

旅行年報

Annual Report on the
Tourism Trends Survey

2 0 1 5



公益財団法人 日本交通公社

『旅行年報 2015』の発刊にあたって

本書は、前年度の観光を取り巻く旅行市場や観光産業、観光地、観光政策などに関する各種統計資料および当財団独自調査の結果をもとに、およそ過去一年間の動向を概観するものです。1978年に『旅行の現状と見通し』として創刊、1981年には内容を改訂して書名を『旅行年報』に変更し、それ以降継続的に刊行している当財団の定期刊行物の一つです。各年の旅行・観光を取り巻く動きを捉えるとともに、経年で見ていただくことで、時代の変化を読み解くこともでき、旅行・観光の動向分析およびアーカイブとしても活用されることを期待しつつ、四半世紀にわたり刊行してまいりました。

昨年発行の2014年度版から、それまで別々に取りまとめていた『旅行者動向』（2000年～）、『Market Insight』（2006年～）で取り扱っていた調査結果を組み込み、我が国の旅行・観光の動向について総合的に俯瞰できるような構成も改めて内容の充実を図りました。

第Ⅰ編「日本人の旅行市場」では、既存の統計データに当財団による『JTBF旅行実態調査』および『JTBF旅行需要調査』を加え、日本人の旅行動向の実態と意識を分析しています。

第Ⅱ編「訪日外国人の旅行市場」では、既存の統計データに加え、日本政策投資銀行（DBJ）と当財団（JTBF）が共同で実施した『DBJ・JTBFアジア8地域・訪日外国人旅行者の意向調査』、および当財団が台湾、香港、中国を対象に実施した『訪日団体旅行商品調査』の結果をもとに、インバウンドについての発地側の意識や旅行商品の実態についてより詳しく分析しています。

第Ⅲ編「観光産業」では、旅行業、運輸業、宿泊業、および集客交流施設・MICEの動向をまとめています。

第Ⅳ編「観光地」では、旅行市場の動向や話題性のある取り組み、トピックなどの紹介を通して、各地方や都道府県、観光地などの動きを概観しています。

第Ⅴ編「観光政策」では、国（観光庁、その他省庁）の観光政策だけでなく、各都道府県への独自のアンケート調査の実施結果を加え、国、地域双方合わせて我が国の観光政策を整理しています。

また、我が国の観光の発展を支える学術面での動きとして、昨年引き続き、国内の観光関連学会の動向を中心に観光研究の動きを付記として掲載しています。

本書が、観光政策や観光産業などの実務に関わる方や観光研究者をはじめ、観光に関わるより多くの皆様にとっての参考資料としてご活用いただければ幸いです。

2015年10月

公益財団法人 日本交通公社
会長 志賀 典人

旅行年報

Annual Report on the
Tourism Trends Survey

2015

目次

概観	2
第Ⅰ編 日本人の旅行市場	
調査概要	9
I-1 日本人の旅行市場の概況	10
I-2 日本人の国内旅行	15
I-3 日本人の海外旅行	39
I-4 日本人の旅行に対する意識	59
第Ⅱ編 訪日外国人の旅行市場	
1 訪日外国人旅行市場の概況	70
2 市場別動向	72
3 訪日旅行に対する意識	82
4 着地側の動向	86
5 団体旅行商品の訪問地	94
第Ⅲ編 観光産業	
Ⅲ-1 旅行業	100
Ⅲ-2 運輸業	107
1. 鉄道	107
2. 航空・航路	110
3. 道路交通	116
Ⅲ-3 宿泊業	120
Ⅲ-4 集客交流施設、MICE	126
第Ⅳ編 観光地	
都道府県別の延べ宿泊者数およびうち延べ外国人宿泊者数	138
1. 北海道	139
2. 東北	143
3. 関東	146
4. 中部	150
5. 近畿	155
6. 中国・四国	159
7. 九州	163
8. 沖縄	166
第Ⅴ編 観光政策	
V-1 観光庁による観光政策	170
V-2 他省庁による観光関連政策	175
V-3 都道府県による観光政策	178
付記	
観光研究	185
資料編	
資料-1 旅行年表	190
資料-2 付属統計表	194

概観

2013年に1,000万人を突破した訪日外国人旅行者数は、2014年には1,300万人を超え、2015年上期もその勢いは続いている。一方、2014年の日本人の旅行者数は国内、海外ともに低調であった。長らく日本人の海外旅行者数は訪日外国人旅行者数を大きく上回ってきたが、その差は急速に縮小しつつある。

また、このような訪日外国人旅行者の急速な増加は、国内の観光地や観光産業に対して大きな影響を及ぼした。国の観光政策はもちろん、都道府県など地方の観光行政においても、インバウンドの誘致と受入態勢の整備は喫緊な課題となっている。

□日本人の旅行市場

●国内旅行・海外旅行はともに低調、目立つ女性の減少

観光庁の「旅行・観光消費動向調査」による2014年の旅行実施率は、国内宿泊旅行全体で62.7%、国内日帰り旅行全体で47.3%、海外旅行全体では8.7%であった。

2014年の延べ国内宿泊旅行者数は約2億9,734万人回（前年比7.2%減）で、2012年、2013年と続いた増加傾向から減少に転じた。観光やレクリエーション目的での宿泊旅行の落ち込みが大きく、国民1人当たりの旅行平均回数（1.26回／人）、平均宿泊数（2.06泊／人）、旅行経験率（53.2%）はそれぞれ前年を下回った。消費税率8%への引き上げとそれに伴う物価の上昇、高速道路料金のETC割引制度の変更、ガソリン価格の高騰、ゴールデンウイークの並びの悪さや週末3連休の減少、週末の悪天候などが影響したものと見られる。性・年代別に見るとほぼ全ての年代で前年を下回り、特に女性は20代を中心に減少が目立った。

2014年の海外出国者数は、法務省「出入国管理統計」によると1,690万人（前年比3.3%減）で、2年連続のマイナスとなった。円安による海外旅行の割高感や国際情勢不安などが影響していると考えられ、とりわけ女性の減少幅が大きかった。

●旅行意欲はやや減退、阻害要因として「家計の制約」高まる

「JTBF旅行需要調査」から日本人の旅行への意欲を見ると、旅行に「行きたい」人は国内旅行で約7割、海外旅行では約3割であり、前年調査に比べると国内、海外ともに「行きたい」人の割合は減少傾向にあり、旅行の実態を裏づける結果となった。そのなかで、性・年代別に見ると、若い世代の旅行への意欲が高いといった好材料も見られた。

行ってみたい旅行タイプでは、「温泉旅行」「自然観光」「グルメ」「歴史・文化観光」に次いで「和風旅館」が5位であった。旅行の阻害要因のトップは前年に続き「休暇が取れない」（36.9%、前年から2.7ポイント減）であったが、2位の「家計の制約がある」が25.2%で前年より2.6ポイント増えており、2014年は経済的な制約が旅行の阻害要因としてより意識されたようだ。

□訪日外国人の旅行市場

●国際旅行収支55年ぶり黒字に転化、アジア地域からの高い訪日意向

日本政府観光局（JNTO）によると2014年の訪日外客数は1,341万人で、過去最高を更新した。1,000万人を突破した前年から約300万人もの大幅な増加（前年比29.4%増）である。また2015年上半期（1～6月）も全ての月で過去最高を記録している。

市場別に見ると、数年来の円安基調に加え、東南アジアを中心としたビザ発給要件緩

和・免除策、航空座席供給量の増加、東南アジア諸国の経済成長などの要因から、主要全18カ国・地域の全てで前年を上回った。

2014年の訪日外国人1人当たりの旅行支出は、平均151,174円で前年比10.6%増となり、増加の傾向が続いている。特に2014年10月の消費税免税制度改正は、旅行支出を大きく引き上げた。旅行者数と旅行支出がともに増加した結果、2014年の訪日外国人旅行消費額は2兆円を超え過去最高となった。2014年度国際収支統計における旅行収支は1959年度以来、55年ぶりに黒字に転化した。

当財団（JTBF）が日本政策投資銀行（DBJ）と共同で実施した「DBJ・JTBFアジア8地域・訪日外国人旅行者の意向調査」によると、調査対象国・地域における訪日意向は強く、香港や台湾では訪日経験率とリピーター比率も高いことなどが明らかとなった。

●外国人延べ宿泊者数3割超の伸び、都市部と地方で訪問率に差

2014年に我が国に入国した外国人（法務局）は1,415万人（前年比25.7%増）で、地方別には北海道、近畿地方、四国地方、および沖縄で前年比3割以上増加した。主要空港では、LCC便の増加により近隣アジアからの入国者が増加した関西空港（前年比36.5%）や国際線発着枠が増加した羽田空港（前年比35.5%増）の他、地方空港では那覇空港、旭川空港、富士山静岡空港で前年比6割以上の増加となった。

観光庁の「宿泊旅行統計調査」による2014年における我が国への外国人延べ宿泊者数は4,482万人泊（前年比33.8%増）で、前年に引き続き3割超の高い伸びを示した。着地別では、沖縄、近畿、四国などで前年から大きく増加した。

訪日外国人旅行者の増加に伴って、訪日外国人向け旅行商品の開発や受入態勢拡充の動きも活発で、特に消費税免税制度改正に伴う消費税免税店の増加が目立った。

「DBJ・JTBFアジア8地域・訪日外国人旅行者の意向調査」によると、訪日旅行の訪問先としては、東京や大阪、京都、富士山などを巡るゴールデンルート上にある地域への訪問率が高い。都市部と比較して地方への訪問率は低い。

台湾、香港、中国で販売されている旅行商品を対象に当財団が実施した「訪日団体旅行商品調査」における訪問地でもほぼ同様の傾向であった。また、台湾発の団体旅行商品の訪問地は47都道府県全てを網羅していた。

□観光産業

●訪日外国人旅行者の増加が大きく影響、クルーズ船の寄港回数大幅増、宿泊施設不足が深刻化

旅行業では、2015年4月1日現在の旅行業者総数は9,884社となり前年度から減少したものの、2013年4月に新設された地域限定旅行業が前年比71.1%増と大幅に増加した。当財団の推計では、第1種～第3種旅行業者の2014年の売上高は6兆640億円（前年比1.8%増）で、市場別には国内旅行3兆7,488億円（前年比2.0%増）、海外旅行2兆2,272億円（前年比0.6%増）である。

運輸業のうち、鉄道は、JR定期外旅客数、新幹線旅客数、JR以外の民鉄定期外旅客数はいずれも前年を上回っているが、伸び幅は縮小した。2015年3月に北陸新幹線が開業し、沿線の各駅では、観光客の受入強化に向けた商業施設のリニューアルなどの整備が進んだ。また、引き続き地域の特色を活かした観光列車を企画運行する動きが目立った。

航空では、2014年度の国内線利用者数は前年比2.9%増、国際線利用者数は前年比9.1%増となった。

航路のうち、2015年4月現在の国内旅客船事業は、一般旅客定期航路事業の事業者数、航路数、隻数はともに減少した。国際旅客船については、日本発着の外航旅客定期航路における日本人利用者数が前年に続き大きく減少した。また日本人のクルーズ乗客数は微減となった。一方、日本の港湾への外国船社運航のクルーズ船の寄港回数は過去最高の653回（前年比280回増）を記録した。

道路交通では、2014年4月からの高速道路料金の改定（割引率の縮小）や消費税率の引き上げなどの影響を受け、2014年の高速道路の通行台数は全ての月で前年を下回った。

宿泊業では、旅館は軒数・客室数とも減少、ホテルは軒数で横ばい、客室数で微増となり、前年とほぼ同様の傾向となった。一方、宿泊者数（観光庁「宿泊旅行統計調査」）では、2014年の延べ宿泊者数が4億7,350万人泊（前年比1.3%増）となり、増加傾向にある。宿泊施設タイプ別の宿泊者数では、「ビジネスホテル」「シティホテル」が前年増であったのに対し、「会社・団体の宿泊所」「旅館」「リゾートホテル」は前年より減少した。このような動向は、訪日外国人宿泊者の増加に影響を受けている。2014年の外国人延べ宿泊者数は4,482万人泊（前年比33.8%増）と大幅に伸び、なかでも「旅館」と「ビジネスホテル」が大きく増加した。宿泊施設不足は深刻化してきており、国は宿泊容量の増大に向けた取り組みを強化した。

●好調が続く遊園地・テーマパーク、積極的なMICE誘致の推進

経済産業省「特定サービス産業動態統計調査」による2014年度の遊園地・テーマパークの売上高、入場者数は、いずれも2000年の調査開始以降最も多かった。東京ディズニーリゾート、ユニバーサル・スタジオ・ジャパンの入場者数も過去最高となった。

MICEのうち、インセンティブ旅行（I）は2013年に続き東南アジアなどからの旅行が活発で、国際会議（C）の2013年の開催件数（2014年数値は未発表）は前年比3.9%増、展示会（E）の2014年の開催件数は前年比4.6%増であった。国家戦略の一つとして、MICE誘致や開催の促進は一層強化されている。業界では、国際会議や展示会の誘致・開催に向け、「ジャパン・トラベル・ウィーク」の設定や国内最大のコンベンション事業団体（一般社団法人日本コンベンション協会）の設立などの動きが見られた。

□観光地

●宿泊者数の増加は28都道府県、外国人延べ宿泊者数では9割が増加

観光庁の「宿泊旅行統計調査」を都道府県別に見ると、2014年の延べ宿泊者数は28都道府県で前年を上回った。前年より10%以上増加したのは徳島県、大阪府、福井県、神奈川県、および滋賀県の1府4県である。外国人延べ宿泊者数に限ると、43都道府県が前年増で、山梨県、滋賀県、佐賀県、沖縄県、高知県、和歌山県、福岡県の7県では前年より5割以上増加した。

●各地で進むさまざまな取り組み

観光地動向のなかで特に注目されるトピックとしては、以下のような動きが目立った。

観光振興に関わる世界レベルで登録や指定を受けたものとして、2014年6月の「富岡製糸場と絹産業遺産群」のユネスコ世界文化遺産への登録、2014年9月には「阿蘇ジオパーク」

の世界ジオパークへの登録があった。自然公園関連では、2014年3月の「慶良間諸島国立公園」の指定、2015年3月の上信越高原国立公園の西側地域分離による「妙高戸隠連山国立公園」の指定があった。

各地の取り組みのなかでは、釧路市における入湯税の税率改定や屋久島における「入山協力金」導入の方針決定など、地域の観光振興事業や環境保全のための財源確保への新しい取り組みが目立った。

東日本大震災から3年ぶりに全線復旧した三陸鉄道、2015年3月に開業した北陸新幹線が話題を呼んだ。

インバウンドに関しては、北海道で運輸局が多言語対応現状調査事業や外国人観光客の満足度向上に関する調査を実施、茨城県は100人を超すベトナム訪問団を皮切りにベトナムとの交流活性化に力を入れた。他にも岐阜県の「ハラルプロジェクトチーム」の設置など各地で外国人客を意識した取り組みが進んだ。

□ 観光政策

● 観光立国実現に向けた観光施策の積極的な推進

観光立国の実現に向け、2014年も観光庁を中心として各種施策が積極的に推進された。観光庁では、2013年6月に「観光立国実現に向けたアクション・プログラム」を策定したが、その後開催が決まった「2020年オリンピック・パラリンピック東京大会」を見据え、観光振興やインバウンドの飛躍的拡大などを柱とする「アクション・プログラム2014」を策定した。さらに2015年6月には、地域の経済活性化や雇用の創出など地方創生への貢献も柱に加えた「アクション・プログラム2015」を決定している。

観光庁が地域振興の主要施策として2008年から取り組んでいる観光圏については、観光圏整備実施計画認定地域として新たに「ニセコ観光圏」（北海道）、「浜名湖観光圏」（静岡県）、「海の京都観光圏」（京都府）、「豊の国千年ロマン観光圏」（大分県）の4地域が2014年7月に認定され、認定地域は計10地域となった。

各省庁においても、さまざまな観光関連施策が推進された。

【国土交通省】 旅客自動車運送事業等における訪日外国人旅行者の利用促進／全国モデル「道の駅」、重点「道の駅」、重点「道の駅」候補の選定（地方創生の核として2015年1月発表）

【内閣官房】 先住民としてのアイヌ文化等の発信

【内閣府】 地域住民生活等緊急支援のための交付金

【文部科学省・文化庁】 世界遺産普及活用・推薦のための事業推進／文化遺産を活かした地域活性化事業

【厚生労働省】 実践型地域雇用創造事業

【農林水産省】 日本食・食文化魅力発信プロジェクト／美しい農村再生支援事業／地域材利活用倍増戦略プロジェクト

【経済産業省・中小企業庁】 JAPANブランドプロデュース支援事業／地域産業資源活用事業計画の認定

【環境省】 日本の国立公園と世界遺産を活かした地域活性化推進費

●地方観光行政は「国際観光の振興」を重視

当財団が観光庁などと共に実施した「都道府県及び政令指定都市の観光政策に関するアンケート調査」によると、観光政策の位置づけについては、「極めて重要な位置づけ」と回答したところが28都道府県、「重要な位置づけ」と回答したところが19県で、全都道府県が観光政策を重要な政策として位置づけている。

2014年度の観光政策で特に成果のあった分野、2015年度に特に重点的に取り組む分野として「国際観光の振興」「情報発信、宣伝PR」「新しい商品づくり、魅力づくり」が多く挙げられた。観光立国実現の重要な柱であり、国が積極的に推進しているインバウンド政策に呼応して、都道府県行政としても訪日外国人旅行者を地域へ呼び込むための誘客および受入策に注力している。

地方創生事業への取り組みでは、「ふるさと旅行券」に多くの都道府県が取り組んでいる。外国人観光客の受入態勢の整備不足、財源不足、担当職員の人員不足などは各都道府県の共通課題であった。

(大隅一志)

本書で扱うデータの範囲について

原則として2014年度(2014年4月～2015年3月)、項目によっては2014年暦年(2014年1月～12月)の情報に基づいて執筆しています。

また、一部の項目については、2015年6月～7月ごろまでの情報をカバーして記述しています。

I 日本人の旅行市場

調査概要	9
I-1 日本人の旅行市場の概況	10
I-2 日本人の国内旅行	15
I-3 日本人の海外旅行	39
I-4 日本人の旅行に対する意識	59

「JTBF旅行実態調査」「JTBF旅行需要調査」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
 調査対象 : 全国16～79歳の男女
 調査方法 : ウェブ調査
 調査項目 : 主に旅行実態を調査
 調査時期 : 2015年3月実施
 調査の対象とした旅行実施期間 : 2014年1月～12月
 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	
標本数(人)	111	649	872	824	682	780	572	152	647	735	768	748	872	575	8,987
構成比(%)	1.2	7.2	9.7	9.2	7.6	8.7	6.4	1.7	7.2	8.2	8.5	8.3	9.7	6.4	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)	218	1,485	1,906	1,794	1,543	1,842	1,357	275	1,427	1,530	1,659	1,720	2,066	1,328	20,150
構成比(%)	1.1	7.4	9.5	8.9	7.7	9.1	6.7	1.4	7.1	7.6	8.2	8.5	10.3	6.6	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	
標本数(人)	26	331	530	454	383	439	313	43	380	444	440	475	502	247	5,007
構成比(%)	0.5	6.6	10.6	9.1	7.6	8.8	6.3	0.9	7.6	8.9	8.8	9.5	10.0	4.9	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)	30	413	668	582	523	598	397	50	476	572	565	632	678	326	6,510
構成比(%)	0.5	6.3	10.3	8.9	8.0	9.2	6.1	0.8	7.3	8.8	8.7	9.7	10.4	5.0	100.0

※国勢調査時の人口(地域・性別・年代)に基づき、調査会社のモニターを割り当て。ただし、一部若年層および高齢層において不足した属性あり

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旅行需要調査
 調査対象 : 全国15～79歳の男女
 調査方法 : 訪問留め置き調査
 調査項目 : 主に旅行回数、旅行意向、他旅行に関する意識を調査
 調査時期 : 2014年5月から毎月実施
 調査の対象とした旅行実施(意向)期間 : 設問によって異なる(本文参照)
 回答者属性:

2014年 年齢(歳)	男性							女性							合計
	15-19	20-29	30-39	40-49	50-59	60-69	70-79	15-19	20-29	30-39	40-49	50-59	60-69	70-79	
標本数(人)	36	76	101	105	91	108	77	36	75	97	105	90	116	87	1,200
構成比(%)	3.0	6.3	8.4	8.8	7.6	9.0	6.4	3.0	6.3	8.1	8.8	7.5	9.7	7.3	100.0
2015年 年齢(歳)	男性							女性							合計
	15-19	20-29	30-39	40-49	50-59	60-69	70-79	15-19	20-29	30-39	40-49	50-59	60-69	70-79	
標本数(人)	36	76	97	109	92	108	78	36	73	97	105	90	111	92	1,200
構成比(%)	3.0	6.3	8.1	9.1	7.7	9.0	6.5	3.0	6.1	8.1	8.8	7.5	9.3	7.7	100.0

※国勢調査時の人口に基づき、住宅地図データベースから世帯を抽出し、個人を割り当て。ただし月によって、各セルの標本数は±1～2程度変動あり。

本文では、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」、および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

日本人の旅行実施率 国内宿泊旅行62.7%、国内日帰り旅行47.3%、海外旅行8.7%

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つに大きく分け、旅行者数を概観する。

●旅行実施率

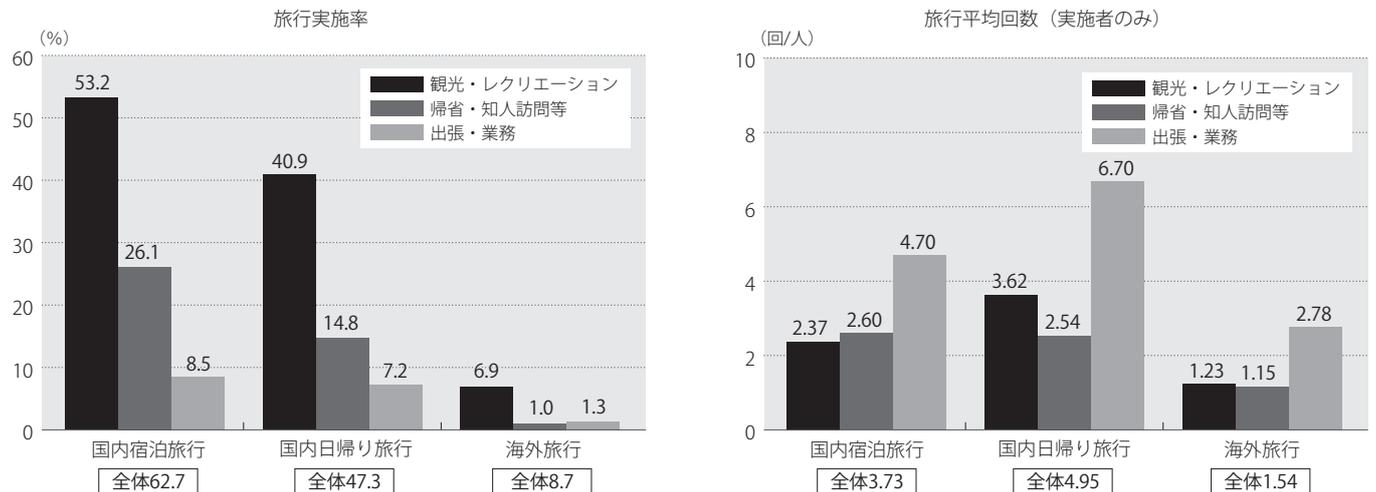
14年の日本人の旅行実施率は、国内宿泊旅行全体では

62.7%、国内日帰り旅行全体では47.3%、海外旅行全体では8.7%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左参照。

●旅行平均回数（実施者のみ）

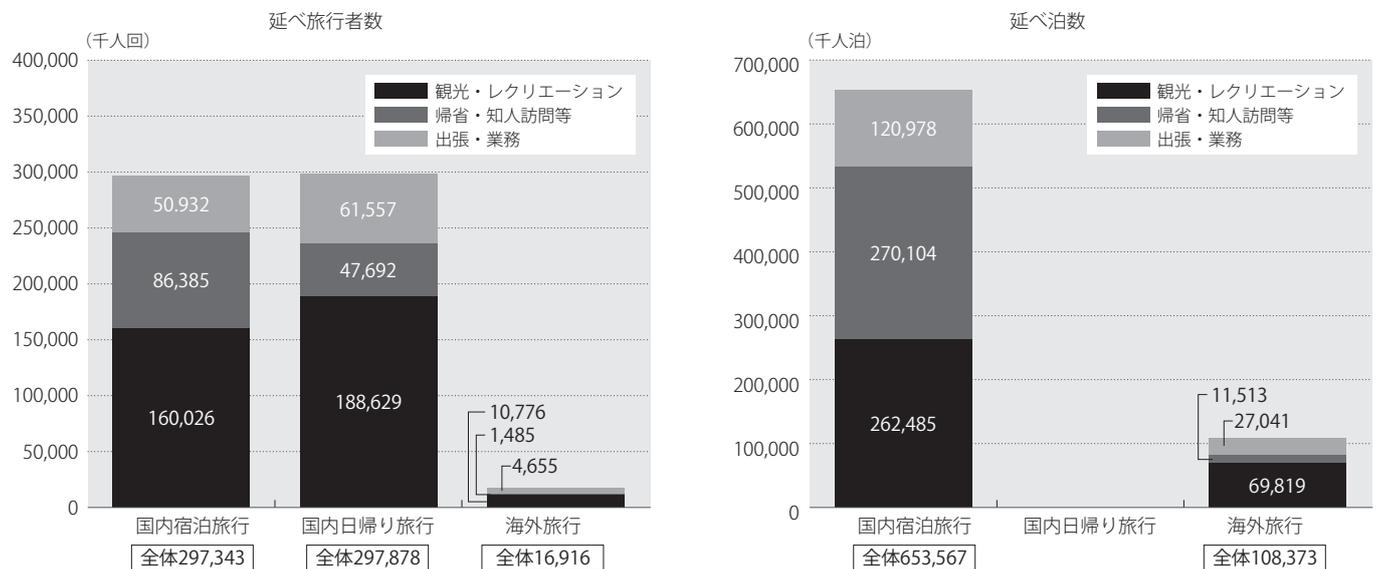
14年の日本人の旅行平均回数（実施者のみ）については、国内宿泊旅行全体では3.73回/人、国内日帰り旅行全体では4.95回/人、海外旅行全体では1.54回/人であった。各旅行の観光、帰省、出張の内訳については、図I-1-1右参照。

図I-1-1 旅行実施率および旅行平均回数（実施者のみ）（2014年）



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-1-2 延べ旅行者数および宿泊者の延べ泊数（2014年）



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

●延べ旅行者数

14年の日本人の延べ旅行者数については、国内宿泊旅行全体では2億9,734万人回、国内日帰り旅行全体では2億9,788万人回、海外旅行全体では1,692万人回であった。国内宿泊旅行、国内日帰り旅行、海外旅行のいずれも、観光のシェアが5～6割を占める。国内宿泊旅行では帰省が約3割、海外旅行では出張が約3割を占める(図I-1-2左)。

●延べ泊数

14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6億5,357万人泊、海外旅行全体では1億837万人泊であった。国内宿泊旅行では、延べ旅行者数と比べて帰省のシェアが増えるのに対し、海外旅行ではシェアはほぼ変わらない(図I-1-2右)。

2 旅行意欲

2014年7月より日本人の旅行意欲調査を開始

「JTBF旅行需要調査」では、14年7月より日本人の旅行意欲について、今後3カ月以内に国内宿泊旅行および海外旅行に「とても行きたい」から「とても行きたくない」の7段階で調査を実施してきた。

その結果、旅行実施に前向きな人の割合(「とても行きたい」「行きたい」「どちらかといえば行きたい」)の合計は、国内宿泊旅行でおおむね7割前後、海外旅行でおおむね3割前後となり、国内旅行では「行きたい」派が優勢、海外旅行では「行きた

くない」派が優勢になるなど、国内旅行と海外旅行では旅行意欲の傾向が明確に異なることが分かった(図I-1-3)。

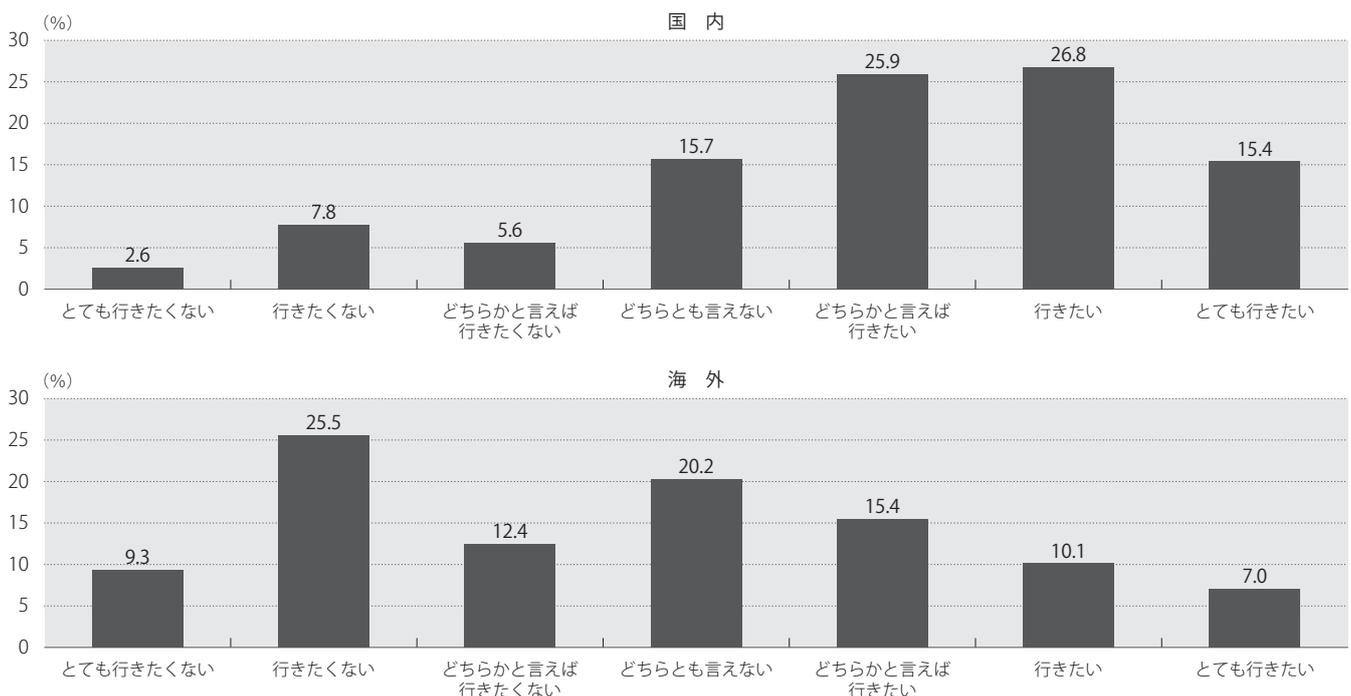
3 旅行市場区分(全体)
個人旅行・個人負担の旅行シェアが約7割

(1) 費用負担者および旅行形態から見た旅行市場

まず旅行内容と旅行形態(団体・個人)に着目し、旅行市場を「個人で実施する観光旅行」「帰省や家事のための旅行」「組織が募集する団体旅行」「出張や業務旅行」「会社がらみの団体旅行」の5種類に区分した。この5つの市場区分について、延べ旅行者数(単位:人回)をベースとしてそれぞれのシェアを算出すると、「個人で実施する観光旅行」が最も大きなシェアを占めていることが分かる。国内・海外旅行ともに、全体の約5～6割が「個人で実施する観光旅行」である。これに次ぐのは、国内旅行では「帰省や家事のための旅行」、海外旅行では「出張・業務」であり、それぞれの特徴となっている(表I-1-1)。

次に、旅行市場の構造を「費用負担者」と「旅行形態」の2つの視点から見ていく。旅行の費用負担者という視点から「個人負担」と「法人負担」に分けると、「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」が主に個人負担、「出張や業務旅行」「会社がらみの団体旅行」が主に法人負担に対応する。費用負担者を軸に旅行市場を区分し、それぞれのシェアを延べ旅行者数(単位:人回)ベースで算出すると、国内旅行、海外旅行ともに個人負担が7割強、法人負担が約2割を占めていることが分かる(表I-1-2)。

図I-1-3 旅行実施に意欲的な日本人の割合の年間推移(2014年7月～2015年6月平均値)



資料: (公財) 日本交通公社「JTBF旅行需要調査」

「個人旅行」と「団体旅行」の旅行形態別シェアについては、「個人で実施する観光旅行」「帰省や家事のための旅行」「出張や業務旅行」が個人旅行、「組織が募集する団体旅行」「会社からみの団体旅行」が団体旅行に対応する。国内旅行、海外旅行ともに個人旅行が8割を超えており、個人旅行のシェアが高いことが分かる(表I-1-3)。

「費用負担者」と「旅行形態」の2つの軸によって旅行市場を4つに区分したものを、図I-1-4、図I-1-5に示した。個人の費用負担による個人旅行が、国内旅行、海外旅行ともに約7割を占める。

表I-1-1 旅行形態に着目した旅行市場区分シェア (2014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。旅行会社のパック旅行に参加した場合も含める。	53.1	56.8
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)	16.3	9.4
組織が募集する団体旅行	町内、農協、郵便局、信金、宗教団体、サークルなどが募集する旅行。	5.0	6.1
出張や業務旅行	打合せや会議、視察目的の旅行。	16.0	16.3
会社からみの団体旅行	職場旅行や招待、報奨旅行。団体で行動する旅行。	4.1	5.5
その他の旅行	上記のいずれにもあてはまらない旅行。	5.4	5.8

資料：(公財)日本交通公社「JTBF旅行実態調査」、総務省統計局「国勢調査」をもとに(公財)日本交通公社推計

表I-1-2 旅行費用の負担者別に見るシェア (2014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	74.4	72.4
	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	20.2	21.8
	会社からみの団体旅行		
その他の旅行		5.4	5.8

資料：(公財)日本交通公社「JTBF旅行実態調査」、総務省統計局「国勢調査」をもとに(公財)日本交通公社推計

表I-1-3 旅行形態別に見るシェア (2014年)

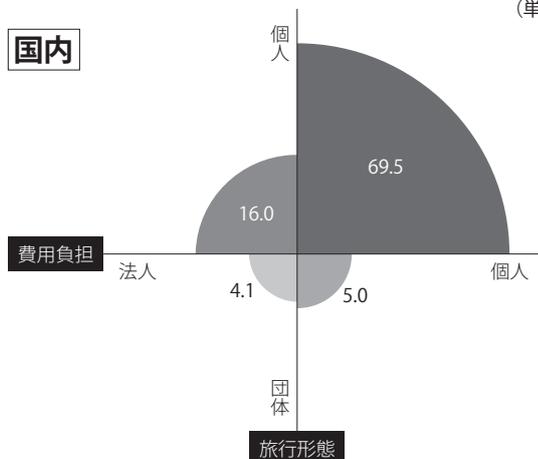
(単位：%)

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	85.5	82.6
	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	9.1	11.6
	会社からみの団体旅行		
その他の旅行		5.4	5.8

資料：(公財)日本交通公社「JTBF旅行実態調査」、総務省統計局「国勢調査」をもとに(公財)日本交通公社推計

図I-1-4 国内旅行の負担者別・旅行形態別のシェア (2014年)

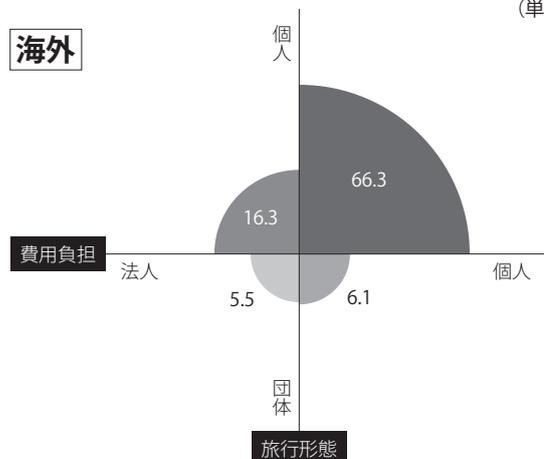
(単位：%)



資料：(公財)日本交通公社「JTBF旅行実態調査」、総務省統計局「国勢調査」をもとに(公財)日本交通公社推計

図I-1-5 海外旅行の負担者別・旅行形態別のシェア (2014年)

(単位：%)



資料：(公財)日本交通公社「JTBF旅行実態調査」、総務省統計局「国勢調査」をもとに(公財)日本交通公社推計

4 旅行市場区分（観光・レクリエーション）

夫婦・カップルの旅行シェアが約3割

(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ものである。特に、家族旅行の場合、子供の有無や年齢によって、旅行の内容は大きく変化する。そこで、旅行マーケットのセグメンテーションとしては、まず「旅行の同行者」を軸にして『家族

旅行』『夫婦・カップル旅行』『友人旅行』『ひとり旅』に大きく区分し、さらにその旅行者の「ライフステージ（配偶者や子供の有無、子供の年齢）」を軸として、17のセグメント（3世代家族旅行は除く）に細分化した（表I-1-4）。（細分化したセグメントごとの分析については、国内旅行は20～38ページ、海外旅行は43～58ページに掲載。）

国内旅行、海外旅行いずれも夫婦・カップル旅行のシェアが最も高く、次いで、国内旅行では家族旅行、海外旅行では友人旅行の順となった（表I-1-5）。

表I-1-4 観光・レクリエーション旅行の市場区分

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

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

資料：（公財）日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

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		24.8	20.3
	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）	4.6	3.1
	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）	10.0	7.0
	18歳以上のみの家族旅行	10.2	10.3
	※内、3世代家族旅行	6.5	4.4
夫婦・カップル旅行		34.0	34.2
	カップルでの旅行	7.2	4.7
	夫婦での旅行（子どもなし）	9.5	1.4
	子育て中の夫婦での旅行	1.9	4.8
	子育て後の夫婦での旅行	15.4	23.3
友人旅行		22.5	24.9
	未婚男性による友人旅行	4.3	4.3
	既婚男性による友人旅行（子どもなし）	1.0	0.5
	子育て中の男性による友人旅行	1.2	2.0
	子育て後の男性による友人旅行	4.0	3.8
	未婚女性による友人旅行	4.8	6.7
	既婚女性による友人旅行（子どもなし）	1.6	0.2
	子育て中の女性による友人旅行	0.5	1.9
	子育て後の女性による友人旅行	5.2	5.6
ひとり旅		15.7	18.0
	男性のひとり旅	9.7	10.9
	女性のひとり旅	6.1	7.1
その他		2.9	2.6
全体		100.0	100.0

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

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

資料：（公財）日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

(2) 性・年代別に見る同行者別の市場シェア

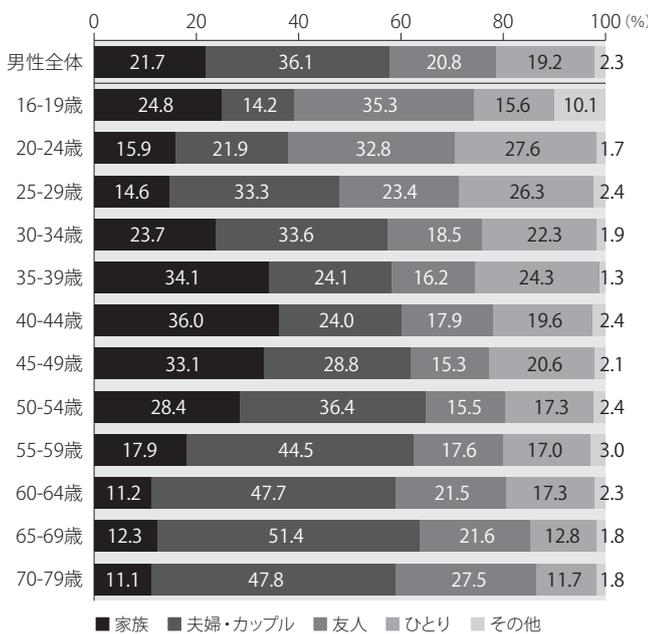
同行者は、年代の移り変わりに伴って変化していく。まず国内旅行について見ると、10代後半は家族や友人との旅行が中心だが、20代になると、夫婦・カップル旅行と友人旅行が中心になり、男性はひとり旅行のシェアも増える。30代前半からは友人との旅行は減り始め、家族旅行のシェアが増える。家族旅行が最も多くなるのは男女ともに40代で、その後、家族旅行のシェアは減少、夫婦・カップル旅行が大きなシェアを占めようになり、友人旅行も再び増加する。50代後半以降は、男性では夫婦・カップル旅行のシェアが4～5割を占めるが、女性では3

割台にとどまる。この年代の女性は、男性と比べて友人との旅行のシェアも比較的高い(図I-1-6、図I-1-8)。

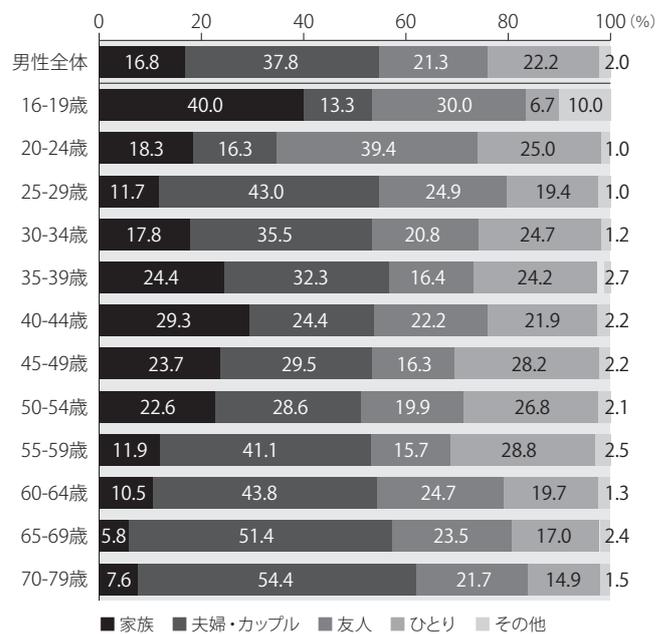
海外旅行についても、基本的には国内旅行と同様の傾向が見られる(図I-1-7、図I-1-9)。ただし、男性に特徴的なひとり旅のピークが、国内旅行では20代、海外旅行では50代となったこと、さらに、女性の友人旅行は、30代になると国内旅行は減少するが、海外旅行はやや増加するなど、一部異なる傾向も見られた。

(中島泰・五木田玲子)

図I-1-6 国内旅行における年代別同行者 (男性)

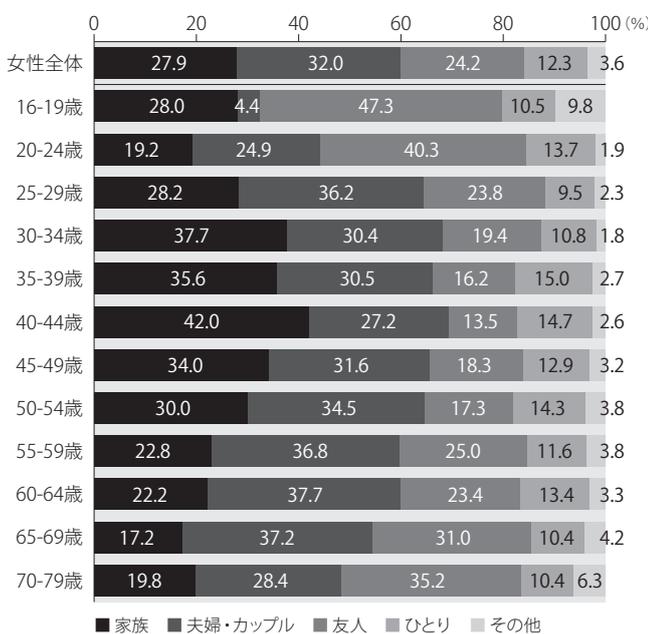


図I-1-7 海外旅行における年代別同行者 (男性)

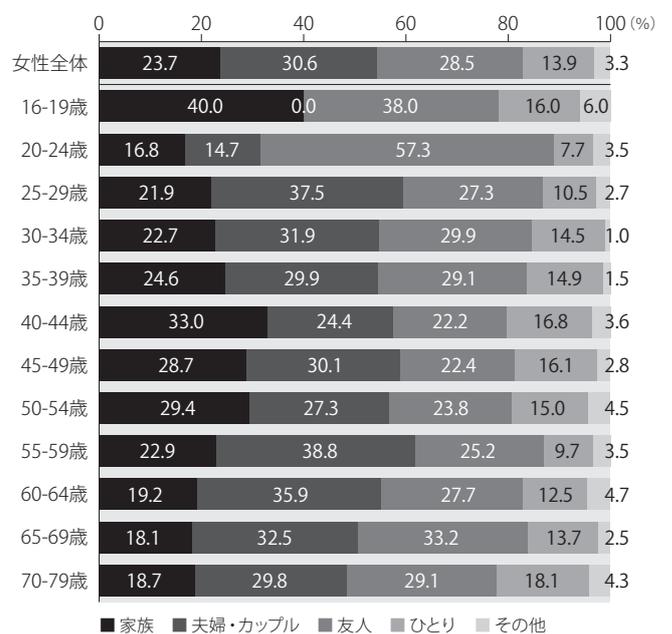


資料：(公財)日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

図I-1-8 国内旅行における年代別同行者 (女性)



図I-1-9 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 2014年の概況

観光および帰省・知人訪問、出張・業務、いずれも減少

(1) 国内旅行者の主要動向

観光庁の「旅行・観光消費動向調査」によると、14年の宿泊を伴う国内延べ旅行者数は約2億9,734万人回、前年比7.2%減、前々年比5.8%減となり、2012年、2013年の増加傾向から、減少に転じた(表I-2-1)。

目的別に見ると、観光・レクリエーション(以下、観光)、帰省・知人訪問等、出張・業務のいずれにおいても減少しており、なかでも、観光での落ち込みが前年比9.3%減と大きい(表I-2-1、図I-2-1)。宿泊旅行市場の5割以上のシェアを占める国内宿泊観光旅行では、延べ旅行者数は約1.6億人回(前年約1.8億人回)、国民1人当たりの旅行平均回数は1.26回/人(前年1.39回/人)、国民1人当たりの平均宿泊数は2.06泊/人(同2.25泊/人)、旅行1回当たりの平均泊数は1.64泊/人回(同1.63泊/人回)、旅行経験率は53.2%(同56.1%)となり、旅行1回当たりの平均泊数以外は、前年を下回った。

日帰り旅行についても、宿泊旅行と同様、減少に転じ、国内延べ旅行者数は約2億9,788万人回、前年比4.1%減となり、出

張・業務だけが増加した(表I-2-1)。

(2) 主な要因

国内旅行者が減少した主な要因としては、14年4月からの消費税税率8%への引き上げおよび、それに伴う物価の上昇が挙げられる。総務省発表によると、14年の消費者物価総合指数(2010年=100)は102.8となり、前年比2.7%増の高い上昇率であった。さらに、高速道路料金のETC割引制度の廃止・変更(都市部における休日昼間3割引の廃止や地方における休日5割引から3割引への引き下げなど)、国際情勢不安によるガソリン価格高騰などに加え、ゴールデンウィークの日並びの悪さ、週末3連休が13年より1回減少したことなどの要因が挙げられる。加えて、悪天候の週末が多く、記録的な集中豪雨に見舞われた地域も少なくない。このような天候不順の影響も、観光需要の縮小につながったと考えられる。

15年の見通しについては、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2.8%増とやや増加傾向にある(観光庁「旅行・観光消費動向調査」)。ガソリン価格の下落、北陸新幹線開通、9月のシルバーウィーク5連休など、観光業界にとって明るい話題もあり、観光需要の誘発が期待される。

表I-2-1 日本人の国内旅行における延べ旅行者数の推移

(単位：千人回)

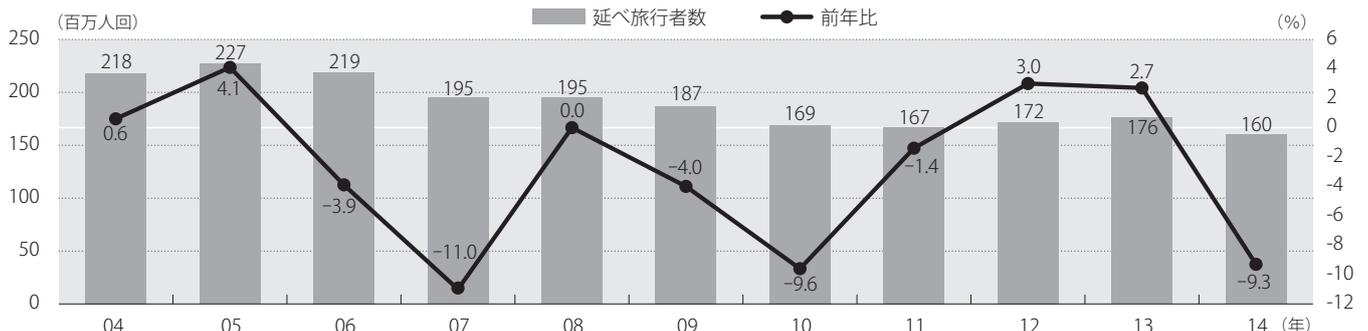
	宿泊旅行				観光・レクリエーション				日帰り旅行							
	前年比(%)	前年比(%)	前年比(%)	前年比(%)	前年比(%)	前年比(%)	前年比(%)	前年比(%)	前年比(%)	前年比(%)	前年比(%)	前年比(%)				
2010年	317,533	—	169,059	—	90,909	—	57,565	—	314,063	—	202,761	—	51,812	—	59,490	—
2011年	313,561	△ 1.3	166,678	△ 1.4	92,929	2.2	53,954	△ 6.3	298,964	△ 4.8	192,824	△ 4.9	51,733	△ 0.2	54,407	△ 8.5
2012年	315,549	0.6	171,759	3.0	91,604	△ 1.4	52,186	△ 3.3	297,201	△ 0.6	195,903	1.6	46,321	△ 10.5	54,977	1.0
2013年	320,416	1.5	176,421	2.7	92,761	1.3	51,233	△ 1.8	310,534	4.5	206,272	5.3	48,257	4.2	56,006	1.9
2014年	297,343	△ 7.2	160,026	△ 9.3	86,385	△ 6.9	50,932	△ 0.6	297,878	△ 4.1	188,629	△ 8.6	47,692	△ 1.2	61,557	9.9

(注1) 各年の値は年間確報による。それぞれの調査結果は観光庁ホームページより(2015年7月13日時点)。

(注2) 2010年から調査を拡充したため、2010年の前年比は掲載していない。

資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」をもとに(公財)日本交通公社作成

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



(注) 延べ旅行者数の値は、2004~2009年は国民1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。2010~2014年は観光庁確定値。

資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」をもとに(公財)日本交通公社推計

(3) 宿泊旅行者数の内訳

●性・年代別 (表I-2-2、図I-2-2)

14年の国内宿泊旅行全体を性・年代別に見ると、一部の世

代を除き、ほぼ全ての年代で前年と比べて減少となった。特に、女性のほうが全体的に落ち幅が大きく、男女ともに観光において減少幅が最も大きい。

表I-2-2 性・年代別日本人国内宿泊旅行者数 (2014年)

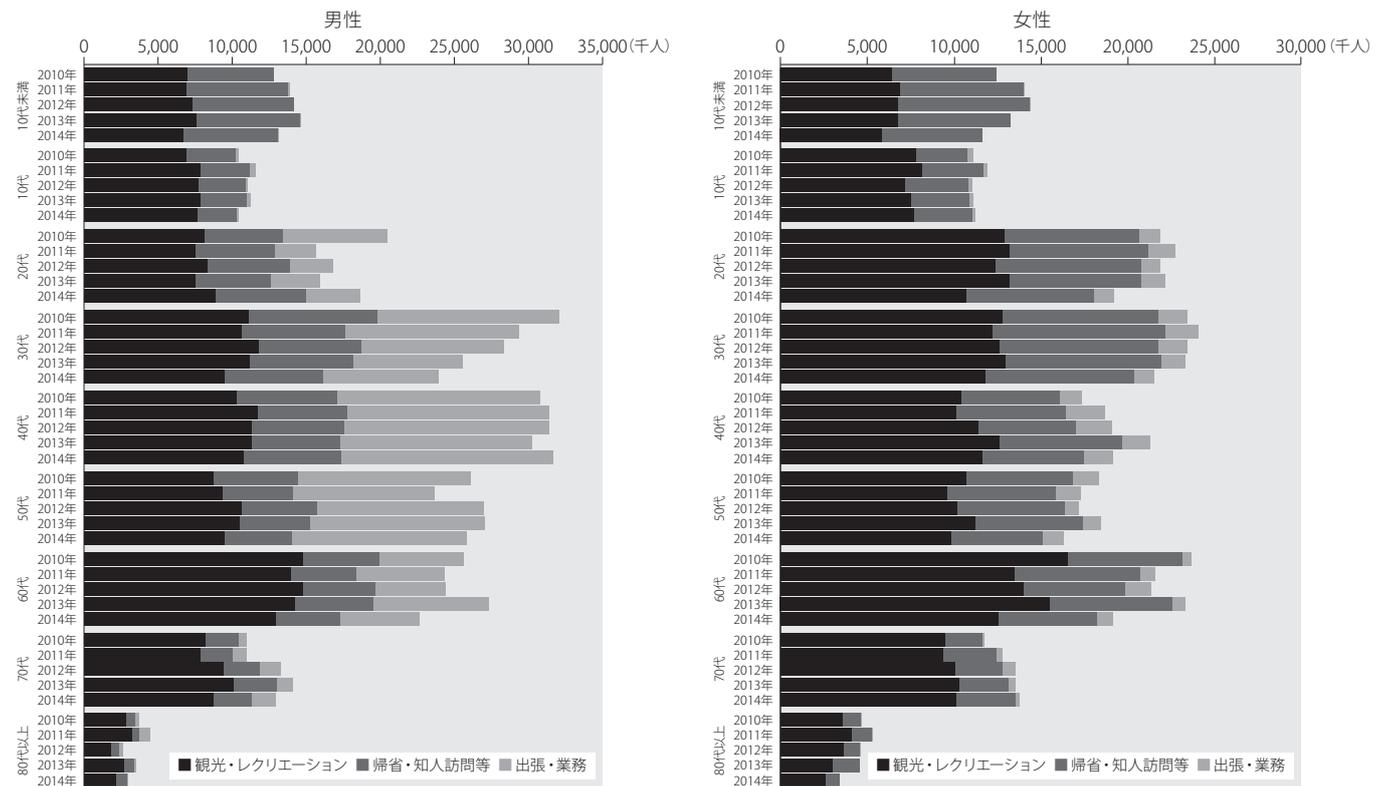
男性		年代								全体	
		10代未満	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代		80代以上
観光・レクリエーション	延べ旅行者数 (千人)	6,700	7,643	8,868	9,536	10,827	9,520	12,999	8,755	2,243	77,090
	前年比 (%)	△ 12.1	△ 3.0	18.0	△ 15.0	△ 4.3	△ 9.3	△ 8.9	△ 13.5	△ 18.0	△ 7.3
	旅行平均回数 (回/人)	1.24	1.27	1.34	1.17	1.17	1.24	1.48	1.36	0.67	1.25
帰省・知人訪問等	延べ旅行者数 (千人)	6,438	2,688	6,122	6,650	6,561	4,518	4,302	2,577	644	40,500
	前年比 (%)	△ 7.6	△ 12.8	20.0	△ 4.2	9.7	△ 5.4	△ 19.1	△ 11.4	△ 7.2	△ 3.1
	旅行平均回数 (回/人)	1.19	0.45	0.93	0.81	0.71	0.59	0.49	0.40	0.19	0.66
出張・業務	延べ旅行者数 (千人)	26	109	3,646	7,760	14,288	11,770	5,299	1,555	78	44,530
	前年比 (%)	152.1	△ 55.5	10.7	5.2	10.5	0.0	△ 31.6	51.3	△ 30.0	0.0
	旅行平均回数 (回/人)	0.00	0.02	0.55	0.95	1.54	1.53	0.60	0.24	0.02	0.72
宿泊旅行全体	延べ旅行者数 (千人)	13,164	10,440	18,636	23,946	31,676	25,808	22,600	12,887	2,965	162,120
	前年比 (%)	△ 9.8	△ 6.9	17.1	△ 6.3	4.8	△ 4.5	△ 17.3	△ 8.3	△ 16.3	△ 4.3
	旅行平均回数 (回/人)	2.44	1.74	2.82	2.93	3.41	3.35	2.57	1.99	0.89	2.62

女性		年代								全体	
		10代未満	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代		80代以上
観光・レクリエーション	延べ旅行者数 (千人)	5,851	7,678	10,702	11,864	11,626	9,842	12,619	10,129	2,625	82,936
	前年比 (%)	△ 13.6	2.3	△ 19.1	△ 8.5	△ 8.1	△ 12.5	△ 18.7	△ 1.9	△ 13.4	△ 11.1
	旅行平均回数 (回/人)	1.14	1.34	1.71	1.49	1.27	1.27	1.36	1.31	0.42	1.27
帰省・知人訪問等	延べ旅行者数 (千人)	5,760	3,361	7,348	8,522	5,856	5,278	5,595	3,415	750	45,885
	前年比 (%)	△ 10.9	△ 0.7	△ 2.6	△ 4.8	△ 16.9	△ 14.4	△ 20.7	20.6	△ 51.0	△ 10.0
	旅行平均回数 (回/人)	1.12	0.59	1.17	1.07	0.64	0.68	0.60	0.44	0.12	0.70
出張・業務	延べ旅行者数 (千人)	8	162	1,139	1,135	1,679	1,182	878	204	15	6,402
	前年比 (%)	△ 28.4	△ 32.5	△ 15.2	△ 18.5	7.4	15.3	20.3	△ 49.8	63.0	△ 4.7
	旅行平均回数 (回/人)	0.00	0.03	0.18	0.14	0.18	0.15	0.09	0.03	0.00	0.10
宿泊旅行全体	延べ旅行者数 (千人)	11,619	11,201	19,189	21,521	19,161	16,302	19,092	13,748	3,390	135,223
	前年比 (%)	△ 12.3	0.6	△ 13.2	△ 7.7	△ 9.8	△ 11.6	△ 18.1	1.4	△ 25.8	△ 10.4
	旅行平均回数 (回/人)	2.26	1.96	3.06	2.70	2.10	2.11	2.05	1.78	0.54	2.07

(注1) 各値は年間確報による。調査結果は観光庁ホームページより (2015年7月13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旅行における延べ旅行者数の推移



(注) 図中のデータについては表I-2-2注と同じ。

資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」をもとに (公財) 日本交通公社作成

観光に絞って見ると、前年からの伸び率は、男性20代（前年比18.0%増）および女性10代（2.3%増）以外の全ての層で減少となった。減少した層について見ると、男女ともにシェアの大きい60代（男性8.9%減、女性18.7%減）の影響も大きい、男性では80代以上（18.0%減）、女性では20代（19.1%減）が最も大きな減少幅となった。

●出発月別（表I-2-3、図I-2-3）

日本人の宿泊旅行における出発月別の延べ旅行者数を見ると、1月と3月を除く月において、前年同期と比べてマイナスとなった。特に減少幅が大きい月は4月（前年同期比19.9%減）であり、4月1日から始まった消費税率の5%から8%への引き上げ、高速道路料金のETC割引制度の廃止・変更などが重なっ

たことが要因として考えられる。

観光目的に絞って見ても、全ての月で前年同期比減となり、全体と同様、4月の減少幅が18.7%減と最も大きくなった。

●居住地別（表I-2-3）

宿泊旅行全体について見ると、関東地方・四国地方以外は、前年比マイナスとなった。日本の宿泊旅行市場全体の4割弱のシェアを占める巨大マーケット、関東地方においては前年比0.7%増となり、観光目的では同5.6%減だが、帰省・知人訪問等が同1.1%増、出張・業務が同31.1%増であった。

観光目的に絞って見ると、沖縄を除く地域でマイナスであった。特に、四国地方（前年比18.7%減）、中国地方（同18.5%減）の減少幅が大きい。

表I-2-3 出発月・居住地別日本人国内宿泊旅行者数（2014年）

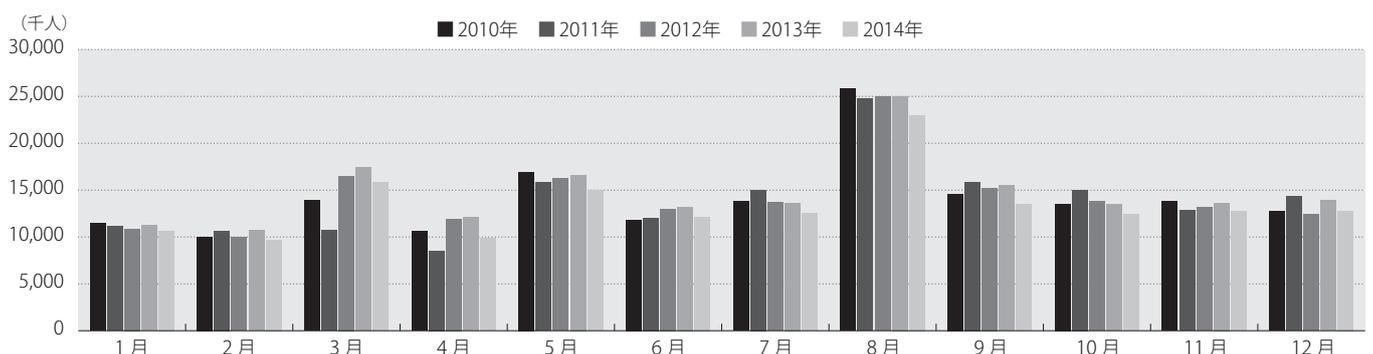
出発月		1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	全体
観光・レクリエーション	延べ旅行者数（千人）	10,654	9,703	15,849	9,839	14,937	12,165	12,495	22,983	13,453	12,435	12,710	12,803	160,026
	前年比（%）	△ 5.1	△ 9.2	△ 8.8	△ 18.7	△ 10.1	△ 8.0	△ 8.3	△ 8.1	△ 13.4	△ 7.9	△ 6.7	△ 7.8	△ 9.3
	旅行平均回数（回/人）	0.08	0.08	0.12	0.08	0.12	0.10	0.10	0.18	0.11	0.10	0.10	0.10	1.26
帰省・知人訪問等	延べ旅行者数（千人）	10,819	4,152	8,408	5,083	8,783	5,016	4,562	14,138	6,030	4,617	5,537	9,240	86,385
	前年比（%）	3.6	2.6	7.1	△ 24.4	△ 5.3	△ 13.0	△ 30.0	△ 3.6	△ 9.6	△ 15.4	△ 1.8	△ 4.9	△ 6.9
	旅行平均回数（回/人）	0.09	0.03	0.07	0.04	0.07	0.04	0.04	0.11	0.05	0.04	0.04	0.07	0.68
出張・業務	延べ旅行者数（千人）	3,542	4,326	5,253	3,661	4,666	4,690	4,403	3,558	4,432	4,142	4,484	3,775	50,932
	前年比（%）	12.3	0.0	29.7	△ 16.0	2.4	△ 15.0	2.2	△ 12.6	△ 8.7	7.5	2.7	△ 1.3	△ 0.6
	旅行平均回数（回/人）	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.40
宿泊旅行全体	延べ旅行者数（千人）	25,015	18,181	29,510	18,583	28,386	21,871	21,460	40,679	23,915	21,194	22,731	25,818	297,343
	前年比（%）	0.8	△ 4.6	0.8	△ 19.9	△ 6.8	△ 10.8	△ 12.3	△ 7.0	△ 11.6	△ 7.1	△ 3.8	△ 5.9	△ 7.2
	旅行平均回数（回/人）	0.2	0.1	0.2	0.1	0.2	0.2	0.2	0.3	0.2	0.2	0.2	0.2	2.34

居住地		北海道	東北	関東	北陸信越	中部	近畿	中国	四国	九州	沖縄	全体
観光・レクリエーション	延べ旅行者数（千人）	6,718	11,291	61,113	8,938	21,790	25,403	7,371	3,325	13,077	999	160,025
	前年比（%）	△ 14.2	△ 5.9	△ 5.6	△ 11.9	△ 4.8	△ 15.0	△ 18.5	△ 18.7	△ 12.2	8.5	△ 9.3
	旅行平均回数（回/人）	1.24	1.24	1.41	1.34	1.38	1.22	0.99	0.85	1.00	0.71	1.26
帰省・知人訪問等	延べ旅行者数（千人）	4,842	5,819	32,053	4,264	10,410	13,157	5,141	2,239	7,977	483	86,385
	前年比（%）	△ 6.7	△ 8.2	1.1	0.1	△ 15.3	△ 10.5	△ 10.0	1.5	△ 17.5	△ 31.3	△ 6.9
	旅行平均回数（回/人）	0.89	0.64	0.74	0.64	0.66	0.63	0.69	0.57	0.61	0.34	0.68
出張・業務	延べ旅行者数（千人）	2,825	3,938	16,693	3,407	4,264	10,482	2,490	1,734	4,733	366	50,932
	前年比（%）	△ 29.4	5.5	31.1	16.9	△ 30.0	△ 9.6	△ 16.2	77.0	△ 18.7	△ 8.4	△ 0.6
	旅行平均回数（回/人）	0.52	0.43	0.38	0.51	0.27	0.50	0.33	0.44	0.36	0.26	0.40
宿泊旅行全体	延べ旅行者数（千人）	14,385	21,048	109,859	16,609	36,464	49,042	15,002	7,298	25,787	1,848	297,342
	前年比（%）	△ 15.5	△ 4.6	0.7	△ 4.1	△ 11.6	△ 12.7	△ 15.3	0.3	△ 15.2	△ 8.7	△ 7.2
	旅行平均回数（回/人）	2.65	2.32	2.53	2.48	2.31	2.36	2.01	1.87	1.97	1.31	2.34

(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・レクリエーションにおける延べ旅行者数の推移



(注) 図中のデータについては表I-2-2注と同じ。

資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」をもとに（公財）日本交通公社作成

2 着地別（都道府県別）の旅行動向

24都道府県で延べ宿泊者数減少
特に京都、鳥取で減少幅大

(1) 都道府県別国内宿泊者数（表I-2-4）

日本人延べ宿泊者数の年間合計を見ると、47都道府県のうち24都道府県において、延べ宿泊者数が前年より減少した。

減少幅が1割を超えたのは、京都（前年比21.6%減）、鳥取（同14.6%減）の2府県であった。

一方、日本人延べ宿泊者数が前年より増加したのは23府県であり、中でも徳島が前年比27.4%増で最も高い伸び率となった。その他、福井（前年比16.7%増）、大阪（同13.3%増）、神奈川（同12.6%増）、滋賀（同11.5%増）においても伸び率が1割を超えた。

（各地の詳細な動向については、第IV編観光地参照。）

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	2010年		2011年		2012年		2013年		2014年	
		前年比		前年比		前年比		前年比		前年比
北海道	21,228	—	25,710	—	26,580	3.4	27,901	5.0	27,088	△ 2.9
青森	3,481	—	4,448	—	4,504	1.3	4,697	4.3	4,437	△ 5.5
岩手	4,179	—	6,273	—	6,471	3.2	5,525	△ 14.6	5,812	5.2
宮城	7,080	—	9,735	—	9,952	2.2	11,228	12.8	10,143	△ 9.7
秋田	3,068	—	3,694	—	3,433	△ 7.1	3,457	0.7	3,720	7.6
山形	4,205	—	5,396	—	5,527	2.4	5,393	△ 2.4	5,850	8.5
福島	7,734	—	10,771	—	10,549	△ 2.1	10,707	1.5	11,017	2.9
茨城	3,490	—	4,363	—	5,008	14.8	5,066	1.2	5,369	6.0
栃木	8,127	—	8,619	—	9,655	12.0	9,538	△ 1.2	9,423	△ 1.2
群馬	6,583	—	8,700	—	8,316	△ 4.4	9,030	8.6	8,481	△ 6.1
埼玉	3,206	—	3,511	—	3,649	3.9	3,877	6.2	4,010	3.5
千葉	16,105	—	14,530	—	17,527	20.6	18,350	4.7	18,534	1.0
東京	33,191	—	35,877	—	40,898	14.0	42,993	5.1	41,064	△ 4.5
神奈川	13,154	—	15,657	—	16,311	4.2	15,773	△ 3.3	17,768	12.6
新潟	7,243	—	10,274	—	10,106	△ 1.6	9,570	△ 5.3	9,472	△ 1.0
富山	2,653	—	3,404	—	3,525	3.6	3,685	4.5	3,347	△ 9.2
石川	5,756	—	6,850	—	7,053	3.0	7,124	1.0	7,195	1.0
福井	2,236	—	3,630	—	3,510	△ 3.3	3,221	△ 8.2	3,759	16.7
山梨	4,463	—	6,819	—	6,633	△ 2.7	6,437	△ 3.0	6,622	2.9
長野	11,636	—	19,151	—	18,003	△ 6.0	18,207	1.1	17,237	△ 5.3
岐阜	4,144	—	5,442	—	5,570	2.4	5,626	1.0	5,501	△ 2.2
静岡	15,030	—	19,079	—	19,792	3.7	20,364	2.9	20,236	△ 0.6
愛知	10,373	—	11,694	—	12,482	6.7	13,506	8.2	13,906	3.0
三重	5,542	—	7,478	—	8,240	10.2	9,556	16.0	8,616	△ 9.8
滋賀	3,060	—	4,225	—	4,103	△ 2.9	3,943	△ 3.9	4,398	11.5
京都	10,551	—	13,352	—	13,936	4.4	17,462	25.3	13,696	△ 21.6
大阪	16,527	—	19,399	—	20,283	4.6	19,567	△ 3.5	22,169	13.3
兵庫	9,435	—	11,584	—	11,999	3.6	12,719	6.0	13,061	2.7
奈良	1,908	—	1,993	—	2,126	6.7	2,316	8.9	2,125	△ 8.2
和歌山	3,537	—	4,032	—	4,166	3.3	4,255	2.1	4,172	△ 1.9
鳥取	2,212	—	3,272	—	2,825	△ 13.7	3,493	23.7	2,984	△ 14.6
島根	2,212	—	2,796	—	2,609	△ 6.7	3,255	24.8	3,191	△ 2.0
岡山	3,631	—	4,690	—	4,588	△ 2.2	5,131	11.8	5,277	2.8
広島	6,674	—	7,716	—	7,819	1.3	7,577	△ 3.1	8,137	7.4
山口	3,212	—	4,138	—	4,244	2.6	4,333	2.1	4,433	2.3
徳島	1,388	—	1,944	—	1,775	△ 8.7	2,224	25.3	2,833	27.4
香川	2,480	—	3,228	—	3,507	8.6	3,489	△ 0.5	3,320	△ 4.9
愛媛	2,765	—	4,133	—	3,735	△ 9.6	3,532	△ 5.4	3,528	△ 0.1
高知	2,378	—	2,915	—	3,055	4.8	2,849	△ 6.7	2,866	0.6
福岡	11,110	—	12,636	—	12,915	2.2	13,087	1.3	13,875	6.0
佐賀	1,935	—	2,660	—	2,443	△ 8.2	2,582	5.7	2,747	6.4
長崎	4,679	—	6,717	—	6,210	△ 7.5	6,830	10.0	6,823	△ 0.1
熊本	4,894	—	6,981	—	6,763	△ 3.1	6,636	△ 1.9	6,394	△ 3.7
大分	4,681	—	5,961	—	5,812	△ 2.5	6,301	8.4	5,701	△ 9.5
宮崎	2,417	—	3,055	—	3,474	13.7	3,579	3.0	3,321	△ 7.2
鹿児島	4,910	—	6,703	—	6,700	△ 0.0	7,108	6.1	7,268	2.3
沖縄	12,297	—	13,584	—	14,798	8.9	19,302	30.4	17,754	△ 8.0

資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」より（公財）日本交通公社作成

（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）2010年3月までは従業員10人以上の宿泊施設が調査対象であり、2010年4月からは全ての宿泊施設が調査対象となっており、比較ができないため、実数のみ掲載。

(2) 都道府県別旅行内容

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

① 旅行先とマーケットセグメント(表I-2-5)

同行者タイプについては、全国的に『夫婦旅行』の比率が高く、44道府県でトップシェアとなった。特に、「青森」「佐賀」でその傾向が強く、その比率は全体より10ポイント以上大きい。

『家族旅行』がトップシェアとなったのは、「千葉」「三重」「和歌山」の3県のみであり、その中でも「千葉」は家族旅行比率が約4割と高い比率であった。

「東京」でのトップシェアは『ひとり旅』であり、他地域と異なる傾向が見られた。なお、『友人旅行』がトップシェアとなった都道府県はない。

同行者をライフスタイル区分別に詳しく見てみる。『子ども連れ家族旅行』は「千葉」が高いが、『大人のみ家族旅行』は「群馬」、『3世代の家族旅行』は「福井」「和歌山」でシェアが比較的高い。

『夫婦旅行』については、いずれの地域も『子育て後の夫婦旅行』のシェアが高めであり、特に、北東北、北陸地方、中国地方、九州地方などは他地域に比べて高めのシェアとなっている。

『友人旅行』について見ると、『未婚の男性による友人旅行』で「新潟」のシェアが比較的高くなっている。

『ひとり旅』については、男女ともに高い比率を示したのは「東京」であった。その他の地域については性別によって若干傾向が異なり、男性では「埼玉」「徳島」「愛媛」「福岡」、女性では「大阪」「奈良」が比較的高い値となった。

② 旅行先と居住地(表I-2-6)

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約3割を占めており、近畿1.5割、東海および九州・沖縄1割と続く。都道府県別に見ても、来訪者の居住地特性は都道府県ごとに異なるが、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。

北海道・東北地方はいずれも南関東在住の旅行者のシェアが最も高く、次いで「北海道」では道内在住、「青森」「岩手」では北東北在住、「宮城」「秋田」「山形」「福島」では南東北在住のシェアが高い。

関東および甲信越地方においては、「東京」を除き南関東在住のシェアが高く、特に「栃木」「群馬」「山梨」では半数以上を占める。次点を見ると、北関東は近隣居住者である北関東在住者の比率が高いが、「埼玉」「千葉」「神奈川」は東海および近畿地方のシェアが高い。「東京」はこれらの県とは異なる傾向を示し、全国各地から観光客が訪れている。

東海および北陸地方では、東京と大阪という大都市に挟まれ

ている立地の影響が表れている。関東地方に隣接する「静岡」では南関東からの旅行者が過半数を占めるが、近畿地方に隣接する「三重」「岐阜」では東海・近畿在住の旅行者が多い。北陸でも「富山」は南関東から、「石川」「福井」には近畿からの旅行者が比較的多くなっている。

近畿地方のうち、「滋賀」「兵庫」「和歌山」は近隣居住者である近畿在住者の比重が大きい地域となっている。一方、「京都」「大阪」「奈良」には南関東から多くの旅行者が訪れている。

中国地方のうち山陽新幹線が走行する「広島」「岡山」および四国地方は、南関東および近畿地方からの旅行者が多くを占め、近隣居住者よりも主要なマーケットとなっている。

九州地方は九州在住の旅行者が多い。「沖縄」は、南関東からの旅行者が3割を占め最も多い。

③ 旅行先と最も楽しみにしていたこと(表I-2-7)

最も楽しみにしていたことについて全体で見ると、『温泉に入ること』『おいしいものを食べること』が1.5割を超え、旅行の二大楽しみとなった。次いで、『文化的な名所(史跡、社寺仏閣など)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、テーマパークなど)を訪れること』となり、これらは1割超の比率であった。

最も楽しみにしていたことについて都道府県別に見ると、1つの目的のシェアが4割を超えたのは「群馬」「鳥取」「佐賀」「大分」の『温泉に入ること』、「京都」「奈良」の『文化的な名所を見ること』、「千葉」の『観光・文化施設を訪れること』であった。一方、「宮城」「茨城」「埼玉」「愛知」「兵庫」「愛媛」は目的が分散している。

『温泉に入ること』は、草津・伊香保温泉などを有する「群馬」、皆生・三朝温泉などを有する「鳥取」、嬉野・武雄温泉などを有する「佐賀」、別府・湯布院温泉などを有する「大分」で4割を超え、かつ、全体に比べて15ポイント以上高い値となった。

『おいしいものを食べること』は、特に、「福井」「香川」「福岡」で特徴的な楽しみだが、全体の比率との差が15ポイント以上となった地域はなく、都道府県による差は顕著には表れなかった。

一方、『文化的な名所を見ること』は都道府県による差が顕著であり、特に、前述した「京都」「奈良」を含む近畿および中国地方でのシェアが高い。

『自然景観を見ること』は、特に、「富山」「沖縄」で高い傾向が見られた。

『観光・文化施設を訪れること』は、東京ディズニーランドのある「千葉」でのシェアが4割を超えている他、ユニバーサル・スタジオ・ジャパンのある「大阪」、ハウステンボスのある「長崎」でも全体より15ポイント以上高い値となった。

『スポーツやアウトドア活動を楽しむこと』は、多くのスキー場を有する「新潟」「長野」で比較的高い比率となった。

表I-2-5 旅行先別のマーケットセグメント（同行者×ライフステージ）

（単位：％）

同行者 旅行先	家族旅行					夫婦・カップルでの旅行					友人や知人との旅行								ひとり旅			サンプル数		
	子ども連れ		大人のみ	※3世代		カップル	夫婦旅行	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 (小中高生を含まない)								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				未婚		既婚 (子どもなし)	子育て中
全体	24.8	4.6	10.0	10.2	6.5	34.0	7.2	9.5	1.9	15.4	22.5	4.3	1.0	1.2	4.0	4.8	1.6	0.5	5.2	15.7	9.7	6.1	2.9	(20,150)
北海道	22.9	4.0	10.0	8.9	6.6	35.7	6.3	11.2	1.8	16.3	21.5	5.0	1.3	1.3	3.5	3.9	1.7	0.7	4.0	16.8	11.6	5.2	3.1	(1,627)
青森県	19.9	2.7	7.1	10.1	7.4	44.1	7.4	9.4	1.3	25.9	19.9	5.1	0.7	1.3	4.4	2.4	1.0	0.0	5.1	14.8	9.8	5.1	1.3	(297)
岩手県	25.1	3.9	9.6	11.6	8.1	39.2	5.4	8.1	2.0	23.6	19.2	4.4	0.7	1.5	4.4	4.9	0.5	0.5	2.2	14.8	9.1	5.7	1.7	(406)
宮城県	22.6	3.6	8.5	10.5	6.9	38.0	7.0	8.8	1.6	20.5	20.6	4.6	1.1	0.8	4.6	3.3	1.5	0.5	4.3	16.2	8.8	7.4	2.6	(611)
秋田県	21.6	5.2	4.5	11.9	6.3	42.5	4.9	11.2	1.5	25.0	18.7	3.7	0.0	1.1	5.6	1.9	0.7	0.0	5.6	16.8	8.2	8.6	0.4	(268)
山形県	22.6	2.4	8.6	11.6	4.2	36.0	5.7	8.9	2.1	19.3	22.0	3.6	0.6	1.8	6.3	3.0	0.6	0.0	6.3	17.9	11.9	6.0	1.5	(336)
福島県	25.7	3.8	10.6	11.3	6.6	32.6	3.8	12.3	1.9	14.5	27.4	3.8	1.1	1.9	8.7	3.0	2.1	1.3	5.5	11.1	8.1	3.0	3.2	(470)
茨城県	23.7	5.3	8.7	9.7	7.7	35.7	11.1	5.8	1.4	17.4	22.2	4.3	1.9	2.4	6.8	1.0	1.0	0.5	4.3	15.9	11.6	4.3	2.4	(207)
栃木県	27.4	6.3	10.3	10.7	8.7	38.0	8.3	10.7	2.2	16.8	25.2	4.7	1.3	1.6	6.0	4.0	2.2	0.7	4.7	6.5	4.7	1.8	2.9	(552)
群馬県	26.6	3.4	7.2	16.0	4.7	33.6	7.0	7.6	1.6	17.4	28.4	6.5	0.2	0.7	8.8	3.8	2.0	0.2	6.3	8.8	6.1	2.7	2.5	(556)
埼玉県	25.2	3.8	12.2	9.2	6.7	32.8	5.5	10.5	0.4	16.4	17.2	7.6	0.0	0.4	2.5	3.8	1.3	0.0	1.7	23.1	16.8	6.3	1.7	(238)
千葉県	39.7	10.8	20.5	8.4	10.8	29.8	9.4	9.7	1.5	9.3	16.2	2.3	0.9	0.7	2.2	6.7	0.8	0.7	1.9	11.6	6.8	4.8	2.7	(896)
東京都	19.5	3.4	8.1	8.0	4.1	27.5	7.2	6.9	1.3	12.2	18.6	4.0	0.4	0.8	1.6	6.4	1.4	0.6	3.3	32.0	17.7	14.3	2.4	(2,103)
神奈川県	24.8	4.5	9.0	11.3	6.6	35.9	9.9	8.5	3.4	14.2	22.4	3.0	0.8	1.1	3.6	4.7	1.6	0.8	6.8	13.2	7.5	5.7	3.6	(1,052)
新潟県	19.2	3.0	9.6	6.6	4.7	31.9	5.6	9.8	0.5	15.9	28.3	9.4	0.7	1.6	4.0	4.7	1.2	0.2	6.6	16.6	11.2	5.4	4.0	(427)
富山県	15.6	1.5	5.7	8.4	3.0	38.0	1.9	11.8	2.3	22.1	24.7	5.7	1.1	1.9	4.9	2.3	0.8	0.4	7.6	18.3	12.9	5.3	3.4	(263)
石川県	22.2	3.2	8.0	11.0	6.5	38.0	5.6	10.4	2.8	19.2	25.5	4.7	0.7	0.9	4.8	3.7	2.2	0.4	8.0	11.4	8.4	3.0	3.0	(537)
福井県	26.4	4.1	12.3	10.0	11.5	39.4	5.9	8.6	2.2	22.7	20.1	4.5	0.7	1.5	5.6	2.2	1.1	0.4	4.1	10.8	7.4	3.3	3.3	(269)
山梨県	27.7	6.9	8.0	12.8	10.3	35.2	5.9	9.8	2.1	17.4	25.2	5.5	0.7	1.4	4.1	3.2	3.0	0.2	7.1	9.2	6.4	2.7	2.7	(437)
長野県	24.3	5.2	9.8	9.3	7.6	36.0	4.9	9.9	1.5	19.8	25.4	5.3	1.2	0.9	5.6	4.9	1.6	0.0	6.0	10.6	8.1	2.6	3.7	(1,167)
岐阜県	21.3	2.2	9.6	9.6	7.9	35.2	6.7	9.8	2.4	16.3	26.0	6.3	1.4	0.4	5.7	4.3	0.6	0.2	7.1	14.0	10.2	3.9	3.5	(492)
静岡県	30.7	6.3	12.7	11.7	9.2	33.4	7.6	10.9	1.8	13.1	22.9	4.7	0.9	1.8	6.1	2.5	1.7	0.6	4.8	8.3	5.7	2.6	4.7	(1,138)
愛知県	22.8	4.4	9.4	9.0	6.3	30.7	7.6	8.8	2.0	12.3	20.9	5.0	1.4	2.2	3.9	3.0	1.9	0.8	2.7	22.2	13.4	8.8	3.3	(635)
三重県	32.9	6.6	13.8	12.5	10.9	31.8	7.2	10.0	1.9	12.7	23.3	3.7	1.9	2.1	3.9	5.0	2.1	0.2	4.5	9.3	5.5	3.9	2.7	(623)
滋賀県	29.4	4.8	10.6	14.0	8.5	31.4	9.6	5.5	2.4	14.0	23.5	4.1	0.7	1.0	6.1	4.1	1.4	0.0	6.1	13.3	8.5	4.8	2.4	(293)
京都府	21.3	2.6	6.5	12.3	4.9	37.1	8.6	7.7	1.9	19.0	23.6	5.5	0.5	1.2	2.2	5.8	1.8	0.2	6.4	15.3	7.5	7.8	2.6	(1,285)
大阪府	22.0	3.1	9.1	9.8	4.7	26.2	8.3	7.3	2.1	8.6	24.6	6.3	0.6	1.6	1.1	9.2	2.1	0.5	3.2	24.4	13.1	11.4	2.7	(1,072)
兵庫県	25.8	4.3	9.7	11.8	7.0	33.8	6.9	9.2	2.5	15.2	22.2	5.1	0.9	0.8	2.7	5.2	1.7	0.2	5.6	14.3	8.7	5.6	3.8	(887)
奈良県	19.1	3.6	6.8	8.6	5.8	28.4	5.0	7.6	0.7	15.1	25.5	4.7	0.0	1.1	6.1	5.4	2.9	0.4	5.0	22.3	9.4	12.9	4.7	(278)
和歌山県	32.1	6.5	11.6	13.9	11.6	31.5	6.3	8.5	1.7	15.1	22.2	6.3	2.0	2.0	3.1	2.8	0.0	0.0	6.0	11.4	7.1	4.3	2.8	(352)
鳥取県	22.9	3.8	9.6	9.6	8.5	40.3	6.1	11.9	3.1	19.1	22.5	4.4	1.7	0.3	3.8	2.7	1.0	0.0	8.5	12.3	9.2	3.1	2.0	(293)
島根県	18.0	1.2	6.1	10.8	6.4	43.3	4.4	12.8	2.0	24.1	22.4	3.8	1.5	0.6	2.3	7.0	0.6	0.3	6.4	13.7	9.9	3.8	2.6	(344)
岡山県	18.4	2.1	9.5	6.8	4.5	40.7	5.3	8.9	2.7	23.7	20.2	3.9	1.8	0.9	4.2	3.6	1.2	0.0	4.7	16.9	13.1	3.9	3.9	(337)
広島県	22.6	3.4	8.0	11.2	7.4	34.4	6.5	10.3	1.9	15.6	22.4	6.1	1.1	1.1	3.6	5.9	1.1	0.2	3.4	15.8	9.7	6.1	4.9	(474)
山口県	23.9	4.2	8.7	11.1	8.7	41.2	5.5	9.0	2.1	24.6	19.7	3.1	1.0	0.0	4.5	5.2	0.7	0.0	5.2	11.8	8.3	3.5	3.5	(289)
徳島県	21.5	2.6	7.7	11.3	7.7	32.3	5.6	9.2	3.1	14.4	22.6	4.6	1.5	2.1	1.0	4.6	3.1	0.0	5.6	21.0	14.9	6.2	2.6	(195)
香川県	20.9	3.7	6.2	11.0	6.6	38.1	6.6	12.1	3.3	16.1	20.5	5.1	0.7	0.7	2.6	4.0	1.5	0.7	5.1	17.6	14.3	3.3	2.9	(273)
愛媛県	26.5	3.7	9.2	13.6	6.6	32.0	4.0	7.0	4.0	16.9	15.1	4.4	0.4	0.4	0.7	2.6	1.8	0.4	4.4	22.8	15.1	7.7	3.7	(272)
高知県	20.5	1.4	8.7	10.5	6.4	35.2	7.8	8.2	3.2	16.0	22.8	5.9	1.4	0.9	5.5	2.7	2.3	0.5	3.7	20.1	13.7	6.4	1.4	(219)
福岡県	20.1	3.1	7.9	9.1	5.7	32.2	7.4	7.9	2.0	14.8	21.8	4.9	1.1	1.3	3.3	4.6	1.5	0.8	4.3	22.9	16.0	6.9	3.1	(783)
佐賀県	22.6	3.5	8.7	10.4	6.5	45.2	7.4	11.7	2.2	23.9	20.0	4.8	0.9	0.0	3.9	3.9	1.3	0.4	4.8	8.3	4.3	3.9	3.9	(230)
長崎県	24.9	3.8	7.8	13.4	6.0	37.0	7.8	9.6	2.7	16.9	22.9	4.5	0.9	0.7	2.9	6.0	1.6	0.2	6.2	10.7	6.2	4.5	4.5	(449)
熊本県	22.5	5.1	7.6	9.9	6.9	40.0	8.2	10.5	2.1	19.2	21.5	5.7	1.1	0.6	3.8	2.9	1.1	0.8	5.5	11.8	8.2	3.6	4.2	(475)
大分県	25.4	3.9	10.6	10.8	9.6	36.4	7.7	9.3	2.6	16.9	23.0	4.5	1.2	1.0	4.3	3.9	1.6	0.0	6.5	12.4	8.3	4.1	2.8	(508)
宮崎県	24.4	3.3	9.1	12.0	11.0	34.9	6.2	6.7	1.0	21.1	21.5	5.7	2.9	2.4	4.3	1.4	1.0	0.0	3.8	18.7	14.4	4.3	0.5	(209)
鹿児島県	21.3	3.6	8.5	9.2	7.6	37.7	4.5	11.1	1.9	20.1	19.9	3.8	1.4	1.9	2.8	3.1	0.9	0.5	5.5	19.4	14.0	5.5	1.7	(422)
沖縄県	26.3	5.8	12.9	7.6	9.0	35.6	8.3	12.0	2.6	12.7	22.9	7.1	0.7	1.1	3.6	5.9	0.6	0.4	3.4	12.6	9.2	3.3	2.6	(963)

(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。

資料：(公財) 日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

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

表I-2-6 旅行先(都道府県)別の旅行者居住地

(単位:%)

居住地 旅行先	居住地												サンプル数
	北海道	北東北 青森、 岩手、 秋田	南東北 宮城、 山形、 福島	北関東 茨城、 群馬、 栃木	南関東 埼玉、 千葉、 東京、 神奈川	甲信越 新潟、 山梨、 長野	北陸 富山、 石川、 福井	東海 岐阜、 静岡、 愛知、 三重	近畿 滋賀、京都、 大阪、兵庫、 奈良、 和歌山	中国 鳥取、島根、 岡山、広島、 山口	四国 徳島、 香川、 愛媛、 高知	九州・沖縄 福岡、佐賀、 長崎、熊本、 大分、宮崎、 鹿児島、沖縄	
全体	4.3	2.8	4.3	5.1	29.3	3.9	2.3	12.4	16.0	5.9	2.8	10.9	(20,150)
北海道	27.0	2.6	2.6	4.9	29.1	2.7	1.0	8.4	11.0	2.9	1.5	6.3	(1,627)
青森県	4.0	14.1	10.4	6.1	34.7	2.0	1.3	7.4	10.1	3.4	1.0	5.4	(297)
岩手県	2.2	20.7	11.6	4.7	34.2	2.5	0.2	6.9	9.6	2.2	1.7	3.4	(406)
宮城県	3.8	15.9	18.8	5.7	28.2	3.8	0.8	6.7	9.5	1.0	1.0	4.9	(611)
秋田県	3.7	13.4	17.5	5.2	27.6	3.0	2.6	9.3	9.3	3.0	0.7	4.5	(268)
山形県	2.4	6.0	20.8	8.3	36.6	5.7	0.9	4.8	7.4	1.5	0.6	5.1	(336)
福島県	2.6	3.2	20.9	10.0	40.4	5.5	1.1	4.9	4.3	1.9	2.1	3.2	(470)
茨城県	2.4	2.4	10.6	15.5	44.0	4.8	1.0	6.3	4.8	1.9	0.5	5.8	(207)
栃木県	0.9	2.5	8.5	20.7	51.3	3.8	0.5	3.6	2.9	1.6	0.7	2.9	(552)
群馬県	0.4	1.8	3.2	19.8	50.7	4.9	1.3	6.5	5.2	2.7	0.4	3.2	(556)
埼玉県	2.1	6.3	7.6	7.1	34.0	3.4	3.8	10.5	9.7	7.6	1.3	6.7	(238)
千葉県	4.6	3.1	7.4	7.5	32.4	4.7	2.0	12.6	12.9	4.5	1.5	6.9	(896)
東京都	7.1	5.8	6.8	3.5	6.5	6.6	2.5	13.9	19.4	8.0	3.0	16.9	(2,103)
神奈川県	3.6	2.9	4.8	6.1	42.2	3.7	2.2	12.5	9.9	3.8	0.7	7.7	(1,052)
新潟県	1.4	2.6	5.4	10.1	42.9	18.3	1.6	6.8	6.1	1.6	0.7	2.6	(427)
富山県	2.7	1.5	3.8	6.1	30.4	5.3	8.0	13.7	20.2	2.7	0.8	4.9	(263)
石川県	1.9	0.6	2.6	3.0	19.4	6.9	13.6	15.5	28.9	3.7	1.1	3.0	(537)
福井県	1.9	0.4	1.5	1.9	14.5	4.5	9.7	23.8	32.7	4.1	1.9	3.3	(269)
山梨県	1.6	0.9	4.1	5.9	51.7	4.6	1.8	14.0	7.8	2.1	0.5	5.0	(437)
長野県	0.8	0.9	1.6	5.9	43.5	6.7	3.2	19.4	12.6	1.3	0.5	3.6	(1,167)
岐阜県	1.8	0.0	0.4	2.2	22.0	6.1	5.5	32.1	22.6	2.8	0.6	3.9	(492)
静岡県	0.8	0.8	0.7	4.0	54.1	4.1	2.0	21.2	7.9	0.9	0.8	2.6	(1,138)
愛知県	3.1	1.6	2.2	4.4	28.8	4.1	4.7	22.5	15.3	4.4	1.3	7.6	(635)
三重県	1.0	0.8	1.8	2.1	19.6	2.6	1.8	30.5	30.7	3.2	2.6	3.5	(623)
滋賀県	4.4	1.0	2.0	3.8	18.4	2.7	3.8	24.9	29.0	3.1	2.0	4.8	(293)
京都府	3.6	1.2	3.6	4.0	30.2	2.6	3.5	14.0	15.5	8.2	4.7	8.9	(1,285)
大阪府	4.6	1.5	2.9	3.5	29.1	3.2	4.2	12.7	7.6	10.4	6.2	14.2	(1,072)
兵庫県	1.8	0.7	2.7	1.8	17.9	1.6	2.1	10.1	35.5	10.3	7.6	7.9	(887)
奈良県	6.8	1.8	4.7	6.1	25.9	2.5	1.1	14.4	15.1	6.8	5.4	9.4	(278)
和歌山県	1.7	0.6	1.4	2.3	13.9	0.9	1.4	14.5	53.7	5.1	2.0	2.6	(352)
鳥取県	3.1	1.7	1.0	2.0	19.8	2.4	3.1	10.2	24.9	20.1	5.8	5.8	(293)
島根県	3.8	1.5	1.5	2.9	20.1	2.3	1.7	10.2	20.3	22.7	3.8	9.3	(344)
岡山県	2.1	0.9	1.5	1.5	21.1	2.4	1.5	8.9	27.6	17.8	3.9	11.0	(337)
広島県	2.1	1.1	1.7	2.7	24.1	1.7	1.1	8.2	19.2	16.5	6.1	15.6	(474)
山口県	2.4	0.3	0.7	3.1	21.5	1.4	1.7	6.2	13.8	23.2	4.8	20.8	(289)
徳島県	4.6	1.5	1.5	4.1	25.6	2.1	0.5	10.3	29.2	9.2	7.2	4.1	(195)
香川県	4.4	0.7	1.5	4.4	26.0	1.8	1.5	11.0	23.8	12.1	5.5	7.3	(273)
愛媛県	3.3	1.5	2.6	1.8	25.7	3.3	1.1	9.9	22.4	11.0	12.1	5.1	(272)
高知県	5.9	0.9	2.3	4.1	21.0	0.9	1.8	11.0	19.6	10.0	17.4	5.0	(219)
福岡県	2.7	0.5	0.9	2.7	22.7	2.8	1.3	8.2	14.8	10.2	2.0	31.2	(783)
佐賀県	2.2	0.0	0.9	1.7	19.6	1.7	1.3	9.6	14.8	5.7	2.2	40.4	(230)
長崎県	2.4	0.2	0.4	2.4	17.6	1.8	1.3	9.8	13.6	8.2	2.2	39.9	(449)
熊本県	2.1	0.6	0.6	1.9	15.2	0.8	1.1	9.5	11.8	7.4	3.8	45.3	(475)
大分県	1.8	0.8	1.0	1.2	16.3	0.8	1.2	6.1	10.0	9.4	3.9	47.4	(508)
宮崎県	3.3	1.0	1.0	2.9	16.3	1.9	0.5	10.0	16.3	7.7	4.3	34.9	(209)
鹿児島県	1.9	0.9	0.2	2.8	19.7	3.1	1.4	9.0	15.2	6.9	2.6	36.3	(422)
沖縄県	4.5	1.3	2.8	4.6	33.1	3.1	2.1	11.2	18.2	3.8	3.4	11.8	(963)

(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。

資料: (公財) 日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

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

表I-2-7 旅行先(都道府県)別の最も楽しみにしていたこと

(単位:%)

楽しみ	温泉に入ること	おいしいものを食べること	文化的な名所を見ること	自然景観を見ること	観光・文化施設を訪れること	アウトドア活動を楽しむこと	帰省・冠婚葬祭・親族や知人訪問	街や都市を訪れること	自然の豊かさを体験すること	地域の祭りやイベント	買い物をする	宿泊施設に泊まること	目当ての地域の文化を体験すること	その他	サンプル数
全体	16.9	15.9	12.3	11.3	10.3	8.1	5.1	4.0	3.2	3.2	2.9	1.7	0.8	4.4	(20,150)
北海道	14.3	22.7	4.9	19.9	4.9	11.0	4.7	3.8	4.6	2.8	2.1	1.1	0.3	2.9	(1,459)
青森県	18.4	20.8	15.2	18.4	2.4	4.0	3.2	3.2	3.2	4.0	1.6	1.6	1.6	2.4	(125)
岩手県	32.1	14.8	9.7	14.8	4.6	7.7	5.1	2.0	2.0	2.0	1.5	0.5	1.0	2.0	(196)
宮城県	25.7	17.7	7.1	9.4	2.9	6.9	5.4	4.6	1.4	4.0	6.6	1.1	0.0	7.1	(350)
秋田県	22.8	7.9	9.6	12.3	4.4	8.8	9.6	3.5	3.5	11.4	1.8	2.6	1.8	0.0	(114)
山形県	30.7	17.2	13.0	7.8	4.2	7.8	6.3	1.6	4.7	1.6	0.0	2.1	0.5	2.6	(192)
福島県	35.1	8.8	7.9	13.4	4.3	11.3	4.3	2.7	2.4	2.1	1.2	2.4	0.3	3.7	(328)
茨城県	7.2	20.0	7.2	14.4	12.0	16.0	10.4	1.6	3.2	4.0	0.0	0.8	0.0	3.2	(125)
栃木県	39.3	10.5	9.6	9.8	5.6	9.4	3.7	1.6	2.1	2.1	1.9	2.1	0.0	2.1	(427)
群馬県	52.9	9.0	5.5	6.7	3.0	11.2	2.0	1.2	2.5	1.0	1.0	1.0	0.7	2.2	(401)
埼玉県	11.2	6.0	15.5	12.9	5.2	8.6	11.2	1.7	1.7	6.9	7.8	0.0	1.7	9.5	(116)
千葉県	8.7	13.5	1.9	5.5	44.4	8.0	3.6	2.8	1.4	1.7	2.3	2.3	0.9	3.1	(577)
東京都	0.8	13.4	4.8	1.7	23.6	4.0	6.8	10.8	0.8	8.1	11.8	1.3	0.8	11.3	(1,438)
神奈川県	32.8	14.4	6.9	7.6	8.2	3.8	4.7	6.2	1.6	3.5	2.3	2.3	0.3	5.3	(682)
新潟県	19.7	15.3	7.8	10.3	2.8	21.3	6.3	2.2	4.7	4.4	0.6	0.6	0.3	3.8	(320)
富山県	10.4	20.0	6.1	29.6	2.6	7.0	2.6	3.5	6.1	3.5	1.7	0.9	4.3	1.7	(115)
石川県	29.2	27.7	13.4	6.5	3.6	3.0	4.5	3.3	0.9	0.6	1.5	3.3	1.2	1.5	(336)
福井県	24.6	26.9	11.9	3.0	9.0	8.2	4.5	1.5	5.2	1.5	0.7	0.7	0.7	1.5	(134)
山梨県	17.0	12.8	6.0	19.5	6.0	13.5	2.8	0.4	8.2	2.1	2.5	3.9	0.0	5.3	(282)
長野県	19.5	8.8	6.1	16.8	3.2	24.0	2.4	1.8	7.6	2.1	1.4	2.5	0.4	3.3	(838)
岐阜県	30.3	11.9	12.3	13.4	2.5	12.6	2.5	2.9	5.8	1.8	0.4	1.1	1.4	1.1	(277)
静岡県	36.2	16.8	3.6	11.5	4.9	9.9	2.9	0.9	3.2	2.5	1.1	2.9	0.5	3.2	(912)
愛知県	10.3	24.1	11.8	5.1	7.7	6.2	10.0	6.7	1.8	4.6	2.8	1.5	1.0	6.4	(390)
三重県	12.7	17.7	33.6	5.5	11.8	6.2	3.0	1.4	0.7	1.8	1.8	2.5	0.5	0.7	(434)
滋賀県	9.4	20.1	19.4	8.6	4.3	11.5	6.5	2.9	2.9	3.6	5.0	0.7	0.0	5.0	(139)
京都府	3.1	15.5	47.5	8.1	5.7	2.2	3.3	3.2	1.4	3.0	2.0	1.0	1.0	3.1	(812)
大阪府	2.6	17.5	7.3	1.6	25.4	6.0	6.3	9.2	0.2	5.0	5.8	2.6	0.8	9.6	(617)
兵庫県	22.9	20.4	6.6	5.8	7.3	6.5	10.0	3.7	2.4	3.2	3.4	2.2	0.3	5.3	(589)
奈良県	6.7	7.6	43.8	9.5	4.8	3.8	3.8	3.8	3.8	1.9	1.9	3.8	2.9	1.9	(105)
和歌山県	25.7	14.5	14.1	11.6	12.4	7.2	3.2	1.2	3.2	0.0	0.0	2.8	0.8	3.2	(249)
鳥取県	41.7	20.8	4.2	14.2	2.5	5.0	4.2	0.0	3.3	0.8	0.0	0.8	0.8	1.7	(120)
島根県	17.1	15.1	37.7	8.9	4.8	2.7	5.5	2.1	1.4	0.7	0.7	0.7	0.7	2.1	(146)
岡山県	14.1	16.4	14.7	7.9	7.3	10.7	10.2	2.8	2.3	4.0	3.4	1.7	0.6	4.0	(177)
広島県	5.4	15.4	27.9	6.7	8.3	6.7	11.3	3.3	2.5	3.3	2.5	1.7	1.3	3.8	(240)
山口県	23.7	15.1	15.8	18.4	2.6	2.0	9.9	2.6	0.7	2.0	2.0	0.7	1.3	3.3	(152)
徳島県	8.3	16.7	16.7	15.0	10.0	10.0	5.0	3.3	3.3	3.3	0.0	1.7	3.3	3.3	(60)
香川県	6.3	30.6	11.7	13.5	9.0	9.0	9.9	0.9	0.0	1.8	0.9	3.6	0.9	1.8	(111)
愛媛県	32.6	10.1	11.6	5.4	5.4	3.1	12.4	5.4	4.7	2.3	1.6	0.8	0.8	3.9	(129)
高知県	6.1	21.2	17.2	14.1	8.1	7.1	5.1	1.0	4.0	3.0	2.0	1.0	0.0	10.1	(99)
福岡県	6.3	29.7	5.5	2.2	7.4	7.0	10.6	8.4	1.2	5.9	7.4	1.0	0.6	6.7	(489)
佐賀県	44.9	22.5	10.1	2.2	2.2	2.2	6.7	1.1	2.2	1.1	2.2	0.0	1.1	1.1	(89)
長崎県	12.1	12.9	9.5	9.1	30.3	1.1	6.4	4.2	0.4	6.4	1.5	2.7	0.4	3.0	(264)
熊本県	32.3	17.9	7.2	16.6	2.6	3.0	4.7	2.6	5.1	1.7	0.9	0.9	0.4	4.3	(235)
大分県	46.4	16.6	7.3	6.3	5.6	5.3	2.0	2.3	2.6	1.0	0.3	2.0	0.3	2.0	(302)
宮崎県	8.2	23.5	7.1	11.8	1.2	16.5	11.8	5.9	4.7	2.4	2.4	1.2	1.2	2.4	(85)
鹿児島県	22.7	14.1	6.3	21.2	7.1	5.2	7.8	3.0	6.3	1.5	1.9	0.7	0.0	2.2	(269)
沖縄県	0.2	10.0	10.0	24.6	10.8	15.4	2.2	3.3	11.3	0.8	1.9	4.4	2.2	2.9	(859)

(注) 1回の旅行につき、単一の旅行先(都道府県)を訪問したデータのみ。

資料: (公財) 日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

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

④旅行先での交通手段(表I-2-8)

旅行先での主な交通手段を見ると、全国的に『自家用車』を利用した旅行の割合が高い。特に、「茨城」「栃木」「群馬」「福井」「山梨」「長野」「静岡」「和歌山」「岡山」では『自家用車』利用率が5割を超える。

一方、『列車』について見ると、公共交通機関が発達している「東京」では7割、「大阪」では6.5割が利用しており、『自家用車』利用率は2割を下回る。その他、東京や大阪に隣接する「埼玉」「神奈川」「京都」「奈良」や「福岡」も、『列車』利用率が全体よりも15ポイント以上高く、かつ、列車利用率が自家用車利用率を上回る。

『路線バス』については、「京都」「奈良」での利用率が高い。その他、「神奈川」「富山」「大阪」「広島」「福岡」「長崎」においても、比較的高い利用率であった。

『レンタカー』利用率は、北海道や四国、九州・沖縄で高い比率となった。特に、「沖縄」では『レンタカー』利用率が他の交通手段に比べ圧倒的に高く、約6割を占める。

『貸切バス・定期観光バス』は、特に「島根」で高い利用率であった。その他、北東北の「青森」「岩手」「秋田」、「富山」、「奈良」、「鳥取」、四国の「徳島」「高知」、「宮崎」において、多く利用された。

⑤旅行先と宿泊施設(表I-2-9)

旅行先で利用した主な宿泊施設を見ると、全体で最も多い施設は『ホテル』(58.0%)となり、以下、『旅館』(30.2%)、『実家・親戚・知人宅』(8.1%)、『民宿・ペンション・ロッジ』(4.7%)と続く。

都道府県別に見ると、多くの都道府県で『ホテル』の利用率が最も高くなっており、特に、「東京」「大阪」「福岡」「沖縄」は、

全体と比べて15ポイント以上高い利用率となった。なお、「東京」「大阪」「福岡」は『シティホテル』『ビジネスホテル』利用率がそれぞれ3~4割を占めるのに対し、「沖縄」は『リゾートホテル』利用率が6割を占める。その他、『リゾートホテル』については「千葉」、シティホテルについては「京都」の利用率も高い。

一方、『旅館』については、都道府県によるバラツキが大きい。利用率が6割を超えるのは、「群馬」「鳥取」「佐賀」であり、『旅館』利用率が『ホテル』利用率を大きく上回った。

『実家・親戚・知人宅』は、「東京」「埼玉」「広島」で利用率が1.5割程度となり、比較的多い。

『民宿・ペンション・ロッジ』は、スポーツ合宿などの目的での旅行が多い「山梨」「長野」で利用される割合が比較的高い。個人所有の宿泊施設である『別荘・リゾートマンション・会員制の宿泊施設』についても、「山梨」「長野」で、利用率が他地域に比べてやや高くなった。

⑥旅行先と宿泊数(表I-2-10)

旅行先での宿泊数について全体で見ると、1泊が51.3%と半数を占めており、ほとんどの都道府県で『1泊』の割合が最も高い。特に、「茨城」「栃木」「群馬」「神奈川」「福井」「岐阜」「静岡」「三重」「滋賀」「兵庫」「岡山」「佐賀」は、1泊率は7割を超え、平均宿泊数も1.5泊を下回る。

逆に、宿泊数が長めの地域は「北海道」「青森」「宮崎」「鹿児島」「沖縄」であり、これらの地域では、2泊以上の割合が半数を占め、平均宿泊数が2泊を上回った。特に、「北海道」「沖縄」については、他の都道府県に比べて宿泊数が顕著に長くなっており、3泊以上の割合がそれぞれ4割、6割を占める(全体の3泊以上の割合は20.5%)。

表I-2-8 旅行先(都道府県)別の旅行先での交通手段(複数回答)

(単位: %)

交通手段	旅行先	自家用車	列車	路線バス	レンタカー	貸切バス・定期観光バス	タクシー・ハイヤー	飛行機	観光客向けの巡回バスなど	船	レンタサイクル	その他	交通機関は利用しなかった	サンプル数
	全体	34.9	28.3	12.8	11.3	9.8	8.6	6.2	4.1	3.2	1.0	1.7	9.0	(20,150)
	北海道	23.3	28.9	12.5	27.0	15.0	9.5	19.0	5.8	4.0	1.7	1.7	5.5	(1,627)
	青森県	32.0	29.3	15.8	18.9	24.2	12.8	13.1	9.1	8.1	5.7	1.7	6.1	(297)
	岩手県	43.3	22.2	12.8	16.0	20.2	8.1	6.9	7.1	4.9	3.0	1.0	8.1	(406)
	宮城県	42.1	25.7	14.1	12.9	16.2	10.8	5.4	7.4	5.7	2.6	0.7	7.7	(611)
	秋田県	45.1	20.5	10.4	16.8	24.3	10.8	9.7	5.6	6.3	4.1	0.4	5.6	(268)
	山形県	45.2	20.8	11.9	13.4	16.7	10.7	5.7	4.5	3.9	3.3	1.2	8.3	(336)
	福島県	49.8	13.4	8.5	11.1	14.9	5.7	5.3	4.9	3.6	2.6	1.1	13.2	(470)
	茨城県	54.6	19.8	9.2	11.1	14.0	10.6	9.2	5.3	5.3	5.3	1.4	9.2	(207)
	栃木県	54.2	12.5	9.1	8.3	12.9	6.5	2.7	7.1	2.4	2.4	1.4	13.0	(552)
	群馬県	51.4	12.8	7.2	6.5	13.5	5.6	3.6	3.4	1.8	2.0	2.9	14.6	(556)
	埼玉県	43.7	46.2	17.6	8.4	12.2	10.5	12.2	10.5	5.9	5.5	2.1	6.7	(238)
	千葉県	35.5	41.4	13.6	6.0	6.9	7.3	6.0	8.6	2.8	1.5	1.0	11.0	(896)
	東京都	11.8	70.3	15.9	4.2	6.9	11.9	11.3	5.2	2.6	1.1	2.9	3.1	(2,103)
	神奈川県	33.4	45.2	18.3	5.4	6.7	9.4	6.1	6.0	6.7	1.8	2.0	8.0	(1,052)
	新潟県	41.7	18.7	9.1	6.1	11.5	8.0	2.8	6.1	4.4	1.6	2.1	14.3	(427)
	富山県	29.3	25.9	20.5	13.3	24.0	8.7	6.1	8.4	4.6	4.2	3.4	8.4	(263)
	石川県	43.8	19.9	14.5	11.4	16.0	10.1	5.8	7.1	3.4	2.6	0.6	7.6	(537)
	福井県	50.9	16.4	10.4	10.0	13.8	7.1	5.2	7.4	4.1	3.0	2.2	14.5	(269)
	山梨県	54.9	15.3	8.7	10.8	13.7	6.4	5.0	5.5	3.7	2.1	1.4	9.2	(437)
	長野県	53.6	11.1	8.7	7.4	11.2	7.1	2.7	4.6	1.4	1.1	2.3	12.2	(1,167)
	岐阜県	48.0	16.3	11.8	7.7	19.5	8.5	5.9	6.1	3.5	3.5	2.0	11.8	(492)
	静岡県	53.0	16.7	7.9	8.1	8.3	7.6	2.9	4.0	4.0	1.2	1.2	10.3	(1,138)
	愛知県	40.2	41.6	14.2	9.0	8.8	9.8	6.6	4.7	4.3	2.4	2.8	6.0	(635)
	三重県	47.2	22.0	15.1	8.8	13.2	10.4	4.7	7.7	6.3	2.7	1.0	9.0	(623)
	滋賀県	45.7	26.3	14.7	10.9	17.7	13.3	7.5	6.5	7.8	5.1	1.7	7.2	(293)
	京都府	21.4	46.7	34.3	8.6	12.1	20.1	6.7	8.0	4.0	3.3	2.0	4.4	(1,285)
	大阪府	17.0	65.7	20.1	7.9	8.5	13.8	10.6	5.0	4.5	2.8	2.3	5.8	(1,072)
	兵庫県	38.8	34.6	15.1	6.5	10.7	9.9	6.8	5.7	4.6	2.6	1.6	12.3	(887)
	奈良県	29.5	43.9	28.4	10.8	20.9	13.7	7.9	6.5	6.5	5.4	2.9	6.5	(278)
	和歌山県	50.0	19.0	11.9	11.4	15.3	8.0	6.5	6.0	6.5	3.1	1.4	8.2	(352)
	鳥取県	45.7	18.8	14.7	13.3	19.8	12.6	7.5	8.9	6.5	5.1	1.7	8.9	(293)
	島根県	41.3	22.4	15.4	12.2	25.0	13.4	9.6	7.6	7.6	5.5	2.3	4.9	(344)
	岡山県	50.4	25.5	12.8	11.0	15.4	13.1	6.8	6.8	10.1	5.0	3.6	5.9	(337)
	広島県	33.3	38.8	20.9	12.9	12.2	17.3	8.6	7.6	17.7	5.1	5.3	6.3	(474)
	山口県	45.3	24.6	15.2	17.0	15.6	15.6	11.1	7.6	12.1	4.8	3.1	6.2	(289)
	徳島県	46.2	20.5	11.8	14.4	22.6	9.2	15.4	7.2	12.8	5.1	3.1	4.6	(195)
	香川県	42.9	23.4	17.2	17.9	17.9	7.3	11.4	7.7	11.4	5.1	3.3	4.8	(273)
	愛媛県	39.7	20.2	14.3	18.4	18.0	11.0	10.3	7.7	10.3	8.1	5.9	5.9	(272)
	高知県	40.2	21.5	13.2	19.2	22.8	14.6	13.2	10.0	11.0	5.9	4.1	6.4	(219)
	福岡県	22.2	44.2	22.0	14.2	10.3	13.5	13.0	4.6	7.0	2.4	1.7	6.4	(783)
	佐賀県	40.9	25.7	16.5	24.8	19.1	13.5	16.1	10.4	11.7	7.8	2.2	8.3	(230)
	長崎県	28.7	25.2	18.9	20.3	18.0	10.5	11.6	7.8	11.4	3.3	1.1	8.0	(449)
	熊本県	43.4	22.5	15.6	23.6	14.9	10.7	9.3	7.4	7.8	3.8	1.5	5.7	(475)
	大分県	42.1	19.7	14.4	20.5	12.4	11.2	9.6	5.3	5.3	3.1	0.8	9.3	(508)
	宮崎県	40.2	20.6	14.8	23.4	21.5	10.5	16.3	7.2	10.5	6.2	1.4	6.7	(209)
	鹿児島県	28.2	22.3	17.1	29.9	16.1	10.0	14.5	5.5	11.1	3.1	1.9	5.7	(422)
	沖縄県	6.9	13.5	10.7	57.3	13.5	12.6	24.1	6.1	10.6	4.4	2.4	0.9	(963)

(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。

資料: (公財) 日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

■ 全体の比率より15ポイント以上大きい値

■ 全体の比率より10ポイント以上大きい値

■ 全体の比率より5ポイント以上大きい値

表I-2-9 旅行先（都道府県）別の宿泊施設（複数回答）

（単位：%）

宿泊施設 旅行先	ホテル			旅館		実家・親戚・知人宅	民宿・ペンション・ロッジ	リゾートマンション・別荘・会員制の宿泊施設	公共の宿	オートキャンプ・キャンプ	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	(比較的規模大) 旅館	(比較的規模小) 旅館									
全体	58.0	21.7	20.4	19.6	30.2	18.6	12.3	8.1	4.7	2.6	2.4	1.3	1.8	(20,150)
北海道	69.7	22.8	27.1	26.7	29.1	20.7	9.7	6.4	4.6	1.4	1.4	2.3	1.9	(1,459)
青森県	60.8	24.0	19.2	19.2	40.0	24.0	17.6	8.8	3.2	0.0	0.0	0.8	0.0	(125)
岩手県	38.8	18.4	11.2	10.2	47.4	34.7	12.8	7.7	4.1	1.0	5.6	0.5	0.0	(196)
宮城県	55.4	21.4	15.1	20.9	33.7	25.1	8.9	8.6	2.0	0.3	1.4	0.6	2.0	(350)
秋田県	50.9	28.9	11.4	12.3	35.1	16.7	19.3	10.5	1.8	0.0	4.4	0.9	0.9	(114)
山形県	29.7	15.6	4.7	9.4	59.9	36.5	24.0	6.3	4.2	0.5	3.1	0.5	0.0	(192)
福島県	45.1	11.0	29.9	5.2	40.5	24.1	16.8	6.4	5.2	0.6	2.7	0.6	1.8	(328)
茨城県	49.6	23.2	16.8	10.4	24.0	12.0	12.0	12.8	5.6	1.6	4.0	2.4	1.6	(125)
栃木県	37.5	8.7	23.9	5.2	46.1	29.0	17.6	3.3	6.1	4.7	2.1	0.5	0.7	(427)
群馬県	24.7	5.5	15.7	3.5	61.3	34.2	27.7	2.7	5.7	3.0	1.7	0.7	1.5	(401)
埼玉県	39.7	22.4	11.2	6.0	31.9	11.2	20.7	14.7	3.4	0.9	5.2	4.3	6.9	(116)
千葉県	71.1	11.3	41.4	19.8	10.9	6.6	4.3	6.1	4.9	3.5	2.3	1.7	1.2	(577)
東京都	81.4	40.7	7.4	36.6	2.4	1.0	1.4	14.3	1.3	0.3	0.3	0.1	2.6	(1,438)
神奈川県	50.0	15.7	19.4	16.1	33.1	17.9	15.2	6.6	2.5	5.1	2.1	0.3	2.1	(682)
新潟県	41.6	15.6	15.9	10.0	40.0	23.4	16.6	6.9	8.1	3.8	1.6	1.6	0.6	(320)
富山県	53.0	19.1	13.9	20.0	31.3	17.4	13.9	5.2	8.7	0.0	3.5	0.9	0.9	(115)
石川県	37.8	12.2	8.3	17.9	53.9	40.8	13.1	8.9	1.2	0.3	2.1	0.6	0.0	(336)
福井県	31.3	9.7	14.2	8.2	53.7	35.1	20.1	6.7	3.7	1.5	2.2	0.7	2.2	(134)
山梨県	42.9	11.0	27.3	5.0	26.2	17.4	8.9	6.0	12.1	7.8	2.1	3.5	2.1	(282)
長野県	36.5	8.1	22.8	6.0	33.9	18.7	15.5	4.4	13.4	9.9	1.4	2.6	3.6	(838)
岐阜県	33.9	11.6	16.6	6.1	51.3	32.5	19.5	3.6	5.8	3.2	1.4	0.7	1.8	(277)
静岡県	35.2	7.7	21.8	6.7	44.1	24.2	20.2	3.6	6.7	6.5	2.1	2.1	2.5	(912)
愛知県	62.3	33.8	10.8	19.5	20.3	11.5	8.7	12.8	2.3	0.8	2.3	0.3	1.0	(390)
三重県	50.0	11.1	31.3	8.1	37.8	24.9	13.4	4.4	3.7	2.3	0.9	1.6	1.2	(434)
滋賀県	56.1	14.4	28.8	15.8	19.4	12.9	6.5	5.0	4.3	6.5	7.9	2.2	0.7	(139)
京都府	66.1	21.7	7.6	37.7	22.3	10.3	12.1	5.9	1.7	3.3	1.2	0.4	1.4	(812)
大阪府	82.3	36.5	9.1	38.7	4.7	1.8	2.9	11.5	0.2	0.3	1.3	0.2	1.3	(617)
兵庫県	43.1	13.1	14.6	16.3	33.8	20.5	13.2	11.4	4.4	3.1	3.4	1.9	1.2	(589)
奈良県	59.0	24.8	8.6	28.6	32.4	15.2	18.1	5.7	6.7	2.9	2.9	0.0	0.0	(105)
和歌山県	45.4	10.4	28.1	6.8	31.3	22.5	9.6	4.8	7.6	2.8	5.6	0.8	4.8	(249)
鳥取県	30.8	11.7	12.5	7.5	62.5	44.2	19.2	5.8	4.2	0.0	3.3	0.8	0.0	(120)
島根県	41.1	19.9	7.5	15.1	52.1	28.1	24.7	5.5	2.1	0.0	2.1	0.7	1.4	(146)
岡山県	54.2	15.8	22.6	18.1	25.4	14.7	10.7	11.3	1.7	0.0	7.3	2.3	1.1	(177)
広島県	60.4	29.2	9.2	22.9	20.0	11.7	8.8	13.8	2.9	0.4	4.6	0.8	1.3	(240)
山口県	40.1	11.2	15.8	14.5	49.3	34.2	15.1	9.9	2.0	1.3	3.3	0.0	0.0	(152)
徳島県	61.7	25.0	26.7	11.7	21.7	18.3	3.3	11.7	1.7	1.7	3.3	3.3	1.7	(60)
香川県	54.1	23.4	18.0	15.3	26.1	15.3	11.7	11.7	4.5	0.9	3.6	0.9	1.8	(111)
愛媛県	40.3	24.0	8.5	9.3	46.5	37.2	10.1	11.6	3.1	0.8	3.9	0.8	0.8	(129)
高知県	62.6	32.3	10.1	20.2	30.3	18.2	12.1	4.0	5.1	0.0	4.0	0.0	1.0	(99)
福岡県	74.2	42.3	6.1	28.0	10.4	6.7	3.7	12.5	0.8	0.4	2.5	1.0	0.6	(489)
佐賀県	30.3	12.4	9.0	10.1	62.9	32.6	31.5	5.6	0.0	1.1	4.5	0.0	0.0	(89)
長崎県	69.7	20.8	33.7	18.9	22.0	17.0	5.3	8.3	1.1	0.0	0.8	0.4	2.3	(264)
熊本県	47.2	22.6	11.5	16.6	40.0	17.9	23.0	10.2	3.8	2.1	2.1	2.1	0.4	(235)
大分県	39.7	15.9	16.6	9.3	49.0	22.2	28.5	3.6	4.0	3.0	1.7	2.0	1.7	(302)
宮崎県	64.7	31.8	21.2	12.9	18.8	9.4	9.4	11.8	3.5	0.0	2.4	2.4	2.4	(85)
鹿児島県	59.5	25.7	23.4	12.6	25.7	16.4	10.8	10.4	7.1	0.4	2.6	0.7	0.7	(269)
沖縄県	90.2	19.2	60.9	20.3	3.3	2.3	1.2	2.2	8.5	0.9	0.2	0.2	0.5	(859)

(注) 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。

資料：(公財) 日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

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

表I-2-10 旅行先(都道府県)別の宿泊数

(単位：%)

(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
全体	51.3	28.2	11.9	4.0	4.6	1.86	(20,150)
北海道	28.6	32.1	23.1	8.3	7.9	2.42	(1,459)
青森県	35.2	37.6	20.0	4.8	2.4	2.02	(125)
岩手県	63.8	23.0	9.2	1.5	2.6	1.59	(196)
宮城県	65.1	24.3	7.4	1.4	1.7	1.51	(350)
秋田県	53.5	36.0	6.1	0.0	4.4	1.68	(114)
山形県	57.3	28.1	8.9	2.1	3.6	1.68	(192)
福島県	68.0	20.4	7.3	2.4	1.8	1.52	(328)
茨城県	72.8	14.4	6.4	5.6	0.8	1.48	(125)
栃木県	72.4	20.6	4.9	1.2	0.9	1.38	(427)
群馬県	78.3	17.2	2.5	1.0	1.0	1.30	(401)
埼玉県	59.5	31.9	5.2	1.7	1.7	1.54	(116)
千葉県	63.3	28.6	5.0	1.2	1.9	1.52	(577)
東京都	48.0	30.9	12.2	3.8	5.0	1.90	(1,438)
神奈川県	71.6	21.4	3.7	1.9	1.5	1.41	(682)
新潟県	62.5	28.1	6.3	0.9	2.2	1.53	(320)
富山県	56.5	27.8	6.1	3.5	6.1	1.78	(115)
石川県	69.0	22.0	5.4	2.4	1.2	1.45	(336)
福井県	72.4	21.6	3.0	2.2	0.7	1.38	(134)
山梨県	62.8	25.2	9.2	0.7	2.1	1.57	(282)
長野県	54.2	29.4	10.4	1.9	4.2	1.77	(838)
岐阜県	73.6	19.1	4.3	1.8	1.1	1.39	(277)
静岡県	70.3	23.1	4.2	1.1	1.3	1.41	(912)
愛知県	63.8	24.6	4.9	3.1	3.6	1.61	(390)
三重県	73.3	20.3	4.8	0.9	0.7	1.36	(434)
滋賀県	72.7	16.5	8.6	0.7	1.4	1.43	(139)
京都府	54.1	31.8	10.7	1.6	1.8	1.66	(812)
大阪府	57.9	28.8	10.0	1.6	1.6	1.61	(617)
兵庫県	74.0	18.0	4.4	1.7	1.9	1.40	(589)
奈良県	56.2	26.7	14.3	0.0	2.9	1.70	(105)
和歌山県	65.9	29.7	2.8	0.4	1.2	1.42	(249)
鳥取県	63.3	23.3	8.3	3.3	1.7	1.58	(120)
島根県	62.3	25.3	8.2	1.4	2.7	1.59	(146)
岡山県	72.3	18.6	5.1	1.1	2.8	1.46	(177)
広島県	59.6	27.5	10.0	2.5	0.4	1.58	(240)
山口県	59.9	25.0	10.5	2.0	2.6	1.64	(152)
徳島県	55.0	30.0	10.0	0.0	5.0	1.77	(60)
香川県	62.2	25.2	9.0	2.7	0.9	1.56	(111)
愛媛県	56.6	23.3	10.9	6.2	3.1	1.79	(129)
高知県	65.7	18.2	10.1	3.0	3.0	1.61	(99)
福岡県	60.3	26.2	7.8	2.5	3.3	1.65	(489)
佐賀県	74.2	19.1	3.4	1.1	2.2	1.38	(89)
長崎県	54.2	34.8	6.4	1.9	2.7	1.66	(264)
熊本県	62.1	24.3	7.2	1.3	5.1	1.69	(235)
大分県	64.6	25.5	7.9	0.7	1.3	1.49	(302)
宮崎県	48.2	23.5	9.4	7.1	11.8	2.16	(85)
鹿児島県	36.8	40.1	9.3	5.9	7.8	2.15	(269)
沖縄県	8.8	33.3	35.9	12.5	9.5	2.88	(859)

(注) 1回の旅行につき、単一の旅行先(都道府県)を訪問したデータのみ。

資料：(公財) 日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

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

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

⑦旅行先と現地で楽しんだ活動（表I-2-11）

全体で見ると、『自然・風景・景勝地鑑賞』を楽しんだ旅行者が最も多い。特に「青森」「富山」「沖縄」では旅行者の6～7割が、『自然・風景・景勝地鑑賞』を楽しんだ。

次いで多い活動であった『温泉に入ること』が最多の活動となった県は20県におよび、全国的に人気の活動となっている。活動実施率で見ると「大分」では7割を超えた。

『現地グルメ・名物料理』が最多の活動となったのは、「愛知」「香川」「福岡」「宮崎」であり、その活動実施率は4～5割となった。

『歴史・文化的な名所・社寺仏閣訪問』は北陸、近畿および中四国地方での実施率が高い活動であり、この活動が最多の活動となった地域は、伊勢神宮が立地する「三重」、世界文化遺産にも登録されている古都「京都」「奈良」、出雲大社が立地する「島根」の4府県であった。特に、「京都」「奈良」「島根」では活動実施率が6～7割であった。

『ショッピング・買い物』は、国内で唯一の免税店を有する「沖縄」および、大都市を含む「東京」「大阪」「福岡」で特徴的な活動であった。

⑧旅行先と旅行費用（表I-2-12）

交通費や宿泊費、飲食代、土産代などを含めた旅行1回1人当たりの総費用については、全体で見ると、『2万円以上3万円未満』のシェアが最も高くなった。

都道府県別に見ると、「秋田」や首都圏近郊の「福島」「茨城」「栃木」「群馬」「山梨」、「福井」「岐阜」「静岡」「佐賀」では、平

均費用が3万円台と低めの傾向にあった。要因としては、宿泊数が短いこと、近隣からの旅行者が多いことなどが考えられる。

一方、平均費用が高いのは「北海道」「沖縄」である。特に、「沖縄」については『10万円以上』のシェアが3割に達し、さらに、『5万円以上』のシェア合計は7割を超えており、他都道府県と比べて圧倒的に高い水準となっている。これは、関東や近畿など自県から距離の離れた大都市圏が主要マーケットとなっていることから、交通費の高さや滞在日数の多さが影響しているものと考えられる。

⑨旅行先と満足度・再来訪意向（表I-2-13）

旅行先での満足度を見ると、全体での最大シェアは『満足』であり、ほとんどの都道府県において満足層（『大変満足』 + 『満足』 + 『やや満足』）が9割以上を占めた。“観光地における満足度調査で満足層が9割”というのは、決して高い水準ではなく、日本においては標準的な結果であるということが分かる。

『大変満足』に着目すると、都道府県によって違いが見られる。特に大変満足率が高かったのは「沖縄」であり、「北海道」「千葉」と続く。

また、再来訪意向について「1年以内に当該地域を再び訪れたいですか。」と尋ねたところ、再来訪希望層（『大変そう思う』 + 『そう思う』 + 『やや思う』）は、7～9割となり、満足度よりも都道府県によって評価は分かれた。

『大変そう思う』に着目すると、「沖縄」「東京」での再来訪意向が特に高く、次いで「千葉」「京都」「高知」となった。

表I-2-11 旅行先（都道府県）別の現地活動（複数回答）

現地活動	自然・風景・景勝地鑑賞	温泉	現地グルメ・名物料理	歴史・文化的な名所・社寺仏閣訪問	ショッピング・買い物	町並み散策	都市観光・都会見物	動物園・水族館・観光施設	テーマパーク・レジャーランド	ドライブ	祭り・イベント	観劇・音楽鑑賞、美術鑑賞など	写真・写生	世界遺産訪問	季節の花見
旅行先															
全体	43.3	37.4	35.8	29.1	28.0	25.5	16.9	12.0	9.4	8.2	6.6	5.7	5.3	3.9	3.8
北海道	53.3	45.4	43.7	16.7	30.4	24.6	21.8	17.9	4.3	10.2	6.9	2.8	6.9	2.6	4.6
青森県	59.2	49.6	33.6	31.2	19.2	24.8	13.6	9.6	0.0	11.2	12.0	1.6	5.6	3.2	5.6
岩手県	43.4	53.6	28.1	23.5	14.3	18.9	10.7	8.2	2.0	9.7	3.6	2.0	5.6	3.1	3.6
宮城県	32.3	42.3	38.3	23.1	33.1	22.0	13.1	6.6	2.6	7.7	6.6	4.3	3.4	1.4	1.7
秋田県	39.5	43.0	31.6	22.8	14.0	21.9	6.1	5.3	1.8	6.1	20.2	7.9	4.4	2.6	4.4
山形県	46.4	62.0	27.6	31.3	11.5	22.4	9.9	6.8	1.0	6.3	3.6	0.5	3.6	1.6	6.3
福島県	40.9	57.6	24.1	22.3	15.5	16.2	6.7	4.6	7.9	5.8	3.7	1.2	3.7	0.9	4.6
茨城県	41.6	19.2	27.2	24.0	20.0	19.2	6.4	14.4	8.8	13.6	6.4	2.4	7.2	0.0	3.2
栃木県	46.1	61.8	24.8	26.5	23.7	16.9	6.1	9.8	10.3	8.4	3.3	1.9	3.7	5.2	2.6
群馬県	45.1	69.3	26.9	19.5	19.0	23.7	4.0	5.2	3.7	6.7	2.5	2.0	4.5	4.2	2.7
埼玉県	30.2	27.6	23.3	24.1	22.4	14.7	8.6	6.9	3.4	7.8	5.2	3.4	5.2	0.0	2.6
千葉県	20.1	18.7	20.3	8.0	22.4	9.0	4.5	9.7	49.2	5.2	3.6	2.6	3.5	0.0	1.7
東京都	9.4	3.8	28.3	13.1	42.6	19.9	27.4	12.2	16.1	0.6	10.1	18.8	2.9	0.6	0.8
神奈川県	40.5	49.1	34.9	20.2	25.8	24.8	12.0	9.8	3.1	6.5	5.1	6.7	3.5	0.3	4.1
新潟県	34.7	43.4	27.5	18.8	17.5	14.7	9.4	9.1	1.9	4.7	5.9	3.4	2.8	0.6	5.3
富山県	59.1	40.0	34.8	18.3	19.1	32.2	18.3	6.1	1.7	4.3	4.3	4.3	2.6	0.9	0.0
石川県	47.0	56.3	40.5	35.1	27.4	30.1	17.6	10.7	2.1	10.1	5.1	3.6	2.7	1.2	1.5
福井県	51.5	52.2	34.3	37.3	22.4	20.1	10.4	17.9	6.7	6.0	8.2	0.0	7.5	0.0	3.7
山梨県	51.8	39.4	29.1	16.0	16.0	12.4	3.2	7.1	7.4	8.2	5.7	3.5	5.3	3.9	4.3
長野県	52.0	47.1	27.7	20.5	20.4	20.4	5.4	4.8	2.4	11.2	3.6	2.6	5.5	0.5	3.9
岐阜県	50.9	51.6	31.4	27.8	20.2	36.1	8.7	5.1	0.7	8.7	7.9	1.4	2.9	5.1	2.9
静岡県	44.4	57.8	32.7	17.2	20.9	17.5	9.0	12.1	6.0	8.9	4.6	2.4	3.3	1.2	6.5
愛知県	26.2	21.3	42.8	23.1	25.4	19.5	14.6	15.9	8.2	6.9	6.2	8.5	2.1	1.3	1.8
三重県	40.3	39.2	39.9	45.6	24.0	21.2	9.4	14.5	14.1	9.2	4.4	0.5	5.1	3.0	0.7
滋賀県	36.7	24.5	28.8	34.5	30.2	26.6	12.2	7.9	2.9	12.9	6.5	2.9	4.3	0.7	5.0
京都府	50.9	15.3	40.3	68.2	28.1	40.1	24.6	5.8	1.5	2.3	6.7	6.2	5.0	10.6	6.7
大阪府	11.0	5.7	35.8	11.8	38.4	18.5	19.6	10.4	28.0	1.3	7.3	12.2	2.9	0.6	0.6
兵庫県	28.7	44.3	37.5	17.5	31.9	28.4	13.8	11.4	8.7	7.1	5.6	4.9	4.4	1.2	2.4
奈良県	43.8	14.3	27.6	61.9	13.3	37.1	16.2	1.9	0.0	3.8	4.8	6.7	5.7	16.2	5.7
和歌山県	49.0	52.2	32.5	29.3	16.5	14.9	8.0	20.1	17.7	6.8	1.6	1.2	3.2	8.8	1.2
鳥取県	43.3	65.8	39.2	30.8	16.7	22.5	4.2	12.5	6.7	13.3	3.3	6.7	4.2	1.7	2.5
島根県	44.5	43.2	34.2	58.2	17.8	26.0	10.3	7.5	0.7	4.1	3.4	8.2	4.1	8.2	0.7
岡山県	42.4	33.9	27.1	31.1	19.8	38.4	10.7	6.8	4.0	10.2	7.9	7.9	6.8	1.1	2.3
広島県	47.9	20.0	40.8	46.3	26.3	32.1	21.7	7.5	2.1	4.6	6.7	2.9	4.6	14.6	2.5
山口県	57.2	56.6	39.5	44.7	19.1	35.5	13.8	7.2	2.6	11.8	3.3	2.0	5.9	2.6	2.6
徳島県	43.3	26.7	16.7	35.0	15.0	21.7	6.7	13.3	3.3	1.7	10.0	8.3	3.3	0.0	1.7
香川県	37.8	31.5	46.8	34.2	19.8	21.6	15.3	9.9	4.5	11.7	7.2	7.2	7.2	0.0	3.6
愛媛県	43.4	56.6	35.7	39.5	27.1	33.3	14.7	4.7	0.8	9.3	7.0	3.9	5.4	0.0	2.3
高知県	50.5	30.3	41.4	43.4	21.2	24.2	11.1	9.1	5.1	6.1	4.0	4.0	4.0	1.0	0.0
福岡県	19.0	14.1	44.0	20.0	39.3	21.5	22.5	6.5	3.5	4.3	8.8	8.6	2.0	0.4	1.6
佐賀県	52.8	56.2	39.3	24.7	32.6	29.2	10.1	4.5	6.7	7.9	4.5	0.0	3.4	1.1	3.4
長崎県	42.0	32.2	36.7	25.4	27.7	31.4	17.8	11.7	29.2	3.0	15.9	3.0	4.5	2.3	9.1
熊本県	50.6	55.7	32.8	28.9	23.4	29.8	10.6	8.5	3.4	10.2	5.1	5.1	6.0	0.9	4.7
大分県	46.7	73.5	37.1	20.2	23.8	31.8	9.6	15.2	9.3	9.9	4.0	2.0	4.0	0.0	3.3
宮崎県	47.1	37.6	51.8	32.9	27.1	16.5	12.9	9.4	3.5	9.4	7.1	2.4	4.7	0.0	1.2
鹿児島県	52.8	46.5	37.5	27.5	24.5	23.0	15.6	9.7	2.6	14.1	5.9	3.0	6.7	5.2	3.0
沖縄県	66.0	4.0	48.5	34.7	43.1	27.2	24.3	32.9	8.1	16.4	4.5	2.6	9.3	11.3	2.1

(注) 1回の旅行につき、単一の旅行先（都道府県）を訪問したデータのみ。

資料：(公財) 日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

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

2 日本人の国内旅行

(単位：%)

登山・山歩き	リゾート滞在 (海浜)	スポーツ観戦	マリンスポーツ 海水浴・ マリンスポーツ	アウトドア体験・ エコツアー	スキー・ スノーボード	パワースポット 訪問	リゾート滞在 (高原)	ゴルフ	(陶芸 そば打ちなど) 現地文化体験	果物狩り・ 農業体験	スハ・エミテ	(工場見学、モノづくり 見学など)	マツコン・ ジョギング	その他	サンプル数	現地 活動
																旅行先
3.8	3.4	2.6	2.6	2.6	2.4	2.3	2.3	1.8	1.7	1.6	1.5	1.4	0.9	3.5	(20,150)	全体
4.5	1.5	3.1	0.6	4.0	6.4	0.9	3.3	3.0	1.4	2.3	2.2	1.6	1.0	2.8	(1,459)	北海道
4.8	0.8	0.0	0.0	0.8	0.8	1.6	0.8	0.0	1.6	3.2	0.0	0.8	0.0	0.8	(125)	青森県
3.6	1.5	1.0	0.5	1.5	4.6	2.6	4.6	0.0	0.0	2.0	0.0	1.0	1.0	1.5	(196)	岩手県
1.1	0.6	5.1	0.0	0.9	1.7	0.3	0.3	1.1	1.1	0.3	1.1	1.1	0.3	6.0	(350)	宮城県
5.3	3.5	1.8	0.9	1.8	1.8	0.9	1.8	0.9	3.5	0.9	2.6	1.8	0.9	2.6	(114)	秋田県
5.2	0.5	1.6	0.5	0.0	5.2	4.2	1.6	0.0	0.5	5.2	0.0	0.5	0.5	2.6	(192)	山形県
7.0	0.6	1.2	0.3	2.4	5.8	0.3	4.3	1.2	1.2	0.6	1.5	1.2	1.5	4.9	(328)	福島県
4.0	5.6	3.2	2.4	2.4	0.8	0.8	0.8	4.8	0.8	1.6	0.0	0.8	1.6	4.8	(125)	茨城県
4.9	0.2	1.4	0.0	3.0	2.6	2.8	6.8	5.2	1.4	2.1	0.5	0.5	1.6	3.0	(427)	栃木県
5.7	0.2	1.0	0.0	2.0	6.0	0.0	3.0	3.2	2.2	1.5	0.7	0.2	0.0	3.0	(401)	群馬県
1.7	1.7	6.9	0.0	5.2	0.0	1.7	1.7	0.0	0.9	0.0	2.6	0.0	0.9	11.2	(116)	埼玉県
1.2	5.5	0.9	2.4	2.3	0.3	0.0	0.0	2.6	0.2	2.9	0.7	0.2	0.2	4.0	(577)	千葉県
0.7	0.6	4.3	1.0	0.5	0.1	0.9	0.3	0.3	0.3	0.1	1.9	0.3	0.4	6.8	(1,438)	東京都
2.8	2.1	2.9	0.6	0.7	0.0	1.2	2.6	1.0	1.0	1.6	1.6	0.6	0.3	5.1	(682)	神奈川県
3.8	1.3	2.8	1.9	2.2	17.2	1.3	0.9	0.6	1.6	0.6	0.0	0.9	0.6	4.4	(320)	新潟県
11.3	0.9	4.3	0.9	1.7	0.0	1.7	2.6	0.9	0.9	0.9	0.9	4.3	1.7	3.5	(115)	富山県
0.6	0.6	0.6	0.6	0.3	0.3	2.7	0.0	0.6	4.5	0.6	0.9	2.1	0.3	0.9	(336)	石川県
5.2	3.0	0.0	2.2	3.0	0.7	0.7	0.7	1.5	3.7	0.0	0.0	1.5	0.0	2.2	(134)	福井県
9.6	0.0	0.7	0.7	6.0	1.4	2.1	9.9	1.8	0.7	8.5	1.4	2.5	2.5	4.3	(282)	山梨県
11.0	0.1	1.0	0.1	3.6	15.2	1.3	9.7	2.9	1.2	2.5	0.7	0.8	1.6	3.9	(838)	長野県
4.7	0.4	1.4	0.4	2.9	5.1	0.4	1.8	2.5	2.5	0.7	0.4	0.4	1.4	2.2	(277)	岐阜県
2.3	5.3	1.1	5.6	2.0	0.1	1.3	1.8	2.2	1.2	2.2	2.2	1.1	0.4	3.0	(912)	静岡県
1.8	2.3	4.1	1.5	0.3	0.3	0.8	0.3	1.3	1.0	2.1	1.8	2.1	0.3	5.1	(390)	愛知県
1.2	3.2	2.1	3.0	1.8	0.5	7.6	0.5	1.8	1.2	0.9	1.6	1.2	0.5	1.2	(434)	三重県
3.6	1.4	0.7	4.3	3.6	2.2	1.4	0.7	2.2	2.9	1.4	4.3	0.7	0.7	2.2	(139)	滋賀県
0.9	0.7	1.4	0.6	0.4	0.1	3.7	0.4	0.1	2.0	0.2	0.6	0.9	0.5	2.0	(812)	京都府
0.8	0.5	6.2	0.3	0.2	0.2	0.3	0.0	0.3	0.2	0.5	1.8	0.3	0.8	3.1	(617)	大阪府
2.7	2.0	1.9	2.0	2.4	0.5	0.8	1.2	1.0	1.0	0.5	1.5	2.2	0.5	4.8	(589)	兵庫県
6.7	0.0	1.9	0.0	2.9	1.0	5.7	1.9	0.0	2.9	1.9	1.0	1.0	1.0	3.8	(105)	奈良県
3.2	6.0	0.4	8.8	3.6	0.0	2.4	0.8	1.2	1.6	1.2	0.4	1.6	0.0	2.4	(249)	和歌山県
6.7	3.3	1.7	2.5	4.2	1.7	1.7	0.8	2.5	0.8	0.0	0.0	0.0	0.8	1.7	(120)	鳥取県
2.1	0.0	0.0	0.0	0.7	1.4	6.8	0.0	0.7	0.0	1.4	0.0	0.7	0.7	2.7	(146)	島根県
1.1	1.1	2.8	0.0	2.3	1.1	0.0	2.3	6.8	0.6	1.1	0.0	0.6	0.6	4.5	(177)	岡山県
3.3	1.7	7.1	1.3	1.7	1.7	0.8	1.3	1.7	0.4	1.3	0.8	1.7	0.4	4.2	(240)	広島県
0.7	0.7	0.0	0.7	0.7	0.0	3.3	0.0	1.3	3.9	0.7	0.0	0.0	0.0	3.9	(152)	山口県
3.3	6.7	1.7	5.0	5.0	0.0	3.3	0.0	0.0	5.0	0.0	0.0	1.7	1.7	6.7	(60)	徳島県
1.8	0.9	2.7	5.4	2.7	0.9	1.8	1.8	0.0	1.8	0.9	1.8	0.0	0.9	1.8	(111)	香川県
0.8	0.0	0.8	0.8	3.1	0.0	1.6	0.8	0.8	0.0	0.0	1.6	0.8	0.8	4.7	(129)	愛媛県
3.0	5.1	4.0	3.0	2.0	0.0	2.0	0.0	3.0	2.0	1.0	1.0	2.0	0.0	8.1	(99)	高知県
0.6	0.8	7.0	0.6	1.6	0.0	0.2	0.6	1.0	1.0	0.6	1.6	0.8	1.2	3.5	(489)	福岡県
1.1	0.0	1.1	2.2	3.4	1.1	4.5	0.0	1.1	1.1	0.0	1.1	1.1	0.0	3.4	(89)	佐賀県
0.8	1.9	1.1	0.8	1.1	0.4	0.8	0.4	0.0	1.1	0.0	0.4	1.5	0.8	1.5	(264)	長崎県
3.8	1.3	0.4	0.9	3.0	0.0	0.4	1.3	3.0	1.3	1.7	1.7	1.7	0.0	2.1	(235)	熊本県
3.6	0.3	0.7	0.0	1.0	0.7	1.7	0.7	2.0	1.7	0.3	0.7	1.0	2.0	1.7	(302)	大分県
3.5	3.5	5.9	3.5	1.2	0.0	2.4	4.7	9.4	2.4	1.2	2.4	4.7	2.4	2.4	(85)	宮崎県
8.9	4.8	1.5	5.2	3.7	0.4	3.0	1.1	1.1	2.2	1.5	0.4	2.2	1.9	3.0	(269)	鹿児島県
1.5	33.4	1.6	25.5	8.7	0.3	5.0	0.9	2.6	5.5	2.4	3.1	3.0	0.7	1.7	(859)	沖縄県

(注) 1回の旅行につき、単一の旅行先(都道府県)を訪問したデータのみ。

資料：(公財) 日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

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

表I-2-12 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	消費額									平均費用 (概数)	サンプル数
	1万円未満	1万円以上 2万円未満	2万円以上 3万円未満	3万円以上 4万円未満	4万円以上 5万円未満	5万円以上 7万円未満	7万円以上 10万円未満	10万円以上			
全体	3.7	13.4	19.2	15.3	12.1	14.1	10.2	11.9	53,075	(19,227)	
北海道	3.7	9.8	10.4	10.8	10.8	17.4	15.9	21.1	69,449	(1,388)	
青森県	1.7	10.8	12.5	21.7	8.3	17.5	15.8	11.7	57,000	(120)	
岩手県	6.3	20.1	23.8	14.3	9.5	14.8	5.3	5.8	40,423	(189)	
宮城県	5.3	18.0	23.9	15.3	10.6	12.1	6.2	8.6	44,956	(339)	
秋田県	3.6	18.8	25.9	15.2	12.5	14.3	6.3	3.6	39,866	(112)	
山形県	2.2	19.4	19.9	16.1	14.5	11.8	7.0	9.1	45,699	(186)	
福島県	3.8	20.1	30.3	15.0	11.1	11.5	5.1	3.2	37,325	(314)	
茨城県	5.9	24.6	26.3	16.1	11.0	8.5	4.2	3.4	34,068	(118)	
栃木県	6.8	22.1	26.0	16.1	13.1	7.3	6.1	2.4	35,085	(411)	
群馬県	4.4	24.1	31.3	15.5	7.8	8.8	5.2	2.8	34,637	(386)	
埼玉県	6.7	15.4	29.8	16.3	11.5	6.7	5.8	7.7	41,490	(104)	
千葉県	4.5	13.4	25.1	13.9	10.3	13.2	8.1	11.6	51,264	(554)	
東京都	2.1	8.2	13.7	16.2	15.6	19.4	11.8	13.0	59,157	(1,359)	
神奈川県	4.3	19.7	25.1	19.0	8.8	9.1	8.5	5.4	40,759	(646)	
新潟県	6.3	17.8	24.0	19.7	8.6	11.5	6.6	5.6	40,378	(304)	
富山県	6.3	6.3	15.3	25.2	10.8	19.8	5.4	10.8	50,586	(111)	
石川県	4.8	14.9	22.9	16.8	11.7	15.6	7.9	5.4	44,095	(315)	
福井県	6.2	23.8	19.2	18.5	14.6	8.5	6.2	3.1	37,038	(130)	
山梨県	4.8	23.4	24.9	14.5	11.2	8.9	6.3	5.9	39,628	(269)	
長野県	3.4	16.7	25.3	17.4	12.9	10.5	7.2	6.5	43,061	(789)	
岐阜県	5.3	21.0	22.1	19.1	15.6	10.7	3.8	2.3	35,573	(262)	
静岡県	4.7	21.0	26.1	17.0	9.2	9.9	7.1	5.1	39,133	(871)	
愛知県	5.4	14.1	29.9	15.5	11.1	12.5	6.0	5.4	40,557	(368)	
三重県	2.5	16.2	23.8	21.9	11.1	8.8	5.9	9.8	44,730	(407)	
滋賀県	5.9	19.1	26.5	17.6	10.3	7.4	6.6	6.6	40,735	(136)	
京都府	2.6	9.5	18.5	15.7	13.9	16.9	11.6	11.4	55,019	(779)	
大阪府	3.6	11.9	23.1	16.4	13.7	14.4	7.1	9.8	49,475	(590)	
兵庫県	3.2	20.7	27.6	18.9	9.8	8.9	4.8	6.1	40,125	(561)	
奈良県	9.7	11.7	23.3	17.5	12.6	7.8	8.7	8.7	43,835	(103)	
和歌山県	4.6	13.8	26.8	20.9	13.8	8.8	6.7	4.6	40,711	(239)	
鳥取県	2.7	18.6	17.7	16.8	13.3	13.3	7.1	10.6	48,673	(113)	
島根県	6.4	12.1	19.9	19.9	14.2	11.3	5.7	10.6	47,660	(141)	
岡山県	6.4	24.4	19.2	14.0	9.9	11.0	7.6	7.6	41,919	(172)	
広島県	2.2	15.2	21.6	17.3	13.0	17.7	7.8	5.2	44,870	(231)	
山口県	2.8	11.1	20.1	18.1	11.8	16.7	10.4	9.0	50,347	(144)	
徳島県	1.8	5.3	24.6	17.5	24.6	15.8	7.0	3.5	46,228	(57)	
香川県	2.7	17.3	25.5	11.8	10.0	15.5	7.3	10.0	47,955	(110)	
愛媛県	2.5	16.4	16.4	14.8	14.8	13.1	9.0	13.1	53,074	(122)	
高知県	3.1	13.5	17.7	18.8	13.5	12.5	13.5	7.3	48,438	(96)	
福岡県	7.2	12.2	20.7	13.3	13.5	13.9	9.1	10.2	49,217	(460)	
佐賀県	6.9	21.8	27.6	12.6	8.0	11.5	5.7	5.7	38,678	(87)	
長崎県	2.8	17.1	20.7	8.9	15.0	14.6	9.3	11.4	51,890	(246)	
熊本県	10.8	16.0	22.9	13.9	13.0	10.8	5.2	7.4	42,078	(231)	
大分県	10.0	21.0	17.5	12.4	12.0	12.4	6.9	7.9	42,543	(291)	
宮崎県	9.6	18.1	21.7	12.0	6.0	6.0	16.9	9.6	47,651	(83)	
鹿児島県	3.5	9.4	16.0	13.3	13.7	17.2	10.2	16.8	60,820	(256)	
沖縄県	1.1	3.1	3.2	7.9	11.1	17.7	21.7	34.2	91,268	(812)	

(注) 1回の旅行につき、単一の旅行先(都道府県)を訪問したデータのみ。

資料：(公財)日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

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

表I-2-13 旅行先（都道府県）別の満足度・再来訪意向

(単位：%)

	満足度								サンプル数
	大変満足	満足	やや満足	どちらでもない	やや不満	不満	大変不満	満足度指数	
全体	30.4	46.4	17.7	4.2	0.8	0.2	0.2	6.00	(20,150)
北海道	36.8	43.2	15.1	3.4	1.3	0.1	0.2	6.10	(1,459)
青森県	28.0	45.6	18.4	7.2	0.0	0.8	0.0	5.92	(125)
岩手県	29.1	45.4	18.4	5.6	1.0	0.5	0.0	5.94	(196)
宮城県	31.4	48.6	14.9	4.3	0.9	0.0	0.0	6.05	(350)
秋田県	28.1	38.6	24.6	7.0	1.8	0.0	0.0	5.84	(114)
山形県	20.3	53.6	18.8	6.3	0.5	0.5	0.0	5.85	(192)
福島県	27.1	45.1	22.0	4.0	1.5	0.3	0.0	5.91	(328)
茨城県	20.8	36.0	25.6	14.4	2.4	0.8	0.0	5.56	(125)
栃木県	22.7	47.1	22.5	6.6	0.9	0.0	0.2	5.83	(427)
群馬県	23.4	51.4	19.5	4.7	0.7	0.0	0.2	5.91	(401)
埼玉県	27.6	36.2	25.0	8.6	0.9	1.7	0.0	5.76	(116)
千葉県	35.9	41.1	18.2	3.3	1.0	0.2	0.3	6.06	(577)
東京都	33.2	45.2	16.7	4.0	0.4	0.3	0.2	6.05	(1,438)
神奈川県	25.4	51.2	17.7	4.3	1.0	0.1	0.3	5.94	(682)
新潟県	28.1	42.2	20.9	6.6	2.2	0.0	0.0	5.88	(320)
富山県	28.7	42.6	15.7	7.0	1.7	0.9	3.5	5.73	(115)
石川県	22.9	50.3	20.5	5.4	0.6	0.3	0.0	5.89	(336)
福井県	23.9	47.8	20.9	6.0	0.7	0.7	0.0	5.86	(134)
山梨県	27.3	47.5	19.5	5.3	0.4	0.0	0.0	5.96	(282)
長野県	32.5	46.7	15.9	3.8	0.6	0.4	0.2	6.05	(838)
岐阜県	27.8	49.5	19.9	2.9	0.0	0.0	0.0	6.02	(277)
静岡県	25.3	47.8	19.6	5.0	1.0	0.4	0.8	5.87	(912)
愛知県	22.3	44.4	24.4	7.2	1.0	0.0	0.8	5.77	(390)
三重県	26.0	46.1	21.2	5.1	0.9	0.5	0.2	5.89	(434)
滋賀県	21.6	46.8	23.7	7.2	0.7	0.0	0.0	5.81	(139)
京都府	32.4	50.4	14.4	2.3	0.4	0.1	0.0	6.12	(812)
大阪府	30.5	42.1	19.3	7.0	0.6	0.5	0.0	5.93	(617)
兵庫県	27.8	49.4	17.7	3.7	0.8	0.3	0.2	5.98	(589)
奈良県	34.3	40.0	18.1	5.7	1.0	0.0	1.0	5.97	(105)
和歌山県	27.7	46.6	20.5	4.8	0.4	0.0	0.0	5.96	(249)
鳥取県	24.2	56.7	15.8	3.3	0.0	0.0	0.0	6.02	(120)
島根県	22.6	52.1	21.2	4.1	0.0	0.0	0.0	5.93	(146)
岡山県	19.2	57.6	19.2	3.4	0.6	0.0	0.0	5.92	(177)
広島県	29.2	47.9	17.1	5.8	0.0	0.0	0.0	6.00	(240)
山口県	21.1	55.3	18.4	3.9	1.3	0.0	0.0	5.91	(152)
徳島県	33.3	36.7	16.7	6.7	6.7	0.0	0.0	5.83	(60)
香川県	34.2	42.3	16.2	4.5	1.8	0.9	0.0	6.00	(111)
愛媛県	20.2	54.3	19.4	4.7	1.6	0.0	0.0	5.87	(129)
高知県	32.3	43.4	16.2	4.0	2.0	1.0	1.0	5.93	(99)
福岡県	25.4	46.8	23.5	3.5	0.4	0.2	0.2	5.92	(489)
佐賀県	24.7	44.9	24.7	3.4	1.1	1.1	0.0	5.85	(89)
長崎県	26.9	51.5	15.9	5.3	0.4	0.0	0.0	5.99	(264)
熊本県	28.1	48.1	19.6	2.6	1.7	0.0	0.0	5.98	(235)
大分県	26.8	51.3	15.9	4.3	1.3	0.3	0.0	5.97	(302)
宮崎県	23.5	48.2	24.7	1.2	0.0	1.2	1.2	5.86	(85)
鹿児島県	29.0	44.6	19.0	5.9	1.1	0.0	0.4	5.93	(269)
沖縄県	43.5	39.7	13.5	2.3	0.5	0.2	0.2	6.22	(859)

(単位：%)

	再来訪意向								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	再来訪意向指数	
全体	27.8	32.9	19.0	12.4	4.8	2.2	0.9	5.56	(20,150)
北海道	31.3	35.6	15.8	9.7	4.8	2.1	0.6	5.70	(1,459)
青森県	23.2	25.6	17.6	18.4	8.0	5.6	1.6	5.14	(125)
岩手県	28.1	29.1	24.0	10.2	5.1	3.6	0.0	5.54	(196)
宮城県	32.6	29.7	21.1	12.3	3.4	0.9	0.0	5.73	(350)
秋田県	24.6	21.1	25.4	20.2	5.3	1.8	1.8	5.27	(114)
山形県	16.7	34.9	24.0	13.5	6.3	2.1	2.6	5.26	(192)
福島県	24.7	33.8	21.0	11.0	5.8	3.0	0.6	5.49	(328)
茨城県	18.4	28.0	22.4	20.8	5.6	3.2	1.6	5.17	(125)
栃木県	21.1	31.6	21.3	15.2	6.1	4.0	0.7	5.32	(427)
群馬県	19.7	32.4	21.2	18.5	5.5	2.0	0.7	5.33	(401)
埼玉県	25.9	21.6	21.6	21.6	3.4	6.0	0.0	5.27	(116)
千葉県	37.6	33.3	15.4	10.1	2.3	1.2	0.2	5.90	(577)
東京都	38.0	36.7	12.1	9.0	2.9	0.8	0.6	5.93	(1,438)
神奈川県	26.1	35.5	22.7	10.0	3.4	1.8	0.6	5.63	(682)
新潟県	29.1	30.9	15.3	13.1	5.9	3.8	1.9	5.45	(320)
富山県	13.9	35.7	19.1	15.7	6.1	5.2	4.3	5.03	(115)
石川県	17.6	32.1	28.0	13.4	5.1	3.3	0.6	5.32	(336)
福井県	14.9	29.1	23.9	21.6	6.7	2.2	1.5	5.11	(134)
山梨県	29.4	31.2	17.7	13.8	5.3	1.8	0.7	5.57	(282)
長野県	30.5	35.0	15.6	12.6	4.4	1.3	0.5	5.69	(838)
岐阜県	22.0	32.9	22.7	14.8	5.4	2.2	0.0	5.45	(277)
静岡県	21.9	33.8	21.1	13.8	5.8	2.5	1.1	5.40	(912)
愛知県	29.0	24.9	20.0	16.2	6.2	3.1	0.8	5.42	(390)
三重県	18.4	26.3	28.3	15.4	6.9	3.7	0.9	5.19	(434)
滋賀県	18.7	25.9	25.9	23.0	4.3	0.7	1.4	5.24	(139)
京都府	36.7	37.6	14.8	7.9	1.8	1.1	0.1	5.96	(812)
大阪府	31.8	34.7	17.0	11.2	3.6	1.1	0.6	5.74	(617)
兵庫県	30.2	31.1	19.5	12.1	4.6	1.7	0.8	5.62	(589)
奈良県	27.6	33.3	15.2	16.2	2.9	4.8	0.0	5.52	(105)
和歌山県	21.3	32.9	22.1	13.7	5.2	4.0	0.8	5.36	(249)
鳥取県	16.7	37.5	21.7	13.3	6.7	2.5	1.7	5.30	(120)
島根県	23.3	30.8	20.5	15.1	7.5	2.7	0.0	5.39	(146)
岡山県	19.8	35.0	20.3	16.4	5.6	2.3	0.6	5.38	(177)
広島県	17.1	35.4	20.4	15.0	8.8	2.9	0.4	5.27	(240)
山口県	17.8	28.9	25.7	16.4	7.2	1.3	2.6	5.19	(152)
徳島県	20.0	26.7	18.3	16.7	8.3	3.3	6.7	4.97	(60)
香川県	28.8	23.4	27.0	8.1	7.2	5.4	0.0	5.42	(111)
愛媛県	20.2	38.0	20.2	14.0	5.4	0.0	2.3	5.44	(129)
高知県	34.3	29.3	19.2	9.1	3.0	3.0	2.0	5.66	(99)
福岡県	28.6	38.9	17.4	10.0	3.3	1.4	0.4	5.74	(489)
佐賀県	28.1	24.7	21.3	14.6	7.9	2.2	1.1	5.39	(89)
長崎県	22.7	31.1	23.1	11.0	7.6	3.0	1.5	5.35	(264)
熊本県	24.3	34.5	20.4	14.0	4.3	2.6	0.0	5.53	(235)
大分県	21.5	38.7	18.5	10.3	7.6	2.3	1.0	5.45	(302)
宮崎県	20.0	41.2	17.6	10.6	4.7	3.5	2.4	5.41	(85)
鹿児島県	23.0	33.1	20.1	12.3	7.1	2.6	1.9	5.38	(269)
沖縄県	41.3	29.2	15.3	8.3	2.8	1.5	1.6	5.87	(859)

資料：(公財) 日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

(注) 1回の旅行につき、単一の旅行先(都道府県)を訪問したデータのみ。

(注) 満足度指数：大変満足(7点)～大変不満(1点)までの7段階評価の平均値。再来訪意向指数：大変そう思う(7点)～全く思わない(1点)までの7段階評価の平均値。

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

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大きく異なる旅行動向

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）に絞り、日本人の国内旅行の実態を詳しく見ていく。なお、ここで分析に用いた表データは、全て「JTBF旅行実態調査」による。

① マーケットセグメントと申し込み時期（表I-2-14）

同行者やライフステージにかかわらず『1～2カ月前』の申し込みが圧倒的に多く、全セグメントにおいて最大シェアであった。

「3世代家族旅行」と「友人旅行」は、比較的早い時期から計画を立て、申し込みを行う傾向があり、特に、「子育て後の男性による友人旅行」「子育て中の女性による友人旅行」は、『3カ月以上前』の申し込みが全体に比べて多い。

『旅行の1カ月前まで』と『旅行の1カ月前を切ってから』の大きく2つに分けてその比率を見ると、全てのセグメントにおいて『旅行の1カ月前まで』の割合が高い。後者の『旅行の1カ月前を切ってから』申し込む割合が比較的高いのは「カップルでの旅行」「男性のひとり旅」であった。特に、「男性のひとり旅」は、『1週間以内』の割合が1.5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比率が高い傾向にある。

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：％）

申し込み時期 マーケットセグメント	3カ月以上前	1～2カ月前	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	サンプル数
全体	18.5	45.9	16.6	11.5	2.9	2.4	0.7	1.3	(19,154)
家族旅行	20.1	47.6	15.9	10.5	2.4	1.8	0.8	1.0	(4,739)
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）	15.6	50.8	14.9	11.4	2.5	1.6	1.4	1.8	(885)
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）	23.5	46.9	14.7	10.0	2.0	1.3	0.7	0.9	(1,913)
18歳以上のみの家族旅行	18.8	46.7	17.5	10.5	2.8	2.3	0.7	0.7	(1,941)
※3世代家族旅行	25.8	47.6	14.1	8.4	2.1	0.8	0.5	0.6	(1,233)
夫婦・カップル旅行	15.6	45.9	18.2	12.9	3.2	2.4	0.6	1.3	(6,628)
カップルでの旅行	13.2	40.2	21.8	15.4	3.5	3.2	0.6	2.2	(1,387)
夫婦での旅行（子どもなし）	15.0	44.1	18.8	14.0	3.9	2.3	1.1	0.9	(1,842)
子育て中の夫婦での旅行（末子が18歳未満）	14.0	43.6	20.5	12.9	2.7	4.7	0.5	1.1	(365)
子育て後の夫婦での旅行（末子が18歳以上）	17.2	49.9	15.9	11.0	2.7	1.8	0.3	1.2	(3,034)
友人旅行	22.2	48.2	15.6	8.8	2.3	1.4	0.5	0.9	(4,285)
未婚男性による友人旅行	13.5	43.4	19.6	14.5	3.4	2.0	1.4	2.2	(801)
既婚男性による友人旅行（子どもなし）	25.0	43.2	13.5	11.5	3.1	1.6	1.0	1.0	(192)
子育て中の男性による友人旅行（末子が18歳未満）	27.5	40.8	14.6	8.6	3.4	3.9	0.4	0.9	(233)
子育て後の男性による友人旅行（末子が18歳以上）	29.6	47.7	14.1	5.1	1.3	1.4	0.1	0.7	(761)
未婚女性による友人旅行	18.0	49.8	17.4	9.8	2.5	1.2	0.7	0.5	(917)
既婚女性による友人旅行（子どもなし）	19.1	53.7	13.1	8.7	1.3	2.7	0.0	1.3	(298)
子育て中の女性による友人旅行（末子が18歳未満）	28.7	39.4	14.9	9.6	3.2	2.1	1.1	1.1	(94)
子育て後の女性による友人旅行（末子が18歳以上）	26.2	52.9	13.1	5.7	1.6	0.2	0.1	0.2	(989)
ひとり旅	16.3	39.7	16.3	14.4	4.5	4.9	1.2	2.7	(3,004)
男性のひとり旅	16.2	36.2	16.8	14.9	5.4	5.6	1.6	3.3	(1,819)
女性のひとり旅	16.5	45.0	15.6	13.6	3.1	3.9	0.7	1.7	(1,185)

資料：（公財）日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

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

②マーケットセグメントと出発月・出発日 (表I-2-15)

「家族旅行」では、学校が夏休みとなる『8月』のシェアが高く、なかでも「小中高生の子どもと一緒に家族旅行」では、年間の4分の1の旅行が8月に出発している。

一方、「夫婦・カップル旅行」や「友人旅行」、「ひとり旅」には、「子どもと一緒に家族旅行」のように際立ったピークはなく、マーケットセグメントによって出発月はそう大きくは変動しない。やや特徴的なセグメントは、『10月』の「子育て後の友人旅行(男女)」、『11月』の「子育て中の男性による友人旅行」であった。

旅行の出発日については、出発月と比べ、マーケットセグメントによる差が大きい。まず、「家族旅行」の出発日は、子どもの年齢に大きく左右される。特に、「小中高生の子どもと一緒に家族旅行」では休日出発が大半を占め、なかでも『夏休み』のシェアが他セグメントに比べて大きい点が特徴である。

「子育て後の夫婦での旅行」や「子育て後の友人旅行」などの旅行セグメントでは、平日、特に『月～木曜日』出発の旅行が多く、「子育て後の女性による友人旅行」においては半数以上を占める。

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

(単位: %)

マーケットセグメント	出発月												出発日						サンプル数	
	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	夏休み	ゴールデンウィーク	年末年始	土曜日	日曜・祝祭日	月～木曜日		金曜日
全体	6.4	5.6	8.3	6.6	9.5	6.1	7.0	10.9	9.3	10.3	9.2	10.7	8.5	6.7	8.2	17.7	14.7	31.3	13.0	(20,150)
家族旅行	7.2	5.1	8.6	5.3	9.3	4.5	7.8	17.2	7.8	8.0	7.3	11.9	14.8	7.4	11.6	18.0	14.0	22.1	12.0	(4,994)
乳幼児の子どもと一緒に家族旅行 (小中高生を含まない)	7.3	5.2	8.5	5.0	9.0	5.5	8.3	13.3	8.4	8.3	8.6	12.6	11.7	7.9	10.9	18.1	14.5	23.9	13.0	(929)
小中高生の子どもと一緒に家族旅行 (乳幼児連れも含む)	7.6	4.2	9.0	4.7	9.0	2.4	9.3	24.6	5.7	6.6	5.2	11.6	22.4	8.1	12.9	18.3	13.4	14.6	10.3	(2,005)
18歳以上のみの家族旅行	6.9	6.0	8.3	6.1	9.7	6.0	6.3	11.8	9.5	9.1	8.7	11.7	8.8	6.7	10.7	17.8	14.2	28.5	13.2	(2,060)
※3世代家族旅行	8.5	5.2	9.4	5.3	9.5	3.2	8.8	16.6	7.7	7.4	6.4	12.0	14.6	7.0	13.4	19.4	14.3	19.6	11.7	(1,304)
夫婦・カップル旅行	6.6	5.8	8.2	7.7	10.5	6.3	6.4	9.0	9.5	10.4	9.3	10.3	6.4	8.0	7.8	16.1	15.4	32.9	13.4	(6,858)
カップルでの旅行	7.4	7.5	8.5	7.8	8.8	4.9	5.9	10.1	9.0	9.0	8.1	13.0	7.0	8.5	10.1	20.9	13.7	26.8	13.1	(1,451)
夫婦での旅行 (子どもなし)	6.5	5.8	6.3	7.1	11.5	5.6	6.4	10.0	11.0	8.8	8.9	12.2	8.5	8.8	8.7	18.7	17.0	24.1	14.3	(1,917)
子育て中の夫婦での旅行 (末子が18歳未満)	6.8	7.3	8.1	5.8	10.2	9.2	7.9	10.8	7.9	10.2	7.3	8.4	7.3	11.0	7.6	16.5	22.6	18.1	16.8	(381)
子育て後の夫婦での旅行 (末子が18歳以上)	6.2	4.8	9.3	8.3	10.7	7.0	6.4	7.7	9.0	12.1	10.4	8.1	4.8	6.9	6.1	12.2	14.4	43.1	12.5	(3,109)
友人旅行	5.3	6.2	8.0	6.4	9.0	7.2	7.1	8.3	10.3	12.6	10.5	9.2	5.6	5.1	5.1	20.0	15.6	35.6	13.1	(4,533)
未婚男性による友人旅行	6.1	6.8	8.6	5.5	8.0	5.1	7.1	12.5	10.0	9.4	6.5	14.3	9.3	7.6	10.4	22.1	15.5	22.0	13.1	(858)
既婚男性による友人旅行 (子どもなし)	5.4	4.4	7.3	9.8	8.3	7.3	8.3	11.7	11.7	12.2	7.3	6.3	5.9	5.4	3.4	28.8	14.6	31.2	10.7	(205)
子育て中の男性による友人旅行 (末子が18歳未満)	4.4	6.9	6.5	7.7	6.5	6.5	5.2	10.1	8.1	9.7	16.9	11.7	6.5	5.6	6.9	27.8	19.8	21.0	12.5	(248)
子育て後の男性による友人旅行 (末子が18歳以上)	4.4	6.5	6.4	6.7	10.3	8.3	6.5	5.3	10.6	15.8	12.8	6.4	3.1	3.8	2.3	15.7	15.6	45.9	13.7	(796)
未婚女性による友人旅行	7.0	6.6	9.1	4.2	8.0	5.1	6.9	9.1	12.5	10.5	10.7	10.5	6.1	5.1	5.8	24.6	15.5	27.5	15.4	(976)
既婚女性による友人旅行 (子どもなし)	5.1	5.7	7.6	5.1	9.2	8.9	9.2	7.6	8.9	13.7	12.7	6.1	6.4	3.2	3.5	21.3	18.8	33.8	13.1	(314)
子育て中の女性による友人旅行 (末子が18歳未満)	7.2	3.1	9.3	7.2	5.2	6.2	10.3	12.4	12.4	9.3	9.3	8.2	9.3	3.1	8.2	21.6	18.6	26.8	12.4	(97)
子育て後の女性による友人旅行 (末子が18歳以上)	4.0	5.8	8.0	8.4	10.6	9.6	7.0	5.1	8.7	15.5	10.2	7.1	3.0	4.4	2.4	12.9	13.7	52.2	11.5	(1,039)
ひとり旅	6.6	5.6	7.9	6.7	8.8	6.7	6.7	9.5	9.5	10.1	9.8	12.2	7.3	5.4	9.0	17.0	12.7	34.3	14.2	(3,171)
男性のひとり旅	6.1	5.8	7.7	6.7	8.9	6.4	6.9	10.2	9.3	9.8	9.2	13.1	8.2	5.8	9.4	17.6	12.9	32.0	14.1	(1,945)
女性のひとり旅	7.3	5.2	8.2	6.8	8.6	7.3	6.2	8.4	9.8	10.6	10.7	10.9	6.0	4.8	8.2	16.0	12.6	38.0	14.4	(1,226)

資料: (公財) 日本交通公社「JTB旅行実態調査」

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

③マーケットセグメントと交通手段（表I-2-16）

●目的地までの主な交通手段

「家族旅行」は『自家用車』利用率が圧倒的に高く、特に「18歳未満の子どもと一緒に家族旅行」は約6割を占める。子どもが大きくなるにつれ、『自家用車』利用率が減少し、『列車』利用率が高まる。「3世代家族旅行」になると、再び『自家用車』利用率が高まる。

「夫婦・カップル旅行」も『自家用車』を利用のシェアが高いが、『列車』利用が、家族旅行よりも多い傾向にある。

「女性の友人旅行」はライフステージによらず、『列車』利用率が他のセグメントに比べて非常に高い。「子育て後の女性による友人旅行」は、『バス・貸切バス』も高い。

「ひとり旅」では『列車』『飛行機』の利用率が他セグメントに比べ高く、『自家用車』利用は低位にとどまる。

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

（単位：％）

目的地までの主な交通手段 マーケットセグメント	自家用車			列車			飛行機			バス・貸切バス	レンタカー			その他	サンプル数
	高速道路利用	高速道路利用なし		新幹線・有料特急利用	新幹線・有料特急利用なし		JAL・ANA利用	JAL・ANA以外利用			高速道路利用	高速道路利用なし			
全体	37.5	31.8	5.8	26.8	22.0	4.8	23.3	18.2	5.1	9.3	2.0	1.8	0.2	1.0	(20,150)
家族旅行	53.2	46.5	6.7	20.8	16.7	4.1	18.6	15.3	3.3	4.4	2.3	2.2	0.1	0.6	(4,994)
乳幼児の子どもと一緒に家族旅行（小中高生を含まない）	59.7	51.9	7.9	18.4	14.0	4.4	16.8	13.9	2.9	0.9	3.8	3.4	0.3	0.4	(929)
小中高生の子どもと一緒に家族旅行（乳幼児連れも含む）	59.6	52.8	6.7	15.3	13.3	2.0	18.9	16.2	2.7	3.8	1.8	1.7	0.1	0.6	(2,005)
18歳以上のみの家族旅行	44.2	38.0	6.2	27.3	21.3	6.0	19.2	15.0	4.2	6.6	2.2	2.1	0.1	0.6	(2,060)
※3世代家族旅行	58.1	49.8	8.3	17.6	13.9	3.8	18.5	16.0	2.5	2.4	3.1	3.1	0.1	0.2	(1,304)
夫婦・カップル旅行	44.4	37.7	6.6	23.0	19.2	3.8	23.8	18.9	4.9	6.3	1.9	1.7	0.3	0.7	(6,858)
カップルでの旅行	42.6	36.2	6.4	26.6	20.1	6.5	21.8	14.7	7.2	4.8	3.9	3.1	0.8	0.3	(1,451)
夫婦での旅行（子どもなし）	47.2	40.2	7.0	21.0	17.9	3.1	24.9	20.2	4.7	4.2	1.8	1.7	0.2	0.8	(1,917)
子育て中の夫婦での旅行（末子が18歳未満）	34.9	30.4	4.5	29.9	24.4	5.5	26.8	18.9	7.9	4.7	3.1	2.6	0.5	0.5	(381)
子育て後の夫婦での旅行（末子が18歳以上）	44.6	37.9	6.8	21.6	18.9	2.7	23.6	19.9	3.6	8.4	1.0	0.9	0.1	0.8	(3,109)
友人旅行	27.9	22.9	5.0	31.5	25.6	6.0	21.4	17.1	4.4	15.2	2.7	2.4	0.3	1.3	(4,533)
未婚男性による友人旅行	29.7	26.6	3.1	28.1	22.1	5.9	27.2	21.6	5.6	9.4	4.2	3.7	0.5	1.4	(858)
既婚男性による友人旅行（子どもなし）	39.5	32.7	6.8	17.1	12.7	4.4	18.5	15.6	2.9	14.1	8.3	7.3	1.0	2.4	(205)
子育て中の男性による友人旅行（末子が18歳未満）	42.7	35.5	7.3	20.6	17.7	2.8	22.2	18.5	3.6	8.9	3.6	3.6	0.0	2.0	(248)
子育て後の男性による友人旅行（末子が18歳以上）	40.2	34.2	6.0	22.1	18.0	4.1	15.5	13.2	2.3	18.8	1.9	1.6	0.3	1.5	(796)
未婚女性による友人旅行	20.2	15.8	4.4	35.9	29.5	6.4	25.5	17.7	7.8	15.3	2.4	2.3	0.1	0.8	(976)
既婚女性による友人旅行（子どもなし）	26.4	21.7	4.8	36.9	31.8	5.1	19.7	16.2	3.5	11.1	4.5	3.5	1.0	1.3	(314)
子育て中の女性による友人旅行（末子が18歳未満）	18.6	15.5	3.1	42.3	33.0	9.3	26.8	19.6	7.2	12.4	0.0	0.0	0.0	0.0	(97)
子育て後の女性による友人旅行（末子が18歳以上）	19.5	14.0	5.6	40.4	32.3	8.1	17.8	15.6	2.2	20.3	0.8	0.8	0.0	1.2	(1,039)
ひとり旅	12.5	9.2	3.3	38.5	31.7	6.8	33.3	23.7	9.6	13.1	0.8	0.6	0.1	1.8	(3,171)
男性のひとり旅	17.3	12.8	4.6	36.2	28.8	7.4	33.2	23.5	9.6	9.9	1.2	1.0	0.2	2.2	(1,945)
女性のひとり旅	4.9	3.5	1.4	42.2	36.3	5.9	33.4	23.9	9.5	18.2	0.1	0.1	0.0	1.2	(1,226)

資料：（公財）日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

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

●旅行先での主な交通手段（複数回答）（表I-2-17）

旅行先での主な交通手段では、「家族旅行」や「夫婦・カップル旅行」において『自家用車』の利用率が比較的高くなっている。目的地までの交通手段と同じく、特に、「18歳未満の子どもと一緒に家族旅行」において、突出して高い比率となった。

「ひとり旅」においては、『列車』利用率が5割を超えた。「未婚女性による友人旅行」でも『列車』利用率が4割を超えており、他セグメントに比べて高めの傾向が見られた。さらに、「ひと

り旅」「未婚女性による友人旅行」とともに、『路線バス』利用率についても約2割と高い比率となっている。

「子育て中の夫婦での旅行」「男性による友人旅行（子育て後除く）」では、『レンタカー』の利用率が他セグメントに比べて高い。

「子育て後の友人旅行」においては、男女問わず、『貸切バス・定期観光バス』の利用が目立った。

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

（単位：%）

旅行先での主な交通手段	自家用車	列車	路線バス	レンタカー	貸切バス・定期観光バス	タクシー・ハイヤー	飛行機	観光客向けの巡回バスなど	船（フェリー、観光船、屋形船など）	レンタサイクル	その他	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													
全体	34.9	28.3	12.8	11.3	9.8	8.6	6.2	4.1	3.2	1.0	1.7	9.0	(20,150)
家族旅行	48.6	21.7	8.7	11.8	5.7	7.9	6.1	4.0	3.4	1.0	0.9	9.5	(4,994)
乳幼児の子どもと一緒に家族旅行（小中高生を含まない）	56.8	18.4	5.3	14.7	2.4	6.6	5.6	4.6	2.6	0.5	0.3	8.3	(929)
小中高生の子どもと一緒に家族旅行（乳幼児連れも含む）	53.9	19.2	7.4	10.7	4.4	7.2	7.4	3.3	3.6	1.0	0.5	9.3	(2,005)
18歳以上のみの家族旅行	39.6	25.6	11.4	11.6	8.4	9.3	5.0	4.4	3.5	1.1	1.4	10.1	(2,060)
※3世代家族旅行	53.5	18.1	7.1	14.3	5.2	10.0	8.0	6.0	5.2	1.8	0.8	9.7	(1,304)
夫婦・カップル旅行	40.5	24.4	11.3	12.8	9.1	8.1	6.0	4.2	3.1	1.0	1.3	7.8	(6,858)
カップルでの旅行	38.5	31.1	11.6	13.5	3.8	9.1	6.9	4.4	3.2	1.1	0.6	9.3	(1,451)
夫婦での旅行（子どもなし）	41.9	26.0	11.3	14.4	5.0	6.7	6.7	4.1	2.9	1.0	1.2	8.6	(1,917)
子育て中の夫婦での旅行（末子が18歳未満）	37.5	30.4	13.6	22.3	9.7	11.8	9.2	5.8	3.4	4.2	1.0	5.5	(381)
子育て後の夫婦での旅行（末子が18歳以上）	40.9	19.7	10.9	10.4	14.0	8.0	4.7	3.9	3.2	0.6	1.7	6.9	(3,109)
友人旅行	26.5	26.7	13.3	12.3	15.7	10.9	5.4	4.5	3.1	0.9	1.6	10.8	(4,533)
未婚男性による友人旅行	28.9	30.5	15.2	19.2	8.9	8.7	8.7	5.4	2.8	2.6	1.5	11.0	(858)
既婚男性による友人旅行（子どもなし）	37.1	11.2	6.8	18.5	14.6	8.3	4.4	2.0	3.9	1.0	2.9	9.8	(205)
子育て中の男性による友人旅行（末子が18歳未満）	36.7	24.2	8.1	16.9	8.9	10.5	8.5	1.2	2.4	0.0	0.8	14.1	(248)
子育て後の男性による友人旅行（末子が18歳以上）	34.8	13.4	8.3	10.7	20.2	10.9	3.4	2.0	4.1	0.3	2.3	12.9	(796)
未婚女性による友人旅行	22.0	40.3	19.1	11.5	11.6	8.8	5.5	4.3	2.3	1.0	0.9	8.0	(976)
既婚女性による友人旅行（子どもなし）	24.5	30.6	13.4	10.2	14.6	13.7	3.8	3.5	2.5	0.3	1.9	9.6	(314)
子育て中の女性による友人旅行（末子が18歳未満）	20.6	37.1	17.5	13.4	12.4	15.5	7.2	6.2	4.1	2.1	2.1	6.2	(97)
子育て後の女性による友人旅行（末子が18歳以上）	18.8	22.4	12.2	6.8	24.2	13.8	3.7	7.1	3.5	0.2	1.6	11.8	(1,039)
ひとり旅	14.7	50.9	22.7	6.6	6.5	7.2	8.2	3.3	2.9	1.0	3.7	7.7	(3,171)
男性のひとり旅	17.7	50.1	22.1	8.7	3.7	6.4	9.2	2.8	3.2	1.3	3.0	7.8	(1,945)
女性のひとり旅	10.0	52.2	23.7	3.3	11.1	8.3	6.6	4.2	2.4	0.6	4.7	7.6	(1,226)

資料：（公財）日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

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

④マーケットセグメントと旅行で最も楽しみにしていたこと

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。「18歳未満の子どもと一緒に家族旅行」では『観光・文化施設（水族館や美術館、テーマパークなど）を訪れること』がトップシェアとなった。

「18歳以上のみの家族旅行」「3世代家族旅行」「子育て中・後の夫婦での旅行」「子育て後の女性による友人旅行」では『温泉に入ること』がトップを占め、特に、前者の3セグメントについては他セグメントに比して高い値となった。これらのセグメントの多くはシニアが含まれていることから、この世代にとって

は旅行の大きな楽しみの特徴であることが分かる。

また、『おいしいものを食べること』がトップシェアとなったのは、「カップル旅行」「子どものいない夫婦旅行」「未婚女性による友人旅行」「子どものいない既婚女性による友人旅行」「子育て中の男性・女性による友人旅行」であり、その中でも「子育て中の男性・女性による友人旅行」の値が高い。

『文化観光』や『自然観光』はトップシェアにはならないものの、どのセグメントにおいても比較的上位を占めた。

『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」で特徴的な楽しみであり、「未婚男性による友人旅行」

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

(単位：%)

最も楽しみにしていたこと マーケットセグメント	温泉に入ること	おいしいものを食べること	寺社仏閣など（史跡、文化的な名所）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、テーマパークなど）を訪れること	スポーツやアウトドア活動を楽しむこと	帰省・冠婚葬祭関連・親族や知人訪問	街や都市を訪れること	自然の豊かさを体験すること	地域の祭りやイベント	買い物をする（買い出し）	目当ての宿泊施設に泊まること	地域の文化を体験すること	その他	サンプル数
全体	16.9	15.9	12.3	11.3	10.3	8.1	5.1	4.0	3.2	3.2	2.9	1.7	0.8	4.4	(20,150)
家族旅行	20.0	15.1	10.4	9.8	15.5	6.5	5.6	3.1	3.6	2.0	3.1	2.3	0.5	2.4	(4,994)
乳幼児の子どもと一緒に家族旅行（小中高生を含まない）	20.2	15.0	6.7	7.3	21.2	5.8	7.1	2.6	4.7	2.2	2.8	2.4	0.3	1.7	(929)
小中高生の子供と一緒に家族旅行（乳幼児連れも含む）	17.1	14.1	9.5	8.7	18.8	10.0	5.2	2.7	4.0	1.4	3.3	2.1	0.6	2.4	(2,005)
18歳以上のみの家族旅行	22.7	16.3	13.0	11.9	9.9	3.5	5.2	3.8	2.6	2.5	3.0	2.4	0.5	2.8	(2,060)
※3世代家族旅行	24.4	16.1	10.0	9.1	15.4	5.7	4.8	1.6	3.8	1.8	1.7	2.7	0.4	2.5	(1,304)
夫婦・カップル旅行	20.0	17.5	13.5	13.9	8.8	5.1	4.3	4.1	3.1	2.2	2.7	1.6	0.6	2.6	(6,858)
カップルでの旅行	17.6	19.7	11.4	9.6	13.9	7.0	1.9	4.3	2.6	3.4	3.3	1.4	0.5	3.3	(1,451)
夫婦での旅行（子どもなし）	18.3	20.0	12.2	12.6	8.8	5.9	4.4	3.9	2.6	2.0	2.9	2.5	0.9	3.0	(1,917)
子育て中の夫婦での旅行（末子が18歳未満）	20.7	16.3	13.1	11.8	13.4	5.8	5.0	3.1	2.9	1.3	3.4	1.0	1.0	1.0	(381)
子育て後の夫婦での旅行（末子が18歳以上）	22.0	15.1	15.2	17.0	5.8	3.7	5.4	4.2	3.7	1.8	2.3	1.2	0.5	2.2	(3,109)
友人旅行	15.7	16.1	12.2	11.6	8.5	13.5	2.1	3.2	3.6	3.7	2.1	1.6	1.2	4.9	(4,533)
未婚男性による友人旅行	13.9	16.0	12.5	10.6	7.2	20.2	2.1	4.2	4.2	3.3	2.0	0.6	0.9	2.4	(858)
既婚男性による友人旅行（子どもなし）	9.3	18.5	11.2	13.2	2.4	22.4	2.4	3.9	5.4	5.9	1.0	1.0	1.5	2.0	(205)
子育て中の男性による友人旅行（末子が18歳未満）	14.5	21.4	8.5	9.7	7.3	20.2	1.2	4.4	4.0	2.4	2.0	0.4	0.4	3.6	(248)
子育て後の男性による友人旅行（末子が18歳以上）	20.6	13.1	10.1	12.1	4.3	22.4	1.1	2.8	3.4	1.9	0.5	2.1	2.1	3.6	(796)
未婚女性による友人旅行	12.9	15.2	12.9	7.9	15.0	8.9	3.0	2.3	1.9	5.7	4.0	1.2	0.9	8.2	(976)
既婚女性による友人旅行（子どもなし）	17.2	20.7	10.2	9.9	8.9	7.3	2.9	2.9	3.2	4.8	2.9	1.9	2.2	5.1	(314)
子育て中の女性による友人旅行（末子が18歳未満）	14.4	23.7	4.1	6.2	11.3	9.3	2.1	7.2	1.0	8.2	3.1	4.1	0.0	5.2	(97)
子育て後の女性による友人旅行（末子が18歳以上）	17.2	15.5	15.6	16.7	7.9	4.2	1.8	3.1	4.8	2.6	1.3	2.5	1.1	5.6	(1,039)
ひとり旅	6.4	12.4	13.3	8.3	7.9	9.5	10.5	6.7	2.2	6.8	4.1	1.3	1.0	9.6	(3,171)
男性のひとり旅	7.4	13.8	13.0	8.8	6.4	12.5	8.2	8.0	2.7	6.7	3.3	1.3	1.2	6.5	(1,945)
女性のひとり旅	4.8	10.3	13.7	7.5	10.3	4.6	14.0	4.6	1.4	6.9	5.4	1.3	0.7	14.4	(1,226)

資料：(公財)日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

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

「子どものいない既婚男性による友人旅行」「子育て後の男性による友人旅行」において、トップシェアとなった。

一方、「ひとり旅」では、目的が分散しており、自分の趣味趣向に合わせた旅行を行っていると推測される。なお、「女性のひとり旅」における『その他』の回答としては、コンサート・ライブへの参加、観劇などが多く挙げられた。

⑤マーケットセグメントと宿泊施設 (表I-2-19)

マーケットセグメント別に見ると、全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』については「ひとり

旅」、『リゾートホテル』については「18歳未満の子どもと一緒に家族旅行」「3世代の家族旅行」、『シティホテル』については「カップルでの旅行」でのシェアが高くなっている。

『旅館』の利用率は「18歳以上のみの家族旅行」「3世代の家族旅行」「子育て後の夫婦での旅行」「子育て後の友人旅行(男女とも)」などのシニアを含む同行者で高い傾向を示している。

なお、『実家・親戚・知人宅』は「ひとり旅」、とりわけ「女性のひとり旅」において、『民宿・ペンション・ロッジ』は「未婚男性による友人旅行」「子どものいない既婚男性による友人旅行」において、他セグメントに比べて高い利用率となった。

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	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・会員制の宿泊施設等	公共の宿	オートキャンプ・キャンプ・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 (比較的大規模)	旅館 (比較的小規模)									
全体	56.4	21.3	19.7	19.2	29.0	17.9	12.0	7.9	4.6	2.3	2.5	1.3	1.7	(20,150)
家族旅行	54.2	12.3	28.4	17.8	33.0	21.5	12.2	7.6	4.5	2.7	3.3	1.6	1.0	(4,994)
乳幼児の子どもと一緒に家族旅行 (小中高生を含まない)	53.9	10.3	32.9	14.9	30.2	19.3	11.4	9.3	5.3	2.4	4.1	0.9	1.2	(929)
小中高生の子どもと一緒に家族旅行 (乳幼児連れも含む)	55.9	12.2	31.3	17.0	29.6	20.2	10.2	7.1	4.6	2.6	3.8	3.0	1.1	(2,005)
18歳以上のみの家族旅行	52.7	13.2	23.5	20.0	37.5	23.8	14.6	7.3	4.0	2.8	2.5	0.5	0.9	(2,060)
※3世代家族旅行	50.9	9.5	33.9	14.1	40.1	29.5	11.7	5.3	3.8	3.8	5.9	1.4	1.1	(1,304)
夫婦・カップル旅行	59.3	18.4	22.3	23.1	34.4	20.3	15.3	6.6	3.8	2.2	2.5	1.2	1.4	(6,858)
カップルでの旅行	65.4	21.8	19.8	28.3	30.5	16.5	15.0	4.9	4.4	0.8	1.2	1.0	1.0	(1,451)
夫婦での旅行 (子どもなし)	60.2	22.7	20.7	21.8	31.7	15.7	17.0	7.3	5.1	1.7	2.3	1.1	1.6	(1,917)
子育て中の夫婦での旅行 (末子が18歳未満)	57.0	18.1	25.5	19.4	41.2	26.8	17.1	8.4	3.4	2.4	2.9	2.4	1.3	(381)
子育て後の夫婦での旅行 (末子が18歳以上)	56.3	14.1	24.0	21.9	37.2	24.1	14.2	6.8	2.8	3.1	3.2	1.2	1.4	(3,109)
友人旅行	53.1	20.1	18.7	17.2	33.6	21.4	12.8	5.2	6.9	2.9	3.0	1.3	1.8	(4,533)
未婚男性による友人旅行	54.2	24.9	16.2	17.7	27.2	17.0	11.7	7.8	10.6	3.7	2.6	2.8	2.8	(858)
既婚男性による友人旅行 (子どもなし)	49.3	22.4	15.1	13.7	30.2	22.0	8.3	2.9	13.7	2.4	1.5	2.4	1.5	(205)
子育て中の男性による友人旅行 (末子が18歳未満)	57.3	29.0	13.7	16.1	27.4	17.7	9.7	2.4	6.0	3.6	4.0	3.2	1.6	(248)
子育て後の男性による友人旅行 (末子が18歳以上)	46.5	12.8	21.0	14.3	41.6	28.6	13.7	1.5	7.2	4.1	3.5	1.1	2.3	(796)
未婚女性による友人旅行	60.3	28.1	17.4	19.6	24.3	13.3	11.2	9.6	5.5	1.4	1.9	0.8	1.5	(976)
既婚女性による友人旅行 (子どもなし)	53.8	21.7	17.5	17.2	35.7	22.6	13.1	6.4	5.4	1.6	3.5	0.6	1.0	(314)
子育て中の女性による友人旅行 (末子が18歳未満)	71.1	36.1	14.4	22.7	28.9	19.6	9.3	3.1	2.1	3.1	1.0	2.1	0.0	(97)
子育て後の女性による友人旅行 (末子が18歳以上)	48.3	9.8	23.0	17.3	43.7	27.8	16.4	2.7	4.8	2.9	4.1	0.3	1.3	(1,039)
ひとり旅	68.5	47.6	5.3	19.1	10.1	5.1	5.4	16.7	4.1	1.6	0.8	1.5	4.0	(3,171)
男性のひとり旅	72.1	53.0	5.9	17.1	11.1	5.6	6.0	11.2	4.8	1.7	1.1	2.3	4.5	(1,945)
女性のひとり旅	62.9	39.1	4.4	22.4	8.6	4.5	4.3	25.4	2.9	1.4	0.2	0.2	3.2	(1,226)

資料: (公財) 日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

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

⑥マーケットセグメントと宿泊数（表I-2-20）

平均宿泊数が最も長いのは「女性のひとり旅」の2.13泊であった。「男性のひとり旅」も平均2.08泊と2泊を超えており、「ひとり旅」の場合は、同行者連れの旅行に比べてスケジュール面の制約が緩いことが、平均宿泊数の長さに影響していると考えられる。なお、「夫婦旅行」も比較的長めの宿泊数となった。

逆に、平均宿泊数が最も短いのは「友人旅行」の1.68泊であった。「友人旅行」では、それぞれ異なる勤め先や家庭の都合を持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。

宿泊数が短めの傾向にある「友人旅行」の中でも、「既婚男性による友人旅行」は『1泊』の比率が他セグメントに比べて高く、他の「友人旅行」のセグメントよりもより短めの宿泊数となっている。逆に、「未婚男性による友人旅行」は『1泊』の比率が低くなっているが、これは、学生が含まれること、および、他の「友人旅行」のセグメントに比べ2～3人といった少人数の旅行が過半数を占めていることが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		
全体	51.3	28.2	11.9	4.0	4.6	1.86	(20,150)
家族旅行	51.6	29.1	11.9	3.5	3.9	1.82	(4,994)
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）	51.0	29.8	11.9	3.3	3.9	1.82	(929)
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）	51.8	28.0	11.9	3.9	4.4	1.85	(2,005)
18歳以上のみの家族旅行	51.6	30.0	11.9	3.2	3.3	1.79	(2,060)
※3世代家族旅行	50.2	28.8	12.3	3.2	5.4	1.89	(1,304)
夫婦・カップル旅行	48.7	29.0	12.7	4.9	4.7	1.91	(6,858)
カップルでの旅行	54.0	27.6	11.8	3.6	3.0	1.76	(1,451)
夫婦での旅行 （子どもなし）	51.1	27.8	11.3	4.9	5.0	1.89	(1,917)
子育て中の夫婦での旅行 （末子が18歳未満）	46.2	31.0	11.5	5.2	6.0	1.99	(381)
子育て後の夫婦での旅行 （末子が18歳以上）	45.1	30.2	14.2	5.4	5.1	1.99	(3,109)
友人旅行	57.3	27.2	10.5	2.7	2.4	1.68	(4,533)
未婚男性による友人旅行	50.8	29.0	14.7	2.7	2.8	1.80	(858)
既婚男性による友人旅行 （子どもなし）	63.4	21.0	8.8	4.9	2.0	1.61	(205)
子育て中の男性による友人旅行 （末子が18歳未満）	65.7	20.6	6.9	4.8	2.0	1.58	(248)
子育て後の男性による友人旅行 （末子が18歳以上）	62.1	23.6	10.2	2.4	1.8	1.60	(796)
未婚女性による友人旅行	55.9	27.7	10.9	2.3	3.3	1.72	(976)
既婚女性による友人旅行 （子どもなし）	57.0	28.3	10.2	2.2	2.2	1.67	(314)
子育て中の女性による友人旅行 （末子が18歳未満）	51.5	34.0	7.2	3.1	4.1	1.77	(97)
子育て後の女性による友人旅行 （末子が18歳以上）	57.6	29.7	8.4	2.5	1.8	1.62	(1,039)
ひとり旅	46.7	27.2	12.9	4.6	8.6	2.10	(3,171)
男性のひとり旅	48.0	27.2	11.3	4.8	8.6	2.08	(1,945)
女性のひとり旅	44.6	27.2	15.3	4.2	8.6	2.13	(1,226)

資料：（公財）日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

■ 全体の比率より15ポイント以上大きい値 ■ 全体の比率より10ポイント以上大きい値 ■ 全体の比率より5ポイント以上大きい値
 ■ 平均宿泊数が全体平均値より0.5泊以上大きい値（平均宿泊数については、7泊以上は7泊と仮定して算出。）

I-3 日本人の海外旅行

1 2014年の概況

2014年の海外出国者数は1,690万人、2年連続の減少
ただし出張・業務は増加に転ずる

(1) 海外旅行者の主要動向 (表I-3-1)

法務省の「出入国管理統計」によると、14年の海外出国者数は1,690万人となり、前年比3.3%の減少となった。09年以降、12年までは東日本大震災が起きた11年も含めて海外出国者数は増加傾向にあったが、2年連続の減少はリーマン・ショックに起因する08年の世界的な景気後退時以来のこととなる。

また、同出国者数と観光庁の「旅行・観光消費動向調査」から目的別の内訳を推計すると、観光・レクリエーションが1,077万人、帰省・知人訪問等が148万人、出張・業務が465万人となった。出国者数全体では減少となったが、目的別では観光・レクリエーションおよび帰省・知人訪問等が減少した一方で、出張・業務は12.2%の増加となっている。

(2) 主な要因

海外出国者数が減少した主な要因には、円安基調が続いたことに加えて、消費税増税や物価上昇に追いつかない実質所得の目減り、またボリュームが大きい中国および韓国への訪問者が13年に比べれば前年比減少は小幅に収まったものの、引き続き減少する結果となったことなどが挙げられる。加えて、13年に前年比13.0%増加(152万人)を記録したタイへの訪問者数も14年は政情不安の影響もあり、前年比16.5%の減少(127万人)となった。

15年についても、上半期(1~6月)の海外出国者数がいずれの月も前年実績を割り込んでおり、6月には韓国への訪問者数がMERS(中東呼吸器症候群)の感染拡大の影響によって前年同月比41.5%の減少を記録するなど、出国者数回復の兆しはいまだに見えていない(図I-3-1)。

表I-3-1 日本人の海外出国者数の推移

(単位：千人)

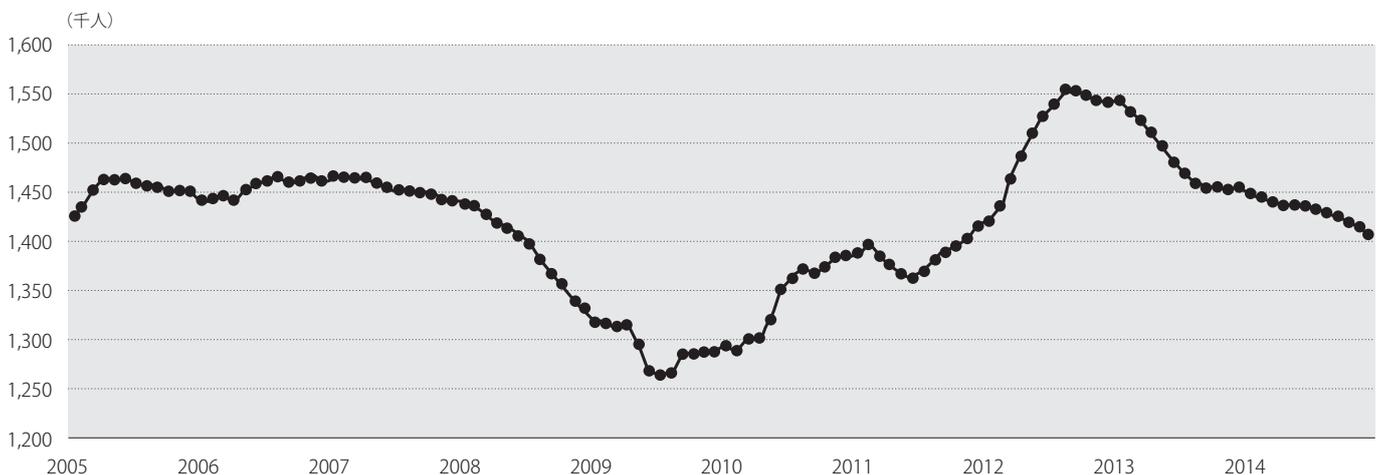
	出国者数		観光・レクリエーション		帰省・知人訪問等		出張・業務	
	前年比 (%)	前年比 (%)	前年比 (%)	前年比 (%)	前年比 (%)	前年比 (%)		
2010年	—	—	—	—	—	—	—	
2011年	2.1	△ 10.3	4.1	60.5				
2012年	8.8	8.6	26.4	4.0				
2013年	△ 5.5	△ 6.5	6.3	△ 7.1				
2014年	△ 3.3	△ 7.1	△ 14.8	12.2				

(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。

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

図I-3-1 日本人海外出国者(月別)の直近1年平均の推移



資料：法務省「出入国管理統計」をもとに(公財)日本交通公社作成

(3) 出国者数の内訳

●性・年代別 (表I-3-2、図I-3-2)

14年の海外出国者数を性・年代別に見ると、一部を除き、ほぼ全ての性・年代で前年と比べて減少となった。特に、女性の20代、30代、60代の減少幅が大きく、前年比5%以上の落ち幅

となった。一方で、男性の50代のみが前年比増加となっている。

旅行平均回数で見ると、ほぼ全ての性・年代で前年と比較して減少している傾向は同様であり、最も回数の多い女性の20代で前年比5%の減少となっている他、女性60代で最大の落ち幅6.3%の減少となっている。

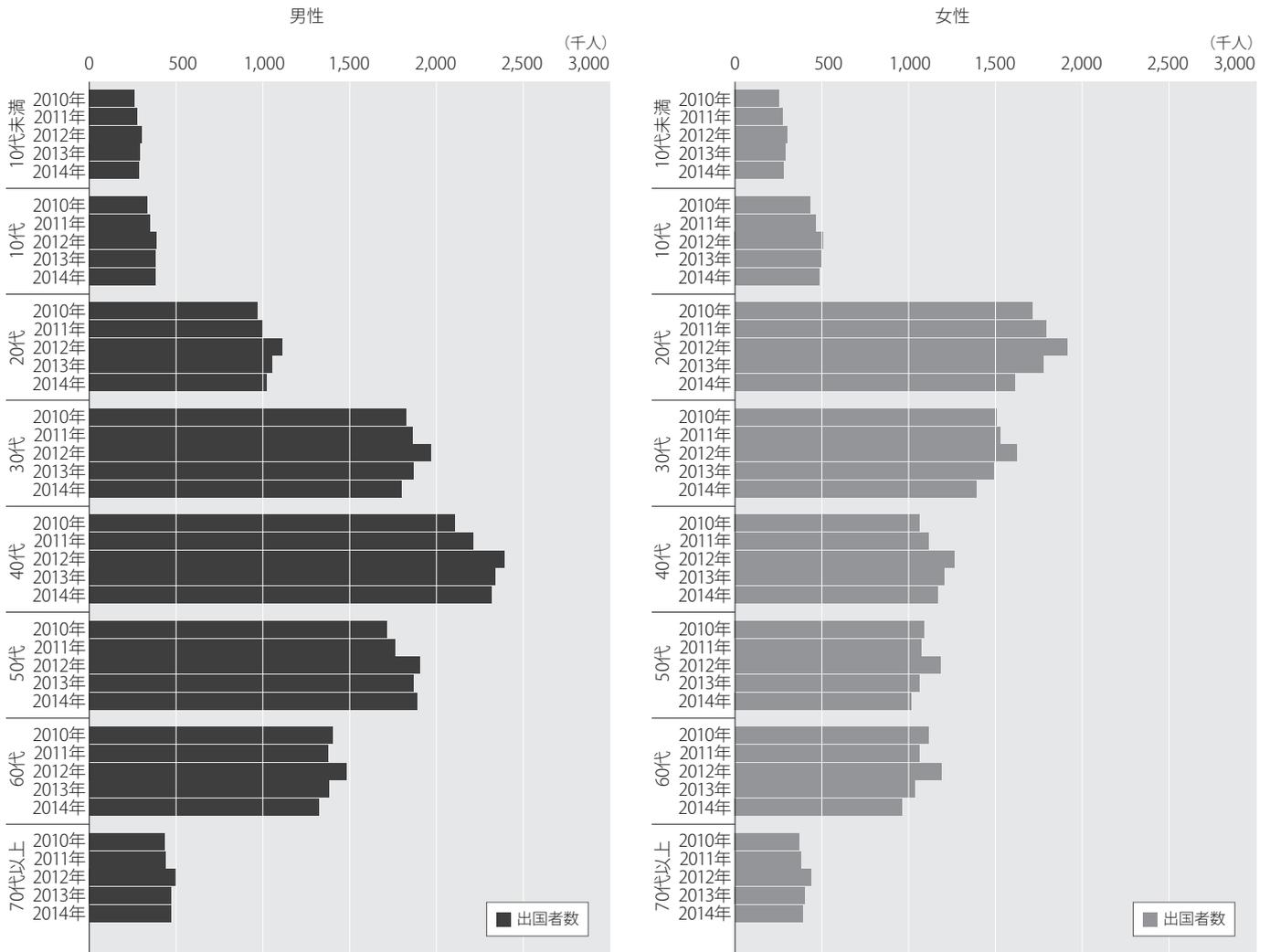
表I-3-2 性・年代別日本人海外出国者数 (2014年)

男性		年代								全体
		10代未満	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代以上	
出国者数	延べ出国者数 (千人)	290	386	1,032	1,809	2,326	1,890	1,324	474	162,120
	前年比 (%)	△ 2.9	△ 0.8	△ 3.3	△ 3.3	△ 0.7	1.2	△ 4.5	△ 0.8	△ 1.7
	旅行平均回数 (回/人)	0.05	0.06	0.16	0.23	0.25	0.25	0.15	0.05	0.16
	前年比 (%)	△ 2.1	0.4	△ 1.7	0.1	△ 2.5	1.3	△ 3.4	△ 3.8	△ 1.5

女性		年代								全体
		10代未満	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代以上	
出国者数	延べ出国者数 (千人)	283	488	1,664	1,392	1,169	1,020	966	392	7,374
	前年比 (%)	△ 2.7	△ 1.4	△ 6.7	△ 6.5	△ 2.8	△ 4.3	△ 7.6	△ 2.8	△ 5.2
	旅行平均回数 (回/人)	0.06	0.09	0.27	0.18	0.13	0.13	0.10	0.03	0.11
	前年比 (%)	△ 1.8	△ 0.4	△ 5.0	△ 3.3	△ 4.5	△ 4.0	△ 6.3	△ 5.3	△ 5.0

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

図I-3-2 性・年代別日本人海外出国者数の推移



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

●出発月別 (表I-3-3、図I-3-3)

海外出国者数を出発月別に見てみると、5月を除くいずれの月においても前年同期と比べてマイナスとなった。特に減少幅が大きい月は、1月(前年同月比7.9%減)、10月(同5.2%減)、12月(同5.4%減)となり、5%以上の減少幅となった。一方で、5月は前年同月比1.2%の増加となっている。

観光・レクリエーション目的に限って見てみると、2月の減少幅が最も大きく前年同月比22.4%減少、次いで8月の減少幅(同

17.7%減)が大きくなっている。

●居住地別 (表I-3-3)

居住地別では、沖縄を除くいずれの地域でも前年比マイナスとなった。最大のマーケットである関東地方においては前年比2.9%減少で、観光・レクリエーション目的でも6.0%の減少となっている。また、観光・レクリエーション目的で減少幅が大きいのは北陸信越(前年比41.5%減)、中国(同20.6%減)となった。

表I-3-3 出発月・居住地別日本人海外出国者数 (2014年)

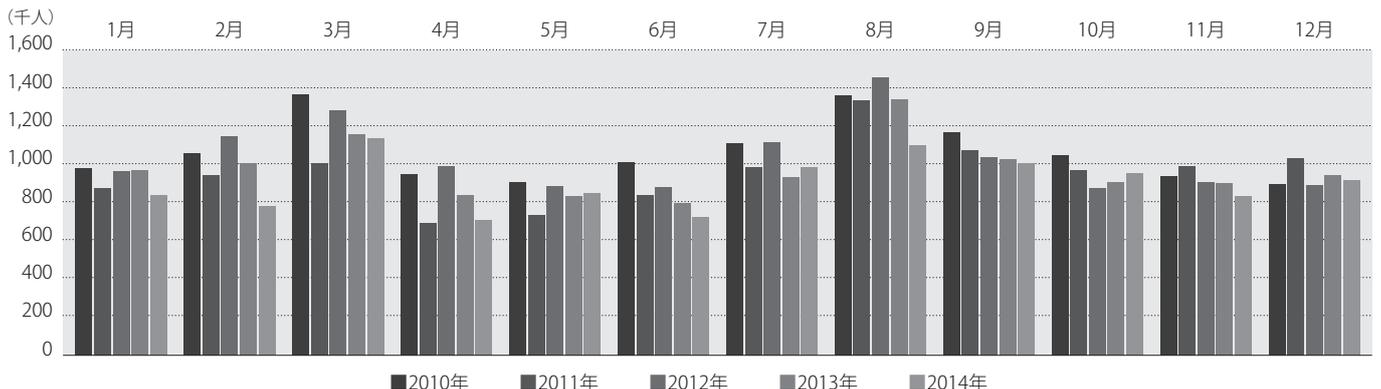
出発月		1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	全体
観光・レクリエーション	延べ出国者数(千人)	832	777	1,143	709	838	718	982	1,099	1,006	948	816	899	10,768
	前年比(%)	△13.3	△22.4	△2.0	△15.7	3.6	△8.2	7.4	△17.7	△0.4	3.4	△9.0	△4.7	△7.1
	旅行平均回数(回/人)	0.007	0.006	0.009	0.005	0.006	0.006	0.008	0.009	0.008	0.007	0.006	0.007	0.085
帰省・知人訪問等	延べ出国者数(千人)	94	144	87	78	119	133	149	171	148	64	143	152	1,484
	前年比(%)	△10.9	22.0	△41.5	△24.4	△30.0	△4.0	34.8	△25.1	11.5	△68.7	35.6	△8.9	△14.8
	旅行平均回数(回/人)	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001	0.012
出張・業務	延べ出国者数(千人)	326	483	368	402	325	438	284	513	367	406	396	347	4,652
	前年比(%)	10.5	55.0	8.9	33.8	13.5	15.8	△33.9	87.0	△10.6	8.5	△0.4	△5.4	12.2
	旅行平均回数(回/人)	0.003	0.004	0.003	0.003	0.003	0.004	0.002	0.004	0.003	0.003	0.003	0.003	0.037
出国者全体	延べ出国者数(千人)	1,253	1,405	1,597	1,189	1,281	1,289	1,415	1,783	1,521	1,418	1,355	1,398	16,903
	前年比(%)	△7.9	△1.8	△3.4	△4.4	1.2	△0.8	△2.7	△3.0	△2.1	△5.2	△3.2	△5.4	△3.3
	旅行平均回数(回/人)	0.011	0.011	0.013	0.009	0.010	0.011	0.011	0.015	0.011	0.010	0.010	0.011	0.133

居住地		北海道	東北	関東	北陸信越	中部	近畿	中国	四国	九州	沖縄	全体
観光・レクリエーション	延べ出国者数(千人)	224	325	4,652	296	1,249	2,046	284	176	829	63	10,768
	前年比(%)	△6.0	7.0	△6.0	△41.5	△8.2	△9.1	△20.6	△7.6	3.4	△1.6	△7.1
	旅行平均回数(回/人)	0.04	0.05	0.11	0.05	0.08	0.10	0.04	0.05	0.07	0.06	0.085
帰省・知人訪問等	延べ出国者数(千人)	35	39	735	69	148	240	43	15	64	11	1,484
	前年比(%)	△11.7	△32.5	△7.8	250.8	21.5	△32.3	△57.6	91.2	△49.3	△25.2	△14.8
	旅行平均回数(回/人)	0.01	0.01	0.02	0.01	0.01	0.01	0.01	0.00	0.01	0.01	0.012
出張・業務	延べ出国者数(千人)	44	63	2,469	168	397	900	224	41	98	19	4,652
	前年比(%)	14.4	△28.0	5.3	445.9	2.5	26.2	92.1	△3.1	△22.8	73.7	12.2
	旅行平均回数(回/人)	0.01	0.01	0.06	0.03	0.03	0.04	0.04	0.01	0.01	0.02	0.037
出国者全体	延べ出国者数(千人)	303	428	7,856	533	1,793	3,186	552	230	990	93	16,903
	前年比(%)	△4.2	△4.9	△2.9	△4.2	△4.1	△4.0	△4.3	△4.0	△6.0	3.5	△3.3
	旅行平均回数(回/人)	0.06	0.06	0.19	0.09	0.12	0.15	0.09	0.06	0.09	0.09	0.133

(注) 表中のデータについては表I-3-1注と同じ。

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

図I-3-3 出発月別日本人海外出国者数(観光・レクリエーション)の推移



(注) 図中のデータについては表I-3-1注と同じ。

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

2 旅行先（国・地域別）の旅行動向

中国、韓国への旅行者戻らず
台湾増加、タイ減少に転ずる

(1) 国・地域別海外出国者数（表I-3-4）

主要な国・地域への14年の日本人旅行者数を見ると、約半分程度の国・地域で前年より旅行者数が減少している（未集計地域を除く）。

最も旅行者数が多いのは米国で358万人となったが、前年比4.0%減少となり11年連続の減少となった。次いで旅行者数の多い中国、韓国については、約2割といった大幅な減少を記録

した13年に比べれば減少幅は小幅に向いたものの、それぞれ5.6%減少（272万人）、17.0%（228万人）と引き続き旅行者数が減少した。中国については、11年から4年連続での減少傾向である（10年比27.2%減）。

その他、北マリアナ諸島（前年比22.5%減）、フランス（同29.8%減）で前年比2割以上の減少となったほか、政情不安の影響を受けたタイが前年比16.5%の減少と前年まで3年連続の2ケタ増から一転、減少に転じた。

一方、旅行者数が増加したのは台湾（前年比18.4%増）、カナダ（同14.9%増）、メキシコ（同10.4%増）で、前年比1割以上の増加となった。

表I-3-4 主要エリアへの日本人旅行者数

（単位：人、%）

訪問先	2010年	前年比%	2011年	前年比%	2012年	前年比%	2013年	前年比%	2014年	前年比%	
アジア	中国	3,731,200	12.5	3,658,169	△ 2.0	3,518,153	△ 3.8	2,877,533	△ 18.2	2,717,600	△ 5.6
	韓国	3,023,009	△ 1.0	3,289,051	8.8	3,518,792	7.0	2,747,750	△ 21.9	2,280,434	△ 17.0
	台湾	1,052,541	5.2	1,242,652	18.1	1,392,557	12.1	1,381,142	△ 0.8	1,634,790	18.4
	タイ	980,424	△ 2.4	1,103,073	12.5	1,341,063	21.6	1,515,718	13.0	1,265,307	△ 16.5
	香港	1,316,618	9.3	1,283,687	△ 2.5	1,254,602	△ 2.3	1,057,033	△ 15.7	1,078,766	2.1
	シンガポール	528,951	8.0	656,417	24.1	757,116	15.3	832,845	10.0	824,741	△ 1.0
	ベトナム	442,089	23.9	481,519	8.9	576,386	19.7	604,050	4.8	647,956	7.3
	マレーシア	415,881	5.1	386,974	△ 7.0	470,008	21.5	513,076	9.2	553,106	7.8
	インドネシア	418,971	△ 11.9	412,623	△ 1.5	450,687	9.2	479,305	6.3	486,687	1.5
	フィリピン	358,744	10.4	375,496	4.7	412,474	9.8	433,705	5.1	463,744	6.9
	マカオ	413,529	9.0	396,050	△ 4.2	396,010	0.0	290,622	△ 26.6	299,849	3.2
	インド	168,019	34.7	193,525	15.2	220,015	13.7	220,283	0.1	219,516	△ 0.3
	カンボジア	151,795	3.8	161,804	6.6	179,327	10.8	206,932	15.4	215,788	4.3
	トルコ	195,404	32.4	188,312	△ 3.6	203,592	8.1	174,150	△ 14.5	170,550	△ 2.1
オセアニア	グアム	891,929	8.1	820,312	△ 8.0	925,312	12.8	889,452	△ 3.9	807,112	△ 9.3
	豪州	390,550	12.0	325,740	△ 16.6	348,050	6.8	324,320	△ 6.8	326,500	0.7
	北マリアナ諸島	185,032	△ 3.2	142,946	△ 22.7	153,259	7.2	141,745	△ 7.5	109,793	△ 22.5
ヨーロッパ	ドイツ	605,231	12.5	642,542	6.2	734,475	14.3	711,529	△ 3.1	711,529	0.0
	フランス	595,977	△ 14.5	612,259	2.7	731,369	19.5	682,384	△ 6.7	479,305	△ 29.8
	スイス	507,138	6.8	479,743	△ 5.4	509,757	6.3	491,651	△ 3.6	—	—
	イタリア	340,210	6.1	314,239	△ 7.6	353,547	12.5	454,465	28.5	—	—
	スペイン	332,930	44.8	342,979	3.0	357,671	4.3	374,175	4.6	—	—
	オーストリア	213,581	7.5	228,559	7.0	261,261	14.3	259,184	△ 0.8	—	—
	英国	223,000	△ 5.3	237,000	6.3	242,700	2.4	221,000	△ 8.9	222,000	0.5
	オランダ	119,000	19.8	110,500	△ 7.1	136,300	23.3	150,000	10.1	147,000	△ 2.0
	クロアチア	147,119	△ 9.8	131,630	△ 10.5	155,088	17.8	160,025	3.2	—	—
	チェコ	133,052	15.9	121,663	△ 8.6	136,557	12.2	137,844	0.9	—	—
	ベルギー	81,026	1.2	91,414	12.8	111,690	22.2	112,278	0.5	—	—
	フィンランド	68,747	4.2	75,680	10.1	91,783	21.3	106,769	16.3	—	—
	ロシア	781,888	5.4	76,204	△ 2.5	86,806	13.9	102,408	18.0	105,220	2.7
	北中米	米国	3,386,076	16.0	3,249,569	△ 4.0	3,698,073	13.8	3,730,287	0.9	3,579,363
(ハワイ州)		1,229,762	5.3	1,241,805	1.0	1,458,335	17.4	1,518,517	4.1	1,510,938	△ 0.5
カナダ		235,510	14.5	211,062	△ 10.4	226,215	7.2	224,858	△ 0.6	258,457	14.9
メキシコ		66,164	26.7	72,339	9.3	85,687	18.5	97,226	13.5	107,366	10.4

(注1) 米国本土はハワイおよびグアムを除いた数値

(注2) 本表には国境到着者数、ホテル到着者数などの統計が混在しており、集計基準が異なるため、同一仕様としての比較はできない。

資料：日本政府観光局（JNTO）公表データを元に（公財）日本交通公社作成

(2) 旅行先(国・地域)別旅行内容

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)に絞り、日本人の海外旅行の実態を詳しく見ていく。なお、ここで分析に用いた表データは、全て「JTBF旅行実態調査」による。

①旅行先とマーケットセグメント(表I-3-5)

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『友人・知人』、『家族』、『ひとり』の順となっている。『夫婦・カップル』の中でもシェアが高いのが『子育て後の夫婦』であり、全体の4分の1弱を占めている。

旅行先別には、「ハワイ」や「フランス」「スペイン」「イタリア」など比較的遠方の旅行先で『夫婦・カップル』の割合が高く、なかでも『子育て後の夫婦』の割合が全体と比較して高くなっている。

『友人・知人』の旅行割合が高いのは、「韓国」「台湾」「タイ」といったアジアの旅行先となった。ただし、全体と比較して10ポイント以上大きい国・地域はなかった。

『家族』の旅行割合が高いのは、「ハワイ」「グアム・サイパン」といった島嶼リゾートおよび、「香港・マカオ」「シンガポール」といった東南アジアの旅行先となった。なかでも「グアム・サイパン」は全体と比較して15ポイント以上高い値となった。また、「ハワイ」と「グアム・サイパン」を比較すると、乳幼児連れや小中高生連れ、3世代といった子供連れの旅行では「グアム・サイパン」のほうが割合が高いが、大人みの家族旅行では「ハワイ」のほうが割合が高くなった。

『ひとり』の旅行で多いのは、「中国」「タイ」「アメリカ本土」「ドイツ」などだが、その傾向は男女で異なり、全体と比較して男性はアジア、女性は欧米が高い結果となった。

表I-3-5 旅行先別のマーケットセグメント(同行者×ライフステージ)

(単位:%)

同行者 旅行先	家族旅行				夫婦・カップルでの旅行				友人や知人との旅行						ひとり旅			サンプル数						
	子ども連れ		大人のみの ※3世代	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									
	乳幼児連れ (小中高生を含まない)	小中高生連れ					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							
	20.3	3.1	7.0	10.3	4.4	34.2	4.7	1.4	4.8	23.3	24.9	4.3	0.5	2.0	3.8	6.7	0.2		1.9	5.6	18.0	10.9	7.1	2.6
韓国	19.2	2.1	6.2	10.9	4.7	25.6	4.3	1.6	4.1	15.6	33.9	3.8	1.1	2.0	3.2	11.6	0.9	4.3	7.1	17.7	11.8	5.9	3.5	(761)
中国	16.8	2.7	7.2	6.8	6.8	19.2	4.1	2.7	4.5	7.9	29.8	9.9	0.7	4.5	8.2	2.7	0.3	1.0	2.4	31.8	25.3	6.5	2.4	(292)
台湾	21.7	2.4	6.1	13.2	4.4	33.3	3.8	1.3	4.7	23.6	30.7	6.5	0.6	1.6	4.9	7.7	0.4	3.3	5.6	12.7	9.3	3.4	1.6	(789)
香港・マカオ	31.9	6.0	9.2	16.7	6.7	28.7	5.3	2.1	5.3	16.0	23.8	4.3	0.7	1.1	4.3	6.7	0.7	2.1	3.9	13.1	9.9	3.2	2.5	(282)
シンガポール	31.0	5.1	8.7	17.3	7.9	32.1	7.2	1.8	5.8	17.3	22.7	5.1	1.4	1.4	2.2	6.9	0.4	1.1	4.3	13.4	6.9	6.5	0.7	(277)
インドネシア	19.8	2.3	8.1	9.3	4.1	39.0	9.9	1.7	1.7	25.6	26.2	5.2	0.0	0.0	5.8	8.1	0.0	0.0	7.0	13.4	8.7	4.7	1.7	(172)
マレーシア	15.9	3.7	4.9	7.3	6.1	34.1	6.1	1.2	3.7	23.2	25.6	6.1	0.6	3.0	4.3	5.5	0.0	1.2	4.9	21.3	14.6	6.7	3.0	(164)
タイ	13.7	2.1	5.4	6.2	4.1	22.2	4.4	0.8	3.9	13.2	31.3	7.2	0.8	5.7	9.6	4.4	0.3	1.3	2.1	31.8	25.6	6.2	1.0	(387)
その他東南アジア	14.0	0.9	3.4	9.7	1.5	30.3	3.0	0.2	4.7	22.4	29.2	5.6	0.4	3.9	5.4	6.5	0.2	1.7	5.6	23.7	14.8	8.8	2.8	(465)
オーストラリア・ニュージーランド	23.4	2.1	8.9	12.5	6.3	35.4	5.2	2.1	3.1	25.0	18.8	4.2	0.0	2.6	0.5	5.7	0.5	0.0	5.2	19.3	10.9	8.3	3.1	(192)
南太平洋	18.4	5.3	7.9	5.3	10.5	47.4	13.2	7.9	2.6	23.7	23.7	7.9	0.0	0.0	0.0	10.5	2.6	0.0	2.6	10.5	7.9	2.6	0.0	(38)
ハワイ	33.1	6.9	14.0	12.2	10.5	44.4	5.7	2.4	5.0	31.4	15.1	2.9	0.0	0.8	2.8	4.4	0.3	1.1	2.8	5.1	3.2	1.9	2.4	(723)
グアム・サイパン	42.7	11.7	21.7	9.4	14.5	31.1	9.7	0.9	3.4	17.1	18.8	5.7	0.3	2.0	3.7	4.8	0.0	0.3	2.0	6.0	5.4	0.6	1.4	(351)
アメリカ本土	17.1	2.3	5.8	9.0	3.9	33.1	3.5	1.6	5.1	22.9	19.7	5.1	0.9	2.3	1.2	5.6	0.2	0.7	3.7	26.9	13.4	13.4	3.2	(432)
カナダ	24.0	1.6	9.6	12.8	5.6	28.8	4.0	0.8	5.6	18.4	22.4	4.8	0.0	1.6	3.2	3.2	0.0	2.4	7.2	20.8	4.8	16.0	4.0	(125)
フランス	12.9	2.3	3.2	7.3	2.3	43.7	4.7	3.8	6.2	29.0	24.6	3.8	0.3	0.6	1.8	8.5	0.6	1.8	7.3	16.7	7.0	9.7	2.1	(341)
イギリス	21.4	2.6	9.1	9.7	6.5	35.7	7.1	0.0	5.2	23.4	19.5	5.2	0.0	0.6	1.9	5.2	0.0	1.9	4.5	22.7	14.3	8.4	0.6	(154)
スペイン	14.6	1.0	3.0	10.6	4.0	42.7	3.5	0.5	6.5	32.2	22.6	2.5	0.0	1.0	3.5	7.5	0.0	1.5	6.5	18.6	11.6	7.0	1.5	(199)
イタリア	12.1	1.7	2.8	7.6	2.8	51.6	5.9	2.4	8.3	34.9	20.1	4.5	0.0	1.4	1.0	4.8	0.0	2.4	5.9	13.1	8.7	4.5	3.1	(289)
ドイツ	11.3	2.5	3.9	4.9	4.4	35.5	4.4	1.0	5.9	24.1	20.2	4.4	1.0	1.0	1.5	4.4	0.0	3.4	4.4	27.6	18.2	9.4	5.4	(203)
その他ヨーロッパ	9.3	0.8	1.9	6.6	1.0	42.5	1.5	0.4	6.8	33.8	20.7	2.1	0.0	0.8	1.9	5.2	0.2	1.9	8.7	22.8	10.2	12.7	4.6	(482)
その他	10.2	1.0	1.0	8.3	0.7	36.3	3.6	1.0	4.3	27.4	24.8	2.3	0.3	1.0	4.3	6.6	0.0	1.3	8.9	25.7	13.5	12.2	3.0	(303)

(注) 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。

資料: (公財) 日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

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

②旅行先と居住地（表I-3-6）

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約3割を占めており、近畿が約1.5割、東海および九州・沖縄が約1割といった傾向は国内旅行の割合とほぼ同様である。

一方、旅行先別に見た際の、国内旅行で顕著に表れる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」で『九州・沖縄』居住者の割合が高いのは、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想定される。

その他、「ドイツ」で『南関東』居住者、「フランス」で『近畿』居住者の割合が5ポイント程度高くなっている。

表I-3-6 旅行先（国・地域）別の旅行者居住地

(単位：%)

旅行先	居住地	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
		北海道 青森、岩手、秋田	宮城、山形、福島	茨城、群馬、栃木	埼玉、千葉、東京、神奈川	新潟、山梨、長野	富山、石川、福井	岐阜、静岡、愛知、三重	滋賀、京都、大阪、兵庫、奈良、和歌山	鳥取、島根、岡山、広島、山口	徳島、香川、愛媛、高知	福岡、佐賀、長崎、熊本、大分、宮崎、鹿児島、沖縄	
全体	4.3	2.6	4.1	5.2	29.8	3.8	2.2	11.9	16.6	5.8	2.7	11.1	(6,510)
韓国	3.4	2.6	3.0	4.2	23.3	4.3	2.1	10.9	18.4	8.1	1.8	17.7	(761)
中国	2.7	4.5	6.5	3.1	28.8	4.8	2.4	11.0	13.7	9.9	1.4	11.3	(292)
台湾	4.3	2.5	3.3	6.5	26.0	3.5	2.8	10.4	17.5	4.7	2.8	15.7	(789)
香港・マカオ	2.5	3.9	4.3	4.3	29.4	2.5	2.5	14.9	17.7	7.8	0.7	9.6	(282)
シンガポール	5.1	0.4	4.7	4.3	27.4	4.0	4.0	9.4	19.1	5.4	4.3	11.9	(277)
インドネシア	4.1	4.1	5.2	3.5	25.6	2.9	4.7	15.1	13.4	8.7	4.1	8.7	(172)
マレーシア	3.7	2.4	2.4	5.5	26.2	3.7	2.4	12.8	15.9	7.3	3.7	14.0	(164)
タイ	5.4	3.1	4.9	6.2	28.4	4.4	2.3	14.2	16.3	5.4	1.3	8.0	(387)
その他東南アジア	4.3	2.6	4.5	7.3	25.8	3.7	1.9	16.6	16.6	6.7	2.2	8.0	(465)
オーストラリア・ニュージーランド	4.2	4.7	3.1	1.6	31.8	4.2	1.0	10.4	20.8	6.3	3.1	8.9	(192)
南太平洋	2.6	2.6	0.0	5.3	28.9	0.0	2.6	13.2	26.3	7.9	2.6	7.9	(38)
ハワイ	6.1	3.2	4.3	4.4	32.4	3.9	2.1	11.6	14.1	4.7	4.3	9.0	(723)
グアム・サイパン	3.4	1.7	5.4	5.7	33.3	4.0	2.3	13.4	14.5	4.0	2.8	9.4	(351)
アメリカ本土	3.5	1.9	5.6	3.9	32.2	3.2	3.2	10.9	14.8	6.0	1.6	13.2	(432)
カナダ	7.2	0.8	4.8	4.0	32.8	4.0	0.8	11.2	13.6	6.4	4.8	9.6	(125)
フランス	3.8	2.3	1.8	3.5	28.2	4.1	2.1	12.3	21.7	6.5	4.1	9.7	(341)
イギリス	1.9	3.2	1.9	2.6	33.1	4.5	2.6	11.0	14.3	8.4	2.6	13.6	(154)
スペイン	3.0	3.0	3.0	3.5	31.7	4.0	2.0	11.6	18.6	4.0	3.0	12.6	(199)
イタリア	2.8	1.0	5.2	5.9	27.7	5.2	2.1	10.4	19.0	6.6	2.4	11.8	(289)
ドイツ	2.5	3.0	1.5	3.4	36.5	3.4	0.5	15.8	14.8	3.0	2.5	13.3	(203)
その他ヨーロッパ	5.0	2.5	2.7	5.8	37.6	3.1	1.0	13.1	12.9	5.4	2.7	8.3	(482)
その他	4.0	2.6	3.6	7.3	32.3	2.6	1.7	16.5	14.9	4.3	2.6	7.6	(303)

(注) 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。

資料：(公財)日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

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

③旅行先と最も楽しみにしていたこと (表I-3-7)

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、『文化的な名所を見ること』が最も多く18.6%、次いで『おいしいものを食べること』(14.1%)、『自然景観を見ること』(13.7%)、『街や都市を訪れること』(12.3%)の順で10%を超える割合となっている。

『文化的な名所を見ること』の割合が高い旅行先は、多い順に「スペイン」(45.7%)、「イタリア」(41.5%)、「ドイツ」(34.5%)、「フランス」(34.3%)とヨーロッパの国々が上位を占めている。ヨーロッパの国以外では、「中国」が28.8%と全体より約10ポイント高い結果となった。

『おいしいものを食べること』で割合が高いのは、「台湾」(31.8%)と「韓国」(30.9%)で全体と比較して15ポイント以上高い割合になっている。また、『自然景観を見ること』では、「カナダ」(39.2%)、「オーストラリア・ニュージーランド」(37.5%)が全体より15ポイント以上高くなっている。

その他、『街や都市を訪れること』での「ドイツ」、『観光・文化施設を訪れること』での「シンガポール」、『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」、『自然の豊かさを体験すること』の「カナダ」などが全体よりも10ポイント以上高い値を取っている。

一方、人気の旅行先である「アメリカ本土」や「ハワイ」などは楽しみにしていることが比較的分散している結果となった。

表I-3-7 旅行先(国・地域)別の最も楽しみにしていたこと

(単位: %)

楽しみ	文化的な名所を見ること	おいしいものを食べること	自然景観を見ること	街や都市を訪れること	観光・文化施設を訪れること	スポーツやアウトドア活動を楽しむこと	買い物を楽しむこと	自然の豊かさを体験すること	帰省・冠婚葬祭関連・親族や知人訪問	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	地域の祭りやイベント	目当ての宿泊施設に泊まること	その他	サンプル数
全体	18.6	14.1	13.7	12.3	8.4	7.5	6.8	4.1	3.9	3.8	2.9	1.6	1.2	1.1	(6,510)
韓国	13.5	30.9	4.7	9.3	6.7	2.2	14.7	1.1	2.6	2.4	3.0	2.8	0.7	5.4	(761)
中国	28.8	13.0	10.6	13.4	6.5	2.7	3.1	2.1	6.8	5.8	0.7	1.4	1.4	3.8	(292)
台湾	20.0	31.8	10.0	12.5	9.0	2.0	4.1	1.3	2.3	2.8	0.9	0.8	0.5	2.0	(789)
香港・マカオ	14.9	18.8	5.7	17.4	17.7	5.3	5.7	2.1	1.8	2.5	2.1	1.1	1.8	3.2	(282)
シンガポール	12.3	10.8	7.9	20.6	20.9	2.9	5.4	1.8	4.0	3.6	1.4	2.2	4.0	2.2	(277)
インドネシア	17.4	6.4	8.7	4.7	7.6	16.9	1.7	7.0	5.8	5.2	11.0	0.6	2.3	4.7	(172)
マレーシア	11.6	10.4	14.0	17.7	6.7	6.1	2.4	7.9	6.1	5.5	3.0	0.6	1.8	6.1	(164)
タイ	20.2	16.8	6.2	10.9	2.3	15.0	5.2	4.4	2.3	4.9	3.9	1.0	1.6	5.4	(387)
その他東南アジア	31.0	8.0	14.6	10.1	2.4	9.5	3.4	2.8	4.1	5.4	3.2	0.2	1.5	3.9	(465)
オーストラリア・ニュージーランド	4.2	2.6	37.5	6.3	7.3	13.5	1.6	14.1	3.6	2.6	1.0	1.0	0.5	4.2	(192)
南太平洋	10.5	2.6	23.7	7.9	10.5	13.2	2.6	13.2	2.6	7.9	0.0	2.6	0.0	2.6	(38)
ハワイ	2.9	10.8	21.0	7.5	6.2	12.7	14.2	10.9	5.0	1.7	0.8	0.8	2.1	3.3	(723)
グアム・サイパン	2.3	7.1	12.8	4.0	6.0	35.0	12.8	8.0	4.6	2.3	0.9	0.6	1.7	2.0	(351)
アメリカ本土	4.2	5.1	18.5	18.3	16.2	4.2	6.9	5.1	10.4	3.7	0.0	2.3	0.7	4.4	(432)
カナダ	5.6	1.6	39.2	8.8	4.0	6.4	1.6	14.4	6.4	3.2	0.0	1.6	0.0	7.2	(125)
フランス	34.3	7.9	8.5	17.9	14.7	1.2	6.2	1.8	1.8	2.6	0.3	0.6	0.0	2.3	(341)
イギリス	25.3	3.9	8.4	22.1	13.6	1.9	8.4	3.9	3.2	3.9	0.0	0.6	0.0	4.5	(154)
スペイン	45.7	8.0	6.5	13.6	11.6	3.0	1.5	2.0	1.0	4.5	0.0	0.5	0.0	2.0	(199)
イタリア	41.5	5.9	12.1	20.1	8.0	2.4	3.1	2.1	0.3	2.1	0.0	0.0	0.3	2.1	(289)
ドイツ	34.5	3.4	6.4	23.6	8.9	0.0	3.0	3.0	3.0	3.9	0.0	4.4	1.0	4.9	(203)
その他ヨーロッパ	29.7	4.4	21.6	17.0	9.5	2.1	2.1	3.1	1.2	3.7	0.0	0.8	0.0	4.8	(482)
その他	29.4	2.0	26.4	12.2	3.3	7.6	2.3	4.6	1.0	4.3	0.7	1.0	0.0	5.3	(303)

(注) 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。

資料: (公財) 日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

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

④旅行先での交通手段(表I-3-8)

旅行先での主な交通手段を見ると、全体では『飛行機』(44.6%)、『タクシー・ハイヤー』(27.9%)、『列車』(27.1%)、『貸切バス・定期観光バス』(24.2%)の割合が高い。

旅行先別には、国・地域によって傾向が分かれており、『タクシー・ハイヤー』利用が多いのは、「タイ」(51.7%)、「インドネシア」(41.3%)、「中国」(40.1%)などアジアの旅行先で全体より10ポイント以上高い割合となった。

一方、『列車』利用が多いのは、「イギリス」(59.1%)、「ドイツ」

(52.2%)、「フランス」(50.4%)などヨーロッパの国々でいずれも利用率が5割を超えている。また、「スペイン」や「イタリア」、「台湾」においても全体より10ポイント以上高い値となった。また、『貸切バス・定期観光バス』利用が多いのは、「スペイン」(44.7%)、「イタリア」(42.9%)となっている。

その他、『路線バス』における「イギリス」、『観光客向けの巡回バス』での「グアム・サイパン」「ハワイ」、『レンタカー』での「アメリカ本土」「ハワイ」の利用率が全体と比較して15ポイント以上高くなっている。

表I-3-8 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	タクシー・ハイヤー	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など	船	レンタカー	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
旅行先												
全体	44.6	27.9	27.1	24.2	18.4	13.4	9.0	8.6	1.4	4.5	1.4	(6,510)
韓国	45.6	30.7	35.0	12.2	18.1	9.2	5.9	4.3	1.3	5.7	2.0	(761)
中国	51.0	40.1	32.2	25.3	21.6	8.2	9.9	8.6	4.8	6.2	0.3	(292)
台湾	37.6	34.0	45.9	26.1	20.8	9.6	3.9	5.2	3.0	4.2	0.4	(789)
香港・マカオ	44.7	31.2	39.0	20.2	26.6	14.2	23.4	8.2	5.7	5.3	0.4	(282)
シンガポール	52.3	35.7	28.5	23.1	17.0	8.7	10.8	10.1	4.3	2.9	1.4	(277)
インドネシア	48.8	41.3	14.0	19.8	8.7	16.9	8.1	14.0	6.4	5.8	0.6	(172)
マレーシア	48.8	33.5	28.0	23.8	19.5	11.0	9.1	9.1	3.7	4.3	0.6	(164)
タイ	46.0	51.7	27.6	14.2	17.3	10.1	14.2	7.2	2.8	5.2	2.3	(387)
その他東南アジア	48.0	39.8	7.1	27.5	10.1	6.5	12.7	3.4	1.9	6.2	2.6	(465)
オーストラリア・ニュージーランド	52.6	21.9	23.4	25.0	22.4	19.3	20.8	17.7	2.6	4.2	0.0	(192)
南太平洋	47.4	21.1	23.7	21.1	28.9	21.1	15.8	26.3	15.8	5.3	7.9	(38)
ハワイ	41.8	24.3	4.1	14.4	21.3	35.0	8.0	24.5	2.4	1.5	0.8	(723)
グアム・サイパン	35.3	25.1	3.7	15.1	14.8	37.3	6.3	15.7	3.4	2.0	3.4	(351)
アメリカ本土	51.9	24.8	24.1	16.7	19.7	9.5	6.0	25.2	2.3	6.0	2.3	(432)
カナダ	52.0	20.0	29.6	38.4	27.2	18.4	15.2	12.8	8.0	6.4	2.4	(125)
フランス	52.2	22.0	50.4	32.8	22.9	14.4	10.3	7.3	2.1	5.3	0.9	(341)
イギリス	50.0	28.6	59.1	29.9	35.7	14.3	14.9	9.1	5.2	7.1	0.6	(154)
スペイン	53.3	26.6	44.2	44.7	24.1	13.6	12.6	6.0	4.0	2.0	0.5	(199)
イタリア	54.3	19.0	42.6	42.9	21.1	13.1	23.9	6.2	2.4	2.4	0.0	(289)
ドイツ	50.2	13.3	52.2	36.5	22.2	10.3	12.3	7.4	3.4	4.9	1.0	(203)
その他ヨーロッパ	51.9	12.4	41.9	46.5	24.5	7.1	20.5	3.5	1.2	6.2	0.8	(482)
その他	54.8	21.5	20.1	44.6	14.2	8.6	17.5	6.3	2.0	6.9	1.3	(303)

(注) 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。

資料: (公財) 日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

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

⑤ 旅行先と宿泊施設 (表I-3-9)

旅行先で利用した主な宿泊施設を見ると、全体で最も多い施設は『ホテル』(87.1%)で圧倒的に利用率が高い。その内訳は、『シティホテル』(45.4%)、『リゾートホテル』(39.4%)、『ビジネスホテル』(13.0%)の順となっている。

旅行先別には、『シティホテル』利用率が高いのが、「ドイツ」(68.5%)、「スペイン」(67.8%)、「フランス」(66.9%)、「イタリア」(65.1%)、「イギリス」(61.7%)とヨーロッパの国々となっている。

一方、『リゾートホテル』の利用率が高いのは、「グアム・サイパン」(83.8%)、「ハワイ」(76.2%)、「インドネシア」(73.8%)の順となっている。

その他、『実家・親戚・知人宅』における「アメリカ本土」(19.9%)、『ペンション・B&B・ロッジ』での「イギリス」(18.2%)、「カナダ」(16.8%)などが全体と比較して10ポイント以上高い値となっている。

表I-3-9 旅行先(国・地域)別の宿泊施設(複数回答)

(単位: %)

旅行先	宿泊施設			実家・親戚・知人宅	ペンション・B&B・ロッジ	ゲストハウス・ドミトリ	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	その他	サンプル数	
	ホテル	シティホテル	リゾートホテル								ビジネスホテル
全体	87.1	45.4	39.4	13.0	5.5	4.4	3.5	2.3	0.8	2.4	(6,510)
韓国	80.0	51.0	14.1	22.7	5.1	2.9	5.5	2.1	1.7	2.4	(761)
中国	87.7	56.5	24.0	26.4	8.9	5.8	6.5	5.1	5.1	3.8	(292)
台湾	91.0	60.2	19.6	22.2	4.2	3.4	3.2	1.6	2.0	2.0	(789)
香港・マカオ	83.3	49.3	30.5	18.4	4.3	8.9	7.1	5.7	5.3	2.8	(282)
シンガポール	89.2	42.2	51.3	12.3	5.8	6.9	3.6	6.5	3.6	2.5	(277)
インドネシア	84.9	15.7	73.8	8.7	4.1	6.4	10.5	8.1	4.7	0.0	(172)
マレーシア	82.3	42.1	44.5	12.8	6.7	9.1	7.3	9.1	3.7	3.0	(164)
タイ	87.3	51.4	36.7	10.6	4.4	4.4	8.5	2.3	1.3	1.8	(387)
その他東南アジア	90.3	41.9	47.3	9.5	5.4	3.4	6.2	1.9	0.6	3.0	(465)
オーストラリア・ニュージーランド	74.0	39.1	44.8	8.3	12.5	11.5	8.3	4.7	3.1	3.6	(192)
南太平洋	81.6	31.6	57.9	18.4	5.3	13.2	13.2	15.8	18.4	2.6	(38)
ハワイ	87.6	12.2	76.2	2.9	1.7	1.9	1.4	9.7	0.7	2.6	(723)
グアム・サイパン	95.4	12.0	83.8	2.3	1.4	2.3	1.1	2.6	0.9	0.3	(351)
アメリカ本土	78.7	42.1	34.5	16.2	19.9	9.5	5.1	3.0	3.0	2.8	(432)
カナダ	79.2	48.8	41.6	8.8	14.4	16.8	12.0	8.8	5.6	2.4	(125)
フランス	90.6	66.9	26.1	20.5	7.0	8.5	3.8	2.6	2.3	3.5	(341)
イギリス	83.1	61.7	29.2	22.7	11.0	18.2	10.4	6.5	5.2	3.2	(154)
スペイン	91.0	67.8	35.2	20.6	4.5	6.0	6.5	3.5	4.5	5.0	(199)
イタリア	93.8	65.1	37.0	19.7	4.2	9.0	4.2	3.1	3.5	6.9	(289)
ドイツ	88.7	68.5	30.0	22.7	8.9	10.8	6.4	3.0	3.9	3.4	(203)
その他ヨーロッパ	90.7	65.8	38.0	10.2	6.0	8.1	3.1	0.6	0.6	6.2	(482)
その他	88.8	51.2	53.5	12.9	4.3	12.2	7.3	2.3	3.0	3.6	(303)

(注) 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。

資料: (公財) 日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

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

⑥旅行先と宿泊数（表I-3-10）

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20.2%、次いで『4泊』（16.2%）、『5泊』（12.5%）、『2泊』（12.4%）となっている。

旅行先別には、基本的に遠方の旅行先のほうが宿泊数が多い傾向にあり、『スペイン』や『イタリア』といった旅行先では『8～9泊』が最も高い割合となっている。

その他、『フランス』『ドイツ』では『7泊』の割合が最も高く、『ハワイ』『タイ』『インドネシア』『マレーシア』では『4泊』、『グアム・サイパン』『香港・マカオ』『台湾』『中国』『シンガポール』では『3泊』、『韓国』では『2泊』の割合が最も高くなっている。

一方、『カナダ』『アメリカ本土』『イギリス』では『14泊以上』の割合が全体と比較して10ポイント以上高くなっている。

表I-3-10 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	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泊以上			
全体	2.2	12.4	20.2	16.2	12.5	8.5	8.8	8.8	5.0	5.5	5.36	(6,510)	
韓国	10.1	43.5	27.9	5.7	4.5	1.7	1.8	1.8	1.3	1.7	3.03	(761)	
中国	2.7	13.7	24.7	16.8	13.0	6.2	6.8	3.1	5.5	7.5	5.16	(292)	
台湾	2.3	27.8	37.5	15.8	5.2	3.5	2.2	2.0	1.4	2.3	3.61	(789)	
香港・マカオ	4.6	21.3	37.6	14.2	10.3	3.2	1.4	2.1	2.5	2.8	3.84	(282)	
シンガポール	1.4	10.5	31.0	27.1	11.6	3.2	3.2	4.7	2.5	4.7	4.58	(277)	
インドネシア	3.5	4.1	16.9	25.0	19.2	7.0	7.0	4.7	6.4	6.4	5.51	(172)	
マレーシア	0.0	9.1	17.1	20.7	18.9	6.7	3.7	9.1	5.5	9.1	5.82	(164)	
タイ	1.0	2.8	21.2	22.5	14.2	8.5	7.8	5.9	6.5	9.6	5.95	(387)	
その他東南アジア	0.2	6.2	17.4	25.6	19.8	9.7	5.6	4.5	4.7	6.2	5.44	(465)	
オーストラリア・ニュージーランド	0.5	0.5	6.8	18.8	16.7	13.5	15.6	12.0	4.7	10.9	6.80	(192)	
南太平洋	2.6	0.0	15.8	13.2	13.2	10.5	13.2	10.5	7.9	13.2	6.88	(38)	
ハワイ	0.6	1.8	13.4	27.5	22.1	12.0	8.7	7.2	3.3	3.3	5.44	(723)	
グアム・サイパン	1.4	11.7	41.6	25.6	9.7	2.6	2.0	1.7	1.7	2.0	3.92	(351)	
アメリカ本土	1.2	2.5	8.6	8.6	16.4	12.7	14.8	11.1	7.9	16.2	7.40	(432)	
カナダ	0.8	0.0	4.0	10.4	15.2	12.0	15.2	12.0	10.4	20.0	8.10	(125)	
フランス	0.0	1.2	4.1	7.9	12.9	15.0	19.6	18.5	8.8	12.0	7.65	(341)	
イギリス	1.3	1.9	5.8	7.1	13.6	9.1	14.3	15.6	13.0	18.2	8.10	(154)	
スペイン	0.5	0.5	2.0	3.0	9.0	11.6	18.1	27.6	13.1	14.6	8.50	(199)	
イタリア	0.0	1.4	4.5	6.2	9.3	11.1	19.0	26.0	10.7	11.8	7.96	(289)	
ドイツ	0.5	0.5	5.4	5.9	10.8	15.3	17.2	15.3	14.8	14.3	8.08	(203)	
その他ヨーロッパ	0.2	0.4	1.7	5.4	9.3	15.8	18.9	28.2	11.4	8.7	7.94	(482)	
その他	0.7	0.0	6.9	8.9	10.9	8.3	12.9	21.1	18.5	11.9	8.10	(303)	

(注) 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。

資料：(公財)日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

■ 全体の比率より15ポイント以上大きい値 ■ 全体の比率より10ポイント以上大きい値 ■ 全体の比率より5ポイント以上大きい値
 ■ 平均宿泊数が全体平均値より0.5泊以上大きい値(平均宿泊数については、14泊以上は14泊と仮定して算出。)

⑦旅行先と旅行費用（表I-3-11）

交通費や宿泊費、飲食代、土産代などを含めた旅行1回1人当たりの総費用については、全体で見ると、『20万円以上30万円未満』の割合が最も高く16.7%となった。

旅行先別には、ヨーロッパの国々は費用が高くなる傾向にあるが、特に「イギリス」「フランス」「ドイツ」「イタリア」では『50万円以上』の割合が全体と比較して15ポイント以上高くなった。一方で「スペイン」はヨーロッパの中では比較的安い価格帯の

割合も高く、最も多い割合は『20万円以上30万円未満』で27.1%となっている。

その他、「ハワイ」や「オーストラリア・ニュージーランド」では『20万円以上30万円未満』、「シンガポール」「インドネシア」「マレーシア」「タイ」などの東南アジア諸国では10万円から20万円程度、「韓国」「中国」「台湾」「香港・マカオ」などの近隣諸国では5万円から10万円程度の費用が多くなっている。

表I-3-11 旅行先（国・地域）別の旅行費用価格帯

(単位：%) (単位：円)

旅行先	消費額													平均費用 (概数)	サンプル数
	1万円未満	1万円以上 2万円未満	2万円以上 3万円未満	3万円以上 4万円未満	4万円以上 5万円未満	5万円以上 7万円未満	7万円以上 10万円未満	10万円以上 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		
全体	0.3	0.7	1.5	2.5	3.4	5.6	11.0	12.6	12.5	16.7	10.7	6.5	11.5	219,286	(6,510)
韓国	0.5	2.2	4.5	8.9	12.0	16.8	20.4	13.0	5.9	4.9	2.8	0.7	3.0	103,883	(761)
中国	0.7	2.4	2.4	3.8	4.5	5.8	21.2	17.5	13.0	10.3	6.5	1.4	6.8	159,332	(292)
台湾	0.1	0.6	2.7	5.4	7.4	13.9	21.5	20.4	9.5	7.6	2.8	1.3	2.7	122,586	(789)
香港・マカオ	0.0	1.4	3.9	7.1	7.1	7.1	18.4	16.3	12.8	10.3	3.5	2.1	7.8	156,223	(282)
シンガポール	0.4	0.7	1.4	3.2	2.2	2.5	13.0	17.7	19.5	17.0	6.5	3.2	8.7	194,495	(277)
インドネシア	0.6	1.2	1.7	2.3	0.6	2.3	11.6	18.0	13.4	21.5	9.9	2.9	9.9	209,797	(172)
マレーシア	0.0	0.0	3.7	3.7	2.4	6.1	17.7	15.2	12.8	14.0	11.6	0.6	9.8	190,579	(164)
タイ	0.8	0.3	0.8	2.1	2.1	3.4	16.3	18.9	21.4	14.0	7.8	5.2	4.1	184,832	(387)
その他東南アジア	0.9	0.2	1.3	1.3	0.9	4.5	13.1	18.5	17.6	19.6	9.2	3.9	4.9	192,516	(465)
オーストラリア・ニュージーランド	0.5	0.0	0.5	0.5	2.1	0.0	6.3	8.3	13.5	20.8	15.1	7.8	18.8	274,557	(192)
南太平洋	0.0	2.6	0.0	0.0	0.0	2.6	10.5	10.5	18.4	10.5	10.5	10.5	18.4	258,947	(38)
ハワイ	0.0	0.3	0.0	0.8	1.0	1.1	3.2	7.2	15.2	24.9	14.4	8.6	18.0	280,830	(723)
グアム・サイパン	0.3	0.0	1.7	1.1	3.1	6.6	16.2	18.2	16.0	12.0	6.0	4.0	6.8	173,689	(351)
アメリカ本土	0.2	0.5	0.7	0.9	0.7	0.2	3.5	6.9	10.9	19.9	16.0	10.9	21.8	295,127	(432)
カナダ	0.0	0.0	0.8	0.8	2.4	0.0	2.4	4.0	8.0	20.0	14.4	16.8	26.4	330,600	(125)
フランス	0.0	0.0	0.3	0.6	1.2	0.9	1.8	4.7	8.5	18.2	17.6	14.1	28.7	337,654	(341)
イギリス	0.0	0.0	1.9	0.0	1.3	0.6	3.9	5.2	6.5	22.7	15.6	6.5	33.1	328,799	(154)
スペイン	0.0	0.0	0.5	0.0	0.5	0.0	2.5	3.5	3.5	27.1	21.6	11.6	25.6	336,658	(199)
イタリア	0.0	0.0	0.3	0.0	0.0	0.0	2.4	3.8	11.1	18.3	17.3	14.2	27.3	333,201	(289)
ドイツ	0.0	0.0	0.0	1.0	1.0	1.5	3.4	2.5	4.9	19.7	19.7	15.3	27.6	341,182	(203)
その他ヨーロッパ	0.0	0.2	0.2	0.4	0.2	0.6	1.7	3.3	8.7	22.8	20.5	14.9	22.6	330,737	(482)
その他	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.7	3.3	6.6	10.9	20.8	14.2	12.2	27.1	322,426	(303)

(注) 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。

資料：(公財)日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

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

⑧旅行先と現地で楽しんだ活動 (表I-3-12)

現地で楽しんだ活動で5割を超えるのは、『自然・風景・景勝地鑑賞』(57.1%)、『ショッピング・買い物』(53.4%)、『現地グルメ・名物料理』(51.6%)となった。

『自然・風景・景勝地鑑賞』を楽しんだ割合が高いのは、「スペイン」(80.4%)、「カナダ」(78.4%)、「オーストラリア・ニュージー

ランド」(76.0%)、「イタリア」(75.8%)、「ドイツ」(72.9%)で全体よりも15ポイント以上高い。

『ショッピング・買い物』では、「ハワイ」のみが全体より15ポイント以上高く71.5%、その他「韓国」と「 Guam・サイパン」でも5ポイント以上高くなっている。

表I-3-12 旅行先(国・地域)別の現地活動(複数回答)

(単位: %)

現地行動	自然・風景・景勝地鑑賞	ショッピング・買い物	現地グルメ・名物料理	町並み散策	都市観光・都会見物	歴史・文化的な名所・社寺仏閣訪問	世界遺産訪問	観光施設・動物園・水族館	リゾート滞在(海浜)	芸術鑑賞(観劇、音楽鑑賞、美術鑑賞など)	海水浴・マリンスポーツ	写真・写生	スパ・エステ	祭り・イベント	テーマパーク・レジャーランド	現地文化体験(陶芸、そば打ちなど)
旅行先																
全体	57.1	53.4	51.6	47.8	46.5	45.3	19.0	14.8	13.0	12.5	11.3	9.3	7.6	5.8	5.7	5.1
韓国	32.7	60.7	58.2	36.8	33.4	35.3	8.7	10.8	2.8	9.3	1.6	6.3	13.4	5.7	5.3	6.0
中国	53.8	29.1	39.7	45.2	51.7	52.4	19.9	15.1	5.1	9.2	4.5	10.3	5.5	8.2	5.5	10.3
台湾	56.5	54.0	62.6	52.0	53.2	61.3	10.4	16.0	3.5	8.5	1.8	8.5	8.1	5.2	3.7	5.7
香港・マカオ	35.8	49.6	50.7	44.0	48.2	34.4	14.2	14.5	7.1	4.6	5.7	9.2	8.5	12.8	14.9	6.0
シンガポール	43.7	47.3	48.0	52.3	50.9	36.8	8.7	34.7	12.3	7.9	8.3	7.9	9.0	9.0	23.8	6.5
インドネシア	55.8	47.1	48.8	41.9	30.8	47.7	19.2	9.9	32.0	15.7	29.7	10.5	32.6	10.5	4.7	12.2
マレーシア	56.7	46.3	54.9	47.6	43.9	43.9	19.5	15.9	20.1	8.5	13.4	6.7	12.8	9.1	5.5	6.7
タイ	44.7	47.8	53.2	35.9	38.5	43.9	15.5	9.3	16.3	6.7	14.0	7.5	20.2	8.0	3.1	4.1
その他東南アジア	66.7	47.3	50.5	51.0	42.4	59.4	27.7	11.0	13.3	12.7	16.8	9.2	14.8	4.1	3.0	8.4
オーストラリア・ニュージーランド	76.0	54.2	42.7	46.4	46.9	37.0	26.6	34.9	19.3	8.3	15.1	10.9	4.7	6.8	11.5	10.4
南太平洋	60.5	26.3	26.3	50.0	50.0	23.7	18.4	21.1	44.7	7.9	39.5	10.5	10.5	21.1	15.8	18.4
ハワイ	62.7	71.5	54.8	41.1	32.5	19.5	3.0	19.4	45.9	4.3	35.3	11.5	7.3	7.3	6.9	5.9
Guam・サイパン	44.2	59.8	42.5	24.2	19.1	14.8	0.9	15.7	43.9	3.7	50.7	8.5	7.7	5.4	11.7	5.7
アメリカ本土	51.9	51.2	40.3	47.5	54.4	30.1	13.9	20.1	6.3	18.8	5.3	10.9	3.5	10.9	19.4	5.3
カナダ	78.4	45.6	51.2	56.8	52.0	26.4	25.6	20.0	5.6	12.8	6.4	13.6	5.6	6.4	6.4	12.0
フランス	69.5	56.0	56.0	65.1	69.2	70.1	42.2	15.5	4.1	34.9	2.9	12.6	3.5	7.0	2.6	3.5
イギリス	70.1	52.6	44.2	63.6	70.1	70.8	31.8	19.5	5.2	34.4	3.9	15.6	4.5	12.3	10.4	7.8
スペイン	80.4	51.3	58.3	65.8	72.9	76.9	52.3	19.1	6.0	41.7	5.0	14.1	6.5	8.5	5.5	8.0
イタリア	75.8	53.6	57.4	60.2	69.9	79.2	44.3	15.6	6.6	29.8	3.5	15.9	4.2	6.2	3.8	4.8
ドイツ	72.9	49.8	53.7	66.5	73.4	69.5	45.3	14.8	3.9	27.6	3.0	17.7	3.9	13.8	6.4	4.4
その他ヨーロッパ	82.6	54.4	49.2	71.6	70.3	71.0	47.5	13.3	3.1	29.3	1.7	17.6	1.9	5.4	2.5	3.7
その他	80.9	38.9	43.9	53.8	54.8	63.0	50.5	11.6	12.2	11.9	12.9	15.5	4.6	5.6	4.3	11.2

(注) 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。

資料: (公財) 日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

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

『現地グルメ・名物料理』では、「台湾」が全体より10ポイント以上高く62.6%、その他「韓国」「スペイン」「イタリア」でも5ポイント以上高くなっている。

『町並み散策』や『都市観光・都会見物』『歴史・文化的な名所・社寺仏閣訪問』『世界遺産訪問』『芸術鑑賞』など文化的な活動において、ヨーロッパ諸国がいずれも高い値となっている。

いる。

また、『観光施設・動物園・水族館』での「シンガポール」(34.7%)、「オーストラリア・ニュージーランド」(34.9%)、『スパ・エステ』での「インドネシア」(32.6%)、『テーマパーク・レジャーランド』での「シンガポール」(23.8%)の活動が多い点が特徴的である。

(単位：%)

															現地行動
登山・山歩き	ドライブ	アウトドア体験・エコツア	パワースポット訪問	ゴルフ	温泉	リゾート滞在(高原)	季節の花見	スポーツ観戦	産業観光(工場見学、モノづくり見学など)	果物狩り・農業体験	マラソン・ジョギング	スキー・スノーボード	その他	サンプル数	旅行先
5.1	4.6	4.5	3.3	2.9	2.3	2.2	2.1	1.8	1.7	0.9	0.8	0.7	2.7	(6,510)	全体
3.0	1.7	2.5	4.1	1.6	3.7	1.7	2.4	2.5	1.8	1.3	1.2	1.3	3.4	(761)	韓国
7.5	4.5	5.1	4.5	4.1	7.9	3.8	5.5	3.1	5.8	3.1	2.7	4.1	3.1	(292)	中国
2.8	3.0	2.3	5.1	2.0	8.1	2.2	2.0	1.4	1.9	2.0	1.5	1.1	1.9	(789)	台湾
4.3	5.3	5.0	7.1	2.8	7.1	3.5	3.9	3.5	3.9	3.5	3.9	3.2	3.2	(282)	香港・マカオ
5.1	4.3	7.2	2.9	4.3	4.7	4.3	4.7	3.2	4.0	4.0	2.5	2.9	2.9	(277)	シンガポール
3.5	6.4	10.5	7.0	7.0	5.8	8.7	4.1	1.7	5.8	4.1	5.8	4.1	2.3	(172)	インドネシア
7.3	4.9	7.9	4.3	6.1	4.9	9.1	3.7	2.4	6.7	3.7	1.8	2.4	3.0	(164)	マレーシア
3.1	4.9	3.4	3.6	14.0	2.1	3.1	1.3	1.6	2.6	1.8	1.6	1.6	4.1	(387)	タイ
3.9	3.0	3.7	2.6	1.5	0.9	1.7	1.1	0.4	3.9	0.4	0.6	0.4	3.2	(465)	その他東南アジア
15.1	8.9	16.1	5.2	7.8	3.6	7.8	5.2	3.6	1.0	3.6	1.6	2.6	4.2	(192)	オーストラリア・ニュージーランド
10.5	10.5	15.8	7.9	7.9	13.2	10.5	7.9	5.3	10.5	10.5	10.5	10.5	2.6	(38)	南太平洋
12.0	12.9	10.4	9.0	7.1	0.7	2.2	1.5	0.6	1.8	1.7	3.5	1.0	2.4	(723)	ハワイ
2.6	6.8	14.0	1.1	8.8	1.1	2.0	1.7	0.6	0.9	1.7	1.4	0.9	1.4	(351)	グアム・サイパン
8.1	11.8	7.6	5.8	4.6	3.2	4.9	2.8	6.7	3.5	3.5	2.5	2.1	4.4	(432)	アメリカ本土
15.2	14.4	15.2	8.8	4.0	5.6	9.6	12.0	4.8	5.6	7.2	4.8	11.2	7.2	(125)	カナダ
4.7	5.9	2.6	2.6	1.5	2.3	2.9	3.2	2.3	2.3	2.3	1.8	1.8	0.3	(341)	フランス
7.8	9.1	5.8	7.1	4.5	5.2	5.2	7.8	7.1	5.2	4.5	3.9	4.5	1.3	(154)	イギリス
6.0	7.5	4.5	7.5	3.0	6.0	4.5	6.5	8.0	5.5	4.0	4.0	3.5	2.0	(199)	スペイン
7.3	5.2	4.5	4.5	2.4	3.1	4.2	4.2	5.2	5.9	2.8	2.4	4.2	0.7	(289)	イタリア
8.9	7.4	3.4	5.4	3.4	5.9	4.9	5.4	7.4	3.9	3.4	3.4	3.4	2.5	(203)	ドイツ
10.8	3.7	3.3	1.2	0.6	3.5	5.2	5.8	1.7	2.3	0.6	1.0	2.3	2.5	(482)	その他ヨーロッパ
11.9	4.0	9.2	3.0	0.7	3.3	3.3	3.3	3.3	4.0	1.3	1.0	0.7	3.3	(303)	その他

(注) 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。

資料：(公財)日本交通公社「JTB旅行実態調査」

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

⑨旅行先と満足度・再来訪意向 (表I-3-13)

旅行先での満足度を見ると、全体での最大シェアは『大変満足』であり、満足層(『大変満足』+『満足』+『やや満足』)の割合は約95%となった。この割合は国内旅行の約9割と比較してもさらに高い割合である。

『大変満足』の割合が最も高いのは、「ハワイ」で56.3%、次いで「フランス」(55.4%)、「スペイン」(54.8%)、「オーストラリア・ニュージーランド」(54.2%)となった。一方、どちらでもない以下(『どちらでもない』+『やや不満』+「不満」+『大変不満』)の割合が比較的高かったのは、サンプルの少ない南太平洋を除く

と、「インドネシア」(12.8%)、「中国」(11.3%)、「香港・マカオ」(10.3%)となった。

また、再来訪意向について「1年以内に当該地域を再び訪れたいですか。」と尋ねたところ、再来訪希望層(『大変そう思う』+『そう思う』+『やや思う』)は全体で77.2%となり、満足層の割合よりは低くなった。

「大変そう思う」の割合が最も高いのは「ハワイ」で55.2%、次いで「タイ」(41.6%)、「アメリカ本土」(40.7%)、「フランス」(39.3%)となっている。

表I-3-13 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						満足度指数	サンプル数	再来訪意向	再来訪意向(1年以内)						再来訪意向指数	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				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		
全体	43.7	38.5	12.5	3.7	1.2	0.2	0.2	6.18	(6,510)	34.2	26.3	16.7	12.0	5.7	3.7	1.4	5.55	(6,510)
韓国	35.1	39.2	18.0	5.1	2.1	0.1	0.4	5.98	(761)	40.2	28.5	14.1	11.3	3.4	1.4	1.1	5.82	(761)
中国	27.7	40.8	20.2	8.6	1.7	1.0	0.0	5.81	(292)	22.6	31.8	17.8	12.7	11.0	2.1	2.1	5.28	(292)
台湾	37.3	40.7	15.8	5.1	1.0	0.0	0.1	6.08	(789)	34.3	30.7	16.9	11.0	3.5	3.0	0.5	5.70	(789)
香港・マカオ	30.5	40.8	18.4	7.8	2.1	0.0	0.4	5.88	(282)	27.3	30.1	20.6	14.9	3.9	2.8	0.4	5.52	(282)
シンガポール	40.8	37.2	14.4	6.1	1.4	0.0	0.0	6.10	(277)	29.2	32.1	19.9	11.6	4.7	1.8	0.7	5.61	(277)
インドネシア	40.7	33.1	13.4	6.4	4.1	0.6	1.7	5.91	(172)	32.0	25.6	15.7	14.5	7.6	2.9	1.7	5.44	(172)
マレーシア	39.0	38.4	15.9	3.0	2.4	1.2	0.0	6.05	(164)	29.9	27.4	20.7	11.6	4.9	3.7	1.8	5.48	(164)
タイ	40.8	43.2	12.4	2.1	1.3	0.3	0.0	6.19	(387)	41.6	29.2	16.0	7.0	2.6	2.1	1.6	5.88	(387)
その他東南アジア	34.2	45.6	14.0	3.7	1.5	0.6	0.4	6.04	(465)	22.8	20.9	17.6	18.3	11.0	7.3	2.2	4.96	(465)
オーストラリア・ニュージーランド	54.2	37.0	6.8	1.0	1.0	0.0	0.0	6.42	(192)	39.1	25.5	13.5	13.5	3.6	4.2	0.5	5.68	(192)
南太平洋	47.4	26.3	7.9	15.8	2.6	0.0	0.0	6.00	(38)	47.4	15.8	18.4	7.9	5.3	2.6	2.6	5.74	(38)
ハワイ	56.3	32.0	8.4	1.9	1.2	0.0	0.1	6.40	(723)	55.2	25.7	10.5	5.4	1.4	1.1	0.7	6.22	(723)
グアム・サイパン	45.6	37.0	12.0	4.6	0.6	0.3	0.0	6.22	(351)	38.5	26.5	19.7	8.5	3.7	2.0	1.1	5.77	(351)
アメリカ本土	51.9	36.6	6.9	2.8	1.6	0.2	0.0	6.34	(432)	40.7	25.0	17.1	9.7	3.7	2.3	1.4	5.77	(432)
カナダ	50.4	34.4	8.8	2.4	4.0	0.0	0.0	6.25	(125)	28.0	25.6	22.4	9.6	8.8	4.0	1.6	5.36	(125)
フランス	55.4	33.7	7.3	2.3	1.2	0.0	0.0	6.40	(341)	39.3	28.7	15.0	7.3	5.9	2.6	1.2	5.76	(341)
イギリス	48.1	35.1	8.4	5.8	1.9	0.6	0.0	6.19	(154)	34.4	25.3	16.9	8.4	7.1	7.8	0.0	5.48	(154)
スペイン	54.8	34.2	6.0	2.5	1.5	0.5	0.5	6.35	(199)	31.7	20.6	15.6	14.6	11.1	5.5	1.0	5.27	(199)
イタリア	48.1	38.4	9.0	2.4	1.7	0.0	0.3	6.27	(289)	29.8	29.8	18.7	11.8	8.3	1.0	0.7	5.55	(289)
ドイツ	49.8	36.0	6.9	2.5	3.9	0.0	1.0	6.21	(203)	30.0	27.1	18.7	15.3	3.4	2.0	3.4	5.45	(203)
その他ヨーロッパ	52.5	38.2	7.9	0.6	0.6	0.2	0.0	6.41	(482)	22.6	23.4	19.3	14.9	8.3	7.7	3.7	4.99	(482)
その他	54.8	34.7	9.2	1.3	0.0	0.0	0.0	6.43	(303)	19.1	16.2	18.5	20.8	11.2	11.2	3.0	4.66	(303)

(注) 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。資料：(公財)日本交通公社「JTB旅行実態調査」
 (注) 満足度指数：大変満足(7点)～大変不満(1点)までの7段階評価の平均値、再来訪意向指数：大変そう思う(7点)～全く思わない(1点)までの7段階評価の平均値。

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

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大きく異なる旅行動向

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）に絞り、日本人の海外旅行の実態を詳しく見ていく。なお、ここで分析に用いた表データは、全て「JTBF旅行実態調査」による。

① マーケットセグメントと申し込み時期（表I-3-14）

同行者やライフステージにかかわらず『3か月以上前』の申し込みが多く、「家族旅行」や「夫婦・カップル旅行」「友人旅行」でその傾向が強く、「小中高生の子供と一緒に家族旅行」においてその傾向は顕著であった。

一方で、「友人旅行」や「ひとり旅」では『1～2か月前』の申し込み割合も比較的高く、特に「未婚の友人旅行（男女とも）」でその割合が高くなっていた。

表I-3-14 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							当日／出発後	サンプル数
	3か月以上前	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		
全体	48.1	39.2	7.9	3.4	0.9	0.2	0.1	0.1	(6,355)
家族旅行	50.3	36.4	8.4	3.8	0.7	0.1	0.2	0.2	(1,291)
乳幼児の子どもと一緒に家族旅行（小中高生を含まない）	45.1	37.8	9.3	6.7	1.0	0.0	0.0	0.0	(193)
小中高生の子供と一緒に家族旅行（乳幼児連れも含む）	58.8	31.8	5.6	2.9	0.5	0.0	0.2	0.2	(444)
18歳以上のみの家族旅行	46.2	39.1	9.9	3.5	0.8	0.2	0.2	0.2	(654)
※3世代家族旅行	52.3	34.7	8.7	4.0	0.4	0.0	0.0	0.0	(277)
夫婦・カップル旅行	52.7	36.9	6.7	2.7	0.8	0.1	0.1	0.1	(2,188)
カップルでの旅行	43.9	39.9	9.1	4.4	2.7	0.0	0.0	0.0	(296)
夫婦での旅行（子どもなし）	48.4	39.6	3.3	7.7	1.1	0.0	0.0	0.0	(91)
子育て中の夫婦での旅行（末子が18歳未満）	57.0	33.3	6.8	1.9	0.6	0.0	0.0	0.3	(309)
子育て後の夫婦での旅行（末子が18歳以上）	53.8	36.9	6.4	2.1	0.4	0.2	0.2	0.1	(1,492)
友人旅行	46.9	42.5	7.0	2.7	0.6	0.2	0.0	0.1	(1,582)
未婚男性による友人旅行	40.5	45.0	8.2	3.7	1.5	0.4	0.0	0.7	(269)
既婚男性による友人旅行（子どもなし）	30.0	53.3	6.7	6.7	3.3	0.0	0.0	0.0	(30)
子育て中の男性による友人旅行（末子が18歳未満）	46.0	43.5	6.5	4.0	0.0	0.0	0.0	0.0	(124)
子育て後の男性による友人旅行（末子が18歳以上）	57.7	34.3	7.1	0.8	0.0	0.0	0.0	0.0	(239)
未婚女性による友人旅行	41.7	46.0	8.6	2.9	0.5	0.5	0.0	0.0	(420)
既婚女性による友人旅行（子どもなし）	62.5	18.8	12.5	6.3	0.0	0.0	0.0	0.0	(16)
子育て中の女性による友人旅行（末子が18歳未満）	45.2	42.1	7.1	3.2	2.4	0.0	0.0	0.0	(126)
子育て後の女性による友人旅行（末子が18歳以上）	52.2	42.2	3.9	1.7	0.0	0.0	0.0	0.0	(358)
ひとり旅	37.9	43.0	11.1	5.4	1.9	0.6	0.2	0.0	(1,136)
男性のひとり旅	35.1	43.5	12.0	5.4	2.8	1.0	0.3	0.0	(690)
女性のひとり旅	42.2	42.2	9.6	5.4	0.7	0.0	0.0	0.0	(446)

資料：（公財）日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

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

②マーケットセグメントと出発月・出発日 (表I-3-15)

「家族旅行」では、学校が夏休みとなる『夏休み』および『8月』のシェアが高く、なかでも「小中高生の子どもと一緒に家族旅行」の約4分の1は『夏休み』および『8月』が出发月・出発日となっている。

一方、「夫婦・カップル旅行」や「友人旅行」、「ひとり旅」には、「家族旅行」ほど際立ったピークはなく、マーケットセグメントによって出発月はそう大きくは変動しない。ただし、「友人旅行」や「ひとり旅」の一部では『月～木曜日』など平日出発の旅割割合が高くなっている。

表I-3-15 マーケットセグメント (同行者×ライフステージ) 別の出発月・出発日

(単位: %)

マーケットセグメント	出発月												出発日						サンプル数	
	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	夏休み	ゴールデンウィーク	年末年始	土曜日	日曜・祝祭日	月～木曜日		金曜日
全体	7.7	8.0	9.3	5.9	8.5	7.1	6.7	9.0	9.8	8.5	8.0	11.6	7.9	5.1	9.3	9.0	11.6	44.4	12.6	(6,510)
家族旅行	7.5	6.4	13.2	4.5	6.4	4.6	7.0	14.9	8.4	7.5	6.4	13.1	14.2	4.4	12.5	10.4	12.6	32.9	13.0	(1,321)
乳幼児の子どもと一緒に家族旅行 (小中高生を含まない)	6.5	6.0	12.6	4.5	6.0	1.5	7.5	10.6	12.1	10.1	8.5	14.1	12.6	4.5	9.0	13.1	15.1	31.7	14.1	(199)
小中高生の子どもと一緒に家族旅行 (乳幼児連れも含む)	7.3	3.8	17.0	3.8	5.3	2.9	11.0	23.4	2.6	4.9	4.0	14.1	24.9	4.4	16.6	8.6	11.5	22.5	11.5	(453)
18歳以上のみの家族旅行	7.9	8.4	10.8	4.9	7.3	6.7	4.2	10.5	11.2	8.5	7.5	12.1	7.5	4.3	10.8	10.9	12.6	40.2	13.8	(669)
※3世代家族旅行	7.3	6.3	13.3	5.6	6.3	2.4	7.7	13.6	9.8	9.1	7.3	11.2	14.0	4.2	10.5	11.2	16.4	30.1	13.6	(286)
夫婦・カップル旅行	8.1	6.3	8.5	6.5	9.7	8.4	6.6	7.4	9.9	8.8	7.7	12.1	6.5	6.7	10.2	8.2	12.0	44.9	11.6	(2,225)
カップルでの旅行	6.2	5.2	7.5	5.6	7.2	4.6	7.8	10.8	9.2	7.5	7.2	21.2	11.1	6.9	15.7	7.2	12.4	31.7	15.0	(306)
夫婦での旅行 (子どもなし)	15.4	7.7	13.2	8.8	7.7	8.8	6.6	6.6	7.7	8.8	3.3	5.5	7.7	8.8	13.2	4.4	17.6	31.9	16.5	(91)
子育て中の夫婦での旅行 (末子が18歳未満)	7.3	6.7	7.6	9.2	8.3	8.3	7.3	6.7	8.0	11.5	9.9	9.2	7.3	5.7	5.7	8.3	13.4	47.1	12.4	(314)
子育て後の夫婦での旅行 (末子が18歳以上)	8.3	6.4	8.7	6.0	10.6	9.1	6.1	6.9	10.6	8.5	7.7	11.2	5.3	6.7	9.9	8.6	11.2	47.8	10.4	(1,514)
友人旅行	7.5	9.8	8.0	5.7	8.5	6.7	6.7	7.2	11.2	10.2	9.1	9.6	5.9	3.8	6.2	9.4	11.7	49.0	14.0	(1,622)
未婚男性による友人旅行	8.6	10.4	8.2	5.0	6.8	4.7	6.8	9.0	10.8	10.0	8.2	11.5	9.0	5.7	9.3	6.5	13.3	39.4	16.8	(279)
既婚男性による友人旅行 (子どもなし)	9.7	6.5	9.7	3.2	6.5	6.5	6.5	3.2	9.7	9.7	22.6	6.5	3.2	0.0	3.2	9.7	19.4	58.1	6.5	(31)
子育て中の男性による友人旅行 (末子が18歳未満)	10.9	10.9	10.9	9.4	9.4	3.9	3.9	4.7	6.3	8.6	10.2	10.9	2.3	6.3	4.7	10.2	7.8	53.1	15.6	(128)
子育て後の男性による友人旅行 (末子が18歳以上)	8.6	9.0	8.2	8.2	7.3	9.8	5.7	6.1	9.0	10.6	12.7	4.9	4.1	2.0	4.5	9.0	12.7	53.9	13.9	(245)
未婚女性による友人旅行	6.4	12.2	6.2	3.7	7.6	6.0	7.8	9.9	15.2	7.6	6.7	10.8	8.5	4.4	7.8	13.1	10.6	42.1	13.6	(435)
既婚女性による友人旅行 (子どもなし)	6.3	12.5	12.5	6.3	6.3	0.0	0.0	18.8	18.8	6.3	6.3	6.3	12.5	0.0	6.3	12.5	25.0	31.3	12.5	(16)
子育て中の女性による友人旅行 (末子が18歳未満)	9.5	9.5	9.5	4.8	12.7	7.1	6.3	4.8	9.5	10.3	8.7	7.1	1.6	2.4	4.8	4.8	10.3	58.7	17.5	(126)
子育て後の女性による友人旅行 (末子が18歳以上)	5.0	6.9	8.0	6.1	10.2	8.0	7.2	4.7	10.2	14.1	9.1	10.5	4.4	3.0	4.1	8.8	11.6	56.6	11.3	(362)
ひとり旅	7.3	9.1	9.1	6.9	8.5	7.3	6.5	7.8	9.2	7.0	9.5	11.7	6.3	4.7	9.1	8.7	10.0	48.8	12.4	(1,171)
男性のひとり旅	7.7	9.0	10.1	6.5	7.3	6.0	6.7	7.4	8.4	7.3	10.1	13.3	6.2	4.6	9.3	8.8	11.2	47.1	12.8	(712)
女性のひとり旅	6.8	9.4	7.6	7.6	10.5	9.2	6.1	8.3	10.5	6.5	8.5	9.2	6.5	4.8	8.7	8.5	8.1	51.6	11.8	(459)

資料: (公財) 日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

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

③マーケットセグメントと交通手段

●旅行先での主な交通手段（複数回答）（表I-3-16）

旅行先での主な交通手段では、「家族旅行」、特に「乳幼児の子どもと一緒に家族旅行」や「3世代家族旅行」において『レンタカー』を利用する割合が高い。

一方で「友人旅行」では、「未婚男性による友人旅行」で『タ

クシー・ハイヤー』（41.9%）、『列車』（37.6%）の割合が、「子育て中の男性による友人旅行」で『タクシー・ハイヤー』（38.3%）、「子育て後の女性による友人旅行」で『貸切バス・定期観光バス』（35.9%）の利用率が全体と比較して10ポイント以上高い。

「ひとり旅」では男女ともに『路線バス』の利用率が比較的高く、より「男性のひとり旅」においてその傾向が強くなっている。

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	タクシー・ハイヤー	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など	船	レンタカー	レンタサイクル	その他	交通機関は利用しなかった	サンプル数
全体	44.6	27.9	27.1	24.2	18.4	13.4	9.0	8.6	1.4	4.5	1.4	(6,510)
家族旅行	41.8	32.3	23.5	20.6	16.7	19.2	8.9	12.7	2.0	3.7	1.5	(1,321)
乳幼児の子どもと一緒に家族旅行 （小中高生を含まない）	35.2	37.7	18.6	15.1	19.6	22.6	6.5	19.1	2.0	1.5	1.5	(199)
小中高生の子どもと一緒に家族旅行 （乳幼児連れも含む）	45.3	31.1	23.0	15.5	17.2	20.8	9.9	17.4	2.2	2.4	1.3	(453)
18歳以上のみの家族旅行	41.4	31.5	25.3	25.7	15.4	17.0	8.8	7.6	1.8	5.2	1.6	(669)
※3世代家族旅行	40.9	33.9	17.8	21.0	18.5	22.0	10.1	19.2	3.8	1.4	1.0	(286)
夫婦・カップル旅行	47.1	22.0	25.1	28.2	16.3	15.2	10.9	8.8	0.9	3.4	1.3	(2,225)
カップルでの旅行	41.8	28.4	30.1	12.7	19.9	16.0	8.5	10.5	1.6	2.3	1.6	(306)
夫婦での旅行（子どもなし）	51.6	27.5	34.1	18.7	19.8	18.7	9.9	16.5	3.3	3.3	0.0	(91)
子育て中の夫婦での旅行 （末子が18歳未満）	51.0	22.0	22.9	31.2	16.2	12.1	14.3	8.0	1.3	3.2	1.0	(314)
子育て後の夫婦での旅行 （末子が18歳以上）	47.0	20.4	24.0	31.3	15.3	15.5	10.7	8.2	0.6	3.7	1.3	(1,514)
友人旅行	44.3	33.2	27.7	25.8	16.1	11.5	7.5	7.0	1.5	4.6	1.4	(1,622)
未婚男性による友人旅行	42.3	41.9	37.6	15.4	25.4	11.5	8.6	10.8	3.9	1.4	1.4	(279)
既婚男性による友人旅行 （子どもなし）	51.6	45.2	41.9	9.7	12.9	3.2	6.5	9.7	3.2	3.2	0.0	(31)
子育て中の男性による友人旅行 （末子が18歳未満）	53.9	38.3	19.5	29.7	10.9	4.7	7.8	8.6	1.6	2.3	0.0	(128)
子育て後の男性による友人旅行 （末子が18歳以上）	51.8	36.7	17.1	29.8	10.6	12.2	5.7	9.0	1.2	4.9	1.6	(245)
未婚女性による友人旅行	40.0	30.3	34.5	20.7	18.9	13.8	5.7	4.8	0.7	5.5	2.5	(435)
既婚女性による友人旅行 （子どもなし）	43.8	31.3	31.3	12.5	0.0	18.8	0.0	6.3	0.0	0.0	6.3	(16)
子育て中の女性による友人旅行 （末子が18歳未満）	44.4	28.6	25.4	31.0	7.9	11.1	8.7	4.8	0.0	5.6	0.0	(126)
子育て後の女性による友人旅行 （末子が18歳以上）	42.0	26.5	21.5	35.9	14.9	11.0	9.9	5.5	1.1	6.4	0.6	(362)
ひとり旅	44.1	27.1	35.3	16.7	27.8	6.4	7.6	5.5	1.8	6.5	1.4	(1,171)
男性のひとり旅	44.9	30.6	36.8	13.2	29.8	7.2	8.3	6.3	2.5	3.9	1.3	(712)
女性のひとり旅	42.7	21.6	32.9	22.2	24.6	5.2	6.5	4.1	0.7	10.5	1.5	(459)

資料：（公財）日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

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

④マーケットセグメントと旅行で最も楽しみにしていたこと

(表I-3-17)

「家族旅行」「夫婦・カップル旅行」「友人旅行」「ひとり旅」いずれも全体と比較して大きな傾向の違いはないが、より細分化したセグメントで見ると違った特徴が見えてくる。

家族旅行の中で、「乳幼児の子どもと一緒に家族旅行」では『観光・文化施設を訪れること』(14.6%)、「小中高生の子どものと一緒に家族旅行」では『スポーツやアウトドア活動を楽しむこと』(13.5%)の割合が全体より5ポイント以上高くなっている。

夫婦・カップル旅行では、「カップルでの旅行」で『スポーツ

やアウトドア活動を楽しむこと』(13.4%)、「子育て中、子育て後の夫婦での旅行」で『自然景観を見ること』(それぞれ20.4%、18.8%)の割合が高い。

友人旅行では「子育て中、子育て後の男性による友人旅行」で『スポーツやアウトドア活動を楽しむこと』(それぞれ15.6%、18.4%)、子育て中の女性による友人旅行」で『おいしいものを食べること』(23.8%)の割合が高い。

そして、「ひとり旅」の中では、「女性のひとり旅」で『帰省・冠婚葬祭関連・親族や知人訪問』(10.0%)の割合が比較的高くなっている。

表I-3-17 マーケットセグメント(同行者×ライフステージ)別の旅行で最も楽しみにしていたこと

(単位:%)

マーケットセグメント	文化的な名所を見ること	おいしいものを食べること	自然景観を見ること	街や都市を訪れること	観光・文化施設を訪れること	スポーツやアウトドア活動を楽しむこと	買い物をすること	自然の豊かさを体験すること	帰省・冠婚葬祭関連・親族や知人訪問	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	地域の祭りやイベント	目上への宿泊施設に泊まること	その他	サンプル数
全体	18.6	14.1	13.7	12.3	8.4	7.5	6.8	4.1	3.8	2.9	1.6	1.2	1.1	3.9	(6,510)
家族旅行	14.8	13.9	13.2	12.1	11.3	8.3	8.2	5.0	4.8	2.0	1.6	0.8	1.7	2.5	(1,321)
乳幼児の子どもと一緒に家族旅行 (小中高生を含まない)	10.1	14.1	12.6	12.6	14.6	10.1	7.5	5.5	8.5	1.0	0.5	0.0	1.5	1.5	(199)
小中高生の子どものと一緒に家族旅行 (乳幼児連れも含む)	12.4	13.2	11.5	9.5	11.7	13.5	7.3	7.1	4.2	2.2	1.8	0.2	2.2	3.3	(453)
18歳以上のみの家族旅行	17.8	14.3	14.5	13.8	10.0	4.2	9.0	3.4	4.2	2.1	1.8	1.3	1.3	2.2	(669)
※3世代家族旅行	15.4	13.6	15.0	9.4	9.8	10.5	7.0	6.6	5.9	1.7	1.0	0.7	1.4	1.7	(286)
夫婦・カップル旅行	20.5	12.8	18.0	11.4	8.5	6.7	5.9	4.9	3.1	2.4	1.5	0.6	1.1	2.6	(2,225)
カップルでの旅行	18.6	13.4	12.4	10.8	8.2	13.4	4.9	5.9	3.3	2.9	3.6	0.3	1.0	1.3	(306)
夫婦での旅行(子どもなし)	17.6	9.9	15.4	9.9	11.0	8.8	9.9	6.6	8.8	1.1	1.1	0.0	0.0	0.0	(91)
子育て中の夫婦での旅行 (末子が18歳未満)	23.6	12.1	20.4	11.8	8.3	4.1	5.7	4.8	3.2	2.9	0.3	0.0	1.9	1.0	(314)
子育て後の夫婦での旅行 (末子が18歳以上)	20.4	13.0	18.8	11.5	8.5	5.8	5.9	4.6	2.7	2.2	1.4	0.8	1.1	3.4	(1,514)
友人旅行	19.7	16.5	10.4	12.0	8.2	9.0	7.2	3.1	1.9	4.3	1.6	1.8	0.6	3.8	(1,622)
未婚男性による友人旅行	19.0	14.7	8.6	14.7	10.8	10.4	6.5	2.9	2.2	5.7	0.7	0.7	1.4	1.8	(279)
既婚男性による友人旅行 (子どもなし)	29.0	22.6	6.5	19.4	3.2	0.0	3.2	0.0	0.0	9.7	0.0	3.2	0.0	3.2	(31)
子育て中の男性による友人旅行 (末子が18歳未満)	18.8	16.4	9.4	14.1	3.1	15.6	5.5	2.3	3.9	4.7	0.8	1.6	1.6	2.3	(128)
子育て後の男性による友人旅行 (末子が18歳以上)	18.0	14.3	12.7	7.8	6.5	18.4	3.7	3.7	2.9	6.5	0.8	0.8	0.4	3.7	(245)
未婚女性による友人旅行	19.8	18.9	8.0	11.5	9.4	7.8	10.8	2.8	1.1	3.0	1.6	1.4	0.5	3.4	(435)
既婚女性による友人旅行 (子どもなし)	12.5	31.3	0.0	6.3	18.8	0.0	18.8	0.0	0.0	0.0	12.5	0.0	0.0	0.0	(16)
子育て中の女性による友人旅行 (末子が18歳未満)	19.0	23.8	9.5	10.3	8.7	3.2	4.0	3.2	1.6	1.6	4.0	4.8	0.0	6.3	(126)
子育て後の女性による友人旅行 (末子が18歳以上)	21.5	12.7	14.4	13.0	7.5	3.9	7.2	3.9	1.7	3.6	1.9	3.0	0.3	5.5	(362)
ひとり旅	17.8	14.3	11.3	14.8	5.8	6.7	5.7	2.9	6.2	3.0	1.6	2.0	1.0	6.8	(1,171)
男性のひとり旅	18.1	17.0	11.1	16.4	5.5	8.8	4.4	2.5	3.8	3.5	1.1	1.5	1.3	4.9	(712)
女性のひとり旅	17.4	10.0	11.5	12.2	6.3	3.5	7.8	3.5	10.0	2.2	2.4	2.6	0.7	9.8	(459)

資料：(公財)日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

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

⑤マーケットセグメントと宿泊施設（表I-3-18）

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、セグメントによって『リゾートホテル』宿泊が多いか『シティホテル』宿泊が多いかに分かれる。

「家族旅行」では『リゾートホテル』への宿泊割合が高く、特に「小中高生の子どもと一緒にの家族旅行」および「3世代家族旅行」では全体と比較して15ポイント以上割合が高い。

一方、「友人旅行」では『シティホテル』の宿泊割合のほうが高く、特に「子育て中および子育て後の友人旅行（男女とも）」において全体よりも10ポイント以上高い割合となった。

「ひとり旅」は「男性のひとり旅」で『ビジネスホテル』（23.7%）と『別荘・リゾートマンション・会員制の宿泊施設』（9.0%）の割合が高い他、「女性のひとり旅」では『実家・親戚・知人宅』（20.0%）の割合が高くなっている。

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			実家・親戚・知人宅	B&B・ロッジ・ペンション	ゲストハウス・ドミトリー	別荘・リゾートマンション・会員制の宿泊施設	オートキャンプ・キャンピング	その他	サンプル数
		シティホテル	リゾートホテル	ビジネスホテル							
全体	87.1	45.4	39.4	13.0	5.5	4.4	2.3	3.5	0.8	2.4	(6,510)
家族旅行	87.4	38.4	48.8	9.3	4.6	4.8	3.3	2.0	1.4	1.6	(1,321)
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）	77.9	26.1	46.7	11.1	6.5	7.5	5.5	2.5	2.0	0.5	(199)
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）	86.8	30.9	57.4	8.8	4.6	5.1	4.0	2.2	1.3	2.4	(453)
18歳以上のみの家族旅行	90.6	47.1	43.5	9.1	4.0	3.7	2.1	1.6	1.3	1.3	(669)
※3世代家族旅行	83.6	30.4	55.9	8.7	1.7	9.1	6.6	2.1	3.8	1.0	(286)
夫婦・カップル旅行	89.5	44.2	49.4	9.4	4.3	3.6	2.7	1.9	0.7	2.7	(2,225)
カップルでの旅行	85.6	34.3	50.7	9.2	5.9	5.6	2.0	4.2	1.6	1.6	(306)
夫婦での旅行（子どもなし）	86.8	39.6	44.0	13.2	8.8	7.7	7.7	3.3	2.2	2.2	(91)
子育て中の夫婦での旅行 （末子が18歳未満）	92.7	50.0	50.0	7.0	4.1	4.1	2.5	0.6	0.0	2.5	(314)
子育て後の夫婦での旅行 （末子が18歳以上）	89.8	45.3	49.3	9.7	3.7	2.9	2.6	1.6	0.5	2.9	(1,514)
友人旅行	89.9	52.6	31.7	15.1	3.1	3.9	1.5	3.4	0.6	2.2	(1,622)
未婚男性による友人旅行	88.2	47.0	33.0	20.8	3.2	3.6	1.8	5.4	2.5	1.1	(279)
既婚男性による友人旅行（子どもなし）	90.3	67.7	19.4	22.6	6.5	6.5	3.2	3.2	3.2	3.2	(31)
子育て中の男性による友人旅行 （末子が18歳未満）	92.2	50.8	35.2	10.9	2.3	2.3	3.1	0.8	0.0	1.6	(128)
子育て後の男性による友人旅行 （末子が18歳以上）	95.1	56.7	36.3	11.0	2.0	2.4	1.2	2.0	0.4	2.0	(245)
未婚女性による友人旅行	88.7	47.6	31.0	17.9	3.2	4.1	0.9	4.4	0.2	1.4	(435)
既婚女性による友人旅行（子どもなし）	75.0	43.8	12.5	25.0	0.0	6.3	6.3	6.3	0.0	0.0	(16)
子育て中の女性による友人旅行 （末子が18歳未満）	92.9	61.1	24.6	16.7	3.2	3.2	3.2	0.0	0.0	1.6	(126)
子育て後の女性による友人旅行 （末子が18歳以上）	87.8	56.9	31.5	9.9	3.9	5.2	0.8	3.6	0.0	4.7	(362)
ひとり旅	78.0	45.4	21.2	20.8	12.0	6.0	1.4	8.6	0.9	2.6	(1,171)
男性のひとり旅	81.3	47.3	20.9	23.7	6.9	6.0	1.4	9.0	1.0	1.7	(712)
女性のひとり旅	72.8	42.5	21.6	16.1	20.0	5.9	1.3	8.1	0.9	4.1	(459)

資料：（公財）日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

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

⑥マーケットセグメントと宿泊数（表I-3-19）

平均宿泊数が最も長いのは「女性のひとり旅」の7.00泊で、同セグメントが最も宿泊数が長い傾向は国内旅行と同様である。一方、「男性のひとり旅」も平均5.94泊と比較的宿泊数が長くなっている。

ただし、いずれのマーケットセグメントにおいても最も多い宿泊数は「3泊」である。その中で、平均宿泊数が短いのは「友人旅行」で、「2泊」の割合が全体と比較して高くなっている。

（中島泰）

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	6泊	7泊	8～9泊	10～13泊	14泊以上			
全体	2.2	12.4	20.2	16.2	12.5	8.5	8.8	8.8	5.0	5.5	5.36	(6,510)	
家族旅行	1.7	12.3	24.7	19.6	14.0	8.0	8.3	5.5	3.0	2.8	4.75	(1,321)	
乳幼児の子どもと一緒に家族旅行 （小中高生を含まない）	2.0	13.1	28.6	21.1	10.6	5.0	8.5	4.0	2.5	4.5	4.68	(199)	
小中高生の子どもと一緒に家族旅行 （乳幼児連れも含む）	2.0	9.9	24.5	19.9	14.1	9.3	7.9	4.9	4.2	3.3	4.93	(453)	
18歳以上のみの家族旅行	1.5	13.8	23.6	19.0	14.9	8.1	8.5	6.4	2.2	1.9	4.66	(669)	
※3世代家族旅行	2.4	11.2	22.7	18.9	15.7	11.2	7.7	3.8	3.8	2.4	4.79	(286)	
夫婦・カップル旅行	1.6	9.2	16.5	17.0	14.1	9.3	10.2	11.9	5.7	4.6	5.66	(2,225)	
カップルでの旅行	3.3	16.3	21.9	20.3	10.1	7.8	7.8	4.6	3.9	3.9	4.74	(306)	
夫婦での旅行（子どもなし）	1.1	17.6	23.1	9.9	15.4	8.8	11.0	8.8	2.2	2.2	4.82	(91)	
子育て中の夫婦での旅行 （末子が18歳未満）	0.6	12.7	16.6	17.8	14.0	7.0	9.2	13.7	5.1	3.2	5.43	(314)	
子育て後の夫婦での旅行 （末子が18歳以上）	1.5	6.5	15.0	16.6	14.8	10.0	10.8	13.2	6.4	5.2	5.94	(1,514)	
友人旅行	3.0	17.4	24.5	15.8	9.7	8.0	7.3	7.2	4.3	2.8	4.71	(1,622)	
未婚男性による友人旅行	5.4	19.4	27.6	17.6	8.6	6.8	4.3	3.9	3.6	2.9	4.26	(279)	
既婚男性による友人旅行（子どもなし）	3.2	35.5	22.6	12.9	6.5	9.7	0.0	0.0	3.2	6.5	4.11	(31)	
子育て中の男性による友人旅行 （末子が18歳未満）	1.6	10.9	34.4	21.1	8.6	7.0	4.7	3.1	3.1	5.5	4.68	(128)	
子育て後の男性による友人旅行 （末子が18歳以上）	1.6	12.2	26.5	18.8	10.6	6.1	9.4	6.5	6.5	1.6	4.90	(245)	
未婚女性による友人旅行	3.4	22.3	23.0	15.6	10.8	7.4	6.0	7.1	1.8	2.5	4.37	(435)	
既婚女性による友人旅行（子どもなし）	12.5	31.3	31.3	6.3	0.0	6.3	6.3	0.0	6.3	0.0	3.47	(16)	
子育て中の女性による友人旅行 （末子が18歳未満）	2.4	18.3	30.2	11.1	6.3	11.9	7.9	5.6	3.2	3.2	4.61	(126)	
子育て後の女性による友人旅行 （末子が18歳以上）	1.9	13.5	16.9	13.3	11.0	9.7	11.0	13.0	6.9	2.8	5.52	(362)	
ひとり旅	2.7	10.8	16.8	11.4	12.0	7.9	9.1	9.0	6.5	13.8	6.35	(1,171)	
男性のひとり旅	3.8	11.7	19.5	12.6	11.5	7.7	8.3	6.6	6.3	11.9	5.94	(712)	
女性のひとり旅	1.1	9.6	12.6	9.6	12.6	8.1	10.2	12.6	6.8	16.8	7.00	(459)	

資料：（公財）日本交通公社「JTB旅行実態調査」

■ 全体の比率より15ポイント以上大きい値 ■ 全体の比率より10ポイント以上大きい値 ■ 全体の比率より5ポイント以上大きい値
 ■ 平均宿泊数が全体平均値より0.5泊以上大きい値（平均宿泊数については、14泊以上は14泊と仮定して算出。）

I-4 日本人の旅行に対する意識

■ 旅行に対する意欲

海外旅行と比べて国内旅行への意欲が高い
海外旅行は、若者・未婚女性の意欲が高い

(1) 旅行に対する意欲

ここでは、日本人の国内宿泊旅行（以下、国内旅行）・海外旅行に対する意欲を詳しく見ていく。「今後3カ月以内に国内旅行及び海外旅行（いずれも法人支出の旅行を除く）に行きたいと思うか」という質問に対して、7段階評価（「とても行きたくない」「行きたくない」「どちらかといえば行きたくない」「どちらとも言えない」「どちらかといえば行きたい」「行きたい」「とても行きたい」）で回答してもらった。なお、ここで分析に用いたデータは、全て「JTBF旅行需要調査」（14年7月～15年6月）によるものである。

①年間の旅行意欲

調査期間1年間の平均の結果を見ると、国内旅行に対する旅行意欲については、『行きたい』68.1%（「とても行きたい」「行きたい」「どちらかといえば行きたい」の合計）、『行きたくない』が16.0%（「とても行きたくない」「行きたくない」「どちらかといえば行きたくない」の合計）であった。海外旅行に対する旅行意欲については、『行きたい』32.6%、『行きたくない』47.1%で

あった。海外旅行への意欲は、国内旅行への意欲と比べてかなり低い結果となった（11ページ 図I-1-3）。

②旅行意欲の月別推移

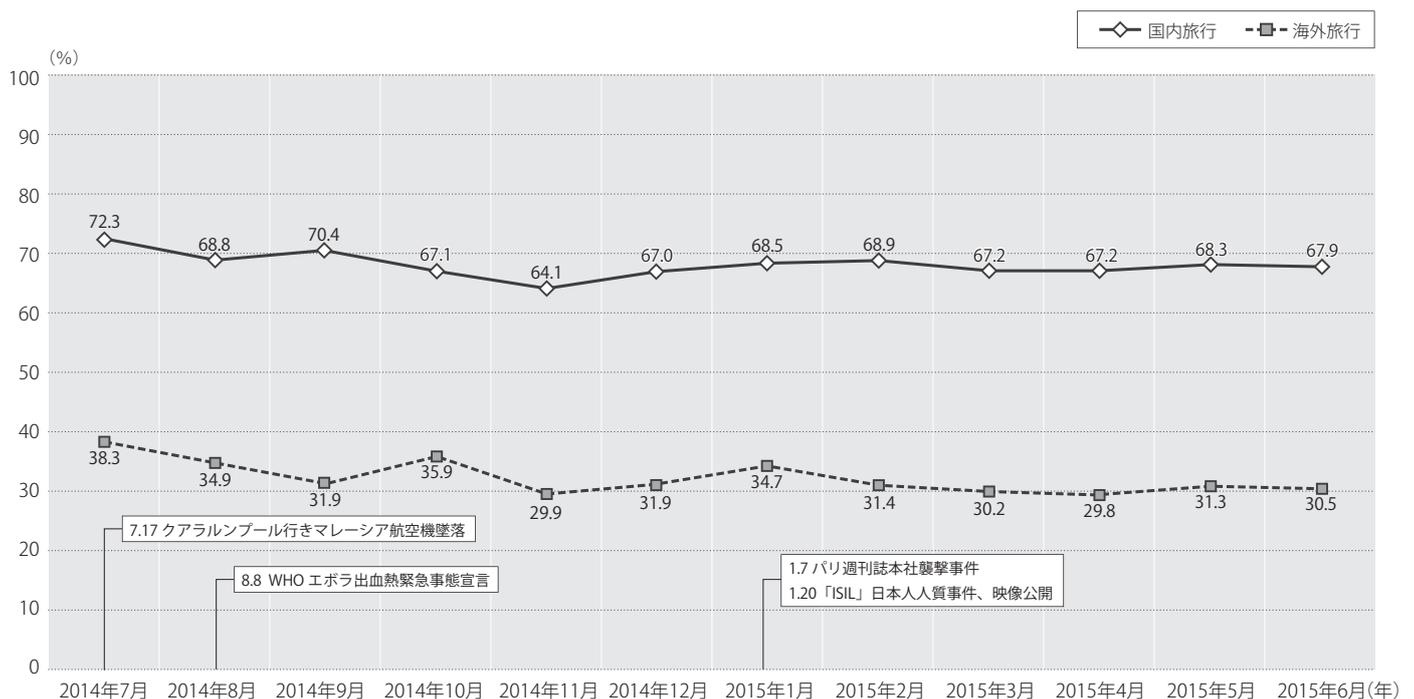
図I-4-1は、各調査月の国内・海外の旅行意欲の結果を示している。これを見ると、『行きたい』と回答した人の割合は、1年を通じて国内旅行は7割、海外旅行は3割で安定的に推移している。最も旅行意欲の割合が高い調査月は、国内旅行、海外旅行ともに14年7月であった。最も旅行意欲の低い月は、国内旅行においては14年11月、海外旅行においては15年4月であった。国内旅行と海外旅行のどちらにおいても月ごとの値に大きな変化は見られないが、海外旅行への意欲についてはやや減少傾向にある。

③『行きたい』割合の年間波動の主な要因

主な要因として、国内旅行への意欲については、ゴールデンウィーク、お盆休み、9月のシルバーウィークなどの大型連休を今後3カ月に含む調査月の意欲が高いことから、休暇の有無が影響を与えていると見られる。

海外旅行への意欲については、エボラ出血熱感染者の増加やイスラム過激派組織「ISIL」の活動が過激になった時期以降に下がっていることから、景気や社会情勢に大きく影響を受けている可能性がある。

図I-4-1 旅行意欲の推移（「行きたい」と回答した人の割合）



資料：(公財)日本交通公社「JTBF旅行需要調査」

(2) 旅行意欲の内訳（属性別の特徴）

ここでは、国内旅行と海外旅行へ『行きたい』と回答した人の割合を属性別に詳しく見ていく。

●性・年代別

図I-4-2は、性・年代別の国内旅行と海外旅行への旅行意欲を表している。国内旅行については、男性では30代が73.6%、女性では20代が81.8%と最も高い。どの世代においても、男性よりも女性のほうが意欲が高い。また、年代が若くなるにつれて、意欲が高まる傾向が見られる。

海外旅行については、男性では20代が41.0%、女性では20代が50.3%と最も高い。20代から30代では、男性よりも女性のほうが高いが、60代以上の世代ではその値が逆転し、女性よりも男性のほうが高い。また、国内旅行と同様に年代が若くなるにつれて、意欲が高まる傾向がある。

●性・未既婚別

図I-4-3は、性・未既婚別の国内旅行と海外旅行への意欲を示している。国内旅行については、女性・未婚者が79.2%と

最も高い。男性では既婚者のほうが高く、女性では未婚者のほうが高い傾向が見られる。

海外旅行についても、女性・未婚者が51.1%と最も高い。男女にかかわらず、既婚者よりも未婚者のほうが高い傾向が見られる。

●世帯年収別

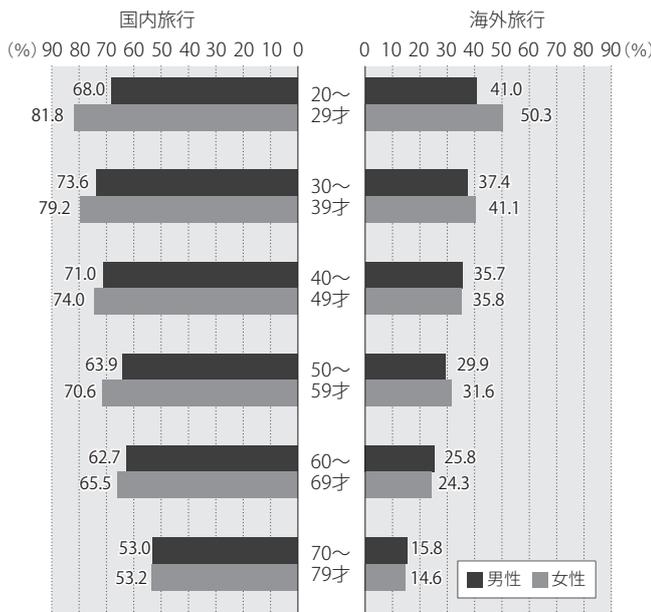
図I-4-4は、世帯年収別の国内旅行と海外旅行への意欲を示している。国内旅行、海外旅行ともに、年収1200万円以上が国内77.3%、海外45.7%と最も高い。年収が高くなるにつれて、旅行意欲も高まる傾向がある。

●職種別

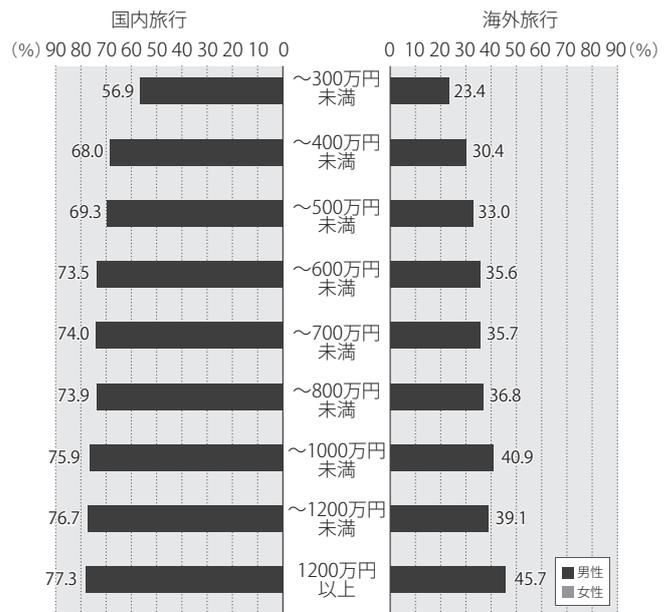
図I-4-5は、学生、専業主婦、会社員、自営・商工業の国内旅行と海外旅行の意欲を示している。国内旅行においては会社員が74.1%と最も高く、専業主婦が26.3%と最も低い。

海外旅行については、学生が47.5%と最も高く、専業主婦が26.3%と最も低い。

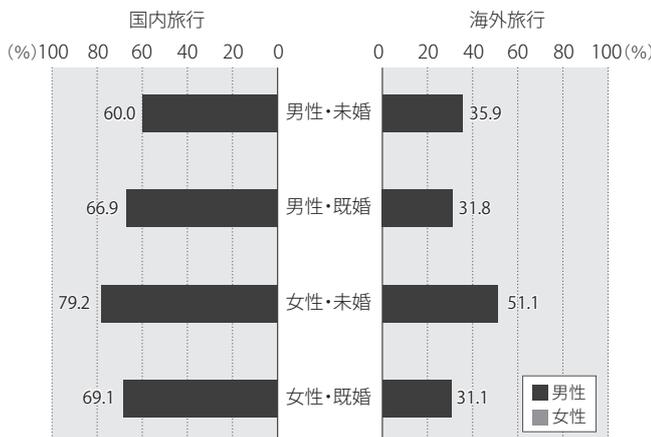
図I-4-2 性・年代別 旅行意欲



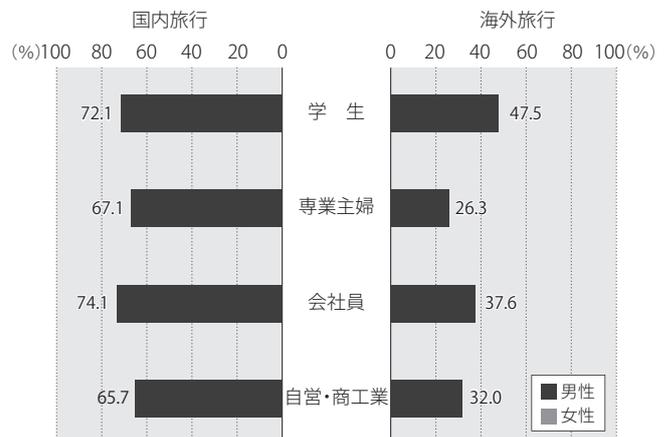
図I-4-4 世帯年収別 旅行意欲



図I-4-3 性・未既婚別 旅行意欲



図I-4-5 職種別 旅行意欲



資料：(公財)日本交通公社「JTBF旅行需要調査」

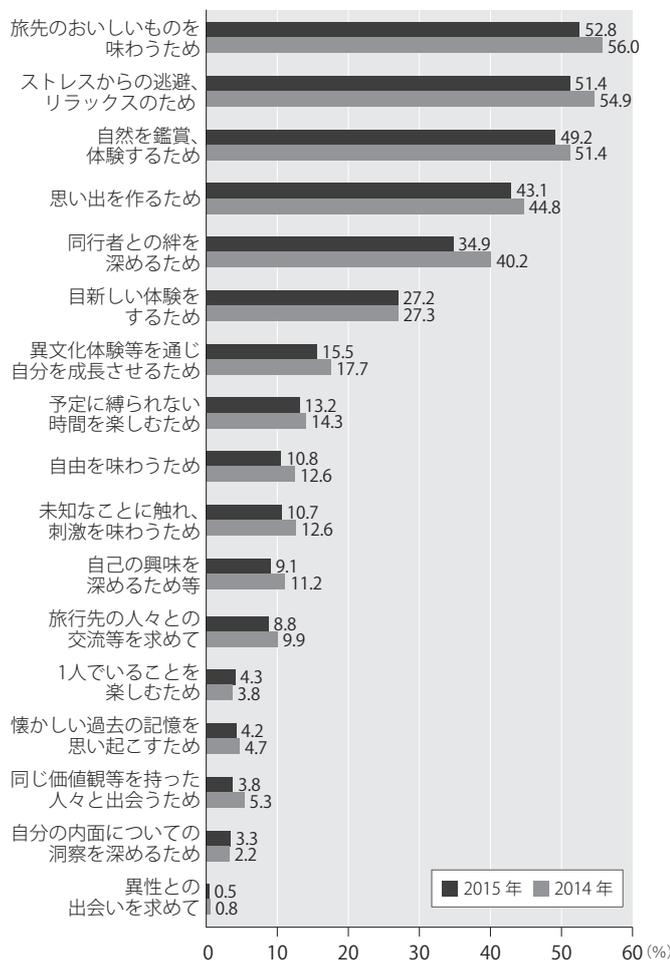
2 旅行の動機

旅行の動機は、「おいしいもの」「ストレスからの逃避」

「国内旅行、海外旅行（いずれも法人支出の旅行を除く）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、15年の旅行動機（複数回答）については、「旅先のおいしいものを味わうため」が52.8%と最も多く、続いて「ストレスからの逃避、リラックスのため」(51.4%)、「自然を鑑賞、体験するため」(49.2%)、「思い出を作るため」(43.1%)となり、14年と大きな変化はなかった(図I-4-6)。

先に述べた上位4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」は、どの年代においても上位3位に入っており、特に女性の選択率が高い(表I-4-1、図I-4-7)。「ストレスからの逃避」は、20代から50代において男女間わずおおむね1位となっており、仕事や育児などで多忙な年代における主な旅行の動機となっている(表I-4-1)。特に20代、40代の女性についてはその値が高い(図I-4-8)。「自然を鑑賞、体験するため」は、20代女性、40代女性、50代の男女、60代男性に高い(図I-4-9)。「思い出を作るため」は、20代から40代が高い結果となっている(図I-4-10)。

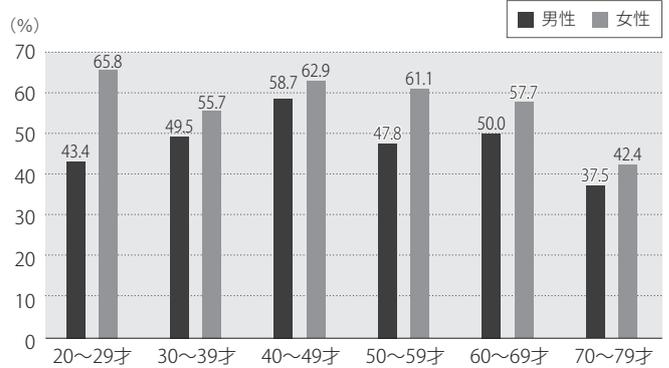
図I-4-6 旅行の動機



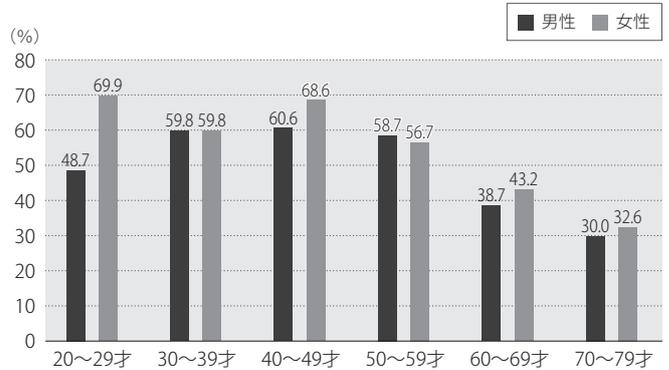
資料：(公財)日本交通公社「JTBF旅行需要調査」

その他の動機については、「贅沢をしたいため」は、全体では下位であるが、30代女性で選択率が高い。また、60代女性、70代男女など高い年代において、「旅行に行かない」が高くなる特徴が見られる。

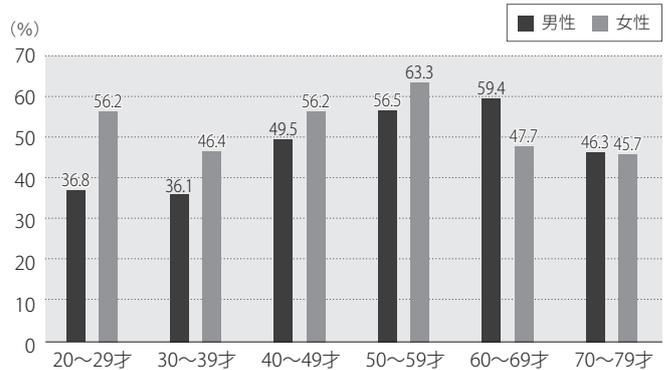
図I-4-7 旅先のおいしいものを味わうため



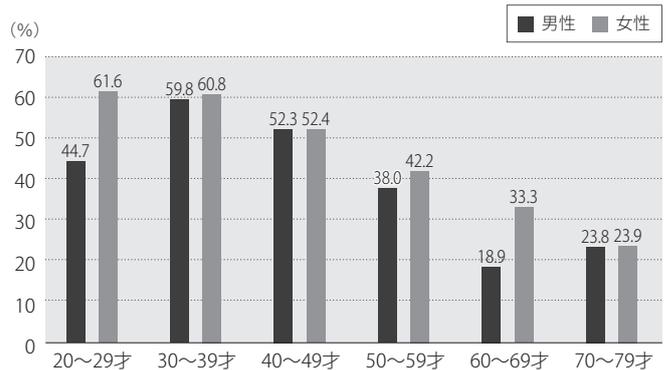
図I-4-8 ストレスからの逃避、リラックスのため



図I-4-9 自然を鑑賞、体験するため



図I-4-10 思い出を作るため



資料：(公財)日本交通公社「JTBF旅行需要調査」

表I-4-1 性・年代別 旅行の動機

(単位：%)

20代 男性		
1位	ストレスからの逃避、リラックスのため	48.7
2位	思い出を作るため	44.7
3位	旅先のおいしいものを味わうため	43.4
4位	目新しい体験をするため	39.5
5位	自然を鑑賞、体験するため	36.8
6位	同行者との絆を深めるため	22.4
7位	未知なことに触れ、刺激を味わうため	15.8
8位	異文化体験等を通じ自分を成長させるため	14.5
9位	予定に縛られない時間を楽しむため	14.5
10位	なんとなく	14.5

(単位：%)

30代 男性		
1位	ストレスからの逃避、リラックスのため	59.8
2位	思い出を作るため	59.8
3位	旅先のおいしいものを味わうため	49.5
4位	同行者との絆を深めるため	46.4
5位	目新しい体験をするため	38.1
6位	自然を鑑賞、体験するため	36.1
7位	自由を味わうため	16.5
8位	異文化体験等を通じ自分を成長させるため	13.4
9位	予定に縛られない時間を楽しむため	13.4
10位	未知なことに触れ、刺激を味わうため	8.2

(単位：%)

40代 男性		
1位	ストレスからの逃避、リラックスのため	60.6
2位	旅先のおいしいものを味わうため	58.7
3位	同行者との絆を深めるため	52.3
4位	思い出を作るため	52.3
5位	自然を鑑賞、体験するため	49.5
6位	目新しい体験をするため	25.7
7位	異文化体験等を通じ自分を成長させるため	21.1
8位	未知なことに触れ、刺激を味わうため	13.8
9位	予定に縛られない時間を楽しむため	11.9
10位	自由を味わうため	10.1

(単位：%)

50代 男性		
1位	ストレスからの逃避、リラックスのため	58.7
2位	自然を鑑賞、体験するため	56.5
3位	旅先のおいしいものを味わうため	47.8
4位	思い出を作るため	38.0
5位	同行者との絆を深めるため	31.5
6位	目新しい体験をするため	28.3
7位	予定に縛られない時間を楽しむため	16.3
8位	異文化体験等を通じ自分を成長させるため	14.1
9位	旅行には行かない	12.0
10位	未知なことに触れ、刺激を味わうため	9.8

(単位：%)

60代 男性		
1位	自然を鑑賞、体験するため	59.4
2位	旅先のおいしいものを味わうため	50.0
3位	同行者との絆を深めるため	40.6
4位	ストレスからの逃避、リラックスのため	38.7
5位	目新しい体験をするため	20.8
6位	思い出を作るため	18.9
7位	予定に縛られない時間を楽しむため	17.0
8位	異文化体験等を通じ自分を成長させるため	13.2
9位	旅行先の人々との交流等を求めて	12.3
10位	自由を味わうため	9.4

(単位：%)

70代 男性		
1位	自然を鑑賞、体験するため	46.3
2位	旅先のおいしいものを味わうため	37.5
3位	ストレスからの逃避、リラックスのため	30.0
4位	思い出を作るため	23.8
5位	同行者との絆を深めるため	22.5
6位	旅行には行かない	21.3
7位	目新しい体験をするため	16.3
8位	異文化体験等を通じ自分を成長させるため	11.3
9位	未知なことに触れ、刺激を味わうため	10.0
10位	懐かしい過去の記憶を思い起こすため	10.0

(単位：%)

20代 女性		
1位	ストレスからの逃避、リラックスのため	69.9
2位	旅先のおいしいものを味わうため	65.8
3位	思い出を作るため	61.6
4位	自然を鑑賞、体験するため	56.2
5位	目新しい体験をするため	43.8
6位	同行者との絆を深めるため	30.1
7位	自己の興味を深めるため等	21.9
8位	異文化体験等を通じ自分を成長させるため	20.5
9位	未知なことに触れ、刺激を味わうため	19.2
10位	自由を味わうため	16.4

(単位：%)

30代 女性		
1位	思い出を作るため	60.8
2位	ストレスからの逃避、リラックスのため	59.8
3位	旅先のおいしいものを味わうため	55.7
4位	自然を鑑賞、体験するため	46.4
5位	同行者との絆を深めるため	37.1
6位	目新しい体験をするため	30.9
7位	異文化体験等を通じ自分を成長させるため	19.6
8位	贅沢をしたいため	11.3
9位	未知なことに触れ、刺激を味わうため	10.3
10位	予定に縛られない時間を楽しむため	10.3

(単位：%)

40代 女性		
1位	ストレスからの逃避、リラックスのため	68.6
2位	旅先のおいしいものを味わうため	62.9
3位	自然を鑑賞、体験するため	56.2
4位	思い出を作るため	52.4
5位	同行者との絆を深めるため	33.3
6位	目新しい体験をするため	30.5
7位	異文化体験等を通じ自分を成長させるため	20.0
8位	自由を味わうため	14.3
9位	予定に縛られない時間を楽しむため	14.3
10位	未知なことに触れ、刺激を味わうため	11.4

(単位：%)

50代 女性		
1位	自然を鑑賞、体験するため	63.3
2位	旅先のおいしいものを味わうため	61.1
3位	ストレスからの逃避、リラックスのため	56.7
4位	思い出を作るため	42.2
5位	目新しい体験をするため	27.8
6位	同行者との絆を深めるため	26.7
7位	異文化体験等を通じ自分を成長させるため	16.7
8位	予定に縛られない時間を楽しむため	16.7
9位	自由を味わうため	10.0
10位	未知なことに触れ、刺激を味わうため	10.0

(単位：%)

60代 女性		
1位	旅先のおいしいものを味わうため	57.7
2位	自然を鑑賞、体験するため	47.7
3位	ストレスからの逃避、リラックスのため	43.2
4位	同行者との絆を深めるため	43.2
5位	思い出を作るため	33.3
6位	予定に縛られない時間を楽しむため	15.3
7位	異文化体験等を通じ自分を成長させるため	13.5
8位	目新しい体験をするため	10.8
9位	旅行には行かない	10.8
10位	自由を味わうため	9.9

(単位：%)

70代 女性		
1位	自然を鑑賞、体験するため	45.7
2位	旅先のおいしいものを味わうため	42.4
3位	ストレスからの逃避、リラックスのため	32.6
4位	旅行には行かない	28.3
5位	同行者との絆を深めるため	26.1
6位	思い出を作るため	23.9
7位	目新しい体験をするため	14.1
8位	異文化体験等を通じ自分を成長させるため	10.9
9位	旅行先の人々との交流等を求めて	10.9
10位	予定に縛られない時間を楽しむため	9.8

資料：(公財) 日本交通公社「JTBF旅行需要調査」

3 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、京都
 行ってみたい旅行先（海外）は、ハワイ、イタリア、アメリカ
 行ってみたい旅行タイプは温泉、自然、グルメ

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

(1) 行ってみたい旅行先

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（い

ずれも法人支出の旅行を除く）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3つまで自由に回答してもらった（表I-4-2）。

その結果、国内では北海道が最も高く19.7%で、初回調査時（1988年）より連続首位を維持している。次いで沖縄県が14.8%となった。京都府や大阪府、東京都といった都市部が続く、これらの3都府で計17.9%となる。

14年の結果と比較すると、大阪（14年6位）、九州地方（同年9位）、特に石川県（同年24位）の順位が上がっている。

海外では、ハワイが15.1%と最も高く、続いてイタリア（8.7%）、アメリカ合衆国本土（8.1%）となった。続いて、フランスやオーストラリア、グアムが続く、海外旅行についても14年の結果と上位に大きな変化は見られなかった。

表I-4-2 行ってみたい旅行先

国内旅行

順位	地域名	構成比 (%)
1位	北海道	19.7
2位	沖縄県	14.8
3位	京都府	7.3
4位	大阪府	5.3
5位	東京都	5.3
6位	九州地方	3.7
7位	石川県	3.4
8位	千葉県	3.3
9位	長野県	2.0
10位	長崎県	2.0
11位	東北地方	1.7
12位	兵庫県	1.6
13位	鹿児島県	1.6
14位	静岡県	1.5
15位	神奈川県	1.5
16位	富山県	1.4
17位	三重県	1.3
18位	大分県	1.2
19位	四国地方	1.2
20位	島根県	1.1
21位	広島県	1.1
22位	福岡県	1.1
23位	和歌山県	1.0
24位	岐阜県	0.9
25位	熊本県	0.9
26位	奈良県	0.9
27位	山口県	0.9
28位	青森県	0.8
29位	栃木県	0.8
30位	新潟県	0.8
小計	(1位～30位)	90.1
合計		100.0

海外旅行

順位	国名/地域名	構成比 (%)
1位	ハワイ	15.1
2位	イタリア	8.7
3位	アメリカ合衆国本土	8.1
4位	フランス	7.8
5位	オーストラリア	6.8
6位	グアム	4.7
7位	イギリス	4.5
8位	大韓民国	4.1
9位	スイス	3.3
10位	台湾	3.1
11位	カナダ	3.0
12位	スペイン	2.9
13位	ドイツ	2.6
14位	タイ	1.8
15位	シンガポール	1.7
16位	ヨーロッパ	1.6
17位	ペルー	1.2
18位	ニュージーランド	1.2
19位	オランダ	1.2
20位	トルコ	1.0
21位	サイパン	1.0
22位	エジプト	1.0
23位	ベトナム	0.9
24位	オーストリア	0.8
25位	マレーシア	0.7
26位	中国	0.6
27位	ブラジル	0.6
28位	フィンランド	0.6
29位	香港	0.5
30位	バリ島	0.5
小計	(1位～30位)	91.4
合計		100.0

資料：(公財)日本交通公社「JTBF旅行需要調査」

②性・年代別行ってみたい旅行先（国内旅行）

表I-4-3では、行ってみたい旅行先について、性・年代別に上位7位までをランキング形式で示している。前に述べた上位5位を詳しく見ると、「北海道」は20代女性、40代男性を除いて、どの層においても1位であった。「沖縄」は、70代男性を除いて、どの層においても1位もしくは2位であった。「京都」もどの層においても安定的に上位にある。「大阪」は、50代女性、60代・

70代を除く世代で上位7位に入っており、特に20代・30代の男女、40代の女性での順位が高い。「東京」は、70代を除く全ての層で上位7位に入っている。

また、その他の地域では、15年に順位が大きく上がった「石川」は、40代から60代までの男性、70代の女性で順位が高い。「東北地域」は、全体では11位であるのに対し、70代男性では2位となっている。

表I-4-3 性・年代別 行ってみたい旅行先

(単位：%)

20代					
順位	男性		順位	女性	
1	北海道	23.4	1	沖縄	21.1
2	沖縄	19.5	2	北海道	17.5
3	東京	10.4	3	大阪	8.4
4	京都	7.1	4	京都	7.8
4	大阪	7.1	5	東京	6.6
6	九州地方	3.9	6	千葉	6.0
7	広島、神奈川	3.2	7	九州地方	3.6

(単位：%)

40代					
順位	男性		順位	女性	
1	沖縄	18.4	1	北海道	20.3
2	北海道	17.6	2	沖縄	19.1
3	京都	8.6	3	大阪	8.3
4	東京	4.9	4	東京	6.2
4	九州地方	4.9	4	京都	6.2
4	石川	4.9	6	九州地方、千葉	3.3
7	千葉、大阪	4.5	6	大阪	3.3

(単位：%)

60代					
順位	男性		順位	女性	
1	北海道	18.2	1	北海道	23.0
2	京都	9.4	2	沖縄	9.0
2	沖縄	9.4	3	九州地方	5.0
4	石川	8.4	4	長野	4.0
5	長野	3.9	4	京都	4.0
5	九州地方	3.9	6	東北地方	3.5
7	東京	3.4	7	東京、長崎、鹿児島、石川	3.0

(単位：%)

30代					
順位	男性		順位	女性	
1	北海道	18.8	1	北海道	24.1
1	沖縄	18.3	2	沖縄	20.0
3	大阪	7.8	3	大阪	8.2
3	東京	7.3	4	千葉	7.3
5	京都	5.5	5	京都	6.8
6	福岡	4.1	6	東京	3.2
7	鹿児島	3.2	7	静岡、石川	2.7

(単位：%)

50代					
順位	男性		順位	女性	
1	北海道	20.2	1	北海道	20.3
2	京都	9.3	2	沖縄	14.3
2	沖縄	9.3	3	京都	9.9
4	東京	4.7	4	兵庫	4.9
4	石川	4.7	5	東京	4.4
6	千葉	4.1	5	九州地方	4.4
7	大阪	3.6	7	長崎	3.8

(単位：%)

70代					
順位	男性		順位	女性	
1	北海道	15.9	1	北海道	16.2
2	東北地方	8.3	2	京都	5.9
2	九州地方	8.3	2	沖縄	5.9
4	京都	5.3	4	栃木	5.1
5	富山	4.5	4	石川	5.1
5	沖縄	4.5	6	九州地方	3.7
7	長野	3.8	6	群馬	3.7

資料：(公財)日本交通公社「JTB旅行需要調査」

(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(いずれも法人支出の旅行を除く)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-4-5)から選んでもらった。表I-4-4は、15年調査結果と、過去5年間隔の平均の結果を示している(ただし、過去の調査では、表I-4-5以外の選択肢を含む)。15年調査結果では、行ってみたい旅行タイプ(複数回答)は、「温泉旅行」(62.8%)を筆頭に、「自然観光」(55.8%)、「グルメ」(51.9%)、「歴史・文化観光」(40.8%)の順で、上位4位については、過去15年間のトレンドと変わらない結果となった。「和風旅館」(34.6%)については、これまでのトレンドと異なり、上昇した。

表I-4-6では、性・年代別に構成比をランキング形式で示している。前に述べたこれらの「行ってみたい旅行タイプ」上位4位について、「温泉旅行」「自然観光」「グルメ」は、どの年代においても男女にかかわらず高い。「歴史文化」は、20代女性、30代男性を除く層で順位が高い。

その他の旅行タイプでは、「テーマパーク」が、20代から40代で男性より女性のほうが高く、年代が上がるにつれて低下する傾向がある。「動物園・水族館」は、女性では20代・30代の比較的若い年代が高いが、男性では子育て世代である30代・40代が高くなっている。「ショッピング」は、女性では20代・30代・50代と幅広い年代で高いが、男性では20代・30代での比較的若い年代で高くなるという傾向が見られる。

表I-4-4 行ってみたいタイプ(複数回答)

2015年			2014-2010年(2013年除く) 平均			2009年-2005年 平均			2004年-2000年 平均		
順位	地域名	(%)	順位	地域名	(%)	順位	地域名	(%)	順位	地域名	(%)
1位	温泉旅行	62.8	1位	温泉旅行	44.5	1位	温泉旅行	46.8	1位	温泉旅行	54.8
2位	自然観光	55.8	2位	自然観光	37.1	2位	自然観光	41.8	2位	自然観光	44.4
3位	グルメ	51.9	3位	グルメ	30.6	3位	グルメ	38.8	3位	グルメ	42.3
4位	歴史・文化観光	40.8	4位	歴史・文化観光	27.4	4位	歴史・文化観光	35.6	4位	歴史・文化観光	39.6
5位	和風旅館	34.6	5位	海浜リゾート	25.6	5位	海浜リゾート	28.0	5位	テーマパーク	36.7
6位	海浜リゾート	33.0	6位	テーマパーク	21.3	6位	テーマパーク	25.7	6位	海浜リゾート	34.7
7位	テーマパーク	33.0	7位	世界遺産巡り	16.8	7位	動物園・水族館	18.9	7位	おしゃべり旅行	30.1
8位	高原リゾート	29.7	8位	町並み散策	16.5	8位	都市観光	18.4	8位	和風旅館	25.6
9位	町並み散策	29.0	9位	都市観光	15.7	9位	高原リゾート	17.9	9位	高原リゾート	25.2
10位	世界遺産巡り	28.1	10位	ショッピング	13.9	10位	おしゃべり旅行	17.5	10位	ショッピング	23.0
11位	リゾートホテル	27.6	11位	高原リゾート	13.5	11位	ショッピング	16.7	11位	都市観光	20.8
12位	おしゃべり旅行	26.6	12位	和風旅館	13.0	12位	町並み散策	16.3	12位	町並み散策	20.2
13位	自然現象鑑賞	26.5	13位	リゾートホテル	12.6	13位	世界遺産巡り	16.1	13位	リゾートホテル	19.0
14位	ショッピング	26.3	14位	動物園・水族館	12.0	14位	和風旅館	15.1	14位	スキー・スノーボード	16.2
15位	動物園・水族館	25.7	15位	おしゃべり旅行	12.0	15位	花の名所巡り	13.1	15位	祭・イベント	15.2
16位	都市観光	24.4	16位	自然現象鑑賞	9.9	16位	秘境ツアー	12.3	16位	動物園・水族館	15.1
17位	花の名所巡り	24.2	17位	祭・イベント	9.8	17位	自然現象鑑賞	12.0	17位	海水浴	14.8
18位	秘境ツアー	21.8	18位	花の名所巡り	9.2	18位	釣り	11.5	18位	自然現象鑑賞	14.4
19位	祭・イベント	20.2	19位	芸術鑑賞	8.3	19位	祭・イベント	11.4	19位	秘境ツアー	14.2
20位	パワースポット	19.3	20位	秘境ツアー	8.1	20位	スキー・スノーボード	11.1	20位	花の名所巡り	12.9
21位	芸術鑑賞	19.1	21位	パワースポット	7.4	21位	リゾートホテル	11.0	21位	マリンスポーツ	12.7
22位	スポーツ観戦	16.3	22位	登山・山歩き	7.3	22位	登山・山歩き	10.8	22位	登山・山歩き	12.2
23位	海水浴	14.8	23位	スキー・スノーボード	6.8	23位	海水浴	10.8	23位	芸術鑑賞	12.1
24位	マリンスポーツ	12.9	24位	スポーツ観戦	6.5	24位	オートキャンプ	10.7	24位	スポーツ観戦	11.7
25位	登山・山歩き	12.8	25位	海水浴	6.4	25位	マリンスポーツ	10.5	25位	釣り	9.1
26位	スキー・スノーボード	12.2	26位	マリンスポーツ	5.9	26位	芸術鑑賞	10.4	26位	クルーズ旅行	9.0
27位	ロングステイ	10.7	27位	ロングステイ	5.8	27位	スポーツ観戦	9.3	27位	オートキャンプ	8.5
28位	武将観光	9.0	28位	武将観光	5.1	28位	ゴルフ	8.8	28位	伝統工芸体験	6.4
29位	産業観光	8.7	29位	産業観光	4.0	29位	伝統工芸体験	7.6	29位	ゴルフ	6.1
30位	ホテルステイ	8.0	30位	ホテルステイ	3.2	30位	ロケ地巡り	7.5	30位	エコツアー	5.4

資料：(公財)日本交通公社「JTBF旅行需要調査」

表I-4-5 行ってみたい旅行タイプ 選択肢一覧 (2015)

	旅行タイプ名	内容		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	19	自然現象鑑賞	珍しい自然現象を見に行く旅行
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	20	秘境ツアー	秘境を訪ねる旅行
3	海浜リゾート	海辺でゆったり過ごす旅行	21	町並み散策	美しい町並みを楽しむ旅行
4	高原リゾート	高原でゆったり過ごす旅行	22	リゾートホテル	リゾートホテルに泊まる旅行
5	都市観光	街や都市で楽しむ旅行	23	和風旅館	落ち着いた和風旅館に泊まる旅行
6	温泉旅行	温泉を楽しむ旅行	24	おしゃべり旅行	仲間や家族と楽しく過ごす旅行 (みるもの、遊ぶものにはこだわらない)
7	祭・イベント	祭やイベントを楽しむ旅行	25	世界遺産巡り	国内外の世界遺産を巡る旅行
8	テーマパーク	テーマパークや遊園地で楽しむ旅行	26	ロングステイ	ロングステイを楽しむ旅行
9	動物園・水族館	動物園や水族館で楽しむ旅行	27	パワースポット	神秘的な力・エネルギーの宿場所を訪れる旅行
10	グルメ	おいしいものを食べる旅行	28	ホテルステイ	ホテルや旅館内での滞在そのものを主目的とした旅行
11	スキー・スノーボード	スキー・スノーボードを楽しむ旅行	29	環境にやさしい旅行	旅行中に排出したCO ₂ を減らすための料金負担など、環境に配慮した旅行
12	マリンスポーツ	マリンスポーツを楽しむ旅行	30	エコツアー	自然を楽しみながら、自然や文化、環境などに対する理解を深める旅行
13	登山・山歩き	登山や山歩きを楽しむ旅行	31	農業体験	農山漁村などの環境やふるさと体験を楽しむ旅行
14	海水浴	海水浴を楽しむ旅行	32	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
15	ショッピング	ショッピングを楽しむ旅行	33	産業遺産観光	鉱山や紡績場などかつて栄えた産業跡を訪ねる旅行
16	芸術鑑賞	演劇、音楽、展覧会等を楽しむ旅行	34	武将観光	戦国武将にまつわる名所・旧跡を訪れる旅行
17	スポーツ観戦	スポーツ観戦を楽しむ旅行	35	ジオツアーリズム	地質や地形など地球科学的な現象に対する理解を深める旅行
18	花の名所巡り	桜やハーブなどの花の名所を訪ねる旅行	36	アニメツアーリズム	アニメやマンガに関連する場所や施設、イベントを楽しむ旅行

資料：(公財) 日本交通公社「JTBF旅行需要調査」

表I-4-6 性・年代別 行ってみたい旅行タイプ

順位	20代 (単位：%)			
	男性		女性	
1位	グルメ	52.6	グルメ	74.0
2位	自然観光	50.0	温泉旅行	68.5
3位	温泉旅行	40.8	テーマパーク	65.8
4位	海浜リゾート	39.5	ショッピング	58.9
5位	スポーツ観戦	35.5	海浜リゾート	57.5
6位	テーマパーク	32.9	自然観光	54.8
7位	歴史・文化観光	31.6	動物園・水族館	52.1
8位	都市観光	28.9	リゾートホテル	50.7
9位	ショッピング	28.9	祭・イベント	46.6
10位	リゾートホテル	28.9	和風旅館	45.2

順位	30代 (単位：%)			
	男性		女性	
温泉旅行		59.8	温泉旅行	71.1
自然観光		53.6	自然観光	61.9
グルメ		53.6	グルメ	57.7
海浜リゾート		44.3	テーマパーク	56.7
テーマパーク		41.2	ショッピング	49.5
動物園・水族館		33.0	海浜リゾート	48.5
都市観光		30.9	動物園・水族館	46.4
海水浴		30.9	世界遺産巡り	44.3
ショッピング		30.9	歴史・文化観光	42.3
リゾートホテル		29.9	高原リゾート	42.3

順位	40代 (単位：%)			
	男性		女性	
1位	温泉旅行	66.1	温泉旅行	74.3
2位	自然観光	54.1	グルメ	64.8
3位	グルメ	50.5	自然観光	53.3
4位	テーマパーク	45.9	テーマパーク	49.5
5位	歴史・文化観光	44.0	歴史・文化観光	42.9
6位	海浜リゾート	39.4	おしゃべり旅行	41.9
7位	高原リゾート	37.6	海浜リゾート	39.0
8位	動物園・水族館	32.1	和風旅館	38.1
9位	和風旅館	32.1	町並み散策	37.1
10位	リゾートホテル	31.2	世界遺産巡り	35.2

順位	50代 (単位：%)			
	男性		女性	
温泉旅行		64.1	自然観光	71.1
自然観光		62.0	温泉旅行	65.6
グルメ		48.9	グルメ	61.1
和風旅館		42.4	歴史・文化観光	55.6
歴史・文化観光		41.3	花の名所巡り	47.8
海浜リゾート		39.1	おしゃべり旅行	44.4
高原リゾート		37.0	海浜リゾート	40.0
リゾートホテル		32.6	高原リゾート	40.0
自然現象鑑賞		30.4	ショッピング	40.0
テーマパーク		29.3	和風旅館	37.8

順位	60代 (単位：%)			
	男性		女性	
1位	温泉旅行	70.8	温泉旅行	69.4
2位	自然観光	61.3	自然観光	55.9
3位	歴史・文化観光	53.8	グルメ	51.4
4位	グルメ	47.2	歴史・文化観光	46.8
5位	町並み散策	36.8	おしゃべり旅行	41.4
6位	和風旅館	35.8	花の名所巡り	36.0
7位	世界遺産巡り	27.4	町並み散策	36.0
8位	自然現象鑑賞	26.4	和風旅館	34.2
9位	高原リゾート	25.5	高原リゾート	26.1
10位	花の名所巡り	25.5	自然現象鑑賞	26.1

順位	70代 (単位：%)			
	男性		女性	
自然観光		60.0	温泉旅行	55.4
温泉旅行		55.0	自然観光	43.5
歴史・文化観光		40.0	和風旅館	38.0
グルメ		27.5	グルメ	37.0
花の名所巡り		26.3	花の名所巡り	35.9
自然現象鑑賞		26.3	町並み散策	30.4
和風旅館		22.5	歴史・文化観光	28.3
町並み散策		18.8	おしゃべり旅行	27.2
秘境ツアー		17.5	高原リゾート	19.6
世界遺産巡り		17.5	芸術鑑賞	18.5

資料：(公財) 日本交通公社「JTBF旅行需要調査」

4 旅行の阻害要因

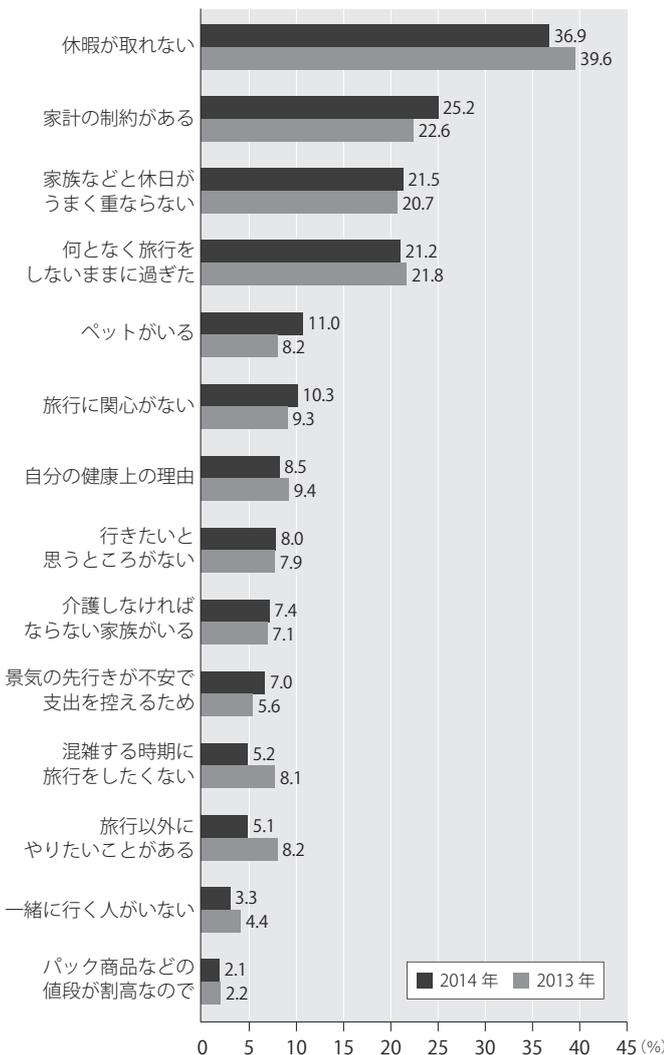
旅行の阻害要因は「休暇が取れない」「家計の制約」

「14年1月～12月中に国内または海外旅行（いずれも法人支出の旅行を除く）に行かなかった人」に「行かなかった」理由についてあらかじめ用意した選択肢から選んでもらった。

その結果、「休暇が取れない」が36.9%と最も多く、これに「家計の制約がある」（25.2%）、「家族などと休日がうまく重ならない」（21.5%）、「何となく旅行をしないままに過ぎた」（21.1%）が続き、例年と大きく変わりはなかった（図I-4-11）。

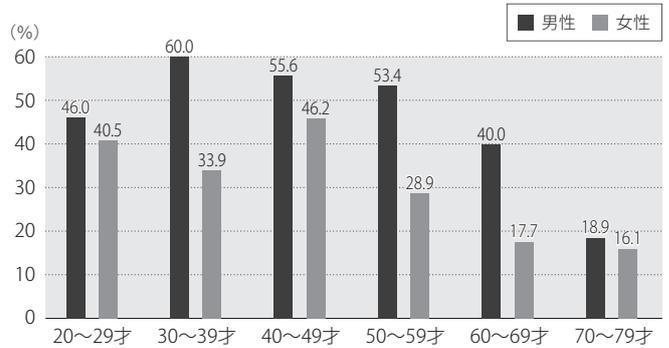
前に述べた旅行の阻害要因上位4位について、性・年代別に詳しく見ると、「休暇が取れない」は、どの年代においても上位を占めており（表I-4-7）、特に30代から50代の男性で高い（図I-4-12）。「家計の制約がある」は、どの年代においても男性よりも女性の方が高く、特に40代女性が高い（図I-4-13）。「家族との休日がうまく重ならない」は、40代女性、50代男性が高い（図I-4-14）。「何となく旅行をしないままに過ぎた」は、20代男性・女性、60代男性、70代男性でやや高い（図I-4-15）。

図I-4-11 旅行の阻害要因

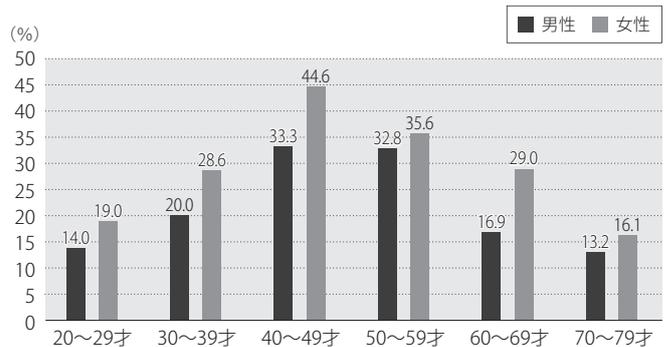


その他の項目を性・年代別のランキング（表I-4-7）で見ると、「ペットがいる」「介護しなければならない家族がいる」といった自宅を離れられない項目については、女性が高くなる傾向が見られる。「自分の健康上の理由」は、70代の男性・女性において上位となり、大きな阻害要因となっている。「旅行に関心がない」は、男性において高い傾向が見られる。

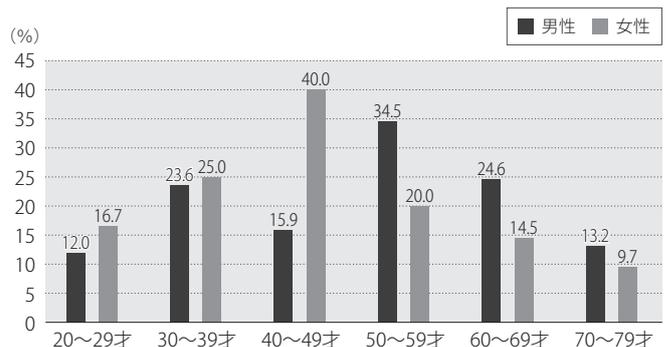
図I-4-12 休暇が取れない



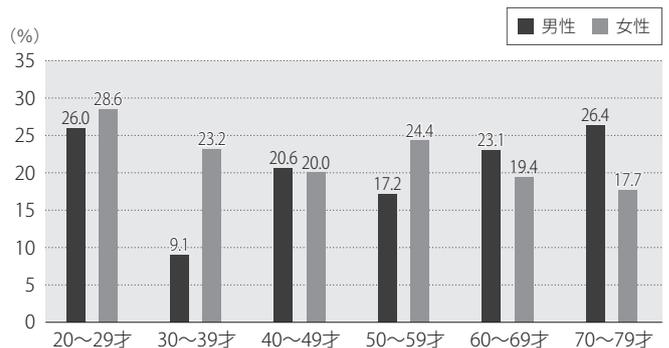
図I-4-13 家計の制約がある



図I-4-14 家族などと休日がうまく重ならない



図I-4-15 何となく旅行をしないままに過ぎた



資料：(公財)日本交通公社「JTBF旅行需要調査」

「景気の先行きが不安で支出を控えるため」は、働く世代である30代から50代で選択率が高い。全体では13位の「一緒に行

く人がいない」は、20代の男性・女性で高くなる傾向が見られる。
(伊豆菜津美)

表I-4-7 性・年代別 旅行の阻害要因

(単位：%)

20代 男性		
1位	休暇が取れない	46.0
2位	何となく旅行をしないままに過ぎた	26.0
3位	旅行に関心がない	22.0
4位	家計の制約がある	14.0
5位	家族などと休日がうまく重ならない	12.0
5位	行きたいと思うところがない	12.0
7位	一緒に行く人がいない	6.0

(単位：%)

30代 男性		
1位	休暇が取れない	60.0
2位	家族などと休日がうまく重ならない	23.6
3位	家計の制約がある	20.0
4位	何となく旅行をしないままに過ぎた	9.1
4位	旅行に関心がない	9.1
6位	行きたいと思うところがない、ペットがいる	7.3
6位	景気の先行きが不安で支出を控えるため	7.3

(単位：%)

40代 男性		
1位	休暇が取れない	55.6
2位	家計の制約がある	33.3
3位	何となく旅行をしないままに過ぎた	20.6
4位	家族などと休日がうまく重ならない	15.9
5位	旅行に関心がない	12.7
5位	行きたいと思うところがない	12.7
7位	景気の先行きが不安で支出を控えるため	9.5

(単位：%)

50代 男性		
1位	休暇が取れない	53.4
2位	家族などと休日がうまく重ならない	34.5
3位	家計の制約がある	32.8
4位	旅行に関心がない	20.7
5位	何となく旅行をしないままに過ぎた	17.2
5位	景気の先行きが不安で支出を控えるため	17.2
7位	ペットがいる	13.8

(単位：%)

60代 男性		
1位	休暇が取れない	40.0
2位	家族などと休日がうまく重ならない	24.6
3位	何となく旅行をしないままに過ぎた	23.1
4位	家計の制約がある	16.9
5位	旅行以外にやりたいことがある	13.8
6位	ペットがいる	10.8
6位	介護しなければならない家族がいる	10.8

(単位：%)

70代 男性		
1位	何となく旅行をしないままに過ぎた	26.4
1位	自分の健康上の理由	26.4
3位	休暇が取れない	18.9
3位	旅行に関心がない	18.9
5位	家族などと休日がうまく重ならない	13.2
5位	家計の制約がある	13.2
5位	行きたいと思うところがない	13.2

(単位：%)

20代 女性		
1位	休暇が取れない	40.5
2位	何となく旅行をしないままに過ぎた	28.6
3位	家計の制約がある	19.0
4位	家族などと休日がうまく重ならない	16.7
5位	ペットがいる	11.9
6位	一緒に行く人がいない	9.5
7位	バック商品などの値段が割高なので	7.1

(単位：%)

30代 女性		
1位	休暇が取れない	33.9
2位	家計の制約がある	28.6
3位	家族などと休日がうまく重ならない	25.0
4位	何となく旅行をしないままに過ぎた	23.2
5位	ペットがいる	8.9
6位	混雑する時期に旅行をしたくない	7.1
6位	旅行に関心がない	7.1

(単位：%)

40代 女性		
1位	休暇が取れない	46.2
2位	家計の制約がある	44.6
3位	家族などと休日がうまく重ならない	40.0
4位	何となく旅行をしないままに過ぎた	20.0
4位	ペットがいる	20.0
6位	景気の先行きが不安で支出を控えるため	9.2
6位	介護しなければならない家族がいる	9.2

(単位：%)

50代 女性		
1位	家計の制約がある	35.6
2位	休暇が取れない	28.9
3位	何となく旅行をしないままに過ぎた	24.4
4位	家族などと休日がうまく重ならない	20.0
4位	ペットがいる	20.0
6位	介護しなければならない家族がいる	17.8
7位	景気の先行きが不安で支出を控えるため、行きたいと思うところがない	8.9

(単位：%)

60代 女性		
1位	家計の制約がある	29.0
2位	介護しなければならない家族がいる	21.0
3位	何となく旅行をしないままに過ぎた	19.4
4位	休暇が取れない	17.7
5位	家族などと休日がうまく重ならない	14.5
6位	自分の健康上の理由	11.3
7位	ペットがいる、行きたいと思うところがない、旅行に関心がない	9.7

(単位：%)

70代 女性		
1位	自分の健康上の理由	33.9
2位	何となく旅行をしないままに過ぎた	17.7
2位	家計の制約がある	17.7
4位	ペットがいる	16.1
4位	休暇が取れない	16.1
6位	介護しなければならない家族がいる	9.7
6位	家族などと休日がうまく重ならない	9.7

資料：(公財)日本交通公社「JTBF旅行需要調査」

Ⅱ 訪日外国人の旅行市場

1	訪日外国人旅行市場の概況	70
2	市場別動向	72
3	訪日旅行に対する意識	82
4	着地側の動向	86
5	団体旅行商品の訪問地	94

II 訪日外国人の旅行市場

1 訪日外国人旅行市場の概況

2014年は過去最高の1,341万人を記録
訪日外国人旅行消費額は2兆円を突破

日本政府観光局(JNTO)によると、14年の訪日外客数は過去最高となる1,341万人を記録した(図II-1-1)。過去最高を更新した主な要因としては、①数年来の円安基調、②東南アジアを中心として相次いで打ち出されたビザ発給要件緩和・免除策、③航空座席供給量の増加、④尖閣諸島問題以降減少が続いていた中国人旅行者数の回復、などが挙げられる。

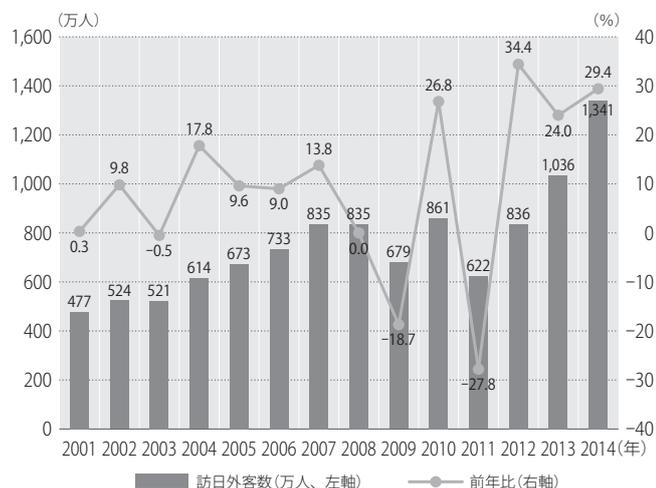
発地側から見ると、主要国・地域全てで前年を上回り、過去最高を記録した国・地域が目立った(表II-2-4)。特に伸びが顕著なのは中国と東南アジアで、なかでも中国は前年比83.3%、フィリピンは70.0%増の伸びを示した。

着地側から見ると、外国人旅行者の大幅な増加は全国的にプラスに働いた。そのなかでも注目すべき地域として北海道、近畿、四国、沖縄の4地域は入国港別の外国人入国者数が前年比3割を超えた。延べ宿泊者数で見ても沖縄の伸びが目立つほか、延べ宿泊者数の多い3都府県の中では大阪府の伸び率が高かった。

14年における訪日外国人の旅行支出は前年比10.6%増の1人当たり平均151,174円と推計された(図II-2-5)。全ての四半期で前年同期を上回っており、旅行支出は右肩上がりの傾向を示している。

旅行支出を大きく押し上げた要因の一つとして、14年10月の消費税免税制度改正が挙げられる。実際、14年10～12月期、15年1～3月期の買物代は、前年同期から大幅増となっている

図II-1-1 訪日外客数の推移



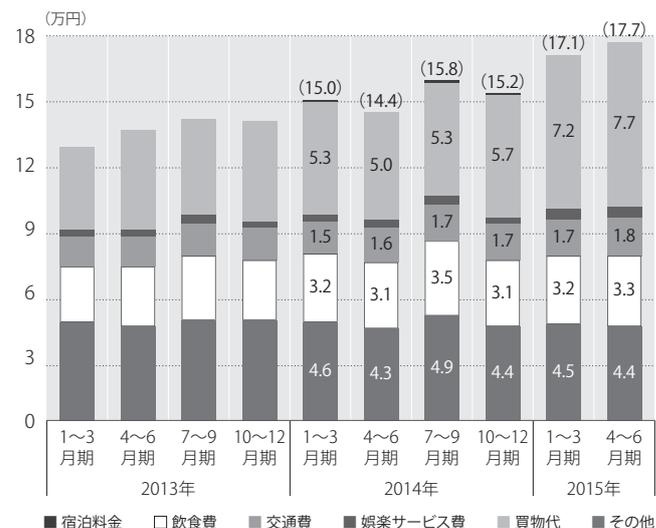
(図II-1-2)。14年10～12月期の免税実施率を見ると(図II-1-3)、従来の対象品目の免税実施率は改正前後ではほぼ変化がなく、新たに対象となった品目の免税の実施が上乗せされて免税実施率が大きく上昇したことから、制度改正の効果がうかがえる。

旅行支出の増加および旅行者数の増加に伴って、訪日外国人旅行消費額は過去最高の2兆278億円、前年比43.1%増を記録した(図II-1-4)。

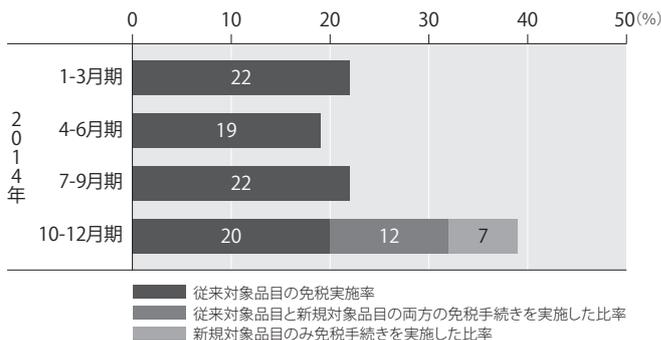
その結果、14年度の旅行収支は2,099億円のプラスで、1959年度以来、55年ぶりに黒字に転化した(財務省「国際収支状況(速報)」)。

過去最高の旅行者数を記録したことで、初訪日の割合は13年の35.2%から14年は37.6%と増加、人数にすると約505万人に上ると推計される(図II-1-5)。一方、訪日回数が2回以上のリピーターは13年の672万人から836万人に増加したと推計さ

図II-1-2 1人当たり旅行支出の推移



図II-1-3 消費税免税制度改正前後の免税実施率の比較



れ、訪日外国人旅行市場はマーケットの規模が拡大しつつリピーターが増えるという状況になっている。

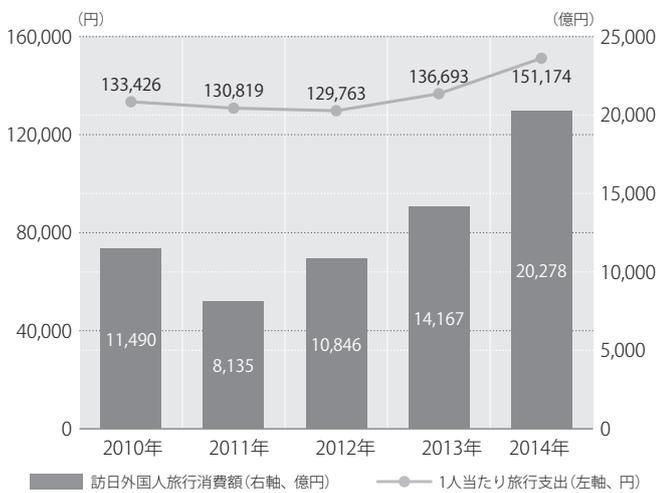
リピーターの増加に伴い、自分で航空券と宿泊を個別に手配して訪れるFIT (Foreign Independent Tour 航空券や宿泊施設を個別に手配する旅行) も増加傾向にある。14年は初訪日客も増加したため、ツアー利用で訪れた外国人も多く、約457万人に上ると推計されるが、個別手配利用者はツアー利用者を大きく上回る884万人に上ると推計される(図II-1-6)。

15年に入っても旅行者数増加の勢いは衰えを見せない。15年1~6月は全ての月で過去最高を更新、上半期の旅行者数はすでに914万人を突破し、久保成人観光庁長官(当時)は25年の訪日外客数は1,800万人前後となるとの見通しを示した(表II-2-4)。

政府が15年6月に決定した「観光立国実現に向けたアクション・プログラム 2015」では20年をめどとしていた2,000万人の達成を早期に実現する姿勢を打ち出したことから、今後は一層の市場の拡大が期待されるが、不安要素もある。

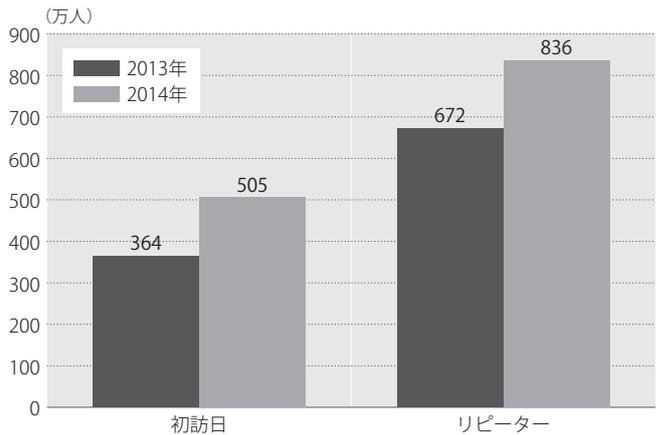
一つはギリシャの債務危機、中国の株取引停止といった経済不安が発地側に与える影響が挙げられる。14年から15年にかけて、ロシアではウクライナ情勢に伴う経済制裁の影響から旅行者数、旅行支出の減少が起こっているが、それと同様にギリシャ、中国およびその周辺国で旅行者数、旅行支出に影響が出る可能性がある。

図II-1-4 訪日外国人旅行消費額の推移

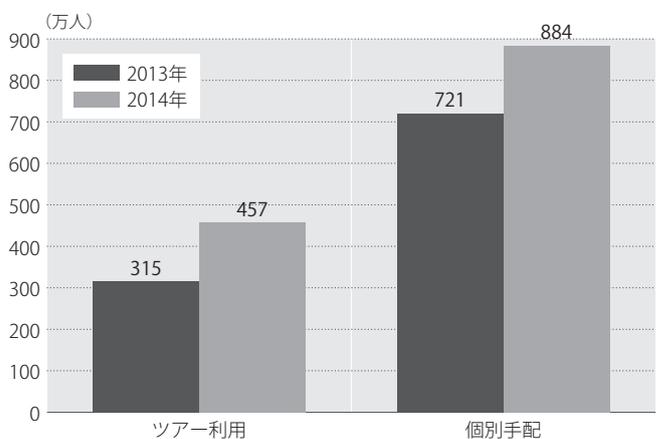


もう一つは受け入れ側の供給不足だ。東京、大阪などの人気の旅行先では、大規模な宿泊施設を中心に客室稼働率が高く推移しており、予約が取りにくい状況となっている。一方で、地方や小規模の宿泊施設には十分な余裕があり、偏りが生じている。今後、より多くの旅行者受け入れのためには現在のゴールデンルートや大都市およびその近郊だけではなく、地方での受け入れが重要となる。

図II-1-5 訪日回数別旅行者数変化



図II-1-6 旅行形態別旅行者数変化



2 市場別動向

主要国・地域全てが前年比プラスを記録
中国が前年比83.3%増で初の200万人の大台を突破

(1) 世界の旅行動向

世界観光機関（UNWTO）の発表によると、2014年の全世界の国際観光客到着数（日帰りは除く）は前年比4.3%増の11億3,300万人回を記録し、過去最高を記録した（表II-2-2）。アジア太平洋地域への到着数は全体の23.2%で、ヨーロッパに次いで2番目のシェアを占める。なかでも北東アジアは12.0%とアジア太平洋地域で最大のシェアを占めており、伸び率もトップだった。

出発側から見ても、アジア太平洋地域はヨーロッパに次いで2番目となっており、全体の23.7%を占める（表II-2-3）。前年比ではアメリカ地域に次いで高い伸び率を示しており、出発側、到着側ともにマーケットが拡大していることがうかがえる。

国際旅行支出額が最も多いのは中国で、12年以降1位の座についている（表II-2-1）。ロシアは2014年は前年比13.7%とプラスとなっているが、伸び率は2013年に比べ大幅に低下しており、順位も英国に抜かれ5位となった。

10位以下で2桁の伸びを示した国・地域の中にはスペイン、インド、台湾、フィリピン、タイなどが含まれる。

表II-2-1 国際旅行支出額上位10カ国・地域

順位	出発国・地域	国際旅行支出額 (USDル、10億円)		前年比 (自国通貨) (%)		一人当たり 支出額 (USDル)
		2013	2014*	13/12	14*/13	2014*
1位	中国	128.6	164.9	23.8	27.1	121
2位	米国	104.1	110.8	3.8	6.4	347
3位	ドイツ	91.4	92.2	5.7	0.9	1,137
4位	英国	52.7	57.6	3.5	3.8	893
5位	ロシア	53.5	50.4	28.9	13.7	351
6位	フランス	42.9	47.8	3.9	11.3	747
7位	カナダ	35.2	33.8	3.2	3.3	951
8位	イタリア	27.0	28.8	▲1.0	6.9	481
9位	豪州	28.6	26.3	9.4	▲1.7	1,114
10位	ブラジル	25.0	25.6	24.1	11.7	126

(注) 2014* : 暫定値 (2015年5月現在)

資料 : UNWTO 『Tourism Highlights 2015 Edition』

表II-2-2 国際観光客到着数 (到着地域別)

	国際観光客到着数 (百万人回)				シェア (%)	前年比 (%)			
	2005	2010	2013	2014*		12/11	13/12	14*/13	
世界全体	809	949	1,087	1,133	100	4.2	4.6	4.3	
到着地域	ヨーロッパ	453.0	488.9	566.4	581.8	51.4	3.9	4.9	2.7
	アジア太平洋	154.0	205.4	249.8	263.3	23.2	6.9	6.8	5.4
	北東アジア	85.9	111.5	127.0	136.3	12.0	6.0	3.4	7.3
	南東アジア	49.0	70.5	94.3	96.7	8.5	8.7	11.3	2.6
	オセアニア	10.9	11.4	12.5	13.2	1.2	4.2	4.6	5.7
	南アジア	8.1	12.0	16.0	17.1	1.5	5.9	11.4	6.8
	アメリカ	133.3	150.1	167.5	181.0	16.0	4.5	3.1	8.0
	アフリカ	34.8	49.5	54.4	55.7	4.9	4.8	4.7	2.4
中東	33.7	54.7	48.4	51.0	4.5	▲5.3	▲3.1	5.4	

(注) 2014* : 暫定値 (2015年5月現在)

資料 : UNWTO 『Tourism Highlights 2015 Edition』

表II-2-3 国際観光客到着数 (出発地域別)

	出発地域別国際観光客到着数 (百万人回)				シェア (%)	前年比 (%)		
	2005	2010	2013	2014*		13/12	14*/13	
世界全体	809	949	1,087	1,133	100	4.6	4.3	
出発地域	ヨーロッパ	452.2	497.4	559.8	575.0	50.8	4.1	2.7
	アジア太平洋	152.9	206.0	253.5	267.9	23.7	7.0	5.7
	アメリカ	136.7	156.3	176.4	189.2	16.7	3.1	7.2
	中東	21.0	33.3	35.2	37.0	3.3	11.1	5.2
	アフリカ	19.3	28.1	32.1	33.2	2.9	2.3	3.4
不明	26.7	27.3	29.6	30.4	2.7	—	—	

(注) 2014* : 暫定値 (2015年5月現在)

資料 : UNWTO 『Tourism Highlights 2015 Edition』

(2) 市場別動向

過去最高の訪日客数を更新した14年を市場別に見ると、主要全18カ国・地域全てで前年プラスとなった(表Ⅱ-2-4)。さらに、英国とロシアを除いた16カ国・地域で過去最高の訪日客数を記録した。

国・地域別で最も旅行者数が多かったのは台湾で、次いで韓国、中国、香港、米国、タイと続いた。これまでは韓国が長年にわたり最大のシェアを占めてきたが、14年4月の旅客船セウォル号沈没事故などが影響して上期は低迷が続いた。年間を通じて順調に旅行者数を伸ばした台湾が1998年以来16年ぶりに首位に返り咲いた。

韓国も下期は回復に転じ、年間で見ると前年比12.2%増で2位となった。中国は12～13年にかけては尖閣諸島問題などで停滞が続いていたが、14年は訪日旅行控えからの反動増が見られたほか、航空便の新規就航などが相次ぎ、前年比83.3%の大幅増となり、初めて200万人の大台を突破、台湾と韓国に迫る勢いを示した。

15年に入っても訪日外国人旅行市場の勢いは継続している。中東呼吸器症候群(MERS)の感染拡大で訪日韓国人旅行者数の減少が懸念されたが、15年6月時点ではさほど大きな影響は見られていない。一方で、韓国を訪れる外国人は大幅に減

少しており、韓国から日本への旅行先の振り替えが起こったことも好調の背景にあると見られる。

東南アジアの成長も目覚ましい。特にここ数年でビザ免除・発給要件緩和策が相次いだタイ、マレーシア、フィリピン、ベトナムは著しい成長が続いている。なかでも14年9月に数次ビザの発給要件緩和となった3カ国のうち、フィリピン、ベトナムはそれぞれ前年比70.0%増、47.1%増と大幅な伸びを示している。特にフィリピンからこれまで最も多くの旅行者数が訪れたのは04～05年であったが、当時は興行目的での訪日が多くを占めていたのに対し、現在は観光目的で訪れる旅行者の割合が多くを占めており、市場の構造は大きく変化した。

同時期に数次ビザの発給要件緩和となった3カ国の中でインドネシアはルピア安が影を落としてフィリピン、ベトナムほどの伸びは見せなかったものの、2桁増で増加の兆しを見せている。

15年に入っても勢いは継続しており、引き続き東南アジアに注目が集まっている。欧米やオーストラリアなどアジア以外も好調に推移している。

唯一、主要国・地域の中でプラス幅が1桁にとどまったロシアは、ルーブル安やロシア経済の低迷が影を落としている。低迷は15年に入っても継続しており、14年12月以降のロシア人旅行者数は前年割れが続いている。

表Ⅱ-2-4 訪日外客数の推移(国・地域別)

(単位:万人)

(単位:%)

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015 上期	2014/ 2013年比	15上期/ 14上期比	
訪日外客数全体	672.8	733.4	834.7	835.1	679.0	③861.1	621.9	835.8	②1036.4	①1341.3	914.0	29.4	46.0	
東 ア ジ ア	台湾	127.5	130.9	138.5	139.0	102.4	126.8	99.4	③146.6	②221.1	①283.0	179.3	28.0	28.9
	韓国	174.7	211.7	②260.1	238.2	158.7	244.0	165.8	204.3	③245.6	①275.5	181.9	12.2	42.6
	中国	65.3	81.2	94.2	100.0	100.6	③141.3	104.3	②142.5	131.4	①240.9	217.9	83.3	116.3
	香港	29.9	35.2	43.2	③55.0	45.0	50.9	36.5	48.2	②74.6	①92.6	69.2	24.1	64.2
東 南 ア ジ ア	タイ	12.0	12.6	16.7	19.2	17.8	21.5	14.5	③26.1	②45.4	①65.8	42.4	45.0	28.1
	マレーシア	7.8	8.6	10.1	10.6	9.0	11.5	8.2	③13.0	②17.7	①25.0	13.4	41.4	15.0
	シンガポール	9.4	11.6	15.2	16.8	14.5	③18.1	11.1	14.2	②18.9	①22.8	13.0	20.4	32.7
	フィリピン	②14.0	9.6	9.0	8.2	7.1	7.7	6.3	8.5	③10.8	①18.4	13.9	70.0	50.9
	インドネシア	5.9	6.0	6.4	6.7	6.4	8.1	6.2	③10.1	②13.7	①15.9	9.7	16.0	28.3
	ベトナム	2.2	2.6	3.2	3.5	3.4	4.2	4.1	③5.5	②8.4	①12.4	9.4	47.1	58.4
欧 米 ・ そ の 他	インド	5.9	6.3	6.8	6.7	5.9	6.7	5.9	③6.9	②7.5	①8.8	5.1	17.1	17.6
	米国	②82.2	③81.7	81.6	76.8	70.0	72.7	56.6	71.7	79.9	①89.2	50.7	11.6	13.6
	カナダ	15.0	15.7	③16.6	②16.8	15.3	15.3	10.1	13.5	15.3	①18.3	11.1	19.7	28.4
	英国	②22.2	21.6	①22.2	20.7	18.1	18.4	14.0	17.4	19.2	③22.0	12.2	14.7	16.8
	フランス	11.1	11.8	13.8	14.8	14.1	③15.1	9.5	13.0	②15.5	①17.9	10.1	15.3	22.7
	ドイツ	11.8	11.5	③12.5	②12.6	11.1	12.4	8.1	10.9	12.2	①14.0	7.7	15.2	15.3
	ロシア	6.4	6.1	②6.4	①6.6	4.7	5.1	3.4	5.0	6.1	③6.4	2.6	5.9	▲17.5
	オーストラリア	20.6	19.5	22.3	③24.2	21.2	22.6	16.3	20.6	②24.5	①30.3	19.0	23.8	22.3
	その他	49.0	49.3	56.0	58.6	53.8	58.7	41.5	57.7	68.7	82.3	45.6	19.8	21.4

(注) ①②③は2005～2014年の中で旅行者数が多い年の順位を示す。
2015上期の値は暫定値

資料: 日本政府観光局(JNTO)

訪日外国人旅行消費額が最も多いのは中国で、次いで台湾、韓国、米国、香港の順となっている(表II-2-5)。特に中国の1人当たり旅行支出額は東アジア地域の中で突出しており、旅行者数も大幅に増加したことから、旅行消費額は5,000億円を突破、市場全体の約1/4のシェアを占めた。なかでも買物代は他の国・地域と大きな開きを見せていることから、14年10月の消費税免税制度改正の効果が消費を促進したものと見られる。

また、近年旅行者数の増加が目立つ東南アジアは旅行消費額でも存在感を強めている。タイ、マレーシア、シンガポールを合わせた東南アジア3カ国の旅行消費額は前年比46.9%増の1,678億円に上り、14年は米国の旅行消費額1,475億円を抜く規模にまで拡大した。

一方、ロシアは主要国・地域の中でも1人当たりの旅行支出

がベトナム、中国、オーストラリアに次いで高い水準にあるが、14年は経済の低迷が支出にも影を落としたのか、1人当たりの旅行支出は前年を下回った。

買物に着目し、費目別の購入率および購入者単価を見ると、14年10月の消費税免税制度改正で新たに対象品目となった費目が上位5位のうち、1位、2位、4位、5位を占めている(表II-2-6)。

全ての国・地域中最も購入率が高い「菓子類」は、アジアで特に人気が高い傾向にある。2位の「その他食料品・飲料・酒・たばこ」は欧米で高い傾向がある。3位の「服(和服以外)・かばん・靴」は香港が最も高い購入率となっている。4位の「化粧品・香水」の購入率は中国が突出して高い。5位の「医薬品・健康グッズ・トイレタリー」は、台湾、中国、香港で購入率が高い傾向にある。

表II-2-5 費目別旅行支出額および訪日外国人旅行消費額(国・地域別、2014年)

(単位:円/人)

(単位:億円)

国籍・地域	旅行支出 総額	宿泊料金	飲食費	交通費	娯楽 サービス費	買物代	その他	訪日外国人 旅行消費額
全国籍・地域	151,174	45,471	32,140	16,259	3,464	53,278	564	20,278
韓国	75,852	24,820	19,147	9,112	2,371	20,137	265	2,090
台湾	125,248	37,021	25,267	12,568	3,598	46,501	292	3,544
香港	147,958	45,937	31,747	15,361	3,181	51,584	148	1,370
中国	231,753	44,661	39,483	15,668	2,812	127,443	1,687	5,583
タイ	146,029	40,803	28,358	14,899	5,494	56,133	341	960
シンガポール	155,792	52,619	38,897	15,555	2,984	45,485	252	355
マレーシア	145,466	46,990	28,105	18,422	3,642	47,500	805	363
インドネシア	119,884	37,301	21,840	18,582	3,673	37,563	924	190
フィリピン	105,284	30,986	26,866	11,284	2,134	34,011	4	194
ベトナム	237,688	63,739	54,361	23,725	5,596	88,814	1,452	295
インド	167,530	62,668	47,536	26,225	2,178	28,884	40	147
英国	187,239	81,094	46,360	28,562	3,793	27,087	341	412
ドイツ	148,774	65,762	33,884	24,577	3,422	21,095	33	209
フランス	194,685	77,827	45,677	33,052	4,864	33,233	32	348
ロシア	201,588	68,779	40,296	20,544	8,884	63,056	28	129
米国	165,281	71,783	42,343	24,481	3,564	22,905	306	1,475
カナダ	170,599	71,496	40,963	24,902	4,334	28,748	155	312
オーストラリア	227,823	93,484	52,308	33,755	7,614	39,082	1,580	690
その他	195,795	73,255	50,652	28,763	4,782	38,193	150	1,611

資料:観光庁『訪日外国人消費動向調査26年次報告書』

表II-2-6 費目別購入率および購入者単価(主要国・地域別)

全国籍 購入率 順位	費目	全国籍・地域		韓国		台湾		香港		中国		米国		タイ	
		購入率 (%)	購入者 単価(円)												
1位	菓子類	63.6	9,779	70.2	5,342	75.3	10,122	64.2	10,527	76.5	13,345	32.1	6,186	72.9	16,623
2位	その他食料品・飲料・酒・たばこ	51.7	11,464	51.3	7,094	53.1	8,722	51.2	11,504	54.9	15,025	46.3	13,881	44.9	14,135
3位	服(和服以外)・かばん・靴	37.2	32,343	24.2	18,675	43.3	24,058	59.5	34,159	44.5	55,397	20.0	18,062	43.6	35,804
4位	化粧品・香水	31.9	22,312	24.7	9,577	31.9	14,162	37.0	14,432	62.8	37,315	5.0	10,995	49.7	19,353
5位	医薬品・健康グッズ・トイレタリー	31.8	18,341	19.2	9,098	61.3	16,883	43.2	10,955	50.2	29,283	5.3	6,628	14.5	10,181
6位	和服(着物)・民芸品	14.0	12,538	6.0	5,559	10.8	9,313	12.2	18,406	11.5	14,228	26.4	16,461	12.6	15,138
7位	電気製品	13.5	40,942	3.5	25,528	11.8	29,450	8.8	18,016	36.7	55,985	5.1	17,819	9.9	15,038
8位	マンガ・アニメ・キャラクター関連商品	12.0	10,967	9.8	8,488	14.6	10,729	16.0	10,886	13.7	12,757	9.9	8,275	9.3	13,530

(注) 太字は2014年10月の消費税免税制度改正で新たに対象品目となった費目

資料:観光庁『訪日外国人消費動向調査26年次報告書』

(3) 主要国・地域の動向

①台湾

台湾人出国者数は年々増加傾向が続いており、14年は1,184万人に上った(表II-2-8)。過去5年間の方面別旅行先の第1位は中国が占めている(表II-2-9)。日本は、10年は中国、香港に次いで3位であり、11年は東日本大震災の影響で旅行者数が大きく減少したものの、方面別で3位を維持していた。その後、日本を訪れる台湾人旅行者数は大幅に増加し続け、13年には香港を抜いて2位にランクアップ、14年は1位の中国との差を縮める勢いで増加を続けている。

14年は訪日台湾人の観光レジャー比率は81.3%と前年より2.1%アップとなっている。また、訪日2回目以上のリピーター比率は76.7%に上り、前年よりわずかに増加した(表II-2-7)。

旅行形態を見ると、台湾人旅行者はツアー利用率が高い傾向にあり、14年も半数超をツアー利用が占める。

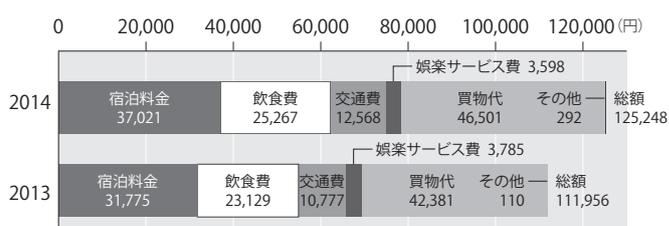
訪日台湾人旅行者の1人当たりの旅行支出は前年より13,292円増の125,248円に上る(図II-2-1)。特に宿泊料金、買物代の増加が目立つ。

表II-2-7 訪日台湾人の旅行動向

	2013	2014	前年比
訪日台湾人旅行者数(万人)	221	283	28.0%
平均泊数(泊)	6.4	6.8	0.4
観光レジャー比率	79.2%	81.3%	2.1%
リピーター率	76.3%	76.7%	0.4%
ツアー利用率*1	51.9%	54.1%	—

資料：観光庁『訪日外国人消費動向調査25年、26年次報告書』
(*1) ツアー利用率は全体から個別手配を除いた比率、2013年と2014年では設問形式が異なる

図II-2-1 訪日台湾人の1人当たりの旅行支出



資料：観光庁『訪日外国人消費動向調査25年、26年次報告書』

表II-2-8 台湾基本情報

	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2020
①人口(万人)*1	2,277	2,316	2,323	2,332	2,337	2,343	2,349	2,380
②台湾人出国者数(万人)*2	821	942	958	1,024	1,105	1,184	—	—
③出国率(%) (②÷①)	36.0	40.6	41.3	43.9	47.3	50.5	—	—
④訪日台湾人旅行者数(万人)*3	127.5	126.8	99.4	146.6	221.1	283.0	—	—
⑤出国者に占める訪日旅行者比率(④÷②)	15.5	13.5	10.4	14.3	20.0	23.9	—	—
⑥為替レート(円/台湾ドル)*1,*4	3.4	2.8	2.7	2.7	3.3	3.5	3.9	—
⑦GDP成長率(%)*1	5.4	10.6	3.8	2.1	2.2	3.7	3.8	4.2
⑧1人当たりGDP(米ドル)*1	16,503	19,262	20,912	21,270	21,874	22,598	22,464	32,607
⑨中間所得層比率(%)*5	81.4	79.0	74.3	73.9	—	—	—	—
⑩高所得層比率(%)*5	41.4	45.3	51.5	52.0	—	—	—	—

(注1) 斜体は推計値、(注2) ⑥為替レートの2015年の数値は2015年1～6月の平均値

資料：IMF(*1)、台湾交通部観光局(*2)、JNTO(*3)、FRB(*4)、Euromonitor(*5)

表II-2-9 方面別台湾人旅行者数

	2010			2011			2012			2013			2014		
	国・地域	人数(万人)	前年比(%)												
1位	中国	242.4	59.9	中国	284.7	17.4	中国	313.9	10.3	中国	307.2	▲2.1	中国	326.7	6.3
2位	香港	230.9	2.1	香港	215.7	▲6.6	香港	202.1	▲6.3	日本	234.6	50.4	日本	297.2	26.7
3位	日本	137.8	23.7	日本	113.6	▲17.5	日本	156.0	37.3	香港	203.9	0.9	香港	201.8	▲1.0
4位	マカオ	66.8	▲9.7	マカオ	58.8	▲12.0	韓国	53.3	25.9	韓国	51.9	▲2.7	韓国	62.7	20.9
5位	米国	43.6	5.0	韓国	42.3	4.2	マカオ	52.7	▲10.3	マカオ	51.5	▲2.3	マカオ	49.3	▲4.2

(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

②韓国

韓国人出国者数は年々増加傾向にあり、14年の出国率は31.9%に上る(表II-2-12)。方面別で見ると、中国を訪れる韓国人旅行者数は12年、13年と減少傾向にある。一方で、日本や台湾、フィリピン、タイといった国・地域への訪問者数は大きく増加しており、訪問先の傾向に変化が見られる(表II-2-11)。

訪日旅行市場においては、主要国・地域の中で最大のシェアを占めていた韓国であったが、14年4月の旅客船セウォル号沈没事故などが影響し、14年上期は前年割れとなった。14年後半は徐々に回復し、上期の低迷が響いたことで年間を通じては台湾を下回ったものの、過去最高を記録した(表II-2-4)。

訪日韓国人の平均泊数は主要市場の中で最も短く6.0泊で、13年よりさらに0.5泊短くなった。訪日韓国人の訪日目的は親族訪問およびビジネス比率が比較的高く、観光レジャー比率は低い傾向にあったが、14年は13年に比べ6.4%アップし、62.3%となった(表II-2-10)。

訪日回数が2回目以上のリピーター率は香港、台湾に次いで3番目に高い傾向にあるが、14年は前年比1.1%増の71.9%となり、さらに多くのリピーターが日本を訪れた(表II-2-10)。

訪日韓国人旅行者は個別手配で訪れる比率が高い傾向にあり、14年のツアー利用率は27.2%にとどまっている(表II-2-10)。

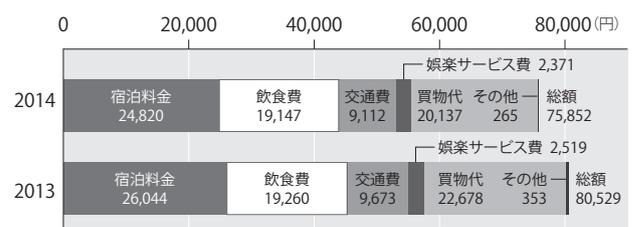
訪日韓国人旅行者の1人当たり旅行支出額は主要国・地域中最も低い7.6万円である(図II-2-2)。3日以内の短期滞在が37.5%を占めることから旅行支出は低い。1人当たりの旅行支出額が低いため、旅行消費額は中国、台湾に次ぎ3番目となっている(表II-2-5)。

表II-2-10 訪日韓国人の旅行動向

	2013	2014	前年比
訪日韓国人旅行者数(万人)	246	276	12.2%
平均泊数(泊)	6.5	6.0	▲0.5
観光レジャー比率	56.0%	62.3%	6.4%
リピーター率	70.8%	71.9%	1.1%
ツアー利用率*1	32.9%	27.2%	—

資料：観光庁『訪日外国人消費動向調査25年、26年次報告書』
(*1) ツアー利用率は全体から個別手配を除いた比率、2013年と2014年では設問形式が異なる

図II-2-2 訪日韓国人の1人当たりの旅行支出



資料：観光庁『訪日外国人消費動向調査25年、26年次報告書』

表II-2-11 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	2010	2011	2012	2013
日本	NFV	244.0	165.8	204.3	245.6
台湾	RFV	21.7	24.3	25.9	35.1
中国	NFV	407.6	418.5	407.0	396.9
香港	RFV	89.1	102.1	107.8	108.4
フィリピン	RFT	74.1	92.5	103.1	116.6
ベトナム	RFV	49.6	53.6	70.1	74.9
カンボジア	RFT	29.0	34.3	41.1	43.5
タイ	NFT	80.5	100.6	116.4	129.5
マレーシア	NFV	26.4	26.3	28.4	27.5
シンガポール	RFV	36.1	41.5	44.5	47.2
インドネシア	RFT	27.5	30.6	31.2	32.5

資料：日本政府観光局(JNTO)『日本の国際観光統計(2013)』
(注) [N]国籍別統計、[R]居住地別統計、
[F]国境到着者数/[V]日帰りを含む旅行者数、[T]宿泊を伴った旅行者数

表II-2-12 韓国基本情報

	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2020
①人口(万人)*1	4,814	4,941	4,978	5,000	5,022	5,042	5,064	5,174
②韓国人出国者数(万人)*2	1,008	1,249	1,269	1,374	1,485	1,608	—	—
③出国率(%) (②÷①)	20.9	25.3	25.5	27.5	29.6	31.9	—	—
④訪日韓国人旅行者数(万人)*3	174.7	244.0	165.8	204.3	245.6	275.5	—	—
⑤出国者に占める訪日旅行者比率(④÷②)	17.3	19.5	13.1	14.9	16.5	17.1	—	—
⑥為替レート(100円/ウォン)*1	10.8	7.6	7.2	7.1	8.9	10.0	10.9	—
⑦GDP成長率(%) *1	3.9	6.5	3.7	2.3	3.0	3.3	3.3	3.7
⑧1人当たりGDP(米ドル)*1	18,658	22,151	24,156	24,454	25,975	28,101	28,338	38,880
⑨中間所得層(5,000~35,000米ドル)比率(%) *4	87.9	87.0	84.0	83.6	—	—	—	—
⑩高所得層(35,000米ドル以上)比率(%) *4	33.8	35.4	41.0	41.7	—	—	—	—

(注1) 斜体は推計値、(注2) ⑥為替レートの2015年の数値は2015年1~6月の平均値

資料：IMF(*1)、KTO(*2)、JNTO(*3)、Euromonitor(*4)

③中国

中国人出国者数は、14年はついに1億人を突破した(表2-14)。大きく旅行者数を伸ばす中で、低迷が続いていた訪日中国人旅行者数も14年は大幅に増加し、初めて200万人を突破した。方面別に日本の位置づけを見ると、10年は香港、マカオに次ぐ3番目に人気の旅行先だったが、東日本大震災の影響で11年は5位にランクを落とした(表II-2-15)。その後、旅行者数は回復したが、12年は順位は6位に、13年は7位にダウンした。

日本が順位を落とす中、中国人旅行者が新たに目を向けたのは韓国、台湾、タイといった、同じアジアの国・地域である。いずれも中国人に対し相次いでビザ発給要件緩和などの措置を講じたことで大幅に中国人の訪日を促進した。

訪日中国人旅行者数は尖閣諸島問題で一時低迷していたが、14年は前年比83.3%増と回復した(表II-2-13)。航空路線の拡大もあり、15年1～6月はそれを上回る前年同期比116.3%増とさらに勢いを増しており、主要国・地域中トップの位置に躍り出た(表II-2-4)。

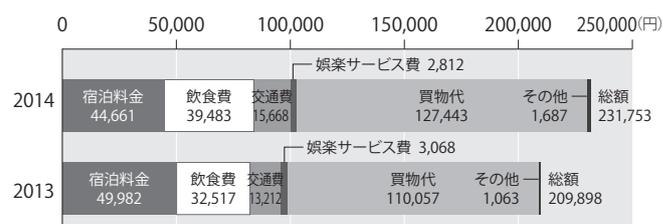
訪日中国人旅行者の1人当たりの旅行支出は主要国・地域の中ではベトナムに次いで2番目に高い231,753円に上る(表II-2-5)。特に買物費が突出して高く、全体の55.0%を占めている。中国人の旅行消費額は主要国・地域中最も多い5,583億円に上り、全体の約1/4のシェアを占める。

表II-2-13 訪日中国人の旅行動向

	2013	2014	前年比
訪日中国人旅行者数(万人)	131	241	83.3%
平均泊数(泊)	19.8	18.6	▲1.2
観光レジャー比率	39.9%	55.1%	15.2%
リピーター率	50.9%	44.2%	▲6.7%
ツアー利用率*1	29.9%	44.1%	—

資料：観光庁『訪日外国人消費動向調査25年、26年次報告書』
(*1) ツアー利用率は全体から個別手配を除いた比率、2013年と2014年では設問形式が異なる

図II-2-3 訪日中国人の1人当たりの旅行支出



資料：観光庁『訪日外国人消費動向調査25年、26年次報告書』

表II-2-14 中国基本情報

	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2020
①人口(万人)*1	130,756	134,091	134,735	135,404	136,072	136,782	137,496	141,121
②中国人出国者数(万人)*2	3,055	5,739	7,025	8,318	9,819	11,664	—	—
③出国率(%) (②÷①)	2.3	4.3	5.2	6.1	7.2	8.5	—	—
④訪日中国人旅行者数(万人)*3	65.3	141.3	104.3	142.5	131.4	240.9	—	—
⑤出国者に占める訪日旅行者比率(④÷②)	2.1	2.5	1.5	1.7	1.3	2.1	—	—
⑥為替レート(円/人民元)*1	13.5	13.0	12.3	12.6	15.8	17.2	19.6	—
⑦GDP成長率(%) *1	11.3	10.4	9.3	7.8	7.8	7.4	6.8	6.3
⑧1人当たりGDP(米ドル)*1	1,749	4,437	5,429	6,194	6,959	7,589	8,154	11,449
⑨中間所得層(5,000～35,000米ドル)比率(%) *4	17.2	49.8	57.4	61.7	—	—	—	—
⑩高所得層(35,000米ドル以上)比率(%) *4	0.5	2.5	3.5	4.3	—	—	—	—

(注1) 斜体は推計値、⑥為替レートの2015年の数値は2015年1～6月の平均値

資料：IMF(*1)、中国国家旅游局(*2)、JNTO(*3)、Euromonitor(*4)

表II-2-15 方面別中国人旅行者数

2010				2011				2012				2013			
	国・地域	人数(万人)	前年比(%)												
1位	香港	2,309.9	23.7	1位	香港	2,832.1	22.6	1位	香港	3,495.6	23.4	1位	香港	4,030.3	15.3
2位	マカオ	1,611.2	6.5	2位	マカオ	1,976.5	22.7	2位	マカオ	2,150.3	8.8	2位	マカオ	2,523.9	17.4
3位	日本	196.9	26.8	3位	韓国	236.8	20.3	3位	韓国	299.5	26.5	3位	韓国	425.3	42.0
4位	韓国	196.9	33.5	4位	台湾	184.5	11.0	4位	台湾	263.0	42.6	4位	タイ	401.0	78.7
5位	台湾	166.2	68.6	5位	日本	162.8	▲17.3	5位	タイ	224.5	47.4	5位	台湾	291.9	11.0
								6位	日本	196.2	20.5	7位	日本	183.5	▲6.5

(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：中国国家旅游局『中国旅游業統計公報』

④米国

米国人出国者数は08年のリーマン・ショック以降、減少が続いていたが、11年に底を打って以降は上昇に転じ、14年はリーマン・ショック前を上回る水準まで回復した。方面別旅行先ではメキシコ、カナダが10年以降トップの座を占めている(表II-2-17・18)。アジアでは、10年の時点では日本は中国に次いで2位であった。11年はインド、香港に抜かれ4位に下がったが、12年は香港を抜いて3位となった。依然2位のインドとの差は大きい。

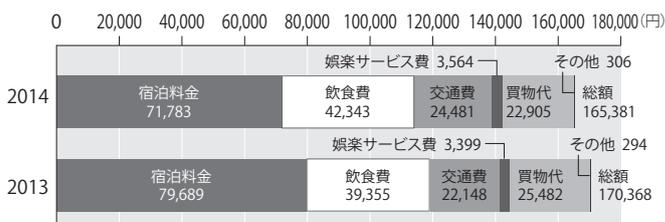
訪日米国人旅行者数は、05年に過去最高の82.2万人を記録して以降、07年までは80万人台で推移してきたが、08年のリーマン・ショックを機に80万人割れが続いた(表II-2-4)。12年以降は上昇に転じ、14年は7年ぶりに80万人台へ復帰、過去最高を記録した。米国の旅行消費額は1,475億円で、こちらも旅行者数の増加に伴い、10年調査開始以降最高となった(表II-2-5)。

表II-2-16 訪日米国人の旅行動向

	2013	2014	前年比
訪日米国人旅行者数(万人)	80	89	11.6%
平均泊数(泊)	15.3	13.8	▲1.6
観光レジャー比率	28.4%	31.9%	3.6%
リピーター率	56.1%	56.0%	▲0.1%
ツアー利用率*1	7.3%	9.7%	—

資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査25年、26年次報告書」
(*1) ツアー利用率は全体から個別手配を除いた比率。2013年と2014年では設問形式が異なる

図II-2-4 訪日米国人の1人当たり旅行支出



資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査25年、26年次報告書」

表II-2-17 米国基本情報

	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2020
①人口(万人)*1	29,612	30,976	31,208	31,440	31,674	31,905	32,124	33,219
②米国人出国者数(万人)*2	3,837	3,735	3,601	3,787	3,900	4,112	—	—
③出国率(%) (②÷①)	13.0	12.1	11.5	12.0	12.3	12.9	—	—
④訪日米国人旅行者数(万人)*3	82.2	72.7	56.6	71.7	79.9	89.2	—	—
⑤出国者に占める訪日旅行者比率(④÷②)	2.1	1.9	1.6	1.9	2.0	2.2	—	—
⑥為替レート(円/米ドル)*1	110.2	87.8	79.8	79.8	97.7	105.6	120.3	—
⑦GDP成長率(%) *1	3.3	2.5	1.6	2.3	2.2	2.4	3.1	2.0
⑧1人当たりGDP(米ドル)*1	44,218	48,309	49,725	51,409	52,939	54,597	56,421	67,697
⑨中間所得層(5,000~35,000米ドル)比率(%) *4	44.3	39.0	38.7	37.9	—	—	—	—
⑩高所得層(35,000米ドル以上)比率(%) *4	69.6	73.8	73.9	74.5	—	—	—	—

資料：IMF (*1)、U.S. Department of Commerce, International Trade Administration (*2)、JNTO (*3)、Euromonitor (*4)
(注1) 斜体は推計値、(注2) ⑥為替レートの2015年の数値は2015年1~6月の平均値

表II-2-18 方面別米国人旅行者数

2010				2011				2012				2013			
順位	国・地域	人数(万人)	前年比(%)												
1位	メキシコ(空路のみ)	538.0	2	1位	メキシコ(空路のみ)	553.7	3	1位	メキシコ(空路のみ)	577.2	4	1位	メキシコ(空路のみ)	621.9	8
2位	カナダ(空路のみ)	346.5	6	2位	カナダ(空路のみ)	345.1	0	2位	カナダ(空路のみ)	359.6	4	2位	カナダ(空路のみ)	377.0	5
3位	英国	236.6	▲13	3位	英国	240.5	2	3位	英国	253.7	5	3位	英国	264.0	4
4位	ドミニカ共和国	179.6	23	4位	フランス	175.6	1	4位	ドミニカ共和国	225.2	34	4位	フランス	200.2	▲1
5位	フランス	173.9	▲9	5位	イタリア	170.2	▲2	5位	フランス	202.4	15	5位	イタリア	179.9	▲7
	イタリア		▲6										ジャマイカ		19
10位	日本	119.7	▲21	17位	日本	59.5	▲50	12位	日本	85.5	44	11位	日本	81.2	▲5

アジア

2010				2011				2012				2013			
順位	国・地域	人数(万人)	前年比(%)	順位	国・地域	人数(万人)	前年比(%)	順位	国・地域	人数(万人)	前年比(%)	順位	国・地域	人数(万人)	前年比(%)
1位	中国	125.4	6	1位	中国	110.8	▲12	1位	中国	114.0	3	1位	中国	113.2	▲1
2位	日本	119.7	▲21	2位	インド	94.6	23	2位	インド	94.1	▲1	2位	インド	104.5	11
3位	インド	77.0	▲27	3位	香港	67.6	▲5	3位	日本	85.5	44	3位	日本	81.2	▲5
4位	香港	71.3	▲10	4位	日本	59.5	▲50	4位	香港	62.7	▲7	4位	韓国	58.0	7
5位	韓国	59.9	▲10	5位	台湾	51.3	0	5位	フィリピン	59.9	17	5位	フィリピン	58.0	▲3
					フィリピン		39								

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

⑤香港

香港人出国者数は年々増加が続いている(表Ⅱ-2-21)。その大半を中国が占めているが、13年は中国を訪れる香港人旅行者数は減少した。一方で、台湾やタイなどへの旅行者数がここ数年増加傾向にある(表Ⅱ-2-20)。

訪日香港人旅行者数も順調に増加しており、2014年は過去最高の92.6万人に上った(表Ⅱ-2-21)。

訪日香港人旅行者の特徴としては観光レジャー比率が高いこと、またリピーター比率が高いことが挙げられる(表Ⅱ-2-19)。14年はさらにその傾向が強まり、観光レジャー比率は前年比0.6%増の88.5%に上った。訪日2回目以上のリピーター率は主要国・地域中最高に傾向にあり、14年は前年を1.3%上回る82.2%となり、ほぼリピーターが占める結果となった。

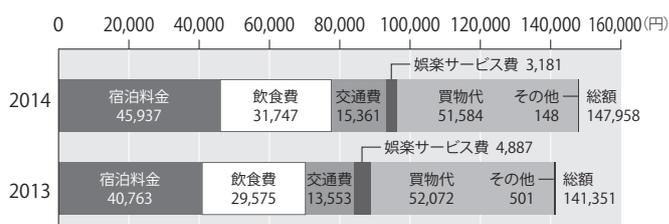
訪日香港人旅行者の1人当たりの旅行支出は147,958円に上り、東アジアでは中国に次いで高い水準となっている(図Ⅱ-2-5)。13年と比較して宿泊料金の増加が目立つ。訪日香港人旅行者で人気が高いのは「服(和服以外)・かばん・靴」で主要国・地域中最高、購入率は59.5%に上る(表Ⅱ-2-6)。

表Ⅱ-2-19 訪日香港人の旅行動向

	2013	2014	前年比
訪日香港人旅行者数(万人)	75	93	24.1%
平均泊数(泊)	5.9	5.7	▲0.2
観光レジャー比率	87.9%	88.5%	0.6%
リピーター率	81.0%	82.2%	1.3%
ツアー利用率*1	44.8%	51.7%	—

資料：観光庁『訪日外国人消費動向調査25年、26年年次報告書』
(*1) ツアー利用率は全体から個別手配を除いた比率、2013年と2014年では設問形式が異なる

図Ⅱ-2-5 訪日香港人の1人当たりの旅行支出



資料：観光庁『訪日外国人消費動向調査25年、26年年次報告書』

表Ⅱ-2-20 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	2010	2011	2012	2013
日本	NFV	50.9	36.5	48.2	74.6
韓国	NFV	22.9	28.1	36.0	40.0
台湾	RFV	79.4	81.8	101.6	118.3
中国	NFV	7,932.2	7,935.8	7,871.3	7,688.5
フィリピン	RFT	13.4	11.2	11.9	12.6
ベトナム	RFV	—	—	1.3	1.0
カンボジア	RFT	0.4	0.5	0.8	0.9
タイ	NFT	31.6	41.2	47.4	58.8
マレーシア	NFV	—	—	—	—
シンガポール	RFV	38.8	46.4	47.2	54.0
インドネシア	RFT	7.8	8.7	9.1	8.7

資料：日本政府観光局(JNTO)『日本の国際観光統計(2013)』
(注) [N]国籍別統計、[R]居住地別統計、
[F]国境到着者数/[V]日帰りを含む旅行者数、[T]宿泊を伴った旅行者数

表Ⅱ-2-21 香港基本情報

	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2020
①人口(万人)*1	684	705	711	718	722	726	731	752
②香港人出国者数(万人)*2	7,230	8,444	8,482	8,528	—	—	—	—
③出国率(%) (②÷①)	1057.3	1197.4	1192.6	1188.0	—	—	—	—
④訪日香港人旅行者数(万人)*3	29.9	50.9	36.5	48.2	74.6	92.6	—	—
⑤出国者に占める訪日旅行者比率(④÷②)	0.4	0.6	0.4	0.6	—	—	—	—
⑥為替レート(円/香港ドル)*1,*4	14.2	11.3	10.2	10.3	12.6	13.6	15.5	—
⑦GDP成長率(%)*1	7.4	6.8	4.8	1.7	2.9	2.3	2.8	3.5
⑧1人当たりGDP(米ドル)*1	26,554	32,421	34,941	36,589	38,060	39,871	42,437	58,182
⑨中間所得層(5,000~35,000米ドル)比率(%)*5	59.0	51.7	47.8	45.6	—	—	—	—
⑩高所得層(35,000米ドル以上)比率(%)*5	58.2	64.7	68.1	69.7	—	—	—	—

資料：IMF(*1)、UNWTO(*2)、JNTO(*3)、FRB(*4)、Euromonitor(*5)
(注1) 斜体は推計値、(注2) ②香港人出国者数は日帰りを含んでいない、(注3) ⑥為替レートの2015年の数値は2015年1~6月の平均値

⑥タイ

タイ人出国者数は経済成長に伴い、年々拡大している。11年は大規模な洪水の影響で微減となったものの、12年には回復傾向を見せた(表II-2-24)。

タイ人出国者数の増加率以上に訪日タイ人旅行者数は大きく伸びている。方面別の旅行者数の推移を見ても日本の伸び率が目立っている(表II-2-23)。

旅行者数の増加は、12年の数次ビザの発給開始、翌13年7月のビザ免除の効果が大きい。13年は前年比74.0%増で、主要国・地域の中で増加率トップであった。14年、15年上期も引き続き増加傾向は継続しており、日本の存在感が増している(表II-2-4)。

旅行者の増加に伴い、14年はリピーター率が前年比1.6%減の58.7%であり、初訪日客が多く訪れたことがうかがえる(表II-2-22)。インセンティブツアーや展示会・見本市、国際会議、研修などの目的で訪日する傾向が比較的高い傾向にあるタイ人旅行者であるが、14年は観光レジャー比率が増加し、前年比10.2%増の67.9%に上った(表II-2-22)。

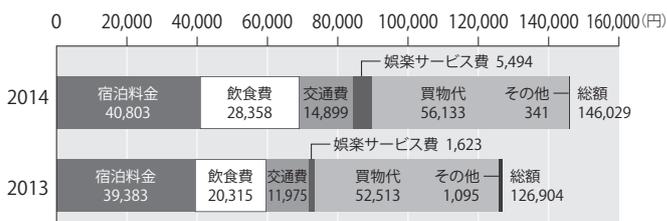
訪日タイ人旅行者の1人当たりの旅行支出は146,029円で、13年の126,904円から大きく伸ばした(図II-2-6)。特に目立つのは買物代で、アジアの中では中国、ベトナムに次いで3番目に多い結果となった(表II-2-5)。特に人気なのは「菓子類」で、購入率は72.9%に上る(表II-2-6)。

表II-2-22 訪日タイ人の旅行動向

	2013	2014	前年比
訪日タイ人旅行者数(万人)	45	66	45.0%
平均泊数(泊)	10.3	11.5	1.2
観光レジャー比率	57.7%	67.9%	10.2%
リピーター率	60.3%	58.7%	▲1.6%
ツアー利用率*1	26.5%	31.8%	—

資料：観光庁『訪日外国人消費動向調査25年、26年次報告書』
(*1) ツアー利用率は全体から個別手配を除いた比率。2013年と2014年では設問形式が異なる

図II-2-6 訪日タイ人の1人当たりの旅行支出



資料：観光庁『訪日外国人消費動向調査25年、26年次報告書』

表II-2-23 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	2010	2011	2012	2013
日本	NFV	21.5	14.5	26.1	45.4
韓国	NFV	26.1	30.9	38.7	37.3
台湾	RFV	9.3	10.3	9.8	10.4
中国	NFV	63.6	60.8	64.8	65.2
香港	RFV	45.0	48.0	50.2	53.5
フィリピン	RFT	3.7	3.8	4.1	4.8
ベトナム	RFV	22.3	18.2	22.6	26.9
カンボジア	RFT	9.6	11.7	20.1	22.1
マレーシア	NFV	145.9	144.2	126.3	115.6
シンガポール	RFV	43.0	47.3	47.8	49.7
インドネシア	RFT	12.4	14.2	15.0	10.1

資料：日本政府観光局(JNTO)『日本の国際観光統計(2013)』
(注) [N]国籍別統計、[R]居住地別統計/[F]国境到着者数/
[V]日帰りを含む旅行者数、[T]宿泊を伴った旅行者数

表II-2-24 タイ基本情報

	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2020
①人口(万人)*1	6,515	6,734	6,764	6,796	6,830	6,866	6,884	6,931
②タイ人出国者数(万人)*2	305	545	540	572	—	—	—	—
③出国率(%) (②÷①)	4.7	8.1	8.0	8.4	—	—	—	—
④訪日タイ人旅行者数(万人)*2	12.0	21.5	14.5	26.1	45.4	65.8	—	—
⑤出国者に占める訪日旅行者比率(④÷②)	3.9	3.9	2.7	4.6	—	—	—	—
⑥為替レート(円/パーツ)*1	2.7	2.8	2.6	2.6	3.2	3.3	3.7	—
⑦GDP成長率(%)*1	4.6	7.8	0.1	6.5	2.9	0.7	3.7	3.8
⑧1人当たりGDP(米ドル)*1	2,707	4,736	5,111	5,385	5,670	5,445	5,612	7,271
⑨中間所得層(5,000~35,000米ドル)比率(%)*3	41.2	63.4	66.4	68.2	—	—	—	—
⑩高所得層(35,000米ドル以上)比率(%)*3	1.3	3.2	3.6	3.9	—	—	—	—

(注1) 斜体は推計値、(注2) ②タイ人出国者数は日帰りを含まない、(注2) ⑥為替レートの2015年の数値は2015年1~6月の平均値

資料：IMF(*1)、JNTO(*2)、Euromonitor(*3)

(4) 注目国・地域の動向

2014年、前述の主要6カ国・地域以外で訪日旅行者数の伸びで目立ったのは、フィリピン、ベトナムでそれぞれ前年比70.0%増、47.1%増と大きく旅行者を伸ばした(表II-2-4)。成長の背景には13年7月の数次ビザ発給開始、14年9月のビザ発給要件緩和の効果が大きい。ビザ発給数から見ても、中国に次いで短期滞在ビザ発給数が多かったのはフィリピンで、前年比で見ても74.1%増と大幅な伸びを示した。次いでインドネシア、インド、ベトナムと続いている(表II-2-25)。伸び率で見るとベトナムはフィリピンに次いで高い伸び率を示している。

成長の要因としてはビザ発給要件緩和以外に市場自体の経済成長が挙げられる。一般的に海外旅行者数は中間所得層比率の増加と比例的に伸びる傾向があり、目安として1人当たりのGDPが3千USドルを超える国・地域は、中間所得層の消費が期待できるといわれているが、フィリピンは2015年にその目安を超える見通しであり(表II-2-26)、中間所得層の拡大が訪日旅行を強く後押ししていると見られる。

ベトナムはフィリピンと比較するとビザ発給総数に占める短期滞在ビザの比率が低く、留学と技能実習のビザ取得が多い。ベトナムの1人当たりGDPが3千USドルを超えるのは20年の見通しであり、観光目的での訪日が増えるにはまだ少し時間を要すると見られる。

フィリピン、ベトナムに先駆けて12年9月に数次ビザ発給開始となったインドネシアは、12年以降ルピア安が続いていたことからフィリピン、ベトナムほどの伸びを示してこなかったものの、

1人当たりGDPは10年にはすでに3千USドルを超えており、GDP成長率も高い見通しとなっていることから、今後に期待が持たれる。

最近ビザ発給要件緩和策が採られた、あるいは予定されている国・地域の中でアラブ首長国連邦(13年10月数次ビザ発給開始)、ブラジル(15年6月同開始)、モンゴル(15年8月同開始)は、いずれも1人当たりGDPが15年の時点で3千USドルを超えていると見られ、これらの地域からのさらなる訪日が予想される。

(相澤美穂子)

表II-2-25 短期滞在ビザ発給数
(14年の発給数が5,000件以上の国・地域のみ)

	2013年	2014年	前年比
全体	1,553.4	2,528.8	62.8
中国	867.8	1,938.8	123.4
フィリピン	81.5	141.8	74.1
インドネシア	109.6	128.6	17.4
インド	49.4	59.0	19.4
ベトナム	36.2	55.5	53.4
ロシア	51.0	52.7	3.3
ブラジル	23.2	27.4	18.2
タイ	174.8	12.3	▲93.0
モンゴル	10.1	11.5	14.0
ミャンマー	5.1	7.7	51.7
スリランカ	7.0	7.2	2.8
南アフリカ	4.2	5.3	26.4

資料：外務省「平成25年、26年ビザ(査証)発給統計」

表II-2-26 最近ビザ発給要件緩和策が講じられた国・地域の訪日旅行者数、1人当たりGDP、GDP成長率の推移

	2005	2010	2013	2014	2015	2020	
フィリピン	訪日旅行者数(人)	139,572	77,377	108,351	184,204	—	
	1人当たりGDP(USドル)	1,209	2,155	2,791	2,865	3,037	4,554
	GDP成長率(%)	4.8	7.6	7.2	6.1	6.7	6.0
インドネシア	訪日旅行者数(人)	58,974	80,632	136,797	158,739	—	—
	1人当たりGDP(USドル)	1,404	3,178	3,680	3,534	3,511	4,772
	GDP成長率(%)	5.7	6.4	5.6	5.0	5.2	6.0
ベトナム	訪日旅行者数(人)	22,138	41,862	84,469	124,266	—	—
	1人当たりGDP(USドル)	700	1,297	1,902	2,053	2,233	3,226
	GDP成長率(%)	7.5	6.4	5.4	6.0	6.0	6.0
カンボジア	訪日旅行者数(人)	2,423	3,189	4,842	—	—	—
	1人当たりGDP(USドル)	471	782	1,018	1,081	1,146	1,637
	GDP成長率(%)	13.3	6.0	7.4	7.0	7.2	7.3
ラオス	訪日旅行者数(人)	1,542	2,209	3,243	—	—	—
	1人当たりGDP(USドル)	469	1,070	1,594	1,693	1,816	2,521
	GDP成長率(%)	6.8	8.1	8.0	7.4	7.3	7.3
ミャンマー	訪日旅行者数(人)	3,639	5,095	9,533	—	—	—
	1人当たりGDP(USドル)	288	998	1,113	1,221	1,334	2,380
	GDP成長率(%)	13.6	5.3	8.3	7.7	8.3	7.5
モンゴル	訪日旅行者数(人)	7,453	9,940	15,038	—	—	—
	1人当たりGDP(USドル)	1,150	2,608	4,353	4,096	4,195	5,645
	GDP成長率(%)	6.2	20.9	11.6	7.8	4.4	9.2
アラブ首長国連邦	訪日旅行者数(人)	641	2,175	2,892	—	—	—
	1人当たりGDP(USドル)	43,989	34,612	44,552	43,180	37,962	45,341
	GDP成長率(%)	4.9	1.6	5.2	3.6	3.2	4.1
ブラジル	訪日旅行者数(人)	17,201	21,393	27,105	32,310	—	—
	1人当たりGDP(USドル)	4,818	11,301	11,894	11,604	9,312	11,102
	GDP成長率(%)	3.1	7.6	2.7	0.1	▲1.0	2.5

(注) 斜体は推計値

資料：日本政府観光局(UNTO)「訪日外客数」「日本の国際観光統計2009年、2013年」、IMF

3 訪日旅行に対する意識
 今後旅行したい国・地域は日本がトップ
 地方観光地へ訪問意向を示した比率は約9割に上る

当財団（JTBF）と日本政策投資銀行（DBJ）は共同で、アジア8か国・地域を対象に調査（「DBJ・JTBFアジア8地域・訪日外国人旅行者の意向調査（平成27年版）」）を実施した。ここでは調査結果の一部を紹介する。調査の概要および回答者属性は表II-3-1のとおり。

まず、8地域の訪日経験について見ると、最も訪日経験率が高いのは香港で75.0%に上る。次いで台湾、中国、韓国と続いている。東南アジアではタイが48.2%と最も高く、次いでシンガ

ポール、インドネシア、マレーシアの順となっている（図II-3-1）。さらに訪日回数別に見ると、香港は訪日経験者のうち約4分の3が訪日回数2回以上のリピーターが占めている。台湾もリピーターが多く、訪日経験者の約3分の2がリピーターである。韓国も2回以上のリピーターが約6割である。一方で、中国、タイ、マレーシア、インドネシアはリピーターより訪日回数1回目の方が多くを占めている。

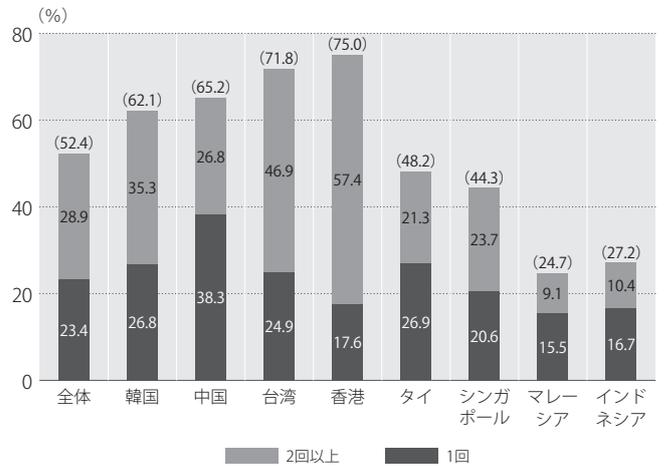
次に今後旅行を希望する国・地域について30の国・地域のなかから複数選択式で尋ねたところ、日本が1位となった（表II-3-2）。地域別に見ても韓国とマレーシアを除いた6地域で日本は1位となっており、訪日意向の高さがうかがえる。

訪日旅行経験者を対象にこれまでの訪日旅行で訪問した日本の地域50カ所について尋ねたところ、最も訪問率が高かった

表II-3-1 「DBJ・JTBFアジア8地域・訪日外国人旅行者の意向調査」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	2015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、インドネシアの8地域 ※中国は北京および上海在住者のみ
調査対象者	20歳～59歳の男女、かつ、海外旅行経験者 ※中国ー香港ーマカオ間、マレーシアーシンガポール間、タイーマレーシア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：4,111人（韓国530、中国514、台湾510、香港517、タイ502、シンガポール515、マレーシア515、インドネシア508） ・訪日経験者：2,153人（韓国329、中国335、台湾366、香港388、タイ242、シンガポール228、マレーシア127、インドネシア138）

図II-3-1 訪日経験率（訪問回数別）



資料：「DBJ・JTBFアジア8地域・訪日外国人旅行者の意向調査（平成27年版）」

表II-3-2 今後旅行を希望する国・地域（複数回答、上位15カ国・地域）【全体】

（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
1	日本	55	28	①63	①71	①64	①56	①56	②50	①50
2	オーストラリア	40	②43	③43	31	②50	20	③50	③49	③34
3	ニュージーランド	37	38	38	②35	35	19	②52	①52	26
4	アメリカ	35	36	②44	③35	27	③22	49	39	29
5	スイス	35	①45	30	33	33	22	46	45	23
6	フランス	34	③42	36	31	33	20	42	39	32
7	韓国	34	—	③43	26	45	②30	46	43	②37
8	イギリス	33	35	30	28	32	③22	46	41	30
9	イタリア	30	39	29	27	29	15	41	37	25
10	ドイツ	28	34	26	27	29	16	40	37	20
11	カナダ	27	38	29	29	25	12	37	28	18
12	ハワイ	27	③42	35	30	25	11	32	25	12
13	香港	25	27	34	32	—	21	34	29	24
13	スペイン	25	35	22	23	26	12	37	29	17
15	台湾	25	18	34	—	③48	13	42	32	11

（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8地域・訪日外国人旅行者の意向調査（平成27年版）」

のは東京で、次いで大阪、京都、富士山と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-3-3)。それ以外では北海道と沖縄が上位に挙がっている。また、札幌、福岡/博

多といった地方の大都市の訪問率が高い一方で、それ以外の地域の訪問率はまだ低く、都市部と地方で訪問率に差が生じていることが分かる。

表Ⅱ-3-3 これまでの訪日旅行で訪問した地域(複数回答)【訪日経験者のみ】

(単位:件〔サンプル数〕、%)

回答者→	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
サンプル数	2,153	329	335	366	388	242	228	127	138
東京	58	48	51	55	63	62	68	63	65
大阪	41	34	33	45	54	40	33	40	50
京都	38	28	39	45	43	36	31	39	41
富士山	31	9	46	21	31	41	38	27	41
北海道	27	10	36	34	32	24	28	21	22
名古屋	18	14	25	19	20	13	8	15	27
札幌	16	11	7	23	24	12	17	14	14
奈良	16	12	17	21	22	12	14	8	6
神戸	15	15	16	21	20	9	6	13	13
沖縄	15	12	13	26	18	10	7	4	20
九州	13	12	7	18	25	10	5	5	2
関西	12	10	5	20	18	13	7	16	8
箱根	12	7	8	17	18	7	17	13	5
福岡/博多	12	17	7	15	18	12	6	4	8
長崎	9	7	10	10	9	10	3	6	19
広島	8	6	11	5	5	10	5	11	20
函館	8	2	3	20	13	2	8	3	1
熊本/阿蘇	6	6	3	8	15	4	0	3	2
別府/湯布院	6	11	4	7	11	2	2	2	0
鹿児島	5	2	7	7	11	2	1	1	4
仙台/松島	4	2	7	4	6	6	0	4	4
宮崎	4	2	6	4	7	4	3	1	4
日光	4	2	4	5	3	7	5	2	3
富山	4	1	11	2	4	5	2	2	1
福島	4	3	5	3	2	4	0	4	13
飛騨/高山	3	0	2	7	5	3	4	2	2
青森	3	2	2	6	5	2	3	1	3
立山/黒部	3	0	3	8	4	2	3	1	0
岡山	3	2	4	2	4	2	2	2	9
四国	3	1	4	5	4	2	2	2	2
軽井沢	3	0	2	8	4	1	0	1	3
金沢	3	1	2	5	4	3	3	2	2
帯広/十勝	2	0	3	4	2	1	1	1	2
知床/阿寒	2	0	3	4	2	1	2	1	2
新潟	2	2	3	2	2	1	0	2	4
東北	2	1	2	3	2	1	1	2	1
山口	2	2	2	1	0	3	1	2	7
徳島	2	1	1	1	2	1	1	2	7
北陸	1	1	2	3	1	0	0	1	1
鳥取	1	3	1	1	1	1	1	0	1
高知	1	0	1	3	1	1	0	1	2
高松	1	0	1	1	1	2	0	2	1
岩手/平泉	1	0	2	2	2	0	0	0	0
伊勢/志摩	1	0	1	1	3	0	0	2	1
松山/道後	1	0	3	1	1	2	0	1	1
白馬	1	1	2	0	1	2	0	0	2
ニセコ	1	0	1	1	1	2	2	1	1
しまなみ海道/せとうち	1	0	1	3	1	0	0	1	1
松江/出雲	1	0	1	1	0	1	0	0	2
佐渡	1	0	1	0	0	1	0	1	1
その他	1	2	0	1	0	2	3	5	3

資料:「DBJ・JTBFアジア8地域・訪日外国人旅行者の意向調査(平成27年版)」

実際に行ってみたい日本の観光地を50の選択肢を示し複数回答式で尋ねたところ、最も訪問意向が高かったのは富士山で、次いで東京、北海道、大阪、京都、沖縄と続いており、前述

の訪問した地域と同様にゴールデンルートと北海道、沖縄に人気が集まっている(表II-3-4)。

地域別に見ると、韓国は福岡/博多、別府/湯布院など、九

表II-3-4 実際に行ってみたい日本の観光地(複数回答)

(単位:件〔サンプル数〕、%)

回答者→	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
サンプル数	3,877	496	509	500	512	480	462	463	455
富士山	45	28	56	40	33	51	53	52	49
東京	45	34	46	45	38	45	50	50	50
北海道	44	27	51	62	55	39	53	41	23
大阪	37	32	37	51	37	35	35	37	35
京都	34	30	37	48	33	31	30	28	29
沖縄	27	27	30	40	42	15	25	17	14
札幌	23	31	16	33	28	22	21	14	18
名古屋	20	13	29	33	25	11	10	18	18
神戸	18	14	23	33	18	14	11	14	14
九州	14	17	11	26	26	9	11	5	3
奈良	14	13	21	27	19	9	9	4	4
広島	11	5	14	13	6	14	9	13	15
関西	10	7	8	24	13	11	6	7	4
長崎	10	8	10	17	10	11	5	10	12
福岡/博多	9	16	6	16	10	11	6	5	5
鹿児島	9	4	14	24	24	2	3	1	2
箱根	9	6	9	23	14	6	8	4	3
函館	8	2	5	23	15	3	7	2	1
軽井沢	6	2	3	28	11	1	1	1	1
四国	5	1	7	14	13	2	2	2	1
宮崎	5	3	8	12	10	5	2	2	1
立山/黒部	5	1	2	22	10	1	2	0	1
福島	5	6	6	5	1	7	3	5	5
青森	5	3	3	16	9	2	2	2	1
別府/湯布院	5	13	4	7	9	2	2	0	1
仙台/松島	5	2	8	7	7	5	2	3	3
熊本/阿蘇	5	3	4	13	12	1	2	1	0
富山	4	0	11	7	5	3	1	2	0
日光	3	1	5	7	3	4	3	1	1
新潟	3	1	4	8	3	1	2	1	2
岡山	3	1	4	4	3	4	2	2	2
鳥取	3	7	3	4	4	1	2	0	0
東北	3	2	2	8	3	2	2	1	1
金沢	3	0	2	7	3	3	2	1	1
飛騨/高山	2	0	2	9	3	1	2	1	0
山口	2	3	1	1	0	4	2	3	3
岩手/平泉	2	2	2	5	4	1	0	0	0
知床/阿寒	2	1	2	4	4	1	2	1	0
伊勢/志摩	2	0	2	6	3	1	0	0	0
徳島	2	2	3	3	2	2	2	1	1
帯広/十勝	2	1	1	5	4	1	0	1	1
高知	2	1	2	4	2	1	2	1	1
しまなみ海道/せとうち	2	0	4	5	1	1	0	1	0
高松	2	0	2	2	1	2	2	1	1
松山/道後	1	1	2	3	1	1	1	1	1
北陸	1	1	2	5	2	0	0	1	0
白馬	1	2	2	2	1	2	1	0	0
松江/出雲	1	0	3	3	1	2	1	0	1
二セコ	1	0	4	1	1	1	2	1	0
佐渡	1	0	2	1	1	2	1	1	0
行きたい場所はない	3	5	1	4	3	2	2	2	1

資料:「DBJ・JTBFアジア8地域・訪日外国人旅行者の意向調査(平成27年版)」

州の観光地への訪問意向が高い傾向にある。台湾は函館や立山／黒部、青森などさまざまな地方観光地への訪問意向が他の地域と比べて高くなっている。香港も九州への訪問意欲が高く、韓国に比べて鹿児島、宮崎、熊本／阿蘇など広範囲に及んでいる。

訪日経験者に日本の地方観光地への訪問経験の有無を尋ねたところ、地方訪問経験率は全体の7割に上り、地域別に見ても6～8割と高い訪問率を示した(表II-3-5)。

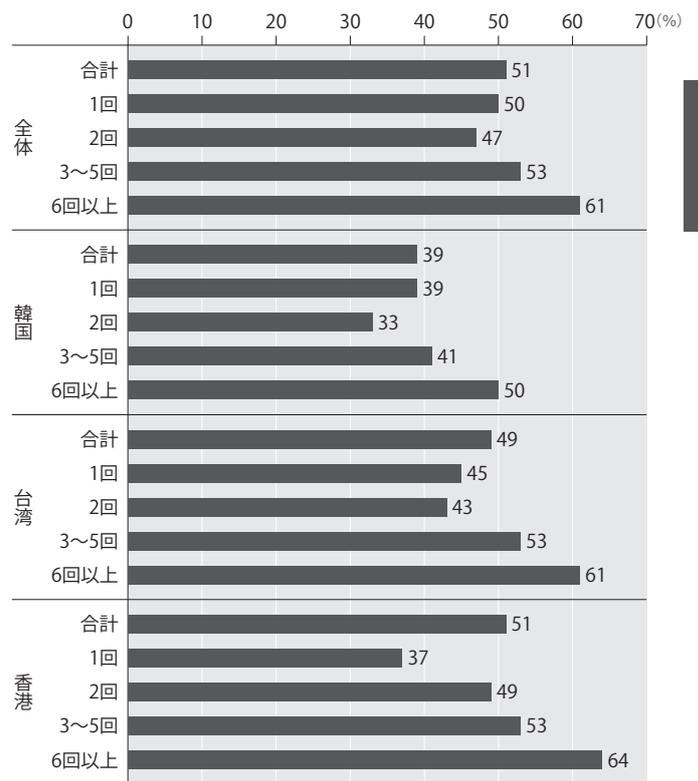
次に今後の地方観光地への訪問意向を尋ねたところ、「ぜひ旅行したい」「機会があれば旅行したい」を合わせると全体の9割以上が訪問意向を示した。地域別に見てもいずれも9割前後と高い訪問意向となっている。「ぜひ旅行したい」に限って見ると、韓国の意向が低くなっている他は5割前後となっている。

「ぜひ旅行したい」比率を訪日回数別に見ると、訪日回数が3～5回になると「ぜひ旅行したい」比率は上昇し、6回以上のリピーターではさらに上昇していることから、リピーターになるにしたがって日本の地方観光地への訪問意向が強くなるのが分かる(図II-3-2)。

地域別に見ると、「ぜひ旅行したい」比率が最も低い韓国でも訪日回数が多くなるにつれて比率は上昇し、訪日回数6回以上では「ぜひ旅行したい」が半数を占めていることから、リピーターの地方訪問意向の高さがうかがえる。

(相澤 美穂子)

図II-3-2 地方観光地へ「ぜひ旅行したい」比率(訪日回数別)【訪日経験者のみ】



資料：「DBJ・JTBFアジア8地域・訪日外国人旅行者の意向調査(平成27年版)」

表II-3-5 日本の地方観光地への訪問経験有無および今後の訪問意向(単一回答)【訪日経験者のみ】

(単位: 件 [サンプル数]、%)

		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
サンプル数		2,153	329	335	366	388	242	228	127	138
訪問経験あり	以前旅行したことがあり、今後もぜひ旅行したい	35	21	44	33	39	40	35	29	42
	以前旅行したことがあり、今後も機会があれば旅行したい	32	37	31	37	28	33	26	28	32
	以前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	4	6	2	2	5	3	4	6	2
	以前旅行したことがあるが、今後は旅行しないと思う	2	4	1	1	1	2	3	2	4
	(小計) 訪問経験あり	73	67	78	74	73	77	68	66	80
訪問経験なし	旅行したことはないが、今後はぜひ訪れてみたい	16	18	16	16	12	13	21	21	14
	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	10	14	6	9	13	8	8	11	6
	旅行したことはなく、今後もあまり訪れたいと思わない	1	0	0	0	1	1	2	1	0
	旅行したことはなく、今後も訪れないと思う	1	1	0	1	2	0	2	1	0
	(小計) 訪問経験なし	27	33	22	26	27	23	32	34	20
(小計) ぜひ旅行したい		51	39	60	49	51	53	55	50	57
(小計) ぜひ+機会があれば旅行したい		93	89	97	96	92	94	89	90	94

資料：「DBJ・JTBFアジア8地域・訪日外国人旅行者の意向調査(平成27年版)」

4 着地側の動向

羽田は国際線拡充で欧州中心に入国者数増加
制度改正で消費税免税店が前年の3倍に

(1) 着地別に見る訪日市場

●港別外国人入国者数

法務省「出入国管理統計」によると、14年に我が国に入国した外国人数は1,415万人（前年比25.7%増）であった。入国港の所在地別に見ると、中国地方を除く全ての地方で増加しており、なかでも北海道、近畿地方、四国地方および沖縄で前年比3割増を超える高い伸びを示した（表Ⅱ-4-1）。

外国人入国者数が年間100万人を超える大規模空港の動向を見ると、羽田空港において昼間時間帯（7～22時）の国際線発着枠増加で従来のアジア近距離路線に加えて、ヨーロッパや東南アジア方面の路線が増えた影響で、同空港の外国人入国者数は前年比35.5%増の175万人となった。一方、成田空港では一部ヨーロッパ便の運休または減便の影響でヨーロッパからの入国者数が減少したことなどが影響し、外国人入国者数は

表Ⅱ-4-1 入国港の所在地別に見る外国人入国者数

(単位：千人)

	2013年			2014年		
	実数	構成比	前年比	実数	構成比	前年比
日本全国	11,255	100.0%	22.7%	14,150	100.0%	25.7%
北海道	632	5.6%	35.8%	839	5.9%	32.8%
東北	52	0.5%	25.5%	54	0.4%	4.3%
関東	5,595	49.7%	19.2%	6,730	47.6%	20.3%
北陸信越	102	0.9%	35.8%	117	0.8%	14.8%
中部	619	5.5%	20.6%	773	5.5%	24.9%
近畿	2,361	21.0%	29.1%	3,202	22.6%	35.7%
中国	175	1.6%	3.5%	154	1.1%	△12.0%
四国	32	0.3%	43.0%	44	0.3%	36.9%
九州	1,216	10.8%	15.1%	1,477	10.4%	21.5%
沖縄	472	4.2%	53.5%	759	5.4%	60.9%
(以下再掲)						
成田空港	4,263	37.9%	19.7%	4,932	34.9%	15.7%
関西空港	2,323	20.6%	29.7%	3,170	22.4%	36.5%
羽田空港	1,293	11.5%	17.8%	1,752	12.4%	35.5%

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

(注1) 法務省の正規入国者数の定義は、日本政府観光局（JNTO）の訪日外客数と異なる。

(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。

表Ⅱ-4-2 港別外国人入国者数および前年比への国籍・地域別寄与度（2014年）

	総数	空港計							
		新千歳	函館	旭川	羽田	成田	富士山静岡	中部	
外国人入国者数（千人）	14,150	13,511	662	80	70	1,752	4,932	73	699
前年比	25.7%	27.0%	30.9%	29.8%	66.5%	35.5%	15.7%	61.5%	21.9%
アジア	22.5%	23.9%	29.8%	29.7%	66.3%	20.8%	14.0%	61.8%	20.0%
韓国	2.6%	3.4%	7.3%	△0.2%	△5.0%	1.7%	1.1%	△22.9%	0.2%
台湾	5.5%	5.7%	6.0%	26.8%	33.5%	0.3%	4.2%	6.6%	2.1%
香港	1.6%	1.7%	1.2%	△0.9%	△2.3%	1.7%	△0.7%	0.1%	0.4%
中国	8.4%	8.5%	8.7%	4.4%	37.9%	6.0%	6.3%	78.6%	8.9%
タイ	1.8%	1.9%	5.0%	0.2%	0.1%	3.1%	1.7%	△0.1%	1.1%
シンガポール	0.3%	0.4%	0.3%	△1.1%	0.0%	2.5%	△0.2%	△0.0%	0.3%
マレーシア	0.7%	0.7%	0.9%	0.5%	2.0%	0.9%	0.3%	△0.0%	3.4%
インドネシア	0.2%	0.2%	0.1%	△0.0%	0.0%	0.8%	△0.0%	△0.1%	0.6%
フィリピン	0.7%	0.7%	0.0%	△0.0%	0.0%	1.8%	0.5%	△0.2%	1.8%
ベトナム	0.4%	0.4%	0.0%	0.0%	0.1%	0.9%	0.3%	0.1%	0.9%
ヨーロッパ	1.3%	1.3%	0.0%	0.0%	0.0%	10.3%	△0.6%	△0.0%	0.0%
英国	0.3%	0.2%	0.0%	0.0%	△0.1%	1.8%	△0.1%	△0.0%	0.1%
ドイツ	0.2%	0.2%	0.0%	0.0%	0.0%	2.4%	△0.4%	0.0%	△0.0%
フランス	0.2%	0.2%	0.0%	△0.0%	0.0%	2.5%	△0.3%	0.0%	△0.0%
アフリカ	0.0%	0.0%	0.0%	△0.0%	△0.0%	0.2%	△0.0%	△0.0%	0.1%
北アメリカ	1.2%	1.1%	0.4%	0.1%	0.1%	3.0%	1.4%	△0.2%	0.8%
米国	0.8%	0.8%	0.4%	0.1%	0.1%	1.4%	1.2%	△0.1%	0.7%
カナダ	0.3%	0.3%	0.1%	0.0%	△0.0%	1.6%	0.0%	△0.0%	0.0%
南アメリカ	0.1%	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.3%	0.0%	△0.1%	0.7%
オセアニア	0.6%	0.6%	0.5%	△0.0%	0.1%	0.9%	0.9%	0.0%	0.3%
オーストラリア	0.5%	0.5%	0.4%	△0.0%	0.1%	0.8%	0.8%	0.0%	0.3%
無国籍	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	△0.0%	0.0%

(注1) 法務省の正規入国者数の定義は、日本政府観光局（JNTO）の訪日外客数と異なる。

(注2) 外国人入国者数が年間5万人以上の港を掲載している。

■ 寄与度10%以上 ■ 寄与度5%以上

前年比15.7%増の493万人と増加基調ながらもその伸びは鈍化した。関西空港はLCC（格安航空会社）の就航増加で近隣アジアからの入国者数が増えたことから、外国人入国者数は前年比36.5%増の317万人となった。

次に、外国人入国者数の港別構成比を見ると、14年は成田空港34.9%（前年37.9%）、関西空港22.4%（同20.6%）、羽田空港12.4%（同11.5%）の順となった。上位3空港の順位に変動はないが、関西空港と羽田空港の割合が増加した一方、成田空港の割合が減少した（表II-4-1）。

その他、外国人入国者数の前年からの変動が大きい港に着目すると、中国からの入国者が増えたことで旭川空港および富士山静岡空港で前年比6割超の伸びを記録した。那覇空港では近隣アジアからの入国者数が前年に引き続き増加し74.4%増の65万人となった。一方、下関港は旅客船セウォール号沈没事故（14年4月発生）後に韓国発修学旅行の大半が中止となったことから、前年比29.7%減と大きく減少した（表II-4-2）。

●外国人延べ宿泊者数

観光庁「宿泊旅行統計調査」によると、14年における我が国の外国人延べ宿泊者数（従業員数10人以上の宿泊施設を

利用した外国人に限る）は4,207万人泊（前年比34.7%増）であり、前年に引き続き3割超と高い伸びを記録した（表II-4-3）。

着地別に見ると、全ての地方で前年比プラスとなっているが、なかでも沖縄の伸び率が前年比56.0%増と高くなっている。また、延べ宿泊者数の多い3都府のなかでは、大阪府の伸び率が最も高い結果となった。

なお、四半期別で見ると、14年中では1～3月期の伸び率が前年同期比38.3%増と最も高かった。翌15年1～3月期では同50.5%増とさらに上昇していることが分かる（表II-4-4）。

次に、着地の地方別に外国人延べ宿泊者数の前年比伸び率への国籍・地域別寄与度を見ていく。全国的に中国と台湾の寄与度が高い傾向が見られたが、このうち中国の寄与度が10%以上と高かった地方は北海道、関東、中部、近畿および沖縄であり、台湾の寄与度が同じく10%以上と高かった地方は東北、四国であった。沖縄は韓国の寄与度も高い。なお、台湾は関東、中部を除く全ての地方で寄与度が5%以上となっており、日本全国の幅広い地域で延べ宿泊者数の増加に寄与していることが分かる（表II-4-5）。

						海港計					
小松	関西	広島	福岡	鹿児島	那覇		下関	博多	厳原	比田勝	石垣
54	3,170	54	884	50	653	639	53	193	76	120	81
19.1%	36.5%	14.0%	28.7%	38.8%	74.4%	3.4%	△29.7%	△3.1%	△2.5%	15.0%	2.8%
19.1%	34.8%	13.2%	27.6%	36.3%	71.8%	△0.6%	△29.6%	△3.7%	△2.4%	14.9%	2.9%
0.4%	4.1%	1.0%	11.4%	9.0%	19.9%	△10.5%	△29.8%	△20.1%	△2.4%	14.8%	△0.2%
16.9%	8.6%	5.0%	4.4%	3.3%	25.6%	2.8%	△0.0%	△0.0%	0.0%	0.0%	6.6%
△0.1%	4.4%	2.4%	4.7%	17.8%	10.3%	0.2%	0.0%	0.1%	0.0%	0.0%	△0.9%
0.2%	13.2%	1.1%	2.7%	5.6%	15.5%	6.7%	0.2%	16.2%	△0.0%	0.0%	0.0%
0.8%	1.7%	0.0%	2.9%	0.7%	△0.2%	△0.3%	△0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	△2.6%
0.0%	0.2%	0.5%	0.6%	0.1%	0.4%	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	△0.1%
0.1%	1.0%	0.1%	0.3%	△0.1%	0.2%	0.2%	0.0%	0.1%	0.0%	0.0%	△0.1%
0.1%	0.4%	0.1%	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	△0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
0.0%	0.8%	0.3%	0.2%	△0.0%	0.0%	0.2%	0.0%	0.0%	0.0%	△0.0%	0.1%
0.5%	0.4%	2.1%	0.3%	0.1%	△0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
△0.1%	1.1%	0.4%	0.7%	0.7%	0.9%	1.1%	△0.2%	0.4%	0.0%	0.0%	△0.2%
△0.0%	0.1%	0.0%	0.2%	0.4%	0.3%	0.8%	△0.1%	0.1%	△0.0%	△0.0%	△0.1%
0.0%	0.1%	0.0%	0.1%	△0.0%	0.1%	0.0%	△0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	△0.0%
△0.1%	0.2%	0.0%	0.1%	△0.1%	0.1%	△0.0%	△0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	△0.0%
△0.0%	△0.0%	0.1%	0.0%	0.0%	△0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	△0.0%	△0.0%	0.0%
0.1%	0.4%	1.1%	0.3%	1.5%	1.4%	1.6%	△0.1%	0.2%	△0.1%	0.0%	0.2%
0.1%	0.2%	1.0%	0.1%	0.9%	0.9%	1.3%	△0.1%	0.1%	△0.1%	0.1%	0.2%
0.0%	0.2%	0.1%	0.2%	0.6%	0.5%	0.3%	0.0%	0.1%	△0.0%	△0.0%	△0.0%
△0.0%	0.0%	△0.5%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
0.0%	0.2%	△0.2%	0.2%	0.4%	0.3%	1.2%	0.1%	0.0%	△0.0%	0.0%	△0.1%
0.0%	0.2%	△0.1%	0.2%	0.3%	0.3%	1.1%	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%	△0.1%
0.0%	0.0%	△0.0%	△0.0%	0.0%	0.0%	△0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	△0.0%	△0.0%

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

表II-4-3 着地別外国人延べ宿泊者数(暦年) (単位:万人泊)

	2013年			2014年		
	実数	構成比	前年比	実数	構成比	前年比
日本全国	3,124	100.0%	31.1%	4,207	100.0%	34.7%
北海道	282	9.0%	52.7%	371	8.8%	31.3%
東北	29	0.9%	24.0%	35	0.8%	22.7%
関東	1,338	42.8%	19.3%	1,781	42.3%	33.1%
北陸信越	90	2.9%	65.6%	108	2.6%	19.8%
中部	211	6.8%	21.5%	285	6.8%	34.8%
近畿	728	23.3%	41.7%	1,015	24.1%	39.4%
中国	46	1.5%	23.0%	59	1.4%	28.9%
四国	17	0.5%	47.6%	24	0.6%	39.1%
九州	239	7.7%	27.7%	306	7.3%	28.0%
沖縄	143	4.6%	93.2%	223	5.3%	56.0%
(以下再掲)						
東京都	945	30.2%	19.3%	1,252	29.8%	32.5%
大阪府	408	13.0%	41.0%	595	14.2%	46.1%
京都府	236	7.6%	43.1%	295	7.0%	24.7%

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

(注1) 従業員数10人以上の宿泊施設を利用した外国人に限る。

(注2) 日本在住の外国人も一部含まれている可能性がある。

(注3) 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。

表II-4-4 着地別外国人延べ宿泊者数の前年同期比(四半期ごと)

	2014年				2015年
	1~3月期	4~6月期	7~9月期	10~12月期	1~3月期
日本全国	38.3%	28.2%	22.3%	36.5%	50.5%
北海道	59.4%	37.1%	11.5%	33.4%	41.9%
東北	△0.8%	16.0%	27.4%	29.4%	57.9%
関東	31.1%	31.2%	20.6%	32.0%	45.9%
北陸信越	△2.0%	16.8%	13.5%	19.6%	60.8%
中部	39.5%	26.6%	23.8%	46.4%	85.2%
近畿	46.1%	24.5%	24.6%	40.7%	52.8%
中国	14.8%	25.4%	24.6%	41.7%	83.4%
四国	69.4%	66.2%	10.5%	33.6%	60.6%
九州	16.0%	17.3%	18.9%	49.2%	50.4%
沖縄	154.2%	38.1%	55.1%	38.0%	44.2%
(以下再掲)					
東京都	28.3%	25.8%	21.6%	30.5%	45.9%
大阪府	48.2%	25.6%	22.2%	51.1%	55.8%
京都府	37.8%	20.9%	29.2%	23.3%	41.8%

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

(注1) 従業員数10人以上の宿泊施設を利用した外国人に限る。

(注2) 日本在住の外国人も一部含まれている可能性がある。

(注3) 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。

表II-4-5 着地別外国人延べ宿泊者数および前年比への国籍・地域別寄与度(2014年)

	日本全国	北海道	東北	関東	北陸信越	中部	近畿	中国	四国	九州	沖縄	
	外国人延べ宿泊者数(万人泊)	4,207	371	35	1,781	108	285	1,015	59	24	306	223
前年比	34.7%	31.3%	22.7%	33.1%	19.8%	34.8%	39.4%	28.9%	39.1%	28.0%	56.0%	
国籍・地域別の寄与度	韓国	1.8%	3.0%	△2.5%	0.7%	△1.7%	△0.1%	0.8%	1.6%	8.5%	5.7%	12.8%
	台湾	5.6%	6.6%	11.4%	3.9%	5.9%	3.0%	7.7%	6.1%	15.8%	6.4%	9.0%
	香港	2.0%	1.3%	0.9%	0.5%	1.3%	0.7%	3.8%	1.6%	8.1%	4.9%	5.6%
	中国	11.7%	12.3%	1.1%	12.1%	2.6%	20.6%	12.8%	1.5%	3.0%	4.4%	11.5%
	タイ	1.8%	3.1%	1.6%	2.3%	1.1%	1.5%	0.9%	1.0%	0.2%	2.6%	△0.6%
	シンガポール	0.7%	0.9%	0.2%	0.8%	0.7%	0.3%	0.7%	0.6%	0.5%	1.1%	0.0%
	マレーシア	0.7%	1.2%	△0.1%	0.6%	0.5%	1.8%	0.9%	0.2%	0.2%	0.3%	△0.1%
	インドネシア	0.4%	0.2%	0.3%	0.4%	0.4%	1.3%	0.4%	△0.1%	△0.0%	0.1%	0.0%
	フィリピン	0.7%	0.2%	0.4%	0.7%	0.3%	0.7%	1.0%	1.0%	△0.5%	0.3%	0.0%
	ベトナム	0.3%	0.0%	0.5%	0.3%	0.3%	0.8%	0.3%	0.1%	0.1%	0.2%	0.0%
	インド	0.1%	0.0%	0.4%	0.1%	0.1%	0.0%	0.2%	0.3%	△0.1%	0.1%	△0.0%
	英国	0.5%	0.1%	0.3%	0.7%	0.5%	0.2%	0.5%	1.0%	0.8%	0.1%	0.4%
	ドイツ	0.3%	0.0%	0.4%	0.4%	0.0%	0.1%	0.2%	0.6%	0.6%	0.1%	0.1%
	フランス	0.4%	0.0%	0.7%	0.5%	0.3%	0.2%	0.5%	1.5%	1.3%	0.1%	0.4%
	ロシア	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	△0.0%	△0.0%	0.1%	0.1%	△0.1%	0.1%	0.1%
	米国	0.9%	0.4%	2.3%	1.2%	0.4%	△1.7%	0.9%	0.6%	2.8%	1.6%	2.5%
	カナダ	0.3%	0.1%	△0.1%	0.4%	0.0%	0.3%	0.4%	0.2%	0.2%	0.2%	0.4%
オーストラリア	1.1%	1.2%	1.0%	1.2%	3.5%	0.4%	1.1%	1.9%	1.1%	0.3%	0.2%	
その他	2.7%	0.2%	2.9%	3.5%	5.7%	1.7%	2.7%	7.8%	△3.0%	1.5%	1.4%	
不明	2.5%	0.4%	1.2%	2.5%	△2.2%	2.8%	3.5%	1.2%	△0.3%	△2.0%	12.3%	

(注1) 従業員数10人以上の宿泊施設を利用した外国人に限る。

(注2) 日本在住の外国人も一部含まれている可能性がある。

(注3) 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。

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

■ 寄与度10%以上 ■ 寄与度5%以上

次に、外国人延べ宿泊者数について着地の地方別構成比を見ると、前年同様に関東地方（42.3%）が4割強と高い割合を占め、次いで近畿地方（24.1%）の割合が高かった（表II-4-3）。関東地方では東京都（29.8%）の割合が高く、同地方のおよそ7割を東京都が占めている。一方、近畿地方では大阪府（14.2%）、京都府（7.0%）の割合が高く、両府合わせて同地方のおよそ9割を占めている。

●訪日外国人の旅行支出

観光庁「訪日外国人消費動向調査」によると、訪日外国人の主な宿泊地における1人1泊当たりの旅行中支出（パッケージツアー参加費に含まれる宿泊料金などの滞在費は含まない）の平均は、北海道2.1万円/人泊（以下、単位省略）、関東地方3.1、中部地方1.9、近畿地方2.0、九州地方2.2、沖縄1.8となっ

表II-4-6 主な宿泊地別に見る訪日外国人1人1泊当たり旅行中支出（2014年）
（単位：万円/人泊）

国籍・地域 主な宿泊地	全国籍 ・地域	韓国				台湾		香港		中国	
		韓国	台湾	香港	中国	韓国	台湾	香港	中国		
北海道	2.1	1.1	2.1	2.3	3.6						
関東	3.1	2.2	2.4	2.9	5.6						
中部	1.9	1.8	2.0	2.3	2.4						
近畿	2.0	1.8	1.9	2.0	3.4						
九州	2.2	2.1	2.6	3.0	3.4						
沖縄	1.8	1.5	1.4	2.0	3.3						
(以下再掲)											
東京都	3.4	2.3	2.4	3.0	6.2						
大阪府	2.1	1.9	2.0	1.8	3.9						
京都府	1.8	1.6	1.5	3.6	2.9						

資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」をもとに（公財）日本交通公社作成
 (注1) 主な宿泊地1カ所における1人1泊当たり旅行中支出の平均値である。
 パッケージツアー参加費に含まれる宿泊料金などの滞在費は含まない。
 (注2) 地方区分は国土交通省地方運輸局の管轄都道府県に基づく。
 (注3) 東北、北陸信越、中国、四国はサンプル数が少ないため割愛。

ている。関東地方の1人1泊当たり旅行中支出が他の地方に比べて高く、特に東京都で3.4万円/人泊と高い。他の地方ではいずれも2万円/人泊前後である（表II-4-6）。

訪日外国人の多い近隣アジアの国籍・地域別に見ると、どの地域においても中国が高い傾向が見られるが、なかでも関東地方で5.6万円/人泊と突出して高く、特に東京都で6.2万円/人泊と高くなっている（表II-4-6）。関東地方での旅行中支出が高い要因を費目別に探ると、宿泊料金と買物代の購入者単価（当該費目を購入した人の同費目平均支出額）が他の地方に比べて高いためと考えられる（表II-4-7）。

(2) 国際路線拡充の動き

●羽田空港の国際線発着枠の拡大

14年3月に羽田空港国際線ターミナルが拡張され、国際線の発着枠が従来の1.5倍となる年間9万回へと大きく拡大した。これを受け、昼間時間帯に従来の近隣アジア路線に加えてヨーロッパや東南アジア方面への直行便が新たに就航（表II-4-8）。その影響で、成田空港発着のヨーロッパ路線では一部に運休や路線変更の動きが見られた。なお、米国便については航空交渉が難航しているため、昼間時間帯での羽田就航のめどはまだまだ立っていない。

●LCCの新設・増便相次ぐ

訪日需要の拡大を背景に、引き続きLCCの近隣アジア路線の新設・増便が相次いだ。成田空港ではLCC専用の第3旅客ターミナルが開設され、15年4月より供用を開始した。開設当初、国際線ではジェットスター、バニラ・エア、チェジュ航空の3社が入居した。また、台湾初のLCCであるタイガーエア台湾が15年4月より日本に就航しており、成田/台北（桃園）線のデイリー運航を開始した。

成田空港に先行して、12年よりLCC専用ターミナルを供用し

表II-4-7 着地別に見る訪日外国人の費目別購入率と購入者単価（2014年）
（単位：万円/人）

主な宿泊地	宿泊料金		飲食費		交通費		娯楽サービス費		買物代		その他	
	購入率	購入者単価	購入率	購入者単価	購入率	購入者単価	購入率	購入者単価	購入率	購入者単価	購入率	購入者単価
北海道	26.8%	4.8	37.9%	2.5	26.6%	1.4	18.2%	1.0	89.5%	4.1	0.8%	7.2
関東	52.1%	6.4	83.4%	3.1	65.7%	1.2	15.2%	1.1	85.8%	7.1	0.3%	15.1
中部	39.1%	5.2	55.9%	3.0	40.0%	1.8	10.8%	1.3	82.9%	5.1	0.4%	9.5
近畿	54.1%	4.0	80.7%	2.5	65.1%	1.1	21.4%	0.8	89.8%	4.9	0.6%	20.1
九州	50.4%	4.0	69.4%	2.3	54.0%	0.8	12.6%	1.2	91.4%	3.5	0.3%	20.7
沖縄	29.4%	4.5	51.3%	1.8	52.5%	1.1	23.5%	0.7	90.8%	3.6	0.9%	0.6
(以下再掲)												
東京都	54.6%	6.3	84.4%	2.9	68.6%	1.2	16.7%	1.0	87.1%	7.1	0.3%	14.3
大阪府	53.2%	3.5	79.7%	2.2	62.8%	0.9	18.8%	0.8	90.9%	4.9	0.7%	25.7
京都府	64.2%	5.3	86.3%	2.8	74.6%	1.6	33.6%	0.8	88.0%	4.2	0.5%	0.9

(注1) 購入率は、当該費目を購入した人の割合である。
 (注2) 購入者単価とは、当該費目を購入した人の同費目平均支出である。
 (注3) パッケージツアー参加費に含まれる宿泊料金などの滞在費は含まれない。
 (注4) 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。東北、北陸信越、中国、四国はサンプル数が少ないため割愛。

資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」をもとに（公財）日本交通公社作成

ている関西空港においても引き続きLCCの乗り入れが拡大した。14年の夏ダイヤでは国際線旅客便に占めるLCCの割合が20%（前年は夏ダイヤでは17%）となった。

訪日需要が急増している沖縄の玄関口、那覇空港においても12年10月にLCCターミナルが開設され、14年2月より国際線施設の供用が開始された。同施設はANAホールディングスによる運営で、同グループのLCCであるピーチ・アビエーションが関西空港に次ぐ第2拠点と位置づけている。同社の国際線ではすでに那覇／台北線が就航しており、15年2月に那覇／香港線、同年9月には那覇／仁川線が開設される見込みである。那覇空港には韓国のLCCによる乗り入れも活発であり、ティーウェイ航空およびチェジュ航空が14年12月に那覇／仁川線を開設した。

●クルーズの利用動向

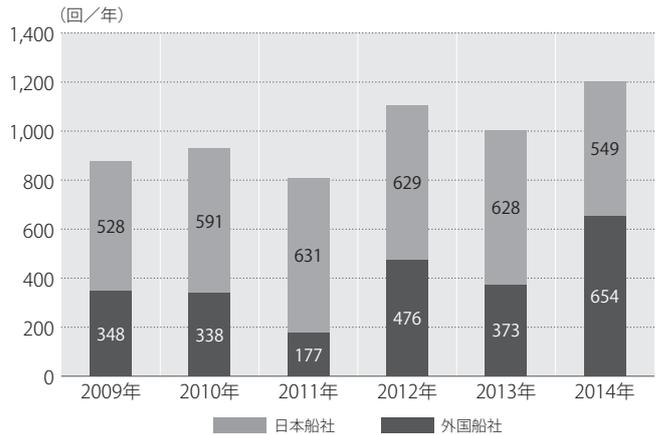
国土交通省の資料によると、14年に日本発着の外航クルーズを利用した外国人乗客数は3.0万人（前年比5倍）となった。また、同年における我が国へのクルーズ船の寄港回数（速報値）は、外国船社による日本発着クルーズや中国発着クルーズの日本寄港の増加などにより、過去最高となる1,203回（前年1,001回）となった（図II-4-1）。

表II-4-8 羽田空港における新規就航路線（2014年3月以降）

国	都市	航空会社	週便数
タイ	バンコク	タイ国際航空 (TG)	7
		日本航空 (JL)	7
		全日空 (NH)	7
シンガポール	シンガポール	シンガポール航空 (SQ)	14
		日本航空 (JL)	7
		全日空 (NH)	7
インドネシア	ジャカルタ	ガルーダ・インドネシア航空 (GA)	7
		全日空 (NH)	7
フィリピン	マニラ	フィリピン航空 (PR)	7
		全日空 (NH)	7
ベトナム	ハノイ	ベトナム航空 (VN)	7
		全日空 (NH)	7
英国	ロンドン	ブリティッシュ・エアウエイズ (BA)	7
		日本航空 (JL)	7
		全日空 (NH)	7
ドイツ	フランクフルト	ルフトハンザドイツ航空 (LH)	7
		全日空 (NH)	7
	ミュンヘン	ルフトハンザドイツ航空 (LH)	7
		全日空 (NH)	7
フランス	パリ	エールフランス (AF)	5
		日本航空 (JL)	7
		全日空 (NH)	7
カナダ	トロント	エア・カナダ (AC)	7
	バンクーバー	全日空 (NH)	7
オーストラリア	シドニー	カンタス航空 (QF)	7

資料：JTB/ブリッティング「JTB時刻表」をもとに（公財）日本交通公社作成
（注）路線および週便数は2015年4月現在の情報に基づく。

図II-4-1 日本の港湾へのクルーズ船の寄港回数の推移



資料：国土交通省港湾局

(3) 訪日外国人向け旅行商品開発の動き

日本の国内旅行事業者が造成・販売した訪日旅行商品について、14年度の特徴的な動向を記述する。

●富裕層向けパッケージツアー

JTBグループの高品質旅行専門店「JTBロイヤルロード銀座」において、富裕層を対象とした国内旅行パッケージツアー「JAPAN」を13年より発売している。14年は、富士山とその周辺観光を中心に10コースを用意。世界遺産に登録された「富岡製糸場と絹産業遺産群」への訪問を目玉とする2日間のツアー商品では、欧米や東南アジアのファミリー層をターゲットに、世界遺産訪問のみならず軽井沢アウトレットでのショッピングや人気のフルーツ狩りを組み込んだ。

●訪日外国人と日本人が一緒に楽しめるツアー

JTBグループである株式会社JTB国内旅行企画と株式会社JTBグローバルマーケティング&トラベル（以下、JTBGMT）は、芸能企画会社などと協業して、訪日外国人と日本人が一緒になって楽しめる「サムライ&忍者サファリ」を企画、発売した。JTBホームページや訪日旅行オンライン予約サイト「JAPANiCAN.com（ジャパニカン）」で発売され、同年8～9月の週末に催行。旅行代金は1名席6,900円、所要時間約60分で、浅草の観光名所を観光バスで巡りながら侍と忍者のパフォーマンスを楽しむ内容である。なお、同商品は使用するバスのタイプを開放感のあるレトロ風車両に変更するなどして15年4～5月に再販された。

この他、JTBGMTでは立教大学観光学部が講義のなかで企画した観光プランを「キヤノンEOSで撮る！東京・谷根千ウォーキングツアー」として発売するなど、注目に値する商品開発を行っている。

●東京近郊や地方を訪問するツアー

東日本旅客鉄道株式会社（以下、JR東日本）のグループ会社である株式会社びゅうトラベルサービスは、13年9月に訪日個人旅行向けの鉄道利用パッケージ商品ブランド「東日本鉄道假期（東日本鉄道ホリデー）」を立ち上げ、台湾および香港の現地旅行代理店を通じて販売を行ってきた。14年2月にはマレー

シア、タイ、インドネシア、そしてシンガポールへと取扱市場を拡大し、「Eastern Japan Tokyo Rail Days」の商品ブランドで現地旅行代理店での販売を開始した。マレーシアでは、同商品ブランドの浸透を図るため、クアラルンプールの中心部を走るKLモノレールにおいて車体ラッピングならびに車内広告を実施。タイ・バンコクのスカイトレインでも同様のプロモーションを展開した。一方、台湾では東北方面への訪日旅行の促進を目的として、紅葉シーズンに新幹線初のリゾート列車「とれいゆつばさ」を「足湯新幹線」として打ち出した団体ツアー商品を新規に設定した(表II-4-9)。また、同ブランドの目玉商品である「東京雪遊び」(GALA湯沢スキー場商品)では、台湾にてテレビCMやMRT車内広告およびホーム液晶モニター広告などのプロモーションを展開。さらに香港やマレーシア、タイ、シンガポールでも同商品を発売した。その結果、14年度における同商品の取扱人数は、昨年シーズンの実績(1万3千人)を超え2万人を突破した(15年2月24日現在)。

表II-4-9 東日本鉄道ホリデーの訪日旅行商品の一例

- 「人気の足湯新幹線に乗車!
青森りんご狩りと鳴子峡紅葉&東京駅特別見学5日間」
- 設定日: 2014年11月7日(金)~4泊5日
 - 発売日: 2014年9月17日(水)
 - 発売額: 大人 39,900台湾ドル(約143,640円)
 - 募集人数: 20名
 - 旅行企画実施: 創造旅行社股份有限公司
 - 販売経路: 同社ホームページ
 - 行程

日付	行程
11月7日(金)	【台湾】松山空港(JAL)羽田空港(JAL)青森空港----浅虫温泉(泊)
11月8日(土)	浅虫温泉---ワ・ラッセ---A-FACTORY---りんご狩り---古川市場---新青森駅=== (東北新幹線) ===古川駅---鳴子温泉(泊)
11月9日(日)	鳴子温泉---鳴子峡---鳴子温泉駅=== (リゾートみのり) ===新庄駅---最上川舟下り---新庄駅=== (とれいゆつばさ) ===米沢---小野川温泉(泊)
11月10日(月)	小野川温泉---米沢駅=== (山形新幹線) ===東京駅(午後自由行動)メトロポリタン丸の内(泊)
11月11日(火)	メトロポリタン丸の内---東京駅特別見学・・・東京ステーションホテル(昼食)---羽田空港(JAL)松山空港【台湾】

資料: 東日本旅客鉄道(株)プレスリリース

(4) 訪日外国人の受入態勢拡充の動き

着地側の訪日外国人の受入態勢拡充の動きを概観すると、14年は消費税免税制度改正に伴う免税店拡充の動きが目立った。また、訪日外国人のニーズに対応して、無料Wi-Fiや海外発行クレジットカードの利用可能なATM、外国語対応の可能な案内所などの整備、スマートフォンアプリによる情報発信の強化といった動きも継続的に進捗した。

●消費税免税店の拡充

14年3月31日、消費税法施行令の一部が改正され、外国人旅行者などの非居住者に対して消費税が免除される「輸出物

品販売場制度」(以下、消費税免税制度)の見直しが行われた。この改正は14年10月1日以後の取引に適用された。改正のポイントは、免税対象物品の範囲が拡大された点にある。改正前までは食品や化粧品、医薬品など日本滞在中に消費される可能性のある「消耗品」は、輸出物品販売場(以下、免税店)における免税販売の対象外とされていたが、今回の改正でこれらの品目が同一店舗における1日の販売額の合計が5,000円超50万円までの範囲内で免税対象となった。

これを受け、消耗品を取り扱う大手流通業を中心に、消費税免税取り扱い対応店舗を拡大する動きが目立った。イオン株式会社では、全国の総合スーパー「イオン」300店舗へ免税取り扱い対応店舗を順次拡大するとともに、割引クーポン券の発行や施設案内表示の多言語化など、訪日外国人向けのサービス拡充を図った。15年2月には409店舗まで拡大、15年度上期中には500店舗体制へ拡充としている。株式会社セブン&アイ・ホールディングスでは、14年10月よりグループ傘下の総合スーパー「イトーヨーカドー」全国153店舗にて新たに免税サービスを開始した。同グループではコンビニエンスストア「セブン-イレブン」でも14年12月1日より浅草雷門店(東京都台東区)と西院駅南店(京都市右京区)の2店舗で免税取り扱いを開始した他、乳幼児向け用品専門店「アカチャンホンポ」でも免税店舗を拡充している。ドラッグストアでは、株式会社マツモトキヨシが14年10月より東京、大阪、札幌に立地する20店舗で免税対応を開始。JR九州ドラッグイレブン株式会社では15年1月より福岡県4店舗、沖縄県5店舗にて免税対応を開始した。この他、テーマパーク「サンリオピューロランド」(東京都)や外国人に人気の高野山周辺に立地する道の駅「柿の郷くどやま」(和歌山県)などで免税対応が図られている(表II-4-10)。

表II-4-10 消費税免税店(輸出物品販売場)の店舗数(各年4月1日現在)

	2014年		2015年		対前年倍率
	店舗数	構成比	店舗数	構成比	
日本全国	5,777	100.0%	18,779	100.0%	3.3倍
北海道	283	4.9%	1,132	6.0%	4.0倍
東北	81	1.4%	486	2.6%	6.0倍
関東	2,851	49.4%	8,205	43.7%	2.9倍
北陸信越	194	3.4%	580	3.1%	3.0倍
中部	366	6.3%	1,390	7.4%	3.8倍
近畿	1,267	21.9%	4,126	22.0%	3.3倍
中国	126	2.2%	603	3.2%	4.8倍
四国	50	0.9%	217	1.2%	4.3倍
九州	477	8.3%	1,693	9.0%	3.5倍
沖縄	82	1.4%	347	1.8%	4.2倍

資料: 観光庁資料(国税庁集計)をもとに(公財)日本交通公社作成(注) 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。

これらの結果、消費税免税対応の店舗数はこの1年間で急増。国税庁の集計に基づく観光庁資料によると、15年4月には消費税免税店の店舗数が全国18,779件となり、1年前に比べ3.3倍に拡大した。

また、いわゆる一般物品（消耗品以外）の消費税免税に従来から対応していた百貨店においては、14年10月の消費税免税制度改正後に購買客数や売上高が増加した。日本百貨店協会の資料によると、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は14年10月以降、それまでのおよそ2倍の水準に増加した（図II-4-2）。売上高を見ると、免税対象に拡大された消耗品のみならず一般物品の売上高も増加していることが分かる（図II-4-3）。

15年4月1日からは免税手続きの第三者への委託が可能となり、商店街や物産センターなどにおいて免税手続きのための一括カウンターを設置することができるようになった。併せて、一括カウンターでは店舗を超えて購入金額の合算を認めることとされた（ただし一般物品と消耗品は区別）。また、外航クルーズ船の寄港時にふ頭に臨時出店する仮設店舗の免税許可申請の簡素化も図られた。これらの制度改正により、従来の大規模店舗に加えて、観光地の小規模店舗でも許可申請の動きが広

まり、経済効果より幅広い地域への波及が期待される。

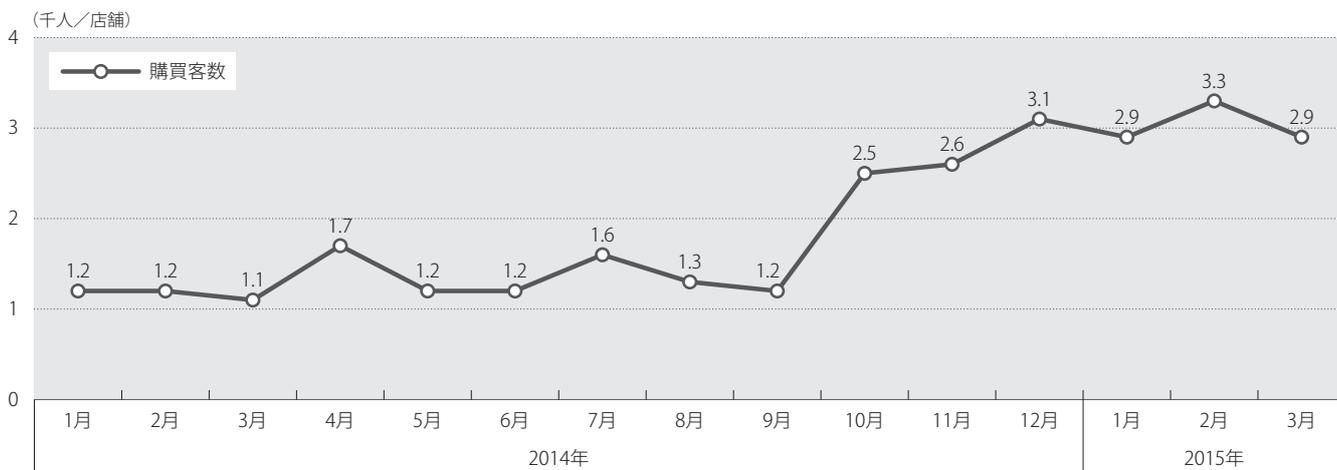
●無料Wi-Fiの整備

世界的なスマートフォン・タブレット端末の普及を背景に、旅行先でも無線通信を無料で手軽に行いたいという外国人旅行者のニーズが高まっている。無線通信の代表的な規格である「Wi-Fi（ワイファイ）」が公衆サービスとして無料で整備されている国・地域が存在する一方、日本では有料電話通信サービスの利用が定着しており、訪日外国人が日本滞在中に無料で手軽に使えるWi-Fi環境が十分に整備されていない。

訪日外国人の受入態勢を充実させる上で、無料Wi-Fiの必要性は以前より指摘されており、前年度（13年度）には東日本電信電話株式会社（NTT東日本）のサービスを利用した無料Wi-Fi環境整備の動きが複数の地域で見られた。以下では、訪日外国人向けの無料Wi-Fi環境整備に係る、その後の主な動きを記述する。

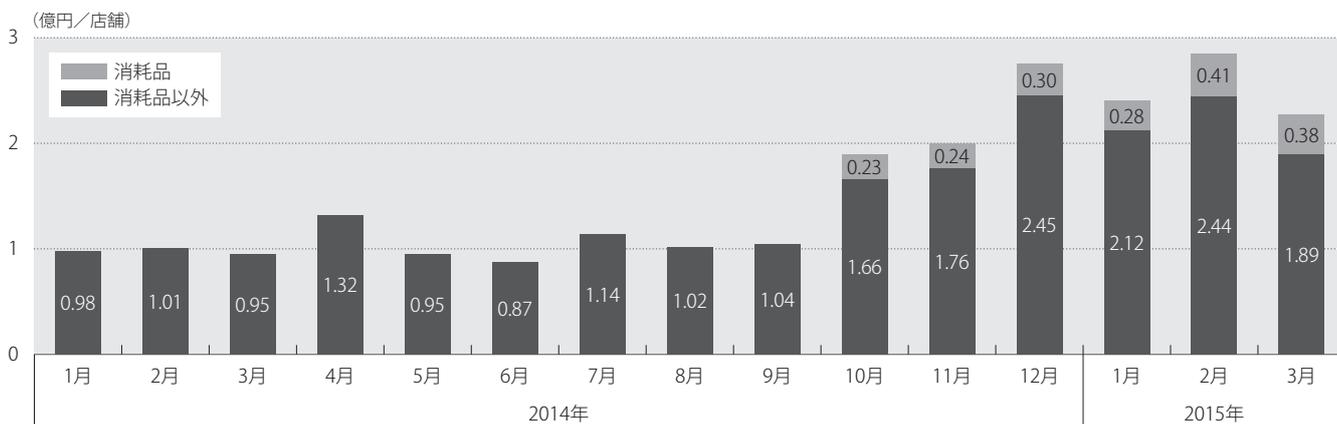
東京都交通局および東京メトロでは、14年12月より東京の地下鉄駅のうち多くの訪日外国人の利用が見込まれる143駅で無料Wi-Fiサービスを開始した。小田急グループでは、同年12月より新宿駅やロマンスカー、箱根の主要駅・港などで無料Wi-Fiサービスを開始するとともに、箱根情報サイト「箱根ナビ」

図II-4-2 消費税免税を行っている百貨店における1店舗当たり免税購買客数の推移



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

図II-4-3 消費税免税を行っている百貨店における1店舗当たり免税販売売上高の推移



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

との連動により位置情報に基づく最適な観光情報の閲覧を可能とした。JR東日本ではすでに12年10月より無料Wi-Fiサービスを一部の駅や「JR EAST Travel Service Center」で導入しているが、15年4月末までには山手線内全36駅でのサービス提供を開始するとしている。

JTBグループとNTTグループでは、「グローバル創業・雇用創出特区」として国家戦略特区に指定されている福岡市とその周辺観光地において、Wi-Fiを活用した訪日外国人向け観光サービスの実証実験「地域活性化トライアル」を14年10月から15年3月まで実施した。公衆無線LANサービスを提供するとともに、観光地、グルメ、買い物などの観光情報、割引クーポンなどを多言語で提供するスマートフォン/タブレット向け専用アプリの利用を促すことで、同エリアにおける外国人観光客の消費や周遊を促進するとしている。

こうした民間事業者の取り組みに併せ、行政も無料Wi-Fiサービスの周知・広報の強化に取り組んでいる。総務省と観光庁は、訪日外国人旅行者向けの無料公衆無線LAN環境の整備促進、利用場所の周知、利用円滑化に向けた各種取り組みを推進するため14年8月に「無料公衆無線LAN整備促進協議会」を設置。15年2月には共通シンボルマークを導入した。今後、海外への情報発信に取り組むことが決定している。

●海外発行クレジットカード利用可能なATMの整備

日本のATMは海外発行のクレジットカードが使用できないことが多く、訪日外国人の不満の声は根強い。

株式会社セブン銀行では、海外で発行されたクレジットカードで日本円を引き出すことのできるサービスを他社に先駆けて07年より提供しており、同グループのコンビニエンスストア「セブン-イレブン」店内を中心に設置拡大を図ってきた。近年は外国人観光客が多く訪れる商業施設や空港、駅、観光地などへの設置も進めており、14年7月にはATMの設置台数が2万台を突破。同年1年間における同社ATMの海外発行カード利用件数は過去最高の359万件（前年比56%増）を記録した（図II-4-4）。

図II-4-4 セブン銀行ATMにおける海外発行カード利用件数の推移



●訪日外国人向け旅行専門店や案内所の整備

株式会社エイチ・アイ・エスは、15年1月に京都で同社初の訪日旅行専門店「KYOTO TOURIST INFORMATION CENTER」をオープンした。観光案内とともに、宿泊施設予約やオプションツアー販売、レストラン・料亭予約、近畿圏の私鉄・市営地下鉄などで利用できる「KANSAI THRU PASS」の販売など多彩なサービスを提供している。さらに、同社は同年3月には東京に3カ所、同年4月には大阪に1カ所の訪日旅行専門デスク（またはフロア）を開設した。

西日本旅客鉄道株式会社では、14年11月から15年3月までの期間限定で、天神大牟田線の西鉄福岡（天神）駅において外国人観光客の来訪が多い週末や祝日に英語、韓国語、中国語の通訳スタッフを試験的に配置した。

観光庁によると、14年度の外国人観光案内所の新規認定は100件となり、全国の認定外国人観光案内所は465件となった。全国の観光案内を提供し、英語を含む3言語で対応可能な外国人観光案内所（カテゴリ-3）はこれまで首都圏と京都のみであったが、中部、関西、福岡の空港などにも拡大し、カテゴリ-3の認定数は7件から18件へと大幅に増加した。

（川口明子）

5 団体旅行商品の訪問地

東京や大阪の他、テーマパークや富士山周辺にも
台湾発は地方ブロック内、中国発は日本列島周遊が目立つ

(1) 台湾・香港・中国発の団体旅行商品の訪問地

団体旅行商品の利用率が他国に比べて高い台湾、香港および中国を調査対象として当財団が独自に実施した「訪日団体旅行商品調査」(注)の結果をもとに、これらの国・地域における訪日団体旅行の訪問地(都道府県)の実態を整理する。同調査は、台湾、香港および中国の大手旅行会社11社によりインターネット上で販売されていた訪日団体旅行商品を対象として、15年2月下旬に3月出発分、同年3月下旬に4月出発分の商品情報を収集した。収集した商品数は計1,502商品であり、国・地域別では台湾発が1,046商品、香港発が121商品、中国発が335商品である(3月と4月の両月に同じ商品が販売されていた場合には1商品としてカウントしている)。

本調査の結果をもとに、訪日団体旅行商品の訪問地ランキングを作成した(表II-5-1)。同表を見ると、台湾、香港、中国ともに「東京都」と「大阪府」がそれぞれ1位と2位を占めており、これら2都府が日本を代表する訪問地であることが分かる。3位は出発地の国・地域によって異なり、台湾では日本を代表する歴史観光地である「京都府」、香港では東京ディズニーランドなどが立地する「千葉県」、中国では富士山の立地する「山梨県」が3位であった。

出発地の国・地域別に訪問地別の商品数を見ると、台湾発では「東京都」「大阪府」に次いで「京都府」「千葉県」「北海道」の順で多い。このうち、「北海道」が上位5位に入った国・地域は台湾のみであり、北海道は香港や中国に比べ台湾の団体旅行客に人気があることが分かる。台湾発の団体旅行商品の全

(注) (公財) 日本交通公社「訪日団体旅行商品調査」調査概要
調査時期：2015年2月23日、24日、25日(3月発の団体旅行商品調査)
2015年3月20日、23日、24日(4月発の団体旅行商品調査)
調査方法：インターネットによる情報収集
対象地域：台湾、香港、中国
調査対象：大手旅行会社11社(台湾5社、香港2社、中国4社)
有効商品数：1,502商品。台湾3月発664商品、4月発665商品、計1,046商品
香港3月発72商品、4月発105商品、計121商品。中国3月発210商品、4月発172商品、計335商品(3月と4月の両月に同じ商品が販売されていた場合には1商品としてカウントしている)

表II-5-1 訪問地別に見る団体旅行商品数ランキング

順位	台湾	香港	中国
1位	東京都(215)	東京都(33)	東京都(261)
2位	大阪府(190)	大阪府(31)	大阪府(234)
3位	京都府(182)	千葉県(28)	山梨県(232)
4位	千葉県(172)	兵庫県(24)	京都府(230)
5位	北海道(159)	神奈川県(22)	静岡県(199)
6位	福岡県(156)	山梨県/ 京都府/ 熊本県(18)	神奈川県(168)
7位	神奈川県(155)		愛知県(88)
8位	長野県(150)	静岡県/ 宮崎県(17)	北海道(67)
9位	山梨県(142)		奈良県(46)
10位	熊本県(140)		福岡県(36)

資料：(公財) 日本交通公社「訪日団体旅行商品調査」(2015年3月、4月出発分)

※カッコ内の数値は商品数である。

体的な特徴は訪問地のラインナップが豊富なことであり、3月と4月の商品全体で47都道府県全てを網羅している(表II-5-2および図II-5-1)。

表II-5-2 都道府県別に見る団体旅行商品数と訪問率

地方ブロック	都道府県	団体旅行商品数					
		台湾発		香港発		中国発	
		商品数	訪問率	商品数	訪問率	商品数	訪問率
北海道	北海道	159	15.2%	16	13.2%	67	20.0%
東北	青森県	49	4.7%	2	1.7%	2	0.6%
	岩手県	60	5.7%	4	3.3%	2	0.6%
	宮城県	59	5.6%	4	3.3%	2	0.6%
	秋田県	58	5.5%	2	1.7%	3	0.9%
	山形県	33	3.2%	0	0.0%	0	0.0%
	福島県	4	0.4%	6	5.0%	0	0.0%
関東	茨城県	4	0.4%	0	0.0%	0	0.0%
	栃木県	20	1.9%	6	5.0%	2	0.6%
	群馬県	44	4.2%	0	0.0%	0	0.0%
	埼玉県	31	3.0%	2	1.7%	3	0.9%
	千葉県	172	16.4%	28	23.1%	21	6.3%
	東京都	215	20.6%	33	27.3%	261	77.9%
	神奈川県	155	14.8%	22	18.2%	168	50.1%
	新潟県	11	1.1%	3	2.5%	1	0.3%
	山梨県	142	13.6%	18	14.9%	232	69.3%
	中部	富山県	110	10.5%	6	5.0%	4
石川県		124	11.9%	9	7.4%	2	0.6%
福井県		16	1.5%	7	5.8%	0	0.0%
長野県		150	14.3%	10	8.3%	14	4.2%
岐阜県		130	12.4%	8	6.6%	19	5.7%
静岡県		75	7.2%	17	14.0%	199	59.4%
愛知県		104	9.9%	8	6.6%	88	26.3%
三重県		15	1.4%	3	2.5%	16	4.8%
滋賀県		75	7.2%	6	5.0%	2	0.6%
京都府		182	17.4%	18	14.9%	230	68.7%
大阪府		190	18.2%	31	25.6%	234	69.9%
兵庫県		136	13.0%	24	19.8%	12	3.6%
奈良県		129	12.3%	12	9.9%	46	13.7%
和歌山県	44	4.2%	9	7.4%	1	0.3%	
中国・四国	鳥取県	10	1.0%	5	4.1%	0	0.0%
	島根県	11	1.1%	0	0.0%	0	0.0%
	岡山県	37	3.5%	15	12.4%	1	0.3%
	広島県	27	2.6%	13	10.7%	1	0.3%
	山口県	25	2.4%	6	5.0%	1	0.3%
	徳島県	22	2.1%	2	1.7%	0	0.0%
	香川県	36	3.4%	12	9.9%	3	0.9%
	愛媛県	28	2.7%	10	8.3%	0	0.0%
	高知県	10	1.0%	0	0.0%	0	0.0%
	九州	福岡県	156	14.9%	14	11.6%	36
佐賀県		87	8.3%	8	6.6%	7	2.1%
長崎県		98	9.4%	12	9.9%	6	1.8%
熊本県		140	13.4%	18	14.9%	9	2.7%
大分県		118	11.3%	8	6.6%	11	3.3%
宮崎県		40	3.8%	17	14.0%	0	0.0%
沖縄	鹿児島県	49	4.7%	11	9.1%	0	0.0%
	沖縄県	77	7.4%	10	8.3%	15	4.5%
商品総数		1,046	100.0%	121	100.0%	335	100.0%
調査旅行会社数		5社		2社		4社	

資料：(公財) 日本交通公社「訪日団体旅行商品調査」(2015年3月、4月出発分)

次に香港発の訪問地別商品数を見ると、「東京都」「大阪府」に次いで「千葉県」「兵庫県」「神奈川県」の順が多い(表II-5-1)。4位の「兵庫県」は、近畿地方を訪問する団体旅行商品の他、中国・四国地域を訪れる商品の一部でも同県を訪れていることから商品数が多くなっている。一方、本調査で情報収集した団体旅行商品には「山形県」「茨城県」「群馬県」「島根県」「高知県」を訪問する団体旅行商品は、調査対象商品のなかでは見当たらなかった(表II-5-2および図II-5-1)。

中国発では、「東京都」「大阪府」に次いで「山梨県」「京都府」「静岡県」の順となった(表II-5-1)。富士山周辺(山梨県および静岡県)の人気の高さがうかがえる。一方、本調査で情報収集した団体旅行商品には「山形県」「福島県」「茨城県」「群馬県」「福井県」「鳥取県」「島根県」「徳島県」「愛媛県」「高知県」「宮崎県」「鹿児島県」を訪れる商品がなく、台湾や香港に比べ訪問地に偏りが見られる(表II-5-2および図II-5-1)。

(2) 地方ブロック別の訪問地の特徴

全体的な傾向としては、台湾発では各地方ブロック内を周遊する団体旅行商品が多いのに対し、香港発や中国発の団体旅行商品では複数の地方ブロックをセットにしたものが多い。特に、中国発の団体旅行商品を見ると、複数の地方ブロックをセットにした日本列島を周遊する商品が目立った。

地方ブロックごとに台湾・香港・中国発の訪日団体旅行商品の訪問地の傾向を述べる(表II-5-2および図II-5-1)。

●北海道

北海道を訪れる団体旅行商品を見ると、台湾発と香港発の旅行行程はそのほとんどが北海道のみを訪れるものであったが、中国発では北海道と本州をセットにした日本周遊型の商品が多い。函館や小樽など著名な観光地を商品名に付した商品や、スキー体験や流水体験を組み込んだ商品も見られた。

●東北

北東北三県(青森県・岩手県・秋田県)と仙台を訪れる旅行商品が多い。特に、4月出発分の商品では花見ツアーが目立つ。花見スポットとしては、弘前城公園や角館かくのたて、北上展勝地しほがま、鹽竈神社、船岡城址公園などが見られた。

●関東

東京都および神奈川県を訪れる商品数が圧倒的に多い他、東京ディズニーランド/東京ディズニーシーの立地する千葉県や、富士山の立地する山梨県を訪れる商品も少なくない。一方、茨城県、栃木県、群馬県、埼玉県、新潟県を訪問する商品数は少なく、特に茨城県を訪れる団体旅行商品は台湾発の4商品のみと最も少なかった。

●中部

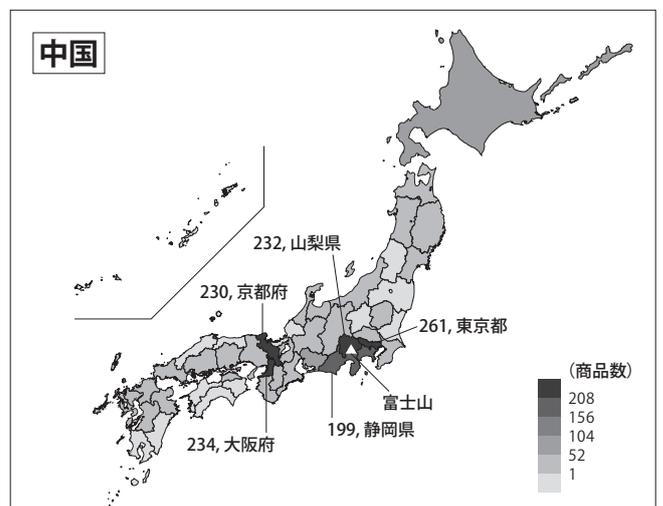
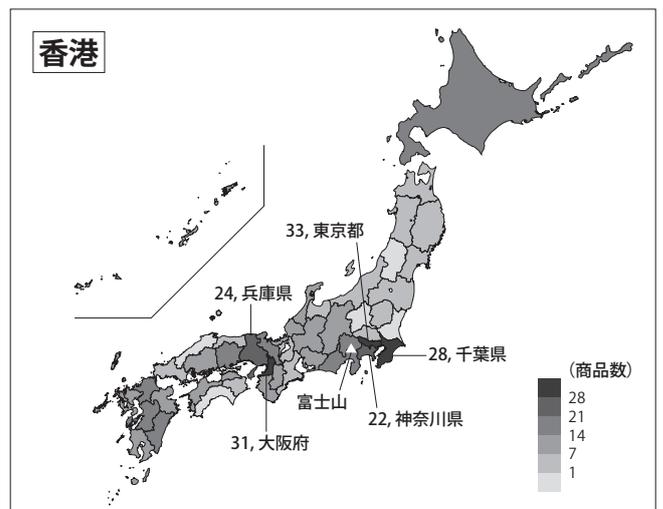
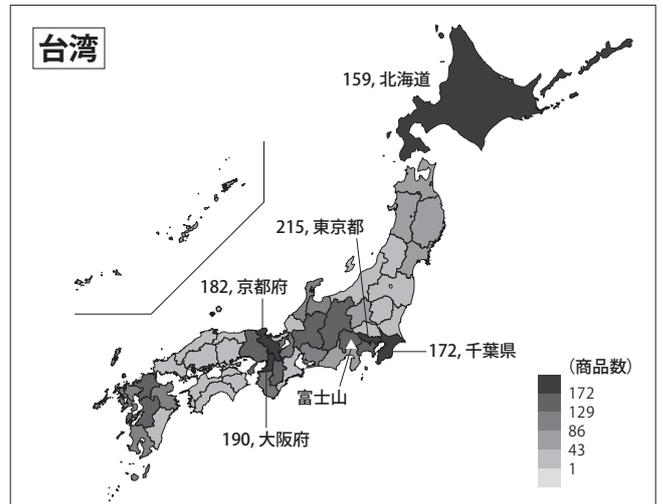
静岡県と愛知県を訪問する商品が多い。特に、中国発の団体旅行商品では、富士山の眺望の良い平和公園(御殿場市)を訪れるものが目立つ。愛知県では名古屋を訪問するツアーが多く、特に中国発の団体旅行商品では本州周遊ルートの訪問先の一つに位置づけられている。また、4月中旬からの立山黒部アルペンルートの開通に伴い、名古屋を中部周遊の観光拠点の

一つとして組み込んだ台湾発の商品も少なくない。

●近畿

近畿地方では大阪府と京都府に集中している。台湾発では近畿地域のみを訪問する旅行商品が多く見られたが、香港発や中国発では中国・四国地域や関東地域をセットにした団体旅行商品も少なくない。

図II-5-1 都道府県別に見る団体旅行商品数マップ



資料：(公財)日本交通公社「訪日団体旅行商品調査」(2015年3月、4月出発分)

●中国・四国

中国地方の場合は、岡山県と広島県を訪れる商品が多かった。一方、四国地方の場合は、香川県と愛媛県が主な訪問先であった。ただ、他の地方ブロックと比べると、中国・四国地方の商品数は全体的に少ない。

●九州

九州地方では、北部九州（福岡県・佐賀県・長崎県・熊本県・大分県）を訪問する団体旅行商品が多かった。なかでも最も多い訪問地は福岡県である。福岡県は九州を代表する訪問地であるとともに、九州を訪問する多くの旅行商品が同県を玄関口として利用していることが分かる。

●沖縄

沖縄本島を訪れる団体旅行商品がほとんどであり、離島を訪れるものは少数である。3月および4月出発分を見る限り、離島を訪問する団体旅行商品は久米島（1商品）と宮古島（1商品）のみであった。

(3) 国・地域別の団体旅行商品の特徴

出発地の国・地域別に、団体旅行商品の内容について、その傾向を詳しく述べる。

●台湾発の団体旅行商品

台湾発の団体旅行商品では、日本での滞在日数が5日間の商品が多い。ただし、沖縄県を訪れる商品では4日間の商品が主流となっている。

商品数上位の都道府県ごとにその観光地を詳しく見ていくと、1位の東京都では「浅草」と「お台場」を訪問する団体旅行商品が多い（表Ⅱ-5-3）。2位の大阪府では「心齋橋」「道頓堀」「ユニバーサル・スタジオ・ジャパン」、3位の京都府では「嵐山」「清水寺」「祇園」といった地名が目立つ。4位の千葉県は「東京ディズニーランド」「東京ディズニーシー」が中心である。5位の北海道では「札幌」の他「小樽」「登別」「函館」といった観光地が目立った。また、「クマ牧場」「旭山動物園」「大沼公園」といった施設名や、「温泉」「グルメ（特に、カニ）」といった旅行の楽しみ方を商品名に冠した商品も見られた。九州では福岡県と熊本県が上位にランクインしているが、九州地方で商品数の多い観光地は「太宰府」「博多」「阿蘇」「熊本」である。7位の神奈川県では「芦ノ湖」や「大湧谷」といった箱根エリアを訪れる団体旅行商品が圧倒的に多く、また9位の山梨県（「山中湖」「忍野八海」など富士五湖エリアが中心）への訪問がセットになった商品も多い。8位の長野県の主な観光地は軽井沢である。ただ、4月中旬からの立山黒部アルペンルート開通の影響で3月に比べ4月の商品数が多く、「松本」や「上高地」を周遊するツアーも多く見られた。

旅行内容としては、テーマパークを訪れる団体旅行商品数が多い点が台湾発商品の特徴であった。千葉県の「東京ディズニーランド/東京ディズニーシー」と大阪府の「ユニバーサル・スタジオ・ジャパン」、長崎県の「ハウステンボス」を合わせると、テーマパークを訪れる月ごとの団体旅行商品数は同総数のおよそ3割を占めた。また、4月出発分では花見ツアーの増加も顕著

であった。この他、サイクリングや登山、マラソン、写真撮影、四国八十八ヶ所巡りといったテーマを取り上げた商品も見られ、台湾での訪日団体旅行商品に対する多様なニーズの存在がうかがえる。

●香港発の団体旅行商品

香港発の団体旅行商品では、日本での滞在日数が4～7日間の商品が見られるが、なかでも5日間の商品が多い。

商品数上位の都道府県ごとにその観光地を詳しく見ていくと、1位の東京都では「新宿」「浅草」を訪問する商品が目立った（表Ⅱ-5-4）。2位の大阪府では「心齋橋」「大阪城」「ユニバーサル・スタジオ・ジャパン」、3位の千葉県では「東京ディズニーランド」

表Ⅱ-5-3 台湾発の団体旅行商品の主な観光地

順位	都道府県	主な観光地（順不同）
1位	東京都	浅草、お台場
2位	大阪府	心齋橋、道頓堀、ユニバーサル・スタジオ・ジャパン
3位	京都府	嵐山、清水寺、祇園
4位	千葉県	東京ディズニーランド、東京ディズニーシー
5位	北海道	札幌、小樽、登別、函館
6位	福岡県	太宰府、博多
7位	神奈川県	芦ノ湖、大湧谷
8位	長野県	軽井沢、松本、上高地
9位	山梨県	富士五湖、忍野八海
10位	熊本県	阿蘇、熊本

資料：（公財）日本交通公社「訪日団体旅行商品調査」（2015年3月、4月出発分）

表Ⅱ-5-4 香港発の団体旅行商品の主な観光地

順位	都道府県	主な観光地（順不同）
1位	東京都	新宿、浅草
2位	大阪府	心齋橋、大阪城、ユニバーサル・スタジオ・ジャパン
3位	千葉県	東京ディズニーランド、東京ディズニーシー
4位	兵庫県	神戸（北野異人館、ハーバーランド）
5位	神奈川県	横浜、芦ノ湖
6位	山梨県	忍野八海、富士急ハイランド
	京都府	嵐山、清水寺
	熊本県	阿蘇火山、草千里
9位	静岡県	平和公園（御殿場市）、伊豆半島
	宮崎県	高千穂峡

資料：（公財）日本交通公社「訪日団体旅行商品調査」（2015年3月、4月出発分）

表Ⅱ-5-5 中国発の団体旅行商品の主な観光地

順位	都道府県	主な観光地（順不同）
1位	東京都	上野、皇居、銀座、浅草、秋葉原、お台場
2位	大阪府	心齋橋、大阪城
3位	山梨県	忍野八海、富士山五合目、河口湖
4位	京都府	嵐山、金閣寺、祇園、平安神宮
5位	静岡県	平和公園（御殿場市）、浜名湖
6位	神奈川県	箱根、横浜、八景島、相模湖
7位	愛知県	名古屋
8位	北海道	札幌、小樽、函館、登別、洞爺湖、富良野
9位	奈良県	奈良公園、東大寺、春日大社
10位	福岡県	太宰府、博多

資料：（公財）日本交通公社「訪日団体旅行商品調査」（2015年3月、4月出発分）

ンド「東京ディズニーシー」が多く、台湾同様にテーマパークの人気がうかがえる。4位の兵庫県では「神戸」の北野異人館やハーバーランドなどを訪れる商品が多い。5位の神奈川県では「横浜」「芦ノ湖」、6位の山梨県では「忍野八海」「富士芝桜まつり」「富士急ハイランド」、同じく6位の京都府では「清水寺」「嵐山」、熊本県では「阿蘇火山」「草千里」といった観光地が目立った。9位の静岡県では富士山のビュースポットである「平和公園」の他、伊豆半島を訪れる商品も少なくない。同じく9位の宮崎県では「高千穂峡」が多かった。

旅行内容としては、一般的な周遊観光の他、写真撮影を目的とする旅行商品や、九州旅客鉄道株式会社が提供するクルーズトレイン「ななつ星 in 九州」に乗車する商品も見られた。

●中国発の団体旅行商品

中国発の団体旅行商品では、日本での滞在日数が6～7日間の商品が多い。ただし、沖縄県を訪れる商品では5日間の商品が大半であり、台湾と同様にやや滞在日数が短い。

上位であった訪問先の人気観光地を見ると、1位の東京都では「上野」「皇居」「銀座」「浅草」「秋葉原」「お台場」などを訪れる商品が目立った（表II-5-5）。2位の大阪府では「心斎橋」

「大阪城」が多いが、台湾や香港とは異なり「ユニバーサル・スタジオ・ジャパン」を訪問する商品は少ない。3位の山梨県では「忍野八海」「富士山五合目」「河口湖」など富士山周辺の観光地を訪れる商品が多い。4位の京都府では「嵐山」「金閣寺」「祇園」「平安神宮」などの観光地が目立った。5位の静岡県では「平和公園」の他、「浜名湖」を訪れる商品も見られた。6位の神奈川県では「箱根」「横浜」「八景島」「相模湖」、7位の愛知県では「名古屋」が多い。8位の北海道では「札幌」「小樽」「函館」「登別」の他、「洞爺湖」や「富良野」といった地名も見られ、台湾に比べると訪問先が多様である。9位の奈良県では「奈良公園」「東大寺」「春日大社」、10位の福岡県では「太宰府」「博多」といった地名が目立った。なお、九州地方を訪問する中国発の団体旅行商品のほとんどは福岡県を訪問していた。

旅行内容としては、日本列島を幅広く周遊するツアーが多い点である。典型的なパターンは東京、中部（名古屋）、近畿（大阪、京都）、富士山周辺（箱根、富士五湖、平和公園）を巡るツアーであるが、これらに加えて北海道または九州を訪問する商品も目立った。

（徐 中菀）

Ⅲ 觀光產業

Ⅲ-1	旅行業	100
Ⅲ-2	運輸業	107
1.	鐵道	107
2.	航空・航路	110
3.	道路交通	116
Ⅲ-3	宿泊業	120
Ⅲ-4	集客交流施設、MICE	126

Ⅲ-1 旅行業

1 旅行業の現況

旅行業者総数は減少するも、地域限定旅行業は大幅増
2014年の旅行売上高は前年比プラス

(1) 旅行業者数

15年4月1日現在の旅行業者総数（旅行業者と旅行業者代理業者の計）は9,884社（前年比0.9%減）となり、14年から減少した（表Ⅲ-1-1）。

営業資格別に見ると、第1種（海外・国内の募集型企画旅行の企画・実施が可能）、第2種（国内の募集型企画旅行の企画・実施が可能）はほぼ前年と変わらず、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）は前年比1.8%減、旅行業者代理業者は同3.0%減となった。一方、13年4月に新設された地域限定旅行業については、前年比71.1%増と大幅に増加した。

(2) 旅行売上高

14年における旅行売上高（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まない）は、総額で6兆640億円（前年比1.8%増）と推計される（表Ⅲ-1-2）。

また、市場別では、国内旅行3兆7,488億円（同2.0%増）、海外旅行2兆2,272億円（同0.6%増）と推計される（図Ⅲ-1-1）。

営業資格別では、第1種の旅行売上高が5兆1,601億円（同1.8%増）、第2種および第3種を合わせた旅行売上高は9,039億円（同1.8%増）と推計される（表Ⅲ-1-2）。

(3) 主要旅行業者の取扱額

観光庁「主要旅行業者の旅行取扱状況速報」によると、14年度の主要旅行業者50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6兆4,196億円（前年比1.2%増）であった。市場別では、国内旅行が4兆1,036億円（同2.1%増）、海外旅行は2兆2,034億円（同1.6%減）、外

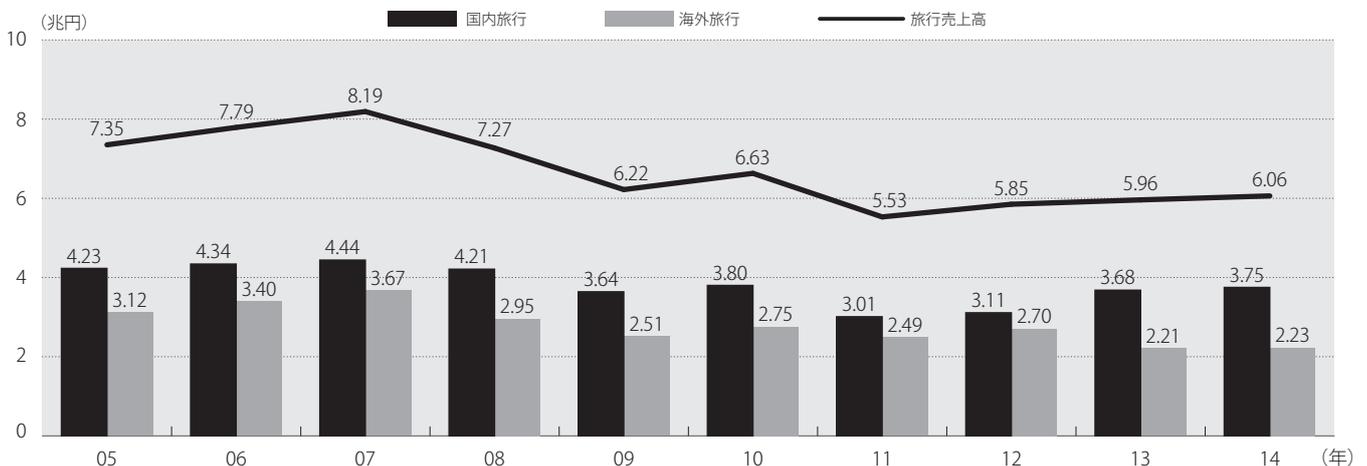
表Ⅲ-1-1 旅行業者数の推移

（単位：社、%）

(4月1日現在)	2011年		2012年		2013年		2014年		2015年	
	実数	前年比	実数	前年比	実数	前年比	実数	前年比	実数	前年比
総数	10,240	△ 0.4	10,146	△ 0.9	10,145	△ 0.0	9,978	△ 1.6	9,884	△ 0.9
旅行業	9,360	△ 0.5	9,274	△ 0.9	9,308	0.4	9,143	△ 1.8	9,074	△ 0.8
第1種	738	△ 4.0	726	△ 1.6	701	△ 3.4	696	△ 0.7	697	0.1
第2種	2,785	1.5	2,799	0.5	2,869	2.5	2,777	△ 3.2	2,776	△ 0.0
第3種	5,837	△ 0.9	5,749	△ 1.5	5,738	△ 0.2	5,625	△ 2.0	5,524	△ 1.8
地域限定							45	—	77	71.1
旅行業者代理業	880	0.1	872	△ 0.9	837	△ 4.0	835	△ 0.2	810	△ 3.0

資料：観光庁への聞き取りをもとに（公財）日本交通公社作成

図Ⅲ-1-1 市場別に見る旅行売上高の推移



資料：観光庁資料、（一社）日本旅行業協会への聞き取りをもとに（公財）日本交通公社推計

表Ⅲ-1-2 営業資格別に見る旅行売上高の推移

(単位：兆円、%)

	2010年		2011年		2012年		2013年		2014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
旅行売上高	6.63	6.6	5.53	△ 16.5	5.85	5.7	5.96	1.8	6.06	1.8
第1種	5.65	5.4	4.71	△ 16.6	4.98	5.7	5.07	1.8	5.16	1.8
第2種・第3種	0.98	14.2	0.82	△ 16.3	0.87	6.0	0.89	1.8	0.90	1.8

資料：観光庁資料、(一社)日本旅行業協会への聞き取りをもとに(公財)日本交通公社推計

表Ⅲ-1-3 主要旅行業者の取扱額

(単位：兆円、%)

	2013年度	2014年度	前年度比
海外旅行	2.24	2.20	△ 1.6
外国人旅行	0.08	0.11	35.2
国内旅行	4.02	4.10	2.1
合計	6.34	6.42	1.2

資料：観光庁「主要旅行業者の旅行取扱状況速報」より(公財)日本交通公社作成

国内旅行は1,125億円(同35.2%増)となった(表Ⅲ-1-3)。なお、海外旅行については、円安などの影響で年度後半に大幅に実績が落ち込んでおり、暦年で推計した旅行売上高(図Ⅲ-1-1)とは逆の傾向を示し、前年度比減となっている。

上記について、可能な限り代売実績の重複を避けて、より実質的な各社の販売力を比較するため、ホールセール専門会社と見なされる6社と、14年度からの新規調査対象1社を除外した取扱額合計に占める各社(グループ)のシェアについて過去5年間にさかのぼって推計を行った。

この結果、14年度では1位が「ジェイティービー(JTB)」「グループ15社計」で33.0%、2位が「KNT」(グループ9社計)で11.2%、3位が「HIS」(グループ5社計)で9.3%となっている。

市場別に見ると、国内旅行では、1位が「JTB」で36.2%、2位が「楽天」で13.6%、3位が「KNT」で12.6%となっている。また、海外旅行では1位が「JTB」で27.1%、2位が「HIS」で20.7%、3位が「阪急交通社」で11.2%と続いている(表Ⅲ-1-4)。

表Ⅲ-1-4 主要旅行業者の取扱額上位10社とシェア

総取扱額

順位	2010年度		2011年度		2012年度		2013年度		2014年度	
	会社名	シェア	会社名	シェア	会社名	シェア	会社名	シェア	会社名	シェア
1	JTB	27.5%	JTB	31.4%	JTB	32.1%	JTB	32.8%	JTB	33.0%
2	KNT	16.1%	KNT	14.5%	KNT	13.5%	KNT	11.5%	KNT	11.2%
3	日本旅行	9.2%	日本旅行	8.6%	阪急交通社	8.6%	日本旅行	9.0%	HIS	9.3%
4	阪急交通社	8.5%	HIS	8.1%	日本旅行	8.6%	HIS	9.0%	日本旅行	9.2%
5	HIS	7.8%	阪急交通社	8.1%	HIS	8.4%	阪急交通社	8.2%	楽天	8.5%
6	楽天(楽天トラベル)	6.2%	楽天(楽天トラベル)	6.8%	楽天(楽天トラベル)	7.3%	楽天(楽天トラベル)	8.0%	阪急交通社	7.3%
7	トップツアー	2.8%	トップツアー	2.6%	トップツアー	2.5%	トップツアー	2.5%	トップツアー	2.5%
8	名鉄観光サービス	2.1%	名鉄観光サービス	2.0%	名鉄観光サービス	2.0%	JR東海ツアーズ	2.0%	JR東海ツアーズ	2.1%
9	農協観光	2.0%	JR東海ツアーズ	1.9%	JR東海ツアーズ	1.8%	名鉄観光サービス	2.0%	名鉄観光サービス	2.0%
10	JR東海ツアーズ	1.9%	農協観光	1.8%	農協観光	1.8%	農協観光	1.7%	JTBビジネストラベルソリューションズ	1.7%

国内旅行取扱額

順位	2010年度		2011年度		2012年度		2013年度		2014年度	
	会社名	シェア	会社名	シェア	会社名	シェア	会社名	シェア	会社名	シェア
1	JTB	31.0%	JTB	36.1%	JTB	35.7%	JTB	36.1%	JTB	36.2%
2	KNT	17.3%	KNT	15.2%	KNT	14.4%	KNT	13.0%	楽天	13.6%
3	楽天(楽天トラベル)	10.4%	楽天(楽天トラベル)	11.4%	楽天(楽天トラベル)	12.2%	楽天(楽天トラベル)	13.0%	KNT	12.6%
4	日本旅行	10.3%	日本旅行	9.4%	日本旅行	9.3%	日本旅行	9.5%	日本旅行	9.5%
5	阪急交通社	5.4%	阪急交通社	4.5%	阪急交通社	5.1%	阪急交通社	5.4%	阪急交通社	4.9%
6	トップツアー	3.5%	トップツアー	3.3%	JR東海ツアーズ	3.2%	JR東海ツアーズ	3.4%	JR東海ツアーズ	3.5%
7	JR東海ツアーズ	3.3%	JR東海ツアーズ	3.2%	トップツアー	3.1%	トップツアー	3.0%	トップツアー	2.9%
8	名鉄観光サービス	3.0%	名鉄観光サービス	2.9%	名鉄観光サービス	2.8%	名鉄観光サービス	2.8%	名鉄観光サービス	2.7%
9	農協観光	3.0%	農協観光	2.7%	農協観光	2.7%	農協観光	2.5%	農協観光	2.4%
10	読売旅行	2.3%	読売旅行	1.8%	読売旅行	1.8%	読売旅行	1.7%	HIS	1.9%

海外旅行取扱額

順位	2010年度		2011年度		2012年度		2013年度		2014年度	
	会社名	シェア								
1	JTB	22.1%	JTB	25.0%	JTB	26.7%	JTB	27.4%	JTB	27.1%
2	HIS	17.5%	HIS	18.1%	HIS	18.3%	HIS	20.1%	HIS	20.7%
3	KNT	14.7%	KNT	13.6%	阪急交通社	13.5%	阪急交通社	12.5%	阪急交通社	11.2%
4	阪急交通社	12.8%	阪急交通社	12.9%	KNT	12.2%	KNT	9.4%	KNT	9.1%
5	日本旅行	7.6%	日本旅行	7.3%	日本旅行	7.3%	日本旅行	8.0%	日本旅行	8.0%
6	日通旅行（日本通運）	3.6%	日通旅行（日本通運）	3.1%	日通旅行	2.6%	JTBビジネストラベルソリューションズ	2.8%	JTBビジネストラベルソリューションズ	3.0%
7	JTBビジネストラベルソリューションズ	3.1%	JTBビジネストラベルソリューションズ	2.6%	JTBビジネストラベルソリューションズ	2.5%	日新航空サービス	2.4%	日新航空サービス	2.5%
8	エムオーツーリスト	2.1%	日新航空サービス	2.2%	日新航空サービス	2.3%	日通旅行	2.1%	日通旅行	2.3%
9	日新航空サービス	2.1%	阪急阪神ビジネストラベル	1.9%	エムオーツーリスト	1.7%	エムオーツーリスト	1.9%	阪急阪神ビジネストラベル	2.1%
10	阪急阪神ビジネストラベル	1.9%	エムオーツーリスト	1.8%	阪急阪神ビジネストラベル	1.7%	阪急阪神ビジネストラベル	1.9%	エムオーツーリスト	2.1%

資料：観光庁「主要旅行業者の旅行取扱状況速報」をもとに（公財）日本交通公社推計
 (注1) シェアの分母は主要旅行業者50社から下記の7社を除外した取扱額の合計
 JTBワールド/ケーションズ、ANAセールス、ジャルパック、JALセールス、ビッグホリデー、トラベルプラザインターナショナル、エアリンク（2014年度のみ）
 (注2) 「JTB」は以下15社の合計（社内取引を相殺した額で算出）
 ジェイティービー、JTB北海道、JTB東北、JTB関東、JTB首都圏、JTB中部、JTB西日本、JTB中国四国、JTB九州、JTB東海、JTB関西、JTBコーポレートセールス、iJTB、JTBグローバルマーケティング&トラベル、JTB国内旅行企画（2014年度のみ）
 (注3) 「KNT」は以下9社の合計（社内取引を相殺した額で算出）
 近畿日本ツーリスト、近畿日本ツーリスト北海道、近畿日本ツーリスト東北、近畿日本ツーリスト中国四国、近畿日本ツーリスト九州、ユナイテッドツアーズ、クラブツーリズム、近畿日本ツーリスト個人旅行、近畿日本ツーリスト個人旅行販売
 ※2010～2011年度は近畿日本ツーリスト、KNTツーリスト、クラブツーリズム、ユナイテッドツアーズの4社の合計（社内取引の相殺なし）
 ※2012年度は近畿日本ツーリスト、近畿日本ツーリスト個人旅行、クラブツーリズム、ユナイテッドツアーズの4社の合計（社内取引の相殺なし）
 (注4) 「HIS」は以下5社の合計（社内取引を相殺した額で算出）
 エイチ・アイ・エス、オリオンツアー、クオリタ、クルーズプラネット、ジャパンホリデートラベル（2014年度のみ）
 (注5) JTBビジネストラベルソリューションズの2010～2013年度は内外航空サービスとの合計（2013年6月に合併）

(4) 2013年度の経営状況

一般社団法人日本旅行業協会（JATA）への聞き取りによると、13年度の第1種旅行業における1社平均の旅行取扱高は235.8億円、営業収入は27.6億円となり、収入率（営業収入を旅行取扱高で除したもの）は11.7%と前年度から増加した（表Ⅲ-1-5）。

また、旅行取扱高のうち、他の旅行業者への販売額を除いた旅行者への直接販売額に対して、インターネット販売が占める比率（ネット直販率）を見ると14.2%となっている（表Ⅲ-1-6）。

2 旅行業界をめぐる動き

各旅行会社グループで組織再編が進む
 合併による新会社設立や自治体との連携の動きも

(1) 組織再編や提携などの動向

●組織再編の動き

14年4月、JTBは地域別の国内商品事業本部を統合し、グループ全体の国内旅行に関する仕入・商品企画・商品造成を目的とするJTB国内旅行企画を新たに設立した。また、これまで各地域事業会社が個々に行っていた海外の旅行会社に対するエージェント営業機能をJTBグローバルマーケティング&トラベルに一元化し、全国6カ所に地域営業所を設置した。

14年4月、楽天は、同社全額出資の子会社であった楽天トラベルを合併した。これによりノウハウの共有促進や共通サービスでの連携強化を図り、他のサービスとの相乗効果を発揮して

いく。

14年10月、KNT-CTホールディングスは、グループ会社の近畿日本ツーリスト個人旅行と近畿日本ツーリスト個人旅行販売を合併し、併せて組織体制を見直した。

●業務提携の動き

14年11月、HISとANAセールスは、訪日旅行需要の創出と日本各地の活性化を目的とした新会社「H.I.S.ANA ナビゲーションジャパン株式会社（略称：HAnavi〔ハナビ〕）」を設立した。

ANAの51都市115路線の国内線とHISの宿泊予約サイト「スマ宿」を通じた日本国内のホテルなどを自由に組み合わせることで、訪日外国人の多様なニーズに対応した個人型の国内旅行を提供する。販売はHISの海外店舗網を活かして展開し、地方自治体と連携して日本各地の魅力を世界に発信するとしている。

この他、旅行会社が地方自治体や観光推進組織と連携を図り、プロモーションや情報発信、組織体制強化、観光プログラムの造成などに取り組む動きも見られた。代表的な事例としては、箱根町、沖縄県座間味村、同渡嘉敷村、鳥取県、甲州市、富山県、越谷市と各地域旅行事業会社が連携を図っているJTBや、横浜市、金沢市と連携している楽天、神奈川県観光協会と連携を行っているKNT-CTホールディングスのグループ会社であるティーゲートなどの例がある。

●海外進出の動き

14年9月、JTBはシンガポールに持ち株会社を設立し、アジア・パシフィック地域でインバウンド事業を展開するTour Eastグループ5社を株式譲り受けにより買収することに合意した。拡

表Ⅲ-1-5 旅行業者（第1種）の経営状況の推移（1社平均）

（単位：千円）

	業者数	回答数	旅行取扱高 (A)	営業収入 (B)	収入率 (B/A)	営業利益	経常利益
2010年度	769社	180社	20,306,788	2,606,895	12.8%	△ 76,513	94,976
2011年度	738社	196社	19,052,103	2,019,501	10.6%	101,778	141,074
2012年度	726社	190社	22,982,058	2,476,389	10.8%	129,183	162,669
2013年度	701社	109社	23,580,528	2,759,663	11.7%	176,854	191,851

資料：（一社）日本旅行業協会への聞き取りをもとに（公財）日本交通公社作成

表Ⅲ-1-6 旅行業者（第1種）の販売経路の推移（1社平均）

（単位：千円）

	業者数	回答数	旅行取扱高 (A+C)					他旅行業者へ販売 (C)
			旅行者へ直接販売 (A)	旅行者へ直接販売 (A)			ネット直販率 (B/A)	
				うち通信販売	うちインターネット販売 (B)	ネット直販率 (B/A)		
2010年度	769社	180社	20,306,788	13,638,515	3,131,896	1,302,666	9.6%	6,668,273
2011年度	738社	196社	19,052,103	13,357,197	1,780,251	1,138,145	8.5%	5,694,905
2012年度	726社	190社	22,982,058	16,577,122	2,829,221	1,494,791	9.0%	6,404,936
2013年度	701社	109社	23,580,528	15,883,298	3,113,753	2,249,818	14.2%	7,697,231

資料：（一社）日本旅行業協会への聞き取りをもとに（公財）日本交通公社作成

大する国際観光客を着地で取り込むため、インバウンド事業の基盤構築を強化する。

●倒産・撤退の動向

東京商工リサーチによると、14年度の旅行業者の倒産件数は、前年度比17.0%減の34件で8件減少した。

主なものとしては、14年8月に負債18億400万円で破産したロータリーエアーサービス、14年3月に負債8億9,900万円で事業停止したワールドストリーム、14年11月に負債4億5,000万円で破産した日本国際旅行開発などがあった。

(2) 店頭販売の動向

●店舗新設の動き

14年12月、びゅうトラベルサービスは、今後ますますの増加が見込まれる訪日外国人旅行者のニーズに対応したサービスを提供するため、新宿駅に「JR EAST Travel Service Center (JR 東日本訪日旅行センター)」をオープンした。訪日外国人旅行者の拠点整備を進め、快適な日本での旅行を手助けしていく。

15年1月、HISは京都四条河原町に訪日旅行者専門店「KYOTO TOURIST INFORMATION CENTER」を初出店した。京都を訪れる個人旅行の外国籍の訪日客を主なターゲットとし、情報提供の他、オプションツアーや鉄道パス・バスパスなどの販売、ホテル・旅館やレストラン・料亭の予約などの手配を取り扱う。また同社では、外国人旅行者からも人気の高いお花見シーズンや、4月13日からのソクラン(タイの旧正月)によって訪日外国人観光客の増加が見込まれる15年3月に、新宿・新宿三丁目・銀座に訪日旅行専門デスク「TOURIST INFORMATION CENTER」をオープンした。

(3) インターネット販売の動向

●ウェブサイト刷新の動き

14年7月、楽天は、総合旅行サイト「楽天トラベル」の外国語サイトを大幅にリニューアルした。これまで独立していた各言語サイトのプラットフォームを統一することで、多言語展開が容易になり、拡大を続けるインバウンドビジネスの成長を支える基盤になる。また、新サイトはタブレット、スマートフォンにも対応するため、PCと同じコンテンツをモバイルデバイスにも展開することが可能になった。

近畿日本ツーリスト個人旅行は、国内宿泊プランのインターネット販売を強化する取り組みとして、予約を宿泊日当日まで受け付けすることが可能で、宿泊施設にとっては自由に客室の在庫管理ができる新サービス「e宿(いーやど)」の販売を14年7月から開始した。「e宿」は、ホームページ内に宿泊施設のプランを無料で掲載し、これまで以上に豊富な宿泊プランをお客様に提供する。

●スマートフォン対応の状況

JTBは、タビナカ(旅行中) 需要の獲得に向けて、旬の観光情報や現地オプションプランの検索・予約申し込みが可能なインターネットサービス「ポケたび」を開発し、13年6月に沖縄・北海道方面にて限定的にアプリ版で提供していた。その後14年7月からは全国展開し、ブラウザ版でも提供を開始している。

●ウェブサイト満足度

J.D.パワーが毎年発表している「日本ホテル宿泊予約ウェブサイト顧客満足度調査」によると、14年調査では「一休.com」が12年、13年に引き続き3年連続で1位となり、じゃらんnetが2位、楽天トラベルが3位となった。

Ⅲ 旅行商品をめぐる動き

北陸新幹線の開業、富岡製糸場の
世界遺産登録などに関連する旅行商品が多数造成

(1) 旅行商品の販売動向

●国内旅行

一般社団法人日本旅行業協会（JATA）が会員各社を対象に実施している「JATA旅行市場動向調査」の方面別DI値（「良い」を選んだ割合（%）から「悪い」を選んだ割合（%）を引いて作成する景気動向指数）を見ると、14年度は年度間通じてDI値がプラス基調で推移したのは「東京（含横浜・浦安）」方面と「京阪神」方面であった。

15年3月に北陸新幹線が開業した「北陸」方面は、14年度を通じてDI値はマイナス基調で推移したが、その後15年4月～6月期はプラスに転じており、開業効果が表れていることがうかがえる。また、「奄美・沖縄」方面は、14年4月～6月期から7月～9月期にかけて上昇したが、その後低下に転じ、15年1月～3月期のDI値はマイナスとなった。

●海外旅行

「JATA旅行市場動向調査」によると、14年度は各方面ともDI値はマイナス基調で推移した。特に、「ヨーロッパ」方面は14年10月～12月期に下落幅が大きく、その後15年1月～3月期もDI値はさらに低下した。また、「韓国」「中国」については、14年7月～9月期にいったん落ち込んだものの、その後DI値はマイナス基調ながら上昇に転じている。

(2) 旅行商品の企画開発

●世界文化遺産「富岡製糸場と絹産業遺産群」

14年6月に「富岡製糸場と絹産業遺産群」の世界文化遺産登録が決定したことを受けて、旅行会社各社でも国内外の旅行需要を取り込む動きが見られた。

JTB首都圏の高品質旅行専門店「JTBロイヤルロード銀座」は、訪日外国人向け国内旅行パッケージツアー「Tomiooka Silk Mill 2Days」を14年7月から発売した。ツアーは1泊2日で、専用車を利用し、通訳案内士が同行する。英語の対応を基本としているが、要望により多言語（10カ国語）に対応する通訳案内士も手配するものである。

JTB関東は、富岡と軽井沢間を結ぶシャトルバス「コクーンシャトル（富岡・軽井沢線）」を運行し、シャトルバスと富岡製糸場入場券、上信電鉄の乗車券をセットにした旅行商品を、14年7月よりインターネットにて発売を開始した。

日本旅行は14年7月、「富岡製糸場と絹産業遺産群」を訪ねるお客様向けの宿泊プランとJRセットプラン「富岡製糸場を訪ねる」の販売を開始した。「富岡製糸場」を訪ね、その近隣の磯部温泉、水上温泉、伊香保温泉、草津温泉などに宿泊するプランで、マイカー利用だけでなく、道路混雑に煩わされることなく宿泊地と高崎駅との往復が可能なJRセットプランも設定し、多様なニーズに応える内容となっている。

●北陸新幹線開業に合わせたツアー

15年3月の北陸新幹線開業に合わせて、北陸新幹線を利用した北陸および信越エリアへの旅行商品が旅行会社各社から発売された。

びゅうトラベルサービスは、往路の到着駅と復路の乗車駅が自由に選べる北陸エリアへのフリーチョイス型商品「北陸新幹線開業!!北陸」と信越エリアの豊富な温泉とスキー場を楽しむフリープラン「北陸新幹線開業!!温泉&春スキー」の発売を14年12月から開始した。

JTB国内旅行企画は、往復JR北陸新幹線と宿泊がセットになった「エースJTB北陸新幹線に乗る!金沢・能登・富山・上越・飯山」を14年12月から発売した。また、15年1月には通常の営業時間帯には見ることのできない黒部ダムの放水開始の瞬間を見学する「トロッコ電車^{たてこう}壱坑パノラマツアーと黒部ダム早朝放水が始まる瞬間を見るツアー3日間」と、車両の屋根に透明素材を配した「E～SORA（い～そら）『立山パノラマバス』」を貸し切り、雪の壁で人気の雪の大谷を通常より高い位置から見学する「ホテル立山に泊まる雪の大谷2日間」の2コースを発売開始した。

JTB国内旅行企画西日本事業部は、エースJTB（関西発）「北陸新幹線で行く!富山・長野・新潟」を14年12月に発売、同中部事業部も北陸発の信州、北関東、東京・横浜方面の商品を発売した。

阪急交通社は、北陸新幹線利用ツアー第一弾として、東京、大阪、金沢発着コースを15年1月から発売。東京発は「北陸3県こだわり大縦断3日間」など計3コース、大阪発は「4つの列車でめぐる鬼怒川・日光・草津^{くつろ}寛ぎと名湯の旅3日間」など3コース、金沢発着は「伊豆・箱根・富士・横浜・鎌倉・江ノ島・横須賀 ゴールデンルート3日間」など2コースで計8コースを設定した。

日本旅行は特別企画商品の「北陸新幹線開業スペシャル」について、首都圏発着、北陸発着の2商品を14年12月に販売した。また、15年2月には関西発着、中部発着と開業日限定ツアーとして、首都圏発着の2コースを発売。商品数を従来から大幅に増やしたことで、これまで造成していなかった観光周遊型商品やビジネス商品、廉価型商品、女子旅や熟年・シニア向けなどのターゲットを絞った商品など多彩な商品ラインナップになった。

15年2月、楽天は旅行予約サイト「楽天トラベル」にて、「2015年3月14日開業!北陸新幹線特集」をリリースした。北陸新幹線沿線エリアを中心に、北陸3県（石川県・富山県・福井県）・新潟県・長野県・岐阜県の合計6県の約350宿泊施設で販売する北陸新幹線開業記念宿泊プランを紹介し、さらに、北陸新幹線往復乗車券と宿泊がセットとなったJR東日本グループの旅のブランド「びゅう」商品や、周遊観光や遠距離移動に便利なレンタカーや観光バスの特別プランも紹介した。

●善光寺御開帳を参拝するツアー

数え年で7年に1度行われる「善光寺前立本尊御開帳」（15年4月5日～5月31日・57日間）に合わせた商品が15年2月に旅

行会社各社より発売された。

クラブツーリズムは、首都圏各地(東京、神奈川、埼玉、千葉、茨城) 17カ所から出発する1泊2日のバスツアー「善光寺御開帳と信州芸能まつりの旅2日間」を販売した。通常の参拝では会えない善光寺住職を務める大勸進貫主または大本願上人いづれかの方の講話を拝聴し、地元ボランティアガイドによる善光寺周辺の十念寺(出世大仏)、西方寺(二尊極楽堂)の案内、善光寺大勸進までのガイドを楽しみ、さらに信州上田では、クラブツーリズム特別企画「信州芸能まつり」に案内する内容となっている。

日本旅行は、創業110周年記念特別企画として、貸切新幹線で行く東京発の「善光寺へ行こう 善光寺御開帳への旅」を発売した。1泊2日の日程でフリープランと添乗員同行プランの2コースを設定し、往路の新幹線内では、信州伝統のスイーツを提供し、淵之坊住職が同乗し、御開帳に関する講話を行うなどのイベントを実施した。また善光寺では公認案内人が御開帳参拝をご案内し、宿坊での「精進料理」を用意した。

4 旅行会社の利用動向

ネットを通じた情報収集や予約申し込みが主流のなか、海外旅行では旅行ガイドブックも依然として活用

「JTBF旅行需要調査」(調査概要は9ページ参照)によると、旅行計画時の情報収集源や申し込み方法、国内パッケージツアーの利用に関する意識については次の通りである。

「旅行計画の情報収集源」「旅行の申し込みによく使う方法」「パッケージツアーの利用に関する意識」については、実際に行われた旅行についてではなく、調査時点(15年6月)における意識や傾向について尋ねたものである。

(1) 旅行計画の情報収集源

国内宿泊旅行において、男性の旅行の計画を立てる際の主な情報収集源について見ると、「ネットの検索サイト」と回答した割合が52.7%と最も高くなっている。それに対して旅行会社のチャンネルとしては「旅行会社のパンフレット」が36.4%、「旅行会社のホームページ」が13.4%、「旅行会社の店頭や電話」が11.4%となっている。

女性については「ネットの検索サイト」が48.8%と男性と同様に最も高いが、「旅行会社のパンフレット」が42.4%、「旅行会社の店頭や電話」が13.2%と、男性と比較して高い割合となっている。

また、海外宿泊旅行では、男性が「旅行に行かない/自分で収集しない」が37.6%と最も回答割合が高く、その分国内宿泊旅行と比較すると全体的にその他の項目の回答割合は低いが、そのなかでも「旅行ガイドブック」が30.0%と最も高くなっている。旅行会社のチャンネルとしては「旅行会社のパンフレット」が26.3%、「旅行会社の店頭や電話」が13.3%、「旅行会社のホームページ」が8.9%となっている。

一方、女性については、「旅行に行かない/自分で収集しない」が36.9%と最も回答割合が高く、「旅行ガイドブック」が29.8%でそれに続いている(図Ⅲ-1-2)。

(2) 旅行の申し込みによく使う方法

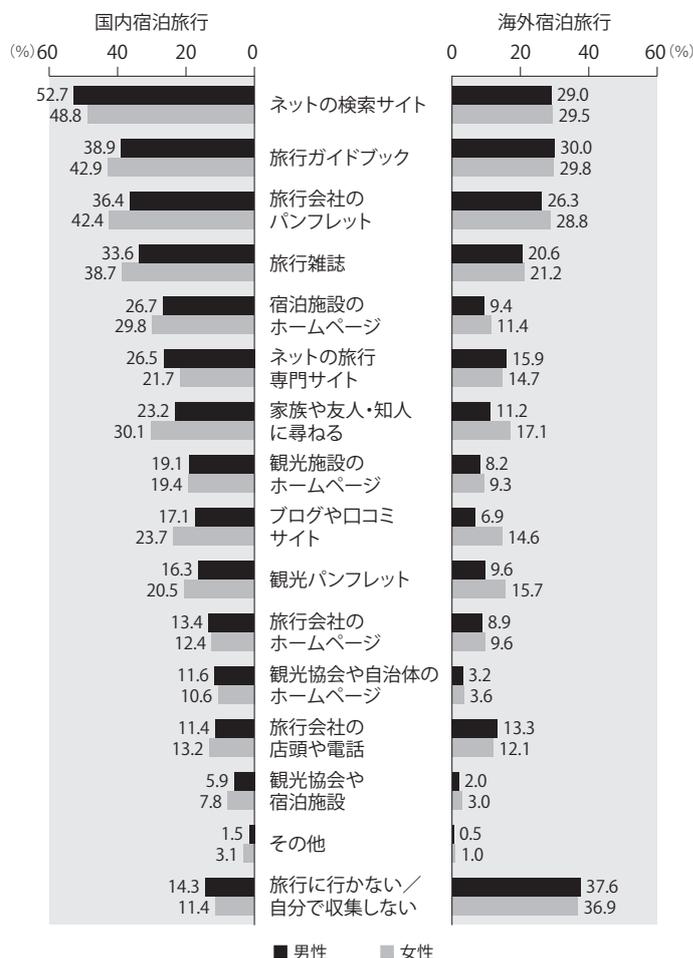
国内宿泊旅行において、男性が予約・申し込みする際によく使う方法について見ると、「ネット専門の旅行予約サイト」が32.7%で最も高く、「旅行会社の店舗」が32.0%、「宿泊施設に電話」が21.5%で続いている。

一方、女性については、「旅行会社の店舗」が35.4%で最も高く、「ネット専門の旅行予約サイト」が31.1%で続いている。

また、海外宿泊旅行では、男性が「旅行に行かない/自分で予約はしない」が45.1%と最も回答割合が高く、その分他の項目は国内宿泊旅行と比較すると全体的に回答割合は低い。そのなかでは「旅行会社の店舗」が27.7%と最も高くなっている。その他の旅行会社のチャンネルについては、「旅行会社のウェブサイト」が12.1%、「旅行会社に電話」が9.2%と、国内宿泊旅行と比較して旅行会社を活用する割合は低い。

女性については、「旅行に行かない/自分で予約はしない」が45.9%と男性同様に割合が高く、次いで「旅行会社の店舗」が28.0%と高くなっている。(図Ⅲ-1-3)。

図Ⅲ-1-2 旅行の計画を立てる際の主な情報収集源(複数回答)



資料：(公財)日本交通公社「JTBF旅行需要調査」

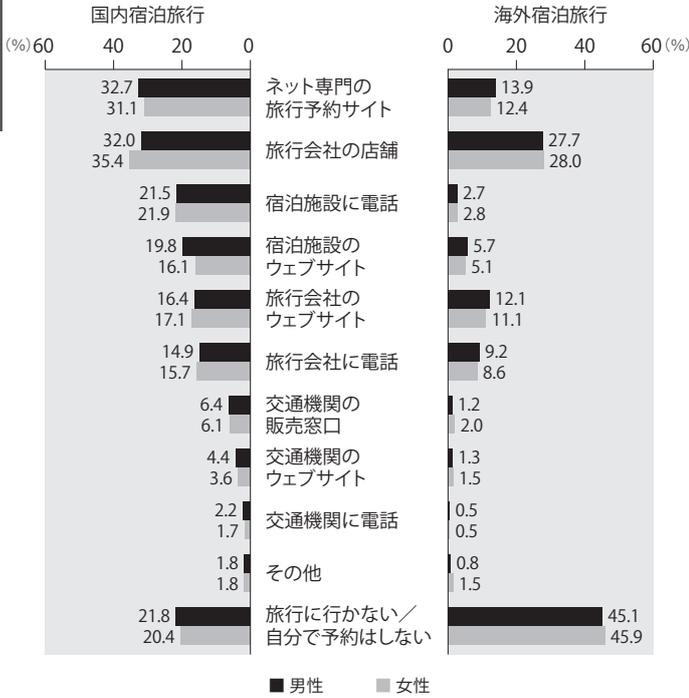
(3) パッケージツアーの利用状況

国内宿泊旅行におけるパッケージツアーの利用状況について見ると、男性では「団体型ツアー」が15.3%、「フリープラン」が22.1%となっているのに対して、女性では「団体型ツアー」が17.5%、「フリープラン」が27.2%とパッケージツアーを利用する割合は男性より高くなっている。

一方、海外宿泊旅行について見ると、男性では「団体型ツアー」が26.7%、「フリープラン」が19.7%、女性では「団体型ツアー」が27.8%、「フリープラン」が21.5%と、国内宿泊旅行と比較して団体型ツアーの割合は高くなっているが、フリープランの割合は低くなっている(図Ⅲ-1-4)。

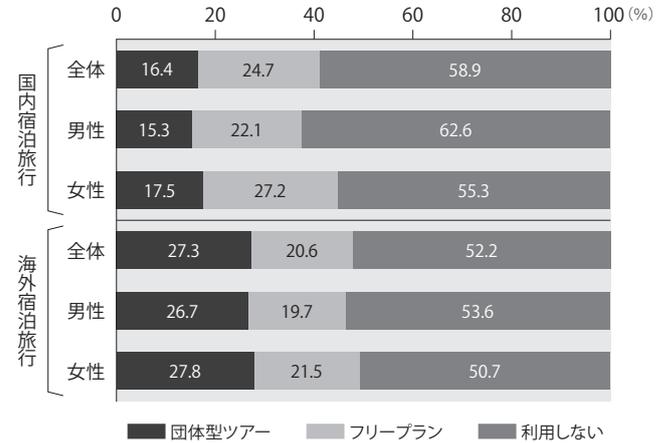
(菅野正洋)

図Ⅲ-1-3 旅行の申し込みによく使う方法(複数回答)



資料：(公財)日本交通公社「JTBF旅行需要調査」

図Ⅲ-1-4 パッケージツアーの利用に関する意識



資料：(公財)日本交通公社「JTBF旅行需要調査」

Ⅲ-2 運輸業

1 鉄道

鉄道旅客数の対前年度比伸び幅は縮小
北陸新幹線などの新規開業に伴う動向が活発化
各社特色のある鉄道の運行による新規収入源を探る

(1) 2014年度の鉄道旅客数

●旅客数の推移

14年度の鉄道旅客数は、JRの定期外旅客が35億3,704万人（前年度比0.6%増）、新幹線旅客（定期・定期外計）は3億3,992万人（同1.7%増）、JR以外の民鉄の定期外旅客は64億4,579万人（同0.1%増）と、いずれも前年度を上回っているが、伸び幅は縮小した（図Ⅲ-2-1-1）。

●特定シーズンのJR旅客輸送動向

JR旅客6社の主要45区間の特急・急行列車利用者数（新幹

線を含む）について、14年ゴールデンウィーク（以下、GW〔4月25日～5月6日〕）はいずれも前年の利用者数を下回った。一方、夏期（7月25日～8月17日）は、東日本旅客鉄道株式会社（以下、JR東日本）、東海旅客鉄道株式会社（以下、JR東海）、九州旅客鉄道株式会社（以下、JR九州）で前年を上回った。14～15年年末年始（12月26日～1月4日）と15年GW（4月24日～5月6日）は、全社で対前年を上回る結果となった（表Ⅲ-2-1-1）。

(2) 新幹線などの開発動向

●北陸新幹線の開業および関連動向

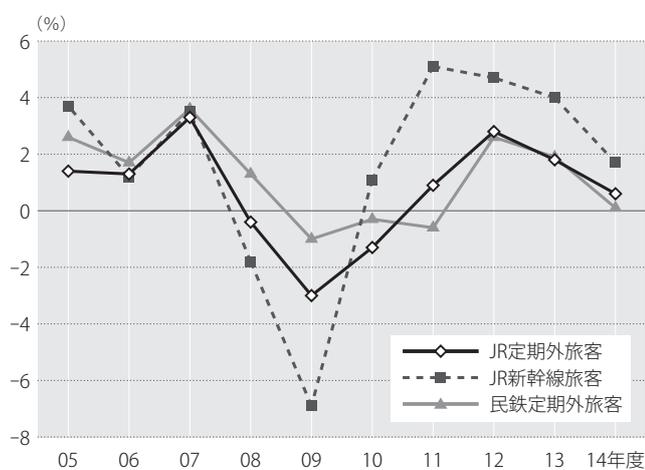
15年3月に北陸新幹線の長野～金沢間が延伸開業したことで、東京～富山間が最短2時間8分、東京～金沢間が最短2時間28分で結ばれることとなった。開業に先立ち、JR金沢駅では構内の土産物店と飲食店エリアが「金沢百番街」としてリニューアル・オープン、JR富山駅では高架下の「きときと市場とやマルシェ」、路面電車西側の「クラルテ」がオープンした他、新幹線高架下に富山市電の停留所を設置するなど、沿線各駅では、観光客の受入態勢強化に向け、商業施設のリニューアルなどの整備が進んだ。

また、北陸新幹線開業に伴い、JR信越本線・JR北陸本線の在来線のうち、総延長290kmが第三セクター鉄道に移管され、えちごトキめき鉄道、あいの風とやま鉄道、IRいしかわ鉄道が開業した。北越急行は、首都圏と北陸を結ぶ役割を北陸新幹線に譲った特急「はくたか」に代わり、越後湯沢～直江津間を結ぶ超快速「スノーラビット」の運行を開始した。富山地方鉄道は、新規観光需要を見込んで「レトロ電車」の運行を開始した。

●北海道新幹線開業に向けた動き

15年度末に予定されている北海道新幹線、新青森～新函館北斗間での開業に伴い、同線木古内駅のある北海道木古内町と奥津軽いまべつ駅が開業する予定の青森県今別町の両町で

図Ⅲ-2-1-1 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」「国土交通月例経済」

表Ⅲ-2-1-1 特定シーズンのJR旅客輸送動向

単位：千人（対前年）

会社名	14年GW	14年夏期	14～15年年末年始	15年GW	備考
JR北海道	289 (88%)	730 (98%)	335 (101%)	310 (100%)	主要4線区（本州、函館、旭川、釧路の各方面）
JR東日本	4,417 (97%)	10,227 (101%)	4,351 (101%)	4,991 (108%)	主要17線区（15年GWは主要16線区）
JR東海	3,632 (98%)	8,134 (101%)	3,868 (104%)	4,230 (107%)	主要8線区
JR西日本	2,387 (96%)	5,405 (98%)	2,768 (101%)	2,999 (118%)	主要10線区
JR四国	134 (95%)	267 (88%)	139 (101%)	152 (106%)	主要3線区
JR九州	803 (99%)	815 (101%)	780 (104%)	878 (103%)	主要3線区 夏期はお盆期間のみ

注：15年GW前年比については、前年数値による計算上の比率に相違があるが、各社発表の数値を掲載した。

資料：各社ホームページをもとに（公財）日本交通公社作成

は、町の魅力をアピールするため、「日本一小さい新幹線のまちキャンペーン」として、北海道新幹線の往復チケットや特産品の詰め合わせが当たるクイズキャンペーンや木古内駅新幹線観光駅長に就任した木古内町のキャラクター「キーコ」を用いた各種イベントを実施した。

●リニア中央新幹線の開発動向

27年の開業を目指すリニア中央新幹線について、国土交通省は14年10月に、JR東海に対して東京～名古屋間の工事実施計画・着工を認可し、12月には起工式が行われた。15年4月には、「山梨リニア実験線 高速域走行試験」にて、最新型車両L0（エルゼロ）系が、鉄道の有人走行として世界最速の時速603kmを記録した。また、時速600km以上の走行で10.8秒間を記録した。

●上野東京ラインの開通

15年3月には上野東京ラインが開通し、「宇都宮線」「高崎線」「常磐線」から東京駅・品川駅へ、「東海道線」から上野駅への直通アクセスが可能となった。

(3) 鉄道関連の主な動向

●震災からの復興状況

11年3月に発生した東日本大震災で被災した岩手県の三陸鉄道は、14年4月、不通区間だった南リアス線の吉浜～釜石間（15km）と北リアス線の小本～田野畑間（10.5km）の運転が再開され、全線で運行が再開された。北リアス線では「三陸の技まるごと博物館」をテーマとした新型車両「新お座敷車両（36-Z1形）」の運行を開始した。同車両では、車内に岩手県伝統工芸品の展示スペースを設置した他、岩手の古民家をイメージした茶色の外装としている。南リアス線でも新型車両「新レトロ車両（36-R3形）」を導入し、祝日などでの運行や貸切車両としての運行を開始した。

また、宮沢賢治『銀河鉄道の夜』のモデルとなったJR釜石線では、14年4月から花巻～釜石間を土日の2日かけて往復する「SL銀河（C58形）」の運行を開始した。

15年3月にはJR石巻線全線で運転再開、同5月にはJR仙石線全線復旧に合わせ、JR仙石東北ラインが開業した。

●消費税引き上げに伴う運賃変更

14年4月1日から消費税率が8%に引き上げられ、JR東日本や関東の私鉄大手などでは、ICカード利用時に限って1円刻みの値上げを実施した（切符購入の際は10円単位の運賃）。一方、北海道・東海・西日本・四国・九州のJR各社、関西の私鉄大手、名古屋鉄道、西日本鉄道などでは、ICカード、切符ともに10円単位の値上げを行った。

(4) 観光資源としての鉄道の活用

●観光列車の動向

14年度も各地で観光列車の運行開始が相次いだ。移動手段としての列車だけでなく、地域性を捉えたデザインやサービスが重視され、乗車自体の目的化、列車の観光資源化の動きが進んでいる。

14年5月よりJR東日本新潟支社が上越妙高～十日町間で運行を開始した「越乃Shu*Kura（コシノ シュクラ）」は、豊かな地酒文化のある新潟の「酒」をコンセプトとした観光列車である。ユニークな車名は、越後の酒蔵と豊かな自然をイメージして命名され、「越乃」は「越後」、「Shu」は「酒」、「Kura」は「蔵」、「*」は「米・雪・花」を表している。3両編成で、1号車は旅行商品専用車両、2号車はイベントスペース、3号車は一般旅客車両となっている。車内では、厳選された新潟県内の地酒の利き酒や地元食材にこだわったつまみの他、ジャズやクラシック奏者による生演奏や酒に関するイベントなどを楽しむことができる。なお、日によって上越妙高～越後湯沢間を運行する「ゆざわShu*Kura（ユザワ シュクラ）」、上越妙高～新潟間を運行する「柳都Shu*Kura（リュウト シュクラ）」の計3列車が設定されている。

14年7月には、しなの鉄道が軽井沢駅と長野駅を結ぶ観光列車「ろくもん」の運行を開始した。車内には長野県産の木材が多く用いられ、沿線の景観を楽しみながら、地域の歴史・文化を感じられる食事を提供している。

同7月には大井川鉄道が、「きかんしゃトーマス」の意匠をまとったSL列車の運行と「トーマスフェア」を開始した。イギリスでは「Day out with Thomas」として以前から実施されているが、アジアでは初めての試みとなった。

同7月より四国旅客鉄道株式会社が松山～伊予大洲・八幡浜間で運行を開始した観光列車「伊予灘ものがたり」は、伊予灘の夕日を連想させる「茜色」（1号車）と、太陽や柑橘類の輝きを表す「黄金色」（2号車）を基調とした配色とし、土日・祝日を中心に1日4便運行している。伊予大洲～西大洲間の大洲城では、職員の掛け声に合わせて、観光客が「伊予灘ものがたり」に向かってのぼり旗を振るなど、列車内だけでなく、地域を挙げてのおもてなしの工夫が感じられる。

15年4月より郡山～会津若松間で運行を開始した観光列車「フルーティアふくしま」は、「Fruit（果物）」と「Tea（お茶）」を組み合わせて命名された通り、「走るカフェ」をコンセプトに、全ての席がスイーツセット付きの旅行商品として販売されている。

観光列車化の動きは新幹線にも広がっている。山形新幹線は14年7月よりリゾート新幹線「とれいゆ つばさ」の運行を開始した。「食」「温泉」「歴史・文化」「自然」をテーマに、温泉街を散策するような楽しみをコンセプトとし、お座敷、湯上がりラウンジ、足湯などが設備されている。

●トワイライトエクスプレス廃止、北斗星臨時化

観光列車の新規運行が盛んな一方、トワイライトエクスプレスが廃止、北斗星は臨時化されるなど、夜行列車の減退傾向が顕著である。

●周年記念と関連イベントなど

14年度は各社周年記念に合わせ、車両や施設を活用した体験イベントや各種キャンペーンなどが実施された（表Ⅲ-2-1-2）。

●風景としての鉄道の評価

14年7月には、富士市東部を走る岳南電車が「日本夜景遺産」に認定された。「日本夜景遺産」は一般社団法人夜景観

光コンベンション・ビューロー（東京都）が、日本各地の夜景の掘り起こしと、観光対象としての存在発信を目的に認定しているもので、これまでに全国170カ所余りが認定されている。路

線、車体、駅舎を含めた鉄道全体としての認定は岳南電車が初となる。

（清水雄一）

表Ⅲ-2-1-2 主な周年路線と関連事項

路線名	開業年月（周年）	関連事項
三岐鉄道北勢線	1914年4月（100周年）	100周年記念品（ロゴ入りノート、下敷き）を販売。
東武東上線	1914年5月（100周年）	セイジクリーム塗装を施したリバイバルカラー車両を小川町～寄居間および坂戸～越生間にて運行。
東京モノレール	1964年9月（50周年）	福岡を拠点にするアイドルグループHKT48を起用したPRキャンペーン「HKT48モノレール派宣言!」を展開。歴代車両塗装を復活させた「ヒストリートレイン」を運行。
東海道新幹線	1964年10月（50周年）	エクスプレス予約にて「こだま」号のグリーン車の割引料金「こだま☆楽旅IC早特」を実施。
予土線	1974年3月（40周年）	全線開通40周年を記念して14年3月から「鉄道ホビートレイン」（宇和島～窪川）の運行を開始。
北九州モノレール	1985年1月（30周年）	北九州モノレールの年表が書かれた台紙に入った記念乗車券を発売。
南海電鉄空港線	1994年6月（20周年）	人気アニメとタイアップした「機動戦士ガンダムUC×特急ラピート」を期間限定で運行。
智頭急行智頭線	1994年12月（20周年）	沿線施設の割引が付いた1日フリー切符を販売。
愛知高速交通（リニモ）	2005年3月（10周年）	リニアモーターの仕組みが学べるサイエンスショーや洗車機通過体験等、「リニモ開業10周年感謝祭」を開催。

資料：各社ホームページをもとに（公財）日本交通公社作成

2 航空・航路

航空はLCCの影響力が強まる
航路はクルーズ利用が拡大

I. 航空

1. 航空利用の動向

(1) 国内線、国際線の動向

94年以降の国内・国際航空輸送量（利用者数）の推移を示したのが図Ⅲ-2-2-1である。

14年度の国内線の利用者数は前年度比2.9%増の9,520万人、国際線は9.1%増の1,645万人となった（以上、速報値）。特に国際線利用者数増加については、訪日外国人数が前年度比29.4%増の1,341万人と過去最高を記録したことが主な要因として考えられる。

路線別では、国内線の旅客数は羽田／札幌線（891万人／座席利用率71.8%）、羽田／福岡線（822万人／座席利用率69.2%）、羽田／伊丹線（527万人／座席利用率68.5%）、羽田／那覇線（490万人／座席利用率68.6%）、羽田／鹿児島線（225万人／座席利用率59.8%）の順となっており、昨年と上位5位までの利用者数順位に変動はなかった。国際線利用者の方面別順位は「中国」（310万人）、中国と韓国を除く「その他アジア」（665万人）、「アメリカ大陸」（226万人）、「韓国」（157万人）、「太平洋」（142万人）の順となった。

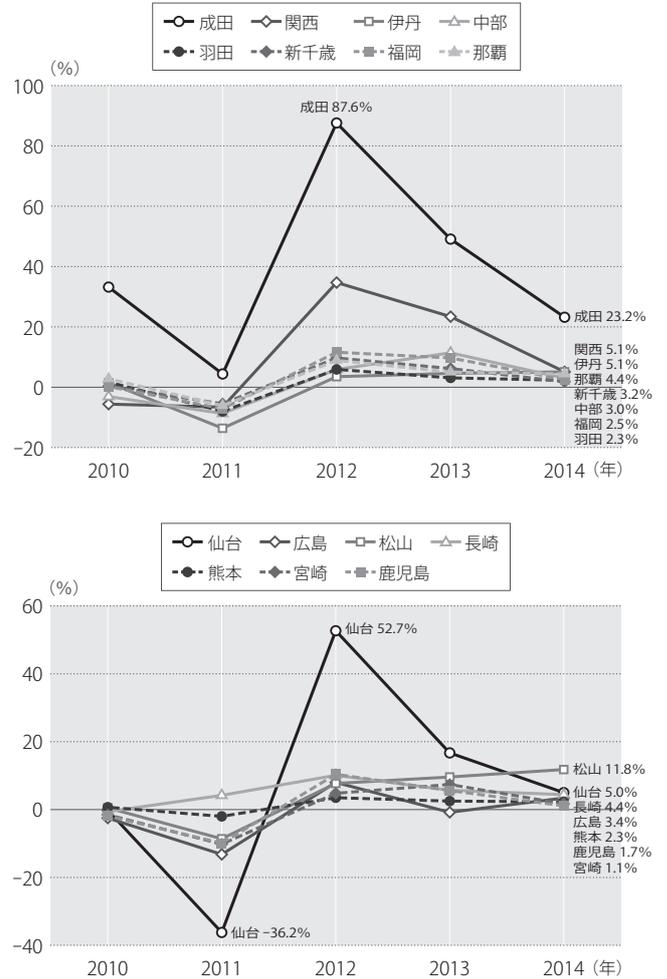
(2) 主要空港における利用者数の動向

我が国の主要空港（拠点空港のうち、利用者数が上位の空港）における過去5年の国内線および国際線の利用者数伸び率の推移を示しているのが、それぞれ図Ⅲ-2-2-2と図Ⅲ-2-2-3である。

国内線では成田国際空港（以下、成田空港）（前年比23.2%増）や松山空港（前年比11.8%増）の伸びが顕著である。この背景にはLCCの新規就航や増便が影響していると考えられる。

成田では、日系LCC4社のうち3社が成田空港を拠点としており、各航空会社が順次便数を増加させている。また、松山では、13年6月に松山／成田線（ジェットスター・ジャパン）、14年2月に松山／関西線（ピーチ・アビエーション）が就航したことか

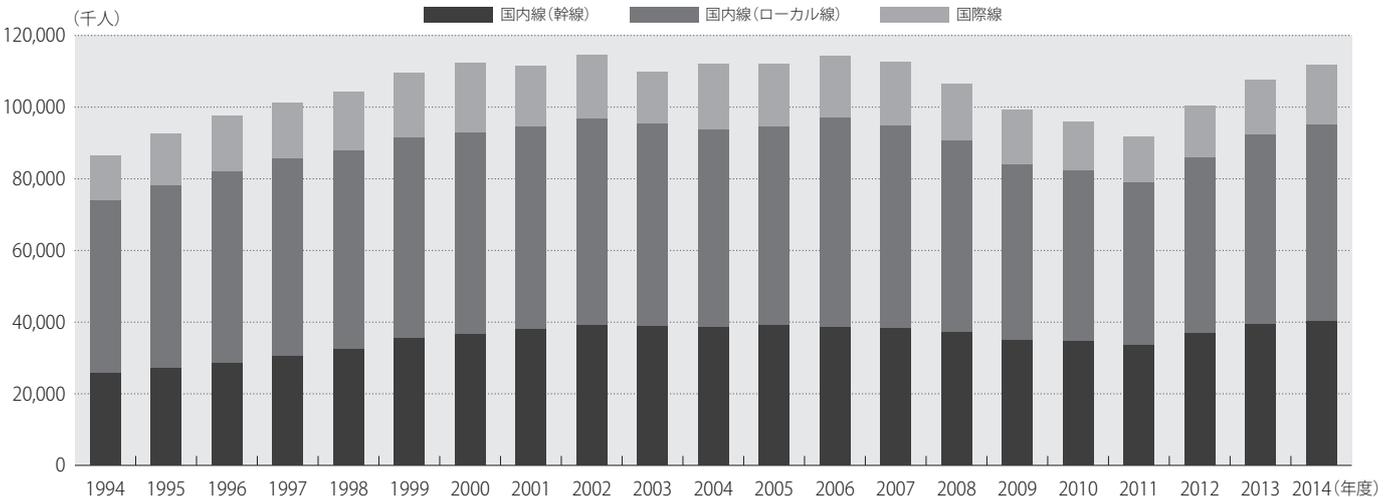
図Ⅲ-2-2-2 主要空港利用者数の対前年の伸び率の推移（国内線）



資料：国土交通省「空港管理状況調査」、(一財)航空振興財団「数字でみる航空」をもとに(公財)日本交通公社作成

※2014年度は確定値ではなく速報値となる。

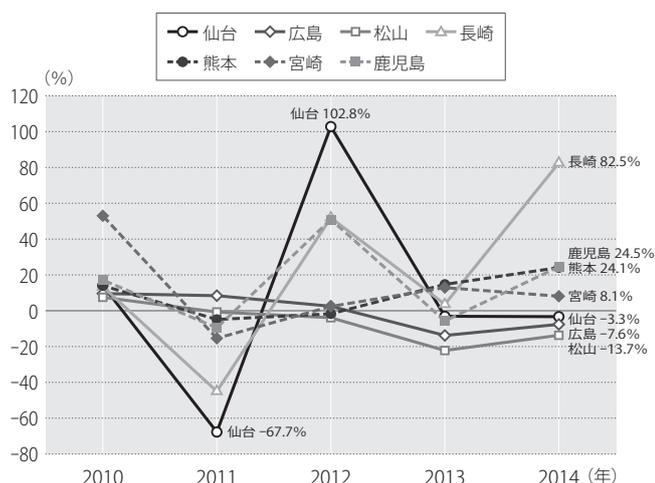
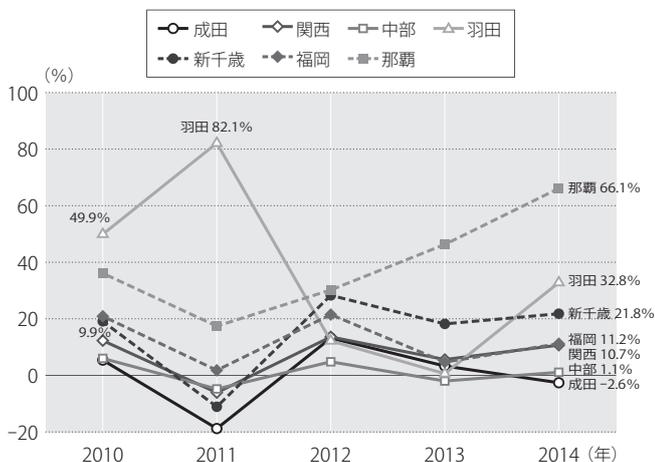
図Ⅲ-2-2-1 国内・国際航空輸送量（利用者数）の推移



資料：国土交通省「航空輸送量推移表」「交通関連統計資料集」をもとに(公財)日本交通公社作成

ら、新たな需要喚起につながったと考えられる。国際線では、那覇空港が対前年比66.1%増となっている。沖縄では入域外国人客数が過去最高の89万4千人を記録したことに伴い、空港利用者数も大幅な伸びとなった。

図Ⅲ-2-2-3 主要空港利用者数の対前年の伸び率の推移(国際線)



資料：国土交通省「空港管理状況調査」、(一財)航空振興財団「数字でみる航空」をもとに(公財)日本交通公社作成

※2014年度は確定値ではなく速報値となる。

2. 航空政策の動向

(1) オープンスカイ交渉と航空交渉

10年6月に政府が閣議決定した「新成長戦略」を受け、国土交通省では首都圏の空港(成田・羽田)を含むオープンスカイ政策を推進する交渉を開始した。この背景には経済成長が著しい海外(アジアなど)の需要を取り込むこと、世界的なオープンスカイ化への対応などがある。10年10月のアメリカとのオープンスカイ合意以降、27カ国・地域と合意している(15年7月現在)。直近では、15年2月に日本/オーストリア間で首都圏空港を含むオープンスカイが合意された。

近年の主な航空交渉結果としては、14年4月、日本/ブラジル間でコードシェアの枠組みの自由化、安全・保安対策の強化に関する合意、14年5月の日本/トルコ間における東京国際空港(以下、羽田空港)の深夜早朝時間帯について、日本・トルコ双方が1日1便ずつの運航を可能とする枠組みを設定した。他に

も、ブラジル(14年4月)、イタリア(14年6月)、バングラデシュ(14年9月)などで航空交渉が行われた。

(2) 航空関係施策

①羽田空港の深夜早朝における国際線旅客便の着陸料軽減

14年9月、羽田空港では首都圏の国際競争力の強化、訪日外国人旅行者の受け入れ増加への対応という観点から、離発着の少ない深夜早朝時間帯(23時から6時まで)の利用促進を図るため、この時間帯に新規就航または増便した国際線旅客便を対象として着陸料の軽減措置を行うことを発表した。着陸料の軽減額は1回当たりの着陸料から1年目は5割、2年目は3割、3年目は2割としている。またこれに関連して、課題となっていた深夜早朝時間帯における空港アクセスの改善のため、羽田空港と都心方面などを結ぶアクセスバス実証運行を実施した。

②首都圏空港でのビジネスジェット利用促進

14年9月、羽田空港ではビジネスジェット専用動線が運用を開始した。国際線旅客ターミナル内に専用CIQ施設を備えており、専用動線を利用することにより、入国の所要時間は3分程度となる。他にも、ビジネスジェット優先スポットの運用開始や、15年3月には大型ビジネスジェットが駐機可能なスポットを6機分増やし、合計9機とした。成田空港でも駐機スポットの増設や、ターミナルと駐機スポット間の移動時間短縮を目的として、車両が空港内を効率的に移動できるよう、新たなアクセス道路を整備した。ビジネスジェットは利用者のスケジュールに応じた時間設定、定期便がない場所への移動(移動時間の短縮)、機内での会議・商談などが可能となっており、欧米を中心として重要なビジネスツールとなっている。我が国のビジネスジェット機の保有台数は諸外国に比べて少ないが、ビジネスジェットの受入態勢整備を行うことにより、アジアにおける企業活動の拠点や新たな投資先としての魅力度向上による競争力強化が期待されている。

③航空機内での電子機器の使用範囲拡大

14年9月1日より、欧米で航空機内における電子機器の使用方針が変更されたことを踏まえ、航空機内における制限を緩和した。従来、ドアクローズ時は作動時に通信用の電波を発する電子機器(携帯電話、パソコン、無線式ヘッドホン、無線式マウスなど)は使用禁止、作動時に通信用の電波を発射しない電子機器(機内モードで機内Wi-Fiシステムに接続する機器、電子ゲーム、デジタルカメラ、ビデオカメラなど)は上空飛行中のみ使用可能としていたが、常時使用可能となった。また、着陸の後、滑走路を離脱し誘導路に入った時から、全ての電子機器が使用可能となった。

3. 空港の動向

(1) インバウンドへの対応強化(関西国際空港)

関西国際空港(以下、関西空港)では、急増するインバウンドへの取り組みを強化している。15年5月には、自動化ゲートに更新および増設、「QR Translator」の導入による多言語表記の充実、トイレやシャワールームなどのリニューアルやラウンジ新

設などのリノベーションによる利便性、快適性の向上を進めてきた。これに加えて、保安検査場ブースの増設、第1ターミナルビル国際線出発ロビーをトータルマネジメントする「エアマネージャー」の配置、入国審査場における誘導案内増強を図っている。また、15年度中には国際会議などの参加者やVIPなどの空港での出入国手続きの迅速化を図るため、ファストレーンの設置を予定している。

(2) 第3旅客ターミナル供用開始（成田空港）

15年4月成田空港に第3旅客ターミナルが供用を開始した。延べ床面積は6万6,000㎡、旅客取扱能力は750万人、国際線5スポット、国内線4スポットとなっている。第3旅客ターミナルの供用開始に伴い、国内のジェットスター・ジャパン、バニラ・エア、春秋航空日本と海外のジェットスター航空（オーストラリア）、チェジュ航空（韓国）のLCC合計5社が第2ターミナルから移転した。空港内施設は、「気軽に」「機能的」「わくわく」をコンセプトとして、深夜から早朝時間も休憩スペースとして利用できる400席のフードコートや24時間営業のコンビニエンスストアの配置、ムスリム利用者のための礼拝堂も整備されている。

(3) LCC専用ターミナルに国際線施設オープン（那覇空港）

14年2月よりANAグループは那覇空港のLCC専用ターミナルで国際線施設の供用を開始し、これを受けて、ANAグループが出資するLCC、ピーチ・アビエーション（以下、ピーチ）の国際線旅客の搭乗手続きが可能となった。この背景には、ピーチが那覇空港を関西空港に次ぐ第二拠点として位置づけたことなどが影響している。12年10月より那覇空港のANA貨物上屋の一部を改装し、国内初のLCC専用ターミナル（国内線のみ）を運用していたが、同じターミナル内での国際線、国内線の一体運用が可能となった。

4. 航空会社の動向

(1) フルサービスエアライン

●新たなサービスの導入

JALでは14年5月より新サービス「JAL SKY NEXT」を羽田／福岡線で初めて導入した。席数は変えずに空間を拡大し、座り心地の快適性向上を図った他、12色に変化する機内照明、国内線初となる機内インターネット接続サービス「スカイWi-Fi」などが導入されている。16年上半年期までに77機を改修する予定となっている。

ANAでは15年7月に利便性向上と窓口業務効率化を目的として、羽田に自動手荷物預け機「ANA Baggage Drop」を導入した。また、貨物便として深夜に羽田／沖縄線を運航していた旅客機の座席の一部を一般客に提供した「ANAギャラクシーフライト」を14年夏季限定で実施した。15年も引き続き実施することが決定し、販売座席数の拡大、プレミアムクラスの設定、スキップサービスの提供などサービスを拡大している。安価な料金設定や、早朝着、深夜発と最大限に時間を活用できることから、若者を中心とした新たな需要喚起策として期待され

ている。

●新路線開設動向

ANAでは15年6月に成田／ヒューストン線、10月に成田／ブリュッセル線、12月に羽田／シドニー線を1日1往復で新設し、15年9月には成田／クアラルンプール線を13年ぶりに再開し、海外を中心に積極的な路線展開を図る。一方、JALでは15年3月に関西／ロサンゼルス線を8年ぶりに再開した。

●北陸新幹線による航空便への影響

15年3月に金沢まで延伸開業した北陸新幹線により、競合する航空路線の羽田便は苦戦する結果となった。両空港の羽田便はともに機体を小型化し、航空各社とも便数を維持し、1日6往復運航している。新幹線延伸から2カ月間の羽田／富山線の搭乗者数は前年比38.7%減（ANA）、羽田／小松線では41.3%減（ANA）、34.8%減（JAL）となった。

(2) 新規航空会社

●新規航空会社の課題

新規航空会社は国の規制緩和によって誕生した航空会社である、スカイマーク、エア・ドゥ、スカイネットアジア航空（ソラシドエア）、スターフライヤーの4社を指すものとする。近年、国内市場を中心に拡大する需要を積極的に取り込むLCCと、国際線需要や収益路線需要を取り込み、サービス強化を図るフルサービスエアラインの間で新規航空会社がどう特色を打ち出していくかが課題となっている。また、新規航空会社共通の課題として、地方に本社を構える会社が多いことから首都圏での知名度や販売力の向上が重要となっている。知名度向上に関する取り組みでは、15年7月、スターフライヤーは東京有楽町にドーム状の移動式プラネタリウムを設置し北九州やゆとりある座席シートのアピールを行った。また、ソラシドエアも首都圏での知名度向上を目的として15年7月にメディア懇談会「ソラシド・トーク」を開催した。

●スカイマークの経営破綻と民事再生法適用申請

スカイマークは円安による燃料費の増加、格安航空会社との競争激化による急激なキャッシュ・フローの悪化により、ボーイング社へ発注していたA380機の契約解除で発生した違約金を支払ったことにより、さらに経営悪化した。15年1月には、民事再生法適用を申請していたが、8月、ANAホールディングスなどを支援企業とするスカイマークが提案した再生計画案の認可を東京地裁が決定した。これにより再建に向けて動きだした。

(3) LCC

●近年の日系LCCの動向

日系LCCはピーチ（12年3月～）、バニラ・エア（13年11月にエアアジア・ジャパンから社名を変更し、13年12月～）、ジェットスター・ジャパン（12年7月～）、春秋航空日本（14年8月～）の4社となっている（15年7月現在）。

春秋航空日本は春秋航空股份有限公司が株式33%を保有し、筆頭株主となっている他、地方企業なども出資して設立された。13年12月に航空運送事業許可を取得し、14年8月に成

田/広島、佐賀、高松の3路線で就航した。中国国内の主要都市に支店を持つ春秋航空による集客力を通じて、上海を起点とする訪日需要を掘り起こし、訪日中国人旅行者に日本国内での移動手段として利用してもらうことを狙いとしている。また、一度は日本市場から撤退したエアアジア・ジャパンも楽天を新たなパートナーとして16年春に再参入することを発表している。再参入後は中部国際空港を拠点に、エアバス小型機A320型機(180機)の2機体制でスタートする。既存の日系LCCはまずは国内線に参入し、その後、国際線へとネットワークを広げてきたのに対し、エアアジア・ジャパンの場合、国内線と国際線を同時に就航させる戦略をとることを予定しており、既存の日系LCCとは一線を画した戦略をとることになる。

II. 航路

1. 旅客船の動向

(1) 旅客船事業

国内旅客船事業は15年4月1日時点で953事業者(対前年で3事業者増)が1,720航路(対前年38航路増)を運航しており、船舶数は2,226隻(対前年48隻減)となっている。(図Ⅲ-2-4~図Ⅲ-2-6)。業種別に見ると、一般旅客定期航路事業

は事業者数、航路数、隻数ともに減少、旅客不定期航路事業は事業者数、航路数は増加、隻数は減少する結果となった。

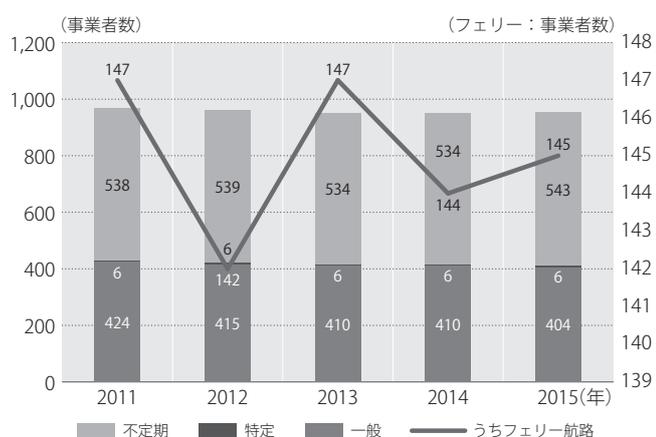
13年度の輸送人員は約8,800万人(前年度比1.0%増)となっている(図Ⅲ-2-2-7)。

(2) 国内旅客輸送における主な取り組み

●航路の維持、整備のための公的補助

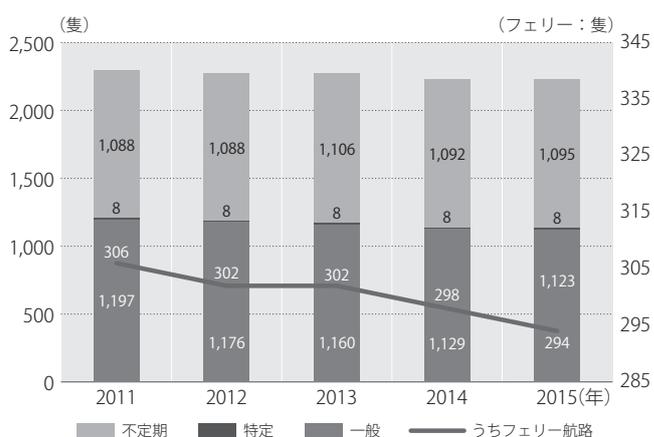
我が国では6,800余りの島しょを有しており、うち400余りの島しょに住民が暮らしており、離島航路は住民の移動手段および、輸送手段としてその役割は大きい。一方で離島航路を運航する事業者の多くは人口減少、高齢化の進展により、厳しい経営状況にあるため、離島航路事業者に対して補助金を交付し、航路の維持、改善を図っている。14年度の交付実績は146事業者(うち、離島航路補助の対象は119事業者、離島航路構造改革補助対象は27事業者)、航路数は136航路(うち、離島航路補助の対象は109航路、離島航路構造改革補助対象は27航路)、補助金交付金額は70億程度(うち、離島航路補助の対象は62億程度、離島航路構造改革補助対象は8億程度)となっている。

図Ⅲ-2-2-4 旅客船事業者数の推移



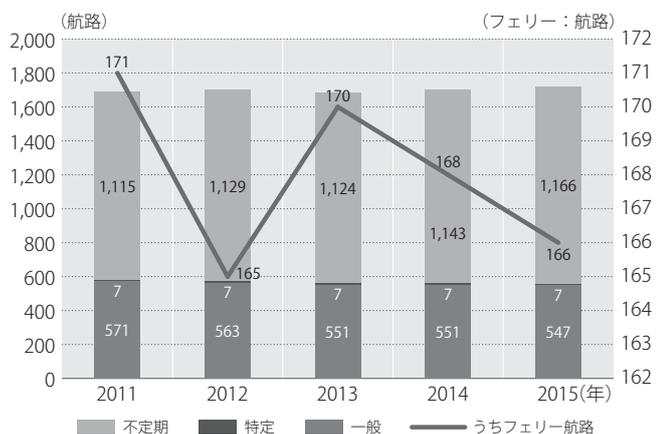
資料：国土交通省海警局「海事レポート2015 未来を拓く、海を拓く」
「第II部 海事の現状とその課題」をもとに(公財)日本交通公社作成

図Ⅲ-2-2-6 旅客船船舶数の推移



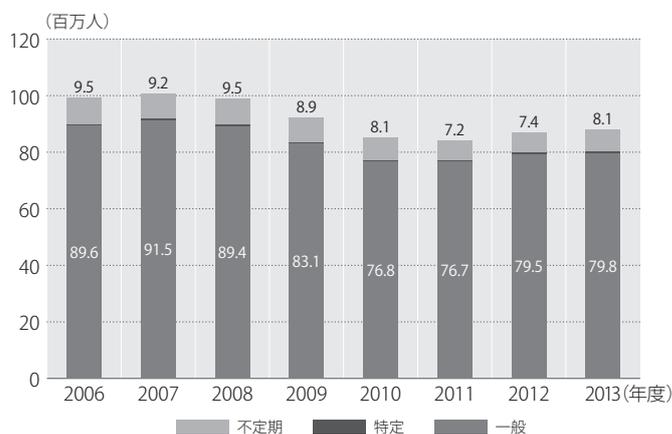
資料：国土交通省海警局「海事レポート2015 未来を拓く、海を拓く」
「第II部 海事の現状とその課題」をもとに(公財)日本交通公社作成

図Ⅲ-2-2-5 旅客船航路数の推移



資料：国土交通省海警局「海事レポート2015 未来を拓く、海を拓く」
「第II部 海事の現状とその課題」をもとに(公財)日本交通公社作成

図Ⅲ-2-2-7 旅客船輸送人員の推移

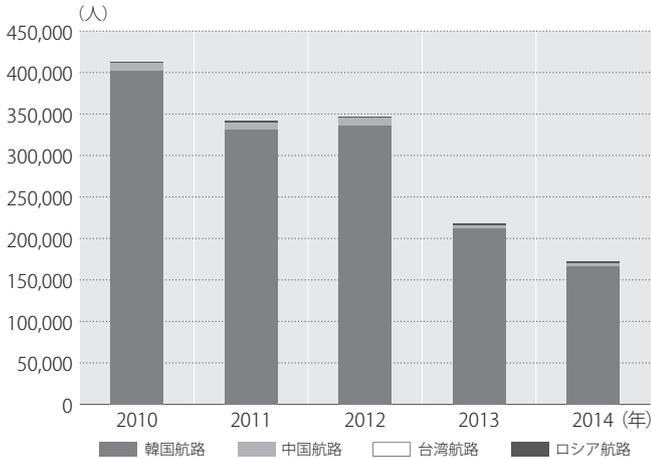


資料：国土交通省海警局「海事レポート2015 未来を拓く、海を拓く」
「第II部 海事の現状とその課題」をもとに(公財)日本交通公社作成

(3) 国際旅客船の利用動向

日本発着の外航旅客定期航路における日本人利用者数は17万1千人で日韓航路乗客数の減少により、前年比21.2%減と大きく減少した(図Ⅲ-2-2-8)。

図Ⅲ-2-2-8 外航旅客定期航路の日本人乗客数の推移

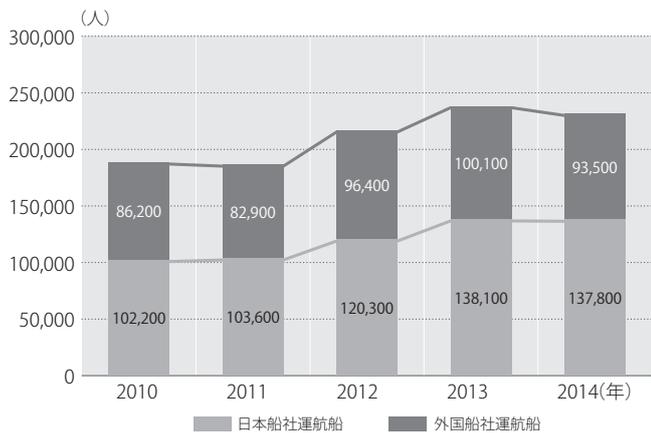


資料：国土交通省海事局「海事レポート2015」「海運・船舶・船員関係統計」をもとに(公財)日本交通公社作成

2. クルーズ船の動向

国土交通省によると、14年の日本人のクルーズ乗客数(日本のクルーズ人口)は過去最高を記録した13年比2.9%減の23万1,300人となった(図Ⅲ-2-2-9)。

図Ⅲ-2-2-9 日本人の外航・国内クルーズ乗客数の推移



資料：国土交通省海事局「海事レポート2015」「海運・船舶・船員関係統計」をもとに(公財)日本交通公社作成

(1) 外航クルーズの動向

乗船地、下船地、寄港地のいずれかに海外が含まれる外航クルーズの乗客数は13万7,800人(前年比0.2%減)と過去最高を記録した昨年と同程度の結果となった。

目的別に見ると、レジャー目的が前年比0.6%増の13万7,400人(全体の99.7%)で大部分を占め、次いで交流目的は同横ばいの400人(同0.3%)だった。

泊数別では、「5~7泊」(33.0%)と「8~13泊」(35.3%)が多く、人泊数は123万1,700人泊(前年比20.5%増)、平均泊数は8.9泊(前年から1.5泊増)となった。

航海エリアについては、外国船の日本発着クルーズの増加により、アジア地域(極東ロシア除く)が24.4%増の6万9,300人(全体の50.3%)と欧州地域を抜き最多だった。欧州地域は21.1%減の4万4,100人(全体の32.0%)。世界三大クルーズエリアである地中海、アラスカ、カリブ海の利用者数(合計)は2万800人(全体の15.1%)で、42%減となった。なお、日本発着クルーズにおける外国人利用者数は2万9,700人だった。

近年、外航クルーズ船の寄港促進による訪日外国人増加を目的とした取り組みが進められている。観光庁の「観光立国実現に向けたアクション・プログラム2014」(V編-1「観光庁による観光政策」170ページ参照)のなかでは、6つの柱の一つである「外国人旅行者の受入環境整備」の一環として、20年までにクルーズでの訪日外国人客を100万人とすることが目標として掲げられており、これに関連する施策として、クルーズ船の外国人乗客を対象として、簡易な手続きで上陸を許可する新たな特例上陸許可制度(船舶観光上陸許可制度)やクルーズ船で日本を出国し、一定期間内に同じクルーズ船で再入国する場合には、簡単な手続きと審査で入国が可能とする「出入国手続きの円滑化」があり、港湾施設の詳細や寄港地周辺の観光情報をまとめて発信できるウェブサイト作成による「情報発信力の強化」などがある。

また、東京都港湾局でも、クルーズ船の利用拡大を進め、観光客を誘致するために「東京クルーズビジョン」を策定し、大型客船の利用が可能な新ふ頭を整備する計画をまとめた。オリンピックやMICEでのクルーズ利用拡大を見込み、日本籍船の母港化を推進する他、大型船を含む外国客船の寄港を促すことを狙いとしている。

(2) 国内クルーズの動向

日本船社外航クルーズ船による国内クルーズ乗客数は約9万3,000人(前年比5%減)、内航フェリーを含む国内クルーズ全体の乗客数は9万3,500人(同6.6%減)となった。

目的別では、レジャーが95.9%を占め、このうちワンナイト・クルーズ利用客28.3%とほぼ横ばいとなっている。

泊数別では、1~4泊のショート・クルーズ乗客数が全体の約8割を占めており、13年とほぼ同様の結果となった。全体人泊数は26.8万人泊(前年比4.2%減)、平均泊数は2.9泊と横ばいとなった。

(3) 日本の港湾へのクルーズ船寄港動向

●日本の港湾へのクルーズ船寄港回数

14年の我が国港湾へのクルーズ船の寄港回数は、外国船社運航のクルーズ船が653回、日本船社運航のクルーズ船が551回、合計1,204回(前年比203回増)と過去最高になった。港湾別では、横浜港が146回で昨年に引き続きトップとなり、次いで博多港(115回)、神戸港(100回)となっている。

●外国船社運航のクルーズ船寄港回数

14年の外国船社運航のクルーズ船の寄港回数は、中国からのクルーズ船の寄港増加や外国船社が運航する日本発着クルーズ船の増加などから、過去最高の653回（前年比280回増）となった。港湾別では、博多港が99回（前年19回）と最も多い結果となった。

●日本船社運航のクルーズ船寄港回数

14年の日本船社運航のクルーズ船の寄港回数は551回（前年比77回減）で、13年（628回）より減少した。港湾別では、横浜港が98回（前年120回）で最多となり、次いで神戸港の68回、名古屋港の27回の順だった。

（柿島あかね）

3 道路交通

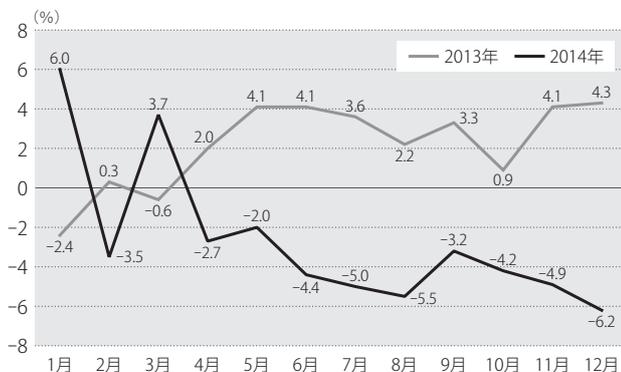
高速道路料金が改定
中央環状線、常磐自動車道が全線開通
SA、PAは「地域性」を重視
高速道路見学ツアーが人気

(1) 高速道路の利用状況

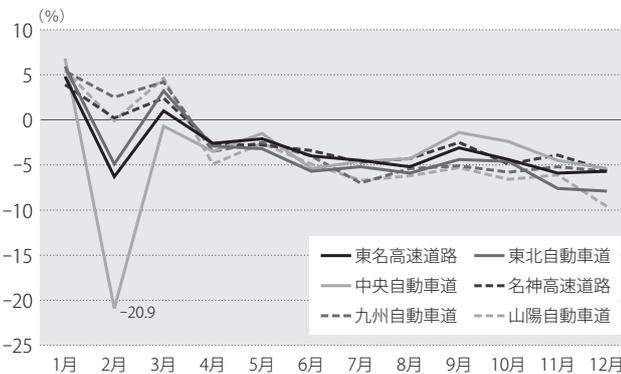
14年の高速道路通行台数は、日平均で約492万台、対前年2.7%減であった(図Ⅲ-2-3-1)。14年4月の料金割引の再編などの影響により、4月以降は全ての月で前年比を下回った。

主要高速道路の月別日平均通行台数の前年比(図Ⅲ-2-3-2)を見ると、中央自動車道で14年2月が大きく落ち込んだが、「平成26年豪雪」による全線通行止めなどの影響と考えられる。

図Ⅲ-2-3-1 高速道路通行台数(月別日平均)の前年比



図Ⅲ-2-3-2 主要高速道路の通行台数(月別日平均)の前年比



資料：(公財) 高速道路調査会「高速道路統計月報」をもとに(公財) 日本交通公社推計

(2) 高速道路料金の改定

14年4月から高速道路料金が改定され、料金水準の変更、利便増進計画の終了に伴う料金割引の再編、消費税率の引き上げに伴う料金変更が行われた。

普通区間では、割高であった区間(関越トンネルなど6区間)の割引が恒久化(他区間と同額の24.6円/km)され、海峡部など特別区間では、東京湾アクアラインが普通車108.1円/kmに引き下げられた。また、利便増進計画の終了に伴い、早朝夜間割引、平日昼間割引、休日特別割引が廃止、その他の割引も縮小された(深夜割引が3~5割引き⇒3割引き、休日割引が

都市部昼間3割引き・地方5割引き⇒地方昼間3割引き、通勤割引が平日朝・夕の5割引き⇒月5回以上利用者のみ3~5割引きなど)。

(3) 高速道路・高規格道路の開通状況

●開通状況の概要

15年4月1日時点の高規格幹線道路の開通状況は、供用距離が11,050kmであり、1987年の高規格幹線道路網計画に示された整備目標約14,000kmに対する進捗率は、約78.9%となった。内訳は、高速自動車国道が9,495km(並行する一般国道の自動車専用道路を含む、整備目標約11,520kmに対する進捗率は約82.4%)、一般国道の自動車専用道路が1,555km(整備目標約2,480kmに対する進捗率は約62.7%)である。

14年4月~15年6月までに開通した高規格幹線道路(高速自動車国道・一般国道自動車専用道路)は表Ⅲ-2-3-1の通りである。

●中央環状線が全線開通

首都高速道路中央環状線の大井JCT~大橋JCT間の9.4kmが開通し、首都圏3環状道路で最初の全線開通となった。本区間の品川線山手トンネルは高速道路で世界一長いトンネルであることも注目を集め、開通記念イベントなども行われた。

全線開通により、首都圏各所への所要時間の短縮が見込めることから、空港発着のリムジンバスを運行する各社ではダイヤ改正が行われ、羽田空港~新宿駅間を最短で30分以内でつなぐ路線が設定されるなど、公共交通アクセスにも影響を与えた。

また、東京都と首都高速道路株式会社は、首都高速道路全体の渋滞が約4割減少(中央環状線内側では約5割減少)、一般道の混雑緩和などの効果があったことを発表した。

●常磐自動車道が全線開通

常磐自動車道の常磐富岡IC~浪江IC間の14.3kmが開通し、全線開通となった。これにより、首都圏から仙台圏へ移動する場合、東北自動車道経由(約330km)と常磐自動車道経由(約320km)がほぼ等距離となり、今後は、事故・災害時の代替ルートとして機能することが想定されている。

また、09年以降、常磐自動車道の沿線地域では、130件以上の工場立地が行われていることから、沿線地域からは、全線開通によるさらなる立地促進が期待されている。

(4) 高速道路の便益施設の状況

14年4月~15年6月までに新設・リニューアルされたSA、PAは表Ⅲ-2-3-2の通りである。高速道路各社では、SA、PAのブランド化とともに、地域性をより前面に打ち出す取り組みが進められた。

東日本高速道路株式会社(以下、NEXCO東日本)の磐梯山SAでは、「会津賑わい城下町」をコンセプトとしたリニューアルが行われた他、「地域産品応援フェア!」を通じた「地域のショーウィンドー化」に取り組んだ。

中日本高速道路株式会社(以下、NEXCO中日本)では、

「全国ご当地グルメエリア」をコンセプトとして厚木PAが、「地域連携型エリア」をコンセプトとして三方五湖PAが、それぞれ新たに開設された。

西日本高速道路株式会社（以下、NEXCO西日本）では、地域の特色などを活かしたサービスを提供するエリアとして、美東SAと上板SAの4店舗でリニューアルが行われた。また、店舗棟内に高速道路利用者や周辺地域を結び付ける場として「多目的スペース」を設置するなど、周辺地域との連携強化が図られた。

(5) 一般道路の便益施設の状況

「道の駅」では、14年度に新たに26駅が登録され、総数1,040駅となった。近年、道の駅は、雇用創出や地域経済の活性化の拠点として、ますます注目を集めているが、15年1月、国土交通省は、地方創生の核として、全国モデル「道の駅」6カ所と重点「道の駅」35カ所を選定し、重点的に支援することを発表した。

15年4月には、全国「道の駅」連絡会が、地域づくりを学ぶ学生の就労体験の場としての道の駅の活用について、42大学との間で協定を締結した。インターンシップを通じて、道の駅への就労体験を行うもので、地域活性化の現場の将来の人材育成や、若者の視点・技術（SNSなどのIT技術）による情報発信強化などにつながることを期待されている。

(6) 関連旅行商品、沿線開発の動向

●関連する旅行商品など

工場や職場などの現場見学ツアーなどが人気を集めていることを背景に、高速道路各社においても、関連旅行商品造成などの取り組みが進められた。

NEXCO東日本では、JTB国内旅行企画との協力による初の旅行商品として、14年7月に8月22日限定のツアー「夏休み！学べる探検“アクアラインとSHIRASE”」を造成・販売した。緊急避難通路見学や、高速道路で働く車の乗車体験、ウェザーニューズ社の協力による、元南極観測船「SHIRASE」の見学などを行った。

また、NEXCO西日本では、15年1月に高速道路現場見学受付Webサイト「なるほど！高速道路発見」を開設した。募集した見学会はいずれも定員を上回り、定員の10倍を超えるツアーも出るなど、大きな人気を集めている。

●高速道路の沿線開発

NEXCO中日本では、高速道路会社として初めて、高速道路外に複合商業施設「テラスゲート土岐」をオープンした。沿線の地域振興を目的に、土岐市と連携して整備されたもので、地域連携施設（セレクトショップ、チャレンジショップ用の区画など）、温浴施設、ショッピングセンターで構成されている。高速道路会社の新たな取り組みとして注目される。

（吉谷地裕）

表Ⅲ-2-3-1 14年4月～15年6月までに開通した高規格幹線道路（高速自動車国道・一般国道自動車専用道路）

地方	路線名	区間	延長	開通日	料金設定
北海道地方	道東自動車道	浦幌IC～白糠IC	26.0km	15.3.29	無料
	中札内大樹道路	更別IC～忠類大樹IC	16.7km	15.3.15	無料
東北地方	五所川原西バイパス	五所川原北IC～つがる柏IC	3.8km	14.11.3	無料
	常磐自動車道	常磐富岡IC～浪江IC	14.3km	15.3.1	有料
	常磐自動車道	相馬IC～山元IC	23.3km	14.12.6	有料
	尾花沢新庄道路	尾花沢IC～野黒沢IC	4.0km	14.11.16	無料
	常磐自動車道	浪江IC～南相馬IC	18.4km	14.12.6	有料
関東地方	首都圏中央連絡自動車道（圏央道）	稲敷IC～神崎IC	10.6km	14.4.12	有料
	首都圏中央連絡自動車道（圏央道）	寒川北IC～海老名JCT	4.3km	15.3.8	有料
	首都圏中央連絡自動車道（圏央道）	久喜白岡JCT～境古河IC	19.6km	15.3.29	有料
	首都圏中央連絡自動車道（圏央道）	神崎IC～大栄JCT	9.7km	15.6.7	有料
	首都圏中央連絡自動車道（圏央道）	相模原愛川IC～高尾山IC	14.8km	14.6.28	有料
	都市高速道路中央環状品川線	大井JCT～大橋JCT	9.4km	15.3.7	有料
中部地方	舞鶴若狭自動車道	小浜IC～敦賀JCT	39km	14.7.20	無料
関西地方	大和・御所道路	郡山下ツ道JCT～郡山南IC	1.6km	15.3.22	無料
	大和・御所道路	御所IC～御所南IC	2.5km	15.3.21	無料
	大和・御所道路	天理王寺線～桜井田原本王寺線	3.5km	15.3.28	無料

中国地方	浜田・三隅道路	原井IC～西村IC	8.1km	15.3.14	無料
	七尾氷見道路	七尾城山IC～七尾IC	3.2km	15.2.28	無料
	仁摩・温泉津道路	仁摩・石見銀山IC～湯里IC	5.9km	15.3.14	無料
	尾道自動車道	世羅IC～吉舎IC	20.4km	15.3.22	無料
	七尾氷見道路	灘浦IC～七尾大泊IC	7.1km	15.2.28	無料
	東広島・呉自動車道	馬木IC～黒瀬IC	8.8km	15.3.15	無料
	永平寺大野道路	福井北JCT・IC～松岡IC	2.2km	15.3.1	無料
四国地方	高知南国道路	高知南IC～なんこく南IC	4.7km	15.3.22	無料
	宇和島道路	津島高田IC～津島岩松IC	3.5km	15.3.21	無料
	徳島自動車道	鳴門JCT～徳島IC	10.9km	15.3.14	有料
九州地方	出水阿久根道路	阿久根北IC～阿久根IC	4.2km	15.3.29	無料
	北方延岡道路	蔵田交差点～北方IC	4.6km	15.4.29	無料
	東九州自動車道	行橋IC～みやこ豊津IC	7.4km	14.12.13	有料
	東九州自動車道	佐伯IC～蒲江IC	20.4km	15.3.21	無料
	川内隈之城道路	薩摩川内高江IC～薩摩川内都IC	6.7km	15.3.7	無料
	伊万里松浦道路	山代久原IC～今福IC	5.5km	15.3.14	無料
	東九州自動車道	鹿屋串良JCT～曾於弥五郎IC	17.7km	14.12.21	無料
	豊見城東道路	豊見城・名嘉地IC～豊見城IC	2.7km	15.3.3	無料
	東九州自動車道	豊前IC～宇佐IC	21.1km	15.3.1	有料
	唐津伊万里道路	北波多IC～南波多谷口IC	4.8km	15.2.1	無料

資料：高速道路株式会社各社のホームページなどをもとに（公財）日本交通公社作成

表Ⅲ-2-3-2 14年4月～15年6月までに新設・リニューアルされたSA、PA

事業者名	施設名称	年月日	内容・特徴
NEXCO東日本	関越自動車道 三芳PA（上り線）	2014.7.11	カー用品販売のオートボックスが高速道路初出店として三芳のショッピングゾーンに加わる。通常のオートボックス店舗とは異なり、取付・交換などの作業は行わず、商品販売のみを行う。
	東関東自動車道 大栄PA（上下線）	2014.8.8	セブンイレブンがNEXCO東日本に初出店。上下線に同時オープン。セブンカフェに加えて、イートインや高速道路ならではの地域のお土産なども取りそろえる。
	道央自動車道 岩見沢SA（上下線）	2014.11.29	コンパクトな施設のなかにショッピングコーナーとスナックコーナーを配置し、リニューアルオープン。
	磐越自動車道 磐梯山SA（下り線）	2014.11.22	ドラマチックエリア磐梯山として「会津賑わい城下町」をコンセプトにグランドオープン。ドラマチックエリアとは、地域の中核となるエリアにおいて、地域性の充実にこだわり、その地域ならではの旅のドラマを感じていただけるように演出したSA。
	常磐自動車道 南相馬鹿島SA（上下線）	2015.2.21	新規開業。ガソリンスタンド（24時間営業）、トイレおよび自動販売機。
	常磐自動車道 ならばPA（上下線）	2015.3.1	新規開業。トイレおよび自動販売機。
	圏央道 江戸崎PA（内回り、外回り）	2014.7.11	新規開業。トイレおよび自動販売機。
	北陸自動車道 栄PA（上下線）	2014.11.19 2014.12.17	リニューアルオープン（下り線：11月19日、上り線：12月17日）。スナックコーナーは、客席を増席し地域色に富んだラインナップを提供。ショッピングコーナーは、売り場を拡張し「地域商材」を豊富に取りそろえた。

NEXCO中日本	東海環状自動車道 土岐南多治見IC	2015.4.24	複合商業施設「テラスゲート土岐」がグランドオープン。温浴施設「よりみち温泉」は4月1日に先行オープン。
	圏央道 厚木PA（内回り、外回り）	2014.6.28	「全国ご当地グルメエリア」としてオープン。地元で愛されている名物グルメに加え、「ご当地グルメでまちおこしの祭典! B-1グランプリ」出展団体が監修する全国各地のご当地グルメを食べられる。
	舞鶴若狭道 三方五湖PA（上下線）	2014.7.20	地域連携型エリアとしてオープン。ファミリーマートにより地元福井県の特産品を販売する他、若狭町をはじめ沿線自治体と連携した福井県の観光情報（リーフレット）も入手できる。高速道路の上下線だけでなく、一般道からも利用できる。
	東名高速道路 海老名SA（下り線）	2014.7.14	高速道路初となる「ポテトチップサンド」などのSA限定商品をそろえた「カルビーキッチン 海老名SA店」がオープン。
	新東名高速道路 藤枝PA（下り線）	2014.7.16	高速道路はもとより静岡県内でも初出店となる「ラーメン魅力屋」と、24時間営業の「ファミリーマート」がリニューアルオープン。
NEXCO西日本	名神高速道路 大津SA（下り線）	2015.1.23	リニューアル工事により屋上展望デッキを備えたレストハウス「バヴァリエびわ湖大津」や、駐車場では小型車マスおよびバス優先マスを大幅に増やすとともに、横断歩道橋を設置。
	中国自動車道 赤松PA（上り線）	2014.12.24	「モテナス」店舗としてリニューアルオープン。野菜マルシェ赤松では「カラダが喜ぶハイウェイマルシェ」をコンセプトに兵庫県内において生産された生鮮野菜や果物などを取りそろえる。地域連携の取り組みとして、店舗内に「多目的スペース」を設置し、自治体を中心とした観光キャンペーンや物販イベントを実施。
	名神高速道路 菩提寺PA（上り線）	2014.12.24	「モテナス」店舗としてリニューアルオープン。リニューアルオープンする2店舗を加え23店舗となる。
	徳島自動車道 上板SA（上下線）	2014.12.19	店舗およびお手洗いをリニューアルし、地元徳島の食材を使用したメニューや魅力あふれる地域産品を多数取りそろえた。また上り線のレストランは、地元の名物である「たらいうどん」専門店に、下り線のレストランは、西日本のSAでは初めてとなる室内遊具や親子トイレなどを備える。
	九州自動車道 吉志PA（上り線）	2014.8.22	「モテナス」店舗としてリニューアルオープン。お土産コーナーを約2倍に拡張。お食事やお土産品コーナーでは、北九州市の郷土料理「じんだ煮」を使った新たなメニューなども提供。店内には地域情報の発信が可能な「NEXCO西日本情報カウンター」を設置。
	山陽自動車 沼田PA（上り線）	2014.4.22	NEXCO西日本の店舗ブランド「モテナス」としてリニューアルオープン。統一したブランドマーク・ブランドカラーを採用し、日常的な利用者向けにモテナスポイントサービスを実施。お得感のある食事や真心のごもった「おもてなし」を提供。
	名神高速道路 黒丸PA（下り線）	2014.4.20	17店舗目の「モテナス」としてリニューアルオープン。「モテナス」店舗共通で、明るく十分な通路空間を確保。また店舗内外に「お休み処」として、食事以外でもくつろげるスペースを設置している。
	中国自動車道 美東SA（上下線）	2014.4.23	地域の特色を活かしたサービスを提供するNEXCO西日本のブランド「アドヴァンストエリア」としてリニューアルオープン。カルスト台地「秋吉台」や鍾乳洞「秋芳洞」に代表される豊かな自然を表す「水と大地の調和」がコンセプト。「多目的スペース」を設置し、観光キャンペーンや物販イベントへの活用を目指す。
	山陽自動車道 淡河PA（上り線）	2014.7.18	「モテナス」店舗としてリニューアルオープン。シャワーステーションの営業時間を、24時間営業に拡大。地域連携の取り組みとして、店舗内に「多目的スペース」を設置し、自治体を中心とした観光キャンペーンや物販イベントを実施。
	山陽自動車道 道口PA（上り線）	2014.8.6	20店舗目の「モテナス」としてリニューアルオープン。

資料：高速道路株式会社各社のホームページなどをもとに（公財）日本交通公社作成

Ⅲ-3 宿泊業

1 宿泊施設の供給動向と利用動向

宿泊者数は増加傾向続く、外国人宿泊者数が牽引
客室稼働率、定員稼働率は会社・団体の宿泊所を除き上昇

(1) 供給動向

旅館およびホテルの軒数、客室数の推移を表Ⅲ-3-1に示す。

13年度の旅館軒数は4万3,363軒で前年度より1,381軒減(前年度比3.1%減)、旅館客室数は73万5,271室で同5,706室減(同0.8%減)となった。一方、ホテル軒数は9,809軒で同13

軒増(同0.1%増)、ホテル客室数は82万7,211室で同12,227室増(同1.5%増)だった。旅館は軒数、客室数とも減少傾向が続いており、ホテルは軒数については13年度は横ばいとなったものの、増加傾向は依然として継続しているものと捉えられる。

また、軒数および客室数をもとにした13年度の1軒当たり平均室数は、旅館が16.96室(前年度より0.40室増)、ホテルが84.33室(同1.14室増)だった。旅館、ホテルとも平均室数の増加傾向が13年度も続いており、前者は小規模施設の廃業などが、後者は首都圏など都市部での新設などが影響しているものと推察される。

表Ⅲ-3-1 旅館・ホテル軒数・客室数の推移

年度	旅館						ホテル					
	軒数(軒)	伸び率(%)	客室数(室)	伸び率(%)	1軒当たり平均室数(室)	増減(室)	軒数(軒)	伸び率(%)	客室数(室)	伸び率(%)	1軒当たり平均室数(室)	増減(室)
2003	59,754	△3.0	898,407	△1.9	15.04	0.17	8,686	2.0	664,460	2.3	76.50	0.28
2009	48,966	△3.7	791,893	△2.0	16.17	0.29	9,688	0.9	798,070	2.3	82.38	1.10
2010	46,906	△4.2	764,316	△3.5	16.29	0.12	9,629	△0.6	802,060	0.5	83.30	0.92
2011	46,196	△1.5	761,448	△0.4	16.48	0.19	9,863	2.4	814,355	1.5	82.57	△0.73
2012	44,744	△3.1	740,977	△2.7	16.56	0.08	9,796	△0.7	814,984	0.1	83.20	0.63
2013	43,363	△3.1	735,271	△0.8	16.96	0.40	9,809	0.1	827,211	1.5	84.33	1.14
2013/2003		△27.4		△18.2				12.9		24.5		

(注) 10年度は宮城県の一部と福島県の一部は含まない。

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(2014年)

	延べ宿泊者数(万人泊)	前年比(%)	実宿泊者数(万人泊)	前年比(%)	1人1回当たり平均泊数(泊)	対前年増減(泊)	客室稼働率(%)	前年差(ポイント)	定員稼働率(%)	前年差(ポイント)	
総数	47,350	1.3	35,474	1.2	1.33	0.00	57.4	2.1	37.6	1.1	
従業者数10~29人	13,511	4.1	10,052	3.9	1.34	0.00	65.9	2.6	45.5	1.9	
	観光目的50%以上	3,949	△2.6	3,063	△2.9	1.29	0.01	46.8	0.8	28.7	0.1
	観光目的50%未満	9,552	7.3	6,980	7.2	1.37	0.00	72.3	2.7	59.9	2.6
	従業者数30~99人	14,062	5.8	11,102	5.4	1.27	0.01	68.4	2.3	48.4	1.8
		観光目的50%以上	7,372	6.8	6,035	5.9	1.22	0.01	59.6	3.0	39.6
	観光目的50%未満	6,672	4.6	5,055	4.8	1.32	△0.00	75.0	2.0	64.2	1.9
従業者数100人以上	12,042	0.6	9,076	0.2	1.33	0.01	72.6	0.9	55.3	1.0	
	観光目的50%以上	8,545	2.8	6,533	2.2	1.31	0.01	69.2	2.0	51.4	1.3
	観光目的50%未満	3,497	△4.3	2,543	△4.6	1.38	0.01	78.8	△0.4	67.9	0.8
タイプ別	旅館	10,339	△2.8	8,369	△2.8	1.24	△0.00	35.2	1.5	23.0	0.6
	リゾートホテル	6,778	△2.1	5,227	△2.2	1.30	0.00	54.0	1.7	40.8	0.6
	ビジネスホテル	19,430	5.5	14,258	4.9	1.36	0.01	72.1	2.6	61.7	2.2
	シティホテル	7,547	3.7	5,377	3.2	1.40	0.00	77.3	1.6	65.3	2.3
	会社・団体の宿泊所	880	△15.2	639	△9.4	1.38	△0.09	28.8	△1.8	18.0	△2.3
うち外国人宿泊者数	4,482	33.8	2,849	35.3	1.57	△0.02					
	旅館	446	46.7	337	44.6	1.32	0.02				
	リゾートホテル	587	28.4	421	25.3	1.39	0.03				
	ビジネスホテル	1,380	42.7	894	45.1	1.54	△0.03				
	シティホテル	1,912	28.7	1,112	30.2	1.72	△0.02				
会社・団体の宿泊所	12	0.0	5	0.0	2.40	0.00					

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

(注) 総数には、従業者数別(観光目的割合別)で見えた場合、宿泊目的割合不詳および従業者数10人未満を含む。宿泊施設タイプ別で見えた場合、宿泊施設タイプ不詳および簡易宿所を含む。

(2) 宿泊者数

14年(暦年)の延べ宿泊者数、実宿泊者数、1人1回当たり平均泊数をまとめたのが表Ⅲ-3-2である。

延べ宿泊者数は4億7,350万人泊で、前年比1.3%の増加となった。実宿泊者数は3億5,474万人泊で、同1.2%増だった。増加幅には落ち着きが見られるものの、いずれも、データ比較が可能である11年から増加傾向が続いている。また、延べ宿泊者数を実宿泊者数で割った1人1回当たり平均泊数は1.33泊で、前年とほぼ同じ値となった。

従業者数別で見ると、延べ宿泊者数については、「従業者数10~29人」が前年比4.1%増、「従業者数30~99人」が同5.8%増であるのに対し、「従業者数100人以上」が同0.6%増にとどまっており、大規模施設で増加幅が小さくなっている。実宿泊者数で見ても、「従業者数10~29人」が前年比3.9%増、「従業者数30~99人」が同5.4%増、「従業者数100人以上」が同0.2%増となっており、同様の傾向が見られた。また、1人1回当たり平均泊数は、いずれも昨年と同程度だった。

宿泊施設タイプ別で見ると、延べ宿泊者数については、13年に大きな伸びを示した「会社・団体の宿泊所」が同15.2%減と大幅に減少し、12年と同程度となった。また、「旅館」と「リゾートホテル」が減少に転じ、それぞれ同2.8%減、同2.1%減となった。実宿泊者数で見ても、「会社・団体の宿泊所」が同9.4%減、「旅館」は同2.8%減、「リゾートホテル」は同2.2%減となった。1人1回当たり平均泊数は、「会社・団体の宿泊所」が対前年0.09泊減となった他は前年と同程度だった。

外国人宿泊者は、延べ宿泊者数が4,482万人泊で同33.8%増、実宿泊者数が2,849万人泊で同35.3%増となり、いずれも13年を上回る大幅な伸びとなった。宿泊施設タイプ別に見ると、延べ宿泊者数、実宿泊者数ともに「旅館」「ビジネスホテル」の伸びが大きい。一方、1人1回当たり平均泊数については、前年との大きな差は見られなかった。

(3) 客室稼働率および定員稼働率

14年(暦年)の客室稼働率および定員稼働率を示したのが表Ⅲ-3-2である。

客室稼働率は57.4%で、前年差2.1ポイント増となった。また、定員稼働率は37.6%で、こちらも前年差1.1ポイント増と前年から上昇した。

従業者数別で見ると、客室稼働率、定員稼働率とも「従業者数100人以上」が最も高くなっている一方、上昇幅は微増にとどまった。宿泊施設タイプ別で見ると、13年に低下となった「旅館」が、客室稼働率、定員稼働率ともに上昇に転じている。

(4) 宿泊料(宿泊単価)

旅館およびホテルの1人当たり基本宿泊料をそれぞれ規模別、部屋タイプ別にまとめたのが表Ⅲ-3-3である。

旅館については、13年における小規模旅館の1人当たり基本宿泊料(1泊2食単価)は17,789円(前年比33.6%増)、中規模旅館は13,155円(同0.5%増)、大規模旅館は13,317円(同2.6%

増)となり、全体的に上昇した。特に、11年、12年と減少が続いていた小規模旅館の基本宿泊料が大幅に上昇した結果、小規模旅館と大規模旅館の料金差が大幅に拡大した。

ホテルについては、14年におけるシングルルームの基本宿泊料(室料単価)は6,233円(同5.0%減)、ツインルームは11,302円(同5.3%減)といずれも低下に転じた。

2 四半期別の利用動向

客室稼働率、定員稼働率とも「7~9月期」が最高
外国人宿泊者数比率は「4~6月期」が最大

(1) 客室稼働率

14年の客室稼働率を四半期別にまとめたのが表Ⅲ-3-4である。

これを見ると、「7~9月期」が61.5%で最も高く、次いで「10~12月期」が59.3%、「4~6月期」が54.8%となっており、「1~3月期」が53.7%で最も低い。前年同期と比べると、全ての期においてプラスとなった。

従業者数別で見ると、「10~29人」「30~99人」「100人以上」の区分で見た場合、「7~9月期」の「100人以上」で前年同期と比べて0.8ポイントの微減となった他は、いずれも全ての期において前年を上回った。「10~29人」「30~99人」の小規模な施設でも、70%を超える高稼働の期も見られ、全体的に高い稼働率となった。宿泊施設タイプ別で見ると、「会社・団体の宿泊所」が全ての期で前年を下回ったが、その他の「旅館」「リゾートホテル」「ビジネスホテル」「シティホテル」は全ての期で前年を上回った。

(2) 定員稼働率

14年の定員稼働率を四半期別にまとめたのが表Ⅲ-3-5である。

これを見ると、全体で「7~9月期」が42.4%で最も高く、次いで「10~12月期」が37.9%、「4~6月期」が35.2%となっており、「1~3月期」が34.5%で最も低い。前年同期と比べると、客室稼働率同様、全ての期においてプラスとなった。

従業者数別で見ると、「10~29人」「30~99人」「100人以上」の区分で見た場合、「7~9月期」の「100人以上」で前年同期と比べて0.4ポイントの微減となった他は、いずれも全ての期において前年を上回った。宿泊施設タイプ別で見ると、「会社・団体の宿泊所」は年計で前年を下回ったが、「旅館」「リゾートホテル」「ビジネスホテル」「シティホテル」は、「7~9月期」の「リゾートホテル」を除いて全ての期で前年を上回った。

(3) 外国人宿泊者数比率

14年の外国人宿泊者数比率を四半期別にまとめたのが表Ⅲ-3-6である。

これを見ると、「4~6月期」が10.6%で最も高く、次いで「10~12月期」が10.3%、「1~3月期」が8.6%となっており、「7~9

月期」が8.5%で最も低い。前年同期と比べると、いずれの期も前年を上回っている。

宿泊施設タイプ別に見ると、「1～3月期」の「会社・団体の宿泊所」を除き、いずれのタイプも全ての期において前年を上回った。

表Ⅲ-3-3 宿泊施設タイプ別の1人当たり基本宿泊料（旅館：1泊2食／ホテル：室料）

(単位：円、%)

年度	旅館						ホテル（主にビジネスホテル）			
	小規模旅館		中規模旅館		大規模旅館		シングルルーム		ツインルーム	
	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
2010	15,608	7	14,020	0.9	13,367	1.8	6,231	△5.8	11,135	△4.6
2011	14,772	△5.4	13,209	△5.8	12,153	△9.1	5,896	△5.4	10,727	△3.7
2012	13,314	△9.9	13,084	△0.9	12,982	6.8	6,014	2.0	10,832	1.0
2013	17,789	33.6	13,155	0.5	13,317	2.6	6,558	9.0	11,936	10.2
2014	—	—	—	—	—	—	6,233	△5.0	11,302	△5.3

(注) 小規模旅館は客室数30室以下、中規模旅館は31室以上99室以下、大規模旅館は100室以上。
資料：(一社) 日本旅館協会「営業状況等統計調査」、※2011年度までは(一社) 国際観光旅館連盟「国際観光旅館営業状況等統計調査」(一社) 全日本シティホテル連盟「客室料金調査」をもとに(公財) 日本交通公社作成

表Ⅲ-3-4 2014年四半期別客室稼働率

		年計		1～3月期		4～6月期		7～9月期		10～12月期	
		客室稼働率(%)	前年差(ポイント)	客室稼働率(%)	前年同期差(ポイント)	客室稼働率(%)	前年同期差(ポイント)	客室稼働率(%)	前年同期差(ポイント)	客室稼働率(%)	前年同期差(ポイント)
全体		57.4	2.1	53.7	2.4	54.8	2.0	61.5	1.3	59.3	2.5
従業者数別	10～29人	65.9	2.6	62.1	3.3	63.1	2.2	70.1	2.3	68.0	2.3
	30～99人	68.4	2.3	64.8	3.8	65.6	1.8	72.5	1.7	70.5	2.1
	100人以上	72.6	0.9	69.3	2.2	70.5	0.9	75.4	△0.8	75.1	1.5
宿泊施設タイプ別	旅館	35.2	1.5	32.1	1.3	32.0	0.8	40.0	1.2	36.7	2.9
	リゾートホテル	54.0	1.7	50.3	2.6	50.2	2.4	62.1	0.8	53.3	1.0
	ビジネスホテル	72.1	2.6	68.8	3.4	69.4	2.6	74.9	2.1	75.0	2.3
	シティホテル	77.3	1.6	73.4	3.0	75.9	0.9	79.2	0.1	80.4	2.3
	会社・団体の宿泊所	28.8	△1.8	24.5	△1.9	28.7	△0.4	34.2	△4.6	27.2	△1.0

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 2014年四半期別定員稼働率

		年計		1～3月期		4～6月期		7～9月期		10～12月期	
		定員稼働率(%)	前年差(ポイント)	定員稼働率(%)	前年同期差(ポイント)	定員稼働率(%)	前年同期差(ポイント)	定員稼働率(%)	前年同期差(ポイント)	定員稼働率(%)	前年同期差(ポイント)
全体		37.6	1.1	34.5	1.4	35.2	1.0	42.4	0.5	37.9	1.6
従業者数別	10～29人	45.5	1.9	41.8	2.5	43.3	2.0	50.7	1.1	45.9	1.8
	30～99人	48.4	1.8	45.0	2.9	45.6	1.2	53.3	1.2	49.6	1.8
	100人以上	55.3	1.0	52.1	2.0	52.5	0.5	59.6	△0.4	56.8	1.9
宿泊施設タイプ別	旅館	23.0	0.6	21.0	0.6	20.5	0.1	26.9	0.4	23.5	1.3
	リゾートホテル	40.8	0.6	38.3	1.3	36.1	0.7	49.3	△0.2	39.5	0.8
	ビジネスホテル	61.7	2.2	58.3	3.3	58.9	2.0	65.6	1.8	63.7	2.0
	シティホテル	65.3	2.3	61.1	3.8	64.1	2.0	68.4	0.5	67.2	2.5
	会社・団体の宿泊所	18.0	△2.3	14.5	0.1	18.2	△2.8	23.2	△5.1	15.9	△1.9

資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」をもとに(公財) 日本交通公社作成

表Ⅲ-3-6 2014年四半期別外国人宿泊者数比率（延べ宿泊者数）

		年計		1～3月期		4～6月期		7～9月期		10～12月期	
		外国人比率(%)	前年差(ポイント)	外国人比率(%)	前年同期差(ポイント)	外国人比率(%)	前年同期差(ポイント)	外国人比率(%)	前年同期差(ポイント)	外国人比率(%)	前年同期差(ポイント)
全体		9.5	2.3	8.6	2.2	10.6	2.4	8.5	1.8	10.3	2.9
宿泊施設タイプ別	旅館	4.3	1.4	4.1	1.5	4.7	1.6	3.7	1.1	4.8	1.7
	リゾートホテル	8.7	2.1	8.4	2.0	10.5	2.7	6.8	1.2	9.5	2.5
	ビジネスホテル	7.1	1.8	6.2	1.4	7.4	1.7	6.9	1.7	7.8	2.5
	シティホテル	25.3	4.9	22.8	5.8	27.7	4.9	24.1	3.2	26.5	5.8
	会社・団体の宿泊所	1.4	0.3	1.1	△0.6	1.1	0.3	1.1	0.1	2.3	1.0

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

■ 2014年の話題

耐震診断・改修補助制度の充実
都市部ホテルで客室稼働率・客室単価が上昇

(1) 改正耐震改修促進法の耐震改修補助事業が実質延長

13年11月25日に施行された「改正耐震改修促進法」により、旧耐震基準に基づく建築物で、「階数3以上かつ5,000㎡以上」の旅館などに、耐震診断の実施とその結果の報告が義務付けられることとなった。

耐震診断や耐震改修には多額の費用がかかることから、国が補助制度（「耐震対策緊急促進事業」）を設けている他、地方公共団体の多くも同様の制度を設けている。15年6月中旬時点の都道府県による補助制度の制定状況を見ると、耐震診断については46都道府県（福井県除く）で制度が設けられている（表Ⅲ-3-7）。補助実施にあたっての各種条件や補助限度額を設けている都道府県もあるものの、46都道府県のうち全額補助を行っているのが12県、その他の34都道府県も6分の5以上の補助を行っている。耐震改修に対する補助制度も32都道府県で設けられており、補助制度未創設の府県についても、その多く（新潟、福井、山梨除く）で制度創設に向けての検討が行われている（表Ⅲ-3-8）。

また、国土交通省は、耐震改修補助の適用期限を実質延長する措置を講じた。これまでは15年度末までに「耐震改修工事」に着手する必要があるが、15年度末までに工事の前段階である「補強設計」に着手していれば、耐震改修補助の適用が受けられることになった。

同法をめぐっては、十分な診断能力を有する専門家の不足や業務増加に伴う施工業者の不足が指摘されている他、診断結果公表が施設の経営へ与える影響も懸念されている。診断結果の報告期限は15年末で、その後順次結果が公表されることになっており、今後の動向が一層注目される。

表Ⅲ-3-7 耐震診断義務付け対象である大規模な旅館・ホテルに対する耐震診断への補助制度（補助率）の概要（2015年6月中旬時点）

都道府県	国	都道府県	市町村
岐阜、静岡、愛知、三重、奈良、鳥取、島根、山口、徳島、香川、愛媛、高知	1/2	1/4	1/4
東京	1/2	7/15	—
大分	1/2	1/6	1/6~1/4
北海道、青森、岩手、宮城、山形、茨城、栃木、群馬、千葉、神奈川(*1)、新潟、富山、石川、山梨、長野、滋賀、京都、大阪(*2)、兵庫、岡山、広島、佐賀、長崎、熊本、宮崎、鹿児島、沖縄	1/2	1/6	1/6
秋田、福島(*3)、埼玉、和歌山、福岡	1/2	1/3	—
福井	対象旅館・ホテルは診断済み		

(*1) 政令市の場合は、国1/2、県1/9、市2/9
(*2) 市町村に補助制度がない場合は、国5/12、府1/6
(*3) 市町村1/6の上乗せも可

出典：国土交通省資料

表Ⅲ-3-8 耐震診断義務付け対象である大規模な旅館・ホテルに対する耐震改修への補助制度（補助率）の概要（2015年6月中旬時点）

都道府県	国	都道府県	市町村
北海道、岩手、宮城、茨城、長野、岐阜、愛知、三重、京都、兵庫(*1)、奈良、岡山、山口、徳島、愛媛(*2)、福岡、佐賀、長崎(*3)、熊本、大分(*4)、宮崎	1/3	5.75%	5.75%
東京(*5)	2/5	1/3	1/6
	3/10	1/6	1/12
高知	2/5	1/5	1/5
和歌山	2/5	1/3	—
神奈川(*6)	2/5	1/6	1/6
静岡、鳥取、島根、香川	1/3	1/6	1/6
福島(*7)	1/3	5.75% ~8.625%	2.875% ~5.75%
埼玉	1/3	11.5%	—
沖縄	平成28年度創設予定		
栃木	平成28年度の創設に向け検討中		
青森、富山、滋賀	補助制度の創設に向けて関係機関と協議中		
山形、群馬、千葉、石川、鹿児島	補助制度創設に向け検討中		
大阪(*8)、広島	診断結果を踏まえ今後検討		
新潟、福井、山梨	該当なし		

出典：国土交通省資料

(*1) 避難所（要安全確認計画記載建築物）の場合は、国2/5、県1/6、市町村1/6
(*2) 松山市のみ災害協定締結で、市町村が1/6
(*3) 避難所等防災拠点（要安全確認計画記載建築物）の場合は、国2/5、県1/6、市町村1/6
(*4) 避難所協定締結の中小企業の場合は、国1/3、県1/6、市町村1/6
(*5) 上段は延べ面積5,000㎡以下の部分について、下段は延べ面積が5,000㎡を超える部分についての補助率。区市町村の補助制度がない場合、5,000㎡以下の部分は国1/5、都1/6、5,000㎡以上の部分は国1/10、都1/2
(*6) 政令市の場合は国2/5、県1/9、市2/9
(*7) 避難所等防災拠点（要安全確認計画記載建築物）である場合は、国2/5、県1/6~1/4、市町村1/2~1/6
(*8) 現在府による補助制度は整備されていないが、大阪市が、国1/3、市11.5%（災害時協定等を締結するもの）で補助制度を整備
(*9) 秋田は、県による補助制度は整備されていないが、秋田市が、国1/3、市11.5%（要安全確認計画記載建築物（避難所等の指定）がある場合は国2/5、市1/3）で補助制度を整備

(2) 大都市部ホテルの客室稼働率が上昇

14年は大都市部のホテルで、非常に高い客室稼働率となった（表Ⅲ-3-9）。大阪府では、客室稼働率の上昇傾向が特に顕著に見られた（表Ⅲ-3-10）。

背景には、景気回復や円安によるシニア層を中心とした国内旅行需要の拡大の他、円安やアジア諸国に対するビザ発給要件の緩和などによる訪日外国人旅行者数の増加が挙げられる。

20年までに訪日外国人旅行者数2,000万人達成という政府目標や、東京五輪の開催を控えていることもあり、今後も需要は安定するという見方が強い。そのため、今後も高い稼働率が続く予想されている。

表Ⅲ-3-9 2014年の大都市部の平均客室稼働率（単位：%）

	全国	東京都	大阪府	京都府
シティホテル	77.3	83.2	85.5	82.3
ビジネスホテル	72.1	84.2	83.2	81.2

出典：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-3-10 大阪府の過去5年間の平均客室稼働率の推移

年	大阪			
	シティホテル		ビジネスホテル	
	客室稼働率 (%)	前年差 (ポイント)	客室稼働率 (%)	前年差 (ポイント)
2010	82.1	—	72.7	—
2011	77.4	△ 4.7	69.6	△ 3.1
2012	81.1	3.7	73.9	4.3
2013	82.5	1.4	78.6	4.7
2014	85.5	3.0	83.2	4.6

出典：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) 宿泊容量増大に向けての動き

急速に増大する訪日外国人を受け入れるための宿泊施設不足が深刻になってきている。宿泊施設不足解消などにつなげるべく、国は、14年4月に施行された「国家戦略特別区域法」などにおいて、国家戦略特別区域内の宿泊業に関する各種特定事業を定めている（表Ⅲ-3-11）。

特定事業の一つである「国家戦略特別区域外国人滞在施設経営事業」は、外国人旅行者のための宿泊容量拡大を目的とする事業で、該当国家戦略特別区域内であれば、一定要件（表Ⅲ-3-12）を満たすことを条件に、旅館業法の適用除外を認めるものである。しかし、安全面や衛生面などでの懸念から大阪市議会で条例案が否決されるなど、事業実施に必要な条例を制定した自治体は現時点ではない。

古民家などの観光資源としての活用を促進することを目的とした、「歴史的建築物利用宿泊事業」については、国家戦略特別区域のうち関西圏、養父市において、取り組みが進められている。

国は、「観光立国実現に向けたアクション・プログラム2015」や「規制改革実施計画」において、規制緩和の早期実施を図るため適切な対応の検討を明言している。

表Ⅲ-3-11 国家戦略特別区域内における宿泊業に関する規制緩和の対象区域

国家戦略特別区域	特定事業名	
	国家戦略特別区域外国人滞在施設経営事業	歴史的建築物利用宿泊事業
東京圏 (東京都千代田区、中央区、港区、新宿区、文京区、江東区、品川区、大田区、渋谷区、神奈川県、千葉県成田市)	●	●
関西圏 (大阪府、兵庫県、京都府)	●	●
新潟県新潟市	—	—
兵庫県養父市	—	●
福岡県福岡市	—	●
沖縄県	—	—

出典：厚生労働省資料

表Ⅲ-3-12 国家戦略特別区域外国人滞在施設経営事業の要件

①	当該事業の用に供する施設であって賃貸借契約及びこれに付随する契約に基づき使用させるもの（以下単に「施設」という。）の所在地が国家戦略特別区域にあること。
②	施設を使用させる期間が7日から10日までの範囲内において施設の所在地を管轄する都道府県（その所在地が保健所を設置する市又は特別区の区域にある場合にあつては、当該保健所を設置する市又は特別区）の条例で定める期間以上であること。
③	施設の各居室は、次のいずれにも該当するものであること。
ア	一居室の床面積は、25平方メートル以上であること。ただし、施設の所在地を管轄する都道府県知事が、外国人旅客の快適な滞在に支障がないと認めた場合においては、この限りでない。
イ	出入口及び窓は、鍵をかけることができるものであること。
ウ	出入口及び窓を除き、居室と他の居室、廊下等との境は、壁造りであること。
エ	適当な換気、採光、照明、防湿、排水、暖房及び冷房の設備を有すること。
オ	台所、浴室、便所及び洗面設備を有すること。
カ	寝具、テーブル、椅子、収納家具、調理のために必要な器具又は設備及び清掃のために必要な器具を有すること。
④	施設の使用の開始時に清潔な居室を提供すること。
⑤	施設の使用方法に関する外国語を用いた案内、緊急時における外国語を用いた情報提供その他の外国人旅客の滞りに必要な役務を提供すること。
⑥	当該事業の一部が旅館業法第2条第1項に規定する旅館業に該当するものであること。

出典：厚生労働省資料

(4) グループ客取り込みに向けた客室改装

グループで宿泊する機会が多い観光客を取り込むため、客室の定員数を増やす施設が増えている（表Ⅲ-3-13）。特に家族連れでの宿泊が多い外国人観光客が、主要なターゲットと意識されている。

全体の客室数を減らすことで1室の広さを確保し、大人数での利用が可能になるように客室構造を変える例が目立つ。

こうした傾向は、観光客による利用が拡大し、予約の取りにくさが指摘されているビジネスホテルにまでも広がっている。

表Ⅲ-3-13 定員数の増加を図るホテル改装の事例

北海道	京王プラザホテル札幌	15年3月着工。調度品の高級化、和風デザインの取り入れ、部屋面積の拡大を行う。客室数は5室減。客室単価は2～3割引き上げ。費用は約4億5千万円
東京	新宿ワシントンホテル	15年4月から改装を行い、ツインやダブルの部屋数を増やす。費用は数十億円
	銀座グランドホテル	14年5月開業。「ホテルコムズ銀座」を改装し、ツインルームの割合を7割に増加した他、上層階に広めの部屋を新設。客室数は10室減
	リッチモンドホテル 東京水道橋	14年8月開業。全196室を2名以上で利用可能。シングルルームも2名以上で使えるよう、幅150cmのベッドを採用した他、一部客室は3名以上の利用も可能に
北陸	金沢彩の庭ホテル	15年3月開業。全客室で2名以上利用を想定。3部屋をつなげることで、最大10名での利用も可能
	ANAクラウンプラザホテル金沢	15年2月改装。2人以上で使える部屋を16室増やして計194室に
	ANAクラウンプラザホテル富山	15年2月改装。20㎡のスタンダードツインルームを2.5倍の60室に

中部	名古屋 東急ホテル	14年改装。ダブルにもツインにもなるベッドを置き、ファミリー、カップルなど幅広い層に対応
京都	ホテル グレイスリー 京都寺町(仮)	16年開業予定。97室ある客室の全てをダブルルームに
	京都 新阪急ホテル	15年1月から7月にかけて順次改装。3人宿泊可能な部屋数が現行の4倍に
大阪	ホテル グランヴィア 大阪	13年、14年の2年間で全42室を改装。ツインの客室を4人家族向けに改装した他、スイートルームの1室を7人部屋に改装。費用は総額2億円強
	ホテルニュー オータニ大阪	14年から6年かけて全525室を順次改装。ツインルーム8室を4人宿泊用の客室に改装
	帝国ホテル 大阪	15年改装。ダブルルーム32室を、ベッドを2つに分けることができるフレキシブルベッドルームに改装し、ツイン利用可能に
	新阪急ホテル アネックス	14年末改装。シングルルームの一部をツインルームに改装。15年度にも改装予定

出典：新聞記事などをもとに(公財)日本交通公社が作成

(5) 旅館・ホテルの高級化の動き広がる

シニア層を中心とした国内旅行需要拡大、訪日外国人旅行者数の増加による需要拡大を背景に、旅館やホテルの高級化の動きが広がっている(表Ⅲ-3-14)。新規オープンの他、既存の高級旅館の改装や買収の動きも広がっている。ビル開発事業を主力事業としてきた不動産大手のヒューリックなど、異業種からの旅館事業への参入の動きも見られる。

このような多くの施設で見られるのが、丁寧で客の視点に立った「和のおもてなし」への注目である。増加する外国人宿泊者の支持を得られるのか、今後の集客状況が注目される。

(門脇兼海)

表Ⅲ-3-14 旅館・ホテルの高級化をめぐる主な動向

項目	宿泊施設名(所在地)	運営会社	開業日	概要
新規	ザ・リッツ・カールトン京都 (京都府京都市中京区)	マリオット・インターナショナル (アメリカ)	2014年 2月7日	鴨川沿いの二条大橋のたもとにオープン。地下2階、地上5階建て。客室数は134室で、スイートは17室。平均面積は50㎡。ロビーには町屋建築を、宴会場や客室には西陣織や七宝文様など、京都の伝統文化を内装に取り入れている。市内観光の情報提供だけでなく、アクティビティの企画も行う。「ザ・リッツ・カールトン」は、マリオットホテルグループが展開するなかでも最高級ブランドで、「ザ・リッツ・カールトン京都」が日本出店第4号店
	アンダース東京(東京都港区虎ノ門)	ハイアット・ホテルズ・コーポレーション (アメリカ)	2014年 6月11日	「虎ノ門ヒルズ」の上層階にオープン。客室数は164室で、スタンダードルームで50㎡。通常のホテルでは分業される、ホールでの出迎え、フロントでのチェックイン、客室までの案内といった作業を1人のスタッフが連続して担うなど、「旅館にも通じるおもてなしの哲学」を掲げる。内装にも日本の伝統文化がふんだんに取り入れられ、ここにしかないホテルを目指す。「アンダース」はハイアットグループが運営する9ブランドのなかで、パークハイアットに次ぐ高級ブランド。ヒンディー語で「パーソナルスタイル(個人的な姿勢)」を意味し、マニュアルのない接客や地域色を生かしたイベントが特徴。「アンダース東京」が日本出店第1号。沖縄への進出も検討中
	アマン東京(東京都千代田区大手町)	アマンリゾーツ (シンガポール)	2014年 12月22日	「大手町タワー」の33～38階にオープン。客室数は84部屋で、71㎡のスタンダードルームの他、157㎡のスイートルームなどを用意。内装に和紙等を使い日本らしさを表現した他、日本の美術や文化に関する書物を集めたスペース等も設けている。アマンリゾーツは、部屋数を抑えた小規模リゾートなどを東南アジアを中心に展開し、「アマン東京」が日本出店第1号。三重県志摩市で2016年までの開業を計画中
	翠嵐ラグジュアリーコレクションホテル京都 (京都府京都市右京区)	スターウッド・ホテル & リゾーツ (アメリカ)	2015年 3月23日	嵐山を望む保津川沿いの明治時代の別荘跡地にオープン。世界遺産の天龍寺に隣接。客室数は39室で、内18室は天然温泉の露天風呂付き。明治時代の建築もリノベーションして施設の一部として活用。客室は日本の伝統色を取り入れた内装で、庭園や嵐山の風景を楽しめる。「継往開来(けいおうかいらい)」をコンセプトに、日本の伝統を取り入れつつ、不慣れた外国人への配慮も充実。また、京都ならではの特別な観光プログラムの提供にも力を入れる。「ラグジュアリーコレクション」は、スターウッドホテル&リゾートワールドワイドが運営する「シェラトン」などの9ブランドのなかでも最高級クラス。世界遺産や歴史的建造物、風光明媚な自然に隣接する立地が特徴。「翠嵐ラグジュアリーコレクションホテル京都」が日本出店第1号
	星のや東京 (東京都千代田区大手町)	星野リゾート	2016年 予定	再開発の進む大手町にオープン。地上18階建ての全84室で、客室は全て畳敷きの純和風高級旅館。宿泊客は玄関で靴を脱いで畳に上がる。「大手町温泉」と命名された天然温泉も備える。地震等の際は復旧作業員ら向けに温泉を開放する等、災害対応拠点としての役割も担う
	ザ・プリンスギャラリー東京紀尾井町 (東京都千代田区紀尾井町)	プリンスホテル	2016年 予定	グランドプリンス赤坂ホテル跡地にオープン。客室数は250室で、プリンスホテルが都内で運営するホテルでは最も小規模。規模を抑えることで、宿泊客に対するきめ細かなサービスの提供を目指す。全室に多言語対応のタブレットを設置し、空調の調整、カーテン開閉からルームサービスの注文までを可能にすることで、宿泊者の要望を分析し、サービス向上につなげる
	名称未定(大阪府大阪市中之島地区)	ロイヤルホテル	2017年 夏予定	新築高層ビルの上層階にオープン。客室数は170室で、部屋面積は50㎡以上
改装	ダイワロイヤルホテルズ(全国27カ所)	大和ハウス工業	2014～ 2016年 改装	3年間で27施設を改装予定。費用は総額約400億円。スイートルームを増やすなど高級感を打ち出し、5年以内に単価を2倍程度に引き上げる
買収	箱根・翠松園 (神奈川県足柄下郡箱根町小涌谷)、 熱海ふふ(静岡県熱海市水口町)	ヒューリック	2015年 5月買収	全20室規模で、部屋の広さは約60㎡以上。全室源泉かけ流しの露天風呂付き。宿泊料金は2人で1泊10万円を超えるものの、稼働率は8割を超えている
	箱根強羅温泉 静峰閣 照本 (神奈川県足柄下郡箱根町強羅)	森トラスト	2017～ 18年予定	露天風呂付きの客室とする他、外資ブランドの誘致も検討

資料：新聞記事などをもとに(公財)日本交通公社が作成

Ⅲ-4 集客交流施設、MICE

1 集客交流施設

遊園地・テーマパークは過去最高を更新
積極的なイベント開催や施設充実への展開

(1) 遊園地・テーマパークの売上高、入場者数などの推移

●売上高、入場者数とも過去最高

14年度の遊園地・テーマパークの売上高は6,288億6,200万円(前年度比6.8%増)、入場者数は7,994万人(前年度比4.7%増)であり、2000年の調査開始以降最も多かった。また、従業者数は36,946人(前年度比2.9%増)と前年度を上回った(表Ⅲ-4-1-1)。主要施設の入場者数もほとんどの施設で前年度から増加した(表Ⅲ-4-1-2)。14年4月に消費税率が5%から8%に引き上げられ、入園料や飲食料金を引き上げた施設もあったが、ファミリー層やシニア層を中心として底堅い需要があることを背景に、新規イベントの実施や新規エリアのオープンなどによる効果があったものと考えられる。また、円安を背景とする外国人観光客の来訪増も好調の要因と考えられる。

(2) 遊園地・テーマパークの動向

●施設充実への投資継続、新施設建設の動きも

14年度も多くの遊園地・テーマパークで施設充実への投資が展開された。

遊園地では、東武動物公園(埼玉県宮代町)で街をテーマとしたアトラクションエリア「ハートフルタウン」が、鈴鹿サーキット(三重県鈴鹿市)で冒険・発見・体験をテーマとした「アドベンチャービレッジ」が14年3月にそれぞれオープンした。14年7月には東京サマーランド(東京都あきる野市)で、高さ約19mのスタート台から4~6人乗りの専用ボートで最大斜度約47度のファンネル形状のコース斜面などを水流に乗って滑走する、全高約24m、コース全長約131mの大型アトラクション「DEKASLA(デカスラ)」がオープンした。

テーマパークでは、14年4月に全国で5カ所目となるアンパンマンをテーマとしたミュージアム「福岡アンパンマンこどもミュージアムinモール」がオープンした。14年7月にはユニバーサル・スタジオ・ジャパン(大阪府大阪市)で、総額450億円が投じられた、米ユニバーサル・オーランド・リゾートに続く世界で2カ所目の「ウィザーディング・ワールド・オブ・ハリー・ポッター」がオープンした。14年9月には東京ディズニーランド(千葉県浦安市)で、ジャングルクルーズが「ジャングルクルーズ：ワイルドライフ・エクスペディション」としてリニューアルオープンした。同施設は世界のジャングルクルーズで初めて、アトラクション全体にオリジナルの音楽を導入し、また夜間だけしか味わえないナイトクルーズも実施している。

新施設としては、デンマークの玩具メーカー、レゴ社のブロックを使った屋外型テーマパーク「レゴランド・ジャパン」の建設が愛知県名古屋市内で15年4月にスタートした。9.3万㎡の敷地にアトラクションや飲食店、物販店などを設ける予定で17年春の開業を目指している。

●主要テーマパークの動向(表Ⅲ-4-1-2)

<東京ディズニーリゾート>

14年度の入園者数は約3,138万人と、東京ディズニーランド開業30周年に当たる13年度に記録した約3,130万人をさらに上回る、過去最高の入園者数となった。一方、入園者単価は、10,955円と前年度比1.1%減であった。

入園者数の主な増加要因としては、東京ディズニーランドで導入された新ナイトエンターテインメント「ワンス・アポン・ア・タイム」や新アトラクション「ジャングルクルーズ：ワイルドライフ・エクスペディション」などの効果に加え、ディズニー映画「アナと雪の女王」の人気の高まりを受け、新規スペシャルイベント「アナとエルサのフロズンファンタジー」が高い集客効果を発揮したことなどが考えられる。

東京ディズニーリゾートを運営する株式会社オリエンタルランドの14年度の売上高は4,663億円(前年度比1.5%減)、営業利

表Ⅲ-4-1-1 遊園地・テーマパークの売上高などの推移

	売上高 (百万円)		入場者数 (人)		従業者数 (人)	
		前年度比 (%)		前年度比 (%)		前年度比 (%)
2010年度	444,287	1.6	67,174,455	0.9	33,479	△ 0.2
2011年度	458,713	3.2	66,924,043	△ 0.4	34,181	2.1
2012年度	505,649	10.2	72,150,405	7.8	34,659	1.4
2013年度	588,871	16.5	76,371,049	5.8	35,897	3.6
2014年度	628,862	6.8	79,940,464	4.7	36,946	2.9

※前年度比は、2015年1月の調査対象の見直しによる数値の不連続を調整した数値であるため、表中の数値を計算したものと必ずしも一致しない。

資料：経済産業省「特定サービス産業動態統計調査」

表Ⅲ-4-1-2 主要施設の入場者数の推移

(単位：万人)

施設名	開業年	2010年度	2011年度	2012年度	2013年度	2014年度
東京ディズニーリゾート（千葉県浦安市）	1983	2,537	2,535	2,750	3,130	3,138
ユニバーサル・スタジオ・ジャパン（大阪府大阪市）	2001	816	880	975	1,050	1,270
ハウステンボス（長崎県佐世保市）	1992	174	180	192	248	290
ナガシマリゾート（三重県桑名市）	1964	637	619	623	620	1,505 ^{※1}
鈴鹿サーキット（三重県鈴鹿市）	1962	196	195	198	197	199
富士急ハイランド（山梨県富士吉田市）	1969	186	189	196	216	227
よみうりランド（東京都稲城市）	1964	95	102	128	136	146
沖縄美ら海水族館（沖縄県本部町）	1979	284	264	277	304	323
東京都恩賜上野動物園（東京都台東区）	1882	268	471	383	349	369
名古屋市東山動植物園（愛知県名古屋）	1937	218	203	208	223	227
旭川市旭山動物園（北海道旭川市）	1967	206	172	163	165	165
東京ドームシティ アトラクションズ（東京都文京区）	2003	605	204	429	468	495

※1) 2014年度よりアウトレット施設も含んだ数

資料：新聞・雑誌記事および聞き取り調査により（公財）日本交通公社作成

益は1,106億円（前年度比3.4%減）であった。減少の主な要因は、13年の東京ディズニーランド開業30周年の関連商品の販売終了や宿泊客の減少などが考えられる。

15年4月には、東京ディズニーランド、東京ディズニーシーの今後の開発構想の方向性が発表された。東京ディズニーランドの「ファンタジーランドの再開発」は、複数のエリアで構成しその一部をディズニー映画『美女と野獣』『ふしぎの国のアリス』をテーマとする方向性に、東京ディズニーシーの「新テーマポート開発」は、一部のエリアをディズニー映画『アナと雪の女王』の世界をテーマとし、全体テーマを「北欧」とする方向性が発表された。

＜ユニバーサル・スタジオ・ジャパン＞

14年度は、開業初年度（01年度）に記録した年間入場者数最高記録（1,103万人）を上回る集客となり、前年度比21.0%増となる1,270万人となった。7月のハリー・ポッターの新エリアや、15年1月～6月までの期間限定で開催した新イベント「ユニバーサル・クールジャパン」が人気を集めた。新エリア開業以降は、関東や海外など関西圏以外からの集客が伸び、特に外国人観光客は6割以上伸びた。

15年3月にはファミリーに人気のエリア「ユニバーサル・ワンダーランド」をリニューアルオープン、4月から「ザ・リッツ・カールトン大阪」「ホテルオークラ神戸」「三井ガーデンホテル大阪プレミア」の3ホテルがパートナーホテルとして加入、5月には世界最新3Dライド「ハリー・ポッター・アンド・ザ・フォードダウン・ジャーニー」をオープンするなど、さまざまな集客策およびその高まる需要への対応策を講じている。

ユニバーサル・スタジオ・ジャパンは、16年春に約100億円を投じ、恐竜を題材にしたジェットコースターの新設、新たなテーマパークを沖縄県に建設する方針を15年3月に明らかにしており、大阪以外の事業拠点を設けることも含め、積極投資を推進することとしている。

＜ハウステンボス＞

14年度の入場者数は290万人で前年度比16.9%増となった。14年9月期（13年10月～14年9月）の売上高263億円（前年同期比21.4%増）、営業利益が74億円（前年同期比51.9%増）、また、15年9月期の第2四半期まで（14年10月～15年3月）の売上高が148億円（前年同期比10.6%増）、営業利益が48億円（前年同期比14.7%増）と好調な業績で推移している。

好調の要因としては、イルミネーション展開1,000万球超とハウステンボスでしか体験できないスケールの「光の王国」に加え、国内最多650品種を取りそろえた「チューリップ祭」を14年2月からスタートさせたことで相乗効果が生まれ、冬の時期に日中から夜まで充実したコンテンツが提供されたこと、さらに、春以降「花の大祭典」「芝桜展開」「初夏の光の王国」「100万本のバラ祭」「あじさい祭」といった光と花をテーマとしたイベントを、夏の時期に「ゲームの王国」「水の王国」「ふわふわランド」といったファミリー層をターゲットとしたコンテンツを提供したことが考えられる。

(3) 大規模商業施設の動向（表Ⅲ-4-1-3）

14年オープンの施設で最も大きなものは、都内2番目の高さ247mの超高層ビル「虎ノ門ヒルズ」である。同施設はオフィスやマンション、国際会議場、商業施設、ホテルなどからなる複合施設で、ホテル「アンダーズ東京」はハイアット・ホテルズ・コーポレーションが手掛けるラグジュアリーブランドホテルである。同施設のある環状二号線新橋・虎ノ門間（新虎通り）は、東京都の「東京シャゼリゼプロジェクト」に指定されており、幅広い歩道を活かしたオープンカフェの立地などにより、外国人ビジネスマン・観光客も含めた国際色豊かなにぎわいを生み出していくことが期待されている。

外国人旅行者の取り込みとしては、外国人旅行者向け消費税免税制度が14年10月に改正されたことを受け、大規模商業

施設やテーマパークでも免税店認可への対応が進んだ。

大規模商業施設では、新たな形態を導入することによる魅力づくりも行われた。15年4月にオープンした「新宿東宝ビル」は、ホテルとシネマコンプレックスを核に、飲食・物販店もそろえた施設であるが、ホテルにゴジラルームを設けるなど東宝株式会社とのコラボレーションも行われた。また、同年4月に完成し

た二子玉川ライズの第2期事業「二子玉川ライズ・ショッピングセンター・テラスマーケット」は、「ライフスタイルを買う家電店」をコンセプトとし、商品を体感したりコンシェルジュに相談したりできる新たな形態の店舗「葛屋家電」が核テナントとして整備された。

(守屋邦彦)

表Ⅲ-4-1-3 2014年1月以降にオープンあるいはリニューアルなどを行った主な集客交流施設

施設名	所在地	整備主体	事業費(約)	開設日	施設内容
コレド室町2、コレド室町3	東京都中央区	三井不動産(株)	1,265億円(A、B街区全体)	2014.3	2010年10月開業の「コレド室町」に続き、2014年3月に「コレド室町2、3」がオープン。日本橋再生計画の一環として誕生した複合商業施設で、再開発地区全体の面積は約2万1,000㎡。江戸時代の日本橋の活気を再現しようという試みで、街区に面した通りはのれんやあんどんをモチーフにした外装デザインに老舗名店が軒を連ね、街歩きを楽しむ演出している。
柏の葉スマートシティセンター街区「ゲートスクエア」	千葉県柏市	三井不動産(株)	約1,000億円(148街区第1期開発までの計画確定済み)	2014.4～7	つくばエクスプレス「柏の葉キャンパス駅」周辺にエネルギー、防災、交通、健康、疾病・介護予防、ビジネス環境、国際交流空間など、さまざまな都市機能を高度化して集約した日本初の複合開発型スマートシティ。その先導エリアの「ゲートスクエア」には、イノベーションオフィス「KOIL」や地域一帯のエネルギーを管理する「柏の葉スマートセンター」、国際会議場まで対応する「柏の葉カンファレンスセンター」などが段階的にオープン。また、公・民・学連携の新しい教育研究拠点も開設された。
虎ノ門ヒルズ	東京都港区	森ビル(株)	2,340億円(道路含む)	2014.6	都心と湾岸を結ぶ幹線道路の環状2号線と一体で、総事業費2,340億円をかけて開発。地上52階建て、高さ247mの超高層ビルは、都内2番目の高さ。オフィスやマンション、国際会議場などが入る複合施設で、47～52階には高級ホテル「アンダーズ東京」が入居する。
名古屋ゼロゲート	愛知県名古屋市	(株)パルコ	16億円	2014.10	都心中低層商業施設ゼロゲートとしては、渋谷、心斎橋、道頓堀、広島に続く5番目の開業となり、5施設のなかで最大規模。多くの大型商業施設や路面店舗が立ち並び「大津通」に位置し、栄エリアのさらなるにぎわいへつなげる。
JRおおいたシティ	大分県大分市	九州旅客鉄道(株)(JR九州)	約200億円	2015.4	売り場面積計約3万6,000㎡のJR大分駅ビルで、日本最大級という約4,500㎡の屋上庭園にミニトレインや展望台、鉄道神社を設置。商業施設「アミュプラザおおいた」の他に、大分産の農産物や工芸品を扱う「豊後にわさき市場」「JR九州ホテルブラッサム大分」、地上80mの屋上露天風呂がある天然温泉の温浴施設「シティスパてんくう」などから構成される。
新宿東宝ビル	東京都新宿区	東宝(株)(株)コマ・スタジアム	232億円(投資額)	2015.4	東京・歌舞伎町の「新宿コマ劇場」「新宿東宝会館(新宿プラザ劇場)」跡地に開業。計970室の大規模ホテル「ホテルグレイスリー新宿」と、都内最大級12スクリーン約2,300席のシネマコンプレックスを核とした、エンターテインメントによる再開発事業。屋外テラスに設置された原寸大の「ゴジラヘッド」は新たなランドマークとなっている。
大分県立美術館	大分県大分市	大分県	約100億円	2015.4	建築界のノーベル賞と呼ばれる米ブリツカー賞を受賞した坂茂氏が設計を担当し、上層部に竹工芸を想像させるデザインを施したことなどが特徴。地下1階地上3階建てで、1階の外壁はガラス張りの折り戸とし、高さ約6mまで開閉できる開放的な構造。1階展示室の壁は可動式で、企画展に合わせて多様な展示方法が可能となっている。
さいたま新都心「コクーン2」	埼玉県さいたま市	片倉工業(株)	約155億円	2015.4	JRさいたま新都心駅前に新ショッピングセンター「コクーン2」がオープン。2004年開業の「コクーン1」(コクーン新都心から名称変更)、2015年7月にリニューアルオープンした「コクーン3」とともに「コクーンシティ」の中核を担う施設。全体では総営業面積7万3,000㎡の巨大商業エリアとなる。
二子玉川ライズ・第2期事業「二子玉川ライズ・ショッピングセンター・テラスマーケット」	東京都世田谷区	再開発組合(東京急行電鉄(株)、東急不動産(株))	392億円	2015.4	「二子玉川ライズ」全体の再開発事業施工地区面積は約11万2,000㎡で、うち第1期事業(約8万1,000㎡)は2011年3月に完成している。二子玉川公園をつなぐ歩行者専用通路沿いに、新業態の「葛屋家電」など商業店舗やシネマコンプレックス、広場空間を設けることで、回遊性の高い集客施設となった。6月の第2期事業完成後は、30階建ての高層棟も供用開始、高層部にはホテルが入る。
ゆめタウン廿日市	広島県廿日市市	(株)イズミ	205億円	2015.6	廿日市市が推進する、国や地方施設、民間施設、都市整備事業が連携した都市計画「シビックコア」のシンボル施設として、廿日市市役所周辺地区に開業する中国地方最大のサーキットモール。河口の立地を生かし、店舗裏には親水公園や広場を設置している。

※事業費が確認できるもののみ。およそ15億円以上を対象。

資料：新聞・雑誌記事をもとに(公財)日本交通公社作成

2 MICE

MICE各分野で堅調に増加
国がMICEの新たなブランドを決定
各都市でMICE施設整備が具体化

* MICE：企業などの会議 (Meeting)、企業などの行う報奨・研修旅行 (Incentive Travel)、国際機関・団体・学会などが行う会議 (Convention)、展示会・見本市/イベント (Exhibition/Event) の頭文字。概念としては外国人参加者の有無を問わない。

(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。しかし海外から日本を訪れるインセンティブ分野については、独立行政法人国際観光振興機構 (以下、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されるものの、主要な市場に関する動向が毎月「市場動向トピックス」として発表されているため、この内容をもとに、主要な市場別の日本へのインセンティブ旅行の現況を整理する。

<東南アジア>

東南アジアからのインセンティブ旅行は、タイ、インドネシアが活発であった。

タイからのインセンティブ旅行は、企業のインセンティブ旅行が2~3月に好調であり、60人以上の団体が2月は5団体 (計約500人)、3月は22団体 (計約2千人) であった。3月の22団体のうち、9団体は100人以上の規模で、業種は保険、製薬、化粧品、銀行、タイヤメーカーなどであった。また、訪問先としては北海道の人気が高く、22団体のうち10団体が北海道であった。5~6月は旅行のピークシーズンのほざまでであることから企業のインセンティブ旅行が活発化する時期である。5月はタイ陸軍のクーデターによる公務員の渡航自粛を受けて一部の政府系団体のインセンティブ旅行が中止となったが、60人以上の団体が15団体 (計2,066人。うち100人以上の規模は4団体) であった。業種は製薬、自動車、タイヤメーカーなどで、行き先は東京、箱根などであった。6月は民間企業のインセンティブ旅行は堅調に推移し、60人以上の団体が9団体 (計1,052人、うち100人以上の規模は5団体) であった。業種は銀行、建設会社などで、行き先は東京・箱根が6本、札幌・富良野・小樽が3本であった。10月は政府系組織のインセンティブ旅行が活発で、60人以上の旅行が12本催行された。行き先は東京・富士・箱根が9本のほか、ゴールデンルート、日光・仙台・東京、博多・阿蘇・湯布院・有田がそれぞれ1本であった。11月も好調でありインセンティブ旅行が20本催行された。行き先は東京・鎌倉・横浜・箱根が4本、名古屋・郡上八幡・大阪が6本、名古屋・郡上八幡・京都・大阪、名古屋・伊勢・熊野・和歌山が各4本、ゴールデンルート、博多・小倉・山口・淡路・鳴門・大阪が各1本であった。

インドネシアからのインセンティブ旅行は、航空券やツアーの 프로모ーション料金が設定されやすい2月に、日系企業のみならず、現地の金融系企業においても20~30人規模の訪日イン

センティブが活発であった。観桜ツアーのピークを過ぎた4月中旬以降は、企業のインセンティブ旅行が好調で、金融、自動車、医療、飲食などの業種で、50~200人規模のグループが多かった。さらに5月もインセンティブ旅行が好調で、2年置きに大規模インセンティブ旅行を行う電動工具の製造販売会社が14年に400人弱の旅行を催行した他、外資系保険会社も旅行を催行した。

インドネシアは日本車のシェアが96%を占めることから、隔年で秋に開催される東京モーターショーに合わせたインセンティブ旅行が活発である。今年は開催年でないことから、インセンティブ旅行が前年同月比1,000人以上の規模で減少した。

<東アジア>

中国、韓国からのインセンティブ旅行も活発であるが、14年は外的要因による変動が大きかった。

中国からのインセンティブ旅行は、13年12月末の安倍首相の靖国神社参拝の影響で、1月の公務団体、国営企業、教育関係団体の一部のインセンティブ旅行でキャンセルが発生した。しかし、その後3~4月には訪日旅行の需要が大きく回復し、桜鑑賞を目的としたインセンティブ旅行も実施された。

韓国からのインセンティブ旅行は、14年4月に発生した韓国西南海域での旅客船沈没事故を受け、韓国国内で自粛ムードが広がったこともあり、インセンティブ旅行についてもキャンセルが発生した。

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 (日本政府観光局 [JNTO] の選定基準に準ずる) の統計データが整備されているため、このデータをもとに現況を整理する (国内会議 [外国人参加者数が基準に満たない会議など] の統計データは未整備)。

●国際会議の開催件数・参加者数の状況

13年に我が国で開催された国際会議 (14年数値は未発表) の件数は2,427件 (前年比3.9%、90件増)、参加者総数は1,428,592人 (前年比3.0%、43,477人減) となった (表Ⅲ-4-2-1)。

参加者数の内訳は、国内参加者が1,292,039人 (全体の90.4%)、外国人参加者が136,553人 (同9.6%) であり、外国人参加者の構成比が昨年より1.1ポイント減少した。

月別では、6月の他に9~11月の秋のシーズンでの開催が多く、この3カ月で件数ベースでは35.3%、参加者ベースでは39.2%

表Ⅲ-4-2-1 国際会議の開催件数・参加者数の推移

	開催件数 (件)	参加者数 (人)				
		総数	うち国内	うち外国人	構成比 (%)	
2009年	2,122	1,252,545	1,143,616	108,929	91.3	8.7
2010年	2,159	1,130,631	985,663	144,968	87.2	12.8
2011年	1,892	1,069,506	977,713	91,793	91.4	8.6
2012年	2,337	1,472,069	1,315,155	156,914	89.3	10.7
2013年	2,427	1,428,592	1,292,039	136,553	90.4	9.6

資料：日本政府観光局 (JNTO) 「国際会議統計」をもとに (公財) 日本交通公社作成

を占めている。最も多かった月は、件数では11月(319件、全体の13.1%)、参加者数では10月(272,039人、同19.0%)であった(表Ⅲ-4-2-2)。

●分野別・規模別の国際会議開催状況

分野別では、「科学・技術・自然」が1,077件(全体の44.4%)で、12年同様他分野と比較して非常に多い。以下「医

学」(480件、全体の19.8%)、「政治・経済・法律」(285件、同11.7%)と続く。構成比の前年比較で増加したのは、「政治・経済・法律」(1.2ポイント増)、「科学・技術・自然」と「芸術・文化・教育」(各1.0ポイント増)、一方減少が大きかったのは、「社会」(2.6ポイント減)、「医学」(1.4ポイント減)であった。

規模別では、「100~199人」が最も多く721件、次いで「100人未満」が648件で、これら200人未満の規模の国際会議で全体の56.4%を占めている。前年差を見ると、増加しているのは「100~199人」の1.7ポイント増、「100人未満」の1.0ポイント増、「200~299人」の0.2ポイント増で、「300~399人」以上は微減となっている(表Ⅲ-4-2-3)。

●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531件と最も多く、次いで福岡市の253件で、上位2都市は変動していない。3位の横浜市と4位の京都市は昨年と入れ替わったが、5位から8位の大阪市、名古屋市、千里地区、神戸市は12年同様の順位である。参加者数で見ると、件数で3位の横浜市は228,559人と東京に次いで多く、以下福岡市119,927人、大阪市111,662人と続く(表Ⅲ-4-2-4)。

●会場別の国際会議開催状況

会場別では、開催件数はパシフィコ横浜が12年と変わらず128件で最も多く、2位は12年の3位から上昇した九州大学で

表Ⅲ-4-2-2 月別の国際会議開催件数・参加者数(2013年)

	2013年			2012年		
	件数(件)	構成比(%)	前年差(ポイント)	参加者数(人)	構成比(%)	前年差(ポイント)
1月	129	5.3	△1.8	54,338	3.8	0.8
2月	167	6.9	△0.3	64,298	4.5	0.3
3月	227	9.4	△2.0	127,871	9.0	3.1
4月	126	5.2	△0.2	118,403	8.3	△0.1
5月	191	7.9	△0.5	143,154	10.0	0.5
6月	261	10.8	△1.8	164,323	11.5	1.3
7月	190	7.8	△0.5	88,639	6.2	0.6
8月	153	6.3	△0.5	64,012	4.5	0.7
9月	243	10.0	1.3	135,403	9.5	△2.9
10月	297	12.2	3.0	272,039	19.0	0.6
11月	319	13.1	2.3	152,245	10.7	△3.2
12月	124	5.1	1.0	43,867	3.1	△1.6
合計	2,427	100.0		1,428,592	100.0	

資料：日本政府観光局(JNTO)「国際会議統計」をもとに(公財)日本交通公社作成

表Ⅲ-4-2-3 分野別・規模別の国際会議開催件数

(分野別)

	2013年		
	件数(件)	構成比(%)	前年差(ポイント)
政治・経済・法律	285	11.7	1.2
科学・技術・自然	1,077	44.4	1.0
医学	480	19.8	△1.4
産業	119	4.9	0.2
芸術・文化・教育	253	10.4	1.0
社会	93	3.8	△2.6
運輸・観光	20	0.8	0.4
社交・親善	37	1.5	0.4
宗教	4	0.2	0.1
スポーツ	8	0.3	△0.1
その他	51	2.1	△0.2
合計	2,427	100.0	

(規模別)

	2013年		
	件数(件)	構成比(%)	前年差(ポイント)
100人未満	648	26.7	1.0
100~199人	721	29.7	1.7
200~299人	300	12.4	0.2
300~399人	172	7.1	△0.7
400~499人	92	3.8	△0.0
500~999人	217	8.9	△0.6
1,000~1,999人	118	4.9	△0.9
2,000人以上	159	6.6	△0.5
合計	2,427	100.0	

資料：日本政府観光局(JNTO)「国際会議観光統計」をもとに(公財)日本交通公社作成

表Ⅲ-4-2-4 都市別の国際会議開催件数

2012年				2013年			
順位(件数)	都市	件数(件)	参加者数(人)	順位(件数)	都市	件数(件)	参加者数(人)
1	東京(23区)	500	214,425	1	東京(23区)	531	298,473
2	福岡市	252	171,049	2	福岡市	253	119,927
3	京都市	196	114,257	3	横浜市	226	228,559
4	横浜市	191	225,951	4	京都市	176	96,020
5	大阪市	140	96,544	5	大阪市	172	111,662
6	名古屋市	126	126,500	6	名古屋市	143	70,677
7	千里地区	113	20,896	7	千里地区	113	22,475
8	神戸市	92	124,681	8	神戸市	93	47,165
9	仙台市	81	32,406	9	札幌市	89	51,777
10	札幌市	61	61,675	10	仙台市	77	47,500

(注) 千里地区：大阪府豊中市、吹田市、茨木市、高槻市、箕面市

資料：日本政府観光局(JNTO)「国際会議観光統計」をもとに(公財)日本交通公社作成

127件であった。参加者数でもパシフィコ横浜が210,200人と最も多く、2位は12年5位の大阪国際会議場で79,702人、3位は福岡国際会議場の72,241人となっている。開催件数では上位11会場（10位が2会場）のうち大学が8つを占めるが、参加者数では上位10会場のうち会議場施設が8つあった（表Ⅲ-4-2-5）。

●国際的に見た日本のコンベンションの開催状況

ICCA（国際会議協会：International Congress and Convention Association）が発表した、14年に世界で開催された国際会議数の統計によれば、世界全体の開催数は11,505件（前年比180件減）であった。このうち日本での開催数は337件で、前年より5件減であったものの、アジア・大洋州では3年連続1位となり、世界での順位は前年同様の7位であった。14年の世界全体の開催数が、リーマン・ショック後の世界経済不況の余波の他、途上国での開催の減少などによる減少基調のなかで、日本についてはほぼ現状維持の件数であった。

都市別に見ると、アジア・大洋州のトップはシンガポールで142件（世界第7位）であった。日本でアジア・大洋州のトップ10に入ったのは東京のみ（アジア・大洋州第6位、世界第22位）で

あった。13年は、アジア・大洋州で東京より順位が1つ上の香港と10件の開催件数の差があったが、14年はアジア・大洋州第3位のソウルと9件の開催件数の差となっており、アジア・大洋州のなかでの東京の位置づけが高まっていることがうかがえる結果となった（表Ⅲ-4-2-6）。

③エキシビジョン（E）の現況

●展示会の開催件数・出展小間数・参加者数の状況

14年に我が国で開催された展示会の件数は685件（前年比4.6%、30件増）であった。また、出展者数104,532社（前年比9.4%、8,958社増）、出展小間数151,261小間（前年比10.8%、14,698小間増）、来場者数14,171,872人（前年比7.5%、1,147,374人減）と、来場者を除く項目で前年を上回った。来場者の減少については、東京、名古屋、大阪のモーターショーが非開催年であることが主な要因と考えられる（表Ⅲ-4-2-7）。

月別に見ると、全ての項目で10月が最も多く、展示会件数114件（全体の16.6%）、出展者数13,781社（同13.2%）、出展小間数26,994小間（同17.8%）、来場者数2,031,499人（同14.3%）

表Ⅲ-4-2-5 会場別の国際会議開催件数、参加者数

(件数)

2012年			2013年		
順位	会場	件数(件)	順位	会場	件数(件)
1	パシフィコ横浜	84	1	パシフィコ横浜	128
2	大阪大学	82	2	九州大学	127
3	九州大学	80	3	大阪大学	84
4	京都大学	65	4	名古屋大学	76
5	東京国際フォーラム	53	5	京都大学	59
6	名古屋大学	52	6	北海道大学	50
7	国立京都国際会館	47	7	東京大学	44
8	国際連合大学	46	8	大阪国際会議場	43
9	つくば国際会議場	41	9	東北大学	39
10	東京大学	37	10	国際連合大学	37
	東北大学	37		東京ビッグサイト	37

(参加者数)

2012年			2013年		
順位	会場	参加者数(人)	順位	会場	参加者数(人)
1	パシフィコ横浜	185,518	1	パシフィコ横浜	210,200
2	福岡国際会議場	101,976	2	大阪国際会議場	79,702
3	国立京都国際会館	84,755	3	福岡国際会議場	72,241
4	神戸ポートピアホテル	80,339	4	国立京都国際会館	66,621
5	大阪国際会議場	68,962	5	東京ビッグサイト	60,156
6	神戸国際会議場	65,473	6	幕張メッセ	48,053
7	幕張メッセ	56,262	7	名古屋国際会議場	40,624
8	東京国際フォーラム	41,100	8	東京国際フォーラム	34,978
9	東京ビッグサイト	39,945	9	京王プラザホテル	31,205
10	名古屋国際会議場	28,546	10	リーガロイヤルホテル大阪	31,080

資料：両表とも日本政府観光局（JNTO）「国際会議観光統計」をもとに（公財）日本交通公社作成

表Ⅲ-4-2-6 アジア・大洋州の都市別国際会議開催件数（順位上位の都市）

順位	2012年			2013年			2014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	150	6	シンガポール	175	6	シンガポール	142	7
2	北京	109	13	ソウル	125	9	北京	104	14
3	バンコク	105	16	北京	105	18	ソウル	99	15
4	ソウル	100	17	バンコク	93	20	香港	98	16
5	香港	96	23	シドニー	93	20	台北	92	20
6	シドニー	86	24	香港	89	23	東京	90	22
7	台北	80	26	東京	79	26	シドニー	82	25
8	クアラルンプール	69	31	台北	78	28	クアラルンプール	79	28
9	東京	69	31	上海	72	29	バンコク	73	29
10	上海	64	35	クアラルンプール	68	33	上海	73	29

※2014年データ、5月20日発表

資料：日本政府観光局（JNTO）発表資料およびICCA発表資料をもとに（公財）日本交通公社作成

となっている。また全ての項目で8月、12月が少ないが、これは本統計が商談性の高い展示会、すなわちビジネスパーソンの来場者が多い展示会を対象としていることが理由と考えられる(表Ⅲ-4-2-8)。

●2014年に開催された主な展示会

14年に開催された展示会で最も来場者数が多かったのは「東京オートサロン2014 with NAPAC」(会場：幕張メッセ)の296,714人であった(昨年は282,659人で第3位)。これは、昨年第1位の東京モーターショー(会場：東京ビッグサイト)、昨年第2位の大阪モーターショー(会場：インテックス大阪)が今年是非開催年であったことが主な要因として考えられる。最も出展者数が多かったのは昨年に続き「FOODEX JAPAN2014(第39回国際食品・飲料展)」(会場：幕張メッセ)の2,808社・団体(昨年2,544社・団体)であった。なお、出展者数が2,000社・団体を超えた展示会は同展示会および「第78回東京インターナショナル・ギフト・ショー秋2014」「第77回東京インターナショナル・ギフト・ショー春2014」(会場：ともに東京ビッグサイト)の3つのみであり、この状況は過去3年間と変わらない。

●第三者認証を取得した展示会

日本では、12年度から「展示会統計に係る第三者認証制度」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」「出展数」および「出展面積」について、展示会統計に係る認証制度のガイドラインで定めた定義と指標に基づき、展示会統計情報に利用可能な展示会として、独立行政法人日本貿易振興機構、大規模展示場連絡会、一般社団法人日本展示会協会を構成員とする日本展示会認証協議会(JECC)が認証するものである。14年に認証された展示会は12件で、15年6月末現在では合計28件の展示会が認証を取得している(表Ⅲ-4-2-9)。

なお、同制度は14年6月にUFI(国際見本市連盟: Union des Foires Internationales)により、同連盟が定めている基準に完全に即していることが承認された。さらに同年10月には、JECCがUFIの公認認証機関として承認され、JECCの認証を得た展示会に対してUFIが定める基準に完全に即している旨を証明する認証書(Audit Certificate)を発行できることとなり、日本の展示会主催者・団体のUFI加盟の手続きが簡便になった。

表Ⅲ-4-2-7 展示会の開催件数・出展者数・出展小間数・来場者数の推移

	開催件数(件)		出展者数(社)		出展小間数(小間)		来場者数(人)	
		前年比(%)		前年比(%)		前年比(%)		前年比(%)
2012年	610	6.5	89,476	1.1	133,834	△ 1.0	14,157,197	△ 1.0
2013年	655	7.4	95,574	6.8	136,563	2.0	15,319,246	8.2
2014年	685	4.6	104,532	9.4	151,261	10.8	14,171,872	△ 7.5

(注) 調査基準

- ①主催事務局への電話調査もしくはHPI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「展示会データベース」「展示会とMICE」をもとに(公財)日本交通公社作成

表Ⅲ-4-2-8 月別の展示会開催件数・出展者数・出展小間数・来場者数(2014年)

	開催件数(件)			出展者数(社)			出展小間数(小間)			来場者数(人)		
	件数	構成比(%)	前年差(ポイント)	件数	構成比(%)	前年差(ポイント)	件数	構成比(%)	前年差(ポイント)	件数	構成比(%)	前年差(ポイント)
1月	58	8.5	0.4	8,356	8.0	1.7	10,041	6.6	0.7	1,500,671	10.6	1.8
2月	64	9.3	△ 0.2	11,713	11.2	1.4	24,625	16.3	6.5	1,709,399	12.1	1.5
3月	42	6.1	△ 0.9	6,950	6.6	△ 0.3	12,659	8.4	△ 2.2	1,052,315	7.4	△ 1.8
4月	62	9.1	0.7	6,094	5.8	0.0	8,386	5.5	△ 0.3	1,037,537	7.3	△ 3.7
5月	70	10.2	△ 1.7	11,577	11.1	△ 0.0	11,128	7.4	△ 2.1	1,714,098	12.1	0.1
6月	61	8.9	△ 0.1	7,266	7.0	△ 1.0	12,386	8.2	1.5	951,924	6.7	1.1
7月	71	10.4	2.6	9,322	8.9	0.9	7,388	4.9	△ 1.9	1,194,236	8.4	3.2
8月	18	2.6	△ 1.2	4,949	4.7	0.4	5,341	3.5	△ 0.9	360,449	2.5	△ 0.4
9月	58	8.5	△ 1.1	9,068	8.7	0.1	15,230	10.1	2.1	1,200,906	8.5	△ 0.2
10月	114	16.6	0.9	13,781	13.2	△ 0.0	26,994	17.8	3.6	2,031,499	14.3	2.9
11月	52	7.6	1.0	12,921	12.4	△ 2.8	10,927	7.2	△ 6.6	965,337	6.8	△ 2.5
12月	15	2.2	△ 0.4	2,535	2.4	△ 0.2	6,156	4.1	△ 0.5	453,501	3.2	△ 2.0
合計	685	100.0	—	104,532	100.0	—	151,261	100.0	—	14,171,872	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：(株)ピーオービー「展示会データベース」「展示会とMICE」をもとに(公財)日本交通公社作成

表Ⅲ-4-2-9 これまでに第三者認証を取得した展示会一覧

	展示会名称 (略称)	主催者
2012年認証		
1	第22回フラインテックジャパン	リードエグジビジョンジャパン (株)
2	Bio tech 2012	リードエグジビジョンジャパン (株)
3	第9回国際フラワーEXPO 第6回国際ガーデンEXPO	リードエグジビジョンジャパン (株)
4	危機管理産業展2012	(株) 東京ビッグサイト
5	Japan IT Week 秋 2012	リードエグジビジョンジャパン (株)
6	コールセンター/CRM デモ& コンファレンス2012in東京	UBMジャパン (株)
2013年認証		
7	nano tech 2013	(株) ICSコンベンションデザイン
8	スマートエネルギーWeek2013	リードエグジビジョンジャパン (株)
9	Japan IT Week 春 2013	リードエグジビジョンジャパン (株)
10	日本ものづくりワールド2013	リードエグジビジョンジャパン (株)
11	危機管理産業展2013	(株) 東京ビッグサイト
12	Japan IT Week 秋 2013	リードエグジビジョンジャパン (株)
13	コールセンター/CRM デモ& コンファレンス2013in東京	UBMジャパン (株)
2014年認証		
14	ネブコンジャパン2014	リードエグジビジョンジャパン (株)
15	ネット&モバイル通販 ソリューションフェア2014in東京	UBMジャパン (株)
16	ENEX2014 Smart Energy Japan 2014	(一財) 省エネルギーセンター (株) ICSコンベンションデザイン
17	nano tech 2014	(株) ICSコンベンションデザイン
18	スマートエネルギーWeek2014	リードエグジビジョンジャパン (株)
19	Japan IT Week 春 2014	リードエグジビジョンジャパン (株)
20	ビューティーワールドジャパン	メサゴ・メッセフランクフルト (株)
21	インテリア ライフスタイル	メサゴ・メッセフランクフルト (株)
22	日本ものづくりワールド	リードエグジビジョンジャパン (株)
23	第1回ライブ&イベント産業展	リードエグジビジョンジャパン (株)
24	総務・人事ワールド2014	リードエグジビジョンジャパン (株)
25	Japan IT Week 秋 2014	リードエグジビジョンジャパン (株)
2015年認証		
26	スマートエネルギーWeek2015	リードエグジビジョンジャパン (株)
27	第25回フラインテック ジャパン 第15回光・レーザー技術展 (Photonix2015) 第6回高機能素材ワールド	リードエグジビジョンジャパン (株)
28	Japan IT Week 春 2015	リードエグジビジョンジャパン (株)

資料：日本展示会認証協議会ホームページ (15年6月末現在) をもとに (公財) 日本交通公社作成

(2) MICEをめぐる動き

① 国の動き

●「日本再興戦略」改訂2014に引き続きMICEが位置づけ

13年6月に閣議決定された「日本再興戦略」において、MICEは多くの人や優れた知見、投資を呼び込む重要なツールとして位置づけられた。14年6月に閣議決定された「日本再興戦略」改訂2014においては、同月に観光立国推進閣僚会議において決定された「観光立国実現に向けたアクション・プログラム 2014」に基づき、「国際会議等 (MICE) の誘致・開催の促進と外国人ビジネス客の取り込み」に取り組むことが位置づけられた。

●MICEのブランド化

観光庁は15年4月、新しい日本のMICEブランドを市場に導入するとともに、MICEの誘致・開催の促進についての取り組みを一層強化するため、新たなブランドコンセプトをもとにブランドロゴを決定した。新たなブランドコンセプトでは、「日本のMICEの価値」の訴求だけにとどまらず、今後「日本のMICEが進化すべき方向」を定め、その結果もたらされる「日本のMICEが目指す姿」を「日本の感性と知性が、ビジネスを未来に動かす。」としている。ブランド名称は、海外における日本のMICE事業の認知度向上のために、その事業内容をより正しく分かりやすく伝えることを目的に「Meetings & Events」とし、タグラインは、日本のMICEブランドのコンセプトを一言で表現し、海外と国内向けにそれぞれ働きかける言葉として「New ideas start here」としている。なお、ブランドロゴはジャパン・エンドレス・ディスクバリーと同様の桜をあしらったデザインである。

●グローバルMICE戦略・強化都市への支援事業終了と グローバルMICE強化都市の選定

観光庁は13年6月にグローバルMICE戦略・強化として7都市 (戦略都市：東京、横浜、京都、神戸、福岡、強化都市：大阪、名古屋) を選定し、2年間にわたり支援事業を実施してきた。14年度末に開催された「グローバルMICE戦略都市選定・評価委員会」では、2年間の事業報告および各都市の評価を行うとともに、グローバルMICE都市事業の今後のあり方について議論が行われた。その結果、7都市に対する観光庁支援事業は14年度で終了し、15～16年度の2年間、各都市において国際会議の誘致活動や体制強化などに自主的に取り組み、16年度末に改めて各都市の取り組みや実績の評価を同委員会で行うこととなった。

15年6月、観光庁は「観光立国実現に向けたアクション・プログラム2015」(同月、観光立国推進閣僚会議決定) に従い、グローバルレベルのMICE誘致力を有する都市の裾野の拡大を目的に、「グローバルMICE強化都市」として札幌市、仙台市、千葉県千葉市 (千葉県と千葉市が共同応募したためこの表記)、広島市、北九州市を指定した。今後これらの都市に対して、外国人専門家によるコンサルティング、海外MICE専門誌の記者招請などによる広告宣伝、ステークホルダー連携支援、セミナーの開催などの支援が行われる。

●新たなMICEアンバサダーの委嘱

観光庁が日本政府観光局 (JNTO) と共同で実施しているMICEアンバサダープログラムにおいて、14年9月、新たに5人を委嘱した (同月時点でMICEアンバサダーは計13名)。今回委嘱された5人は、それぞれの専門分野で国際的に影響力のある研究者や産業界のリーダーで、1,000人以上の参加者が見込まれる大型国際会議の誘致や開催の促進が期待されている。

●MICE開催による経済波及効果測定モデルをバージョンアップ

観光庁は14年7月、「MICE開催による経済波及効果測定のための簡易測定モデル」をバージョンアップした。具体的には、これまで全国のみでしか算出できなかった経済波及効果が、

全国・都道府県・国際会議観光都市別に算出可能となった他、国際会議の医学系、科学・自然・技術、その他の3区分への細分化、アウトプット形式に図の追加などが行われた。このモデル活用により、各自治体・民間企業などがMICEの経済波及効果を具体的に把握することが可能になり、MICE誘致・開催の取り組みが一層促進されることが期待されている。

●国際会議誘致ガイドブックを改訂

観光庁と日本政府観光局（JNTO）は、国際会議を誘致したいと考えている自治体、コンベンション推進機関や会議施設などを主たる読者と想定した「国際会議誘致ガイドブック」を09年に作成しているが、14年6月、国際会議の誘致を巡る最新トレンドなどを踏まえ改訂した。改訂されたガイドブックは、事例・データを紹介し、最新の観光庁および日本政府観光局（JNTO）の施策・取り組みなどを盛り込んだ内容となっている。

●ユニークベニューハンドブックの作成

観光庁では、文化施設や公的空間などのユニークベニューとしての利用の活性化などを促すことを目的に、施設関係者、利用事業者、自治体関係者などからなる「ユニークベニュー利用促進協議会」を13年8月に設置している。同協議会で検討の結果、ユニークベニューのケーススタディやユニークベニューとしての貸し出しまでのステップなどを示した「ユニークベニューHANDBOOK博物館・美術館編」が14年3月に作成された。同ハンドブックは、ユニークベニューとしての施設活用を多くの事例とともに紹介する第1部・入門編と、ユニークベニューとしての貸し出し条件の設定、情報提供などの実務を解説する第2部・実践編で構成されている。

②業界（企業）の動き

●大型国際会議の誘致決定相次ぐ

2,000人規模以上の大型国際会議の誘致決定が14年7～8月に相次いだ。まず7月には、参加規模2,500人（うち海外500人）の「世界音楽療法大会」（つくば国際会議場、17年7月開催予定）、および参加規模2,000人（うち海外1,200人）の「国際ゾント世界大会」（パシフィコ横浜、18年6月開催予定）が決定した。8月には、参加規模6,000人（うち海外1,000人）の大型国際会議・展示会「シエグラフ・アジア」（神戸国際会議場・神戸国際展示場、15年11月開催）、および参加規模2,000人（うち海外1,500人）の「世界牛病学会」（札幌コンベンションセンター、18年8月開催予定）が決定した。いずれも日本の国際会議開催地としての魅力が評価されており、特に世界牛病学会については、北海道が国内でも産業動物臨床医や乳牛養頭数が多いという地域特性に対する評価の高さが、国際会議の誘致成功の大きな要因となった。

●「ジャパン・トラベル・ウィーク」の開催

14年9月に、初の試みとして、国内最大のインバウンド商談会「VISIT JAPAN トラベルマート2014」およびインセンティブ旅行を中心としたMICE商談会「VISIT JAPAN MICEマート2014」が、旅のイベントである「ツーリズムEXPOジャパン」と同時開催された。海外バイヤーは347社（27カ国・地域）、海外メ

ディアは12社（10カ国・地域）の参加であった。また、これらのイベントが開催される9月24日～9月30日までの1週間を「ジャパン・トラベル・ウィーク」と称し、今後もこの名称を用いて、これらイベントの国内外での認知度向上を図るとともに、イベント間で連携することにより相乗効果を高めることとなった。

●日本PCO協会と日本コンベンション事業協会が統合

一般社団法人日本PCO協会（JAPCO）と一般社団法人日本コンベンション事業協会（CPA）の2団体は、14年12月にそれぞれ臨時総会を開催し、15年に両団体が統合し、国内最大のコンベンション事業団体となる一般社団法人日本コンベンション協会（Japan Convention Management Association：JCMA）を発足させることを発表した。JCMAは「人が集うと世界が動く」を合言葉に、複数の専門委員会などを通じてMICE産業の発展と活性化、国際競争力の強化を推進していくこととしている。

③各都市での動き

●各都市でMICE施設の整備、検討が活発化

国のMICE推進の方針を受けるように、各都市ではMICE施設の整備に関する取り組みが進められている。

仙台市では14年7月、夢メッセみやぎの西に隣接する仙台港国際ビジネスサポートセンタービルの1階、2階部分が展示施設・会議施設に改修され、新たに「夢メッセみやぎ西館」としてオープンした。同施設は1,295㎡の展示場やシアター形式で670席のホールの他、複数の会議室や研修室を備えている。また同市では15年4月、既存の仙台国際センター隣に展示施設「国際センター展示棟」（展示面積3,000㎡）がオープンした。国際センターとは内部渡り廊下で連結されており、一体利用が可能となっている。なお、15年12月には新規開業する地下鉄東西線の新駅が同施設の近くに設置される予定となっており、開業後は仙台駅から地下鉄で4分の好アクセスを誇る施設となる。

東京都では、東京ビッグサイト拡張計画の具体化検討が進められ、14年10月に基本計画が策定された。同計画では、東京ビッグサイトの西展示棟南側に延べ床面積65,000㎡程度の新規拡張施設を建設することとしている。同施設は、2020年東京オリンピック・パラリンピック大会期間中、メインプレスセンターとして利用される予定である。大会後は本来の展示施設として有効活用することが想定されており、拡張施設の展示面積は20,000㎡とされている。なお、同施設は2層の展示フロアの他、会議室や飲食施設、500台を収容できる立体駐車場、西展示棟と接続する連絡通路などを整備する計画となっており、遅くとも19年12月までの完成を目指すこととされている。また同月、東京ビッグサイトの東展示棟臨時駐車場に、延べ床面積20,000㎡程度（展示面積16,000㎡程度）の仮設展示場が16年中に整備されることが発表された。同展示場は1層の展示ホールの他、会議室などの整備が予定されている。

沼津市では14年7月、総合コンベンション施設「ふじのくに千本松フォーラム（愛称：プラサ ヴェルデ）」がグランドオープンした。同施設は13年に先行オープンした展示イベント施設「キラ

メッセぬまづ」(展示面積3,875㎡)、1,000人規模のコンベンションホールを有する「コンベンションぬまづ」、150室の客室を有する「ダイワロイネットホテルぬまづ」で構成されている。

富山県では、15年春の北陸新幹線の開業を一つの契機として、県内の大規模展示施設の今後のあり方を考えることを目的に、経済団体の代表、有識者などからなる懇談会が設置され、その検討結果が14年3月に「大規模展示施設・機能の充実のあり方について」として取りまとめられた。この提言を受け、富山産業展示館(テクノホール)新展示場の増築について検討が進められ、15年7月には、展示面積約3,640㎡のホール増築など、基本設計の概要が公表された。

福岡市では、15年2月MICE関連施設の整備方針案が明らかにされた。同方針案では、展示面積約5,000㎡の新たな展示場の他、2,500~3,000席規模のホール機能を有する施設や、VIP向けの質の高い部屋を備えた250~300室程度のホテル、駐車場、各施設をつなぐ歩行者デッキの整備が想定されている。なお、新たな展示場は20年度のオープンを目指している。

熊本市では15年5月、MICE施設を含む市街地再開発事業の施行が認可された。同再開発事業では、会議・展示施設を有する「熊本城ホール(仮称)」の他、商業施設やバスターミナル、約200室のホテル、164戸のマンション、駐車場などを建設する他、シネマコンプレックス(複合映画館)の誘致も目指している。なお、同事業は16年夏ごろに着工、18年秋の完成を目指している。

●東京都が「ビジネスイベント先進エリア」を指定

東京都は14年10月、会議・展示、宿泊施設などのMICE施設が集積するエリアで、関連する主体が一体となって受入環境整備に取り組む団体などを「東京ビジネスイベント先進エリア」として指定した。指定されたのは「一般社団法人大手町・丸の内・有楽町地区まちづくり協議会(指定エリア:大手町・丸の内・有楽町地区)」「Destination Marketing Organization

(DMO)六本木(指定エリア:港区六本木・赤坂・麻布エリア)」「臨海副都心まちづくり協議会(指定エリア:臨海副都心)」の3エリアで、指定期間は20年度末までの7年間となっている。特に14~16年度の3年間は重点支援期間として、公益財団法人東京観光財団によるMICE受け入れに必要なノウハウの提供や受入環境整備の取り組みに対する助言などの支援、また、地域が提案するMICEの受入環境整備に向けた取り組みに対する財政支援(補助限度額:1,000万円、補助率:補助対象経費の1/2)を行うこととなっている。

●札幌市がMICE総合戦略を策定

札幌市は10年に「札幌MICE総合戦略」を策定し、MICEの推進に取り組んできた。戦略策定から5年が経過した14年度に新たな「札幌MICE総合戦略~札幌の魅力あふれる“ONLY ONE”MICE都市~」を検討・策定した。同戦略は15~19年度の5カ年計画であり、重点誘致ターゲットを「国内及びアジアをターゲットとした学術系の大規模会議」「主に東アジア・東南アジアからのインセンティブツアー」「国内外に向けたPR効果の高い政府系国際会議」「札幌の特色を生かしたスポーツ関連の会議、大会、イベント」とし、これらを誘致していくための具体的施策が位置づけられている。

(3) IRをめぐる動き

13年12月に超党派の「国際観光産業振興議員連盟(IR議連、通称:カジノ議連)」により取りまとめられた、ホテルやテーマパーク、劇場、ショッピング・グルメモール、MICE施設などにカジノを含んだ複合施設である統合型リゾート(Integrated Resort:IR)を推進する法案「特定複合観光施設区域の整備の推進に関する法律案」は、14年の通常国会に提出され継続審議となっていた。14年11月の衆議院解散に伴い、いったん廃案となった。その後、15年4月に再提出された。

(守屋邦彦)

IV 観光地

都道府県別の延べ宿泊者数および

うち延べ外国人宿泊者数 …………… 138

1. 北海道 …………… 139
2. 東北 …………… 143
3. 関東 …………… 146
4. 中部 …………… 150
5. 近畿 …………… 155
6. 中国・四国 …………… 159
7. 九州 …………… 163
8. 沖縄 …………… 166

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、新潟県、山梨県

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

都道府県別の延べ宿泊者数およびうち延べ外国人宿泊者数

延べ宿泊者数および外国人延べ宿泊者数(2014年と2013年の対比)。

各都道府県の延べ宿泊者数および外国人延べ宿泊者数の経年推移については、地域ごとのグラフを参照。

都道府県名		2013	2014	(前年比)
北海道	延べ宿泊者数	30,970,470	30,979,070	0.0%
	うち外国人	3,069,750	3,890,590	26.7%
都道府県名		2013	2014	(前年比)
青森県	延べ宿泊者数	4,759,730	4,511,260	△ 5.2%
	うち外国人	62,480	74,010	18.5%
岩手県	延べ宿泊者数	5,590,690	5,888,980	5.3%
	うち外国人	65,320	77,130	18.1%
宮城県	延べ宿泊者数	11,334,990	10,259,780	△ 9.5%
	うち外国人	106,600	117,150	9.9%
秋田県	延べ宿泊者数	3,493,090	3,761,400	7.7%
	うち外国人	36,140	41,510	14.9%
山形県	延べ宿泊者数	5,430,680	5,898,540	8.6%
	うち外国人	37,410	48,220	28.9%
福島県	延べ宿泊者数	10,748,340	11,060,830	2.9%
	うち外国人	41,830	44,040	5.3%
東北計		2013	2014	(前年比)
	延べ宿泊者数	41,357,520	41,380,790	0.1%
	うち外国人	349,780	402,060	14.9%
茨城県	延べ宿泊者数	5,154,170	5,462,770	6.0%
	うち外国人	88,490	94,070	6.3%
栃木県	延べ宿泊者数	9,717,140	9,582,340	△ 1.4%
	うち外国人	178,960	159,400	△ 10.9%
群馬県	延べ宿泊者数	9,138,510	8,593,380	△ 6.0%
	うち外国人	108,930	112,280	3.1%
埼玉県	延べ宿泊者数	3,974,240	4,109,880	3.4%
	うち外国人	97,570	99,440	1.9%
千葉県	延べ宿泊者数	20,624,550	21,201,240	2.8%
	うち外国人	2,049,880	2,667,200	30.1%
東京都	延べ宿泊者数	52,824,060	54,258,780	2.7%
	うち外国人	9,830,950	13,195,260	34.2%
神奈川県	延べ宿泊者数	16,840,830	19,200,770	14.0%
	うち外国人	1,067,440	1,432,500	34.2%
新潟県	延べ宿泊者数	9,676,970	9,607,330	△ 0.7%
	うち外国人	106,510	135,520	27.2%
山梨県	延べ宿泊者数	6,928,770	7,570,390	9.3%
	うち外国人	492,230	948,880	92.8%
関東+新潟+山梨計		2013	2014	(前年比)
	延べ宿泊者数	134,879,240	139,586,880	3.5%
	うち外国人	14,020,960	18,844,550	34.4%
富山県	延べ宿泊者数	3,821,370	3,489,160	△ 8.7%
	うち外国人	136,290	142,070	4.2%
石川県	延べ宿泊者数	8,538,570	7,543,170	△ 11.7%
	うち外国人	340,380	348,290	2.3%
福井県	延べ宿泊者数	3,250,950	3,790,460	16.6%
	うち外国人	30,360	31,530	3.9%
長野県	延べ宿泊者数	18,750,560	17,897,190	△ 4.6%
	うち外国人	543,090	660,480	21.6%
岐阜県	延べ宿泊者数	6,042,480	6,098,660	0.9%
	うち外国人	416,740	597,690	43.4%
静岡県	延べ宿泊者数	20,923,330	21,022,570	0.5%
	うち外国人	559,740	786,310	40.5%
愛知県	延べ宿泊者数	14,653,230	15,395,410	5.1%
	うち外国人	1,147,560	1,489,680	29.8%
三重県	延べ宿泊者数	9,686,440	8,794,360	△ 9.2%
	うち外国人	130,890	178,520	36.4%
中部+三重計		2013	2014	(前年比)
	延べ宿泊者数	85,666,930	84,030,980	△ 1.9%
	うち外国人	3,305,050	4,234,570	28.1%

都道府県名		2013	2014	(前年比)
滋賀県	延べ宿泊者数	4,074,590	4,628,730	13.6%
	うち外国人	131,880	230,750	75.0%
京都府	延べ宿泊者数	20,087,510	16,986,760	△ 15.4%
	うち外国人	2,625,880	3,291,010	25.3%
大阪府	延べ宿泊者数	23,881,430	28,369,250	18.8%
	うち外国人	4,314,500	6,200,160	43.7%
兵庫県	延べ宿泊者数	13,226,080	13,759,210	4.0%
	うち外国人	507,030	697,910	37.6%
奈良県	延べ宿泊者数	2,480,220	2,270,170	△ 8.5%
	うち外国人	164,570	145,260	△ 11.7%
和歌山県	延べ宿泊者数	4,441,600	4,456,370	0.3%
	うち外国人	187,100	284,790	52.2%
近畿計		2013	2014	(前年比)
	延べ宿泊者数	68,191,430	70,470,490	3.3%
	うち外国人	7,930,960	10,849,880	36.8%
鳥取県	延べ宿泊者数	3,540,280	3,043,000	△ 14.0%
	うち外国人	46,850	58,830	25.6%
島根県	延べ宿泊者数	3,274,100	3,219,190	△ 1.7%
	うち外国人	18,980	28,000	47.5%
岡山県	延べ宿泊者数	5,216,680	5,387,650	3.3%
	うち外国人	85,970	110,960	29.1%
広島県	延べ宿泊者数	7,942,310	8,572,130	7.9%
	うち外国人	365,800	435,020	18.9%
山口県	延べ宿泊者数	4,379,090	4,489,320	2.5%
	うち外国人	46,230	56,670	22.6%
徳島県	延べ宿泊者数	2,256,720	2,869,160	27.1%
	うち外国人	32,310	35,940	11.2%
香川県	延べ宿泊者数	3,585,200	3,462,700	△ 3.4%
	うち外国人	95,830	142,710	48.9%
愛媛県	延べ宿泊者数	3,599,020	3,592,350	△ 0.2%
	うち外国人	67,020	64,120	△ 4.3%
高知県	延べ宿泊者数	2,873,700	2,904,380	1.1%
	うち外国人	24,820	38,590	55.5%
中国・四国計		2013	2014	(前年比)
	延べ宿泊者数	36,667,100	37,539,880	2.4%
	うち外国人	783,810	970,840	23.9%
福岡県	延べ宿泊者数	13,986,570	15,232,160	8.9%
	うち外国人	900,040	1,357,300	50.8%
佐賀県	延べ宿泊者数	2,637,180	2,837,990	7.6%
	うち外国人	55,550	90,940	63.7%
長崎県	延べ宿泊者数	7,254,700	7,315,020	0.8%
	うち外国人	424,980	492,510	15.9%
熊本県	延べ宿泊者数	7,057,610	6,869,150	△ 2.7%
	うち外国人	421,320	475,400	12.8%
大分県	延べ宿泊者数	6,711,060	6,101,170	△ 9.1%
	うち外国人	409,640	400,400	△ 2.3%
宮崎県	延べ宿泊者数	3,716,050	3,481,860	△ 6.3%
	うち外国人	136,990	161,020	17.5%
鹿児島県	延べ宿泊者数	7,322,530	7,534,490	2.9%
	うち外国人	214,810	266,000	23.8%
九州計		2013	2014	(前年比)
	延べ宿泊者数	48,685,700	49,371,840	1.4%
	うち外国人	2,563,330	3,243,570	26.5%
都道府県名		2013	2014	(前年比)
沖縄県	延べ宿泊者数	20,789,590	20,142,060	△ 3.1%
	うち外国人	1,487,750	2,388,550	60.5%

全国計	2013年	2014年	(前年比)
延べ宿泊者数(人)	467,207,970	473,501,950	1.3%
外国人延べ宿泊者数(人)	33,511,380	44,824,600	33.8%

資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」(2015年7月28日現在)をもとに(公財)日本交通公社作成

IV 観光地

1 北海道

国内宿泊者数は横ばい、海外からの宿泊者数は大幅増
旭川や網走など主要観光都市が観光分野の計画を策定
引き続き目立つインバウンド対応への取り組み

(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14年1月～12月の北海道の延べ宿泊者数については、3,098万人泊となり、ほぼ前年並みの0.03%増にとどまった(図IV-1-1)。都道府県別に見ると東京都に続き全国第2位の数字である。

図IV-1-1 延べ宿泊者数の推移(北海道)



北海道	2,328	2,729	2,859	3,097	3,098
-----	-------	-------	-------	-------	-------

※～2010.3 従業員10人以上の宿泊施設を調査対象とする 単位: 万人泊
2010.4～ 全ての宿泊施設を調査対象とする

資料: 観光庁「平成26年宿泊旅行統計調査」をもとに(公財)日本交通公社作成

北海道の「観光入込客数調査」(北海道庁)によると、14年度の延べ宿泊者数は3,279万人泊(前年度比2.0%増)である。これを道内圏域別に見ると、前年比の増加率が高い順にオホーツク圏域(同9.1%増)、釧路・根室圏域(同4.4%増)、道央圏域(同1.9%増)、十勝圏域(同1.3%増)、道南圏域(同0.8%増)、道北圏域(同0.2%増)であった(表IV-1-1)。伸び率は鈍ったが全ての圏域で前年同期の実績を上回る結果となった。

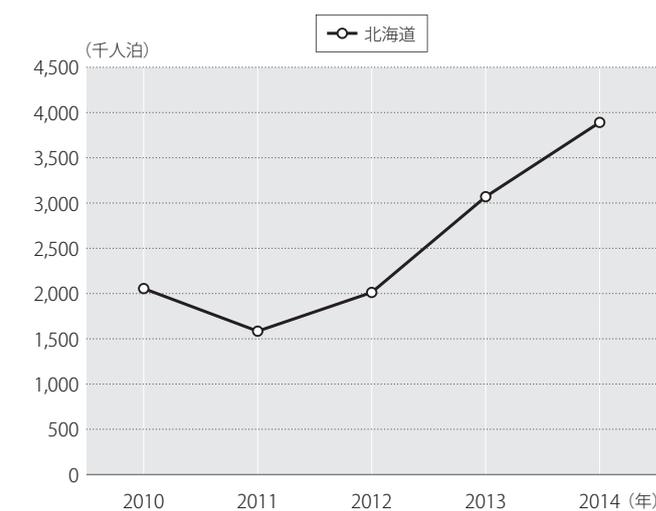
一方、外国人延べ宿泊者数については、北海道全体で389万人泊(観光庁)となり、前年比プラス26.7%の大幅増となった。訪日外国人来道者数(北海道庁)は154万人(前年度比33.7%増)で、初めて100万人の大台を記録した13年度に続き過去最高を更新した。

表IV-1-1 道内の圏域別延べ宿泊者数の増減 (単位: 万人泊)

	2013年度	2014年度	前年度比増減
北海道	3,215	3,279	2.0%
道央圏域	1,845	1,879	1.9%
道南圏域	405	408	0.8%
道北圏域	421	422	0.2%
オホーツク圏域	165	180	9.1%
十勝圏域	196	198	1.3%
釧路・根室圏域	182	190	4.4%

資料: 観光入込客数調査(北海道)

図IV-1-2 外国人延べ宿泊者数の推移(北海道)



北海道	2,055	1,584	2,012	3,070	3,891
-----	-------	-------	-------	-------	-------

※～2010.3 従業員10人以上の宿泊施設を調査対象とする 単位: 千人泊
2010.4～ 全ての宿泊施設を調査対象とする

資料: 観光庁「平成26年宿泊旅行統計調査」をもとに(公財)日本交通公社作成

(2) 観光地の主な動向

●外国人目線による多言語対応の現状調査

15年3月、北海道運輸局は「北海道における外国人目線による多言語対応現状調査事業」報告書を取りまとめた。16年3月に北海道新幹線が開業予定であり、道南地域に外国人観光客を呼び込む絶好の機会となるが、観光パンフレットや案内看板などの多言語対応・受入整備が課題となっている。同調査では、自主的に多言語対応などを進めている木古内地域、江差・松前地域に道内在住外国人を調査員として派遣し、観光パンフレット、ホームページ、案内看板などを外国人目線で調査した。その結果、現状では一部の多言語対応が進んでいるものの、多くの施設では対応しきれていないことが分かった。

調査対象としたそれぞれの事物の改善に向けたアイデアを集約して提示する一方で、それらを踏まえた全体的な課題として、①優先順位やターゲットの明確化、②ミニマム言語バリアフリーの推進（コストのかからないフリーツール、ソフトでの多言語対応）、③無料Wi-Fiの整備を挙げている。

●外国人観光客の満足度向上に向けた予備的調査

北海道運輸局は、14年12月より外国人観光客の満足度向上とさらなる広域観光の促進を目的とする調査を実施した。

特に外国人観光客向けに無線LAN環境の整備が急がれるなか、新千歳空港からレンタカーで旅行する外国人観光客に対して移動型無線LAN環境を無料で提供し、旅行の動向調査を実施、観光や地域に関する情報取得が旅行の経路や立ち寄り先を検索する際にどのように反映されるかを調査、無線LAN環境の影響や情報提供手法のあり方などを分析した。

●「水のカムイ観光圏」の新規認定

観光庁は、15年4月に「水のカムイ観光圏～釧路湿原・阿寒・摩周～」（釧路市、弟子屈町）を新規認定した。構成市町は釧路市・弟子屈町で、観光圏整備計画の期間は15年4月1日～20年3月31日、観光地域づくりのプラットフォームは一般社団法人釧路観光コンベンション協会が担う。富良野・美瑛観光圏、ニセコ観光圏に続き、北海道では3番目の認定となる。

観光地域づくりの基本的な考え方（理念）として、「常に身近に貴重な自然環境と恵みを感じながら、守り育てて享受してきた営みをベースとし、自然と共生する持続可能な地域社会の形成を目指し、『住んでよし、訪れてよし』の地域づくりを進化させていく」と定めた。

さらに、コンセプトを「水のカムイと出会える旅へ」とし、滞在プログラムの開発や公共交通網の整備、情報発信の強化などに取り組む。

●「アジアの宝 悠久の自然美への道 ひがし北・海・道」広域観光周遊ルート形成計画の認定

観光庁が実施する「広域観光周遊ルート形成促進事業」では、各地域からの計画の申請を受け、15年6月に7件が認定された。北海道からは富良野地区、十勝川温泉地区、知床地区、釧路地区などを含む「アジアの宝 悠久の自然美への道 ひがし北・海・道 Hokkaido -Route to Asian Natural Treasures」が認定された。

「プライムロードひがし北・海・道」推進協議会が申請したもので、道東の四季折々の大自然、景観、食などを活用して富裕層をターゲットとして誘客を図ろうとするもので、道内では札幌地区に集中しているインバウンドの呼び込みも目的としている。

●重点「道の駅」の選定

15年1月、国土交通省は「道の駅」を経済の好循環を地方に行き渡らせる成長戦略の強力なツールと位置づけ、『全国モデル「道の駅」6カ所、『重点「道の駅」35カ所、『重点「道の駅」候補』49カ所を選定した。

北海道からは『重点「道の駅』』として3カ所、同候補として6カ所が選定された。各施設の概要は表IV-1-2の通りである。

表IV-1-2 『重点「道の駅』』と『重点「道の駅」候補』（北海道）

道の駅 名称	所在地	特徴
(仮称) 当別	当別町	札幌近郊で農工商連携による6次産業化、インバウンド観光促進にも対応
ニセコビュープラザ	ニセコ町	国際リゾート・ニセコのインバウンド観光対応拠点
(仮称) あったか・あいろーど	石狩市	厚田漁港の水産物・史跡と連携し、地域のゲートウェイ
重点「道の駅」候補		
ピア21しほろ	士幌町	馬鈴薯・牛を活かした6次産業化の農村ユートピア拠点
摩周温泉	弟子屈町	阿寒・摩周地域の観光拠点となるようなコンシェルジュを配置
(仮称) 男爵いもパーク	七飯町	観光と宿泊の情報発信、地方移住
南ふらの	南富良野町	観光、雇用、空き家情報を発信する総合窓口を設置、再生可能エネルギーを活用した先進農業生産拠点化
おとふけ	音更町	地域住民が中心となり食や文化、観光等の地域の魅力を発信
(仮称) バレーン	上士幌町	移住定住のワンストップ窓口を設置

資料：国土交通省ホームページをもとに（公財）日本交通公社作成

●カレーアイランド北海道スタンプラリー2015

北海道ご当地カレーエリアネットワークが主催して、15年4月24日～10月31日までの間、道内各地にある地元食材や歴史を生かした「ご当地カレー」を食べて抽選で各地域の特産品などが当たるスタンプラリーを開催する。

スタンプラリーを開催することで食と観光振興を進め、交流人口増加による地域活性化を図ることが狙いで、道内10地域の74店舗が参加している（表IV-1-3）。

表IV-1-3 参加団体とご当地カレー

団体名	ご当地カレー (カッコ内は参加店舗数)
羽幌えびタコ焼き餃子推進協議会（羽幌町）	羽幌えびタコ餃子カレー（2）
サフォークランド士別プロジェクト（士別市）	士別サフォークカレー（4）
美瑛カレーうどん研究会（美瑛町）	美瑛カレーうどん（6）
かみふらの十勝岳観光旅館協会（上富良野町）	かみふらの豊味豚カレー（3）
富良野オムカレー推進協議会（富良野市）	富良野オムカレー（12）
(株) プレナイ社（札幌市）	札幌スープカレー（21）
夕張カレーそば協議会（夕張市）	夕張カレーそば（8）
(一社) 苫小牧観光協会（苫小牧市）	苫小牧ホッキカレー（8）
南富良野エソシカ料理推進協議会（南富良野町）	南富良野エソカツカレー（3）
せたな観光協会（せたな町）	せたな海鮮カレー（7）

資料：北海道ご当地カレーエリアネットワーク・ホームページをもとに（公財）日本交通公社作成

●北海道の新しい食と観光に関する次世代戦略フォーラム

14年10月、経済産業省北海道経済産業局をはじめとする関係各省庁、機関、団体、自治体の主催により、「食」と「観光」関連産業を北海道の戦略産業とし、2つの産業を核とした北海道の魅力の顕在化、持続的成長に向けて、次世代につなげるためのフォーラムを開催した。

「北海道産業競争力強化戦略」での食・観光関連分野の先進的な事業に積極的に取り組んでいる事業者による事例紹介や、パネルディスカッションを行った他、北海道ブランドの東アジアマーケットへの開拓・販路拡大に向けて、ASEAN諸国などの政府関係者との意見交換を含めたテーマ別トークセッションを行った。

(3) 市町村の動き

●札幌MICE総合戦略

札幌市は15年6月、MICEにおける都市間競争に打ち勝つため、MICE市場や他都市の動向を踏まえ、新たな「札幌MICE総合戦略」を策定した。計画期間は15～19年度までの5年間で、14年3月に策定した「札幌市観光まちづくりプラン」に基づくMICE分野の基本計画として位置づけられるものとなる。札幌の都市の魅力を中心に生かし、地元への直接的経済波及効果や札幌のブランド力向上と観光をも含むリピーターの確保に加え、学術レベルの向上・発展、市民における創造性の育成なども視野に入れている。

目指すべき方向性を「札幌の魅力あふれる“ONLY ONE”MICE都市」と定め、現状分析を踏まえた新たな戦略を展開する。今後集中的に誘致プロモーションを行う重点誘致ターゲットとして、①国内及びアジアをターゲットとした学術系の大規模会議、②主に東アジア・東南アジアからのインセンティブツアー、③国内外に向けたPR効果の高い政府系国際会議、④札幌の特色を生かしたスポーツ関連の会議、大会、イベントを掲げた。

また、現在弱みとなっている受入基盤強化のため、コンベンションビューローの機能強化、MICE施設整備の2点から検討を進めることとしている。

●定山溪観光魅力アップ構想

15年3月、札幌市は「定山溪観光魅力アップ構想」を策定した。14年3月に策定された「札幌市観光まちづくりプラン」に基づき、定山溪（当計画では定山溪温泉と隣接する小金湯温泉や八剣山、豊滝、豊平峡、札幌国際スキー場までを含む広域的な観光エリア）を対象として観光地・温泉地として目指すべき将来像・方向性を具体的に示し、魅力向上を図るための指針となるものである。

目指す将来像を「湯めぐり、森めぐり、水めぐり、四季あそびー札幌定山溪」、その実現に向けた基本的な考え方を「新・奥座敷へ 心安らぐ“温泉”×心躍る“+α”のリゾート空間」と定め、将来像の実現に向けて4つの基本方針を掲げた。

【基本方針と基本方針の方向性】

- 基本方針1. 温泉地らしさにぎわいづくり
- ・温泉施設や観光スポットなどの環境整備
 - ・美しい都市型温泉観光地としての景観形成
 - ・温泉街におけるぎわいの創出
- 基本方針2. 広域的なネットワーク化による新たな魅力創出
- ・新しい魅力エリアの形成
 - ・温泉街をハブ（拠点）とした周辺観光資源との回遊性向上
 - ・定山溪エリアまでの交通アクセスの魅力向上
 - ・年間を通じた集客イベント事業の推進
- 基本方針3. 魅力を伝える情報発信・インフォメーションの強化
- ・知名度アップ及びイメージ構築
 - ・観光行動を促す動機づけ
 - ・到着後のサポート
- 基本方針4. 魅力アップの担い手育成とマネジメント
- ・おもてなしを支える人材育成
 - ・定山溪ファンやサポーターづくり
 - ・エリアマネジメントの推進

資料：定山溪観光魅力アップ構想

●函館アリーナの開業

15年8月1日、老朽化した函館市民体育館に代わり「函館アリーナ」が開業した。

施設はメインアリーナ棟とサブアリーナ棟からなり、前者は2,860㎡で5,000人収容（シアター形式）、後者は1,000㎡で1,044人収容（同）となる。サブアリーナ棟の1階部分は武道館になっている他、多目的会議室やスタジオ、トレーニングルームやランニングコースを備えている。

道南エリアでは今まで開催できなかった各種スポーツ大会やイベントの開催が実現可能となることから、地域への経済波及効果の面でも期待されている。

●おもてなしガイドブック『函館観光手帳』

15年3月、一般社団法人函館国際観光コンベンション協会は、函館市民や市内事業者向けに『函館観光手帳』を発行した。16年3月に予定されている北海道新幹線の開業に備え、函館に住む全ての人がおもてなしの気持ちで観光客を迎えられるように作製された。コンパクトなA5サイズで、既存の観光情報誌の補助資料としても利用できる。市政情報の他、イベントカレンダー、市街地マップ（避難所案内、津波・避難情報）、観光情報、外国人観光客に対応するため、指さし外国語のページも収録している。

●小樽アニメパーティー

14年11月、小樽市商店街振興組合連合会が主催して、高齢化が進みにぎわいの減った商店街の活性化を図るべく、「小樽アニメパーティー」を開催した。

市内の4商店街（梁川通り商店街、都通り商店街、サンモール商店街、花園銀座商店街）が連携し、11月29日、30日にかけて小樽の街並みを背景にした多彩なアニメ関連イベントを展開、アニメ関連のコンテンツを通じて小樽のまちを全国にアピールした。

商店街の空き店舗を活用して北海道に関連するアニメ作品や学生イラストレーターの作品展、一般参加者から募ったフィギュア作品の展示、アニメ製作関係者や声優のトークショーなどを実施した他、小樽市内商店街の魅力を再発見する「小樽名所街並案内地図」の無料配布、イベント開催期間中限定の

地域通貨「タルカ」の発売などを行い、アニメを切り口としつつ多面的な地域活性化の試みとなった。

●旭川観光基本方針

旭川市は14年3月、旭川観光基本方針を策定した。08年に旧方針を策定後、リーマン・ショックや東日本大震災などの影響下での厳しい状況を経て、特に外国人観光客を中心に回復基調にあることや、関係機関が一体となった「オール旭川」体制が整ったことなどを踏まえたものである。

第7次旭川市総合計画における重点目標（魅力ある地域産業が育ち、活力に満ちたまちにします）と施策の方向（地域の魅力と資源を生かした産業の創出）に基づき、「滞在観光の促進」を目指して以下5つの重点施策を設定している。

1. 広域ツーリズムの推進～「もっと周遊できる」地域へ！
 - ・新たな広域観光圏の展開 ・教育旅行の連携強化
 - ・ガーデンによる広域ネットワークの構築
 - ・エコ・ツーリズムの推進 ・新たなネットワークの構築
 - ・航空路線ネットワークの強化
2. フードツーリズムの推進～「もっと食べ歩きたい」地域へ！
 - ・地域グルメの活用 ・「食のパラダイス・旭川」の創出
3. 地域ツーリズムの推進～「もっと滞在したい」地域へ！
 - ・旭山動物園との取組 ・スポーツツーリズムの推進
 - ・メディカルツーリズムの推進
 - ・ライフスタイルツーリズムの推進
 - ・イベント・コンベンション
4. 国際ツーリズムの推進～「もっと外国人でにぎわう」地域へ！
 - ・重点市場の展開 ・拡大市場の展開 ・新規市場の展開
5. 冬季ツーリズムの推進～「もっと冬が楽しい」地域へ！
 - ・イメージアップの推進 ・冬季アクティビティの充実
 - ・新規コンテンツの整備・開発

資料：旭川観光基本方針

●網走市観光振興計画2014

網走市は14年4月、観光を取り巻く近年の環境変化に対応し、また観光を地域振興の柱として活性化させていくため、行政、民間、市民がこれからの網走観光が進む方向を共有するロードマップとして同計画を策定した。

「五感に響き、おもてなしが心に残る『“おいしいまち”網走』の創出」を目標に掲げ、以下5つの基本方針のもとに戦略を提示している。

- 基本方針1 網走の「オンリーワン」の開拓
 - ・オンリーワン発見・商品化の推進
 - ・天都山の魅力開発
- 基本方針2 「泊まってこそ楽しめる網走」の開拓
 - ・宿泊施設を拠点とした滞在プログラムの作成
 - ・「食・酒」を活用したプランづくり
 - ・宿泊施設・観光施設の「おもてなし力」の向上
- 基本方針3 「網走観光ネットワーク化」の推進
 - ・既存の観光資源を活用した観光ルートの開発
- 基本方針4 多様なツールを活用しての「話題づくり」
 - ・PR戦略の構築
 - ・既存のプロモーションツールの見直しと新たなツールの開発
- 基本方針5 官・民・学・異業種連携による網走観光の推進
 - ・推進実行体制の構築

資料：網走市観光振興計画2014

●知床地区の自然公園50周年、世界遺産10周年

知床地区は、国立公園、世界自然遺産という2つの看板を掲げているが、14年6月1日に国立公園指定50周年、15年7月17日に世界自然遺産登録10周年という節目のシーズンを迎えた。

このことを受けて、環境省釧路自然環境事務所、林野庁北海道森林管理局、斜里町、羅臼町、および北海道では、14年6月～15年7月までの間、周年記念事業を行った。

ホエールウォッチング・バードウォッチングなどの自然体験イベント、知床の魅力を知ることのできるパネル展、シンポジウムなど、さまざまなイベントが開催された。

●釧路市の入湯税の税率改定

釧路市では14年12月の市議会で釧路市税条例の一部改正案「釧路市観光振興臨時基金条例案」を原案通り可決した。15～24年度の10年間、一般の宿泊客1人1泊についての入湯税の税率を150円から250円へ引き上げる。ただし、国際観光ホテル整備法に基づく登録ホテル・登録旅館に該当しない施設では、一般の宿泊客1人1泊について、現行と同じ税率に軽減する（表Ⅳ-1-4）。なお、釧路市内の鉱泉浴場については阿寒湖温泉地区の一部の宿泊施設のみが引き上げの対象に該当する。

表Ⅳ-1-4 釧路市の入湯税の税率

入湯客の区分	H27.3までの税率	H27.4からの税率
一般の宿泊客1人1泊（下記を除く）	150円	250円
国際観光ホテル整備法上の登録ホテル・登録旅館以外の一般の宿泊客1人1泊	—	150円
一般の日帰り客1人1日	90円	90円
修学旅行の学生生徒で10人以上の団体で1人1泊	70円	70円
修学旅行の学生生徒で10人以上の団体で日帰り客1人1日	40円	40円

資料：釧路市

入湯税の税率改定による増収分、すなわち引き上げ後の税率250円のうち100円に相当する部分については、新たに設置する「釧路市観光振興臨時基金」に積み立て、250円の税率が適用される宿泊施設が所在する地域の観光振興事業に充てるとしている。

（堀木美告）

2 東北

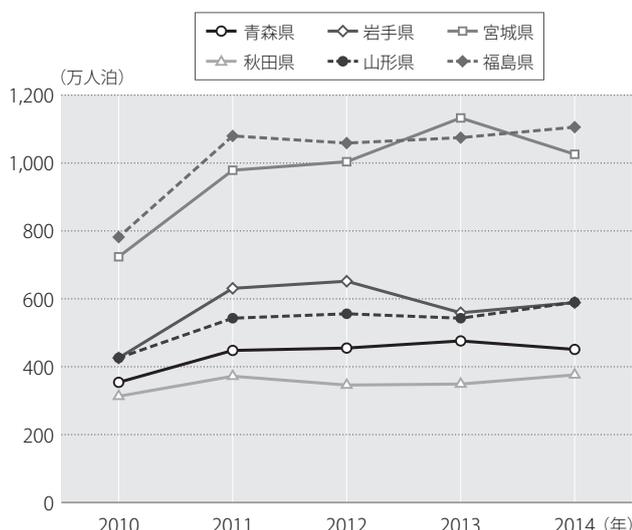
国内宿泊者数は震災後からほぼ横ばい
さまざまなジョイフルトレインの運行が始まる
夏祭りの人出は天候により明暗がくつきり

(1) 都道府県レベルの旅行者動向

14年1月～12月の東北地方の延べ宿泊者数については、東北地方全体で前年比0.1%増の4,138万人となった。復興需要により宿泊者数が急増した11年(4,053万人)から、ほぼ横ばいの数字となっている(図IV-2-1)。

しかしながら県によって宿泊者数の増減に差が見られた。延べ宿泊者数が増加したのは山形県(前年比8.6%増)、秋田県(同7.7%増)、岩手県(同5.3%増)、福島県(同2.9%増)、減少したのは宮城県(同9.5%減)、青森県(同5.2%減)となっている

図IV-2-1 延べ宿泊者数の推移(東北)



青森県	354	448	455	476	451
岩手県	426	631	652	559	589
宮城県	724	979	1,004	1,133	1,026
秋田県	313	372	346	349	376
山形県	426	543	556	543	590
福島県	782	1,080	1,059	1,075	1,106

※～2010.3 従業員10人以上の宿泊施設を調査対象とする 単位: 万人泊
2010.4～ 全ての宿泊施設を調査対象とする

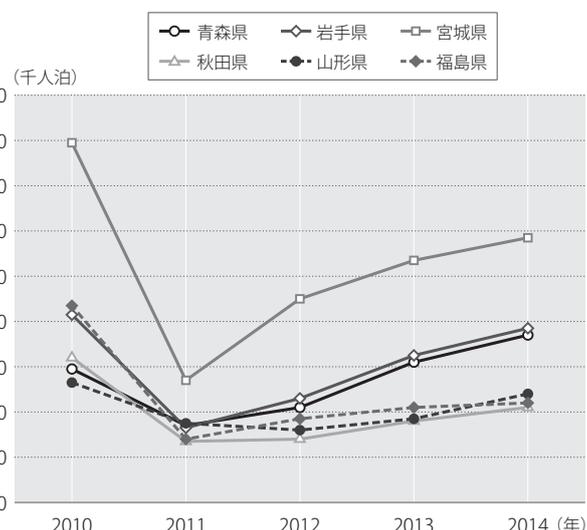
資料: 観光庁「平成26年宿泊旅行統計調査」をもとに(公財)日本交通公社作成

る。宮城県では震災以降、復興需要により増加傾向にあったが、14年は初の減少となった。

外国人延べ宿泊者数については、震災前の水準(10年:51万人)には回復していないものの、東北地方全体で前年比14.9%増の40万2千人となった。

東北6県全てで外国人延べ宿泊者数は増加しており、山形県(前年比28.9%増)、青森県(同18.5%増)、岩手県(同18.1%増)、秋田県(同14.9%増)、宮城県(同9.9%増)、福島県(同5.3%増)の順に増加率が高い。このうち、青森県(10年比25.2%増)以外の県では震災前の水準に達していない。特に福島県(10年比49.5%減)、秋田県(10年比34.7%減)、宮城県(10年比26.5%減)では、徐々に増加しているものの、震災前の水準からは大きく離れている。福島県では、特に原発事故のマイナスイメージが大きく影響しているためか、微増にとどまっている(図IV-2-2)。

図IV-2-2 外国人延べ宿泊者数の推移(東北)



青森県	59	34	42	62	74
岩手県	83	33	46	65	77
宮城県	159	54	90	107	117
秋田県	64	27	28	36	42
山形県	53	35	32	37	48
福島県	87	28	37	42	44

※～2010.3 従業員10人以上の宿泊施設を調査対象とする 単位: 千人泊
2010.4～ 全ての宿泊施設を調査対象とする

資料: 観光庁「平成26年宿泊旅行統計調査」をもとに(公財)日本交通公社作成

表IV-2-1 東北夏祭りの来場者数

祭事名	開催地	来場者数				2014年度概要
		2011年度	2012年度	2013年度	2014年度	
青森ねぶた祭	青森県青森市	266万人	282万人	285万人	259万人	祭り期間後半の悪天候が影響し、1990年の統計開始以来最も少ない人出。踊り手である「ハネト」も1999年以来最少に。
盛岡さんさ踊り	岩手県盛岡市	136万人	122万人	130万人	137万人	踊り手の参加団体数は256団体と過去最多に。
仙台七夕まつり	宮城県仙台市	203万人	200万人	206万人	204万人	最終日午後からの悪天候により、夕方からのイベントが中止に。
秋田竿燈まつり	秋田県秋田市	130万人	139万人	141万人	126万人	祭り期間後半の悪天候が影響し、昨年よりも15万人減。
山形花笠まつり	山形県山形市	91万人	100万人	90万人	63万人	悪天候により最終日の開催を中止。
福島わらじまつり	福島県福島市	23万人	25万人	24万人	25万人	参加問い合わせの増加を受け、昨年までの二部構成から三部構成に変更。

資料: 各種資料をもとに(公財)日本交通公社作成

(2) 観光地の主な動向

●東北夏祭り（青森市、盛岡市、仙台市、秋田市、山形市、福島市）の開催

東北6市における祭りの観光客数は天候により明暗が分かれた。青森ねぶた祭では、悪天候の影響で1990年の統計開始以来最も少ない人出となった。山形花笠まつりでも、悪天候により最終日の開催を中止する事態となった。

一方、盛岡さんさ踊りは好調で、昨年に引き続き、過去最多の参加団体数となっている。また福島わらじまつりでは、東北六魂祭の開催以降、参加希望者が増加しており、プログラムの構成を増やすなどの変更があった（表IV-2-1）。

●東北六魂祭（秋田市）の開催

東北六魂祭は東北各県の代表的な夏祭りが集結するイベントで、東日本大震災からの復興を願って、11年より毎年開催されている。秋田市が会場となった15年は、初の夜間パレードが開催され、秋田竿燈まつりの竿燈にも明かりがともった（表IV-2-2）。

他にも、昨年に引き続き、人気アーティストが楽曲を披露する「六魂Fes!」が開催される他、東北各地の名産品を集めた「東北うまいもの広場」が企画された。

表IV-2-2 東北六魂祭の開催概要

	2012年度	2013年度	2014年度	2015年度
開催地	岩手県 盛岡市	福島県 福島市	山形県 山形市	秋田県 秋田市
開催日程	5月26日(土) 27日(日)	6月1日(土) 2日(日)	5月24日(土) 25日(日)	5月30日(土) 31日(日)
来場者数	約24万人	約25万人	約26万人	約26万人
経済効果	20億～30億円	約37億円	約25億円	約31億円

資料：各種資料をもとに（公財）日本交通公社作成

●さまざまなジョイフルトレインが運行開始

○SL銀河

JR釜石線の花巻～釜石間では14年4月より「SL銀河」が運行を開始した。宮沢賢治の童話「銀河鉄道の夜」の世界観をテーマにした列車で、車内では宮沢賢治の生きた大正～昭和時代をイメージしたレトロモダンな内装を楽しめる他、宮沢賢治のギャラリーや東北ゆかりの品に関する展示、小型プラネタリウムなどが設置されている。14年12月に行われた一夜限りの「ナイトクルーズ」では、ライトアップされた岩手県遠野市のめがね橋を駆け抜け、幻想的な世界を演出した。15年も引き続き、休日を中心に運行されている。

○とれいゆ つばさ

14年7月、新幹線初のリゾート列車「とれいゆ つばさ」が、山形新幹線（福島～新庄間）で運行を開始した。温泉街のように散策を楽しめる列車というコンセプトで、最大の特徴は列車内に足湯が設置されたこと。足湯は一度に8人、1人15分間楽しむことができる。他にもバーカウンターが設置されており、畳の座敷で湯上がりの一杯を楽しむことができる。15年も土日・祝日を中心に運行されている。

○フルーティアふくしま

JR磐越西線では15年4月、「フルーティアふくしま」の運行を開始した。コンセプトは「走るカフェ」で、車窓からの風景を楽しみながら、福島県産フルーツなどを使用したスイーツを楽しむことができる。5月下旬まではいちご、6月下旬まではさくらんぼと、旬のフルーツを使用している。内装は、明治・大正時代の西洋モダン風で、座席はゆったりとしたテーブル付きボックスシートとなっている。15年は土日・祝日を中心に運行している。

●三陸鉄道が全線開通・北山崎の観光船が運航再開

東日本大震災で被災していた三陸鉄道は、14年4月に北リアス線小本～田野畑間の運行を再開し、全線が復旧した。13年に放送されたNHKの連続テレビ小説『あまちゃん』による効果に加え、全線復旧で大型連休や夏休みのツアー客が増加したことなどにより、15年3月期決算が黒字と発表された。

東日本大震災で運航を休止していた岩手県田野畑村の北山崎観光船が14年7月26日、運航を再開した。再開後は「北山崎断崖クルーズ観光船」と名付けられ、観光船と船の発着施設、その最寄り駅である三陸鉄道鳥越駅も新しく完成した。北山崎観光の受入態勢については、復旧が一段落したといえる。

●山形デスティネーションキャンペーンの開催

14年6月～9月にかけて、「山形日和。」をキャッチフレーズに、食、温泉、歴史・文化、自然、人情を柱とした「山形デスティネーションキャンペーン」が開催された。これに合わせ、新幹線初のリゾート列車「とれいゆ つばさ」が運行を開始した。

広域周遊を図るため、家具メーカーやニット製造会社などを巡る「メイド・イン・ヤマガタとの出会い」や、各地の農園での収穫体験と農家レストランでの調理・食事を楽しむ「週末は山形で農園ランチ」などが実施された。また最終日には、「とれいゆ つばさ」と「SL山形日和。陸羽西線号」に沿線住民が手を振る「スマイルプロジェクト」が実施され、多くの参加者があった。

●ブルートレイン「日本海」車両がホテルに

14年8月、岩手県岩泉町の「ふれあいらんど岩泉」で、引退したブルートレイン「日本海」の車両を利用したホテルが開業した。「ふれあいらんど岩泉」は公園やキャンプ場、体験農園からなる施設で、敷地内に客車3両が設置された。A寝台車とB寝台車があり、1両貸し切りのグループ利用のみが可能となっている。

車両は、東北の復興支援を行う岩手県盛岡市のNPO法人岩手未来機構が購入し、岩泉町に寄贈したもの。車両の運搬・設置費用の一部はクラウドファンディングを通じて集めたもので、岩手未来機構の取り組みは、日本最大のクラウドファンディングサイトである「READYFOR」から「コミュニティパワー賞」を受賞している。

●東北6市が海外で観光物産フェアを合同開催

14年10月、東北の県庁所在地6市では、米国カリフォルニア州やニュージャージー州などで観光物産フェアを合同開催した。会場は、同州にあるスーパーマーケットで、仙台市にある総合商社の子会社が運営している。「RISING TOHOKU FOOD FAIR（ライジング トーホク フードフェア）」と銘打ち、物産品販売、東北6市の祭り展示などの他、カリフォルニア州のトラ

ンス店では、盛岡さんさ踊りや山形花笠踊りなどのステージイベントが行われた。

11年より開催されている東北六魂祭のネットワークを活かしたもので、6市による合同開催は初めて。震災以降落ち込んでいる外国人観光客数の回復に期待される。

●みちのく潮風トレイルが一部開通

環境省の「グリーン復興プロジェクト」事業の一つとして整備が進められている長距離自然歩道「みちのく潮風トレイル」の一部が開通した。「みちのく潮風トレイル」は地域の自然や文化、そこに住む人々との触れ合いを歩きながら楽しむことができる自然歩道で、13年11月に開通した青森県八戸市～岩手県久慈市間に引き続き、福島県福田～相馬間の約49kmが14年10月に、岩手県岩泉町～宮古市間の約51kmが15年7月開通した。

歩道のポイントは街中にある観光施設や商店などにも設けられており、観光客の立ち寄りによる観光振興も期待される。観光案内や沿道の清掃、トイレや休憩場所の提供などは沿道の住民や事業者によるボランティアが一役買っている。また踏破した区間数に応じて証明書と記念品がプレゼントされるスタンプラリーも行われている。

16年度中に700kmの全区間が開通する予定。

●ふくしま観光復興促進特区が認定

福島県と県内51市町村で国へ申請した「ふくしま観光復興促進特区」が15年3月に認定された。

ふくしま観光復興促進特区では、指定区域において税制の優遇や規制の特例を認めることで、観光拠点づくりを目指す。

施策の狙いについては、①伝統文化や伝統工芸品を活用した関連産業の活性化 ②花を代表する福島を自然を生かした観光ルート形成やガイドの育成 ③温泉をスポーツや大規模な会議、医療と連携させることによる新たな観光関連産業の集積 ④ゴルフ場の環境整備や受入態勢強化としている。

施策の効果については未知数だが、観光の復興に向けた足がかりとして期待される。

●教育旅行回復に向けた福島県の取り組み

東日本大震災と原発事故の影響で激減した教育旅行の回復を図ろうと、福島県ではさまざまな取り組みが行われている。

15年4月より、宿泊を伴う教育旅行で福島県を訪れる小・中学校と高校に対し、往復のバス費用を半額補助する制度が始まった。期間は15年度末までで、予算額に到達し次第募集を終了する。すでに公益財団法人福島県観光物産交流協会では、中学、高校、大学の部活動やサークルを対象に、福島県で合宿を行った場合に最大30万円を補助する制度を実施している。14年度は予算額に達する応募があった。

また、教育旅行の中身を充実させる取り組みとして、「ふくしま教育旅行出前講座」が企画されている。出前講座では、児童や生徒が福島県を訪れる前に、福島県の現地スタッフが学校を訪れ、事前学習を行うもので、教育効果の向上を図っている。

●弘前公園で外国人観光客向けの花見サービス開始

桜の名所である青森県の弘前公園で行われている花見代行サービス「手ぶらで観桜会」が、外国人向けのサービスを開始した。同サービスは弘前市のWebコンサルティング会社、株式会社コンシスが提供するサービスで、さくらまつり期間に花見の場所取り、郷土料理やねぶた囃子の演奏による宴会の準備・片付けを代行する。以前から実施されているサービスだが、15年度からは英語版のウェブサイトを開設し、外国人観光客の募集を開始した。外国人観光客からは、特に忍者が弁当を運ぶなどの演出が好評となっている。

●蔵王山に火口周辺警報

15年4月13日、気象庁から宮城・山形県境の蔵王山に火口周辺警報が出された。

蔵王山の観光スポットでもある「御釜」周辺から1.2kmの範囲で警戒が必要とされたため、周辺市町村は立ち入りの規制を行った。

これに伴い、蔵王温泉など、周辺のホテルや温泉旅館ではキャンセルが相次いだ。通常であれば宿泊施設が満室になるゴールデンウィーク期間中も客足は戻らず、観光業を中心に深刻な打撃を受けた。15年5月には1件のホテルが廃業している。

また周辺自治体では、情報発信や広告宣伝による風評被害の払拭、プレミアム付き旅行券の発行や、有料道路「蔵王ハイライン」の無料化による誘客強化の取り組みが行われている。

15年6月16日には警報が解除され、以降、個人客は回復傾向にあるものの、団体客の客足は遠のいたままとっている。

●ふくしまデスティネーションキャンペーンの開催

15年4月～6月にかけて、「福が満開、福のしま。」をキャッチフレーズに、花、食、温泉、復興をメインテーマとして「ふくしまデスティネーションキャンペーン」が開催された。

これに合わせ、「フルーティアふくしま」の他、車内でサンバが披露された福島交通飯坂線の「飯電deサンバ!」「SL 福が満開ふくしま号」などといったSLの運行が行われた。

特別企画としては、県内218カ所の花の名所を巡る「花の王国ふくしまキタンフラワースタンプラリー」や、宝の地図を手掛かりに、県内各所に眠る宝を探す「リアル宝探しイベント in 福島『コードF-5』～福島に咲く神の花伝説～」、いわき市にある国宝「白水阿弥陀堂」のライトアップなどが行われた。

(川村竜之介)

3 関東

東京都内にホテルが続々開業
世界遺産、富岡製糸場の入場者数が急増
箱根山の火口周辺警報で観光業に打撃

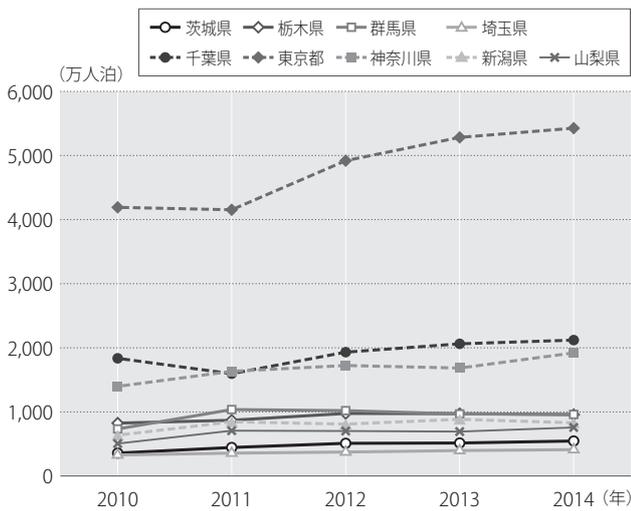
(1) 都道府県レベルの旅行者動向

14年1月～12月の関東地方の延べ宿泊者数については、関東地方全体で前年比3.5%増の1億3,959万人泊となり、国内旅行の需要増が続いている。延べ宿泊者数が増加したのは神奈川県(前年比14.0%増)、山梨県(同9.3%増)、茨城県(同6.0%増)、埼玉県(同3.4%増)、千葉県(同2.8%増)、東京都(同2.7%増)、減少したのは群馬県(同6.0%減)、栃木県(同1.4%減)、新潟県(同0.7%減)となっている(図IV-3-1)。

外国人延べ宿泊者数については、関東地方全体で前年比34.4%増の1,884万人泊となった。

外国人延べ宿泊者数が増加したのは、山梨県(前年比92.8%増)、東京都、神奈川県(ともに同34.2%増)、千葉県(同30.1%増)、新潟県(同27.2%増)、茨城県(同6.3%増)、群馬県(同3.1%増)、埼玉県(同1.9%増)となっている(図IV-3-2)。特に山梨県の増加率が高く、富士山登山をする外国人旅行者の増加による影響が大きいと見られる。また、東京都と神奈川県、千葉県の増加率も高く、東京都の宿泊施設では収まりきらない外国人観光客が、周辺の県でも宿泊している様子が見える。

図IV-3-1 延べ宿泊者数の推移(関東)

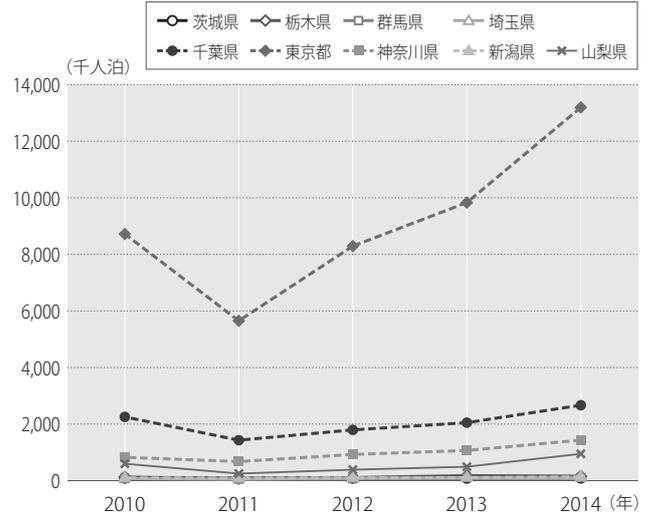


都道府県	2010	2011	2012	2013	2014
茨城県	358	445	510	515	546
栃木県	825	870	976	972	958
群馬県	666	875	839	914	859
埼玉県	328	357	374	397	411
千葉県	1,836	1,596	1,932	2,062	2,120
東京都	4,191	4,153	4,919	5,282	5,426
神奈川県	1,398	1,633	1,724	1,684	1,920
新潟県	734	1,037	1,020	968	961
山梨県	506	707	702	693	757

※～2010.3 従業員10人以上の宿泊施設を調査対象とする 単位: 万人泊
2010.4～ 全ての宿泊施設を調査対象とする

資料: 観光庁「平成26年宿泊旅行統計調査」をもとに(公財)日本交通公社作成

図IV-3-2 外国人延べ宿泊者数の推移(関東)



都道府県	2010	2011	2012	2013	2014
茨城県	92	88	89	88	94
栃木県	128	77	107	179	159
群馬県	73	49	69	109	112
埼玉県	75	55	88	98	99
千葉県	2,254	1,430	1,795	2,050	2,667
東京都	8,720	5,652	8,292	9,831	13,195
神奈川県	825	675	925	1,067	1,433
新潟県	99	91	97	107	136
山梨県	597	250	387	492	949

※～2010.3 従業員10人以上の宿泊施設を調査対象とする 単位: 千人泊
2010.4～ 全ての宿泊施設を調査対象とする

資料: 観光庁「平成26年宿泊旅行統計調査」をもとに(公財)日本交通公社作成

(2) 観光地の主な動向

●東京都内にホテルが相次いでオープン

14～15年にかけて、東京都内では相次いでホテルがオープンしている(表IV-3-1)。

○高級ホテルの開業

14年6月には「アンダーズ東京」が虎ノ門ヒルズにオープン。同ホテルはハイアットグループの新ブランドで、形式にとらわれないサービスを提供する「パーソナルスタイル」というコンセプトが注目を集めた。

14年12月にはアマンリゾートが大手町タワーに「アマン東京」を限定開業した。アマンリゾートはアジアのリゾート地で数多くのホテルを運営しているが、都市型ホテルの開業は東京が初となる。「小規模」であることに価値を見だし、客室数を抑えることで、都心でもリゾートホテルのような滞在空間の提供を目指す。

同じく14年12月に「ミレニウム三井ガーデンホテル」が開業。シンガポールのホンリョングループの「ミレニウム」ブランドのホテルで、同ブランドは初の日本進出となる。和の雰囲気を出した内装で、訪日外国人を主なターゲットとしている。「パールルーム」や「金箔ルーム」などといったスペシャルルームの展開で注目を集めた。

○ユニークなカプセルホテルが次々とオープン

東京都内では、高級ホテルとは対照的な、低価格な宿泊施設も次々とオープンしている(表IV-3-2)。

14年9月には「カプセルホテル SLEEPS北千住」がオープン

した。バーとサウナ付き露天風呂を備えた豪華な設備で、内装や照明もこだわりのスタイリッシュなデザインとなっている。

15年1月にはコンパクトホテル「ファーストキャビン」が、秋葉原と羽田空港に次いで、築地にオープンした。客室は飛行機のファーストクラスをイメージした空間で、高さのあるキャビン式。ビジネスホテルとカプセルホテルの間の価格帯となっている。

15年4月には浅草に「グリッズ(GRIDS) 秋葉原」がオープン。築34年のビルをリノベーションしたホテルで、「POD」と呼ばれる1人用2段ベッドから、通常のドミトリー、シングルルーム、ファミリー向けルームまでを備えている。

●成田空港内にカプセルホテルがオープン

14年7月、成田空港第2ターミナルに直結する地下1階に、カプセルホテル「ナインアワーズ成田空港」が開業した。ホテル名は「7時間の睡眠と1時間のシャワー、1時間の休息」がコンセプトで、睡眠の質にこだわったアメニティをそろえる一方、食事処やカプセル内のテレビなどは備えていない。深夜早朝に発着するLCC便に対応したもので、主に外国人観光客をターゲットとしている。

表IV-3-1 都内で開業した主なホテル

施設名	所在地	開業年月
コートヤード・バイ・マリオット 東京ステーション	京橋(中央区)	2014.4
アンダーズ東京	虎ノ門(港区)	2014.6
ホテル龍名館お茶の水本店	御茶ノ水(千代田区)	2014.8
JR九州ホテル プラッサム新宿	新宿(新宿区)	2014.8
ロイヤルパークホテル ザ 羽田	羽田空港国際線ターミナル(大田区)	2014.9
センチュリオンホテル池袋	池袋(豊島区)	2014.9
アマン東京	大手町(千代田区)	2014.12
ミレニアム 三井ガーデンホテル	銀座(中央区)	2014.12
ホテルグレイスリー新宿	新宿(新宿区)	2015.4

資料：各種資料をもとに(公財)日本交通公社作成

表IV-3-2 都内で開業した主なカプセルホテル

施設名	所在地	開業年月
ゲストハウス WASABI 日暮里	日暮里(荒川区)	2014.7
カプセルホテル SLEEPS北千住	北千住(足立区)	2014.9
安心お宿プレミア新宿駅前店	新宿(新宿区)	2014.11
ファーストキャビン	築地(中央区)	2015.1
カプセルネット おもてなしのお宿	上野御徒町(台東区)	2015.1
グリッズ(GRIDS) 秋葉原	秋葉原(千代田区)	2015.4
COMMUN SHIBUYA	渋谷(渋谷区)	2015.5
東京銀座BAY HOTEL	銀座(中央区)	2015.7

資料：各種資料をもとに(公財)日本交通公社作成

●東京都が2020年のオリンピック・パラリンピック開催に向け、各種戦略を発表

東京都は14年12月、20年のオリンピック・パラリンピック開催に向け、「東京都長期ビジョン～『世界一の都市・東京』の実現を目指して～」を発表した。20年までのビジョンでは、多言語対応の推進や交通利便性の向上、交通機関や公共空間のバリアフリー化を政策目標としている。また、「日本人のこころと東京の魅力の発信」を目指した都市戦略のなかでは、20年の訪都外国人の目標を年間1,500万人と定め、ボランティアの育成やWi-Fi利用環境の充実、芸術文化拠点の魅力向上などを目指すとしている。

東京都ではさらに、「東京ブランド」の確立に向けた「東京のブランディング戦略」を15年3月に発表した。戦略のなかでは、ブランドコンセプトを「伝統と革新が交差しながら、常に新しいスタイルを生み出すことで、多様な楽しさを約束する街。」と定め、旅行地としての東京の認知度向上や海外競合都市との差別化を図ることで、旅行者の来訪につなげることを目指す。今後、ロゴやキャッチコピーの制作、ブランドブックやCM、オンライン広告の作成、イベント、海外でのプロモーションなどの取り組みを進めていく。

●新潟デスティネーションキャンペーン開催

14年4月～6月にかけて、「うまさぎっしり新潟」をキャッチフレーズに新潟デスティネーションキャンペーンが開催された。

長岡市では、13年より開催している「越後長岡 美酒めぐり」を合わせて開催した。同イベントでは1,500円のチケットで、市内19歳以上55銘柄のなかからおちょこ6杯分の地酒と、2品のおつまみを楽しむことができる。

またキャンペーンに合わせ、「越乃Shu*Kura」号や「SLばんえつ物語」号など、さまざまなイベント列車が運行された。このうち「越乃Shu*Kura」号は新潟の「酒」をコンセプトにした列車で、高田駅と十日町駅間を結ぶ。新潟の地酒と地元食材にこだわったおつまみを楽しむことができる他、イベントスペースではジャズの生演奏なども行われる。また「蔵守～Kuramori～」と名付けられたサービスカウンターの利き酒コーナーでは、5種類の地酒を試飲(有料)することができる。

15年も土日・祝日を中心に運行されており、上越妙高駅と十日町・新潟・越後湯沢間を結ぶ。

●富岡製糸場への入場者数が急増

14年6月に「富岡製糸場と絹産業遺産群」として世界文化遺産登録、14年10月には国宝への登録も決定した富岡製糸場では、観光客が急増し、14年度の入場者数は134万人と、13年度(31万人)の約4倍となった。さらに15年のゴールデンウィーク期間中には、5月4日の1日当たり来場者数が12,203人と、過去最高を記録している。

観光客の急増によって解説員が不足したため、富岡製糸場ではスマートフォンを使った多言語対応の音声ガイドサービスを始めた。スマートフォンからバーコードを読み取ることで音声ガイドを聞くことができる他、スマートフォンを持たない人も200円で音声ガイド機を借りることができる。また入場者が集中する

ゴールデンウィーク期間中、富岡市では周辺の民間工場から駐車場を借りるなどの渋滞対策に追われた。

15年4月には見学料を500円から1,000円に値上げし、それを原資に30年かけて本格的な保存整備工事を進める他、今後は「世界遺産センター」の開設も予定している。

●成田エクスプレスが富士山・河口湖まで直通運転を開始

14年7月、東日本旅客鉄道株式会社（以下、JR東日本）の「成田エクスプレス」が富士急行線河口湖駅への乗り入れを開始し、日本の空の玄関口と富士山との間で直通運転が始まった。1日1往復で、土曜・休日を中心に運行される。もともと同年9月までの運行予定だったが、好調により11月まで延長された。成田空港を利用する訪日外国人の利用が多く、14年の運行期間中、大月～河口湖間では乗客の約30%が外国人観光客であった。15年も3月～9月までの運行を予定している。

●茨城県、ベトナムからの観光ツアー増

14年10月に、茨城県知事を含む100人超の訪問団がベトナムを訪れたのを機に、茨城県とベトナムとの交流が活発化している。14年11月にホーチミン市で開催された訪日旅行商談会で、茨城県や市町村、観光業者などによる招致活動が行われた結果、茨城県内観光地に関する旅行会社からの問い合わせが増加した。14年は5件だったベトナム人観光客による県内観光地へのツアーも増加し、15年の4月以降は50件以上が企画されている。特に、国営ひたち海浜公園や袋田の滝、偕楽園などの人気が高い。また、15年3月にはジェット茨城が招請事業を行い、ベトナムと台湾の旅行代理店やメディアの担当者を茨城県内観光地に招いた。15年9月のシルバーウィークには、茨城空港とハノイのノイバイ空港を結ぶ、ベトジェット航空によるチャーター便の就航も決まっており、今後、ベトナムとのさらなる交流の活発化が期待される。

●埼玉県「アニ玉祭」開催

アニメの聖地を目指している埼玉県では、13年より、アニメイベント「アニ玉祭」を開催している。14年は10月に埼玉県大宮ソニックシティで開催され、「アニメと観光」というテーマのもと、埼玉県内のアニメ舞台である久喜市、秩父市、川越市などの他、全国からアニメや漫画の舞台地が集結した。アニソライブや声優トークショー、コスプレイベントなどに加え、アニメや漫画を活用した地域おこしに関する会議、「アニメの聖地サミット in 埼玉」や、全国のアニメ聖地の観光物産展・聖地巡礼パネル展などが催された。2日間で6万3千人の来場者数があり、イベントによる埼玉県内の「聖地」における観光振興が期待される。

●箱根町とJTBが連携協定

14年12月、箱根町とJTB国内旅行企画が観光振興に関する包括的連携協定を締結した。「箱根町観光振興条例」に基づく「HOT21観光プラン実施計画」を推進するための体制強化が目的。観光推進委員会や研究会の設置、滞在型・着地型旅行商品の開発・販売、訪日外国人対応（多言語対応、外貨両替対応、プロモーションなど）などの施策を実施していく。

●甲府市とカプコンが連携協定

甲府市は15年3月、株式会社カプコンと「地域活性化に関する

包括協定書」を締結した。自治体とゲーム会社が提携を結ぶのは全国で初めて。19年の甲府市開府500年に向け、観光振興と地域活性化を図ることが目的。カプコンの家庭用ゲームソフト「戦国BASARA」シリーズに登場する武田信玄のキャラクターを活用したプロモーションが中心で、特に若年層や外国人観光客をターゲットとしている。取り組みの第1弾として15年7月より、市内30カ所に設けられたポイントを巡ることで武将のレア画像や限定グッズがもらえる「KOFU SAMURAI Wi-Fi×戦国BASARAスタンプラリー」が行われている。

●栃木県「本物の出会い 栃木」春の観光キャンペーンを開催

15年度のJR東日本春季重点販売地域に指定された栃木県では、「本物の出会い 栃木」と題して、15年4月～6月に春の観光キャンペーンを開催した。県内約800カ所の「おもてなし施設」で割引やプレゼントなどのおもてなしが受けられる「本物の出会い 栃木パスポート」の発行が始まった。パスポートを使ったスタンプラリーも行われており、「おもてなし施設」を巡ってスタンプを集めることで、プレゼントへの応募ができる。スタンプ数や宿泊数に応じてパスポートのランクが「ビジター」、「リピーター」、「ファン」の順にステージアップされ、応募できるプレゼントも豪華になる仕組みになっている。

●草津温泉「熱乃湯」がリニューアルオープン

草津温泉名物「湯もみと踊り」を披露している「熱乃湯」の建て替え工事が終わり、15年5月にリニューアルオープンを向かえた。立て替えは湯畑整備事業の一部として14年秋に着工したもの。建物は大正ロマン風のデザインとなっている。リニューアル後は、より多くの来訪者にショーを楽しんでもらえるよう回数や定員を増やした。

またこれに合わせ、「湯もみ」がテーマのダンスイベント「熱湯 湯もみダンス選手権 IN 草津温泉2015」が開催された。同イベントは近畿日本ツーリストが企画したもので、「湯もみ」をテーマにしたさまざまなジャンルのダンスを披露して競うもの。ダンスの審査基準は通常のダンスコンテストとは異なり、「草津温泉に対する愛情・こだわり」や「草津温泉名物の『湯もみ』のアピール度」としている。ダンスステージは「熱乃湯」内の舞台。草津に新たな魅力となるイベントとして期待される。

●箱根山に火口周辺警報

15年5月、箱根山に火口周辺警報が出され、噴火警戒レベルが2（火口周辺規制）に引き上げられた。これに伴い、多くの観光客が訪れる大涌谷では、水蒸気爆発による小規模な噴火の可能性があると、半径300m以内の範囲に避難指示が出された他、周辺の半径約3kmの範囲にある登山道やハイキングコースも封鎖された。箱根ロープウェイも全線が運休となり、名物「黒たまご」の製造・販売も中止となった。

この影響で、15年5月の箱根町における観光施設入場客数が前年同期比2割減になるなど、観光客数が減少した。これに対して、観光客減の影響を少しでも抑えようと、箱根町では、立ち入り規制されている地域は箱根町全体の「0.3%」にとどまるとして、危険性のない地域についてのアピールを行った。気象庁

では、箱根山全体が危険だという印象を与えないよう、火山情報の表記を「箱根山」から「大涌谷周辺」に変更するなどの対応をしている。また、総合観光案内所では外国語の規制区域図を配るなど、外国人観光客への情報提供も行っている。

15年6月末には警戒レベルが3（入山規制）に引き上げられ、避難指示区域も半径1kmの範囲に拡大した。これに伴い、避難指示区域の温泉供給施設ではメンテナンスが困難となり、仙

石原や強羅地区の一部旅館などで、温泉の湯が止まる、色が変わるなどの影響が出ている。

15年7月1日時点における8月の宿泊施設予約状況は前年同期に比べてほぼ半減しており、観光業への影響は深刻さを増している（15年9月11日にレベル2に引き下げ）。

（川村竜之介）

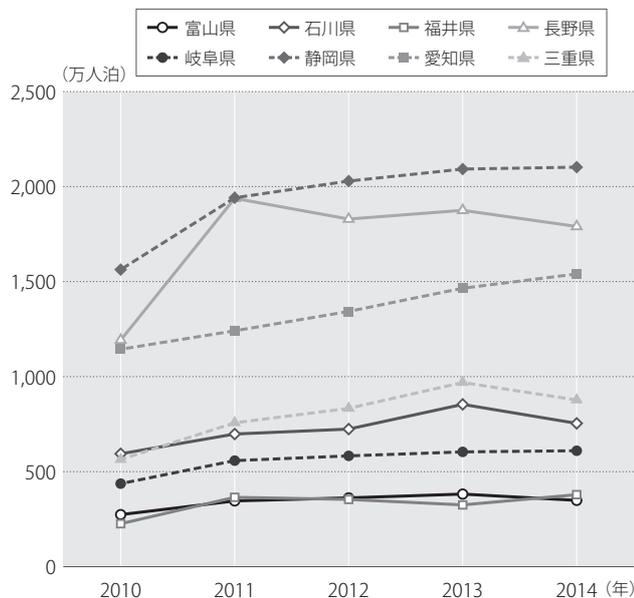
4 中部

富山県、石川県、福井県、長野県、岐阜県、静岡県、愛知県、三重県の観光地の動向
北陸新幹線開業に伴い沿線地域の動きが内外で活発化

(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14年1月～12月の中部各県の延べ宿泊者数については、中部全体では8,403万人泊となり、前年比1.9%減（163万人減）となった。延べ宿泊者数が増加したのは、福井県（前年比16.6%増）、愛知県（同5.1%増）、岐阜県（同0.9%増）、静岡県（同0.5%増）となっており、減少したのが石川県（同11.7%減）、三重県（同9.2%減）、富山県（同8.7%減）、長野県（同4.6%減）となっている（図IV-4-1）。

図IV-4-1 延べ宿泊者数の推移（中部）



	2010	2011	2012	2013	2014
富山県	274	346	362	382	349
石川県	594	698	724	854	754
福井県	226	365	354	325	379
長野県	1,192	1,938	1,829	1,875	1,790
岐阜県	437	558	583	604	610
静岡県	1,563	1,941	2,029	2,092	2,102
愛知県	1,144	1,241	1,343	1,465	1,540
三重県	564	757	833	969	879

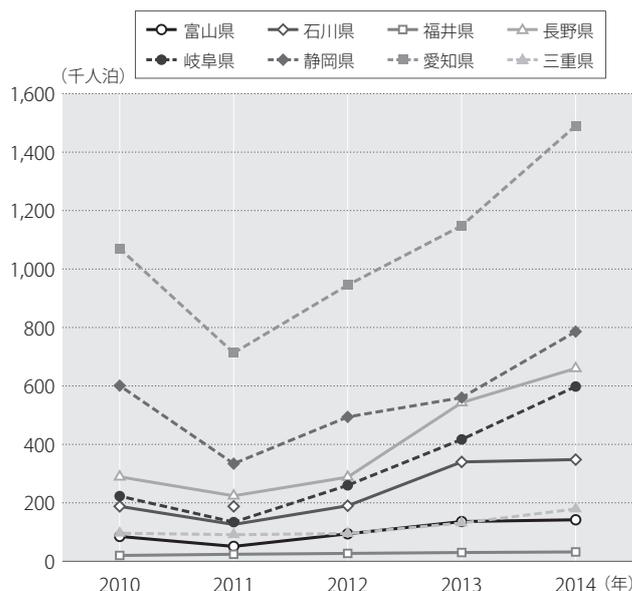
※～2010.3 従業員10人以上の宿泊施設を調査対象とする
2010.4～ 全ての宿泊施設を調査対象とする

資料：観光庁「平成26年宿泊旅行統計調査」をもとに（公財）日本交通公社作成

一方、外国人延べ宿泊者数については、中部全体では423万人泊となり、前年比28.1%増となった。増加したのが岐阜県（前年比43.4%増）、静岡県（同40.5%増）、三重県（同36.4%増）、愛知県（同29.8%増）、長野県（同21.6%増）、富山県（同4.2%増）、福井県（同3.9%増）、石川県（同2.3%増）となっており、中部では全県が前年を上回ることとなった（図IV-4-2）。

宿泊者の国籍別の構成については、富山県、石川県、福井

図IV-4-2 外国人延べ宿泊者数の推移（中部）



	2010	2011	2012	2013	2014
富山県	85	51	94	136	142
石川県	188	126	190	340	348
福井県	20	24	27	30	32
長野県	289	224	288	543	660
岐阜県	223	134	260	417	598
静岡県	601	334	494	560	786
愛知県	1,070	713	945	1,148	1,490
三重県	96	91	95	131	179

※～2010.3 従業員10人以上の宿泊施設を調査対象とする
2010.4～ 全ての宿泊施設を調査対象とする

単位：千人泊

資料：観光庁「平成26年宿泊旅行統計調査」をもとに（公財）日本交通公社作成

県、長野県、岐阜県、三重県は台湾が最も多く、静岡県、愛知県は中国が最も多くなっている。

中部において外国人延べ宿泊者数の伸びが最も大きかった岐阜県では、これまで多言語対応のパンフレット作成や海外での国際旅行博への出展、知事によるトップセールスなどを展開。その成果が徐々に表れてきたものと考えられる。その他、14年には、「飛騨・美濃じまん海外戦略プロジェクト」の一環として、成田空港などに到着する外国人観光客の誘致を目的に、欧米豪の現地旅行会社15社を招請した。15年3月の北陸新幹線金沢延伸により、首都圏から北陸への利便性が向上することから、北陸エリアと連携して実施したものである。岐阜県内では、東海地区外国人観光客誘致促進協議会岐阜県部会がインバウンド商談会を高山で開催するなど、訪日誘客の促進に向けたさまざまな取り組みが継続的に実施されている。

(2) 観光地の主な動向

(地方・都道府県)

●富山県による「大人の遊び、33の富山旅。」

富山県は、北陸新幹線開業に向けて、県内の観光地を新しい視点で楽しく巡ってもらうことを企図して、“ココロとカラダを休める”をコンセプトにした体験型観光プログラム「大人の遊び、33の富山旅。」を発表。首都圏からの誘客を試みる。13年秋より開始したもので、14年春には、33コースを提案した（表IV-4-1）。

表IV-4-1 「大人の遊び、33の富山旅。」のコース内容

コース内容	2014年春
01	八尾職人めぐり散策with八尾曳山 曳山展示館
02	ます寿し味比べ、松川ピクニック 松川周辺
03	山町近代建築探訪with高岡御車山祭 山町筋
04	絵になる美町・城端散策with城端曳山祭 城端駅周辺
05	散居村の真ん中で、チューリップ・ラブな町歩き チューリップ四季彩館
06	ノスタルジックに浸る、小杉フォト散策 小杉駅周辺
07	薬膳グルメと至極の富山スーベニアめぐり 池田屋安兵衛商店
08	八十八&護摩堂山歩きで楽しむ、匠の摘み草料理×森のリトリート1 和風オーベルジュ 八十八
09	大岩そうめん&花の家で楽しむ、超ヘルシーグルメ×森のリトリート2 大岩そうめん&花の家
10	高岡昆布飯&昆布スイーツに学ぶ、美味しい高岡昆布旅 高岡駅周辺
11	牧場×まちのパン屋、黒部の新感覚スイーツ・ピクニック
12	氷見カレーとまんがロードをめぐる旅 氷見市潮風ギャラリー
13	黒部のカニと旬魚を堪能、生地の漁港グルメと清水めぐり 魚の駅「生地」とれたて館
14	彫刻と寺院建築のミュージアム、井波別院瑞泉寺を誌上ガイドで楽しむ 井波別院 瑞泉寺
15	メルヘン&散居村、サイクルピクニック クロスランドおやべ
16	古代ロマンを楽しみ尽くせ、魅惑の縄文ピクニック 不動堂遺跡

資料：「大人の遊び、33の富山旅。」2014春パンフレットをもとに（公財）日本交通公社作成

●石川県による「日本橋・京橋まつり」での北陸新幹線開業PR

石川県は、「新幹線開業PR戦略実行プラン」に基づく事業として、14年10月26日に「第42回日本橋・京橋まつり」（東京日本橋中央通り）にて北陸新幹線開業をPRした。「大江戸活粋パレード」において、大トリとして石川県が参加。また、会場の一角に「いしかわ百万石楽市楽座」と題した石川県専用エリアを設置。県内市町などによるご当地グルメやお菓子、地酒などを販売した。

●福井県観光新戦略の策定

福井県では、16年度の中部縦貫自動車道永平寺大野道路の開通や、22年度の新幹線敦賀開業など、さらなる高速交通ネットワークの整備が進展した。18年には福井しあわせ元気国体・福井しあわせ元気大会や、20年には東京オリンピック・パラリンピックの開催などを控え、新たな「福井県観光新戦略」を策定した。誘客拡大の絶好の機会と捉え、福井県が持つ「ふるさと力」を結集し、同県観光を活気のある次のステージへと引き上げることを目的とする（表IV-4-2）。

●長野県での「信州 山の日」の制定と山岳高原課の設置

長野県は、14年3月に「信州 山の日」を制定することを発表。県土の8割を森林が占めることや、全国にある23座の3,000m峰のうち15座を有することなどから、「山」を県民の財産と捉え、「山」に感謝し、「山の恵み」を将来にわたり持続的に享受していくために、7月第4日曜日を「信州 山の日」に制定した。また、14年度を「信州の山 新世紀元年」とし、「山」に関するさまざまな取り組みを集中的に実施。その推進に向けて、4月1日付で観光部に山岳高原観光課を設置した。

表IV-4-2 福井県観光新戦略の概要

項目	内容
基本理念	本県が誇る「美」や「学び」などを活かして、他の土地では味わうことができない「楽しさ」や「いやし」「心のうおい」「知的好奇心の刺激」などの感動を与え、観光客が笑顔になる旅、心に残る旅を提供することにより、本県の観光を活気のある次のステージに引き上げます。
計画期間	平成27年度～平成31年度（5年間）
基本目標 2019年目標値 (2013年現状値)	①観光客入込数 1,300万人(1,034万人) ②観光消費額 1,200億円(836億円) ③入込100万人以上の観光地 5カ所(1カ所) ④教育旅行受入数 10万人(6.9万人) ⑤外国人宿泊客数 10万人(2.8万人)
基本戦略とプロジェクト	
基本戦略1 極める	(1)世界に冠たる「恐竜大国 福井」に (2)一乗谷朝倉氏遺跡を世界文化遺産に
基本戦略2 輝かせる	(1)「海湖と歴史の若狭路」の広域観光圏の確立 (2)「100万人観光地」の整備 (3)福井の食や食文化の魅力を全国、そして世界に (4)新しい「福井ならではの」ツーリズムの推進
基本戦略3 繋げる	(1)県内交通アクセスの利便性の向上 (2)自治体間の広域連携・相互交流の推進
基本戦略4 伝え、動かす	(1)首都圏などにおける新規顧客の開拓 (2)近隣府県からのリピーターの獲得 (3)県内交流の活性化と県民による情報発信 (4)インターネットを活用した情報の発信
基本戦略5 心をつかむ	(1)感動を呼ぶおもてなし環境の整備 (2)着地情報の充実・発信 (3)カワイイお土産の開発 (4)地域や観光産業を担う人づくり
基本戦略6 世界から招く	(1)各国・地域のニーズにあった誘客活動の強化 (2)外国人受入環境の整備 (3)イベント・コンベンションの誘致推進

資料：「福井県観光新戦略」をもとに（公財）日本交通公社作成

●「銀座NAGANO」の開設

長野県は、14年10月26日に首都圏における総合活動拠点「銀座NAGANO しあわせ信州シェアスペース」を開設した。ビル1、2、4階を使用し、1階にはショップスペース&旬の信州味わいコーナー、2階にはイベントスペース&観光インフォメーションコーナー、4階にはコワーキングスペース&移住交流・就職相談コーナーが設置された。

●静岡県観光振興条例の制定

静岡県では、観光の振興に関する施策を総合的に推進することにより、本県の持続的な発展および真に豊かで活力に満ちた地域社会の実現に寄与することを目的とした条例案を協議または調整する場とする、議員提案政策条例案検討委員会の一つとして、観光振興条例案検討委員会を設置した。1月から8月までの6回の検討会などを経て、10月17日に静岡県観光振興条例の制定が議決され、14年10月28日に公布された。

●「岐阜県ハラルプロジェクトチーム」の設置

岐阜県は、14年にイスラム圏への飛騨牛をはじめとした県産品の輸出や、イスラム圏からの観光誘客などのために必要なムスリム対応について、アウトバウンドおよびインバウンドの両面から、官民協働で課題解決に向けて調査研究を実施する「岐阜県ハラルプロジェクトチーム」を設置した。県内関係団体および県関係課で構成。県農政部長を座長とし、本会議と幹事会

を設置。これまでに3回の本会議が開催された。

●愛知県における観光局の設置と観光PRのためのキャッチワードおよびロゴマークの作成

愛知県は、15年を「あいち観光元年」と位置づけ、観光により一層力を入れて取り組んでいる。4月1日付で組織改編を実施し、地域振興部を振興部に改称して観光局を新設した。産業労働部観光コンベンション課から振興部へ観光部門を移管した。また、外国人旅行者の誘客をより効果的に行うために、観光PRのためのキャッチワードおよびロゴマークの作成。キャッチワードは、「“Heart” of JAPAN ~Technology & Tradition」となった。

●三重県バリアフリー観光ガイド「みえバリ」の作成

三重県は、13年6月に、知事が、日本一のバリアフリー観光推進県を目指す「日本一バリアフリー観光県」推進宣言を行った。宣言に基づいて、障がい者、高齢者、妊婦、杖の利用者、ベビーカーを利用する家族連れなど、移動に困難を伴う方々に、可能な限り三重の魅力を楽しんでもらうために、県内の観光施設、体験・アクティビティ、交通アクセスなどを調査した。実際に旅行する際に必要な情報を、三重県バリアフリー観光ガイド「みえバリ」として整理、発刊した(15年3月)。その特徴は次の2点。NPO法人伊勢志摩バリアフリーセンターが伊勢志摩地域で培ったバリアフリー観光のノウハウを生かし、多くの観光事業者、交通機関などの協力を得てガイドブックを作成したこと、そして、施設の一般的なバリアフリー情報だけでなく、バリアを乗り越えてでも行きたい観光スポットの「魅力」に重点を置き、「行ける」場所ではなく「行きたい」場所を紹介していることである。掲載内容は、観光地・観光施設、体験・アクティビティ情報、交通アクセス情報、各施設のトイレ情報、宿泊施設情報。地域別には、伊勢・鳥羽・志摩エリア(32カ所)、東紀州(19カ所)、伊賀・名張(10カ所)、桑名・四日市・鈴鹿(19カ所)津・松阪・奥伊勢(19カ所)が紹介されている。

(広域・市区町村)

●富山駅前での「きとときと市場 とやマルシェ」などの開設

北陸新幹線の玄関口となる富山駅前に3月14日、3つの商業施設が開設した。富山駅高架下東側の「きとときと市場 とやマルシェ」はJR西日本の関連会社富山ターミナルビル株式会社が運営。富山ならではの魅力ある商品・サービスを提供するとともに、ビジネス・観光の拠点として、ヒト・モノ・文化の交流ゲートとして機能する、地域活性化の拠点として整備された。路面電車の西側の「クラルテ」および新幹線改札口横の駅ナカ店舗は、株式会社ジェーアールサービスネット金沢が運営した。

●「黒部市地域観光ギャラリー」の開設

15年3月14日に開業を控える北陸新幹線新駅「黒部宇奈月温泉駅」の隣に、13日に「黒部市地域観光ギャラリー」が開業した。施設は大きく展示、観光案内、土産物販売コーナーで構成される。観光案内では、一般社団法人黒部・宇奈月温泉観光局(第2種旅行業登録)が黒部・いかわの観光案内や多くの旅行商品を取り扱う。

●「ひみ風の会」の設立

富山県氷見市では、女性ならではの視点で観光PRなどに取り組む民宿の女将を中心とした組織「ひみ風の会」を氷見市観光協会の女性会員で発足した。観光や地場産業の発展と地域活性化を目指して活動に取り組む。15年6月には、「DEEP氷見Studyツアー」を実施し、会員12人が参加した。

●「ひみ漁業交流館 魚々座」の開業

富山県氷見市は、旧道の駅海鮮館をリノベーションし、15年4月21日に「ひみ漁業交流館 魚々座」を開業させた。「魚のまち氷見」で受け継がれ、磨かれてきた市民の知恵・技・歴史を生かし、このまちに住む楽しみと喜びを未来につなげていくことを目指して、漁具や民具を展示。漁網を編む体験や料理教室などを通して漁村文化に親しんでもらうことを企図して作られたものである。

●金沢駅観光案内所のリニューアルと福井県の観光案内

北陸新幹線金沢延伸に伴い、石川県と金沢市は、金沢駅の観光案内所をリニューアルオープンした。石川県、金沢市に関する観光案内に加えて、広域的な観光情報(福井県や長野県などの県外観光情報)も提供する。福井県のコンシェルジュも常駐している。手荷物配送サービスは、福井県あわら温泉へも対応している。

●「ル・キューブ金沢」の開業

金沢市武蔵ヶ辻交差点に、14年4月26日に複合ビル「ル・キューブ金沢」がオープンした。05年に撤退したダイエー金沢店の跡地に建設されたもので、地上10階建てで、商業フロア(1~3階)、事務室(4階)、賃貸マンション(5~10階)から構成される。商業フロアは、「かなざわはこまち」と呼ばれ、「美・健康・食」をそのコンセプトとする。

●「dining gallery 銀座の金沢」の開設

金沢市は、北陸新幹線開業に向けて、金沢の首都圏での魅力発信拠点「dining gallery 銀座の金沢」を14年10月30日に開設した。銀座1丁目の新築商業施設ビル「キラリトギンザ」の6階にあり、「銀座の金沢」は、「古き良きものだけでなく、今の金沢を感じていただきたい」という思いのもと、「金沢のヒト、モノ、コトとの交流、さまざまな体験を通じて」、金沢がもっと身近で感じられる場所であることを目指している。

●「野外恐竜博物館」の開設と化石発掘体験ツアーの実施

福井県勝山市に所在する県立恐竜博物館は、14年7月に開設された「野外恐竜博物館」で化石発掘体験ツアーを実施した。恐竜化石が発見された地層や恐竜の足跡化石を間近で見ながら化石発掘体験できる。恐竜博物館の研究員から、掘り出した化石の解説を直接聞くことも可能で、恐竜博物館発の専用バスで現地に移動。所要時間は約2時間(往復1時間、見学・体験が1時間)。ホームページから予約できる。

●「かつやまディノパーク」の開設

福井県勝山市にある長尾山総合公園に、15年4月24日、アミューズメント施設「かつやまディノパーク」が開業した。福井県立恐竜博物館西側の敷地1.5haに、人を感知して動く実物大の恐竜ロボット24体が設置された。開設は、東京にあるアミュー

ズメント施設の企画や運営を行う「ワック」。施設の運営は、同公園を管理する「NPO法人恐竜のまち勝山応援隊」に委託。屋内外恐竜関係施設がより集積することとなった。

●山ノ内町でグループ「スノーモンキータウン」発足

長野県山ノ内町に位置する「地獄谷野猿公苑」は、年間4万人以上の外国人観光客が来訪する。スノーモンキーとして知られる当施設の知名度を活かし、外国人の滞在や町歩きに必要な情報を提供することなどを通じて地域活性化を図ろうと、14年12月に有志で構成されるグループ「スノーモンキータウン」が発足。15年1月には、湯田中渋温泉や志賀高原にある店舗、施設の情報やクレジットカードの使用可否などを掲載した英語版冊子「スノーモンキータウン・ガイドマップ」を発刊した。

●原村における複数施設が相互乗り入れする実証実験

12年に発足した長野県原村観光連盟が、同村内のペンション宿泊者に村所有の温泉宿泊施設「樅の木荘」の食事(夕食)と温泉を提供するサービスを15年1月より試験的に実施。冬期の顧客獲得と、経営者の高齢化に伴う運営の負担軽減を目指したものである。3軒のペンションで宿泊と朝食を提供。支払いはペンションで行い、ペンションが村有施設に対して3,000円を支払う仕組みで試行された。

●善光寺御開帳に合わせたパークアンドライド

長野県長野市では、7年に1度の善光寺御開帳を15年に迎えた(4月5日～5月31日)。当期間は、渋滞の発生が予想されることから、「善光寺及び市街地周辺交通渋滞対策部会」は、パークアンドライドを市内6カ所で実施。期間中の土日、祝日のうちの19日間に実施した。パークアンドレールライドを2カ所で、パークアンドバスライドを4カ所で実施した。市民に対しても同期間は公共交通を利用するよう、横断幕などを通じて呼び掛けた。

●「HAKUBA VALLEY」での連携

大町市、白馬村、小谷村の3市村では、当該地域の共通の名称として「HAKUBA VALLEY」を使用している。3市村にまたがる北アルプスの11スノーマウンテンリゾートエリアを表す新しい呼称で、各リゾートが「ひとつになる」ことで、国際的に通用する価値の創造や発信可能な新エリアの創造を目指したものである。さらに、世界にアピールしていくためにロゴを公募、作成。平成26年2月公表以降、各種情報媒体などで使用されている。

●北アルプス3市村観光連絡会による風評被害払拭対策

14年11月22日に発生した長野県神城断層地震による風評被害を払拭しようと、大町市、白馬村、小谷村で構成される「北アルプス3市村観光連絡会」は、12月8日に東京都内で記者会見を実施した。スキー場の開業に合わせて、安全性をアピールした。

●妙高戸隠連山国立公園の指定

15年3月27日に、32番目の国立公園として妙高戸隠連山国立公園が指定された。群馬県、長野県、新潟県にまたがって指定されていた上信越高原国立公園の西側地域を分離独立させたもので、東部地域とは異なった優れた景観的特徴や利用特性があることから、再編がなされた。

●時限的アンテナショップ「赤坂小布施町」の開設

長野県小布施町商工会は、14年9月26日に、東京赤坂にアンテナショップ「赤坂小布施町」を開設した。北陸新幹線金沢延伸と善光寺御開帳に合わせたもので、15年3月末までの営業を予定だった(15年6月現在も営業中)。店舗では、小布施名産の栗菓子やおやきを中心とした物販と小布施産の青果物や味噌などの加工品、伝統的な食のレシピによる飲食を提供している。

●熱海市観光協会連合会の設立

静岡県熱海市は、熱海市各地区が一体となって市全体の観光振興を行うために、新法人「一般財団法人あたま観光局」の設立を目指して11年11月より関係者と協議した。財団法人熱海市振興公社と熱海市観光協会の合併なども視野に入れて、市内6地区(伊豆湯河原・伊豆山・熱海・多賀・網代・初島)で構成される「熱海市各地区観光協会連絡協議会」が協議を続けてきた。しかし、市議会の同意を得られなかったことから、14年5月に同連絡協議会は解散し、新たに「熱海市観光協会連合会」が設立された。今後は、連合会が市役所から補助金を一括で受け取り、各地区観光協会に配分し事業を実施する。

●「あたま湯ったりアートフェスティバル」の開催

静岡県熱海市では、14年に芸術や音楽などに関する新規イベント「あたま湯ったりアートフェスティバル」を実施した。当フェスティバルは、市内各地でこれまで開催されていたイベントと新規に企画されたイベントなどを融合し、一体のものとして再編集し、魅力づけしたものである。各種企画は「ART」「FOOD」「MUSIC」の3つのカテゴリーで提供。9月13日～12月24日の103日間、開催された。

●東伊豆町における地域を挙げた観光人材の確保

静岡県東伊豆町は、13年に引き続き、14年4月22日に、東京都内で旅館の合同就職説明会「東伊豆温泉旅館合同企業ガイダンス」を開催した。主催は東伊豆町商工会で、町内にある6温泉地から温泉旅館11軒が出展した。町の補助金を活用して、地域および業界として人材確保に取り組む。結果、14年は説明会に88人の学生が参加した。

●本美濃紙の世界無形文化遺産登録

岐阜県美濃市に継承される「本美濃紙」が、14年11月に国際連合教育科学文化機関(ユネスコ)の世界無形文化遺産に登録決定された。すでに09年に登録済みの「石州半紙」に、「本美濃紙」と「細川紙」の2紙を加え拡張して、国指定重要無形文化財三紙で登録された。

●「テラスゲート土岐」の開業

中日本高速道路株式会社(NEXCO中日本)は、全国で初めて高速道路会社による複合商業施設「テラスゲート土岐」を土岐南多治見ICの近い土岐市土岐ヶ丘に4月24日開業した。ショッピングセンター「オーワーク」や温浴施設「よりみち温泉」(4月1日開業)、地域連携施設「まちゆい」で構成される。

●「名古屋ゼロゲート」の開業

株式会社パルコは、14年10月10日に、名古屋市栄地区に商業施設「名古屋ZERO GATE(ゼロゲート)」を開業した。ゼロゲートは、立地の良さを活かし、事業規模に応じた効率的運営

を実施する都心部一等地の中低層商業施設で、全国で5番目の開業となる。地上3階、延べ床面積は約7,500㎡。

●株式会社ラグーナテンポスによる「ラグーナ蒲郡」の運営

愛知県蒲郡市に位置する複合レジャー施設「ラグーナ蒲郡」は、14年8月1日よりHISの新子会社「株式会社ラグーナテンポス」が運営を行っている。愛知県、蒲郡市、トヨタ自動車などが出資する「蒲郡海洋開発株式会社」（同社は15年1月1日に解散）が、主要3事業「ラグナシア（テーマパーク事業）」「フェスティバルマーケット（ショッピングモール・レストラン事業）」「ラグーナの湯（タラソテラピー事業）」を譲渡した。日本初の3Dプロジェクトマッピングの実施や名古屋駅と施設を1日2往復する直行バス、蒲郡駅から施設への無料シャトルバスの導入などにより集客の増加を図る。14年11月には、第三者割当てによる資本金および資本準備金の増資を行った。

●第2次鳥羽市観光基本計画および漁業と観光の連携促進計画の策定

三重県鳥羽市は、14年度に「第2次鳥羽市観光基本計画」と「漁業と観光の連携促進計画」の2つの計画を策定した。観光基本計画は、08年1月に策定された第1次計画が5年を経過することから見直しが行われた。国際的な滞在拠点を目指した「鳥羽うみ文化」の継承と創造を目標像として掲げ、その実現に向けた基本戦略として6つの戦略を掲げる（表IV-4-3）。

また、鳥羽市は漁業と観光を主要産業としており、宿泊施設、観光施設などでの海の幸の提供が重要な観光魅力の一つとなっている。しかし、魚介類の消費減少による水揚げ価格の低迷など、地域漁業は課題を抱えていることから、鳥羽市は、「漁業と観光の連携促進計画」を策定した。計画期間は、平成27年度から平成36年度までの10年間。海女を含む漁業者の所得向上と漁村の活性化を図ることを目的に、漁業と観光業が連携し、それぞれの強みと魅力を活かした事業を展開していく（表IV-4-4）。

●桑名市による東京PR事務局の開設

三重県桑名市は、14年度を「ブランド元年」と位置づけ、桑名の観光・産業など積極的に全国にPRし、全国的な知名度向上と誘客につなげる活動を実施。市役所の組織改編を行い、

これまでの「広報広聴課」を廃止し、桑名の魅力を発信する「ブランド推進課」を4月1日付で新設した。14年5月28日には東京都港区に「桑名市東京PR事務局」を開設した。全国の広告会社を会員とする一般社団法人日本地域広告会社協会に事務所を置き、協会スタッフが常駐。首都圏メディアの問い合わせに対応する。

（後藤健太郎）

表IV-4-3 第2次鳥羽市観光基本計画の概要

項目	内容
目標像	国際的な滞在拠点を目指した「鳥羽うみ文化」の継承と創造
基本戦略	1. 鳥羽うみの豊かな食を提供する 2. 鳥羽うみの文化を伝える 3. 鳥羽での滞在をより魅力的なものにする 4. 美しい景観を提供する 5. 外国人観光客に魅力を伝える 6. 鳥羽を発信する
	観光基盤整備
基本戦略	7. 観光基盤の充実・強化 8. 観光推進体制の構築

資料：「第2次鳥羽市観光基本計画」をもとに（公財）日本交通公社作成

表IV-4-4 漁業と観光の連携促進計画の概要

項目	内容
10年後の目指すべき姿	鳥羽の漁業と漁村、漁業者が観光と連携することによって付加価値を高め、鳥羽ブランドの一翼を担います。そして漁獲高・漁獲量ともに増加し、再び活力を取り戻します。
目標と戦略	①鳥羽で獲れた旬の“海の幸”のさらなる消費拡大を図ります ②鳥羽の“海の恵み”をアピールし、ブランド力を高めます ③鳥羽の海が育てた「鳥羽うみ文化」を大切に継承し、未来に向けて発展させます
「漁観連携」の戦略～鳥羽の「漁業」と「観光」を結ぶ5つの視点～	1. 鳥羽の“海の恵み”を伝える〈情報発信〉 2. 鳥羽の“海の幸”を食べる〈地産地消〉 3. 鳥羽の“海”を体験する〈鳥羽うみ体験〉 4. 「鳥羽うみ」の“文化”と“恵み”を生かし、育てる〈鳥羽うみ育成〉 5. 鳥羽の漁業が再び元気になる〈漁業活性〉

資料：「漁業と観光の連携促進計画」をもとに（公財）日本交通公社作成

5 近畿

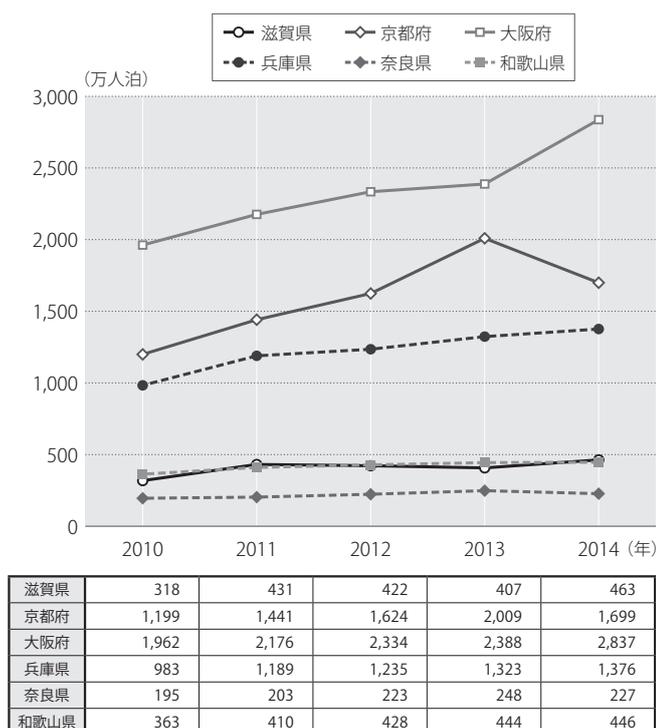
安定的に増加傾向にある外国人延べ宿泊者数
紀伊山地の霊場と参詣道世界遺産登録10周年
京都市内で高級ホテルの開業相次ぐ

(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14年1月～12月の近畿各県の延べ宿泊者数については、近畿全体では7,047万人泊となり、前年比3.3%増と、関東地方(新潟県・山梨県を含む)に次いで大きい伸び率となった。延べ宿泊者数の伸び率の多い順に、大阪府(前年比18.8%増)、滋賀県(同13.6%増)、兵庫県(同4.0%増)、和歌山県(同0.3%増)であった。一方、京都府は前年比15.4%減、奈良県は前年比8.5%減となった。近畿地方は両極に分かれる結果となった(図IV-5-1)。

一方、外国人延べ宿泊者数については、近畿全体では1,085万人泊となり、前年比36.8%増となった。国のビジット・ジャパン事業による訪日プロモーションをはじめ、訪日外国人旅行者の受入環境整備の推進、各都道府県や自治体の取り組みが積極的に行われた他、円高の是正、東南アジア諸国のビザ発給要件の緩和措置なども重なり、過去最高の数値を記録した。また、関西国際空港では14年度の旅客数が2,004万人(前年度比11%増)となり、14年ぶりに2,000万人を突破したが、そのうち国際線の外国人旅客数は699万人(前年度比41%増)で、初めて日本人(630万人)を上回った。

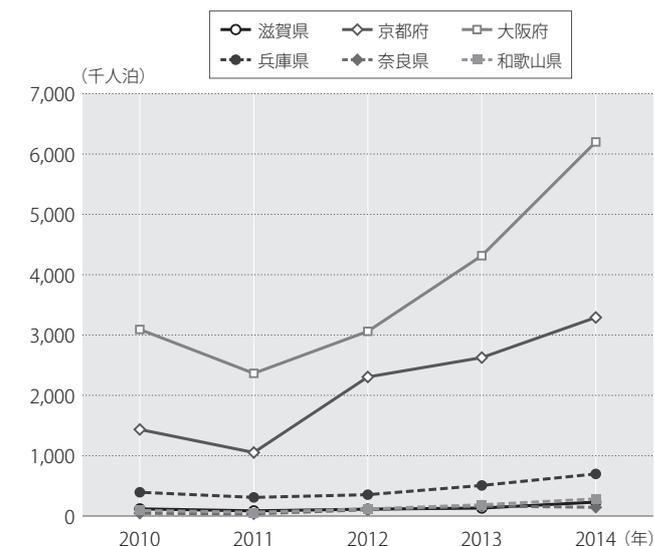
図IV-5-1 延べ宿泊者数の推移(近畿)



※～2010.3 従業員10人以上の宿泊施設を調査対象とする
2010.4～ 全ての宿泊施設を調査対象とする

資料：観光庁「平成26年宿泊旅行統計調査」をもとに(公財)日本交通公社作成

図IV-5-2 外国人延べ宿泊者数の推移(近畿)



県	2010	2011	2012	2013	2014
滋賀県	119	86	114	132	231
京都府	1,435	1,053	2,305	2,626	3,291
大阪府	3,093	2,365	3,061	4,315	6,200
兵庫県	394	309	354	507	698
奈良県	46	35	104	165	145
和歌山県	93	64	117	187	285

※～2010.3 従業員10人以上の宿泊施設を調査対象とする
2010.4～ 全ての宿泊施設を調査対象とする

資料：観光庁「平成26年宿泊旅行統計調査」をもとに(公財)日本交通公社作成

外国人延べ宿泊者数の伸び率の多い順に見ると、滋賀県(前年比75.0%増)、和歌山県(同52.2%増)、大阪府(同43.7%増)、兵庫県(同37.6%増)、京都府(同25.3%増)であった。奈良県は前年比11.7%減となっている(図IV-5-2)。

(2) 観光地の主な動向

(府県)

●滋賀県

○琵琶湖畔にある観光施設の連携・夏の誘客

滋賀県の琵琶湖畔にある観光施設が連携し、14年7月から夏の観光客誘致に取り組んだ。各施設と地元の観光協会が実行委員会を組織し、西日本旅客鉄道の企画切符に連動してキャンペーンを展開した。観光施設が連携して夏に受入態勢を整えるのは今回が初めてであった。

実行委員会には彦根城(彦根市)や黒壁スクエア(長浜市)、琵琶湖周航の歌資料館(高島市)、水郷のさとまるやま(近江八幡市)、びわ湖大津館(大津市)など湖周辺にある約40施設が参加した。

●京都府

○「海の京都」「森の京都」「お茶の京都」の取り組み

京都府では13年3月に日本海に面する京都府北部地域における「海の京都」構想を策定し、官民連携による魅力的な観光まちづくりを進めてきた。推進主体である「海の京都観光推進協議会」は観光庁に「海の京都観光圏」整備実施計画を申請し、14年7月に認定された(表IV-5-1)。

また、毎年全国の主要港湾都市で開催されてきた海フェスタ

の開催地として14年は舞鶴港が選ばれたが、「海の京都」を全国に発信するとともに京都府北部の活性化につなげるため、開催地を「海の京都」観光圏の7市町に広げ、14年7月19日～8月3日の期間において「海フェスタ京都」を開催した。

さらに、「海の京都」に続き、平成26年度は京都府中部を対象とする「森の京都」、京都府南部を対象とする「お茶の京都」の推進に向けた取り組みを始めた。「森の京都」は豊かな森林や里山を生かした地域づくりを目指し、「由良川・桂川上中流域」の国定公園指定なども視野に入れている。「お茶の京都」は「宇治茶生産の景観」の世界遺産登録を目指し、優れた茶畑などの景観創出などを狙うものである。

表IV-5-1 「海の京都観光圏」整備計画

計画期間	平成26年度から平成30年度（5カ年）	
観光圏の区域	海の京都7市町（福知山市、舞鶴市、綾部市、宮津市、京丹後市、伊根町、与謝野町）	
地区の設定	主たる滞在促進地区	天橋立地区、夕日ヶ浦地区
	滞在促進地区	福知山地区、舞鶴地区
	交流地区	伊根浦舟屋群地区、綾部まちなか地区など11地区
目標	「主たる滞在促進地区」満足度・リピーター率	5年で10%増
	旅行消費額・宿泊者数	5年で20%増
取り組み	マーケティング調査、滞在プログラム造成、ブランド観光PR等、アクセス向上、観光案内所整備、人材育成など	
実施主体	海の京都観光推進協議会（府、7市町、観光協会などにより構成）	

資料：海の京都観光圏整備計画をもとに（公財）日本交通公社作成

●兵庫県

○兵庫ツーリズム戦略の策定

兵庫県では、平成22年度に策定した「ひょうごツーリズム戦略（計画期間：平成23～25年度）」を踏まえ、新たな「ひょうごツーリズム戦略（計画期間：平成26～28年度）」を策定した。将来像を「五つ星 ひょうご」として5つの戦略と10の行動プログラムを掲げた。

●奈良県

○奈良観光統計ウィークの開催

14年11月17日～21日の5日間にわたって観光統計に関する2つのイベントが「奈良観光統計ウィーク」として開催された。11月17日・18日はOECDとEU統計局との共催により「第13回観光統計グローバルフォーラム」が日本のOECD加盟50周年事業の一環としてアジアで初めて奈良において開催され、20日・21日は世界観光機関（UNWTO）との共催により「UNWTO観光統計スペシャルワークショップ」が開催された。「第13回観光統計グローバルフォーラム」は世界40カ国から約200人、「UNWTO観光統計スペシャルワークショップ」は世界47カ国から約200人の参加があった。

○外資系高級ホテルの誘致に向けた動き

宿泊施設数が少ないことが長年の課題であった奈良県は、平城京跡近くの県営プール跡地を滞在型観光・人々の交流を促進する新たな拠点として創出すべく、官民複合的に事業を展

開する「ホテルを核とした賑わいと交流の拠点整備事業」を構想した。14年8月末から事業者の募集を行ってきた結果、12月にホテル事業予定者が不動産開発大手の「森トラスト（東京）」などの企業グループに決定した。今後はこのグループが外資系高級ホテルの運営会社との交渉を進め、2020年オリンピック・パラリンピック東京大会の開催までの完成を目指す予定である。

●和歌山県

○和歌山デスティネーションキャンペーンの展開

和歌山県および県内市町村、観光関係団体などはJRグループ6社と協働し、世界遺産「紀伊山地の霊場と参詣道」登録10周年を契機に和歌山デスティネーションキャンペーン（以下、わかやまDC）を実施した（表IV-5-2）。結果、高野山エリア・本宮エリアで対前年比プラスとなる宿泊客数を記録した他、観光ガイドについては高野山エリアでは、今年の開創1200年に関わるプロモーション効果も相まって対前年比を大きく伸ばした。

また、わかやまDCで得られた成果を踏まえてDC終了後も評価の高かった企画をブラッシュアップして継続している他、15年4月～6月にはアフターDCとして企画さっふの販売や2次アクセスの充実、情報発信に取り組んだ。

表IV-5-2 わかやまDCの取り組み概要

実施期間	2014年9月14日～12月13日
テーマ	和（なごみ）
キャッチフレーズ	和み、和らぐ。和歌山からはじまる旅。
主な企画	<p>キャンペーン特別企画</p> <ul style="list-style-type: none"> ・1万人のウォーク&トレッキング ・和みわかやま・まるごとスタンプラリー ・第19回全国万葉フォーラムin和歌の浦 ・世界遺産「高野・熊野」コンサート ・全国世界遺産観光地サミット ・わかやまご当地キャラぼん ・和歌山マリーナシティ特別企画 ・秘宝等の特別公開や国指定名勝等特別ライトアップ ・高野山金剛峯寺参拝巡り ・特別列車の運行 ・ハローキティ和歌山スタンプラリー <p>新たな観光素材の提供</p> <ul style="list-style-type: none"> ・わかやまDC特別駅弁・料理の提供 ・温泉地の魅力「美と健康」をテーマとした温泉地の情報発信 ・産業とのコラボレーション企画 ・産直市場・漁港・道の駅等の活用・PR ・体験プログラムの充実 ・紀の国トレイナート <p>おもてなしの充実</p> <ul style="list-style-type: none"> ・おもてなし県民運動「わかやまおもてなし宣言」の実施 ・和みわかやまウェルカムサポーター ・和歌山おもてなしトレ大作戦 ・JRの駅におけるおもてなし ・荷物を預けて、手ぶらでらくらく観光 ・バリアフリー施設情報の発信 ・和みわかやま宿泊々々キャンペーンの実施 ・オリジナルわかばん手ぬぐいプレゼント ・麒麟ビバレッジ株式会社によるドリンク協賛 <p>2次アクセスの向上</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「高野・熊野アクセスバス」の運航 ・南紀白浜温泉から熊野へ「無料シャトルバス」を運行 ・駅から観タクン（時間定額制の観光タクシー） ・駅レンタカー特別プランの提供

資料：2014年8月4日・JRグループプレスリリース資料をもとに（公財）日本交通公社作成

○「紀伊山地の霊場と参詣道」世界遺産登録10周年に關するさまざまな取り組みの展開

14年は世界遺産「紀伊山地の霊場と参詣道」が世界遺産10周年を迎える記念の年に当たることから、三重県・奈良県・和歌山県ではそれぞれさまざまな事業が展開された。三県共同で熊野古道の世界遺産登録10周年を記念したウェブサイトを立て上げた他、フェイスブックに公式ページも開設し、観光情報などの提供を行った。

また、和歌山県は世界遺産登録10周年を記念して「全国世界遺産観光地サミット」を14年9月に高野町で開催した。全国の世界遺産登録地から関係者約150人が集まり、それぞれの地域の課題などが議論された。サミットでは、地域一帯となったおもてなしを実践することや世界遺産の価値と魅力を伝えるために努力すること、世界遺産のある地域が連携し合うことなどを盛り込んだ「高野山宣言」を採択した。

田辺市では14年5月に日西交流400周年記念および「紀伊山地の霊場と参詣道」の世界遺産登録10周年を契機に、スペイン国ガリシア州サンティアゴ・デ・コンポステーラ市と連携して観光交流事業に取り組むための観光交流協定を締結した。

奈良県吉野町では金峯山寺の本尊「金剛蔵王大権現三体」(重要文化財)公開や「銅造釈迦如来坐像」の特別公開(4月5～15日)、如意輪寺の「後醍醐天皇御霊殿」の特別公開などのイベントが実施された。

(市町村)

○近江八幡市におけるBIWAKOビエンナーレ2014の開催

6回目となるBIWAKOビエンナーレが14年9月13日～11月9日にかけて近江八幡市で開催された。14年のイベントは「泡沫～UTAKATA」をテーマに国内外約70人のアーティストが近江八幡旧市街地に残る日本家屋内に作品を展示した。

○京都市内における宿泊施設の動向激しく

京都市内において、外資系高級ホテルの参入が激しさを増している。14年2月には11年1月に閉館した鴨川沿いのホテルフジタ京都の跡地に「ザ・リッツ・カールトン京都」が開業した他、15年3月には嵐山で「翠嵐ラグジュアリーコレクションホテル京都」が09年末まで営業していた老舗旅館「ホテル嵐亭」の風情を残してオープンした。また、既存ホテルも改装が相次いでいる。「京都東急ホテル」は高級客室やレストランを改装して15年3月に開業した他、「ホテル平安の森」も部屋数を増やす改装をして15年2月に開業するなどの動きが見られた。

一方、二条城前にある京都国際ホテルは施設老朽化などを理由に14年12月26日に営業終了となった。その跡地は阪急不動産に売却され、用途としてマンションなど幅広く検討されている。二条城前という絶好のロケーションに位置する跡地の開発について、京都市の門川大作市長は15年1月に阪急不動産と親会社の阪急阪神ホールディングスに対して宿泊施設として整備するよう要望書を提出した。今後の動向が注目される。

○京都市における防災対策

京都市は、これまで清水・祇園、嵯峨・嵐山および京都駅周

辺地域を中心に観光客などの帰宅困難者対策を進めてきたが、その取り組みを全市に拡大させるため、世界文化遺産に登録されている施設や訪問地調査(京都観光総合調査)において訪問者割合が上位にある施設などとの間で「緊急避難広場」および「一時滞在施設」の指定に関する協定を15年3月に締結した。この協定により、累計で緊急避難広場49カ所、一時滞在施設144カ所が指定されることとなった(表IV-5-3)。

表IV-5-3 京都市で新たに指定された緊急避難広場と一時滞在施設

緊急避難広場	
災害直後、観光客の皆様の安全を確保するため、一時的な滞留および災害情報の提供などを行う場所	
世界文化遺産	上賀茂神社(賀茂別雷神社)、銀閣寺(慈照寺)、高山寺、下鴨神社(賀茂御祖神社)、醍醐寺、二条城、仁和寺、龍安寺
人気の観光地	北野天満宮、貴船神社、京都水族館、鞍馬寺、三千院、大徳寺、南禅寺、西陣織会館、毘沙門堂、平安神宮、松尾大社
一時滞在施設	
「緊急避難広場」で滞留している観光客が休憩・宿泊できる場所	
	アバンティビル、上賀茂神社(賀茂別雷神社)、京都タワービル、銀閣寺(慈照寺)、三千院、仁和寺、平安神宮

資料：京都市広報資料をもとに(公財)日本交通公社作成

○京都市における景観規制強化

07年に施行された京都市屋外広告物条例は、市内全域における点滅式・可動式照明の使用を禁じたり、市内のエリア別の屋外広告物の面積や色彩を規制したりするものである。同条例施行前に設置された広告物についても対象となり、その是正期間として7年間の猶予期間が設けられていたが、14年8月末に猶予期間が終了し、9月から完全施行されることとなった。しかし、7月末の時点で規制対象の約2割となる1万件程度が違反状態となっていた。撤去費の捻出が困難などの理由が挙げられるが、京都市は違反者に対して是正命令や氏名公表、行政代執行の措置をするなど、強い姿勢による対応を図ることで京都市内の景観改善に乗り出している。

○京都市内の重伝建地区における全国初の行政代執行

京都市は14年12月、市内東山区の伝統的建造物群保存地区区内で、伝統的建築物の指定を受けた木造家屋のファサードを、条例違反前の状態に「原状回復」する行政代執行を実施した。建築物は木造2階建てで、建物と塀が一体となった「高塀造り」と呼ばれる伝統的な日本建築で、男性が工房を経営していた。市によると、男性は市の許可なく高塀の一部をショーウィンドーとして開放し、外壁にカウンターを設置するなどの改変を施した。市は伝統的建造物群保存地区条例違反に当たるとして、13年7月から是正指導や命令をしており、カウンターは撤去されたものの、他の改変を原状回復する指示に従う兆しなかったため、行政代執行に踏み切った。

○大阪市で空き部屋を宿泊施設として利用する法案否決

大阪府は、国家戦略特区の指定に基づきマンションやアパー

下の空き部屋を「宿泊施設」として利用できるようにする全国で初めての条例制定を目指し、市議会に条例案を提案していた。しかし、安全や防犯、衛生面で懸念が残ることや市に立ち入り権限がないことや罰則規定を設けていないことなどを理由に野党の反対多数により、本会議で否決された。

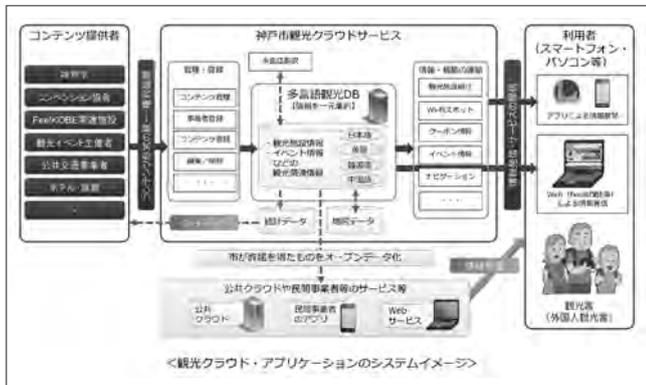
○USJの動員が過去最高を記録

14年のユニバーサル・スタジオ・ジャパンの年間入場者数が約1,270万人を記録し、前年比220万人増で過去最高を記録した。14年7月にオープンした「ハリー・ポッター」をテーマとしたエリア「ウィザーディング・ワールド・オブ・ハリー・ポッター」による集客策が成功したことが要因と見られる。

○神戸市における観光情報のオープンデータ化

神戸市は14年に神戸市観光クラウドサービスの開発に取り組んだ。これは観光情報を一元的に集約することで、さまざまな情報端末(PC・デジタルサイネージなど)で観光情報を流通させるためのシステム基盤としての役割を構築する取り組みであり、その観光情報を用いて作成されたモバイル端末用アプリ「KOBE Official Travel Guide by NAVITIME(外国人観光客向け多言語観光アプリ)」が15年3月末にリリースされた(図IV-5-3)。アプリの開発に伴って収集された各種データは「多言語観光データベース」として管理される。データのうち、提供者の許諾を得たものについては公的サイトや民間企業のアプリなどにオープンデータとして提供されることとなる。

図IV-5-3 神戸市観光クラウドサービスの仕組み



出典：平成27年3月30日神戸市記者発表資料

○城崎温泉に「城崎国際アートセンター」オープン

温泉街に位置する芸術家の創造活動の拠点として14年4月にオープンした。アーティスト・イン・レジデンスの拠点としての活用を見込んでおり、ホール、スタジオ、レジデンス(宿泊施設)で構成される。また、舞台芸術の発表の場としてだけでなく、芸術家がまちに暮らすように長期滞在できるアートの拠点となる。城崎国際アートセンターでは年に1~2回の公募によって選

ばれた数人のアーティストやカンパニーを招き、年間を通してアーティスト・イン・レジデンスのプログラムを実施することとなっている。滞在期間は3日間~3カ月間で、その間は宿泊費やホール、スタジオなどを使用料無料で提供する。14年は国内外から31のアーティストが滞在した。

○城崎温泉で初のオンパク開催

14年5月9日~6月8日の1カ月間にかけて城崎温泉で初のオンパク(城崎温泉泊覧会)が開催された。これは、冬期に観光客が偏っていること、外国人観光客が増加し始めたことなどを踏まえ、13年度に「城崎温泉のファンづくり」を基本の考え方とした観光まちづくりの方向性を見直した結果、冬期以外に温泉の魅力伝えていくことを目指して開催することとなったものである。5つのテーマ(「ニッポンの温泉街」城崎温泉をめぐる、山陰但馬の歴史・文化に触れる、「城の崎にて」想い出づくり、「但馬を冒険」自然体験、「美味しい但馬」まるかじり)に沿った60あまりの企画が実施された。

さらに、早くも14年10月17日~11月16日に第2回オンパクが開催され、第1回と同様の5つのテーマに沿って、秋にちなんだ50の企画が実施された。

○奈良市春日大社における「式年造替」

春日大社では15~16年にかけて20年に1度の壮大な式典「式年造替しきねんぞうたい」が執り行われる。式年造替とは、社殿を造り替える一大事業で、伊勢神宮の式年遷宮とは異なり、造替は本殿の位置を変えずに造り替えが行われることにある。15年3月に一連の儀式が執り行われ、一部の儀式については一般客の参列も可能であった。

○斑鳩町で「観光地区」の決定

斑鳩町では、14年10月1日付で、「法隆寺周辺地区特別用途地区内における建築物の制限の緩和に関する条例」を施行するとともに、法隆寺周辺地区特別用途地区の指定を行う都市計画決定をした。これは、当該地区内およびその周辺の良好な住環境との調和を図りながら、歩いて観光を楽しむことができる店舗や飲食店などの施設の立地を促し、活力とにぎわいのあるまちづくりを推進することを目的とした建築規制の緩和で、指定した区域内での立地可能な建築物の用途や床面積の上限が広がった。例えば、これまで立地できなかった博物館・資料館やホテル・旅館などが一定条件を満たせば立地できるようになった他、観光案内所についても立地条件が緩和された。

○日本ジオパーク「南紀熊野ジオパーク」の登録

新宮市、白浜町、上富田町、すさみ町、那智勝浦町、太地町、古座川町、北山村、串本町の9市町村でジオパーク登録を目指していた「南紀熊野ジオパーク」は、14年8月に日本ジオパークへの登録を実現した。

(西川亮)

6 中国・四国

「瀬戸内しまのわ2014」の開催
地方銀行との連携による観光振興が進展
観光列車「伊予灘ものがたり」運行開始

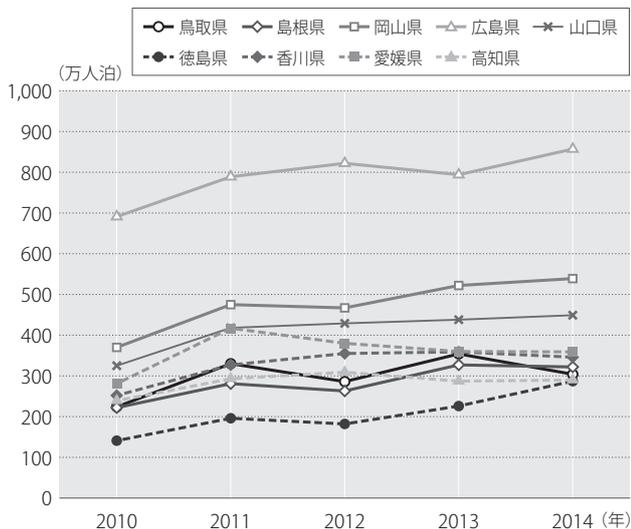
(1) 都道府県レベルの旅行者動向

観光庁「宿泊旅行統計調査」によると14年1月～12月の中四国各県の延べ宿泊者数については、中四国全体では3,754万人泊となり、前年比2.4%増となった(図IV-6-1)。

延べ宿泊者数が増加したのは、徳島県(前年比27.1%増)、広島県(同7.9%増)、岡山県(同3.3%増)、山口県(同2.5%増)、高知県(同1.1%増)となった。

一方で、延べ宿泊者数が減少したのは、鳥取県(前年比14.0%減)、香川県(同3.4%減)、島根県(同1.7%減)、愛媛県(同0.2%減)となった。

図IV-6-1 延べ宿泊者数の推移(中国・四国)



県	2010	2011	2012	2013	2014
鳥取県	224	330	286	354	304
島根県	222	281	263	327	322
岡山県	370	475	467	522	539
広島県	691	789	822	794	857
山口県	325	418	429	438	449
徳島県	141	196	182	226	287
香川県	252	327	355	359	346
愛媛県	281	417	380	360	359
高知県	239	293	309	287	290

※～2010.3 従業員10人以上の宿泊施設を調査対象とする 単位: 万人泊
2010.4～ 全ての宿泊施設を調査対象とする
資料: 観光庁「平成26年宿泊旅行統計調査」をもとに(公財)日本交通公社作成

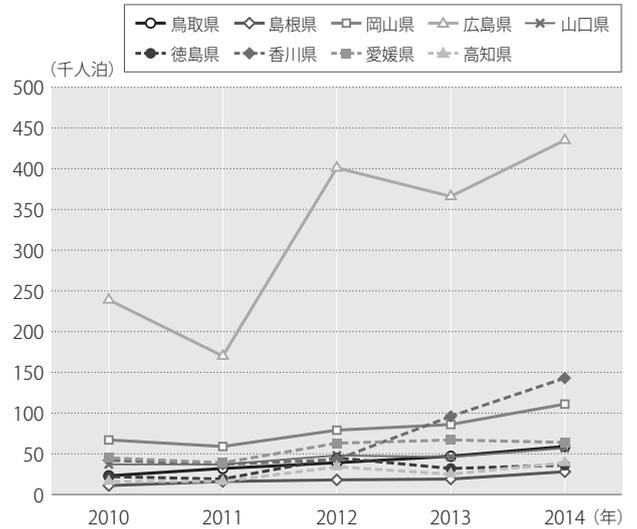
外国人延べ宿泊者数については、中四国全体では97万人泊となり、前年比23.9%増となった(図IV-6-2)。14年の訪日外国人観光客数は過去最高となり、全国的に外国人延べ宿泊者数が増加しているなか、中四国における増加率は、東北に次いで低い結果となった。

延べ宿泊者数が増加したのは、高知県(前年比55.5%増)、香川県(同48.9%増)、島根県(同47.5%増)、岡山県(同29.1%増)、鳥取県(同25.6%増)、山口県(同22.6%増)、広島県(同

18.9%増)、徳島県(同11.2%増)となった。増加率が高かった島根県では、大型クルーズ船の境港(鳥取県境港市)への寄港が近年増加傾向にある。

一方で、延べ宿泊者数が減少したのは、愛媛県(前年比4.3%減)となった。

図IV-6-2 外国人延べ宿泊者数の推移(中国・四国)



県	2010	2011	2012	2013	2014
鳥取県	23	32	39	47	59
島根県	11	16	18	19	28
岡山県	67	59	79	86	111
広島県	239	170	401	366	435
山口県	37	37	48	46	57
徳島県	22	19	45	32	36
香川県	42	37	43	96	143
愛媛県	45	39	63	67	64
高知県	16	16	34	25	39

※～2010.3 従業員10人以上の宿泊施設を調査対象とする 単位: 千人泊
2010.4～ 全ての宿泊施設を調査対象とする
資料: 観光庁「平成26年宿泊旅行統計調査」をもとに(公財)日本交通公社作成

(2) 観光地の主な動向

(地方・都道府県)

●「瀬戸内しまのわ2014」の開催

14年は、瀬戸内海国立公園指定80周年と瀬戸内しまなみ海道開通15周年という節目の年であった。愛媛県と広島県は共同で、14年3月～10月に博覧会形式のイベント「瀬戸内しまのわ2014」を開催した。愛媛県と広島県の島しょ部および臨海部が開催場所となっており、具体的な市町村名として、愛媛県側は松山市、今治市、上島町、広島県側は広島市、呉市、竹原市、三原市、尾道市、福山市、東広島市、廿日市市、江田島市、大崎上島町が該当した。開催目標は「地域の宝の磨き上げ」と「交流人口の拡大」であり、期間中に実施したイベント数は、合計で418に上った(表IV-6-1)。

「瀬戸内しまのわ2014」全体の来場者数は合計で約588万人となり、既存イベントの来場者数を基準とした対前年来場者増加数は約211万人となった。また、経済波及効果も全体で約197億円を記録した。14年11月には、「2014年度グッドデザイン・地域づくりデザイン賞」(公益財団法人日本デザイン振興会)を「瀬戸内しまのわ2014」が受賞した。15年1月、広島県は「瀬戸

表IV-6-1 「瀬戸内しまのわ」メインイベント抜粋

イベント名	開催地域	開催期間
しまあかり 宮島 ～幻想 巖島物語～	廿日市市 宮島	14年3月21日～5月11日
第2回広島みなとフェスタ ～みなとでつながる海と島と人～	広島市 広島港周辺	14年3月22～23日
しまのわ“まるごと”しまフェスタin三津浜・道後	松山市 三津浜、道後	14年4月19～20日 14年4月29日～5月5日
散歩散走 in 尾道 ～サイクリング&ウォーキングパラダイス おもいおもいの島めぐり～	尾道市、今治市	14年4月19日～8月31日
竜宮マーケットin内海町 ～うつみ大漁まつり&竜宮イカまつり～	福山市 田島、横島	14年4月29日 14年5月3～4日
バラ祭りよしうみ ～恋愛指数UP!島de婚トレ～	今治市 大島	14年5月24～25日
サマーフェスタin広島	広島市 広島港周辺	14年7月19～21日
はかた夏まつり ～夏・海・歌トーク&ライブ～	今治市 伯方島	14年8月13日
瀬戸内水軍まつりin尾道 ～因島水軍スピリッツの継承～	尾道市 因島	14年8月30日
現代アートとお茶の祭典in尾道 ～芸術文化の共創～	尾道市	14年9月13日～10月26日
しまのわ ご当地フェスティバルin今治	今治市	14年9月27～28日
海軍グルメフェスタin呉	呉市 大和波止場	14年10月12日
第11回 三原浮城まつり	三原市 三原駅前周辺、三原港周辺	14年10月25～26日
瀬戸内しまなみ海道・国際サイクリング大会「サイクリングしまなみ」	今治市、上島町、尾道市	14年10月26日

※来場者数が30,000人以上となったイベントを掲載

資料：「瀬戸内しまのわ2014」記録集より（公財）日本交通公社作成

内しまのわ2014」を通じて蓄積された地域づくりのノウハウを広く共有し、今後の活動の参考としていくために「瀬戸内しまのわ2014『活動手引書』」を発行し、県のホームページで全文を公開した。

●広域観光に向けた取り組み

15年3月、中国横断自動車道・尾道松江線（中国やまなみ街道）の全線開通を契機に、沿線に所在する計9つの観光推進組織（尾道観光協会、因島観光協会、福山観光コンベンション協会、三原観光協会、竹原市観光協会、府中市観光協会、世羅町観光協会、上島町観光協会、今治地方観光協会）によって構成される新組織「しまなみ・中国やまなみ沿線観光協会連絡協議会」が発足した。同協議会では、沿線地域の魅力を紹介し、スタンプラリーも盛り込まれたガイドブック「BINGO! しまなみスタンプまっぷ」の発行など、各種取り組みを通じて、観光客の周遊を促すことを目指している。

14年5月、中国地方知事会の海外観光客誘致部会は、「中国地方の多様な地域資源、特色を活かした新たな広域観光の創出」を連携テーマとして掲げた。取り組み方針として、共通のテーマ（アート・芸能、食、文化遺産など）による観光素材の選定と広域ルートづくりを提示した。

●地方銀行との連携による観光振興

中四国の地方銀行では、地域内の各種団体と連携した観光振興への取り組みが進んでいる。14年5月、中国銀行（広島県）は、JTB中国四国と観光を機軸とした地域経済の活性化に寄与することを目的として、「地域振興に関する連携協定書」を締結した。連携内容としては、「地域への観光客誘致に向けた活動の促進」「地域資源を活用した特産品などの販売活動の促進」などが含まれている。

14年10月、百十四銀行（香川県）は、香川県と締結した「産業振興による地域活性化に向けた連携・協力協定」に基づき、県と共同で着地型観光プランの企画に役立つ情報提供を行うモニターチームの活動を開始した。チーム名は「瀬戸内モニターガールズ」と名付けられており、メンバーは、同行の女性社員から構成される。10月には、高松市の仏生山地区をフィールドとして「お成り街道仏生山モニタリング研修会」を開催し、地域内の酢醸造所の見学や、たんきり飴作りの体験を通じ、新たな観光魅力の創出を図った。

14年11月、伊予銀行（愛媛県）は、愛媛県および今治市の協力の下、しまなみ海道をサイクリングする映像やポスターを制作し、全営業店のロビービデオで愛媛県のサイクリングの魅力を発信した。

また、14年7月には四国の地方銀行4行（伊予銀行、阿波銀行、百十四銀行、四国銀行）が連携し、JTB協定旅館ホテル連盟四国4支部加盟企業などの協力により、台湾でインバウンド商談会を開催した。

●「ご縁の国しまね」の取り組み

島根県は、主に首都圏在住者を対象に島根県の認知度向上と来訪促進を図るためのキャンペーンとして、13年より「ご縁の国しまね」と名付けた取り組みを行っている。キャンペーン開始2年目となる14年度は、「就活、婚活の前に、縁活。ご縁休暇をとりませんか。」をキャッチコピーに設定し、就職・結婚など人生の転機となる時期を迎えるターゲット層に対して、島根県への旅行に対する動機づけを高めることをテーマとした。PR大使として、13年に引き続き同県にゆかりのある著名人のDAIGO氏を起用し、首都圏でのイベント開催や、ポスター・プロモーションビデオの制作、交通広告の展開、特設サイトの公開など

を実施した。

首都圏在住者を対象とした「しまねの観光認知度調査」（鳥根県実施）によると、「ご縁の国しまね」のキャンペーン認知率は上昇傾向にある。

●「うどん県」の取り組み

香川県は、11年より「うどん県。それだけじゃない香川県」プロジェクトを実施しており、地域全体のブランド力向上を目指している。14年は、「恋するうどん県」をキャッチコピーに、「瀬戸内海編」「お遍路編」「観光名所編」「アート編」の4テーマとこれらをつなぐ「総合イメージ編」の計5つについて、うどん県副知事の要潤氏や木内晶子氏といった著名人が出演する映像コンテンツによるPRを行った。

また、14年7月には瀬戸内海国立公園指定80周年記念事業として、サンポート高松（高松市）において「香川ウォーターフロントフェスティバル」を開催し、同フェスティバルでは、海水を特殊なポンプで噴き上げて巨大な水のスクリーンを張り、インパクトのある映像を投影するプログラムを実施した。

●「泣ける!広島県」の取り組み

広島県は、12年より「おいしい!広島県」をキャッチコピーとしたキャンペーンを実施していたが、14年7月より、「泣ける!広島県」に変更することを発表した。「泣けるほど素晴らしい」広島県の魅力を伝え、来訪を促進することを目指しており、具体的な取り組みとしては、県出身の著名人であるPerfumeを表紙に活用した「究極のガイドブック」を作成し、全国美容室、カフェ、コンビニ、広島県関連施設などで無料配布したことなどが挙げられる。

●鳥取県による「蟹取県」キャンペーン

14年10月～15年2月、鳥取県は、公益社団法人鳥取県観光連盟の協力のもと、「鳥取県ウェルカニキャンペーン」を実施した。これは、鳥取県観光連盟に加盟する対象宿泊施設の宿泊者を対象に、抽選で鳥取県産のカニをプレゼントするというものであり、鳥取県が全国1位の水揚げ量を誇る食材であるカニの魅力を活用した誘客促進を図った。

14年11月には東京で本キャンペーンのPRイベントを実施した際には、平井伸治県知事が鳥取県を「蟹取県」に改名すると宣言した。併せて、県の公式ホームページ内に特設ページを作成し、インターネット上でも「蟹取県」の周知促進に向けた取り組みを実施した。

●「やまぐち幕末ISHIN祭」の展開

14年度より、山口県は、幕末維新をテーマに観光振興を推進する「やまぐち幕末ISHIN祭」を展開した。14年4月、市町村、経済団体、交通機関ならびに山口県観光連盟などの観光関連団体で構成する「やまぐち幕末ISHIN祭プロジェクト推進委員会」を設立した。14年6月には、吉田松陰の妹・文をイメージしたオリジナルキャラクターと公式ロゴを発表した。14年11月には、東京でキャンペーン発表会を開催した。

「やまぐち幕末ISHIN祭」は、山口県が舞台となっている15年のNHK大河ドラマ『花燃ゆ』の放映を契機に、18年の明治維新150年に向けて、食、温泉、歴史文化など県の魅力を体感

してもらうための各種取り組みを官民で実施するものである。18年までの計5年間にわたる長期的なキャンペーンとなっており、「幕末維新」をテーマとした全県規模での観光資源の掘り起こしや充実と、計画的・持続的なキャンペーンの展開などを基本方針としている。具体的な取り組みとしては、15年1月より県内周遊を促すスマートフォンアプリ「やまぐち観光ナビ『志士への道』」や、パスポートブック「おいでませパスポート」を配布したことが挙げられる。

●「おかやま生き活き観光アクションプラン」の策定

14年4月、岡山県は、14～16年の観光振興に関する施策の実施計画として「おかやま生き活き観光アクションプラン」を策定した。本プランは、13年12月に策定された岡山県の総合的な計画である「晴れの国おかやま生き活きプラン」において掲げられている「観光振興プログラム」の生き活き指標（表IV-6-2）達成を図るための計画という位置づけとなっている。全体的な構成としては、国内誘客促進と外国人誘客促進の2部門に分かれ、国内誘客促進にあたっては「調査・計画」「着地型観光」「認知度向上・情報発信」「広域観光連携」「おもてなし・受入環境整備」が、外国人誘客促進にあたっては「海外での認知度向上」「広域連携」「新たな市場開拓」「受入体制の充実」「交通アクセスの充実」が施策テーマとして掲げられた。

表IV-6-2 「観光振興プログラム」の生き活き指標

指標	現況値	目標値
観光消費額	1,382億円/年	1,600億円/年
観光客入り込み数	1,322万人/年	1,500万人/年
延べ宿泊者数	475万人/年	500万人/年
外国人旅行者宿泊者数	70,802人/年	115,000人/年
岡山空港の国際定期便数	18便/週	25便/週
岡山後楽園の入園者数	661,175人/年	750,000人/年

※各指標の算出基準は、観光庁または県独自調査に基づく
資料：「晴れの国おかやま生き活きプラン」をもとに（公財）日本交通公社作成

●「龍馬パスポート」のリニューアル

高知県では、12年4月より、県内の主な観光施設で提示すると特典を受けることができる「龍馬パスポート」の発行を実施してきた。14年4月より、内容のリニューアルを行い、「龍馬パスポートII」を新たに発行した。対象施設でスタンプを集めていくことで、パスポートのステージが上がり、特典内容も充実する仕組みについて、3段階から5段階に細分化することで、難度と楽しさのアップを図った。また、期間限定でデザイン性の高い「レアスタンプ」が新たに登場し、一度行ったことがある施設への再訪問も促す仕組みとなっている。

●「おへんろさんの駅」の設置

14年4月～12月、香川県は、四国八十八カ所霊場開創1200年を迎え、増加が見込まれるお遍路さんや県外観光客をもてなすための施設として「おへんろさんの駅」を設置した。霊場周辺や遍路道沿いを中心に所在する計39施設を「おへんろさ

んの駅」として指定し、観光パンフレットの配布や、道案内、トイレの貸し出し、湯茶の提供などのサービスを提供した。指定施設の種別は、道の駅、店舗、観光施設、温泉などと多岐にわたった(表Ⅳ-6-3)。

表Ⅳ-6-3 「おへんろさんの駅」施設数内訳

種別	施設数
道の駅	12
店舗	7
観光施設	6
温泉	4
案内所	3
資料館	2
フェリー乗り場	1
ホテル	1
駅	1
空港	1
自動車学校	1

資料：香川県ホームページをもとに(公財)日本交通公社作成

●徳島県がオープンデータポータルサイトを公開

14年12月、徳島県は、県が保有する行政データを一元的に公開する「徳島県オープンデータポータルサイト(Our Open Data)」を仮公開した(15年4月より本格運用を開始)。観光・物産に関するデータは、「県内観光施設一覧」「県内ホテル一覧」などの7件がカンマ区切り形式のテキストファイル(CSV)で公開されており、利用者が一定の利用ルールのもとで加工できるようになっている。こうしたデータの活用を通じ、新たなサービスの創出や地域における課題解決などを図ることが見込まれる。

(広域・市町村)

●三朝温泉開湯850年に関する取り組み

14年、三朝温泉(鳥取県三朝町)は開湯から850年を迎えた。14年4月、三朝温泉旅館協同組合は、宿泊者限定で850円の温泉手形を販売開始した。販売枚数は計850枚となってお

り、手形の内容は、温泉入浴券や2万円分の旅館宿泊利用券が当たるスピードくじなどが含まれていた。14年7月には、三朝町商工会が、町内の旅館や商店で使用できる商品券(11,850円分)を10,000円で購入できるプレミアム付き記念商品券を販売した。また、14年9月には、チケットに温泉入浴券が付いた音楽イベント「野外音楽フェスティバル 恋谷音楽」を三朝青年団主催で開催した。

●観光列車「伊予灘ものがたり」運行開始

14年7月、四国旅客鉄道株式会社(以下、JR四国)は、松山～伊予大洲・八幡浜間を走る観光列車「伊予灘ものがたり」の運行を開始した。土日・祝日を中心に1日2往復が運転されるダイヤとなっており、全車指定席の車内では、地元の食材などを活用した事前予約制の食事サービスが提供される。

15年3月には、予定より早く乗客数が1万人に達したことを記念して、松山駅(愛媛県松山市)で記念イベントが開催された。

●「道後オンセナート2014」の開催

14年4月～12月、官民で構成する道後温泉本館改築120周年記念事業実行委員会は、道後温泉本館(愛媛県松山市)の改築120周年を記念した芸術祭「道後オンセナート2014」を開催した。アートディレクションと運営は、地元NPOと若手クリエイターでつくるコンソーシアム「道後アートプロジェクト」が担当し、総合プロデュースは、株式会社スパイラル/株式会社ワコールアートセンターが行った。会期中は、エリア内の各所への作品展示や、道後エリアに所在する9軒のホテル・旅館の客室を、アーティストがデザインする「HOTEL HORIZONTAL」などのプログラムが展開された。14年10月には、グッドデザイン賞を受賞した。

●宮島口まちづくり国際コンペの実施

15年2月、廿日市市と広島県は、宮島口地区のまちづくりのアイデアを募集する国際コンペの応募登録を開始した。提案内容は、「まちづくりのコンセプトおよび全体デザイン」「アーバンデザインおよび導入を図るべき施設・機能の具体的なアイデア」「事業推進の工夫」の3点であり、岸井隆幸氏(日本大学理工学部教授)を審査委員長とした委員会によって提案内容が審査される。最終審査は、15年10月に実施予定となっている。

(外山昌樹)

7 九州

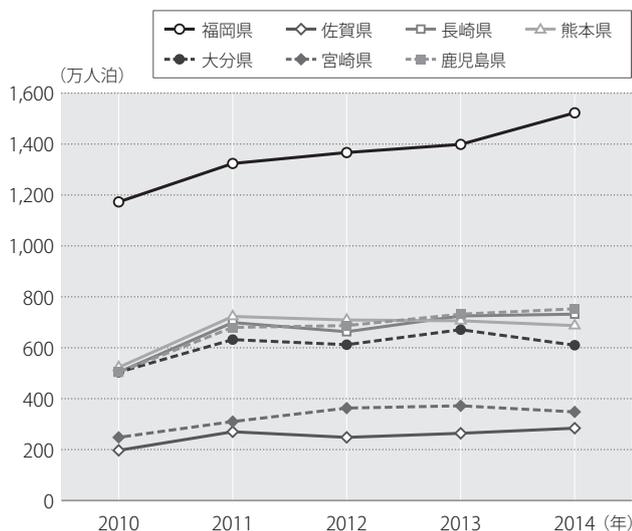
東九州自動車道の整備進展
「阿蘇ジオパーク」が世界ジオパークに認定
奄美空港へのLCC就航

(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14年1月～12月の九州各県の延べ宿泊者数について、九州全体では4,937万人泊となり、前年比1.4%増となった(図IV-7-1)。

延べ宿泊者数が増加したのは、福岡県(前年比8.9%増)、佐賀県(同7.6%増)、鹿児島県(同2.9%増)、長崎県(同0.8%増)となった。一方で、減少したのは大分県(前年比9.1%減)、宮崎県(同6.3%減)、熊本県(同2.7%減)となっている。

図IV-7-1 延べ宿泊者数の推移(九州)



県	2010	2011	2012	2013	2014
福岡県	1,173	1,324	1,367	1,399	1,523
佐賀県	197	270	248	264	284
長崎県	504	699	663	725	732
熊本県	523	723	709	706	687
大分県	504	632	612	671	610
宮崎県	248	310	363	372	348
鹿児島県	504	680	687	732	753

※～2010.3 従業員10人以上の宿泊施設を調査対象とする 単位: 万人泊
2010.4～ 全ての宿泊施設を調査対象とする

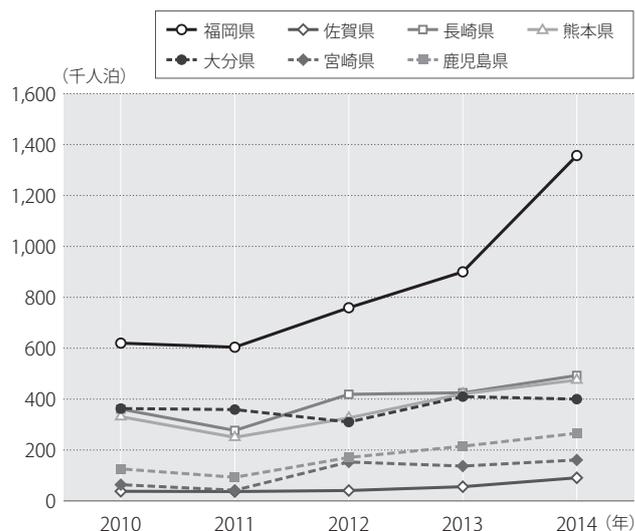
資料: 観光庁「平成26年宿泊旅行統計調査」をもとに(公財)日本交通公社作成

外国人延べ宿泊者数については、九州全体では324万人泊となり、前年比26.5%増と増加傾向にある(図IV-7-2)。

増加したのは、佐賀県(前年比63.7%増)、福岡県(同50.8%増)、鹿児島県(同23.8%増)、宮崎県(同17.5%増)、長崎県(同15.9%増)、熊本県(同12.8%増)となった。増加率が最も大きかった佐賀県では、14年8月に春秋航空日本が、成田/佐賀線を新規に就航した。

一方で減少したのは、大分県(前年比2.3%減)のみであった。

図IV-7-2 外国人延べ宿泊者数の推移(九州)



県	2010	2011	2012	2013	2014
福岡県	617	604	759	900	1,357
佐賀県	38	37	41	56	91
長崎県	361	277	419	425	493
熊本県	331	250	326	421	475
大分県	363	359	310	410	400
宮崎県	64	42	153	137	161
鹿児島県	126	93	171	215	266

※～2010.3 従業員10人以上の宿泊施設を調査対象とする 単位: 千人泊
2010.4～ 全ての宿泊施設を調査対象とする

資料: 観光庁「平成26年宿泊旅行統計調査」をもとに(公財)日本交通公社作成

(2) 観光地の主な動向

(地方・都道府県)

●九州観光のロゴマーク・キャッチコピーの選定

第二期九州観光戦略委員会は、14年6月に九州観光のロゴマーク・キャッチコピーを選定した(図IV-7-3)。

13年に策定された「第二期九州観光戦略」では、九州一体となったブランドイメージの確立が取り組み内容として掲げられている。これに関連して、第二期九州観光戦略委員会は14年3月～4月に、九州を代表する観光資源である「温泉」をテーマと

図IV-7-3 九州観光のロゴマーク・キャッチコピー



資料: (一社)九州観光推進機構

として、特に海外へ向け九州をアピールするためのロゴマーク・キャッチコピーの公募を実施した。審査の結果選ばれた図案は、一般の企業や団体などが、使用ルールに基づき海外向けの販促物などに無償で使用することが可能となっている。

●九州オルレの第4次3コースを認定

一般社団法人九州観光推進機構および九州運輸局は、九州各県の魅力的なハイキングコース(長距離遊歩道)を「九州オルレ」として認定しており、韓国市場からの誘客促進に取り組んでいる(オルレとは、韓国済州島の方で「家に帰る細い道」

のことを指し、済州島では、「済州オルレ」が整備されている。14年11月、第4次コースとして新たに3コースを認定した(表IV-7-1)。なお、第4次コースを含め、九州オルレは全15の認定コースがある。一般社団法人九州観光推進機構の発表によると、14年11月現在、韓国から累計で約5万人の利用者を記録している。

表IV-7-1 九州オルレ第4次認定コースの概要

名称	距離 (所要時間)	スタート地点	コースのみどころ
八女コース	9.2km (3~4時間)	福岡県八女市	童男山古墳、犬尾城址、八女中央大茶園、丸山塚古墳など
別府コース	11km (4~5時間)	大分県別府市	志高湖、由布岳と鶴見岳が見える展望所、愛宕神社、神楽女湖など
天草・ 苓北コース	11km (4~5時間)	熊本県天草郡 苓北町	富岡城、白崎岩、富岡海水浴場、志岐城跡など

資料：(一社)九州観光推進機構発表資料をもとに(公財)日本交通公社作成

●東九州自動車道の整備進展

14年3月に、福岡・大分・宮崎・鹿児島^のの各県を結ぶ東九州自動車道(全長436km)の日向IC~都農IC間が開通し、宮崎県延岡市と宮崎市内^がが高速道で結ばれた。また、15年3月には豊前IC~宇佐IC間および佐伯IC~蒲江IC間が開業し、大分・宮崎県内区間の全線が開通した。さらに、16年春には椎田南IC~豊前IC間が開通予定となっており、福岡県北九州市と大分県内の移動時間短縮が見込まれている。

こうした整備の進展を受け、14年9月には、大分・宮崎両県の観光関係団体によって構成される東九州広域観光推進協議会が、大分・宮崎の両県を対象としたドライバー向けの観光パンフレット「ドラマチック 東九州の旅 大分・宮崎 まだ見ぬ彼方へ」を作成した。14年9月~12月には、西日本高速道路株式会社が、大分県および宮崎県内の高速道路が最大3日または4日間が定額で乗り放題となる「東九州自動車道 大分・宮崎ドライブパス」という取り組みを実施した。

●山岳観光地の災害対策

14年9月に、長野県と岐阜県の県境に所在する御嶽山が噴火し、多くの被害者を出した戦後最悪の火山災害となった。九州地方においても、断続的な噴火が続いている鹿児島県の桜島に加え、14年8月には熊本県の阿蘇山が噴火警戒レベル2(火口からおおむね1km周辺の立入規制)となり、11月に小規模な噴火が発生した。こうしたなかで、噴火対策も各地で行われている。

阿蘇山では、コンクリート製の退避壕の整備が進められており、噴火した際、登山客が噴煙や噴石から身を守るために避難できるようになっている。御嶽山の噴火を受け、阿蘇市は14年10月には現在15カ所ある各退避壕に約10個ずつのヘルメットを常備することを決定した。11年に噴火した鹿児島県と宮崎県の県境に所在する新燃岳^{しんもえだけ}では、14年10月より登山客にヘルメットの無料貸し出しを開始した。また、鹿児島市は、公式観光サイトにおいて桜島の観光についてQ&A方式の詳細なペー

ジを作成しており、風評被害の防止に向けた情報発信を実施している。

●人気ゲームを活用したプロモーションの取り組み

14年2月、佐賀県は人気ロールプレイングゲーム(RPG)の「サガ」シリーズを制作している株式会社スクウェア・エニックスと連携し、「ロマンシング佐賀」キャンペーンを開始した。本キャンペーンは、「サガ」シリーズと発音が同じである「佐賀県」の魅力発信に、「サガ」シリーズのイメージや世界観を活用していた。同時に、「サガ」シリーズの発売25周年を記念する事業という位置づけにもなっていた。具体的には、特設サイトの開設や東京・六本木でのイベント「ロマンシング佐賀 Premium Night」開催(14年3月)、地元企業とのコラボレーションによって生まれた有田焼製品の販売などを実施した。

15年3月には、第2弾として「ロマンシング佐賀2」を実施した。特設サイトでは、コラボレーション商品の販売に加え、「ロマ佐賀トラベル」と題して佐賀県観光のモデルコースを紹介した。また、九州旅客鉄道株式会社の唐津線におけるラッピング列車の運行や、春秋航空日本が運航する成田/佐賀線の機内を「ロマンシング佐賀」仕様のデザインに装飾する取り組みの他、各種関連イベントを実施した。

●「お湯マジ!22inおんせん県おおいた」の実施

14年10月~15年3月にかけて、大分県は株式会社リクルートライフスタイルのじゃらんリサーチセンターと共同して、同県の情報発信および若年層の同県への旅行需要創出などを目的とした「お湯マジ!22inおんせん県おおいた」を実施した。この事業は、22歳の若者に限って県内100カ所以上の日帰り温泉入浴料が1日何回でも無料になるというものであり、若年層が温泉入浴を体験するきっかけを提供することで、将来的な温泉旅行需要の創出を目指した。温泉の利用には、株式会社リクルートライフスタイルが提供しているスマートフォンアプリ「マジ☆部」を用いて、対象者に無料クーポンを発行するという方法をとった。

14年11月には、オープニングイベントとして「お湯フェスinおんせん県おおいた」を別府市の市営温泉施設「北浜温泉テルマス」で開催した。イベントでは、音楽ユニットやお笑い芸人によるライブが実施された。

●大河ドラマ放映と連動した取り組み

14年のNHK大河ドラマ『軍師官兵衛』は、福岡藩の藩祖である黒田官兵衛が主人公であった。福岡県は、県内の市町村やNHK、企業、団体と「『軍師官兵衛』福岡プロジェクト協議会」を設立し、放映前の13年10月より、取り組みの一環として観光推進キャンペーン「黒田官兵衛ゆかりの地、福岡県」を開始した。13年11月には、大分県中津市を中心に、大分県および福岡県の関連団体によって組織された「大河ドラマ『軍師官兵衛』推進協議会」が設立され、同協議会はゆかりの地を巡るスタンプラリー(14年8月)などの各種事業を実施した。14年4月には、福岡市内のまちづくり団体「We Love 天神協議会」がゆかりの地を巡るガイドツアーを募集するなど、福岡県や大分県の各団体によって、さまざまな取り組みが実施された。

(広域・市町村)

●「阿蘇ジオパーク」が世界ジオパークに認定

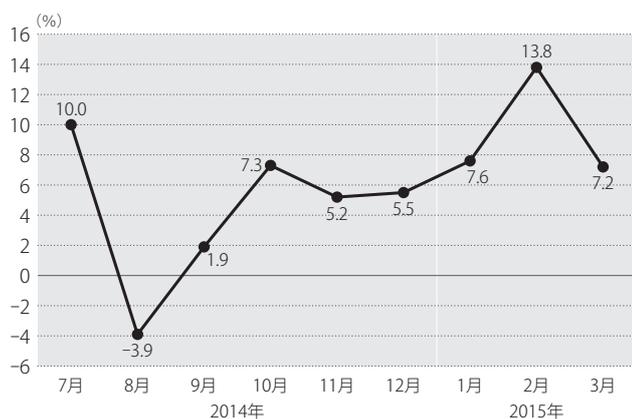
14年9月、阿蘇ジオパーク(阿蘇市・南小国町・小国町・産山村・高森町・南阿蘇村・西原村・山都町)が国内7カ所目の世界ジオパークに認定された。13年9月に日本ジオパーク委員会より世界ジオパークネットワークの推薦を受けた後、同ネットワークの現地調査などの審査を経て、正式に認定された形となる。

阿蘇ジオパークでは、「阿蘇火山の大地と人間生活」というテーマを体感できる5つのジオツーリズムコースを設定している。また、阿蘇温泉観光旅館協同組合では、加盟施設の宿泊者限定のツアーとして、送迎やガイドが付いた「阿蘇カルデラツアー」を実施している。世界ジオパークの認定後は、道の駅への看板設置や、外国人観光客向けの体験プログラム造成に向けた取り組みが行われるなど、観光振興への活用を視野に入れた動きが進んでいる。

●奄美空港へのLCC就航

14年7月、格安航空会社(LCC)のバニラ・エアが、成田/奄美大島線の定期便就航を開始した。便数は1日1往復、定員は1便当たり180人であった。国が14年度に初めて予算化した奄美群島振興交付金の補助金を活用し、就航が実現することとなった。就航時の片道運賃は8,000円から29,500円となっており、航空運賃の低額化により首都圏からの観光客増加に加え、奄美大島出身者の帰省旅行の増加が期待された。鹿児島県が実施している「鹿児島県観光動向調査」によると、14年7月以降、台風が接近した14年8月を除き、15年3月まで奄美地区における宿泊客数の増減率は、前年比プラスが続いた(図IV-7-4)。

図IV-7-4 奄美地区における宿泊者数の前年同月比の推移



資料：鹿児島県「鹿児島県観光動向調査」をもとに(公財)日本交通公社作成

●屋久島で入山協力金導入の方針を決定

15年3月に、鹿児島県屋久島町は、町や県などで行う検討会議において、屋久島における環境保全のための必要な事項

を継続的に実施するための財源として、屋久島の登山客に費用負担を求める「屋久島世界自然遺産地域入山協力金」を導入する方針を決定した。基本額を1人当たり1,000~1,500円、山中に宿泊を予定している登山客には1人当たり2,000円の費用負担を求める方向で調整し、16年度の導入を目指すこととした。

検討会議では、来島者に課税する「入島税」の導入についても検討したが、課税対象、金額などに制約が生じることや、屋久島で導入した場合、徴収のための経費が大きくなることから、現時点での導入は難しいと判断した。

●由布市における観光新組織設立に向けた動き

大分県由布市は、14年4月に商工観光課内に「観光新組織準備室」を設置した。由布市は、05年に3町が合併して誕生してから5年を迎える10年度に策定した「由布市観光基本計画」の推進体制を充実させるにあたり、13年度に「観光事務調整連絡会議」を設立し、由布市内の各観光組織(計7団体)の連携強化を図ってきた。14年度には、民間と行政の協働による観光マネジメント機能を強化するために、観光新組織の設立に向け、事業内容や組織体制のあり方などについて検討を進めた。

●綾町でふるさと納税のお礼品に旅行プランを提供

14年10月、宮崎県綾町はソラシドエアと連携し、ふるさと納税者向けお礼品として「ソラシドエアで行く 照葉樹林都市ユネスコエコパーク 宮崎・綾町の旅(2日間)」の提供を開始した。ふるさと納税者向けのお礼品は、各地の特産品を提供する機会が多いところ、綾町では全国で初めて、納税先となる地域への飛行機での移動を組み込んだ旅行プランを提供することとなった。お礼品の提供対象となるのは10万円以上の納税者となり、旅行プランには、羽田/宮崎線往復航空券代と町内の宿泊代1回分(1泊2食)に、レンタカー代(2日間)または綾町の特産品(1万円相当)が含まれている。

●ハウステンボス「変なホテル」の開業を発表

15年1月、ハウステンボス(所在地:長崎県佐世保市)は、15年7月にスマートホテルプロジェクト「変なホテル~変わり続けることを約束するホテル~」を敷地内に開業することを発表した。同ホテルでは、チェックインや清掃などの館内サービスにロボットを活用することに加え、太陽光発電などの再生可能エネルギーの導入により、運営コストの削減を図り、ハウステンボス内に所在する他のホテルよりも低額の宿泊料金を実現している。客室数は全144室であり、15年7月には第一期棟として72室が先行して開業した。客室料金は、オープンブライズ(オークション方式)を採用しており、利用時期に応じて3段階の料金帯が設定されるなかで、宿泊希望者は、料金帯のなかで1,000円単位の希望料金を入札する。15年2月より、ホームページ上で宿泊予約を開始している。

(外山昌樹)

8 沖縄

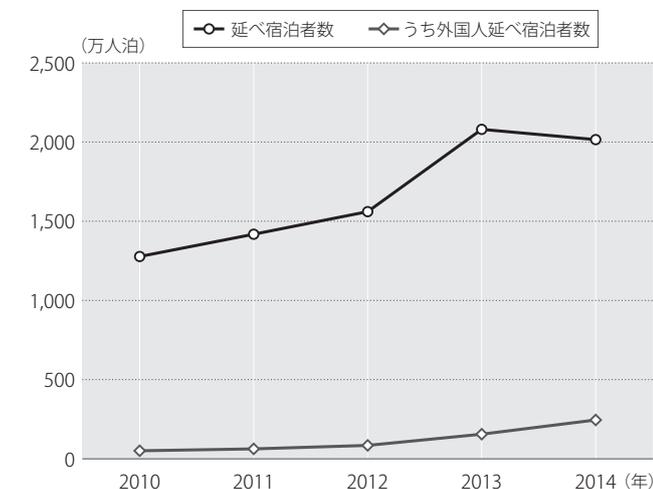
入域観光客数は705万8千人（暦年）で過去最多を更新
外国人客の増加を視野に入れた、ホテルやショッピング施設、
インフラなどの整備が進展

(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14年1月～12月の沖縄の延べ宿泊者数は2,014万人泊となり、前年比3.1%減（65万人泊減）となった（図IV-8-1）。

一方、外国人延べ宿泊者数は239万人泊となり、前年比60.4%増（90万人泊増）と大幅な伸びとなった。5年前（2010年）と比較すると、実に5倍以上の増加となっている。

図IV-8-1 延べ宿泊者数の推移（沖縄）



延べ宿泊者数	1,274	1,415	1,558	2,079	2,014
うち外国人延べ宿泊者数	44	56	78	149	239

※～2010.3 従業員10人以上の宿泊施設を調査対象とする 単位：万人泊
2010.4～ 全ての宿泊施設を調査対象とする
資料：観光庁「平成26年宿泊旅行統計調査」をもとに（公財）日本交通公社作成

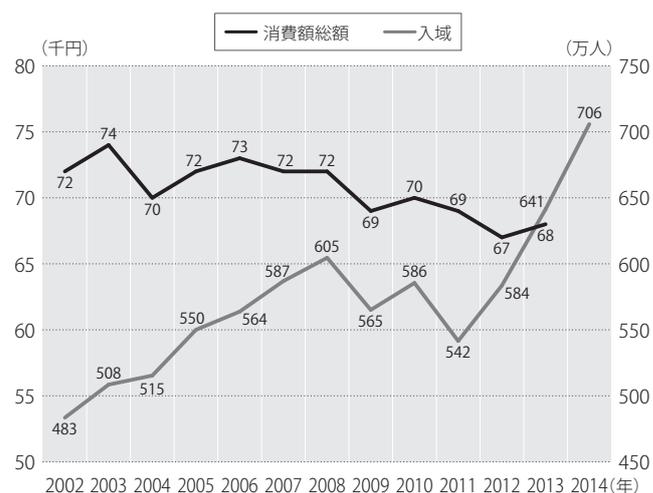
沖縄県が推計している「入域観光客数（含ビジネス客）」は、14年（暦年）で705万8千人となり、前年比10.1%増（64万5千人増）と過去最高を更新した（図IV-8-2）。前年に引き続き大幅な伸びとなり、沖縄旅行が引き続き好調である様子がうかがえる。

入域観光客数のうち、県外客（外国人を除く）は616万5千人（前年比5.1%増）、外国人客は89万4千人（同62.2%増）で、外国人客比率は12.7%と前年（8.6%）を大幅に上回った。外国人客比率は2006年以降、拡大の一途をたどっている。国籍別に見ると、台湾34万4千人（前年比46.1%増）、韓国15万5千人（同93.9%増）、香港12万3千人（同45.9%増）、中国11万3千人（同137.2%増）、その他15万8千人（同53.2%増）であり、前年はマイナスの伸びであった中国が2倍以上の大幅な増加、その他の地域も軒並み増加となった。

離島の動向を見ると、沖縄県八重山事務所が公表している八重山地域の入域観光客数は、14年（暦年）が112万1千人と

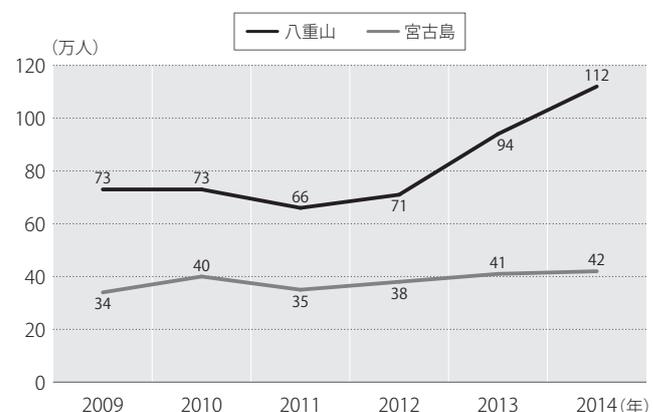
なり、初めて100万人の大台を突破した（図IV-8-3）。前年比は19.0%増、人数では17万9千人増となっている。13年3月7日の新石垣空港（愛称：南ぬ島石垣空港）の開港効果もあり、八重山の観光は順調に推移している。一方、宮古島市が公表している宮古島の観光客数は、14年（暦年）が42万2千人となり、前年比2.8%増（1万2千人増）となった。宮古島の観光客数は大幅ではないものの、着実に増加している。

図IV-8-2 入域観光客数と1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-8-3 八重山地域および宮古島の入域観光客数の推移



資料：沖縄県「八重山入域観光客数統計概況（推計）」および宮古島市「宮古の入域観光客数」をもとに（公財）日本交通公社作成

(2) 観光地の主要な動き

外国人客の増加傾向を受け、国際線の増便、宿泊施設のオープン、商業施設・アミューズメント施設のオープン、インフラ関連施設の整備などが行われた。

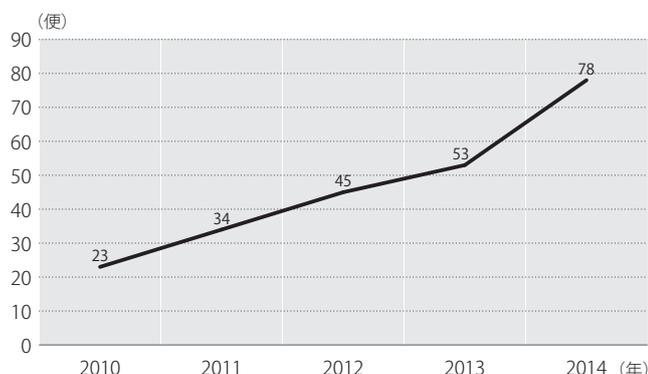
●国際線の増便

那覇空港ではここ数年、国際線（直行便）の便数が増加傾向にあり、14年2月17日の新国際線旅客ターミナルビルの供用開始が便数の増加に拍車をかけることとなった。14年の週当たりの便数は78便で、前年比47.2%増（25便増）となった（図IV-8-4）。内訳は、台北28便（提供座席数4,522席）、香港18便

(同4,594席)、ソウル14便(同2,457席)、上海11便(同1,709席)、釜山3便(同465席)、北京2便(同330席)、台中2便(同208席)となっている。

15年は、さらなる便数の増加が見込まれる。

図IV-8-4 那覇空港における国際線(直行便)の便数(週当たり)の推移



※各年とも4月1日時点の便数を掲載

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

14～15年にかけてオープンした主な宿泊施設(名称変更などによるリニューアルオープンを含む)を表IV-8-1に示す。

14年は、新規に建設された「ヒルトン沖縄北谷リゾート」「ホテルオリオン モトブリゾート&スパ」などに加え、既存施設の新たな活用や名称変更などによる開業もあり、1,000室を上回る客室数の増加となった。

15年についても、「ジ・ウザテラスビーチクラブヴィラズ」や「ハイアットリージェンシー那覇」などの新規ホテルが開業するなど、ホテルの建設ラッシュが続いている。

表IV-8-1 2014年から2015年にかけてオープンした主な宿泊施設

年月	宿泊施設名	場所	室数(棟数)
2014年4月	AJリゾートアイランド伊計島	うるま市	86
7月	ヒルトン沖縄北谷リゾート	北谷町	346
7月	ホテルオリオン モトブリゾート&スパ	本部町	238
7月	ホテルライジングサン宮古島	宮古島市	108
7月	ホテルピースアイランド宮古島市役所通り	宮古島市	97
9月	ロワジールホテル沖縄美ら海	本部町	94
9月	ホテルリゾネックス那覇	那覇市	84
2014年計			1,053
2015年4月	北谷ビーチサイド condominium ホテル モンパ	北谷町	68
7月	ジ・ウザテラス ビーチクラブヴィラズ	読谷村	40
7月	ハイアットリージェンシー那覇	那覇市	294
2015年計(暫定値)			402

資料：新聞記事やホームページなどをもとに(公財)日本交通公社作成

●商業施設・アミューズメント施設のオープン

14～15年にかけてオープンした主な商業施設・アミューズメント施設などを表IV-8-2に示す。

14年は、ショッピングやレストラン、アクティビティなどを備えた複合商業施設「美らテラス」が名護市の屋我地島にオープンしたのをはじめ、多様な施設がオープンした。

15年は、大型のショッピングセンターや商業施設など、地元客および観光客の買い物需要に応える施設のオープンが相次いでいる。

表IV-8-2 2014年から2015年にかけてオープンした主な商業施設・アミューズメント施設

年月	商業施設・アミューズメント施設名	場所	概要
2014年4月	美らテラス	名護市	グルメショップ、雑貨店、カヌー、レンタサイクル、バーベキューなどを楽しめる
4月	かりゆしカンナタラソラゲーナ	宜野座村	本格的なタラソセラピー(海洋療法)が体験できる施設(旧かんなタラソ沖縄)
8月	沖縄市音楽資料館おんがく村	沖縄市	歴史的に貴重な沖縄の音楽資料を集めた資料館
11月	いまいゆ市場	南城市	奥武島漁港内にあり、鮮魚や野菜の販売、食事、体験学習、民泊などを楽しめる
12月	豚我小谷アグー村	名護市	沖縄在来種の黒豚「アグー」をモチーフにしたテーマパーク
2015年1月	軽便与那原駅舎展示資料館	与那原町	旧県営鉄道(軽便鉄道)与那原駅跡に建設した資料館
3月	HAPINAHA	那覇市	旧三越跡地に建設、飲食店、雑貨店、よしもと沖縄花月やお化け屋敷などがある
4月	イオンモール沖縄ライカム	北中城村	米軍の泡瀬ゴルフ場跡地に建設、大型水槽ライカムアクアリウム、沖縄の自然と融合したライカムヴィレッジが特徴的
10月	石垣島ヴィレッジ	石垣市	繁華街である美崎町にオープン予定のコミュニティスポット、バー、カフェ、レストラン、マルシェなどを併設

資料：新聞記事やホームページなどをもとに(公財)日本交通公社作成

●インフラ関連の整備

14～15年にかけて整備された主なインフラを表IV-8-3に示す。

14年は、那覇空港の新国際線旅客ターミナルビルに加え、国内線旅客ターミナルビルに外貨自動両替機が設置された。これにより、国際線直行便の利用者だけでなく、成田や羽田などを経由して出国する利用者に対する利便性も強化された。また、那覇港泊ふ頭の若狭バースにクルーズ船ターミナルが設けられ、さらにボーディングブリッジも設置されるなど、クルーズ客向けの利便性も強化された。この効果もあってか、クルーズ船の那覇港への寄港数は80回で、13年(56回)を大幅に上回った。

15年は、宮古島と伊良部島を結ぶ伊良部大橋が開通した。構想から実に40年近くの歳月を経た上で、総事業費395億円をかけて完成に至った。全長は3,540mで、無料の橋としては日本最長である。隣接する下地島ではリゾート開発計画が持ち上がっており、実現すれば観光客の伊良部大橋利用の増加につながるものと考えられる。この他、14年10月にゆいレールに導入された交通ICカード「OKICA」が4月より本島内の路線バスでも運用されることとなり、地元住民はもとより、観光客の利便性の向上にもつながることとなった。

表Ⅳ-8-3 2014年から2015年にかけて整備された主なインフラ

年月	整備内容	場所
2014年2月	那覇空港新国際線旅客ターミナルビルが供用開始	那覇市
2月	那覇空港国内線旅客ターミナルビルに外貨自動両替機を設置(対応通貨:米ドル、ユーロ、英ポンド、豪ドル、中国元、韓国ウォン、台湾ドル、香港ドル)	那覇市
3月	那覇空港自動車道豊見城IC～南風原南IC間が4車線開通(2車線増)	南風原町、豊見城市
4月	那覇港泊ふ頭 若狭バースにクルーズ船ターミナルビル供用開始	那覇市
10月	沖縄都市モノレール(ゆいレール)で交通ICカード「OKICA」の運用開始	那覇市
12月	クルーズ船ターミナルビルにボーディングブリッジ(搭乗橋)が完成	那覇市
2015年1月	伊良部大橋開通(宮古島～伊良部島)	宮古島市
4月	沖縄本島内路線バスで交通ICカード「OKICA」の運用開始	県内

資料:新聞記事やホームページなどをもとに(公財)日本交通公社作成

(3) 15年度の観光の目標

県が発表した「平成27年度ビジットおきなわ計画」によると、15年度の入域観光客数は760万人(前年比6.0%増、人数ベースで43万人増)、うち外国人観光客数は120万人(同21.2%増、同21万人増)の達成を掲げている。この他にも、各種目標数値を定めており、それらはいずれも14年度実績を上回る前向きな内容となっている(表Ⅳ-8-4)。

また、14年度に策定した「沖縄観光推進ロードマップ」に基づき、関係機関と連携しつつ、平成33年度の観光収入1兆円、入域観光客数1,000万人などの目標達成に向けた取り組みを着実に進める。

(牧野博明)

表Ⅳ-8-4 15年度の数値目標

項目	対象	平成27年度 目標値	前年度 比	平成26年度 実績
入域観光客数	全体	760万人	6.0%	717万人
	うち外国人 観光客	120万人	21.2%	99万人
観光収入	全体	6,004億円	12.4%	5,342億円
	うち外国人 観光客	1,140億円	34.0%	851億円
観光客1人当たり 県内消費額	全体	79,000円	6.0%	74,502円
	うち外国人 観光客	95,000円	10.0%	86,348円
平均滞在日数	全体	3.95日	0.11日	3.84日
	うち空路 外国人観光客	5.50日	0.78日	4.72日
人泊数	全体	2,242万人泊	10.2日	2,034万人泊
	うち空路 外国人観光客	405万人泊	46.2日	277万人泊

資料:「平成27年度ビジットおきなわ計画」(沖縄県文化観光スポーツ部)をもとに(公財)日本交通公社作成

V 観光政策

V-1	観光庁による観光政策	170
V-2	他省庁による観光関連政策	175
V-3	都道府県による観光政策	178

V-1 観光庁による観光政策

- ・アクション・プログラム2014で2020年オリンピック開催に向けた取組の必要性が明記される
- ・外国人観光客の増加に向けて、災害時対応や宿泊施設の情報発信のあり方など、取り組むべき方針が検討される
- ・海の京都観光圏など新たに4地域が観光圏として認定される

(1) 観光庁による観光政策の概観

●2014年度の観光関連予算

14年度の観光庁予算については、104億円（前年度比1.01倍）であった。内訳は、「訪日外国人旅行者数拡大に向けたインバウンド政策の推進」85億円（前年度比104%）、「観光地域づくり支援」52億円（前年度比96%）、「旅行振興」6億円（前年度比60%）、「観光統計の整備」4.3億円（前年度比83%）となっている。

その後、15年1月に成立した第1次補正予算（観光関係）では、「地域観光振興緊急対策事業」に5.3億円、「訪日2000万人に向けた新規インバウンド需要創出事業」に34.16億円、「地域経済活性化に資する放送コンテンツ等海外展開支援事業」に3億円が計上された。

●アクション・プログラム2014の策定

観光庁は13年6月に「観光立国実現に向けたアクション・プログラム」を策定したが、「2020年オリンピック・パラリンピック東京大会」の開催決定を踏まえ、14年6月に「観光立国実現に向けたアクション・プログラム2014-『訪日外国人2000万人時代』に向けて-」を作成した（表V-1-1）。観光振興の新たな柱として、①「2020年オリンピック・パラリンピック」を見据えた観光振興、②インバウンドの飛躍的拡大に向けた取組、③ビザ要件の緩和など訪日旅行の容易化、④世界に通用する魅力ある観光地域づくり、⑤外国人旅行者の受入環境整備、⑥MICEの誘致・開催の促進と外国人ビジネス客の取り込み、を立てた。この柱に沿って必要となる具体の施策について、新たに盛り込む必要があるものや13年のアクション・プログラムのうち改善・強化して取り組む必要があるものや継続して取り組む必要があるものが記載された。

表V-1-1 観光立国実現に向けたアクション・プログラム2014

①「2020年オリンピック・パラリンピック」を見据えた観光振興
1) オリンピック・パラリンピック開催をフルに活用した訪日プロモーション
2) オリンピック・パラリンピックを機に訪日する外国人旅行者の受入環境整備 〈空港のゲートウェイ機能の強化〉 〈空港アクセスの改善〉 〈無料公衆無線LAN環境の整備・多言語対応の徹底〉 〈多機能フリーパスの検討〉 〈観光案内拠点・観光ガイドの充実〉
3) オリンピック・パラリンピック開催効果の地域への波及 〈航空による地方へのアクセスの充実〉 〈地方への鉄道旅行の促進〉

4) オリンピック・パラリンピック開催を契機としたバリアフリー化の加速
②インバウンドの飛躍的拡大に向けた取組
1) インバウンド推進の担い手の拡大 2) 訪日プロモーションの戦略的拡大 3) 訪日プロモーションの新たな切り口での展開 4) 訪日プロモーションの実施体制の整備 5) 効果的なメディア戦略 6) オールジャパン体制による連携の強化
③ビザ要件の緩和など訪日旅行の容易化
1) ビザ要件の戦略的緩和 2) 外国人長期滞在の促進 3) 出入国手続の迅速化・円滑化 4) 本邦航空会社による新規路線の開設やLCCの参入促進等による、利用しやすい旅行商品の創出
④世界に通用する魅力ある観光地域づくり
1) 地域連携による情報発信力強化と新たな広域周遊ルートの形成 2) 地域の魅力を来訪者に体感してもらうための仕組みづくり 〈規制制度面での環境整備〉 〈地域の観光振興の促進〉 〈観光地域づくりを担う主体への支援制度〉
3) 世界に通用する地域資源の磨き上げ 〈魅力ある空間の形成〉 〈美しい自然を活かして〉 〈海洋観光の展開〉 〈豊かな農山漁村の魅力〉 〈日本食文化の発信〉 〈文化資源・科学技術との連携〉
4) 観光振興による被災地の復興支援
⑤外国人旅行者の受入環境整備
1) 多言語対応の改善・強化 〈多言語対応ガイドラインの徹底〉 〈多言語アプリの活用〉 〈外国人旅行者に分かりやすい地図・ナビゲーション〉 〈道路の案内標識等〉 〈鉄道の駅施設・車両・外国語案内等〉 〈外国人が利用しやすいタクシーサービス等〉 〈美術館・博物館での展示解説〉 〈公園内の施設〉 〈ホテル・旅館の外国語放送〉
2) 無料公衆無線LAN環境の整備促進など、外国人旅行者向け通信環境の改善
3) 公共交通機関による快適・円滑な移動のための環境整備 〈ICカード・企画乗車券の利便性向上と情報発信〉 〈美術館・博物館、観光施設等と相互利用可能な共通パスの導入〉 〈空港アクセスの改善〉 〈貸切バスの供給確保〉 〈レンタカーの利便性向上〉 〈手ぶら観光の実現〉
4) 「クルーズ100万人時代」実現のための受入環境の改善 〈出入国手続の円滑化〉 〈情報発信とターミナルの機能強化〉
5) ムスリムおもてなしプロジェクトの実施
6) 「外国人旅行者向け消費税免税制度」の拡充を契機としたショッピング・ツーリズムの振興と決済環境の整備 〈ショッピング・ツーリズムの振興〉 〈決済環境の整備〉
7) 外国人旅行者の安全・安心確保 〈災害対応〉 〈不慮の怪我・病気への対応〉
8) 多様な滞在ニーズへの対応と宿泊施設の情報提供の充実
9) 観光産業の人材育成
⑥MICEの誘致・開催の促進と外国人ビジネス客の取り込み
1) MICEに関する取組の抜本的強化 〈取組対象の抜本的拡大〉 〈MICE戦略・強化都市への多面的支援〉 〈MICEの受入環境整備〉
2) 外国人ビジネス客の取り込み強化 〈訪日アクセス等の利便性向上〉 〈ビジネス環境の整備〉
3) IR（統合型リゾート）についての検討

資料：観光立国推進関係会議資料をもとに（公財）日本交通公社作成

(2) インバウンド観光の振興政策

●外国人旅行者向け消費税免税制度の改正

「平成26年度税制改正の大綱」（13年12月24日閣議決定）において外国人旅行者向けの消費税免税制度の改正が決まった（表V-1-2）。14年10月より、免税対象品目が拡大する他、免税手続きについても簡素化された。改正に合わせて観光庁は14年10月1日現在の免税店舗数を公表した。14年4月時点で5,777店舗であった免税店舗数は10月1日時点で9,361店舗にまで拡大した。

さらに、平成26年12月30日「平成27年度与党税制改正大綱」に従って、地方の商店街や物産センター、クルーズふ頭などにおける免税店の拡大に向け、消費税免税制度の拡充が決まった。主な拡充点は次の通りである。ともに15年4月1日より制度が開始された（表V-1-3）。

●災害時における訪日外国人旅行者への情報提供

観光庁は13年度に「災害時における訪日外国人旅行者への情報提供のあり方に関するワーキンググループ」を設置し、自然災害の多い日本において訪日外国人旅行者が安心して旅行することのできる環境を整えるための検討をしてきたが、その成果として14年10月に下記の方針などを定めた。

1) 観光・宿泊施設向け「自然災害発生時の訪日外国人旅行者への初動対応マニュアル策定ガイドライン」

主に観光・宿泊施設の事業者に対して、各施設が作成している緊急時の初動対応マニュアルに、訪日外国人旅行者対応を盛り込む際のガイドラインを示したものである。大規模災害発生時の緊急時における訪日外国人旅行者向けの初動対応に関して、①訪日外国人旅行者に関する基礎知識、②訪日外国人旅行者に対する初動対応内容、③平常時から取り組むべき準備、④訪日外国人旅行者への情報提供の仕方、についての説明がなされている。

2) 自治体向け「訪日外国人旅行者の安全確保のための手引き」

地域防災計画などに訪日外国人旅行者への対応を記載するための指針が整理されている。

3) 外国人旅行者向けプッシュ型情報発信アプリ「Safety tips」

日本国内における緊急地震速報および津波警報を英語で通知するプッシュ型情報発信アプリ。また、周囲の状況に照らした避難行動を英語で示した避難フローチャートや周りの人から情報を得るためのコミュニケーションカード、災害時に必要な情報を収集できるホームページリンク集など、訪日外国人旅行者および在住している外国人向けに災害時に役立つさまざまな機能が盛り込まれている。

●宿泊施設の情報提供の現状・課題と今後の方向性の取りまとめ

観光庁では外国人旅行者を対象にした宿泊施設の情報提供のあり方について検討を行ってきた。その結果が14年5月に発表された（表V-1-4）。

表V-1-2 消費税免税制度の改定概要

	2014年9月30日まで	2014年10月1日から
免税対象品目	通常生活の用に供する物品	左記の通常生活の用に供する物品に加え、食品類、飲料類、たばこ、薬品類、化粧品類等の消耗品
免税対象外品目	食品類、飲料類、たばこ、薬品類および化粧品類並びにフィルム、電池その他消耗品	—
免税対象となる購入金額	1店舗当たり（税抜）10,001円以上	生活用物品（既存免税対象品目）は1店舗当たり（税抜）10,001円以上、消耗品（新規免税対象品目）は1店舗当たり（税抜）5,001円以上50万円以下
その他注意事項	—	新規免税対象品目は、旅行中に消費されないように、店舗にて定められた方法で包装する。購入者は購入後30日以内の国外への持ち出しを購入誓約書において誓約することが必要

資料：観光庁ホームページをもとに（公財）日本交通公社作成

表V-1-3 消費税免税制度の拡充

拡充点①	第三者への免税販売手続の委託を可能とし、一括カウンターを設置を実現
	免税販売手続を第三者に委託することを前提とした、新たな免税店許可制度（手続委託型輸出品販売場制度）を創設する。ただし、免税手続を委託できるのは、以下の商店街や物産センター、ショッピングセンターに限る。また、一括カウンターでは、店舗を超えて購入金額の合算を可能とする。 〈対象となる店舗〉 ・商店街振興組合の組合員が経営する店舗 ・中小企業等協同組合の組合員が経営する店舗 ・大規模小売店舗の施設内にある店舗 ・一棟の建物内にある店舗
拡充点②	外航クルーズ船の寄港時にふ頭へ免税店を臨時出店する手続きを簡素化
	クルーズふ頭（クルーズ船の接岸岸壁や旅客船ターミナル等）への免税店の臨時出店の許可申請を簡素化

資料：観光庁ホームページをもとに（公財）日本交通公社作成

表V-1-4 宿泊施設の情報提供のあり方（方針）

現状・問題意識	<ul style="list-style-type: none"> ・宿泊業界にとって外国人旅行者（特にFIT層）の取り込みは必須で、FIT層に響く効果的な情報発信が必要 ・しかし、長年旅行会社からの送客に頼ってきたため、集客のために自ら情報発信をする意識は低く、効果的な情報発信をしている施設は少ない
今後の方向性	<ol style="list-style-type: none"> 1) FIT層のニーズ把握と関係者間での共有 2) 宿泊事業者の意識改革の推進 3) 宿泊施設に関する情報発信の強化・改善 <ul style="list-style-type: none"> ・我が国の多様な宿泊施設の全体像を整理・一覧化し、JNTOホームページに基本情報を「窓口サイト」として開設 ・旅館の認知度を高め、本質を正しく理解してもらい、宿泊先として選択されるよう「旅館ブランド」を構築して海外に発信 ・宿泊業界団体は自らの情報発信を市場環境の変化に併せて改善・強化する。また、会員に対してはセミナーやマニュアル作成を通じて情報発信に対する意識改革を進める ・地方自治体や観光協会が中心となって観光情報と宿泊施設情報を連動させ、外国人旅行者の当該地域への滞在を推進 ・各宿泊施設は、施設の基本設備やサービス内容について外国人旅行者が必要な情報を容易に入手し、施設間で比較しやすいように共通フォーマットで情報提供を行う ・情報発信に対する関係者の意識を向上させるため、効果的な情報発信を行っている主体に対する表彰などを検討する

資料：観光庁ホームページをもとに（公財）日本交通公社作成

●科学的・合理的な分析による戦略的プロモーション実施

14年4月に観光庁内に新設された「マーケティング戦略本部」において、初めて外部専門家の知見を取り入れて、より科学的・合理的な分析に基づいた「市場別訪日プロモーション方針」を策定した。具体的には、従来の主要ターゲットであった「ボリューム層」に加え、「潜在的ボリューム層」や「将来的ボリューム層」も主要ターゲットに位置づけることとした。また、事業成果などを科学的に検証し、ターゲット層の絞り込みや効果的な訴求コンテンツについての見直しを図ることにより、PDCAサイクルを強化することとした。これらの見直しを経て、国籍・地域別の訪日プロモーション方針を定めた。一例を示すと表V-1-5の通りとなる。

●さまざまな新規検討会の開催

訪日外国人旅行者の受入環境整備のため、13年度末・14年度はさまざまな検討会や協議会が新たに設置され、議論がなされた。主なものは表V-1-6の通りである。

●外国人観光客案内所の認定

12年度から開始している外国人観光案内所認定制度について、前述のアクション・プログラム2014に基づき、観光庁と国土交通省道路局が連携して「道の駅」における訪日外国人旅行者の観光案内機能の向上を図るため、63件の認定を行った（認定機関はJNTO）。カテゴリー別の内訳はカテゴリー2が1件（熊本県「道の駅 阿蘇」）、カテゴリー1が52件、パートナー施設が10件であった（表V-1-7）。

●アクション・プログラム2015の策定

観光立国を実現するにあたっては、訪日外国人数の伸びにのみ着目するのではなく、地域の経済活性化や雇用の創出など地方創生への貢献、国際相互理解の増進など、観光立国の多様な意義について、国民運動的な広がりを持って議論を深め、相互の文化慣習への理解を含めた受入意識の醸成を図っていくことが求められるという認識と2020年東京オリンピック・パラリンピックの開催を踏まえ、観光立国推進閣僚会議は15年6月に「観光立国実現に向けたアクション・プログラム2015-『2000万人時代』早期実現への備えと地方創生への貢献、観光を日本の基幹産業へ-」を決定した。これはアクション・プログラム2014に続くものであり、より一層強力で観光立国を進めて行く姿勢を示している。

表V-1-5 国籍・地域別の訪日プロモーション方針

国籍・地域	主要ターゲット層	ターゲット種別	訴求テーマ
韓国	20～30歳代若者層	最大ボリューム層	大都市及び周辺地方、地方都市への誘客
	家族層	準ボリューム層	幅広い世代で楽しめるスポットや施設体験
	40～60歳代余裕層	潜在的ボリューム層	日本の癒やし
	共通コンテンツ：グルメ、ショッピング、都市景観、自然、歴史・文化		
中国	大都市圏在住の30～40歳代家族層	最大ボリューム層	家族とともに楽しむ多様な日本
	大都市圏在住の1980年代生まれの女性	準ボリューム層	上質な日本の魅力を体験する「旅館」の体験
	教育旅行（中・高校）	将来的ボリューム層	日本の技術体験や日本人との交流

台湾	20～30歳代若者層	最大ボリューム層	新しい観光魅力
	40歳代家族層 教育旅行	準ボリューム層 将来的ボリューム層	3世代の家族旅行 日本人との触れ合い
共通コンテンツ：四季の体感			
香港	30～40歳代家族層	最大ボリューム層	上質の日本の魅力及び日本ならではの体験
	20歳代カップル	準ボリューム層	日本ならではのショッピングと体験
	日本語学習者	潜在的ボリューム層	日本人との交流とポップカルチャーの体験
共通コンテンツ：レンタカーと鉄道で発見する新しい日本の魅力			
タイ	首都圏居住の富裕層	最大ボリューム層	日本の多様性
	首都圏居住の中間所得層	準ボリューム層	「ちょっとした楽しみ」の体験
	首都圏居住の20歳代	準ボリューム層	ビザ免除により「身近に行ける日本」
	地方都市の富裕層	潜在的ボリューム層	「ちょっとした楽しみ」の体験
共通コンテンツ：四季の体感、多様な日本の食文化、温泉体験、多種多様なショッピング			
米国	高所得者層	最大ボリューム層	日本でしかできない極上の体験
	アジア系	最大ボリューム層	地方の魅力の堪能
	中間所得層、国際線通過旅客	準ボリューム層	お得で満足度の高い体験
	親睦団体（大学同窓会、美術館・博物館会員組織等）	将来的ボリューム層	専門的な学び
	日本語学習者	将来的ボリューム層	日本の歴史・文化体験
共通コンテンツ：桜、祭り、日本食、伝統文化、寺社仏閣、体験型ベンチャー			

資料：観光庁ホームページをもとに（公財）日本交通公社作成

表V-1-6 新たに設置された検討会・協議会

第1回会議開催月	検討会・協議会名
14年02月	外国人目線による旅客自動車運送事業等における利用環境改善方策検討会
14年09月	トランジット旅客の訪日観光促進協議会
14年12月	通訳案内士制度のあり方に関する検討会
14年12月	手ぶら観光促進協議会
15年01月	スノーリゾート地域の活性化に向けた検討会
15年01月	OTAガイドライン策定検討委員会
15年02月	世界に誇れる広域観光周遊ルート検討委員会

資料：観光庁ホームページをもとに（公財）日本交通公社作成

表V-1-7 認定された外国人観光客案内所数

	要件	全国認定数	道の駅認定数
カテゴリー3	・全国レベルの観光案内を提供 ・英語のスタッフが常駐かつ英語以外の2言語対応が可能	18	0
カテゴリー2	・広域の観光案内を提供 ・英語のスタッフが常駐等	126	1
カテゴリー1	・地域の観光案内を提供 ・パートタイムや電話通訳等で英語対応が可能等	307	52
パートナー施設	・観光案内を専門としない施設であっても、外国人旅行者を積極的に受け入れる意欲があり、公平・中立な立場で地域の案内を提供 ・パートタイムや電話通訳等で英語対応が可能等	77	10
合計		528	63

資料：観光庁ホームページをもとに（公財）日本交通公社作成

(3) 国内観光地の魅力向上施策

●観光地域ブランドの構築支援

観光庁は13年度より、国内外から選好される国際競争力の高い魅力ある観光地域づくりを促進するため、地域の取組段階に応じた地域独自の「ブランド」の確立を通じて日本の顔となる観光地域の創出に向けた取組を支援している。「観光地域づくりプラットフォーム」を補助対象事業者とした、①観光地域ブランド確立基盤づくり支援、②観光地域ブランド確立支援より構成される。14年度は6団体が補助採択を受けた(表V-1-8)。

●観光圏の追加認定

観光庁は14年7月に新たに4地域の観光圏を認定した(表V-1-9)。新基本方針に基づく観光圏整備実施計画認定地域は、13年に認定された6地域と合わせて計10地域となった。

表V-1-8 観光地域ブランド確立支援事業の補助採択地域

観光地域づくりプラットフォーム名	観光圏名
一般社団法人ふらの観光協会	富良野・美瑛観光圏
一般社団法人八ヶ岳ツーリズムマネジメント	八ヶ岳観光圏
一般社団法人雪国観光圏	雪国観光圏
一般社団法人そらの郷	にし阿波～剣山・吉野川観光圏
公益財団法人佐世保観光コンベンション協会	「海風の国」佐世保・小値賀観光圏
公益財団法人阿蘇地域振興デザインセンター	阿蘇くじゅう観光圏

資料：観光庁ホームページをもとに(公財)日本交通公社作成

表V-1-9 新たに認定された観光圏

観光圏名	所在都道府県	対象市町村
ニセコ観光圏	北海道	蘭越町、ニセコ町、倶知安町
浜名湖観光圏	静岡県	浜松市、湖西市
海の京都観光圏	京都府	福知山市、舞鶴市、綾部市、宮津市、京丹後市、伊根町、与謝野町
豊の国千年ロマン観光圏	大分県	別府市、中津市、豊後高田市、杵築市、宇佐市、国東市、日出町、姫島村

資料：観光庁ホームページをもとに(公財)日本交通公社作成

●ユニバーサルツーリズムに対応した観光地づくり実施地域の募集

観光庁は13年度に取りまとめた「地域の受入体制強化マニュアル」を活用し、地域における受入体制強化に向けた取組を通じ、今後ユニバーサルツーリズムに取り組む地域や受入体制の強化を図る地域の参考となる事例集を作成するため、ユニバーサルツーリズムに対応した観光地づくりを行う地域を募集した結果、3地域が選定された(表V-1-10)。

●観光地域づくりの人材相談を受けるワンストップ窓口の開設

これまで、各省庁でそれぞれの観点から集約してきた専門家を観光の観点からさらに有効活用するべく、観光庁では各省庁で作成されたリストなどを取りまとめるとともに、ワンストップで観光関係の相談に対応できる窓口を設置した。ワンストップ窓口では、問い合わせ地域の実情などを踏まえつつ、適切な人材や支援メニューの紹介や、関係省庁への連絡・調整により、手続きがスムーズに進むようサポートする。派遣メニューは表V-1-11の通りである。

表V-1-10 ユニバーサルツーリズムに対応した観光地づくりのモデル地域

条件	実施地域/応募者名
<ul style="list-style-type: none"> 地域におけるユニバーサルツーリズムの受入体制が現在は確立されていないが、14年度中に関係者(行政、観光事業者等)が協働した受入拠点(相談窓口)を担う組織を確立できること。 具体的な取組として、関係者の意識付けを行うセミナーや勉強会の開催、受入拠点を担う組織形態及び受入拠点到求められる人材・体制の検討等を行い、15年度以降STEP 3へ発展する見込みのあること。 	秋田県/旅館ホテル生活衛生同業組合
<ul style="list-style-type: none"> 地域の関係者(行政、観光事業者等)が協働した受入拠点(相談窓口)を担う組織が確立されており、ユニバーサルツーリズムの受入に係る取組を開始・継続できること。 具体的な取組として、地域内のバリア&バリアフリー情報の収集・発信、旅行者等からの相談対応、地域内関係者との連携拡大、運営費の確保等の取組を行い、15年度以降STEP 5へ発展する見込みのあること。 	①大分県別府市、大分市/特定非営利活動法人自立支援センターおおいた ②広島県広島市/株式会社第一ビルサービス、一般社団法人広島まちづくり推進協議会

資料：観光庁ホームページをもとに(公財)日本交通公社作成

表V-1-11 観光地域づくりの派遣メニュー一覧

メニュー名	担当省庁	概要	観光関係登録者数	派遣支援制度の有無
VISIT JAPAN大使	観光庁	外国人旅行者の受入体制に関する「仕組」の構築や外国人に対する日本の魅力の「発信」等、他の関係者の「お手本」となる優れた取組をした人々のデータベース	58人	無
MICEアンバサダー	観光庁	日本への国際会議の誘致・開催実績をもつ、学会・大学教授等の国内主催者のデータベース	12人	無
地域活性化伝道師	内閣官房	地域活性化に向けて意欲的な取り組みを行おうとする地域に対して指導・助言などを行う地域興しのスペシャリストのデータベース	111人	有
地域人材ネット	総務省	先進市町村で活躍している職員や民間専門家を周知するためのデータベース	172人	有
農山漁村活性化支援人材バンク	農林水産省	農山漁村の活性化に取り組む地域に、専門的な知見を有する専門家を紹介するためのデータベース	114人	無
エコツーリズム推進アドバイザー派遣	環境省	エコツーリズムの各分野で活躍している有識者をアドバイザーとして登録	毎年約30人程度	有

資料：観光庁ホームページをもとに(公財)日本交通公社作成

●新たな旅行業制度の検討

観光庁では、13年4月の「観光産業政策検討会提言」を踏まえ、同年9月に旅行産業研究会を設置し、同研究会において、新たな旅行業制度のあり方について幅広く検討してきた。14年5月にその結果を公表した。主に表V-1-12の4点について取りまとめられた。

表V-1-12 新たな旅行業制度の方針

	主な方針
1	インターネット取引の増加や海外OTAの台頭への対応を踏まえて、インターネットによる旅行契約を安心して行うことができるようにするためのガイドラインの策定が必要である
2	高速ツアーバスの事故などを踏まえ、旅行業に係る安全マネジメント制度を構築することが必要である
3	旅行者ニーズの多様性に応え、また地域資源の活用による地域活性化を目指すため、着地型旅行の普及に向けた商品造成の促進・販売経路の拡大の方法を検討する
4	観光新興国の台頭や海外ホテルの取消料の多様化、インターネット普及に伴う旅行商品のキャンセル増といった環境の変化を踏まえ、標準旅行業約款制度を実態に即した形に見直す

資料：観光庁ホームページをもとに（公財）日本交通公社作成

●観光地域経済の「見える化」推進

観光庁では、独自で観光振興を図るための基礎データを整備し、地域の観光の実態把握と課題を抽出する手法の検討に取り組む地域を支援すべく、観光地域経済の「見える化」推進事業の実施を決定した。具体的には、地域が適切な調査・分析手法の調査（例：海外の先進事例など）を行い、地域の行政機関や研究機関（例：大学・地域金融機関）などが連携して、各者が有する観光関連データなどを集計・分析する取組を支援するとともに、その成果については、公表などにより、広く国内に普及させることを目的とする。観光庁は事業の実施にあたり、独自で観光振興を図るための基礎データを整備し、地域の観光の実態把握と課題を抽出する手法の検討に取り組むモデル地域の公募を行い、3月に17の自治体・地域から岩手県平泉町、愛知県蒲^{がまこおり}郡市、京都府京都市、兵庫県、沖縄県名護市の5地域を選定した。

今後は各地域において事業を推進するとともに、観光庁においても有識者・各地域の担当者などをメンバーとする全国研究会（仮称）を設置し、各地域の事業の結果を踏まえつつ、全国に展開できる「見える化」の手法を取りまとめ、普及を図る予定である。

（西川亮）

V-2 他省庁による観光関連政策

各省庁においても観光・集客交流関連施策を実施
日本ブランド構築に向けた各種事業を展開

ここでは、他省庁の観光関連政策として、各省庁公表の資料などから、14年度に新規に事業化された事業を中心にその概要を整理する。

(1) 国土交通省の取り組み

●旅客自動車運送事業等における訪日外国人旅行者の利用促進

訪日外国人旅行者がバス・タクシー・レンタカーを利用して国内のさまざまな観光地に容易にアクセスできるようになれば、旅行の満足度が高まるのみならず、インバウンドによる経済効果が全国各地に波及し、地域のバス・タクシーなどの活性化にもつながるとの考えのもと、バス・タクシーなどにおける外国人旅行者向け利用環境を改善し、地域の活性化を図るための調査を実施した。

●古都における歴史的風土の保存方策等検討調査

京都、奈良、鎌倉などの古都について、歴史的風土を構成する樹林地などの自然的環境の変化や維持管理の担い手不足などの問題を踏まえつつ歴史的風土の保存方策を検討するとともに、奈良県明日香村についても歴史的風土の保存および生活環境の整備などの推進のための方策を検討した。

(2) 内閣官房の取り組み

●先住民族としてのアイヌ文化等の発信

内閣官房長官が座長を務めるアイヌ政策推進会議において、東京オリンピック・パラリンピックが開催される20年度に、アイヌ文化復興などに関するナショナルセンターとして「民族共生の象徴となる空間」を北海道白老町に整備し、一般公開することが閣議決定された(14年6月13日)。体験交流事業および一般公開前の情報発信については、14年度から具体的なプログラムの検討が進められた。同空間の整備・一般公開によって、一層の外国人来訪者数の増加が見込まれ、我が国の民族や文化の多様性を世界に発信するとともに、国際観光や国際親善に寄与することができるようになる。同時に、ハワイの「アロハ」や沖縄の「めんそーれ」のように、アイヌ語のあいさつ「イランカラプテ」(こんにちは)を北海道のおもてなしのキーワードとして普及させることにより、アイヌの伝統・文化の普及と一体となった観光振興の取り組みが展開される。

(3) 内閣府・警察庁の取り組み

●地域住民生活等緊急支援のための交付金

「地域住民生活等緊急支援のための交付金」は、14年12月27日に閣議決定された国の「地方への好循環拡大に向けた緊急経済対策」に新規に盛り込まれた交付金で、15年1月9日に閣議決定された。2月に成立した国の平成26年度補正予算において、地域の消費喚起など景気の弱い部分にスピード感をもつて的を絞った対応をすることを目的とするもの(①)、地方が直面する構造的な課題への実効ある取り組みを通じて地方の活性化を促すこと(②)を目的に創設されたものである。その内容は以下の通りである。

①地域消費喚起・生活支援型

地方公共団体(都道府県および市町村)が実施する、地域における消費喚起策やこれに直接効果を有する生活支援策に対し、国が支援するもので、事業規模は2,500億円である。対象となる事業は、地方公共団体が策定する実施計画に定めた事業で、プレミアム付商品券(域内消費)、ふるさと名物商品券・旅行券(域外消費)などがメニュー例として提示されている。

②地方創生先行型

地方公共団体(都道府県および市町村)による地方版総合戦略の早期かつ有効な策定と、これに関する優良施策などに対し、国が支援するもので、事業規模は1,700億円である。対象となる事業は、地方版総合戦略の策定、地方版総合戦略における「しごとづくりなど」の事業である。

地方公共団体が事業設計を自由に行うこととするとともに、明確な政策目標のもと、客観的な指標の設定やPDCAの態勢整備を求める交付金で、基礎交付(1,400億)は、人口、財政力指数などに基づく配分、上乗せ交付金(300億)は、地方版総合戦略に基づく事業など内容に優れたものに対して配分するという基本運用スタンスがとられている。

●プローブ情報の活用による災害時の交通情報サービス環境の整備

「適切な災害関連情報の収集・提供」を行うため、民間プローブ情報の活用などにより多様な情報収集・提供手段を確保する。具体的には、警察が交通情報収集装置で収集した情報とカーナビメーカーが保有する民間プローブ情報を警察庁で地方融合するシステムを整備する。

(4) 文部科学省(文化庁)の取り組み

●世界遺産普及活用・推薦のための事業推進

世界文化遺産の推薦件数が1年1件に限られている。また、諮問機関の審査が厳しくなっている。そうしたなか、本事業は、海外専門家との情報交換などを通じ、専門的・技術的に十分な推薦準備を行うことで、我が国の推薦資産の世界遺産リスト

への確実な登録を促進するとともに、我が国が誇るさまざまな文化遺産の国内外への発信力強化を図ることを目的とする。

具体的には、我が国の推薦案件を確実に世界遺産登録へつなげるため、世界遺産委員会や専門家会合に出席し、情報収集、審査傾向の分析などを行った（「世界遺産普及活用・推薦のための事業推進」）。また世界遺産暫定リストに記載された文化遺産などを『日本遺産 (Japan Heritage)』という呼称で、国内外に発信するにあたっての手法などについて調査研究を行った（「日本遺産魅力発信推進事業」）。

●文化遺産を活かした地域活性化事業

我が国の「たから」である地域の多様で豊かな文化遺産を活用した、伝統行事・伝統芸能の公開、後継者養成、古典に親しむ活動や、子どもたちが親とともに地域の伝統文化に触れる体験事業など、特色ある総合的な取り組みを支援することで、文化振興とともに地域活性化を推進することを目的とするものである。11年度より開始し、13年度に「文化遺産を活かした観光振興・地域活性化事業」から本事業名へと改称された。

都道府県・市町村が策定する、地域の文化遺産を活用した地域活性化を推進する特色ある総合的な取り組みに関する計画に基づいて実施する事業について、文化庁が補助金を交付する。

補助対象事業は、①地域の文化遺産情報発信・人材育成事業、②地域の文化遺産普及啓発事業、③地域の文化遺産継承事業、④地域の文化遺産記録作成、調査研究事業、⑤その他（地域の文化遺産を活かした地域活性化に資すると認められる事業）の6事業を対象としており、14年度は、全国で327事業が採択された（市区町村282件、県44件、広域連合1件）。

(5) 厚生労働省の取り組み

●実践型地域雇用創造事業

地方公共団体の産業振興施策や各府省の地域再生関連施策などとの連携のもとに、市町村が設置した当該地域の経済団体などの関係者から構成される地域雇用創造協議会が提案した雇用対策に係る事業構想のなかから、コンテスト方式により選抜。「雇用創造効果が高いと認められるもの」「波及的に地域の雇用機会を増大させる効果が高く地域の産業及び経済の活性化等に資すると認められるもの」を提案する協議会に対して、その事業の実施を委託するものである。

14年度は、第1次採択で17地域、第2次採択で4地域の合計21地域を決定した。

(6) 農林水産省の取り組み

●日本食・食文化魅力発信プロジェクト

20年の東京オリンピック・パラリンピックの開催や和食のユネスコ無形文化遺産登録が決まったことなどを受け、世界各国の日本に対する注目度は高まりつつある。国内外において日本食・食文化の普及・拡大に係る取り組みを総合的・戦略的に推進し、日本食・食文化の一層の理解深化と農林水産物・食品

の輸出促進につながるよう「日本食・食文化魅力発信プロジェクト」を実施。主な内容として以下を挙げる。

①日本食・食文化普及推進総合対策

「海外向けのプロジェクト」として、海外の料理界での日本食文化の活用を促進するために、料理学校で日本食講座の開設を、日本の食文化・食産業を海外展開するために日本食文化週間や日本食レストランウィークなどを実施した。さらに、農林水産物・食品を輸出するために、海外の外食事業者団体が主催する見本市への出展など。「国内向けのプロジェクト」では、消費者や食関係者を対象としたセミナー・シンポジウムを実施した。

②日本の食魅力再発見・利用促進事業

「全国レベルでの国産農林水産物・食品の消費拡大」に向けて、イベントの開催や異業種と連携した取り組みを、「地域の農林水産物の活用促進」に向けて、食モデル地域における商品開発や販路開拓、人材育成や学校給食における地場食材の利用拡大、商談会の開催や商品拡大促進フェアを実施した。

●美しい農村再生支援事業

過疎化・高齢化による集落の活力低下や、潜在力はあるが十分に活用されていない農業資源の存在とその老朽化の進行、そして、農村の歴史的景観や伝統などに対する都市住民のニーズの高まりや、農業資源の魅力の再構築と地域活性化の機運の高まりを受けて、農村の棚田や疏水などの有する美しい景観や伝統などの総合的な価値を農村の付加価値として新たによみがえらせ、農業・農村の活性化を図る取り組みを支援することを目的とするものである。

年間60地域で、農村の総合的な価値の再生・継承に向けた取り組みを実施することを政策目標としており、①農村の価値の向上・継承を図るソフト事業、②残したい農村資源の保全・復元するハード事業に対して支援を行う。対象は、日本の棚田百選、疏水百選のうち法律に基づく景観保全などに取り組む地区、国際機関が認定した世界農業遺産。都市住民が参加する田植え・収穫祭、花祭りの開催、観光客訪問、外国人訪問、地域製品の販売促進が効果として期待されている。

●地域材利活用倍増戦略プロジェクト

空港施設などの公共建築物の木造化・内装木質化に向けた設計段階からの技術支援などや日本の木の文化や豊かな森林資源の継承・発信、木材利用への理解促進に向けて、木づかい、木育を推進する。

(7) 経済産業省・中小企業庁の取り組み

●JAPANブランドプロデュース支援事業

日本の各地には世界に通用する可能性がある商材を有する中小企業があるものの、中小企業が単独で海外販路を開拓するにはさまざまなハードルがある。そこで、海外のニーズやライフスタイルなどを熟知する「プロデューサー」と中小企業がチームを組んで海外需要獲得を目指すプロジェクトを支援することで、中小企業の海外販路の拡大などを後押しするのが本事業（MORE THANプロジェクト）である。14年度は、78件の応募があり、16件が採択された。

●地域産業資源活用事業計画の認定

「中小企業による地域産業資源を活用した事業活動の促進に関する法律（中小企業地域資源活用促進法）」の規定に基づき、経済産業局長が「地域産業資源活用事業計画」を認定するものである。認定を受けると、①新事業活動促進支援補助金（地域資源活用売れる商品づくり支援事業）、②日本政策金融公庫による低利融資、③中小企業信用保険法の特例等の支援措置等を受けることができる。

地域経済の活性化および地域中小企業の振興のため、地域資源を活用した新商品・新役務の開発や販路開拓に意欲的に取り組む中小企業を支援するもので、14年度は、全国で54件の計画が認定された。

(8) 環境省の取り組み

●日本の国立公園と世界遺産を活かした地域活性化推進費

観光資源として極めてポテンシャルの高い国立公園や世界遺産の自然を活かして、国内外から多くの観光客を呼び込み、地域を活性化するために、以下の4事業を実施した。

①戦略的な情報発信推進事業

国立公園などの素晴らしい風景地情報などを、利用者の各ニーズに応える情報として、インターネットや多言語化したパンフレットなどを活用し、国内外に戦略的に発信するために、情報提供サービス向上ガイドライン策定調査や我が国の国立公園

のブランド化方策検討調査、国立公園を核とした情報発信モデル事業などを実施した。

②日本の国立公園・世界自然遺産保護管理強化事業

国の資産である、国立公園、さらには世界遺産として、貴重な自然環境に対する質の高い保護管理を実施する。自然遺産登録4地域について順応的な保全管理を実施するとともに、新たな世界自然遺産の検討などを行う「遺産地域等貴重な自然環境保全推進事業」「国立・国定公園の海域適正管理強化事業」などを実施した。

③国立公園等地域活性化促進連携事業

エコツーリズム、ジオパークの取り組みにおいて、ボランティア体制や協働型管理運営体制を導入することにより、地域とともに利用推進。「国立公園等地域連携プログラム強化事業」として、国立公園指定80周年等記念行事開催や国立公園の自然教育フィールドへの活用を促進。「国立公園協働型管理運営体制強化事業」として、協働型管理運営体制構築のための指針の作成や地域と協働して国立公園管理運営に係る情報整理などを実施した。

④地域自然資源活用重点整備運営事業

（国立公園バリューアップ事業）

重点的な施設の整備と運営管理の充実を図り、自然資源を生かした観光の促進と地域の活性化を推進した。

（後藤健太郎）

V-3 都道府県による観光政策

平成26年度で成果があったのは「国際観光の振興」
 平成27年度も「国際観光の振興」が重点分野
 多くの都道府県が「ふるさと旅行券」や
 「広域観光周遊ルート形成促進事業」に関与
 観光分野における連携も積極的に推進
 課題は、人員不足、財源不足、受入体制整備など

当財団では平成26(2014)年度、観光庁(協力)、大学、民間シンクタンクの参画による「都道府県・政令指定都市観光政策アンケート調査検討委員会」を立ち上げ、都道府県・政令指定都市における観光の位置づけや施策、事業内容など、観光政策の“質的な現状”の分析を行う調査「都道府県及び政令指定都市の観光政策に関するアンケート調査」を実施した(結果の一部を『旅行年報2014』に記載)。

平成27(2015)年度においても、「都道府県・政令指定都市観光政策アンケート調査検討委員会」のもと、「都道府県及び政令指定都市の観光政策に関するアンケート調査」を実施し、「平成26年度の観光政策、重点施策」「平成27年度の観光政策、重点施策」「国際観光の振興(インバウンド)」「観光連盟・協会等への対応」「観光分野の連携の現状」などの把握を行った。ここでは、都道府県の観光政策について、調査結果の一部を紹介する(表V-3-1、表V-3-2)。

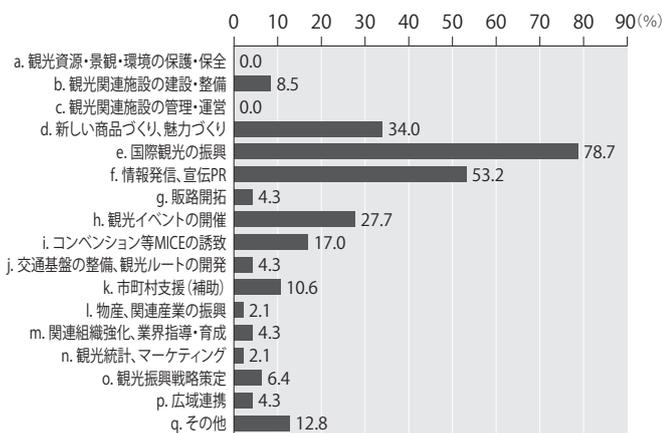
※記載されているデータは速報ベース(精査前)のものであり、今後の精査次第で最終結果が異なってくる可能性がある。

(1) 平成26年度の観光政策、重点施策

●特に成果のあった分野(図V-3-1)

「e.国際観光の振興」(78.7%)が最も多く、次いで「f.情報発信、宣伝PR」(53.2%)、「d.新しい商品づくり、魅力づくり」(34.0%)となっている。

図V-3-1 特に成果のあった分野(複数回答、n=47)



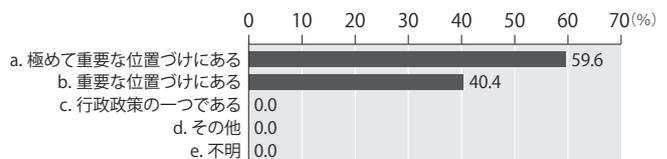
出所：都道府県・政令指定都市観光政策アンケート調査検討委員会(事務局：(公財)日本交通公社)

(2) 平成27年度の観光政策の位置づけ

①観光政策の位置づけ図(V-3-2)

「a.極めて重要な位置づけにある」が59.6%で最も多く、「b.重要な位置づけにある」は40.4%となっている。

図V-3-2 平成27年度の観光政策の位置づけ(単数回答、n=47)



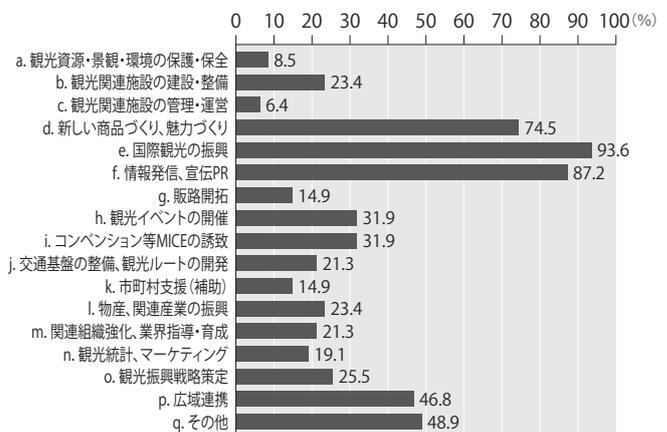
出所：都道府県・政令指定都市観光政策アンケート調査検討委員会(事務局：(公財)日本交通公社)

②平成27年度の重点分野

●特に重点的に取り組む分野(図V-3-3)

「e.国際観光の振興」(93.6%)が最も多く、次いで「f.情報発信、宣伝PR」(87.2%)、「d.新しい商品づくり、魅力づくり」(74.5%)となっている。

図V-3-3 平成27年度に特に重点的に取り組む分野(複数回答、n=47)

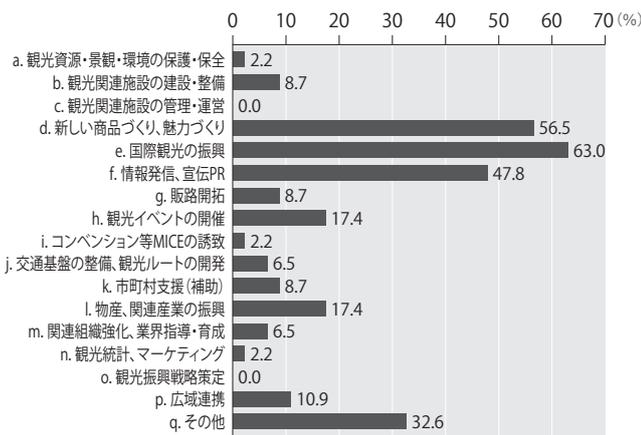


出所：都道府県・政令指定都市観光政策アンケート調査検討委員会(事務局：(公財)日本交通公社)

●平成26年度補正予算にて特に重点的に取り組む分野(図V-3-4)

「e.国際観光の振興」(63.0%)が最も多く、次いで「d.新しい商品づくり、魅力づくり」(56.5%)、「f.情報発信、宣伝PR」(47.8%)となっている。

図V-3-4 平成26年度補正予算にて特に重点的に取り組む分野（複数回答、n=46）

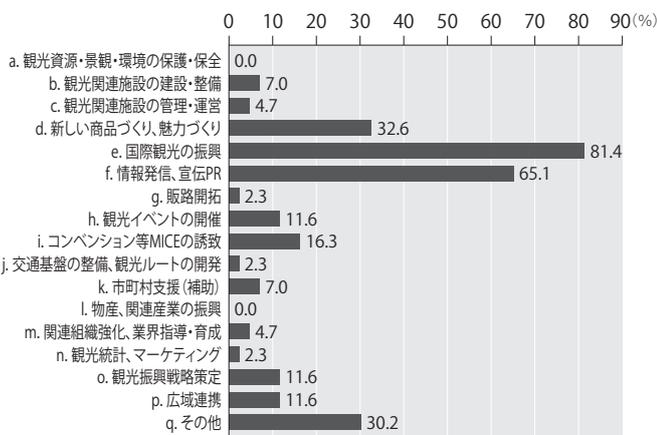


出所：都道府県・政令指定都市観光政策アンケート調査検討委員会（事務局：（公財）日本交通公社）

●平成27年度事業予算（平成26年度補正予算事業は除く）にて特に重点的に取り組む分野（図V-3-5）

「e.国際観光の振興」（81.4%）が最も多く、次いで「f.情報発信、宣伝PR」（65.1%）、「d.新しい商品づくり、魅力づくり」（32.6%）となっている。

図V-3-5 平成27年度事業予算にて特に重点的に取り組む分野（複数回答、n=43）



出所：都道府県・政令指定都市観光政策アンケート調査検討委員会（事務局：（公財）日本交通公社）

③地方創生事業への取り組み

●「地域住民生活等緊急支援のための交付金事業」への取り組み

<地域消費喚起・生活支援型>

一部の地域を除き、「ふるさと旅行券」（宿泊割引、旅行商品割引、観光・体験施設割引、宿泊者向けの土産品割引など）に取り組んでいる。この他では、物産品や特産品の購入を奨励するための購入割引券などの事業に取り組んでいる地域もある。

<地方創生先行型>

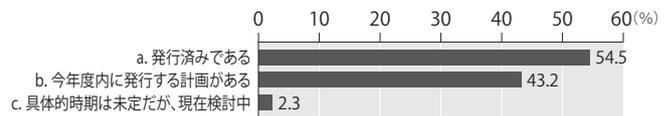
プロモーションや情報発信、および観光地づくりや受入整備の事業として活用する地域が多い。この他では、旅行商品などへの支援・助成、人材育成、免税販売促進、バリアフリーなど

に取り組む地域も見られる。

●ふるさと旅行券等の発行時期（発行済みもしくは発行計画・予定のある場合）（図V-3-6）

「a.発行済みである」（54.5%）が最も多く、次いで「b.今年度内に発行する計画がある」（43.2%）、「c.現在検討中」（2.3%）となっている。

図V-3-6 ふるさと旅行券等の発行時期（単数回答、n=44）

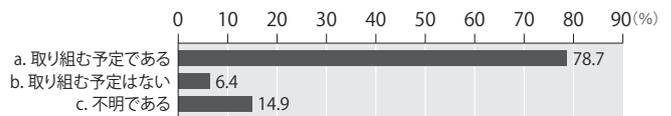


出所：都道府県・政令指定都市観光政策アンケート調査検討委員会（事務局：（公財）日本交通公社）

④広域観光周遊ルート形成促進事業への取り組み（図V-3-7）

「a.取り組む予定である」（78.7%）が最も多く、「c.不明である」は14.9%、「b.取り組む予定はない」は6.4%となっている。15年6月12日に認定された7ルートに属する地域では取り組みを進めており、今回応募しなかった地域においても今後の取り組みを検討しているところがある。

図V-3-7 広域観光周遊ルート形成促進事業への取り組み予定（単数回答、n=47）

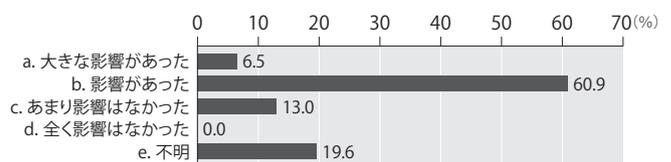


出所：都道府県・政令指定都市観光政策アンケート調査検討委員会（事務局：（公財）日本交通公社）

⑤免税対象品の拡大による影響（図V-3-8）

「b.影響があった」（60.9%）が最も多く、「a.大きな影響があった」（6.5%）と合わせると7割弱となる。影響の内容としては、「セミナーや研修会を開催したことにより、免税店の拡大につながった」「今後も免税店を拡大していきたい」「免税手続きのワンストップ化やシステム整備への支援等を進める」などの声が聞かれた。

図V-3-8 免税対象品の拡大による影響の内容および対応策（単数回答、n=46）



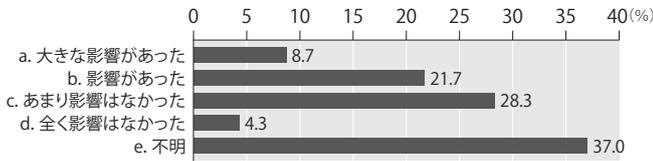
出所：都道府県・政令指定都市観光政策アンケート調査検討委員会（事務局：（公財）日本交通公社）

⑥北陸新幹線開業による観光政策への影響（図V-3-9）

「e.不明」が37.0%で最も多く、影響を計りかねている地域が多いようである。「a.大きな影響があった」「b.影響があった」の合計は30.4%で、距離的・時間的に競合する東北地域や沖縄では危機感を抱き、関東の北陸新幹線沿線地域などでは北陸などからの観光客の増加に期待する声が上がっている。北陸

地域では、15年10月に始まる北陸DC（デスティネーションキャンペーン）に期待がかかる。

図V-3-9 北陸新幹線開業による観光政策への影響
(単数回答、n=46)

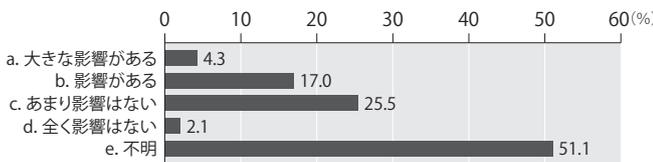


出所：都道府県・政令指定都市観光政策アンケート調査検討委員会（事務局：（公財）日本交通公社）

⑦北海道新幹線開業による観光政策への影響（図V-3-10）

「e.不明」が51.1%で最も多く、開業前であり、また部分的な開通であることから、判断がつかねる地域が多いようである。「a.大きな影響がある」「b.影響がある」の合計は21.3%で、北海道新幹線沿線地域では「観光地づくりや受入整備などに積極的に取り組む」との意見が聞かれ、接続する東北新幹線沿線地域では北海道からの観光客の誘致に期待がかかる。その一方で、観光客が北海道に流れることで危機感を抱いている地域も見られる。

図V-3-10 北海道新幹線開業による観光政策への影響
(単数回答、n=47)

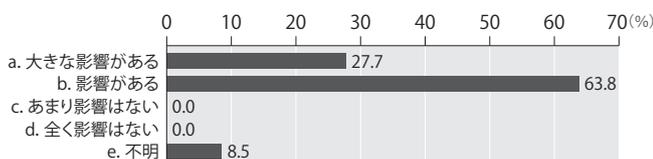


出所：都道府県・政令指定都市観光政策アンケート調査検討委員会（事務局：（公財）日本交通公社）

⑧2020年（平成32年）オリンピック・パラリンピック東京大会による観光政策への影響（図V-3-11）

「a.大きな影響がある」「b.影響がある」を合わせると91.5%で、「c.あまり影響はない」「d.全く影響はない」はいずれも0%であり、ほとんど全ての地域に何らかの影響が及ぶと認識されているようである。特に、オリンピック・パラリンピックを契機に訪日外国人観光客の増加が見込まれるとの意見が多く、「海外プロモーションの強化」「受入整備の推進」「東京からの誘客」などを検討する地域が全国的に見られる。また、開催前の合宿誘致を目指す地域もある。

図V-3-11 平成32年オリンピック・パラリンピック東京大会による観光政策への影響（単数回答、n=47）



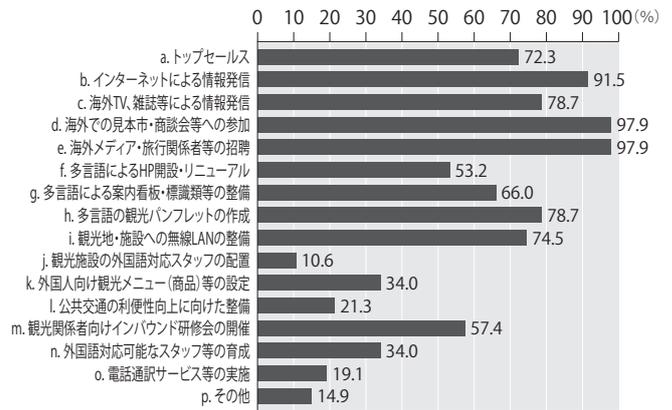
出所：都道府県・政令指定都市観光政策アンケート調査検討委員会（事務局：（公財）日本交通公社）

(3) 国際観光の振興（インバウンド）への取り組み

●国際観光の振興を目的に平成27年度に実施する予定の事業（図V-3-12）

「d.海外での見本市・商談会等への参加」および「e.海外メディア・旅行関係者等の招聘」がいずれも97.9%で最も多く、次いで「b.インターネットによる情報発信」（91.5%）、「c.海外TV、雑誌等による情報発信」「h.多言語の観光パンフレットの作成」（いずれも78.7%）となっている。多様な手段を用いて国際観光の振興を目指す様子が見えてくる。

図V-3-12 平成27年度に実施する予定のインバウンド事業
(複数回答、n=47)

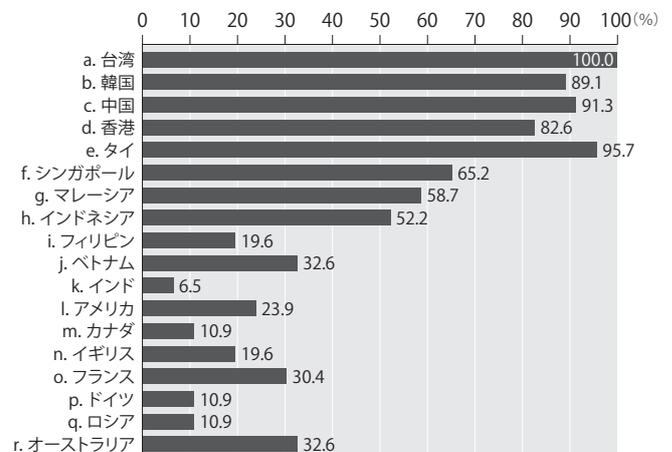


出所：都道府県・政令指定都市観光政策アンケート調査検討委員会（事務局：（公財）日本交通公社）

●ターゲットとする国・地域（図V-3-13）

「a.台湾」（100.0%）は回答のあった都道府県全てにおいてターゲットとなっている。次いで「e.タイ」（95.7%）、「c.中国」（91.3%）、「b.韓国」（89.1%）、「d.香港」（82.6%）となっている。地域別に見ると、東アジアが多く、次いで東南アジア、オーストラリア・アメリカ・欧州となっている。

図V-3-13 ターゲットとする国・地域（複数回答、n=46）



出所：都道府県・政令指定都市観光政策アンケート調査検討委員会（事務局：（公財）日本交通公社）

●ターゲットとして注目している理由（国・地域別）

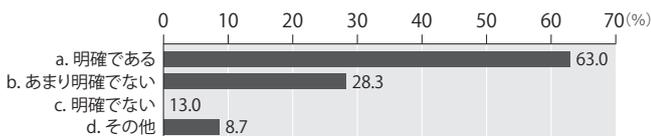
ターゲットとして注目する理由について、上位5カ国・地域を見ると、台湾では「訪日客数（もしくは訪都道府県客数）が多く、今後も増加が期待される」「親日的である」「リピート率が高い・個人客にシフトしている」「国際線の定期便が就航している（もしくは定期便化を目指している）」「旅行単価が高い」「まんがコンテンツを活用した誘客が実施できる」など、タイでは「市場が成長している（成長著しい）」「訪日旅行ブームが継続している」「訪日短期滞在ビザの緩和や航空座席数の増加が寄与している」「親日的である」「消費額が大きい」「県産品の輸出が好調で誘客が見込める」「観光素材に対するニーズが高い」など、中国では「定期便が就航している」「人口規模が大きく、富裕層も拡大している」「今後も増加が期待される」「免税店舗拡大（爆買い）が期待される」「スキープームが訪れている」など、韓国では「定期便が就航している」「訪都道府県客数が最も多い」「訪日旅行需要が高い」「友好交流を締結している」「現地事務所がある」など、香港では「宿泊客数が多い」「リピーターが増えており、地方への誘客が期待できる」「観光客数が増加傾向にある」「定期便が就航している」「他のアジアや世界の華僑市場にも強い情報発信力を有する」「親日的である」「消費額が多い」が挙げられている。

(4) 観光連盟・協会などへの対応

●業務上の役割分担（図V-3-14）

「a.明確である」（63.0%）が最も多く、次いで「b.あまり明確でない」（28.3%）となっている。比較的役割は分担されているようである。

図V-3-14 観光連盟・協会等との役割分担（単数回答、n=46）

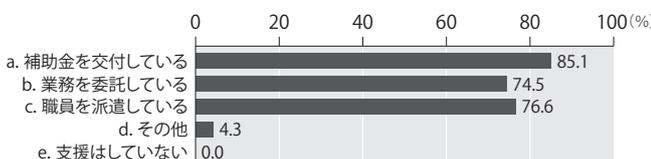


出所：都道府県・政令指定都市観光政策アンケート調査検討委員会（事務局：（公財）日本交通公社）

●実施している支援策（図V-3-15）

「a.補助金を交付している」（85.1%）が最も多く、次いで「c.職員を派遣している」（76.6%）となっている。さまざまなタイプの支援が行われている様子が見えらる。

図V-3-15 観光連盟・協会等に対して行っている支援策（複数回答、n=47）



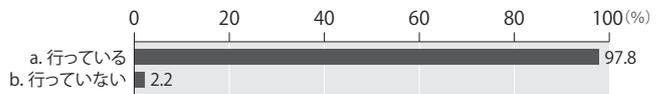
出所：都道府県・政令指定都市観光政策アンケート調査検討委員会（事務局：（公財）日本交通公社）

(5) 観光分野における連携の現状

●連携の実施状況（図V-3-16）

「a.行っている」が97.8%で、「b.行っていない」は2.2%となっている。

図V-3-16 観光分野における連携の現状（単数回答、n=46）

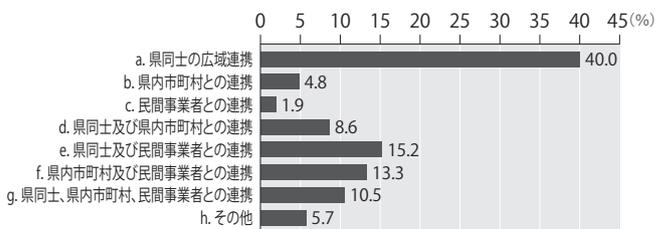


出所：都道府県・政令指定都市観光政策アンケート調査検討委員会（事務局：（公財）日本交通公社）

●連携のタイプ（図V-3-17）

各都道府県で最大3つまで挙げてもらった連携について、そのタイプをまとめると、「a.県同士の広域連携」（40.0%）が最も多く、次いで「e.県同士及び民間事業者との連携」（15.2%）「f.県内市町村及び民間事業者との連携」（13.3%）、となっている。同じ立場にある県同士の結びつきが目立つ。

図V-3-17 観光分野における連携のタイプ（単数回答、n=105*注）

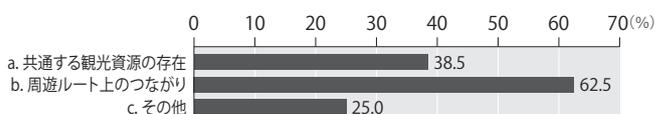


出所：都道府県・政令指定都市観光政策アンケート調査検討委員会（事務局：（公財）日本交通公社）

●連携に至った背景・理由（「行っている」のみ）（図V-3-18）

「b.周遊ルート上のつながり」（62.5%）が最も多く、次いで「a.共通する観光資源の存在」（38.5%）、「c.その他」（25.0%）となっている。

図V-3-18 観光分野における連携に至った背景・理由（複数回答、n=104*注）

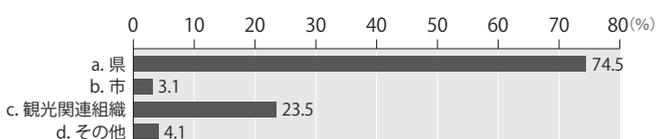


出所：都道府県・政令指定都市観光政策アンケート調査検討委員会（事務局：（公財）日本交通公社）

●連携の事務局組織（「行っている」のみ）（図V-3-19）

「a.県」（74.5%）が最も多く、次いで「c.観光関連組織」（23.5%）、「b.市」（3.1%）となっている。県同士の広域連携が多いことが反映されている。

図V-3-19 観光分野における連携の事務局組織（複数回答、n=98*注）

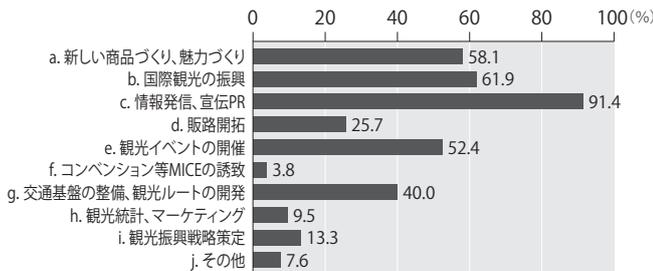


出所：都道府県・政令指定都市観光政策アンケート調査検討委員会（事務局：（公財）日本交通公社）

●観光分野の連携における活動の概要（「行っている」のみ）
（図V-3-20）

「c.情報発信、宣伝PR」（91.4%）が最も多く、次いで「b.国際観光の振興」（61.9%）、「a.新しい商品づくり、魅力づくり」（58.1%）となっている。一方、「f.コンベンション等MICEの誘致」（3.8%）や「h.観光統計、マーケティング」（9.5%）においては、あまり連携が行われていない。

図V-3-20 観光分野の連携における活動の概要
（複数回答、n=105*注）

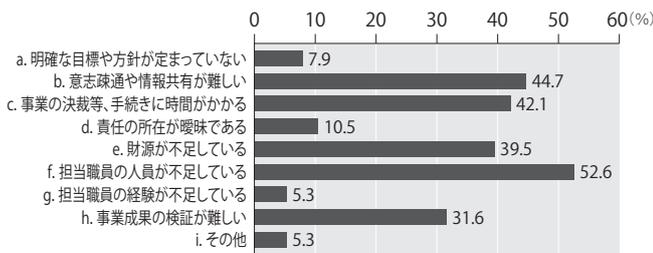


出所：都道府県・政令指定都市観光政策アンケート調査検討委員会（事務局：（公財）日本交通公社）

●連携における課題（「行っている」のみ）（図V-3-21）

「f.担当職員の人員が不足している」（52.6%）が最も多く、次いで「b.意思疎通や情報共有が難しい」（44.7%）、「c.事業の決済等、手続きに時間がかかる」（42.1%）、「e.財源が不足している」（39.5%）となっている。人員や財源などの物理面に加え、意思疎通や情報共有などのコミュニケーションにおける課題も見える。

図V-3-21 観光分野の連携における課題（複数回答、n=38）

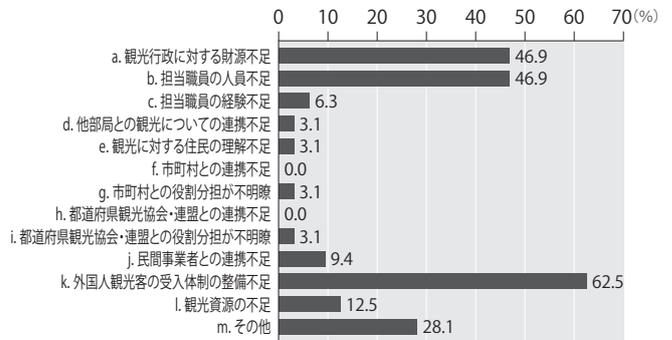


出所：都道府県・政令指定都市観光政策アンケート調査検討委員会（事務局：（公財）日本交通公社）

●観光振興における課題（図V-3-22）

「k.外国人観光客の受入体制の整備不足」（62.5%）が最も多く、次いで「a.観光行政に対する財源不足」「b.担当職員の人員不足」（いずれも46.9%）となっており、国際観光の振興に重点的に取り組む上での課題が露呈されている。

図V-3-22 観光振興における課題（複数回答、n=32）



出所：都道府県・政令指定都市観光政策アンケート調査検討委員会（事務局：（公財）日本交通公社）

*注：n値は基本的に都道府県数（有効回答）としているが、図V-3-17～20のn値については、各都道府県において最大3つまで記載された連携の合計数（有効回答）としている。

（牧野博明）

表V-3-1 平成26年度に特に成果のあった分野、平成27年度の観光政策の位置づけおよび重点的に取り組む分野

都道府県名	平成26年度に特に成果のあった分野											平成27年度の観光政策の位置づけ					平成27年度に重点的に取り組む分野																											
	a. 観光資源・景観・環境の保護・保全	b. 観光関連施設の建設・整備	c. 観光関連施設の管理・運営	d. 新しい商品づくり、魅力づくり	e. 国際観光の振興	f. 情報発信、宣伝PR（IT投資を含む）	g. 販路開拓	h. 観光イベントの開催	i. コンベンション等MICEの誘致	j. 交通基盤の整備、観光ルートの開発	k. 市町村支援（補助）	l. 物産、関連産業の振興	m. 関連組織強化、業界指導・育成	n. 観光統計、マーケティング	o. 観光振興戦略策定	p. 広域連携	q. その他	a. 観光資源・景観・環境の保護・保全	b. 観光関連施設の建設・整備	c. 観光関連施設の管理・運営	d. 新しい商品づくり、魅力づくり	e. 国際観光の振興	f. 情報発信、宣伝PR（IT投資を含む）	g. 販路開拓	h. 観光イベントの開催	i. コンベンション等MICEの誘致	j. 交通基盤の整備、観光ルートの開発	k. 市町村支援（補助）	l. 物産、関連産業の振興	m. 関連組織強化、業界指導・育成	n. 観光統計、マーケティング	o. 観光振興戦略策定	p. 広域連携	q. その他										
北海道				●	●	●	●									●				●	●			●	●					●		●												
青森県				●	●	●									●	●				●	●	●										●		●										
岩手県				●	●	●	●									●				●	●	●	●	●								●		●										
宮城県				●	●	●									●	●				●	●	●										●		●										
秋田県				●	●	●										●				●	●	●	●	●										●										
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				●	●	●										●				●	●	●																		●		●		
富山県				●	●	●										●				●	●	●																		●		●		
石川県				●	●	●										●				●	●	●																		●		●		
福井県				●	●	●										●				●	●	●																			●		●	
山梨県				●	●	●										●				●	●	●																			●		●	
長野県	●			●	●	●										●				●	●	●																			●		●	
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				●	●	●										●				●	●	●																				●		●
合計	0	4	0	16	37	25	2	13	8	2	5	1	2	1	3	2	6	28	19	0	0	0	0	4	11	3	35	44	41	7	15	15	10	7	11	10	9	12	22	23				

出所：都道府県・政令指定都市観光政策アンケート調査検討委員会（事務局：（公財）日本交通公社）

付記

観光研究

ここでは、我が国の観光の発展に寄与する学術面での観光研究の動きを概観する。

(1) 日本国内の観光関連学会

データベース「学会名鑑」(日本学術会議、公益財団法人日本学術協力財団、国立研究開発法人科学技術振興機構)によると、国内主要学術団体(2,002件)のうち、学会名称に「観光」「ツーリズム」「旅行」「リゾート」「余暇」「レジャー」「レクリエーション」「ホスピタリティ」のいずれかの語を含む学会(以下、国内の観光関連学会)は、15年7月現在、合計10団体が存在する(表-付記-1)。

「学会名鑑」に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としては、日本旅行医学会(02年)、観光情報学会(03年)、ものがたり観光行動学会(09年)、国際観光医療学会(10年)、コンテンツツーリズム学会(11年)などがある。いずれも03年の観光立国宣言、さらに07年の観光立国推進基本法の施行、08年の観光庁の設置など、国を挙げての観光政策が活発化した2000年代に相次いで設立されている。

①全国大会

ほぼ全ての観光関連学会で毎年開催される全国大会における14年度テーマについては、空港、癒し、活力、都市観光、エンターテインメント、インバウンド、食、オリンピック・パラリンピック、教育、産官学民の連携、観光人材育成、ホスピタリティなどがキーワードとなっている。

なお、日本観光学会と総合観光学会は、両学会の交流を図り、我が国の観光研究の有機的な連携を模索することを目的として、「2015年度春季全国学術研究大会」(6月)を合同で開催した。その背景には、日本の観光研究が複数の学会に分散し、研究力が十分に結集できていないのではないかといった指摘があるとしている。

②機関誌・学会誌

機関誌・学会誌は、10団体が合計11誌発行している(日本ホスピタリティ・マネジメント学会は2誌発行。うち1誌は英文)。ほとんどが年に1回の発行となっているが、日本レジャー・レクリエーション学会、日本観光研究学会、日本ホスピタリティ・マネジメント学会、観光学術学会は年に2回の発行となっている。

14年度に機関誌・学会誌に掲載された査読付き原著論文(機関誌・学会誌により名称が異なる。『観光学評論』(観光学術学会)は萌芽論文を含む)は、10誌合計69本(1誌当たり平均6.9本)であった。

論文のキーワードを概観すると、世界遺産、産業遺産、カジノ、訪日外国人旅行客、復興博覧会、被災地、文化的景観、ダークツーリズムといった近年話題となっているテーマが取り上げられている他、ホテル、コミュニティ(生活文化、意識、ツーリズム)、ホスピタリティ、パッケージツアー、教育、インターンシップ、持続可能な観光、着地型観光、食といったテーマも散見される。

主な研究対象地としては、国内では富良野(北海道)、一関(岩手県)、大泉町(群馬県)、和歌山県、舞鶴(京都府)、香川県、水俣(熊本県)、与論島(鹿児島県)、那覇・久米島(沖縄県)などが取り上げられており、海外では韓国、オーストラリア、ドイツ、スペイン、イスラエル、タンザニアなどが取り上げられている。

学会誌のデジタル化については、『観光ホスピタリティ教育』(日本観光ホスピタリティ教育学会)に続き、14年度より『観光研究』(日本観光研究学会)がNII(国立情報学研究所)学術情報ナビゲータ「CiNii(サイニイ)」に論文の一部を公開している。また、日本観光学会は創刊号から第50号までの学会誌を電子化(CD-R)した。徐々にデジタル化の動きが進みつつあるが、国内の観光関連学会が引き続き抱える課題の一つとなっている。

新しく設立された学会や査読付き原著論文のキーワードを概観すると、観光へのアプローチが年々、多様化していることがうかがえる。

(2) 科学研究費助成事業における扱い

観光学は、10年度まで科学研究費助成事業における文科としての位置づけがなかったが、11年度から13年度までの時限付き設定を経て、14年度より人文社会系総合人文社会分野のなかに位置づけられることとなった。

なお、14年度については223件の応募があり、68件が採択(直接経費計1億220万円、1件当たりの平均配分額150万3千円)となっている。

(福永香織)

表 付記-1 国内の観光関連学会

	学会名	①設立年	設立目的・趣旨	会長、本部/事務局、支部
		②日本学術会議協力学術研究団体の指定年		
1	日本観光学会 Japan Academic Society of Tourism (JAST) ホームページURL： http://www.kankoga.or.jp/	1960年 設立 2005年11月 指定	観光及び観光事業に関する学術の進歩・普及	【会長】 三橋勇 (宮城大学) 【本部/事務局】 宮城大学内 【支部】 東北・北海道支部、関東支部、中部支部、関西支部、海外支部マレーシアサハ校
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) ホームページURL： http://jslrs.jp/	1964年 レクリエーション研究懇談会創設 1965年 日本レクリエーション研究会発足 1971年 日本レクリエーション学会発足 1991年 日本レジャー・レクリエーション学会に改称 1981年3月 指定 1993年9月 再登録	レジャー・レクリエーションに関する調査研究を促進し、レジャー・レクリエーションの普及・発展に寄与する。	【会長】 鈴木秀雄 (関東学院大学) 【本部/事務局】 早稲田大学 前橋明研究室内 【支部】 なし
3	余暇ツーリズム学会 The Association for Leisure and Tourism Studies ホームページURL： http://www.leisure-tourism.com/	1973年 日本余暇学会設立 1981年 活動休止 1996年11月 活動再開 2001年 ツーリズム学会設立 2012年 日本余暇学会とツーリズム学会が統合 2008年1月 指定	【日本余暇学会】 社会学、教育学、観光学、経営学、経済学、政治学等の諸学問分野の協力による総合的な研究。科学的な研究体系の構築。諸学問分野にあつて余暇問題に関心を寄せる研究者が、相互に研究成果を検討し、研究の発展を図る。 【余暇学会とツーリズム学会の統合の狙い】 近年、産業面でも研究面でも進展著しい「ツーリズム」という領域を余暇研究の重要な分野として明確に位置づけて余暇研究の深化・拡大を図り、余暇に関わる基礎研究においても、また、ツーリズム以外の研究領域についても、さらなる前進を果たす。	【会長】 飯嶋好彦 (東洋大学) 【本部/事務局】 東洋大学 国際地域学部国際観光学科内 【支部】 なし
4	日本観光研究学会 Japan Institute of Tourism Research (JITR) ホームページURL： http://www.jitr.jp/	1986年 日本観光研究者連合設立 1994年 日本観光研究学会に改称 1996年9月 指定	○観光に関する研究とその連絡提携および促進を図り、もって観光研究の発展に貢献する。 ○会員相互の研鑽と協力とによって、観光に関する理論と学術的体系の整備を推進するとともに、21世紀における観光ならびにリゾートのあり方について指導的役割を果たすことを意図した活動を展開する。 ○観光に対する“学術的研究”をさらに推進するとともに、観光研究における“国際交流”と“学際交流”を促進することを課題とする。	【会長】 村上和夫 (立教大学) 【本部/事務局】 立教大学 観光学部内 【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)
5	日本国際観光学会 Japan Foudation for International Tourism (JAFIT) ホームページURL： http://www.jafit.jp/	1993年 設立 2002年8月 指定	国際観光が社会・経済・文化面で世界的にその重要性を増しつつあるの、この分野における学術的研究を推進しその基本理論や事業手法の確立および普及を図り、もって国際観光の望ましい発展に貢献する。	【会長】 松岡俊志 (東洋大学) 【本部/事務局】 千代田区日本染色会館3階 【支部】 なし
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) ホームページURL： http://www.hospitality.gr.jp/	1992年 日本ホスピタリティ研究会が学会設立準備委員会として発足 活動開始 1995年 日本ホスピタリティ学会として独立 1997年 日本ホスピタリティ・マネジメント学会に改称 1999年9月 指定	○地域産業、地域行政、情報通信、レジャー・観光、医療・介護、社会福祉、環境、教育文化等の富利・非富利の分野において、関係者間の相互交流、相互連携を重視する「ホスピタリティ」の視点からマネジメントの研究を行う。 ○組織関係者相互の力を活かす合う快適な環境を整備し、社会が評価する新たな価値を創造するマネジメントの研究を行う。 ○組織関係者が相互関係を築き、相互作用を促進し、相互補完を行って、プラスの相乗効果を生み出すマネジメントの研究を行う。	【会長】 高橋武秀 (一社) 日本自動車部品工業会) 【本部/事務局】 新宿区八ツ橋ビル4階 【支部】 関東支部、関西支部、九州支部
7	総合観光学会 The Japan Society for Interdisciplinary Tourism Studies ホームページURL： http://www.afz.jp/~skankou/	2001年 設立 指定あり	○専門分野を超えた総合観光学の確立 ○観光地域の持続可能な発展を支える役割を担う。	【会長】 山下晋司 (帝京平成大学) 【本部/事務局】 日本大学 商学部内 【支部】 なし
8	観光まちづくり学会 The Society of Tourism and Community Design ホームページURL： http://www.kankou-m.jp/	2001年 設立 2009年6月 指定	○観光まちづくりに関する学術の進歩および普及 ○従来の「観光研究」の視点を、専門領域にとらわれることなく、総合科学的な「観光まちづくり研究」に発展させ、時代の要請に応える。	【会長】 長谷川明 (八戸工業大学) 【本部】 八戸工業大学 長谷川研究室 【事務局】 (一社) 岩手県土木技術センター内 【支部】 北海道支部 (2008年～)
9	日本観光ホスピタリティ教育学会 The Japanese Society of Tourism and Hospitality Educators (JSTHE) ホームページURL： http://jsthe.org/	2002年 設立 2007年9月 指定	観光並びにホスピタリティ教育に関する研究とその連絡提携および促進を図り、もって観光並びにホスピタリティ教育の振興に貢献する。	【会長】 小畑力人 (追手門学院大学) 【本部/事務局】 杏林大学 外国語学部内 【支部】 なし
10	観光学術学会 Japan Society for Tourism Studies ホームページURL： http://jsts.sc/	2012年 設立 2014年4月 指定	観光学の学術的発展と普及を図る。	【会長】 橋本和也 (京都文教大学) 【本部/事務局】 (有) 地域・研究アシスト事務所内 (大阪府) 【支部】 なし

注：データベース「学会名鑑」(日本学術会議、公益財団法人日本学術協力財団、国立研究開発法人科学技術振興機構、http://gakkaikajst.go.jp/gakkai/control/toppage.jsp) に収録されている国内の主要学術団体 (2,002件) のうち、学会名称に「観光」「ツーリズム」「旅行」「リゾート」「余暇」「レジャー」「レクリエーション」「ホスピタリティ」のいずれかの語が含まれる学会を「国内の観光関連学会」として抽出した。

会員数、会員構成	活動内容	学会誌（機関誌）、大会論文集
○正会員 259名 ○準会員 18名 ○法人会員 3団体 (2014年4月現在)	○全国大会の開催（年2回春・秋、基調報告、研究発表、総会、シンポジウム） →日本観光学会・総合観光学会2015年度春季全国学術研究大会合同開催 （2014年度テーマ：空港と観光客誘致） ○海外の大学・研究機関との国際学術交流（ジョイント・シンポジウム） ○ワークショップ、研究発表、シンポジウム ○機関誌の発行（『日本観光学会誌』、年1回）創刊号から第50号までの「日本観光学会誌CD」が完成（2014.7） ○情報誌の発行（『とらへろじい』、年2回→休刊） ○学会賞の授与 ○提言（2004年に「真の観光立国へ25の提言」を国土交通省へ提出）	【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） （2014年度：第55号 論文5本、研究ノート3本、調査・資料1本、書評1本） 【大会論文集】 『研究発表要旨集』（年2回）
○正会員 381名 ○購読会員 17件 (2014年3月現在)	○学会大会（年1回、特別講演、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、表彰） ○研究会・講演会等の開催 ○機関誌の発行（『レジャー・レクリエーション研究』） ○学会ニュースの発行（年2～3回） ○学会賞の授与（日本レジャー・レクリエーション学会賞（学会賞、研究奨励賞、支援実践奨励賞、貢献賞）、2007年～） ○研究の助成（研究助成制度、2011年～） ○内外の諸団体との連絡と情報の交換（世界レジャー機関、全米レクリエーション・公園協会との情報交換、ホームページのリンク等）	【学会誌】 『レジャー・レクリエーション研究』 （1992年～、年2回） （前身『レクリエーション研究』1965～1991年） （2014年度：第74号 第44回学会口頭発表要旨25本、ポスター発表抄録16本他） 【大会論文集】 なし（学会誌に発表要旨を掲載）
○正会員（大学院博士後期課程在籍者も含む）211名 ○賛助会員 5名 ○準会員（学生・大学院修士課程/博士前期課程学生）39名 (2015年7月現在)	○学会大会の開催（年1回、エクスカーショ、統一論題発表、基調講演、研究発表等） （2014年度テーマ：癒しと活力） ○研究会・分科会の開催（テーマ・ブロック別、2006年まで47回開催、以降は不定期開催） ○研究誌の発行（『余暇ツーリズム学会誌』） ○ニュースレターの発行（年4回） ○図書の編集（『余暇学を学ぶ人のために』『余暇事業論—多様化する余暇事業の未来予測』等、合計4冊） ○受託研究 ○会員の研究活動支援	【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年～2013年） （2014年度：第2号 論文7本、研究ノート7本、報告1本） 【大会論文集】 （2014余暇ツーリズム学会大会研究報告予稿集 自由論題13本）
○一般会員 932名 ○賛助会員 4団体 ○特別会員 7団体 (2015年5月末現在)	○全国大会の開催（年1回、講演会、シンポジウム、研究発表） （2014年度テーマ：都市観光とエンターテインメント） ○総会の開催（年1回、講演、ポスターセッション、学会賞表彰、シンポジウム） ○研究分科会、研究懇話会（年2回、1月と7月）の開催 ○支部・地域懇話会の開催 ○機関誌の発行（『観光研究』） ○会報の発行（『学会報』、年4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～） ○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） （2014年度：VOL26 No.1 論文6本/VOL26 No.2 論文7本） 【大会論文集】 『全国大会学術論文集』 （1986年～、年1回）
○正会員 372名 ○学生会員 47名 ○賛助会員 2名 (2015年3月末現在)	○全国大会の開催（年1回、基調講演、研究発表） （2014年度テーマ：インバウンドの研究・政策そして実践～地方からの発信～） ○例会の開催（研究発表、講演、年5回） ○産学協同セミナー「ツーリズム・フォーラム」の開催（年6回、2003年～） ○国内外でシンポジウム開催 ○論文集の発行（『日本国際観光学会論文集』） ○会報の発行（年4回） ○教科書・学術書の出版（『新版 旅行業入門』『観光学大辞典』等） ○懸賞論文の実施（太田記念国際観光懸賞論文） ○国際観光研修旅行の実施 ○国際観光に関する学術調査および研究 ○内外の企業、団体、個人よりの委託研究 ○関連学会、協会との連絡および交流	【学会誌】 『日本国際観光学会論文集』 （1993年～、年1回） （2014年度：第22号 論文14本、研究ノート8本、調査報告8本） 【全国大会梗概集】 2001年～ 年1回発行
○正会員 258名 ○準会員 7名 (2014年9月現在)	○全国大会の開催（年1回、研究発表、年次総会、シンポジウム） （2014年度テーマ：観光・食におけるホスピタリティ） ○研究専門部会の開催（適宜） ○ホスピタリティ・コンベンションの開催（年1回、2008年まで） ○研究発表会（各支部それぞれ年2回） ○学会誌の発行 （『HOSPITALITY』『International Journal of Japan Academic Society of Hospitality Management』） ○図書・報告等の発行 ○学会賞の授与（日本ホスピタリティ・マネジメント学会大賞等） ○内外の学会、その他関連団体と連絡	【学会誌】 『HOSPITALITY』 （1993年～2012年度：年1回、2013年～：年2回） （2014年度：22号 論文7本/23号 論文7本） 『International Journal of Japan Academic Society of Hospitality Management』 （2012年～、年1回（2013年は年2本）） （2014年度：Vol.2 No.2 論文3本） 【大会論文集】 なし
180名 (2015年7月現在)	○全国学術研究大会の開催（年2回、研究発表、シンポジウム、特別講演、パネルディスカッション、視察研究） ○学会誌の発行（『総合観光研究』） ○会報の発行 ○海外の研究者との交流 ○研究成果を著書として発刊 ○観光関連の文献・データの収集	【学会誌】 『総合観光研究』 （2002年～、年1回） （2013年度：第12号 論文5本、研究ノート2本） 【大会論文集】 なし
○正会員 108名 ○学生会員 2名 ○名誉会員 2名 ○法人会員 3社 (2014年10月末現在)	○役員会、総会の開催 ○研究発表会の開催（年1回） ○講演会、講習会の開催 ○調査研究、視察会の開催 ○学会誌の発行（『観光まちづくり学会誌』） ○学会賞の授与（学術論文賞・優秀発表賞）	【学会誌】 『観光まちづくり学会誌』 （2003年～、年1回） （2014年度：第12号 論文4本、研究ノート2本） 【大会論文集】 なし（学会誌に発表要旨を掲載）
○正会員 147名 ○準会員 9名 ○特別会員 1団体 ○名誉会員 3名 (2015年7月現在)	○全国大会の開催（年1回、講演、シンポジウム、研究発表・教育実践報告、ワークショップ） （2014年度テーマ：オリンピック・パラリンピック教育と観光ホスピタリティ教育） ○シンポジウムの開催（年1回） ○研究会の開催（年1～4回） ○機関誌の発行（『観光ホスピタリティ教育』） ○学術論文集の発行（『全国大会論文集』） ○学会報の発行（年3回程度） ○外国諸団体との交流 ○研究の奨励と研究業績の表彰	【学会誌】 『観光ホスピタリティ教育』 （2006年～、年1回） （2014年度：第8号 論文1本、教育実践報告1本、書評3本、大会報告、総会報告） 【大会論文集】 『全国大会論文集』 （年1回）
○正会員（一般）274名 ○正会員（院生）62名 ○準会員 6名 (2015年5月現在)	○全国大会の開催（年1回、特別講演、シンポジウム、総会、一般研究発表、学生ポスターセッション） （2014年度テーマ：フォーラム『産官学民の連携に基づく観光人材育成』に関する理論の構築に向けてシンポジウム「ホスピタリティへの問い」） ○研究会の開催 ○機関誌の発行（『観光学評論』） ○ニュースレターの発行 ○学会賞の授与（著作賞、論文賞、教育・啓蒙著作賞など8種、2013年度～） ○図書等の刊行 ○観光学の研究調査 ○国内外の学術団体、学会との連絡・交流	【学会誌】 『観光学評論』 （2012年度～、年1回/2013年度～、年2回） （2014年度：第2巻2号 特集論文3本、萌芽論文1本、書評2本/第3巻1号 特集論文4本、書評2本） 【大会論文集】 『全国大会発表要旨集』 （2012年度～、年1回）

資料：データベース「学会名鑑」、各学会ホームページ、各学会への聞き取り調査から（公財）日本交通公社作成（2015年7月現在）

資料編

資料-1	旅行年表	190
資料-2	付属統計表	194

資料-1 旅行年表

(2014年1月～9月)

月日	一般社会・海外情勢
1.4	南極観測船「しらせ」が3年ぶりに昭和基地沖に接岸 越冬用燃料や1年分の食料品などを搬入
1.27	財務省発表、2013年の貿易収支、過去最大1兆4,745億円の赤字
1.29	理化学研究所発生・再生科学総合研究センター、iPS細胞よりも簡単・安全な万能細胞「STAP細胞」を開発と発表
2.4	世界的株安、東京株式市場 日経平均株価が4カ月ぶりに1万4,000円台に下落
2.6	第22回 ロシア・ソチ冬季オリンピック・パラリンピック開催、88カ国が参加。来場観客数は予想を大幅に下回る(～2.23)
2.9	東京都知事選挙・投開票 元厚生労働相 舛添要一氏が初当選 投票率46.14%(過去3番目の低さ)
3.5	沖縄県の慶良間諸島、周辺海域を「慶良間諸島国立公園」に指定 新設は27年ぶり、31番目
3.7	日本一高いビル「あべのヒルカス」全面グランドオープン
3.9	国際宇宙ステーション (ISS) に長期滞在中の若田光一宇宙飛行士、日本人初となる船長に就任
3.16	外務省、横田夫妻、北朝鮮に拉致された横田めぐみさんの子 キム・ワンギョンさんとモンゴルで面会と発表
3.31	「ジャンボジェット」で親しまれたB747型機、国内線最後の1機が最終フライト 44年の歴史に幕
4.1	消費税引き上げ、5%から8%へ
4.7	オーストラリアのアボット首相来日。安倍総理と会談し日豪経済連携協定 (EPA) の締結で大筋合意
4.16	韓国の旅客船「セウォル号」、珍島 (チンド) 沖で沈没。乗員乗客数476人のうち死者・行方不明者300人以上
4.23	アメリカ・オバマ大統領3度目の来日。国賓としての初の待遇。日米共同声明出すもTPP (環太平洋経済連携協定) の合意は見送り
4.26	世界遺産委員会の諮問機関である国際記念物遺跡会議 (ICOMOS)、「富岡製糸場と絹産業遺産群」の世界遺産登録を勧告
5.2	韓国・ソウルの地下鉄2号線が停車中の列車に後続車が衝突 200人以上がケガ
5.15	ベトナムで反中デモ激化。南シナ海で中国船とベトナム船衝突で中国とベトナムの関係悪化
5.22	政治的混乱状態のタイで、国軍トップのプラユット司令官がテレビ演説を行いクーデターを宣言
5.23	2016年から8月11日を「山の日」とする改正祝日法、成立
5.25	サッカー女子アジア杯で「なでしこジャパン」初優勝
6.9	財務省発表の国際収支状況によると、外国人旅行者の増加で今年4月の「旅行収支」が44年ぶりに黒字化。同月の黒字額は177億円と過去最大
6.13	2014 FIFA サッカーワールドカップ ブラジル大会開幕 (～7.13)
6.21	群馬県「富岡製糸場と絹産業遺産群」、ユネスコ (国連教育科学文化機関) 世界文化遺産に登録決定、移転で14番目
7.1	沖縄防衛局、米普天間飛行場の辺野古への移転に伴い、滑走路建設予定地にある既存施設の解体を開始
7.2	英科学誌ネイチャーはSTAP細胞論文を撤回したと発表
7.10	イラクのイスラム教スンニ派の過激派組織イラク・シリアのISIL、北部の主要都市モスルなどを制圧
7.17	アムステルダム発ケアラルンプール行きマレーシア航空機、ウクライナ東部のロシア国境近くで墜落。乗員298人全員死亡
7.22	訪日外国人、上半期、過去最高の626万人を上回った
7.31	タイ・プミポン国王、軍事政権・国家平和秩序評議会指名の議員200人承認、立法議会発足
8.1	政府、日本の領海の範囲を決める基点としている「国境離島」のうち、尖閣諸島5島も含め、無名の158島の名称を決定
8.8	WHO、西アフリカで感染拡大中のエボラ出血熱について「世界的な流行の危険性がある」として「国際的な公衆衛生上の緊急事態」を宣言
8.15	パナマ運河開通100周年
8.20	広島市北部の安佐北・安佐南両区で豪雨、土砂崩れや土石流発生。死者72人、行方不明者2人
8.28	アニメーション映画監督の宮崎駿氏にアカデミー賞名誉賞授与を発表。日本人受賞は黒沢明監督以来24年ぶり2人目
9.8	錦織圭選手、テニス全米オープンで準優勝の快挙。四大大会シングルス準優勝は日本人選手初
9.12	理化学研究所発生・再生科学総合研究センターと先端医療センター病院、iPS細胞 (人工多能性幹細胞) から作製した網膜細胞を目の難病患者者に移植する臨床研究の手術実施を発表。iPS細胞を用いた再生医療は世界初
9.18	英北部スコットランドの独立の是非を問う住民投票で独立反対が過半数を占め、イングランドとの連合は維持
9.19	第17回アジア競技大会開催 (韓国・仁川) (～10.4)
9.24	国際機関「世界ジオパークネットワーク」、カナダ会議で熊本県の阿蘇を世界ジオパークに選定。国内では7件目
9.27	長野・岐阜両県境の御嶽山噴火。山頂付近の多くの登山客が死傷 (58人死亡、6人不明)

月日	観光行政
1.17	「明治日本の産業革命遺産～九州・山口と関連地域」の推薦書正式版のユネスコ世界遺産センター提出を閣議決定
1.20	「第13回ASEAN+3観光大臣会合」、マレーシアで開催
1.30	観光庁、第2回「GPSを利用した観光行動の調査分析に関するワーキンググループ」を開催
1.31	観光庁、「観光立国実現に向けた多言語対応の改善・強化のためのガイドライン (案)」を取りまとめ
2.6	観光庁、第1回福島県観光戦略会議を開催
2.14	文化庁、3市町 (郡上市、名古屋市、斑鳩町) の歴史的風致維持向上計画を認定
2.20	観光庁、第1回「外国人目線による旅客自動車運送事業等における利用環境改善方策検討会」を開催
2.27	環境省、環境省グリーン復興プロジェクト「平成25年度東北地方太平洋沿岸地域自然環境調査に関する検討会」を開催
3.2	観光庁、東北観光がんばります！～東日本大震災から3年～シンポジウムを開催
3.5	観光庁、「観光立国実現に向けた多言語対応の改善・強化のためのガイドライン」を策定
3.15	国土交通省、タクシーでの「外国人観光モニターツアー」を実施
3.16	環境省・長崎県・島原市・雲仙市・南島原市、「雲仙国立公園」指定80周年、島原半島世界ジオパークが認定5周年を記念し、「国立公園「雲仙」指定80周年及び島原半島世界ジオパーク認定5周年記念事業キックオフイベント」を開催
3.24	観光庁、インバウンド振興のための国・地域のブランド戦略シンポジウムを開催
3.25	国土交通省、「海洋観光に関するシンポジウム～海洋×観光で地域の魅力を再発見～」を開催
3.26	観光庁、「ユニバーサルツーリズムに対応した観光地づくり (バリアフリー観光地づくり) のための地域の受入体制強化マニュアル」を作成
4.1	観光庁、平成26年度観光地域ブランド確立支援事業の補助を採択
4.8	観光庁、平成26年度ビジット・ジャパン「官民連携事業」において事業化するアイデアを決定
4.9	国土交通省、「まちづくり推進のための大街区化活用に係る執務参考資料」を策定
4.18	国土交通省、「国土交通省2020年オリンピック・パラリンピック東京大会準備本部」第1回会合を開催
5.2	観光庁、「宿泊施設の情報提供の現状・課題と今後の方向性」について取りまとめ
5.15	環境省、「平成26年度生物多様性保全推進交付金 (エコツーリズム地域活性化支援事業)」として22件の事業採択
5.17	第25回ASEAN+3NTOs会合及び第26回世界観光機関 (UNWTO) 東アジア太平洋・南アジア合同地域委員会が開催 (～5.18)
5.21	観光庁、「旅行産業の今後と旅行業法制度の見直しに係る方向性について」を取りまとめ
6.10	内閣官房及び農林水産省、首相官邸において「ディスカバー 農山漁村 (むら) の宝」として選定された23地区の農山漁村活性化の優良事例に対する選定証授与式及び意見交換等のための交流会を開催
6.17	観光庁、「観光立国実現に向けたアクション・プログラム2014」を発表
6.18	国土交通省北海道局・北海道開発局、台湾から自転車関係団体及びメディア関係者を招いてアマトリップを実施することを発表
6.24	国土交通省、第1回「日本らしく美しい景観づくりに関する懇談会」を開催
6.25	観光庁、台湾で「Marathon & Cycling JAPAN 2014」を開催
7.4	観光庁、新たに4地域 (ニセコ、浜名湖、海の京都、豊の国千年ロマン) を観光圏に認定
7.4	観光庁、平成26年度「市場別訪日プロモーション方針」を策定
8.5	観光庁、ビジット・ジャパン官民連携事業としてTokyo Otaku Mode社とExpedia社と連携、特設WEBサイトを作成し訪日キャンペーンを実施
8.29	観光庁、「無料公衆無線LAN整備促進協議会」第1回幹事会を開催
9.5	経済産業省、ナリノ「メゾン・エ・オブジェ2014」に初出展、国指定の伝統的工芸品として日本各地の工芸品を紹介
9.12	観光庁、第1回「トランジット旅客の訪日観光促進協議会」を開催
9.17	国土交通省、第1回「海洋観光・海を身近に懇談会」を開催
9.19	国土交通省、羽田空港の深夜早朝における国際線旅客便の着陸料軽減を発表
9.20	観光庁、シゴゴで開催の国際航空路線商談会 (World Routes 2014) に参加 (～9.23)
9.24	観光庁、ジャパン・トラベル・ウィークを開催 (～9.30)
9.28	農林水産省、第1回「日本食文化の魅力シンポジウム～学問として伝える、和食」を開催

月日	旅行・観光地動向、イベント動向
1.6	だるま市 (群馬県高崎市) 開催 (～1.7)
1.19	第17回全国スイーツマラソンin東京 (東京都品川区) 開催
1.31	長崎ランタンフェスティバル (長崎県長崎市) 開催 (～2.14)
2.5	第65回さっぽろ雪まつり (北海道札幌市) 開催 (～2.11)
2.5	第7回東京インターナショナル・ギフト・ショー春2014 (東京都江東区) 開催 (～2.7)
2.22	第8回東京マラソン2014 (東京都新宿区、江東区他) 開催
2.27	第24回ゆうばり国際ファンタスティック映画祭2014 (北海道夕張市) 開催 (～3.3)
3.1	第18回東京ガールズコレクション2014SPRING/SUMMER (東京都渋谷区) 開催
3.14	第10回東京・春・音楽祭～東京のオペラの森2014～ (東京都台東区) 開催 (～4.13)
3.20	第6回沖縄国際映画祭 (沖縄県宜野湾市、那覇市他) 開催 (～3.24)
3.20	第3回瀬戸内国際芸術祭2014・春 (香川県香川郡、小豆郡他) 開催 (～4.17)
3.21	瀬戸内しまのわ2014 (広島県・愛媛県) 開催 (～10.26)
3.22	AnimeJapan2014 (東京都江東区) 開催 (～3.23) (※東京国際アニメフェアとアニメコンテンツエキスポが統合)
4.4	第89回高田城百万人観覧会 (新潟県上越市) 開催 (～4.20)
4.10	道後オンセナート2014 (愛媛県) 開催 (～12.31)
4.19	砂の美術館第7期展 (鳥取県鳥取市) 開催 (～2015.1.5)
4.20	ラ・フォル・ジュルネ・新潟2014 (新潟県新潟市) 開催 (～4.27)
4.23	弘前さくらまつり (青森県弘前市) 開催 (～5.6)
4.24	第16回別府アルゲリッチ音楽祭 (大分県別府市、大分市) 開催 (～5.11)
4.29	東京ガールズコレクションin福島2014 (福島県福島市)
4.29	第19回宮崎国際音楽祭 (宮崎県宮崎市) 開催 (～5.18)
5.3	博多どんたく (福岡県福岡市) 開催 (～5.4)
5.3	ひろしまフラワーフェスティバル2014 (広島県広島市) 開催 (～5.5)
5.9	神田祭 (東京都千代田区) 開催 (～5.15)
5.24	第4回東北六魂祭 (山形県山形市) 開催 (～5.25)
5.31	第17回BeerFes東京2014 (東京都目黒区) 開催 (～6.1)
6.4	第23回YOSAKOIソウラン祭り (北海道札幌市) 開催 (～6.8)
6.29	ピエンナラしく第5回全国公算絵画展2014 (茨城県牛久市) 開催 (～7.13)
7.1	博多祇園山笠 (福岡県福岡市) 開催 (～7.15)
7.2	第21回東京国際ブックフェア (東京都江東区) 開催 (～7.5)
7.16	第35回霧島国際音楽祭 (鹿児島県霧島市) 開催 (～8.3)
7.24	天神祭 (大阪府大阪市) 開催 (～7.25)
7.24	第18回FUJI ROCK FESTIVAL '14 (新潟県湯沢町) 開催 (～7.26)
8.1	大地の芸術祭 越後妻有アートトリエンナーレ (新潟県十日町市、津南町) 開催 (～8.31)
8.2	青森ねぶた祭 (青森県青森市) 開催 (～8.7)
8.2	第15回ROCK IN JAPAN FESTIVAL 2014 (茨城県ひたちなか市) 開催 (～8.3/8.9～8.10)
8.3	秋田竿燈まつり (秋田県秋田市) 開催 (～8.6)
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)
8.9	富士山河口湖音楽祭2014 (山梨県南都留郡) 開催 (～8.23)
8.10	サイトウ・キネン・フェスティバル松本 (長野県松本市) 開催 (～9.6)
8.12	徳島市阿波踊り (徳島県徳島市) 開催 (～8.15)
8.15	RISING SUN ROCK FESTIVAL 2014 in EZO (北海道小樽市) 開催 (～8.17)
8.17	第35回草津夏期国際音楽アカデミー&フェスティバル (群馬県吾妻郡) 開催 (～8.30)
8.22	諏訪湖まちなじゅう芸術祭2014 (長野県諏訪市) 開催 (～9.23)
9.1	第4回札幌ブックフェス2013 (北海道札幌市) 開催 (～9.30)
9.4	第22回Sunset Live2014 (福岡県糸島市) 開催 (～9.6)
9.13	六甲ミーツ・アート 芸術散歩2014 (兵庫県神戸市) 開催 (～11.24)
9.18	第24回東京ゲームショー2014 (千葉県千葉市) 開催 (～9.21)

月日	宿泊施設・観光施設等のオープン
1.31	「東芝未来科学館」リニューアルオープン(神奈川県川崎市)
2.7	ザ・リッツ・カールトン京都(134室、京都府京都市)
2.17	ホテルルートイン多賀城駅東(203室、宮城県多賀城市)
2.28	豊岡グリーンホテルモリス(181室、兵庫県豊岡市)
2.28	アパホテル小倉駅前(196室、福岡県北九州市)
3.4	アワーズイン 阪急ツイン館(288室、東京都品川区)
3.7	大阪マリriott都ホテル(360室、大阪府大阪市)
3.7	三井ガーデンホテル大阪プレミア(271室、大阪府大阪市)
3.16	HOTEL AZ 福岡八女店(91室、福岡県八女市)
3.16	箱根ハイランドホテル新館「森のレジデンス」(15室、神奈川県箱根町)
3.17	昭栄館(25室、岩手県大船渡市)
3.20	COREDO室町2、COREDO室町3(東京都中央区)
3.21	街をテーマとしたアトラクションエリア「ハートフルタウン」(東武動物公園内)(埼玉県宮代町)
3.22	サイクリスト専用ホテル「HOTEL CYCLE」(28室、広島県尾道市)
3.25	三井ガーデンホテル京都新町別邸(129室、京都府京都市)
3.30	HOTEL AZ 福岡筑後店(91室、福岡県筑後市)
4.2	コートヤード・バイ・マリオット東京ステーション(150室、東京都中央区)
4.8	グリーンリッチホテル京都駅南(120室、京都府京都市)
4.10	HOTEL AZ 長崎大村店(91室、長崎県大村市)
4.11	アパホテル新橋虎ノ門(153室、東京都港区)
4.14	ホテルルートイン登米(212室、宮城県登米市)
4.14	ホテルグランバハ京都(120室、京都府京都市)
4.18	ラフォーレ倶楽部 箱根強羅 湯の棲(44室、神奈川県箱根町)
4.18	神戸アパマンこどもミュージアム&モール(兵庫県神戸市)
4.22	アパホテル青森駅東(140室、青森県青森市)
4.23	「レゴランドディスカバリーセンター大阪」(大阪府大阪市・天保山マーケットプレイス内)
5.1	静鉄ホテルアジオ沼津(105室、静岡県沼津市)
5.2	UNIZO INN 名古屋栄(252室、愛知県名古屋市中区)
5.2	京湯元 ハトヤ瑞鳳閣(102室、京都府京都市)
5.8	界 日光(33室、栃木県日光市)
5.9	銀座グランドホテル(252室、東京都中央区)
5.17	里山十帖(12室、新潟県南魚沼市)
5.29	東京ディズニーランド「フンス・アボン・タイム」プログラムスタート(千葉県浦安市)
6.1	界 川治(54室、栃木県日光市)
6.1	鶴岡市立加茂水族館リニューアル(山形県鶴岡市)
6.1	鉄道テーマパーク「小坂鉄道レールパーク」(秋田県小坂町)
6.11	アングーズ東京(164室、東京都港区)
6.11	商業施設フロア「虎ノ門ヒルズ」(東京都港区)
6.26	キュービーマヨネーズの体験型施設「マヨテラス」(東京都調布市)
7.1	川根温泉ホテル(47室、静岡県島田市)
7.2	ヒルトン沖繩北谷リゾート(346室、沖縄県中頭郡)
7.6	「山の水族館」リニューアルオープン(北海道北見市)
7.8	宇宙をテーマとしたミュージアム「TeNoQ(テンキュー)」(東京ドームシティ内黄色いビル内)(東京都文京区)
7.14	ホテルルートイン気仙沼(204室、宮城県気仙沼市)
7.17	東京ディズニーランドの新アトラクション「スティッチ・エンカウンター」(千葉県浦安市)
7.26	ホテルオリオン モトブ リゾート&スパ(238室、沖縄県国頭郡)
7.31	ホテルルートイン釜石(193室、岩手県釜石市)
8.1	ホテル龍名館お茶の本水本(9室、東京都千代田区)
8.1	ホテルピースアイランド宮古島 市役所通り(98室、沖縄県宮古島市)
8.10	ホテルルートイン小野(204室、兵庫県小野市)
8.28	ホテルルートインいわき駅前西館(97室、福島県いわき市)
8.28	複合商業施設「赤れんがテラス」(北海道札幌市)
9.1	伊豆高原「象牙と石の彫刻美術館」移転オープン(静岡県伊東市)
9.1	くれたけインプレミアム静岡駅前(156室、静岡県静岡市)
9.15	センチュリオンホテル 池袋(147室、東京都豊島区)
9.19	ホテルフォルツァ長崎(175室、長崎県長崎市)
9.26	ホテルマイステイズ羽田(174室、東京都大田区)
9.30	ロイヤルパークホテル ザ 羽田(313室、東京都大田区)

月日	交通・運輸
1.1	JRグループ、「京都デスティネーションキャンペーン」「京の冬の旅キャンペーン」を実施(～3.23)
1.14	ジェットスター・ジャパン、ミニストップに設置されているマルチメディア端末「MINISTOP Loppi」で国内線航空券の販売を開始
1.16	ANAホールディングス、ハラルフードの世界最大手であるクアラルンプールの「アラビム・ホールディングス」と、機内食事業に関する業務提携に合意
2.11	日本とカンボジアおよび日本とラオス、航空当局間の意見交換で、それぞれ2国間の枠組みの新規設定などで暫定合意
2.20	日本とオーストリア、航空当局間の協議において、成田路線を含むオープンスカイに合意
2.27	国土交通省航空局、14年夏期スケジュールから増加する羽田空港の昼間時間帯の国際線発着枠について、未使用枠をITCチャーターで活用できるようにすることを決定
3.1	中国国際航空、関空/大連/天津線に就航。関空/天津の路線開設は2002年以来12年ぶり
3.8	マレーシア航空クアラルンプール発北京行きMH370便、南シナ海の上空で消息不明に
3.11	観光庁、クルーズ運航する国内外の船会社を対象に、日本各地の寄港地からアクセス可能な観光スポット情報を提供する特設ページ「CRUISE PORT GUIDE OF JAPAN」開設
3.15	JR四国、「鉄道ホビートレイン」の運行を開始
3.23	京福電気鉄道、車庫開放型のイベント「らんでんフェスタ2014」を開催
3.25	JTB、春秋航空の日本法人である春秋航空日本に出資。春秋グループとの連携強化により日本、中国、東アジア市場の交流人口の拡大および日本各地の活性化を目指す
3.29	三陸沿岸道路 八戸・久慈自動車道(八戸南環状道路)・八戸JCT～八戸是川ICが開通
3.30	羽田空港、国際線発着枠増枠(6万回から9万回)
3.30	セブパシフィック航空、成田、中部/マニラ線を開設
4.1	消費税引き上げに伴い、JRおよび私鉄各社が運賃を変更。高速道路料金改定
4.1	JRグループ、「新潟デスティネーションキャンペーン - うまさぎしり新鳥 彩(いろ)とどりの春めぐり」を実施(～6.30)
4.4	第41回「道の駅」登録で16カ所が追加(総数1,030件)
4.5	東日本大震災発生後3年1カ月ぶりに、被災した三陸鉄道南リアス線(6日)と北リアス線(6日)の全線での運行を再開
4.12	JR東日本、花巻～釜石間でSL銀河の運行開始
4.15	日本とブラジル、航空当局間の協議において、コードシェアの枠組みを完全に自由化することで合意
4.22	東京メトロと東京都交通局、外国人旅行者および首都圏(1都7県)以外からの旅行者を対象とする「Tokyo Subway Ticket」の発売開始
4.25	和歌山電鐵の鉄道施設5件、国の登録有形文化財に登録
4.30	ジェットスター航空、成田/メルボルン線を週4便で開設
5.1	鳥取県・島根県・岡山県・JR西日本、外国人旅行者を対象とした「JRウエストレールバス(山陰・岡山エリアバス)」の発売を開始(～2015.3.31)
5.2	JR東日本、「越乃Shu×Kura」の運行を開始
6.14	JRグループ、「山形デスティネーションキャンペーン - 山形日和」を実施(～9.13)
6.17	エアー航空(長榮航空)、那覇/桃園(台北)間に新規就航
6.26	エイチ・アイ・エスのチャーター専門航空会社アジア・アトラティック・エアラインズ、成田/フランクフルト/バンコク間と成田/シェムリアップ/バンコク間で定期チャーターの運航を計画する発表
6.27	エアアジアX、国土交通省から外国人国際航空運送事業の経営許可を取得。運航開始予定日は9月11日、成田/バンコク、関空/バンコク線を運航する計画
7.1	パニラ・エア、成田/奄美大島線を開設
7.18	春秋航空、関西/天津線を開設。関西/重慶線を開設(7.19)
7.18	JR東日本、福島～新庄間を中心とした山形新幹線区間にてリゾート新幹線「とれいゆ つばさ」の運行を開始
7.23	JAL、一部路線で日本の国内線で初めてインターネットサービス提供開始
7.26	JR四国、松山～伊予大洲・八幡浜間で「伊予灘ものがたり」の運行を開始
8.1	MIATモンゴル航空、羽田/ウランバートル間でスケジュールチャーターを運航(～10.25)
8.1	春秋航空日本、運航開始、成田/高松、広島、佐賀を就航
8.7	豊橋鉄道、夏休みイベント「市内電車の営業所見学と運転体験」を開催
8.10	イランのセイヤン航空小型旅客機、テヘラン・メヘラーバード国際空港を離陸直後に墜落
9.4	関西国際空港開港20周年
9.14	JRグループ、「和歌山デスティネーションキャンペーン - 和み、和らぐ。和歌山から始まる旅。」を実施(～12.13)
9.24	ティーウェイ、大分/仁川線を開設
9.25	日本とバンコク間、航空当局間協議で成田空港乗り入れ枠組みの拡大およびコードシェア枠組みの自由化に合意

月日	旅行業
1.4	阪急交通社、ハイキング・トレッキング・登山のツアーを集約した情報誌「旅あるこう」を創刊
1.6	クラブツーリズム、宇宙旅行を専門に扱う子会社「クラブツーリズム・スペースツアーズ」を設立
1.16	日本旅行、オンライン旅行説明会開始を発表
1.22	HIS、「旅先コンシェルジュ」開始
1.24	PTS、黒田官兵衛をテーマにしたチャータークルーズを発売
1.30	阪急交通社、公式ウェブサイトリニューアルオープン
2.7	ANAセールスとリクルートHDが国内旅行の新会社設立
2.10	朝日旅行、女性ひとり参加限定の添乗員が同行するヨーロッパ旅行を販売開始
2.12	日本旅行、W杯日本第1、2試合の応援ツアー販売開始
2.26	JATA、「新しい価値創造への挑戦」をテーマに「JATA経営フォーラム2014」を開催
2.28	JTB、シンガポールの旅行会社ダイナステイを買収
3.5	JTBが春秋航空日本への出資を発表
3.7	KNT、「あべのハルカス」に関西地区では初となる海外旅行専門店をオープン
3.7	JTB、「エースJTB 女子旅つくるプロジェクト姫様 沖縄」発売
3.10	びゅう、寝台列車「カシオペア」チャーターの東北、道南周遊ツアーを発売
3.13	日本旅行、三陸鉄道全線復旧ツアーの発売を発表
3.24	日本旅行、羽田乗り継ぎの欧州ツアーの新設定を発表
4.1	JTBが国内商品事業本部を分社化し、「JTB国内旅行企画」を設立
4.1	楽天、楽天トラベルを簡易吸収合併
4.1	クラブツーリズムと星野リゾート、「星のや 竹富島」に1名1室で宿泊するツアーの販売を開始
4.8	HIS、インドネシアに特約店、現地法人と業務提携を発表
4.17	ウィラートラベル、JAL航空券と宿泊のセット商品を初設定
4.17	JTB首都圏、横浜にウェディング専門店をオープン
5.1	社員の遠足バスの手配ミス問題でJTB中部に観光庁が立入検査
5.13	ANAセールス、本社オフィス隣に顧客専用ラウンジ「ワンダーラウンジ」を開設
5.29	JTB、カード型旅行券による旅行商品のウェブ予約、オンライン決済を開始
5.31	クラブツーリズム、海洋散骨模擬体験ツアーを実施
6.1	HIS、ケーボンケイタイサイトを刷新
6.3	JR東日本とJAL、両社のグループ会社を通じて台湾で旅行会社を共同運営していくことについて合意を発表
6.4	JTBコーポレートセールス、CSV開発機構に参画を発表
6.18	楽天トラベル、岐阜県・NEXCO日本と連携し「清流の国ぎふ」をめぐる旅キャンペーン2014夏を開始
6.18	JTB、UNWTO本部(マドリッド)へ日本人として初めての派遣職員に同社社員が決定したと発表
6.24	HIS、ラゲージ蒲郡の事業承継決定を発表
7.1	JTB、旅行検索・予約アプリ「ボケたび」を全国展開、ブラウザ版も開始
7.1	KNT個人、「e信」開始で認知向上キャンペーン、「金の宿」探し
7.1	日本旅行、富岡製糸場観光の宿泊プラン発売、JR付きプランも
7.2	JTBロイヤルロード、富岡製糸場の訪日ツアー、10カ国語に対応可
7.11	楽天トラベル、英語サイト刷新で本格的な多言語化開始、年内20カ国語へ
7.31	JTB関東、富岡製糸場とJR、シャトルバスのセット商品を販売
8.1	HIS、ラゲージ蒲郡運営開始。コンテンツ拡充で秋冬の誘客を目指す
8.1	JTB関東、関東圏の観光情報サイト開設。訪問者増を目指す
8.25	楽天、横浜市と観光客誘致で共同事業。楽天トラベルで魅力発信
8.28	KNT個人、「e信」で比較.comの「手問いらす」と連携
8.28	KNT-CT、訪日個人旅行者向けのポータルサイト開設、新商品も
9.1	HISとANAセールス、訪日旅行の活性化に向けた提携に合意、合併会社設立へ
9.16	ウィラートラベル、東京の旅を提案する「めぐりっふ東京」開設
9.25	日本旅行、教育旅行向けICTソリューションサービス開発
9.25	「ツーリズムEXPO」観光の力に期待して開催。開会式に秋篠宮殿下も臨席。主催者ブースで海外旅行50周年展示、休暇・旅行動向調査も(～9.28)

資料編

(2014年10月～2015年6月)

月日	一般社会・海外情勢
10.7	ノーベル物理学賞、青色発光ダイオードを開発した赤崎勇教授、天野浩教授と中村修二教授3人への授与発表
10.10	東京オリンピック開催50周年
10.11	ノーベル平和賞、パキスタンのマララ・ユスフザイ氏とインドの17歳最年少少女カイラシュ・サティアルティ氏の受賞決定
10.12	長崎がんばらばらばら国体開催(長崎県・諫早市)(～10.22)
10.14	太田国交相、JR東海のリア中央新幹線工事実施計画認可
10.22	正倉院、約100年ぶりの大修理の工事を完了
10.25	WHO世界保健機関、エボラ出血熱の感染者が世界全体で1万141人、死者4,922人に達したと発表
11.10	安倍首相、中国の習近平国家主席と約3年ぶりの首脳会談
11.13	欧州宇宙機関、彗星探査機「ロゼッタ」から放出した着陸用小機「チュリュモフ・グラシム」が彗星表面への着陸成功
11.16	米軍普天間飛行場の辺野古移設に反対の翁長雄志氏、沖縄県知事選で仲井真知事と競って当選
11.17	太平洋クロマグロ、国際自然保護連合で絶滅危惧種に指定
11.20	1～10月訪日外国人人数(推計)1,100万人超え、過去最多
11.22	長野県北部を震源とする強い地震発生。震度6弱を記録
11.27	ユネスコ、無形文化遺産に「和紙 日本の手漉和紙技術」登録
12.4	ニューヨーク外国為替市場で、1ドル＝120円台まで下落
12.16	イスラム武装勢力「パキスタン・タリバン運動」、パキスタン・ペシャワールで軍設立学校を襲撃し銃を乱射
12.17	オバマ米大統領、1961年から断交状態のキューバと国交正常化を進め、ハバナに米大使館設置すると発表
12.19	理化学研究所、STAP細胞は作製できず、いずれの実験も打ち切ると発表。STAP細胞の存在は事実上否定
12.28	インドネシア・スラバヤ発シゲルガボラ行きエアアジア(乗客乗員162人)、インドネシア沖で方向不明
12.30	東京株式市場日経平均株価終値、1万7,450円77銭で14年の取引を終了。年末の終値としては15年ぶりの高値
1.1	リトアニア、ユーロ導入。旧ソ連諸国では3カ国目
1.7	武装グループ、フランスの政治週刊紙「シャルリー・エブド」のバロ本社に侵入し銃を乱射
1.15	日豪経済連携協定(EPA)発効
1.16	アメリカ政府、キューバへの米国人渡航・送金制限緩和
1.20	イスラム過激派組織「ISIL」、ネット上に映像を投稿し、拘束中の薄川通葉氏、後藤健二氏を殺害したとする映像を公開(～1.31)
1.28	スカイマーク、民事再生法適用を申請し受理されると発表
2.4	復興航空、台北市松山空港を離陸直後に墜落
2.9	政府、自民党、農協改革案を正式決定
2.26	イギリス王室ウィリアム王子、初来日。東日本大震災被災地地域の福島県、宮城県訪問(～3.1)
3.2	ワールドラグビー、2019年日本開催のワールドカップ会場12カ所を発表。岩手県釜石市や大阪府大阪市など選定
3.17	関西電力、美浜原子力発電所1、2号機の廃炉を決定。日本原子力発電も敦賀原発1号機の廃炉を決定
3.21	日・中・韓の外相会談が約3年ぶりにソウル市内で開催
3.23	フランス・モン・サン・ミッシェル、ユネスコ世界遺産に登録
3.24	パルセロナ発デュッセルドルフ行き単独旅客ジャーマンウィングスフランス南東部の山中に墜落
3.27	世界文化遺産・国宝姫路城、天守閣の一般公開再開
3.30	成田国際空港開港以来続いた利用者らへの検問廃止
4.11	オバマ米大統領とキューバのラウル・カストロ国家評議会議長、キューバで革命に伴う断交後、初の首脳会談
4.15	福井地方裁判所、高浜原子力発電所3・4号機の再稼働の差し止めを命じる仮処分を決定
4.25	マグニチュード7.8の地震、ネパール中部で発生
5.1	イタリア・ミラノでミラノ国際博覧会開催(～10.31)
5.2	岸田文雄外相、日本の外相としてキューバを初訪問、ロドリゲス外相と会談。ODA政府開発援助の拡大を表明
5.3	2020年東京オリンピック・パラリンピックに向けたスポーツ庁創設、参院本会議で全会一致で可決、成立。10月1日発足
5.5	「明治日本の産業革命遺産」、世界文化遺産登録の可能性高まる(7.5正式登録)
5.6	気象庁、箱根山の噴火の危険度を5段階で示す「噴火警戒レベル」を「2(火口周辺規制)」に引き上げ
5.14	政府、集団的自衛権の限定的な行使を可能にすることなどを柱とする安全保障関連法案を決定
5.17	大阪府を廃止して5特別区に分割する「大阪都構想」の賛否を問う住民投票実施。大阪市の存続が決定
5.29	鹿児島県屋久島町・口永良部島の新島、爆発的噴火発生。全島避難
6.2	韓国保健福祉省、中東呼吸器症候群(MERS)コロナウイルスに感染した入院患者2人の死亡を発表
6.6	政府、2016年サミット開催地を三重県志摩市と発表
6.6	政府、訪日外国人観光客数の目標「2020年に2000万人」を前倒しして実現するための行動計画を決定
6.9	G7サミット、中国の南シナ海埋め立ての非難やウクライナ情勢に関する首脳宣言を採択して閉幕
6.23	1965年日韓基本条約調印から50年、両国で記念式典開催

月日	観光行政
10.1	観光庁、改正「外国人旅行者向け消費税免税制度」を開始
10.3	国土交通省、平成26年度地域づくり表彰受賞団体を発表
10.8	国土交通省、「成田空港のアクセス利便性向上等に関する連絡協議会」を設置
10.22	国土交通省、第2回「海洋観光・海を身近に懇談会」開催
10.23	農林水産省、第2回「日本食文化の魅力シンポジウム～地域で伝える、和食」を開催
10.24	観光庁、災害時における訪日外国人旅行者への情報提供の方針を策定
11.10	農林水産省、第1回「和食の保護・継承に向けた検討会」を開催
11.14	観光庁、タイで「JAPAN WEEKEND」を初めて開催(～11.16)
11.17	観光庁、「奈良観光統計ウィーク」(第13回観光統計グローバルフォーラム)「UNWTO観光統計スペシャルワークショップ」を開催(～11.21)
11.22	国土交通省、「アيرانダー2014」を開催(～11.23)
11.27	国土交通省、第1回「地域鉄道のあり方に関する検討会」を開催
12.9	観光庁、「第24回 国際ミーティング・エキスポ(IME 2014)」MICEシンポジウム2014」を開催(～12.10)
12.22	国土交通省、第2回「地域鉄道のあり方に関する検討会」を開催
12.24	観光庁、第1回「手ぶら観光促進協議会」を開催
12.24	観光庁、第1回「通訳案内士制度のあり方に関する検討会」を開催
12.27	内閣府、「地域住民生活等緊急支援のための交付金」を閣議決定
12.30	観光庁、地方の商店街や物産センター、クルーズ埠頭等における免税店拡大に向け、消費税免税制度の拡充を決定
1.9	観光庁、平成26年度第1次補正予算の概要について発表
1.16	文化庁、「長崎の教会群とキリスト教関連遺産」と「国立西洋美術館」の推薦書正式版的ユネスコ世界遺産センターへの提出を閣議決定
1.22	観光庁、第1回「OTAガイドライン策定検討会」を開催
1.23	観光庁、第2回「トランジット旅客の訪日観光促進協議会」を開催
1.28	観光庁、第1回「スノーリゾート地域の活性化に向けた検討会」を開催
1.29	農林水産省、第2回「和食の保護・継承に向けた検討会」を開催
2.3	内閣府、「地域住民生活等緊急支援のための交付金」(地域消費喚起・生活支援型、地方創生先行型、計4,200億円)の補正予算を成立
2.17	観光庁、第1回「世界に誇れる広域観光周遊ルート検討委員会」を開催
2.19	経済産業省、都内百貨店で「伝統的工芸品展WAZA2015」を開催。英語、中国語の通訳も配置(～2.24)
2.23	文化庁、3市町(向日市、国見町、奈良市)の歴史的風致維持向上計画を認定
2.28	国土交通省、「半島のじかん2005～2014 in TOKYO」を開催(～3.1)
3.1	観光庁、「Narita Transit Program」を開始
3.30	経済産業省、第1回「クールジャパン資源を観光に活用した地域経済活性化研究会」を開催
4.1	観光庁、消費税免税制度の拡充実施に伴い、「手続委託型輸出物品販売場制度」の創設、および外航クルーズ船の寄港時にふ頭へ免税店を臨時出店するための手続きの簡素化手続きを創設
4.1	観光庁、訪日外国人旅行者向け無料公衆無線LANスポット等を紹介するウェブサイトを開発
4.2	観光庁、第1回「ICTを活用した訪日外国人観光動態調査検討委員会」を開催
4.10	観光庁、新たに3地域(水のカムイ、トキめき佐渡・にいがた、香川せとちうアート)を観光圏に追加認定
4.14	経済産業省、イタリア・ミラノで開催の世界的なデザインの祭典「ミラノサローネ」に、日本各地の伝統的工芸品を出品(～4.25)
4.24	文化庁、「日本遺産」制度を創設、平成27年度の「日本遺産(Japan Heritage)」として18件を認定
5.1	観光庁、観光ビッグデータを活用した訪日外国人旅行者の行動・ニーズ調査を開始
5.14	経済産業省、「The Wonder 500」プロジェクトを発表
5.26	観光庁、オンライン講座「旅館経営教室」の配信を開始
6.5	観光庁、「観光立国実現に向けたアクション・プログラム2015」を発表
6.12	観光庁、「オンライン旅行取引の表示等に関するガイドライン(OTAガイドライン)」を策定
6.18	経済産業省、「仙台華甲」「江戸鷹甲」「東京アチモニー工芸品」を伝統的工芸品に指定
6.26	観光庁、「地域資源を活用した観光地魅力創造事業」に31地域を選定
6.26	内閣府、平成25年度 沖縄における鉄軌道をはじめとする新たな公共交通システムに係る県民意識等実態把握調査報告を発表
6.29	文化庁、「日本遺産フォーラム」を開催
6.30	観光庁、グローバルMICE強化都市5都市(札幌市、仙台市、千葉県千葉市、広島市、北九州市)を選定

月日	旅行・観光地動向、イベント動向
10.2	第12回NHK音楽祭2014(東京都渋谷区)開催(～10.17、10.29)
10.7	長崎くんち(長崎県長崎市)開催(～10.9)
10.8	第3回瀬戸内国際芸術祭2014・秋(香川県香川郡、小豆郡ほか)開催(～11.6)
10.11	まんがくイン万博(大阪府吹田市)開催(～10.19)
10.18	ご当地キャラ博in彦根2014(滋賀県彦根市)開催(～10.19)
10.18	第9回B-1グランプリin豊川(愛知県豊川市)開催(～10.19)
10.23	第27回東京国際映画祭(東京都港区他)開催(～10.31)
10.24	東京ラーメンショー2014 第1幕(東京都渋谷区)(～10.29)
10.25	第55回東京名物神田古本まつり(東京都千代田区)開催(～11.3)
10.25	ひろしまフードフェスティバル2014(広島県広島市)開催(～10.26)
10.30	東京ラーメンショー2014 第2幕(東京都渋谷区)(～11.3)
11.1	第5回ベップ・アート・マンス2014(大分県別府市)開催(～11.30)
11.08	第9回那須ショートフィルムフェスティバル2014(栃木県那須郡)開催(～11.16)
11.16	第19回全国スイーツマラソンin東京(東京都江東区)開催
11.21	ニッポン全国物産展2014(東京都豊島区池袋)(～11.23)
11.22	世界キャラクターさみことin羽生2014(埼玉県羽生市)開催(～11.23)
11.30	第20回全国スイーツマラソンin千葉(千葉県千葉市)開催
12.4	第20回神戸ルミナリエ(兵庫県神戸市)開催(～12.15)
12.7	第21回全国スイーツマラソンin愛知(愛知県長久手市)開催
12.14	第22回全国スイーツマラソンin大阪(大阪府大阪市)開催
12.15	ボロ市(東京都世田谷区)開催(～12.16)
1.6	だるま市(群馬県高崎市)開催(～1.7)
1.6	出初式(東京都江東区)開催
2.5	第65回さっぽろ雪まつり(北海道札幌市)開催(～2.11)
2.19	第9回東京マラソン2015(東京都新宿区、江東区他)開催
2.19	長崎ランタンフェスティバル(長崎県長崎市)開催(～3.5)
2.19	第26回ゆうばり国際ファンタスティック映画祭2015(北海道夕張市)開催(～2.23)
2.28	第20回東京ガールズコレクション2015SPRING/SUMMER(東京都渋谷区)開催
3.8	第23回全国スイーツマラソンin福岡(福岡県福岡市)開催
3.13	第11回東京・春・音楽祭-東京のオペラの森2015-(東京都台東区)開催(～4.12)
3.21	TOKYO OUTDOOR WEEKEND 2015(東京都渋谷区)開催(～3.22)
3.25	第7回沖縄国際映画祭(沖縄県宜野湾市、那覇市他)開催(～3.29)
3.26	AnimeJapan 2015(東京都江東区)開催(～3.27)(※東京国際アニメフェアとアニメコンテンツエキスポが統合)
4.3	第90回高田城百万人観覧会(新潟県上越市)開催(～4.19)
4.18	砂の美術館第8期展(鳥取県鳥取市)開催(～2016.1.3)
4.23	弘前さくらまつり(青森県弘前市)開催(～5.6)
4.28	ラ・フォル・ジュルネ・金沢2015(石川県、富山県、福井県)開催(～5.5)
4.29	第20回宮崎国際音楽祭(宮崎県宮崎市)開催(～5.17)
5.2	ラ・フォル・ジュルネ・びわ湖2015(滋賀県大津市)開催(～5.3)
5.3	博多どんたく(福岡県福岡市)開催(～5.4)
5.3	ひろしまフワワーフェスティバル2015(広島県広島市)開催(～5.5)
5.3	第10回ラ・フォル・ジュルネ・オ・ジャポン2015(東京都千代田区)開催(～5.5)
5.8	ラ・フォル・ジュルネ・新潟2015(新潟県新潟市)開催(～5.10)
5.9	第17回別府アルゲリッチ音楽祭(大分県別府市、大分市)開催(～5.18)
5.15	神田祭(東京都千代田区)開催
5.30	第5回東北六魂祭(秋田県秋田市)開催(～5.31)
6.10	第24回YOSAKOIソーラン祭り(北海道札幌市)開催(～6.14)
6.21	100万人のキャンデルライト@増上寺2015(東京都港区)

月日	宿泊施設・観光施設等のオープン
10.4	東急ノーヴェスクラブ 京都鷹峯&VIALA (133室、京都府京都市)
10.10	新潮社の書庫をリノベーションした施設「ラ カグ (la kagu)」(東京都新宿区神楽坂)
10.29	東横インあべの天王寺&ホスピタルイン市大病院前 (432室、大阪府大阪市)
10.30	アウトレットモール「三井ショッピングパーク ららぽーと和泉」(大阪府和泉市)
10.30	複合施設「KIRARITO GINZA (キラリトギンザ)」(東京都中央区銀座)
11.1	ホテルリブマックス那覇泊港 (56室、沖縄県那覇市)
11.13	ホテルルートイン豊田朝日ヶ丘 (201室、愛知県豊田市)
11.23	ホテルマイステイズ金沢 (244室、石川県金沢市)
12.2	HOTEL AZ 佐賀吉野ヶ里店 (91室、佐賀県神埼郡)
12.10	HOTEL AZ 福岡築上店 (91室、福岡県築上郡)
12.10	プラント豚をテーマにした観光施設「豚我小谷アグー村」(沖縄県名護市)
12.15	ミネアム 三井ガーデンホテル 東京 (329室、東京都中央区)
12.17	カンデオホテル福岡天神 (154室、福岡県福岡市)
12.22	アマン東京 (84室、東京都千代田区)
12.22	ホテルルートイン南四日市 (237室、三重県四日市市)
12.26	天然温泉リゾート「キャナルリゾート」(名古屋市中川区)
1.6	ホテルユニゾ銀座一丁目 (305室、東京都中央区)
1.15	東横INN近鉄奈良駅前 (128室、奈良県奈良市)
2.1	ホテルリッパ札幌すすきの (155室、北海道札幌市)
2.12	博多グリーンホテル1号館 (419室、福岡県福岡市)
2.12	ABホテル一宮 (126室、愛知県一宮市)
2.14	ホテルセントラルかほく (4室、山形県西村山郡)
3.1	遊園地「モトピア」の人気アトラクション「アクロエックス」と「アドベンチャーボート」リニューアル (鈴鹿サーキット内)
3.4	商業施設「エキマルシェ新大阪」(JR新大阪駅)
3.9	金沢彩の庭ホテル (64室、石川県金沢市)
3.12	エンターテイメント型商業施設「HAPINAHANA」(沖縄県那覇市・沖縄三越跡地)
3.13	『ONE PIECE』の大型テーマパーク「東京ワンピースタワー」(東京都港区・東京タワーフットタウン内)
3.13	アウトドアに特化した複合商業施設「MORI PARK "Outdoor Village" (モリパーク アウトドアヴィレッジ)」(東京都昭島市)
3.14	ホテルゆめのゆ (46室、石川県金沢市)
3.19	ホテルルートイン浜松ディーラー通り (150室、静岡県浜松市)
3.20	千利休と与謝野晶子をテーマにしたミュージアム「さかい・利品の杜」(大阪府堺市)
3.23	翠嵐 ラグジュアリーコレクションホテル 京都 (39室、京都府京都市)
3.29	ホテルルートイン石巻中央 (198室、宮城県石巻市)
3.29	ホテルフォルクローロ三陸釜石 (113室、岩手県釜石市)
4.1	スーパーホテルJR奈良駅前・三条通り (98室、奈良県奈良市)
4.1	「野口英世記念館」リニューアルオープン (福島県耶麻郡猪苗代町)
4.2	大型商業施設「ルクア1100 (ルクアイーレ)」(大阪府大阪市)
4.16	JR大分駅ビル複合施設 (天然温泉等完備)「JRおおいたシティ」(大分県大分市)
4.18	「北海道博物館」(北海道札幌市)
4.23	JR九州ホテル プラッサム大分 (190室、大分県大分市)
4.24	ホテルグレイスリー新宿 (970室、東京都新宿区)
4.24	東京ディズニーシーリニューアル「キング・トリートのコンサート」(千葉県浦安市)
4.24	県立美術館「大分県立美術館」(大分県大分市)
4.24	「かつやまディノパーク」(かつやま恐竜の森内) (福井県勝山市)
4.25	ホテル森の風立山房邸「四季彩」(11室、富山県富山市)
4.25	自然共生型アウトドアパーク「冒険の森 in いとしろ」(岐阜県郡上市石徹白)
4.25	32年ぶりのリニューアル「宮沢賢治記念館」(岩手県花巻市)
4.25	リゾートモール「イオンモール沖縄ライカム」(沖縄県北中城村)
5.21	4Kの画質を3D化リニューアル「ハリ・ポッター・ザ・フォービドゥン・ジャーニー」(ユニバーサルスタジオ・ジャパン) (大阪府)
5.25	東横INN大阪通天閣前 (178室、大阪府大阪市)

月日	交通・運輸
10.1	東海道新幹線、開業50周年
10.1	JAL、JALエクスプレスを吸収合併
10.1	土佐電気鉄道・高知県交通・土佐電ドリームサービス、経営統合により「とさでん交通」設立
10.10	第42回「道の駅」登録で10カ所が追加(総数1,040件)
10.23	JAL、北海道エアシステムを再子会社化
11.2	パニラ・エア、成田/香港線を開設
11.21	エアアジアXが成田空港に新規就航、成田/ケアラルンプール線を開設
12.1	JR東日本、JR東海、JR西日本3社共同で「Japanese Beauty Hokuriku」キャンペーン開始(～2015.3.31)
12.8	香港エクスプレス、成田/香港線を開設
12.17	リニア中央新幹線、2027年開業へ向けて建設開始
12.20	東京駅開業100周年
12.20	JAL、中部/バンコク線を開設
12.28	インドネシア・スラバヤ発シンガポール行きエアアジア航空8501便、カリマタ海峡付近で消息不明
1.1	JRグループ、「京都ステーションキャンペーン～京の冬の旅」を実施(～3.22)
1.9	日本初の都市モノレール・北九州モノレール、開業30周年
1.28	スカイマーク、東京地方裁判所に民事再生法適用を申請、経営破綻
1.29	名鉄空港線開業・ミュージアムデビュー10周年
2.1	パニラエア、成田/高雄線を開設
2.1	ヴェアジン アトランティック航空、成田発ロンドン行きVS901便を最後に日本路線から撤退
2.4	トランスアジア航空GE235便、台北松山空港を離陸直後に墜落
2月上旬	関東甲信で観測史上1位の記録の大雪(平成26年2月豪雪)。関東地方各所で鉄道・バスが運休
2.21	ピーチ・アビエーション、沖縄/香港線を開設
2.28	ジェットスター・ジャパン、関西/大阪線を開設
3.1	常磐自動車道・常磐岡岡IC～浪江IC間が開通。常磐自動車道全線開通
3.7	中央環状線都道首都高速品川目黒線・大井JCT～大橋JCT間が開通。中央環状線全線開通
3.10	山陽新幹線全線開業40周年
3.12	トワイライトエクスプレス、運行終了
3.13	北斗星、定期運行終了
3.14	北陸新幹線、長野駅～金沢駅間が延伸開業
3.14	上野東京ライン開業
3.20	JAL、関西/ロサンゼルス線を開設、デイリー就航に
3.21	大阪府、日本最大級の屋外鉄道イベント「万博鉄道まつり2015」を万博記念公園にて開催(～3.22)
3.21	東日本大震災で被災したJR石巻線が全線開通
3.26	セブ・パシフィック、成田/セブ線を開設
3.29	ピーチ・アビエーション、成田/新千歳線および成田/福岡線を開設
4.1	JRグループ、「福島ステーションキャンペーン～福が満開、福のしま」を実施(～6.30)
4.8	成田空港、LCC航空会社専用の「第3旅客ターミナル」を供用開始
4.14	アジア航空OZ162便、広島空港着陸時に滑走路を逸脱
4.15	第43回「道の駅」登録で19カ所が追加(総数1,059駅)
4.21	「山梨県実験線 高速走行試験」において、有人走行最高速度603km/hを記録。ギネスブック認定(6.26)
5.15	日本と中国、航空当局間非公式協議において、羽田空港の昼間時間帯路線について日中双方の航空企業が運航開始すること、および羽田空港の深夜早朝時間帯路線、成田空港路線について航空企業の準備が整い次第運航開始することに合意
5.29	ANAホールディングス、スカイマークのスポンサー契約および株主間契約を締結
5.30	仙石線全線復旧に合わせ、仙石東北ライン開業
6.1	ANA、2015年ウィンターダイヤより成田/リュッセル線開設を発表
6.1	ジェットスター・ジャパン、成田/香港線を開設
6.7	大井川鉄道、「きかんしゃトーマス号(ジェームス号)」の運転日に2015年「きかんしゃトーマスフェア」を開始(～10.12)
6.12	ANA、成田/ヒューストン線を開設
6.28	和歌山電鉄貴志川線の貴志駅で営まれた猫の「たま駅長」の社葬
6.30	JR東海道新幹線東京発新大阪行き「のぞみ225号」が新横浜～小田原間を走行中、車内で焼身自殺による火災発生、緊急停止。車内火災による停止は開業以来初めて

月日	旅行業
10.1	KNT個人旅行とKNT個人旅行販売、合併。製販一体での販売・運営体制強化で収益性向上を図る
10.6	JTB、海外旅行会社5社を買収。アジア・太平洋地域へのインバウンド強化を発表
10.16	びゅう、東京駅開業100周年記念商品発表。音声ガイドの特別ツアーも
10.24	JATA、東北復興支援事業として「みちの湖風トレイル」を活用した「JATAの道プロジェクト」を実施
10.27	KNT個人旅行、「e館」でJRシステム提供の宿泊予約管理システム「らく通PLUS」とシステム連携開始
10.28	KNTグループ会社・ティー・ゲート、神奈川県観光協会運営情報サイトに着地型商品予約サイトを開設。首都圏ターゲットに
11.4	HISとANAセールス、合併会社「HANavi」を新設。訪日旅行需要開拓で提携
11.5	ANAセールス、「ジャパンエコトラック」に賛同しモンベルと提携を発表。鳥取県と共同して第1号ルート設定、15年春始動を目指す
11.20	楽天トラベル、「福岡市カワイイ区」と連携。特集ページ開設
11.26	KNT、横浜商科大学と人材育成で提携。学生企画の着地型商品販売も
12.1	JATA、「東北ふゆまつり」キャンペーンを開始
12.2	アドベンチャー、オプションツアー予約サイトでJTBGMTとの提携を発表
12.10	JTB西日本、心斎橋に訪日観光案内所開設
12.20	びゅう、JR東日本新宿駅に訪日客向け新店舗を開設。ツアーや乗車券販売
12.22	JTB、北陸新幹線利用商品を発売
12.24	JTB、箱根町と観光振興で連携協定。宿泊者数500万人目指す
12.24	びゅう、北陸新幹線利用商品を発売
12.25	日本旅行、北陸新幹線利用商品を発売
1.5	阪急交通社、北陸新幹線利用商品として計8コース発売
1.8	JTB沖縄、国立公園登録で渡嘉敷村と包括的連携協定締結
1.20	三越伊勢丹HD、100%出資の旅行会社新設。JTB伊勢丹トナベを清算
1.30	HIS、京都に訪日専門店オープン。オプションツアーなど販売
2.10	クラフツリズム、善光寺御開帳と特別企画「信州芸能まつり」の旅販売
2.10	東急電鉄、沿線シニアに照準を合わせ全直营旅行販売店をJTBの「総合提携店」に
2.10	JTBGMT、マンガアプリ「Ms.Green」で新コンテンツ「Search Japan」を開設。第1弾として鳥取県と連携
2.15	西鉄旅行、着地型ツアー販売のベルトラと業務提携
2.16	楽天トラベル、北陸新幹線特集を開始。記念プラン販売
2.17	日本旅行、創業110周年企画として貸切新幹線で行く善光寺御開帳への旅の発売を発表
2.25	HANaviと富山県、訪日の誘致拡大に向けて提携。国際旅行博に出展も
3.1	HIS、京都の店舗に続いて都内に訪日専門デスク3カ所開設
3.10	京急観光と日本海ツーリスト、提携。北陸新幹線で交流増見込む
3.14	北陸新幹線、開業。旅行会社もツアー開始して需要取込込発化
3.26	JTB BWT、観光アプリ「東京ロケ旅」5カ国語で提供開始
4.1	東武トラベルとトップツアー、合併して「東武トップツアーズ」に。数年内に取扱高1,800億円へ、東南アジアに新拠点も
4.1	JTB西日本、関空に訪日観光案内所開設
4.4	HIS、大阪に訪日客専門フロア開設。他業種と協力して月1万人の誘客を目指す
4.22	JTB、ITベンチャーのアンビューと資本業務提携。着地型商品強化を目指す
4.27	HIS、ファミリーマートとの業務提携で基本合意。一体型店舗も
5.13	日本旅行、ウェブサイト刷新。簡潔さと使いやすさ重視
5.21	KNT個人、夏旅写真投稿キャンペーン開始。Twitterなど活用
5.25	ゴルフダイジェスト・オンライン、旅行業2種取得で旅行業務開始
5.30	HIS、インドネシアのイオンモールに出店。日本送客拠点に
6.1	エアリンク、「DeNAトラベル」に社名変更。サービスの海外展開を加速して飛躍を目指す
6.2	JTB関東、埼玉県越谷市と包括的連携協定締結。モニターツアー一館も
6.22	JTB、パナソニックと包括提携。翻訳機開発などに着手
6.24	JATA、双方向4,000万人に向け新たな提言を発表。「交流大国」を目指す

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	大型小売店販売額				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 件	国内総生産(実質) (2005年基準)	
		百貨店		スーパー		消費支出		実収入					10億円	前年比
		円	億円	前年比	億円	前年比	円	前年比	円					
2012年度	9,650.01	66,493	△ 1.1	129,059	△ 0.6	3,805,243	2.2	6,221,447	0.9	4.2	0.82	11,719	519,803	1.0
2013年度	14,423.84	68,930	3.7	132,508	1.8	3,864,323	1.6	6,284,630	1.0	3.9	0.98	10,536	530,617	2.1
2014年度	16,273.06	67,019	△ 2.8	132,930	0.0	3,784,098	△ 2.1	6,259,066	△ 0.4	3.6	1.12	9,543	525,700	△ 0.9
2012暦年	9,107.52	66,389	△ 0.3	129,527	0.2	3,766,484	1.6	6,222,071	1.6	4.3	0.80	12,124	519,217	1.7
2013暦年	13,543.89	67,195	1.2	130,579	0.2	3,830,034	1.7	6,283,064	1.0	4.0	0.93	10,855	527,459	1.6
2014暦年	15,470.19	68,274	1.6	133,699	1.8	3,825,056	△ 0.1	6,237,137	△ 0.7	3.6	1.09	9,731	526,925	△ 0.1
2014.1~3	14,963.56	18,200	10.5	33,175	5.0	1,004,993	3.5	1,356,059	0.1	3.6	1.05	2,460	134,690	2.4
4~6	14,650.09	15,138	△ 5.3	31,794	△ 1.1	918,764	△ 2.8	1,595,456	△ 2.2	3.6	1.09	2,613	128,458	△ 0.4
7~9	15,562.15	15,632	0.8	33,124	1.9	921,143	△ 1.8	1,440,895	△ 2.1	3.6	1.10	2,436	129,657	△ 1.4
10~12	16,704.94	19,303	0.4	35,606	1.6	980,156	0.4	1,844,727	1.1	3.5	1.12	2,222	134,120	△ 1.0
2015.1~3	18,175.06	16,945	△ 6.9	32,406	△ 2.3	964,035	△ 4.1	1,377,988	1.6	3.5	1.15	2,272	133,465	△ 0.9
2014.1	15,578.28	6,051	2.4	11,068	△ 0.2	325,804	1.5	438,646	1.1	3.7	1.04	864	—	—
2	14,617.57	4,787	2.5	9,905	2.3	294,509	△ 1.4	479,268	0.6	3.6	1.05	782	—	—
3	14,694.83	7,362	25.0	12,202	12.6	384,680	9.6	438,145	△ 1.4	3.6	1.07	814	—	—
4	14,475.33	4,615	△ 10.5	10,067	△ 3.9	329,976	△ 3.1	463,964	△ 3.3	3.6	1.08	914	—	—
5	14,343.14	5,120	△ 2.5	10,812	0.5	293,050	△ 4.8	421,117	△ 0.4	3.6	1.09	834	—	—
6	15,131.80	5,404	△ 3.3	10,916	△ 0.1	295,738	△ 0.3	710,375	△ 2.5	3.7	1.10	865	—	—
7	15,379.29	6,007	△ 0.6	11,170	0.8	311,693	0.4	555,276	△ 2.4	3.7	1.10	882	—	—
8	15,358.70	4,739	1.9	11,527	3.2	305,836	△ 2.2	463,810	△ 1.6	3.5	1.10	727	—	—
9	15,948.47	4,886	1.6	10,427	1.7	303,614	△ 3.7	421,809	△ 2.3	3.6	1.10	827	—	—
10	15,394.11	5,293	△ 0.2	10,772	1.5	316,154	△ 0.1	488,273	1.2	3.5	1.10	800	—	—
11	17,179.03	6,173	1.1	11,114	2.4	306,230	1.7	431,543	△ 1.1	3.5	1.12	736	—	—
12	17,541.69	7,838	0.2	13,720	1.1	357,772	△ 0.2	924,911	2.1	3.4	1.14	686	—	—
2015.1	17,274.40	5,995	△ 0.9	11,220	1.4	320,674	△ 1.6	440,226	0.4	3.6	1.14	721	—	—
2	18,053.20	4,925	2.9	10,061	1.6	291,387	△ 1.1	488,519	1.9	3.5	1.15	692	—	—
3	19,197.57	6,025	△ 18.2	11,126	△ 8.8	351,974	△ 8.5	449,243	2.5	3.4	1.15	859	—	—
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) ・有効求人倍率は、新規卒者を除き、パートを含む。
 ・企業倒産は、負債総額1,000万円以上の件数。
 ・国内総生産の四半期は原系列の値。

年・月	旅行・観光関連産業(旅行業・宿泊業)													
	主要旅行業者総取扱額								全国ホテル客室利用率				シティホテル連盟 加盟施設稼働率	
	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			
	百万円	前年比	百万円	前年比	百万円	前年比	百万円	前年比	%	前年比	%	前年比	%	前年比
2012年度	3,896,505	3.4	2,294,395	3.2	66,017	44.0	6,256,917	3.6	—	—	—	—	75.1	10.0
2013年度	4,020,087	8.3	2,240,143	1.7	83,204	26.0	6,343,434	1.4	—	—	—	—	79.5	5.9
2014年度	4,103,645	2.1	2,203,393	△ 1.6	112,516	35.2	6,419,553	1.2	—	—	—	—	81.6	2.6
2012暦年	3,900,304	6.3	2,306,477	6.0	62,809	45.6	6,269,590	6.5	75.4	8.5	59.6	7.8	74.0	10.9
2013暦年	3,988,059	2.2	2,237,704	△ 3.0	79,223	26.1	6,304,986	0.6	79.6	5.6	66.5	11.6	78.3	5.8
2014暦年	4,073,337	2.1	2,242,474	0.2	105,558	33.2	6,421,369	1.8	81.3	2.1	64.7	△ 2.7	81.1	3.6
2014.1~3	905,545	4.9	519,732	0.8	19,083	28.4	1,444,361	3.7	78.0	5.2	58.3	△ 4.1	78.1	6.8
4~6	926,763	1.7	498,985	△ 0.3	30,858	33.1	1,456,606	1.5	80.2	1.7	62.2	△ 1.4	78.7	3.3
7~9	1,162,606	1.3	666,977	1.9	24,628	33.1	1,854,211	1.9	83.4	1.3	70.8	△ 2.9	83.3	2.5
10~12	1,089,005	2.2	558,378	△ 1.5	31,232	33.1	1,678,615	1.3	85.1	2.2	67.0	0.9	84.3	2.2
2015.1~3	922,902	3.1	478,945	△ 7.6	26,831	42.4	1,428,678	△ 1.1	—	—	—	—	79.9	2.4
2014.1	263,252	5.0	143,730	△ 1.3	4,462	21.0	411,443	2.8	69.1	5.0	52.6	3.7	70.1	6.4
2	268,863	△ 1.5	173,100	0.1	5,338	18.8	447,300	△ 0.7	79.6	4.2	56.4	△ 9.0	79.9	6.0
3	362,849	7.0	201,304	2.1	9,040	35.4	573,193	5.6	82.9	3.4	65.8	△ 5.5	84.2	7.9
4	273,950	△ 1.4	144,152	△ 5.1	13,367	64.3	431,469	△ 1.5	81.6	1.7	64.1	△ 2.4	80.7	3.1
5	344,273	4.2	171,021	1.2	9,664	15.9	524,957	3.4	80.6	2.2	64.7	0.3	79.0	4.4
6	308,541	1.7	183,812	2.4	7,827	32.1	500,180	2.3	78.5	1.2	57.7	△ 2.2	76.5	2.4
7	361,132	2.7	200,813	3.5	8,163	32.7	570,107	3.3	81.7	3.2	63.7	△ 1.1	81.9	4.1
8	452,816	△ 0.3	253,177	△ 1.0	7,660	27.8	713,653	△ 0.3	85.6	△ 0.8	79.0	△ 5.0	86.5	1.6
9	348,658	2.0	212,988	4.1	8,805	38.4	570,451	3.2	82.8	1.7	69.6	△ 2.0	81.6	1.7
10	382,007	2.5	200,341	△ 0.9	11,961	39.8	594,309	1.9	87.4	2.9	70.0	1.0	86.7	4.1
11	376,913	2.1	170,470	△ 3.1	11,395	32.5	558,779	1.0	86.8	0.6	71.9	1.7	86.5	1.4
12	330,084	1.8	187,567	△ 0.8	7,876	24.9	525,527	1.1	81.1	3.3	59.0	△ 0.3	79.6	1.1
2015.1	267,405	1.6	138,136	△ 3.9	6,508	45.9	412,050	0.1	—	—	—	—	72.8	3.9
2	287,337	6.9	161,133	△ 6.9	8,391	57.2	456,861	2.1	—	—	—	—	81.9	2.5
3	368,160	1.5	179,675	△ 10.7	11,932	32.0	559,767	△ 2.3	—	—	—	—	85.1	1.1
資料出所	観光庁						(一社)日本ホテル協会				(一社)全日本シティ ホテル連盟			

(注) 主要旅行業者とはJTBグループ15社を含む50社。

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			
	千人	前年比	千人	前年比	千人	前年比	千人	前年比	千人	前年比	千人	前年比	千人	前年比
2012年度	8,962,809	1.4	5,511,664	0.5	3,451,145	2.8	321,619	4.7	14,079,047	2.1	7,759,324	1.6	6,319,724	2.6
2013年度	9,146,991	2.1	5,632,421	2.2	3,514,570	1.8	334,337	4.0	14,459,419	2.7	8,017,133	3.3	6,442,266	1.9
2014年度	9,088,121	△ 0.6	5,551,080	△ 1.4	3,537,041	0.6	339,928	1.7	14,511,632	0.4	8,065,823	0.6	6,445,797	0.1
2012暦年	8,956,799	2.3	5,517,873	1.0	3,438,926	4.5	320,125	7.1	14,033,674	2.4	7,732,205	1.5	6,301,465	3.5
2013暦年	9,018,514	0.7	5,526,419	0.2	3,492,095	1.5	328,614	2.7	14,262,021	1.6	7,861,015	1.7	6,400,988	1.6
2014暦年	9,164,793	1.6	5,629,511	1.9	3,535,282	1.2	339,040	3.2	14,569,041	2.2	8,120,664	3.3	6,448,365	0.7
2014.1～3	2,281,504	6.0	1,406,224	8.2	875,280	2.6	83,159	7.4	3,621,104	5.8	2,014,699	8.4	1,606,404	2.6
4～6	2,293,184	△ 0.5	1,433,170	△ 0.5	860,014	△ 0.4	79,488	△ 0.1	3,683,280	0.5	2,094,032	1.8	1,589,247	△ 1.2
7～9	2,295,309	0.0	1,394,261	△ 0.9	901,048	1.6	88,453	2.9	3,621,996	1.0	2,003,783	0.9	1,618,209	1.1
10～12	2,294,796	1.2	1,395,856	1.3	898,940	1.2	87,940	2.7	3,642,661	1.6	2,008,150	2.5	1,634,505	0.4
2015.1～3	2,204,832	△ 3.4	1,327,793	△ 5.6	877,039	0.2	84,047	1.1	3,563,695	△ 1.6	1,959,858	△ 2.7	1,603,836	△ 0.2
2014.1	757,795	0.9	473,572	0.4	284,223	1.7	28,886	5.3	1,186,710	1.9	663,700	1.9	523,012	1.8
2	656,925	0.5	395,768	0.8	261,157	0.1	24,725	4.2	1,106,060	1.7	616,341	2.2	489,719	1.0
3	866,784	15.8	536,884	23.1	329,900	5.6	29,548	12.5	1,328,334	13.5	734,658	21.7	593,673	4.7
4	752,076	△ 0.9	462,046	△ 0.6	290,030	△ 1.4	29,702	△ 1.7	1,210,241	0.2	680,570	2.1	529,492	△ 2.2
5	800,553	1.3	505,335	1.7	295,218	0.6	26,418	1.0	1,265,734	1.9	721,630	3.7	544,102	△ 0.3
6	740,555	△ 2.0	465,789	△ 2.8	274,766	△ 0.6	23,368	0.7	1,207,305	△ 0.7	691,652	△ 0.5	515,653	△ 1.0
7	789,671	1.5	485,904	1.8	303,767	1.0	33,348	3.2	1,232,957	1.6	687,265	2.5	545,689	0.5
8	780,794	2.0	471,534	2.9	309,260	0.7	29,154	2.2	1,213,152	2.6	666,474	4.6	546,679	0.2
9	724,844	△ 3.5	436,823	△ 7.5	288,021	3.2	25,951	3.2	1,175,887	△ 1.3	650,044	△ 4.2	525,841	2.6
10	781,703	1.3	485,768	0.7	295,935	2.3	33,237	4.2	1,232,661	1.5	695,210	1.9	537,448	1.0
11	765,729	1.4	468,788	1.3	296,941	1.5	29,094	1.7	1,226,273	1.5	690,066	2.4	536,205	0.3
12	747,364	1.0	441,300	1.9	306,064	△ 0.2	25,609	2.0	1,183,727	1.7	622,874	3.3	560,852	0.0
2015.1	766,255	1.1	480,074	1.4	286,181	0.7	29,233	1.2	1,208,297	1.8	683,196	2.9	525,101	0.4
2	670,196	2.0	400,888	1.3	269,308	3.1	25,665	3.8	1,133,127	2.4	635,821	3.2	497,302	1.5
3	768,381	△ 11.4	446,831	△ 16.8	321,550	△ 2.5	29,149	△ 1.4	1,222,271	△ 8.0	640,841	△ 12.8	581,433	△ 2.1
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。

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		民鉄定期外		人員		収入		高速道路		一般有料道路	
	千人キロ	前年比	千人キロ	前年比	千人キロ	前年比	千人	前年比	百万円	前年比	台(平均)/日	前年比	台(平均)/日	前年比
2012年度	143,958,649	4.9	82,020,716	5.8	60,456,833	3.4	3,974,969	2.5	878,570	2.8	4,936,557	△ 0.8	2,314,689	△ 4.2
2013年度	148,057,498	2.8	85,043,145	3.7	61,382,786	1.5	4,047,945	1.8	898,543	2.3	5,079,433	2.9	2,470,150	6.7
2014年度	150,618,864	1.7	87,004,974	2.3	61,224,991	△ 0.3	4,042,006	△ 0.1	897,402	△ 0.1	4,874,001	△ 4.0	2,439,473	△ 1.2
2012暦年	—	—	—	—	—	—	3,961,418	3.4	874,766	3.7	4,947,257	△ 0.1	2,323,194	△ 5.6
2013暦年	—	—	—	—	—	—	4,022,052	1.5	892,326	2.0	5,054,573	2.2	2,438,915	5.0
2014暦年	—	—	—	—	—	—	4,048,587	0.7	898,887	0.7	4,914,860	△ 2.8	2,440,985	0.1
2014.1～3	36,210,015	4.2	20,569,195	5.5	15,265,695	2.1	1,014,028	2.6	224,710	2.8	4,874,500	2.1	2,393,480	5.5
4～6	35,493,248	0.6	20,402,523	1.2	15,039,674	△ 1.7	995,564	△ 1.6	220,816	△ 1.3	4,814,729	△ 3.1	2,413,287	1.6
7～9	39,357,942	2.2	22,677,864	2.8	15,446,908	0.8	1,012,678	1.2	225,471	1.0	5,078,755	△ 4.6	2,537,552	△ 1.9
10～12	38,959,602	2.4	22,822,743	2.6	15,541,225	0.3	1,026,317	0.5	227,890	0.4	4,891,457	△ 5.1	2,419,620	△ 4.1
2015.1～3	36,808,072	1.7	21,101,844	2.6	15,197,184	△ 0.4	1,007,447	△ 0.6	223,225	△ 0.7	4,711,062	△ 3.4	2,387,432	△ 0.3
2014.1	12,766,548	3.1	7,586,539	3.8	4,985,524	2.2	330,870	1.7	73,577	2.2	4,760,113	6.0	2,368,230	11.1
2	10,871,976	2.9	6,264,201	5.4	4,565,621	0.2	306,043	0.6	67,225	0.4	4,538,883	△ 3.5	2,173,890	△ 2.8
3	12,571,491	6.5	6,718,455	7.6	5,714,550	4.9	377,115	5.2	83,908	5.5	5,324,503	3.7	2,638,319	8.2
4	13,745,393	0.2	8,512,505	0.8	5,003,326	△ 3.0	331,944	△ 2.7	73,807	△ 2.1	4,792,210	△ 2.7	2,398,983	2.1
5	11,786,769	1.2	6,499,266	1.2	5,213,568	△ 0.7	340,554	△ 0.8	76,049	△ 0.4	4,937,858	△ 2.0	2,481,155	1.2
6	9,961,086	0.5	5,390,752	1.8	4,822,780	△ 1.5	323,066	△ 1.3	70,960	△ 1.2	4,714,119	△ 4.4	2,359,723	△ 1.1
7	14,970,016	2.5	9,320,072	3.5	5,094,290	0.1	341,825	0.6	75,095	0.6	4,933,765	△ 5.0	2,473,223	△ 2.2
8	13,504,881	1.5	7,468,596	2.0	5,327,246	0.1	341,058	0.5	76,992	0.3	5,299,088	△ 5.5	2,650,164	△ 2.9
9	10,883,045	2.8	5,889,196	2.6	5,025,372	2.2	329,795	2.7	73,384	2.1	5,003,412	△ 3.2	2,489,269	△ 0.5
10	14,813,602	4.2	9,321,574	4.7	5,073,800	1.1	337,142	1.3	74,401	1.2	4,886,191	△ 4.2	2,389,831	△ 3.2
11	12,668,082	1.5	7,409,300	0.7	5,175,259	0.4	337,315	0.3	75,639	0.5	5,056,315	△ 4.9	2,475,766	14.2
12	11,477,918	1.1	6,091,869	1.8	5,292,166	△ 0.5	351,860	△ 0.2	77,850	△ 0.4	4,731,864	△ 6.2	2,393,263	△ 4.6
2015.1	13,014,386	1.9	7,813,121	3.0	4,974,335	△ 0.2	331,400	0.2	73,514	△ 0.1	4,474,009	△ 6.0	2,270,085	△ 4.1
2	11,284,206	3.8	6,489,156	3.6	4,673,365	2.4	311,261	1.7	68,574	2.0	4,633,935	2.1	2,342,085	7.7
3	12,509,480	△ 0.5	6,799,567	1.2	5,549,484	△ 2.9	364,786	△ 3.3	81,137	△ 3.3	5,025,243	△ 5.6	2,550,127	△ 3.3
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			

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	
	千人	前年比	千人	前年比	千台	前年比	千人	前年比	千人	前年比	千人	前年比
2012年度	312,256	5.5	2,187	△ 1.1	1,461	0.9	85,996	8.8	36,898	9.8	49,099	8.0
2013年度	329,359	5.5	2,264	3.5	1,530	4.7	92,488	7.5	39,353	6.7	53,134	8.2
2014年度	公表未		2,150	△ 5.0	1,460	△ 4.6	95,191	2.9	40,165	2.1	55,025	3.6
2012暦年	311,834	7.6	2,193	△ 0.2	1,458	1.4	84,939	9.5	36,263	10.2	48,676	8.9
2013暦年	325,380	4.3	2,252	2.7	1,504	3.2	90,942	7.1	38,877	7.2	52,065	7.0
2014暦年	328,249	0.9	2,160	△ 4.1	1,489	△ 1.0	94,505	3.9	39,863	2.5	54,642	4.9
2014.1～3	72,229	5.8	464	2.5	360	7.5	22,162	7.5	9,658	5.2	12,504	9.3
4～6	88,128	2.9	501	△ 3.7	365	△ 0.1	22,021	4.0	9,173	2.0	12,848	5.5
7～9	81,353	△ 0.8	719	△ 8.7	390	△ 5.5	26,033	2.5	10,873	1.8	15,159	3.0
10～12	86,539	△ 3.3	475	△ 3.2	373	△ 4.8	24,289	2.2	10,158	1.4	14,131	2.8
2015.1～3	公表未		454	△ 2.2	332	△ 7.9	22,848	3.1	9,961	3.1	12,887	3.1
2014.1	23,595	8.4	143	2.8	111	8.8	7,114	11.0	3,133	8.8	3,981	12.9
2	23,695	3.5	112	△ 0.8	109	7.0	6,706	3.2	2,962	1.2	3,744	4.8
3	24,939	5.8	210	4.1	140	7.2	8,342	8.2	3,563	5.6	4,778	10.3
4	26,602	5.5	166	△ 6.1	128	2.6	6,842	4.0	2,869	1.4	3,973	5.9
5	31,259	1.4	192	△ 0.7	121	△ 0.4	7,723	4.5	3,162	2.6	4,562	5.9
6	30,267	2.3	143	△ 4.8	116	△ 2.5	7,456	3.5	3,142	1.9	4,314	4.7
7	29,655	1.1	206	△ 8.3	126	△ 4.9	8,065	4.1	3,392	3.4	4,674	4.5
8	24,647	△ 4.3	328	△ 12.0	133	△ 8.9	9,395	1.2	3,864	1.5	5,531	1.0
9	27,051	0.4	186	△ 2.8	131	△ 2.6	8,572	2.6	3,618	0.6	4,954	4.0
10	32,676	△ 1.6	160	△ 3.0	133	△ 2.3	8,469	2.6	3,517	1.4	4,952	3.4
11	30,393	△ 5.1	161	△ 2.5	120	△ 6.5	8,365	3.5	3,420	2.8	4,945	4.0
12	23,470	△ 3.2	154	△ 4.0	120	△ 5.8	7,455	0.5	3,221	△ 0.1	4,234	0.9
2015.1	22,505	△ 4.6	136	△ 4.8	105	△ 5.4	7,274	2.2	3,184	1.6	4,090	2.7
2	22,856	△ 3.5	112	0.3	102	△ 7.3	7,107	6.0	3,158	6.6	3,949	5.5
3	公表未		206	△ 1.9	125	△ 10.4	8,466	1.5	3,619	1.6	4,847	1.4
資料出所	国土交通省											

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	
	千人	前年比	千人	前年比	千人	前年比	千人	前年比	千人	前年比	千人	前年比
2012年度	30,020	3.6	38,315	4.5	68,336	4.1	7,525	9.9	6,277	6.7	13,802	8.4
2013年度	31,219	4.0	39,363	2.7	70,582	3.3	7,723	2.6	6,336	1.0	14,060	1.9
2014年度	31,558	1.1	39,360	△ 0.0	70,918	0.5	7,794	0.9	7,199	13.6	14,992	6.6
2012暦年	30,072	4.7	38,344	5.6	68,416	5.2	7,493	11.8	6,324	13.1	13,817	12.4
2013暦年	30,916	2.8	38,921	1.5	69,837	2.1	7,693	2.7	6,264	△ 0.9	13,957	1.0
2014暦年	31,388	1.5	39,277	0.9	70,665	1.2	7,745	0.7	6,932	10.7	14,677	5.2
2014.1～3	7,377	4.3	9,292	5.0	16,669	4.7	1,936	1.6	1,579	4.8	3,516	3.0
4～6	7,515	2.1	9,069	1.3	16,584	1.7	1,845	3.5	1,687	17.5	3,532	9.8
7～9	8,437	0.2	10,700	△ 0.7	19,137	△ 0.3	2,051	△ 0.7	1,898	9.5	3,949	3.9
10～12	8,058	0.0	10,216	△ 1.3	18,274	△ 0.7	1,913	△ 1.4	1,768	11.4	3,681	4.4
2015.1～3	7,547	2.3	9,375	0.9	16,922	1.5	1,985	2.5	1,846	16.9	3,831	9.0
2014.1	2,391	8.2	3,027	8.5	5,418	8.3	649	4.7	552	8.3	1,200	6.3
2	2,244	△ 0.4	2,800	1.0	5,044	0.4	597	0.4	475	2.9	1,072	1.5
3	2,742	5.0	3,465	5.5	6,207	5.3	691	△ 0.3	553	3.0	1,244	1.2
4	2,338	1.2	2,789	1.6	5,126	1.4	607	5.0	551	21.1	1,158	12.1
5	2,638	2.6	3,205	1.8	5,843	2.1	619	5.4	580	20.9	1,199	12.4
6	2,540	2.5	3,075	0.6	5,615	1.4	618	0.3	557	10.9	1,174	5.1
7	2,637	2.5	3,304	1.3	5,941	1.8	668	0.4	620	11.1	1,288	5.3
8	2,968	△ 2.5	3,889	△ 1.6	6,857	△ 2.0	724	△ 0.8	685	8.8	1,409	3.7
9	2,833	1.0	3,506	△ 1.4	6,339	△ 0.4	658	△ 1.8	593	8.6	1,252	2.8
10	2,802	△ 0.3	3,587	0.2	6,389	△ 0.0	652	△ 1.6	581	8.3	1,234	2.8
11	2,796	1.5	3,531	△ 0.6	6,327	0.3	624	△ 2.4	574	9.6	1,198	3.0
12	2,460	△ 1.2	3,098	△ 3.7	5,559	△ 2.6	637	△ 0.0	612	16.3	1,249	7.4
2015.1	2,412	0.9	2,991	△ 1.2	5,403	△ 0.3	637	△ 1.8	579	4.9	1,216	1.3
2	2,369	5.6	2,925	4.5	5,294	5.0	630	5.5	587	23.7	1,217	13.5
3	2,766	0.9	3,458	△ 0.2	6,224	0.3	718	4.0	680	23.0	1,399	12.5
資料出所	各社月報											

年	国内旅行動向													
	温泉入湯客数		温泉地延泊利用者数		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	前年比	千人	前年比	千人	前年比	万人	前年比	千人	前年比	万人	前年比	千人	前年比
2010年度	190,522	△ 1.5	124,925	△ 2.3	282,136	△ 6.1	3,668	0.7	88,061	△ 3.9	720	△ 4.0	886,844	△ 1.4
2011年度	177,176	△ 7.0	120,061	△ 3.9	287,030	1.7	2,866	△ 21.9	84,327	△ 4.2	720	0.0	807,909	△ 8.9
2012年度	187,421	5.8	124,696	3.9	290,222	1.1	3,227	12.6	86,745	2.9	720	0.0	843,874	4.5
2013年度	186,913	△ 0.3	126,422	1.4	291,254	0.4	3,247	0.6	86,746	0.0	750	4.2	公表未	—
2014年度	—	—	—	—	—	—	2,592	△ 20.2	—	—	780	4.0	—	—
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)日本ゴルフ場事業協会		(一社)日本オートキャンプ協会		環境省自然環境局	

(注) ・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)の値である。

・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。

・水浴場延べ利用者数2010年度データは、岩手県、宮城県、茨城県および福島県の一部については、東日本大震災の影響により未集計。

・ゴルフ場延べ利用者数は当年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値である。

年・月	海外旅行動向											
	出国者総数						出国者数(地域別)					
	男性		女性		北海道		東北		北関東			
人	前年比	人	前年比	人	前年比	人	前年比	人	前年比	人	前年比	
2012年度	18,293,543	4.3	9,987,805	4.4	8,305,758	4.1	335,196	4.7	484,436	22.6	711,110	6.2
2013年度	17,284,087	△ 5.5	9,628,422	△ 3.6	7,655,665	△ 7.8	310,886	△ 7.3	440,655	△ 9.0	657,215	△ 7.6
2014年度	16,675,152	△ 3.5	9,459,944	△ 1.7	7,215,208	△ 5.8	294,745	△ 5.2	420,107	△ 4.7	622,290	△ 5.3
2012暦年	18,490,638	8.8	10,069,547	8.2	8,421,091	9.5	341,106	12.2	488,655	33.6	725,260	14.0
2013暦年	17,472,728	△ 5.5	9,697,188	△ 3.7	7,775,560	△ 7.7	316,161	△ 7.3	449,616	△ 8.0	665,447	△ 8.2
2014暦年	16,903,388	△ 3.3	9,529,473	△ 1.7	7,373,915	△ 5.2	302,829	△ 4.2	427,520	△ 4.9	635,306	△ 4.5
2014.1~3	4,255,028	△ 4.2	2,359,498	△ 2.8	1,895,530	△ 5.9	87,956	△ 5.7	114,480	△ 7.3	163,626	△ 4.8
4~6	3,758,926	△ 1.3	2,228,111	0.1	1,530,815	△ 3.4	66,625	△ 1.7	92,981	△ 0.2	143,478	△ 2.1
7~9	4,718,902	△ 2.6	2,543,631	△ 1.5	2,175,271	△ 4.0	69,796	△ 2.1	107,035	△ 4.7	170,787	△ 4.5
10~12	4,170,532	△ 4.6	2,398,233	△ 2.6	1,772,299	△ 7.3	78,452	△ 6.5	113,024	△ 6.3	157,415	△ 6.4
2015.1~3	4,026,792	△ 5.4	2,289,969	△ 2.9	1,736,823	△ 8.4	79,872	△ 9.2	107,067	△ 6.5	150,610	△ 8.0
2014.1	1,253,404	△ 7.9	713,640	△ 8.0	539,764	△ 7.8	29,781	△ 8.5	33,812	△ 9.9	46,346	△ 9.7
2	1,404,873	△ 1.8	783,089	0.9	621,784	△ 5.0	26,814	△ 3.9	38,755	△ 6.7	56,109	△ 1.8
3	1,596,751	△ 3.4	862,769	△ 1.6	733,982	△ 5.3	31,361	△ 4.3	41,913	△ 5.5	61,171	△ 3.5
4	1,189,132	△ 4.4	709,445	△ 2.3	479,687	△ 7.5	21,415	△ 3.8	27,616	△ 4.5	44,771	△ 5.3
5	1,280,765	1.2	747,228	2.0	533,537	0.2	23,400	△ 1.9	32,758	2.7	49,155	0.3
6	1,289,029	△ 0.8	771,438	0.7	517,591	△ 2.9	21,810	0.6	32,607	0.9	49,552	△ 1.5
7	1,414,912	△ 2.7	786,317	△ 2.7	628,595	△ 2.8	20,310	△ 2.5	33,435	△ 3.5	51,320	△ 6.2
8	1,783,127	△ 3.0	927,688	△ 0.7	855,439	△ 5.4	22,686	△ 2.4	37,823	△ 4.7	63,512	△ 4.2
9	1,520,863	△ 2.1	829,626	△ 1.2	691,237	△ 3.2	26,800	△ 1.4	35,777	△ 5.8	55,955	△ 3.2
10	1,417,766	△ 5.2	816,723	△ 3.3	601,043	△ 7.7	26,903	△ 8.2	35,795	△ 7.5	55,008	△ 7.2
11	1,355,246	△ 3.2	814,569	△ 0.3	540,677	△ 7.2	27,566	△ 4.0	41,420	△ 2.6	51,961	△ 4.5
12	1,397,520	△ 5.4	766,941	△ 4.1	630,579	△ 6.8	23,983	△ 7.1	35,809	△ 9.3	50,446	△ 7.3
2015.1	1,235,612	△ 1.4	727,888	2.0	507,724	△ 5.9	27,507	△ 7.6	31,903	△ 5.6	44,288	△ 4.4
2	1,257,154	△ 10.5	709,513	△ 9.4	547,641	△ 11.9	22,657	△ 15.5	35,256	△ 9.0	48,310	△ 13.9
3	1,534,026	△ 3.9	852,568	△ 1.2	681,458	△ 7.2	29,708	△ 5.3	39,908	△ 4.8	58,012	△ 5.2
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	
人	前年比	人	前年比	人	前年比	人	前年比	人	前年比	人	前年比	人	前年比	
2012年度	7,694,696	3.6	680,377	4.6	2,103,213	3.3	3,277,434	4.0	620,559	1.5	260,435	1.2	1,237,753	3.4
2013年度	7,348,969	△ 4.5	625,159	△ 8.1	1,959,188	△ 6.8	3,079,507	△ 6.0	571,903	△ 7.8	236,538	△ 9.2	1,135,439	△ 8.3
2014年度	7,151,769	△ 2.7	597,805	△ 4.4	1,876,823	△ 4.2	2,938,053	△ 4.6	540,831	△ 5.4	225,696	△ 4.6	1,058,528	△ 6.8
2012暦年	7,784,166	8.3	690,868	9.7	2,129,103	7.0	3,293,059	7.4	630,710	5.7	264,551	5.8	1,259,290	9.3
2013暦年	7,425,807	△ 4.6	635,999	△ 7.9	1,988,989	△ 6.6	3,120,416	△ 5.2	576,791	△ 8.5	239,817	△ 9.3	1,143,713	△ 9.2
2014暦年	7,220,799	△ 2.8	607,994	△ 4.4	1,906,875	△ 4.1	2,996,896	△ 4.0	552,021	△ 4.3	230,241	△ 4.0	1,083,442	△ 5.3
2014.1~3	1,757,287	△ 4.2	164,590	△ 6.2	483,416	△ 5.8	773,049	△ 5.0	138,808	△ 3.4	58,534	△ 5.3	279,548	△ 2.9
4~6	1,579,938	△ 1.6	135,095	△ 1.6	435,268	△ 2.2	662,483	△ 0.6	125,945	△ 2.7	52,434	△ 1.1	244,017	△ 2.9
7~9	2,115,967	△ 2.2	152,342	△ 2.1	515,261	△ 3.2	826,170	△ 3.5	147,293	△ 3.6	61,331	△ 4.2	285,119	△ 4.9
10~12	1,767,607	△ 3.0	155,967	△ 7.0	472,930	△ 5.1	735,194	△ 6.2	139,975	△ 7.3	57,942	△ 5.0	274,758	△ 9.8
2015.1~3	1,688,257	△ 3.9	154,401	△ 6.2	453,364	△ 6.2	714,206	△ 7.6	127,618	△ 8.1	53,989	△ 7.8	254,634	△ 8.9
2014.1	507,831	△ 8.2	45,659	△ 10.3	136,883	△ 10.7	226,028	△ 8.7	37,838	△ 9.2	16,294	△ 6.3	76,169	△ 5.3
2	582,373	△ 2.5	56,532	△ 3.6	161,410	△ 2.2	255,933	△ 0.4	46,939	0.7	19,396	△ 3.8	91,499	△ 1.7
3	667,083	△ 2.5	62,399	△ 5.3	185,123	△ 5.1	291,088	△ 5.9	54,031	△ 2.5	22,844	△ 5.9	111,880	△ 2.1
4	496,986	△ 5.7	41,585	△ 3.8	143,774	△ 3.6	204,793	△ 3.4	38,675	△ 7.2	14,640	△ 8.6	73,811	△ 5.8
5	538,014	1.7	46,303	△ 0.6	144,096	△ 1.2	229,930	2.8	44,003	△ 1.1	18,563	1.4	85,634	△ 1.1
6	544,938	△ 0.7	47,207	△ 0.5	147,398	△ 1.9	227,760	△ 1.5	43,267	0.1	19,231	2.8	84,572	△ 2.1
7	623,975	△ 3.0	46,403	△ 1.2	154,537	△ 3.2	251,281	△ 2.5	44,794	△ 2.9	18,276	△ 3.7	83,324	△ 3.3
8	801,295	△ 1.9	53,228	△ 4.7	200,978	△ 4.3	309,602	△ 4.5	54,544	△ 5.7	22,222	△ 7.6	104,881	△ 6.8
9	690,697	△ 1.9	52,711	△ 0.2	159,746	△ 1.7	265,287	△ 3.1	47,955	△ 1.6	20,833	△ 0.7	96,914	△ 4.2
10	602,011	△ 4.1	51,856	△ 7.6	160,449	△ 5.6	245,431	△ 5.9	49,379	△ 4.3	19,283	△ 7.4	91,595	△ 11.3
11	567,126	△ 1.1	53,208	△ 6.2	152,801	△ 3.5	236,298	△ 5.5	43,376	△ 9.0	18,893	△ 0.6	90,430	△ 9.9
12	598,470	△ 3.6	50,903	△ 7.1	159,680	△ 6.2	253,465	△ 7.2	47,220	△ 8.7	19,766	△ 6.5	92,733	△ 8.3
2015.1	508,816	0.2	44,783	△ 1.9	134,938	△ 1.4	216,371	△ 4.3	36,955	△ 2.3	16,008	△ 1.8	70,870	△ 7.0
2	535,533	△ 8.0	49,533	△ 12.4	141,359	△ 12.4	219,739	△ 14.1	40,125	△ 14.5	16,960	△ 12.6	79,353	△ 13.3
3	643,908	△ 3.5	60,085	△ 3.7	177,067	△ 4.4	278,096	△ 4.5	50,538	△ 6.5	21,021	△ 8.0	104,411	△ 6.7
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)															
	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	
	人	前年比	人	前年比	人	前年比	人	前年比	人	前年比	人	前年比	人	前年比	人	前年比
		%		%		%		%		%		%		%		%
2012年度	305,573	8.7	298,944	8.6	389,902	6.9	505,536	4.9	1,102,512	4.9	1,894,652	1.5	1,949,138	2.8	1,598,294	2.1
2013年度	295,633	△ 3.3	288,591	△ 3.5	386,453	△ 0.9	491,463	△ 2.8	1,053,014	△ 4.5	1,743,651	△ 8.0	1,853,254	△ 4.9	1,461,742	△ 8.5
2014年度	286,923	△ 2.9	280,285	△ 2.9	381,581	△ 1.3	481,246	△ 2.1	1,025,830	△ 2.6	1,632,150	△ 6.4	1,787,555	△ 3.5	1,354,609	△ 7.3
2012暦年	305,718	8.4	299,176	8.6	389,328	10.9	511,101	11.1	1,111,104	9.7	1,919,887	7.0	1,972,629	6.0	1,623,105	6.3
2013暦年	298,684	△ 2.3	291,346	△ 2.6	388,788	△ 0.1	494,566	△ 3.2	1,066,817	△ 4.0	1,783,531	△ 7.1	1,870,168	△ 5.2	1,489,454	△ 8.2
2014暦年	290,050	△ 2.9	283,461	△ 2.7	385,746	△ 0.8	487,533	△ 1.4	1,031,551	△ 3.3	1,664,211	△ 6.7	1,809,946	△ 3.2	1,392,032	△ 6.5
2014.1~3	64,599	△ 4.5	63,047	△ 4.2	103,506	△ 2.2	134,024	△ 2.3	318,537	△ 4.2	533,255	△ 7.0	419,363	△ 3.9	323,849	△ 7.9
4~6	52,045	0.5	50,307	△ 0.8	36,612	1.9	44,333	1.5	182,079	△ 2.6	264,941	△ 5.8	450,016	△ 1.7	311,704	△ 4.6
7~9	111,601	△ 2.9	109,466	△ 2.5	143,443	△ 0.5	193,218	△ 0.9	288,327	△ 3.3	489,011	△ 6.0	470,562	△ 3.6	404,808	△ 6.2
10~12	61,805	△ 3.9	60,641	△ 3.0	102,185	△ 0.7	115,958	△ 2.4	242,608	△ 2.8	377,004	△ 7.8	470,005	△ 3.7	351,671	△ 7.4
2015.1~3	61,472	△ 4.8	59,871	△ 5.0	99,341	△ 4.0	127,737	△ 4.7	312,816	△ 1.8	501,194	△ 6.0	396,972	△ 5.3	286,426	△ 11.6
2014.1	24,407	1.0	23,392	△ 0.0	24,030	2.0	27,503	0.8	63,601	△ 7.6	111,260	△ 11.6	137,829	△ 9.6	112,352	△ 9.5
2	14,584	△ 11.2	14,287	△ 9.0	17,899	△ 5.6	25,369	△ 3.3	126,805	△ 2.2	221,609	△ 6.0	141,924	0.1	105,932	△ 6.4
3	25,608	△ 5.4	25,368	△ 5.0	61,577	△ 2.7	81,152	△ 2.9	128,131	△ 4.2	200,386	△ 5.3	139,610	△ 1.7	105,565	△ 7.6
4	21,306	△ 0.1	20,479	△ 2.3	14,562	△ 1.9	17,168	△ 4.6	56,247	△ 4.4	77,594	△ 10.6	141,575	△ 3.5	99,926	△ 8.8
5	15,858	5.0	15,332	3.4	11,179	1.2	13,566	3.7	60,578	△ 1.3	92,300	△ 2.0	148,942	△ 0.2	106,285	△ 0.9
6	14,881	△ 3.1	14,496	△ 2.7	10,871	8.4	13,599	8.0	65,254	△ 2.3	95,047	△ 5.2	159,499	△ 1.4	105,493	△ 3.9
7	39,577	△ 2.0	38,828	△ 1.3	45,991	2.1	61,675	1.4	63,337	△ 5.4	106,297	△ 5.3	146,297	△ 4.9	119,128	△ 6.4
8	55,520	△ 2.7	54,170	△ 3.2	81,581	△ 1.8	105,812	△ 2.3	113,743	△ 1.6	188,170	△ 6.0	154,984	△ 1.9	143,395	△ 8.2
9	16,504	△ 5.4	16,468	△ 3.0	15,871	△ 0.7	25,731	△ 0.3	111,247	△ 3.7	194,544	△ 6.4	169,281	△ 3.9	142,285	△ 3.9
10	17,847	△ 3.7	17,580	△ 5.7	27,234	1.1	31,360	△ 1.7	79,818	△ 4.2	130,115	△ 8.5	165,848	△ 4.2	121,876	△ 7.3
11	15,065	1.2	14,730	3.2	28,775	0.2	31,341	△ 0.6	81,436	△ 0.8	120,591	△ 6.2	162,770	△ 0.2	108,080	△ 5.5
12	28,893	△ 6.6	28,331	△ 4.3	46,176	△ 2.3	53,257	△ 3.8	81,354	△ 3.2	126,298	△ 8.5	141,387	△ 7.0	121,715	△ 9.2
2015.1	22,680	△ 7.1	21,970	△ 6.1	23,542	△ 2.0	27,502	△ 0.0	64,318	1.1	107,758	△ 3.1	138,336	0.4	103,077	△ 8.3
2	15,327	5.1	14,668	2.7	18,621	4.0	23,674	△ 6.7	120,786	△ 4.7	198,713	△ 10.3	123,761	△ 12.8	90,685	△ 14.4
3	23,465	△ 8.4	23,233	△ 8.4	57,178	△ 7.1	76,561	△ 5.7	127,712	△ 0.3	194,723	△ 2.8	134,875	△ 3.4	92,664	△ 12.2
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	
	人	前年比	人	前年比	人	前年比	人	前年比	人	前年比	人	前年比	人	前年比	人	前年比
		%		%		%		%		%		%		%		%
2012年度	2,383,179	4.6	1,252,035	7.1	1,892,015	4.4	1,161,692	3.7	1,467,982	3.4	1,160,939	5.5	497,504	8.1	433,646	9.4
2013年度	2,332,173	△ 2.1	1,189,198	△ 5.0	1,864,871	△ 1.4	1,050,848	△ 9.5	1,366,186	△ 6.9	1,028,291	△ 11.4	476,838	△ 4.2	401,881	△ 7.3
2014年度	2,306,590	△ 1.1	1,145,457	△ 3.7	1,897,178	1.7	1,005,123	△ 4.4	1,309,965	△ 4.1	937,720	△ 8.8	464,322	△ 2.6	378,618	△ 5.8
2012暦年	2,397,913	8.1	1,264,581	12.9	1,903,377	8.1	1,183,557	10.2	1,489,001	8.0	1,181,395	11.5	500,477	13.7	438,289	16.0
2013暦年	2,342,149	△ 2.3	1,202,174	△ 4.9	1,866,995	△ 1.9	1,065,841	△ 9.9	1,386,144	△ 6.9	1,045,458	△ 11.5	477,443	△ 4.6	403,170	△ 8.0
2014暦年	2,324,859	△ 0.7	1,168,899	△ 2.8	1,889,734	1.2	1,020,018	△ 4.3	1,323,969	△ 4.5	965,948	△ 7.6	473,618	△ 0.8	391,813	△ 2.8
2014.1~3	551,084	△ 1.8	274,824	△ 4.5	448,471	△ 0.5	237,697	△ 5.9	330,207	△ 5.7	232,144	△ 6.9	123,731	△ 0.5	96,690	△ 1.3
4~6	566,979	1.5	237,370	△ 0.3	460,041	3.3	233,496	△ 2.2	347,004	△ 2.9	274,761	△ 5.8	133,335	1.5	113,903	0.6
7~9	615,412	△ 0.9	373,884	△ 1.8	494,425	1.5	289,255	△ 2.4	314,445	△ 3.1	224,406	△ 5.4	105,416	0.8	91,223	△ 1.0
10~12	591,384	△ 1.7	282,821	△ 4.4	486,797	0.6	259,570	△ 6.6	332,313	△ 6.2	234,637	△ 12.2	111,136	△ 5.1	89,997	△ 9.9
2015.1~3	532,815	△ 3.3	251,382	△ 8.5	455,915	1.7	222,802	△ 6.3	316,203	△ 4.2	203,916	△ 12.2	114,435	△ 7.5	83,495	△ 13.6
2014.1	176,945	△ 8.8	89,301	△ 4.5	142,656	△ 7.3	73,695	△ 7.1	105,351	△ 10.3	73,367	△ 9.8	38,821	△ 5.2	28,894	△ 4.8
2	179,965	3.9	76,333	△ 2.5	148,904	4.3	74,954	△ 4.3	111,802	△ 1.4	73,789	△ 5.1	41,206	3.6	29,511	△ 0.5
3	194,174	0.1	109,190	△ 5.9	156,911	1.9	89,048	△ 6.3	113,054	△ 5.2	84,988	△ 5.8	43,704	0.2	38,285	0.8
4	180,920	△ 1.0	79,333	△ 4.6	145,822	0.3	70,876	△ 7.1	108,813	△ 5.7	80,715	△ 9.8	40,200	△ 1.0	33,596	△ 1.5
5	187,687	2.7	79,372	3.5	155,319	4.9	83,633	1.7	120,109	△ 0.2	100,764	△ 2.1	47,556	5.6	42,285	2.5
6	198,372	2.8	78,665	0.6	158,900	4.5	78,987	△ 1.6	118,082	△ 2.9	93,282	△ 5.9	45,579	△ 0.3	38,022	0.4
7	195,913	△ 2.5	111,244	△ 0.7	155,641	0.3	84,384	△ 0.5	104,027	△ 4.6	76,374	△ 3.6	35,534	△ 2.5	30,665	△ 0.5
8	219,509	△ 0.2	162,931	△ 4.3	174,270	2.2	108,879	△ 4.8	96,620	△ 2.3	63,859	△ 8.4	31,461	1.3	28,223	△ 4.1
9	199,990	0.0	99,709	1.5	164,514	2.0	95,992	△ 1.3	113,798	△ 2.4	84,173	△ 4.6	38,421	3.5	32,335	1.5
10	201,182	△ 2.6	88,310	△ 4.2	165,996	△ 0.8	88,496	△ 7.4	118,459	△ 6.1	89,254	△ 12.2	40,339	△ 5.5	34,052	△ 9.6
11	203,043	1.7	80,558	△ 4.2	167,366	3.0	79,219	△ 8.7	116,700	△ 6.4	77,100	△ 14.6	39,414	△ 5.7	29,058	△ 11.9
12	187,159	△ 4.3	113,953	△ 4.6	153,435	△ 0.5	91,855	△ 3.8	97,154	△ 6.0	68,283	△ 9.6	31,383	△ 3.9	26,887	△ 7.8
2015.1	182,296	3.0	84,526	△ 5.3	153,065	7.3	69,733	△ 5.4	105,784	0.4	66,685	△ 9.1	37,867	△ 2.5	26,473	△ 8.4
2	157,704	△ 12.4	67,885	△ 11.1	138,655	△ 6.9	66,947	△ 10.7	99,152	△ 11.3	60,850	△ 17.5	35,507	△ 13.8	24,219	△ 17.9
3	192,815	△ 0.7	98,971	△ 9.4	164,195	4.6	86,122	△ 3.3	111,267	△ 1.6	76,381	△ 10.1	41,061	△ 6.0	32,803	△ 14.3
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		
	日本からの海外旅行者数															円/ドル レート	旅行収支・支払	
	韓国へ		中国へ		台湾へ		香港へ		シンガポールへ		ハワイへ		Guamへ		円		億円	前年比
人	前年比	人	前年比	人	前年比	人	前年比	人	前年比	人	前年比	人	前年比	円	億円	前年比		
2012年度	—	—	—	—	—	—	1,177,781	△ 9.5	782,792	14.7	—	—	—	—	83.1	22,003	2.0	
2013年度	—	—	—	—	—	—	1,064,082	△ 9.7	828,939	5.9	—	—	—	—	100.2	21,112	△ 4.0	
2014年度	—	—	—	—	—	—	1,052,600	△ 1.1	810,828	△ 2.2	—	—	—	—	109.9	20,025	△ 5.1	
2012暦年	3,518,792	7.0	3,518,200	△ 3.8	1,432,315	10.6	1,254,602	△ 2.3	757,116	15.3	1,465,654	18.0	929,229	12.8	79.8	22,248	2.4	
2013暦年	2,747,750	△ 21.9	2,877,500	△ 18.2	1,421,550	△ 0.8	1,057,033	△ 15.7	832,834	10.0	1,510,659	3.1	893,118	△ 3.9	97.6	21,311	△ 4.2	
2014暦年	2,280,434	△ 17.0	2,717,700	△ 5.6	1,634,790	15.0	1,078,766	2.1	824,741	△ 1.0	1,515,194	0.3	810,855	△ 9.2	105.8	20,416	△ 4.2	
2014.1～3	609,061	△ 14.5	659,400	△ 8.4	413,413	14.1	274,364	2.6	214,754	△ 1.8	376,658	0.3	237,186	△ 12.2	102.8	5,190	△ 3.7	
4～6	554,138	△ 11.6	635,300	△ 6.4	369,705	23.9	253,967	7.1	160,968	△ 3.3	326,638	0.4	162,192	△ 7.2	102.1	4,591	△ 3.0	
7～9	576,880	△ 20.5	697,600	△ 5.7	406,669	15.9	285,670	5.4	239,075	1.3	423,008	△ 1.1	216,438	△ 9.1	103.9	5,635	△ 3.7	
10～12	540,355	△ 20.9	725,400	△ 1.7	445,003	8.5	264,765	△ 5.9	209,944	△ 0.8	384,634	△ 1.3	195,039	△ 7.1	114.6	5,000	△ 6.3	
2015.1～3	501,151	△ 17.7	580,300	△ 12.0	392,778	△ 5.0	248,198	△ 9.5	200,841	△ 6.5	358,880	△ 4.7	225,999	△ 4.7	119.1	4,799	△ 7.5	
2014.1	172,077	△ 16.7	212,600	△ 13.8	113,301	4.1	84,994	△ 6.7	59,578	△ 5.2	116,626	0.9	69,141	△ 12.3	103.9	1,559	△ 7.0	
2	189,722	△ 12.6	219,100	3.4	136,654	31.9	81,644	13.0	69,230	1.2	124,905	0.2	75,293	△ 12.4	102.1	1,707	△ 1.5	
3	247,262	△ 14.4	227,700	△ 12.9	163,458	9.1	107,726	3.6	85,946	△ 1.6	135,127	△ 0.1	92,752	△ 11.9	102.3	1,924	△ 2.8	
4	179,593	△ 11.3	194,100	△ 14.8	116,570	13.5	76,280	△ 2.9	50,751	△ 4.8	96,400	△ 1.6	56,313	△ 5.6	102.6	1,439	△ 5.9	
5	201,489	△ 9.6	222,300	△ 3.3	133,438	28.5	91,831	11.9	54,173	△ 2.4	108,527	△ 0.9	48,654	△ 8.4	101.8	1,563	△ 0.7	
6	173,056	△ 14.0	218,900	△ 1.2	119,697	30.4	85,856	12.1	56,044	△ 3.0	121,711	3.1	57,225	△ 7.8	102.1	1,590	△ 2.5	
7	172,427	△ 17.2	226,500	△ 5.2	117,564	17.3	84,188	2.3	69,419	△ 1.0	130,683	1.1	60,357	△ 13.5	101.7	1,709	△ 4.5	
8	208,147	△ 23.1	251,800	△ 5.7	148,531	15.4	103,689	5.2	95,248	3.3	156,690	△ 4.5	87,672	△ 7.6	103.0	2,095	△ 4.1	
9	196,306	△ 20.5	219,300	△ 6.4	140,574	15.3	97,793	8.3	74,408	0.8	135,635	0.8	68,409	△ 6.9	107.1	1,831	△ 2.6	
10	190,335	△ 22.3	244,200	△ 9.5	141,713	10.0	83,306	0.7	68,609	0.8	134,202	△ 2.7	60,637	△ 9.3	108.1	1,715	△ 6.2	
11	179,533	△ 19.4	216,400	△ 7.2	152,171	10.0	89,095	△ 6.2	69,415	△ 4.4	122,191	1.8	64,939	△ 3.6	116.2	1,613	△ 5.7	
12	170,487	△ 20.7	264,800	12.5	151,119	5.7	92,364	△ 11.0	71,920	1.4	128,241	△ 2.7	69,463	△ 8.4	119.4	1,673	△ 6.8	
2015.1	139,632	△ 18.9	211,300	△ 0.6	121,510	7.2	82,038	△ 3.5	58,479	△ 1.8	110,969	△ 4.9	64,111	△ 7.3	118.2	1,498	△ 3.9	
2	142,587	△ 24.8	165,600	△ 24.4	104,194	△ 23.8	63,388	△ 22.4	62,422	△ 9.8	120,511	△ 3.5	74,153	△ 1.5	118.6	1,501	△ 12.1	
3	218,932	△ 11.5	203,400	△ 10.7	167,074	2.2	102,772	△ 4.6	79,940	△ 7.0	127,400	△ 5.7	87,735	△ 5.4	120.4	1,801	△ 6.4	
資料出所	各国政府観光局															財務省・日本銀行		

年・月	訪日旅行動向											国際収支統計	
	訪日外国人旅行者数											旅行収支・受取	
	合計		アジア		ヨーロッパ		北アメリカ		オセアニア		億円	前年比	
人	前年比	人	前年比	人	前年比	人	前年比	人	前年比	人	前年比	億円	前年比
2012年度	8,708,300	36.5	6,676,135	38.1	800,342	35.3	894,514	25.7	259,365	40.2	11,935	31.4	
2013年度	10,983,398	26.1	8,680,729	30.0	920,246	15.0	1,007,697	12.7	295,234	13.8	15,651	31.1	
2014年度	14,670,133	33.6	11,968,781	37.9	1,089,856	18.4	1,150,452	14.2	372,335	26.1	22,383	43.0	
2012暦年	8,358,105	34.4	6,387,977	35.2	775,840	36.3	876,401	27.9	241,513	27.7	11,632	32.9	
2013暦年	10,363,904	24.0	8,115,789	27.0	904,132	16.5	981,981	12.0	284,886	18.0	14,766	26.9	
2014暦年	13,413,467	29.4	10,819,211	33.3	1,048,731	16.0	1,112,317	13.3	347,339	21.9	19,626	32.9	
2014.1～3	2,874,588	27.5	2,312,724	32.3	209,826	8.3	239,747	12.0	94,737	12.3	3,907	29.3	
4～6	3,383,955	25.4	2,694,336	27.9	274,272	18.2	310,443	14.1	81,364	21.8	4,868	26.7	
7～9	3,478,719	25.3	2,826,208	27.3	284,234	18.8	271,282	13.4	75,808	27.8	5,037	29.0	
10～12	3,676,205	39.6	2,985,943	46.2	280,399	17.3	290,845	13.3	95,430	28.3	5,814	45.4	
2015.1～3	4,131,254	43.7	3,462,294	49.7	250,951	19.6	277,882	15.9	119,733	26.4	6,664	70.6	
2014.1	944,009	41.2	766,525	48.6	56,833	13.3	74,503	18.0	40,928	17.4	1,267	38.5	
2	880,020	20.6	722,395	22.1	58,659	11.5	65,201	13.6	29,567	23.8	1,214	23.8	
3	1,050,559	22.6	823,804	28.6	94,334	3.7	100,043	7.0	24,242	△ 5.5	1,426	26.6	
4	1,231,471	33.4	959,222	35.3	120,433	28.6	107,388	24.5	34,696	30.6	1,779	36.2	
5	1,097,211	25.3	884,969	29.3	83,160	14.4	99,419	9.9	21,993	15.2	1,578	27.5	
6	1,055,273	17.1	850,145	19.3	70,679	7.5	103,636	8.7	24,675	16.7	1,511	16.5	
7	1,270,048	26.6	1,036,531	29.6	99,853	18.3	102,832	12.0	24,165	18.9	1,847	30.8	
8	1,109,569	22.4	913,800	23.7	92,448	19.5	80,848	12.6	16,199	20.8	1,613	26.8	
9	1,099,102	26.8	875,877	28.6	91,933	18.6	87,602	15.9	35,444	38.5	1,577	29.2	
10	1,271,705	37.0	1,011,094	42.9	118,552	19.1	104,152	14.5	27,840	27.9	1,987	43.1	
11	1,168,427	39.1	955,394	45.1	87,717	16.0	92,743	14.8	25,485	36.3	1,855	44.5	
12	1,236,073	43.0	1,019,455	50.8	74,130	16.2	93,950	10.5	42,105	24.2	1,972	48.7	
2015.1	1,218,393	29.1	1,018,348	32.9	62,847	10.6	78,654	5.6	52,692	28.7	1,938	53.0	
2	1,386,982	57.6	1,200,651	66.2	69,706	18.8	77,636	19.1	33,925	14.7	2,292	88.8	
3	1,525,879	45.2	1,243,295	50.9	118,398	25.5	121,592	21.5	33,116	36.6	2,434	70.7	
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

当財団は、1912年ジャパン・ツーリスト・ビューローとして創設されて以降、誠実に積み重ねてきた実績が評価され、創業100年に当たる2012年に公益財団法人へ移行しました。

『旅行・観光分野における実践的な学術研究機関』として、内外の研究機関や地域の方々と連携した研究調査に取り組むとともに、ホームページや機関誌・刊行物、旅の図書館等を通して積極的に研究成果を公開し、観光文化の振興・発展に取り組みます。

私たちは、「観光文化の振興」を担う公益財団法人として、
調査研究事業を進めることにより、
観光を通じた豊かな社会の実現に貢献します。

公益財団法人 日本交通公社

<主な研究テーマ>

- インバウンド（訪日外国人）に関する政策
- 都道府県の観光政策（観光政策研究会）
- これからの観光地づくりと観光計画
- 観光の経済効果を高めるための政策
- 自然観光地の管理運営のあり方（自然公園研究会）
- 観光指標を活用した持続可能な観光地づくり
- 自然保護地域の評価・計画・管理・合意形成手法
- 温泉地におけるまちづくり（温泉まちづくり研究会）
- 観光に対する住民意識に関する研究
- 歴史文化観光とその振興施策
- 観光地や旅行業における旅行流通
- 観光資源評価
- ユニバーサルツーリズムの推進
- アジアの観光研究の現状
- まち歩き観光

<主催シンポジウム・セミナー>

旅行動向シンポジウム（10月）、観光地経営講座（6月）、たびとしよCafé

<刊行物>

機関誌「観光文化（年4回）」、「旅行年報（10月）」

<寄附講義>

琉球大学（寄附講義）、立教大学（寄附講座）

<「旅の図書館」運営>（一時閉館中）

観光・旅行に関する国内・海外の学術的・文化的文献、古書・稀覯書の収集・公開



公益財団法人 日本交通公社

〒100-0004
東京都千代田区大手町2-6-1
朝日生命大手町ビル17階
TEL: 03-5255-6071 FAX: 03-5255-6076
ホームページ: <http://www.jtb.or.jp/>

旅行年報 2015

Annual Report on the Tourism Trends Survey

2015年10月 発行

発行：公益財団法人 日本交通公社

〒100-0004 東京都千代田区大手町2-6-1 朝日生命大手町ビル17階

TEL：03-5255-6073 (観光研究情報室)

E-mail：jtbfbbook@jtb.or.jp

ホームページ：http://www.jtb.or.jp/

発行人：志賀 典人

編集人：久保田 美穂子

編集：片桐 美德

デザイン・印刷：株式会社 REGION

本誌内容についてのご意見・お問い合わせのある方は、上記「観光研究情報室」までご連絡願います。
また本書を許可なく複製することは固く禁じます。これらの許諾については観光研究情報室までご照会ください。



公益財団法人 日本交通公社