

本書は、原則として2016年度（2016年4月～2017年3月）のデータに基づいて執筆しています。
ただし、執筆時期に公開されているデータが暦年のもの（2016年、2015年、2014年）はそのデータに基づいてい
ます。また、年表など一部の項目については2017年6月までの情報を取り込みました。

旅行年報

Annual Report on the
Tourism Trends Survey

2 0 1 7

目次

この一年をふりかえって	2
-------------	---

第Ⅰ編 日本人の旅行市場

「JTBF旅行実態調査」「JTB旅行意識調査」について(調査概要)	10
I-1 日本人の旅行市場の概況	11
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	58

第Ⅱ編 訪日外国人旅行

II-1 訪日外国人の旅行動向	68
II-2 訪日旅行に対する意識	82
II-3 訪日旅行事業の現況	88

第Ⅲ編 観光産業

III-1 旅行業	98
III-2 運輸業	104
III-3 宿泊業	119
III-4 集客交流施設、MICE	124

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(2016年と2015年の対比)	136
IV-1 北海道	137
IV-2 東北	141
IV-3 関東	144
IV-4 中部	148
IV-5 近畿	151
IV-6 中国・四国	155
IV-7 九州	159
IV-8 沖縄	163
IV-9 自然	166
IV-10 歴史・文化	174
IV-11 温泉	180

第Ⅴ編 観光政策

V-1 国による観光政策	185
V-2 都道府県による観光政策	192
V-3 主要市町村による観光政策	201

付記

観光研究	207
------	-----

資料編

資料-1 旅行年表	212
資料-2 付属統計表	216

この一年を振り返って

このたび、当財団の定期刊行物である『旅行年報2017』が発刊となった。現在のような形となったのが1981(昭和56)年で、今年で36回目となる。また、1991(平成3)年から継続開催している「旅行動向シンポジウム」を、2014(平成26)年に本誌発表の場という車の両輪と位置づけてから4年目となる。

ここでは、この一年のわが国の観光を振り返り、今後の課題や展望について模索して参りたい。

1. 2016年のわが国の「観光」を概観する

(1) 日本人の旅行市場

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」の大きく3つに分けて、その動向をみると、いずれも対前年増加という久々に明るい状況であったことが分かる。地方の観光地を回ってみるとなかなか実感がわかないところもあるが、例えば京都はもちろんのこと、広島や福岡などの町中や観光スポットは多くの人で賑わっているし、東京駅でも急激に外国人、特にFITが増えたことを実感する。

最も波及効果の大きい「国内宿泊旅行」は、延べ3億2,566万人回と前年比4.0%増となっており、2017年に入っても好調が続いている。旅行目的別にみても「観光・レクリエーション」だけでなく、「帰省・友人知人訪問等」や「出張・業務」もともに増加しており、活発な旅行・交流活動が展開されたと言える。また減少が続いていた「国内日帰り旅行」も昨年は3億1,542万人回と前年比8.1%増となった。

この背景には、消費増税の反動増や北陸・北海道新幹線の開通などに加えて、やはり大手企業を中心としてわが国の経済環境が好調であったことが挙げられよう。因果関係は必ずしも明確ではないが、インバウンドの隆盛に我々日本人も引張られている感が否めない。

さらに、日本人の「海外旅行」も1,711.6万人と、4年ぶりに増加に転じたことは朗報である。円高の進展に加えて、中国、韓国への訪問者が増加に転じたことが大きく、2017年に入ってから好調に推移している。観光立国から観光先進国への課題はこのツーウェイツーリズムにあると言っても過言ではなからう。

(2) 訪日外国人旅行

2016年の訪日外客数は、史上初めて2,000万人を超え、2,404万人、前年比21.8%増と過去最高を記録した。特に中国、韓国の伸びが大きく、台湾を含めた3カ国で全体の65%を占めている。伸びの著しいのは東南アジア諸国で、インドネシア、フィリピン、マレーシアはほぼ対前年3割増となっている。さらに、訪日外国人の日本国内での総消費額は、1人当たりの消費単価は対前年で減少したものの、3兆7,476億円と過去最高を記録した。爆買いは影を潜めたものの、約4割を占める中国人の消費に依存するところが大きい。

訪日外客数が日本人の海外旅行者数を上回ったのは2015年からであるが、国際収支における旅行受取と旅行支払、つまり旅行収支も2015年から黒字となっており、昨年にはほぼ1.5倍の差となっている。

(3) 観光産業

① 旅行業

旅行業者（旅行業者と旅行業者代理業の計）の総数は、前年比2.0%、1万301社と昨年に続いて増加となった。第1種を除く第2種、第3種で増加がみられ、特に地域限定旅行業の伸びが顕著であった。主要旅行業者の取扱額合計に占めるシェアを推計すると、1位ジェイティービー（グループ15社計）で29.9%、2位楽天11.3%、3位KNT-CTホールディングス（グループ8社計）9.8%と、楽天のシェア拡大が顕著であった。大手旅行会社5社の旅行事業部門の売上高は、日本旅行を除き各社ともにマイナスであり、訪日旅行事業、Web事業の一層の強化、競合するOTA対策（連携含む）、航空座席・宿泊客室の仕入確保などが共通課題となっている。そのため、JTBグループやKNT-CTグループ等の組織再編や海外展開、業務提携、さらなるIT活用（AI含む）など生き残りをかけた展開が模索されている。

② 運輸業

鉄道旅客数は、JRの定期外旅客、新幹線旅客、民鉄の定期外旅客それぞれで前年比増と堅調な伸びを示した。鉄道路線の動向としては北海道新幹線の開業、JR北海道、JR西日本での路線廃止、JR西日本では可部線が全国で初めて営業運転を再開した。また、観光列車の運行、特にJR東日本の「四季島」、JR西日本の「瑞風」の豪華列車が注目されたが、私鉄や並行在来線などでも様々な観光列車が登場し、話題を集めた。

航空旅客数は、国内、国際ともに対前年2.1%増、同14.0%増と好調を維持した。空港利用者数も熊本、長崎を除き、概ね増加しており、訪日外国人旅行者の増加が影響している。LCCの新規就航も相次いでいるが、成田空港第3ターミナル、関西国際空港第2ターミナルの開業によるところが大きい。地方空港のコンセッションの動きも活発化しており、関西空港・伊丹空港、仙台空港に続き、神戸空港、福岡空港、北海道の7空港などが検討を行っている。また「訪日誘客支援空港」の認定制度も始まっている。

国内旅客船輸送人員も対前年増加となった。日本人のクルーズ乗客数も24.8万人と3年ぶりに減少傾向に歯止めがかかり、89年以降最多となった。またクルーズ船で入国した外国人客数は、約199.2万人と前年比78.5%と大幅増加となり、過去最高を記録した。日本の港湾への寄港回数も2,018回と前年に比べて大幅増加となっている。特に博多港が最多で、次いで長崎港、那覇港などが続いている。一方、日本船社のクルーズ船は横浜港や神戸港、名古屋港など大都市近郊に寄港する傾向が強い。また「官民連携による国際クルーズ拠点」として6港湾が選定されている。

高速道路通行台数も日平均約501万台と前年比1.5%増となった。高速バスの輸送人員も1億986万人と前年比1.1%増である。高規格道路及び地域高規格道路の整備も進んでおり、高速道路における休憩施設や一般道路の休憩施設（道の駅）の整備などが進められた。

③ 宿泊業

旅館は軒数・客室数ともに減少、ホテルは軒数が微増、客室数は増加、簡易宿所の軒数は増加といった供給動向である。延べ宿泊者数は4億9,249万人泊、日本人の宿泊旅行者数、訪日外国人旅行者数ともに増加しているにもかかわらず、対前年2.3%減とマイナスに転じており、宿泊統計の課題を浮き彫りにした。延べ宿泊者数は、観光統計の中でも比較的正確に捕捉できるデータと言われてきたが、近年その神話も崩れつつあると言わざ

るを得ない。この背景には宿泊形態の多様化が要因であるが、その代表格である「民泊」の適正な運営を目的に検討が続けられてきた「住宅宿泊事業法」が成立した。来春の施行に向けて都道府県等（保健所）が地域の実情に応じて条例を制定することとなっており、その動向が注目される。

④集客交流施設、MICE

遊園地・テーマパークの売上高は、6,650億円、対前年1.7%増、入場者数は8,034万人、対前年1.0%減となった。新規に約320億円をかけて名古屋にレゴランド・ジャパンが開業するなど、集客・交流施設のオープン、リニューアルなどが続いている。

一方、MICEに関しては、必ずしも統計が十分整備されているとは言い難いが、国際会議の開催件数は、増加の傾向を示しており、一昨年で2,847件、前年比9.9%増となっている。なかでも比較的規模の小さな会議が増加しており、開催地では東京、福岡、仙台、京都など大学の存在が大きく影響している。

(4) 観光地

観光地の入込動向を全国的に把握するためには、観光庁の宿泊旅行統計、もしくは都道府県が発行している観光入込統計を精査することとなる。前述のように、いわゆる宿泊施設を利用しない宿泊客の増加により、宿泊旅行統計が必ずしも実態を表さなくなっていることも踏まえてみていく必要はあるが、当然ながら過小推計、特に外国人については正確な捕捉ができていない観光地も少なくない。宿泊施設を運営する側の統計に対する意識の問題も無視できない。

全国の入込動向をみていくと、北海道の延べ宿泊客数は、3,355万人泊、前年比3.0%増、外国人延べ宿泊者数も655万人泊、前年比16.2%増と堅調であった。東北については、4,006万人泊と前年比6.6%減、外国人宿泊者数は、72.6万人泊、19.3%増と過去最高を記録した。関東は1億4,574万人泊、前年比1.9%減となり、外国人宿泊者数も2,606万人泊、前年比2.3%増にとどまった。中部は8,710万人泊、前年比4.8%減に対して、外国人宿泊者数は736万人泊、前年比3.2%増となった。近畿は7,444万人泊、前年比1.4%減に対し、外国人宿泊者数は1,708万人泊、前年比7.3%増と昨年に続いて過去最高となった。中国・四国は、3,909万人泊、前年比0.7%増、外国人宿泊者数は202万人泊、前年比25.7%増と大幅な伸びを示した。九州は熊本地震の影響により、5,187万人泊、前年比4.2%減となったが、外国人宿泊者数は、572万人泊、前年比3.5%増と堅調な伸びを示した。沖縄は2,063万人泊、前年比2.8%増、外国人宿泊者数も386万人泊、前年比4.9%増と好調を維持した。

(5) 観光政策

政府の観光政策は、2016年3月に策定された「明日の日本を支える観光ビジョン」に基づいて各種施策が進められており、具体的な行動計画である「観光ビジョン実現プログラム」が毎年策定されている。これを法的に担保するため、観光立国推進基本法に基づく新たな「観光立国推進基本計画」が2017年3月に閣議決定され、2020年に向けて①日本人の国内旅行消費額21兆円、②訪日外国人旅行者数4,000万人、③訪日外国人の旅行消費額8兆円、といった目標数値が法定計画に掲げられたことになる。

これらに伴い観光庁の予算も前年比236.2%増の242.2億円と大幅な増加となり、さらに補正予算が追加となった。2017年7月には観光庁の要員が大幅増となっており、目標達成

に向けた体制整備が進められている。

地方行政による観光政策については、今年度より、都道府県に加えて主要な観光地を有する市町村にも調査対象を拡大して実施している。まずは、都道府県の観光政策であるが、特に成果があがった施策は「国際観光の振興」と「情報発信・宣伝PR」であると回答するところが多い。その結果、今年度重点的に取り組む施策も同様となっている。「国際観光の振興」の具体的な事業内容としては、「インターネットによる情報発信」、「海外で開催される見本市・商談会等への参加」、「海外メディア・旅行関係者等の招聘」などとなっている。観光振興条例の制定率は約7割、観光振興基本計画等の策定率は約8割強といった状況である。民泊対応（住宅宿泊事業法）については早々に検討すべき課題としているところが多く、観光予算についても約半数が増加傾向にあるとしている。

さらに主要な観光地を有する市町村の観光政策をみていくと、観光統計の整備については自前の統計を積極的に整備するところと消極的なところと二極化していることが分かる。また観光振興に関する条例の制定に関しては制定済みが1割未満と未だ極めて低い一方、観光計画の策定については約7割強が策定しているとの結果となった。昨年度実施した事業としては、「観光イベントの開催」が最も多く、次いで「情報発信・宣伝PR」、「国際観光の振興」と都道府県とはやや異なる結果となっている。今年度重点的に取り組む事業としては、まずは「情報発信・宣伝PR」であり、次いで「国際観光の振興」である。観光振興における課題としては、「外国人観光客の受入体制の整備不足」、具体的には「案内標識の多言語化」や「Wi-Fi環境」、「観光案内所職員の語学研修」と急増する外国人旅行者への現場対応等が大きな割合を占めている。

2. 2016年を振り返って

以上のように、この一年間のわが国の観光を全体的に俯瞰してみると、日本人の国内旅行、海外旅行ともに堅調に増加し、さらには外国人旅行者の大幅な伸びによって、地域や企業によって当然ばらつきはあるものの、わが国の観光地、観光産業ともに好調に推移したと総括することができよう。特に注目したいのは、日本人の海外旅行が3年続けて減少していた状況から増加に転じたことである。しかも2017年に入ってから堅調な伸びを示しており、“アウトバウンドとインバウンドのバランス”は、観光先進国を標榜するわが国観光の基本理念として堅持していきたいものである。

以下、あくまで個人的な見解とはなるが、この一年の中で、私が注目したい項目について整理する。

①新たな経済構造構築への期待——旅行収支の黒字化

国際収支の中で2年続けて旅行収支が黒字となったことは注目に値する。これまでのように日本で製造したものを海外に輸出するという構造から、わが国固有の資源を目的に世界の人々が集い、その消費が未だわずかではあるが、日本経済の柱として成長を始めたという意味で、新たな経済構造の構築に向けたベースが整いつつあると期待される。もちろん、消費支出の増大だけに限らず、新たな観光投資を呼び込みことにも期待がかかるころである。

②インバウンドの急増—量から質への転換

訪日外客数2,404万人、総消費額3兆7,476億円という過去最高を記録したことは再三

述べている。しかしながら、1人当たり旅行支出は減少しており、それを上回る来訪者数の増加が、訪日外国人の旅行消費額の増加要因となっている。つまり、“数”で稼いだことになる。4,000万人、6,000万人と右肩上がりを期待する余り、肝心な消費単価の向上が忘れ去られては元も子もない。その意味で思わず支出したいと思わせる“コト”をそれぞれの場面で用意することが重要になってくる。

③ 宿泊客数を正確に捕捉するための方策

単純に考えても日本人の国内宿泊旅行が増加し、さらに訪日外国人旅行者数が急増すれば、全国の宿泊者数は増加するはずである。しかしながら、観光庁の統計をみる限り、現実にはそうになっていない。前述したように、いわゆる旅館業法に位置づけられた宿泊施設を利用しない宿泊客が増加しているものと考えられる。以前から帰省・知人訪問等という宿泊形態はあったものの、それほど伸びているわけではなく、民泊や車中泊といった宿泊旅行統計には現れない多様な利用形態が増加しているものと推察される。観光の地域経済への影響を捕捉する基礎となるデータでもあることから、早急な対策が期待される。

④ 「明日の日本を支える観光ビジョン」と「観光立国推進基本計画」との関係

政府の観光政策はこのビジョンをベースとしているが、これまでのように観光行政だけでなく、文化・スポーツ行政や国立公園行政、農村振興や離島振興、交通政策など幅広い分野との連携によって、観光先進国を目指すわが国の戦略と体制が示されている。とはいえ、不安なのはその継続性である。2020年の東京オリンピック・パラリンピックまでが目標となっているため、すぐに変更ということはないはずであるが、その後どこまで継続性が担保されるかが全く不明である。その意味で法律、つまり観光立国推進基本法に基づく「観光立国推進基本計画」は重要であると認識している。少なくとも行政レベルでの継続性は担保されるはずであり、その点でビジョン実現に向けて毎年策定される「観光ビジョン実現プログラム」と「観光立国推進基本計画」との整合性には注目していきたい。ただ、後者は政府の取り組みとはなっているものの、前述したような幅広い政策となっていないのではないかと懸念するのは杞憂であろうか。

⑤ 住宅宿泊事業法の成立と対応

全国の地方自治体が注目しているのが、民泊への対応をどうしていくか、どういう条例を制定していくかである。イギリス発祥のB&B（朝食付きの宿泊施設）に由来し、2008年アメリカ・カリフォルニアで創業したAirbnb（エアビーアンドビー）によって構築されたシステムは瞬間に全世界に普及した。今では世界191カ国以上、6.5万以上の都市で350万物件以上、累計ゲストは2億人に達していると言われ、日本においても既に約5.3万物件、インバウンドを中心に約370万人のゲストが利用し、4,000億円以上の消費が発生しているとの報告が公表されている。こうした動きに対応するため、政府は1年以上に及ぶ検討を行った結果、「住宅宿泊事業法」が制定された。これまで旅館業法の枠内で事業を展開してきた旅館・ホテル業界には、未だに反対意見が渦巻くが、少なくとも違法状態の民泊を駆逐し、適切に運用されるよう各地域で知恵を絞って条例化に向かっていくことが、業界にとっても消費者にとっても重要であると考えられる。

3. 今後の展望

2020年という短期的な目標達成ということだけに留めず、長期的な観光振興を安定的かつ着実に進めるための戦略と体制が今こそ求められていると考えている。そのためには次の点が重要であると思われる。

①テロや災害など予期せぬ事象への対応

観光は言うまでもなく、平和の上で成立する活動であり、日々の営みであり、産業である。IS（イスラミックステート）による度重なるテロや北朝鮮によるミサイル発射など平和を脅かすことは、観光にとって全くプラスにはならない。また、わが国においては自然災害である。熊本地震や九州北部豪雨、火山の噴火や巨大台風などが相次ぎ、そのたびに観光産業は大打撃を被ることとなる。そうした際の支援制度が創設できないか、熊本地震時に採用された「九州ふっこう割」は、直後の観光産業に大きな力を与えた。農業など他産業の知恵なども拝借しつつ、観光産業版の創設を急ぐ必要がある。

②観光公害への対応—利用と保護のバランス

観光を取り巻く報道の中で最近特に気になるのが「観光公害」に関するニュースである。具体的には京都におけるオーバーユースの問題、道路の渋滞や公共交通のマヒなどいわゆる地元のコミュニティを危うくする全ての事象に対して市民が声を上げつつあるということである。世界を代表する観光都市・京都においてさえ、観光に対する市民理解は限界を超えつつある。これまでも白川郷や鎌倉、近年では金沢の東茶屋街などで問題が指摘されてきたが、住民の観光に対する意識を常に的確に把握しつつ、その対策を進めなければならない。場合によっては利用の制限や地域のルールづくりなどが必要であり、観光利用と観光資源や街並みの保護・保存のバランスには常に配慮していかなければならない。

③シェアリングエコノミーへの対応

空き家（民泊）やタクシー、駐車場など既存のストックを活用して地域経済の活性化を図ろうという試みであり、様々な課題を包含しつつも世界の潮流は既にこの方向に流れていると言えよう。わが国でも新しく法律を制定するか、地域独自のルールを作るか、あるいは先送りするか、政策選択の幅はそれほど大きくはなく、急激な変化をもたらすか、軟着陸方式を選択するか、いずれかになるであろう。ただ、例えば、旅客を乗せて運転するライセンスのない人間がUber（ウーバー）等を使ってビジネスをするのは明らかに違法である。Airbnbも同様であるが、彼らが宿や車の「質」を担保するわけではなく、あくまで「場」を提供するだけであり、質に関する評価は利用者が行うのである。いずれ時間が経ち、評価が蓄積されれば解決する問題ではあるのかも知れない。海外で利用した経験からすれば極めて便利この上ないが、当面、こうしたビジネスモデルに違和感を覚えるのは私だけではなく、正しい情報提供と国民の間の正しい理解が不可欠となろう。

④市町村レベルの観光ビジョンと推進体制の確立、そして観光財源の検討

どこにでも観光客が訪れる可能性はあるし、インスタ映えした写真によって明日には外国人が一杯といったことがいつ起こるか分からない時代である。また、観光の現場となる

地方自治体、つまり市町村は、今や都道府県を通さなくとも、直接国の補助事業、モデル事業にチャレンジできる時代となっている。にもかかわらず、意外に自らの町や村の観光振興に対する基本的な考え方を確立しているところは少ないのではないだろうか。従って、できればより多くの市町村が観光に対するビジョン（観光計画）を持つことが望ましく、推進体制やそのための予算、財源の確保も重要である。観光振興に関する財源の確保については、政府が出国税等に関する検討を始めた他、既存の入湯税を活用する方式や東京都や大阪府、さらには京都市などのような宿泊税（法定外目的税）を導入する方式、沖縄・座間味村における環境目的税の導入検討など今や全国で創設の動きがある。こうした点にも注目して行きたい。

⑤観光人材の確保、定着、育成

建設業界や宅配業界などでは既に喫緊の課題となっているが、観光産業、特に宿泊業界や飲食業界において顕著となっているのが人材不足の問題である。宿泊産業の生産性向上への取り組みは進められているものの、経費削減を主体とする生産性向上には限界が来ており、海外に比べて安いと言われる宿泊料、具体的にはサービスに見合う単価アップも念頭に置いていく必要がある。それなくして、観光業界に優秀な人材を確保することは不可能であろう。

また、人材の確保、定着、育成の3つのステップを考えたとき、「確保」については、雇用問題であることから厚生労働省マター、「定着」は個別企業の努力、そして「育成」については、観光庁はじめ国は経営人材の育成を、地方行政においてはおもてなし研修などにそれぞれ取り組んでおり、縦割りの面は否めない。3つのステップを一貫して進めていくための国、地方自治体、観光団体、業界の連携、そして知恵と工夫が不可欠となっている。

2017年10月

公益財団法人 日本交通公社
理事・観光政策研究部長 梅川 智也
(執筆者を代表して)

第I編 日本人の旅行市場

「JTBF旅行実態調査」「JTBF旅行意識調査」について（調査概要）…… 10

I-1 日本人の旅行市場の概況

1 旅行者数	11
●平均旅行回数●平均泊数●延べ旅行者数●延べ泊数	
2 旅行市場区分（全体）	12
(1) 費用負担および旅行形態からみた旅行市場	
3 旅行市場区分（観光・レクリエーション）	13
(1) マーケットセグメント別の市場シェア	
(2) 性・年代別にみる同行者別の市場シェア	

I-2 日本人の国内旅行

1 2016年の概況	15
(1) 国内旅行者の主要動向	
(2) 主な要因	
(3) 宿泊者数の内訳（性・年代別／出発月別／居住地別）	
2 着地別（都道府県別）の旅行動向	18
(1) 都道府県別国内宿泊者数	
(2) 都道府県別旅行内容	
3 マーケットセグメント（同行者×ライフステージ）別の旅行動向	32

I-3 日本人の海外旅行

1 2016年の概況	39
(1) 日本人海外出国者の主要動向	
(2) 主な要因	
(3) 日本人海外出国者数の内訳（性・年代別／出発月別／居住地別）	
2 旅行先（国・地域別）の旅行動向	42
(1) 旅行先（国・地域）別旅行内容	
3 マーケットセグメント（同行者×ライフステージ）別の旅行動向	52

I-4 日本人の旅行に対する意識

1 行ってみたい旅行	58
(1) 行ってみたい旅行先（国内旅行・海外旅行）	
(2) 行ってみたい旅行タイプ	
(3) 旅行タイプ別の行ってみたい旅行先	
2 旅行の動機	64
3 旅行の阻害要因	66

「JTBF旅行実態調査」「JTBF旅行意識調査」について（調査概要）

本書では、第I編と第III編にて、下記調査データを使用しています。

調査名 : JTBF旅行実態調査
 調査対象 : 全国16～79歳の男女で、旅行を実施した人（調査会社のパネルより抽出）
 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 : 2016年5月（2016年1～3月期分の旅行内容）、2016年7月実施（同4～6月期の旅行内容）、2016年10月実施（同7～9月期の旅行内容）、2017年1月実施（同10～12月期の旅行内容）
 調査の対象とした旅行実施期間 : 2016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	
標本の大きさ(人)	127	490	566	634	484	564	399	116	421	509	549	452	594	458	6,363
構成比(%)	2.0	7.7	8.9	10.0	7.6	8.9	6.3	1.8	6.6	8.0	8.6	7.1	9.3	7.2	100.0

年齢(歳)	男性							女性							合計
	16～19	20～29	30～39	40～49	50～59	60～69	70～79	16～19	20～29	30～39	40～49	50～59	60～69	70～79	
トリップ数(件)	192	854	895	1,011	762	865	593	180	670	749	810	679	879	684	9,823
構成比(%)	2.0	8.7	9.1	10.3	7.8	8.8	6.0	1.8	6.8	7.6	8.2	6.9	8.9	7.0	100.0

〈海外観光旅行〉

年齢(歳)	男性							女性							合計
	16～19	20～29	30～39	40～49	50～59	60～69	70～79	16～19	20～29	30～39	40～49	50～59	60～69	70～79	
標本の大きさ(人)	45	312	343	387	309	378	251	72	264	329	369	312	417	270	4,058
構成比(%)	1.1	7.7	8.5	9.5	7.6	9.3	6.2	1.8	6.5	8.1	9.1	7.7	10.3	6.7	100.0

年齢(歳)	男性							女性							合計
	16～19	20～29	30～39	40～49	50～59	60～69	70～79	16～19	20～29	30～39	40～49	50～59	60～69	70～79	
トリップ数(件)	51	369	399	434	358	425	275	82	302	377	414	365	458	305	4,615
構成比(%)	1.1	8.0	8.7	9.4	7.8	9.2	6.0	1.8	6.5	8.2	9.0	7.9	9.9	6.6	100.0

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

本文では、I-1「日本人の旅行市場の概況」、I-2「日本人の国内旅行」、I-3「日本人の海外旅行」で使用。

調査名 : JTBF旅行意識調査
 調査対象 : 全国18～79歳の男女（調査会社のパネルより抽出）
 調査方法 : 郵送自記調査
 調査項目 : 主に旅行に関する意識を調査
 調査時期 : 2017年6月実施
 回答者属性 :

2017年	男性							女性							合計
年齢(歳)	18～19	20～29	30～39	40～49	50～59	60～69	70～79	18～19	20～29	30～39	40～49	50～59	60～69	70～79	
標本の大きさ(人)	22	78	115	125	120	115	100	36	67	95	123	121	129	109	1,355
構成比(%)	1.6	5.8	8.5	9.2	8.9	8.5	7.4	2.7	4.9	7.0	9.1	8.9	9.5	8.0	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。

本文では、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

日本人の旅行平均回数 国内宿泊旅行2.56回/人、
国内日帰り旅行2.48回/人、海外旅行0.13回/人

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。

●旅行平均回数

16年の日本人の旅行平均回数については、国内宿泊旅行全体では2.56回/人、国内日帰り旅行全体では2.48回/人、海外旅行全体では0.13回/人であった。各旅行の観光、帰省、出張の内訳については、図I-1-1左参照。

●平均泊数

16年の日本人の旅行における平均泊数は、国内宿泊旅行全体では2.19泊/人回、海外旅行全体では6.91泊/人回であった。

各旅行の観光、帰省、出張の内訳については、図I-1-1右参照。

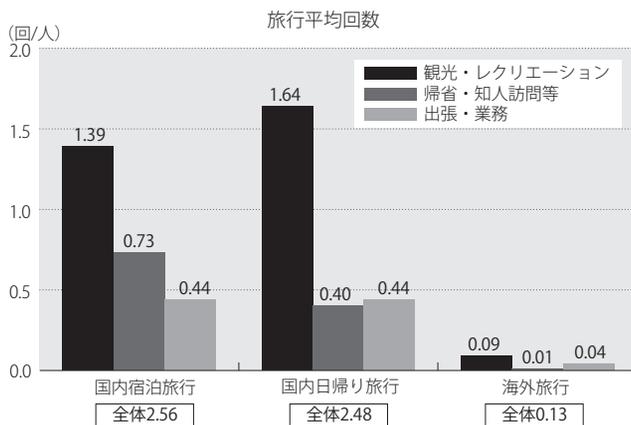
●延べ旅行者数

16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3億2,566万人回、国内日帰り旅行全体では3億1,542万人回、海外旅行全体では1,709万人回であった。いずれの旅行も、観光のシェアが5～7割を占める。また、国内宿泊旅行における帰省および海外旅行における出張は3割弱のシェアを占めている(図I-1-2左)。

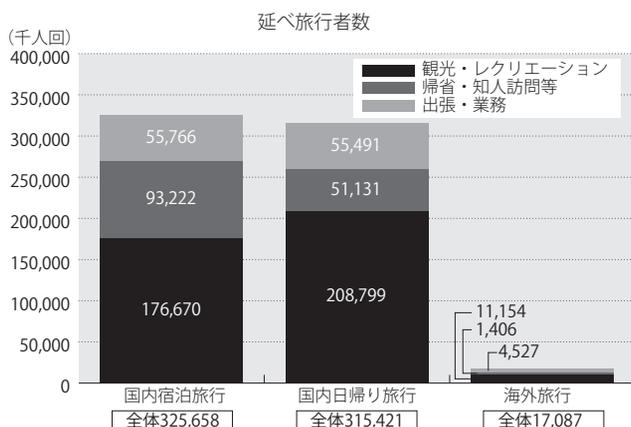
●延べ泊数

16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7億1,209万人泊、海外旅行全体では1億1,814万人泊であった。延べ旅行者数と比べて、国内宿泊旅行では、帰省のシェアが増えて観光のシェアが減る傾向にある(図I-1-2右)。

図I-1-1 旅行平均回数および平均泊数 (2016年)



図I-1-2 延べ旅行者数および宿泊者の延べ泊数 (2016年)



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

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

2 旅行市場区分(全体)

旅行全体の約半分以上が個人で実施する観光旅行

(1) 費用負担および旅行形態から見た旅行市場

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」「その他の旅行」の6種類に区分した。この6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・海外旅行ともに「出張・業務」で、その次に「帰省

や家事のための旅行」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、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・海外旅行ともに個人負担が約7割、法人負担が約2割を占めていることが分かる(表I-1-2)。

「個人旅行」と「団体旅行」の旅行形態別シェアについては、「国内旅行、海外旅行ともに個人旅行が約8割と、個人旅行のシェアが高いことが分かる(表I-1-3)。

最後に、「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-1-3、図I-1-4に示した。個人の費用負担による個人旅行が、国内旅行では約6割5分、海外旅行では約6割を占めている。

表I-1-1 旅行形態に着目した旅行市場区分シェア(2016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。	50.9	51.1
帰省や家事のための旅行	帰省や冠婚葬祭関連の旅行。(帰省ついでに行った観光旅行は観光・レクリエーション旅行)	14.0	10.1
組織が募集する団体旅行	町内、農協、郵便局、信金、宗教団体、サークルなどが募集する旅行。	6.3	8.4
出張や業務旅行	打合せや会議、視察目的の旅行。	17.4	15.2
会社がらみの団体旅行	職場旅行や招待、報奨旅行。団体で行動する旅行。	5.5	7.8
その他の旅行	上記のいずれにもあてはまらない旅行。	5.9	7.4

資料:(公財)日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

表I-1-2 旅行費用の負担者別に見るシェア(2016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	71.2	69.6
	帰省や家事のための旅行		
	組織が募集する団体旅行		
法人負担	出張や業務旅行	22.9	22.9
	会社がらみの団体旅行		
その他の旅行		5.9	7.4

資料:(公財)日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

表I-1-3 旅行形態別に見るシェア(2016年)

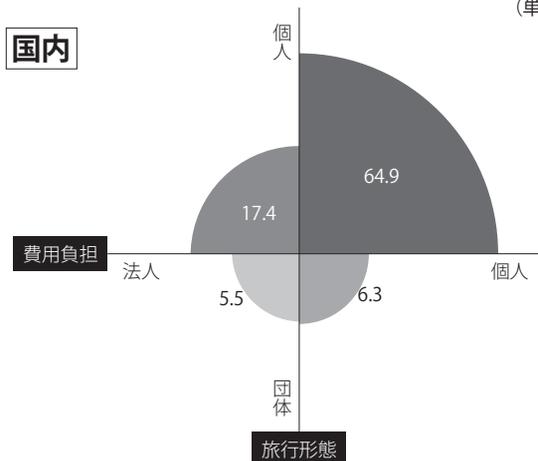
(単位:%)

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	82.3	76.4
	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	11.8	16.1
	会社がらみの団体旅行		
その他の旅行		5.9	7.4

資料:(公財)日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

図I-1-3 国内旅行の負担者別・旅行形態別のシェア(2016年)

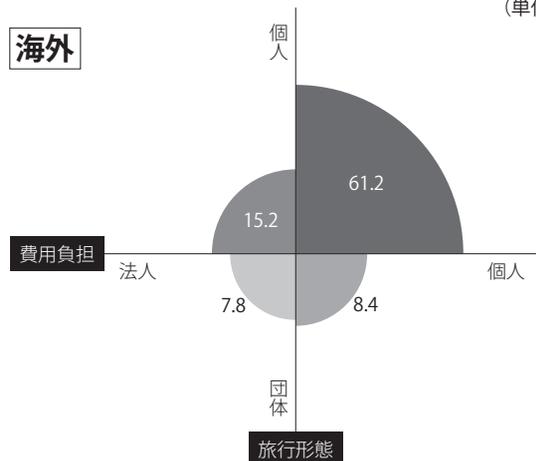
(単位:%)



資料:(公財)日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

図I-1-4 海外旅行の負担者別・旅行形態別のシェア(2016年)

(単位:%)



資料:(公財)日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

3 旅行市場区分 (観光レクリエーション)
夫婦・カップルの旅行シェアがもっとも高く約3割5分

(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での分析については、国内旅行は32~38ページ、海外旅行は52~57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、次いで家族旅行、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	自分ひとりで	男性
	女性のひとり旅	自分ひとりで	女性

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

資料：(公財)日本交通公社作成

表I-1-5 観光レクリエーション旅行の市場区分別のシェア

(単位：%)

マーケットセグメント		国内旅行	海外旅行
家族旅行	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)	24.5	26.0
	小中高生の子どもと一緒にの家族旅行(乳幼児連れも含む)	4.8	3.1
	18歳以上のみの家族旅行	10.1	7.2
	※内、3世代家族旅行	9.7	10.3
		6.7	5.5
夫婦・カップル旅行	カップルでの旅行	34.9	34.1
	夫婦での旅行(子どもなし)	8.5	5.9
	子育て中の夫婦での旅行	9.5	10.7
	子育て後の夫婦での旅行	1.9	2.7
友人旅行	未婚男性による友人旅行	15.0	14.8
	既婚男性による友人旅行(子どもなし)	20.2	22.8
	子育て中の男性による友人旅行	4.8	4.4
	子育て後の男性による友人旅行	1.0	0.9
	未婚女性による友人旅行	1.0	1.6
	既婚女性による友人旅行(子どもなし)	2.7	2.6
	子育て中の女性による友人旅行	4.6	5.9
	子育て後の女性による友人旅行	1.3	1.6
ひとり旅	男性のひとり旅	18.0	20.0
	女性のひとり旅	11.5	12.1
その他		6.5	7.9
全体		2.3	2.5
		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。

資料：(公財)日本交通公社「JTB旅行実態調査」

※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。

(2) 性・年代別に見る同行者別の市場シェア

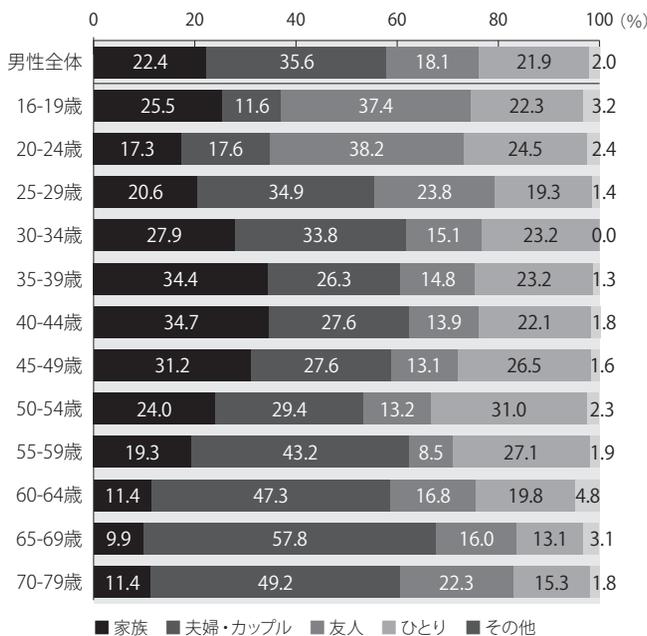
同行者は、年代の移り変わりに伴って変化していく。まず国内旅行について見ると、10代後半は家族や友人との旅行が中心である。男性はひとり旅のシェアも多く、以降50代まで各年代において2割から3割程度を占める。20代になると、夫婦・カップル旅行と友人旅行が中心になる。30代前半からは友人との旅行は減り始め、家族旅行のシェアが増える。家族旅行が最も多くなるのは男女ともに30代後半～40代前半で、その後、家族旅行のシェアは減少、夫婦・カップル旅行が大きなシェアを占めるようになり、友人旅行も再び増加する。50代後半以降は、男性では夫婦・カップル

旅行のシェアが5割を占めるが、女性では3～4割にとどまる。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-1-5、図I-1-7)。

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みられる(図I-1-6、図I-1-8)。ただし、男性のひとり旅は国内旅行の10代後半から20代前半でより高く、女性の友人旅行は、30代になると国内旅行は減少するが、海外旅行ではほぼ横ばいなど、一部異なる傾向も確認された。

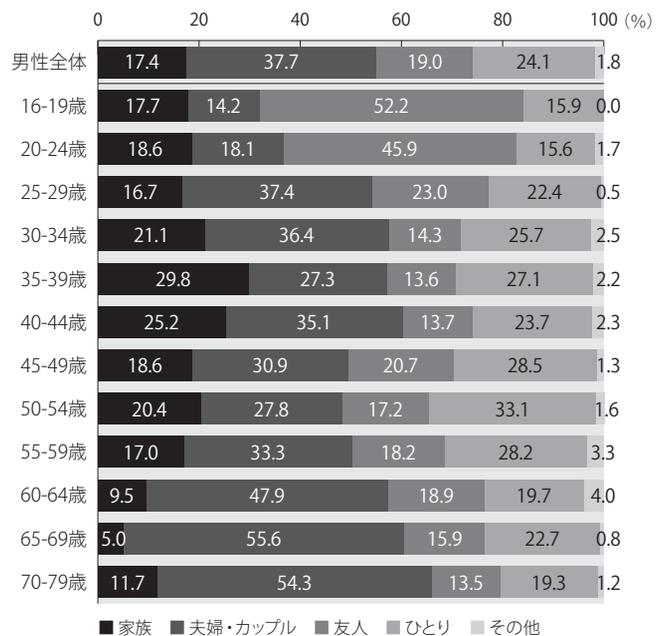
(中島泰)

図I-1-5 国内旅行における年代別同行者(男性)



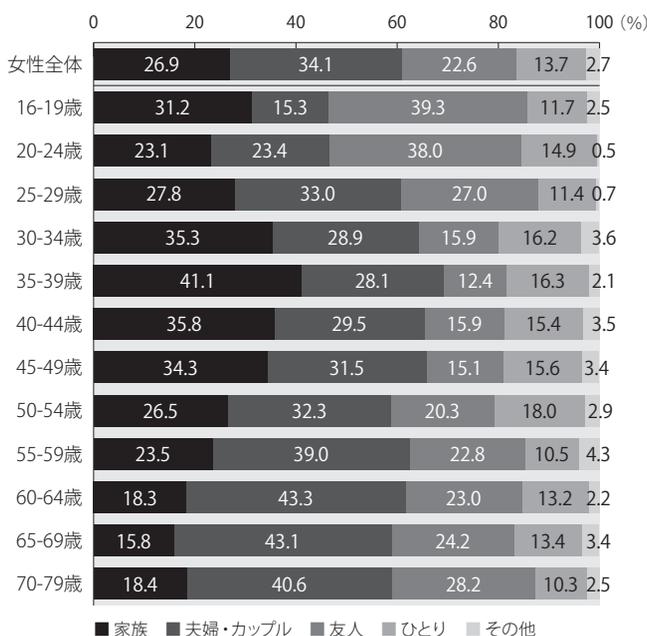
資料：(公財)日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

図I-1-6 海外旅行における年代別同行者(男性)



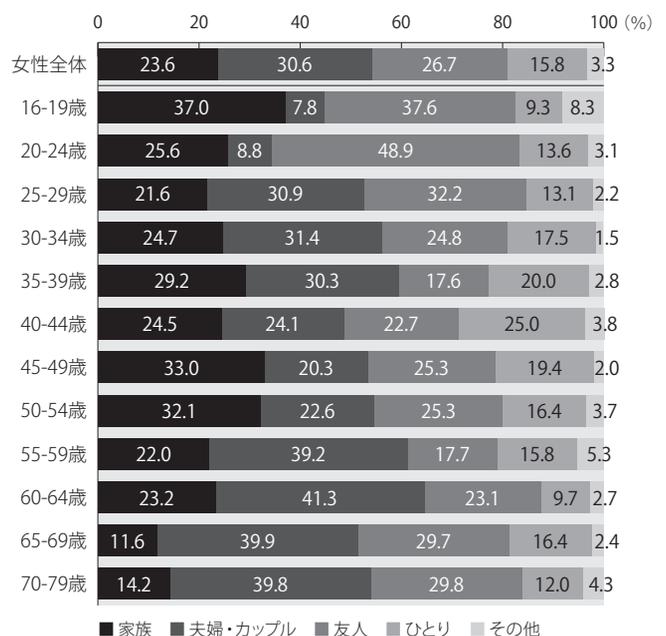
資料：(公財)日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

図I-1-7 国内旅行における年代別同行者(女性)



資料：(公財)日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

図I-1-8 海外旅行における年代別同行者(女性)



資料：(公財)日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

I-2 日本人の国内旅行

1 2016年の概況

観光および帰省・知人訪問等、出張・業務、いずれも増加

(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、16年の宿泊をとまなう日本人の国内延べ旅行者数は3億2,566万人回、前年比4.0%増となった。(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旅行者数は増加しており、観光の増加率は前年比2.9%増となった(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1億7,667万人回(前年1億7,169万人回)、国民1人当たりの旅行平均回数は1.39回/人(同1.35回/人)、国民1人当たりの平均宿泊数は2.28泊/人(同2.27泊/人)、旅行1回当たりの平均泊数は1.62泊/人回(同1.68泊/人回)となり、旅行回数は増加したものの、1回当たりの平均泊数は前年を下回った。

一方、日帰り旅行については、前々年、前年と減少が続いていたが、2016年は増加に転じ、国内延べ日帰り旅行者数は前年比8.1%増の3億1,542万人回であった(表I-2-1)。

(2) 主な要因

国内旅行者が増加した主な要因としては、消費税増税やETC割引の廃止・変更などの影響によって落ち込んだ前々年からの反動増や、経済環境が落ち着いていることなどが挙げられる。その他、3月末に開業した北海道新幹線開通、20年ぶりに制定された8月の新たな国民の祝日である「山の日」なども旅行需要の喚起につながったと考えられる。

17年の見通しについては、1~6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5.2%増とやや増加傾向にある(観光庁「旅行・観光消費動向調査」速報)。これは、記録的な暖冬による深刻な雪不足でスキー需要が停滞した前々年からの反動も要因のひとつと考えられる。また、2月から実施された政府と経済界が提唱・推進する「プレミアムフライデー」、4月の「レゴランド」オープンなどの新たな動きの効果が期待される。

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				観光・レクリエーション			
	前年比(%)	前年比(%)	前年比(%)	前年比(%)	前年比(%)	前年比(%)	前年比(%)	前年比(%)	前年比(%)	前年比(%)	前年比(%)	前年比(%)	前年比(%)	前年比(%)		
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
2015年	312,985	5.3	171,689	7.3	87,258	1.0	54,037	6.1	291,730	△2.1	193,702	2.7	42,823	△10.2	55,205	△10.3
2016年	325,658	4.0	176,670	2.9	93,222	6.8	55,766	3.2	315,422	8.1	208,799	7.8	51,131	19.4	55,491	0.5

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
(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(2017年7月1日時点)。

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、2005~2009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。2010~2016年は観光庁確定値。

資料:観光庁「旅行・観光消費動向調査」をもとに(公財)日本交通公社作成

(3) 宿泊旅行者数の内訳

●性・年代別(表I-2-2、図I-2-2)

16年の国内宿泊旅行全体を性・年代別に見ると、一部の

世代(男性50~60代、女性20~30代)を除き、ほぼ全ての年代で前年と比べて増加となった。男女ともに、特に帰省・知人訪問等の増加率が高い。

表I-2-2 性・年代別日本人国内宿泊旅行者数(2016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)	7,716	7,850	9,071	9,728	11,770	11,558	13,500	10,025	3,265	84,484
	前年比(%)	△1.0	3.2	△7.6	△2.0	△3.2	14.8	△1.4	10.8	23.7	2.1
	旅行平均回数(回/人)	1.44	1.34	1.39	1.26	1.23	1.50	1.51	1.58	0.88	1.37
帰省・知人訪問等	延べ旅行者数(千人)	7,413	3,168	5,448	6,369	6,005	5,562	4,987	2,813	731	42,497
	前年比(%)	14.8	△0.8	15.3	△9.3	△10.6	21.0	7.2	19.5	△6.0	4.9
	旅行平均回数(回/人)	1.39	0.54	0.83	0.82	0.63	0.72	0.56	0.44	0.20	0.69
出張・業務	延べ旅行者数(千人)	21	301	4,367	12,421	15,362	9,265	4,930	1,140	134	47,942
	前年比(%)	75.0	1.7	29.8	23.3	11.2	△26.9	△17.1	180.8	39.6	2.7
	旅行平均回数(回/人)	0.00	0.05	0.67	1.60	1.61	1.20	0.55	0.18	0.04	0.78
宿泊旅行全体	延べ旅行者数(千人)	15,151	11,319	18,887	28,518	33,138	26,385	23,417	13,978	4,131	174,923
	前年比(%)	6.2	2.0	5.5	5.5	1.3	△3.5	△3.6	18.4	17.6	2.9
	旅行平均回数(回/人)	2.83	1.93	2.89	3.68	3.47	3.43	2.62	2.20	1.12	2.83

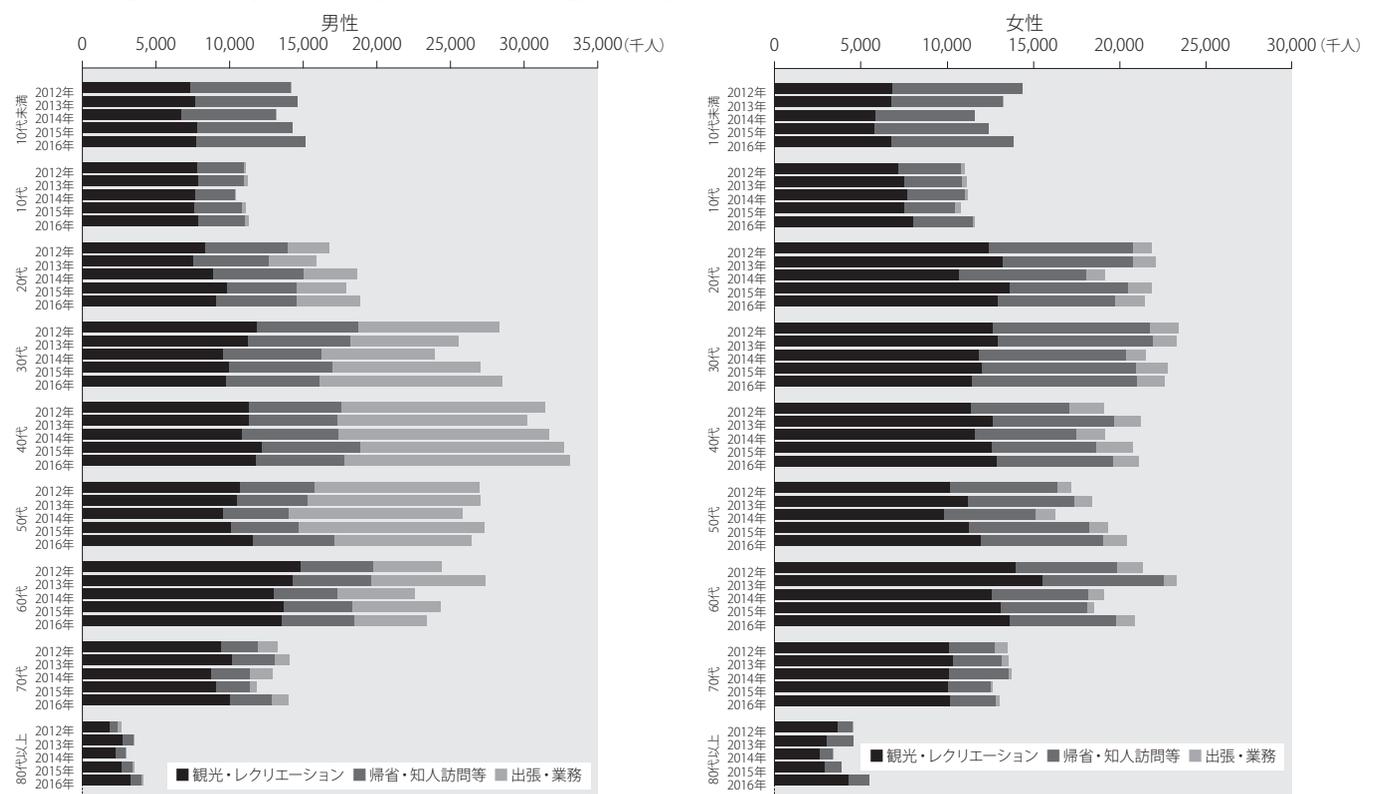
女性		年代									全体
		10代未満	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代	80代以上	
観光・レクリエーション	延べ旅行者数(千人)	6,757	8,063	12,925	11,422	12,901	11,977	13,668	10,195	4,278	92,185
	前年比(%)	16.8	7.1	△5.1	△5.2	2.5	6.3	4.0	1.2	47.9	3.6
	旅行平均回数(回/人)	1.33	1.44	2.10	1.52	1.38	1.55	1.45	1.34	0.63	1.41
帰省・知人訪問等	延べ旅行者数(千人)	7,128	3,432	6,825	9,588	6,703	7,075	6,139	2,623	1,211	50,725
	前年比(%)	7.9	16.8	△0.6	7.5	10.4	1.8	23.0	7.0	25.0	8.5
	旅行平均回数(回/人)	1.40	0.61	1.11	1.28	0.72	0.92	0.65	0.35	0.18	0.78
出張・業務	延べ旅行者数(千人)	—	124	1,734	1,642	1,551	1,387	1,062	248	77	7,825
	前年比(%)	—	△58.9	24.1	△11.4	△26.1	20.3	173.0	119.5	120.0	6.6
	旅行平均回数(回/人)	—	0.02	0.28	0.22	0.17	0.18	0.11	0.03	0.01	0.12
宿泊旅行全体	延べ旅行者数(千人)	13,884	11,619	21,484	22,652	21,156	20,438	20,869	13,066	5,566	150,735
	前年比(%)	12.0	7.9	△1.8	△0.7	1.9	5.5	12.7	3.4	42.9	5.4
	旅行平均回数(回/人)	2.73	2.07	3.49	3.02	2.26	2.65	2.22	1.72	0.82	2.31

(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(2017年7月1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

観光に絞って前年からの伸び率を見ると、男性は10代、50代、70代以上、女性は20～30代以外の層では増加となった。

シェアで見ると、ここ数年もっとも多いのは男女ともに60代であり、観光市場を牽引している。

●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、5月、9月、12月を除く月において、前年比増となった。

観光目的に絞って見ると、2月、5月、9月を除く全ての月で前年同期比増となっており、7月の伸び率が16.5%増と最も大きく、次いで10月の9.2%増となった。減少した要因としては、2月は記録的な暖冬による深刻な雪不足のためスキー需要が停滞したこと、5月・9月は、15年と比較して連休の日並びが悪かったことなど

が挙げられる。

●居住地別(表I-2-3)

宿泊旅行全体について見ると、関東および九州を除く全ての地域において、前年比増となった。

日本の宿泊旅行市場全体の約4割のシェアを占める巨大マーケット、関東地方においては出張・業務が前年比10.5%減となった影響で、宿泊全体では同0.3%減となったが、観光目的は同0.6%増、帰省・知人訪問は同3.7%増であった。

観光目的に絞って見ると、北海道、四国、九州、沖縄を除く地域でプラスであった。特に、中国地方(前年比11.2%増)の伸び率が大きい。

表I-2-3 出発月・居住地別日本人国内宿泊旅行者数(2016年)

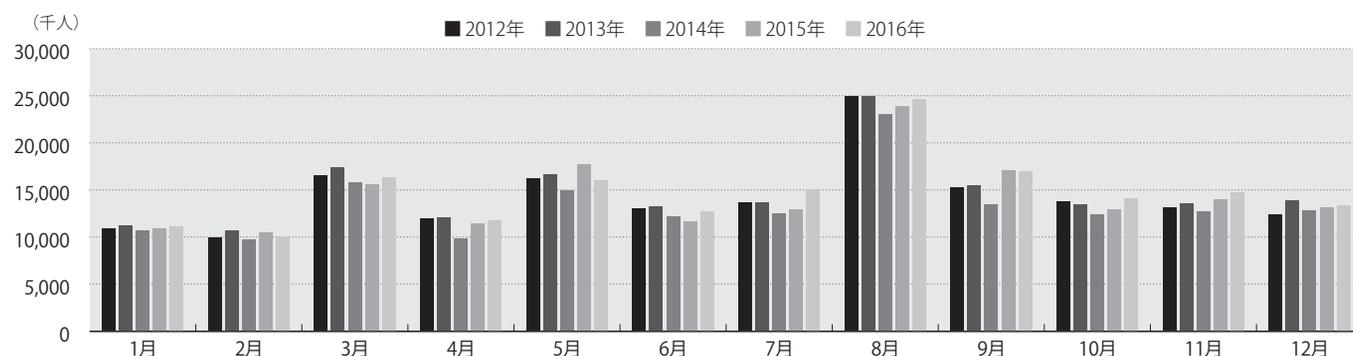
出発月		1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	全体
観光・レクリエーション	延べ旅行者数(千人)	11,144	9,947	16,347	11,757	16,023	12,711	15,010	24,616	16,937	14,081	14,761	13,336	176,670
	前年比(%)	2.4	△5.5	5.1	2.4	△9.4	9.0	16.5	3.0	△0.8	9.2	5.3	1.7	2.9
	旅行平均回数(回/人)	0.09	0.08	0.13	0.09	0.13	0.10	0.12	0.19	0.13	0.11	0.12	0.11	1.39
帰省・知人訪問等	延べ旅行者数(千人)	11,032	4,797	8,419	6,678	9,940	5,703	5,935	15,119	6,599	5,448	5,416	8,136	93,222
	前年比(%)	9.2	21.7	15.2	25.5	9.4	9.2	11.7	7.8	△7.8	7.1	1.0	△12.8	6.8
	旅行平均回数(回/人)	0.09	0.04	0.07	0.05	0.08	0.04	0.05	0.12	0.05	0.04	0.04	0.06	0.73
出張・業務	延べ旅行者数(千人)	3,043	4,265	4,631	5,107	5,173	5,747	3,917	3,267	4,251	5,654	5,680	5,032	55,766
	前年比(%)	△5.1	19.0	9.0	18.1	9.6	12.0	△19.4	△28.4	△10.9	17.9	16.5	1.5	3.2
	旅行平均回数(回/人)	0.02	0.03	0.04	0.04	0.04	0.05	0.03	0.03	0.03	0.04	0.04	0.04	0.44
宿泊旅行全体	延べ旅行者数(千人)	25,219	19,009	29,397	23,542	31,136	24,161	24,862	43,002	27,787	25,182	25,857	26,504	325,658
	前年比(%)	4.2	5.3	8.4	11.4	△1.1	9.7	7.8	1.2	△4.2	10.6	6.6	△3.3	4.0
	旅行平均回数(回/人)	0.20	0.15	0.23	0.19	0.25	0.19	0.20	0.34	0.22	0.20	0.20	0.21	2.56

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)	7,045	11,078	67,588	8,784	24,624	29,573	8,750	3,903	14,385	940	176,670
	前年比(%)	△2.0	5.1	0.6	0.5	6.3	7.7	11.2	△3.5	△0.8	△7.1	2.9
	旅行平均回数(回/人)	1.31	1.23	1.54	1.33	1.56	1.43	1.18	1.01	1.11	0.66	1.39
帰省・知人訪問等	延べ旅行者数(千人)	4,519	5,606	38,036	5,104	9,631	14,388	4,753	2,820	7,841	523	93,222
	前年比(%)	11.4	6.6	3.7	11.3	8.5	14.4	23.4	11.6	△6.0	5.4	6.8
	旅行平均回数(回/人)	0.84	0.62	0.87	0.77	0.61	0.70	0.64	0.73	0.60	0.37	0.73
出張・業務	延べ旅行者数(千人)	2,877	3,444	18,455	4,295	5,990	12,212	2,418	1,567	4,006	504	55,766
	前年比(%)	20.6	△19.7	△10.5	120.6	29.6	32.7	1.3	27.1	△42.9	56.5	3.2
	旅行平均回数(回/人)	0.54	0.38	0.42	0.65	0.38	0.59	0.33	0.41	0.31	0.35	0.44
宿泊旅行全体	延べ旅行者数(千人)	14,441	20,128	124,079	18,183	40,245	56,173	15,922	8,290	26,232	1,966	325,658
	前年比(%)	5.9	0.2	△0.3	19.0	9.8	14.1	12.9	6.2	△12.1	7.4	4.0
	旅行平均回数(回/人)	2.69	2.24	2.84	2.75	2.55	2.71	2.14	2.16	2.02	1.37	2.56

(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
35都道府県で延べ宿泊者数減少

(1) 都道府県別国内宿泊者数

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12都府県において、前年より増加した。増加したのは、北海道、岩手、栃木、埼玉、鳥根、岡山、広島、徳島、愛媛、福岡、熊本、

沖縄であった。

一方、日本人延べ宿泊者数が前年より減少したのは35都府県あった。減少幅が1割を超えたのは、宮城、福島、富山、福井、滋賀、香川、長崎、鹿児島であった。

(各地の詳細な動向については、第IV編観光地参照。)

(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

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	2012年		2013年		2014年		2015年		2016年	
		前年比								
北海道	26,580	3.4	27,901	5.0	27,088	△ 2.9	26,950	△ 0.5	27,000	0.2
青森	4,504	1.3	4,697	4.3	4,437	△ 5.5	4,887	10.1	4,846	△ 0.8
岩手	6,471	3.2	5,525	△ 14.6	5,812	5.2	6,050	4.1	6,109	1.0
宮城	9,952	2.2	11,228	12.8	10,143	△ 9.7	10,630	4.8	9,566	△ 10.0
秋田	3,433	△ 7.1	3,457	0.7	3,720	7.6	3,397	△ 8.7	3,333	△ 1.9
山形	5,527	2.4	5,393	△ 2.4	5,850	8.5	5,898	0.8	5,356	△ 9.2
福島	10,549	△ 2.1	10,707	1.5	11,017	2.9	11,417	3.6	10,120	△ 11.4
茨城	5,008	14.8	5,066	1.2	5,369	6.0	5,540	3.2	5,384	△ 2.8
栃木	9,655	12.0	9,538	△ 1.2	9,423	△ 1.2	10,057	6.7	10,064	0.1
群馬	8,316	△ 4.4	9,030	8.6	8,481	△ 6.1	8,668	2.2	8,437	△ 2.7
埼玉	3,649	3.9	3,877	6.2	4,010	3.5	4,172	4.0	4,303	3.1
千葉	17,527	20.6	18,350	4.7	18,534	1.0	19,073	2.9	18,536	△ 2.8
東京	40,898	14.0	42,993	5.1	41,064	△ 4.5	41,527	1.1	39,455	△ 5.0
神奈川	16,311	4.2	15,773	△ 3.3	17,768	12.6	16,910	△ 4.8	16,585	△ 1.9
新潟	10,106	△ 1.6	9,570	△ 5.3	9,472	△ 1.0	9,997	5.5	9,938	△ 0.6
富山	3,525	3.6	3,685	4.5	3,347	△ 9.2	3,783	13.0	3,186	△ 15.8
石川	7,053	3.0	7,124	1.0	7,195	1.0	8,212	14.1	8,073	△ 1.7
福井	3,510	△ 3.3	3,221	△ 8.2	3,759	16.7	4,108	9.3	3,655	△ 11.0
山梨	6,633	△ 2.7	6,437	△ 3.0	6,622	2.9	7,174	8.3	6,982	△ 2.7
長野	18,003	△ 6.0	18,207	1.1	17,237	△ 5.3	18,266	6.0	16,670	△ 8.7
岐阜	5,570	2.4	5,626	1.0	5,501	△ 2.2	5,847	6.3	5,371	△ 8.1
静岡	19,792	3.7	20,364	2.9	20,236	△ 0.6	20,790	2.7	19,667	△ 5.4
愛知	12,482	6.7	13,506	8.2	13,906	3.0	14,275	2.7	14,166	△ 0.8
三重	8,240	10.2	9,556	16.0	8,616	△ 9.8	9,067	5.2	8,953	△ 1.3
滋賀	4,103	△ 2.9	3,943	△ 3.9	4,398	11.5	4,916	11.8	4,350	△ 11.5
京都	13,936	4.4	17,462	25.3	13,696	△ 21.6	13,676	△ 0.1	13,047	△ 4.6
大阪	20,283	4.6	19,567	△ 3.5	22,169	13.3	21,400	△ 3.5	21,002	△ 1.9
兵庫	11,999	3.6	12,719	6.0	13,061	2.7	12,957	△ 0.8	12,639	△ 2.5
奈良	2,126	6.7	2,316	8.9	2,125	△ 8.2	2,294	8.0	2,214	△ 3.5
和歌山	4,166	3.3	4,255	2.1	4,172	△ 1.9	4,302	3.1	4,108	△ 4.5
鳥取	2,825	△ 13.7	3,493	23.7	2,984	△ 14.6	2,891	△ 3.1	2,889	△ 0.1
島根	2,609	△ 6.7	3,255	24.8	3,191	△ 2.0	3,375	5.7	3,408	1.0
岡山	4,588	△ 2.2	5,131	11.8	5,277	2.8	4,993	△ 5.4	5,065	1.4
広島	7,819	1.3	7,577	△ 3.1	8,137	7.4	8,681	6.7	8,753	0.8
山口	4,244	2.6	4,333	2.1	4,433	2.3	4,738	6.9	4,571	△ 3.5
徳島	1,775	△ 8.7	2,224	25.3	2,833	27.4	2,257	△ 20.4	2,314	2.5
香川	3,507	8.6	3,489	△ 0.5	3,320	△ 4.9	3,866	16.4	3,422	△ 11.5
愛媛	3,735	△ 9.6	3,532	△ 5.4	3,528	△ 0.1	3,667	3.9	3,895	6.2
高知	3,055	4.8	2,849	△ 6.7	2,866	0.6	2,754	△ 3.9	2,746	△ 0.3
福岡	12,915	2.2	13,087	1.3	13,875	6.0	13,783	△ 0.7	13,802	0.1
佐賀	2,443	△ 8.2	2,582	5.7	2,747	6.4	2,861	4.2	2,791	△ 2.5
長崎	6,210	△ 7.5	6,830	10.0	6,823	△ 0.1	7,800	14.3	6,658	△ 14.6
熊本	6,763	△ 3.1	6,636	△ 1.9	6,394	△ 3.7	6,416	0.3	6,756	5.3
大分	5,812	△ 2.5	6,301	8.4	5,701	△ 9.5	6,614	16.0	6,025	△ 8.9
宮崎	3,474	13.7	3,579	3.0	3,321	△ 7.2	3,590	8.1	3,398	△ 5.4
鹿児島	6,700	△ 0.0	7,108	6.1	7,268	2.3	7,557	4.0	6,721	△ 11.1
沖縄	14,798	8.9	19,302	30.4	17,754	△ 8.0	16,379	△ 7.7	16,767	2.4

(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。

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。

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)

全体的な傾向としては概ね前年と変わらないが、『ひとり旅』がやや増加した。同行者タイプについては、全国的に『夫婦・カップルでの旅行』の比率が高く、37道府県でトップシェアとなった。特に、「熊本」「宮崎」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」「滋賀」「和歌山」「愛媛」であった。さらに詳しく見ると、『子ども連れ家族旅行』は「千葉」「三重」「和歌山」などテーマパークや動物園・水族館などのレジャー施設がある県が高く、『大人のみ家族旅行』は「青森」「秋田」「滋賀」「山口」「徳島」、『3世代の家族旅行』は「愛媛」で全体の比率と比べて高い値を示した。

『夫婦・カップルでの旅行』については、「茨城」「埼玉」「大阪」「沖縄」以外の全都道府県において『子育て後の夫婦旅行』のシェアが最も高く、特に、北東北～北関東、山陰、九州は他地域に比べて高めのシェアとなっている。

『友人や知人との旅行』について見ると、ライフステージ別では大きな差となつては表れなかったが、友人や知人との旅行全体で見ると、「茨城」「徳島」「香川」「高知」「佐賀」が全体に比べてやや高い傾向にあった。

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

②旅行先と居住地(表I-2-6)

全体的な傾向としては概ね前年と変わらない。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3割を占めており、近畿1.7割、東海および九州・沖縄各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当該エリアおよび南関東在住の旅行者のシェアが高い。

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最も高く、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」は近畿や東海のシェアが高い。「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。なお、北陸3県は前年と比較して南関東居住者のシェアがやや減少していることから、北陸新幹線開業の影響が少し落ち着いたと考えられる。

近畿地方の内、「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。一方、「京都」「大阪」には南関東から多くの旅行者が訪れる。

中国および四国地方は、近畿地方からの旅行者も多くを占め、近隣居住者とともに主要なマーケットとなっている。なお、山陽新幹線が走行する「広島」「山口」は近畿よりも南関東のシェアが高い。「山口」は、九州・沖縄在住の旅行者がトップシェアとなった。

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3.5割を占める。

③旅行先と最も楽しみにしていたこと(表I-2-7)

全体的な傾向としては概ね前年と変わらず、旅行の楽しみの2トップは『おいしいものを食べること』『温泉に入ること』となった。次いで、『自然景観を見ること』『文化的な名所(史跡、社寺仏閣など)を見ること』『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、これらそれぞれは約1割の比率であった。

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、ひとつの目的のシェアが4割を超えたのは「群馬」「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』、であった。一方、「秋田」「茨城」「愛知」「岡山」は目的が分散した。

『おいしいものを食べること』は、加賀料理や寿司に代表される「石川」、讃岐うどんに代表される「香川」、博多の屋台やもつ鍋に代表される「福岡」、イカに代表される「佐賀」で特徴的な楽しみであり、全体に比べ10ポイント以上高い。『温泉に入ること』は、草津・伊香保温泉などを有する「群馬」、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割を占め、かつ、全体に比べて15ポイント以上高い。

『自然景観を見ること』は、「沖縄」「宮崎」「山梨」「長野」「鳥取」で高い傾向が見られた。

『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。

『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」、ユニバーサル・スタジオ・ジャパンのある「大阪」で全体より15ポイント以上、ハウステンボスのある「長崎」で10ポイント以上高い値となった。なお、「千葉」のこの値は前年と比べて10ポイント程度低下しており、その分、『おいしいものを食べること』が高まっていた。

表I-2-6 旅行先(都道府県)別の旅行者居住地

(単位:%)

居住地 旅行先	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	4.4	3.3	4.2	4.9	29.6	3.9	2.7	11.3	16.5	5.0	2.7	11.5	(9823)
前年	4.3	2.9	4.4	5.7	29.0	3.7	2.6	10.3	17.7	5.6	3.1	10.7	(17568)
北海道	27.7	3.3	4.2	4.2	27.1	3.3	1.3	7.5	11.6	2.6	1.2	5.8	(789)
青森県	2.6	25.0	6.2	4.2	40.5	1.6	0.0	4.6	7.8	2.6	0.6	4.3	(173)
岩手県	2.5	23.3	12.7	2.5	36.0	2.1	0.9	8.0	7.1	1.5	1.1	2.3	(194)
宮城県	3.6	13.6	22.1	6.0	31.3	4.0	0.3	6.6	6.7	1.2	0.0	4.6	(321)
秋田県	3.7	21.3	12.3	5.0	34.7	3.4	1.8	1.6	7.1	4.5	1.3	3.2	(153)
山形県	4.2	6.8	22.3	7.1	32.6	6.8	0.0	3.9	8.4	2.9	2.0	2.9	(181)
福島県	2.7	4.9	17.8	15.7	40.4	5.2	1.7	4.1	4.3	1.2	0.4	1.6	(229)
茨城県	0.0	4.4	7.6	21.2	49.0	2.3	1.3	3.7	3.7	2.2	0.0	4.7	(125)
栃木県	0.8	1.7	5.6	18.9	59.6	2.8	0.0	3.5	2.4	2.2	0.0	2.5	(264)
群馬県	0.4	1.7	3.9	17.9	57.7	5.2	1.0	4.9	2.9	1.4	0.4	2.6	(282)
埼玉県	7.4	2.4	1.0	5.1	39.6	6.6	2.5	9.2	13.6	6.9	0.9	4.6	(110)
千葉県	4.2	3.4	4.9	8.1	40.0	3.7	2.4	12.4	10.6	2.4	1.7	6.2	(389)
東京都	6.6	6.5	7.1	2.4	11.0	7.0	4.6	13.2	17.4	6.6	3.8	13.9	(1118)
神奈川県	2.6	3.2	4.0	4.0	45.5	6.3	2.3	9.9	9.7	3.9	2.1	6.5	(609)
新潟県	2.9	5.0	3.2	5.0	45.1	19.2	1.9	4.9	6.7	2.2	1.2	2.8	(211)
富山県	3.6	1.2	4.4	1.1	33.0	5.4	9.0	17.1	17.4	1.8	0.6	5.3	(162)
石川県	1.8	1.7	4.1	6.3	27.4	4.7	12.3	11.5	23.2	1.8	1.4	3.8	(266)
福井県	0.6	2.6	2.9	4.6	17.0	2.5	9.0	26.4	28.0	0.0	2.8	3.6	(155)
山梨県	0.8	1.8	0.0	4.3	56.5	5.6	2.3	12.4	7.7	1.8	3.0	3.6	(211)
長野県	0.2	1.1	1.8	5.0	39.7	9.5	3.4	18.3	14.8	1.4	1.1	3.7	(574)
岐阜県	0.0	0.7	1.6	2.3	21.1	5.1	5.3	35.6	18.8	2.3	0.8	6.3	(235)
静岡県	0.8	0.8	1.0	5.1	54.3	2.3	1.4	24.9	5.2	0.9	0.9	2.4	(502)
愛知県	2.7	1.9	3.1	2.6	26.5	5.2	6.3	23.4	15.3	2.1	1.6	9.3	(307)
三重県	1.6	0.8	0.7	1.1	10.0	3.1	1.4	31.3	41.1	1.7	1.6	5.6	(236)
滋賀県	0.9	0.9	0.0	4.3	18.9	3.3	5.5	13.8	44.3	1.7	0.9	5.6	(113)
京都府	4.8	1.9	1.9	2.8	27.3	3.4	4.5	13.5	19.7	4.7	4.2	11.2	(552)
大阪府	5.0	2.3	2.3	2.5	30.1	3.5	4.0	11.2	11.9	7.5	4.1	15.5	(582)
兵庫県	3.6	0.4	0.8	2.2	18.4	1.8	1.3	7.3	46.6	6.1	4.8	6.8	(422)
奈良県	4.8	0.7	3.6	5.3	25.1	3.3	3.7	14.9	22.3	3.8	1.4	11.2	(149)
和歌山県	1.0	0.0	0.5	4.0	16.0	1.8	2.9	6.6	53.3	2.7	2.5	8.8	(164)
鳥取県	4.8	1.6	0.7	1.3	21.6	0.7	1.6	5.5	32.6	15.9	5.6	8.2	(124)
島根県	4.4	0.7	0.0	1.3	19.4	1.5	0.7	6.0	26.6	22.3	5.1	12.0	(131)
岡山県	2.9	0.6	0.0	0.5	21.0	1.3	2.1	7.7	33.7	17.5	9.3	3.4	(175)
広島県	2.0	0.8	1.1	0.9	24.3	1.8	2.2	5.2	20.8	25.9	7.2	7.7	(206)
山口県	0.0	0.0	0.9	0.0	16.4	0.8	3.0	7.8	16.2	23.3	3.3	28.2	(124)
徳島県	4.6	0.9	1.5	6.6	12.0	2.5	1.0	4.6	39.0	14.0	9.2	4.2	(104)
香川県	6.0	0.7	1.3	2.6	17.4	2.0	4.3	5.2	30.7	18.8	4.7	6.4	(133)
愛媛県	3.7	1.5	0.0	1.5	18.1	2.2	0.8	4.6	23.6	17.4	20.7	5.9	(121)
高知県	8.1	0.0	0.0	4.9	12.9	1.1	0.9	6.3	28.6	12.3	17.7	7.2	(96)
福岡県	1.8	0.6	2.0	2.0	18.7	1.5	1.2	6.2	15.8	8.7	2.7	38.9	(386)
佐賀県	2.1	2.0	1.0	0.0	10.9	1.8	0.8	7.1	13.5	5.5	2.8	52.7	(107)
長崎県	1.8	0.9	2.1	1.6	22.7	1.7	0.5	7.9	16.8	5.1	1.8	37.2	(223)
熊本県	0.9	0.4	0.8	2.0	17.3	0.8	0.4	5.3	8.5	7.0	2.9	53.7	(229)
大分県	1.0	0.8	1.2	2.0	12.6	0.3	0.3	2.5	9.6	9.5	2.0	58.0	(253)
宮崎県	2.8	1.9	0.9	2.6	21.8	1.1	0.0	2.0	10.4	5.1	4.1	47.4	(95)
鹿児島県	5.2	2.4	1.8	1.3	18.3	1.6	0.6	3.5	14.7	9.5	0.7	40.5	(150)
沖縄県	5.0	1.5	1.8	8.4	35.7	2.9	1.9	8.8	13.5	2.9	3.2	14.5	(510)

(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 旅行先	おいしいものを 食べること	温泉に入ること	自然景観を 見ること	文化的な名所を 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	観劇・鑑賞・観戦 スポーツや	芸術・音楽・ スポーツなどの	街や都市を 訪れること	帰省・冠婚葬祭・ 親族や知人訪問	買い物をする こと	自然の豊かさを 体験すること	宿泊施設に 泊まること	目当ての 地域の祭りや イベント	地域の文化を 体験すること	その他	サンプル数
全体	17.1	15.0	12.4	12.4	9.2	6.2	5.3	4.6	4.2	3.0	2.9	2.7	2.0	0.8	2.2	(9823)	
前年	18.1	15.0	11.6	12.3	9.2	7.1	5.1	3.8	4.4	3.0	3.2	2.4	2.1	0.6	2.2	(17568)	
北海道	20.7	13.9	20.8	7.9	5.5	8.3	3.3	3.5	3.0	2.4	3.1	2.2	2.2	0.8	2.5	(646)	
青森県	14.4	13.4	20.0	9.1	5.6	5.9	0.0	2.5	4.0	3.6	4.2	3.6	12.6	0.0	1.0	(81)	
岩手県	13.8	15.5	14.9	15.3	12.8	7.3	0.0	4.9	6.8	1.1	1.2	3.9	1.3	0.0	1.4	(81)	
宮城県	21.4	19.7	10.3	6.7	5.8	8.7	7.3	5.6	4.6	1.9	1.0	2.0	1.0	1.4	2.6	(191)	
秋田県	10.6	18.8	10.8	9.1	4.5	8.5	2.8	7.7	4.0	1.5	7.0	3.8	4.5	5.3	1.2	(71)	
山形県	21.1	23.7	15.6	11.9	6.0	7.0	1.1	0.0	3.2	0.0	7.3	0.0	1.1	0.0	2.1	(88)	
福島県	14.8	23.6	8.9	8.3	5.7	7.6	2.8	2.3	13.8	0.7	3.4	3.2	1.5	0.6	2.8	(142)	
茨城県	13.8	8.9	12.8	10.0	12.3	12.4	1.2	7.3	7.8	2.3	3.2	1.2	0.0	4.2	2.4	(82)	
栃木県	14.2	35.9	14.0	10.5	6.4	4.9	0.5	1.0	1.0	0.5	3.9	0.9	3.3	0.4	2.6	(197)	
群馬県	7.8	44.0	12.4	4.8	5.3	10.8	1.5	3.6	2.4	1.1	1.7	2.4	0.8	0.4	1.1	(188)	
埼玉県	19.2	5.8	12.0	7.7	3.7	13.2	9.9	1.7	7.0	7.6	4.7	3.6	2.2	0.0	1.7	(52)	
千葉県	18.0	7.0	9.9	4.5	33.5	6.0	2.7	2.3	2.6	1.8	2.5	6.1	0.0	0.0	3.1	(256)	
東京都	11.7	2.0	3.1	6.8	14.3	2.2	22.1	11.0	5.6	11.5	0.5	2.6	3.2	0.1	3.3	(752)	
神奈川県	18.7	26.4	12.2	7.6	6.2	3.4	4.6	4.8	4.2	2.2	1.7	4.2	1.6	0.5	1.7	(378)	
新潟県	18.4	21.8	16.9	4.9	4.7	15.3	4.5	1.3	6.2	0.6	1.4	0.6	0.8	0.6	2.0	(138)	
富山県	14.8	14.8	14.6	10.1	9.8	5.3	2.8	10.2	4.9	0.0	7.2	3.8	1.6	0.0	0.0	(63)	
石川県	31.1	17.7	8.3	13.6	6.7	2.2	1.2	4.3	2.2	0.5	3.0	4.4	2.5	1.7	0.7	(168)	
福井県	22.9	19.5	12.0	6.4	11.9	4.9	2.0	3.5	6.7	0.0	5.7	3.3	1.3	0.0	0.0	(81)	
山梨県	13.3	20.8	23.1	3.8	3.1	15.3	1.9	2.0	3.4	0.0	7.5	2.2	3.1	0.0	0.6	(135)	
長野県	11.3	16.0	23.0	10.9	2.2	15.9	2.2	2.1	2.7	1.6	5.4	2.7	1.4	0.5	2.0	(408)	
岐阜県	13.3	38.9	12.1	8.2	1.4	5.3	1.6	3.6	1.5	0.0	3.8	3.9	3.6	1.5	1.3	(133)	
静岡県	20.6	29.2	12.1	5.6	5.0	7.9	2.6	1.3	2.5	1.8	3.4	4.8	1.8	0.2	1.4	(408)	
愛知県	20.6	10.8	5.4	9.3	6.6	3.9	10.3	6.9	10.0	5.3	1.4	2.0	3.3	0.5	3.7	(193)	
三重県	26.2	14.1	6.0	23.6	9.7	3.9	1.5	1.2	0.6	1.6	3.6	5.6	0.7	0.6	1.2	(168)	
滋賀県	21.0	5.3	8.4	18.1	6.7	11.2	0.0	1.6	0.0	3.5	6.9	4.6	3.5	3.8	5.6	(54)	
京都府	19.0	2.8	8.4	46.3	2.6	1.6	2.2	4.4	2.5	2.3	1.2	1.5	2.1	0.7	2.4	(295)	
大阪府	17.3	2.6	3.9	6.1	27.9	3.2	13.9	7.9	7.8	3.8	0.0	0.9	2.4	0.5	1.8	(316)	
兵庫県	19.0	23.1	10.7	8.6	5.3	4.9	5.4	2.6	4.5	3.2	3.3	5.5	1.4	0.3	2.3	(249)	
奈良県	6.9	3.3	13.8	52.6	0.0	7.2	0.0	4.7	3.7	0.0	3.8	2.1	0.0	0.0	1.9	(53)	
和歌山県	21.7	26.0	8.9	14.3	8.4	6.7	1.8	3.4	0.0	0.0	1.4	6.4	0.9	0.0	0.0	(113)	
鳥取県	26.8	16.1	22.7	3.6	5.8	6.3	0.0	0.0	11.2	1.8	0.0	0.0	3.3	0.0	2.4	(48)	
島根県	11.3	19.2	6.5	36.7	5.2	4.6	0.0	0.0	7.4	0.0	3.4	2.8	1.5	1.3	0.0	(57)	
岡山県	13.5	8.5	11.5	16.6	7.1	6.5	5.7	5.2	5.4	3.6	5.8	2.1	2.2	1.0	5.4	(82)	
広島県	17.7	5.2	14.0	24.5	7.1	3.0	7.8	1.5	8.6	3.3	0.0	0.9	0.9	1.0	4.3	(110)	
山口県	23.6	15.0	6.2	24.4	5.9	4.6	0.0	1.3	4.4	0.0	1.8	7.8	0.0	1.8	3.1	(61)	
徳島県	14.5	9.5	16.0	11.5	6.2	13.3	2.2	0.0	6.1	0.0	2.5	8.2	4.6	2.5	2.9	(35)	
香川県	29.5	10.3	15.0	16.9	1.6	0.0	5.3	3.3	7.8	0.0	2.0	3.3	1.4	0.0	3.6	(56)	
愛媛県	14.8	28.9	11.1	11.9	1.3	7.8	1.7	4.2	7.5	1.3	1.3	1.6	2.9	0.0	3.7	(64)	
高知県	15.2	5.9	19.4	21.7	2.6	14.9	0.0	2.4	8.2	0.0	0.0	3.8	2.0	0.0	3.8	(42)	
福岡県	28.0	8.4	3.2	6.3	7.4	1.7	9.6	5.3	9.2	12.1	0.8	1.4	3.5	0.7	2.4	(237)	
佐賀県	27.2	42.5	4.2	1.7	0.0	2.5	0.0	0.0	1.9	1.8	0.0	4.4	7.1	0.0	6.7	(46)	
長崎県	21.5	9.4	11.9	13.7	19.5	4.6	0.0	5.8	5.0	0.0	3.4	0.0	2.6	0.0	2.7	(132)	
熊本県	19.0	27.1	6.4	12.2	5.1	1.3	8.5	3.0	5.5	2.9	2.5	2.7	0.7	0.0	3.1	(140)	
大分県	13.7	43.4	7.1	6.9	9.6	3.2	1.2	1.8	2.8	1.4	1.0	4.4	0.7	0.5	2.2	(165)	
宮崎県	13.4	16.9	24.6	3.6	3.6	11.2	3.6	5.1	8.7	5.3	1.8	2.3	0.0	0.0	0.0	(49)	
鹿児島県	12.6	17.3	17.0	6.0	5.6	4.3	4.3	2.3	9.3	0.0	2.1	8.1	5.2	2.2	3.7	(84)	
沖縄県	12.6	0.3	24.7	11.6	9.6	13.0	2.7	4.6	2.1	2.3	10.4	2.4	1.4	0.9	1.3	(411)	

(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)

全体的な傾向としては概ね前年と変わらない。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、「福島」「栃木」「群馬」「山梨」「長野」「岐阜」「静岡」「三重」「徳島」「佐賀」「熊本」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」「大阪」では6割以上が利用しており、両都府での『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」「京都」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、「大阪」「広島」「福岡」においても、高い利用率であった。

『レンタカー』利用率は、北海道や北東北、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、5.5割を占める。

『タクシー・ハイヤー』は、特に、「京都」「奈良」において、多く利用された。

⑤旅行先と宿泊施設(表I-2-9)

全体的な傾向としては概ね前年と変わらないが、若干『ビジネスホテル』の比率が高まった。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(59.8%)』となり、以下、『旅館(29.2%)』『実家・親戚・知人宅(7.8%)』『民宿・ペンション・ロッジ(3.8%)』と続く。

都道府県別に見ると、35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」「宮崎」「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5.5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「広島」の利用率の高さが顕著であった。

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5割を超えるのは、「山形」「群馬」「石川」「岐阜」「佐賀」「熊本」「大分」の7県であり、これらの県では『旅館』利用率が『ホテル』利用率を上回った。

『実家・親戚・知人宅』は、「埼玉」「東京」「大阪」「鳥取」「香川」において利用率が全体の比率よりも5ポイント以上上回った。

『民宿・ペンション・ロッジ』は、スポーツ合宿などの目的での旅行が多い「山梨」「長野」や「青森」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』については、「山梨」「長野」での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)

全体的な傾向としては概ね前年と変わらない。旅行先での宿泊数について全体で見ると、『1泊』が全体の5割、『1泊』と『2泊』をあわせると全体の8割を占めており、短期間の旅行が主流となっている。

都道府県別に見ても、「北海道」「沖縄」を除く全ての都府県では、『1泊』の割合が最も高い。特に、「栃木」「滋賀」「佐賀」の1泊率は8割を超え、平均宿泊数も1.5泊を下回る。

逆に、「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3.5割、5.5割を占める(全体の3泊以上の割合は20.7%)。平均宿泊数はそれぞれ2.33泊、2.80泊であった。

表I-2-8 旅行先(都道府県)別の旅行先での交通手段(複数回答)

(単位:%)

交通手段 旅行先	自家用車	列車	路線バス	レンタカー	タクシー・ハイヤー	飛行機	貸切バス・定期観光バス	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	35.7	29.3	12.9	12.4	8.9	8.4	7.6	4.5	2.4	1.1	1.7	8.0	(9823)
前年	35.5	27.8	12.1	12.3	8.6	7.5	8.8	4.0	2.6	1.0	1.6	8.4	(17568)
北海道	21.0	29.8	13.1	28.7	10.9	24.5	11.9	5.1	3.1	2.2	1.9	4.6	(789)
青森県	40.6	37.4	16.1	22.8	6.8	16.4	9.5	4.4	1.1	0.0	2.8	0.6	(173)
岩手県	40.5	25.9	17.3	14.6	6.7	14.5	8.0	5.7	2.7	2.5	1.1	5.9	(194)
宮城県	41.8	27.9	14.1	15.2	5.4	8.8	9.2	5.5	1.2	2.2	0.9	7.3	(321)
秋田県	41.3	22.0	14.3	20.0	8.9	9.9	11.0	4.1	0.7	1.7	1.3	5.4	(153)
山形県	44.5	19.5	13.3	14.7	6.5	7.8	13.1	4.3	1.4	3.5	0.5	6.0	(181)
福島県	55.1	12.1	9.1	6.7	3.9	2.8	11.4	4.1	0.4	0.7	0.0	13.9	(229)
茨城県	48.0	19.5	16.3	9.2	6.7	5.8	6.0	5.0	2.1	1.3	2.2	10.8	(125)
栃木県	53.3	13.0	8.3	7.9	2.6	3.5	6.5	3.0	0.6	0.7	2.6	13.6	(264)
群馬県	55.0	12.9	7.5	9.7	3.6	3.8	10.7	4.9	0.9	2.2	0.0	11.0	(282)
埼玉県	27.8	48.2	8.6	12.1	10.3	14.0	7.7	2.7	3.8	0.8	1.0	4.4	(110)
千葉県	34.4	37.7	10.8	5.0	7.1	6.6	8.1	6.9	2.0	1.5	1.7	10.1	(389)
東京都	11.3	68.1	14.6	5.2	13.7	14.1	4.5	3.5	1.9	1.3	3.0	3.3	(1118)
神奈川県	28.9	43.4	13.8	8.4	9.8	7.8	5.9	6.1	3.6	1.4	2.2	8.7	(609)
新潟県	48.5	24.2	9.0	14.0	6.0	5.4	8.7	7.9	3.1	2.1	0.9	7.5	(211)
富山県	39.8	30.4	14.8	11.7	10.1	15.3	14.7	7.8	0.5	1.7	3.7	2.8	(162)
石川県	42.9	24.7	17.4	10.1	15.3	8.2	11.6	13.8	0.0	1.4	0.0	4.8	(266)
福井県	45.9	17.9	8.8	10.1	5.5	9.5	7.7	3.5	1.2	1.6	0.0	12.2	(155)
山梨県	54.6	17.0	8.4	5.9	4.1	3.2	12.5	3.2	1.7	0.0	1.7	8.9	(211)
長野県	50.0	13.5	9.7	8.6	5.3	2.9	10.7	4.3	0.7	1.3	1.2	11.2	(574)
岐阜県	50.0	16.2	9.8	10.8	7.3	5.2	11.4	5.8	0.0	0.7	1.2	11.9	(235)
静岡県	51.3	16.5	9.9	6.8	7.1	3.5	7.9	4.7	2.5	0.3	1.9	11.2	(502)
愛知県	36.4	41.7	16.8	11.3	10.2	5.3	5.9	3.8	2.1	0.0	1.1	4.6	(307)
三重県	50.6	24.4	13.9	7.4	4.8	4.0	7.1	5.5	5.3	0.7	1.1	7.8	(236)
滋賀県	39.0	33.0	14.2	7.1	9.1	1.0	8.5	7.4	4.8	3.1	1.9	12.3	(113)
京都府	21.1	48.0	34.3	6.6	21.3	9.4	7.5	8.1	2.5	2.4	1.6	4.6	(552)
大阪府	17.9	64.0	24.1	8.9	13.9	12.7	3.6	6.3	1.9	2.3	1.7	2.1	(582)
兵庫県	33.6	36.6	15.7	8.6	8.4	6.9	8.7	6.7	3.0	0.9	1.7	9.9	(422)
奈良県	30.0	42.5	29.1	11.2	19.8	8.0	9.7	6.8	3.7	4.0	0.0	4.8	(149)
和歌山県	45.1	21.1	15.9	10.7	4.5	2.8	10.8	6.5	4.2	0.6	0.5	11.9	(164)
鳥取県	44.0	16.2	13.1	12.5	5.9	7.9	16.3	7.5	1.4	2.0	3.7	5.1	(124)
島根県	44.0	19.9	13.9	14.2	8.0	6.5	16.0	10.4	1.3	1.4	1.5	2.9	(131)
岡山県	41.9	25.6	9.9	12.3	6.6	5.3	10.6	3.7	4.9	2.8	2.2	7.0	(175)
広島県	36.9	40.1	18.0	9.0	11.4	9.7	9.0	6.2	9.2	0.8	1.8	4.2	(206)
山口県	47.9	28.7	14.3	14.0	11.5	12.4	9.7	3.7	6.6	0.8	0.0	7.3	(124)
徳島県	53.2	14.2	11.3	17.6	6.5	6.1	4.9	3.8	4.7	4.9	1.1	6.5	(104)
香川県	36.8	21.4	8.7	18.5	6.3	7.0	13.9	3.6	9.7	3.1	2.5	7.8	(133)
愛媛県	46.7	24.8	15.7	16.7	7.8	6.8	7.4	3.1	4.1	2.1	3.0	3.7	(121)
高知県	37.3	16.4	16.1	17.3	3.3	9.8	8.9	5.9	3.9	3.0	4.1	4.8	(96)
福岡県	27.4	39.5	24.9	16.6	13.3	17.2	6.8	3.4	3.2	1.1	2.8	3.2	(386)
佐賀県	50.9	16.5	10.7	13.4	4.2	10.3	11.7	5.9	3.8	0.9	1.1	7.2	(107)
長崎県	31.0	28.3	17.8	17.4	12.1	12.6	16.0	7.4	8.7	1.4	3.5	6.9	(223)
熊本県	53.0	16.1	10.6	18.1	5.7	7.3	8.2	2.6	2.2	1.7	1.9	6.8	(229)
大分県	47.9	16.7	10.6	19.2	5.2	11.3	7.5	4.9	2.4	1.1	0.4	9.2	(253)
宮崎県	35.8	21.1	8.8	29.0	6.9	21.0	13.8	5.0	2.6	0.9	1.2	6.3	(95)
鹿児島県	36.7	26.4	17.2	24.5	11.0	19.1	13.3	6.0	13.3	1.3	1.2	3.6	(150)
沖縄県	6.1	19.2	11.6	55.8	13.3	33.4	11.6	4.8	8.2	2.8	1.8	0.7	(510)

(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・会員制の宿泊施設・別荘	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	(比較的大規模)旅館	(比較的小規模)旅館									
全体	59.8	24.2	20.7	19.3	29.2	18.1	11.8	7.8	3.8	2.5	1.9	1.7	1.8	(9823)
前年	59.6	22.4	21.5	19.5	29.2	18.2	11.7	7.5	4.4	2.3	2.3	1.2	1.6	(17568)
北海道	73.4	27.8	28.2	26.1	28.2	20.3	9.2	4.6	3.7	0.7	4.6	1.8	0.8	(646)
青森県	53.1	21.3	21.3	13.8	34.3	18.5	15.8	8.6	10.9	0.0	8.6	5.2	0.0	(81)
岩手県	48.8	22.8	13.3	12.8	38.0	26.2	11.8	9.1	2.5	1.4	9.1	1.4	0.0	(81)
宮城県	54.5	26.5	11.7	17.2	39.0	28.8	11.5	5.7	0.9	0.0	5.7	1.7	1.8	(191)
秋田県	56.6	33.7	11.9	17.4	31.5	16.1	15.4	8.7	4.1	1.4	8.7	0.0	4.4	(71)
山形県	36.0	22.4	8.7	5.8	55.1	34.0	23.2	6.5	3.0	1.0	6.5	2.4	0.0	(88)
福島県	41.4	15.7	20.0	7.0	36.6	20.5	16.8	12.7	6.7	0.0	12.7	2.1	1.7	(142)
茨城県	50.5	26.1	20.0	4.4	29.5	12.3	18.4	6.5	8.1	1.2	6.5	3.4	0.0	(82)
栃木県	40.4	11.1	26.2	3.1	44.5	28.6	15.9	1.4	5.7	2.5	1.4	2.7	1.7	(197)
群馬県	29.2	6.5	18.8	5.9	55.8	30.5	25.3	2.0	7.2	5.7	2.0	0.9	0.5	(188)
埼玉県	67.3	33.6	10.5	23.2	9.2	3.8	5.4	12.8	5.3	0.0	12.8	3.4	3.4	(52)
千葉県	68.2	15.8	38.7	14.4	14.1	9.2	5.4	4.9	2.2	5.2	4.9	1.9	3.6	(256)
東京都	83.0	40.4	9.9	35.8	2.3	1.5	0.9	14.2	0.5	0.2	14.2	0.0	1.8	(752)
神奈川県	50.3	16.2	17.9	17.8	29.4	14.7	15.1	8.7	2.6	6.3	8.7	1.3	1.1	(378)
新潟県	37.1	15.8	14.4	9.9	39.7	21.9	19.1	10.6	8.4	1.2	10.6	1.4	2.8	(138)
富山県	51.2	22.2	18.8	10.2	34.2	21.2	13.0	7.2	5.8	0.0	7.2	1.4	4.4	(63)
石川県	48.5	14.7	17.1	19.3	50.3	36.7	14.2	2.5	2.4	1.6	2.5	1.5	0.6	(168)
福井県	38.3	13.1	18.4	6.8	46.4	33.7	12.6	7.6	1.4	4.9	7.6	2.6	0.0	(81)
山梨県	39.8	11.7	21.5	8.2	27.9	15.6	12.3	4.8	12.0	9.7	4.8	4.4	3.0	(135)
長野県	42.8	11.0	26.5	6.8	30.9	16.0	14.9	4.2	11.5	7.9	4.2	3.2	3.0	(408)
岐阜県	29.8	11.0	13.8	5.0	55.8	32.7	23.1	4.2	5.8	5.2	4.2	0.0	1.3	(133)
静岡県	43.8	14.0	22.6	8.9	38.4	23.1	15.5	4.7	5.8	5.7	4.7	2.4	0.9	(408)
愛知県	62.6	37.7	8.0	19.9	19.5	12.8	6.7	12.0	0.0	1.4	12.0	1.1	1.4	(193)
三重県	48.5	13.0	32.0	5.7	41.8	22.6	19.2	2.9	3.5	1.1	2.9	0.6	0.6	(168)
滋賀県	56.1	18.5	18.6	19.0	22.8	17.5	5.4	2.0	1.7	0.0	2.0	1.6	4.0	(54)
京都府	64.3	25.5	8.1	31.3	25.1	12.0	13.1	6.3	2.3	2.0	6.3	0.0	1.3	(295)
大阪府	75.6	39.7	7.8	30.4	4.3	3.1	1.2	14.4	1.0	1.0	14.4	0.5	3.0	(316)
兵庫県	48.1	12.3	20.7	16.1	29.7	16.7	13.0	10.3	3.1	5.3	10.3	2.4	0.8	(249)
奈良県	57.2	22.7	10.4	24.2	28.3	14.5	13.8	10.1	1.7	1.7	10.1	6.6	1.9	(53)
和歌山県	43.3	10.2	26.9	6.2	45.7	28.0	17.8	0.0	4.0	3.0	0.0	1.7	3.1	(113)
鳥取県	25.4	13.7	4.2	7.5	48.5	31.5	17.0	17.8	1.9	0.0	17.8	1.8	1.9	(48)
島根県	48.2	18.4	10.6	20.8	46.9	25.2	21.7	6.1	3.6	0.0	6.1	0.0	2.0	(57)
岡山県	51.7	24.5	8.8	18.4	31.5	21.4	10.0	9.9	3.3	0.0	9.9	0.0	3.7	(82)
広島県	69.0	30.2	4.1	34.7	13.6	8.7	4.9	10.8	3.5	0.9	10.8	1.5	0.8	(110)
山口県	44.7	29.4	5.7	12.2	42.6	29.0	13.5	12.8	2.7	0.0	12.8	0.0	1.8	(61)
徳島県	58.7	11.4	23.5	23.7	22.3	13.9	8.4	10.3	0.0	2.5	10.3	3.2	2.9	(35)
香川県	60.1	21.0	22.6	18.6	26.2	14.7	11.5	15.0	0.0	1.5	15.0	0.0	1.4	(56)
愛媛県	54.3	30.5	14.5	13.6	34.3	23.2	11.1	10.4	0.0	0.0	10.4	3.7	1.6	(64)
高知県	59.3	36.0	10.5	12.8	38.8	23.8	15.0	3.8	0.0	0.0	3.8	0.0	2.1	(42)
福岡県	76.0	42.6	10.0	27.3	12.5	8.8	4.1	12.5	0.3	0.4	12.5	0.4	2.2	(237)
佐賀県	18.8	10.2	0.0	8.6	70.4	41.3	29.1	8.3	2.5	0.0	8.3	0.0	0.0	(46)
長崎県	66.8	24.2	23.5	22.3	21.4	17.7	3.7	10.7	0.8	1.2	10.7	0.0	2.7	(132)
熊本県	33.5	12.9	10.7	9.8	54.1	21.1	33.6	10.2	4.2	0.0	10.2	0.0	0.0	(140)
大分県	42.8	14.8	19.7	10.6	50.6	20.9	30.9	5.1	2.2	1.1	5.1	0.5	0.0	(165)
宮崎県	78.3	38.4	29.6	17.9	19.9	11.0	8.9	1.7	4.1	1.7	1.7	1.7	0.0	(49)
鹿児島県	67.0	25.5	29.2	13.5	21.9	14.3	8.7	9.2	6.2	0.0	9.2	0.0	0.0	(84)
沖縄県	85.9	21.8	55.8	22.8	5.5	3.8	1.7	3.8	6.3	2.1	3.8	0.2	2.5	(411)

(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「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

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	51.2	28.1	12.5	4.0	4.1	1.85	(9823)
前年	49.7	28.6	13.3	4.1	4.3	1.88	(17568)
北海道	30.8	32.9	21.4	8.8	6.1	2.33	(646)
青森県	41.4	29.4	19.6	4.4	5.2	2.07	(81)
岩手県	54.3	31.1	8.3	2.2	4.2	1.74	(81)
宮城県	60.7	24.6	11.5	1.1	2.2	1.59	(191)
秋田県	47.3	25.4	15.6	5.1	6.5	2.02	(71)
山形県	61.0	22.8	10.8	2.3	3.2	1.66	(88)
福島県	61.0	27.2	9.3	1.1	1.4	1.55	(142)
茨城県	63.4	26.1	3.9	3.2	3.4	1.59	(82)
栃木県	84.3	13.9	1.3	0.5	0.0	1.18	(197)
群馬県	72.3	19.4	5.0	3.3	0.0	1.39	(188)
埼玉県	61.2	23.0	8.6	5.5	1.7	1.65	(52)
千葉県	63.5	27.6	5.0	1.5	2.5	1.53	(256)
東京都	51.0	30.3	11.7	3.1	3.9	1.81	(752)
神奈川県	64.7	24.6	7.3	1.2	2.1	1.52	(378)
新潟県	54.2	31.6	10.7	2.1	1.4	1.66	(138)
富山県	51.1	31.1	10.3	7.5	0.0	1.74	(63)
石川県	52.5	35.1	8.5	2.0	1.9	1.67	(168)
福井県	71.4	20.8	2.5	4.2	1.1	1.43	(81)
山梨県	63.8	25.0	8.0	0.0	3.2	1.58	(135)
長野県	61.2	26.3	7.9	1.8	2.8	1.61	(408)
岐阜県	79.4	16.2	2.0	1.6	0.8	1.28	(133)
静岡県	71.4	22.0	3.2	1.5	1.8	1.42	(408)
愛知県	68.9	23.3	3.9	1.0	2.8	1.47	(193)
三重県	74.4	19.0	5.5	0.6	0.5	1.34	(168)
滋賀県	82.2	14.1	3.7	0.0	0.0	1.21	(54)
京都府	57.9	26.7	11.9	1.4	2.0	1.64	(295)
大阪府	50.7	35.1	11.5	0.6	2.1	1.70	(316)
兵庫県	71.7	20.2	5.8	1.5	0.7	1.40	(249)
奈良県	50.7	31.2	10.6	5.9	1.7	1.77	(53)
和歌山県	75.8	16.7	7.5	0.0	0.0	1.32	(113)
鳥取県	61.0	22.7	12.6	0.0	3.7	1.68	(48)
島根県	63.3	27.4	7.3	0.0	1.9	1.52	(57)
岡山県	79.4	16.2	2.4	0.0	1.9	1.33	(82)
広島県	57.9	30.2	6.4	2.4	3.1	1.65	(110)
山口県	64.2	23.2	9.8	1.5	1.5	1.53	(61)
徳島県	60.7	17.4	9.3	2.9	9.7	1.93	(35)
香川県	68.7	26.7	4.7	0.0	0.0	1.36	(56)
愛媛県	50.8	34.2	7.5	3.7	3.8	1.82	(64)
高知県	46.2	41.6	12.2	0.0	0.0	1.66	(42)
福岡県	53.6	27.6	11.7	1.9	5.1	1.82	(237)
佐賀県	81.8	14.3	3.9	0.0	0.0	1.22	(46)
長崎県	53.0	34.5	7.9	2.5	2.1	1.66	(132)
熊本県	71.3	21.4	3.4	1.5	2.5	1.44	(140)
大分県	67.2	24.1	6.9	0.7	1.1	1.47	(165)
宮崎県	59.7	23.7	5.0	3.4	8.2	1.81	(49)
鹿児島県	50.0	28.0	12.7	4.4	4.9	1.93	(84)
沖縄県	10.3	34.9	33.5	12.7	8.6	2.80	(411)

(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

■ 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。)

資料：(公財)日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

⑦旅行先と現地で楽しんだ活動(表I-2-11)

全体で見ると、前年同様、『自然や景勝地の訪問』を楽しんだ旅行者が最も多く、全体で約4割の旅行者が楽しんだ活動となった。全体として多い活動は、以下、『温泉』、『現地グルメ・名物料理』、『歴史・文化的な名所の訪問』、『まち並み散策・まち歩き』、『ショッピング・買い物』と続き、これらの活動実施率は2割を超えた。

最も多い活動である『自然や景勝地の訪問』が最多の活動となった県は15道県におよび、特に「山口」「高知」「沖縄」において全体と比べて15ポイント以上高い実施率となった。

次いで多い活動であった『温泉』が最多の活動となったのは24道県であり、全国的に人気の活動となっている。特に「群馬」「岐阜」「大分」「佐賀」では、活動実施率が6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」「大阪」「福岡」の3府県であり、その活動実施率は3~5割であった。

『歴史・文化的な名所の訪問』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、世界文化遺産にも登録されている古都「京都」「奈良」、同じく世界文化遺産の原爆ドームと厳島神社が立地する「広島」の3府県であった。特に、「京都」「奈良」では活動実施率が6割を超えた。

『まち並み散策・まち歩き』は、茶屋街の風情が豊かに残る金沢のある「石川」、祇園や三年坂などのある「京都」、松江城下町や出雲大社参道がある「島根」、道後温泉街や松山城下町がある「愛媛」で特徴的な活動であった。

その他の活動で、都道府県によって特徴が顕著に表れたものは、以下の通りであった。『ショッピング・買い物』における「東京」「福岡」「佐賀」、『都市観光・都会見物』における「広島」、『観光施設・動物園・水族館』における「茨城」「沖縄」、『テーマパーク・レジャーランド』における「千葉」「大阪」「長崎」、『芸術鑑賞』における「埼玉」「東京」、『リゾート滞在(海浜)』における「沖縄」、『登山・トレッキング』における「山形」「富山」「山梨」、『海水浴・マリンスポーツ』における「沖縄」、『果物狩り・農林漁業体験』における「山梨」、『スキー・スノーボード』における「新潟」。

また、現地ツアー・オプションツアー・体験プログラムの参加率は全体で13.5%となり、前年より若干増加した。都道府県別に

見ると、特に、「沖縄」での参加率33.9%と、突出して高い値となった。「青森」「北海道」「富山」も全体の比率より5ポイント以上高く、高い参加率であった。

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、前年同様、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、首都圏近郊の「福島」「栃木」「群馬」「山梨」の他「岩手」「岐阜」「滋賀」では、平均費用が3万円台前半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3.5割に達し、さらに、『5万円以上』のシェア合計は7.5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、全体的な傾向としては概ね前年と変わらず、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「鳥取」であり、「沖縄」「熊本」「埼玉」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、前年同様、再来訪希望層(『大変そう思う』+『そう思う』+『やや思う』)は、6~9割となり、満足度よりも都道府県によって評価は分かれる。

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

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	10万円以上		
全体	4.4	14.7	18.5	14.8	12.5	13.3	9.5	12.3	52,829	(9501)	
前年	3.8	13.6	18.1	14.8	12.2	14.7	10.5	12.4	54,167	(16688)	
北海道	5.0	12.5	9.0	10.4	11.4	16.0	14.1	21.6	68,047	(627)	
青森県	9.4	8.8	23.3	6.7	16.7	12.3	11.5	11.3	51,568	(74)	
岩手県	15.2	20.7	21.9	15.1	6.8	12.7	4.5	3.2	34,170	(79)	
宮城県	3.5	17.8	30.1	17.8	9.9	8.5	5.2	7.2	40,661	(188)	
秋田県	9.1	23.1	17.0	14.6	12.6	12.2	4.3	7.2	40,173	(65)	
山形県	2.3	26.9	17.8	20.1	12.0	7.5	6.9	6.4	40,840	(88)	
福島県	8.3	27.1	16.5	18.8	9.9	12.9	4.4	2.0	34,092	(140)	
茨城県	5.7	23.5	18.7	18.2	15.2	9.8	3.7	5.3	39,327	(80)	
栃木県	7.5	28.1	26.6	12.5	10.5	9.5	3.2	2.0	31,870	(189)	
群馬県	6.8	22.1	30.6	14.6	10.5	9.2	3.6	2.6	33,248	(186)	
埼玉県	9.3	14.9	23.6	9.2	18.7	17.2	3.9	3.1	37,785	(51)	
千葉県	6.6	20.9	18.6	13.9	10.8	11.9	8.5	8.8	45,599	(244)	
東京都	4.1	8.0	16.4	14.6	14.6	17.1	9.2	16.0	59,973	(720)	
神奈川県	3.6	19.3	20.5	18.0	14.9	10.0	9.3	4.5	41,473	(362)	
新潟県	4.6	15.4	22.1	17.3	14.8	8.9	8.5	8.5	46,451	(135)	
富山県	4.8	18.4	21.2	12.7	12.0	18.3	5.9	6.7	43,141	(61)	
石川県	3.4	11.1	21.1	13.6	12.9	9.7	15.3	12.8	56,161	(162)	
福井県	4.7	14.6	25.1	12.5	13.2	13.3	9.4	7.0	45,116	(77)	
山梨県	3.6	22.2	36.2	14.5	11.0	9.7	1.3	1.5	31,753	(127)	
長野県	2.7	21.3	24.3	16.9	10.4	10.8	7.3	6.3	42,520	(389)	
岐阜県	3.9	26.7	26.1	18.5	9.6	6.0	5.6	3.6	34,861	(129)	
静岡県	5.7	20.7	22.3	16.5	10.8	10.5	5.3	8.2	41,929	(399)	
愛知県	7.1	17.6	21.6	16.4	15.5	7.6	7.9	6.4	42,411	(183)	
三重県	2.8	17.4	25.6	18.7	11.7	9.9	8.8	4.9	40,589	(165)	
滋賀県	11.0	24.0	22.7	20.5	4.9	9.0	4.2	3.8	33,955	(52)	
京都府	1.9	11.6	17.7	17.7	16.5	12.7	9.1	12.8	54,074	(285)	
大阪府	2.9	11.7	21.0	17.8	13.6	17.4	9.7	6.0	47,023	(304)	
兵庫県	9.9	15.6	24.4	14.3	13.6	11.9	7.0	3.3	38,731	(242)	
奈良県	12.4	11.1	23.1	9.4	8.9	20.6	9.3	5.2	43,647	(51)	
和歌山県	1.6	22.5	26.0	17.3	14.1	7.7	5.2	5.6	39,943	(109)	
鳥取県	9.8	29.3	15.0	12.3	5.7	14.5	5.5	7.9	38,703	(46)	
島根県	7.0	14.5	26.5	12.5	11.2	10.0	12.0	6.1	42,498	(56)	
岡山県	7.0	21.7	23.7	13.8	16.7	9.9	1.1	6.1	37,521	(79)	
広島県	7.2	17.8	20.3	18.5	10.1	12.4	5.0	8.7	43,848	(109)	
山口県	4.9	20.5	19.0	16.3	9.1	17.5	7.9	4.9	41,099	(60)	
徳島県	2.5	8.5	14.2	15.5	19.9	30.1	3.1	6.2	49,304	(33)	
香川県	5.1	13.4	39.1	21.1	5.2	3.0	8.7	4.4	39,097	(55)	
愛媛県	7.4	15.1	18.7	16.6	7.4	16.0	10.5	8.3	46,879	(62)	
高知県	3.9	9.6	20.6	22.9	10.4	13.6	16.4	2.5	44,771	(41)	
福岡県	3.1	12.7	18.5	17.1	14.9	12.2	12.3	9.2	51,761	(223)	
佐賀県	0.0	25.6	29.6	21.2	9.6	6.3	1.8	5.9	35,696	(42)	
長崎県	8.5	14.0	14.2	12.8	11.9	10.2	13.4	15.0	55,103	(130)	
熊本県	6.2	24.7	23.8	15.4	11.6	6.2	4.7	7.4	38,147	(137)	
大分県	7.3	20.0	20.8	14.1	6.6	8.9	11.4	11.0	48,583	(164)	
宮崎県	0.0	28.7	9.8	17.3	14.5	5.7	7.4	16.6	53,232	(49)	
鹿児島県	2.1	16.3	20.8	12.6	15.5	13.3	6.6	12.7	49,689	(82)	
沖縄県	0.5	1.4	4.9	6.6	9.9	23.4	18.2	35.1	92,223	(396)	

(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「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

表I-2-13 旅行先(都道府県)別の満足度・再来訪意向 (単位: %)

Table with columns for 旅行先, 満足度 (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), and サンプル数.

(単位: %)

Table with columns for 旅行先, 再来訪意向 (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), and サンプル数.

(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「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、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「JTB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

前年同様、同行者やライフステージにかかわらず、全てのセグメントにおいて『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3~5割を占め、最大シェアとなった。

『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。

前者の内、『3カ月以上前』に申し込む比率が3割を超えたのは、「小中学生の子どもと一緒に家族旅行」「3世代家族旅行」「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」「子育て中の男性・女性による友人旅行」であった。

後者の『旅行の1カ月前を切ってから』申し込む割合が4割を超えたのは「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』の割合が約1.5割であり、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)時別の旅行申し込み時期

(単位:%)

マーケットセグメント	申し込み時期										サンプル数
	1年以上前	半年~1年前	3~5カ月前	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	
全体	0.9	5.7	19.1	37.8	15.3	12.6	3.4	2.9	0.8	1.4	(9,376)
前年	1.1	6.2	19.3	38.6	15.9	12.0	2.6	2.6	0.8	1.0	(16,491)
家族旅行	1.1	7.2	21.4	37.7	15.3	10.6	2.8	2.0	0.8	1.1	(2,329)
乳幼児の子どもと一緒に家族旅行(小中高生を含まない)	0.6	7.2	21.5	36.9	17.4	10.7	1.8	1.0	1.3	1.7	(449)
小中高生の子どもと一緒に家族旅行(乳幼児連れも含む)	1.7	7.5	22.5	37.1	13.7	10.2	3.2	2.5	0.5	1.1	(965)
18歳以上のみの家族旅行	0.7	6.8	20.3	38.8	16.0	11.1	2.9	1.8	0.8	0.9	(915)
※3世代家族旅行	1.3	11.6	25.1	37.0	12.4	8.3	1.5	1.0	1.2	0.7	(641)
夫婦・カップル旅行	0.8	4.4	17.7	38.8	15.8	13.8	3.3	3.6	0.6	1.1	(3,327)
カップルでの旅行	0.9	4.3	14.6	34.9	17.7	16.2	4.8	4.5	0.5	1.7	(804)
夫婦での旅行(子どもなし)	0.6	4.6	19.9	38.4	15.6	12.9	2.3	3.5	0.9	1.3	(893)
子育て中の夫婦での旅行(末子が18歳未満)	1.4	5.9	18.9	40.5	13.2	8.1	3.5	4.9	1.7	1.8	(183)
子育て後の夫婦での旅行(末子が18歳以上)	0.8	4.0	17.9	41.0	15.3	13.8	3.1	3.1	0.4	0.6	(1,446)
友人旅行	1.0	6.8	20.4	40.5	15.1	10.5	2.3	1.6	0.4	1.3	(1,822)
未婚男性による友人旅行	1.4	6.5	17.1	39.3	14.0	12.5	2.8	3.1	0.7	2.6	(427)
既婚男性による友人旅行(子どもなし)	2.0	11.6	22.9	36.4	12.6	10.5	1.8	1.2	0.0	1.1	(96)
子育て中の男性による友人旅行(末子が18歳未満)	1.9	10.4	22.2	34.1	14.8	15.3	0.0	1.3	0.0	0.0	(87)
子育て後の男性による友人旅行(末子が18歳以上)	0.9	7.4	29.1	44.5	8.6	7.6	1.5	0.0	0.5	0.0	(240)
未婚女性による友人旅行	1.0	7.2	18.9	36.9	17.3	12.5	3.4	1.2	0.2	1.5	(406)
既婚女性による友人旅行(子どもなし)	1.5	2.1	20.3	45.4	16.1	8.4	0.8	3.0	1.6	0.7	(120)
子育て中の女性による友人旅行(末子が18歳未満)	0.0	7.2	26.5	30.3	20.4	8.1	2.3	5.3	0.0	0.0	(36)
子育て後の女性による友人旅行(末子が18歳以上)	0.3	5.9	19.0	44.9	17.8	7.7	2.3	0.7	0.2	1.1	(411)
ひとり旅	0.8	5.2	17.4	33.0	14.6	15.4	5.4	4.3	1.6	2.4	(1,702)
男性のひとり旅	1.2	5.2	15.9	30.5	14.7	16.6	6.9	5.2	2.0	1.8	(1,088)
女性のひとり旅	0.1	5.2	20.0	37.2	14.3	13.2	2.8	2.8	0.8	3.5	(614)

※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「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

②マーケットセグメントと出発月・出発日(表I-2-15)

全体で見ると、前年同様、『8月』出発の旅行がもっとも多く、『2月』出発の旅行が最も少ない。

「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」が突出している。

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。

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」「子育て後の友人旅行(男女)」「女性のひとり旅」では『月～木曜日』出発の旅行が多い。

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

(単位:%)

マーケットセグメント	出発月・日		出発月												出発日							サンプル数
	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	夏休み	ゴールデンウィーク	年末年始	土曜日	日曜・祝祭日	月～木曜日	金曜日			
全体	6.3	5.6	9.3	6.7	9.1	7.2	8.5	13.9	9.6	8.0	8.4	7.6	10.5	5.2	4.1	18.5	16.2	30.5	14.9	(9,823)		
前年	6.3	6.1	9.1	6.7	10.3	6.8	7.5	13.9	9.9	7.5	8.2	7.7	8.9	4.8	6.4	17.4	16.8	32.0	13.6	(17,568)		
家族旅行	6.9	5.3	8.8	6.8	10.6	5.3	8.1	19.1	8.1	7.2	7.2	6.7	17.2	7.4	6.1	18.5	16.1	20.4	14.3	(2,411)		
乳幼児の子どもと一緒に家族旅行(小中高生を含まない)	8.0	5.0	9.0	7.0	10.6	5.3	5.4	16.0	11.2	7.8	8.5	6.3	14.4	7.2	7.7	19.6	18.5	18.1	14.6	(469)		
小中高生の子どもと一緒に家族旅行(乳幼児連れも含む)	7.9	4.1	8.3	6.7	10.0	4.2	8.7	24.4	4.8	8.4	5.6	6.9	24.1	8.6	6.3	19.8	16.3	13.3	11.7	(990)		
18歳以上のみの家族旅行	5.2	6.6	9.1	6.9	11.2	6.6	8.9	15.0	10.0	5.7	8.1	6.7	11.4	6.3	5.0	16.8	14.6	29.0	16.9	(952)		
※3世代家族旅行	7.1	5.6	8.0	7.5	8.9	5.3	8.4	21.6	7.2	7.8	7.1	5.6	19.4	7.6	5.2	19.8	17.9	16.2	14.0	(660)		
夫婦・カップル旅行	6.5	6.1	9.8	6.5	8.8	7.5	8.6	12.4	9.5	7.9	8.3	8.1	8.2	5.1	3.7	18.6	17.0	32.8	14.6	(3,428)		
カップルでの旅行	6.4	5.8	9.8	7.0	9.0	7.5	7.9	12.1	10.1	5.8	7.8	10.8	10.2	6.6	4.9	24.1	16.8	22.0	15.3	(834)		
夫婦での旅行(子どもなし)	5.9	6.2	9.6	6.1	9.3	6.8	7.9	12.7	8.9	9.1	9.2	8.3	9.5	6.5	4.9	20.2	18.8	24.6	15.4	(930)		
子育て中の夫婦での旅行(末子が18歳未満)	8.5	5.7	8.0	6.1	13.0	3.7	9.4	16.2	7.1	6.1	7.8	8.4	12.6	8.1	7.0	28.0	14.4	13.6	16.2	(188)		
子育て後の夫婦での旅行(末子が18歳以上)	6.6	6.3	10.1	6.5	7.9	8.3	9.3	11.9	9.7	8.6	8.2	6.5	5.8	2.8	1.9	13.2	16.3	46.6	13.4	(1,476)		
友人旅行	5.5	6.0	10.1	6.6	8.5	7.2	8.7	12.1	10.3	9.4	9.6	6.0	9.4	4.4	2.4	18.0	17.7	34.2	13.8	(1,985)		
未婚男性による友人旅行	5.6	4.5	9.5	8.2	12.0	6.7	7.4	17.5	7.5	7.8	6.4	6.8	16.1	8.3	4.4	18.8	17.5	22.3	12.6	(476)		
既婚男性による友人旅行(子どもなし)	8.1	7.3	8.5	3.1	5.2	8.0	8.9	11.4	15.6	10.8	6.9	6.2	9.8	3.9	5.4	16.7	23.0	31.9	9.4	(99)		
子育て中の男性による友人旅行(末子が18歳未満)	8.5	11.5	7.2	5.7	5.4	11.6	9.4	8.5	14.2	1.9	8.5	7.5	2.4	4.6	2.8	27.4	26.4	20.9	15.5	(94)		
子育て後の男性による友人旅行(末子が18歳以上)	3.7	4.7	8.8	5.7	8.4	9.6	8.7	7.8	12.7	12.0	14.4	3.6	1.8	1.2	1.3	14.0	11.2	51.2	19.1	(267)		
未婚女性による友人旅行	5.2	4.6	10.5	6.0	8.9	8.0	7.9	15.4	10.8	8.2	7.6	7.0	14.9	5.2	1.6	21.0	17.9	24.8	14.6	(447)		
既婚女性による友人旅行(子どもなし)	7.6	11.2	8.5	6.5	4.0	3.1	8.6	10.0	5.6	14.6	11.5	8.9	8.8	1.4	2.8	22.5	15.2	40.1	9.1	(128)		
子育て中の女性による友人旅行(末子が18歳未満)	2.4	2.4	9.0	8.1	5.4	0.0	8.8	12.8	24.7	11.9	12.1	2.3	4.3	2.0	0.0	29.1	29.9	28.0	6.7	(37)		
子育て後の女性による友人旅行(末子が18歳以上)	5.1	7.0	12.7	7.0	7.5	6.4	10.6	7.0	9.6	10.4	12.0	4.8	3.1	2.5	1.0	12.5	18.5	48.7	13.7	(436)		
ひとり旅	6.4	4.9	8.4	6.8	8.1	9.0	8.6	12.6	10.2	7.4	8.5	9.3	7.5	3.7	4.1	18.6	13.5	34.8	17.8	(1,769)		
男性のひとり旅	6.6	4.7	8.6	7.4	8.8	7.6	7.6	13.4	9.6	7.4	8.4	9.7	8.6	4.4	4.4	19.3	12.7	33.4	17.1	(1,131)		
女性のひとり旅	6.0	5.3	7.9	5.6	6.7	11.4	10.4	11.0	11.3	7.4	8.5	8.5	5.6	2.3	3.4	17.4	14.9	37.5	19.0	(638)		

※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」

■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

前年同様、「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、「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』が最大シェアを占めるが、『列車』利用率が家族旅行よりも高い。

「友人旅行」については性別で傾向が異なる。「男性の友人旅行」は、未婚男性を除いて『自家用車』利用率が最も高い一方、「女性の友人旅行」はライフステージによらず、『列車』『バス』利用率が他のセグメントに比べて非常に高い。

「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』利用は男性でも2割、女性では0.5割にとどまる。

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

(単位:%)

マーケットセグメント	目的地までの主な交通手段			列車			飛行機			レンタカー			その他	サンプル数	
	自家用車	高速道路利用	高速道路利用なし	有料特急利用	新幹線・有料特急利用なし	新幹線・有料特急	JAL・ANA利用	JAL・ANA以外利用	バス・貸切バス	高速道路利用	高速道路利用なし	高速道路			
全体	38.7	32.1	6.6	26.9	21.3	5.7	23.2	17.4	5.9	7.7	2.4	2.1	0.4	1.0	(9823)
前年	38.2	32.2	6.0	26.7	21.0	5.7	24.1	18.9	5.2	8.0	2.1	1.8	0.3	0.9	(17,568)
家族旅行	53.6	46.2	7.3	20.6	17.2	3.4	19.8	15.6	4.2	3.1	2.3	2.2	0.1	0.6	(2,411)
乳幼児の子どもと一緒に家族旅行(小中高生を含まない)	64.0	57.7	6.4	15.5	12.3	3.2	16.1	11.7	4.4	1.0	3.0	3.0	0.0	0.3	(469)
小中高生の子どもと一緒に家族旅行(乳幼児連れも含む)	56.3	47.8	8.5	16.8	14.7	2.1	21.5	18.6	2.9	2.5	2.2	2.0	0.2	0.6	(990)
18歳以上のみの家族旅行	45.6	39.0	6.6	27.1	22.1	4.9	19.8	14.4	5.4	4.6	2.2	2.0	0.2	0.7	(952)
※3世代家族旅行	51.0	45.0	6.1	20.4	17.8	2.6	22.7	17.7	5.0	1.9	3.4	3.3	0.1	0.5	(660)
夫婦・カップル旅行	47.5	38.6	8.9	23.4	18.6	4.7	21.4	16.3	5.1	4.7	2.2	1.8	0.4	0.8	(3,428)
カップルでの旅行	38.5	31.4	7.1	28.1	21.0	7.1	24.4	18.3	6.0	3.1	5.2	4.5	0.7	0.7	(834)
夫婦での旅行(子どもなし)	50.0	39.8	10.2	23.2	18.2	5.0	20.6	15.1	5.5	3.3	2.3	1.6	0.7	0.6	(930)
子育て中の夫婦での旅行(末子が18歳未満)	47.0	42.1	4.9	22.7	17.4	5.2	25.1	20.5	4.6	3.5	1.3	1.3	0.0	0.5	(188)
子育て後の夫婦での旅行(末子が18歳以上)	51.1	41.4	9.7	20.9	17.7	3.1	19.8	15.4	4.4	6.7	0.6	0.4	0.2	0.9	(1,476)
友人旅行	27.2	22.8	4.5	32.1	23.4	8.8	21.1	15.5	5.6	13.9	4.2	3.5	0.7	1.5	(1,985)
未婚男性による友人旅行	28.6	27.1	1.5	30.3	20.5	9.8	25.3	17.7	7.6	9.1	5.8	4.6	1.2	1.0	(476)
既婚男性による友人旅行(子どもなし)	32.8	28.4	4.3	27.4	19.6	7.8	21.8	19.0	2.8	4.5	8.3	8.3	0.0	5.3	(99)
子育て中の男性による友人旅行(末子が18歳未満)	28.9	24.1	4.8	26.9	26.0	1.0	27.3	22.1	5.2	9.7	5.1	5.1	0.0	2.0	(94)
子育て後の男性による友人旅行(末子が18歳以上)	42.9	35.0	7.9	21.2	15.4	5.7	16.0	11.6	4.4	15.9	2.7	2.7	0.0	1.4	(267)
未婚女性による友人旅行	18.0	13.9	4.1	39.4	27.5	11.8	21.6	15.5	6.0	14.2	5.2	4.0	1.3	1.6	(447)
既婚女性による友人旅行(子どもなし)	24.9	19.3	5.6	34.1	25.1	9.0	21.2	13.2	8.0	15.8	4.0	3.3	0.7	0.0	(128)
子育て中の女性による友人旅行(末子が18歳未満)	34.2	25.8	8.4	39.3	29.3	10.0	10.9	10.9	0.0	7.5	8.1	8.1	0.0	0.0	(37)
子育て後の女性による友人旅行(末子が18歳以上)	24.1	18.8	5.3	34.5	26.4	8.1	18.4	14.3	4.1	20.5	0.9	0.7	0.3	1.7	(436)
ひとり旅	14.5	10.6	3.9	37.0	29.7	7.3	34.3	24.6	9.7	11.5	1.0	0.8	0.2	1.7	(1,769)
男性のひとり旅	19.4	13.7	5.6	35.0	27.2	7.8	32.5	24.2	8.3	10.0	1.4	1.1	0.3	1.9	(1,131)
女性のひとり旅	5.9	5.0	0.9	40.6	34.1	6.5	37.6	25.3	12.4	14.2	0.3	0.2	0.2	1.4	(638)

※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「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

●旅行先での主な交通手段(複数回答)(表I-2-17)

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

「友人旅行」では、ライフステージによって特徴は異なる。男女ともに未婚は『列車』が多く、子育て後は『貸切バス・定期観光バス』の利用が高まる。

「ひとり旅」においては、『列車』利用率が5割を超えた。また、『路線バス』利用率についても約2割と高い比率を示した。

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 マーケットセグメント	自家用車	列車	路線バス	レンタカー	タクシー・ハイヤー	飛行機	貸切バス・定期観光バス	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
全体	35.7	29.3	12.9	12.4	8.9	8.4	7.6	4.5	2.4	1.1	1.7	8.0	(9,823)
前年	35.5	27.8	12.1	12.3	8.6	7.5	8.8	4.0	2.6	1.0	1.6	8.4	(17,568)
家族旅行	49.5	22.4	9.5	14.0	8.5	9.2	5.5	5.2	3.1	1.4	0.7	7.3	(2,411)
乳幼児の子どもと一緒に家族旅行(小中高生を含まない)	58.4	20.2	6.7	14.6	8.5	9.2	4.0	5.7	4.5	1.6	0.2	7.5	(469)
小中高生の子どもと一緒に家族旅行(乳幼児連れも含む)	52.3	20.6	8.6	15.8	7.5	10.6	4.5	4.0	2.3	1.4	0.6	6.8	(990)
18歳以上のみの家族旅行	42.3	25.2	11.8	11.8	9.5	7.6	7.3	6.2	3.3	1.2	1.1	7.8	(952)
※3世代家族旅行	48.6	23.2	7.9	19.2	11.9	13.3	5.0	7.2	3.8	2.8	0.4	7.8	(660)
夫婦・カップル旅行	43.4	23.3	10.1	13.6	8.1	8.1	7.1	4.4	2.3	1.1	1.3	7.3	(3,428)
カップルでの旅行	36.3	31.7	11.0	19.8	10.5	12.3	4.4	5.4	1.8	1.8	0.6	5.7	(834)
夫婦での旅行(子どもなし)	45.7	24.1	9.0	13.6	6.7	6.6	4.7	3.4	1.8	0.8	1.1	8.1	(930)
子育て中の夫婦での旅行(末子が18歳未満)	46.7	29.5	10.5	18.9	7.6	15.9	3.5	5.3	0.9	4.9	1.9	3.2	(188)
子育て後の夫婦での旅行(末子が18歳以上)	45.5	17.1	10.3	9.3	7.6	5.6	10.5	4.3	3.1	0.4	1.7	8.2	(1,476)
友人旅行	24.4	29.7	13.9	12.8	9.9	6.8	12.2	5.3	2.3	0.7	2.0	10.7	(1,985)
未婚男性による友人旅行	26.2	38.3	15.8	18.2	8.6	12.1	7.4	4.0	2.5	1.2	0.4	6.7	(476)
既婚男性による友人旅行(子どもなし)	31.5	18.9	8.5	16.8	5.9	4.4	7.7	5.8	1.2	1.8	6.8	16.9	(99)
子育て中の男性による友人旅行(末子が18歳未満)	21.9	30.8	16.2	27.7	11.8	9.5	11.4	3.1	4.8	1.8	0.0	10.5	(94)
子育て後の男性による友人旅行(末子が18歳以上)	34.4	11.5	8.5	10.0	5.2	3.5	17.5	3.7	1.8	0.0	2.5	16.9	(267)
未婚女性による友人旅行	16.7	43.3	17.0	13.0	9.4	6.1	9.9	5.1	2.0	0.9	1.9	9.7	(447)
既婚女性による友人旅行(子どもなし)	23.6	22.7	14.5	11.2	16.8	6.3	9.0	3.7	1.4	0.0	2.1	10.1	(128)
子育て中の女性による友人旅行(末子が18歳未満)	31.2	24.1	19.8	13.1	11.5	9.5	9.2	7.7	3.0	0.0	3.0	7.2	(37)
子育て後の女性による友人旅行(末子が18歳以上)	23.1	22.2	11.9	5.0	13.1	3.8	18.8	8.8	2.6	0.0	2.8	11.6	(436)
ひとり旅	15.5	51.6	22.3	7.7	9.4	10.6	5.3	3.0	1.8	1.2	3.5	6.2	(1,769)
男性のひとり旅	17.7	50.5	22.4	9.7	8.5	11.2	4.0	2.9	1.9	1.4	3.1	6.7	(1,131)
女性のひとり旅	11.6	53.5	22.2	4.1	10.9	9.6	7.7	3.2	1.6	0.7	4.4	5.5	(638)

※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「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

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-2-18)

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。前年同様、多くのセグメントで『おいしいものを食べること』がトップシェアとなった。その中でも、「子育て中の男性による友人旅行」において、全体の比率より5ポイント以上大きい値を示した。『温泉に入ること』については、「18歳以上のみの家族旅行」「子育て後の夫婦旅行」「子育て後の男性・女性による友人旅行」でトップを占めた。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楽しみの特徴のひとつと言える。

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

『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のは、「18歳未満の子どもと一緒に家族旅行」「3世代家族旅行」であった。

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

『芸術・音楽・スポーツなどの観劇・鑑賞・観戦』については、「女性のひとり旅」でトップシェアとなり、全体の比率より15ポイント以上大きい値を示した。

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

マーケットセグメント	最も楽しみにしていたこと	おいしいものを食べる	温泉に入ること	自然景観を見る	文化的な名所(史跡、寺社仏閣など)を見る	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	スポーツやアウトドア活動を楽しむ	芸術・音楽・スポーツなどの観劇・鑑賞・観戦	街や都市を訪れる	帰省・冠婚葬祭関連・親族や知人訪問	買い物をする	自然の豊かさを体験	目当ての宿泊施設に泊まる	地域の祭りやイベント	地域の文化を体験	その他	サンプル数
全体		17.1	15.0	12.4	12.4	9.2	6.2	5.3	4.6	4.2	3.0	2.9	2.7	2.0	0.8	2.2	(9,823)
前年		18.1	15.0	11.6	12.3	9.2	7.1	5.1	3.8	4.4	3.0	3.2	2.4	2.1	0.6	2.2	(17,568)
家族旅行		17.8	15.3	11.8	12.6	14.1	5.8	2.6	3.3	3.7	2.8	2.9	3.5	1.8	0.6	1.4	(2,411)
	乳幼児の子どもと一緒に家族旅行(小中高生を含まない)	17.1	15.7	10.1	8.4	19.1	5.5	1.7	2.8	3.6	3.3	4.2	4.2	1.8	0.6	2.0	(469)
	小中高生の子どもと一緒に家族旅行(乳幼児連れも含む)	19.1	13.5	11.2	11.8	14.6	7.9	1.4	3.4	3.0	2.6	3.1	4.3	1.6	0.5	2.1	(990)
	18歳以上のみの家族旅行	16.9	17.0	13.3	15.5	11.1	3.8	4.2	3.3	4.4	2.8	2.1	2.4	1.9	0.8	0.4	(952)
	※3世代家族旅行	15.8	16.1	15.0	10.6	16.4	5.2	1.1	2.8	2.6	2.6	3.6	4.5	1.5	0.7	1.5	(660)
夫婦・カップル旅行		17.8	19.9	14.3	11.8	7.8	4.4	3.2	4.9	3.4	2.6	3.3	2.7	1.7	0.7	1.5	(3,428)
	カップルでの旅行	18.8	15.5	13.8	11.5	11.2	6.2	3.4	6.1	1.4	3.4	3.3	2.0	1.7	0.9	0.9	(834)
	夫婦での旅行(子どもなし)	20.2	19.3	12.5	12.0	7.6	4.1	3.5	4.7	3.4	3.0	3.0	2.6	1.7	0.6	1.7	(930)
	子育て中の夫婦での旅行(末子が18歳未満)	21.3	11.6	14.1	16.5	9.2	5.8	2.1	7.9	3.3	2.7	1.0	1.6	0.9	1.9	0.0	(188)
	子育て後の夫婦での旅行(末子が18歳以上)	15.3	23.8	15.7	11.3	5.8	3.5	2.9	4.0	4.6	1.8	3.7	3.3	1.8	0.5	1.8	(1,476)
友人旅行		17.7	14.1	12.8	12.3	8.3	10.2	5.0	3.7	1.6	3.0	3.3	2.7	1.8	1.1	2.3	(1,985)
	未婚男性による友人旅行	16.2	10.0	15.2	12.1	8.9	13.9	3.8	5.4	1.5	2.6	3.7	2.2	1.8	1.2	1.3	(476)
	既婚男性による友人旅行(子どもなし)	12.5	13.6	16.3	14.7	5.9	20.1	2.5	3.7	0.9	0.0	1.0	4.6	0.0	1.0	3.2	(99)
	子育て中の男性による友人旅行(末子が18歳未満)	24.1	10.5	12.7	18.5	3.8	11.0	2.1	3.0	0.0	2.3	5.9	1.1	1.8	1.2	2.2	(94)
	子育て後の男性による友人旅行(末子が18歳以上)	15.1	21.0	12.2	11.3	6.6	18.3	0.0	1.3	2.6	0.6	2.4	4.0	1.4	1.1	2.2	(267)
	未婚女性による友人旅行	21.3	9.9	9.4	11.4	10.9	6.4	9.8	4.3	1.0	5.9	2.1	1.7	3.3	1.0	1.6	(447)
	既婚女性による友人旅行(子どもなし)	21.0	12.9	9.5	12.3	9.8	5.0	5.7	1.3	2.6	2.9	3.8	3.5	2.2	2.1	5.2	(128)
	子育て中の女性による友人旅行(末子が18歳未満)	19.4	14.8	15.1	17.4	5.0	5.7	8.2	2.0	0.0	4.3	0.0	0.0	2.7	5.4	0.0	(37)
	子育て後の女性による友人旅行(末子が18歳以上)	15.8	20.0	13.9	11.7	7.5	4.8	5.0	3.9	1.9	2.5	4.7	3.2	1.0	0.7	3.4	(436)
ひとり旅		13.8	5.0	9.7	13.4	6.9	5.6	13.6	6.5	9.5	4.1	1.8	2.0	3.3	0.9	4.0	(1,769)
	男性のひとり旅	14.7	5.7	11.2	13.8	6.9	6.9	9.8	7.5	6.9	3.9	2.0	1.7	3.7	0.9	4.3	(1,131)
	女性のひとり旅	12.1	3.7	7.0	12.7	7.0	3.3	20.3	4.7	14.2	4.5	1.4	2.4	2.6	0.7	3.5	(638)

※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「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

⑤マーケットセグメントと宿泊施設(表I-2-19)

前年同様、全てのセグメントにおいて『ホテル』がトップを占めた。『ビジネスホテル』については特に「ひとり旅」で突出しており、「未婚男性による友人旅行」での利用率も高い。『リゾートホテル』については「乳幼児の子どもと一緒にの家族旅行」「3世代家族旅行」での利用率が高くなっている。

『旅館』の利用率は「3世代家族旅行」「子育て後の男性による友人旅行」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、『キャンプ・オートキャンプ』は「未婚男性による友人旅行」において、他セグメントに比べて高い利用率となった。

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			旅館				実家・親戚・知人宅	民宿・ペンション・ロッジ	リゾートマンション・会員制の宿泊施設	別荘	公共の宿	オートキャンプ・キャンプ	その他	サンプル数
	ホテル	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)	(比較的規模小)									
全体	59.8	24.2	20.7	19.3	29.2	18.1	11.8	7.8	3.8	2.5	1.9	1.7	1.8	(9,823)	
前年	59.6	22.4	21.5	19.5	29.2	18.2	11.7	7.5	4.4	2.3	2.3	1.2	1.6	(17,568)	
家族旅行	56.5	13.8	28.6	18.0	34.5	23.3	11.9	7.8	3.1	3.1	2.4	1.9	1.0	(2,411)	
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)	52.6	10.8	32.9	12.7	38.1	22.5	16.4	9.2	2.8	3.3	2.2	2.8	1.3	(469)	
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)	56.1	12.2	29.4	17.8	34.9	25.8	9.5	7.5	2.3	3.3	2.1	2.0	1.2	(990)	
18歳以上のみの家族旅行	58.9	17.0	25.6	20.8	32.4	21.0	12.2	7.3	4.0	2.9	2.9	1.2	0.7	(952)	
※3世代家族旅行	55.5	9.7	34.1	17.4	40.6	28.7	13.1	5.3	2.6	4.1	4.3	2.3	0.5	(660)	
夫婦・カップル旅行	58.3	19.5	23.2	20.7	34.2	20.4	14.8	5.6	3.7	2.5	2.0	1.0	1.5	(3,428)	
カップルでの旅行	63.9	25.6	23.1	23.1	30.8	16.6	15.0	3.4	5.2	1.2	1.8	1.0	1.7	(834)	
夫婦での旅行(子どもなし)	57.0	22.4	20.7	18.1	32.6	15.6	17.9	6.2	4.4	3.0	0.7	1.0	1.4	(930)	
子育て中の夫婦での旅行(末子が18歳未満)	62.2	21.9	27.4	19.3	34.4	23.4	12.0	4.9	4.0	1.3	0.5	2.2	1.3	(188)	
子育て後の夫婦での旅行(末子が18歳以上)	55.4	14.0	24.4	21.2	37.1	25.1	13.2	6.5	2.4	3.1	3.2	1.0	1.4	(1,476)	
友人旅行	55.3	22.8	18.5	17.7	31.2	19.8	12.3	5.5	5.9	3.0	1.9	2.9	1.6	(1,985)	
未婚男性による友人旅行	57.6	34.5	13.8	16.0	27.7	15.2	13.4	6.6	6.9	1.6	1.8	7.1	1.0	(476)	
既婚男性による友人旅行(子どもなし)	53.8	27.4	15.6	13.5	33.4	20.8	14.5	1.9	6.4	1.9	1.2	4.5	1.9	(99)	
子育て中の男性による友人旅行(末子が18歳未満)	63.8	28.2	21.5	19.1	32.4	19.3	13.1	2.6	0.8	2.3	1.9	3.2	0.0	(94)	
子育て後の男性による友人旅行(末子が18歳以上)	46.7	13.8	22.3	12.1	40.6	30.5	11.0	1.8	6.5	5.2	3.5	0.3	2.4	(267)	
未婚女性による友人旅行	59.5	26.6	15.9	20.4	21.9	12.1	10.4	9.7	8.8	1.3	0.4	2.5	1.3	(447)	
既婚女性による友人旅行(子どもなし)	59.6	20.1	17.0	24.8	29.1	20.0	10.3	5.1	3.3	3.0	1.5	0.0	0.7	(128)	
子育て中の女性による友人旅行(末子が18歳未満)	64.1	10.2	26.8	27.0	31.9	18.4	13.4	2.0	3.0	2.4	2.3	2.7	0.0	(37)	
子育て後の女性による友人旅行(末子が18歳以上)	50.2	11.4	23.6	17.7	38.7	25.9	13.8	3.9	3.2	5.3	2.8	0.9	2.8	(436)	
ひとり旅	72.7	49.1	7.5	20.4	9.5	4.4	5.3	14.9	2.2	1.1	0.9	1.3	3.5	(1,769)	
男性のひとり旅	76.3	55.2	7.3	19.8	10.4	4.3	6.1	9.7	2.4	1.3	0.9	1.6	3.8	(1,131)	
女性のひとり旅	66.2	38.3	7.9	21.6	7.9	4.5	3.8	24.2	1.9	0.6	0.9	0.9	3.0	(638)	

※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「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

⑥マーケットセグメントと宿泊数(表I-2-20)

前年同様、「女性のひとり旅」の平均宿泊数が最も長く、2.14泊であった。「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。

逆に、宿泊数が最も短い傾向にあるのは「友人旅行」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」のなか

でも、「子育て後の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	51.2	28.1	12.5	4.0	4.1	1.85	(9,823)
前年	49.7	28.6	13.3	4.1	4.3	1.88	(17,568)
家族旅行	50.4	28.5	13.9	4.1	3.2	1.84	(2,411)
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)	52.1	27.1	12.3	4.8	3.8	1.84	(469)
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)	50.7	30.4	13.1	3.8	2.1	1.77	(990)
18歳以上のみの家族旅行	49.2	27.2	15.5	4.2	4.0	1.91	(952)
※3世代家族旅行	42.4	31.1	16.5	5.9	4.2	2.01	(660)
夫婦・カップル旅行	52.4	27.0	12.3	4.7	3.6	1.83	(3,428)
カップルでの旅行	52.4	27.4	12.8	4.1	3.3	1.80	(834)
夫婦での旅行(子どもなし)	55.4	27.4	10.5	3.2	3.6	1.75	(930)
子育て中の夫婦での旅行 (末子が18歳未満)	47.1	24.3	18.4	4.0	6.1	2.00	(188)
子育て後の夫婦での旅行 (末子が18歳以上)	51.2	26.8	12.4	6.1	3.5	1.87	(1,476)
友人旅行	56.1	28.5	9.8	2.2	3.4	1.71	(1,985)
未婚男性による友人旅行	48.5	30.9	14.0	1.6	5.1	1.86	(476)
既婚男性による友人旅行 (子どもなし)	58.2	20.7	10.7	2.7	7.7	1.91	(99)
子育て中の男性による友人旅行 (末子が18歳未満)	52.0	31.4	10.1	2.8	3.7	1.77	(94)
子育て後の男性による友人旅行 (末子が18歳以上)	63.3	28.7	4.4	1.3	2.2	1.51	(267)
未婚女性による友人旅行	55.8	30.7	8.5	2.2	2.7	1.68	(447)
既婚女性による友人旅行 (子どもなし)	63.4	25.6	5.6	3.8	1.6	1.56	(128)
子育て中の女性による友人旅行 (末子が18歳未満)	66.4	11.8	17.1	2.4	2.2	1.64	(37)
子育て後の女性による友人旅行 (末子が18歳以上)	57.7	27.0	10.3	2.6	2.4	1.68	(436)
ひとり旅	43.6	30.0	14.3	4.7	7.4	2.09	(1,769)
男性のひとり旅	44.6	29.5	13.9	5.2	6.8	2.07	(1,131)
女性のひとり旅	41.8	30.9	15.0	3.8	8.5	2.14	(638)

※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「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

I-3 日本人の海外旅行

1 2016年の概況

2016年の日本人海外出国者数は1,712万人、4年ぶりに増加、観光・レクリエーションも堅調

(1) 日本人海外出国者の主要動向 (表 I-3-1、図 I-3-1)

法務省の「出入国管理統計」によると、16年の日本人海外出国者数は1,712万人となり、前年比5.6%の増加となった。13年以降は3年連続で前年割れが続いたが、16年はようやくプラスに転じた。

なお、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1,117万

人、帰省・知人訪問等が141万人、出張・業務が453万人となった。出国者数全体の伸びには出張・業務が大きく寄与している。また、観光・レクリエーションも2年連続で回復傾向を示している。

(2) 主な要因

海外出国者数が回復した主な背景には、円高傾向の進展が挙げられる。14年の後半以降は円安基調が続いていたが、16年に入り円高が進んだことが影響していると見られる。また、ここ数年減少が続いていた主要な日本人海外出国者の旅行先である中国と韓国人の訪問者が増加に転じたことも大きく影響している。17年上半期(1~6月)も4月を除いていずれも前年を上回っており、好調なペースで推移している。

表I-3-1 日本人海外出国者数の推移

(単位：千人)

	出国者数		観光・レクリエーション		帰省・知人訪問等		出張・業務	
		前年比 (%)		前年比 (%)		前年比 (%)		前年比 (%)
2012年	18,491	8.8	12,390	8.6	1,639	26.4	4,461	4.0
2013年	17,473	△ 5.5	11,585	△ 6.5	1,742	6.3	4,146	△ 7.1
2014年	16,903	△ 3.3	10,768	△ 7.1	1,484	△ 14.8	4,652	12.2
2015年	16,214	△ 4.1	10,853	0.8	1,728	16.5	3,633	△ 21.9
2016年	17,116	5.6	11,173	2.9	1,408	△ 18.5	4,535	24.8

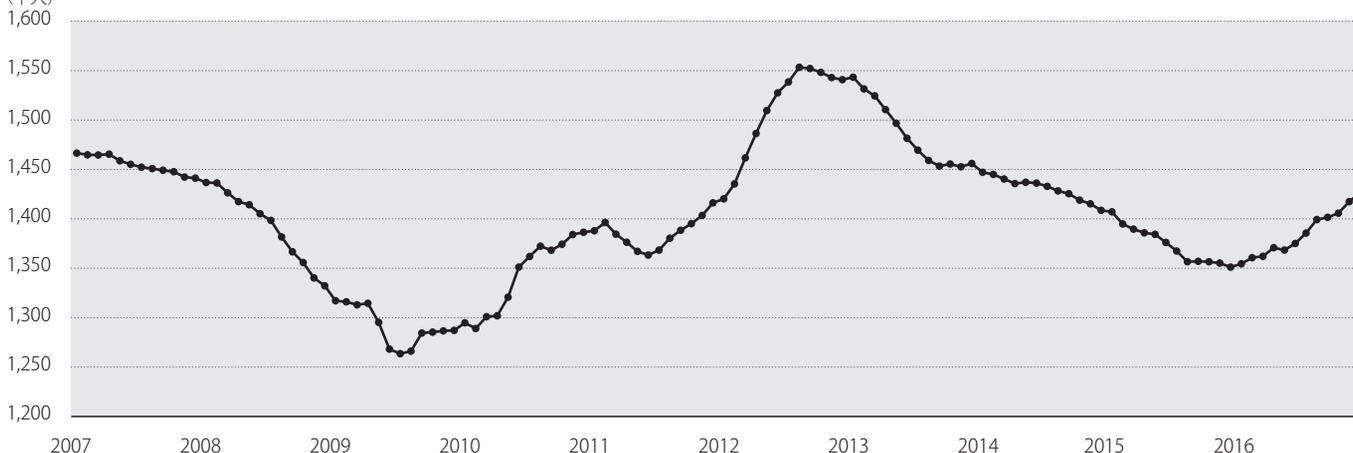
資料：法務省「出入国管理統計」および観光庁「旅行・観光消費動向調査」をもとに(公財)日本交通公社作成

(注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。

図I-3-1 日本人海外出国者(月別)の直近1年平均の推移

(千人)



資料：法務省「出入国管理統計」をもとに(公財)日本交通公社作成

(3) 日本人海外出国者数の内訳

① 性・年代別 (表 I-3-2、図 I-3-2)

16年の海外出国者数を性・年代別に見ると、全ての性・年代で前年を上回った。特に女性の回復が顕著で、10代、20代で前

年比10%を超えている。

旅行平均回数で見ても、全ての性・年代で前年よりも増加している。特に、男女10代および女性20代で前年比が10%以上となった。

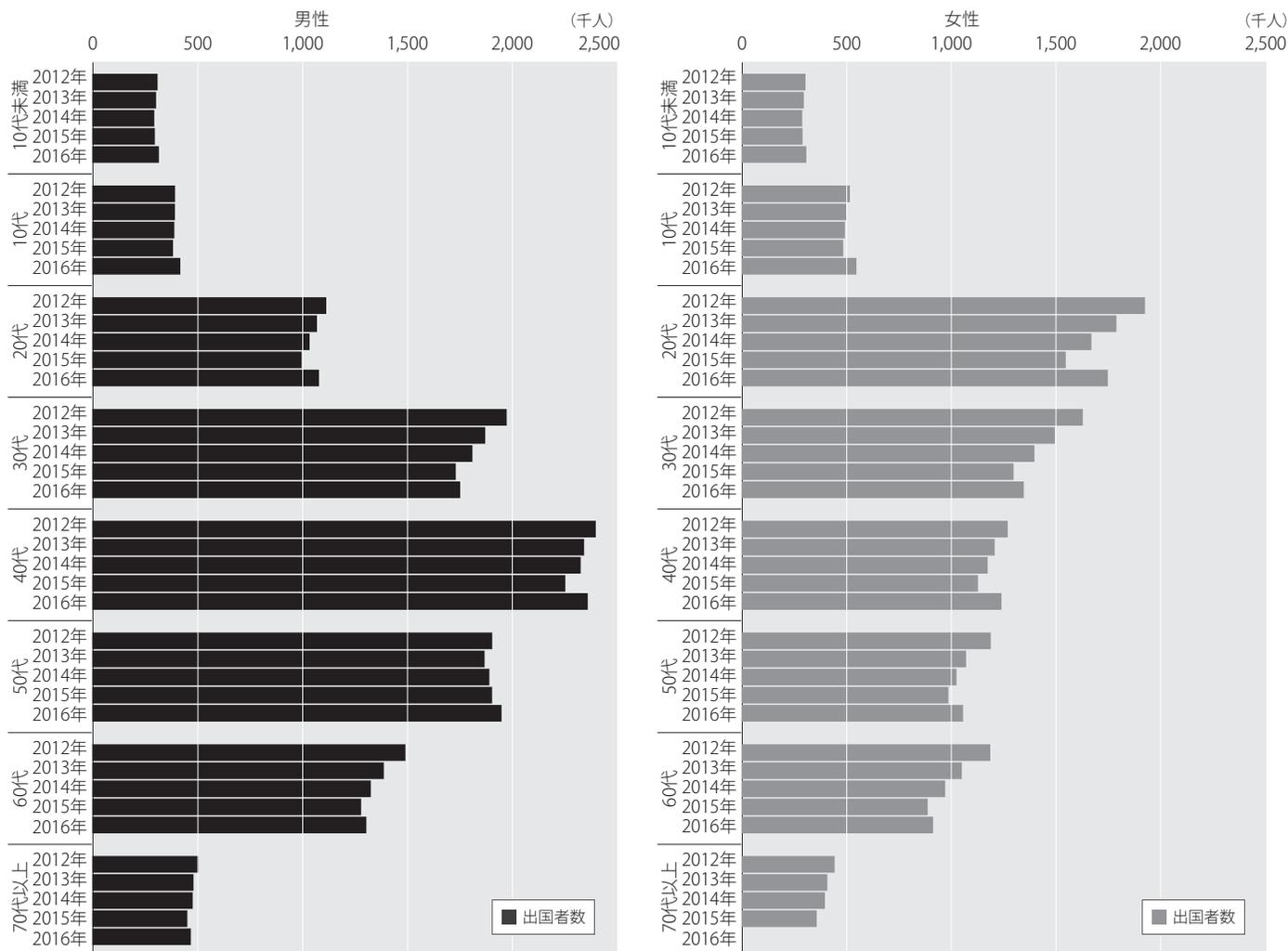
表I-3-2 性・年代別の日本人海外出国者数 (2016年)

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)	312	414	1,077	1,751	2,360	1,948	1,302	465	9,628
	前年比 (%)	6.6	9.2	8.3	1.2	4.8	2.4	1.9	3.8	3.8
	旅行平均回数 (回/人)	0.06	0.07	0.16	0.22	0.25	0.25	0.15	0.05	0.16
	前年比 (%)	6.7	10.4	8.9	4.1	3.8	1.5	1.3	2.2	3.7

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)	303	542	1,743	1,341	1,235	1,051	908	364	7,488
	前年比 (%)	6.3	13.2	13.0	3.8	10.0	7.1	2.9	3.2	7.9
	旅行平均回数 (回/人)	0.06	0.10	0.28	0.17	0.13	0.13	0.10	0.03	0.11
	前年比 (%)	6.5	14.5	14.3	6.9	9.2	6.3	2.4	1.8	7.9

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

図I-3-2 性・年代別の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

②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プラスであった。特に8月(10.0%)および11月(10.5%)で伸びが大きい。

観光・レクリエーション目的に限ってみると、1~3月および9

月の伸びが大きく前年比10%以上の増加となっている。

③居住地別(表 I-3-3)

居住地別で見ても、全ての地域で前年を上回った。特に沖縄の伸び率が前年比17.6%と大きい。観光・レクリエーション目的では九州および北陸信越、中国の伸びが目立つ。

表I-3-3 出発月・居住地別の日本人海外出国者数(2016年)

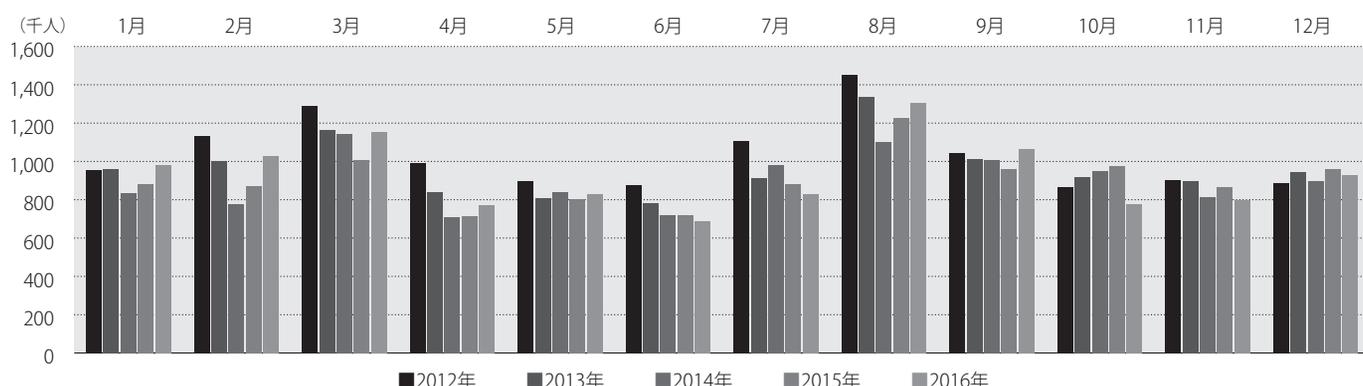
出発月		1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	全体
出国者全体	延べ出国者数(千人)	1,276	1,331	1,551	1,250	1,233	1,271	1,436	1,818	1,553	1,463	1,480	1,455	17,116
	前年比(%)	3.3	5.9	1.1	9.2	△2.3	6.7	9.6	10.0	1.8	3.6	10.5	8.0	5.6
	旅行平均回数(回/人)	0.010	0.010	0.012	0.010	0.010	0.010	0.011	0.014	0.012	0.012	0.012	0.011	0.135
観光・レクリエーション	延べ出国者数(千人)	980	1,026	1,153	769	828	689	829	1,304	1,065	776	797	930	11,173
	前年比(%)	11.0	17.7	14.6	7.9	3.1	△4.3	△5.7	6.4	10.7	△20.4	△8.0	△3.3	2.9
	旅行平均回数(回/人)	0.008	0.008	0.009	0.006	0.007	0.005	0.007	0.010	0.008	0.006	0.006	0.007	0.088
帰省・知人訪問等	延べ出国者数(千人)	91	98	111	83	112	83	179	202	107	109	135	109	1,408
	前年比(%)	27.7	34.0	△37.6	△36.7	3.5	4.5	14.3	4.8	△37.2	△57.2	△21.9	△22.9	△18.5
	旅行平均回数(回/人)	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001	0.002	0.001	0.001	0.001	0.001	0.011
出張・業務	延べ出国者数(千人)	206	207	287	396	292	497	428	313	381	577	548	416	4,535
	前年比(%)	△26.7	△33.8	△18.2	31.8	△16.9	27.1	56.2	32.7	△3.3	216.8	83.0	69.9	24.8
	旅行平均回数(回/人)	0.002	0.002	0.002	0.003	0.002	0.004	0.003	0.002	0.003	0.005	0.004	0.003	0.036

居住地		北海道	東北	関東	北陸信越	中部	近畿	中国	四国	九州	沖縄	全体
出国者全体	延べ出国者数(千人)	309	415	8,066	458	1,938	3,032	534	223	997	112	17,116
	前年比(%)	9.2	4.1	5.1	3.4	4.0	6.9	4.4	3.8	9.3	17.6	5.6
	旅行平均回数(回/人)	0.057	0.046	0.184	0.069	0.123	0.146	0.072	0.058	0.077	0.078	0.135
観光・レクリエーション	延べ出国者数(千人)	192	235	5,062	303	1,316	2,065	310	159	818	79	11,173
	前年比(%)	△12.4	△25.8	0.2	17.1	5.3	9.2	15.2	8.8	20.3	0.5	2.9
	旅行平均回数(回/人)	0.036	0.026	0.115	0.046	0.083	0.100	0.042	0.041	0.063	0.055	0.088
帰省・知人訪問等	延べ出国者数(千人)	29	20	651	15	199	222	90	36	61	22	1,408
	前年比(%)	△54.3	△63.9	△13.7	△76.6	18.2	△20.2	87.1	△13.4	△57.7	131.1	△18.5
	旅行平均回数(回/人)	0.005	0.002	0.015	0.002	0.013	0.011	0.012	0.009	0.005	0.015	0.011
出張・業務	延べ出国者数(千人)	88	160	2,353	140	422	745	132	28	117	11	4,535
	前年比(%)	-	510.9	26.0	17.5	△5.0	11.7	△31.3	3.5	33.0	57.9	24.8
	旅行平均回数(回/人)	0.016	0.018	0.054	0.021	0.027	0.036	0.018	0.007	0.009	0.007	0.036

(注) 表中のデータについては表I-3-1注と同じ。

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

図I-3-3 出発月別の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」および総務省「人口推計」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

(1) 旅行先(国・地域)別旅行内容

ここでは、観光・レクリエーションを目的とする海外旅行に絞り、日本人の海外旅行の実態を詳しく見ていく。なお、分析に用いた表データは全て「JTB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-3-4)

同行者タイプについては、全体では『夫婦・カップル』が最も多く、次いで『家族』、『友人・知人』、『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、全体の約15%を占めている。

旅行先別には、『イタリア』『カナダ』『スペイン』『フランス』など比較的遠方の旅行先で『夫婦・カップル』の割合が多く、なかでも

『子育て後の夫婦』は「その他ヨーロッパ」「カナダ」の割合が全体と比較して多くなっている。

『友人・知人』の割合が高いのは「韓国」「その他東南アジア」である。その他に全体と比較して5ポイント以上高い国・地域はなかった。

『家族』の割合が高いのは、「グアム・サイパン」「ハワイ」「南太平洋」といった島嶼リゾートおよび、「シンガポール」「香港・マカオ」といったアジアの旅行先である。なかでも「グアム・サイパン」「ハワイ」は全体と比較して15ポイント以上高い値となった。なお、「ハワイ」「シンガポール」「グアム・サイパン」は3世代での家族旅行でも人気の旅行先となっている。

『ひとり』の旅行で高いのは、「ドイツ」「タイ」「その他東南アジア」「中国」「南太平洋」「フランス」「その他ヨーロッパ」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、女性はヨーロッパが高い結果となった。

表I-3-4 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：%)

旅行先	同行者	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 (小中高生を含まない)	乳幼児連れ 小中高生連れ	大人のみのみ	※3世代	カップル	夫婦旅行 (子どもなし)	子育て中	子育て後	男性			女性			男性	女性	その他						
										未婚	既婚(子どもなし)	子育て中	未婚	既婚(子どもなし)	子育て中									
全体	26.0	3.1	7.2	10.3	5.5	34.1	5.9	10.7	2.7	14.8	22.8	4.4	0.9	1.6	2.6	5.9	1.6	0.6	5.1	20.0	12.1	7.9	2.5	(4,615)
前年	21.5	3.2	7.6	10.7	5.3	33.8	6.2	11.0	2.1	14.5	23.0	4.1	0.8	1.7	3.2	6.1	1.9	0.6	4.5	19.4	11.8	7.6	2.3	(7,286)
韓国	25.0	1.9	7.0	11.5	4.7	27.1	6.9	8.1	2.9	9.3	31.7	5.3	0.7	2.0	2.2	9.9	2.5	1.9	7.2	19.8	10.9	8.8	1.1	(633)
中国	22.4	2.1	5.4	9.9	5.1	24.7	3.8	5.9	6.7	8.3	26.2	6.5	3.6	2.6	6.1	2.1	1.6	0.0	3.8	27.9	23.3	4.6	3.8	(262)
台湾	27.5	3.6	5.4	13.2	5.3	31.3	6.2	9.2	3.7	12.2	25.0	6.2	0.7	1.6	2.3	7.5	1.8	0.8	4.0	19.0	13.1	6.0	2.4	(704)
香港・マカオ	32.2	4.0	6.8	13.5	7.9	33.3	10.5	10.5	2.4	9.8	23.0	5.0	0.3	3.2	2.8	4.9	1.8	0.4	4.8	17.5	13.1	4.4	1.8	(248)
シンガポール	38.4	4.7	10.6	12.0	11.2	35.0	7.3	10.1	4.1	13.6	19.2	5.4	0.0	1.3	0.0	5.3	1.6	1.2	4.4	16.5	13.0	3.5	2.0	(273)
インドネシア	30.1	4.7	6.2	11.7	7.5	35.0	11.2	9.1	3.5	11.1	16.7	4.0	0.8	1.1	3.0	3.6	0.0	0.0	4.2	24.6	17.0	7.5	1.2	(140)
マレーシア	28.1	5.4	6.2	6.7	9.7	37.4	3.5	8.9	1.7	23.2	23.1	6.4	1.0	2.4	0.8	4.6	2.5	0.0	5.3	20.4	13.5	7.0	0.8	(138)
タイ	19.1	2.0	5.0	6.2	5.8	28.2	6.9	9.8	1.9	9.7	25.6	6.0	0.7	3.6	6.1	4.2	0.4	0.4	4.2	31.6	24.3	7.3	1.3	(311)
その他東南アジア	12.5	1.5	5.0	3.2	2.8	25.8	4.6	7.4	0.3	13.5	30.3	5.9	3.3	0.8	7.2	5.3	1.7	0.4	5.6	30.7	20.6	10.1	3.5	(275)
オーストラリア・ニュージーランド	30.0	4.6	8.1	11.2	6.0	39.3	8.3	11.2	2.3	17.4	19.0	4.0	0.0	2.1	1.6	4.5	1.1	0.7	5.0	14.1	6.2	8.0	3.7	(178)
南太平洋	31.4	0.0	3.5	19.1	8.8	43.6	11.7	23.7	0.0	8.2	6.4	0.0	0.0	2.9	0.0	0.0	3.5	0.0	0.0	27.4	17.1	10.3	0.0	(25)
ハワイ	45.4	6.1	14.2	13.5	11.7	43.0	8.0	17.5	4.1	13.4	13.5	2.5	0.5	0.9	1.0	4.1	0.7	0.4	3.5	6.6	4.6	2.0	3.1	(453)
グアム・サイパン	50.1	11.2	18.3	9.6	11.0	34.4	11.0	13.7	2.1	7.6	18.0	2.4	0.9	0.9	1.8	7.1	3.7	0.4	0.9	7.3	2.6	4.8	1.2	(220)
アメリカ本土	23.1	2.3	5.0	10.9	4.9	35.6	4.8	9.5	2.4	18.8	19.4	3.4	0.0	0.8	0.8	5.3	2.5	0.5	6.1	24.5	11.8	12.7	2.4	(258)
カナダ	19.1	0.8	6.2	8.6	3.4	48.4	11.2	9.0	2.2	26.0	13.0	1.9	1.2	0.0	1.2	4.6	0.8	1.2	1.9	19.9	6.6	13.3	3.1	(101)
フランス	12.6	2.2	5.0	4.3	0.9	44.2	8.7	18.0	1.1	16.5	15.8	4.4	0.0	0.0	3.8	3.7	1.8	0.0	2.1	25.7	14.1	11.6	2.7	(116)
イギリス	26.3	0.0	13.3	10.4	2.7	38.0	9.8	11.7	2.4	14.0	13.5	0.0	0.0	0.0	1.7	5.7	1.3	0.0	4.8	22.0	9.5	12.5	2.8	(95)
スペイン	15.9	1.4	0.0	13.4	1.1	44.2	5.4	12.6	3.9	22.3	15.1	0.6	0.6	0.0	0.8	4.9	1.0	1.3	5.8	19.2	13.4	5.8	6.7	(111)
イタリア	14.8	0.0	1.7	12.2	0.9	49.8	5.1	15.6	5.1	24.0	18.7	1.6	0.9	1.7	2.9	4.9	1.2	0.9	4.5	17.1	7.3	9.8	0.6	(143)
ドイツ	14.0	0.9	3.2	7.9	2.0	39.0	8.3	6.5	4.0	20.2	14.8	4.3	0.0	0.0	1.6	4.2	0.9	0.0	3.8	32.1	12.8	19.2	2.2	(101)
その他ヨーロッパ	11.2	0.9	0.4	8.5	1.4	40.4	1.5	11.2	0.5	27.1	20.0	2.3	0.0	0.5	2.0	5.2	1.0	0.0	8.9	25.2	9.9	15.4	4.6	(255)
その他	10.9	0.9	3.0	4.3	2.8	45.0	2.7	13.9	0.9	27.4	19.0	0.6	0.5	0.8	3.6	4.3	2.1	0.0	7.2	24.9	13.2	11.6	3.0	(142)

(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。

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

資料：(公財)日本交通公社「JTB旅行実態調査」

②旅行先と居住地(表 I-3-5)

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2割弱、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はほぼ同様である。

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、「南太平洋」「インドネシア」「フランス」「イタリア」「ハワイ」で『南関東』居住者の割合が5ポイント以上高くなっている。

表I-3-5 旅行先(国・地域)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 兵庫、奈良、和歌山、滋賀、京都、大阪	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	4.2	3.5	4.1	5.0	29.5	3.9	2.7	11.0	16.8	4.9	2.9	11.5	(4,615)
前年	4.2	2.7	4.3	5.6	29.0	3.8	2.3	10.3	18.3	5.4	3.0	11.1	(7,286)
韓国	4.0	2.1	2.4	4.7	25.7	2.2	2.8	9.3	19.9	4.0	3.4	19.3	(633)
中国	2.6	4.3	4.2	3.4	33.4	6.4	2.8	15.4	9.2	3.0	6.8	8.5	(262)
台湾	4.1	3.5	5.0	4.0	28.0	3.0	2.5	10.4	18.3	5.6	2.1	13.3	(704)
香港・マカオ	6.0	7.2	7.7	4.2	29.4	4.9	2.5	8.1	13.1	4.1	3.8	9.1	(248)
シンガポール	4.1	4.9	3.5	4.9	27.6	4.1	4.1	8.9	18.2	4.8	3.2	11.8	(273)
インドネシア	7.0	6.7	1.9	3.0	36.5	2.4	1.4	7.6	17.3	4.8	2.4	8.8	(140)
マレーシア	5.9	7.0	1.3	11.6	26.4	2.9	5.3	6.8	16.5	6.0	2.1	8.2	(138)
タイ	3.2	3.1	5.7	7.9	25.7	4.9	2.8	12.0	19.5	5.4	1.2	8.5	(311)
その他東南アジア	4.2	3.0	5.2	6.7	22.6	3.3	2.5	16.1	19.0	6.8	2.9	7.8	(275)
オーストラリア・ニュージーランド	3.1	2.4	3.6	5.1	31.7	5.0	5.3	8.8	13.6	4.4	2.5	14.6	(178)
南太平洋	4.5	7.5	0.0	0.0	47.2	11.4	0.0	15.6	4.4	4.5	0.0	4.9	(25)
ハワイ	5.0	3.4	2.5	4.5	34.8	6.0	2.5	9.6	14.6	5.4	3.6	8.1	(453)
グアム・サイパン	5.0	5.4	5.4	4.2	34.5	5.2	1.9	10.8	14.4	3.3	3.5	6.3	(220)
アメリカ本土	3.6	1.2	2.0	5.2	31.0	2.7	2.2	12.4	14.0	4.9	3.7	17.0	(258)
カナダ	2.1	3.6	4.1	1.6	29.9	5.0	1.3	14.6	14.9	1.7	6.8	14.4	(101)
フランス	4.3	5.4	2.7	3.7	35.9	4.3	5.0	7.2	13.1	4.9	1.1	12.5	(116)
イギリス	5.7	2.3	6.7	8.3	21.1	3.9	0.0	8.9	26.2	3.2	2.7	11.0	(95)
スペイン	4.1	1.4	3.2	8.4	34.2	3.1	1.7	7.9	14.0	5.8	2.9	13.3	(111)
イタリア	3.1	2.6	3.4	4.0	35.0	0.9	3.1	5.4	19.7	8.6	5.2	8.9	(143)
ドイツ	8.9	3.0	5.6	6.9	26.5	3.2	3.6	6.0	12.9	4.3	5.3	13.9	(101)
その他ヨーロッパ	4.2	2.7	6.1	4.2	33.1	5.4	2.1	10.2	15.4	5.3	1.4	10.0	(255)
その他	1.7	3.9	2.8	3.4	28.9	2.8	1.6	17.2	19.6	5.9	4.0	8.2	(142)

(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-3-6)

最も楽しみにしていたことについては、旅行先によって大きく傾向が分かれる結果となった。全体で見ると、『おいしいものを食べる』が最も多く18.0%、次いで『文化的な名所を見ること』(16.7%)、『自然景観を見ること』(14.0%)、『街や都市を訪れること』(10.8%)の順で10%を超える割合となっている。

『おいしいものを食べる』の割合が高い旅行先は、高い順に「台湾」(37.1%)、「韓国」(34.4%)、「香港・マカオ」(26.1%)と東アジアが上位に挙げられた。

『文化的な名所を見ること』で割合が高いのは、「イタリア」(45.8%)、「スペイン」(41.5%)、「その他ヨーロッパ」(31.3%)、「フ

ランス」(30.8%)、「ドイツ」(30.1%)といったヨーロッパの国・地域と、「その他東南アジア」(31.5%)であった。また、『自然景観を見ること』では、「カナダ」(47.2%)、「南太平洋」(43.3%)、「オーストラリア・ニュージーランド」(39.3%)が全体より15ポイント以上高くなっている。

その他、『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」が全体よりも15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-3-6 旅行先(国・地域)別の最も楽しみにしていたこと

(単位: %)

最も楽しみにしていたこと	おいしいものを食べる	文化的な名所を見る	自然景観を見る	街や都市を訪れる	買い物をする	観光・文化施設を訪れる	スポーツやアウトドア活動を楽しむ	自然の豊かさを体験する	芸術・音楽・スポーツなどの観劇・鑑賞・観戦	帰省・冠婚葬祭関連・親族や知人訪問	エステ・スパ・マッサージを受ける	地域の文化を体験する	目当ての宿泊施設に泊まる	地域の祭りやイベント	その他	サンプル数
旅行先																
全体	18.0	16.7	14.0	10.8	7.1	7.1	7.0	4.3	2.9	2.7	2.4	2.2	1.0	0.8	2.9	(4,221)
前年	16.2	18.2	13.6	10.8	6.7	7.4	7.3	4.6	2.4	3.2	1.9	2.2	1.4	1.0	3.1	(6,736)
韓国	34.4	14.1	4.8	6.3	15.7	4.7	2.1	0.4	6.7	1.3	4.8	1.4	0.3	1.3	1.7	(562)
中国	13.9	23.6	15.8	13.5	5.7	5.1	2.2	1.2	1.2	5.5	2.6	3.4	1.7	0.3	4.3	(205)
台湾	37.1	19.5	9.0	9.6	4.8	8.6	3.1	0.8	1.0	0.7	0.7	1.9	0.0	1.5	1.6	(643)
香港・マカオ	26.1	12.9	6.0	11.6	6.7	17.3	5.4	2.3	3.1	0.6	2.1	1.2	3.2	0.0	1.2	(183)
シンガポール	16.8	12.3	5.6	22.0	4.9	23.3	3.3	0.6	1.7	1.7	0.0	2.6	3.5	1.2	0.4	(192)
インドネシア	6.6	19.9	18.4	7.9	1.1	7.0	8.3	13.0	0.0	3.0	9.0	4.5	1.4	0.0	0.0	(95)
マレーシア	11.7	12.8	15.5	21.7	4.6	10.2	6.2	5.0	1.5	2.0	4.2	0.0	0.0	0.0	4.7	(78)
タイ	19.2	15.8	5.6	9.3	7.0	3.8	15.3	0.8	1.6	3.7	10.1	3.4	1.4	0.3	2.6	(252)
その他東南アジア	9.0	31.5	9.5	10.2	1.8	1.6	10.0	5.1	0.5	3.1	5.5	4.1	1.9	0.5	5.6	(242)
オーストラリア・ニュージーランド	5.2	3.6	39.3	8.4	4.1	5.6	12.5	10.9	0.8	3.8	0.8	1.3	0.8	0.0	2.8	(158)
南太平洋	0.0	0.0	43.3	8.7	0.0	14.5	19.8	13.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	(14)
ハワイ	12.2	2.6	19.3	6.5	14.6	3.8	14.0	14.4	0.6	3.8	0.0	1.9	1.6	0.0	4.8	(413)
グアム・サイパン	11.4	1.5	12.3	6.4	11.0	4.8	28.8	9.0	0.9	1.3	3.2	0.5	1.0	1.2	6.8	(193)
アメリカ本土	3.8	4.6	19.0	21.5	5.8	13.8	3.6	3.1	7.3	8.5	0.0	2.3	0.0	1.0	5.6	(218)
カナダ	5.0	5.9	47.2	7.4	0.0	2.3	4.7	8.2	2.0	10.1	0.0	0.0	3.4	0.0	3.7	(70)
フランス	10.6	30.8	9.9	11.1	5.3	8.8	0.0	0.0	12.2	3.3	0.0	5.7	0.0	1.5	0.9	(77)
イギリス	1.6	26.4	13.3	13.3	3.7	12.1	4.3	2.4	7.9	10.4	0.0	0.0	0.0	1.3	3.2	(70)
スペイン	11.8	41.5	10.2	9.5	1.8	6.0	1.2	1.9	4.4	0.0	0.0	7.6	1.2	1.8	1.0	(68)
イタリア	11.0	45.8	16.8	12.4	4.5	1.8	1.3	0.9	3.1	0.9	0.0	0.7	0.0	0.0	0.7	(97)
ドイツ	5.8	30.1	14.9	12.8	3.5	6.7	0.0	0.0	9.9	1.6	2.8	3.2	0.0	3.7	5.0	(55)
その他ヨーロッパ	3.0	31.3	25.7	13.7	3.9	2.6	2.0	6.1	5.7	1.4	0.0	1.1	0.4	0.8	2.4	(212)
その他	3.6	21.0	28.9	14.6	0.0	2.4	9.1	8.0	0.0	1.8	1.4	3.1	0.9	1.6	3.5	(124)

(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。

■ 全体の比率より15ポイント以上大きい値

■ 全体の比率より10ポイント以上大きい値

■ 全体の比率より5ポイント以上大きい値

資料: (公財) 日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

④旅行先での交通手段(表 I-3-7)

旅行先での主な交通手段を見ると、全体では『飛行機』(48.0%)、『タクシー・ハイヤー』(29.6%)、『列車』(29.2%)、『貸切バス・定期観光バス』(21.2%)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」(49.3%)、「インドネシア」(48.5%)、「その他東南アジア」(45.3%)など主に東南アジア地域で全体より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」(60.4%)、「フランス」(53.7%)、「ドイツ」(47.0%)などヨーロッパの国・地域と「台湾」

(47.7%)で、全体より15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、「その他ヨーロッパ」(48.9%)、「イタリア」(48.1%)、「スペイン」(46.9%)、「南太平洋」(41.5%)、「ドイツ」(37.5%)となっている。

その他、『路線バス』における「南太平洋」、「イギリス」、『観光客向けの巡回バスなど』における「ハワイ」「グアム・サイパン」、『レンタカー』における「南太平洋」「ハワイ」、『船(フェリー、観光船など)』での「南太平洋」「イタリア」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-3-7 旅行先(国・地域)別の旅行先での交通手段(複数回答)

(単位: %)

旅行先	交通手段											サンプル数
	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	レンタカー	船(フェリー、観光船など)	レンタサイクル	その他	交通機関は利用しなかった	
全体	48.0	29.6	29.2	21.2	19.6	11.4	8.9	8.8	2.1	4.0	1.1	(4,615)
前年	45.6	28.0	26.8	23.2	17.7	12.2	9.8	9.5	1.7	3.9	1.4	(7,286)
韓国	46.2	29.3	36.5	9.3	20.2	5.0	4.9	5.8	1.1	3.5	2.0	(633)
中国	57.7	30.2	28.1	16.7	17.3	4.4	8.1	6.5	2.2	3.4	0.3	(262)
台湾	43.9	31.9	47.7	23.3	25.7	7.5	5.8	2.7	3.1	3.1	0.5	(704)
香港・マカオ	45.9	36.1	31.9	15.7	19.0	11.1	7.9	22.6	3.6	2.2	2.1	(248)
シンガポール	52.2	35.9	32.5	17.9	19.4	10.0	7.7	5.8	3.6	3.1	0.3	(273)
インドネシア	47.5	48.5	15.2	14.4	18.1	12.7	9.0	4.8	6.0	5.8	0.9	(140)
マレーシア	54.4	40.8	37.9	22.5	21.9	8.6	17.0	10.6	3.7	0.0	0.0	(138)
タイ	47.1	49.3	30.4	9.9	17.0	4.1	9.3	11.4	4.5	7.1	0.9	(311)
その他東南アジア	45.8	45.3	6.9	30.2	13.3	8.0	0.9	16.1	2.5	7.3	1.4	(275)
オーストラリア・ニュージーランド	56.7	22.2	29.4	24.1	16.8	12.6	22.5	21.0	1.8	4.8	1.1	(178)
南太平洋	45.4	16.7	17.1	41.5	35.7	13.1	28.1	28.6	15.4	4.7	0.0	(25)
ハワイ	48.6	24.6	7.5	11.2	21.6	32.4	24.6	3.4	2.5	2.7	0.5	(453)
グアム・サイパン	45.6	23.4	7.5	11.5	19.6	31.7	16.4	4.9	3.0	0.0	3.0	(220)
アメリカ本土	67.0	24.8	30.6	18.1	20.9	12.9	23.0	10.0	1.4	5.2	0.5	(258)
カナダ	62.6	15.7	27.9	30.9	22.2	11.2	7.2	18.8	3.0	4.1	2.3	(101)
フランス	61.0	27.8	53.7	17.9	28.4	12.4	13.4	8.2	2.4	5.2	1.9	(116)
イギリス	48.4	22.8	60.4	18.0	35.6	8.8	9.8	10.5	3.0	5.0	0.0	(95)
スペイン	57.9	28.9	40.1	46.9	26.0	9.7	4.6	12.8	2.6	5.5	0.0	(111)
イタリア	49.7	24.4	37.4	48.1	20.9	10.9	6.0	26.2	2.0	4.1	0.0	(143)
ドイツ	48.0	19.8	47.0	37.5	24.4	16.7	6.7	16.4	2.8	5.5	3.6	(101)
その他ヨーロッパ	48.0	11.7	38.3	48.9	18.3	7.6	2.3	17.3	2.2	4.9	0.0	(255)
その他	55.0	23.2	18.0	48.5	8.9	9.4	1.7	17.0	0.0	5.6	0.8	(142)

(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-3-8)

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』(87.6%)で圧倒的に利用率が高い。その内訳は、『シティホテル』(45.1%)、『リゾートホテル』(37.6%)、『ビジネスホテル』(14.7%)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、「イタリア」(68.3%)、『スペイン』(67.4%)、『その他ヨーロッパ』(66.5%)と

いったヨーロッパの国・地域となっている。

一方、『リゾートホテル』の利用率が高いのは、「南太平洋」(88.8%)、「グアム・サイパン」(79.2%)、「ハワイ」(74.8%)、「インドネシア」(53.0%)の順となっている。

その他、『ペンション・B&B・ロッジ』における「イギリス」、『実家・親戚・知人宅』における「ドイツ」、「アメリカ本土」、「フランス」が全体と比較して10ポイント以上高い数値となっている。

表I-3-8 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				ペンション・B&B・ロッジ	キャンプ・オートキャンプ	別荘・リゾートマンション・会員制の宿泊施設	ゲストハウス・ドミトリー	実家・親戚・知人宅	その他	サンプル数
	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	87.6	45.1	37.6	14.7	4.0	0.6	1.8	4.3	4.8	2.4	(4,221)
前年	87.5	45.4	36.5	13.0	3.5	0.6	2.2	3.6	5.4	1.9	(6,736)
韓国	86.5	54.1	9.6	26.1	1.2	0.6	0.6	6.6	2.2	4.0	(562)
中国	91.9	57.9	18.8	24.5	0.9	0.0	0.9	1.8	6.3	1.3	(205)
台湾	92.1	54.5	21.7	22.9	1.7	0.2	0.4	3.6	2.3	1.5	(643)
香港・マカオ	89.0	49.1	27.8	17.8	5.0	1.2	1.3	2.7	3.5	0.5	(183)
シンガポール	90.8	39.5	45.2	10.5	4.4	3.1	1.1	0.4	1.8	1.4	(192)
インドネシア	74.3	19.6	53.0	8.5	8.4	2.2	5.5	6.6	6.0	3.2	(95)
マレーシア	82.7	35.6	45.1	13.5	1.2	1.1	4.6	5.9	6.5	0.0	(78)
タイ	86.4	47.5	39.2	9.4	3.8	0.5	0.7	7.0	6.1	0.8	(252)
その他東南アジア	89.8	47.6	48.7	8.9	2.7	1.4	0.3	7.5	4.6	1.3	(242)
オーストラリア・ニュージーランド	81.4	34.1	44.2	13.1	6.5	0.4	1.1	5.9	11.6	2.4	(158)
南太平洋	93.8	5.0	88.8	0.0	4.9	0.0	4.9	4.9	0.0	14.9	(14)
ハワイ	88.0	13.8	74.8	2.8	1.7	0.0	8.1	0.8	1.2	2.8	(413)
グアム・サイパン	94.5	12.6	79.2	4.3	1.3	1.1	1.9	1.2	2.1	0.4	(193)
アメリカ本土	82.6	44.3	37.9	18.8	10.1	0.5	2.2	3.4	16.1	4.1	(218)
カナダ	76.8	44.5	36.1	8.9	11.3	0.0	1.7	1.0	11.0	2.6	(70)
フランス	79.9	48.2	16.9	22.2	7.1	0.0	0.0	5.8	15.6	5.2	(77)
イギリス	67.7	54.7	17.6	10.5	14.2	0.0	4.4	14.0	12.7	5.3	(70)
スペイン	97.4	67.4	41.8	12.2	5.8	1.2	0.0	1.8	0.0	1.2	(68)
イタリア	91.3	68.3	37.1	13.0	6.9	0.0	2.2	3.0	1.8	0.0	(97)
ドイツ	75.1	57.5	19.6	12.5	3.7	1.6	0.0	3.7	19.3	1.6	(55)
その他ヨーロッパ	90.6	66.5	40.9	8.5	7.7	0.0	0.0	4.9	4.0	3.5	(212)
その他	84.1	49.2	59.5	2.6	8.3	1.1	1.1	8.6	4.2	7.5	(124)

(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。

■ 全体の比率より15ポイント以上大きい値

■ 全体の比率より10ポイント以上大きい値

■ 全体の比率より5ポイント以上大きい値

資料: (公財) 日本交通公社「JTB旅行実態調査」

⑥旅行先と宿泊数(表 I-3-9)

旅行先での宿泊数について全体で見ると、『3泊』が最も多く、24.1%、次いで『2泊』(17.0%)、『4泊』(15.8%)、『5泊』(10.9%)となっている。

旅行先別には、基本的に遠方の旅行先の方が宿泊数が多い傾向にあり、「スペイン」では『8~9泊』が最も高い割合となっている。

その他、「アメリカ本土」「カナダ」「イタリア」「ドイツ」「その他ヨーロッパ」では『7泊』の割合が最も高くなっている。また、アジアおよび太平洋地域を見てみると「インドネシア」「オーストラリア・ニュージーランド」「南太平洋」「ハワイ」は『4泊』、「中国」「台湾」「香港・マカオ」「シンガポール」「マレーシア」「タイ」「その他東南アジア」「グアム・サイパン」では『3泊』、「韓国」では『2泊』の割合が最も高くなっている。

表I-3-9 旅行先(国・地域)別の宿泊数

(単位:%) (単位:泊)

旅行先	宿泊数													平均宿泊数(概数)	サンプル数
	1泊	2泊	3泊	4泊	5泊	6泊	7泊	8~9泊	10~13泊	14~20泊	21~27泊	28泊以上			
全体	4.1	17.0	24.1	15.8	10.9	6.9	8.0	6.2	3.5	1.5	0.8	1.3	5.00	(4,221)	
前年	2.5	13.3	23.1	16.2	12.9	8.2	8.0	7.2	4.1	1.9	0.7	1.8	5.42	(6,736)	
韓国	16.8	46.7	23.3	6.4	1.9	1.4	0.8	1.3	0.3	0.6	0.2	0.2	2.66	(562)	
中国	4.4	20.5	33.9	12.8	10.4	4.6	6.3	2.0	3.1	1.1	0.4	0.5	4.17	(205)	
台湾	4.6	31.4	41.9	14.1	3.4	0.8	0.8	1.6	0.1	0.4	0.2	0.7	3.23	(643)	
香港・マカオ	4.7	31.7	43.8	10.1	5.9	2.0	1.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.94	(183)	
シンガポール	3.3	19.2	38.8	22.5	10.3	2.6	2.7	0.6	0.0	0.0	0.0	0.0	3.39	(192)	
インドネシア	0.0	6.4	20.2	34.7	16.1	4.6	6.3	4.4	1.6	4.8	0.9	0.0	5.23	(95)	
マレーシア	1.6	12.6	19.9	19.6	14.8	4.2	8.3	8.6	3.7	5.3	0.0	1.4	5.66	(78)	
タイ	1.5	7.7	26.4	17.2	17.2	8.0	6.9	4.2	4.7	1.7	1.9	2.5	5.83	(252)	
その他東南アジア	1.1	5.8	26.5	23.5	19.1	6.4	5.7	3.6	1.9	3.7	1.2	1.4	5.45	(242)	
オーストラリア・ニュージーランド	1.1	5.4	12.2	20.0	12.2	12.8	11.6	8.5	6.3	2.0	3.3	4.6	7.33	(158)	
南太平洋	0.0	0.0	8.7	28.9	21.7	14.5	7.7	18.6	0.0	0.0	0.0	0.0	5.49	(14)	
ハワイ	1.0	3.9	13.7	26.1	24.3	11.3	10.4	4.3	3.3	1.0	0.0	0.8	5.29	(413)	
グアム・サイパン	1.1	10.8	43.8	24.7	10.6	3.7	2.0	0.9	2.0	0.0	0.4	0.0	3.83	(193)	
アメリカ本土	0.9	2.0	9.4	12.5	12.7	14.7	15.8	12.4	9.7	2.9	0.9	6.2	8.05	(218)	
カナダ	0.0	1.6	8.7	5.5	22.3	9.7	26.8	14.0	7.4	1.2	1.2	1.6	7.07	(70)	
フランス	0.0	2.7	7.2	24.7	11.6	15.4	13.2	8.3	7.6	5.1	2.7	1.5	7.19	(77)	
イギリス	2.4	0.0	12.1	17.1	12.0	9.7	12.7	15.8	6.5	1.9	3.8	6.0	8.15	(70)	
スペイン	0.0	2.6	5.5	4.0	5.5	15.3	24.5	26.0	9.3	3.1	2.9	1.2	8.15	(68)	
イタリア	0.0	2.2	6.3	3.6	5.6	19.0	26.6	25.7	7.9	2.3	0.9	0.0	7.35	(97)	
ドイツ	6.7	3.3	3.5	10.1	16.6	11.3	20.4	16.2	8.7	0.0	0.0	3.1	6.83	(55)	
その他ヨーロッパ	0.0	1.7	2.8	11.1	9.9	17.4	26.1	18.3	6.8	3.3	2.0	0.5	7.47	(212)	
その他	0.0	2.2	7.3	12.9	11.4	8.6	11.8	25.1	15.5	0.9	0.7	3.7	7.97	(124)	

(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
 ■ 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、28泊以上は28泊と仮定して算出。)

⑦旅行先と現地で楽しんだ活動(表 I-3-10)

現地で楽しんだ活動で4割を超えるのは、『まち並み散策・まち歩き』(49.5%)、『自然や景勝地の訪問』(48.6%)、『現地グルメ・名物料理』(47.8%)、『ショッピング・買い物』(47.1%)、『歴史・文化的な名所の訪問』(45.3%)、『都市観光・都会見物』(45.0%)となった。

『まち並み散策・まち歩き』を楽しんだ割合が高いのは、「スぺ

イン」(74.2%)、「その他ヨーロッパ」(72.4%)、「イタリア」(72.2%)で全体よりも15ポイント以上高くなっている。

『自然や景勝地の訪問』では、「イタリア」(77.5%)、「その他ヨーロッパ」(76.8%)、「カナダ」(75.9%)、「南太平洋」(74.8%)、「オーストラリア・ニュージーランド」(74.6%)、「スペイン」(74.2%)で全体よりも15ポイント以上高くなっている。

『現地グルメ・名物料理』では、「台湾」(58.3%)、「韓国」(57.9

表I-3-10 旅行先(国・地域)別の現地活動(複数回答)

(単位: %)

現地活動	まち並み散策・まち歩き	自然や景勝地の訪問	現地グルメ・名物料理	ショッピング・買い物	歴史・文化的な名所の訪問	都市観光・都会見物	美術館・博物館	世界遺産訪問	リゾート滞在(海浜)	観光施設・動物園・水族館	海水浴・マリンスポーツ	スパ・エステ	家族や親戚・友人知人訪問	芸術鑑賞(観劇、コンサート・ライブなど)	写真・写生	祭り・イベント	テーマパーク・レジャーランド	登山・トレッキング
旅行先																		
全体	49.5	48.6	47.8	47.1	45.3	45.0	14.4	14.2	12.6	10.8	9.4	6.8	6.4	6.1	5.9	5.6	4.7	3.8
前年	49.1	49.5	45.6	48.1	45.7	42.4	17.0	16.5	11.7	11.2	11.1	6.0	6.3	6.5	5.8	5.5	5.6	3.2
韓国	39.0	27.4	57.9	53.7	32.8	31.0	4.4	7.6	1.5	5.0	0.6	9.4	5.2	7.3	2.6	4.5	2.7	1.7
中国	40.6	39.1	35.2	29.9	48.4	40.1	12.0	15.9	1.4	8.0	1.1	3.9	10.3	4.7	4.4	2.8	1.5	2.5
台湾	54.8	48.1	58.3	49.4	53.9	52.6	19.0	6.1	2.1	9.1	0.6	6.5	3.1	2.5	5.2	5.6	2.5	1.0
香港・マカオ	41.5	25.5	45.7	40.1	38.1	46.1	3.8	10.1	0.9	7.7	0.5	4.8	5.1	1.9	2.5	6.7	10.1	1.9
シンガポール	46.1	34.0	47.8	45.9	30.8	52.4	8.1	3.2	8.6	24.7	1.2	5.3	5.9	2.0	2.5	7.0	19.8	1.2
インドネシア	38.7	58.2	40.5	42.1	54.9	31.3	7.0	17.7	32.4	8.3	21.4	20.6	9.0	14.9	8.0	9.2	2.4	1.3
マレーシア	43.9	45.8	45.2	40.5	49.3	51.2	10.9	5.2	20.5	4.4	6.3	9.0	13.1	0.0	2.8	4.0	0.0	1.1
タイ	40.1	30.0	46.7	41.4	35.0	35.1	3.8	10.9	16.2	6.6	11.8	19.9	10.2	3.0	5.3	4.6	1.5	0.8
その他東南アジア	49.3	53.3	41.9	41.0	57.0	43.0	10.1	28.7	16.3	7.7	14.5	15.5	5.6	4.7	7.5	5.8	2.3	2.8
オーストラリア・ニュージーランド	59.6	74.6	45.1	50.0	44.1	52.5	12.9	18.5	17.3	34.6	14.5	0.6	11.2	2.3	7.8	7.8	6.6	13.0
南太平洋	39.1	74.8	41.7	25.3	20.1	30.3	13.6	4.9	45.1	19.7	55.2	13.6	0.0	8.7	8.7	0.0	0.0	4.9
ハワイ	51.5	60.0	53.9	63.1	26.5	34.8	3.0	2.7	46.7	13.5	34.2	5.3	2.1	4.7	5.6	6.8	3.1	8.9
Guam・サイパン	38.1	38.9	45.0	56.4	21.6	25.4	1.1	0.4	45.1	11.0	48.5	4.5	0.4	4.5	6.6	4.7	5.6	2.6
アメリカ本土	46.9	57.2	35.1	48.2	39.3	54.2	24.0	10.3	5.8	15.8	2.8	2.6	16.5	12.9	9.7	5.0	21.2	7.3
カナダ	60.5	75.9	32.9	39.0	31.2	46.8	4.0	17.2	0.0	12.8	0.0	1.0	11.3	1.2	10.5	1.2	3.6	9.9
フランス	49.6	44.0	41.9	44.5	65.5	54.0	39.9	22.4	5.0	12.8	0.0	0.9	16.0	20.5	4.2	10.9	6.4	4.2
イギリス	63.9	49.0	31.0	32.4	70.1	57.1	45.0	34.1	0.0	9.0	0.0	0.0	18.6	25.9	9.1	7.6	1.9	0.0
スペイン	74.2	74.2	47.2	41.8	87.0	64.4	52.9	35.9	2.8	8.3	1.2	0.0	1.3	5.5	6.2	9.3	0.0	0.0
イタリア	72.2	77.5	55.1	54.3	81.0	67.9	51.8	44.7	5.2	12.1	2.6	1.8	0.0	7.2	8.5	2.9	0.0	3.9
ドイツ	56.5	56.9	50.7	36.9	70.1	61.6	34.7	34.0	2.1	8.8	4.3	2.1	10.1	19.7	9.8	12.7	2.1	3.7
その他ヨーロッパ	72.4	76.8	37.4	41.3	74.8	65.9	37.0	41.8	2.5	6.8	0.4	2.1	6.2	12.3	10.3	3.8	2.6	5.5
その他	49.7	65.3	35.4	33.5	56.2	49.5	20.6	39.9	14.7	11.8	13.4	2.5	5.5	6.2	11.6	4.6	0.0	11.9

(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。

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

資料: (公財) 日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

%)で全体よりも10ポイント以上高くなっている。

『ショッピング・買い物』では、「ハワイ」(63.1%)が全体よりも15ポイント以上高くなっている。

『歴史・文化的な名所の訪問』では「スペイン」「イタリア」「その他ヨーロッパ」「ドイツ」「イギリス」「フランス」が、『都市観光・都会見物』では「イタリア」「その他ヨーロッパ」「スペイン」「ドイツ」といったヨーロッパ地域が全体と比較して15ポイント以上高く

なっているほか、『美術館・博物館』、『世界遺産訪問』でもヨーロッパの国・地域の多くが全体よりも15ポイント以上高くなっている。

その他、『リゾート滞在(海浜)』および『海水浴・マリンスポーツ』では「南太平洋」「ハワイ」「グアム・サイパン」「インドネシア」、『観光施設・動物園・水族館』では「オーストラリア・ニュージーランド」、『テーマパーク・レジャーランド』では「アメリカ本土」「シンガポール」で活動の実施率が高いのが特徴的である。

(単位：%)

ドライブ	アウトドア体験(カヌー、乗馬体験、気球など)	温泉	ゴルフ	野生動物観察(クジラ、鳥など)	季節の花見	リゾート滞在(高原)	産業観光(工場見学、モノづくりの現場見学など)	スポーツ観戦	生活文化体験(陶芸体験、そば打ち体験など)	サイクリング	果物狩り・農林漁業体験	マラソン・ジョギング	スキー・スノーボード	その他	現地ツアー・体験プログラム等の参加率	サンプル数	現地活動
																	旅行先
3.6	3.5	3.3	2.8	2.2	2.0	1.8	1.7	1.6	1.4	1.3	0.9	0.6	0.5	1.9	—	(4,221)	全体
3.0	4.0	2.7	2.9	1.8	2.1	1.7	1.7	1.7	1.1	1.1	0.6	1.0	0.5	1.9	—	(6,736)	前年
1.2	0.8	3.2	0.7	1.0	1.3	1.2	1.2	0.8	1.0	0.2	0.5	0.5	0.4	3.0	21.3	(562)	韓国
0.4	2.5	2.2	0.0	1.1	1.8	0.9	3.5	0.0	2.1	0.0	1.5	0.0	0.6	2.3	34.1	(205)	中国
0.7	0.9	9.1	1.4	0.3	0.3	0.9	0.9	0.6	0.8	1.9	0.4	0.4	0.0	1.0	30.8	(643)	台湾
0.0	1.5	2.9	1.2	0.0	1.1	0.0	1.0	1.4	0.6	0.6	0.6	1.9	0.7	0.6	35.8	(183)	香港・マカオ
2.2	1.6	2.5	1.8	1.2	2.4	1.9	1.5	1.2	1.6	2.1	1.2	1.1	1.0	0.0	29.1	(192)	シンガポール
8.4	4.7	5.0	2.6	2.0	2.5	3.4	3.9	2.5	4.7	2.7	1.3	1.3	1.3	1.3	49.2	(95)	インドネシア
3.1	3.7	0.0	1.6	3.1	3.8	1.1	2.6	2.9	0.0	0.0	1.4	0.0	0.0	3.4	31.3	(78)	マレーシア
2.7	2.4	2.8	11.3	0.0	0.6	2.8	0.8	0.9	1.7	0.0	1.7	0.5	0.0	1.3	26.3	(252)	タイ
0.7	6.3	1.7	1.8	1.8	1.0	1.3	3.6	0.0	1.0	0.5	0.4	0.0	0.0	2.7	38.6	(242)	その他東南アジア
10.0	12.1	4.7	6.3	16.6	4.7	3.2	1.4	3.2	1.7	0.7	1.9	0.0	0.0	0.8	53.3	(158)	オーストラリア・ニュージーランド
0.0	8.7	0.0	4.9	4.9	4.9	0.0	0.0	0.0	0.0	13.6	0.0	0.0	0.0	0.0	79.0	(14)	南太平洋
10.7	7.5	0.7	6.3	3.8	2.0	1.2	1.2	0.5	1.6	1.8	1.1	1.1	0.3	2.5	57.9	(413)	ハワイ
3.9	7.9	2.3	7.4	1.1	1.8	1.6	0.0	0.0	1.0	1.1	0.6	1.6	0.0	1.6	50.7	(193)	グアム・サイパン
10.9	3.5	2.4	3.6	5.2	3.1	3.8	3.6	8.6	1.6	3.6	1.4	1.3	1.6	1.8	32.4	(218)	アメリカ本土
8.7	7.2	1.3	0.0	3.0	13.8	6.5	0.0	8.7	0.0	3.5	1.2	0.0	1.7	1.6	30.6	(70)	カナダ
7.0	0.0	2.7	1.6	1.1	2.7	1.5	3.2	2.7	1.6	2.6	1.6	0.0	0.0	1.7	29.6	(77)	フランス
1.9	0.0	0.0	0.0	0.0	2.4	0.0	1.9	8.4	1.9	0.0	0.0	0.0	0.0	4.3	24.7	(70)	イギリス
2.8	1.2	0.0	0.0	0.0	2.3	0.0	0.0	2.8	1.3	0.0	0.0	0.0	0.0	1.2	30.4	(68)	スペイン
2.3	0.9	3.3	0.0	0.0	4.0	0.0	2.8	1.2	1.3	0.0	0.0	0.0	1.3	0.9	33.0	(97)	イタリア
5.0	2.1	3.7	2.1	2.1	8.3	2.1	10.0	2.1	7.5	2.1	2.1	2.1	2.1	0.0	25.4	(55)	ドイツ
1.3	2.8	0.8	0.0	0.0	1.0	2.4	0.3	1.5	0.3	1.2	0.4	0.0	1.6	2.2	27.1	(212)	その他ヨーロッパ
1.0	9.2	3.0	0.0	10.9	4.3	8.2	2.4	1.1	2.7	1.6	1.8	0.7	0.0	4.4	44.4	(124)	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「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15.1%となった。

旅行先別には、ヨーロッパの国・地域は費用が高くなる傾向にあるが、特に「イタリア」では『30万円以上40万円未満』および『40万円以上50万円未満』の割合が全体と比較して10ポイント以上高くなったほか、「イギリス」で『20万円以上30万円未満』

が15ポイント以上高くなっている。また、ヨーロッパ以外の地域では「南太平洋」で『20万円以上30万円未満』および『100万円以上』が、「アメリカ本土」で『30万円以上40万円未満』が、全体と比較して10ポイント以上高くなっている。

その他、「韓国」では『3万円以上5万円未満』および『5万円以上7万円未満』、「台湾」では『5万円以上7万円未満』、「グアム・サイパン」では『10万円以上15万円未満』が全体と比較して10ポイント以上高くなっている。

表I-3-11 旅行先(国・地域)別の旅行費用価格帯

(単位: %) (単位: 円)

旅行先	旅行費用														100万円以上	平均費用(概数)	サンプル数
	3万円未満	3万円以上5万円未満	5万円以上7万円未満	7万円以上10万円未満	10万円以上15万円未満	15万円以上20万円未満	20万円以上30万円未満	30万円以上40万円未満	40万円以上50万円未満	50万円以上60万円未満	60万円以上70万円未満	70万円以上80万円未満	80万円以上90万円未満	90万円以上100万円未満			
全体	2.3	7.0	10.1	13.0	14.7	12.2	15.1	8.9	6.0	3.4	2.0	1.1	1.1	1.0	2.3	236,845	(4,221)
前年	1.8	4.7	8.2	11.4	15.3	12.3	16.8	11.4	6.2	4.2	1.9	1.5	0.9	0.8	2.8	256,732	(6,451)
韓国	6.4	22.1	21.4	22.7	12.2	6.0	3.3	2.0	2.3	0.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.7	105,802	(562)
中国	4.2	8.2	14.0	18.5	23.1	10.5	11.2	3.9	1.3	2.1	1.6	0.0	0.6	0.0	0.7	157,301	(205)
台湾	3.3	15.1	20.8	22.8	18.0	7.6	7.7	2.4	1.5	0.4	0.2	0.0	0.2	0.0	0.0	114,168	(643)
香港・マカオ	4.2	6.4	16.3	16.3	18.3	12.5	11.7	1.4	4.6	2.2	1.3	0.0	2.4	1.2	1.2	190,939	(183)
シンガポール	0.5	1.0	9.1	13.6	22.3	16.5	16.3	9.9	4.9	1.0	0.7	0.6	1.3	0.7	1.6	219,754	(192)
インドネシア	0.8	2.5	8.2	20.5	18.9	14.0	15.9	10.0	2.4	5.3	0.0	0.0	0.0	0.0	1.5	200,887	(95)
マレーシア	0.0	8.1	10.7	12.4	24.3	8.9	24.3	4.9	0.9	1.6	0.9	1.5	0.0	1.4	0.0	188,281	(78)
タイ	1.6	3.3	4.4	16.3	22.2	20.0	12.6	8.1	5.4	2.7	1.6	0.0	0.0	0.5	1.4	208,977	(252)
その他東南アジア	1.2	2.3	9.4	16.7	20.4	17.1	13.7	6.8	5.4	2.0	2.0	0.0	0.0	0.9	2.0	211,577	(242)
オーストラリア・ニュージーランド	0.8	0.0	0.7	1.7	10.8	13.0	27.6	17.1	10.0	5.3	5.3	1.6	1.3	1.9	3.0	346,529	(158)
南太平洋	0.0	0.0	0.0	9.4	0.0	5.4	35.9	15.4	6.6	7.0	5.4	0.0	0.0	0.0	14.9	413,204	(14)
ハワイ	0.5	0.0	2.0	4.0	9.2	13.2	22.8	17.2	8.7	5.8	3.4	1.4	1.6	2.4	8.0	375,369	(413)
グアム・サイパン	0.0	2.7	7.2	14.0	25.3	17.8	17.4	4.7	4.7	2.6	0.8	1.0	0.0	0.7	0.9	204,991	(193)
アメリカ本土	0.0	0.5	2.0	2.2	10.0	11.6	21.0	19.8	14.5	6.4	3.0	2.1	0.0	0.4	6.7	363,152	(218)
カナダ	1.7	1.8	2.1	2.0	3.8	16.5	22.5	11.8	15.6	8.1	6.2	1.3	1.8	2.4	2.5	363,169	(70)
フランス	0.0	0.0	0.0	1.7	7.6	13.8	24.4	17.2	6.5	12.2	3.8	4.2	3.0	2.9	2.8	389,852	(77)
イギリス	0.0	0.0	3.8	3.1	4.5	17.6	31.9	13.9	7.7	4.2	3.7	2.6	1.3	2.4	3.4	338,767	(70)
スペイン	1.7	2.6	3.4	4.3	9.8	15.9	23.4	14.5	10.4	2.3	5.5	2.3	3.9	0.0	0.0	301,936	(68)
イタリア	0.0	1.3	0.8	1.9	6.2	10.6	16.2	21.3	16.9	3.9	5.5	6.7	4.1	0.9	3.6	408,212	(97)
ドイツ	7.2	6.5	1.7	1.3	6.5	11.3	15.9	14.9	9.3	6.3	5.7	0.0	3.2	3.0	7.3	368,609	(55)
その他ヨーロッパ	0.0	1.8	1.4	2.2	3.6	16.7	27.0	14.4	10.7	6.6	2.7	5.7	2.9	2.9	1.4	366,604	(212)
その他	2.0	0.0	3.0	2.1	7.3	10.9	17.4	13.7	10.8	12.2	4.9	2.4	6.5	3.3	3.5	411,820	(124)

(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-3-12)

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、満足層(『大変満足』+『満足』+『やや満足』)の割合は約94%となった。この割合は国内旅行とはほぼ同じ水準である。

『大変満足』の割合が最も高いのは、「ハワイ」で53.4%、次いで「フランス」(48.1%)、「オーストラリア・ニュージーランド」(47.5%)となった。

また、満足度を指数化した得点で見ると、最も指数が高かったのは、「ハワイ」で6.34、次いで「フランス」「オーストラリア・ニュージーランド」で6.33となった。一方、指数が低いのは、「中国」(5.76)、「マレーシア」(5.84)、「インドネシア」(5.88)の順になって

いる。

再来訪意向については、「5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』)は全体で約77%となり、満足度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53.2%、次いで「フランス」(44.4%)、「タイ」(43.5%)となっている。

こちらも指数化した得点で見ると、指数が高いのは「ハワイ」(6.16)、「フランス」(6.06)、「タイ」(5.85)、指数が低いのは、「その他ヨーロッパ」(4.68)、「南太平洋」(4.86)、「その他東南アジア」(4.94)の順になっている。

表I-3-12 旅行先(国・地域)別の満足度・再来訪意向

(単位:%)

旅行先	満足度							満足度指数	サンプル数
	大変満足	満足	やや満足	どちらでもない	やや不満	不満	大変不満		
全体	37.9	41.7	14.6	3.9	1.2	0.2	0.5	6.09	(4,221)
前年	37.8	41.3	14.7	4.7	0.9	0.3	0.3	6.08	(6,736)
韓国	32.6	45.0	14.1	4.8	2.5	0.3	0.7	5.97	(562)
中国	28.6	40.8	17.6	7.5	3.9	0.0	1.6	5.76	(205)
台湾	34.1	45.3	15.0	4.2	0.8	0.2	0.3	6.06	(643)
香港・マカオ	37.6	35.9	20.4	3.2	1.7	0.7	0.5	6.01	(183)
シンガポール	31.4	41.1	18.6	6.7	1.8	0.4	0.0	5.92	(192)
インドネシア	33.7	34.8	22.2	6.8	1.1	0.0	1.3	5.88	(95)
マレーシア	28.1	41.5	18.0	11.1	1.4	0.0	0.0	5.84	(78)
タイ	37.7	37.3	19.1	3.9	0.6	0.4	0.9	6.03	(252)
その他東南アジア	31.5	49.5	14.7	3.1	0.5	0.0	0.8	6.05	(242)
オーストラリア・ニュージーランド	47.5	39.5	11.2	1.8	0.0	0.0	0.0	6.33	(158)
南太平洋	24.3	69.6	6.1	0.0	0.0	0.0	0.0	6.18	(14)
ハワイ	53.4	33.3	9.4	2.6	0.8	0.2	0.3	6.34	(413)
グアム・サイパン	36.0	45.0	13.9	3.5	1.1	0.4	0.0	6.10	(193)
アメリカ本土	45.8	38.3	12.6	2.3	0.4	0.0	0.6	6.25	(218)
カナダ	43.5	38.0	17.5	0.0	1.0	0.0	0.0	6.23	(70)
フランス	48.1	38.6	11.8	1.6	0.0	0.0	0.0	6.33	(77)
イギリス	41.3	45.0	9.1	1.0	3.6	0.0	0.0	6.19	(70)
スペイン	40.9	35.6	16.5	3.9	1.8	1.3	0.0	6.06	(68)
イタリア	45.5	39.5	11.1	3.8	0.0	0.0	0.0	6.27	(97)
ドイツ	34.5	46.7	8.0	8.0	0.0	0.0	2.8	5.96	(55)
その他ヨーロッパ	34.8	47.4	15.9	1.5	0.3	0.0	0.0	6.15	(212)
その他	45.4	40.6	8.8	3.5	1.7	0.0	0.0	6.24	(124)

(単位:%)

旅行先	再来訪意向							再来訪意向指数	サンプル数
	再来訪意向(5年以内)								
	大変そう思う	そう思う	やや思う	どちらでもない	あまり思わない	思わない	全く思わない		
全体	33.2	27.5	16.6	11.6	6.1	3.5	1.4	5.54	(4,221)
前年	33.1	27.2	17.4	11.5	6.0	3.0	1.7	5.54	(6,736)
韓国	37.6	32.1	17.3	6.2	4.2	1.2	1.3	5.84	(562)
中国	28.1	24.9	15.1	15.1	8.2	6.6	2.0	5.22	(205)
台湾	35.9	31.9	17.8	8.5	3.6	1.9	0.5	5.80	(643)
香港・マカオ	34.6	26.0	17.4	14.5	4.3	2.4	0.9	5.61	(183)
シンガポール	25.1	27.2	21.6	16.6	5.6	2.3	1.5	5.36	(192)
インドネシア	28.5	25.2	18.8	15.8	4.7	3.4	3.6	5.32	(95)
マレーシア	23.3	24.1	15.7	23.2	7.3	5.0	1.4	5.13	(78)
タイ	43.5	27.9	11.5	8.6	4.8	2.9	0.8	5.85	(252)
その他東南アジア	20.1	24.0	18.2	16.7	11.6	6.9	2.5	4.94	(242)
オーストラリア・ニュージーランド	33.4	28.0	19.5	9.2	5.6	4.4	0.0	5.61	(158)
南太平洋	17.7	13.6	14.9	45.2	8.7	0.0	0.0	4.86	(14)
ハワイ	53.2	26.1	11.7	5.0	1.9	1.1	1.1	6.16	(413)
グアム・サイパン	32.1	31.9	18.7	12.6	2.8	1.3	0.6	5.72	(193)
アメリカ本土	35.2	27.3	14.4	10.3	6.1	4.2	2.6	5.52	(218)
カナダ	22.3	24.7	16.8	22.8	4.7	8.7	0.0	5.11	(70)
フランス	44.4	32.7	11.4	9.3	1.1	0.0	1.1	6.06	(77)
イギリス	36.2	28.6	14.5	7.0	7.2	4.8	1.7	5.58	(70)
スペイン	28.0	19.4	18.1	12.4	13.7	6.6	1.8	5.09	(68)
イタリア	27.8	29.6	13.7	16.6	6.9	4.6	0.9	5.38	(97)
ドイツ	18.1	26.7	17.7	25.2	6.6	2.9	2.8	5.04	(55)
その他ヨーロッパ	12.7	20.3	23.8	20.1	14.2	6.3	2.6	4.68	(212)
その他	12.7	13.2	14.9	16.6	23.0	15.3	4.4	4.12	(124)

(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、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、分析に用いた表は全て「JTBF旅行実態調査」による。

(1) マーケットセグメントと旅行申し込み時期(表 I-3-13)

旅行の申し込み時期は、旅行の『3～5カ月前』(35.8%)、『1～2カ月前』(30.5%)が多く、合わせると全体の約3分の2となる。

マーケットセグメント別には、「家族旅行」においておおむね申し込み時期が早く、「友人旅行」や「ひとり旅」ではおおむね申し込み時期が出発日に近い傾向となった。

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」、「子育て中の夫婦での旅行」、「子育て中の女性による友人旅行」では『半年～1年前』に予約する割合が全体に比べて高く、「未婚男性による友人旅行」では『3～4週間前』が、

表I-3-13 マーケットセグメント（同行者×ライフステージ）別の旅行申し込み時期

(単位：%)

マーケットセグメント	申し込み時期										サンプル数
	1年以上前	半年～1年前	3～5カ月前	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	
全体	2.4	16.1	35.8	30.5	9.0	4.3	1.1	0.6	0.2	0.0	(4,615)
前年	2.4	17.7	35.9	31.1	8.1	3.4	0.6	0.5	0.1	0.1	(7,101)
家族旅行	2.5	18.2	40.7	26.8	7.3	3.4	0.9	0.1	0.1	0.0	(948)
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)	0.6	14.3	47.1	28.3	7.6	2.1	0.0	0.0	0.0	0.0	(141)
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)	5.0	23.2	39.8	23.1	4.7	2.8	1.4	0.0	0.0	0.0	(331)
18歳以上のみの家族旅行	1.4	16.0	39.4	28.8	8.9	4.3	0.8	0.2	0.2	0.0	(476)
※3世代家族旅行	4.2	23.1	42.7	19.5	6.6	3.3	0.6	0.0	0.0	0.0	(253)
夫婦・カップル旅行	2.7	17.7	37.1	30.1	7.4	3.8	0.6	0.5	0.1	0.0	(1,575)
カップルでの旅行	6.1	12.0	26.9	34.1	11.5	6.4	1.9	0.8	0.3	0.0	(275)
夫婦での旅行(子どもなし)	1.9	19.5	35.4	30.5	7.3	4.4	0.4	0.6	0.0	0.0	(495)
子育て中の夫婦での旅行(末子が18歳未満)	4.7	29.1	27.4	20.0	11.6	3.0	2.6	0.9	0.7	0.0	(123)
子育て後の夫婦での旅行(末子が18歳以上)	1.5	16.8	44.2	29.9	5.0	2.4	0.0	0.2	0.0	0.0	(683)
友人旅行	2.0	12.9	36.1	33.6	11.0	3.1	0.6	0.4	0.1	0.1	(1,054)
未婚男性による友人旅行	3.0	12.8	33.0	29.9	14.5	4.4	1.3	0.0	0.7	0.4	(202)
既婚男性による友人旅行(子どもなし)	3.3	17.9	27.7	35.9	12.8	0.0	2.3	0.0	0.0	0.0	(41)
子育て中の男性による友人旅行(末子が18歳未満)	1.0	15.4	36.7	36.5	7.1	2.4	0.0	1.0	0.0	0.0	(74)
子育て後の男性による友人旅行(末子が18歳以上)	0.0	9.5	42.6	34.7	11.8	1.3	0.0	0.0	0.0	0.0	(122)
未婚女性による友人旅行	0.3	13.3	36.6	34.3	10.5	3.2	1.1	0.9	0.0	0.0	(274)
既婚女性による友人旅行(子どもなし)	2.7	10.1	33.6	32.8	8.8	11.9	0.0	0.0	0.0	0.0	(76)
子育て中の女性による友人旅行(末子が18歳未満)	6.2	31.8	20.0	28.4	10.7	2.9	0.0	0.0	0.0	0.0	(30)
子育て後の女性による友人旅行(末子が18歳以上)	3.3	11.2	39.1	35.2	9.7	0.9	0.0	0.5	0.0	0.0	(236)
ひとり旅	2.0	13.9	28.1	32.4	11.7	7.0	2.9	1.6	0.4	0.0	(921)
男性のひとり旅	2.5	15.6	27.2	28.9	13.2	8.0	1.9	2.3	0.4	0.0	(557)
女性のひとり旅	1.3	11.4	29.5	37.6	9.3	5.5	4.4	0.5	0.4	0.0	(364)

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

資料：(公財)日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

「既婚女性による友人旅行(子どもなし)」では『1~2週間前』に予約する割合が全体と比べて高くなっている。

(2) マーケットセグメントと出発月・出発日(表 I-3-14)

「小中高生の子どもと一緒にの家族旅行」では、学校が休みとなる『8月』(18.1%)、『夏休み』(20.2%)、『年末年始』(11.9%)に

旅行に出発する割合が全体と比較して高い。

一方、「子育て後の夫婦での旅行」「子育て後の男性による友人旅行」「子育て後の女性による友人旅行」では、『月~木曜日』といった平日に旅行に出発する割合が全体と比較して高くなっている。

表I-3-14 マーケットセグメント(同行者×ライフステージ)別の出発月・出発日

(単位:%)

マーケットセグメント	出発月・日		出発月												出発日						サンプル数
	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	夏休み	ゴールデンウィーク	年末年始	土曜日	日曜・祝祭日	月~木曜日	金曜日		
全体	8.9	7.6	12.3	6.0	8.2	6.3	6.5	10.8	11.2	6.2	7.9	8.1	8.4	3.5	6.1	11.1	13.6	42.7	14.7	(4,615)	
前年	8.3	6.4	11.3	6.6	7.2	6.7	8.2	10.8	8.8	7.8	8.2	9.6	8.6	3.7	8.7	9.8	13.7	41.9	13.2	(7,286)	
家族旅行	9.8	6.8	13.0	6.4	7.5	5.2	7.0	15.3	9.1	5.5	6.3	8.1	12.5	4.1	8.9	13.4	13.8	33.2	14.1	(948)	
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)	10.7	9.5	10.4	6.9	9.0	5.4	5.4	13.2	8.7	5.5	6.5	8.7	8.1	5.8	6.7	16.3	17.4	31.2	14.5	(141)	
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)	8.8	6.4	15.8	7.8	6.0	5.1	8.2	18.1	4.1	4.0	5.6	10.0	20.2	4.4	11.9	11.7	13.3	25.5	13.0	(331)	
18歳以上のみの家族旅行	10.2	6.4	11.8	5.3	8.0	5.2	6.6	14.0	12.7	6.5	6.8	6.6	8.5	3.4	7.4	13.8	13.1	39.1	14.7	(476)	
※3世代家族旅行	10.2	9.7	13.9	7.9	8.3	2.7	7.4	17.3	4.4	5.6	6.4	6.2	12.9	4.5	8.8	14.1	17.5	28.8	13.3	(253)	
夫婦・カップル旅行	9.3	7.7	9.8	6.6	8.3	8.0	6.5	10.1	11.7	6.0	7.5	8.4	7.9	3.8	6.6	10.5	13.8	44.5	12.9	(1,575)	
カップルでの旅行	9.8	8.2	10.6	6.3	6.9	8.3	5.0	13.1	10.3	6.4	6.7	8.3	8.7	4.4	9.5	11.7	15.8	33.9	15.9	(275)	
夫婦での旅行(子どもなし)	10.5	7.0	8.1	7.3	9.4	5.7	6.0	11.0	12.2	6.3	7.4	9.2	9.1	5.3	8.5	11.2	12.5	42.1	11.4	(495)	
子育て中の夫婦での旅行(末子が18歳未満)	10.5	11.8	7.9	9.0	3.7	9.0	6.9	10.8	10.0	6.3	7.5	6.4	10.7	4.5	4.8	10.8	26.8	22.1	20.4	(123)	
子育て後の夫婦での旅行(末子が18歳以上)	7.9	7.4	11.1	5.8	8.9	9.3	7.5	8.2	12.3	5.6	7.8	8.3	6.3	2.3	4.4	9.5	11.5	54.5	11.5	(683)	
友人旅行	7.8	8.1	13.9	5.6	7.0	5.4	7.0	9.3	12.2	6.9	9.7	7.1	6.4	2.8	3.7	12.2	13.8	44.9	16.1	(1,054)	
未婚男性による友人旅行	5.9	8.3	13.3	6.5	5.4	7.1	5.5	9.9	12.8	5.6	12.0	7.8	6.8	3.8	4.8	13.6	16.1	32.7	22.2	(202)	
既婚男性による友人旅行(子どもなし)	10.5	8.2	3.0	6.7	6.6	2.1	8.3	9.7	12.0	15.4	11.2	6.4	3.2	3.9	2.6	11.2	8.1	52.6	18.3	(41)	
子育て中の男性による友人旅行(末子が18歳未満)	10.3	7.6	13.2	4.7	7.4	5.8	8.1	12.7	8.4	5.7	12.5	3.6	8.4	4.6	4.1	13.7	16.6	32.1	20.4	(74)	
子育て後の男性による友人旅行(末子が18歳以上)	9.7	7.3	20.0	7.4	7.5	4.9	6.3	5.5	12.1	3.5	9.5	6.4	1.1	2.1	3.4	12.1	16.3	55.6	9.4	(122)	
未婚女性による友人旅行	7.5	8.2	14.2	5.1	7.6	4.0	6.8	11.7	9.9	8.2	9.7	7.0	9.6	3.2	5.2	12.9	13.0	41.4	14.6	(274)	
既婚女性による友人旅行(子どもなし)	8.6	14.8	9.6	3.7	4.8	2.2	12.4	8.8	9.8	9.3	4.6	11.5	7.0	0.9	2.6	16.2	15.3	47.2	10.7	(76)	
子育て中の女性による友人旅行(末子が18歳未満)	10.9	7.5	12.3	2.3	3.1	2.9	8.6	13.4	12.5	11.9	11.7	2.9	10.2	2.3	6.6	3.6	17.5	35.2	24.5	(30)	
子育て後の女性による友人旅行(末子が18歳以上)	6.9	6.2	14.5	5.6	8.5	7.6	6.5	6.8	16.2	5.7	8.3	7.4	4.5	1.7	1.3	9.6	10.8	57.1	15.1	(236)	
ひとり旅	8.9	8.1	14.1	5.1	9.9	5.6	5.4	8.7	10.8	6.3	7.9	9.2	6.7	3.7	5.6	9.2	13.0	45.4	16.5	(921)	
男性のひとり旅	10.7	7.8	14.2	4.9	10.1	6.1	5.7	7.9	10.4	5.4	7.2	9.6	6.5	4.3	6.1	10.5	12.9	41.5	18.1	(557)	
女性のひとり旅	6.2	8.6	14.0	5.5	9.5	4.9	4.9	9.8	11.5	7.5	8.9	8.6	6.9	2.7	4.7	7.4	13.1	51.3	14.0	(364)	

■ 全体の比率より15ポイント以上大きい値 ■ 全体の比率より10ポイント以上大きい値 ■ 全体の比率より5ポイント以上大きい値 資料: (公財)日本交通公社「JTB旅行実態調査」

(3) マーケットセグメントと交通手段

① 旅行先での主な交通手段 (表 I-3-15)

旅行先での主な交通手段では、「家族旅行」、特に「小中高生の子どもと一緒にの家族旅行」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「夫婦・カップル旅行」のうち、「子育て後の夫婦での旅行」では『貸切バス・定期観光バス』(39.6%)を利用する割合が高い。

合が高い。

「友人旅行」では、「子育て中の男性による友人旅行」で『タクシー・ハイヤー』の割合が、「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』の利用率が全体と比較して15ポイント以上高い。

「ひとり旅」では男女ともに『列車』および『路線バス』の利用率が比較的高いことが特徴的である。

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	レンタカー	船(フェリー、観光船など)	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	48.0	29.6	29.2	21.2	19.6	11.4	8.9	8.8	2.1	4.0	1.1	(4,615)
前年	45.6	28.0	26.8	23.2	17.7	12.2	9.8	9.5	1.7	3.9	1.4	(7,286)
家族旅行	45.7	29.5	25.6	17.0	17.2	16.3	16.0	7.2	2.8	4.2	1.3	(948)
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)	47.2	29.1	23.6	8.9	17.8	25.9	18.1	4.7	1.8	3.8	2.3	(141)
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)	50.9	29.7	19.1	15.4	15.8	14.2	20.7	6.1	3.0	3.0	1.6	(331)
18歳以上のみの家族旅行	41.7	29.5	30.8	20.5	18.0	15.0	12.0	8.7	3.0	5.2	0.7	(476)
※3世代家族旅行	45.5	31.6	18.9	16.4	14.1	20.9	23.3	8.7	7.1	5.5	0.4	(253)
夫婦・カップル旅行	50.5	27.2	25.9	26.0	18.5	12.4	8.9	11.1	2.5	2.8	1.4	(1,575)
カップルでの旅行	55.4	35.7	32.4	14.6	24.0	14.2	13.0	9.2	6.6	0.8	1.9	(275)
夫婦での旅行(子どもなし)	48.4	27.3	28.5	16.9	24.2	14.7	10.7	10.0	2.7	2.0	1.2	(495)
子育て中の夫婦での旅行(末子が18歳未満)	58.5	28.4	28.0	12.8	12.8	10.3	14.0	2.4	5.2	0.9	0.7	(123)
子育て後の夫婦での旅行(末子が18歳以上)	48.6	23.5	20.9	39.6	13.2	10.3	5.1	14.3	0.1	4.5	1.4	(683)
友人旅行	45.2	33.9	30.5	23.7	17.5	11.2	5.8	8.5	1.6	4.0	0.6	(1,054)
未婚男性による友人旅行	51.7	33.8	40.6	14.6	20.5	9.5	10.1	8.1	2.5	1.6	0.3	(202)
既婚男性による友人旅行(子どもなし)	55.8	33.1	30.7	8.5	20.3	3.4	1.7	6.9	3.2	0.0	0.0	(41)
子育て中の男性による友人旅行(末子が18歳未満)	50.5	44.9	27.0	11.5	16.7	18.6	11.7	5.7	4.9	1.7	0.0	(74)
子育て後の男性による友人旅行(末子が18歳以上)	40.7	37.0	16.0	29.0	10.2	7.4	6.1	9.7	0.0	6.9	0.0	(122)
未婚女性による友人旅行	43.0	32.6	36.0	17.8	22.3	12.9	3.8	6.1	1.7	3.2	1.5	(274)
既婚女性による友人旅行(子どもなし)	43.6	32.5	25.8	26.6	18.2	11.2	4.4	9.5	0.9	7.0	0.0	(76)
子育て中の女性による友人旅行(末子が18歳未満)	61.6	23.1	32.8	24.8	12.6	4.5	0.0	6.8	0.0	0.0	3.6	(30)
子育て後の女性による友人旅行(末子が18歳以上)	39.6	32.6	25.3	41.1	13.1	12.7	4.1	12.1	0.6	6.5	0.0	(236)
ひとり旅	48.6	28.8	36.8	11.9	26.6	5.6	5.5	6.5	1.8	5.4	1.4	(921)
男性のひとり旅	52.5	31.7	36.8	8.6	26.7	4.1	6.5	6.7	2.3	3.4	0.9	(557)
女性のひとり旅	42.6	24.5	36.7	16.9	26.5	8.0	3.9	6.3	1.1	8.4	2.2	(364)

■ 全体の比率より15ポイント以上大きい値 ■ 全体の比率より10ポイント以上大きい値 ■ 全体の比率より5ポイント以上大きい値 資料:(公財)日本交通公社「JTB旅行実態調査」

(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-3-16)

「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」および「小中高生の子どものと一緒に家族旅行」、「3世代家族旅行」で『スポーツやアウトドア活動を楽しむこと』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、「子育て後の夫婦での旅行」で『文化的な名所を見ること』(24.1%)および『自然景観を見ること』

(20.1%)の割合が高い。

「友人旅行」のうち、男性では「子育て中の男性による友人旅行」および「子育て後の男性による友人旅行」で『おいしいものを食べること』(それぞれ31.2%、23.9%)、『スポーツやアウトドア活動を楽しむこと』(17.0%、15.0%)の割合が高い。女性では、「子育て中の女性による友人旅行」「未婚女性による友人旅行」で『おいしいものを食べること』(それぞれ31.7%、26.4%)、「既婚女性による友人旅行(子どもなし)」「子育て中の女性による友人旅行」で『エステ・スパ・マッサージを受けること』(それぞれ8.1%、8.0%)の割合が高い。

そして「ひとり旅」の中では、「男性のひとり旅」で『街や都市

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	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	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	芸術・音楽・スポーツなどの観劇・鑑賞・観戦	帰省・冠婚葬祭関連・親族や知人訪問	エステ・スパ・マッサージを受けること	地域の文化を体験すること	目当ての宿泊施設に泊まること	地域の祭りやイベント	その他	サンプル数
マーケットセグメント																
全体	17.8	16.7	14.1	11.3	7.1	6.9	6.8	4.3	3.0	2.6	2.4	2.2	1.0	0.8	2.9	(4,615)
前年	15.8	18.2	13.7	11.4	7.5	7.2	6.5	4.5	2.4	3.2	1.8	2.2	1.4	1.0	3.2	(7,286)
家族旅行	17.1	12.3	14.8	8.7	10.3	9.6	9.8	5.6	1.9	3.7	1.8	1.8	0.8	0.2	1.5	(948)
乳幼児の子どもと一緒に家族旅行(小中高生を含まない)	13.8	6.8	18.7	9.9	8.3	13.1	9.5	7.0	0.0	5.5	2.6	1.5	1.0	0.0	2.3	(141)
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)	17.2	13.6	15.1	7.1	10.9	12.3	8.7	6.4	2.6	1.7	1.2	1.4	0.6	0.5	0.8	(331)
18歳以上のみの家族旅行	18.0	13.1	13.4	9.4	10.4	6.7	10.7	4.7	2.1	4.6	2.0	2.1	0.9	0.0	1.8	(476)
※3世代家族旅行	8.5	12.1	17.7	6.5	14.4	12.1	7.8	7.5	1.5	3.6	3.6	0.4	1.5	0.3	2.4	(253)
夫婦・カップル旅行	16.9	18.9	17.1	11.2	7.0	5.7	5.6	5.0	2.4	2.0	1.5	2.2	1.4	0.6	2.4	(1,575)
カップルでの旅行	19.4	12.2	12.4	13.9	6.6	10.0	6.9	4.7	2.1	2.1	2.8	2.7	1.4	0.3	2.5	(275)
夫婦での旅行(子どもなし)	22.2	15.7	16.0	9.5	5.5	5.7	5.9	6.8	1.9	3.0	1.9	1.8	1.7	0.6	1.8	(495)
子育て中の夫婦での旅行(末子が18歳未満)	10.4	17.9	15.6	13.7	10.5	7.9	9.2	1.1	0.0	2.1	2.8	3.3	1.0	2.5	2.2	(123)
子育て後の夫婦での旅行(末子が18歳以上)	13.2	24.1	20.1	11.0	7.6	3.5	4.3	4.6	3.2	1.3	0.5	2.1	1.3	0.5	2.8	(683)
友人旅行	20.5	18.8	11.5	10.1	6.4	7.2	7.2	3.5	3.7	1.1	3.6	2.4	0.8	1.4	1.9	(1,054)
未婚男性による友人旅行	17.8	21.2	12.6	11.6	7.0	6.4	3.4	5.7	2.4	1.1	1.2	5.2	1.3	1.9	1.0	(202)
既婚男性による友人旅行(子どもなし)	12.3	13.7	13.5	14.1	8.8	8.2	8.7	7.8	0.0	0.0	2.6	1.7	0.0	0.0	8.5	(41)
子育て中の男性による友人旅行(末子が18歳未満)	31.2	15.3	6.5	8.7	9.7	17.0	3.4	3.3	2.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.9	1.8	(74)
子育て後の男性による友人旅行(末子が18歳以上)	23.9	15.9	11.4	7.4	5.5	15.0	4.0	2.6	5.0	1.0	2.0	0.9	0.9	1.7	2.9	(122)
未婚女性による友人旅行	26.4	18.9	8.4	9.2	6.3	3.4	11.4	3.4	3.1	1.4	4.3	1.0	0.8	0.9	1.1	(274)
既婚女性による友人旅行(子どもなし)	17.5	17.0	7.3	8.3	4.2	6.1	12.2	2.8	6.2	1.6	8.1	1.4	2.3	2.8	2.3	(76)
子育て中の女性による友人旅行(末子が18歳未満)	31.7	19.9	6.5	4.2	7.5	13.1	2.4	0.0	0.0	0.0	8.0	0.0	3.6	3.1	0.0	(30)
子育て後の女性による友人旅行(末子が18歳以上)	12.0	20.6	17.5	12.4	5.5	4.6	7.2	2.3	5.5	1.2	4.9	3.7	0.0	0.9	1.9	(236)
ひとり旅	17.5	15.3	11.2	15.7	4.6	6.0	5.1	3.0	4.5	4.6	3.5	2.4	0.6	1.0	5.3	(921)
男性のひとり旅	17.5	17.6	10.1	17.1	5.9	7.5	3.6	2.9	2.8	3.3	3.0	2.6	0.5	0.5	5.1	(557)
女性のひとり旅	17.5	11.8	12.8	13.5	2.6	3.7	7.3	3.0	7.1	6.5	4.2	2.1	0.6	1.6	5.7	(364)

■ 全体の比率より15ポイント以上大きい値

■ 全体の比率より10ポイント以上大きい値

■ 全体の比率より5ポイント以上大きい値

資料：(公財)日本交通公社「JTB旅行実態調査」

を訪れること』(17.1%)の割合が比較的高くなっている。

(5) マーケットセグメントと宿泊施設(表I-3-17)

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どのホテルタイプへの宿泊が多いかは分かれる。「家族旅行」では『リゾートホテル』への宿泊割合が高く、特に「乳幼児の子どもと一緒にの家族旅行」および「3世代家族旅行」で全体と比較して15ポイント以上割合が高く、

「小中高生の子どもと一緒にの家族旅行」で10ポイント以上高くなっている。

一方、「友人旅行」では『シティホテル』の宿泊割合の方が高く、特に「既婚女性による友人旅行(子どもなし)」では全体と比較して15ポイント以上高くなっている。

「ひとり旅」は「男性のひとり旅」で『ビジネスホテル』の割合が高い他、「男性のひとり旅」および「女性のひとり旅」で『ゲストハウス・ドミトリー』の割合が高くなっている。また、「女性のひとり旅」で

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			B & B・ロッジ ペンション・	オートキャンプ・ キャンプ	リゾートマンション・ 会員制の宿泊施設	別荘・ ドミトリー	ゲストハウス・ ドミトリー	実家・親戚・知人宅	その他	サンプル数
		シティホテル	リゾートホテル	ビジネスホテル								
全体	87.6	45.5	38.3	15.6	4.4	0.8	1.9	4.6	4.8	2.6	(4,615)	
前年	87.2	45.7	38.0	13.6	4.0	0.8	4.1	2.3	5.6	2.1	(7,286)	
家族旅行	88.5	39.0	47.0	11.9	5.2	1.6	3.0	2.6	4.0	1.9	(948)	
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)	89.1	22.6	60.2	14.6	6.6	0.8	3.6	0.6	5.4	0.9	(141)	
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)	90.2	38.0	51.7	8.6	3.6	0.7	2.4	2.4	4.8	1.5	(331)	
18歳以上のみの家族旅行	87.1	44.6	39.9	13.4	5.9	2.5	3.1	3.4	3.0	2.5	(476)	
※3世代家族旅行	88.0	31.2	55.9	12.7	7.5	4.1	4.1	2.4	3.2	1.5	(253)	
夫婦・カップル旅行	90.3	47.8	46.4	11.8	4.2	0.7	2.3	2.0	4.1	3.4	(1,575)	
カップルでの旅行	87.5	42.9	44.6	16.8	7.9	1.1	1.9	3.2	4.9	0.4	(275)	
夫婦での旅行(子どもなし)	90.5	40.4	49.2	13.1	4.4	0.7	2.7	1.5	5.1	2.9	(495)	
子育て中の夫婦での旅行 (末子が18歳未満)	86.3	33.5	43.9	15.0	4.7	1.9	6.0	4.0	2.7	1.1	(123)	
子育て後の夫婦での旅行 (末子が18歳以上)	92.1	57.7	45.5	8.3	2.5	0.3	1.4	1.4	3.3	5.3	(683)	
友人旅行	92.1	50.9	32.5	18.4	3.2	0.4	1.0	4.4	2.4	1.6	(1,054)	
未婚男性による友人旅行	88.9	51.3	24.0	28.1	4.4	1.3	1.3	6.1	5.0	0.3	(202)	
既婚男性による友人旅行 (子どもなし)	90.3	43.1	42.1	13.7	3.0	0.0	0.0	4.5	0.0	2.2	(41)	
子育て中の男性による友人旅行 (末子が18歳未満)	94.1	40.2	37.1	20.8	1.2	0.0	4.5	0.9	0.0	1.7	(74)	
子育て後の男性による友人旅行 (末子が18歳以上)	93.2	52.7	30.3	20.1	6.4	1.0	1.7	6.0	1.0	1.9	(122)	
未婚女性による友人旅行	91.9	45.3	30.2	21.6	2.4	0.0	0.7	7.2	2.6	1.1	(274)	
既婚女性による友人旅行 (子どもなし)	92.5	61.2	30.0	12.2	2.6	0.0	1.2	2.6	4.0	2.8	(76)	
子育て中の女性による友人旅行 (末子が18歳未満)	82.0	39.5	25.0	22.3	11.0	2.9	0.0	0.0	0.0	4.1	(30)	
子育て後の女性による友人旅行 (末子が18歳以上)	95.4	59.0	42.1	7.2	1.3	0.0	0.0	0.9	1.6	2.2	(236)	
ひとり旅	76.6	40.4	21.9	23.4	5.5	0.7	1.3	11.7	9.4	2.4	(921)	
男性のひとり旅	80.6	41.3	21.3	27.1	5.6	0.8	2.0	10.6	5.2	2.2	(557)	
女性のひとり旅	70.5	39.1	22.7	17.7	5.4	0.6	0.2	13.5	15.9	2.7	(364)	

■ 全体の比率より15ポイント以上大きい値 ■ 全体の比率より10ポイント以上大きい値 ■ 全体の比率より5ポイント以上大きい値 資料: (公財) 日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

は『実家・親戚・知人宅』の割合が全体よりも15ポイント以上高い。

(6) マーケットセグメントと宿泊数 (表I-3-18)

平均宿泊数が最も長いのは「女性のひとり旅」の6.72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。次いで、「子育て後の夫婦での旅行」が6.24泊、「男性のひとり旅」が5.65泊と続いている。

全体と比較して特徴的なマーケットセグメント別の宿泊数としては、「乳幼児の子どもと一緒に家族旅行」の『4泊』(27.3%)、「子育て中の女性による友人旅行」の『1泊』(15.6%)と『3泊』(34.7%)、「子育て中の男性による友人旅行」「未婚女性による友人旅行」「既婚男性による友人旅行(子どもなし)」の『2泊』(それぞれ30.5%、29.3%、26.0%)で、全体と比較して10ポイント以上割合が高くなっている。

(相澤 美穂子)

表I-3-18 マーケットセグメント(同行者×ライフステージ)別の宿泊数

(単位:%) (単位:泊)

マーケットセグメント	宿泊数													平均宿泊数(概数)	サンプル数
	1泊	2泊	3泊	4泊	5泊	6泊	7泊	8~9泊	10~13泊	14~20泊	21~27泊	28泊以上			
全体	3.8	15.7	23.4	15.9	10.9	7.3	8.1	6.5	4.1	1.8	0.9	1.6	5.24	(4,615)	
前年	2.4	12.6	22.4	15.9	12.9	8.2	8.2	7.7	4.7	2.3	0.9	1.8	4.75	(7,286)	
家族旅行	2.4	13.5	29.0	20.1	10.6	8.5	6.8	4.0	3.2	0.9	0.6	0.7	4.65	(948)	
乳幼児の子どもと一緒に家族旅行(小中高生を含まない)	1.6	12.0	27.6	27.3	12.0	7.7	5.8	2.5	1.3	0.0	1.2	0.9	4.56	(141)	
小中高生の子どもと一緒に家族旅行(乳幼児連れも含む)	4.7	12.8	26.1	21.2	11.3	8.2	7.7	2.9	3.6	0.9	0.4	0.3	4.50	(331)	
18歳以上のみの家族旅行	1.1	14.4	31.3	17.1	9.6	8.8	6.4	5.2	3.4	1.2	0.5	0.9	4.78	(476)	
※3世代家族旅行	2.2	8.8	22.8	24.4	13.5	11.0	7.6	4.3	4.5	0.9	0.0	0.0	4.76	(253)	
夫婦・カップル旅行	2.9	13.1	20.7	14.7	12.4	8.7	11.2	7.4	4.5	2.0	0.6	2.0	5.61	(1,575)	
カップルでの旅行	4.2	17.3	28.0	14.1	14.2	5.6	6.4	3.4	2.7	0.8	0.0	3.4	4.97	(275)	
夫婦での旅行(子どもなし)	3.6	14.0	17.9	16.3	12.4	10.3	10.5	7.0	4.2	2.0	0.7	1.2	5.37	(495)	
子育て中の夫婦での旅行(末子が18歳未満)	4.5	17.8	28.5	17.3	14.2	5.0	5.3	2.6	2.3	0.7	0.0	2.0	4.47	(123)	
子育て後の夫婦での旅行(末子が18歳以上)	1.5	9.8	18.4	13.4	11.2	9.4	14.7	10.2	5.9	2.7	0.9	2.1	6.24	(683)	
友人旅行	4.5	21.5	25.6	16.9	10.2	6.2	4.7	5.0	3.6	1.2	0.5	0.2	4.33	(1,054)	
未婚男性による友人旅行	4.3	22.6	29.7	15.7	9.0	5.2	5.3	2.7	3.4	0.0	1.7	0.3	4.28	(202)	
既婚男性による友人旅行(子どもなし)	2.2	26.0	24.2	20.8	6.5	3.8	3.0	6.5	7.1	0.0	0.0	0.0	4.22	(41)	
子育て中の男性による友人旅行(末子が18歳未満)	9.3	30.5	21.5	10.3	11.0	8.0	3.2	1.6	3.5	1.2	0.0	0.0	3.74	(74)	
子育て後の男性による友人旅行(末子が18歳以上)	0.7	13.5	30.6	19.3	16.6	7.4	2.9	1.3	6.0	1.8	0.0	0.0	4.54	(122)	
未婚女性による友人旅行	5.6	29.3	22.2	17.3	8.0	6.1	3.3	3.7	2.0	1.5	0.7	0.3	4.05	(274)	
既婚女性による友人旅行(子どもなし)	2.7	18.2	26.9	18.6	10.6	4.3	4.8	6.7	1.5	5.8	0.0	0.0	4.78	(76)	
子育て中の女性による友人旅行(末子が18歳未満)	15.6	24.5	34.7	16.7	3.8	4.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.83	(30)	
子育て後の女性による友人旅行(末子が18歳以上)	3.5	12.9	23.5	16.9	11.4	7.0	7.9	11.5	5.0	0.5	0.0	0.0	4.84	(236)	
ひとり旅	6.0	16.2	19.7	13.4	9.4	5.6	8.5	8.7	4.6	2.4	2.0	3.6	6.08	(921)	
男性のひとり旅	7.5	16.9	22.4	14.4	8.3	5.2	8.0	5.7	4.5	2.0	2.0	3.2	5.65	(557)	
女性のひとり旅	3.8	15.2	15.5	11.9	11.0	6.1	9.2	13.2	4.7	3.1	2.1	4.2	6.72	(364)	

■ 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、28泊以上は28泊と仮定して算出。)

資料：(公財)日本交通公社「JTB旅行実態調査」

I-4 日本人の旅行に対する意識

1 行ってみたい旅行

行ってみたい旅行先(国内)は北海道、沖縄、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、歴史・文化

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旅行意識調査」
 に基づいている。

(1) 行ってみたい旅行先(国内旅行・海外旅行)

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

表I-4-1 行ってみたい旅行先

国内旅行

順位	2017年		2016年	
	地域名	合計ポイント	地域名	合計ポイント
1位	北海道	1,591	北海道	1,665
2位	沖縄県	1,203	沖縄県	1,244
3位	京都府	547	京都府	471
4位	東京都	354	東京都	256
5位	大阪府	283	大阪府	222
6位	九州地方	257	石川県	221
7位	石川県	210	千葉県	199
8位	千葉県	204	九州地方	191
9位	鹿児島県	194	四国地方	176
10位	長崎県	174	三重県	165
11位	東北地方	158	長野県	163
12位	広島県	137	長崎県	160
13位	静岡県	129	鹿児島県	155
14位	長野県	123	広島県	146
15位	四国地方	116	島根県	135
16位	三重県	114	東北地方	130
17位	福岡県	112	静岡県	126
18位	青森県	100	青森県	113
19位	神奈川県	92	兵庫県	103
20位	大分県	82	神奈川県	93
21位	奈良県	79	富山県	78
22位	栃木県	78	福岡県	75
23位	富山県	72	山梨県	66
24位	兵庫県	71	和歌山県	66
25位	島根県	70	群馬県	65
26位	宮城県	63	岐阜県	64
27位	熊本県	60	奈良県	64
28位	岐阜県	56	大分県	58
29位	新潟県	49	宮城県	56
30位	群馬県	47	秋田県	56

合計値をランキングにしている。

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

16年の結果と比較すると、鹿児島県(16年13位)、東北地方
 (16年16位)の順位が上がった。鹿児島県については、屋久島
 に続き、17年に国立公園に指定された奄美群島に属する島の回
 答が多く見られた。

また、昨年度、伊勢志摩サミットが開催され、昨年度順位が大
 きく上昇した三重県は、本年度は順位を下げた。一方、一昨年
 度、北陸新幹線の開通により大きく順位が上昇した石川県は、
 一昨年度より10位以内をキープしている。

海外では、ハワイが最も高く、続いてイタリア、アメリカ本土とな
 った。

海外旅行

順位	2017年		2016年	
	地域名	合計ポイント	地域名	合計ポイント
1位	ハワイ	1,071	ハワイ	1,104
2位	イタリア	448	アメリカ本土	507
3位	アメリカ本土	426	イタリア	476
4位	フランス	343	オーストラリア	389
5位	オーストラリア	317	フランス	314
6位	グアム	289	スイス	286
7位	台湾	274	台湾	251
8位	カナダ	225	イギリス	250
9位	イギリス	180	グアム	243
10位	スイス	176	ドイツ	194
11位	スペイン	156	カナダ	192
12位	韓国	147	スペイン	186
13位	ヨーロッパ	132	韓国	156
14位	シンガポール	126	シンガポール	138
15位	ドイツ	117	バリ島	126
16位	バリ島	88	ニュージーランド	90
17位	ニュージーランド	85	タイ	90
18位	タイ	77	ベトナム	73
19位	ベトナム	76	ペルー	65
20位	中国	59	エジプト	64
21位	エジプト	57	ヨーロッパ	59
22位	香港	51	中国	53
23位	モルディブ	42	モルディブ	50
24位	カンボジア	38	香港	50
24位	ペルー	38	インド	38
26位	フィンランド	33	オーストリア	38
26位	オーストリア	33	フィンランド	36
28位	ギリシャ	32	北欧	35
28位	トルコ	32	サイパン	34
30位	マレーシア	31	トルコ	33

(2) 行ってみたい旅行タイプ

「今後1~2年の間に行ってみたい国内旅行及び海外旅行の旅行タイプ」として当てはまるものを選択肢一覧表(表I-4-2)からすべて選んでもらった結果、行ってみたい旅行タイプ(複数回答)は、「温泉旅行」(51.2%)を筆頭に、「自然観光」(50.4%)、「歴史・文化観光」(41.9%)、「グルメ」(39.8%)の順となった(図I-4-1)。07年の結果と比較すると、「グルメ」が順位を落とす結果となった。

表I-4-3では、性・年代別にランキング形式で示している。男性では、どの年代でも「温泉旅行」の人气が高く、上位3位以内に挙がっている。50代以上では、「温泉旅行」に加え、「自然観光」

が上位を占める。

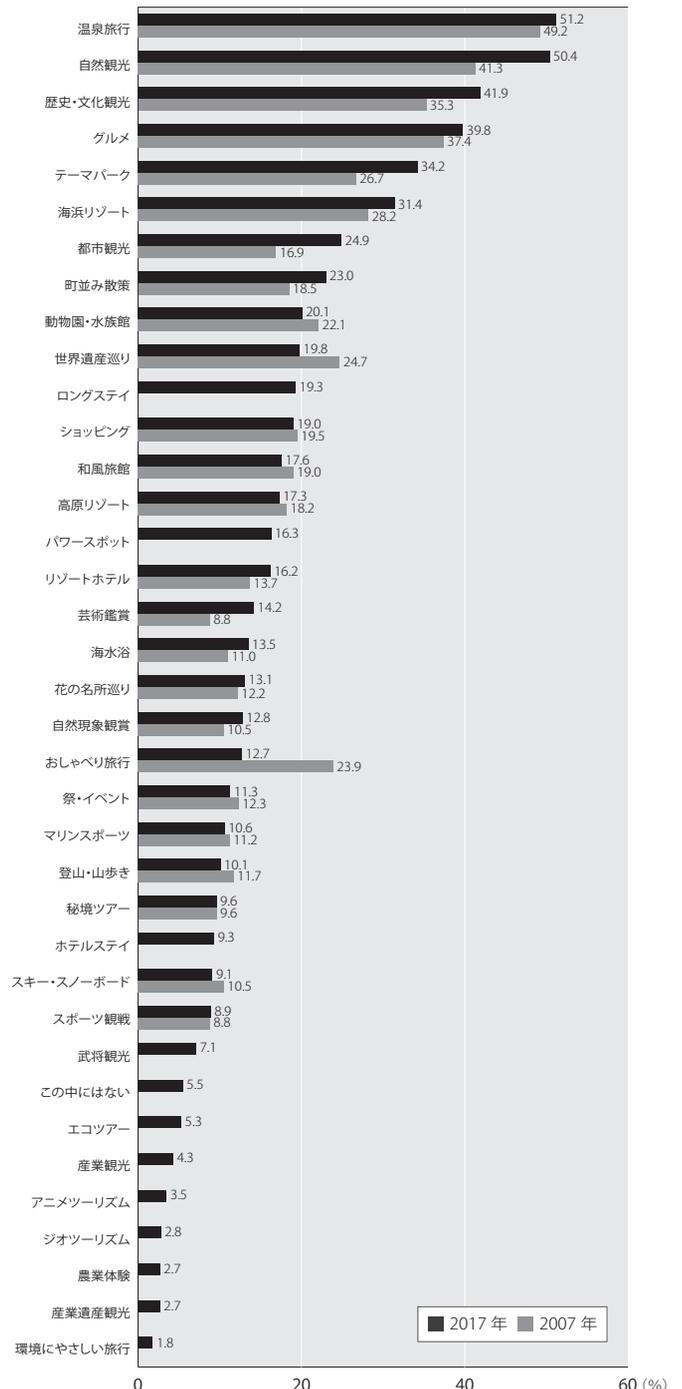
女性では、20代・30代・40代において「テーマパーク」が最も高く、おおよそ6割が行ってみたいと回答している。40代以上では、「自然観光」の人气が高く1位または2位の座を占めている。

また、表I-4-3における性・年代別のランキングを、17年と07年で比較すると、全体で大きくポイントを上げた「テーマパーク」(07年6位)については、40代・50代において男女にかかわらず大きく上昇している。同じく全体で大きく順位を上げた「都市観光」(07年14位)については、男性の40代以上、女性の40代・50代で大きく上昇している。

表I-4-2 行ってみたい旅行タイプ 選択肢一覧

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

図I-4-1 行ってみたい旅行タイプ(複数回答)



(3) 旅行タイプ別の行ってみたい旅行先

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

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

歴史・文化観光では、「京都府」が圧倒的なシェアを占め1位となり、次いで「イタリア」が2位となっている。

海浜リゾートでは、「ハワイ」「沖縄県」の人気の高い。

高原リゾートでは、「長野県」がほぼ半数を占め1位となっている。具体的な表記を見ると、軽井沢や上高地など複数の具体的な地名がリゾートとしてあげられている。

都市観光では、「東京都」が最も多く、次いで「アメリカ」となっている。15年にパリで同時多発テロのあった「フランス」については、16年度調査では6位とこれまでと比べて順位を落としていたが、本年度調査では順位が上がっている。

温泉旅行では、由布院や別府など著名な温泉地を有する「大分県」が最も多く、次いで草津を有する「群馬県」が2位となっている。

祭・イベントでは、ねぶた祭りで知られる「青森県」が最も多く、次いで祇園祭ほか伝統的な祭の多い「京都府」が2位となっている。

テーマパークでは、東京ディズニーリゾートが位置する「千葉県」が最も多く、次いでユニバーサル・スタジオ・ジャパンを有する「大阪府」となっている。07年調査と比較すると、順位は変わっていないものの、「千葉県」のシェアが縮小し、「大阪府」のシェアが拡大していることがわかる。

動物園・水族館では、「沖縄県」が最も多く、07年調査では半数以上が回答していた「北海道」が2位となっている。

グルメでは、「北海道」が他を大きく引き離して1位となっている。07年調査と比較すると、海外の地域については、「台湾」の順位が大きく上昇し、その一方で「韓国」が減少している。

スキー・スノーボードでは、「北海道」が最も多く、2位は「長野県」、3位は「新潟県」「カナダ」が続く。

マリンスポーツでは、「沖縄県」が約5割を占め1位、2位以下は「ハワイ」「グアム」と海外の旅行先が上位を占める結果となっている。

登山・山歩きでは、富士山を有する「山梨県」「静岡県」が上位を占めている。

海水浴では、「沖縄県」「ハワイ」の人気の高く、3位に「静岡県」が続いている。

ショッピングでは、「ハワイ」が最も多く、次いで「東京都」となっている。07年調査と同様に、3位以降は海外の旅行先が上位を

占めている。

芸術鑑賞では、「東京都」が最も多く、次いで「フランス」「イタリア」と海外の旅行先が上位を占めている。

スポーツ観戦では、「東京都」が最も多く、次いで「アメリカ」という結果となっている。

花の名所巡りでは、「北海道」が最も多く、2位以下に大きく差をつけている。07年調査と比較すると、「京都府」のシェアが大きく減少している。

自然現象観賞では、「カナダ」が1位となり、2位「アラスカ」となった。上位には、「カナダ」「アラスカ」「アイスランド」「フィンランド」などオーロラ観賞で有名な地域が占めた。

秘境ツアーでは、マチュピチュのある「ペルー」が最も多く、次いで屋久島を有する「鹿児島県」が2位となっている。

町並み散策では、「京都府」が最も多く、「石川県」が2位となっている。07年調査と比較すると、15年に北陸新幹線が開通した「石川県」の順位が大きく上昇している。

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

和風旅館では、「京都府」が最も多く、次いで「石川県」となっている。

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

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

エコツアーでは、知床を有する「北海道」が最も多く、次いで屋久島を有する「鹿児島県」、16年度に国立公園に指定されたやんばる国立公園を有する「沖縄県」が2位となっている。

ロングステイでは、「ハワイ」が最も多く、次いで「オーストラリア」となっており、上位は海外が占めている。

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

ホテルステイでは、「ハワイ」が最も多く、次いで「東京都」が2位となる。

武将観光では、16年度NHK大河ドラマ「真田丸」の主な撮影地となった「長野県」が最も多く、次いで「京都府」「宮城県」となっている。

産業観光では、「京都府」が最も多く、以降、様々な地域が続く。

産業遺産観光では、富岡製糸場と絹産業遺産群を有する「群馬県」が最も多く、端島（軍艦島）を有する「長崎県」が2位となっている。

アニメツーリズムでは「東京都」が最も多く、2位に「鳥取県」が続く。

表I-4-4 旅行タイプ別行ってみたい旅行先 (17年・07年)

自然観光

2017年(回答数:683)			2007年(回答数:803)		
1位	北海道	23.9%	1位	北海道	27.5%
2位	沖縄県	6.6%	2位	沖縄県、カナダ	6.2%
3位	鹿児島県	5.6%	4位	オーストラリア	4.0%
4位	カナダ	4.2%	5位	鹿児島県	3.7%
5位	オーストラリア	3.4%			

歴史・文化観光

2017年(回答数:568)			2007年(回答数:695)		
1位	京都府	29.0%	1位	京都府	29.2%
2位	イタリア	6.7%	2位	イタリア	7.9%
3位	奈良県	3.0%	3位	ヨーロッパ	5.2%
4位	広島県	2.8%	4位	奈良県	5.0%
5位	栃木県	2.5%	5位	エジプト、フランス	4.9%

海浜リゾート

2017年(回答数:426)			2007年(回答数:552)		
1位	ハワイ	30.5%	1位	ハワイ	30.6%
2位	沖縄県	22.2%	2位	沖縄県	28.1%
3位	グアム	3.9%	3位	グアム	5.3%
4位	オーストラリア	1.2%	4位	タヒチ	4.0%
5位	セブ島、バリ島	1.1%	5位	静岡県	3.8%

高原リゾート

2017年(回答数:235)			2007年(回答数:322)		
1位	長野県	44.7%	1位	長野県	51.9%
2位	栃木県	8.5%	2位	栃木県	8.4%
3位	北海道	6.8%	3位	山梨県、スイス	6.5%
4位	スイス	4.3%	5位	北海道	6.2%
5位	富山県	3.0%			

都市観光

2017年(回答数:338)			2007年(回答数:346)		
1位	東京都	29.6%	1位	東京都	22.2%
2位	アメリカ	9.8%	2位	アメリカ	13.9%
3位	フランス	5.9%	3位	イタリア	7.5%
4位	京都府	4.4%	4位	フランス	7.2%
5位	大阪府、イタリア	4.1%	5位	神奈川県	5.0%

温泉旅行

2017年(回答数:694)			2007年(回答数:859)		
1位	大分県	16.7%	1位	大分県	17.1%
2位	群馬県	12.7%	2位	群馬県	9.9%
3位	静岡県	6.2%	3位	北海道	9.8%
4位	神奈川県	6.1%	4位	九州地方	8.0%
5位	北海道	5.6%	5位	静岡県	7.7%

祭・イベント

2017年(回答数:153)			2007年(回答数:220)		
1位	青森県	23.5%	1位	青森県	22.7%
2位	京都府	9.2%	2位	京都府	8.2%
3位	秋田県	6.5%	3位	岐阜県、東北地方	7.3%
4位	北海道	5.2%	5位	大阪府、北海道	5.9%
5位	東北地方	3.9%			

テーマパーク

2017年(回答数:463)			2007年(回答数:537)		
1位	千葉県	36.9%	1位	千葉県	56.6%
2位	大阪府	29.6%	2位	大阪府	13.6%
3位	東京都	7.3%	3位	東京都	9.1%
4位	長崎県	6.9%	4位	アメリカ	7.8%
5位	アメリカ	3.2%	5位	長崎県	2.0%

動物園・水族館

2017年(回答数:272)			2007年(回答数:437)		
1位	沖縄県	27.6%	1位	北海道	64.3%
2位	北海道	23.5%	2位	沖縄県	14.9%
3位	東京都	5.1%	3位	大阪府	3.7%
4位	愛知県	4.4%	4位	神奈川県	2.5%
5位	和歌山県	3.7%	5位	東京都	1.8%

グルメ

2017年(回答数:539)			2007年(回答数:655)		
1位	北海道	29.5%	1位	北海道	46.9%
2位	台湾	7.4%	2位	韓国	5.5%
3位	大阪府	5.8%	3位	イタリア	4.1%
4位	福岡県	3.9%	4位	静岡県	3.2%
5位	韓国	3.7%	5位	京都府	3.1%

スキー・スノーボード

2017年(回答数:123)			2007年(回答数:210)		
1位	北海道	38.2%	1位	北海道	45.7%
2位	長野県	22.0%	2位	長野県	17.6%
3位	新潟県 カナダ	4.1%	3位	カナダ	15.2%
			4位	新潟県	4.8%
5位	信州地方、福島県	3.3%	5位	山形県	2.9%

マリンスポーツ

2017年(回答数:144)			2007年(回答数:227)		
1位	沖縄県	51.4%	1位	沖縄県	46.7%
2位	ハワイ	17.4%	2位	ハワイ	22.0%
3位	グアム	9.0%	3位	グアム	8.4%
4位	オーストラリア	3.5%	4位	オーストラリア、 サイパン	4.4%
5位	サイパン、セブ島、パラオ	1.4%			

登山・山歩き

2017年(回答数:137)			2007年(回答数:227)		
1位	山梨県	27.0%	1位	静岡県	21.1%
2位	静岡県	25.5%	2位	長野県	17.6%
3位	長野県	21.9%	3位	群馬県	8.4%
4位	富山県	10.2%	4位	山梨県 スイス	5.3%
5位	新潟県	8.8%			

海水浴

2017年(回答数:183)			2007年(回答数:215)		
1位	沖縄県	37.2%	1位	沖縄県	29.3%
2位	ハワイ	24.0%	2位	ハワイ	18.1%
3位	静岡県	4.9%	3位	静岡県	6.5%
4位	千葉県	3.8%	4位	千葉県	6.0%
5位	茨城県、神奈川県、グアム、モルディブ	2.2%	5位	グアム	3.7%

ショッピング

2017年(回答数:257)			2007年(回答数:385)		
1位	ハワイ	30.0%	1位	ハワイ	29.1%
2位	東京都	14.4%	2位	東京都	15.6%
3位	韓国	6.6%	3位	韓国	9.1%
4位	アメリカ	4.7%	4位	香港	7.0%
5位	兵庫県、イタリア、台湾、香港	2.7%	5位	イタリア、フランス	6.0%

芸術鑑賞

2017年(回答数:193)			2007年(回答数:158)		
1位	東京都	20.2%	1位	東京都	28.5%
2位	フランス	15.0%	2位	アメリカ フランス	13.3%
3位	イタリア	8.8%	4位	オーストラリア	8.9%
4位	アメリカ	8.3%	5位	大阪府	5.7%
5位	オーストラリア	7.3%			

スポーツ観戦

2017年(回答数:121)			2007年(回答数:179)		
1位	東京都	19.0%	1位	アメリカ	32.4%
2位	アメリカ	14.0%	2位	東京都	15.6%
3位	スペイン	8.3%	3位	イタリア	7.8%
4位	兵庫県	5.8%	4位	福岡県	5.6%
5位	イギリス	5.0%	5位	中国	5.0%

花の名所巡り

2017年(回答数:178)			2007年(回答数:194)		
1位	北海道	16.9%	1位	京都府	23.7%
2位	京都府	7.9%	2位	北海道	10.8%
3位	青森県 長野県 長崎県	3.9%	3位	奈良県	8.8%
			4位	青森県	8.2%
			5位	秋田県	6.2%

自然現象観賞

2017年(回答数:174)			2007年(回答数:173)		
1位	カナダ	16.7%	1位	アラスカ	19.7%
2位	アラスカ	9.8%	2位	カナダ	16.2%
3位	北海道	5.2%	3位	フィンランド	7.5%
4位	アイスランド	4.6%	4位	北海道、北極	5.8%
5位	フィンランド	3.4%			

秘境ツアー

2017年(回答数:130)			2007年(回答数:161)		
1位	ペルー	11.5%	1位	鹿児島県	11.8%
2位	鹿児島県	6.2%	2位	ペルー 中南米	9.9%
3位	北海道	5.4%			
4位	沖縄県	3.8%	4位	中国	7.5%
5位	岐阜県、アメリカ、アフリカ、中国	2.3%	5位	エジプト、北海道	6.2%

町並み散策

2017年(回答数:311)			2007年(回答数:352)		
1位	京都府	17.7%	1位	京都府	12.2%
2位	石川県	8.7%	2位	イタリア	11.9%
3位	イタリア	7.7%	3位	ドイツ	9.1%
4位	岡山県	7.4%	4位	岐阜県	8.2%
5位	岐阜県	3.5%	5位	フランス	7.4%

リゾートホテル

2017年(回答数:219)			2007年(回答数:229)		
1位	ハワイ	20.5%	1位	沖縄県	22.7%
2位	沖縄県	20.1%	2位	ハワイ	19.2%
3位	バリ島	6.4%	3位	インドネシア	9.2%
4位	北海道	3.7%	4位	長野県	4.8%
5位	長野県	3.7%	5位	北海道	4.4%

和風旅館

2017年(回答数:239)			2007年(回答数:292)		
1位	京都府	22.2%	1位	京都府	25.7%
2位	石川県	10.0%	2位	石川県	14.0%
3位	神奈川県	6.7%	3位	大分県	8.2%
4位	大分県	4.2%	4位	神奈川県	6.8%
5位	静岡県	3.8%	5位	東北地方	5.8%

おしゃべり旅行

2017年(回答数:172)			2007年(回答数:340)		
1位	京都府 静岡県	4.7%	1位	北海道	11.5%
			2位	沖縄県	9.7%
3位	北海道	4.1%	3位	ハワイ	8.5%
4位	神奈川県	4.1%	4位	静岡県	5.0%
5位	沖縄県	3.5%	5位	千葉県	4.4%

世界遺産巡り

2017年(回答数:268)			2007年(回答数:452)		
1位	イタリア	9.7%	1位	エジプト	15.3%
2位	ペルー	7.8%	2位	イタリア	8.8%
3位	エジプト、 カンボジア	5.2%	3位	中国、ペルー	6.9%
5位	スペイン、フランス	4.9%	5位	鹿児島県	5.5%

表I-4-5 旅行タイプ別行ってみたい旅行先(17年)

エコツアー			武将観光		
2017年(回答数:72)			2017年(回答数:96)		
1位	北海道	8.3%	1位	長野県	12.5%
2位	鹿児島県 沖縄県	6.9%	2位	宮城県 京都府	10.4%
4位	東京都	5.6%	4位	愛知県	6.3%
5位	オーストラリア	4.2%	5位	兵庫県	5.2%

ロングステイ

2017年(回答数:261)			産業観光		
1位	ハワイ	24.9%	1位	京都府	5.2%
2位	オーストラリア	7.3%	2位	群馬県 山梨県 愛知県 ドイツ	3.4%
3位	アメリカ 沖縄県	6.9%			
5位	北海道	5.4%			

パワースポット

2017年(回答数:221)			産業遺産観光		
1位	鹿児島県	9.5%	1位	群馬県	27.0%
2位	三重県	7.7%	2位	長崎県	24.3%
3位	宮崎県	5.9%	3位	島根県	10.8%
4位	京都府、島根県、 ハワイ	5.4%	4位	愛媛県、鳥取県、東京都、 栃木県、北陸地方、イタリア	2.7%

ホテルステイ

2017年(回答数:126)			アニメツーリズム		
1位	ハワイ	9.5%	1位	東京都	33.3%
2位	東京都	6.3%	2位	鳥取県	8.3%
3位	北海道	5.6%	3位	大阪府	6.3%
4位	沖縄県 バリ島	4.0%	4位	愛知県 神奈川県	4.2%

2 旅行の動機

旅行の動機は、「おいしいもの」「日常生活からの解放」

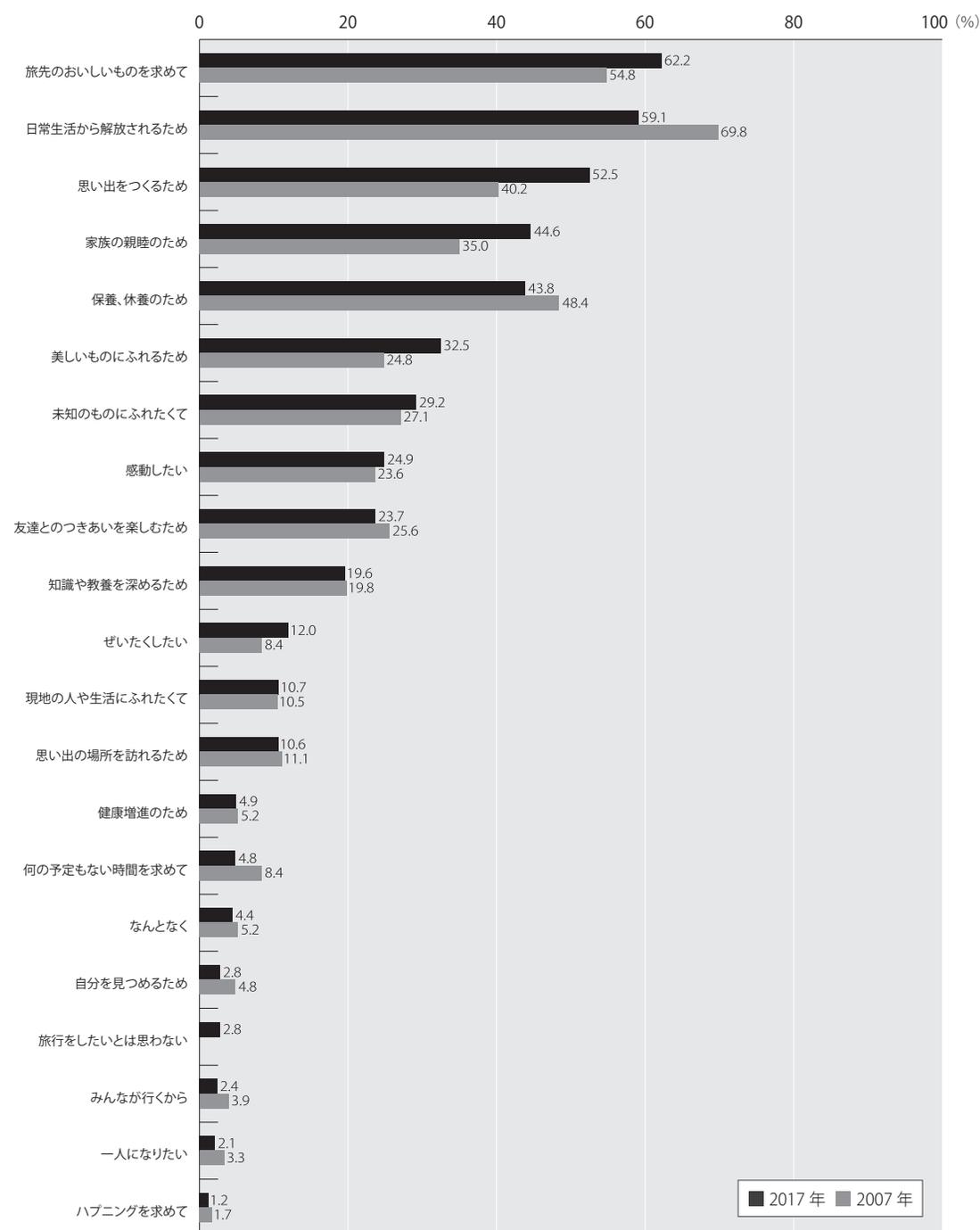
(1) 旅行の動機

「国内宿泊旅行、海外宿泊旅行をしてみたいと思う動機」として当てはまるものを、あらかじめ用意した選択肢から選んでもらった結果、旅行動機（複数回答）については、「旅先のおいしいものを求めて」が62.2%と最も多く、続いて「日常生活から解放されるため」59.1%、「思い出をつくるため」52.5%、「家族の親睦のため」44.6%、「保養、休養のため」43.8%、「思い出をつくるため」40.2%、「家族の親睦のため」35.0%、「思い出をつくるため」32.5%、「未知のものにふれたい」29.2%、「感動したい」24.9%、「友達とのつきあいを楽しむため」23.7%、「知識や教養を深めるため」19.6%、「ぜいたくしたい」12.0%、「現地の人や生活にふれたい」10.7%、「思い出の場所を訪れるため」10.6%、「健康増進のため」4.9%、「何の予定もない時間を求めて」4.8%、「なんとなく」4.4%、「自分を見つめるため」2.8%、「旅行をしたいとは思わない」2.8%、「みんなが行くから」2.4%、「一人になりたい」2.1%、「ハブニングを求めて」1.2%

め」が44.6%となった（図I-4-2）。07年調査と比較すると、「日常生活から解放されるため」「保養、休養のため」のように癒しを求める理由が減少した一方で、「旅先のおいしいものを求めて」「思い出をつくるため」「家族の親睦のため」などが増加した。

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を求めて」「日常生活から解放されるため」については、概ねどの年代においても上位3位に入っている（表I-4-6）。「思い出を作るため」は、女性20代・30代・40代で1位となっており、比較的若い世代での主な動機となっている。

図I-4-2 旅行の動機



表I-4-6 性・年代別 旅行の動機

男性20代

	17年	07年
1位	日常生活から解放されるため	66.7 (1位)
2位	思い出をつくるため	60.3 (2位)
3位	旅先のおいしいものを求めて	56.4 (3位)
4位	保養、休養のため	41.0 (5位)
5位	未知のものにふれるため	34.6 (6位)
6位	友達とのつきあいを楽しむため	28.2 (4位)
7位	美しいものにふれるため	23.1 (10位)
8位	ぜいたくしたい	20.5 (11位)
9位	知識や教養を深めるため	17.9 (7位)
10位	家族の親睦のため	16.7

男性30代

	17年	07年
1位	日常生活から解放されるため	68.7 (1位)
2位	旅先のおいしいものを求めて	65.2 (2位)
3位	思い出をつくるため	63.5 (3位)
4位	家族の親睦のため	51.3 (5位)
5位	保養、休養のため	40.9 (4位)
6位	美しいものにふれるため	24.3 (9位)
7位	未知のものにふれるため	22.6 (6位)
8位	知識や教養を深めるため	18.3 (10位)
9位	感動したい	17.4 (7位)
10位	ぜいたくしたい	16.5 (12位)

男性40代

	17年	07年
1位	家族の親睦のため	60.0 (4位)
2位	思い出をつくるため	58.4 (5位)
3位	旅先のおいしいものを求めて	55.2 (2位)
4位	日常生活から解放されるため	54.4 (1位)
5位	保養、休養のため	49.6 (2位)
6位	未知のものにふれるため	24.8 (6位)
7位	感動したい	23.2 (8位)
8位	美しいものにふれるため	19.2 (7位)
9位	知識や教養を深めるため	13.6 (10位)
10位	友達とのつきあいを楽しむため	11.2 (9位)

男性50代

	17年	07年
1位	日常生活から解放されるため	57.5 (1位)
2位	保養、休養のため	55.8 (2位)
3位	旅先のおいしいものを求めて	54.2 (2位)
4位	家族の親睦のため	46.7 (3位)
5位	思い出をつくるため	41.7 (4位)
6位	美しいものにふれるため	25.8 (10位)
7位	未知のものにふれるため	24.2 (5位)
8位	感動したい	21.7 (7位)
9位	知識や教養を深めるため	16.7 (6位)
10位	友達とのつきあいを楽しむため	13.3 (9位)

男性60代

	17年	07年
1位	旅先のおいしいものを求めて	56.5 (1位)
2位	日常生活から解放されるため	54.8 (2位)
3位	家族の親睦のため	44.3 (3位)
4位	思い出をつくるため	35.7 (5位)
5位	保養、休養のため	35.7 (4位)
6位	美しいものにふれるため	34.8 (7位)
7位	未知のものにふれるため	33.0 (6位)
8位	知識や教養を深めるため	24.3 (10位)
9位	感動したい	23.5 (9位)
10位	友達とのつきあいを楽しむため	16.5 (8位)

男性70代

	17年	07年
1位	家族の親睦のため	47.0 (2位)
2位	旅先のおいしいものを求めて	42.0 (3位)
3位	保養、休養のため	40.0 (1位)
4位	思い出をつくるため	39.0 (6位)
5位	未知のものにふれるため	34.0 (5位)
6位	日常生活から解放されるため	34.0 (3位)
7位	友達とのつきあいを楽しむため	29.0 (7位)
8位	美しいものにふれるため	26.0 (10位)
9位	知識や教養を深めるため	22.0 (7位)
10位	感動したい	14.0 (12位)

女性20代

	17年	07年
1位	思い出をつくるため	74.4 (2位)
2位	旅先のおいしいものを求めて	71.1 (3位)
3位	日常生活から解放されるため	65.6 (1位)
4位	美しいものにふれるため	41.1 (8位)
	家族の親睦のため	20.8 (10位)
	保養、休養のため	48.7 (4位)
7位	友達とのつきあいを楽しむため	36.7 (5位)
8位	未知のものにふれるため	32.2 (29位)
9位	感動したい	30.0 (29位)
10位	ぜいたくしたい	26.7 (14位)

女性30代

	17年	07年
1位	旅先のおいしいものを求めて	77.9 (2位)
2位	思い出をつくるため	71.6 (3位)
3位	日常生活から解放されるため	70.5 (83位)
4位	家族の親睦のため	54.7 (43位)
5位	保養、休養のため	45.3 (48位)
6位	美しいものにふれるため	29.5 (23位)
7位	未知のものにふれるため	25.3 (22位)
8位	感動したい	24.2 (25位)
9位	ぜいたくしたい	20.0 (12位)
10位	知識や教養を深めるため	15.8 (11位)

女性40代

	17年	07年
1位	思い出をつくるため	65.0 (4位)
2位	日常生活から解放されるため	63.4 (85位)
3位	旅先のおいしいものを求めて	62.6 (58位)
4位	家族の親睦のため	60.2 (41位)
5位	保養、休養のため	44.7 (57位)
6位	感動したい	31.7 (22位)
7位	美しいものにふれるため	30.9 (27位)
8位	未知のものにふれるため	23.6 (21位)
9位	知識や教養を深めるため	20.3 (15位)
10位	友達とのつきあいを楽しむため	13.0 (19位)

女性50代

	17年	07年
1位	旅先のおいしいものを求めて	77.7 (65位)
2位	日常生活から解放されるため	70.2 (76位)
3位	保養、休養のため	55.4 (55位)
4位	思い出をつくるため	51.2 (30位)
5位	美しいものにふれるため	44.6 (37位)
6位	家族の親睦のため	42.1 (25位)
7位	未知のものにふれるため	33.9 (28位)
	感動したい	26.8 (8位)
9位	友達とのつきあいを楽しむため	24.0 (29位)
10位	知識や教養を深めるため	21.5 (19位)

女性60代

	17年	07年
1位	旅先のおいしいものを求めて	69.8 (56位)
2位	日常生活から解放されるため	63.6 (65位)
3位	美しいものにふれるため	43.4 (30位)
4位	保養、休養のため	41.1 (43位)
5位	友達とのつきあいを楽しむため	38.0 (35位)
	思い出をつくるため	31.3 (6位)
7位	家族の親睦のため	33.3 (26位)
	感動したい	32.5 (5位)
9位	未知のものにふれるため	31.8 (28位)
10位	知識や教養を深めるため	22.5 (27位)

女性70代

	17年	07年
1位	旅先のおいしいものを求めて	62.4 (46位)
2位	日常生活から解放されるため	49.5 (63位)
3位	友達とのつきあいを楽しむため	47.7 (42位)
4位	美しいものにふれるため	46.8 (31位)
5位	思い出をつくるため	38.5 (33位)
6位	家族の親睦のため	35.8 (30位)
7位	保養、休養のため	34.9 (51位)
8位	未知のものにふれるため	30.3 (30位)
9位	感動したい	26.6 (25位)
10位	知識や教養を深めるため	20.2 (31位)

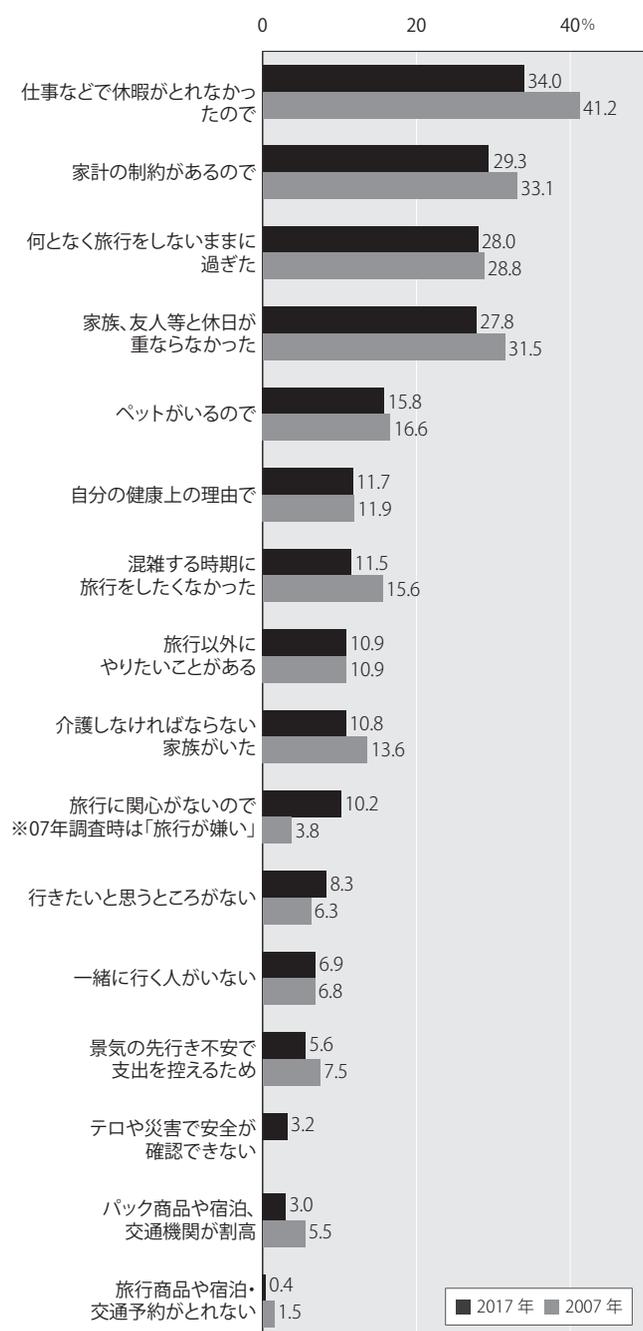
3 旅行の阻害要因

阻害要因は「休暇が取れない」「家計の制約」

「16年1～12月中に国内または海外旅行に行かなかった人」に「行かなかった」理由として当てはまるものをあらかじめ用意した選択肢からすべて選んでもらった。

その結果、旅行の阻害要因（複数回答）は、全体では「仕事などで休暇が取れない」が34.0%と最も多く、これに「家計の制約

図I-4-3 旅行の阻害要因



がある(29.3%)」が続き、06年調査の結果と比較するとシェアは下がったものの、『休暇』と『支出』に関する理由が多く選ばれた。(図I-4-3)。

また、性・年代別に旅行の阻害要因を見ると、男性は年代にかかわらず「仕事などで休暇が取れなかったのが」が上位にあがっている。20代の男女及び30代の男性においては、「旅行に関心がないのが」が上位にあがっていて、年配世代と比較して若い世代における旅行への関心が薄いと考えられる。(表I-4-7)。

(伊豆菜津美)

表I-4-7 性・年代別・旅行の阻害要因

男性20代			女性20代		
	17年	07年		17年	07年
1位	仕事などで休暇が取れなかった	48.3 (1位)	52.5 (1位)	35.3 (2位)	48.6 (2位)
2位	何となく旅行をしないままに過ぎた	34.5 (2位)	42.5 (2位)	32.4 (3位)	34.3 (3位)
3位	旅行に関心がない	27.6 (9位)	7.5 (9位)	29.4 (1位)	51.4 (1位)
3位	家計の制約がある	20.7 (4位)	22.5 (4位)	17.6 (5位)	28.6 (5位)
5位	家族、友人等と休日が重ならなかった	27.5 (3位)	27.5 (3位)	14.7 (13位)	0.0 (13位)

男性30代			女性30代		
	17年	07年		17年	07年
1位	仕事などで休暇が取れなかった	47.6 (1位)	60.3 (1位)	41.9 (1位)	52.6 (1位)
2位	家族、友人等と休日が重ならなかった	28.6 (5位)	25.9 (5位)	38.7 (3位)	40.4 (3位)
3位	家計の制約がある	26.2 (2位)	50.0 (2位)	29.0 (4位)	26.3 (4位)
4位	何となく旅行をしないままに過ぎた	19.0 (12位)	36.2 (4位)	25.8 (2位)	45.6 (2位)
5位	旅行に関心がない	14.3 (12位)	1.7 (12位)	12.9 (6位)	12.3 (6位)

男性40代			女性40代		
	17年	07年		17年	07年
1位	仕事などで休暇が取れなかった	49.1 (1位)	47.8 (1位)	42.6 (1位)	50.5 (1位)
2位	家計の制約がある	37.7 (2位)	34.8 (2位)	33.3 (2位)	41.8 (2位)
3位	家族、友人等と休日が重ならなかった	32.1 (2位)	34.8 (2位)	31.5 (3位)	40.7 (3位)
4位	何となく旅行をしないままに過ぎた	18.9 (5位)	21.7 (5位)	22.2 (5位)	18.7 (5位)
5位	景気の先行き不安で支出を控えるため	11.3 (14位)	2.2 (14位)	20.4 (7位)	13.2 (7位)

男性50代			女性50代		
	17年	07年		17年	07年
1位	仕事などで休暇が取れなかった	45.3 (1位)	46.3 (1位)	42.9 (2位)	33.8 (2位)
2位	家計の制約がある	34.4 (2位)	31.3 (2位)	38.8 (1位)	36.5 (1位)
3位	家族、友人等と休日が重ならなかった	29.7 (3位)	26.9 (3位)	36.7 (5位)	28.4 (5位)
4位	ペットがいる	28.1 (4位)	23.9 (4位)	24.5 (4位)	29.7 (4位)
5位	何となく旅行をしないままに過ぎた	20.3 (6位)	19.4 (6位)	22.4 (6位)	21.6 (6位)

男性60代			女性60代		
	17年	07年		17年	07年
1位	仕事などで休暇が取れなかった	36.0 (1位)	33.3 (1位)	36.1 (1位)	35.3 (1位)
1位	家計の制約がある	36.0 (1位)	33.3 (1位)	27.8 (6位)	17.6 (6位)
3位	何となく旅行をしないままに過ぎた	30.0 (1位)	33.3 (1位)	27.8 (6位)	11.8 (8位)
4位	家族、友人等と休日が重ならなかった	24.0 (5位)	15.4 (5位)	22.2 (3位)	20.6 (3位)
5位	ペットがいる	18.0 (7位)	12.8 (7位)	19.4 (3位)	20.6 (3位)

男性70代			女性70代		
	17年	07年		17年	07年
1位	何となく旅行をしないままに過ぎた	45.9 (2位)	34.5 (2位)	37.8 (2位)	20.0 (2位)
2位	自分の健康上の理由	18.9 (1位)	37.9 (1位)	37.8 (2位)	60.0 (1位)
3位	家族、友人等と休日が重ならなかった	16.2 (14位)	0.0 (14位)	26.7 (5位)	12.0 (5位)
4位	仕事などで休暇が取れなかった	13.5 (5位)	13.8 (5位)	24.4 (5位)	12.0 (5位)
4位	ペットがいる	13.5 (5位)	13.8 (5位)	20.0 (8位)	8.0 (8位)

第Ⅱ編 訪日外国人旅行

Ⅱ-1 訪日外国人の旅行動向

- 1** 2016年の訪日旅行の概況 68
 - (1) 訪日外客数の動向
 - (2) 客層の変化
 - (3) 旅行支出の動向
 - (4) 日本人海外旅行との対比
- 2** 市場別に見る訪日旅行動向 71
 - (1) 出発国・地域別に見る訪日旅行動向
 - ①韓国②台湾③香港④中国⑤タイ⑥米国⑦注目市場の動向
～東南アジア
- 3** 世界の国際観光動向 80
 - (1) インバウンド(到着地側)の動向
 - (2) アウトバウンド(出発地側)の動向

Ⅱ-2 訪日旅行に対する意識

- 1** 訪日旅行経験と今後の希望 82
- 2** 訪日旅行希望者が好きな日本産食材・日本料理 86
- 3** 日本各地の祭り・イベントの体験意向 87

Ⅱ-3 訪日旅行事業の現況

- 1** 日本企業による訪日旅行事業の展開 88
 - (1) わが国旅行会社における訪日旅行事業の動向
 - 外国人旅行取扱額●主要旅行業者のインバウンド事業戦略
 - (2) 訪日旅行商品開発の動き
 - 食関連旅行商品●歴史・文化関連旅行商品●医療関連旅行商品●個人客向けの交通サービス関連商品
 - (3) 受入態勢の拡充
 - 案内所・訪日外国人旅行専門店舗●通信環境、ATM●小売店●免税店・免税サービスの拡充
- 2** 訪日旅行商品の概況 92
 - (1) 団体旅行商品の概況
 - 団体旅行商品の訪問地の概要
 - (2) 出発国・地域別の旅行商品の特徴
 - 台湾の団体旅行商品●香港の団体旅行商品●中国の団体旅行商品
 - (3) 地方ブロック別の旅行商品の特徴
 - 北海道●東北●関東●甲信越・北陸・東海●近畿●中国・四国●九州●沖縄

II-1 訪日外国人の旅行動向

■ 2016年の訪日旅行の概況
 旅行消費額3兆7,476億円と過去最高
 訪日外客数増が寄与、旅行消費単価は減少

(1) 訪日外客数の動向

日本政府観光局（JNTO）によると、16年の訪日外客数は2,404万人（前年比21.8%増）となった。人数は過去最高を記録したが、伸び率は15年（15/14年比47.1%増）に比べてやや鈍化した（図II-1-1）。

16年において訪日外客数が増加した主因は、前年に引き続き近隣アジアからの訪日外客数の増加である。出発国・地域（以下、出発国）別では前年比27.6%の伸びを見せた中国の寄与度が大きい、その伸び率は15年（15/14年比107.3%増）に比べると鈍化している。中国に次いで韓国や台湾の寄与度も大きい、中国と同様に伸び率は鈍化しており、16年以降の円高基調が影響したものと推測される。

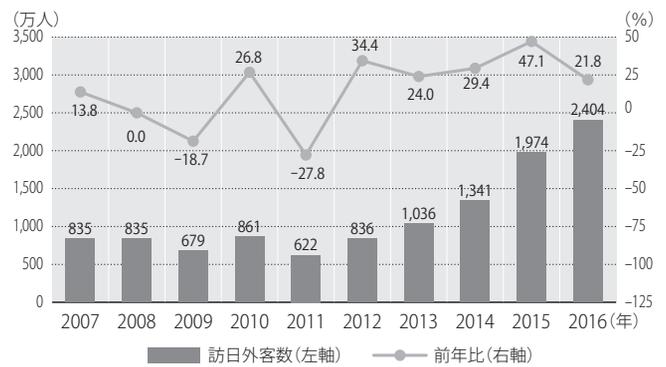
前年からの伸び率が高かった地域は東南アジアである。特にマレーシアやインドネシア、フィリピンで前年比30%程度増加した。

このほか、全ての主要出発国において、訪日外客数が前年を上回った（表II-1-1）。

(2) 客層の変化（図II-1-2）

観光庁「訪日外国人消費動向調査」によると、ここ5年間は観光・レジャー目的客の割合が増加傾向にあり、16年は同割合が7割を超えた。なお、訪日外客数全体が大幅に増加しており、ビジ

図II-1-1 訪日外客数の推移



資料：日本政府観光局（JNTO）「訪日外客数」

表II-1-1 2016年における訪日外客数と訪日外国人旅行消費額

2016年	訪日外客数 (人)	シェア (%)	前年比 (%)	寄与度 (%)	1人当たり旅行支出 (円/人)		訪日外国人旅行消費額 (億円)			
					前年比 (%)	シェア (%)	前年比 (%)	シェア (%)	前年比 (%)	寄与度 (%)
訪日外国人全体	24,039,700	100.0	21.8	21.8	155,896	△ 11.5	37,476	100.0	7.8	9.1
韓国	5,090,302	21.2	27.2	5.5	70,281	△ 6.5	3,577	9.5	18.9	1.6
台湾	4,167,512	17.3	13.3	2.5	125,854	△ 11.1	5,245	14.0	0.7	0.1
香港	1,839,193	7.7	20.7	1.6	160,230	△ 7.0	2,947	7.9	12.2	0.9
中国	6,373,564	26.5	27.6	7.0	231,504	△ 18.4	14,754	39.4	4.1	1.7
タイ	901,525	3.8	13.2	0.5	127,583	△ 15.3	1,150	3.1	△ 4.2	△ 0.1
シンガポール	361,807	1.5	17.2	0.3	163,210	△ 12.9	591	1.6	2.1	0.0
マレーシア	394,268	1.6	29.1	0.5	132,353	△ 12.0	522	1.4	13.6	0.2
インドネシア	271,014	1.1	32.1	0.3	136,619	△ 7.2	370	1.0	22.7	0.2
フィリピン	347,861	1.4	29.6	0.4	112,228	△ 11.3	390	1.0	14.9	0.1
ベトナム	233,763	1.0	26.1	0.2	186,138	△ 4.5	435	1.2	20.5	0.2
インド	122,939	0.5	19.3	0.1	144,275	△ 2.7	177	0.5	16.1	0.1
英国	292,458	1.2	13.1	0.2	181,795	△ 13.7	532	1.4	△ 2.4	△ 0.0
ドイツ	183,288	0.8	12.7	0.1	171,009	△ 0.0	313	0.8	12.7	0.1
フランス	253,449	1.1	18.3	0.2	189,006	△ 9.7	479	1.3	6.8	0.1
イタリア	119,251	0.5	15.6	0.1	198,000	△ 2.0	236	0.6	13.2	0.1
スペイン	91,849	0.4	19.0	0.1	224,072	△ 1.4	206	0.5	17.3	0.1
ロシア	54,839	0.2	0.9	0.0	190,874	4.6	105	0.3	5.5	0.0
米国	1,242,719	5.2	20.3	1.1	171,418	△ 2.4	2,130	5.7	17.4	0.9
カナダ	273,213	1.1	18.1	0.2	154,977	△ 9.2	423	1.1	7.2	0.1
オーストラリア	445,332	1.9	18.4	0.4	246,866	6.7	1,099	2.9	26.3	0.7
その他	979,554	4.1	14.4	0.6	183,083	2.8	1,794	4.8	17.5	2.0

(注) 訪日外客数は確定値を使用している。

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

■ 上位3カ国・地域

ネス目的客も人数では増加している。

訪日経験回数は、13年から15年にかけて1回目の割合が増加傾向にあったが、16年は訪日経験回数の構成比に大きな変化は見られない。

旅行手配方法では12年以降、パッケージ利用率が増加傾向にあったが、15年から16年にかけては個別手配率が増加している。

(3) 旅行支出の動向

観光庁「訪日外国人消費動向調査」によると、16年の訪日外国人旅行消費額は3兆7,476億円（前年比7.8%増）であり、過去最高を記録した。1人当たり旅行支出は15.59万円で前年比11.5%の減少となったが、訪日外客数が大きく増加したことで旅行消費額増につながった（図Ⅱ-1-3）。

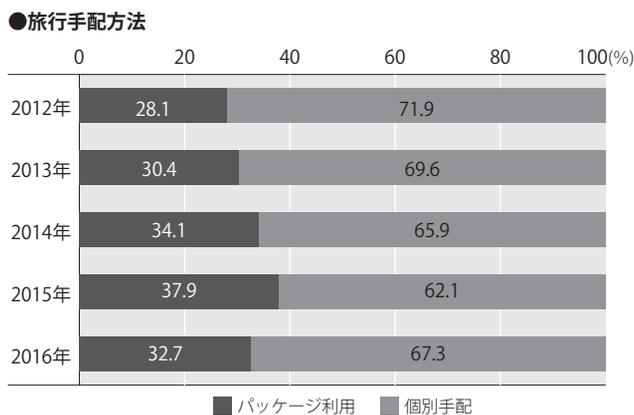
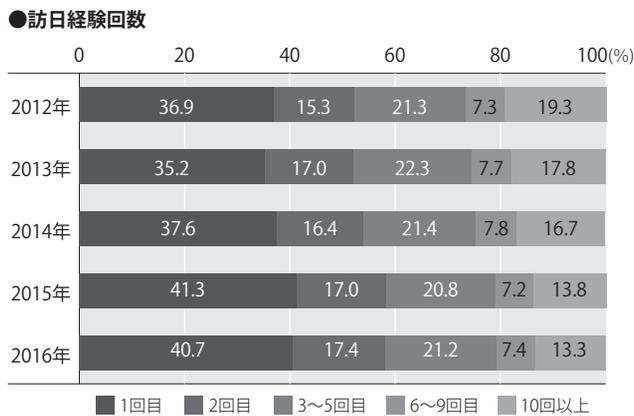
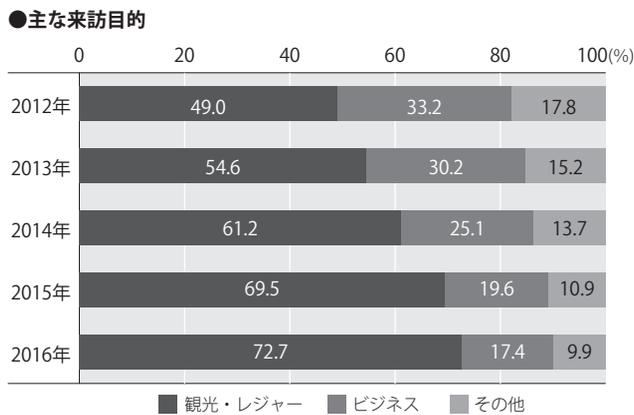
1人当たり旅行支出を費目別に見ると、16年は買物代が前年に比べ大きく減少した。特にカメラ・時計や電気製品、服・かばん・靴など、消耗品以外の支出が減少している（図Ⅱ-1-5）。要因としては、中国人による買物代の減少が大きい。16年の円高基調や、16年4月の関税引き上げ、越境EC（電子商取引）の利用増などが影響したものと見られる。

(4) 日本人海外旅行との対比

15年に引き続き、外国人の訪日旅行（インバウンド旅行）が日本人の海外旅行（アウトバウンド旅行）を人数、国際収支ともに上回る状況が続いている。

過去10年の旅行者数の推移を見ると、日本人の海外旅行者数に相当する「日本人出国者数（法務省「出入国管理統計」）は1,500万～2,000万人の間で推移している。一方で、訪日外国人

図Ⅱ-1-2 訪日外国人の客層変化

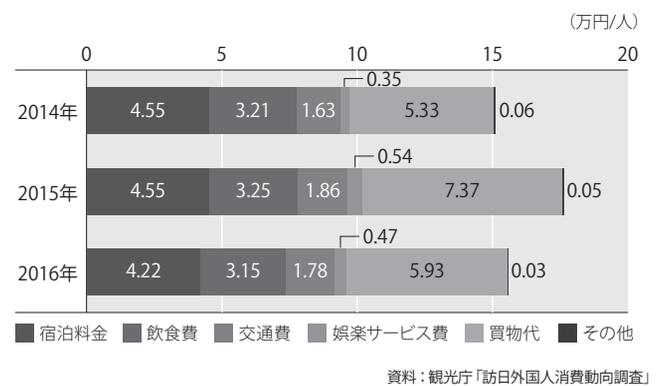


資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

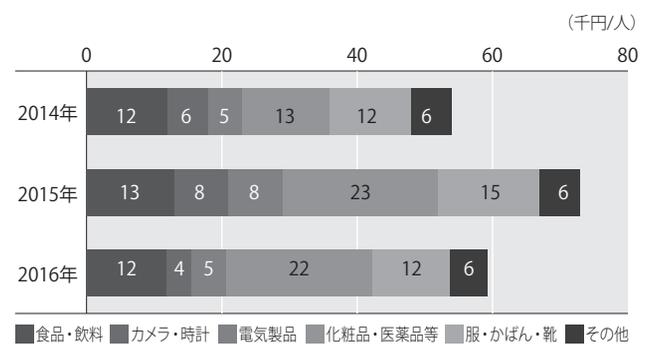
図Ⅱ-1-3 訪日外国人旅行消費額の推移



図Ⅱ-1-4 費目別に見る訪日外国人1人当たり旅行支出



図Ⅱ-1-5 費目別に見る訪日外国人1人当たり買物代



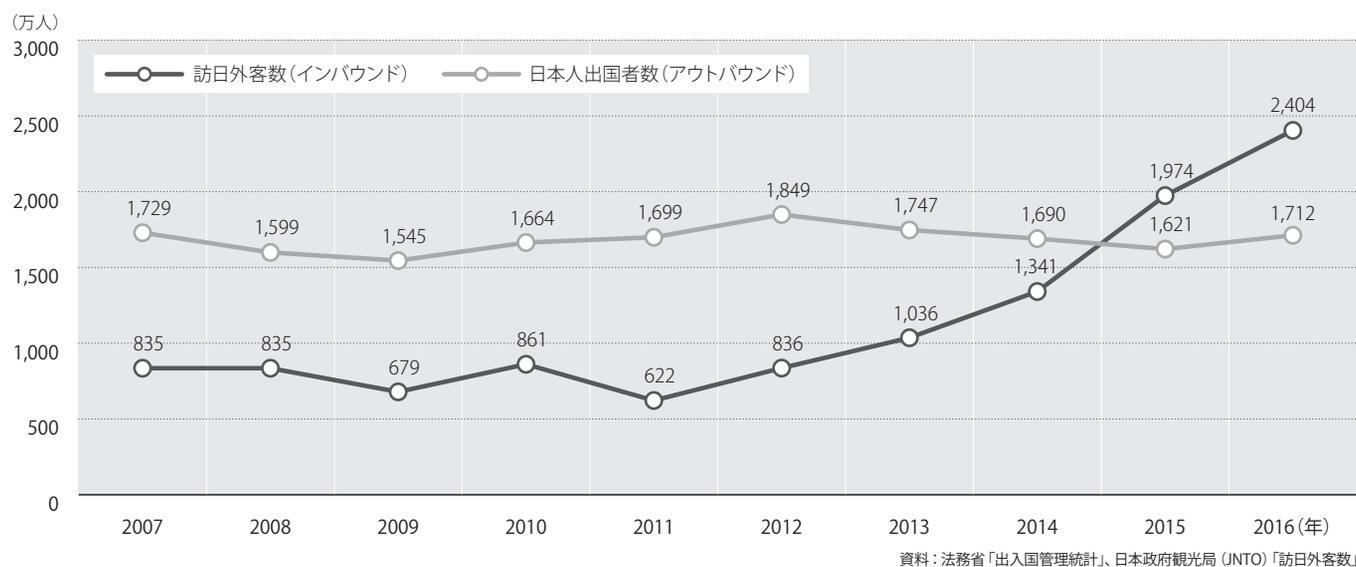
旅行者数に相当する「訪日外客数」(日本政府観光局)は11年を底に増加基調となり、15年に日本人の海外旅行者数を上回る結果となった。16年はさらに差を広げ、日本人出国者数より訪日外客数がおおよそ700万人多い状況となっている(図II-1-6)。

人の動きだけでなく、経済取引の面でも同様の動きが見られる。財務省・日本銀行「国際収支統計」によると、10年前の07年

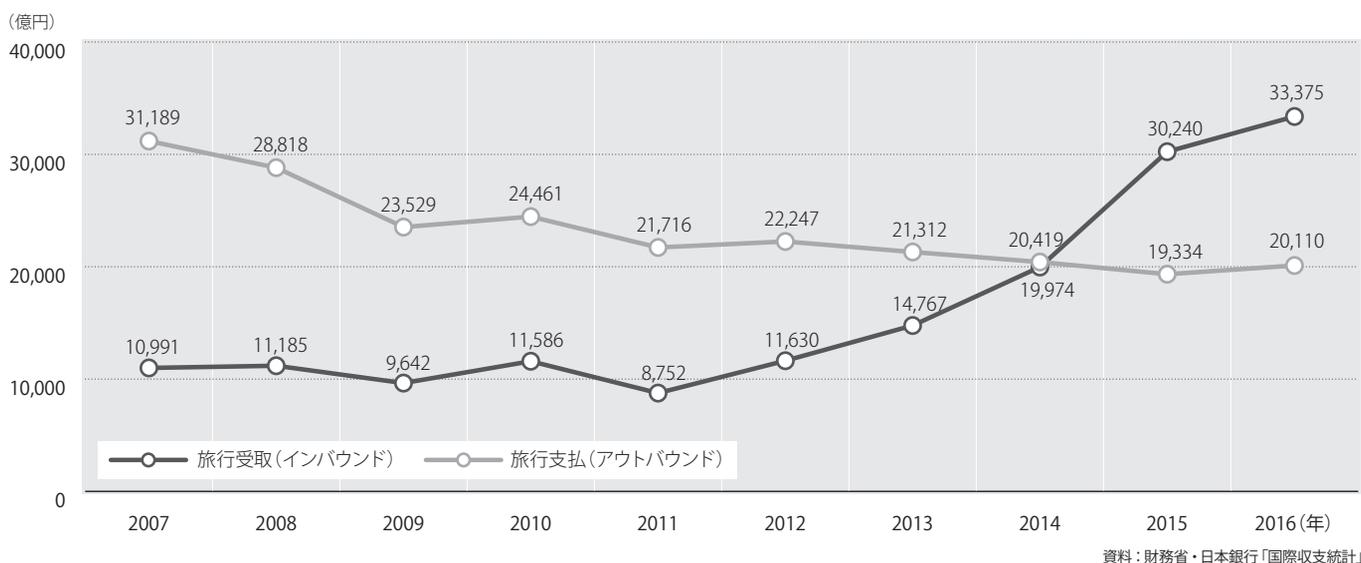
では旅行支払がおおよそ3兆円に対して旅行受取がおおよそ1兆円と3倍の開きがあったが、14年には両者ともおおよそ2兆円となり、15年には旅行受取が1.5倍に拡大して旅行支払を上回った。16年も引き続き、旅行受取が旅行支払を上回る状況が続いている(図II-1-7)。

(川村竜之介)

図II-1-6 訪日外客数および日本人出国者数の推移



図II-1-7 国際収支における旅行受取および支払の推移



2 市場別に見る訪日旅行動向
 16年の訪日外客数は中国の伸び率が鈍化
 中国人の爆買いは沈静化するも依然高水準

(1) 出発国・地域別に見る訪日旅行動向

訪日外客数を出発地の国籍・地域別に見ると、16年は全ての主要国・地域で前年を上回り、ロシア以外では過去最高を記録した。中でも韓国や香港、中国、マレーシア、フィリピン、インドネシア、ベトナム、アメリカの伸び率が高い。

17年上半期は韓国が著しい伸びを見せており、前年同期比42.5%増となった。一方、中国と台湾は前年同期比6%台の増加で伸びは鈍化傾向にある(表II-1-2)。

1人当たり旅行支出を国籍・地域別に見ると、オーストラリア(24.7万円)が最も高い。滞在期間が長く、また冬はスキーを楽しむ客層が多いことから、特に宿泊料金や娯楽サービス費(スキー用品レンタル代など)が高くなっている。次いで中国(23.2万円)が高く、そのうち買物代が12.3万円と特に高い。最も低いのは滞在期間の短い韓国(7.0万円)であり、費目別に見ても全体的に低い(表II-1-3)。

表II-1-2 訪日外客数の推移(国籍・地域別)

(単位:万人) (単位:%)

国籍・地域	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017 上期	2015/ 2014年比	2016/ 2015年比	17上期/ 16上期比	
訪日外客数全体	672.8	733.4	834.7	835.1	679.0	861.1	621.9	835.8	1036.4	1341.3	1973.7	2404.0	1375.7	47.1	21.8	17.4	
東アジア	韓国	① 174.7	① 211.7	① 260.1	① 238.2	① 158.7	① 244.0	① 165.8	① 204.3	① 245.6	② 275.5	② 400.2	② 509.0	339.6	45.3	27.2	42.5
	台湾	② 127.5	② 130.9	② 138.5	② 139.0	② 102.4	③ 126.8	③ 99.4	② 146.6	② 221.1	① 283.0	③ 367.7	③ 416.8	228.8	29.9	13.3	6.1
	香港	29.9	35.2	43.2	55.0	45.0	50.9	36.5	48.2	74.6	92.6	152.4	183.9	108.3	64.6	20.7	24.8
	中国	65.3	81.2	③ 94.2	③ 100.0	③ 100.6	② 141.3	② 104.3	③ 142.5	③ 131.4	③ 240.9	① 499.4	① 637.4	328.2	107.3	27.6	6.7
東南アジア	タイ	12.0	12.6	16.7	19.2	17.8	21.5	14.5	26.1	45.4	65.8	79.7	90.2	53.1	21.2	13.2	9.3
	マレーシア	7.8	8.6	10.1	10.6	9.0	11.5	8.2	13.0	17.7	25.0	30.5	39.4	21.4	22.4	29.1	16.7
	シンガポール	9.4	11.6	15.2	16.8	14.5	18.1	11.1	14.2	18.9	22.8	30.9	36.2	17.8	35.5	17.2	10.6
	フィリピン	14.0	9.6	9.0	8.2	7.1	7.7	6.3	8.5	10.8	18.4	26.8	34.8	22.5	45.7	29.6	23.8
	インドネシア	5.9	6.0	6.4	6.7	6.4	8.1	6.2	10.1	13.7	15.9	20.5	27.1	18.5	29.2	32.1	44.8
ベトナム	2.2	2.6	3.2	3.5	3.4	4.2	4.1	5.5	8.4	12.4	18.5	23.4	15.7	49.2	26.1	27.9	
欧米・その他	インド	5.9	6.3	6.8	6.7	5.9	6.7	5.9	6.9	7.5	8.8	10.3	12.3	7.0	17.2	19.3	9.1
	米国	③ 82.2	③ 81.7	81.6	76.8	70.0	72.7	56.6	71.7	79.9	89.2	103.3	124.3	69.6	15.9	20.3	13.9
	カナダ	15.0	15.7	16.6	16.8	15.3	15.3	10.1	13.5	15.3	18.3	23.1	27.3	15.3	26.5	18.1	19.5
	英国	22.2	21.6	22.2	20.7	18.1	18.4	14.0	17.4	19.2	22.0	25.8	29.2	15.4	17.5	13.1	5.9
	フランス	11.1	11.8	13.8	14.8	14.1	15.1	9.5	13.0	15.5	17.9	21.4	25.3	13.0	20.0	18.3	6.3
	ドイツ	11.8	11.5	12.5	12.6	11.1	12.4	8.1	10.9	12.2	14.0	16.3	18.3	9.8	15.9	12.7	10.5
	ロシア	6.4	6.1	6.4	6.6	4.7	5.1	3.4	5.0	6.1	6.4	5.4	5.5	3.6	△ 15.2	0.9	40.5
	オーストラリア	20.6	19.5	22.3	24.2	21.2	22.6	16.3	20.6	24.5	30.3	37.6	44.5	26.2	24.3	18.4	12.5
その他	49.0	49.3	56.0	58.6	53.8	58.7	41.5	57.7	68.7	82.3	103.7	119.1	61.9	26.0	14.8	12.6	

(注1) ①②③は05～16年の間で旅行者数が多い年の順位を示す。
 (注2) 訪日外客数は16年までは確定値、17年1～4月は暫定値、同年5～6月は推計値を使用している。

資料: 日本政府観光局(JNTO)「訪日外客数」

表II-1-3 費目別に見る訪日外国人1人当たり旅行支出と旅行消費額(国籍・地域別、2016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	155,896	42,182	31,508	17,838	4,725	59,323	320	37,476	
東アジア	韓国	70,281	22,090	17,847	7,505	3,042	19,562	234	3,577
	台湾	125,854	33,634	26,611	14,126	4,137	47,122	224	5,245
	香港	160,230	41,501	34,570	17,328	4,412	62,389	29	2,947
	中国	231,504	44,126	38,943	19,917	5,014	122,895	609	14,754
東南アジア	タイ	127,583	34,532	25,858	16,529	4,821	45,414	430	1,150
	シンガポール	163,210	58,462	34,903	24,891	3,242	40,428	1,285	591
	マレーシア	132,353	41,047	27,753	19,799	3,671	40,023	60	522
	インドネシア	136,619	47,117	22,586	27,171	5,051	34,665	28	370
	フィリピン	112,228	33,192	26,505	13,419	4,959	34,093	59	390
ベトナム	186,138	49,314	54,182	19,556	4,125	58,883	77	435	
欧米・その他	インド	144,275	61,354	27,379	19,713	2,784	32,971	74	177
	英国	181,795	80,131	41,220	30,011	6,408	24,000	24	532
	ドイツ	171,009	78,849	36,899	29,715	5,068	20,350	128	313
	フランス	189,006	75,462	40,799	34,590	7,830	30,299	26	479
	イタリア	198,000	78,597	45,299	38,900	9,315	25,596	293	236
	スペイン	224,072	92,211	49,103	44,168	6,482	32,052	57	206
	ロシア	190,874	61,845	31,004	21,812	7,258	64,889	4,067	105
	米国	171,418	70,707	41,137	27,856	5,427	26,111	180	2,130
カナダ	154,977	55,366	36,319	28,509	5,184	29,326	273	423	
オーストラリア	246,866	99,802	51,202	40,169	17,957	37,587	150	1,099	

資料: 観光庁「訪日外国人消費動向調査」

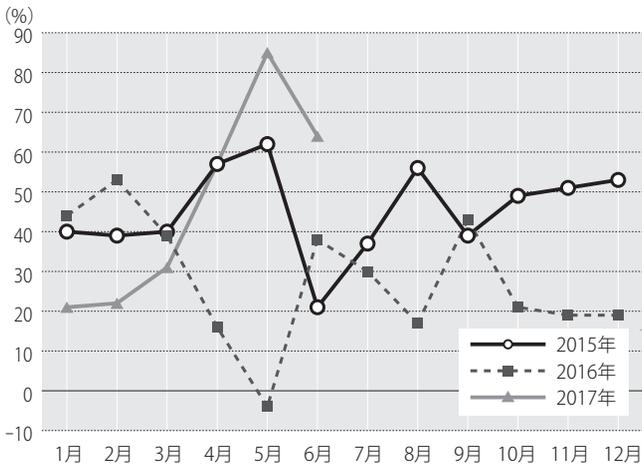
①韓国

16年の韓国人出国者数は2,238万人で、出国率は43.7%に上る(表II-1-7)。方面別で見ると、15年は日本は中国に次いで2番目に韓国人訪問者数が多く、16年の訪日韓国人旅行者数は509万人であった(表II-1-6)。

16年は同年4月に発生した熊本地震による影響が一時的に見られたが回復は早かった。訪日韓国人旅行者数の対前年伸び率を見ると、熊本地震の影響で4月は20%を下回り、5月にはマイナスとなったが、6月には約40%増に回復している(図II-1-8)。

訪日韓国人の平均泊数は4.5泊で、他の出発国・地域に比べ短い。平均泊数は近年減少傾向にあり、16年は15年より0.7泊短くなっている。訪日目的は観光レジャー比率が増加傾向にあり、16年は15年に比べ5.4%ポイント増加の78.1%であった。ツアー利用率は15年から大幅に減少し18.0%となっている(表II-1-4)。

図II-1-8 訪日韓国人旅行者数の対前年伸び率



資料：日本政府観光局(JNTO)「訪日外客数」
(注) 訪日外客数は16年までは確定値、17年1~4月は暫定値、同年5~6月は推計値を使用している。

表II-1-4 訪日韓国人の旅行動向

	2015	2016	前年との差
訪日韓国人旅行者数(万人)	400	509	109
平均泊数(泊)	5.2	4.5	△0.7
観光レジャー比率	72.7%	78.1%	5.4%
リピーター率	67.5%	67.0%	△0.5%
ツアー利用率	25.8%	18.0%	△7.8%

資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

表II-1-7 韓国基本情報

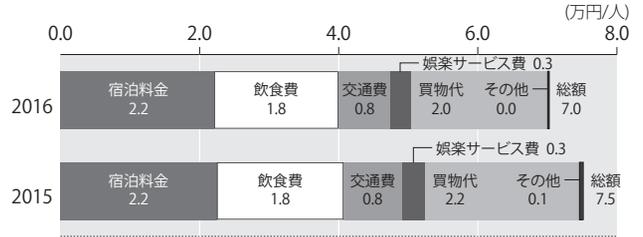
	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2020
①人口(万人) *1	4,819	4,955	4,994	5,020	5,043	5,075	5,102	5,125	5,145	5,209
②韓国人出国者数(万人) *2	1,008	1,249	1,269	1,374	1,485	1,608	1,931	2,238	—	—
③出国率(%) (②÷①)	20.9	25.2	25.4	27.4	29.4	31.7	37.9	43.7	—	—
④訪日韓国人旅行者数(万人) *3	174.7	244.0	165.8	204.3	245.6	275.5	400.2	509.0	—	—
⑤出国者に占める訪日旅行者比率(④÷②)	17.3	19.5	13.1	14.9	16.5	17.1	20.7	22.7	—	—
⑥為替レート(100円/韓国ウォン) *1	10.8	7.6	7.2	7.1	8.9	10.0	10.7	9.4	9.8	—
⑦GDP成長率(%) *1	3.9	6.5	3.7	2.3	2.9	3.3	2.8	2.8	2.7	3.0
⑧一人当たりGDP(米ドル) *1	18,640	22,087	24,080	24,359	25,890	27,811	27,105	27,539	29,115	32,348

(注1) 斜体は推計値、(注2) ⑥為替レートの2017年の数値は2017年1~6月の平均値

資料:IMF(*1)、KTO(*2)、JNTO(*3)

16年の訪日韓国人旅行者1人当たり旅行支出は他の出発国・地域の中で最も低い7.0万円である。短期滞在が多いことが主因だが、買物代も2.0万円と低い(図II-1-9)。購入率が高い商品は「菓子類」で8割以上が購入している(表II-1-5)。

図II-1-9 訪日韓国人の1人当たり旅行支出



資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

表II-1-5 費目別購入率および購入者単価(韓国、2016年)

購入率順位	費目	購入率(%)	購入者単価(円)
1位	菓子類	81.1	5,468
2位	その他食料品・飲料・酒・たばこ	60.0	5,657
3位	医薬品・健康グッズ・トイレットリー	44.8	7,315
4位	化粧品・香水	31.9	7,194
5位	服(和服以外)・かばん・靴	22.1	14,728
6位	マンガ・アニメ・キャラクター関連商品	15.2	7,425
7位	和服(着物)・民芸品	5.4	5,085
8位	書籍・絵巻書・CD・DVD	4.9	5,437
9位	電気製品	2.7	17,910
10位	カメラ・ビデオカメラ・時計	1.8	19,321

資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

表II-1-6 アジア各国・地域への韓国人訪問者数 (単位：万人)

訪問先	基準	2010	2011	2012	2013	2014	2015
中国	NFV	407.6	418.5	407.0	396.9	418.2	444.4
日本	NFV	244.0	165.8	204.3	245.6	275.5	440.2
タイ	NFT	80.5	100.6	116.4	129.5	111.7	137.3
香港	RFV	89.1	102.1	107.8	108.4	125.1	124.3
ベトナム	RFV	49.6	53.6	70.1	74.9	84.8	111.3
台湾	RFV	21.7	24.3	25.9	35.1	52.8	65.9
シンガポール	RFV	36.1	41.5	44.5	47.2	53.7	57.7
マレーシア	NFV	26.4	26.3	28.4	27.5	38.6	42.1
カンボジア	RFT	29.0	34.3	41.1	43.5	42.4	39.5
フィリピン	RFT	74.1	92.5	103.1	116.6	117.5	—
インドネシア	RFT	27.5	32.1	32.9	35.1	35.2	—

資料：日本政府観光局(JNTO)「日本の国際観光統計(2015)」

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

②台湾

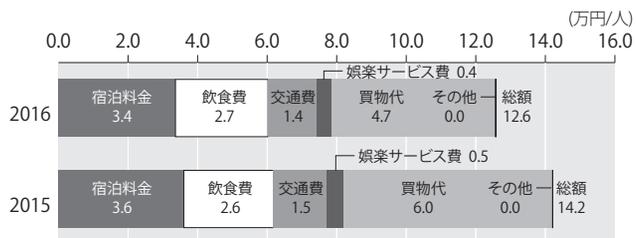
台湾人出国者数は増加傾向が続いており、16年は1,459万人となった。16年の出国率は6割を超えている。出国者に占める訪日旅行者比率も増加傾向にあり、16年は28.6%となった(表II-1-11)。14年までの方面別旅行先の第1位は中国が占めていたが、15年に日本が逆転した。16年も日本が第1位で、中国との差は開きつつある(表II-1-10)。

これまでツアー利用客が半数以上を占めていた台湾であったが、16年は個別手配化が大きく進行した。訪日台湾人の旅行形態を見ると、16年のツアー利用率は前年に比べ減少し、47.7%と半数を切った。観光レジャー比率は82.9%と前年から大きな変化はない。訪日2回目以上のリピーター率は主要国・地域の中で最も高く81.2%であり、前年よりわずかに増加した(表II-1-8)。

訪日台湾人旅行者の1人当たり旅行支出は12.6万円で、前年より1.6万円減少した。特に買物代の減少が大きく、前年より1.3万円減少している(図II-1-10)。

買物代のうち、購入率が最も高いのは「医薬品・健康グッズ・トイレットリー」で、訪日台湾人旅行者の7割以上が購入している(表II-1-9)。

図II-1-10 訪日台湾人の1人当たり旅行支出



資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

表II-1-9 費目別購入率および購入者単価(台湾、2016年)

購入率順位	費目	購入率 (%)	購入者単価 (円)
1位	医薬品・健康グッズ・トイレットリー	72.8	15,746
2位	菓子類	67.2	8,346
3位	その他食料品・飲料・酒・たばこ	64.4	8,900
4位	服(和服以外)・かばん・靴	45.8	20,966
5位	化粧品・香水	39.3	15,832
6位	電気製品	23.0	20,143
7位	書籍・絵葉書・CD・DVD	12.8	4,532
8位	マンガ・アニメ・キャラクター関連商品	10.5	7,492
9位	和服(着物)・民芸品	7.3	10,431
10位	カメラ・ビデオカメラ・時計	4.6	24,297

資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

表II-1-8 訪日台湾人の旅行動向

	2015	2016	前年との差
訪日台湾人旅行者数(万人)	368	417	49
平均泊数(泊)	6.4	7.4	1.0
観光レジャー比率	83.3%	82.9%	△0.4%
リピーター率	79.3%	81.2%	1.9%
ツアー利用率	56.5%	47.7%	△8.8%

資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

表II-1-10 方面別台湾人旅行者数

	2012			2013			2014			2015			2016		
	国・地域	人数(万人)	前年比(%)												
1位	中国	313.9	10.3	中国	307.2	△2.1	中国	326.7	6.3	日本	379.8	27.8	日本	429.5	13.1
2位	香港	202.1	△6.3	日本	234.6	50.4	日本	297.2	26.7	中国	340.4	4.2	中国	368.5	8.3
3位	日本	156.0	37.3	香港	203.9	0.9	香港	201.8	△1.0	香港	200.8	△0.5	香港	190.3	△5.3
4位	韓国	53.3	25.9	韓国	51.9	△2.7	韓国	62.7	20.9	タイ	60.0	43.0	韓国	80.8	61.7
5位	マカオ	52.7	△10.3	マカオ	51.5	△2.3	マカオ	49.3	△4.2	マカオ	52.7	6.9	マカオ	59.9	13.6

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

資料：台湾交通部観光局

表II-1-11 台湾基本情報

	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2020
①人口(万人) *1	2,277	2,316	2,323	2,332	2,337	2,343	2,349	2,354	2,359	2,373
②台湾人出国者数(万人) *2	821	942	958	1,024	1,105	1,184	1,318	1,459	—	—
③出国率(%) (②÷①)	36.0	40.6	41.3	43.9	47.3	50.5	56.1	62.0	—	—
④訪日台湾人旅行者数(万人) *3	127.5	126.8	99.4	146.6	221.1	283.0	367.7	416.8	—	—
⑤出国者に占める訪日旅行者比率(④÷②)	15.5	13.5	10.4	14.3	20.0	23.9	27.9	28.6	—	—
⑥為替レート(円/台湾ドル) *1, *4	3.4	2.8	2.7	2.7	3.3	3.5	3.8	3.4	3.7	—
⑦GDP成長率(%) *1	5.4	10.6	3.8	2.1	2.2	4.0	0.7	1.4	1.7	2.3
⑧一人当たりGDP(米ドル) *1	16,503	19,262	20,912	21,270	21,888	22,639	22,358	22,453	24,028	25,910

(注1) 斜体は推計値、(注2) ⑥為替レートの2017年の数値は2017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)

③香港

香港人出国者数は近年増加傾向にあり、15年は8,908万人(中国への訪問者数を含む)であった(表II-1-15)。中国以外の訪問地では日本と台湾が150万人程度(15年)と多く、次いでタイやシンガポール、韓国と続く。このうち日本や台湾、タイへの訪問者数は増加傾向にある(表II-1-14)。訪日香港人旅行者数は16年に過去最高の184万人に上った(表II-1-15)。

訪日香港人の特徴は、観光レジャー比率とリピーター率が高いことである。訪日2回目以上の割合が高く、16年は81.1%であった(表II-1-12)。

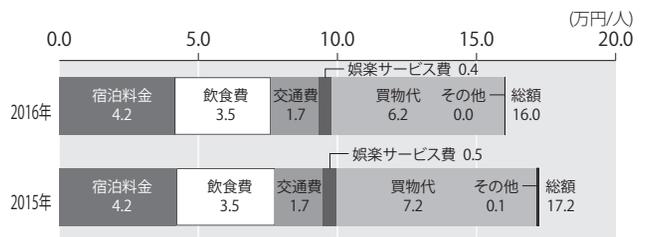
訪日香港人の1人当たり旅行支出は16.0万円の前年より1.2万円減少した。特に買物代の減少が大きく、前年より1.0万円減少している。他の国籍・地域に比べて1泊当たりの滞在費(宿泊費・飲食費)が高い点も香港の特徴である(図II-1-11)。

表II-1-12 訪日香港人の旅行動向

	2015	2016	前年との差
訪日香港人旅行者数(万人)	152	184	32
平均泊数(泊)	5.9	6.3	0.4
観光レジャー比率	87.9%	88.9%	1.0%
リピーター率	81.9%	81.1%	△0.8%
ツアー利用率	41.8%	32.9%	△8.9%

資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

図II-1-11 訪日香港人の1人当たり旅行支出



資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

買物代のうち、「服(和服以外)・かばん・靴」の購入率が他の国籍・地域に比べ高くなっており、購入者単価も3.5万円と高い(表II-1-13)。

表II-1-13 費目別購入率および購入者単価(香港、2016年)

購入率順位	費目	購入率(%)	購入者単価(円)
1位	医薬品・健康グッズ・トイレットリー	62.8	13,898
2位	その他食料品・飲料・酒・たばこ	60.0	11,702
3位	菓子類	57.9	8,504
4位	服(和服以外)・かばん・靴	57.9	34,773
5位	化粧品・香水	48.7	20,902
6位	和服(着物)・民芸品	13.1	10,974
7位	書籍・絵葉書・CD・DVD	12.9	6,289
8位	電気製品	12.3	18,390
9位	マンガ・アニメ・キャラクター関連商品	11.3	12,237
10位	カメラ・ビデオカメラ・時計	5.2	35,732

資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

表II-1-14 アジア各国・地域への香港人訪問者数 (単位：万人)

訪問先	基準	2010	2011	2012	2013	2014	2015
中国	NFV	7,932.2	7,935.8	7,871.3	7,688.5	7,613.2	7,944.8
日本	NFV	50.9	36.5	48.2	74.6	92.6	152.4
台湾	RFV	79.4	81.8	101.6	118.3	137.6	151.4
タイ	NFT	31.6	41.2	47.4	58.8	48.4	66.9
シンガポール	RFV	38.8	46.4	47.2	54.0	63.1	61.0
韓国	NFV	22.9	28.1	36.0	40.0	55.8	52.3
カンボジア	RFT	0.4	0.5	0.8	0.9	1.0	1.5
フィリピン	RFT	13.4	11.2	11.9	12.6	11.4	—
ベトナム	RFV	—	—	1.3	1.0	1.5	—
マレーシア	NFV	—	0.5	0.1	0.1	0.1	—
インドネシア	RFT	7.8	8.5	8.2	9.5	9.5	—

資料：日本政府観光局(JNTO)「日本の国際観光統計(2015)」

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

表II-1-15 香港基本情報

	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2020
①人口(万人) *1	684	705	711	717	721	725	731	737	743	760
②香港人出国者数(万人) *2	7,230	8,444	8,482	8,528	8,441	8,452	8,908	—	—	—
③出国率(%) (②÷①)	1,057.3	1,197.4	1,192.9	1,189.2	1,170.6	1,165.3	1,218.6	—	—	—
④訪日香港人旅行者数(万人) *2	29.9	50.9	36.5	48.2	74.6	92.6	152.4	183.9	—	—
⑤出国者に占める訪日旅行者比率(④÷②)	0.4	0.6	0.4	0.6	0.9	1.1	1.7	—	—	—
⑥為替レート(円/香港ドル) *1, *3	14.2	11.3	10.2	10.3	12.6	13.6	15.6	14.0	14.4	—
⑦GDP成長率(%) *1	7.4	6.8	4.8	1.7	3.1	2.8	2.4	1.9	2.4	2.9
⑧1人当たりGDP(米ドル) *1	26,554	32,421	34,955	36,624	38,233	40,186	42,328	43,528	44,752	48,549

(注1) 斜体は推計値、(注2) ⑥為替レートの2017年の数値は2017年1～6月の平均値

資料:IMF(*1)、JNTO(*2)、FRB(*3)

④中国

16年は中国人観光客による「爆買い」は落ち着きを見せたものの、訪日中国人旅行者数は前年に引き続き増加した。

中国人出国者数は増加傾向にあり、15年は1億1,700万人となった。出国率は8.5%と他の東アジア諸国に比べ低いが、年々上昇している(表II-1-19)。15年における中国人出国者の訪問先は、香港を除くとタイが最も多く、2位が韓国、3位が日本である。特に15年はタイと日本が急増している(表II-1-18)。

16年の訪日中国人旅行者数は637万人であり、旅行消費額のシェアは訪日外国人全体の約4割と最も大きい。16年は前年に比べてツアー利用率が減少し、リピーター率が増加した。前年の15年は初めて訪日するツアー利用客が訪日中国人旅行者数増の要因であったが、16年は個別手配客やリピーターが牽引した(表II-1-16)。

16年の訪日中国人旅行者の1人当たり旅行支出は23.2万円の前年より5.2万円の減少となった。費目別に見ると買物代の減少が大きく、前年から3.9万円減少しており、いわゆる「爆買い」は沈静化した(図II-1-12)。旅行支出の減少には、15年に比べると円高基調となっている為替に加えて、16年4月の関税引き上げ、それに伴う越境EC(電子商取引)の利用増が影響していると見られる。

しかしながら他の国籍・地域と比べると依然として中国人の買物代は高い。「化粧品・香水」や「医薬品・健康グッズ・トイレタリー」は7割以上が購入しており、購入者単価もそれぞれ4.5万円、3.2万円と高い(表II-1-17)。

表II-1-16 訪日中国人の旅行動向

	2015	2016	前年との差
訪日中国人旅行者数(万人)	499	637	138
平均泊数(泊)	12.7	11.8	△0.9
観光レジャー比率	72.3%	75.1%	2.8%
リピーター率	37.0%	41.0%	4.0%
ツアー利用率	57.4%	52.3%	△5.1%

資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

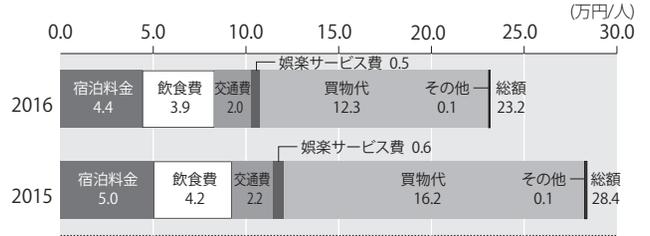
表II-1-19 中国基本情報

	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2020
①人口(万人) *1	130,756	134,091	134,735	135,404	136,072	136,782	137,462	138,271	139,085	141,555
②中国人出国者数(万人) *2	3,055	5,739	7,025	8,318	9,819	10,728	11,700	—	—	—
③出国率(%) (②÷①)	2.3	4.3	5.2	6.1	7.2	7.8	8.5	—	—	—
④訪日中国人旅行者数(万人) *2	65.3	141.3	104.3	142.5	131.4	240.9	499.4	637.4	—	—
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	2.2	4.3	—	—	—
⑥為替レート(円/中国元) *1	13.5	13.0	12.3	12.6	15.8	17.2	19.5	16.4	16.3	—
⑦GDP成長率(%) *1	11.3	10.6	9.5	7.9	7.8	7.3	6.9	6.7	6.6	5.9
⑧一人当たりGDP(米ドル) *1	1,766	4,524	5,583	6,329	7,081	7,702	8,167	8,113	8,481	10,644

(注1) 斜体は推計値、(注2) ⑥為替レートの2017年の数値は2017年1~6月の平均値

資料: IMF (*1)、JNTO (*2)

図II-1-12 訪日中国人の1人当たり旅行支出



資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

表II-1-17 費目別購入率および購入者単価(中国、2016年)

購入率順位	費目	購入率(%)	購入者単価(円)
1位	化粧品・香水	75.9	45,236
2位	医薬品・健康グッズ・トイレタリー	72.5	31,549
3位	菓子類	67.5	11,789
4位	その他食料品・飲料・酒・たばこ	56.9	14,781
5位	服(和服以外)・かばん・靴	45.3	47,691
6位	電気製品	30.5	41,318
7位	カメラ・ビデオカメラ・時計	16.0	68,390
8位	マンガ・アニメ・キャラクター関連商品	13.9	12,180
9位	書籍・絵葉書・CD・DVD	10.4	7,633
10位	和服(着物)・民芸品	7.3	18,392

資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

表II-1-18 アジア各国・地域への中国人訪問者数 (単位：万人)

訪問先	基準	2010	2011	2012	2013	2014	2015
香港	RFV	2,268.4	2,810.0	3,491.1	4,074.5	4,724.8	4,584.2
タイ	NFV	112.2	172.1	278.7	463.7	462.4	793.5
韓国	NFV	187.5	222.0	283.7	432.7	612.7	598.4
日本	NFV	141.3	104.3	142.5	131.4	240.9	499.4
台湾	RFV	163.1	178.4	258.6	287.5	398.7	418.4
シンガポール	RFV	117.1	157.8	203.4	227.0	172.2	210.6
ベトナム	RFV	90.5	141.7	142.9	190.8	194.7	178.1
マレーシア	NFV	113.0	125.1	158.3	179.1	161.3	167.7
カンボジア	RFV	17.8	24.7	33.4	46.3	56.0	69.5
フィリピン	RFV	18.7	24.3	25.1	42.6	39.5	—
インドネシア	RFV	46.9	59.5	72.6	85.8	105.3	—

資料：日本政府観光局(JNTO)「日本の国際観光統計(2015)」

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

⑤タイ

15年におけるタイ人出国者のうち最も訪問者数の多い国籍・地域はマレーシア、次いで2位が日本であった。近年は日本への出国者数増加率が高く、マレーシアとの差は徐々に縮まりつつある(表Ⅱ-1-22)。

16年の訪日タイ人旅行者数は90万人で前年比13.2%の増加となったが、増加率は鈍化傾向にある(表Ⅱ-1-23)。

旅行動向を見ると、16年は前年から観光レジャー比率が上昇し、平均泊数が減少している。ツアー利用率は前年から2.2%の減少となり、個人旅行化が進んでいる(表Ⅱ-1-20)。

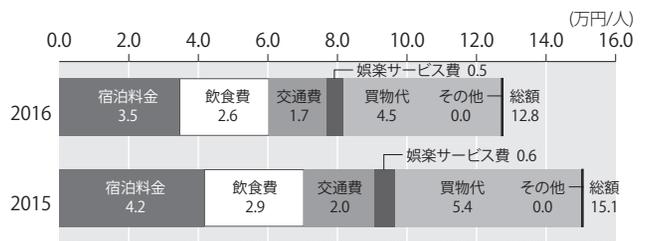
訪日タイ人旅行者の1人当たりの旅行支出は12.8万円で、15年に比べ15.3%の減少となった。費目別に見ると「その他」以外のすべての費目で減少している。16年の為替レートは前年に比べると若干の円高傾向ではあるが、外貨換算した旅行支出も前年から減少している(図Ⅱ-1-13)。

表Ⅱ-1-20 訪日タイ人の旅行動向

	2015	2016	前年との差
訪日タイ人旅行者数(万人)	80	90	10
平均泊数(泊)	11.1	9.9	△1.2
観光レジャー比率	68.0%	71.8%	3.8%
リピーター率	63.6%	64.9%	1.3%
ツアー利用率	31.5%	29.3%	△2.2%

資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

図Ⅱ-1-13 訪日タイ人の1人当たり旅行支出



資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

買物代のうち人気なのは「菓子類」で、約8割が購入している。「マンガ・アニメ・キャラクター関連商品」は他の国籍・地域に比べて購入者単価が高く、2.9万円となっている(表Ⅱ-1-21)。

表Ⅱ-1-21 費目別購入率および購入者単価(タイ、2016年)

順位	費目	購入率(%)	購入者単価(円)
1位	菓子類	79.2	10,532
2位	服(和服以外)・かばん・靴	56.6	20,398
3位	化粧品・香水	54.2	15,100
4位	その他食料品・飲料・酒・たばこ	50.5	10,539
5位	医薬品・健康グッズ・トイレタリー	24.3	11,055
6位	マンガ・アニメ・キャラクター関連商品	13.0	29,427
7位	和服(着物)・民芸品	12.6	17,026
8位	カメラ・ビデオカメラ・時計	9.2	22,683
9位	電気製品	7.2	13,679
10位	書籍・絵葉書・CD・DVD	5.8	8,716

資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

表Ⅱ-1-22 アジア各国・地域へのタイ人訪問者数 (単位：万人)

訪問先	基準	2010	2011	2012	2013	2014	2015
マレーシア	NFV	145.9	144.2	126.3	115.6	129.9	134.4
日本	NFV	21.5	14.5	26.1	45.4	65.8	79.7
中国	NFV	63.6	60.8	64.8	65.2	61.3	64.2
香港	RFV	45.0	48.0	50.2	53.5	48.5	52.9
シンガポール	RFV	43.0	47.3	47.8	49.7	50.7	51.6
韓国	NFV	26.1	30.9	38.7	37.3	46.7	37.2
カンボジア	RFT	9.6	11.7	20.1	22.1	27.9	35.0
ベトナム	RFV	22.3	18.2	22.6	26.9	24.7	21.5
台湾	RFV	9.3	10.3	9.8	10.4	10.5	12.4
フィリピン	RFT	3.7	3.8	4.1	4.8	4.6	—
インドネシア	RFT	12.4	11.5	11.5	12.5	11.4	—

資料：日本政府観光局(JNTO)「日本の国際観光統計(2015)」

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

表Ⅱ-1-23 タイ基本情報

	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2020
①人口(万人) *1	6,515	6,734	6,764	6,796	6,830	6,866	6,884	6,898	6,910	6,931
②タイ人出国者数(万人) *2	305	545	540	572	597	644	—	—	—	—
③出国率(%) (②÷①)	4.7	8.1	8.0	8.4	8.7	9.4	—	—	—	—
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	79.7	90.2	—	—
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	7.6	10.2	—	—	—	—
⑥為替レート(円/バーツ) *1	2.7	2.8	2.6	2.6	3.2	3.3	3.5	3.1	3.2	—
⑦GDP成長率(%) *1	4.2	7.5	0.8	7.2	2.7	0.9	2.9	3.2	3.0	3.1
⑧1人当たりGDP(米ドル) *1	2,906	5,065	5,482	5,850	6,157	5,921	5,799	5,899	6,265	7,401

(注1) 斜体は推計値、(注2) ②タイ人出国者数は日帰りを含んでいない、(注3) ⑥為替レートの2017年の数値は2017年1~6月の平均値

資料:JMF(*1)、JNTO(*2)

⑥米国

米国人出国者数は増加傾向にあり、方面別旅行先ではメキシコとカナダが11年以降トップの座を占めている。アジアでは12年以降上位3位までの順位に変動はなく、1位が中国、2位がインド、3位が日本である。しかしながら近年は4位のフィリピン人気も高まっており、日本との差を縮めつつある(表II-1-25)。訪日米国人旅行者数は増加傾向にあり、16年は124万人と過去最高を記録した(表II-1-26)。

訪日米国人旅行者は従来業務目的客が多かったが、近年は観光レジャー比率が高まっており、16年は前年比7.6ポイント増の42.7%となった。リピーター率は前年から6.1ポイント減少しており、16年は観光目的の初来訪者が増加したものと見られる(表II-1-24)。

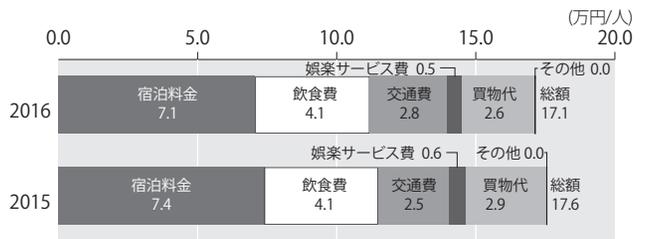
16年の訪日米国人旅行者1人当たり旅行支出は17.1万円で、15年よりやや減少した。宿泊料金の占める比率が高く、買物代が低い傾向にある。費目の構成比に大きな変化はない(図II-1-14)。

表II-1-24 訪日米国人の旅行動向

	2015	2016	前年との差
訪日米国人旅行者数(万人)	103	124	21
平均泊数(泊)	14.7	14.1	△0.6
観光レジャー比率	35.1%	42.7%	7.6%
リピーター率	56.6%	50.5%	△6.1%
ツアー利用率	7.7%	9.6%	1.9%

資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

図II-1-14 訪日米国人の1人当たり旅行支出



資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

表II-1-25 方面別米国人旅行者数

全体

順位	2011			2012			2013			2014			2015		
	国・地域	人数(万人)	前年比(%)	国・地域	人数(万人)	前年比(%)	国・地域	人数(万人)	前年比(%)	国・地域	人数(万人)	前年比(%)	国・地域	人数(万人)	前年比(%)
1位	メキシコ(空路のみ)	553.7	3.0	メキシコ(空路のみ)	577.2	4.0	メキシコ(空路のみ)	621.9	8.0	メキシコ(空路のみ)	693.1	11.4	メキシコ(空路のみ)	799.4	15.0
2位	カナダ(空路のみ)	345.1	0.0	カナダ(空路のみ)	359.6	4.0	カナダ(空路のみ)	322.1	5.0	カナダ(空路のみ)	341.0	5.9	カナダ(空路のみ)	363.4	6.0
3位	英国	240.5	2.0	英国	253.7	5.0	英国	264.0	4.0	英国	283.2	7.3	英国	288.5	2.0
4位	フランス	175.6	1.0	ドミニカ共和国	225.2	34.0	フランス	200.2	△1.0	ドミニカ共和国	270.9	-	ドミニカ共和国	278.7	3.0
5位	イタリア	170.2	△2.0	フランス	202.4	15.0	イタリア ジャマイカ	179.9	△7.0 19.0	フランス	212.4	6.1	フランス	236.1	11.0
17位	日本	59.5	△50.0	日本	85.5	44.0	日本	81.2	△5.0	日本	80.0	△1.5	日本	88.5	11.0

アジア

順位	2011			2012			2013			2014			2015		
	国・地域	人数(万人)	前年比(%)	国・地域	人数(万人)	前年比(%)	国・地域	人数(万人)	前年比(%)	国・地域	人数(万人)	前年比(%)	国・地域	人数(万人)	前年比(%)
1位	中国	110.8	△12.0	中国	114.0	3.0	中国	113.2	△1.0	中国	113.9	0.6	中国	121.3	7.0
2位	インド	94.6	23.0	インド	94.1	△1.0	インド	104.5	11.0	インド	107.7	3.1	インド	108.2	0.0
3位	香港	67.6	△5.0	日本	85.5	44.0	日本	81.2	△5.0	日本	80.0	△1.5	日本	88.5	11.0
4位	日本	59.5	△50.0	香港	62.7	△7.0	韓国	58.0	7.0	フィリピン	70.8	22.1	フィリピン	82.0	16.0
5位	台湾 フィリピン	51.3	0.0 39.0	フィリピン	59.9	17.0	フィリピン	58.0	△3.0	韓国	52.3	△9.8	香港	55.7	7.0

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

表II-1-26 米国基本情報

	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2020
①人口(万人) *1	29,612	30,976	31,202	31,428	31,648	31,879	32,108	32,330	32,574	33,331
②米国人出国者数(万人) *2	3,837	3,736	3,601	3,787	3,846	4,113	4,442	-	-	-
③出国率(%) (②÷①)	13.0	12.1	11.5	12.0	12.2	12.9	13.8	-	-	-
④訪日米国人旅行者数(万人) *3	82.2	72.7	56.6	71.7	79.9	89.2	103.3	124.3	-	-
⑤出国者に占める訪日旅行者比率(④÷②)	2.1	1.9	1.6	1.9	2.1	2.2	2.3	-	-	-
⑥為替レート(円/米ドル) *1	110.2	87.8	79.8	79.8	97.7	105.6	121.1	108.7	112.3	-
⑦GDP成長率(%) *1	3.3	2.5	1.6	2.2	1.7	2.4	2.6	1.6	2.3	1.8
⑧1人当たりGDP(米ドル) *1	44,218	48,310	49,734	51,403	52,742	54,560	56,175	57,436	59,609	66,194

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

(注1)斜体は推計値、(注2)②米国人出国者数はメキシコやカナダへの陸路による出国者数を除いた数値、(注3)④為替レートの2017年の数値は2017年1～6月の平均値、(注4)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。

⑦注目市場の動向～東南アジア

今回は注目市場として東南アジアの主要6か国(タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナム)に着目する。東南アジア主要6か国の訪日外客数は、東日本大震災後の12年以降増加し続け、16年には251万人となった。東南アジア6か国全体の対前年比は、震災後の12年に53.7%と急回復した後も年々増加が続いており、16年は前年比21.3%増となった。国籍別にみると特にタイのシェアが大きい(図II-1-15)。

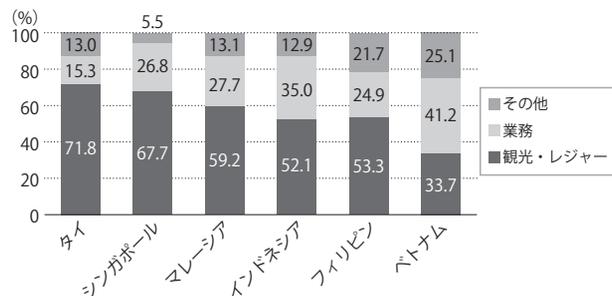
16年の訪日外国人旅行消費額3兆7,476億円のうち、東南アジア主要6か国は9%(3,458億円)を占める。このうち、タイが1,150億円と最も多く、次いでシンガポール、マレーシアと続く(図II-1-16)。

国籍別に旅行目的の構成比を見ると、観光・レジャー目的客の比率はタイやシンガポールで高く7割前後を占める。フィリピンやベトナムは、留学や親族・知人訪問を含む「その他」が多い。また、ベトナムは業務比率が最も高く約4割を占める(図II-1-17)。

このうち、観光・レジャー目的客に絞って旅行動向を見ると、16年の1人当たり旅行支出はベトナム以外で減少している。ベトナムの1人当たり旅行支出は23.0万円と最も高い。リピーター率はイ

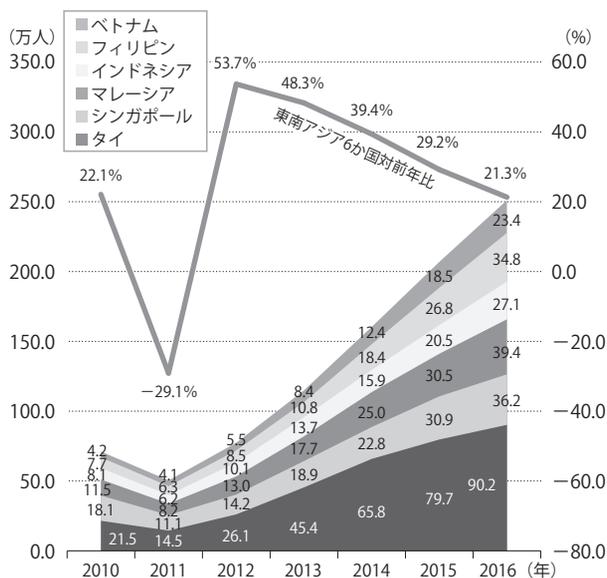
ンドネシア以外の全ての国籍で増加しており、16年は前年に比べリピーターが増加した。団体ツアー利用率はインドネシアやベトナムで大きく減少しており、急速に個人旅行化が進行している(表II-1-27)。

図II-1-17 東南アジア主要6か国の旅行目的別構成比(2016年)



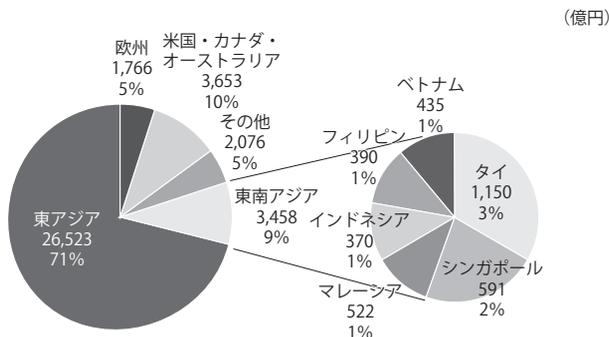
資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

図II-1-15 東南アジア主要6か国の訪日外客数推移



資料：日本政府観光局 (JNTO)「訪日外客数」

図II-1-16 旅行消費額の構成比(2016年)



資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

表II-1-27 観光・レジャー目的客の旅行動向

タイ	2015	2016	前年との差
平均泊数(泊)	6.1	6.0	△0.1
1人当たり旅行支出(万円)	15.2	13.2	△2.0
リピーター率	61.4%	63.6%	2.2%
団体ツアー利用率	26.9%	24.8%	△2.0%
シンガポール	2015	2016	前年との差
平均泊数(泊)	7.9	8.0	0.0
1人当たり旅行支出(万円)	21.4	16.9	△4.4
リピーター率	65.3%	66.6%	1.3%
団体ツアー利用率	11.0%	10.8%	△0.2%
マレーシア	2015	2016	前年との差
平均泊数(泊)	6.6	6.9	0.3
1人当たり旅行支出(万円)	16.6	14.1	△2.5
リピーター率	42.0%	43.7%	1.7%
団体ツアー利用率	24.2%	21.8%	△2.3%
インドネシア	2015	2016	前年との差
平均泊数(泊)	7.1	7.0	△0.0
1人当たり旅行支出(万円)	17.9	14.1	△3.8
リピーター率	43.1%	41.9%	△1.2%
団体ツアー利用率	31.2%	18.8%	△12.4%
フィリピン	2015	2016	前年との差
平均泊数(泊)	9.6	9.0	△0.6
1人当たり旅行支出(万円)	14.5	11.9	△2.6
リピーター率	42.0%	47.2%	5.2%
団体ツアー利用率	12.0%	7.2%	△4.9%
ベトナム	2015	2016	前年との差
平均泊数(泊)	6.7	9.3	2.6
1人当たり旅行支出(万円)	21.8	23.0	1.2
リピーター率	23.4%	33.5%	10.1%
団体ツアー利用率	68.1%	27.1%	△41.0%

資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

(2) 目的地別に見る訪日旅行動向

法務省「出入国管理統計」によると、16年に入国した外国人数は2,322万人(前年比17.9%増)であった。入国港の所在地別に見ると北陸信越以外の全ての地域で増加しているが、伸び率は前年より鈍化している(表II-1-28)。九州・沖縄地方ではクルーズ客も増加しており、16年の船舶観光上陸許可を受けた外国人数は194万人であった。そのほとんどを161万人の中国が占めており、上陸港は博多港や長崎港が多い(表II-1-29)。

観光庁「宿泊旅行統計調査」によると、16年における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)は前年比5.9%増の6,407万人泊で、15年に比べ伸び率は鈍化した(表II-1-30)。近年の訪日外国人の宿泊施設利用率推移を見ると、「ユースホステル・ゲストハウス」や有償での住宅宿泊(民泊)を含む「その他」の利用率が増加傾向にある(図II-1-18)。

観光庁「訪日外国人消費動向調査」によると、訪問地における地方ブロック別の1人当たり旅行中支出は、関東が7.1万円と最も高く、次いで北海道(6.6万円)、九州(5.0万円)の順番となっている。また、東京都や大阪府と比べると、京都府の旅行中支出は1.6万円と低い(表II-1-31)。(川村竜之介)

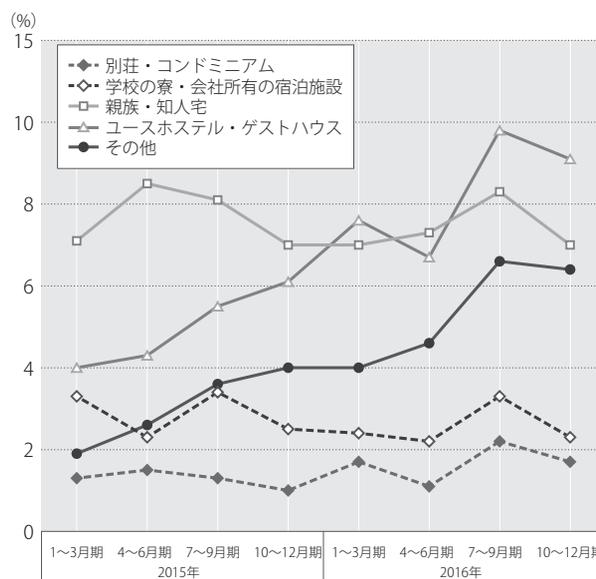
表II-1-30 着地別外国人延べ宿泊者数(暦年)(単位:万人泊)

	2015			2016		
	実数	構成比	前年比	実数	構成比	前年比
日本全国	6,051	100.0%	43.8%	6,407	100.0%	5.9%
北海道	541	8.9%	46.1%	617	9.6%	13.9%
東北	53	0.9%	48.4%	65	1.0%	23.4%
関東	2,341	38.7%	31.4%	2,386	37.2%	1.9%
北陸信越	155	2.6%	43.5%	187	2.9%	20.4%
中部	491	8.1%	72.4%	491	7.7%	0.0%
近畿	1,487	24.6%	46.5%	1,620	25.3%	9.0%
中国	100	1.6%	67.7%	120	1.9%	20.6%
四国	36	0.6%	50.5%	51	0.8%	41.8%
九州	504	8.3%	64.4%	518	8.1%	2.9%
沖縄	344	5.7%	54.6%	352	5.5%	2.4%
(以下再掲)						
東京都	1,608	26.6%	28.4%	1,646	25.7%	2.4%
大阪府	865	14.3%	45.3%	980	15.3%	13.2%
京都府	409	6.8%	38.8%	415	6.5%	1.4%

資料:観光庁「宿泊旅行統計調査」

(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。

図II-1-18 宿泊施設利用率の推移(ホテル・旅館以外)



資料:観光庁「訪日外国人消費動向調査」

表II-1-28 入国港の所在地別に見る外国人入国者数

(単位:人)

	2015			2016		
	実数	構成比	前年比	実数	構成比	前年比
日本全国	19,688	100.0%	39.1%	23,219	100.0%	17.9%
北海道	1,155	5.9%	37.7%	1,351	5.8%	17.0%
東北	72	0.4%	32.1%	75	0.3%	4.8%
関東	8,666	44.0%	28.8%	10,158	43.7%	17.2%
北陸信越	142	0.7%	21.7%	138	0.6%	△3.0%
中部	1,180	6.0%	52.7%	1,332	5.7%	12.9%
近畿	5,053	25.7%	57.8%	6,125	26.4%	21.2%
中国	217	1.1%	41.1%	264	1.1%	21.9%
四国	68	0.3%	52.6%	88	0.4%	29.2%
九州	2,045	10.4%	38.4%	2,310	9.9%	12.9%
沖縄	1,092	5.5%	43.7%	1,378	5.9%	26.3%

資料:法務省「出入国管理統計」

(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-1-29 船舶観光上陸許可を受けた外国人数(2016年)

(単位:人)

国籍・地域	全国籍・地域				
	韓国	台湾	香港	中国	
日本全国	1,936,469	12,167	200,515	42,499	1,605,707
博多港	781,274	313	4,450	2,990	763,768
長崎港	435,378	2,011	2,166	3,643	405,598
鹿児島港	98,326	1,426	300	424	94,684
那覇港	258,735	1,911	65,601	21,607	144,951
石垣港	107,301	21	80,410	6,864	15,885

資料:法務省「出入国管理統計」

表II-1-31 訪問地別に見る訪日外国人1人当たり旅行中支出(2016年)

(単位:万円/人)

国籍・地域	全国籍・地域				
	韓国	台湾	香港	中国	
北海道	6.6	4.5	6.8	9.7	8.4
東北	3.5	3.4	3.3	-	-
関東	7.1	6.1	6.6	10.6	8.5
北陸信越	2.9	3.1	1.8	-	2.9
中部	2.9	3.2	3.2	6.3	2.6
近畿	4.5	4.1	4.7	4.4	6.0
中国	2.1	2.3	2.6	-	2.1
四国	2.7	2.4	-	-	-
九州	5.0	4.6	7.4	9.9	8.7
沖縄	4.7	3.6	4.7	7.7	7.8
(以下再掲)					
東京都	6.5	5.5	5.6	9.7	7.2
大阪府	3.7	3.5	3.7	3.6	4.9
京都府	1.6	0.8	1.3	1.1	1.6

資料:観光庁「訪日外国人消費動向調査」

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

3 世界の国際観光動向

世界の国際観光客到着数は前年比3.9%増
引き続き中国マネーが世界の観光収入に貢献

(1) インバウンド(到着地側)の動向

世界観光機関(UNWTO)「Tourism Highlights」によると、16年における世界の国際観光客到着数(International Tourism Arrivals)は12億3,500万人回(前年比3.9%増)となり、過去最高を記録した(表II-1-32)。リーマン・ショック(08年)の影響による一時的な減少を除けば、2000年以降は増加基調を維持している。10年前と比較すると16年の同値はおよそ1.5倍に拡大した。

アジア太平洋地域への国際観光客到着数は3億840万人回(前年比8.6%増)となり、世界全体の25.0%を占めた。アジア太平

洋地域の中で最も国際観光客到着数の大きいエリアは北東アジアであり、世界全体の12.5%を占める。16年の対前年伸び率が最も高い到着地域はオセアニア(前年比9.4%増)であった。

国際観光客到着数を到着国・地域別に見ると、フランス、米国、スペイン、中国、イタリアの順で大きい(表II-1-34)。16年はタイが9位に浮上した。

16年の国際観光収入(International Tourism Receipts)は世界全体で1兆2,200億USDドル(前年比2.6%増)と推計される(表II-1-33)。東南アジアやオセアニアで前年比およそ10%程度増加した一方、北東アジアは微減となった。

国際観光収入を到着国・地域別に見ると、米国、スペイン、タイ、中国、フランスの順で高い(表II-1-35)。タイやオーストラリア、日本、韓国等で対前年伸び率(現地通貨基準)が10%を超えている。日本のランキングは前年の13位から11位へ上昇した。

表II-1-32 世界の国際観光客到着数(到着地域別)

	国際観光客到着数(百万人回)					シェア(%)	前年比(%)			
	2000	2005	2010	2015	2016		14/13	15/14	16/15	
世界全体	674	809	953	1,189	1,235	100.0	4.0	4.5	3.9	
到着地域	ヨーロッパ	386.6	453.2	489.0	603.7	616.2	49.9	1.7	4.8	2.1
	アジア太平洋	110.4	154.1	208.1	284.0	308.4	25.0	6.1	5.4	8.6
	北東アジア	58.3	85.9	111.5	142.1	154.3	12.5	7.3	4.3	8.6
	東南アジア	36.3	49.0	70.5	104.2	113.2	9.2	2.9	7.4	8.6
	オセアニア	9.6	10.9	11.4	14.3	15.6	1.3	6.1	7.6	9.4
	南アジア	6.1	8.3	14.7	23.4	25.3	2.0	12.9	2.3	7.8
	アメリカ	128.2	133.3	150.1	192.7	199.3	16.1	8.5	5.9	3.5
	アフリカ	26.2	34.8	50.4	53.4	57.8	4.7	0.6	△ 2.9	8.1
中東	22.4	33.7	55.4	55.6	53.6	4.3	8.7	0.6	△ 3.7	

(注) 2016年は暫定値

資料: UNWTO「Tourism Highlights」

表II-1-33 世界の国際観光収入(到着地域別)

	国際観光収入(10億USDドル)			シェア(%)	前年比(現地通貨基準)(%)			国際観光客到着数(百万人回)	1人当たり国際観光収入(USDドル/人回)
	2015	2016	2016		14/13	15/14	16/15		
世界全体	1,196	1,220	100.0	4.3	4.1	2.6	1,235	990	
到着地域	ヨーロッパ	449.6	447.3	36.7	4.4	2.7	0.9	616.2	730
	アジア太平洋	349.4	366.7	30.1	1.5	2.5	4.8	308.4	1,190
	北東アジア	167.1	168.9	13.9	△ 1.6	△ 3.7	△ 0.2	154.3	1,090
	東南アジア	108.5	117.2	9.6	2.1	8.0	9.8	113.2	1,030
	オセアニア	42.3	46.7	3.8	7.6	11.6	10.0	15.6	2,990
	南アジア	31.6	33.8	2.8	9.9	6.3	7.1	25.3	1,340
	アメリカ	305.6	313.2	25.7	6.7	8.2	2.7	199.3	1,570
	アフリカ	32.8	34.8	2.9	3.7	0.5	8.3	57.8	600
中東	58.2	57.6	4.7	10.2	7.4	△ 1.6	53.6	1,080	

(注) 2016年は暫定値

資料: UNWTO「Tourism Highlights」

(2) アウトバウンド(出発地側)の動向

次に、世界の国際観光支出(International Tourism Expenditure)の動向について、出発地の国・地域別に概観する。

国際観光支出の出発国・地域別ランキングを見ると、16年は前年に引き続き中国が2,611億USドルと最も高く、世界全体のおよそ2割を占めた。2位の米国とは2倍以上の開きがあり、世界の

国際観光収入への中国の貢献度は極めて高い。対前年伸び率(現地通貨基準)も11.7%増となっており、拡大基調を維持している(表II-1-36)。

一方、人口1人当たりの国際観光支出が高い国・地域は香港やオーストラリアであり、1,000USドル/人を超えている。中国の同値は189 USドル/人と低い。

(川口明子)

表II-1-34 国際観光客到着数ランキング(到着国・地域別)

順位	到着国・地域	国際観光客到着数(百万人回)				到着数調査方法
		前年比(%)				
		2015	2016	15/14	16/15	
1位	フランス	84.5	82.6	0.9	△2.2	TF
2位	米国	77.5	75.6	3.3	△2.4	TF
3位	スペイン	68.5	75.6	5.5	10.3	TF
4位	中国	56.9	59.3	2.3	4.2	TF
5位	イタリア	50.7	52.4	4.4	3.2	TF
6位	英国	34.4	35.8	5.6	4.0	TF
7位	ドイツ	35.0	35.6	6.0	1.7	TCE
8位	メキシコ	32.1	35.0	9.4	8.9	TF
9位	タイ	29.9	32.6	20.6	8.9	TF
10位	トルコ	39.5	—	△0.8	—	TF
(11位以下の主な北東アジアの国・地域)						
13位	香港	26.7	26.6	△3.9	△0.5	TF
16位	日本	19.7	24.0	47.1	21.8	VF
20位	韓国	13.2	17.2	△6.8	30.3	VF
31位	台湾	10.4	10.7	5.3	2.4	VF

(注) 2016年は暫定値 資料: UNWTO「Tourism Highlights」
 TF: 国境での調査(日帰りを除く)
 VF: 国境での調査(日帰りを含む)
 TCE: 公共的観光施設での調査

表II-1-35 国際観光収入ランキング(到着国・地域別)

順位	到着国・地域	国際観光収入(10億USドル)		シェア(%)	現地通貨基準前年比(%)		国際観光客到着数(百万人回)	1人当たり国際観光収入(USドル/人回)
		2015	2016		15/14	16/15		
		2016	2016		2016	2016		
1位	米国	205.4	205.9	16.9	7.0	0.3	75.6	—
2位	スペイン	56.5	60.3	4.9	3.8	7.1	75.6	800
3位	タイ	44.9	49.9	4.1	23.0	14.7	32.6	1,530
4位	中国	45.0	44.4	3.6	3.6	5.3	59.3	750
5位	フランス	44.9	42.5	3.5	△7.6	△5.1	82.6	510
6位	イタリア	39.4	40.2	3.3	3.8	2.3	52.4	770
7位	英国	45.5	39.6	3.2	5.2	△1.4	35.8	1,110
8位	ドイツ	36.9	37.4	3.1	2.0	1.7	35.6	1,050
9位	香港	36.2	32.9	2.7	△5.8	△9.0	26.6	1,240
10位	オーストラリア	28.9	32.4	2.7	10.2	13.5	8.3	3,900
(11位以下の主な北東アジアの国・地域)								
11位	日本	25.0	30.7	2.5	51.4	10.4	24.0	1,280
21位	韓国	15.2	17.2	1.4	△14.7	13.1	17.2	1,000
26位	台湾	14.4	13.4	1.1	△1.6	△7.0	10.7	1,250

(注) 2016年は暫定値 資料: UNWTO「Tourism Highlights」「World Tourism Barometer」
 シェアおよび観光客到着数1人当たり国際観光収入は(公財)日本交通公社算出

表II-1-36 国際観光支出ランキング(出発国・地域別)

順位	出発国・地域	国際観光支出(10億USドル)		シェア(%)	現地通貨基準前年比(%)		人口(百万人)	1人当たり国際観光支出(USドル/人)
		2015	2016		15/14	16/15		
		2016	2016		2016	2016		
1位	中国	249.8	261.1	21.4	11.4	11.7	1,383	189
2位	米国	114.7	123.6	10.1	8.6	7.8	323	382
3位	ドイツ	77.5	79.8	6.5	△0.6	3.2	83	964
4位	英国	63.3	63.6	5.2	8.8	13.8	66	970
5位	フランス	39.3	40.5	3.3	△3.5	3.3	65	627
6位	カナダ	30.1	29.1	2.4	1.3	0.0	36	802
7位	韓国	25.3	26.6	2.2	9.0	5.4	51	520
8位	イタリア	24.4	25.0	2.0	1.4	2.4	61	411
9位	オーストラリア	23.8	24.9	2.0	6.1	6.0	24	1,026
10位	香港	23.1	24.2	2.0	4.7	5.1	7	3,284
(11位以下の主な北東アジアの国・地域)								
—	日本	16.0	18.5	1.5	△5.3	4.0	127	146
—	台湾	15.5	16.6	1.4	10.8	6.9	24	692

(注) 2016年は暫定値 資料: UNWTO「Tourism Highlights」「World Tourism Barometer」

II-2 訪日旅行に対する意識

1 訪日旅行経験と今後の希望

アジアでは日本への訪問意向が引き続き高い
台湾・香港のリピーターによる地方訪問意向が上昇

当財団(JTBF)と日本政策投資銀行(DBJ)は共同で、アジアおよび欧米豪の12地域を対象に調査(「DBJ・JTBFアジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査(平成29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-2-1のとおり。

表II-2-1 「DBJ・JTBFアジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査(平成29年版)」の概要・回答者属性

調査方法	インターネットによる調査
実施時期	2017年6～7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、イギリス、アメリカ、フランス、オーストラリアの12地域 ※中国は北京及び上海在住者のみ
調査対象者	20歳～59歳の男女、かつ、海外旅行経験者 ※中国－香港－マカオ間、マレーシア－シンガポール間、タイ－マレーシア間、アメリカ－カナダ・メキシコ・ハワイ・グアム間、オーストラリア－ニュージーランド間、イギリス－フランス－欧州諸国間の旅行については、海外旅行経験から除く
有効回答数	・全体：6,274人(韓国521、中国533、台湾504、香港519、タイ515、シンガポール514、マレーシア519、インドネシア524、イギリス539、アメリカ526、フランス534、オーストラリア526) ・訪日経験者：2,792人(韓国330、中国370、台湾418、香港430、タイ298、シンガポール223、マレーシア133、インドネシア156、イギリス79、アメリカ136、フランス89、オーストラリア130)

アジア8地域の訪日経験率については、全体的な傾向としては前年に比べやや増加傾向にある。最も訪日経験率が高いのは香港と台湾で、いずれも82.9%に上る(表II-2-2)。次いで中国、韓国と続いている。東南アジアでは、タイが57.9%と最も高い。欧米豪4地域の中では、オーストラリアが24.7%と最も高くなっている(表II-2-2)。訪日回数別に見ると、香港、台湾、韓国、タイ、シンガポールは、訪日経験者のうち訪日回数2回以上のリピーターが半数超を占めている。このうち、タイはリピーターの割合が今年(平成29年)初めて過半数を超えた。

今後旅行したい国・地域について31の国・地域の中から複数回答式で尋ねたところ、日本が全体で1位となった(表II-2-3)。前年と同様に、アジアの7地域において日本は1位となっており、訪日意向の高さがうかがえる。他方、欧米豪4地域においては、日本は5位以下に留まっている。

表II-2-2 海外旅行経験者の訪日経験率と訪日経験回数(単位：%)

調査地域↓	訪日経験率		訪日経験回数	
	2016年	2017年	2017年	
全体	41.1	44.5	18.4	26.1
韓国	60.7	63.3	23.2	40.1
中国	70.6	69.4	38.8	30.6
台湾	75.8	82.9	22.0	60.9
香港	78.1	82.9	15.8	67.1
タイ	60.1	57.9	24.1	33.8
シンガポール	43.4	43.4	18.3	25.1
マレーシア	25.2	25.6	16.2	9.4
インドネシア	27.5	29.8	20.2	9.5
イギリス	10.6	14.7	8.3	6.3
アメリカ	14.4	25.9	9.5	16.3
フランス	11.3	16.7	10.7	6.0
オーストラリア	21.0	24.7	13.7	11.0

資料：「DBJ・JTBFアジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査(平成29年版)」

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

(単位：%)

順位	今後旅行したい国・地域	全体	韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア	イギリス	アメリカ	フランス	オーストラリア
1	日本	51.2	32.2	①53.3	①74.8	①71.5	①55.0	①61.9	①54.7	①51.0	38.6	43.2	36.1	44.5
2	オーストラリア	41.1	②42.4	②43.2	32.5	②50.5	16.3	②51.4	③45.5	③32.1	②48.2	①45.2	③43.8	-
3	ニュージーランド	39.0	39.0	37.7	③34.5	38.9	19.0	③49.6	②48.2	26.9	44.9	38.2	37.3	③53.4
4	アメリカ	36.6	32.1	③39.2	②35.5	24.3	15.5	43.6	29.3	22.3	①54.9	-	①47.4	①57.6
5	スイス	33.1	①43.0	31.1	32.3	33.7	22.1	43.2	36.6	23.9	33.6	39.4	18.4	40.7
6	イタリア	32.6	33.4	31.0	28.6	26.2	15.3	38.1	27.7	23.5	45.8	②44.9	31.5	44.9
7	フランス	32.6	37.8	34.1	28.8	29.7	15.0	35.0	28.1	27.9	34.0	②44.9	-	42.6
8	カナダ	32.4	37.8	29.6	26.4	26.2	9.5	33.3	23.1	16.0	③46.0	40.1	②45.1	②54.2
9	イギリス	31.9	30.7	32.6	26.6	33.1	18.8	37.7	28.1	29.0	-	44.1	24.3	44.9
10	韓国	28.4	-	24.8	32.5	③48.6	③23.3	44.6	43.7	②32.6	13.5	15.2	15.5	19.4
11	スペイン	28.1	34.5	21.0	25.4	27.4	11.1	32.1	23.9	18.3	38.0	38.4	26.6	39.4
12	ハワイ	27.9	③39.5	38.3	28.8	30.1	8.0	27.8	23.9	11.1	35.6	-	24.5	38.8
13	香港	27.6	27.4	33.0	28.2	-	②25.2	32.5	27.4	23.5	31.5	30.2	15.5	29.7
14	ドイツ	27.4	29.9	26.5	29.0	29.5	12.6	32.9	23.5	20.2	29.9	42.0	15.7	36.9
15	タイ	27.3	19.4	26.1	27.2	38.2	-	34.0	23.9	20.4	28.6	21.9	30.5	30.2

(注) ①②③は各国・地域の上位1～3位を示している。

資料：「DBJ・JTBFアジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査(平成29年版)」

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60ヶ所について尋ねたところ、最も訪問率が高かったのは東京であった。大阪、京都、富士山がその次に続いており、前年と同様、ゴールデンルート上にある地域の訪問率が高い傾向にある(表Ⅱ-2-4)。ゴールデンルート外

では、北海道や沖縄への訪問率が比較的高い。特に台湾では、函館への訪問率が高くなっている。欧米豪の訪日旅行経験者に限って見ると、広島への訪問率が高く、北海道への訪問率が低いといったように、アジア8地域と傾向が異なる部分も見られる。

表Ⅱ-2-4 これまでの訪日旅行で訪問した地域(複数回答 上位50地域まで掲載)【訪日旅行経験者のみ】

調査地域→	全体	韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア	イギリス	アメリカ	フランス	オーストラリア
回答数(人)	2,792	330	370	418	430	298	223	133	156	79	136	89	130
選択率(%)													
東京	59.6	41.8	62.2	59.3	69.5	58.7	68.2	53.4	65.4	54.4	44.9	62.9	68.5
大阪	40.3	42.1	31.1	45.2	59.1	35.9	35.4	41.4	44.2	20.3	20.6	23.6	41.5
京都	37.8	31.5	38.1	44.0	46.7	33.2	36.3	32.3	44.2	19.0	22.1	39.3	41.5
富士山	32.8	9.4	46.5	20.1	39.1	50.0	37.2	33.1	44.9	24.1	20.6	20.2	37.7
北海道	25.9	11.2	31.9	34.2	35.8	35.2	26.5	28.6	24.4	3.8	8.8	5.6	8.5
奈良	18.2	12.1	15.9	28.7	31.4	16.8	15.2	10.5	5.1	7.6	2.9	15.7	17.7
札幌	17.7	11.2	12.2	28.9	28.6	17.1	18.8	19.5	14.1	5.1	8.1	2.2	8.5
名古屋	15.5	10.3	18.1	14.4	25.1	13.4	11.7	18.0	21.8	5.1	8.1	12.4	11.5
関西	14.9	12.7	6.8	26.1	24.9	22.1	6.3	9.8	9.0	5.1	5.9	5.6	6.2
神戸	14.8	15.2	13.8	20.1	22.1	11.4	9.9	17.3	10.9	7.6	7.4	6.7	10.8
横浜	12.8	8.5	11.9	14.6	13.0	13.8	9.0	14.3	17.9	11.4	15.4	10.1	15.4
九州	11.3	15.8	9.7	17.0	20.2	7.7	6.7	6.8	4.5	1.3	5.9	4.5	2.3
沖縄	11.2	10.9	8.4	23.4	17.0	6.0	4.9	5.3	10.3	5.1	10.3	2.2	1.5
福岡/博多	10.4	20.3	4.3	14.6	17.0	6.7	8.1	5.3	5.8	2.5	5.9	6.7	1.5
箱根	9.8	4.8	5.9	15.8	18.8	5.7	15.7	8.3	1.9	6.3	2.9	3.4	8.5
函館	9.1	2.4	2.7	23.7	18.1	4.4	7.2	6.8	1.9	0.0	7.4	4.5	3.1
広島	8.2	3.0	5.9	5.7	6.5	9.1	6.7	10.5	13.5	13.9	11.0	16.9	20.0
長崎	7.2	6.7	3.8	9.6	8.1	6.7	4.0	7.5	13.5	7.6	7.4	7.9	6.2
熊本/阿蘇	5.5	6.1	3.2	9.8	13.0	2.7	2.2	1.5	1.9	2.5	0.0	2.2	1.5
旭川/富良野	5.4	1.8	2.4	11.7	11.9	2.3	4.5	3.8	2.6	1.3	3.7	3.4	0.8
別府/湯布院	5.2	14.2	2.2	8.1	9.8	1.0	2.7	0.8	0.6	0.0	1.5	1.1	0.8
日光	4.9	1.5	4.9	7.2	4.2	5.7	4.9	5.3	1.9	6.3	7.4	6.7	5.4
福島	4.6	5.5	3.2	2.6	1.9	6.7	3.6	5.3	10.3	7.6	9.6	9.0	1.5
富山	4.6	1.5	7.0	7.2	6.3	3.7	1.3	3.8	1.9	5.1	6.6	3.4	1.5
鹿児島	4.3	1.8	3.5	5.0	11.6	2.7	2.2	2.3	2.6	1.3	3.7	2.2	1.5
金沢	4.2	1.2	1.1	8.6	5.6	4.0	3.1	3.0	5.8	2.5	2.9	1.1	6.9
仙台/松島	4.0	1.5	4.3	5.5	5.6	5.7	1.3	1.5	3.8	6.3	3.7	4.5	1.5
飛騨/高山	3.8	0.3	1.6	10.0	7.9	2.3	2.2	3.0	0.6	2.5	0.7	1.1	2.3
青森	3.4	3.0	1.4	7.2	4.9	4.0	1.8	0.8	1.3	2.5	5.1	1.1	0.8
軽井沢	3.4	0.9	1.9	8.9	5.8	2.0	1.8	0.0	1.9	2.5	2.9	2.2	2.3
立山/黒部	3.4	0.3	0.8	12.2	6.5	0.7	2.2	1.5	0.0	1.3	0.0	1.1	0.0
四国	3.1	0.0	4.9	5.3	3.7	2.7	2.7	1.5	2.6	7.6	0.7	2.2	0.8
岡山	2.9	0.3	2.7	4.5	3.5	1.3	2.2	5.3	5.8	0.0	5.9	0.0	2.3
宮崎	2.9	1.5	3.0	3.6	7.0	2.3	0.9	1.5	0.6	2.5	2.2	2.2	0.8
帯広/十勝	2.5	0.3	1.4	5.5	4.2	2.0	0.4	0.0	1.3	5.1	2.9	6.7	0.0
東北	2.4	2.1	1.6	5.3	3.0	1.7	1.3	0.0	0.0	2.5	6.6	1.1	0.0
秋田/角館	2.4	0.6	4.1	4.8	3.3	1.3	0.9	3.0	0.0	2.5	2.2	1.1	0.8
新潟	2.4	1.5	4.6	2.2	2.1	3.7	1.3	1.5	1.3	5.1	2.9	2.2	0.0
佐賀	2.3	0.9	0.5	4.1	3.3	2.7	1.3	0.8	1.9	2.5	5.1	0.0	2.3
鳥取	2.1	2.7	3.2	3.1	2.1	1.7	0.4	1.5	1.3	0.0	2.9	1.1	0.8
川越	2.0	0.6	2.7	3.3	2.1	1.7	1.3	0.0	1.3	3.8	2.9	1.1	2.3
北陸	2.0	1.5	2.2	5.5	1.9	0.7	0.9	0.8	0.6	2.5	2.2	0.0	0.8
倉敷	1.9	0.6	1.1	4.1	2.3	0.7	0.4	1.5	1.3	1.3	5.9	4.5	0.8
松本/白馬	1.9	0.3	3.0	1.2	1.2	2.7	2.2	0.8	2.6	1.3	5.9	3.4	0.8
知床/阿寒	1.8	0.3	3.2	3.6	2.1	0.3	1.3	0.0	1.9	2.5	1.5	2.2	0.0
山形/蔵王	1.8	0.3	1.1	3.3	1.6	1.7	1.8	2.3	1.9	1.3	4.4	1.1	0.0
伊勢/志摩	1.7	0.3	2.2	1.7	3.5	2.0	0.4	1.5	1.3	1.3	1.5	1.1	1.5
岩手/平泉	1.6	0.0	1.9	2.9	2.6	1.7	0.9	1.5	1.3	1.3	2.2	1.1	0.0
高松	1.5	1.2	1.6	1.7	1.2	1.3	1.8	1.5	0.6	1.3	4.4	3.4	0.0
徳島	1.5	1.2	0.8	1.2	1.6	1.7	2.7	0.0	1.3	5.1	3.7	0.0	0.0

■ 全体の選択率より15%以上大きい値 ■ 全体の選択率より10%以上大きい値 ■ 全体の選択率より5%以上大きい値 資料:「DBJ・JTBアジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査(平成29年版)」

訪日旅行希望者に行ってみたい地域を60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東京であった。前年と同様、富士山、大阪、北海道、京都、沖縄への訪問意向が高く、ゴールデンルートと北海道、沖縄に人気集中する傾向が続いている(表Ⅱ-2-5)。

調査地域別に見ると、台湾と香港は、鹿児島や軽井沢、函館、立山/黒部、熊本/阿蘇など様々な地方観光地への訪

問意向が他の地域に比べて高くなっている。韓国は福岡/博多、別府/由布院など九州北部への訪問意向が他の地域と比べて高くなっている。シンガポールでは、前年と比較すると九州への訪問意向がやや高くなっている。欧米豪4地域は、訪問経験地域に関する回答と同様、広島への訪問意向がアジア8地域に比べて高くなっている。

表Ⅱ-2-5 日本国内で行ってみたい地域(複数回答 上位50地域まで掲載)【訪日旅行希望者のみ】

調査地域→	全体	韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア	イギリス	アメリカ	フランス	オーストラリア
回答数(人)	5,696	501	529	498	514	501	475	464	481	434	442	402	455
選択率(%)													
東京	47.5	38.7	47.1	42.6	40.5	42.7	50.9	46.8	49.3	50.7	50.5	53.7	60.7
富士山	42.9	21.2	51.2	35.5	36.4	45.3	51.6	44.6	42.8	44.9	40.3	48.8	54.1
大阪	32.8	35.3	34.0	42.4	42.4	36.1	36.8	36.9	35.3	15.4	18.6	22.9	32.1
北海道	32.7	29.9	44.2	52.4	53.3	41.7	54.5	44.2	24.7	5.5	7.9	7.7	13.0
京都	32.2	29.7	38.4	47.4	34.6	36.9	30.7	26.9	28.7	19.4	25.3	32.6	32.5
沖縄	22.0	26.5	23.8	35.9	41.6	14.6	24.8	18.5	14.6	10.4	20.4	13.2	14.1
札幌	19.6	28.9	15.7	32.7	33.7	27.3	24.8	17.5	16.6	5.3	6.3	5.5	13.4
名古屋	15.6	12.4	31.2	28.3	30.0	12.6	12.0	14.7	15.6	3.5	5.9	7.2	7.0
神戸	15.2	14.0	23.1	25.7	23.5	11.8	13.1	12.7	9.4	7.8	9.5	15.4	13.0
広島	13.3	5.6	11.2	12.9	12.8	13.4	9.3	12.7	9.4	21.4	17.2	12.7	23.3
横浜	11.9	10.0	16.1	14.9	13.4	13.4	7.2	11.6	12.9	9.7	12.7	7.5	12.5
奈良	11.7	11.6	22.1	29.7	23.7	12.0	9.3	5.0	4.2	1.8	4.3	5.0	6.6
九州	11.5	14.4	14.9	22.3	26.8	11.6	13.1	6.9	5.4	2.1	5.7	4.2	6.2
長崎	10.2	7.0	9.3	14.7	13.4	9.2	6.1	9.1	8.5	10.4	14.0	7.7	13.0
関西	9.9	8.8	10.2	24.7	22.0	15.2	5.5	6.5	5.6	3.0	6.1	2.2	4.8
福岡/博多	8.9	16.6	7.6	16.5	16.7	11.0	9.1	4.7	5.4	2.5	5.2	3.7	4.2
鹿児島	6.9	3.4	13.6	20.7	27.4	3.0	1.9	1.7	1.7	0.9	1.8	0.7	1.3
箱根	6.7	5.0	6.8	21.9	16.7	4.2	7.8	3.7	1.5	3.0	2.7	1.5	3.1
函館	6.5	4.0	3.8	26.7	18.9	4.2	5.3	4.3	1.5	0.7	2.3	0.5	2.2
福島	6.2	6.2	4.9	5.4	3.7	6.6	5.5	5.6	6.0	8.1	7.7	6.0	9.7
熊本/阿蘇	5.6	3.8	7.9	19.9	19.6	3.8	1.9	1.5	0.4	0.7	2.3	1.5	0.9
四国	5.2	1.0	9.3	12.2	17.9	3.0	1.9	2.2	2.3	1.6	2.9	1.7	3.5
軽井沢	5.0	0.8	3.4	28.7	14.4	2.2	1.5	1.5	1.0	0.9	1.8	0.7	0.7
青森	4.8	4.4	3.8	18.9	14.4	3.4	1.9	1.1	1.0	1.8	3.2	1.0	0.7
立山/黒部	4.7	0.4	2.5	25.7	16.1	0.4	2.5	0.6	0.2	0.9	2.0	1.7	0.7
別府/湯布院	4.6	16.0	3.8	10.8	12.5	2.8	1.5	0.6	0.6	0.2	0.9	1.7	0.7
宮崎	4.5	3.2	6.6	10.2	14.2	3.2	1.3	4.5	1.0	1.4	2.5	1.2	2.2
仙台/松島	4.1	2.2	6.2	10.2	8.2	5.2	2.1	3.7	1.7	1.4	3.4	1.2	1.5
富山	4.0	1.2	8.3	8.6	7.2	4.0	1.3	3.4	2.9	2.1	3.8	2.0	1.5
旭川/富良野	3.9	2.0	4.5	12.4	13.4	2.4	2.5	0.6	1.0	1.4	2.0	1.0	1.8
岡山	3.6	2.0	3.4	8.8	5.8	1.6	2.1	2.2	4.4	2.8	3.8	2.7	3.3
金沢	3.5	1.6	2.5	10.4	7.8	3.0	1.3	2.4	2.7	1.8	2.9	2.2	2.6
日光	3.5	1.8	3.4	8.8	4.3	3.2	2.9	3.4	1.0	2.3	3.4	2.7	3.7
東北	3.2	1.6	4.3	11.2	4.3	2.4	2.5	1.3	0.2	1.8	4.1	1.5	2.0
飛騨/高山	3.2	1.0	2.1	12.0	10.7	3.0	1.3	1.7	1.0	0.7	1.1	0.2	1.3
秋田/角館	3.1	1.4	7.4	7.0	7.8	1.2	1.3	1.7	0.6	2.5	2.0	1.5	1.5
鳥取	2.9	7.4	2.6	7.2	7.4	1.8	0.2	1.7	0.6	0.7	2.9	0.2	0.7
新潟	2.8	2.0	4.0	7.0	6.2	2.2	1.7	1.9	1.5	1.8	2.0	0.7	1.1
佐賀	2.7	0.6	3.6	9.8	6.6	2.6	0.2	1.5	0.6	0.2	2.5	1.5	1.3
徳島	2.6	1.4	1.3	5.0	3.5	1.6	1.7	1.9	2.3	3.2	6.1	1.7	2.0
山口	2.6	2.0	1.5	2.0	2.7	3.2	2.3	2.2	3.3	1.6	6.6	2.2	1.3
山形/蔵王	2.3	0.6	2.5	5.4	4.9	2.2	1.5	0.6	1.5	1.6	3.4	1.2	2.0
伊勢/志摩	2.3	0.4	3.0	5.6	7.4	1.4	1.5	1.3	0.2	1.6	0.9	1.7	1.3
帯広/十勝	2.2	0.6	2.8	5.8	8.2	0.6	0.8	0.9	0.8	0.9	1.6	2.5	0.7
高松	2.1	1.6	2.1	3.6	3.1	0.6	1.9	1.3	1.0	2.3	5.2	1.2	1.5
二セコ	2.1	0.4	3.8	1.0	1.2	2.8	4.0	1.1	0.6	2.3	3.2	1.5	2.9
松本/白馬	2.0	0.8	4.3	2.2	2.1	1.6	0.6	1.7	1.5	2.5	3.6	1.5	1.8
高知	2.0	0.8	1.5	3.8	2.5	1.4	1.7	1.3	0.8	4.1	2.3	1.2	2.6
岩手/平泉	2.0	0.6	3.6	5.6	5.1	2.0	0.8	1.1	0.6	0.9	1.6	0.7	0.2
知床/阿寒	1.9	1.0	3.0	6.0	4.9	1.0	1.3	0.0	1.0	1.6	1.8	0.7	0.2

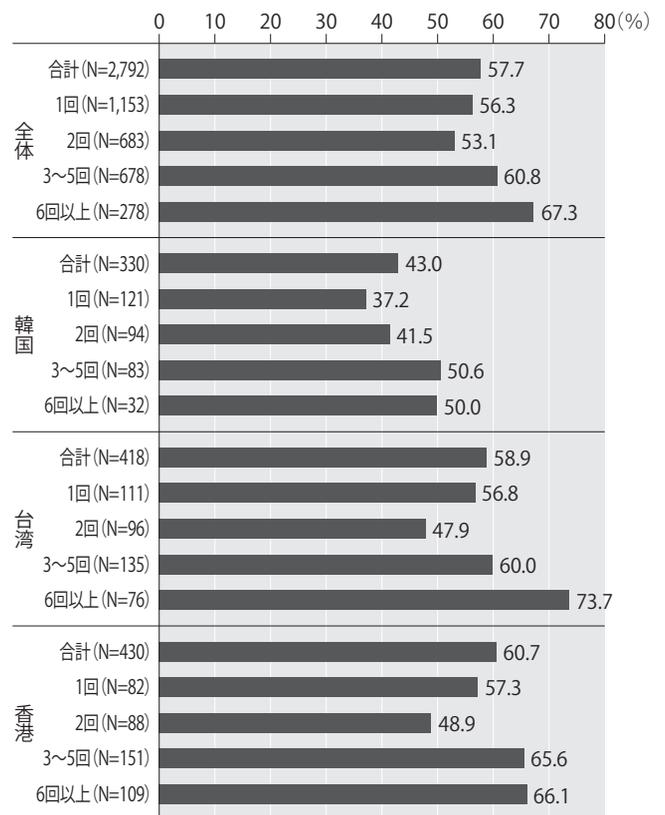
■ 全体の選択率より15%以上大きい値 ■ 全体の選択率より10%以上大きい値 ■ 全体の選択率より5%以上大きい値 資料:「DBJ・JTBアジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査(平成29年版)」

訪日旅行経験者に日本の地方観光地（首都圏・都市部から離れた観光地）への訪問経験の有無を尋ねたところ、地方訪問経験率は全体の75.9%であり、前年の74.5%から大きく変わらない結果となった（表Ⅱ-2-6）。

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、訪問意向率は全体の93.1%を占めた（前年は93.0%）。調査地域別に見ても、前年と同様、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」に限ってみると、韓国の意向が低くなっているものの、その他の地域では5割以上となっている。

リピーターの割合が高い韓国、台湾、香港を対象に、地方観光地を「ぜひ旅行したい」比率（図Ⅱ-2-1）を見てみると、いずれの調査地域においても全体的に前年に比べて高くなっている傾向が見られた。特に、台湾の6回以上のリピーターは、「ぜひ旅行したい」が73.7%と、前年の59.7%に比べて10%以上高くなっていた。香港の訪日回数3～5回のリピーターも、「ぜひ旅行したい」が65.6%と、前年の54.6%に比べて10%以上高い結果となった。

図Ⅱ-2-1 地方観光地へ「ぜひ旅行したい」比率（訪日回数別）【訪日旅行経験者のみ】



資料：「DBJ・JTBFアジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査（平成29年版）」

表Ⅱ-2-6 日本の地方観光地への訪問経験の有無および今後の訪問意向（単一回答）【訪日旅行経験者のみ】

調査地域→		全体	韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア	イギリス	アメリカ	フランス	オーストラリア
回答数 (人)		2,792	330	370	418	430	298	223	133	156	79	136	89	130
訪問経験有り (%)	以前旅行したことがあり、今後もぜひ旅行したい	42.6	27.0	42.7	45.7	47.4	50.3	39.5	41.4	46.2	30.4	50.0	39.3	41.5
	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	27.5	37.0	31.4	30.1	23.3	25.2	23.8	22.6	26.3	24.1	26.5	21.3	23.8
	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	3.9	2.7	1.9	1.9	3.7	1.7	8.1	6.8	1.3	6.3	7.4	11.2	8.5
	以前旅行したことがあるが、今後は旅行しないと思う	1.9	3.0	1.1	0.5	0.9	0.7	3.1	2.3	0.6	7.6	2.9	3.4	4.6
	(小計) 訪問経験有り	75.9	69.7	77.0	78.2	75.3	77.9	74.4	72.9	74.4	68.4	86.8	75.3	78.5
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	15.2	16.1	13.5	13.2	13.3	15.1	16.1	16.5	21.2	22.8	11.8	20.2	15.4
	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	7.9	12.4	9.2	8.4	10.7	5.7	7.2	7.5	4.5	6.3	0.7	3.4	3.8
	旅行したことはなく、今後はあまり訪れたいと思わない	0.4	1.2	0.0	0.0	0.7	0.7	0.4	0.8	0.0	1.3	0.0	0.0	0.0
	旅行したことはなく、今後も訪れないと思う	0.7	0.6	0.3	0.2	0.0	0.7	1.8	2.3	0.0	1.3	0.7	1.1	2.3
	(小計) 訪問経験なし	24.1	30.3	23.0	21.8	24.7	22.1	25.6	27.1	25.6	31.6	13.2	24.7	21.5
(小計) ぜひ旅行したい (%)		57.7	43.0	56.2	58.9	60.7	65.4	55.6	57.9	67.3	53.2	61.8	59.6	56.9
(小計) ぜひ+機会があれば旅行したい (%)		93.1	92.4	96.8	97.4	94.7	96.3	86.5	88.0	98.1	83.5	89.0	84.3	84.6

資料：「DBJ・JTBFアジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査（平成29年版）」

2 訪日旅行希望者が好きな日本産食材・日本料理

全体では「緑茶」「寿司」の人气が高い
好きな食材・料理の名産地に関する認知率は半数以下

訪日外国人旅行者にとって、日本食を味わうことは大きな魅力の一つとなっている。そこで本年の調査では、訪日旅行希望者が具体的にどのような日本産食材・日本料理を好んでいるのかについて尋ねた。また、好きな日本産食材・日本料理の名産地（有名な地域）を知っているかどうかについても把握を試みた。

日本産食材12種類の中から好きなものを複数回答式で尋ねたところ、全体では「緑茶」を選ぶ人が最も多い結果となった（表Ⅱ-2-7）。ただし、調査地域によって選択率が多

い食材の傾向は異なっている。たとえば、中国では「まぐろ」、香港では「牛肉」の選択率が1位となっている。また、日本料理5種類の中から好きなものを複数回答式で尋ねたところ、全体では「寿司」を選ぶ人が最も多い結果となった（表Ⅱ-2-7）。日本料理に関しては、ほとんどの地域で「寿司」が共通して高い人気を誇っている。

好きな日本産食材・日本料理の名産地（有名な地域）の認知率については、全体ではすべての食材・料理が回答者の半数以下となっている（表Ⅱ-2-8）。相対的な順位を見ると、日本産食材については、全体では好きな食材で選択率がトップだった「緑茶」よりも、「牛肉」の名産地に関する認知率が若干高い。日本料理については、好きな日本料理で選択率がトップだった「寿司」の有名な地域に関する認知率が全体では最も高い。

表Ⅱ-2-7 好きな日本産食材・日本料理（複数回答）【訪日旅行希望者のみ】

（単位：％）

調査地域→	全体	韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア	イギリス	アメリカ	フランス	オーストラリア	
回答数(人)	3,214	168	284	377	371	283	318	284	267	208	227	193	234	
日本産食材	緑茶	53.7	32.7	23.6	38.5	53.1	①66.1	①69.8	①63.0	①70.8	45.7	54.6	62.7	62.4
	米	51.2	17.3	35.6	49.9	36.1	62.2	57.5	52.1	39.7	①69.7	①58.1	①69.4	①72.2
	牛肉	50.6	38.1	51.8	54.4	①63.1	38.5	51.6	35.2	39.7	56.7	51.5	60.1	62.8
	まぐろ	48.3	41.1	①61.3	41.4	41.5	49.8	42.8	47.5	52.1	56.7	50.2	52.3	48.7
	カニ	45.6	29.2	26.8	46.7	58.2	52.7	50.0	51.8	36.0	46.2	38.3	53.4	48.3
	味噌	43.7	21.4	31.0	①56.2	31.5	47.3	55.3	48.9	42.7	35.6	43.2	42.0	57.7
	いちご	42.9	21.4	18.3	42.7	49.6	47.3	50.6	44.7	31.8	60.1	44.5	41.5	57.3
	醤油	42.0	23.8	26.1	30.5	31.5	50.5	47.2	38.7	35.2	65.4	51.1	53.4	65.4
	日本酒	40.1	①45.2	49.3	39.3	36.9	34.3	36.5	36.3	37.8	39.4	44.5	41.5	45.7
	りんご	39.7	14.9	19.4	50.4	43.1	32.2	42.5	41.9	29.2	53.4	43.2	41.5	57.7
	桃	35.7	22.6	14.8	36.1	45.8	21.2	42.1	40.1	23.6	51.0	39.2	39.4	51.7
その他の日本産食材	1.2	1.8	0.7	1.6	0.8	2.1	1.6	2.1	1.1	0.5	1.3	0.0	0.9	
日本料理	寿司	73.2	①77.4	①65.5	①72.9	①75.2	①80.2	78.3	①82.4	71.5	59.1	①66.5	①73.6	①71.4
	ラーメン	67.1	63.1	41.2	71.9	70.9	72.1	①82.1	73.9	①85.4	41.8	60.4	63.7	63.2
	うどん	53.0	63.7	53.5	54.4	59.3	50.9	58.5	58.8	65.9	30.3	39.2	32.6	56.4
	カレーライス	49.7	35.1	45.1	45.9	44.5	49.8	58.8	41.5	46.1	①61.1	48.5	63.2	61.1
	そば	44.9	49.4	39.8	55.7	43.9	54.1	49.4	46.1	38.6	25.5	41.9	38.3	46.2
	その他の日本料理	2.6	1.8	0.7	2.7	1.1	4.2	4.4	3.2	3.7	0.5	1.3	4.1	3.8
特に好きなものはない	1.5	0.6	1.8	1.3	1.3	0.4	0.3	2.5	0.0	5.3	1.8	1.0	2.1	

(注) ①は各国・地域において選択率1位となった項目を示している。

資料：「DBJ・JTBFアジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査（平成29年版）」

表Ⅱ-2-8 好きな日本産食材・日本料理の名産地に関する認知率（複数回答）【訪日旅行希望者のみ】

（単位：％）

調査地域→	全体	韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア	イギリス	アメリカ	フランス	オーストラリア	
回答数(人)	3,167	167	279	372	366	282	317	277	267	197	223	191	229	
日本産食材	牛肉	29.4	①15.0	①41.2	①35.8	①42.1	29.1	29.3	21.7	23.6	16.8	27.4	31.9	22.7
	緑茶	27.7	10.2	12.2	16.1	22.4	①41.8	①36.3	①37.5	①50.2	17.8	①29.6	29.3	①24.9
	米	23.5	4.2	19.7	26.6	15.0	34.8	24.3	25.6	18.0	①26.4	29.1	①32.5	24.0
	カニ	22.6	10.8	12.9	27.2	29.2	34.4	26.8	29.6	19.5	14.7	17.5	17.8	15.3
	まぐろ	21.9	13.8	35.5	15.3	13.1	29.4	21.1	26.7	30.0	18.8	22.0	22.0	15.3
	日本酒	20.5	12.6	28.7	17.7	15.3	18.8	16.4	20.9	26.2	20.3	27.8	24.1	19.2
	味噌	19.0	6.0	15.8	21.0	8.2	25.9	25.9	24.9	25.5	14.7	17.5	15.7	21.4
	醤油	17.5	8.4	14.0	11.0	9.6	28.7	18.6	13.7	18.4	25.4	25.1	21.5	21.8
	いちご	16.6	4.8	7.5	18.0	23.8	29.1	23.3	17.3	13.9	9.6	14.8	8.9	14.0
	りんご	16.5	6.0	7.2	34.4	24.0	14.9	16.7	19.5	11.6	8.6	15.2	8.4	12.7
	桃	11.7	6.0	6.8	12.1	18.3	9.6	14.5	17.0	8.2	10.2	10.8	11.0	10.0
その他の日本産食材	0.8	0.6	0.4	0.8	0.5	1.8	1.3	1.1	1.1	0.0	0.0	0.0	0.9	
日本料理	寿司	40.5	①34.1	①43.0	31.2	24.9	①58.5	①42.6	①55.2	49.4	①33.0	①43.0	①39.8	①34.1
	ラーメン	35.8	24.0	23.7	①41.9	①28.1	48.9	40.7	43.7	①58.4	19.3	29.6	28.3	28.8
	うどん	25.3	23.4	30.8	22.8	21.0	30.1	24.9	33.6	40.4	14.2	18.8	16.8	20.5
	そば	19.9	14.4	21.9	19.9	17.8	35.1	18.3	22.0	22.5	8.6	17.0	16.2	18.3
	カレーライス	19.0	6.0	23.3	12.9	10.1	32.3	24.0	19.1	23.2	19.3	17.5	26.2	14.8
	その他の日本料理	1.4	1.2	0.0	0.8	0.0	2.8	1.6	1.8	3.0	0.0	0.9	2.6	2.6
知っているものはない	21.7	41.3	12.2	18.0	18.3	6.7	24.3	20.6	9.7	37.6	20.2	27.7	43.7	

(注) 好きな日本産食材または日本料理がある人のみ回答。それぞれの日本産食材・日本料理の名産地（有名な地域）を知っていると回答した人数を、回答対象者全体の人数で除した値となっている。また、①は各国・地域において選択率1位となった項目を示している。

資料：「DBJ・JTBFアジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査（平成29年版）」

3 日本各地の祭り・イベントの体験意向

全体では「さっぽろ雪まつり」がトップの人気
地方観光地で開催の「長岡花火」も上位に

日本各地で開催されている祭り・イベントを体験することは、訪日外国人旅行者が地方観光地を訪問する目的の一つになると考えられる。そこで本年の調査では、訪日旅行経験者を対象に、12の代表的な祭り・イベントへの体験意向を尋ねた。

調査地域全体では、都市部の祭り・イベントである「さっ

ぽろ雪まつり」の体験意向が高い結果となった(表II-2-9)。地方観光地で開催されている祭り・イベントの中では、「長岡まつり大花火大会」の体験意向が高くなっている。その他上位の顔ぶれを見ると、「京都祇園祭」「天神祭」など、関西の都市部で開催される祭りの体験意向が高くなっている。調査地域別に見ると、中国、香港、シンガポールでは「仙台七夕まつり」の体験意向が上位となっている。リピーターの増加に伴う訪問地の多様化が進んでいる香港ではあるが、四国で開催される祭り(「阿波おどり」「よさこい祭り」)の体験意向は下位に留まっている。

(外山昌樹)

表II-2-9 日本各地で開催されている代表的な祭り・イベントの体験意向(単一回答)【訪日旅行経験者のみ】

(単位:%)

調査地域→	全体	韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア	イギリス	アメリカ	フランス	オーストラリア
回答数(人)	2,792	330	370	418	430	298	223	133	156	79	136	89	130
さっぽろ雪まつり	23.7	①21.5	①34.6	①13.4	①19.3	①35.2	①18.4	①24.8	①29.5	19.0	①40.4	①18.0	③9.2
青森ねぶた祭	12.6	5.2	25.9	7.2	7.2	18.8	④8.1	11.3	16.0	④24.1	22.1	10.1	4.6
仙台七夕まつり	13.6	6.1	④28.9	6.2	④7.4	21.1	④8.1	8.3	18.6	15.2	34.6	11.2	3.8
秋田竿燈まつり	12.5	7.0	24.9	5.3	6.3	17.8	7.6	12.0	17.9	21.5	27.9	10.1	6.2
長岡まつり大花火大会	18.6	②13.3	③29.5	③9.1	②10.5	②30.2	③11.2	14.3	②28.8	22.8	②38.2	④16.9	①13.8
高山祭	13.5	④7.9	25.7	4.8	6.5	19.5	④8.1	14.3	19.2	③26.6	29.4	15.7	5.4
古川祭	12.1	4.8	23.0	4.3	4.0	19.1	7.6	④15.0	④19.9	21.5	30.1	11.2	6.9
京都祇園祭	16.8	③8.5	27.3	②11.5	③9.3	③24.2	②12.1	④15.0	③26.3	①27.8	28.7	①18.0	②10.8
天神祭	15.4	6.4	②31.6	④7.4	7.2	④21.5	7.6	②15.8	④19.9	①27.8	③36.0	①18.0	7.7
阿波おどり	12.6	6.7	23.8	6.5	5.3	19.1	7.6	②15.8	12.2	④24.1	29.4	12.4	5.4
よさこい祭り	12.4	6.4	25.4	4.1	4.2	16.8	5.4	④15.0	16.7	21.5	④35.3	13.5	7.7
博多祇園山笠	13.4	7.3	25.7	6.2	6.0	18.1	7.6	14.3	④19.9	④24.1	26.5	④16.9	③9.2

(注) それぞれの祭り・イベントを知っている人のみ回答。「行きたくない」～「ぜひ行ってみたい」から成る4つの選択肢のうち、「ぜひ行ってみたい」を選択した回答数(人)を、訪日経験者の回答数(人)で除した値となっている。また、①②③④は各国・地域において選択率1～4位となった項目を示している。

資料:「DBJ・JTBFアジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査(平成29年版)」

II-3 訪日旅行事業の現況

1 日本企業による訪日旅行事業の展開 東南アジア市場における取組みの強化 FITを対象とした旅行支援サービスの拡充

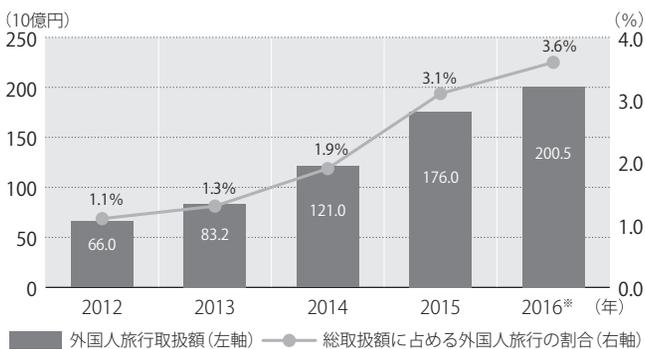
日本の国内旅行事業者が造成・販売した訪日旅行商品について、16年度の特徴的な動向を記述する。

(1) わが国旅行会社における訪日旅行事業の動向

●外国人旅行取扱額

観光庁の「主要旅行業者の旅行取扱状況年度総計」によると、直近5年の外国人旅行取扱額と、総取扱額に占める外国人旅行の取扱額の割合は年々増加傾向にある(図II-3-1)。16年度(速報値)の外国人旅行は2,005億円となり、総取扱額に占める割合は3.6%となった。前年度比では14.0%増となり、12年度以降、連続して増加している。

図II-3-1 外国人旅行取扱額とシェアの推移



資料：観光庁「主要旅行業者の旅行取扱状況年度総計」2013年～2016年の結果より
(注) 2016年度は速報値 (公財) 日本交通公社作成

●主要旅行業者のインバウンド事業戦略

主要旅行会社各社では、急増する東南アジア市場における取組みの強化が目立った。

JTBでは、グループ全体で訪日ビジネスを拡大するため、16年4月に「訪日インバウンドビジネス推進部」を新設した。JTBグループの各地域事業会社との連携強化、訪日インバウンドビジネスの対外的な「代表機能」、JTBグループ以外とのアライアンス拡大、日本到着から出国まで多種多様な商品・情報・サービス等を提供する仕組みづくりを行うこととした。

16年5月には中間所得以上の訪日イスラム教徒をターゲットとした「JTB Travel Saloon Aeon Shah Alam」店をマレーシアに開設した。さらに16年10月にはパッケージツアーに加え、FIT向けの訪日旅行商品も販売する「JTB ISETAN The Japan Store Kuala Lumpur」店をオープンした。16年8月にはフィリピン

でも訪日旅行の販売を行う「JTB Travel Saloon-Mall of Asia」をオープンしたほか、17年1月にはインドネシア市場での事業拡大や訪日事業の強化を目的としてインドネシアの旅行会社PT. Panorama Tours Indonesiaの株式の40%を株式譲渡により取得することで合意したことを発表した。

HISでは、16年9月にインドネシアの現地法人と「バンクネガラインドネシア(BNI銀行)」との業務提携を開始した。銀行の顧客会員を対象とした旅行販売や、インハウスエージェントとして従業員の業務旅行の手配が行われる。

(2) 訪日旅行商品開発の動き

急増するインバウンドに対し、国内の旅行会社各社では、付加価値向上を意識した旅行商品が販売された。

●食関連旅行商品

16年7月に日本旅行では、外国人向けに日本の食品の通販事業を行うゴハンスタンダードと資本提携し、日本食品専門の越境ECプラットフォーム「和食エクスプローラー」上での食品の販売、地方自治体や生産者からの依頼を受け、日本食品のテストマーケティングの実施、食品の生産地等への訪問を旅行目的としたインバウンド向け旅行商品の造成や販売、旅行中後の商品販売の推進等が行われた。

JTB西日本では、食農産品の輸出拡大とインバウンド誘客の好循環を目指し、15年から「J's Agri事業」を展開しており、海外向けに販売されている食農産品の産地を訪れる商品として「旬の苺 京の雫」の産地である京都府八幡市を訪れる「京都いちごシャトル」と、宇治茶の産地である京都府宇治市と宇治田原町を訪れる「宇治茶畑サイクリング」を販売した。

●歴史・文化関連旅行商品

JTB首都圏では、高品質旅行を専門に企画・販売・実施する「ロイヤルロード銀座」において、ガイドが銀座の画廊を案内し、要望に応じて買い物や商談をサポートする「Ginza Art Gallery Hopping Tour with Guide」や、有名建築家がデザインした建物の外観をガイドとともに見学する「Architecture Tour with Guide」の発売を17年1月より開始した。

●医療関連旅行商品

近年、日本の高度な医療に着目したツアーが販売されている。ANAセールスでは、17年1月に中国人向け人間ドックツアーを販売した。人間ドックの受診に加え、自宅から空港、空港から病院まで専用車での送迎、往復ビジネスクラスの利用等、ストレスなく移動できるプランとなっている。東京血管外科クリニックでは、16年12月にアジア圏を対象に各国の旅行代理店と共同で「日帰り下肢静脈瘤手術ツアー」を企画し、最先端の治療を日帰りで受診できるプランを販売していくと発表した。

●個人客向けの交通サービス関連商品

FITの進展により、訪日外国人の国内移動の利便性向上をねらった交通サービス関連商品が拡充されてきている。

JRグループでは、訪日外国人が国内の鉄道で利用できる「ジャパン・レール・パス」は従来、訪日前に現地で事前に引換券を購入し、日本到着後に引き換えることになっていたが、17年3月より国内販売を試験的に開始した。

JRグループ各社では、対象エリアを越えたサービスを拡充している。JR東日本のインバウンド向けネット指定席予約サービス「JR-East Train Reservation」では、JR東日本エリアの新幹線と特急の指定席予約に限定されていたが、17年2月よりJR西日本エリアを含む東京～金沢間の座席予約が可能となった。また、JR東海では、JR西日本と連携し、既存の周遊券適用エリアを広げて提供する「伊勢・熊野・和歌山エリア周遊きっぷ」や「富士山・静岡エリア周遊きっぷ ミニ」の販売を16年6月に発表した。

高速バスに関する動向では、全国の高速バス事業者59社が設立した「JAPAN BUS LINES協議会（JBL協議会）」が国内の92路線が乗り放題になる訪日外国人向けの「JBLパス」を16年9月～12月の期間限定で発売した。また、国土交通省では、訪日外国人が高速バスを利用しやすい環境を整備するため、「高速バス情報プラットフォーム-Japan Bus-Gateway-」を開設し、ソフト面での利便性向上も図られている。サイトでは外国語に対応した日本の高速バス予約サイトや事業者の紹介、日本の高速バス利用に関するFAQ等が掲載されている。

訪日外国人向けのレンタカー事業に関する動向では、NEXCO西日本と兵庫道路公社が17年3月に訪日外国人を対象とした周遊型の高速度道路割引企画「山陰・瀬戸内・四国エクスプレスウェイ（San.in-Setouchi-Shikoku Expressway Pass）」を販売し、対象となる10県の自治体やレンタカー各社が実施する「山陰・瀬戸内・四国ドライブキャンペーン」とあわせて展開した。

(3) 受入態勢の拡充

●案内所・訪日外国人旅行専門店舗

国内の案内所や訪日外国人旅行専門店舗の新設では、HISが16年7月大阪・心斎橋の商業施設「心斎橋オーパ本館」に日本のアニメやポップカルチャーコンテンツを使って観光情報を提供する拠点「OSAKA TOURIST INFORMATION CENTER『OTA BASE』」を開設した。

JTB中国四国では、16年9月に株式会社広島マツダ、広島電鉄株式会社と連携し、「HIROSHIMA ORIZURU TOWER TOURIST INFORMATION CENTER（おりづるタワーTIC）」を開設した。観光案内機能に加え、着地型旅行商品の企画・販売、手荷物預かり・配送等のサービスを提供し、JNTO認定外国人観光案内所（カテゴリ-2）の認定を受けている。同じくJTBでは16年10月に那覇市に「ツーリストインフォメーションセンターTギャラリア沖縄」を「Tギャラリア沖縄by DFS」に開設した。

JR西日本、大阪府、大阪観光局は「Travel Service Center OSAKA」を17年3月に大阪駅構内に開設した。大阪観光案内

所及び鉄道案内所の大阪駅内での移設・拡張に合わせ、多言語対応等、案内機能を強化した。その他、JR乗車券や国内旅行商品の販売、宿泊予約、外貨両替、手荷物一時預かり等のサービスを提供している。

●通信環境、ATM

国内の多くのATMでは、海外で発行されたクレジットカードを利用して日本円を引き出せないことが課題となっており、大手3行（三菱東京UFJ銀行、三井住友銀行、みずほ銀行）を中心に海外で発行されたクレジットカードに対応するATMの設置が進められてきていたが、16年度はこうした流れが地方銀行でもみられた。

16年5月には、広島銀行が海外カード対応ATMに先行して取り組んできたセブン銀行と共同で訪日外国人の利用が多い宮島エリアの土産物店に海外カード対応ATMの設置を発表した。16年6月には、東邦銀行が同じくセブン銀行と共同で東北の地方銀行では初となる海外カード対応ATMを福島空港ターミナルビル内に設置した。16年11月には横浜銀行が鎌倉支店に、17年2月には西日本シティ銀行が大宰府支店、大名支店（天神）と、訪日外国人の利用が多いエリアを中心に海外カード対応ATMを導入した。

●小売店

【決済方法に関する取組み】

16年度は訪日外国人、特に中国市場を中心として、自国と同様の決済環境の整備が進められ、利便性向上を図る取組みが多く見られた。

コンビニ各社では、訪日外国人を対象とした決済システムの導入が行われた。ミニストップでは、16年9月から中国人向けに「UnionPay（銀聯）カード」の取り扱いを開始した。ローソンでは、17年1月より、中国のモバイル決済サービス「支付宝（Alipay）」と「LINE Pay」のバーコード決済を全店舗で開始した。16年1月より、訪日外国人の利用が多く見込まれる9店舗で先行して「支付宝（Alipay）」を導入しており、春節を前に全店舗での導入に踏み切った。

その他、羽田空港内の一部店舗では、16年6月に国内空港では初となる「WeChat Payment」を、同じく16年6月には、ニッポンレンタカーがユーシーカードと連携し、九州と沖縄の全28拠点で「銀聯カード」を、16年9月には、小田急百貨店新宿店（化粧品売場）では「支付宝（Alipay）」の取り扱いを開始した。いずれも中国人旅行者の利便性向上をねらう取組みとなっている。

また、これまで課題となっていた宿泊施設や飲食店における訪日外国人の直前キャンセルや、予約済であるにもかかわらず連絡なく当日現れない、いわゆる「ノーショウ」の解決を目的とした新たな決済サービスに関する取組みも行われている。16年6月には日本旅館協会とオンライン決済サービスを提供するPayPal（ペイパル）が業務提携し、事前決済が可能となった。訪日外国人の直前のキャンセル等が発生した際、一泊二食を基本とする旅館のビジネスモデルにおいては、旅館側がリスクを背負うことが多かったが、事前決済導入によって、販売機会の損失を防ぐねらいがある。また、飲食店情報を集めたウェブサイト「ぐるなび」を運営

する株式会社ぐるなびでは、17年1月、中国の「Ctrip」と台湾の「KKday」の大手オンライン旅行会社とレストラン予約で提携を結び、多言語での事前決済型の飲食予約サービスを展開していくことを発表した。旅館と同様、飲食店のリスクを軽減する取組みとして期待されている。

【手ぶら観光に関する取組み】

16年度は手荷物を持たずに手軽に観光や買い物を楽しむことができる「手ぶら観光」に関する取組みが多く見られた。

小田急電鉄と佐川急便は16年6月から小田急線新宿駅西口に宅配カウンターを設置し、手ぶら観光サービスの試験的運用を開始した。11時までにカウンターに荷物を預けると、東京23区内、浦安市内のホテルであれば当日受け取りが可能となっている。京成電鉄とHISは、17年1月～3月までの期間限定で京成上野駅に「訪日外国人向け手ぶら観光・旅行サービスカウンター」を設置し、試験的運用を行った。最大7言語に対応し、手荷物一時預かり、当日宅配サービス、全国各地への宅配サービスに加え、ホテル手配や観光バス等のチケット手配、Wi-Fiルーターレンタルサ

ービスを提供した。

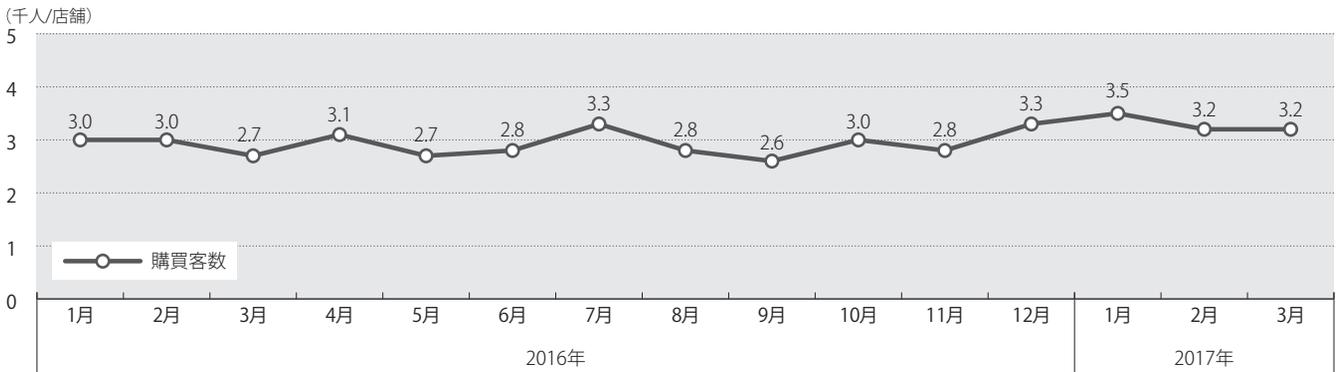
また、手ぶら観光需要に対応したシェアリングサービスも増えてきている。シェアリングエコノミーに関するサービスを提供するecbo社では、荷物を預けたい旅行者と荷物を預かりたい店舗のマッチングを行う「ecbo cloak」を17年1月に開始した。荷物の保管場所はカフェ、レンタサイクルショップ、着物レンタルショップ、コワーキングスペースとなっている。

【越境ECに関する取組み】

訪日外国人旅行者の増加に伴い、訪日旅行をきっかけに日本産、日本製の商品購入を促進するためのインターネット通販サイトを通じた国際的な電子商取引「越境EC」の動きが加速している。

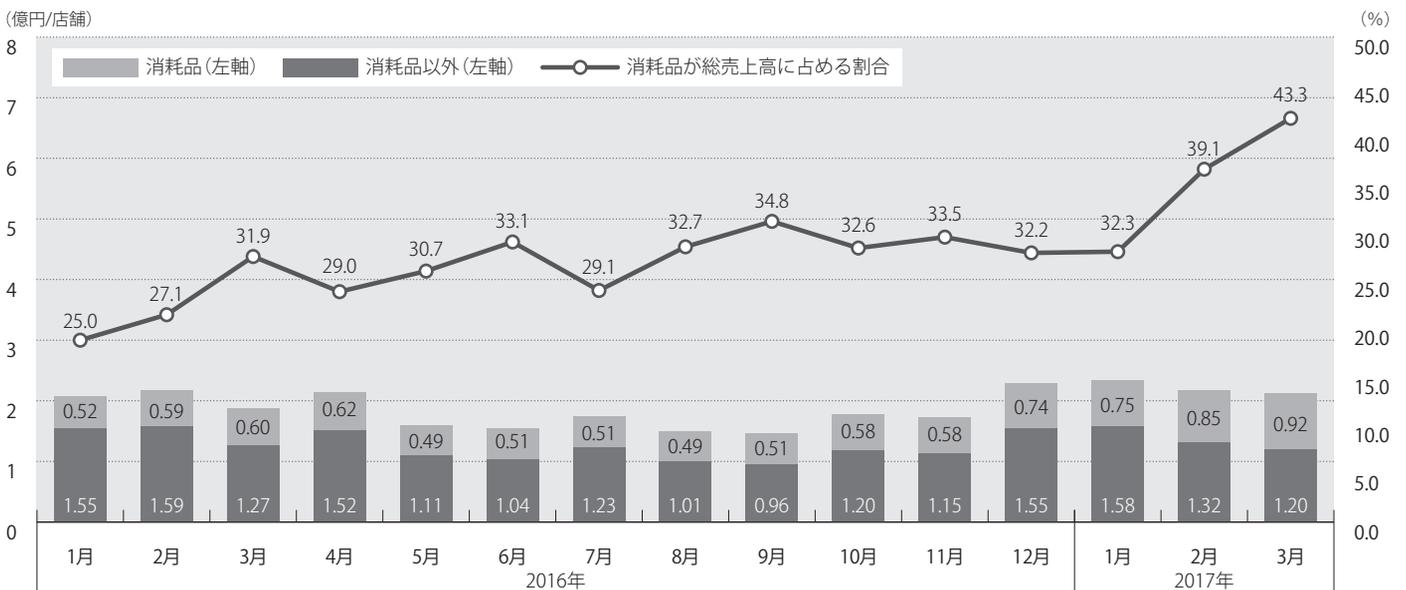
ディスカウントストア「ドン・キホーテ」が訪日外国人向けECサービス「majica Premium Global」の提供を16年10月に開始した。日本国内滞在中にドン・キホーテに来店し会員登録を行い、帰国後、多言語対応した専用サイトやアプリから希望の商品を注文すると、自宅まで商品を配送してくれるサービスで、訪日時に

図II-3-2 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-3-3 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

購入した商品のリピート購入需要に対応するものである。

インターネットオークション「eBay」を展開する「イーベイ・ジャパン」では、日本国内で製造される伝統工芸品等をサポートする「小売・製造業者海外展開支援プロジェクト」を16年8月に開始し、その第一弾として京都市、京都商工会議所の協力を得て京都の伝統工芸品を紹介する「Born in Kyoto」をeBay内に開設した。サイト内では伝統工芸品に関する説明を記載することで消費者に知識を深めてもらい、購入に結びつけていく工夫がされている。

近畿日本ツーリストでは、新潟県から「訪日外国人向け新潟米PR事業」を受託した。この事業の中では、訪日外国人に対して、新潟米に関する情報提供等を行い、帰国後の購入に結び付けることによる消費拡大を目的としており、17年3月には、都内のホテルでの新潟米の提供、観光案内所での包装米飯の配布、空港でも新潟米を使ったおむすびの配布等を実施した。

●免税店・免税サービスの拡充

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、およそ3,000人/

月前後を推移している(図II-3-2)。また、消費税免税を行っている百貨店における1店舗当たりの免税販売上高の推移(図II-3-3)を見ると、「消耗品が総売上高に占める割合」は増加傾向にある。

また、観光庁が17年4月に発表した全国の消費税免税店数は40,532店となり、16年10月から1,879店舗増え、4.9%増となった。三大都市圏と比較して地方の増加率が高く5.2%増となった。

15年度に相次いだ空港型市中免税店の開業は落ち着き、主な開業としては、16年4月の発表からおよそ1年後の17年4月にタカシマヤタイムズスクエア内に開業した「高島屋免税店SHILLA&ANA」が挙げられる。高島屋、全日空商事、ホテル新羅(韓国)が16年6月に合弁会社「A&S高島屋デューティーフリー株式会社」を設立し、各社の強みを活かして空港型市中免税事業に参入した。店内には特にアジアからの訪日外国人に人気が高い「マツモトキヨシ」や「ラオックス」等が導入されている。一方で、16年はこれまで訪日消費をけん引してきた中国市場の買い物支出が落ち込んだことから、関西エアポートは17年春に開業を予定していた空港型市中免税店の出店を中止した。

2 訪日旅行商品の概況

台湾・香港では幅広い地方で商品展開
中国では大都市を中心とした周遊ルートが主流

(1) 団体旅行商品の概況

団体旅行商品の利用率が高い台湾、香港、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」(*)の結果をもとに、これらの国・地域における16年夏の訪日団体旅行商品の概要を整理する。

● 団体旅行商品の訪問地の概要

都道府県別訪問地ランキングを表II-3-1に示す。台湾では「大阪府」「北海道」「京都府」、香港では「大阪府」「東京都」「北海道」「千葉」、中国では「東京都」「大阪府」「京都府」が上位3位となった。15年に引き続き、「大阪府」はいずれの国・地域においても上位3位以内に入る結果となった。

台湾からの訪日旅行商品では、全都道府県への訪問が確認された。15年に引き続き、大都市やゴールデンルートのみならず、地方部でも旅行商品が展開されている。

香港では、秋田県、山形県、茨城県以外の44都道府県への訪問が確認された。15年は11位だった岡山県が5位に上昇し、10位以内に福岡県、静岡県、長崎県、宮崎県が入る等、引き続き地方部への訪問がみられた。

中国では、大都市がある東京都、大阪府の他、日本の代表的な観光地である京都府、富士山がある山梨県、静岡県、東京ディズニーランド、東京ディズニーシーがある千葉県が入る等、引き続きゴールデンルート上の府県が上位に入る結果となった。また、今回の調査からは岩手県、宮城県、山形県、福島県、茨城県、新潟県、富山県、鳥取県、島根県、山口県、徳島県、香川県、愛媛県、高知県、宮崎県、鹿児島県の16県への訪問を確認できず、台湾、香港と比べ、訪問地は一部の都道府県に集中している(表II-3-2)。

(2) 出発国・地域別の旅行商品の特徴

● 台湾の団体旅行商品

台湾の団体旅行商品の旅程日数の平均は5.0日(15年は5.0日)で昨年から大きな変化はなかった。また、1旅行商品あたりの訪問した地方ブロック(北海道、東北、関東、甲信越、北陸、東海、近畿、中国、四国、九州、沖縄の11ブロック)数の平均は1.5ブロックで、ブロック数別では1ブロックのみ訪問する商品が6割以上を占めている(図II-3-4)。1ブロックや1都道府県での滞在時間

※(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：16年6月20日、22日、16年7月19日、20日
調査対象：旅行会社9社(台湾3社、香港2社、中国4社)
有効商品数：【台湾】579商品/7月発：289商品/8月発：290商品
【香港】164商品/7月発：81商品/8月発：83商品
【中国】559商品/7月発：288商品/8月発：271商品
(7月と8月に同一の商品が販売されている場合は1商品とした)

表II-3-1 都道府県別訪問地ランキング

順位	台湾	香港	中国
1位	大阪(130)	大阪(46)	東京(437)
2位	北海道(118)	東京(36)	大阪(366)
3位	京都(117)	北海道(28) 千葉(28)	京都(354)
4位	東京(95)	岡山(27)	山梨(345)
5位	兵庫(95)		静岡(227)
6位	福岡(86)	兵庫(26)	千葉(129)
7位	千葉(73)	福岡(23)	奈良(118)
8位	神奈川(64)	静岡(22) 長崎(22) 宮崎(22)	北海道(110)
9位	長野(64)		神奈川(76)
10位	奈良(59)		愛知(54)

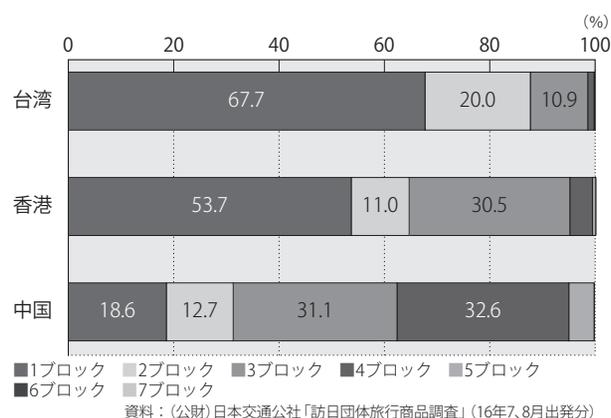
資料：(公財)日本交通公社「訪日団体旅行商品調査」(16年7、8月出発分)

表II-3-2 都道府県別団体旅行商品数と訪問率

地方ブロック	都道府県	台湾		香港		中国	
		商品数	訪問率	商品数	訪問率	商品数	訪問率
北海道	北海道	118	20.4%	28	17.1%	110	19.7%
東北	青森	10	1.7%	2	1.2%	2	0.4%
	岩手	11	1.9%	4	2.4%	0	0.0%
	宮城	13	2.2%	5	3.0%	0	0.0%
	秋田	8	1.4%	0	0.0%	1	0.2%
	山形	8	1.4%	0	0.0%	0	0.0%
関東	福島	3	0.5%	9	5.5%	0	0.0%
	茨城	2	0.3%	0	0.0%	0	0.0%
	栃木	6	1.0%	11	6.7%	1	0.2%
	群馬	5	0.9%	2	1.2%	1	0.2%
	埼玉	8	1.4%	6	3.7%	3	0.5%
	千葉	73	12.6%	28	17.1%	129	23.1%
	東京	95	16.4%	36	22.0%	437	78.2%
甲信越	神奈川	64	11.1%	11	6.7%	76	13.6%
	山梨	49	8.5%	13	7.9%	345	61.7%
	長野	64	11.1%	17	10.4%	25	4.5%
北陸	新潟	1	0.2%	9	5.5%	0	0.0%
	富山	41	7.1%	15	9.1%	0	0.0%
	石川	48	8.3%	11	6.7%	5	0.9%
東海	福井	8	1.4%	4	2.4%	3	0.5%
	岐阜	53	9.2%	11	6.7%	31	5.5%
	静岡	21	3.6%	22	13.4%	227	40.6%
	愛知	48	8.3%	9	5.5%	54	9.7%
	三重	10	1.7%	2	1.2%	37	6.6%
近畿	滋賀	14	2.4%	9	5.5%	3	0.5%
	京都	117	20.2%	21	12.8%	354	63.3%
	大阪	130	22.5%	46	28.0%	366	65.5%
	兵庫	95	16.4%	26	15.9%	15	2.7%
	奈良	59	10.2%	13	7.9%	118	21.1%
	和歌山	27	4.7%	9	5.5%	4	0.7%
中国	鳥取	7	1.2%	16	9.8%	0	0.0%
	島根	9	1.6%	11	6.7%	0	0.0%
	岡山	16	2.8%	27	16.5%	2	0.4%
四国	広島	19	3.3%	16	9.8%	1	0.2%
	山口	47	8.1%	7	4.3%	0	0.0%
	徳島	20	3.5%	13	7.9%	0	0.0%
	香川	24	4.1%	14	8.5%	0	0.0%
	愛媛	17	2.9%	11	6.7%	0	0.0%
九州	高知	4	0.7%	4	2.4%	0	0.0%
	福岡	86	14.9%	23	14.0%	18	3.2%
	佐賀	51	8.8%	18	11.0%	13	2.3%
	長崎	47	8.1%	22	13.4%	8	1.4%
	熊本	22	3.8%	7	4.3%	1	0.2%
	大分	59	10.2%	15	9.1%	10	1.8%
沖縄	宮崎	22	3.8%	22	13.4%	0	0.0%
	鹿児島	22	3.8%	20	12.2%	0	0.0%
旅行商品数	579	—	164	—	559	—	
調査旅行会社数	3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」(16年7、8月出発分)

図II-3-4 訪問した地方ブロック数別の構成比



が長い、香港や中国に比べ訪問地の種類が豊富である点
が特徴である。また、旅程の一部に1日以上終日自由行動(以下、「フリー日程」)が含まれる商品の割合は8.3%であった。

特徴的なツアーでは、京都やしまなみ海道でのサイクリングツアー、毎日異なるゴルフ場でゴルフを楽しむことができるゴルフツアー、富士山5合目から10合目までを登山する登山ツアー、親子で楽しむことができる白馬や立山黒部での自然体験ツアー等がある。

訪問上位都道府県別にみると、1位の大阪府では、大阪城、ユニバーサル・スタジオ・ジャパン、心齋橋や道頓堀等の大阪市街地で数時間の自由時間を過ごす商品が多い。

2位の北海道では小樽(小樽運河、北一硝子、小樽オルゴール堂等)、札幌(北海道庁旧本庁舎、狸小路商店街等)、富良野・美瑛(ファーム富田・四季彩の丘等)、登別(登別マリンパークニクス、登別地獄谷等)、函館(トラピスチヌ修道院、函館朝市、はこだて明治館、五稜郭等)等の道内主要観光地への訪問が多い。

3位の京都府は15年に引き続き、著名な社寺仏閣への訪問が目立つ。

表II-3-3 台湾発の団体旅行商品と主な訪問地

順位	都道府県	主な訪問地
1位	大阪	大阪城、ユニバーサル・スタジオ・ジャパン、心齋橋、道頓堀
2位	北海道	小樽、札幌、富良野・美瑛、登別、函館
3位	京都	清水寺、渡月橋、祇園、伏見稲荷大社、八坂神社
4位	東京	浅草、東京スカイツリー、お台場、明治神宮、サンリオピューロランド
	兵庫	北野異人館街、神戸ハーバーランド、明石海峡大橋、有馬温泉
6位	福岡	福岡市街、柳川、大宰府天満宮、キャナルシティ博多、門司港レトロ
7位	千葉	東京ディズニーランド、東京ディズニーシー、成田山新勝寺
8位	神奈川	箱根、横浜、鎌倉
	長野	上高地、扇沢、軽井沢、大王わさび農場
10位	奈良	東大寺・奈良公園

資料：(公財)日本交通公社「訪日団体旅行商品調査」(16年7、8月出発分)

4位の東京都は浅草(浅草寺、仲見世商店街等)、東京スカイツリー(東京ソラマチを含む)、お台場(Diver City Tokyo Plaza、レインボーブリッジ等)が主要な訪問地となった。

同じく4位の兵庫県では、表中の掲載の通り、その多くが神戸市への訪問であることが分かった。

6位の福岡県は買い物や飲食を楽しむことができる天神、キャナルシティ博多、中洲等への福岡市街の訪問に加え、柳川での乗船体験、大宰府天満宮、門司港等、福岡市から近距離圏の観光スポットへの訪問も多い。また、台湾の旅行者が好むとされる「一蘭」のラーメンの製造過程を見学できる「一蘭の森」への訪問もみられた。

7位の千葉県は15年に引き続き、東京ディズニーランド、東京ディズニーシーに加え、16年度は成田空港発着便を利用する商品を中心に成田山新勝寺へ訪問する商品もみられた。

8位の神奈川県は箱根(芦ノ湖での海賊船、箱根神社、星の王子さまミュージアム等)、横浜(みなとみらい21、横浜アンパンマンこどもミュージアム&モール、新横浜ラーメン博物館等)、鎌倉(鶴岡八幡宮と小町通り等)の3都市への訪問が多い。

同じく8位の長野県は上高地、立山黒部アルペンルートの長野県側の玄関口である扇沢、軽井沢(軽井沢聖パウロカトリック教会、軽井沢銀座、軽井沢ショッピングプラザ等)や安曇野の大王わさび農場への訪問が多い。

10位の奈良県は、東大寺を中心に奈良公園等を訪問するツアーが多い(表II-3-3)。

●香港の団体旅行商品

香港の団体旅行商品の旅程日数の平均は5.1日(15年は5.1日)で昨年からの大きな変化はなかった。訪問した地方ブロック数の平均は1.9ブロックとなった。ブロック数別では1ブロックのみ訪問する商品が最も多い点では台湾と共通しているが、3ブロック周遊する商品でみると、台湾が1割程度であるのに対し、香港は3割程度となっており(図II-3-4)、広範囲な周遊旅行も販売されている。フリー日程が含まれる商品の割合は4.8%となっており、調査対象国・地域の中で最も低い結果となった。

訪問上位都道府県別では、1位の大阪府では、大阪市内(難波、ユニバーサル・スタジオ・ジャパン・大阪城)を中心に関西国際空港発着便を利用する商品を中心にりんくうプレミアム・アウ

表II-3-4 香港発の団体旅行商品と主な訪問地

順位	都道府県	主な訪問地
1位	大阪	難波、ユニバーサル・スタジオ・ジャパン、りんくうプレミアム・アウトレット、大阪城
2位	東京	新宿、お台場、浅草、銀座
3位	北海道	小樽、札幌、登別
	千葉	東京ディズニーランド、東京ディズニーシー、りんくうプレミアム・アウトレット、三井アウトレットパーク藤
5位	岡山	倉敷美観地区、瀬戸大橋(岡山側)
6位	兵庫	六甲山周辺、神戸港周辺、神戸市街、太陽公園、出石
7位	福岡	福岡市街、柳川、大宰府天満宮、キャナルシティ博多、門司港レトロ
8位	静岡	御殿場平和公園
	長崎	ハウステンボス、長崎市
	宮崎	日南海岸周辺、高千穂峡周辺

資料：(公財)日本交通公社「訪日団体旅行商品調査」(16年7、8月出発分)

レットの訪問がみられた。

2位の東京都では新宿(新宿御苑、歌舞伎町等)、お台場(レインボーブリッジ、Diver City Tokyo Plaza、ガンダムフロント東京等)、浅草(浅草寺、仲見世商店街等)、銀座(博品館等)等、主要な観光スポットを中心とした訪問が多い。

3位の北海道は小樽(小樽運河周辺、北一硝子等)、札幌(狸小路商店街、白い恋人パーク等)、登別(登別伊達時代村、登別地獄谷、登別マリパークニクス等)が多い。また、三井アウトレットパーク札幌広島や千歳アウトレットモール・レラ等への訪問も多く、これらのアウトレットの立地上、訪問後に新千歳空港へ移動し、出国するケースも多い。

同じく3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以外では、酒々井プレミアム・アウトレットや三井アウトレットパーク幕張等、アウトレットへの訪問が多い。

5位の岡山県は15年の11位から順位を上げ、倉敷美観地区を中心に訪問している。また、岡山県は香港の旅行者にとって、ももの産地としてなじみ深いことから、季節によってはもも狩り体験が組み込まれたツアーもみられた。

6位の兵庫県は神戸市(六甲山周辺、神戸港周辺、神戸市街、神戸アンパンマンこどもミュージアム&モール等)や姫路市の観光施設「太陽公園」が多く見られた。また、豊岡市出石の城下町の町並みを散策するツアーも数件みられた。

7位の福岡県は訪問地としてはほぼ台湾と変わらないものの、門司港駅からの「潮風号」の乗車体験が含まれる商品や、福岡市から近距離である小倉を訪問する商品も数件みられた。

8位の静岡県は富士山の眺望を楽しむことができ、団体バスの駐車場も確保されている御殿場平和公園が主な訪問地となった。長崎県はハウステンボスの他、出島や長崎平和公園等、長崎市への訪問が多い。出島では着物体験、長崎市内のカステラ店ではカステラ工場見学が行程に組み込まれている。宮崎県では堀切峠、サンメッセ日南、鶴戸神社等、日南海岸沿いをめぐると商品や高千穂峡への訪問が多い(表II-3-4)。

●中国の団体旅行商品

中国の団体旅行商品の旅程日数の平均は6.2日(15年は6.0日)で昨年からの大きな変化はなかった。また、訪問した地方ブロック数の平均は2.9ブロック、ブロック数別では3ブロック、4ブロックが3割程度となっており、台湾や香港と比べ、訪問ブロック数が多い傾向にある(図II-3-4)。

そのため、1ブロックや1都道府県当たりの滞在時間が短く、訪問地のバリエーションが少ない傾向にある。フリー日程が含まれる商品の割合は34.3%となっており、調査対象国・地域の中で最も高い結果となった。また、中国の旅行商品の中には、旅程の一部(1日または2日)で、複数の訪問地から旅行者の好みに応じて訪問地を選択できるプランが含まれている商品の割合が14.9%となっている(台湾は10.7%、香港が9.6%)。

主なものとしては、東京ディズニーリゾート(東京ディズニーランド、東京ディズニーシーを含む)または都内の観光地(銀座、お台場、皇居等)のいずれかを選択できる商品が多い。

表II-3-5 中国発の団体旅行商品と主な訪問地

順位	都道府県	主な訪問地
1位	東京	皇居、浅草、銀座、秋葉原
2位	大阪	大阪城、心斎橋、道頓堀、ユニバーサル・スタジオ・ジャパン
3位	京都	金閣寺、祇園、清水寺、伏見稲荷大社、八坂神社、平安神宮
4位	山梨	忍野八海、富士の駅地震体験館、富士急ハイランド、河口湖
5位	静岡	御殿場プレミアム・アウトレット、御殿場平和公園、修善寺温泉、牧之原大茶園
6位	千葉	東京ディズニーランド、東京ディズニーシー、三井アウトレットパーク幕張
7位	奈良	東大寺・奈良公園
8位	北海道	小樽、富良野・美瑛、札幌、登別
9位	神奈川	鎌倉、横浜、箱根
10位	愛知	熱田神宮、名古屋市街、名古屋城

資料：(公財)日本交通公社「訪日団体旅行商品調査」(16年7、8月出発分)

訪問上位都道府県別では、1位の東京都は皇居、浅草(浅草寺、仲見世商店街等)、銀座、秋葉原(免税店等)、お台場(Diver City Tokyo Plaza、ガンダムフロント東京、MEGAWEB、お台場海浜公園、日本科学未来館)が主な訪問地となった。2位の大阪府は台湾と同傾向となっている。

3位の京都府は表中の訪問地に加え、和菓子作り体験や寿司握り体験等、日本文化を体験できるメニューも目立つ。

4位の山梨県、5位の静岡県はいずれも富士山訪問の行程に合わせ、富士山周辺の観光施設を訪問している。また、山梨県では河口湖ハーブフェスティバルや富士芝桜まつり等、花に関連したイベントや、静岡県では茶畑見学や茶道体験等、静岡の名産であるお茶を扱った体験プログラムも数件みられた。

6位の千葉県は東京ディズニーリゾートや買い物スポットとして人気の高いアウトレットがみられた。

7位の奈良県は東大寺、春日大社が主たる訪問地である。

8位の北海道は小樽(小樽運河、小樽オルゴール堂等)、富良野・美瑛(ファーム富田、美瑛パッチワークロード、四季彩の丘、美瑛の丘等)、札幌(大通公園、北海道庁旧本庁舎、狸小路商店街、白い恋人パーク等)、登別(登別地獄谷、登別マリパークニクス等)が主たる訪問地となり、台湾と同傾向となった。「お花見トラクター」等、北海道の自然資源を活かした体験プログラムもみられた。

9位の神奈川県は台湾と同じく鎌倉(鶴岡八幡宮、江ノ島電鉄、鎌倉高校等)、横浜(山下公園、横浜中華街、元町公園、新横浜ラーメン博物館、横浜アンパンマンこどもミュージアム&モール、横浜赤レンガ倉庫等)、箱根(芦ノ湖、箱根小涌園等)の3都市が主たる訪問地となっている。

10位の愛知県は熱田神宮や名古屋市街(オアシス21や栄町商店街)の買い物スポットや、名古屋城等への訪問が多い(表II-3-5)。

(3) 地方ブロック別の旅行商品の特徴

地方ブロック別の訪問率を表II-3-6に示す。各地方ブロック別の旅行商品は以下の通り。

表II-3-6 地方ブロック別の訪問率（15年比）

	台湾		香港		中国	
	2016年	2015年	2016年	2015年	2016年	2015年
北海道	20.4%	17.5%	17.1%	15.9%	19.7%	22.7%
東北	2.8%	3.5%	8.5%	4.0%	0.4%	0.9%
関東	17.4%	21.7%	22.0%	14.9%	80.9%	75.9%
甲信越	18.0%	22.4%	18.3%	13.4%	63.5%	58.0%
北陸	9.3%	9.1%	9.1%	7.0%	0.9%	0.2%
東海	12.3%	13.4%	21.3%	16.4%	46.7%	57.8%
近畿	24.9%	21.1%	28.0%	33.3%	68.9%	60.2%
中国	9.8%	7.1%	20.1%	19.4%	0.5%	1.1%
四国	4.5%	1.8%	9.8%	8.0%	0.0%	0.2%
九州	18.3%	14.6%	24.4%	28.9%	3.2%	6.4%
沖縄	8.5%	6.1%	8.5%	14.4%	7.3%	5.5%

資料：（公財）日本交通公社「訪日団体旅行商品調査」（16年7、8月出発分）

●北海道

台湾、香港、中国のいずれにおいても訪問率では上位10位に入る人気訪問地である。道内の主な立ち寄り先は15年に引き続き、小樽、札幌、富良野・美瑛、登別、函館となっており、いずれの国・地域でも大きな変化はみられなかった。

●東北

東北への訪問は15年に引き続き、台湾が2.8%、香港は8.5%、中国は0.4%と他の地方ブロックと比べて訪問率が低く、台湾、香港では11の地方ブロック中最も低い訪問率となった。主な訪問地では、福島県の大内宿や、宮城県の高城や松島周辺が挙げられる。また、煎餅焼き体験や仙台の特産品であるかまぼこ工場見学が盛り込まれている商品もみられた。

●関東

台湾、香港の訪問率が2割程度であるのに対し、中国では8割を超えており、調査対象国・地域間で訪問率に差がある。いずれの国・地域でも東京、神奈川、千葉の3県を訪問する商品が圧倒的に多く、東京では新宿、お台場、浅草、銀座という有名観光地が主たる訪問地となっている。千葉では15年に引き続き、東京ディズニーリゾートへの訪問がその大半を占める。一方、茨城、栃木、埼玉、群馬への訪問率は極めて低い傾向にある。

●甲信越・北陸・東海

中国を中心に富士山訪問を核として、周辺の観光地を訪問する商品が多い。富士山関連では忍野八海、富士山五合目、御殿場平和公園、御殿場プレミアム・アウトレット、河口湖周辺への訪問が多い。その他、立山黒部アルペンルート関連の商品も多

い。中国では北陸の訪問率が低く、台湾、香港では10%前後となっている。主な訪問地では石川県は金沢、福井県は東尋坊や三方五湖となった。

注) 訪問地に「富士山」が含まれていて、商品紹介ページの中で訪問する登山口が明記されておらず、山梨県か静岡県か判断できない場合は集計の対象外とした。なお、富士山前後の訪問地の都道府県は明らかになっている場合が多いため、都道府県の訪問率への大きな影響はない。

●近畿

台湾、香港で最も訪問率が高い。また、全ての国・地域で大阪府、京都府への訪問率が高く、滋賀県や和歌山県への訪問率が低い。台湾、香港の旅行商品では、滋賀県の琵琶湖や比叡山延暦寺を訪問している。商品数は少ないものの、香港を中心に和歌山県内を集中的に周遊する商品もみられる。主な訪問地としてはたま駅長で有名な和歌山電鉄の「貴志駅」、千畳敷、三段壁、那智の滝、串本海中公園、黒潮市場等に加え、果物狩り等の体験プログラムもある。

●中国・四国

中国発の旅行商品では中国地方への訪問率（0.5%）が低く、四国地方の商品はない。香港では岡山県への訪問率が高く、後樂園やもも狩りの後、鳥取や島根等の山陰方面へ移動する商品と、瀬戸大橋を渡り四国方面へ移動する商品がある。商品数は少ないものの、四国を周遊する商品もみられた。主な訪問地としては愛媛県の道後温泉や今治、香川県の栗林公園、徳島県の鳴門海峡、かずら橋、大歩危峡等がある。香川県のうどん打ち体験やアンパンマン列車の乗車体験等が組み込まれている。

●九州

台湾（18.3%）では近畿や北海道に次いで、香港（24.4%）では、近畿に次いで訪問率が高いが、一方で中国（3.2%）では訪問率が低く、調査対象国・地域間で訪問率に差がある。15年と同様、香港の旅行商品では北部（長崎、佐賀、福岡）を周遊する商品と南部（熊本、宮崎、鹿児島）を周遊する商品が多い。

●沖縄

沖縄への訪問率は調査対象国・地域間で訪問率に大きな差はない。主な訪問地は首里城周辺、波上宮、国際通り、北谷アメリカ村等である。その他、ピオスの丘、海洋博記念公園（美ら海水族館を含む）、OKINAWAフルーツランド等、他の地方ブロックと比較してテーマパークへの訪問率が高い点が特徴である。

（柿島あかね）

第Ⅲ編 観光産業

Ⅲ-1 旅行業

- 1 旅行業の現況……………98
(1)旅行業者数(2)主要旅行業者の取扱額(3)大手旅行会社の売上高
- 2 旅行業界をめぐる動き……………100
(1)組織再編や提携、新規参入などの動向(2)店頭販売の動向(3)インターネット販売の動向(4)旅行業法関連および業界団体の動向
- 3 旅行商品をめぐる動き……………102
(1)旅行商品の販売動向(2)旅行商品の企画開発
- 4 旅行会社の利用……………102
(1)旅行計画の情報収集源(2)旅行の予約によく使う方法(3)パッケージツアーの利用状況

Ⅲ-2 運輸業

- 1 鉄道交通……………104
(1)利用者の動向(2)鉄道路線の動向(3)鉄道関連政策の動向(4)鉄道関連事業の動向(5)熊本地震の影響
- 2 航空交通……………107
(1)利用者の動向(2)航空路線の動向(3)航空・空港関連施設の動向(4)航空関連政策の動向(5)熊本地震の影響
- 3 海上交通……………111
(1)利用者の動向(2)航路・寄港の動向(3)海上交通関連政策の動向(4)海上交通関連事業の動向(5)熊本地震の影響
- 4 道路交通……………115
(1)利用者の動向(2)高速道路・高速バス路線の動向(3)道路交通関連施設の動向(4)道路交通関連政策の動向(5)熊本地震の影響

Ⅲ-3 宿泊業

- 1 宿泊施設の供給動向と利用動向……………119
(1)供給動向(2)宿泊者数(3)客室稼働率および定員稼働率(4)宿泊料(宿泊単価)
- 2 四半期別の利用動向……………120
(1)客室稼働率(2)定員稼働率(3)外国人宿泊者数比率
- 3 2016年の話題……………122
(1)民泊をめぐる国・業界の動き(2)高級路線の宿泊施設が各地に開業(3)供給と商品コンセプトの両面からのインバウンド対応(4)金融機関やファンドを活用した魅力創出への取組み(5)宿泊施設従業員の確保・定着・育成に向けた取組み

Ⅲ-4 集客交流施設、MICE

- 1 集客交流施設……………124
(1)遊園地・テーマパークの売上高・入場者数(2)遊園地・テーマパークの動向(3)集客交流施設の整備動向(4)道の駅の整備動向
- 2 MICE……………127
(1)MICEの現況(2)MICEをめぐる動き(3)IRをめぐる動き

Ⅲ-1 旅行業

Ⅰ 旅行業の現況

旅行業者総数は昨年に続き増加
2016年度の主要旅行業者取扱額は前年比マイナス2.3%

(1) 旅行業者数

17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10,301社(前年比2.0%増)で、08年以降続いた減少傾向からの9年ぶりの増加となった前年に続いて増加した(表Ⅲ-1-1)。

営業資格別にみると、第1種(海外・国内の募集型企画旅行の企画・実施が可能)が前年比0.6%減、第2種(国内の募集型企画旅行の企画・実施が可能)が同3.1%増、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)が同2.1%増と、第1種に減少が見られた。地域限定旅行業は、前年比22.0%増と他と比べて大幅増加であるが、その伸び方は落ち着き始めている。

旅行業者代理業者は同3.7%減で、2012年以降6年連続の減少となった。

(2) 主要旅行業者の取扱額

観光庁の「主要旅行業者の旅行取扱状況速報」によると、16年度の主要旅行業者49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5兆5,656億円(前年比2.3%減)であった。市場別では、国内旅行が3兆

3,282億円(同3.1%減)、海外旅行は2兆369億円(同2.4%減)、外国人旅行は2,005億円(同14.0%増)となった(表Ⅲ-1-2)。

四半期別に見ると、第4四半期(1~3月)のみ前年比3.7%増となったほかはいずれも前年を下回っている。ただし外国人旅行については年間を通じて前年を上回り、特に第4四半期(1~3月)で前年比23.7%と伸びが大きい(表Ⅲ-1-3)。

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

この結果、16年度では1位が「ジェイティービー(JTB)」(グループ15社計)で29.9%、2位が「楽天」で11.3%、3位が「KNT-CTホールディングス」(グループ8社計)で9.8%という結果となった。前年度との順位比較では、楽天がシェアを拡大し、2位に上昇した。

市場別にみると、国内旅行では、1位が「JTB」で29.4%、2位が「楽天」で15.4%、3位が「KNT」で9.7%、海外旅行では1位が「JTB」で20.3%、2位が「HIS」で17.4%、3位が「阪急交通社」で9.2%となった(表Ⅲ-1-4)。

なお、観光庁は16年度4月より、主要旅行会社として掲載する企業について見直しを実施し、グループ企業についてはグループ総計値のみを公表、併せて新たに21社(10月より20社)を調査対象に加えたことから、合計額とシェアについて2014年度以前との比較はできない。

表Ⅲ-1-1 旅行業者数の推移

(単位:社、%)

(4月1日現在)	2013年		2014年		2015年		2016年		2017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	10,145	△ 0.0	9,978	△ 1.6	9,884	△ 0.9	10,100	2.2	10,301	2.0
旅行業	9,308	0.4	9,143	△ 1.8	9,074	△ 0.8	9,321	2.7	9,551	2.5
第1種	701	△ 3.4	696	△ 0.7	697	0.1	708	1.6	704	△ 0.6
第2種	2,869	2.5	2,777	△ 3.2	2,776	△ 0.0	2,827	1.8	2,914	3.1
第3種	5,738	△ 0.2	5,625	△ 2.0	5,524	△ 1.8	5,668	2.6	5,789	2.1
地域限定			45	—	77	71.1	118	53.2	144	22.0
旅行業者代理業	837	△ 4.0	835	△ 0.2	810	△ 3.0	779	△ 3.8	750	△ 3.7

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

表Ⅲ-1-2 主要旅行業者の取扱額

(単位:兆円、%)

	2015年度	2016年度	前年度比
海外旅行	2.09	2.04	△ 2.4
外国人旅行	0.18	0.20	14.0
国内旅行	3.43	3.33	△ 3.1
合計	5.70	5.57	△ 2.3

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

表Ⅲ-1-3 主要旅行業者の取扱額の四半期別前年度比の増減

(単位:%)

	第1四半期 (4~6月)	第2四半期 (7~9月)	第3四半期 (10~12月)	第4四半期 (1~3月)
海外旅行	△ 6.2	△ 4.1	△ 4.5	6.1
外国人旅行	19.6	7.1	6.7	23.7
国内旅行	△ 2.5	△ 3.4	△ 3.1	0.9
合計	△ 3.0	△ 3.4	△ 3.3	3.7

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

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	2012年度	2013年度	2014年度	2015年度	2016年度	45社内シェア
1	JTB	JTB	JTB	JTB	JTB	29.9%
2	KNT	KNT	KNT	KNT	楽天	11.3%
3	阪急交通社	日本旅行	HIS	楽天	KNT	9.8%
4	日本旅行	HIS	日本旅行	HIS	HIS	8.9%
5	HIS	阪急交通社	楽天	日本旅行	日本旅行	8.6%
6	楽天	楽天	阪急交通社	阪急交通社	阪急交通社	6.4%
7	東武トップツアーズ	東武トップツアーズ	東武トップツアーズ	東武トップツアーズ	東武トップツアーズ	2.8%
8	名鉄観光サービス	JR東海ツアーズ	JR東海ツアーズ	JR東海ツアーズ	JTBビジネストラベルソリューションズ	2.2%
9	JR東海ツアーズ	名鉄観光サービス	名鉄観光サービス	名鉄観光サービス	JR東海ツアーズ	1.9%
10	農協観光	農協観光	JTBビジネストラベルソリューションズ	JTBビジネストラベルソリューションズ	名鉄観光サービス	1.9%

－国内旅行取扱額－

順位	2012年度	2013年度	2014年度	2015年度	2016年度	45社内シェア
1	JTB	JTB	JTB	JTB	JTB	29.4%
2	KNT	KNT	楽天	楽天	楽天	15.4%
3	楽天	楽天	KNT	KNT	KNT	9.7%
4	日本旅行	日本旅行	日本旅行	日本旅行	日本旅行	8.2%
5	阪急交通社	阪急交通社	阪急交通社	阪急交通社	阪急交通社	3.9%
6	東武トップツアーズ	東武トップツアーズ	東武トップツアーズ	東武トップツアーズ	東武トップツアーズ	3.1%
7	JR東海ツアーズ	JR東海ツアーズ	JR東海ツアーズ	JR東海ツアーズ	JR東海ツアーズ	2.8%
8	名鉄観光サービス	名鉄観光サービス	名鉄観光サービス	名鉄観光サービス	名鉄観光サービス	2.3%
9	農協観光	農協観光	農協観光	農協観光	農協観光	1.9%
10	読売旅行	読売旅行	HIS	HIS	HIS	1.8%

－海外旅行取扱額－

順位	2012年度	2013年度	2014年度	2015年度	2016年度	45社内シェア
1	JTB	JTB	JTB	JTB	JTB	20.3%
2	HIS	HIS	HIS	HIS	HIS	17.4%
3	阪急交通社	阪急交通社	阪急交通社	阪急交通社	阪急交通社	9.2%
4	KNT	KNT	KNT	KNT	KNT	6.9%
5	日本旅行	日本旅行	日本旅行	日本旅行	日本旅行	5.7%
6	日通旅行	JTBビジネストラベルソリューションズ	JTBビジネストラベルソリューションズ	JTBビジネストラベルソリューションズ	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	日新航空サービス	日新航空サービス	日新航空サービス	DeNAトラベル	2.4%
8	日新航空サービス	日通旅行	日通旅行	エムオーツアーズ	日新航空サービス	2.2%
9	トップツアー	トップツアー	エムオーツアーズ	日通旅行	エムオーツアーズ	1.8%
10	エムオーツアーズ	エムオーツアーズ	トップツアー	トップツアー	楽天	1.6%

(注1) シェアの分母は主要旅行業者49社(16年度掲載企業)から以下の4社を除外した取扱額の合計

JTBワールドパッケージング、ANAセールス、ジャパニック、ビッグホリデー

(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(14年度から)

(注3) 「KNT」は以下8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 ※12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年度から)

(注5) 「阪急交通社」は以下3社の合計(社内取引を相殺した額で算出)

阪急交通社、阪急阪神ビジネストラベル、阪神トラベル・インターナショナル

※12～14年度は阪急交通社、阪急阪神ビジネストラベルの2社の合計(社内取引の相殺なし)

(注6) JTBビジネストラベルソリューションズの12～13年度は内外航空サービスとの合計(13年6月に合併)

(注7) 東武トップツアーズの12～14年度は東武トラベルとトップツアーの合計(15年4月に合併)

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

(3) 大手旅行会社の売上高

大手の旅行会社5社(JTB、KNT、HIS、阪急交通社、日本旅行)の旅行事業部門の売上高について前年と比較すると、16年(度)は日本旅行を除く各社がマイナスであった。

海外旅行事業においては、前年から続くテロ事件への不安が払拭されずヨーロッパ方面を中心に集客減、また国内旅行事業においては、熊本地震と台風被害などによる東日本、九州方面での不調が影響した。JTBでは不正アクセス攻撃による個人情報流出も影響したと見られる。

各社とも、訪日旅行事業の強化は収益増につながったものの、国内・海外旅行事業の低調さをカバーするには至らなかった。

決算関連資料等によると、各社に共通する課題としては、訪日旅行事業、Web事業の一層の強化、競合するOTA(オンライントラベルエージェント)対策(連携含む)、航空座席や客室の仕入確保などがあげられている(表Ⅲ-1-5)。

表Ⅲ-1-5 大手旅行会社の売上高および対前年同期比

(単位：百万円)

	2012	2013	2014	2015	2016
JTB	1,113,093	1,177,464	1,202,682	1,207,515	1,169,145
KNT	—	448,273	433,432	424,930	396,004
HIS	407,304	431,368	468,551	476,174	465,772
阪急交通社	34,086	33,006	31,965	30,502	29,938
日本旅行	50,263	52,931	54,272	52,877	52,972

(単位：%)

	2012	2013	2014	2015	2016
JTB	9.4	5.8	2.1	0.4	△ 3.2
KNT	—	—	△ 3.3	△ 2.0	—
HIS	11.4	5.9	8.6	1.6	△ 2.2
阪急交通社	—	△ 3.2	△ 3.2	△ 4.6	△ 1.8
日本旅行	6.0	5.3	2.5	△ 2.6	0.2

資料：各社決算資料

(注1) 「JTB」「HIS」「阪急交通社」は、(株)ジェイティービー、(株)エイチ・アイ・エス、阪急阪神ホールディングス(株)の連結業績のうち旅行事業部門の業績を記載。また、阪急交通社と日本旅行は、決算情報より営業収益を記載

(注2) 「KNT」はKNT-CTホールディングス(株)の連結業績を記載

2012年度の売上高はグループ再編の過渡期に当たると記載していない

また、決算期の変更に伴い、2016年度前年度比は単純比較ができないため記載していない

(注3) 「阪急交通社」の2012年度前年度比は単純比較ができないため記載していない

(注4) 各社の決算期間は以下の通り

JTB、KNT、阪急交通社：4月1日～3月31日 日本旅行：1月1日～12月31日 HIS：11月1日～10月31日

2 旅行業界をめぐる動き

海外での積極展開、異業種からの参入、IT活用の新サービス、大型倒産、旅行業の制度・経営に注目集まる

(1) 組織再編や提携、新規参入などの動向

●組織再編の動き

JTBグループは、16年10月のハワイのMICE事業会社MC & A社の買収発表をはじめ、インドネシア最大手旅行会社PTI社への出資（17年1月発表）、欧州大手のインバウンドオペレータークオニGTS社の買収（17年5月発表）など、グローバル事業を拡大した。

グループ内では、16年10月、多様化するマーケットニーズ対応と安定した仕入れ環境の構築・強化のためとする海外旅行事業の再編を発表。17年4月より、JTBワールドパッケージツアーにJTB首都圏エリアの航空仕入れ機能を統合、海外FIT事業についてはトラベルプラザインターナショナルを中心に再編した。

また17年3月、JTBグループは、新たな価値提供に向けた経営改革として18年度からの経営体制を発表した。地域別・機能別の事業会社15社を本社に統合し、「個人」と「法人」を軸とした組織化を図る。

KNT-CTホールディングスは、激変する事業環境に即応する事業構造改革として17年4月、大規模なグループ再編計画について発表した。近畿日本ツーリストと近畿日本ツーリスト個人旅行の2社の統合、4社の地域旅行会社設立、東京の法人専門会社、訪日旅行事業専門会社、インターネット販売専門会社の分社が予定されている。

日本旅行グループは16年12月、中期経営計画（17～20年度）を策定し、法人、個人、インバウンドに続く第4の柱として地方創生事業への取り組みを掲げ、17年1月、営業企画本部内に「地方創生推進本部」を新設するなど組織改正を行った。

HISは、16年12月、カナダの旅行会社グループMerit Holdings Inc.と資本業務提携した。また17年4月、欧州のツアーオペレーターを主力業務とするミキグループの持株会社Group MIKI Holdings Limitedの株式を追加取得し、連結子会社化した。

オンライン専門のDeNAトラベルは、16年7月、シンガポールの航空券ホールセラーのギャムソインターナショナルツアーズを100%子会社化し、9月には、海外では5か国・地域目となるOTA事業を開始した。

16年12月、海外旅行専門のかもめツアーが婚活大手のIBJの子会社に、17年2月、ニッコウトラベルが三越伊勢丹ホールディングスの子会社となった。

●業務提携の動き

業務提携により、民泊の旅行商品化が始まった。

17年2月、農協観光は、民泊サービスを提供する（株）百

戦錬磨及び子会社と業務提携し、「農泊モデルづくり」への取り組みを開始した。農林水産省が定義する農泊とは、農山漁村において日本ならではの伝統的な生活体験と農村地域の人々との交流を楽しむ滞在（農山漁村滞在旅行）で、両社はそれぞれの強みを活かし、インバウンドを含む観光による地域活性化を目指すとしている。

びゅうトラベルサービスは、17年4月、（株）百戦錬磨と業務提携し、東北へのインバウンド需要の創造を目指すとして、インバウンド向けブランド「東日本鉄道ホリデー」にて民泊予約サイト「STAY JAPAN」で提供されている東北6県の民泊施設の販売を開始した。

また、ジャルパックは17年5月から、ANAセールスは17年6月から、同じく（株）百戦錬磨との業務提携により、ダイナミックパッケージツアーにて民泊の販売を開始した。いずれも沖縄の古民家やペンション、コンドミニアムの販売である。

インバウンドを意識した業務提携では、JTBによる、アジアの大手ホテル予約サイトagoda.com運営のAgoda Service Co.,Ltd.との提携があげられる（16年12月）。Agodaのサイトでは17年1月より、JTBの宿泊コンテンツ4,500軒の取扱が始まった。地方創生の推進を目的として10,000軒以上の取扱が目標とされている。

またKNTでは16年8月、自転車レンタル事業でドコモ・バイクシェアと業務提携を実施。同社は、東京都内を始め全国でサイクルシェアリングサービスを運営しており、コミュニティサイクルの訪日外国人利用の拡大と受け入れ体制整備に向けてKNTと連携し、地域・観光の活性化に取り組む。

●海外進出の動き

JTBは、16年5月、10月にクアラルンプールに2店出店、12月にジョホールバルに出店し、マレーシア国内に5店舗とした。また17年1月には上海に出店し海外旅行の販売を開始した。

KNTも17年1月、上海へ出店し海外旅行販売を開始。上海にはIACEトラベルも17年4月、駐在事務所を新設した。

HISは16年3月のリオデジャネイロ支店開設のほか、11月にホーチミンに法人営業専門店を開設し、同社のベトナム内拠点は12店となった。

他にもベトナム進出は活発で、オンライン専門のエボラブルアジアが16年11月、ベトナムに子会社を設立、旅工房が17年2月、インドシナ地域の戦略拠点としてベトナムに子会社を設立するなど、積極的な展開が見られた。

●新規参入動向

異業種からの旅行業参入もいくつか見られた。

音楽事業を中核とするエイベックスグループは16年6月、エイベックス・トラベル・クリエイティブ（第1種旅行業）を設立した。

ルート検索サービスのナビタイムジャパンは、16年10

月、「ナビタイムトラベル」を開始(第2種旅行業登録)。航空・宿泊のセット販売を行う。

アパレル関連通販サイト「ショッピングリスト」を運営するクルーズ社は、17年4月、オンライン旅行業に参入するとして、第2種旅行業「トラベルオンライン」の全株式を取得した。

通信大手のKDDIは17年2月、高級宿泊予約サイト「リラックス(Relux)」を運営するロコ・パートナーズ(11年9月設立)を完全子会社化した。ライフデザイン戦略の一環として宿泊予約事業による旅の提供を行うと発表し、動向が注目されている。

●倒産・撤退の動向

東京商工リサーチによると、16年度の旅行業者の倒産件数は前年より2件増の27件であった。

負債総額は前年度の7倍の214億円で、これには17年3月に倒産したてるみくらぶの負債総額151億円と関連会社の同34億円が含まれている。

17年3月、てるみくらぶは東京地裁に自己破産を申請した。一般旅行者への債務は約99億円(約3万6,000件、約8~9万人)で、旅行業者の倒産としてはリーマン・ショック後最大、戦後4番目の規模とされ、テレビでも連日報道されるなど注目された。

被害者への弁済保証金は、日本旅行業協会の弁済業務保証金から支払われるが、その弁償補償額が被害額の2%に満たなかったことなどから、観光庁は、消費者保護と旅行業の経営管理のあり方を検討するため、専門の検討部会「経営ガバナンスワーキンググループ」を設置した(後述)。

(2) 店舗販売の動向

●店舗新設の動き

店舗の新設については、特徴的な店舗の開設が目立った。

HISは、16年11月、名古屋に中部地区最大の旗艦店として「栄本店」をオープン。海外旅行フロアにはハワイ州政府観光局認定のサテライトオフィス「ハワイ専門デスク」(他に新宿、梅田にあり)を併設し、観光局認定のハワイスペシャリスト上級のスタッフ11名が在籍する。

阪急交通社は17年1月、東京と大阪にクルーズ需要の拡大とニーズの多様化に対応する専門部署として「クルーズセンター」を開設した。

KNTは、17年4月、MICE全般を扱う店舗として、関西イベント・コンベンション支店の名称を変更し、「関西MICE支店」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

日本旅行は16年9月、海外ダイナミックパッケージの予約サイトを全面リニューアルした。検索・予約機能の強化と、トリップアドバイザーとの連携によるクチコミ情報掲載が特徴である。また17年5月には、新しい宿泊ブランドと

して「マイ宿オンライン」の提供を開始、インターネット販売を強化した。

●新しい関連サービスの動き

HISは16年4月、子会社ジャスタビを設立、レンタカー利用者とレンタカードライバーのマッチングサービス「Justavi(ジャスタビ)」を開始し、10月には訪日客向けにも中国語と韓国語のサイトを公開した。沖縄でのサービス開始後、東京、北海道へと範囲を拡大した。

またHISは17年6月、訪日外国人旅行者と地域のガイドをつなぐ仲介サイト「Travee(トラヴィイ)」の運営と地元ガイドの募集を開始した。通訳案内士法の改正を見据えた新しい仕組みとして、タイでの運営経験を踏まえ、ガイドの品質管理にも取り組むとしている。

楽天は16年8月、楽天トラベルサイトにて、世界各地の観光パンフレットを閲覧・検索できるスマートフォンアプリ「PATW(パトゥー)」の提供を開始した。地方自治体や観光施設は、発行したパンフレットを無料で登録可能、ユーザーは、地名やキーワードでパンフレット検索ができるほか、GPSによる位置情報をもとに現在地付近のパンフレット検索が可能である。

16年12月、びゅうトラベルサービスは、東日本各地を紹介するウェブメディア「びゅうたび」の運営を開始し、独自取材による旅行ストーリーや情報を旅行商品予約へつなげるとしている。

●海外OTAの動向

トラベルボイスによると、世界2大OTAの一つであるブライズライングループ(本社:米国コネチカット州ノーウォーク)の16年度予約取扱総額は、前年比23%増の681億ドルで、純利益は同16%減の21億ドルであった。同グループはブッキングドットコム、アゴダ、カヤック、オープンテーブルなどで構成されている。

一方のエクスペディア(本社:米国ワシントン州ベルビュー)の16年度予約総額は前年比21%増の724億ドルで、純利益は同29%増の6.9億ドル、親会社株主に帰属する純利益は2.8億ドルであった。同社はホテルズドットコム、トリバゴ、ホームアウェイなどのグループ企業を持つ。

中国最大手OTAのシートリップ(本社:中国上海)はブライズライングループと資本関係を強めながら、16年11月、旅行メタサーチ大手のスカイスクナー社(本社:英国エジンバラ)を買収。14年の日本法人設立以降、日本でのビジネス拡大を図っている。

(4) 旅行業法関連および業界団体の動向

16年度および17年度上期には、観光庁によって、旅行業法や旅行業経営に関連する検討会が設置された。

まず、16年6月、旅行業者による情報流出事案が相次いで発生したことを受け、問題点の検証と再発防止策を取りま

とめるため、観光庁に「旅行業界情報流出事案検討会」が設置され、7月には中間取りまとめとして「旅行業情報セキュリティ向上のため早急に講ずべき対策～」が発表された。

また、政府による「明日の日本を支える観光ビジョン」(16年3月)に掲げられた「観光関係の規制・制度の総合的な見直し」について検討するため、16年10月、有識者による「新たな時代の旅行業法制に関する検討会」が設置され、12月、中間とりまとめが発表された。内容は主に、着地型旅行を企画しやすい環境整備として地域限定旅行業の登録要件や催行範囲の緩和、現在旅行業の規制対象となっていないランドオペレーターに対する制度創設である。OTAの増加等を踏まえた旅行業法のあり方に関する検討も進められた。

また、17年4月には、先述のてみるみくらぶ破綻を受け、「新たな時代の旅行業法制に関する検討会」の下に、専門の検討部会「経営ガバナンスワーキンググループ」が設置された。弁済制度のあり方と企業ガバナンスのあり方についての検討の結果、観光庁による経営状態把握の強化、弁償金・保証金の水準引き上げといった方向性でのとりまとめが見込まれている。

3 旅行商品をめぐる動き

チャーター便の活用、ライフスタイルからのアプローチ、九州ふっこう割とプレミアムフライデー商品で需要喚起

(1) 旅行商品の販売動向

●国内旅行

(一社)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)をみると、16年度については、年間を通じてDI値がプラス基調で推移した方面は「京阪神」のみであり、全国的に低迷傾向が見られた。15年度に新幹線開業効果が見られた「北陸」も、16年度はマイナス基調となった。

●海外旅行

「JATA旅行市場動向調査」によると、16年度上期は各方面ともDI値はマイナス基調で推移し、下期になって「アジア」と「ハワイ」が上昇した。大きく低迷している「ヨーロッパ」方面については、依然としてマイナスながら徐々に回復傾向に向かっている。

(2) 旅行商品の企画開発

●チャーター便を活用したペット同行の旅行商品

ANAは16年3月、機内でペットと過ごせるチャーター便を利用のツアー「ワンワンフライトin北海道」を成田-釧路線で設定すると発表、5月にツアーを実施した。宿泊は旅館を2泊、また阿寒湖遊覧船も貸し切った。獣医師が同行するほか、犬用の足湯なども用意して愛犬家のニーズに応えた。

ジャルパックも16年12月、チャーター便利用の「JALワンワンJET 鹿児島3日間」を設定すると発表、1月にツアーを実施した。宿泊はペット宿泊可能なホテルから選択設定で獣医師が同行した。

●九州ふっこう割を活用した旅行商品

16年4月に発生した熊本地震に伴って、各旅行会社では、16年6~7月、政府、九州観光推進機構による助成制度「九州ふっこう割」を活用した割引クーポンや商品の提供を開始した。旅行会社が商品を造成後、消費者に割引価格で販売するもので、割引率は、熊本県と大分県については7~9月までは平均50%、最大70%、10~12月までは平均25%、最大50%、他5県については7~9月までは平均20%、最大50%、10~12月までは平均10%、最大40%であった。

●プレミアムフライデー関連の旅行商品

17年2月に導入されたプレミアムフライデーについては、各社が様々な商品づくりや取り組みを行った。

JTBは、るるぶトラベルで専用旅行プランを発売したほか、専用割引クーポンを用意。HISは、「金曜の夜から旅に出よう」をキャッチフレーズに、ソウル、香港ほか、ドバイ4日間などの海外商品を販売した。ANAセールスは、特別クーポンを発行するほか、金曜午後発のダイナミックパッケージツアー利用者にはANAスカイコイン(電子クーポン)を還元するサービスを実施した。

KNTでは17年2月、北関東3県(群馬県、栃木県、茨城県)と連携して普及促進に関する支援事業の実施を発表。旅行商品造成や、メディアや催事でのPRなどに取り組んだ。

●ファッションに着目した旅行関連サービス・企画

KNTは、17年3月、法人旅行向けのファッションレンタルサービス「トリップボックスバイエアークローゼット」を開始した。プロのスタイリストが旅先の気候や予定されている活動にあわせた服装を用意してオフィスに届けるもので、社員旅行に参加する女性に向けたサービスとしてスタートした。

JTBでは、17年5月、セレクトショップのビームスと協働し、ビームスの情報発信拠点における天草物産展開催や、特設サイト「BEAMS PLAY in 九州」を開設して、旅のきっかけづくりに取り組んだ。

ファッションやライフスタイルをきっかけとした旅行の提案が試みられている。

4 旅行会社の利用

女性はネットの次に旅行会社パンフレットを情報収集源に
海外旅行ではパッケージツアー利用が6割

「JTBF旅行意識調査」(郵送調査自記式調査。その他概要はP10参照)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以下の通りである。

(1) 旅行計画の情報収集源

「観光レクリエーション旅行の計画を立てる際に、主にどのように情報を収集するか」について、国内・海外別にきいたものが図Ⅲ-1-1である。国内旅行の場合、男性では、「ネットの検索サイト」が62.5%と最も高い。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40.4%で4位、「旅行会社のホームページ」が18.7%で9位、「旅行会社の店舗や電話」が13.8%で13位となっている。

女性でも「ネットの検索サイト」が62.9%と男性と同様に最も高いが、「旅行会社のパンフレット」が51.5%で2位と高く、「旅行会社の店頭や電話」も16.0%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、「旅行に行かない／自分で収集しない」を除き、男性では「ネットの検索サイト」が34.4%で情報収集源トップであるが、女性では「旅行会社のパンフレット」が39.3%で「ネットの検索サイト」より高くなっている。

(2) 旅行の予約によく使う方法

「観光レクリエーション旅行の予約をする際によく使う方法」について、国内・海外別にきいたものが図Ⅲ-1-2である。国内旅行の場合、男性では、「ネット専用の旅行予約サイト」が41.0%で最も高く、「旅行会社の店舗」が29.5%、「宿泊施設のウェブサイト」が28.6%でこれに続く。

女性も「ネット専用の旅行予約サイト」が41.2%で最も高く、「旅行会社の店舗」が35.9%でこれに続き、3位は「宿泊施設に電話」の28.4%であった。

海外宿泊旅行では、「旅行に行かない／自分で予約はしない」を除き、男女とも「旅行会社の店舗」がそれぞれ29.6%、33.2%と最も高い。

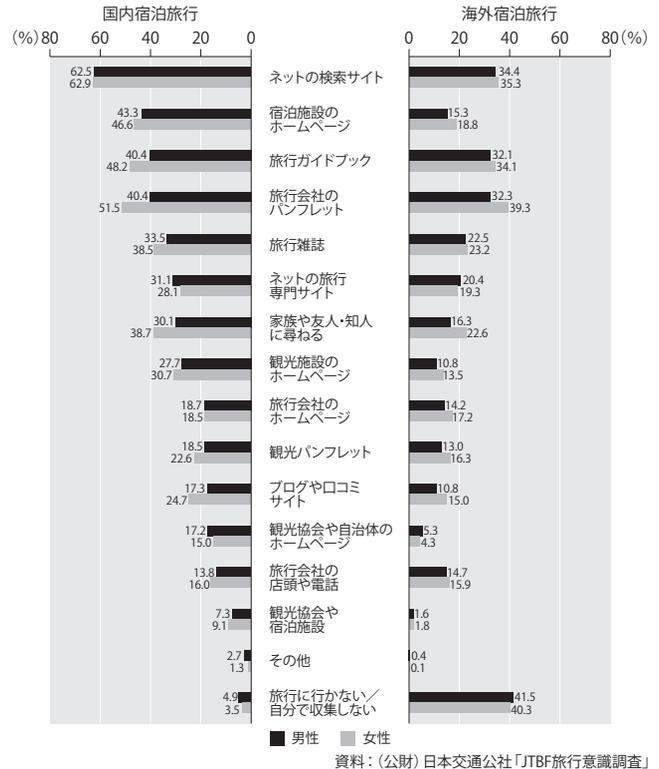
(3) パッケージツアーの利用状況

「観光レクリエーション旅行をする際のパッケージツアーの利用状況」について、国内・海外別にきいたものが図Ⅲ-1-3である。国内宿泊旅行については、「団体型のパッケージツアーをよく利用する」が18.1%、「ダイナミックパッケージやフリープランをよく利用する」が30.1%、「パッケージ旅行は利用しない」が51.8%であった。男女別の比較では、女性のパッケージツアー利用率が高い。

海外宿泊旅行については、「団体型のパッケージツアーをよく利用する」が32.4%、「ダイナミックパッケージツアーやフリープランをよく利用する」が28.1%、「パッケージ旅行は利用しない」が39.5%であった。国内と比較して、パッケージツアー利用率が高い。

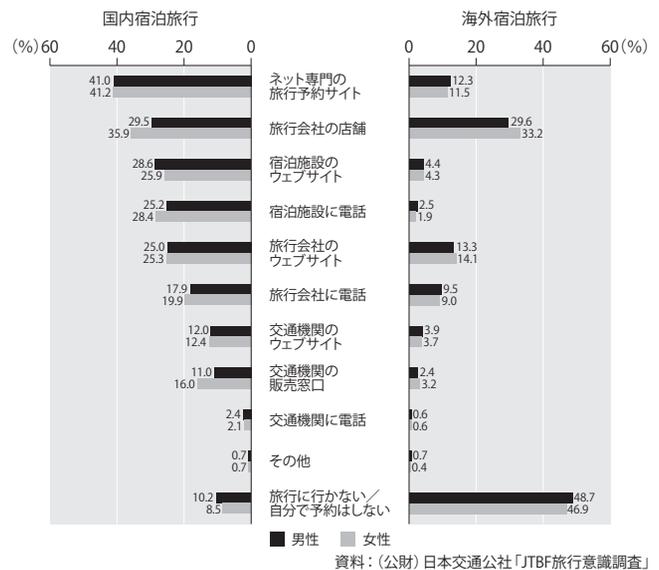
(久保田美穂子)

図Ⅲ-1-1 旅行の計画を立てる際の主な情報収集源 (複数回答)



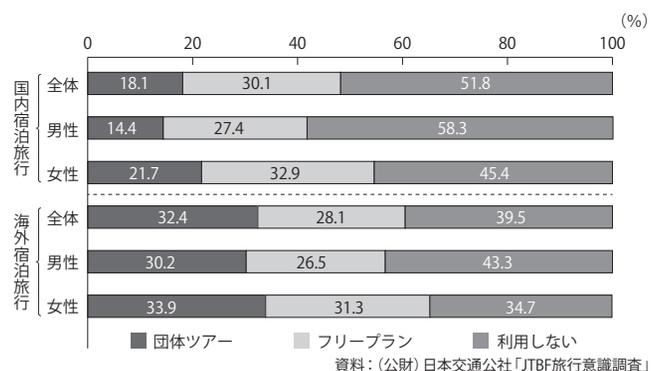
資料：(公財)日本交通公社「JTBF旅行意識調査」

図Ⅲ-1-2 旅行の予約によく使う方法 (複数回答)



資料：(公財)日本交通公社「JTBF旅行意識調査」

図Ⅲ-1-3 パッケージツアーの利用に関する意識 (単数回答)



資料：(公財)日本交通公社「JTBF旅行意識調査」

Ⅲ-2 運輸業

1 鉄道交通

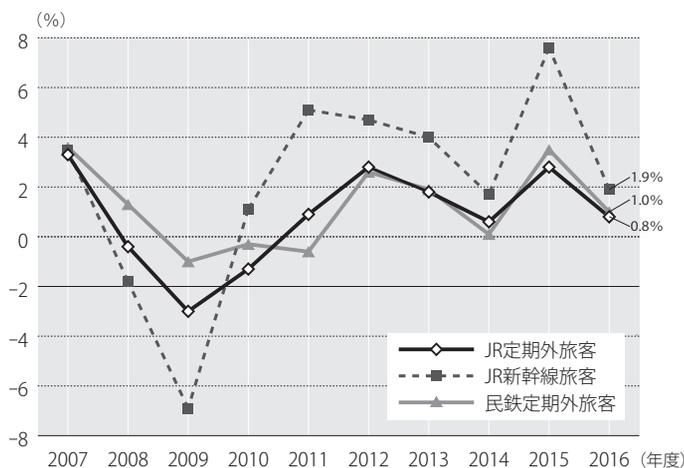
輸送人員の増加傾向は継続
北海道内の10路線13区間が維持困難と発表
観光列車が全国各地で展開
熊本地震による不通区間が発生

(1) 利用者の動向

●年間旅客数(定期外、新幹線、民鉄)

16年度の鉄道旅客数は、JRの定期外旅客が36億6,349万人(前年度比0.8%増)、新幹線旅客(定期・定期外合計)が3億7,266万人(同1.9%増)、JR以外の民鉄の定期外旅客は67億3,760万人(同1.0%増)となった。北海道新幹線(新青森～新函館北斗間)の開業に伴い新幹線旅客が増加となり、またJR定期外旅客及び民鉄定期外旅客も堅調に推移している(図Ⅲ-2-1-1)。

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」をもとに(公財)日本交通公社作成

●主要観光シーズンの旅客数(GW、夏期、年末年始)

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、主要観光シーズンの旅客数の動向をみると、16年ゴールデンウィーク(以下、GW〔4/28～5/8の

11日間))では、北海道新幹線開業の影響でJR北海道が大幅増(17%増)となった一方、JR九州(8%減)及びJR四国(1%減)はいずれも減少となった。16年夏期(7/22～8/18の28日間)はJR西日本を除いて増加、16～17年年末年始(12/28～1/5の9日間)は全社が増加となった。17年GWは、北海道新幹線開業の反動等により、JR北海道のみが減少となった(表Ⅲ-2-1-1)。

(2) 鉄道路線の動向

●新幹線の動向

<北海道新幹線開業>

北海道新幹線(新青森～新函館北斗間)開業後の1年間(16年3月26日～17年3月25日)の利用者数は約229.2万人、1日平均約6,300人で、対前年164%であった。乗車率は32%で、座席別乗車率をみると、普通車は33%、グリーン車は27%、グランクラスは29%だった。

●在来線の動向

<路線の廃止>

JR北海道は、16年12月5日付で、留萌本線・留萌～増毛間(16.7km)を廃止した。

また、JR北海道は16年7月に発表した「『持続可能な交通体系のあり方』について」の中で、「当社単独では維持することができない困難な線区」について触れ、同年11月にはそれが10路線13区間1,237.2kmに及ぶことを公表した。このうち、石勝線夕張支線(新夕張～夕張間(16.1km))については、夕張市に対して路線廃止を正式に申し入れた。このほか、札沼線のうち対象線区である北海道医療大学～新十津川間(47.6km)が属する沿線4町では、トップ会談を行うなど、対応策の検討を開始した。

JR西日本は16年9月に、18年4月1日付での三江線(江津～三次間(108.1km))の廃止を国土交通大臣に届け出た。

<路線の復活>

JR西日本は17年3月4日、03年12月に廃止されたJR可部線の可部～あき亀山間(1.6km)の営業運転を再開した。一度

表Ⅲ-2-1-1 特定シーズンのJR旅客輸送動向

(単位：千人、()内の数字は前年比)

事業者名	2016年GW	2016年夏期	2016-2017年年末年始	2017年GW	備考
JR北海道	280 (117%)	867 (106%)	281 (100%)	265 (95%)	主要4線区(本州、函館、旭川、釧路の各方面)
JR東日本	3,784 (100%)	11,855 (101%)	3,997 (103%)	4,098 (108%)	主要16線区
JR東海	3,562 (101%)	9,915 (100%)	3,666 (105%)	3,542 (111%)	主要8線区
JR西日本	2,571 (101%)	6,942 (99%)	2,684 (103%)	2,568 (109%)	主要11線区
JR四国	120 (99%)	359 (103%)	127 (102%)	131 (109%)	主要3線区
JR九州	627 (92%)	745 (103%)	690 (101%)	728 (116%)	主要3線区

資料：各社ニュースリリース等をもとに(公財)日本交通公社作成

廃止された区間が復活するのは全国初で、再開までにかかった費用(27億円)は国と市が負担した。

(3) 鉄道関連政策の動向

●「東京圏における今後の都市鉄道のあり方に関する小委員会」答申

少子高齢化などの社会環境の変化や20年東京オリンピック・パラリンピックの開催などを受け、より質の高い東京圏の都市鉄道ネットワークを構築するという観点から、交通政策審議会陸上交通分科会鉄道部会は、国土交通大臣の諮問を受け、「東京圏における今後の都市鉄道のあり方に関する小委員会」を設置して議論を行い、16年4月に答申をとりまとめた。その中で、30年頃を念頭に置いた東京圏の都市鉄道が目指すべき姿として、(1) 国際競争力の強化に資する都市鉄道、(2) 豊かな国民生活に資する都市鉄道、(3) まちづくりと連携した持続可能な都市鉄道、(4) 駅空間の質的進化～次世代ステーションの創造～、(5) 信頼と安心の都市鉄道、(6) 災害対策の強力な推進と取組の「見える化」、の6点を設定し、24のプロジェクトを掲げた(表Ⅲ-2-1-2)。

表Ⅲ-2-1-2 「東京圏における今後の都市鉄道のあり方に関する小委員会」答申にて掲げられたプロジェクト

申請	名称
(1) 国際競争力の強化に資する鉄道ネットワーク	<ul style="list-style-type: none"> <1>都心直結線の新設(押上～新東京～泉岳寺) <2>羽田空港アクセス線の新設(田町駅付近・大井町駅付近・東京テレポート～東京貨物ターミナル付近～羽田空港)及び京葉線・りんかい線相互直通運転化(新木場) <3>新空港線の新設(矢口渡～蒲田～京急蒲田～大鳥居) <4>京急空港線羽田空港国内線ターミナル駅引上線の新設 <5>常磐新線の延伸(秋葉原～東京(新東京)) <6>都心部・臨海地域地下鉄構想の新設及び同構想と常磐新線延伸の一体整備(臨海部～銀座～東京) <7>東京8号線(有楽町線)の延伸(豊洲～住吉) <8>都心部・品川地下鉄構想の新設(白金高輪～品川)
(2) 地域の成長に応じた鉄道ネットワークの充実	<ul style="list-style-type: none"> <9>東西交通大宮ルートの新設(大宮～さいたま新都心～浦和美園(中量軌道システム)) <10>埼玉高速鉄道線の延伸(浦和美園～岩槻～蓮田) <11>東京12号線(大江戸線)の延伸(光が丘～大泉学園町～東所沢) <12>多摩都市モノレールの延伸(上北台～箱根ヶ崎、多摩センター～八王子、多摩センター～町田) <13>東京8号線の延伸(押上～野田市) <14>東京11号線の延伸(押上～四ツ木～松戸) <15>総武線・京葉線連続新線の新設(新木場～市川塩浜付近～津田沼) <16>京葉線の中央線方面延伸及び中央線の複々線化(東京～三鷹～立川) <17>京王線の複々線化(笹塚～調布) <18>区部周辺部環状公共交通の新設(葛西臨海公園～赤羽～田園調布) <19>東海道貨物支線貨客併用化(品川～東京テレポート～浜川崎～桜木町)及び川崎アプローチ線の新設(浜川崎～川崎新町～川崎) <20>小田急小田原線の複々線化(登戸～新百合ヶ丘)及び小田急多摩線の延伸(唐木田～相模原～上溝) <21>東急田園都市線の複々線化(溝の口～鷺沼) <22>横浜3号線の延伸(あざみ野～新百合ヶ丘) <23>横浜環状鉄道の新設(日吉～鶴見、中山～二俣川～東戸塚～上大岡～根岸～元町・中華街) <24>いずみ野線の延伸(湘南台～倉見)

資料：交通政策審議会「東京圏における今後の都市鉄道のあり方について(答申)」をもとに(公財)日本交通公社作成

(4) 鉄道関連事業の動向

●観光列車等の運行

前年度に引き続き、16年度もJR及び私鉄などにおいて、様々な観光列車が計画・運行された。

豪華寝台列車として、JR東日本の「TRAIN SUITE 四季島」、JR西日本の「TWILIGHT EXPRESS 瑞風」がそれぞれ運行を開始した。いずれも高級感のあるデザイン、一流ホテルのような上質感、旬の食材を用いたダイニングを有しており、車窓からは日本の美しさを堪能することができる。料金は高額であるものの、数ヶ月先まで予約が埋まっている状態が続いている。

また、美術鑑賞のできる観光列車も登場した。上越新幹線を走行する「GENBI SHINKANSEN(現美新幹線)」は、「世界最速の芸術鑑賞」がコンセプトとなっており、車内で現代アートを楽しむことができる。

私鉄や並行在来線(整備新幹線開業に伴いJRから経営分離された路線)においても、様々な観光列車が登場している。西武鉄道の「西武 旅するレストラン52席の至福」「S-TRAIN」、東武鉄道の「リバティ」、伊豆急行の「リゾート21キンメ電車」「THE ROYAL EXPRESS」、えちごトキめき鉄道の「えちごトキめきリゾート雪月花」など、各地域の特徴を表すデザイン・内容となっている(表Ⅲ-2-1-3)。

●インバウンドへの主な対応

16年度も、様々なインバウンド対応策が行われた。

駅ナンバリングについては、先行する首都圏に続き、名古屋鉄道では16年3月から、西日本鉄道では17年2月から順次整備が行われ、JR西日本の近畿エリア12路線については18年3月から導入される計画となっている。今回の西日本鉄道での導入により、国内の大手私鉄16社全てで完備された。

大阪市交通局は、16年4月より、市営地下鉄の主要12駅において、タブレット端末を用いた「クラウド型ビデオ通訳サービス」を導入した。これにより、外国人観光客と通訳者が画面を通じてリアルタイムにやりとりを行うことができるようになった。

JR東海は、16年8月から17年3月まで、東海道新幹線東京駅、京都駅、浜松駅の駅構内において、アプリケーション「おもてなしガイド」を活用した多言語対応サービスの実証実験を行った。

ナビタイムジャパンは、16年8月より、訪日外国人観光客向けアプリ「NAVITIME for Japan Travel」の中に「JAPAN RAIL PASS」に対応したルート検索機能を追加した。

●京都鉄道博物館がオープン

16年4月29日に、京都鉄道博物館がオープンした。老朽化に伴い14年4月に閉館した交通科学博物館(大阪市)及び15年8月に閉館した梅小路蒸気機関車館(京都市)を合わせる

表Ⅲ-2-1-3 観光列車等の主な動向(16年4月～17年8月)

年月	事業者名	内容
16.4.2	JR西日本	「みまさかノスタルジー」の運行を開始。復刻制服を着用したJR西日本OBが「名誉車掌長」として乗務し、おもてなしを実施。
16.4.9	JR西日本	旅の道具箱「La Malle de Bois(ラ・マル・ド・ボア)」の運行を開始。車窓をかばんのように見立て、旅にまつわる旅情を誘う絵柄や言葉を白い車体に大胆にデザイン。自転車や積み込めるスペースを用意。
16.4.17	西武鉄道	「西武 旅するレストラン52席の至福」の運行を開始。池袋～西武秩父間、西武新宿～本川越間、西武新宿～西武秩父間を運行。車体内外装は建築家隈研吾によるデザイン。全席レストラン車両の観光電車。
16.4.23	えちごトキめき鉄道	新型リゾート列車「えちごトキめきリゾート雪月花」の運行を開始。国内最大級のパノラマウィンドウやハイデッキ個室を備えた2両編成。
16.4.27	長良川鉄道	「ながら」の運行を開始。内装は沿線の素材を用いた装飾。「ながら車内食」は食の匠の気が込められた沿線の山の幸・海の幸が楽しめる。
16.4.29	JR東日本	美術鑑賞が可能な「GENBI SHINKANSEN(現美新幹線)」の運行を開始。上越新幹線の越後湯沢～新潟間を走行。各車両に注目のアーティストが制作した現代アートが展示されているほか、現代アートに直接触れることができるキッズルームも設置。
16.7.16	JR東日本	ジョイフルトレイン「IZU CRAILE(伊豆クレイル)」の運行を開始。伊豆の食材を使用したオリジナル料理やお酒を味わいながら楽しめる、クールでエレガントなリゾート列車。
17.1.28	JR北海道	「流氷物語号」の運行を開始。2月28日までの期間限定列車で、知床斜里行きの下り列車では、北浜駅の展望台から流氷が広がるオホーツク海や知床連山の景色を楽しむことができる。
17.2.4	伊豆急行	地域プロモーション列車「リゾート21キンメ電車」の運行を開始。伊豆を代表する名産品の金目鯛をイメージしたデザインで、3号車は金目鯛の歴史や生態を紹介する「キンメダイ博物館」となっている。
17.3.4	JR九州	特急「かわせみ やませみ」の運行を開始。列車名は溪流に生息する野鳥から命名。1号車では仮想現実(VR)ゴーグルとタブレット端末を用意し、360度の動画で疑似体験を行うことができる。
17.3.25	西武鉄道 東京メトロ 東京急行電鉄 横浜高速鉄道	「S-TRAIN」の運行を開始。全席指定で確実に座れる座席と乗り換えのない直通運転が特徴。平日は所沢～豊洲間、土休日は西武秩父～元町・中華街間を運行。
17.4.1	JR四国	“おとなの遊山”をテーマとする「四国まんなか千年ものがたり」の運行を開始。土讃線の多度津駅～大歩危駅間の四国の「まんなか」を走行。
17.4.21	東武鉄道	新型特急「リバティ」の運行を開始。コンセプトは「さまざまな運行形態での運用が可能な速達性と快適性を持った特急列車」で、途中駅での切り離し・連結が可能。
17.5.1	JR東日本	クルーズトレイン「TRAIN SUITE 四季島」の運行を開始。東北・北海道周遊3泊4日のコースと甲信越地方などを巡る1泊2日のコースを用意。冬は2泊3日のコースを運行。
17.6.17	JR西日本	クルーズトレイン「TWILIGHT EXPRESS 瑞風」の運行を開始。コースは京都・大阪～下関間の山陽側か山陰側を巡る1泊2日の片道と、山陽・山陰を巡る2泊3日の周遊。
17.7.21	伊豆急行 東急電鉄	観光列車「THE ROYAL EXPRESS」の運行を開始。乗車と宿泊・観光を組み合わせた1泊2日プランと食事付きのTHE ROYAL EXPRESS片道乗車プランを用意。
17.8.10	東武鉄道	SL「大樹」の運行を開始。鬼怒川線のSL復活は約58年ぶり。下今市～鬼怒川温泉間において、1日3往復を運行。SLが、地域の生活や観光の活力となり、地域をけん引するような存在となることを目指す。

資料：各社ホームページをもとに(公財)日本交通公社作成

形で、梅小路蒸気機関車館の敷地内に建てられた。初代の新幹線0系電車や人気の高い500系電車などが展示され、また運転シミュレーターなどの体験施設も充実しており、子供から大人まで楽しめる施設となっている。

(5) 熊本地震の影響

16年4月に発生した熊本地震は、鉄道にも大きな被害を与えた。特に九州を横断する豊肥本線では、斜面崩壊等の影響により、17年6月現在、肥後大津～阿蘇間が不通となっており、再開には数年を要する見込みである。また、立野駅を起点とする南阿蘇鉄道高森線についても、立野～中松間が不通のままとなっている。

このほか、九州新幹線、久大本線、日豊本線なども、地震発生後に一時的に運転見合わせとなったが、数日後には運行を再開した。

(牧野博明)

2 航空交通

訪日外国人旅行者増により国際線は引き続き好調
新規路線就航は東京や大阪に集中する傾向
関西国際空港第2ターミナル(国際線)が供用開始
「訪日旅客支援空港」が認定

(1) 利用者の動向

●旅客数の動向

16年度の国内線の利用者数は、前年度比2.1%増の9,813万人、国際線の利用者数は14.0%増の2,105万人となった(図Ⅲ-2-2-1)。訪日外国人客数の増加の影響により、国際線利用者数の大幅な伸びが続いている。一方、国内線についても、増加傾向が続いている。

国内線について、路線別でみると、東京(羽田) = 沖縄(那覇)線が前年度比5.6%増と昨年度に続き好調だった一方、

図Ⅲ-2-2-1 国内・国際航空輸送量(利用者数)の推移(年度別)



資料：国土交通省「航空輸送統計年報」国土交通省「航空輸送統計調査速報」をもとに(公財)日本交通公社作成

表Ⅲ-2-2-1 路線別旅客数(国内線)と方面別旅客数(国際線)
[路線別旅客数(国内線)]

順位	路線	旅客数(千人)	前年度比(%)	座席利用率(%)
1 (1)	東京(羽田) = 新千歳	8,937	△ 0.9	73.7
2 (2)	東京(羽田) = 福岡	8,237	1.0	73.1
3 (3)	東京(羽田) = 沖縄(那覇)	5,541	5.6	73.1
4 (4)	東京(羽田) = 大阪	5,256	1.2	72.9
5 (5)	東京(羽田) = 鹿児島	2,302	2.1	63.3

(注) 順位の () は前年度順位

[方面別旅客数(国際線)]

方面	旅客数(千人)	前年度比
中国	3,813	12.2
韓国	1,805	13.8
その他アジア	9,389	16.0
アメリカ大陸	2,793	6.5
太平洋	1,544	△ 1.9
欧州	1,437	4.0
オセアニア	274	42.1
合計	21,053	11.7

資料：国土交通省「平成28年度の航空輸送統計の概況について」より抜粋

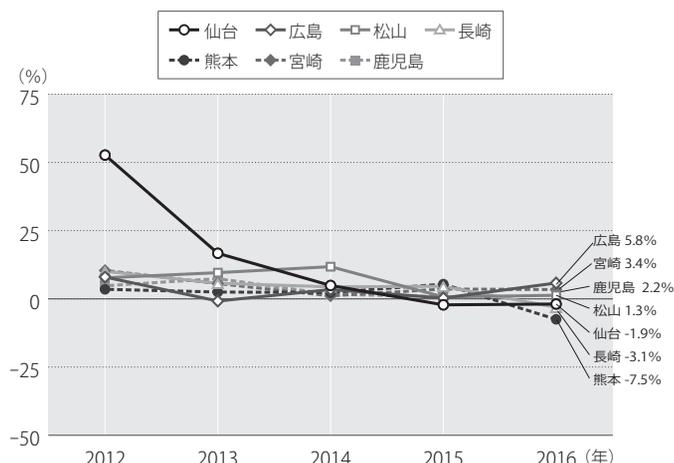
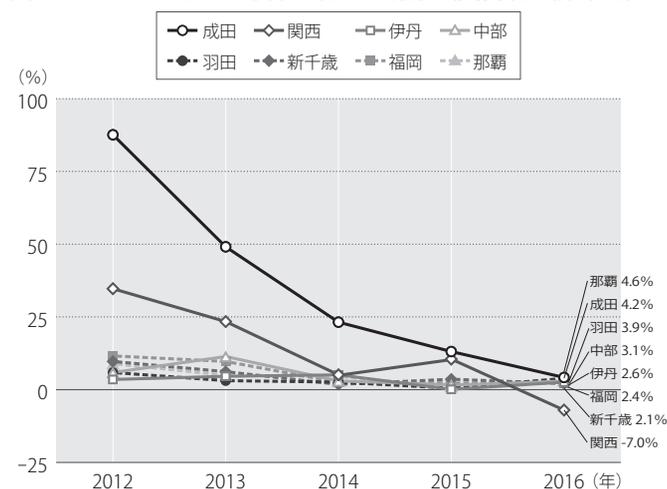
東京(羽田) = 新千歳線は同0.9%減となった(表Ⅲ-2-2-1)。また、国際線について、方面別にみると、「オセアニア」が同42.1%増と最も大きな伸びを示しており、次いで「その他アジア」(同16.0%増)、「韓国」(同13.8%増)、「中国」(同12.2%増)となった(表Ⅲ-2-2-1)。

●空港利用者数の動向

16年度の主要空港における利用者数をみると、国内線では、広島空港が前年比5.8%増で最も大きな伸びとなり、次いで那覇空港(同4.6%増)、成田国際空港(以下、成田空港)(同4.2%増)となった。成田空港の伸びはここ数年低下傾向にあり、路線の新規開設や増便等が落ち着きつつあるものと捉えられる。なお、熊本空港及び長崎空港における利用者数減については、熊本地震の影響が表れていると考えられる(図Ⅲ-2-2-2)。

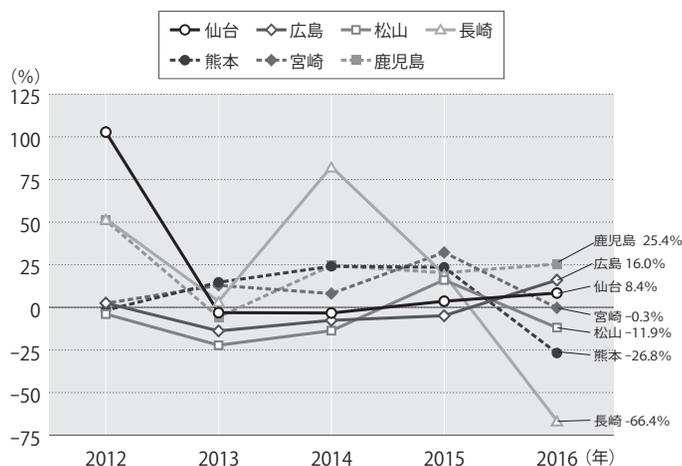
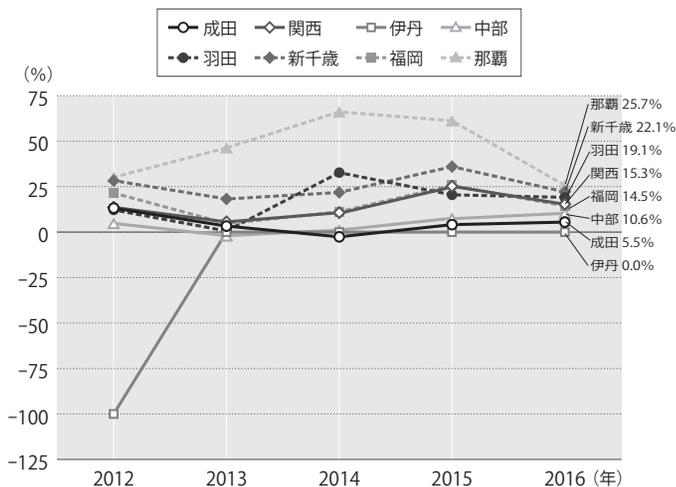
国際線では、那覇空港(前年比25.7%増)、鹿児島空港(同25.4%増)、新千歳空港(同22.1%増)の3空港が20%を超える大幅な伸びとなった。その一方で、長崎空港(同66.4%減)、熊本空港(同26.8%減)は大幅なマイナスとなっており、こちらも熊本地震の影響がみられる(図Ⅲ-2-2-3)。

図Ⅲ-2-2-2 主要空港利用者数の推移(国内線：前年比)



資料：国土交通省「空港管理状況調査」、東京航空局「管内空港の利用概況集計表」、大阪航空局「管内空港の利用概況集計表」をもとに(公財)日本交通公社作成

図Ⅲ-2-2-3 主要空港利用者数の推移 (国際線：前年比)



資料：国土交通省「空港管理状況調査」、東京航空局「管内空港の利用概況集計表」、大阪航空局「管内空港の利用概況集計表」をもとに(公財)日本交通公社作成

(2) 航空路線の動向

●フルサービスエアライン (FSC、新規航空会社を含む) の動向

FSCの動向をみると、16年度は東京(羽田空港、成田空港)への路線開設が目立った。就航先は、アメリカ、ハワイ、ロシア、中国、香港、東アジア、オセアニアなど多方面で、好調なインバウンド需要が影響していると考えられる。なお、一部の便については、成田空港から羽田空港へのシフトがみられた(表Ⅲ-2-2-2)。

表Ⅲ-2-2-2 主な航空路線の動向 (FSC)

キャリア	年月	動向
JAL	16.3.27	成田=モスクワ線増便。週3便から週4便。
	16.7.1	成田=モスクワ線増便。週4便から週5便。
ANA	16.4.28	成田=武漢線新規開設。週7往復。
	16.9.1	成田=プノンペン線新規開設。週7往復。
	16.10.30	羽田=ニューヨーク線新規開設。週7往復。
		羽田=シカゴ線新規開設。週7往復。
ANA	16.10.30	羽田=クアラ Lumpur 線新規開設。週7便。
		成田=ホーチミンシティ線増便。週7往復から週14往復。
	17.2.15	成田=メキシコシティ線新規開設。1日1便。
カンタス航空	16.12.16	成田=メルボルン線新規開設。1日1往復。
ニュージーランド航空	16.11.4	関西=オークランド線開設。週3便のニュージーランド夏期間限定。約3年ぶりの再開設。
オーロラ航空	16.5.22	成田=ユジノサハリンスク線開設。約3年半ぶりの再就航。
ヤクーツク航空	17.1.31	成田=ユジノサハリンスク線新規開設。週2便。ヤクーツク航空は日本へ新規乗入れ。
中国国際航空	16.8.12	成田=西寧(成都経由)線新規開設。週4便。
天津航空	16.10.30	北九州=大連線新規就航。週2便。北九州空港は2年半ぶりに国際線が再就航。
香港航空	16.7.1	成田=香港線開設。3年半ぶりの再開設。1日2往復。
	16.7.25	関西=香港線新規開設。週7便。
	16.9.14	米子=香港線新規開設。週2便
ハワイアン航空	16.7.23	成田=ホノルル線新規開設。1日1便。ハワイアン航空は成田空港新規乗入れ。
	16.12.20	羽田=コナ線新規開設。1日2便。
フィリピン航空	16.6.25	関西=台北=マニラ線開設。1日1便。
デルタ航空	16.10.30	羽田=ミネアポリス線新規開設。1日1便。
フィンランド航空	16.5.8	福岡=ヘルシンキ線新規開設。週3便の夏期定期便。
イベリア航空	16.10.19	成田=マドリード線開設。週3便。18年ぶりに再開設。イベリア航空唯一のアジア路線。

資料：各社のホームページをもとに(公財)日本交通公社作成

●格安航空会社 (LCC) の動向

LCCの動向をみると、16年度も東アジア・東南アジア方面を中心に新規就航が相次いだ。特に、成田空港第3ターミナル、及び関西国際空港(以下、関西空港)第2ターミナルの開業により、LCCにとって両空港の利便性が向上し、就航を後押しする形となった。

バナナ・エアは関西=台北線の開設により、初めて関西空港に乗り入れた。また、ピーチ・アビエーションは関西=上海線の開設により、日本のLCCでは初めて上海空港への乗り入れを実現した。このほか、ジェットスター・ジャパンではマニラ線が強化された(表Ⅲ-2-2-3)。

表Ⅲ-2-2-3 主な航空路線の動向 (LCC)

キャリア	年月	動向
バニラ・エア	16.4.27	関西＝台北線新規開設。1日2便。バニラ・エア関西空港初乗入れ。
	16.5.26	那覇＝台北線新規開設。1日1便。
	16.7.14	成田＝ホーチミン線新規開設。1日1便。
	16.9.15	成田＝セブ線新規開設。1日1便。
ピーチ・アビエーション	16.11.1	関西＝上海線新規開設。1日1便。上海線は日本のLCC初。
	16.11.2	羽田＝上海線新規開設。1日1便。
	17.2.19	那覇＝バンコク線新規開設。1日1便。
ジェットスター・ジャパン	16.4.1	中部＝マニラ線新規開設。週最大7便。
	16.4.7	関西＝マニラ線新規開設。週最大4便。
ジンエアー	16.7.1	成田＝仁川線新規開設。1日2便。
	16.12.1	北九州＝釜山線新規開設。1日1便。
チェジュ航空	16.12.15	成田＝釜山線新規開設。1日1便。
ティーウェイ航空	16.9.1	成田＝大邱線新規開設。1日1便。ティーウェイ航空は成田空港初就航。
		福岡＝大邱線新規開設。1日1便。
春秋航空 (Spring Japan)	16.11.21	関西＝淮安線新規開設。週1便。
	16.11.24	関西＝掲揚線新規開設。週1便。
	17.1.28	成田＝天津線新規開設。週3便。
	17.1.29	成田＝ハルビン線新規開設。週4便。
中国東方航空	16.10.30	中部＝上海＝蘭州線新規開設。1日1便。
		中部＝青島＝成都線新規開設。1日1便。
上海吉祥航空	16.8.1	関西＝南京線新規開設。週4便。
スクート	16.7.21	成田＝バンコク＝シンガポール線新規開設。1日1便。
タイガーエア台湾	16.6.29	仙台＝台北線新規開設。週4便。
	16.7.14	岡山＝台北線新規開設。週3便。
	16.8.12	函館＝台北線新規開設。週5便。
	17.3.4	那覇＝高雄線新規開設。週2便。
香港エクスプレス	16.6.16	石垣＝香港線新規開設。週2便。
	16.7.6	高松＝香港線新規開設。週3便。四国と香港を結ぶ初の定期路線。

資料：各社のホームページをもとに(公財)日本交通公社作成

(3) 航空・空港関連施設の動向

<第2ターミナルビル(国際線)の供用開始(関西空港)>

関西エアポート株式会社は、17年1月28日、第2ターミナルビル(国内線)に隣接する形で、LCC専用の第2ターミナルビル(国際線)の供用を開始した。ビルは鉄骨平屋建て(一部2階部分あり)、敷地面積は36,000m²で、既存の第2ターミナルビル(国内線)と合わせると66,000m²となる。制限区域内(出国審査後)にある免税・飲食・物販部分の面積は1,640m²で、日本の空港で初めてウォークスルー*型の免税店舗を導入した。

新たに追加された搭乗ゲートは11で、既存のものと合わせると21となる。保安検査の効率化を図るための「スマートセキュリティシステム(スマートレーン)」を導入し、検査にかかる待ち時間を従来の2/3程度に圧縮。年間最大処理能力は、国際線が285万人、国内線が550万人で、駐車場の

収容台数は1,600台を確保する。

*ウォークスルーは、店と通路及び店同士間の仕切りを設けず、エリア帯を一つの広い空間として位置づけるもので、回遊性が高まることによる購買意欲の向上が期待される。

<成田空港及び関西空港にファーストレーンを設置>

国土交通省は、航空会社や空港会社等と連携し、17年3月30日より、成田空港及び関西空港の入国審査場にファーストレーン*を設置し運用を始めた。対象は、訪日外国人における国際会議の参加者や重要なビジネス客などで、空港毎に設定する。今後は、運用状況をみながら、他空港への拡大を検討する。

*ファーストレーンは、特定の利用者が迅速な入国・出国手続きを行えるようにするために設けられる専用通路。

<関西空港、高松空港、那覇空港にバイオカートを導入>

法務省入国管理局では、16年10月1日より、入国審査に要する時間の短縮を目指し、入国審査待ち時間を活用して個人識別情報を事前に取得するための機器(バイオカート)を関西空港、高松空港、那覇空港に先行導入した(本格運用は16年10月7日)。そして17年4月15日からは、新たに12空港(新千歳、旭川、成田、小松、静岡、中部、広島、福岡、佐賀、熊本、宮崎、鹿児島)においても運用を開始した。

<羽田空港及び成田空港にボディスキャナーを導入>

羽田空港及び成田空港では、17年3月29日より、航空保安検査の円滑化・厳格化及び保安検査時間の短縮を目指し、国際線出発客向けにボディスキャナーの運用を開始した。

(4) 航空関連政策の動向

●航空協定・合意の動向

国の航空自由化(オープンスカイ)政策については、17年6月現在で32カ国・地域と同協定を締結している。16年12月には、パナマで開催されたICAO(国際民間航空機関)主催のICAN2016において、日本とポーランドの航空当局間による協議にて合意に至った。また、17年4月には、台湾にて日本とパプアニューギニアの航空当局間協議が行われ、合意に至った(表Ⅲ-2-2-4)。

表Ⅲ-2-2-4 航空自由化(オープンスカイ)協定の締結相手国

歴年	相手国
2010年	アメリカ(10月)、韓国(12月)
2011年	シンガポール(1月)、マレーシア(2月)、香港(5月)、ベトナム(6月)、マカオ(7月)、インドネシア(8月)、カナダ(9月)、オーストラリア(9月)、ブルネイ(10月)、台湾(11月)
2012年	イギリス(1月)、ニュージーランド(2月)、スリランカ(3月)、フィンランド(6月)、フランス(7月)、中国(8月)、オランダ(8月)、スウェーデン(10月)、デンマーク(10月)、ノルウェー(10月)、タイ(11月)
2013年	スイス(7月)、フィリピン(9月)、ミャンマー(10月)
2014年	オーストラリア(2月)、ラオス(2月)
2016年	スペイン(5月)、カンボジア(5月)、ポーランド(12月)
2017年	パプアニューギニア(4月)

資料：国土交通省プレスリリースをもとに(公財)日本交通公社作成

●「訪日誘客支援空港」の認定

国土交通省は、地方空港における国際線の更なる就航を目指し、重点的に支援を行う「訪日誘客支援空港」を認定した。17年2月に開催された「第1回訪日誘客支援空港の認定等に関する懇談会」において認定の基準や配点等を策定し、募集及びヒアリングを行ったうえで、同年7月に27空港を認定した。

過去の実績に基づき、対象となる空港を「拡大支援型」(19空港)、「継続支援型」(6空港)、「育成支援型」(2空港)に区分。新規就航・増便の支援(着陸料の割引や補助など)は「拡大支援型」、受入環境の整備に関する支援(出入国容量拡大など)は3カテゴリー全て、CIQ施設の整備に関する支援(税関、入国審査、検疫など)は「拡大支援型」、Wi-Fi整備や多言語化などに関する支援は「育成支援型」が対象となる(表Ⅲ-2-2-5)。

●その他の動向

＜地方空港の民営化が進行＞

13年に施行された「民間の能力を活用した国管理空港等の運営等に関する法律」に基づく地方空港の民営化に向けた動きが各所にみられた。

16年4月に完全民営化となった「関西エアポート株式会社」(関西空港、大阪国際空港(伊丹空港))は、関西空港第2ターミナルビルの拡張(国際線の供用開始)や伊丹空港のターミナル改修などを行うことで、路線誘致等の強化に努めた。その結果、16年度は旅客数が大幅に伸び、また17年度は中長距離路線の新規就航に対して初年度の着陸料をゼロにするなど、料金設定においても裁量の自由度が反映されている。なお、関西エアポート株式会社は、両空港を44年間運営し、年490億円、合計約2兆円を管理者である新関西空港株式会社に支払う。

16年7月より民営化空港として事業運営を開始した「仙

台国際空港株式会社」では、路線の拡大や便数の増加を目指し、海外商談会への出展、制限区域における商業施設の大幅拡充、繁閑に応じて着陸料を変動させる料金制度の導入、JR東日本など交通事業者との連携、新たな旅行商品の企画などに取り組んでいる。仙台国際空港株式会社は、管理者である国に22億円を支払い、最低30年間、最大で65年間運営を行う。

神戸空港では、18年4月の民営化を目指し、運営組織の選定が進められている。当初は関西エアポート株式会社・オリックス・バンシィ・エアポートの三社連合と双日の2陣営での争いとなっていたが、双日が辞退したため、三社連合のみの審査となることが決まった。三社連合が優先交渉権者となれば、関西空港・伊丹空港・神戸空港の3空港一体運用が実現することとなる。

福岡空港では、19年4月の民営化を目指し、運営組織の検討が進められている。17年2月に、地元連合の受け皿となる新会社「福岡エアポートホールディングス」が設立され、旧運営会社である「福岡空港ビルディング」の株主がそのまま新会社の株主に横滑りした。また、新株発行により資金調達を行う計画で、空港運営のノウハウを有する組織の参加を見込んでいる。17年度内には入札が行われ、18年度中に運営組織が決まる予定となっている。

このほかにも、北海道内の空港(一括)、富士山静岡空港、広島空港、高松空港、熊本空港などが民営化の検討を行っている。

(5) 熊本地震の影響

16年4月に発生した熊本地震は、熊本空港に大きな被害を与えた。ターミナルビルが損傷を受け、地震発生後3日目まで全便欠航となった。4日目以降は運航を再開したものの、ターミナルビルのレストランエリアや物販エリアの一部では、しばらくの間営業できない状況が続いた。

(牧野博明)

表Ⅲ-2-2-5 「訪日誘客支援空港」の認定内容

カテゴリー区分	支援内容					対象空港
	新規就航・増便 (国際線着陸料の割引・補助、チケットカウンター設置・使用料や地上支援業務の補助)	受入環境の整備 (ボーディングブリッジや交通アクセス施設など)	CIQ施設の整備 (税関、入国管理、検疫)	国際線着陸料の割引 (インバウンド割の活用)	Wi-Fi整備、多言語化、海外へのPR、CIQ体制の充実など	
拡大支援型	○	○	○			北海道(稚内、釧路、函館、女満別、帯広、旭川)、青森、仙台、茨城、新潟、小松、静岡、南紀白浜、米子、岡山、広島、山口宇部、徳島、高松、松山、北九州、佐賀、熊本、鹿児島
継続支援型		○		○		花巻、福島、長崎、大分、宮崎、那覇
育成支援型		○		○	○	松本、下地島

※北海道6空港は一体的に扱うため、1空港としてカウント

資料：国土交通省プレスリリース等をもとに(公財)日本交通公社作成

3 海上交通

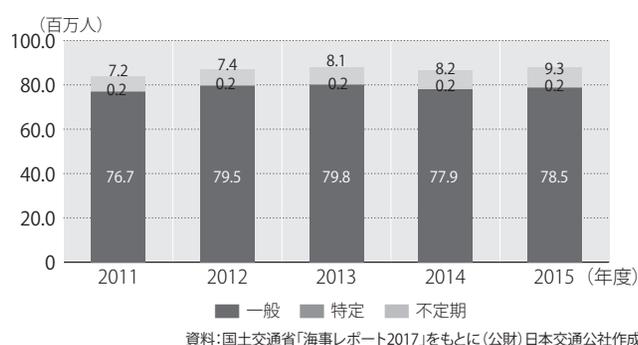
日本人クルーズ人口は3年ぶりに増加、89年以降で最多
クルーズ船により入国した外国人客は大幅増
「官民連携による国際クルーズ拠点」を選定

(1) 利用者の動向

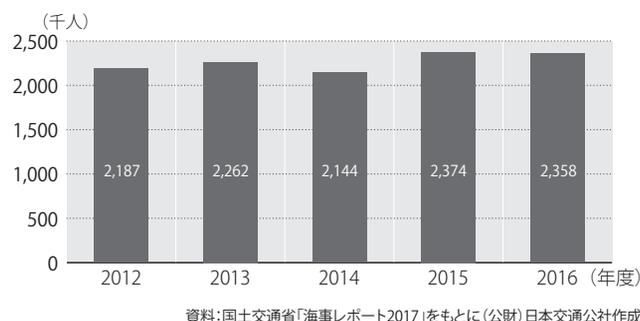
●国内旅客船の動向

15年度の国内旅客船輸送人員は8,790万人で、前年度と比べて1.9%の増加となった。内訳は、一般旅客定期航路事業が7,850万人（同0.8%増）、特定旅客定期航路事業が20万人（同11.5%増）、不定期航路事業が930万人（同12.8%増）であった（図Ⅲ-2-3-1）。長距離フェリー航路では、16年度の旅客輸送人員は236万人（同0.7%減）で、前年度と比べると僅かな減少となった（図Ⅲ-2-3-2）。離島航路では、15年度の旅客輸送人員は4,285万人（同0.1%増）と僅かながら増加した（図Ⅲ-2-3-3）。

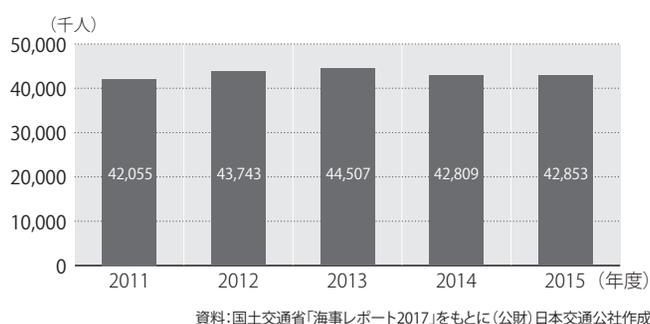
図Ⅲ-2-3-1 国内旅客船輸送人員の推移（年度別）



図Ⅲ-2-3-2 長距離フェリー航路の旅客輸送人員（年度別）



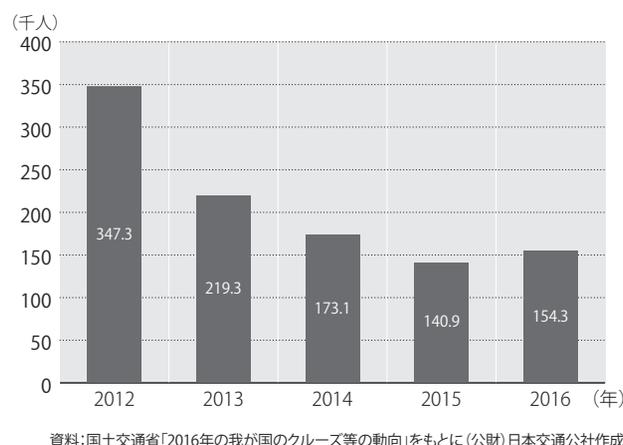
図Ⅲ-2-3-3 離島航路の旅客輸送人員（年度別）



●外航旅客定期航路の動向

16年の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15.4万人（前年比9.5%増）となり、4年ぶりに減少傾向に歯止めがかかった（図Ⅲ-2-3-4）。

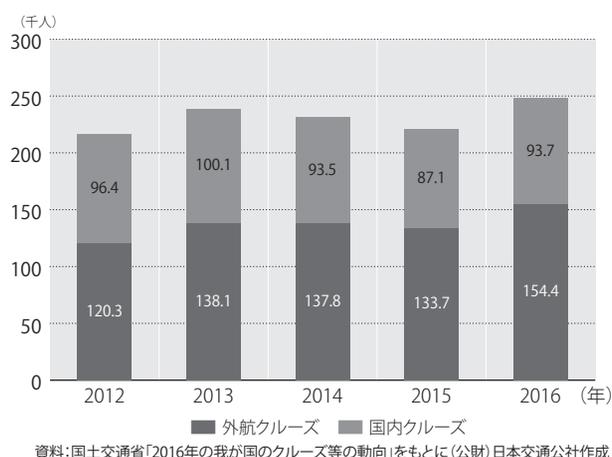
図Ⅲ-2-3-4 外航旅客定期航路の日本人乗客数の推移（暦年）



●クルーズ船の日本人乗客の動向

16年の日本人のクルーズ乗客数（日本のクルーズ人口）は24.8万人（前年比12.4%増）となり、3年ぶりに減少傾向に歯止めがかかるとともに、89年以降で最多となった（図Ⅲ-2-3-5）。

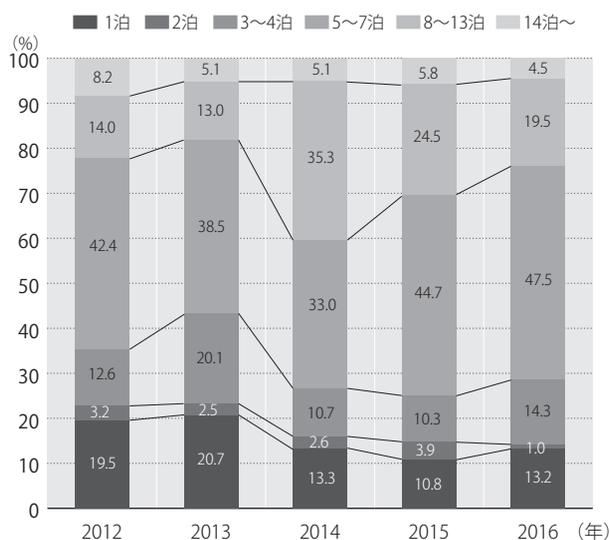
図Ⅲ-2-3-5 日本人の外航・国内クルーズ乗客数（暦年）



<外航クルーズ船の動向>

16年における外航クルーズ船（日本船社運航船及び外国船社運航船）の乗客数は15.4万人（前年比15.5%増）で、人泊数は118.9万人泊（同0.3%減）だった。前年に比べて乗客数は大幅に増えたものの、人泊数は前年を下回る結果となったため、平均泊数は前年から1.5泊減の7.7泊となった。泊数別シェアをみると、「5～7泊」が47.5%で最も多く、次いで「8～13泊」（19.5%）となっている。前年と比べると、「8～13泊」「14泊～」が減少、「1泊」「3～4泊」が増加しており、これらが平均泊数の減少の要因になっている（図Ⅲ-2-3-6）。

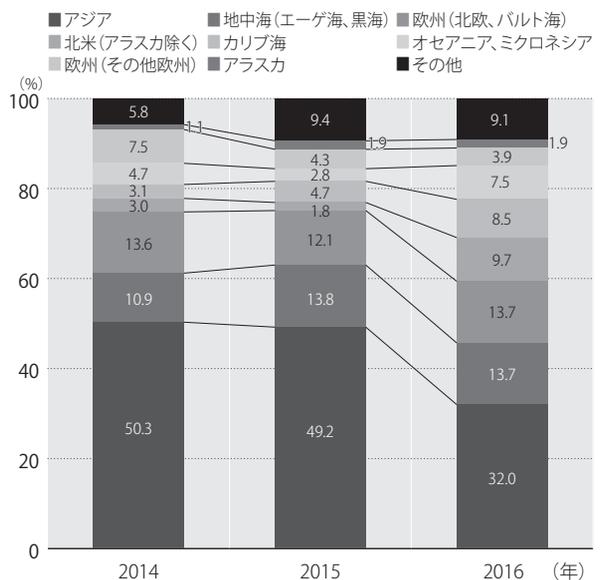
図Ⅲ-2-3-6 外航クルーズの泊数別乗客数シェア(暦年)



資料:国土交通省「2016年の我が国のクルーズ等の動向」をもとに(公財)日本交通公社作成

日本人のクルーズ利用者のエリア別のシェアをみると、「アジア」が49.5千人(シェア32.0%)と最多で、次いで「地中海(エーゲ海、黒海)」「欧州(北欧、バルト海)」がいずれも21.2千人(同13.7%)であった。欧州地域全体では48.4千人(同31.3%)、世界三大クルーズエリア(地中海、アラスカ、カリブ海)では37.3千人(同24.1%)であった。前年のシェアと比べると、「アジア」が17.2%減(16.3千人減)、「地中海(エーゲ海、黒海)」が0.1%減(2.7千人増)となった一方で、「北米(アラスカ除く)」は7.9%増(12.6千人増)、「オセアニア、ミクロネシア」は4.7%増(7.8千人増)、「カリブ海」は3.8%増(6.9千人増)、「欧州(北欧、バルト海)」は1.6%増(5.0千人増)となり、世界各地への分散化が進んだ(図Ⅲ-2-3-7)。

図Ⅲ-2-3-7 外航クルーズの海域別シェア(暦年)



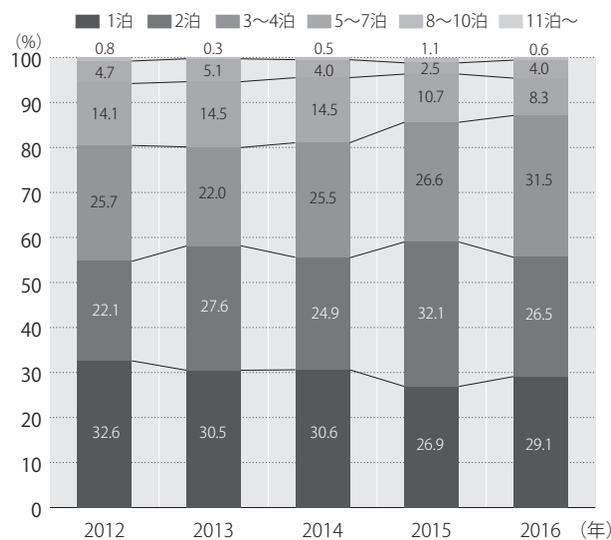
資料:国土交通省「2016年の我が国のクルーズ等の動向」をもとに(公財)日本交通公社作成

<国内クルーズ船の動向>

16年における日本船社運航の外航クルーズ船(国内)の乗客数は9.3万人(前年比8.4%増)で、内航フェリーを含む国内クルーズ全体の乗客数は9.4万人(同7.6%増)、人泊数は23.2万人泊(同1.7%減)だった。前年に比べてクルーズ全体の乗客数は増えたものの、人泊数は前年を下回る結果となったため、平均泊数は前年から0.2泊減の2.5泊となった。泊数別シェアをみると、「3~4泊」が31.5%で最も多く、次いで「1泊」(29.1%)となっている。前年と比べると、「2泊」「5~7泊」が減少、「1泊」「3~4泊」が増加している(図Ⅲ-2-3-8)。

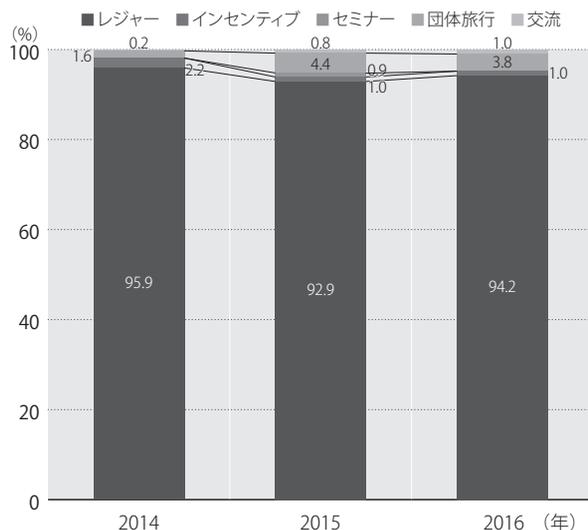
目的別にみると、「レジャー」が8.8万人(シェア94.2%)と最多で、次いで「団体旅行」が0.4万人(同3.8%)、「インセンティブ」「交流」がいずれも0.1千人(同1.0%)となっている(図Ⅲ-2-3-9)。

図Ⅲ-2-3-8 国内クルーズの泊数別乗客数シェア(暦年)



資料:国土交通省「2016年の我が国のクルーズ等の動向」をもとに(公財)日本交通公社作成

図Ⅲ-2-3-9 国内クルーズの目的別シェア(暦年)



資料:国土交通省「2016年の我が国のクルーズ等の動向」をもとに(公財)日本交通公社作成

●クルーズ船による外国人入国の動向

16年に、クルーズ船により日本に入国した外国人旅客数は約199.2万人（前年比78.5%増）の大幅増となり、過去最多を更新した（図Ⅲ-2-3-10）。

図Ⅲ-2-3-10 クルーズ船により入国した外国人旅客数（暦年）



資料：国土交通省「2016年の訪日クルーズ旅客数とクルーズ船の寄港実績」をもとに（公財）日本交通公社作成

(2) 航路・寄港の動向

●国内旅客船の航路動向

17年4月1日現在、旅客船の事業者数は963件（前年比11件増）、航路数は1,781路線（同49路線増）、就航する船舶数は2,246隻（同23隻増）といずれも増加傾向を示している（図Ⅲ-2-3-11～Ⅲ-2-3-3）。

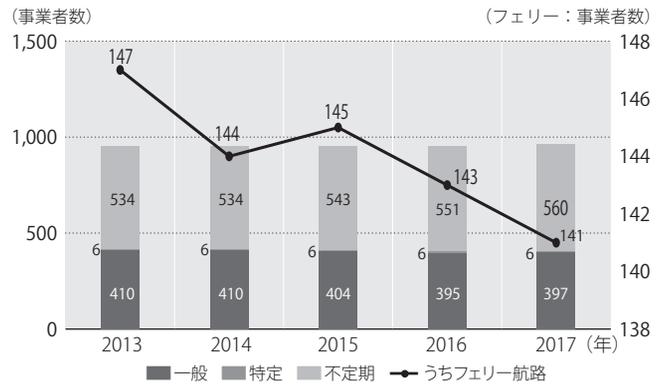
●クルーズ船の寄港動向

16年における我が国港湾へのクルーズ船の寄港回数は合計2,018回となり、前年比564回増と大幅に増加した。港湾別にみると、博多港が328回（前年比69回増）で最多となり、次いで長崎港が197回（同66回増）、那覇港が193回（同78回増）であった。

内訳をみると、外国船社運航クルーズ船の寄港回数は1,444回で、前年比479回増と大幅な増加を示した。港湾別では、博多港が312回（前年比67回増）で最多となり、次いで長崎港が190回（同62回増）、那覇港が183回（同78回増）であった。

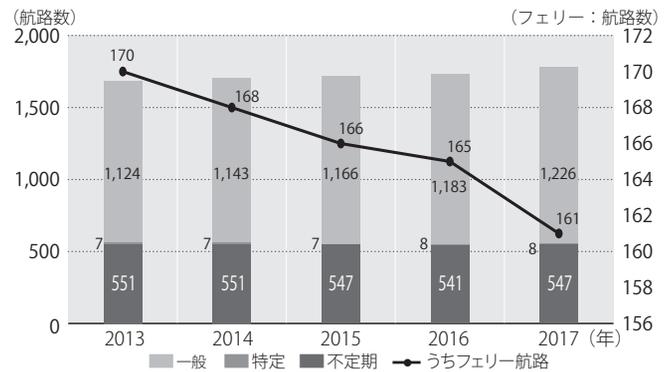
日本船社運航のクルーズ船の寄港回数は574回で、前年比85回増と減少傾向に歯止めがかかった。港湾別では、横浜港が87回（前年比1回減）で最多となり、次いで神戸港が72回（同17回増）、名古屋港が31回（同1回増）であった。外国船社のクルーズ船が九州を中心に寄港する一方で、日本船社のクルーズ船は大都市近郊に寄港する傾向がみられる（図Ⅲ-2-3-14及び表Ⅲ-2-3-1）。

図Ⅲ-2-3-11 旅客船事業者数の推移（暦年）



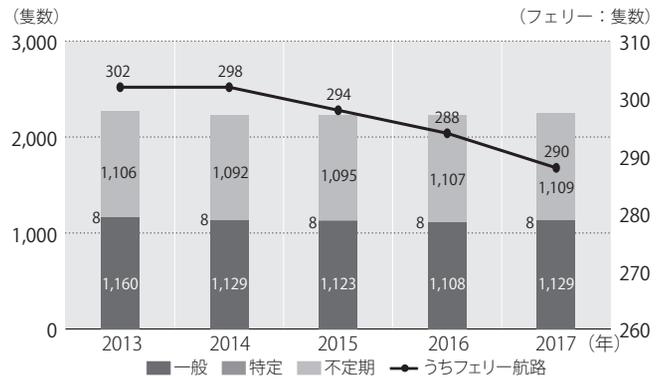
資料：国土交通省「海事レポート2017」をもとに（公財）日本交通公社作成

図Ⅲ-2-3-12 旅客船航路数の推移（暦年）



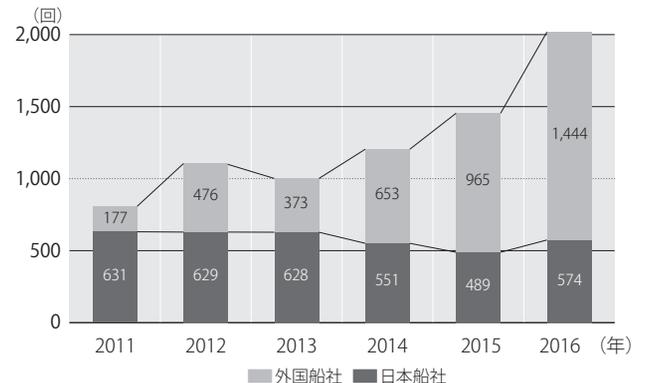
資料：国土交通省「海事レポート2017」をもとに（公財）日本交通公社作成

図Ⅲ-2-3-13 旅客船船舶数（隻数）の推移（暦年）



資料：国土交通省「海事レポート2017」をもとに（公財）日本交通公社作成

図Ⅲ-2-3-14 クルーズ船の寄港回数の推移（暦年）



資料：国土交通省「2016年の訪日クルーズ旅客数とクルーズ船の寄港実績」をもとに（公財）日本交通公社作成

表Ⅲ-2-3-1 クルーズ船の寄港回数

	合計		外国船社		日本船社	
	港湾名	回数	港湾名	回数	港湾名	回数
1位	博多	328	博多	312	横浜	87
2位	長崎	197	長崎	190	神戸	72
3位	那覇	193	那覇	183	名古屋	31
4位	横浜	128	石垣	91	東京	17
5位	神戸	104	平良	84	博多	16

資料：国土交通省「2016年の訪日クルーズ旅客数とクルーズ船の寄港実績（速報値）」をもとに
（公財）日本交通公社作成

(3) 海上交通関連政策の動向

●外航クルーズ船の受入強化に向けた施策

<「官民連携による国際クルーズ拠点」の選定>

急増するクルーズ船の寄港需要に対応し、「2020年に訪日クルーズ旅客500万人」という目標を達成することを目指し、国土交通省は、クルーズ船社による投資と港湾管理者による受入環境の整備を組み合わせた新たな方法により拠点づくりを行う「官民連携による国際クルーズ拠点」整備事業を展開している。16年10～12月にかけて、拠点を目指す港湾を募集し、「官民連携によるクルーズ拠点形成検討委員会」にて評価を行った結果、6港湾（横浜港、清水港、佐世保港、八代港、本部港、平良港）が選定された。今後、計画書（目論見）の内容を踏まえたうえで、ハード・ソフト両面の取組みを行うこととなる。

(4) 海上交通関連事業の動向

●施設整備の動向

<各地でのふ頭整備>

20年東京オリンピック・パラリンピックを見据え、各地でふ頭整備が進められている。

博多港では、岸壁の延長工事が進められており、17年度中に200mの延伸が完成する予定である。横浜港では、老朽化のために使用を停止している新港ふ頭のリニューアル工事を行っており、18年度の完成を目指している。清水港（静岡市）では、日の出ふ頭の改良工事を行っており、今後は富士山の眺望を活かせるようなターミナルビルの改修等を行う予定である。金沢港では、17年度より大規模な改修に着手するとともに、旅行会社と連携した商品造成にも取り組む方針を示している。

(5) 熊本地震の影響

16年4月に発生した熊本地震は、熊本港に大きな被害を与えた。地震により岸壁や道路に段差が生じたほか、損傷によりボーディングブリッジが稼働できない状況が発生し、熊本と島原を結ぶフェリーが運休となった。その後、4月20日に復旧が完了し、4月22日に運航が再開された。

（牧野博明）

4 道路交通

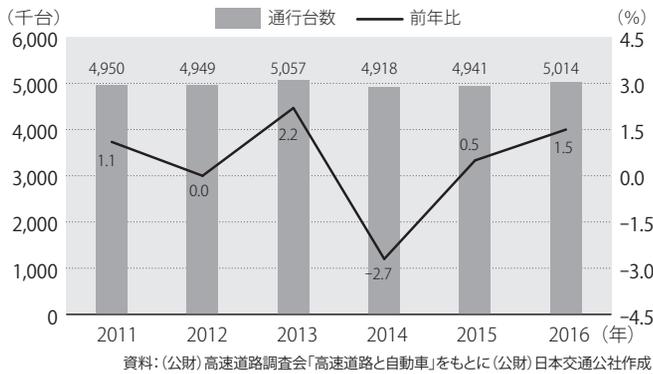
圏央道 境古河IC～つくば中央IC間28.2kmが開通
 高速バス系統数が5,000本を超過
 高速道路ナンバリングが開始

(1) 利用者の動向

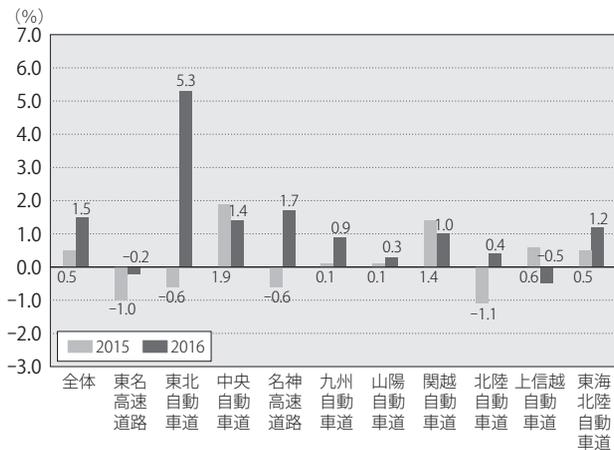
●高速道路の利用

16年の高速道路通行台数は日平均で約501万台であり、前年比1.5%増であった(図Ⅲ-2-4-1)。年間通行台数を主要路線別に見ると、東名高速道路・上信越自動車道以外の路線は前年の通行台数を上回り、全体に増加の傾向を示した。特に東北自動車道は、前年比5%超の増加となった(図Ⅲ-2-4-2)。

図Ⅲ-2-4-1 高速道路通行台数(暦年別日平均)と前年比



図Ⅲ-2-4-2 主要高速道路の年間通行台数(暦年)前年比



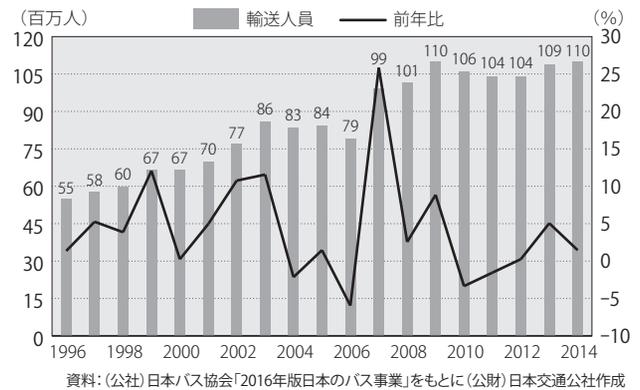
●高速バス(14年)

公益社団法人日本バス協会の最新統計である14年の高速バス輸送人員は109,862千人であり、前年比1.1%増であった。直近2カ年度において、高速バス輸送人員数は増加に転じており、14年は過去最多であった09年度に次いで、2番目に多い値となった(図Ⅲ-2-4-3)。

過去15年における推移をみると、96年度に55,006千人であった高速バス輸送人員は、14年には約2倍にまで増加した。2000年の道路運送法改正以降、高速ツアーバス等の新

たな業態を包括した高速バス市場は拡大を続け、07年には前年比25.5%増を記録した。一方で過当競争による安全性の低下が指摘され、国土交通省は12年に運転手の運転距離・業務時間等の基準を盛り込んだ通達を発出、13年には高速ツアーバスを廃止するなど、規制を強化した。同時期にあたる10年から12年にかけて、高速バス輸送人員数は漸減した。

図Ⅲ-2-4-3 高速バス年間輸送人員の推移(暦年)



(2) 高速道路・高速バス路線の動向

●高速道路の整備

17年3月31日時点における高規格幹線道路(高速自動車国道・一般国道自動車専用道路)の供用延長は11,414km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82%となった。内訳は、高速自動車国道が8,782km(進捗率76%)、一般国道自動車専用道路が1,704km(同69%)である(表Ⅲ-2-4-1)。

16年4月から17年4月までに開通した高規格幹線道路および地域高規格道路は表Ⅲ-2-4-2の通りである。17年2月には首都圏中央連絡自動車道(圏央道)の境古河IC～つくば中央IC間28.2kmが開通した。国土交通省およびNEXCO東日本によれば、開通後一週間で圏央道の隣接区間では交通量が約2割増加し、同年2月から3月にかけて開催された水戸市偕楽園の梅祭りにおいては、八王子方面からの来訪所要時間短縮が来場者数の増加に寄与したとの声が聞かれた。圏央道の整備進展に伴い、今後も広域的な観光交流の拡大が期待される。

表Ⅲ-2-4-1 高規格幹線道路の整備状況(17年3月末時点)

区分	総延長	供用延長	進捗率
高規格幹線道路	約14,000km	11,414km	82%
高速自動車国道	11,520km	8,782km	76%
高速自動車国道のうち、高速自動車国道に並行する一般国道自動車専用道路	—	928km	84%
一般国道自動車専用道路(本四連絡道路を含む)	約2,480km	1,704km	69%

資料：国土交通省「平成29年度道路関係予算概要」をもとに(公財)日本交通公社作成

●高速バス運行系統数(14年度)

公益社団法人日本バス協会の最新統計である14年の高速バス運行系統数は延べ5,229本であり、前年比9.4%増であった(図Ⅲ-2-4-4)。運行系統数は輸送人員と同じく07年に急増し、以降は漸増を続けていた。13年にはじめて減少を記録したが、14年は再び増加に転じ、5,000本を超え過去最多となった。

近年新設された高速バス路線の特徴の一つとして、高級化・高価格化を指摘することができる。関東バス・両備バスが共同運行するドリームスリーパー東京大阪号は、全11席が完全個室化された最高級夜行バスとして、17年1月に運行が開始された。同路線では運賃の他に座席料金が発生し、東京～大阪間の片道料金は18,000～20,000円となる。この他、海部観光が運行するマイフローラ(11年4月運行開始)や、西日本ジェイアールバス・ジェイアールバス関東が運行するDREAM Relier(17年3月運行開始)など、特に夜行高速バスにおいて、快適性を指向した高額路線の新設がみられた。

こうした路線の設計思想は、低廉な運賃によって他交通機関との差別化を図ってきた従来の高速バスとは一線を画しており、新たな旅の手法として今後の動向が注目される。

図Ⅲ-2-4-4 高速バス運行系統数の推移(暦年)



資料：(公社)日本バス協会「2016年版日本のバス事業」をもとに(公財)日本交通公社作成

(3) 道路交通関連施設の動向

●ETC2.0

ETCとは「ノンストップ自動料金支払いシステム」の略称であり、01年にサービスが開始された。ETC2.0はETCの機能が拡充された規格で、11年から段階的にサービスが開始された。将来的には渋滞情報の提供や駐車場の入庫管理など、料金支払い以外の多目的利用が企図されている。

ETC2.0システムは大きく分けて、ITSスポットと車載機

表Ⅲ-2-4-2 16年4月～17年4月までに開通した高規格幹線道路および地域高規格道路

地方	営業路線名	No *	法定路線名 **	区間名等	区間	年月日	開通延長
北海道	旭川・紋別自動車道	E39	旭川・紋別自動車道	丸瀬布遠軽道路	丸瀬布IC～遠軽瀬戸瀨IC	17/03/19	11.2 km
東北	東北中央自動車道	E13	東北中央自動車道相馬尾花沢線	—	福島JCT～福島大笹生IC	16/09/11	1.4 km
	秋田自動車道	E7	日本海岸東北自動車道	鷹巣大館道路	鷹巣IC～二井田真中IC	16/10/22	12.2 km
	三陸沿岸道路	E45	三陸縦貫道	登米志津川道路	三滝堂IC～志津川IC	16/10/30	9.1 km
	三陸沿岸道路	E45	三陸縦貫道	南三陸道路	志津川IC～南三陸海岸IC	17/03/20	3.0 km
	三陸沿岸道路	E45	三陸縦貫道	矢石石巻道路	石巻女川IC～桃生豊里IC	17/03/26	10.5 km
	東北中央自動車道	E13	東北中央自動車道相馬尾花沢線	阿武隈東道路	相馬山上IC～相馬玉野IC	17/03/30	12.1 km
関東	首都圏中央連絡自動車道	C4	首都圏中央連絡自動車道	—	境古河IC～つくば中央IC	17/02/26	28.5 km
	中部横断自動車道	E52	中部横断自動車道	—	六郷IC～増穂IC	17/03/19	9.3 km
	首都高速道路	—	—	高速神奈川17号線	生麦JCT～横浜港北JCT	17/03/18	約8.2 km
中部	新名神高速道路	E1A	近畿自動車道名古屋神戸線	—	四日市JCT～新四日市JCT	16/08/11	4.4 km
	東海環状自動車道	C3	東海環状自動車道	—	新四日市JCT～東員IC	16/08/11	1.4 km
近畿	京奈和自動車道	E24	京奈和自動車道	紀北西道路	和歌山JCT～岩出根来IC	17/03/18	6.5 km
	北近畿豊岡自動車道	E72	北近畿豊岡自動車道	八鹿日高道路	八鹿氷ノ山IC～日高神鍋高原IC	17/03/25	9.7 km
	新名神高速道路	E1A	近畿自動車道名古屋神戸線	—	城陽JCT・IC～八幡京田辺JCT・IC	17/04/30	3.5 km
	山陰近畿自動車道	E9	—	野田川大宮道路	京丹後大宮IC～与謝天橋立IC	16/10/30	4.3 km
	阪神高速道路	—	—	大和川線	三宝JCT～鉄砲出入口	17/01/28	1.4 km
	第二阪和国道	—	—	—	淡輪ランプ～平井ランプ	17/04/01	7.6 km
中国	山陰自動車道	E9	山陰自動車道	浜田・三隅道路	西村IC～石見三隅IC	16/12/18	6.4 km
	国道2号	—	—	松永道路	神村ランプ～今津ランプ	17/03/26	2.5 km
四国	松山外環状道路	—	—	インター線	古川IC～市坪IC	16/12/10	1.8 km
九州	東九州自動車道	E10	東九州自動車道	—	椎田南IC～豊前IC	16/04/24	7.2 km
	南九州西回り自動車道	E3A	南九州西回り自動車道	出水阿久根道路	高尾野北IC～野田IC	17/03/11	2.8 km

*No列には高速道路ナンバリングを示した。

山陰近畿自動車道は地域高規格道路であるが、接続を予定されている京都縦貫自動車道および山陰自動車道と同一の番号を付与されている。

**高規格幹線道路のうち、一般国道の自動車専用道路については1987年6月30日建設事務次官通達「新たに高規格幹線道路網を構成する路線について」において指定された名称を、それ以外の道路については国土開発幹線自動車道建設法において指定された名称を、それぞれ記載した。地域高規格道路については空欄とした。

資料：国土交通省および高速道路株式会社のプレスリリース等をもとに(公財)日本交通公社作成

器から構成される。ITSスポットは車載機との通信を行う通信アンテナであり、従前から国交省による整備が進められてきた。17年4月現在、全国の高速度路上1,600カ所と、道の駅約60カ所にITSスポットが設置されている。一方で車載機器は利用者がETC2.0に対応した機器を設置する必要があり、16年4月時点の利用率(全国平均)はETC全体で89.8%であったのに対して、ETC2.0は1.5%であった。

16年度に入り、ETC2.0の普及促進を企図する施策が実施された。NEXCO東日本とNEXCO中日本は4月から、圏央道(茅ヶ崎JCT～海老名JCT、海老名～木更津JCT)及び新湘南バイパス(藤沢～茅ヶ崎JCT)において、ETC2.0利用者を対象とする割引を開始した。普通車の場合、通行料金がおよそ2割引相当となる。また一般社団法人道路システム高度化推進機構は、従前より実施していたETC2.0対応車載機器の再セットアップ料金を補助するキャンペーンの期間を、17年9月末まで延長すると発表した。

●高速道路の休憩施設

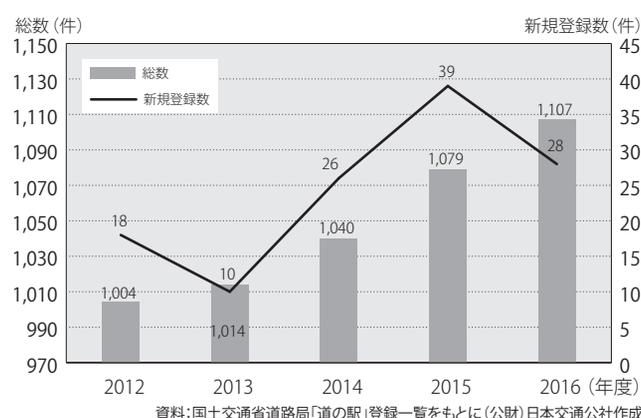
16年4月～17年5月までに新設・リニューアルされた高速道路の休憩施設は、表Ⅲ-2-4-3の通りである。9件のうち5件が既存SAの改修であり、施設の新設や売場面積の拡大により、SAのさらなる大規模化とサービス向上が推進された。それぞれの施設は、従前より高速道路会社各社が差別化を行ってきたSAPAブランド(NEXCO東日本:Pasar・ドラマチックエリア、NEXCO中日本:NEOPASA・EXPASA、NEXCO西日本:PAVARIE・モテナス)に紐付けられ、各ブランドに応じた個性的な施設整備がなされた。

●一般道路の休憩施設(道の駅)

16年度中に28件の「道の駅」が登録され、総数は1,107駅となった(図Ⅲ-2-4-5)。道の駅に期待される機能は、道路利用者に提供されるサービスの領域を超えて拡大が続いている。本年は6駅(両神温泉薬師の湯・桜の郷莊川・美山ふれあい広場・鯉が窪・小豆島オリーブ公園・酒谷)が特定テーマ型モデル道の駅として選定されたが、選定にあたっては特定テーマである「住民サービス」の観点から、高齢化社会に対応した地域福祉・小さな拠点としての機能など、地域住民へのサービス向上に資する取組みと実績が評価された。

また近年の傾向として、道の駅と他の交通施設とを一体的に整備する事例がみられる。16年4月に開駅した道の駅させぼくす99は、西九州自動車道相浦中里ICに、16年10月に登録された道の駅ヘルシーテラス佐久南は、中部横断自動車道佐久南ICに、それぞれ隣接して整備された。これ

図Ⅲ-2-4-5 「道の駅」登録数の推移



表Ⅲ-2-4-3 16年4月～17年5月までに新設・リニューアルされたSA、PA

施設名称	年月日	内容・特徴
神戸淡路鳴門自動車道 淡路SA 上下線	16/04/23	下り線は「ドッグラン」の面積拡大、施設の全面改修、上り線は、恋人の聖地「蓄光石舗装」、「桜の小道イルミネーション」等を新設し、リニューアルオープン。
関越自動車道 上里SA 上り線	16/04/27	『ドラマチックエリア上里(上り線)』としてグランドオープン。「食を通じて“旅の想い”を紡ぐ里」をコンセプトに、関越道、上信越道、北関東道が合流する要所として、群馬(上州)、長野(信州)、新潟(越州)及び埼玉など沿線地域の豊富な食材・特産品を組み合わせ、「旅の思い出」を楽しむ空間を演出。
瀬戸中央自動車道 鴻ノ池SA 上り線	16/06/28	フードコートのリニューアルオープン。フードコート入口には、ミストシャワーが登場。
東名高速道路 EXPASA足柄 上り線	16/08/27	次世代アウトドアライフ「グランピング」の情報発信基地となる施設を期間限定オープン。施設名は豊かな緑に囲まれたなだらかな起伏の立地であることから、「丘」を意味する「el colina(エルコリーナ)」。トレーラーハウス、ゴージャスなグランピングテント、ナチュラルなキャンパス地のレギュラーテントに宿泊できる。
東名高速道路 EXPASA富士川 上り線	17/02/23	大観覧車「Fuji Sky View(フジスカイビュー)」が誕生。2階フロアが新たに新設され、新店舗「Café de mori-kun STAND(カフェドモリクンスタンド)」や、富士山と観覧車を同時に楽しめる展望デッキ、屋上広場を用意。
高松自動車道 豊浜SA 下り線	17/03/30	店舗をリニューアルオープン。売場面積を約2倍に拡張し、品揃えを充実させるとともに、地元香川の食材を使用した新メニューも多数用意。四国の高速度路で初めて屋内のイベントスペースを設置。
東名高速道路 駒門PA 下り線	17/04/20	以前の位置から約1.7km名古屋方面に移った場所に新規オープン。一般道からも利用できるよう、出入り口及び駐車場「ぷらっとパーク」を整備。
道央自動車道 輪厚PA 上り線	17/04/25	「ドラマチックエリア輪厚(上り線)」としてグランドオープン。「旅する“きたみち”～新しい北と出会う道～」をコンセプトに、道内全域の食事や土産品を用意。24時間営業のショッピングコーナー「きたみちマーケット」は輪厚PA限定商品も充実。
九州自動車道 山川PA 上下線	17/05/17	熊本地震以降、営業を休止していたハイウェイショップを、“モテナス”ブランドの店舗として、リニューアルオープン。「モテナス」とは、NEXCO西日本グループが運営する店舗ブランド名。統一したブランドマーク・ブランドカラーを採用し、ビジネスなどで日常的にエリアをご利用いただくお客さまに、お徳のある食事や真心のこもった「おもてなし」を提供。

資料:高速道路株式会社のプレスリリース等をもとに(公財)日本交通公社作成

らの道の駅は一般道路利用者のみならず、高速道路利用者の休憩施設としても機能している。

(4) 道路交通関連政策の動向

●高速道路の関連政策

<高速道路ナンバリング>

16年4月、国交省内に高速道路ナンバリング検討委員会が設置された。同委員会は10月に「高速道路ナンバリングの実現に向けた提言」を発表し、訪日外国人旅行者・外国人レンタカー利用者が増加する一方で、世界各国で行われている高速道路ナンバリングが、国内では未実施であると指摘した。

提言内容を受けて、17年2月に改正「道路標識、区画線及び道路標示に関する命令」が公布・施行され、全ての高規格幹線道路と一部の周辺路線にアルファベットと数字を組み合わせた番号が付与された。例として、関越自動車道はE17、圏央道はC4となる。今後は道路上の標識類の更新に合わせて路線番号が併記されるほか、カーナビ等においても番号が表示されるよう、官民双方で整備が進められる。

本事業の目的には「訪日外国人をはじめ、すべての利用者にわかりやすい道案内を実現」することが謳われており、訪日外国人を含めた国内旅行者の利便性向上が期待される。

(5) 熊本地震の影響

●高速道路

16年4月に発生した熊本地震は、道路に大きな被害を与えた。高速道路については、NEXCO西日本管内の9路線において、延べ507kmが通行止めとなった。特に甚大な被害を受けた路線は九州自動車道(熊本IC～城南スマートIC)、九州中央自動車道(嘉島JCT～小池高山IC)および大分自動車道(湯布院IC～由布岳PA)であり、該当区間ではのり面の土砂崩落、桁橋の損傷、落橋等が発生した。

4月16日の本震直後から復旧作業が行われ、九州自動車道については4月29日に、九州中央自動車道については4月14日に、それぞれ通行が再開された。5月9日には大分自動車道の通行が再開され、同日付で全路線の通行止めが解除

となった。以降は対面規制等で交通を確保しながら復旧が進められ、17年4月28日に全路線で4車線復旧が完了した。

NEXCO西日本は16年6月、熊本地震の影響を受けた九州の観光支援を目的として、「九州観光周遊ドライブパス」を発売した。同パスは連続する3日間または4日間、関門トンネルを除く九州の高速道路が定額で乗り放題となるもので、使用可能期間は7月中旬から12月中旬(お盆を除く)であった。

●一般道路

高速道路を除く国道については、熊本県・大分県・宮崎県・福岡県の4県内で通行止めが発生した。国道443号益城町寺迫、ならびに国道57号阿蘇大橋地区で甚大な被害を受け、国道443号では路面の陥没、国道57号では斜面崩壊と阿蘇大橋の落橋が発生した。国道443号は4月20日に復旧作業が完了し、通行止めが解除された。国道57号は17年4月時点でも通行止めが継続中であり、復旧までに数年を要すると見込まれている。このため、現在は迂回路が設定されている。

熊本県道については、県道339号北外輪山大津線(ミルクロード)、ならびに県道28号熊本高森線が甚大な被害を受けた。県道339号では土砂崩落および電車の脱線による道路寸断、県道28号では俵山トンネルにおける覆工コンクリートの崩落および複数の橋梁での損傷が発生した。県道339号は国道57号の迂回ルートにあたることから、国交省の所管するTEC-FORCE(緊急災害対策派遣隊)の支援を受け、迅速な復旧がなされた。その結果、4月18日には小型車の通行が、4月22日には大型車の通行が、それぞれ確保された。県道28号についてはトンネル・橋梁双方の復旧が必要であったため、国交省が災害復旧を代行し、12月24日に通行が再開された。

市町村道については、阿蘇町道高野原線(グリーンロード)が甚大な被害を受け、土砂崩落が発生した。同道は熊本市内から南阿蘇村に至る主要ルートであったことから、TEC-FORCEと熊本県の連携による応急道路復旧がなされ、4月22日に通行が再開された。

(那須 將)

Ⅲ-3 宿泊業

1 宿泊施設の供給動向と利用動向

宿泊者数、客室稼働率、定員稼働率ともに減少に転じる
外国人宿泊者数の伸びは続くも、伸び率は縮小

(1) 供給動向

旅館・ホテル・簡易宿所の軒数、旅館・ホテルの客室数の推移は、表Ⅲ-3-1のとおりである。

15年度の旅館軒数は4万661軒、前年度より1,238軒減（前年度比3.0%減）、旅館客室数は70万1,656室、同8,363室減（同1.2%減）となった。ホテル軒数は9,967軒、同88軒増（同0.9%増）、

ホテル客室数は84万6,332室、同1万1,744室増（同1.4%増）となった。簡易宿所軒数は2万7,169軒、同820軒増（同3.1%増）となった。旅館は軒数・客室数ともに減少傾向が続いており、ホテルの軒数は微増、客室数は増加傾向、簡易宿所の軒数は近年5年間は2～3%の増加傾向が続いている。10年前の05年度と比較すると、旅館は1万4,906軒減で26.8%減、ホテルは977軒増で10.9%増、簡易宿所は4,773軒増で21.3%増となっている。

軒数および客室数をもとにした15年度の1軒当たり平均室数は、旅館が17.26室（前年度より0.31室増）、ホテルが84.91室（同0.43室増）となった。

表Ⅲ-3-1 旅館・ホテル・簡易宿所 軒数・客室数の推移

年度	旅館						ホテル						簡易宿所	
	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)	軒数(軒)	伸び率(%)
2005	55,567	△ 4.2	850,071	△ 2.4	15.30	0.28	8,990	2.0	698,378	2.5	77.68	0.39	22,396	△ 0.4
2011	46,196	△ 1.5	761,448	△ 0.4	16.48	0.19	9,863	1.6	814,355	1.4	82.57	△ 0.16	24,506	3.3
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	25,071	2.3
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	25,560	2.0
2014	41,899	△ 3.4	710,019	△ 3.4	16.95	△ 0.01	9,879	0.7	834,588	0.9	84.48	0.15	26,349	3.1
2015	40,661	△ 3.0	701,656	△ 1.2	17.26	0.31	9,967	0.9	846,332	1.4	84.91	0.43	27,169	3.1
2015/2005		△ 26.8		△ 17.5				10.9		21.2				21.3

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）、宿泊施設タイプ別の宿泊者数、平均泊数、稼働率（2016年）

	延べ宿泊者数(万人泊)		実宿泊者数(万人泊)		1人1回 当たり平均 泊数(泊)	対前年 増減(泊)	客室稼働率(%)		定員稼働率(%)	
	前年比(%)		前年比(%)				前年差(ポイント)		前年差(ポイント)	
総数	49,249	△ 2.3	37,366	△ 1.3	1.32	△ 0.01	59.7	△ 0.6	39.1	△ 0.6
従業者数0～9人	7,585	△ 10.8	5,397	△ 9.6	1.41	△ 0.02	30.8	△ 2.5	17.3	△ 1.4
観光目的50%以上	3,698	△ 6.5	2,873	△ 4.3	1.29	△ 0.03	19.6	△ 1.5	12.5	△ 0.7
観光目的50%未満	3,880	△ 12.2	2,518	△ 12.8	1.54	0.01	44.9	△ 2.4	28.7	△ 2.4
従業者数10～29人	14,027	△ 1.7	10,564	△ 0.8	1.33	△ 0.01	68.1	0.3	46.7	△ 0.7
観光目的50%以上	4,395	△ 0.6	3,468	1.5	1.27	△ 0.03	52.1	1.0	30.9	△ 0.6
観光目的50%未満	9,622	△ 2.2	7,089	△ 2.0	1.36	△ 0.00	74.1	0.3	60.9	△ 0.5
従業者数30～99人	15,135	0.4	12,036	1.3	1.26	△ 0.01	71.5	0.5	50.6	0.0
観光目的50%以上	7,762	△ 1.4	6,447	△ 0.2	1.20	△ 0.01	63.3	0.7	41.5	0.0
観光目的50%未満	7,366	2.3	5,583	3.3	1.32	△ 0.01	77.3	0.1	65.6	△ 0.8
従業者数100人以上	12,501	△ 0.5	9,369	△ 0.1	1.33	△ 0.00	74.7	△ 0.4	56.5	△ 1.4
観光目的50%以上	8,885	△ 0.0	6,757	0.9	1.31	△ 0.01	71.7	△ 0.7	52.9	△ 1.4
観光目的50%未満	3,613	△ 1.2	2,609	△ 2.4	1.38	0.02	80.1	0.3	68.2	△ 0.8
旅館	10,270	△ 3.0	8,556	△ 1.4	1.20	△ 0.02	37.1	0.1	24.1	△ 0.3
リゾートホテル	7,135	△ 0.6	5,558	0.9	1.28	△ 0.02	56.9	0.9	42.2	0.1
ビジネスホテル	20,849	△ 1.3	15,447	△ 0.6	1.35	△ 0.01	74.4	0.2	62.9	△ 1.1
シティホテル	7,680	△ 3.5	5,458	△ 3.8	1.41	0.00	78.7	△ 0.5	66.8	△ 1.5
簡易宿所	2,474	△ 4.3	1,763	△ 0.9	1.40	△ 0.05	25.0	△ 2.1	14.6	△ 1.1
会社・団体の宿泊所	839	△ 3.5	584	△ 6.4	1.44	0.04	27.1	△ 0.6	18.1	△ 0.3
うち外国人宿泊者数	6,939	5.8	4,509	6.8	1.54	△ 0.01				
旅館	778	6.7	622	13.3	1.25	△ 0.08				
リゾートホテル	931	5.8	660	4.1	1.41	0.02				
ビジネスホテル	2,507	9.7	1,634	10.0	1.53	△ 0.00				
シティホテル	2,497	1.7	1,457	0.8	1.71	0.02				
簡易宿所	203	14.0	125	28.9	1.62	△ 0.21				
会社・団体の宿泊所	23	△ 30.3	10	△ 9.1	2.30	△ 0.70				

(注) 総数には、従業者数別（観光目的割合）で見た場合、宿泊目的割合不詳を含む。宿泊施設タイプ別で見た場合、宿泊施設タイプ不詳を含む。

資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」をもとに（公財）日本交通公社作成

(2) 宿泊者数

16年の延べ宿泊者数、実宿泊者数、1人1回当たり平均泊数は、表Ⅲ-3-2のとおりである。

延べ宿泊者数は4億9,249万人泊、前年比2.3%減となった。実宿泊者数は3億7,366万人泊、同1.3%減となった。いずれもデータ比較が可能である11年から15年まではプラスの伸び率が続いたが、16年に減少に転じた。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1.32泊で、前年とほぼ同じ値となった。

従業者数別に見ると、延べ宿泊者数については、「従業者数0～9人」が前年比10.8%減、「従業者数10～29人」が同1.7%減、「従業者数30～99人」が同0.4%増、「従業者数100人以上」が同0.5%減となり、従業者数10人未満の小規模施設において減少幅が大きくなった。実宿泊者数についても、「従業者数0～9人」が前年比9.6%減、「従業者数10～29人」が同0.8%減、「従業者数30～99人」が同1.3%増、「従業者数100人以上」が同0.1%減となっており、同様の傾向が見られた。1人1回当たり平均泊数は、いずれの施設規模も前年とほぼ同程度となった。

宿泊施設タイプ別に見ると、延べ宿泊者数はいずれも前年から減少しており、リゾートホテルとビジネスホテルを除いて軒並み3%以上の減少となった。実宿泊者数については、「会社・団体の宿泊所」が前年比6.4%減、「シティホテル」が同3.8%減と減少幅が大きくなった。1人1回当たり平均泊数は、いずれの施設タイプも前年とほぼ同程度となった。

外国人宿泊者数については、延べ宿泊者数が6,939万人泊で前年比5.8%増、実宿泊者数が4,509万人泊で同6.8%増となり、ここ数年続いた2桁増から伸び率は縮小した。

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、全体に占める割合は小さいものの「簡易宿所」の伸びが最も大きくなっている。これに次いで延べ宿泊者数については「ビジネスホテル」、実宿泊者数については「旅館」の伸びが大きい。1人1回当たり平均泊数については、「会社・団体の宿泊所」が対前年0.70泊減、「簡易宿所」が同0.21泊減と比較的大きな減少となった。

(3) 客室稼働率および定員稼働率

16年の客室稼働率および定員稼働率は、表Ⅲ-3-2のとおりである。

年間の客室稼働率は59.7%、前年差0.6ポイント減、定員稼働率は39.1%、同0.6ポイント減となった。

従業者数別に見ると、客室稼働率・定員稼働率ともに「従業者数100人以上」が最も高く、客室稼働率は74.7%、同0.4ポイント減、定員稼働率は56.5%、同1.4ポイント減で、施設規模が小さくなるにつれて稼働率は低くなっている。特に従業者数10人未満でかつ観光目的利用が50%以上を占める小規模施設では、いずれの稼働率も20%を切っている。

宿泊施設タイプ別に見ると、「シティホテル」と「ビジネスホテル」の稼働率が高く、客室稼働率が70%以上、定員稼働率が60%以上となっている。

(4) 宿泊料(宿泊単価)

旅館およびホテル(主にビジネスホテル)の1人当たり基本宿泊料を、それぞれの規模・部屋タイプ別にまとめたものが表Ⅲ-3-3である。

15年の旅館の1人当たり基本宿泊料(1泊2食単価)は、小規模旅館は14,050円(前年比3.4%減)、中規模旅館は14,271円(同5.7%増)、大規模旅館は16,587円(同20.9%増)となり、大規模旅館において2桁の伸びとなった。

15年のホテルの1人当たり基本宿泊料(室料単価)は、シングルルーム7,065円(前年比13.3%増)、ツインルームは13,627円(同20.6%増)と、いずれも前年のマイナスから大幅な伸びとなった。

■ 四半期別の利用動向

客室稼働率、定員稼働率いずれも「7～9月期」が最高
外国人宿泊者比率は「4～6月期」と「1～3月期」が高い

(1) 客室稼働率

16年の客室稼働率を四半期別にまとめたものが表Ⅲ-3-4である。

最も高いのは「7～9月期」の63.8%(前年同期差1.4ポイント減)、最も低いのは「1～3月期」の56.9%(同0.1ポイント減)で、この傾向は前年と同様であった。全ての期において前年同期差がマイナスとなった。

従業者数別に見ると、最も好調な「7～9月期」は、従業者数が10人以上の施設はいずれも70%を超えた一方で、10人未満の施設は36.2%にとどまっている。この期以外においても、従業者数10人以上の施設は65%以上を維持し、稼働率が最高と最低の期のポイント差が5.4ポイント(100人以上施設)から6.9ポイント(30～99人施設)となっているが、10人未満の施設については稼働率は30%前後で、同ポイント差が8.0ポイントと、変動が比較的大きくなっている。前年同期差を見ると、最も稼働率が低い「1～3月期」に、従業者数10人未満の施設を除いて約3.0ポイントのプラスとなった一方で、それ以外の期はほぼマイナスとなった。

宿泊施設タイプ別に見ると、「シティホテル」の「7～9月期」と「10～12月期」の稼働率が80%を超え、「ビジネスホテル」も同様の期に75%以上の高い稼働率となっている。前年同期差を見ると、「1～3月期」において「簡易宿所」と「会社・団体の宿泊所」を除いた施設で1.0～4.0ポイントほどプラスになった一方で、「4～6月期」については「シティホテル」が3.4ポイント減になるなど比較的大きなマイナスとなっている。

(2) 定員稼働率

16年の定員稼働率を四半期別にまとめたものが表Ⅲ-3-5である。

最も高いのは「7～9月期」の44.3%(前年同期差0.9ポイント減)、最も低いのは「1～3月期」の36.6%(同0.1ポイント減)で、この傾向は前年と同様であった。全ての期において前年同期差がマイナスとなった。

従業者数別に見ると、最も好調な「7～9月期」は、従業者数が10人以上の施設はいずれも50%を超えた一方で、10人未満の施設は22.8%にとどまっている。この期以外においても、従業者数10人以上の施設はおおむね45%以上を維持している。前年同期差を見ると、最も稼働率が低い「1～3月期」は従業員数99人未満の施設がプラスとなっており、従業者数が少ない施設ほどプラス幅が大きくなった。

宿泊施設タイプ別に見ると、「シティホテル」の「7～9月期」の稼働率が70%を超え、それ以外の期もほぼ65%程度となっている。「ビジネスホテル」も「7～9月期」に65%を超え、それ以外の期もほぼ60%程度となっている。前年同期差を見ると、「シティホテル」が「1～3月期」以外の期において約2.0ポイントのマイナスとなっている。

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)				
	小旅館		中旅館		大旅館		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	
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	14,549	△ 18.2	13,496	2.6	13,720	3.0	6,233	△ 5.0	11,302	△ 5.3	
2015	14,050	△ 3.4	14,271	5.7	16,587	20.9	7,065	13.3	13,627	20.6	

(注) 小旅館は客室数30室以下、
中旅館は30室以上99室以下、
大旅館は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 2016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		59.7	△ 0.6	56.9	△ 0.1	57.5	△ 0.8	63.8	△ 1.4	60.3	△ 0.4
従業者数別	0～9人	30.8	△ 2.5	28.2	△ 1.6	28.6	△ 2.4	36.2	△ 3.0	30.3	△ 2.6
	10～29人	68.1	0.3	65.5	2.9	66.2	△ 1.3	71.9	△ 0.9	68.8	0.6
	30～99人	71.5	0.5	68.4	2.9	69.3	△ 1.4	75.3	△ 0.2	72.8	0.7
	100人以上	74.7	△ 0.4	72.9	3.0	72.2	△ 3.1	77.6	△ 1.2	76.0	△ 0.4
宿泊施設タイプ別	旅館	37.1	0.1	34.7	1.1	34.0	△ 0.8	41.7	△ 0.7	38.0	0.7
	リゾートホテル	56.9	0.9	55.6	3.9	52.0	△ 1.6	63.6	△ 0.1	56.0	0.7
	ビジネスホテル	74.4	0.2	71.9	2.3	72.8	△ 1.3	77.3	△ 0.6	75.7	0.6
	シティホテル	78.7	△ 0.5	76.0	2.7	77.7	△ 3.4	81.2	△ 1.0	80.0	△ 0.4
	簡易宿所	25.0	△ 2.1	20.4	△ 2.3	23.4	△ 3.1	32.5	△ 2.1	23.7	△ 0.6
	会社・団体の宿泊所	27.1	△ 0.6	22.0	△ 0.9	27.5	0.3	33.0	△ 2.1	25.4	△ 0.2

資料: 観光庁「宿泊旅行統計調査」をもとに(公財) 日本交通公社作成

表Ⅲ-3-5 2016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		39.1	△ 0.6	36.6	△ 0.1	36.9	△ 0.7	44.3	△ 0.9	38.6	△ 0.7
従業者数別	0～9人	17.3	△ 1.4	19.4	3.1	15.4	△ 0.7	22.8	△ 1.9	15.9	△ 1.7
	10～29人	46.7	△ 0.7	45.9	2.6	44.8	△ 0.9	52.3	△ 0.9	45.8	△ 1.4
	30～99人	50.6	0.0	47.7	0.9	48.1	△ 0.3	55.4	△ 0.5	51.1	0.1
	100人以上	56.5	△ 1.4	55.0	△ 0.2	53.4	△ 2.1	60.8	△ 2.1	56.7	△ 1.2
宿泊施設タイプ別	旅館	24.1	△ 0.3	22.3	0.2	21.6	△ 0.1	28.1	△ 0.8	24.2	△ 0.4
	リゾートホテル	42.2	0.1	41.3	1.1	36.7	△ 1.1	49.8	△ 0.5	40.3	0.2
	ビジネスホテル	62.9	△ 1.1	60.2	△ 0.4	61.1	△ 1.2	67.2	△ 1.3	63.1	△ 1.5
	シティホテル	66.8	△ 1.5	64.2	0.0	65.9	△ 2.0	70.4	△ 2.1	66.6	△ 2.0
	簡易宿所	14.6	△ 1.1	10.4	△ 1.3	13.3	△ 1.0	22.5	△ 1.2	12.0	△ 0.5
	会社・団体の宿泊所	18.1	△ 0.3	14.0	△ 1.4	18.6	0.7	24.0	△ 0.5	15.5	△ 0.2

資料: 観光庁「宿泊旅行統計調査」をもとに(公財) 日本交通公社作成

表Ⅲ-3-6 2016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		14.1	1.1	15.1	3.0	15.6	1.0	12.5	0.5	13.6	0.1
宿泊施設タイプ別	旅館	7.6	0.7	9.1	2.2	8.5	0.9	5.8	△ 0.1	7.4	△ 0.0
	リゾートホテル	13.0	0.8	15.8	3.9	15.0	△ 0.0	9.8	△ 0.0	12.6	△ 0.4
	ビジネスホテル	12.0	1.2	11.9	2.5	12.8	1.1	11.9	1.0	11.5	0.4
	シティホテル	32.5	1.7	33.0	4.5	35.2	1.8	30.9	0.7	31.1	0.1
	簡易宿所	8.2	1.3	10.7	4.1	9.8	2.1	6.4	0.4	7.9	△ 0.1
	会社・団体の宿泊所	2.7	△ 1.1	2.5	△ 0.2	2.5	△ 0.7	3.0	△ 1.3	2.8	△ 1.8

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

(3) 外国人宿泊者比率

16年の外国人宿泊者比率を四半期別にまとめたものが表Ⅲ-3-6である。

最も高いのは「4～6月期」の15.6%（前年同期差1.0ポイント増）、次いでほぼ同率で「1～3月期」の15.1%（同3.0ポイント増）となった。全ての期において前年同期差がプラスとなったが、「1～3月期」を除いてそのプラス幅は縮小した。

宿泊施設タイプ別に見ると、最も割合が高い「シティホテル」が、全ての期において30%を超えている。「リゾートホテル」は「1～3月期」を除いて微減となり、「会社・団体の宿泊所」は全ての期においてマイナスとなった。その一方で、「簡易宿所」における外国人比率が比較的高まった。

Ⅲ 2016年の話題

民泊サービスの適正化に向けて法整備の検討が進展
外国人宿泊者の需要やニーズを念頭においた新規開業や改装、
新サービスの提供といった対応がみられた

(1) 民泊をめぐる国・業界の動き

厚生労働省は、16年4月に旅館業法を改正し、民泊の規制緩和を実施、同年6月に『「民泊サービス」のあり方に関する検討会』の最終報告書を取りまとめ、観光庁においても同年4月にイベント民泊ガイドラインを公表するなど、民泊サービスの適切な提供のあり方について検討してきた。17年3月、「住宅宿泊事業法案」が閣議決定、国会に提出され、17年度中にも成立の見通しとなっている。

民泊サービスが生まれた背景としては、外国人旅行者の急増による、特に都市部での宿泊施設の不足や、地域住民との交流など多様な宿泊施設へのニーズ等が挙げられるが、その一方で、無許可で営まれる違法民泊の存在や旅行者のモラルの欠如等により、地域住民の生活環境の悪化や近隣住民とのトラブルも発生している。

また、旅館経営の圧迫につながりかねない、民泊事業者により有利な競争環境についても、宿泊業界は問題視しており、全国旅館ホテル生活衛生同業組合連合会では、国内外の民泊サービスの事例調査や対応策の検討、国への陳情等行ってきた。「住宅宿泊事業法案」では、民泊サービスの提供日数の上限が年間180日（泊）とされ、都道府県の条例でさらに日数制限も可能となることから、業界としては今後、地元自治体に対する宿泊施設の現状についてさらなる理解を促し、共同歩調を取っていくとしている。

(2) 高級路線の宿泊施設が各地に開業

16年7月、東京・大手町に「星のや東京」がオープンした。都心の地下2階、地上17階のビルの中に温泉を引き、日本の伝統的な設えの中で日本旅館らしいサービスを提供することで、都会にありながら、首都東京を訪れる外国人が伝統的な日本文化を体感できる施設となることを目指している。

依然として旺盛な外国人の宿泊需要に対応するために、東京

など都市部のみならず地方部においても、より高品質な宿泊施設の開業がみられた（表Ⅲ-3-7）。

世界的なスキーリゾートに成長した北海道・ニセコには、16年12月にコンドミニウムホテル「AYA NISEKO（綾ニセコ）」が開業した（79ユニット）。自然と和のテイストを基調とした、長期滞在に適した宿泊施設に加え、天然温泉や飲食施設、フィットネスジムなど多様な施設を持ち、スキースクール等のスキー関連のサービスを提供することで、外国人富裕者層のニーズに応える。ニセコでは今後も、パーク ハイアットやリッツ・カールトンといった外資系高級宿泊施設の開業が相次ぐ予定である。

(3) 供給と商品コンセプトの両面からのインバウンド対応

増大する外国人旅行者の宿泊需要への対応としては、供給面では、開業が比較的容易な hostel やカプセルホテルといった簡易宿所が注目されており（「旅行年報2016」Ⅲ-3 宿泊業を参照）、16年も既存のホテル運営会社が運営に乗り出したり、異業種（コンビニチェーン、USEN など）やベンチャー企業の参入がみられた。

外国人にとっての宿泊施設の魅力の創出という観点からは、長野県白馬村の「五龍館」が、冬期の外国人宿泊客の受入れにあたって泊食分離を推進している。外国人には、食事は宿泊施設の外で楽しみたいというニーズがあるが、白馬八方尾根地区には飲食施設が非常に不足していることから、それまで一体であったホテルとレストランを分離・リニューアル、15/16年のスキーシーズンから本格的な和食を提供するレストランを併設し、宿泊施設としての魅力を高めている。

「ハイアット リージェンシー 京都」は、京都市内の5寺や日本財団等とともに、滞在型の日本文化体験プログラム「いろはにほん」に参画している（16年5月から）。ハイアットでの宿泊客を対象に催行されるもので、リノベーションした歴史的な寺院等での宿泊を含めて座禅や読経、茶の湯の礼法を1泊2日で体験し、禅の精神や日本文化を学ぶ。

(4) 金融機関やファンドを活用した魅力創出への取組み

宿泊先として外国人旅行者に人気の宿坊を、日本文化を体験できる場としてより魅力あるものにするために、不動産ファンドを組成する燦キャピタルマネージメント株式会社は一般社団法人全国寺社観光協会等と組んでファンドを立ち上げ、ともに宿坊創生プロジェクトを推進している（16年8月）。その宿坊文化体験施設として初の宿坊「和空下寺町（わくうしたでらまち）」が17年4月、大阪市内に開業した。

本プロジェクトは、宿坊の魅力を高め、情報発信を行うことで、都市部や一部の観光地に集中している外国人旅行者を地方部へ誘致することも目的とする。また、宿坊はホテルや旅館に比べて質素で建設や運営にかかる費用が安いいため、ファンドで投資を呼び込み、外国人向けの宿泊施設として速やかに供給することで、2020年東京オリンピック・パラリンピック時の宿泊施設不足に対応するとしている。

(5) 宿泊施設従業員の確保・定着・育成に向けた取組み

宿泊施設の従業員は、特殊な勤務時間や労働環境、季節変動等の要因から、雇用者の確保や優秀な人材の定着、長期的な観点での育成が容易ではない。加えて、国内人口の減少に伴う若年層の労働力の減少や外国人旅行者の増加による宿泊需要の増大が、宿泊施設における人材の確保と育成の問題に拍車を掛けている。

草津温泉（群馬県）では、草津温泉観光協会DMOの取り組みとして人材育成部会を立ち上げ、旅館の若手経営者を中心

に、従業員の雇用をめぐる現状・課題の把握や対応策の検討を行っている。16年度は、主に町内の旅館協同組合に加盟する宿泊施設の従業員と経営者を対象に、現在の労働環境や雇用問題についての認識、今後の意向等に関するアンケート調査を実施し、データに基づく現状把握を行った。今後は従業員の確保・定着・育成に関する課題解決に向けて、より具体的な検討を行うとしている。

（岩崎比奈子）

表Ⅲ-3-7 2016年に新たにオープンした主な高級旅館・ホテル

所在地	施設名	開業年月	概要
愛知県名古屋市	ストリングスホテル名古屋	2016年1月	「その街に集うすべての人にご満足いただける、その街のライフスタイルホテル」をコンセプトに、ビジネスホテル・シティホテル・リゾートホテルなど既存のホテルカテゴリーから進化した「Special Class Hotel」という新しいカテゴリーを提供。
京都市中京区	京都 茶の宿 七十七 (なずな)	2016年2月	全室露天風呂完備。館内で使用している家具は購入可能。「建仁寺僧侶が案内する早朝特別拝観ツアー」(27,000円/人)、「着物 de 京都の街を散策しませんか？」(3,500円～8,000円/人)などのアクティビティを提供。
東京都千代田区	オークウッドプレミア東京	2016年2月	サービスアパートメントの世界最高級ブランド「オークウッド」が手がける。東京の中心にありながら、自宅感覚で滞在できる点を強みとする。
大分県別府市	GAHAMA terrace (ガハマ テラス)	2016年4月	GAHAMA terrace のテーマはハーモニー。別府の華やかな別荘文化を象徴する、昭和2年建築の国武別荘という歴史ある建物とモダンな現代建築、自然とアートな空間が織りなすハーモニーを大切にしたい、17の離れ客室を有するリゾートホテル。
静岡県伊東市	ホテル ふたり木もれ陽	2016年6月	都心から最短60分。全室オーシャンビュー、掛け流し露天風呂付き。
東京都千代田区	星のや東京	2016年7月	東京都心の地下2階、地上17階のビルの中に、地下1,500メートルから温泉が引かれ、伝統的な建築様式に現代的なデザインを組み合わせた客室や日本旅館ならではのサービスを提供。
神奈川県箱根町	箱根強羅 白檀	2016年7月	箱根強羅の山間約3,700坪の落葉樹の雑木林に建つ。源泉掛け流しの露天風呂を持つ全16室の旅館。
長野県諏訪市	寛ぎの諏訪の湯宿。 萃sui-諏訪湖	2016年7月	客室は、諏訪湖を一望する露天風呂付きの全8室。囲炉裏茶の間には地酒Barがある。
長野県北佐久郡	軽井沢マリオットホテル	2016年7月	中軽井沢エリアに、日本で5番目のマリオットブランドとしてオープン。
長野県北佐久郡	ルグラン軽井沢	2016年7月	旧軽井沢唯一の天然温泉露天風呂を有する（岩手県花巻南温泉峡より直送）。
北海道亀田郡	大沼鶴雅オーベルジュ エブイ	2016年8月	ハーブと美しい花のガーデンに囲まれたオーベルジュ。「大沼50マイル スローフード」をコンセプトに、大沼を中心に半径50マイル（約80km）圏内の食材にこだわった創作料理を提供。
熊本県阿蘇郡	黒川温泉御処 月光樹	2016年10月	4,000坪の敷地に客室は8棟。自然の樹々に囲まれ、それぞれに独立した造り。開放感に溢れた源泉掛け流しの露天風呂を有する。
神奈川県箱根町	天翠茶寮	2016年11月	「日本の美と遊ぶ宿」をコンセプトに、「景観の美」「天然木の美」「和食の美」「伝統の美」「おもてなしの美」にこだわる。
北海道倶知安町	AYA NISEKO (綾 ニセコ)	2016年12月	自然と和のテイストを基調とした、長期滞在に適した宿泊施設に加え、天然温泉や飲食施設、フィットネスジムなど多様な施設や、スキースクール等のスキー関連のサービスを提供するコンドミニアムホテル。
静岡県伊豆市	ふたりとわに 縁	2017年1月	駿河湾越しに富士山を一望する立地。全10棟の離れ客室すべてに専用露天風呂付きテラスを有する。

出典：新聞・雑誌記事などをもとに（公財）日本交通公社作成

Ⅲ-4 集客交流施設、MICE

1 集客交流施設

遊園地・テーマパークの売上高は過去最高を更新
積極的なイベント開催、施設が充実

(1) 遊園地・テーマパークの売上高、入場者数

①売上高は過去最高、入場者数は前年を下回る

16年度の遊園地・テーマパークの売上高は6,650億円（前年度比1.7%増）、入場者数は8,034万人（前年度比1.0%減）であり、売上高は2000年の調査開始以降最も高かったが、入場者数は前年を下回った。従業者数は39,788人（前年度比2.4%増）と前年を上回った（表Ⅲ-4-1-1）。

主要施設の入場者数は明暗が分かれた。テーマパーク・遊園地では東京ディズニーランド・ディズニーシーは2年連続で前年割となった一方、ユニバーサル・スタジオ・ジャパンは、大型投資や、訪日外国人旅行者の取込などにより、3年連続で過去最高を更新した（表Ⅲ-4-1-2）。

(2) 遊園地・テーマパークの動向

①主要テーマパークの主な動向（表Ⅲ-4-1-2）

●東京ディズニーリゾート

16年度の入場者数は、前年比0.6%減の約3,000万人となり、前年と比較して約19万人の減少となった。14年度に過去最高の入場者数を記録して以降、2年度連続の減少となった。上半期の台風や雨天といった天候の影響が大きいとみられる。

東京ディズニーシーでは、開園15周年記念イベントを開催し人気を博した。17年5月には、ポートディスカバリーに新アトラクション「ニモ&フレンズ・シーライダー（東京ディズニーシー）」がオープンした他、同月に、アトラクション「タートルトーク」もリニューアルした。

東京ディズニーランドでは、16年11月、ウエスタンランドに、「ジュニア・ウッドチャック」シリーズの世界をテーマにした新エリア「キャンプ・ウッドチャック」をオープンした。約440席の飲食施設「キャンプ・ウッドチャック・キッチン」も新設した。

また、4件目となるディズニーホテル「東京ディズニーセレブレーションホテル」を新浦安エリアにオープンした。宿泊料金を1部屋2万3,000円～と、他のディズニーホテルの半値程度に抑え、幅広

い客層の獲得を目指す。

オリエンタルランドは、16年5月、今後5年間で2,500億円を投じた大規模再開発を発表した。映画「美女と野獣」をコンセプトとするエリアの新設や、大型劇場、商業施設やレストランの設置が計画されており、更なる魅力向上や訪日外国人旅行者の取込みなどが期待されている。

●ユニバーサル・スタジオ・ジャパン

16年度の入場者数は、前年比約5%増の1,460万人となり、前年と比較して70万人増加となった。次々と新アトラクションやイベントを投入したことや、16年3月に導入した新型ジェットコースター「ザ・フライング・ダイナソー」やハリリー・ポッターエリアなどが、国内外から高い人気を集めていることなどが影響しているとみられる。

16年度は、開業15周年を記念して「やり過ぎエンターテインメント」をテーマに、少年ジャンプ関連イベント、AKB48グループの常設ライブ、ドラゴンクエストを再現したアトラクション設置などを打ち出した。

17年4月、映画「怪盗グルー」シリーズなどに登場する人気キャラクター「ミニオン」をテーマにした新エリア「ミニオン・パーク」がオープンした。

20年の東京オリンピック・パラリンピックを目的に、任天堂の人気キャラクターやゲームの世界観を再現するテーマエリア「SUPER NINTENDO WORLD」を新設し、過去最大の500億円超を投じると発表しており、注目が集まっている。

16年5月、同社は、沖縄県内に計画していた新テーマパークの建設を断念することを明らかにした。

●ハウステンボスはVR、ロボットが人気

16年度の入場者数は、前年度比8.8%減の約280万人となり、前年と比較して約27万人の減少となった。熊本地震の余波で、団体観光客や訪日外国人の集客が伸び悩んだことが大きく影響していると考えられる。

16年7月、「変なホテル」に次ぐロボットテーマ施設として、サービスロボットを体験できるテーマパーク「ロボットの王国」を新設した。200年後のレストランをテーマにした「変なレストラン ROBOT」、体験型ミュージアムの「ロボットの館」などで構成しロボットの展示・販売も実施している。

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 (%)
2012年度	505,649	10.2	72,150,405	7.8	34,659	1.4
2013年度	588,871	16.5	77,302,155	7.1	35,897	3.6
2014年度	629,103	6.9	80,215,781	3.9	36,946	2.9
2015年度	653,680	3.8	81,188,854	1.6	38,868	5.2
2016年度	665,011	1.3	80,346,541	△ 1.1	39,788	2.4

※1) 16年1月より一部数値に変更が生じたため、以前の数値と不連続が生じており、伸び率もこれを調整した。
 ※2) 15年1月より調査対象の見直しを行ったため、以前の数値と不連続が生じており、伸び率もこれを調整した。

資料：経済産業省「特定サービス産業動態統計調査」

表Ⅲ-4-1-2 主要施設の入場者数の推移

(単位:万人)

施設名	開業年	2012年度	2013年度	2014年度	2015年度	2016年度
東京ディズニーランド・ディズニーシー(千葉県浦安市)	1983/2001	2,750	3,129	3,138	3,019	3,000
ユニバーサル・スタジオ・ジャパン(大阪府大阪市)	2001	975	1,050	1,270	1,390	1,460
ナガシマリゾート(三重県桑名市)※1	1964	623	620	1,505	1,515	1,510
ハウステンボス(長崎県佐世保市)	1992	192	248	290	307	280
鈴鹿サーキット(三重県鈴鹿市)	1963	198	197	199	208	201
東京スカイツリー(東京都墨田区)	2012	554	619	531	479	449
東京都恩賜上野動物園(東京都台東区)	1882	383	349	369	397	397
沖縄美ら海水族館(沖縄県本部町)	2002	277	304	323	341	363
名古屋市東山動植物園(愛知県名古屋市)	1937	208	223	227	258	241
旭川市旭山動物園(北海道旭川市)	1967	163	165	165	152	143
金沢21世紀美術館(石川県金沢市)	2004	147	147	176	237	255
国立新美術館(東京都港区)	2007	235	203	262	229	285
国立科学博物館(東京都台東区)※2	1877	214	237	174	221	247
広島平和記念資料館(広島県広島市)	1955	128	138	131	150	174
首里城(沖縄県那覇市)	1992	175	173	181	188	189
兼六園(石川県金沢市)	1874	173	173	204	309	291
グラバー園(長崎県長崎市)	1974	91	102	104	122	99

※1) 14年度よりアウトレット施設を含んだ人数

※2) 筑波実験植物園と自然教育園を含む

資料:新聞・雑誌記事及び聞き取り調査により(公財)日本交通公社作成

17年6月、ハウステンボスの「VRの館」の人気コンテンツ5種(ウルトラ逆バンジーほか)を体験できるVRアトラクション施設「SHIBUYA VR LAND by HUIS TEN BOSCH」を東京都渋谷区に、また、期間限定(17年7~8月)で「お台場ウォーターパーク by ハウステンボス」を東京都台場にオープンした。九州外からの来場者増を目指す。

ハウステンボスは、17年3月、人気を博している「変なホテル」の2号施設「変なホテル舞浜東京ベイ(千葉県浦安市)」を開業した。18年までに台湾や中国・上海への開業を加速し、5年以内に100棟以上を展開する考えを明らかにしている。

② その他の集客交流施設の動向

●金沢21世紀美術館の来館者数が過去最高

「金沢21世紀美術館(石川県金沢市)」は、16年度来館者数が過去最高の255万人を記録した。9~10月にわたって開催された「アートアクアリウム展」の来場者が17万7,000人など、企画展の質の高さが人気となっている。

●国営ひたち海浜公園、足利フラワーパークの花が人気

「国営ひたち海浜公園(茨城県ひたちなか市)」のネモフィラが人気を博している。16年のGWの来場者数は36万5,000人で、特に台湾からのツアー客1.1万人(16年度)を超えるなど注目を集めている。背景に、SNS(インスタグラムなど)で活用できるフォトジェニックな風景への人気の高まりがあると考えられる。

足利フラワーパーク(栃木県足利市)も、約2,000m²の大藤が外国人に人気となっており、16年に訪れた外国人客は15年春の倍となる10万人となった。

(3) 集客交流施設の整備動向(表Ⅲ-4-1-3)

① テーマパーク

●レゴランド・ジャパンが開業

17年4月、デンマーク発祥の人気玩具「レゴブロック」のテーマパーク「レゴランド・ジャパン(名古屋市港区)」が開業した。敷地面積9.3ha、7つのエリアに40以上のショーやアトラクションが揃う。建設費約320億円。東京ディズニーランド・ディズニーシー、ユニ

バーサル・スタジオ・ジャパンに続く国内3番目の国際ブランドのテーマパークとなる。年間200万人の来場を目標としている。岐阜、愛知、三重の東海3県以外から訪れた人が約6割に上るなど幅広く集客しており、今後の集客拡大が期待される。

② 商業施設・道の駅等

●東急プラザ銀座が開業

16年3月、数寄屋橋交差点に銀座最大級の大型商業施設「東急プラザ銀座(東京都中央区)」が開業した。地上11階、地下5階、延べ床面積約5万m²。約125店が入る。江戸切子をモチーフに「光の器」のコンセプトでデザインされた。銀座の新たなランドマークとして注目される。

③ その他

●京都鉄道博物館が開業

16年4月、「京都鉄道博物館(京都市下京区)」が開業した。15年8月に閉館した梅小路蒸気機関車館を拡張リニューアルしたもので、延べ床面積は約3万m²の国内最大級である。蒸気機関車や新幹線など53両を展示する。運転シミュレーターなど体験型展示が人気を博している。

●IHI STAGE AROUND TOKYOが開業

17年3月、「IHI STAGE AROUND TOKYO(東京都江東区)」が開業した。約1,300人を収容し、4つの舞台で構成されている。オランダ発祥の体験型劇場で、客席全体が舞台の進行に合わせて回転する。ライブやコンサート、ステージの他、アニメやゲームの融合による舞台なども計画されており、訪日外国人旅行者の獲得にも期待がかかっている。

(4) 道の駅の整備動向

16年は新たに28件の道の駅が登録され、総数は1,107件となった。17年3月に開業した「神戸フルーツ・フラワーパーク大沢(兵庫県神戸市)」は、93年にオープンした既存施設をリニューアルしたもの。地産地消をテーマに地元食材直売所の「ファームサーカス・マーケット」を新設し、2万人分の防災備蓄倉庫なども備える。

16年10月に開業した「和紙の里ひがしちちぶ(埼玉県東秩父村)」は、バスターミナルを設置し、交通と観光の拠点を狙っている。

道の駅は、第1回登録(93年)以降、順調に増加を続けており、近年は産地直売所を始め、防災拠点、交通拠点、デイサービス、行政サービスなど、地域のニーズに合わせた多様な機能を含む複合型の施設が主流となっている(表Ⅲ-4-1-4)。

(吉谷地裕)

表Ⅲ-4-1-4 16年度に登録・開業した主な道の駅

名称	所在地	面積(m ²)	開業年	特徴	備考
神戸フルーツ・フラワーパーク大沢	兵庫県神戸市	310,000	17年3月	・31haの広大な敷地に産直、飲食、遊園地、宿泊施設を備える ・防災備蓄拠点機能	※リニューアル
かつらぎ	奈良県葛城市	33,000	16年11月	・直売所や、市民の起業機会を提供するチャレンジショップを設置	
猪苗代	福島県猪苗代町	32,988	16年11月	・防災機能を充実し、備蓄倉庫や非常用電源、防災用トイレを設置	
和紙の里ひがしちちぶ	埼玉県東秩父村	29,000	16年10月	・「細川紙」を継承する施設や、和紙漕ぎ体験施設を整備 ・路線バスのターミナルを整備	
庭園の郷 保内	新潟県三条市	29,000	16年4月	・地場産業の造園、植木、庭木の魅力を発信	※リニューアル
ましこ	栃木県益子町	21,690	16年10月	・「益子焼」の企画展や食品の企画コーナーを設置	

資料：国土交通省ホームページ及び各種資料からJTBFが作成

表Ⅲ-4-1-3 2016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
グッジョバ!!	東京都稲城市	(株)よみうりランド	100億円	2016.3	よみうりランド内で「モノづくり」が体感できる新エリア。屋内型アトラクション15機種、イベント会場、飲食・物販施設を設ける。「参加型」「学べる」「競える」の3つをキーワードに、子どもに親しみのある業種(自動車、食品、ファッション、文具)をテーマに展開。
JR新宿ミライナタワー	東京都新宿区	東日本旅客鉄道(株)	580億円	2016.3	JR新宿駅新南口に開業した複合市街施設。オフィス、商業施設のほか、文化・情報発信の拠点となる多目的ホール、屋外広場、保育所、クリニック等を展開。未来を想像し、感じられる新宿エリアの更なる賑わいの創出に寄与する。
東急プラザ銀座	東京都中央区	東急不動産(株)	1,800億円(簿価)	2016.3	銀座最大級の大型商業施設。開発コンセプトは、「伝統と世界の最先端が交差して生まれた、日本と世界をつなぐゲートとなるライフスタイル・プレイス」。複数のラグジュアリーブランド旗艦店の出店などによる新たな一大ショッピングストリートの構築を企図。その他、イベントスクエア開設や東急文化村と連携した情報・文化発信イベントを定期的を実施。
久留米シティプラザ	福岡県久留米市	久留米市	178億円	2016.4	久留米市中心市街地の六ツ門地区に開館した文化交流施設。優れた音響設備や舞台装置を持つ三つの劇場を整備し、大規模コンベンションも誘致できる大中小会議室なども備えている。
京都鉄道博物館	京都府京都市	(公財)交通文化振興財団	70億円	2016.4	国内最大級の鉄道博物館。梅小路公園内に隣接する、旧「梅小路蒸気機関車館」と一体化した博物館。蒸気機関車や新幹線などの展示のほか、ジオラマや運転シミュレーター、蒸気機関が牽引する客車体験乗車など、「みる、触る、体験する」を重視した展示構成となる。
ユウタウン総曲輪	富山県富山市	総曲輪西地区市街地再開発組合	84億円	2016.6	富山市総曲輪西地区再開発事業にかかわる再開発ビルとして整備された複合施設。シネマコンプレックス、宿泊施設、立体駐車場、マンションの4棟で構成され、各棟の1階に店舗が入居する。
東京ガーデンテラス紀尾井町	東京都千代田区	西部プロパティーズ(株)	980億円	2016.7	「豊かな自然と歴史に抱かれた国際色豊かな街」にふさわしい街づくりをコンセプトとした複合市街施設。建物は3棟で構成され、オフィス・ホテル・商業施設・カンファレンスを備える「紀尾井タワー」、地上21階・地下2階の135戸の賃貸住宅を有する「紀尾井レジデンス」、旧李家東京支邸(旧グランドプリンスホテル赤坂旧館)を活用した「赤坂プリンスクラシックハウス」からなる。
キラリス函館	北海道函館市	NAアーバンデベロップメント	55億円	2016.7	函館駅前若松地区第一種市街地再開発事業として開発された地下1階地上16階建ての複合施設。商業・業務・住宅・公共施設・住宅エリアで構成される。
住友不動産六本木グランドタワー	東京都港区	住友不動産(株)	1,260億円	2016.10	東京メトロ南北線六本木一丁目駅に近接する旧日本IBM本社ビルや、旧六本木プリンスホテル等の跡地に位置する複合市街施設。地上40階建ての業務棟、地上27階建ての住宅棟、地上3階建ての商業棟の3つの施設で構成される。
KYOBASHI EDOGRAND	東京都中央区	日本土地建物(代表企業)	647億円	2016.11	東京メトロ銀座線京橋駅に直結する地下3階地上32階建ての複合ビル。商業ゾーン、観光拠点施設、公共公益施設、オフィスを整備。
ビッグフロントひろしま	広島県広島市	住友不動産(株)	約391億円	2016.12	JR広島駅南口の再開発プロジェクトで、高さ197.5m、地上52階の西棟「シティタワー広島」を核とした大規模複合開発。西棟は住宅だけでなく公共施設、ビッグカメラが出展。10階建ての東棟は駐車場や複数の商業施設として使用。
高梁市図書館	岡山県高梁市	高梁市	約20億円	2017.2	JR伯備線中橋駅の隣接地に位置する図書館。指定管理者はレンタル大手TSUTAYAの運営会社カルチュア・コンビニエンス・クラブで、コーヒーを飲みながら本とふれあえる、くつろぎの空間を提供。1階はバスセンターと飲食店など4店舗が入居し、2階は備中高梁駅と直結。
高知県立高知城歴史博物館	高知県高知市	土佐山内記念財団	58億円	2017.3	老朽化した「土佐山内家宝物資料館」に代わる施設として高知県が整備。高知城の堀端に位置し、土佐山内家の資料約6万7,000点などを保存、展示。高知の歴史や文化、研究成果などを全国に発信する。
ミクニワールドスタジアム北九州	福岡県北九州市	北九州市、九電エグループ(PFI事業者)	99億円	2017.3	“にぎわいあふれる北九州市の創出”を目指し、Jリーグ、ラグビートップリーグ、小・中・高校生のサッカー・ラグビー大会、グラウンドゴルフ大会、子どもたちの芝生開放に加え、コンサートやイベントも開催。年間での来場者数見込みは21万人、消費経済効果はサッカー・ラグビー試合では10億3,000万円を予測する。
IHI STAGE AROUND TOKYO	東京都江東区	TBSテレビ	100億円	2017.3	アジア初、世界でも2例目のエンターテインメント施設。これまでの劇場とは大きく異なるシステムが特徴で、1,314人を乗せた巨大円形の客席が回転し、その周囲をステージとスクリーンが取り囲む。従来の劇場では表現しえない画期的かつ壮大な空間を実現させる。
LEGOLAND JAPAN	愛知県名古屋市	LEGOLAND Japan(株)	320億円	2017.4	2歳~12歳の子どもの家族が、アトラクションに乗ったり、レゴモデルに触れて創作できたり、レゴブロックの世界観を体感できるテーマパーク。それに合わせ、隣接地では大規模複合商業施設「Maker's Pier」がオープン。
高崎アリーナ	群馬県高崎市	高崎市	約150億円(工事費)	2017.4	高崎市整備の新体育館で、敷地面積2万2,200m ² 。県内最大級のメインアリーナ、サブアリーナ、会議室、約6,000席の観覧席を記す。
JRゲートタワー	愛知県名古屋市	東海旅客鉄道(株)、ジェイアールセントラルビル(株)	1,200億円	2017.4	名古屋駅隣接の「名古屋ターミナルビル」の再開発に基づいて建設された高層複合ビルで、オフィス、商業施設、ホテル、バスターミナルなどで構成されている。従来2層に渡っていたバスターミナルを1階に集約配置し、交通拠点としての機能も強化。レストラン街では東京の行列店・人気店を中心に、名古屋・岐阜など地元の名店も取り揃える。
中之島フェスティバルタワー・ウエスト	大阪府大阪市	(株)朝日新聞社、(株)竹中工務店	約1,000億円	2017.4	大阪・中之島「大阪朝日ビル」「朝日新聞ビル」の跡地に建設された高層複合ビル。「中之島フェスティバルタワー」とともに、ツインタワーとして大阪都心部である中之島の新たなランドマークとなる。地下4階地上41階建ての高層部にはホテル、下層部には美術館や多目的ホールも設置され、芸術と文化を発信。ほか、レストラン、カフェ、セレクトショップ、オフィスを設ける。
GINZA SIX	東京都中央区	GINZA SIXリテールマネジメント(株)	600億円(商業施設)	2017.4	銀座6丁目の松坂屋銀座店跡地ほか2街区を一体化・再開発をえた大規模複合施設。エリア最大級の241店舗からなる商業施設、オフィス、観光拠点。「観世能楽堂」、屋上庭園を設ける。商業施設にはラグジュアリーブランドのほか、ブック&カフェスタイル「蔦屋書店」、複合ラウンジレストラン、ギャラリーなど、プレミアム感とグローバルクラスのクオリティを誇る店舗が並ぶ。
アンフォーレ	愛知県安城市	安城市	62億円	2017.6	JR東海道本線安城駅を中心とする中心市街地拠点施設整備事業として整備した複合施設。図書情報館などの公共施設棟、イベント広場、公園、駐車場や商業施設で構成されている。

※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

国際会議開催件数が増加。東京は順位を2つ上げる
沖縄県がMICE振興戦略を策定。MICE施設整備も推進
IR推進法が成立

※MICE：企業などの会議（Meeting）、企業などの行う報奨・研修旅行（Incentive Travel）、国際機関・団体・学会などが行う会議（Convention）、展示会・見本市／イベント（Exhibition/Event）の頭文字。概念としては外国人参加者の有無は問わない。

(1) MICEの現況

①ミーティング（M）、インセンティブ（I）の現況

ミーティング、インセンティブ分野は、統計データも未整備であり各分野の全体的な現況把握は困難である。そこで、独立行政法人国際観光振興機構（以下、日本政府観光局〔JNTO〕）や各自治体・コンベンションビューローの発表資料等から、日本へのインセンティブ旅行の現況を整理する。

旅行の出発地の状況を見ると、冬～春（2～5月）にかけて、タイやマレーシア、ベトナム、インドネシアといった東南アジアからのインセンティブツアーが活発であった。

一方、旅行の受入地の状況を見ると、東京では、16年5月に2泊3日の日程で、シンガポール大手生命保険会社の約200人のインセンティブツアーを受入れた。2日目は小グループに分かれ“Real Oishii Race”と題したチームビルディングが行われた。これは、マップを手に都内の指定されたラーメン店や回転寿司店を巡り、最後はホテルで東京クイズに挑戦してチーム毎に早さを競うもの。また、最終日の夜はコスプレをテーマに、参加者が思い思いの衣装で日本のコスプレイヤー達との撮影も出来るガラディナーが行われた。また、16年5月末より4泊5日の日程で中国企業約1,000人のインセンティブツアーを受入れた。ウェルカムパーティーは浅草花やしきを貸し切って行われ、ゆるキャラ4体による到着時のお出迎えや写真撮影なども行われた。

京都では、16年11月に、70台を超えるフェラーリと150人を超えるトップクライアントが集結し、3日間に渡ってドライブをする「Ferrari Cavalcade International 2016」が開催された。同インセンティブツアーは12年にイタリアで始まり、International版は15年のサンフランシスコが初回で、2回目が京都であった。同ツアーは初日に京都・神宮道を出発し、その後3日間かけて兵庫県、滋賀県、大阪府、奈良県を走行し、3日間毎日京都に帰着するプログラムで実施され、最終日には東福寺でガラディナーが開催された。

仙台ははじめ東北では、17年2月に、日野モーターズ・セールス・タイランドのインセンティブツアーやJTBタイランドによる観光旅行者などを含む約280人を受入れた。インセンティブツアーは5日間の予定で北東北を訪問し、タイの旅行会社のグループは仙台市内で市が主催するインセンティブツアーのセミナーにも参加した。

和歌山では、17年2月に、インドネシアの日本担当特使ら約60人が白浜をはじめ県内の各地を訪れる2日間のツアーを受入れた。同ツアーはこの日本担当特使が総帥を務める企業が携わる賞のインセンティブツアーで和歌山を訪れたもので、SNSで多くのフォロワーがいるインドネシアのテレビキャスターや俳優等も参加

した。

島根では、17年5月に、台湾の喜鴻旅行社によるゴルフをテーマにした4日間のツアーを受入れた。同ツアーは初日から3日間が県内のゴルフコースでのゴルフ、最終日が県内観光を行うもので、約125人が来日した。同ツアーは世界各国で年1～2回開催されているもので、参加者には企業幹部等も含まれることから、今後のインセンティブツアー開催につながることも期待されている。

②コンベンション（C）の現況

コンベンション分野は、国際会議（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、このデータを基に現況を整理する（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

15年に我が国で開催された国際会議（16年数値は未発表）の件数は2,847件（前年比9.9%、257件増）、参加者総数は1,766,798人（前年比11.5%、228,538人減）となった。参加者数の内訳は、国内参加者が1,591,765人（全体の90.1%）、外国人参加者が175,033人（同9.9%）であり、外国人参加者の構成比が昨年より0.9ポイント増加した（表Ⅲ-4-2-1）。

表Ⅲ-4-2-1 国際会議の開催件数、参加者数の推移

	件数 (件)	参加者数(人)				
		総数	うち国内	うち 外国人	構成比 (%)	
2011年	1,892	1,069,506	977,713	91.4	91,793	8.6
2012年	2,337	1,472,069	1,315,155	89.3	156,914	10.7
2013年	2,427	1,428,592	1,292,039	90.4	136,553	9.6
2014年	2,590	1,995,336	1,816,603	91.0	178,733	9.0
2015年	2,847	1,766,798	1,591,765	90.1	175,033	9.9

資料：日本政府観光局（JNTO）「国際会議統計」をもとに（公財）日本交通公社作成

表Ⅲ-4-2-2 月別の国際会議開催件数、参加者数（2015年）

	件数 (件)	構成比 (%)	前年差 (ポイント)	参加者数(人)		
				参加者数 (人)	構成比 (%)	前年差 (ポイント)
1月	136	4.8	0.5	64,588	3.7	1.5
2月	175	6.1	△1.5	101,171	5.7	△2.2
3月	391	13.7	4.7	143,523	8.1	△1.1
4月	119	4.2	△0.7	183,392	10.4	1.2
5月	207	7.3	0.7	197,314	11.2	△0.5
6月	235	8.3	0.1	196,695	11.1	2.3
7月	218	7.7	△1.9	143,264	8.1	0.5
8月	163	5.7	△0.6	68,816	3.9	0.2
9月	321	11.3	△0.6	172,491	9.8	1.6
10月	339	11.9	0.6	230,183	13.0	0.5
11月	372	13.1	△0.8	208,755	11.8	△2.7
12月	171	6.0	△0.7	56,606	3.2	△1.3
合計	2,847	100.0		1,766,798	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

月別では、件数で見ると単月では3月が391件で最も多かったが、時期としては秋(9～11月)の開催が多く、この3カ月で36.3%を占めている。参加者数で見ると単月では10月が230,183人で最も多く、秋(9～11月)の3カ月で34.6%を占めている。その他の時期では4～6月の参加者数が多く、この3カ月で32.7%となっており、秋(9～11月)に比べ参加者数の多い大型の会議が開催されたものと考えられる(表Ⅲ-4-2-2)。

●分野別、規模別の国際会議開催状況

分野別では、「科学・技術・自然」が1,222件(全体の42.9%)で、昨年までと同様他分野と比較して非常に多い。以下「医学」(546件、全体の19.2%)、「芸術・文化・教育」(337件、同11.8%)と続く。構成比の前年比較では「社会」が2.5ポイントと大きく増加している。その他では「科学・技術・自然」が1.0ポイントとやや増加している。一方で減少が大きかったのは、「政治・経済・法律」(2.5ポイント減)、「産業」(1.6ポイント減)、「芸術・文化・教育」(1.4ポイント減)であった。

規模別では、「100人未満」が最も多く850件、次いで「100～199人」が743件で、これら200人未満の規模の国際会議で全体の56.0%を占めている。前年の同構成比は54.8%であり、昨年からは1.2ポイント増加していることから、規模の小さな会議が増加したものと考えられる。構成比の前年差をみると、最も増加しているのは「100人未満」の3.1ポイント増、次いで「500～999人」の1.3ポイント増となっている(表Ⅲ-4-2-3)。

国際会議の規模と外国人参加者数の関係を見ると、参加者総数300人以上かつ外国人参加者数が50人以上の会議(中・大型国際会議)の開催件数は406件(前年比7.7%、29件増)、外国人参加者数は111,171人(前年比5.0%、5,860人減)であった。15年度の外国人参加者数は前年から減少となったが、中・大型国際会議は全体の14.3%であるのに対し、外国人参加者は全体の63.5%を占めていることから、中・大型国際会議は多くの外国人の参加が期待できるものであることが窺える(表Ⅲ-4-2-4)。

●都市別の国際会議開催状況

都市別の国際会議開催件数は、東京(23区)が557件と最も多く、次いで福岡市の363件で、上位2都市は変動していない。3

表Ⅲ-4-2-3 分野別、規模別の国際会議開催件数

(分野別)

	2015年		
	件数(件)	構成比(%)	前年差(ポイント)
政治・経済・法律	249	8.7	△2.5
科学・技術・自然	1,222	42.9	1.0
医学	546	19.2	0.6
産業	128	4.5	△1.6
芸術・文化・教育	337	11.8	△1.4
社会	193	6.8	2.5
運輸・観光	24	0.8	0.1
社交・親善	70	2.5	0.6
宗教	7	0.2	0.1
スポーツ	19	0.7	0.4
その他	52	1.8	0.2
合計	2,847	100.0	

(規模別)

	2015年		
	件数(件)	構成比(%)	前年差(ポイント)
100人未満	850	29.9	3.1
100～199人	743	26.1	△1.9
200～299人	334	11.7	△2.1
300～399人	184	6.5	△0.5
400～499人	114	4.0	0.1
500～999人	260	9.1	1.3
1,000～1999人	144	5.1	△0.3
2,000人以上	218	7.7	0.2
合計	2,847	100.0	

資料：両表とも日本政府観光局(JNTO)「国際会議統計」をもとに(公財)日本交通公社作成

表Ⅲ-4-2-4 中・大型国際会議の開催件数、外国人参加者数

	件数			外国人参加者数		
	総数	うち 中・大型 国際会議	構成比 (%)	総数	うち 中・大型 国際会議	構成比 (%)
2011年	1,892	246	13.0	91,793	53,214	58.0
2012年	2,337	345	14.8	156,914	104,543	66.6
2013年	2,427	350	14.4	136,553	82,307	60.3
2014年	2,590	377	14.6	178,733	117,031	65.5
2015年	2,847	406	14.3	175,033	111,171	63.5

※中・大型国際会議：参加者総数300人以上かつ外国人参加者数が50人以上の会議
資料：日本政府観光局(JNTO)「国際会議統計」をもとに(公財)日本交通公社作成

表Ⅲ-4-2-5 都市別の国際会議開催件数、参加者数

2014年				2015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)	543	339,555	1	東京(23区)	557	334,662
2	福岡市	336	139,539	2	福岡市	363	158,060
3	京都市	202	127,879	3	仙台市	221	65,190
4	横浜市	200	583,398	4	京都市	218	153,495
5	名古屋市	163	96,197	5	横浜市	190	278,986
6	大阪市	130	194,754	6	名古屋市	178	102,994
7	千里地区	104	15,547	7	大阪市	139	128,350
8	札幌市	101	40,374	8	神戸市	113	101,284
9	神戸市	82	107,087	9	札幌市	107	54,092
10	仙台市	80	29,832	10	千里地区	94	18,080

(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)「国際会議統計」をもとに(公財)日本交通公社作成

位は仙台市の221件で、前年の10位、80件から大きく上昇した。以下、4位に京都市(218件)、5位に横浜市(190件)と続き、上位10都市の顔ぶれは昨年と同様であった。参加者数で見ると、昨年は件数で4位の横浜市が最も多かったが、今年は件数で1位の東京(23区)が334,662人と参加者数も最も多く、横浜市は278,986人と東京(23区)に次いで多かった(表Ⅲ-4-2-5)。

●会場別の国際会議開催状況

会場別では、九州大学が158件と最も多く、昨年に続きトップとなった。2位は東北大学の110件で、昨年の6位(49件)から大きく上昇した。以下、3位に名古屋大学(104件)、4位にパシフィコ横浜(93件)、5位に京都大学(80件)と続き、この順番は昨年から変化していない。都市別の国際会議開催件数で仙台が大きく上昇したが、これは東北大学での開催件数が増加したことが要因の一つと考えられる。

参加者数はパシフィコ横浜が249,189人と最も多いが、昨年の563,831人から約31万5千人の大幅減少となった。2位は昨年5位の国立京都国際会館で98,707人、3位は昨年と同じく東京ビッグサイトで85,415人となっている。開催件数では上位10会場のうち大学が8つを占めるが、参加者数では上位10会場のうち神戸ポートピアホテル以外の9つが会議場施設であり、大学では小規

模の国際会議が、会議場施設で中・大型の国際会議が多く開かれていることが窺える(表Ⅲ-4-2-6)。

●国際的に見た日本のコンベンションの開催状況

ICCA(国際会議協会:International Congress and Convention Association)が発表した、16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12,227件(前年比151件増)であった。このうち日本での開催件数は410件(前年比55件増)であり、昨年の過去最高の開催件数を更新した。世界の中での順位としては、昨年同様にアジア・オセアニア・中近東地域で1位、世界で7位(中国と同件数のため同順位)であった。

都市別にみると、アジア・オセアニア・中近東地域のトップは昨年までと同様シンガポールで151件(世界第6位)であった。アジア・オセアニア・中近東地域のトップ10に入ったのは東京(6位)のみで、件数は95件(世界21位)であった。16年は開催件数100件を超える都市がシンガポール、ソウル、バンコク、北京の4つであり、バンコクが昨年より18件増加し順位を1つ上げた。一方、香港は昨年より13件減少し順位を2つ下げた(表Ⅲ-4-2-7)。

表Ⅲ-4-2-6 会場別の国際会議開催件数、参加者数

(件数)

2014年			2015年		
順位	会場	件数(件)	順位	会場	件数(件)
1	九州大学	144	1	九州大学	158
2	名古屋大学	103	2	東北大学	110
3	パシフィコ横浜	100	3	名古屋大学	104
4	京都大学	87	4	パシフィコ横浜	93
5	大阪大学	57	5	京都大学	80
6	東北大学	49	6	大阪大学	70
7	東京大学	47	7	北海道大学	47
8	北海道大学	46	8	東京大学	46
9	国立京都国際会館	42	9	国際連合大学	43
10	国際連合大学	40	10	国立京都国際会館	39

(参加者数)

2014年			2015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	563,831	1	パシフィコ横浜	249,189
2	大阪府立国際会議場	174,294	2	国立京都国際会館	98,707
3	東京ビッグサイト	95,147	3	東京ビッグサイト	85,415
4	神戸ポートピアホテル	88,091	4	名古屋国際会議場	77,374
5	国立京都国際会館	84,467	5	大阪府立国際会議場	76,831
6	神戸国際展示場	81,072	6	神戸ポートピアホテル	69,290
7	東京国際フォーラム	72,354	7	神戸国際展示場	60,220
8	神戸国際会議場	64,607	8	福岡国際会議場	53,887
9	名古屋国際会議場	62,283	9	神戸国際会議場	47,606
10	福岡国際会議場	42,197	10	東京国際フォーラム	41,612

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-4-2-7 アジア・オセアニア・中近東地域の都市別国際会議開催件数(順位上位の都市)

順位	2014年			2015年			2016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	142	7	シンガポール	156	7	シンガポール	151	6
2	北京	104	14	ソウル	117	13	ソウル	137	10
3	ソウル	99	15	香港	112	15	バンコク	121	12
4	香港	98	16	バンコク	103	16	北京	113	15
5	台北	92	20	北京	95	19	香港	99	19
6	東京	90	22	台北	90	22	東京	95	21
7	シドニー	82	25	シドニー	86	25	台北	83	24
8	クアラルンプール	79	28	東京	80	28	上海	79	25
9	バンコク	73	29	クアラルンプール	73	32	クアラルンプール	68	32
10	上海	73	29	ドバイ	56	46	シドニー	61	41

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

③エキシビジョン(E)の現況

●展示会の開催件数、出展者数、出展小間数、来場者数の状況

15年に我が国で開催された展示会の件数は681件(前年比1.2%、8件減)であった。また、出展者数118,732社・団体(前年比0.8%、1,015社減)、出展小間数127,582小間(前年比5.2%、7,013小間減)、来場者数12,709,814人(前年比14.2%、2,106,440人減)と、全てで前年を下回った。15年は隔年開催である大型催事「東京モーターショー」(前回開催時の来場者数約81万人)が非開催年であることが来場者数の減少に影響しているものと考えられる。

また、出展小間数の減少については、近年の出展者に対するセールス手法の多様化により、1小間(3m×3m=9㎡)ではなく、㎡でセールスするケースも増加しており、小間数を公表する主催者が減少してきていることも影響しているものと考えられる(表Ⅲ-4-2-8)。

月別では、10月が件数(90件)、出展者数(19,755社・団体)、出展小間数(19,081小間)、来場者数(1,707,455人)とも最も多くなっている。また全ての項目で7~8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-4-2-9)。

●16年に開催された主な展示会

16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2016」(会場:幕張メッセ)の325,501人で、次いで来場者数が多かったのは「東京ゲームショウ2016」(会場:幕張メッセ)の271,224人であった(15年に最も来場者数が多かった東京モーターショーは隔年開催のため16年は非開催)。

最も出展者数が多かったのは「第82回東京国際・ギフト・ショー秋2016」(会場:東京ビッグサイト)の2,548社・団体であった。以下、「第81回東京国際・ギフト・ショー春2016」(会場:東京ビッグサイト/2,528社・団体)、「日本ものづくりワールド2016」(会場:東京ビッグサイト/2,318社・団体)、「FOODEX JAPAN 2016」(会場:幕張メッセ/1,935社・団体)と続く。出展者数が2,000社・団体を越えた展示会が昨年は5つあったが、今年は3つとなった。

●第三者認証を取得した展示会

日本では、2012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」又は「来場数」、「出展数」、及び「出展面積」について、展示会統計に係る認証制度のガイドラインで定めた定義と指標に基づき、展示会統計情報に利用可能な展示会として、独立行政法人日本貿易振興機構、大規模展示場連絡会、一般社団法人日本展示

表Ⅲ-4-2-8 展示会の開催件数、出展者数、出展小間数、来場者数の推移

	件数(件)		出展者数(社・団体)		出展小間数(小間)		来場者数(人)	
		前年比(%)		前年比(%)		前年比(%)		前年比(%)
2014年	685	4.6	104,532	9.4	151,261	10.8	14,171,872	△ 7.5
2015年	689	0.6	119,747	14.6	134,595	△ 11.0	14,816,254	4.5
2016年	681	△ 1.2	118,732	△ 0.8	127,582	△ 5.2	12,709,814	△ 14.2

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

(注) 調査基準

- ①主催事務局への電話調査もしくはHPによる実数把握が可能なもの ※小間数は非公開のものを除く
 ②商談性の高い展示会 ③一般来場者をターゲットにするイベントにおいても事務局が出展者への営業活動を展開しているもの
 ④関係者のみの来場者のため数値を公表しない展示会でも聞き取りが可能なもの ⑤企業単独のプライベートショーは除く

表Ⅲ-4-2-9 月別の展示会開催件数、出展者数、出展小間数、来場者数(2016年)

	件数(件)			出展者数(社・団体)			出展小間数(小間)			来場者数(人)		
		構成比(%)	前年差(ポイント)		構成比(%)	前年差(ポイント)		構成比(%)	前年差(ポイント)		構成比(%)	前年差(ポイント)
1月	47	6.9	△ 2.4	6,700	5.6	△ 0.8	3,875	3.0	△ 4.5	612,066	4.8	△ 4.0
2月	48	7.0	△ 2.5	10,564	8.9	1.3	18,323	14.4	1.8	1,564,692	12.3	1.2
3月	45	6.6	0.4	8,519	7.2	1.7	11,607	9.1	1.1	1,435,318	11.3	2.7
4月	82	12.0	3.0	8,958	7.5	2.5	10,314	8.1	3.1	1,037,053	8.2	0.3
5月	74	10.9	△ 0.9	12,183	10.3	△ 4.5	9,563	7.5	△ 2.6	1,648,539	13.0	2.1
6月	69	10.1	0.7	10,708	9.0	4.0	8,107	6.4	△ 2.3	1,174,710	9.2	0.3
7月	51	7.5	△ 1.2	7,500	6.3	△ 1.7	3,077	2.4	△ 3.3	563,586	4.4	△ 0.9
8月	35	5.1	0.2	9,163	7.7	2.4	5,060	4.0	0.7	405,261	3.2	0.8
9月	64	9.4	0.4	9,578	8.1	△ 2.4	16,533	13.0	5.5	1,309,576	10.3	1.2
10月	90	13.2	1.7	19,755	16.6	5.8	19,081	15.0	0.5	1,707,455	13.4	△ 1.3
11月	58	8.5	0.2	12,186	10.3	△ 8.1	17,525	13.7	3.8	912,952	7.2	0.3
12月	18	2.6	0.3	2,918	2.5	△ 0.4	4,517	3.5	△ 3.8	338,606	2.7	△ 2.7
合計	681	100.0	-	118,732	100.0	-	127,582	100.0	-	12,709,814	100.0	-

(注) 構成比は四捨五入により合計が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

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。15年に認証された展示会は16件で、16年6月末現在では合計60件の展示会が認証を取得している。

(2) MICEをめぐる動き

①国の動き

●新たな観光立国推進基本計画でもMICEが目標の一つに

17年3月に閣議決定された2017年度からの新たな「観光立国推進基本計画」では、7つの基本的な目標が設定された。前基本計画からいくつかの目標が変更となったが、MICE関連は前計画から引き続き基本的な目標の1つとなっており、具体的には「アジア主要国における国際会議の開催件数に占める割合：3割以上・アジア最大の開催国」と設定されている。また、「アジアNo.1の国際会議開催国として不動の地位を築く」という目標の達成に向け、平成29年度のMICEプロモーション方針は「日本のMICEブランド (Japan. Meeting & Events New ideas start here) を活用したMICE開催地としての認知度向上」「海外のMICE専門家のノウハウを活用した誘致活動によるマーケティングの強化」「グローバルMICE都市等と連携した誘致活動やMICE誘致アンバサダーの支援による国際会議の誘致強化」「ミーティング&インセンティブの誘致強化」の4つとなっている。

●「MICE誘致アンバサダー」に26人を新規認定

JNTOは16年3月に8人を、同年8月に10人を、17年3月に8人を「MICE誘致アンバサダー」として認定した。MICE誘致アンバサダーとは、国際会議をはじめMICEを我が国に誘致・開催するため、我が国の顔として海外へのPRや国内への普及活動を行っていただく方のことである。これまでに前身の「MICEアンバサダープログラム」(観光庁が運営)とあわせ計47人が認定された。16年6月には、アンバサダーの活動により23年7月に横浜で「第22回国際自動制御連盟総会」(参加人数2,500人、うち外国人1,700人。70カ国・地域から参加)が開催されることが決定した。

●国際会議による経済波及効果を初算出

観光庁は16年度にMICEの経済波及効果及び市場調査事業を実施し、その成果として、日本国内で開催された国際会議による経済波及効果を初めて算出した。調査結果から、平成27年の国際会議による経済波及効果は約5,905億円、国際会議の開催及びこれに伴う経済活動により、新たに生じた雇用創出効果は日本全体で約54,000人分、税収効果は約455億円と推計された。また、国際会議の外国人参加者の1人当たりの平均消費額は約26万円と推計され、中でも三大都市圏(東京都、神奈川県、千葉県で構成する首都圏地域、大阪府、京都府、兵庫県で構成する京阪神地域、愛知県、三重県、岐阜県で構成する中京地域)で開催される医療関連の国際会議に係る平均消費額は約36万円と高い傾向となった。観光庁は、17年度にミーティング、インセンティブ、展示会等における経済波及効果の算出を予定しており、同時にこの国際会議の経済波及効果を合わせたMICE全体の経済波及効果の算出を予定している。

●インセンティブツアーの表彰制度がスタート

日本政府観光局 (JNTO) は16年度より、日本を訪れるインセ

ンティブツアーの表彰制度「JAPAN Incentive Travel Awards」をスタートした。これは、日本を訪れるインセンティブツアーのベスト・プラクティスの事例の共有と表彰を通じ、国内外のMICE関係者の日本を訪れるインセンティブツアーへの理解と意欲向上を目的としたもの。初年度となる今年度は応募総数21件の中から、インセンティブツアー実施後に主催企業が得られた効果や、新しいデバイスを利用した斬新なイベントの実施、また地域文化の魅力発信や地域の方との交流を通じた地方創生という点において優れている企画として、受賞案件3件を決定した。受賞案件の詳細は表Ⅲ-4-2-10の通りである。

表Ⅲ-4-2-10 「JAPAN Incentive Travel Awards 2016」受賞者と旅程概要

大賞	
受賞者	雄獅旅行社
所在国・地域	台湾
旅程概要	北海道4泊5日(洞爺、登別、トマム、札幌、旭川、層雲峡等を周遊)
企画賞	
受賞者	teamtravel premium GmbH
所在国・地域	ドイツ
旅程概要	東京3泊4日(チームビルディングとしてipadを利用した東京シティラリー等)
貢献賞	
受賞者	JTB Australia Pty Ltd
所在国・地域	オーストラリア
旅程概要	西日本を中心に7泊8日(東京、岡山、香川、徳島、神戸等を周遊)

②業界(企業)等の動き

●イベント消費規模は16兆5,314億円に

一般社団法人日本イベント産業振興協会 (JACE) は17年6月、16年(1~12月)におけるイベント消費規模が16兆5,314億円(前年比13.0%増)と推計されたことを発表した。この推計値は、イベントに関する各フェーズ(イベントの出発前、会場までの往復交通費、宿泊費、イベント会場内外、イベント後)での支出を合わせた数字である。カテゴリー別にみると、最も消費規模が大きいのは興行イベントの4兆2,124億円で、以下、スポーツイベント(2兆8,468億円)、フェスティバル(2兆6,317億円)、文化イベント(2兆3,329億円)、会議イベント(1兆9,135億円)、見本市・展示会(1兆6,106億円)、販促イベント(9,835億円)となった(16年は「博覧会」に該当するイベントは無し)。

●成田国際空港、関西国際空港でMICE参加者向けファーストレーンの運用開始

16年3月30日より、成田国際空港及び関西国際空港の入国審査場内において、訪日外国人のうち国際会議等の参加者やVIP等を利用対象とした国内初となるファーストレーンの運用が開始された。ファーストレーンの設置は政府の推進する観光立国実現に向けたアクション・プログラム2015において定められたもので、関係行政機関や航空会社等と連携し検討が進められたもの。

●「VISIT JAPAN トラベル&MICEマート2016」の開催

16年9月21日~23日、東京ビッグサイトで日本最大のインバウン

ド商談会「VISIT JAPAN トラベル & MICE マート2016 (VJTM2016)」が開催された。例年同様、同時期に開催される「ツーリズムEXPOジャパン」と連携して開催され、商談会には海外バイヤー334社、海外MICEバイヤー31社などが参加した。商談会のほかにも、ファミトリップやネットワーキング・レセプション、JAPAN NIGHT (日本のおもてなし「和の世界」が体験できる交流会)、ツーリズムEXPOジャパン見学会などが開催された。

③各都市での動き

●MICE施設の整備が各都市で進む

東京では、都が16年2月、東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会に伴う東京ビッグサイトの利用制約への対応として、19年4月～20年3月の1年間使用可能な仮設の代替施設(展示面積約23,000㎡)を建設する方針を明らかにしていたが、16年10月、この代替施設の使用期間を20年11月まで延長することを発表した。また、東京ビッグサイトでは16年11月に、東展示棟臨時駐車場であった場所に展示面積約16,000㎡の東新展示棟が完成し、「JIMTOF2016(日本国際工作機械見本市)」がオープニングイベントとなった。なお、東京ビッグサイトでは、19年完成予定で西展示棟南側に展示面積約20,000㎡の拡張施設も建設が進められている。

横浜では16年12月、パシフィック横浜に隣接して建設する予定のMICE施設(多目的ホール7,604㎡、ホワイエ含め10,007㎡。その他会議室、店舗、駐車場等)について、既存施設との一体運用による効果を目指し、運営事業者をパシフィック横浜とすることが決定した。施設整備運営事業については15年8月にBTO方式(Build(建設)、Transfer(移管)、Operate(運営)の頭文字で、事業者が資金調達し施設を建設した後、施設の所有権を公共側に移管した上で、事業者がその施設の運営を行う方式)で竹中工務店グループが選定されており、今後、2020年の供用開始に向けて事業が進められる。

富山では16年5月、テクノホールの新展示場建設工事が開始されるとともに、整備主体である一般財団法人富山産業展示館が事業概要を発表した。基本的な方針は、ビジネスユースに重点を置き、展示会と会議等の複合催事の開催に対応可能な多機能型展示場を整備すること、また、現展示場と合わせ展示面積を2倍以上に拡充(新展示場の約3,650㎡が加わり、現展示場と合わせた合計面積は約7,000㎡)し、現展示場と新展示場を一体的に活用することとされており、完成・供用開始は17年秋頃(10月以降)の予定となっている。

愛知では、愛知県が19年秋の開業を目指す中部国際空港島の国際展示場(展示面積約60,000㎡)について、全国で初めて常設の保税展示場にすると発表した。保税展示場になると、展示会の出品物に関税や消費税がかからなくなり出展者の負担が軽減されることから、展示会の誘致への好影響が期待される。なお、同展示場は開業から23年までの運営権売却の売却先を17年中に決定する予定である。一方名古屋市は、既存のポートメッセなごや第一展示館を現状の14,000㎡から20,000㎡に拡張し全体で約40,000㎡規模に拡張する予定だが、営業開始はこれ

までの想定から半年延期となり22年4月となる見込みであることを17年6月に発表した。また、名古屋市はポートメッセなごやから直線距離で約1.5km北側に約50,000㎡の新会場を新たに建設する計画であるが、愛知県との調整は進んでいない。

長崎では、長崎市がJR長崎駅西側にMICE機能を中核とする複合施設を整備する計画を進めており、17年3月に同施設を整備・運営する民間事業者の募集要項が公表された。同要項によれば、複合施設は約3,000㎡のコンベンションホール、約4,000㎡のイベント・展示ホール、20室・計約2,500㎡の会議室、300台の駐車場で構成されるMICE施設とホテル等の民間収益施設で構成(民間収益施設の施設規模等は提案による)され、整備・運営事業者は17年11月に選定される予定である。一方、長崎県は、17年度に移設する県庁舎の跡地について、文化ホール、広場、迎賓・交流施設の3つを主な機能とする複合施設の建設を視野に検討を進めていたが、市が建設費を負担する想定であった文化ホールについて、市が計画している複合施設と機能が重複する懸念があることから、16年度中に結論を出す判断を見送ることとした。

沖縄では、「中城港湾マリンタウン地区」(与那覇町、西原町)に建設場所が決定した大型MICE施設(展示場30,000㎡、多目的ホール7,500㎡、ホワイエ3,000㎡。その他中小会議室20～30室と立体駐車場2,000台、飲食・物販施設等)について、DBO方式で行う施設整備運営事業の落札者を大林組ほか15社グループに決定した。DBO形式とはDesign(設計)、Build(建設)、Operate(運営)の頭文字で、事業者が設計、建設、運営を一括して委ね、施設の所有、資金の調達については公共側が行う形式のことで、今後、2020年の供用開始に向けて事業が進められる。

●東京都がMICE施設の設備導入等を支援

東京都は16年度新規事業として、都内に所在する会議施設やホテル、大学などのMICEの会場となる施設を対象に、機能強化につながる設備導入等を支援する「MICE施設の受入環境整備支援事業」を開始した。同事業は、MICEの開催に役立つ施設の機能強化につながる取組み(Wi-Fiやデジタルサイネージ、大型スクリーン、高解像度(4K、8K対応)プロジェクター、同時通訳システム、外国人の体型に対応した什器類等の設備の導入や設置工事、HPやパンフレット等広報物や案内表示・案内サインの多言語化)に対し、1施設当たりの助成対象経費の2分の1以内、上限3,000万円を助成する。

●京都文化交流コンベンションビューローが世界的な取組みにアジアで初めて参画

京都文化交流コンベンションビューローは16年7月、世界で22都市が参画している、環境に優しい国際会議の開催を目指すGDS(Global Destination Sustainability Index)の取組みにアジアで初めて参画することを発表した。今後京都では、より一層「環境に配慮した持続可能なMICE都市」としての位置づけを強化していくこととしており、京都市独自のカーボンオフセットの取組みである「DO YOU KNOW? クレジット制度」の利用促進、MICE主催者の環境配慮への理解促進をはじめ、環境

に配慮した取組みをMICE主催者とともに連携して推進していくこととしている。

●沖縄県がMICE振興戦略を策定

沖縄県は17年7月、今後10年のMICE振興の意義・効果、長期目標、振興の方向性、具体的施策等について体系的に整理した「沖縄MICE振興戦略」を取りまとめた。沖縄では、これまでの国・県・民間・大学等の取組みにより、リゾート型のMICE都市として一定の評価を得てきたところであるが、中城湾港マリンタウン地区の新たなMICE施設建設をきっかけとして、沖縄におけるMICE振興を次のステージへと引き上げるべく、関係者が一丸となってMICE振興に取り組むためのビジョンとして策定したものである。主な内容は表Ⅲ-4-2-11の通りである。

表Ⅲ-4-2-11 沖縄MICE振興戦略の概要

基本的な考え方	①産官学連携や施設間連携による受入体制を構築し、離島も含めた沖縄県全体でのMICE振興を図る ②MICE (特に展示会・商談会) の開催を通じて県内産業の成長を図る ③MICEに関わる多様な人材の育成・確保を図る ④国内外MICE都市との連携・協力体制を構築し、日本全体のMICE振興に寄与する
目標	日本とアジアの架け橋となり、アジア・太平洋地域の持続的発展に貢献するMICE都市として、確固たる地位を確立する
成果目標	(10年後：2026年目標) ・MICE開催による直接経済効果：722億円 ・MICE開催による経済波及効果：889億円 ・沖縄MICEネットワーク会員数：160団体 ・1,000人以上の催事件数：231件 ・県外、海外からの参加者数300名以上のインセンティブ旅行件数：68件 ・国際会議の開催件数：30件 など

資料：沖縄県「沖縄MICE振興戦略」より(公財)日本交通公社作成

(3) IRをめぐる動き

●IR推進法が成立

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て以降、継続審議、廃案、再提出となり成立の見通しは立っていなかった。しかし、16年秋頃から審議入りへの動き等

が強まり、16年12月15日には衆議院で可決、成立、更に同月26日に公布され、即日施行となった。

成立した特定複合観光施設区域の整備の推進に関する法律(以下、IR推進法)は、IR推進の目的や基本方針を定めたものであり、具体的な法制上の措置は、17年中を目処に制定される別の法律(実施法案)で定められる見込みである。

また、17年3月には、同法の規定に基づき、内閣総理大臣を本部長とし、全国務大臣を構成員とする特定複合観光施設区域整備推進本部が設置された。同本部に置かれた、学識経験を有する委員で構成された特定複合観光施設区域整備推進会議は17年7月、IR制度・カジノ規制の考え方やIR制度の枠組み、世界最高水準のカジノ規制の在り方等についての検討結果を取りまとめた。その概要は表Ⅲ-4-2-12の通りである。

今後は、この取りまとめも踏まえ、具体的な制度設計のための実施法案作成が進められる見込みである。

(守屋邦彦)

表Ⅲ-4-2-12 特定複合観光施設区域整備推進課意義取りまとめ～「観光先進国」の実現に向けて～(骨子)

1.日本型IRの在り方	・我が国におけるIRの導入は、単なるカジノ解禁ではなく、また、IR事業を認めるだけのものでもなく、世界の人々を惹きつけるような我が国の魅力を高め、大人も子供も楽しめる新たな観光資源を想像し、日本を「観光先進国」へと飛躍させるという公益を実現するものでなければならない。
2.IR区域・IR事業者	・都道府県又は政令市がIR区域を申請、国土交通大臣が認定 ・IRの中核施設を「MICE施設」「宿泊施設」「魅力発信施設」「送客施設」と定義 ・IR事業者は、カジノ事業を含めたIR事業全体を所有・経営・運営する一体性が確保された事業形態が原則
3.世界最高水準の規制：カジノ規制	・事業者のみならず、役員、株主、取引先等幅広い関係者に対し、免許・許可等の際の背面調査を通じて廉潔性を確保
4.世界最高水準の規制：弊害防止対策	・厳格な入場回数制限・本人確認等により万全の対策
5.公租公課等	・納付金は国・地方において幅広く交易に活用
6.カジノ管理委員会	・厳格なカジノ規制を的確に執行するための体制を整備

資料：特定複合観光施設区域整備推進会議資料より(公財)日本交通公社作成

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(2016年と2015年の対比) 136

IV-1 北海道 137

(1)都道府県レベルの旅行者動向(2)観光地の主な動向(3)市町村の動き

IV-2 東北 141

(1)都道府県レベルの旅行者動向(2)観光地の主要な動き

IV-3 関東 144

(1)都道府県レベルの旅行者動向(2)観光地の主要な動き

IV-4 中部 148

(1)都道府県レベルの旅行者動向(2)観光地の主な動向

IV-5 近畿 151

(1)都道府県レベルの旅行者動向(2)観光地の主な動向

IV-6 中国・四国 155

(1)都道府県レベルの旅行者動向(2)観光地の主要な動き

IV-7 九州 159

(1)都道府県レベルの旅行者動向(2)観光地の主要な動き

IV-8 沖縄 163

(1)都道府県レベルの旅行者動向(2)観光地の主要な動き(3)17年度の観光の目標

IV-9 自然 166

1自然公園法に基づく公園の動向2エコツーリズム推進法にも度づく動向3世界自然遺産の動向4都市公園法に基づく公園の動向5その他

IV-10 歴史・文化 174

1文化財保護法に基づく動向2文化財活用に向けた動向3世界遺産、ユネスコ無形文化遺産に関する動向4その他の動向

IV-11 温泉 180

(1)温泉地利用状況(2)温泉地活性化に向けた動向(3)国民保養温泉地に関する動向(4)温泉に関する評価(5)その他の動向

地域区分(北海道、沖縄県を除く)は以下のとおりです。

東 北:青森県、岩手県、宮城県、秋田県、山形県、福島県
関 東:茨城県、栃木県、群馬県、埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、山梨県、新潟県
中 部:富山県、石川県、福井県、長野県、岐阜県、静岡県、愛知県、三重県
近 畿:滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県、和歌山県
中国・四国:鳥取県、島根県、岡山県、広島県、山口県、徳島県、香川県、愛媛県、高知県
九 州:福岡県、佐賀県、長崎県、熊本県、大分県、宮崎県、鹿児島県

都道府県別延べ宿泊者数およびうち延べ外国人宿泊者数(2016年と2015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		2015	2016	(前年比)
北海道	延べ宿泊者数	32,591,070	33,554,500	3.0%
	うち外国人	5,641,140	6,554,220	16.2%
都道府県名		2015	2016	(前年比)
青森県	延べ宿泊者数	5,006,470	5,006,420	0.0%
	うち外国人	119,010	160,180	34.6%
岩手県	延べ宿泊者数	6,156,280	6,241,440	1.4%
	うち外国人	106,330	132,030	24.2%
宮城県	延べ宿泊者数	10,820,670	9,765,080	△9.8%
	うち外国人	190,610	199,290	4.6%
秋田県	延べ宿泊者数	3,457,240	3,399,890	△1.7%
	うち外国人	59,800	66,950	12.0%
山形県	延べ宿泊者数	5,973,260	5,443,790	△8.9%
	うち外国人	75,720	88,200	16.5%
福島県	延べ宿泊者数	11,473,400	10,198,820	△11.1%
	うち外国人	56,420	78,860	39.8%
		2015	2016	(前年比)
東北計	延べ宿泊者数	42,887,320	40,055,440	△6.6%
	うち外国人	607,890	725,510	19.3%
茨城県	延べ宿泊者数	5,740,920	5,608,470	△2.3%
	うち外国人	200,730	224,630	11.9%
栃木県	延べ宿泊者数	10,288,850	10,316,840	0.3%
	うち外国人	231,540	252,430	9.0%
群馬県	延べ宿泊者数	8,828,080	8,651,160	△2.0%
	うち外国人	160,340	214,350	33.7%
埼玉県	延べ宿泊者数	4,330,720	4,472,830	3.3%
	うち外国人	158,580	169,510	6.9%
千葉県	延べ宿泊者数	22,573,510	21,880,880	△3.1%
	うち外国人	3,500,370	3,344,800	△4.4%
東京都	延べ宿泊者数	59,087,920	57,514,950	△2.7%
	うち外国人	17,560,590	18,059,960	2.8%
神奈川県	延べ宿泊者数	19,065,960	18,746,090	△1.7%
	うち外国人	2,156,320	2,160,600	0.2%
山梨県	延べ宿泊者数	8,425,870	8,352,920	△0.9%
	うち外国人	1,252,130	1,371,300	9.5%
新潟県	延べ宿泊者数	10,259,960	10,204,650	△0.5%
	うち外国人	262,500	267,020	1.7%
		2015	2016	(前年比)
関東+山梨+新潟計	延べ宿泊者数	148,601,790	145,748,790	△1.9%
	うち外国人	25,483,100	26,064,600	2.3%
富山県	延べ宿泊者数	3,990,920	3,408,470	△14.6%
	うち外国人	207,790	222,270	7.0%
石川県	延べ宿泊者数	8,729,520	8,696,500	△0.4%
	うち外国人	517,430	623,460	20.5%
福井県	延べ宿泊者数	4,163,910	3,709,190	△10.9%
	うち外国人	55,970	54,360	△2.9%
長野県	延べ宿泊者数	19,213,380	17,804,660	△7.3%
	うち外国人	947,450	1,134,940	19.8%
岐阜県	延べ宿泊者数	6,778,010	6,384,400	△5.8%
	うち外国人	930,660	1,013,490	8.9%
静岡県	延べ宿泊者数	22,530,110	21,237,660	△5.7%
	うち外国人	1,739,620	1,570,350	△9.7%
愛知県	延べ宿泊者数	16,622,180	16,558,790	△0.4%
	うち外国人	2,347,290	2,393,190	2.0%
三重県	延べ宿泊者数	9,458,820	9,304,450	△1.6%
	うち外国人	391,740	351,870	△10.2%
		2015	2016	(前年比)
中部+三重計	延べ宿泊者数	91,486,850	87,104,120	△4.8%
	うち外国人	7,137,950	7,363,930	3.2%

都道府県名		2015	2016	(前年比)
滋賀県	延べ宿泊者数	5,393,240	4,831,230	△10.4%
	うち外国人	477,250	480,740	0.7%
京都府	延べ宿泊者数	18,255,030	17,649,500	△3.3%
	うち外国人	4,578,670	4,602,810	0.5%
大阪府	延べ宿泊者数	30,366,080	31,010,470	2.1%
	うち外国人	8,965,670	10,008,830	11.6%
兵庫県	延べ宿泊者数	14,163,920	13,758,680	△2.9%
	うち外国人	1,207,020	1,119,760	△7.2%
奈良県	延べ宿泊者数	2,552,560	2,522,030	△1.2%
	うち外国人	258,600	307,840	19.0%
和歌山県	延べ宿泊者数	4,736,400	4,665,510	△1.5%
	うち外国人	434,630	557,350	28.2%
		2015	2016	(前年比)
近畿計	延べ宿泊者数	75,467,230	74,437,420	△1.4%
	うち外国人	15,921,840	17,077,330	7.3%
鳥取県	延べ宿泊者数	2,994,290	2,989,460	△0.2%
	うち外国人	103,430	100,320	△3.0%
島根県	延べ宿泊者数	3,417,450	3,466,560	1.4%
	うち外国人	42,950	58,310	35.8%
岡山県	延べ宿泊者数	5,163,880	5,347,280	3.6%
	うち外国人	170,530	281,800	65.2%
広島県	延べ宿泊者数	9,421,370	9,592,650	1.8%
	うち外国人	740,630	839,710	13.4%
山口県	延べ宿泊者数	4,847,160	4,663,910	△3.8%
	うち外国人	109,410	92,520	△15.4%
徳島県	延べ宿泊者数	2,314,910	2,383,140	2.9%
	うち外国人	58,340	69,450	19.0%
香川県	延べ宿泊者数	4,076,570	3,779,900	△7.3%
	うち外国人	210,470	358,360	70.3%
愛媛県	延べ宿泊者数	3,773,550	4,041,340	7.1%
	うち外国人	106,850	146,700	37.3%
高知県	延べ宿泊者数	2,819,870	2,821,620	0.1%
	うち外国人	65,890	75,400	14.4%
		2015	2016	(前年比)
中国・四国計	延べ宿泊者数	38,829,050	39,085,860	0.7%
	うち外国人	1,608,500	2,022,570	25.7%
福岡県	延べ宿泊者数	16,143,170	16,475,930	2.1%
	うち外国人	2,359,700	2,674,110	13.3%
佐賀県	延べ宿泊者数	3,052,190	3,040,560	△0.4%
	うち外国人	191,120	249,640	30.6%
長崎県	延べ宿泊者数	8,672,440	7,383,780	△14.9%
	うち外国人	872,190	725,420	△16.8%
熊本県	延べ宿泊者数	7,130,540	7,275,180	2.0%
	うち外国人	714,720	518,730	△27.4%
大分県	延べ宿泊者数	7,388,270	6,851,540	△7.3%
	うち外国人	773,990	827,010	6.9%
宮崎県	延べ宿泊者数	3,792,000	3,643,200	△3.9%
	うち外国人	201,880	245,180	21.4%
鹿児島県	延べ宿泊者数	7,972,730	7,202,190	△9.7%
	うち外国人	415,730	480,920	15.7%
		2015	2016	(前年比)
九州計	延べ宿泊者数	54,151,340	51,872,380	△4.2%
	うち外国人	5,529,330	5,721,010	3.5%
都道府県名		2015	2016	(前年比)
沖縄県	延べ宿泊者数	20,063,730	20,626,690	2.8%
	うち外国人	3,684,870	3,859,790	4.7%

全国計	2015	2016	(前年比)
延べ宿泊者数	504,078,370	492,485,160	△2.3%
うち外国人	65,614,600	69,388,940	5.8%

資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」(2017年6月30日)をもとに(公財)日本交通公社作成

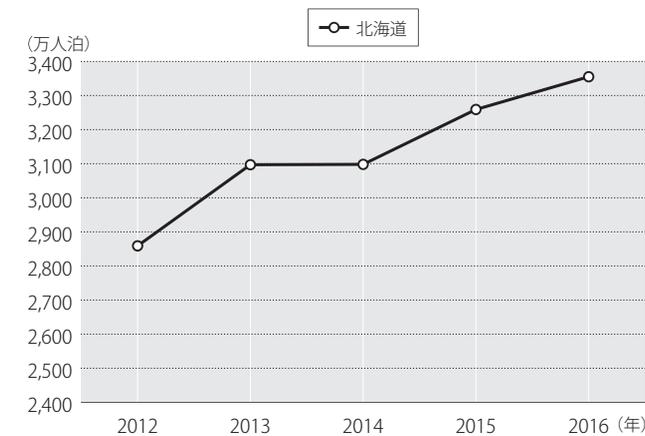
IV-1 北海道

北海道新幹線効果で道南の観光入込客数が急伸
外国人観光客のレンタカー利用が急増
美瑛町で官民連携CRMが始動

(1) 都道府県レベルの旅行者動向

観光庁「宿泊旅行統計」によると16年1～12月の北海道の延べ宿泊者数は、3,355万人泊となり、前年比3.0%増となった。全国的に伸び悩みの中で北海道は伸び率で全国4位を記録し、都道府県別の延べ宿泊者数は東京都に続く第2位を維持した(図IV-5-1)。また、外国人延べ宿泊者数は、6,554千人泊となり、前年

図IV-1-1 延べ宿泊者数の推移(北海道)

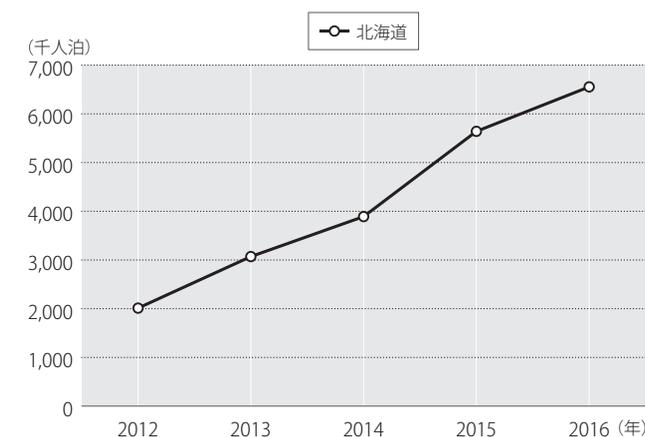


都道府県名	2012	2013	2014	2015	2016
北海道	2,859	3,097	3,098	3,259	3,355

単位: 万人泊

資料: 観光庁「平成28年宿泊旅行統計調査」をもとに(公財)日本交通公社作成

図IV-1-2 外国人延べ宿泊者数の推移(北海道)



都道府県名	2012	2013	2014	2015	2016
北海道	2,012	3,070	3,891	5,641	6,554

単位: 千人泊

資料: 観光庁「平成28年宿泊旅行統計調査」をもとに(公財)日本交通公社作成

比16.2%増と続伸した(図IV-1-2)。

一方、北海道の「観光入込客数調査」(北海道庁)による16年の延べ宿泊者数は、対前年比2.3%増の3,498万人泊となった。また、外国人の延べ宿泊者数は対前年比9.0%増の6,259千人泊となり、観光庁の「宿泊旅行統計」同様、延べ宿泊者数、外国人延べ宿泊者数ともに堅調な推移を見せた。

圏域別では道南圏域が北海道新幹線の開業を追い風に前年比16.3%増と唯一、二桁の成長を記録したほか、道東道白糠・阿寒間の開通による交通アクセスの向上が奏功した釧路・根室圏域が同1.9%増となった。ただし、道北圏域、オホーツク圏域、十勝圏域では台風の影響によって夏場の客足が伸び悩み、対前年で微減となった(表IV-1-1)。

一方、外国人の延べ宿泊者数は、台湾と香港を除き、軒並み大幅に増加した。特に、15年秋に就航したクアラルンプールと新千歳空港を結ぶLCCが北海道旅行の継続的な需要喚起につながっているマレーシアは、対前年比66.3%増を記録したほか、韓国も同じく航空路線の拡充を背景に同47.5%増と急伸した。ま

表IV-1-1 道内の圏域別延べ宿泊者数の増減

	2015年	2016年	前年比増減
北海道	3,424	3,502	2.3%
道央圏域	1,977	2,008	1.6%
道南圏域	428	482	12.5%
道北圏域	442	438	△ 0.8%
オホーツク圏域	186	183	△ 1.7%
十勝圏域	196	192	△ 2.1%
釧路・根室圏域	195	198	1.9%

資料: 北海道「観光入込客数調査」をもとに(公財)日本交通公社作成

表IV-1-2 道内の国籍・地域別延べ宿泊者数の増減

	2015年	2016年	前年比増減
全国籍	5,741	6,259	9.0%
台湾	1,651	1,591	△ 3.6%
中国	1,370	1,407	2.7%
韓国	559	825	47.5%
香港	672	671	△ 0.1%
タイ	343	353	3.0%
シンガポール	289	324	12.1%
マレーシア	158	264	66.3%
オーストラリア	233	263	13.2%
アメリカ	99	127	27.7%
インドネシア	45	56	24.2%
その他	320	376	17.6%

資料: 北海道「観光入込客数調査」をもとに(公財)日本交通公社作成

たオーストラリアは夏期、アメリカは冬期の伸びが顕著であり、年間を通じて二桁の成長を見せた。なお、台湾や香港は国内市場と同様台風の影響から夏場に伸び悩んだことが影響し、微減した(表IV-1-2)。

(2) 観光地の主な動向

① 都道府県レベル

●北海道インバウンド加速化プロジェクトの策定

北海道庁は17年2月、来道外国人旅行者の急増を受けて「北海道インバウンド加速化プロジェクト」を策定し、2020年来道外国人旅行者500万人という新たな目標値を設定した。

プロジェクトでは、インバウンドの市場を「成熟市場」「成長市場」「欧米市場」の3つに分類し、それぞれに目標値が定められた。また、「稼ぐ観光」という表現で経済効果への重視が謳われたほか、国際観光地としてのブランドイメージの確立、質や満足度の高い国際標準の観光地づくりに向けた受入環境の整備、市場カテゴリー別の戦略的なマーケティング活動の推進等が明記された。(表IV-1-3)。

表IV-1-3 北海道インバウンド加速化プロジェクトの対象市場と目標値

カテゴリー	市場	目標値
成熟市場	台湾、韓国、香港、シンガポール、オーストラリア	240万人
成長市場	中国、タイ、マレーシア、インドネシア、ベトナム、フィリピン、インド	220万人
欧米市場	イギリス、フランス、ドイツ、イタリア、ロシア、アメリカ、カナダ	27万人

資料：北海道「北海道インバウンド加速化プロジェクト」をもとに(公財)日本交通公社作成

●「日本のてっぺん。きた北海道ルート。」広域観光周遊ルート形成計画の認定

観光庁は「広域観光周遊ルート形成促進事業」による形成計画の追加募集を行い、16年6月に「日本のてっぺん。きた北海道ルート。」を含む4件を認定した。北海道からは昨年の「アジアの宝 悠久の自然美への道 ひがし北・海・道」に続き2件目の認定となる(表IV-1-4)。

表IV-1-4 広域観光周遊ルート「日本のてっぺん。きた北海道ルート。」概要

コンセプト	恵まれた大自然から享受する多彩な食や景観。日本のてっぺんをめざし、北の大地、海、島を駆けのぼる。
事業の概要	(1) 事業計画策定・マーケティング ●ターゲット市場の現地消費者に対する調査 (2) 受入環境整備・交通アクセスの円滑化 ●外国人観光客に対応するバス運転手等の人材育成 (3) 滞在コンテンツの充実 ●FIT向けの特定目的に応じた滞在プログラムの開発と実証実験 (4) 対象市場に向けた情報発信・プロモーション ●地方空港活用促進のためのプロモーション
広域観光拠点地区	札幌、北広島、千歳、夕張、岩見沢、旭川留萌、士別、名寄、稚内、礼文、利尻、羽幌、天売・焼尻

資料：きた北海道広域観光周遊ルート推進協議会資料をもとに(公財)日本交通公社作成

●北海道新幹線開業1年

16年3月26日に開業した北海道新幹線の開業1年間の利用

者数は229万2,000人に上り、1日平均は6,300人と想定5,000人を上回る実績を残した。

新幹線の開業効果は沿線地域に大きな影響を及ぼした。函館市の16年4月～17年3月の観光入込客数は過去最高の560.7万人を記録したほか、新幹線開業に合わせて道の駅をオープンした木古内町は、道外からの観光入込客数が対前年度で540.4%プラス、道内が同276.7%のプラスという驚異的な伸びを記録した。また、新函館北斗駅のある北斗市も同じく道外からの観光入込客数が対前年度で420.0%の増加となった。渡島管内ではこのほかの地域でも観光入込客数が軒並み増加している(表IV-1-5)。

表IV-1-5 渡島管内の観光入込客数

	2016年度(単位:万人)			対前年度		
	道外	道内	合計	道外	道内	合計
函館市	376.1	184.6	560.7	17.0	6.6	13.3
北斗市	23.7	100.1	123.8	420.0	△ 1.2	16.9
松前町	9.1	34.4	43.5	6.8	6.6	6.6
福島町	0.8	6.7	7.5	16.7	5.3	6.4
知内町	4.7	12.3	17.0	0.4	13.4	9.5
木古内町	12.4	50.3	62.6	540.4	276.7	310.0
七飯町	145.7	54.1	199.8	5.1	1.0	4.0
鹿部町	2.5	45.4	48.0	△ 12.4	145.6	124.2
森町	13.0	69.8	82.8	35.5	△ 15.6	△ 10.3
八雲町	19.6	43.2	62.8	14.5	7.5	9.6
長万部町	16.8	33.9	50.7	0.1	0.1	0.1

資料：渡島総合振興局「渡島管内観光入込客数調査」をもとに(公財)日本交通公社作成

●北海道版DMO推進に向けた金融機関の連携

17年3月、北海道、公益社団法人北海道観光振興機構、株式会社日本政策投資銀行、株式会社北洋銀行、株式会社北海道銀行は、北海道版DMOを核とする観光地域づくり推進のための協力連携協定を締結した。

道は「稼ぐ観光」を旗印にインバウンド観光を含めた観光振興に力を入れており、金融機関が持つネットワークや財政面を中心とした経営面のノウハウをDMOの運営に生かす。また道内の地域連携DMO、地域DMO同士の連携強化や総合的な観光戦略を策定するためのコンサルティング等にも取り組む。

競合関係にある地銀同士が包括的な連携を行うことは非常に珍しく、オール北海道による観光振興に向けた新たな枠組みとして期待される。

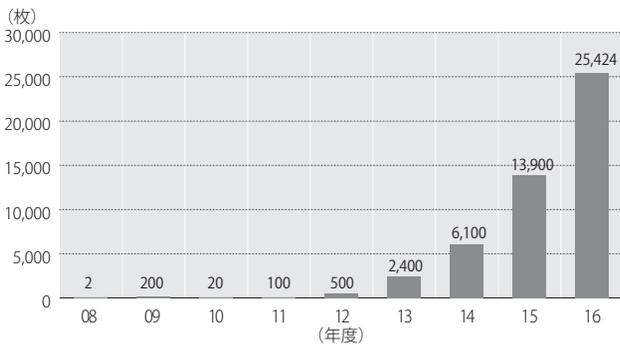
●外国人旅行者の個人旅行化と地方分散

16年は外国人旅行者数の続伸だけでなく、特に個人旅行化と地方分散の進展が顕著な1年となった。

東日本高速道路株式会社によれば、同社が販売する訪日外国人限定の高速道路乗り放題パス「Hokkaido Expressway Pass」の販売実績は15年度の13,900枚から16年度は25,424枚にまで拡大した。また、「観光入込客数調査」(北海道庁)によれば、圏域別外国人宿泊者数では、札幌や小樽などを擁する道央圏が対前年-0.2%、同じく函館を擁する道南圏が-8.2%とそれぞれ微減となる一方、道北圏は4.0%、オホーツク圏は6.3%、釧路・根室圏も6.9%の増加となっている。航空路線の新規就航や増便が相次いだ韓国や東南アジア各市場は元来より個人旅行比率が高く、これらの市場からの旅行者の増加が結果的に北

海道の比較的広範な地域をレンタカーやJRで巡る旅行形態の定着を後押しした(図IV-1-3)。

図IV-1-3 「Hokkaido Expressway Pass」の販売実績



資料：東日本高速道路株式会社資料をもとに(公財)日本交通公社作成

●国立公園満喫プロジェクトの対象に阿寒国立公園が選定

16年3月に策定された「明日の日本を支える観光ビジョン」に基づき環境省が進める「国立公園満喫プロジェクト」の対象として、16年8月、阿寒国立公園が選定された。

阿寒国立公園の特色である「火山と森と湖」が生み出す景観、温泉、野生動植物、アイヌの伝統文化などの多様な資源を保護・維持した上で、公園を訪れる利用者に本来の姿のままの自然や文化を体験してもらうことをプロジェクトの基本方針とし、アクセス・ルートの設定や施設整備、景観の改善等に取り組む(表IV-1-6)。

表IV-1-6 阿寒国立公園満喫プロジェクト ステップアッププログラム 2020 概要

コンセプト	火山と森と湖が織りなす原生的な自然を堪能する
取り組みの方針	<ul style="list-style-type: none"> ●豊かな自然環境及び自然資源の保護を大前提とした上で、安心・安全という観点も含め適正かつ持続可能な利用を推進する ●質の高い居心地のよい滞在空間を創出・演出する ●滞在時間の延長とリピーターの増加を目指す ●ターゲットを意識し、ターゲットごとにプロモーションや利用メニューの検討など各種の取組みを進める ●阿寒国立公園のブランド力の向上とバリューアップを図り、旅行消費額の向上など地域活性化につなげることを意識して取り組む ●それぞれの関係者が主体性を持って取り組む ●阿寒摩周国立公園(仮称)への名称変更を契機として地域全体で満喫プロジェクトに係る認識を共有し、それぞれの地域の特色や魅力を生かしつつ、関係者相互に有機的な連携を図りながら取組みを進める ●ステップアッププログラムの進捗状況等を定期的に把握し、必要に応じて見直しを行うなど柔軟に取り組む

資料：環境省「阿寒国立公園満喫プロジェクトステップアッププログラム2020」をもとに(公財)日本交通公社作成

●観光人材育成に向けた産学連携の活発化

道内ではここ数年、外国人旅行者の急増による宿泊施設の不足と、同時に宿泊業を含めた観光業界全体の人材不足が指摘されている。こうした問題の解決に向け、観光人材の育成に向けた産学連携の取組みが活発化した。

野口観光グループは、17年1月に札幌国際大学と連携協定を締結し、18年度より苫小牧プリンスホテルに全寮制の職業訓練

校を開設すると発表したほか、17年4月にはJTB北海道と北海道大学国際広報メディア・観光学院が「観光マーケティング戦略論分野」を新設した。このほか、加森観光も札幌国際大学、オーストラリア政府と連携して観光業の人材育成に向けた職業訓練校の開校構想を発表している。

●道内に初の日本遺産

17年4月、文化庁は函館市、松前町を含む11市町の「荒波を越えた男たちの夢が紡いだ異空間～北前船寄港地・船主集落」と、江差町の「江差の五月は江戸にもない～ニシン繁栄が息づく町」など17件を新たな日本遺産に選定した。道内からの日本遺産認定は初となる。

●台風による道東への被害

観測史上初めて1年で3つの台風が直撃した北海道では、河川の氾濫や土砂崩れ等により道東で特に甚大な被害が発生し、長期にわたる鉄道の運休、道路の通行止めが観光にも大きな影響を及ぼした。札幌～帯広～釧路を結ぶ特急『スーパーおおぞら』『スーパーとかち』は約4ヶ月間運休したほか、国道274号日勝峠(北海道沙流郡日高町千栄～上川郡清水町清水、延長39.5km)は、通行止めの解除が2017年秋頃になる見通しとなっている。

②広域・市区町村レベル

●JR北海道による単独維持困難路線・線区の発表

JR北海道は、利用者の減少などで単独では維持が困難な10路線13線区を公表した。10路線13線区には、富良野線富良野～旭川や、宗谷線名寄～稚内など観光客の利用が多い路線も含まれており、周辺の自治体は今後同社との協議を行う。

また、15年1月以降、高波や豪雨被害によって運休していたJR日高線鶴川～様似間については復旧を断念することも発表され、同区間については鉄路と道路を走れるデュアル・モード・ビークル(DMV)の導入が日高管内の7町によって検討されている。

●統合型リゾート(IR)の誘致に向けた動き

16年12月の「統合型リゾート(IR)整備推進法案」の成立を受け、道内でIR誘致を目指す苫小牧市、釧路市、留寿都市の3自治体が「北海道IR推進連携協議会」を設立した。

また、それぞれの自治体ではIRの構想の具体化に着手した。苫小牧市は苫小牧版IR構想「北海道ホワイトIR構想」をまとめ、「自然共生型IR」をコンセプトとしハイクラスのホテルやショッピングモール、レストラン、カジノ場、温泉施設などを整備する方向性を打ち出した。一方で、釧路市は「東北海道圏における長期滞在型・周遊観光の拠点となるエコ型デスティネーション・リゾート」を掲げ、豊かな自然環境やアイヌ文化などの多様な資源を活用した高級路線のリゾートを整備するとしている。

●北海道日本ハムファイターズの本拠地移転問題

プロ野球の北海道日本ハムファイターズは16年5月、総事業費500億円を目安とする新球場建設構想を明らかにした。それを受け、北広島市は「きたひろしま総合運動公園」の予定地に誘致することを正式に表明した。また本拠地の引き留めを狙う札幌市も17年4月に同市北区の北海道大学の一部敷地と、同市豊平区の学校法人八紘学園周辺の2カ所を候補地として示した。

●札幌市ICT活用戦略の策定

札幌市は、ICTを通じた都市課題の解決に向けた指針として「札幌市ICT活用戦略」を策定した。同戦略はまちづくりにおけるICTの活用方針を定める個別計画であると同時に「札幌市まちづくり戦略ビジョン」の各分野の横断的なICT関連施策として位置づけられるものである。

また、これに合わせて16年度より「札幌市ICT活用プラットフォーム」構築に向けた検討を開始し、携帯電話の基地局データ、シティWi-Fiと市内の民間事業者の購買データを組み合わせて具体的な販売促進プロモーションを行う実証事業が行われた(表IV-1-7)。

表IV-1-7 札幌市ICT活用戦略の概要

趣旨	<ul style="list-style-type: none"> ●札幌が抱える都市課題を解決し、目指すべき都市像及び未来の札幌の姿を実現するため、情報通信の仕組みやコミュニケーションの形態が大きく変化している時代に対応したICT活用を進めるに当たっての指針とする
観光関連の施策	<ul style="list-style-type: none"> ●クリエイティブ産業の力を観光や食産業等の他産業に波及させるほか、メディアミックスイベント「No Maps」の開催を支援し、イノベーションを誘発する機会を創出 ●観光客の利便性と満足度を高め、周遊促進や観光消費額の増大を図るため、公衆無線LAN環境の充実、観光情報の充実及び多言語対応等を推進 ●観光客の行動データ等を収集・分析し、活用を図る事業を産学官の連携により推進 ●ホームページやSNSなど、複数の手段を活用し、情報発信を強化 ●市民や観光客などが発信する情報の効果的な活用を検討

資料：札幌市「札幌市ICT活用戦略」をもとに(公財)日本交通公社作成

●タウンプロモーション推進部による移住定住促進

下川町は、町、下川町商工会、下川町ふるさと開発振興公社で構成される下川町産業活性化支援機構内に「タウンプロモーション推進部」を開設し、交流人口の拡大を通じた移住・定住促進に取り組む新たな体制を構築した。新たに、下川町森林組合、下川町林産協同組合、北はるか農業協同組合、しもかわ観光協会、下川町建設業協会の5団体を加え、全産業連携で移住者を呼び込む。行政と全産業の事業者団体が連携して独立した組織を構成し、移住定住促進に取り組むのは道内では初の試みとなる。

●美瑛町が顧客情報管理システム(CRM)を導入

美瑛町の一般社団法人丘のまちなびえい活性化協会は、同町や観光協会、商工会、JA等の関連諸団体のほか、北海道大学や北海道銀行、CRM大手のシナジーマーケティングと協力して、美瑛町の一体的な顧客情報管理システム(CRM)を導入した。町内の200カ所以上に設置されたQRコードを読み込むとアンケートが始まり、回答者には特産品があたる仕組みで、国内外から同町を訪れる年間約170万人の情報を収集し、同町の顧客情報として管理する。データは町内事業者による地場製品の販売促進や観光関連事業者のプロモーションのほか、ふるさと納税、イベントへの誘致などへも活用する(図IV-1-4)。

図IV-1-4 美瑛町CRMのポスターと設置箇所



資料：一般社団法人丘のまちなびえい活性化協会提供

●帯広市とスノーピーク社の連携

帯広市とアウトドア用品メーカー「スノーピーク」は16年7月、自然空間や食の魅力、同社が持つノウハウや会員への発信力など、互いの資源を活用し、アウトドアのブランド化や観光商品開発などに取り組むための包括連携協定を結んだ。これに基づき17年3月には、帯広市などが設立するアウトドア特化型DMOの「DESTINATION 十勝」へ同社が出資を行い、子会社化した。

●道東・道北で新たな交流拠点施設がオープン

来道外国人観光客の道内周遊の活発化やDMOに関する議論の活発化を受けて、観光協会等の自主財源獲得に向けた取り組みの一環として、特に道東、道北で新たな交流拠点や複合施設の整備が相次いだ。音更町の十勝川温泉では、日本版DMO候補法人に登録されている十勝川温泉旅館協同組合が、水着を着用して入れる温泉や足湯、地場食材を生かした飲食店からなる「ガーデンスパ十勝川温泉」を開業した。また、一般社団法人知床羅臼町観光協会は交流・滞留の拠点としてギャラリー「ミグラード」を整備した。同施設には写真の企画展示スペースに加え、講演用設備が整ったカフェスペースも併設されており、英語を話す常駐スタッフが各種サービスを提供している。

(石黒侑介)

図IV-1-5 ギャラリー「ミグラード」



写真：石黒侑介

IV-2 東北

訪日外国人は引き続き増加傾向も県によって差異
東北六魂祭がフィナーレ、東北絆まつりへ
官民を問わずインバウンド強化の取組みが加速

(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、16年1～12月の東北地方の延べ宿泊者数は4,006万人泊となり、前年比6.6%の減少となった(図IV-2-1)。11年3月の東日本大震災以降、総数では順調に対前年比で増加を続けてきたが、一転して大きく前年を下回り11年の水準も下回った。

県別にみると、岩手県が1.4%増、青森県が0.0%、秋田県が1.7%減、山形県が8.9%減、宮城県が9.8%減、福島県が11.1%減となり、南東北地域の減少が目立った。16年3月の北海道新幹線開通の影響で旅行者が北海道に流れたことや、13～15年にかけて南東北で実施されたデスティネーション・キャンペーンの反動などが考えられる。東北6県は、いずれも東日本大震災前の10年を上回り復興の兆しがあるが、伸び率トップの岩手県が対10年比146.5%に対し、秋田県は同108.6%と伸び率に差が生じている。

外国人宿泊者数は、前年比19.3%増の72.6万人泊となり過去最高を更新した(図IV-2-2)。東日本大震災前の10年をはじめ

て上回った15年度は、前年比で平均51.2%という記録的な伸び率だった。16年度は平均19.3%とやや落ち着いたものの、依然として高い伸び率を維持した。

県別にみると、福島県が39.8%増、青森県が34.6%増、岩手県が24.2%増、山形県が16.5%増、秋田県が12.0%増、宮城県が4.6%増となった。福島県は、東北6県で最も高い伸び率だが、未だ東日本大震災前の対10年比90.6%に留まっており、震災前の水準に達していない。秋田県は、同104.6%となり、はじめて東日本大震災前を上回った。青森県は、東日本大震災以降の伸び率が最も高く(同271.5%)、総数も約16万人泊となり、宮城県の約20万人泊に比肩しつつある。

(2) 観光地の主要な動き

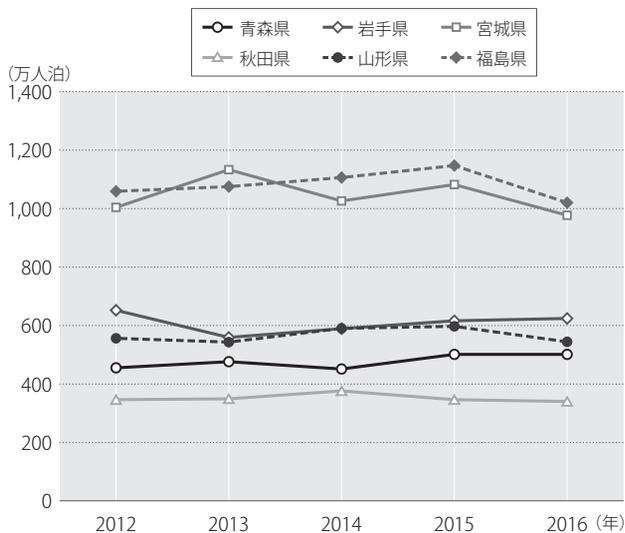
① 地方・都道府県レベル

● 東北のまつり

○ 東北の夏まつり

東北地方の代表的な観光シーズンとなっている夏まつりは、8月1～8日にそれぞれ2～6日間の会期で開催された。いずれの夏まつりも概ね天候に恵まれ、東日本大震災以降最多の入込数であった15年度の890万人とほぼ同規模の888万人(前年比99.8%)が来場した(表IV-2-1)。

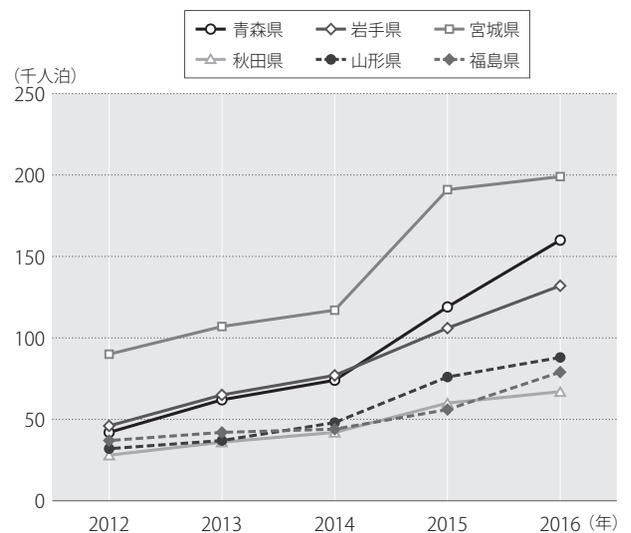
図IV-2-1 延べ宿泊者数の推移(東北)



青森県	455	476	451	501	501
岩手県	652	559	589	616	624
宮城県	1,004	1,133	1,026	1,082	977
秋田県	346	349	376	346	340
山形県	556	543	590	597	544
福島県	1,059	1,075	1,106	1,147	1,020

※～10.3 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
10.4～ 全ての宿泊施設を調査対象とする
資料: 観光庁「平成27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-2-2 外国人の延べ宿泊者数の推移(東北)



青森県	42	62	74	119	160
岩手県	46	65	77	106	132
宮城県	90	107	117	191	199
秋田県	28	36	42	60	67
山形県	32	37	48	76	88
福島県	37	42	44	56	79

※～10.3 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
10.4～ 全ての宿泊施設を調査対象とする
資料: 観光庁「平成27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 東北の夏まつりの開催概要

祭事名	開催地	来場者数				
		2012年度	2013年度	2014年度	2015年度	2016年度
青森ねぶた祭	青森県青森市	282万人	285万人	259万人	269万人	276万人
盛岡さんさ踊り	岩手県盛岡市	122万人	130万人	137万人	139万人	126万人
仙台七夕まつり	宮城県仙台市	200万人	206万人	204万人	218万人	228万人
秋田竿燈まつり	秋田県秋田市	139万人	141万人	126万人	140万人	132万人
山形花笠まつり	山形県山形市	100万人	90万人	63万人	98万人	100万人
福島わらじまつり	福島県福島市	25万人	24万人	25万人	26万人	26万人

資料：各種資料をもとに（公財）日本交通公社作成

表IV-2-2 東北六魂祭、東北絆まつりの開催概要

	東北六魂祭						東北絆まつり
	2011年度	2012年度	2013年度	2014年度	2015年度	2016年度	2017年度
開催地	宮城県仙台市	岩手県盛岡市	福島県福島市	山形県山形市	秋田県秋田市	青森県青森市	宮城県仙台市
開催日程	7月16日(土) 17日(日)	5月26日(土) 27日(日)	6月1日(土) 2日(日)	5月24日(土) 25日(日)	5月30日(土) 31日(日)	6月25日(土) 26日(日)	6月10日(土) 11日(日)
来場者数	約37万人	約24万人	約25万人	約26万人	約26万人	約27万人	約45万人
経済効果	約103億円	約22億円	約37億円	約25億円	約31億円	約29億円	データなし

資料：各種資料をもとに（公財）日本交通公社作成

○東北六魂祭と東北絆まつり

11年に発生した東日本大震災の「鎮魂と復興」を祈り、東北6県の夏まつりを一堂に会して開催されてきた「東北六魂祭」であるが、16年度は青森県青森市を会場に、2日間（6月25、26日）で27万人が来場し、「跳（はねる）」をテーマに東北6県のまつりが集結した（表IV-2-2）。16年度は東京でもパレード（11月20日）が開催され、環状第2号線の新虎通りを練り歩いた。今回で東北6県を一巡しフィナーレを迎えたが、17年度からは後継イベントとして「東北絆まつり」を開催。1回目（6月10、11日）は仙台市で開催され、2日間で約45万人が来場した。

●訪日外国人旅行者（インバウンド）の誘客、商品開発

訪日外国人旅行者（インバウンド）の誘客や受入推進に向けて、官民を問わず取組みが活発化している。

○東北デスティネーション・キャンペーン

観光庁と日本政府観光局（JNTO）は、16年5月、「東北デスティネーション・キャンペーン」を開催した。この取組の一環として、「VISIT JAPAN EAST ASIA Travel Mart 2016」や、CNN デジタルメディアでの情報発信が実施されたほか、プロモーション動画「Autumn Colors in Tohoku, Japan=東北の秋」の制作も行われた（図IV-2-3）。



図IV-2-3 プロモーション動画（Autumn Colors in Tohoku, Japan）

○『新しい東北』交流拡大モデル事業による交流人口拡大

復興庁では、『新しい東北』交流拡大モデル事業』に採択されたモデル事業13件において89の旅行商品が開発され、送客数4,431人、宿泊者数10,222人の成果があった。

○中国人観光客のマルチビザの対象拡大

外務省では、17年5月、東北3県を訪れる中国人観光客に12年7月から発給してきた数次査証（ビザ）の対象を、東北6県への旅行者に拡大した。最初の来日時に6県のいずれかで1泊以上すれば、その後は同じビザで来日でき、3年間の期限内は何度でも入国できることとなった。

○TOHOKU HIGHWAY BUS TICKETを発売

東北の高速バス事業者19社、東北観光推進機構などで構成する「高速バス東北共通インバウンドフリーパス協議会」では、訪日外国人観光客を対象に、東北域内の高速バス約60路線に4日間または7日間何度でも乗り降りできる「TOHOKU HIGHWAY BUS TICKET」を発売した。

○広域周遊ルート「日本の奥院・東北探訪ルート」の開発

東北観光推進機構は、広域連携による東北への外国人観光客誘致のため、16年6月に国土交通省の広域観光周遊ルート形成事業（※17年4月現在31コースが策定・公開）において、「日本の奥院・東北探訪ルート」として認定を受けて、ルート開発を行っている。マーケティング調査等に基づき主要6ルートと対応する6モデルコースを設定し、特設WEBサイトの公開、ルート上の16拠点地区での観光案内所の整備・標準化等を進めている（表IV-2-3）。

○観光ビジョン推進東北ブロック戦略会議の発足

17年5月、既存の「訪日外国人旅行者の受入に向けた東北ブロック連絡会」を発展的に改組し、東北運輸局、東北地方整備局などの国関係機関や、東北6県・仙台市、経済団体、観光関係団体などによる「観光ビジョン推進東北ブロック戦略会議」が発足した。東京オリンピック・パラリンピックが開催される20年（平成32年）に150万人泊とする目標実現に向けて、東北における観光行政のワンストップサービス化が期待されている。

表IV-2-3 日本の奥院・東北探訪ルートモデルコース

ルート	モデルコース	主な立寄地
東北周遊ルート	四季が織りなす東北の宝コース	蔵王温泉、山寺、日本三景・松島、平泉、 猊鼻溪舟下り、角館、白神山地、羽黒山
東北中央ルート	触って見える東北・自然文化体感コース	毛越寺、奥入瀬溪流、岩木山、角館、松島・瑞巖寺、塩竈神社
東北日本海ルート	日本海の美と伝統コース	奥入瀬溪流、弘前洋館めぐり、リゾートしらかみ、潮瀬崎のゴジラ岩、相馬樓、加茂水族館、村上の鮭文化
東北三陸ルート	三陸の恵みと復興コース	日本三景・松島、南三陸志津川温泉、南三陸キラキラ丼、気仙沼漁港、平泉、遠野ふるさと村、浄土ヶ浜、三陸鉄道北リアス線
北東北ルート	東北の歴史文化満喫コース	遠野ふるさと村、岩鑄鉄器館、津軽伝承工芸館、ねぶり流し館、角館きもの旅
南東北ルート	東北の食・酒堪能コース	宮泉酒造、もも狩り、高島ワイナリー、出羽三山神社精進料理、松島観覧亭、白石温麺

資料：東北観光推進機構ホームページより抜粋

②広域・市区町村レベル

●災害

○16年台風第10号による観光被害

16年8月、気象庁が統計を取り始めて以来初めて東北地方太平洋側に上陸した台風10号は、東北地方から北海道にかけて被害をもたらした。特に被害の大きかった岩手県では被害総額約1,440億円にのぼった。

中でも、被害が大きかった岩手県岩泉町では、秋の観光シーズンを前に、日本三大鍾乳洞の1つである龍泉洞が冠水（17年3月再開）、特産品であるヨーグルトを製造する岩泉乳業製造工場が操業停止（17年8月再開予定）、楽天イーグルス岩泉球場が損壊（18年以降再開予定）など、甚大な被害を受けた。久慈市でも、市街地が広範囲に冠水し、NHK連続テレビ小説「あまちゃん」の小道具を展示する「あまちゃんハウス」が浸水（17年4月再開）、展示品の大半が被害を受けるなど、大きな影響を受けた。

●交通

○仙台空港民営化の効果に期待

16年7月、仙台国際空港では、国管理空港の民営化第一号として、東急電鉄など7社で設立された「仙台国際空港株式会社」により運営が開始された。16年度の旅客数は316万人（前年比1.6%増）、タイガーエア台湾、スカイマークの2社が新規就航し、既存路線のピーチ・アビエーションも新路線の開設が予定されている。観光客の利便性向上や新たな観光ルートのきっかけとして期待されている。

○仙台空港を拠点とした周遊ルート開発

仙台空港を拠点とした周遊ルート開発も進められている。岩手県北バスは、17年1月、仙台空港と日本三景松島・奥松島、世界文化遺産平泉を結ぶガイド付き直行バス「仙台空港・松島・平泉線」、「仙台空港・松島／奥松島観光周遊バス」の実証運行を開始。今後、フリーWi-Fiや外国語ガイドの導入を通じて訪日外国人旅行者の取込みも目指す。

●市町村の連携による観光推進の取組み

○「地域連携DMO」の立ち上げの動きの活発化

16～17年初頭にかけて、東北各地で日本版DMO登録候補法人の設立が相次いだ。特に、複数市町村による「地域連携DMO」が多く設立されて、注目度が高い（表IV-2-4）。

16年4月、公益財団法人さんりく基金内に、「三陸DMOセンター」が開所した。旅行会社代表を観光プロデューサーに迎え、三陸ブランドの強化や教育旅行の拡大を狙う。

同年同月、大館市と北秋田市、小坂町は「秋田犬ツーリズム」を設立した。大館市が忠犬ハチ公の生まれ故郷であることから、「秋田犬」をキーワードに情報発信し、外国人旅行者などの誘客を狙っている。

17年4月、石巻市、東松島市、女川町の広域観光連携のかじ取り役を担う「一般社団法人石巻圏観光推進機構」が発足した。石巻地方の資源を活かした訪日外国人誘客やサイクルツーリズムなどに取り組んでいる。

表IV-2-4 新たに設立・開所した地域連携DMO、DMC機能を担う法人等（平成29年5月12日現在）

設立	法人名	対象区域	所在地
16.4 (開所)	(公財)さんりく基金 三陸DMOセンター	宮古市、大船渡市、久慈市、陸前高田市、釜石市、住田町、大槌町、山田町、岩泉町、田野畑村、普代村、野田村、洋野町	岩手県盛岡市
17.4	(一社)石巻圏観光推進機構	石巻市、東松島市、女川町	宮城県石巻市
17.3	(一社)宮城インパウンドDMO	白石市、名取市、角田市、岩沼市、蔵王町、七ヶ宿町、大河原町、村田町、柴田町、川崎町、丸森町、亶理町、山元町	宮城県丸森町
16.4	(一社)秋田犬ツーリズム	大館市、北秋田市、小坂町	秋田県大館市
17.3	おもてなし山形(株)	山形市、上山市、天童市	山形県山形市

資料：各種資料をもとに(公財)日本交通公社作成

○3市連携による「世界に誇る『樹氷』観光地宣言」

青森市、北秋田市、山形市の3市は、17年2月、「国際樹氷サミットin山形蔵王（蔵王温泉）」を開催、オーストラリア、メキシコ、台湾、韓国などの海外旅行エージェントも招き約100人が出席した。「樹氷」を軸とした広域連携で、「世界に誇る『樹氷』観光地宣言」を採択し、環境に配慮した持続可能な観光開発とまちづくりを進め国内外からの誘客を進める。

●観光コンテンツの開発

○ゲームを活用した誘客が効果

スマートフォンや携帯端末のゲームを活用した誘客が各地で行われている。16年11月、Niantic, Inc.は東日本大震災の被災地である宮城県、岩手県、福島県と、熊本地震で被害を受けた熊本県と連携し、「ポケモンGO」のゲーム上のキャラクターの入手確率を通常よりも高く設定した。宮城県石巻市では、2日間で約10万人が来訪し、20億円の経済効果があったと発表された。マニア向けから広く一般に効果を生じた取組として注目される。

(吉谷地裕)

IV-3 関東

東京オリンピック・パラリンピック競技大会開催を視野に入れた訪日外国人対応の動きが引き続き各地で活発

(1) 都道府県レベルの旅行者動向

① 宿泊者数の動向

観光庁「宿泊旅行統計調査」によると、16年1～12月の関東地方の延べ宿泊者数は1億4,574万人泊で、前年比1.9%減と、昨年の伸び率6.5%増からやや減少に転じた(図IV-3-1)。

都県別に見ても埼玉県が前年比3.3%、栃木県が0.3%増加したものの、他はいずれも減少傾向を示した。減少幅の最も大きい千葉県で3.1%減、次いで東京都2.7%減、茨城県2.3%減、群馬県2.0%減であり、その他は2.0%未満の減少幅であった。千葉県については東京ディズニーリゾートの入園者数が2年連続(年度ベース)で減少したこととの連動が考えられる。また神奈川県は1.7%減(前年は0.7%減)で、箱根山の火山活動を受けて15年5月以降運休していた箱根ロープウェイの全線営業運転再開が16年7月までかかったことが影響したと考えられる。

外国人延べ宿泊者数は2,606万人泊で、前年比2.3%増にとど

まり、前年(35.2%増)から大きく減速した(図IV-3-2)。

都県別にみるとその増減の振れ幅は大きく、群馬県、茨城県、栃木県の北関東三県がそれぞれ33.7%、11.9%、9.0%の増加を示す一方で、神奈川県は0.2%増、千葉県は4.4%減であった。都心部および周辺部の宿泊キャパシティが不足気味であることと、日本の地方へ興味を抱く外国人の増加が同時進行した可能性が考えられる。

(2) 観光地の主要な動き

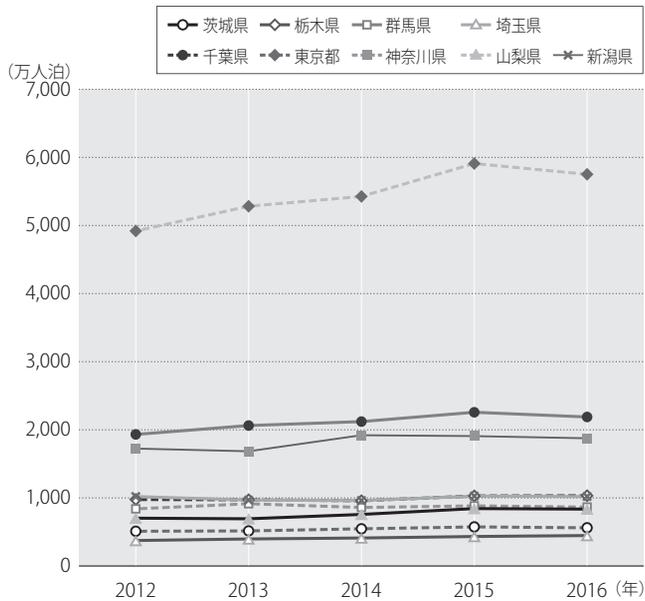
① 地方・都道府県レベル

● 東京のホテル開業ラッシュ

訪日外国人観光客の急増に伴い、大都市を中心に宿泊容量の不足が指摘されてきた。宿泊旅行統計調査(観光庁)によると、16年の宿泊施設全タイプ平均の客室稼働率はトップの大阪府(83.3%)に続いて東京都(78.8%)が第2位、さらに福岡県(70.8%)、愛知県(70.2%)、神奈川県(67.8%)、京都府(67.3%)と続く。

こうした状況の下、今後も引き続き訪日外国人観光客数の増加が見込まれること、20年に東京オリンピック・パラリンピック競技

図IV-3-1 延べ宿泊者数の推移(関東)

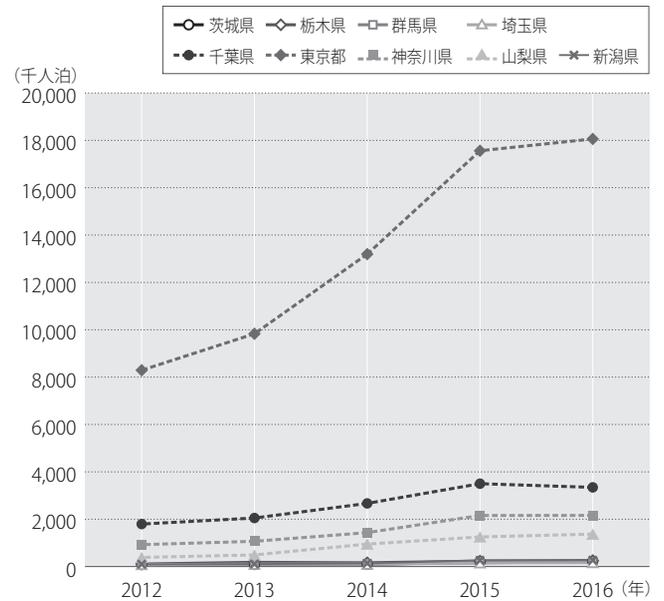


茨城県	510	515	546	574	561
栃木県	976	972	958	1,029	1,032
群馬県	839	914	859	883	865
埼玉県	374	397	411	433	447
千葉県	1,932	2,062	2,120	2,257	2,188
東京都	4,919	5,282	5,426	5,909	5,751
神奈川県	1,724	1,684	1,920	1,907	1,875
山梨県	702	693	757	843	835
新潟県	1,020	968	961	1,026	1,020

単位: 万人泊

資料: 観光庁「平成28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)



茨城県	89	88	94	201	225
栃木県	107	179	159	232	252
群馬県	69	109	112	160	214
埼玉県	88	98	99	159	170
千葉県	1,795	2,050	2,667	3,500	3,345
東京都	8,292	9,831	13,195	17,561	18,060
神奈川県	925	1,067	1,433	2,156	2,161
山梨県	387	492	949	1,252	1,371
新潟県	97	107	136	263	267

単位: 千人泊

資料: 観光庁「平成28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-3-1 東京都内に開業した主な宿泊施設

施設名称	所在地	室数	開業時期	施設名称	所在地	室数	開業時期
ホテルアラマンダ青山	港区	30	2016年6月1日	ホテルリブマックス茅場町	中央区	102	2016年12月23日
アパホテル巣鴨駅前	豊島区	512	2016年6月17日	ホテルウイングインターナショナルセレクト浅草駒形	台東区	69	2016年12月26日
ホテルユニゾン銀座七丁目	中央区	224	2016年6月20日	東横INN 東京大手町A1	千代田区	131	2017年1月12日
京急EXイン 泉岳寺駅前	港区	120	2016年6月23日	アパホテル<飯田橋駅前>	千代田区	163	2017年2月1日
ホテルリブマックス葛西駅前	江戸川区	57	2016年7月15日	アパホテル<新富町駅北>	中央区	98	2017年2月1日
星のや東京	千代田区	84	2016年7月20日	ホテル グランティオス別邸	品川区	36	2017年2月20日
ユニゾンイン八丁堀	中央区	147	2016年7月21日	アパホテル<東新宿 歌舞伎町東>	新宿区	129	2017年3月3日
ザ・プリンスギャラリー東京紀尾井町	千代田区	250	2016年7月27日	レム六本木	港区	400	2017年3月30日
芝パークホテル151(現・芝パークホテル)	港区	70	2016年8月1日	ホテルリブマックス東京馬喰町	中央区	63	2017年3月25日
京急EXイン 東銀座	中央区	198	2016年8月25日	アスコット丸の内東京	千代田区	130	2017年3月30日
三井ガーデンホテル京橋	中央区	233	2016年9月1日	WIRED HOTEL ASAKUSA	台東区	30	2017年4月1日
ホテルJALシティ羽田東京ウエストウイング	大田区	103	2016年9月1日	ベストウエスタン東京西葛西グランデ	江戸川区	105	2017年4月1日
ドーミーインPREMIUM 東京小伝馬町	中央区	134	2016年9月6日	コンフォートホテル東京東神田	千代田区	188	2017年4月11日
相鉄フレッサイн 銀座7丁目	中央区	286	2016年10月1日	LYURO 東京清澄 THE SHARE HOTELS	江東区	23	2017年4月11日
相鉄フレッサイн 新橋日比谷口別館	港区	71	2016年10月1日	ホテルリブマックス東京潮見駅前	江東区	88	2017年4月20日
アパホテル<御茶ノ水駅北>	文京区	187	2016年11月4日	東横INN 東京駅八重洲北口	中央区	101	2017年4月27日
アパホテル<TKP日暮里駅前>	荒川区	278	2016年12月1日	TRUNK HOTEL	渋谷区	15	2017年5月13日
スーパーホテル東京・錦糸町駅前	墨田区	113	2016年12月13日				

資料：オータパブリケーションズ「週刊ホテルレストラン」

大会の開催を控えていること等から、都内各地区で宿泊施設の新規開業(表IV-3-1)やリニューアルが続く。16年4月から17年3月までの新規開業分だけで35軒、4千5百室弱と大幅な宿泊容量の増加となった。

その内訳を見ると、「星のや東京」「ザ・プリンスギャラリー東京紀尾井町」など国内資本によるラグジュアリーホテルの開業と、他方でアパホテルをはじめとするリーズナブルな施設群の大幅なボリューム増、さらにそれらの施設の進出エリアの分散が特徴である(表IV-3-1)。

●「都民ファーストでつくる『新しい東京』～2020年に向けた実行プラン～」策定(東京都)

16年8月に小池百合子氏の都知事当選により、同年12月、東京都は「都民ファーストでつくる『新しい東京』～20年に向けた実行プラン～」を策定した。このプランは、17～20年度の4年間の政策の具体的な道筋を示したものである。セーフシティ、ダイバーシティ、スマートシティという3つのシティを実現するための政策を柱とし、その中でも20年の東京オリンピックに向けた事業として、テロ対策強化、ボランティア文化の定着、五輪開催機運の向上、暑さ対策、文化プログラムの展開等が提唱されている。さらに、3つのシティとは別に「東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会の成功に向けた取組」を示し、前述した事業以外に大会競技会場の施設や選手村の整備、それらを活用したまちづくりの推進、バリアフリー化、交通ネットワークの充実といったハード面と、オリ・パラ教育、多言語対応といったソフト面での事業を進めていることとしている。

●築地市場の移転問題(東京都)

「築地市場の海鮮料理」は、公益財団法人日本交通公社による観光資源評価の「食」分野のA級資源であり、同市場はインバウンドにも人気の観光施設である。

同市場は35(昭和10)年開場で、施設の老朽化・狭隘化が深刻であったことから、01年12月に策定された「東京都卸売市

場整備計画(第7次)」で、豊洲への移転計画が正式決定されており、16年11月に移転開業が予定されていた。しかし、同年7月に東京都知事に当選した小池百合子氏が、8月に移転延期を発表、17年6月によりやく豊洲移転の基本方針が発表された。「築地は守る・豊洲を活かす」とのスローガンで、築地市場の跡地は5年後を目処に再開発して市場機能を持たせ、かつ「食のテーマパーク」を作ることが明らかとなった。一方、東京都の基本方針発表後、豊洲市場の場外に観光施設(飲食・物販施設、温泉付きホテル)を建設する予定の民間企業が撤退の意向を東京都に伝えている(17年7月時点)。これは、築地市場跡地に、前述したような観光施設が建設されれば、競合が激しく事業採算が見込めなくなる恐れがあるためと見られている。

なお、築地市場の豊洲への移転時期について、東京都は17年7月21日、18年春～秋で市場関係者と調整する方針を発表した。

●東京の水辺で社会実験クルーズがスタート(東京都)

東京都は、20年の東京オリンピックに向けて舟運を活性化させて、水辺の魅力を引き出し、舟運を「水の都・東京」にふさわしい観光・交通手段として定着させることを目指している。15年度に地元区や学識経験者、舟運事業者とともに「水辺空間活用(舟運)ワーキンググループ」を立ち上げ、16年度は羽田空港(天空橋)～浅草ルート、日本橋～有明ルート、天王洲～勝どき～日の出ルートという、臨海部や都心などを結ぶ3航路の社会実験クルーズを実施した。

この社会実験は、将来、民間事業者の事業として展開できる航路の創出や船着場周辺のにぎわい創出、船着場周辺施設とのつながりの強化に向けた具体的な取組を実施すべく、「東京舟運パートナーズ」が実施した。この組織は16年5月に舟運活性化パートナーとして東京都から選定され、関連事業の企画・実施、情報交換を目的に、旅行会社、鉄道会社、空港運営会社、広告代理店、通信会社等12社をメンバーとしている。20年まで

の今後5年間、東京都等の公的機関、地域住民、企業等と共に、東京の水辺エリアの活性化に貢献する組織としての活動を行う予定である。なお、同組織を母体として、一般社団法人水都創造パートナーズが17年3月1日に設立され、17年度の社会実験は同法人が実施している。

●「第2期埼玉県観光づくり基本計画」策定(埼玉県)

埼玉県は、国の掲げた「20年の外国人旅行者数4,000万人」という目標の下、全国各地で外国人観光客誘致の取組が強化されていることから、同県も国内のみならず海外からの観光客を視野に入れた「第2期埼玉県観光づくり基本計画」を17年3月に策定した。計画期間は17～21年度の5年間である。

同県では、17年度に「世界盆栽大会inさいたま」、19年度に「ラグビーワールドカップ」、20年度の東京オリンピックのゴルフ会場となることになっており、これらの世界的大イベントを外国人観光客誘致の機会と捉え、「外国人観光客100万人誘致」を3つの基本方針の1つに掲げている。他の基本方針は、「多彩な地域資源による個性豊かな観光地の形成促進」「SAITAMAブランドの確立による地域経済の活性化」である。

●秩父祭等が「山・鉾・屋台行事」としてユネスコ無形文化遺産に登録

16年11月30日、アディスアベバで開催されたユネスコ無形文化遺産保護条約第11回政府間委員会にて、日本の「山・鉾・屋台行事」が人類の無形文化遺産の代表的な一覧表に記載されることが決定した。

すでに個別に記載されていた2行事を含む33行事からなり、関東では6行事が記載された(表IV-3-2)。毎年12月3日に催される秩父祭(通称「秩父夜祭」;埼玉県秩父市)は日本三大曳山祭の一つにも数えられ、開催日が週末に当たる年は25万から30万人が訪れる。16年はユネスコ無形文化遺産への登録が報道された直後となったこともあり注目度は例年以上に高く、過去最高の33万人弱が訪れたと見られる。各行事開催地において17年以降どのような形で遺産登録の影響が現れるか注目される。

表IV-3-2 「山・鉾・屋台行事」に記載された行事(関東)

行事名	保持団体	都道府県名	市町村名
日立風流物	日立郷土芸能保存会	茨城県	日立市
烏山の山あげ行事	烏山山あげ保存会	栃木県	那須烏山市
鹿沼今宮神社祭の屋台行事	鹿沼いまみや付け祭り保存会		鹿沼市
秩父祭の屋台行事と神楽	秩父祭保存委員会	埼玉県	秩父市
川越氷川祭の山車行事	川越氷川祭の山車行事保存会		川越市
佐原の山車行事	佐原山車行事伝承保存会	千葉県	香取市

資料：文化庁資料をもとに(公財)日本交通公社作成

●「峡南歴史・文化ツーリズム構想」策定(山梨県)

山梨県は県内を5圏域に分けており、峡南圏域は県南西部に位置する市川三郷町、富士川町、早川町、身延町、南部町の5町から成る。同県内への観光客数は、世界遺産「富士山」を有する富士・東部圏域が全体の半数近くを占めており、峡南圏域は5圏域の中で最も観光客数が少ない。

山梨県は、こうした観光客数の不均衡を課題ととらえ、また太

平洋と日本海を結ぶ中部横断自動車道の静岡県～同圏域エリアの開通が18～19年度に予定されているという機会があることから、同圏域の歴史・文化を核とした、「見る」「体験する」といった魅力と、稼ぐ力を高め、効果的・積極的なPR等による誘客の指針とすべく、「峡南文化・歴史ツーリズム構想」を17年3月に策定した。構想期間は17～19年度の3年間である。

●「新潟県観光立県推進行動計画」策定(新潟県)

新潟県は、「新潟県観光立県推進条例」に基づき、17～20年度の4年間を計画期間とする「新潟県観光立県推進行動計画」を17年3月に策定した。観光振興施策の実施にあたっての重点方針は5つあり、1つ目の方針として、20年の東京オリンピックの機会を活かした首都圏・関西圏からの誘客拡大が掲げられている。インバウンド誘致拡大に向けては、東南アジアや欧米などの新規市場も視野に入れ、国・地域別戦略の展開がうたわれている。

条例の目的の1つである「県経済の持続的な発展」を目指し、「観光旅行者の満足度を高める」「より多くの観光旅行者に何度も訪れてもらう」「より長く滞在してもらう」との観点から、数値目標を設定した。

②広域・市区町村レベル

●日光国立公園ステップアッププログラム2020

国は「明日の日本を支える観光ビジョン(16年3月)」において「10の改革」の1つとして「『国立公園』を世界水準の『ナショナルパーク』へ押し上げること」をあげた。そのために全国から8カ所の国立公園を選定し、20年を目標にインバウンド対応の取組を計画的・集中的に実施する「国立公園満喫プロジェクト」が推進されている。

関東からは日光国立公園が選定され、「日光国立公園ステップアッププログラム2020(16年12月)」では、同公園のコンセプト(基本概念)を「美しい『日本』を感じられる東京圏のプレミアムリゾート」とした。

4エリア・9つの重点取組地域(表IV-3-3)で地域特性に応じた取組を行いつつ、それらを広域的に連携、公園全体の魅力向上と公園利用者の増加につなげる。特に滝・渓谷・湖を堪能する水のアクティビティと多様な温泉を生かした魅力づくり、世界レベルの文化を有する歴史的国際観光地としての環境整備、東京から2時間圏で日本の自然・歴史・文化を体感可能な立地を生かした交通事業者との連携推進の3点が特徴的な取組であ

表IV-3-3 日光国立公園の重点取組地域

エリア	ビューポイント(重点取組地域)
日光エリア	世界遺産周辺
	中禅寺湖畔
	奥日光湯元
鬼怒川エリア	鬼怒川・川治温泉
	湯西川・川俣・鬼怒川
那須エリア	那須高原・那須温泉郷
	板室温泉
塩原エリア	塩原温泉郷
	八方ヶ原

資料：環境省資料をもとに(公財)日本交通公社作成

る。

欧米系個人旅行者に加えアジア市場の開拓を視野に入れるとともに、富裕層も含めより幅広い層をターゲットとし、数値目標として訪日外国人利用者数50万人、訪日外国人宿泊者数25万人(いずれも20年)を掲げている。

●オリエンタルランド開発計画の一部を見直し(千葉県浦安市)

東京ディズニーリゾート等を運営する株式会社オリエンタルランドは、14年に発表した開発計画の一部見直しを16年4月に発表した。14年に発表された目標は「23年までに(略)入園者を恒常的に3,000万人レベルとする」であるが、13～15年度の3期連続で3,000万人を上回ったことから、目標年度を20年度に前倒して実現するためである。同社は年間500億円規模の継続的投資により、新規エリア・新規施設の開発を行うほか、アトラクションやエンターテインメントプログラムの刷新・リニューアルを予定している。

東京ディズニーランドにおける最大投資は、「美女と野獣エリア」の新設で約320億円である。映画の世界を経験できる大型アトラクション、ショップ、レストランが設置される予定である(20年春導入予定)。東京ディズニーシーにおいては、海外のディズニー・テーマパークで高い人気を誇る大型アトラクション「ソアリン(仮称)」を約180億円かけて設置する予定である(19年度導入予定)。

また、同社は17年4月に新たな中期経営計画(17～20年度)を策定し、海外ゲストの受入体制整備への取組も表明している。

●東京湾ツーリズム旅客船運航実証実験を実施(千葉県・千葉市・船橋市)

千葉県は、千葉市・船橋市と連携し、東京湾の魅力海上から楽しむ新しい観光の創出に向けて、16年の7月下旬～9月中旬と12月末の2回、実証実験を行った。これは、20年の東京オリンピック・パラリンピックを見据えた地方創生の一環として、東京と千葉を結ぶ水上交通ルート整備と観光資源の掘り起こし、観光ニーズ多様化の中での東京湾クルーズ等の可能性を調査することを目的としていた。旅客船運航と周遊観光ツアー(夏季のみ)を実施し、周遊観光ツアーは2コース(事前申し込み制)、各23日間設定、旅客船(乗合運航)は夏季4コース、冬季2コース、いずれも予約なし(当日先着順)で乗船が可能であった。

●東京マラソン2017 新コースに変更して開催(東京都)

07年に始まった東京マラソンは徐々に人気を広げ、フルマラソン申込者数は13年(7回目)以降は30万人超、ランナーも09年(3回目)以降は3万人を超えている。都心を走るコースが魅力だが、都心部の再開発が進み、またマラソンレースの高速化や車いすレースの国際化等、大会を取り巻く環境が変化しつつある。そこで、東京の素晴らしさを(国)内外にアピールし、かつ記録更新を狙える高速コースにするべく、17年大会からコースが変更された。スタートからしばらく(東京都庁～飯田橋)は16年と同じコースだが、飯田橋以降、神田～日本橋～浅草雷門～両国～門前仲町～銀座～高輪～日比谷～東京駅前・行幸通りと、途中からのコースとゴールが変更された。

●国立西洋美術館の世界遺産登録(東京都台東区)

16年7月17日、イスタンブールで開催された第40回ユネスコ世界遺産委員会にて、国立西洋美術館(東京都台東区)を構成資産として含む「ル・コルビュジエの建築作品—近代建築運動への顕著な貢献—」が世界遺産一覧表に文化遺産として記載されることが決定された。日本国内で16番目の、東京都内では初の世界文化遺産となる。

スイス出身の建築家ル・コルビュジエ作品のうち、世界の3大陸7ヶ国にまたがる計17資産(フランス10、スイス2、日本、ドイツ、ベルギー、アルゼンチン、インド各1)で構成される「国境を越える世界遺産」である。

上野地区に関しては15年7月には「上野『文化の杜』新構想」が取りまとめられ、日本屈指の文化施設が集積するエリアとして20年東京オリンピック・パラリンピック競技大会に向けて国際的シンボルとして機能することが期待されている。国立西洋美術館の世界遺産登録は当構想を実現する上でも大きなインパクトを有すると考えられる。

●箱根ロープウェイ全線営業運転再開(神奈川県箱根町)

15年5～6月にかけて箱根山の噴火警戒レベル引き上げ、その後9月、11月と同レベルは段階的に引き下げられた(11月にはレベル1)。15年5月6日以降、箱根ロープウェイは全線運休であったが、同年10月には桃源台～姥子間が再開、16年4月には姥子～大涌谷間が再開、同7月には大涌谷～早雲山間が再開し、1年3ヶ月ぶりに全線の営業が再開された。

同ロープウェイを運行する箱根ロープウェイ株式会社は、火山防止対策としてゴンドラや駅舎内の火山ガス濃度計測や、ロープウェイ乗客にウェットおしぼり(口と鼻を覆う用途として使い捨て品)や4ヶ国語旅客配布チラシ(ウェットおしぼりの使い方を記載)を配布するほか、ゴンドラ車内に応急対応キット用ボックスを搭載し、全駅に救護室を設置して、乗客の安全管理を強化した。

●富士山世界遺産センターオープン(山梨県富士河口湖町)

山梨県は、富士山の総合案内所として「山梨県立富士ビジターセンター」を88年7月にオープンしていたが、世界遺産(13年登録)である富士山を訪れる多くの訪問者に対して、富士山の顕著な普遍的価値に関する情報発信や、保存管理の中心的な役割を担う施設として「南館」を新設した。ビジターセンターを「北館」と名称変更し、2館合わせて「山梨県立富士山世界遺産センター」として16年6月にリニューアルオープンした。

南館は、「文化」を中心とした展示施設(有料)であり、図書・資料室や多目的ホール等を有する。「ふじめぐり」という公式アプリ(多言語対応)をダウンロードすると、音声ガイド(日本語のみ)、展示品の文字解説、ARスコップが楽しめる。北館は「自然」を中心とした展示施設(無料)、インフォメーション(JNTO認定外国人観光案内所カテゴリー2)、レストラン、売店等を有する。

また、富士山総合学術調査研究事業も行っており、調査研究成果は、報告書や発表会で公開するほか、企画展等のセンターの事業活動に反映している。

(朝倉はるみ、堀木美告)

IV-4 中部

インバウンド誘客に向けて
国から市町村レベルまで幅広い取組みが行われた
宿泊拠点整備について官民共に動きがみられた

(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、16年1～12月の中部地方の延べ宿泊者数は8,710万人泊となり、前年比4.8%減となった(図IV-4-1)。昨年の同8.9%増から一転して減少となったが、対14年比では3.7%増、5年前の対11年比では11.1%増となっている。

県別にみると、石川県と愛知県がともに同0.4%減と微減であった一方、富山県が同14.6%減、福井県が同10.9%減、長野県が同7.3%減と減少幅が大きく、北陸3県では明暗が分かれた。

外国人延べ宿泊者数は736万人泊で、前年比3.2%増となった(図IV-4-2)。昨年の同68.6%増をはじめ、ここ数年、2桁の伸びが続いてきたが、その大きな伸びは一服した。

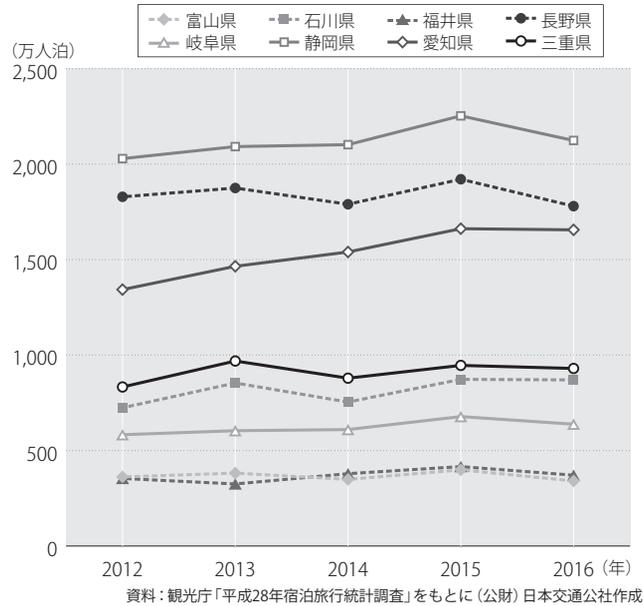
県別にみると、石川県が前年比20.5%増、長野県が同19.8%増と伸びた一方で、三重県が同10.2%減となった。

外国人宿泊者の国籍別にみると、北陸3県と長野県は、台湾が約35%を占めて最も多く、次いで香港又は中国が続いて、この3カ国で各県全体の6～7割を占める。東海3県(静岡県・愛知県・三重県)は、中国の割合が非常に高く、特に静岡県は69.6%を占めている(愛知県は53.0%、三重県は44.5%)。16年の我が国への来訪者数が第3位である韓国は、中部地方においてはそれほど高いシェアを占めておらず、比較的多いのは三重県の14.3%(県内順位3位)、富山県の9.9%(同4位)である。長野県においてはオーストラリアが9.3%(同4位)を占めている点特徴的である。

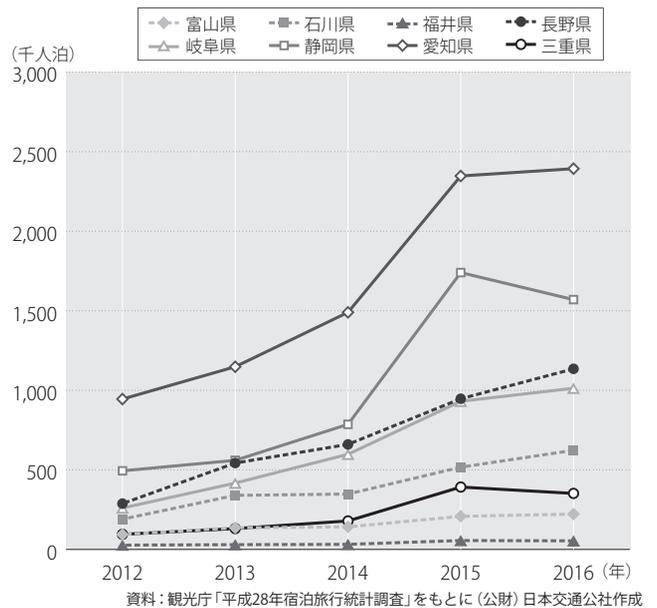
トリップアドバイザーの「インバウンドトレンド調査」(16年6月)によると、同社の海外ユーザーの日本のページへのアクセス状況を分析すると、15年3月～16年2月の1年間で前年に比べて外国人の関心が高まった都道府県のトップは石川県であった(セッション数増加率が前年比59%増)。上位10県に富山県(3位、同47%増)、岐阜県(6位、同40%増)の中部地方3県が入った。同調査では、外国人旅行者の口コミからこれらの県の人気観光地・観光施設(タイプと施設名)を算出しており、表IV-4-1の結果となった。

16年8月に公開され、世界各国で大ヒットとなった長編アニメ映画『君の名は。』でいくつかの場面のモチーフとなった岐阜県飛騨市は、この映画のファンが中国をはじめ台湾、香港からも大勢訪れた。JR高山本線飛騨古川駅では映画と同じアングルで風景を眺められるスポットが紹介され、飛騨市図書館等では『君の名は。』展が開催された。

図IV-4-1 延べ宿泊者数の推移(中部)



図IV-4-2 外国人延べ宿泊者数の推移(中部)



表IV-4-1 外国人旅行者の口コミ評価(中部地方について)

都道府県 トップ10の順位 人気の観光地・ 観光施設の順位	1位	3位	6位
	石川県	富山県	岐阜県
1位	兼六園	立山黒部アルペンルート	白川郷合掌造り集落
2位	妙立寺(忍者寺)	相倉合掌造り集落	中山道馬籠
3位	近江町市場	黒部峡谷	高山昭和館
検索数の多い観光施設タイプ	文化・自然・アウトドア	名所・史跡	文化

資料：トリップアドバイザーのプレスリリース資料をもとに(公財)日本交通公社作成

(2) 観光地の主要な動き

① 地方・都道府県レベル

●G7伊勢志摩サミットの開催(三重県伊勢市・志摩市)

16年5月26日、27日、三重県伊勢志摩地方で、第42回主要国首脳会議(G7伊勢志摩サミット)が開催された。昨今のテロの多発を受けて、とりわけ「安全第一」が重視されたが、「三位一体の観光振興」という方針の下、国と開催地域の関係者が連携して受入れを進めたことも特徴である。

具体的には、国は「昇龍道プロジェクト推進協議会」を通じて、特にサミット後のレガシー(遺産)の活かし方を検討し、中部経済連合会が中心となった「伊勢志摩サミット東海会議」は、中部国際空港等でのインフォメーションブースの設置や国際メディアセンターでの展示、記念品の製作等、中部地方の観光の魅力を幅広く発信した。三重県が中心となった「伊勢志摩サミット三重県民会議」は、県・市町村の職員等と民間人の最大100人から成る推進組織であり、「開催支援」「おもてなし」「明日へつなぐ」「三重の発信」という4つの柱を立てて各種取組みを行った。

サミット直前や開催中は警備や関係者の受入れのため、宿泊施設や交通機関、商店などの一般人の利用が制限され、サミット開催効果の波及には地域や業種に偏りもみられたが、三重県はサミットの宣伝効果が3,098億円、直接的な経済効果が1,070億円、合計4,168億円の波及効果があったと試算した。

●G7長野県・軽井沢交通大臣会合の開催(長野県軽井沢町)

16年9月23日～25日、軽井沢町にて、G7伊勢志摩サミットの関係閣僚会合であるG7長野県・軽井沢交通大臣会合が開催された。長野県にとってはこれまでにないハイレベルな国際会議の開催であったが、夕食会では長野県産のワインや旬の食材による料理、伝統芸能で歓迎し、イタリア政府団とドイツ政府団へはエクスカッションを提供するなど、長野県の魅力を大いにアピールする機会となった。

●昇龍道プロジェクトの各種取組み

中部運輸局と北陸信越運輸局、中央日本総合観光機構が中部北陸9県の自治体や観光関係団体等と取り組む「昇龍道プロジェクト」は、アジア地域で開催される旅行博への出展や各国の旅行会社・航空会社担当者の招聘、ベトナムへのミッション団の派遣等、各種取組みを進めた。

例えば、G7伊勢志摩サミット開催を好機として「お酒と食のおいしい組み合わせ」等各地の特産品に関する詳細情報の発信や、鉄道や高速バスの周遊きっぷの開発、愛知県・岐阜県・三重県を対象エリアとするスタンプラリーを実施するなど、特に昇龍道への来訪者の多くを占める個人旅行者への対応を推進した。

●インバウンドに関する国の取組み～「訪日外国人旅行者の受入に向けた地方ブロック別連絡会」の設置

訪日外国人旅行者数2,000万人の達成に向けて、国土交通省は各ブロックの地方運輸局、地方整備局、地方航空局や都道

府県、関係事業者等を構成員とする「訪日外国人旅行者の受入に向けた地方ブロック別連絡会」を設置した(15年3月に設置。16年4月から当会議名へ変更)。

16年度の中部ブロックの成果としては、中部国際空港へのアクセス向上に向けて、空港と名古屋市内を結ぶリムジンバスを1日6往復増便して14便とし、16年11月は1か月間で4,636人増加した。

北陸信越ブロックの成果としては、医療電話通訳サービスの実施や医療通訳士の派遣を行った(16年12月～17年3月)。長野県はスキーや雪を楽しむ外国人旅行者が多く、それに起因するケガや事故が多いことから、緊急時のコミュニケーションサービスを提供した。

●インバウンドに関する都道府県の取組み

東海3県(愛知・静岡・岐阜)と長野県に比べて、外国人宿泊者数が少ない北陸3県(石川・富山・福井)と三重県において、より積極的な誘致活動が行われた。

○ブランドコンセプトの設定(福井県)

福井県は、インバウンド誘客のために、福井のライフスタイルの背景にある「ZEN(禅)」を前面に打ち出したブランド「ZEN, Alive. Fukui ～身も心も満たされる、“ZEN”が息づく福井～」を設定した。また、SNSを通じて福井県の産業や観光情報の発信を担う「Fukui レポーターズ」を募集し、県内在住の外国人20人に委嘱した。

○トリップアドバイザーとの連携(三重県)

三重県は、G7伊勢志摩サミット開催を好機として、外国人への三重県の認知度と旅行満足度の向上を目的として、15年度から旅行口コミサイト、トリップアドバイザーと連携して「三重県×トリップアドバイザー 外国人おもてなしプロジェクト」を開始し、口コミ情報を活用した新たな観光情報サイト「Mie Travel Guide」を開設した。これは投稿された口コミが自動的に外国語に翻訳され、外国人旅行者へ現地情報として発信されるという仕組みである。同社としては、都道府県と連携した全国初の大規模プロジェクトとなる。

2年目となる16年度は口コミを増やすために、外国人旅行者にトリップアドバイザーへの口コミ投稿を促すカードの制作・配布や、事業者の店舗掲示用の「REVIEW US」カードの制作、三重県民へ県内の魅力を口コミ投稿するよう呼びかけを行った。

○外国人旅行者受入れ人材の育成(富山県)

富山県が主催する人材育成プログラム「とやま観光未来創造塾」には、外国人旅行者の受入れを担う人材の育成を目的とする「グローバルコース」が設定されている(この他に「観光地域づくり入門コース」「観光ガイドコース」「観光魅力アップコース」「観光地域づくりマネジメントコース」、全5コース設定)。15年にこのコースで学んだ女性が、16年4月、富山市八尾町に宿泊施設とカフェを併設した「越中八尾ベース OYATSU(おやつ)」をオープンした。この塾は、県内で着地型旅行商品の企画・構成を行う

起業意欲を持ち、英語で日常会話ができる等の入塾条件が設けられており、実際に外国人旅行者へ旅行商品を販売する企業への約半年間の派遣を含むなど実践的な研修内容となっている。

●**地元住民の視点で「福井しあわせの巡遊コース」を選定（福井県）**

民間の調査機関の調べで、住民の幸福度が全国で最も高いとされる福井県は、幸せを思い浮かべる県内の場所やモノ、エピソードを公募し、県民投票や専門家等による審査を経て「福井しあわせセレクション」（50件）を決定した（16年4月、内訳は「幸せの聖地」31か所、「幸せの逸品」13件、「幸せエピソード」6作品）。

この中の「幸せの聖地」について、個々に紹介するのではなくストーリーを持たせて魅力を発信するために、「縁結び」をテーマに4コース、「幸運」「ファミリー」「安産祈願」を各1コース、合計7コースを「福井しあわせの巡遊コース」として選定し、県のホームページで公開した（17年4月）。コースの選定にあたっては、県民やメディアが参加するワークショップが実施された。地域外から消費者や旅行会社の社員等を募ってモニターツアーを実施することは多いが、地元住民の視点でコースの検討が行われ、選定後に住民自身に周遊を呼び掛けるケースは珍しい。県は今後、「セレクション」や「巡遊コース」を活用して、県内外に「幸福度日本一」を発信するとともに、県民自身が地元での暮らしに幸せを実感できるような政策につなげていくとしている。

②**広域・市区町村レベル**

●**生物圏保存地域「エコパーク」の範囲拡張～白山ユネスコエコパーク（富山・石川・福井・岐阜県）**

国連教育科学文化機関（ユネスコ）は16年3月、エコパークに登録されている「白山ユネスコエコパーク」について、これまでは一部登録外であった富山県南砺市の平・上平地域全域へエコパークを拡張することを決定した。これにより世界文化遺産の五箇山合掌造り集落も登録エリアに含まれることになり、地元行政は自然と文化双方の魅力を発信することで、来訪者の増加や移住促進につなげたいとしている。

●**インバウンドに関する広域的な取組み～福井県・石川県の市町の連携**

福井県の勝山市・あわら市・坂井市・永平寺町と石川県加賀市の5市町と、各市町の観光関連団体は、インバウンド誘客のために、観光資源の磨き上げや広域周遊ルートの設定、共同プロモーション活動を行う「越前加賀インバウンド推進機構」を設立した（16年5月）。これまでは「越前加賀宗教文化街道～祈りの道～推進協議会」として宗教文化資源に関する広域観光を推進してきたが、それに限らずより幅広い観光資源を活かして、インバ

ウンド誘客にも積極的に取り組むとしている。

●**地方銀行と連携した温泉地活性化の取組み（長野県山ノ内町）**

山ノ内町は、湯田中渋温泉郷や志賀高原等の観光資源を有し、近年は温泉に浸かる野生の猿が多く外国人旅行者から人気を集めている。「KAWAII・スノーモンキー」を世界へ発信し、訪れた外国人旅行者の滞在拠点づくりを進めるために、地元の地方銀行八十二銀行と地域経済活性化支援機構（REVIC）が地元の若手有志とともに、まちづくり会社「株式会社WAKUWAKUやまのうち」を設立、地域資源を活かした商品開発や、空き店舗や廃業した旅館のリノベーションによる有効活用、飲食店の運営、次世代経営者の育成、情報発信等に取り組んでいる。

●**地元有志を支援して農家民宿を整備（石川県輪島市）**

輪島市三井町は、北陸新幹線開業後の国内外からの来訪者の増加に対応するために、豊かな里山景観と郷土料理等の地域文化を活かした地域活性化策として、輪島市内初の農家民宿「弥次（やじ）」を整備した（17年2月開業）。以前から東京農業大学とともに地域づくりを進めてきた中で、農家民宿の開業に意欲的な地元住民が始めたもので、市が採用した地域おこし協力隊とともに、郷土料理づくりや木工体験など里山での暮らしを体験できるプログラムを提供していくとしている。

●**ラグビーW杯開催に向けてホームステイの試行（静岡県袋井市）**

19年のラグビーワールドカップ（W杯）日本大会の会場の一つとなる袋井市では、観戦のために訪れる外国人を対象にホームステイを推進するために試行事業を行った。16年8月に12か国15人を招聘し、座禅や写経、精進料理等を体験してもらい、交流プログラムの開発に取り組んだ。

宿泊施設の少ない袋井市は、03年の静岡国体の際に選手や関係者をホームステイで受け入れた経験がある。現在、国が推進している民泊のような営利目的のものではなく、交流プログラムを提供するなど国際交流を主目的として行政主導で進めていく予定である。

●**金沢21世紀美術館の年間入場者数が過去最高に**

15年3月の北陸新幹線開業の効果もあり、15年度の入場者数（237万2,821人、前年比34.7%増）が全国1位となった金沢21世紀美術館は、16年度はさらに入場者数を伸ばして255万4,157人（同7.6%増）となり、過去最高を記録した。

（岩崎比奈子）

IV-5 近畿

関西観光本部の設立など、関西広域での連携が促進
京都府南部の自治体が連携し「お茶の京都」を推進
各地で地域の歴史や文化財等を活用する動き

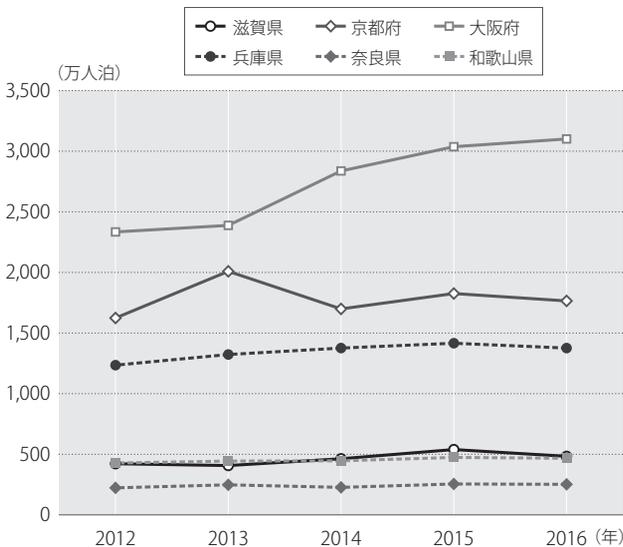
(1) 都道府県レベルの旅行者動向

① 宿泊者数の動向

観光庁「宿泊旅行統計」によると16年1～12月の近畿各府県の延べ宿泊者数については、近畿全体では7,444万人泊となり、前年比1.4%減となった。延べ宿泊者数が増加したのは大阪府（前年比2.1%増）のみで、他府県は滋賀県（前年比10.4%減）、京都府（前年比3.3%減）、兵庫県（前年比2.9%減）、奈良県（前年比1.2%減）、和歌山県（前年比1.5%減）と軒並み減少となった（図IV-5-1）。

外国人延べ宿泊者数については、近畿全体では1,708万人泊（前年比7.3%増）で、15年に引き続き、過去最高の数値を更新した。昨年は全府県で増加であったが、今年も滋賀県（前年比0.7%増）、京都府（前年比0.5%増）、大阪府（前年比11.6%増）、奈良県（前年比19.0%増）、和歌山県（前年比28.2%増）は増加であったが、兵庫県（前年比7.2%減）は減少となった。外国人宿泊者の国籍別の構成をみると、滋賀県と兵庫県は台湾と中国の割合が同程度である一方、奈良県や和歌山県は中国の割合が

図IV-5-1 延べ宿泊者数の推移（近畿）



都道府県	2012	2013	2014	2015	2016
滋賀県	422	407	463	539	483
京都府	1,624	2,009	1,699	1,826	1,765
大阪府	2,334	2,388	2,837	3,037	3,101
兵庫県	1,235	1,323	1,376	1,416	1,376
奈良県	223	248	227	255	252
和歌山県	428	444	446	474	467

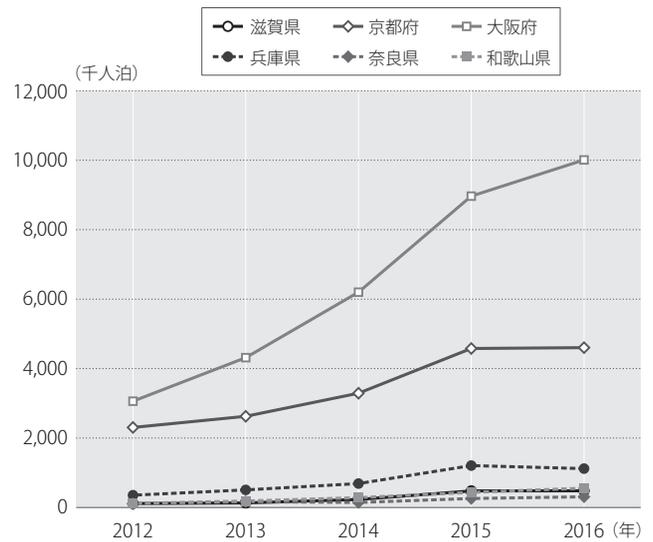
単位：万人泊
資料：観光庁「平成28年宿泊旅行統計調査」をもとに（公財）日本交通公社作成

かなり高いなど、府県毎に違いがみられる（表IV-5-1）。

② 関西国際空港の利用動向

関西国際空港を運営する関西エアポート株式会社が17年1月に発表した利用状況（速報値）によれば、国際線と国内線を合わせた総旅客数は2,523万人（前年比8.7%増）となり、15年に引き続き過去最高の数値を更新した。国際線の旅客数は1,876万人で、うち外国人旅客数は1,217万人と、15年の1,002万人から21.5%増と大幅増となり、15年に引き続き過去最高となった。また、うち日本人旅客数は638万人と、15年の607万人から5.0%増となった。一方で国内線の旅客数は648万人で、15年の696万人から7%減となった。関西国際空港はLCC誘致を強化しており、訪日外国人の増加に伴う新規就航や増便が旅客数の増加につながった。

図IV-5-2 外国人延べ宿泊者数の推移（近畿）



都道府県	2012	2013	2014	2015	2016
滋賀県	114	132	231	477	481
京都府	2,305	2,626	3,291	4,579	4,603
大阪府	3,061	4,315	6,200	8,966	10,009
兵庫県	354	507	698	1,207	1,120
奈良県	104	165	145	259	308
和歌山県	117	187	285	435	557

単位：千人泊
資料：観光庁「平成28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-5-1 外国人宿泊者の国籍・地域別構成（上位3国・地域）

都道府県名	1位	2位	3位
滋賀県	台湾 (30.2%)	中国 (28.4%)	韓国 (10.3%)
京都府	中国 (22.1%)	台湾 (14.9%)	アメリカ (12.0%)
大阪府	中国 (27.9%)	台湾 (16.6%)	韓国 (16.4%)
兵庫県	台湾 (26.3%)	中国 (25.8%)	韓国 (12.2%)
奈良県	中国 (55.0%)	台湾 (10.8%)	香港 (4.5%)
和歌山県	中国 (36.0%)	香港 (18.0%)	台湾 (15.9%)

※（ ）内は各府県の外国人宿泊者に占める割合
資料：観光庁「平成28年宿泊旅行統計調査」をもとに（公財）日本交通公社作成

(2) 観光地の主な動向

① 地方・都道府県レベル

● 関西広域連合が無料Wi-Fiの共通化を開始

関西広域連合は16年10月、加盟している自治体が運営する、約1万の無料Wi-Fiアクセスポイントにワンタッチで接続できるようにするサービス「KANSAI Free Wi-Fi」を開始した。利用者は専用のアプリをスマートフォン等にインストールし、初回の認証手続きを行えば、その後はワンタッチで無料Wi-Fiにアクセスできるようになった。17年7月末現在、滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県、和歌山県、鳥取県、徳島県、京都市、大阪市、堺市、神戸市の運営する無料Wi-Fiアクセスポイントがカバーされている。

● 「日本ラグジュアリートラベルアライアンス」に近畿から京都府、京都市、和歌山県、奈良県奈良市が参画

16年4月、海外富裕層の観光誘致に向けた広域の連携組織「日本ラグジュアリートラベルアライアンス」が京都市を主体として立ち上げられた。同アライアンスには、近畿からは京都市のほか京都府、和歌山県、奈良県奈良市が、その他地域からは北海道札幌市、石川県、岐阜県高山市が参画しており、目指す姿として「世界におけるラグジュアリー層の訪問先としての日本の確固たるブランド化」「海外富裕層向けの各地域の受入環境のレベルアップ」「質の高いシームレスな富裕層訪日旅行の実現。富裕層の日本への誘客の拡大」の3点が掲げられている。初年度となる16年度は、海外富裕層の受入事例の研究や参画自治体の富裕層向けコンテンツの情報共有、富裕層向け旅行商談会への出展等が事業計画に位置づけられた。

● 「一般財団法人関西観光本部」が発足

関西のインバウンド拡大のために関係機関が一堂に会する場として16年4月に設立された関西国際観光推進本部（関西広域連合、関西経済連合会、京都商工会議所、大阪商工会議所、神戸商工会議所、関西経済同友会、日本旅行業協会、新関西国際空港株式会社、関西地域振興財団により構成）は、観光振興を強化するため、17年4月に関西地域振興財団と統合し「一般財団法人関西観光本部」を発足した。同本部は、従来の観光プロモーション事業に加えて、マーケティング、共通基盤サービスの提供、人材育成にも取り組み広域連携DMOを目指すとともに、従来関西地域振興財団が担ってきた文化振興事業を継承

し、関西の有する豊富な文化資源の観光施策への活用を進めるとしている（表IV-5-2）。

● 福井・滋賀・京都の3府県連携の観光促進協議会設立

17年3月、福井県、滋賀県、京都府の3府県連携の観光促進協議会が設立された。これは、14年7月の舞鶴若狭自動車道の小浜～敦賀間の開通、15年7月の京都縦貫自動車道京丹波わち～丹波間の開通により、三府県間の周遊性が大きく向上したことを背景に、連携による広域的な観光地づくりと誘客促進を目的としたもの。初年度となる17年度は、各府県が100万円ずつ計上した予算をもとに、周遊モデルルート開発および旅行会社への共同営業が計画されている。周遊モデルルートは、福井県の小浜市と若狭町が提案し日本遺産に認定された、3府県にまたがる「鯖街道」を軸に、点在する鉄道に関する観光スポットを活かした商品づくりに取り組み、その他、高速道路の定額乗り放題プランや日本遺産を巡るスタンプラリーを企画している。

● 関西の自治体で文化財活用の動きが活発化

文化庁は文化財の保護だけでなく活用を重視してきており、地方自治体が策定する、文化財をその周辺環境まで含めて総合的に保存・活用するための構想である「歴史文化基本構想」に基づき、個々の文化財でなくエリア一帯で観光拠点づくりを進める地方自治体への支援を行っている。こうした国の動きを受け、関西の自治体においても文化庁主催の事業説明会に多くの自治体が参加するなど、地域の歴史や文化をまちづくりに活用する動きが広がっている。

兵庫県朝来市は、16年3月に基本構想をまとめており、織田・豊臣・徳川家の財源を支えた生野銀山を積極活用することとしている。生野銀山跡は現在約1kmの観光坑道となっていることから、ボランティアガイドによる坑道案内ツアーなどが企画されている。京都府舞鶴市は、16年度よりシベリアなどから日本人が引き上げるための港となった歴史を遊覧船に乗って学ぶコースを新設するなど港の歴史を活用した取組みを進めており、17年度内に基本構想をまとめる予定である。

● 京都府南部が「お茶の京都」を推進（京都府）

17年4月より約1年間、京都府南部地域を舞台に「お茶の京都博」が開催される。同博は「宇治茶の価値再発見：景観・お茶文化の維持・継承」「茶文化情報受発信：交流拠点づくりとネットワーク化」「茶産業創造支援：研究開発・生産振興・人材育成」の3つのテーマから京都府南部地域12市町村（宇治市、城陽市、八幡市、京田辺市、木津川市、久御山町、井出町、宇治田原町、笠置町、和束町、精華町、南山城村）の更なる発展を目指すとしており、お茶にまつわるさまざまなイベントが展開される。

同博の開催にあわせ、各種取組みが進められた。京都府山城広域振興局は16年度、府南部地域の茶どころを周遊する「京都やましろ茶（ちゃ）いくるライン」として総延長140kmのサイクリングロードを整備するとともに、茶の産地や種類を当てる競技大会「ツアー・オブ・茶いくるラインin京都やましろ」を開催した。また、17年3月には、京都府と府南部地域12市町村が出資する観光推進組織「一般社団法人京都山城地域振興社（お茶の京都DMO）」が設立された。同DMOは京都府南部地域の舵取り役

表IV-5-2 関西観光本部の事業内容

① 観光事業	<ul style="list-style-type: none"> マーケティング事業 (外国人旅行者の動向調査、情報提供等) プロモーション事業 (海外旅行博への出展、ファムトリップ等) 共通基盤サービス提供事業 (Free Wi-Fi「Kansai Free Wi-Fi」のPR、IC乗車券販売、手ぶら観光の普及、多言語コールセンター開設等) 人材育成事業 (セミナー等開催、広域連携DMO間の連携等)
② 文化振興事業	<ul style="list-style-type: none"> 「関西文化の日」の実施 「関西元気文化圏」構想の推進
③ 情報発信事業	<ul style="list-style-type: none"> 「Kansai Window」等Webを活用した情報発信 外国特派員プレスツアーの実施

資料：(一財) 関西観光本部資料より (公財) 日本交通公社作成

が期待されており、「宇治茶プレミアムブランド化事業による宇治茶、お茶の京都地域の価値向上」「JA京都やましろと連携した京野菜、果樹等のブランド化・販売促進」「お茶の京都博と連携した旅行商品や、体験交流型商品の開発・販売等を強化し、観光客の滞在時間の延長や周遊性を強化」が特徴とされている(表IV-5-3)。なお、同時に京都府と京都府北部5市町(福知山市、綾部市、亀岡市、南丹市、京丹波町)の出資により「一般社団法人森の京都地域振興社(森の京都DMO)」も設立されて

表IV-5-3 お茶の京都DMOの概要

主な事業	<ul style="list-style-type: none"> 観光地域づくりの企画、調査分析・研究及び計画等の戦略の策定 統計、データ等に基づくマーケティング 地域間連携による一体的で整合性のあるプロモーション 広域周遊交流型旅行商品・体験プログラムの造成・販売 宇治茶のプレミアムブランド化の推進 食をはじめとした地域特産品のブランド化、販売促進
17年度予算案	128,800千円 (府61,900千円、市町村61,900千円、DMO収益5,000千円)
組織体制	<ul style="list-style-type: none"> 事務局、京都府、宇治市、JTB西日本・近畿日本ツーリスト・日本旅行から各1名派遣。このほか、京都府・市町村の関係職員等による支援体制構築 地域の多様な主体が連携する仕組みとして「お茶の京都DMO会議」を設置し、お茶の京都DMO事業の検証や提言等を行う

資料：京都府発表資料をもとに(公財)日本交通公社作成

いる。

●大阪府が宿泊税を導入

大阪府では、16年2月に議会で承認されたホテルや旅館の宿泊者を対象とした宿泊税が、17年1月より導入された。導入当初は、宿泊税の課税対象となる施設は大阪府内のホテル、旅館であったが、17年7月より簡易宿所及び国家戦略特別区域法に規定する認定事業に係る施設(特区民泊)が追加された。この宿泊税を活用し、16年度には外貨両替等の民間が実施するサービスと連携して、旅行者のトラブル対応などを一体的にワンストップで提供する場「大阪おもてなしステーション」の整備や、国内外からの誘客のためのプロモーションなどが実施された(表IV-5-4)。

表IV-5-4 大阪府における宿泊税

宿泊料金(1人1泊)	税率
10,000円未満	非課税
10,000円以上15,000円未満	100円
15,000円以上20,000円未満	200円
20,000円以上	300円

※宿泊料金に含まれるもの：素泊まりの料金、素泊まりの料金にかかるサービス料
 ※宿泊料金に含まれないもの：消費税等に相当する金額、宿泊以外のサービスに相当する料金(食事、会議室の利用、電話の利用などに係る料金)

資料：大阪府HPをもとに(公財)日本交通公社作成

●大阪府・大阪市が「特区民泊」の特定認定受付開始

大阪府・大阪市では、国家戦略特別区域外国人滞在施設経営事業を活用し、施設に対する特定認定(特区民泊の認定)を

行っている。大阪府では16年4月から、大阪市では同年10月から受付が開始されており、大阪府では5件(17年7月31日時点)、大阪市では175件(17年8月1日時点)が認定施設となっている。

●小規模高級ホテル、旅館がコンソーシアムを設立(奈良県)

16年5月、奈良県の小規模高級ホテル、旅館6施設が任意団体のコンソーシアム「リヨカン・アンド・ホテル・セレクション(RHS)」を設立した。奈良は宿泊施設が少ないことから観光客の多くが日帰りであることや、小規模施設は知名度や経営体力の面から独自のプロモーションがしにくいなどの課題から、各地で開かれる商談会や旅行フェアへの参画、和食料理体験や会員施設おすすめの観光スポットを巡るツアーなどの旅行商品開発などを連携して進めていくこととした。誘客ターゲットはインバウンドや国内のシニアなどの富裕層で、欧米や中東に強い旅行会社と提携した。

●重要文化財である監獄(刑務所)を宿泊施設として保存活用(奈良県)

17年5月、全国で宿泊施設を展開するソラーレ ホテルズ アンド リゾーツを代表企業とするグループが、17年3月末で閉鎖された奈良少年刑務所の保存・活用を目的としたコンセッション事業の委託先となった。同刑務所は明治政府によって計画され奈良監獄として1908年(明治41年)に完成した。赤煉瓦造りの重厚な建物ではほぼ当時のまま現存していることなどから、16年に国の重要文化財に指定されている。同社グループはこの奈良少年刑務所を、歴史と街が織りなす商業施設「(仮称) HISTERRACE 奈良」として新たな命を吹き込み、日本を代表する奈良の観光名所の1つとしていくとし、敷地内に資料館及びホテル、レストラン、カフェバー、温浴施設、商業テナントエリア等の付帯施設を予定している。開業は、資料館は19年秋に、他の施設は20年度中を予定している(表V-5-5)。

表IV-5-5 (仮称) HISTERRACE奈良のホテル構成

①文化財リノベーションホテル
旧監獄棟をリノベーションし、歴史的な重厚さは守りつつ“ホテルとして快適である”空間を提供(約150室)
②新築(増設)ホテル(仮称「そらみつ奈良」)
重要文化財を眺める特等席であること。既存棟との関係性を重要視し、さまざまな方向から美しい煉瓦建築の建物を眺められるビューを確保すると共に、このホテル自体が施設全体の景観を高められるデザイン性を持たせる(約80室)
③簡易宿泊型ドミトリー(MUJI HOTEL)
「無印良品」ブランドのホステルを設置。キッチンなどを完備し長期宿泊に対応すると共に、文化的コミュニティーを育むカフェバーや工房・アトリエなども同時に整備することで、アート活動や伝統工芸体験を支援(約60床)

資料：ソラーレ ホテルズ アンド リゾーツ社プレスリリースをもとに(公財)日本交通公社作成

②広域・市区町村レベル

●滋賀県東近江市と三重県いなべ市が共同で観光戦略策定

滋賀県東近江市は17年3月、鈴鹿山脈を挟んで隣接する三重県いなべ市と共同で「東近江市・いなべ市広域観光戦略」を策定した。両市は、11年に鈴鹿山脈を貫く石博トンネルの開通以降、人や物の往来が増加したことから、広域観光戦略を策定し、

琵琶湖から鈴鹿山脈を介して伊勢湾に通じる広域観光圏を形成し活性化させ交流人口の拡大を図るとしている。計画期間は17～21年度までの5年間で、観光入込客数の目標を21年に315万人（15年の約231万人から約36%、84万人増）としている。

●「忍者」と「信楽焼」が日本遺産にダブル認定

17年4月、滋賀県甲賀市は、三重県伊賀市と共同申請した「忍びの里伊賀・甲賀ーリアル忍者を求めてー」と、日本六古窯（信楽：滋賀県甲賀市、越前：福井県越前町、瀬戸：愛知県瀬戸市、常滑：愛知県常滑市、丹波：兵庫県篠山市、備前：岡山県備前市）で共同申請した「きっと恋する六古窯～日本生まれ日本育ちのやさしい産地」の2つが日本遺産に同時認定された。認定を受け、甲賀市では、忍者ブランドを発信するPR活動や、忍者を活用した広域的観光イベントの開催などを予定している。また、信楽焼については、産地をつなぐ共通パンフレットの作成など、6つの産地の連携効果を促進する取組みを進める。

●奈良市、京都市で「東アジア文化都市」を開催

東アジア文化都市とは、日中韓文化大臣会合での合意に基づき14年から開催されており、日本・中国・韓国の3カ国において文化芸術による発展を目指す都市を選定し、その都市において現代の芸術文化や伝統文化、また多彩な生活文化に関連する様々な文化芸術イベント等を実施するもの。日本の開催都市は14年横浜市、15年新潟市のあと16年奈良市、17年京都市と2年連続で関西での開催となっている。16年奈良市は、主に舞台芸術、美術、食を切り口に、アジア諸地域の文化的共通性を確認し、発信した。17年京都市は、アーティストが集うプラットフォームの形成や各開催都市への青少年や若手芸術家等の派遣、国内外の来訪者が文化芸術に触れ、参画できる機会の創出などをテーマに、17年2～11月の間開催される。

●京都迎賓館（京都市）の通年の一般公開開始

京都迎賓館は、16年7月より通年の一般公開を開始した。それ以前は原則年1回、約10日間の公開であったが、国が16年3月策定した「明日の日本を支える観光ビジョン」で示された方針に基づき、試験公開などの実施結果を踏まえ、通年の一般公開となった。17年7月末現在、一般公開（有料）の参観方式は自由参観とガイドツアーの2種類となっており、いずれの参観方式もロビーとして使われる「聚楽の間」や、式典の会場で利用される「藤の間」、その他「夕映の間」「桐の間」などが見学できる。

●大阪市新今宮に星野リゾートがホテル開発を計画

株式会社星野リゾートは17年4月、大阪市から約18億円で取得した約14,000㎡の土地に建設するホテルの概要を発表した。開発を予定している場所はJR大阪環状線新今宮駅ホームに面しており、ホテルの建物と一体になるような緑地「みやぐりん（仮称）」を設けることで、旅行者にとって魅力的なホテルにすると同時に、駅を行き交う人々にとっても、街中に緑を感じられるような景観を作っていくとしている。ホテルは客室数608室（予定）、客室面積30㎡～で、22年開業予定、またパブリックエリアには、大阪の食文化を感じられるレストランやカフェテリア、また大浴場やアミューズメント施設、イベントスペースなどが予定されている。

●大阪市内に「寺院一体型ホテル」を開業

16年10月、大阪市内にある真宗大谷派難波別院の施設「御堂会館」が建替えられることが発表された。建替え後の施設は地上17階建てで、日本初の寺院山門と一体となった「エクセルホテル東急」に加え、浄土真宗の教えを発信していくための難波別院の総合案内所や多目的会議室等を含む高層の複合施設で開業は19年冬の予定。施設のホテル部分は350室程度で、部屋から難波別院を眺めることができる。また低層階を外から通り抜けられるようにして難波別院の正門を兼ねる予定である。

●和歌山県九度山町で「真田丸」関連の取組み

16年のNHK大河ドラマは「真田丸」であったが、真田幸村ゆかりの和歌山県九度山町には、「九度山・真田ミュージアム」が16年3月に開館した。同館の来館者は開館当初から増加し、10日目で1万人を記録し、4カ月目の7月には10万人を記録した。また16年5月には同町が主催する「紀州九度山真田まつり」では、同館周辺を練り歩く武者行列パレードが開催された。

●兵庫県豊岡市（城崎温泉）で「文学の町」再興へ取組み

兵庫県豊岡市の城崎温泉を舞台にした文芸書「城崎へかえる（著者：湊かなえ）」が、40歳以下の地元旅館経営者が集まって設立したNPO法人「本と温泉」が版元となって16年7月に発売された。同法人は文学の町再興に取組んでおり、13年に志賀直哉の「城崎にて」の注釈付きを、14年に「城崎裁判（筆者：万城目学）」を発売しており、「城崎へかえる」が第3弾となった。いずれの書籍も城崎限定販売にこだわるとともに、「城崎にて」は観光客が浴衣のたもとに入れられる豆本サイズ、「城崎裁判」はお湯に入りながらも読めるよう耐水性の紙、カバーをタオル地にするなど装丁にも工夫がされている。

（守屋邦彦）

IV-6 中国・四国

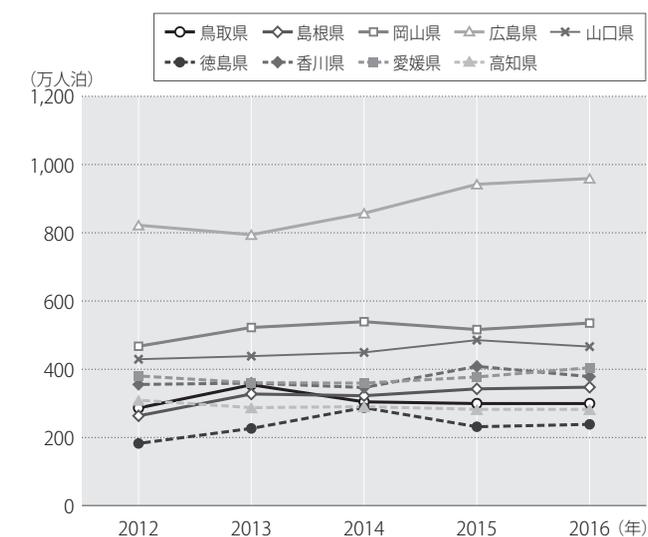
総入込み客数は横ばい、外国人観光客は大幅な伸び
外国人観光客に対応するためのインフラやソフト整備
地域が連携した観光振興

(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、16年1～12月の中国・四国全体の延べ宿泊者数は3,909万人泊、前年に比べ0.7%の微増であった。

県別に見ると、延べ宿泊者数が増加した県は、島根県（対前年比1.4%増）、岡山県（同3.6%増）、広島県（同1.8%増）、徳島県（同2.9%増）、愛媛県（同7.1%増）、高知県（同0.1%増）であった。一方、減少した県は、鳥取県（対前年比0.2%減）、山口県（同3.8%減）、香川県（同7.3%減）であった（図IV-6-1）。

図IV-6-1 延べ宿泊者数の推移（中国・四国）



県	2012	2013	2014	2015	2016
鳥取県	286	354	304	299	299
島根県	263	327	322	342	347
岡山県	467	522	539	516	535
広島県	822	794	857	942	959
山口県	429	438	449	485	466
徳島県	182	226	287	231	238
香川県	355	359	346	408	378
愛媛県	380	360	359	377	404
高知県	309	287	290	282	282

単位：万人泊
資料：観光庁「平成28年宿泊旅行統計調査」をもとに（公財）日本交通公社作成

16年の外国人延べ宿泊者数については、中国・四国全体では202万人泊と、対前年比25.7%増と大幅に伸びた。

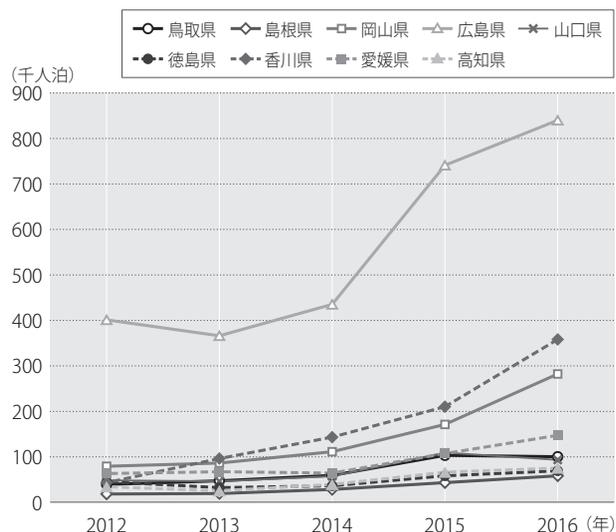
伸び率の高い県順に、香川県（対前年比70.3%増）、岡山県（同65.2%増）、愛媛県（同37.3%増）、島根県（同35.8%増）、徳島県（同19.0%増）、高知県（同14.4%増）、広島県（同13.4%増）

であった。しかし、大きく伸ばした県がある一方、山口県（対前年比15.4%減）、鳥取県（同3.0%減）では減少した（図IV-6-2）。

外国人宿泊者の国籍・地域別の構成では、県により異なる特徴がみられる。最も延べ宿泊者が多い広島県は、一位が米国（13.3%）であり、欧州（18.7%）や豪州（9.8%）の割合も高く、東アジア（韓国、中国、香港、台湾の合計29.3%）ばかりでなく、世界の多くの国から訪れている。

広島県以外の県は東アジア（韓国、中国、香港、台湾の合計）が50%以上を占めている。その中で韓国からの来訪者が最も多いのは鳥取県（39.1%）と山口県（47.5%）、台湾からの来訪者が最も多いのは島根県（20.7%）、岡山県（23.5%）、香川県（26.5%）、愛媛県（29.3%）、高知県（31.1%）、香港からの来訪者が最も多いのは徳島県（32.8%）である。

図IV-6-2 外国人延べ宿泊者数の推移（中国・四国）



県	2012	2013	2014	2015	2016
鳥取県	39	47	59	103	100
島根県	18	19	28	43	58
岡山県	79	86	111	171	282
広島県	401	366	435	741	840
山口県	48	46	57	109	93
徳島県	45	32	36	58	69
香川県	43	96	143	210	358
愛媛県	63	67	64	107	147
高知県	34	25	39	66	75

単位：千人泊
資料：観光庁「平成28年宿泊旅行統計調査」をもとに（公財）日本交通公社作成

(2) 観光地の主要な動き

① 地方・都道府県レベル

● インバウンドへの対応が推進

増加する外国人観光客と受入側の観光施設の会話を援助するために、各県で会話通訳のための24時間対応のコールセンターの開設が相次いでいる。15年度に徳島県、16年度は山口県

(12言語対応)と高知県(4カ国語)で開設した。17年度は岡山県でも開設の予定である。

また、高知県では、県観光コンベンション協会が飲食店向けに4カ国語対応の翻訳サイトを開設した。外国人客向けのメニューづくりを行う際、料理名を入力すると4カ国語に変換し写真を添えてレイアウトしてくれる。さらにこうした多言語メニューを揃える飲食店を外国人に紹介するサイト「dining Kochi Japan」も同時に立ち上げた。

その他に、徳島県警では、外国語で道案内などを行う警察官チーム「徳島ツーリズムポリス」を導入した。英語や北京語など外国語に堪能な警察官9名が、阿波踊り等イベント時に活動する。

●クルーズ船寄港数の大幅増加と港湾の改修

中国地方5県では、中国地方の行政機関や旅行会社等が中心となって「中国地方クルーズ振興協議会」を設立し、クルーズ船の誘致を行っている。16年の中国地方へのクルーズ船の寄港数は147回、主な寄港地は境港(鳥取県)33回、広島港(広島県)47回、下関港(山口県)17回で、それぞれ前年に比べ約1.4倍の寄港数となった。特に山口県では、市町などと連携して県独自に「クルーズやまぐち協議会」を14年度に設立して、クルーズ船の誘致を行っているほか、大型船に対応した港湾の改修工事を岩国港と下関港長州出島で進めている。

16年の四国地方へのクルーズ船の寄港数は過去最多の56回(前年の1.5倍)で、クルーズ船で訪れた外国人は5.5万人(前年比12倍以上)に上った。その内、10万トン以上の大型船の寄港は高知新港17回、徳島小松島港2回であった。高知新港では外国客船の寄港増加を受け、外国人観光客の税関・入国管理局・検疫を行うターミナル施設を18年度を目途に新設する。

寄港増加の要因は、九州の港のキャパシティ満杯により、特に中国からの短期間クルーズの寄港地として、中国四国地方が選ばれるようになったことが大きいと思われる。

●民泊の動き～シームレス民泊～

徳島県では、国が民泊設置要件を緩和したことを受け、普段はお遍路さんなど観光客が宿泊し、災害時には避難所の機能を果たす「シームレス民泊」を推進するため、条例化に向けた検討を行っている。そのような中で、阿南市では、宿泊施設が少ない四国霊場21番札所・太龍寺と22番札所・平等寺周辺の住民が市と連携して推進協議会を設立、シームレス民泊整備に取り組み、その第1号「坊主の宿」が17年4月にオープンした。

●サイクリングによる観光振興

サイクリングによる観光振興を積極的に進めている中国四国地方では、16年度も様々な広域連携が行われた。

鳥取、島根、広島、愛媛の4県は、鳥取県の大山から「中国やまなみ街道」、「瀬戸内しまなみ海道」など四つのコースをつなげ、道後温泉松山市に至る、全長約380kmのサイクリングマップを作製した。

広島県尾道市と愛媛県今治市は、「しまなみ海道サイクリングコース」に、サイクリング時間の目安やトラブル発生時の位置確認などに活用でき、基準施設からの距離を示す英語併記の表示板を設置した。

香川県東かがわ市、徳島県鳴門市、兵庫県南あわじ市は、3市をつなぐサイクリングのモデルコースを設定し、17年度の利用開始を目指す。淡路島と四国をつなぐ大鳴門橋は自転車の通行ができないため、淡路島を訪れたサイクリストが四国へ移動できないことから、鳴門から南あわじへの定期バスに合わせ、自転車運搬用のトラックを運行させることで、四国へ呼び込むこととした。

10年にしまなみ海道で広島県尾道市が初めて導入したサイクリストの道しるべ「ブルーライン」は、海道がつながる愛媛県では13年から整備を進め、16年度に県内全てのサイクリングロードで完了した。高知県でも順次整備する方針である。

山口県は、16年4月に「サイクル県やまぐち推進協議会」を設置し、県全体でサイクルスポーツの振興と交流人口拡大を図る「サイクル県やまぐちProject～やまぐち自転車旅～」を進めている。16年度はサイクリングルートの検討、サイクルエイドなどサイクリングの環境整備、国内最高峰のJプロツアーの大会開催などを行った。

四国4県で掲げた「サイクリングアイランド構想」をもとに、愛媛県が筆頭となり、11日間かけて四国を周遊するサイクリングルート「四国一周1000キロルート」を設定した。

●鳥取中部地震の風評被害払拭策

16年10月21日に起きた「鳥取中部地震」の影響で、鳥取県内の宿泊施設や観光施設では多数の予約キャンセルが発生、その上新規の予約も入らない状態が続いた。これを受け、風評被害を払拭し、観光需要の早期回復を図るため、11月早々には、大手旅行会社による宿泊施設内で利用できるお買い物券を進呈するプランの発売や、航空会社による県内～東京路線の一部便の割引、大阪、岡山、広島と県内温泉地との直通バスの割引、大手旅行会社による「ふっこう割」クーポン券配布など、地域の予算を利用した独自の復興策が実施された。

さらに、1月からは、国の支援として観光庁による「鳥取応援プログラム」が実施された(表IV-6-1)。

表IV-6-1 観光庁「鳥取応援プログラム」の概要

国内旅客誘客に向けた取組み
①「とっとりで待っとなりますキャンペーン」
②旅行会社による旅行商品販売促進支援
③地域資源を活用した観光地魅力創造事業による支援
④メディア招請
海外旅客誘客に向けた取組み
①広域観光周遊ルート形成促進事業による支援
②日本政府観光局(JNTO)による訪日プロモーション
③ビジット・ジャパン地方連携事業による支援
④宿泊施設、公共交通サービス、外国人観光案内所等に対するインバウンド受入環境整備支援

資料：観光庁「鳥取応援プログラムについて」をもとに(公財)日本交通公社作成

●「せとうちDMO」が『STU48』を支援

瀬戸内エリアの観光ブランド価値の向上を目指す「せとうちDMO」((一社)せとうち観光推進機構及び(株)瀬戸内ブランドコーポレーション)は、瀬戸内に誕生するAKB48姉妹グループ

『STU48』の活動が、瀬戸内エリアの認知拡大と地域活性化や事業連携の可能性が期待されることから、『STU48』の取組み全般への支援を行うことを決定した。

具体的には、瀬戸内ブランドコーポレーションが(株)STU(『STU48』の運営会社)への資本金出資、及び「せとうちDMO」の機能を活用した支援(劇場船運航などに際しての各自治体との調整等瀬戸内エリアでの活動サポート、『STU48』ブランドを活用した地域コンテンツ開発事業など)を行う。

②広域・市町村レベル

●瀬戸内国際芸術祭の開催

現代アートの祭典「瀬戸内国際芸術祭2016」(同実行委員会主催)が春、夏、秋の3期間、瀬戸内海に浮かぶ12の島と2つの港(直島/豊島/女木島/男木島/小豆島/大島/犬島/沙弥島(春のみ)/本島/高見島(秋のみ)/栗島(秋のみ)/伊吹島(秋のみ)/高松港・宇野港周辺)を舞台に開催され、34の国と地域のアーティスト226組による206作品や37公式イベントが公開された。

10年に始まり、3年に1度開催され、今回第3回となるこの芸術祭は、下記の3つを重点テーマに開催された。

①瀬戸内の「食」を味わう食プロジェクト…「瀬戸内『食』のフラム塾」の開催を軸に、食に焦点を当てた作品づくり、瀬戸内の食材を活かした食の提供や情報発信を行った。

②海でつながるアジア・世界との交流…「瀬戸内アジア村」タイファクトリーマーケット、アジア・パフォーミング・アーツ・マーケット・イン・セトウチ2016、瀬戸内アジアフォーラムの3プロジェクトが開催された。

③地域文化の独自性発信…今回は特に「盆栽」と「獅子舞」の魅力幅広く発信した。

来訪者アンケートから、来訪者の居住地は、地元(香川、岡山県)が40.7% 県外(香川、岡山県以外)が45.9% 外国が13.4%(内訳:台湾37.2%、香港13.8%、中国11.4%、フランス6.2%)であった。また、リピーターが40.9%を占め、県外(香川、岡山県以外)の平均滞在日数は2.72日であった。評価は、「とても良い」「まあ良い」が95.3%と満足度は大変高かった。

島民アンケートからは、地域活性化に72.1%の島民が「役にたった」、65.0%の島民が「また開催して欲しいとの結果を得た。さらに、会場ではない周辺地域(自治体や観光施設、商店街等)においても、芸術祭開催に合わせて様々なイベントが多数開催さ

表IV-6-2 瀬戸内国際芸術祭2016の来場者数

		来場者数(人)	
総来場者数(イベントを除く)		1,040,050	(100.0%)
期間別内訳	春: 3/20~4/17 (29日間)	254,284	(24.4%)
	夏: 7/18~9/4 (49日間)	401,004	(38.6%)
	秋: 10/8~11/6 (30日間)	384,762	(37.0%)
会場別内訳	直島	257,586	(24.8%)
	豊島	154,713	(14.9%)
	小豆島	155,546	(15.0%)
	高松港	122,555	(11.8%)
	その他(9島1港)	349,650	(33.6%)

資料:北川フラム/瀬戸内国際芸術祭実行委員会監修「瀬戸内国際芸術祭2016」をもとに(公財)日本交通公社作成

れ、それらにも芸術祭に訪れた観光客が多く訪れており、相乗効果をもたらしたと言える(表IV-6-2)。

●奥四万十博の開催

これまで観光面では連携が弱かった高知県高幡地域(須崎市、高岡郡中土佐町、四万十町、梶原町、津野町)が参加した「2016奥四万十博」が4/10~12/25まで開催された。「四国カルストから土佐の大海原へ」をコンセプトに、地域を一つのパビリオンに見立て、自然や食、歴史文化を発信した。行政や商工観光の関係者らで作る推進協議会が中心となり、15年から体験メニュー(四万十川での川下りや源流点散策、森林セラピーウォーク、カツオのたたき作りなど約80種類)の掘り起こし・磨き上げや県内外への広報などに取り組んできた。

「奥四万十博」では、既存のイベントや祭も一体的にPRした他、同時期に愛媛県南予地方で開催した「えひめいやしの南予博」の関連行事として、国道381号線を走るサイクリングイベント「四万十・南予横断2リバービューライド」も実施した。

推進協議会のまとめでは、期間中の観光入込数は226.2万人(同期過去3年間の平均より8%増)、体験プログラム参加者は約2.5万人(79%増)であった。意欲ある事業者や団体の取組みに成果が出たことで自信につながり、体験プログラムのほとんどが来年以降も継続される見込みである。

●えひめいやしの南予博2016の開催

「南予」を「道後」「しまなみ」に続く愛媛のブランドとして確立することを目標に、南予地域(宇和島市、八幡浜市、大洲市、西予市、内子町、伊方町、松野町、鬼北町、愛南町)と伊予市の10市町において、3/26~11/20までの約8カ月間、「えひめいやしの南予博2016」が開催され、自主企画プログラム(南予いやし体験プログラム)支援事業や、「食・食文化」「サイクリング」「アウトドア」「文化・芸術」をテーマにした広域コアイベント等を展開した。

この博覧会により、地域住民自らが企画する「南予いやし体験プログラム」が、117企画も誕生したり、アウトドアや町歩きなどの着地型旅行を担う民間事業者の動きが各地で活発化するなど、地域主体の観光まちづくりの取組みが進展した。

●道後温泉本館改修工事と「道後オンセナート2018」

道後温泉本館(愛媛県松山市)改築120周年の大還暦を迎えたことを記念して14年に開催したアートフェスティバル「道後オンセナート2014」をきっかけに、道後温泉では通年でアート事業を展開している。15年には蜷川実花、16年には山口晃をメインアーティストに「道後アート」を実施した。17、18年は、4年ぶりに「道後オンセナート2018」(テーマ:「アートにのぼせろ~温泉アートエンターテイメント~」)を開催することが17年2月発表された。愛媛国体前の17年9月に「道後温泉別館 飛鳥の湯泉(ゆ)」が開館予定ではあるものの、18年4月以降に道後温泉本館の耐震改修工事を行うことになっているため、オンセナートを松山全体の活性化につなげたいとしている。

●大山開山1300年に向けた動き

鳥取県は、大山圏域の観光を総合的に振興する部局横断の「大山振興室」を16年10月に設置した。18年の「大山開山1300

年祭」の実行委員会事務局機能も担う。日本遺産「大山牛馬市」「国立公園満喫プロジェクト」などの施策も展開しながら、圏域内の様々な素材を誘客に活用し、国内外に情報発信していく。

大山寺地区では、自治体、観光協会、地域事業者が出資し、大山寺参道の観光まちづくり会社「栲さんどう」を16年春に設立、大山開山1300年に向けた「大山にぎわいプロジェクト」(大山寺参道にいわゆる道の駅の機能を持つ「山の駅(仮称)」の整備など)を推進している。

●原爆ドームの劣化防止強化のための基金を開始

広島市の広島平和記念資料館(原爆資料館)には15年度、約150万人(前年度比13.8%増、うち外国人約34万人(同44.6%増))が訪れた。しかし、原爆ドームは内壁を鋼材で支えているものの壁にひび割れが起きるなど老朽化が目立ち、巨大地震で崩落する恐れもあるため、広島市は16年度、追加工事を行った。このような状況から、市は永久保存や遺品など被爆資料の劣化防止を強化するために、16年度から原爆資料館の入館料を大人50円から200円、高校生と65歳以上は30円から100円へと大幅値上げをした(中学生以下と修学旅行生は無料のまま)。市は今回の値上げで年約1億2,800万円の増収を見込み、相当額を「広島市原爆ドーム保存事業等基金」に積み立て、被爆の実相を守り、広め、伝える事業に活用していく。

●宮島で「入島税」導入可能性を検討

廿日市市・宮島への15年の来島者は402万人とこの10年間で100万人以上も増加した。そのため、トイレや外国人対応の案内板の不足など、激増する観光客への対応が追いついておらず、また、厳島神社のみならず宮島全体の自然・歴史・文化の保全も重要な課題となっている。

そこで、観光地としての質的向上を図るための財源として、「入島税」(法定外目的税)の導入の可能性を、市は検討委員会を設置し検討してきた。16年11月にその報告書を市長に提出した。報告書に示した2パターンの「入島税」導入は法的には可能、その意義や必要性も認めるとした一方で、公平性や徴収方法ではさらに議論が必要であり、住民や観光客の理解が得られる制度にするべきとの課題も記載された(表IV-6-3)。

表IV-6-3 課税方法・徴収方法の検討

【パターン1】宮島への来島者に対する課税
徴収方法：フェリー乗客から専用ゲートで徴収 課題：・生活航路としての利用者(特に島民)の理解と納得 ・個人船等による来島者は課税対象外となり、不公平
【パターン2】島内の観光入込施設を利用するものに対する課税
徴収方法：寺社など観光施設の入場料に上乗せ 課題：・施設を利用しないものとの公平性 ・課税対象となる施設の明確化の必要性 ・課税対象施設の利用回数による負担額の差

資料：廿日市市法定外目的税導入検討委員会「廿日市市法定外目的税導入検討結果報告書」をもとに(公財)日本交通公社作成

●水木しげるロードのリニューアル

鳥取県境港市は、ゲゲゲの鬼太郎など妖怪像が並ぶ「水木しげるロード(水木しげる記念館～JR境港駅前)のリニューアル工事を17年1月に着工した。車道の1車線・一方通行化とスラロ

ーム(蛇行)化により、歩道を拡幅、休憩スペースのある快適で安全な歩行空間を作り出す。また、妖怪像の再配置と新たなブロンズ像18体設置も行う。工期は通行や観光に支障がないように4工区に分けて行い、18年7月の完成を目指している。

●松江城・城攻め体感ツアーの商品化

松江市と松江観光協会は、松江城で、戦国時代の城攻めを疑似体験する旅行商品「鷹の爪団のSHIROZEME体感ツアー」を17年4月から始める。これは15、16年にイベントとして開催し好評だった「鷹の爪団のSHIROZEME in 国宝松江城」(以下「SHIROZEME」)の内容を再編・定番化し、新たに観光商品として売り出すものである。

アニメ「秘密結社鷹の爪」を制作する柊ディー・エル・イーや、松江市、山陰中央テレビ、松江観光協会等で構成される「鷹の爪団のSHIROZEME in 国宝松江城」実行委員会が主催した「SHIROZEME」は、国宝松江城の城跡を活用して戦国時代さながらの体験ができる画期的なアトラクションイベントとして、また今後のインバウンドコンテンツのモデルにもなることが評価され、16年6月に第2回JACEイベントアワードの最優秀賞・経済産業大臣賞(イベント大賞)を受賞している。

●長門湯本温泉の再整備構想を策定

山口県長門市は、長門湯本温泉の再生を目的に、総合リゾート運営会社星野リゾートと協働し、「長門湯本温泉観光まちづくり計画」を16年8月に策定した。温泉街の中心部を中核エリアとし、継続的に魅力が生まれる好循環な温泉街へ再生し、全国トップ10に入る人気温泉地を目指す。また、星野リゾートは、19年度中に湯本温泉の老舗旅館跡地に温泉旅館のオープンを目指している(表IV-6-4)。

表IV-6-4 長門湯本温泉観光まちづくり計画の概要

計画のサブタイトル	地域のタカラ、地域の子カラで湯ノベーション
魅力的な温泉街が有する6つの要素	
風呂(外湯)	歴史的に趣の異なる2つの外湯「恩湯」「礼湯」。
食べ歩き	魅力的な食材が存在。
文化体験	萩焼深川窯の伝統と評価の高い芸術性。観光客にとって大きな魅力。
そぞろ歩き(回遊性)	飽きさせない魅力を戦略的に配置する。
絵になる場所	「長門湯本温泉と言えばココ」という風景を作り込む。
休む・佇む空間	親水性の高い音信川の魅力を最大限に引き出し、佇む空間を演出。
スケジュール	2021(平成33)年度の全体完成を目指す。

資料：山口県長門市「長門湯本温泉観光まちづくり計画の概要」をもとに(公財)日本交通公社作成

(通山千賀子)

IV-7 九州

熊本地震からの観光復興に向け各種取組みが推進
福岡市が宿泊施設増加に向け、
ハイクオリティホテルの建設促進制度や民泊の規制緩和を実施
『「神宿る島」宗像・沖ノ島と関連遺産群」が世界遺産登録

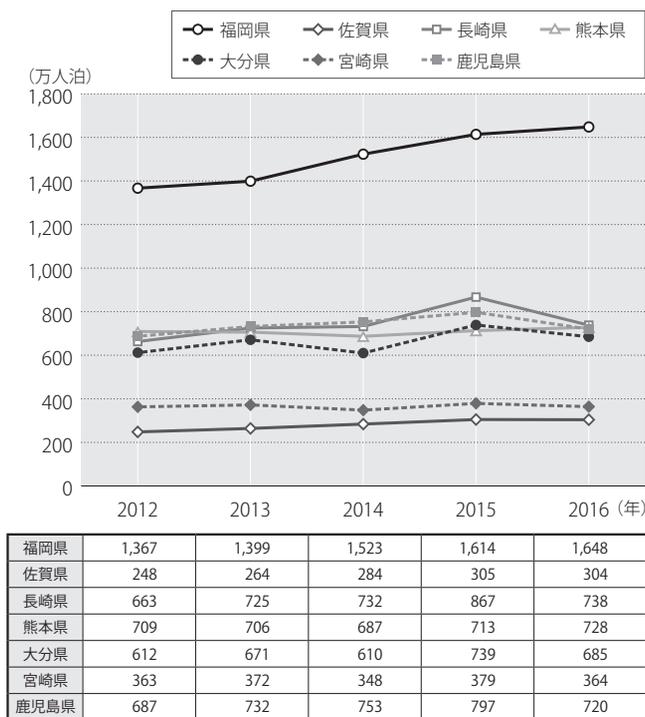
(1) 都道府県レベルの旅行者動向

観光庁「宿泊旅行統計」によると16年1月から12月の九州各県の延べ宿泊者数について、九州全体では5,187万人泊となり、対前年比4.2%減となった(図IV-7-1)。これは16年4月に発生した熊本地震の影響を受けたものと考えられる。

延べ宿泊者数が増加したのは、福岡県(対前年比2.1%増)および熊本県(対前年比2.0%)となった。

一方で、延べ宿泊者数が減少したのは、佐賀県(対前年比0.4%減)、長崎県(対前年比14.9%減)、大分県(対前年比7.3%減)、宮崎県(対前年比3.9%減)、鹿児島県(対前年比9.7%減)となった。

図IV-7-1 延べ宿泊者数の推移(九州)



単位：万人泊
資料：観光庁「平成28年宿泊旅行統計調査」をもとに(公財)日本交通公社作成

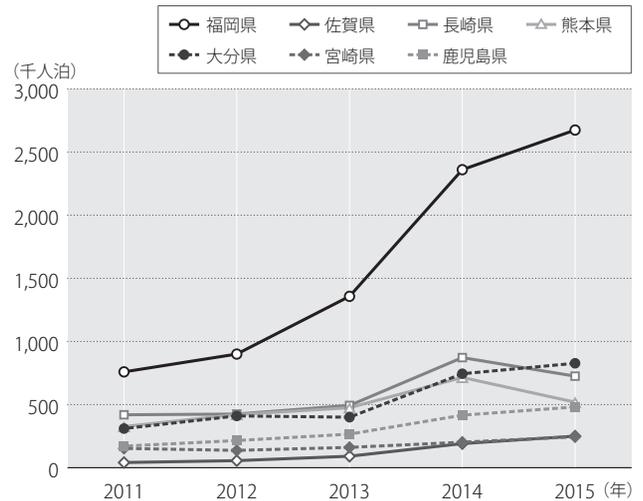
外国人延べ宿泊者数については、九州全体では572万人泊となり、前年比3.5%増となった(図IV-7-2)。

外国人延べ宿泊者数が増加したのは、福岡県(対前年比13.3%増)、佐賀県(対前年比30.6%増)、大分県(対前年比6.9%)、宮崎県(対前年比21.4%増)、鹿児島県(対前年比15.7%)

となった。

一方で、外国人延べ宿泊者数が減少したのは、長崎県(対前年比16.8%減)、熊本県(対前年比27.4%減)となった。

図IV-7-2 外国人延べ宿泊者数の推移(九州)



単位：千人泊
資料：観光庁「平成28年宿泊旅行統計調査」をもとに(公財)日本交通公社作成

(2) 観光地の主要な動き

① 地方・都道府県レベル

●熊本地震の発生と「九州ふっこう割」の実施

16年4月14日に熊本県および大分県で最大震度7、マグニチュード7.3の地震(以下、熊本地震)が発生した。この地震により、九州全体での宿泊キャンセル数は75万人にのぼった。観光庁は16年5月31日に「九州の観光復興に向けての総合支援プログラム」を発表し、当面の観光需要回復に向けた短期的対応として、九州観光支援のための割引付旅行プラン助成制度を創設、180億円の予算を付けた。九州7県は、この交付金を活用した観光キャンペーン「九州ふっこう割」を一般社団法人九州観光推進機構(以下、九州観光推進機構)と連携して実施した(表IV-7-1)。販売方法は、①インターネット販売(九州観光推進機構が、九州各県からの負担金を活用。旅行会社のオンライン旅行商品を助成)、②店舗販売(九州各県が、店舗型旅行会社で販売する旅行商品を助成)、③割引宿泊券(希望する県が、コンビニなどで旅行券の割引販売を実施)として実施した。九州ふっこう割を利用した延べ宿泊者数(人泊数)は約279万9千人(泊)となった。

なお、九州観光推進機構は、九州7県や観光関連事業者と連

表IV-7-1 「九州ふっこう割」の割引率

		割引率	
		熊本県・大分県	その他5県
第1期	7～9月	最大70%	最大50%
第2期	10～12月	最大50%	最大40%

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

携し、九州への支援に対する感謝として17年4月1日より「九州からありがとうキャンペーン」を実施している。

●九州内の高速道路の定額乗り放題プランの実施

西日本高速道路株式会社(以下、NEXCO西日本)は、熊本地震により観光客減少の影響を受けた九州の観光を支援するため、九州の高速道路(関門トンネルを除く)を対象とした「九州観光周遊ドライブパス」を16年7月15日～12月18日の期間に実施した。これは、ETC無線走行が可能な普通車及び軽自動車(二輪車含む)を対象としたもので、①九州エリア乗り放題プラン、②往復料金セットプランの2種を実施した。①九州エリア乗り放題プランは、連続する3日間九州周遊エリア内の走行を定額とし、九州内居住者の周遊を促すものとした。②往復料金セットプランは、連続する4日間、指定の発着エリア(兵庫・大阪、米子・岡山、広島・島根、山口、四国)からの1往復と九州周遊エリア内の走行を定額とするもので九州外居住者の来訪を促すものとした。九州観光周遊ドライブパスの申込みは、18万件を突破し、観光消費額は約130億円の見込みとなった。

●九州観光広報センターの開設

九州観光推進機構は、16年6月1日に「九州観光広報センター」(以下、センター)を開設した。これまでは、広報を専門とした組織がなく各部門で情報発信をしていたが、今後は九州ブランドイメージ確立のため、このセンターにおいて、広報、マーケティング、戦略構築を担当する。同年4月に準備室を設けており、センター立ち上げに先行する形で、熊本地震からの復興状況などを発信する「九州観光復興ポータルサイト」を立ち上げた。

●訪日外国人旅行者向け高速道路周遊割引企画「Kyushu Expressway Pass」の実施

NEXCO西日本は、訪日外国人旅行者向けの企画として「Kyushu Expressway Pass」を16年9月1日より開始した。これは14年および15年の秋に期間限定で実施していた企画を通年企画としたものである。この企画は、指定レンタカー会社が提供するETCカード及び自動車(普通車)を用いて、ETC無線通信により走行する車両を対象とし、NEXCO西日本が管理する九州内の高速道路が定額で乗り放題となる(連続する2日間～10日間までのプランを用意)。

なお、16年9月1日～12月25日の期間は、九州運輸局や九州7県3政令指定都市および九州観光推進機構等が実施した訪日外国人向けキャンペーン「九州ドライブキャンペーン2016」と連携して実施し、期間中の利用実績は7,482件となった。

●「観光王国九州とともに輝く福岡県観光振興条例」の施行(福岡県)

福岡県は、16年10月に「観光王国九州とともに輝く福岡県観光振興条例」を公布・施行。この条例では、九州各県と連携し

て観光振興を図ることにより福岡県の地域ブランドを確立、九州各県と一体となった福岡県の成長発展を図ることを目的としている。条例には、特定広域観光振興法人の経費負担や事業推進の支援、観光振興財源確保の検討として新たな税制の検討、民泊に関する措置を講ずることを求める条項が定められた。

●「『神宿る島』宗像・沖ノ島と関連遺産群」が世界文化遺産に登録(福岡県)

福岡県内の古代遺跡「神宿る島」宗像・沖ノ島と関連遺産群が、16年1月に行われた閣議において世界文化遺産に正式推薦することが決まり、同年9月には国際記念物遺跡会議(以下、ICOMOS)による現地調査を受けた。17年5月には、ICOMOSにより世界遺産一覧表に記載することが適当との評価が出されたが、登録を目指していた8つの構成資産のうち、沖ノ島以外の資産を除外するように勧告を受けた。同年7月には、ICOMOS勧告により除外された構成遺産を含めた8つの構成資産すべてが世界遺産一覧表に記載されることが決定した。

●西日本鉄道株式会社による訪日外国人専用乗車券「Nishitetsu Welcome Ticket」の販売開始(福岡県)

西日本鉄道株式会社(以下、西鉄)は、16年4月25日から訪日外国人専用乗車券の販売を開始した(～16年12月31日の期間は、「Nishitetsu Welcome Ticket」の名称。17年1月6日～3月31日の期間は、「MARUTTO FUKUOKA」の名称)。福岡市内の路線バスを自由に乗降できる「福岡市内1日フリー乗車券」に福岡県内の主要観光地である大宰府や柳川にアクセスできる「西鉄天神大牟田線(太宰府線・甘木線含む)全線1日フリー乗車券」をセットにしたもので、英語・中国語(繁体字・簡体字)・韓国語に対応している。また、購入特典として、西鉄沿線の観光施設や飲食店の割引クーポンやおすすめ観光コースをまとめた「FUN PASS FUKUOKA」のプレゼントを行った。

●「佐賀さいこう! 宿泊割引キャンペーン」の実施(佐賀県)

一般社団法人佐賀県観光連盟(以下、佐賀県観光連盟)は、16年5月16日～7月15日の期間中、第一観光株式会社(福岡市)のサイトで販売する県内宿泊商品に対して、先着2,500名に3,000円の割引販売等を行うキャンペーンを実施した。さらに、九州ふっこう割が16年12月に終了することに伴い、17年1月10日～3月3日に先着2,400名を対象として同様の取り組みを実施した。

●多言語コールセンターでの12言語対応の開始(佐賀県)

佐賀県観光連盟は、15年12月より佐賀県内の宿泊・飲食等の観光情報を掲載した観光アプリケーションおよび24時間無料で利用できる多言語コールセンターを組み合わせた「SAGA TRAVEL SUPPORT『DOGANSHITATO?』」に取り組んでいる。多言語コールセンターは、英語・中国語・韓国語・タイ語でサービスを行ってきたが、2016佐賀熱気球世界選手権や日本磁器誕生・有田焼創業400年等の催しにより様々な国の外国人旅行者の来訪が予想されたことから、16年4月より、ベトナム語・インドネシア語・フランス語・ドイツ語・イタリア語・スペイン語・ポルトガル語・ロシア語を加えた12言語での運用を開始した。

●ディスティネーションキャンペーン「旅さきは、ながさき」の実施(長崎県)

長崎県では、16年10月～16年12月31日にJRグループと長崎県、地元自治体、観光事業者が連携してディスティネーションキャンペーン「旅さきは、ながさき」を県単独で初めて実施した。「明治日本の産業革命遺産 製鉄・製鋼、造船、石炭産業」「日本遺産」、「長崎の教会群とキリスト教関連遺産」「美味感動」、「長崎浪漫」、「ひかりと灯り」の6つのテーマ別にイベントなどを実施した。期間中、公共交通機関ではアクセスが難しい壱岐焼酎の蔵元をめぐる「壱岐焼酎蔵めぐりタクシープラン」の設定や、事前予約不要で定額制の「駅から観タク」を県内に初めて設定するなど、域内交通の改善にも取り組んだ。

●おんせん県おおいた復興キャンペーン「Thankゆ」の実施（大分県）

大分県および公益社団法人ツーリズムおおいたは、熊本地震からの復興を伝える情報発信事業として、東京・大阪・福岡においておんせん県おおいた復興キャンペーン「Thankゆ」を実施した。このキャンペーンは、観光だけでなく農林水・商工のオールおおいたとして実施し、観光PRだけでなく、物産・農産物の販売等も合わせて行われた。

●熊本観光復興会議の開催（熊本県）

熊本県は、熊本地震後の熊本観光の立て直しを図ることを目的として、熊本県副知事を座長とした「熊本観光復興会議」を16年7月と9月に開催。同年11月には、観光産業の基盤整備やインバウンド対応、食の活用、熊本城および阿蘇観光の再生に向けたストーリーづくりなどに対する意見が「熊本地震からの観光の創造的な復興の実現に向けて」としてまとめられた。

●宮崎観光緊急誘客対策事業の実施（宮崎県）

宮崎県は、観光関連産業への影響を最小限に抑えるため、旅行会社等を通じた個人旅行の宿泊割引や、団体旅行向けの旅行企画等への支援を行う宮崎観光緊急誘客対策事業を実施した。個人旅行対策としては、16年6月20日～7月20日まで「じゃらんnet」「楽天トラベル」サイトにおいて、宿泊割引クーポン「夏はやっぱり宮崎!【日本のひなた宮崎県旅行券】」を配布した。

●鹿児島県お得旅事業の実施（鹿児島県）

鹿児島県は、熊本地震の影響で減少した観光客を呼び戻すため、県内観光の旅行料金の一部を助成する「鹿児島県お得旅事業」を実施。16年6月1日～7月31日出発分を対象として、県内に支店を置く旅行会社32社が販売する旅行商品に対し、正規料金の半額（宿泊旅行上限10,000円、日帰り旅行同2,000円）を助成した。対象商品を販売する旅行会社は、助成金を割り引いた額で販売し、売り上げの3%を熊本県に寄付する仕組みとした。

②市町村レベル

●連節バスの社会実験の実施（福岡市）

福岡市と西鉄は共働で、新たな交通システム「都心循環BRT」の形成に向けた取組みを進めている。これは、連節バスの導入や、シンボリックなバス停の整備、鉄道や路線バスの乗り継ぎ強化により、従来のバスよりも速く、時間通りに多くの人を運ぶシステムを目指すものである。その一環として、16年8月8日より

福岡市内の天神・博多・ウォーターフロント（以下、WF）地区間で連結バス2台を運行する試行運行を開始した。16年8月8日～16年10月10日までのSTEP1では、①天神～WF地区、②博多駅～WF地区の2ルートで1日に各6往復運行させた。16年10月25日～17年6月9日までのSTEP2では、博多駅～天神～WF地区を循環させるルートで内回り・外回りともに1日6便運航させた。17年6月からはSTEP3に移行し、循環ルートを内回り・外回りともに1日31便に増便する。

●福岡市ハイクオリティホテル整備事業の制度創設（福岡市）

福岡市は、国際会議の開催件数が国内で2番目に多い都市であるが、MICE参加者等に広く利用される質の高いホテルの供給が不足していることから、「ハイクオリティホテル建設促進制度」を16年12月に福岡市独自制度として創設した。この制度は、24年12月末までに竣工予定で、適用要件を満たしたホテルに対して、インセンティブとして最大50%の容積率緩和を行うものである。

適用要件は、「ゆりのある客室の提供」として、総客室数の1/4以上に原則30㎡の客室を確保すること、「ハイクオリティな施設」として、レストラン・バー・ラウンジ、多言語のコンシェルジュデスク、スパ・フィットネス・クリーニング等の付帯設備2項目以上の設置に取り組むこと、「魅力あるデザイン性に優れたホテル」であることの3つである。17年4月にはこの制度を利用するハイクオリティホテル建設促進制度第一号として、「（仮称）近鉄博多ビル」の計画が発表された。

●旅館業法施行条例の改正による民泊の推進（福岡市）

福岡市では、大型イベントの開催時等に宿泊施設不足が問題となっている。15年12月には大型イベントが実施された期間限定で民泊を試行、17年2月には受験生のための「宿泊相談ホットライン」を設置するなどの対応を行っている。そんな中、福岡市は、16年9月に旅館業法施行条例改正案を可決し、12月から民泊の規制緩和を実施した。これで、福岡市内では旅館業法の許可を得て民泊（簡易宿所の営業許可を取得）の営業が許可されることとなった。また宿泊施設と住居との混在が認められ、例えば分譲マンションの1室で旅館業を営むことが可能となった。フロントの設置が免除された一方で、宿泊施設出入口のビデオカメラの設置（共同住宅の場合は部屋の玄関前）、宿泊施設から10分以内の管理事務所の設置や従業員等による施設の解錠および宿泊者に直接鍵を引き渡すことが義務付けられている。その他、緊急時の連絡先やゴミの処理方法、避難経路などが記載されたマニュアルの整備などが定められている。

●日本初のIoTホステル「&AND HOSTEL」の開業（福岡市）

and factory株式会社と株式会社BIJは、16年8月に福岡市川端商店街内に最先端のIoTデバイスを体験できるホステル「&AND HOSTEL」を開業した。このホテルは、宿泊施設の機能だけでなく、①日本のIoT技術力を世界へ発信するプレゼンテーションの場、②IoTデバイスの技術開発/実証実験の場、③IoTプラットフォーム構築の研究/改善の場の3つの価値を創造することを掲げている。

宿泊者は、施設内で、ルームキーや照明・テレビ等の操作を始

め、快適な入眠や起床を促す室内環境の設定、スマートアイグラスを使ったAR「福岡観光」の予約などが体験できる。一方、IoTデバイスの参画メーカーは、宿泊期間に得られたユーザーデータをフィードバックすることで実証実験の場として活用できる。

●2016佐賀熱気球世界選手権の開催と佐賀バルーンミュージアムの開設（佐賀市）

佐賀市では、16年10月28日～11月6日に「2016佐賀熱気球世界選手権」が開催され、期間中、31の国・地域から186機のバルーンが参加した。熱気球世界選手権は、2年に1度の開催で、佐賀市での開催は1989年、1997年に続き19年ぶり3回目。期間中は、主会場に131万人、市中心部でのイベントに8万人が来訪し、経済効果は114億3,600万円となった。

大会に先立つ16年10月1日には、佐賀市内に国内初の常設型バルーンミュージアム「佐賀バルーンミュージアム」を開設。総事業費は約18億円で、熱気球の操縦を疑似体験できるフライトシミュレーターや歴史や競技の種類などを展示している。

●有田焼400年事業の開催（有田町）

1616年に日本に磁器が伝来してから2016年で400年となることから、様々な有田焼創業400年記念祝祭事業等が行われた。有田焼の新たな需要喚起を図る取組みとして料理人が使う食器を開発するプロジェクトの一環として、16年10月には、プレミアム野外レストラン「DINING OUT with LEXUS」を唐津市内で開催した（15年には有田町で開催）。また、同プロジェクトの一環として、嬉野温泉の2軒の旅館をモデル旅館とした「嬉野温泉旅館との実践型ワークショップ」を行った。ワークショップでは、使い手である旅館事業者と作り手である有田焼事業者が、それぞれ他旅館との差別化を図る器と料理の組合せや旅館・ホテルに対する器の提案スキルを学んだ。

●「肥前やきもの圏」に関連した取組み（佐賀県・長崎県）

16年4月に「日本磁器のふるさと 肥前～百花繚乱のやきもの散歩～」が日本遺産に登録された。同年3月には、佐賀県・長崎県および関係市町等で構成される「肥前窯業圏」活性化推進協議会が設立され、窯業とともに農業など各産地の特性を生かした体験型サービスや、プロモーションビデオ、多言語のホームページの制作等の取組みを進めている。一般社団法人有田観光協会と波佐見観光協会等で構成する「有田・波佐見地域ストーリー協議会」は、両町のタクシー会社4社と協同で、同年9月～17年3月の期間限定で有田町（佐賀県）と波佐見町（長崎県）を結ぶ乗り合いタクシーを運行した。乗降場所は両町合わせて6か所で、大人1,000円で乗降自由とした。

●クラウドファンディングを活用した湯～園地計画（別府市）

別府市は、別府の魅力在国内外に幅広く発信するため「遊べる温泉都市構想」を策定した。その一環として、16年11月に温泉と遊園地を融合させた「湯～園地」計画をYouTubeで公開した。この動画の再生回数が100万回を達成した場合、実際に別府市内に「湯～園地」計画を実施することを公約とし、公開から3日間で100万回以上再生された。この湯～園地計画実現には、税金を一切使わないことを掲げ、17年2月には、クラウドファンディングを利用した資金調達を開始し、目標額1,000万円に対して17

年4月10日締め切り時点で約3,400万円の支援金が集まった。クラウドファンディング終了後も、入場券等を返礼品とする支援を受け付け、17年7月26日時点で81,828,088円の支援となった。同年7月29日～31日には、市内の遊園地「別府ラクテンチ」を貸し切り、期間限定「湯～園地」を実現させた。

なお、「遊べる温泉都市構想」では17年4月に開催された「別府八湯温泉まつり」の湯かけまつりで使用する湯量を従来の10倍にした「湯、ぶっかけまつり」を開催した。さらに、将来的には露天風呂施設「東洋のブルーラグーン」の開設を目指す。

●県境を越えた温泉地の連携「黒川×由布院 夢つなぐ200日」（熊本県南小国町・大分県由布市）

熊本地震発生後、熊本県の黒川温泉（黒川温泉観光旅館協同組合）と大分県の由布院温泉（由布院温泉観光協会）が、今後二つの温泉地をどのようにしていくべきかを議論し、初めての協同事業「黒川×由布院 夢つなぐ200日」が始まった。第1弾として、16年8月には黒川温泉・由布院温泉の両温泉地に連泊すると2泊目が10%割引となる連泊特別値引きプランと、黒川の入湯手形、由布院の人力車（スカーボロ）などを利用した方に両温泉地の対象施設で湯めぐりが可能となる湯巡りチケットをプレゼントする企画を実施した。第2弾・第3弾は、温泉まちづくり会議を開催し、意見交換等を行った。第4弾では、第1弾と同様の「連泊割引」および「湯巡りチケット」の贈呈に加え、「黒川・由布院350のおもてなし」として、旅館組合加盟施設に宿泊した全てのお客を対象に、由布院温泉で取り組まれていた旅の鍵・旅の扉という各種おもてなしサービス（無料）を受けられるカードの配布を行った。

●熊本城修復に向けた「復興城主」の取組み（熊本市）

熊本城は、熊本地震により50か所もの石垣の崩落や重要文化財に指定されている建造物の倒壊など甚大な被害を受けた。熊本市は、37年ごろの復旧・復元を目指しており、その費用は354億円に上ると試算されている。16年11月には、地震後休止していた「一口城主」制度を「復興城主」制度として再開し、従来の制度に加えて復興城主限定ブックレットを贈呈する取組みを始めた。なお、天守閣は19年に復旧を目指しており、復興過程を住民や観光客と共有するために透明性の高い工事用シートで覆われて復旧工事が進められている。

●宮崎市「みやざきに早よ！ 来んね！ キャンペーン」（宮崎市）

宮崎市では、熊本地震による影響を受け、宮崎市の安全と魅力を発信し誘客につなげることを目的として、「みやざきに早よ！ 来んね！ キャンペーン」を実施した。実施主体は、公益社団法人宮崎市観光協会で、16年7月より「みやざきへ早よ！ 来んね！ 券」として宮崎市内宿泊者を対象に飲食施設やタクシー、レジャー施設で利用できるクーポン券を作成。1人1滞在あたり1冊3,000円（500円×6枚綴り）のクーポン券を、先着3万人に配布し、利用期間は16年7月16日～17年1月15日までとした。また、インバウンド対策として、香港の旅行会社に定期直行便（片道）を利用した搭乗者の実績に応じて1人あたり2,000円の航空大値引きや、情報発信事業として新聞や雑誌等に対する情報発信を行った。

（高崎恵子）

IV-8 沖縄

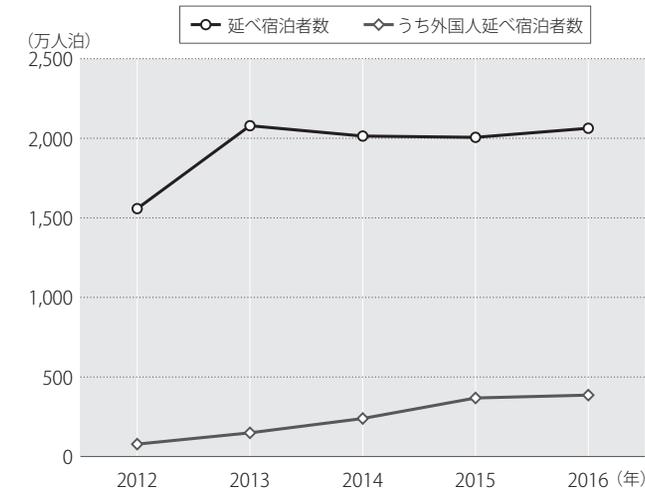
入域観光客数は861.3万人(暦年)で過去最多
 続く外国人観光客数の増加と長期目標数値の見直し

(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16年1~12月の沖縄の延べ宿泊者数は2,063万人泊となり、前年比2.8%増(57万人泊増)となった(図IV-8-1)。

一方、外国人延べ宿泊者数は386万人泊となり、前年比4.9%増(18万人泊増)で、54.3%増(130万人泊増)を示した昨年と比較して伸びは鈍化した。

図IV-8-1 延べ宿泊者数の推移(沖縄)



延べ宿泊者数	1,558	2,079	2,014	2,006	2,063
うち外国人延べ宿泊者数	78	149	239	368	386

資料：観光庁「平成28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、16年(暦年)で861万3千人となり、前年比11.0%増(85.0万人増)と過去最多で、3年連続で10%以上の伸びとなった(図IV-8-2)。

入域観光客数のうち、国内客は653万1千人(前年比4.3%増)、外国人客は208万2千人(同38.7%増)だった(図IV-8-3)。外国人客比率は拡大し続けており、16年は24.2%と観光客全体の約4分の1を占めるまでになった。国籍別に見ると、台湾60万7千人(前年比27.9%増)、韓国43万1千人(同44.8%増)、中国44万9千人(同51.5%増)、香港22万1千人(同16.5%増)、その他37万3千人(同54.1%増)で、比較的、中国と韓国が好調であった。

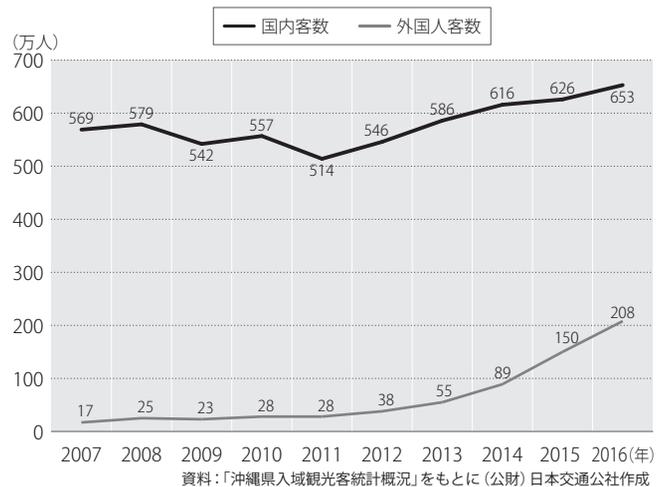
離島の動向をみると、沖縄県八重山事務所が公表している八重山地域の入域観光客数は、16年(暦年)が124万8千人(前年比11.9%増)となり、再び増加に転じた。一方、宮古島市が公

表している宮古島の観光客数も、16年(暦年)が69万3千人となり、前年比37.7%増(19万人増)と好調に推移した。

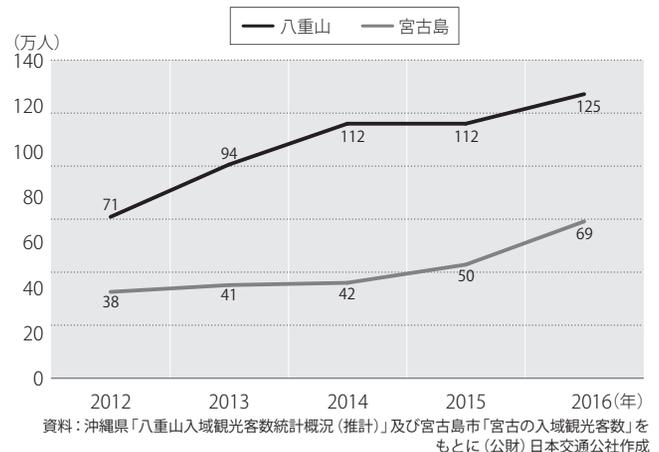
図IV-8-2 入域観光客数と1人当たり観光消費額の推移



図IV-8-3 国内客数と外国人客数の推移



図IV-8-4 八重山地域及び宮古島の入域観光客数の推移



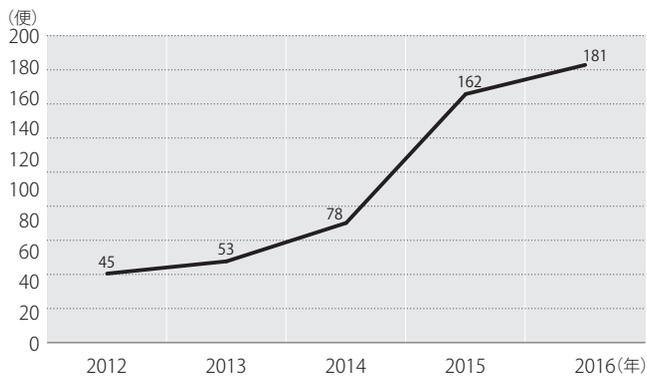
(2) 観光地の主要な動き

外国人客の増加に伴う入域観光客数の拡大を受けて、16年も国際線の増便、宿泊施設及び商業施設等のオープンが相次いだ。また、観光における長期計画である「第5次沖縄県観光振興基本計画」が中間の年を迎えて、2022年における目標数値の上方修正を行っている。

●国際線の増便

調査月が異なるため単純比較はできないものの、16年8月1日現在的那覇空港及び新石垣空港の週当たりの便数は181便で、前年(15年9月1日現在)に比べ11.7%増(19便増)となった(図IV-8-5)。主な内訳は、台北58便(提供座席数13,392席、石垣便を含む)、ソウル45便(同9,264席)、香港27便(同6,651席、石垣便を含む)、上海21便(同5,264席)、釜山10便(同1,725席)などとなっている。

図IV-8-5 那覇空港及び新石垣空港(南ぬ島石垣空港)における国際線(直行便)の便数(週当たり)の推移



資料：沖縄県「観光要覧」をもとに(公財)日本交通公社作成

※2014年までは4月1日時点の便数、2015年は9月1日、2016年は8月1日現在の便数を掲載。

●宿泊施設の開業

16年から17年にかけてオープンした主な宿泊施設(名称変更等によるリニューアルオープンを含む)を表IV-8-1に示す。

外国人観光客をはじめとした宿泊需要の高まりを受けて、16年1月にオープンした「アルモントホテル那覇県庁前」を始め、同年4月オープンの「ホテルグレイスリー那覇」、同月「KARIYUSHI LCH. PREMIUM」、同年12月「アベストCUBE那覇国際通り」、17年6月「JR九州ホテルブラッサム那覇」、同年7月「EXES NAHA」など、那覇市内に多くのビジネス・シティホテルが開業した。また、那覇市内では「スマイルホテル那覇シティリゾート」や「ダブルツリー by ヒルトン那覇首里城」、「Community & SPA 那覇セントラルホテル」、「HOTEL AZAT」など、リブランド・リニューアルによるホテルの更新も相次いだ。

一方、那覇市以外の本島中北部・南部、そして離島地域においても、高価格帯の「ジ・ウザテラス ビーチクラブヴィラズ」(読谷村)、子ども連れ家族をターゲットにした「インギヤコーラルヴィレッジ」(宮古島市)など、様々な形態・価格帯の宿泊施設が供給された。

表IV-8-1 2016年から2017年にかけてオープンした主な宿泊施設

年月	宿泊施設名	所在地	室数
2016年1月	アルモントホテル那覇県庁前	那覇市	157
2月	スマイルホテル那覇シティリゾート(リオープン)	那覇市	226
2月	ベストウェスタンリゾート沖縄恩納ビーチ	恩納村	49
2月	ベストウェスタンリゾート沖縄幸喜ビーチ	名護市	56
3月	ジ・ウザテラス ビーチクラブヴィラズ	読谷村	48
4月	ホテルグレイスリー那覇	那覇市	198
4月	KARIYUSHI LCH. PREMIUM	那覇市	51
4月	カフーリゾートフチャクコンド・ホテルアネックス	恩納村	84
4月	ホテルニラカナイ西表島(旧星野リゾートトリゾナレ西表島)	竹富町	140
6月	シェラトン沖縄サンマリーナリゾート	恩納村	245
7月	ダブルツリー by ヒルトン那覇首里城(旧ホテル日航那覇グランドキャッスル)	那覇市	333
10月	ブルーキャビン石垣島	石垣市	150
10月	ちゅらクル石垣島	石垣市	28
11月	ベッセルホテルカンパナ沖縄 別館	北谷町	163
11月	Community & SPA 那覇セントラルホテル(リオープン)	那覇市	190
12月	アベストCUBE那覇国際通り	那覇市	76
2017年1月	かりゆしコンドミニウムリゾート金武ヤカシーサイド	金武町	18
3月	ホテルWBF石垣島	石垣市	60
4月	HOTEL AZAT(旧ベストウェスタンホテル那覇INN)	那覇市	172
4月	グランヴィリオリゾート石垣島ヴィラガーデン	石垣市	100
4月	ホテルニラカナイ小浜島(リオープン)	竹富町	102
4月	ホテルアラマンダ小浜島(リオープン)	竹富町	60
6月	JR九州ホテルブラッサム那覇	那覇市	218
7月	EXES NAHA(エグゼス ナハ)	那覇市	64
7月	ユインチホテル南城 アネックスビル	南城市	94
7月	インギヤコーラルヴィレッジ	宮古島市	72

資料：新聞記事やホームページ等をもとに(公財)日本交通公社作成

●商業施設の開業

16年から17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等を表IV-8-2に示す。

15年4月開業の「イオンモール沖縄ライカム」や15年8月開業の「瀬長島ウミカジテラス」の規模の大型施設の開業はなかったが、観光が好調な沖縄本島および石垣島を中心に多くの施設が開業した。

特に、那覇市における「RESORT MAGIC NAHA」や豊見城市の「ISLAND MAGIC SENAGAJIMA」、名護市の「ナンマイイ ネイチャーリゾート」、石垣市の「グランピングリゾート ヨーカブシ」など、人気のグランピングを楽しむことのできる施設の

表IV-8-2 2016年から2017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	商業施設名	所在地	概要
2016年3月	石垣島ヴィレッジ	石垣市	石垣港離島ターミナルから徒歩2分。八重山・石垣島ならではの食材をアレンジした飲食店が併設。18店舗が出店。
4月	自然体験型観光施設「ヤンバルランチャー」	名護市	大型四輪駆動車ハマーやバギーで、ガイド付きの自然体験、モトクロスコースの走行が楽しめる自然体験型観光施設。
4月	大宜見シークワサーパーク	大宜味村	県産食材を取り扱う会社が開設。大宜味村で収穫したシークワサーを搾る工場見学や特産品の販売、軽食などを楽しめる。
4月	ザシギリフト「オーシャンスカイ」	宮古島市	シギリリゾート内に設置された沖縄初のベアリフト。全長283mで、小高い丘から海までの13分間の空中散歩を楽しめる。
9月	トゥクトゥク・ステーション 那覇国際通り店	那覇市	東南アジアで日常利用されているトゥクトゥク(三輪タクシー)のレンタカー店舗。公道での走行が可能で、普通免許保持が必要。
9月	ブルーシールアイスパーク	浦添市	ブルーシール牧港本店の隣にオープンしたアイスのテーマパーク。歴史展示ゾーン 飲食スペースを備え、オリジナルのアイスバー作り体験などもできる。
10月	グランピングリゾート ヨーカブシ	石垣市	石垣市で初となるグランピング施設。かつての宿泊施設を改装、屋外レストランにヴィラ・コンドミニウムタイプの宿泊施設を併設。
10月	ナンナムイネイチャーリゾート	名護市	名護市にオープンしたグランピング施設。約1haに及ぶ敷地面積はキャンプ場としても県内最大級。レストラン・ホテルも併設。
2017年1月	ギノザリゾート「美らの教会」	宜野座村	本島東海岸に位置する沖縄最大級を誇るウェディング施設。ガラス張りが特徴的なチャペルに、パーティールーム、フォトスタジオなどを併設。
1月	PANZA Okinawa (シェラトン沖縄サンマリーナリゾート内)	恩納村	全長250mのジップライン「MegaZIP」と高さ13mから地上へダイブする「GoFALL」が楽しめる施設。宿泊者以外も利用可能。
4月	730court	石垣市	ユーグレナモールに隣接。石垣港離島ターミナルから徒歩3分。飲食店や土産品店などが出店する複合型商業施設。
5月	RESORT MAGIC NAHA (波の上みそら公園内)	那覇市	波の上みそら公園内にオープンしたバーベキュー場。手ぶらでバーベキューを楽しめる。
6月	ISLAND MAGIC SENAGAJIMA	豊見城市	瀬長島のホテル、温浴施設に近接してオープンしたグランピングとバーベキューが楽しめる施設。キャンピングカーへの宿泊も可能。

資料：新聞記事やホームページ等をもとに(公財)日本交通公社作成

開業が相次いだ。

(3) 2017年度の観光の目標および2022年度の目標

県が発表した「平成29年度ビジットおきなわ計画」によると、17年度の観光収入は7,504億円(前年比13.6%増)、観光客1人当たり県内消費額は79,000円(同4.9%増)、平均滞在日数は3.88日

(同0.17日増)、人泊数は2,734万人泊(同15.0%増)、入域観光客数は950万人(同8.3%増のうち外国人観光客数は265万人(同24.4%増、同52万人増)の達成を掲げている(表IV-8-3)。最も重要な目標に掲げる観光収入を伸ばすため、好調な観光客数の伸び、特に外国人観光客数の伸びに大きな目標数値を掲げ、消費額と滞在日数については比較的控えめな設定となっている。

なお、沖縄県の中長期的な観光振興の基本的な方向を示す「第5次沖縄県観光振興基本計画」が16年度に中間見直しの年度を迎え、過去5年の実績値および県内外の諸環境を踏まえて、22年度に掲げる達成目標の見直しが行われた。それによると、観光収入は1.1兆円(12年度策定時より10.0%増)、観光客1人当たり消費額は93,000円(同7.0%減)、平均滞在日数は4.5日(同10.0%減)、人泊数は4,200万人泊(同4.3%増)、入域観光客数は1,200万人(同20.0%増)と、特に観光客数についての目標値の上方修正が大きい形となった。

(中島泰)

表IV-8-3 2017年度の数値目標

項目	対象	目標値	前年度比	実績値(平成28年度)
観光収入	全体	7,504億円	13.6%増	6,603億円
	うち国内	5,275億円	6.3%増	4,964億円
	うち空路海外	1,872億円	33.3%増	1,404億円
	うち海路海外	357億円	51.9%増	235億円
観光客1人当たり県内消費額	全体	79,000円	4.9%増	25,297円
	うち国内	77,000円	3.0%増	74,763円
	うち空路海外	117,000円	19.3%増	98,097円
	うち海路海外	34,000円	1.0%増	33,656円
平均滞在日数	全体	3.88日	0.17日増	3.71日
	うち国内	3.94日	0.16日増	3.78日
	うち空路海外	5.50日	0.79日	4.71日
人泊数	全体	2,734万人泊	15.0%増	2,377万人泊
	うち国内	2,014万人泊	9.1%増	1,846万人泊
	うち空路海外	720万人泊	35.6%増	531万人泊
入域観光客数	全体	950万人	8.3%増	877万人
	うち国内	685万人	3.2%増	664万人
	うち海外	265万人	24.4%増	213万人

資料：「平成29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

表IV-8-4 2022年度の数値目標

項目	対象	16年度改定	修正幅	12年度策定時	
観光収入	全体	1.1兆円	10.0%増	1兆円	
観光客1人当たり県内消費額	全体	93,000円	7.0%減	100,000円	
	平均滞在日数	全体	4.5日	10.0%減	5.0日
	人泊数	全体	4,200万人泊	4.3%増	4,027万人泊
うち国内		3,200万人泊	1.5%増	3,152万人泊	
うち空路海外		1,000万人泊	14.3%増	875万人泊	
入域観光客数	全体	1,200万人	20.0%増	1,000万人	
	うち国内	800万人	増減なし	800万人	
	うち海外	400万人	100.0%増	200万人	

資料：「第5次沖縄県観光振興基本計画」(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

IV-9 自然

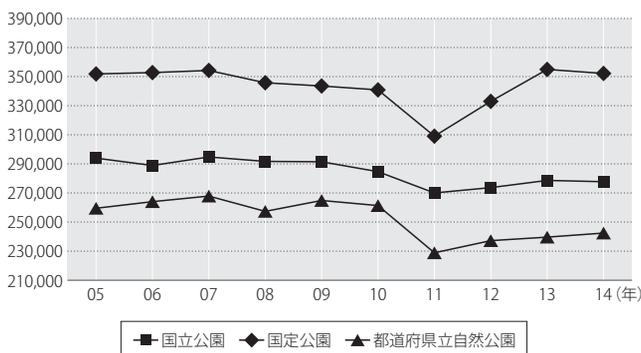
—自然、都市ともに公園の利活用に向けた取組みが活発化
—鹿児島県、沖縄県での国立公園、世界自然遺産などに関する動きが進展

1. 自然公園法に基づく公園の動向

① 利用者の推移

14年の自然公園全体の利用者数は8億7,236万人(対前年比99.9%)であり、ほぼ横ばいである。これを公園種別に見ると国立公園(31ヶ所)は3億5,218万人(同99.2%)、国定公園(56ヶ所)は2億7,773万人(前年比99.7%)、都道府県立自然公園(314ヶ所)は2億4,242万人(前年比101.2%)であった(図IV-9-1)。国立公園ごとに見ると、10%以上の増減があったのは、利尻礼文サロベツ国立公園(89%)、尾瀬国立公園(81%)、小笠原国立公園(75%)、南アルプス国立公園(56%)、伊勢志摩国立公園(83%)、大山隠岐国立公園(87%)、西表石垣国立公園(同114%)であった。

図IV-9-1 自然公園の利用推移(05-14年、10年間)(単位:千人)



資料: 自然公園等利用者数調(環境省)

国立公園に関しては、外国人利用者数の推計も行われている。15年の外国人利用者数は4,902千人であった。そのう

表IV-9-1 国立公園の訪日外国人利用者数(15年、上位10)

国立公園名	15年	16年(暫定値) ^{※2}
1 富士箱根伊豆国立公園	2,341千人	2,577千人
2 支笏湖洞爺国立公園	688千人	827千人
3 阿蘇くじゅう国立公園	682千人	675千人
4 中部山岳国立公園	338千人	351千人
5 瀬戸内海国立公園	296千人	310千人
6 上信越高原国立公園	214千人	265千人
7 日光国立公園	190千人	241千人
8 霧島錦江湾国立公園	71千人	79千人
9 大雪山国立公園	64千人	83千人
10 阿寒国立公園	63千人	58千人
合計(実利用者数)	4,902千人	5,457千人
訪日外客数全体 ^{※1}	19,737千人	24,039千人

※1 出典: 日本政府観光局「訪日外客数」※平成28年1~10月の数値は暫定値、11月、12月の数値は推計値
※2 15年度上位10位以内であった各国立公園の16年度利用者数であり、16年度の順位ではない。
資料: 国立公園別訪日外国人利用者推計値等(環境省)をもとに(公財)日本交通公社作成
資料: 環境省資料より(公財)日本交通公社作成

ち、最も多い国立公園は、富士伊豆箱根国立公園の2,341千人、次に支笏湖洞爺国立公園の688千人、阿蘇くじゅう国立公園の682千人であった。

② 新規指定及び公園区域の拡張

16年度に新規に指定された公園は、国立公園は2件、国定公園は1件であった。また、国定公園の指定が1件解除されたことにより国立公園は、34箇所、国定公園は56箇所となった。

表IV-9-2 自然公園指定数の推移(08-17年、10年間)

	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17 ^{※2}
国立公園	29	29	29	29	30	30	31	32	33	34
国定公園 ^{※1}	56	56	56	56	56	56	56	56	57	56

※1 国立公園への格上げ・編入を除く

※2 17年3月まで

資料: 自然公園等利用者数調および環境省資料より日本交通公社作成

● 西表石垣国立公園区域の拡張

西表石垣国立公園(沖縄県)は、16年2月23日付で中央環境審議会(第29回)より答申を受けて、4月15日付けで大規模拡張されることとなった。

今回の公園区域の変更で、西表島特有の生態系並びに風致景観の保全強化、来島者の増加により近年顕在化しつつある一部地域の過剰利用に伴う自然環境の改変に対応するため、西表島の全域に公園区域が拡張されるほか、沿岸海域のうち、多種多様で良好なサンゴ群集が広がるサンゴ礁海域、豊富な底生生物が生まれイリオモテヤマネコの生息環境としても重要な干潟など、海域景観及び生物多様性の保全上重要な公園地区が拡張された。

また、石垣島北部の平久保半島において、サガリバナ群落地とその周辺地域について、一体的な保護と適正利用の推進を図るため、公園区域に編入・拡張された。

● やんばる国立公園の新規指定

やんばる国立公園(沖縄県)は、16年6月20日付けで中央環境審議会(第31回)より答申を受けて、国内33箇所目の国立公園として9月15日に新たに指定された。沖縄島北部地域(通称:やんばる)を公園区域とし、分割・再編や拡張でない国立公園の新規指定は14年3月の慶良間諸島(沖縄県)以来の約2年半ぶりであった。

同公園の特徴を表したテーマは、「亜熱帯の森やんばる—多様な生命育む山と人々の営み」に設定。多くの固有種が集中して分布する国内最大規模の亜熱帯照葉樹林の生態系、雲霧林、溪流植物群落などの河川生態系、石灰岩地特有の動植物、マングローブ生態系といった多様な生態系が複合的に一体となった景観が評価された。

●奄美群島国立公園の新規指定

奄美群島国立公園（鹿児島県）は、16年12月26日付けで中央環境審議会より答申を受けて、17年3月7日付けで新たに指定された。

同公園の特徴を表したテーマは「生命にぎわう亜熱帯のシマ～森と海と島人の暮らし～」に設定。多くの固有種が集中して分布する国内最大規模の亜熱帯照葉樹林の生態系、自然性の高い河川景観、干潟・マングローブ生態系、サンゴ礁生態系といった多様な生態系が複合的に一体となった景観が評価された。

また、当該指定に併せて、既に指定されている奄美群島国定公園の一部地域が本国立公園に編入され、国定公園の指定が解除された。

●京都丹波高原国定公園の新規指定

京都丹波高原国定公園は、16年2月23日付けで中央環境審議会（第29回）より答申を受けて3月25日に57番目の国定公園に指定された。公園区域は、京都市、綾部市、南丹市及び京丹波町にまたがり、面積は68,851haである。

森林生態系や河川生態系等の多様な生態系が文化的景観と相まって雄大で美しい景観を有し、傑出性が高い風景地といえると評価され、今回新規に指定された。

同公園は、スギやブナなどの原生的な自然林及びそれに隣接する比較的自然性の高い二次林により形成される森林生態系、希少かつ多様な魚類を育む河川生態系等の多様な生態系を有し、テーマは、「森の京都～森・川・里に守り継ぐ自然と文化」とされている。

●甕島国定公園での管理運営計画の策定

鹿児島県は、15年3月に指定された甕島国定公園の管理運営業務の一層の徹底を図るとともに、地域の多様な関係者と公園の目指すべき姿や将来目標、公園の保護と利用の推進すべき方向性について共通認識を持ち、公園の適正な保護及び利用の推進を図ることを目的として「甕島国定公園管理運営計画」を策定した。地域関係者との協働による計画策定は、国定公園としては全国初である。

③国立公園満喫プロジェクト

環境省は、16年3月30日に政府がとりまとめた「明日の日本を支える観光ビジョン」に基づき、日本の国立公園を世界水準の「ナショナルパーク」としてのブランド化を図ること

表Ⅳ-9-3 国立公園満喫プロジェクトステップアッププログラム2020 選定8公園における取組例

公園名称	【選定のポイント】コンセプト	取組方針
阿寒国立公園	【観光立国ショーケース、エコツーリズム全体構想】 火山と森と湖が織りなす原生的な自然を堪能する	自然の保護を大前提とした新たなアプローチによるアクティビティ、上質で心地よい滞在空間の創出、アイヌ文化の体感などの推進により原生的な自然の世界を堪能
十和田八幡平国立公園	【震災復興、温泉文化】 みちのくの脊梁～原生林が彩る静謐の湖水、息づく火山と奥山の湯治場～	原生自然を堪能する多彩な登山道、昔ながらの趣ある温泉文化を楽しむ。廃屋などの景観を阻害する施設を撤去する“引き算”の景観改善により、魅力的な利用拠点にリニューアル
日光国立公園	【欧米人來訪の実績】 NIKKO is NIPPON 自然・歴史・文化美しい「日本」を感じられる東京圏のプレミアムリゾート	上質なホテルの進出も見据えつつ、世界文化遺産「日光の社寺」、旧大使館別荘、ロイヤルリゾート「那須高原」など日本の歴史・文化を堪能できるように、公共施設を民間開放
伊勢志摩国立公園	【伝統文化、エコツーリズム全体構想】 悠久の歴史を刻む伊勢神宮 人々の営みと自然が織りなす里山里海	リアス式海岸の地形と人々の営みがあわせてつくりだす優美な里山里海の景観を望む展望台に民間カフェを導入し、ゆとりと快適な時間を創出
大山隠岐国立公園	【オーバーユースに対する先進的取組】 日本の大地の成り立ちが刻まれ、神話・信仰が息づく山・島・海～山から海まで多彩な自然の恵みを楽しむ～	公共施設の民間開放など民間活力を活用し、トレッキングや自然・文化体験など様々なアクティビティを手ぶらで楽しめる総合利用拠点を整備
阿蘇くじゅう国立公園	【災害復興、カルデラと千年の草原】 復興の大地～草原のほほり、火山の呼吸。 人が継ぎ、風と遊ぶ感動の大地～	人の手で引き継がれてきた草原空間を核としたフィールドミュージアム構想を基本とし、利用負担金による草原再生を検討するとともに、火山と草原が作り出す雄大な景観を味わえる体験を提供
霧島錦江湾国立公園	【多様な火山と「環霧島」の自治体連携】 多様な火山とその恵み、壮大な歴史と神話に彩られた霧島・錦江湾～まるごと楽しむ南九州の自然・文化・食～	歴史と神話に彩られた火山景観を体感できる多様なツアープログラム開発や多種多様な泉質の温泉を外国人旅行者も楽しめるよう再整備を検討。上質なホテルの誘致も行い、各地域を長期的に満喫できる滞在型観光へ
慶良間諸島国立公園	【地元ダイビング事業者によるサンゴ保全の取組、エコツーリズム全体構想】 美ら海慶良間～リゾート・海と島と人がつくるケラマブルーの世界～	保全活動への参加体験や入島時の環境協力税の活用による魅力の向上

資料：環境省ホームページ及び公表資料
「国立公園満喫プロジェクトステップアッププログラム2020選定8公園における取組例」より（公財）日本交通公社作成

を目標に、「国立公園満喫プロジェクト」を実施している。

まずは5カ所程度の国立公園において、20年までに訪日外国人を惹きつける取組を計画的、集中的に実施するため、環境省が同プロジェクトの具体的なコンセプトの検討や実施箇所の選定等を行う上で必要な助言を得ることを目的として、国立公園満喫プロジェクト有識者会議を設置した。そして、7月25日の第3回会議での議論を踏まえ、環境省は表Ⅳ-9-3の8カ所の国立公園を選定した。

選定された国立公園では、公園ごとに地域協議会を設けて「国立公園ステップアッププログラム2020」を策定しており、その概要は表Ⅳ-9-3の通りである。

同プログラムに基づき、自然の魅力を最大限引き出す取組や、公園区域内の大胆な利用の拡大を図るための取組等が、環境省、地元自治体、地元事業者、さらには各省との連携により進展中である。

④国立公園管理事務所の設置

環境省は、日本の国立公園を世界水準の「ナショナルパーク」としてブランド化を図ることを目標として、現地の対応を強化するため、17年4月1日付けで、全国5つの国立公園に「国立公園管理事務所」を設置した。

現場で機動的にきめ細かな取組を実施するため、国立公園満喫プロジェクトを実施する8公園のうち、プロジェクトの進捗状況や内容から総合的に判断し、まずは5つの国立公園（阿寒、十和田八幡平、日光、大山隠岐、阿蘇くじゅう）について、既存の自然環境事務所及び自然保護官事務所が再編され、体制が強化された。

各国立公園管理事務所には、国立公園調整官(所長)が順次配置されるとともに、国立公園保護管理企画官、国立公園利用企画官、外客受入施設専門官、国立公園管理官が置かれることとなっている。

2. エコツーリズム推進法に基づく動向

① エコツーリズム推進全体構想の認定

小笠原村(東京都)と弟子屈町(北海道)は、エコツーリズム推進法第6条第1項に基づき、主務大臣(環境大臣、国土交通大臣、文部科学大臣、農林水産大臣)宛にエコツーリズム推進全体構想の認定に係る申請書をそれぞれ提出した。同法第6条第2項各号の基準に適合すると認められたため、「小笠原村エコツーリズム推進全体構想」は16年1月28日付けで、「てしかがスタイルのエコツーリズム推進全体構想」は、同年11月15日付けで認定されることとなった。

また、17年には2月7日付けで「上市町エコツーリズム推進全体構想」(富山県)、「石鏡山系エコツーリズム推進全体構想」(愛媛県西条市・久万高原町)、「串間エコツーリズム推進全体構想」(宮崎県)、「奄美群島エコツーリズム推進全体構想」(鹿児島県奄美市ほか11市町村)、「鳥羽エコツーリズム推進全体構想(変更)」(三重県)が認定された。

これにより全体構想の認定は全国で12件となった。

表IV-9-4 エコツーリズム推進全体構想の内容(16年認定)

名称(認定日)	小笠原村エコツーリズム推進全体構想(16年1月28日)	てしかがスタイルのエコツーリズム推進全体構想(16年11月15日)
協議会名	小笠原エコツーリズム協議会	てしかがえこまち推進協議会
推進する地域	①陸域:父島(南島を含む)、母島、鴛島(むこじま) ②海域:小笠原諸島の沿岸20マイル以内	弟子屈町域全域
●主な自然観光資源	●オガサワラオオコウモリ、ヤコウタケ、アオウミガメ、ザトウクジラ、マッコウクジラ、ミナミハンドウイルカ、星空 ○ホエールウォッチング/森・山のガイドツアー(動植物や地形などの観察)/スキューバダイビング/シーカヤック(カヌーによる海のツアー)/ナイトツアー(ヤコウタケやオガサワラオオコウモリ、アオウミガメの観察)/スターウォッチング(星空観賞)	●自然環境に係るもの(エゾシカ、ヒグマ、オオハクチョウ、オジロワシなどの鳥獣/ハイマツ、ダケカンバ、マリゴケなどの植物/摩周湖、屈斜路湖、硫黄山、釧路川、川湯温泉等の地形・地質、自然景観) ●風俗慣習そのほか、伝統的な生活文化に係るもの(青葉トンネル軌道跡、アイヌ文化等の史跡・伝統文化) ○歩くツアー/水を活用したツアー(カヌーなど)/雪を活用したツアー(スノーシューなど)/星空を活用したツアー/雲海を活用したツアー/乗馬によるツアー

資料:環境省ホームページより(公財)日本交通公社作成

3. 世界自然遺産の動向

① 「奄美大島、徳之島、沖縄島北部及び西表島」の推薦決定

日本政府は、17年1月19日に「奄美大島、徳之島、沖縄島北部及び西表島」(鹿児島、沖縄)を国連教育科学文化機関(ユネスコ)に正式推薦することを決めた。同地域は、日本列島の南端部に約1,200kmにわたって弧状に点在する琉球列島の一部であり、鹿児島県の奄美大島と徳之島、沖縄県の沖縄島北部と西表島の4つから構成されている。

世界遺産としての顕著な普遍的価値は、「ix 生態系」として、大陸から分離し、小島嶼が成立する過程において、地史を反映した独自の生物進化がみられること。「x 生物多様性」として、国際的にも希少な固有種に代表される生物多様性保全上重要な地域であることとしている。

同地域は、03年の専門家による「世界自然遺産候補地に関する検討会」(環境省、林野庁合同)で世界自然遺産として可能性がある地域として選定された三地域の一つで、長年にわたる関係者との調整の結果、16年、17年に西表石垣国立公園の大規模拡張、やんばる国立公園の新規指定、奄美群島国立公園の指定がなされ、17年2月1日にユネスコ世界遺産センターに世界遺産推薦書が提出された。同年夏から秋頃、世界遺産委員会諮問機関(IUCN)による現地調査及び評価、18年夏頃の世界遺産委員会で審査され、世界遺産登録の可能性が決定される予定である。

表IV-9-5 世界遺産の評価基準(自然遺産)

(vii) 自然美	最上級の自然現象、又は、類まれな自然美・美的価値を有する地域を包含する。	屋久島
(viii) 地形・地質	生命進化の記録や、地形形成における重要な進行中の地質学的過程、あるいは重要な地形学的又は自然地理学的特徴といった、地球の歴史の主要な段階を代表する顕著な見本である。	
(ix) 生態系	陸上・淡水域・沿岸・海洋の生態系や動植物群集の進化、発展において、重要な進行中の生態学的過程又は生物学的過程を代表する顕著な見本である。	知床 白神山 小笠原諸島 屋久島
(x) 生物多様性	学術上又は保全上顕著な普遍的価値を有する絶滅のおそれのある種の生息地など、生物多様性の生息域内保全にとって最も重要な自然の生息地を包含する。	知床

資料:環境省ホームページ

② 登録地域の動向

● 世界自然遺産小笠原諸島登録5周年

小笠原諸島が世界自然遺産地域に登録されて5周年が経過した。遺産の価値の現状や取組が変化しつつある中、改めてその概略を知ってもらうために小笠原村(東京都)は、16年5月にリーフレットを発行したり、小笠原の個性豊かな生きものたちをロゴマークにし、これを村の特産物などにシールとして貼るなどしている。

「小笠原諸島世界自然遺産地域登録5周年記念イベント」(16年6月26日には小笠原諸島世界自然遺産地域管理機関を構成する環境省、林野庁、東京都、小笠原村)が開催されるなど、5周年を記念した行事が各種実施された。17年には、同世界自然遺産の管理機能の強化を目指した「小笠原世界遺産センター」が竣工。展示ホールは、同年5月17日より供用開始となった。

4. 都市公園法に基づく公園の動向

① 入園者数

国営公園は、国が維持管理を行う都市公園として、都市公園法に基づいて国土交通大臣が設置するものである。全国に17箇所あり、各公園の公表資料によると、入園者数が最も多いのは、国営木曾三川公園であり、16年度は約1000万人、次に、国営沖縄記念公園が約728万人、淀川河川公園が約674万人であった。一部の国定公園ではインバウンドの数も公表しており、国営ひたち公園では、外国人団体利用者数(20人以上)は計21,220人であった(表IV-9-6)。

② 国営公園管理整備プログラムの策定

国営公園事業においては、公共事業の透明化と計画的な執行を図るため、平成32年度までの整備及び管理運営の方

針や重点項目等に関する「国営公園整備・管理運営プログラム」を策定・公表し、着実な事業の推進を図ることとしている。各公園のプログラムの内容は、表IV-9-6の通りである。

③都市公園法施行60周年、国営公園制度40周年、古都保存法施行50周年を記念

16年に都市公園法施行60周年、国営公園制度40周年、古都保存法施行50周年を記念し、広く公園緑地の整備、都市

緑化意識の高揚を図り、緑豊かな潤いのある住みよい環境づくりを推進することを目的として、都市公園法施行60周年等記念事業実行会が、記念イベントの実施、記念講演・シンポジウム等を実施した。

ハンズエキスポ (GREEN EXPO CAFÉ) 等では、常設展示として1) 緑化展示・普及啓発等、2) 都市公園等の取り組み事例の紹介を行うとともに、週末を中心に3) 記念イベントを実施。また、国営昭和記念公園では、記念イベントとともに

表IV-9-6 各国営公園の入園者数(15年)と整備・管理運営プログラムの内容(17年3月策定)

名称・種別※1・入園者数・所在地	整備・管理運営プログラムの内容(基本テーマ:重点事項)
滝野すずらん丘陵公園【イ】 約60万人(北海道札幌市)	1) 公園の維持に関する重点事項(① 自生植物や貴重な自然資源の保全・活用/② 草花を活かした彩り豊かな美しい景観の形成/③ 良好な環境の形成/④ リスク低減対策など危機管理の強化による安全・安心な公園の創出)、2) 公園の運営に関する重点事項(① 公園管理を通じた人づくり/② 自然・歴史・文化等を活かした多様な利用プログラムの提供、/③ ストック効果の最大化④ 公園の利用促進に向けた積極的な情報発信) 3) 施設管理に関する重点事項(① メンテナンスサイクルの構築とトータルコストの削減/② 公園環境のバリアフリー・ユニバーサルデザイン化の推進)
国営みちのく杜の湖畔公園【イ】 約76万人(宮城県柴田郡川崎町)	1) ストック効果の最大限の発揮/2) 公園の魅力の増進/3) 長寿命化計画に基づく計画的な施設修繕・改修と転換
国営ひたち海浜公園【イ】 約214万人(茨城県ひたちなか市)	1) 園内の自然や四季折々の花が楽しめるとともに、国民各層が利用・活動できる公園とします。/2) 園内に残された広大な樹林地、沢田湧水地、砂丘環境を環境学習や体験の場として保全・利用する公園とします。/3) 一日を快適に、且つ安全に楽しめる公園とします。/4) 常陸の歴史・風土・文化に親しめる公園とします。/5) 地域における観光・レクリエーションの中核として地域活性化に寄与する公園とします。/6) 防災機能の強化を図ります。
国営武蔵丘陵森林公園【ロ】 約88万人(埼玉県比企郡滑川町、熊谷市)	1: 園内施設の戦略的な維持管理・更新(① 定期的な点検管理の実施、② 個別施設ごとの長寿命化計画の策定・実施)/2: 人口減少・高齢化に対応したサービスの提供及び自然環境の保全(① 失われつつある里山の自然環境の保全活用、② 学習・研究の場の提供、③ 少子高齢化に対応したサービスの提供、④ 四季折々の森や里山の楽しみ方の提供)/3: 地域圏の産業・観光投資を誘発する地域づくりの推進(① 多様な主体及び地域との連携、② 個性を活かした施設づくりと利便性の向上)/4: 切迫する巨大地震等に対するリスクの低減(① 防災拠点としての機能強化)
国営昭和記念公園【ロ】 約440万人(東京都立川市、昭島市)	1) 豊かな「みどり」が有する多様な機能の積極的な活用、2) 「みどりの文化」、「地域の歴史」など我が国固有の魅力の発信、3) 多様な世代が生き生きと活動できる公園づくり、4) 日本を代表する都市公園として、国際的なおもてなし、5) 地域などの多様な主体との連携強化の取組、6) 安全・安心な空間の提供、7) 事業透明化、アカウントビリティの向上
国営東京臨海広域防災公園【イ】 約57万人(東京都江東区)	『災害発生時の備え』、『国民の防災力向上』① 防災拠点としての機能発現に向けた施設管理/② 防災体験学習施設の管理/③ 関係機関との広域防災ネットワークの形成/④ 効率的な維持管理と運用状況のフィードバック
国営アルプスあづみの公園【イ】 約44万人(長野県安曇野市、大町市、北安曇郡松川村)	1) 全国開園のタイミングを活かした広域観光需要への対応/2) 生物多様性の保全と利用者の安全・安心の確保/3) 利用者サービスの質の継続的な改善/4) 地域の人材やノウハウを活用した特色ある「魅力」づくり～地域の人材確保と文化や技能の継承～/5) 地域活性化への貢献
国営越後丘陵公園【イ】 約55万人(新潟県長岡市)	① 豊かな里山の自然や花修景を活かした魅力の向上と地域社会への貢献② 魅力の増大と利用快適性の向上/③ 地域観光資源との連携による観光振興への貢献/④ 里山ならではの自然環境の保全と活用/⑤ 災害に強い地域づくりへの貢献/⑥ 施設リニューアルや長寿命化による公園施設ストックの有効活用
国営木曾三川公園【イ】 約1,000万人(愛知県、三重県、岐阜県)	川に親しむ学ぶ場や歴史文化に触れることのできる場を提供し、地域の観光資源としての魅力の向上を図ります/沿川自治体や河川管理者と連携した取り組みを進めます/利用者や市民団体・NPO、民間企業とともに、計画・整備の検討、管理運営を行います/安全・快適に利用いただける施設とサービスを提供するとともに、周辺自治体と連携した拠点間ネットワークの強化、災害時に避難地や防災拠点として機能するよう備えます
淀川河川公園【イ】 約674万人(大阪府、京都府)	【整備】上流域: 営公園から発信する地域振興 淀川三川地域づくり事業/中流域: 地域参画で描く川の魅力を引き出す公園づくり 点野親水空間整備事業/下流域: 淀川河川公園の中心拠点 守口サービスセンター再整備事業 【管理運営】歴史文化・水辺の体験プログラムの提供/ワンランク上の都市型アウトドアの創出/国営公園からの健康づくりプログラム/淀川を満喫する緑の空間開演とその利活用/快適性と安全性を目指した質の高いサービス提供
国営飛鳥・平城宮跡歴史公園【ロ】 約88万人※平城宮跡区域は未供用(奈良県高市郡明日香村)	<飛鳥>公園施設の老朽化対策と合わせた機能向上を実施します/公園をとりまく状況の変化に対応した機能向上等/飛鳥の歴史的風土を適切に維持します/安心して来園者が利用できるよう施設の修繕等を計画的に行います/公園本来の眺望や里山の風景を回復するためみどりのリフレッシュに取り組みます/地域の観光拠点として、一層の利用促進に取り組みます/飛鳥ならではの「体験」を提供します/参加型の公園づくりを推進します <平城宮跡>第一期開園に向けて拠点ゾーン等の整備を行います/第一次大極楽院南門の復元工事に着手するとともに、現在まで伝承されるいにしへの技術のすばらしさを発信します/誰もが使いやすい公園づくりを進めます/往時の歴史・文化を楽しみながら知ることができる管理運営を推進します/来園者にとって快適性・利便性の高い空間を確保します/自然的環境の保全とみどりの適切な維持管理を行います
国営明石海峡公園【イ】 約84万人(兵庫県神戸市、淡路市)	“花の公園島”淡路“大都市近郊の里山”神戸 それぞれの地域特性を活かした魅力ある公園づくりの推進/多様な主体の参画、連携の促進/地域との連携による観光振興への寄与/災害に強い地域づくりへの貢献
国営備北丘陵公園【イ】 約52万人(広島県庄原市)	中国地方の歴史文化の保存・継承及び自然環境の保存・活用を図るため、体験学習の場の提供と体験プログラムの充実を図ります。/高速道路網のクロスポイント(中国横断自動車道(中国やまなみ街道)・中国縦貫自動車道)を活かした広域観光の促進に貢献します。/協働による公園管理を通じて地域の担い手の養成を図ります。/誰もが安全で安心して利用できる公園づくりを進めます。
国営讃岐まんのう公園【イ】 約56万人(香川県仲多度郡まんのう町)	1) 四国を満喫し、空海の故郷を体感する、自然と文化にふれられる公園/2) 体と心をつる活用、遊びも学びも楽しめる公園/3) 四国中、日本中から、みんなが集まってくる公園/4) 地域とともに育ち、地域とつながっていく公園/5) 地域とともに、美しい花と豊かな緑、文化を守り楽しむ公園/6) 効率的な運営管理と安全・安心な公園
海の中道海浜公園【イ】 約221万人(福岡県福岡市)	5 箇年基本テーマ: 「みんなで“海の中道”を宝探し/1. 「白砂青松」の松林育成保全【ストック効果向上】/2. 公園環境向上の取り組み～「体験・経験の場」の確保～【ストック効果向上】/3. 新たな「利活用プログラム」の推進【民との連携加速・柔軟活用】/4. 来園者の安全・安心の確保【民との連携加速・柔軟活用】
国営吉野ヶ里歴史公園【ロ】 約73万人(佐賀県神埼市、神埼郡吉野ヶ里町)	国の特別史跡や県の史跡に指定されている吉野ヶ里遺跡を適切に保存するとともに、魅力ある風景環境づくりを目指します。/園内の移動や施設利用、情報提供等においてユニバーサルデザインを推進し、全ての利用者が安全で快適に楽しめる公園を目指します。/歴史公園にふさわしく、周辺地域の歴史的・文化的資産との連携を図り、広域観光の拠点として、国際交流の促進及びまちづくりの核として地域振興の一翼を担う公園を目指します。/復元された環境集落施設・古代の森等を活用した演出や体験プログラムの充実を図り、体験等を通じて歴史・環境など、弥生時代を感じる歴史のロマンあふれる魅力ある公園を目指します。
国営沖縄記念公園【ロ】 約728万人(沖縄県国頭郡本部町、那覇市)	<海洋博公園>【整備】主に公園中央部や南側の一部エリアにおいて、施設の改修や機能転換、公共交通の利用促進/危機管理等の観点からの五言語表記の避難誘導標識等を設置、防災設備の充実/五言語表記の案内サインの充実/老朽化施設の更新/環境負荷を低減する/施設の魅力アップのための改良等への民間活力の導入検討【管理運営】沖縄の歴史・文化や自然環境、海洋文化について楽しく学べるよう、公園施設を活かした行催事の充実/多様な主体との連携や情報発信/北部地域と相互の連携を図り、地域振興に資するための取り組み展開/危機管理等の観点から防災システムの充実/ICTを活用しつつ、各種案内や解説の五言語対応の充実/園路の視点場からの眺望を阻害している樹木の整理/民間活力の導入を進め、利用者サービスの向上 <首里城公園>【整備】平成30年の首里城地区の復元工事を完了に向け、御内原、北城郭(東)エリア、美福門等を復元整備し、整備済の正殿等「行政空間」、京の内「祭祀空間」と一体となった施設運営を行う/多目的空間、休憩施設、園内動線等の充実/五言語表記の案内サインの充実 【管理運営】将来に向かって沖縄の歴史・文化の拠点となるよう多様な活用/より深みのある首里城を演出/利用者サービスの向上

※1 イ 一の都道府県の区域を超えるような広域の見地から設置する都市計画施設である公園又は緑地(ロに該当するものを除く)、ロ 国家的な記念事業として、又は我が国固有の優れた文化的資産の保存及び活用を図るため閣議の決定を経て認定する都市計画施設である公園又は緑地(都市公園法第2条第1項第2号)

資料: 各国営公園の整備・運営管理プログラム及びプレスリリース資料等をもとに日本交通公社作成

第IV編
観光地

に、都市緑化月間にポスター等にて全国17国営公園を紹介するなど、様々な取組みが行われた。

④都市公園法、都市緑地法等改正に向けた動き

都市における緑地の保全及び緑化並びに都市公園の適切な管理を一層推進するとともに、都市内の農地の計画的な保全を図ることにより、良好な都市環境の形成に資するための「都市緑地法等の一部を改正する法律案」が、17年2月10日に閣議決定された。

国土交通省によると、公園、緑地等のオープンスペースは、良好な景観や環境、にぎわいの創出等、潤いのある豊かな都市をつくる上で欠かせないものであり、また、災害時の避難地としての役割も担っている。都市内の農地も、近年、住民が身近に自然に親しめる空間として評価が高まっている。こうした様々な役割を担っている都市の緑空間を、民間の知恵や活力をできる限り活かしながら保全・活用していくために、関係法律が一括して改正された。同年6月15日に、都市緑地法等の一部を改正する法律及び関係政省令が施行された（一部については18年4月1日施行）（表IV-9-7）。

表IV-9-7 改正の概要

(1) 都市公園の再生・活性化 (都市公園法及び都市開発資金の貸付けに関する法律関係)
[1] 都市公園において保育所等の社会福祉施設の占用を可能とすること
[2] 民間事業者による公共還元型の収益施設の設置管理制度の創設
[3] [2]の制度に基づく施設整備への都市開発資金の貸付け
[4] PFI事業に係る公園施設の設置管理許可期間の延伸(10年から30年に)
[5] 公園運営に関する協議会の設置
[6] 都市公園の維持修繕に関する技術的基準の策定
(2) 緑地・広場の創出(都市緑地法関係)
[1] 市民緑地設置管理計画の認定制度の創設
[2] 緑地保全・緑化推進法人(緑地管理機構からの名称変更)の指定権者の見直し(知事から市区町村長に)、指定対象の追加(まちづくり会社等)
[3] 緑の基本計画の記載事項の拡充(都市公園の管理、都市農地の保全の方針)
(3) 都市農地の保全・活用(生産緑地法、都市計画法及び建築基準法関係)
[1] 生産緑地地区の一律500㎡の面積要件の緩和(一律500㎡から条例で引下げ可能に)
[2] 生産緑地地区内で直売所、農家レストラン等の設置を可能とすること
[3] 生産緑地の買取り申出が可能となる始期の延期(30年経過後は10年ごとに延長可)
[4] 田園住居地域の創設(用途地域の追加)

資料：国土交通省ホームページより(公財)日本交通公社作成

5.その他

①普及啓発に関する取組

●「山の日」記念全国大会の開催

14年5月23日に山の日が祝日として制定され、16年から施行。同年8月11日は国民の祝日「山の日」となった。これを記念して、8月10日から11日(祝)の2日間にわたり、松本市(長野県)において『第1回「山の日」記念全国大会』が開催された(主催：第1回「山の日」記念全国大会実行委員会)。

大会の理念は、1)山の日制定趣旨(山に親しむ機会を得て山の恩恵に感謝する)を国内外に浸透を図ること、2)山に関する歴史や文化、環境、観光、安全、教育等の「山と人」との関わり方を見つめ直し、様々な課題の解決につなげる契機とするとともに、次代を担う子どもたちと一緒に豊かで美しい「山の未来」を創造する第一歩とすること、3)世界で初めて「山」を対象とした祝日であることを国内外へ発

信するとともに「山」に関する国内外の幅広いネットワークを構築する機会とすることであり、同大会のテーマは、「山と共に～人と自然がつながる社会へ～」に設定された。

②日本ジオパークの動向

日本ジオパーク委員会は、16年9月9日に箱根ジオパーク、下北ジオパーク、筑波山地域ジオパーク、浅間山麓ジオパーク、鳥海山・飛鳥ジオパークを新たに日本ジオパークに認定した。そのうち、箱根ジオパークは、領域を拡大して新規に認定された。

16年12月9日に開催された日本ジオパーク委員会では、次の10地域の再認定の可否について審議がなされた。その結果、再認定されたのは、洞爺湖有珠山ユネスコ世界ジオパーク、糸魚川ユネスコ世界ジオパーク、隠岐ユネスコ世界ジオパーク、南アルプス(中央構造線エリア)ジオパーク、白滝ジオパーク、伊豆大島ジオパーク、銚子ジオパーク、ゆざわジオパークである。

条件付再認定とされたのは、八峰白神ジオパーク、島原半島ユネスコ世界ジオパークであった。八峰白神ジオパークは、ジオサイトの価値評価やその保全方法においては科学的な裏付けが不足し、ジオストーリーの明確化、ジオサイトへの案内看板やわかりやすい解説板の設置、ガイドスキルの向上など、十分な進展が見られなかったこと。同じく島原半島ユネスコ世界ジオパークは、地域全体での情報共有が不足しており、ジオパークを使ってこの地域をどうしていきたいかが関係者の中で十分認識されていないこと。また、前回の再認定審査で指摘した事務局体制の改革やガイド団体の組織化が不十分なことから今回条件付再認定となった。

③公園に関する計画の策定

●東京の自然公園ビジョンの策定

東京都は、17年4月26日に東京都自然環境保全審議会より答申を受けて、同年5月に「東京の自然公園ビジョン」を策定した。近年、自然の楽しみ方の幅が大きく広がっており、また、海外からの来訪者も増えていること。今後、利用形態や利用者層の多様化は一層進むと考えられることから、新しい時代にふさわしい、自然公園の取組を進めていく必要があるとの認識のもと、東京の自然公園の持つ魅力を更に拡充し、豊かな自然を守りながら、国内外の多くの方々はその素晴らしさを体感してもらえよう、自然公園の目指す姿を同ビジョンで明示した。

東京都の近年の特徴的な取組みとしては、利用者の増加や多様化が進む中、互いに快適に過ごせ、自然環境への影響を少なくするため利用形態に応じて守るべきマナーについて「自然公園利用ルール」(15年3月)を策定し、16年度から運用していることなどがあげられている。

④自然災害からの復興に関する動き

●復興祈念公園の整備

復興祈念公園とは、東日本大震災が広域にわたり甚大な被害が生じた未曾有の大災害であることに鑑み、国と地方が連携して、犠牲者への追悼と鎮魂や、日本の再生に向けた復興への強い意志を国内外に向けて明確に示すこと等を目的に、復興の象徴として整備するものである。

福島県では、学識経験者等で構成される有識者委員会による検討ならびに市民シンポジウム及びパブリックコメントを経て「福島県における復興祈念公園のあり方（基本構想への県提言）」が16年6月に策定された。

岩手県では、17年3月5日に、国及び岩手県、陸前高田市が主体となって整備する高田松原津波復興祈念公園が、宮城県では同月19日に、国及び宮城県、石巻市が主体となって整備する石巻南浜津波復興祈念公園の起工式が行われた。

●ビジターセンターの整備方針等を発表

御嶽山を抱える木曾町は、16年11月2日に開催された「長野県火山防災のあり方検討会」第3回検討会で、18年度に登山者や観光客に火山のリスクなどを情報発信するビジターセンターを、御岳ロープウェイ山麓駅がある施設内に整備する方針を明らかにした（19年度から運用を開始予定）。また、火山防災に関する知識の効果的な普及・啓発を担う「（仮称）御嶽山マイスター制度」が設けられる予定である。

なお、17年2月に発表された同検討会報告書では、登山を主目的として訪問する者を「登山者」、登山を主目的とせず、その他の観光を目的として訪問する者を「観光客」と分類して、それぞれに対する望ましい情報発信プロセスなどを提示している。

⑤環境保全に向けた動き

●屋久島町における自然環境保全協力金制度の導入

屋久島町（鹿児島県）において、17年3月1日から「屋久島山岳部環境保全協力金」制度が導入された。同制度は、世界自然遺産地域をはじめとする屋久島の山岳部の自然環境を将来にわたって保全するため、山岳部に入山する者や自然環境保全の取組に賛同する者の協力により、トイレや登山道等の利用施設の維持管理と、安全で安心して自然体験ができる環境整備を行うことを目的とするものである（表IV-9-8）。

表IV-9-8 屋久島山岳部環境保全協力金の概要

協力金の納入について
・「世界自然遺産屋久島山岳部環境保全協力金条例」（15年9月17日屋久島町条例第31号）を根拠にお願い ・日帰りの場合は1,000円を、山中で宿泊予定の場合は2,000円を基本に納入をお願い（一人当たり）
納入された協力金の使い道
(1) 山岳トイレの維持管理経費、(2) 携帯トイレプースの維持管理経費、(3) 登山道（トロツコ道も含む）の点検及び軽微な補修費、(4) 山岳地域の安心安全のための諸活動にかかる経費、(5) 奥岳をはじめ山岳地域の普遍的価値を損なわないマナーや利用ルールの啓発にかかる経費、(6) 協力金の収納にかかる経費及び事務局経費、(7) 町道荒川線のマイカー規制等に係る経費、(8) その他山岳部の自然環境を良好に保全する経費

資料：屋久島町資料及びホームページより（公財）日本交通公社作成

屋久島町ホームページ等によると、同制度の特徴は、協

力金の納入と引き換えに渡される納入証（缶バッジ又は屋久島産材の木製バッジ）を島内の観光事業者に提示すると、旅にお得なサービスを受けられることにある。サービスの内容は、ツアー代金の割引やドリンクサービス、送迎など観光事業者によって異なる。サービスは、納入者が利用すればするほど協力金の納入金額を超えるメリットを受けられ、また、地域にとっても購買機会が増えることで地域の活性化につながることから、島内の観光事業者と行政が一体となった、新たなエコツーリズムの取り組みとなると考えられている。

●座間味村における環境目的税導入の動き

座間味村（沖縄県）では、17年3月9日、村議会にて環境目的税（法定外目的税）を導入する条例案が可決された。内容は、環境の美化、環境の保全及び観光施設の維持整備の費用とするもので、旅客船、航空機等により座間味村へ入域する行為に対してその都度課税を行う。1回の入域につき一人100円を、税負担の公平性から村民にも対しても徴収を行う。

06年、07年にも導入が検討されていたが、当時は村民の同意が得られなかった。しかし14年3月5日には、慶良間諸島国立公園に指定され、国立公園にふさわしい快適で清潔な環境づくりを目指して「座間味村ちゅら島づくり」条例（14年3月18日制定、10月1日施行）を制定するなど、環境保全に対する動き等は続いていた。

座間味村によると、今回の導入に向けて、17年1月24日には阿嘉島で、同月27日には座間味島で説明会が開催され、あわせて30名余りの人々が参加。税の使い道や住民の意識などについて活発な意見交換が行われたという。

⑥施設の動向（宿泊、飲食）

●「休暇村」による新たな取組み

国立・国定公園を中心に全国37か所に立地する宿泊施設「休暇村」の運営する一般財団法人休暇村協会は、16年に設立55周年を迎えるにあたり、新コンセプト「自然ときめくりリゾート」を発表。同コンセプトは、地元の食材を活かした料理や、地域の自然、文化、歴史とのふれあいプログラムなど、その土地ならではの魅力にふれる場を提供し、すべてのお客様に心ときめくひとときをお届けしたいという思いを表現したもの。従来以上に国内外の若年層やファミリー層に対して利用促進を図っていくこととしており、ご当地食材を用いた「ご当地ときめきランチ」や、地域の自然、文化、人にふれる「厳選プログラム55」など、企画の充実を図っている。「ときめき」を感じなかったら宿泊料が返金されるという「ときめき保証プラン」はリニューアル・オープンした「休暇村 紀州加太きしゅうかた」（和歌山市）や「休暇村 能登千里浜」（羽咋市）で導入された。

●グランピング施設の増加

自然の中での過ごし方の一つとして、近年話題になっている「グランピング」とは、「グラマラス」（glamorous）と「キ

キャンプ」(camping)を合わせた造語である。

一般社団法人日本グランピング協会によると、「グランピング」は、テント設営や食事の準備などの煩わしさから旅行者を解放した「良い所取りの自然体験」に与えられた名称という。カナダやアフリカなどには、同キーワードが生まれる以前から富裕層をターゲットにした高級なアウトドア・アドベンチャーテイストのリゾートが存在しており、富裕層向けの施設は、文明社会から隔絶された自然の中に設けられていた。そうした施設はグランピングを自称していないものも少なくないが、現在では設備の質やターゲット、グランピングを自称するかどうかに関わらず、キャンプテイストの宿泊施設は第三者からグランピングと呼ばれているのが実情という。

16年度には、3月に開業した「アマネム」(三重県志摩市)やリニューアルオープンした「森と星空のキャンプヴィレッジ」(栃木県茂木町)をはじめとして、「GRAX 京都り溪」(京都府南丹市)、「NESTA RESORT KOBE」(兵庫県三木市)、「THE FARM CAMP」(千葉県香取市)、「WILD BEACH」(千葉県木更津市)など、各地で開業が相次いだ。

●国立公園内での上質な宿泊施設の開業予定

「ザ・リッツ・カールトン日光」が20年7月開業予定であることが、16年11月7日に東武鉄道株式会社、マリオット・インターナショナルから発表された。場所は、日光国立公園の中禅寺湖畔で、客室総数は94室を予定。その特長は、1)日光国立公園内において中禅寺湖と男体山を間近に望む絶好のロケーション、2)全客室50㎡以上、露天風呂を併設した温泉大浴場やスパ等を配置、3)内部と外部が連続し、四季折々の自然の変化を楽しむ空間デザインとされている。

●展望テラスと上質な飲食施設のオープン

16年7月22日、大津市(滋賀県)の蓬萊山山頂にある高原リゾート施設「びわ湖バレイ」内に新たな施設「びわ湖テラス」がオープンした。標高1,100mの山頂に建てられた展望テラスで、形状及び利用形態の異なる3つのテラスが設置されるとともに、上質な設えのカフェ「THE MAIN」も併設されている。

運営会社のびわ湖バレイ株式会社によると、スキー客が中心となる冬期以外の集客を意図して整備したもので、アトラクションやハイキングでアクティブに楽しむ従来の来訪者に加えて、リゾート地としてゆっくりお茶を飲みながら絶景を楽しむ来訪者の利用が増加しているとのこと。同施設整備の結果、16年度の来場者数は、前年度から約3倍増、40年ぶりに30万人を達成したという。

⑦利用者のマナー向上に向けた動き

●鎌倉・逗子・葉山2市1町の連携

「SMART BEACH PROJECT」は、海水浴客のマナーの悪化を背景に、鎌倉・逗子・葉山の海水浴場を安心して楽しめる日本一のビーチにするために始まったプロジェク

トである。隣接する2市1町の行政担当課が協議会を立ち上げ、15年から共同でマナー向上に取り組むキャンペーンを実施。16年は、1)公式ユニフォームTシャツを着て海水浴場で直接PR、2)湘南エリアの地域住民への参加促進、3)インターネットを通じて全国にPRを目的に、クラウドファンディングを実施し、全国から支援者を募る活動を行った。公式サイトをオープンし全国の方へ情報を発信するとともに、ビーチでは来場者を巻き込んだフォトイベントも開催した。

⑧公園・水辺の整備、利活用

●河川敷地占用許可準則の一部改正

魅力ある水辺空間の創出を推進する観点から、民間による水辺での事業参入を促し、民間の資金やノウハウを活用した河川敷地の有効利用を一層促進すべく、16年6月2日に河川敷地占用許可準則の一部が改正、施行された。

河川敷地占用許可準則とは、河川管理者が占用許可を審査するための基準で、河川法第24条で、河川区域内の土地を占用しようとする者は、河川管理者の許可を受けなければならないとされている。

今回の改正により、現行、営業活動を行う事業者等に認められる3年以内の占用許可期間について、公共性・公益性を有する者に認められる場合と同様、10年以内とすることとなった(表IV-9-9)。

表IV-9-9 河川敷地占用許可準則の一部改正内容

占用主体の種類	占用許可期間	
	現行	改正後
公共性・公益性を有する者	10年以内	10年以内
営業活動を行う事業者等	3年以内	10年以内

資料：国土交通省資料より(公財)日本交通公社作成

●天王寺公園での外国人旅行者向け施設等の整備

天王寺公園エントランスエリア「てんしば」(大阪市)は、16年10月にリニューアルオープン一周年を迎えた。大阪市との協定により同公園の管理運営を行う近鉄不動産株式会社によると、総入園者数は約420万人で、老若男女、ファミリーおよびカップルなど、様々な人々の憩いの場として利用されているという。

16年には、近年増加傾向にある訪日外国人客の来場を促すべく、幅広い利用が期待できる施設が園内に開設された。国際観光拠点としての機能強化を目的に、宿泊施設(ゲストハウス「Kintetsu Friendly Hostel -Osaka Tennoji Park-」)、国際観光案内所、バスの待合室機能を有した複合棟が新たに建設された。

さらに、17年4月20日には、カフェ・地元大阪産の野菜・加工品等の販売「産直市場よって」や、肉と野菜×MEN&WOMEN「SORAIRO KITCHEN in TENSHIBA PARK」がオープンとなった。

●南池袋公園の全面開園

庁舎移転の約一年後、16年4月2日に、豊島区立南池袋公

園が全面開園した。公園の多目的な活用を促進するため、14年に公園の地下に変電所と駐輪場が整備され、公園全体のリニューアルオープンが進められてきた。

豊島区資料によると、同公園の特徴は、公園運営に「サードプレイス（現代の都市社会において住宅と職場や学校を行き来するだけの生活では、得られることのできない地域への愛着を他者と共有できる居心地のよい第三の場所を指す）」の理念が組み込まれていることという。

同公園では芝生広場を中心に生産者と消費者の食を介したつながりの場を目指したカフェレストラン「Racines FARM to PARK」をはじめ、活動の拠点として利用できる多目的広場、サクラテラス、キッズテラスなど、多世代が楽しめる様々な空間が用意されている。

また、行政と地域とが協働しながら公園空間の良好な保全と健全な賑わいを創出し、地域の活性化を図ることを目的に、16年4月に「南池袋公園をよくする会」（会員：商店会・町会・区の代表者、隣接地権者、カフェレストラン運営者、学識経験者）が発足。公園利用のルールや公園の更なる魅力向上に繋がる活動について話し合われているという。

●車道の一部を緑化、24時間にわたる社会実験を実施

16年9月15日から10月2日にかけて、南海和歌山市駅「市駅

前通り」（和歌山市）を緑と憩いの広場にする社会実験「市駅“グリーングリーン”プロジェクト2016」が行われた。

同プロジェクトは、和歌山市駅前に潤いと賑わいを生むまちづくりの一環として、メインストリートである市駅前通りの車道の一部を、歩行者空間として活用する試みで、15年から実施されている（主催：「市駅まちづくり実行会議（市駅地区商店街連盟・城北地区7自治会・和歌山大学永瀬研究室）」と市駅前のまちづくりを応援する和歌山市民有志とで構成される実行委員会）。

市駅周辺の空間資源を活かしながら、緑あふれる、人と環境にやさしい将来のまちづくりに向けた実験として、くすのき広場（歩行者天国）、市駅周辺の店舗や施設等で特別な体験プログラムを行う「市駅まちぐるみミュージアム」、市堀川クルーズの3つのプロジェクトで構成。

車道に芝生を敷き詰めピクニックエリアを設けるとともに、マーケットやオープンカフェ等を設置し、憩いと賑わいの広場空間を創出。車道の一部では、近畿地区では初となる24時間を超える歩行者天国が行われ、昼間だけでなく夜間のにぎわい創出も試みられた。

（後藤健太郎）

IV-10 歴史・文化

文化財の活用に向けた体制が強化
世界文化遺産、ユネスコ無形文化遺産の新規登録

1. 文化財保護法に基づく動向

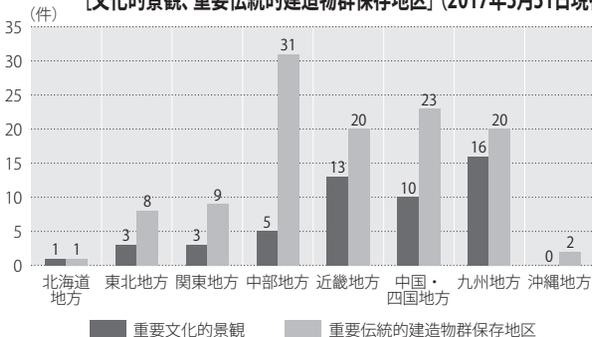
(1) 選定・登録状況

文化庁では、文化財を「我が国の歴史、文化等の正しい理解のために欠くことのできないものであると同時に、将来の文化の向上発展の基礎をなすもの」とし、文化財保護法に基づき、文化財のうち重要なものを指定・選定し、現状変更、修理、輸出などに一定の制限を課す一方、保存と活用のために必要な措置を講じている。

文化財保護法では、文化財を「有形文化財」、「無形文化財」、「民俗文化財」、「記念物」、「文化的景観」、「伝統的建造物群」と定義している。このうち特に観光との関連が強い「文化的景観」と「伝統的建造物群」については、17年3月31日現在、「重要文化的景観」51件、「重要伝統的建造物群保存地区」114地区が選定されている(地方ブロックごとの選定件数は図IV-10-1参照)。

16年度は、「重要文化的景観」として「奥内の棚田及び農山村景観(愛媛県北宇和郡松野町)の1件、「重要伝統的建造物群保存地区」として「名古屋市有松(愛知県名古屋市長区)」、「彦根市河原町芹町地区(滋賀県彦根市)」、「長野市戸隠(長野県長野市)」、「牟岐町出羽島(徳島県海部郡牟岐町)の4件が新たに選定された(表IV-10-1)。このうち、長野市戸隠の取組の経緯については、表IV-10-2の通りである。

図IV-10-1 地方ブロックごとの選定件数
[文化的景観、重要伝統的建造物群保存地区](2017年3月31日現在)



※地域区分はP.135参照

資料：文化庁資料をもとに(公財)日本交通公社作成

表IV-10-2 長野市戸隠の取組経緯

選定までの取組	
平安後期以降	山岳修験の一大霊場として信仰を集め、宿坊や門前町が発達
1960年頃	村営スキー場開設後、急速に観光地化
2003年頃	住民有志が歴史的町並みを地域の魅力として再認識
2005年	戸隠村が長野市と合併
2012年	「戸隠中社・宝光社地区まちづくり協議会」発足。地域の歴史を活かしたまちづくりを住民主体で考える体制の整備
2013年	「長野市歴史的風致維持向上計画」策定(保存地区を含む範囲を重点区域に設定)、伝建制度の活用に向けた保存対策調査の実施
2016年	「長野市伝統的建造物群保存地区条例」策定、保存地区決定

資料：『月刊文化財』(639号)をもとに(公財)日本交通公社作成

2. 文化財活用に向けた動向

(1) 歴史文化基本構想

「歴史文化基本構想」とは、地域に存在する文化財を、指定・未指定にかかわらず幅広く捉え、的確に把握し、文化財をその周辺環境まで含めて、総合的に保存・活用するための構想で、各地方公共団体の文化財保護行政に関するマスタープランの役割を果たすこと、また、文化財を生かした地域づくりに資することが期待されている。

文化財は単体で存在しているのではなく、お互いに関連性を持って地域に根差していること、また、文化財を後世に継承していくためには、その価値を分かりやすく伝えることが必要であるという考え方が、歴史文化基本構想策定推進の背景にある。

後述の「歴史的風致維持向上計画」の作成に当たっても、歴史文化基本構想を踏まえ、文化財の保護と一体となった歴史的風致の維持及び向上のための効果的な取組が行われることが望ましいとされている。

17年3月31日現在、52件の基本構想が策定されている。

文化庁では、「文化財総合活用戦略プラン」として、文化財の活用に向けた各種事業を実施しているが(表IV-10-3参照)、「文化遺産を活かした地域活性化事業」内において「歴史文化基本構想策定支援事業」を実施し、歴史文化基本構想の策定、及び改訂に対する支援(補助対象事業に対する文化芸術振興費補助金交付)を行っている。16年度は、48件(継続15件、新規33件)が採択され、策定・改訂に向けた取組が進められた。

(2) 歴史的風致維持向上計画

「地域における歴史的風致の維持及び向上に関する法律」(愛称:歴史まちづくり法)は、現代社会において失われつつある

表IV-10-1 16年度に新規選定された重要文化的景観・重要伝統的建造物群保存地区

種別	名称	所在地	概要	選定年月日
重要文化的景観	奥内の棚田及び農山村景観	愛媛県北宇和郡松野町	四国南西部の四万十川源流域の山間部を開墾した小規模な棚田群から成る文化的景観	17年2月9日
	名古屋市有松	愛知県名古屋市長区	絞商の豪壮な屋敷構えを特徴とする、絞り染めで発展した東海道沿いの町並み	16年7月25日
重要伝統的建造物群保存地区	彦根市河原町芹町地区	滋賀県彦根市	河川を付け替えて形成された城下町の特徴ある地割りを残す町並み	16年7月25日
	長野市戸隠	長野県長野市	大規模な宿坊群を中心とした戸隠神社の門前町	17年2月23日
	牟岐町出羽島	徳島県海部郡牟岐町	鯉漁の隆盛で発展した徳島南海の島の漁村集落	17年2月23日

資料：文化庁資料をもとに(公財)日本交通公社作成

地域の歴史的な風情、情緒を活かしたまちづくりを支援することを目的として、08年に施行された。文化財行政とまちづくり行政の連携が目指されており、文部科学省（文化庁）、農林水産省、国土交通省の共管となっている。

市町村が作成した「歴史的風致維持向上計画」に対して国の認定がなされると、歴史まちづくり法に基づく様々な特別の措置や国による支援が受けられるようになる。

歴史的風致維持向上計画の作成にあたっては、重要文化財、重要有形民俗文化財、史跡名勝天然記念物として指定された建造物の用に供される土地の区域及びその周辺の土地の区域、または重要伝統的建造物群保存地区内の土地の区域及びその周辺の土地の区域を「重点区域」として定める必要があり、歴史まちづくり法においても、文化財の周辺における取組であ

ることがポイントとなっている。

16年度は、伊賀市（三重県）、千曲市（長野県）、岡崎市（愛知県）、村上市（新潟県）、広川町（和歌山県）、三島市（静岡県）、大館市（秋田県）、甲州市（山梨県）、湯前町（熊本県）の9件が新たに認定され、17年3月31日現在、62件が認定されている。

(3) 日本遺産

「日本遺産（Japan Heritage）」は、地域の歴史的魅惑や特色を通じて、我が国の文化・伝統を語るストーリーを「日本遺産（Japan Heritage）」として文化庁が認定するもので、ストーリーを語る上で不可欠な、魅力ある有形・無形の文化財群を地域が主体となって総合的に整備・活用し、国内外に戦略的に発信することにより、地域の活性化を図ることを目的としている。

表IV-10-3 文化財総合活用戦略プラン

事業概要	日本遺産の認定を促進するとともに、地域の文化財群の一体的な公開活用を推進するための情報発信、設備整備等の取組を行う自治体等への支援を継続するほか、地域の文化財群の魅力を活かして海外へ効果的に発信するための事業に対する重点的な支援を実施する。	
各事業名 (補助対象事業)	各事業内容	平成28年度予算 (前年度予算との差)
1. 日本遺産魅力発信推進事業 ・情報発信、人材育成事業 ・普及啓発事業 ・調査研究事業 ・公開活用のための整備に係る事業	地域の歴史的魅惑や特色を通じて我が国の文化・伝統を語るストーリーを「日本遺産（Japan Heritage）」に認定するとともに、ストーリーを語る上で不可欠な魅力ある有形・無形の文化財群を地域が主体となって総合的に整備・活用し、国内外に戦略的に発信する取組を支援することにより、地域の活性化・観光振興を図る。 ●補助対象：申請地方公共団体等で構成される協議会（補助率：定額） ●補助件数：35件程度	1,275百万円 (468百万円)
2. 文化遺産を活かした地域活性化事業	伝統行事・伝統芸能の公開、後継者養成、古典に親しむ活動など、地域の文化遺産を活用した特色ある総合的な取組を支援することにより、文化振興・地域活性化を図る。	2,160百万円 (13百万円)
I. 地域の文化遺産次世代継承事業	地域の文化遺産に関する情報発信、人材育成、普及活動、継承、記録作成、調査研究等に対して支援する。 ●補助対象：文化団体等で構成される実行委員会（補助率：定額） ●補助件数：370件程度	1,806百万円 (△63百万円)
II. 世界文化遺産活性化事業	登録された世界文化遺産を活用して地域の活性化を図るため、情報発信、普及、保護活動の取組に対して支援する。 ●補助対象：世界文化遺産が所在する地方公共団体等で構成される実行委員会（補助率：定額） ●補助件数：40件程度	210百万円 (0百万円)
III. 歴史文化基本構想策定支援事業	文化遺産の総合的な活用を図るための「歴史文化基本構想」の策定及び改訂を行うための調査研究・体制整備等の取組を支援する。 ●補助対象：地方公共団体（補助率：定額） ●補助件数：10件程度	50百万円 (0百万円)
IV. 日本の歴史・伝統文化情報発信推進事業	地域の観光資源である文化財について、外国人旅行者のニーズに合わせた正確で分かりやすい解説の作成や情報発信を行うとともに、情報の多言語化を図る体制を整備するためのモデル事業を支援する。 ●補助対象：地方公共団体（補助率：定額） ●補助件数：1件 ※文化財の英語解説に当たり必要な視点の整理と具体的な取組事例をまとめた報告書「文化財の英語解説のあり方について～訪日外国人旅行者に文化財の魅力伝えるための視点～（平成28年7月文化財の英語解説のあり方に関する有識者会議）」の内容を反映させることが求められている。	30百万円 (新規)
3. 地域の核となる美術館・歴史博物館支援事業	地域に存する文化財の活用、観光振興、多言語化による国際発信、国際交流、地域へのアウトリーチ活動、人材育成等、美術館・歴史博物館を活用・強化する取組を支援することにより、美術館・歴史博物館が地域の核として文化の発信を牽引し、文化芸術立国の実現に資することを旨とする。	1,318百万円 (5百万円)
I. 地域文化の振興と国際発信	地域に存する文化財の活用、美術館・歴史博物館を核とする観光振興（ユニークベニューの促進等）及び多言語化による国際発信等の取組を支援する。 ●補助対象：美術館・歴史博物館を中心とした実行委員会（補助率：定額） ●補助件数：80件程度	491百万円 (111百万円)
II. 地域と共働した創造活動の支援	地域へのアウトリーチ活動、ボランティア交流、学芸員等の招へい・派遣、障害者の芸術活動支援、子供を対象とした取組を支援する。 ●補助対象：美術館・歴史博物館を中心とした実行委員会（補助率：定額） ●補助件数：50件程度	423百万円 (△105百万円)
III. 美術館・歴史博物館重点分野推進支援事業	我が国の文化芸術の振興に係る諸課題のうち、美術館・歴史博物館に関わる緊急かつ重点的な分野等の取組を支援する。 ●補助対象：美術館・歴史博物館を中心とした実行委員会等（補助率：定額） ●補助件数：2件程度	400百万円 (0百万円)
4. 文化財建造物等を活用した地域活性化事業	地域の観光資源である重要文化財（建造物）を健全で美しい状態に回復するための事業や、文化財建造物及び伝統的建造物群の公開活用を促進するために必要な、保存活用計画の策定と便設設備の整備を支援し、文化財建造物等を活用した魅力あるまちづくりを推進する。	670百万円 (△430百万円)
I. 美しい日本探訪のための文化財建造物活用事業	重要文化財（建造物）の軸部や小屋組等の構造に関わる部位に影響を及ぼさず、壁や屋根等の外観及び公開範囲の仕上げに関わる部位を、健全で美しい状態に回復するための取組に対して支援を行うことで、観光資源の魅力向上に資する。 ●補助対象：文化財の所有者、管理団体（補助率：原則50%） ●補助件数：100件程度	200百万円 (新規)
II. 公開活用事業	文化財建造物等を持続的に管理・運営・活用するための保存活用計画の作成を支援するとともに、多言語化等に対応した展示や便益・管理のための施設・設備の整備を支援し、公開・活用の充実を図る。 ●補助対象：文化財の所有者、管理団体、地方公共団体（補助率：原則50%） ●補助件数：50件程度	470百万円 (△630百万円)
5. 歴史活き活き！史跡等総合活用整備事業	歴史的に由緒ある史跡等について、整備後の「活用」方策も念頭に置きつつ、復元、保存・修復等の整備を支援することにより、史跡等の魅力発信につなげ、地域の活性化・アイデンティティの醸成とともに観光振興を図る。 ●補助対象：文化財の所有者、管理団体（補助率：原則50%） ●補助件数：160件程度	3,679百万円 (1,204百万円)
6. 地域の特色ある埋蔵文化財活用事業	埋蔵文化財を活用した体験学習会等の実施による理解促進・普及啓発を行うとともに、その保管・展示や活動拠点のための施設として、廃校等を転用した埋蔵文化財センター設備整備を支援し、両者の一体的な運用を図ることによって、地域活性化とともに観光振興を促進する。 ●補助対象：地方公共団体（補助率：原則50%） ●補助件数：210件程度	525百万円 (1百万円)

資料：文化庁資料をもとに（公財）日本交通公社作成

日本遺産に認定されることで、認定地域の認知度が向上するほか、日本遺産を通じた様々な取組を行うことで、地域住民のアイデンティティの再認識、地域のブランド化、ひいては地方創生に貢献するとされている。

日本遺産の認定にあたっては、国指定・選定文化財を必ず一つは含める必要がある。また、日本遺産には、単一の市町村内でストーリーが完結する「地域型」と、複数の市町村にまたがってストーリーが展開する「シリアル型(ネットワーク型)」の2種類があり、「地域型」での申請に当たっては、歴史文化基本構想または歴史的風致維持向上計画が策定済みであること、もしくは、世界文化遺産一覧表記載案件または世界文化遺産暫定一覧表記載・候補案件を有することが条件となっている。

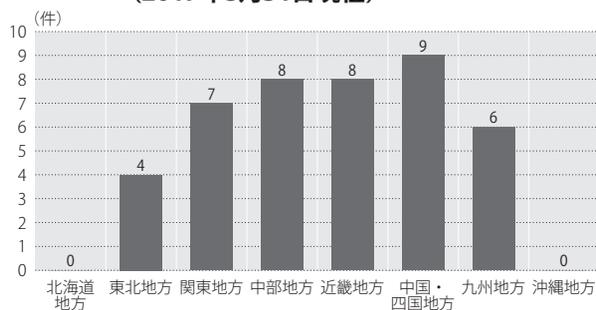
16年度は、新たに19件が認定され(表IV-10-4参照)、17年3月31日現在、37件のストーリーが認定されている(地方ブロックごとの選定件数は図IV-10-2参照)。

文化庁は「日本遺産魅力発信推進事業」を実施し、日本遺産に認定されたストーリーをより効果的に活用するための各種支援(1)情報発信・人材育成、(2)普及啓発事業、(3)調査研究事業、(4)公開活用のための整備に対する文化芸術振興費補助金の交付等を行っている。

16年7月1日に開催された「日本遺産サミットin岐阜」では、認定証交付式を行うとともに、認定自治体の首長らによるパネルディスカッション、文化財を活用した観光振興等をテーマにした座談会が行われたほか、各認定団体がそれぞれのストーリーや地域を紹介する展示ブースを出展した。

17年3月7日には、主に欧米諸国に対する情報発信の一環とし

図IV-10-2 地方ブロックごとの日本遺産認定件数(2017年3月31日現在)



資料：文化庁資料をもとに(公財)日本交通公社作成
 ※地域区分はp.××参照
 ※複数地域にまたがるものがあるため、地方別の合計は認定件数と合致しない。

て、日本遺産の趣旨や取組内容を紹介する「日本遺産国際フォーラム」が開催され、国内外の旅行・観光関係者、自治体、留学生など400名以上が参加した。「日本遺産による外国人の誘客」をテーマとしたパネルディスカッションでは、外国人に対するストーリーの伝え方や、商品化の手法等について議論が交わされた。

旅行会社各社がホームページ上に日本遺産の特集ページを設けるなど、一部旅行商品化に向けた取組も見られる。

(4)「文化財活用・理解促進戦略プログラム2020」

文化庁は16年4月、「文化財活用・理解促進戦略プログラム2020(以下、「プログラム2020」)」を策定した(詳細はP.187「V-1 国による観光政策」参照)。

文化財は「見られて感動し、その価値を知ってもらって初めて真価を発揮するもの」であるという認識を前提に、全国の文化財

表IV-10-4 16年度に新規認定された日本遺産(2016年4月25日認定)

都道府県	申請者(◎は代表自治体)	ストーリーのタイトル
宮城県	◎宮城県(仙台市、塩竈市、多賀城市、松島町)	政宗が育んだ「伊達」な文化
山形県	◎山形県(鶴岡市、西川町、庄内町)	自然と信仰が息づく『生まれかわりの旅』 ～樹齢300年を超える杉並木につつまれた2,446段の石段から始まる出羽三山～
福島県	◎会津若松市・喜多方市・南会津町・下郷町・檜枝岐村・只見町・北塩原村・西会津町・磐梯町・猪苗代町・会津坂下町・湯川村・柳津町・会津美里町・三島町・金山町・昭和村	会津の三十三観音めぐり～巡礼を通して観た往時の会津の文化～
福島県	◎郡山市・猪苗代町	未来を拓いた「一本の水路」－大久保利通「最期の夢」と開拓者の軌跡 郡山・猪苗代－
千葉県	◎千葉県(佐倉市、成田市、香取市、銚子市)	「北総四都市江戸紀行・江戸を感じる北総の町並み」 －佐倉・成田・佐原・銚子：百万都市江戸を支えた江戸近郊の四つの代表的町並み群－
神奈川県	伊勢原市	江戸庶民の信仰と行楽の地～巨大な木太刀を担いで「大山詣り」～
神奈川県	鎌倉市	「いざ、鎌倉」～歴史と文化が描くモザイク画のまちへ～
新潟県	◎三条市・新潟市・長岡市・十日町市・津南町	「なんだ、コレは！」 信濃川流域の火焰型土器と雪国の文化
石川県	小松市	『珠玉と歩む物語』小松～時の流れの中で磨き上げた石の文化～
長野県	◎南木曾町・大桑村・上松町・木曾町・木祖村・王滝村・塩尻市	木曾路はすべて山の中～山を守り 山に生きる～
岐阜県	高山市	飛騨匠の技・こころ一木とともに、今に引き継ぐ1300年－
兵庫県	◎淡路市・洲本市・南あわじ市	『古事記』の冒頭を飾る「国生みの島・淡路」～古代国家を支えた海人の営み～
奈良県	◎吉野町・下市町・黒滝村・天川村・下北山村・上北山村・川上村・東吉野村	森に育まれ、森を育んだ人々の暮らしとところ～美林連なる造林発祥の地 「吉野」～
和歌山県	◎和歌山県(新宮市、那智勝浦町、太地町、串本町)	鯨とともに生きる
鳥取県	◎大山町・伯耆町・江府町・米子市	地蔵信仰が育んだ日本最大の大山牛馬市
島根県	◎雲南市・安来市・奥出雲町	出雲國たたら風土記～鉄づくり千年が生んだ物語～
広島県・神奈川県・長崎県・京都府	◎呉市(広島県)・横須賀市(神奈川県)・佐世保市(長崎県)・舞鶴市(京都府)	鎮守府 横須賀・呉・佐世保・舞鶴～日本近代化の躍動を体感できるまち～
愛媛県・広島県	◎今治市(愛媛県)・尾道市(広島県)	「日本最大の海賊」の本拠地：芸予諸島～よみがえる村上海賊「Murakami KAIZOKU」の記憶－
佐賀県・長崎県	◎佐賀県(唐津市、伊万里市、武雄市、嬉野市、有田町)・長崎県(佐世保市、平戸市、波佐見町)	日本磁器のふるさと 肥前～百花繚乱のやきもの散歩～

資料：文化庁資料をもとに(公財)日本交通公社作成

について、観光資源としての戦略的投資と観光体験の質向上による観光収入増を実現し、文化財を「真に人を引きつけ、一定の時間滞在する価値のある観光資源」として活用していくことが目指されている。

「プログラム2020」は、「I.世界遺産や日本遺産、文化芸術活動など、地域の文化資源の一体的な整備・活用、国内外に向けた情報発信（解説・多言語化を含む）への支援」、「II.国宝・重要文化財建造物等の適切な修理周期の実現と、次の修理までの間も美しく保つ美装化等、投資リターンを見据えた文化財への戦略的投資」、「III.人材・体制」の3つの観点から構成されている。

IIについては、「日本遺産」の認定やブランド化等の推進、分かりやすい解説板・案内板作成や多言語化等の支援、歴史的建造物等の「ユニークベニュー」としての利用の推進、文化遺産オンライン等の充実等を掲げている。

IIIについては、国宝・重要文化財建造物等の資産価値を将来にわたり維持していくための適切な修理周期の実現、及び、建造物等を美しく保つための美装化の積極的な実施、修理現場の公開（修理観光）等を掲げている。

IIIについては、地方自治体等の文化財活用事業の支援に際しての観光客数等の指標化や、学芸員や文化財担当者等を対象とした文化財を活用した観光振興に関する講座の新設、文化財の良質な管理・持続的活用を行う「ヘリテージ・マネージャー」の養成や配置に資する取組等を掲げている。17年3月1日より、文化財を中核とする観光拠点形成のための人材育成の取組の一環として、無料オンライン講座「文化財を活用した観光拠点形成」を開講している（表IV-10-5）。

なお、「プログラム2020」の策定を受け、16年度に「文化財総合活用戦略プラン」として実施された各種事業は、17年度は「文化財総合活用・観光振興戦略プラン」と名称変更され、より観光振興を意識した取組が展開されている（17年度の取組の詳細については、次年度の「旅行年報2018」で扱う）。

表IV-10-5 文化庁講座「文化財を活用した観光拠点形成」概要

【講座名】	文化財を活用した観光拠点形成
【内容】	文化財を活用した観光拠点形成のために必要な視点や体制等のポイントを分かりやすく紹介する
【目次】	<p>■第一部：文化財を中核としたまちづくり</p> <p>1-1：このコースの趣旨・全体像</p> <p>1-2：基調講座：文化財を中核とした観光まちづくり戦略</p> <p>1-3：地域の魅力を一体的に捉え「物語」とするには</p> <p>1-4：いかにして地域をまきこみ計画を立てるか</p> <p>1-5：文化財のマネジメント～史跡等の例を中心に～</p> <p>1-6：歴史都市金沢のまちづくり～半世紀の歩み～</p> <p>1-7：文化財保護と親和性の高い観光地としての仕組みづくり(1)</p> <p>1-8：文化財保護と親和性の高い観光地としての仕組みづくり(2)</p> <p>■第二部：実践・事例編</p> <p>2-1：文化財の保存と活用の均衡（白川村交通対策を事例として）</p> <p>2-2：宿場町における観光客との交流～小さなムラ役場の役割～</p> <p>2-3：ヘリテージマネージャーの育成</p> <p>2-4：インターネット時代に文化財を中核とした観光地をどのように情報発信していくか</p> <p>2-5：観光マーケティングの導入事例 地域の巻き込み方と商品化</p> <p>2-6：近年の訪日外国人の動向と観光施策メニュー紹介（観光庁）</p> <p>2-7：文化庁施策の動向と平成29年度予算について</p>

資料：文化庁資料をもとに（公財）日本交通公社作成

(5) 文化庁の京都移転

16年3月22日に決定された「政府関係機関移転基本方針」において、東京一極集中を是正する観点から、文化庁の全面的な京都移転が決定された。

政府内に「文化庁移転協議会」を設置し、地方創生、文化財活用、広域文化観光、生活文化等の新たな政策ニーズに対応するための文化庁の機能強化、東京での事務体制の構築、移転時期、移転場所、移転費用等について検討が進められ、7月には移転に向けた実証実験が行われた。

17年4月からは、京都移転の先行組織として「地域文化創生本部」が京都での業務を開始している。事務局は、総括・政策研究グループ、暮らしの文化・アートグループ、広域文化観光・まちづくりグループの3グループで構成され、地元の地方公共団体（京都府・京都市・関西広域連合）、経済界（京都商工会議所、関西経済連合会）、大学等の協力も得て、30名以上の体制を構築している。

3. 世界文化遺産、ユネスコ無形文化遺産に関する動向

(1) 世界文化遺産

①「ル・コルビュジエの建築作品—近代建築運動への顕著な貢献—」の世界遺産登録

16年7月10日～17日にかけてトルコのイスタンブールで開催された第40回世界遺産委員会において、「ル・コルビュジエの建築作品—近代建築運動への顕著な貢献—」が、新たに世界遺産一覧表に記載された。本資産は08年～09年、11年の過去2回に渡って推薦書の提出が行われたが、それぞれ「情報照会」、「記載延期」決議となっていた。

本資産は、フランス、アルゼンチン、ベルギー、ドイツ、インド、日本、スイスの全7か国に所在する、全17の構成資産からなっている。日本では、東京・上野に所在する国立西洋美術館が構成資産の一つとなっている。

世界遺産に登録されるためには、申請案件が「顕著な普遍的価値（Outstanding Universal Value、OUV）」を備えている必要があり、その具体的基準が「世界遺産条約履行のための作業指針」で示されている（表IV-10-6）。本資産の場合は、登録基準(i)(ii)(iv)を満たしていると審議決定された。17資産の総体として、近代建築運動の全世界的な広がりを示している点が評価されている。

本資産の世界遺産登録により、17年3月31日現在、日本国内の世界遺産数は全20件（文化遺産16件、自然遺産4件）となった。

世界遺産登録後、国立西洋美術館の所蔵作品展の入館者数は例年の約2倍に増加した。国立西洋美術館では、常設展の夜間開館実施日を増やして混雑緩和など観覧環境の向上を図るほか、夜間開館時の常設展を観覧無料としている。一方、毎月第二・第四土曜日の無料観覧日については、観覧環境の保全及び作品保護の観点から、常設展示室内における写真、動画等の撮影を禁止している。この他、建築の見どころを解説する音声ガイドの貸し出し、建築ツアーの開催回数増加等を行っている。

表IV-10-6 顕著な普遍的価値の評価基準
(「世界遺産条約履行のための作業指針」より)

(i)	人間の創造的才能を表す傑作である。
(ii)	建築、科学技術、記念碑、都市計画、景観設計の発展に重要な影響を与えた、ある期間にわたる価値観の交流又はある文化圏内での価値観の交流を示すものである。
(iii)	現存するか消滅しているかにかかわらず、ある文化的伝統又は文明の存在を伝承する物証として無二の存在(少なくとも希有な存在)である。
(iv)	歴史上の重要な段階を物語る建築物、その集合体、科学技術の集合体、あるいは景観を代表する顕著な見本である。
(v)	あるひとつの文化(又は複数の文化)を特徴づけるような伝統的居住形態若しくは陸上・海上の土地利用形態を代表する顕著な見本である。又は、人類と環境とのふれあいを代表する顕著な見本である(特に不可逆的な変化によりその存続が危ぶまれているもの)
(vi)	顕著な普遍的価値を有する出来事(行事)、生きた伝統、思想、信仰、芸術的作品、あるいは文学的作品と直接または実質的関連がある(この基準は他の基準とあわせて用いられることが望ましい)。
(vii)	最上級の自然現象、又は、類まれな自然美・美的価値を有する地域を包含する。
(viii)	生命進化の記録や、地形形成における重要な進行中の地質学的過程、あるいは重要な地形学的又は自然地理学的特徴といった、地球の歴史の主要な段階を代表する顕著な見本である。
(ix)	陸上・淡水域・沿岸・海洋の生態系や動植物群集の進化、発展において、重要な進行中の生態学的過程又は生物学的過程を代表する顕著な見本である。
(x)	学術上又は保全上顕著な普遍的価値を有する絶滅のおそれのある種の生息地など、生物多様性の生息域内保全にとって最も重要な自然の生息地を包含する。

資料：文化庁資料をもとに(公財)日本交通公社作成

②「長崎の教会群とキリスト教関連遺産」の推薦取り下げ

「ル・コルビュジエの建築作品—近代建築運動への顕著な貢献—」と同時推薦していた「長崎の教会群とキリスト教関連遺産」については、第40回世界遺産委員会開催前の16年1月に提出されたICOMOSからの中間報告において、「禁教・潜伏期」に焦点をあてた内容に見直すべきである等との指摘を受けたため、2月には推薦が取り下げられた。

ICOMOSからの指摘を受けて推薦書の見直し作業が進められ、OUVの観点から構成資産が14件から12件に絞り込まれた他、以前は教会堂単体で構成資産としていたのを、教会堂を含む集落全体として捉え直すこととなった。

なお、世界遺産に登録されるためには国内における万全の保護措置の確立も必要となっているが、ICOMOSからの中間報告では、コミュニティの参加による資産の管理システム、危機管理、将来的な来訪者管理に関連して課題があると指摘されている。

7月、本資産は次期推薦案件の候補に再選定され、17年2月には「長崎と天草地方の潜伏キリシタン関連遺産」として、世界遺産委員会に再度推薦書が提出された。18年7月に開催される世界遺産委員会において、その登録審議が行われることとなる。

③「富士山—信仰の対象と芸術の源泉—」に対する保全状況審査

第40回世界遺産委員会においては、保全状況審査の対象となっている「富士山—信仰の対象と芸術の源泉—」に対する審査も行われた。

地元自治体と連携し、専門家や地域コミュニティの参画を得て策定された「世界文化遺産富士山ビジョン・各種戦略」及び改訂された「富士山包括的保存管理計画」は、広域の文化的景観における保存管理の問題を抱える地域に対して模範的な

回答となる対策を示すものであるとして、高い評価を受けた。さらに、19年の世界遺産委員会において優良事例として活動の成果を共有するよう要請があり、18年12月に保全状況報告書の提出が求められた。

各種戦略のうち、情報提供戦略については、下方斜面における巡礼路の特定の調査・研究成果を反映した顕著な普遍的価値の伝達を行うため、情報発信の拠点を整備するとともに、ガイド等の育成や効果的な情報提供の方法を定める、としている。

山梨県では、16年6月22日に山梨県立富士山世界遺産センターを開館したほか、15年度から「リバース! 富士講プロジェクト」を推進し、ガイド研修会開催、富士講巡礼の道を紹介するマップ「富士参詣の道を行く」作製等、巡礼路等を活用して構成資産・構成要素等を実際に巡るための様々な仕組みづくりに取り組んでいる。

静岡県では、17年12月23日に静岡県富士山世界遺産センターが開館予定。ほか、構成資産の価値及びその歴史的つながりに対する理解促進につなげるため、16年度から構成資産を含めて富士山麓を周遊するモデルコース設定に取り組んでいる。

④世界文化遺産活性化事業

世界文化遺産に対しても、「文化財総合活用戦略プラン」内において補助事業「世界文化遺産活性化事業」が実施されている。16年度は9件の世界文化遺産で取組が行われ(採択事業件数は13件)、調査研究成果を踏まえたガイドブック作製、多言語に対応したホームページ作製、ガイド養成講座、子供向け講座等が行われた。

表IV-10-7 世界文化遺産の予算措置状況 (千円)

資産名	11年度	12年度	13年度	14年度	15年度
法隆寺地域の 仏教建造物	143,613	142,000	75,000	98,069	70,523
姫路城	189,987	137,363	165,248	173,216	38,142
古都京都の文化財 (京都市、宇治市、 大津市)	3,362,490	2,337,085	3,903,136	3,198,448	3,185,303
白川郷・五箇山の 合掌造り集落	199,516	152,397	118,120	158,308	154,599
原爆ドーム	34,420	28,043	13,632	49,391	47,693
厳島神社	21,862	7,332	33,332	64,672	24,866
古都奈良の文化財	69,000	220,000	650,091	111,047	97,256
日光の社寺	3,740	4,623	7,669	7,679	6,465
琉球王国のグスク 及び関連遺産群	643,656	1,119,698	938,146	909,253	876,958
紀伊山地の霊場と 参詣道			783,537		
石見銀山と その文化的景観	468,946	480,158	380,225	387,370	524,356
平泉—仏国土(浄土)を 表す建築・庭園及び 考古学的遺跡群—	298,808	261,557	281,322	167,895	285,304
富士山 —信仰の対象と芸術 の源泉—	-	-	-	22,528	25,649
富岡製糸場と 絹産業遺産群	227,930	228,282	359,865	1,222,334	1,536,749
明治日本の産業革命 遺産 製鉄・製鋼、造船、 石炭産業	85,640	116,970	155,550	167,250	296,430

※1 世界遺産以外の文化財を含む文化財保護措置の予算額 資料：文化庁資料よりJTBF作成
※2 11年度から15年度の5か年度の予算額の合計

⑤各世界文化遺産の予算措置状況

文化庁は、国内の世界文化遺産の保存・管理等の状況について把握するため、所在する都道府県に対し、毎年「世界遺産一覧表記載資産保全状況報告書」の提出を求めている。報告された各資産の予算措置状況は表IV-10-7の通り。

⑥我が国の暫定一覧表記載文化遺産

17年3月31日時点の我が国の暫定一覧表記載文化遺産は、全9件となっている(表IV-10-8)。

既に世界文化遺産に登録されている「平泉—仏国土(浄土)を表す建築・庭園及び考古学的遺跡群—」は、柳之御所遺跡、達谷窟、白鳥館遺跡、長者ヶ原廃寺跡、骨寺村荘園遺跡の5資産の拡張登録を目指し、推薦書の改定作業に着手している。これまでに蓄積した学術情報を整理し、拡張5資産が世界遺産の価値にどう関わるかを理論立て、外国人にも分かるように平易に説明することが求められている。

表IV-10-8 我が国の暫定一覧表記載文化遺産

NO.	遺産名	所在地	記載年
1	古都鎌倉の寺院・神社ほか	神奈川県	1992
2	彦根城	滋賀県	1992
3	飛鳥・藤原の宮都とその関連遺産群	奈良県	2007
4	長崎と天草地方の潜伏キリシタン関連遺産	長崎県	2007
5	北海道・北東北を中心とした縄文遺跡群	北海道・青森県・岩手県・秋田県	2009
6	「神宿る島」宗像・沖ノ島と関連遺産群	福岡県	2009
7	金を中心とする佐渡鉱山の遺産群	新潟県	2010
8	百舌鳥・古市古墳群	大阪府	2010
9	平泉—仏国土(浄土)を表す建築・庭園及び考古学的遺跡群—	岩手県	2012

資料：文化庁資料よりJTBF作成

(2) ユネスコ無形文化遺産

①「山・鉾・屋台行事」のユネスコ無形文化遺産登録

16年11月30日、エチオピアのアディスアベバで開催された無形文化遺産保護条約第11回政府間委員会で、「山・鉾・屋台行事」が「人類の無形文化遺産の代表的な一覧表」に登録された。

既に登録されていた「京都祇園祭の山鉾行事」「日立風流物」の拡張提案という形で、国指定重要無形民俗文化財の33件を構成要素としてグループ化して登録されたものである。

無形文化遺産保護条約は、無形文化遺産を国内的及び国際的に保護することを目的とした条約で、世界遺産は「顕著な普遍的価値」が重要な登録基準であるのに対し、無形文化遺産には同様の基準がなく、世界各地の無形文化遺産の多様性を示すことに重きが置かれている。

今回の登録により、日本国内の無形文化遺産は21件となった。

②「来訪神：仮面・仮装の神々」の審査先送り

16年3月に提案をした「来訪神：仮面・仮装の神々」については、条約運用指示書の規定に基づき、審査が先送りされた。

条約運用指示書には、無形文化遺産の登録がない国などからの提案を優先して審査することが定められており、17年の審査

については無形文化遺産登録件数が世界第2位の日本の審査は、17年には行われなかったこととなった。

無形文化遺産保護条約第10回政府間委員会の決議により、各提案国とも、2年に1件の審査が保障されているため、「来訪神：仮面・仮装の神々」は18年に審査予定となっている。

4. その他の動向

●広島・原爆ドーム、厳島神社が世界遺産登録20周年

16年12月7日、原爆ドーム(広島県広島市)と厳島神社(廿日市市)が、世界遺産登録20周年を迎えた。

広島平和記念資料館の入館者数と厳島神社のある宮島への入島者数は、世界遺産登録後に減少したものの、2000年代半ば以降に増加し、特に外国人観光客の伸びが目立っている。

観光客の増加に伴い、宮島では島内の公衆トイレや外国語の案内表示の不足等の課題が生じている。一方で、過剰高齢化が進み、税収の減少傾向が続いており、財源確保も課題。

こうした状況を受けて、廿日市市では、宮島の環境・観光対策に充てる財源確保を目的として、「入島税」(廿日市市法定外目的税)導入の検討を行っている。

16年11月、市の設置した検討委員会は、島に入る全ての人を対象とする「入島税」と、水族館等の利用者や神社の参拝者に絞る「観光税」の2案を併記した報告書を市に提出した。

市では今後、導入の是非について慎重に判断していくとしている。(IV-6「中国・四国」に関連記事)

●京都・祇園の桜ライトアップ中止

27年間続いてきた「祇園白川さくらライトアップ」が、17年は中止となった。観光客増加より事故発生の恐れがあるため、地元住民有志でつくる実行委員会だけでは対応できないと判断された。

90年から京都市が観光事業として白川沿いのソメイヨシノやしだれ桜等約40本のライトアップを始め、06年からは実行委員会の主催となった。毎年3月末から4月初旬にかけての10日間で、昼夜あわせて約30万人の花見客が訪れていた。

近年は特に外国人観光客が増加しており、花見客が滞留しやすい巽橋の上で川への落下事故が懸念されるほか、横断歩道のない通りを横切る等、危険な行為も数多く見受けられていた。

今後、警備等の課題を解決した上で、再開を目指す。

●岐阜・白川村でリゾートホテル建設計画進む

岐阜県白川村は、観光客の滞在時間延長等につなげるため、リゾートホテル誘致を進めてきた。

村内の約9,500平方メートルの個人所有地を村がホテル建設予定地として購入し、土地造成やインフラ整備をした上で、16年10月にホテルを建設する共立メンテナンス(東京)に売却された。

白川村には、民宿、旅館等42軒の宿泊施設があるが、宿泊者は年間8万人前後にとどまっており、村は宿泊施設の拡充による宿泊客増加、滞在時間延長を目指してきた。

18年オープン予定のホテルは、宿泊棟、レストラン棟、浴場棟の3棟で構成され、宿泊客数100人規模の計画。(門脇菜海)

IV-11 温泉

訪日外国人旅行者の温泉地への誘客による
地域活性化に向けた取組みが本格的に始動

(1) 温泉地利用状況

① 2015年度の温泉地数等

環境省の「温泉利用状況」によると、15年度（16年3月末）現在、温泉地を有する市町村は1,477団体（前年度43カ所増）、温泉地数（宿泊施設のある温泉地）は全国で3,084カ所（同4カ所減）であった（表IV-11-1）。

源泉総数は27,201カ所（同166カ所減）で、このうち利用源泉数が17,150カ所（自噴4,071カ所、動力13,079カ所）となっている。前年度に比べて自噴が71カ所、動力が102カ所の減少となった。

宿泊施設数は13,108軒（同170軒減）、収容定員は1,371,063人（同6,528人減）と、それぞれ前年度を下回ったが、延べ宿泊利用人員は132,064,038人と4,089,201人の増加となった。

温泉法（昭和23年法律第125号）に基づき環境大臣が指定した「国民保養温泉地」の延べ宿泊利用人員は、8,856,161人（同129,784人増）であった。

温泉地数を都道府県別にみると、北海道が245カ所と最も多く、以下、長野県224カ所、新潟県153カ所、青森県133カ所、福島県132カ所と続き、東日本が上位を占めている。

源泉数では、大分県が4,342カ所と突出しており、以下、鹿児島県2,773カ所、静岡県2,263カ所、北海道2,110カ所、熊本県

1,345カ所、青森県1,084カ所と続く。

② 2015年度入湯税額

総務省の「平成28年度市町村税課税状況等の調-第23表入湯税に関する調」によると、15年度の課税市町村数は976市町村（前年度1市町村増）、入湯客数は191,346,935人（同3,960,829人増）、入湯税額（収入済額）は227億4,317万円（同3億7,057万円増）であった。

税率採用状況をみると、893団体（全市町村に占める割合91.5%）で150円の標準税率が採用されている（表IV-11-2）。

150円を超える税率を適用している市町村は3団体で、湯郷温泉（岡山県美作市）では200円、長島温泉（三重県桑名市）の一部ホテル・旅館では210円、阿寒湖温泉（北海道釧路市）の一部ホテル・旅館では250円が徴収されている。

(2) 温泉地活性化に向けた動向

● 環境省内に「温泉地保護利用推進室」を設置

環境省は15年12月4日（金）に、我が国の豊かな自然と温泉資源を活用した国民の健康増進、また、飛躍的に増加している訪日観光客の温泉地への誘導等による地域活性化を目指し、温泉関連施策を総合的に推進するため、「温泉地保護利用推進室」を、自然環境局自然環境整備担当参事官の下に設置した。

同室は、(1) 新たな温泉地支援政策の方向付け、(2) 温泉地に関連する既存施策の活用・拡充、(3) 関係団体等との連携強

表IV-11-1 温泉利用状況の経年変化

年度	市町村数	温泉地数	計	A 利用源泉数		B 未利用源泉数		宿泊施設数	収容定員	年度延べ宿泊利用人員	国民保養温泉地年度延べ宿泊利用人員
				自噴	動力	自噴	動力				
2006	1,489	3,157	28,154	5,122	14,115	3,055	5,862	15,024	1,431,504	137,088,966	14,415,086
2007	1,480	3,139	28,090	5,097	14,108	3,028	5,857	14,907	1,410,100	135,872,728	11,699,874
2008	1,470	3,133	28,033	4,874	13,997	3,149	6,013	14,787	1,415,597	132,677,295	10,498,930
2009	1,445	3,170	27,825	4,711	13,930	3,225	5,959	14,294	1,407,164	127,929,516	10,479,554
2010	1,440	3,185	27,671	4,460	13,476	3,325	6,410	14,052	1,411,884	124,925,272	9,563,332
2011	1,436	3,108	27,532	4,413	13,396	3,296	6,426	13,754	1,394,107	120,061,329	8,976,989
2012	1,436	3,085	27,219	4,286	13,354	3,233	6,346	13,521	1,373,508	124,695,579	8,823,770
2013	1,439	3,098	27,405	4,260	13,394	3,348	6,403	13,358	1,377,387	126,422,229	8,951,999
2014	1,434	3,088	27,367	4,142	13,181	3,484	6,560	13,278	1,377,591	127,974,837	8,726,377
2015	1,477	3,084	27,201	4,071	13,079	3,524	6,527	13,108	1,371,063	132,064,038	8,856,161

注) 温泉地数は宿泊施設のある場所を計上。

資料：環境省「温泉利用状況」

注) 宿泊利用人員は参考数値。

表IV-11-2 入湯税の税率採用状況

税率(円)	20	40	50	70	80	100	120	130	150 (標準)	200	210	250	合計
市町村数	1	5	14	3	3	49	2	3	893	1	1	1	976
構成比(%)	0.1	0.5	1.4	0.3	0.3	5.0	0.2	0.3	91.5	0.1	0.1	0.1	100.0

※1 市町村数は、平成27年度中に入湯税の現年度調定済額があった団体の数である。

資料：総務省「入湯税の概要」

※2 標準とする税率の他に不均一課税を行っている場合には、標準とする税率採用団体として計上している。

※3 東京都特別区は、23区をそれぞれ1団体として計上している。

化、(4) 人材育成、(5) 国際展開・情報発信などを行っていく予定である。

●全国温泉地サミットin東京の開催

環境省(温泉地保護利用推進室)は、16年5月22日(日)に、「温泉地の現在(いま)、そして未来へ～全国温泉地サミットin東京～」を初めて開催した。

第1部の「全国温泉地自治体首長会議」には、全国から70自治体の首長等、また傍聴を合わせて約230名が出席した。新潟県妙高市、大分県竹田市から温泉地活性化に向けた取組みが紹介されたほか、今後の各省連携や、サミットの継続開催によるネットワーク構築の重要性等に関する意見が出された。「温泉を活かした地域活性化・地方創生の推進に係る要望書」が満場一致で賛同され、環境省に手渡された。

第2部のシンポジウムでは、環境省より今後の温泉地活性化策「温泉で元気に、温泉を元気に～環境省温泉地活性化プロジェクト～」として、「1.温泉と自然を活かした地域の魅力向上」「2.温泉地のブランド化の推進とPR」「3.温泉地に関する産業・官・民のコラボレーション」などが発表された(表IV-11-3)。その後、基調講演及び各分野の代表者を交えたパネルディスカッションが行われた。

●国立公園満喫プロジェクト「(仮) 新型湯治プラン」の構築

環境省は、「明日の日本を支える観光ビジョン」(16年3月30日)及び「観光立国アクションプログラム2016」(16年5月13日)の策定を受け、我が国の優れた自然観光資源である「温泉」を核とした地域の魅力向上、さらに国内外からの来訪者増加による観光振興・活性化を図るため、17年度以降温泉の効能及び周辺豊かな自然環境を活かした温泉の多様な利用推進モデルプラン「(仮) 新型湯治プラン」の構築及び全国の温泉地への展開を実施することとしている。

17年7月には、「自然等の地域資源を活かした温泉地の活性化に関する有識者会議」が、「①楽しく、元気になるプログラムの提供」、「②温泉地の環境づくり」、「③「新・湯治」の効果の把握と普及、全国展開」を柱とした「新・湯治推進プラン」をとりまとめた。環境省では、同提言を踏まえて、「新・湯治推進プラン」実現のためのロードマップを作成する予定である。

表IV-11-3 温泉で元気に、温泉を元気に～環境省温泉地活性化プロジェクト

目的	民間、自治体の温泉地活性化に関するアイデア・事業を強力にバックアップし、温泉地活性化の起爆剤とする。
プロジェクトの内容	1.温泉と自然を活かした地域の魅力向上
	(1)誰でも温泉を楽しめる「新型湯治プラン」
	(2)「温泉力」を活かした地域の魅力向上～未利用熱による地域活性化～
	2.温泉地のブランド化の推進とPR
	3.温泉地に関する産業・官・民のコラボレーション
	(1)民間企業と温泉地とのコラボレーションの強化 (2)温泉地関係者の全国的なネットワークづくり(温泉地サミット等) (3)関係省庁の連携による施策の推進

資料：環境省「温泉で元気に、温泉を元気に～環境省温泉地活性化プロジェクト～」をもとに(公財)日本交通公社作成

(3) 国民保養温泉地に関する動向

●選定基準の改定

「国民保養温泉地」とは、温泉の公共的利用増進のため、温泉利用の効果が十分期待され、かつ、健全な保養地として活用される温泉地を、温泉法(昭和23年法律第125号)に基づき、環境大臣が指定するもので、54年に始まった制度である。

同制度は、開始当初から温泉の効能、温泉地の環境、利用状況等を選定基準としていたが、長い年月を経るなかで、温泉地をめぐる状況の変化から、環境省は、12年7月に新たな選定基準を策定した(表IV-11-4)。同基準では、特に自然環境、まちなみ、歴史、風土、文化等の観点から保養地として適していること、また温泉の湯量や効能等が顕著なことが求められている。

●指定状況

国民保養温泉地は、16年6月末現在で、94カ所が指定されている。16年度には、新たに、「二岐・岩瀬湯本・天栄温泉」(福島県天栄村)、「五頭温泉郷」(新潟県阿賀野市)が指定された。両温泉地の温泉地計画は表IV-11-5の通りである。

(4) 温泉に関する評価

●につぼんの温泉100選

旅行会社社員などが選んだ温泉地ランキング「第30回につぼんの温泉100選」(株式会社観光経済新聞社)では、「草津温泉」(群馬県草津町)が14年連続で1位となった。2位は「別府八湯」(大分県別府市、昨年4位)、3位は「指宿温泉」(鹿児島県指宿市、同8位)であった(表IV-11-6)。

1位の草津温泉は、三名泉の一角を成し、古くから名泉と評価されている。湯けむりが舞い上がるシンボル「湯畑」、湯の温度を下げる「湯もみ」などが、温泉地らしい風情を感じさせる。歴史・文化を維持するだけでなく、「御座之湯」「湯路広場」「熱の湯」

表IV-11-4 国民保養温泉地の選定基準

第1 温泉の泉質及び湧出量に関する条件	
(1)	利用源泉が療養泉であること。
(2)	利用する温泉の湧出量が豊富であること。なお、湧出量の目安は温泉利用者1人あたり0.5リットル/分以上であること。
第2 温泉地の環境等に関する条件	
(1)	自然環境、まちなみ、歴史、風土、文化等の観点から保養地として適していること。
(2)	医学的立場から適正な温泉利用や健康管理について指導が可能な医師の配置計画又は同医師との連携のもと入浴方法等の指導ができる人材の配置計画若しくは育成方針等が確立していること。
(3)	温泉資源の保護、温泉の衛生管理、温泉の公共的利用の増進並びに高齢者及び障害者等への配慮に関する取組みを適切に行うこととしていること。
(4)	災害防止に関する取組が充実していること。
第3 温泉地計画の策定	
(1)	温泉地における温泉利用施設の整備及び環境の改善を図るため、環境大臣が国民保養温泉地ごとに「第2 温泉地の環境等に関する条件」に関する温泉地計画を策定すること。
(2)	国民保養温泉地の指定を希望する地方公共団体は、住民、事業者等の意見を聴いて、温泉地計画の案を作成し、環境大臣に提出すること。

資料：(一社)日本温泉協会ホームページをもとに(公財)日本交通公社作成

表IV-11-5 二岐・岩瀬湯本・天栄温泉、五頭温泉郷の温泉地計画の概要

■二岐・岩瀬湯本・天栄温泉（福島県天栄村）	
概要	福島県の中央よりやや南に位置する天栄村。二岐温泉と岩瀬湯本温泉は村西部に、天栄温泉は村東部にある。
特徴	いずれも古くからの歴史がある温泉で、開湯当時より湯治客が絶えない温泉地である。
温泉の状況	【主な泉質】カルシウム-硫酸塩泉、ナトリウム・カルシウム-塩化物温泉、カルシウム・マグネシウム・アルミニウム-硫酸塩泉 【効用】婦人病、消化器病、糖尿病、神経痛、切り傷、火傷、動脈硬化症、慢性皮膚病等
今後の方針	豊かな自然環境や豊富な源泉、景観の保持を継続していくとともに、利用客の健康増進に繋がる事業展開を目指す。
■五頭温泉郷（新潟県阿賀野市）	
概要	新潟市から車で約50分。五つの峰を持つ五頭山の山懐にある出湯・今板・村杉の三つの温泉地からなる。
特徴	1200年以上の歴史があり、新潟県最古の温泉地といわれている。五頭温泉郷は新潟県が実施する観光地満足度調査で「総合満足度」No.1を3回連続で獲得している。
温泉の状況	【主な泉質】ラジウム温泉（単純放射能泉、単純放射能冷鉱泉、ラドン温泉） 【効用】一般的適応症、通風、高血圧症、動脈硬化症、慢性皮膚病・婦人病・胆嚢炎、胆石症など
今後の方針	適正な温泉利用や運動メニューの提供、健康管理についての指導に加え、地域食材を用いた薬膳等の健康食を開発するなど来訪者の健康づくりに貢献していく。

資料：環境省ホームページをもとに（公財）日本交通公社作成

と次々に施設や広場などを整備し、新たな魅力づくりにも努めている。

2位の別府八湯は、国際観光文化都市として世界から観光客を集めている。源泉数、湧出量とも日本一で、別府温泉、鉄輪温泉など八つの温泉地があり、それぞれ異なる泉質の湯が楽しめる。

3位の指宿温泉は、海岸の砂浜に身をうずめる砂むし温泉で有名である。近年は、干潮時にできる砂の道「ちりりんロード」で陸続きになる「知林ヶ島」の観光などもアピールしている。

●温泉総選挙

「第1回温泉総選挙2016」（主催：うるおい日本プロジェクト、後援：環境省・観光庁）は、温泉を核に地域活性化を図る自治体を

表IV-11-6 につぼんの温泉100選ランキング

2016年	2015年	温泉地	所在地
1	1	草津	群馬県草津町
2	4	別府八湯	大分県別府市
3	8	指宿	鹿児島県指宿市
4	2	由布院	大分県由布市
5	3	下呂	岐阜県下呂市
6	9	道後	愛媛県松山市
7	5	有馬	兵庫県神戸市
8	6	登別	北海道登別市
9	7	黒川	熊本県南小国町
10	10	城崎	兵庫県豊岡市

資料：（株）観光経済新聞社

表彰、後押しするもので、16年度は温泉地のある全国1,434市町村のうち125団体から応募があった。

泉質の効能や自治体主体のPR活動、宿泊施設・商店街の取り組みなどを基準として、環境省や日本温泉協会、日本温泉気候物理医学会などから構成される選考委員会が、計8部門（リフレッシュ／うる肌／健康増進／スポーツリハビリ／ファミリー／インバウンド／女子旅／レジャー）において各5位まで優れた温泉地を決定し、その中から環境大臣賞を選出した。

環境大臣賞には「うる肌部門」で1位となった「玉造温泉」（島根県松江市）が選ばれた。

玉造温泉は、(1) 地域DMOの先駆けともいえる体制を確立したこと、(2) 温泉の魅力を見直し、独自の個性を生かした事業の実施など温泉地の活性化に向け地域が一体となって取り組んでいること、(3) 集中管理や資源保護調査を行うなど温泉の保護と適正利用の推進に努めていることなどが高い評価を得て、環境大臣賞に選ばれた。

(5) その他の動向

①一般社団法人日本温泉協会の取組

●地熱開発と温泉

政府は、わが国の電力供給シェアに占める再生可能エネルギーの割合を高めるため、風力や太陽光のように気象条件に左右されない地熱に着目、国立・国定公園内の規制を緩和し、国主導で開発を促進する方向にある。

そうした動きに対して、日本温泉協会は、かけがえない国立・国定公園の自然環境と温泉を守り後世に継承し、また観光立国のために、無秩序な地熱開発に一貫して反対する立場をとり、15年5月20日（水）には、「地熱開発のための国立・国定公園内の規制緩和に反対する」要望書を、環境省に提出している。

また、各地で地元の温泉業者が地熱開発が湯に及ぼす影響を懸念する中、日本温泉協会は、16年11月1日（火）には、指宿温泉（鹿児島県指宿市）を地熱開発から守る運動を支援するため、鹿児島県知事、指宿市長などの関係者にあてて、「指宿市の地熱発電開発における要望について」として、温泉地近傍での地熱発電は行わないよう要望書を提出した。

●「温泉マーク」の見直しについて

経済産業省が、温泉マークを外国人にもわかりやすいようにと、

図IV-11-1 温泉マーク



現在、日本で一般的に使用されている温泉を表すマーク

2013年5月から国際標準化機構（ISO）に登録されている温泉を表すマーク

資料：（一社）日本温泉協会ホームページ

国際規格 (ISO) に登録した図案については、温泉関係者から現行の温泉マークの存続を求める声があがることとなった (図IV-11-1)。

日本温泉協会では、16年12月、日本の湯壺の中から湯気が3本立ち上る温泉マークは歴史と伝統をもち、日本人に定着しているとして、現行の温泉マークを指示するコメントを発表した。

17年4月、経済産業省は、入浴する人の姿入りの新たな図柄と、現行の図柄をともに認めることを正式に決定するに至った。

②一般社団法人ジャパン・オンパクの取組

「オンパク」は、大分県別府市で2001年に「別府八湯温泉泊覧会」として開催され、その後、NPO法人ハットウ・オンパク (04年設立)、ジャパン・オンパク (2010年設立) の指導により全国50箇所以上で展開されるなど、観光まちづくりの効果的・実践的な手法として大きな広がりをみせている。

オンパクの誕生から15年が経ち、ジャパン・オンパクは、16年6月18日 (土)、19日 (日) の2日間、岐阜県岐阜市にて、「第1回オンパクサミット〜オンパク、その先へ、ONPAKU2.0」を開催した。

福島県から沖縄県までの約80人が参加して、1日目は「オンパクが地域に起こした変化」をテーマに議論した。2日目は、4つの分科会 (オンパクとDMO/オンパクと創業支援・まちなか再生/オンパクと地域の仕事づくり/オンパクで田舎をなんとかする) に分かれて、地域の未来づくりについて意見が交わされた。

③温泉まちづくり研究会の取組み

阿寒湖温泉 (北海道釧路市)、草津温泉 (群馬県草津町)、鳥羽温泉郷 (三重県鳥羽市)、有馬温泉 (兵庫県神戸市)、道後温泉 (愛媛県松山市)、由布院温泉 (大分県由布市)、黒川温泉 (熊本県南小国町) の7温泉地で構成する「温泉まちづくり研究会」(事務局: (公財) 日本交通公社) は、16年度で9年目を迎えて第4ステージをスタートさせた。

第1回研究会 (7月1日 (金)、東京) では、由布院、黒川、道後の各温泉地から熊本地震発生からその後の状況について報告があった。

第2回研究会 (10月25日 (火)、26日 (水)) は「温泉地と国際MICE〜伊勢志摩サミットを例にして」をテーマに、鳥羽温泉郷で開催された。今後の温泉地での国際MICE開催に際しての知見として、サミット開催地に求められた対応、課題事項とその対応策、開催による効果、開催後の展開などについて議論や情報共有が行われた。

第3回研究会 (1月26日 (木)、東京) は「温泉地の観光推進組織 (DMO)」をテーマに、DMOの基本的な役割や海外のDMOの現況などについて報告があり、今後の取組み推進に向けた課題や対応策などが議論された。

④その他、地域における特徴的な取組み

●熊本地震からの復興に向けた観光地間の連携

「黒川温泉」(熊本県南小国町) と「由布院温泉」(大分県由布市) は、熊本地震 (16年4月) をきっかけに展開する共同事業で、その日から残りの1年頑張ろうとの意味を込めた「黒川×由布院 夢つなぐ200日」に取り組んだ。相互の温泉地を利用しやすいよう連携し、連泊割引プランや入浴無料チケットなどを提供した。

こうした取組を受けて、17年2月12日 (日) には、由布院温泉、黒川温泉をはじめ、由布市、九重町、竹田市、小国町、南小国町、阿蘇市、産山村などの20を超す団体が集結して、観光振興で連携する「やまなみハイウェイ観光連絡協議会」が設立された。それぞれのイベント情報や見どころなどの情報を共有し広域観光につなげていくこととなった (IV-7「九州」に関連記事)。

●別府市「湯〜園地」計画への注目

大分県別府市では、温泉都市別府の魅力国内外に向けて幅広く発信すべく、新たに策定した「遊べる温泉都市構想」の実現に向け、その第一弾として、16年11月21日 (水) に「湯〜園地」計画の動画をインターネット上に公開した。温泉につかりながら遊園地を楽しむ、奇抜なPR動画内にて、別府市長が「視聴が100万回を突破したら、『湯〜園地』を実現します」と公約したところ、大きな注目を集めて、3日間で視聴回数は100万回超えを達成した。

別府市長は、27日 (日)、17年夏に市内の遊園地「別府ラクテッチ」で、期間限定ながら一部の実現を目指すなどの計画を発表した。同市では「湯〜園地」の開設にあたり、市税の投入は行わないとして、クラウドファンディングによる資金調達を開始した。8千円を支援すると入園券1枚を入手できる同ファンドは、17年2月9日 (木) ~4月10日 (月) の期間中に、当初の目標金額1,000万円を大きく超える3,400万円を集めた。

なお、「湯〜園地」は、17年7月29日 (土) ~31日 (月) に予定通り開催されている (IV-7「九州」に関連記事)。

●山口県長門市「長門湯本温泉観光まちづくり計画」策定

山口県長門市は、16年8月、「長門湯本温泉観光まちづくり計画」を策定した。同計画は、長門市が星野リゾート (長野県軽井沢町) に策定を委託した「長門湯本温泉マスタープラン」をベースに作られている。

同計画では、16年度中に推進チームを構築し、19年度までに中核エリアの「非日常の温泉街への導入と顔づくり」のための整備を、18年度から21年度にかけて散策道など「回遊性の創出」のための整備を行う。

こうした整備を行い、10年後をめどに人気温泉地ランキング (株式会社観光経済新聞社「にっぽんの温泉100選ランキング」) における順位で全国10位以内を目指す。10位以内を達成できた場合、計画では年間の宿泊客33万人、経済波及効果200億円が見込まれている。

(吉澤清良)

第V編 観光政策

V-1 国による観光政策

-
- (1) 政府の観光政策概観……………186
 - 観光ビジョン実現プログラム●観光立国推進基本計画の閣議決定●歴史的資源を活用した観光まちづくりタスクフォース●観光庁関連予算
 - (2) 各府省庁による観光政策……………186
 - ① 観光資源の魅力を極め、「地方創生」の礎に(視点1)……………186
 - ② 観光産業を革新し、国際競争力を高め、我が国の基幹産業に(視点2)……………189
 - ③ すべての旅行者が、ストレスなく快適に観光を満喫できる環境に(視点3)……………192

V-2 都道府県による観光政策

-
- (1) 平成28年度の観光政策、重点施策について……………193
 - (2) 平成29年度の観光政策、重点施策について……………194
 - (3) 観光振興に関する条例・計画等の整備状況について……………195
 - (4) 都道府県主導のDMO候補法人の設置の有無及び財源について……………195
 - (5) 民泊対応について……………196
 - (6) 市町村との連携状況について……………196
 - (7) 「明日の日本を支える観光ビジョン」への取り組みについて……………196
 - (8) 2020東京オリンピック・パラリンピックへの対応について……………196
 - (9) 観光行政における財源と人員について……………197
 - (10) 観光振興における課題……………198

V-3 主要市町村による観光政策

-
- (1) 市町村の観光行政にかかわる基盤整備の状況……………201
 - (2) 独自観光統計の整備指針……………202
 - (3) 市町村における観光行政の推進状況……………202
 - (4) 市町村における政策・施策と課題……………203
 - (5) 国・都道府県・他市町村との連携状況……………204

V-1 国による観光政策

「観光ビジョン」および「観光ビジョン実現プログラム」に基づき、各府省庁で横断的に観光関連施策を実施

(1) 政府の観光政策の概観

●観光ビジョン実現プログラム

政府は、明日の日本を支える観光ビジョン構想会議が決定した「明日の日本を支える観光ビジョン」（16年3月30日、以下「観光ビジョン」）を強力に推進するため、観光ビジョンを踏まえた政府の短期的（1年間）な行動計画として、16年5月13日、内閣総理大臣が主催する観光立国推進関係会議の第6回会合において、「観光ビジョン実現プログラム2016」（観光ビジョンの実現に向けたアクション・プログラム2016）を決定した（表V-1-1）。

また、17年5月30日には17年度の行動計画として「観光ビジョ

表V-1-1 「観光ビジョン実現プログラム2016」の構成

<p>視点1. 観光資源の魅力を極め、「地方創生」の礎に</p>	<ul style="list-style-type: none"> 魅力ある公的施設・インフラの大胆な公開・開放 文化財の観光資源としての開花 国立公園の「ナショナルパーク」としてのブランド化 景観の優れた観光資産の保全・活用による観光地の魅力向上 滞在型農山漁村の確立・形成 地方の商店街等における観光需要の獲得・伝統工芸品等の消費拡大 広域観光周遊ルートの世界水準への改善 東北の観光復興
<p>視点2. 観光産業を革新し、国際競争力を高め、我が国の基幹産業に</p>	<ul style="list-style-type: none"> 観光関係の規制・制度の総合的な見直し 民泊サービスへの対応 産業界ニーズを踏まえた観光経営人材の育成・強化 宿泊施設不足の早急な解消及び多様なニーズに合わせた宿泊施設の提供 世界水準のDMOの形成・育成 「観光地再生・活性化ファンド」の継続的な展開 次世代の観光立国実現のための財源の検討 訪日プロモーションの戦略的高度化 インバウンド観光促進のための多様な魅力の対外発信強化 MICE誘致の促進 ビザの戦略的緩和 訪日教育旅行の活性化 観光教育の充実 若者のアウトバウンド活性化
<p>視点3. すべての旅行者が、ストレスなく快適に観光を満喫できる環境に</p>	<ul style="list-style-type: none"> 最先端技術を活用した革新的な出入国審査等の実現 民間のまちづくり活動等による「観光・まち一体再生」の推進 キャッシュレス環境の飛躍的改善（海外発行カード対応ATMの設置促進を含む） 通信環境の飛躍的向上と誰もが一人歩きできる環境の実現 多言語対応による情報発信 急患等にも十分対応できる外国人患者受入体制の充実 「世界一安全な国、日本」の良好な治安等を体感できる環境整備 「地方創生回廊」の完備 地方空港のゲートウェイ機能強化とLCC就航促進 クルーズ船受入の更なる拡充 公共交通利用環境の革新 休暇改革 オリパラに向けたユニバーサルデザインの推進

資料：観光庁ウェブサイトをもとに（公財）日本交通公社作成

ン実現プログラム2017」も決定されている。

●観光立国推進基本計画の閣議決定

観光立国推進基本法の規定に基づき、観光立国の実現に関する施策の総合的かつ計画的な推進を図るため、17年度からの新たな「観光立国推進基本計画」が17年3月28日に閣議決定された。

同計画では、20年までに、1) 国内旅行消費額を21兆円にする、2) 訪日外国人旅行者数を4,000万人にする、3) 訪日外国人旅行消費額を8兆円にする等の目標を掲げるとともに、これらの達成のために政府全体として講ずべき施策等について定めている。

●歴史的資源を活用した観光まちづくりタスクフォース

農山漁村を含めた地方に広く存在する古民家等を活用した魅力ある観光まちづくりを推進する方策等の検討等を行うため、16年9月に「歴史的資源を活用した観光まちづくりタスクフォース」が設置された。

16年12月にはタスクフォースとしての中間とりまとめが行われ、それを受けて17年1月には、民間人材による「歴史的資源を活用した観光まちづくり専門家会議」が開催されるとともに、内閣官房に「歴史的資源を活用した観光まちづくり連携推進室」が設置され、意欲ある地域の取組みを官民一体で支援する体制が発足した。

●観光庁関連予算

16年の観光庁予算は、245.5億円（前年度比236.2%）であった。内訳は「『次の時代』に向けたインバウンド受入環境整備・観光産業活性化」が83.7億円、「地方創生のための観光地域づくり」が63.7億円、「戦略的訪日プロモーション・MICEの誘致」が94.8億円等となっている。

その後16年8月に成立した第2次補正予算では、「訪日外国人旅行者受入基盤整備・加速化事業」に155億円、「地方誘客のための緊急訪日プロモーション」に45億円、「東北地方へのインバウンド推進による観光復興事業」に8億円が計上された。

(2) 各府省庁による観光政策

以下、観光ビジョンで掲げられた3つの視点ごとに、各府省庁の主な取組みを概観していく。

①観光資源の魅力を極め、「地方創生」の礎に（視点1）

●魅力ある公的施設・インフラの大胆な公開・開放

内閣府では、迎賓館赤坂離宮は16年4月から、京都迎賓館は16年7月から、外国からの賓客の接遇に支障のない範囲で一般

公開を行っている。迎賓館赤坂離宮の観覧は申込みページからの事前予約によるほか、事前予約なしで当日の申込みも受け付けている。また京都迎賓館については、ガイドツアーと自由参観の2つの方法がある。

●文化財の観光資源としての開花

○文化財活用・理解促進戦略プログラム2020

文化庁では、16年4月に、観光ビジョンを踏まえて、文化財を貴重な地域・観光資源として活用するために2020年までに取り組むアクションプログラムとして「文化財活用・理解促進戦略プログラム2020」を策定した(表V-1-2)。

○日本遺産 (Japan Heritage)

前述の「文化財活用・理解促進戦略プログラム2020」でも目標の一つとして掲げられている「日本遺産」は、文化庁が、地域の歴史的な魅力や特色を通じて我が国の文化・伝統を語るストーリーを「日本遺産 (Japan Heritage)」として認定し、ストーリーを語る上で不可欠な魅力ある有形・無形の文化財群を地域が主体となって総合的に整備・活用し、国内外に戦略的に発信することにより、地域の活性化を図るものである。

16年4月に19件、17年4月に17件がそれぞれ新たに認定され、17年4月時点での認定数は計54件となっている。

●国立公園の「ナショナルパーク」としてのブランド化

環境省では、観光ビジョンに基づき、日本の国立公園を世界水準の「ナショナルパーク」としてのブランド化を図ることを目標に、「国立公園満喫プロジェクト」を実施している。16年7月に、要望があった16の国立公園の中から、先行的、集中的に取り組むを実施する公園として、「阿寒」「十和田八幡平」「日光」「伊勢志摩」「大山隠岐」「阿蘇くじゅう」「霧島錦江湾」「慶良間諸島」の8公園を選定した。

これらの国立公園において、地元関係者や関係行政機関からなる地域協議会を立ち上げ、16年12月に、各公園での取組方

針を記載した「ステップアッププログラム2020」が各公園の地域協議会において策定された。

●景観の優れた観光資産の保全・活用による観光地の魅力向上

17年3月、国土交通省では、景観資源の磨き上げによって地域活性化につながる「景観まちづくり刷新モデル地区」を全国から10地区指定した(表V-1-3)。

これらの地区では、17年度予算から新規創設する、政府初の景観に着目した公共予算となる「景観まちづくり刷新支援事業」を3年間集中的に活用し、目に見える形で、まちの景観を刷新させる取組みを実施していく。

●滞在型農山漁村の確立・形成

○ディスカバー農山漁村(むら)の宝

内閣官房及び農林水産省は、「強い農林水産業」、「美しく活力ある農山漁村」の実現に向けて、農山漁村の有するポテンシャルを引き出すことにより地域の活性化、所得向上に取り組んでいる優良事例を「ディスカバー農山漁村(むら)の宝」として選定し、全国へ発信することとしている。

16年10月に開催された有識者懇談会において、第3回分として30地区が選定され、さらに16年12月に開催された有識者懇談会では、30地区の中からグランプリ1事例と特別賞4事例が選定された。

表V-1-3 景観まちづくり刷新モデル地区と取組みの概要

北海道 函館市	函館駅通りに隣接する当該地区において、夜間照明やストリートファニチャーの整備等により、デザイン性に優れた夜間景観を新たに創出し、地域活性化を図る。
青森県 弘前市	禅林街の舗装の美化や広場の整備に加え、旧弘前市立図書館等の歴史的風致形成建造物を再配置させるという独創的な取組みにより、観光客の回遊性を高める。
茨城県 水戸市	水戸駅前のベデストリアンデッキのタイルの張替えや水戸城跡周辺の法面緑化と千波湖の浄化装置の外観修景、偕楽園の板塀の整備等により地区の魅力を上向きさせ、回遊性を高める。
福井県 敦賀市	氣比神社に向かう商店街における舗装の美化やストリートファニチャーの整備、人道の港の景観復元等を実施し、氣比神社等の観光施設をつなぐ歩行空間の魅力を上向きさせ、回遊性を高める。
岐阜県 高山市	高山駅前の建築物の外観修景や屋外広告物の集約化を実施するほか、舗装の美化、広場との一体的な整備により2箇所的重要伝統的建造物群保存地区までの回遊性を高める。
和歌山県 田辺市	紀伊田辺駅舎の修景、駅前広場の整備、駅前面に広がる商店街のアーケード撤去、建造物の外観修景等の一体的な整備により、地区の魅力を上向きさせ、回遊性を高める。
兵庫県 篠山市	大正ロマン館の修景整備や篠山重要伝統的建造物群保存地区内の無電柱化、城下町区画道路の美化等、城下町の雰囲気高める整備により、観光客の回遊性を高める。
山口県 長門市	長門湯本地区の地域の自然や地形を活かし、親水性の高い広場の整備や、かつて行われていた棚田地形を活かした遊歩道整備等により、観光客の回遊性を高める。
香川県 高松市	屋島地区の新たな観光拠点施設の整備と併せ、屋島駅から当該地区までの舗装の美化、ベンチ等の設置、駐車場の整備等により地区の魅力を上向きさせ、回遊性を高める。
長崎県 長崎市	市街地において夜間照明のライトアップの更なる魅力上げや、夜間景観を楽しむために鍋冠山の遊歩道の整備や、稲佐山の街路灯の整備により、地域活性化を図る。

資料：文部科学省ウェブサイトをもとに(公財)日本交通公社作成

資料：国土交通省ウェブサイトをもとに(公財)日本交通公社作成

表V-1-2 「文化財活用・理解促進戦略プログラム2020」の概要

2020年までの目標	<ul style="list-style-type: none"> 文化財単体ではなく地域の文化財を一体とした面的整備や分かりやすい多言語解説の整備などの取組みを1,000事業程度実施するとともに、日本遺産をはじめ、文化財を中核とする観光拠点を全国200拠点程度整備 「日本遺産」を100件程度認定 国内全ての世界文化遺産において、世界文化遺産活性化事業の実施を促す 「歴史文化基本構想」を100件策定 文化遺産オンラインへの訪問回数200万回を達成 20年東京オリンピック・パラリンピック競技大会に向けた文化プログラム(文化力プロジェクト(仮称))を20万件実施
アクションプログラム	<ul style="list-style-type: none"> 世界遺産や日本遺産、文化芸術活動など、地域の文化資源の一体的な整備・活用、国内外に向けた情報発信(解説・多言語化を含む)への支援 国宝・重要文化財建造物等の適切な修理周期の実現と、次の修理までの間も美しく保つ美化等、投資リターンを見据えた文化財への戦略的な投資 人材・体制

○食と農の景勝地

農林水産省は、インバウンド需要を農山漁村に取り込み、地域の活性化につなげるため、地域の「食」と「農林水産業」、景観等の地域資源を活用して、外国人を誘客する取組を農林水産大臣が認定する仕組みである「食と農の景勝地」を創設している。

16年11月には、申請のあった全国44地域から5つの地域を認定した(表V-1-4)。

○「農泊」推進施策の見直し

農林水産省では、農山漁村において日本ならではの伝統的な生活体験と農村地域の人々との交流を楽しみ、農家民宿、古民家を活用した宿泊施設など、多様な宿泊手段により旅行者にその土地の魅力を味わってもらう農山漁村滞在型旅行「農泊」を推進している。同省では、「歴史的資源を活用した観光まちづくりタスクフォース」での議論等を踏まえて、農泊推進施策の見直しを行い、農山漁村に賦存する資源を活用した観光コンテンツを創出し、農山漁村滞在型旅行をビジネスとして実施できる体制を持った地域を20年までに500地域創出することを目標として掲げている。

●地方の商店街等における観光需要の獲得・伝統工芸品の消費拡大

16年5月より、訪日外国人旅行者向け消費税免税制度が拡充された。措置内容としては、免税の対象となる最低購入金額の引き下げ、簡便な海外直送手続の創設、免税手続カウンター制度の利便性向上、購入者誓約書の電磁的記録による保存といったものがある。

●広域観光周遊ルートの世界水準への改善

○広域観光周遊ルートの追加認定

16年6月、15年に認定した7つの広域観光周遊ルート形成計画に続き、新たに4つの広域観光周遊ルート形成計画について、

表V-1-4 「食と農の景勝地」の選定地域と概要

地域	実行組織	概要
北海道十勝地域	食と農の景勝地・十勝協議会	十勝牛、乳製品、小豆など多様な農畜産業や、こうした食材を中心とした地域の食とともに、美しい自然景観も活用した農業体験プログラム、畑ガイド等が充実。
岩手県一関市・平泉町	一関もち食推進会議	地域に根付いた餅文化の普及と、平泉の文化遺産や伝統行事に加え、餅つき、紙すきなど外国人旅行者に好まれる体験ルートが充実。
山形県鶴岡市	鶴岡食文化創造都市推進協議会	羽黒山伏が伝える「精進料理の世界」と、城下町の風土と海と山と農村の多様な食と食文化の体験が可能な地域。
岐阜県馬瀬地域	馬瀬地方自然公園づくり委員会	日本で最も美しい村の農村景観馬瀬川を中心に流域の森、川、農地一人のつながりがつく食と豊かな自然、美しい景観に、地元の温かいふれあいが楽しめる地域。
徳島県にし阿波地域	一般社団法人そらの郷	中山間地帯のありのままの食、景観を観光資源として、敢えて、手を入れないことで、「桃源郷」と銘打つ地域は海外でも注目。

資料：農林水産省ウェブサイトをもとに(公財)日本交通公社作成

国土交通大臣が認定を行った(表V-1-5)。

○テーマ別観光による地方誘客事業

観光庁は「テーマ別観光による地方誘客事業」として、共通の観光資源により地方誘客を図ることを目的とし、複数地域のネットワーク形成と、課題や成功事例の共有による効果的な観光振興等について支援している。16年8月、全国から応募があった54件のうち、7件を選定した(表V-1-6)。

表V-1-5 新たに認定を受けた広域観光周遊ルートの概要

ルート名称	申請者	対象地域
日本のてっぺん。きた北海道ルート。	きた北海道広域観光周遊ルート推進協議会	北海道のうち、空知総合振興局、石狩振興局、上川総合振興局(北部および中部)、留萌振興局、宗谷総合振興局の地域
広域関東周遊ルート「東京圏大回廊」	関東観光広域連携事業推進協議会	福島県、茨城県、栃木県、群馬県、千葉県、埼玉県、東京都、神奈川県、新潟県、山梨県、長野県(11都県)(一部の地域を除く)
縁(えん)の道～山陰～	山陰インバウンド機構	鳥取県、島根県、山口県萩市
Be. Okinawa 琉球列島周遊ルート	Be. Okinawa 琉球列島周遊ルート形成推進協議会	沖縄県(沖縄本島および周辺15離島地域、久米島地域、宮古諸島地域、八重山諸島地域)

資料：観光庁ウェブサイトをもとに(公財)日本交通公社作成

表V-1-6 テーマ別観光による地方誘客事業 選定一覧

テーマ	協議会名	概要
エコツーリズム	エコツーリズム地域推進協議会	北海道や群馬等エコツーリズムを進める地域をネットワーク化し、着地型旅行商品の販売方法や地域内の連携方法を情報共有させるため、インバウンド向けの調査や商談会、コンテンツの作成等を行う。
街道観光	街道観光推進会議(日本歴史街道ネットワーク)	全国の街道地域をネットワーク化し、街道に関係する城下町や宿場町などの歴史的風土を活かした「街道観光」をテーマに、共同でのプロモーションやモニターツアーの実施等を行う。
近代建築ツーリズム	近代建築ツーリズムネットワーク	国立西洋美術館を含むル・コルビュジエの建築群が世界文化遺産登録され、近代建築の文化的価値に対する関心が高まっていることを踏まえ、まず今年度は同氏の弟子であった前川國男の建築にゆかりのある全国各地をネットワーク化する。前川氏の作品を巡るモニターツアーの開催やシンポジウム、PRツールの作成等を行う。
酒蔵ツーリズム	酒蔵ツーリズム推進協議会	全国各地の酒蔵を新たにネットワーク化し、共同プロモーションに向けた基礎調査やモニターツアーの実施等を行う。
社寺観光巡礼の旅	社寺観光地域連携協議会	全国に点在する社寺を巡礼の地としてつなげる「社寺観光」を推進するため、16年度は徳川家康公没後400周年にゆかりの深い社寺(静岡・愛知・埼玉・栃木・宮城)をネットワーク化し、インバウンド向けモニターツアーや多言語サイトの構築等を行う。
明治日本の産業革命遺産	明治日本の産業革命遺産世界遺産ルート推進協議会	世界遺産「明治日本の産業革命遺産」(8県11市)をネットワーク化し、多言語ガイドマップやホームページ製作等を通じ、各地域への訪問者が周遊する仕組みの構築を行う。
ロケツーリズム	ロケツーリズム協議会	ロケツーリズムに取り組む全国各地をネットワーク化し、どの地域でも実践できるロケ誘致から観光客向け情報発信に至るノウハウのマニュアル化、モデル地域におけるロケ地マップの制作、ロケ地ツアーの商品化等を行う。

資料：観光庁ウェブサイトをもとに(公財)日本交通公社作成

○地域資源を活用した観光地魅力創造事業

観光庁は、15年度より「地域資源を活用した観光地魅力創造事業」を開始し、地域の観光資源の磨き上げに意欲ある地域の取組みを支援している。16年7月、全国から応募があった51件のうち、34件を選定した(表V-1-7)。

●東北の観光復興

復興庁では、東北地方の風評被害を払拭し、東日本大震災の影響により大きく落ち込んだ訪日外国人旅行者を回復させ、インバウンド急増の効果を波及させることにより、観光を通じて被災地の復興を加速化するため、「東北観光復興対策交付金」を創設した。

表V-1-7 地域資源を活用した観光地魅力創造事業 支援地域

都道府県	主な事業実施地域	申請者名
北海道	木古内町	木古内町観光推進協議会
	倶知安町	倶知安夏季スキー場利用推進協議会
	帯広市	十勝ファームツーリズム等推進協議会
	釧路市	釧路インバウンド誘致推進協議会
青森	鯉ヶ沢町	鯉ヶ沢白神グリーンツーリズム推進協議会
福島	会津若松市	会津若松市国際観光推進協議会
	福島市	ふくしま健康レシビ開発協議会
栃木	日光市	鬼怒川・川治温泉インバウンドまちづくり塾
群馬	富岡市	富岡市観光資源活用協議会
東京	千代田区	AKIBA観光協議会
	品川区	天王洲活性化懇談会
新潟	妙高市	妙高観光推進協議会
長野	山ノ内町	WAKUWAKUやまのうち まちづくり協議会
	松本市	松本市アルプス観光協会
	阿智村	阿智村版DMO推進協議会
富山	立山町	立山町マーケティング推進協議会
愛知	西尾市	にしお観光まちづくり協議会
福井	小浜市	まちづくり小浜推進協議会
京都	京都市	元離宮二条城・魅力創造推進協議会
	木津川市	木津川市プロデュースプロジェクト
	宮津市	海の京都天橋立地区協議会
大阪	箕面市	箕面観光魅力創造事業推進協議会
奈良	明日香村	明日香観光マーケティング会議
和歌山	白浜町	ALL白浜“ここでしかできない旅”実行委員会
鳥取	倉吉市	倉吉まち魅力開発プロジェクト実行委員会
広島	安芸太田町	三段峡Re-Bornプロジェクト準備委員会
山口	萩市	萩観光魅力創造推進協議会
	防府市	防府市観光資源活性化協議会
愛媛	松山市	松山はいく国際化推進委員会
佐賀	有田町	有田観光まちづくり協議会
長崎	長崎市	長崎市アジア・国際観光推進に係る官民連携協議会
宮崎	日南市	日南市観光推進連携協議会
鹿児島	指宿市	いぶすきの農漁村力協働推進協議会
沖縄	竹富町	八重山諸島星空information H20

資料：観光庁ウェブサイトをもとに(公財)日本交通公社作成

②観光産業を革新し、国際競争力を高め、我が国の基幹産業に(視点2)

●観光関係の規制・制度の総合的な見直し

訪日外国人旅行者の受入環境の整備を図るため、通訳案内士資格に係る規制を見直すとともに、旅行の安全や取引の公正を確保するため、旅行に関する企画・手配を行ういわゆるランドオペレーター登録制度の創設等の措置を講じる「通訳案内士法及び旅行業法の一部を改正する法律案」が17年3月に閣議決定され、同年5月に193回通常国会で可決・成立した(表V-1-8)。

●民泊サービスへの対応

訪日外国人旅行者が急増する中、多様化する宿泊ニーズに対応して普及が進む民泊サービスについて、その健全な普及を図るため、事業を実施する場合の一定のルールを定めた「住宅

表V-1-8 通訳案内士法及び旅行業法の一部を改正する法律 概要

通訳案内士法関係	①通訳ガイドの量の確保 ・通訳案内士資格について、業務独占から名称独占へと規制を見直し、幅広い主体による通訳ガイドを可能にする。 ・通訳案内士について、全国対応のガイドである全国通訳案内士に加えて、地域による地域に特化したガイドである地域通訳案内士の資格制度を創設。 ②通訳案内士の質の向上 ・全国通訳案内士の試験科目に実務項目を追加する等適正化するとともに、全国通訳案内士に対し定期的な研修の受講を義務付ける。
旅行業法関係	①地域の観光資源・魅力を生かした体験・交流型旅行商品の企画・販売の促進 ・営業所ごとに選任が必要な「旅行業務取扱管理者」について、特定地域の旅行商品のみを取り扱う営業所に対応した「地域限定旅行業務取扱管理者」資格を創設。 ・「旅行業務取扱管理者」の1営業所1名の選任基準を緩和。 ②旅行サービス手配業者の業務の適正化 ・旅行サービス手配業(いわゆるランドオペレーター)の登録制度を創設し、管理者の選任、書面の交付等を義務付ける。

資料：観光庁ウェブサイトをもとに(公財)日本交通公社作成

表V-1-9 住宅宿泊事業法 概要

(1) 住宅宿泊事業に係る届出制度の創設
① 住宅宿泊事業 ^{*1} を営もうとする場合、都道府県知事 ^{*2} への届出が必要
② 年間提供日数の上限は180日
③ 地域の実情を反映する仕組み(条例による住宅宿泊事業の実施の制限)を導入
④ 住宅宿泊事業の適正な遂行のための措置(宿泊者の衛生の確保の措置等)を義務付け
⑤ 家主不在型の住宅宿泊事業者に対し、住宅宿泊管理業者に住宅の管理を委託することを義務付け
※ 1 住宅に人を180日を超えない範囲で宿泊させる事業
※ 2 住宅宿泊事業の事務処理を希望する保健所設置市又は特別区においてはその長
(2) 住宅宿泊管理業に係る登録制度の創設
① 住宅宿泊管理業 ^{*3} を営もうとする場合、国土交通大臣の登録が必要
② 住宅宿泊管理業の適正な遂行のための措置(住宅宿泊事業者への契約内容の説明等)と(1)④の措置の代行を義務付け
※ 3 家主不在型の住宅宿泊事業に係る住宅の管理を受託する事業
(3) 住宅宿泊仲介業に係る登録制度の創設
① 住宅宿泊仲介業 ^{*4} を営もうとする場合、観光庁長官の登録が必要
② 住宅宿泊仲介業の適正な遂行のための措置(宿泊者への契約内容の説明等)を義務付け
※ 4 宿泊者と住宅宿泊事業者との間の宿泊契約の締結の仲介をする事業

資料：観光庁ウェブサイトをもとに(公財)日本交通公社作成

宿泊事業法案」が17年3月に閣議決定され、同年6月に193回通常国会で可決・成立した(表V-1-9)。

●産業界ニーズを踏まえた観光経営人材の育成・強化

観光庁では、「観光産業をリードするトップレベルの経営人材」に焦点をあて、観光MBA設置や観光産業の強化・発展を推し進める優秀な経営人材の育成・強化に向けて検討および支援を行っている。

16年度は、観光MBAの開講に向け、人材育成に関する要望を聴取するワーキング・グループを開催するとともに、一橋大学および京都大学で18年に開講予定の観光MBAコースの設置準備に対してサポート事業を行った。また、和歌山大学および大分大学において、15年度事業で策定した教育プログラムモデルを活用し実証事業を行った。

●宿泊施設不足の早急な解消および多様なニーズに合わせた宿泊施設の提供

観光庁では、訪日外国人旅行者の急増による宿泊施設不足の緊急対策として既存の宿泊施設の活用促進のため、Wi-Fi整備やトイレの洋式化、ウェブサイトの多言語化、国際放送設備の整備、案内表示の多言語化、客室の和洋室化、翻訳システムの導入、タブレットの導入、クレジットカード決済端末、マニュアル作成といった経費の一部を補助する事業である「宿泊施設インバウンド対応支援事業」を実施している。

16年7月には157団体(1,232事業者)、16年10月には95団体(684事業者)、17年6月には66団体(480事業者)について、訪日外国人宿泊者受入体制拡充計画を認定した。

●世界水準のDMOの形成・育成

○DMO候補法人の登録

観光庁では、日本版DMOの形成・確立を支援するため、15年11月に、日本版DMOの候補となりうる法人「日本版DMO候補法人」を登録する制度を創設している。

16年2月に第1弾として登録された24法人に引き続き、16年4月の第2弾から17年8月の第10弾まで133法人が登録され、計157法人が登録されている。

○DMOネットの開発、サービス提供

17年3月、観光庁、内閣官房および内閣府は、日本版DMOの形成・確立に向けた地域の取組を情報面から支援するため、観光地域のマネジメント・マーケティングを効率的に実施できるよう支援するシステム・ツールである「DMOネット」の提供を開始。

○観光予報プラットフォームの本格稼働

経済産業省では、15年度に旅行関連情報や国内外の旅行者等の行動に関するデータを収集・集約し、データベースを構築する実証事業を行い、その一環として「観光予報プラットフォーム」を構築した。

これは全国各地の宿泊予約・実績データや宿泊客の属性等

を、グラフ等を用いて視覚的に提供するとともに、過去の実績と予約状況をもとにした6か月先までの観光地の混雑度合や、海外・国内からの注目度、宿泊者数の推移予測等といった「観光予報」の提供を試みるものである。

16年11月より、同プラットフォームは観光予報推進プラットフォーム協議会(事務局:公益社団法人日本観光振興協会)によって本格運用が開始された。

○地方創生関係交付金

緊急対応として、「地方版総合戦略」に位置付けられた先駆的な取組の円滑な実施を支援する「地方創生加速化交付金」は、16年3月の第1次分に引き続き、16年8月に第2次分として、342件、78億円分について交付対象となる事業を決定した。

また、「地方版総合戦略」に位置付けられ、地域再生法に基づく地域再生計画に認定される地方公共団体の自主的・主体的な取組で、先導的なものを支援する「地方創生推進交付金」については、16年8月に16年度の第1回分として745件、184億円分、16年11月に第2回分456件、54億円分について交付対象となる事業を決定した。また、17年4月には17年度の第1回分として709件、135億円分が決定している。

「未来への投資を実現する経済対策」(16年8月2日閣議決定)を受けて、16年度第2次補正予算に計上された「地方創生拠点整備交付金」については、17年2月に第1回分として897件、556億円分、17年4月に第2回分として224件、94億円分について、交付対象となる事業を決定した。

●「観光地再生・活性化ファンド」の継続的な展開

観光庁と包括的連携協定を締結している株式会社地域経済活性化支援機構(REVIC)は、「観光産業支援ファンド」を運営し、新たな観光資源の掘り起こしや、施設の多様化等で変化に対応しようとする地域の観光事業者に対して、ファンドを通して資金と人材の両面からサポートしている。

17年7月までに、観光産業に特化した12のマザーファンドおよび各地域ファンドが組成され、計27件の投資が行われている。

●訪日プロモーションの戦略的高度化

○市場別訪日プロモーション方針

16年4月、観光庁はマーケティング戦略本部において、ビジット・ジャパン事業の実施に当たっての基本方針である「平成28年度市場別訪日プロモーション方針」を決定した(表V-1-10)。

○スポーツ文化ツーリズムアワード

17年3月、スポーツ庁、文化庁、観光庁は、スポーツと文化資源を組み合わせた地域の取組で、国内外の観光客の増加、長期滞在を促す仕組みや地域への経済効果波及につながる工夫がある取組を選定し、「スポーツ文化ツーリズムアワード」として表彰した。

16年度の大賞は、「サイクリストの聖地『瀬戸内しまなみ海道』を核としたサイクルツーリズム」(瀬戸内しまなみ海道振興協議

表V-1-10 平成28年度市場別訪日プロモーション方針
(全体・東アジア)

全体	「明日の日本を支える観光ビジョン」等を踏まえ、年間を通じた訪日需要の創出、更なる地方への誘客・地方での旅行消費拡大を強力に推進するため、これまで以上に戦略的な政策誘導の重要性を強く意識したプロモーションを展開する。具体的には、地方空港へのLCC等の新規就航や消費税免税制度の拡充と合わせたプロモーションを実施する。特に東北地方については、日本初となる全世界を対象としたデスティネーション・キャンペーンを実施する。また、欧米豪を対象とした歴史・文化をテーマとするプロモーション、富裕層をターゲットとした日本ブランドイメージの確立、訪日教育旅行の拡大等の取組みも強化する。
韓国	【主要ターゲット層】 ①20～30歳代若者層②家族層③40～60歳代余裕層 地方空港への直行便の多さを活かして、日本各地の魅力の発信を行うとともに、日本側の閑散期である1月～2月に旅行シーズンを迎えるターゲット層については、その時期を中心に訪日需要の促進を図る。また、昨年度に引き続きプロモーションの重点地域として中国、四国地方を設定し、韓国からの観光客が少ない地域の底上げを図る。
中国	【主要ターゲット層】 ①30～40歳代家族層②20～30歳代女性③教育旅行 北京・上海・広州では、個人旅行者に向けて「個人の趣向に合った日本の魅力」を訴求し、北京、上海、広州を除く重点都市においては、団体ツアー（クルーズ含む）向けに日本食、温泉、四季、ショッピングなど「日本の代表的魅力」の情報発信を行う。プロモーションは比較的訪日客が少ない時期（5月～6月、10月～12月）を中心とし、地方誘客強化の一環として引き続き九州プロモーションを重点的に実施するとともに、東北プロモーションも行う。同時に、旅行の質の向上にも力を入れ、訪日旅行市場の持続可能な成長を目指す。
台湾	【主要ターゲット層】 ①20～30歳代若者層（個人旅行）②40～50歳代家族層（団体旅行、個人旅行）③教育旅行 更なる地方分散化を図るため、東北、中国、四国地方を重点地域としてプロモーションを行うとともに、訪日需要が比較的少ない冬季の底上げを図り、訪日回数が多く、日本の旅に慣れた旅行者に新たな魅力を発信し、地方への誘客を促進する。また、個人旅行向けに交通パスを活用した旅行スタイルをPRするとともに、教育旅行層への働きかけを強化する。
香港	【主要ターゲット層】 ①30～40歳代女性（個人旅行・リピーター層）②20歳代男女（初訪日層）③ウェディングツーリズム リラックスや癒しの旅をコンセプトに、30～40歳代の女性向けに「高級旅館」や「美しい自然景観」等のテーマで、四国・中国、昇龍道、北海道（主に道東・道南）を重点的に訴求する。ハイシーズンである7月中旬～8月末、12月下旬のほか、10月～12月上旬、1月～3月（旧正月を除く）の閑散期にも積極的な情報発信を行う。また、航空会社の新規直行便就航・利用促進を支援し、地方への誘客を加速させる。東京・大阪に集中しがちな20歳代の初訪日層向けには「ご当地グルメ」や「日本の四季」等を中心に、東京・大阪の周辺地域を訴求するプロモーションを行う。ウェディングツーリズムについても引き続き、訪日シェアの拡大を図る。

資料：観光庁ウェブサイトをもとに（公財）日本交通公社作成

会）が受賞した。

○海外6市場におけるJNTO事務所の新設

日本政府観光局（JNTO）では、海外における訪日プロモーション事業の拡充・高度化のため、16年12月にロシア、17年2月にベトナム、17年3月にマレーシア、インド、イタリア、スペインに海外事務所を新設した。

●インバウンド観光促進のための多様な魅力の対外発信強化

○観光と技術に関する国際会議

16年6月、国連世界観光機関（UNWTO）と観光庁の共催により、「観光と技術に関する国際会議」が奈良県で開催された。当該会議には26の国・地域から413人が参加し、技術革新や新たなビジネスモデルがもたらす観光分野における可能性についての3つのセッションと、観光分野における技術の先進的な取組み紹介を行った。

●MICE誘致の促進

○MICE推進関係府省連絡会議

内閣官房、内閣府、外務省、文部科学省、厚生労働省、経済産業省、国土交通省はMICEの受入環境整備や誘致拡大に関係府省が一丸となって支援するための枠組みとして、MICE推進関係府省連絡会議を設置し、16年12月に第1回会合を開催した。

○ユニークベニュー活用促進事業

観光庁はユニークベニューを活用したレセプションや会議等を開催する場合、その開催費用の支援を行う「MICEの誘致拡大に向けたユニークベニュー活用促進事業」を実施し、「国際メトロポリス会議2016愛知・名古屋 熱田神宮（愛知県名古屋市）」や「第40回国際外科学会世界総会 元離宮二条城（京都市中京区）」など計9件を採択・支援した。

○グローバルMICE強化都市

観光庁では、MICE誘致において、アジアを中心とした海外の競合国・都市との競争に打ち勝つことができる実力ある都市の育成を目指し、15年6月に「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、広島市、北九州市の5都市を選定し、約2年間にわたり支援事業を実施してきた。

17年4月、支援事業の終了にあたり、これら5都市の呼称については、既に「グローバルMICE都市」として選定されている7都市（東京、横浜、京都、神戸、福岡、大阪、名古屋）と合わせて、統一的に「グローバルMICE都市」と称することが発表された。

●ビザの戦略的緩和

外務省はカタール、中国、ロシア、インドに対して、数次ビザの導入・緩和、ビザの申請手続きの簡素化等の緩和措置を行った。

●訪日教育旅行の活性化

16年4月、JNTOは訪日教育旅行受入促進のための一元的相談窓口として専任の担当者を配置するとともに、訪日教育旅行の理解を促進し、関係者に向けた情報発信を行うための、訪日教育旅行に特化したウェブサイトを開設した。

③すべての旅行者が、ストレスなく快適に観光を満喫できる環境に（視点3）

●最先端技術を活用した革新的な出入国審査等の実現

○バイオカードの導入

法務省入国管理局では、各空港の上陸審査場における上陸審査待ち時間を短縮するため、16年10月から上陸審査待ち時間を活用して個人識別情報を事前に取得するための機器（バイオカード）を関西空港、高松空港、那覇空港に導入し、運用を開始した。

○トラステイド・トラベラー・プログラム

法務省入国管理局では、出入国管理上のリスクが低く、頻繁に我が国に入国する外国人の業務渡航者等を「信頼できる渡航者（トラステイド・トラベラー）」と認め、新たに自動化ゲートの利用対象とすることで、空港の対面審査ブースにおける混雑を緩和することを目的として、16年11月から自動化ゲートの利用対象者の範囲を拡大するトラステイド・トラベラー・プログラムを開始した。

●キャッシュレス環境の飛躍的改善

経済産業省は、「おもてなしプラットフォーム」の構築に向けて、16年10月より「IoT活用おもてなし実証事業」を開始した。これは、訪日外国人旅行者が、買い物や飲食、宿泊、レジャー等の各種サービスを受ける際に求められる情報や、スマートフォンアプリに登録する情報等について、本人の同意を得て情報を「おもてなしプラットフォーム」に共有・連携することで、様々な事業者や地域がその情報を活用して高度で先進的なサービスを提供できる仕組みである。

16年度は、関東（湯河原・箱根・鎌倉）、関西（大阪）、九州（福岡）の3地域で実証事業を実施した。

●通信環境の改善と誰もが一人歩きできる環境の実現

○IoTおもてなしクラウド事業

総務省では、訪日外国人がIoTおもてなしクラウドに登録するパスポート情報や自国語情報等の属性情報と、交通系ICカードやスマートフォン等との紐付けを行い、ホテルでのスムーズなチェックインや自国語による経路案内などの情報・サービスを提供する「IoTおもてなしクラウド事業」として、千葉・幕張・成田地区、東京都港区地区および渋谷地区の3地区で実証事業を実施した。

○おもてなし規格認証制度

経済産業省は、サービス品質を「見える化」するための規格認証制度である「おもてなし規格認証」を創設した。

16年8月より自己適合宣言による「おもてなし規格認証2016」の申請受付を開始し、その後17年1月には自己適合宣言に加えて第三者認証の仕組みを導入した「おもてなし規格認証2017」の申請受付を開始した。

●急患等にも十分対応できる外国人患者受入体制の充実

○訪日外国人旅行者受入医療機関の選定と公表

観光庁は、外国人旅行者がスムーズに医療機関にアクセスできるよう、外国人旅行者の受入が可能な約320の医療機関をリストとして取りまとめ、16年3月にJNTOのホームページに掲載した。

17年6月には、当初英語のみであったリストに中国語（繁体字、簡体字）、韓国語を追加するとともに、掲載されている医療機関の数が約900に拡充された。

○医療機関利用ガイド

観光庁は、日本医師会・東京医師会監修のもと、外国人旅行者が日本滞在時に、不慮のケガ・病気になった際に役立つ医療機関の利用ガイドを作成した。

●自然災害発生時の対応の強化

観光庁は、訪日外国人旅行者向けの災害時情報提供アプリ「Safety tips」を14年10月から提供しているが、17年3月に外国人受入可能な医療機関情報や熱中症情報などの情報を追加し、機能向上を図った。

●「地方創生回廊」の完備

国土交通省は、16年4月に、すべての道路利用者にわかりやすい道案内を実現するため、我が国にふさわしい高速道路ナビリングの導入に向けた検討を行う「高速道路ナビリング検討委員会」を設立した。

同委員会によって16年10月にとりまとめられた「高速道路ナビリングの実現に向けた提言」を受けて、同省では、「道路標識、区画線及び道路標示に関する命令」の一部を改正し、17年2月に交付した。

●クルーズ船受入のさらなる拡充

国土交通省は、急増するクルーズ船の寄港ニーズを我が国の港湾で受けきるため、16年4月からクルーズ船社に対し「クルーズ船寄港地マッチングサービス」の提供を開始した。

これは、寄港地を探すクルーズ船社とクルーズ船の寄港を期待する港湾管理者（自治体）のマッチングを図り、クルーズ船の我が国への寄港を促進するものである。また、クルーズ船の寄港を我が国で受けきれよう、希望する港湾の予約がとれなかったクルーズ船社にも対応し、寄港可能な港湾を紹介するとしている。

●公共交通利用環境の革新

国土交通省では、近年、高速バスが、「移動手段の有力な選択肢」の一つとなる中、訪日外国人等が高速バスを利用しやすい環境を整備するため、17年1月に「高速バス情報プラットフォーム-Japan Bus-Gateway-」をJNTOのサイト内に開設した。

（菅野正洋）

V-2 都道府県による観光政策

平成28年度で特に成果があったのは「国際観光の振興」
平成29年度も「国際観光の振興」が重点分野
観光振興に関する条例を制定している都道府県は7割程度、
総合計画を策定しているのは8割以上
観光部署の財源（予算）や人員は増加したものの、
厳しい状況が続く

当財団では14年度より、観光庁の協力のもと、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、都道府県及び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」を実施している。

17年度については、枠組みの一部を変更して行った。「都道府県・市町村観光政策検討委員会」のもと、都道府県については従来通り「都道府県」の観光政策に関するアンケート調査を実施し、市町村については政令指定都市以外も視野に入れた「市町村」の観光政策に関するアンケート調査を実施した。

ここでは、「都道府県」の観光政策に関するアンケート調査について、「平成28年度の観光政策、重点施策」「平成29年度の観光政策、重点施策」「観光振興における課題」など調査結果の一部を紹介する。

※本稿では、17年8月末までに回答のあった44都道府県について、集計を行っている。

※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28年度の観光政策、重点施策について

●特に成果のあった分野（図V-2-1）

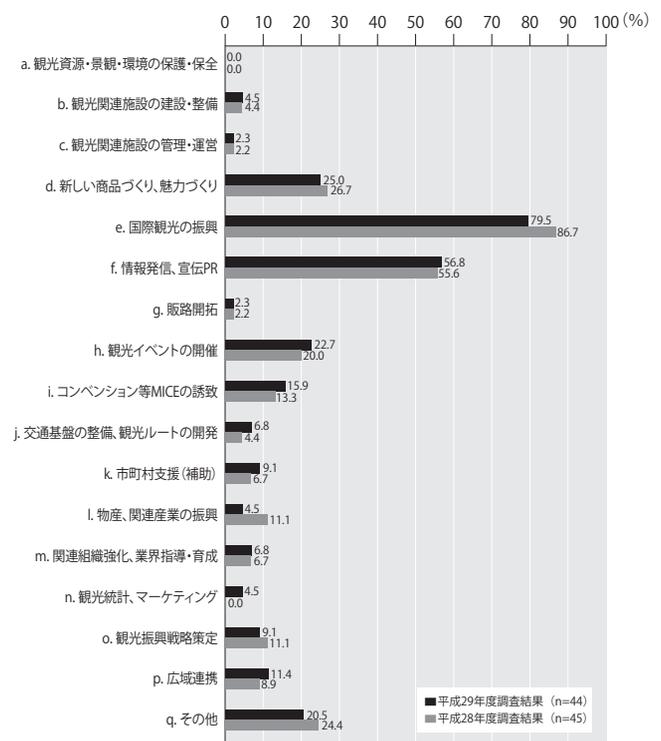
特に成果のあった分野としては、「e.国際観光の振興」（79.5%）が最も多く、次いで「f.情報発信・宣伝PR」（56.8%）、「d.新しい商品づくり、魅力づくり」（25.0%）となっている。

平成28年度調査の結果（平成27年度に特に成果のあった分野）と比較すると、ほぼ同様の傾向がみられるものの、「e.国際観光の振興」の比率は縮小した。

●国際観光振興（インバウンド）の具体的成果（図V-2-2）

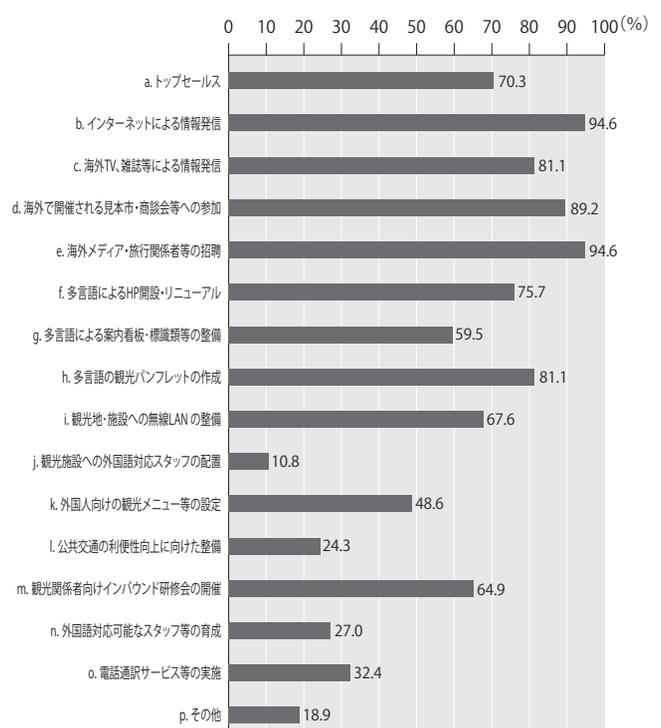
特に成果のあった分野（図V-2-1）において、「e.国際観光の振興」と回答した都道府県に対しその内容を聞いたところ、「b.インターネットによる情報発信」及び「e.海外メディア・旅行関係者等の招聘」がいずれも94.6%で最多となった。次いで、「d.海外で開催される見本市・商談会等への参加」（89.2%）、「c.海外TV、雑誌等による情報発信」「h.多言語の観光パンフレットの作成」（いずれも81.1%）となっており、主に情報発信において成果が表われている。

図V-2-1 特に成果のあった分野（複数回答）



出所：都道府県・市町村観光政策検討委員会（事務局：（公財）日本交通公社）

図V-2-2 国際観光の振興における具体的成果（複数回答、n=37）

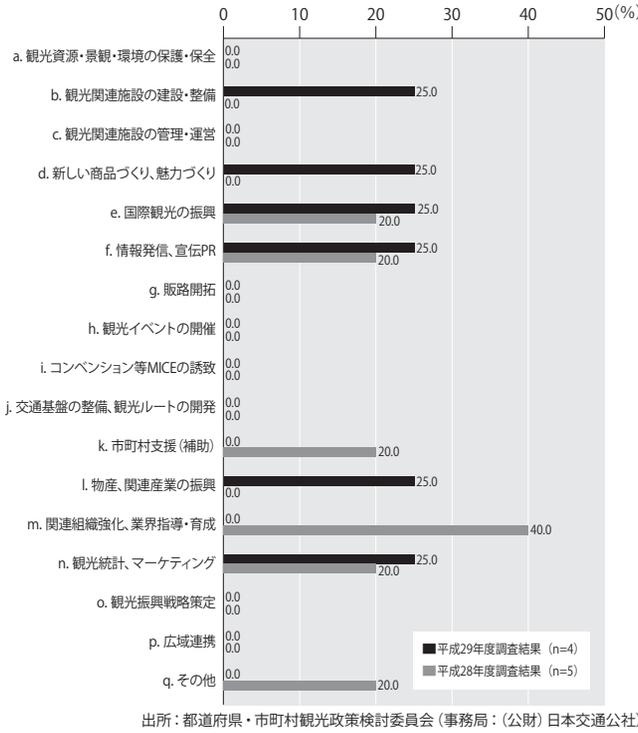


出所：都道府県・市町村観光政策検討委員会（事務局：（公財）日本交通公社）

●成果の得られなかった分野 (図V-2-3)

該当する都道府県が少ないなかで、「b.観光関連施設の建設・整備」「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」「l.物産、関連産業の振興」「n.観光統計、マーケティング」(いずれも25.0%)が挙げられている。

図V-2-3 成果の得られなかった分野 (複数回答)



(2) 平成29年度の観光政策、重点施策について

●特に重点的に取り組む分野 (図V-2-4)

「e. 国際観光の振興」(95.5%)が最も多く、次いで「f. 情報発信、宣伝PR」(77.3%)、「d. 新しい商品づくり、魅力づくり」(63.6%)となっている。

平成28年度調査の結果(平成28年度に特に重点的に取り組む分野)と比較すると、ほぼ同様の傾向がみられるなか、「e.国際観光の振興」をはじめとする上位3分野の比率はいずれも拡大するなど、これらの分野に一層集中的に取り組む様子がうかがえる。

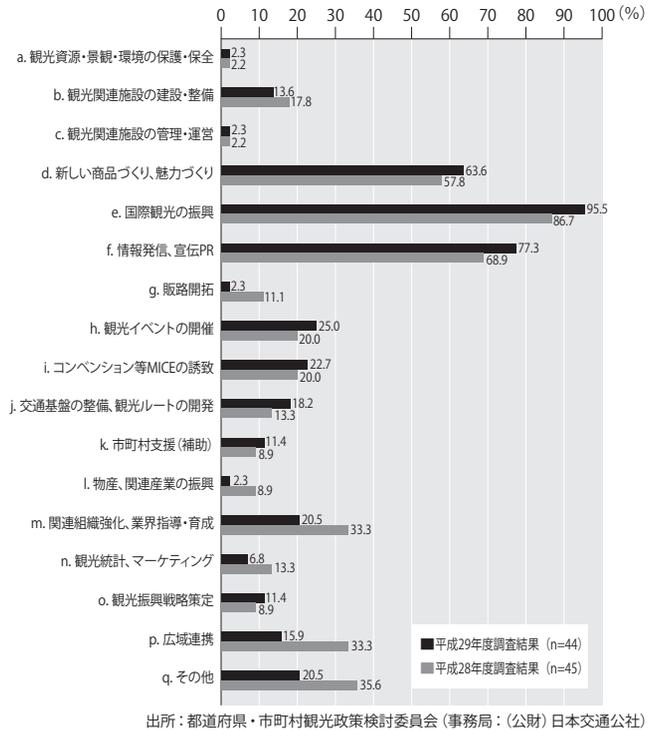
●国際観光の振興を目的に平成29年度に実施する予定の事業 (図V-2-5)

特に重点的に取り組む分野(図V-2-4)において、「e.国際観光の振興」と回答した都道府県に対しその事業内容を聞いたところ、「b.インターネットによる情報発信」が2年度連続で100%となり、次いで「d. 海外で開催される見本市・商談会等への参加」「e.海外メディア・旅行関係者等の招聘」(いずれも95.5%)となっている。

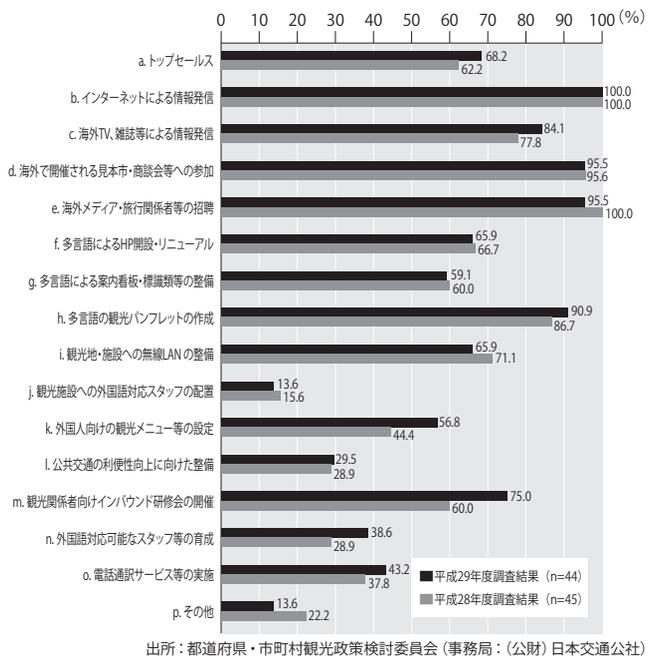
平成28年度調査の結果(平成28年度に実施する予定のインバウンド事業)と比較すると、ほぼ同様の傾向がみられ、

インターネットや雑誌・パンフレット、見本市・商談会等を通じての情報発信や招聘事業を中心とする施策が計画されている。

図V-2-4 平成29年度に特に重点的に取り組む分野 (複数回答)



図V-2-5 平成29年度に実施する予定のインバウンド事業 (複数回答)



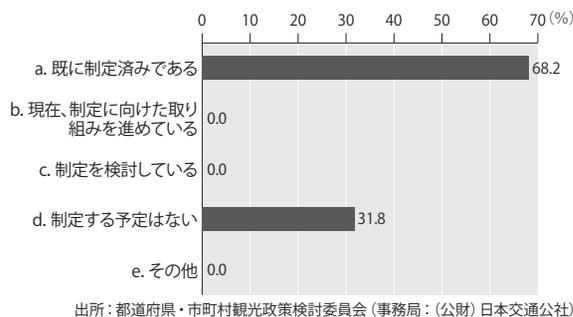
(3) 観光振興に関する条例・計画等の整備状況について

●条例の制定状況 (図V-2-6)

「a.既に制定済みである」が68.2%、「d.制定する予定はない」が31.8%となっており、約3割の都道府県が制定しておらず、そのうえ制定に向けた取り組みも行っていない。

なお、制定に際して工夫した点や特徴的な点を聞いたところ、「県民の総意による(パブリックコメントなど)」「議員提案による条例」「行政や観光関係者等により構成される会議体にて議論」「観光資源の維持保全に配慮した持続可能な観光の視点による」「日本版DMOの考え方を導入」などが挙げられている。

図V-2-6 条例の制定状況 (単数回答、n=44)

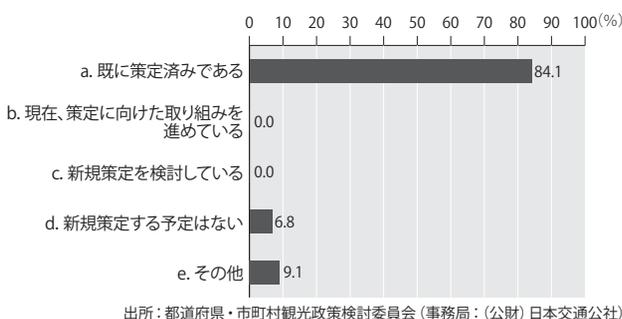


●総合的な計画の策定状況 (図V-2-7)

「a.既に策定済みである」が84.1%、「d.新規策定する予定はない」が6.8%となっており、多くの都道府県が策定している。「e.その他」としては、県の総合計画や産業振興計画の中で観光振興に触れているというものであり、観光分野に特化した計画・ビジョンにはなっていない。

なお、工夫した点や特徴的な点として、「条例に基づき策定」「県民の声を反映(パブリックコメント、タウンミーティングなど)」「幅広い分野の関係者が集まって策定」「観光事業者へのアンケート調査を実施」「延べ宿泊者数などの数値目標を設定」「東日本大震災からの復興を目指した基本方針を設定」「計画にあたり、ビッグデータを活用した観光動向調査を実施」「具体的な事業については、観光のみならず他部局所管の事業を盛り込んでおり、個別目標や施策の進捗状況に関して毎年度検証・見直しを行うとともに、議会への報告・意見聴取を行い、結果の概要を公表することとしている」などが挙げられている。

図V-2-7 総合的な計画の策定状況 (単数回答、n=44)

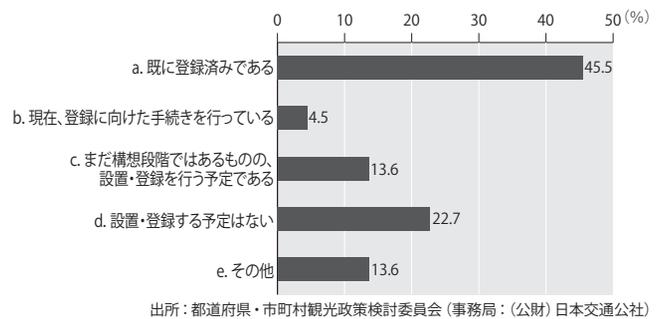


(4) 都道府県主導のDMO候補法人の設置の有無及び財源について

●DMO候補法人の設置の有無 (図V-2-8)

「a.既に登録済みである」が45.5%で最も多く、「b.現在、登録に向けた手続きを行っている」「c.まだ構想段階ではあるものの、設置・登録を行う予定である」を含めた設置の動きがある都道府県は6割以上となっている。その一方で、「d.設置・登録する予定はない」は2割以上にのぼる。なお、「e.その他」としては、「団体(観光物産協会等)が主体的に登録」「是非を含めて検討中」などが挙げられている。

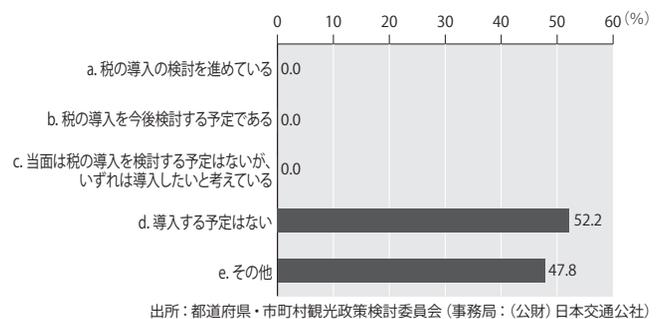
図V-2-8 DMO候補法人の設置の有無 (単数回答、n=44)



●DMO候補法人の財源(税の導入の検討) (図V-2-9)

「d.導入する予定はない」が52.2%と半数以上を占め、導入を検討している都道府県は現時点ではみられない。「e.その他」としては、「未定」「今後検討していく」「税に限らず安定的な財源を検討中」「今後、全国の状況を踏まえて検討する予定」などが挙げられている。

図V-2-9 DMO候補法人の財源(単数回答、n=23)

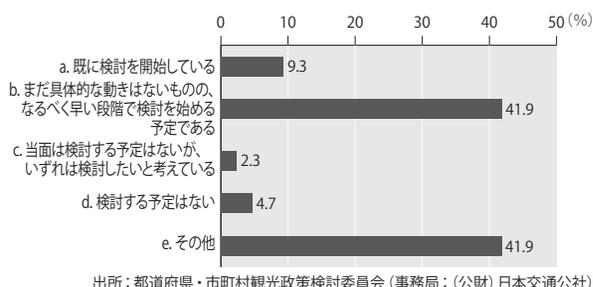


(5) 民泊対応について

●「住宅宿泊事業法(民泊新法)」に基づく条例制定の検討の有無(図V-2-10)

「b.まだ具体的な動きはないものの、なるべく早い段階で検討を始める予定である」が41.9%で、「a.既に検討を開始している」「c.当面は検討する予定はないが、いずれは検討したいと考えている」と合わせると、半数以上の都道府県が何らかの検討を行っている様子がうかがえる。「e.その他」としては、「担当部署や関係部局と検討中」「未定」「あり方を検討中」「国や他の都道府県の動向を注視しつつ検討」「所管部局の決定後に検討予定」などが挙げられている。

図V-2-10 民泊新法に基づく条例制定の検討の有無(単数回答、n=43)

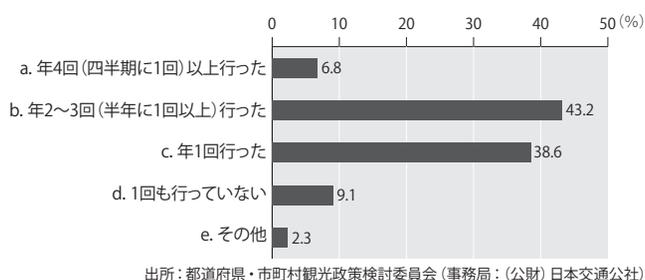


(6) 市町村との連携状況について

●観光をテーマとする市町村との会合の開催状況(図V-2-11)

「b.年2~3回(半年に1回以上)行った」が43.2%と最も多く、次いで「c.年1回行った」が38.6%となっている。頻繁に会合を行っているところは限られており、逆に1回も行っていない都道府県も存在する。

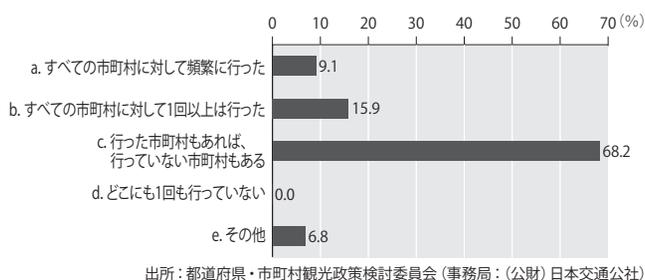
図V-2-11 観光をテーマとする市町村との会合の開催状況(単数回答、n=44)



●市町村への訪問及び意見交換開催の有無(図V-2-12)

「c.行った市町村もあれば、行っていない市町村もある」が68.2%と過半数であり、全ての市町村を訪れた都道府県は限られている。

図V-2-12 市町村への訪問及び意見交換開催の有無(単数回答、n=44)



●都道府県と市町村が連携して取り組んだ施策

連携施策としては、観光地づくりや誘客促進(プロモーション)、マーケティング、イベントなどが多いなかで、各種実証実験の実施やDMO設立への支援、ワーキンググループの立ち上げによる本格的な議論など、実践的な部分での連携を行ったところもある。

(7) 「明日の日本を支える観光ビジョン」への取り組みについて

●取り組みの実施状況及び内容(図V-2-13)

「a.既に取り組みを行っている」が72.7%となっている。取り組み内容や目標・成果等を見ると、「外国人観光客数」「フリーWi-Fi等の整備」「多言語化」「満喫プロジェクトの推進」「DMOの形成・育成」「広域周遊ルートの整備」などの具体策(主にインバウンド対応)の実施や、「次期基本計画への反映」など今後の計画づくりへの取り込みなどが挙げられている。

なお、「d.その他」としては、「国のビジョンを踏まえつつ、県独自の方針により取り組んでいる」「各種施策の参考にしている」などの意見が挙げられている。

図V-2-13 「明日の日本を支える観光ビジョン」への取り組み状況(単数回答、n=44)

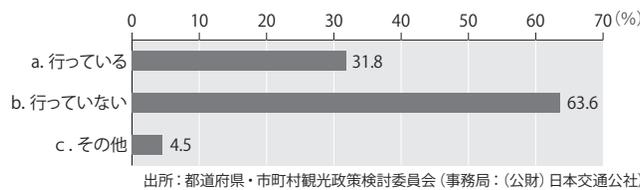


(8) 2020東京オリンピック・パラリンピックへの対応について

●関連事業の予算(観光関連部署)への計上の有無及び具体的内容(図V-2-14)

「b.行っていない」が63.6%と過半数を占めており、予算計上・実践している都道府県は3割程度にとどまっている。具体的内容を見ると、「外国人旅行者誘致・誘客推進事業」「事前キャンプ等の誘致」「文化プログラムを用いた観光事業」「PR事業」「各種整備事業」「外国人観光客受入環境整備のための研修事業」「首都圏における情報発信拠点の開設」「航空便の補助」など多岐にわたる。

図V-2-14 「2020東京オリンピック・パラリンピック」関連事業の予算計上の有無 (単数回答、n=44)



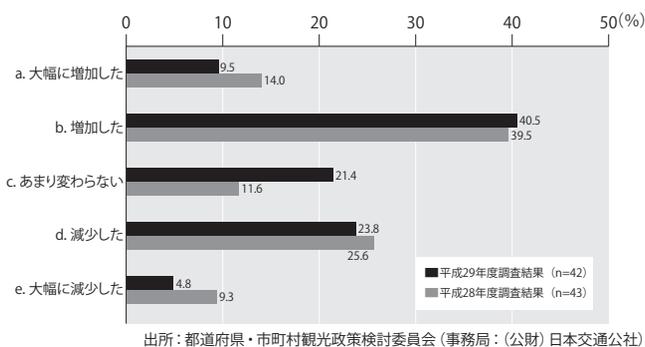
(9) 観光行政における財源と人員について

●平成28年度に対する平成29年度の観光部署の予算 (図V-2-15)

観光部署の予算については、「b.増加した」が40.5%、「a.大幅に増加した」が9.5%となり、半数の都道府県で増加傾向がみられる。「d.減少した」もしくは「e.大幅に減少した」と回答した都道府県は、合わせて28.6%だった。

平成28年度調査の結果（平成28年度の観光部署の予算）と比較すると、「a.大幅に増加した」「b.増加した」の比率の合計は微減となったものの、「d.減少した」「e.大幅に減少した」の比率の合計が大幅に減少しているため、全体的には平成28年度よりも上向きであると捉えられる。

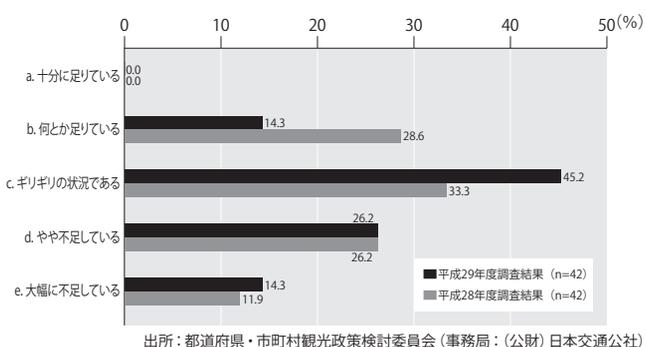
図V-2-15 平成29年度の観光部署の予算 (単数回答)



●観光政策実施のための財源の状況 (図V-2-16)

財源の状況については、「c.ギリギリの状況である」が45.2%で最も多く、次いで「d.やや不足している」(26.2%)、「b.何とか足りている」「e.大幅に不足している」(いずれも14.3%)となっている。

図V-2-16 観光政策実施のための財源の状況 (単数回答)



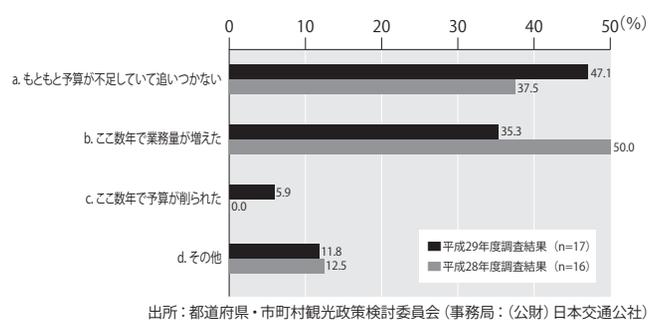
平成28年度調査の結果（平成28年度の観光政策実施のための財源の状況）と比較すると、「b.何とか足りている」が大幅に減少し、「c.ギリギリの状況である」が大幅に伸びている。「e.大幅に不足している」も増加しており、平成28年度よりも状況が厳しくなっている様子がうかがえる。

●観光政策を実施するうえでの財源不足の要因 (図V-2-17)

財源不足の要因については、「a.もともと予算が不足して追いつかない」が47.1%で最も多く、次いで「b.ここ数年で業務量が増えた」(35.3%)となっている。

平成28年度調査の結果（平成28年度の観光政策を実施するうえでの財源不足の要因）と比較すると、「a.もともと予算が不足して追いつかない」と「b.ここ数年で業務量が増えた」の順序が入れ替わっている。要因を厳密に検証するのは難しく、双方の要因が交錯している様子がうかがえる。

図V-2-17 観光政策を実施するうえでの財源不足の要因 (単数回答)

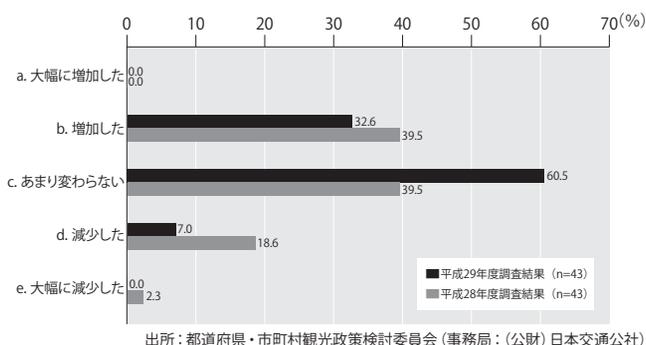


●平成28年度に対する平成29年度の観光部署の職員数 (図V-2-18)

観光部署の職員数については、「c.あまり変わらない」が60.5%で最も多く、次いで「b.増加した」(32.6%)、「d.減少した」(7.0%)となっている。「増加」が「減少」を大幅に上回っている。

平成28年度調査の結果（平成28年度の観光部署の職員数）と比較すると、「b.増加した」は微減となったものの、「d.減少した」が大幅に減少したため、全体的には観光部署の職員数の増加が一層進んだと捉えられる。

図V-2-18 観光部署の職員数(単数回答)

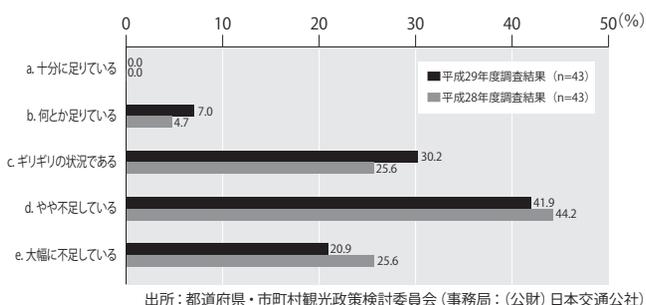


●観光政策を実施するうえでの職員数の状況(図V-2-19)

職員数の状況について、「d.やや不足している」(41.9%)が最も多く、次いで「c.ギリギリの状況である」(30.2%)、「e.大幅に不足している」(20.9%)となっている。

平成28年度調査の結果(平成28年度の観光政策を実施するうえでの職員数の状況)と比較すると、「d.やや不足している」「e.大幅に不足している」はいずれも減少している。このため、28年度に比べるとやや改善傾向がみられるが、それでも不足感は否めない。

図V-2-19 観光政策実施のための職員数の状況(単数回答)

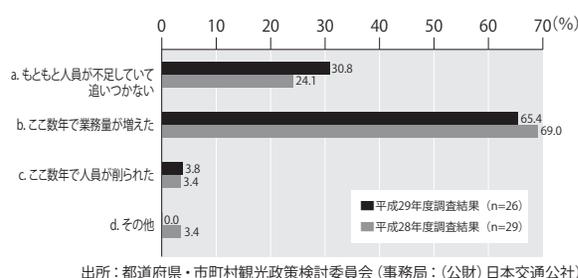


●観光政策を実施するうえでの職員数不足の要因(図V-2-20)

職員数不足の要因について、「b.ここ数年で業務量が増えた」(65.4%)が最も多く、次いで「a.もともと人員が不足していて追いつかない」(30.8%)、「c.ここ数年で人員が削られた」(3.8%)となっている。

平成28年度調査の結果(平成28年度の観光政策を実施するうえでの職員数不足の要因)と比較すると、ほぼ同様の傾向がみられ、業務量の増加やもともと的人员不足の両方が業務の推進に影響を及ぼしている様子が見える。

図V-2-20 観光政策を実施するうえでの職員数不足の要因(単数回答)



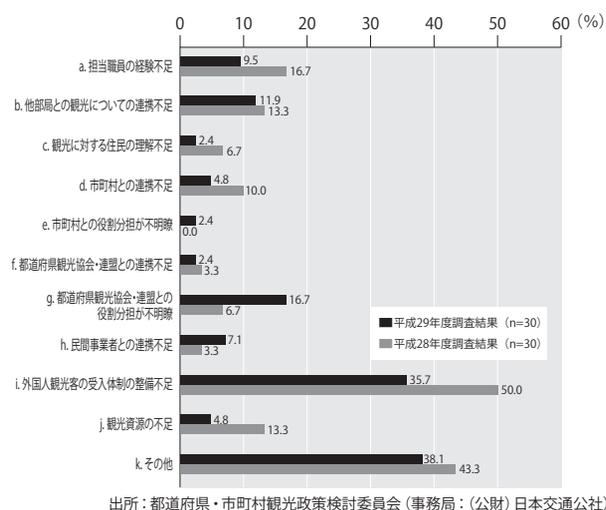
(10)観光振興における課題(図V-2-21)

「k.その他」を除くと、「i.外国人観光客の受入体制の整備不足」が35.7%で最も多く、次いで「g.都道府県観光協会・連盟との役割分担が不明瞭」(16.7%)、「b.他部局との観光についての連携不足」(11.9%)となっている。「k.その他」(38.1%)としては、「観光客の平準化」「東日本大震災からの復興」「人材育成」「民間事業者の投資」「精度の高い観光統計データ」「長期雇用や人材育成」「一次・二次交通の整備」「国との連携」「観光消費額の向上」「観光地の知名度向上」などが挙げられており、課題が多方面にわたっている様子が見える。

平成28年度調査の結果(平成28年度の観光振興における課題)と比較すると、「i.外国人観光客の受入体制の整備不足」「b.他部局との観光についての連携不足」「a.担当職員の経験不足」等の比率が減少する一方で、「g.都道府県観光協会・連盟との役割分担が不明瞭」「h.民間事業者との連携不足」等は比率が伸びており、外部組織との役割分担の明瞭化や連携強化が求められている。

(牧野博明)

図V-2-21 観光振興における課題(複数回答)



表V-2-1 平成28年度に特に成果のあった分野（「国際観光の振興」についてはその内容）

都道府県名	平成28年度に特に成果のあった分野																	平成28年度に特に成果のあった「国際観光の振興」の内容																					
	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（入込統計、経済効果測定等）、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. トップセールス	b. インターネットによる情報発信	c. 海外TV、雑誌等による情報発信	d. 海外で開催される見本市・商談会等への参加	e. 海外メディア・旅行関係者等の招聘	f. 多言語によるHP開設・リニューアル	g. 多言語による案内看板・標識類等の整備	h. 多言語の観光パンフレットの作成	i. 観光地・施設への無線LANの整備	j. 観光施設への外国語対応スタッフの配置	k. 外国人向けの観光メニュー（商品等）の設定	l. 公共交通の利便性向上に向けた整備	m. 観光関係者向けインバウンド研修会の開催	n. 観光地・観光施設等における外国語対応可能なスタッフ等の育成	o. 電話通訳サービス等の実施	p. 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	2	1	11	35	23	1	10	6	4	3	1	4	2	4	5	9	26	35	30	33	35	28	22	30	25	4	18	9	24	10	12	7						

出所：都道府県・市町村観光政策検討委員会（事務局：（公財）日本交通公社）

表V-2-2 平成29年度の観光政策の位置づけ及び重点的に取り組む分野（「国際観光の振興」についてはその内容）

都道府県名	平成29年度に重点的に取り組む分野																平成29年度に実施予定の「国際観光の振興」の内容																										
	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（入込統計、経済効果測定等）、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. トップセールス	b. インターネットによる情報発信	c. 海外TV、雑誌等による情報発信	d. 海外で開催される見本市・商談会等への参加	e. 海外メディア・旅行関係者等の招聘	f. 多言語によるHP開設・リニューアル	g. 多言語による案内看板・標識類等の整備	h. 多言語の観光パンフレットの作成	i. 観光地・施設への無線LANの整備	j. 観光施設への外国語対応スタッフの配置	k. 外国人向けの観光メニュー（商品）等の設定	l. 公共交通の利便性向上に向けた整備	m. 観光関係者向けインバウンド研修会の開催	n. 観光地・観光施設等における外国語対応可能なスタッフ等の育成	o. 電話通訳サービス等の実施	p. 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	1	6	1	24	35	27	1	10	7	10	5	1	8	3	5	7	9	30	44	37	42	42	29	26	40	29	6	25	13	33	17	19	6										

出所：都道府県・市町村観光政策検討委員会（事務局：（公財）日本交通公社）

V-3 主要市町村による観光政策

市町村における観光担当部署の職員数は平均11.4人
 職員1人あたり予算額は平均34,631千円/人
 観光統計の整備指針は二極化
 重点施策は情報発信・国際観光の振興
 課題は外客対応・職員数の不足・交通アクセス

当財団を事務局とする都道府県・市町村観光政策検討委員会
 は、都道府県および政令指定都市を対象とする観光政策アンケート調査を、平成26年度から継続的に実施してきた。平成29年度は従前の成果を踏まえて、都道府県を対象とする調査とは別に、市町村を対象とする調査を設計した。各地の観光動向等を勘案し、160市町村を調査対象として選定した。

調査項目として、各市町村における観光条例・観光計画・観光統計の有無、平成28年度および平成29年度の観光政策・重点施策、国または地方自治体との連携、観光振興における課題・方向性など、計14問を設定した。

平成29年8月時点で114市町村から回答を得た（回答率71.2%）。調査結果について、一部を紹介する。

※記載したデータは速報値であり、今後の精査次第で最終的な結果が異なる可能性がある。

(1) 市町村の観光行政にかかわる基盤整備の状況

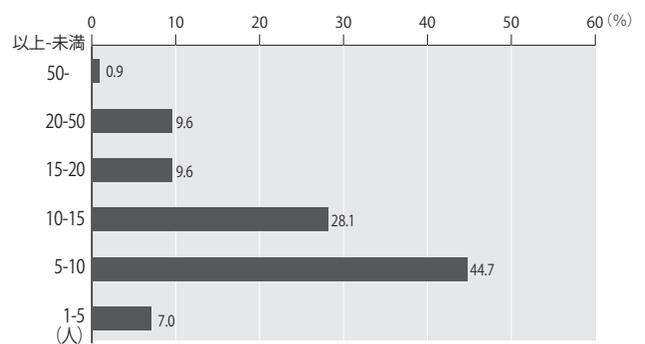
① 観光担当部署

市町村内に設置されている観光担当部署の部署名・職員数・平成29年度当初予算・事業内容について、自由記述により回答を求めた。

●観光担当部署の職員数

各市町村において観光行政を担当する職員の平均人数は11.4人、中央値は9.0人であり、分布は図V-3-1に示す通りとなっている。59市町村（51.8%）が10人未満の職員で業務を行っており、15人以上の職員が在籍する市町村は23（20.2%）に留まる。

図V-3-1 観光担当部署の職員数 (n=114)



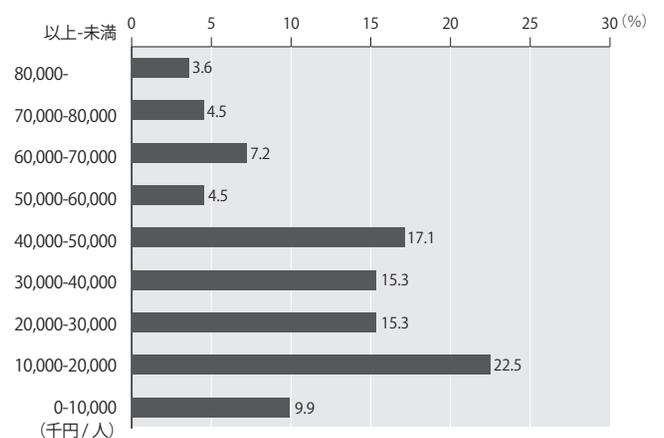
出所：都道府県・市町村観光政策検討委員会（事務局：（公財）日本交通公社）
 ※パーセンテージは本設問に回答した市町村数（114）を分母とした割合を示す。
 役職や雇用形態による加重なし。出向受入中の人数を含み、出向中の人数を含まない。

●観光担当部署の予算

各市町村の観光担当部署に対して執行された平成29年度予算の平均額は398,882千円、中央値は329,220千円である。

一般に予算額は職員数に比例すると考えられることから、職員数と予算の両方について回答を得た市町村のデータをもとに、職員1人あたりの予算額を算出した。その結果、平均額は34,631千円/人、中央値は31,815千円/人であり、分布は図V-3-2に示す通りとなっている。

図V-3-2 観光担当部署の職員1人あたり予算額 (n=111)



出所：都道府県・市町村観光政策検討委員会（事務局：（公財）日本交通公社）
 ※パーセンテージは算出対象とした市町村数（111）を分母とした割合を示す。
 役職や雇用形態による加重なし。出向受入中の人数を含み、出向中の人数を含まない。

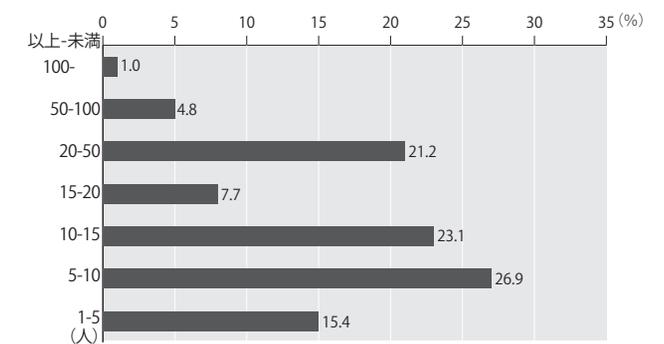
② 観光関連組織

市町村内で活動する観光協会やDMO等の観光関連組織について、組織名・職員数・平成29年度予算・事業内容を質問し、自由記述により回答を求めた。

●観光関連組織の職員数

観光関連組織に勤務する職員の平均人数は17.0人、中央値は11.0人であり、職員数の分布は図V-3-3に示す通りとなっている。

図V-3-3 観光関連組織の職員数 (n=104)



出所：都道府県・市町村観光政策検討委員会（事務局：（公財）日本交通公社）
 ※パーセンテージは本設問に回答した市町村数（104）を分母とした割合を示す。
 役職や雇用形態による加重なし。出向受入中の人数を含み、出向中の人数を含まない。
 複数回答のあった7市は、職員数と予算が分かり、かつ予算の多い組織のデータを採用。

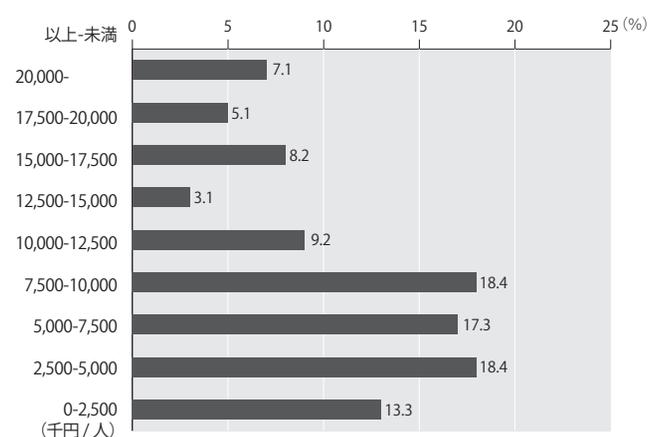
る。28市町村 (26.9%) の組織が職員数5人以上10人未満であり、68市町村 (65.4%) の組織が15人未満の職員で業務を行っている。

●観光関連組織の予算

各市町村の観光関連組織における平成29年度予算の平均額は134,675千円、中央値は89,220千円である。

市町村の観光担当部署と同様に、職員数と予算の両方について回答を得た市町村のデータをもとに、観光関連組織における職員1人あたりの予算額を算出した。平均額は10,626千円/人、中央値は7,540千円/人であり、分布は図V-3-4に示す通りとなっている。

図V-3-4 観光関連組織の職員1人あたり予算額 (n=98)



出所：都道府県・市町村観光政策検討委員会 (事務局：(公財) 日本交通公社)
 ※パーセンテージは算出対象とした市町村数 (98) を分母とした割合を示す。
 役職や雇用形態による加重なし。出向受入中の人数を含み、出向中の人数を含まない。
 複数回答のあった7市は、職員数と予算が分かり、かつ予算の多い組織のデータを採用。

①観光担当部署の結果と②観光関連組織の結果を比較すると、職員数の分布は両者とも5人以上10人未満が最多、10人以上15人未満が次点となっている。一方で22市町村 (21.2%) の観光関連組織で職員数が20人以上50人未満となり、分布図においては3番目のピークを示した。ここで職員に関する自由記述の内容をみると、一部の観光関連組織では繁忙期に臨時職員を雇用しており、職員数にはこれらの人数が含まれていた。本報告では雇用形態を区別せず人数を集計したため、以上のような観光関連組織の職員数データが、20人以上50人未満のピークとして表れたと考えられる。

予算総額については、全体として観光関連組織の方が少ない予算で運営されており、職員1人あたり予算額についても同様の傾向がみられる。

(2) 独自観光統計の整備指針

国や都道府県とは異なる独自の観光統計の整備指針について、単一選択により回答を求めた。結果を図V-3-5に示す。

53市町村 (46.5%) が「a. 以前から継続的に整備している」と回答する一方で、40市町村 (35.1%) は「d. 整備予定なし」と回答し、自前の観光統計を積極的に整備する市町村と、整備に消極的な市町村とが分極化している。

図V-3-5 独自観光統計の整備指針 (単一回答, n=114)



出所：都道府県・市町村観光政策検討委員会 (事務局：(公財) 日本交通公社)

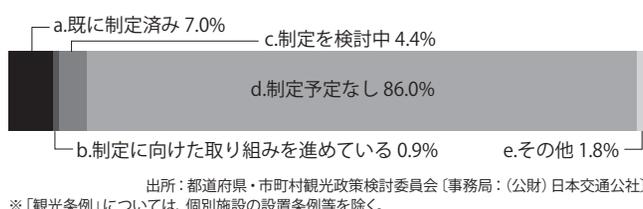
(3) 市町村における観光行政の推進状況

①観光条例の制定指針

観光振興に関する条例の制定指針について、単一選択により回答を求めた。結果を図V-3-6に示す。

98市町村 (86.0%) が「d. 制定予定なし」と回答しており、「a. 既に制定済み」は8市町村 (7.0%) に留まっている。

図V-3-6 観光条例の制定指針 (n=114)



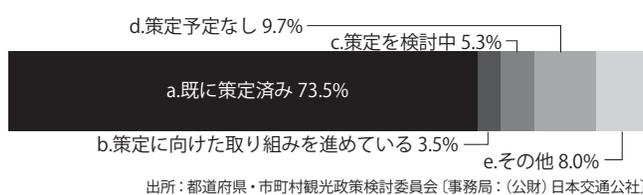
出所：都道府県・市町村観光政策検討委員会 (事務局：(公財) 日本交通公社)
 ※「観光条例」については、個別施設の設置条例等を除く。

②観光計画の策定指針

観光に関する計画の策定指針について、単一選択により回答を求めた。結果を図V-3-7に示す。

83市町村 (73.5%) が「a. 既に策定済み」であり、「d. 策定予定なし」の回答は11市町村 (9.7%) に留まっている。

図V-3-7 観光計画の策定指針 (単一回答, n=113)



出所：都道府県・市町村観光政策検討委員会 (事務局：(公財) 日本交通公社)

本項で紹介した①観光条例の制定指針と②観光計画の策定指針は、対照的な結果を示している。両者を比較すると、観光条例については制定済みの市町村は全体の10%以下であり、また「b. 制定に向けた取り組みを進めている」の市町村数は1 (0.9%)、「c. 制定を検討中」の市町村数は5 (4.4%) であることから、全国の市町村における観光条例の制定状況は、少なくとも今後数年の間は変化しないものと考えられる。一方で観光計画については全体の70%を超える市町村が既に計画を策定している。計画を策定していない21市町村においても、「b. 策定に向けた取り組みを進めている」は4市町村 (3.5%) から、「c. 策定を検討中」は6市町村 (5.3%) からそれぞれ回答があり、全体として計画策定に積極的な意向がみられる。

(4) 市町村における政策・施策と課題

①平成28年度の観光政策・重点施策

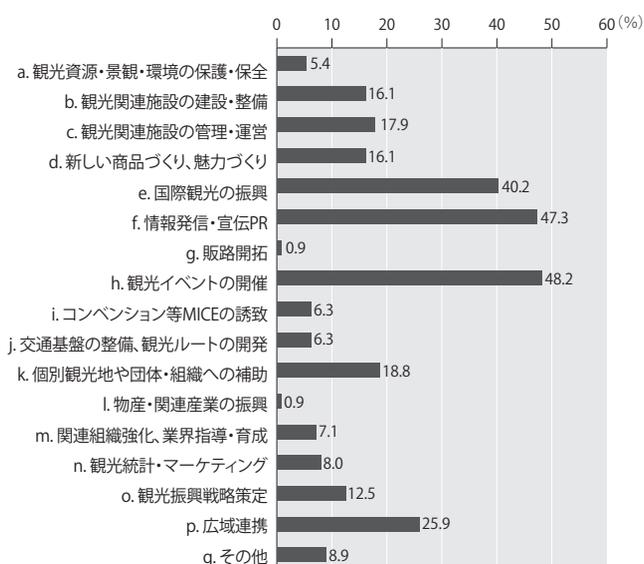
平成28年度に市町村が実施した事業について、代表的な事業の分野を3つ選択した上で、各分野における取り組みの概要と成果を記述するよう求めた。結果を表V-3-1および図V-3-8に示す。

もっとも多く選択された事業分野は「h. 観光イベントの開催」であり、54市町村(48.2%)が事業を実施している。取り組みの概要は2種に大別され、「グルメキャンペーン」「花火大会」「イルミネーション」といったイベントの開催と、「映画ロケの誘致」「合同PR事業」といった誘客促進の取り組みが挙げられる。少数ながら「市民観光デイの実施」等、地域住民の観光に対する理解の促進を企図した事例もみられる。

2番目に多く選択された事業分野は「f. 情報発信・宣伝PR」であり、53市町村(47.3%)が事業を実施している。同分野における事業内容は、平成29年度の実施予定事業と共通する例が複数みられるため、詳細については後述する。

3番目に多く選択された事業分野は「e. 国際観光の振興」であり、45市町村(40.2%)が事業を実施している。取り組みの概要として「無線LAN環境の整備」「在外団体へのトップセールス」「専任外国人の雇用・プロモーション映像の制作」「在外旅行会社やジャーナリストを招聘したファミトリップ」「外国人案内所の設置」「ブロガーの招致」「外国人留学生を活用した観光地調査」等、多岐に渡る事業が挙げられており、各市町村を取りまく社会環境や誘客指針に応じて、多様な取り組みがなされている。

図V-3-8 平成28年度に実施した観光関連事業の分野 (3つ選択して回答, n=112)



出所：都道府県・市町村観光政策検討委員会(事務局：(公財)日本交通公社)
※パーセンテージは本設問に回答した市町村数(112)を分母とした割合を示す。

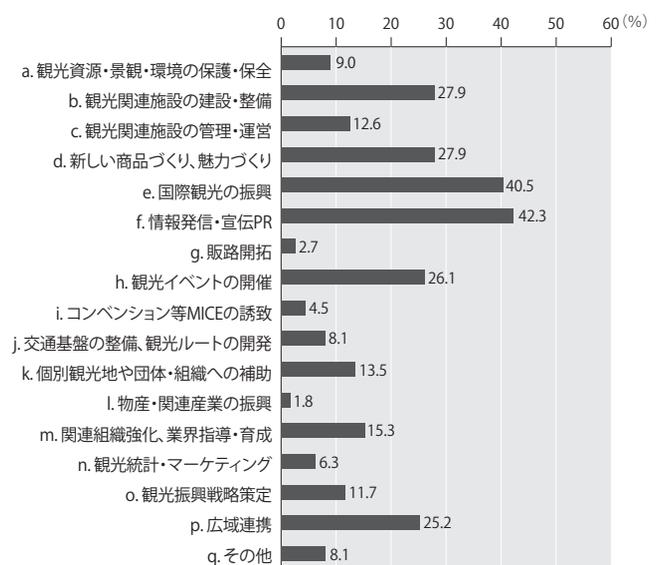
②平成29年度の観光政策・重点施策

平成29年度に市町村として実施予定の事業について、特に重点的に取り組む分野を3つ選択した上で、各分野で実施する事業の名称、概要および目標を自由に記述するよう求めた。結果を表V-3-1および図V-3-9に示す。

もっとも多く選択された事業分野は「f. 情報発信・宣伝PR」であり、47市町村(42.3%)が事業を予定している。主として従前から継続して実施している宣伝事業や出展事業が挙げられており、昨年度以前の実績を踏まえて「入込客数〇〇人を目指す」等の目標が設定されている。

2番目に多く選択された事業分野は「e. 国際観光の振興」であり、45市町村(40.5%)が事業を予定している。事業概要として「外国語対応可能な地域おこし協力隊を雇用」「熊野古道等における巡礼旅行誘致」「客船受入施策」「外国語による問合せに対応できる体制の構築」等が挙げられており、誘客と受入体制整備を主軸として、多岐に渡る事業が予定されている。一部市町村においては「東南アジア方面からのムスリム観光客の誘客のためのプロモーション」「タイと台湾の観光客を中心に来訪受入対応」等、特定の国や地域をターゲットとして設定した事業が予定されている。

図V-3-9 平成29年度に重点的に取り組む事業分野 (3つ選択して回答, n=111)



出所：都道府県・市町村観光政策検討委員会(事務局：(公財)日本交通公社)
※パーセンテージは本設問に回答した市町村数(111)を分母とした割合を示す。

③観光振興における課題

各市町村の観光振興を推進する上で課題と感じている点について、設定した16項目からいくつでも選択した上で、各項目の内容を記述するよう求めた。結果を図V-3-10に示す。

もっとも多く選択された項目は「k. 外国人観光客の受入体制の整備不足」であり、46市町村(43.4%)が課題であると感じている。具体的な内容として、第一には「案内表記の多言語化」「Wi-Fi環境」「観光案内所職員の語学研修」といった、行政が主導する環境整備の不足が挙げられている。このような課題の要因として「急増するインバウンドへの受入体制が間に合っていない」等が指摘されているが、一部では「整備のための財源に課題」を感じている市町村もみられる。第二には「外国語対応不可の飲食店が多い」「外国人に対するサービス提供に踏み込めない事業者が多い」「宿泊施設ごとの温度差がある」等、民

間が当事者となる事例が挙げられている。行政側はこのような課題に対して「まち全体で外国人観光客を受け入れるための意識作りが必要」と感じているものの、実際には「インバウンド対応に関する観光ガイドの整備が遅れている」「統一された方針がない」といった状況であるとの指摘がなされている。

2番目に多く選択された項目は「b. 担当職員の人数不足」であり、37市町村(34.9%)が課題であると感じている。具体的な内容として「業務量に見合った人員が確保されていない」が挙げられており、「新たな業務が増え続けており、職員の負担が大きくなっている」「年々増幅している観光関連業務に対して人員が充足していないため、職員に過度な負担が生じている」との指摘が複数みられる。一部市町村は「人員不足により新たな事業の模索、既事業の拡充が図れていない」「施設管理等の固定業務に予算・人員とも割かれ、新たな取組みに十分な資源が確保できない」「観光プロモーションを実施していきたいが、既存観光施設の維持・補修などに手が取られている状況」「現状の人数では新しい観光課題の解決に取り組む余力を持ちにくい」と感じており、新たな業務を始めたいという意向があるものの、職員が不足しているために実行が困難である状況が伺われる。

3番目に多く選択された項目は「o. 交通アクセスが不十分」であり、35市町村(33.0%)が課題であると感じている。具体的な内容として、第一には「空路や高速バスの定期路線が少ない」「東京から時間がかかり過ぎる」「アクセス道路が貧弱で、雨量により通行規制がかかる」「接続する高速道路の整備が不十分である」といった、一時交通に関する指摘がみられる。第二には二次交通に関する内容が挙げられており、とりわけ「自家用車かレンタカーかタクシーがなければ全域の市内周遊がしにくい現状」「観光客用駐車場が少ない」「中山間地域は自動車に頼らざるを得ないため、格差が生まれている」等、自動車に関する指摘がみられる。一部市町村では自家用車を主体とした二次交通からの脱却を模索し、既存の公営・民間バス路線を活用する試みがなされていたが、実用上の課題として「バスの乗り継ぎや、バ

スが(観光地の)近くまで行かないなど、課題が残っている」「運行本数が少ないうえに、地域住民を対象としており、観光客にとっては使いにくい状況にある」といった指摘がみられる。

本項で紹介した①平成28年度の観光政策・重点施策、および②平成29年度の観光政策・重点施策では、兩年とも全体の40%を超える市町村が「e. 国際観光の振興」を選択した。③観光振興における課題では「k. 外国人観光客の受入体制の整備不足」がもっとも多く選択されており、観光振興事業の実施、ならびに実施に伴う課題として、国際観光が大きな比重を占める。

(5) 国・都道府県・他市町村との連携状況

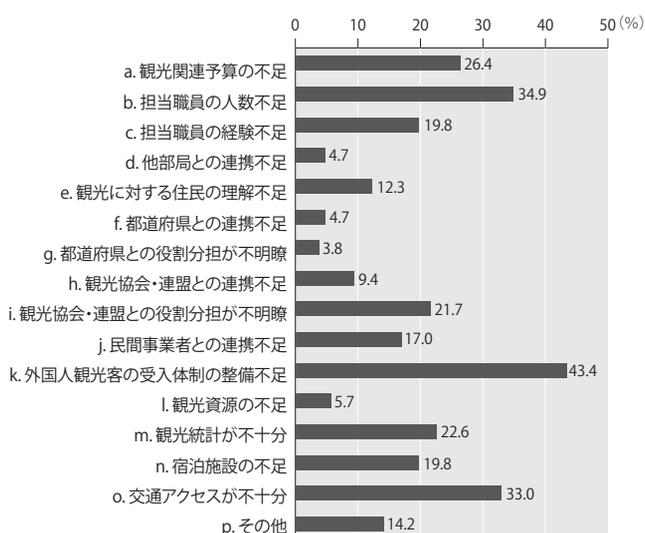
連携事業の実施状況について、平成28年度中に実施した国、都道府県および他市町村との連携事業について、代表的な事例の名称と概要をそれぞれ3つまで記述するよう求めた。回答にあたって、観光に関連する委託事業やモデル事業の実施、補助または交付金の受給、共同事業や広域連携事業への参画等を、「連携」の例として提示した。3主体を相手方とした連携の有無を、図V-3-11に示す。

国との連携については54市町村(47.4%)が実施している。事業概要として、内閣府による地方創生推進交付金事業、国土交通省による広域観光周遊ルート形成促進事業、観光庁による観光地域ブランド確立支援事業等が挙げられている。

都道府県との連携については73市町村(64.0%)が実施している。事業概要として、芸術祭・ライトアップ等のイベント実施、野営場・自然歩道等の管理委託、観光統計の確立事業、日本版DMO活動推進事業、人気YouTuberを起用した宣伝番組の制作等が挙げられている。

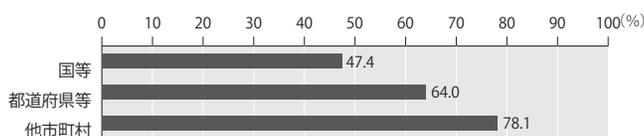
他市町村との連携については89市町村(78.1%)が実施している。事業概要として、食文化観光ルートプロモーション、トレイルランニングレースの実施、宿泊施設向け24時間多言語コールセンターの設置運営、バス運行の委託による増便等が挙げられている。(那須將)

図V-3-10 観光振興における課題(複数回答, n=106)



出所：都道府県・市町村観光政策検討委員会〔事務局：(公財)日本交通公社〕
※パーセンテージは本設問に回答した市町村数(106)を分母とした割合を示す。

図V-3-11 平成28年度の連携事業実施有無(n=114)



出所：都道府県・市町村観光政策検討委員会〔事務局：(公財)日本交通公社〕
※パーセンテージは調査票を回収した市町村数(114)を分母とした割合を示す。
「国等」とは国の中央官庁、国の出先機関および国の業務を行う法人・団体をさす。
「都道府県等」とは都道府県庁および都道府県の業務を行う法人・団体をさす。

市町村名	平成28年度に実施した分野														平成29年度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	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. 個別観光地や団体・組織への補助	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	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. 個別観光地や団体・組織への補助	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							
宇治市					●											●																									
南丹市		●																																							
豊岡市					●	●																																			
姫路市					●					●																															
赤穂市																																									
奈良市		●																																							
橿原市																																									
吉野町																																									
白浜町																																									
新宮市																																									
田辺市																																									
那智勝浦町		●																																							
鳥取市																																									
松江市																																									
倉敷市																																									
美作市																																									
岡山市																																									
廿日市市																																									
尾道市	●																																								
呉市																																									
長門市																																									
萩市		●																																							
岩国市		●																																							
下関市																																									
鳴門市																																									
琴平町																																									
直島町																																									
松山市																																									
今治市																																									
新居浜市																																									
内子町																																									
宇和島市																																									
高知市		●																																							
四万十市																																									
柳川市																																									
嬉野市		●																																							
武雄市																																									
唐津市																																									
雲仙市																																									
佐世保市																																									
平戸市																																									
阿蘇市																																									
天草市		●																																							
南小国町																																									
由布市		●																																							
豊後高田市																																									
宇佐市																																									
宮崎市																																									
日南市																																									
綾町		●																																							
鹿児島市																																									
霧島市																																									
屋久島町																																									
恩納村																																									
宮古島市																																									
合計	6	18	20	18	45	53	1	54	7	7	21	1	8	9	14	29	10	10	29	22	36	43	19	18	13	12	7	12	9	10	24	10	1	0							

出所：都道府県・市町村観光政策検討委員会〔事務局：（公財）日本交通公社〕

※「平成28年度の観光政策・重点施策」および「平成29年度の観光政策・重点施策」の両問が無回答であった2町村（箱根町・白川村）については、本表に挙げていない。

本調査の対象市町村については各地の観光動向等を勘案し、都道府県・市町村観光政策検討委員会において決定した。

特別区および政令指定都市は、それ以外の市町村と比較して予算や人員規模が大きく異なると予想されることから、今回は対象外とした。

付記

観光研究

ここでは、わが国の観光の発展に寄与する学術面での「観光研究の動き」を概観する。

(1) 日本国内の観光関連学会

データベース「学会名鑑」(日本学術会議、公益財団法人日本学術協力財団、国立研究開発法人科学技術振興機構)によると、国内主要学術団体(2006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、合計11団体となっている(表 付記-1)。

また、「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)、日本環太平洋観光学会(07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)、長期滞在型・ロングステイ観光学会(16年)などがある。日本環太平洋観光学会は、以前は日豪ツーリズム学会という名称であったが、研究分野を環太平洋地域へ拡大するため、16年8月に名称変更した。

①全国大会

16年度に開催された各学会の全国大会では、インバウンドがテーマとして多くとりあげられていた。

日本観光学会では「インバウンドの高まりと観光地・観光産業の受け入れ体勢」、日本観光ホスピタリティ教育学会では「観光立国ニッポン 訪日旅客4,000万人&オリパラ2020～観光ホスピタリティ教育は何をすべきか～」、観光学術学会では「急増するインバウンドを観光情報で迎え撃つ」というテーマのもと、研究発表やシンポジウムなどが開催された。

その他のテーマとしては、「若手研究者からみた観光学」(観光学術学会)、「祝祭のツーリズム」(日本国際観光学会)、「日本の美意識は観光資源」(日本観光研究学会)、「余暇・ツーリズム活動とリスク対処」(余暇ツーリズム学会)などが見られた。

②機関誌・学会誌

機関誌・学会誌は、11団体が合計12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)。特にテーマを設けずに査読論文を掲載する学会誌も多いが、中には、「観光情報をいかに生み、届けるか:地域における発信主体の視点から」(「観光研究」Vol.28 No.1)や「インバウンドのこれから-地方分散化の視点から-」

(「観光研究」Vol.28 No.2)、「観光情報学とスポーツ」(「観光と情報」)や、「ツーリズム・モビリティ」(「観光学評論」)のように、特集を設定する学会誌もみられる。

「観光研究」は国立研究開発法人科学技術振興機構(JST)が運営する科学技術情報発信・流通総合システム(J-STAGE)で全文公開されている。

(2) 大学・大学院

「観光」「ツーリズム」「ホスピタリティ」のいずれかの語を含む学部、学科を有する大学は44校、大学院は10校存在する。観光関連の学部・学科を新設する動きは特に06年度から活発化しているが、16年度の新設はなかった(表 付記-2)。

その他、特筆すべき動きとしては、和歌山大学観光学部が、国連世界観光機関(UNWTO)の関連組織であるUNWTO Themis Foundationが実施する観光教育認証「UNWTO. TedQual (Tourism Education Quality)」を日本で初めて取得した(17年4月)。TedQual認証は、観光学における教育、研究、訓練プログラムの質の向上を目的としたもので、観光教育、研究のグローバルネットワーク(交換プログラム、共同研究、国際学会等)への参加やUNWTO Themis Foundationとの共同プログラム実施が可能となる。

(3) 科学研究費助成事業における観光学の扱い

科学研究費助成事業(以下、科研費)の観光学における採択状況と配分状況は、表 付記-3の通りである。16年度は206.5件の応募があり、うち58.5件が新規採択された。配分額の合計は77,650千円で、1課題あたりの平均配分額は1,327千円となっている。いずれも15年度と比較して微増している。

研究機関別の累計採択件数をみると、和歌山大学が9.5件と最も多く、次いで北海道大学(8.0件)、首都大学東京(6.5件)と続く(表 付記-4)。

16年度は46大学と2法人の研究課題が新規採択されている。最も多いのは和歌山大学(5件)で、次いで琉球大学(3件)、北海道大学(3件)、立命館大学(3件)となっている(表 付記-5)。

新規採択研究課題の内容としては、観光地の防災やリスクマネジメント、観光復興に関する研究が特に多くみられる。

(福永香織)

表 付記-1 国内の観光関連学会の概要

(設立年順)

	学会名・会員数	会長、本部/事務局、支部	活動内容	学会誌(機関誌)、大会論文集
1	<p>日本観光学会</p> <p>Japan Academic Society of Tourism (JAST)</p> <p>○正会員 205名 ○準会員 13名 (2017年3月現在)</p>	<p>【会長】 神頭広好(愛知大学)</p> <p>【本部/事務局】 青山学院大学社会情報学部 長橋研究室内</p> <p>【支部】 東北・北海道支部、関東支部、中部支部、関西・中四国支部、九州・沖縄支部</p>	<p>○全国大会の開催(年1回、基調報告、研究発表、総会、シンポジウム) (2016年度第109回全国大会:共通論題「インバウンドの高まりと観光地・観光産業の受け入れ体勢」) (2016年度第110回全国大会:共通論題「地域経営における観光の役割」) ※2017年度より年1回</p> <p>○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)</p> <p>○支部会、支部大会の開催</p> <p>○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)</p> <p>○学会賞の授与</p> <p>○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)</p>	<p>【機関誌】 『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) (2016年度:第57号 論文2本、研究ノート6本、書評2本)</p> <p>【大会論文集】 『研究発表要旨集』 (年1回)</p>
2	<p>日本レジャー・レクリエーション学会</p> <p>Japan Society of Leisure and Recreation Studies (JSLRS)</p> <p>○正会員 301名 ○購読会員 16団体 (2017年2月現在)</p>	<p>【会長】 鈴木秀雄(関東学院大学)</p> <p>【本部/事務局】 早稲田大学 前橋明研究室内</p> <p>【支部】 なし</p>	<p>○学会大会(年1回、講演、基調講演、シンポジウム、研究発表、ワークショップ、表彰) 2016年度第46回学会大会テーマ:子どものレクリエーション</p> <p>○研究会・講演会等の開催</p> <p>○学会誌の発行(『レジャー・レクリエーション研究』)</p> <p>○学会ニュースの発行(年2～3回)</p> <p>○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～)</p> <p>○研究の助成(研究助成金制度、2011年～)</p> <p>○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)</p>	<p>【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) (2016年度:第79号 原著2本、評論1本/第80号 第46回学会発表論文集)</p> <p>【大会論文集】 なし(学会誌に発表要旨を掲載)</p>
3	<p>余暇ツーリズム学会</p> <p>The Association for Leisure and Tourism Studies</p> <p>○研究者 154名 ○実務家 82名 ○大学院生 28名 ○賛助会員 7名 (2017年4月現在)</p>	<p>【会長】 長谷川恵一(早稲田大学)</p> <p>【本部/事務局】 早稲田大学商学術院 長谷川恵一研究室内</p> <p>【支部】 関東支部、九州支部</p>	<p>○学会大会の開催(年1回、エクスカーション、統一論題発表、基調講演、研究発表等) 2016年度全国大会テーマ:「余暇・ツーリズム活動とリスク対処」</p> <p>○支部大会の開催(年1～2回、研究発表等)</p> <p>○研究部会の開催(ライフスタイル研究部会、観光地域ストーリー研究部会、ヘルス・スポーツツーリズム研究部会、飲料サービス研究部会、レジャー・スタディーズ研究部会、エンタテインメント・ツーリズム研究部会、プライダル研究部会、ツーリズム心理研究部会)</p> <p>○学会誌の発行(『余暇ツーリズム学会誌』)</p> <p>○ニュースレターの発行(年数回)</p> <p>○図書の編集(『余暇学を学ぶ人のために』『余暇事業論一多様化する余暇事業の未来予測』等、合計4冊)</p> <p>○受託研究</p> <p>○会員の研究活動支援</p> <p>○学会賞の授与(2016年～)</p>	<p>【学会誌】 『余暇ツーリズム学会誌』 (前身『余暇学研究』1998年～2013年) (2016年3月～、年1回) (2016年度:第4号 論文6本、研究ノート2本)</p> <p>【大会論文集】 『余暇ツーリズム学会大会研究報告予稿集』 (2013年～、年1回)</p>
4	<p>日本観光研究学会</p> <p>Japan Institute of Tourism Research (JITR)</p> <p>○正会員 1,000名 ○準会員 14名 ○名誉会員 8名 ○賛助会員 3団体 ○特別会員 8団体 (2017年4月現在)</p>	<p>【会長】 吉兼秀夫(阪南大学)</p> <p>【本部/事務局】 豊島区西池袋4-16-19 コンフォルト池袋106</p> <p>【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)</p>	<p>○全国大会の開催(年1回、講演会、シンポジウム、研究発表) (2016年度第31回全国大会:シンポジウム「日本の美意識は観光資源」)</p> <p>○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)</p> <p>○研究分科会、研究懇話会(年2回、1月と7月)の開催</p> <p>○支部・地域懇話会の開催</p> <p>○機関誌の発行(『観光研究』)</p> <p>○会報の発行(『学会報』、年4回)</p> <p>○メールニュースの配信</p> <p>○特別研究の助成</p> <p>○学会賞の授与(論文奨励賞、観光著作賞、2007年度～)</p> <p>○図書の監修(『観光学全集』全10巻予定)</p> <p>○観光研究に関する外国諸団体との交流 等</p>	<p>【機関誌】 『観光研究』 (1987年～、年2回) (2016年度:Vol.28 No.1 特集:観光情報にいかにも生み、届けるか:地域における発信主体の視点から/論文5本 Vol.28 No.2 特集:インバウンドのこれからー地方分散化の視点からー/論文6本)</p> <p>【大会論文集】 『全国大会学術論文集』 (1986年～、年1回)</p>
5	<p>日本国際観光学会</p> <p>Japan Foundation for International Tourism (JAFIT)</p> <p>○正会員 385名 ○学生会員 55名 ○名誉会員 2人 ○賛助会員 3団体 (2017年4月現在)</p>	<p>【会長】 島川崇(東洋大学)</p> <p>【本部/事務局】 千代田区三崎町T・Yビル5階</p> <p>【支部】 なし</p>	<p>○全国大会の開催(年1回、基調講演、研究発表) (2016年度第20回全国大会:祝祭のツーリズム)</p> <p>○総会、例会の開催(研究発表、講演、年5回)</p> <p>○論文集の発行(『日本国際観光学会論文集』)</p> <p>○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～)</p> <p>○会報の発行(年4回)</p> <p>○国内外でのシンポジウム開催</p> <p>○国際観光研修旅行の実施</p> <p>○教科書・学術書の出版(『新版 旅行業入門』『観光学大事典』等)</p> <p>○懸賞論文の実施(太田記念国際観光懸賞論文)</p> <p>○国際観光に関する学術調査および研究</p> <p>○内外の企業、団体、個人よりの委託研究</p> <p>○関連学会、協会との連絡および交流</p>	<p>【論文集】 『日本国際観光学会論文集』 (1993年～、年1回) (2016年度:第24号 論文17本、研究ノート7本)</p> <p>【全国大会梗概集】 (2001年～、年1回)</p>
6	<p>日本ホスピタリティ・マネジメント学会</p> <p>Japan Academic Society of Hospitality Management (JASH)</p> <p>○正会員 258名 ○学生会員 7名 ○名誉会員 6名 (2016年2月現在)</p>	<p>【会長】 高橋武秀(〔一社〕日本自動車部品工業会)</p> <p>【本部/事務局】 日本大学 山本壽夫研究室内</p> <p>【支部】 関東支部、関西支部、九州支部</p>	<p>○全国大会の開催(年1回、講演、シンポジウム、研究発表、年次総会) (2016年度第25回全国大会テーマ:次世代ヘルスケアとホスピタリティ)</p> <p>○研究専門部会の開催(適宜)</p> <p>○研究発表会(各支部それぞれ年2回)</p> <p>○学会誌の発行(『HOSPITALITY』『International Journal of Japan Academic Society of Hospitality Management』)</p> <p>○図書・報告等の発行</p> <p>○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)</p> <p>○内外の学会、その他関連団体と連絡</p>	<p>【学会誌】 『HOSPITALITY』 (1993年～2012年度:年1回、2013年～2015年度:年2回、2016年度:年1回) (2016年度:第27号 論文13本)</p> <p>【国際大会梗概集】 (2001年～、年1回)</p> <p>【大会論文集】 『International Journal of Japan Academic Society of Hospitality Management』 (2012年～、年1回(2013年は年2本)) (2016年度:Vol.4 No.1 論文4本)</p> <p>【大会論文集】 なし</p>

	学会名・会員数	会長、本部/事務局、支部	活動内容	学会誌(機関誌)、大会論文集
7	総合観光学会 The Japan Society for Interdisciplinary Tourism Studies ○正会員 195名 ○学生会員 43名 ○法人会員 5団体 (2016年2月現在)	【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	○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、自由論題報告、パネルディスカッション、視察研究) (2016年度第32回学術研究大会、第31回学術研究大会) ○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
8	観光まちづくり学会 The Society of Tourism and Community Design ○正会員 113名(個人会員111名、法人会員2団体) ○名誉会員 5名 (2015年11月末現在)	【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～)	○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) (2015年度:第13号 論文3本) 【大会論文集】 なし(学会誌に発表要旨を掲載)
9	日本観光ホスピタリティ教育学会 The Japanese Society of Tourism and Hospitality Educators (JSTHE) ○正会員 154名 ○準会員 10名 ○特別会員 1団体 ○名誉会員 3名 (2017年2月現在)	【会長】 鈴木 勝(共栄大学) 【本部/事務局】 杏林大学 外国語学部内 【支部】 なし	○全国大会の開催(年1回、講演、シンポジウム、研究発表・教育実践報告、ワークショップ) (2016年度第16回全国大会テーマ:観光立国ニッポン 訪日旅客4,000万人&オリパラ2020～観光ホスピタリティ教育は何をすべきか～) ○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	【機関誌】 『観光ホスピタリティ教育』 (2006年～、年1回) (2016年度:第10号 論文2本、教育実践報告1本、書評2本、全国大会報告、総会報告) 【大会論文集】 『全国大会論文集』 (年1回)
10	観光学術学会 Japan Society for Tourism Studies ○正会員(一般) 281名 ○正会員(院生) 62名 ○準会員 1名 (2017年3月現在)	【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	○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) (2016年度第5回全国大会テーマ:フォーラム「若手研究者からみた観光学」、シンポジウム「ツーリズム・モビリティ」) ○研究集会の開催(2016年度第4回研究集会テーマ:ダークツーリズム研究の深化へ向けて) ○学会誌の発行(『観光学評論』) ○学会賞の授与(著作賞、論文賞、教育・啓蒙著作賞など8種、2013年度～) ○図書等の刊行 ○観光学の研究調査 ○国内外の学術団体、学会との連絡・交流	【学会誌】 『観光学評論』 (2012年度～、年1回/2013年度～、年2回) (2016年度:第5巻1号 原著論文2本、萌芽論文1本、特集論文(「ツーリズム・モビリティ」)4本、翻訳1本/第4巻2号 原著論文3本、展望論文1本、特集論文4本、書評1本) 【大会論文集】 『全国大会発表要旨集』 (2012年度～、年1回)
11	観光情報学会 Society for Tourism Informatics ○正会員 129名 ○賛助会員 46名 ○団体会員 7団体 (2017年2月現在)	【会長】 大数多可志(NPO法人日本海国際交流センター 主任研究員) 【本部/事務局】 北海道大学大学院情報科学研究科内	○全国大会の開催(年1回、基調講演、パネルディスカッション、学術講演セッション、総会) (2016年度第13回全国大会:「急増するインバウンドを観光情報で迎え撃つ」) ○研究発表会の開催(年2回、研究発表、エクスカッション) ○観光情報学研究会の開催(いわて、オホーツク圏、かがのど、さっぽろ、たいせつかみイ、ちゅうしこく、はこだて、東アジア、とうかい) ○学会誌の発行(『観光と情報』) ○賞の授与(大会優秀賞、大会奨励賞、研究発表会優秀賞、研究発表会奨励賞、功労賞) ○メールニュースの配信 ○情報提供事業、コンサルティング、活動支援 等	【学会誌】 『観光と情報』 (2005年度～、年1回) (2016年度:第12号 学術研究論文4本、特集記事(観光情報学とスポーツ)4本) 【大会論文集】 『全国大会講演予稿集』 (2004年度～、年1回) 『研究発表会講演論文集』 (2009年度～、年2回)

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(2017年6月現在)
注:データベース「学会名鑑」(日本学術会議、公益財団法人日本学術協力財団、国立研究開発法人科学技術振興機構、http://gakukai.jst.go.jp/gakkai/)に収録されている国内の主要学術団体(2,006件)のうち、学会名称に「観光」「ツーリズム」「旅行」「リゾート」「余暇」「レジャー」「レクリエーション」「ホスピタリティ」のいずれかの語が含まれる学会を「国内の観光関連学会」として抽出した。

表 付記-2 日本の観光関連大学・大学院の数

	大学	学部	学科	大学院
2016年度	44	16	43	10
2015年度	44	16	44	10
2014年度	44	16	42	10

※大学の場合は学部・学科名に、大学院の場合は研究科・専攻名に「観光」「ツーリズム」「ホスピタリティ」という言葉を含むもののみをカウント。
資料:文部科学省「年度別開設大学等一覧」、各大学サイトより(公財)日本交通公社作成

表 付記-3 科研費における「観光学」の新規採択状況と予算配分状況

	応募件数	採択件数(新規)	配分額(直接経費)(千円)	1課題あたりの平均配分額(千円)
2016年度	206.5	58.5	77,650	1,327
2015年度	203	57.5	72,800	1,266
2014年度	223	68	102,200	1,503

※科研費全体の直接経費予算額は1,776億円
※平成28年度科学研究費のうち、「新学術領域研究(研究領域提案型)」「学術研究支援基盤形成」、「特設分野研究」及び「奨励研究」を除く研究課題(新規採択分)と「国際共同研究加速基金(国際活動支援班)」の研究課題(新規採択分)について分類。
※「若手研究(B)」の新規採択課題で2つの細目を選択したものについては、件数、配分額を併せて集計。
資料:文部科学省「平成28年度科学研究費助成事業の配分について」より(公財)日本交通公社作成

表 付記-4 科研費における「観光学」の採択数上位10機関

順位	機関名	新規採択累計数	応募件数累計数	累計配分額(千円)
1	和歌山大学	9.5	35.0	7,900
2	北海道大学	8.0	26.5	14,800
3	首都大学東京	6.5	11.0	14,200
4	立教大学	6.0	11.0	17,500
5	琉球大学	5.5	12.0	5,900
6	立命館大学	4.5	9.0	5,250
7	筑波大学	4.0	9.5	15,700
7	九州大学	4.0	10.0	3,400
7	奈良県立大学	4.0	8.5	5,300
7	東海大学	4.0	21.0	3,600

※「若手研究(B)」の新規採択課題で2つの細目を選択したものについては、件数、配分額を併せて集計。
※平成26～28年度の3年間の件数を算出。
資料:文部科学省「平成28年度科学研究費助成事業の配分について」より(公財)日本交通公社作成

付記

観光研究

表 付記-5 科研費における「観光学」の新規採択研究課題（2016年度）

研究課題	研究種目	研究機関
観光ビッグデータおよびSNSデータを利用した観光情報集積・提供基盤の研究開発	基盤研究 (B)	長崎大学
自然災害に対する観光地の「災害弾力性」に関する評価指標の開発	基盤研究 (B)	立教大学
世界遺産と防災：アジアにおけるヘリテージツーリズムの持続的発展のために	基盤研究 (B)	帝京平成大学
ビッグデータを活用した観光地圏域のターゲット層別抽出と観光圏政策の評価・提言	基盤研究 (B)	首都大学東京
ツーリズムにおける「スピリチュアル・マーケット」の展開の比較研究	基盤研究 (B)	筑波大学
日仏文化政策と市民との関係を踏まえた持続可能な観光プログラムに関する研究	基盤研究 (C)	(公財) 学習ソフトウェア情報研究センター
戦後松江における観光行政の展開	基盤研究 (C)	島根県立大学短期大学部
消費者の親和性が旅行先選択に与える役割と影響 —一口コミサイトの分析を通して—	基盤研究 (C)	大阪成蹊短期大学
観光資源として活かすための八重山諸島群の伝統染織物についての研究	基盤研究 (C)	沖縄国際大学
観光地域づくり組織を支えるガバナンスとファイナンス：国際比較を通じて	基盤研究 (C)	立命館アジア太平洋大学
食と農をつなぐ都市農村協働プロセスに関する研究	基盤研究 (C)	長崎国際大学
農業を維持するためのツーリズムの条件に関する研究	基盤研究 (C)	久留米工業大学
観光産業におけるサービスビジネスとしての「おもてなし」の経営分析	基盤研究 (C)	九州産業大学
越境ECによる観光土産のリピーター購買の研究 —中国人旅行者を対象に—	基盤研究 (C)	桃山学院大学
空間のアーキテクチャと規制に関する疫学・地理学・社会学による融合型研究	基盤研究 (C)	四天王寺大学
観光資源を活用したパーキンソン病の人のリハビリテーションへの応用	基盤研究 (C)	佛教大学
クリエイティブツーリズムの定着と創造都市連携の相互連環的發展に関する研究	基盤研究 (C)	同志社大学
文化と産業が融合する産業観光モデル構築に関する研究	基盤研究 (C)	名古屋学院大学
訪日観光客の災害文化に基づく観光災害マネジメントの構築	基盤研究 (C)	金城学院大学
観光地における防災訓練を中核とした地域防災計画策定手法の開発	基盤研究 (C)	愛知工業大学
特別支援学校の修学旅行に必要な配慮や支援に関する研究	基盤研究 (C)	岐阜聖徳学園大学
ツーリズムによる災害復興に関する観光社会学的研究 —居住者の生活の立場から—	基盤研究 (C)	桐蔭横浜大学
リビングヘリテージの多様性の比較研究	基盤研究 (C)	早稲田大学
カジノを駆動部分としたIR(Integrated Resort:統合型リゾート)	基盤研究 (C)	東洋大学
ロンドンオリンピックのレガシー戦略とクリエイティブシティ創出に関する観光学的研究	基盤研究 (C)	東海大学
実践的経営概念を組み込んだ自然地域のデスティネーション管理方策の解明	基盤研究 (C)	東海大学
「見どころ」の分析から探る、観光資源としてのオープンガーデンの持続可能性	基盤研究 (C)	江戸川大学
「ブライダルツーリズム」の開発と展開可能性	基盤研究 (C)	千葉商科大学
海岸観光地の地震津波発生時における対観光者リスクマネジメントに関する研究	基盤研究 (C)	文教大学
日本型メディア・ツーリズムの実証的研究と理論構築	基盤研究 (C)	獨協大学
震災に強い観光振興のあり方に関する研究	基盤研究 (C)	石巻専修大学
外国人観光客の免税店利用に係る研究 —地域間・店舗間格差解消に向けたモデル分析—	基盤研究 (C)	札幌国際大学
土産品を確立・存続させる要因と観光振興の経済効果	基盤研究 (C)	奈良県立大学
インドネシア後発地域における観光ファミリービジネスのスタートアップ課題と支援戦略	基盤研究 (C)	琉球大学
島嶼観光地域に適した津波減災計画に関する実践的研究	基盤研究 (C)	琉球大学
産業連関法による沖縄観光の内包型資源・環境負荷およびフットプリントの推計	基盤研究 (C)	琉球大学
小規模島嶼におけるジオツーリズムと地域イノベーションに関する実証的研究	基盤研究 (C)	長崎大学
空間統計学による観光市場の地域特性の把握と地理情報の高度化に関する研究	基盤研究 (C)	和歌山大学
新たな人口移動を契機とする農山村地域の経済およびコミュニティの変容に関する研究	基盤研究 (C)	和歌山大学
中世の紀伊半島における歴史遺跡・名所の創作および保存・活用事業データベースの作成	基盤研究 (C)	和歌山大学
函館広域圏における戦略的デスティネーション・マネジメントに関する研究	基盤研究 (C)	北海道教育大学
日本のアニメ作品が海外の観光地形成に与えた影響に関する研究	基盤研究 (C)	北海道大学
ユーザ生成コンテンツからのコンテキスト抽出に基づく観光スポット推薦システム	若手研究 (A)	龍谷大学
アクアツーリズムの環境社会学的研究	若手研究 (B)	立命館大学
歴史観光都市の経済的被害と復興過程の定量的評価に関する研究	若手研究 (B)	立命館大学
観光客の動機・満足度・再訪意向の関係とリピーター創造に関する研究	若手研究 (B)	淑徳大学
国内外のマスターズスポーツ大会参加者のスポーツツーリスト行動に関する実証研究	若手研究 (B)	和歌山大学
震災遺構をめぐるケアツーリズムの社会学的研究	若手研究 (B)	埼玉大学
旅行プログエンティを利用した旅行者の観光動機の分析および観光支援システムの構築	若手研究 (B)	広島経済大学
身体障害者の観光の現状と阻害要因に関する実証的研究	若手研究 (B)	立命館大学
創造的観光の概念整理と我が国への適用可能性に関する実証的研究	若手研究 (B)	金沢星稜大学
訪日中国人観光客を動かすメカニズム：インバウンド観光を通じた日中相互理解のために	若手研究 (B)	多摩大学
大規模災害復旧後の交流人口増加に向けた復興まちづくりに関するアクションリサーチ	若手研究 (B)	日本大学
エスニック・ツーリズムによる民族間関係の再編 —中国雲南省回族社会の事例から	若手研究 (B)	北海道大学
ポスト・バブル世代によるオーセンティック・ツーリズムの創成と周辺農山村の持続性	挑戦的萌芽研究	(一財) 農政調査委員会
ソーシャル・ツーリズムに係る多角的効果測定に基づく旅行支援の制度設計に関する研究	挑戦的萌芽研究	金沢星稜大学
縮小社会における“地域版MICE”モデルの考察	挑戦的萌芽研究	首都大学東京
「明治日本の産業革命遺産」のストーリーをめぐる軋轢現象に関する実態調査	挑戦的萌芽研究	九州国際大学
ツーリズムによる希望の創出：クリティカル、サステナブルツーリズムの理論と実践	挑戦的萌芽研究	和歌山大学
観光立国を目指した観光圏の経済効果の計測手法の開発	挑戦的萌芽研究	豊橋技術科学大学
近代中国マストツーリズムのメディア社会文化史的研究：友声旅行団と俵徳儲蓄会を中心に	挑戦的萌芽研究	北海道大学
観光地の歩行空間における5fMを用いたバリア情報抽出の可能性検証	研究活動スタート支援	日本大学
生物多様性に関わる国際認定制度を活用した地方自治体の戦略的定量的比較分析	国際共同研究加速基金	金沢大学

※研究の開始年度を2016年度とするもの。観光学に加えて他の分野も選択されているものも含む。
資料：科学研究費助成事業データベースより(公財)日本交通公社作成

資料編

資料-1 旅行年表	212
一般社会・海外情勢	
観光行政	
旅行・観光動向・イベント動向	
宿泊施設・観光施設等のオープン	
交通・運輸	
旅行業	
資料-2 付属統計表	216
経済関連指標	
旅行・観光関連産業(宿泊業)(運輸業)	
国内旅行動向	
海外旅行動向	
出国者数(地域別)(性・年齢別)	
訪日旅行動向	

資料-1 旅行年表

(2016年1月～9月)

月日	一般社会・海外情勢
1.13	2020年東京オリンピック・パラリンピックに向け、国土地理院は外国人向けに新記号を作るとを決定。ホテル、コンビニ、交番など18種
1.15	長野県軽井沢町の国道で、スキー客を乗せたツアーバスが道路脇の崖下に転落。14人が死亡、27人が重軽傷
1.19	2015年の訪日外国人旅行者数、前年比47.1%増の1,973万人。3年連続で過去最高を更新
2.6	台湾南部の高雄市を震央とするM6.6、震度7の地震
2.18	羽田空港の米国線を巡る日米航空交渉、昼間時間帯に1日10枠の発着枠新設で両政府が合意
2.26	日本の総人口は1億2,711万47人。前回2010年の国勢調査より94万730人(0.7%)減。1920年の調査開始以来初めて人口減を記録
3.13	寝台特急北斗星運行終了
3.20	寝台特急カシオペア運行終了
3.22	「まち・ひと・しごと創生本部」は、中央省庁の地方移転に向け、文化庁を数年以内に京都へ移転させることを柱とする基本方針を決定
3.22	ベルギーの首都ブリュッセルの空港と官庁街の地下鉄駅の2か所で爆発。イスラム過激派組織「イスラム国」が犯行声明。死者32人
3.23	南米エクアドルの太平洋沿岸でM7.8の地震。死者654人、負傷者は1万6千人以上
3.26	北海道新幹線(新青森～新函館北斗間)が開業。東京～新函館北斗間を最速4時間2分
3.28	安全保障関連法(自衛隊法、PKO協力法などの10の法律の改正一括法、国際平和支援法の新法)が施行
3.30	政府、2020年に日本を訪れる外国人旅行者の目標4千万人に。2015年の約2倍
4.1	電力小売りの全面自由化、始まる
4.13	熊本県を震源とするM6.5の地震があり、同県益城町で震度7。4月16日にもM7.3、西原村と益城町で震度7
4.19	エクアドルの太平洋沿岸でM7.8の地震
4.25	文化庁が地域の有形・無形の文化財で構成した「ストーリー」を認定する日本遺産に新たに19件を認定
5.12	日産自動車、三菱自動車の株式34%を10月頃に取得と発表
5.24	ヘイトスピーチ法成立
5.26	伊勢志摩サミットが開幕
5.27	オバマ大統領が広島を訪問
6.2	スイスで全長57.1kmのゴッタルド・トンネルが開通。青函トンネル(53.9km)を抜いて長さ世界1位に
6.4	IOC(国際オリンピック委員会)はリオ・オリンピックに出場する難民選手団を発足させ、シリアからドイツに逃れた水泳選手ら10選手を発表
6.15	東京都の外浜要一知事が、辞職願を都議会議長に提出 利根川水系の8つのダムの貯水量が今年の半分以下に
6.19	選挙権年齢を18歳以上に引き下げる改正公職選挙法が施行。約240万人が新たな有権者に
6.20	沖縄島北部のやんばる地域、33番目の国立公園に
6.21	九州各地で記録的大雨。地震の被害を受けた熊本県内では、土砂崩れなどにより死者6人
6.23	イギリス、国民投票、欧州連合(EU)からの離脱が決まる
6.28	トルコのイスタンブールのアタチュルク国際空港で複数回の爆発と銃撃、36人死亡、147人以上負傷
7.19	選挙権年齢を「20歳以上」から「18歳以上」に引き下げる改正公職選挙法が施行
7.24	欧州連合(EU)に残留すべきか離脱すべきかを問う英国国民投票(23日)で、離脱支持票が過半数に。残留を訴えてきたキャメロン首相は辞意を表明
7.30	フィリピン大統領選で当選したロドリゴ・ドゥテルテ氏が就任宣誓式に臨み、第16代大統領に就任
7.31	東京都知事選が投票開票され、政党の支援を受けない新人で無所属の小池百合子・元防衛相が、当選。女性の都知事は初。女性の知事は全国で7人目
8.8	天皇陛下は、国民に向けたビデオメッセージで、「高齢となった天皇の望ましい在り方」についての考えを発表。終身天皇を前提とする制度の問題点に触れて生前退位の意向を示唆された
8.13	英国の次期首相を決める与党・保守党の党首選で、メイ氏が女性として26年ぶり2人目の首相に就任
8.21	夏季五輪リオデジャネイロ大会で、日本は史上最多のメダル41個(金12、銀8、銅21)を獲得(5日開幕、21日閉幕)
8.25	イタリア中部で24日未明に発生した地震による死者が241人になったと発表。伊ANSA通信によるとレンツイ首相は緊急閣議を開き、被災地を対象に非常事態を宣言する
9.3	G20首脳会議で中国を訪問したオバマ大統領が、習近平国家主席と会談。2020年以降の地球温暖化対策の国際的枠組みとなる「パリ協定」を両国が批准すると発表
9.7	第15回夏季パラリンピック・リオデジャネイロ大会が開幕。159の国・地域と初の難民選手団が参加し、22競技528種目を実施
9.22	安倍首相は日本の首相としてキューバ初訪問。国家元首のラウル・カストロ国家評議会議長と会談し、経済関係強化の方針を一致

月日	観光行政
1.11	外務省、インドに対し数次ビザ発給要件を緩和
1.12	厚生労働省及び観光庁、第4回「民泊サービス」のあり方に関する検討会を開催
1.25	第5回「民泊サービス」のあり方に関する検討会を開催
1.26	観光庁、シンポジウム「日本版DMOの形成に向けて」を全国各地で順次開催
1.29	観光庁、「観光立国ショーケース」として3都市(北海道釧路市、石川県金沢市、長崎県長崎市)を選定
2.15	外務省、ベトナムに対し数次ビザ発給要件を緩和
2.25	観光庁、UNWTOと共催で、「遺産観光に関する国際会議」シンポジウムを奈良で開催
2.26	観光庁、「日本版DMO候補法人」の第1弾登録を実施
2.29	第6回「民泊サービス」のあり方に関する検討会を開催
2.29	観光庁、「第12回 通訳案内士制度のあり方に関する検討会」を開催
2.29	観光庁、「地域資源を活用した観光地魅力創造事業」(平成27年度補正予算)の支援地域11件を選定
3.4	観光庁、訪日外国人旅行者受入可能な医療機関を全国各地で320か所選定
3.7	観光庁、スポーツ庁及び文化庁との包括的連携協定締結
3.15	第7回「民泊サービス」のあり方に関する検討会を開催
3.18	内閣府、地方創生加速化交付金(第1次)の交付対象事業1,926件を決定
3.24	「第13回 通訳案内士制度のあり方に関する検討会」を開催
4.1	国土交通省、「クルーズ船寄港地マッチングサービス」を提供開始
4.6	国土交通省、第1回「高速道路ナンバリング検討委員会」を開催
4.12	第8回「民泊サービス」のあり方に関する検討会を開催
4.13	JNTO、訪日教育旅行受入促進の一元的窓口を設置
4.18	観光庁、第4回世界に誇れる広域観光周遊ルート検討委員会を開催
4.22	第9回「民泊サービス」のあり方に関する検討会を開催
4.22	観光庁、「日本版DMO候補法人」の第2弾登録を実施
4.24	文化庁、「日本遺産」19件を新たに認定
4.26	観光庁、「平成28年度訪日プロモーション方針」を決定
4.28	文化庁、「文化財活用・理解促進戦略プログラム2020」策定
5.1	訪日外国人旅行者向け消費税免税制度の拡充がスタート
5.13	観光立国推進閣僚会議の第6回会合において、「観光ビジョン実現プログラム2016」を決定
5.13	第10回「民泊サービス」のあり方に関する検討会を開催
5.23	第11回「民泊サービス」のあり方に関する検討会を開催
5.23	環境省、第1回「国立公園満喫プロジェクト有識者会議」を開催
5.24	第2回「高速道路ナンバリング検討委員会」を開催
5.26	第5回世界に誇れる広域観光周遊ルート検討委員会開催
5.31	観光庁、「日本版DMO候補法人」の第3弾登録を実施
6.2	観光庁、UNWTOと共催で、「観光と技術に関する国際会議」を奈良で開催
6.3	観光庁、宿泊業経営者のための「生産性向上ワークショップ」を順次開催
6.10	第12回「民泊サービス」のあり方に関する検討会を開催
6.13	「第14回 通訳案内士制度のあり方に関する検討会」を開催
6.14	観光庁、4つの広域観光周遊ルート形成計画を新たに認定
6.20	厚生労働省及び観光庁、第13回「民泊サービス」のあり方に関する検討会を開催、6/23に最終報告書公表
6.20	第3回「高速道路ナンバリング検討委員会」を開催
6.27	第2回「国立公園満喫プロジェクト有識者会議」開催
7.7	第4回「高速道路ナンバリング検討委員会」を開催
7.8	観光庁、「MICEの誘致拡大に向けたユニークベニュー活用促進事業」支援案件4件を決定
7.15	観光庁、「日本版DMO候補法人」の第4弾登録を実施
7.15	観光庁、「宿泊施設インバウンド対応支援事業」において公募した157団体の訪日外国人受入体制拡充計画を認定
7.20	観光庁、選定した34件の「地域資源を活用した観光地魅力創造事業」支援地域を公表
7.25	第3回「国立公園満喫プロジェクト有識者会議」を開催。先行的、集中的に取り組みを実施する8つの公園を選定
8.2	内閣府、地方創生加速化交付金(第2次)の交付対象事業342件、および地方創生推進交付金(平成28年度第1回)の交付対象事業745件を決定
8.10	観光庁、7件の「テーマ別観光による地方誘客事業」公表
8.25	経済産業省、「おもてなし規格認証2016」運用開始を公表
8.31	観光庁、「日本版DMO候補法人」の第5弾登録を実施
9.5	歴史的資源を活用した観光まちづくりタスクフォース 第1回会合開催
9.9	第5回「高速道路ナンバリング検討委員会」を開催
9.28	経産省、10月から「おもてなしプラットフォーム」実証開始

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)
1.6	出初式(東京都江東区)開催
1.24	第28回全国スイーツマラソンin東京(東京都江東区)開催
2.5	第67回さっぽろ雪まつり(北海道札幌市)開催(～2.11)
2.8	長崎ランタンフェスティバル(長崎県長崎市)開催(～2.22)
2.25	ゆうばり国際ファンタスティック映画祭2016(北海道夕張市)開催(～2.29)
2.28	第29回全国スイーツマラソンin大阪(大阪府枚方市)開催
2.28	第10回東京マラソン2016(東京都新宿区、江東区ほか)開催
3.6	第30回全国スイーツマラソンin福岡(福岡県福岡市)開催
3.16	東京・春・音楽祭ー東京のオペラの森2016(東京都台東区)開催(～4.17)
3.19	第22回東京ガールズコレクション2016SPRING/SUMMER(東京都渋谷区)開催
3.25	AnimeJapan 2016(東京都江東区)開催(～3.27)
3.26	TOKYO OUTDOOR WEEKEND 2016(東京都江東区)開催(～3.27)
4.1	第91回高田城百万人観桜会(新潟県上越市)開催(～4.17)
4.18	砂の美術館第9期展(鳥取県鳥取市)開催(～17.1.3)
4.21	第8回沖縄国際映画祭(沖縄県宜野湾市、那覇市ほか)開催(～4.24)
4.23	弘前さくらまつり(青森県弘前市)開催(～5.5)
4.28	ラ・フォル・ジュルネ・新潟2016(新潟県新潟市)開催(～4.30)
4.28	ラ・フォル・ジュルネ・金沢2016(石川県、富山県、福井県)開催(～5.5)
4.29	第21回宮崎国際音楽祭(宮崎県宮崎市)開催(～5.15)
4.29	ラ・フォル・ジュルネ・びわ湖2016(滋賀県大津市)開催(～5.1)
5.1	第18回別府アルグリーチ音楽祭(大分県別府市、大分市)開催(～5.26)
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2016(広島県広島市)開催(～5.5)
5.3	ラ・フォル・ジュルネ・オ・ジャポン2016(東京都千代田区)開催(～5.5)
5.17	神田祭例大祭(東京都千代田区)開催
6.8	第25回YOSAKOIソーラン祭り(北海道札幌市)開催(～6.12)
6.19	100万人のキャンドルナイト2016@増上寺(東京都港区)
6.25	第6回東北六魂祭(青森県青森市)開催(～6.26)
7.1	博多祇園山笠(福岡県福岡市)開催(～7.15)
7.14	祇園祭宵山(京都府京都市)開催(～7.16)
7.15	第37回霧島国際音楽祭(鹿児島県霧島市)開催(～8.7)
7.18	夜景プロジェクトマップ핑「SAGA Night of Light by NAKED」(佐賀県佐賀市)開催(～17年7月中旬)
7.22	FUJI ROCK FESTIVAL '16(新潟県湯沢町苗場スキー場)開催(～7.24)
7.24	天神祭(大阪府大阪市)開催(～7.25)
8.2	青森ねぶた祭(青森県青森市)開催(～8.7)
8.3	秋田竿燈まつり(秋田県秋田市)開催(～8.6)
8.6	ROCK IN JAPAN FESTIVAL 2016(茨城県ひたちなか市)開催(～8.7/8.13～8.14)
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	2016セジ・オザワ 松本フェスティバル(OMF)(長野県松本市)開催(～9.9)
8.12	徳島市阿波踊り(徳島県徳島市)開催(～8.15)
8.12	RISING SUN ROCK FESTIVAL 2016 in EZO(北海道小樽市)開催(～8.13)
8.13	富士山河口湖音楽祭2016(山梨県南都留郡)開催(～8.28)
8.17	第37回草津夏期国際音楽アカデミー&フェスティヴァル(群馬県吾妻郡)開催(～8.30)
8.27	石狩まるごとフェスタ2016(北海道石狩市)開催(～8.28)
9.1	札幌ブックフェス2016(北海道札幌市)開催(～9.30)
9.3	24th Sunset Live 2016(福岡県糸島市)開催(～9.4)
9.3	第23回東京ガールズコレクション2016AUTUMN/WINTER(埼玉県さいたま市)開催
9.14	六甲ミーツ・アート 芸術散歩2016(兵庫県神戸市)開催(～11.23)
9.15	東京ゲームショウ2016(千葉県千葉市)開催(～9.18)
9.23	第23回東京国際ブックフェア(東京都江東区)開催(～9.25)

月日	宿泊施設・観光施設等のオープン
1.6	西鉄ホテルクルーム博多(503室、福岡県福岡市)
1.8	イビスタイルズ大阪(340室、大阪府大阪市)
1.10	京都都会館の建物を再整備した「ロームシアター京都」(京都府左京区)
1.21	ストリングスホテル名古屋(126室、愛知県名古屋)
1.29	EXPOCITY内の自然体験ミュージアム「オービィ大阪」(大阪府吹田市)
2.1	御宿・野乃(200室、鳥取県境港市)
2.1	HOTEL AZ 福岡うきは店(91室、福岡県うきは市)
2.4	オークウッドプレミア東京(123室、東京都千代田区)
2.15	スポーツクラブ「グラン・スボールエグゼー一番町」(宮城県仙台市)
2.26	大型商業施設「マーケットスクエア川崎イースト」(神奈川県川崎市)
3.1	Amanemu(28室、三重県志摩市)
3.4	横浜みなとみらい新商業施設「マリノアアンドウォークヨコハマ」(神奈川県横浜市)
3.12	ホテルルートイングランド旭川駅前(342室、北海道旭川市)
3.15	ホテルルートイングランド上田駅前(200室、長野県上田市)
3.15	変なホテル2期棟(72室、長崎県佐世保市)
3.18	よみうりランド内新エリア「グッジョブ!!」(東京都稲城市)
3.18	JR仙台駅の商業施設「エスバル仙台東館」および「エスバル本館」2階、3階(宮城県仙台市)
3.19	箱根小涌園 美山楓林(13室、神奈川県箱根町)
3.19	オフィス兼商業ビル「大名古屋ビルヂング」リニューアル(愛知県名古屋)
3.24	ホテルルートイン名古屋岩沼インター(240室、宮城県名取市)
3.25	複合市街施設「J R新宿ミライナタワー」(東京都新宿区)
3.27	エクシブ鳥羽別邸(121室、三重県鳥羽市)
3.31	大型商業施設「東急プラザ銀座」(東京都中央区)
4.1	博多駅中央街の商業施設「KITTE博多」(福岡県博多市)
4.1	ホテルグレイスリー那覇(198室、沖縄県那覇市)
4.25	ショッピングモール「セブンパークアリオ柏」(千葉県柏市)
4.27	GAHAMA terrace(17室、大分県別府市)
4.27	カプリリゾートフチャクコンド・ホテル(84戸、沖縄県恩納村)
4.27	久留米市民会館に代わる文化交流施設「久留米シティプラザ」(福岡県久留米市)
4.29	「京都鉄道博物館」(京都府京都市)
4.29	道の駅「庭園の郷 保内」(新潟県三条市)
5.2	「イオンモール出雲」(島根県出雲市)
5.3	温浴施設「美楽温泉 SPA-HERBS」(埼玉県さいたま市)
5.9	オフィス・商業複合施設「大手町フィナンシャルシティグランドキューブ」(東京都千代田区)
5.16	ホテルウィングインターナショナルセレクト博多駅前(110室、福岡県福岡市)
5.16	生活提案型複合施設「枚方 T-SITE」(大阪府枚方市)
5.29	ホテルルートイン大船渡(208室、岩手県大船渡市)
6.1	東京ディズニーセレブレーションホテル:ウィッシュ(352室、千葉県浦安市)
6.1	複合施設「ユウタウン総曲輪」(富山県富山市)
6.8	ショッピングC「吹田グリーンプレイス」(大阪府吹田市)
6.17	名古屋駅直結のJPタワー名古屋内の複合施設「KITTE名古屋」(愛知県名古屋)
6.21	天然温泉 富山 剣の湯 御宿 野乃(151室、富山県富山市)
6.22	山梨県立富士山世界遺産センター(山梨県富士河口湖町)
7.1	箱根宮ノ下 華山(6室、神奈川県箱根町)
7.1	京都ユニバーサルホテル鳥丸(424室、京都府京都市)
7.1	ダブルツリーbyヒルトン那覇首里城(333室、沖縄県那覇市)
7.8	箱根強羅 白檀(16室、神奈川県箱根町)
7.9	ホテルふたり木もれ陽(10室、静岡県伊東市)
7.20	星のや東京(84室、東京都千代田区)
7.27	ザ・プリンスギャラリー東京紀尾井町(250室、東京都千代田区)
7.27	複合市街施設「東京ガーデンテラス紀尾井町」(東京都千代田区)
7.29	軽井沢マリオットホテル(142室、長野県軽井沢町)
7.29	ルグラン軽井沢(43室、長野県軽井沢町)
7.29	複合施設「キラリス函館」(北海道函館市)
8.2	ラ・ジェント・ステイ札幌大通(219室、北海道札幌市)
8.10	大沼鶴雅オーベルジュ エピイ(30室、北海道七飯町)
8.26	お豆の小宿 花いんげん(10室、群馬県草津町)

月日	交通・運輸
3.1	名古屋鉄道、駅ナバリングの導入を開始。アルファベット(路線、2ヶタ) + 番号(駅、2ヶタ)の組合せで
4.1	NECXO東日本とNEXCO中日本、圏央道と新湘南バイパスにおいてETC2.0車を対象とした料金割引を開始
4.1	大阪市交通局、市営地下鉄の主要12駅で「クラウド型ビデオ通訳サービス」の導入を開始
4.1	ジェットスター・ジャパン、中部=マニラ線を開設。週4便でスタート
4.1	「関西エアポート(株)」が設立、関西国際空港及び大阪国際空港が完全民営化
4.2	JR西日本、「みまさかノスタルジー」の運行を開始。昭和30~40年代に使用されたカラーリングで
4.6	国土交通省内に「高速道路ナンバリング検討委員会」を設置、第1回委員会を開催
4.7	ジェットスター・ジャパン、関西=マニラ線を開設。週4往復でスタート
4.9	JR西日本、旅の道具箱「La Malle de Bois(ラ・マル・ド・ボア)」の運行を開始
4.17	西武鉄道、「西武 旅するレストラン52席の至福」の運行を開始
4.23	えちごトキめき鉄道、新型リゾート列車「えちごトキめきリゾート雪月花」の運行を開始
4.27	長良川鉄道、「ながら」の運行を開始。水戸岡鋭治氏によるデザイン
4.27	パニラ・エア、関西=台北線を開設。1日2便でスタート。関西からは午前2時、3時台の出発
4.28	ANA、成田=武漢線を開設。1日1便。ANAとして11番目の中国就航都市
4.29	京都市に「京都鉄道博物館」がオープン。0系新幹線電車の第1号車をはじめ53両の車両を収集、展示
4.29	JR東日本、美術鑑賞が可能な「GENBI SHINKANSEN(現美新幹線)」の運行を開始
5.8	フィンランド航空、福岡=ヘルシンキ線を開設。10月までの夏期定期便。週3便
5.20	日本とスペインがオープンスカイ協定に合意。二国間輸送について相互に自由化(羽田空港を除く)
5.22	オーロラ航空、成田=コジノサハリンスク線を約3年半ぶりに再開
5.23	日本とカンボジアの間でオープンスカイ協定が発効
5.26	パニラ・エア、那覇=台北線を開設。1日1往復。エアバスA320-200型、180席
6.16	香港エクスプレス、石垣=香港線を開設。週2便。6~8月は週3便
6.21	NEXCO西日本が「九州観光周遊ドライブバス」を発売。全日3日プランと全日4日プランの2種類
6.25	フィリピン航空、関西=台北=マニラ線を開設。1日1便で運航開始
6.29	タイガーエア台湾、仙台=台北線を開設。週3便でスタート。(2017年6月16日からは週4便に)
7.1	香港航空、成田=香港線を3年半ぶりに再開。1日2便で運航開始
7.1	ジンエアー、成田=仁川線を開設。1日2便で運航をスタート
7.1	「仙台国際空港株式会社」が発足、仙台空港が完全民営化
7.4	国土交通省は、27の地方空港を「訪日誘客支援空港」に認定
7.6	香港エクスプレス、高松=香港線を開設。月、金、日の週4便でスタート
7.14	パニラ・エア、成田=ホーチミン線を開設。1日1往復で運航を開始
7.14	タイガーエア台湾、岡山=台北線を開設
7.16	JR東日本、ジョイフルトレイン「IZU CRAILE(伊豆クレイル)」の運行を開始
7.21	スクート、成田=バンコク=シンガポール線を開設。1日1便で運航開始
7.23	ハワイアン航空、成田=ホノルル線を開設。1日1便で運航開始。羽田=ホノルル線は週11往復
7.25	香港航空、関西=香港線を開設。週4往復でスタート。8月1日から
8.1	上海吉祥航空、関西=南京線を開設。週に4便。エアバスA320で運航
8.12	中国国際航空、成田=西寧線(西都経由)を開設。成都便延伸で。週4便
8.12	タイガーエア台湾、函館=台北線を開設。週5便でスタート。函館では初のLCC
9.1	ANA、成田=プノンベン線を開設。1日1往復。日本とカンボジアを結ぶ唯一の定期直行便
9.1	ティーウェイ航空、成田=大邱線を開設。1日1往復。福岡=大邱線を開設。1日1往復を含んで週11便を運航
9.14	香港航空、米子=香港線を開設
9.15	パニラ・エア、成田=セブ線を開設。1日1往復の運航。成田から約5時間のフライト

月日	旅行業
1.1	近畿日本ツーリストが「東京オリンピック・パラリンピック事業推進部」を設置
1.4	JTBが東京・有楽町に外国人向け「東京ツーリストインフォメーションセンター」をオープン
1.4	阪急交通社、北海道新幹線を利用したツアーを販売開始
1.16	日本旅行、真田幸村の関連ツアーを販売開始
1.25	HISが沖縄・国際通りに訪日外国人向けの「OKINAWA TOURIST INFORMATION CENTER」を開設
2.4	エクスペディア沖縄に支社オープン。日本国内では5つめの支店となる
2.6	エクスペディアが「現地オプショナルツアー」の予約が可能なアプリの提供開始を発表
2.16	現地ツアー専門予約サイト「ペルトラ」を運営するペルトラがフランスのシティ・ディスカバリー社を子会社化することを発表
2.17	KNT、真田幸村の関連ツアーを販売開始
2.19	日本旅行がシンガポールの現地子会社によりインドネシアの旅行会社JABATO社の株式取得を発表
2.26	JTB、真田幸村の関連ツアーを販売開始
3.1	HIS、リオデジャネイロに支店を開設。日本の旅行会社としては初の支店となる
3.9	DeNAトラベル、春秋航空日本とシステム連携開始。春秋航空日本の航空券の取り扱いを始める
3.18	軽井沢のスキーバス事故で旅行会社3社に行政処分。登録取消など
3.30	HISがアクティビティの予約サイトを運営する「アクティビティジャパン」を設立し子会社化
4.1	JTBが「訪日インバウンドビジネス推進部」を設置。国内各エリアの担当者を設置
4.1	JATAがツアーオペレーター品質認証制度の第6期申請の審査結果を発表。新規4社と更新31社を含め認証会社は48社に
4.14	熊本地震発生を受け、旅行会社各社が情報収集やキャンセル対応
4.19	楽天が社内カンパニー制の導入に伴う組織変更を発表。楽天トラベルは「ライブ&レジャーカンパニー」に所属することに
5.8	KNT、有楽町営業所をリニューアルオープン。国内・海外を同一店舗に
5.13	JTB、ケアラインプールに新店舗オープン
5.18	HISと小小学館が訪日中国人向け小冊子制作を発表。「DIME」ブランドで発行
5.20	JTB、新造船を利用して小笠原諸島を訪れる旅行商品を販売開始
6.1	アップルワールド、宿泊予約サイト「アップルワールド」を「Hotelista」に統合
6.9	日本スキー場開発が旅行予約サイトをオープン
6.10	エイベックスグループが旅行会社エイベックス・トラベル・クリエイティブを設立
6.14	JTB、不正アクセスによる個人情報流出の可能性を発表
7.1	「九州ふっこう割」商品、本格販売開始。第2期(10~12月分)は9月9日から
7.1	KNT、大阪りんくうタウン・泉佐野限定の通訳ガイド研修募集開始
7.25	DeNAトラベル、シンガポールのギャンソインターナショナルツアーズを100%子会社化
7.26	日本旅行、「和食エクスプローラー」運営のゴハンスタンダードへの資本参加発表
7.27	リクルート、ゆこゆこの全株式をゆこゆこホールディングへ譲渡
7.28	観光庁、「旅行業界情報流出事案検討会」中間とりまとめ発表
8.1	KNT、自転車レンタル事業でドコモグループのドコモ・バイクシェアと提携
8.24	ツーリズムEXPOジャパン組織委員会が第2回ジャパン・ツーリズム・アワード発表
8.25	楽天トラベル、世界の観光パンフレット検索アプリ「PATW」公開
8.30	JTB首都圏、海外旅行の新商品ブランド「NEXT」発売。第1弾は「世界のオーロラ」「世界の祭り」「世界の鉄道」
8.31	JTB、新規事業開発でスタートアップ企業の企画募集開始「求む 予想外」
9.1	JTB、パナソニック、ヤマトHDと訪日客向け手ぶら観光支援サービス「LUGGAGE-FREE TRAVEL」試験運用開始
9.13	日本旅行、海外ダイナミックパッケージ予約サイトリニューアル
9.14	DeNA、シンガポールでOTAサイト開始。海外でのサービス提供は5カ国め
9.22	22日から25日までツーリズムEXPO2016開催。来場者数は18.6万人

資料編

(2016年10月～2017年6月)

Table with 2 columns: 月日 (Date) and 一般社会・海外情勢 (General Society/Overseas Situation). It lists various international events and news items from October 2016 to June 2017.

Table with 2 columns: 月日 (Date) and 観光行政 (Tourism Administration). It details government actions, regulations, and administrative changes related to tourism from October 2016 to June 2017.

Table with 2 columns: 月日 (Date) and 旅行・観光地動向、イベント動向 (Travel/Tourism Trends, Event Trends). It covers tourism trends, festival announcements, and event schedules from October 2016 to June 2017.

月日	宿泊施設・観光施設等のオープン
10.1	相鉄プレッサイン銀座七丁目(286室、東京都中央区)
10.1	御宿野乃なんば(168室、大阪府大阪市)
10.1	複合市街施設「住友不動産六本木グランドタワー」(東京都港区)
10.6	JRイン札幌駅南口(204室、北海道札幌市)
10.6	アパホテル(広島駅前大橋)(727室、広島県広島市)
10.10	黒川温泉御処 月洗樹(8室、熊本県南小国町)
10.15	道の駅「ましこ」(栃木県益子町)
10.30	道の駅「和紙の里ひがしちぢぶ」(埼玉県東秩父村)
11.3	道の駅「かつらぎ」(奈良県葛城市)
11.19	道の駅「猪苗代」(福島県猪苗代町)
11.25	複合ビル「KYOBASHI EDOGRAND」(東京都中央区)
12.1	アパホテル「T K P 日暮里駅前」(278室、東京都荒川区)
12.1	京小宿・室町 ゆとね(7室、京都府京都市)
12.9	大規模複合開発「ビッグフロントひろしま」(広島県広島市)
12.15	天翠茶寮(12室、神奈川県箱根町)
12.26	ホテルウィングインターナショナルセレクト浅草駒形(69室、東京都台東区)
1.1	ふたりとわに 縁(10室、静岡県伊豆市)
2.1	アパホテル(飯田橋駅前)(163室、東京都千代田区)
2.4	「高梁市図書館」(岡山県高梁市)
3.1	ホテル モンテ エルマーナ福岡(373室、福岡県福岡市)
3.4	「高知県立高知城歴史博物館」(高知県高知市)
3.12	スタジアム「ミクニワールドスタジアム北九州」(福岡県北九州市)
3.15	変なホテル舞浜 東京ベイ(100室、千葉県浦安市)
3.18	月香(25室、福井県あわら市)
3.22	ナインアワーズ北新宿(206室、東京都新宿区)
3.30	レム六本木(400室、東京都港区)
3.30	アスコット丸の内東京(130室、東京都千代田区)
3.30	東横イン対馬厳原(246室、長崎県対馬市)
3.30	エンターテインメント施設「IHI STAGE AROUND TOKYO」(東京都江東区)
3.30	道の駅「神戸フルーツ・フラワーパーク大沢」(兵庫県神戸市)
4.1	WIRED HOTEL ASAKUSA(30室、東京都台東区)
4.1	テーマパーク「LEGOLAND JAPAN」(愛知県名古屋)
4.1	体育館「高崎アリーナ」(群馬県高崎市)
4.7	高層複合ビル「JRゲートタワー」(愛知県名古屋)
4.11	LYURO東京清澄-THE SHARE HOTELS-(23室、東京都江東区)
4.11	コンフォートホテル東京東神田(188室、東京都千代田区)
4.13	星野リゾート 界 アジアン(45室、静岡県伊東市)
4.17	名古屋JRゲートタワーホテル(350室、愛知県名古屋)
4.17	高層複合ビル「中之島フェスティバルタワー・ウエスト」(大阪府大阪市)
4.20	ホテルリブマックス東京潮見駅前(88室、東京都江東区)
4.20	箱根小涌園 天悠(150室、神奈川県箱根町)
4.20	大規模複合施設「GINZA SIX」(東京都中央区)
4.23	和空 下寺町(26室、大阪府大阪市)
4.26	プレミアムホテル-CABIN-大阪(240室、大阪府大阪市)
4.29	ソラリア西鉄ホテル京都プレミアム三条鴨川(200室、京都府京都市)
5.3	瑠璃浜(6棟、京都府宮津市)
5.12	レジャーリゾート 蓼科(23室、長野県茅野市)
5.13	TRUNK HOTEL(15室、東京都渋谷区)
5.15	いにしへの宿 佳雲(60室、島根県出雲市)
5.15	お宿 月のうさぎ(100室、島根県出雲市)
5.19	翠鳩の巣(6室、島根県松江市)
5.26	湯山荘 阿讃琴南(28室、香川県まんのう町)
5.26	厨翠山(14室、北海道札幌市)
6.1	複合施設「アンフォーレ」(愛知県安城市)
6.9	コンラッド大阪(164室、大阪府大阪市)
6.9	平戸千原浜温泉ホテル蘭風(162室、長崎県平戸市)
6.15	別邸風雅(14室、神奈川県箱根町)
6.24	JR九州ホテルブラッサム那覇(218室、沖縄県那覇市)
6.30	ホテルビスタプレミオ横浜(232室、神奈川県横浜市)

月日	交通・運輸
10.1	法務省入国管理局は、個人識別情報を事前に取得するための機器(バイオカード)を関西国際空港、高松空港、那覇空港に導入
10.19	イベリア航空、成田=マドリド線を18年ぶりに再開。週3便で
10.24	高速道路ナンバリング検討委員会が、「高速道路ナンバリングの実現に向けた提言」を発表
10.30	ANA、羽田=ニューヨーク線、羽田=シカゴ線、羽田=クアラランブール線を開設
10.30	天津航空、北九州=大連線を開設
10.30	デルタ航空、羽田=ミネアポリス線を開設。1日1往復。オランダ、トロントなどへの乗り継ぎ需要も見込む
10.30	中国東方航空、中部=上海=蘭州線を新たに開設1日1往復で、中部=青島=成都線を開設(復活)。1日1往復で
11.1	ピーチ・アビエーション、関西=上海線を開設。週5便。日本のLCCで初
11.2	ピーチ・アビエーション、羽田=上海線を開設。週5便。日本のLCCで初
11.4	ニュージールランド航空、関西=オークランド線を約3年ぶりに再開
11.18	JR北海道、「当社単独では維持することができない困難な線区」を公表
11.21	春秋航空日本、関西=淮安線を開設。月曜の週1便。エアバスA320、180席
11.24	春秋航空日本、関西=掲揚線を開設
12.1	ジンエアー、北九州=釜山線を開設。1日1便。北九州空港で国際線の運航が復活
12.5	JR北海道、留萌本線・留萌-増毛間を廃止
12.5	チェジュ航空、成田=釜山線を開設
12.12	日本とポーランドの間でオープンスカイ協定に合意
12.16	カンタス航空、成田=メルボルン線を開設。1日1便。ジェットスター便は運休
12.20	ハワイアン航空、羽田=コナ線を開設。ハワイ島コナへ週3便の運航
1.18	両備ホールディングスと関東バス、「ドリームスリーパー東京大阪号」運行開始
1.28	JR北海道、「流水物語号」の運行を開始。2月28日まで、1日2往復
1.28	春秋航空日本、成田=天津線を開設
1.28	関西エアポート(株)は、関西国際空港において、LCC専用の第2ターミナルビル(国際線)の供用を開始
1.29	春秋航空日本、成田=ハルビン線を開設。火、水、金、日の週4便でスタート
1.31	ヤクツク航空、成田=ユジノサハリンスク線を開設。週2往復
1.31	国土交通省は、「官民連携による国際クルーズ拠点」を形成する6港湾を選定
2.1	西日本鉄道、駅ナンバリングの導入を開始。路線記号(アルファベット1文字もしくは2文字)+駅番号
2.4	伊豆急行、地域プロモーション列車「リゾート 21キヌメ電車」の運行を開始
2.7	「高速道路番号」標識の新設を含む改正「道路標識、区画線及び道路標示に関する命令」が公布
2.14	改正「道路標識、区画線及び道路標示に関する命令」が施行
2.15	ANA、成田=メキシコシティ線を開設。2月15日から。1日1便。ボーイング787、169席
2.19	ピーチ・アビエーション、那覇=バンコク線を開設。1日1往復で運航
3.4	JR西日本、03年12月に廃止されたJR可部線・可部-あき亀山間の営業運転を再開
3.4	JR九州、特急「かわせみ やませみ」の運行を開始。熊本-人吉(肥薩線経由)
3.4	タイガーエア台湾、那覇=高雄線を開設
3.25	西武鉄道、「S-TRAIN」の運行を開始。平日は所沢~豊洲、休日は西武秩父~元町・中華街で運行。全席指定
3.31	西日本ジェイアールバスとジェイアールバス関東、新型夜行高速バス「DREAM Relier(ルリエ)」を東京大阪間で毎日運行開始
3.30	国土交通省は、成田空港及び関西空港において、ファーストレーンの運用を開始
4.1	JR四国、「おとなの遊山」をテーマとする「四国まんなか千年ものがたり」の運行を開始
4.21	東武鉄道、新型特急「リバティ(特急列車500系の愛称)」の運行を開始
4.28	日本とパプアニューギニアの間でオープンスカイ協定に合意
5.1	JR東日本、クルーズトレイン「TRAIN SUITE 四季島」の運行を開始
6.17	JR西日本、クルーズトレイン「TWILIGHT EXPRESS 瑞風」の運行を開始

月日	旅行業
10.1	HISグループのジャスタビ、中国語と韓国語のサイト公開
10.3	JTB、次年度の海外旅行事業会社の再編を発表
10.3	JTB、「ハワイ積立」販売開始
10.5	ナビタイム、ネット旅行予約事業「ナビタイムトラベル」開始
10.14	JTB、ハワイ拠点のMICE事業会社買収を発表
10.27	ANAセールス、航空券とセットの民泊取扱を発表
10.27	JTB、クアラランブールに同国4店舗目出店
11.1	HIS、ホーチミンに法人営業専門店設立。同国12店へ
11.3	HIS、中部地区最大の栄本店オープン
11.16	JTB、日本野菜ソムリエ協会と共同で「フードツーリズムマイスター」養成講座開講
11.18	Airbnb、新サービスTripsで旅行事業本格化を発表
11.24	中国最大手OTAのCtrip、メタサーチ大手スカイキャナ-社買収へ
11.30	びゅうトラベルサービス、旅行メディア「びゅうたび」運営開始
12.1	ANA、HISが宇宙事業で資本提携発表
12.8	ジャルパック、獣医同行のチャーター便で行く「JALワンワンJET鹿児島」発表
12.11	ヤフー、OTA事業の「一休」への集約を発表
12.12	観光庁、「新たな時代の旅行業法制に関する検討会」中間取りまとめ発表
12.19	かもめツアー、婚活サービスIBJの子会社へ
12.20	JTB、Agodaと提携
1.1	JTB、上海で海外旅行販売を開始
1.1	KNT、上海で海外旅行販売を開始
1.1	日本旅行、地方創生推進本部新設
1.4	阪急交通社、東京と大阪にクルーズ専門部署「クルーズセンター」を開設
1.17	ウィラー、旅・食・地域テーマの研究所開設
1.31	JTB、インドネシア最大手旅行会社PTIの株式40%取得
1.31	HIS、東京労働局による労働基準法違反指摘の報道を受け経緯と改善について正式コメント
2.7	KDDI、高級宿泊予約サイトReluxを子会社化
2.10	ニッコウトラベル、三越伊勢丹グループ傘下へ
2.13	旅工房、ベトナムに子会社設立
2.17	農協観光、民泊「とまれる」と連携を発表
2.24	KNT、北関東3県と連携してプレミアムフライデー普及事業開始
3.10	通訳案内士法及び旅行業法の一部改正法案が閣議決定
3.15	旅工房、東証マザーズ上場
3.27	てるみくらぶ、自己破産手続き開始
3.30	ヤフートラベル、タイムデザイン社と連携してLCC利用のダイナミックパッケージ販売開始
3.31	エポラブルアジア、マザーズから東証一部に昇格
3.31	JTB、18年度より事業会社15社の本社統合を発表
4.1	KNT、関西MICE支店オープン
4.1	IACETトラベル、上海駐在事務所新設
4.1	びゅうトラベル、インバウンド商品で民泊サイト「STAY JAPAN」と提携
4.8	JATA、てるみくらぶ内定取消者の採用へ就職マッチングセミナー
4.13	ジャルパック、民泊サイト「STAY JAPAN」と提携。5月から販売開始
4.18	旅工房、東証マザーズ上場
4.27	KNT、グループ再編、分社化等発表
4.28	HIS、ミキ・グループの持ち株会社を連結子会社化
4.28	観光庁「第1回新たな時代の旅行業法制に関する検討会 経営ガバナンスワーキンググループ」開催
5.1	JTB、観光関連事業者対象に電力販売開始
5.15	エポラブルアジアとAirBnBが業務提携
5.17	日本旅行、オンライン宿泊予約で新ブランド「My宿オンライン」スタート
5.19	東急電鉄、日帰り専門のポケカルと資本提携
5.30	JTB、欧州の旅行手配大手クオニオGTSを買収発表
6.13	エポラブルアジア、民泊管理会社アンピションと資本業務提携を発表
6.15	JTB、飲食店「るぶキッチン」オープン
6.15	ANAセールス、民泊を活用したダイナミックパッケージ商品を販売開始
6.20	KNT、東京オリンピック・パラリンピック事業推進室新設
6.22	楽天、「楽天LIFULL STAY」社設立、民泊事業参入を発表
6.29	HIS、訪日客と観光ガイドの仲介サイト「Travee」開始

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 円	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 倍	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	前年比	%	円	前年比
2014年度	16,273.06	67,021	△ 2.8	132,931	0.0	3,784,098	△ 2.1	6,259,066	△ 0.4	3.5	1.11	9,543	510,254	△ 2.9
2015年度	18,840.58	67,923	1.3	131,477	3.3	3,765,118	△ 0.5	6,293,689	0.6	3.3	1.23	8,684	516,587	1.2
2016年度	17,519.95	65,610	△ 3.4	129,653	0.0	3,712,808	△ 1.4	6,330,736	0.6	3.0	1.39	8,381	522,960	1.2
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	510,489	△ 3.0
2015暦年	19,172.12	68,258	△ 0.0	132,233	1.9	3,784,551	△ 1.1	6,308,025	1.1	3.4	1.20	8,812	515,973	1.1
2016暦年	16,921.92	65,976	△ 3.3	130,002	1.1	3,715,093	△ 1.8	6,323,679	0.2	3.1	1.36	8,446	521,207	1.0
2016.1~3	16,848.87	16,612	△ 2.0	31,651	3.5	944,602	△ 2.0	1,363,652	△ 1.0	3.2	1.29	2,144	130,871	0.5
4~6	16,408.32	15,320	△ 4.5	31,801	0.9	921,324	△ 2.5	1,638,002	△ 0.2	3.2	1.35	2,129	126,908	0.9
7~9	16,497.14	15,378	△ 3.7	32,091	△ 0.5	900,251	△ 3.3	1,478,863	0.1	3.0	1.37	2,087	129,404	1.1
10~12	17,933.36	18,667	△ 3.4	34,459	0.8	948,916	0.4	1,843,162	1.8	3.1	1.41	2,086	134,024	1.6
2017.1~3	19,240.99	16,246	△ 2.2	31,302	△ 1.1	942,317	△ 0.2	1,370,709	0.5	2.9	1.44	2,079	132,624	1.3
2016.1	17,302.30	5,869	△ 2.1	11,045	4.3	312,331	△ 2.6	434,330	△ 1.3	3.2	1.29	675	-	-
2	16,346.96	4,912	△ 0.3	9,974	5.0	297,662	2.2	478,624	△ 2.0	3.2	1.29	723	-	-
3	16,897.34	5,831	△ 3.2	10,633	1.3	334,609	△ 4.9	450,698	0.3	3.2	1.31	746	-	-
4	16,543.47	5,012	△ 4.0	10,447	1.9	338,001	1.1	480,098	0.7	3.2	1.33	695	-	-
5	16,612.67	5,125	△ 5.4	10,858	△ 0.1	306,721	△ 3.3	426,805	△ 0.8	3.2	1.35	671	-	-
6	16,068.81	5,183	△ 3.9	10,496	0.9	276,602	△ 5.6	731,099	△ 0.3	3.1	1.36	763	-	-
7	16,168.32	6,165	△ 0.4	11,049	1.7	302,422	△ 3.9	574,227	△ 2.2	3.0	1.37	712	-	-
8	16,586.07	4,529	△ 6.3	11,016	△ 1.9	301,442	△ 5.0	480,083	1.0	3.1	1.37	726	-	-
9	16,737.04	4,684	△ 5.2	10,026	△ 1.4	296,387	△ 0.8	424,553	2.2	3.0	1.38	649	-	-
10	17,044.51	5,245	△ 4.6	10,725	1.4	305,683	△ 1.3	485,827	0.1	3.0	1.40	683	-	-
11	17,689.54	5,796	△ 3.3	10,683	1.8	294,019	△ 0.3	432,415	1.6	3.1	1.41	693	-	-
12	19,066.03	7,625	△ 2.6	13,051	△ 0.4	349,214	2.6	924,920	2.7	3.1	1.43	710	-	-
2017.1	19,194.06	5,740	△ 2.2	11,003	△ 0.4	307,150	△ 1.7	441,064	1.6	3.0	1.43	605	-	-
2	19,188.73	4,774	△ 2.8	9,719	△ 2.6	298,092	0.1	484,038	1.1	2.8	1.43	688	-	-
3	19,340.18	5,732	△ 1.7	10,580	△ 0.5	337,075	0.7	445,607	△ 1.1	2.8	1.45	786	-	-
資料出所	日本経済新聞社	経済産業省				総務省統計局				厚生労働省	東京商工リサーチ	内閣府		

(注1) 2015年7月より、「大型小売店販売額」は「百貨店・スーパー販売額」の名称に変更となっている。
(注2) 有効求人倍率は新規学卒者を除きパートを含む。年度ならびに暦年の数値は実数、月ごとの数値は季節調整値。
(注3) 企業倒産は、負債総額1,000万円以上の件数。
(注4) 国内総生産の四半期は原系列の値。

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	
2014年度	4,103,455	2.1	2,203,781	△ 1.6	120,922	45.3	6,428,158	1.3	-	-	-	-	81.6	2.6
2015年度	3,442,451	△ 16.1	2,087,817	△ 5.3	176,496	46.0	5,706,763	△ 11.2	-	-	-	-	82.1	0.6
2016年度	3,335,299	△ 3.1	2,038,261	△ 2.4	201,258	14.0	5,574,819	△ 2.3	-	-	-	-	81.7	△ 0.5
2014暦年	4,067,186	2.0	2,243,267	0.2	110,369	39.3	6,420,823	1.8	81.3	2.1	64.7	△ 2.7	81.1	3.6
2015暦年	3,598,159	△ 11.5	2,096,853	△ 6.5	166,734	51.1	5,861,746	△ 8.7	82.6	1.6	67.5	4.3	82.6	1.8
2016暦年	3,362,483	△ 6.5	2,009,393	△ 4.2	191,996	15.2	5,563,872	△ 5.1	80.4	△ 2.7	69.0	2.2	81.1	△ 1.9
2016.1~3	872,657	△ 6.3	463,768	△ 3.1	38,897	32.3	1,375,321	△ 4.2	77.4	△ 1.4	65.1	3.1	77.8	△ 2.7
4~6	766,558	△ 2.4	441,894	△ 6.2	55,366	20.5	1,263,817	△ 15.0	80.3	△ 2.7	67.4	2.1	79.5	△ 2.3
7~9	943,127	△ 3.4	593,122	△ 4.1	44,855	6.6	1,581,104	△ 16.9	81.5	△ 4.4	73.5	1.2	83.4	△ 2.9
10~12	877,275	△ 3.1	504,766	△ 4.5	52,620	6.7	1,434,660	△ 16.8	82.4	△ 2.4	69.1	1.1	83.6	0.2
2017.1~3	748,340	△ 3.5	498,480	6.1	48,417	23.7	1,295,237	△ 5.8	-	-	-	-	80.4	3.4
2016.1	226,119	-	132,430	-	10,080	-	368,629	-	70.5	△ 0.6	58.3	5.2	68.9	△ 5.4
2	242,224	-	160,421	-	11,550	-	414,196	-	79.0	△ 2.3	67.1	3.5	80.6	△ 1.6
3	307,180	-	176,760	-	17,524	-	501,465	-	82.6	△ 1.1	69.9	1.0	83.8	△ 1.5
4	241,714	2.4	137,411	△ 2.1	22,081	20.5	401,206	△ 10.1	83.2	△ 1.0	68.5	△ 1.4	82.8	△ 1.1
5	268,491	△ 7.0	143,219	△ 10.9	17,999	15.6	429,709	△ 20.7	78.3	△ 5.5	68.7	0.6	76.8	△ 4.8
6	256,353	△ 1.7	161,264	△ 5.1	15,286	26.7	432,902	△ 13.3	79.3	△ 1.6	65.1	8.0	78.8	△ 1.0
7	293,858	△ 1.3	173,314	△ 6.0	14,807	△ 2.9	481,980	△ 15.6	81.7	△ 3.7	68.0	2.9	83.8	△ 1.6
8	358,079	△ 1.9	228,002	1.8	14,830	7.2	600,911	△ 15.7	82.1	△ 5.5	80.6	0.0	84.6	△ 3.8
9	291,189	△ 7.1	191,807	△ 8.6	15,218	17.2	498,214	△ 19.6	80.8	△ 4.0	71.9	1.0	81.7	△ 3.2
10	315,366	△ 4.1	174,889	△ 11.1	20,522	16.8	510,778	△ 18.8	84.6	△ 3.1	76.8	4.2	86.3	△ 1.1
11	298,723	△ 3.3	167,970	1.5	17,085	△ 3.0	483,777	△ 15.6	83.1	△ 2.2	69.9	△ 2.2	84.4	0.5
12	263,186	△ 1.4	161,907	△ 2.8	15,013	6.2	440,105	△ 15.8	79.6	△ 1.8	60.5	1.2	80.1	1.3
2017.1	214,054	△ 5.3	139,285	5.2	12,476	23.8	365,815	△ 0.8	-	-	-	-	73.0	6.0
2	229,208	△ 5.4	165,069	2.9	14,478	25.3	408,755	△ 1.3	-	-	-	-	83.2	3.2
3	305,078	△ 0.7	194,126	9.8	21,463	22.5	520,666	3.8	-	-	-	-	85.0	1.4
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1) 2016年4月分より主要旅行業者はJTBグループ等のグループ企業を1社とみなした50社とし、これに伴い取扱額もグループ企業内取引を相殺して集計している。
(注2) 2014年4月~2015年3月の主要旅行業者数は50社、2015年4月~2016年3月は49社。
(注3) 直近公表の前年同月値の修正に伴い、暦年・年度・四半期の数値も修正している。
(注4) 暦年・年度・四半期の原数値は、四捨五入により各月の積上げ値と必ずしも一致しない。

年・月	旅行・観光関連産業(運輸業)															
	JR旅客数						新幹線旅客数				民鉄旅客数					
	定期		定期外		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	千人	前年比	千人	前年比	千人	前年比	千人	前年比
2014年度	9,088,121	△ 0.6	5,551,080	△ 1.4	3,537,041	0.6	339,928	1.7	14,511,730	0.4	8,065,929	0.6	6,445,789	0.1		
2015年度	9,308,375	2.4	5,673,788	2.2	3,634,587	2.8	365,705	7.6	14,981,282	3.2	8,311,936	3.0	6,669,332	3.5		
2016年度	9,392,177	0.9	5,728,690	1.0	3,663,487	0.8	372,663	1.9	15,199,222	1.5	8,461,624	1.8	6,737,601	1.0		
2014暦年	9,164,793	1.6	5,629,511	1.9	3,535,282	1.2	339,040	3.2	14,569,139	2.2	8,120,770	3.3	6,448,357	0.7		
2015暦年	9,265,983	1.1	5,645,882	0.3	3,620,101	2.4	363,207	7.1	14,891,927	2.2	8,268,714	1.8	6,623,198	2.7		
2016暦年	9,387,719	1.3	5,735,071	1.6	3,652,648	0.9	369,690	1.8	15,156,449	1.8	8,432,625	2.0	6,723,828	1.5		
2016.1~3	2,247,224	1.9	1,355,699	2.1	891,525	1.7	86,545	3.0	3,653,050	2.5	2,003,080	2.2	1,649,970	2.9		
4~6	2,386,010	0.9	1,480,880	0.8	905,130	1.0	91,080	2.8	3,879,331	1.6	2,194,055	1.5	1,685,281	1.7		
7~9	2,379,531	0.5	1,452,432	0.9	927,099	△ 0.1	96,636	△ 0.5	3,812,918	1.2	2,126,895	1.8	1,686,024	0.5		
10~12	2,374,954	2.0	1,446,060	2.6	928,894	1.0	95,429	2.1	3,811,150	1.8	2,108,595	2.5	1,702,553	1.0		
2017.1~3	2,251,682	0.2	1,349,318	△ 0.5	902,364	1.2	89,518	3.4	3,695,823	1.2	2,032,079	1.4	1,663,743	0.8		
2016.1	776,156	1.3	483,583	0.7	292,573	2.2	30,673	4.9	1,238,490	2.5	697,944	2.2	540,543	2.9		
2	700,632	4.5	422,863	5.5	277,769	3.1	27,733	8.1	1,172,068	3.4	655,765	3.1	516,303	3.8		
3	770,436	0.3	449,253	0.5	321,183	△ 0.1	28,139	△ 3.5	1,242,492	1.7	649,371	1.3	593,124	2.0		
4	785,634	0.8	476,211	0.4	309,423	1.4	33,084	△ 1.0	1,278,100	1.4	708,653	1.1	569,446	1.7		
5	817,563	0.6	511,328	0.9	306,235	0.2	28,946	△ 0.1	1,311,938	1.8	744,456	1.9	567,482	1.6		
6	782,813	1.2	493,341	0.9	289,472	1.5	29,050	10.7	1,289,293	1.5	740,946	1.4	548,353	1.7		
7	815,952	2.2	497,696	2.3	318,256	2.0	35,749	△ 1.4	1,291,493	1.8	717,557	2.2	573,936	1.4		
8	799,804	1.0	481,500	1.8	318,304	△ 0.3	33,093	2.3	1,260,764	1.4	691,507	1.8	569,259	0.8		
9	763,775	△ 1.6	473,236	△ 1.3	290,539	△ 2.0	27,794	△ 2.3	1,260,661	0.5	717,831	1.4	542,829	△ 0.6		
10	808,215	1.1	496,992	1.4	311,223	0.6	35,668	0.1	1,292,457	1.7	728,616	2.7	563,839	0.5		
11	778,726	1.3	479,633	1.7	299,093	0.6	31,615	2.9	1,274,076	1.6	722,203	2.1	551,874	0.9		
12	788,013	3.7	469,435	4.9	318,578	1.9	28,146	3.7	1,244,617	2.2	657,776	2.8	586,840	1.7		
2017.1	772,957	△ 0.4	477,795	△ 1.2	295,162	0.9	31,519	2.8	1,253,549	1.2	709,550	1.7	543,998	0.6		
2	700,869	0.0	424,088	0.3	276,781	△ 0.4	27,798	0.2	1,178,798	0.6	663,531	1.2	515,266	△ 0.2		
3	777,856	1.0	447,435	△ 0.4	330,421	2.9	30,201	7.3	1,263,476	1.7	658,998	1.5	604,479	1.9		
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)													
	鉄道旅客人口						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	前年比	千人	前年比	千人	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
2014年度	150,618,864	1.7	87,004,974	2.3	61,224,991	△ 0.3	4,042,006	△ 0.1	917,659	2.1	4,874,001	△ 4.0	2,439,473	△ 1.2
2015年度	157,782,601	4.8	93,226,305	7.2	63,372,996	3.5	4,167,832	3.1	922,868	0.6	4,955,610	1.7	2,526,244	3.6
2016年度	159,762,472	1.3	95,416,293	2.3	63,638,187	0.4	4,204,434	0.9	933,079	1.1	5,034,847	1.6	2,586,204	2.4
2014暦年	150,020,807	2.3	86,472,325	3.0	61,293,502	0.4	4,048,587	0.7	898,887	0.7	4,914,860	△ 2.8	2,440,985	0.1
2015暦年	156,719,251	4.5	92,243,925	6.7	63,016,043	2.8	4,143,361	2.3	917,659	2.1	4,938,372	0.5	2,507,049	2.7
2016暦年	159,102,203	1.5	94,803,027	2.8	63,478,698	0.7	4,196,688	1.3	930,309	1.4	5,012,814	1.5	2,567,869	2.4
2016.1~3	37,871,422	2.9	22,084,224	4.7	15,554,137	2.3	1,031,918	2.4	228,433	2.3	4,780,013	1.5	2,464,210	3.2
4~6	38,871,464	2.9	23,318,899	5.0	15,887,322	1.1	1,053,529	1.3	232,524	1.3	4,893,488	1.1	2,512,077	1.7
7~9	41,438,413	△ 0.9	24,757,089	△ 0.3	15,958,847	0.0	1,047,430	0.5	233,158	0.7	5,254,689	1.3	2,671,917	1.9
10~12	40,920,904	1.4	24,642,815	2.3	16,078,392	△ 0.5	1,063,811	0.9	236,194	1.2	5,123,068	2.1	2,623,272	2.9
2017.1~3	38,531,691	1.7	22,697,490	2.8	15,713,626	1.0	1,039,664	0.8	231,203	1.2	4,868,141	1.8	2,537,550	3.0
2016.1	13,469,945	3.5	8,245,117	5.5	5,098,504	2.5	339,521	2.5	75,174	2.3	4,486,282	0.3	2,331,673	2.7
2	11,887,338	5.3	6,995,853	7.8	4,834,257	3.4	322,057	3.5	70,995	3.5	4,740,767	3.4	2,439,330	4.7
3	12,514,139	0.0	6,843,254	0.6	5,621,376	1.3	370,340	1.5	82,264	1.4	5,112,989	1.7	2,621,628	2.8
4	14,781,002	0.8	9,284,366	0.0	5,378,714	2.0	357,389	1.5	78,967	1.9	4,886,004	1.8	2,503,059	2.3
5	12,459,441	△ 0.4	7,103,966	0.8	5,431,873	0.4	354,606	1.0	78,921	0.6	4,943,701	△ 0.4	2,531,358	0.0
6	11,631,021	9.8	6,930,567	18.0	5,076,735	1.2	341,534	1.4	74,635	1.4	4,850,759	2.0	2,501,813	2.0
7	15,690,182	△ 0.9	9,897,677	△ 2.2	5,370,928	2.2	357,975	1.4	78,944	2.3	5,171,201	3.4	2,640,759	3.9
8	14,598,212	1.3	8,569,623	3.1	5,483,594	0.1	351,299	0.2	79,170	0.2	5,518,542	1.8	2,794,153	1.3
9	11,150,019	△ 3.5	6,289,789	△ 1.8	5,104,325	△ 1.9	338,156	△ 0.1	75,044	△ 0.5	5,074,324	△ 1.1	2,580,838	△ 0.6
10	15,574,752	0.1	9,974,060	0.9	5,327,575	0.3	352,150	0.2	78,185	0.6	5,173,961	1.4	2,630,207	1.7
11	13,211,129	1.8	8,092,889	3.6	5,238,220	0.4	345,035	1.0	76,712	1.0	5,160,195	2.4	2,632,601	3.9
12	12,135,023	2.7	6,575,866	2.9	5,512,597	△ 1.6	366,626	1.5	81,297	2.1	5,035,048	2.7	2,607,008	3.0
2017.1	13,740,263	2.0	8,555,846	3.8	5,141,411	1.0	341,273	0.5	76,086	1.2	4,595,479	2.4	2,399,686	2.9
2	11,784,098	△ 0.9	6,975,753	△ 0.3	4,824,031	△ 0.1	321,010	△ 0.3	71,100	0.1	4,787,754	1.0	2,499,850	2.5
3	13,007,330	3.9	7,165,891	4.7	5,748,184	2.2	377,381	1.9	84,017	2.4	5,221,190	2.1	2,713,113	3.5
資料出所	国土交通省						(一社) 日本民営鉄道協会				(公財) 高速道路調査会			

(注) 民鉄とはJR以外の鉄軌道事業者をいう。

年・月	旅行・観光関連産業(運輸業)											
	貸切バス輸送人員		フェリー(自動車航送長距離航路)				航空(国内線)旅客数					
	全国		旅客		自動車				幹線		ローカル線	
	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
2014年度	325,342	△ 1.2	2,150	△ 5.0	1,460	△ 4.6	95,198	2.9	40,165	2.1	55,032	3.6
2015年度	295,343	△ 9.2	2,367	10.1	1,465	0.3	96,063	0.9	41,509	3.3	54,554	△ 0.9
2016年度	294,805	△ 0.2	2,354	△ 0.5	1,536	4.8	98,128	2.1	42,299	1.9	55,829	2.3
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
2015暦年	300,528	△ 8.4	2,324	7.6	1,464	△ 1.6	95,874	1.4	41,309	3.6	54,565	△ 0.1
2016暦年	295,133	△ 1.8	2,341	0.7	1,508	3.0	97,202	1.4	41,854	1.3	55,348	1.4
2016.1~3	64,137	△ 7.5	497	9.4	333	0.2	23,043	0.8	10,161	2.0	12,883	△ 0.1
4~6	77,976	△ 2.1	550	△ 1.3	375	2.4	22,371	0.1	9,681	0.6	12,689	△ 0.3
7~9	73,916	△ 0.2	772	△ 3.2	409	3.1	26,577	1.6	11,311	1.0	15,267	2.0
10~12	79,104	2.1	522	1.2	392	6.0	25,210	2.9	10,701	1.7	14,509	3.8
2017.1~3	63,809	△ 0.5	511	2.7	360	8.2	23,969	4.0	10,605	4.4	13,364	3.7
2016.1	20,885	△ 7.2	146	7.2	101	△ 4.2	7,337	0.9	3,302	3.7	4,035	△ 1.4
2	21,401	△ 6.4	124	10.3	103	1.3	7,292	2.5	3,228	2.2	4,064	2.7
3	21,851	△ 8.8	227	10.4	129	3.1	8,414	△ 0.6	3,630	0.3	4,784	△ 1.3
4	23,530	△ 3.1	201	10.6	130	4.7	7,109	2.1	3,086	1.8	4,023	2.2
5	26,794	△ 3.8	198	△ 8.9	123	1.5	7,678	△ 3.0	3,283	△ 1.6	4,395	△ 3.9
6	27,652	0.6	151	△ 4.4	121	0.9	7,583	1.5	3,312	1.8	4,271	1.3
7	26,104	△ 2.2	224	6.2	132	2.7	8,345	3.1	3,615	2.8	4,730	3.3
8	22,809	△ 0.1	344	△ 1.8	138	3.2	9,467	2.3	3,926	1.2	5,541	3.1
9	25,003	1.8	204	△ 13.7	138	3.3	8,765	△ 0.6	3,769	△ 1.0	4,996	△ 0.4
10	29,841	△ 0.5	180	△ 4.0	135	2.4	8,923	1.6	3,754	0.0	5,169	2.7
11	27,827	3.6	173	3.3	128	8.3	8,401	2.6	3,522	2.3	4,880	2.9
12	21,436	3.7	169	5.2	129	7.9	7,886	4.7	3,426	2.9	4,460	6.1
2017.1	20,257	△ 3.0	147	1.0	110	9.8	7,635	4.1	3,447	4.4	4,189	3.8
2	21,330	△ 0.3	122	△ 1.7	110	6.6	7,386	1.3	3,296	2.1	4,090	0.7
3	22,222	1.7	242	6.3	140	8.3	8,948	6.3	3,863	6.4	5,085	6.3
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)											
	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
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
2015年度	32,114	1.8	38,430	△ 2.4	70,544	△ 0.5	8,460	7.4	8,168	13.5	16,628	10.9
2016年度	32,570	1.4	38,665	0.6	71,236	1.0	8,395	△ 0.8	9,119	11.6	17,514	5.3
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
2015暦年	31,924	1.7	38,730	△ 1.4	70,654	△ 0.0	8,052	4.0	7,900	14.0	15,952	8.7
2016暦年	32,360	1.4	38,460	△ 0.7	70,820	0.2	8,294	3.0	8,865	12.2	17,158	7.6
2016.1~3	7,737	2.5	9,075	△ 3.2	16,812	△ 0.6	2,014	1.4	2,114	14.5	4,127	7.7
4~6	7,465	△ 1.0	8,776	△ 1.4	16,241	△ 1.2	2,052	2.2	2,132	11.6	4,184	6.8
7~9	8,666	1.4	10,583	0.5	19,249	0.9	2,161	3.6	2,348	9.1	4,509	6.4
10~12	8,492	2.4	10,025	1.0	18,517	1.6	2,066	4.7	2,271	14.0	4,338	9.4
2017.1~3	7,947	2.7	9,280	2.3	17,228	2.5	2,115	5.0	2,368	12.0	4,483	8.6
2016.1	2,471	2.0	2,927	△ 2.1	5,399	△ 0.1	668	4.9	693	19.7	1,361	12.0
2	2,459	3.4	2,863	△ 2.1	5,322	0.5	645	2.4	684	16.5	1,329	9.2
3	2,807	1.0	3,284	△ 5.0	6,091	△ 2.1	700	△ 2.5	737	8.4	1,437	2.8
4	2,397	0.8	2,776	1.1	5,172	1.0	683	0.4	708	11.4	1,391	8.0
5	2,524	△ 4.4	3,008	△ 5.2	5,532	△ 4.9	678	△ 5.3	706	9.6	1,384	4.0
6	2,544	0.9	2,993	0.3	5,537	0.6	691	△ 1.7	718	13.8	1,409	8.5
7	2,710	1.7	3,271	1.4	5,980	1.5	729	△ 0.9	801	12.9	1,529	8.7
8	3,043	3.3	3,840	2.1	6,883	2.6	748	△ 0.6	827	7.1	1,575	5.4
9	2,913	△ 0.7	3,473	△ 1.9	6,386	△ 1.4	684	△ 1.2	720	7.4	1,405	5.1
10	2,974	0.7	3,570	△ 0.3	6,545	0.2	694	△ 3.0	741	10.7	1,435	6.0
11	2,863	2.3	3,327	0.2	6,190	1.1	683	1.7	741	16.2	1,424	11.3
12	2,655	4.5	3,128	3.5	5,783	4.0	689	0.6	789	15.3	1,478	11.0
2017.1	2,534	2.5	2,986	2.0	5,520	2.2	707	0.5	805	16.1	1,512	11.1
2	2,459	△ 0.0	2,830	△ 1.2	5,289	△ 0.6	666	△ 0.9	739	8.1	1,406	5.8
3	2,955	5.3	3,465	5.5	6,419	5.4	741	1.4	824	11.9	1,566	8.9
資料出所	各社月報											

(注) JALグループの国際線旅客数については、2016年度よりコードシェアによる他社販売分も含む。
これに伴い2015年度の数値にも同販売分を反映し前年比が算出されている。

2 付属統計表

年度	国内旅行動向													
	温泉入湯客数		温泉地延べ宿泊利用者数		特殊索道旅客数		水浴場延べ利用者数		ゴルフ場延べ利用者数		オートキャンプ参加人口		自然公園利用者数	
	千人	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
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	291,171	0.3	3,247	0.6	86,746	0.0	750	4.2	873,199	3.5
2014年度	187,386	0.3	128,012	1.3	295,151	1.4	2,592	△ 20.2	86,505	△ 0.3	780	4.0	872,336	△ 0.1
2015年度	191,347	2.1	132,064	3.2	242,071	△ 18.0	2,769	6.8	87,753	1.4	810	3.8	—	—
2016年度	—	—	—	—	—	—	2,779	0.4	—	—	830	2.5	—	—
資料出所	総務省自治税務局		環境省自然環境局		国土交通省		環境省水・大気環境局		(一社)日本ゴルフ場経営者協会		(一社)日本オートキャンプ協会		環境省自然環境局	

(注1) 特殊索道旅客数は当年度12月から3月まで(スキーシーズン)の数値である。

(注2) 水浴場延べ利用者数は年間入込1万人以上の水浴場を対象としている。

(注3) ゴルフ場延べ利用者数は当年3月から翌年2月までの値、オートキャンプ参加人口、および自然公園利用者数は暦年の数値である。

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
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
2015年度	16,344,903	△ 2.0	9,331,354	△ 1.4	7,013,549	△ 2.8	288,008	△ 2.3	396,644	△ 5.6	596,408	△ 4.2
2016年度	17,492,284	7.0	9,760,235	4.6	7,732,049	10.2	316,418	9.9	424,116	6.9	632,294	6.0
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
2015暦年	16,213,789	△ 4.1	9,276,393	△ 2.7	6,937,396	△ 5.9	282,742	△ 6.6	398,039	△ 6.9	594,300	△ 6.5
2016暦年	17,116,320	5.6	9,628,387	3.8	7,487,933	7.9	308,793	9.2	414,509	4.1	620,172	4.4
2016.1~3	4,157,906	3.3	2,344,930	2.4	1,812,976	4.4	85,138	6.6	105,672	△ 1.3	152,718	1.4
4~6	3,753,902	4.3	2,220,289	2.8	1,533,613	6.7	66,477	8.2	89,576	5.2	137,355	2.7
7~9	4,806,695	7.1	2,581,690	5.2	2,225,005	9.4	72,553	9.8	105,879	5.5	168,397	6.3
10~12	4,397,817	7.3	2,481,478	4.6	1,916,339	10.9	84,625	12.3	113,382	7.5	161,702	6.7
2017.1~3	4,533,870	9.0	2,476,778	5.6	2,057,092	13.5	92,763	9.0	115,279	9.1	164,840	7.9
2016.1	1,276,297	3.3	752,614	3.4	523,683	3.1	29,011	5.5	31,899	△ 0.0	45,334	2.4
2	1,330,972	5.9	750,622	5.8	580,350	6.0	24,636	8.7	35,170	△ 0.2	49,931	3.4
3	1,550,637	1.1	841,694	△ 1.3	708,943	4.0	31,491	6.0	38,603	△ 3.3	57,453	△ 1.0
4	1,249,586	9.2	734,796	6.5	514,790	13.1	23,606	22.0	29,380	12.4	44,609	6.9
5	1,233,170	△ 2.3	733,324	△ 1.2	499,846	△ 3.8	21,898	△ 4.8	30,014	△ 3.1	44,958	△ 4.1
6	1,271,146	6.7	752,169	3.3	518,977	12.1	20,973	9.9	30,182	7.8	47,788	5.9
7	1,435,758	9.6	800,679	7.3	635,079	12.6	20,460	8.7	31,894	7.0	50,410	6.7
8	1,818,232	10.0	942,614	6.9	875,618	13.4	23,851	21.1	36,581	9.8	63,810	9.9
9	1,552,705	1.8	838,397	1.3	714,308	2.3	28,242	2.5	37,404	0.4	54,177	1.9
10	1,462,741	3.6	835,485	2.0	627,256	5.7	29,550	13.3	35,953	3.8	54,606	2.3
11	1,479,599	10.5	857,834	6.8	621,765	16.0	31,228	19.4	41,926	10.1	55,712	11.1
12	1,455,477	8.0	788,159	5.2	667,318	11.4	23,847	△ 3.2	35,503	8.5	51,384	7.1
2017.1	1,295,059	1.5	732,397	△ 2.7	562,662	7.4	28,556	△ 1.6	31,886	△ 0.0	45,327	△ 0.0
2	1,493,399	12.2	825,588	10.0	667,811	15.1	27,118	10.1	39,767	13.1	56,446	13.0
3	1,745,412	12.6	918,793	9.2	826,619	16.6	37,089	17.8	43,626	13.0	63,067	9.8
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
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
2015年度	7,073,370	△ 1.1	572,133	△ 4.3	1,815,164	△ 3.3	2,864,898	△ 2.5	511,622	△ 5.4	214,722	△ 4.9	1,016,194	△ 4.0
2016年度	7,530,622	6.5	604,480	5.7	1,911,774	5.3	3,105,479	8.4	547,150	6.9	227,414	5.9	1,148,211	13.0
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
2015暦年	7,009,733	△ 2.9	572,091	△ 5.9	1,804,495	△ 5.4	2,836,245	△ 5.4	511,212	△ 7.4	214,918	△ 6.7	1,007,459	△ 7.0
2016暦年	7,371,218	5.2	593,037	3.7	1,877,248	4.0	3,032,214	6.9	533,703	4.4	223,141	3.8	1,108,770	10.1
2016.1~3	1,751,894	3.8	154,443	0.0	464,033	2.4	742,859	4.0	128,028	0.3	53,793	△ 0.4	263,369	3.4
4~6	1,603,023	4.1	130,572	3.5	420,534	2.6	662,541	6.4	118,714	2.8	49,738	2.7	235,951	5.3
7~9	2,147,787	5.6	152,388	6.7	513,445	6.4	845,427	8.9	144,765	7.2	61,526	5.9	297,529	16.2
10~12	1,868,514	6.9	155,634	4.6	479,236	4.5	781,387	8.0	142,196	6.9	58,084	6.7	311,921	14.4
2017.1~3	1,911,298	9.1	165,886	7.4	498,559	7.4	816,124	9.9	141,475	10.5	58,066	7.9	302,810	15.0
2016.1	526,151	3.4	43,919	△ 1.9	139,172	3.1	224,745	3.9	37,019	0.2	15,926	△ 0.5	74,850	5.6
2	569,113	6.3	52,334	5.7	148,997	5.4	233,790	6.4	41,554	3.6	17,673	4.2	81,992	3.3
3	656,630	2.0	58,190	△ 3.2	175,864	△ 0.7	284,324	2.2	49,455	△ 2.1	20,194	△ 3.9	106,527	2.0
4	533,358	9.6	43,431	14.4	141,099	5.1	215,556	11.4	39,671	11.4	15,019	6.6	74,935	7.8
5	525,002	△ 2.7	42,728	△ 5.2	137,233	△ 2.8	219,961	△ 1.0	39,511	△ 5.7	17,531	△ 2.0	79,284	△ 3.1
6	544,663	6.1	44,413	3.0	142,202	5.6	227,024	9.6	39,532	4.2	17,188	4.6	81,732	12.2
7	636,359	7.3	44,550	7.2	153,861	10.3	249,776	11.9	43,506	13.5	18,295	11.0	86,909	24.3
8	810,445	7.7	55,137	12.2	199,078	8.3	320,359	13.5	54,099	12.0	22,271	8.8	109,909	22.4
9	700,983	1.8	52,701	1.1	160,506	0.9	275,292	1.8	47,160	△ 2.6	20,960	△ 0.9	100,711	4.4
10	620,206	2.4	51,617	1.3	157,352	1.6	253,708	5.0	48,311	1.2	19,430	△ 1.6	103,215	10.9
11	622,331	10.0	54,881	7.1	159,806	5.8	262,071	12.1	46,307	12.3	19,494	14.4	105,568	18.5
12	625,977	8.5	49,136	5.6	162,078	6.1	265,608	7.2	47,578	7.8	19,160	8.7	103,138	14.1
2017.1	537,333	2.1	43,771	△ 0.3	136,942	△ 1.6	225,137	0.2	38,150	3.1	15,436	△ 3.1	78,844	5.3
2	639,490	12.4	56,774	8.5	164,621	10.5	265,322	13.5	47,122	13.4	19,372	9.6	99,501	21.4
3	734,475	11.9	65,341	12.3	196,996	12.0	325,665	14.5	56,203	13.6	23,258	15.2	124,465	16.8
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
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
2015年度	296,189	3.2	287,533	2.6	385,027	0.9	490,055	1.8	1,013,160	△ 1.2	1,572,006	△ 3.7	1,729,666	△ 3.2	1,295,091	△ 4.4
2016年度	317,524	7.2	308,843	7.4	427,044	10.9	571,401	16.6	1,105,677	9.1	1,833,122	16.6	1,760,462	1.8	1,362,094	5.2
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
2015暦年	292,876	1.0	285,109	0.6	379,627	△ 1.6	478,625	△ 1.8	993,780	△ 3.7	1,541,563	△ 7.4	1,729,539	△ 4.4	1,292,606	△ 7.1
2016暦年	312,098	6.6	303,102	6.3	414,489	9.2	542,401	13.3	1,076,550	8.3	1,742,647	13.0	1,750,659	1.2	1,341,455	3.8
2016.1~3	64,785	5.4	62,295	4.0	104,741	5.4	139,167	8.9	332,196	6.2	531,637	6.1	397,099	0.0	288,911	0.9
4~6	56,504	6.7	55,076	7.6	39,716	7.1	49,998	10.8	186,742	6.9	281,818	12.7	434,160	1.3	311,207	5.3
7~9	121,940	5.4	118,297	4.9	155,818	11.1	217,280	16.3	299,635	11.5	504,768	17.3	455,990	1.6	388,863	3.1
10~12	68,869	9.7	67,434	10.1	114,214	10.9	135,956	14.4	257,977	8.6	424,424	17.9	463,410	1.9	352,474	5.7
2017.1~3	70,211	8.4	68,036	9.2	117,296	12.0	168,167	20.8	361,323	8.8	622,112	17.0	406,902	2.5	309,550	7.1
2016.1	24,285	7.1	23,290	6.0	24,917	5.8	30,400	10.5	68,514	6.5	112,504	4.4	139,353	0.7	101,484	△ 1.5
2	15,965	4.2	15,477	5.5	19,314	3.7	25,830	9.1	132,310	9.5	213,907	7.6	128,172	3.6	91,879	1.3
3	24,535	4.6	23,528	1.3	60,510	5.8	82,937	8.3	131,372	2.9	205,226	5.4	129,574	△ 3.9	95,548	3.1
4	24,514	13.2	23,673	13.5	16,933	15.9	21,246	23.1	60,207	12.4	90,697	21.1	141,002	4.5	105,505	10.0
5	16,422	△ 4.2	16,080	△ 3.4	11,170	△ 6.3	14,062	△ 4.5	62,339	1.0	92,077	△ 1.1	142,745	△ 2.0	101,432	△ 2.9
6	15,568	10.0	15,323	12.0	11,613	10.2	14,690	11.7	64,196	8.2	99,044	20.6	150,413	1.5	104,270	9.6
7	42,838	6.2	41,704	5.6	49,102	9.8	68,104	14.4	67,195	14.3	111,339	25.4	143,938	5.1	115,482	9.1
8	59,779	11.2	57,823	10.9	88,166	14.5	116,910	18.5	116,781	13.8	190,998	20.6	149,267	1.8	136,930	7.2
9	19,323	△ 10.4	18,770	△ 11.2	18,550	0.0	32,266	12.4	115,659	7.8	202,431	10.6	162,785	△ 1.6	136,451	△ 4.9
10	18,954	2.8	18,693	3.2	29,771	11.3	36,334	9.4	84,674	6.9	143,120	12.9	163,213	△ 0.3	119,580	0.6
11	16,887	12.6	16,694	12.6	32,834	8.6	37,197	12.0	87,287	9.8	142,154	21.6	161,680	3.0	114,969	10.5
12	33,028	12.6	32,047	13.2	51,609	12.2	62,425	19.0	86,016	9.1	139,150	19.7	138,517	3.2	117,925	6.6
2017.1	27,625	13.8	26,434	13.5	27,590	10.7	33,980	11.8	70,651	3.1	122,100	8.5	132,468	△ 4.9	106,286	4.7
2	14,723	△ 7.8	14,234	△ 8.0	20,834	7.9	32,087	24.2	143,288	8.3	252,127	17.9	137,537	7.3	99,028	7.8
3	27,863	13.6	27,368	16.3	68,872	13.8	102,100	23.1	147,384	12.2	247,885	20.8	136,897	5.7	104,236	9.1

資料出所

法務省

(注) 出国者数は海外居住者を含む。

年・月	海外旅行動向															
	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
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
2015年度	2,270,545	△ 1.6	1,142,243	△ 0.3	1,908,921	0.6	990,418	△ 1.5	1,278,139	△ 2.4	882,992	△ 5.8	449,705	△ 3.1	352,731	△ 6.8
2016年度	2,374,107	4.6	1,263,309	10.6	1,982,068	3.8	1,087,261	9.8	1,307,468	2.3	924,212	4.7	485,809	8.0	381,807	8.2
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
2015暦年	2,252,419	△ 3.1	1,122,503	△ 4.0	1,902,823	0.7	981,236	△ 3.8	1,277,542	△ 3.5	882,518	△ 8.6	447,785	△ 5.5	352,756	△ 10.0
2016暦年	2,359,655	4.8	1,234,674	10.0	1,947,840	2.4	1,051,351	7.1	1,302,418	1.9	908,357	2.9	464,602	3.8	363,946	3.2
2016.1~3	550,941	3.4	271,122	7.9	462,013	1.3	231,984	4.1	316,800	0.2	204,390	0.2	116,355	1.7	83,470	△ 0.0
4~6	571,252	4.3	254,318	9.5	470,474	1.7	237,547	6.5	334,934	0.6	243,634	0.8	126,506	2.5	100,015	1.5
7~9	625,194	5.9	395,454	9.7	507,420	3.4	297,744	7.4	310,948	3.5	215,797	4.5	104,670	5.2	86,802	4.8
10~12	612,268	5.3	313,780	12.8	507,933	2.9	284,076	10.1	339,736	3.6	244,536	6.1	117,071	6.0	93,659	6.6
2017.1~3	565,393	2.6	299,757	10.6	496,241	7.4	267,894	15.5	321,850	1.6	220,245	7.8	137,562	18.2	101,331	21.4
2016.1	190,088	4.3	89,822	6.3	158,187	3.3	72,451	3.9	107,933	2.0	67,117	0.6	39,337	3.9	26,615	0.5
2	171,287	8.6	73,645	8.5	145,437	4.9	71,582	6.9	101,483	2.4	63,238	3.9	36,654	3.2	24,792	2.4
3	189,566	△ 1.7	107,655	8.8	158,389	△ 3.5	87,951	2.1	107,384	△ 3.5	74,035	△ 3.1	40,364	△ 1.7	32,063	△ 2.3
4	188,345	6.9	91,049	15.4	155,623	5.1	78,218	13.7	109,125	4.3	74,811	5.0	39,046	7.8	29,591	8.5
5	188,550	1.4	80,293	△ 2.1	156,997	△ 1.9	77,911	△ 5.8	111,939	△ 3.5	83,077	△ 6.2	43,162	△ 2.1	34,914	△ 6.6
6	194,357	4.7	82,976	16.1	157,854	2.2	81,418	13.7	113,870	1.3	85,746	4.8	44,298	2.7	35,510	4.6
7	200,556	8.5	116,854	13.0	160,776	5.9	84,519	13.0	101,228	6.0	69,363	6.1	34,971	6.2	27,714	3.8
8	223,666	6.6	171,240	14.5	177,972	4.1	110,312	9.5	95,728	4.6	63,815	8.1	31,255	5.9	27,590	7.6
9	200,972	2.6	107,360	△ 0.2	168,672	0.3	102,913	1.1	113,992	0.4	82,619	0.6	38,444	3.7	31,498	3.3
10	209,433	3.4	97,121	8.3	172,602	0.4	92,731	5.1	116,087	△ 0.3	86,665	1.0	40,751	1.7	33,012	1.0
11	213,159	7.2	96,796	20.2	178,862	5.6	95,229	18.5	124,425	8.5	86,413	12.5	42,700	10.6	32,313	12.3
12	189,676	5.4	119,863	11.1	156,469	2.8	96,116	7.5	99,224	2.7	71,458	5.4	33,620	5.9	28,334	7.4
2017.1	177,863	△ 6.4	95,057	5.8	154,078	△ 2.6	80,610	11.3	100,012	△ 7.3	68,286	1.7	42,110	7.0	29,909	12.4
2	186,156	8.7	82,304	11.8	166,057	14.2	83,930	17.3	109,632	8.0	71,761	13.5	47,361	29.2	32,340	30.4
3	201,374	6.2	122,396	13.7	176,106	11.2	103,354	17.5	112,206	4.5	80,198	8.3	48,091	19.1	39,082	21.9

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															円/ドル レート	国際収支統計		
	日本からの海外旅行者数																円	億円	前年比
	韓国への旅行者数		中国へ		台湾へ		香港へ		シンガポールへ		ハワイへ		Guamへ						
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	円	億円	前年比	
2014年度	2,172,524	△ 17.8	2,638,600	△ 6.3	1,614,155	9.6	1,052,600	△ 1.1	810,829	△ 2.2	1,489,313	△ 2.0	800,568	△ 6.9	109.9	20,025	△ 5.1		
2015年度	1,842,336	△ 15.2	—	—	1,709,255	5.9	1,065,500	1.2	795,362	△ 1.9	1,485,726	△ 0.2	759,888	△ 5.1	120.1	19,326	△ 3.5		
2016年度	2,406,560	30.6	—	—	1,892,186	10.7	1,147,675	7.7	785,161	△ 1.3	1,514,564	1.9	714,700	△ 5.9	108.4	20,568	6.4		
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	1,511,698	△ 0.4	810,855	△ 9.2	105.9	20,416	△ 4.2		
2015暦年	1,837,782	△ 19.4	2,497,700	△ 8.1	1,627,229	△ 0.5	1,049,272	△ 2.7	789,179	△ 4.3	1,482,465	△ 1.9	773,019	△ 4.7	121.0	19,331	△ 5.3		
2016暦年	2,297,893	25.0	—	—	1,891,655	16.3	1,092,329	4.1	783,863	△ 0.7	1,488,396	0.4	745,691	△ 3.5	108.8	20,109	4.0		
2016.1～3	505,705	0.9	—	—	474,804	20.9	264,426	6.5	207,025	3.1	357,534	0.9	213,768	△ 5.8	115.5	4,794	△ 0.1		
4～6	534,210	20.3	—	—	405,069	14.5	235,076	△ 1.0	159,612	4.4	332,189	1.3	151,226	△ 3.0	108.2	4,521	4.5		
7～9	620,409	60.0	—	—	474,641	17.9	283,768	1.6	227,332	△ 3.0	413,434	△ 1.8	199,097	△ 1.2	102.4	5,626	5.5		
10～12	637,569	26.3	—	—	537,141	12.3	309,059	8.8	189,894	△ 5.5	385,239	1.5	181,600	△ 3.7	109.3	5,168	6.1		
2017.1～3	614,372	21.5	—	—	475,335	0.1	319,772	20.9	208,323	0.6	383,702	7.3	182,777	△ 14.5	113.6	5,253	9.6		
2016.1	136,884	△ 2.0	204,800	△ 3.1	143,078	17.7	91,340	11.3	62,275	6.5	115,455	3.3	62,716	△ 3.5	118.3	1,497	△ 0.1		
2	144,493	1.3	182,600	10.3	132,982	27.6	71,105	12.2	65,604	5.1	116,771	1.7	71,796	△ 3.2	115.0	1,529	1.9		
3	224,328	2.5	—	—	198,744	19.0	101,981	△ 0.8	79,146	△ 1.0	125,308	△ 1.9	79,256	△ 9.7	113.1	1,768	△ 1.8		
4	175,283	13.5	—	—	129,469	16.6	78,255	8.9	49,613	6.3	101,087	5.1	49,295	△ 5.9	109.9	1,505	9.9		
5	178,735	△ 5.1	—	—	145,428	16.8	82,455	△ 4.1	55,006	3.8	113,024	△ 2.2	48,891	△ 0.8	109.2	1,486	△ 1.3		
6	180,192	78.0	—	—	130,172	10.2	74,366	△ 6.5	54,993	3.3	118,078	1.7	53,040	△ 2.3	105.5	1,531	5.4		
7	186,194	127.8	—	—	129,748	14.7	80,593	0.8	64,715	△ 4.4	127,373	△ 3.5	54,625	△ 7.5	103.9	1,698	7.2		
8	225,456	51.7	—	—	187,065	30.3	101,899	7.2	93,619	0.9	152,438	△ 0.4	79,342	7.7	101.3	2,091	8.2		
9	208,759	32.7	—	—	157,828	8.2	101,276	△ 3.0	68,998	△ 6.7	133,623	△ 1.6	65,130	△ 5.3	102.0	1,836	0.9		
10	227,149	26.0	—	—	167,336	11.9	86,409	0.5	62,858	△ 5.4	135,343	2.7	55,636	△ 4.1	103.8	1,730	2.2		
11	213,211	29.5	—	—	186,045	16.7	111,487	14.5	64,466	△ 5.0	125,982	4.6	59,918	△ 4.5	108.2	1,734	9.0		
12	197,209	23.4	—	—	183,760	8.5	111,163	10.3	62,570	△ 6.2	123,914	△ 2.5	66,046	△ 2.7	116.0	1,705	7.4		
2017.1	154,862	13.1	—	—	129,403	△ 9.6	86,100	△ 5.7	53,377	△ 14.3	123,390	6.9	57,037	△ 9.1	114.7	1,525	1.9		
2	185,032	28.1	—	—	148,108	11.4	102,590	44.3	72,654	10.7	123,577	5.8	54,356	△ 24.3	113.1	1,724	12.8		
3	274,478	22.4	—	—	197,824	△ 0.5	131,082	28.5	82,292	4.0	136,735	9.1	71,384	△ 9.9	113.0	2,004	13.3		
資料出所	各国政府観光局															財務省・日本銀行			

(注) 台湾と香港は居住地基準、その他の国は国籍基準の数値。

資料編

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	円	前年比
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	
2015年度	21,358,975	45.6	18,126,694	51.4	1,300,340	19.3	1,365,394	18.7	456,961	22.7	32,045	43.2	
2016年度	24,823,983	16.2	21,149,050	16.7	1,426,637	9.7	1,615,103	18.3	516,008	12.9	33,668	5.1	
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	
2015暦年	19,737,409	47.1	16,645,843	53.9	1,244,970	18.7	1,310,606	17.8	429,026	23.5	30,240	54.1	
2016暦年	24,039,700	21.8	20,428,866	22.7	1,421,934	14.2	1,570,420	19.8	505,638	17.9	33,374	10.4	
2016.1～3	5,752,820	39.3	4,943,145	42.8	306,321	22.1	332,670	19.7	147,668	23.3	8,469	27.1	
4～6	5,960,993	19.0	5,017,542	19.1	369,447	17.0	431,068	19.4	114,191	20.3	8,122	4.5	
7～9	6,263,931	17.1	5,364,793	17.8	381,136	7.1	384,954	20.3	105,224	14.0	8,767	10.0	
10～12	6,061,956	15.5	5,103,386	15.5	365,030	13.3	421,728	20.0	138,555	13.5	8,016	2.3	
2017.1～3	6,537,103	13.6	5,663,329	14.6	311,024	1.5	377,353	13.4	158,038	7.0	8,763	3.5	
2016.1	1,851,895	52.0	1,609,529	58.1	76,718	22.1	96,754	23.0	61,443	16.6	2,746	41.7	
2	1,891,375	36.4	1,675,569	39.6	81,686	17.2	87,710	13.0	39,982	17.9	2,803	22.3	
3	2,009,550	31.7	1,658,047	33.4	147,917	24.9	148,206	21.9	46,243	39.6	2,921	20.0	
4	2,081,697	18.0	1,734,776	18.5	149,774	14.8	141,493	16.5	45,164	16.4	2,863	5.5	
5	1,893,574	15.3	1,588,223	14.7	121,141	18.0	140,361	20.1	34,181	16.9	2,554	0.2	
6	1,985,722	23.9	1,694,543	24.3	98,532	19.1	149,214	21.5	34,846	29.6	2,705	7.8	
7	2,296,451	19.7	1,969,084	21.5	136,821	1.9	146,151	18.1	34,818	15.8	3,268	12.5	
8	2,049,234	12.8	1,777,302	13.2	126,122	6.2	114,671	16.6	23,332	6.6	2,843	5.9	
9	1,918,246	19.0	1,618,407	18.8	118,193	14.9	124,132	26.7	47,074	16.6	2,656	11.6	
10	2,135,904	16.8	1,758,625	15.1	165,441	22.3	155,176	26.8	42,880	25.7	2,755	2.3	
11	1,875,404	13.8	1,587,947	14.2	108,992	7.2	132,165	16.4	37,690	13.1	2,507	0.6	
12	2,050,648	15.7	1,756,814	17.1	90,597	6.2	134,387	16.2	57,985	6.2	2,754	3.8	
2017.1	2,295,668	24.0	2,019,799	25.5	85,336	11.2	114,655	18.5	67,494	9.8	3,136	14.2	
2	2,035,771	7.6	1,804,729	7.7	82,158	0.6	96,096	9.6	45,683	14.3	2,707	△ 3.4	
3	2,205,664	9.8	1,838,801	10.9	143,530	△ 3.0	166,602	12.4	44,861	△ 3.0	2,920	△ 0.0	
資料出所	日本政府観光局 (JNTO)											財務省・日本銀行	

公益財団法人日本交通公社は、「観光文化の振興」に取り組む実践的学術研究機関として、観光を通じた豊かな社会の実現に貢献します

組織のミッションである観光文化の振興のため、旅行・観光に関する独自の視点に立った自主研究や自主事業（地域協働事業など）に取り組み、旅行者や観光地の動向に関するデータの収集・分析、セミナー・シンポジウムを通じた研究成果の公表、書籍の出版に加えて、「旅の図書館」の運営などに務めています。

また、我が国では数少ない旅行・観光分野を専門とする調査研究機関として、国・地方公共団体・公的機関等からも様々な調査研究業務を受託し、国や地方の観光振興の一翼を担っています。



旅の図書館

[開館時間] 月曜日～金曜日10:30～17:00

[休館日] 土曜日・日曜日・祝日・毎月第4水曜日・年末年始

※会議開催等による臨時休館があります。

最新の情報はHPでご案内いたします。

2017年10月で1周年を迎えた「旅の図書館」は、観光研究者や実務者のみなさま向けの資料をさらに充実させ、専門性と公開性を高めていきます。

また、図書空間を活用した交流の場を積極的に提供し、「観光の研究と実務に役立つ図書館」を目指してまいります。

〒107-0062東京都港区南青山二丁目7番29号日本交通公社ビル

代表TEL:03-5770-8350FAX:03-5770-8358

最寄駅:東京メトロ銀座線,半蔵門線,都営大江戸線「青山一丁目駅」5番出口から徒歩3分

アクセスMAP



執筆者一覧(掲載順)

梅川智也	概観	公益財団法人日本交通公社 理事・観光政策研究部長
中島 泰	I-1、IV-8	同 主任研究員
五木田玲子	I-2	同 主任研究員
相澤美穂子	I-3	同 主任研究員
伊豆菜津美	I-4	同 研究員
川村竜之介	II-1-1~2	同 研究員
川口明子	II-1-3	同 主任研究員
外山昌樹	II-2	同 主任研究員
柿島あかね	II-3	同 主任研究員
久保田美穂子	III-1	亜細亜大学 経営学部 ホスピタリティ・マネジメント学科 准教授
牧野博明	III-2、V-2	公益財団法人日本交通公社 主任研究員
岩崎比奈子	III-3、IV-4	同 主任研究員
吉谷地 裕	III-4-1、IV-2	同 主任研究員
守屋邦彦	III-4-2、IV-5	同 主任研究員
石黒侑介	IV-1	北海道大学 観光学高等研究センター 大学院国際広報メディア・観光学院 准教授
朝倉はるみ	IV-3	淑徳大学 経営学部 観光経営学科 准教授
堀木美告	IV-3	淑徳大学 経営学部 観光経営学科 准教授
通山千賀子	IV-6	公益財団法人日本交通公社 客員研究員
高崎恵子	IV-7	元 公益財団法人日本交通公社 研究員
後藤健太郎	IV-9	同 主任研究員
門脇茉海	IV-10	同 研究員
吉澤清良	IV-11	同 主席研究員
菅野正洋	V-1	同 主任研究員
那須 将	V-3、III-2	同 研究員
福永香織	付記	同 主任研究員
清水 愛	付属統計表	同

旅行年報 2017

Annual Report on the Tourism Trends Survey

2017年10月発行

発行:公益財団法人 日本交通公社
〒107-0062 東京都港区南青山二丁目7番29号 日本交通公社ビル
TEL:03-5770-8360 (観光文化情報センター)
E-mail:jtbfbbook@jtb.or.jp

発行人:末永安生
編集人:有沢徹郎

デザイン・印刷:株式会社 ローヤル企画
©2017公益財団法人日本交通公社

本書の内容についてのご意見・お問い合わせは観光文化情報センターへご連絡下さい。
本書を許可なく複製することを禁じます。許諾については観光文化情報センターにお問い合わせ下さい。
※本書のご注文はオンライン書店 (Amazon.co.jp) へ。
POD (プリント・オン・デマンド) で発行しています。