



「DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査 2023 年度版」を発行

公益財団法人日本交通公社（以下「JTBF」という。）は、株式会社日本政策投資銀行（以下「DBJ」という。）と共同で、「DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査 2023 年度版」と題した調査レポートを発行しました。

本調査は、多様化するインバウンド市場において、自治体や事業者がインバウンド施策を実施する際の基礎資料となるデータを広く発信することを目的として、DBJ が 2012 年より継続的にアジア・欧米豪 12 地域（欧米豪は 2016 年より調査対象に追加）の海外旅行経験者を対象にインターネットによるアンケート調査を実施し、2015 年からは JTBF と共同で調査を行い、以降、毎年、調査及び調査結果のリリースを行っているものです。

今回の調査は、インバウンド観光の本格的な再開後の外国人旅行者の意向変化を把握するため、2023 年 7 月 6 日～7 月 14 日に実施したものです。調査結果のポイントは以下のとおりです。

- (1) 向こう 1 年の海外旅行を予定・検討している人はアジア、欧米豪ともに高水準。今後行きたい国・地域としての日本の人気は引き続き高く、トップを維持している。また、韓国における日本人気の急上昇やフランスにおける日本人気の回復等、国毎の動きもみられる。
- (2) 日本の地方部への訪問意向も引き続き高水準にある。体験ニーズが継続的に高く、地方部での活用が期待できる「自然や風景の見物」の実施率の高さや活動に伴う消費等も確認できた。
- (3) 消費額向上や高付加価値化に向けた取り組みへのヒントとして、①訪日旅行時の支出の考え方や収入は連動しておらず、「全般的に支出を惜しまない」または「自分のこだわりには支出を惜しまない」人は収入水準にかかわらず一定数いる ②消費活動については、全般的な傾向として、活動の実施率が高くなる程支出した人の割合が低くなる 等が確認できた。
- (4) 日本のインバウンド観光を持続可能な形で復活させるためには、外国人旅行者を日本各地へ分散させ、地域内で収益を循環させることが重要となる。そのためには、例えば、「自然や風景の見物」のように実施率が高い活動については、①誘客促進コンテンツとして活用する ②来訪した人が支出したくなる仕組みづくりを行う 等が有効であろう。また、平均支出額の高いイベントについては、参加者が増えると消費額拡大が見込まれるため、大阪・関西万博等、今後開催予定のイベントの集客に向けた取り組みが望まれる。そして、これらの各地域や事業者の取り組みにより、地域へ経済効果をもたらしていくことが期待される。

当調査結果についての詳細は、当財団のウェブサイトをご覧ください。

<https://www.jtb.or.jp/research/asiaeuro-survey-2023/>

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。

【お問い合わせ先】	観光研究部
TEL	: 03-5770-8360
Email	: zaidan_info@jtb.or.jp