数」、「出展者数」、及び「出展面積」について、同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(JETRO)、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、2020年までに合計92件の展示会が認証を取得している。しかし新型コロナウイルス感染症拡大となった2021年以降、認証を取得した展示会はなく、2023年も認証を取得した展示会は無かった。

## (2) MICEをめぐる動き

### ① 国等の動き

#### ●新たな「訪日マーケティング戦略」の中で国際会議とインセンティブ旅行についての誘致方針が定められる

2023年6月、観光庁はJNTOとともに2023年度から2025年度を対象とする「訪日マーケティング戦略」を策定した。同戦略は「ビジット・ジャパン重点市場ごとの『市場別戦略』」、「高付加価値旅行等に関する『市場横断戦略』」、「国際会議・インセンティブ旅行の誘致に向けた『MICE戦略』」の3部構成で、いずれにおいても持続可能な観光の推進を基本的な方向性としている。

MICE戦略の中の国際会議誘致では、ターゲット会議は「ICCAの基準を満たす国際会議」、注力する対象は「ICCAデータ上で人数・件数が多い会議または拡大している分野、科研費が拡大している学術分野の会議等」とされ、基本方針として、国際PCO(会議運営専門事業者)協会(IAPCO)に加盟するコアPCOや学協会の国際本部の関心喚起に向けたプロモーションの強化や、国内ステークホルダーにおける専門人材の育成とサステナビリティ等、新しいニーズへの対応等が示されている。また、同戦略の中のインセンティブ旅行誘致では、主な取り組みの対象は「海外のインセンティブ旅行取扱旅行会社、インセンティブハウス、ミーティングプランナー、インセンティブ旅行実施企業等」とされ、基本方針として、付加価値のある体験のプロモーションと市場ごとに最適化された情報の提供や、インセンティブ旅行に係るケーススタディの発信やコロナ禍を契機とした新しいニーズへの対応等が示されている。

#### ●JNTOが日本のMICEにおけるサステナビリティに関する特設ページを開設

JNTOは、MICE専用ウェブサイト上に日本のMICE分野におけるサステナブルな強みと取り組みを紹介する特設ページを開設した。MICEの開催は、人や物がダイナミックに移動し、経済的・社会的に大きな効果を生み出す一方で環境負荷が高いことが課題となっており、近年は開催都市でのサステナビリティに配慮した取り組みが重要視される傾向となっていることから、「代替エネルギーの促進」、「自然の有効活用」、「文化の継承」、「多様で平等な社会の実現」、「クリーンな移動手段」、「地産地消と地域活性」、「次世代へのレガシー」、「ガイドライン・評価制度」といった日本のMICEにおけるサステナビリティの取り組みを紹介するほか、日本及び国内の主要なMICE開催都市15都市の取り組み事例や海外競合国・都市の取り組み事例を整理した資料を掲載している。

#### ●観光庁が国際会議の開催効果拡大実証事業を実施

観光庁は2023年12月、国際会議の単なる開催にとどまらず、都市間の連携や多様なステークホルダーとの連携を通じ、開催地外への誘客やビジネス交流の創出等といった、開催効果をより一層拡大させるため、今までにない新たな発想での連携の仕組みを構築し、先駆モデルの創出を図ることを目的とした実証国際会議の募集を開始した。対象となる会議は、2024年3月15日から2024年12月末日までに、日本国内において2日以上のお会期で開催され、少なくとも日本を含め3つの国・地

域から50名以上の現地参加を見込む国際会議となっている。2024年3月、1次募集の採択結果を公表、計19件が採択された。採択された国際会議開催都市の内訳は札幌市、仙台市、横浜市(2件)、富山市、名古屋市(2件)、京都市(3件)、大阪市、広島市(3件)、松江市、高松市、北九州市(2件)、長崎市となっている。さらに2024年4月、2次募集が開始され、同年6月に採択結果が公表された。この結果、1次募集で保留となっていた案件3件(開催都市:弘前市、熊本市、宜野湾市)、2次応募の案件7件(開催都市:仙台市、つくば市、岐阜市、大阪市、松江市、呉市、宜野湾市)がそれぞれ採択された。

#### ●「MICEアンバサダー」に3名を新規認定

JNTOは2024年3月、新たに3名を「MICEアンバサダー」として認定した。MICEアンバサダーとは、国内における国際会議開催の意義の理解度向上及び海外における国際会議開催国としての日本のプレゼンス向上に尽力する、学識や名声があり、専門分野において国内外に影響力のあるグローバルリーダーの方々のことである。2013年に観光庁事業として開始されて以来、2024年8月時点で計64名がJNTOのウェブサイト「MICEアンバサダー一覧」に掲載されている。

#### ●「国際会議誘致・開催貢献賞」受賞会議を決定

JNTOは2008年度より毎年、誘致活動や開催時における地域への貢献等の好事例に対して「国際会議誘致・開催貢献賞」を選定しており、2023年度は「国際会議誘致の部」(創意工夫により効果的な誘致活動を行い、諸外国との競争の結果、誘致に成功した会議)、「国際会議開催の部」(開催に際して優れた会議運営を行い、今後の模範となる国際会議)で各3件、計6件の国際会議が選定された(表III-4-14)。

国際会議誘致の部の各会議が受賞した理由について、「第29回高圧力科学と技術に関する国際会議」は、強力な国内運営組織による誘致活動により地方都市に誘致したこと、松山市での開催意義が大きくレガシー効果が期待できる点等が、「2025年フォトンクス・電磁波工学に関するシンポジウム」は、過去の開催経験から学んで誘致活動を展開した点や、千葉市での開催メリットがわかりやすい提案書の完成度の高さ等が、「第16回アジア・オセアニア耳鼻咽喉科・頭頸部外科会議」は、ねばり強く丁寧な誘致活動が日本初誘致につながったこと、日程設定や参加費を抑えて参加促進を図ったこと等がそれぞれ挙げられた。

また、国際会議開催の部の各会議が受賞した理由について、「第29回国際高血圧学会」は、新型コロナウイルス感染症による水際対策の緩和直後にハイブリッドで開催された大型国際会議で、現地参加者とオンライン参加者両者に向けたさまざまな工夫を行った点等が、「国際青年原子力会議2022」は、開催が地元企業の会議運営力の強化につながり、地域貢献度が高かった点等が、「第22回国際栄養学会」は、コロナ禍以降のMICE復活を象徴するオンサイト型の大型国際会議が実現されたことや、地元連携が充実していたこと、地域住民へのレガシー効果が大きかった点等がそれぞれ挙げられた。

表Ⅲ-4-14 2023年度「国際会議誘致・開催貢献賞」受賞会議の概要

## ◆「誘致の部」受賞会議

第29回高圧力科学と技術に関する国際会議	
開催期間	2025年9月28日～10月3日(6日間)
主催者	国際高圧力学会、日本高圧力学会
開催都市	愛媛県松山市
参加予定人数	500名(うち外国人参加者200名)
参加予定国・地域数	30か国・地域
2025年フォトンクス・電磁波工学に関するシンポジウム	
開催期間	2025年11月4日～8日(5日間)
主催者	一般社団法人電子情報通信学会
開催都市	千葉県千葉市
参加予定人数	1,300名(うち外国人参加者700名)
参加予定国・地域数	50か国・地域
第16回アジア・オセアニア耳鼻咽喉科・頭頸部外科会議	
開催期間	2027年3月23日～26日(4日間)
主催者	一般社団法人日本耳鼻咽喉科頭頸部外科学会
開催都市	京都府京都市
参加予定人数	2,000名(うち外国人参加者1,500名)
参加予定国・地域数	30か国・地域

## ◆「開催の部」受賞会議

第29回国際高血圧学会	
開催期間	2022年10月12日～16日(5日間)
主催者	特定非営利活動法人日本高血圧学会
開催都市	京都府京都市
参加人数	2,638名(うち外国人参加者1,496名)
参加国・地域数	85か国・地域
国際青年原子力会議2022	
開催期間	2022年11月26日～12月2日(7日間)
主催者	日本原子力学会若手連絡会
開催都市	福島県郡山市
参加人数	300名(うち外国人参加者186名)
参加国・地域数	41か国・地域
第22回国際栄養学会	
開催期間	2022年12月6日～11日(6日間)
主催者	第22回国際栄養学会議組織委員会
開催都市	東京都
参加人数	3,734名(うち外国人参加者1,960名)
参加国・地域数	106か国・地域

資料：日本政府観光局発表資料をもとに(公財)日本交通公社作成

## ②業界(企業)等の動き

## ●国内イベント消費規模は16兆8,983億円に

一般社団法人日本イベント産業振興協会(JACE)は2024年6月、「2023年イベント消費規模推計報告書」を発行し、2023年(1～12月)における国内イベント消費規模が16兆8,983億円(前年比13.5%増)と推計されたことを発表した。これは2019年と比較しても96.6%であり、ほぼコロナ禍前の水準に回復したことがうかがえる。なお、推計値は、イベントに対するさまざまな支出(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。

カテゴリー別の消費規模は、大きい順に「興行イベント」(6兆6,753億円、前年比16.4%増)、「文化イベント」(2兆5,976億円、前年比16.9%増)、「フェスティバル」(2兆3,164億円、前年比30.3%増)、「スポーツイベント」(2兆2,872億円、前年比6.8%増)、「会議イベント」(1兆4,935億円、前年比3.5%減)、「見本市・展示会」(8,798億円、前年比19.3%増)、「販促イベント」(6,139億円、前年比5.9%増)であった。「会議イベント」を除き前年比で増加となり、特に「販促イベント」、「興

行イベント」、「文化イベント」に関しては2019年を上回る消費規模となった。

また、同報告書「イベント来場者調査」によれば、年間のリアルイベント参加率は「フェスティバル」が最も高く64.9%、次いで「興行イベント」(41.6%)、「文化イベント」(36.4%)と続く。一方、年間のオンラインイベント参加率は「会議イベント」が最も高く13.4%、「興行イベント」が10.8%と続く。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」がそれぞれ54.8%、51.7%と半数を超えた。なお2022年と比較すると、「感染症等にかかるリスクがないので安心」が40.8%から31.9%と大きく減少しており、新型コロナウイルス感染症への意識は薄れてきていることがうかがえる。

## ●イベント産業規模は2兆6,337億円に

JACEは2024年6月、「2023年イベント産業規模推計」を公表し、2023年(1～12月)のイベント関連の産業規模が9,142億円(前年比35.3%増)、イベント周辺産業の産業規模が1兆7,195億円(前年比22.4%増)となり、合わせてイベント産業全体の産業規模が2兆6,337億円(前年比26.6%増)と推計されたことを発表した。2022年は新型コロナワクチン接種も進み、イベント関連の規制も緩和あるいは撤廃となったことや、オンラインの活用等新たなイベント手法の活用もあり、2019年比で79.6%まで回復していた。2023年は新型コロナウイルス感染症の感染症法上の位置付けが5類に変わったこともあり、再開が遅れていたジャンルのイベントも続々と再開され、産業規模としては2019年比100.8%と、コロナ禍前の水準にほぼ回復した(表Ⅲ-4-15)。

表Ⅲ-4-15 イベント産業規模の推移

	イベント 関連産業 <sup>*1</sup>		イベント 周辺産業 <sup>*2</sup>		総計 (億円)	前年比 増減
	小計 (億円)	前年比 増減	小計 (億円)	前年比 増減		
2021年	5,584	46.9%	9,415	16.3%	14,999	26.1%
2022年	6,758	21.0%	14,046	49.2%	20,804	38.7%
2023年	9,142	35.3%	17,195	22.4%	26,337	26.6%
	(2019年比:95.3%)		(2019年比:103.9%)		(2019年比:100.8%)	

\*1 イベント関連産業：広告関連イベント、イベント専業、コンベンション、レンタル・ディスプレイ、施設・警備・印刷・設備・人材派遣・ソフトウェア、商店街イベント、花火大会、伝統的祭事・フェス、会議・小セミナー

\*2 イベント周辺産業：劇映画、音楽コンサート、劇団・演芸、スポーツ興行、スポーツ施設提供業、楽団・舞踊団

資料：(一社)日本イベント産業振興協会「2023年イベント産業規模推計」をもとに(公財)日本交通公社作成

## ●日本コンベンション協会が「次のステージへ\_MICEの産業化へ向けた提言」を観光庁に提出

一般社団法人日本コンベンション協会(JCMA)は2024年4月、これまでに打ち出された施策をさらに磨き、強力で推進しながら、MICEの産業としての確固たる地位を築き、今後の日本におけるMICE誘致・開催を新たなステージへ引き上げることを目指して、「次のステージへ\_MICEの産業化へ向けた提言」を観光庁に提出した。

提言では大きく「1.『新時代のインバウンド拡大アクションプラン』に沿った取り組みを強力で推進」、「2.MICE産業全体

の底上げ」、「3.産業育成の観点から、省庁横断でMICEの活用を積極的に推進」、「4.政策実現のためのMICE関連予算の拡充」の4点が示され、1.では文部科学省による大学へのインセンティブ施策との連携強化や経済産業省による国際展示会等のグローバル化促進等が、2.では国内MICEでの経験・ノウハウの蓄積と国際MICEへの昇華が、3.では観光庁・経済産業省の省庁横断で産業視点での施策推進が、4.ではMICEの意義の正当な評価に基づくMICEの高付加価値化に資する国際観光旅客税の充当や、宿泊税のロールモデルとしての国際観光旅客税の提示がそれぞれ示されている。

### ③各都市での動き

#### ●MICE施設の整備が各都市で進む

北海道札幌市では、2023年7月に「(仮称)新展示場整備事業実施方針」が示された。これは、札幌市内には1984年に開業した展示場「アクセスサッポロ」が立地しているが、高い稼働率が続いていることや同展示場が立地する大谷地流通業務団地が抱える課題への対応が必要となっていること等から、「アクセスサッポロ」に替わる新たな展示場の整備を進めるとしたことを受けたものとなっている。実施方針では、事業対象施設の規模として展示場約15,000㎡、会議室等其他施設を含めた延床面積約25,000㎡、来場者用駐車場1,250台程度とされている。同施設はPFI手法により整備が進められており、2027年の供用開始を目指して事業が進められている。

静岡県浜松市では、浜松市総合産業展示館本館が2023年6月にリニューアルオープンした。同館本館は3つの展示場(1,920.78㎡、888㎡×2)を有しているが、施設建設から50年が経過していることから、授乳室や乗物用エレベーターの新設等ユニバーサルデザインの導入や、ラウンジの改装や控室の増設といったアメニティの向上が実施された。

愛知県名古屋市では、竣工から35年が経過した名古屋国際会議場の大規模改修事業に取り組んでおり、2024年4月、改修事業者が選定された。改修事業は大きく1号館と2～4号館で分かれており、いずれも2027年1月までに設計・建設を終え、2027年4月に供用開始予定となっている。

大阪府大阪市では、医療機関と企業、スタートアップ、支援機関等が集結する未来医療国際拠点「Nakanoshima Gross(中之島クロス)」内の3つの施設のうちのひとつである「中之島国際フォーラム」の一員として「コングレスクエア大阪中之島」が2024年7月に開業した。同施設には「Square323」(323㎡)、「Square150」(150㎡)、「Square100」(100㎡)の3つのカンファレンスルームのほか、5つのミーティングルームがある。

#### ●「パシフィコ横浜」が国内MICE施設で初めて数値目標を設定した「サステナビリティ方針」を定める

2023年6月、横浜国際平和会議場(パシフィコ横浜)は、2030年の達成を目標に、脱炭素社会と循環型社会の実現を軸とした「サステナビリティ方針」を定めた。同方針では8つのマテリアリティ(重要課題)を特定(「1.脱炭素社会の実現」、「2.循環型社会の実現」、「3.サステナブルなMICEの実現」、「4.地域活性化への貢献」、「5.誰もが安心して利用できる場の提供」、

「6.ダイバーシティ・マネジメント」、「7.人材育成」、「8.サステナブル経営」)し、その解決に取り組むことで“お客様やお取引先のみならずともにつくるサステナブルな施設”を目指している。重要課題で数値目標を設定しているのは「1.脱炭素社会の実現」(2025年までに電力由来のCO<sub>2</sub>排出量ゼロ、2030年までにCO<sub>2</sub>排出量70%削減(2013年比)、2050年までにCO<sub>2</sub>排出量実質ゼロ)、「2.循環型社会の実現」(廃棄物の100%リサイクル)、「4.地域活性化への貢献」(来場者数年間500万人(臨港パーク来場者含む)、横浜市内経済波及効果年間1,000億円(全国2,700億円))となっている。

#### ●大阪・梅田エリアで観光地域づくり法人(DMO)が設立

2023年10月、大阪・梅田エリアの事業者が連携し、同エリアへのMICEの誘致や受け入れ支援を行う組織、「DMO大阪梅田」が設立された。同組織は、ホテル、商業施設、ホール等の関連事業者34施設・団体が加盟し、大阪市、公益財団法人大阪観光局の支援も得ながら、大阪・梅田エリアでMICEの開催を検討する主催者に対してワンストップ窓口サービスの提供や、誘致したMICE参加者をエリア全体でもてなすためのコーディネートを実施するとしている。そのほかにも活動・事業内容として、国内外へ向けた大阪・梅田エリアのMICE施設やMICE関連施設、付帯サービスの情報発信、「DMO大阪梅田」会員間の情報共有等を目的とした連絡会議や勉強会の実施等が挙げられている。

### (3)統合型リゾート(IR)をめぐる動き

#### ●長崎県のIR区域整備計画が不認定

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施設等にカジノを含んだ複合施設であるIRについては、2023年4月、大阪府及び大阪市が大阪IRと申請を行った「大阪・夢洲地区特定複合観光施設区域の整備に関する計画」が、国土交通大臣の認定を受け、同年9月、同計画に係る実施協定についても認可された。一方、長崎県及びKYUSHUリゾートジャパンが申請を行った「九州・長崎特定複合観光施設区域整備計画」については審査が継続されていたが、国土交通大臣は2023年12月、「要求基準に適合しないことから基本方針に則り認定を行わないとすることが相当」との審査委員会の見解を受け、認定を行わないことを公表した。

(跡見学園女子大学 守屋邦彦)



# 第Ⅳ編 観光地

都道府県別延べ宿泊者数及びうち外国人延べ宿泊者数(2022年と2023年の比較)……	136
<b>Ⅳ-1-1 北海道</b> ……	137
(1) 都道府県レベルの旅行者動向 (2) 観光地の主な動向 (3) 市町村の主な動向	
<b>Ⅳ-1-2 東北</b> ……	141
(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-1-3 関東</b> ……	145
(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-2-1 中部</b> ……	149
(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-2-2 近畿</b> ……	153
(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-2-3 中国・四国</b> ……	157
(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-2-4 九州</b> ……	161
(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-2-5 沖縄</b> ……	165
(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-3-1 自然</b> ……	169
(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) その他の動向	
<b>Ⅳ-3-2 歴史・文化</b> ……	175
(1) 諸計画における歴史・文化と観光の立ち位置 (2) 文化庁の観光関連施策の動向 (3) 文化財の保存と活用に関する計画策定の動向 (4) 世界遺産、ユネスコ無形文化遺産に関する動向	
<b>Ⅳ-3-3 温泉</b> ……	181
(1) 温泉地の利用状況 (2) 温泉をめぐる行政・業界の動向 (3) 温泉地の動向	

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及びうち外国人延べ宿泊者数<sup>※1</sup> (2022年と2023年の比較)

各都道府県の延べ宿泊者数及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	2022	2023	前年比
延べ宿泊者数	450,458,460	617,474,940	37.1%
うち外国人延べ宿泊者数	16,502,920	117,751,450	613.5%

都道府県名	2022	2023	前年比
北海道	延べ宿泊者数 29,169,350 うち外国人延べ宿泊者数 857,170	39,634,760 7,131,890	35.9% 732.0%
都道府県名	2022	2023	前年比
青森県	延べ宿泊者数 4,078,250 うち外国人延べ宿泊者数 32,930	4,394,400 265,280	7.8% 705.6%
岩手県	延べ宿泊者数 5,038,930 うち外国人延べ宿泊者数 25,640	5,855,350 282,510	16.2% 1001.8%
宮城県	延べ宿泊者数 8,383,450 うち外国人延べ宿泊者数 65,620	10,072,130 525,870	20.1% 701.4%
秋田県	延べ宿泊者数 2,772,210 うち外国人延べ宿泊者数 16,280	3,000,970 95,600	8.3% 487.2%
山形県	延べ宿泊者数 4,040,420 うち外国人延べ宿泊者数 25,900	4,566,630 178,790	13.0% 590.3%
福島県	延べ宿泊者数 8,794,110 うち外国人延べ宿泊者数 38,350	9,686,880 213,080	10.2% 455.6%
	2022	2023	前年比
東北計	延べ宿泊者数 33,107,370 うち外国人延べ宿泊者数 204,720	37,576,360 1,561,130	13.5% 662.6%
茨城県	延べ宿泊者数 5,274,670 うち外国人延べ宿泊者数 55,400	7,508,120 237,960	42.3% 329.5%
栃木県	延べ宿泊者数 9,320,350 うち外国人延べ宿泊者数 65,360	12,250,450 434,940	31.4% 565.5%
群馬県	延べ宿泊者数 7,098,620 うち外国人延べ宿泊者数 46,670	10,255,390 316,610	44.5% 578.4%
埼玉県	延べ宿泊者数 4,639,240 うち外国人延べ宿泊者数 57,100	5,242,390 170,140	13.0% 198.0%
千葉県	延べ宿泊者数 22,800,170 うち外国人延べ宿泊者数 851,640	27,773,740 3,219,060	21.8% 278.0%
東京都	延べ宿泊者数 59,036,970 うち外国人延べ宿泊者数 6,775,590	99,447,220 43,637,550	68.4% 544.0%
神奈川県	延べ宿泊者数 22,090,800 うち外国人延べ宿泊者数 509,100	28,267,370 3,226,340	28.0% 533.7%
山梨県	延べ宿泊者数 6,867,120 うち外国人延べ宿泊者数 167,200	7,965,990 1,423,050	16.0% 751.1%
新潟県	延べ宿泊者数 8,396,590 うち外国人延べ宿泊者数 87,450	9,586,960 345,130	14.2% 294.7%
	2022	2023	前年比
関東+山梨+新潟計	延べ宿泊者数 145,524,530 うち外国人延べ宿泊者数 8,615,510	208,297,630 53,010,780	43.1% 515.3%
富山県	延べ宿泊者数 3,067,460 うち外国人延べ宿泊者数 41,660	3,933,900 235,830	28.2% 466.1%
石川県	延べ宿泊者数 6,551,460 うち外国人延べ宿泊者数 87,210	8,726,180 1,027,510	33.2% 1078.2%
福井県	延べ宿泊者数 2,711,050 うち外国人延べ宿泊者数 12,460	3,244,790 64,900	19.7% 420.9%
長野県	延べ宿泊者数 14,172,210 うち外国人延べ宿泊者数 179,910	17,966,840 1,493,430	26.8% 730.1%
岐阜県	延べ宿泊者数 5,489,670 うち外国人延べ宿泊者数 121,540	7,013,490 1,095,750	27.8% 801.6%
静岡県	延べ宿泊者数 18,307,600 うち外国人延べ宿泊者数 170,960	21,855,230 1,045,010	19.4% 511.3%
愛知県	延べ宿泊者数 15,811,550 うち外国人延べ宿泊者数 342,470	18,858,110 2,008,790	19.3% 486.6%
三重県	延べ宿泊者数 6,880,120 うち外国人延べ宿泊者数 48,740	7,335,740 201,050	6.6% 312.5%
	2022	2023	前年比
中部+三重計	延べ宿泊者数 72,991,120 うち外国人延べ宿泊者数 1,004,950	88,934,280 7,172,270	21.8% 613.7%

都道府県名	2022	2023	前年比
滋賀県	延べ宿泊者数 3,555,830 うち外国人延べ宿泊者数 41,060	4,798,750 285,610	35.0% 595.6%
京都府	延べ宿泊者数 21,110,420 うち外国人延べ宿泊者数 1,413,310	32,125,320 12,133,480	52.2% 758.5%
大阪府	延べ宿泊者数 30,522,480 うち外国人延べ宿泊者数 2,129,680	50,701,480 18,755,090	66.1% 780.7%
兵庫県	延べ宿泊者数 12,633,720 うち外国人延べ宿泊者数 125,650	15,131,440 1,016,160	19.8% 708.7%
奈良県	延べ宿泊者数 2,071,520 うち外国人延べ宿泊者数 31,660	2,648,790 334,410	27.9% 956.3%
和歌山県	延べ宿泊者数 4,028,270 うち外国人延べ宿泊者数 73,800	4,626,270 517,370	14.8% 601.0%
	2022	2023	前年比
近畿計	延べ宿泊者数 73,922,240 うち外国人延べ宿泊者数 3,815,160	110,032,050 33,042,120	48.8% 766.1%
鳥取県	延べ宿泊者数 1,881,870 うち外国人延べ宿泊者数 12,390	2,229,290 71,150	18.5% 474.3%
島根県	延べ宿泊者数 2,872,700 うち外国人延べ宿泊者数 10,920	3,306,620 53,100	15.1% 386.3%
岡山県	延べ宿泊者数 4,576,140 うち外国人延べ宿泊者数 59,130	5,550,900 331,710	21.3% 461.0%
広島県	延べ宿泊者数 8,530,290 うち外国人延べ宿泊者数 142,540	11,569,570 1,444,310	35.6% 913.3%
山口県	延べ宿泊者数 3,924,230 うち外国人延べ宿泊者数 48,600	3,619,270 91,460	△7.8% 88.2%
徳島県	延べ宿泊者数 1,842,230 うち外国人延べ宿泊者数 18,140	2,338,390 133,630	26.9% 636.7%
香川県	延べ宿泊者数 3,240,390 うち外国人延べ宿泊者数 33,930	4,366,480 445,170	34.8% 1212.0%
愛媛県	延べ宿泊者数 3,758,730 うち外国人延べ宿泊者数 33,420	4,692,680 202,950	24.8% 507.3%
高知県	延べ宿泊者数 2,564,090 うち外国人延べ宿泊者数 9,890	3,751,810 139,110	46.3% 1306.6%
	2022	2023	前年比
中四国計	延べ宿泊者数 33,190,670 うち外国人延べ宿泊者数 368,960	41,425,010 2,912,590	24.8% 689.4%
福岡県	延べ宿泊者数 13,993,570 うち外国人延べ宿泊者数 606,420	21,123,850 5,037,830	51.0% 730.7%
佐賀県	延べ宿泊者数 1,994,730 うち外国人延べ宿泊者数 20,490	2,429,400 156,090	21.8% 661.8%
長崎県	延べ宿泊者数 6,340,870 うち外国人延べ宿泊者数 95,330	7,588,930 463,470	19.7% 386.2%
熊本県	延べ宿泊者数 6,300,840 うち外国人延べ宿泊者数 100,160	8,399,920 1,000,530	33.3% 898.9%
大分県	延べ宿泊者数 6,301,710 うち外国人延べ宿泊者数 169,630	7,624,040 1,306,940	21.0% 670.5%
宮崎県	延べ宿泊者数 3,299,080 うち外国人延べ宿泊者数 23,430	3,376,180 116,440	2.3% 397.0%
鹿児島県	延べ宿泊者数 6,089,460 うち外国人延べ宿泊者数 38,070	8,152,790 361,550	33.9% 849.7%
	2022	2023	前年比
九州計	延べ宿泊者数 44,320,260 うち外国人延べ宿泊者数 1,053,530	58,695,110 8,442,850	32.4% 701.4%
都道府県名	2022	2023	前年比
沖縄県	延べ宿泊者数 18,232,940 うち外国人延べ宿泊者数 582,900	32,879,730 4,477,820	80.3% 668.2%

資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」(2024年6月28日)をもとに(公財)日本交通公社作成

※1 「延べ宿泊者数」及び「うち外国人延べ宿泊者数」は一の位を四捨五入し、十の位までを有効数字として表章した。したがって、表中の各都道府県別の数字の合計は必ずしも全国計と一致しない。

## IV-1-1 北海道

延べ宿泊者数は史上最多を更新  
アジア初のATWSが北海道で開催  
札幌市、冬期五輪・パラ招致事実上の断念

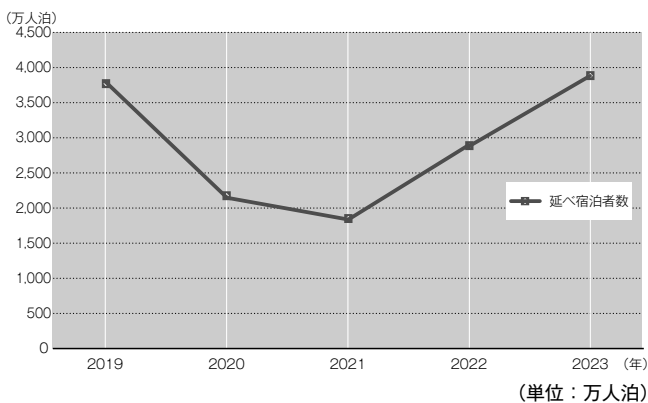
## (1) 都道府県レベルの旅行者動向

観光庁「宿泊旅行統計調査」によると2023年1月から12月の北海道の延べ宿泊者数は3,963万人泊となり、前年から35.9%の大幅な増加となった。新型コロナウイルス感染症拡大前の2019年に記録した3,698万人を超え、史上最多を更新した。

都道府県別では、前年同様、1位の東京都、2位の大阪府に次ぐ3位となった。東京都、大阪府とも対前年で60%を超える増加を記録しており、順位こそ保ったものの、1位、2位との差は広がる結果となった。2022年に1,000万人近かった4位沖縄県との差は、2023年には670万人にまで縮まっている。

一方で、外国人延べ宿泊者数は前年の857千人泊の約8倍に当たる7,132千人泊となった。こちらは2019年の8,805千人泊には及ばず、回復の途上にあると思われる。都道府県別では、東京都、大阪府、京都府に次ぐ4位を維持している。

## 図IV-1-1-1 延べ宿泊者数の推移(北海道)

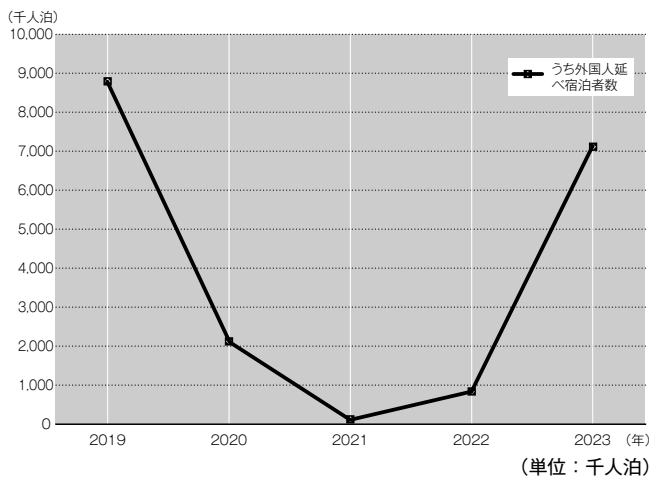


資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」をもとに(公財)日本交通公社作成

また、北海道庁「北海道観光入込客数調査報告書」によれば、2023年の延べ宿泊者数は前年比でプラス25.2%の3,575万人泊となった。2019年比ではマイナス5.0%となり、コロナ禍前の水準をほぼ回復した。道内空港を発着する国際線の再開に加え、「HOKKAIDO LOVE! 割」事業等、各自治体の需要喚起策が奏功した。

圏域別では、道北圏域と道央圏域の伸びが特に顕著であり、それぞれ前年比でプラス29.6%、29.1%となった。道北圏域は、2019年比でマイナス13.6%とコロナ禍前の水準には及ばないものの、旭川市が2022年比でプラス41.5%、富良野市が同プラス50.9%と前年の1.5倍近い規模にまで伸び、これらの都市が

## 図IV-1-1-2 外国人延べ宿泊者数の推移(北海道)



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

圏域全体を牽引する形となった。道央圏域では、札幌市が1,466万人泊、小樽市が109万人泊となり、いずれも前年比で28.3%と43.3%のプラス、2019年比でも33.4%と41.9%のプラスとなった。両市ともコロナ禍前の2018年に記録した史上最多の延べ宿泊者数を更新している。

他方で、オホーツク圏域と釧路・根室圏域は、相対的に小さな伸びにとどまった。中でも、オホーツク圏域では、北見市と網走市がコロナ禍前の水準に戻る一方で、小型観光船事故の影響による需要減からの回復を目指す斜里町は、前年比でプラス20.8%を記録したものの、2019年比でマイナス17.4%と回復の遅れが見られる。なお、圏域別の延べ宿泊者数では前年に続き釧路・根室圏域がオホーツク圏域を上回っており、その差も拡大した。

月別では、旧正月期間のインバウンドの回復、3年ぶりのリアル開催となった「さっぽろ雪まつり」の影響から、1～3月期の伸びが特に顕著となり、2月は前年比114.0%のプラスとなった。また6～8月の夏期も前年比で20%を超える増加を記録している。2019年比では道央圏域が7月にプラスに転じており、北海道全体でも10月と12月はコロナ禍前の水準を上回る延べ宿泊者数となった。

道内の外国人延べ宿泊者数は、前年比プラス478.1%の361.7万人となった。2023年7月以降、道内空港発着の国際線の再開や円安等を背景に堅調に推移したが、2019年比ではマイナス57.6%にとどまっており、コロナ禍前の水準を回復するまでには至っていない。

国籍・地域別では、前年比で1,168.2%プラスの急回復を見せた台湾が首位となり、次いで韓国、香港の順となった。団体旅行の解禁や直行便の再開が遅れていた中国は前年から順位をひとつ上げて5位となった。またアメリカが11月、12月でそれ

ぞれ2019年比でプラスに転じたほか、韓国は10月、11月、12月で同45.6%、140.3%、163.8%と大幅なプラスを記録した。これらの市場では冬季の来道需要がコロナ禍前の水準を上回っていると見られる。

表IV-1-1-1 道内の圏域別延べ宿泊者数の増減

(単位：万人泊) (単位：%)

	2022年	2023年	前年比増減
北海道	2,854	3,575	25.2
道央圏域	1,695	2,189	29.1
道南圏域	370	448	20.8
道北圏域	318	411	29.6
オホーツク圏域	149	161	8.6
十勝圏域	163	191	16.9
釧路・根室圏域	160	175	9.6

資料：北海道庁「北海道観光入込客数調査報告書」をもとに(公財)日本交通公社作成

表IV-1-1-2 道内の国籍・地域別延べ宿泊者数の増減

(単位：千人泊) (単位：%)

	2022年	2023年	前年比増減
全国籍・地域	626	3,617	478.1
台湾	68	863	1168.2
韓国	97	585	505.3
香港	75	428	468.6
シンガポール	86	329	282.4
中国	37	220	492.0
オーストラリア	30	202	577.3
タイ	33	191	480.4
アメリカ	45	188	320.7
マレーシア	33	100	204.0
インドネシア	13	43	231.7
その他	76	334	339.0

資料：北海道庁「北海道観光入込客数調査報告書」をもとに(公財)日本交通公社作成

(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(NEXCO東日本)が訪日外国人を対象に発行する、道内の高速道路が定額で乗り降り自由となる周遊型割引商品「Hokkaido Expressway Pass」の販売実績は、2023年度、50,600件を記録した。50,000件を突破するのは2018年度、2019年度に続いて3回目であり、高速道路の利用という点でも訪日外国人旅行者の道内旅行需要が新型コロナウイルス感染症拡大前の水準にまで回復したことがわかる。

国籍別では、台湾が29.7%で首位となり、次いで香港、韓国となった。2022年度首位だった香港を台湾が抜く結果となり、1位から3位の顔ぶれもコロナ禍前の2019年度と同様となった。4位以下では、シンガポールが2019年度と比べ順位をひとつ上げているが、その他の順位は変わっていない。

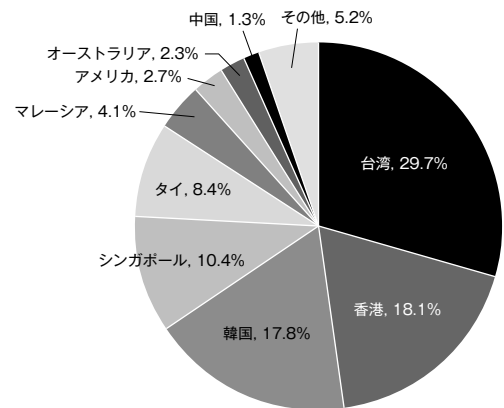
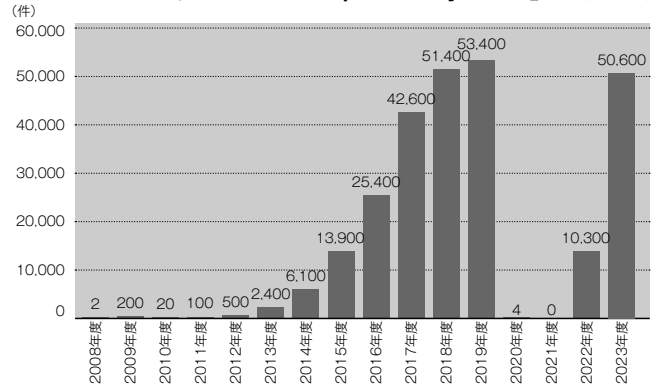
●アジア初のATWSが北海道で開催

アドベンチャートラベルの世界最大規模のイベント「アドベンチャートラベル・ワールドサミット」(ATWS)が2023年9月、北海道で開催された。アドベンチャートラベルは「アクティビティ」、「自然」、「文化体験」のうちふたつ以上で構成される旅行と定義される。世界100か国・地域、1,400以上の会員・団体が加盟するアドベンチャートラベル・トレード協会(ATTA)が主催した。当初は2021年の開催が決まっていたが

新型コロナウイルス感染症の拡大によってバーチャル開催となったため、改めて2023年に北海道でのリアル開催となった。

64か国・地域の旅行会社やメディア等、計773人が参加し、札幌市を拠点に道内各地でツアーへの参加や商談が行われた。ATTAが行ったアンケートによれば参加者の83%が道内の旅行商品の取り扱いに前向きな意向を表明し、これらに基づく2024年から2026年の新たな新規需要創出効果は7,720万ドルと推計される。

図IV-1-1-3 「Hokkaido Expressway Pass」の販売実績



資料：東日本高速道路(株)資料をもとに(公財)日本交通公社作成

図IV-1-1-4 ATWS北海道開催



(注)一部加工しています。

提供：北海道運輸局

### ●「HOKKAIDO LOVE！割」事業の実施

北海道は、新型コロナウイルス感染症によって低迷した観光需要の回復を目的に国の事業「全国旅行支援」の道内版として2022年10月から12月まで行った「HOKKAIDO LOVE！割」事業を2023年1月から再開した。地域限定クーポン券（HOKKAIDO 地域限定クーポン）2,000円分を含め、一人1泊当たり最大7,000円の割引を行うもので、2023年7月にいったん終了したのち、10月から12月まで再度実施された。なお、2023年4月末から5月上旬の大型連休中は除外された。

北海道によれば2022年からの事業開始以降、通算で827万人泊の利用があった。

### ●2030年の冬季五輪・パラ札幌誘致断念

札幌市が誘致活動を続けてきた冬季オリンピック・パラリンピックについて、札幌市は2023年10月、2030年の誘致を見送ることを正式に発表した。会場の候補には札幌市のほか、帯広市やニセコエリアが含まれていた。

なお、発表段階では2034年以降の招致を検討していたものの、その後、国際オリンピック委員会が2030年と2034年大会の最優先開催地をフランス・アルプス地方とアメリカ・ソルトレークシティに、続いて2038年の優先協議対象をスイスに決定したことを受け、札幌市の招致活動は事実上、撤退に追い込まれることになった。

### ●新しい国立公園の名称は日高山脈襟裳十勝国立公園に

環境省の中央環境審議会自然環境部会は2024年2月、国内35か所目の国立公園に格上げされる日高山脈襟裳国定公園の新名称を、「十勝」を加えた日高山脈襟裳十勝国立公園とする案を了承した。

北海道では、阿寒摩周国立公園、大雪山国立公園、支笏洞爺国立公園、知床国立公園、利尻礼文サロベツ国立公園、釧路湿原国立公園に続く7か所目の国立公園となる。また陸域約24.6万ha（海域6,510ha）で、国定公園からの格上げに伴い面積が2倍以上に拡大する。陸域は大雪山国立公園を上回り国内最大となる。

名称については、地元自治体が「十勝」を入れることを要望していたが、道内の自然保護団体が観光振興を優先する名称であるとして反対を表明していた。

### ●宿泊税の制度設計進む

北海道は、導入を目指す宿泊税について宿泊料金に応じて税額が変わる段階的定額制を採用する方針を決定した。税額は宿泊料に応じて100円から500円の3段階とする方針を明らかにしている。早ければ2026年4月に導入する。

なお、ニセコ町は2023年12月、宿泊料に応じて200円から2,000円とする宿泊税条例を可決し、2024年3月にはこれに総務大臣が同意した。2024年11月の導入を目指す。

表IV-1-1-3 北海道とニセコ町の宿泊税

		北海道	ニセコ町
税率	5,001円未満	100円	100円 (当面)
	20,000円未満		200円
	50,000円未満	200円	500円
	100,000円未満	500円	1,000円
	100,000円以上		2,000円
非課税事項	修学旅行その他学校行事に参加する者及びその引率者	修学旅行その他学校行事に参加する者のほか、町長が必要と認める者	
免税点	なし	なし	
想定税収	45億円	1.6億円	

(注)北海道は2024年3月時点の案。

資料：北海道及びニセコ町のウェブサイトをもとに(公財)日本交通公社作成

### ●知床の通信状況改善へ

2022年4月に知床半島沖で発生した小型観光船の沈没事故を受けて、知床半島周辺の携帯電話の通信エリア拡大を目的とした基地局の整備が決まった。大手4社の携帯電話基地局の整備によって、知床の通信圏外が解消される。

斜里町の「知床五湖フィールドハウス」のほか、同町の知床岬灯台、羅臼町ニカリウス地区に新たに整備される。また、斜里町ウトロ地区のNTTドコモの基地局でも通信エリアの拡大のための工事が行われる。

ただし、このうち知床岬灯台の基地局整備に伴う太陽光発電パネルの設置については、道内外の自然保護団体から生態系や景観への影響を懸念する声が上がっている。

### ●大雪山国立公園内の廃ホテル解体へ

大雪山国立公園にある天人峡温泉と層雲峡温泉の3軒の廃ホテルの解体・撤去が実現する見通しとなった。いずれも国有地に建っており、対応に苦慮した地元自治体からの要望を受ける形で、国が各所有会社に対して解体・撤去を求めて提訴し、解体・撤去の命令が地裁より出ている。いずれの所有会社も命令に応じなかったため、国等が解体を強制執行する手続きに入った。

天人峡温泉については東川町、美瑛町が主体となり解体費には観光庁の補助金等が充てられるほか、層雲峡温泉については環境省事業が活用される。いずれも道内では有数の観光地、名勝として知られ、景観の改善、新しい滞在拠点の整備が期待される。

### ●新幹線の新駅デザイン案決まる

北海道新幹線の札幌延伸に伴い開業する、新八雲(仮称)、長万部、倶知安、新小樽(仮称)の各駅について、独立行政法人鉄道建設・運輸施設整備支援機構(JRTT)は2023年10月に駅舎のデザイン3案を地元自治体に提示した。これを受けて各地元自治体では住民アンケートや検討会議での検討を行い、JRTTにデザイン案を推薦した。

このうち倶知安駅は内部から羊蹄山を望める開放的なデザイン案の推薦を決定した。

#### 図IV-1-1-5 倶知安駅のA案



提供: (独) 鉄道建設・運輸施設整備支援機構

#### (3) 市町村の主な動向

##### ●自然アクティビティの新たなリスクマネジメント最終報告書を発表(斜里町)

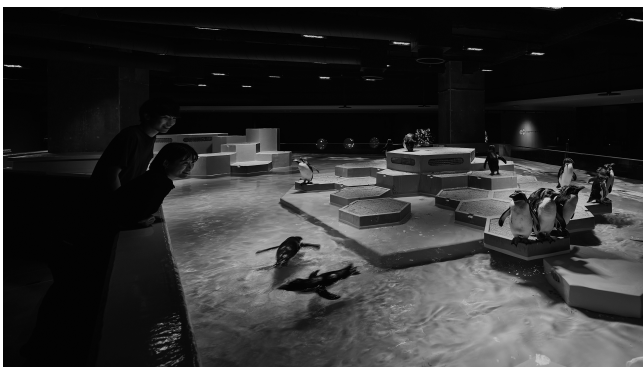
2022年4月、斜里町ウトロ地区の知床半島沖で発生した小型観光船の沈没事故を受けて斜里町が立ち上げた「知床アクティビティリスク管理体制検討協議会」は、約1年7か月の検討を経て、同地域の自然アクティビティのリスクマネジメントのあり方についての報告書を公表した。地域のリスクマネジメントを一元的に担う事務局の設置のほか、町内をリスクに基づいて3段階に区分し、悪天候時の立ち入りやアクティビティの催行について地域としての判断基準を示す等の措置を盛り込んだ。斜里町ではこの報告書にしたがって今後、各種の取り組みを推進していく。

##### ●狸小路・すすきのエリアの再開発進む(札幌市)

2023年7月、札幌市中央区の狸小路エリアに複合施設「moyuk(モユク) SAPPORO」が開業した。飲食店や雑貨店等約30店舗のほか、22時まで運営する都市型水族館「AOAO(アオアオ) SAPPORO」が入る。

また、2023年12月、札幌市中央区のすすきのエリアに複合商業施設「COCONO SUSUKINO」が開業した。スーパーや飲食店等85店舗が出店するほか、5階から7階には大型映画館「TOHO シネマズ すすきの」が入る。また7階から18階には「SAPPORO STREAM HOTEL」が開業した。

#### 図IV-1-1-6 AOAO SAPPORO



提供: AOAO SAPPORO

##### ●新駅構想(北広島市)

2023年10月、JR北海道はプロ野球・北海道日本ハムファイターズの本拠地「北海道ボールパークFビレッジ」隣接地への新駅整備について北広島市と正式合意した。JR北海道は2028年夏を目標に新駅の開業を目指す。

##### ●「旅先納税」全国1位(倶知安町)

2022年3月より「旅先納税」を本格導入した倶知安町では、2021年12月に開始した実証事業期間を含めた累計納税額が2023年10月に全国で初めて1億円を突破した。2023年度末時点の累計納税額は約1億6,800万円に達し、累計納税額、2023年度の年間納税額とも全国1位となった。

#### 図IV-1-1-7 倶知安町での「旅先納税」



提供: 神奈川靖知(石黒侑介研究室)

##### ●「ベストツーリズムビレッジ」に選定(美瑛町)

国連世界観光機関(UNWTO、現UN Tourism)は、持続可能な開発目標(SDGs)にのっとった取り組みを進める人口15,000人以下の町村を表彰する「ベストツーリズムビレッジ2023」に美瑛町を認定した。長年の官民による農業景観の保全や持続可能な観光目的地実現条例の制定等の取り組みが評価された。2021年には「ベストツーリズムビレッジ」アップグレードプログラムの対象に選ばれており、同プログラムからの認定は日本初となり、「ベストツーリズムビレッジ」認定は道内ではニセコ町に続き2例目となる。

(北海道大学大学院 石黒侑介)

## IV-1-2 東北

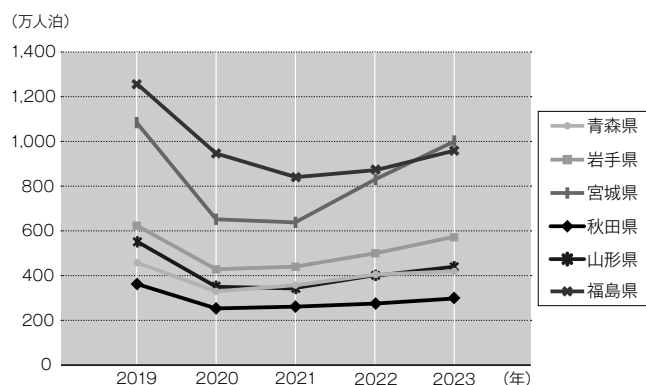
延べ宿泊者数はインバウンドが急回復  
夏祭りは4年ぶりに完全な形で通常開催  
福島「いわき七浜海道」サイクリングでの観光振興が進む

## (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、2023年1月から12月の東北地方の延べ宿泊者数は前年比13.5%増の3,758万人泊となり、前年に引き続き、新型コロナウイルス感染症拡大による影響からの回復途上にあった(図IV-1-2-1)。ただし、2019年比では14.0%減であり、コロナ禍前の水準には至っていない。県別に見ると、青森県が2019年比4.6%減とほぼコロナ禍前の水準に戻っている一方、福島県(23.5%減)や山形県(18.0%減)、秋田県(17.9%減)は回復が比較的遅い傾向にある。

外国人延べ宿泊者数は前年比662.6%増の156万人泊となり、新型コロナウイルス感染症拡大による影響から急回復した年となった。2019年比では15.7%減と、コロナ禍前の水準には至っていないものの、日本人延べ宿泊者数の回復状況とほぼ同じ水準となっている(図IV-1-2-2)。県別に見ると、2019年比で福島県が0.7%減、次いで宮城県が6.6%減とほぼコロナ禍前の水準に戻っている一方、秋田県(31.4%減)や青森県(25.6%減)、山形県(23.6%減)は回復が比較的遅い傾向にある。

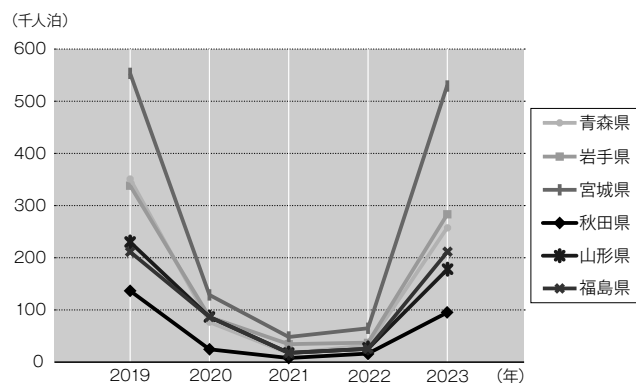
## 図IV-1-2-1 延べ宿泊者数の推移(東北)



都道府県名	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年
青森県	461	332	360	408	439
岩手県	628	431	443	504	586
宮城県	1,093	657	643	838	1,007
秋田県	365	255	263	277	300
山形県	557	351	345	404	457
福島県	1,266	954	847	879	969

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-1-2-2 外国人延べ宿泊者数の推移(東北)



都道府県名	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年
青森県	357	78	17	33	265
岩手県	344	88	18	26	283
宮城県	563	131	49	66	526
秋田県	139	25	8	16	96
山形県	234	87	16	26	179
福島県	215	88	35	38	213

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) 観光地の主な動向

## ① 地方・都道府県レベル

## ● 東北の祭りの動向

2023年の東北各県の代表的な夏祭りは、4年ぶりにコロナ禍による制限のない通常開催となった(表IV-1-2-1)。「青森ねぶた祭」は、4年ぶりに踊り手である「ハネト」の自由参加が認められた。前年に引き続き、100万円のプレミアム観覧席が販売されたが、予約開始から2日目で完売となった。2023年の参加者数は101万人と、コロナ禍前(2019年285万人)よりも大幅に少ない数字となっているが、2023年より来場者数の計測方法を変更したため、前年までの数値とは単純に比較できない点に留意が必要である。「盛岡さんさ踊り」は、パレード終了後、自由に飛び入り参加ができる「大輪踊り」が4年ぶりに復活した。「仙台七夕まつり」は、前年まで見物客が接触しないよう七夕飾りを高さ2m以上に飾り付ける対策を行っていたが、2023年は廃止され、手の届く高さに設置された。「秋田竿燈まつり」は、7月の大雨による浸水で準備に影響が生じたものの通常開催にこぎつけ、4年ぶりに掛け声が復活し、観客が竿燈に触れられる「ふれあい竿燈」も実施された。「山形花笠まつり」は、パレードのゴール前で飛び入り参加ができるコーナーや、「昼の花笠踊り」等の催しが復活した。「福島わらじまつり」は、輪になって踊る「輪おどり」が復活し、従来どおりの開催となった。

2023年の「東北絆まつり」は、6月8・9日の2日間にわたって仙台市で開催された(表IV-1-2-2)。パレードのほか、航空自衛隊「ブルーインパルス」の展示飛行等も行われた。来場者数は、前回仙台市で開催された2017年の45万人を大きく上回る57万人となり、過去最高を記録した。

表Ⅳ-1-2-1 東北夏祭りの来場者数

祭事名	開催地	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年
青森ねぶた祭	青森県青森市	269万人	276万人	282万人	280万人	285万人	中止	オンライン	105万人	101万人*
盛岡さんさ踊り	岩手県盛岡市	139万人	126万人	134万人	133万人	149万人	中止	中止	54万人	114万人
仙台七夕まつり	宮城県仙台市	218万人	228万人	179万人	203万人	225万人	中止	134万人	225万人	227万人
秋田竿燈まつり	秋田県秋田市	140万人	132万人	131万人	130万人	131万人	中止	中止	78万人	110万人
山形花笠まつり	山形県山形市	98万人	100万人	99万人	97万人	98万人	中止	規模縮小	56万人	80万人
福島わらじまつり	福島県福島市	26万人	26万人	28万人	29万人	30万人	中止	オンライン	28万人	30万人

\*青森ねぶた祭は、2023年より来場者数の計測方法を変更したため、前年までの数字と単純に比較することができない  
資料:各種資料をもとに(公財)日本交通公社作成

表Ⅳ-1-2-2 東北絆まつりの開催概要

	東北絆まつり					
	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
開催地	福島県福島市	新型コロナウイルス感染症拡大のため中止	山形県山形市	秋田県秋田市	青森県青森市	宮城県仙台市
開催日程	6月1日(土) 2日(日)		5月22日(土) 23日(日)	5月28日(土) 29日(日)	6月17日(土) 18日(日)	6月8日(土) 9日(日)
来場者数	約31万人		—	約11万人	約29万人	約57万人
経済効果	約42億円		—	約28億円	—	—

資料:各種資料をもとに(公財)日本交通公社作成

●「青森県観光戦略」を策定

青森県観光国際戦略推進本部は、2024年3月に「青森県観光戦略」を策定した。2028年の将来ビジョンとして「観光産業が基幹産業として地域経済を力強くけん引している状態」、「『訪れる人』『働く人』『地域の人』が幸せを感じる地域」等を掲げ、「持続可能な観光の確立」、「観光消費額の拡大」、「連泊の推進」を達成するための5つのプロジェクトを進める。プロジェクトには、観光の付加価値を向上させるためのコンテンツ整備、二次交通の充実、観光DXの推進、青森観光のブランドイメージの向上、青森ファンを増やすためのファンマーケティング、近隣道県からの誘客促進、MICE・教育旅行の誘致等が盛り込まれた。

●「みちのく岩手観光立県第4期基本計画」を策定(岩手県)

岩手県は、2024年から2028年までを計画期間とする「みちのく岩手観光立県第4期基本計画」を策定した。推進方策としては、「住んでよし、訪れてよしの観光地域づくり」のために持続可能な観光を推進することで、交流人口・関係人口の拡大と観光産業を基幹産業へ成長させること、「地域経済の活性化」のために「外国人観光客の誘客拡大」、「魅力的な観光地域づくりの推進」、「周遊・滞在型観光の推進」、「観光DXによる観光推進体制の強化」を進めること等が盛り込まれた。また、「地域の特色を生かした観光地域づくり」を進めるため、県内4地域(広域振興圏)別の取り組み内容を整理している。

②広域・市区町村レベル

●観光ビジョン・計画等の策定(表Ⅳ-1-2-3)

秋田県にかほ市は2023年4月に「にかほ市シティプロモーション戦略」を策定した。シティプロモーションの施策を重視することを示した「第2次にかほ市総合発展計画」の下位計画として位置付けられている。シティプロモーションは、にかほ市を「訪れたい」「住みたい」「住み続けたい」まちにすることを目的としており、これらに紐付くコンセプトと、具体

的な情報発信方法や運用方法を、消費者の行動モデルである「AISAS」をベースに整理している。

山形県寒河江市は2023年11月に同市で初めての観光計画となる「寒河江市観光振興計画」を策定した。目指す将来像を「SAKURANBO ツーリズム～体験型観光の先進地～」として掲げ、「さくらんぼを核としたフルーツによる誘客事業の展開」として「特産品等を活用した観光コンテンツの磨き上げと満足度向上を図る観光施設の整備」を行うほか、「体験・テーマ型観光による観光誘客の促進」、「インバウンド・広域観光の強化と観光ニーズの把握」を進める。

山形県西川町は2024年3月に「西川町観光戦略ブック2024」を策定した。コンセプトとして“自然体のまちなちで自然体になれるまち”、観光ビジョンとして“持続可能な観光地域”を掲げ、4つの誘客ターゲット「ターゲットA:すでに西川町に来訪している層」、「B:アクティブな若者層」、「C:情緒的価値を重視する層」、「D:雪への憧れ、雪遊びへの願望が強い層」ごとに、活かす地域資源と重点施策、実行内容を整理している。

このほか、岩手県岩泉町、宮城県松島町、秋田県仙北市、秋田県八峰町、山形県鶴岡市、山形県河北町、福島県南会津地域等も観光ビジョン・計画等の策定・改定を行っている。

●観光地域づくり法人(DMO)の新規登録と取り消し

2023年6月から2024年6月までの間に、登録DMOとしては2023年9月に一般財団法人酒田DMO、2024年3月に遠野ふるさと商社が地域DMOとして登録された。同じく2024年3月に、これまで地域DMOであった一般社団法人男鹿市観光協会に代わり、おが地域振興公社が地域DMOとして登録された。これにより男鹿市観光協会は登録取り消しが行われた。同じく、2024年3月に公益社団法人宮城県観光連盟が地域連携DMOとして登録された。候補DMOとしては2023年9月に一般社団法人大船渡地域戦略が地域DMOとして登録された。



表IV-1-2-3 市町村で策定された観光ビジョン・計画

策定期期	市町村	計画名	概要
2024年3月	岩手県 岩泉町	岩泉町観光振興計画	基本方針として龍泉洞園地周辺の活用や、「ふれあいランド岩泉」の再整備等の具体的ハード整備のほか、訪日外国人旅行者の受け入れ体制整備、新たなツアープログラムの整備、デジタルを活用したプロモーション等を示した。
2024年3月	宮城県 松島町	松島町観光振興計画 (改訂版)	“三方良しの「力強い松島」の実現”をコンセプトに、4つの基本方針ごとにメインターゲット「松島を初めて訪れる観光客」、「松島を複数回訪れる観光客」、「訪日外国人旅行者」、「地域の住民・事業者」を定めて、基本施策・基本事業等を整理して示した。
2023年4月	秋田県 にかほ市	にかほ市シティプロモーション戦略	「第2回にかほ市総合発展計画」において、シティプロモーションの施策を重視するとして策定。シティプロモーションは、にかほ市を「訪れたい」「住みたい」「住み続けたいまち」にすることを目的としており、これらに紐づくコンセプトと、具体的な情報発信方法と運用方法を示した。
2023年9月	秋田県 仙北市	第3次仙北市観光振興計画	計画の理念として「観光を通じた市民の幸福度向上」、「観光客の満足度向上」、「持続可能な観光マネジメントの確立」を掲げ、7つの取り組み方針に基づくアクションプランを示した。第2次計画における49件の取り組みの評価と改善点を踏まえて策定された。
2023年6月	秋田県 八峰町	御所の台エリア再構築構想	道の駅「はちもり」を、宿泊・産直・自然体験機能を有する施設や「あきた白神体験センター」等が集積している御所の台エリアに移転し、エリア全体の魅力向上を図るための構想。「白神山地の豊かな恵みを活かした交流ターミナルの創出」を目指し、移転を契機とした既存施設の機能拡充や、企業等との連携強化を行う。
2024年3月	山形県 鶴岡市	鶴岡市中長期観光戦略プラン	課題の分析から、「域内ネットワークの強化」、「広域ネットワークの構築」、「ITネットワークの駆使」、「適切な推進体制」が必要であるとし、それに紐付いた戦略や施策を整理。
2023年11月	山形県 寒河江市	寒河江市観光振興計画	寒河江市で初めて策定する観光計画。目指す将来像を“SAKURANBO ツーリズム～体験型観光の先進地～”として掲げ、「さくらんぼを核としたフルーツによる誘客事業の展開」、「体験・テーマ型観光による観光誘客の促進」、「インバウンド・広域観光の強化と観光ニーズの把握」を図るとしている。
2024年3月	山形県 河北町	第三次河北町観光振興計画	まちづくりのコンセプトである“誰とべに花の里”を基本方針とし、7つの戦略「観光資源の保全・活用戦略」、「観光ルート・交通戦略」、「観光基盤整備戦略」、「広域連携戦略」、「おもてなし戦略」、「新たな観光資源の活用・発掘戦略」、「情報発信と収集・宣伝戦略」ごとに施策を示した。
2024年3月	山形県 西川町	西川町観光戦略ブック2024	観光ビジョンとして“持続可能な観光地域”を掲げ、4つの誘客ターゲット「ターゲットA：すでに西川町に訪れている層」、「B：アクティブな若者層」、「C：情緒的価値を重視する層」、「D：雪への憧れ、雪遊びへの願望が強い層」を設定。ターゲットごとに、活かす地域資源と重点施策、実行内容を整理している。
2024年1月	福島県 南会津地域 (下郷町、南会津町、只見町、楡枝村)	福島県南会津地域観光振興ビジョン	“旅先として選ばれる、南会津”を目指す姿として、「これまで観光と関わりが少なかった農業や地場産業、暮らし等、地域に眠る資源の掘り起こしや磨き上げ」や「旅行者との交流を通して、地域住民が改めて地域の魅力や価値を再認識し、地域に対する誇りや愛着を醸成することで、住民主体による地域づくりや魅力向上の取り組み」を行うとしている。

資料：各市町村のウェブサイトをもとに(公財)日本交通公社作成

### ●青森駅東口ビルが新たにオープン(青森県)

新しいJR青森駅東口ビルが2024年4月にオープンした。2021年3月に60年間利用してきた4代目駅舎を解体し、跡地に新たな駅ビルの建設が進められてきた。建物は10階建てで、1～3階には商業施設「&LOVINA」(アンドラピナ)、4階には世界遺産「北海道・北東北の縄文遺跡群」の価値や魅力に関する情報発信を行う「あおり縄文ステーション じょもじょも」がオープンした。4階と6～10階には、ウェルネスをテーマとしたホテル「ReLabo」(リラボ)が2024年7月に開業した。同ホテルは、青森市内で病院や介護施設等を運営する一般社団法人慈恵会と、宿泊施設等を運営する城ヶ倉観光が運営を行う。さらに、従来の駅ビル「LOVINA」も2024年7月にリニューアルオープンを迎え、青森駅東口の空間は一挙に大きく変貌した。

### ●青森市が発注する業務で旅行会社による談合が発生(青森県)

公正取引委員会は2024年5月、青森市の指名競争入札において談合があったとして、JTB、東武トップツアーズ、名鉄観光サービス、日本旅行東北の4社に対して独占禁止法に基づく排除措置命令を行った。4社と近畿日本ツーリストは、2022年から2023年にかけて青森市が発注した新型コロナウイルス感染症患者の移送業務において、談合に関わったと認定された。なお、近畿日本ツーリストは公正取引委員会の調査前に自ら違反を申告したため処分対象から外れた。これを受けて、青

森市は、排除措置命令を受けた4社に対して、9か月から18か月の指名停止処分とした。加えて、県や県内複数の市町村のほか、県外の自治体でも指名停止処分の動きが広がった。一方、公正取引委員会は発注した市にも不適切な対応があったとして、改善要請を行った。

### ●NYタイムズ紙「2023年に行くべき52か所」に盛岡選出(岩手県)

アメリカのニューヨーク・タイムズ紙が2023年1月に発表した「2023年に行くべき52か所」に盛岡市が選出された。記事では、盛岡城跡公園や中津川のほか、喫茶店やカフェ、書店等、生活者目線での盛岡の魅力が紹介された。これを受けて、市内ではさまざまな動きや影響が広がった。多くのメディアが全国的に報じたほか、動画投稿サイト等でも、市の魅力を紹介する動画等が多く投稿された。市内では、記事で紹介された喫茶店のオンライン注文が急増する等、一部で大きな影響が出た。市では、特設ウェブサイトの開設や、英語でのSNS発信を開始したほか、記事の掲載効果を維持・発展させるための施策の検討を開始した。

いわぎんリサーチ&コンサルティングは、外国人観光客の増加による2023年度の経済効果を約98億円と推計している。

### ●仙台で「ポケモン GO」のリアルイベント開催(宮城県)

2024年5月30日から4日間、仙台市で「Pokémon GO Fest 2024」が開催された。「Pokémon GO Fest」は、スマートフォンゲーム「ポケモン GO」のイベントで、世界各地で毎年開催されている。2024年は仙台市のほか、スペイン・マドリッドとアメリカ・ニューヨークでも開催された。仙台のメイン会場は泉区の七北田公園で、入場チケットを購入すると、参加者は会場内で珍しいポケモンをゲットできる。国内外から多くの参加者が訪れ、チケットの売上枚数は68,000枚以上、期間中に「ポケモン GO」をプレイした人数は26万人以上とされている。

イベント期間中、市とイベント主催者とのさまざまなコラボレーション企画が実施された。ゲームをプレイしながらまち歩きを楽しんでもらうため、珍しいポケモンと出会える「ポケモン GO」公式ルートとして、広瀬川や仙台城跡、秋保・作並温泉等、10ルートが設定された。このほか、観光シティーラップバス「るーぶる仙台」の特別仕様での運行と、地下鉄とあわせて一日乗車券の発売、商店街61店舗で「ポケモン GO」のゲーム画面を提示すると限定シールがプレゼントされる「お買い物キャンペーン」等が開催された。期間中、青葉区中心商店街の通行量は通常時の2~3倍になる等、市内では大きな賑わいが見られた。

### ●秋田県や岩手県で「旅先納税」の動きが広がる

旅先でふるさと納税を行う「旅先納税」の導入が、秋田県や岩手県で広がった。「旅先納税」は、旅先で寄付をすると、その場で、宿泊施設や飲食店、レジャー施設、土産物店等で使える電子ギフトが返礼品として贈られるもの。ふるさと納税制度を活用した仕組みで、ギフトの登録商標である。2022年に秋田県男鹿市と仙北市、2023年に秋田県大館市、2024年には岩手県花巻市と盛岡市が導入を始めたほか、2024年8月時点では、青森県十和田市も導入の検討をしている。

### ●「ニカホアウトドアベース」が誕生(秋田県)

2024年6月、秋田県にかほ市の道の駅「象潟 ねむの丘」に、アウトドアアクティビティ拠点施設「ニカホアウトドアベース」が誕生した。施設には、東北最大級のモンベル直営店が入居したほか、クライミング体験ができる人工岩や、E-バイク(電動アシスト付きのマウンテンバイク)やアウトドア用品の貸し出し機能、鳥海山周辺の観光情報発信機能を有するビジターセンターが併設された。同施設を中心に、鳥海山等、地元の自然アクティビティの振興を図る。

同施設は、にかほ市がモンベルと提携して整備を進めてきた。2019年に包括連携協定を結び、市のアウトドア全体構想の策定をモンベルに委託した。これにより策定された「にかほ市アウトドアランドデザイン」に基づき、施設整備が進められてきた。総事業費約10億7,000万円のうち、市は約6億1,500万円を負担している。

今後は、同施設から約5キロメートル北に位置する竹嶋潟も観光コースの一部として整備を進める。老朽化したほとりの艇庫を建て替えることで、カヌーやカヤック体験等を中心に観光振興を図るほか、同エリアに整備されたスケートボードが楽しめ

る「竹嶋潟スケートパーク」等とあわせて利便性の向上を図る。

### ●JR会津柳津駅がリニューアルオープン(福島県)

JR只見線の会津柳津駅舎が2024年4月に柳津町会津柳津駅舎情報発信交流施設としてリニューアルオープンし、観光案内窓口、特産品・赤べこの工房、カフェ等が併設された。赤べこの工房では、地域おこし協力隊員が赤べこ等の工芸品を制作しており、観光客は絵付けの体験等を楽しむことができる。元々は無人駅だったが、今後は、駅を中心とした地域の観光まちづくりの拠点としての機能が期待されている。駅舎は、2023年4月にJR東日本から柳津町に無償譲渡されたもので、町が改修工事を進めてきた。オープン前日には現地で式典が行われた。

また、2024年7月には、同町内の道の駅「会津柳津」に、越後三山只見国定公園の魅力を発信する「奥会津ビジターセンター」もオープンしている。

### ●「いわき七浜海道」サイクリングでの観光振興進む(福島県)

2021年に全線開通した復興サイクリングロード「いわき七浜海道」を活用した観光振興が進んでいる。「いわき七浜海道」は、既存の道路を活用して自転車走行空間として整備したサイクリングロードで、いわき市の勿来から久之浜防災緑地までの約53キロメートルを結んでいる。

2022年からは大学自転車部の合宿受け入れが始まった。福島県は大学の自転車部合宿誘致への取り組みをはじめ、首都圏強豪校を中心に受け入れ実績を増やしてきた。また県は、「自転車活用推進計画」に基づき、「いわき七浜街道」を含む68キロメートルを、いわき地域の広域サイクリングルートとして、2023年1月に設定した。さらに、2023年12月には福島復興サイクルロードレースシリーズ「浜街道ライドイベント」が開催されたほか、2024年9月にはコースの大部分が浜街道となるロードレースイベント「ツール・ド・ふくしま」が初開催される予定となっている。

(川村竜之介)

## IV-1-3 関東

延べ宿泊者数、外国人宿泊者数ともに  
コロナ禍前を上回る  
観光客急増による受け入れ整備  
(オーバーツーリズム対策等)を強化

## (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、2023年1月から12月までの関東地方1都8県の延べ宿泊者数は20,831万人泊で、増加(前年比43.1%増)となった(図IV-1-3-1)。

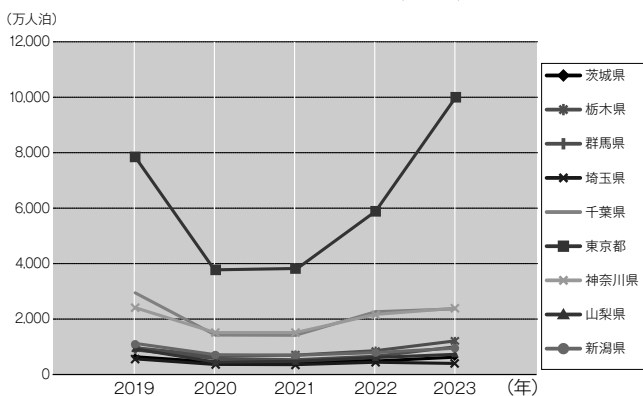
都県別に見ると、茨城県42.5%増、栃木県31.4%増、群馬県44.5%増、埼玉県12.9%増、千葉県21.8%増、東京都68.4%増、神奈川県28.0%増、山梨県16.0%増、新潟県14.2%増となった。

新型コロナウイルス感染症の影響が出る前の2019年と比べ、1都8県全体ではコロナ禍前を上回る増加(2019年比14.4%増)となった。

外国人延べ宿泊者数については、1都8県全体では前年比515.3%増の5,301万人泊と急激な増加となり、コロナ禍前を上回る増加(2019年比29.2%増)となった(図IV-1-3-2)。

いずれも東京都の増加が著しく、コロナ禍からV字回復を遂げた。

## 図IV-1-3-1 延べ宿泊者数の推移(関東)

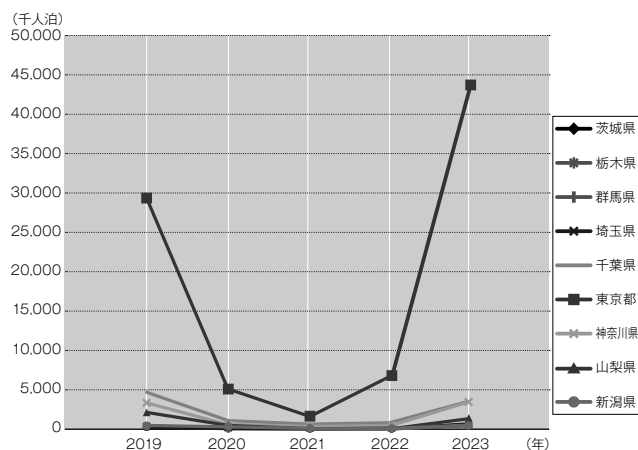


(単位：万人泊)

都道府県名	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年
茨城県	630	434	429	527	751
栃木県	956	648	695	932	1,225
群馬県	865	563	510	710	1,026
埼玉県	544	349	347	464	524
千葉県	2,923	1,413	1,408	2,280	2,777
東京都	7,898	3,776	3,824	5,904	9,945
神奈川県	2,388	1,513	1,481	2,209	2,827
山梨県	907	436	461	687	797
新潟県	1,093	697	672	840	959

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-1-3-2 外国人延べ宿泊者数の推移(関東)



(単位：千人泊)

都道府県名	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年
茨城県	217	53	25	55	238
栃木県	355	63	25	65	435
群馬県	292	70	17	47	317
埼玉県	220	40	26	57	170
千葉県	4,798	1,142	598	852	3,219
東京都	29,351	5,003	1,536	6,776	43,638
神奈川県	3,249	595	244	509	3,226
山梨県	2,055	357	25	167	1,423
新潟県	480	255	31	87	345

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) 観光地の主な動向

## ① 地方・都道府県レベル

## ●茨城デスティネーションキャンペーンの実施(茨城県)

茨城県は、JRグループ等と連携し、大型観光キャンペーン「茨城デスティネーションキャンペーン」を2023年10月から12月に実施した。茨城県での開催は21年ぶりとなった。

“体験王国いばらき”をキャッチコピーに、“アウトドア・食・新たな旅のスタイル”をテーマとした“想像超え”の特別企画やイベント等を開催した。首都圏の主要駅では、物産展「いばキュン! Marché」を開催し、県内の野菜や果物、こだわりの加工品等が販売された。

## ●海外観光誘客拠点(観光レップ)を新設(栃木県)

2023年8月、栃木県は訪日外国人旅行者の誘客を図るため、海外での観光誘客拠点として、県に代わり現地で直接かつ継続的にPR等の拠点誘客活動等を行う観光レップをタイのバンコク、中国の上海、アメリカのロサンゼルスに新たに設置した。2014年に開設した台湾の拠点と合わせ、計4か所で積極的な誘客を進める。

観光レップの主な業務内容は、栃木県の県観光情報に関する窓口業務をはじめ、デジタルツール等を活用した情報発信

等による「一般消費者向けプロモーション」やセールス訪問、セミナー開催等による「旅行会社向けプロモーション」等で、現地との関係強化により、海外からの観光客誘致促進を図る。

#### ●「リトリートの聖地」長期滞在型の旅行を推進(群馬県)

群馬県では、2022年度から“リトリートの聖地＝群馬県”を掲げ、忙しい日常を離れ、疲れた心と体を長期滞在で癒す旅を推進する。2023年には、草津、みなかみ、万座、老神の4温泉地で、それぞれご当地ならではの体験やグルメを取り入れた旅行プラン「リトリートぐんま」を販売した。しかし発売以降、成約件数は伸びず、商品戦略を見直す事態となった。

#### ●“東京の北どなり”作戦で外国人観光客誘致へ(埼玉県)

埼玉県は、東京都を訪れる外国人観光客にちょっと足を伸ばしてもらえればインバウンド需要につながると、「東京の北どなり」を意味する“Just North of Tokyo”をキャッチフレーズに誘致を行う。コロナ禍前の2019年に日本を訪れた外国人旅行者のうち東京を訪れたのは47.2%と半数近くに上る一方、埼玉県を訪れたのは1.1%にとどまっていることから、東京都にきた外国人観光客に埼玉県の近さをアピールし、誘致を呼びかけた。海外にも愛好家が多い盆栽や、水田に稲で絵や文字を表現する田んぼアート等、日帰り旅行で体験できる県内の観光コンテンツ等をPRした。

#### ●千葉駅前のアンテナショップが閉店(千葉県)

千葉県産品を扱うアンテナショップ「チーバくん物産館千葉駅前店」(千葉市)が2023年11月に閉店した。県の補助金を受け、公益社団法人千葉県観光物産協会が運営してきたが、客数の減少や類似の民間店舗が近隣等にできたことが理由だ。同店は2013年にオープンし、県の特産品、伝統工芸品等を販売してきた。ピークだった2019年度には年間約6千万円を売り上げた。同店が入居するビルとの賃貸契約の更新を機に閉店することになった。「チーバくん物産館海ほたる店」(木更津市)は今後も営業を継続する。

#### ●MICE 誘致戦略を見直し、国際会議件数で世界3位内を目指す(東京都)

東京都はMICE 誘致戦略を見直し、都で開催される国際会議の件数を2030年に世界3位以内に引き上げる目標を掲げた。国際的な誘致競争が活発になっており、2023年度予算で前年度を上回る約41.6億円を投じ、プロモーションや主催者への支援策を充実させる。コロナ禍で変化した開催形態に対応するため、デジタル技術の活用促進や環境に配慮した体制づくりも急ぐ。大規模MICEでは大量のCO<sub>2</sub>排出につながる可能性が高い。開発中の排出量予測ツールを活用して主催者を支援し、サステナブルな視点で参加者向けの体験コンテンツを造成する等、取り組みを強化し、世界での遅れを解消する。

#### ●「神奈川県観光振興計画」を改定

神奈川県では、コロナ禍を経て見えてきた観光をめぐる環境や需要の変化を踏まえ、県が総合的かつ計画的に観光施策

を推進するため、2023年3月に「神奈川県観光振興計画」の第5期改定を行った。計画期間は2023年度から2026年度までの4年間で、3つの基本方針として「持続可能な観光を意識した施策の展開」、「データを根拠とした施策の展開」、「地域の特徴や意見を踏まえた支援施策の展開」が定められた。

#### ●「かながわ鉄道割」を開始(神奈川県)

神奈川県では、県外からの観光客の誘客及び県内の周遊促進を図るため、観光地への主要な移動手段のひとつである鉄道の企画切符の割引を行った。鉄道を利用した周遊観光促進事業「かながわ鉄道割」を開始した。割引期間は2023年10月1日から2024年1月31日までで、紙切符で10%、デジタル切符の場合は、休日20%、平日30%の割引が受けられた。対象となった企画切符は以下のとおり。

表IV-1-3-1「かながわ鉄道割」割引対象鉄道事業者・企画切符

事業者名	割引対象となる企画切符
京浜急行電鉄株式会社	・みさきまぐろきっぷ ・よこすか満喫きっぷ ・葉山女子旅きっぷ ・三浦半島まるごときっぷ
箱根登山鉄道株式会社(当時)	・現地用デジタル箱根フリーパス
小田急電鉄株式会社	・小田急乗車券付きデジタル箱根フリーパス
江ノ島電鉄株式会社	・「のりおりくん」付き食べ歩きチケット ・「のりおりくん」&新江ノ島水族館入場券セット券
湘南モノレール株式会社	・モノレールdeえのすい ・湘南モノレールくいしんぼうチケット
東急電鉄株式会社	・横濱中華街旅グルメきっぷ

資料：神奈川県のウェブサイト等をもとに(公財)日本交通公社作成

#### ●山梨県、富士山登山者の急増で対策迫られる

コロナ禍の制限解除により、富士山への登山者の急増が予想された2023年の夏、山小屋での休憩をはさまず、一気に山頂を目指す“弾丸登山”による事故(高山病や低体温症、疲労の蓄積から生じる怪我等)の危険性が指摘されていた。登山者全体の約7割が山梨県側から山頂を目指すといわれており、山梨県では対応を迫られた。県は当初、有料道路の富士スバルラインの営業期間の短縮を検討していたが、バス事業者からはダイヤ変更に必要な時間が必要といった意見や、山小屋事業者、観光施設事業者からは来訪者への告知が十分にできないといった意見が出たことで断念することとなった。

その後も山梨県では議論が続けられ、同年12月には、富士山への弾丸登山を防ぐため、5合目の登山口にゲートを設置し、午後4時から午前2時は入山を規制することを知事が発表した。加えて、ゲートの通過者からは通行料を徴収し、一日当たりの登山者数の上限も4千人に制限する骨子案をまとめ、2024年2月の議会での条例制定を目指すとした。県は、地元と調整等を進めて2024年の夏山シーズンから実施したい考えだ。

#### ●新潟県、都内で新アンテナショップ開業を発表

首都圏で展開するアンテナショップが立地や機能の見直しを迫られる中、新潟県は新たな情報発信拠点を2024年4月に東京・銀座5丁目に開設することを発表した。アンテナショッ

「表参道・新潟館ネスパス」は、建物の老朽化により2023年12月に閉館した。

新たなアンテナショップは、銀座5丁目に建設される地上9階建てビルで、地下1階から地上3階と8階に入居する予定だ。物販店はJR東日本のグループ会社で、イベント等でJRグループとの連携も期待される。飲食店には首都圏にもレストランを展開する「Tsubamesanjo Bit」(三条市)が選定された。

## ②広域・市区町村レベル

### ●関東広域観光機構、インバウンド需要急拡大で1都10県の連携を強化(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、新潟県ほか)

一般社団法人関東観光広域連携事業推進協議会は2023年6月7日、関東広域観光機構へ法人名称を変更した。名称変更を機に事業領域の拡大を進め、1都10県の連携をさらに強化する。

同機構は東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県、福島県、茨城県、栃木県、群馬県、新潟県、長野県、山梨県をはじめとする自治体、民間鉄道事業者、旅行会社、メディア等計78団体(賛助会員含む)で構成されている(2023年4月時点)。インバウンド誘客に特化しており、成田・羽田の二大空港をゲートウェイに東京を起点とした交通網を活かすこと、東京の知名度と自然・文化・歴史・産業等さまざまな観光インフラを有効活用すること、エリア内に豊富に存在する観光資源による経済波及効果の最大化に貢献すること等を強みに活動する。

### ●土浦市計画が「歴史まちづくり計画」に認定(茨城県)

茨城県土浦市は、「歴史的風致維持向上計画」について、2023年12月19日、地域における歴史的風致の維持及び向上に関する法律(歴史まちづくり法)に基づく国の認定を受けた。同計画は市全域が対象で、計画期間は2024年度から2033年度の10年間だ。重点区域として、中心市街地に近い旧県立土浦中学校本館(国指定重要文化財)や上高津(かみたかつ)貝塚(国指定史跡)、土浦城址の周辺を設定した。市は歴史的な建造物や伝統行事の維持向上とPRに力を入れる。県内で同計画が認定されるのは桜川市、水戸市に次いで3市目で、全国では93市町となった。

認定により、建造物の取得や修理に関する国の補助金が受けられるほか、道路の美装化や無電柱化の補助率がかさ上げされるといった支援策がある。古い町並みを抱えた都市が認定を受けるケースが多い。認定を受け、市は歴史遺産の保存や活用、承継のほか、歴史的風致を活用した交流人口の拡大を図る。

### ●持続可能な観光まちづくり推進で、栃木市、東武鉄道、東武トップツアーズ、國學院大學が協定締結(栃木県)

2023年5月、栃木県栃木市、東武鉄道、東武トップツアーズ、國學院大學による「持続可能な『観光まちづくり』に関する協定書」を締結し、同日栃木市役所で締結式を行った。相互の強みや資源を活かした観光地域づくりを協力して推進していく。東武グループは、2009年度の「蔵の街散策クーポン」の販売等、栃木市と連携し、観光振興に取り組んできた。同グルー

プを含む4者は、アフターコロナの栃木市の観光振興を考えるうえで、従来の日帰りを中心とした誘客に加え、“住んでよし、訪れてよし”等の持続可能な観光の視点を取り入れたまちづくりが重要であるとの認識を共有し、さらなる沿線価値向上に向けた施策に取り組む。

### ●草津温泉に新シンボル「温泉門」が完成(群馬県)

草津温泉の入口にある国道292号の渋滞を解消するための立体交差「温泉門」が群馬県草津町に完成した。同温泉の玄関口の新たなシンボルとなることが期待されており、観光客の増加に結び付けたい考えだ。

周辺には足湯や無料で利用できる101台分の駐車場、トイレ等も完成した。草津町は中央通りや公園等、周辺環境の整備工事もあわせて進めており、総事業費は約14億円。2023年10月25日の竣工式で、黒岩信忠町長は「構想から9年の歳月が流れ、途中でいったん断念したが、取りやめるわけにはいかないという強い想いで進めてきた」とあいさつした。コロナ禍が一段落し、2023年度に草津町を訪れる観光客数は、過去最多を更新する見込みだ。

### ●埼玉県物産観光協会、新一万円札の渋沢栄一をテーマに観光誘致、ツアー発売

一般社団法人埼玉県物産観光協会では、新一万円札の肖像に選ばれた渋沢栄一をキーワードとした観光誘致に力を入れる。2023年10月には、「渋沢栄一ゆかりの地 長瀬と深谷で楽しむ1日」として、渋沢氏のゆかりの地である長瀬と深谷を巡る限定ツアーを販売した。長瀬ラインくんだりや、ゆかりの旅館「長生館」での秩父ご当地料理の昼食に加え、出身地である深谷市では旬野菜の収穫体験(土産付き)等を提供した。

同協会は観光地域づくり法人(DMO)の地域連携DMOで、第2種旅行業にも登録されている。県内市町村や事業者と連携した着地型旅行商品を造成しており、同協会が運営する埼玉県観光情報サイト「ちょこたび埼玉」で販売を行う。

### ●秩父エリアで観光型MaaS事業「のってみ秩父」を開始(埼玉県)

埼玉県の秩父市・横瀬町デジタル田園都市推進協議会は2023年2月より、秩父市と横瀬町における観光型MaaS事業を開始した。西武ホールディングスが運営するウェブサイト上で旅行プランの作成、マップ・ルート案内、チケット購入案内、観光情報等、観光に役立つサービスを展開する。MaaS事業を通じ、秩父市・横瀬町の観光体験、観光客のリピーター率の向上を図る。なお、秩父市は2022年6月、デジタル庁が推進する「デジタル田園都市国家構想」のもと、内閣府の「令和3年度補正予算デジタル田園都市国家構想推進交付金 デジタル実装タイプ TYPE2」の採択を受け、横瀬町とともに「スマートモビリティによるエコタウン創造事業」を開始した。秩父市と横瀬町を中心に民間企業、業界団体等が集結し、秩父市・横瀬町デジタル田園都市推進協議会を設立している。

**●木更津市・ホテル三日月、観光ヘリ会社と協定を締結(千葉県)**

千葉県木更津市とホテル三日月(木更津市)、観光用ヘリコプター事業を営むスペースアビエーション(京都府京都市)は、ヘリコプターの利用に関して協定を締結した。遊覧飛行やヘリタクシーの運航をはじめ、災害時には物資の運搬や人員の搬送等でも活用する。スペースアビエーションがホテル三日月の敷地内にヘリコプターの発着所を開設し、ヘリコプターの運航を始める。東京湾周辺や、東京都心の夜景の遊覧プラン等を用意する。ヘリタクシーはチャーター式で、新木場(東京都江東区)から木更津市までを15分で運航することができる。また、静岡県や京都府等の別拠点からの長距離運用も想定している。同社は、インバウンド向けに成田空港発着のヘリタクシーを運航しており、近くの木更津市にヘリコプターが常駐することで、コストの削減も見込む。

**●銚子市、JR東日本等と地域・観光型MaaS「EeeE銚子」を開始(千葉県)**

JR東日本千葉支社は2023年7月に地域・観光型MaaS「EeeE銚子」(イイちょうし)を発表した。開業100周年を迎えた銚子電気鉄道や市制施行90周年を迎えた銚子市、さらに沿線企業や自治体、地域住民と連携しつつ、JR東日本がパートナーとともに提供する、地域・観光型MaaSに必要な機能をパッケージ化したプラットフォーム「Tabi-CONNECT」を活用。銚子での観光周遊の利便性を向上すべく、2023年8月より実施した。

**●沿線まるごとホテル、新モビリティでガイドツアー等を開(東京都)**

「沿線まるごとホテル」を手掛ける沿線まるごと(東京都奥多摩町)では、JR青梅線鳩ノ巣駅と五日市線武蔵五日市駅を起点に「沿線まるごとモビリティツーリズム」の実証を開始した。移動時の課題を、電車を含めた新たなモビリティによる価値に変換して楽しんでもらうことを目指す。

実証実験は、JR東日本八王子支社、JR東日本スタートアップ、各モビリティ会社と協業で行われた。モビリティレンタル、ガイドツアー等、東京の秘境を楽しむためのさまざまなトライアルを実施した。JR青梅線鳩ノ巣駅では、電動トゥクトゥク「Emobi」(えもび)と、シェアリングサービス「HELLO CYCLING」(ハローサイクリング)が提供するスポーツタイプの電動アシスト自転車「KUROAD」(クロード)をそれぞれ用意し、モビリティレンタルやガイド付きツアーを提供した。なお、「沿線まるごとホテル」は地域活性化に貢献したとして、2023年9月に「第7回ジャパン・ツーリズム・アワード」の国土交通大臣賞を受賞している。

**●アニメ「聖地」、鎌倉市が迷惑行為への対策強化(神奈川県)**

アニメ化された人気バスケットボールマンガ『SLAM DUNK』の“聖地”として知られる神奈川県鎌倉市の江ノ島電鉄鎌倉高校前駅の踏切周辺において、車道での撮影、私有地への侵入等、観光客による迷惑行為が深刻化している。2022年12月に日本で新作映画が公開され、その後韓国、台湾、中

国等でも公開され、ブームが再燃しているためだ。鎌倉市はこれまで主に土日や祝日に限った警備員を平日にも配置する等、対策強化に乗り出している。

**●山中湖村で「チームラボ 山中湖 Walk, Walk, Walk」を開催(山梨県)**

山梨県山中湖村では、2023年10月27日から11月12日までの期間限定で「チームラボ 山中湖 Walk, Walk, Walk」を開催した。山中湖畔でのチームラボのアート展で、前年に続き2回目、「夕焼けの渚・紅葉まつり」と同時開催となった。山中湖村、山中湖村観光客誘致事業実行委員会、一般社団法人山中湖観光協会等が主催する。

**●新潟市と会津若松市が観光振興で連携協定(新潟県)**

2023年7月、新潟県新潟市は福島県会津若松市と観光振興に関する連携協定を締結した。新潟空港を軸とした国内外からの誘客や一体的なエリアとしての周遊を促進する等、交流人口のさらなる拡大につなげる。観光地としての知名度がある会津若松市と国際空港や国際港をもつ新潟市の強みを活かして、相乗効果を生み出していきたいとしている。

これを機に、関西圏からの誘客を目指すとともに、新潟市の“みなとまち文化”と会津若松市の“武家文化”といった歴史や文化をはじめ、両市に共通する発酵・醸造食品や日本酒等の食文化を活かした誘客プロモーションを展開する。また、観光事業者や交通事業者との連携による、来訪者の周遊や再訪を促す仕組みづくり等を推進する。

(高橋葉子)

# IV-2-1 中部

令和6年能登半島地震が発生、観光産業に大きな打撃  
「ベストツーリズムビレッジ」に中部から2地域が認定

## (1) 都道府県レベルの旅行者動向

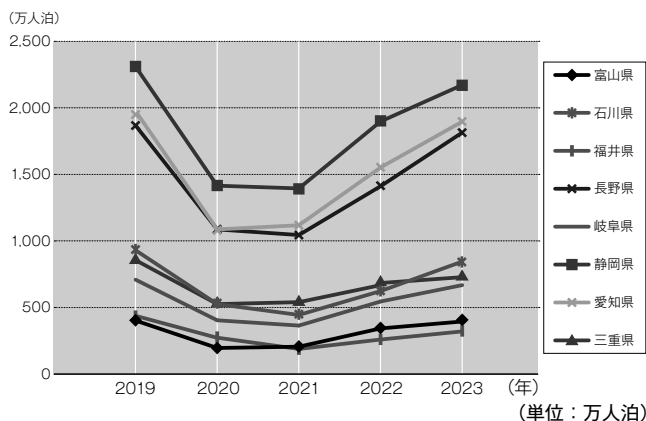
観光庁「宿泊旅行統計調査」によると、2023年1月から12月の中部地方8県の延べ宿泊者数は、前年比21.8%増の8,893万人泊であった。伸び率は前年(33.8%増)よりやや鈍化したものの、2年連続の増加となった(図IV-2-1-1)。

県別に見ると、延べ宿泊者数が最も多いのは静岡県で、愛知県、長野県と続く。いずれの県も前年より増加しており、増加率の大きい順に石川県(33.2%増)、富山県(28.2%増)、岐阜県(27.8%増)、長野県(26.8%増)、福井県(19.7%増)、静岡県(19.4%増)、愛知県(19.3%増)、三重県(6.6%増)であった。

また、外国人の延べ宿泊者数は中部地方全体で717万人泊であった。2年連続の増加で、前年比613.7%増と大幅な伸びを示している(図IV-2-1-2)。

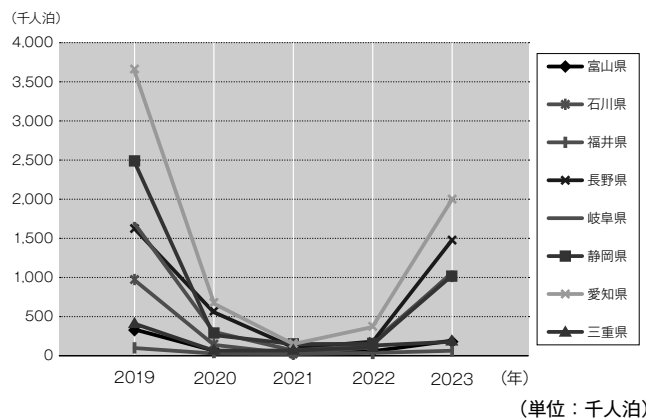
県別に見ると、外国人延べ宿泊者数が最も多いのは愛知県で、長野県、岐阜県と続く。いずれの県も前年より大幅に増加しており、増加率の大きい順に石川県(1078.2%増)、岐阜県(801.6%増)、長野県(730.1%増)、静岡県(511.3%増)、愛知県(486.6%増)、富山県(466.1%増)、福井県(420.9%増)、三重県(312.5%増)であった。

図IV-2-1-1 延べ宿泊者数の推移(中部)



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-2-1-2 外国人延べ宿泊者数の推移(中部)



(単位:千人泊)

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) 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(愛知県、三重県)

愛知県は2024年度から2026年度の3年間を計画期間とする「あいち観光戦略2024-2026」を2024年2月に策定した。この戦略では「「さすが」と言いたくなる「観光県・あいち」-あいち「ツーリズム2.0-【革新・成長】【持続可能】【高付加価値】」を目指す姿として位置付けており、その実現のため「高付加価値化の推進」等、4つの基本方針を定めている。

また、三重県は2024年度から2026年度の3年間を計画期間とする「三重県観光振興基本計画」を2024年3月に策定した。この計画では「旅行者よし、事業者よし、地域住民よしの持続可能な観光地」を10年後の目指す姿として位置付けており、その実現のため「質が高く、持続可能な観光地づくり」等、3つの施策の柱を定めている。

#### ●令和6年能登半島地震が発生、観光産業にも大きな打撃

2024年1月1日、石川県能登地方を震源とするマグニチュード7.6の地震が発生し、石川県輪島市、志賀町で最大震度7を観測した。この地震により石川県能登地方を中心に北陸各地で大きな被害が発生し、観光面でも大きな打撃を受けた。

#### ○観光施設の被害状況

国土交通省の資料によると、2024年7月30日時点で石川、富山、新潟3県の観光施設100軒がガラス破損等の被害を受けた。

また、宿泊施設では、石川県内で七尾市23軒、輪島市17軒、加賀市14軒をはじめとして計88軒が全壊・半壊・一部損傷の被害、富山県内で63軒がエレベーター停止等の被害を受けた。

石川県内の観光施設の主な被害や営業の状況は表IV-2-1-1のとおり。

表IV-2-1-1 令和6年能登半島地震による観光施設の主な被害状況(2024年7月末時点)

所在地	施設名	被害・営業の状況
七尾市	石川県七尾美術館	休業中
	石川県能登島ガラス美術館	7月20日より一部再開(9月20日まで)
	なかじま猿田彦温泉いやしの湯	休業中
	七尾城史資料館	4月11日より再開
	のと里山里海ミュージアム	4月27日より再開
	能登島ガラス工房	3月20日より再開
	のとじま水族館	7月20日より一部再開
	花嫁のれん館	4月1日より再開(時短営業)
	道の駅「いおり」	2月9日より再開
	道の駅「なかじまロマン峠」	2月9日より再開(時短営業)
	道の駅「のとじま」	館内立入禁止／7月20日より一部再開
	道の駅「能登食祭市場」	5月18日より一部再開
	和倉温泉	旅館21軒中18軒が休館／総湯は3月26日より再開
	和倉温泉お祭り会館	休業中
	和倉昭和博物館とおもちゃ館	休業中
輪島市	永井豪記念館	火災により全焼
	道の駅「赤神」	休業中
	道の駅「千枚田ポケットパーク」	休業中
	道の駅「のと里山空港」	2月29日より売店再開／3月2日よりレストラン再開
	道の駅「輪島」(ふらっと訪夢)	3月25日より再開(時短営業)
珠洲市	輪島ドラマ記念館	火災により全焼
	空中展望台「スカイバード」	4月27日より再開
	珠洲ビーチホテル	休業中
	道の駅「すず塩田村」	休業中
中能登町	道の駅「すずなり」	4月29日より再開
	道の駅「狼煙」	4月4日より再開
内灘町	雨の宮古墳群	閉鎖中
	石動山資料館	休業中
能登町	内灘町サイクリングターミナル	5月29日より一部再開
	イカの駅つくモール	4月8日より一部再開(時短営業)
羽咋市	柳田植物公園	5月1日より一部再開
	宇宙科学博物館 コスモアイル羽咋	1月24日より再開
	能登千里浜レストハウス	1月9日より再開
志賀町	道の駅「のと千里浜」	1月3日より再開
	いこいの村 能登半島	4月1日より日帰り利用を再開／6月1日より一般の宿泊利用を再開
	能登金剛遊覧船	5月より運航再開(週末運航)／7月13日より通常運航再開
穴水町	道の駅「ころ柿の里しか」	2月1日より再開(時短営業)
	道の駅「あなみず」	4月1日より一部再開／4月27日より通常営業
金沢市	金沢21世紀美術館	2月6日より無料エリアを一部再開／6月22日より全面再開

資料：石川県観光連盟及び各施設のウェブサイト等の情報をもとに(公財)日本交通公社作成

○能登空港の被害状況

石川県輪島市にある能登空港では震度6強を観測し、滑走路の亀裂やターミナルビルのガラスの破損等の被害が発生した。その後、滑走路等の復旧工事が行われ、1月27日より1日1往復、週3日の臨時便(羽田-能登線)を運航、4月15日からは1日1往復で毎日の運航を再開した。

○鉄道の被害状況

JR七尾線はホーム損傷等の被害を受け運休し、1月3日に一部区間(津幡～高松間)で運転を再開、その後も順次開通し、2月15日に全線で運転を再開した。また、4月27日より一部列車を除いて通常ダイヤでの運行を再開した。なお、金沢～和倉温泉間を結ぶ観光列車「花嫁のれん」は2024年7月時点で引き続き運休中である。

のと鉄道は、レール損傷等の被害を受け運休し、2月15日から七尾～能登中島間、4月6日より能登中島～穴水間(全線)で臨時ダイヤによる運転を再開した。また、7月20日より通常ダイヤでの運行を再開した。

○観光復興に向けた支援策「北陸応援割」

令和6年能登半島地震により観光需要の落ち込みが見られる富山、石川、福井、新潟の4県を対象として、旅行商品や宿泊料金の割引を支援するため「北陸応援割」が実施された。本キャンペーンは北陸新幹線が延伸開業した2024年3月16日より利用開始され、国内旅行者ならびに訪日旅行者を対象に旅行代金の最大50%が割引補助された。

富山、石川、福井の3県における各キャンペーンの概要は表IV-2-1-2のとおり。

表IV-2-1-2 各県の北陸応援割の概要

県名	キャンペーン名称	販売期間	利用期間	取扱旅行会社
富山県	とやま応援キャンペーン	3月8日～	3月16日～4月26日	・北陸地域4県に本社がある旅行事業者 ・過去の需要喚起施策で取り扱いが多かった事業者
石川県	いしかわ応援旅行割	第1弾：3月12日～ 第2弾：4月19日～	第1弾：3月16日～4月26日 第2弾：5月7日～7月31日	
福井県	ふくいdeお徳キャンペーン	3月8日～	3月16日～4月26日	・北陸地域4県に本社がある旅行事業者 ・福井県に営業所・支店がある旅行事業者

資料：北陸応援割ポータルサイト、各県のウェブサイトをもとに(公財)日本交通公社作成

○『行こうよ!北陸』キャンペーンの展開

2024年3月15日より、公益社団法人日本観光振興協会は民間事業者等と連携し「～その旅は、応援になる。～『行こうよ!北陸』キャンペーン」を開始した。本キャンペーンでは、早期の観光需要回復を実現することで地域に貢献することを目的とし、ウェブサイトやポスター、デジタルサイネージでの情報発信や、風評被害からの復興機運醸成のための共通ロゴの作成、配布等に取り組んでいる。



### ○「黒部宇奈月キャニオンルート」一般開放を2025年度以降へ延期(富山県)

黒部峡谷鉄道樺平駅(富山県黒部市)と黒部ダム(立山町)を結ぶ新ルート「黒部宇奈月キャニオンルート」は、2024年6月30日より一般開放、旅行商品化が予定されていた。

しかしながら、令和6年能登半島地震による落石で黒部峡谷鉄道の鐘釣橋が損傷したことから、富山県は2024年3月7日、開始を2024年10月1日頃に延期すると発表した。さらに、黒部峡谷鉄道による詳細な現地調査の結果、復旧工事に時間を要することから、2024年5月27日には2024年度中の開始を断念し、2025年度以降に再延期(具体的な開始時期は未定)すると発表した。

### ○輪島朝市が火災によりほぼ焼失、各地で出張開催(石川県)

輪島朝市が開催される朝市通り(石川県輪島市)の周辺では、地震により大規模な火災が発生し約4万9,000㎡を焼失した。朝市通りでの再開には時間がかかる見込みのため、2024年3月23日、金沢市金石地区にて、火災前の朝市の姿を再現した「出張輪島朝市」が開催された。「出張輪島朝市」はその後、石川県内外の各地で開催され、7月10日からは輪島市内の商業施設「ワイプラザ輪島」にて、毎日継続的に開催されている。

### ○「和倉温泉屋台村」オープン(石川県)

和倉温泉(石川県七尾市)周辺の被災した店舗が集まった「和倉温泉屋台村」が2024年4月28日より営業開始(4月20日よりプレオープン)した。期間限定の屋台村で、当初は7月31日までの予定だったが、10月31日まで延長された。

### ●令和5年奥能登地震が発生、「奥能登応援旅行割」キャンペーンを実施(石川県)

2023年5月5日、能登半島沖を震源とするマグニチュード6.5の令和5年奥能登地震が発生、石川県珠洲市で震度6強を観測した。この地震を受けて、石川県では奥能登2市2町(輪島市、珠洲市、穴水町、能登町)を対象とした「奥能登応援旅行割」を2023年7月21日から11月30日まで実施した。

### ●北陸新幹線延伸開業(石川県、福井県)

2024年3月16日、北陸新幹線の金沢～敦賀間125.1キロメートルが延伸開業した。途中駅として、小松、加賀温泉(以上、石川県)、芦原温泉、福井、越前たけふ(以上、福井県)の各駅が設けられた。東京～福井間は最速2時間51分となり、米原駅(滋賀県)経由で東海道新幹線と特急を乗り継いでいた従来のルートより33分の短縮となった。また、東京～敦賀間は最速3時間8分で結ばれる。

開業に合わせて並行在来線の北陸本線は、JR西日本から経営分離され、第三セクターのIRいしかわ鉄道(石川県内区間)、ハピラインふくい(福井県内区間)にそれぞれ移管された。

### ●新幹線駅からの観光バス運行の取り組み(福井県)

福井県内の貸し切りバス事業者5社と公益社団法人福井県バス協会は、はびバスコンソーシアムを結成し、北陸新幹線が延伸開業した2024年3月16日より、新幹線各駅等を発着点に県

内の観光地を巡る着地型観光バスツアー「はびバス」の運行を開始した。コンソーシアムによりバスツアーを催行する取り組みは全国初となる。

また、福井県の魅力を拡張現実(AR)・仮想現実(VR)映像で車窓や天井に映し出し、仮想空間体験を提供する「新感覚XRバス WOW RIDE いこっさ! 福井号」が、2024年6月1日より運行を開始した。福井駅と福井県立恐竜博物館、福井県立一乗谷朝倉氏遺跡博物館等を結ぶルートを運行する。

### ●「黄金KAIDO」プロジェクト始動(長野県、静岡県ほか)

新潟、長野、山梨、静岡の4県が連携し、静岡県の土肥と新潟県の佐渡を結ぶフェリーと高速道路を「黄金KAIDO」と名付け、観光誘客に取り組むプロジェクトが2023年5月よりスタートした。このルート上には、土肥金山(静岡県)、湯之奥金山(山梨県)、金鶏金山(長野県)、佐渡金山(新潟県)と各県に金山があることに由来して命名された。

4県の高速道路が定額で乗り放題となる「中央日本四県周遊プラン」や、ドライブプラン利用者向けのフェリーの割引が提供されているほか、ルート周辺の徳川家ゆかりのスポットを巡るデジタルスタンプラリー「葵の御紋巡礼の旅」キャンペーン等が実施されている。

また、ルートに含まれる駿河湾フェリーでは、2024年3月26日より、本プロジェクトにちなみ黄金に塗装したフェリーの運航を開始したほか、東海バスも黄金KAIDOラッピングバスを土肥周辺で運行している。

### ●新しい学び方「ラーケーションの日」の取り組み(愛知県)

愛知県では、2023年度より子どもの学び(ラーニング)と、保護者の休暇(バケーション)を組み合わせた「ラーケーションの日」の取り組みを開始した。「ラーケーションの日」は愛知県全体の「休み方改革」プロジェクトの中で生まれたもので、子どもと保護者等と一緒に、平日に校外で体験や探究の学び・活動に取り組める日と位置付けられており、活動例として地域の史跡巡り、自然体験、芸術鑑賞等が示されている。子どもは学校に登校しなくても欠席とはならず、保護者等の休暇に合わせて年に3日まで取ることができる。

### ②広域・市区町村レベル

#### ●観光地域づくり法人(DMO)主体のライドシェア運行開始(石川県)

2024年3月12日より、石川県加賀市で「加賀市版ライドシェア」の運行が開始された。これは、自治体やNPOが交通空白地における移動の足を提供する「自治体ライドシェア」が2023年12月に規制緩和されたことを受け、地域DMOである一般社団法人加賀市観光交流機構が事業実施主体、加賀第一交通が運行・安全管理、Uber Japanがアプリ提供を行う三者協力体制で運行するものである。

2種免許の保持者、または大臣認定講習を受講済みの1種免許の保持者で、加賀市観光交流機構と業務委託契約を締結した地元住民14名(運行開始時点)がドライバーを務め、自家用車を利用してサービスを提供する。なお、予約・配車はUberのア

プリを介して行われ、支払いはキャッシュレス決済となる。

#### ●レベル4自動運転による移動サービス(福井県)

福井県永平寺町で運行されている自動運転による移動サービス「ZEN drive」は、2023年5月28日より、国内初のレベル4自動運転(特定条件下における完全自動運転)を開始した。「ZEN drive」は2020年12月よりレベル2自動運転により営業を開始し、2021年3月からは遠隔監視・操作型のレベル3自動運転が行われていた。

運行は永平寺町から事業を委託された第三セクター、まちづくり株式会社ZENコネクが担い、曹洞宗の大本山である永平寺の門前付近まで、鉄道の廃線跡を利用した遊歩道「永平寺参(まい)ろーど」の一部区間を走行する。

#### ●「福井県立恐竜博物館」リニューアルオープン

2023年7月14日、福井県勝山市にある福井県立恐竜博物館がリニューアルオープンした。福井県立恐竜博物館は、2000年の開館から20年以上が経過していることから、北陸新幹線延伸にあわせてリニューアルが計画され、2022年12月以降休館し、増築・改修工事が行われてきた。通称“小タマゴ”と呼ばれる卵形ドームをもつ新館が増築される等、“オールシーズン体験可能な博物館にフルモデルチェンジ”をコンセプトに満足度を向上し、研究・情報発信の拠点として未来に続く博物館とするための機能強化が行われた。

#### ●長野県白馬村、岐阜県白川村が「ベストツーリズムビレッジ」に認定

2023年10月18日(現地時間)、国連世界観光機関(UNWTO、現UN Tourism)は「ベストツーリズムビレッジ2023」を発表し、中部地方からは長野県白馬村、岐阜県白川村が認定された。白馬村は日本の民宿発祥の地として、地域資源を活かしたおもてなし精神等、また、白川村は合掌造りの集落を維持するための持続可能な取り組み等がそれぞれ評価された。

「ベストツーリズムビレッジ」は、持続可能な開発目標(SDGs)に沿って、観光を通じて文化遺産の保全や持続可能な開発に取り組む地域を認定するプロジェクトで、国内では2023年度の認定地域を含めて合計6地域が認定されている。

#### ●「白川郷レスポンスブル・ツーリズム」特設サイトを公開(岐阜県)

岐阜県白川村は2023年12月27日、「白川郷レスポンスブル・ツーリズムサイト」を公開した。このサイトは観光庁の「サステナブルな観光に資する好循環の仕組づくりモデル事業」の助成を受け、日本語をはじめ英語、中国語等、5言語で公開されており、白川村が大切にしていることを丁寧に伝え、特に実践してほしいマナーを5つにしぼり紹介している。

白川村では、異なる文化や価値観をもつ観光客に具体的な行動を示したうえで、一緒に地域を守りましょうと伝え、責任ある観光(行動)を求めることが、白川村がこれまで取り組んできた観光マナー対策を包括的に進める方法として良い結果をもたらすのではないかという仮説(仮定)に基づき、レスポ

ンスブル・ツーリズム(責任ある観光)の要素を来訪者の受け入れ環境の向上の一環として取り入れた。

このほかの取り組みとして、冬の風物詩となっている白川郷ライトアップイベントは、2024年1月から2月の開催より完全事前予約の入場チケット制が導入された。また、2024年3月2日には、中部運輸局岐阜運輸支局が岐阜県警、岐阜県タクシー協会と連携し、違法な白タク排除に向けた啓発活動を行った。

#### ●AIが目的地を提案する「名古屋観光デジタルマップ」(愛知県)

愛知県名古屋市は、2023年10月10日より観光分野におけるDX推進の一環として、AIが目的地を提案する機能をもったウェブアプリ「名古屋観光デジタルマップ」の運用を開始した。

このデジタルマップは従来の紙製の観光マップに代えて開発したもので、インバウンド向けに6言語で提供されている。名古屋市公式観光情報サイトのスポット情報やモデルコースがデジタルマップ上に掲載されており、AIにより利用者の興味や関心に基づいた観光スポットが提案される。

#### ●メタバースを活用した観光の取り組み(三重県、長野県)

三重県鳥羽市では、鳥羽市広告宣伝戦略委員会がメタバース空間内に「鳥羽市メタバース特設観光案内所」を、2024年2月1日から2月29日までの期間限定で開設した。ディープで興味深い情報の提供を目的のひとつとしており、特設観光案内所内では市民の目線で撮影した写真や動画を視聴できる。また、2月7日には、鳥羽市の観光関係者等約30名が集まり、メタバース空間内のアバターキャラクター「あまちゃん」として答えるイベントが開催され、その様子がYouTubeにて生配信された。

一方、長野県安曇野市は、2024年2月29日に「安曇野観光メタバース」を開設した。メタバース空間内にはおすすめ旅行プランが提案されるルームや、観光ルートをシミュレーション、検討できるルーム等が設置されている。また、開設にあたってメタバース空間内でのオープニングイベントや、アンテナショップ「銀座NAGANO」にて「安曇野観光メタバース」を体験、PRするためのリアルイベント等が開催された。

(小川直樹)

# IV-2-2 近畿

大阪府、万博開催・IR整備に向けた取り組み活発化  
京都市、コロナ禍後オーバーツーリズム対策が本格的に

## (1) 都道府県レベルの旅行者動向

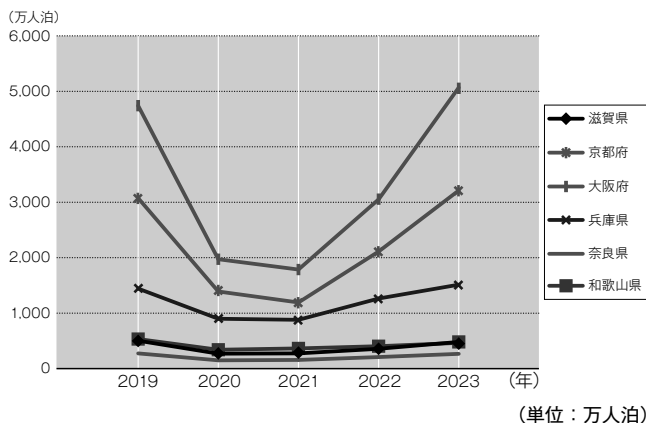
### ① 宿泊者数の動向

観光庁「宿泊旅行統計調査」によると、2023年1月から12月までの近畿地方の延べ宿泊者数は11,004万人泊と2022年を上回り、前年比で48.9%の増加となった。府県別に前年比を見ると、大阪府で66.1%増と最も増加率が高く、次いで京都府で前年比52.2%増となっている。奈良県は28.0%増、和歌山県は14.8%増と微増にとどまった(図IV-2-2-1)。

外国人延べ宿泊者数については、近畿地方全体で3488.5万人泊で前年比814.2%増となり、大幅な増加となった。府県別に見ると、大阪府では780.5%増、京都府でも758.7%増とコロナ禍前の2019年を上回った。一方で、奈良県は943.7%増、和歌山県では598.6%増となったものの、2019年比は、奈良県で62.4%、和歌山県で78.5%となっていて、コロナ禍以前までの回復には至っていない(図IV-2-2-2)。

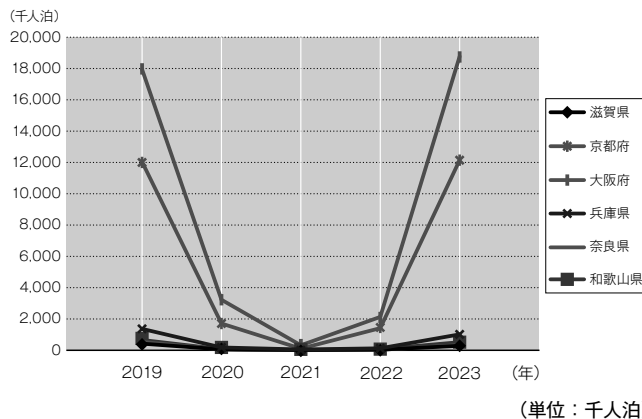
延べ宿泊者数に占める外国人延べ宿泊者数を府県別に見ると、滋賀県が最も高く、京都府、大阪府も35%を超えているが、兵庫県、奈良県、和歌山県はいずれも12%以下である。

図IV-2-2-1 延べ宿泊者数の推移(近畿)



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-2-2-2 外国人延べ宿泊者数の推移(近畿)



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が2024年1月に発表した利用状況によると、2023年の国際線と国内線を合わせた航空旅客数は2,335.2万人で前年比194.0%増であった。国際線旅客数は1,641.9万人で、そのうち外国人旅客は1,301.1万人であった(表IV-2-2-1)。

表IV-2-2-1 関西国際空港の発着回数と旅客数

	2022年(単位: 人)	2023年(単位: 人)	前年比
<b>発着回数</b>	93,656	157,162	67.8%
国際線	45,161	107,028	137.0%
旅客便	17,412	83,915	381.9%
貨物便	26,712	21,744	△18.6%
その他	1,037	1,369	32.0%
国内線	48,495	50,134	3.4%
旅客便	46,992	48,374	2.9%
貨物便	8	6	△25.0%
その他	1,495	1,754	17.3%
<b>旅客数</b>	7,943,093	23,352,320	194.0%
国際線	2,353,507	16,419,425	597.7%
日本人	633,214	3,308,909	422.6%
外国人	1,713,877	13,011,728	659.2%
通過旅客	6,416	98,788	1439.7%
国内線	5,589,586	6,932,895	24.0%

資料: 関西エアポート(株)のウェブサイトをもとに筆者作成

(2) 観光地の主な動向

① 地方・都道府県レベル

●滋賀県、台南市とサイクルツーリズムに関する覚書を締結  
2023年11月、滋賀県と台湾台南市との間で、サイクルツーリズムに関する覚書が締結された。滋賀県と台南市は、2013年に水環境ビジネス等、環境保全分野をはじめとしたさまざまな産業・経済分野の推進について覚書を締結している。今回の覚書で、今後、観光資源を活用したサイクルツーリズムの促進に取り組む。

●京都市中央卸売市場内に「食の京都」情報発信拠点を開設（京都府）

2023年8月、京都府と京都市は、「食の京都」の情報発信拠点を京都市中央卸売市場水産棟見学エリア内に開設した。全長260メートルに及ぶ情報発信拠点では、「とっておきの京都（京都市内の多様なエリア）」、「もうひとつの京都（「海の京都」、 「森の京都」等、府内の多様なエリア）」で販売されている加工食品等の自販機の設置やオンラインで特産品が購入できるECサイトコーナーが設置された。

●大阪・夢洲地区複合観光施設整備に向けた動き進む（大阪府）

大阪府及び大阪市は、大阪IRと共同して申請を行った「大阪・夢洲地区特定複合観光施設区域の整備に関する計画」について、2023年4月に国土交通大臣より特定複合観光施設区域整備法の規定に基づき認定を受けた。計画には施設の整備方針・規模及びデザインに加えて、主要都市との交通利便性の確保、カジノ施設の収益の活用等が盛り込まれた。

また、同年9月には、大阪府及び大阪市と大阪IRが、「大阪・夢洲地区特定複合観光施設区域整備等実施協定書」、「大阪・夢洲地区特定複合観光施設区域の立地及び整備に係る土地使用等に関する協定」を締結した。大阪IRは、2030年頃の完成を目指している。

●関西イノベーションセンターと大阪観光局が産業観光を推進するプラットフォームを立ち上げ（大阪府）

2023年9月に、一般社団法人関西イノベーションセンターと公益財団法人大阪観光局（以下、大阪観光局）は、2025年に開催される大阪・関西万博に向けて産業・インセンティブツアーを推進する専用プラットフォームを開設した。産業視察、文化財の見学、伝統工芸の体験等、関西地域を中心としたオーダーメイド型のツアーの設計が可能である。

●大阪府、デジタル通過実証調査を開始

2023年12月より、「大阪府デジタル通貨実証調査」が開始された。調査は、大阪府スマートシティ戦略部の委託を受けて、コンソーシアム「SBI Team Osaka」（SBIホールディングス、JTB、ギフトパッド、アプラス、アリペイジャパン、DEITA、TREASURY、博報堂プロダクツ等9社が参画）が実施する。調査では、各種スマートフォン向け決済アプリや協力店舗から収集した購買データを活用して、府内の商品・サービス提供事業者による生活者のニーズに即した商品・サービスの開

発・提供につなげるモデルの構築に向けた実証実験を行う。

●南紀白浜空港の愛称が決定（和歌山県）

2024年1月に、和歌山県白浜町にある南紀白浜空港の愛称が「熊野白浜リゾート空港」に決定したことが発表された。和歌山県は、2024年に県内の世界遺産である「紀伊山地の霊場と参詣道」が登録から20周年を迎えるため、観光客誘客を目指して愛称を募集した。1,645件に及ぶ応募から選定された。

●和歌山県、「空飛ぶクルマ」実用化に向けて連携協定を締結

2024年2月に、和歌山県は長大、IHI、南海電鉄の3社と「空飛ぶクルマ」の和歌山県内での実用化に向けて連携協定を締結した。2025年の大阪・関西万博の機運醸成を図り、和歌山県内への誘客及び地域社会の発展への寄与を狙っている。

② 広域・市町村レベル

●近畿5地域が、観光庁「第2のふるさとづくりプロジェクト」実証実験の地域に選定

2023年6月、観光庁は「第2のふるさとづくりプロジェクト」で、継続した来訪促進のためのモデル実証事業の実証地域として全国18地域を選定し、表IV-2-2-2のとおり、近畿地方は5地域が選定された。「第2のふるさとづくりプロジェクト」は、国内交流市場の拡大に向けて「何度も地域に通う旅、帰る旅」という新たな旅のスタイルの普及・定着を図るものである。実証実験では、継続来訪を促すための仕掛け、滞在環境、移動環境の先進事例創出に取り組む。

表IV-2-2-2 第2のふるさとづくりプロジェクト実証地域（近畿地域を抜粋）

実施地域名	事業名	申請団体名
滋賀県 栗東市	びわ湖の源流走井（はしり）の里で体感する「やまのある暮らし“ファザーフォレストライフスタイル”」構築実証事業	（一社）栗東市観光協会
京都府 南丹市 美山町	地域に通う、心が通う、課題解決型ラーニングツーリズム～来訪者と地域住民が守り育てる第2のふるさと～	（一社）南丹市美山観光まちづくり協会
兵庫県 丹波篠山市	丹波焼窯元への陶泊による来訪促進実証事業	丹波立杭陶磁器協同組合
兵庫県 新温泉町	地域課題で繋がる「しんせき学び旅プログラム」。バスのサブスクでより身近に、より通いやすく。	全但バス（株）
奈良県 吉野町	桜からはじまる吉野の愛着人口増加プロジェクト	（一社）吉野ビクターズビューロー

資料：観光庁のウェブサイトをもとに筆者作成

### ●長浜観光協会が観光地域づくり法人(DMO)に登録(滋賀県)

2023年の3月に、滋賀県長浜市の公益社団法人長浜観光協会がDMOに登録された。DMOの設立により、観光マネジメントの強化、観光人材の育成、観光教育、関係人口の増加に取り組む。

### ●電通ら多言語音声観光ガイドシステムを開発、びわ湖疏水船で導入へ(滋賀県)

電通はピラミッドフィルムクアドラと共同で、移動空間上でも対応可能なスマートフォン向け多言語音声観光ガイドシステムを開発した。観光客が乗り物で移動しながら、あらかじめ設定されたGPS位置情報のポイントに到着するとツアーガイドの音声自動的に再生される仕組みであり、8言語に対応している。びわ湖疏水船は乗船率が9割を超えているものの、海外観光客の利用が少なく多言語対応が課題になっている。実証実験を経て、4言語のガイドを導入する。

### ●京都府宮津市がサステナブルな観光地100選に選定

2024年3月、国際認証団体グリーン・デスティネーションズが実施する「Green Destinations Top 100」の審査が行われ京都府宮津市が「文化と伝統部門」で3位に選出された。宮津市の“古の技「藤織り」の伝承”をテーマとした藤織りの技術や保存会の活動が評価された。

### ●京都市、「京都観光モラル」に基づき観光シーズンにおける観光課題対策を実施(京都府)

京都市と公益社団法人京都市観光協会(DMO KYOTO)は、京都の観光に関わるすべての人がお互いを尊重しながら、持続可能な京都観光をつくり上げることを目指し、行動基準をまとめている。2023年秋、2024年春の観光シーズンにはコロナ禍以前の観光課題が多発していた状況に戻らないように、対策を講じた。2023年の秋には全17の取り組み(表IV-2-2-3)、2024年の春には全12の取り組み(表IV-2-2-4)を実施した。

### ●京都府伊根町、予約型乗合交通の特設サイトを開設

2023年12月、再生可能エネルギーを活用した予約型乗合タクシーの特設サイトを開設した。伊根町は再生可能エネルギーによる地域活性化に取り組んでおり、太陽光発電によって発電した電力を活用して予約型乗合交通である「いねタク」を運行している。町営のコミュニティバスを廃止して、導入された仕組みであり、観光客も乗車30分前まで予約できる。町民は、町が配布したタブレットから予約でき、観光客は、観光案内所、宿泊施設、飲食店等に掲示されている二次元コードから予約が可能である。

### ●大阪・梅田にMICE特化型「DMO大阪梅田」を設立(大阪府)

2023年10月に大阪・梅田エリアへのMICE誘致を行う組織として「DMO大阪梅田」が設立された。大阪・関西万博やIRの開業を控え、ホテル・商業施設・ホール等の関連事業者34施設・団体が加盟した。大阪市、大阪観光局の支援を得ながら、MICE開催へのサービスを提供する。

表IV-2-2-3 京都市2023年秋の観光シーズンにおける観光課題対策

施策1	京都観光モラルの周知及び観光客向けのマナー啓発の取り組み強化
	(1)日本政府観光局と連携した現地旅行会社を対象とした取り組み (2)国内ツアーオペレーター事業者等を通じたガイド等を対象とした取り組み (3)地下鉄京都駅及び烏丸御池駅におけるデジタルサイネージの設置 (4)鉄道会社等と連携した啓発 (5)市政広報板を活用した啓発 (6)京都市認定通訳ガイドを活用したマナー・モラル啓発に関するモデルツアーの造成・実施
施策2	手ぶら観光の推進
	(1)手ぶら観光のさらなる促進のため、手ぶら観光情報サイト「HANDS FREE KYOTO」をリニューアル (2)地下鉄・バス1日乗車券の券面広告による手ぶら観光の啓発
施策3	交通混雑緩和に向けた施策の実施(10月開始分)
	(1)東京駅デジタルサイネージを活用した推奨ルート(地下鉄の利用)の多言語発信 (2)東海道新幹線車内電光文字広告を活用した推奨ルート(地下鉄の利用)の発信 (3)新幹線京都駅コンコース内でのデジタルサイネージ等を活用した京都駅前バス乗り場混雑状況ライブカメラ映像・推奨ルートの多言語発信
施策4	京都府警と連携したマナー啓発媒体の改訂
	(1)マナー啓発媒体「MIND YOUR MANNERS」の改訂 (2)改訂版「MIND YOUR MANNERS」の配架・掲出
施策5	「京都 秋の観光のススメ」の発行
施策6	交通混雑緩和に向けた施策の実施(11月開始分)
	(1)パークアンドライドの利用促進 (2)京都駅一極集中の緩和に向けた情報発信
施策7	「京都観光快適度マップ」混雑予測精度の向上、ライブカメラ機能の拡充
	(1)「京都観光快適度マップ」混雑予測精度の向上(外国人の位置情報ビッグデータの活用) (2)ライブカメラ映像へのテロップ表示機能導入
施策8	京都観光モラル宣言事業者による連携企画
施策9	近畿運輸局との連携による京都駅における移動経路の分散化等に係る実証事業の実施
	(1)移動経路の分散化(期間限定案内所の開設) (2)手ぶら観光の推進(臨時手荷物預かり所の開設)
施策10	市バス・地下鉄臨時増発等の混雑緩和策実施
施策11	「イオンモール京都五条」と連携したパークアンドライド等の取り組み
施策12	民間事業者による手ぶら観光の一層の推進(京都市内一部宿泊施設から関西国際空港等への手荷物輸送)
施策13	観光バスの路上滞留対策に関する取り組み
	(1)観光バス路上滞留解消に向けた啓発活動 (2)観光バス向けの啓発看板の製作及び設置 (3)観光バス専用駐車場の再開
施策14	鉄道による京都観光を勧める中吊り広告の作成
施策15	ポータブルライブカメラを活用した混雑の見える化
施策16	京都駅における総合おもてなしコンシェルジュの配置
施策17	デジタル広告や交通広告の活用による啓発活動の一層の強化
	(1)デジタル広告を活用した啓発活動 (2)観光マップを活用した啓発活動 (3)交通広告を活用した啓発活動

資料：京都市のウェブサイトをもとに筆者作成

表IV-2-2-4 京都市2024年春の観光シーズンにおける観光課題対策

施策1 観光バスの路上滞留対策等に関する取り組み
(1)観光バス路上滞留解消に向けた啓発活動 (2)観光バス向けの啓発看板の製作及び設置
施策2 「KANSAI MaaS」を活用した京都における観光課題対策
施策3 交通混雑緩和に向けた情報発信
(1)京都駅一極集中の緩和に向けた情報発信 (2)パークアンドライドの利用促進に係る情報発信
施策4 事前予約可能な臨時手荷物預かり所の開設
施策5 市バス・地下鉄の臨時増発
(1)市バスの臨時増発 (2)市バスから地下鉄への無料振り替えの実施 (3)地下鉄の臨時増発 (4)新幹線京都駅構内での「地下鉄・バス1日乗車券」の臨時販売
施策6 JR西日本、JR東海と連携した混雑緩和対策
施策7 観光駐車場における自家用車の特別料金の適用等
(1)自家用車の特別駐車料金の適用(清水坂、嵐山) (2)自家用車の受け入れ制限
施策8 京都観光モラル宣言イベントの開催等
施策9 【府市連携事業】宿泊施設における京都観光モラル等の周知
施策10 「電車・バスで行くプチ旅モデルコース」の公開
施策11 京都観光モラル推進宣言事業者による連携企画
施策12 2024年GWの市バス・地下鉄臨時増発等混雑緩和策の実施

資料:京都市のウェブサイトをもとに筆者作成

●Osaka Metro、大阪・関西万博に向けてキャッシュレス決済の充実化を目指す(大阪府)

2023年2月、Osaka Metro(大阪メトロ)は、「顔認証改札機」に加えて、「二次元コードを活用したデジタルチケット」及び「Visaのタッチ決済」の実証実験を行うことを発表した。「Visaのタッチ決済」は、世界で幅広く普及している決済手段であり、公共交通に導入している国も多い。日本国内でもインバウンド対策の一環として、導入が進んでおり、Osaka Metroは大阪・関西万博に向けて国内外の多種多様なニーズへの対応を目指す。

●大阪大同交通、閑散期の観光バス乗務員をタクシー運転手として稼働、乗務員不足の解消に取り組む(大阪府)

2024年2月より、タクシーアプリ「GO」を展開するGOと、滋賀交通グループの大阪大同交通は、乗務員不足解消と供給力向上を目指して配車サービスを開始した。滋賀交通グループが所有する観光バスの閑散期にバス乗務員がタクシー運転手としてタクシー供給強化の役割を担う。タクシー業界は慢性的な人手不足が課題となっており、状況の改善が期待される。

●JTBら、大阪・道頓堀で「スマートごみ箱」を設置(大阪府)

2023年の11月より、大阪・道頓堀でクリーン活動が開始された。道頓堀では、食べ歩きによるごみのポイ捨て問題が地域課題となっている。JTB、道頓堀商店会、NTTコミュニケーションズ、フォーステック、合同衛生が参画してスマートごみ箱を設置した。スマートごみ箱は、ごみ箱内で自動にごみを圧縮し、ごみの蓄積情報をクラウド上でリアルタイムに把握する仕組みである。

●姫路市・たつの市・宍粟市内でのまちづくり事業を支援するまちづくりファンドを設立(兵庫県)

2024年3月、一般財団法人民間都市開発推進機構(MINTO機構)と西兵庫信用金庫は「にしんまちづくりファンド有限責任事業組合」(にしんまちづくりファンド)を設立した。国土交通省とMINTO機構は、地域金融機関と連携して、地域課題の解決に資する民間まちづくり事業に出資等を行う「まちづくりファンド支援事業」を実施している。にしんまちづくりファンドは、姫路市・たつの市・宍粟市の対象エリアで空き家・空き店舗、公共の遊休不動産のリノベーション等を行い、飲食施設、宿泊施設、交流施設、イベント施設等を整備・運営する民間のまちづくりを支援することで、地域の賑わい創出が期待されている。

●姫路市、「ウォークブル促進プログラム」を作成(兵庫県)

2023年10月、兵庫県姫路市は「ウォークブル促進プログラム」(道路活用ガイドライン)を発表した。姫路市は同年3月に「姫路市ウォークブル推進計画」を策定し、歩行者利便増進道路「ほこみち」や公共空間の利活用により、歩きたくなるまちなかの整備に取り組んできたが、道路の活用は国・市が認めた特定の団体のみに認められている。そこで姫路市は、専用の会議体及び窓口を開設し、ワンストップでそれらの許認可を実施する。これらの独自の取り組みにより、道路活用によるさらなる賑わいの創出を目指す。

●和歌山県紀美野町がワーケーションを促進

2023年9月から2024年1月末まで和歌山県紀美野町がワーケーション目的の滞在に対する補助事業を実施した。町外の企業・団体・学生・個人事業主のテレワークや勉強を目的とした費用の最大50%(上限あり)を支援するものである。対象となるのは、紀美野町観光協会が指定する宿泊施設でリモートワーク等をしながら、平日2泊以上する利用者及び同行者であり、支援を通じて観光・移住の関係人口の拡大が目指された。

(元立教大学 若佐 栞/立教大学 西川 亮)

## IV-2-3 中国・四国

宿泊者数は全体的に大きく増加し  
 コロナ禍以前の水準近くまで回復  
 瀬戸内海国立公園90周年、G7広島サミット、宮島訪問税

### (1) 都道府県レベルの旅行者動向

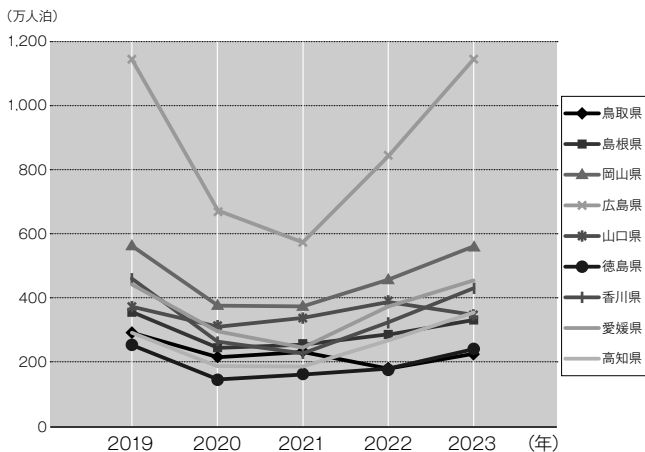
観光庁「宿泊旅行統計調査」によると、2023年1月から12月の中国・四国全体の延べ宿泊者数は4,143万人泊となり、2022年比で24.8%増、2019年の98%まで回復した。2022年秋頃からの緩和措置を背景に旅行需要が回復しきてきたといえる。

延べ宿泊者数の前年比を県別に見ると、山口県(前年比7.8%減)以外で前年比はプラスとなり、鳥取県(同18.5%増)、島根県(同15.1%増)、岡山県(同21.3%増)、広島県(同35.6%増)、徳島県(同26.9%増)、香川県(同34.8%増)、愛媛県(同24.8%増)、高知県(同46.3%増)となった(図IV-2-3-1)。

2023年1月から12月の中国・四国全体の外国人延べ宿泊者数は291万人泊となり、前年比で689.4%増と大きく伸び、2019年の85%まで回復した。

外国人述べ宿泊者数は全県で増加となり、鳥取県(前年比474.3%増)、島根県(同386.3%増)、岡山県(同461.0%増)、広

### 図IV-2-3-1 延べ宿泊者数の推移(中国・四国)



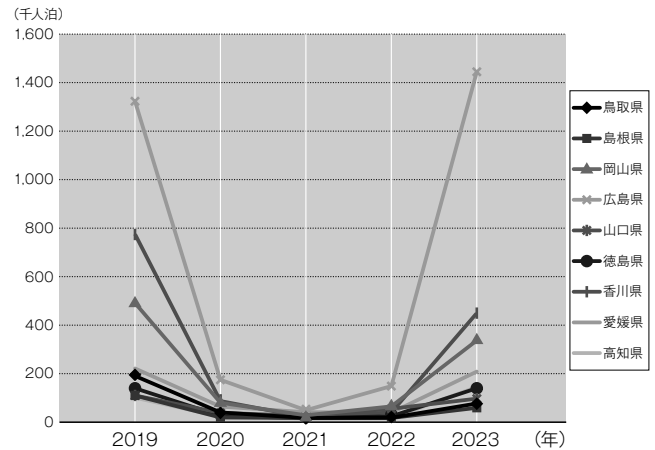
(単位：万人泊)

都道府県名	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年
鳥取県	289	212	229	188	223
島根県	364	245	262	287	331
岡山県	566	377	371	458	555
広島県	1,163	675	584	853	1,157
山口県	376	311	330	392	362
徳島県	257	145	160	184	234
香川県	466	253	227	324	437
愛媛県	439	300	254	376	469
高知県	290	196	191	256	375

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

島県(同913.3%増)、山口県(同88.2%増)、徳島県(同636.7%増)、香川県(同1212.0%増)、愛媛県(同507.3%増)、高知県(同1306.6%増)(図IV-2-3-2)。

### 図IV-2-3-2 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	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年
鳥取県	185	34	11	12	71
島根県	104	13	11	11	53
岡山県	487	74	22	59	332
広島県	1,322	169	43	143	1,444
山口県	104	32	20	49	91
徳島県	134	20	10	18	134
香川県	772	81	14	34	445
愛媛県	216	58	35	33	203
高知県	95	17	9	10	139

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) 観光地の主な動向

#### ① 地方・都道府県レベル

##### ● 全国初の国立公園「瀬戸内海国立公園」が90周年を迎えた

2024年3月16日に瀬戸内海国立公園が全国初の国立公園に指定されてから90周年を迎えた。これを記念して各所では年間を通じてさまざまなイベントが開催される予定。瀬戸内海国立公園は1934年3月16日に雲仙天草国立公園と霧島錦江湾国立公園とともに指定された。1府10県にまたがり、海域を含めると90万ヘクタールを超え、全国で最も広い面積を有する。大小さまざまな島で構成される多島海景観や古くから築かれてきた人の暮らしと自然とが一体となった景観が特徴とされている。

##### ● 地方における高付加価値なインバウンド観光地づくりモデル観光地に、鳥取・島根エリア、せとうちエリアが選定される

観光庁は2023年3月、「地方における高付加価値なインバウ

ンド観光地づくりモデル観光地」として全国11地域を選定し、その中に鳥取・島根エリアとせとうちエリアが含まれた。この取り組みは、訪日外国人旅行者の消費額増加と地方への誘客促進を目的としており、特に富裕層の旅行者を地方に呼び込むことで地域経済の活性化を図ることを目指すもの。

両エリアの高付加価値化のテーマは、鳥取・島根エリアは“日本の紀元・神話の國”、せとうちエリアは“世界に類を見ない多島美と、暮らし、アートの融合”。2023年度に策定したマスタープランをもとに、今後の高付加価値化に向けた具体的なコンテンツの造成販売やプロモーション、推進体制の強化等の取り組みが期待されている。

#### ●中国・四国地方で初めて「歴史まちづくりカード」を発行

「歴史まちづくりカード」(歴史まちカード)は、国土交通省が地域における歴史的風致の維持及び向上に関する法律(歴史まちづくり法)に基づき、国の認定を受けた都市の魅力を広げるために実施している取り組み。2017年から取り組みが始まり、2023年4月の時点では、全国73都市で「歴史まちカード」が発行されている。

中国・四国地方では、これまで「歴史まちカード」の取り組みはなかったが、2023年に初めて中国地方では7市町(広島県尾道市、竹原市、山口県萩市、岡山県津山市、高梁市、島根県松江市、津和野町)、四国地方では4市町(徳島県三好市、愛媛県大洲市、内子町、高知県佐川町)での発行と配布が始まった。各市町の観光協会や観光施設で、一人1枚限定で無料配布されている。

#### ●鳥取県がサウナツーリズムを推進、テントサウナ等のガイドラインも策定

鳥取県は県が主体となりサウナツーリズムを推進している。2023年11月には一般社団法人日本サウナ学会の総会が米子市で実施され、それにあわせ県主催でのサウナフェスを開催した。2024年度からは小型サウナ(特にテントサウナ等)について、その設置に関する公衆浴場法に基づく許可基準の緩和を開始し<sup>\*</sup>、あわせて「公衆浴場法に基づくテントサウナ等の衛生管理等ガイドライン」も策定、移動式サウナのイベント等での利活用を期待している。鳥取県内ではこれまでも、2020年には日本の国立公園では初となる公園内サウナ施設が大山隠岐国立公園内にオープンする等といった動きがあり、2021年には県が“ととのうとっとり”というキャッチコピーを掲げ、サウナツーリズムを推進してきた。

※移動営業の許可、措置基準の適用除外項目の明確化、イベントでの使用(年に4日以内であれば公衆浴場法上の許可は不要)、許可申請の一括化(イベントごとの申請が不要)に。出典：鳥取県生活環境部 暮らしの安心局 暮らしの安心推進課(2024年4月)「公衆浴場法に基づくテントサウナ等の衛生管理等ガイドライン(対象地域：鳥取県中部地区、西部地区)」

#### ●岡山県と仁川国際空港がソウル線利用促進に向けた覚書を締結

岡山県は2024年7月に岡山桃太郎空港(岡山市)と韓国の仁川国際空港を結ぶソウル線の利用促進に向け、仁川国際空港公社と覚書を結んだ。岡山県が海外の空港と覚書を交わすのは初めてとなる。覚書の目的は、コロナ禍の影響で落ち込んだソウル線の利用客数を回復させ、双方の地域経済の活性化につなげることであり、共同での観光PRやツアー商品の造成

支援、貨物輸送の促進等の内容が盛り込まれている。

#### ●岡山県がタイからの観光客誘致を本格化

岡山県ではタイをターゲットとしたインバウンド獲得に向けて県を挙げて取り組みを本格化させている。この背景には、バレーボールSVリーグ女子・岡山シーガルズのタイでの人気や、岡山県とタイを結ぶ空路就航に向けた地元経済界の協働がある。岡山シーガルズには、タイ出身の選手が入団していることもあり、タイでの日本展示会への参加をはじめとした活動に積極的に取り組み、スポーツを切り口とした文化・経済交流を活発に行っている。こうしたことを背景に、タイでのチームの知名度と人気が上がリ、タイから岡山県への誘客にも好影響を与えているといわれている。

タイからの岡山県への宿泊客数は、2023年にはコロナ禍の影響を受けながらも2019年とほぼ同水準の5,330人泊(前年比534.5%)に達した(観光庁「宿泊旅行統計調査」(2023年2月29日公表分まで)をもとに岡山県まとめ)。こうした状況を受け、地元経済界も空路誘致に動き出し、2023年度には県内の官民約200団体でつくる「空路利用を促進する会」が事業計画にタイ直行便の誘致を新たに掲げた。

県も、岡山シーガルズの選手を起用した観光PR動画やパンフレットの作成、タイのインフルエンサーを招いたモニターツアーの実施等、情報発信を強化してきた。今後もタイを有望な市場と位置付け、誘致活動と受け入れ体制の整備を積極的に進めていく予定である。2024年度は、旅行会社へのツアー商品開発の働きかけや、夏に知事による現地訪問等を計画し、2025年の大阪・関西万博を契機に、さらなる観光客誘致を目指している。

#### ●G7サミットが広島市で、閣僚会合が倉敷市及び高松市で開催(広島県、岡山県、香川県)

2023年のG7サミットは、日本が議長国として広島県広島市を会場に2023年5月19日から21日にかけて開催された。

フランス、アメリカ、イギリス、ドイツ、日本、イタリア、カナダの7か国の首脳と、欧州理事会議長及び欧州委員会委員長が参加した。

広島が開催地として選ばれた背景には、被爆地としての象徴性がある。ロシアによるウクライナ侵略に伴い、核兵器使用のリスクが高まっている状況下で被爆地である広島を開催地とすることで、核兵器廃絶に向けた意志を示すものとされている。

広島県によると、G7広島サミットの経済効果は、サミット関連予算や民間投資、サミット直後の観光客増加等の直接的経済波及効果で約1,217億円、2023年から2027年におけるポストサミットの経済波及効果で約1,649億円<sup>\*</sup>と推計されている。G7サミットに関連する閣僚会合は、岡山県倉敷市と香川県高松市で開催され、各開催地での機運醸成や経済効果が見られた。

※サミット開催直後(2023年6月)の総観光客数の伸び率(対コロナ禍前の2019年6月)をサミット開催による誘客効果と仮定し、次の日本でのサミット開催地決定の前年までその効果が逡巡しながら続くと仮定して推計。



### ●国際クルーズの旅客受け入れの高度化を図る港に徳島小松島港が選定(徳島県)

徳島小松島港は、国土交通省による2023年度「国際クルーズ旅客受入機能高度化事業」を実施する3港に、横浜港(神奈川県)、神戸港(兵庫県)とともに選ばれた。この事業は、クルーズ旅客の利便性や安全性の向上させることを目的としており、クルーズ旅客の移動または手荷物等の搬出入の円滑化に要する経費、クルーズ旅客が利用する旅客上屋等の受け入れ環境改善に要する経費、クルーズ旅客の安全性の向上に要する経費について、3分の1以内が補助される。3港合計の事業費は1億3,600万円、うち、徳島小松島港は4,500万円。横浜港では大黒ふ頭地区の照明設備、神戸港では中突堤地区の旅客上屋等改修、徳島小松島港では本港地区上屋の撤去が実施される。この事業が日本の国際クルーズ市場の活性化に貢献することが期待されている。

### ●徳島県で阿波人形浄瑠璃の出張サービスを開始

2023年8月、徳島県の徳島県立阿波十郎兵衛屋敷が、阿波人形浄瑠璃の出張サービスを始めた。このサービスは、阿波人形浄瑠璃を気軽に鑑賞できるよう、人形遣いを派遣し、解説付きで公演を行うもの。阿波人形浄瑠璃は国の重要無形民俗文化財に指定されている芸能であり、徳島県では全国で最も多くの人形座や人形師が活躍している。同サービスでは、特にめでたい「寿二人三番叟」(ことぶきになんさんばそう)や「えびす舞」を選び、神様の人形が多幸を祈願して舞い踊る。解説を含め、人形座から人形遣い約6名、阿波十郎兵衛屋敷より職員2名を派遣。公演時間は約15分で、目安費用は8万円。交通費は別途となる。事前に日程、場所、予算、要望等を聞き取り、希望に応じた演目を提案する。

### ②広域・市区町村レベル

#### ●鳥取県倉吉市、グリーンスローモビリティを活用した“観光客の利便性の向上×暮らしよさの向上”を図る

鳥取県倉吉市では、2025年春の鳥取県立美術館の開館を見据え、グリーンスローモビリティ等の新たな移動手段を活用して“観光客の利便性の向上×暮らしよさの向上”を図る“暮らしよし倉吉”らしい周遊滞在型の観光まちづくりを推進している。2022年から住民や観光事業者、交通事業者等の関係者との協議を重ねながら、2023年6月には「倉吉市周遊滞在型観光地モビリティ向上計画」を策定。2023年10月には新たな移動手段の導入効果を把握する実証実験として2022年度に続き第2回目となる実証実験「打吹つながらモビリティ：U-MO(ウーモ)」を約1か月間実施した。

#### ●宮島で訪問税の徴収開始(広島県)

広島県廿日市市は2023年10月1日から、世界文化遺産・厳島神社がある宮島を訪れる人から一人100円を徴収する宮島訪問税(法定外普通税)の徴収を開始した。来訪者の増大に伴い発生・増幅する行政需要の経費に対応することを背景としている。納税義務者は小学生以上の観光客とし、宮島町の区域の住民、通勤・通学者、修学旅行生、障がい者は対象外となる。

納税方法は、宮島へ渡るフェリー乗船時に乗船料と一緒に船舶会社に支払う形。1回の訪問につき一人当たり100円を税額とするが、年間に複数回訪問する人向けに一年分500円の税額制度も設置している。“持続可能な宮島を、みんなのチカラで”というフレーズのもと、活用例として訪問者の受け入れ環境の整備や、文化や歴史への理解促進、自然環境への負担の少ない観光等が示されている。

廿日市市によると、2023年の宮島への来島者数(1~12月合計)は、約465万2千人で統計を取り始めた1964年以降、過去2番目であった(過去最多は2016年の約465万7千人)。今後の観光と資源保全の好循環のあり方としても注目される。

#### ●山口県岩国市の錦帯橋が創建350年を迎え、世界文化遺産登録を目指す

山口県岩国市にある錦帯橋は、2023年で創建350年を迎えた。美しい木造アーチ橋は、国の名勝にも指定されており、岩国市のシンボルとして多くの人々に親しまれている。萩市や広島県の厳島を巡る観光ルートが人気となり、岩国市「錦帯橋入橋者数」によると、2023年には年間で約53万8千人が訪れた(前年比約43%増)。錦帯橋は、1673年に当時の岩国領主・吉川広嘉によって架けられた木製のアーチ橋で、5つの橋が連なり、幅約200メートルの錦川を優雅に渡っている。洪水や戦火で幾度となく被災しながらも、架け替えと改良を繰り返し、今も当時と変わらぬ姿を保つ。この美しい橋の構造を後世に伝えようと、地元では世界文化遺産への登録を目指す活動が進められており、市民団体である錦帯橋を世界文化遺産に推す会を中心に、清掃活動やのぼり旗の作成等、さまざまな活動が展開されてきた。2023年9月には、オーストラリアのシドニーで開催された国際記念物遺跡会議(ICOMOS<sup>\*</sup>)シンポジウムで岩国市が錦帯橋を紹介し、世界文化遺産登録に向けた大きな一歩となった。

\* ICOMOS (International Council on Monuments and Sites) は文化遺産の保護と保存に関わる国際的な非政府組織。世界中の記念物、遺跡、文化的景観の保護を促進し、国際的なガイドラインや基準の策定、技術支援、専門家のネットワーキングを行っている。ユネスコの諮問機関として、世界遺産登録の審査、モニタリング活動を行っている。

#### ●香川県高松市、「アーティストモデルレンタサイクル」の貸し出しを開始

2023年10月、香川県高松市は県内外のアーティストがデザインした「アーティストモデルレンタサイクル」の貸し出しを始めた。利用できるのは5台。高松市で開催されたイベント「Setouchi Art Jack 2023」に参加したアーティスト6名によるペイントで、赤や青、オレンジ等、鮮やかで個性豊かな色合い。うどんの麵を描く等、高松市らしさを表現したものもある。レンタルできる場所は、同市浜ノ町のJR高松駅前広場地下ポート等、市内7か所のレンタサイクルポートのいずれか。利用するには会員登録をしてスマートフォンからの予約が必要。利用料は、アーティストモデル以外のレンタサイクルと同じ24時間まで200円。

### ●「世界の持続可能な観光地TOP100選2023」に、愛媛県大洲市、香川県丸亀市、徳島県三好市が選ばれる

持続可能な観光に関する国際認証団体グリーン・デスティネーションズが認定する「世界の持続可能な観光地TOP100選2023」に、愛媛県大洲市が2年連続で選出、香川県丸亀市と徳島県三好市が初めて選出された。国内のTOP100選は全10か所で、他の7地域は、北海道弟子屈町、岩手県釜石市、神奈川県箱根町、長野県小布施町、京都府宮津市、熊本県小国市、鹿児島県与論島であった。

大洲市では、城下町である歴史的建造物を再生活用しながら町並み保全や地域経済に資する取り組みに加え、その手法として地域住民と連携しながら地域コミュニティを育んできたことが評価された。丸亀市では伝統工芸品・丸亀うちわの歴史や製造技術、担い手育成等の取り組みが、そして三好市では重要有形民俗文化財に指定されている祖谷のかずら橋の架け替えにおける伝統的な手法やその素材調達を持続可能にするための仕組みや取り組みが評価された。

「世界の持続可能な観光地TOP100選」のエントリーには、持続可能な観光に関する100項目にわたる国際基準のうち、景観保全や文化財の保護、エネルギー消費量の削減等、特に重要な項目の指標をクリアしていること、さらに、地域の優れた取り組み事例「グッド・プラクティス・ストーリー」の存在が必要となる。グリーン・デスティネーションズでは、持続可能な観光の国際認証取得までに段階的な表彰制度を設けており、TOP100選はそのファーストステップとなる。TOP100選の次には、ブロンズ賞、シルバー賞、ゴールド賞、プラチナ賞があり、そして最終段階として国際認証取得となる。国内では、北海道ニセコ町と岩手県釜石市がシルバー賞を取得している。

### ●愛媛県伊方町、佐田岬を満喫できる「えひめ・佐田岬トレイル」が完成

2023年10月、愛媛県伊方町が整備を進めていた、日本一細長い佐田岬半島の自然や文化を満喫できる散策ルート「えひめ・佐田岬トレイル」が完成した。

全長約50キロメートルの半島を横断する5つのセクションから構成されるトレイルで、いずれの行程も6時間ほどで完歩できる。半島に点在する集落をつなぎ、海に面する美しい景観やミカン畑、人々の営み等の自然や文化を体感できるトレイルとなっている。特設ウェブサイトも制作し、おすすめコースやツアー情報も掲載。現地の店や宿泊施設を利用してもらえるよう、既存のハイキングルートやサイクリング、ダイビング等との組み合わせも可能なように工夫し、観光を通じた地元経済への寄与も期待されている。コースには国道を使わずに町道や農道を活用する等の安全面にも配慮している。「えひめ・佐田岬トレイル」を完歩した人に対しては町から「佐田岬トレイル完走証」が発行される。

(小坂典子)

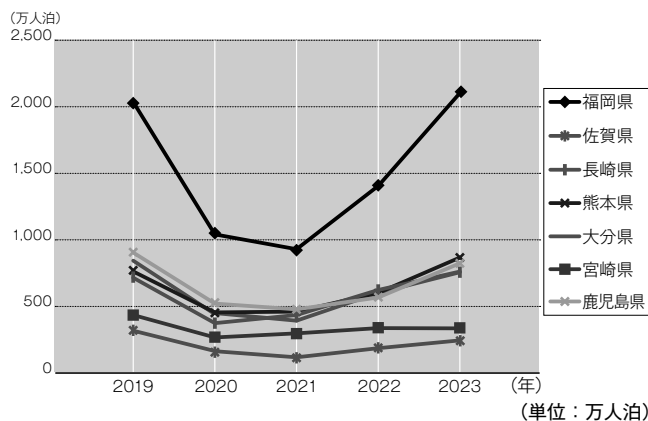
## IV-2-4 九州

国際的なスポーツ大会の開催  
高価格帯ホテルの開業等ホテル投資が活発に  
九州最大級の「SAGAアリーナ」が開業

### (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2023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5,870万人泊となり、対前年比32.4%増となった(図IV-2-4-1)。九州内すべての県で延べ宿泊者数は増加しており、増加率の多い順では、福岡県(51.0%増)、鹿児島県(33.9%増)、熊本県(33.3%増)、佐賀県(21.8%増)、大分県(21.0%増)、長崎県(19.7%増)、宮崎県(2.3%増)となった。九州全体では、2019年の延べ宿泊者数5,869万人と同程度に回復したが、県別に見ると状況は異なる。2019年比まで回復したのは、福岡県(3.4%増)、長崎県(4.7%増)、熊本県(10.0%増)で、回復できていないのは、佐賀県(13.3%減)、大分県(3.5%減)、宮崎県(21.8%減)、鹿児島県(2.6%減)となった。

図IV-2-4-1 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

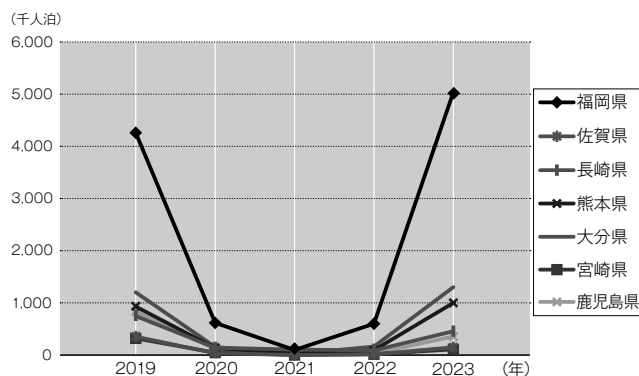
外国人延べ宿泊者数は、九州全体では844.3万人泊で、対前年比701.4%増となった(図IV-2-4-2)。九州内すべての県で延べ宿泊者数は増加しており、増加率の多い順では、熊本県(898.9%増)、鹿児島県(849.7%増)、福岡県(730.7%増)、大分県(670.5%増)、佐賀県(661.8%増)、宮崎県(397.0%増)、長崎県(386.2%増)となった。

2023年4月29日、日本に入国する場合に必要であった有効なワクチン証明書または出国前検査証明書の提示が不要となり、九州内の航空路線の再開や就航が相次いだ。例えば、福

岡空港では4月にハワイ線(ハワイアン航空)が再開、九州佐賀国際空港では9月に仁川線(ティーウェイ航空)が再開、阿蘇くまもと空港では9月に台北線(チャイナエアライン)が就航、大分空港では6月にソウル線(チェジュ航空)が就航、宮崎空港では9月に仁川線(アジアナ航空)が再開、鹿児島空港では6月に香港線(香港エクスプレス)が再開した。

上記のように国際路線の再開や就航が進み、九州全体の訪日外国人延べ宿泊者数はほぼ回復した。しかし、佐賀県、長崎県、宮崎県、鹿児島県においては、2019年度の水準まではまだ回復していない状況である。

図IV-2-4-2 外国人延べ宿泊者数の推移(九州)



(単位：千人泊)

都道府県名	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年
福岡県	4,262	623	104	606	5,038
佐賀県	359	42	7	20	156
長崎県	753	148	112	95	463
熊本県	935	140	36	100	1,001
大分県	1,207	162	25	170	1,307
宮崎県	326	53	10	23	116
鹿児島県	840	121	16	38	362

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) 観光地の主な動向

#### ① 地方・都道府県レベル

##### ● JR九州グループによる手ぶらサービスの開始

JR九州グループは、2021年より新幹線や特急列車を活用して、出発駅に持ち込んだ荷物を到着駅で受け取れる即日輸送サービス「列車荷物輸送サービス」を実施している。2023年9月には、この取り組みを拡大し、出発駅で預かった手荷物を宿泊地のホテル・旅館まで当日中に配送する「当日ホテル配送サービス」を開始した。まずは、実証として博多駅から大分県由布院・別府方面に向かう旅行者を対象として実施している。旅行者は、8時30分から10時に受付を行い、当日18時までに宿泊施設で手荷物を受け取る。また、JR九州商事は、同年8月より博多駅中央改札で手荷物の一時預かりサービスを開始した。これらの取り組みにより、旅行者に手ぶらで快適な旅行環境を提供するとともに、車内の混雑緩和を図る。

### ●九州観光機構が第2種旅行業に登録

一般社団法人九州観光機構(以下、九州観光機構)は、九州各地のコンテンツや着地型旅行商品の流通環境の整備や販売を促進していくため、2023年10月、第2種旅行業に登録。着地型旅行商品販売プラットフォーム「九州わくわく体験予約」で、サイクリング旅行商品「ディスカバー九州」等の商品の販売を行った。また、2023年に九州観光機構のBtoC向け英語サイト「Visit Kyushu」内に体験予約ページを新設した。

### ●「マイナビ ツール・ド・九州2023」の開催

(福岡県、熊本県、大分県)

2023年10月6日から9日、「マイナビ ツール・ド・九州2023」が開催された。「ツール・ド・九州」は、九州の経済団体トップと各県知事で構成される九州地域戦略会議において、ラグビーワールドカップのレガシーの持続的継承や九州でのサイクルツーリズムの推進、近年九州を襲った自然災害からの復興を象徴するイベントとして開催が決定されたものである。「ツール・ド・九州」は、国際自転車競技連合(UCI)の公認レースとして認定され、UCIに登録された国内外の有力チームのみが参加可能な、UCIコンチネンタルサーキットアジアツアーのクラス1として2023年に初めて開催され18チームが参加した。10月6日にエキシビジョンマッチとして、福岡県北九州市で「小倉城クリテリウム」が開催され、7日に福岡県内、8日に熊本県内、9日に大分県内でロードレースが行われた。本大会の開催に合わせて、九州内にサイクルツーリズムの推進を図っていくことを目的として、サイクリング旅行商品「ディスカバー九州」(2024年度より「サイクリングアイランド九州」に名称変更)の造成及び販売に取り組んだ(事務局:九州観光機構)。「ディスカバー九州」では、自転車初心者から中級者以上を対象としたガイド付き日帰りコースや宿泊を伴うロングコース等46コースを販売し、販売実績は、国内客・訪日外国人客合わせて490名となった。

### ●「FINA 世界水泳選手権2023福岡大会」の開催(福岡県)

2023年7月14日から30日まで第20回「FINA 世界水泳選手権2023福岡大会」(開催地:福岡市)と「世界マスターズ水泳選手権九州大会」(開催地:福岡市、熊本市、鹿児島市。以下、マスターズ)が開催された。開催期間中、世界各国及び国内から訪れる来訪客に対して九州観光の魅力を発信する「九州観光広場『WELCOME Back to FUKUOKA』」を博多駅前広場に設置した。PRブースでは、マスターズが開催される3都市周遊や九州全体の観光情報や物産の紹介、福岡市の伝統文化の紹介等を行った。

### ●「SAGA サンライズパーク」の開業(佐賀県)

佐賀県佐賀市に、2023年5月「SAGA サンライズパーク」がオープンした。これは、佐賀県で2024年に開催される「SAGA2024」(国民スポーツ大会・全国障害者スポーツ大会)の会場整備として、既存施設の再整備やアリーナ整備を行ったもので、スポーツをする環境だけでなく「観る」スポーツに対応した施設を整備することでスポーツツーリズムを推進す

る環境を整えたものである。観客席約8,400席で九州最大級の多目的アリーナ施設「SAGA アリーナ」は、バレーボールやバスケットボール等のプロスポーツの試合だけでなく、コンサートやイベント会場としても活用される。

「SAGA アリーナ」でのイベント時、イベントの一般来場者は「SAGA アリーナ」、「SAGA サンライズパーク」の駐車場を利用することができないため、佐賀県は路線バスや佐賀駅周辺の駐車場等、既存の交通インフラ等の活用を推奨するパークアンドライド、パークアンドウォークの取り組みを行っている。パークアンドライドは事前予約が必要であり、利用者は提携施設の「イオンモール佐賀大和」の指定された駐車エリアに駐車、路線バスを使って「SAGA アリーナ」まで移動する。また、佐賀市は、2023年12月、2024年1月に「街なか指定駐車場無料 Day !」として「SAGA アリーナ」で開催されるスポーツの試合やイベントにあわせて指定駐車場を12時間無料で利用できる取り組みを実証的に実施した。街なかでの消費や回遊性向上を図るため、駐車場利用者にはアンケート回答の特典として、協力店舗で使用できるクーポンを配布した。この取り組みは2024年度も継続して行われる。

### ●九州・長崎特定複合観光施設区域整備計画の終結(長崎県)

長崎県は2022年4月、観光庁に「九州・長崎特定複合観光施設区域整備計画」(九州・長崎IR)の認定申請を行っていたが、2023年12月に不認定となった。『「九州・長崎特定複合観光施設区域整備計画」について(報告)』(長崎県、2024年6月発表)によると、審査結果の理由として「資金調達の実現性」及び「IR事業の適切かつ継続的な実施」の大きくふたつの項目について要求基準を満たさないと判断されたと記載されている。2024年3月、長崎県知事は、行政不服審査法に基づく審査請求及び行政事件訴訟法に基づく処分取消の訴えを行わないこととし、九州・長崎IRは事実上終結した。

### ●阿蘇くまもと空港新旅客ターミナルの供用開始(熊本県)

2023年3月23日に、阿蘇くまもと空港の新旅客ターミナルの供用を開始した。新ターミナルビルは、延床面積3万7,800㎡で旧ターミナルビルの1.4倍となり、国内線と国際線が一体化したことで利便性が高まった。国内で初めて、保安検査後の待合エリアに滞在型ゲートラウンジが設けられ、搭乗までの間に買い物や食事等を楽しめる。また、旅客利便の向上として、自動チェックイン端末、自動バゲージドロップ、手荷物からパソコン等を取り出すことなく保安検査ができる装置の導入等によりチェックインや手荷物預け入れにかかる時間を短縮。保安検査では、一度に複数人が検査レーンを利用できるスマートレーンの導入等により利便性を高めた。また、2024年2月に、世界最大の半導体受託生産企業であるTSMCが熊本県菊陽町に工場を開設し、今後ビジネス客の増加が見込まれることから、テレワークブースやコワーキングスペース、会議室等を整備した。2期エリアは2024年秋に開業する予定で、空港利用者だけでなく近隣住民の利用を期待し、商業棟エリア、広場等の整備を進めている。

阿蘇くまもと空港までのアクセスは、JR九州の豊肥本線肥

表IV-2-4-1 九州内のフェアフィールド・バイ・マリオット一覧

所在地	隣接する道の駅	名称	客室数	開業時期	
福岡県	うきは市	うきは	フェアフィールド・バイ・マリオット・福岡うきは	51	2023年8月31日
佐賀県	嬉野市	うれしの まるく	フェアフィールド・バイ・マリオット・佐賀嬉野温泉	84	2023年7月12日
熊本県	阿蘇市	阿蘇	フェアフィールド・バイ・マリオット・熊本阿蘇	93	2023年11月6日
鹿児島県	垂水市	たるみずはまびら	フェアフィールド・バイ・マリオット・鹿児島たるみず桜島	95	2023年4月12日

資料:積水ハウス(株)のウェブサイトをもとに筆者作成

後大津駅から空港までをつなぐ空港アクセス鉄道を整備する。現在、熊本市から空港までの移動にはバスで約60～80分かかかるが、空港アクセス鉄道の整備により、所要時間約40分に短縮される。また、バスから鉄道に移行することで大量輸送が可能となる。鉄道の運行と維持管理を分離する上下分離方式を採用し、維持管理部分は県が設立する第3セクターが運営、運行はJR九州が行う。事業規模は約410億円で、2034年頃に完成する予定である。

## ②広域・市区町村レベル

### ●九州各地で高価格帯ホテルの開業やホテル投資が続く

福岡県福岡市に、2023年6月、「ザ・リッツ・カールトン福岡」が開業した。「ザ・リッツ・カールトン」ブランドのホテルとしては国内6軒目で、九州では初進出となる。「ザ・リッツ・カールトン福岡」は、福岡市の中心市街地にあった大名小学校跡地に再開発された「福岡大名ガーデンシティ」の9フロア(1階ホテルエントランス、3階バンケット会場、上層18階～23階ゲストルーム・スイートルーム、24階クラブラウンジ・スパ)を専有している。

福岡県うきは市では、2023年8月に「フェアフィールド・バイ・マリオット・福岡うきは」が開業した。これは、積水ハウスとマリオットによる地方創生事業「Trip Base 道の駅プロジェクト」の一環として、地域の知られざる魅力をわたり歩く旅の拠点となる宿泊特化型ホテル「フェアフィールド・バイ・マリオット」を展開するもので、2023年九州では上記の地域で開業した(表IV-2-4-1)。

佐賀県嬉野市では、2022年9月に開業した西九州新幹線の影響によりホテル投資が続いた。2023年5月、温泉宿「ホテル桜 嬉野」が、客室や客単価を変えずに、ロビーや大浴場をモダンな空間に大規模リニューアルし、オープンした。10月にはJR九州ホテルマネジメントによる「嬉野八十八(やどや)」が開業した。全36室(母屋棟24室、離れ棟12室)で、全客室に源泉かけ流しの温泉を設置した。離れ棟は、約80㎡以上の全室スイートルームでプライベートサウナ付きの客室やペットと宿泊できる客室等がある。施設内には、茶の生産者が茶師としてお点前を披露するティーセレモニールームや、茶アロマのロウリュウサウナ、お茶を使ったカクテルを味わえる「茶BAR」等があり、うれしの茶の魅力を存分に味わうことができる。同年7月には、西九州新幹線嬉野温泉駅前、道の駅「うれしの まるく」に隣接し「フェアフィールド・バイ・マリオット・佐賀嬉野温泉」が開業。同じく7月、「お宿 紅舎宮(くじゃく)」の姉妹宿として「離れ 壺中(こちゅう)」(3棟)が温泉街にオープン。10月には、旅館「吉田屋」による「宿屋うちろじ」が温泉街にオープンした。

長崎県長崎市では、2024年1月に「長崎マリオットホテル」が開業した。「マリオット」ブランドは、九州初進出で、国内で9軒目となる。運営はJR九州グループであるJR九州ホテルマネジメントがマリオット・インターナショナルと提携して行う。JR長崎駅ビル増床部分「アミュプラザ長崎」新館の7階から13階を専有し、207室の客室(ゲストルーム179室、スイートルーム28室)を備える。中でも「インペリアルスイート」の広さは182㎡、バルコニーを含めると242㎡になる。また、2024年2月には、「FAV LUX 長崎」が開業。「FAV LUX」は、霞ヶ関キャピタルが展開する、国内外の家族・グループ旅行に対応した多人数での宿泊が可能なFAV HOTELの新ブランドで、「FAV LUX 長崎」が1軒目となる。「FAV LUX」は、FAV HOTELよりハイエンドとしており、スイートルームや、最大8名で利用できるプライベートサウナ、スイートルーム宿泊者専用のルーフトップを備えている。

熊本県熊本市では、2023年4月に「OMO5熊本 by 星野リゾート」が開業した。客室数は160室で、熊本城が一望できるテラスを有する。「OMO」は交通利便性が高い都市部に位置し、ホテルを拠点にまち歩きを楽しむ旅を想定した宿泊施設であり、ホテルから徒歩圏内の町を紹介する「ご近所マップ」や「ご近所アクティビティ」を用意している。熊本県天草市では、同市内で「ホテル竜宮」、「天草 天空の船」を運営する竜宮により、同年6月に「天ノ寂(あまのじゃく)」が開業した。全11室がスイート仕様のスモールラグジュアリーホテルで、海に面した露天風呂や半露天風呂を客室に配置している。

大分県由布市では、2023年6月にオーベルジュ「ENOWA YUFUIN」が開業した。ホテル棟とヴィラ10棟の全19室で、ヴィラにはプライベートプールと露天風呂を備えている。

宮崎県宮崎市では、2024年2月に「プリンス スマート イン 宮崎」が開業した。「プリンス スマート イン」は、西武・プリンスホテルズワールドワイドが展開する宿泊特化型ホテルで、宮崎市内の都市機能の中心となっている場所に位置し、163室の客室を有する。

鹿児島県鹿児島市では、2023年5月に「シェラトン鹿児島」が開業した。鹿児島初の外資系シティホテルで、オーナーは南国殖産が設立した南国ホテルズ、運営はマリオット・インターナショナルが行う。鹿児島市中心地に所在する複合施設「キラメキテラス」内に立地し、客室228室、レストランや会議室、屋外イベントスペース、フィットネスセンター等を備えている。鹿児島県垂水市では、2023年4月に「フェアフィールド・バイ・マリオット・鹿児島たるみず桜島」が開業。鹿児島県与論町ではリゾートホテル「プリシアリゾート ヨロン」が2023年6月にリニューアルし、専用プールが併設された一日1組限定のヴィラが新たに誕生した。

**●ふくおか修学旅行バス新設(福岡県)**

公益財団法人福岡観光コンベンションビューローは、2023年9月より、福岡市内の宿泊施設に1泊以上宿泊する修学旅行で、修学旅行のプログラムの一環として「福岡市地下鉄1日乗車券」を購入した生徒・引率者を対象に福岡市地下鉄沿線の観光施設等で使用できる利用券を付与する「ふくおか修学旅行バス」を新設した。

**●日田彦山線BRTの開業(福岡県、大分県)**

平成29年7月九州北部豪雨により被災していた日田彦山線添田駅から夜明・日田駅間が、日田彦山線BRT(BRTひこほしライン)として2023年8月28日に開業した。日田彦山線は福岡県北九州市の城野駅から大分県日田市の夜明駅を結ぶJR九州の鉄道路線であるが、九州北部豪雨により添田駅から夜明駅間が不通となっていた。沿線自治体は鉄道での復旧を要請していたが、利用客が少ない区間であることから、JR九州は復旧にあたり沿線自治体との費用分担を求めていた。2018年から2020年にかけて、福岡県、大分県、沿線自治体、JR九州により検討された結果、線路跡の専用道(彦山駅～宝珠山駅)と一般道をバスでつなげるBRT方式で開業することとなった。

**●長崎県長崎市、宿泊税の新設**

長崎市は、2023年4月1日より、長崎市内に所在する宿泊施設(民泊含む)に宿泊料金を支払って滞在する宿泊者を対象として宿泊税の課税を開始した。九州では、福岡県、福岡市、北九州市に続き4例目となる。税率は、一人1泊につき宿泊料金が1万円未満で100円、1万円以上2万円未満で200円、2万円以上で500円を設定している。修学旅行やその他学校行事の参加者・引率者は免税対象となる。宿泊税の用途は「訪問客への還元」を方針とし、利便性・満足度・再訪意欲の向上につながる「サービス向上・消費拡大」、「情報提供」、「受け入れ環境整備」、「資源磨き」、「緊急時の対応等」の順番で活用している。

**●南阿蘇鉄道の全線再開(熊本県)**

2023年7月15日に熊本地震で被災し区間運休(立野～中松間)となっていた南阿蘇鉄道が全線運転再開した。一日2便、JR豊肥本線肥後大津駅に乗り入れを行っており、熊本駅や阿蘇くまもと空港から阿蘇へのアクセスが可能となった。

南阿蘇鉄道の復旧にあたっては、大規模災害復興法で定義する特定大規模災害で被災した鉄道事業者に対して費用の大半を補助する、特定大規模災害等鉄道施設災害復旧事業費補助金を活用することで、国と沿線自治体が復旧に必要な費用を折半し、鉄道事業者の負担が免除された。この制度を活用するにあたり、経営構造の改革が必要であり、上下分離方式を導入し、熊本県、南阿蘇村、高森町により設立された一般社団法人南阿蘇鉄道管理機構が維持管理部分を運営することで持続可能な公共交通網を構築することとした。

**●100年後も人の営みが豊かな浦を残す観光プロジェクト開始(大分県)**

大分県佐伯市は、2023年3月に「オーガニックビレッジ宣言」を行った。オーガニックビレッジとは、農林水産省が取り組んでいるもので、有機農業の生産から消費まで、生産者だけでなく、事業者や地域内外の住民を巻き込んだ地域ぐるみの取り組みを進める市町村のことを指す。佐伯市は、将来にわたり持続可能なまちをつくるために「経済・社会・環境」の3つの側面に配慮し、そのすべてが調和した取り組みを目指し、2020年に「さいきオーガニック憲章」を定め、「さいきオーガニックシティ」の実現を目指している。一般社団法人佐伯市観光協会は、2023年よりその構想を観光の観点から推進し、100年後も人の営みが豊かな浦を残すためのプロジェクトとして「浦100」を開始した。「100年後も人の営みが豊かな浦を残すための100の観光アクション」を生み出すことを目標としており、山・川・海の恵みを体感できるような観光プログラムの造成に取り組む。2023年度は、2024年4月から6月の「福岡・大分デステイネーションキャンペーン」に向けて、10事業者と観光プログラムを造成することを目標とした。

**●「焼酎ツーリズムかごしま」が初開催(鹿児島県)**

2023年2月25日、鹿児島県いちき串木野市と日置市で「焼酎ツーリズムかごしま2023」が開催された。これは、参加している焼酎蔵6蔵をバスで巡り、杜氏と対話しながらテイastingができ、焼酎蔵のある地域を散策し、地域の文化等を体感できるイベントで2023年度が初開催となった。2023年は定員200名で、参加者は周遊バスの乗り放題チケットやオリジナルグラス、グラスホルダー等が特典として含まれたチケットを事前に購入し参加した。2024年2月には第2回が開催され、参加焼酎蔵は9蔵に増加した。

**●JR鹿児島中央駅にJR鹿児島中央ビルが開業(鹿児島県)**

2023年4月、JR鹿児島中央駅西口に複合ビル「JR鹿児島中央ビル」が開業した。1～3階は既存店舗のビックカメラ、「ぐるめ横丁」、高架下店舗を含む商業ゾーン「AMU WE」(アミューイー)で、4～10階がオフィスゾーンで構成されている。今後は、II期開発として、隣接地に住居開発等が進められる予定である。

(一般社団法人九州観光機構 野間恵子)

## IV-2-5 沖縄

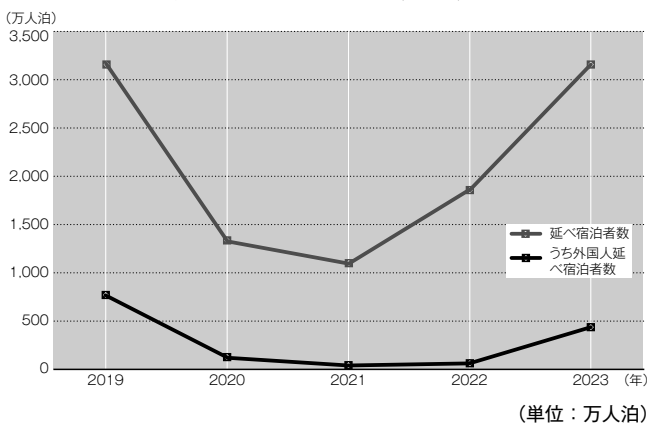
2023年の入域観光客数は823.5万人  
外国人客の占める割合は前年の15倍だが回復途上  
観光消費額は初めて10万円台を超える(2022年)

## (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、2023年1月から12月までの沖縄県の延べ宿泊者数は3,288万人泊であった。前年比80.3%増であり、コロナ禍直前の2019年実績を上回った。

このうち、外国人延べ宿泊者数は448万人泊であった。前年比668.2%増と急激な増加であるが、2019年比では57.8%と約6割の回復にとどまった(図IV-2-5-1)。

図IV-2-5-1 延べ宿泊者数の推移(沖縄)



	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年
延べ宿泊者数	3,287	1,379	1,147	1,823	3,288
うち外国人延べ宿泊者数	775	107	24	58	448

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

沖縄県の推計による2022年の観光客一人当たり観光消費額(総額)は約10万5千円であり、前年を約1万円上回るとともに、調査開始から初めて10万円の大台を超えた。2017年以降、一人当たり観光消費額は7万3千円程度で推移していたが、2020年から増加トレンドが維持されている。コロナ禍からの明確な旅行需要の回復傾向は、前述した延べ宿泊者数や後述する入域観光客数の指標に表れているものの、10万円の大台を超えるに至った背景としては、海外旅行の回復が遅れ、歴史的円安傾向となる中で海外旅行先の代替地として沖縄が選択されることで観光消費額を押し上げたことが推察される(図IV-2-5-2左軸)。

2023年の入域観光客数(含ビジネス客)は、823万5千人であった。前年比44.5%増であり、2019年実績の約8割の値となりコロナ禍からの回復が鮮明となりつつある(図IV-2-5-2右軸)。

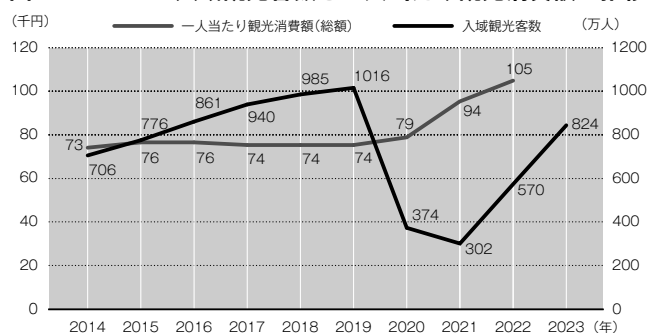
2023年の入域観光客数のうち、国内客数は724万9千人、外国人客数は98万7千人、外国人客の占める割合は12.0%と、前年の0.8%の15倍となる大幅な増加であった。国内客数は前

年比28.3%増となり、723万4千人であった2019年実績を上回った。一方で外国人客数は前年から増加が見られたものの、値は2019年実績の約3分の1にとどまり、コロナ禍の影響が続いていることがうかがえる(図IV-2-5-3)。

離島の動向を見ると、沖縄県八重山事務所が公表する2023年の八重山地域の入域観光客数は119万7千人であった。前年比30.4%増であり、2019年実績の約8割の値となった。また、宮古島市が公表する2023年の宮古島の入域観光客数は88万4千人であった。前年比33.5%増であり、八重山同様2019年実績の約8割の値となり、八重山地域、宮古島市ともにコロナ禍からの着実な回復が見られる(図IV-2-5-4)。

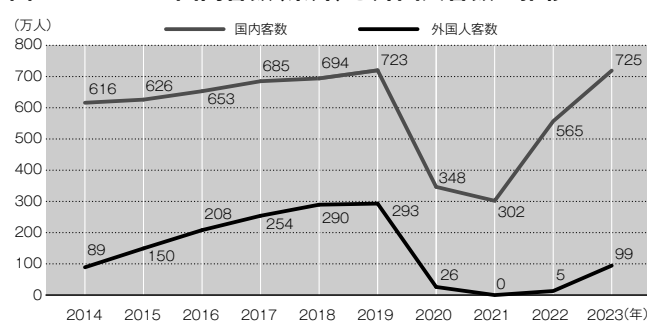
沖縄県全体の入域観光客数の推移と比較すると、2019年度実績から県全体と同様に8割程度まで回復しており、離島においても旅行需要回復は堅調なものになりつつある。

図IV-2-5-2 入域観光客数と一人当たり観光消費額の推移



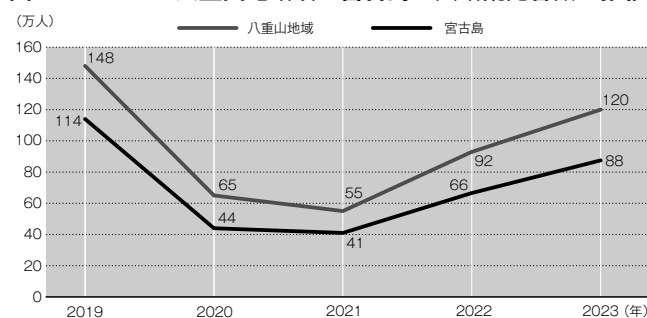
資料：沖縄県「観光統計実態調査」をもとに(公財)日本交通公社作成

図IV-2-5-3 国内客数(県外)と外国人客数の推移



資料：沖縄県「入域観光客統計概況」をもとに(公財)日本交通公社作成

図IV-2-5-4 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」及び宮古島市「宮古島市の入域観光客数」をもとに(公財)日本交通公社作成

(2) 観光地の主な動向

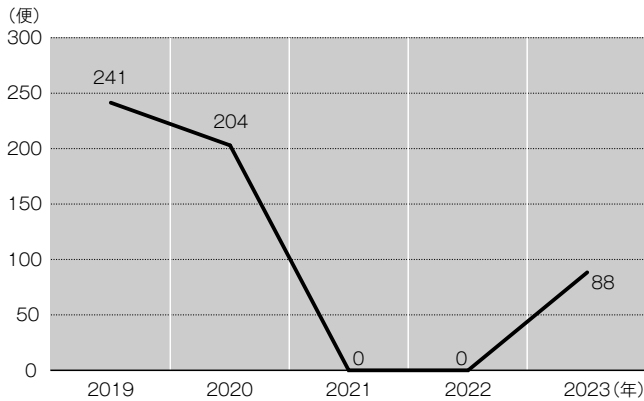
●国際線の状況

2019年以降の週当たり便数の推移を、図IV-2-5-5に示す。2022年は、2020年、2021年と2年にわたって運休されていた国際線の再開が相次いだ。

2022年3月、観光以外を目的とする外国人の新規入国が再開された。以降、一日当たりの入国者数上限の段階的な引き上げ等の措置と並行して、同年6月には条件付きで外国人観光客の受け入れが再開され、10月には個人旅行の解禁を含む大幅な緩和がなされた。これらの措置に伴って、県内空港に発着する国際線の運行再開が進展した。

那覇空港については、2020年6月に外国人の受け入れに係る検疫体制の基準を満たす国際線の発着空港として指定された。2023年1月末日時点で台北、ソウル、香港への直行便が再開されているが、88便と、2019年実績である241便には大きく及ばない状況が続いている。

図IV-2-5-5 那覇空港、新石垣空港、下地島空港における国際線(直行便)の週当たり便数の推移



※2019年は6月1日時点の便数、2020年以降は1月末日時点の便数  
資料：沖縄県「観光要覧」をもとに(公財)日本交通公社作成

●宿泊施設の開業

2023年から2024年前半にかけてオープンした、沖縄県内の主な宿泊施設(名称変更等によるリニューアルオープンを含む)を、表IV-2-5-1に示す。この期間を通じて沖縄本島、離島地域それぞれで複数の宿泊施設が開業し、2022年に引き続き、各地域における施設数及び収容人数の継続的な増加が見られた一方で、コロナ禍以前に計画された宿泊施設の開業が一段落し、2019年から続いていた開業ラッシュにはやや落ち着きが見られる。

那覇市では2023年中に、「Southwest Grand Hotel」(2023年6月)、「ダイワロイネットホテル那覇おもろまちPREMIER」(同10月)等の開業が見られた。また、1975年の開業以来、48年にわたり、那覇の中心地である国際通りに面した立地を活かし、宿泊のみならず、和洋中のレストラン、宴会場を有するシティホテルとして利用されてきた「ホテルロイヤルオリオン」が2023年3月から全館休業し、2023年11月に「オリオンホテル那覇」と名称を変更しリニューアルオープンした。

恩納村では、1975年7月にリゾートホテルとして開業し、三日月形の天然のビーチを抱くように建ち、沖縄の風土に適した豊かで大らかな空間と、ガジュマルの木陰を思わせる約

3,000坪のピロティを有する、特徴的な建築様式のホテル「ホテルムーンビーチ」が、2023年4月、建物の中のギャラリーをはじめ館内各所にアート作品がちりばめられ、特徴的な建物と豊かな自然とアートが融合した「ミュージアムホテル」[「ザ・ムーンビーチ ミュージアムリゾート」]へとリブランドオープンした。その他「Homm Stay Yumiha Okinawa」(2023年8月)等、室数規模の異なる複数の施設の開業が見られた。

沖縄本島のその他市町村においては、名護市では「New Normal Hotel in NAGO」(2023年3月)、「TWIN-LINE HOTEL YANBARU OKINAWA JAPAN」(同8月)、うるま市では、「タップホスピタリティラボ 沖縄」(同6月)、沖縄市では、「レフ沖縄アリーナ by ベッセルホテルズ」(同8月)、豊見城市では、「STORYLINE 瀬長島」(2024年4月)、読谷村では、「グランドメルキュール沖縄残波岬リゾート」(同4月)が、それぞれ開業した。このうち、名護市の「TWIN-LINE HOTEL YANBARU OKINAWA JAPAN」及び読谷村の「グランドメルキュール沖縄残波岬リゾート」はともにリニューアルである。沖縄市の「レフ沖縄アリーナ by ベッセルホテルズ」は、『“輝き放つ沖縄市”を共に創造する』をコンセプトとし、男子プロバスケットボール・Bリーグの琉球ゴールデンキングスの本拠地でもある沖縄アリーナ近くには大型宿泊施設が乏しいという課題に対応した大型宿泊施設であり、「琉球ゴールデンキングスルーム」等の特色ある客室を備えている。

離島地域においては、宮古島市で「グランテックリゾートヘブン」(2023年3月)、「ヒルトン沖縄宮古島リゾート」(同8月)、「ホテルシギラミラージュビーチフロント」(2024年2月)が開業し、中でも「ヒルトン沖縄宮古島リゾート」は全329室の

表IV-2-5-1 2023年から2024年前半にかけて開業した主な宿泊施設

	開業月	宿泊施設名	所在地	室数
2023年	2月	リゾートイン西表島	竹富町	20室
	3月	New Normal Hotel in NAGO	名護市	28室
	3月	グランテックリゾートヘブン	宮古島市	30室
	4月	ザ・ムーンビーチ ミュージアムリゾート(旧ホテルムーンビーチ)	恩納村	255室
	6月	Southwest Grand Hotel	那覇市	88室
	6月	タップホスピタリティラボ 沖縄	うるま市	38室
	7月	ホテルグランビュー石垣 The First	石垣市	98室
	8月	Homm Stay Yumiha Okinawa	恩納村	18室
	8月	ヒルトン沖縄宮古島リゾート	宮古島市	329室
	8月	TWIN-LINE HOTEL YANBARU OKINAWA JAPAN(旧沖縄サンコーストホテル)	名護市	92室
	8月	レフ沖縄アリーナ by ベッセルホテルズ	沖縄市	150室
2024年	10月	ダイワロイネットホテル那覇おもろまちPREMIER	那覇市	160室
	11月	オリオンホテル那覇(旧ホテルロイヤルオリオン)	那覇市	205室
	2月	ホテルシギラミラージュビーチフロント	宮古島市	93室
	3月	VIVOVIVA石垣島	石垣市	98室
	4月	STORYLINE 瀬長島	豊見城市	101室
4月	グランドメルキュール沖縄残波岬リゾート(旧ロイヤルホテル沖縄残波岬)	読谷村	465室	

資料：新聞記事、ウェブサイト等の公開情報をもとに(公財)日本交通公社作成



大型施設であり、市全体としての提供室数は大きく増加した。そのほか、竹富町では「リゾートイン西表島」(2023年2月)、石垣市では、「ホテルグランビュウ石垣 The First」(同7月)、「VIVOVIVA 石垣島」(2024年3月)が開業した。

### ●観光関連施設の開業

2023年から2024年前半にかけてオープンした、沖縄県内の主な観光関連施設(商業施設、アミューズメント施設等)を、表IV-2-5-2に示す。

2024年前半までに開業した施設を掲載しているため、同表には掲載されていないが、2023年11月には、沖縄本島北部に2025年の開業を予定するテーマパークの名称が「JUNGLIA」(ジャングリア)であることも発表された。本テーマパーク事業を推進する刀(大阪府大阪市)によると、「Power Vacance!!」(パワー バカンス)をコンセプトに、やんばるの自然のエネルギーを体感し、最先端技術を活用した質の高いエンターテインメントで興奮と解放感を得られる空間を目指すとのことである。北部の一大観光拠点となる本施設が開業することで、県内の人流に大きな変化が生まれることが見込まれる。

### ●FIBAバスケットボールワールドカップの開催

2023年8月25日から10日間にわたり、沖縄市の「沖縄アリーナ」で、FIBAバスケットボールワールドカップの1次ラウンド等が開催され、県内外から延べ12万5千人余りの観客が訪れた。沖縄で初となるトッププレイヤーが集う大規模国際スポーツ大会であり、県の試算によると経済効果はおよそ107億円に上った。

また、「沖縄アリーナ」を本拠地とする琉球ゴールデンキングスは2023年5月に初のリーグ優勝を飾る等、バスケットの熱の高い一年となった。琉球ゴールデンキングスは、2022-23シーズンは「沖縄アリーナ」での試合に平均約7千人のファンが詰めか

け、Bリーグ史上初のシーズン入場者20万人を達成する等、Bリーグにおける人気球団となりつつある。県内のバスケットボール人気の高まりもあり、2023年12月には「沖縄アリーナ」の来場者も100万人を突破した。

沖縄にとってスポーツツーリズムは、夏の繁忙期に集中していた需要を平準化し、経済や雇用を安定させるための重要な施策であり、今回のワールドカップの開催は受け入れ体制整備等が結実したものといえる。また、その他のスポーツとしては、プロ野球の春季キャンプ(2月)は冬の沖縄の風物詩となっている等、スポーツツーリズムの充実に向けて官民挙げて取り組みを進めている。

### ●県内宿泊施設の軒数・収容人数・定員稼働率の推移

本土復帰した1972年から2022年までの沖縄県内の宿泊施設(ホテル・旅館)の軒数の推移を図IV-2-5-6に、収容人数の推移を図IV-2-5-7に、それぞれ示す。宿泊施設の軒数及び収容人数は、施設規模の大小を問わず継続的に増加している。コロナ禍による大きな影響が生じた2020年から2022年にかけてもこの傾向は同様であり、宿泊旅行の基盤となる施設の数や収容人数の減少は認められなかった。

沖縄県内の宿泊施設タイプ別の定員稼働率について、2023年及び2019年における各月の値、ならびに2023年各月の値の前年同月からの増減を、図IV-2-5-8に示す。2023年9月までは前年を上回る月が続いたものの、それ以降は前年を下回る月が見られるようになり、コロナ禍からの回復には停滞も感じられるようになった。ホテルの開業ラッシュはやや落ち着いたものの、このまま宿泊施設の増加が続けば、人材の流動化等によるサービスの低下が懸念されるため、今後は、県が「第6次沖縄県観光振興基本計画」で示すように、「量から質」への観光の転換が求められる。

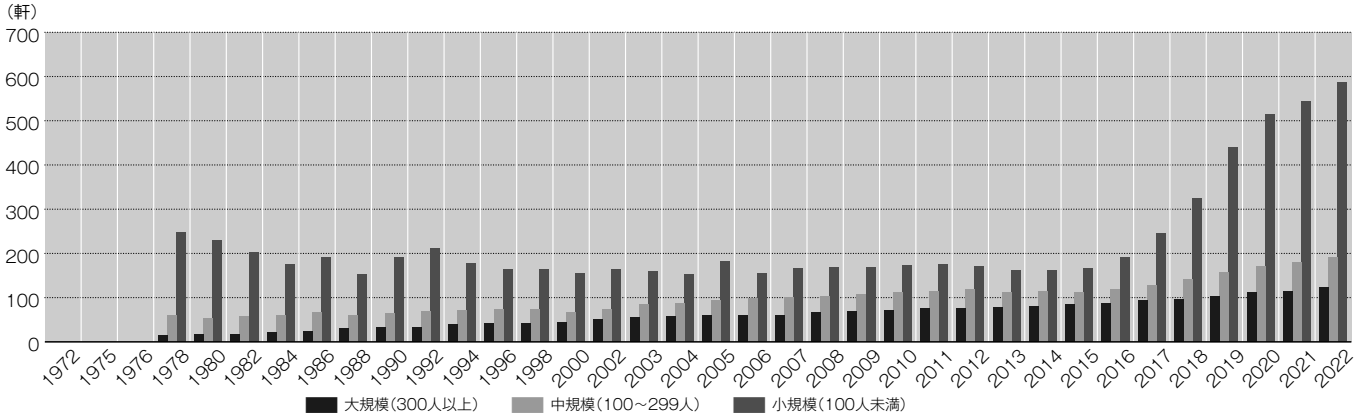
(原口達樹／中島 泰)

表IV-2-5-2 2023年から2024年前半にかけて開業した主な観光関連施設

年 月	施設名	所在地	概要
2023年	11月 ニトリ	石垣市	全国都道府県の離島に新規出店するのは石垣店が初めて。店舗面積は約2,466㎡。商品を石垣島まで運ぶ輸送コストがかかるため、消費者は購入商品の合計代金(税込)に「離島手数料」として、購入額の10%を加算して支払いを行う。竹富町の各島等に配達する際は、別途で送料も発生する。
	12月 チームラボ 学ぶ! 未来の遊園地 沖縄	那覇市	「T ギャラリーア 沖縄 by DFS」にオープンした体験型アート施設。アート集団「チームラボ」が監修し、共同的な創造性、共創(きょうそう)をコンセプトにした教育的なプロジェクトとして、他者とともに自由に世界を創造することを楽しむ「遊園地」となっている。
2024年	3月 ちきゅうのいわ イオンモール沖縄ライカム店	北中城村	遊びながら地球の面白さや自然の大切さを学べる0歳から12歳までの子どもを対象とした大型屋内プレイグラウンド。「火山」、「海と風」、「森」等、自然をモチーフにした各エリアでは、遊具やテラスワークショップ等、屋内にありながら自然とふれあうように遊ぶことができる。
	4月 Little Universe OKINAWA (旧 SMALL WORLDS OKINAWA)	豊見城市	大型商業施設「イースス沖縄豊崎」内にオープンした、デジタル空間演出×ミニチュア×AR等の最新テクノロジーが融合した新感覚ハイブリッドエンターテインメント施設。総面積約3,300㎡・テニスコート13面分の広さに、18世紀の琉球王朝や1980年代の東京等、複数のミニチュアを展示。
	4月 みやこ下地島空港 ビジネスジェットターミナル	宮古島市	プライベートジェットやビジネスジェットで下地島空港を利用する人とその乗務員をターゲットとし、天井の内装に温もりのある木材を使ったラウンジ、仮眠室やシャワー室等もあり非日常である島の温かさを感じられる空間となっている。
	5月 なごアグリパーク(リニューアル)	名護市	コンセプトは食のはぐくみと、ものづくりへのこだわりを意味する「FARM&CRAFT (ファーム&クラフト)」であり、沖縄の豊かな自然の恵みを感じることができるグルメや土産、体験があふれ出す、食のテーマパークとしてリニューアル。

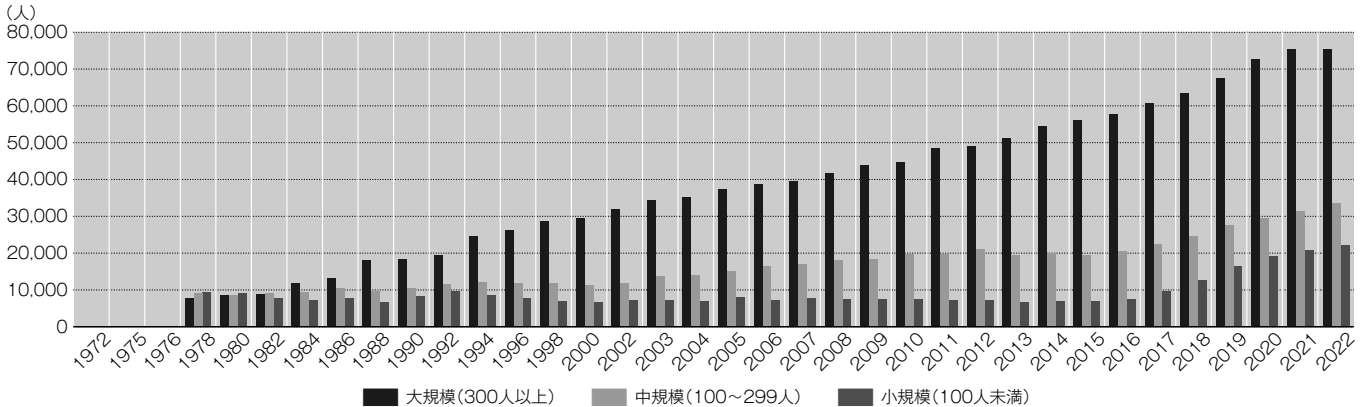
資料:新聞記事、ウェブサイト等の公開情報をもとに(公財)日本交通公社作成

図IV-2-5-6 沖縄県内のホテル・旅館の軒数推移



資料：沖縄県「観光要覧」をもとに（公財）日本交通公社作成

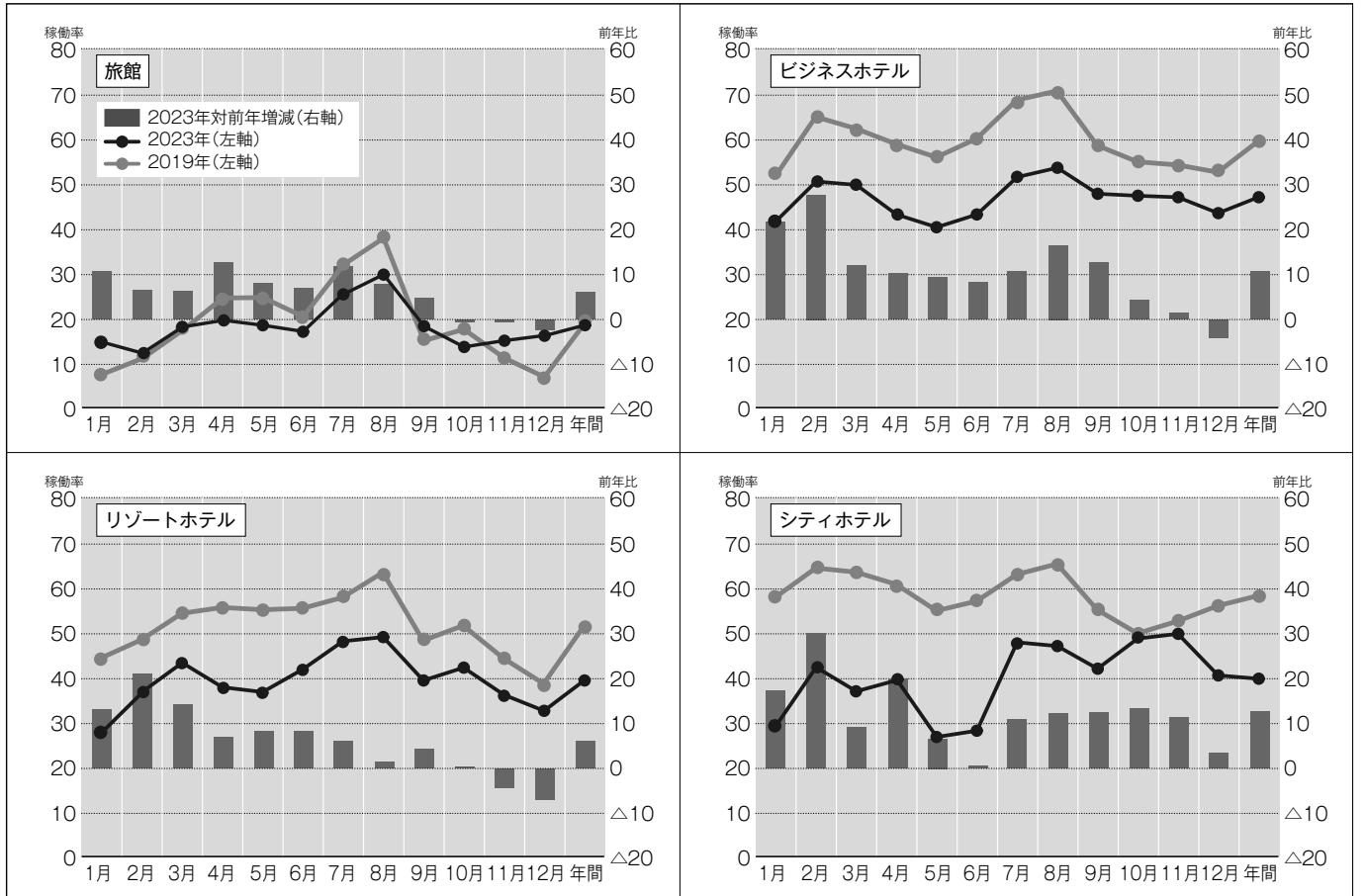
図IV-2-5-7 沖縄県内のホテル・旅館の収容人数推移



資料：沖縄県「観光要覧」をもとに（公財）日本交通公社作成

図IV-2-5-8 沖縄県内の宿泊施設タイプ別一月別定員稼働率(2019年、2023年、2023年対前年増減)

(単位：%)



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

# IV-3-1 自然

インバウンドを含めた自然公園利用の回復  
 国立公園等の利用の高付加価値化や  
 保全と活用の好循環モデルの推進が強化される

## (1) 自然公園の利用及び指定状況

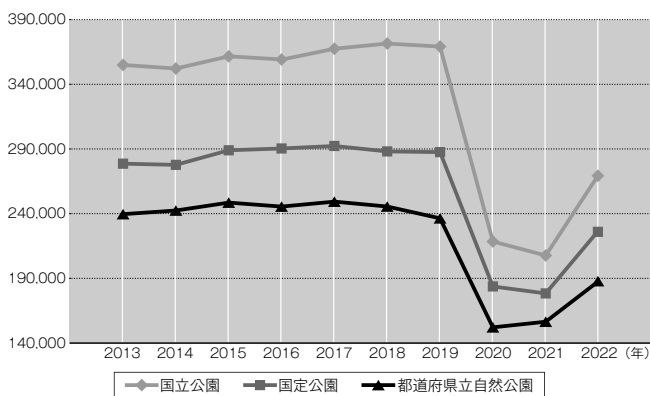
### ① 利用者の推移

環境省「自然公園等利用者数調」によると、2022年の自然公園全体の利用者数は6億8,283万人（前年比125.9%）でコロナ禍からの回復が見られた。これを公園種別に見ると国立公園（34か所）は2億7,009万人（同130.1%）、国定公園（58か所）は2億2,281万人（同124.9%）、都道府県立自然公園（311か所）は1億8,993万人（同121.4%）であった（図IV-3-1-1）。

全国34の国立公園のうち、利用者数の多い国立公園は上位から、富士箱根伊豆国立公園9,407万人（国立公園全体に占める割合34.8%）、次いで瀬戸内海国立公園3,264万人（同12.1%）、上信越高原国立公園1,551万人（同5.7%）となった（表IV-3-1-1）。上位10の国立公園の利用者数合計は21,484万人であり、34の国立公園全体の79.5%を占めている。

利用者数増加率の大きい国立公園（上位3公園）は、南アルプス国立公園（前年比306.4%）、利尻礼文サロベツ国立公園（同180.9%）、西表石垣国立公園（同174.2%）となった。

図IV-3-1-1 自然公園の利用推移（2013～2022年、10年間）  
 (千人)



資料：環境省「自然公園等利用者数調」

表IV-3-1-1 国立公園内利用者数（2022年、上位10位）

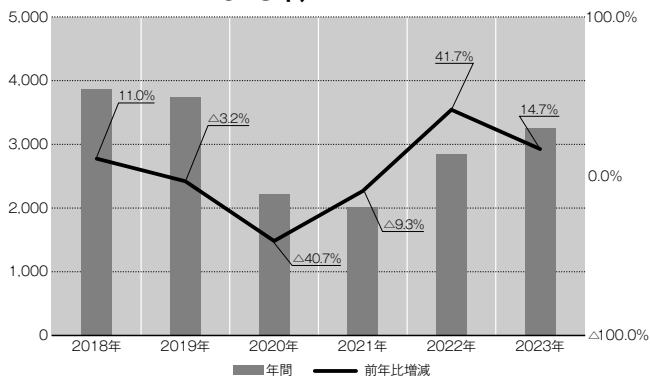
順位	公園名	2022年利用者数(万人)	国立公園全体に占める利用者数の割合(%)
1	富士箱根伊豆	9,407	34.8
2	瀬戸内海	3,264	12.1
3	上信越高原	1,551	5.7
4	阿蘇くじゅう	1,202	4.5
5	大山隠岐	1,196	4.4
6	日光	1,132	4.2
7	秩父多摩甲斐	1,049	3.9
8	霧島錦江湾	1,036	3.8
9	吉野熊野	954	3.5
10	伊勢志摩	694	2.6
上位10国立公園の合計		21,484	79.5

資料：環境省「自然公園等利用者数調」

### ● 国立公園内延べ宿泊者数

第17回国立公園満喫プロジェクト有識者会議資料（環境省）によると、2023年の国立公園内の延べ宿泊者数は3,271万人（前年比114.7%）で、2019年の87.4%まで回復した（図IV-3-1-2）。

図IV-3-1-2 国立公園内延べ宿泊者数の利用推移（2018～2023年）  
 (万人)



資料：第17回国立公園満喫プロジェクト有識者会議資料（環境省）をもとに（公財）日本交通公社作成

### ● 国立公園における訪日外国人利用者数

第17回国立公園満喫プロジェクト有識者会議資料（環境省）によると2023年の国立公園全体における訪日外国人の実利用者数は約585万人で2019年の約9割の水準となった。また、「国立公園満喫プロジェクト」において集中的に取り組みを行う8公園及び準ずる3公園では、阿蘇くじゅう国立公園や中部山岳国立公園、日光国立公園、十和田八幡平国立公園で2019年の値を上回る回復となったものの、全体的に下回る公園も多く回復にまでは至っていないとのこと。

### ② 公園区域及び公園計画の変更等

2023年度の自然環境部会自然公園等小委員会は7月6日に第49回が開催された。4つの国立公園計画の変更（十和田八幡平、尾瀬、伊勢志摩、中部山岳）について審議されるとともに、中部山岳国立公園における生態系維持回復事業計画の策定や、国立公園事業の決定及び変更（15件程度）に関して審議された。また、国立公園のブランドプロミス、宿舎事業を中心とした国立公園利用拠点の魅力向上、ロングトレイルの維持管理・運営システム構築の考えについて、報告がなされた。

## (2) 自然公園の活性化に関する動向

### ① 「国立公園満喫プロジェクト」

環境省は、日本の国立公園を世界水準の「ナショナルパーク」として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2016年度から実施している。特に、全国の国立公園の中でも先導的モデルとなり得る8つの公園（阿寒摩周、十和田八幡平、日光、伊勢志摩、大山隠岐、阿蘇くじゅう、霧島錦江湾、慶良間諸島）を選出し、各公園のロードマップともなる「ステップアッププログラム2020」のもと、2016年度以降、ハー

ド、ソフトの各種取り組みを先行的・集中的に推進してきた。2020年8月には「国立公園満喫プロジェクトの2021年以降の取組方針」を取りまとめ、8つの国立公園においても新たに「ステップアッププログラム2025」を策定した。同2021年以降の取組方針における基本方針は「1. ウィズコロナ・ポストコロナの時代への対応」、「2. 水平・垂直展開～8公園から全公園へ～」、「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～」の3つから成る。国内誘客の強化やワーケーション等の新たな利用の取り込み、これまでの基盤整備を活かした訪日外国人利用者の受け入れ促進等による世界水準の国立公園づくりを継続的・発展的に展開していくとともに、先行8公園の取組成果を横展開し、全国の国立公園のボトムアップを図るものとなっている。さらに、2050年カーボンニュートラルの実現に向けて、「ゼロカーボンパーク」の推進や国立公園におけるツーリズムでの脱炭素化やサステナブル化を図るための公園づくりを推進する。先行8公園に準じる公園として、支笏洞爺国立公園、富士箱根伊豆国立公園、中部山岳国立公園の3公園が、その他の公園として磐梯朝日国立公園及び三陸復興国立公園の2公園が選出され、全13の公園で「ステップアッププログラム2025」が策定されている。

2024年3月25日の第17回有識者会議では、これまでの「国立公園満喫プロジェクト」の取組と成果が報告されるとともに、インバウンド再開に向けた国立公園での新たな取組展開として「宿舎事業を中心とした国立公園利用拠点の面的魅力向上に向けた取組方針」に基づく「国立公園における滞在体験の魅力向上のための先端モデル事業」についての状況報告、及び「国立公園満喫プロジェクト」の2026年以降の取組方針について協議がなされた。また、1名のゲストスピーカーによる話題提供も行われた(表IV-3-1-2)。

表IV-3-1-2 第17回国立公園満喫プロジェクト有識者会議の概要(資料タイトル)

第17回(2024年3月25日)	
資料1	2023年の国立公園の利用動向等について
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	国立公園満喫プロジェクト等推進事業
別紙2	三陸復興国立公園満喫プロジェクト ステップアッププログラム2025の概要
資料3	国立公園における滞在体験の魅力向上について
資料4	ゲストプレゼンテーション資料
資料5	国立公園満喫プロジェクト2026年以降の取組方針等の検討について
参考資料	第16回国立公園満喫プロジェクト有識者会議議事要旨

資料:環境省のウェブサイトをもとに(公財)日本交通公社作成

## ②宿舎事業を中心とした国立公園利用拠点の面的魅力向上

インバウンド再開を見据え、国立公園の利用の高付加価値化に向けて、2023年1月に国立公園満喫プロジェクト有識者会議のもとに新たに検討会が設置された。2023年1月から6月にかけて計6回の有識者会議が開催され、「宿舎事業を中心とした国立公園利用拠点の面的魅力向上に向けた取組方針」(2023年6月29日公表)が取りまとめられた。従来の枠にとらわれず、民間の知見も積極的に取り入れながら、自然体験アクティビティと連携した国立公園ならではの感動体験を提供する宿泊施設を中心に、利用拠点全体の魅力を向上させる最先

端モデルの創出を目指すものとなっている。

同方針に基づき、環境省は先端モデル事業(「国立公園における滞在体験の魅力向上のための先端モデル事業」)を実施。同年8月に、十和田八幡平国立公園十和田湖地域、中部山岳国立公園南部地域、大山隠岐国立公園大山蒜山地域、やんばる国立公園の4か所を選定した。同先端モデル事業は、「フェーズ1:対象公園の選定及び基本構想の検討」、「フェーズ2:先端モデル地域の選定及び取組実施」という2段構成となっており、2024年3月には、集中的に取り組む利用拠点の第一弾として十和田八幡平国立公園の休屋・休平地区が選定された。また、関連する施策として、環境省は、山岳地域における質の高いサービスの提供のため、山小屋のインバウンドに対応した上質化(内装・外装・設備の改修等)への支援を創設した。

## ③その他

### ●国立公園のブランドプロミスの決定

環境省では、国立公園のブランディングをさらに強化していくために、2023年6月1日に、ブランドプロミス(国立公園が来訪者・地域に約束すること)として4項目を決定した。また、そのブランドプロミスを実現していくために、環境省と地域・関係者が一緒に取り組むこととして、9つのブランディング活動を定めた(表IV-3-1-3)。

今後は、本ブランドプロミスを国立公園の戦略の根幹として、すべての国立公園の共通の管理運営方針に位置付け、個々の国立公園に関する取組方針に反映し、公園ごとに必要な取組を実施するとともに、年1回、進捗状況を把握し、国立公園満喫プロジェクトの有識者会議にて報告することとしている。

表IV-3-1-3 国立公園のブランドプロミスとブランディング活動

国立公園のブランドプロミス	
1	感動的な自然風景
2	サステナビリティへの共感
3	自然と人々の物語を知るアクティビティ
4	感動体験を支える施設とサービス
ブランドプロミスを実現するためのブランディング活動	
①	自然・生活・文化・歴史を把握し、物語(ストーリー)を明らかにし、保護と利用の方針を定め、行動計画を作成します。
②	地域のコーディネーターとして、地域の多様な主体と一体となって公園管理や魅力の発信に取り組めます。
③	自然の風景や野生生物、生態系を保護・再生します。
④	利用のルール、限定体験、利用者負担等に取り組み、公正な利用とその対価が保護に再投資される仕組みをつくります。
⑤	脱炭素化や地産地消等に取り組み、持続可能な地域づくりに貢献します。
⑥	物語(ストーリー)に沿った魅力的な自然体験コンテンツと体験コースをつくります。
⑦	集団施設地区・温泉街等の利用拠点の魅力向上を図ります。
⑧	魅力的な利用施設の整備・管理を進めます。
⑨	統一したメッセージ、デザインを活用し、国立公園に関する情報を広く発信し、理解拡大に努めます。

資料:環境省のウェブサイトをもとに(公財)日本交通公社作成

### ●インタープリテーション全体計画

環境省では、前述のブランディング活動の一環として、各国立公園において「物語（ストーリー）」を明らかにするとともに、資源、伝えたい情報、望まれる体験等を整理したインタープリテーション全体計画を作成することや、その計画に基づいた自然体験アクティビティを含む感動体験を生み出し、自走化することを支援。2024年3月には、インタープリテーション全体計画（ステップアッププログラム、自然体験活動促進計画等を含む）等に基づく感動体験の企画・試行、自走化の取り組みを支援するため、「感動体験創出事業」として全国の国立公園から募集を行い、全12件の応募から8件を採択した（表IV-3-1-4）。

インタープリテーション全体計画自体は、もともと北米の国立公園で活用されているものであり、国内での事例はまだ少ないが、国内の先行事例としては、雲仙温泉地区や那須平成の森における計画策定等がある。

表IV-3-1-4 2024年度国立公園における感動体験創出事業採択案件一覧

申請者名	事業名	国立公園名
安達太良・吾妻 自然センター	「ふくしま火山旅」100年続く盆栽と、1000年続く温泉の物語	磐梯朝日
栃木アウトドア事業振興会 BERGTOAD	消えた古道を探し山岳信仰の物語を探るアドベンチャーツアー造成事業	日光
株式会社東京山側DMC	秩父多摩甲斐国立公園における新たな感動創出コンテンツ造成事業	秩父多摩甲斐
一般社団法人雪国観光圏	エコロッジからエコロッジへ古道を歩く旅	上信越高原
株式会社戸隠	戸隠地域の高付加価値ストーリーを国内外に発信する戸隠観光振興イノベーション事業	妙高戸隠連山
一般社団法人日本アルプスガイドセンター	日本アルプス 野生動物／ライチョウ観察ガイドツアー	中部山岳
株式会社伊予銀行	瀬戸内海国立公園指定90周年を契機とした「サステナブルツーリズム」創出事業	瀬戸内海
阿蘇カルデラツーリズム推進協議会	世界を感動させる阿蘇へ「阿蘇自然体験活動促進計画」自走化事業	阿蘇くじゅう

資料：環境省のウェブサイトをもとに（公財）日本交通公社作成

### ●サステナブルな観光に資する好循環の仕組みづくり

2023年度「サステナブルな観光に資する好循環の仕組みづくりモデル事業」等において、環境・社会・経済のサステナビリティの向上に資するサステナブルな観光コンテンツの造成や、そうした好循環の仕組みづくりが、国の支援のもと全国の各地域で展開された。国立公園・国定公園でもソフト事業で11件、ハード事業で5件が採択された。

### ●ゼロカーボンパーク

環境省は、国立公園において先行して脱炭素化に取り組むエリアを「ゼロカーボンパーク」として推進している。国立公園をカーボンニュートラルのショーケースとし、訪れる国内外の人たちに脱炭素型の持続可能なライフスタイルを体験してもらう場づくりを目指して行われるものであり、2023年度末時点で15か所が登録されている（表IV-3-1-5）。

「ゼロカーボンパーク」とは、国立公園における電気自動車等の活用、国立公園に立地する利用施設における再生可能エネ

ルギーの活用、地産地消等の取り組みを進めることで、国立公園の脱炭素化を目指すとともに、脱プラスチックも含めてサステナブルな観光地づくりを実現していくエリアのことを指す。

表IV-3-1-5 ゼロカーボンパークの登録状況

	地方自治体	国立公園	備考（登録エリア等）
第1号	松本市	中部山岳	乗鞍高原
第2号	志摩市	伊勢志摩	志摩市全域
第3号	那須塩原市	日光	塩原温泉・板室温泉地区
第4号	妙高市	妙高戸隠連山	妙高市
第5号	釧路市	阿寒摩周	阿寒湖温泉
第6号	千歳市	支笏洞爺	支笏湖
第7号	片品村	尾瀬	尾瀬かたしなエリア
第8号	釧路市、弟子屈町、美幌町、足寄町	阿寒摩周	全国初の連名登録
第9号	釧路市	釧路湿原	全国初の2国立公園登録
第10号	日光市	日光	奥日光地域
第11号	甘日市市	瀬戸内海	宮島
第12号	福島市	磐梯朝日	土湯温泉・高湯温泉
第13号	鳥羽市	伊勢志摩	鳥羽市
第14号	立山町	中部山岳	立山町
第15号	雲仙市	雲仙天草	雲仙市

（注）2024年6月9日時点。

資料：環境省のウェブサイトをもとに（公財）日本交通公社作成

### ●「自然体験活動促進計画制度」及び「利用拠点整備改善計画制度」

自然公園法の改正に伴い、「自然体験活動促進計画制度」が「利用拠点整備改善計画制度」とともに新たに創設された。

「自然体験活動促進計画制度」は、国立公園が有する自然資源の特性等を踏まえた質の高い自然体験活動の機会の提供を進めるため、国立公園の魅力を有効に活用した自然体験活動の提供に関する方針を調整・決定する協議会を設置し、協議会により作成された質の高い自然体験活動の促進を目的とした「自然体験活動促進計画」を環境大臣が認定する制度。

「利用拠点整備改善計画制度」は、宿舎・休憩所等の施設が集積した利用拠点を対象に、地方公共団体が公園事業者等の多様な関係者とともに、利用拠点の整備改善に係る基本方針や各々の事業内容・役割を調整する協議会を設置し、利用拠点における質の高い利用空間の創造や公園利用に係る機能の強化を進めるための計画として、協議会により作成された「利用拠点整備改善計画」を環境大臣が認定する制度。

2023年度には、これらの制度に基づく全国初となる計画が、どちらも熊本県阿蘇市で策定、認定された（表IV-3-1-6、表IV-3-1-7）。

表IV-3-1-6 認定自然体験活動促進計画一覧

計画名称	協議会名称	計画認定日
阿蘇自然体験活動促進計画	阿蘇自然体験活動促進協議会	2023年9月15日

（注）2023年度末時点。

表IV-3-1-7 認定利用拠点整備改善計画の一覧

計画名称	協議会名称	計画認定日
阿蘇くじゅう国立公園阿蘇山上地区利用拠点整備改善計画	阿蘇山上観光復興推進会議阿蘇山上地区利用拠点整備改善計画策定部会	2023年7月6日

資料：いずれも環境省のウェブサイトをもとに（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

●エコツーリズム推進全体構想の策定・認定

「エコツーリズム推進法」に基づき、2023年には新たに、香川

県まんのう町、鹿児島県屋久島町、鹿児島県薩摩川内市甌島（こしきしま）、東京都神津島村の4地域で、エコツーリズム推進全体構想が策定・認定された(表Ⅳ-3-1-8～11)。

表Ⅳ-3-1-8 まんのう町エコツーリズム推進全体構想の概要

まんのう町エコツーリズム推進全体構想(2023年6月22日認定)	
協議会名:	まんのう町エコツーリズム推進協議会
推進する地域:	琴南地域(最も過疎化が進んでいること、土器川の源流域としてまとまりのある自然環境を有することからエリアを選定)
目的	豊かな自然環境を活用・保全し、持続可能で若者から高齢者までが生き生きと暮らす地域の実現
地域の目指す姿	豊かな自然の恵みを享受して、ゆったりと暮らせる地域
基本方針	「里地里山」の豊かな景観や生態系の保全と継承、「地域資源の活用による自然と人と地域の交流の活性化」、「里地里山」の暮らしを活かした持続可能な地域づくり
推進ポイント	(1)地域の豊かな自然環境、生活文化や伝統文化の良さを再評価し、広くアピールする (2)多様なプログラムを開発し、施設の利用率のアップと利用者のリピーター化を図る (3)地域産物の商品化やエコツアーによる利益の地域還元の仕組みをつくる (4)地域住民がエコツアーの実施に関わり元気になる仕組みをつくる (5)地域内外からエコツアーの担い手を育成する
エコツーリズム実施の方法	(1)ルールの策定:エコツアー実施において配慮及び保護する対象を設定(①地域住民の生活環境等、②野生動植物及び野生動植物の生息地・生育地等、③史跡・伝統文化等、④地球環境や環境への負担低減等の環境全般、⑤参加者の安全、⑥エコツアーの質) (2)案内(ガイド)及びプログラム:エコツアーの目指す姿を“琴南地域の豊かな自然の恵みをゆったり味わう旅(体験・機会)”とし、3つの基本方針と5つの推進ポイントの考えに基づいたエコツアーのテーマや主なエコツアーを提示 (3)自然観光資源のモニタリング及び評価:モニタリングの対象と方法、関係各主体の役割、評価の方法、専門家・研究者の関与、モニタリング及び評価の結果の反映の方法を設定 (4)その他:情報提供の方法、人材育成、住民参加推進の方法等を設定
主なエコツアー	<ul style="list-style-type: none"> <li>■地域の豊かな生態系に学び、自然環境の良さを享受するエコツアー</li> <li>■地域の史跡や伝統文化を学び、時代の変遷をたどるエコツアー</li> <li>■里地里山の生産活動と身近な自然に育まれた生活文化にふれるエコツアー</li> <li>■多様な自然環境を活用した新しい暮らし方につながるエコツアー</li> <li>■自然と共存する地域の暮らしの課題解決につながるエコツアー</li> </ul>

資料:まんのう町エコツーリズム推進協議会「まんのう町エコツーリズム推進全体構想」をもとに(公財)日本交通公社作成

表Ⅳ-3-1-9 屋久島町エコツーリズム推進全体構想の概要

屋久島町エコツーリズム推進全体構想(2023年8月4日認定)	
協議会名:	屋久島町エコツーリズム推進協議会
推進する地域:	屋久島、口永良部島及びその周辺海域(屋久島の地先から2km、口永良部島の地先から1kmの海域)
目的	屋久島町の貴重な財産である自然資源を保全し、その自然とともにある人々の暮らし、すなわち環境文化を継承し有効に活用すること、そして、そこから生み出される恩恵を多くの来島者と分かち合い、心の豊かさ・感動・感謝し合う気持ちを大切に、持続的な地域づくりへ寄与すること
基本方針	「自然や文化等の地域資源を保全し、適正に利用する」、「自然や文化等を通して、『自然と人との共生』を伝える」、「町民への普及と意識向上を図り、エコツーリズムと地域との結び付きを強化する」、「自然・文化の持続可能な利用を目指し、それらの資源を次世代へとつなぐ」
推進のための取り組み	(1)屋久島・口永良部島ルールの構築 (2)ガイドツアーの推進(ガイドダンス及びプログラム) (3)屋久島ガイド登録・認定制度の充実 (4)自然観光資源のモニタリング及び評価 (5)自然観光資源の保護及び育成 (6)エコツーリズムに基づく利用負担の仕組みづくり (7)エコツーリズムを活用した地域づくり (8)エコツーリズム推進の基本方針に基づく体系だった環境教育の推進 (9)屋久島のエコツーリズムに関する情報の積極的な発信と共有
屋久島・口永良部島ルール	「屋久島憲章」を基本理念とし、本全体構想の基本方針を実現するとともに、自然環境への影響の軽減とその保全、快適な利用環境の創出、利用者の安全の確保、町民の生活に配慮したエコツアーの実施のために必要なルールを設定。屋久島・口永良部島ルールの4原則は以下。利用者とガイド事業者が守るルールとして、環境タイプごとの共通ルールと、対象地ごとの基本ルールを設定。 【屋久島・口永良部島ルールの4原則】 「自然環境への影響の軽減と保全」、「快適な利用環境の創出」、「安全の確保」、「町民生活への配慮」
主なエコツアー	<ul style="list-style-type: none"> <li>■登山やトレッキングを主体としたエコツアー</li> <li>■「水の島」屋久島の川を舞台としたエコツアー</li> <li>■黒潮に育まれた海を舞台としたエコツアー</li> <li>■野生生物の魅力を知るエコツアー</li> <li>■自然と人の共生を知る里のエコツアー</li> </ul>
その他事項	屋久島ガイド登録・認定制度、モニタリング及び評価、エコツーリズム推進に関連する仕組み(世界自然遺産屋久島山岳部環境保全協力金、森林環境整備推進協力金、屋久島山岳部における携帯トイレの導入、資源循環型地域社会の構築、屋久島ジュニア検定)等

資料:屋久島町エコツーリズム推進協議会「屋久島町エコツーリズム推進全体構想」をもとに(公財)日本交通公社作成

表IV-3-1-10 甌島エコツーリズム推進全体構想の概要

甌島エコツーリズム推進全体構想(2023年8月18日認定)
協議会名: 甌島ツーリズム推進協議会
推進する地域: 甌島の陸域全域及び周辺海域のうち国定公園区域
目的
エコツーリズムにおいて保護と活用が求められる海、山、動植物等の自然観光資源だけでなく、甌島独自の歴史・文化、生業・生活も含め観光資源と捉えるとともに、地形・地質をはじめとした学術的な研究を深めることにより、地域の活力向上につなげていくこと
ビジョンとコンセプト
甌島の観光を主軸とした地域振興計画である「甌島ツーリズムビジョン」のキャッチフレーズや基本理念、コンセプトを基本とする
【甌島ツーリズムビジョン】
・キャッチフレーズ: 皆が誇れる甌島の風土と営みを、護り磨いて次世代に受け継ぐ
・基本理念: 「地域経済への寄与」、「交流の促進」、「誇りの醸成と継承」、「持続可能な地域社会の形成」
・コンセプト: ところ・自然・時空(とき)がつながる島
→ところ: 甌島の人々の優しい心
→自然: 国定公園に指定されるほどの貴重で豊かな自然環境
→時空: 8,000万年前の太古から現代の生活までの悠久の時間と、そこに現れる空間
→つながる: 心と心がつながること、上甌と中甌、下甌が橋でひとつにつながることを象徴
基本方針
「ところをつなげる」、「自然をつなげる」、「時空(とき)をつなげる」、「つながる」
エコツーリズム実施の方法
(1) ルールの策定: エコツアー実施において保護・維持・向上する対象を設定(①参加者の安全、②自然観光資源の保全・保護、③地域住民の生業・生活環境の保護、④ツアーの質の向上、⑤その他環境全般の保護)
(2) 案内(ガイドダンス)及びプログラム: プログラムの企画やガイドダンスは甌島インタープリターを中心に実施し、プログラムの募集販売は薩摩川内市観光物産協会等が実施
(3) 自然観光資源のモニタリング及び評価: モニタリングの対象と方法、関係各主体の役割、評価の方法、専門家・研究者の関与、モニタリング及び評価の結果の反映の方法を設定
(4) その他: 情報提供の方法、人材育成、ガイド育成(薩摩川内市観光ガイドやインタープリター育成)等を設定
主なエコツアー
■ところがつながるプログラム: 食でつながるエコツアー、人でつながるエコツアー
■自然がつながるプログラム: 海でつながるエコツアー、陸でつながるエコツアー
■時空(とき)がつながるプログラム: 歴史でつながるエコツアー、8,000万年前の時空につながるエコツアー
■その他: 甌シマ大学(地域住民向け講座)

資料: 甌島ツーリズム推進協議会「甌島エコツーリズム推進全体構想」をもとに(公財)日本交通公社作成

表IV-3-1-11 神津島エコツーリズム推進全体構想の概要

神津島エコツーリズム推進全体構想(2023年9月1日認定)
協議会名: 神津島エコツーリズム推進協議会
推進する地域: 神津島村全区域(恩馳島(おんばせじま)、祇苗島(ただなえじま)、銭洲(ぜにす)及び各島の周辺海域を含む)
目的
「神津島村民憲章」や「神津島村第5次総合計画」で定められている島のあり方や将来像を実現していくこと
基本方針
自然を見せる観光から、自然を守る観光へ
(1) 守る、引き継ぐ
(2) 伝える、広める
(3) 自立・持続し、還元する
エコツーリズム実施の方法
(1) ルールの策定: エコツアー実施において保護・向上する対象を設定(①自然環境・自然観光資源、②利用環境、③ツアーの質、④住民の生活環境、⑤島の総合的環境、⑥エコツーリズムの推進)、またルールの対象主体別(エコツアー実施者向け、来島者向け、エコツーリズム推進協議会向け)に整理
(2) 案内(ガイドダンス)及びプログラム: すでに島内でエコツアーを実施しているNPOや民間団体、個人を中心にプログラムの実施を通じた育成を行うとともに、住民のエコツアーへの参加を促し、エコツアー実施体制や情報収集への協力を得やすい体制づくりや機運向上に努める
(3) 自然観光資源のモニタリング及び評価: モニタリングの対象と方法、関係各主体の役割、評価の方法、専門家・研究者の関与、モニタリング及び評価の結果の反映の方法を設定
(4) その他: 情報提供の方法、人材育成、ガイド育成等を設定
主なエコツアー
■星空を活用したエコツアー
■陸域の生態系を活用したエコツアー
■特徴的な大地の成り立ちに関わるエコツアー(ジオツアー)
■ハイキング・トレッキング等のエコツアー
■海を活用したエコツアー
■歴史・文化・生活を活用したエコツアー

資料: 神津島エコツーリズム推進協議会「神津島エコツーリズム推進全体構想」をもとに(公財)日本交通公社作成

(4) その他の動向

●「アドベンチャートラベル・ワールドサミット」(ATWS)がアジア初・北海道で開催

アドベンチャートラベル・トレード協会(ATTA)が主催する世界最大のアドベンチャー旅行業界のイベントが、2023年9月11日から9月14日にかけて北海道で開催された。アジアでは初の開催であった。

サミットには64か国・地域から750名超が参加。うち、旅行に関わるメディアやコンテンツクリエイターは17か国から約50名、バイヤー(アウトバウンドを扱うツアーオペレーター)は21か国・地域から111名が参加。日本からは全国各地でアドベンチャートラベルに取り組むツアーオペレーター、ガイド事業者、観光団体等280名以上が参加した。

会期の約1週間前から道内・道外各地で、国内のアドベンチャートラベル提供事業者が提供する4～5日間程度のツアー「プレ・サミット・アドベンチャー」(PSA)が実施され、世界各地からの業界関係者が参加した。会期初日には会場となった札幌市を起点とした日帰りツアー「デイ・オブ・アドベンチャー」(DOA)も開催された。会期2～4日目には各種講演会、セミナー、商談会等が実施され、会期終了後には道内4地域でツアーや商談会をセットにした“ミニATWS”である「ポスト・サミット・アドベンチャー」(Post-SA)が実施された。

北海道では、2016年・アラスカでの「ATWS」に初出展をしたことがひとつのきっかけとなり、その後、アドベンチャートラベルの推進や「ATWS」の誘致に向けて取り組んできた。誘致に成功した結果、2021年の「ATWS」の開催地が北海道に決まったが、新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受け、バーチャルでの開催となり、それまで準備を進めてきたPSAやDOAといったエクスカージョンの実施やリアルでの商談会は実現しなかった。しかしながら、「ATWS 2021」参加者からの北海道への評価・北海道訪問に向けた期待は高かったことから、「ATWS 2023」の開催地が北海道に決定し、現地でのリアル開催が実現した。

●森林サービス産業

林野庁は国土の7割を占める森林を活かし、林業・木材産業の成長産業化を進めることとあわせて、健康や観光、教育等のさまざまな分野の体験サービスを提供し、山村地域に新たな雇用と所得機会を生み出す森林サービス産業の取り組みを進めている。普及イベントの開催や、ネットワークづくり、森林サービス産業に関心のあるさまざまなセクターのネットワークづくりやマッチングプラットフォーム「Forest Style」の設置、優良事例の取りまとめや公開等を行っている。2024年1月時点で森林サービス産業を推進する地域は全国で50地域となっている。

●「農泊」の推進

「農泊」とは、農山漁村に宿泊し、滞在中に地域資源を活用した食事や体験等を楽しむ農山漁村滞在型旅行のことであり、農林水産省では、農山漁村での滞在と消費を促すことにより、農山漁村における持続的な収益の確保や雇用の創出を狙いとして、全国での取り組みの支援を行っている。2023年度末には全国で計656の農泊地域を創出しており、2025年度までには農山漁村での700万人泊を達成することを目指している。

●ジオパーク

2023年度には、第48・49・50回日本ジオパーク委員会が開催された。日本ジオパーク新規認定等の審査が行われ、その結果は表IV-3-1-12のとおり。

(小坂典子)

表IV-3-1-12 ジオパークの認定審査結果(2023年度)

日本ジオパーク認定	
新規認定	なし
再認定	三陸、Mine 秋吉台、栗駒山麓
条件付き再認定	恐竜渓谷ふくい勝山、佐渡
認定保留	蔵王

資料：日本ジオパーク委員会のウェブサイトをもとに(公財)日本交通公社作成



## IV-3-2 歴史・文化

基本計画の改定と文化観光への新たな期待  
グローバル市場や大阪・関西万博の動向を踏まえた  
文化資源活用の取り組み

### (1) 諸計画における歴史・文化と観光の立ち位置

#### ①第4次観光立国推進基本計画

2023年3月31日に閣議決定された「第4次観光立国推進基本計画」は、昨今関心が高まっている、「持続可能な観光」の重要性を強調している。これは、「地球環境に配慮した旅行を推進していくことに加え、地域において、自然、文化の保全と観光とが両立し、観光地・観光産業が付加価値を上げ収益力を高め、観光振興が地域経済への裨益と地域住民の誇りや愛着の醸成を通じて地域社会に好循環を生む仕組み」に基づく観光のあり方である。本計画ではその実現に向けて、DXや人材確保、環境保全等の施策とともに「地域の固有の文化、歴史等に関する知識の普及の促進」、「歴史的風土に関する観光資源の保護、育成及び開発」、「地域ブランドの振興」等、文化観光の施策も挙げている。このように、「持続可能な観光」の実現に向けて、環境や経済の問題に加え、文化に焦点を当てた総合的な取り組みが今後さらに必要になると考えられる。

#### ②文化芸術推進基本計画(第2期)

2023年3月、文化芸術基本法に基づき、「文化芸術推進基本計画(第2期)」が閣議決定された。対象期間は2023年度から2027年度の5年間。基本的には第1期の方針を踏襲しながらも、「ウイズコロナ・ポストコロナ」時代における中長期的な文化芸術の振興、グローバル化の進むアート市場でのプレゼンス力の向上、DXの推進や地域振興等、近年の社会情勢に応じた戦略・施策が策定された。加えて本計画は「文化と経済の好循環」の創出を強く打ち出しており、施策群「文化観光の推進による好循環の創出」にて文化庁の観光政策の推進を掲げている。そのほかの文化芸術分野の戦略・施策においても、随所に観光資源化への展望が盛り込まれており、今後も観光は文化と経済をつなぐ手段として期待を集めていくことが予想される(重点取り組みについては表IV-3-2-1を参照)。

表IV-3-2-1 文化芸術推進基本計画(第2期)重点取り組み

No	取り組み名
1	ポストコロナの創造的な文化芸術活動の推進
2	文化資源の保存と活用の一層の促進
3	文化芸術を通じた次代を担う子どもたちの育成
4	多様性を尊重した文化芸術の振興
5	文化芸術のグローバル展開の加速
6	文化芸術を通じた地方創生の推進
7	デジタル技術を活用した文化芸術活動の推進

資料:文化庁資料をもとに(公財)日本交通公社作成

#### ③2023年度文化庁予算／新時代のインバウンド拡大アクションプラン

2023年度の文化庁の予算は、対前年度1億円増の1,077億円であった。加えて補正予算303億円が成立した(表IV-3-2-2)。例年に引き続き、文化資源を活用したインバウンドのための環境整備、文化観光の推進、世界遺産関連等、文化庁事業全体として観光振興に関連した事業の推進が掲げられている。加えて今年度は、文化芸術の自律的運営促進事業及び文化芸術の拠点化を推進することを目指し、国際的な文脈づくりに向けて、国際的なアートフェアの誘致等が新規事業として加わっており、芸術分野においても文化観光の振興が展望されている。

加えて2023年5月30日には観光立国推進閣僚会議にて「新時代のインバウンド拡大アクションプラン」が決定された。このプランの目的は、単に外国人観光客を呼び込むだけでなく「インバウンド需要をより大きく効果的に根付かせる」ことにより、各省庁は「ビジネス分野」、「教育・研究分野」、「文化芸術・スポーツ・自然分野」で約80の施策を実施する。文化庁は、国際的なアーティストの発掘・育成支援や芸術分野の会議の開催、文化資源を活用した歴史体験・夜間活用・ユニークベニュー(歴史的建造物、文化施設や公的空間等で会議・レセプションを開催することで特別感や地域特性を演出できる会場)利用等による文化財の高付加価値化を通じて新プランに取り組む。

### (2) 文化庁の観光関連施策の動向

#### ①日本遺産

文化庁は、2015年から歴史的魅惑や特色を通じて日本の文化・伝統を語るストーリーを「日本遺産」(Japan Heritage)として認定してきた。国指定・選定地域の文化財群を含むことが条件で、2024年3月31日時点で104件のストーリーが認定されている。当事業は、100件程度認定という目標を2020年度に完了した。その後は新規認定を一旦停止し、認定地域の総括評価・継続審査や、ブランディング・フォローアップ事業に注力している。

2023年度は、2017年度に認定された17地域の総括評価・継続審査が行われた。結果は17件中15件が継続認定。また、15件のうち「忍びの里 伊賀・甲賀-リアル忍者を求めて-」、「森林鉄道から日本一のゆずロードへ-ゆずが香り彩る南国土佐・中芸地域の景観と食文化-」の2件は、すぐれた取り組みとして「重点支援地域」に選定された。17件中2件は再審査を経て「認定継続(条件付き)」となった。条件付きの地域は「候補地域」と競合の対象となり、遺産認定数が100件程度を超える場合、両者のうち上位評価を得た地域が遺産として認定される。「候補地域」は「日本遺産として認定する候補となり得るストーリーを有する地域」から選ばれるもので、日本遺産の

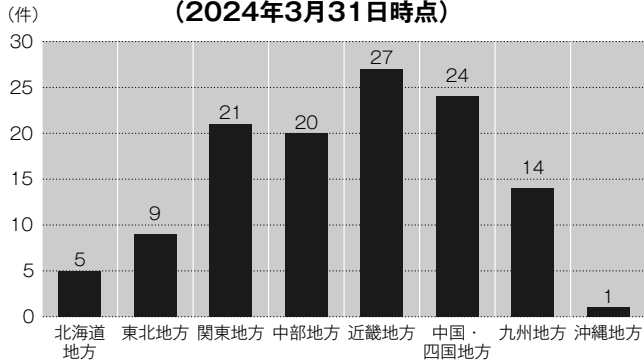
表IV-3-2-2 2023年度 文化庁予算概要

(単位:億円)

事項	【総表】		
	2023年度予算額	2022年度補正予算額	2022年度当初予算額
	1,077	713	1,076
事項	2023年度予算額	2022年度補正予算額	2022年度当初予算額
文化芸術のグローバル展開、DXの推進、活動基盤の強化	215	125	223
文化芸術の創造的循環の創出(日本の文化芸術のグローバル展開等)	14	—	13
舞台芸術等総合支援事業	100	100	—
障がい者等による文化芸術活動推進事業	4	—	4
地域文化振興拠点の強化	21	—	10
文化芸術による創造性豊かな子どもの育成	84	22	73
「文化財の匠プロジェクト」等の推進・充実による文化資源の持続可能な活用の促進	447	73	444
「文化財の匠プロジェクト」による継承基盤の整備 ●史跡等の保存整備・活用等ほか (「歴史生き生き! 史跡等総合活用整備事業」、「地域活性化のための特色ある文化財(美術工芸品)調査・活用事業」ほか)	257	58	252
多様な文化遺産の公開活用の促進等 ●地域文化財の総合的な活用の推進ほか (「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・地域計画等、世界文化遺産、ユネスコ無形文化遺産、地域伝統行事・民俗芸能等継承振興事業、文化財保存活用地域計画作成、文化財保存活用大綱作成、地域のシンボル整備等))	191	15	192
文化振興を支える拠点等の整備・充実	369	515	363
国立文化施設の機能強化・整備	324	515	318
博物館機能強化の推進 (「Innovate MUSEUM事業」、「新制度におけるミュージアム応援事業」)	4	—	4
外国人等に対する日本語教育の推進	14	—	10
DX時代の著作権施策の推進	2	—	2
※上記のほか、補正予算(計303億円)が成立			
国際観光旅客税財源事業:文化資源を活用したインバウンドのための環境整備	40	—	22

資料:文化庁資料をもとに(公財)日本交通公社作成

図IV-3-2-1 地方ブロックごとの日本遺産認定件数(2024年3月31日時点)



※地域区分は135ページ参照

資料:文化庁資料をもとに(公財)日本交通公社作成

新規認定を停止した2021年度から開始された。ただしこちらについては、昨年度と同様2023年度の新規追加はなかった。

2024年3月31日時点における地方ブロックごとの日本遺産の認定件数は図IV-3-2-1のとおりである。

認定済みの日本遺産に対するフォローアップ事業としては、「日本遺産活性化推進事業」として2023年度から「日本遺産における魅力増進・コンテンツ造成事業」の公募が開始された。対象は観光地域づくり法人(DMO)、協議会及びその構成団体で、人材育成や多言語解説、二次交通整備やコンテンツ造成等、日本遺産にまつわるソフト面の総合的な支援を目的とする。2023年度は魅力増進事業に14事業(表IV-3-2-3)、コンテンツ造成事業に10事業(表IV-3-2-4)が採択された。

表IV-3-2-3 2023年度 日本遺産魅力増進事業

都道府県	実施主体	事業名
北海道	炭鉄港推進協議会	“つながる”炭鉄港 魅力増進事業
福島県	極上の会津プロジェクト協議会	インフルエンサーを活用した周遊プラン磨き上げおよび情報発信事業
新潟県	十日町市文化観光推進協議会	日本遺産「究極の雪国とおかまちー真説! 豪雪地ものがたり」文化観光プロモーション及び新たな食の創出事業
富山県	(株)studio-L	宮大工の鑿一丁から生まれた木彫刻美術館・井波に点在する魅力を面的に強化するプロジェクト
福井県	小浜市・若狭町日本遺産活用推進協議会	「今に生きる御食国の湊町・鯖街道の起点」コンテンツ造成事業
長野県	(一社)信州千曲観光局	「月の都 千曲」におけるナイトタイム観光を軸に魅力増進を図るDX化(観光MaaS)事業
長野県	上田市日本遺産推進協議会	上田市日本遺産「ノベルイズ化を中核とした情報発信マーケティング事業」
奈良県	明日香村商工会	日本遺産「飛鳥」・観光ビジネスモデル再構築事業
鳥取県	三朝町日本遺産活用推進協議会	三朝町日本遺産魅力増進事業
岡山県、福井県、愛知県、滋賀県、兵庫県	六古窯日本遺産活用協議会	六古窯共創ネットワーク構築・受入環境整備等事業
徳島県	藍のふるさと阿波魅力発信協議会	藍のふるさと阿波魅力増進事業
高知県	中芸のゆずと森林鉄道日本遺産協議会	ゆずロード魅力造成事業
福岡県、佐賀県	福岡県	「西の都」魅力増進事業
大分県	六郷満山日本遺産推進協議会	日本遺産くにさき 地域の発信力&販売力増進事業

資料:文化庁資料をもとに(公財)日本交通公社作成

表IV-3-2-4 2023年度 日本遺産を活用したコンテンツ造成事業

都道府県	実施主体	事業名
石川県	(一社)こまつ観光物産ネットワーク	こまつ石の文化ストリート教育旅行コンテンツ造成と九谷焼ガイド育成事業
長野県	(一財)長野経済研究所	「月の都を食で感じる」観光列車ろくもんとレストランバスで巡る、千曲市日本遺産プレミアムツアー造成事業
京都府	(一社)文化継承機構	《日本茶800年の歴史散歩》コンテンツ造成事業～宇治茶の起源に想いを馳せて茶祖の教えを未来に引き継ぐ～茶祖栄西禅師奉納茶会
大阪府	(株)日本旅行 大阪法人営業統括部	「楠公めし」を活用した日本遺産啓発事業
和歌山県	和歌山市	日本遺産「絶景の宝庫 和歌の浦」を活用したコンテンツ造成事業
島根県	(一社)浜田市観光協会	神々の舞踏 ～石見神楽における「神楽を支える職人」を巡り、ホンモノの神楽を体験する巡礼型ツアー造成～
島根県	益田の歴史文化を活かした観光拠点づくり実行委員会	中世益田を味わい尽くすまちあるきツアー造成事業
岡山県、香川県	(特非)アーキベラゴ	小豆島をつくった日本遺産「石」をたどる
愛媛県、広島県	(株)瀬戸内しまなみリーディング	瀬戸内の覇者、村上海賊グローバルコンテンツ事業
大分県	六郷満山日本遺産推進協議会	日本遺産くにさき アフタートレイルブラッシュアップ事業

資料:文化庁資料をもとに(公財)日本交通公社作成

また日本遺産に関連する興味深い事例として、2023年4月には、日本遺産「日本の終活の旅」推進協議会を主体として、西国三十三所とスペインのサンティアゴ巡礼路の間で友好提携が結ばれた。日本遺産と世界遺産の巡礼路同士が宗派・国を超えて交流し、巡礼文化の振興に努める。

## ②文化資源を活用したインバウンドのための環境整備

前出の「新時代のインバウンド拡大アクションプラン」に先立ち、文化庁は以前から「文化資源を活用したインバウンドのための環境整備」事業を実施してきた。これは2019年1月に導入された国際観光旅客税(出国税)を財源とするもので、「日本博を契機とした観光コンテンツの拡充」や「Living History(生きた歴史体感プログラム)促進事業」が実施されている。

### ●日本博

東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会を契機として始まった「日本博」は、「日本博2.0を契機とする文化資源コンテンツ創成事業」へと展開し、文化資源の磨き上げとインバウンド需要の拡大に取り組んでいる。この事業を通じて「日本の美と心」を国内外に発信するために、文化庁は美術展、舞台芸術公演、芸術祭の各種支援を行っている。2023年度は、「最高峰の文化資源の磨き上げによる満足度向上事業」にて補助型11件、委託型37件を採択し、調査事業の支援を通じて来場者満足度の向上とブランディングを図る。また「文化資源活用推進事業」では3件が採択された(表IV-3-2-5)。この事業では、民学産芸の連携による地域の文化芸術や観光分野の専門人材の活用に対し伴走型支援が行われる。

これらに加えて2023年度の補正予算では、「日本博」のプロジェクトとして「大阪・関西万博に向けた文化資源の活用推進事業」が新規に加わった。「日本博2.0」と2025年の大阪・関西万博双方に関わる文化芸術事業を支援し、インバウンド客の増加と万博への機運上昇を図る。2023年度は4件が採択された(表IV-3-2-6)。

表IV-3-2-5 2023年度 日本博2.0を契機とする文化資源コンテンツ創成事業 文化資源活用推進事業

都道府県	補助事業者名	事業名
北海道	札幌市	バシフィック・ミュージック・フェスティバル札幌(PMF)開催事業
京都府	京都市	KYOTO×Media Performing Arts～古都で交わる伝統と現代～
大分県	大分県	大分県における地域の文化資源活用推進事業

資料:文化庁資料をもとに(公財)日本交通公社作成

表IV-3-2-6 2023年度 大阪・関西万博に向けた文化資源の活用推進事業

都道府県	補助事業者名	事業名
関西広域連合	関西広域連合	大阪・関西万博に向けた文化発信イベント「KANSAI感祭」
富山県	南砺市(石川県小松市と共同申請)	世界に通ずる日本の伝統工芸を、大阪・関西万博から世界へ
兵庫県	神戸市	神戸発の文化共創～海外につながる広場として～
鳥取県	鳥取県	アートピアとっとり「鳥の芸術祭」磨き上げによるインバウンド拡大プロジェクト

資料:文化庁資料をもとに(公財)日本交通公社作成

### ●Living History(生きた歴史体感プログラム)促進事業

「Living History(生きた歴史体感プログラム)促進事業」は、法人・協議会を対象に歴史の体感・体験プログラムの構築を支援する。史料や研究資料等に基づいた復元行事や展示・体験プログラムを通じてインバウンド客も楽しめる体験型コンテンツの構築を促している。この事業を通じて国指定文化財等の価値の向上、そこから生まれた収益を財源とする文化財への再投資、という好循環の創出が期待されている。2023年度の補助対象事業は全4件。うち新規事業は京都府・金戒光明寺の「浄土宗開宗の寺・金戒光明寺歴史体感プログラム」の1件で、ほか3件は昨年に引き続いての採択となった(表IV-3-2-7)。

表IV-3-2-7 2023年度 Living History 促進事業

都道府県	補助事業者名	補助事業名
宮城県	多賀城創建1300年記念事業実行委員会	多賀城創建1300年歴史体感プログラム
京都府	(一社) 先端イメージング工学研究所	歴史絵巻メタバースによる仁和寺と戊辰戦争の史実仮想再現 —日本の近代化への生きた歴史—
山梨県	(公財) 青春白樺美術館財団	青春芸術村 Living History 促進事業北社の縄文をアートで再現・北社の縄文文化体感プログラム～「いま・ここ」の視点から縄文より受け継ぐ異文化との共創、自然との共生～
京都府	浄土宗開宗の寺・金戒光明寺歴史体感プログラム実行委員会	浄土宗開宗の寺・金戒光明寺歴史体感プログラム

資料:文化庁資料をもとに(公財)日本交通公社作成

③文化観光推進法に基づく文化観光拠点の整備等

2020年5月、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)が施行された。目的は文化振興・観光振興・地域の活性化の好循環の創出で、事業者が作成した「拠点計画」または「地域計画」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。前者の「拠点計画」は博物館や美術館、社寺、城郭等の「文化資源保存活用施設」の機能強化に関する計画で、後者の「地域計画」は、DMO、観光協会、旅行会社等の観光関係事業者らが文化観光拠点施設を核に連携し、地域の文化観光を総合的に推進する計画である。いずれの計画においても、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・紹介や、積極的な情報発信、交通アクセスの向上、多言語・Wi-Fi・キャッシュレスの整備といった取り組みが期待されている。認定を受けた事業者は、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、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。

2023年度は、新たに6件の拠点計画が認定された(表IV-3-2-8)。これら6件が加わり、2024年3月31日時点の認定件数は全51件(拠点計画35件、地域計画16件)となった。

表IV-3-2-8 2023年度に認定された文化観光推進法に基づく拠点計画

計画の実施地域	主な申請者	文化観光拠点施設	認定日
北海道札幌市、江別市	北海道	北海道立総合博物館(北海道博物館、北海道開拓の村、野幌森林公園自然ふれあい交流館)	2023年9月1日
宮城県石巻市	石巻市	石ノ森萬画館	
神奈川県小田原市	(公財)小田原文化財団	江之浦測候所	
富山県立山町	富山県	富山県立山博物館	
兵庫県丹波篠山市	丹波篠山市	丹波伝統工芸公園 立杭 陶の郷	
愛媛県松山市	愛媛県	愛媛県美術館	

資料:文化庁資料をもとに(公財)日本交通公社作成

④「食文化あふれる国・日本」プロジェクト

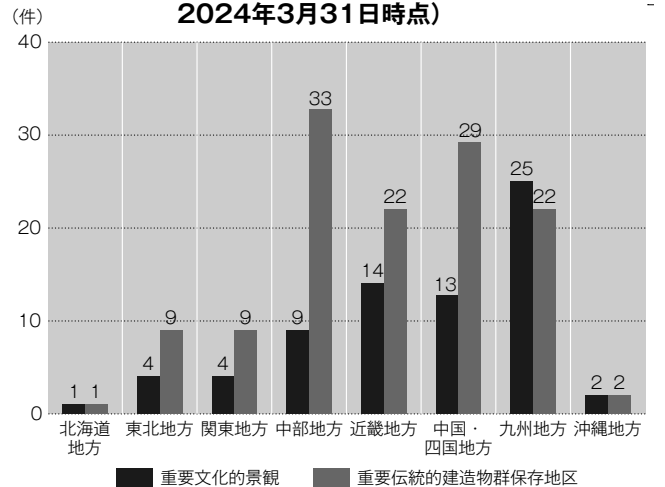
2021年の文化財保護法の一部改正では、食文化を含む各種生活文化の保護・継承の必要性が唱えられた。文化庁は、その一環として、「食文化あふれる国・日本」プロジェクトを実施している。当プロジェクトでは、これまで「食文化ストーリー」創出・発信モデル事業のほか、「100年フード」や「食文化ミュージアム」の認定を行う「食文化機運醸成事業」が行われてきた。加えて文化庁は2023年度に「食文化振興加速化事業」を新設した。内容は主に民間団体を対象とする企画競争で、食文化にまつわるイベントやウェブサイト作成等の発信事業を募集する。当年度はユネスコ無形文化遺産登録10周年を迎えた「和食」をテーマに公募が行われた。

(3)文化財の保存と活用に関する計画策定の動向

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6つの類型のうち、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また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、2024年3月31日時点で「重要文化的景観」(72件)、「重要伝統的建造物群保存地区」(127地区)として選定されている(地方ブロックごとの選定件数は図IV-3-2-2を参照)。

図IV-3-2-2 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、2024年3月31日時点)



2023年度は、「重要伝統的建造物群保存地区」として愛媛県の宇和島市津島町岩松が新たに選定された(表IV-3-2-9)。

表IV-3-2-9 2023年度 新規選定された重要伝統的建造物群保存地区

文化財名	宇和島市津島町岩松伝統的建造物群保存地区
所在地	宇和島市津島町岩松
概要	愛媛県南予地方のリアス海岸に注ぐ岩松川河口域に位置する。農村から周囲の集落の物資集散地への変容とともに町並みが形成され、江戸後期から近代にかけて商業を基軸に発展した。狭隘な敷地に建てられた伝統的建造物や水路を構成する石垣等が、河川及び周囲の急峻な山林と一体となって歴史的風致を良く伝える。
選定年月日	2023年12月15日

資料:文化庁資料をもとに(公財)日本交通公社作成

## ②文化財保存活用地域計画、文化財保存活用大綱

## ●文化財保存活用地域計画

文化庁は、2018年度の文化財保護法の改正に伴い、「歴史文化基本構想」の実行化・法的化に着手した。そのひとつが自治体に対する「文化財保存活用地域計画」(以下、地域計画)策定の奨励・支援である。目的は地域に存在する文化財を指定・未指定にかかわらず把握し、周辺環境まで含めて総合的に保存・活用することにある。地域計画は当該市町村の基本的なアクションプランに当たるもので、目標設定や中長期的な具体案の記載が必要となる。地域計画を策定した地域は、文化財を中核とする観光拠点整備の基盤のひとつとして位置付けられる。2023年度は新たに43件が加わり、2023年3月31日時点で139件の地域計画が策定されている。

文化庁は、計画作成の段階から市町村を支援するために「地域文化財総合活用推進事業」にて補助金事業を実施している。そのほか、計画策定済みの地域や文化財の所有者・管理者に対しては、「地域文化財総合活用推進事業」による人材育成、普及啓発等の支援も行っている。

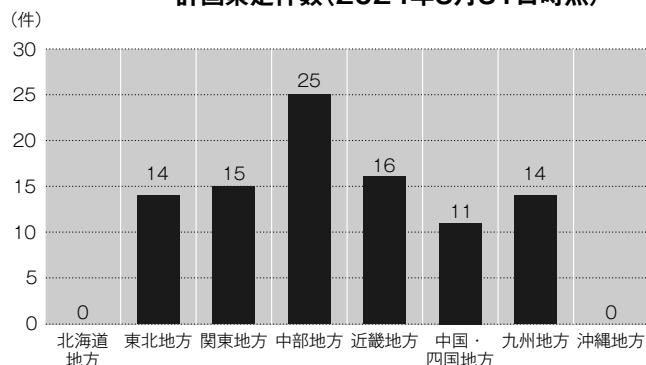
## ●文化財保存活用大綱

都道府県に対しては、文化庁は「文化財保存活用大綱」(以下、大綱)の策定を推奨している。これは都道府県域内、及び複数の市町村にまたがる取り組みについて、文化財の保存・活用の基本方針を明文化するものである。2023年度3月31日時点で、東京都、長野県、沖縄県を除く44道府県で大綱が策定されている。

## 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(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、国土交通省が共管する。市町村が作成した「歴史的風致維持向上計画」に対して国が認定を行い、歴史まちづくり法に基づくさまざまな特別の措置や国による支援を実施する。2023年度は、会津若松市(福島県)、柳津市(福島県)、土浦市(茨城県)、坂井市(福井県)、西尾市(愛知県)の5件が新たに認定された。これらを合わせ2024年3月31日時点で、95件が認定されている(地方ブロックごとの認定件数は図IV-3-2-3を参照)。

図IV-3-2-3 地方ブロックごとの歴史的風致維持向上計画策定件数(2024年3月31日時点)



※地域区分は135ページ参照

資料:文化庁資料をもとに(公財)日本交通公社作成

## ④その他

## ●「建築文化」の振興

文化庁は2023年2月末に「建築文化に関する検討会議」を設置し、国内の近現代建築の保全・再利用・活用について議論を進めている。国内の豊富な近現代建築や建造物が十分に評価・保全されてこなかったという反省から、建築をランドスケープや環境を含む生活文化の一資源として捉え直し、「建築文化」を振興する試みである。こうした議論を受けて、前述の「文化芸術推進基本計画(第2期)」では、重要施策として「近現代建築の保存・活用の推進等による建築文化の振興」が新たに盛り込まれた。なお検討会議では早くから観光を意識した議論が展開されており、今後は観光政策との連携も期待される。

## (4)世界遺産、ユネスコ無形文化遺産に関する動向

## ①世界遺産

## ●第45回世界遺産委員会拡大大会

2023年9月10日から25日にかけて、サウジアラビアのリヤドにて「第45回世界遺産委員会拡大大会」が開催された。第45回は当初、2022年にロシアのカザンで開催される予定であったが、同国のウクライナ侵攻により延期となった。これを受けて当年度の委員会は2022年と2023年の2年分を扱う拡大大会となった。なお今回の委員会では新設カテゴリである「記憶の場」(サイト・オブ・メモリー)としての初の遺産登録が実施された。「記憶の場」は主に近現代の紛争や暴力の過去等、いわば「負の遺産」を背負う場所を対象としたもので、今回国外の3件の遺産が登録された。

日本からは保存状況報告として「ル・コルビュジエの建築作品-近代建築運動への顕著な貢献-」、「琉球王国のグスク及び関連遺産群」、「明治日本の産業革命遺産 製鉄・製鋼、造船、石炭産業」の3件が審査され、いずれも個別審議の対象とはならなかった。2024年開催の第46回では、新潟県の「金を中心とする佐渡鉱山の遺産群」が新規推薦案件として審議される。

## ●各世界遺産の取り組み

世界遺産に対して、例年に引き続き文化庁は「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、活用環境整備に対する支援を行っている。

また2023年には「法隆寺地域の仏教建造物」、「姫路城」の2件が登録30周年を迎えた。どちらも日本最初の世界遺産であり、記念事業としてライトアップや講演、イベント等が実施された。なお姫路城は12月末、ポーランドの世界遺産「クラクフ歴史地区」の構成資産であるヴァヴェル城との姉妹城提携を結ぶ計画を発表した。戦禍を免れた両城の提携を通じ、観光と平和交流の促進を目指す試みである。

## ●国内の暫定一覧表記載(文化)遺産

2024年3月31日時点で、日本国内の暫定一覧表記載(文化)遺産は、全5件(表IV-3-2-10)。うち「金を中心とする佐渡鉱山の遺産群」は、2024年7月の第46回世界遺産委員会にて正式登録が決定している。

表IV-3-2-10 日本の暫定一覧表記載遺産  
(2024年3月31日時点)

NO.	資産名	所在地	記載年
1	古都鎌倉の寺院・寺社ほか	神奈川県	1992
2	彦根城 <sup>*1</sup>	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	金を中心とする佐渡鉱山の遺産群 <sup>*2</sup>	新潟県	2010
5	平泉一仏国土(浄土)を表す建築・庭園及び考古学的遺跡群 <sup>*3</sup>	岩手県	2012

※1 事前評価中

※2 2024年3月時点推薦中、その後2024年7月に登録正式決定

※3 拡張登録

資料:文化庁資料をもとに(公財)日本交通公社作成

## ●「事前評価」制度

世界遺産の登録をめぐるっては、世界遺産委員会と諮問機関とで相反した決議が下される事態がたびたび発生し、推薦書提出後のプロセスに混乱が生じていた。これを解消するために、2023年夏、ユネスコは試験的に「事前評価」制度を開始した。この制度は推薦書提出に先行して申請主体と諮問機関の協議・審議を促すもので、世界遺産への登録は最短4年を要する見込みである。この「事前評価」は2027年度以降義務化が予定されており、現在は移行期間に充てられている。

日本では、2023年7月の文化審議会にて「彦根城」と「飛鳥・藤原の宮都とその関連資産群」の2件の推薦が議題となった。うち「彦根城」については「事前評価」への申請が方向付けられ、同年9月に国内初の申請書が提出された。申請結果は2024年10月1日に国際記念物遺跡会議(ICOMOS)から通知される予定である。

## ②ユネスコ無形文化遺産

### ●登録・提案状況

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する。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を重視する。この理念のもとユネスコ事務局は「人類の無形文化遺産の代表的な一覧表」を作成している。2024年3月31日時点で、日本国内の無形文化遺産の登録件数は22件。うち「和紙:日本の手漉和紙技術」、「山・鉾・屋台行事」、「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3件について、2024年3月に文化庁はユネスコ事務局へ拡張登録の提案書を提出した。加えて同月には新たな無形文化遺産として、「書道」の提案書も提出している。「書道」の登録により伝統文化として毛筆文化の継承を図るほか、インバウンドの体験需要の拡大が期待されている。登録可否は2026年11月頃に決定される見込みである。

(山口陽子)

## IV-3-3 温泉

国の支援を受けた面的再生に加え、  
温泉地内外の多様な主体を巻き込んで  
コロナ禍や震災からの再起を目指す取り組みが進む

### (1) 温泉地の利用状況

環境省の「温泉利用状況」によると、2022年度（2023年3月末時点）に温泉地を有する市町村は1,448団体（前年度比1団体増）、温泉地数（宿泊施設のある温泉地）は全国で2,879か所（同21か所減）であった（表IV-3-3-1）。

源泉総数は27,932か所（同17か所増）で、このうち利用源泉数が17,021か所（自噴4,100か所、動力12,921か所）となっている。前年度に比べて自噴が79か所増加し、動力が83か所減少した。

宿泊施設数は12,999軒（同95軒増）、収容定員は1,330,203人（同13,375人増）となった。延べ宿泊利用人員は109,857,625人（同31,818,821人増）で40.8%増となった。

都道府県別に見ると、温泉地数は北海道が230か所で最も多く、以下、100か所以上の温泉地を有しているのは、長野県194か所、新潟県142か所、福島県127か所、青森県125か所、静岡県118か所、秋田県117か所となっている。

源泉総数は大分県が5,090か所と突出して多く、以下、1,000か所以上の源泉を有しているのは、鹿児島県2,738か所、北海道2,229か所、静岡県2,209か所、熊本県1,334か所、青森県1,087か所となっている。

毎分10万リットル以上の湧出量を有するのは、8道県であり、多い順に大分県29万6千リットル、北海道19万6千リットル、鹿児島県17万5千リットル、青森県13万9千リットル、熊本県13万リットル、岩手県11万2千リットル、静岡県11万リットル、長野県10万5千リットルとなっている。

温泉法に基づき、環境大臣が指定する国民保養温泉地として、全国で79か所が指定されている（2022年10月時点）。その

延べ宿泊利用人員は6,949,892人（同1,921,245人増）で38.2%増となった（2023年3月末時点）。

総務省の「入湯税に関する調」によると、2022年度の入湯客数は156,989,911人（前年度比38,994,232人増）で、33.0%増となった。

表IV-3-3-2 入湯税収入額が多い市町村ベスト20（2022年度）

	都道府県	市町村	主な温泉地	入湯税収入額 (千円)	前年度 (千円)	前年度比 (%)
1	神奈川県	箱根町	箱根温泉郷	554,129	408,310	135.7
2	大分県	別府市	別府温泉郷	426,916	259,394	164.6
3	静岡県	熱海市	熱海	358,622	243,438	147.3
4	北海道	札幌市	定山溪	313,214	194,320	161.2
5	静岡県	伊東市	伊東	298,671	218,140	136.9
6	栃木県	日光市	鬼怒川、川治、湯西川、奥鬼怒	291,211	198,881	146.4
7	兵庫県	神戸市	有馬	268,800	186,864	143.8
8	北海道	登別市	登別、カルルス	238,443	121,517	196.2
9	北海道	函館市	湯川	224,880	136,536	164.7
10	大阪府	大阪市	なにわ	206,714	129,150	160.1
11	群馬県	草津町	草津	198,397	135,909	146.0
12	岐阜県	高山市	奥飛騨温泉郷、飛騨高山	192,411	120,932	159.1
13	栃木県	那須町	那須温泉郷	177,811	135,741	131.0
14	宮城県	仙台市	秋保、作並	174,099	119,710	145.4
15	和歌山県	白浜町	白浜	170,691	131,767	129.5
16	京都府	京都市	北白川、嵯峨野、嵐山、大原	159,209	87,466	182.0
17	三重県	鳥羽市	鳥羽温泉郷	150,191	107,258	140.0
18	群馬県	渋川市	伊香保	149,283	112,035	133.2
19	愛媛県	松山市	道後	142,728	80,649	177.0
20	岐阜県	下呂市	下呂、小坂温泉郷	131,150	87,156	150.5

資料：（一社）日本温泉協会作成資料をもとに（公財）日本交通公社作成

表IV-3-3-1 温泉利用状況の経年変化

年度	市町村数	温泉地数 ※1	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 ※2	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					
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
2020	1,450	2,934	27,969	4,056	13,030	3,707	7,177	12,924	1,313,024	76,592,711	7,868	5,686,329
2021	1,447	2,900	27,915	4,021	13,004	3,638	7,253	12,904	1,316,828	78,038,804	7,770	5,028,647
2022	1,448	2,879	27,932	4,100	12,921	3,717	7,195	12,999	1,330,203	109,857,625	7,941	6,949,892

※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」をもとに（公財）日本交通公社作成

一般社団法人日本温泉協会(以下、日本温泉協会)は、総務省資料(2022年度決算)をもとに「入湯税収入額が多い市町村ベスト30」を公表した(抜粋して上位20位までを表IV-3-3-2に掲載)。最も入湯税収入額が多いのは箱根温泉郷を擁する神奈川県箱根町で、次いで大分県別府市、静岡県熱海市となっており、上位3位の市町村の順位は前年度と同様である。前年度(2021年度)の入湯税収入額がいずれの市町村でも前年度比110%前後であったのに比べて、2022年度は同130%以上となっている市町村がほとんどであり、全国的に大幅に増加している。

## (2)温泉をめぐる行政・業界の動向

### ①環境省:「新・湯治」の推進、デジタル技術の活用

温泉の保護と利用の適正化に向けた施策を推進する環境省の2023年度の温泉行政を概観すると、国民保養温泉地に関しては、2023年度中に新たに指定された温泉地はなく、8か所の国民保養温泉地計画が改訂された。

「新・湯治」事業については、2024年8月1日時点で、441の団体・企業等がチーム員として登録している。2023年度事業は、「NEWS LETTER」の発行(No.21~24)、「チーム 新・湯治」セミナーの開催(第14回~第16回)、第5回チーム新・湯治全国大会の開催(10月)、そして「新・湯治の効果に関する協同モデル調査」の実施であった。

この「協同モデル調査」は、温泉地が医療機関等と連携して、「新・湯治」の効果を把握するために実施し、その結果を国内外に発信するものであり、2023年度に実施された調査は以下の3件である。いずれもワーケーションに関するテーマとなっている。

- 健康増進に資する日帰り温泉施設を起点とする「温泉療養」×「ワーケーション」
- ワーケーション滞在期間別の湯治効果の違いについての実証実験
- 「コミユカ・モチベーション強化」に資する、交流・共創型ワーケーション

2022年6月に閣議決定された「デジタル社会の実現に向けた重点計画」では、デジタル技術を活用することで現行のアナログ規制(目視規制、定期検査・点検規制、書面掲示規制等)について見直しを行うよう求めている。これを受けて環境省では、2022年度に温泉法の運用に関するデジタル技術活用の可能性について基礎調査を実施し、2023年度には「令和5年度温泉法の運用に関するデジタル技術活用方策等検討会」を開催して追加調査を実施した。

これら2022年度・2023年度の調査・検討結果は「温泉法の運用に関するデジタル技術活用方策に係る基礎資料」(令和5年度温泉法の運用に関するデジタル技術活用方策等検討会)に詳しいが、本資料では「デジタル技術の活用により、可燃性天然ガスによる事故防止に係る安全性・労働衛生環境の向上や作業負担の軽減、立入検査の円滑化、温泉利用者に対する情報提供の推進、法的手続きにおける利便性向上等につなげることができる」等と指摘している。その一方で「温泉事業特有

の要素(法に基づく(点検等の)対応を実施する主体の多様性、点検における総合的判断の必要性等)を踏まえると、アナログ規制をデジタル技術で完全に代替することは困難であり、従来のアナログ的な方法で対応せざるを得ない項目が多数ある」ことから、「個別の状況に応じ、アナログ的な対応とデジタル技術の活用をうまく組み合わせることで、効果を最大化させることが肝要である」とまとめている。

こうした調査・検討結果を踏まえて、2024年度には環境省から都道府県へ「温泉法の運用に関するデジタル技術活用の方策に係る通知」が発出される予定である。

### ②観光庁:「地域一体となった観光地・観光産業の再生・高付加価値化」事業

観光庁は、新型コロナウイルス感染症の流行によって大きな打撃を受けた観光地や観光産業の「稼ぐ力」の回復・強化を支援する「地域一体となった観光地・観光産業の再生・高付加価値化」事業を2023年度も実施した。観光施設改修の補助上限の引き上げ(2022年度:500万円→2023年度:1,000万円)や面的DX化事業の追加、事業実施期間の延長(同:単年度→同:単年もしくは2か年)といった点が前年度から変更となっており、これによってより大規模な改修や面的な取り組みが可能になるとしている。

2023年度に採択された事業の中から抜粋して、温泉地の主な取り組みについて表IV-3-3-3にまとめた。

### ③業界団体が進める「温泉文化」のユネスコ無形文化遺産登録を目指す活動

日本温泉協会は、2023年7月に「温泉文化」に係るユネスコ無形文化遺産への早期登録へ向けた提言(中間取りまとめ)を発表した。

「温泉文化」のユネスコ無形文化遺産への早期登録を目指して、日本温泉協会や一般社団法人日本旅館協会、全国旅館ホテル生活衛生同業組合連合会等の業界団体が中心となって、2023年4月に「温泉文化」ユネスコ無形文化遺産全国推進協議会を設立した。当協議会は公募でデザインを募り、「温泉/ONSEN シンボルマーク」を決定した。今後、活動を推進する中で使用するとしている。

## (3)温泉地の動向

### ①令和6年能登半島地震への石川県内の温泉地の対応

2024年1月1日に発災した令和6年能登半島地震によって、和倉温泉(石川県)も甚大な被害を受けた。多くの宿泊・観光施設が休館・休業を余儀なくされる中、「和倉温泉総湯」が3月31日から通常営業を再開し、4月28日に和倉温泉商店連盟に加盟する商店の若手経営者が中心になって、「和倉温泉屋台村」をオープンした(共催:一般社団法人七尾青年会議所)。

今後の復興に向けて、2月に開催された「和倉温泉創造的復興ビジョン策定会議」において「『和倉温泉』創造的復興ビジョン」を策定したのち、和倉温泉創造的復興まちづくり推進協議会を設立し、地元住民や若手の人材を巻き込みながら復興プランの作成を進めている。



表IV-3-3-3 観光庁 令和5年度事業「地域一体となった観光地・観光産業の再生・高付加価値化」事業に採択された温泉地の事例(抜粋)

申請地域・エリア	天童温泉(山形県)
高付加価値化のポイント	すべての観光客が安心できる真のユニバーサルデザインの推進
参照すべき取り組み	
座組組成	同じ志を持った宿泊事業者の連携による機動性向上
ロードマップ策定	「安心して旅行できる温泉地」としての新規顧客開拓
高付加価値化 改修の取り組み	各施設の特性に合わせたユニバーサルデザインの導入
総合的な観光地 高付加価値化	近隣観光地とのツアー造成による宿泊客誘致の実現
持続可能な観光地 経営体制の構築	「すべての人が安心できる温泉地」を目指したルール設計
申請地域・エリア	みなかみ町(群馬県)
高付加価値化のポイント	産官学金連携から始まる“自然資源を観光資源にする”チャレンジ
参照すべき取り組み	
座組組成	空間づくりを起点とした産官学金連携のまちづくり体制
ロードマップ策定	四季を通じた自然体験の提供による観光客の獲得
高付加価値化 改修の取り組み	豊かな自然を最大限に活用した高付加価値化改修
総合的な観光地 高付加価値化	移動体験の付加価値を追求した二次交通の整備
持続可能な観光地 経営体制の構築	自然共生と経営視点の両立による事業者の巻き込み
申請地域・エリア	飛騨高山温泉(岐阜県)
高付加価値化のポイント	インバウンドに選ばれる観光地としてさらなる高付加価値化への地域一体での挑戦
参照すべき取り組み	
座組組成	事業組合と連携した長期的な観光経営体制を構築
ロードマップ策定	インバウンドの誘致実績に基づくターゲットの明確化
高付加価値化 改修の取り組み	地域の日常風景を高付加価値な原風景へと昇華
総合的な観光地 高付加価値化	近隣観光地へのハブとして長期滞在の快適性の向上
持続可能な観光地 経営体制の構築	高単価客との対面機会提供による一体感の醸成
申請地域・エリア	豊岡市(城崎温泉)(兵庫県)
高付加価値化のポイント	面的DX推進のトップランナーが描く共存共栄の未来図
参照すべき取り組み	
座組組成	DMO主導によるPMS導入促進に向けた機運醸成
ロードマップ策定	事業者間のデータ共有による「共存共栄」の実現
高付加価値化 改修の取り組み	施設改修により得られる価値を定量的に把握・共有
総合的な観光地 高付加価値化	リアルタイムの情報収集による効率的な資源管理
持続可能な観光地 経営体制の構築	事業者の希望を基に「できること」を模索する体制
申請地域・エリア	霧島市(鹿児島県)
高付加価値化のポイント	ガストロノミー構想をもとに質の高い食と宿の魅力を発信
参照すべき取り組み	
座組組成	官民両面の人脈を活かした多業種・事業者の巻き込み
ロードマップ策定	ガストロノミー事業による観光資源のコンセプト設定
高付加価値化 改修の取り組み	「ゲンセン霧島」認定制度による品質を担保した改修
総合的な観光地 高付加価値化	広域エリアが一体となった食文化体験ツアーの取り組み
持続可能な観光地 経営体制の構築	予約サイトを通じた生産者と料理人の関係性強化

資料:観光庁「観光地・観光産業の再生・高付加価値化に向けた地域一体となった取り組み事例集」をもとに(公財)日本交通公社作成

石川県内の金沢市や加賀地方でも能登半島地震による被害が発生したが、被災者へより良好な生活環境を提供するために能登地方以外のホテル・旅館等が2次避難所とされ、そこへの移動が国と石川県から積極的に呼び掛けられた。例えば加賀市は、2次避難者を34施設で1,853人(2月16日時点)受け入れるとともに、発災直後の1月4日から市内の「山代温泉 総湯」、「山中温泉 菊の湯」、「片山津温泉 総湯」にて、地震の影響で自宅の風呂が使用できない市内在住者と避難生活を送っている人(市内外在住不問)は無料で入浴できる対応を行った。

## ②温泉地の面的再生・再開発への取り組み

観光庁の「地域一体となった観光地・観光産業の再生・高付加価値化」事業を活用して再生を進める温泉地は多いが、その一例として宇奈月温泉(富山県)の取り組みを概観する。当初2024年6月に予定されていた黒部宇奈月キャニオンルート的一般開放・旅行商品化(令和6年能登半島地震の影響により2025年以降への延期が決定)等を契機として、宇奈月温泉の観光拠点としての重要性が高まることから、温泉街の再生に着手することになった。観光庁事業のほか富山県と黒部市からも支援を受け、2023年度からの2年間で約9億2千万円の事業費をかけて旅館や土産物店、飲食店の改修、閉館した旅館や空き店舗の撤去等を行うことで温泉街の景観を改善し、そこを観光客が回遊することで温泉街の賑わいの創出を目指す。

月岡温泉(新潟県)では、旅館の若手経営者自らが出資して合同会社ミライズを立ち上げ、温泉街の空き店舗や空き家、空き地を改修して「歩きたくなる温泉街」づくりを進めている。この取り組みは補助金等に頼らず自前の資金で再生を進めるもので、2014年以降、1年に1店舗を再生し、2024年8月時点で約10店舗が営業している。この取り組みによって整備された店舗は、「新潟」や「月岡」に縁がある小規模な飲食店や体験ができる店舗で、それらをエリア内に点在させることで既存の商店にも観光客が立ち寄り、温泉街全体に賑わいが生まれることを企図している。

## ③温泉地が一体となったブランド構築、情報発信

乳頭温泉郷(秋田県)の7軒の旅館は、これまで活動を行ってきた乳頭温泉組合(任意組織)に替わる乳頭温泉郷協同組合(法人)を設立した。この背景には、すでに一定のブランド力を有する地域ブランドを知的財産として保護する地域団体商標の取得を目指す動きがあり、2024年4月に秋田県の12件目の地域団体商標として「乳頭温泉郷」が登録された。これによって、これまで提供してきた旅館相互に利用できる「湯めぐり帖」や周遊バス「湯めぐり号」の運行を温泉郷としてPRし、訪日外国人を含めて一層の誘客につなげるとしている。

城崎温泉(兵庫県)は、2020年に開湯1,300年を迎えた歴史ある温泉地であるが、新型コロナウイルス感染症流行への対策として一斉休業を実施し、観光客がゼロとなる状況が続き、特に水際対策の影響で訪日外国人旅行者は2021年末まではほぼ皆無となった。こうしたコロナ禍からの復活を目指す取り組みとして、過去の国別宿泊者数のデータを参考にしてアメリカ人をターゲットとして設定し、城崎の魅力をアメリカの有

名インフルエンサーから発信してもらうことにした。具体的には、2022年6月にロサンゼルスで開催される日本文化広報施設「ジャパン・ハウス」で開催されるイベントにインフルエンサー10名を招待して、城崎温泉がある但馬地域の8つの魅力(旅館・温泉・食・酒・和装・伝統工芸・散策・アウトドア)を体感してもらい、自身のフォロワー(総計約200万人)への配信を依頼した。この企画は、旅館の若手経営者が中心となって地元の事業者30社とともに準備を進めた。

## ④地域住民とともに進める温泉地の活性化

湯涌温泉(石川県)では、アニメ『花咲くいろは』をきっかけに誕生した「湯涌ほんぼり祭り」が、地域住民や一般の観光客が楽しめる、地域に根差した祭りとして定着しつつある。この祭りは、湯涌温泉をモデルとして制作されたアニメに登場する祭りを再現したもので、2011年に始まった。当時の湯涌温泉への来訪者は比較的高齢の常連客が多くを占めており、若者の誘客が課題となっていたことから、アニメの制作会社へ提案して祭りの実現を目指したが、当初、アニメファンは湯涌の客層としてそぐわないと住民から反対の声が多く寄せられた。しかし、湯涌を訪れたアニメファンのマナーが良く、住民と積極的に交流して良い関係を築いたことから、次第に住民の意識が変化し、反対の声は消えていったという。初回の祭りはアニメ色を薄めて住民主体で行われ、それがアニメファンに大変好評だった。2013年にはアニメファンによって湯涌温泉のファンクラブ「湯涌サポーターズ」が発足し、その後、祭りの運営を手伝うようになった。現在、全国に約30名のサポーターがおり、祭りの運営に欠かせない存在となっている。

城崎温泉(兵庫県)は2025年に、かつて温泉街がすべて焼失した北但大震災からの復興100年という節目を迎える。また、合併によって「城崎町」がなくなって約20年となることから、合併前に策定した「城崎このさき100年計画」を振り返る取り組みが行われている。その一環として地域住民を対象にしたタウンミーティングが開催されており、主産業である観光業のみならず、人口減少への対策や教育、医療、介護、防災等、幅広い課題について議論されている。こうした議論は、40歳代以下の若い世代で構成される実行委員会が中心となって、城崎温泉地域のみならず広域で行われているとのことである。

(武蔵野大学 岩崎比奈子)

# 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 ..... 186
- (2) 主な観光施策 ..... 186

## V-2 都道府県による観光政策

---

- (1) 都道府県の観光行政に関わる基盤整備の状況 ..... 192
- (2) 都道府県における政策・施策 ..... 194
- (3) 市町村との役割分担 ..... 194
- (4) 観光政策の重要度の変化 ..... 196
- (5) 観光の状態(観光が地域に与える影響) ..... 196

## 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 ..... 197
- (2) 主要市町村における政策・施策 ..... 199
- (3) 都道府県との役割分担 ..... 200
- (4) 観光政策の重要度の変化 ..... 201
- (5) 主要市町村における観光の状況 ..... 201

# V-1 国による観光政策

「観光立国推進基本計画」に基づき、「持続可能な観光地域づくり」、「インバウンド回復」、「国内交流拡大」の3つの柱に紐付けた各種政策を実施。

国の持続可能な形での復活に向け、観光の質的向上を象徴する「持続可能な観光」、「消費額拡大」、「地方誘客促進」の3つをキーワードに、①持続可能な観光地域づくり、②インバウンド回復、③国内交流拡大の3つの戦略に取り組むこととしている。

同計画においては、観光立国の実現に関する目標として、9つの項目が設定されているが、2023年実績値では、「訪日外国人旅行消費額：5.3兆円」、「訪日外国人旅行消費額単価：21.3万円」、「アジア主要国における国際会議の開催件数に占める割合：アジア1位（アジア主要国シェア32.7%）」、「国内旅行消費額：21.9兆円」について、為替の影響があることは留意する必要はあるが、政府目標を達成する結果となった(表V-1-1)。

## (1) 政府の観光政策の概観

### ●観光立国推進基本計画と政府目標の達成状況

2023年3月31日、観光立国の実現に関する基本的な計画として第4次となる「観光立国推進基本計画」が閣議決定された。同計画は、計画期間を2023年から2025年の3年間とし、観光立

表V-1-1 第4次「観光立国推進基本計画」における政府目標の達成状況

方針	目標項目	目標値	2023年実績
○持続可能な観光地域づくりの体制整備	持続可能な観光地づくりに取り組む地域数	2025年までに100地域	31地域
	訪日外国人旅行消費額	早期に5兆円	5.3兆円
○インバウンド回復	訪日外国人旅行消費額単価	2025年までに20万円	21.3万円
	訪日外国人旅行者一人当たり地方部宿泊数	2025年までに2泊	1.27泊
	訪日外国人旅行者数	2025年までに2019年水準(3,188万人)超え	2,506.6万人
	アジア主要国における国際会議の開催件数に占める割合	2025年までにアジア最大の開催国・3割以上	アジア1位 アジア主要国シェア32.7%
	日本人の海外旅行者数	2025年までに2019年水準(2,008万人)超え	962.4万人
○国内交流拡大	日本人の地方部延べ宿泊者数	2025年までに3.2億人泊	2.9億人泊
	国内旅行消費額	2025年までに22兆円、早期に20兆円	21.9兆円

資料：観光庁資料をもとに(公財)日本交通公社作成

### ●観光庁関連予算

2023年度の観光庁当初予算は、全体では、307.0億円(前年比138%)となった。財源別に見ると、一般財源は109.7億円(前年度比77%)、国際観光旅客税財源は197.3億円(前年度比244%)となり、訪日市場の回復が影響し、大幅な財源増となった。

また、東日本大震災からの復興枠の予算として2022年度同様に7.7億円が計上された。加えて、2022年度第2次補正予算として1,500億円が決定され、実質的に2023年度に実施される予算として上乗せされる形となった。

## (2) 主な観光施策

以下、2023年度の国の主な施策を概観していく。

### 1) 持続可能な観光地域づくり

#### ①観光地・観光産業の再生・高付加価値化と担い手の確保

●地域一体となった観光地・観光産業の再生・高付加価値化  
宿泊施設を中心とした、地域一体となった面的な観光地再生・高付加価値化について、地方公共団体・観光地域づくり法人(DMO)等による観光地再生に向けた地域計画の作成や同計画に基づく改修事業等に対し、170地域の支援を行った。

#### ●観光地域及び観光産業の担い手の確保

2023年3月に、持続可能な観光地域づくり等を担う観光人材の育成のためのガイドラインを作成し、2023年度は6機関を採

扱、本ガイドラインで明示した知識・技能等を効果的に修得するための教育プログラムを開発した。また、宿泊業における外国人材の活用を推進するため、国内外で、日本の宿泊業の魅力を発信するジョブフェアを6回、海外の人材送り出し機関・国内の人材斡旋機関等を対象としたマッチングイベントを14回、特定技能試験を14回実施した。

●観光DXの推進

旅行者の利便性向上・周遊促進、観光産業の生産性向上・観光地経営の高度化につながる7つの先進モデル(実証事業)の構築、普及に向けた情報発信、宿泊施設管理システム(PMS)等で扱うデータ仕様の標準化に取り組んだ。また、DMOが中心となり、地域が一体となって行うデータマネジメントプラットフォーム(DMP)等を活用した分析や戦略策定の実証実験を4件実施したほか、ウェブサイトを活用した情報発信や旅行商品のオンライン旅行取引事業者(OTA)への掲載による流通環境整備の取り組みの実証実験を17件実施した。

②DMOの体制強化

「世界的なDMO」を目指して課題解決を図ろうとする意欲のあるDMO等に対し、課題に対応した取り組みを支援した。また、2022年度に選定された「先駆的DMO」3法人による「世界的なDMO」を目指した取り組みに対して「先進的な広域周遊観光促進支援事業」等による戦略的な伴走支援を行った。さらに、2024年1月に「観光地域づくり法人の機能強化に関する有識者会議」を設置し、DMOが観光地域づくりの司令塔としての役割を果たすために、DMOに求められる機能や役割について検討した。

③持続可能な観光地域づくりのための体制整備等の推進

●持続可能な観光地域づくりに取り組む地域数

「観光立国推進基本計画」に基づき、地方公共団体やDMO等

に対し取り組みの促進や支援を行うことにより、2025年までに持続可能な観光地域づくりに取り組む地域数を全国100地域とすることとしており、2023年12月末時点で31地域となった。

●オーバーツーリズムの未然防止・抑制に向けた対策パッケージ

国内外の観光需要が回復し多くの観光地が賑わいを取り戻している一方で、観光客が集中する一部の地域や時間帯等によっては、過度の混雑やマナー違反による地域住民の生活への影響や旅行者の満足度の低下への懸念が生じていることを受けて、「オーバーツーリズムの未然防止・抑制に向けた対策パッケージ」を取りまとめた(表V-1-2)。加えて、2024年3月にオーバーツーリズム対策の先駆モデル地域を全国で20地域選定した(表V-1-3)。

●サステナブルな観光に資する好循環の仕組みづくり

「サステナブルな観光に資する好循環の仕組みづくりモデル事業」により、観光利用と地域資源の保全を両立するため、コンテンツ料金に地域還元や資源保全費用を組み込む等により、地域の自然・文化・歴史・産業等の保全につながる好循環の仕組みづくりを支援した。また、「持続可能な観光の促進に向けた受入環境整備事業」により、マナー啓発のためのコンテンツ制作と設備整備、パークアンドライド駐車場の整備、混雑状況の可視化に資するシステムの整備等について支援した。

④旅行者の安全の確保等

●訪日外国人旅行者の緊急時の安全確保

緊急地震速報等を多言語で提供するアプリ「Safety tips」の普及促進のほか、日本政府観光局(JNTO)のウェブサイトやSNSを通じて訪日外国人旅行者向けに緊急時の対応に係る情報を多言語で発信するとともに、24時間365日多言語対応が可能な訪日外国人旅行者向けコールセンターを運営し、問い合わせ

表V-1-2 オーバーツーリズムの未然防止・抑制に向けた対策パッケージ

1. 観光客の集中による過度の混雑やマナー違反への対応	2. 地方部への誘客の推進	3. 地域住民と協働した観光振興
1-1. 受け入れ環境の整備・増強 ○乗降時や車内等の混雑緩和 ○輸送力の増強 ○観光客が集中する地域の受け入れ環境の充実 1-2. 需要の適切な管理 ○入域や交通の管理・規制 ○異なる需要に対応した運賃・料金の柔軟な設定(規制緩和等) 1-3. 需要の分散・平準化 ○混雑状況の可視化、混雑状況を考慮した観光ルート等の提案、文化財や美術館・博物館等を早朝・夜間に体験する特別プログラムの実施 1-4. マナー違反行為の防止・抑制 ○旅マエ・旅ナカにおける啓発 ○マナー違反の抑止 等	○地方部の観光地の魅力向上 ・11モデル地域における高付加価値なインバウンド観光地づくりの実現 ・全国各地で特別な体験や期間限定の取り組み等を自然、文化、食、スポーツ等のさまざまな分野で創出し、全世界に発信 ・中部山岳国立公園、やんばる国立公園など4国立公園における魅力向上とブランド化 ○受け入れ環境整備 ・空港業務人材の確保や施設整備等への支援 ・クルーズ船の地方寄港や新たな地方周遊航路造成等の促進 ・マイナンバーカードを活用し、観光客へのデジタルポイント付与等により広域周遊を促す取り組みの実施 等	・地域の実情に応じた左記の対策を促進すべく、住民を含めた地域の関係者による協議に基づく計画策定・取り組み実施への包括的な支援を全国約20地域で実施し先駆モデルを創出。他地域にも横展開 ・各地域における課題解決に係る相談窓口を観光庁にただちに設置。各省庁が連携し支援する体制を整備 ・観光の意義や効果に係る地域住民等向け説明資料の作成、活用の促進 ・今年度中を目処に、地域における計画策定や具体的な取り組み実施の参考となる事例や留意事項をまとめた地域向け指針を策定 等

資料:観光庁資料をもとに(公財)日本交通公社作成

表V-1-3 オーバーツーリズムの未然防止・抑制による持続可能な観光推進事業 先駆モデル地域型 選定地域一覧

NO.	申請主体	地域	内容
1	北海道倶知安町	ニセコエリア	オーバーツーリズム解消に向けたタクシー活用「ニセコモデル」実証事業実施計画
2	北海道美瑛町	美瑛町	美瑛町エリアにおける交通渋滞緩和事業計画
3	青森県	奥入瀬	オーバーツーリズムがない“未来の奥入瀬”実現事業
4	山形県山形市	蔵王	エリア全体での観光客の適切な需要管理による、世界に誇れるスノーリゾート“世界の蔵王”の推進事業
5	埼玉県川越市	川越	川越市におけるオーバーツーリズム対策事業
6	東京都台東区	浅草	台東区浅草地区における持続可能な観光地づくり事業
7	神奈川県鎌倉市	鎌倉・藤沢	鎌倉市・藤沢市エリアにおけるオーバーツーリズムの未然防止・抑制による持続可能な観光推進事業
8	神奈川県箱根町	箱根	箱根エリアにおける混雑平準化及び道路渋滞緩和推進事業
9	新潟県佐渡市	佐渡	持続可能な佐渡観光の推進に向けた受け入れ環境整備事業
10	山梨県	富士山(吉田口)	富士山吉田口における安全登山環境確保に関する事業計画
11	静岡県	富士山(富士宮口、御殿場口、須走口)	富士山(富士宮口、御殿場口、須走口)における安全登山確保に関する事業計画
12	岐阜県白川村	白川郷	白川郷観光最適化デザイン計画
13	京都府京都市	京都	市民生活と調和した「持続可能な京都観光」の実現に向けた観光課題対策推進事業
14	奈良県	奈良公園・山の辺の道	「奈良公園」及び「山の辺の道」エリアにおけるオーバーツーリズム対策事業
15	和歌山県高野町	高野山	聖地高野山の交通渋滞の緩和や持続的な参拝観光地の創出に向けた取り組み
16	島根県出雲市	出雲大社	出雲大社周辺エリアにおける渋滞対策及び持続可能な観光推進事業
17	広島県廿日市市	宮島・宮島口	宮島・宮島口エリアにおけるサステナブル・スマート観光推進事業計画
18	高知県いの町	仁淀川流域	にご淵を中心とした仁淀川流域のオーバーツーリズム対策
19	熊本県阿蘇市	阿蘇	「サステナブルな阿蘇」で旅行者も地域も潤う環境トライアル
20	沖縄県竹富町	西表島	西表島における立ち入り制限エリア導入を核とした持続可能な自然体験型観光推進計画

資料：観光庁資料をもとに(公財)日本交通公社作成

わせへの対応を行った。また、観光施設等における危機管理対応能力強化等の訪日外国人旅行者が安心して旅行できる環境整備を支援した。

#### ●令和6年能登半島地震への対応

令和6年能登半島地震を受けて、被災地の風評被害を防止し観光復興を図るため、観光庁やJNTOのウェブサイト等で正確な情報を発信するとともに、被災地の復旧状況を踏まえつつ、北陸新幹線金沢駅～敦賀駅間開業の機会も捉え、北陸地域の誘客に資する訪日プロモーションを集中的に実施した。また、北陸4県において、国内旅行者や訪日外国人旅行者を対象に旅行代金の割り引きを支援する「北陸応援割」を実施し、観光需要を喚起した。

#### 2) インバウンド回復

##### ① インバウンドの回復に向けた集中的取り組み

##### ●新時代のインバウンド拡大アクションプラン

国際的な人的交流を伴う取り組みの深化と掘り起こしにより、インバウンドの着実な拡大を図るため「新時代のインバウンド拡大アクションプラン」を策定した(表V-1-4)。また、2023年8月には新時代のインバウンド拡大アクションプラン推進会合を開催し、実行に向けた進捗の確認を行った。

##### ●観光再始動事業

インバウンド回復の起爆剤とするため、地方公共団体や民間企業等のこれまでにない特別な観光コンテンツ造成を支援する「観光再始動事業」にて、国保有施設の夜間特別開園等、全国で385件を採択した。また、アメリカ等の海外5市場で訪日観光促進のイベントを開催し、全国各地での取り組みの情報を発信した。

表V-1-4 「新時代のインバウンド拡大アクションプラン」概要

	I. ビジネス分野(40施策)	II. 教育・研究分野(13施策)	III. 文化芸術・スポーツ・自然分野(25施策)
目標	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ビジネス目的での訪日外国人旅行消費額を2割増加(7,200億円(2019年)⇒8,600億円(2025年))</li> <li>○国際会議の開催件数 ※教育・研究分野等で行われるものを含む</li> <li>・アジア最大の開催国(アジア主要国で3割以上)(2025年)、世界5位以内(2030年)</li> <li>○展示会・見本市への外国人参加者数を2割増加(139千人(2019年)⇒167千人(2025年))</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○海外からの研究者の受け入れ数を2割増加(13千人(2019年)⇒16千人(2025年))</li> <li>○科学技術・自然・医療・社会分野等に係る国際会議への外国人参加者数を2割増加(155千人(2019年)⇒186千人(2025年))</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○世界のアート市場における日本の売上額シェアを7位に引き上げ(ランク外(2019年)⇒7位(2025年))</li> <li>○スポーツ目的の訪日外国人旅行者数を2割増加(229万人(2019年)⇒270万人(2025年))</li> </ul>
取り組み事項	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 投資拡大の機会を捉えたビジネス交流の促進</li> <li>2. 国際金融センターの日本における拠点化</li> <li>3. 外国人に対する粒子線治療等の医療の提供</li> <li>4. ビジネスマッチング等を通じた海外企業関係者等との交流拡大</li> <li>5. 国際会議、国際見本市等の積極的な開催・誘致</li> <li>6. 産業資源の活用による新たなビジネス交流需要の獲得</li> <li>7. 人的交流の促進</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. グローバル・スタートアップ・キャンパス構想の推進</li> <li>2. 世界トップレベルの研究人材の交流促進</li> <li>3. 留学生等の積極的な受け入れ</li> <li>4. 国際学会の積極的な開催・誘致</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 海外向けコンテンツビジネスの育成・発展</li> <li>2. スポーツコンテンツビジネスの国際展開・スポーツツーリズムの推進</li> <li>3. ナイトタイム等におけるコンテンツの充実</li> <li>4. 国際会議・国際見本市等の積極的な開催・誘致</li> <li>5. 少数限定の宿泊体験・体験型コンテンツの提供</li> </ol>

資料:観光庁資料をもとに(公財)日本交通公社作成

## ②消費拡大に効果の高いコンテンツの整備

## ●アドベンチャーツーリズムの推進

自然・文化・アクティビティの構成要素を通じて日本の本質を深く体験できるアドベンチャーツーリズムの世界最大の商談会・イベントである「アドベンチャートラベル・ワールドサミット北海道・日本」(ATWS2023)が、2023年9月に北海道札幌市で開催され、世界64の国と地域からバイヤーやメディア等、773人が参加した。

## ●アート・文化芸術コンテンツの整備

2023年11月に開催した「アートウィーク東京2023」では、新たな取り組みとして、展示作品の購入が可能な「買える展覧会」を実施し、世界最高峰のアートフェアである「アート・パーゼル」の日本における活動を定着させた。

## ③地域の食材を活用したコンテンツの整備

特色ある食文化の継承・振興に取り組む地方公共団体等について、文化財登録等に向けた調査研究や地域での保護継承、文化的価値をわかりやすく伝える「食文化ストーリー」の構築・発信等を行うモデル事例の形成に係る13事業を採択し、食文化の魅力発信等の推進を図った。

## ④魅力ある公的施設の公開・開放

## ●迎賓館赤坂離宮

通常的一般公開に加え、非公開エリアを案内する本館ガイドツアーや、東衛舎にて迎賓館赤坂離宮の歴史等に関する資料の展示、それに関連したトークイベントを実施する等、一般公開のさらなる魅力向上に取り組んだ。また、迎賓館を「ユニークベニュー」(歴史的建造物、文化施設や公的空間等で会議・レセプションを開催することで特別感や地域特性を演出できる会場)として活用する「特別開館」を実施し、迎賓館の魅力を国内外に発信した。

## ●京都迎賓館

PR動画やポスター等を活用した広報を実施するとともに、通常は参観エリアとはしていない区域を公開するプレミアムガイドツアーや文化体験を盛り込みつつ貸し切りで行う特別ガイドツアー、夜間公開等の特別企画を実施した。

## ⑤地方誘客に効果の高いコンテンツの整備

## ●国立公園の魅力向上

「国立公園満喫プロジェクト」において、「ステップアッププログラム2025」等に基づき、民間事業者等の多様な主体と連携し、国立公園に国内外の利用者を呼び込み、保護と利用の好循環を形成するための取り組みを13国立公園で実施した。2023年12月には三陸復興国立公園において新たにステップアッププログラム2025を作成した。

## ●国際競争力の高いスノーリゾート形成

DMO等を中心に地域の関係者が策定した「国際競争力の高いスノーリゾート形成計画」の実現に向けた、14地域における、スキー場のインフラ整備やアフタースキー・グリーンシーズンのコンテンツ造成、受け入れ環境の整備等を支援した。

## ●農泊の推進

これからの農泊推進の方向性について検討するため、有識者から構成される農泊推進のあり方検討会で議論を重ねられ、2023年6月に「農泊推進実行計画」を策定した(表V-1-5)。また、新たに農泊に取り組む35地域に対し、地域における推進体制の構築、コンテンツ開発、古民家等を活用した滞在施設の整備・改修等を一体的に支援するとともに、商談会やモニターツアー等、戦略的なプロモーション活動の実施による需要喚起を行った。

表V-1-5 農泊推進実行計画(2023~2025年)

基本方針・目標

<p><b>■基本方針</b>                  地域自身が、地域の持続的な自立に資する事業を起こすことを目指す起業家精神「農山漁村アントレプレナーシップ」をもち、「新規来訪者の獲得」、「来訪1回当たり平均泊数の延長」、「来訪者のリピーター化」に取り組むとともに、農林水産省が都道府県・事業者等と連携して広域的な課題解決に向けた支援を企画・実施することを通じ、目標の達成と農山漁村地域の持続性確保を目指す。</p> <p><b>■目標(2025年度目標)</b>                  ・農泊地域での年間延べ宿泊者数:700万人泊                  ・訪日外国人旅行者の割合:10%</p>
---

具体策

	主な具体策
A: 農泊地域の実施体制を再構築	<ul style="list-style-type: none"> <li>■実施体制の再整備のための先進地視察やコンテンツ充実等への支援</li> <li>■都道府県ネットワークの構築</li> <li>■専門家派遣の活用について意義と効果の周知</li> <li>■地域おこし協力隊員等の活用と農泊関係起業等への働きかけ</li> <li>■関係組織それぞれに期待される役割、地域の取り組みへのポイントを提示</li> <li>■地域協議会の登録制度の実現</li> <li>■地域共通の宿泊予約システム導入等による農泊版DXの推進</li> </ul>
B: まずはわが農山漁村(むら)に来てもらう	<ul style="list-style-type: none"> <li>■農泊総合情報プラットフォームによるマーケットに対する「農泊」の可視化等</li> <li>■観光アクセス交通・観光周遊交通を確保できるような情報提供</li> <li>■「農泊インバウンド受入促進重点地域」の指定による受け入れ体制の重点的な底上げ</li> </ul>
C: いつも、いつまでも居て楽しめる農山漁村(むら)をつくる	<ul style="list-style-type: none"> <li>■「高付加価値」かつ「持続的」で「関係人口増加に資する」、全国の農泊地域の範となる新たなモデルの実証をソフト・ハード両面で支援</li> <li>■農業労働力支援等、農泊を通じた地域課題解決等につながる取り組みを支援</li> <li>■資金調達モデル提示</li> <li>■滞在長期化に向けて、関係省庁の観光関連施策との連携と役割分担</li> <li>■「旅マエ・旅ナカ・旅アト」における消費機会拡大等のための取り組み促進</li> </ul>

資料:農林水産省資料をもとに(公財)日本交通公社作成

●歴史的資源を活用した観光まちづくり

歴史的資源を活用した宿泊施設等の環境整備や滞在拠点の高付加価値化、施設改修等への補助、歴史的資源を活用した観光まちづくりのさらなる推進のための計画策定等に対し伴走支援した。

●文化観光の推進

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、2023年9月に新たに6件の計画を認定するとともに、認定計画に基づく事業の補助を実施した。また、日本遺産については、日本遺産全体の底上げ、ブランド力の強化を図るとともに、地域の文化資源としての磨き上げを促進するための支援の充実等、日本遺産を活用した継続的な取り組みを推進した。

●地域に根差した観光資源の磨き上げの推進

本格的な再開が見込まれるインバウンドの地方誘客や観光消費の拡大を促進するため、観光事業者が連携してインバウンド向けに地域に根差した観光資源を磨き上げる取り組みについて、全国で計1,406件を支援した。

●コンテンツ連携による広域的な周遊観光の促進

旅全体を通じて一貫したストーリーを有する長期滞在ツ

アー(ロングストーリーツアー)の造成を10件実施するとともに、ロングストーリーツアーの造成に係る手引きを作成し、観光関連事業者等に共有した。

⑥高付加価値旅行者の誘致促進

消費額の増加、地方への誘客をより重視するという観点から、訪日旅行における消費単価が高い高付加価値旅行者の地方への誘客を促進するため、2023年3月に選定した全国11地域のモデル観光地に対して、事業推進体制の構築、マスタープランの策定、ハイエンドコンテンツの造成、人材育成等の取り組みについて総合的に支援した。また、JNTOにおいて、2023年4月に高付加価値旅行を推進する専門部署を立ち上げたほか、同年6月に新たに策定した「訪日マーケティング戦略」に基づき、高付加価値旅行市場に対する海外セールス・情報発信の強化等、きめ細かなプロモーションを実施した。

⑦MICE誘致・開催支援等

5都市を対象としたコンベンションビューローの誘致力強化のための研修や、ユニークベニューの活用等によるMICE開催地としての魅力向上を目的とした実証事業(47件)等を実施した。また、IR整備について、特定複合観光施設区域整備法に基づき、2023年4月に大阪の区域整備計画の認定を行い、同年9月には実施協定を認可した。



## ⑧インバウンド受け入れ環境の整備

空港業務の省力化・自動化や業務効率化等に資する取り組みに対する補助や、世界最高水準の空港旅客サービスの実現に向け、自動チェックイン機・自動手荷物預入機・スマートレーン等の先端機器の導入や複数航空会社間でのチェックインカウンターを共用化する旅客動線合理化システム(CUTEシステム)の導入を推進した。また、空港の機能強化の取り組みとして、成田空港のB滑走路延伸及びC滑走路新設等の準備工事等の取り組みを進めるとともに、空港の機能拡充として、羽田空港へのアクセス利便性向上を図るための各路線の鉄道基盤施設(トンネル躯体等)整備等の取り組みを進めた。

## ⑨アウトバウンドの促進

2023年3月に策定した「アウトバウンドの本格的な回復に向けた政策パッケージ」の取り組みとして、同年5月にイン・アウト双方の観点から「当面の重点デスティネーション」として24の国・地域を選定するとともに(表V-1-6)、関係業界や各国・地域の政府観光局等と連携し、「今こそ海外!宣言」の発出をはじめとする当該国・地域の魅力発信や海外旅行の機運醸成の取り組みを推進した。

表V-1-6 アウトバウンド政策パッケージにおける当面の重点デスティネーション

エリア	国・地域
東アジア	中国、香港、韓国、台湾
東南アジア・南アジア	インドネシア、マレーシア、フィリピン、シンガポール、タイ、ベトナム、インド
北米・中南米	カナダ、アメリカ、ハワイ、グアム、メキシコ
欧州・中東	スペイン、フィンランド、フランス、イギリス、ドイツ、イタリア、トルコ
オセアニア	オーストラリア

資料:観光庁資料をもとに(公財)日本交通公社作成

## 3)国内交流拡大

## ①全国旅行支援

全国を対象とした観光需要喚起策として「全国旅行支援」を、2022年10月から2023年12月まで実施した。同支援による需要喚起の効果もあり、国内延べ宿泊者数が新型コロナウイルス感染症流行前と比較して同水準程度となる等、全国的に旅行需要が回復した。

## ②平日旅行需要喚起

平日旅行の促進を目的として、2022年10月より継続的に、観光関連事業者と連携して「平日にもう一泊」キャンペーンを実施し、2023年には情報発信のさらなる充実を図った。

## ③休暇取得の分散化の促進

子どもの長期休暇を分散化させる「キッズウィーク」を実施した地方公共団体に対して年次有給休暇取得のためのポスター等の作成を支援した。また、「キッズウィーク」取り組み事例をポータルサイトに掲載し、情報発信を行った。さらに、国家公務員については、「令和5年度における人事管理運営方針」において、職員が家族の記念日や子供の学校行事等のプライベートの予定等にあわせて年次休暇を取得しやすい環境を整備するよう記載し、2023年度は同方針に基づき、各府省において年次休暇等の取得を促進した。

## ④第2のふるさとづくり等の推進

反復継続した来訪の促進を目的とする「第2のふるさとづくりプロジェクト」において、地域での学び・体験や地域住民との交流を通じた地域との深い関係性を構築するための仕組みづくりや、反復継続した来訪に適した滞在環境及び移動環境の整備を行うためのモデル実証を18地域で実施した。また、第2のふるさとづくりに取り組む関係者間の交流の場として、2022年に立ち上げた第2のふるさとづくり推進ネットワークを

活用し、モデル実証地域における現地交流会、地方公共団体向けセミナーを開催した。

## ⑤大阪・関西万博を契機とした国内観光振興

大阪・関西万博を契機とした全国的な誘客を促進するため、観光資源の磨き上げやコンテンツ充実への取り組みを支援するとともに、万博を契機に地域周遊を促進するための取り組みを支援した。また、公益社団法人2025年日本国際博覧会協会において、万博来場者を会場のみならず日本全国に誘客するための観光ポータルサイト「Expo 2025 Official Experiential Travel Guides」の構築を進めた。

(江崎貴昭)

# V-2 都道府県による観光政策

予算の平均額は2019年度の水準に近い状況  
国内外で観光客獲得に向けた営業活動が活発化

当財団では、地方公共団体を対象とする観光政策に関する独自調査を、2014年度から継続的に実施している。本項では、同調査の結果をもとに、都道府県による観光政策の動向について紹介する。

表V-2-1 調査概要

時期	2024年7月～8月
対象	47都道府県 ※2024年8月末時点までに回答を得た43都道府県(回答率87.2%)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。また、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。
方法	都道府県にアンケート調査票をメール配布し、メール及びFAXにより回収
項目	(1)都道府県の観光行政に関わる基盤整備の状況 (2)都道府県における政策・施策 (3)市町村との役割分担 (4)観光政策の重要度の変化 (5)観光の状態(観光が地域に与える影響)

## (1) 都道府県の観光行政に関わる基盤整備の状況

都道府県に設置されている観光担当部署の職員数・予算・職員の能力・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。

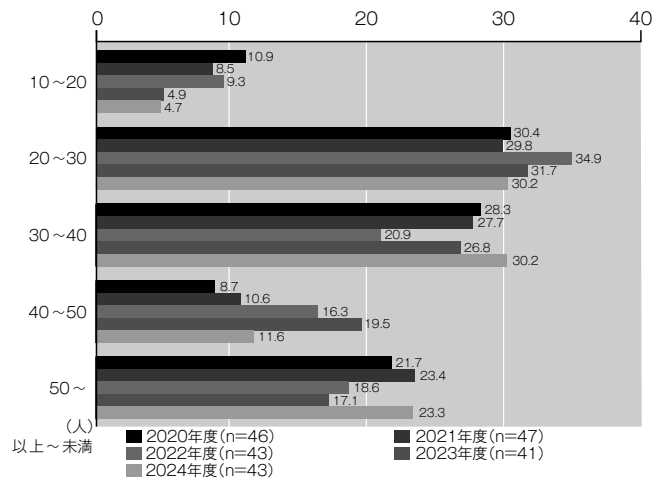
### ① 観光担当部署の職員数

観光担当部署に在籍する職員数について、43自治体から回答を得た。職員数の平均値はわずかに増え43.7人、中央値は2023年度と同様に33.0人であった。50人を超える自治体は10自治体、そのうち100人を超える自治体は2自治体あり、平均値を押し上げていた。

職員数の分布は図V-2-1に示すとおりである。「20人以上30人未満」が在籍する自治体と、「30人以上40人未満」が在籍する自治体がそれぞれ13自治体(30.2%)と最も多い。「50人以上」の職員が在籍する自治体も10自治体(23.3%)存在する。

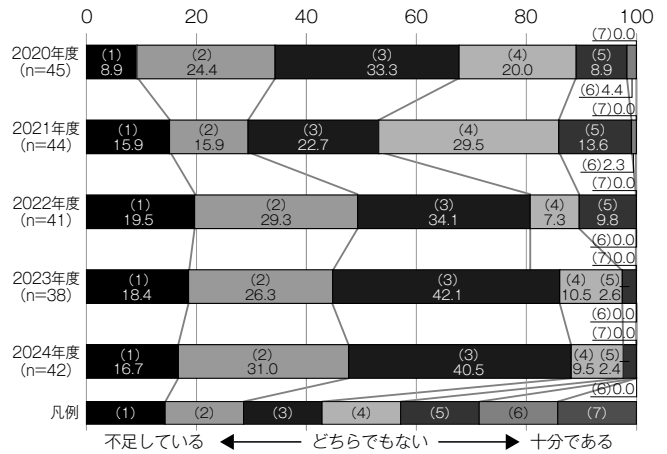
続いて、観光担当部署における業務の量や難易度と比較した職員数の過不足度について、「不足している」を1、「どちらでもない」を4、「十分である」を7とした7段階による評価を求めた(図V-2-2)。1～3を選んだ自治体が37自治体(88.1%)、4を選んだ自治体が4自治体(9.5%)、5～7を選んだ自治体が1自治体(2.4%)であった。2024年度は、職員数はわずかに増加しているものの、職員数の不足感が少し高まる結果となった。

図V-2-1 観光担当部署の職員数



(注) 役職や雇用形態による加重なし。出向受け入れ中の人数を含み、出向中の人数を含まない。  
資料：(公財)日本交通公社「観光政策に関するアンケート調査(2024)」

図V-2-2 観光担当部署の職員数に関する不足感



不足している ← どちらでもない → 十分である  
資料：(公財)日本交通公社「観光政策に関するアンケート調査(2024)」

### 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計上された2024年度予算の平均額は2,671,121千円、中央値は1,573,723千円である。2023年度の平均額4,659,842千円と比較すると2024年度は42.7%減となった。コロナ禍となった2020年から2022年までは3年連続で予算の平均額は増加していたが、2023年度に予算額は減少に転じ、2024年はさらに減少した。2019年度の予算に近い状態となった(2019年度予算の平均額2,711,589千円・中央値1,100,420千円、2022年度予算の平均額8,841,224千円・中央値3,874,455千円)。

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43自治体について、職員一人当たりの予算額を算出した。その結果、平均値は57,113千円/人、中央値は40,171千円/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、「20,000千円～30,000千円/人」が9自治体(20.9%)と最も多くなっている(2019年度一人

当たりの予算の平均額62,145千円・中央値33,811千円、2022年度一人当たりの予算の平均額245,423千円・中央値89,361千円)。

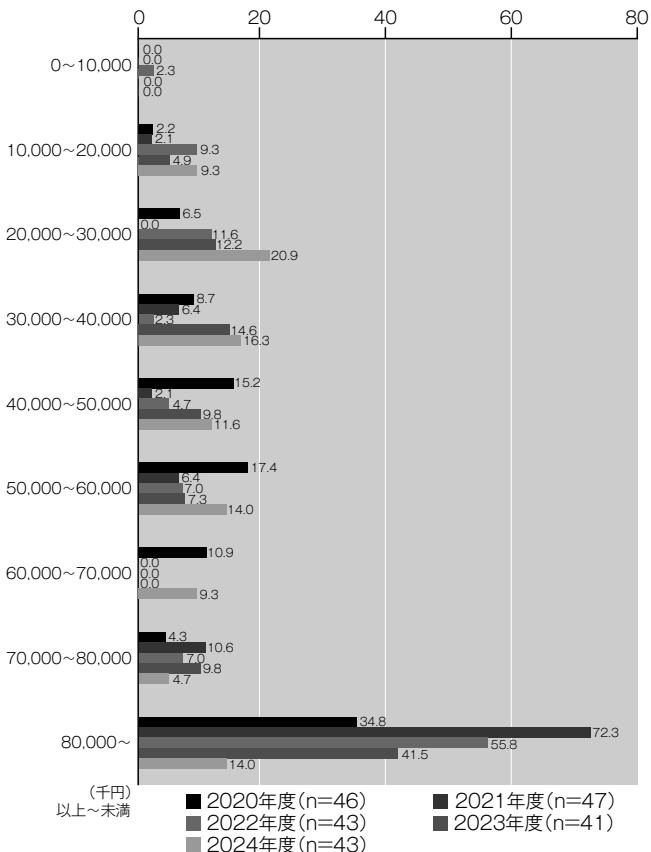
都道府県全体の予算に占める観光担当部署の予算の割合についても尋ねた。結果は図V-2-4に示すとおり、1%未満が40自治体(95.2%)と最も多く、次いで、「1~2%」が2自治体(4.8%)となった。1%未満の内訳を確認すると、「0~0.5%」が37自治体(88.1%)、「0.5~1%」が3自治体(7.1%)となった。2023年度と比べて2024年度は「0~0.5%」と回答する自治体の割合が10.6ポイント増加しており、都道府県全体予算に占める観光担当部署の予算の割合が低くなっている状況が見受けられる。

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、図V-2-2と同様に7段階で質問した(図V-2-5)。1~3を選んだ自治体が16自治体(38.1%)、4を選んだ自治体が18自治体(42.9%)、5~7を選んだ自治体が8自治体(19.0%)であった。1~3を選んだ自治体は2023年度から約4.8ポイント増加した一方、5~7を選んだ自治体は6.6ポイント減少した。

③観光担当部署で求められる能力・知識・技能

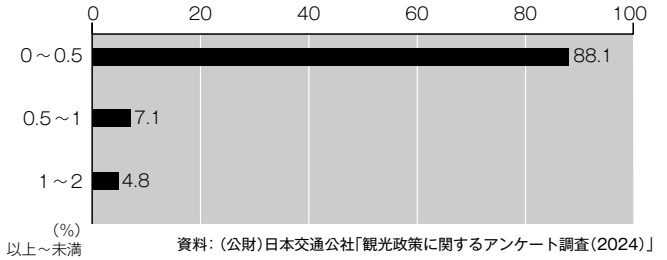
観光担当部署における業務の量と比較して、職員の能力・知識・技能が十分であるか質問し、同様に7段階で評価を求めた(図V-2-6)。1~3を選んだ自治体が6自治体(14.3%)、4を選んだ自治体が22自治体(52.4%)、5~7を選んだ自治体が14自治体(33.3%)であった。2023年度と比べて、1~3を選択した自治体の割合はほとんど変化しておらず、5~7を選択した自治体の割合は5.1ポイント減少した結果、「どちらでもない」が半数を占めた。

図V-2-3 観光担当部署の職員一人当たりの予算額 (%)

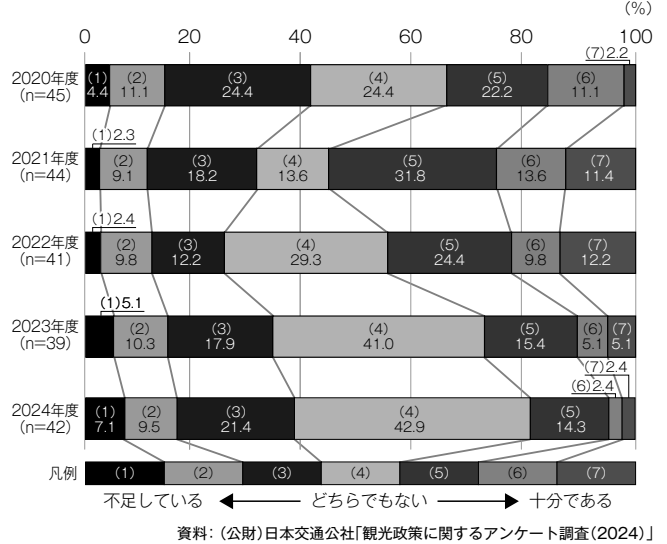


(注) 役職や雇用形態による加重なし。出向受け入れ中の人数を含み、出向中の人数を含まない。資料：(公財)日本交通公社「観光政策に関するアンケート調査(2024)」

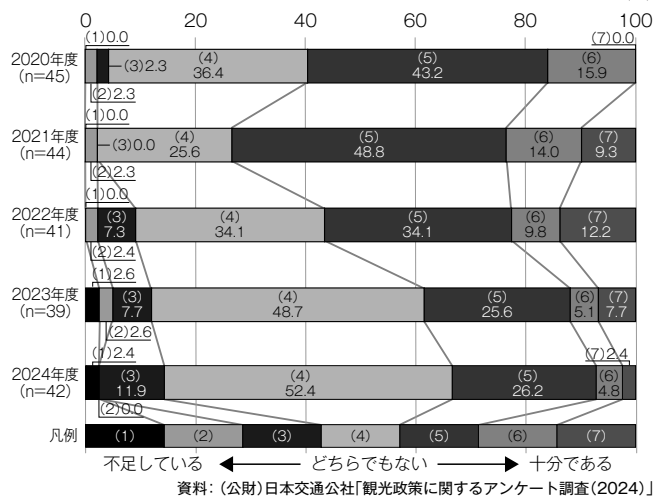
図V-2-4 都道府県全体の予算に占める観光担当部署の予算の割合(n=42) (%)



図V-2-5 観光担当部署の予算額に関する不足感 (%)



図V-2-6 観光担当部署で求められる能力・知識・技能に関する不足感 (%)



(2) 都道府県における政策・施策

2023年度に実施した観光政策・重点施策(国内・インバウンド)やインバウンドのターゲット国について尋ねた。

① 2023年度の観光政策・重点施策(国内)

2023年度に都道府県が実施した国内客向け事業について、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(図V-2-7)。最も多かったのは「e. 情報発信」で38自治体(90.5%)、次いで「b. 旅行目的となる観光資源のソフト整備」が31自治体(73.8%)、「f. 営業販売」が29自治体(69.0%)であった。上位3つは2023年度と同様であったが、「f. 営業販売」が2023年度より16.5ポイントも増加した。新型コロナウイルス感染症が一定程度収束し、観光客の獲得に積極的に動いていたことが確認できる。

② 2023年度の観光政策・重点施策(インバウンド)

2023年度に都道府県が実施したインバウンド向け事業について、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(図V-2-8)。最も多く選択された事業分野は「e. 海外メディア・旅行関係者等の招聘」で34自治体(81.0%)、次いで「b. インターネット・SNSによる情報発信」が32自治体(76.2%)、「d. 海外で開催される見本市・商談会等への参加」が19自治体(45.2%)であった。上位3つは2023年度と同様であったが、1位、2位の順位が入れ替わった。インターネットを通じた情報発信を行いつつも、海外へ往来が可能となり、海外メディア・旅行関係者等の招聘等を通じて、インバウンド獲得を目指す動きが活発化しつつあることが読み取れる。

③ ターゲットとする国・地域

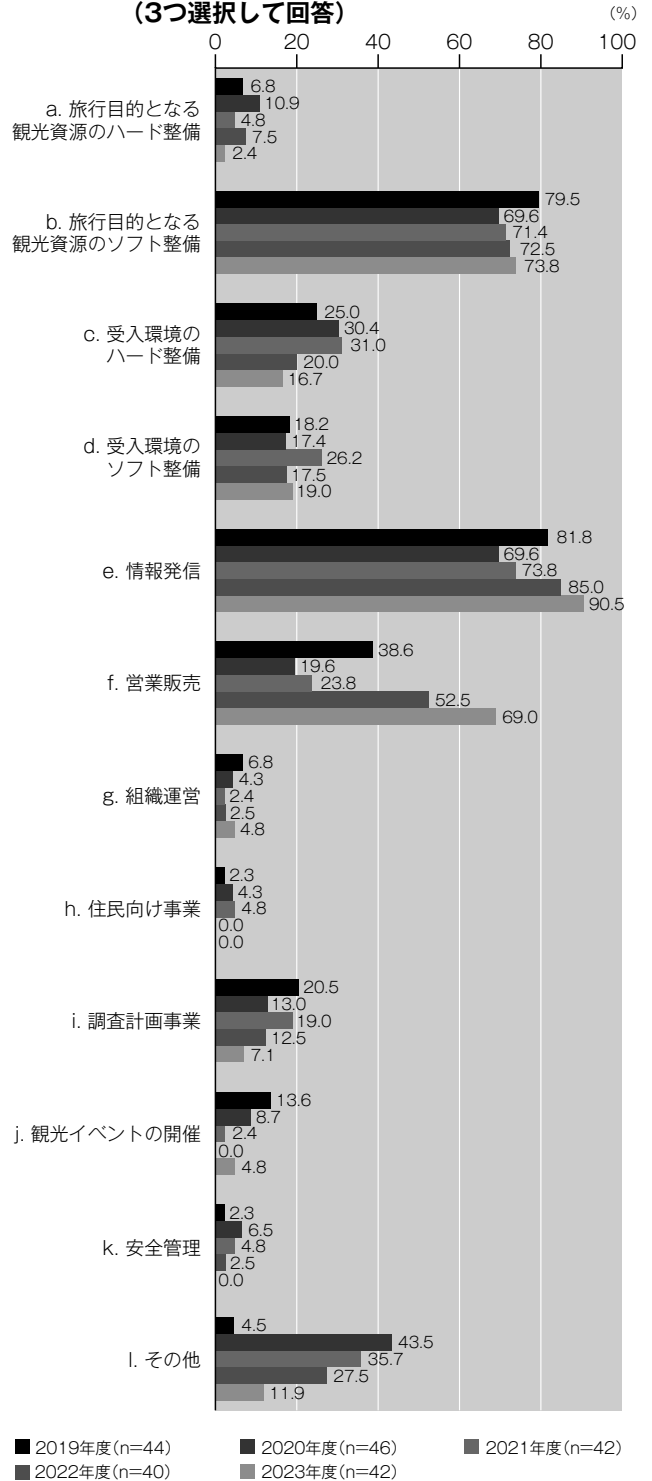
インバウンド振興に際し、ターゲットとする国・地域について、3つまで記載するよう求めた。結果は図V-2-9に示すとおり、「台湾」が31自治体(88.6%)と最も多く、次いで「韓国」が19自治体(54.3%)、「中国」が11自治体(31.4%)となった。上位7つの国・地域は2023年度と同様だが、その中で韓国をターゲットと回答する自治体の割合が増加した。

(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(図V-2-10)。最も多かったのは、「c. 受入環境のハード整備」で32自治体(76.2%)、次いで「a. 旅行目的となる観光資源のハード整備」が22自治体(52.4%)、「d. 受入環境のソフト整備」が20自治体(47.6%)であった。

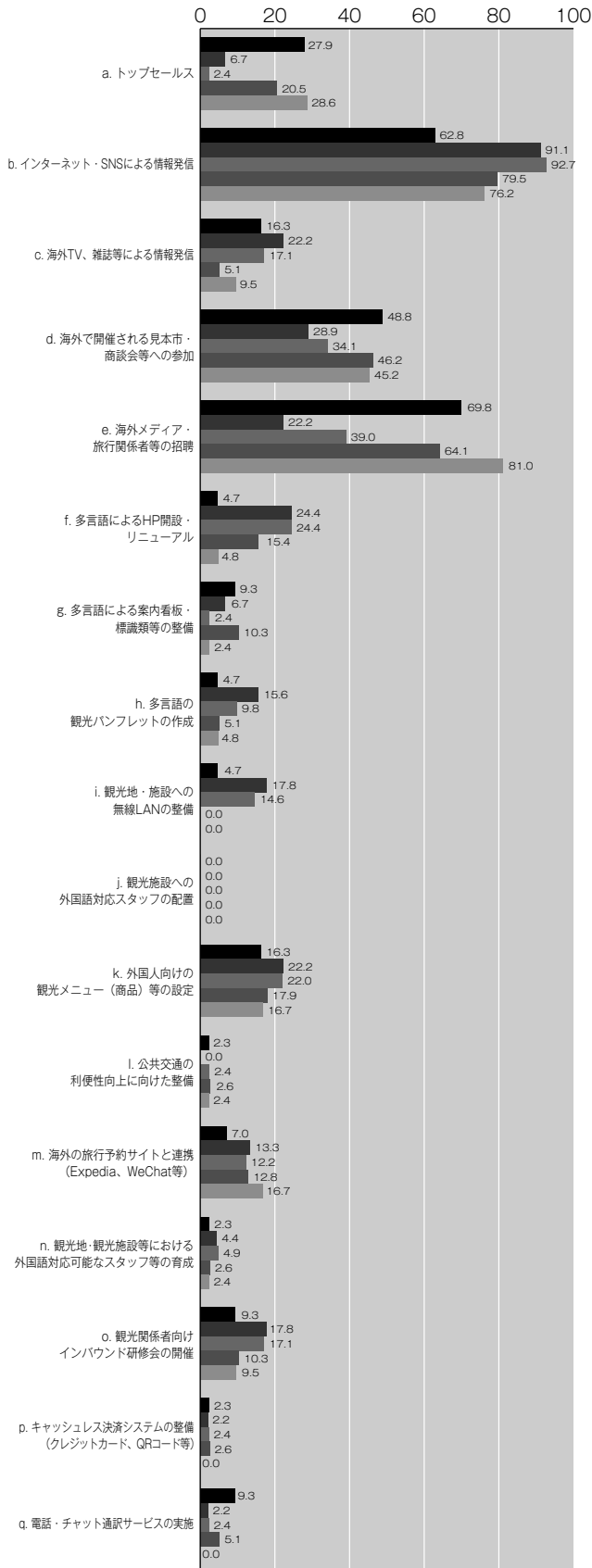
過去5年間と比較すると、「h. 住民向け事業」は5年連続減少傾向にある。

図V-2-7 2023年度を含めた過去5か年度に実施した代表的な事業分野(3つ選択して回答)



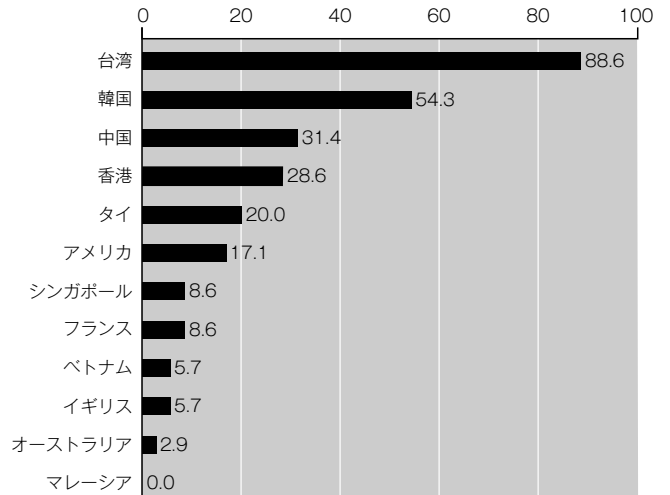
資料：(公財)日本交通公社「観光政策に関するアンケート調査(2024)」

図V-2-8 2023年度を含めた過去5か年度に実施した代表的なインバウンドに関連した事業分野(3つ選択して回答) (%)



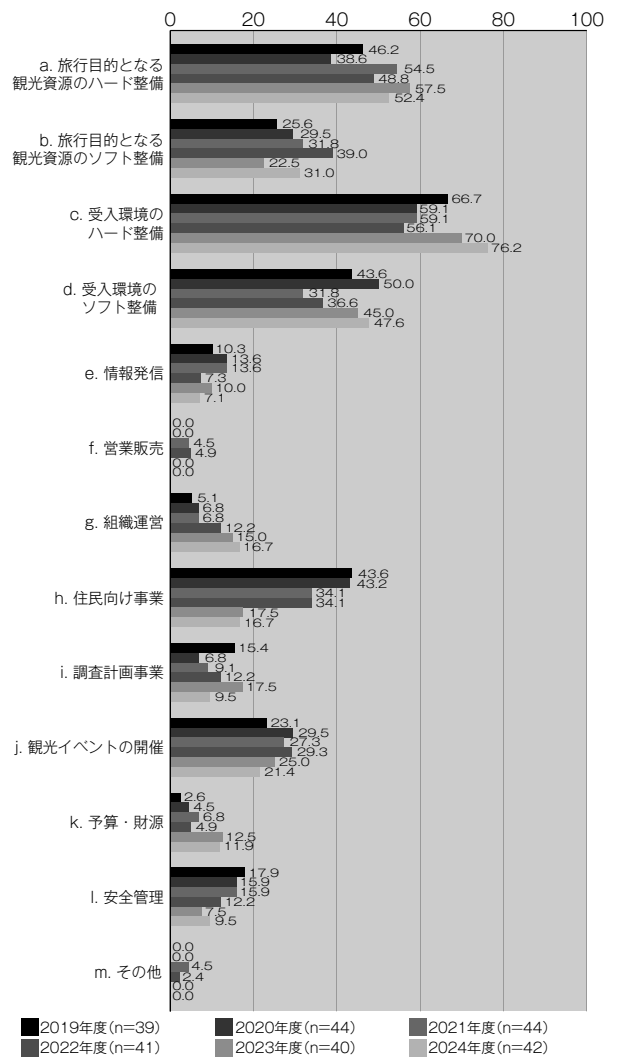
資料：(公財)日本交通公社「観光政策に関するアンケート調査(2024)」

図V-2-9 ターゲットとする国・地域(3つまで回答)(n=35) (%)



(注)複数の国・地域を含むエリアや方面での回答は集計時に除外。  
資料：(公財)日本交通公社「観光政策に関するアンケート調査(2024)」

図V-2-10 市町村に主導的な役割を期待する事業分野(3つ選択して回答) (%)



資料：(公財)日本交通公社「観光政策に関するアンケート調査(2024)」

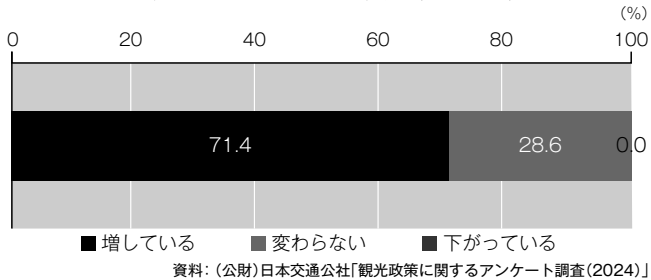
(4) 観光政策の重要度の変化

自治体内における観光政策の重要度は増しているか、あるいは低下したかについて尋ねた。結果は図V-2-11のとおり、「重要度は増している」と回答したのが30自治体(71.4%)、「重要度に変化はない」と回答したのが12自治体(28.6%)であり、「重要度は低下した」と回答した自治体はゼロだった。

なお、重要度が増していると回答した主な理由としては、「観光計画を策定している(策定した)」、「観光政策の予算や人員規模が増加している」、「組織再編、新たな部署を設置」、「国際線の新規就航や増便によるインバウンド客数の増加」が挙げられたほか、「観光振興に資する大規模イベント・プロジェクトが続く」、「2025年に開催予定の大阪・関西万博を契機とした国内外からの誘客取り組みを推進していく」という回答もあった。

重要度に変化はないと回答した主な理由としては、「観光政策の重要度は常に上位に位置し、変化はない」、「総合計画で観光を位置付けている」等が挙げられた。

図V-2-11 観光政策の重要度の変化(n=42)



(5) 観光の状態(観光が地域に与える影響)

観光が地域に与える影響について、自都道府県の状況や指針にもっとも近いと思われるものを「まったく思わない」を1、「どちらでもない」を4、「非常にそう思う」を7とした7段階による評価を求めた(図V-2-12)。

観光が自都道府県の経済に良い影響を与えているかについて聞いたところ、「そう思う」(5~7)を選んだ自治体は41自治体(97.6%)であった。また、インバウンドの拡大・振興が、自都道府県の経済に良い影響を与えているかについても、「そう思う」(5~7)を選んだ自治体は42自治体(100.0%)であり、これらの結果は2019年度及び2023年度の調査結果とほぼ変わらない。

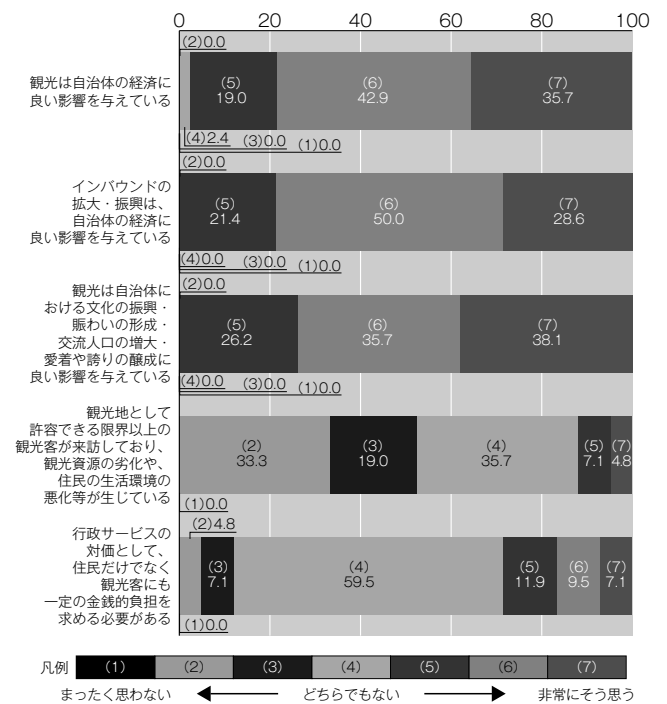
観光が自治体における文化の振興・賑わいの形成・交流人口の増大・愛着や誇りの醸成に良い影響を与えているかについても、「そう思う」(5~7)を選んだ自治体は42自治体(100.0%)であった。

観光地として許容できる限界以上の観光客が来訪しており、観光資源の劣化や住民の生活環境の悪化が生じているかについては、「そう思う」(5~7)を選んだ自治体は5自治体(11.9%)、「どちらでもない」(4)を選んだ自治体は15自治体(35.7%)、「思わない」(1~3)を選んだ自治体は22自治体(52.4%)であった。「そう思う」と回答した自治体は11.9%であり、2023年度と同様に低い割合ではあるが、2019年度の10.3%と比べると、オーバーツーリズムが発生していると回答した割合は増えている状態となる。

行政サービスの対価として、住民だけでなく観光客にも一定の金銭的負担を求める必要があるかについては、「そう思う」(5~7)を選んだ自治体は12自治体(28.6%)、「どちらでもない」(4)を選んだ自治体は25自治体(59.5%)、「思わない」(1~3)を選んだ自治体は5自治体(11.9%)であった。これらの結果は2019年度の調査結果と大きくは変わらない。

(後藤健太郎)

図V-2-12 観光が地域に与える影響(n=42) (%)



# V-3 主要市町村による観光政策

観光担当部署の職員数・予算は全体として前年度から若干の増加傾向  
一方で職員・予算は、現場の不足感が強い状態が続く  
インバウンド施策のターゲットとする国・地域について、「中国」の選択率が前年度から低下

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独自調査を2014年度から継続的に実施している。本項では、同調査の結果をもとに、主要市町村による観光政策の動向について紹介する。

表V-3-1 調査概要

時期	2024年7月～8月
対象	政令指定都市20市を含む180市町村 ※各地の観光動向を勘察し、選定
方法	調査対象の市町村にアンケート調査票を配布し、メール及びFAXにより回収
項目	(1)主要市町村の観光行政に関わる基盤整備の状況 (2)主要市町村における政策・施策 (3)都道府県との役割分担 (4)観光政策の重要度の変化 (5)主要市町村における観光の状況

(注)2024年9月初旬までに回答を得た136市町村(回答率75.6%)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・職員の能力・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

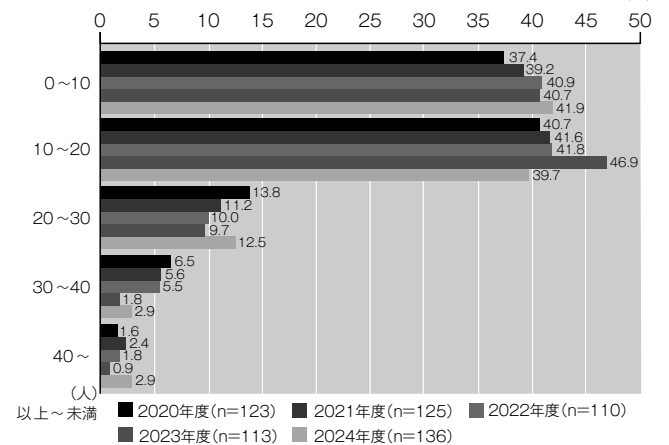
観光担当部署に在籍する職員数について、136市町村から回答を得た。職員数の平均値は14.0人、中央値は12.0人であり、平均値、中央値いずれも昨年度から1.0人の微増となった。

職員数の分布は図V-3-1に示すとおりである。「10人未満」が57市町村(41.9%)と最も多く、「10人以上20人未満」が54市町村(39.7%)、「20人以上30人未満」が17市町村(12.5%)、「30人以上40人未満」が4市町村(2.9%)であった。

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感について、「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(図V-3-2)。回答のあった136市町村のうち、1～3を選んだ自治体は106市町村(77.9%)、4を選んだ自治体は20市町村(14.7%)、5～7を選んだ自治体は10市町村(7.4%)であった。2023年度以前の調査では、職員数に関する不足感を覚えている自治体の割合は2020年度から2022年度にかけて増加し、職員数が充分であると感じている自治体の割合は2021年度から2023年度にかけて減少した。今年度の調査では、不足(1～3)

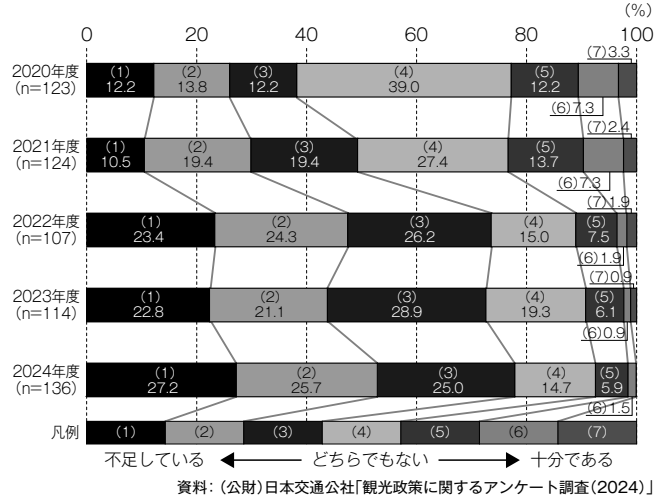
を回答した自治体の割合は前年度の72.8%から77.9%に増加し、十分(5～7)を回答した自治体の割合は前年度の7.9%から7.4%に減少した。観光担当部署の職員数は若干ながら改善されつつあるものの、所掌する業務の量や難易度は職員の増員の度合いを超えて増大し、職員の不足傾向が継続している状況が示唆される。

図V-3-1 観光担当部署の職員数



(注)役職や雇用形態による加重なし。出向受け入れ中の人数を含み、出向中の人数を含まない。資料：(公財)日本交通公社「観光政策に関するアンケート調査(2024)」

図V-3-2 観光担当部署の職員数に関する不足感



#### ②観光担当部署の予算

各市町村の観光担当部署における2024年度の予算額の平均値は664,526千円、中央値は431,994千円であった。2023年度と比較すると、平均値は10.71%の増加、中央値は3.17%の増加となった。

職員数と予算額の両方について回答を得た133市町村について、職員一人当たりの予算額を算出したところ、平均値は49,179千円/人、中央値は37,205千円/人であった。2023年度と比較すると、平均値は3.54%の増加、中央値は0.27%の減

少となった。

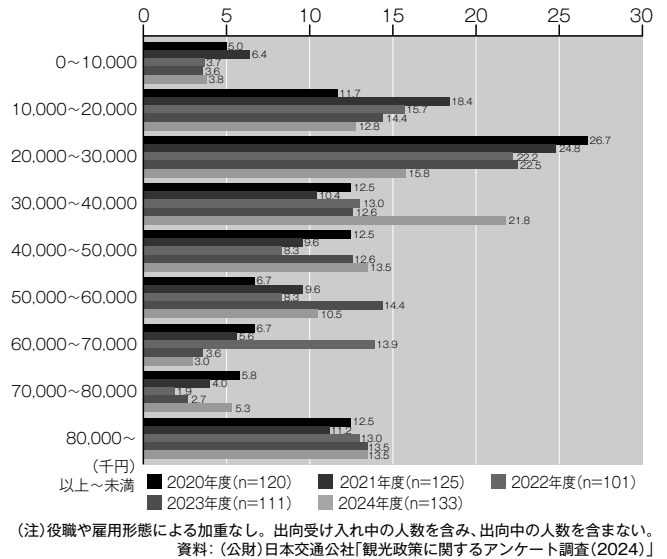
職員一人当たりの予算額の分布は図V-3-3に示すとおりである。「30,000千円/人以上40,000千円/人未満」が29市町村(21.8%)で最も多く、次いで「20,000千円/人以上30,000千円/人未満」が21市町村(15.8%)、「40,000千円/人以上50,000千円/人未満」が18市町村(13.5%)であった。2020年度から2023年度までの調査では、いずれの年度でも「20,000千円/人以上30,000千円/人未満」の市町村が最も多かったが、今年度は「30,000千円/人以上40,000千円/人未満」の回答が最も多く、また「40,000千円/人以上50,000千円未満」の回答割合は増加した。一方で「10,000千円/人未満」、「10,000千円/人以上20,000千円/人未満」、「20,000千円/人以上30,000千円/人未満」の回答割合は低下した。

市町村全体の予算に占める観光担当部署の予算の割合について尋ねた結果は、図V-3-4に示すとおりである。回答のあった129市町村のうち「1%未満」が80市町村(62.0%)で最も多く、次いで、「1%以上2%未満」が21市町村(16.3%)であった。「1%未満」の市町村の内訳は、0.5%未満が50市町村(38.8%)、0.5%以上1%未満が30市町村(23.3%)であった。

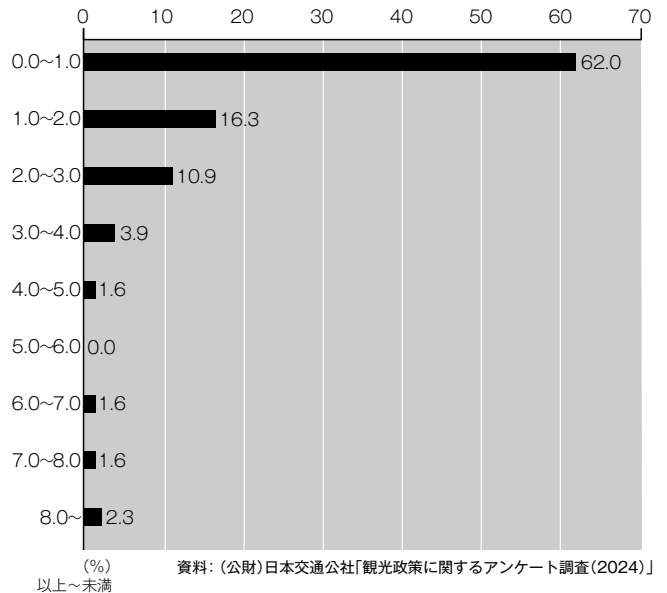
観光担当部署における業務の量や難易度に対する予算の過不足感について、図V-3-2と同様に7段階で質問した(図V-3-5)。回答のあった136市町村のうち、1~3を選んだ自治体は82市町村(60.3%)、4を選んだ自治体は40市町村(29.4%)、5~7を選んだ自治体は14市町村(10.3%)であった。過去の調査結果と比較すると、観光担当部署の予算に対して不足感(1~3)を覚える市町村の割合は、2021年度から2023年度まで継続的に増加しており、2024年度においてもこの傾向は同様であった。また、予算は十分(5~7)であると感じる市町村の割合は、2020年度から2023年度まで継続的に低下しており、2024年度においてもこの傾向は同様であった。

予算額の平均値、中央値はいずれも増加し、また職員一人当たりの予算額のうち、最も回答の多い区分の金額は昨年度よりも増額となったことから、直近1年度の全体的な傾向としては、観光担当部署の予算は増加していると推測される。一方で所掌する業務の量や難易度と比較して、予算の不足感を覚える市町村の回答割合は増加しており、業務の増大や高度化の急激な進展に対して、予算の拡大が追いついていない状況が示唆される。

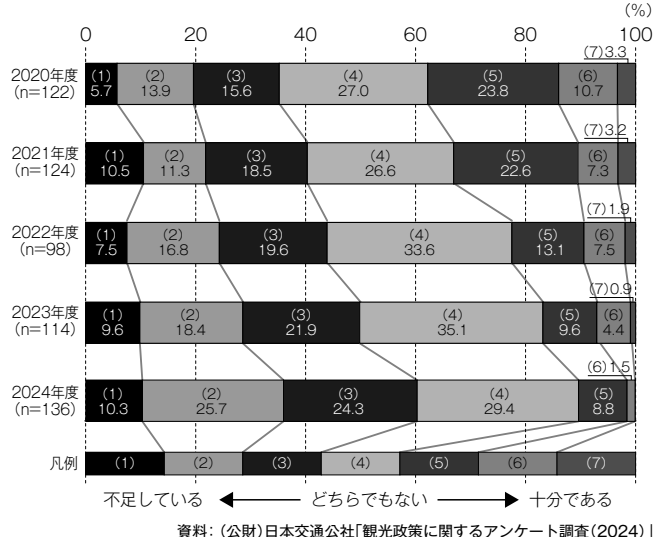
図V-3-3 観光担当部署の職員一人当たりの予算額 (%)



図V-3-4 市町村全体予算に占める観光担当部署の予算の割合(n=129) (%)



図V-3-5 観光担当部署の予算額に関する不足感 (%)



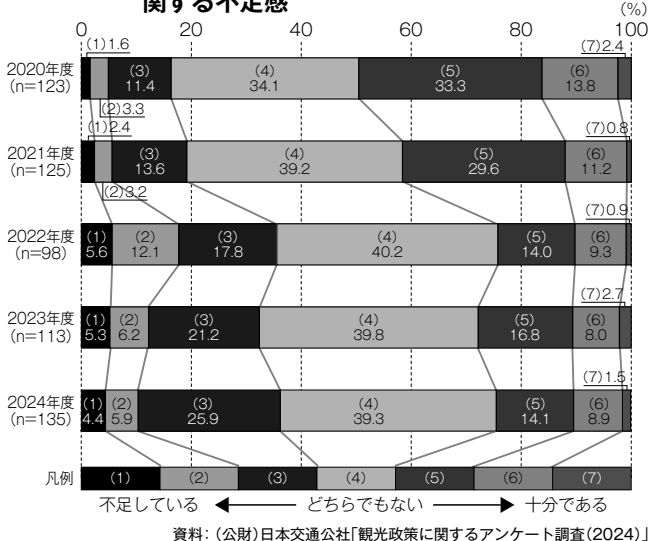


③観光担当部署で求められる能力・知識・技能

観光担当部署における業務の量や難易度に対して、職員の能力・知識・技能が十分であるか質問し、図V-3-2と同様に7段階で評価を求めた(図V-3-6)。回答のあった135市町村のうち、1~3を選んだ自治体は49市町村(36.3%)、4を選んだ自治体は53市町村(39.3%)、5~7を選んだ自治体は33市町村(24.4%)であった。

過去の調査結果を見ると、2022年度において、職員の能力・知識・技能に対する不足感(1~3)を覚える旨の回答割合は顕著に増加し(35.5%)、対照的に十分である(5~7)旨の回答割合は減少した(24.3%)。2024年度調査においては、1~3の回答割合は前年度の32.7%から増加し、5~7の回答割合は前年度の27.4%から減少し、いずれも2022年度調査と同程度の値となった。コロナ禍以降の新たな業務に対応する能力の習得や、必要な知識・技能を有する人材の確保は、2022年度以降継続的な課題となっていることが示唆される。

図V-3-6 観光担当部署で求められる能力・知識・技能に関する不足感



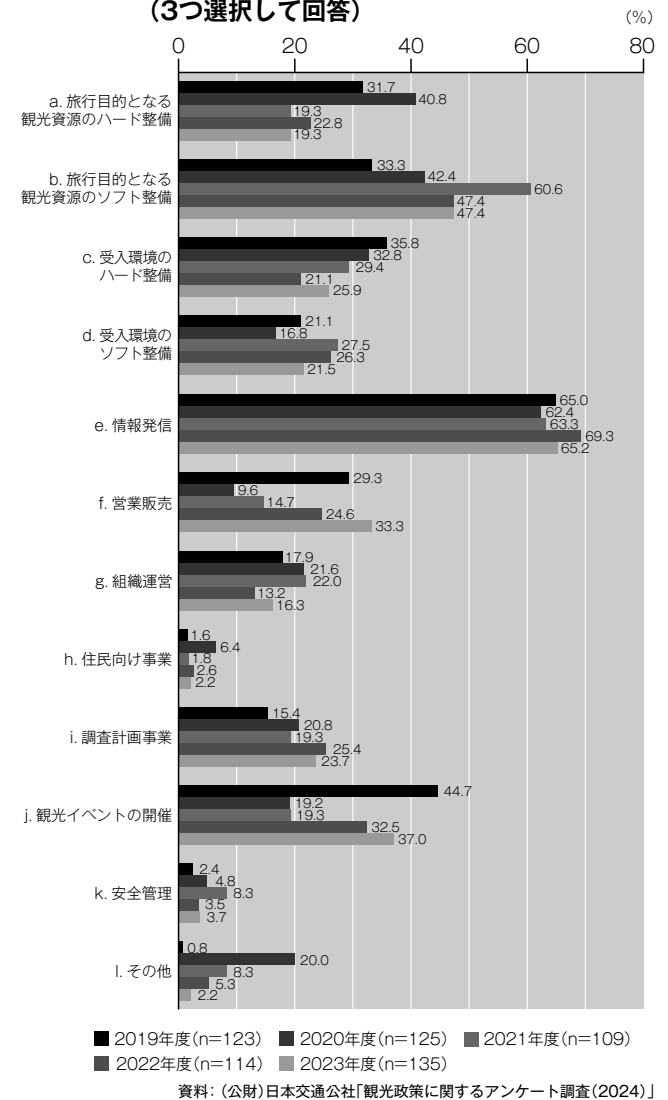
(2)主要市町村における政策・施策

2023年度に実施した観光政策・重点施策(国内・インバウンド)や、インバウンドのターゲット国について尋ねた。

①2023年度の観光政策・重点施策(国内)

2023年度に市町村が実施した国内客向け事業について、12の分野から代表的な施策を3つ選択するよう求めた(図V-3-7)。回答のあった132市町村のうち、最も多くの自治体を選択された施策は「e. 情報発信」で、88市町村(65.2%)が重点施策として実施した。次いで64市町村(47.4%)が「b. 旅行目的となる観光資源のソフト整備」を、50市町村(37.4%)が「j. 観光イベントの開催」を、45市町村(33.3%)が「f. 営業販売」を、それぞれ選択した。

図V-3-7 2023年度を含めた過去5か年度に実施した代表的な事業分野(3つ選択して回答)



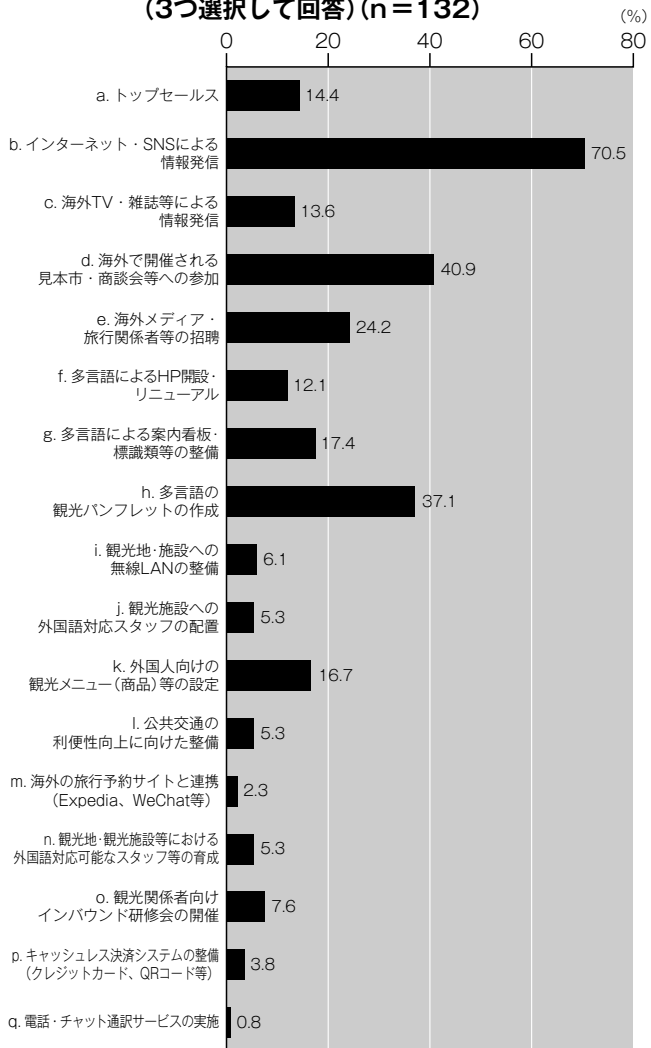
②2023年度の観光政策・重点施策(インバウンド)

2023年度に市町村が実施した国内客向け事業について、17の分野から代表的な施策を3つ選択するよう求めた(図V-3-8)。回答のあった132市町村のうち、最も多くの自治体を選択された施策は「b. インターネット・SNSによる情報発信」で、93市町村(70.5%)が重点施策として実施した。次いで、54市町村(40.9%)が「d. 海外で開催される見本市・商談会等への参加」を、49市町村(37.1%)が「h. 多言語の観光パンフレットの作成」を、32市町村(24.2%)が「e. 海外メディア・旅行関係者等の招聘」を、それぞれ選択した。

③ターゲットとする国・地域

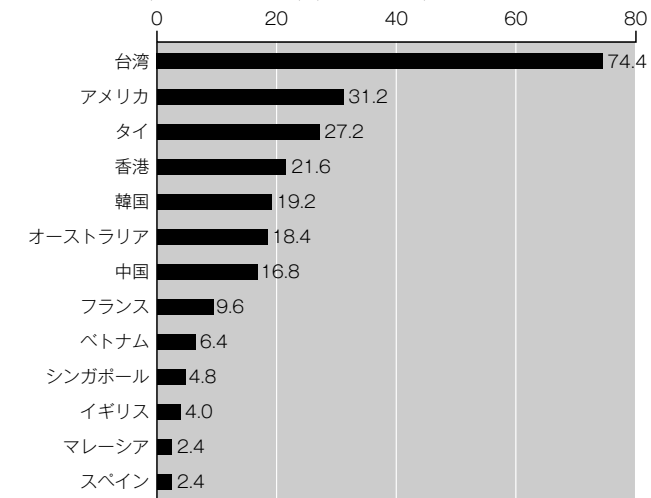
インバウンド振興に際し、ターゲットとする国・地域について、3つまで記載するよう求めた(図V-3-9)。ひとつ以上の回答があった125市町村のうち、最も多くの自治体を選択された国・地域は「台湾」で、93市町村(74.4%)がターゲットとして設定していた。次いで、39市町村(31.2%)が「アメリカ」を、34市町村(27.2%)が「タイ」を、27市町村(21.6%)が「香港」を、それぞれターゲットとする国・地域として挙げた。

図V-3-8 2023年度に実施した、インバウンド市場に関連した代表的な事業分野(3つ選択して回答)(n=132) (%)



資料：(公財)日本交通公社「観光政策に関するアンケート調査(2024)」

図V-3-9 ターゲットとする国・地域(3つまで回答)(n=125) (%)



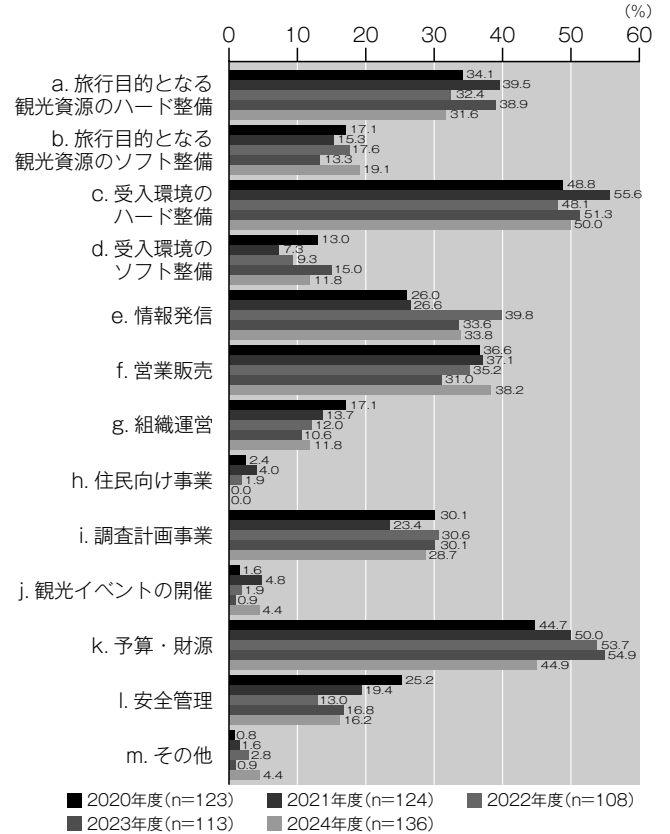
(注)複数の国・地域を含むエリアや方面での回答は集計時に除外。  
資料：(公財)日本交通公社「観光政策に関するアンケート調査(2024)」

前年度の調査でターゲットとする国・地域として2番目に多く挙げられていた「中国」(30.2%)の選択率は、今年度の調査では16.8%となった。2023年度、他の国・地域と比較して中国からの訪日客数の回復が遅れ、また中国の出国に係る政策の展開が見通せない状況が生じたことを受け、インバウンド振興におけるターゲットとしての優先度が相対的に低下した可能性が示唆される。

(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施策を3つ選択するよう求めた(図V-3-10)。回答のあった136市町村のうち、最も多くの自治体を選択された施策は「c. 受入環境のハード整備」で、68市町村(50.0%)が都道府県に主導的な役割を期待していた。次いで、61市町村(44.9%)が「k. 予算・財源」を、52市町村(38.2%)が「f. 営業販売」を、それぞれ選択した。

図V-3-10 都道府県に主導的な役割を期待する事業分野(3つ選択して回答) (%)



資料：(公財)日本交通公社「観光政策に関するアンケート調査(2024)」

(4) 観光政策の重要度の変化

自治体内における観光政策の重要度が、直近数年で増しているか、あるいは低下しているかを尋ねた(図V-3-11)。回答のあった135市町村のうち、「重要度は増している」と回答した自治体は97市町村(71.9%)、「重要度に変化はない」と回答した自治体は35市町村(25.9%)、「重要度は低下した」と回答した自治体は3市町村(2.2%)であった。

重要度が増していると回答した主な理由として、「新たな観光基本計画が策定された」、「観光政策予算の増額」、「インバウンドを含めた観光需要の増大」等が挙げられた。また、重要度に変化はない、または低下したと回答した主な理由として、「観光は従来から自治体の基幹産業であり、引き続き重要な施策であり続けている」、「今年度は災害からの復興が行政施策の中心となるため」等が挙げられた。

図V-3-11 観光政策の重要度の変化(n=135)



資料：(公財)日本交通公社「観光政策に関するアンケート調査(2024)」

(5) 主要市町村における観光の状況

観光が地域に与える影響に関する5つの評価項目について、「まったく思わない」を1、「どちらでもない」を4、「非常にそう思う」を7とした7段階評価により、各市町村の状況や指針に最も近い数字を回答するよう求めた(図V-3-12)。すべての評価項目について、136市町村から回答を得た。

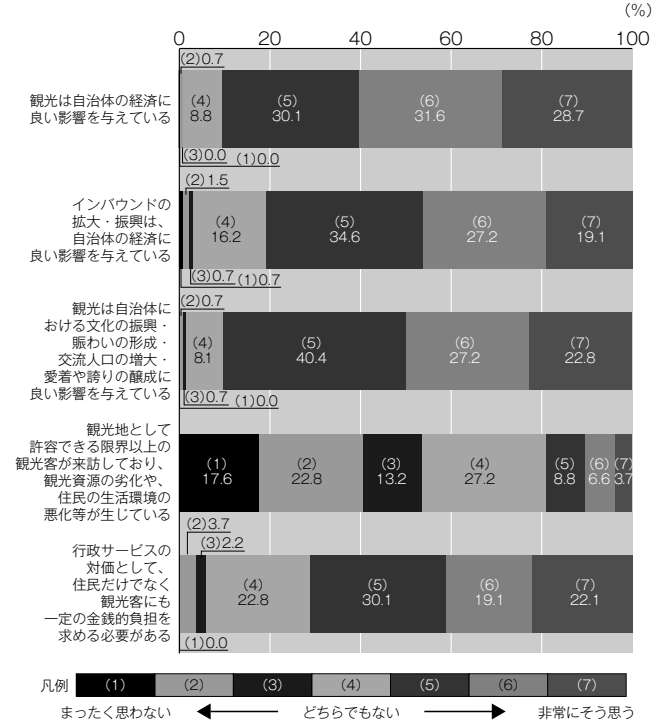
「観光は自治体の経済に良い影響を与えている」について、123市町村(90.4%)が「そう思う」(5~7)を選択した。また「インバウンドの拡大・振興は、自治体の経済に良い影響を与えている」については110市町村(80.9%)が、「観光は自治体における文化の振興・賑わいの形成・交流人口の増大・愛着や誇りの醸成に良い影響を与えている」については123市町村(90.4%)が、それぞれ「そう思う」(5~7)を選択した。全体として、訪日旅行者を含めた観光需要は、自治体の経済振興に寄与するとともに、賑わいを生み出し、地域への愛着を醸成することが期待されていることが示唆された。

「観光地として許容できる限界以上の観光客が来訪しており、観光資源の劣化や、住民の生活環境の悪化等が生じている」については、73市町村(53.7%)が「そう思わない」(1~3)を、37市町村(27.2%)が「どちらでもない」を、26市町村(19.1%)が「そう思う」(5~7)を選択した。各自自治体における観光の状況により、回答が大きく分散する状況が見られた。他方、「行政サービスの対価として、住民だけでなく観光客にも一定の金銭的負担を求める必要がある」については、97市町村(71.3%)が「そう思う」(5~7)を選択した。前問の回答分布と比較すると、現時点では観光資源の劣化や生活環境の悪化等の具体的な過大に直面していない市町村においても、地域住民だけで

なく観光客も受益する行政サービスに関して、観光客に一定の負担を求めることについて肯定的な意向を有する状況が示唆された。

(那須 将)

図V-3-12 観光が地域に与える影響(n=136)



資料：(公財)日本交通公社「観光政策に関するアンケート調査(2024)」



# 付記

## 観光研究

ここでは、日本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

2024年8月時点で、日本学術会議のウェブサイトに掲載されている「日本学術会議協力学術研究団体」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み観光研究を行う学会は、12団体ある(表 付記-1)。なお、総合観光学会(2001年設立)は2023年4月より日本観光学会に合流した。

このほか、「日本学術会議協力学術研究団体」には掲載されていないものの、観光関連の学会活動を行っている団体には、日本旅行医学会(2002年設立)、日本フードツーリズム学会(2009年設立)、国際観光医療学会(2010年設立)、ロングステイ観光学会(2016年設立)等がある。

#### ① 全国大会

全国大会の統一テーマを見ると、日本観光学会では“ポスト・コロナの観光—課題と展望—”、日本レジャー・レクリエーション学会では“レジャー・レクリエーションとウェルネス”、余暇ツーリズム学会では“ウェルビーイング実現のための余暇ツーリズム”、日本ホスピタリティ・マネジメント学会では“観光工学が支えるホスピタリティ・マネジメント”、日本観光ホスピタリティ教育学会では“ポストコロナのグローバル人材育成を考える”、観光情報学会では“AI革命と観光の未来”等が設定されている。

#### ② 機関誌・学会誌

各学会が発行する機関誌・学会誌は合計14誌(日本語13、英語1)。2023年度に発行された機関誌・学会誌で設定されていた特集テーマには、“これからの観光に求められるDXと人材”(日本観光研究学会)、“観光情報と自然言語処理”(観光情報学会)、“観光研究とメディア文化研究との交差点”(観光学術学会)、“観光マーケティング研究の新しい動き”(観光学術学会)等があった。

### (2) 大学・大学院

2023年度、「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46、大学院は11であった(表 付記-2)。

日本人のみならず世界100以上の国・地域からの留学生が学ぶことで知られている立命館アジア太平洋大学(大分県別府市)は、2023年度、従来のアジア太平洋学部、国際経営学部に加えて、新たにサステナビリティ観光学部を開設した。

同学部では、「持続可能な社会」と「観光」について教育・研究を行い、現代社会が直面しているさまざまな地域課題や地球規模の問題の解決に貢献できる人材を育成。「環境学」、「社会起業」、「観光産業」など9つの専門科目群を設置、「理論と実践」と「主体的な学び」を大きな特徴としている。

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
2023年度	46	19	46	11
2022年度	45	18	45	11
2021年度	45	17	44	11

(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。

資料: 文部科学省「年度別開設大学等一覧」、各大学のウェブサイトをもとに(公財)日本交通公社作成

### (3) 科学研究費助成事業における観光学の扱い

2023年度の科学研究費(以下、科研費)助成事業の「観光学関連」(小区分80020)等における新規採択は78件(採択後辞退を除く)で、研究種目の内訳は、基盤研究(B)11件、基盤研究(C)51件、若手研究15件、特別研究員奨励費1件であった(表 付記-3)。配分される科研費の合計は約4億2千万円、その内訳は、100万円未満が1件、500万円未満が66件、1千万円未満が2件、5千万円未満が9件となっている。

研究のキーワードは、「観光」が6件、「持続可能な観光」が4件、「観光まちづくり」が3件であった。「コンテンツツーリズム」、「デジタルノマド」、「ポストコロナ」、「メタバース」、「ユニバーサルツーリズム」、「レジリエンス」、「ワーケーション」、「持続可能」、「再訪意向」等が2件で続く。

新規採択件数を研究機関別に見ると、12大学(大分大学、金沢大学、関西大学、芸術文化観光専門職大学、國學院大學、東京都立大学、広島大学、法政大学、明治大学、山口大学、山梨大学、立命館アジア太平洋大学)で2件ずつ採択されている(表 付記-4)。

(立命館アジア太平洋大学 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 (2024年度)	会長、本部/事務局、支部 (2024年度)	活動内容(2023年度)	学会誌(機関誌)、 大会論文集(2023年度)
1	日本観光学会 Japan Academic Society of Tourism(JAST) ○正会員 214名 ○準会員 41名 (大学院生・大学生) ○賛助会員 1名 (2024年6月時点)	【会長】 大江靖雄(東京農業大学) 【本部事務局】 青山学院大学 社会情報学部 長橋透研究室 【支部】 東北・北海道支部、関東支部、中部 支部、関西・中四国支部、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) ・2023年度(第116回)大会 ・大会テーマ:ポスト・コロナの観光課題と展望 ○支部会(研究発表会、支部総会)の開催 ・東北・北海道支部会の開催 ・関東支部会の開催 ・中部支部会の開催 ・九州・沖縄支部会の開催 ○第6回学生観光プレゼン大会 ・関東支部主催 ○学会誌の発行(『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) ・2023年度 第64号:論文2本、研究ノート5本 ※2021年度途中からJ-STAGEでの公開開始 【大会論文集】 『研究発表要旨集』(年1回) ※学会のウェブサイトからダウンロード
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 250名 ○購読会員 19団体 (2024年3月時点)	【会長】 沼澤秀雄(立教大学) 【事務局】 昭和女子大学 人間社会学部 山梨みほ研究室 【支部】 なし	○学会大会の開催(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) ・2023年度(第53回)大会 ・大会テーマ:レジャー・レクリエーションとウェルネス ○研究会・講演会等の開催 ○学会誌の発行(『レジャー・レクリエーション研究』、年3回) ○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、ウェブサイトのリンク等)	【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) ・2023年度 第100号-記念号-:第100号記念号寄稿文3本、 原著2本、研究資料2本、 その他:教材制作報告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 152名 ○準会員 6名 ○名誉会員 3名 (2024年8月時点)	【会長】 長谷川恵一(早稲田大学) 【本部事務局】 早稲田大学 商学学術院 長谷川恵一研究室 【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) ・2023年度大会 ・統一論題:ウェルビーイング実現のための余暇ツーリズム ○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、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、フードツーリズム研究部会) ※2023年度より料飲サービス研究部会を廃止し、フードツーリズム研究部 会を新設 ○学会誌の発行(『余暇ツーリズム学会誌』、年1回) ○受託研究 ○会員の研究活動支援(研究助成制度) ○学会賞の授与(2016年～)	【学会誌】 『余暇ツーリズム学会誌』(2014年3月～、年1回) (前身『余暇学研究』1998～2013年、『ツーリ ズム学会誌』2001～2012年) ・2023年度 第11号:論文6本、研究ノート10本、基調講演1 本、統一論題報告2本
4	一般社団法人日本観光研究学会 Japan Institute of Tourism Research(JITR) ○正会員 1,133名 ○準会員 1名 ○名誉会員 10名 ○賛助会員 3団体 ○特別会員 7団体 (2024年7月4日時点)	【会長】 熊谷圭介(長野大学) 【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) ・2023年度(第38回)大会 ・シンポジウムテーマ:Inclusion × Tourism ○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)の開催 ○支部の活動 ○学会誌の発行(『観光研究』、年2回) ○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) ・2023年度 Vol.35 No.1:論文5本、研究ノート1本、論説1本 Vol.35 No.2:論文5本、特集(これからの観光に 求められるDXと人材)5本 Vol.35 No.3:特集号 第38回全国大会学術論文 (査読付き部門)9本 【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 367名 ○学生会員 46名 (大学院生・大学生・短期大学生・ 専門学校生) ○名誉会員 2名 ○賛助会員 1団体 (2024年5月時点)	【会長】 崎本武志(江戸川大学) 【事務局】 東京都千代田区二番町1-2 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) ・2023年度(第27回)大会 ・パネルディスカッションテーマ:観光学部・学科学生をどのように業界へ と導くか? ○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デスティネーション & 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 ○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) ・2023年度 第31号:論文8本、研究ノート7本 『日本国際観光学会自由論集』(2017年～、年1回) ・2023年度 自由論集Vol.18:19本 【大会論文集】 『全国大会概観集』(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) 会員数 220名 ○正会員 209名 ○学生会員 4名 ○名誉会員 7名 (2024年8月時点)	【会長】 藤井享(豊橋技術科学大学総合教 育院) 【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) ・2023年度(第31回)大会 ・統一論題:観光工学が支えるホスピタリティ・マネジメント ○研究専門部会の開催(適宜) ○研究発表会 ・関東支部研究発表会の開催 ○学会誌の発行(『HOSPITALITY』、『INTERNATIONAL JOURNAL OF JAPAN ACADEMIC SOCIETY OF HOSPITALITY MANAGEMENT』、 ともに年1回)	【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) ・2023年度 第34号:論文8本、研究ノート5本 『INTERNATIONAL JOURNAL OF JAPAN ACADEMIC SOCIETY OF HOSPITALITY MANAGEMENT』(2012年～、年1回(2013年は 年2回)) ・2023年度 Vol.10 No.1:論文4本
7	観光まちづくり学会 The Society of Tourism and Community Design ○正会員 101名 (個人会員98名、法人会員3名) ○学生会員 3名 ○名誉会員 6名 (2024年8月時点)	【会長】 深田秀実(小樽商科大学) 【本部事務局】 小樽商科大学 商学部 深田秀実研究室 【支部】 北海道支部(2008年～)	○役員会、総会の開催 ○学会誌(『観光まちづくり学会誌 vol.18-21合併号』)の制作 ○研究会の企画(基調講演、研究発表、エクスカーション等) ○学会賞の検討(学術論文賞・優秀発表賞) ○講演会、講習会の企画 ○調査研究、視察会の企画	【学会誌】 『観光まちづくり学会誌』(2003年～、年1回) 【大会論文集】 なし(学会誌及び学会のウェブサイトに掲載)

付記

観光研究

	学会名・会員数 (2024年度)	会長、本部/事務局、支部 (2024年度)	活動内容(2023年度)	学会誌(機関誌)、 大会論文集(2023年度)
8	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 193名 ○準会員 8名 ○特別会員 2団体 ○名誉会員 3名 (2024年8月時点)	【会長】 藤田玲子(成蹊大学) 【事務局】 杏林大学 外国語学部に 【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) ・2023年度(第23回)大会 ・大会テーマ:ポストコロナのグローバル人材育成を考える ○総会・シンポジウムの開催(年1回) ○研究会の開催(年2回) ○学会誌(機関誌)の発行(『観光ホスピタリティ教育』、年1回) ○全国大会発表概要の発行(『全国大会発表要旨集』) ○Newsletterの発行(年2回)	【学会誌(機関誌)】 『観光ホスピタリティ教育』(2006年～、年1回) ・2023年度 第17号:論文2本、教育実践報告1本、書評1本、 全国大会報告、総会報告 【大会論文集】 『全国大会発表要旨集』(年1回)
9	観光情報学会 Society for Tourism Informatics(STI) ○正会員 141名 ○学生賛助会員 19名 ○ゴールド賛助会員 4名 ○個人賛助会員 5名 ○企業・団体会員A 2団体 ○企業・団体会員B 3団体 (2024年8月時点)	【会長】 鈴木恵二(公立はこだて未来大学) 【事務局】 北海道江別市西野幌59番2 北海道情報大学内 【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) ・2023年度(第19回)大会 ・大会テーマ:AI革命と観光の未来 ○研究発表会の開催(年2回、研究発表、エクスカーション) ○観光情報学研究会の開催(さっぽろ、はこだて、かが・のと、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』、年1回) ○学会賞の授与(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) ・2023年度 第19巻:特集(観光情報と自然言語処理)3本、 学術研究論文2本、研究ノート2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)
10	コンテンツツーリズム学会 The Academy of Contents Tourism(ACT) ○正会員 122名 うち学生会員 27名 (大学院生・大学生) (2024年6月時点)	【会長】 増淵敏之(法政大学大学院) 【事務局】 文教大学 国際学部 清水麻帆研究室 【支部】 なし	○論文発表大会(年1回、特別講演、論文発表、講評等) ・2023年度(第11回)大会・基調講演:「アニメーションにおいて『東京』は いかに表象されているかー聖地巡礼 の可能性ー」岡村民夫(法政大学国際 文化学部教授) ・論文発表大会 ○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) ・2023年度基調講演:「韓国で体験したコンテンツとツーリズムの魅力～ デジタル化、輸出振興、観光行動～」三根伸太郎(日本 貿易振興機構本部企画部総括審議役) ・2023年度パネルディスカッションテーマ:韓国コンテンツとツーリズム ○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) ・2023年度 Vol.11:シンポジウムの基調講演・パネルディス カッション、論文2本
11	観光学術学会 Japan Society for Tourism Studies(JSTS) ○名誉会員 1名 ○正会員(一般) 360名 ○正会員(大学院生) 72名 ○正会員(シニア) 7名 ○機関会員 7機関 ○準会員(学生) 1名 (2024年9月1日時点)	【会長】 遠藤英樹(立命館大学) 【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) ・2023年度(第12回)大会 ・大会シンポジウムテーマ:観光マーケティング研究の新しい動き ・フォーラムテーマ:日本における社会学的観光研究の展開 ○研究会の開催 ・2023年度(第11回)研究会 ・テーマ:ジェンダーとツーリズム——多角的な視座の探究 ※研究会では大学院生育成セミナーをあわせて開催 ○学会誌の発行(『観光学評論』、年2回) ○学会賞の授与(著作賞、論文賞、教育・啓蒙著作賞等9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』(2012年度:年1回、2013年度 ～:年2回) ・2023年度 Vol.11 No.2:特集(観光研究とメディア文化 研究との交差点)論文3本 Vol.12 No.1:原著論文2本、展望論文1本、特 集(観光マーケティング研究の 新しい動き)論文4本 【大会論文集】 『全国大会発表要旨集』(2012年度～、年1回)
12	一般社団法人日本観光経営学会 The Japan Society of Tourism Business Research (JSTBR) ○正会員 143名 ○準会員 9名 (2024年6月時点)	【会長】 西村典芳(流通科学大学) 【事務局】 立命館大学大学院 経営管理研究科 大島知典研究室 【支部】 なし	○研究大会 観光経営カンファレンスの開催 ・2023年度 ・第5回シンポジウムテーマ:国内観光産業の再生と創造 ○学生発表大会 次世代観光経営フォーラムの開催(毎年1月) ○研究会 ・テーマ:アドベンチャーツーリズム	【学会誌】 『観光マネジメント・レビュー "Japan Tourism Management Review"』(2021年度～、年1回) ・2023年度 4巻:実践研究論文3本、実践報告1本、視察報告 2本

(注)日本学術会議のウェブサイトに掲載されている「日本学術会議協力学術研究団体」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み観光研究を行う団体を「国内の観光関連学会」として抽出した。日本健康レクリエーション学会は、健康、医療、看護、介護、教育を主な研究領域としていることから対象外とした。

資料:各学会のウェブサイト、各学会への聞き取り調査をもとに(公財)日本交通公社作成(2024年8月時点)

表 付記-4 科研費「観光学関連」の総配分額の上位研究機関(2023年度)

研究機関	採択件数	研究種目	総配分額(千円)
大分大学	2	基盤B:1、基盤C:1	21,970
金沢大学	2	基盤B:1、基盤C:1	13,390
関西大学	2	基盤C:2	9,490
芸術文化観光専門職大学	2	基盤C:2	6,760
國學院大学	2	基盤C:2	7,150
東京都立大学	2	基盤B:1、基盤C:1	18,070
広島大学	2	基盤B:1、基盤C:1	13,130
法政大学	2	基盤C:2	8,320
明治大学	2	基盤C:1、若手:1	8,580
山口大学	2	基盤B:1、基盤C:1	16,770
山梨大学	2	基盤C:2	8,970
立命館アジア太平洋大学	2	基盤B:1、若手:1	21,190

(注)研究期間の開始年度が2023年度で、審査区分が「小区分80020:観光学関連」の82件、また研究概要から判断した「中区分8:社会学およびその関連分野」の1件を対象としている。

資料:科学研究費助成事業データベースをもとに(公財)日本交通公社作成

表 付記-3 科研費「観光学関連」等の新規採択研究課題(2023年度～)

研究課題名	研究種目	研究機関
1 温泉観光地のレジリエンスを実現する要因分析と持続可能なマネジメントモデルの導出	基盤研究(B)	大分大学
2 本物体験が資源保全とツーリズムの持続性に果たす役割の解明	基盤研究(B)	金沢大学
3 森林浴の癒やし効果を活用した観光資源開発支援:COVID-19後に楽しく観光するために	基盤研究(B)	中央大学
4 ライフスタイル型移住者の居住地選好からみた地域社会の存立基盤	基盤研究(B)	筑波大学
5 自然観光地における協働型資源管理と基金の活用に関する研究	基盤研究(B)	東京大学
6 観光地域づくり資するイベント・レガシーの戦略的形成に関する研究	基盤研究(B)	東京立大学
7 観光のリピーター動機とリピーター行動モデルの構築	基盤研究(B)	一橋大学
8 東アジアの島嶼部における観光の変革—ポストコロナ時代の新たな空間創造を目指して	基盤研究(B)	広島大学
9 ツーリズムにおける異文化間コンフリクトと創造的対話に関する理論的・実証的研究	基盤研究(B)	北海道大学
10 アウトドア観光における共生モデルの研究	基盤研究(B)	山口大学
11 Revisiting the Educational Tourism at War Heritage Sites: An Asian Perspective Beyond Dark Tourism	基盤研究(B)	立命館アジア太平洋大学
12 災害伝承施設の評価とその施設が観光まちづくりに果たす役割	基盤研究(C)	石巻専修大学
13 効果的な情報発信のための観光地画像に対する感性と色彩・視線の相関分析	基盤研究(C)	岩手県立大学宮古短期大学部
14 野外ミュージアムの特徴を踏まえたデータ活用フレームワークの研究	基盤研究(C)	岩手県立大学
15 支払手段の特性が観光等の消費行動に与える影響の実証的研究	基盤研究(C)	大分大学
16 大規模文化財の3次元コンテンツ配信・展示手法	基盤研究(C)	沖繩国際大学
17 持続可能な観光に向けた世界自然遺産地域の気候変動リスク認知評価と適応策の推進	基盤研究(C)	金沢大学
18 南インドの観光現象がもたらす「いきでいる遺産」と社会の変容に関する研究	基盤研究(C)	関西国際大学
19 デジタルノマドによるワーケーションの観光地域づくりへのインパクト	基盤研究(C)	関西大学
20 戦後世界における国際観光振興の枠組み形成:復興から開発へ	基盤研究(C)	関西大学
21 観光客への津波避難情報の提供方法に関する研究	基盤研究(C)	岐阜聖徳学園大学
22 海外旅行者の感染症に関する情報・リスク認知・予防行動の相互作用:コロナ禍前後比較	基盤研究(C)	岐阜大学
23 農村型コミュニティビジネスモデル:アジアと欧州モデルの比較	基盤研究(C)	九州共立大学
24 DMO経営における実践可能なマネジメント手法の提案に向けた理論的・実証的研究	基盤研究(C)	近畿大学
25 演劇祭来訪者の広域観光周遊を促す時限的な言語景観の整備による多文化共生社会の構築	基盤研究(C)	芸術文化観光専門職大学
26 イベント観光の時空間的広がり:演劇祭会期中回遊性と会期外再訪意向が生じる仕組み	基盤研究(C)	芸術文化観光専門職大学
27 日常との対比からみる「観光食」時空間再埋め込みプロセスの研究	基盤研究(C)	國學院大學
28 域内循環に貢献する宿泊事業の類型と自治体の支援施策に関する研究	基盤研究(C)	國學院大學
29 インバウンド誘致パフォーマンスの計測とその評価に関する実証分析	基盤研究(C)	札幌大学
30 観光資源の未知の強み・弱みの把握 - AIによるSNS投稿テキスト分析を軸として -	基盤研究(C)	四国大学
31 観光業における食品ロス削減に関する研究 —消費者行動論と行動経済学の視点から—	基盤研究(C)	実践女子大学
32 行動変容トリガーの提供による近圏域旅行の潜在需要喚起に関する行動モデルの実証研究	基盤研究(C)	芝浦工業大学
33 「持続可能な観光」に向けた地域経営手法の研究:タイ北部ナーン県の実証分析を通して	基盤研究(C)	玉川大学
34 群流データの収集・蓄積と時空間データアーカイブによるスマート観光マネジメント	基盤研究(C)	津田塾大学
35 WE B閲覧中の視線とAIを用いた嗜好解析による観光客ごとに適した観光案内の提案	基盤研究(C)	東海大学
36 人の密集回避のための導入が容易な利用者数自動計測システムの開発	基盤研究(C)	東京工科大学
37 観光分野のデジタルプラットフォーム取引におけるリスクシェアリングに関する分析	基盤研究(C)	東京立大学
38 ユニバーサルツーリズム実現のための下肢障害当事者への方策の課題と策定	基盤研究(C)	東京保健医療専門職大学
39 Literary Tourism研究におけるイギリス小説と都市観光	基盤研究(C)	同志社大学
40 タイ人の外国旅行記における自民族・対外認識に関する研究	基盤研究(C)	東北学院大学
41 タイ国におけるポストコロナ時代の新たな観光実践創出とコミュニティの動態	基盤研究(C)	獨協大学
42 e-ツーリズムにおけるXRの可能性と課題、機会の喪失と平等に関する超学域的研究	基盤研究(C)	富山大学
43 観光対象としての公園・神社での動物飼養に関する研究	基盤研究(C)	奈良県立大学
44 携帯位置情報を活用した広域観光連携策の評価～地域交通の維持改善を中心にして～	基盤研究(C)	南山大学
45 観光従事者における観光客への意識と地域住民としてのサポート意図に関する研究	基盤研究(C)	日本大学
46 包括的な地域課題解決に資するグリーン・ツーリズムの在り方に関する主体論的研究	基盤研究(C)	株式会社農中金総合研究所
47 観光のエートスから考える観光倫理学	基盤研究(C)	兵庫県立大学
48 現地での観光体験と比較したVR技術による観光体験の特徴の明確化	基盤研究(C)	広島大学
49 伝統工芸産業振興に資するEC空間の構築—メタバースと複合現実の融合—	基盤研究(C)	福岡工業大学
50 観光資源を利用したウェルビーイング活動プログラムの開発と有効性の検証	基盤研究(C)	佛教大学
51 ポスト紛争社会と観光:ブレグジット後の北アイルランドの文化活動	基盤研究(C)	法政大学
52 ソーシャルネット時代における旅行者の観光価値評価のモデル化	基盤研究(C)	法政大学
53 旅行促進のための脆弱高齢者用バーチャル観光ツアーシステムの開発と心理的影響	基盤研究(C)	北陸学院大学
54 フードツーリズムにおける倫理的消費の課題と展望	基盤研究(C)	三重大学
55 日英における鉄道遺構・保存鉄道の再生とヘリテージ・ツーリズムに関する史的・研究	基盤研究(C)	明治大学
56 動詞抽出法に基づく内発的観光まちづくりプロトコルの開発	基盤研究(C)	山口県立大学
57 ポストコロナにおける持続可能な観光の構築に向けた計量経済学的研究	基盤研究(C)	山口大学
58 優れた眺望視点場の特性に関する研究	基盤研究(C)	山梨大学
59 コロナ禍後のワーケーションによる地域・企業・従業員・事業者への影響とKPIの検証	基盤研究(C)	山梨大学
60 地域の回遊性向上からみた屋外遊園地の存在意義に関する研究—地方小都市の比較研究—	基盤研究(C)	横浜商科大学
61 観光における「ヴェネツィア神話」の展開:水都をめぐる表象・言説・実践	基盤研究(C)	立教大学
62 地域語・方言の観光資源化に関する実証研究	基盤研究(C)	麗澤大学
63 創作文化の担い手としてのタイ人インフルエンサーの訪日観光誘致に関する研究	若手研究	青山学院大学
64 オンライン活用による制約緩和が交通需要の発生タイミングに与える影響の実証研究	若手研究	大阪経済法科大学
65 日系アメリカ人の移動と観光イメージの形成:戦前期二訪日旅行の観光学的検討	若手研究	神奈川工科大学
66 コンテツツーリズムから見る被災地観光——宮城県石巻市を事例に	若手研究	国際大学
67 旅行中の計画達成と偶発的体験の観光経験評価への影響-事前計画とセレンディビティ-	若手研究	国士館大学
68 SNSビッグデータを活用した森林キャンプ場のニーズ分析に関する研究	若手研究	国立研究開発法人森林研究・整備機構
69 自然資産によるインターナル・ブランディングと地域愛着の解明	若手研究	駿河台大学
70 レジリエントな国土緑辺部の観光地構築に向けた地域労働市場研究	若手研究	帝京平成大学
71 Tourism and Disaster Planning in Small Island Communities: How Japan can contribute to other island cities	若手研究	東北大学
72 マジョルカ島の観光の回復モデルを社会経済と政策面から検証する	若手研究	比治山大学短期大学部
73 観光列車の導入を踏まえた持続可能で最適な地域公共交通の在り方	若手研究	北海学園大学
74 ポストコロナ時代の観光地開発におけるフィルムツーリズムの役割:北海道を事例として	若手研究	明治大学
75 To fly-away or to stay and help? Perceived Destination Exit (PDX) in times of crisis and its effects on future tourist-host relations	若手研究	立命館アジア太平洋大学
76 「従業員を顧客のように扱う」という概念に関する実証的研究	若手研究	琉球大学
77 Muslim-friendly tourism as a pathway for tourism recovery in Japan, post COVID19	若手研究	和歌山大学
78 AIカメラのデータを用いた観光まちづくりのためのデータ産地消モデルの構築	特別研究員奨励費	名古屋大学

(注)研究期間の開始年度が2023年度で、審査区分が「小区分80020:観光学関連」の78件を対象としている。

資料:科学研究費助成事業データベースをもとに(公財)日本交通公社作成



# 資料編

資料-1	旅行年表	208
	一般社会・海外情勢	
	観光行政	
	旅行・観光地動向、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	
資料-2	付属統計表	212
	経済関連指標	
	旅行・観光関連産業(旅行業・宿泊業・運輸業)	
	国内旅行動向	
	海外旅行動向	
	訪日旅行動向	

# 資料-1 旅行年表

(2023年1月～9月)

月日	一般社会・海外情勢
1.2	新年一般参賀が3年ぶりに行われ、愛子さまが初めて出席
1.10	在日中国大使館が日本人へのビザ発給を停止
1.14	岸田首相がアメリカ・ワシントンD.C.でバイデン大統領と会談
1.15	ネパールで国内線旅客機墜落、搭乗者72名が死亡
1.19	2022年の貿易赤字は19兆9,713億円と、過去最大に
1.20	2022年の消費者物価指数が前年同月比4.0%上昇、41年ぶりの上げ幅
1.26	トヨタ自動車が、社長交代を発表
2.6	トルコ南部でマグニチュード7.8の地震
2.12	フィギュアスケートの四大陸選手権で、三浦璃来選手、木原龍一選手のペアが初優勝
2.13	漫画家の松本零士さんが死去
2.20	アメリカのバイデン大統領、ウクライナを電撃訪問
2.21	野動物園のジャイアントパンダ「シャンシャン」が中国に返還
2.23	即位後初となる天皇誕生日の一般参賀
3.3	ノーベル文学賞作家の大江健三郎さんが死去
3.13	ミシェル・ヨーさんが米アカデミー賞でアジア系初の主演女優賞に
3.16	岸田首相が初来日した韓国の尹錫悦大統領と首相官邸で会談
3.19	藤井聡太竜王が棋王のタイトルを獲得。史上2人目の六冠達成
3.21	岸田首相がウクライナでゼレンスキー大統領と会談
3.22	ワールド・ベースボール・クラシック(WBC)で、日本が3度目の優勝
3.27	文化庁が京都に移転、業務開始
3.28	音楽家の坂本龍一さんが死去
4.1	子ども家庭庁が発足
4.4	フィンランドがNATO加盟
4.6	宮古島周辺で陸上自衛隊のヘリコプターが消息を絶つ
4.9	植田和男氏が日本銀行総裁に就任
4.15	和歌山県和歌山市で演説前の岸田首相に爆発物
5.5	石川県能登地方で震度6強の地震
5.6	イギリス・ロンドンのウェストミンスター寺院でチャールズ国王の戴冠式
5.9	新型コロナウイルス感染症の法律上の分類が、季節性インフルエンザと同じ「5類」に
5.19	主要7か国首脳会議(G7サミット)が広島県広島市で開催
5.19	日経平均株価、「バブル景気」後の最高値を更新
5.20	ウクライナのゼレンスキー大統領がG7広島サミットに参加のため来日
5.28	俳優の役所広司さん、カンヌ映画祭で男優賞受賞
5.28	トルコ大統領選、エルドアン氏が再選
6.1	藤井聡太竜王が史上最年少で名人位を獲得。27年ぶり史上2人目の七冠を達成
6.2	マイナンバーカードと健康保険証を一体化することを盛り込んだ改正マイナンバー法が参院本会議で可決・成立
6.8	テニスの全仏オープン混合ダブルスで加藤未唯選手が初優勝
6.8	2016年に起きたスキューターのバス事故で実刑判決
6.16	LGBT理解増進法が国会で可決・成立
6.17	天皇皇后両陛下が国賓としてインドネシアを訪問
6.21	米大リーグの大谷翔平選手が日米通算200号本塁打を達成
6.24	世界のジェンダーギャップ指数で日本は146か国中125位に後退
6.28	財務省が新紙幣を2024年7月を目処に発行すると発表
7.8	東京都の増上寺で安倍晋三元首相の一周忌法要
7.12	NATO首脳会議でウクライナの加盟見送りを表明
7.13	EUが日本産の農林水産物や食品の輸入規制を完全撤廃
7.16	イギリスがTPP協定に加盟。参加12か国で人口は5.8億人に
7.18	中古車販売ビッグモーターによる保険金の不正請求が判明
7.23	「ツッター」の名称「X」に変更
7.25	プロボクシングの井上尚弥選手が4階級制覇
7.26	ルノーと日産、最終契約の締結を完了
8.4	フィギュアスケートの羽生結弦さんが結婚を報告
8.5	日本大学アメフト部員を大麻取締法違反容疑で逮捕
8.8	アメリカ・ハワイ州マウイ島で大規模山火事が発生
8.18	アメリカ・ワシントン近郊で日米韓3か国の首脳会議
8.23	夏の甲子園で慶應義塾高校(神奈川県)が107年ぶり優勝
8.23	インドの無人探査機が月面着陸に成功
8.24	福島第一原子力発電所の処理水、海洋放出開始
8.26	栃木県宇都宮市で次世代型路面電車システム(LRT)が開業
8.31	西武池袋本店でデパート売却に反対するストライキ
9.4	辺野古問題で最高裁判決、沖縄県の敗訴確定
9.4	モロッコ中部でマグニチュード6.8の地震が発生
9.5	インドでG20ニューデリー・サミット開催。岸田首相は各国首脳と会談
9.10	リビアで大洪水。4,000人を超える死者
9.13	第2次岸田再改造内閣が発足
9.13	朝鮮鮮の金正恩朝鮮労働党委書記が訪露
9.14	プロ野球・阪神タイガースが18年ぶりにセ・リーグ優勝
9.17	65歳以上の高齢者の総人口割合が29.1%。世界トップに
9.25	厚生労働省がアルツハイマー病新薬「レカネマブ」を承認

月日	観光行政
1.12	観光庁、宿泊分野の特定技能外国人材に係る制度周知セミナー及びマッチングイベントを開催
1.13	スポーツ庁、文化庁、観光庁、「スポーツ文化ツーリズムアワード2022」の受賞団体を発表
1.17	観光庁及び文化庁、文化観光推進法に基づく拠点計画として、「富岡製糸場を中核とした文化観光拠点計画」を認定
1.17	環境省、令和4年度自然公園関係労務環境大臣表彰
1.20	観光庁、「観光DX推進のあり方に関する検討会」の中間取りまとめを公表
1.20	観光庁、「宿泊業の高付加価値化のための経営ガイドライン」を策定し登録制度を創設
1.23	観光庁、多様な食習慣等を有するインバウンド「受入対応促進セミナー」を開催
1.30	環境省、第1回「宿舎事業を中心とした国立公園利用拠点の面的魅力向上検討会」を開催
1.30	観光庁、「日本とギリシャ共和国間の観光協力に関する覚書」に署名
2.10	環境省、第2回「宿舎事業を中心とした国立公園利用拠点の面的魅力向上検討会」を開催
2.10	観光庁、「グリーンな観光・国際観光シンポジウム」を開催
2.13	文化庁、「日本遺産の日」記念シンポジウム等を開催
2.21	環境省、第18回「エコツーリズム大賞」を発表
2.24	観光庁、外国人患者を受け入れる医療機関リストについて多言語化を行い、ウェブサイトを更新
2.28	観光庁、「テレワーク・ワーケーション官民推進協議会」を設立
3.2	観光庁、「観光施設における心のバリアフリー認定制度」認定施設数が500施設を突破
3.6	観光庁、「持続可能な観光にかかる旅行商品の造成に向けたラベルインデックス」を更新
3.9	観光庁、「DMO全国会議」を開催
3.10	観光庁、旅行者向け「新しい旅のエチケット」を改訂
3.10	観光庁、「持続可能な観光に係る取組のノウハウ集」を作成
3.10	環境省、新宿御苑の花見時期における事前予約制を実施
3.13	環境省、第13回「チーム 新・湯治」セミナー～温泉地から切り拓くサステナブルな地域の未来～を開催
3.14	環境省、新宿御苑でキャッシュレス決済を開始
3.15	観光庁、「アウトバウンドの本格的な回復に向けた政策パッケージ」を取りまとめ
3.21	環境省、新宿御苑に「こどもファスト・トラック」を設置
3.24	観光庁、「ポストコロナ時代における観光人材育成ガイドライン」を策定
3.28	観光庁、高付加価値旅行者の誘客に向けて集中的な支援等を実施するモデル観光地11地域を選定
3.28	観光庁、「観光DX推進のあり方に関する検討会」の最終取りまとめを公表
3.28	観光庁、「先駆的DMO」3法人を選定
3.29	観光庁、「外国人観光案内所の設置・運営のあり方指針」を改訂
3.29	文化庁、山形県鶴岡市、岐阜県岐阜市、京都府宇治市、大阪府堺市、鳥取県津和野町、福岡県太宰府市の「歴史的風致維持向上計画」(第2期)を認定
3.29	環境省、第16回「国立公園調音プロジェクト有識者会議」を開催
3.31	「観光立国推進基本計画」の閣議決定
3.31	環境省、新宿御苑で桜ライトアップを開催
3.31	観光庁、外国人旅行者向け消費税免税制度の変更を発表
4.3	観光庁、「観光地づくり」法人の登録制度に関するガイドライン」の一部改正
4.7	観光庁、「観光圏整備実施計画」6地域を認定
4.7	観光庁、「新たなビジネス手法の導入による宿泊業を核とした旅行サービスの提供促進に向けた実証調査」の事例を公開
4.14	観光庁、大阪・夢洲地区のIR区域整備計画を認定
4.24	観光庁、「宿泊施設を核とした観光地のDX推進に向けた実証事業」の成果を公表
4.27	観光庁、全国旅行支援の利用条件を変更(ワクチン接種歴または陰性の検査結果の確認を廃止)
4.29	水際措置として、「出国前72時間以内に受けた検査の陰性証明書」及び「ワクチンの接種証明書(3回)」の提示を廃止
5.10	観光庁、「今こそ海外」1宣言」を发出
5.18	環境省、第4回「宿舎事業を中心とした国立公園利用拠点の面的魅力向上検討会」を開催
5.20	文化庁、国宝キトラ古墳壁画及び国宝高松塚古墳壁画修理作業室を公開
5.22	観光庁、地方の観光現場におけるインバウンド対応の課題・ニーズ及びそれらに対応する先進的かつ即応性の高いICTサービス等を取りまとめ
5.30	観光庁、「新時代のインバウンド拡大アクションプラン」を決定
6.5	環境省、第5回「宿舎事業を中心とした国立公園利用拠点の面的魅力向上検討会」を開催
6.12	観光庁、「観光業界におけるクラウドファンディング活用マニュアル」を作成
6.13	令和5年度版観光白書の閣議決定
6.21	国土交通省、インド・ゴアで行われた「G20観光大臣会合」に参加
6.22	環境省、エコツーリズム推進法に基づく全体構想として、「まんのう町エコツーリズム推進全体構想」を認定
6.23	農林水産省、「農泊推進実行計画」を取りまとめ
6.28	観光庁、「平日にもう1日」キャンペーンでInstagramアカウントを新設
6.29	観光庁及び日本政府観光局、「訪日マーケティング戦略」を取りまとめ
7.5	第10回「日豪観光交流促進協議会」の開催
7.25	「日・サウジアラビア間の観光覚書」及び「日・アラブ首長国連邦間の観光覚書」の締結
9.1	観光庁及び文化庁、文化観光推進法に基づく拠点計画として、北海道札幌市・江別市、宮城県石巻市、神奈川県小田原市、富山県立山町、兵庫県丹波篠山市、愛媛県松山市の6地域を認定
9.6	観光庁、第1回「オーバートーリズムの未然防止・抑制に関する関係省庁対談会議」を開催
9.20	アメリカで訪日観光レセプションの開催
9.21	観光庁、「令和5年度 地域の核となる歴史的資源の活用セミナー」を開催
9.22	国土交通省、「大阪・夢洲地区のIR区域整備計画に係る実施協定」を認可
9.29	観光庁、第2回「オーバートーリズムの未然防止・抑制に関する関係省庁対談会議」を開催

月日	旅行・観光地動向・イベント動向
1.1	高崎だるま市(群馬県高崎市)開催(~12)
1.6	東京消防出初式(東京都江東区)開催
1.6	少林山七草大祭だるま市(群馬県高崎市)開催(~17)
1.13	TOKYO OUTDOOR SHOW 2023(千葉県千葉市)開催(~115)
1.15	第37回白川郷ライトアップイベント(岐阜県白川村)開催(全6回:1.15/1.22/1.29/2.5/2.12/2.19)
1.22	長崎ランタンフェスティバル(長崎県長崎市)開催(~25)
1.28	2023 千歳・支笏湖 氷濤まつり(北海道千歳市)開催(~223)
1.29	第68回伊豆大島椿まつり(東京都大島町・伊豆大島)開催(~326)
2.1	河津桜まつり(静岡県河津町)開催(~3.5)
2.4	第73回さっぽろ雪まつり(北海道札幌市)開催(~2.11)
2.5	シャトレ・ゼス・イツマラソン in ふふふき(山梨県笛吹市)開催
2.10	第60回なまはげ柴灯まつり(秋田県男鹿市)開催(~2.12)
3.1	砂の美術館第14期展示(鳥取県鳥取市)開催(~2024.1.3)
3.4	第36回 マイナビ 東京ガールズコレクション 2023 SPRING/SUMMER(東京都渋谷区)開催
3.5	東京マラソン2023(東京都新宿区、千代田区ほか)開催
3.18	東京・春・音楽祭2023(東京都台東区)開催(~4.16)
3.25	AnimeJapan 2023(東京都江東区)開催(~3.26)
3.29	第98回高田城址公園観桜会(新潟県上越市)開催(~4.12)
4.15	鳥ぜんぶでおおきな祭・第15回沖繩国際映画祭(沖縄県那覇市、北中城村ほか)開催(~4.16)
4.21	弘前さくらまつり(青森県弘前市)開催(~5.5)
4.26	第23回 別府アルゲリッチ音楽祭2023(大分県別府市、大分市ほか)開催(~7.17)
4.28	第28回宮崎国際音楽祭(宮崎県宮崎市)開催(~5.14)
4.29	びわ湖の春 音楽祭2023(滋賀県大津市)開催(~4.30)
5.3	第62回博多どんたく港まつり(福岡県福岡市)開催(~5.4)
5.4	ラ・フォル・ジュルネ TOKYO 2023(東京都千代田区ほか)開催(~5.6)
5.11	神田祭(東京都千代田区)開催(~5.17)
5.16	葵祭(京都府京都市)開催
5.20	第39回仙台・青葉まつり(宮城県仙台市)開催(~5.21)
6.1	貴船祭(京都府京都市)開催
6.2	第42回横浜浜港祭(神奈川県横浜市)開催(~6.3)
6.5	熱田神宮例祭(愛知県名古屋)開催
6.7	第32回 YOSAKOI ソーラン祭り(北海道札幌市)開催(~6.11)
6.10	2023ひろしまフワラフーエスティバル(広島県広島市)開催(~6.11)
6.17	東北絆まつり2023青森(青森県青森市)開催(~6.18)
6.21	100万人のキャンパルナイト@増上寺2023(東京都港区)開催
6.25	第9回秋田リレーマラソン(秋田県秋田市)開催
6.29	第33回ゆづり国際ファンタスティック映画祭2023(北海道夕張市)開催(~7.2)
7.1	博多祇園山笠(福岡県福岡市)開催(~7.15)
7.1	祇園祭(京都府京都市)開催(~7.31)
7.21	第44回霧島国際音楽祭2023(鹿児島県霧島市、鹿児島市ほか)開催(~8.6)
7.24	天神祭(大阪府大阪市)開催(~7.25)
7.28	FUJI ROCK FESTIVAL '23(新潟県湯沢町)開催(~7.30)
8.1	弘前ねぶたまつり(青森県弘前市)開催(~8.7)
8.2	長岡まつり大花火大会(新潟県長岡市)開催(~8.3)
8.2	青森ねぶた祭(青森県青森市)開催(~8.7)
8.5	秋田灯籠まつり(秋田県秋田市)開催(~8.6)
8.5	Feel EARTH 2023 × 学びの森 with Camp Jeep (静岡県富士宮市)開催(~8.6)
8.5	山形花笠まつり(山形県山形市)開催(~8.7)
8.5	ROCK IN JAPAN FESTIVAL 2023(千葉県千葉市)開催(8.5~8.6、8.11~8.13)
8.6	仙台七夕まつり(宮城県仙台市)開催(~8.8)
8.9	よさこい祭り(高知県高知市)開催(~8.12)
8.11	RISING SUN ROCK FESTIVAL 2023 in EZO(北海道夕張市)開催(~8.12)
8.11	富士山河口湖音楽祭2023(山梨県富士河口湖町)開催(~8.26)
8.12	2023阿波おどり(徳島県徳島市)開催(~8.15)(8.15は台風のため中止)
8.16	五山送り火と嵐山灯籠流し(京都府京都市)開催
8.17	第43回草津夏期国際音楽アカデミー&フェスティヴァル(群馬県草津町)開催(~8.30)
8.19	2023 セージ・オザワ 松本フェスティバル(OMP)(長野県松本市)開催(~9.6)
8.26	六甲ミーツ・アート 芸術散歩2023 beyond(兵庫県神戸市)開催(~11.23)
9.1	おわら風の盆(富山県富山市)開催(~9.3)
9.1	MACHI LIBRARY BOOK FESTA JAPAN 2023(北海道千歳市ほか)開催(~10.29)(一部イベントのみオンライン開催)
9.2	第37回 マイナビ 東京ガールズコレクション 2023 AUTUMN/WINTER(埼玉県さいたま市)開催
9.2	29th Sunset Live 2023(福岡県糸島市)開催(~9.3)
9.14	鶴岡八幡宮例大祭(神奈川県鎌倉市)開催(~9.16)
9.21	東京ゲームショー2023(千葉県千葉市)開催(~9.24)
9.22	会津まつり(福島県会津若松市)開催(~9.24)
9.22	ベップ・アート・マンス 2023(大分県別府市)開催(~11.12)

Table with columns: 月日, 宿泊施設・観光施設等のオープン. Lists various hotels and facilities opening throughout the year, such as SEKAI HOTEL Takaoka, nakahara-sou, and others.

Table with columns: 月日, 交通・運輸. Lists transportation and transport news, including airline routes, train services, and infrastructure projects like the Kansai Airport expansion.

Table with columns: 月日, 旅行業. Lists travel industry news, including agency operations, partnerships, and service updates from companies like JTB, ANA, and KNT.

資料編

\*リニューアルまたはブランド

(2023年10月～2024年6月)

Table with 2 columns: 月日 (Date) and 一般社会・海外情勢 (General Society/Overseas Situation). Contains 65 rows of news items.

Table with 2 columns: 月日 (Date) and 観光行政 (Tourism Administration). Contains 65 rows of news items.

Table with 2 columns: 月日 (Date) and 旅行・観光地動向・イベント動向 (Travel/Tourism Area Trends/Event Trends). Contains 65 rows of news items.

Table with 2 columns: 月日 (Date) and 宿泊施設・観光施設等のオープン (Accommodation/Tourist facilities opening). Rows include dates from 10.1 to 6.30 with various hotel and facility names.

\*リニューアルまたはブランド

Table with 2 columns: 月日 (Date) and 交通・運輸 (Transportation). Rows include dates from 10.1 to 6.28 with various airline and transit news.

Table with 2 columns: 月日 (Date) and 旅行業 (Travel Industry). Rows include dates from 10.2 to 6.28 with various travel agency and tourism news.

資料編

# 資料-2 付属統計表

年・月	経済関連指標													
	日経平均株価	百貨店・スーパー販売額				家計消費支出・収入（二人以上、勤労者世帯）				完全失業率 (季節調整値)	有効求人倍率	企業倒産	国内総生産（実質） (2015年基準)	
		百貨店		スーパー		消費支出		実収入					前年比	前年比
		前年比	前年比	前年比	前年比	前年比	前年比							
2021年度	28,384.81	49,683	8.9	150,295	△0.3	3,734,490	2.2	7,297,874	0.1	2.8	1.16	5,980	543,659	△1.2
2022年度	27,276.89	56,739	14.2	152,173	1.0	3,874,091	3.7	7,440,143	1.9	2.6	1.31	6,880	552,126	1.6
2023年度	33,275.47	60,894	7.3	158,163	3.3	3,829,902	△1.1	7,440,143	△1.6	2.6	1.29	9,053	558,602	1.2
2021暦年	28,835.53	49,030	4.5	150,041	△0.3	3,713,622	1.2	7,263,789	△0.7	2.8	1.13	6,030	543,173	△1.7
2022暦年	27,255.72	55,070	12.3	151,533	1.2	3,847,529	3.6	7,411,846	2.0	2.6	1.28	6,428	548,570	1.0
2023暦年	30,669.41	59,557	8.1	156,492	3.9	3,825,057	△0.6	7,411,846	△1.5	2.6	1.31	8,690	558,727	1.9
2023.1~3	27,269.53	14,058	13.5	37,107	1.8	969,895	2.8	1,551,942	1.9	2.6	1.34	1,956	140,783	0.5
4~6	30,392.61	13,866	6.2	38,127	3.8	944,464	△1.6	1,922,951	△1.2	2.7	1.32	2,086	137,318	1.8
7~9	32,529.06	14,073	8.8	39,611	4.7	929,531	△2.6	1,669,408	△3.0	2.6	1.29	2,238	137,970	1.6
10~12	32,486.45	17,561	5.3	41,648	2.8	981,167	△1.0	2,153,884	△3.0	2.4	1.28	2,410	142,657	0.4
2024.1~3	37,693.77	15,394	9.5	38,777	4.5	974,740	0.5	1,572,612	1.3	2.6	1.27	2,319	140,658	1.3
2023.1	26,606.28	4,764	14.4	12,910	2.4	331,130	5.3	495,706	3.3	2.4	1.35	570	-	-
2	27,509.11	4,176	18.8	11,644	1.1	298,749	4.7	557,655	3.1	2.5	1.34	577	-	-
3	27,693.20	5,117	8.6	12,553	1.7	340,016	△1.1	498,581	△0.9	2.8	1.32	809	-	-
4	28,275.82	4,497	7.6	12,598	4.4	334,229	△2.9	553,975	2.6	2.7	1.32	610	-	-
5	30,147.53	4,528	5.3	12,908	3.2	311,830	△1.0	469,992	△4.0	2.7	1.32	706	-	-
6	32,754.48	4,840	5.7	12,621	3.8	298,405	△0.7	898,984	△1.9	2.6	1.31	770	-	-
7	32,694.15	5,224	7.6	13,517	5.2	306,293	0.6	637,866	△3.0	2.6	1.30	758	-	-
8	32,167.38	4,289	10.9	13,570	5.1	311,510	△2.1	544,043	△3.5	2.7	1.30	760	-	-
9	32,725.64	4,560	8.1	12,525	3.7	311,728	△1.4	487,499	△2.4	2.6	1.29	720	-	-
10	31,381.00	4,979	5.3	13,020	3.4	330,590	△5.4	559,898	△1.5	2.5	1.29	793	-	-
11	32,960.35	5,506	6.4	12,857	3.6	301,718	3.0	494,181	△1.6	2.4	1.27	807	-	-
12	33,118.00	7,075	4.4	15,771	1.8	348,859	4.1	1,099,805	△4.4	2.3	1.27	810	-	-
2024.1	35,451.78	5,046	5.9	13,218	2.4	313,165	△5.4	497,383	0.3	2.4	1.27	701	-	-
2	37,785.25	4,739	13.5	12,282	5.5	307,765	3.0	561,495	0.7	2.6	1.26	712	-	-
3	39,844.28	5,609	9.6	13,277	5.8	353,810	4.1	513,734	3.0	2.7	1.28	906	-	-
資料出所	日本経済新聞社	経済産業省				総務省統計局				厚生労働省	東京商工リサーチ	内閣府		

(注1) 2015年7月より、「大型小売店販売額」は「百貨店・スーパー販売額」の名称に変更となっている。  
 (注2) 有効求人倍率は新規学卒者を除きパートを含む。年度ならびに暦年の数値は実数、月ごとの数値は季節調整値。新季節指数が導入されたことにより、2023年12月以前の季節調整値は2024年1月に改定されている。  
 (注3) 企業倒産は、負債総額1,000万円以上の件数。  
 (注4) 国内総生産の四半期は原系列の値。  
 (注5) 直近公表の過去値の修正に伴い、暦年・年度・四半期の数値を遡って修正している。

年・月	旅行・観光関連産業（旅行業・宿泊業）													
	主要旅行者総取扱額								全国ホテル客室利用率				全日本ホテル連盟	
	国内旅行		海外旅行		外国人旅行		総額		都市ホテル		リゾートホテル		加盟施設稼働率	
	前年比	前年比	前年比	前年比	前年比	前年比	前年比	前年比	前年比	前年比	前年比	前年比	前年比	
2021年度	1,311,687	34.7	73,314	72.3	48,425	△95.9	1,433,426	△68.8	-	-	-	-	41.3	△45.8
2022年度	2,302,010	75.5	455,092	520.7	65,752	35.8	2,822,854	96.9	-	-	-	-	55.9	35.4
2023年度	2,355,371	2.3	1,069,959	135.1	208,460	217.0	3,633,790	28.7	-	-	-	-	75.9	35.8
2021暦年	1,067,800	△10.4	63,828	△84.1	48,516	△85.4	1,180,144	△76.2	34.9	△56.9	39.9	△41.3	43.8	△46.8
2022暦年	2,038,785	90.9	311,629	388.2	34,304	△29.3	2,384,718	102.1	54.7	56.7	33.8	△15.3	52.1	18.9
2023暦年	2,487,789	22.0	944,626	203.1	197,235	475.0	3,629,651	52.2	72.1	31.8	61.7	82.6	79.9	53.4
2023.1~3	242,240	56.8	55,685	136.0	11,496	278.2	265,281	△64.8	68.4	94.0	-	-	77.5	30.9
4~6	551,308	297.7	194,546	890.1	56,400	4675.7	802,254	292.1	72.0	36.5	61.3	26.7	79.3	11.0
7~9	581,410	253.5	225,642	558.9	49,976	2666.8	857,028	276.6	71.9	26.6	63.6	8.6	79.8	8.4
10~12	573,488	158.3	272,339	546.6	45,071	506.2	890,897	241.0	75.7	6.0	62.2	△5.2	82.3	1.9
2024.1~3	574,629	137.2	300,969	440.5	47,482	313.0	923,080	248.0	-	-	-	-	78.5	-
2023.1	126,747	55.2	38,979	646.4	7,186	377.3	172,912	98.3	60.6	62.9	50.5	57.8	70.3	30.4
2	160,614	119.9	56,925	881.6	8,128	1,501.7	225,667	184.4	68.0	101.2	60.8	116.4	78.1	39.2
3	439,358	42.3	70,438	460.4	19,176	778.9	528,972	63.5	76.7	70.8	68.3	59.6	84.1	24.4
4	157,917	50.4	54,624	252.6	21,905	3,488.3	234,446	93.6	73.4	54.2	62.0	40.0	80.0	12.0
5	199,614	45.4	65,187	230.6	19,174	1,481.9	283,975	79.4	70.8	32.3	62.1	19.9	78.5	10.3
6	193,777	11.6	74,735	214.8	15,322	790.5	283,834	42.6	71.9	25.7	59.8	22.0	79.4	10.6
7	188,018	26.4	85,721	185.1	15,481	915.7	289,220	60.4	70.7	26.0	61.0	10.3	78.0	8.8
8	191,692	21.2	111,883	226.4	14,269	683.4	317,844	63.6	71.9	26.6	65.7	4.1	80.4	7.9
9	194,918	4.5	103,365	169.2	17,732	755.3	316,016	39.2	73.0	27.2	64.0	11.9	81.1	8.6
10	224,083	6.5	97,671	127.2	25,435	400.7	347,188	34.3	76.2	17.4	65.5	4.5	83.4	6.1
11	218,260	△14.9	100,465	131.3	18,479	119.1	337,204	9.4	77.9	4.0	64.3	△7.6	84.5	2.5
12	192,791	△3.2	84,634	112.0	14,949	70.0	292,374	18.0	72.9	△2.0	56.8	△12.1	79.0	△2.7
2024.1	140,636	11.0	72,532	86.1	10,551	46.8	223,719	29.4	-	-	-	-	71.2	1.3
2	172,639	7.5	102,475	80.0	11,676	43.6	286,791	27.1	-	-	-	-	80.2	2.7
3	281,025	△36.0	116,666	65.6	23,489	22.5	421,180	△20.4	-	-	-	-	84.0	△0.1
資料出所	観光庁								(一社)日本ホテル協会				(一社)全日本ホテル連盟	

(注1) 主要旅行者数はJTBグループ等のグループ企業を1社とみなし、グループ企業内取引を相殺した取扱額で集計している。  
 (注2) 主要旅行者数は2023年1月時点、43社(2020年4~12月:47社、2021年1~4月:46社、2021年5月~2022年3月:45社、2022年4~11月:43社)。  
 (注3) 直近公表の前年同月値の修正に伴い、暦年・年度・四半期の数値を遡って修正している。  
 (注4) 暦年・年度・四半期の原数値は、四捨五入により各月の積上げ値と必ずしも一致しない。

年・月	旅行・観光関連産業（運輸業）													
	JR旅客数						新幹線旅客数				民鉄旅客数			
	定期		定期外		定期		定期外		定期		定期外			
	前年比	前年比	前年比	前年比	前年比	前年比	前年比	前年比	前年比	前年比	前年比	前年比		
	千人	%	千人	%	千人	%	千人	%	千人	%	千人	%	千人	%
2021年度	7,061,212	5.3	4,575,907	△0.7	2,485,304	18.4	195,356	25.0	11,748,114	7.2	6,766,171	1.8	4,981,939	15.3
2022年度	7,884,632	11.7	4,763,596	4.1	3,121,037	25.6	295,482	51.3	13,168,852	12.1	7,222,800	6.7	5,946,047	19.4
2023年度	8,432,607	6.9	4,951,225	3.9	3,481,382	11.5	356,449	20.6	14,181,395	7.7	7,613,054	5.4	6,568,312	10.5
2021暦年	6,966,672	△4.1	4,561,101	△7.6	2,405,571	3.2	184,133	△4.3	11,593,552	△1.8	6,733,434	△5.4	4,860,101	3.6
2022暦年	7,647,778	9.8	4,718,641	3.5	2,929,137	21.8	265,950	44.4	12,763,608	10.1	7,125,183	5.8	5,638,419	16.0
2023暦年	8,319,751	8.8	4,899,383	3.8	3,420,368	16.8	345,882	30.1	13,987,563	9.6	7,519,328	5.5	6,468,219	14.7
2023.1~3	1,929,053	△5.4	1,114,741	△8.4	814,312	△0.8	78,762	△3.4	3,250,138	△4.0	1,703,526	△7.4	1,546,613	0.1
4~6	2,112,218	7.3	1,266,481	3.7	845,737	13.2	82,633	27.3	3,590,030	8.1	1,976,140	5.5	1,613,888	11.4
7~9	2,118,467	8.8	1,254,600	3.7	863,867	17.0	90,345	28.6	3,533,453	10.0	1,909,192	5.7	1,624,248	15.6
10~12	2,160,013	6.0	1,263,561	3.8	896,452	9.2	94,142	15.4	3,613,942	6.8	1,930,470	5.0	1,683,470	8.9
2024.1~3	2,041,909	5.9	1,166,583	4.7	875,326	7.5	89,329	13.4	3,443,970	6.0	1,797,252	5.5	1,646,706	6.5
2023.1	650,962	10.1	393,584	2.9	257,378	23.4	26,391	45.9	1,090,709	11.1	597,250	5.5	493,460	18.8
2	600,508	18.5	349,191	4.4	251,317	45.7	24,425	86.2	1,032,194	18.0	551,466	6.7	480,728	34.3
3	677,583	14.0	371,966	5.4	305,617	26.6	27,946	55.0	1,127,235	14.1	554,810	6.1	572,425	23.1
4	684,215	8.9	396,221	3.9	287,995	16.5	30,344	34.4	1,178,044	9.4	636,768	6.5	541,283	13.0
5	728,972	7.5	439,986	3.9	288,985	13.6	27,594	27.4	1,215,491	8.2	670,264	5.2	545,223	12.2
6	699,031	5.4	430,274	3.1	268,757	9.4	24,695	19.4	1,196,495	6.6	669,108	4.8	527,382	9.0
7	725,875	8.8	431,848	3.6	294,027	17.5	33,203	30.4	1,200,111	9.6	650,767	5.4	549,338	14.9
8	708,249	10.2	414,584	4.2	293,665	20.1	30,249	33.0	1,158,853	11.4	614,212	5.9	544,635	18.3
9	684,343	7.2	408,168	3.4	276,175	13.4	26,893	22.2	1,174,489	9.2	644,213	5.7	530,275	13.7
10	731,463	5.7	434,852	4.0	296,611	8.3	34,561	16.8	1,215,937	6.7	662,665	5.0	553,273	8.7
11	712,401	6.1	420,539	3.7	291,862	9.7	31,900	17.4	1,204,336	6.8	655,517	4.9	548,815	9.1
12	716,149	6.2	408,170	3.7	307,979	9.6	27,681	11.6	1,193,669	6.8	612,288	4.9	581,382	8.9
2024.1	688,209	5.7	408,397	3.8	279,812	8.7	29,704	12.6	1,155,344	5.9	628,082	5.2	527,255	6.8
2	652,814	8.7	376,174	7.7	276,640	10.1	28,629	17.2	1,112,812	7.8	587,715	6.6	525,094	9.2
3	700,886	3.4	382,012	2.7	318,874	4.3	30,996	10.9	1,175,814	4.3	581,455	4.8	594,357	3.8
資料出所	国土交通省													

(注)民鉄とはJR以外の鉄軌道事業者をいう。

資料編

年・月	旅行・観光関連産業（運輸業）													
	鉄道旅客人キロ						大手民鉄16社定期外				高速・有料道路通行台数			
	JR定期外		新幹線定期外		民鉄定期外		人員		収入		高速道路		一般有料道路	
	前年比	前年比	前年比	前年比	前年比	前年比	前年比	前年比	前年比	前年比	前年比	前年比		
	千人キロ	%	千人キロ	%	千人キロ	%	千人	%	百万円	%	台(平均)/日	%	台(平均)/日	%
2021年度	81,309,869	26.6	41,723,523	33.3	44,772,515	16.3	3,178,332	16.2	670,006	17.5	4,696,068	5.9	2,613,475	5.9
2022年度	126,194,282	55.2	73,172,152	75.4	55,473,058	23.9	3,764,780	18.5	819,651	22.3	5,047,557	7.5	2,780,594	6.4
2023年度	153,342,087	21.5	92,266,013	26.1	61,703,905	11.2	4,108,828		964,146	17.6	5,176,558	2.6	2,837,194	2.0
2021暦年	76,008,456	△4.5	38,105,533	△9.1	43,399,160	2.7	3,095,613	4.6	649,794	3.8	4,668,376	3.1	2,597,444	3.6
2022暦年	113,466,700	49.3	64,341,274	68.9	52,257,349	20.4	3,578,967	15.6	770,947	18.6	4,704,439	0.8	2,615,391	0.7
2023暦年	149,044,376	31.4	89,189,137	38.6	60,789,817	16.3	4,055,827	13.3	935,987	21.4	5,168,097	9.9	2,838,041	8.5
2023.1~3	34,090,097	59.6	20,026,232	78.9	14,548,254	28.4	977,311	23.5	216,395	29.0	4,936,480	8.5	2,736,639	7.6
4~6	35,639,043	29.6	21,175,017	38.5	15,112,804	12.4	1,012,570	9.8	234,008	18.1	4,873,520	△67.2	2,724,940	△66.7
7~9	38,932,235	30.5	23,353,656	36.5	15,272,615	17.4	1,013,231	14.1	236,099	23.3	4,945,713	△67.8	2,742,462	△67.5
10~12	40,383,001	16.1	24,634,232	18.8	15,856,144	9.6	1,052,715	7.7	249,485	16.8	5,110,880	△67.1	2,820,310	△67.0
2024.1~3	38,387,808	12.6	23,103,108	15.4	15,462,342	6.3	1,030,312	5.4	244,554	13.0	5,163,664	4.6	2,801,294	2.4
2023.1	11,436,936	44.8	7,076,118	57.4	4,619,878	22.4	312,827	18.4	68,545	22.2	5,310,923	21.3	2,936,562	20.3
2	10,466,751	90.8	6,169,857	121.4	4,489,108	39.3	303,460	33.4	66,364	39.8	4,923,171	14.4	2,731,910	12.8
3	12,186,410	52.7	6,780,257	73.3	5,439,268	25.4	361,024	20.4	81,486	27.1	4,575,345	△7.9	2,541,445	△8.2
4	13,573,421	37.4	8,660,026	48.4	5,082,967	14.1	341,634	11.9	78,910	20.5	5,122,045	3.7	2,901,466	6.5
5	11,956,244	29.4	6,898,193	37.6	5,155,611	12.9	341,192	10.2	79,377	18.3	5,139,750	4.1	2,784,475	2.4
6	10,109,378	20.8	5,616,798	26.4	4,874,226	10.1	329,744	7.4	75,720	15.4	5,070,845	1.8	2,774,988	1.6
7	14,526,222	32.1	9,320,197	38.7	5,101,437	16.6	343,666	13.8	79,493	22.9	5,280,397	4.5	2,844,420	2.9
8	13,462,573	35.9	7,858,290	42.2	5,183,595	20.4	338,562	16.8	79,537	26.2	5,444,660	4.3	2,966,936	3.4
9	10,943,440	22.6	6,175,169	26.9	4,987,583	15.2	331,003	11.8	77,070	20.9	5,288,424	4.0	2,898,908	3.6
10	15,140,222	18.4	9,916,457	22.3	5,198,247	9.0	345,990	7.1	81,750	16.3	5,318,756	0.7	2,895,047	0.4
11	13,423,717	18.1	8,363,635	21.0	5,204,981	9.9	342,784	7.9	81,587	17.1	5,398,220	2.7	2,932,796	2.0
12	11,819,062	11.3	6,354,140	11.0	5,452,916	9.9	363,941	8.1	86,148	17.0	5,144,622	2.8	2,847,539	2.0
2024.1	13,139,032	14.9	8,284,915	17.1	4,959,778	7.4	332,137	6.2	78,757	14.9	4,712,193	△11.3	2,611,670	△11.1
2	12,178,358	16.4	7,378,440	19.6	4,900,468	9.2	327,448	7.9	77,364	16.6	4,934,955	0.2	2,694,190	△1.4
3	13,070,418	7.3	7,439,753	9.7	5,602,096	3.0	370,727	2.7	88,433	8.5	5,263,832	15.0	2,893,887	13.9
資料出所	国土交通省						(一社) 日本民営鉄道協会				(公財) 高速道路調査会			

(注)民鉄とはJR以外の鉄軌道事業者をいう。

年・月	旅行・観光関連産業（運輸業）											
	貸切バス輸送人員		フェリー（自動車航送長距離航路）				航空（国内線）旅客数					
	全国		旅客		自動車		幹線		ローカル線			
		前年比		前年比		前年比		前年比		前年比		前年比
	千人	%	千人	%	千台	%	千人	%	千人	%	千人	%
2021年度	158,404	12.1	1,392	△52.4	1,490	△11.4	49,695	△66.9	22,055	△64.7	27,639	△68.4
2022年度	197,679	24.8	2,070	48.7	1,592	6.9	90,662	82.4	39,417	78.7	51,244	85.4
2023年度	226,733	14.7	2,455	18.6	1,643	3.2	104,805	15.6	44,852	13.8	59,953	17.0
2021暦年	156,709	△1.1	1,307	△50.5	1,474	△12.5	43,923	△56.3	19,550	△54.7	24,373	△57.4
2022暦年	185,809	18.6	1,918	46.7	1,575	6.9	79,548	81.1	34,651	77.2	44,896	84.2
2023暦年	223,241	20.1	2,391	24.7	1,632	3.6	103,972	30.7	44,463	28.3	59,509	32.5
2023.1～3	45,817	△20.5	494	△4.3	371	△10.7	24,240	△3.9	10,667	△1.9	13,573	△5.4
4～6	59,231	74.5	587	71.9	408	15.3	25,116	91.3	10,612	79.8	14,505	100.8
7～9	55,456	14.0	728	57.7	431	11.3	27,566	52.4	11,627	48.3	15,939	55.6
10～12	62,737	37.5	581	△2.9	423	0.8	27,050	17.1	11,557	15.1	15,493	18.5
2024.1～3	49,309	△14.4	558	8.2	381	△8.1	25,074	△0.6	11,057	1.7	14,017	△2.4
2023.1	14,210	24.4	137	20.6	114	3.9	7,266.0	57.9	3,224	59.9	4,042	56.3
2	15,248	48.5	125	68.6	113	5.5	7,659.4	160.3	3,415	148.2	4,245	171.0
3	16,359	33.5	232	50.7	143	5.1	9,314.6	66.9	4,028	60.6	5,286	72.1
4	17,043	4.7	187	25.1	137	3.6	7,849.4	43.0	3,354	39.9	4,496	45.5
5	20,655	61.1	229	32.8	137	10.1	8,840.2	39.2	3,666	36.5	5,174	41.2
6	21,533	30.3	171	22.4	133	2.4	8,426.4	34.9	3,592	30.2	4,834	38.6
7	19,348	△6.1	234	26.5	145	4.5	8,831.0	18.3	3,779	15.2	5,052	20.7
8	16,237	△19.6	290	13.3	142	△2.5	9,829.2	15.8	4,039	13.2	5,790	17.8
9	19,871	18.2	205	30.1	144	6.3	8,905.7	24.4	3,809	19.4	5,097	28.4
10	23,277	63.8	207	19.6	145	2.2	9,541.4	12.5	4,009	10.6	5,533	13.9
11	22,063	44.7	199	13.1	139	2.0	9,028.5	6.5	3,788	5.1	5,241	7.5
12	17,397	6.3	174	4.5	139	1.9	8,479.8	2.6	3,760	3.2	4,720	2.1
2024.1	15,775	△7.4	157	14.4	117	2.4	7,624.4	4.9	3,412	5.8	4,212	4.2
2	16,846	△18.4	155	23.7	117	3.7	8,177.1	6.8	3,650	6.9	4,527	6.7
3	16,688	△22.5	247	6.5	147	2.5	9,272.2	△0.5	3,995	△0.8	5,277	△0.2
資料出所	国土交通省											

(注)自動車輸送統計調査(貸切バス輸送人員を含む)は、2020年4月分調査より調査手法を変更している。

年・月	旅行・観光関連産業（運輸業）											
	航空（国内線）大手2グループ旅客数						航空（国際線）大手2グループ旅客数					
	JALグループ		ANAグループ		2グループ計		JALグループ		ANAグループ		2グループ計	
		前年比		前年比		前年比		前年比		前年比		前年比
	千人	%	千人	%	千人	%	千人	%	千人	%	千人	%
2021年度	16,239	33.0	15,234	20.3	31,473	26.5	892	33.0	824	93.0	1,716	118.6
2022年度	30,111	85.4	31,662	107.8	61,772	96.3	4,350	85.4	4,214	411.4	11,109	547.4
2023年度	35,110	16.6	40,764	28.7	75,874	22.8	6,628	16.6	7,135	69.3	13,763	23.9
2021暦年	14,478	△11.6	13,888	△19.0	28,366	△15.4	704	△59.9	655	△67.3	1,359	△63.8
2022暦年	26,604	83.8	26,096	87.9	52,700	85.8	3,249	361.5	3,095	372.5	6,344	366.8
2023暦年	34,401	29.3	40,756	56.2	75,157	42.6	6,353	95.5	6,705	116.7	15,603	145.9
2023.1～3	7,757	△10.2	9,665	11.8	17,421	0.8	1,398	15.7	1,395	20.5	5,338	125.6
4～6	8,589	102.1	9,673	136.0	18,262	118.7	1,571	427.2	1,624	488.4	3,195	457.6
7～9	8,938	47.0	10,722	86.3	19,660	66.1	1,723	136.1	1,847	169.7	3,571	152.3
10～12	9,118	19.4	10,696	40.8	19,814	30.0	1,660	63.7	1,839	88.4	3,499	75.8
2024.1～3	8,465	△2.0	9,672	11.9	18,138	5.0	1,674	38.5	1,825	57.6	3,498	47.9
2023.1	2,234	46.0	2,998	108.8	5,232	76.4	457	431.2	453	427.0	3,455	1,908.6
2	2,382	158.9	3,146	246.9	5,529	202.6	415	484.2	419	534.7	834	508.6
3	3,140	74.4	3,520	100.5	6,660	87.3	527	276.1	523	321.8	1,050	297.6
4	2,584	42.5	3,129	77.5	5,713	59.8	508	163.3	526	165.9	1,035	164.6
5	3,020	39.2	3,410	71.1	6,431	54.5	513	119.3	543	136.9	1,056	128.0
6	2,985	42.3	3,134	56.7	6,119	49.3	550	81.5	555	115.1	1,105	96.9
7	2,882	15.4	3,397	39.9	6,279	27.5	592	77.4	621	87.6	1,213	82.5
8	3,181	13.2	3,916	39.4	7,096	26.3	593	67.6	647	86.4	1,240	76.9
9	2,874	23.3	3,410	44.3	6,284	33.9	538	64.9	580	94.5	1,117	79.0
10	3,162	9.9	3,739	32.0	6,901	20.9	559	53.9	611	88.6	1,170	70.3
11	3,103	5.6	3,593	22.0	6,697	13.8	552	41.2	597	58.4	1,149	49.6
12	2,852	1.1	3,364	17.5	6,216	9.3	549	21.0	631	38.0	1,180	29.5
2024.1	2,569	15.0	2,877	△4.0	5,446	4.1	529	15.9	597	31.8	1,126	△67.4
2	2,750	15.4	3,159	0.4	5,909	6.9	535	29.1	587	40.0	1,122	34.6
3	3,147	0.2	3,636	3.3	6,783	1.8	609	15.7	641	22.5	1,250	19.1
資料出所	各社月報											



年度	国内旅行動向													
	温泉入湯客数		温泉地延べ宿泊利用者数		特殊索道旅客数		水浴場延べ利用者数		ゴルフ場延べ利用者数		オートキャンプ参加人口		自然公園利用者数	
	千人	%	千人	%	千人	%	万人	%	千人	%	万人	%	千人	%
2019年度	185,289	△0.4	126,529	△3.1	194,153	△20.7	—	—	85,969	1.3	860	2.4	893,110	△1.3
2020年度	104,002	△43.9	76,593	△39.5	176,226	△9.2	—	—	81,347	△5.4	610	△28.2	554,345	△37.9
2021年度	117,996	13.5	78,039	1.9	210,735	19.6	—	—	89,694	10.3	750	△12.8	542,463	△2.1
2022年度	156,990	33.0	109,858	40.8	226,738	7.6	—	—	91,290	1.8	650	6.6	682,827	25.9
2023年度	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	600	△20.0	—	—
資料出所	総務省自治税務局		環境省自然環境局		国土交通省		環境省水・大気環境局		(一社)日本ゴルフ場経営者協会		(一社)日本オートキャンプ協会		環境省自然環境局	

(注1)特殊索道旅客数は当年度12月から3月まで(スキーシーズン)の数値。  
(注2)水浴場延べ利用者数は年間入込1万人以上の水浴場を対象としている。  
(注3)ゴルフ場延べ利用者数は当3月から翌年2月までの値、オートキャンプ参加人口は暦年の数値。

年・月	海外旅行動向													
	出国者総数						出国者数(地域別)							
	前年比		男性		女性		北海道		東北		北関東		前年比	
2021年度	602,442	96.7	360,141	92.6	242,301	103.0	5,958	105.1	9,607	90.7	16,872	90.5		
2022年度	4,254,278	606.2	2,386,184	562.6	1,868,094	671.0	62,220	944.3	73,901	669.2	118,002	599.4		
2023年度	10,986,310	158.2	5,557,711	132.9	5,428,599	190.6	181,188	191.2	218,515	195.7	329,138	178.9		
2021暦年	512,244	△83.9	307,960	△81.6	204,284	△86.4	4,872	△92.5	8,310	△88.6	14,621	△86.0		
2022暦年	2,771,768	441.1	1,606,702	421.7	1,165,066	470.3	35,830	635.4	45,608	448.8	75,351	415.4		
2023暦年	9,624,158	247.2	4,932,138	207.0	4,692,020	302.7	155,283	333.4	185,687	307.1	286,284	279.9		
2023.1~3	1,675,102	769.8	896,831	664.2	778,271	934.3	28,374	1,330.1	31,358	923.1	48,013	795.4		
4~6	1,939,045	446.1	1,035,089	380.5	903,956	555.7	31,170	651.8	35,610	527.6	55,920	492.8		
7~9	3,097,275	314.9	1,522,642	277.3	1,574,633	362.5	43,663	371.3	57,837	372.9	92,115	347.6		
10~12	2,912,736	250.9	1,477,576	221.2	1,435,160	291.2	52,076	300.9	60,882	300.1	90,236	280.8		
2024.1~3	3,037,254	181.3	1,522,404	169.8	1,514,850	194.6	54,279	191.3	64,186	204.7	90,867	189.3		
2023.1	443,105	490.9	254,769	451.9	188,336	553.6	6,738	866.7	7,203	538.6	11,458	491.5		
2	537,705	1,045.7	294,091	952.3	243,614	1,183.2	9,004	1,561.3	10,809	1,129.7	16,062	1,068.1		
3	694,292	882.3	347,971	704.8	346,321	1,162.0	12,632	1,595.6	13,346	1,161.4	20,493	899.7		
4	560,183	333.7	305,663	298.5	254,520	385.1	9,003	583.1	9,715	407.8	15,554	371.2		
5	675,603	404.1	362,706	320.0	312,897	556.7	11,251	673.3	13,252	555.7	19,668	461.5		
6	703,259	310.0	366,720	236.5	336,539	438.1	10,916	443.4	12,643	349.0	20,698	355.5		
7	891,615	220.8	447,624	182.8	443,991	271.0	11,556	289.0	16,398	290.3	26,232	255.5		
8	1,200,930	210.8	573,969	182.6	626,961	242.0	14,173	247.4	21,279	272.7	35,712	248.0		
9	1,004,730	214.8	501,049	166.8	503,681	283.5	17,934	280.9	20,160	260.1	30,171	240.4		
10	937,715	168.3	480,725	136.0	456,990	213.3	17,498	276.9	18,281	210.2	30,369	208.9		
11	1,027,110	170.9	521,792	125.6	505,318	241.7	20,690	232.5	21,975	222.2	31,442	199.4		
12	947,911	119.3	475,059	103.8	472,852	137.5	13,888	115.7	20,626	172.5	28,425	140.8		
2024.1	838,581	89.3	452,027	77.4	386,554	105.2	14,797	119.6	16,367	127.2	23,823	107.9		
2	978,884	82.0	494,743	68.2	484,141	98.7	15,665	74.0	21,244	96.5	30,451	89.6		
3	1,219,789	75.7	575,634	65.4	644,155	86.0	23,817	88.5	26,575	99.1	36,593	78.6		
資料出所	法務省													

(注)出国者数は海外居住者を含む。

年・月	海外旅行動向													
	出国者数(地域別)													
	首都圏		甲信越・北陸		東海		近畿		中国		四国		九州・沖縄	
2021年度	240,491	106.6	15,260	85.8	56,453	96.3	72,055	101.5	13,358	84.4	4,717	101.0	23,562	96.1
2022年度	1,908,533	693.6	107,918	607.2	353,856	526.8	639,530	787.6	99,671	646.2	40,566	760.0	230,122	876.7
2023年度	4,826,978	152.9	322,036	198.4	1,059,863	199.5	1,930,119	201.8	316,276	217.3	134,697	232.0	775,049	236.8
2021暦年	201,507	△85.0	13,132	△87.3	49,125	△84.9	60,087	△89.4	11,830	△86.9	3,959	△89.8	19,825	△90.4
2022暦年	1,243,649	517.2	65,896	401.8	224,692	357.4	383,873	538.9	60,870	414.5	24,483	518.4	132,980	570.8
2023暦年	4,266,547	243.1	273,782	315.5	903,880	302.3	1,662,203	333.0	268,026	340.3	114,605	368.1	661,364	397.3
2023.1~3	741,616	866.5	46,883	864.5	147,037	722.7	279,695	1,063.6	42,932	939.3	17,591	1,066.5	104,669	1,290.6
4~6	858,504	450.3	52,778	515.6	179,454	521.6	328,701	634.1	51,837	569.9	22,812	649.5	133,252	779.8
7~9	1,395,085	317.6	85,110	384.8	288,701	375.5	533,660	413.6	87,400	427.4	37,678	446.2	209,375	487.5
10~12	1,271,342	236.7	89,011	310.3	288,688	302.2	520,147	290.6	86,217	316.0	36,524	331.5	214,068	327.3
2024.1~3	1,302,047	175.6	95,137	202.9	303,020	206.1	547,611	195.8	91,182	212.4	37,683	214.2	218,354	208.6
2023.1	180,179	549.0	10,678	543.3	36,327	426.9	62,968	654.6	9,625	555.2	3,821	650.7	22,966	845.9
2	246,599	1,223.5	15,989	1,080.9	47,781	973.2	92,873	1,350.5	14,115	1,122.1	5,995	1,238.2	32,722	1,386.0
3	314,838	937.8	20,216	994.5	62,929	864.3	123,854	1,233.2	19,192	1,173.5	7,775	1,311.1	48,981	1,590.7
4	250,591	352.0	14,648	394.5	50,705	383.4	88,848	484.9	13,896	448.2	5,862	471.9	35,190	635.6
5	297,195	407.5	18,856	497.8	62,707	493.6	117,420	634.2	19,291	575.2	8,504	683.8	47,984	810.9
6	310,718	305.4	19,274	367.8	66,042	394.6	122,433	492.8	18,650	403.5	8,446	502.4	50,078	611.7
7	397,394	226.3	24,132	310.6	81,641	283.7	150,531	351.9	24,023	332.5	10,294	358.1	58,075	409.2
8	537,024	224.6	31,657	274.9	114,543	275.8	204,199	314.0	34,498	332.4	15,095	368.2	79,753	380.8
9	460,667	203.1	29,321	276.2	92,517	268.3	178,930	285.7	28,519	317.5	12,289	313.4	71,547	378.3
10	406,649	154.4	28,322	234.3	91,819	226.4	162,996	208.4	27,397	239.0	11,551	260.3	69,417	284.1
11	443,281	154.7	32,259	223.9	102,038	235.3	184,562	222.2	30,516	246.2	13,045	277.4	79,172	275.2
12	421,412	107.4	28,430	177.3	94,831	156.5	172,589	150.6	28,304	172.6	11,928	173.8	65,479	149.5
2024.1	352,346	95.6	23,264	117.9	79,757	119.6	139,661	121.8	21,931	127.9	8,948	134.2	55,207	140.4
2	430,620	74.6	32,083	100.7	96,284	101.5	175,426	88.9	29,184	106.8	12,057	101.1	68,890	110.5
3	519,081	64.9	39,790	96.8	126,979	101.8	232,524	87.7	40,067	108.8	16,678	114.5	94,257	92.4
資料出所	法務省													

(注)出国者数は海外居住者を含む。

資料編

年・月	海外旅行動向															
	出国者数(性・年齢別)															
	10代未満男性		10代未満女性		10代男性		10代女性		20代男性		20代女性		30代男性		30代女性	
	前年比	前年比	前年比	前年比	前年比	前年比	前年比	前年比	前年比	前年比	前年比	前年比	前年比	前年比	前年比	
	人	%	人	%	人	%	人	%	人	%	人	%	人	%	人	%
2021年度	23,691	79.7	23,376	78.6	21,983	96.0	23,756	102.5	49,969	116.3	55,722	141.2	70,449	79.7	45,707	84.7
2022年度	106,004	347.4	102,608	338.9	134,193	510.4	172,140	624.6	333,127	566.7	527,001	845.8	377,173	435.4	291,360	537.5
2023年度	214,474	102.3	208,979	103.7	338,787	152.5	453,509	163.5	793,815	138.3	1,513,803	187.2	857,124	127.2	824,027	182.8
2021暦年	21,032	△64.2	20,827	△63.6	18,724	△72.9	20,308	△78.6	41,142	△86.0	43,287	△91.1	62,687	△77.3	39,890	△82.9
2022暦年	81,963	289.7	79,467	281.6	86,989	364.6	104,018	412.2	193,947	371.4	273,758	532.4	268,806	328.8	199,868	401.0
2023暦年	193,518	136.1	188,667	137.4	288,515	231.7	386,813	271.9	701,298	261.6	1,298,905	374.5	773,162	187.6	726,756	263.6
2023.1~3	30,453	374.9	29,513	363.2	53,789	716.8	75,144	970.1	156,323	811.9	273,628	1,242.3	130,143	497.6	105,202	667.3
4~6	32,217	257.0	31,531	261.8	28,118	324.3	36,031	386.4	114,077	447.2	221,390	751.3	176,048	366.0	162,003	500.9
7~9	80,408	214.4	78,345	215.8	135,178	276.3	182,815	314.3	231,439	316.6	423,485	420.5	226,147	269.5	225,670	344.6
10~12	50,440	197.7	49,278	199.1	71,430	313.2	92,823	314.5	199,459	255.0	380,402	308.8	240,824	209.4	233,881	264.8
2024.1~3	51,409	168.8	49,825	168.8	104,061	193.5	141,840	188.8	248,840	159.2	488,526	178.5	214,105	164.5	202,473	192.5
2023.1	12,425	347.7	12,150	351.7	14,570	337.0	17,400	385.5	28,692	350.8	44,739	572.9	40,974	357.7	32,476	493.0
2	6,587	439.0	6,282	394.3	9,497	887.2	13,636	1,143.0	60,272	1,063.1	103,516	1,325.8	42,783	720.7	33,038	891.5
3	11,441	373.7	11,081	359.6	29,722	1,198.5	44,108	1,784.2	67,359	1,103.7	125,373	1,836.0	46,386	509.5	39,688	709.8
4	12,401	155.7	12,235	158.8	11,198	177.4	13,887	230.9	33,841	336.7	61,133	544.5	52,076	299.4	46,995	366.5
5	9,975	190.5	9,741	202.3	7,475	401.0	10,425	555.7	39,815	427.8	75,561	753.0	61,309	286.6	54,759	438.4
6	9,841	131.5	9,555	133.3	9,445	200.6	11,719	231.3	40,421	295.8	84,696	661.4	62,663	226.3	60,249	398.0
7	27,688	111.5	27,173	112.6	44,517	153.3	58,299	186.1	49,082	227.6	100,243	440.5	67,396	187.8	66,848	283.5
8	39,665	119.4	38,244	118.4	73,087	192.9	95,914	228.0	89,193	198.5	157,196	268.1	75,017	170.7	78,382	221.7
9	13,055	106.2	12,928	115.3	17,574	174.8	28,602	234.8	93,164	230.1	166,046	320.7	83,734	155.4	80,440	239.6
10	13,153	99.8	13,009	108.3	16,910	245.0	23,362	235.3	61,230	175.4	123,109	220.7	81,083	121.0	76,545	180.1
11	13,683	122.5	13,500	122.3	18,741	315.6	25,095	333.4	72,747	172.8	144,634	288.2	86,499	114.6	83,849	209.6
12	23,604	84.7	22,769	83.2	35,779	167.1	44,366	164.8	65,482	123.5	112,659	136.9	73,242	92.7	73,487	116.6
2024.1	18,113	45.8	17,521	44.2	24,825	70.4	29,408	69.0	55,342	92.9	93,649	109.3	70,934	73.1	63,935	96.9
2	13,745	108.7	13,194	110.0	20,361	114.4	27,418	101.1	108,484	80.0	186,134	79.8	71,451	67.0	66,545	101.4
3	19,551	70.9	19,110	72.5	58,875	98.1	85,014	92.7	85,014	26.2	208,743	66.5	71,720	54.6	71,993	81.4
資料出所	法務省															

(注)出国者数は海外居住者を含む。

年・月	海外旅行動向															
	出国者数(性・年齢別)															
	40代男性		40代女性		50代男性		50代女性		60代男性		60代女性		70代以上男性		70代以上女性	
	前年比	前年比	前年比	前年比	前年比	前年比	前年比	前年比	前年比	前年比	前年比	前年比	前年比	前年比	前年比	
	人	%	人	%	人	%	人	%	人	%	人	%	人	%	人	%
2021年度	82,227	84.1	39,528	82.7	72,622	91.6	32,651	103.7	28,872	113.1	15,283	126.5	10,328	148.8	6,278	176.7
2022年度	507,987	517.8	281,250	611.5	524,017	621.6	278,998	754.5	277,900	862.5	143,152	836.7	125,783	1,117.9	71,585	1,040.3
2023年度	1,098,958	116.3	756,990	169.2	1,164,965	122.3	847,545	203.8	684,172	146.2	521,674	264.4	374,888	198.0	302,072	322.0
2021暦年	71,455	△79.5	34,425	△83.4	61,414	△81.6	27,620	△86.8	23,458	△88.0	12,722	△90.8	8,048	△91.9	5,205	△92.8
2022暦年	356,574	399.0	192,019	457.8	358,199	483.3	179,910	551.4	182,476	677.9	92,049	623.5	77,748	866.1	43,977	744.9
2023暦年	995,514	179.2	666,121	246.9	1,047,974	192.6	731,730	306.7	606,534	232.4	440,385	378.4	325,623	318.8	252,643	474.5
2023.1~3	177,894	571.8	100,812	770.5	191,051	657.1	109,103	989.4	105,656	932.6	55,591	1,138.7	51,522	1,377.5	29,278	1,653.2
4~6	222,686	342.5	130,472	455.1	234,918	358.5	151,744	541.6	142,898	433.8	105,368	683.9	84,127	611.8	65,417	886.0
7~9	293,830	257.7	233,936	321.4	302,072	268.8	232,943	389.4	167,644	296.1	125,931	451.5	85,924	377.5	71,508	542.8
10~12	301,104	199.3	200,901	254.4	319,933	206.3	237,940	290.0	190,336	230.2	153,495	346.8	104,050	275.6	86,440	397.4
2024.1~3	281,338	158.1	191,681	190.1	308,042	161.2	224,918	206.2	183,294	173.5	136,880	246.2	100,787	195.6	78,707	268.8
2023.1	55,916	434.5	31,107	547.4	58,649	488.9	29,071	684.4	29,662	758.5	14,348	890.2	13,881	1,506.6	7,045	1,445.0
2	56,871	822.8	27,022	1,012.5	62,567	969.7	32,949	1,390.2	37,171	1,398.8	18,011	1,683.3	18,343	1,993.9	9,160	2,342.7
3	65,107	560.6	42,683	881.9	69,835	641.0	47,083	1,048.9	38,823	803.5	23,232	1,045.0	19,298	1,004.6	13,073	1,458.2
4	66,090	277.1	39,058	301.9	68,834	300.5	41,152	392.8	40,221	358.0	25,754	520.3	21,002	495.3	14,306	709.6
5	77,279	262.0	43,462	439.5	83,237	280.2	53,154	520.7	51,563	387.0	39,438	717.4	32,053	661.0	26,357	1,015.9
6	79,317	203.4	47,952	340.0	82,847	213.2	57,438	417.2	51,114	276.7	40,176	524.9	31,072	417.0	24,754	660.7
7	89,722	172.6	68,868	212.8	90,621	178.8	63,522	279.8	51,142	209.2	36,951	379.5	27,456	278.8	22,087	442.1
8	107,538	119.9	103,171	217.8	108,429	186.2	90,432	283.4	54,234	202.4	39,669	337.4	26,806	278.8	23,953	445.3
9	96,570	132.5	61,897	238.2	103,022	145.4	78,989	304.8	62,268	181.4	49,311	343.5	31,662	275.4	25,468	441.0
10	100,399	109.7	61,354	157.8	106,810	118.6	74,822	210.7	63,920	150.7	53,018	307.0	37,220	236.8	31,771	427.6
11	107,279	99.2	67,333	191.4	114,148	105.7	84,974	227.0	70,231	131.9	55,297	266.0	38,464	173.6	30,636	310.6
12	93,426	89.4	72,214	125.2	98,975	95.2	78,144	144.3	56,185	108.7	45,180	180.2	28,366	124.4	24,033	190.7
2024.1	93,005	66.3	57,578	85.1	100,000	70.5	63,026	116.8	57,919	95.3	39,163	173.0	31,889	129.7	22,274	216.2
2	87,321	53.5	53,572	98.3	99,544	59.1	69,741	111.7	61,202	64.6	43,673	142.5	32,635	77.9	23,864	160.5
3	101,012	55.1	80,531	88.7	108,498	55.4	92,151	95.7	64,173	65.3	54,044	132.6	36,263	87.9	32,569	149.1
資料出所	法務省															

(注)出国者数は海外居住者を含む。

年・月	海外旅行動向															国際収支統計 旅行収支・支払	
	日本からの海外旅行者数														円/ドル レート		
	韓国への旅行者数		中国への旅行者数		台湾への旅行者数		香港への旅行者数		シンガポールへの旅行者数		ハワイへの旅行者数		グアムへの旅行者数			円	億円
	人	%	人	%	人	%	人	%	人	%	人	%	人	%	前年比		
2021年度	16,791	50.0	—	—	10,161	△3.0	349	17.9	6,359	24.1	25,265	338.8	4,799	124.5	112.4	3,261	15.4
2022年度	644,985	3,741.3	—	—	220,520	2,070.3	42,452	12,063.9	217,680	3,323.2	289,684	1,046.6	43,650	809.6	135.4	6,745	106.8
2023年度	2,628,711	307.6	—	—	1,140,810	417.3	466,654	999.3	482,920	121.8	645,523	122.8	172,552	295.3	144.5	18,956	181.0
2021暦年	15,265	△96.5	—	—	10,056	△96.3	346	△99.3	5,918	△95.3	18,938	△93.5	4,168	△97.1	109.8	3,109	△47.1
2022暦年	296,867	1,844.8	—	—	87,404	769.2	7,316	2,014.5	132,075	2,131.8	199,759	954.8	22,768	446.3	131.4	5,232	68.3
2023暦年	2,316,429	680.3	—	—	928,235	962.0	346,389	4,634.7	432,600	227.5	572,978	186.8	135,759	496.3	140.5	15,935	204.6
2023.1~3	353,611	6,337.5	—	—	136,338	4,131.5	35,166	117,120.0	87,560	4,378.8	98,994	991.6	21,848	1,150.6	132.2	2,398	171.0
4~6	508,512	2,382.3	—	—	188,082	2,959.6	70,570	17,911.2	76,630	284.1	115,252	272.8	15,749	355.3	137.3	2,673	270.0
7~9	725,023	1,101.3	—	—	263,444	1,820.9	108,025	12,937.1	156,800	309.1	168,390	222.7	47,628	661.0	144.6	5,610	394.2
10~12	729,283	341.2	—	—	340,371	523.5	132,628	2,136.1	111,610	184.9	190,342	213.3	50,534	462.5	147.8	5,254	342.7
2024.1~3	665,893	188.3	—	—	348,913	255.9	155,431	442.0	137,880	157.5	171,539	173.3	58,641	268.4	148.5	5,419	226.0
2023.1	66,900	5,657.3	—	—	27,606	3,246.2	4,687	27,470.6	18,330	3,220.7	32,305	1,033.5	4,806	327.2	130.2	681	124.0
2	94,393	3,117.2	—	—	45,715	3,996.3	11,909	118,990.0	32,930	6,066.7	26,650	1,121.9	5,459	2,184.1	132.7	763	176.4
3	192,318	13,666.5	—	—	63,017	4,819.4	18,570	618,900.0	36,300	4,077.2	40,039	891.6	11,583	2,924.3	133.9	954	212.8
4	128,309	5,651.2	—	—	51,851	3,253.9	19,179	119,768.8	22,130	409.9	34,358	409.1	7,304	1,199.6	133.3	792	153.0
5	183,691	4,863.3	—	—	77,464	4,538.6	27,419	27,047.5	29,130	360.9	34,141	376.4	6,011	428.7	137.4	917	67.0
6	196,512	3,256.3	—	—	58,767	3,884.2	23,972	19,077.6	25,370	202.4	46,753	291.6	2,434	104.5	141.2	964	81.5
7	211,468	1,693.8	—	—	70,975	2,111.1	26,793	15,848.2	42,730	248.5	52,885	128.6	10,989	421.8	141.2	1,641	274.7
8	263,453	894.8	—	—	97,772	1,635.1	39,877	15,062.4	68,080	255.5	64,155	126.0	23,560	708.0	144.8	2,151	316.1
9	250,102	807.5	—	—	94,697	1,584.1	41,355	10,136.4	45,990	138.2	51,350	113.1	13,079	499.1	147.7	1,818	289.3
10	255,092	279.8	—	—	97,534	913.3	36,452	3,512.7	38,070	118.0	60,044	146.7	11,893	762.4	149.5	1,703	246.8
11	278,322	345.9	—	—	119,935	465.6	52,154	2,375.3	41,410	82.5	62,893	125.4	18,342	422.7	149.8	1,838	267.6
12	195,869	132.7	—	—	122,902	259.4	44,022	1,323.3	32,130	59.1	67,405	82.2	20,299	236.1	144.1	1,713	216.6
2024.1	143,152	114.0	—	—	95,693	246.6	44,235	843.8	37,690	105.6	52,911	63.8	18,955	294.4	146.6	1,531	124.8
2	183,999	94.9	—	—	101,464	121.9	46,848	293.4	45,300	37.6	55,716	109.1	17,343	217.7	149.4	1,736	127.5
3	338,742	76.1	—	—	151,756	140.8	64,348	246.5	54,890	51.2	62,912	57.1	22,343	92.9	149.6	2,152	125.6
資料出所	各国政府観光局、各国統計局														財務省・日本銀行		

(注)前年比は台湾、香港、シンガポール、グアムは居住地基準、その他の国は国籍基準の数値を使用。

資料編

年・月	訪日旅行動向												国際収支統計 旅行収支・受取	
	訪日外国人旅行者数										円	%		
	総数		アジア		ヨーロッパ		北アメリカ		オセアニア				前年比	
	人	%	人	%	人	%	人	%	人	%	前年比			
2021年度	280,315	15.8	172,587	△18.9	58,063	295.6	30,534	229.3	5,869	240.0	5,195	△3.5		
2022年度	8,522,047	2,940.2	6,789,509	3,834.0	575,400	891.0	850,865	2,686.6	250,800	4,173.3	20,112	287.1		
2023年度	28,834,290	238.3	23,144,869	240.9	1,857,492	222.8	2,847,149	234.6	826,868	229.7	62,252	△94.5		
2021暦年	245,862	△94.0	150,427	△95.6	52,238	△78.3	26,238	△90.8	4,953	△96.9	5,192	△54.6		
2022暦年	3,832,110	1,458.6	3,001,292	1,895.2	304,505	482.9	392,009	1,394.1	101,921	1,957.8	11,472	121.0		
2023暦年	25,066,350	554.1	19,984,902	565.9	1,663,432	446.3	2,583,678	559.1	696,251	583.1	54,212	373.0		
2023.1~3	4,790,543	4,661.7	3,868,509	4,718.1	280,750	2,748.8	465,673	6,731.1	150,069	12,510.8	9,928	671.4		
4~6	5,921,853	1,454.9	4,555,462	1,369.6	441,913	1,188.9	732,113	2,707.0	159,985	3,069.6	12,849	710.7		
7~9	6,662,326	1,278.5	5,355,711	1,435.6	481,100	673.1	642,255	1,136.6	147,253	1,224.9	14,048	677.0		
10~12	7,691,628	274.4	6,205,220	280.1	459,669	247.1	743,637	246.5	238,944	286.2	17,387	156.1		
2024.1~3	8,558,483	178.7	7,028,476	181.7	474,810	169.1	729,144	156.6	280,686	187.0	17,968	81.0		
2023.1	1,497,472	8,328.9	1,263,656	11,034.5	59,795	1,787.5	109,914	4,813.5	57,629	21,565.0	3,046	610.0		
2	1,475,455	8,725.0	1,251,346	8,592.9	66,818	7,092.5	109,099	14,350.2	41,773	24,764.9	2,994	599.5		
3	1,817,616	2,648.9	1,353,507	2,381.3	154,137	2,576.9	246,660	6,348.6	50,667	6,602.0	3,888	802.1		
4	1,949,236	1,296.8	1,456,068	1,127.2	184,400	1,509.2	231,610	3,563.6	64,162	4,412.1	4,228	340.2		
5	1,899,176	1,191.6	1,459,328	1,097.5	146,344	1,089.6	235,696	2,399.4	47,013	2,541.2	4,118	96.9		
6	2,073,441	1,621.7	1,640,066	1,680.9	111,169	729.0	264,807	2,244.9	48,810	2,328.4	4,503	108.2		
7	2,320,694	1,505.2	1,853,545	1,680.0	164,266	756.6	249,050	1,424.5	41,688	1,302.2	4,913	5,586.6		
8	2,157,190	1,169.7	1,776,457	1,328.3	154,174	636.7	184,889	891.6	32,159	849.8	4,562	121.5		
9	2,184,442	957.1	1,725,709	1,093.9	162,660	418.5	208,316	867.9	73,406	1,196.2	4,573	△46.6		
10	2,516,623	404.7	1,942,257	445.8	206,637	255.5	278,309	324.1	71,092	418.2	5,761	△87.7		
11	2,440,890	161.2	1,976,513	167.8	148,773	126.9	235,252	128.8	67,447	192.7	5,550	△97.3		
12	2,734,115	99.6	2,286,450	103.9	104,259	67.3	230,076	72.7	100,405	114.8	6,076	△99.5		
2024.1	2,688,478	79.5	2,302,455	82.2	87,424	46.2	171,728	56.2	114,639	98.9	5,479	△99.5		
2	2,788,224	89.0	2,394,282	91.3	115,267	72.5	191,688	75.7	73,798	76.7	5,770	△99.7		
3	3,081,781	69.6	2,331,739	72.3	272,119	76.5	365,728	48.3	92,249	82.1	6,719	△98.8		
資料出所	日本政府観光局 (JNTO)										財務省・日本銀行			

公益財団法人日本交通公社は、「観光文化の振興」に取り組む実践的学術研究機関として、観光を通じた豊かな社会の実現に貢献します

当財団は、1912年に外客誘致を目的としたジャパン・ツーリスト・ビューローとして誕生し、1963年に営業部門（現・株式会社JTB）を分離してからは研究・調査に特化した組織となり、2012年に公益財団法人へ移行、さらに2016年には文部科学省から学術研究機関の指定を受けました。

自主事業として、旅行・観光をさまざまな角度から研究する自主研究の推進を軸に、セミナー・シンポジウムの開催や書籍の出版を通じた研究成果の公表に加えて、旅行・観光関連の約7万冊の蔵書をもつ「旅の図書館」を運営しています。

また、日本では数少ない観光を専門とするシンクタンク・コンサルタントとして、国・地方公共団体・公的機関等からさまざまな業務を受託し、国や地方の観光振興の一翼を担っています。

〒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  
 代表 TEL: 03-5770-8350 zaidan\_info@jtb.or.jp  
 最寄駅: 東京メトロ銀座線、半蔵門線、都営大江戸線「青山一丁目駅」5番出口から徒歩3分

## アクセス MAP





公益財団法人日本交通公社

旅の図書館のご案内  
LIBRARY OF TOURISM CULTURE

「旅の図書館」は、観光関連の学術誌や観光統計資料のほか、古書・稀観書、ガイドブック、時刻表、機内誌、観光研究の専門図書、財団の刊行物・出版物等、観光研究の参考に資する図書約70,000冊を取りそろえた専門図書館です。

1978年、より文化的、専門的な旅行や観光に関する情報をご提供するため、当財団は「観光文化資料館」(1999年に「旅の図書館」に改称)を開設し、多くの方にご利用いただいております。

「観光はそれ自体が文化であり、その観光文化を向上させたい」という開設当初の理念を継承しつつ、2016年、移転を機に、「観光の研究や実務に役立つ図書館」をコンセプトとしてリニューアルオープンしました。

さまざまな文献から“研究の種”を、多くの参考事例から観光政策や観光地づくりの“現場に活かすヒント”を見つけてください。

【開館時間】月曜日～金曜日 10:30～17:00

【休館日】土曜日・日曜日・祝日・毎月第4水曜日・年末年始

※上記以外に、会議開催等による臨時休館もありますので、ご来館の前に旅の図書館のウェブサイトをご覧ください。

#### 【ご利用にあたって】

- ・旅の図書館のウェブサイトから事前にご来館の予約をお願いします。
- ・館内のご利用にあたっては、1F受付カウンターにてご利用の手続きをお願いします。  
(ご利用の際はご本人確認ができる身分証明書を毎回ご提示いただきます。)
- ・本の館外貸し出しは行っておりません。



## 執筆者一覧（掲載順）

山田 雄一	公益財団法人日本交通公社 理事	この一年をふりかえって
目代 風	同 研究員	調査概要 I-1 日本人の旅行市場の概況 I-4 日本人の旅行に対する意識
五木田 玲子	同 上席主任研究員	I-2 日本人の国内旅行
蛭澤 俊典	同 主任研究員	I-3 日本人の海外旅行
園部 容子	同 研究員	II-1 訪日外国人の旅行動向
柿島 あかね	同 上席主任研究員	II-2 訪日旅行に対する意識 II-3 訪日旅行事業の現況 (2.訪日パッケージツアーの概況)
外山 昌樹	高崎経済大学 地域政策学部 観光政策学科 准教授	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)
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 資料-1 旅行年表（旅行業）
後藤 伸一	公益財団法人日本交通公社 主任研究員	III-2 運輸業 資料-1 旅行年表（交通・運輸）
山本 奏音	同 研究員	III-3 宿泊業 IV 都道府県別延べ宿泊者数及びうち外国人延べ宿泊者数
岩野 温子	同 研究員	III-4-1 集客交流施設 資料-1 旅行年表（旅行・観光地動向、イベント動向） 資料-1 旅行年表（宿泊施設・観光施設等のオープン）
守屋 邦彦	跡見学園女子大学 観光コミュニティ学部 観光デザイン学科 准教授	III-4-2 MICE
石黒 侑介	北海道大学大学院 国際広報メディア・観光学院 准教授	IV-1-1 北海道
川村 竜之介	公益財団法人日本交通公社 副主任研究員	IV-1-2 東北
高橋 葉子	同 主任研究員	IV-1-3 関東
小川 直樹	同 主任研究員	IV-2-1 中部
西川 亮	立教大学 観光学部 准教授	IV-2-2 近畿
若佐 栞	元立教大学 観光学部 西川研究室	IV-2-2 近畿
小坂 典子	公益財団法人日本交通公社 副主任研究員	IV-2-3 中国・四国 IV-3-1 自然
野間 恵子	一般社団法人九州観光機構	IV-2-4 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-2-5 沖縄
原口 達樹	同 主任研究員	IV-2-5 沖縄
山口 陽子	同 研究員	IV-3-2 歴史・文化 資料-2 付属統計表
岩崎 比奈子	武蔵野大学 グローバル学部 日本語コミュニケーション学科	IV-3-3 温泉
江崎 貴昭	公益財団法人日本交通公社 副主任研究員	V-1 国による観光政策 資料-1 旅行年表（観光行政）
後藤 健太郎	同 主任研究員	V-2 都道府県による観光政策
那須 将	同 副主任研究員	V-3 主要市町村による観光政策
吉澤 清良	立命館アジア太平洋大学 サステイナビリティ観光学部 教授	付記

# 旅行年報 2024

Annual Report on the Tourism Trends Survey

2024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: 03-5770-8350  
E-mail: jtbook@jtb.or.jp  
ホームページ: <https://www.jtb.or.jp>

発行人: 光山清秀  
編集人: 小松田淳

デザイン・作図・作表・制作・印刷: 佐川印刷株式会社  
表紙デザイン: BEAM(三宅 尚)  
編集協力: 株式会社ぶれす、成田美友  
©2024 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編集室へご連絡下さい。  
本書を許可なく複製することを禁じます。

※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 978-4-86631-381-8

ISSN 0911-4750

