

本書は、原則として2017年度(2017年4月～2018年3月)のデータに基づいて執筆しています。
ただし、執筆時期に公開されているデータが暦年のものはそのデータに基づき、年表など一部の項目については2018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 8

目次

はじめに	2
------	---

第Ⅰ編 日本人の旅行市場

「JTBF旅行実態調査」「JTBF旅行意識調査」について(調査概要)	8
I-1 日本人の旅行市場の概況	9
I-2 日本人の国内旅行	13
I-3 日本人の海外旅行	37
I-4 日本人の旅行に対する意識	57

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	122
Ⅲ-4 集客交流施設、MICE	127

第Ⅳ編 観光地

都道府県別延べ宿泊者数およびうち外国人延べ宿泊者数(2017年と2016年の比較)	138
Ⅳ-1 北海道	139
Ⅳ-2 東北	143
Ⅳ-3 関東	147
Ⅳ-4 中部	151
Ⅳ-5 近畿	154
Ⅳ-6 中国・四国	158
Ⅳ-7 九州	162
Ⅳ-8 沖縄	166
Ⅳ-9 自然	169
Ⅳ-10 歴史・文化	173
Ⅳ-11 温泉	179

第Ⅴ編 観光政策

V-1 国による観光政策	184
V-2 都道府県による観光政策	190
V-3 主要市町村による観光政策	196

付記

観光研究	203
------	-----

資料編

資料-1 旅行年表	208
資料-2 付属統計表	212

はじめに

『旅行年報』は各種統計資料および当財団の独自調査の結果をもとに直近の旅行・観光市場の動向を概観するものです。1978年に『旅行の現状と見通し』として創刊、1981年には内容を改訂して書名を『旅行年報』に変更し、以降当財団の定期刊行物として発行を続けてきました。経年でみていただくことによって時代の変化を読み解くことのできる資料集として編集しています。

本誌が観光政策や観光産業などの実務に関わる方、観光研究者をはじめ観光に関わるより多くの皆さまにご活用いただければ幸いです。

以下に、本誌『旅行年報2018』の内容をもとに2017年の旅行・観光市場の概況を振り返ります。

1. 旅行市場

<日本の旅行市場の概要>

2017年の日本人旅行者数は、国内宿泊旅行は3億2,333万人（前年比0.7%減）、海外旅行は1,789万人（4.5%増）であった。ここ数年間の動向は、経済、休日の並び、天候、災害や事件などの状況に応じて上下するものの（とりわけ海外旅行は影響を受けやすい）、概ね横這いに推移している。旅行需要は家計と休日、旅行者意識の3要素によると言われてきたが、これらに大きな変革がなければ、今後の日本人旅行市場は人口減少の影響を実感することになるだろう。

一方で2017年の訪日外国人旅行者は2,869万人（19.4%増）となった。伸び率は縮小したものの2012年から続く増加基調は力強い。外国人の旅行中の総消費額は4.4兆円と過去最高を更新した。この額は日本人旅行者を含めた日本国内での総旅行消費額26.7兆円の16.5%を占める。また、観光庁の宿泊旅行統計をもとにすると訪日外国人の延べ宿泊者数は7,969万人泊で、これは日本人の国内旅行を併せた総宿泊者数50,960万人泊の15.6%に相当する。ちなみに2020年の政府目標が達成されたときには、訪日外国人の消費額のシェアは27%超となる。

<国際観光における日本>

国際観光動向をみると、旅客数では訪日外国人は2015年に45年ぶりに日本人の海外旅行者を上回り、その後さらに差を広げている。UNWTO推計の国際観光収支では、世界の中での日本のランキングは、国際観光収入は10位、国際観光支出は18位である。日本の国際観光収入から国際観光支出を差し引いた値は159億USドル（前年比30.3%増）となり、これは、国際観光到着者数では世界1位のフランス193億USドル、同5位のイタリア171億USドルに迫る規模である。国際収支という面では日本は優良国である。

各国民の旅行の状況に目を向けると、国際観光支出額が最も高いのは中国2,577億USドル(世界の観光支出額の約2割に相当)で、2位の米国1,350億USドル、3位のドイツ837億USドルを大きく上回っている。この額を国民一人あたりに換算すると、中国は185USドルにとどまり、米国415USドル、ドイツ1,015USドル、1位オーストラリアの1,380USドルには及ばない。なお、日本人一人あたりの海外での消費額は145USドルとなり、中国よりも低額である。国際収支の面では日本人の儉約はよしということになるが、主立った先進国や新興国と比べる中で、遊び(海外旅行)にお金を使わない国民(あくまでも全国民の平均値の比較)であることを誇るべきではないだろう。

ここで人口あたりの年間出国者数である出国率をみると、韓国51.5%、台湾66.4%、中国8.8%、タイ9.9%であり、十年ほど前に比べると倍増している。一方で日本の出国率は14.1%であり、近年の推移は米国(15.0%)と同様に成熟期を思わせる。経済成長の勢いだけでなく、国内デスティネーションの充実度も異なるので、このような比較は参考にとどまるが、日本人の潜在需要には期待したいところである。

<日本人の旅行意識>

日本人の旅行意識の変化をみると、10年前との比較では「日常生活から解放されるため」「保養、休養のため」というような癒しを求める旅行動機が減少し、「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」といったより積極的な理由が増加した。一方で旅行の阻害要因は、10年前は1位だった「家計の制約がある」が3位になり、「仕事などで休暇がとれない」が1位、「友人等と休日重ならない」が2位と、上位の顔ぶれは変わっていない。

テレビの旅番組は各地の風光を紹介するだけでなく、ローカル線や路線バス、ミニバイクの旅を通して地域の日常を巡るおもしろさを映し出す。旅先を歩きながら地元の人たちの暮らしぶりに触れたり、専門家とともに当地の成り立ちを探求したりする様子も伝えている。“人とのふれあい”、“予期せぬこと”、そして“知的な探求心”が旅への感心をかき立てている。外国人旅行客が日本の魅力に新鮮な視点に向ける様子も頻繁に見かける。観光旅行者の関心領域はひろがり、観光行動は多様化し、各地の“小さなホンモノ”への注目がいっそう高まってきた。需要顕在への意識は十分過ぎるほどなので、あと少しの家計の余裕と、休暇取得に工夫が必要だろう。

2. 観光産業

2017年の旅行業者数は微増であった。全体に占めるシェアは小さいものの、いわゆる着地型旅行の扱いを想定した地域限定旅行業者数は急増している。主要旅行業者の取扱額をみると2017年は海外旅行、外国人旅行、国内旅行の全ての部門におい

て前年を上回る実績となった。なお、主要旅行業者の国内市場取扱額3.62兆円（3部門から海外旅行を除いた額）に占める外国人旅行のシェアは6%であった。

2016年度の旅館軒数は前年度比2.9%減、ホテル軒数は1.3%増であった。宿泊者数はリゾートホテル1.4%増、ビジネスホテル1.5%増、シティホテル3.8%増に対し、旅館は4.3%減と明暗を分けた。外国人の延べ宿泊者数は12.4%増と好調を維持し、施設タイプ別には簡易宿所が70%増、ビジネスホテルも前年比二桁増と好調である。

運輸業は軒並み安定的に推移したが、中でもLCCが好調である。東アジア・東南アジア方面を中心とした新規就航、国内の地方空港への就航が相次いだ。その他では、長距離フェリーの利用客数増、クルーズ船利用者の前年比27.1%の大幅増（日本のクルーズ人口は過去最高を記録）と、海上交通の好調が目についた。

高速バス輸送人員は前年比5.3%増と、直近3か年度は順調に推移している。好調な事業運営を後押しした要因の一つとして新高速乗合いバス制度が挙げられる。事業者には厳格な事業管理と安全確保が要求されるものの、需要動向に応じた増便や、柔軟な価格設定が可能になった。なお、2013年以前に旅行業法に基づいて行われていたツアーバス事業は廃止された。

観光バスの路上駐車による域内交通の悪化や近隣住民への迷惑回避のために、東京都や京都市、神戸市の一部において、離れた場所でのバスの待機などによって目的地周辺へのバスの流入量を調整する社会実験が行われた。また、訪日外国人専用の高速道路の乗り放題パスの販売や、ETC2.0を活用した訪日外国人のレンタカー事故対策といった新たな取り組みが始まっている。このように道路交通を取り巻くさまざまな課題に対して、具体的な問題解決が図られている点にも注目すべきだろう。

3. 観光地と観光政策の概観

<観光地マネジメントをめぐる動向>

観光地が自立的に観光地を管理・運営していく機構としてDMOが提起され、各地で取り組みが相次いでいる。DMOをめぐる取り組みは、組織体の設立を急ぐ段階から、組織の自立と持続的な運営方法、そして活動実績に関心が移行しつつある。

ここきてDMOの運営に限らず、地域が主体となって観光振興を進めていくための財源確保がにわかに注目を集めている（『観光文化238号』当財団発行を参照）。東京都では2002年から宿泊税が導入されているが、大阪府、京都市、金沢市においても関連条例が可決され、施行ないしは実施準備が進められている。

北海道では北海道観光審議会が観光客やビジネス客から徴収する法定外目的税を宿泊税として導入すべきだとする考えをまとめた他、倶知安町やニセコ町でも宿泊税をめぐる議論が始まった。2015年度から実施している阿寒湖温泉での入湯税のかさ上げに続き、層雲峡温泉では入湯税値上げを認める条例改正が可決され

た。入湯税を巡っては別府市においても入湯税を大幅に引き上げる市条例改正案が2018年3月に可決されている。このような流れに乗り遅れまいとする地方公共団体が散見される中で、都道府県対市町村の構図も見え隠れする。

これらは観光地整備にかかる費用の一部を受益者が負担するという考え方をもとにしている。導入にあたっては訪問客が負担する意味合いと、徴収金の使途を十分に検討することが重要である。

<地方公共団体における観光政策の実状>

当財団を事務局とする観光政策検討有識者会議では、地方公共団体を対象とする観光政策アンケートを継続実施している。その結果の一部によると、2017年度に都道府県が実施した代表的な事業分野は「情報発信（調査対象の70.5%が該当）」「観光資源のソフト整備（61.4%）」「営業販売（40.9%）」であった。同じ質問に対する市町村の回答は「情報発信（57.3%）」「観光イベントの開催（47.3%）」「観光資源のハード整備（34.5%）」であった。

一方で都道府県が市町村に期待する役割は「受け入れ環境のハード整備（76.2%）」「観光資源のハード整備（47.6%）」であり、逆に市町村が都道府県に求めることは「予算・財源（73.8%）」「受入環境のハード整備（48.6%）」であった。両者ともに販売促進などのソフト事業には力を入れているものの、観光地の基盤となるハード整備は頼りあっているようだ。

プロモーション類は短期的な成果を得やすいが、効果の持続性には課題が残る。SNSの活用による口コミ効果も一般化してきた。このような状況下、どのような体験を提供するのかを見据えた上で、ハード整備を拡充してほしい。

<資源の保全と活用をめぐる動向>

文化財保護法が改正され、文化財をまちづくりに活かしつつ地域社会総がかりでその継承に取り組んでいくことの必要性が示された。市町村は文化財の保存・活用に関する総合的な地域計画を作成し、この計画が国の認定を受けると、市町村が独自の判断で現状変更などが可能になる。「明日の日本を支える観光ビジョン」に記された「文化財を保存優先から観光客目線での理解促進、そして活用へ」を市町村単位で推進することの後押しにもなるだろう。

<地域が主体となった持続可能な観光>

DMO、観光財源、さらには文化財の保全と活用などは、地域が主体となって観光地づくりを進めようとするものである。昨今の観光振興の話題の中心は、観光地マネジメントの手法と、それを担う人材の育成・強化であり、米国の実状などを参考にしつつ議論が重ねられてきた。特に都市部や都市的な要素を誘客力の源泉とする地域、観光産業が集積し観光が地域経済の根幹をなすところでは、事業・経営的な視点が重要であろう。

一方で、観光対象としての活用が目立つようになってきた里地や里山などの自

然環境や、その中で育まれてきた生活文化などの地域資源は、地域社会の監視と協働によって継承されてきたものである。このような観光地域では多主体の連携、ガバナンスのあり方を熟議していく必要がある。

地域社会の特性に応じた持続可能な観光への取り組みに期待したい。

(寺崎竜雄：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）…………… 8

I- 1 日本人の旅行市場の概況

- 1 旅行者数…………… 9
 - 旅行平均回数 ●平均泊数 ●延べ旅行者数 ●延べ泊数
- 2 旅行市場区分（全体）…………… 10
 - (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）…………… 11
 - (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 2017年の概況…………… 13
 - (1) 国内旅行者の主要動向
 - (2) 主な要因
 - (3) 宿泊旅行者数の内訳（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…………… 16
 - (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…………… 30

I- 3 日本人の海外旅行

- 1 2017年の概況…………… 37
 - (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…………… 40
 - (1) 国・地域別日本人海外出国者数
 - (2) 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…………… 51

I- 4 日本人の旅行に対する意識

- 1 行ってみたい旅行…………… 57
 - (1) 行ってみたい旅行先（国内旅行・海外旅行）
 - (2) 行ってみたい旅行タイプ
 - (3) 旅行タイプ別の行ってみたい旅行先
- 2 旅行の動機…………… 63
- 3 旅行の阻害要因…………… 65

「JTBF旅行実態調査」「JTBF旅行意識調査」について(調査概要)

本書では、第I編と第III編にて、下記調査データを使用しています。

調査名 : JTBF旅行実態調査
 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 : 2017年5月実施(2017年1～3月期分の旅行内容)、2017年7月実施(同4～6月期の旅行内容)、
 2017年10月実施(同7～9月期の旅行内容)、2018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期間 : 2017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)	99	460	529	647	488	589	408	99	409	474	589	486	590	465	6,332
構成比(%)	1.6	7.3	8.4	10.2	7.7	9.3	6.4	1.6	6.5	7.5	9.3	7.7	9.3	7.3	100.0

年齢(歳)	男性							女性							合計
	16～19	20～29	30～39	40～49	50～59	60～69	70～79	16～19	20～29	30～39	40～49	50～59	60～69	70～79	
トリップ数(件)	163	753	830	1,040	798	935	581	145	624	720	852	734	849	668	9,692
構成比(%)	1.7	7.8	8.6	10.7	8.2	9.6	6.0	1.5	6.4	7.4	8.8	7.6	8.8	6.9	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)	47	279	310	398	312	378	266	62	243	308	384	317	420	275	3,999
構成比(%)	1.2	7.0	7.8	10.0	7.8	9.5	6.7	1.6	6.1	7.7	9.6	7.9	10.5	6.9	100.0

年齢(歳)	男性							女性							合計
	16～19	20～29	30～39	40～49	50～59	60～69	70～79	16～19	20～29	30～39	40～49	50～59	60～69	70～79	
トリップ数(件)	51	334	360	473	372	443	293	68	284	350	431	353	462	310	4,584
構成比(%)	1.1	7.3	7.9	10.3	8.1	9.7	6.4	1.5	6.2	7.6	9.4	7.7	10.1	6.8	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 : 2018年6月実施
 回答者属性 :

2018年 年齢(歳)	男性							女性							合計
	18～19	20～29	30～39	40～49	50～59	60～69	70～79	18～19	20～29	30～39	40～49	50～59	60～69	70～79	
標本の大きさ(人)	3	99	106	116	104	115	73	10	87	122	129	117	122	110	1,313
構成比(%)	0.2	7.5	8.1	8.8	7.9	8.8	5.6	0.8	6.6	9.3	9.8	8.9	9.3	8.4	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2.55回/人、
国内日帰り旅行2.56回/人、海外旅行0.14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

2017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2.55回/人、国内日帰り旅行全体では2.56回/人、海外旅行全体では0.14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

2017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2.31泊/人回、海外旅行全体では6.47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。

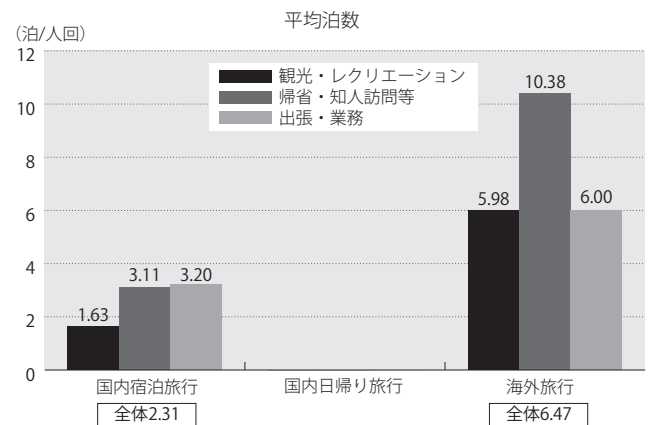
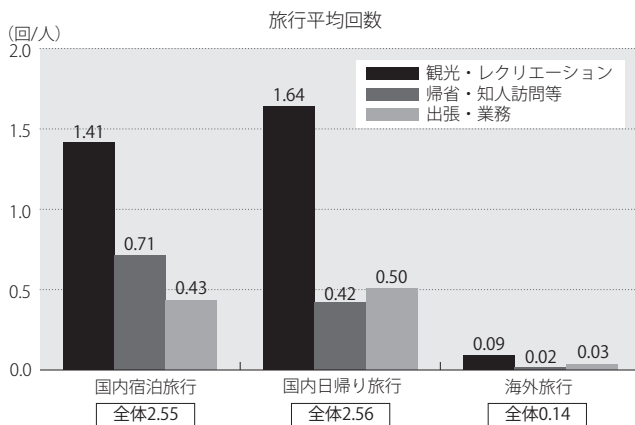
●延べ旅行者数

2017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3億2,333万人回、国内日帰り旅行全体では3億2,418万人回、海外旅行全体では1,788万人回であった。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・知人訪問などは28.0%、海外旅行における出張・業務は24.4%のシェアを占めている（図I-1-2左）。

●延べ泊数

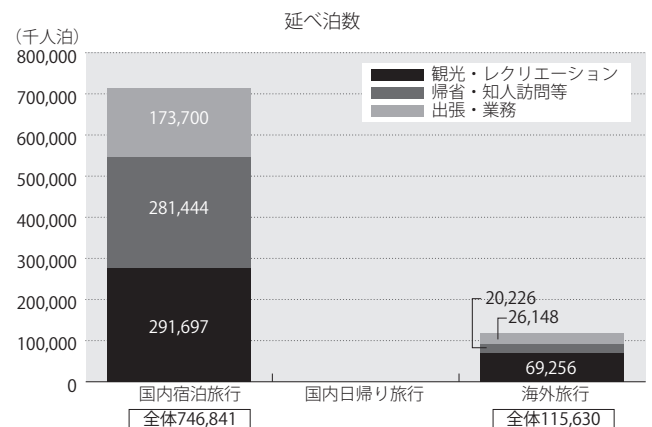
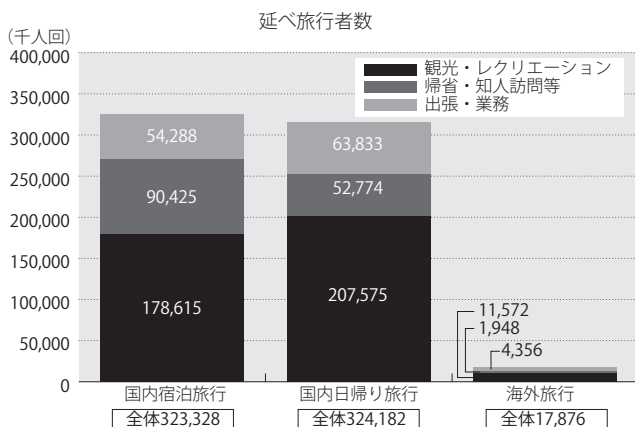
2017年の日本人の延べ泊数については、国内宿泊旅行全体では7億4,684万人泊、海外旅行全体では1億1,563万人泊であった。延べ旅行者数と比べて、帰省のシェアが増えて観光のシェアが減る傾向にある（図I-1-2右）。

図I-1-1 旅行平均回数および平均泊数（2017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

図I-1-2 延べ旅行者数および宿泊者の延べ泊数（2017年）



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

2 旅行市場区分(全体)

旅行全体の約半分が個人で実施する観光旅行

(1) 費用負担および旅行形態からみた旅行市場

まず旅行内容と旅行形態（団体・個人）に着目し、旅行市場を「個人で実施する観光旅行」「帰省や家事のための旅行」「組織が募集する団体旅行」「出張や業務旅行」「会社がらみの団体旅行」の5種類に区分した。この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つの視点からみていく。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、海外旅行ともに約6割5分を占めている。

表I-1-1 旅行形態に着目した旅行市場区分シェア(2017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。	52.7	53.9
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)	13.9	9.6
組織が募集する団体旅行	町内、農協、郵便局、信金、宗教団体、サークルなどが募集する旅行。	5.8	8.0
出張や業務旅行	打合せや会議、視察目的の旅行。	17.0	15.3
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。	5.1	6.9
その他の旅行	上記のいずれにもあてはまらない旅行。	5.5	6.4

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みるシェア(2017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	72.4	71.4
	帰省や家事のための旅行		
	組織が募集する団体旅行		
法人負担	出張や業務旅行	22.1	22.2
	会社がらみの団体旅行		
その他の旅行		5.5	6.4

資料：(公財)日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

表I-1-3 旅行形態別にみるシェア(2017年)

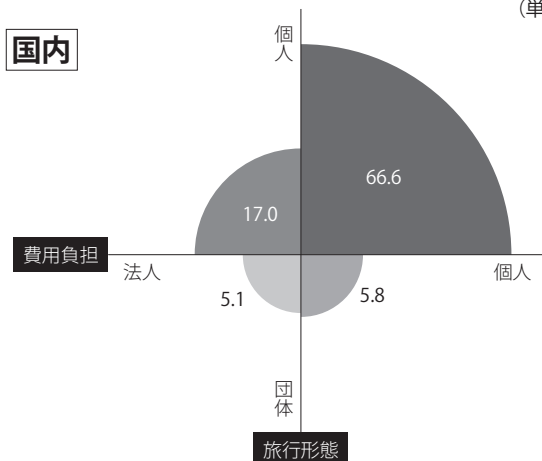
単位：(%)

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	83.5	78.8
	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	10.9	14.8
	会社がらみの団体旅行		
その他の旅行		5.5	6.4

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(2017年)

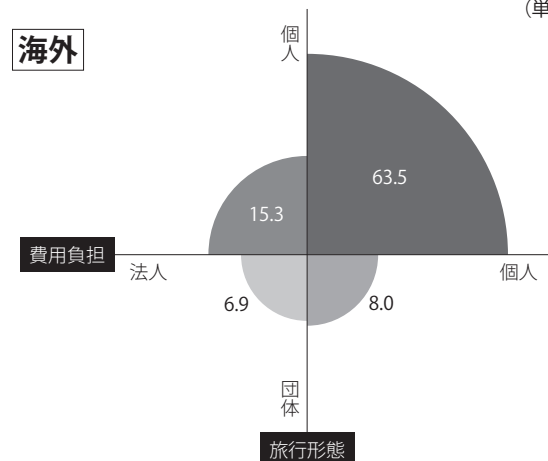
(単位：%)



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(2017年)

(単位：%)



資料：(公財)日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

3 旅行市場区分(観光レクリエーション)
夫婦・カップルの旅行シェアが最も高く約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の分析については、国内旅行は13~36ページ、海外旅行は37~56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、国内旅行では次いで家族旅行、海外旅行では友人旅行の順となった。(表I-1-5)。

表I-1-4 観光レクリエーション旅行の市場区分

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

マーケットセグメント		国内旅行	海外旅行
家族旅行		25.8	20.8
	乳幼児の子どもと一緒にの家族旅行(小中高生を含まない)	5.3	3.2
	小中高生の子どもと一緒にの家族旅行(乳幼児連れも含む)	10.6	6.8
	18歳以上のみの家族旅行	9.9	10.8
	※内、3世代家族旅行	7.8	4.8
夫婦・カップル旅行		34.3	32.6
	カップルでの旅行	7.6	5.1
	夫婦での旅行(子どもなし)	9.6	10.4
	子育て中の夫婦での旅行	1.7	2.2
	子育て後の夫婦での旅行	15.3	14.9
友人旅行		20.5	24.1
	未婚男性による友人旅行	4.6	4.1
	既婚男性による友人旅行(子どもなし)	0.9	0.8
	子育て中の男性による友人旅行	1.2	1.8
	子育て後の男性による友人旅行	2.9	3.4
	未婚女性による友人旅行	4.4	6.8
	既婚女性による友人旅行(子どもなし)	1.4	1.6
	子育て中の女性による友人旅行	0.4	0.9
子育て後の女性による友人旅行	4.7	4.8	
ひとり旅		17.4	20.5
	男性のひとり旅	11.6	13.2
その他	女性のひとり旅	5.9	7.2
		2.0	2.1
全体		100.0	100.0

※3世代家族旅行は、子どもの年齢にかかわらず3世代で行った旅行であり、家族旅行の3セグメントと重複する。
※16歳未満の旅行者はアンケート調査の対象となっていないため、上記シェアからは除外。

資料：(公財)日本交通公社作成「JTBF旅行実態調査」

(2) 性・年代別にみる同行者別の市場シェア

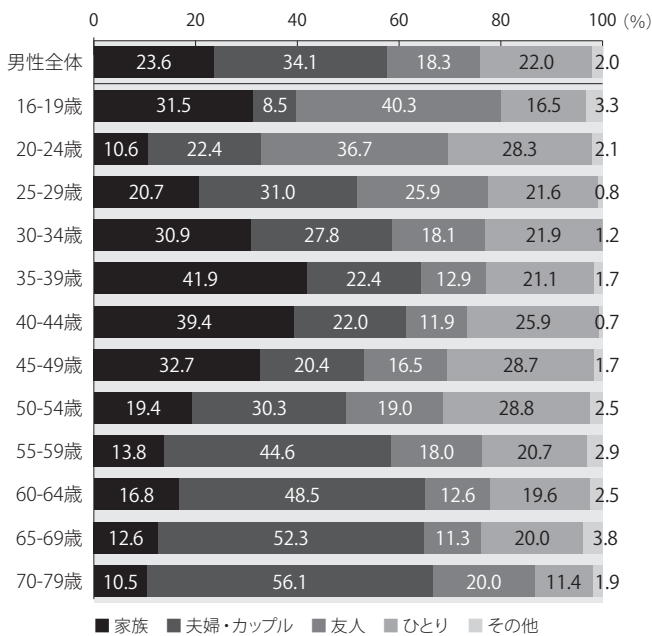
同行者は、年代の移り変わりに伴って変化していく。まず国内旅行についてみると、10代後半は家族や友人との旅行が中心である。男性はひとり旅行のシェアも多く、以降60代まで各年代において2割から3割程度を占める。20代になると、夫婦・カップル旅行と友人旅行が中心になる。30代前半からは友人との旅行は減り始め、家族旅行のシェアが増える。家族旅行が最も多くなるのは男女ともに30代から40代で、その後、

家族旅行のシェアは減少、夫婦・カップル旅行が大きなシェアを占めるようになる。なお50代後半以降は、女性より男性で夫婦・カップル旅行のシェアが高く、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）。

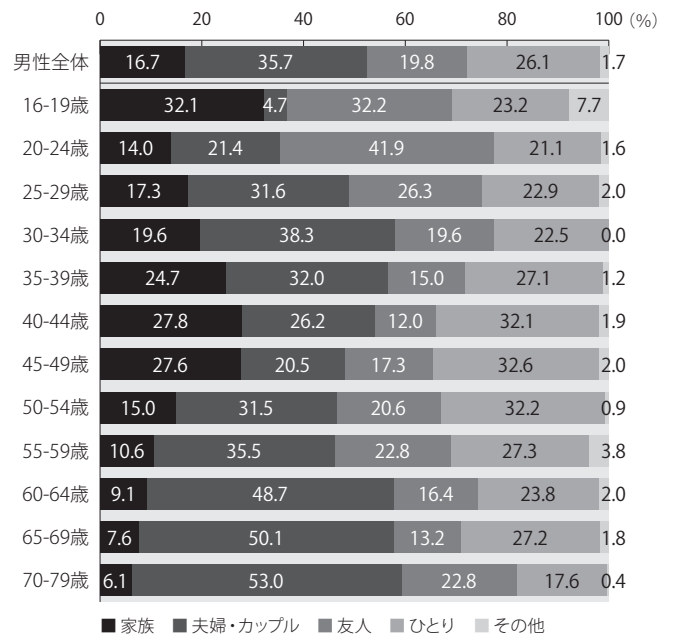
(中島泰)

図I-1-5 国内旅行における年代別同行者（男性）



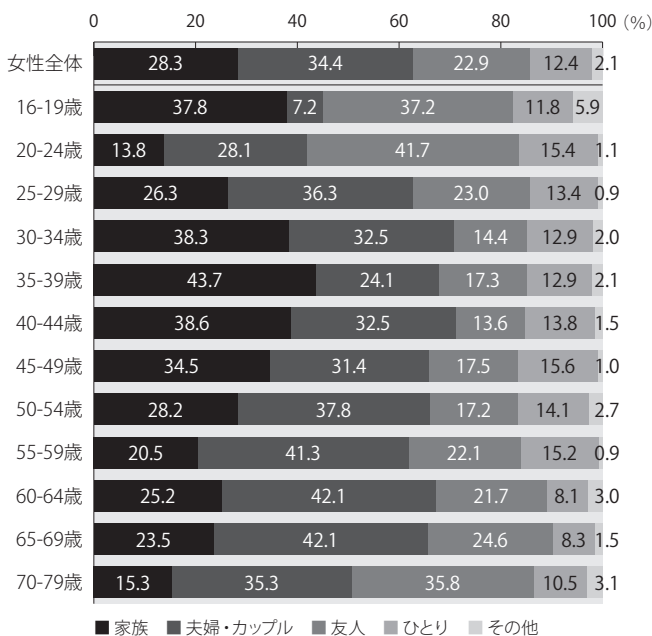
資料：(公財)日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

図I-1-6 海外旅行における年代別同行者（男性）



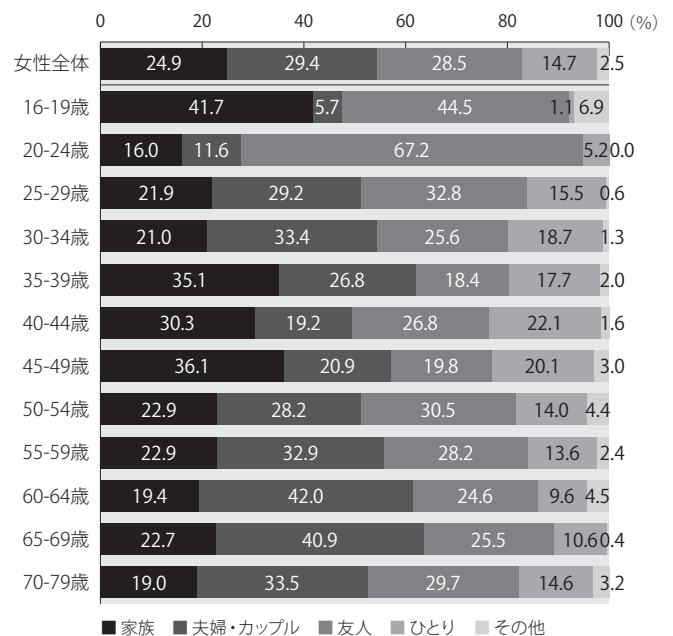
資料：(公財)日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

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

I 2017年の概況

観光は増加、帰省・知人訪問、出張・業務は減少

(1) 国内旅行者の主要動向

観光庁の「旅行・観光消費動向調査」によると、2017年の宿泊をとまなう国内延べ旅行者数は3億2,333万人回、前年比0.7%減となった。(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)の旅行者数は前年比1.1%増であった(図I-2-1)。一方、帰省・知人訪問等及び出張・業務の旅行者数は減少した(表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1億7,862万人回(前年1億7,667万人回)、国民1人当たりの旅行平均回数は1.41回/人(同1.39回/人)、国民1人当たりの平均宿泊数は2.30泊/人(同2.28泊/人)、旅行1回当たりの平均泊数は1.63泊/人回(同1.62泊/人回)となり、旅行回数、1人当たりの平均宿泊数、1回当たりの平均泊数のいずれも、前年を上回った。なお、国内の国内宿泊観光人口は7,038万人(人口の55.8%)であった。

一方、日帰り旅行については、前年に続いて増加傾向にあり、国内延べ日帰り旅行者数は前年比2.8%増の3億2,418万人回であった(表I-2-1)。

(2) 主な要因

国内宿泊観光・レクリエーション旅行者が増加した主な要因としては、2017年の日本経済は緩やかな回復基調が続いていること(内閣府「日本経済2017-2018」)や、ゴールデンウィークの日並びがよかったこと、3連休が昨年より1回多かったことなどが挙げられる。地域側としては、「レゴランド」オープン、ユニバーサル・スタジオ・ジャパン内「ミニオン・パーク」オープン、JR東日本・JR西日本でクルーズトレイン運行開始などの動きがあった。

2018年の見通しについては、1~3月の国内宿泊観光旅行における延べ旅行者数は、前年同期比4.7%減とやや減少傾向にある(観光庁「旅行・観光消費動向調査」速報)。これは、気温の上昇によってゲレンデを一部閉鎖したスキー場があったことなどが要因と考えられる。

また、4月以降の動向については、激甚災害に指定された「平成三十年五月二十日から七月十日までの間の豪雨及び暴風雨による災害」の影響なども懸念される。

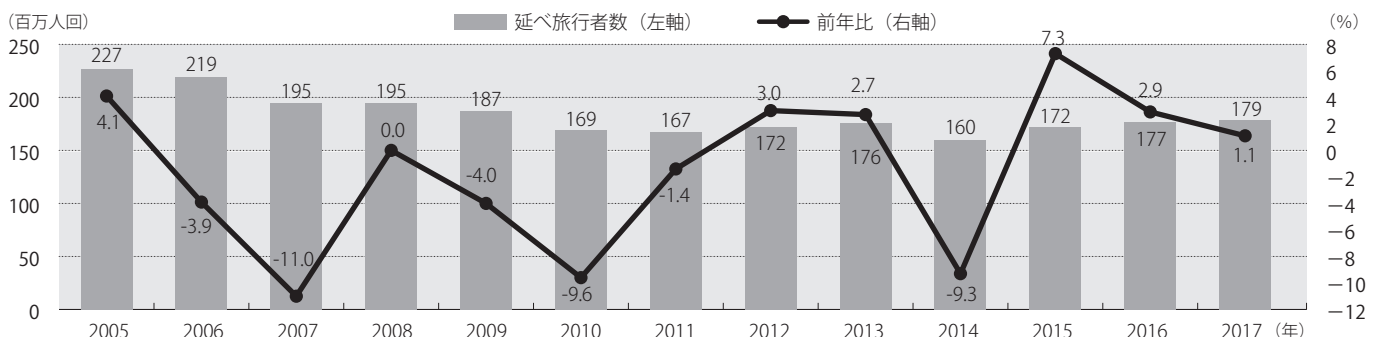
表I-2-1 日本人の国内旅行における延べ旅行者数の推移

(単位:千人回)

	宿泊旅行				日帰り旅行											
	前年比 (%)	前年比 (%)	前年比 (%)	前年比 (%)	前年比 (%)	前年比 (%)	前年比 (%)	前年比 (%)								
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
2017年	323,328	△0.7	178,615	1.1	90,425	△3.0	54,288	△2.7	324,182	2.8	207,575	△0.6	52,774	3.2	63,833	15.0

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(2018年7月5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。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
2010~2017年は観光庁確定値。

(3) 宿泊旅行者数の内訳

●性・年代別(表I-2-2、図I-2-2)

2017年の国内宿泊旅行全体を性・年代別に見ると、男性

は10代及び50代以上、女性は10代・40代・70代で前年と比べて増加となった。目的別に見ると、増加したのは男性の観光のみであり、女性はいずれの目的においても減少した。

表I-2-2 性・年代別日本人国内宿泊旅行者数(2017年)

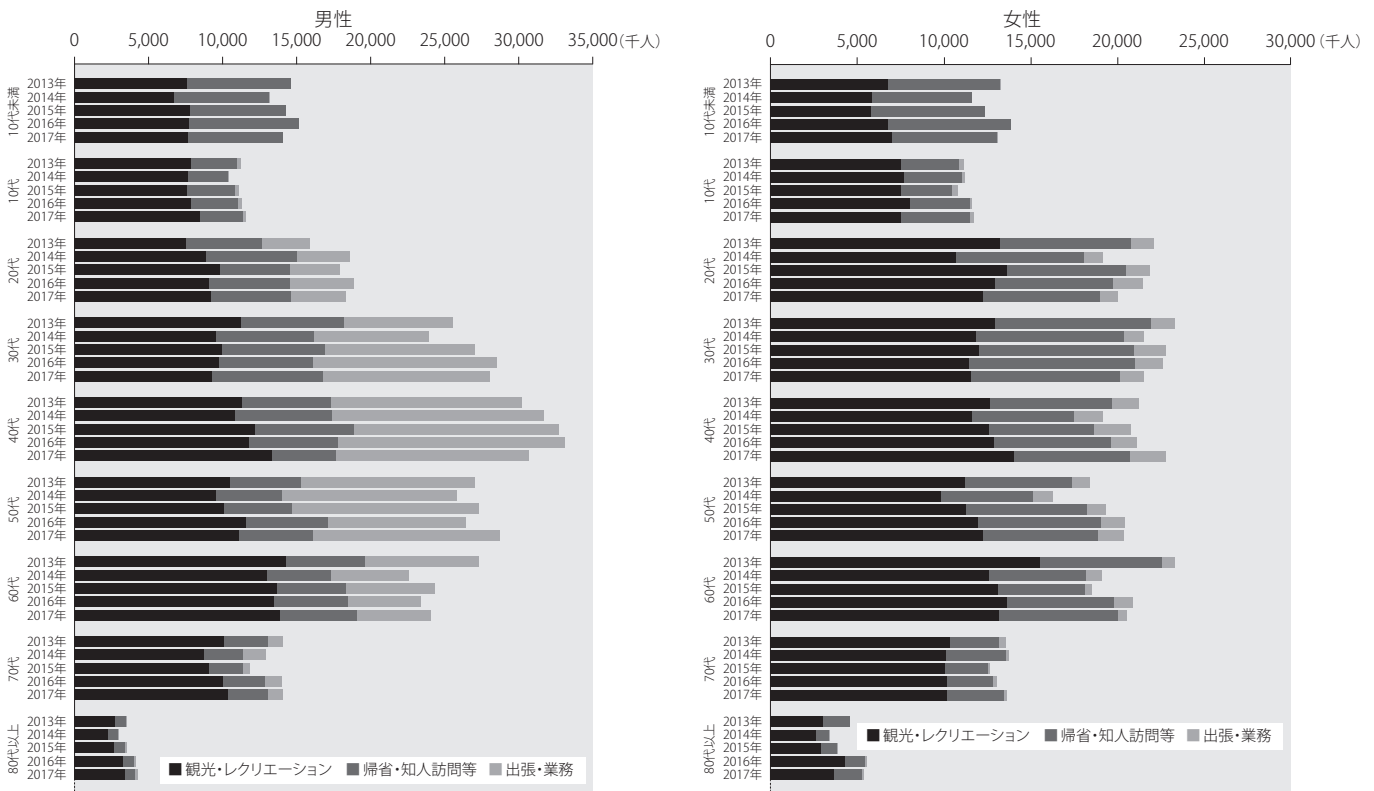
男性		年代								全体	
		10代未満	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代		80代以上
観光・レクリエーション	延べ旅行者数(千人)	7,661	8,498	9,229	9,269	13,385	11,153	13,922	10,358	3,377	86,852
	前年比(%)	△0.7	8.3	1.7	△4.7	13.7	△3.5	3.1	3.3	3.4	2.8
	旅行平均回数(回/人)	0.12	1.63	1.57	1.44	1.76	1.17	1.76	1.20	0.51	1.41
帰省・知人訪問等	延べ旅行者数(千人)	6,413	2,863	5,404	7,509	4,340	4,946	5,207	2,738	679	40,099
	前年比(%)	△13.5	△9.6	△0.8	17.9	△27.7	△11.1	4.4	△2.7	△7.1	△5.6
	旅行平均回数(回/人)	0.10	0.55	0.92	1.17	0.57	0.52	0.66	0.32	0.10	0.65
出張・業務	延べ旅行者数(千人)	-	254	3,739	11,382	13,049	12,729	4,978	965	240	47,336
	前年比(%)	-	△15.6	△14.4	△8.4	△15.1	37.4	1.0	△15.4	79.1	△1.3
	旅行平均回数(回/人)	-	0.05	0.64	1.77	1.71	1.33	0.63	0.11	0.04	0.77
宿泊旅行全体	延べ旅行者数(千人)	14,075	11,615	18,372	28,160	30,774	28,827	24,108	14,061	4,296	174,286
	前年比(%)	△7.1	2.6	△2.7	△1.3	△7.1	9.3	3.0	0.6	4.0	△0.4
	旅行平均回数(回/人)	0.23	2.23	3.14	4.39	4.04	3.02	3.06	1.63	0.65	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)	7,012	7,559	12,255	11,595	14,015	12,255	13,187	10,216	3,668	91,763
	前年比(%)	3.8	△6.3	△5.2	1.5	8.6	2.3	△3.5	0.2	△14.3	△0.5
	旅行平均回数(回/人)	0.11	1.52	2.20	1.90	1.90	1.31	1.68	1.13	0.47	1.41
帰省・知人訪問等	延べ旅行者数(千人)	6,071	3,930	6,694	8,552	6,722	6,613	6,828	3,255	1,661	50,327
	前年比(%)	△14.8	14.5	△1.9	△10.8	0.3	△6.5	11.2	24.1	37.2	△0.8
	旅行平均回数(回/人)	0.09	0.79	1.20	1.40	0.91	0.71	0.87	0.36	0.21	0.77
出張・業務	延べ旅行者数(千人)	21	251	1,072	1,331	2,038	1,469	547	144	80	6,952
	前年比(%)	-	102.4	△38.2	△18.9	31.4	5.9	△48.5	△41.9	3.9	△11.2
	旅行平均回数(回/人)	0.00	0.05	0.19	0.22	0.28	0.16	0.07	0.02	0.01	0.11
宿泊旅行全体	延べ旅行者数(千人)	13,105	11,741	20,021	21,477	22,775	20,337	20,562	13,614	5,409	149,042
	前年比(%)	△5.6	1.1	△6.8	△5.2	7.7	△0.5	△1.5	4.2	△2.8	△1.1
	旅行平均回数(回/人)	0.20	2.37	3.59	3.53	3.08	2.18	2.61	1.50	0.69	2.29

(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(2018年7月5日時点)

資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」をもとに(公財)日本交通公社作成

(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。

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10～20代、40代、60代以上、女性は10代未満、30～50代、70代で増加となった。シェアで見ると、ここ数年男女ともに60代が観光市場を牽引していたが、男性は引き続き60代が、女性は40代がトップシェアを占めた。

● 出発月別 (表I-2-3、図I-2-3)

日本人の国内宿泊旅行における出発月別の延べ旅行者数を見ると、3月、5月、6月、8月、11月において、前年同期と比べてプラスとなった。

観光目的に絞って見ると、3～6月、8月、11月に前年同期比増となっており、5月の伸び率が13.4%と最も大きく、次いで6月の9.7%となった。5月が増加した要因としては、前年と比較して連

休の日並びが良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、東北、近畿、中国及び九州において、前年比プラスとなった。

日本人の国内宿泊旅行市場全体の約3.5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帰省・知人訪問などが前年比12.9%減、出張・業務が同4.6%減となった影響で、宿泊旅行全体では同4.4%減となったが、観光目的は同0.5%増であった。

観光目的に絞って見ると、東北、関東、北陸信越、近畿、中国、九州でプラスであった。特に、九州地方(前年比10.5%増)、北陸信越地方(同9.1%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(2017年)

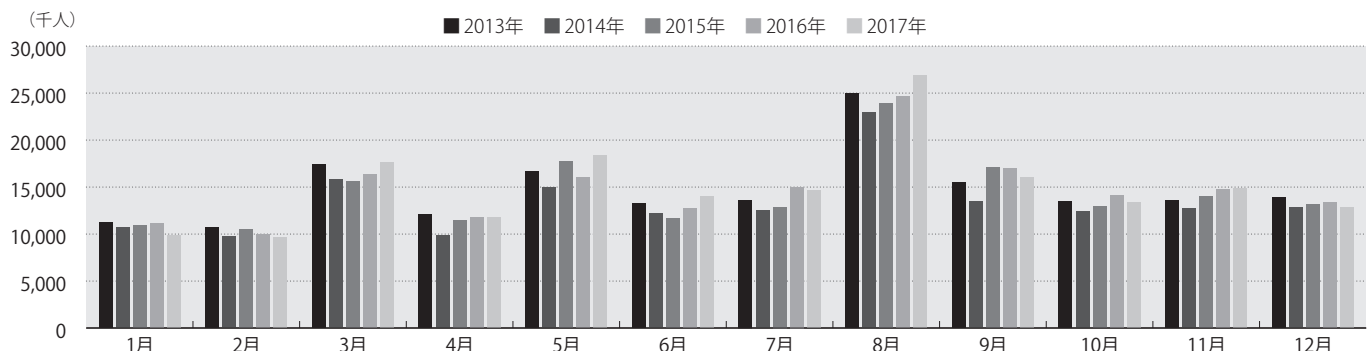
出発月		1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	全体
観光・レクリエーション	延べ旅行者数(千人)	9,889	9,640	17,424	11,791	18,177	13,938	14,551	26,466	15,881	13,345	14,769	12,745	178,615
	前年比(%)	△ 11.3	△ 3.1	6.6	0.3	13.4	9.7	△ 3.1	7.5	△ 6.2	△ 5.2	0.1	△ 4.4	1.1
	旅行平均回数(回/人)	0.08	0.08	0.14	0.09	0.14	0.11	0.11	0.21	0.13	0.11	0.12	0.10	1.41
帰省・知人訪問など	延べ旅行者数(千人)	10,064	3,883	8,732	6,181	9,886	5,435	5,509	15,791	6,352	4,789	5,603	8,201	90,425
	前年比(%)	△ 8.8	△ 19.1	3.7	△ 7.4	△ 0.5	△ 4.7	△ 7.2	4.4	△ 3.7	△ 12.1	3.5	0.8	△ 3.0
	旅行平均回数(回/人)	0.08	0.03	0.07	0.05	0.08	0.04	0.04	0.12	0.05	0.04	0.04	0.06	0.71
出張・業務	延べ旅行者数(千人)	2,947	3,771	3,806	4,050	4,509	5,806	4,474	3,868	5,360	4,925	5,900	4,871	54,288
	前年比(%)	△ 3.2	△ 11.6	△ 17.8	△ 20.7	△ 12.8	1.0	14.2	18.4	26.1	△ 12.9	3.9	△ 3.2	△ 2.7
	旅行平均回数(回/人)	0.02	0.03	0.03	0.03	0.04	0.05	0.04	0.03	0.04	0.04	0.05	0.04	0.43
宿泊旅行全体	延べ旅行者数(千人)	22,900	17,294	29,962	22,021	32,571	25,180	24,534	46,125	27,593	23,059	26,272	25,817	323,328
	前年比(%)	△ 9.2	△ 9.0	1.9	△ 6.5	4.6	4.2	△ 1.3	7.3	△ 0.7	△ 8.4	1.6	△ 2.6	△ 0.7
	旅行平均回数(回/人)	0.18	0.14	0.24	0.17	0.26	0.20	0.19	0.36	0.22	0.18	0.21	0.20	2.55

居住地		北海道	東北	関東	北陸信越	中部	近畿	中国	四国	九州	沖縄	全体
観光・レクリエーション	延べ旅行者数(千人)	6,277	11,845	67,911	9,579	23,066	29,991	9,276	3,834	15,897	937	178,615
	前年比(%)	△ 10.9	6.9	0.5	9.1	△ 6.3	1.4	6.0	△ 1.8	10.5	△ 0.3	1.1
	旅行平均回数(回/人)	0.07	0.11	0.37	0.16	0.21	0.20	0.07	0.03	0.13	0.04	1.41
帰省・知人訪問など	延べ旅行者数(千人)	4,180	6,763	33,114	4,268	10,282	15,089	4,546	2,687	9,019	478	90,425
	前年比(%)	△ 7.5	20.6	△ 12.9	△ 16.4	6.8	4.9	△ 4.4	△ 4.7	15.0	△ 8.6	△ 3.0
	旅行平均回数(回/人)	0.04	0.08	0.16	0.05	0.08	0.09	0.06	0.04	0.10	0.01	0.71
出張・業務	延べ旅行者数(千人)	2,361	3,508	17,605	2,605	5,676	11,546	3,863	1,366	5,419	339	54,288
	前年比(%)	△ 17.9	1.9	△ 4.6	△ 39.3	△ 5.2	△ 5.5	59.8	△ 12.8	35.3	△ 32.7	△ 2.7
	旅行平均回数(回/人)	0.02	0.03	0.14	0.03	0.05	0.06	0.02	0.02	0.05	0.01	0.43
宿泊旅行全体	延べ旅行者数(千人)	12,818	22,115	118,629	16,452	39,024	56,626	17,685	7,887	30,335	1,755	323,328
	前年比(%)	△ 11.2	9.9	△ 4.4	△ 9.5	△ 3.0	0.8	11.1	△ 4.9	15.6	△ 10.7	△ 0.7
	旅行平均回数(回/人)	0.14	0.23	0.67	0.24	0.35	0.35	0.15	0.09	0.27	0.06	2.55

(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



(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

28都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19道県において、延べ宿泊者数が前年より増加した。前

年比5%以上増加したのは、千葉、富山、愛知、和歌山、愛媛、福岡、長崎、宮崎、鹿児島であり、九州が多い。

一方、日本人延べ宿泊者数が前年より減少したのは28都府県であった。減少幅が1割を超えたのは、青森、三重、徳島、香川であった。

(各地の詳細な動向については、第IV編観光地参照。)

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	2013年		2014年		2015年		2016年		2017年	
	前年比		前年比		前年比		前年比		前年比	
北海道	27,901	5.0	27,088	△ 2.9	26,950	△ 0.5	27,000	0.2	27,247	0.9
青森県	4,697	4.3	4,437	△ 5.5	4,887	10.1	4,846	△ 0.8	4,305	△ 11.2
岩手県	5,525	△ 14.6	5,812	5.2	6,050	4.1	6,109	1.0	5,770	△ 5.6
宮城県	11,228	12.8	10,143	△ 9.7	10,630	4.8	9,566	△ 10.0	8,742	△ 8.6
秋田県	3,457	0.7	3,720	7.6	3,397	△ 8.7	3,333	△ 1.9	3,060	△ 8.2
山形県	5,393	△ 2.4	5,850	8.5	5,898	0.8	5,356	△ 9.2	5,143	△ 4.0
福島県	10,707	1.5	11,017	2.9	11,417	3.6	10,120	△ 11.4	10,266	1.4
茨城県	5,066	1.2	5,369	6.0	5,540	3.2	5,384	△ 2.8	5,422	0.7
栃木県	9,538	△ 1.2	9,423	△ 1.2	10,057	6.7	10,064	0.1	9,874	△ 1.9
群馬県	9,030	8.6	8,481	△ 6.1	8,668	2.2	8,437	△ 2.7	8,539	1.2
埼玉県	3,877	6.2	4,010	3.5	4,172	4.0	4,303	3.1	4,118	△ 4.3
千葉県	18,350	4.7	18,534	1.0	19,073	2.9	18,536	△ 2.8	19,462	5.0
東京都	42,993	5.1	41,064	△ 4.5	41,527	1.1	39,455	△ 5.0	39,080	△ 1.0
神奈川県	15,773	△ 3.3	17,768	12.6	16,910	△ 4.8	16,585	△ 1.9	16,859	1.6
新潟県	9,570	△ 5.3	9,472	△ 1.0	9,997	5.5	9,938	△ 0.6	9,949	0.1
富山県	3,685	4.5	3,347	△ 9.2	3,783	13.0	3,186	△ 15.8	3,348	5.1
石川県	7,124	1.0	7,195	1.0	8,212	14.1	8,073	△ 1.7	7,801	△ 3.4
福井県	3,221	△ 8.2	3,759	16.7	4,108	9.3	3,655	△ 11.0	3,516	△ 3.8
山梨県	6,437	△ 3.0	6,622	2.9	7,174	8.3	6,982	△ 2.7	6,323	△ 9.4
長野県	18,207	1.1	17,237	△ 5.3	18,266	6.0	16,670	△ 8.7	16,878	1.2
岐阜県	5,626	1.0	5,501	△ 2.2	5,847	6.3	5,371	△ 8.1	5,019	△ 6.6
静岡県	20,364	2.9	20,236	△ 0.6	20,790	2.7	19,667	△ 5.4	19,156	△ 2.6
愛知県	13,506	8.2	13,906	3.0	14,275	2.7	14,166	△ 0.8	14,925	5.4
三重県	9,556	16.0	8,616	△ 9.8	9,067	5.2	8,953	△ 1.3	7,913	△ 11.6
滋賀県	3,943	△ 3.9	4,398	11.5	4,916	11.8	4,350	△ 11.5	4,007	△ 7.9
京都府	17,462	25.3	13,696	△ 21.6	13,676	△ 0.1	13,047	△ 4.6	12,905	△ 1.1
大阪府	19,567	△ 3.5	22,169	13.3	21,400	△ 3.5	21,002	△ 1.9	20,991	△ 0.0
兵庫県	12,719	6.0	13,061	2.7	12,957	△ 0.8	12,639	△ 2.5	12,695	0.4
奈良県	2,316	8.9	2,125	△ 8.2	2,294	8.0	2,214	△ 3.5	2,087	△ 5.8
和歌山県	4,255	2.1	4,172	△ 1.9	4,302	3.1	4,108	△ 4.5	4,342	5.7
鳥取県	3,493	23.7	2,984	△ 14.6	2,891	△ 3.1	2,889	△ 0.1	2,908	0.6
島根県	3,255	24.8	3,191	△ 2.0	3,375	5.7	3,408	1.0	3,202	△ 6.1
岡山県	5,131	11.8	5,277	2.8	4,993	△ 5.4	5,065	1.4	5,043	△ 0.4
広島県	7,577	△ 3.1	8,137	7.4	8,681	6.7	8,753	0.8	8,552	△ 2.3
山口県	4,333	2.1	4,433	2.3	4,738	6.9	4,571	△ 3.5	4,291	△ 6.1
徳島県	2,224	25.3	2,833	27.4	2,257	△ 20.4	2,314	2.5	2,005	△ 13.3
香川県	3,489	△ 0.5	3,320	△ 4.9	3,866	16.4	3,422	△ 11.5	3,005	△ 12.2
愛媛県	3,532	△ 5.4	3,528	△ 0.1	3,667	3.9	3,895	6.2	4,288	10.1
高知県	2,849	△ 6.7	2,866	0.6	2,754	△ 3.9	2,746	△ 0.3	2,642	△ 3.8
福岡県	13,087	1.3	13,875	6.0	13,783	△ 0.7	13,802	0.1	14,868	7.7
佐賀県	2,582	5.7	2,747	6.4	2,861	4.2	2,791	△ 2.5	2,626	△ 5.9
長崎県	6,830	10.0	6,823	△ 0.1	7,800	14.3	6,658	△ 14.6	7,074	6.2
熊本県	6,636	△ 1.9	6,394	△ 3.7	6,416	0.3	6,756	5.3	6,810	0.8
大分県	6,301	8.4	5,701	△ 9.5	6,614	16.0	6,025	△ 8.9	5,686	△ 5.6
宮崎県	3,579	3.0	3,321	△ 7.2	3,590	8.1	3,398	△ 5.4	3,601	6.0
鹿児島県	7,108	6.1	7,268	2.3	7,557	4.0	6,721	△ 11.1	7,353	9.4
沖縄県	19,302	30.4	17,754	△ 8.0	16,379	△ 7.7	16,767	2.4	16,492	△ 1.6

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

資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」より(公財)日本交通公社作成

(2) 都道府県別旅行内容

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

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。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、44道府県でトップシェアとなった。特に、「岩手」「宮城」「山形」などの東北や「茨城」「栃木」などの北関東でその傾向が強い。

『家族旅行』がトップシェアとなったのは、「千葉」「滋賀」であった。さらに詳しく見ると、『子ども連れ家族旅行』は、東京ディズニーリゾートを有する「千葉」で特に高い値となった。また、『大人のみ家族旅行』は「大分」、『3世代の家族旅行』は「三重」「滋賀」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、「千葉」「愛知」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、東北、山陰、四国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、同行者やライフステージ別では大きな差は表れなかったが、友人旅行全体で見ると、「富山」「岐阜」「兵庫」が全体に比べて高め傾向にあった。

『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。『ひとり旅』は、全体的に男性のほうが高い値を示しており、「大阪」「宮崎」「鹿児島」「沖縄」でその傾向が強かった。

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約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居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」を除き南関東居住者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居住者の比率が高いが、南関東は近畿や東海居住者のシェアが高い。「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、地理的に東京と大阪という大都市に挟まれている影響が表れる。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・近畿居住の旅行者が多い。なお、北陸3県は北陸新幹線が開通した一昨年と比較して南関東居住者のシェアが減少していることから、北陸新幹線開業の影響は落ち着いたと考えられる。

近畿地方のうち、「滋賀」「兵庫」「奈良」「和歌山」は近隣居住者である近畿居住者の比重が大きい。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が多くを占め、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、「広島」は近畿よりも南関東のシェアが高い。

九州地方は九州居住の旅行者が多い。「沖縄」は、南関東からの旅行者が約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』がそれぞれ約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、1つの目的のシェアが4割を超えたのは「群馬」「大分」の『温泉に入ること』、「京都」「奈良」「島根」の『文化的な名所を見ること』、であった。一方、「茨城」「埼玉」「新潟」などは特定の目的への集中が他都道府県に比べてみられず、分散傾向にあった。

『おいしいものを食べること』は、海鮮料理やラーメン、スイーツなど美食が豊富な「北海道」、讃岐うどんや骨付鳥で知られる「香川」、地鶏料理やマンゴーが有名な「宮崎」で特徴的な楽しみとなっており、全体に比べ10ポイント以上高い。草津・伊香保温泉などを有する「群馬」、別府・湯布院温泉などを有する「大分」では、『温泉に入ること』が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、「富山」「山口」「沖縄」で2割以上を占め、かつ、全体に比べ10ポイント以上高くなった。

『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「島根」を含む中国地方でのシェアが高い。

『観光・文化施設を訪れること』は、東京ディズニーリゾートのある「千葉」、ユニバーサル・スタジオ・ジャパンのある「大阪」、ハウステンボスのある「長崎」で全体より15ポイント以上高い値となった。

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	(単位：%)												サンプル数
	北海道	北東北 青森、 岩手、 秋田	南東北 宮城、 山形、 福島	北関東 茨城、 群馬、 栃木	南関東 埼玉、 千葉、 東京、 神奈川	甲信越 新潟、 山梨、 長野	北陸 富山、 石川、 福井	東海 岐阜、 静岡、 愛知、 三重	近畿 滋賀、京都、 大阪、兵庫、 奈良、和歌山	中国 鳥取、島根、 岡山、広島、 山口	四国 徳島、 香川、 愛媛、 高知	九州・沖縄 福岡、佐賀、 長崎、熊本、 大分、宮崎、 鹿児島、沖縄	
全体	4.3	3.3	4.1	5.1	29.4	4.1	2.6	11.4	16.6	5.0	2.8	11.4	(9692)
前年	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)
北海道	24.8	3.2	3.5	3.8	30.2	2.8	1.8	8.0	11.3	2.7	1.2	6.8	(848)
青森県	6.7	28.6	3.8	6.0	26.6	0.6	1.1	7.7	9.5	2.8	1.5	5.1	(163)
岩手県	4.5	21.6	14.3	4.4	29.5	2.2	0.5	5.3	10.3	2.5	1.4	3.6	(180)
宮城県	2.4	16.2	20.1	8.7	33.2	2.6	1.1	3.5	7.5	1.9	0.5	2.2	(320)
秋田県	3.7	23.6	10.7	7.3	28.5	2.0	0.0	8.6	7.3	3.9	1.7	2.7	(147)
山形県	2.0	10.4	24.6	11.3	29.8	4.6	0.0	5.1	5.6	2.2	0.6	3.7	(166)
福島県	2.0	5.8	18.7	17.8	35.2	7.2	0.0	3.3	6.7	2.0	0.0	1.4	(221)
茨城県	4.1	5.8	6.6	21.6	39.3	3.3	1.4	6.5	4.5	3.8	0.9	2.1	(133)
栃木県	1.0	1.7	8.2	13.1	58.5	1.9	0.6	6.2	2.8	2.8	0.8	2.4	(291)
群馬県	1.4	1.8	3.3	12.6	61.3	6.2	0.3	4.2	5.0	2.2	0.8	1.0	(283)
埼玉県	4.3	2.6	6.9	7.2	33.8	7.5	0.0	7.6	13.3	6.2	0.0	10.6	(103)
千葉県	4.4	3.0	6.1	6.7	39.8	3.5	2.1	10.4	11.7	1.7	1.9	8.7	(378)
東京都	7.1	5.0	7.4	3.2	9.9	6.7	4.7	12.0	18.4	6.3	3.3	15.9	(1034)
神奈川県	4.2	3.4	4.7	5.2	47.0	3.8	2.3	8.7	8.4	2.6	1.0	8.7	(543)
新潟県	3.0	4.5	7.2	13.4	43.0	17.8	4.1	3.8	2.2	0.0	0.0	0.9	(216)
富山県	3.2	5.0	3.4	8.5	24.9	8.1	6.5	15.0	15.6	1.2	0.5	8.1	(179)
石川県	2.9	1.4	1.8	4.5	21.9	6.3	8.0	14.0	29.4	2.9	1.6	5.3	(258)
福井県	3.6	1.7	2.5	1.3	12.0	5.5	8.5	18.6	38.1	2.6	0.8	4.7	(149)
山梨県	1.0	1.7	1.7	6.2	53.0	5.2	1.3	15.6	7.8	1.5	1.7	3.2	(202)
長野県	1.3	1.2	1.1	6.6	41.2	11.2	4.4	17.7	9.8	1.2	1.1	3.1	(548)
岐阜県	2.9	0.8	0.8	1.3	16.1	5.5	7.0	40.1	18.7	1.6	1.9	3.3	(222)
静岡県	0.8	0.7	1.4	3.8	55.0	3.1	0.5	23.5	6.0	1.0	1.4	2.8	(526)
愛知県	2.2	3.2	2.0	3.5	24.2	2.2	7.8	23.9	17.6	4.2	2.1	7.2	(301)
三重県	2.3	0.9	1.2	2.1	11.6	2.4	3.5	26.1	41.8	3.0	1.5	3.8	(254)
滋賀県	0.6	0.0	1.2	1.2	18.4	2.0	2.7	18.0	40.4	5.9	0.6	9.1	(140)
京都府	3.8	2.0	1.5	3.4	27.3	3.5	3.2	12.8	20.9	6.1	3.9	11.6	(554)
大阪府	5.1	1.9	2.3	3.0	25.3	2.4	3.3	13.8	11.4	8.4	7.3	15.8	(553)
兵庫県	3.7	0.4	0.4	3.8	19.4	4.5	1.9	8.4	39.7	6.9	5.2	5.7	(410)
奈良県	2.9	1.5	0.8	3.7	27.0	3.2	1.4	9.4	29.3	6.7	2.4	11.7	(129)
和歌山県	1.2	0.5	0.6	1.5	9.6	0.5	2.4	7.5	66.1	6.1	3.3	0.5	(176)
鳥取県	2.8	1.7	0.0	3.7	11.7	4.5	0.6	6.7	39.1	16.5	6.1	6.5	(133)
島根県	2.5	1.6	3.1	4.4	13.6	5.1	1.4	10.6	27.3	20.6	3.2	6.4	(137)
岡山県	1.3	2.4	0.0	4.0	17.9	2.2	2.3	5.2	32.1	8.9	12.1	11.5	(163)
広島県	2.0	0.7	1.0	3.8	24.3	3.8	1.5	7.3	17.6	18.3	9.0	10.6	(247)
山口県	3.7	0.9	0.6	0.0	16.0	4.7	0.7	7.6	20.9	24.7	4.6	15.6	(133)
徳島県	5.7	0.8	1.6	4.8	21.4	2.0	0.8	10.1	26.4	7.5	11.5	7.4	(105)
香川県	2.8	0.6	1.8	2.1	19.4	0.7	1.4	12.2	20.9	11.5	18.5	8.0	(140)
愛媛県	0.0	0.6	1.8	1.9	13.6	2.1	0.0	9.0	23.6	12.2	24.3	11.0	(139)
高知県	1.9	0.8	1.6	4.8	17.5	2.8	0.9	8.6	26.3	10.2	17.1	7.5	(103)
福岡県	1.4	0.5	1.1	2.8	17.5	1.1	2.2	6.2	14.6	8.9	1.6	42.1	(401)
佐賀県	0.0	0.0	1.2	3.3	17.1	0.9	3.0	5.0	14.1	7.9	0.0	47.4	(88)
長崎県	1.1	0.0	1.0	3.6	29.1	1.0	2.6	10.7	11.7	7.2	1.4	30.6	(178)
熊本県	1.3	0.6	0.0	1.8	18.6	1.9	1.4	4.0	9.0	4.5	0.5	56.3	(195)
大分県	1.6	0.0	0.0	1.9	14.3	1.0	1.1	1.2	11.7	6.3	3.1	57.7	(235)
宮崎県	4.3	2.0	1.9	4.6	14.7	1.8	1.7	3.0	13.4	3.0	0.0	49.6	(96)
鹿児島県	2.9	2.1	2.5	3.7	20.9	0.4	1.3	6.2	12.2	4.1	0.9	42.7	(190)
沖縄県	2.3	1.6	2.1	5.3	34.3	2.6	2.6	9.7	18.4	4.4	1.8	14.8	(496)

(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 全体の比率より15ポイント以上大きい値
全体 全体の比率より10ポイント以上大きい値
全体 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	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 (史跡・寺社仏閣 など)を見ること	観光・文化施設(水族館 や美術館、テーマパーク など)を訪れること	アウトドア活動を 楽しむこと	スポーツや 観劇・鑑賞・観戦	芸術・音楽・ スポーツなどの	帰省・冠婚葬祭・ 親族や知人訪問	街や都市を 訪れること	自然の豊かさを 体験すること	買い物をする 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	17.9	14.5	12.2	11.7	9.7	7.0	4.5	4.2	4.1	3.3	2.9	2.7	2.2	0.8	2.3	(9692)	
前年	17.1	15.0	12.4	12.4	9.2	6.2	5.3	4.2	4.6	2.9	3.0	2.7	2.0	0.8	2.2	(9823)	
北海道	29.4	11.9	15.9	5.9	5.2	6.4	3.1	3.1	4.0	6.6	1.8	2.4	2.0	0.4	1.9	(680)	
青森県	19.1	15.1	17.9	1.1	2.5	6.8	2.5	10.4	2.5	4.8	3.2	1.1	6.7	0.0	6.3	(78)	
岩手県	16.1	29.4	11.3	6.3	9.6	6.2	2.1	1.0	3.5	3.4	2.2	3.5	5.3	0.0	0.0	(83)	
宮城県	21.3	16.8	9.6	6.5	5.4	5.3	9.1	6.4	5.1	1.7	3.9	0.9	3.7	0.8	3.5	(208)	
秋田県	11.5	28.9	11.9	3.7	1.3	6.8	5.6	8.1	4.5	1.3	0.0	3.1	3.8	4.3	5.3	(68)	
山形県	12.3	32.4	17.7	8.7	4.6	5.7	1.9	4.7	4.5	2.5	1.1	0.0	2.7	1.1	0.0	(89)	
福島県	12.8	30.6	9.3	9.3	6.6	9.4	1.4	5.7	1.2	4.3	0.8	4.2	1.4	1.2	1.6	(131)	
茨城県	10.5	7.4	11.1	10.8	6.9	5.9	4.1	10.4	1.2	5.3	5.2	11.7	7.2	1.1	1.2	(74)	
栃木県	18.3	30.2	6.8	14.8	5.6	8.7	2.0	1.4	0.0	4.5	1.8	3.8	0.5	0.6	0.9	(194)	
群馬県	8.7	46.2	9.1	5.2	4.7	10.5	2.3	1.4	0.9	3.6	0.8	0.8	0.8	0.5	4.3	(208)	
埼玉県	13.5	11.4	15.7	14.3	8.4	6.2	1.8	2.1	7.7	7.2	5.8	0.0	6.0	0.0	0.0	(45)	
千葉県	14.4	5.2	8.4	3.6	38.1	6.6	2.5	3.9	1.7	2.7	3.7	5.5	0.7	0.4	2.7	(242)	
東京都	17.1	0.4	2.5	6.3	15.5	2.9	17.5	6.8	10.0	0.4	9.6	3.2	4.7	0.5	2.7	(647)	
神奈川県	15.1	31.6	10.8	7.7	8.4	5.9	4.1	3.7	3.4	1.3	2.6	2.6	0.5	0.6	1.7	(335)	
新潟県	15.3	17.6	12.6	9.0	6.0	12.8	3.5	7.7	3.9	1.2	0.6	4.4	2.4	0.0	3.2	(154)	
富山県	22.2	11.7	24.9	6.9	7.5	5.7	0.0	3.2	2.0	6.0	2.4	1.2	3.3	0.0	3.0	(83)	
石川県	21.6	20.7	4.2	18.3	7.7	1.8	1.8	6.9	5.8	1.6	1.9	2.3	1.3	0.6	3.5	(153)	
福井県	20.1	14.8	12.9	12.1	8.0	17.7	0.0	4.6	4.6	1.0	1.3	1.4	1.3	0.0	0.0	(77)	
山梨県	15.3	25.2	15.2	3.4	8.9	11.7	2.0	0.0	1.4	3.8	0.9	7.2	0.0	0.0	5.0	(131)	
長野県	11.1	20.6	18.0	8.2	1.6	19.2	1.0	0.9	0.7	9.5	2.3	2.6	1.1	0.5	2.7	(399)	
岐阜県	9.4	21.4	14.9	17.9	1.4	10.0	1.4	6.4	5.0	2.5	0.8	0.7	4.8	1.6	1.9	(120)	
静岡県	22.1	25.7	11.7	4.5	5.4	9.0	1.1	3.0	0.6	1.6	2.5	5.7	1.7	1.5	3.9	(419)	
愛知県	21.1	5.0	4.1	9.8	15.3	5.2	7.7	5.9	10.8	0.5	5.7	3.6	2.5	0.7	2.2	(172)	
三重県	20.0	11.5	9.1	27.5	12.5	4.3	1.9	1.9	2.1	2.8	0.5	4.1	0.5	0.0	1.6	(179)	
滋賀県	20.3	6.9	19.1	20.4	4.8	17.5	0.0	3.7	1.2	2.5	0.0	1.2	2.3	0.0	0.0	(72)	
京都府	19.8	4.1	10.1	41.9	6.6	1.5	0.9	1.6	5.0	3.2	1.2	1.2	1.4	0.3	1.2	(291)	
大阪府	16.2	2.1	3.0	4.0	24.9	3.6	14.0	4.7	9.2	0.3	6.6	2.5	3.9	1.6	3.5	(296)	
兵庫県	23.7	21.2	9.9	7.2	7.7	6.1	4.3	4.1	3.4	2.3	1.9	5.0	0.8	0.5	1.9	(226)	
奈良県	3.1	4.7	12.0	53.0	2.9	2.9	0.0	8.2	4.7	1.4	0.0	1.7	0.0	1.9	3.5	(57)	
和歌山県	17.3	22.0	12.2	9.9	14.9	7.5	1.9	0.7	1.7	2.7	2.1	3.2	0.9	0.8	2.2	(121)	
鳥取県	16.3	23.6	21.2	16.4	6.8	3.6	2.5	1.9	0.0	3.9	1.9	2.1	0.0	0.0	0.0	(46)	
島根県	14.0	15.9	6.5	41.4	6.2	1.7	0.0	7.6	0.0	0.0	0.0	1.8	1.7	0.0	3.3	(57)	
岡山県	18.1	14.0	7.3	17.2	5.9	2.4	3.7	11.2	9.1	1.5	1.5	1.5	2.4	4.2	0.0	(75)	
広島県	16.9	4.6	11.5	25.0	10.1	5.2	7.9	1.6	4.7	3.0	0.0	3.3	3.7	1.1	1.4	(153)	
山口県	11.0	16.1	22.9	17.2	9.6	1.3	2.5	6.6	1.3	3.4	1.5	1.2	3.6	0.0	1.6	(72)	
徳島県	2.9	3.5	21.9	10.9	24.1	9.2	8.7	2.6	0.0	2.6	0.0	2.6	0.0	7.6	3.5	(33)	
香川県	33.3	6.4	12.9	12.8	10.9	0.0	6.0	7.5	2.9	1.3	1.8	1.4	0.0	2.7	0.0	(60)	
愛媛県	20.4	29.7	6.5	12.1	3.0	1.4	0.0	7.8	2.5	4.4	1.3	0.0	0.0	6.6	4.2	(66)	
高知県	24.0	8.4	20.7	10.4	0.0	17.9	1.8	9.0	3.6	0.0	2.1	2.1	0.0	0.0	0.0	(45)	
福岡県	25.4	8.2	4.0	7.7	6.1	5.0	14.8	6.6	6.8	0.9	8.1	0.9	3.1	0.4	2.1	(239)	
佐賀県	27.1	33.1	7.1	4.8	5.5	7.8	5.2	2.4	0.0	0.0	2.5	0.0	2.1	0.0	2.2	(38)	
長崎県	14.9	5.2	8.0	11.6	31.9	1.7	2.0	6.7	5.0	0.0	4.2	3.4	1.9	0.8	2.7	(105)	
熊本県	18.6	21.2	12.6	10.6	7.1	6.5	2.8	12.7	4.0	0.0	0.9	0.9	1.1	0.0	1.0	(100)	
大分県	18.3	41.6	11.0	3.3	5.9	6.2	2.5	2.5	1.7	1.7	0.0	2.4	0.7	0.0	2.2	(155)	
宮崎県	28.5	8.5	8.4	9.0	1.8	9.5	7.2	7.2	1.9	9.3	3.9	1.6	0.0	3.2	0.0	(51)	
鹿児島県	14.6	20.3	18.6	12.1	2.6	7.1	0.0	5.3	0.7	9.4	1.8	5.0	0.8	0.0	1.6	(113)	
沖縄県	11.9	0.8	24.9	7.8	7.9	19.2	1.0	2.1	4.7	7.8	1.6	5.2	0.6	1.8	2.7	(394)	

(注) 1回の旅行につき、単一の旅行先(都道府県)を選択したデータのみ。

資料：(公財)日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

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

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」「福井」「山梨」「長野」「静岡」「滋賀」「愛媛」「大分」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割以上が利用している一方で、両都府での『自家用車』利用率は2割を下回る。その他、東京に隣接する「埼玉」「千葉」「神奈川」や、大阪に隣接する「京都」「奈良」も、『列車』利用率が全体よりも10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。その他「愛知」「広島」「福岡」も列車利用率が自家用車利用率を上回った。

『レンタカー』利用率は、北海道や北東北、北陸、九州・沖縄で高い比率となった。特に、「沖縄」では半数以上が『レンタカー』を利用した。

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

『タクシー・ハイヤー』は、和歌山、滋賀を除く近畿地方および「福岡」「沖縄」において、多く利用された。

⑤旅行先と宿泊施設(表I-2-9)

全体的な傾向としては概ね前年と変わらないが、若干『旅館』の比率が下がった。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』(61.2%)となり、以下、『旅館』(27.5%)『実家・親戚・知人宅』(7.4%)『民宿・ペンション・ロッジ』(4.2%)と続く。

都道府県別に見ると、39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7.5割を超え、全体と比べて15ポイント以上高い利用率となった。なお、「東京」「大阪」「福岡」は『シティホテル』『ビ

ジネスホテル』の利用率がそれぞれ2.5、4割を占めるのに対し、「宮崎」「沖縄」は『リゾートホテル』利用率がそれぞれ約4割、6割を占める。その他、『リゾートホテル』については「千葉」、『ビジネスホテル』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、「岩手」「山形」「群馬」「鳥取」「佐賀」の5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』の全体平均利用率は7.4%だが、「埼玉」「奈良」においては利用率が全体の比率よりも10ポイント以上上回った。

『民宿・ペンション・ロッジ』は、スポーツ合宿等の目的での旅行が多い「山梨」「長野」や「和歌山」での利用率が約1割で、全体平均の4.2%に比べてやや高い。

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』の利用率は全体平均で2.7%。「神奈川」「山梨」「長野」「静岡」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)

旅行先での宿泊数の全体的な傾向は概ね前年と変わらないが、やや、『1泊』の比率が下がった。とはいえ、『1泊』が全体の5割、『1泊』と『2泊』をあわせると全体の約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、「岐阜」「滋賀」「佐賀」の『1泊』の比率は8割に迫る。

逆に、「北海道」「沖縄」は、他の都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約4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2.41泊、2.82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	レンタカー	路線バス	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	36.4	28.6	13.7	12.7	9.8	8.8	7.4	4.5	3.1	1.3	1.3	7.3	(9692)
前年	35.7	29.3	12.4	12.9	8.9	8.4	7.6	4.5	2.4	1.1	1.7	8.0	(9823)
北海道	21.5	31.1	31.0	15.1	12.2	26.6	10.0	6.9	4.1	2.2	1.3	3.3	(848)
青森県	36.0	31.3	21.1	13.4	11.0	14.7	9.0	6.3	4.1	1.9	3.0	4.1	(163)
岩手県	43.0	23.1	19.3	9.3	7.3	10.7	12.4	3.4	4.0	1.5	1.0	4.8	(180)
宮城県	45.2	33.3	10.1	11.5	9.4	5.5	9.7	5.4	4.0	0.9	0.3	5.9	(320)
秋田県	41.1	18.2	15.2	11.3	11.8	12.7	10.9	5.1	4.4	0.6	2.4	7.9	(147)
山形県	48.8	19.4	12.6	12.5	10.2	7.4	11.8	4.8	1.2	1.2	0.5	7.2	(166)
福島県	54.7	15.5	13.3	11.6	5.3	8.0	9.8	4.3	1.3	0.4	0.4	7.7	(221)
茨城県	47.5	18.6	9.5	16.0	8.9	7.2	14.6	4.3	1.9	0.9	0.6	11.0	(133)
栃木県	52.0	17.5	8.5	8.3	5.0	4.2	7.9	6.2	1.1	0.6	1.0	10.1	(291)
群馬県	52.0	12.6	8.4	8.4	4.9	4.2	7.0	2.8	0.3	0.3	0.3	13.0	(283)
埼玉県	31.9	43.3	8.4	21.1	7.1	19.1	7.4	5.7	0.0	0.8	1.1	2.5	(103)
千葉県	33.8	38.9	9.2	12.9	7.4	8.1	9.0	6.1	1.8	0.7	0.2	11.0	(378)
東京都	13.9	67.5	7.5	16.7	14.7	13.6	5.2	4.7	1.9	1.0	2.0	3.6	(1034)
神奈川県	33.8	43.6	7.1	17.3	9.8	5.9	3.2	5.4	4.9	0.7	1.2	8.3	(543)
新潟県	49.3	18.0	7.1	8.5	6.2	4.0	8.4	3.2	2.8	0.5	1.2	9.4	(216)
富山県	30.5	30.2	21.6	13.2	13.7	11.0	16.2	9.7	1.4	3.7	3.9	3.1	(179)
石川県	32.9	29.3	19.9	18.1	12.0	8.6	7.6	12.4	1.8	2.8	1.2	6.5	(258)
福井県	58.6	21.7	13.4	9.8	9.6	8.5	6.2	5.3	1.5	1.3	0.0	6.8	(149)
山梨県	60.2	11.4	8.3	5.8	6.5	3.0	8.7	2.3	1.3	1.3	1.0	7.9	(202)
長野県	56.1	12.9	8.2	7.8	6.1	3.9	9.4	5.1	0.6	1.8	1.5	8.2	(548)
岐阜県	48.5	18.2	8.9	8.2	4.7	4.5	12.9	7.4	2.0	2.0	0.9	10.6	(222)
静岡県	53.2	16.0	9.1	7.2	8.6	3.2	6.4	3.1	2.7	1.2	0.9	10.2	(526)
愛知県	34.7	45.3	13.2	15.8	6.2	10.0	4.7	2.2	3.6	2.5	0.9	4.3	(301)
三重県	49.1	22.8	7.6	11.2	9.0	3.2	5.0	4.3	5.1	0.7	0.0	7.7	(254)
滋賀県	52.9	27.0	4.4	11.3	9.2	6.2	8.7	2.9	5.0	1.5	1.3	4.8	(140)
京都府	26.5	48.3	9.7	30.6	16.9	6.8	8.8	8.1	2.1	3.5	0.2	2.2	(554)
大阪府	16.3	63.3	10.3	21.7	16.8	12.8	5.5	5.2	2.1	1.4	2.1	4.1	(553)
兵庫県	37.5	37.4	7.5	17.1	15.9	4.6	9.0	5.4	3.0	1.7	0.8	8.9	(410)
奈良県	29.4	45.1	7.7	26.5	16.6	5.9	9.9	6.5	3.2	0.9	1.3	8.5	(129)
和歌山県	48.4	19.8	13.3	11.7	5.3	6.5	8.3	7.1	2.6	0.5	1.0	5.2	(176)
鳥取県	42.5	21.3	14.3	8.0	12.8	6.3	19.6	12.6	3.1	3.5	2.0	8.6	(133)
島根県	46.5	22.4	14.6	14.2	13.4	6.1	17.3	8.8	9.7	2.6	0.0	3.7	(137)
岡山県	35.9	28.1	14.2	11.9	10.9	5.6	10.7	3.9	6.4	3.2	2.1	4.3	(163)
広島県	28.8	33.7	10.3	21.5	13.4	11.7	8.3	6.0	18.6	3.0	0.3	8.2	(247)
山口県	45.0	24.0	12.7	11.7	6.1	10.6	14.7	3.2	6.2	3.5	0.6	8.8	(133)
徳島県	43.2	19.6	11.9	5.9	7.4	4.4	19.3	3.5	10.3	0.8	1.8	4.8	(105)
香川県	45.8	25.5	18.3	10.4	5.4	7.6	13.3	1.4	7.5	2.6	0.8	6.1	(140)
愛媛県	54.2	20.5	15.7	8.4	5.4	5.3	13.9	6.1	6.5	1.2	1.4	5.0	(139)
高知県	45.5	20.2	19.7	7.6	4.4	7.9	12.5	2.7	10.2	1.8	1.1	3.5	(103)
福岡県	29.5	36.8	17.5	25.4	17.1	14.7	5.2	4.0	2.9	1.4	2.0	5.0	(401)
佐賀県	45.1	22.7	26.6	5.9	11.3	7.3	7.2	2.2	6.3	1.0	0.0	6.3	(88)
長崎県	24.1	19.7	24.2	18.3	13.7	15.4	14.0	7.5	13.0	3.8	1.7	5.5	(178)
熊本県	45.7	19.4	22.6	12.1	12.3	11.3	7.9	2.5	3.9	1.5	2.4	5.9	(195)
大分県	51.2	12.8	15.8	9.7	8.2	8.2	5.4	3.5	4.2	2.5	1.0	10.4	(235)
宮崎県	41.3	17.4	32.5	10.7	10.5	13.3	10.6	2.0	5.2	2.9	3.2	4.8	(96)
鹿児島県	27.7	20.4	32.4	15.1	9.9	21.2	9.6	4.8	8.8	1.5	2.6	3.3	(190)
沖縄県	6.6	15.9	55.9	11.1	16.0	29.1	10.9	4.7	8.9	3.7	1.6	0.8	(496)

(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「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-2-9 旅行先(都道府県)別の宿泊施設(複数回答)

(単位：%)

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	(比較的規模大)旅館	(比較的規模小)旅館									
全体	61.2	23.2	21.8	19.6	27.5	17.4	10.9	7.4	4.2	2.7	1.8	1.7	1.8	(9692)
前年	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)
北海道	72.1	23.7	27.2	28.7	23.2	16.9	7.6	5.0	5.2	1.2	1.6	1.5	1.8	(680)
青森県	55.1	28.5	14.9	12.9	30.3	13.9	16.4	14.2	2.1	1.4	3.6	0.0	0.0	(78)
岩手県	34.7	11.9	16.5	6.4	54.4	41.8	15.5	5.2	1.1	2.1	4.4	2.0	1.2	(83)
宮城県	63.5	27.4	13.5	23.6	29.0	21.7	7.3	10.3	1.1	0.5	1.2	0.0	0.9	(208)
秋田県	47.3	9.8	25.6	11.9	42.8	20.6	23.7	11.1	6.8	2.4	1.4	1.2	0.0	(68)
山形県	30.0	13.0	7.6	10.4	53.1	29.0	25.1	5.6	4.0	0.9	4.2	3.1	2.2	(89)
福島県	45.6	12.3	27.9	6.1	36.7	22.7	15.6	5.6	4.4	0.8	0.7	2.0	5.0	(131)
茨城県	58.8	31.3	9.8	20.0	20.5	15.3	5.2	10.7	1.4	1.5	6.1	2.3	0.0	(74)
栃木県	41.3	8.5	28.2	5.0	40.9	31.4	10.5	5.1	8.9	2.4	1.5	1.6	0.6	(194)
群馬県	39.8	10.4	24.5	6.2	51.4	31.9	20.9	3.2	2.3	2.6	1.3	1.9	0.5	(208)
埼玉県	56.9	27.7	13.8	19.1	31.3	9.1	22.2	17.5	3.7	0.0	0.0	3.6	2.3	(45)
千葉県	68.4	17.8	37.9	13.8	13.6	6.8	6.8	5.7	6.1	3.3	1.2	2.8	0.0	(242)
東京都	83.1	40.3	8.3	36.8	2.4	1.5	0.9	12.2	1.5	1.2	0.8	0.6	1.3	(647)
神奈川県	47.3	10.9	24.0	12.9	30.8	19.3	11.6	7.5	1.8	7.5	2.7	0.3	4.3	(335)
新潟県	47.4	19.1	18.0	11.1	35.6	24.5	11.1	5.5	5.1	4.6	2.7	2.0	0.0	(154)
富山県	54.0	28.4	16.4	13.0	38.7	30.9	7.8	7.6	7.7	0.0	2.0	2.0	2.0	(83)
石川県	47.4	22.1	11.9	13.4	45.2	36.3	10.1	7.7	2.3	0.0	1.1	1.1	0.6	(153)
福井県	38.1	18.9	8.7	11.9	43.8	32.1	11.6	2.1	6.0	1.5	0.0	8.9	1.1	(77)
山梨県	39.7	13.6	20.6	7.6	32.9	20.5	13.1	0.7	10.6	8.3	1.4	3.9	4.1	(131)
長野県	36.5	7.7	22.1	7.2	32.9	17.2	15.9	1.9	9.9	11.7	4.0	2.3	4.7	(399)
岐阜県	33.8	16.2	13.6	5.6	47.5	28.5	19.1	10.9	3.6	1.7	0.0	2.4	1.7	(120)
静岡県	45.4	11.2	25.8	8.8	33.9	18.7	15.6	4.4	5.9	7.0	2.8	0.8	1.0	(419)
愛知県	68.9	34.6	11.2	25.7	12.8	8.3	4.5	12.1	3.0	1.0	0.9	1.8	0.6	(172)
三重県	54.2	14.1	33.3	8.1	34.5	20.3	14.7	2.4	3.4	4.4	2.1	1.6	2.9	(179)
滋賀県	45.9	15.7	15.8	15.6	20.3	12.0	8.2	4.9	2.5	5.5	8.0	3.9	11.5	(72)
京都府	69.1	26.6	10.2	34.4	22.4	11.8	10.7	4.7	1.6	2.6	0.9	0.3	1.2	(291)
大阪府	87.1	38.3	14.9	37.1	3.0	1.7	1.3	8.6	0.6	0.0	0.9	0.7	1.7	(296)
兵庫県	51.0	13.3	21.2	16.6	30.5	14.2	16.2	8.1	5.3	3.3	2.5	1.3	0.8	(226)
奈良県	47.1	14.3	8.2	24.7	31.8	11.5	20.3	19.6	1.5	0.0	0.0	1.4	0.0	(57)
和歌山県	43.9	12.9	25.4	5.6	38.3	25.9	12.4	1.7	10.9	4.1	2.0	2.3	5.7	(121)
鳥取県	37.3	6.7	15.5	17.0	52.7	37.1	15.6	4.2	0.0	0.0	0.0	5.3	2.5	(46)
島根県	46.8	16.7	14.4	18.8	45.2	31.6	13.5	7.8	1.7	0.0	1.8	1.7	1.9	(57)
岡山県	65.7	29.6	18.4	17.6	19.1	6.9	12.2	11.1	2.6	0.0	3.6	1.5	0.0	(75)
広島県	74.0	39.7	6.8	32.2	14.0	6.4	7.6	9.4	0.6	0.0	2.4	0.6	1.8	(153)
山口県	49.7	20.1	21.0	9.8	44.2	32.8	11.4	7.3	0.0	1.3	0.0	1.4	1.3	(72)
徳島県	62.3	31.4	16.1	17.5	21.1	8.1	13.1	5.5	7.6	2.6	2.6	0.0	3.5	(33)
香川県	69.0	19.7	20.5	28.8	17.4	14.3	3.1	11.0	6.0	0.0	4.5	4.4	0.0	(60)
愛媛県	53.3	18.1	17.9	17.2	30.6	17.2	14.7	9.6	6.9	0.0	2.5	5.4	1.2	(66)
高知県	57.5	29.4	18.0	12.7	20.0	15.8	4.2	5.6	6.1	0.0	0.0	12.2	2.5	(45)
福岡県	76.3	40.2	11.7	25.1	12.3	5.7	6.6	11.6	0.8	0.0	1.1	0.9	0.8	(239)
佐賀県	37.7	10.2	12.2	18.1	54.5	34.4	20.1	4.8	0.0	3.0	0.0	0.0	0.0	(38)
長崎県	73.2	19.7	36.5	22.2	22.2	15.4	6.8	9.5	1.6	0.0	0.8	0.0	1.7	(105)
熊本県	53.4	29.2	16.1	9.1	34.6	14.9	19.7	10.2	5.5	1.6	0.8	0.0	0.8	(100)
大分県	45.9	16.2	19.2	11.8	46.0	16.4	29.7	2.9	2.0	3.3	1.9	0.7	0.0	(155)
宮崎県	78.8	31.6	37.5	11.3	5.6	0.0	5.6	9.1	3.8	1.8	0.0	5.1	3.5	(51)
鹿児島県	58.4	19.4	27.7	13.0	27.0	17.3	9.6	9.7	8.9	0.0	2.3	0.0	0.9	(113)
沖縄県	90.4	17.0	58.2	20.9	3.5	1.7	1.8	3.1	6.7	1.8	1.2	0.2	0.5	(394)

(注) 1回の旅行につき、単一の旅行先(都道府県)を選択したデータのみ。

資料：(公財)日本交通公社「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	50.0	29.2	12.7	3.7	4.3	1.86	(9692)
前年	51.2	28.1	12.5	4.0	4.1	1.85	(9823)
北海道	28.9	32.6	23.5	6.4	8.7	2.41	(680)
青森県	40.4	34.5	16.7	7.3	1.1	1.96	(78)
岩手県	51.6	32.8	12.4	1.0	2.2	1.72	(83)
宮城県	58.8	28.9	8.6	2.2	1.5	1.60	(208)
秋田県	36.0	33.5	15.9	2.9	11.7	2.31	(68)
山形県	60.8	20.3	9.4	3.7	5.8	1.78	(89)
福島県	68.1	23.0	6.9	2.0	0.0	1.43	(131)
茨城県	69.9	21.1	5.4	2.4	1.2	1.44	(74)
栃木県	73.1	21.8	2.9	1.8	0.4	1.36	(194)
群馬県	68.1	30.0	0.9	1.0	0.0	1.35	(208)
埼玉県	63.4	23.4	4.0	5.4	3.8	1.63	(45)
千葉県	71.1	18.9	5.3	1.1	3.6	1.50	(242)
東京都	46.1	36.0	11.3	2.5	4.2	1.86	(647)
神奈川県	69.2	23.9	2.4	1.8	2.7	1.48	(335)
新潟県	62.5	27.1	7.3	0.5	2.5	1.57	(154)
富山県	46.8	34.4	12.2	2.2	4.4	1.87	(83)
石川県	52.0	36.3	7.1	3.4	1.2	1.66	(153)
福井県	70.1	18.6	10.2	0.0	1.1	1.45	(77)
山梨県	74.0	21.2	4.9	0.0	0.0	1.31	(131)
長野県	58.6	28.1	8.6	2.2	2.5	1.63	(399)
岐阜県	79.0	13.7	4.3	1.6	1.4	1.34	(120)
静岡県	72.5	22.2	3.6	0.2	1.5	1.38	(419)
愛知県	60.3	29.2	9.1	1.0	0.5	1.52	(172)
三重県	65.4	25.2	7.4	2.1	0.0	1.46	(179)
滋賀県	78.0	17.4	2.3	2.3	0.0	1.29	(72)
京都府	53.2	28.3	14.7	2.1	1.7	1.72	(291)
大阪府	52.5	31.8	10.2	3.7	1.8	1.71	(296)
兵庫県	70.0	20.7	6.1	1.3	1.9	1.47	(226)
奈良県	53.7	28.6	11.2	1.9	4.6	1.81	(57)
和歌山県	69.4	21.2	7.9	0.9	0.7	1.43	(121)
鳥取県	75.6	24.4	0.0	0.0	0.0	1.24	(46)
島根県	74.7	17.3	6.5	0.0	1.5	1.39	(57)
岡山県	63.2	21.2	5.0	2.6	8.0	1.79	(75)
広島県	61.3	28.4	8.6	1.1	0.6	1.52	(153)
山口県	65.3	23.3	5.0	6.3	0.0	1.52	(72)
徳島県	74.4	5.5	11.1	0.0	9.0	1.73	(33)
香川県	58.6	31.8	6.3	0.0	3.3	1.58	(60)
愛媛県	65.2	15.0	10.6	4.1	5.1	1.75	(66)
高知県	44.8	40.6	5.6	6.3	2.5	1.84	(45)
福岡県	60.5	27.0	7.0	3.6	2.0	1.61	(239)
佐賀県	77.6	15.2	2.9	0.0	4.3	1.38	(38)
長崎県	46.5	36.4	12.8	0.8	3.4	1.81	(105)
熊本県	63.9	23.9	8.0	1.1	3.1	1.57	(100)
大分県	68.6	24.2	3.6	1.2	2.3	1.45	(155)
宮崎県	50.8	33.4	10.5	0.0	5.3	1.83	(51)
鹿児島県	37.0	33.5	17.3	4.9	7.2	2.20	(113)
沖縄県	9.6	35.9	33.4	12.3	8.8	2.82	(394)

(注) 1回の旅行につき、単一の旅行先(都道府県)を選択したデータのみ。

資料：(公財)日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

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

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

⑦旅行先と現地で楽しんだ活動(表I-2-11)

全体で見ると、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。この順位は、前年と変わらない。

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8道県。トップになる県は多くはないが、いずれの都道府県においても人気の活動となっている。特に「鳥取」「島根」「沖縄」では実施率が6割を超え、かつ、全体と比べて15ポイント以上高い。

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県。都道府県によって活動実施率は大きく異なり、「栃木」「群馬」「大分」では、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、「宮城」「愛知」「大阪」「香川」「福岡」「宮崎」の6府県であり、その活動実施率は4～5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に実施率の高い府県が目立ち、この活動が最多となった地域は、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」、出雲大社が立地する「島根」、岡山城や備中松山城などが立地する「岡山」、祖谷のかずら橋や、うだつの街並みなどを有する「徳島」、平和公園や端島炭坑(軍艦島)などを有する「長崎」の7府県であった。特に、「京都」「奈良」「島根」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、祇園や三年坂などのある「京都」、境港などのある「鳥取」で特に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。『テーマパーク・レジャーランド』における「千葉」「大阪」「長崎」、『美術館・博物館』における「島根」「徳島」、『芸術鑑賞』における「東京」「大阪」、『リゾート滞在(海浜)』における「沖縄」、『海水浴・マリンスポーツ』における「沖縄」。

また、現地ツアー・オプションツアー・体験プログラムへの参加率は全体で12.3%となり、前年から大きな伸びはみられなかった。都道府県別に見ると、特に、「沖縄」での参加率29.3%と、突出して高い値となった。「北海道」「鳥取」「徳島」

「高知」「長崎」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全体で見ると、前年同様、『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、東京近郊の「茨城」「栃木」「山梨」、大阪近郊の「岐阜」「滋賀」のほか「鳥取」で、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、近隣からの旅行者が多いこと、それにともない、宿泊数が少ないことなどが考えられる。

一方、平均費用が高いのは「北海道」「沖縄」である。特に、「沖縄」については『10万円以上』のシェアが3割を超え、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、それにともなう交通費の高さや滞在日数の長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9.5割を占めた。“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数字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みられる。特に『大変満足』の比率が高かったのは「沖縄」であり、その値は4割を超えた。以下、「奈良」「大阪」「北海道」「香川」と続く。

また、都道府県別に、再来訪意向(「1年以内に当該地域を再び訪れたいですか。')を見ると、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、5～9割の間でばらついており、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」が4割を超えて特に高く、次いで「大阪」「奈良」「京都」「福岡」「東京」となり、大都市を含む都府県が目立つ。

表I-2-11 旅行先(都道府県)別の現地活動(複数回答)

現地活動	自然や景勝地の訪問	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	都市観光・都会見物	観光施設・動物園・水族館	テーマパーク・レジャーランド	ドライブ	家族や親戚、友人知人訪問	美術館・博物館	祭り・イベント	季節の花見	芸術鑑賞(観劇、コンサート・ライブなど)	リゾート滞在(海浜)	写真・写生	世界遺産訪問
旅行先																		
全体	39.2	38.1	35.8	30.2	29.6	24.9	19.1	11.8	9.3	8.3	7.5	7.3	6.8	4.5	4.5	4.1	4.1	3.5
前年	38.8	37.9	33.7	29.8	29.2	23.5	18.9	10.3	8.4	6.9	7.6	7.0	6.7	4.0	5.4	3.5	3.7	3.6
北海道	48.9	44.5	44.9	23.4	33.2	27.3	24.4	13.9	4.0	13.0	7.6	6.3	8.0	5.0	3.8	2.9	6.7	1.7
青森県	36.3	43.0	34.5	33.9	25.7	20.8	8.3	8.5	0.0	17.1	7.8	6.5	6.7	9.2	2.5	0.0	1.1	5.9
岩手県	29.7	58.9	30.3	20.5	16.7	24.4	14.4	6.3	5.7	10.5	5.0	4.1	10.1	5.4	3.0	1.0	2.2	4.2
宮城県	32.3	36.6	37.4	26.7	28.2	26.6	18.0	8.8	5.1	5.3	7.0	3.9	8.1	2.7	4.4	0.5	2.8	1.3
秋田県	40.9	59.3	30.2	20.8	25.8	19.3	5.2	9.6	2.8	12.7	9.6	2.5	9.3	1.7	4.3	0.0	0.0	0.0
山形県	44.6	54.8	19.6	24.4	18.2	8.3	9.6	6.8	1.0	9.9	7.1	3.4	6.9	5.3	1.9	1.9	0.9	0.0
福島県	41.4	58.5	28.5	22.1	15.3	17.9	10.6	4.5	5.9	8.8	7.1	3.8	5.0	4.1	1.9	0.7	3.4	0.0
茨城県	41.1	27.7	22.7	23.4	16.7	16.3	21.4	15.8	5.2	12.8	11.4	2.3	9.5	8.6	3.6	7.4	6.2	0.0
栃木県	39.7	60.6	21.5	28.2	16.2	20.7	9.6	9.3	11.1	8.3	2.5	5.5	3.6	4.8	0.6	1.5	4.3	5.7
群馬県	37.4	65.0	22.8	17.8	24.8	15.0	5.6	8.1	5.2	7.4	3.3	2.7	4.6	2.5	1.3	0.0	1.8	3.1
埼玉県	44.5	13.5	32.8	29.1	24.8	28.3	18.9	11.7	1.8	11.5	11.5	13.4	9.4	7.2	4.0	1.9	0.0	3.9
千葉県	21.2	16.9	18.0	7.6	6.2	21.9	5.0	10.3	41.2	6.5	7.7	2.1	5.2	3.2	2.3	5.0	1.8	0.0
東京都	10.7	3.8	26.9	14.4	23.9	35.4	26.6	11.1	13.7	1.3	13.6	12.5	8.0	1.7	16.2	1.6	1.7	0.5
神奈川県	35.5	45.8	27.7	23.9	28.0	20.3	14.5	11.4	3.5	5.2	6.0	12.6	5.0	4.8	3.5	2.9	2.2	0.3
新潟県	38.7	46.9	32.2	21.5	21.1	23.8	9.2	7.9	2.5	10.3	8.5	3.6	5.7	4.2	1.8	2.9	1.8	0.7
富山県	45.2	34.2	32.8	23.2	33.7	17.9	23.6	5.9	2.0	4.5	2.2	2.4	4.6	0.0	1.0	0.0	4.6	1.4
石川県	42.9	51.2	40.1	42.7	42.4	22.0	26.4	6.1	3.1	3.4	8.1	16.1	5.0	1.1	0.6	0.6	1.8	3.4
福井県	35.7	49.4	39.2	31.0	27.2	10.0	10.5	14.0	5.3	6.2	3.2	11.1	0.0	3.5	2.6	1.5	4.9	2.1
山梨県	37.7	55.2	38.9	18.0	17.8	24.2	7.8	11.6	13.4	10.1	2.3	6.5	4.3	7.3	3.4	0.0	1.6	0.0
長野県	44.0	52.9	30.8	24.3	22.9	19.8	7.6	4.8	3.1	10.8	4.5	5.5	3.7	6.1	1.7	0.5	4.7	0.6
岐阜県	37.2	50.9	27.9	30.3	39.0	14.2	13.8	3.5	0.7	4.4	8.6	2.8	6.8	3.7	0.0	0.0	2.3	1.7
静岡県	37.0	56.9	34.2	19.3	21.0	18.5	9.1	11.5	5.9	9.6	4.8	5.2	5.5	5.4	0.6	7.3	4.0	1.3
愛知県	25.2	23.4	41.9	27.7	23.9	24.6	22.8	16.4	13.1	6.5	11.2	9.7	4.1	3.2	8.5	4.3	4.9	0.5
三重県	38.2	44.4	37.0	38.5	27.2	21.7	11.9	20.0	17.8	5.8	3.0	1.4	4.0	2.4	2.2	4.0	3.2	2.7
滋賀県	41.8	35.6	24.3	37.4	24.3	14.9	8.3	2.9	0.0	5.9	2.5	5.0	0.0	6.1	3.5	2.9	5.4	3.0
京都府	43.0	20.2	40.6	65.6	46.4	32.6	24.3	8.5	2.5	3.0	3.0	9.8	4.9	7.2	1.9	0.9	4.5	8.8
大阪府	9.6	7.7	37.3	13.1	23.3	32.8	24.0	13.3	27.7	1.8	11.1	5.3	8.3	2.0	15.3	1.5	4.3	0.3
兵庫県	32.0	46.0	38.4	21.0	33.8	26.7	16.6	12.5	8.3	3.1	5.7	4.1	4.7	3.1	3.0	1.6	2.3	1.4
奈良県	56.1	10.7	18.3	61.4	31.0	7.7	18.5	0.0	5.0	3.1	6.6	10.6	5.1	6.1	0.0	0.0	1.8	11.0
和歌山県	47.2	57.8	27.5	28.4	19.2	16.3	11.5	19.3	17.7	1.9	3.0	0.7	4.9	2.2	0.9	9.2	0.7	6.0
鳥取県	62.0	54.6	34.2	29.7	45.2	20.0	8.2	11.4	4.2	3.9	2.4	4.1	11.9	5.4	0.0	4.5	1.9	0.0
島根県	64.1	51.1	46.3	65.7	43.3	34.0	24.6	14.3	0.0	9.2	9.2	24.1	1.7	1.4	3.2	3.3	9.6	8.5
岡山県	37.8	24.0	31.3	40.1	32.9	28.5	23.1	5.4	7.5	5.9	7.8	6.6	6.1	4.3	3.6	0.0	1.5	0.0
広島県	42.6	17.9	40.4	48.8	30.0	20.1	24.4	7.1	3.0	4.3	3.9	3.1	6.5	1.1	3.9	3.0	2.2	12.1
山口県	46.1	47.4	35.0	43.3	31.6	22.5	20.7	15.4	4.1	7.3	5.8	4.9	7.1	0.0	0.0	0.0	6.1	1.2
徳島県	43.4	16.4	23.2	43.7	17.8	11.8	5.9	8.7	0.0	9.5	0.0	20.9	11.6	6.1	6.5	2.8	2.5	0.0
香川県	31.2	33.5	50.7	35.1	27.0	16.0	20.6	9.1	5.6	8.9	6.6	7.9	1.4	2.9	2.7	5.9	2.8	0.0
愛媛県	29.8	48.2	41.0	36.2	43.2	21.5	18.7	15.4	0.0	6.8	10.8	4.6	4.9	5.4	0.0	2.5	2.9	1.2
高知県	57.5	28.7	48.5	47.3	27.6	7.6	10.5	9.1	0.0	5.5	5.5	0.0	2.5	3.8	0.0	8.6	1.8	0.0
福岡県	17.2	16.8	42.8	19.0	29.4	33.2	17.6	6.9	5.6	6.8	12.2	3.0	8.2	2.8	11.5	2.1	1.4	1.4
佐賀県	33.9	59.5	48.0	21.7	26.4	27.5	12.6	14.3	4.5	5.0	0.0	4.5	4.6	0.0	0.0	2.9	0.0	0.0
長崎県	27.4	22.9	34.3	36.9	34.8	25.3	21.4	11.4	31.7	6.9	11.0	5.3	14.0	4.7	3.0	2.8	4.8	6.0
熊本県	43.9	52.4	44.7	25.2	26.1	26.6	19.9	8.2	8.9	15.6	17.0	4.7	10.8	1.7	3.3	3.6	4.4	2.7
大分県	40.6	67.2	35.2	19.0	31.8	17.2	9.5	11.9	6.8	8.5	3.8	4.7	1.2	3.4	0.6	0.0	5.4	1.2
宮崎県	44.2	35.8	47.5	21.2	27.3	21.0	9.6	4.4	5.4	16.5	11.6	2.2	5.8	7.7	2.2	12.5	2.2	2.2
鹿児島県	51.8	54.3	41.8	32.0	24.2	20.8	12.3	12.5	3.1	11.8	9.3	7.9	8.0	2.5	3.3	5.2	3.5	4.0
沖縄県	60.3	6.1	37.0	33.3	30.5	28.8	22.9	21.7	5.5	15.0	4.2	2.7	4.9	3.3	1.2	34.0	4.9	6.8

(注) 1回の旅行につき、単一の旅行先(都道府県)を選択したデータのみ。

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

2 日本人の国内旅行

(単位：%)

登山・トレッキング	リゾート滞在(高原)	海水浴・マリンスポーツ	スポーツ観戦	ゴルフ	アウトドア体験(カヌー、乗馬体験、気球など)	スパ・エステ	果物狩り・農林漁業体験	産業観光(工場見学、モノづくりの現場見学など)	スキー・スノーボード	生活文化体験(陶芸体験、そば打ち体験など)	サイクリング	野生動物観察(クジラ、鳥など)	マラソン・ジョギング	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	現地行動	
																	旅行先	
3.2	3.1	3.0	3.0	2.5	2.4	1.7	1.6	1.5	1.4	1.3	1.2	1.1	1.0	2.2	12.3	(9692)	全体	
3.0	2.8	2.7	2.4	2.3	2.3	1.6	1.9	1.3	1.6	1.3	1.0	1.1	0.9	2.4	13.5	(9823)	前年	
4.0	5.1	1.4	3.3	4.4	4.1	3.5	2.0	1.7	3.4	1.9	2.0	2.5	2.7	1.3	19.4	(680)	北海道	
1.3	1.3	0.0	2.3	2.2	1.4	1.1	1.4	1.4	2.2	2.4	0.0	0.0	0.0	3.4	14.0	(78)	青森県	
4.3	3.6	1.0	5.2	2.1	2.4	1.0	1.0	2.0	4.2	1.0	2.4	3.5	1.0	3.3	15.8	(83)	岩手県	
2.1	1.2	0.5	8.0	2.1	0.5	1.8	0.9	1.3	0.0	0.0	0.4	0.0	0.0	3.6	6.6	(208)	宮城県	
0.0	2.8	2.4	0.0	1.6	0.0	1.5	0.0	1.3	1.2	4.8	1.2	0.0	1.3	2.8	11.0	(68)	秋田県	
4.3	1.3	0.0	0.0	1.1	0.0	0.0	4.4	0.0	1.9	0.9	0.0	0.0	0.0	0.0	13.3	(89)	山形県	
2.8	5.3	2.4	1.4	5.5	2.9	1.6	2.8	0.0	2.7	2.1	0.0	0.0	0.7	0.7	12.4	(131)	福島県	
0.0	0.0	0.0	8.5	1.5	2.3	1.3	1.4	1.1	0.0	1.4	0.0	0.0	0.0	0.0	6.3	(74)	茨城県	
5.7	8.3	0.0	0.9	6.7	1.5	1.3	2.1	0.0	0.5	1.1	0.0	0.0	0.4	4.7	5.5	(194)	栃木県	
4.2	5.3	0.5	3.1	4.6	2.2	1.7	2.6	1.4	4.0	1.6	0.4	1.0	0.0	3.6	10.1	(208)	群馬県	
0.0	1.9	0.0	1.9	5.5	2.1	0.0	2.3	0.0	1.9	0.0	0.0	0.0	5.8	2.3	7.3	(45)	埼玉県	
1.1	0.0	3.8	2.3	3.2	1.8	1.4	0.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.4	0.0	1.8	8.1	(242)	千葉県	
1.7	0.9	1.0	6.8	0.6	0.6	1.6	1.0	0.5	0.4	0.4	0.8	0.7	1.0	2.5	8.9	(647)	東京都	
2.2	2.4	2.6	1.2	1.8	0.8	2.6	0.5	1.5	0.0	0.5	0.0	0.0	1.3	1.9	6.3	(335)	神奈川県	
1.4	2.3	3.2	2.4	0.0	0.5	0.0	0.7	1.3	9.2	1.3	0.0	0.7	0.5	3.2	7.3	(154)	新潟県	
10.3	5.0	0.0	0.0	2.0	2.0	4.7	1.0	0.0	0.0	5.6	0.0	0.0	0.0	2.9	15.6	(83)	富山県	
0.6	0.0	0.0	2.4	0.5	0.6	1.1	0.7	0.0	0.0	3.1	0.7	0.0	0.0	2.8	14.1	(153)	石川県	
2.1	1.4	13.0	3.4	2.8	5.5	0.0	0.0	0.0	1.0	0.0	0.0	0.0	2.7	0.0	5.0	(77)	福井県	
3.4	7.5	0.0	0.7	1.5	3.2	0.0	9.9	5.0	0.0	0.7	2.7	1.4	0.7	4.8	11.1	(131)	山梨県	
11.1	10.8	0.0	0.7	4.0	2.6	0.2	2.7	1.1	9.9	1.2	1.7	0.9	0.5	3.6	9.1	(399)	長野県	
3.2	3.2	0.8	0.0	1.4	1.4	0.7	2.1	0.9	3.6	0.7	1.4	0.7	1.8	1.0	9.6	(120)	岐阜県	
3.4	2.7	6.4	0.4	2.1	2.0	2.5	2.2	1.2	0.0	1.6	1.5	0.5	1.1	5.2	7.4	(419)	静岡県	
2.2	1.2	3.3	4.4	1.0	1.1	2.3	1.0	2.0	0.5	1.1	1.7	1.1	0.5	2.2	7.1	(172)	愛知県	
2.0	3.7	1.7	0.0	2.1	1.1	1.1	1.6	1.9	0.0	0.6	0.0	1.0	0.0	1.7	8.8	(179)	三重県	
0.0	4.8	7.5	0.0	3.9	7.6	3.5	0.0	0.0	0.0	1.2	2.3	0.0	0.0	0.0	6.4	(72)	滋賀県	
1.0	0.6	1.5	0.9	0.9	0.6	0.3	0.0	1.7	1.2	1.0	1.5	0.3	0.6	1.9	12.7	(291)	京都府	
1.0	1.6	0.3	6.3	1.9	0.7	1.6	0.6	0.3	0.3	1.3	0.7	0.9	0.9	2.3	8.9	(296)	大阪府	
0.7	0.4	0.8	4.3	1.3	2.6	1.6	0.7	3.1	0.0	2.2	0.0	1.3	0.8	2.7	3.9	(226)	兵庫県	
4.5	1.4	1.7	0.0	1.5	0.0	0.0	1.8	0.0	0.0	1.8	1.5	1.5	1.5	0.0	4.8	(57)	奈良県	
0.9	0.7	11.4	0.0	1.8	6.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.7	1.4	0.9	3.5	6.5	(121)	和歌山県	
3.5	3.5	2.5	0.0	4.5	0.0	0.0	2.1	0.0	1.7	4.1	0.0	0.0	0.0	0.0	20.0	(46)	鳥取県	
4.5	1.8	1.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.5	0.0	0.0	0.0	2.8	0.0	1.9	5.9	(57)	島根県	
1.5	1.3	0.0	2.2	1.1	0.0	1.1	5.1	1.1	0.0	1.1	0.0	1.1	0.0	0.0	5.9	(75)	岡山県	
2.8	0.6	1.1	7.6	1.1	0.0	2.1	0.0	1.1	1.2	0.0	1.7	1.1	1.7	0.0	5.7	(153)	広島県	
0.0	0.0	1.3	2.5	1.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.2	1.4	11.2	(72)	山口県	
5.9	0.0	0.0	0.0	8.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	8.7	18.3	(33)	徳島県	
1.3	3.3	0.0	0.0	0.0	0.0	2.7	0.0	1.8	0.0	1.7	0.0	0.0	0.0	0.0	15.7	(60)	香川県	
3.7	0.0	0.0	0.0	0.0	1.3	0.0	0.0	1.2	0.0	2.6	1.4	0.0	1.4	1.3	10.1	(66)	愛媛県	
2.4	3.6	5.7	0.0	5.8	10.2	0.0	0.0	1.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	8.8	20.6	(45)	高知県	
1.0	0.3	1.4	5.3	0.9	0.8	1.2	2.1	0.8	0.0	0.0	1.1	0.0	0.9	2.0	9.1	(239)	福岡県	
2.4	0.0	2.9	7.9	5.1	0.0	2.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.2	(38)	佐賀県	
0.0	1.0	0.9	0.0	1.1	2.5	0.0	1.6	0.0	0.0	0.0	1.0	0.8	0.0	1.6	22.2	(105)	長崎県	
2.9	2.8	1.0	3.3	0.9	4.0	1.0	0.0	0.0	0.0	0.9	0.0	2.0	0.0	0.0	5.5	(100)	熊本県	
4.3	1.9	0.0	2.5	2.2	0.0	1.8	1.0	0.7	1.1	0.0	0.6	1.3	0.6	2.4	7.5	(155)	大分県	
4.1	0.0	11.1	5.2	10.5	3.9	0.0	2.2	4.5	2.2	2.2	2.2	5.9	2.2	0.0	9.1	(51)	宮崎県	
8.8	0.9	6.8	0.0	3.2	5.6	1.6	1.6	2.5	0.0	3.2	0.9	2.6	0.8	2.5	10.9	(113)	鹿児島県	
1.3	1.0	25.4	0.4	3.7	10.1	2.1	1.8	3.5	0.0	2.9	2.7	3.1	1.1	2.1	29.3	(394)	沖縄県	

資料：(公財)日本交通公社「JTB旅行実態調査」

表I-2-12 旅行先(都道府県)別の旅行費用価格帯

(単位：%) (単位：円)

消費額 旅行先	消費額									平均費用 (概数)	サンプル数
	1万円未満	1万円以上 2万円未満	2万円以上 3万円未満	3万円以上 4万円未満	4万円以上 5万円未満	5万円以上 7万円未満	7万円以上～ 10万円未満	10万円以上			
全体	3.7	13.5	17.4	14.5	12.4	13.3	9.6	11.5	53,058	(9305)	
前年	4.4	14.7	18.5	14.8	12.5	13.3	9.5	12.3	52,829	(9501)	
北海道	3.2	10.0	9.3	8.1	13.8	18.4	14.2	22.9	71,567	(647)	
青森県	3.4	16.9	22.5	15.2	8.7	15.8	10.4	7.1	47,897	(73)	
岩手県	6.8	20.6	10.7	12.8	12.0	14.9	14.7	7.4	48,235	(80)	
宮城県	4.6	14.7	26.2	14.9	16.0	8.6	7.1	8.0	43,247	(202)	
秋田県	1.3	15.1	16.5	27.5	5.1	11.9	7.5	15.2	57,046	(66)	
山形県	3.8	19.1	22.2	16.5	7.3	16.0	5.2	9.8	46,687	(87)	
福島県	5.5	27.0	19.5	22.6	10.7	4.4	7.0	3.3	35,847	(128)	
茨城県	12.6	22.4	22.0	15.7	12.0	7.0	5.5	2.9	32,827	(73)	
栃木県	4.5	29.0	26.1	15.9	8.7	5.5	6.6	3.7	34,598	(191)	
群馬県	5.3	27.3	27.3	10.4	9.4	11.9	5.7	2.6	35,171	(198)	
埼玉県	13.1	14.6	14.4	17.6	12.9	10.6	8.4	8.5	45,061	(41)	
千葉県	4.4	20.9	22.4	10.7	9.3	9.6	9.1	13.6	54,037	(229)	
東京都	3.3	6.9	15.0	16.0	16.2	19.1	11.2	12.2	57,242	(623)	
神奈川県	5.0	20.3	23.1	14.9	15.0	8.6	5.8	7.3	42,985	(324)	
新潟県	2.9	21.4	21.5	13.6	16.5	13.0	5.4	5.6	42,001	(148)	
富山県	4.9	8.0	20.3	23.0	8.4	7.1	9.5	18.8	58,907	(78)	
石川県	3.6	10.0	21.0	21.5	16.1	14.7	6.4	6.6	45,362	(146)	
福井県	11.5	27.7	18.1	13.8	2.8	4.9	15.7	5.5	39,797	(71)	
山梨県	10.4	23.6	25.3	18.8	9.5	5.6	5.4	1.5	31,018	(124)	
長野県	4.2	16.8	21.9	20.3	14.0	10.5	5.5	6.8	42,402	(382)	
岐阜県	7.0	31.4	23.3	14.0	10.4	7.4	3.6	3.0	32,976	(115)	
静岡県	4.6	23.9	22.9	17.6	9.1	12.3	3.2	6.1	38,929	(396)	
愛知県	6.9	14.4	21.5	14.7	17.9	10.0	5.7	8.9	45,634	(165)	
三重県	5.6	17.7	17.0	18.0	13.7	12.3	7.7	8.1	45,300	(168)	
滋賀県	13.0	21.9	22.5	17.6	8.9	5.4	10.7	0.0	32,065	(69)	
京都府	2.0	10.3	17.6	15.3	12.0	14.7	12.8	15.3	58,552	(279)	
大阪府	3.0	11.4	17.1	16.2	19.5	11.8	11.1	9.9	51,162	(281)	
兵庫県	3.8	15.5	28.0	18.6	10.9	12.4	5.0	5.8	41,074	(223)	
奈良県	15.8	10.9	18.9	18.5	5.4	13.2	6.6	10.7	45,239	(56)	
和歌山県	2.4	15.5	26.4	15.4	13.4	12.8	6.0	8.1	44,732	(120)	
鳥取県	4.8	19.7	29.9	17.3	13.5	13.0	0.0	1.9	33,928	(44)	
島根県	5.0	14.2	26.9	12.2	14.9	12.1	8.2	6.5	44,501	(55)	
岡山県	5.3	22.8	22.7	23.1	10.5	9.1	1.3	5.1	36,430	(71)	
広島県	3.2	10.7	20.1	26.0	13.1	12.0	5.6	9.4	48,825	(145)	
山口県	2.4	17.6	19.8	14.7	22.0	7.9	11.6	4.0	44,994	(70)	
徳島県	0.0	22.4	17.7	16.3	23.1	8.8	2.6	9.0	47,498	(33)	
香川県	4.2	11.2	19.0	18.5	26.1	11.4	7.9	1.7	40,594	(59)	
愛媛県	5.3	16.4	25.8	11.9	15.9	11.3	9.7	3.7	42,085	(65)	
高知県	5.8	10.7	27.3	7.7	9.6	14.4	13.5	11.0	54,776	(43)	
福岡県	4.4	15.7	23.3	17.0	11.3	13.1	7.0	8.2	44,555	(229)	
佐賀県	3.1	20.8	28.2	12.7	11.1	14.3	5.4	4.5	38,507	(37)	
長崎県	1.7	17.6	12.7	12.0	14.3	10.9	14.8	15.9	62,312	(98)	
熊本県	2.5	15.1	24.0	18.7	12.5	11.5	6.6	9.1	47,509	(99)	
大分県	10.8	23.2	22.9	13.2	8.1	7.6	8.3	5.9	38,129	(152)	
宮崎県	4.0	20.4	13.4	15.0	14.6	19.2	3.6	9.8	49,778	(49)	
鹿児島県	1.6	8.2	10.0	16.4	16.2	20.4	10.8	16.5	62,520	(110)	
沖縄県	1.3	1.9	4.7	8.2	8.0	25.4	18.2	32.5	90,386	(365)	

(注) 1回の旅行につき、単一の旅行先(都道府県)を選択したデータのみ。

資料：(公財)日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

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

表I-2-13 旅行先(都道府県)別の満足度、再来訪意向

(単位：%)

旅行先	満足度								サンプル数
	大変満足	満足	やや満足	どちらでもない	やや不満	不満	大変不満	満足度指数	
全体	28.6	46.8	19.0	4.5	0.7	0.1	0.3	5.97	(9692)
前年	28.4	46.3	19.2	4.9	0.8	0.1	0.2	5.95	(9823)
北海道	33.5	42.0	17.2	6.0	0.6	0.1	0.5	5.99	(680)
青森県	23.5	41.9	23.8	10.9	0.0	0.0	0.0	5.78	(78)
岩手県	31.5	33.0	24.1	4.1	4.9	0.0	2.5	5.72	(83)
宮城県	26.4	43.3	22.9	5.3	1.3	0.0	0.9	5.85	(208)
秋田県	26.1	47.3	17.1	5.5	4.0	0.0	0.0	5.86	(68)
山形県	29.1	48.6	18.3	1.9	1.0	1.2	0.0	5.99	(89)
福島県	28.7	47.1	18.1	5.4	0.0	0.7	0.0	5.97	(131)
茨城県	18.4	42.8	30.4	4.9	2.5	0.0	1.1	5.65	(74)
栃木県	20.8	49.5	24.4	4.2	1.1	0.0	0.0	5.85	(194)
群馬県	20.8	48.7	20.5	7.7	2.4	0.0	0.0	5.78	(208)
埼玉県	28.7	52.4	17.1	1.8	0.0	0.0	0.0	6.08	(45)
千葉県	29.5	44.9	18.8	6.4	0.4	0.0	0.0	5.97	(242)
東京都	30.2	48.1	16.3	4.9	0.5	0.0	0.0	6.03	(647)
神奈川県	26.7	52.0	17.4	2.8	0.6	0.5	0.0	6.00	(335)
新潟県	24.4	47.1	19.1	6.9	1.7	0.0	0.7	5.82	(154)
富山県	26.4	42.6	24.8	5.0	1.2	0.0	0.0	5.88	(83)
石川県	27.6	41.0	26.1	4.5	0.7	0.0	0.0	5.90	(153)
福井県	16.9	61.1	18.2	3.8	0.0	0.0	0.0	5.91	(77)
山梨県	27.0	48.1	21.3	2.9	0.6	0.0	0.0	5.98	(131)
長野県	27.2	51.1	17.1	3.5	0.7	0.0	0.4	5.99	(399)
岐阜県	19.4	46.0	24.6	9.9	0.0	0.0	0.0	5.75	(120)
静岡県	20.5	47.8	24.3	6.8	0.2	0.4	0.0	5.80	(419)
愛知県	26.4	45.9	20.0	5.6	1.4	0.0	0.7	5.88	(172)
三重県	31.4	42.8	19.7	5.5	0.6	0.0	0.0	5.99	(179)
滋賀県	29.8	42.9	25.7	1.6	0.0	0.0	0.0	6.01	(72)
京都府	28.0	50.1	18.3	3.3	0.0	0.3	0.0	6.02	(291)
大阪府	35.4	42.0	18.3	3.6	0.0	0.0	0.6	6.07	(296)
兵庫県	26.5	50.8	19.4	3.3	0.0	0.0	0.0	6.01	(226)
奈良県	39.0	36.9	20.8	3.3	0.0	0.0	0.0	6.12	(57)
和歌山県	32.2	48.1	18.0	0.9	0.8	0.0	0.0	6.10	(121)
鳥取県	18.3	43.2	29.6	6.8	2.1	0.0	0.0	5.69	(46)
島根県	28.7	51.3	16.8	3.2	0.0	0.0	0.0	6.06	(57)
岡山県	16.9	52.4	20.8	6.3	2.5	0.0	1.1	5.71	(75)
広島県	30.0	49.3	14.6	4.0	1.6	0.0	0.6	6.00	(153)
山口県	24.1	52.0	14.8	6.9	2.3	0.0	0.0	5.89	(72)
徳島県	22.8	58.2	16.1	2.9	0.0	0.0	0.0	6.01	(33)
香川県	32.4	38.6	23.6	1.4	2.7	0.0	1.4	5.91	(60)
愛媛県	18.8	46.0	28.7	5.3	0.0	0.0	1.3	5.73	(66)
高知県	26.2	35.5	32.8	1.9	3.6	0.0	0.0	5.79	(45)
福岡県	24.6	50.5	20.2	3.6	0.7	0.0	0.4	5.93	(239)
佐賀県	24.8	41.0	22.8	9.2	2.2	0.0	0.0	5.77	(38)
長崎県	21.5	51.8	18.3	4.4	4.0	0.0	0.0	5.82	(105)
熊本県	23.9	54.5	14.4	7.2	0.0	0.0	0.0	5.95	(100)
大分県	29.0	46.5	18.6	5.3	0.7	0.0	0.0	5.98	(155)
宮崎県	29.1	41.4	22.2	7.3	0.0	0.0	0.0	5.92	(51)
鹿児島県	29.6	49.7	16.8	3.1	0.8	0.0	0.0	6.04	(113)
沖縄県	40.7	38.8	15.2	3.6	0.8	0.0	0.8	6.12	(394)

(注) 1回の旅行につき、単一の旅行先(都道府県)を選択したデータのみ。

(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

(単位：%)

旅行先	再来訪意向(1年以内)							再来訪意向指数	サンプル数
	大変そう思う	そう思う	やや思う	どちらでもない	あまり思わない	思わない	全く思わない		
全体	27.6	34.1	18.9	12.4	4.1	2.2	0.7	5.59	(9692)
前年	27.9	33.7	19.7	11.7	4.1	2.1	0.8	5.60	(9823)
北海道	32.6	33.6	17.0	11.6	2.7	2.2	0.3	5.74	(680)
青森県	18.8	29.5	21.6	17.3	5.8	7.0	0.0	5.17	(78)
岩手県	21.3	25.3	20.5	18.2	7.2	7.6	0.0	5.13	(83)
宮城県	27.9	33.1	20.5	11.8	4.1	1.3	1.3	5.59	(208)
秋田県	22.9	27.2	26.5	11.9	9.9	1.6	0.0	5.36	(68)
山形県	29.2	25.8	19.5	17.5	5.8	2.2	0.0	5.49	(89)
福島県	23.8	34.9	18.4	14.4	4.3	4.2	0.0	5.47	(131)
茨城県	18.3	27.2	26.6	12.9	11.6	3.4	0.0	5.17	(74)
栃木県	22.0	36.6	21.7	13.9	2.6	1.9	1.3	5.51	(194)
群馬県	21.4	31.6	18.8	12.3	8.4	4.8	2.6	5.21	(208)
埼玉県	28.8	37.4	11.9	17.4	2.1	2.4	0.0	5.66	(45)
千葉県	28.0	31.8	18.7	13.4	5.6	1.5	1.0	5.55	(242)
東京都	34.6	38.5	14.0	9.7	1.5	1.5	0.3	5.90	(647)
神奈川県	27.0	43.2	15.5	8.9	3.9	1.6	0.0	5.76	(335)
新潟県	23.3	26.5	16.9	22.0	4.0	4.9	2.5	5.19	(154)
富山県	20.4	35.8	19.1	14.0	7.6	1.2	2.0	5.36	(83)
石川県	21.8	29.5	25.6	13.8	5.5	3.0	0.7	5.36	(153)
福井県	9.6	43.4	29.0	9.2	7.6	1.2	0.0	5.34	(77)
山梨県	18.6	37.1	23.6	13.6	4.7	2.4	0.0	5.44	(131)
長野県	29.3	34.0	17.3	14.9	3.6	0.7	0.2	5.67	(399)
岐阜県	20.0	32.4	19.3	16.6	7.3	2.9	1.4	5.27	(120)
静岡県	19.8	35.7	22.1	14.9	3.8	2.0	1.7	5.40	(419)
愛知県	22.8	34.5	24.1	12.0	3.7	2.2	0.6	5.51	(172)
三重県	26.0	29.5	26.3	10.9	5.1	1.2	1.0	5.53	(179)
滋賀県	22.8	36.1	26.9	6.9	2.4	3.7	1.2	5.54	(72)
京都府	36.2	31.9	19.0	8.4	2.2	2.1	0.3	5.84	(291)
大阪府	38.1	36.6	14.7	8.7	0.3	1.0	0.6	5.98	(296)
兵庫県	25.0	36.7	18.6	12.6	5.4	0.8	0.9	5.57	(226)
奈良県	38.1	28.5	21.4	4.9	5.1	1.9	0.0	5.84	(57)
和歌山県	28.4	30.7	21.2	12.9	4.4	1.5	0.9	5.58	(121)
鳥取県	17.9	20.6	23.7	25.0	4.2	6.7	1.9	4.95	(46)
島根県	14.5	26.8	22.6	23.7	10.8	1.7	0.0	5.06	(57)
岡山県	15.8	32.5	17.3	22.6	9.0	1.5	1.3	5.14	(75)
広島県	24.9	35.0	21.1	10.7	4.3	1.2	2.8	5.51	(153)
山口県	13.8	36.7	17.5	16.1	7.8	6.8	1.3	5.07	(72)
徳島県	11.3	44.7	28.2	2.5	5.2	5.1	2.9	5.27	(33)
香川県	17.9	45.6	24.2	5.0	1.4	3.1	2.7	5.53	(60)
愛媛県	19.0	36.4	31.3	6.1	7.2	0.0	0.0	5.54	(66)
高知県	15.6	36.4	30.3	7.4	6.5	3.9	0.0	5.36	(45)
福岡県	35.7	33.8	15.9	9.9	2.4	1.3	0.9	5.83	(239)
佐賀県	27.4	19.2	27.4	12.3	6.7	4.8	2.2	5.25	(38)
長崎県	23.4	31.2	23.4	11.4	6.1	3.6	0.9	5.40	(105)
熊本県	30.2	37.0	22.4	4.3	4.3	1.7	0.0	5.79	(100)
大分県	29.2	31.7	19.3	15.8	0.7	2.6	0.7	5.62	(155)
宮崎県	33.0	23.4	29.5	10.6	2.0	1.6	0.0	5.70	(51)
鹿児島県	24.3	38.8	18.5	13.7	2.3	2.3	0.0	5.62	(113)
沖縄県	41.7	31.0	12.7	8.1	4.1	1.4	1.0	5.90	(394)

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(同行者×ライフステージ)別の旅行動向
同行者とライフステージで大きく異なる旅行動向

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

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、「子育て中の女性による友人旅行」を除く全てのセグメントにおいて『1~2か月前』の申し込みが3~4割を占め、最大シェアとなった。

『旅行の1か月以上前』と『旅行まで1か月前を切ってから』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か月以上前』の割合が高い。

前者の内、『3か月以上前』に申し込む比率が3.5割を超えたのは「小中校生の子どもと一緒にの家族旅行」「3世代家族旅行」「子育て中の女性による友人旅行」「子育て後の男性・女性による友人旅行」であり、これらのセグメントは早くから旅行を計画する傾向にある。

後者の『旅行まで1か月前を切ってから』申し込む割合が4割を超えたのは「未婚男性による友人旅行」「ひとり旅」であった。特に、「男性のひとり旅」は、『1週間以内』の割合が1.5割を超えており、他セグメントに比べ、直前に計画して旅行を申し込む傾向がみられる。

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

(単位：%)

マーケットセグメント	申し込み時期										サンプル数
	1年以上前	半年~1年前	3~5か月前	1~2か月前	3~4週間前	1~2週間前	4~6日前	2~3日前	出発前日	当日/出発後	
全体	0.9	6.8	21.1	35.8	15.0	11.8	3.3	2.8	0.9	1.5	(9228)
前年	0.9	5.7	19.1	37.8	15.3	12.6	3.4	2.9	0.8	1.4	(9376)
家族旅行	1.4	8.5	22.7	35.6	13.8	11.2	2.2	2.4	1.1	1.2	(2375)
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)	1.3	8.7	23.3	34.9	11.6	14.2	1.8	2.5	0.8	0.9	(492)
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)	1.3	8.8	25.0	36.1	14.0	8.1	2.2	1.8	1.3	1.4	(981)
18歳以上のみの家族旅行	1.4	8.1	19.9	35.5	14.7	12.8	2.4	2.9	1.1	1.3	(902)
※3世代家族旅行	2.2	11.5	26.5	34.5	13.4	8.2	2.3	0.9	0.4	0.2	(721)
夫婦・カップル旅行	0.8	5.8	19.5	37.7	16.8	11.5	3.5	2.9	0.8	0.8	(3203)
カップルでの旅行	1.6	6.5	17.5	38.4	14.4	12.9	3.2	3.8	0.9	0.8	(698)
夫婦での旅行(子どもなし)	0.8	6.5	20.4	33.1	20.0	11.2	3.1	2.8	0.8	1.3	(884)
子育て中の夫婦での旅行(末子が18歳未満)	0.0	5.7	23.7	33.3	12.6	13.0	5.2	2.8	3.2	0.6	(154)
子育て後の夫婦での旅行(末子が18歳以上)	0.4	5.0	19.5	40.6	16.4	10.9	3.7	2.6	0.6	0.5	(1467)
友人旅行	0.6	7.4	23.5	38.7	13.8	10.4	2.3	1.5	0.4	1.3	(1867)
未婚男性による友人旅行	0.9	6.9	18.0	32.8	15.3	15.9	4.1	2.4	0.9	2.9	(405)
既婚男性による友人旅行(子どもなし)	0.0	8.4	21.7	42.8	12.8	3.3	1.3	4.2	3.2	2.3	(80)
子育て中の男性による友人旅行(末子が18歳未満)	0.7	8.3	21.5	40.9	8.3	14.1	4.7	0.7	0.0	0.7	(117)
子育て後の男性による友人旅行(末子が18歳以上)	0.3	8.8	31.0	42.2	8.1	8.2	0.6	0.7	0.0	0.0	(275)
未婚女性による友人旅行	0.2	5.5	21.5	40.8	19.1	8.8	1.4	1.4	0.2	1.1	(396)
既婚女性による友人旅行(子どもなし)	0.0	3.8	24.1	38.4	10.1	14.0	3.4	1.6	0.7	3.8	(128)
子育て中の女性による友人旅行(末子が18歳未満)	2.5	9.1	36.0	21.5	10.4	9.2	8.8	2.5	0.0	0.0	(38)
子育て後の女性による友人旅行(末子が18歳以上)	0.8	9.4	25.2	40.6	14.3	7.3	1.3	0.9	0.0	0.2	(426)
ひとり旅	1.0	5.3	19.0	29.1	14.6	15.2	5.7	5.0	1.5	3.5	(1614)
男性のひとり旅	1.6	5.7	16.8	29.1	14.2	15.5	5.5	6.0	1.7	4.0	(1074)
女性のひとり旅	0.0	4.5	23.6	29.0	15.5	14.7	5.9	3.2	0.9	2.5	(540)

※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

②マーケットセグメントと出発月・出発日

全体で見ると、旅行の出発月に関しては前年同様、『8月』出発の旅行が最も多く、『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』のシェアが他セグメントに比べて高く、なかでも「小中高生の子どもと一緒に家族旅行」「3世代家族旅行」は2割を超える。

一方、「夫婦・カップル旅行」や「友人旅行」、「ひとり旅」も『8月』が最も多いもの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変動しない。

旅行の出発日については『月～木曜日』が約3割と最多シェ

アを占め、前年と同様の傾向がみられた。政府と経済界が提唱・推進して2月から実施された「プレミアムフライデー」の影響はほぼみられなかった。

出発日は出発月と比べてマーケットセグメントによる差が大きい。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	年未年始	土曜日	日曜・祝祭日	月～木曜日	金曜日	
全体	5.5	5.4	9.8	6.6	10.2	7.8	8.1	14.8	8.9	7.5	8.3	7.1	10.8	4.8	3.5	19.3	15.0	31.7	14.9	(9692)
前年	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	(9823)
家族旅行	6.0	5.0	10.0	6.2	10.6	6.9	7.9	19.2	7.3	6.2	6.8	7.8	18.7	7.3	6.1	18.1	15.9	20.8	13.1	(2500)
乳幼児の子どもと一緒に家族旅行(小中高生を含まない)	5.8	5.6	7.9	5.5	10.9	8.0	8.7	18.7	8.1	6.1	8.0	6.6	17.4	6.9	4.6	19.4	16.9	21.2	13.6	(513)
小中高生の子どもと一緒に家族旅行(乳幼児連れも含む)	6.3	4.2	11.3	6.0	9.8	6.3	8.9	22.7	4.4	6.4	4.6	9.2	25.1	7.9	7.9	17.6	14.4	14.7	12.5	(1026)
18歳以上のみの家族旅行	5.9	5.7	9.7	6.8	11.2	6.8	6.5	15.7	10.0	6.1	8.6	7.0	12.7	6.9	5.1	17.8	16.9	27.0	13.6	(962)
※3世代家族旅行	6.5	5.3	9.5	5.0	9.0	7.5	7.6	23.2	5.1	7.0	7.4	7.0	21.0	5.7	6.7	19.5	16.1	16.9	14.1	(752)
夫婦・カップル旅行	5.9	5.3	9.4	6.3	10.2	7.1	8.9	13.5	9.0	7.9	9.4	7.2	8.6	4.1	3.1	19.8	15.5	34.2	14.7	(3322)
カップルでの旅行	5.3	6.6	8.3	6.2	10.0	5.8	8.5	13.4	9.4	8.1	8.6	9.7	8.7	5.2	4.3	22.1	15.9	28.2	15.8	(740)
夫婦での旅行(子どもなし)	5.1	4.4	7.8	6.6	12.0	6.7	9.0	13.8	8.5	8.6	9.6	8.0	8.8	5.5	3.8	23.2	17.2	27.8	13.7	(933)
子育て中の夫婦での旅行(末子が18歳未満)	7.5	7.5	6.4	5.4	10.6	8.3	7.8	17.2	6.8	8.2	9.6	4.8	16.9	1.8	3.6	21.1	18.5	15.9	22.1	(161)
子育て後の夫婦での旅行(末子が18歳以上)	6.5	4.9	11.2	6.4	9.1	8.0	9.2	12.9	9.2	7.3	9.7	5.7	7.5	3.0	1.9	16.5	14.0	43.1	14.0	(1488)
友人旅行	4.5	5.9	9.5	6.6	10.0	8.8	7.4	14.3	10.2	7.8	8.8	6.3	7.6	3.6	1.7	21.6	13.2	35.5	16.7	(1985)
未婚男性による友人旅行	6.0	6.7	11.8	7.8	9.6	7.8	5.7	20.3	7.9	6.3	5.8	4.2	13.8	5.5	2.4	25.1	14.1	22.2	16.8	(442)
既婚男性による友人旅行(子どもなし)	3.7	1.1	9.8	5.9	3.9	14.1	9.9	11.1	14.9	7.5	10.5	7.7	4.8	6.2	4.7	31.3	11.5	25.7	15.8	(88)
子育て中の男性による友人旅行(末子が18歳未満)	6.7	5.4	7.9	7.2	5.7	9.5	5.6	19.0	10.0	11.7	7.7	3.5	4.9	1.7	1.4	35.1	7.5	25.2	24.2	(120)
子育て後の男性による友人旅行(末子が18歳以上)	4.5	6.2	7.2	6.3	11.6	8.7	8.5	6.9	14.9	8.4	10.8	6.0	3.1	2.2	0.3	18.5	13.3	43.4	19.2	(285)
未婚女性による友人旅行	3.2	8.7	8.3	4.5	9.7	8.3	7.1	16.5	10.0	7.2	8.0	8.4	11.0	5.2	3.2	21.3	14.1	29.0	16.1	(424)
既婚女性による友人旅行(子どもなし)	3.6	4.9	9.0	4.5	8.6	8.6	8.7	14.7	9.0	8.6	11.6	8.3	6.3	2.4	1.2	24.3	9.4	39.2	17.1	(133)
子育て中の女性による友人旅行(末子が18歳未満)	6.3	2.4	8.9	8.9	14.8	12.4	10.0	4.2	11.3	6.4	5.3	8.8	4.2	5.2	0.0	20.8	17.0	24.0	28.8	(38)
子育て後の女性による友人旅行(末子が18歳以上)	3.9	4.1	10.4	8.0	11.8	9.0	7.9	11.1	9.1	8.3	10.4	6.0	3.1	1.4	0.4	14.1	14.2	54.2	12.6	(454)
ひとり旅	5.4	5.6	10.3	7.5	9.9	9.0	8.0	12.2	9.1	8.1	7.7	7.1	7.5	4.1	2.9	17.9	14.9	37.6	15.0	(1688)
男性のひとり旅	5.7	6.2	9.7	7.1	9.6	8.7	8.1	13.4	8.6	7.7	7.8	7.4	9.0	3.8	3.2	18.6	14.6	36.2	14.5	(1121)
女性のひとり旅	4.7	4.4	11.5	8.3	10.7	9.8	7.7	9.8	10.2	8.9	7.6	6.6	4.6	4.7	2.4	16.6	15.5	40.3	16.0	(568)

※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

③マーケットセグメントと交通手段

●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歳未満の子どものと一緒の家族旅行」では5～6割を占める。子どもが大きくなるにつれ、『自家用車』利用率は減少するが、「3世代家族旅行」においてはやはり『自家用車』の利用率が高い。

「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』や『飛行機』の利用率が「家族旅行」よりも高い。

「友人旅行」は、男性はライフステージに関係なく『自家用車』利用が最も多い一方、女性は「子育て中」を除き、『列車』利用が最も多い。また、男女問わず、「子育て後」の旅行では、『バス』利用も多くなっている。

「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』利用は男性でも約2割、女性では1割にとどまる。さらに、女性の『バス』利用率の高さも特徴として挙げられる。

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	自家用車			列車			飛行機			バス・貸切バス	レンタカー			その他	サンプル数
	高速道路利用	高速道路利用なし	高速道路利用なし	新幹線・有料特急利用	新幹線・有料特急利用なし	新幹線・有料特急利用なし	JAL・ANA利用	JAL・ANA以外利用	JAL・ANA以外利用		高速道路利用	高速道路利用なし	高速道路利用なし		
全体	38.8	32.6	6.3	26.3	21.2	5.2	24.4	18.8	5.6	6.9	2.5	2.1	0.4	1.0	(9692)
前年	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)
家族旅行	50.9	44.0	6.8	20.9	17.0	3.8	20.9	16.9	4.0	3.5	3.0	2.8	0.2	0.9	(2500)
乳幼児の子どもと一緒の家族旅行(小中高生を含まない)	61.1	53.5	7.6	15.7	12.6	3.0	18.6	14.5	4.1	1.3	2.5	2.2	0.4	0.7	(513)
小中高生の子どもと一緒の家族旅行(乳幼児連れも含む)	54.3	48.2	6.1	18.1	14.9	3.2	22.0	18.6	3.4	2.0	3.0	2.9	0.1	0.6	(1026)
18歳以上のみの家族旅行	41.7	34.5	7.2	26.6	21.6	4.9	21.0	16.4	4.6	6.2	3.3	3.0	0.3	1.3	(962)
※3世代家族旅行	51.2	45.1	6.1	17.8	14.8	3.0	24.5	18.9	5.6	2.0	4.1	3.6	0.5	0.3	(752)
夫婦・カップル旅行	47.0	39.9	7.1	23.1	19.1	4.0	23.1	18.7	4.4	3.7	2.3	1.9	0.4	0.8	(3322)
カップルでの旅行	41.9	34.3	7.6	28.3	22.0	6.3	22.6	16.7	5.8	2.4	4.0	3.8	0.2	0.8	(740)
夫婦での旅行(子どもなし)	48.2	42.1	6.1	23.7	18.9	4.8	22.6	18.6	4.0	2.1	2.9	2.2	0.8	0.4	(933)
子育て中の夫婦での旅行(末子が18歳未満)	42.4	37.2	5.1	27.1	24.9	2.2	26.1	19.0	7.0	2.2	2.3	1.8	0.5	0.0	(161)
子育て後の夫婦での旅行(末子が18歳以上)	49.3	41.7	7.6	19.6	17.1	2.5	23.4	19.8	3.6	5.6	0.9	0.7	0.2	1.1	(1488)
友人旅行	29.7	24.6	5.1	31.6	24.9	6.7	22.0	16.6	5.4	12.1	3.6	3.0	0.6	1.0	(1985)
未婚男性による友人旅行	30.7	26.7	4.0	30.3	21.2	9.1	23.0	15.8	7.2	8.5	6.7	5.9	0.8	0.8	(442)
既婚男性による友人旅行(子どもなし)	41.5	34.6	6.8	19.8	14.5	5.3	27.4	24.5	2.9	9.4	2.0	2.0	0.0	0.0	(88)
子育て中の男性による友人旅行(末子が18歳未満)	41.0	39.6	1.4	20.7	15.1	5.6	22.5	17.1	5.4	11.2	3.8	3.8	0.0	0.8	(120)
子育て後の男性による友人旅行(末子が18歳以上)	35.7	27.7	7.9	25.6	18.9	6.6	18.3	12.2	6.1	15.9	2.6	2.6	0.0	2.0	(285)
未婚女性による友人旅行	22.3	19.4	2.9	37.0	29.1	7.8	27.3	20.9	6.5	8.6	4.9	3.6	1.3	0.0	(424)
既婚女性による友人旅行(子どもなし)	29.9	25.8	4.0	41.2	38.3	2.9	16.3	13.0	3.3	11.3	1.3	0.0	1.3	0.0	(133)
子育て中の女性による友人旅行(末子が18歳未満)	33.4	28.7	4.7	30.0	27.0	3.0	26.9	26.9	0.0	6.7	3.0	3.0	0.0	0.0	(38)
子育て後の女性による友人旅行(末子が18歳以上)	26.5	19.0	7.4	34.0	28.7	5.3	18.6	14.9	3.7	17.9	1.0	0.6	0.4	2.0	(454)
ひとり旅	15.8	10.7	5.0	34.4	26.6	7.8	36.2	25.1	11.1	11.2	1.1	0.7	0.4	1.4	(1688)
男性のひとり旅	18.7	12.5	6.2	31.7	23.5	8.3	38.5	27.2	11.4	7.9	1.5	0.9	0.5	1.6	(1121)
女性のひとり旅	9.8	7.1	2.7	39.8	32.8	7.0	31.5	20.9	10.5	17.7	0.3	0.2	0.2	1.0	(568)

※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

●旅行先での主な交通手段（複数回答）

前年同様、旅行先での主な交通手段は、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4～5割と高く、特に、「乳幼児の子どもと一緒にの家族旅行」では、約6割を占めた。

「友人旅行」では、ライフステージによって状況が異なる。

男女ともに未婚の3～4割が『列車』を利用しており、子育て後の約2割が『貸切バス・定期観光バス』を利用している。

「ひとり旅」においては、約半数が『列車』を利用。また、約2割が『路線バス』を利用しており、他セグメントより高い利用率となっている。

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

(単位：%)

旅行先での主な交通手段	自家用車	列車	レンタカー	路線バス	タクシー・ハイヤー	飛行機	定期観光バス・貸切バス	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	36.4	28.6	13.7	12.7	9.8	8.8	7.4	4.5	3.1	1.3	1.3	7.3	(9692)
前年	35.7	29.3	12.4	12.9	8.9	8.4	7.6	4.5	2.4	1.1	1.7	8.0	(9823)
家族旅行	48.1	22.8	15.6	10.8	9.2	9.9	5.0	5.1	3.7	1.5	0.7	7.1	(2500)
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)	60.1	17.4	16.6	7.7	7.0	11.8	3.1	4.8	2.4	1.1	0.7	7.0	(513)
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)	50.0	22.8	14.8	10.1	9.6	11.4	3.8	5.1	4.9	1.6	0.6	7.3	(1026)
18歳以上のみの家族旅行	39.8	25.6	15.8	13.3	10.0	7.2	7.3	5.2	3.0	1.6	0.9	6.9	(962)
※3世代家族旅行	48.9	22.0	21.2	10.9	12.6	14.2	5.8	7.0	5.6	3.5	0.7	7.2	(752)
夫婦・カップル旅行	43.8	22.9	14.0	9.6	9.1	7.9	6.9	4.4	2.9	1.2	1.1	6.6	(3322)
カップルでの旅行	40.2	31.7	16.9	12.4	11.3	8.2	3.6	4.2	3.3	2.0	0.3	4.7	(740)
夫婦での旅行(子どもなし)	43.9	22.6	17.7	8.7	8.0	8.3	4.5	3.5	2.9	1.7	1.4	7.0	(933)
子育て中の夫婦での旅行(末子が18歳未満)	37.6	25.7	16.0	12.1	11.3	16.6	5.0	6.3	4.3	1.6	0.0	8.9	(161)
子育て後の夫婦での旅行(末子が18歳以上)	46.1	18.4	10.1	8.5	8.5	6.7	10.4	4.8	2.5	0.5	1.4	6.9	(1488)
友人旅行	27.8	28.9	16.0	13.4	10.8	7.4	12.5	4.8	3.0	1.1	1.1	8.6	(1985)
未婚男性による友人旅行	30.5	32.9	24.6	11.7	8.7	7.8	6.7	3.8	3.7	1.9	0.4	8.7	(442)
既婚男性による友人旅行(子どもなし)	40.2	21.3	17.7	13.2	14.9	16.4	13.0	5.4	2.8	1.9	0.0	5.2	(88)
子育て中の男性による友人旅行(末子が18歳未満)	35.5	21.9	22.6	6.2	10.9	5.3	12.3	4.5	0.8	3.6	0.0	4.8	(120)
子育て後の男性による友人旅行(末子が18歳以上)	32.0	20.9	16.0	7.6	9.0	7.3	16.7	3.5	3.0	0.0	1.3	7.9	(285)
未婚女性による友人旅行	22.0	43.3	16.6	21.1	10.0	7.6	6.9	4.9	2.7	1.2	1.2	9.0	(424)
既婚女性による友人旅行(子どもなし)	28.3	27.1	13.0	11.8	14.2	9.0	6.6	2.7	0.8	0.0	1.9	10.2	(133)
子育て中の女性による友人旅行(末子が18歳未満)	24.4	36.5	25.8	17.8	29.6	3.0	2.5	4.7	0.0	0.0	0.0	4.2	(38)
子育て後の女性による友人旅行(末子が18歳以上)	23.6	19.7	5.2	13.6	11.4	5.4	23.2	7.2	4.2	0.4	1.9	10.3	(454)
ひとり旅	15.3	49.6	8.1	21.0	10.4	11.1	5.1	3.3	2.3	1.6	2.6	6.6	(1688)
男性のひとり旅	16.9	49.7	10.7	19.3	10.4	11.2	3.5	2.8	2.2	1.6	2.4	7.2	(1121)
女性のひとり旅	12.3	49.3	3.1	24.4	10.6	11.0	8.2	4.3	2.6	1.6	3.1	5.5	(568)

※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

④マーケットセグメントと旅行で最も楽しみにしていたこと

同行者やライフステージによって、旅行での楽しみは異なる。前年同様、多くのセグメントで『おいしいものを食べる』がトップシェアとなった。特に、「カップルでの旅行」で高い値を示した。

『温泉に入ること』については、「3世代家族旅行」「子育て後の夫婦での旅行」「子育て後の女性による友人旅行」でトップを占めた。これらのセグメントにはシニアが含まれていることから、この世代にとって温泉は旅行の大きな楽しみのひとつと言える。

『自然景観を見ること』はどのセグメントにおいてもトップシ

アにはならないものの、比較的上位を占めた。

『文化的な名所を見ること』は、「子育て中の夫婦での旅行」で全体に比べて高い値となり、特徴的な楽しみとなっている。

『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」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、『芸術・音楽・スポーツなどの観劇・鑑賞・観戦』は「ひとり旅」で、特徴的な楽しみとなっている。特に、「女性のひとり旅」では『観劇・鑑賞・観戦』がトップシェアとなり、全体の比率より10ポイント以上高い値を示した。

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	自然景観を見ること	文化的な名所(史跡、寺社仏閣など)を見ること	観光文化施設(水族館や美術館、テーマパークなど)を訪れること	スポーツやアウトドア活動を楽しむこと	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	街や都市を訪れること	自然の豊かさを体験すること	買い物をすること	目当ての宿泊施設に泊まること	地域の祭りやイベント	地域の文化を体験すること	その他	サンプル数
全体		17.9	14.5	12.2	11.7	9.7	7.0	4.5	4.2	4.1	3.3	2.9	2.7	2.2	0.8	2.3	(9692)
前年		17.1	15.0	12.4	12.4	9.2	6.2	5.3	4.2	4.6	2.9	3.0	2.7	2.0	0.8	2.2	(9823)
家族旅行		17.5	15.1	11.6	10.9	15.3	7.0	2.1	4.1	2.8	3.7	2.9	2.9	1.6	0.7	1.9	(2500)
	乳幼児の子どもと一緒に家族旅行(小中高生を含まない)	13.6	14.8	11.0	8.5	20.2	9.3	0.6	5.9	2.9	3.1	2.8	3.1	2.0	0.8	1.4	(513)
	小中高生の子どもと一緒に家族旅行(乳幼児連れも含む)	17.7	13.3	11.1	10.3	18.3	9.4	1.7	3.3	1.7	5.0	2.4	2.4	1.0	0.4	1.9	(1026)
	18歳以上のみの家族旅行	19.2	17.2	12.4	12.8	9.5	3.3	3.4	4.1	3.9	2.6	3.5	3.3	2.0	0.9	2.0	(962)
	※3世代家族旅行	15.4	17.1	15.8	12.4	15.3	6.1	0.9	2.3	2.7	4.1	1.3	2.5	1.0	1.0	2.1	(752)
夫婦・カップル旅行		19.3	17.7	13.0	12.1	9.1	5.2	2.3	3.7	3.8	3.4	3.1	3.6	1.6	0.7	1.4	(3322)
	カップルでの旅行	22.5	16.0	9.2	10.4	12.1	6.7	3.1	1.8	4.5	3.1	3.7	3.2	1.9	0.6	1.4	(740)
	夫婦での旅行(子どもなし)	21.8	17.5	10.5	10.5	9.6	5.8	2.5	3.5	3.7	3.5	2.8	4.3	1.6	0.6	1.7	(933)
	子育て中の夫婦での旅行(末子が18歳未満)	13.5	9.3	14.8	19.8	10.2	3.6	1.5	3.1	8.1	3.6	5.7	2.6	1.9	1.6	0.7	(161)
	子育て後の夫婦での旅行(末子が18歳以上)	16.9	19.6	16.2	13.1	7.1	4.1	1.8	4.9	3.1	3.6	2.6	3.4	1.5	0.6	1.3	(1488)
友人旅行		18.0	13.7	13.2	11.5	8.3	10.5	5.1	2.1	4.0	2.9	2.4	1.8	3.3	1.0	2.3	(1985)
	未婚男性による友人旅行	17.3	10.2	14.7	12.8	11.1	10.3	4.6	3.4	5.7	2.1	1.4	1.2	2.4	1.1	1.8	(442)
	既婚男性による友人旅行(子どもなし)	17.6	15.5	10.3	12.1	4.6	15.8	6.1	3.2	1.2	1.9	0.0	2.2	6.6	0.0	2.8	(88)
	子育て中の男性による友人旅行(末子が18歳未満)	21.6	10.6	7.2	13.5	3.8	15.3	3.1	0.9	7.8	3.6	4.0	0.8	4.9	1.4	1.6	(120)
	子育て後の男性による友人旅行(末子が18歳以上)	21.1	12.5	10.4	12.4	3.3	20.5	4.5	1.9	1.3	3.9	2.1	0.6	2.2	0.3	2.9	(285)
	未婚女性による友人旅行	18.4	12.4	12.4	10.2	11.3	7.4	7.9	1.7	4.0	1.1	3.1	1.1	4.6	2.2	2.1	(424)
	既婚女性による友人旅行(子どもなし)	16.8	13.9	9.8	6.0	6.6	9.0	8.3	3.8	3.0	5.4	4.5	3.3	6.8	0.9	2.0	(133)
	子育て中の女性による友人旅行(末子が18歳未満)	12.1	13.9	13.9	15.0	9.0	9.8	0.0	8.9	7.4	0.0	2.2	0.0	2.5	5.3	0.0	(38)
	子育て後の女性による友人旅行(末子が18歳以上)	16.3	19.2	17.3	11.7	8.1	5.7	3.0	0.5	3.5	4.3	2.3	3.6	1.7	0.0	2.9	(454)
ひとり旅		15.2	7.0	10.5	12.3	4.6	6.4	12.2	8.2	7.4	2.8	3.3	1.9	2.9	1.0	4.4	(1688)
	男性のひとり旅	16.0	8.3	11.9	12.0	4.1	7.9	9.9	6.0	8.6	2.9	2.2	1.8	2.6	1.0	4.8	(1121)
	女性のひとり旅	13.7	4.3	7.7	12.9	5.7	3.6	16.6	12.6	5.0	2.8	5.3	2.0	3.6	0.9	3.5	(568)

※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

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』は「ひとり旅」で、『リゾートホテル』は「3世代家族旅行」で、特に高い利用率となっている。

『旅館』の利用率は「3世代家族旅行」「子育て後の夫婦

での旅行・友人旅行」などのシニアを含むセグメントで高い傾向がみられた。

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、他セグメントに比べて高い利用率であった。

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

(単位：%)

マーケットセグメント	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・別荘・会員制の宿泊施設	公共の宿	オートキャンプ・キャンプ	その他	サンプル数
	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	61.2	23.2	21.8	19.6	27.5	17.4	10.9	7.4	4.2	2.7	1.8	1.7	1.8	(9692)
前年	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)
家族旅行	57.9	14.4	30.8	17.2	30.6	20.7	10.9	7.4	4.4	3.3	1.6	2.5	1.4	(2500)
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)	56.7	14.4	32.1	14.7	31.8	21.6	11.0	9.1	5.1	2.8	1.5	2.7	1.3	(513)
小中高生の子どもと一緒にの家族旅行(乳幼児連れも含む)	59.1	13.5	34.9	15.6	27.5	18.6	9.4	6.8	5.6	4.1	1.3	3.4	1.2	(1026)
18歳以上のみの家族旅行	57.3	15.4	25.7	20.2	33.3	22.4	12.4	7.0	2.8	2.7	1.8	1.4	1.7	(962)
※3世代家族旅行	58.4	10.8	39.2	15.3	35.5	25.8	10.8	4.5	4.1	5.6	2.0	1.8	0.4	(752)
夫婦・カップル旅行	61.2	18.4	24.5	22.4	32.9	20.1	13.8	5.0	3.6	3.0	1.9	1.1	1.0	(3322)
カップルでの旅行	67.0	22.2	23.7	25.0	29.1	16.7	13.6	2.8	3.5	2.2	1.0	0.6	1.1	(740)
夫婦での旅行(子どもなし)	61.4	21.4	24.3	20.0	30.2	17.0	14.4	4.8	4.8	3.4	1.5	0.7	1.3	(933)
子育て中の夫婦での旅行(末子が18歳未満)	63.3	15.4	24.9	26.4	36.8	22.6	16.1	6.2	4.3	1.9	2.7	0.6	0.0	(161)
子育て後の夫婦での旅行(末子が18歳以上)	58.0	15.0	25.0	22.1	36.0	23.4	13.4	6.1	2.8	3.2	2.5	1.6	0.9	(1488)
友人旅行	58.1	23.0	18.8	18.5	28.6	18.2	10.9	4.6	6.1	2.8	2.2	2.3	2.3	(1985)
未婚男性による友人旅行	60.8	30.6	13.9	19.4	24.0	14.4	9.6	7.8	7.7	1.0	2.4	2.6	1.8	(442)
既婚男性による友人旅行(子どもなし)	54.0	30.7	10.8	17.3	29.6	18.0	13.4	5.2	4.9	4.1	1.1	6.1	4.7	(88)
子育て中の男性による友人旅行(末子が18歳未満)	67.1	35.1	17.4	15.3	21.2	11.3	9.9	0.8	2.1	0.7	2.7	5.2	2.7	(120)
子育て後の男性による友人旅行(末子が18歳以上)	53.4	19.1	21.2	15.1	35.6	25.1	10.5	1.6	5.6	5.1	3.4	0.7	2.5	(285)
未婚女性による友人旅行	63.0	29.5	13.9	21.0	20.4	11.8	8.8	6.9	7.4	2.1	1.3	3.6	2.0	(424)
既婚女性による友人旅行(子どもなし)	60.8	21.9	20.3	23.0	25.7	13.5	13.7	3.2	4.9	2.5	0.0	3.1	2.8	(133)
子育て中の女性による友人旅行(末子が18歳未満)	52.1	11.7	19.1	26.0	40.2	32.7	9.7	0.0	8.3	5.2	2.5	0.0	2.2	(38)
子育て後の女性による友人旅行(末子が18歳以上)	52.0	8.6	28.1	16.4	37.8	25.5	13.5	3.0	5.3	4.0	3.0	0.2	2.1	(454)
ひとり旅	70.9	46.8	6.8	19.9	9.9	5.0	5.1	15.8	2.8	1.2	1.4	1.3	3.0	(1688)
男性のひとり旅	74.7	51.6	6.2	20.0	9.3	4.4	5.2	10.4	3.0	1.5	2.0	1.9	3.2	(1121)
女性のひとり旅	63.2	37.3	8.1	19.6	10.9	6.0	5.1	26.6	2.6	0.8	0.3	0.2	2.5	(568)

※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

⑥マーケットセグメントと宿泊数

前年同様、「ひとり旅」の平均宿泊数が最も長く、2.08泊であった。「ひとり旅」の場合は、同行者のいる旅行に比べてスケジュール面の制約が緩いことが、平均宿泊数の長さに影響していると考えられる。

逆に、平均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。さらに、宿泊数が短めの傾向にある「友人旅行」のなかでも、男性のほうがより宿泊数が短くなっている。

(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	50.0	29.2	12.7	3.7	4.3	1.86	(9692)
前年	51.2	28.1	12.5	4.0	4.1	1.85	(9823)
家族旅行	50.2	29.9	12.3	4.0	3.6	1.84	(2500)
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)	50.9	28.0	12.1	4.7	4.3	1.87	(513)
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)	49.2	28.9	13.4	4.6	3.9	1.89	(1026)
18歳以上のみの家族旅行	50.8	32.1	11.1	2.9	3.0	1.77	(962)
※3世代家族旅行	46.5	30.5	14.2	4.6	4.2	1.92	(752)
夫婦・カップル旅行	48.1	29.3	15.0	3.6	4.1	1.90	(3322)
カップルでの旅行	53.0	27.5	12.9	3.2	3.5	1.78	(740)
夫婦での旅行(子どもなし)	50.0	28.6	13.6	3.9	3.8	1.86	(933)
子育て中の夫婦での旅行 (末子が18歳未満)	40.0	29.8	21.4	4.7	4.1	2.04	(161)
子育て後の夫婦での旅行 (末子が18歳以上)	45.3	30.6	16.1	3.5	4.6	1.96	(1488)
友人旅行	55.6	29.2	10.0	2.8	2.4	1.69	(1985)
未婚男性による友人旅行	52.5	32.2	10.5	2.6	2.2	1.71	(442)
既婚男性による友人旅行 (子どもなし)	57.8	25.6	12.9	0.0	3.8	1.72	(88)
子育て中の男性による友人旅行 (末子が18歳未満)	60.0	34.8	3.8	0.0	1.5	1.50	(120)
子育て後の男性による友人旅行 (末子が18歳以上)	63.7	23.3	9.1	3.2	0.7	1.54	(285)
未婚女性による友人旅行	53.5	28.4	9.4	5.0	3.7	1.79	(424)
既婚女性による友人旅行 (子どもなし)	48.8	38.9	9.6	1.9	0.8	1.68	(133)
子育て中の女性による友人旅行 (末子が18歳未満)	47.0	28.5	19.5	5.0	0.0	1.82	(38)
子育て後の女性による友人旅行 (末子が18歳以上)	56.8	27.0	10.8	2.3	3.1	1.70	(454)
ひとり旅	45.7	28.6	12.9	4.7	8.1	2.08	(1688)
男性のひとり旅	45.4	28.8	13.0	4.3	8.4	2.08	(1121)
女性のひとり旅	46.3	28.1	12.8	5.3	7.5	2.08	(568)

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

I-3 日本人の海外旅行

1 2017年の概況

2017年の日本人海外出国者数は1,789万人、
観光・レクリエーション、帰省・知人訪問等が増加傾向を後押し

(1) 日本人海外出国者の主要動向 (表I-3-1)

法務省の「出入国管理統計」によると、2017年の日本人海外出国者数は1,789万人となり、前年比4.5%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、2016年には4年ぶりに増加に転じ2017年も増加傾向を維持した。

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1,158万人、帰省・知人訪問等が195万人、出張・業務が436万人となった。出国者数全体の伸びには観光・レクリエーション、及

び帰省・知人訪問等が大きく寄与している。2016年に大きな伸びをみせた出張・業務は前年比3.9%の減少となった。

(2) 主な要因

海外出国者数の回復・増加傾向の背景には、15年後半以降の為替や景気の安定、更に燃油サーチャージも2014年末から下がり始め2015年の12月には0円となったことにより、海外旅行をしやすい環境が整ったことが挙げられる。また、北朝鮮ミサイル問題等の国際情勢の不安要素はゼロではないものの、同時多発テロやリーマンショック、新型インフルエンザ、パリ同時多発テロ、又は東日本大震災等のような日本人の海外旅行に大きな影響を与える出来事もなく、前述の環境が後押しをしたと考えられる。

表I-3-1 日本人海外出国者数の推移

(単位：千人)

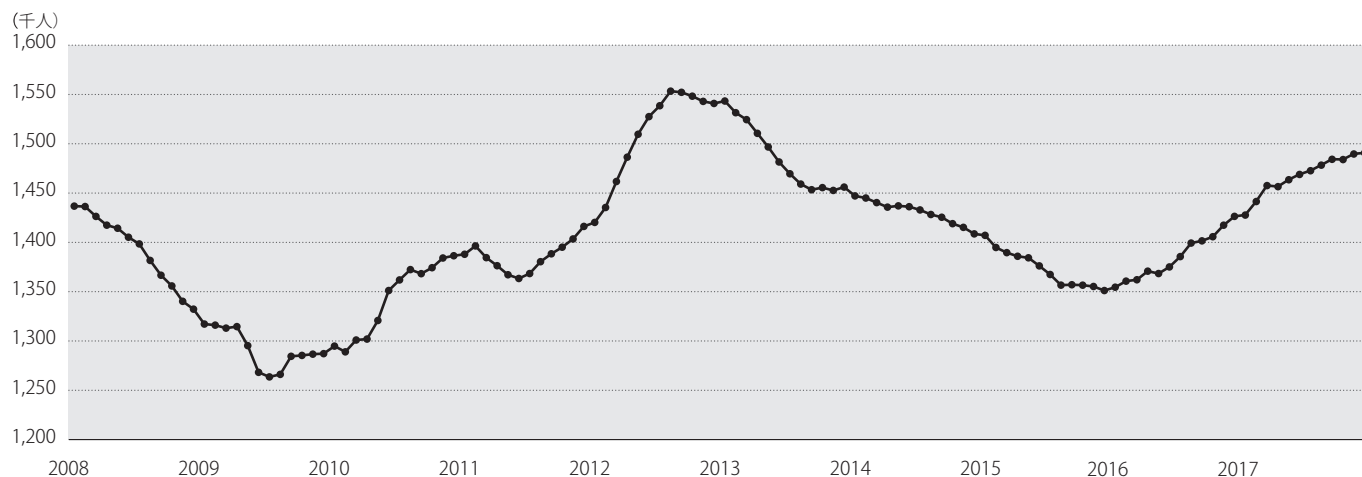
	出国者数							
		観光・レクリエーション		帰省・知人訪問等		出張・業務		
		前年比 (%)	前年比 (%)	前年比 (%)	前年比 (%)			
2013年	17,473	△ 5.5	11,585	△ 6.5	1,742	6.3	4,146	△ 7.1
2014年	16,903	△ 3.3	10,768	△ 7.1	1,484	△ 14.8	4,652	12.2
2015年	16,214	△ 4.1	10,853	0.8	1,728	16.5	3,633	△ 21.9
2016年	17,116	5.6	11,173	3.0	1,408	△ 18.5	4,535	24.8
2017年	17,889	4.5	11,581	3.6	1,949	38.4	4,359	△ 3.9

(注1) 各年の値は年間確報による。

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

(注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



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)

17年の海外出国者数を性・年代別にみると、60代男性を除く全ての性・年代で前年を上回った。最も多い層は出張・業務が多いと考えられる40~50代の男性である。一方、20代女性については、17年の出国者数が40代及び50代男性について多くなっている。過去の推移をみると上位2つの男性層と異

なり、年による変動が大きいことから観光・レクリエーション、または帰省・知人訪問の場合が多いと考えられる。旅行平均回数では、40代及び60代男性で前年比がマイナスとなったが、他の性・年代では増加している。特に、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70代及び女性20代で前年比が10%以上となった。

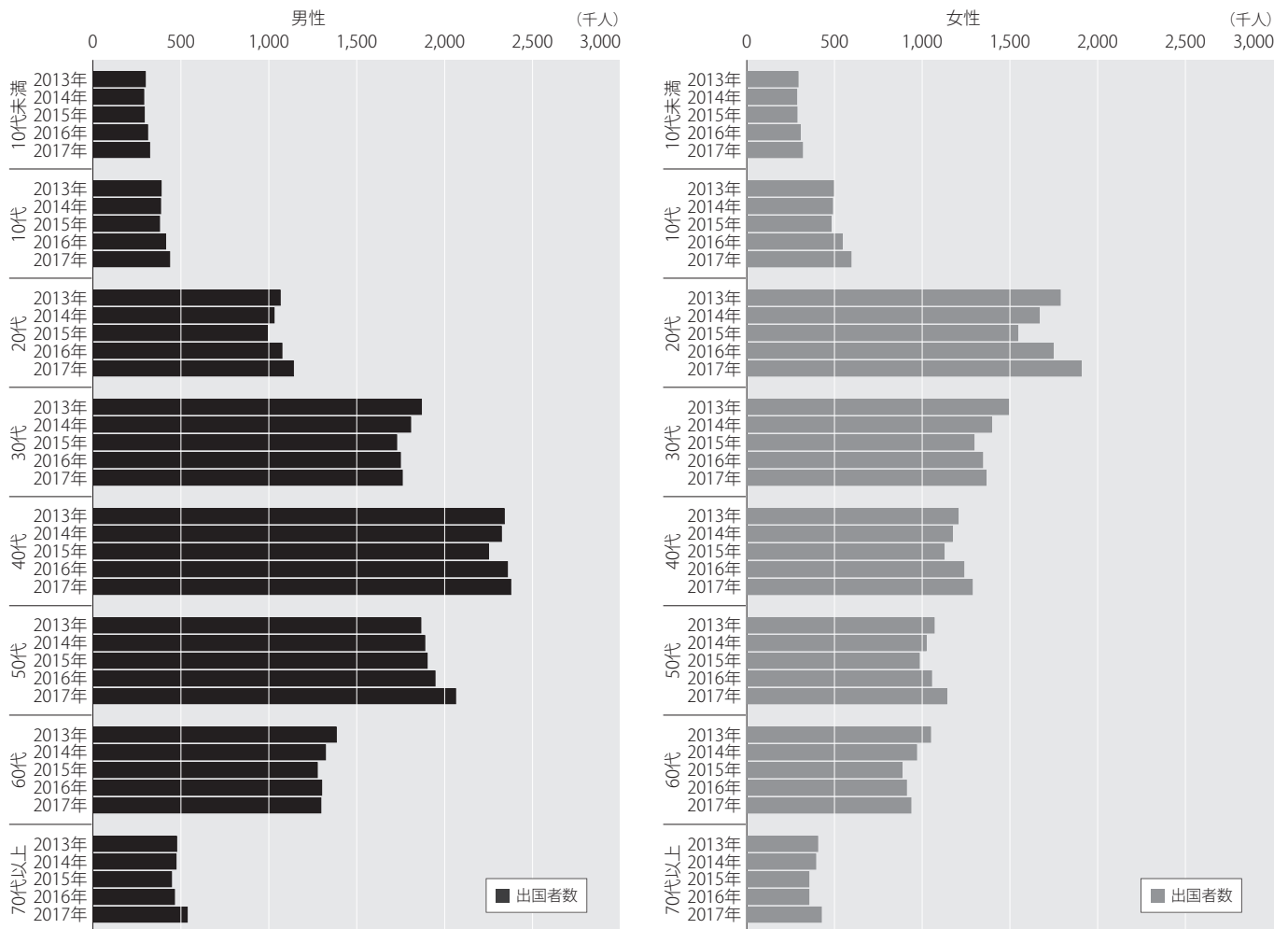
表I-3-2 性・年代別の日本人海外出国者数(2017年)

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)	324	437	1,143	1,762	2,381	2,065	1,299	537	9,949
	前年比(%)	3.9	5.4	6.2	0.6	0.9	6.0	△0.2	15.7	3.3
	旅行平均回数(回/人)	0.06	0.07	0.18	0.23	0.25	0.27	0.14	0.05	0.16
	前年比(%)	6.3	5.6	8.6	2.7	△1.6	6.6	△1.5	15.0	3.4

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)	316	592	1,902	1,360	1,280	1,135	932	423	7,940
	前年比(%)	4.4	9.2	9.1	1.4	3.7	8.0	2.6	16.2	6.0
	旅行平均回数(回/人)	0.06	0.11	0.31	0.18	0.14	0.15	0.10	0.03	0.12
	前年比(%)	6.7	9.6	10.8	3.4	1.4	9.1	1.6	15.7	6.2

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みると、出国者全体では4月、10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2月(12.2%)、3月(12.6%)、5月(6.9%)での伸びが大きい。2月の伸びについては、出張・業務での出国が大きく貢献していることが読み取れる。

観光・レクリエーション目的では、特に6月(22.8%)の伸びが顕著であり、3月、4月、10月において前年比10%以上の増加である。16年度の落ち込みから大きな回復をみせた帰省・知人訪問等を目的とした出国者数は、1月、3月、5月、6月、9月、12月の6か月で前年比50%以上となった。出張・業務を目的とした出国者数は、全体としては前年比マイナスであるが、1月(38.2%)、2月(66.4%)と顕著な伸びをみせている。

③ 居住地別 (表I-3-3)

居住地別でみると、全ての地域で前年を上回った。特に前年に引き続き、沖縄の伸び率が前年比14.3%と大きい。これには那覇空港の国際線就航路や運航数の増加が影響していると考えられる。

観光・レクリエーション目的では、中国(45.8%)、北陸・信越(31.9%)での伸びが大きい。

帰省・知人訪問等の目的では、東北、北陸・信越、近畿、九州で100%を超える伸び率である。

出張・業務目的では、多くの地域で前年を下回るもの中国、九州、沖縄では、それぞれ大きな伸びをみせている。

表I-3-3 出発月・居住地別の日本人海外出国者数(2017年)

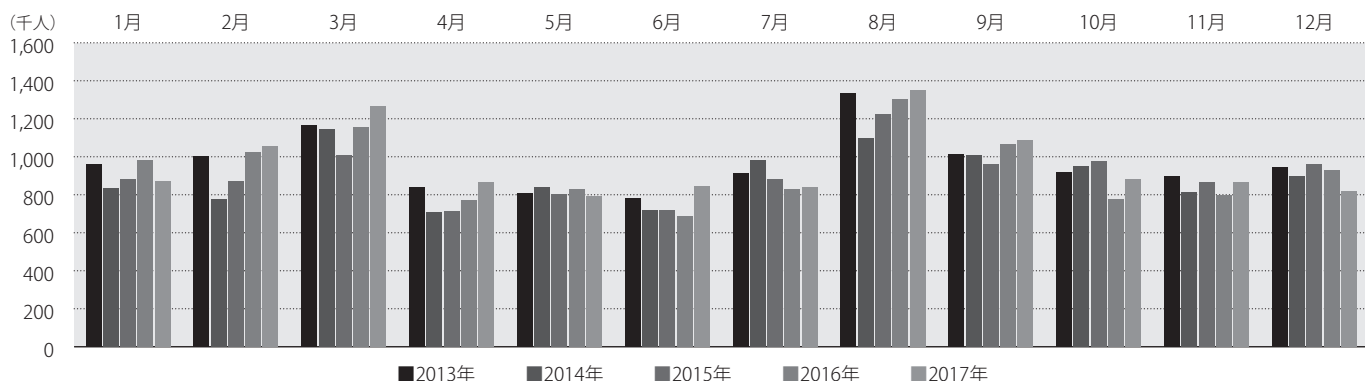
出発月		1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	全体
出国者全体	延べ出国者数(千人)	1,295	1,493	1,745	1,235	1,318	1,336	1,481	1,888	1,623	1,459	1,547	1,469	17,889
	前年比(%)	1.5	12.2	12.6	△1.2	6.9	5.1	3.1	3.8	4.5	△0.3	4.6	0.9	4.5
	旅行平均回数(回/人)	0.010	0.012	0.014	0.010	0.010	0.011	0.012	0.015	0.013	0.011	0.012	0.012	0.141
観光・レクリエーション	延べ出国者数(千人)	873	1,055	1,268	865	791	847	839	1,350	1,085	882	865	823	11,580
	前年比(%)	△10.9	2.8	10.0	12.4	△4.5	22.8	1.2	3.5	1.9	13.6	8.5	△11.5	3.6
	旅行平均回数(回/人)	0.007	0.008	0.010	0.007	0.006	0.007	0.007	0.011	0.009	0.007	0.007	0.006	0.091
帰省・知人訪問等	延べ出国者数(千人)	137	94	170	90	201	127	228	267	164	130	175	167	1,949
	前年比(%)	51.6	△4.1	53.6	9.0	79.1	52.8	27.1	32.6	52.5	19.4	30.0	53.6	38.4
	旅行平均回数(回/人)	0.001	0.001	0.001	0.001	0.002	0.001	0.002	0.002	0.001	0.001	0.001	0.001	0.015
出張・業務	延べ出国者数(千人)	285	344	307	280	326	362	415	271	374	447	507	479	4,360
	前年比(%)	38.2	66.4	7.0	△29.4	11.7	△27.2	△3.2	△13.3	△1.7	△22.6	△7.5	15.0	△3.9
	旅行平均回数(回/人)	0.002	0.003	0.002	0.002	0.003	0.003	0.003	0.002	0.003	0.004	0.004	0.004	0.034

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)	328	427	8,418	480	2,010	3,174	561	234	1,055	128	17,889
	前年比(%)	6.2	3.1	4.4	4.9	3.7	4.7	5.1	4.8	5.8	14.3	4.5
	旅行平均回数(回/人)	0.061	0.048	0.191	0.073	0.127	0.153	0.076	0.061	0.081	0.089	0.141
観光・レクリエーション	延べ出国者数(千人)	198	271	5,480	399	1,210	1,986	452	188	575	80	11,581
	前年比(%)	2.9	15.4	8.3	31.9	△8.0	△3.8	45.8	18.1	△29.7	0.7	3.7
	旅行平均回数(回/人)	0.037	0.030	0.125	0.061	0.077	0.096	0.061	0.049	0.044	0.055	0.091
帰省・知人訪問等	延べ出国者数(千人)	50	49	732	32	229	446	52	46	165	31	1,949
	前年比(%)	73.2	149.9	12.3	113.9	15.1	100.9	△41.9	25.8	169.2	41.9	38.4
	旅行平均回数(回/人)	0.009	0.006	0.017	0.005	0.014	0.022	0.007	0.012	0.013	0.022	0.015
出張・業務	延べ出国者数(千人)	79	107	2,206	49	571	742	58	-	315	17	4,359
	前年比(%)	△9.4	△33.0	△6.2	△65.2	35.3	△0.4	△56.4	-	168.4	59.2	△3.9
	旅行平均回数(回/人)	0.015	0.012	0.050	0.007	0.036	0.036	0.008	-	0.024	0.012	0.034

(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

主要訪問先の中国、韓国への旅行者が回復

(1) 国・地域別日本人海外出国者数(表I-3-4)

日本政府観光局の公表データをもとに日本人の海外出国者

数の近年の動向を見る。

主要な国・地域への16年の日本人旅行者数を見ると、ここ数年減少が続いていた中国、韓国がようやくプラスに転じた。その他、台湾、ベトナム、豪州、英国、カナダ、メキシコで前年度比10%を上回る値となった。アジアや豪州については、LCC (Low-cost carrier) 就航の影響も大きいと考えられる。

表I-3-4 主要エリアへの日本人旅行者数

(単位：人、%)

訪問先	2012年	前年比%	2013年	前年比%	2014年	前年比%	2015年	前年比%	2016年	前年比%	
アジア	中国	3,518,153	△3.8	2,877,533	△18.2	2,717,600	△5.6	2,497,657	△8.1	2,587,440	3.6
	韓国	3,518,792	7.0	2,747,750	△21.9	2,280,434	△17.0	1,837,782	△19.4	2,297,893	25.0
	台湾	1,432,315	10.6	1,421,550	△0.8	1,634,790	15.0	1,627,229	△0.5	1,895,702	16.5
	タイ	1,373,716	21.8	1,536,425	11.8	1,267,886	△17.5	1,381,702	9.0	1,439,629	4.2
	香港	774,426	△1.6	607,877	△21.5	636,432	4.7	632,959	△0.5	692,529	9.4
	シンガポール	757,116	15.3	832,845	10.0	824,741	△1.0	789,179	△4.3	783,863	△0.7
	ベトナム	576,386	19.7	604,050	4.8	647,956	7.3	671,379	3.6	740,592	10.3
	マレーシア	470,008	21.5	513,076	9.2	553,106	7.8	483,569	△12.6	413,768	△14.4
	インドネシア	463,486	9.5	497,399	7.3	505,175	1.6	549,705	8.8	545,392	△0.8
	フィリピン	412,474	9.8	433,705	5.1	463,744	6.9	495,662	6.9	535,238	8.0
	マカオ	396,010	0.0	290,462	△26.7	299,741	3.2	282,138	△5.9	300,536	6.5
	インド	220,015	13.7	220,283	0.1	219,516	△0.3	207,415	△5.5	208,847	0.7
	カンボジア	179,327	10.8	206,932	15.4	215,788	4.3	193,330	△10.4	191,577	△0.9
トルコ	191,318	10.2	159,675	△16.5	157,101	△1.6	92,228	△41.3	42,131	△54.3	
オセアニア	グアム	929,229	12.8	893,118	△3.9	810,856	△9.2	773,019	△4.7	745,691	△3.5
	豪州	348,050	6.8	324,320	△6.8	328,880	1.4	337,210	2.5	413,800	22.7
	北マリアナ諸島	153,259	7.2	141,747	△7.5	110,234	△22.2	80,832	△26.7	61,026	△24.5
ヨーロッパ	ドイツ	734,475	14.3	711,529	△3.1	670,804	△5.7	647,243	△3.5	545,013	△15.8
	フランス	707,864	19.3	660,841	△6.6	776,870	17.6	682,121	△12.2	411,043	△39.7
	イタリア	353,547	12.5	454,465	28.5	423,202	△6.9	421,917	△0.3	403,879	△4.3
	スペイン	357,671	4.3	385,005	7.6	475,054	23.4	607,099	27.8	463,420	△23.7
	オーストリア	261,261	14.3	259,184	△0.8	245,306	△5.4	236,621	△3.5	208,710	△11.8
	スイス	295,991	7.3	286,681	△3.1	250,451	△12.6	226,198	△9.7	197,567	△12.7
	英国	242,700	2.4	225,000	△7.3	222,000	△1.3	194,000	△12.6	245,823	26.7
	オランダ	136,300	23.3	150,000	10.1	145,000	△3.3	136,000	△6.2	106,000	△22.1
	クロアチア	155,088	17.8	159,117	2.6	176,846	11.1	159,807	△9.6	120,971	△24.3
	チェコ	141,596	16.4	137,844	△2.6	124,969	△9.3	123,800	△0.9	105,771	△14.6
	ベルギー	111,962	22.5	112,278	0.3	111,939	△0.3	96,444	△13.8	50,253	△47.9
フィンランド	91,783	21.3	106,769	16.3	102,154	△4.3	108,106	5.8	114,463	5.9	
ロシア	86,806	13.9	102,408	18.0	105,220	2.7	87,280	△17.0	84,631	△3.0	
北中米	米国	3,698,073	13.8	3,730,287	0.9	3,620,224	△3.0	3,758,297	3.8	3,576,955	△4.8
	(ハワイ州)	1,465,654	18.0	1,518,517	3.6	1,511,739	△0.4	1,482,304	△1.9	1,487,979	0.4
	カナダ	226,215	7.2	224,858	△0.6	258,457	14.9	275,027	6.4	303,726	10.4
	メキシコ	85,687	18.5	97,226	13.5	107,366	10.4	118,739	10.6	132,976	12.0

資料：日本政府観光局 (JNTO) 公表データを元に (公財) 日本交通公社作成

(注1) 米国の数値には、米国本土 (全米50州とコロンビア特別区) への入国者の他、北マリアナ諸島、グアム、米領サモア、プエルトリコ、米領バージン諸島などへの地域への入国者が含まれる。

(注2) 本表には国境到着者数、ホテル到着者数などの統計が混在しており、集計基準が異なるため、同一指標としての比較はできない。

(注3) 2017年以降のデータは未公表のため2016年までのデータを掲載している。

(2) 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「JTBF旅行実態調査」による。

①旅行先とマーケットセグメント(表I-3-5)

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

旅行先別には、「カナダ」「ハワイ」「スペイン」「イギリス」「イタリア」「フランス」など比較的遠方の旅行先で『夫婦・カップル』の割合が大きく、なかでも『子育て後』は「カナダ」や「その他ヨーロッパ」の割合が全体と比較して他のセグメントに比

べて大きくなっている。また、こうした比較的遠方の旅行先は『ひとり旅』に選択される割合も大きく、なかでも「ドイツ」については、その傾向が強い。

『友人・知人』で割合が大きい旅行先は、「韓国」「タイ」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。

『ひとり』では、「中国」「タイ」「マレーシア」等のアジアと、「ドイツ」「イギリス」等のヨーロッパ地域であるが、女性のひとり旅では、アジアよりもヨーロッパが選択される傾向にある。

『家族』では、「グアム・サイパン」「ハワイ」「南太平洋」といった島嶼リゾート及び「シンガポール」である。『子ども連れ』の旅行や『3世代』での旅行では、「グアム・サイパン」「南太平洋」が旅行先とされる場合が多いことがわかる。

表I-3-5 旅行先別のマーケットセグメント(同行者×ライフステージ)

(単位：%)

同行者 旅行先	家族旅行					夫婦・カップルでの旅行					友人や知人との旅行						ひとり旅			サンプル数				
	子ども連れ		大人のみ	※3世代	カップル	夫婦旅行(子どもなし)	子育て中	子育て後	男性			女性			男性	女性	その他							
	(小中高生を含まない)	乳幼児連れ							未婚	既婚(子どもなし)	子育て中	子育て後	未婚	既婚(子どもなし)				子育て中	子育て後					
			小中高生連れ																					
全体	20.8	3.2	6.8	10.8	4.8	32.6	5.1	10.4	2.2	14.9	24.1	4.1	0.8	1.8	3.4	6.8	1.6	0.9	4.8	20.5	13.2	7.2	2.1	(4584)
前年	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	(4615)
韓国	20.1	2.1	7.0	11.1	6.1	19.4	5.1	4.2	1.8	8.2	37.8	5.5	0.8	3.1	3.4	14.2	2.2	2.0	6.7	20.8	11.9	8.8	1.9	(589)
中国	16.9	4.0	5.9	7.1	5.5	22.7	3.5	5.3	4.0	9.9	22.4	4.6	1.7	1.8	2.3	4.8	0.7	0.0	6.5	35.5	27.9	7.6	2.5	(284)
台湾	22.1	3.2	5.9	13.0	4.6	31.8	4.8	8.5	3.2	15.3	27.5	5.9	0.9	1.4	3.9	8.4	1.4	0.9	4.7	17.1	12.2	4.9	1.6	(655)
香港・マカオ	21.1	3.7	5.9	11.5	4.6	28.8	4.5	9.6	3.3	11.3	26.0	8.4	1.8	0.8	3.9	6.6	1.0	0.8	2.8	20.7	15.8	4.9	3.5	(270)
シンガポール	29.7	5.0	8.4	16.2	9.5	35.3	10.6	11.2	1.7	11.9	19.3	3.7	0.0	1.9	2.2	5.1	1.2	1.2	4.1	13.8	9.0	4.8	1.8	(216)
インドネシア	19.1	4.7	5.7	8.7	4.8	40.1	5.3	23.1	2.7	8.9	24.7	2.5	0.0	2.4	1.8	9.7	4.5	1.1	2.6	15.0	10.9	4.1	1.0	(122)
マレーシア	21.7	4.1	8.3	9.2	6.8	35.1	4.9	12.0	1.7	16.6	17.6	3.5	0.0	0.7	1.8	6.4	1.5	0.0	3.7	25.5	21.3	4.2	0.0	(109)
タイ	12.1	1.6	2.9	7.6	3.0	24.4	6.9	7.6	1.9	7.9	31.5	6.7	1.9	5.8	10.1	4.1	1.1	0.2	1.6	31.0	27.4	3.6	1.0	(349)
その他東南アジア	17.2	0.5	6.5	10.1	3.5	26.9	2.3	8.3	0.3	16.0	28.7	3.8	1.0	3.7	7.0	4.8	2.2	0.8	5.3	24.6	16.3	8.3	2.7	(289)
オーストラリア・ニュージーランド	23.0	3.2	7.2	12.6	5.2	35.0	7.7	8.8	1.0	17.6	20.7	3.7	0.5	0.7	3.7	8.3	0.6	0.5	2.6	18.2	12.4	5.8	3.1	(153)
南太平洋	31.2	16.4	3.1	11.8	13.2	40.0	15.0	15.4	0.0	9.6	15.8	0.0	0.0	5.3	3.2	4.0	0.0	0.0	3.3	13.0	10.3	2.7	0.0	(24)
ハワイ	31.8	6.4	11.5	13.9	9.2	45.6	5.6	19.8	4.7	15.5	14.2	2.7	0.2	0.2	0.8	4.7	1.0	0.8	3.9	6.3	3.3	3.0	2.0	(457)
グアム・サイパン	45.2	10.6	23.8	10.8	15.1	31.0	9.0	11.8	4.0	6.1	15.3	3.0	0.0	2.1	3.1	5.3	0.8	0.6	0.4	6.4	4.1	2.3	2.1	(181)
アメリカ本土	18.3	2.1	6.3	9.9	4.4	37.9	7.5	11.2	1.3	18.0	16.0	2.7	1.0	1.8	1.8	5.3	1.5	0.0	1.9	25.3	16.6	8.7	2.4	(273)
カナダ	17.1	3.9	6.4	6.7	5.9	47.7	9.1	2.1	5.0	31.5	15.2	1.0	0.8	0.0	0.0	5.9	0.0	1.8	5.8	20.0	11.1	9.0	0.0	(82)
フランス	22.8	3.4	3.8	15.6	3.8	40.2	6.5	14.4	1.1	18.2	19.7	3.6	0.6	0.0	2.7	7.3	2.2	0.0	3.2	17.3	6.9	10.4	0.0	(121)
イギリス	22.5	4.8	4.8	13.0	9.4	40.4	6.8	11.7	1.6	20.2	8.7	2.5	0.0	0.0	2.6	2.7	0.0	0.0	0.9	26.8	16.3	10.4	1.5	(82)
スペイン	12.5	1.8	2.6	8.1	5.8	45.2	3.7	17.0	0.8	23.7	18.3	0.0	0.6	0.0	1.4	4.1	0.9	1.4	9.8	19.8	10.5	9.3	4.2	(103)
イタリア	16.3	1.3	1.9	13.0	2.5	40.3	6.5	14.4	1.2	18.3	19.8	4.4	0.4	0.0	1.4	4.8	1.5	1.0	6.0	20.3	10.2	10.1	3.3	(144)
ドイツ	10.0	0.7	1.5	7.8	0.8	29.1	6.9	8.7	2.6	10.9	28.3	6.1	0.0	2.0	2.4	4.5	4.3	2.2	6.6	32.1	20.0	12.1	0.6	(114)
その他ヨーロッパ	15.1	1.4	1.1	12.7	0.2	38.8	0.6	7.2	0.6	30.3	18.8	1.3	0.0	0.4	0.9	4.0	2.2	1.6	8.4	24.8	10.0	14.8	2.5	(303)
その他	16.0	1.8	3.9	10.2	0.5	32.9	1.3	7.9	1.2	22.5	21.5	2.3	1.2	0.8	1.9	7.1	1.4	0.0	6.7	28.6	19.3	9.4	1.0	(170)

(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」

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

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

② 旅行先と居住地 (表I-3-6)

旅行者の居住地については、全体で見ると、人口の多い南関東が29.3%を占めており、近畿が16.4%、東海および九州・沖縄が11.9%といった傾向は国内旅行の割合とほぼ同様である。

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

表れない。ただし、「韓国」で『九州・沖縄』居住者の割合が高いのは、距離の近さや福岡から海路が通じていることが影響していると推察される。

『南関東』の住民の中では「マレーシア」「アメリカ本土」が全体よりも5ポイント以上大きく、『東海』では「中国」、『近畿』では「南太平洋」「イギリス」「香港・マカオ」「フランス」、『中国』では「南太平洋」、『九州・沖縄』では「韓国」「オーストラリア・ニュージーランド」となる。

表I-3-6 旅行先(国・地域)別の旅行者居住地

(単位：%)

居住地 \ 旅行先	北海道	北東北	南東北	北関東	南関東	甲信越	北陸	東海	近畿	中国	四国	九州・沖縄	サンプル数
		青森、岩手、秋田	宮城、山形、福島	茨城、群馬、栃木	埼玉、千葉、東京、神奈川	新潟、山梨、長野	富山、石川、福井	岐阜、静岡、愛知、三重	兵庫、奈良、和歌山	滋賀、京都、大阪	鳥取、島根、岡山、広島、山口	徳島、香川、愛媛、高知	
全体	4.3	3.1	4.1	5.5	29.3	3.8	2.3	11.5	16.4	5.3	2.6	11.9	(4584)
前年	4.2	3.5	4.1	5.0	29.5	3.9	2.7	11.0	16.8	4.9	2.9	11.5	(4615)
韓国	4.6	1.8	2.5	3.1	25.6	3.2	1.5	12.2	15.0	7.4	2.7	20.6	(589)
中国	4.1	4.1	1.3	5.8	28.1	4.2	1.4	17.9	12.6	8.1	3.8	8.7	(284)
台湾	3.4	3.5	3.4	4.8	26.5	3.3	2.5	10.4	18.2	6.4	3.0	14.6	(655)
香港・マカオ	4.7	5.0	3.3	1.4	33.4	4.5	1.0	9.2	22.0	3.2	0.0	12.2	(270)
シンガポール	5.6	5.6	5.1	7.2	28.4	2.7	1.7	10.2	15.4	3.5	2.4	12.2	(216)
インドネシア	3.6	2.9	6.9	3.7	32.5	4.8	1.6	10.0	16.0	3.8	4.0	10.2	(122)
マレーシア	6.0	0.7	5.8	6.0	38.3	4.1	1.2	11.2	17.5	2.6	3.0	3.6	(109)
タイ	4.7	2.1	3.0	7.5	28.3	3.9	3.4	13.6	17.1	4.8	1.5	10.0	(349)
その他東南アジア	4.8	3.3	3.9	4.9	25.1	6.5	2.8	13.1	17.4	3.4	2.9	12.0	(289)
オーストラリア・ニュージーランド	1.5	2.9	3.6	6.8	26.7	2.3	4.4	9.4	14.7	7.4	3.3	17.0	(153)
南太平洋	3.2	4.5	0.0	0.0	25.0	0.0	0.0	13.9	26.4	12.0	0.0	15.0	(24)
ハワイ	6.0	2.5	4.4	6.2	31.7	4.1	1.4	11.0	15.5	3.9	1.9	11.6	(457)
グアム・サイパン	4.1	4.4	5.8	7.1	31.6	1.3	2.9	12.5	18.4	4.4	2.4	5.1	(181)
アメリカ本土	6.7	1.7	3.2	4.7	35.2	1.8	1.4	6.3	15.2	5.1	4.6	14.2	(273)
カナダ	3.3	2.3	5.0	5.1	14.6	4.3	6.0	13.2	19.7	7.2	4.5	14.9	(82)
フランス	6.6	1.7	5.9	3.3	26.2	0.6	0.5	12.4	21.9	6.2	3.7	10.9	(121)
イギリス	5.7	4.1	1.9	8.2	29.5	0.0	3.7	6.4	24.6	4.4	0.0	11.4	(82)
スペイン	2.9	3.2	7.1	4.5	26.5	5.9	1.5	14.0	13.4	4.4	3.2	13.4	(103)
イタリア	4.1	5.2	5.6	6.0	24.9	3.9	1.8	12.2	15.2	4.2	2.7	14.3	(144)
ドイツ	8.2	1.9	6.3	3.1	22.9	2.7	2.7	11.9	17.9	7.1	3.2	12.2	(114)
その他ヨーロッパ	4.7	3.1	8.4	7.5	30.0	3.7	1.6	8.7	16.3	3.7	2.5	9.7	(303)
その他	2.0	2.1	6.2	9.2	28.3	5.1	3.4	13.6	12.5	4.9	1.7	11.1	(170)

(注) 1回の旅行につき、複数の旅行先(国・地域)を訪問したデータを含む。

資料：(公財)日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

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

③旅行先と最も楽しみにしていたこと (表I-3-7)

最も楽しみにしていたことについては、旅行先によって大きく傾向が分かれる結果となった。全体で見ると、『おいしいものを食べること』が最も多く18.1%、次いで『文化的な名所を見ること』(16.2%)、『自然景観を見ること』(13.2%)、『街や都市を訪れること』(12.2%)の順で10%を超える割合となっている。

『おいしいものを食べること』の割合が高い旅行先は、高い順に「台湾」(37.1%)、「韓国」(33.9%)、「香港・マカオ」(32.7%)と東アジアの国々が上位に挙がった。

『文化的な名所を見ること』で割合が高いのは、「イタリア」(45.5%)、「スペイン」(37.4%)、「フランス」(36.8%)、「その他東南アジア」(30.0%)、「その他ヨーロッパ」(29.5%)、「ドイツ」(26.6%)、「イギリス」(23.7%)であった。また、『自然景観を楽しむこと』では、「カナダ」(53.1%)、「オーストラリア・ニュージーランド」(39.8%)が全体より15ポイント以上大きくなっている。

その他、『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」(34.4%)、「南太平洋」(28.3%)、『自然の豊かさを体験すること』においても「南太平洋」(25.9%)が全体より15ポイント大きい値となっている。

表I-3-7 旅行先(国・地域)別の最も楽しみにしていたこと

(単位：%)

楽しみ	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	買い物をする事	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	自然の豊かさを体験すること	エステ・スパ・マッサージを受けること	地域の文化を体験すること	帰省・冠婚葬祭関連・親族や知人訪問	芸術・音楽・スポーツなどの観劇・鑑賞・観戦	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
旅行先																
全体	18.1	16.2	13.2	12.2	7.5	7.1	6.0	4.6	2.5	2.4	2.3	2.0	1.9	1.0	3.1	(4231)
前年	18.0	16.7	14.0	10.8	7.1	7.1	7.0	4.3	2.4	2.2	2.2	2.9	1.0	0.8	2.9	(4221)
韓国	33.9	10.9	5.1	6.6	20.4	3.7	1.6	0.5	3.7	1.7	2.5	3.8	1.0	0.5	4.0	(528)
中国	14.7	20.6	19.5	15.2	1.7	9.4	2.4	1.6	1.1	1.6	4.2	1.6	1.8	1.1	3.7	(231)
台湾	37.1	20.5	5.6	13.9	3.8	5.9	2.3	1.3	0.3	3.8	1.1	0.6	1.4	0.7	1.5	(595)
香港・マカオ	32.7	7.0	6.5	17.6	7.3	14.1	2.0	0.0	1.9	1.2	1.3	1.2	1.6	2.3	3.3	(222)
シンガポール	12.2	7.9	5.9	22.6	9.4	20.7	3.2	3.3	2.0	3.1	2.1	0.0	5.5	0.5	1.7	(159)
インドネシア	10.3	7.9	10.3	2.0	4.8	7.8	13.3	5.7	14.7	5.0	2.4	0.8	5.8	2.2	7.1	(94)
マレーシア	14.6	19.7	14.9	11.4	2.0	5.1	5.2	5.3	4.1	5.0	1.1	0.0	5.0	1.0	5.6	(68)
タイ	14.7	18.4	3.1	9.2	5.0	5.5	15.0	1.8	11.0	3.5	3.6	0.3	3.1	1.9	3.9	(291)
その他東南アジア	10.4	30.0	16.6	9.4	4.3	3.9	5.3	4.6	4.1	2.5	1.7	1.0	2.2	0.7	3.3	(261)
オーストラリア・ニュージーランド	3.4	8.0	39.8	14.2	1.6	6.8	6.4	12.6	0.0	2.4	0.6	0.0	0.0	1.1	3.0	(133)
南太平洋	0.0	16.6	24.4	0.0	0.0	0.0	28.3	25.9	0.0	0.0	4.8	0.0	0.0	0.0	0.0	(17)
ハワイ	15.2	3.3	20.2	7.6	12.3	4.8	9.7	13.8	1.6	2.1	2.4	0.5	2.8	0.6	3.1	(439)
グアム・サイパン	10.3	0.4	12.8	2.2	13.5	5.0	34.4	12.1	1.1	1.4	2.1	0.0	1.3	0.4	3.2	(168)
アメリカ本土	7.6	5.2	13.9	16.7	9.0	14.3	3.9	4.8	0.0	1.0	6.2	8.7	1.5	2.0	5.2	(234)
カナダ	5.4	9.2	53.1	4.2	4.8	1.5	0.0	13.6	0.0	0.0	0.0	4.5	0.0	2.2	1.5	(50)
フランス	7.2	36.8	4.1	20.7	3.1	14.9	0.0	0.0	1.4	0.0	1.2	9.4	0.0	0.0	1.2	(66)
イギリス	0.0	23.7	14.1	24.1	3.0	8.5	7.6	0.0	0.0	0.0	6.3	7.1	1.5	3.9	0.0	(51)
スペイン	8.4	37.4	12.7	23.4	0.0	4.5	4.8	0.0	0.0	1.0	0.0	7.8	0.0	0.0	0.0	(63)
イタリア	8.9	45.5	14.8	10.7	3.9	7.0	0.0	0.8	0.0	1.8	1.9	4.7	0.0	0.0	0.0	(99)
ドイツ	7.4	26.6	7.0	25.2	2.2	5.0	1.5	1.7	0.0	0.0	1.2	6.7	5.1	7.0	3.4	(62)
その他ヨーロッパ	2.9	29.5	24.7	19.5	2.8	7.6	1.3	4.8	0.0	1.4	2.0	1.0	0.0	0.3	2.1	(250)
その他	7.7	23.9	21.9	10.4	1.4	3.4	5.1	9.5	2.7	6.0	0.5	0.5	2.5	0.0	4.4	(149)

(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

④旅行先での交通手段 (表I-3-8)

旅行先での主な交通手段をみると、全体では『飛行機』(46.8%)、『タクシー・ハイヤー』(31.6%)、『列車』(29.2%)、『貸切バス・定期観光バス』(20.4%)、『路線バス』(20.2%)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、『飛行機』利用は、島嶼地域のなかでも「南太平洋」(73.1%)、また大陸のなかでも「カナダ」(64.7%)が全体よりも15ポイント以上大きい値となった。

『タクシー・ハイヤー』の利用は「タイ」(48.8%)、「インドネシア」(47.3%)、「その他東南アジア」(45.2%)など、東南アジアで多くなっている。

一方、『列車』の利用については、「イギリス」(56.8%)、「ド

イツ」(56.0%)、「フランス」(50.9%)、「台湾」(48.5%)、「イタリア」(47.9%)、「スペイン」(45.5%)と「台湾」を除きヨーロッパで全体よりも15ポイント以上大きい値となった。

『貸切バス・定期観光バス』や『路線バス』においても、ヨーロッパで高い値となり、特に前者は「スペイン」(40.7%)、後者は「イギリス」(46.0%)で全体よりも15ポイント大きい値となった。

その他、『観光客向けの巡回バスなど』における「ハワイ」(29.5%)、「グアム・サイパン」(26.6%)が全体よりも15ポイント大きい値となっている。この2地域では『レンタカー』の利用も全体と比較して多い。

また、南太平洋では『飛行機』の利用に次いで『船』(34.5%)の利用も多く、全体よりも15ポイント以上大きい値を得ている。

表I-3-8 旅行先(国・地域)別の旅行先での交通手段(複数回答)

(単位：%)

交通手段	飛行機	タクシー・ハイヤー	列車	貸切バス・定期観光バス	路線バス	観光客向けの巡回バスなど	船(フェリー、観光船など)	レンタカー	レンタサイクル	交通機関は利用しなかった	その他	サンプル数
全体	46.8	31.6	29.2	20.4	20.2	10.8	9.6	8.9	1.5	1.4	4.5	(4584)
前年	48.0	29.6	29.2	21.2	19.6	11.4	9.5	9.8	1.7	1.4	3.9	(4615)
韓国	44.7	31.2	36.3	10.0	19.6	4.3	4.9	2.9	0.9	3.3	5.3	(589)
中国	52.4	29.0	28.7	22.3	15.1	5.5	9.4	8.4	2.1	1.2	3.5	(284)
台湾	42.8	35.5	48.5	18.5	22.5	7.9	4.1	6.2	1.9	1.3	3.2	(655)
香港・マカオ	48.2	27.8	36.1	16.3	26.1	10.9	24.1	7.0	2.5	0.3	3.6	(270)
シンガポール	42.2	38.9	34.0	16.8	15.0	12.5	5.1	9.7	1.9	0.7	2.4	(216)
インドネシア	44.2	47.3	13.0	11.0	14.3	15.8	10.1	13.6	2.2	4.5	5.8	(122)
マレーシア	50.4	33.1	35.3	14.1	17.9	15.6	6.6	12.2	2.2	1.8	7.2	(109)
タイ	44.6	48.8	32.2	10.4	21.3	7.3	14.5	8.4	1.8	1.2	4.4	(349)
その他東南アジア	54.0	45.2	6.6	24.9	12.8	6.8	9.2	2.6	1.1	2.1	5.3	(289)
オーストラリア・ニュージーランド	55.1	26.4	29.1	29.6	25.9	14.9	23.5	19.8	4.1	0.0	3.4	(153)
南太平洋	73.1	9.6	23.2	17.3	23.3	12.1	34.5	11.9	12.1	3.2	0.0	(24)
ハワイ	52.0	28.6	3.6	11.7	22.9	29.5	6.0	25.1	4.5	0.4	1.9	(457)
グアム・サイパン	43.8	30.4	5.9	10.0	20.7	26.6	5.3	22.2	2.9	2.9	1.9	(181)
アメリカ本土	56.6	25.9	27.5	17.0	21.6	8.5	8.8	17.7	0.9	0.6	6.1	(273)
カナダ	64.7	22.7	21.7	29.2	20.3	13.1	10.8	13.6	2.4	0.9	8.7	(82)
フランス	41.0	29.8	50.9	29.6	25.6	14.7	12.0	11.7	1.2	1.3	6.1	(121)
イギリス	40.0	26.8	56.8	19.8	46.0	14.1	10.6	15.0	1.8	0.0	5.5	(82)
スペイン	59.9	36.3	45.5	40.7	31.7	16.9	10.5	2.7	1.4	0.0	4.1	(103)
イタリア	54.3	25.4	47.9	32.9	29.5	10.9	23.9	7.8	2.7	0.0	4.0	(144)
ドイツ	54.3	16.1	56.0	33.2	26.9	13.5	15.4	10.1	1.3	0.7	2.5	(114)
その他ヨーロッパ	44.6	12.4	37.1	52.3	22.1	5.5	20.5	1.5	0.0	0.7	5.5	(303)
その他	52.6	27.6	20.5	39.4	12.0	8.3	9.2	2.2	0.0	2.5	7.4	(170)

(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「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旅行先と宿泊施設 (表I-3-9)

旅行先で利用した主な宿泊施設を見ると、全体では『ホテル』(88.1%) が圧倒的に多い。その内訳は、『シティホテル』(44.0%)、『リゾートホテル』(39.0%)、『ビジネスホテル』(13.7%) の順となっている。

旅行先別には、『シティホテル』利用は「スペイン」(72.0%)、「イギリス」(65.9%)、「その他ヨーロッパ」(65.7%)、「イタリア」(64.2%)、「フランス」(61.3%)とヨーロッパの国々での利用率が高くなっている。一方、リゾートホテルについては、「グアム・サイパン」(83.7%)、「インドネシア」(79.9%)、「ハワイ」(77.8%)、

「南太平洋」(71.7%)などの島嶼リゾート地域での利用率が高い。ビジネスホテルについては、ヨーロッパでは唯一「ドイツ」(24.9%)の利用率が高く、その他は「香港・マカオ」(22.5%)、「台湾」(22.1%)「韓国」(21.3%)、「中国」(18.8%)などのアジア諸国が多くなっている。

その他、『ペンション・B&B・ロッジ』における「南太平洋」(13.9%)、「イギリス」(13.4%)、『実家・親戚・知人宅』における「アメリカ本土」(17.4%)が全体よりも10ポイント以上大きい値となっている。

表I-3-9 旅行先(国・地域)別の宿泊施設(複数回答)

(単位：%)

旅行先	宿泊施設	ホテル			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
		シティホテル	ビジネスホテル	リゾートホテル							
全体	88.1	44.0	13.7	39.0	3.1	0.7	2.1	3.7	4.7	2.6	(4231)
前年	87.6	45.1	37.6	14.7	4.0	0.6	1.8	4.3	4.8	2.4	(4221)
韓国	81.9	52.9	21.3	9.2	1.2	0.2	1.3	6.0	4.7	6.2	(528)
中国	89.1	50.8	18.8	25.8	2.6	0.9	1.7	3.8	6.3	1.2	(231)
台湾	92.1	54.7	22.1	21.5	3.2	0.3	0.3	3.4	3.0	2.2	(595)
香港・マカオ	93.4	50.7	22.5	25.7	0.6	1.6	0.0	3.4	1.5	0.0	(222)
シンガポール	91.1	35.5	12.6	48.6	3.2	2.4	3.8	1.3	1.5	0.0	(159)
インドネシア	89.4	10.1	8.2	79.9	7.5	2.6	0.8	0.8	2.7	2.7	(94)
マレーシア	86.8	48.5	14.0	47.8	1.0	0.0	0.0	4.8	6.0	3.3	(68)
タイ	86.8	42.8	8.4	39.5	2.8	0.8	2.9	3.4	4.7	0.2	(291)
その他東南アジア	93.1	44.4	9.4	51.6	2.4	0.0	0.9	4.9	4.0	1.4	(261)
オーストラリア・ニュージーランド	85.2	42.6	14.3	44.8	8.2	1.5	3.0	9.4	9.9	0.0	(133)
南太平洋	85.9	9.6	4.5	71.7	13.9	0.0	0.0	0.0	0.0	4.8	(17)
ハワイ	88.4	9.6	1.8	77.8	0.8	0.0	8.2	2.0	0.9	2.1	(439)
グアム・サイパン	95.6	8.9	1.4	83.7	0.0	0.0	1.8	1.1	2.0	0.6	(168)
アメリカ本土	78.3	42.6	14.1	30.9	4.5	1.0	1.4	1.4	17.4	4.1	(234)
カナダ	81.1	43.1	4.2	53.0	11.8	0.0	5.4	2.9	10.9	0.0	(50)
フランス	84.2	61.3	10.5	23.8	3.8	1.9	1.0	5.2	5.5	1.7	(66)
イギリス	83.4	65.9	16.1	15.0	13.4	0.0	4.2	8.1	4.9	6.8	(51)
スペイン	92.1	72.0	10.5	30.7	3.4	0.0	2.0	2.1	1.5	2.8	(63)
イタリア	90.6	64.2	12.3	31.2	10.0	1.1	0.7	3.9	4.7	2.3	(99)
ドイツ	77.5	44.3	24.9	16.6	6.3	2.2	2.0	1.2	11.6	3.5	(62)
その他ヨーロッパ	90.6	65.7	12.3	39.7	5.7	0.0	0.4	4.8	4.5	4.6	(250)
その他	86.1	48.7	6.6	54.3	6.3	4.1	0.7	5.1	6.3	6.2	(149)

(注) 1回の旅行につき、単一の旅行先(国・地域)を訪問したデータのみ。

資料：(公財)日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

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

⑥旅行先と宿泊数(表I-3-10)

旅行先での宿泊数について全体で見ると、『3泊』が最も多く、23.4%、次いで『4泊』(16.3%)、『2泊』(15.9%)、『5泊』(12.0%)となっている。

旅行先別には、基本的に遠方の旅行先ほど宿泊数が多い傾向にあり、「イタリア」「スペイン」「その他ヨーロッパ」では『8～9泊』が最も高い割合となっている。「スペイン」(15.6%)、「ドイツ」(10.4%)への旅行者の10%以上は『10～13泊』している。

一方、アジアの国々では比較的短期滞在となる。『2泊』では、「韓国」(41.1%)、「台湾」(33.3%)で、『3泊』では「香港・マカオ」(45.8%)、「シンガポール」(42.0%)、「台湾」(40.1%)、アジア以外でも比較的近隣の「グアム・サイパン」(39.3%)が全体よりも15ポイント以上大きい値となった。

その他、『4泊』では、「タイ」(26.8%)、『5泊』では「ドイツ」(25.8%)、「フランス」(23.2%)、「インドネシア」(22.7%)、「ハワイ」(22.6%)、『6泊』では「フランス」(19.7%)が全体よりも10ポイント以上大きい値となっている。

表I-3-10 旅行先(国・地域)別の宿泊数

(単位:%) (単位:泊)

旅行先	宿泊数												平均宿泊数 (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	3.6	15.9	23.4	16.3	12.0	7.3	7.9	6.8	3.4	1.5	0.5	1.4	5.0	(4231)
前年	4.1	17.0	24.1	15.8	10.9	6.9	8.0	6.2	3.5	1.5	0.8	1.3	5.0	(4221)
韓国	13.5	41.1	25.4	6.9	6.1	1.6	3.1	0.7	0.8	0.3	0.0	0.5	2.9	(528)
中国	5.5	21.6	30.1	15.0	12.3	3.2	4.3	3.4	2.5	1.3	0.9	0.0	4.1	(231)
台湾	5.5	33.3	40.1	13.1	3.6	1.0	0.9	1.1	0.7	0.4	0.0	0.3	3.1	(595)
香港・マカオ	5.3	26.8	45.8	18.0	2.3	0.0	1.3	0.6	0.0	0.0	0.0	0.0	2.9	(222)
シンガポール	2.0	16.8	42.0	20.2	8.7	3.1	6.1	0.8	0.0	0.0	0.0	0.5	3.7	(159)
インドネシア	0.0	3.4	17.1	18.7	22.7	10.7	15.0	7.4	0.8	1.8	1.2	1.2	5.8	(94)
マレーシア	3.7	5.6	34.5	26.3	9.6	1.8	11.1	0.0	0.0	0.0	0.0	7.4	5.7	(68)
タイ	0.7	7.5	23.1	26.8	11.7	7.4	6.3	4.9	4.1	2.4	1.0	4.1	6.1	(291)
その他東南アジア	0.5	5.7	25.5	25.1	16.1	8.6	6.6	4.2	4.0	2.4	0.6	0.6	5.2	(261)
オーストラリア・ニュージーランド	0.0	4.6	9.4	22.5	15.0	12.8	3.2	13.2	8.3	2.8	0.8	7.3	7.8	(133)
南太平洋	3.8	4.5	27.2	11.2	8.0	12.5	13.8	9.3	0.0	4.8	4.8	0.0	6.3	(17)
ハワイ	1.0	2.9	12.7	26.3	22.6	11.0	9.7	6.3	3.8	1.8	0.7	1.2	5.8	(439)
グアム・サイパン	1.0	15.0	39.3	25.2	10.4	6.2	0.8	0.9	0.9	0.4	0.0	0.0	3.7	(168)
アメリカ本土	1.4	3.3	9.2	11.9	20.8	13.1	15.6	8.6	6.3	4.9	1.1	3.9	7.4	(234)
カナダ	0.0	3.8	5.7	21.9	20.1	15.7	17.6	9.6	0.0	2.8	0.0	2.7	6.4	(50)
フランス	1.9	4.4	8.5	11.5	23.2	19.7	15.0	12.4	2.2	0.0	1.2	0.0	5.8	(66)
イギリス	0.0	4.3	10.2	12.3	18.6	16.7	14.9	13.0	7.0	0.0	0.0	3.0	6.6	(51)
スペイン	0.0	2.3	1.2	5.1	10.7	14.3	19.0	26.7	15.6	2.0	2.0	1.0	8.2	(63)
イタリア	0.0	4.3	4.0	5.3	10.8	11.7	25.2	29.5	5.4	2.4	0.0	1.3	7.3	(99)
ドイツ	1.3	0.0	13.6	8.4	25.8	14.8	15.0	9.0	10.4	1.7	0.0	0.0	6.2	(62)
その他ヨーロッパ	0.0	1.7	2.9	7.3	13.1	15.0	20.1	25.8	9.8	2.5	1.2	0.7	7.6	(250)
その他	1.9	4.3	8.5	11.7	10.2	14.6	15.9	20.2	6.8	4.1	0.0	1.7	7.0	(149)

(注) 1回の旅行につき、単一の旅行先(国・地域)を訪問したデータのみ。

資料: (公財) 日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

■ 全体の比率より15ポイント以上大きい値 ■ 全体の比率より10ポイント以上大きい値 ■ 全体の比率より5ポイント以上大きい値
 ■ 平均宿泊数が全体平均値より0.5泊以上大きい値 (平均宿泊数については、28泊以上は28泊と仮定して算出。)

⑦旅行先と旅行費用(表I-3-11)

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15.9%となった。

旅行先別には、ヨーロッパの国々は費用が高くなる傾向にあるが、特に「スペイン」では『50万円以上60万円未満』(14.1%)が全体と比較して10ポイント以上高くなったほか、「イタリア」及び「その他ヨーロッパ」では『30万円以上40万円未満』(それぞれ23.3%、19.8%)、フランスでは『20万円以上30万円未満』(30.3%)が全体と比較して10ポイント以上大きい結

果となった。また、ヨーロッパ以外の地域では、「南太平洋」で『70万円以上80万円未満』(12.8%)、「オーストラリア・ニュージーランド」で『30万円以上40万円未満』(19.6%)が全体よりも10ポイント以上大きくなっている。

アジアでは費用が小さくなる傾向にあり、「韓国」「香港・マカオ」では『5万円以上7万円未満』(23.8%、21.7%)が、「台湾」では『7万円以上10万円未満』(24.1%)、「シンガポール」及び「その他東南アジア」で『10万円以上15万円未満』(それぞれ25.8%、28.2%)が全体と比較して10ポイント以上大きくなっている。

表I-3-11 旅行先(国・地域)別の旅行費用価格帯

(単位: %) (単位: 円)

消費額	消費額															平均費用(概数)	サンプル数	
	3万円未満	3万円以上5万円未満	5万円以上7万円未満	7万円以上10万円未満	10万円以上15万円未満	15万円以上20万円未満	20万円以上30万円未満	30万円以上40万円未満	40万円以上50万円未満	50万円以上60万円未満	60万円以上70万円未満	70万円以上80万円未満	80万円以上90万円未満	90万円以上100万円未満	100万円以上			
旅行先																		
全体	1.8	5.2	9.6	12.0	15.4	12.2	15.9	9.0	5.1	3.5	1.8	1.6	0.8	0.7	2.2	230,439	(4231)	
前年	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	(4221)	
韓国	6.0	13.6	23.8	20.5	13.2	8.2	4.2	2.4	1.2	0.1	0.3	0.4	0.4	0.4	0.8	115,456	(528)	
中国	3.2	9.5	18.1	15.3	17.5	14.1	9.1	2.8	2.7	2.1	1.4	0.7	0.0	0.3	0.6	155,037	(231)	
台湾	2.4	10.7	17.5	24.1	20.1	10.4	7.7	2.1	1.1	0.4	0.1	0.2	0.1	0.2	0.9	126,247	(595)	
香港・マカオ	1.7	7.7	21.7	19.8	16.1	10.5	11.2	2.7	1.2	2.4	0.4	0.0	0.6	0.4	1.0	150,051	(222)	
シンガポール	0.9	0.9	6.1	9.8	25.8	15.7	19.0	8.7	3.3	0.5	2.6	2.2	0.5	0.0	0.6	210,865	(159)	
インドネシア	0.0	2.1	4.6	5.5	24.4	16.1	23.5	9.0	2.6	2.6	3.3	1.0	0.0	0.0	0.0	212,342	(94)	
マレーシア	0.0	7.9	11.7	16.9	18.2	12.4	20.6	6.1	3.0	1.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	161,728	(68)	
タイ	1.9	1.4	7.9	14.5	22.7	18.3	18.4	5.5	3.2	1.5	0.0	0.5	0.4	0.9	0.3	185,546	(291)	
その他東南アジア	1.0	2.1	6.3	15.5	28.2	17.6	18.8	5.2	2.2	0.6	1.1	0.6	0.0	0.0	0.0	173,307	(261)	
オーストラリア・ニュージーランド	0.0	0.5	1.0	3.0	2.1	11.9	21.6	19.6	9.7	11.4	3.4	3.4	1.9	0.9	4.0	369,049	(133)	
南太平洋	0.0	9.6	0.0	0.0	12.5	4.8	12.8	13.9	9.3	0.0	8.6	12.8	0.0	6.4	9.2	456,106	(17)	
ハワイ	0.0	1.0	1.3	3.3	9.5	8.5	23.6	15.4	9.5	7.1	2.8	3.3	2.0	1.5	5.7	356,902	(439)	
グアム・サイパン	0.5	4.4	4.1	10.9	21.3	14.8	15.9	9.6	3.7	2.1	0.0	0.8	0.5	0.5	5.3	235,012	(168)	
アメリカ本土	0.0	1.4	1.8	0.7	10.4	12.3	21.0	15.8	9.0	8.3	5.2	2.7	1.0	1.5	2.5	333,245	(234)	
カナダ	0.0	2.2	0.0	0.0	6.4	14.9	10.9	16.3	12.3	9.4	4.3	6.7	2.9	4.5	4.4	416,580	(50)	
フランス	3.8	1.2	0.0	3.6	7.3	7.2	30.3	16.2	14.3	4.4	0.0	2.5	0.0	0.0	2.3	289,819	(66)	
イギリス	3.5	0.0	0.0	5.7	1.6	22.0	23.5	13.9	13.2	8.2	1.5	0.0	0.0	0.0	3.0	298,530	(51)	
スペイン	0.0	1.3	0.0	3.6	4.7	13.6	20.1	16.8	12.1	14.1	2.0	4.3	0.0	1.5	4.9	382,874	(63)	
イタリア	1.3	0.0	2.5	1.3	7.6	8.0	23.8	23.3	9.8	3.1	2.0	3.5	3.9	0.0	8.5	385,723	(99)	
ドイツ	0.0	1.3	2.3	1.2	16.4	13.6	17.9	18.3	4.9	4.5	9.3	3.1	1.0	0.0	2.7	321,756	(62)	
その他ヨーロッパ	0.0	1.9	0.0	1.7	7.6	11.8	24.0	19.8	14.9	4.0	4.1	2.7	2.5	1.4	2.6	357,950	(250)	
その他	1.3	0.9	1.8	5.5	9.5	14.0	24.6	12.5	2.9	11.7	4.0	3.7	1.5	0.0	2.9	321,458	(149)	

(注) 1回の旅行につき、単一の旅行先(国・地域)を訪問したデータのみ。

資料: (公財)日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

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

⑧旅行先と現地で楽しんだ活動(表I-3-12)

現地で楽しんだ活動では、『まち並み散策・まち歩き』(52.3%)、『現地グルメ・名物料理』(50.0%)、『自然や景勝地の訪問』(48.0%)、『ショッピング・買い物』(47.9%)、『都市観光・都会見物』(44.9%)、『歴史・文化的な名所の訪問』(44.6%)が多くなり、旅行者の4割以上が現地で楽しんだとしている。

『まち並み散策・まち歩き』では、「フランス」(76.4%)、「スペイン」(75.5%)、「イタリア」(70.0%)、「その他ヨーロッパ」

(71.7%)、『自然や景勝地の訪問』については「オーストラリア・ニュージーランド」(84.9%)、「カナダ」(80.9%)、「スペイン」(70.7%)、「イタリア」(63.8%)、「その他ヨーロッパ」(75.8%)、『ショッピング・買い物』では「ハワイ」(65.3%)が全体よりも15ポイント以上大きくなっている。『都市観光・都会見物』『歴史・文化的な名所の訪問』では、特にドイツを除くヨーロッパの各国において、全体よりも15ポイント以上大きくなる。『歴史・文化的な名所の訪問』については「その他東南アジア」も含まれる。

表I-3-12 旅行先(国・地域)別の現地活動(複数回答)

旅行先	現地活動																	
	まち並み散策・まち歩き	現地グルメ・名物料理	自然や景勝地の訪問	ショッピング・買い物	都市観光・都会見物	歴史・文化的な名所の訪問	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	祭り・イベント	芸術鑑賞(観劇、コンサート・ライブなど)	家族や親戚、友人知人訪問	写真・写生	テーマパーク・レジャーランド	アウトドア体験(カヌー、乗馬体験、気球など)
全体	52.3	50.0	48.0	47.9	44.9	44.6	14.7	14.2	14.2	10.4	10.0	6.7	6.3	6.2	6.0	5.7	5.5	3.9
前年	49.5	47.8	48.6	47.1	45.0	45.3	14.4	14.2	12.6	10.8	9.4	6.8	5.6	6.1	6.4	5.9	4.7	3.5
韓国	40.2	59.0	23.7	58.8	30.1	25.9	4.0	3.4	1.2	4.4	1.1	7.8	4.1	7.3	6.5	3.0	4.5	0.9
中国	43.9	35.9	45.6	25.2	40.6	48.3	10.0	14.7	2.0	7.9	0.0	3.0	2.4	7.0	6.5	4.4	7.5	0.0
台湾	56.9	58.6	47.0	46.4	49.9	54.7	19.9	5.7	1.7	11.9	1.1	7.2	8.8	2.0	3.8	3.8	2.0	1.4
香港・マカオ	53.4	56.9	26.1	42.1	53.7	36.9	3.8	7.2	0.6	7.9	0.0	5.1	6.8	1.5	4.4	2.1	11.2	0.6
シンガポール	51.9	50.8	28.0	47.7	45.5	35.3	7.6	9.1	14.1	30.5	6.0	4.6	6.6	1.8	4.7	4.8	25.2	0.0
インドネシア	47.3	50.3	44.9	49.7	22.6	34.3	6.9	11.6	44.4	11.8	30.6	29.6	7.5	12.9	3.3	9.1	4.4	7.1
マレーシア	58.9	43.1	49.7	49.5	45.7	48.1	11.0	14.3	12.1	8.1	7.5	8.9	3.9	4.0	2.3	5.0	1.9	5.8
タイ	47.9	46.1	36.3	43.5	37.1	42.3	3.9	9.5	13.4	6.4	8.9	15.9	6.4	2.5	9.7	4.0	3.7	5.5
その他東南アジア	52.8	48.7	53.1	43.4	40.0	62.0	10.0	24.4	19.9	5.8	13.3	14.2	5.8	7.4	7.5	6.7	2.5	7.5
オーストラリア・ニュージーランド	63.9	40.8	84.9	41.6	55.2	52.7	13.3	24.9	11.2	24.1	12.5	1.4	5.0	4.7	7.7	10.6	8.0	12.7
南太平洋	32.4	24.4	50.7	24.7	20.4	0.0	0.0	0.0	48.9	0.0	65.4	4.8	0.0	0.0	0.0	10.3	0.0	4.8
ハワイ	50.7	54.5	59.5	65.3	37.8	24.1	4.6	2.0	56.3	10.6	36.9	7.0	7.7	3.9	2.5	7.4	4.4	8.7
グアム・サイパン	37.1	53.7	42.2	59.5	26.6	16.6	0.8	0.5	49.5	12.4	54.3	5.0	6.9	2.7	0.7	4.3	6.2	10.6
アメリカ本土	45.7	42.5	47.5	43.3	53.9	30.3	23.2	10.8	4.2	12.5	2.3	1.3	5.9	15.8	15.1	3.8	13.9	3.5
カナダ	52.2	21.1	80.9	34.8	47.5	32.4	13.3	14.3	7.7	16.8	0.0	3.4	4.1	7.7	13.7	13.6	3.7	12.5
フランス	76.4	61.5	49.6	54.1	73.0	65.2	56.2	26.2	2.8	11.1	0.0	1.4	4.3	12.7	8.3	4.1	4.8	0.0
イギリス	61.5	38.9	53.0	35.2	74.0	76.3	52.6	32.4	4.2	10.5	0.0	0.0	9.6	28.5	5.9	5.8	5.1	0.0
スペイン	75.5	59.5	70.7	55.2	74.8	81.5	55.7	39.4	2.0	18.7	0.0	0.0	6.0	18.5	3.4	8.1	2.1	1.2
イタリア	70.0	52.5	63.8	51.3	69.2	81.2	51.9	52.7	7.7	9.1	2.7	2.5	5.2	2.7	6.8	9.7	2.5	0.7
ドイツ	55.4	35.0	56.6	33.1	47.2	58.7	21.0	22.9	3.2	8.0	1.2	0.0	17.9	9.5	13.9	8.6	0.0	0.0
その他ヨーロッパ	71.7	39.9	75.8	45.3	61.2	75.4	38.6	45.5	3.3	8.3	0.8	0.0	5.0	12.3	4.1	11.2	0.8	0.3
その他	49.9	39.4	68.8	35.7	48.9	64.5	19.0	40.4	15.0	9.0	9.3	3.5	5.9	3.8	6.1	8.5	3.1	10.1

(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

『現地グルメ・名物料理』については「中国」「南太平洋」「カナダ」「イギリス」「ドイツ」「その他ヨーロッパ」を除く国・地域で4割以上の旅行者が楽しんだと回答しており、「フランス」(61.5%)では全体よりも10ポイント以上大きい値である。

その他、『美術館・博物館』『世界遺産訪問』についても、ドイツでは異なる傾向を示すもののヨーロッパで大きい値となっている。『リゾート滞在(海浜)』『海水浴・マリンスポーツ』では、

「インドネシア」、「南太平洋」「ハワイ」「グアム・サイパン」において全体よりも15ポイント以上大きい値となり、その他、特徴が出ているものとして、『観光施設・動物園・水族館』での「シンガポール」、『スパ・エステ』での「シンガポール」、『テーマパーク・レジャーランド』での「インドネシア」、『野生動物観察(クジラ・鳥など)』での「オーストラリア・ニュージーランド」が挙げられる。

(単位：%)

登山・トレッキング	ドライブ	ゴルフ	温泉	季節の花見	野生動物観察(クジラ、鳥など)	リゾート滞在(高原)	スポーツ観戦	産業観光(工場見学、モノづくりの現場見学など)	生活文化体験(陶芸体験、そば打ち体験など)	サイクリング	マラソン・ジョギング	果物狩り・農林漁業体験	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	3.4	3.0	2.9	2.5	2.4	2.0	1.6	1.6	1.4	1.1	0.8	0.5	0.3	2.0	-	(4231)	全体	
3.8	3.6	2.8	3.3	2.0	2.2	1.8	1.6	1.7	1.4	1.3	0.6	0.9	0.5	1.9	-	(4221)	前年	
0.5	1.1	0.4	3.5	4.4	0.2	1.1	1.6	0.8	2.0	0.3	0.2	0.4	0.2	2.6	18.8	(528)	韓国	
3.9	0.8	1.5	2.5	2.1	1.1	0.3	0.7	3.5	2.3	1.6	0.0	1.3	0.3	2.7	31.7	(231)	中国	
0.7	1.7	2.3	6.5	2.3	0.4	0.6	0.7	1.4	1.5	0.8	0.5	0.5	0.3	0.7	28.4	(595)	台湾	
0.0	0.3	0.0	0.6	2.7	0.0	1.0	1.6	0.9	0.0	0.6	0.0	0.0	0.0	3.2	31.6	(222)	香港・マカオ	
0.9	1.3	2.0	2.9	1.7	1.4	0.0	0.5	0.5	0.5	0.4	0.0	0.0	0.0	2.9	42.1	(159)	シンガポール	
4.1	2.3	1.0	5.7	1.4	2.0	9.9	2.5	2.4	1.9	3.5	2.5	0.9	1.0	1.0	32.9	(94)	インドネシア	
0.0	1.0	4.4	5.4	0.0	6.1	0.0	1.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3.3	25.9	(68)	マレーシア	
0.7	1.8	13.5	1.5	0.5	1.9	0.3	2.6	0.3	0.5	1.0	1.7	0.3	0.0	3.6	25.8	(291)	タイ	
2.1	0.9	1.9	1.0	1.6	4.8	3.4	0.0	2.6	1.4	0.9	0.0	0.0	0.0	1.4	40.4	(261)	その他東南アジア	
13.9	9.1	1.4	2.1	10.6	19.8	5.0	1.0	0.7	3.4	2.0	1.8	0.8	1.5	1.0	54.7	(133)	オーストラリア・ニュージーランド	
0.0	4.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	4.8	4.8	0.0	0.0	0.0	0.0	4.8	64.3	(17)	南太平洋	
9.8	11.7	7.6	2.4	1.4	3.7	2.3	0.6	0.9	1.7	3.7	2.4	0.7	0.2	1.5	52.3	(439)	ハワイ	
2.3	6.8	8.5	1.0	0.5	2.3	1.1	0.6	0.0	1.7	0.5	1.3	2.5	0.5	0.6	50.5	(168)	グアム・サイパン	
2.7	7.4	1.3	1.6	2.2	2.3	2.7	6.8	1.7	0.0	0.0	1.1	0.0	0.0	2.7	27.6	(234)	アメリカ本土	
17.5	10.4	1.3	0.0	4.5	8.9	5.6	5.2	0.0	0.0	1.9	0.0	0.0	3.1	0.0	49.2	(50)	カナダ	
0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3.6	0.0	0.0	0.0	0.0	1.7	0.0	1.2	32.8	(66)	フランス	
2.8	0.0	4.2	0.0	4.2	0.0	1.3	5.3	2.8	1.5	0.0	1.6	0.0	0.0	2.7	32.4	(51)	イギリス	
2.1	0.0	0.0	0.0	6.0	0.0	2.0	10.8	1.0	1.3	0.0	0.0	0.0	0.0	1.5	43.4	(63)	スペイン	
4.5	1.9	0.0	1.1	0.8	1.3	3.6	1.1	3.0	0.9	2.5	0.0	0.0	0.0	0.0	35.8	(99)	イタリア	
0.0	3.6	0.0	2.2	0.0	0.0	2.5	2.4	2.5	2.3	0.0	1.2	1.2	0.0	1.0	32.4	(62)	ドイツ	
10.3	2.1	0.3	2.3	4.0	0.0	4.8	0.3	3.1	1.9	0.9	0.3	0.6	0.9	2.3	40.2	(250)	その他ヨーロッパ	
7.5	2.2	1.1	6.7	2.4	7.0	4.0	0.5	6.2	1.9	0.0	0.9	0.0	0.0	3.2	44.8	(149)	その他	

資料：(公財)日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

⑨旅行先と満足度・再来訪意向 (表I-3-13)

旅行先での満足度をみると、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93.8%となった。

『大変満足』の割合が最も高いのは、「イギリス」で54.9%、次いで「ハワイ」で54.0%、「インドネシア」(53.0%)、「スペイン」(48.5%)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6.39、次いで「スペイン」(6.28)、「オーストラリア・ニュージーランド」(6.26)、「イギリス」(6.26)となった。一方、指数が低いのは、「中国」(5.59)、「香港・マカオ」(5.87)、「シンガポール」(5.94)、「マレーシア」(5.94)

の順になっている。

再来訪意向については、「1年以内に当該地域を再び訪れたいですか。」と尋ねたところ、再来訪希望層（『大変そう思う』+『そう思う』+『やや思う』）は全体で77.0%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54.6%、次いで「タイ」(42.1%)、「韓国」(40.7%)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」(6.28)、「タイ」(5.99)、「グアム・サイパン」(5.90)、指数が低いのは、「その他ヨーロッパ」(4.62)、「中国」(4.98)、「その他東南アジア」(5.01)の順になっている。

表I-3-13 旅行先(国・地域)別の満足度・再来訪意向

(単位：%)

旅行先	満足度							満足度指数	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	38.4	39.7	15.7	4.4	1.2	0.4	0.2	6.08	(4231)
前年	37.9	41.7	14.6	3.9	1.2	0.2	0.5	6.09	(4221)
韓国	34.0	39.2	18.9	5.0	2.0	0.6	0.4	5.95	(528)
中国	16.3	45.3	24.8	10.4	1.9	1.0	0.4	5.59	(231)
台湾	33.9	40.7	18.7	4.9	1.4	0.1	0.3	5.99	(595)
香港・マカオ	27.3	43.7	21.0	6.3	0.3	1.4	0.0	5.87	(222)
シンガポール	31.1	42.0	18.1	6.9	1.8	0.0	0.0	5.94	(159)
インドネシア	53.0	25.5	12.0	6.2	3.4	0.0	0.0	6.19	(94)
マレーシア	25.3	48.8	20.4	5.5	0.0	0.0	0.0	5.94	(68)
タイ	36.4	44.6	15.1	3.9	0.0	0.0	0.0	6.13	(291)
その他東南アジア	35.9	40.1	17.9	4.5	1.1	0.5	0.0	6.04	(261)
オーストラリア・ニュージーランド	47.5	34.2	16.7	0.6	1.1	0.0	0.0	6.26	(133)
南太平洋	37.9	34.5	27.6	0.0	0.0	0.0	0.0	6.10	(17)
ハワイ	54.0	34.5	9.0	1.6	0.6	0.0	0.2	6.39	(439)
グアム・サイパン	44.2	39.6	12.4	2.1	0.5	1.3	0.0	6.21	(168)
アメリカ本土	47.0	34.5	12.6	4.7	0.8	0.0	0.4	6.20	(234)
カナダ	31.4	54.1	6.6	7.9	0.0	0.0	0.0	6.09	(50)
フランス	42.3	42.0	7.1	2.6	6.1	0.0	0.0	6.12	(66)
イギリス	54.9	25.0	17.2	0.0	0.0	2.8	0.0	6.26	(51)
スペイン	48.5	34.5	13.8	3.2	0.0	0.0	0.0	6.28	(63)
イタリア	46.8	37.0	12.1	1.5	1.9	0.0	0.8	6.22	(99)
ドイツ	39.0	38.1	10.6	7.0	3.2	2.0	0.0	5.97	(62)
その他ヨーロッパ	46.3	39.1	10.0	2.9	1.4	0.3	0.0	6.25	(250)
その他	34.4	48.1	12.5	2.6	1.0	0.9	0.5	6.08	(149)

(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。

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

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

(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(1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	32.1	28.0	16.9	12.6	5.9	3.1	1.4	5.5	(4231)
前年	33.2	27.5	16.6	11.6	6.1	3.5	1.4	5.54	(4221)
韓国	40.7	30.0	14.2	10.1	2.8	1.3	0.9	5.88	(528)
中国	12.9	33.7	19.4	16.3	9.5	6.3	1.7	4.98	(231)
台湾	31.7	31.7	20.4	10.1	3.9	1.2	1.0	5.70	(595)
香港・マカオ	23.8	31.0	25.8	9.8	4.6	3.8	1.2	5.43	(222)
シンガポール	22.6	30.7	19.2	17.0	8.1	1.6	0.8	5.34	(159)
インドネシア	40.6	26.1	14.8	7.6	3.4	4.9	2.6	5.68	(94)
マレーシア	25.5	35.1	9.9	12.2	12.4	4.0	1.0	5.33	(68)
タイ	42.1	32.3	12.8	9.9	2.0	0.3	0.6	5.99	(291)
その他東南アジア	20.4	26.7	16.4	18.9	7.9	7.0	2.7	5.01	(261)
オーストラリア・ニュージーランド	28.7	19.8	28.1	15.2	7.2	1.0	0.0	5.45	(133)
南太平洋	24.0	40.1	9.6	4.8	12.5	9.0	0.0	5.31	(17)
ハワイ	54.6	28.0	11.1	4.4	1.2	0.3	0.3	6.28	(439)
グアム・サイパン	39.5	33.1	13.3	9.0	3.3	0.6	1.3	5.90	(168)
アメリカ本土	32.2	28.0	16.5	13.1	6.7	2.5	1.1	5.54	(234)
カナダ	13.9	30.4	19.8	23.3	9.6	2.9	0.0	5.07	(50)
フランス	33.0	22.2	15.8	12.0	8.1	2.2	6.7	5.26	(66)
イギリス	39.5	21.9	23.6	5.1	7.1	0.0	2.8	5.70	(51)
スペイン	26.3	18.2	18.6	20.4	11.8	2.9	1.7	5.11	(63)
イタリア	31.8	27.4	10.9	13.5	8.1	7.4	0.8	5.36	(99)
ドイツ	32.2	18.8	17.3	20.0	7.3	4.4	0.0	5.35	(62)
その他ヨーロッパ	17.0	15.6	18.5	23.7	13.6	9.1	2.5	4.62	(250)
その他	14.3	13.9	15.8	22.1	15.4	11.9	6.6	4.27	(149)

資料：(公財)日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

3 マーケットセグメント(同行者×ライフステージ)別の旅行動向

ここでは、海外旅行（観光・レクリエーションを目的とする海外旅行）に絞り、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申し込み時期(表I-3-14)

旅行の申し込み時期は、旅行の『3～5カ月前』(37.2%)、『1

～2カ月前』(28.1%)が多く、合わせると全体の3分の2を超える。

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」では申し込み時期が出発日に近い傾向となった。

特徴が出ているものとして、「乳幼児の子どもと一緒に家族旅行」では『半年～1年前』、「子育て中の女性による友人旅行」では『1～2カ月前』に申し込み割合が全体と比較して10ポイント以上大きくなっている。

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	2.1	18.7	37.2	28.1	7.6	3.2	0.7	0.5	0.2	0.1	(4584)
前年	2.4	16.1	35.8	30.5	9.0	4.3	1.1	0.6	0.2	0.0	(4615)
家族旅行	3.82	28.3	45.2	31.9	8.0	3.6	0.5	0.0	0.2	0.0	(952)
乳幼児の子どもと一緒に家族旅行(小中高生を含まない)	2.9	28.8	35.6	24.5	7.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	(145)
小中高生の子と一緒に家族旅行(乳幼児も含む)	4.2	25.4	36.6	24.3	4.2	3.3	0.9	0.0	0.0	0.0	(310)
18歳以上のみの家族旅行	2.2	17.9	37.7	29.3	7.6	3.0	0.2	0.0	0.3	0.0	(497)
※3世代家族旅行	3.8	27.1	35.2	21.2	6.7	4.2	0.3	0.0	0.0	0.0	(222)
夫婦・カップル旅行	1.5	21.5	41.4	24.9	6.0	2.3	0.7	0.3	0.2	0.0	(1,493)
カップルでの旅行	2.4	16.2	37.0	28.1	9.7	2.4	2.3	0.0	0.0	0.0	(234)
夫婦での旅行(子どもなし)	2.0	26.2	37.0	24.4	5.4	2.6	0.3	0.5	0.3	0.0	(476)
子育て中の夫婦での旅行(末子が18歳未満)	1.8	24.6	35.5	22.7	8.8	3.0	1.3	1.5	0.9	0.0	(99)
子育て後の夫婦での旅行(末子が18歳以上)	0.8	19.5	46.9	24.6	4.7	2.0	0.3	0.0	0.0	0.0	(683)
友人旅行	1.4	18.1	36.6	33.6	6.1	1.9	0.6	0.3	0.0	0.1	(1,105)
未婚男性による友人旅行	2.4	17.5	27.2	36.4	11.5	2.3	0.4	0.4	0.0	0.0	(188)
既婚男性による友人旅行(子どもなし)	0.0	22.9	37.2	29.5	4.4	1.8	1.8	0.0	0.0	0.0	(35)
子育て中の男性による友人旅行(末子が18歳未満)	5.1	20.1	31.5	28.2	8.4	1.8	0.0	1.5	0.0	0.0	(83)
子育て後の男性による友人旅行(末子が18歳以上)	0.6	21.9	39.9	30.0	2.7	2.2	1.2	0.0	0.0	0.5	(155)
未婚女性による友人旅行	0.4	14.9	36.6	37.7	5.9	2.1	0.4	0.2	0.0	0.0	(313)
既婚女性による友人旅行(子どもなし)	1.3	22.3	35.6	34.3	0.9	4.6	1.1	0.0	0.0	0.0	(73)
子育て中の女性による友人旅行(末子が18歳未満)	0.0	12.8	40.0	42.8	1.6	0.0	2.7	0.0	0.0	0.0	(40)
子育て後の女性による友人旅行(末子が18歳以上)	1.6	18.6	43.8	28.5	6.3	0.4	0.0	0.0	0.0	0.0	(219)
ひとり旅	2.9	12.4	31.2	27.9	12.9	6.7	1.3	1.6	0.3	0.2	(938)
男性のひとり旅	3.4	12.8	28.3	28.7	13.0	7.4	1.6	1.7	0.5	0.4	(606)
女性のひとり旅	1.9	11.7	36.6	26.5	12.7	5.4	0.9	1.4	0.0	0.0	(332)

■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」

②マーケットセグメントと出発月・出発日(表I-3-15)

「小中高生の子どもと一緒に家族旅行」では、学校が休みとなる『3月』(24.7%)、『8月』(21.3%)に旅行に出発する割合が全体と比較して大きい。

一方、「子どもを伴わない友人旅行」や「子育て後の夫婦での旅行」などでは、『月～金』といった平日に旅行に出発する割合が全体と比較して大きくなっている。「子育て中の夫婦での旅行」については、『金曜日』に出発する割合が大きい。

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

(単位:%)

出発月・日 マーケットセグメント	出発月												出発日						サンプル数	
	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	夏休み	ゴールデンウィーク	年末年始	土曜日	日曜・祝祭日	月々木曜日		金曜日
全体	6.9	8.0	13.3	6.1	8.3	7.2	5.4	11.1	11.9	8.1	7.2	6.5	8.4	3.1	4.4	11.4	12.9	43.7	15.2	(4584)
前年	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	(4615)
家族旅行	3.82	7.2	16.9	5.8	7.1	5.1	5.1	15.7	8.6	7.3	5.7	7.9	14.0	3.8	7.7	12.1	14.2	33.2	14.3	(952)
乳幼児の子どもと一緒に家族旅行(小中高生を含まない)	8.9	6.8	10.5	4.1	8.2	4.8	6.2	18.6	5.0	11.4	5.4	10.0	16.2	3.3	8.6	20.5	16.9	20.2	14.5	(145)
小中高生の子どもと一緒に家族旅行(乳幼児も含む)	8.1	3.2	24.7	6.1	5.6	4.0	5.8	21.3	2.8	6.5	3.1	8.8	21.8	4.8	9.8	9.2	13.0	23.8	16.1	(310)
18歳以上のみの家族旅行	6.8	9.8	13.9	6.2	7.7	5.9	4.3	11.4	13.2	6.6	7.5	6.7	8.5	3.3	6.0	11.5	14.1	42.8	13.1	(497)
※3世代家族旅行	7.3	7.8	17.3	6.4	7.4	3.1	5.5	20.7	5.3	7.0	5.3	6.9	16.0	3.2	7.1	11.4	15.7	27.9	18.9	(222)
夫婦・カップル旅行	6.9	6.3	10.5	6.9	9.2	7.7	5.5	9.5	13.5	8.5	8.5	7.0	7.0	3.2	4.4	11.3	13.8	45.7	13.6	(1493)
カップルでの旅行	5.9	8.5	9.8	8.0	6.5	8.9	4.7	10.9	16.8	3.5	8.7	7.8	9.7	4.2	6.0	11.7	17.6	41.2	9.3	(234)
夫婦での旅行(子どもなし)	6.8	4.7	7.5	7.7	9.1	8.2	4.9	9.6	15.0	9.1	9.2	8.2	7.5	5.1	6.2	10.7	15.8	42.2	13.0	(476)
子育て中の夫婦での旅行(末子が18歳未満)	9.8	5.0	9.0	5.3	12.1	2.3	3.3	21.8	5.9	10.2	9.8	5.4	13.6	1.9	4.7	10.5	15.6	20.2	27.8	(99)
子育て後の夫婦での旅行(末子が18歳以上)	6.9	6.9	13.1	6.3	9.9	7.7	6.5	7.1	12.4	9.5	7.7	6.1	4.8	1.8	2.5	11.8	10.8	53.4	13.5	(683)
友人旅行	5.9	10.5	14.6	5.3	8.2	7.2	6.3	8.2	12.4	9.1	7.8	4.7	6.1	2.9	2.5	11.7	12.5	46.9	16.7	(1105)
未婚男性による友人旅行	9.5	11.2	14.9	4.0	8.7	6.5	7.9	7.2	12.4	4.9	6.2	6.5	6.7	5.4	5.0	15.5	17.4	33.0	15.0	(188)
既婚男性による友人旅行(子どもなし)	9.2	7.1	7.3	12.8	6.2	2.2	12.8	0.0	16.6	10.4	11.1	4.3	0.0	0.0	2.3	12.2	13.8	57.0	10.6	(35)
子育て中の男性による友人旅行(末子が18歳未満)	2.0	13.5	15.4	8.2	7.9	8.4	5.5	13.0	5.3	3.3	13.0	4.6	8.2	2.2	1.8	19.1	13.2	37.7	16.9	(83)
子育て後の男性による友人旅行(末子が18歳以上)	5.2	12.1	17.3	6.8	9.8	6.0	4.2	7.9	12.3	7.1	8.8	2.5	3.5	3.8	0.5	7.7	13.7	58.3	16.0	(155)
未婚女性による友人旅行	5.4	12.7	14.7	5.0	6.6	9.1	5.0	9.5	11.7	9.1	5.9	5.4	8.1	2.7	3.7	8.6	11.7	44.8	18.5	(313)
既婚女性による友人旅行(子どもなし)	4.4	8.5	12.2	3.1	1.5	7.4	8.0	11.1	10.0	16.3	13.3	4.2	6.4	1.0	1.0	6.6	15.6	51.2	16.8	(73)
子育て中の女性による友人旅行(末子が18歳未満)	4.1	6.3	16.1	3.8	8.2	1.9	6.5	13.6	14.7	9.2	9.8	5.8	8.4	2.7	1.9	19.6	7.8	36.7	23.2	(40)
子育て後の女性による友人旅行(末子が18歳以上)	5.5	6.2	13.4	4.5	11.4	7.0	6.8	4.9	16.0	13.8	6.7	3.8	4.3	1.8	1.1	12.9	8.0	56.2	15.7	(219)
ひとり旅	7.4	8.3	12.1	6.3	8.1	8.9	4.6	12.2	11.8	7.3	6.3	6.6	7.7	2.5	3.7	11.0	10.3	46.9	16.7	(938)
男性のひとり旅	7.7	8.8	12.4	6.8	8.6	7.9	4.4	13.1	9.2	7.0	6.3	7.8	7.6	2.5	4.5	9.8	10.6	46.3	17.1	(606)
女性のひとり旅	6.8	7.5	11.5	5.2	7.2	10.6	5.1	10.6	16.7	8.0	6.5	4.4	8.1	2.4	2.1	13.2	9.7	47.9	15.9	(332)

■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」

③マーケットセグメントと交通手段

●旅行先での主な交通手段(複数回答)(表I-3-16)

旅行先での主な交通手段では、「友人旅行」において『タクシー・ハイヤー』の利用が比較的高く、特に「子育て中の男性による友人旅行」で全体よりも15ポイント以上大きい値となっている。

また、「ひとり旅」では、『列車』や『路線バス』などの公共

交通機関を利用する割合が多い一方で、子どもを同伴するような「家族旅行」では『レンタカー』を利用する割合が多い傾向にある。

交通手段別にみると、『列車』の利用は「未婚男性による友人旅行」において、『貸切バス・定期観光バス』では「子育て後の夫婦での旅行」「子育て後の女性による友人旅行」において、全体よりも15ポイント以上大きい値である。

表I-3-16 マーケットセグメント(同行者×ライフステージ)別の旅行先での主な交通手段(複数回答) (単位: %)

旅行先での主な交通手段	飛行機	タクシー・ハイヤー	列車	貸切バス・定期観光バス	路線バス	観光客向けの巡回バスなど	船(フェリー・観光船など)	レンタカー	その他	レンタサイクル	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	46.8	31.6	29.2	20.4	20.2	10.8	9.6	8.9	4.5	1.5	1.4	(4584)
前年	48.0	29.6	29.2	21.2	19.6	11.4	8.8	8.9	4.0	2.1	1.1	(4615)
家族旅行	47.1	35.0	23.7	17.3	17.6	14.0	9.6	14.1	3.6	1.5	0.7	(952)
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)	48.0	33.9	22.0	9.6	21.7	13.2	9.1	22.9	1.7	4.3	0.5	(145)
小中高生の子どもと一緒にの家族旅行(乳幼児も含む)	49.9	37.3	19.7	13.5	15.9	15.0	9.1	17.4	3.2	0.5	1.4	(310)
18歳以上のみの家族旅行	45.0	33.8	26.7	21.9	17.5	13.6	10.0	9.4	4.4	1.3	0.3	(497)
※3世代家族旅行	49.3	29.5	16.9	15.6	19.0	17.1	12.1	21.1	3.1	3.8	0.7	(222)
夫婦・カップル旅行	45.3	29.6	25.1	26.9	18.4	13.3	12.1	9.5	4.6	2.3	1.9	(1493)
カップルでの旅行	47.3	37.2	30.9	14.9	24.7	17.9	9.9	10.5	1.5	5.2	2.2	(234)
夫婦での旅行(子どもなし)	46.9	33.7	29.3	15.8	22.4	14.0	12.6	11.5	3.0	2.5	2.1	(476)
子育て中の夫婦での旅行(末子が18歳未満)	46.5	37.3	19.4	14.7	24.5	21.5	7.3	15.9	0.0	7.6	1.9	(99)
子育て後の夫婦での旅行(末子が18歳以上)	43.4	23.1	21.1	40.5	12.6	10.1	13.2	6.9	7.6	0.4	1.7	(683)
友人旅行	46.1	36.6	33.6	20.2	18.2	9.1	9.0	6.5	4.7	0.8	0.9	(1105)
未婚男性による友人旅行	46.7	41.6	45.0	7.6	28.6	8.8	7.9	12.8	1.7	2.8	0.8	(188)
既婚男性による友人旅行(子どもなし)	56.2	43.6	40.9	18.0	10.7	8.1	4.4	10.0	0.0	2.3	0.0	(35)
子育て中の男性による友人旅行(末子が18歳未満)	44.6	52.5	21.9	12.4	13.0	3.2	7.3	5.5	5.2	0.9	2.2	(83)
子育て後の男性による友人旅行(末子が18歳以上)	47.6	44.5	22.6	19.3	11.5	9.3	11.1	10.3	9.2	0.0	1.0	(155)
未婚女性による友人旅行	43.7	30.9	41.4	18.4	20.4	12.1	5.9	4.7	4.0	0.7	1.3	(313)
既婚女性による友人旅行(子どもなし)	61.3	30.4	22.0	25.6	8.4	6.0	7.1	7.6	5.8	0.0	0.0	(73)
子育て中の女性による友人旅行(末子が18歳未満)	54.1	43.2	33.8	6.6	25.5	3.4	17.4	0.0	2.3	0.0	0.0	(40)
子育て後の女性による友人旅行(末子が18歳以上)	40.2	28.9	27.5	38.0	15.9	9.5	13.2	1.7	5.6	0.0	0.3	(219)
ひとり旅	49.4	25.2	36.6	11.8	28.5	5.4	5.6	5.8	4.5	1.0	2.3	(938)
男性のひとり旅	49.9	28.6	35.0	8.3	27.1	6.4	4.9	7.4	2.6	1.2	1.6	(606)
女性のひとり旅	48.3	18.9	39.7	18.1	31.2	3.7	7.0	2.9	8.1	0.7	3.6	(332)

■ 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-3-17)

最も楽しみにしていたことについて全体では、『おいしいものを食べること』が最も多く17.6%、次いで『文化的な名所を見ること』(16.6%)、『自然景観を見ること』(13.3%)、『街や都市を訪れること』(12.4%)となった。

「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、「友人旅行」でやや『おいしいものを食べること』の割合が大きくなる。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」のなかでも「乳幼児の子どもと一緒に家族旅行」及び「3世代家族旅行」では、『観光・文化施設を訪れること』と、前者では『自然の豊かさを体験すること』、後者では、『買い物をする事』が全体よりも5ポイント以上大きい値となった。

「夫婦・カップル旅行」では、「子育て後の夫婦での旅行」で『自然景観を見ること』(20.9%)が全体よりも5ポイント以上大きくなっている。

「友人旅行」では冒頭で述べたように、『おいしいものを食べる事』が総じて大きくなり、特に「未婚男性」「既婚男性(子どもなし)」「子育て後の男性」「未婚女性」「子育て中の女性」による友人旅行において全体と比較して5ポイント以上大きい

い値となっている。その他、「既婚男性(子どもなし)」では『芸術・音楽・スポーツなどの観劇・鑑賞・観戦』が比較的大きい。「子どもを持つ男性」では子育て中、子育て後に関係なく『スポーツやアウトドア活動を楽しむこと』(子育て中16.7%、子育て後16.1%)が全体よりも10ポイント以上大きい値である。「子育て中の男性」では『街や都市を訪れること』(22.7%)、「子育て後の男性」では『エステ・スパ・マッサージを受けること』(7.7%)についても全体と比較して大きな値である。

一方、女性による友人旅行に目を向けると、「未婚女性」「子育て中の女性」では、『おいしいものを食べる事』のほか、前者では『買い物をする事』が、後者では『自然景観を見る事』が全体と比較して大きくなる。「既婚女性(子どもなし)」「子育て後の女性」では『おいしいものを食べる事』の割合は他の友人旅行に比べると割合は小さくなり、前者では『エステ・スパ・マッサージを受けること』、後者では『文化的な名所を見る事』が比較的大きくなる。

「ひとり旅」では全体の傾向にほぼ準ずる結果となったが、男性と女性で傾向が異なり、「男性のひとり旅」では、『文化的な名所を見る事』『街や都市を訪れる事』が、女性では『自然景観を見る事』『買い物をする事』が大きくなっている。

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

(単位：%)

マーケットセグメント	最も楽しみにしていたこと	おいしいものを食べる事	文化的な名所を見る事	自然景観を見る事	街や都市を訪れる事	買い物をする事	文化施設を訪れる事	観光・親しみ・楽しむこと	アウトドア活動を体験すること	スポーツや豊かさを自然の豊かさを体験すること	自然の豊かさを体験すること	エステ・スパ・マッサージを受けること	地域文化を体験すること	冠婚葬祭・親戚や知人訪問	親戚・鑑賞・観戦	芸術・音楽・スポーツなどの体験	宿泊施設に泊まること	目当てのイベント	地域の祭りやイベント	その他	サンプル数
全体	17.6	16.6	13.3	12.4	7.2	7.1	5.9	4.5	2.5	2.4	2.2	2.2	1.8	1.0	3.2	1.0	1.8	1.0	0.8	2.9	(4584)
前年	17.8	16.7	14.1	11.3	6.8	7.1	6.9	4.3	2.4	2.2	2.6	3.0	1.0	0.8	2.9	1.0	1.0	0.8	2.9	2.9	(4615)
家族旅行	16.6	14.2	12.3	11.1	8.9	11.1	6.3	6.1	2.6	2.3	2.6	1.7	2.4	0.4	1.5	2.4	2.4	0.4	1.5	1.5	(952)
乳幼児の子どもと一緒に家族旅行(小中高生を含まない)	18.1	8.7	11.2	9.2	9.8	15.3	5.1	9.6	1.3	3.4	4.1	0.6	2.3	0.4	0.4	2.3	2.3	0.9	0.4	0.4	(145)
小中高生の子どものと一緒に家族旅行(乳幼児も含む)	15.9	12.4	9.3	10.5	9.8	10.3	10.5	8.2	1.4	1.8	3.4	1.4	2.4	0.0	2.7	2.4	2.4	0.0	2.7	2.7	(310)
18歳以上のみの家族旅行	16.6	16.9	14.6	12.0	8.0	10.4	4.0	3.7	3.6	2.2	1.7	2.2	2.4	1.1	1.1	2.2	2.4	0.6	1.1	1.1	(497)
※3世代家族旅行	13.8	10.1	10.7	10.0	12.5	14.2	10.3	6.4	0.8	3.1	2.9	1.0	1.8	0.9	1.5	1.8	1.8	0.9	1.5	1.5	(222)
夫婦・カップル旅行	17.3	17.2	16.2	14.1	5.4	6.8	5.7	5.3	1.5	2.0	1.6	1.3	1.9	0.8	2.8	1.3	1.9	0.8	2.8	2.8	(1493)
カップルでの旅行	18.6	14.1	12.2	13.9	5.8	8.7	8.1	7.8	0.5	2.5	1.0	1.6	1.3	1.4	2.4	1.6	1.3	1.4	2.4	2.4	(234)
夫婦での旅行(子どもなし)	20.5	15.4	11.3	14.8	6.0	6.2	6.2	5.6	2.8	1.7	2.7	0.5	3.4	0.7	2.3	0.5	3.4	0.7	2.3	2.3	(476)
子育て中の夫婦での旅行(末子が18歳未満)	18.1	13.6	17.1	9.6	11.8	5.5	9.5	7.8	1.3	4.0	0.0	1.0	0.0	0.8	0.0	1.0	0.0	0.8	0.0	0.0	(99)
子育て後の夫婦での旅行(末子が18歳以上)	14.6	20.1	20.9	14.4	3.9	6.9	3.9	3.9	0.9	1.7	1.3	1.8	1.5	3.7	6.8	1.8	1.5	0.7	3.7	3.7	(683)
友人旅行	20.9	16.1	11.0	11.0	9.0	6.3	7.5	3.1	4.2	2.4	1.2	2.3	1.4	2.6	2.6	2.3	1.4	1.1	2.6	2.6	(1105)
未婚男性による友人旅行	23.2	19.6	11.7	7.4	5.6	7.4	9.4	4.8	0.5	4.2	0.0	1.2	0.4	2.2	2.5	1.2	0.4	2.2	2.5	2.5	(188)
既婚男性による友人旅行(子どもなし)	27.5	14.8	6.9	13.2	2.2	3.6	10.3	0.0	2.6	4.9	1.8	8.0	0.0	4.1	3.5	1.2	0.0	0.0	4.1	4.1	(35)
子育て中の男性による友人旅行(末子が18歳未満)	13.6	14.4	4.0	22.7	6.4	7.8	16.7	1.3	5.3	3.4	1.6	0.0	0.9	1.8	0.8	0.0	0.9	1.8	0.0	0.8	(83)
子育て後の男性による友人旅行(末子が18歳以上)	24.6	11.1	7.2	10.6	2.8	6.7	16.1	2.4	7.7	4.4	0.0	1.6	1.8	3.0	1.5	1.6	1.8	0.0	3.0	3.0	(155)
未婚女性による友人旅行	23.1	13.9	11.1	7.6	17.1	7.3	4.0	1.5	4.4	1.1	0.9	2.9	1.0	2.8	3.1	2.9	1.0	1.3	2.8	2.8	(313)
既婚女性による友人旅行(子どもなし)	19.8	14.9	11.7	15.3	2.6	4.6	6.3	4.2	8.2	1.3	2.4	5.0	2.4	1.3	7.3	5.0	2.4	0.0	1.3	1.3	(73)
子育て中の女性による友人旅行(末子が18歳未満)	26.7	4.2	24.0	12.9	9.6	2.5	2.7	3.4	0.0	3.2	3.7	3.2	0.0	3.8	4.0	3.2	0.0	0.0	3.8	3.8	(40)
子育て後の女性による友人旅行(末子が18歳以上)	14.4	23.1	13.4	12.5	8.7	4.4	2.3	5.1	4.1	0.9	2.4	1.5	2.8	3.3	2.1	1.5	2.8	1.2	3.3	3.3	(219)
ひとり旅	15.3	18.0	13.0	13.4	6.0	4.4	4.1	3.2	2.3	3.2	4.1	4.2	1.3	5.6	9.3	4.2	1.3	1.8	5.6	5.6	(938)
男性のひとり旅	16.1	19.5	10.2	14.5	3.9	5.1	5.2	2.7	2.7	3.6	3.6	3.6	1.1	6.7	6.0	3.6	1.1	1.6	6.7	6.7	(606)
女性のひとり旅	14.0	15.3	18.1	11.3	9.9	3.2	2.2	4.1	1.7	2.4	5.1	5.2	1.7	3.5	3.2	5.2	1.7	2.2	3.5	3.5	(332)

■ 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」

⑤マーケットセグメントと宿泊施設(表I-3-18)

ホテル宿泊の割合が高いのはマーケットセグメントに限らず同様であるが、「家族旅行」や「夫婦・カップル旅行」では『リゾートホテル』の利用が全体よりも大きくなる。なかでも、「乳幼児の子どもと一緒にの家族旅行」「夫婦での旅行(子どもなし)」「子育て中の夫婦での旅行」では、その割合が全体よりも15ポイント以上大きい。

その他、施設タイプ別にみると、『シティホテル』は「子育て後の夫婦での旅行」「既婚女性による友人旅行」で利用する割合が全体よりも10ポイント以上大きく、『ビジネスホテル』については、「未婚男性による友人旅行」「男性のひとり旅」での利用が大きくなる。

「女性のひとり旅」では、『実家・親戚・知人宅』の割合が全体よりも10ポイント以上大きくなっている。

表I-3-18 マーケットセグメント(同行者×ライフステージ)別の宿泊施設(複数回答)

(単位: %)

マーケットセグメント	宿泊施設	ホテル			B&B・ロτζ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	ゲストハウス・ ドミトリ	実家・親戚・ 知人宅	その他	サンプル数
		シティホテル	ビジネスホテル	リゾートホテル								
全体	88.0	44.4	14.7	38.8	3.6	1.0	2.2	4.3	4.8	2.7	(4584)	
前年	87.6	45.5	38.3	15.6	4.4	0.8	1.9	4.6	4.8	2.6	(4615)	
家族旅行	88.82	39.6	10.0	48.1	4.8	1.1	2.7	2.9	5.4	2.1	(952)	
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)	85.3	22.0	8.8	63.1	6.4	3.4	4.5	4.4	7.1	1.5	(145)	
小中高生の子どもと一緒にの家族旅行 (乳幼児も含む)	87.7	34.1	7.8	53.7	2.2	0.7	2.8	1.9	6.3	2.9	(310)	
18歳以上のみの家族旅行	90.5	48.2	11.8	40.2	6.0	0.6	2.0	3.1	4.4	1.8	(497)	
※3世代家族旅行	87.5	30.7	12.6	52.5	7.7	1.8	5.1	2.5	2.7	1.9	(222)	
夫婦・カップル旅行	91.0	45.6	9.2	49.6	2.8	1.1	2.6	1.9	3.3	3.5	(1493)	
カップルでの旅行	86.1	33.7	13.5	48.3	3.7	5.8	2.1	3.9	3.9	1.6	(234)	
夫婦での旅行(子どもなし)	94.3	42.3	9.9	55.6	2.2	0.0	1.1	1.2	3.0	3.5	(476)	
子育て中の夫婦での旅行 (末子が18歳未満)	94.1	29.4	13.9	60.5	3.4	1.3	1.1	2.8	1.8	0.8	(99)	
子育て後の夫婦での旅行 (末子が18歳以上)	89.9	54.4	6.4	44.3	2.8	0.2	4.1	1.5	3.5	4.5	(683)	
友人旅行	90.1	46.8	17.8	32.7	3.1	0.9	1.2	5.3	2.4	2.6	(1105)	
未婚男性による友人旅行	88.2	40.6	26.4	31.0	3.7	0.8	2.0	7.5	4.1	0.7	(188)	
既婚男性による友人旅行(子どもなし)	88.9	49.8	21.5	23.6	2.8	2.8	0.0	6.0	4.1	0.0	(35)	
子育て中の男性による友人旅行 (末子が18歳未満)	98.0	40.9	18.8	44.7	1.1	0.0	0.9	0.9	0.0	0.0	(83)	
子育て後の男性による友人旅行 (末子が18歳以上)	89.9	51.1	13.9	29.1	2.6	0.0	2.4	2.3	0.9	4.5	(155)	
未婚女性による友人旅行	89.1	44.8	22.7	27.5	2.6	2.0	0.9	9.0	2.9	0.9	(313)	
既婚女性による友人旅行(子どもなし)	93.4	55.4	8.3	33.8	4.4	0.0	1.1	3.2	3.2	0.0	(73)	
子育て中の女性による友人旅行 (末子が18歳未満)	78.8	30.6	23.6	38.9	9.5	3.4	3.1	9.0	3.7	2.7	(40)	
子育て後の女性による友人旅行 (末子が18歳以上)	91.5	53.8	7.5	39.5	2.8	0.0	0.0	1.8	1.3	7.6	(219)	
ひとり旅	79.2	43.3	24.4	20.3	4.6	0.9	2.2	8.6	9.7	2.3	(938)	
男性のひとり旅	83.1	43.2	28.3	19.9	3.8	1.0	2.3	8.3	6.8	1.3	(606)	
女性のひとり旅	72.1	43.5	17.2	21.0	6.0	0.6	1.9	9.2	14.9	4.2	(332)	

■ 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マーケットセグメントと宿泊数(表I-3-19)

平均宿泊数が最も長いのは「女性のひとり旅」の6.62泊で、「ひとり旅」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泊となっている。

全体と比較して、友人旅行では日数は少なくなる傾向にあ

り、約5割は3泊以下の宿泊数である。特に、『1泊』での「子育て中の女性による友人旅行」、『2泊』での「未婚男性による友人旅行」「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」は全体よりも10ポイント以上大きな値となっている。一方、「子育て中の女性による友人旅行」では『5泊』の割合も全体よりも10ポイント以上大きな値である。

(小坂典子)

表I-3-19 マーケットセグメント(同行者×ライフステージ)別の宿泊数

(単位:%) (単位:泊)

マーケットセグメント	宿泊数													平均宿泊数(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	3.5	15.2	22.9	16.3	11.9	7.4	8.0	7.3	3.8	1.7	0.6	1.5	5.17	(4584)	
前年	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	(4615)	
家族旅行	1.8	14.9	27.7	18.9	12.5	8.0	5.5	4.7	3.2	1.5	0.3	0.9	4.76	(952)	
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)	1.8	14.3	27.4	20.3	11.7	9.0	5.1	2.9	3.9	1.4	0.0	2.2	4.96	(145)	
小中高生の子どもと一緒にの家族旅行(乳幼児も含む)	1.9	13.7	29.5	17.1	13.4	6.5	6.2	3.1	5.3	1.4	0.4	1.3	4.93	(310)	
18歳以上のみの家族旅行	1.8	15.8	26.6	19.6	12.2	8.7	5.2	6.2	1.6	1.7	0.3	0.4	4.58	(497)	
※3世代家族旅行	0.8	14.4	30.2	17.8	14.3	8.5	4.6	2.4	3.7	1.9	0.6	1.0	4.82	(222)	
夫婦・カップル旅行	2.4	10.9	20.8	16.3	12.9	9.0	10.1	9.6	4.6	1.5	0.5	1.3	5.50	(1493)	
カップルでの旅行	4.8	19.7	24.9	19.2	8.2	7.8	4.9	3.1	2.4	1.8	0.8	2.5	4.91	(234)	
夫婦での旅行(子どもなし)	1.3	10.4	20.4	19.5	16.2	8.3	11.5	6.8	3.7	1.5	0.3	0.0	5.05	(476)	
子育て中の夫婦での旅行(末子が18歳未満)	3.1	21.5	26.0	18.4	12.7	3.8	9.1	4.8	0.0	0.0	0.7	0.0	4.04	(99)	
子育て後の夫婦での旅行(末子が18歳以上)	2.3	6.7	18.8	12.9	12.2	10.7	11.0	14.5	6.6	1.7	0.5	2.1	6.24	(683)	
友人旅行	4.2	21.8	23.5	16.2	11.1	5.3	8.0	5.2	2.6	1.2	0.1	0.7	4.43	(1105)	
未婚男性による友人旅行	5.7	27.0	19.8	14.9	12.4	4.8	9.0	4.5	1.1	0.8	0.0	0.0	3.97	(188)	
既婚男性による友人旅行(子どもなし)	9.5	16.9	12.8	13.5	15.7	12.8	15.2	1.8	1.8	0.0	0.0	0.0	4.34	(35)	
子育て中の男性による友人旅行(末子が18歳未満)	9.3	27.0	29.2	13.0	6.2	6.5	4.9	1.5	2.4	0.0	0.0	0.0	3.47	(83)	
子育て後の男性による友人旅行(末子が18歳以上)	1.9	13.4	21.5	24.8	13.4	5.3	10.9	4.6	3.0	1.3	0.0	0.0	4.63	(155)	
未婚女性による友人旅行	3.1	27.4	25.4	17.8	7.9	4.5	4.9	3.8	1.3	1.4	0.4	2.0	4.44	(313)	
既婚女性による友人旅行(子どもなし)	2.7	16.6	30.6	8.7	14.5	4.1	6.9	10.8	0.0	3.3	0.0	1.7	5.05	(73)	
子育て中の女性による友人旅行(末子が18歳未満)	16.2	15.4	19.1	9.9	24.9	0.0	5.7	0.0	8.8	0.0	0.0	0.0	4.09	(40)	
子育て後の女性による友人旅行(末子が18歳以上)	1.9	17.1	23.3	14.2	10.6	6.8	10.2	9.3	5.5	1.1	0.0	0.0	4.90	(219)	
ひとり旅	6.1	14.6	20.1	14.1	10.8	6.6	7.0	8.5	4.7	2.8	1.5	3.3	5.97	(938)	
男性のひとり旅	6.6	16.8	22.0	14.9	9.7	6.0	6.5	6.6	3.8	2.6	1.0	3.5	5.61	(606)	
女性のひとり旅	5.2	10.5	16.5	12.7	12.7	7.7	7.8	12.0	6.2	3.2	2.5	3.0	6.62	(332)	

■ 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」

I-4 日本人の旅行に対する意識

1 行ってみたい旅行

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

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

(1) 行ってみたい旅行先(国内旅行・海外旅行)

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

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

その結果、国内では北海道が最も高く、初回調査時(1988年)より連続して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。

2018年の結果と比較すると、昨年度順位を上げた鹿児島県(2016年13位)が、さらに順位を上げた。屋久島に続き、奄美大島や与論島など、2017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みられた。また、同様に昨年度順位を上げた長崎県(2016年12位)が、さらに順位を上げた。具体的には、五島列島やハウステンボス、軍艦島などさまざまな具体的なスポットの回答がみられた。

海外では、ハワイが最も高く、続いてアメリカ合衆国本土、イタリアとなった。

表I-4-1 行ってみたい旅行先

国内旅行

順位	2018年		2017年	
	地域名	合計ポイント	地域名	合計ポイント
1位	北海道	1,647	北海道	1,591
2位	沖縄県	1,204	沖縄県	1,203
3位	京都府	523	京都府	547
4位	東京都	284	東京都	354
5位	大阪府	241	大阪府	283
6位	九州地方	230	九州地方	257
7位	鹿児島県	187	石川県	210
8位	石川県	171	千葉県	204
9位	長崎県	169	鹿児島県	194
10位	千葉県	164	長崎県	174
11位	長野県	148	東北地方	158
12位	東北地方	134	広島県	137
13位	四国地方	132	静岡県	129
14位	静岡県	129	長野県	123
15位	広島県	111	四国地方	116
16位	三重県	103	三重県	114
17位	島根県	100	福岡県	112
18位	青森県	99	青森県	100
19位	大分県	98	神奈川県	92
20位	福岡県	92	大分県	82
21位	神奈川県	74	奈良県	79
22位	和歌山県	71	栃木県	78
23位	栃木県	69	富山県	72
24位	熊本県	67	兵庫県	71
25位	兵庫県	62	島根県	70
26位	宮城県	60	宮城県	63
27位	奈良県	58	熊本県	60
28位	新潟県	57	岐阜県	56
29位	富山県	56	新潟県	49
30位	宮崎県	54	群馬県	47

海外旅行

順位	2018年		2017年	
	地域名	合計ポイント	地域名	合計ポイント
1位	ハワイ	1,019	ハワイ	1,071
2位	アメリカ合衆国本土	428	イタリア	448
3位	イタリア	424	アメリカ合衆国本土	426
4位	オーストラリア	340	フランス	343
5位	フランス	318	オーストラリア	317
6位	台湾	268	グアム	289
7位	カナダ	238	台湾	274
8位	イギリス	229	カナダ	225
9位	グアム	215	イギリス	180
10位	韓国	206	スイス	176
11位	シンガポール	196	スペイン	156
12位	スイス	189	韓国	147
13位	スペイン	166	ヨーロッパ	132
14位	ドイツ	158	シンガポール	126
15位	中国	117	ドイツ	117
16位	タイ	115	バリ島	88
17位	ニュージーランド	102	ニュージーランド	85
18位	ヨーロッパ	94	タイ	77
19位	バリ島	72	ベトナム	76
20位	エジプト	59	中国	59
21位	トルコ	58	エジプト	57
22位	ベトナム	53	香港	51
23位	オーストリア	44	モルディブ	42
24位	フィンランド	42	カンボジア	38
24位	ペルー	42	ペルー	38
26位	インド	37	フィンランド	33
27位	アラブ首長国連邦	34	オーストリア	33
27位	ロシア	34	ギリシャ	32
29位	タヒチ	32	トルコ	32
30位	オランダ	30	マレーシア	31

資料：(公財)日本交通公社「JTBF旅行意識調査」

(2) 行ってみたい旅行タイプ

「今後1~2年の間に行ってみたい国内旅行及び海外旅行の旅行タイプ」として当てはまるものを選択肢一覧表(表I-4-2)から全て選んでもらった結果、行ってみたい旅行タイプ(複数回答)は、「温泉旅行」(47.4%)を筆頭に、「自然観光」(46.5%)、「グルメ」(40.6%)、「歴史・文化観光」(38.5%)の順となった(図I-4-1)。

表I-4-3では、性・年代別にランキング形式で示している。男性では、どの年代でも「自然観光」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、「自然観光」に加え、「温泉旅行」が上位を占める。

女性では、20代・30代・40代において「グルメ」、「テーマパーク」、「温泉旅行」が上位3位以内に挙がっている。

50代以上では、「自然観光」の人气が高く、1位または2位の座を占めている。

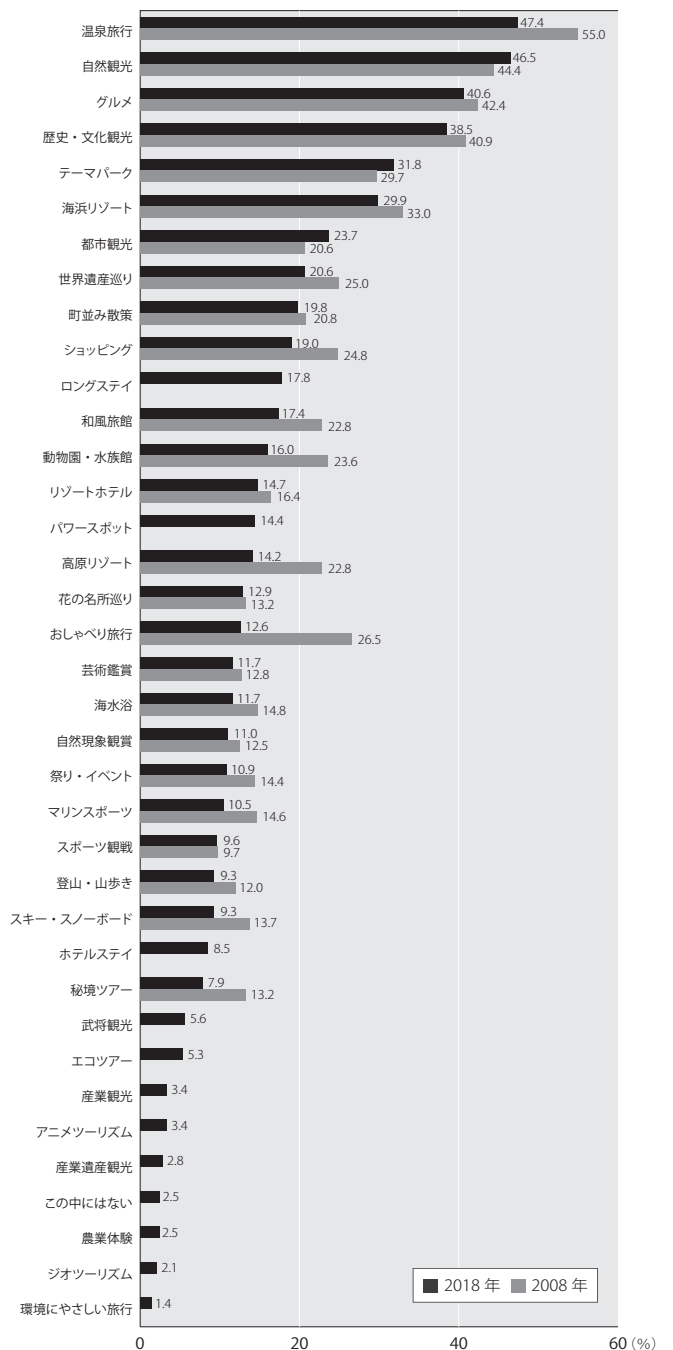
また、表I-4-3における性・年代別のランキングを、2018年と2008年で比較すると、全体でポイント上げた「テーマパーク」については、男性の30代、40代、50代、女性の40代、50代で順位を大きく上げている。同様に全体で大きく順位を上げた「都市観光」(2008年13位)については、男性の40代以下で大きく上昇している。また、全体で大きくポイント下げた「温泉旅行」については、男性20代、30代、40代で大きく順位を落としている。

表I-4-2 行ってみたい旅行タイプ 選択肢一覧

順位	旅行タイプ名	内容
1	自然観光	自然や景勝地を見てまわる観光旅行
2	歴史・文化観光	歴史や文化的な名所を見てまわる観光旅行
3	海浜リゾート	海辺でゆったり過ごす旅行
4	高原リゾート	高原でゆったり過ごす旅行
5	都市観光	街や都市で楽しむ旅行
6	温泉旅行	温泉を楽しむ旅行
7	祭り・イベント	祭りやイベントを楽しむ旅行
8	テーマパーク	テーマパークや遊園地で楽しむ旅行
9	動物園・水族館	動物園や水族館で楽しむ旅行
10	グルメ	おいしいものを食べる旅行
11	スキー・スノーボード	スキーを楽しむ旅行
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	桜やハーブ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(みるもの、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CO2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	農山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	

資料：(公財)日本交通公社「JTBF旅行意識調査」

図I-4-1 行ってみたい旅行タイプ(複数回答)



資料：(公財)日本交通公社「JTBF旅行意識調査」

表I-4-3 性・年代別行ってみたい旅行タイプ 選択肢一覧(単位：%)

男性20代

		2018年	2008年	
1位	自然観光	37.4	30.7	(5位)
2位	歴史・文化観光	36.4	39.5	(2位)
3位	グルメ	35.4	38.6	(3位)
4位	温泉旅行	31.3	50.9	(1位)
5位	都市観光	29.3	22.8	(10位)
6位	テーマパーク	28.3	30.7	(5位)
7位	世界遺産巡り	19.2	19.3	(13位)
8位	スキー・スノーボード	17.2	29.8	(7位)
	海水浴		14.0	(18位)
10位	動物園・水族館	15.2	21.9	(11位)

男性30代

		2018年	2008年	
1位	自然観光	44.3	40.7	(4位)
2位	歴史・文化観光	35.8	35.5	(5位)
	テーマパーク		35.0	(6位)
4位	都市観光	34.9	26.6	(9位)
	温泉旅行		52.8	(1位)
6位	グルメ	34.0	48.6	(2位)
7位	海浜リゾート	33.0	41.1	(3位)
8位	ショッピング	19.8	22.0	(13位)
9位	スポーツ観戦	18.9	20.1	(15位)
10位	海水浴	17.9	26.2	(10位)

男性40代

		2018年	2008年	
1位	テーマパーク	50.0	35.9	(6位)
2位	自然観光	44.0	42.7	(2位)
3位	グルメ	40.5	41.4	(3位)
4位	海浜リゾート	38.8	40.0	(4位)
5位	温泉旅行	37.9	47.7	(1位)
6位	歴史・文化観光	31.9	38.2	(5位)
7位	都市観光	24.1	16.8	(16位)
	ロングステイ		調査なし	
9位	海水浴	20.7	20.0	(11位)
10位	世界遺産巡り	19.0	24.1	(9位)

男性50代

		2018年	2008年	
1位	温泉旅行	54.8	51.0	(1位)
2位	自然観光	46.2	46.6	(2位)
3位	グルメ	41.3	32.0	(4位)
4位	海浜リゾート	39.4	27.1	(5位)
	歴史・文化観光		40.1	(3位)
6位	テーマパーク	31.7	11.7	(15位)
7位	世界遺産巡り	26.0	22.3	(6位)
8位	高原リゾート	20.2	21.9	(7位)
9位	町並み散策	19.2	19.4	(8位)
10位	都市観光	18.3	16.2	(11位)

男性60代

		2018年	2008年	
1位	自然観光	52.2	53.6	(2位)
2位	温泉旅行	43.5	57.6	(1位)
3位	歴史・文化観光	38.3	43.8	(3位)
4位	グルメ	35.7	32.1	(4位)
5位	世界遺産巡り	23.5	21.4	(5位)
6位	町並み散策	22.6	21.4	(5位)
7位	海浜リゾート	21.7	17.0	(11位)
8位	ロングステイ	16.5	調査なし	
9位	高原リゾート	15.7	13.8	(14位)
	和風旅館		20.1	(7位)

男性70代

		2018年	2008年	
1位	温泉旅行	60.3	50.4	(1位)
2位	自然観光	53.4	49.6	(2位)
3位	歴史・文化観光	45.2	43.8	(3位)
4位	グルメ	26.0	23.1	(4位)
5位	世界遺産巡り	23.3	21.5	(5位)
6位	町並み散策	21.9	19.0	(6位)
7位	花の名所巡り	19.2	13.2	(10位)
8位	和風旅館	16.4	19.0	(6位)
9位	登山・山歩き	15.1	7.4	(17位)
	自然現象観賞		4.1	(23位)

女性20代

		2018年	2008年	
1位	グルメ	60.9	57.6	(2位)
2位	テーマパーク	58.6	55.2	(3位)
3位	温泉旅行	49.4	60.6	(1位)
4位	自然観光	44.8	35.5	(10位)
5位	歴史・文化観光	41.4	41.9	(6位)
	ショッピング		52.2	(4位)
7位	都市観光	35.6	39.4	(7位)
8位	ロングステイ	28.7	調査なし	
9位	町並み散策	26.4	22.7	(16位)
10位	海水浴	24.1	29.1	(12位)

女性30代

		2018年	2008年	
1位	温泉旅行	59.0	57.6	(2位)
2位	グルメ	53.3	50.0	(3位)
	テーマパーク		58.8	(1位)
4位	自然観光	47.5	41.2	(7位)
5位	歴史・文化観光	38.5	41.8	(5位)
6位	海浜リゾート	36.9	46.5	(4位)
7位	都市観光	31.1	27.5	(11位)
	動物園・水族館		41.5	(6位)
9位	ショッピング	27.0	41.2	(7位)
10位	ロングステイ	23.0	調査なし	

女性40代

		2018年	2008年	
1位	テーマパーク	51.9	58.8	(4位)
2位	グルメ	48.8	50.0	(2位)
3位	温泉旅行	45.0	55.7	(1位)
4位	自然観光	40.3	44.7	(5位)
5位	歴史・文化観光	37.2	39.7	(6位)
6位	海浜リゾート	34.1	47.9	(3位)
7位	ショッピング	31.8	36.5	(7位)
8位	都市観光	29.5	26.2	(12位)
9位	パワースポット	23.3	調査なし	
10位	町並み散策	19.4	25.5	(14位)

女性50代

		2018年	2008年	
1位	自然観光	50.4	48.1	(2位)
2位	温泉旅行	47.9	55.4	(1位)
3位	歴史・文化観光	42.7	44.2	(3位)
4位	グルメ	40.2	42.5	(4位)
5位	海浜リゾート	33.3	24.6	(8位)
6位	町並み散策	29.9	25.3	(7位)
7位	テーマパーク	27.4	22.5	(12位)
8位	都市観光	25.6	17.2	(15位)
9位	世界遺産巡り	23.9	30.9	(5位)
10位	ショッピング	22.2	23.9	(9位)

女性60代

		2018年	2008年	
1位	温泉旅行	52.5	58.8	(1位)
2位	自然観光	50.8	58.2	(2位)
3位	グルメ	38.5	37.3	(4位)
4位	歴史・文化観光	35.2	44.6	(3位)
5位	花の名所巡り	25.4	25.4	(6位)
6位	和風旅館	22.1	19.8	(10位)
	おしゃべり旅行		21.5	(9位)
8位	町並み散策	21.3	23.7	(7位)
9位	海浜リゾート	18.9	9.0	(19位)
	世界遺産巡り		31.1	(5位)

女性70代

		2018年	2008年	
1位	温泉旅行	59.1	60.5	(1位)
2位	自然観光	46.4	39.5	(2位)
	歴史・文化観光		37.7	(3位)
4位	花の名所巡り	34.5	21.9	(8位)
5位	グルメ	29.1	31.6	(4位)
6位	世界遺産巡り	24.5	20.2	(9位)
7位	町並み散策	23.6	22.8	(6位)
8位	和風旅館	22.7	31.6	(4位)
9位	おしゃべり旅行	18.2	22.8	(6位)
10位	芸術鑑賞	16.4	16.7	(11位)

資料：(公財)日本交通公社「JTBF旅行意識調査」

(3) 旅行タイプ別の行ってみたい旅行先

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

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

歴史・文化観光では、「京都府」が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」の人气が高く、両者が7割を占める。

高原リゾートでは、「長野県」が半数以上を占め1位となっている。具体的な表記をみると、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「アメリカ合衆国本土」となっている。

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

祭り・イベントでは、ねぶた祭で知られる「青森県」が最も多く、次いで祇園祭ほか伝統的な祭りの多い「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。2008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、旭山動物園が位置する「北海道」が最も多く、次いで沖縄美ら海水族館を有する「沖縄県」となっている。2008年調査と比較すると、順位は変わっていないものの、半数以上を占めていた「北海道」のシェアが縮小し、「沖縄県」及び3位の「和歌山県」のシェアが拡大していることがわかる。

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。2008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「カナダ」が続く。

マリンスポーツでは、「沖縄県」が約4割を占め1位、2位以下は「ハワイ」「グアム」をはじめとした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」の人气が高く、3位に「グアム」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。2008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、「フランス」が最も多く、次いで「東京都」「アメリカ合衆国本土」「イタリア」「オーストリア」と海外の旅行先が上位を占めている。

スポーツ観戦では、「東京都」が最も多く、次いで「アメリカ合衆国本土」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。2008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。

自然現象観賞は、「カナダ」が1位となり、「アラスカ」「フィンランド」が続き、オーロラ観賞で有名な地域が上位を占めた。

秘境ツアーでは、マチュピチュのある「ペルー」が最も多く、次いで知床を有する「北海道」が2位となっている。

町並み散策は、「京都府」が最も多く、「イタリア」が2位となっている。2008年調査と比較すると、2015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、「静岡県」が多い。具体的な記述では、「伊豆半島」に関する回答が多い。

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「フランス」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」、小笠原を有する「東京都」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「アメリカ合衆国本土」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、伊勢神宮の位置する「三重県」が最も多く、屋久島を有する「鹿児島県」が続く。

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

ホテルステイでは、「ハワイ」が最も多く、次いで「沖縄県」が2位となる。

武将観光では、「宮城県」が最も多く、次いで「愛知県」「兵庫県」となっている。

表I-4-4 旅行タイプ別行ってみたい旅行先(2018年・2008年)(単位:%) 一次ページにつづく

自然観光

2018年(回答数:534)			2008年(回答数:1,040)		
1位	北海道	24.7	1位	北海道	25.9
2位	沖縄県	9.9	2位	オーストラリア	5.4
3位	鹿児島県	7.7	3位	カナダ	5.3
4位	ハワイ	5.4	4位	沖縄県	4.4
5位	カナダ	4.5	5位	鹿児島県	3.8

歴史・文化観光

2018年(回答数:464)			2008年(回答数:977)		
1位	京都府	33.8	1位	京都府	32.3
2位	イタリア	6.9	2位	イタリア	8.6
3位	奈良県	3.7	3位	奈良県	5.2
4位	広島県	3.2	4位	ヨーロッパ	4.8
5位	沖縄県、島根県	2.8	5位	中国	4.2

海浜リゾート

2018年(回答数:393)			2008年(回答数:808)		
1位	ハワイ	38.9	1位	ハワイ	28.2
2位	沖縄県	32.8	2位	沖縄県	27.8
3位	静岡県	3.8	3位	静岡県	5.3
4位	グアム	2.3	4位	グアム	4.2
5位	和歌山県、バリ島	1.8	5位	タヒチ	3.6

高原リゾート

2018年(回答数:175)			2008年(回答数:531)		
1位	長野県	62.9	1位	長野県	49.3
2位	山梨県	7.4	2位	栃木県	8.7
3位	栃木県	6.9	3位	北海道	7.5
4位	北海道	5.7	4位	スイス	6.2
5位	スイス	3.4	5位	山梨県	4.1

都市観光

2018年(回答数:296)			2008年(回答数:486)		
1位	東京都	27.7	1位	東京都	26.1
2位	アメリカ合衆国	11.5	2位	アメリカ合衆国	13.8
3位	大阪府	6.8	3位	フランス	7.0
4位	京都府	6.1	4位	イタリア	6.6
5位	フランス	5.1	5位	大阪府	5.8

温泉旅行

2018年(回答数:531)			2008年(回答数:1,277)		
1位	大分県	18.8	1位	大分県	16.0
2位	群馬県	12.8	2位	群馬県	9.6
3位	静岡県	9.0	3位	九州地方	9.2
4位	九州地方	7.2	4位	静岡県	8.5
5位	神奈川県	6.4	5位	北海道	7.6

祭り・イベント

2018年(回答数:136)			2008年(回答数:313)		
1位	青森県	19.1	1位	青森県	28.4
2位	京都府	9.6	2位	京都府	7.0
3位	北海道	7.4	3位	東北地方	6.4
4位	秋田県	6.6	4位	秋田県、北海道	5.8
5位	東京都	5.9			

テーマパーク

2018年(回答数:411)			2008年(回答数:734)		
1位	千葉県	37.2	1位	千葉県	49.3
2位	大阪府	33.6	2位	大阪府	12.5
3位	アメリカ合衆国	7.8	3位	東京都	11.9
4位	東京都	6.8	4位	アメリカ合衆国	10.6
5位	長崎県	6.6	5位	長崎県	1.5

動物園・水族館

2018年(回答数:196)			2008年(回答数:574)		
1位	北海道	32.1	1位	北海道	54.9
2位	沖縄県	24.5	2位	沖縄県	16.6
3位	和歌山県	10.2	3位	東京都、大阪府	3.7
4位	東京都	6.1			
5位	大阪府	3.1	5位	千葉県	2.6

グルメ

2018年(回答数:485)			2008年(回答数:987)		
1位	北海道	44.7	1位	北海道	49.6
2位	台湾	6.8	2位	韓国	5.0
3位	韓国	5.8	3位	大阪府	3.5
4位	大阪府	4.5	4位	イタリア	2.9
5位	福岡県	3.9	5位	京都府	2.7

スキー・スノーボード

2018年(回答数:123)			2008年(回答数:339)		
1位	北海道	37.4	1位	北海道	46.0
2位	長野県	29.3	2位	長野県	19.8
3位	カナダ	8.1	3位	新潟県	8.6
4位	新潟県	4.9	4位	カナダ	7.4
5位	スイス、鳥取県、福島県、山形県	2.4	5位	スイス、福島県	2.9

マリンスポーツ

2018年(回答数:136)			2008年(回答数:366)		
1位	沖縄県	41.9	1位	沖縄県	47.3
2位	ハワイ	25.7	2位	ハワイ	21.0
3位	グアム	9.6	3位	グアム	9.8
4位	オーストラリア、バリ島	2.9	4位	オーストラリア	6.0
			5位	サイパン	2.2

登山・山歩き

2018年(回答数:178)			2008年(回答数:276)		
1位	山梨県	18.0	1位	静岡県	20.7
2位	静岡県	17.4	2位	長野県	17.4
3位	長野県	15.2	3位	鹿児島県	8.0
4位	富山県	6.7	4位	スイス	5.4
5位	新潟県	4.5	5位	群馬県	4.7

海水浴

2018年(回答数:156)			2008年(回答数:357)		
1位	沖縄県	42.3	1位	沖縄県	32.5
2位	ハワイ	25.6	2位	ハワイ	23.8
3位	グアム	5.8	3位	千葉県	5.6
4位	千葉県	3.8	4位	静岡県	5.0
5位	和歌山県	3.2	5位	和歌山県	3.4

ショッピング

2018年(回答数:237)			2008年(回答数:602)		
1位	ハワイ	36.3	1位	ハワイ	28.1
2位	東京都	16.9	2位	東京都	15.6
3位	韓国	13.5	3位	フランス、韓国	6.8
4位	アメリカ合衆国	4.6			
5位	フランス	3.0	5位	イタリア	5.3

芸術鑑賞

2018年(回答数:147)			2008年(回答数:291)		
1位	フランス	21.8	1位	東京都	31.6
2位	東京都	17.0	2位	アメリカ合衆国	13.4
3位	アメリカ合衆国	11.6	3位	フランス	10.3
4位	イタリア	6.1	4位	オーストラリア	7.2
5位	オーストラリア	4.1	5位	イタリア	3.1

資料:(公財)日本交通公社「JTBF旅行意識調査」

表I-4-4 旅行タイプ別行ってみたい旅行先(2018年・2008年)(単位:%) 一つづき

スポーツ観戦

2018年(回答数:123)			2008年(回答数:225)		
1位	東京都	27.6	1位	アメリカ合衆国	29.8
2位	アメリカ合衆国	22.0	2位	東京都	15.6
3位	スペイン	8.9	3位	イギリス	8.9
4位	福岡県	4.9	4位	イタリア	5.8
5位	イギリス	4.1	5位	大阪府	4.0

花の名所巡り

2018年(回答数:135)			2008年(回答数:293)		
1位	北海道	26.7	1位	京都府	18.1
2位	青森県	8.9	2位	北海道	15.7
3位	京都府	5.9	3位	青森県	12.3
4位	茨城県、長崎県	4.4	4位	奈良県	7.8
			5位	静岡県	5.1

自然現象観賞

2018年(回答数:133)			2008年(回答数:288)		
1位	カナダ	12.8	1位	カナダ	16.0
2位	アラスカ、フィンランド	9.0	2位	アラスカ	14.6
			3位	フィンランド、北海道	6.3
4位	ヨーロッパ	6.0	5位	ノルウェー、北極、南極	4.2
5位	北海道	5.3			

秘境ツアー

2018年(回答数:99)			2008年(回答数:307)		
1位	ベルー	12.1	1位	鹿児島県	16.0
2位	北海道	9.1	2位	北海道	6.8
3位	沖縄県、鹿児島県、宮崎県	4.0	3位	ベルー	6.5
			4位	中南米	5.5
			5位	中国	4.9

町並み散策

2018年(回答数:243)			2008年(回答数:478)		
1位	京都府	17.7	1位	京都府	15.7
2位	イタリア	9.9	2位	イタリア	10.5
3位	石川県	7.4	3位	ヨーロッパ	6.9
4位	岡山県、岐阜県	5.8	4位	ドイツ	5.6
			5位	岡山県	5.2

リゾートホテル

2018年(回答数:190)			2008年(回答数:382)		
1位	ハワイ	23.7	1位	沖縄県	20.2
2位	沖縄県	17.4	2位	ハワイ	12.8
3位	北海道	9.5	3位	インドネシア	8.1
4位	長野県	6.8	4位	北海道	5.2
5位	シンガポール、パリ島	4.7	5位	長野県	5.0

和風旅館

2018年(回答数:183)			2008年(回答数:459)		
1位	京都府	26.8	1位	京都府	34.6
2位	石川県	18.0	2位	石川県	7.6
3位	神奈川県	6.6	3位	神奈川県	7.2
4位	静岡県	5.5	4位	静岡県、大分県	3.9
5位	大分県、長野県	4.9			

おしゃべり旅行

2018年(回答数:127)			2008年(回答数:600)		
1位	静岡県	7.9	1位	ハワイ	11.2
2位	神奈川県、京都府、ハワイ	6.3	2位	沖縄県	9.2
			3位	北海道	8.8
			4位	千葉県	4.3
5位	沖縄県、東京都	5.5	5位	東京都	3.3

世界遺産めぐり

2018年(回答数:240)			2008年(回答数:599)		
1位	イタリア	10.8	1位	エジプト	11.7
2位	フランス	9.6	2位	イタリア	10.9
3位	カンボジア、エジプト	6.3	3位	ベルー	8.8
			4位	ヨーロッパ	6.5
5位	スペイン	5.8	5位	トルコ	4.5

資料:(公財)日本交通公社「JTBF旅行意識調査」

表I-4-5 旅行タイプ別行ってみたい旅行先(18年)

エコツアー

2018年(回答数:50)			2018年(回答数:242)		
1位	北海道	16.0	1位	ハワイ	25.6
2位	鹿児島県、東京都	10.0	2位	アメリカ合衆国本土	8.3
			3位	オーストラリア	7.0
4位	沖縄県、静岡県、山梨県、ハワイ	6.0	4位	沖縄県	6.6
			5位	イギリス	5.8

パワースポット

2018年(回答数:155)			2008年(回答数:31)		
1位	三重県	14.8	1位	長崎県	29.0
2位	鹿児島県	12.9	2位	群馬県	25.8
3位	ハワイ	9.7	3位	島根県	9.7
4位	アメリカ合衆国本土	8.4	4位	神奈川県、北海道	6.5
5位	京都府	7.7			

産業遺産観光

ホテルステイ

2018年(回答数:91)			2018年(回答数:59)		
1位	ハワイ	14.3	1位	宮城県	10.2
2位	沖縄県	8.8	2位	愛知県、兵庫県	8.5
3位	北海道	5.5			
4位	神奈川県、静岡県、千葉県、シンガポール、パリ島	4.4	4位	岐阜県、栃木県、長野県、山梨県	6.8

資料:(公財)日本交通公社「JTBF旅行意識調査」

2 旅行の動機

旅行の動機は、「おいしいもの」「日常生活からの解放」

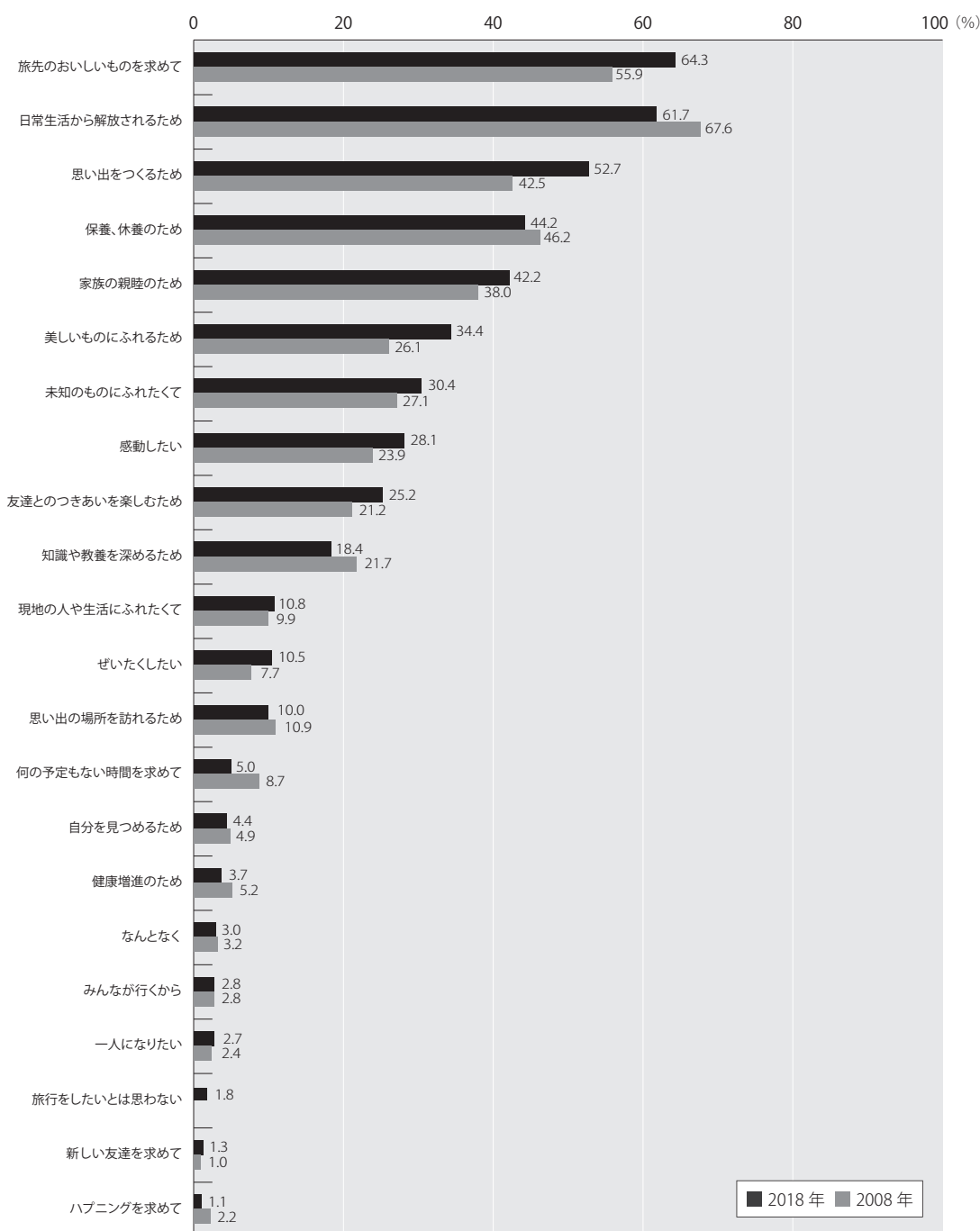
(1) 旅行の動機

「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64.3%と最も多く、続いて「日常生活から解放されるため」61.7%、「思い出をつくるため」52.7%、「保養、休養のため」が44.2%となった（図I-4-2）。

08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・年代別に詳しくみると、「旅先のおいしいものを求めて」「日常生活から解放されるため」については、どの年代においても上位3位に入っている（表I-4-6）。「思い出をつくるため」は、20代・30代・40代で上位になっており、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



資料：(公財)日本交通公社「JTBF旅行意識調査」

表I-4-6 性・年代別 旅行の動機(単位:%)

男性20代

		2018年	2008年	
1位	旅先のおいしいものを求めて	60.6	41.2	(2位)
2位	日常生活から解放されるため	51.5	55.3	(1位)
3位	思い出をつくるため	48.5	36.8	(3位)
4位	友達とのつきあいを楽しむため	45.5	28.1	(5位)
5位	未知のものにふれたくて	39.4	21.1	(8位)
6位	美しいものにふれるため	33.3	18.4	(9位)
7位	保養、休養のため	32.3	34.2	(4位)
8位	感動したい	26.3	18.4	(9位)
9位	知識や教養を深めるため	21.2	26.3	(6位)
10位	家族の親睦のため	13.1	21.9	(7位)

男性30代

		2018年	2008年	
1位	思い出をつくるため	62.3	48.1	(3位)
2位	旅先のおいしいものを求めて	56.6	56.1	(2位)
3位	日常生活から解放されるため	53.8	70.6	(1位)
4位	家族の親睦のため	48.1	44.4	(5位)
5位	保養、休養のため	42.5	46.7	(4位)
6位	未知のものにふれたくて	32.1	29.4	(6位)
7位	美しいものにふれるため	24.5	14.0	(9位)
8位	感動したい	22.6	20.6	(7位)
9位	知識や教養を深めるため	21.7	19.6	(8位)
10位	友達とのつきあいを楽しむため	20.8	11.7	(11位)

男性40代

		2018年	2008年	
1位	旅先のおいしいものを求めて	68.1	55.9	(2位)
2位	思い出をつくるため	62.9	42.7	(5位)
	日常生活から解放されるため	62.9	69.5	(1位)
4位	家族の親睦のため	56.0	49.5	(3位)
5位	保養、休養のため	49.1	44.5	(4位)
6位	未知のものにふれたくて	28.4	25.9	(6位)
7位	美しいものにふれるため	22.4	18.2	(9位)
8位	感動したい	22.4	19.1	(8位)
9位	知識や教養を深めるため	17.2	19.5	(7位)
10位	ぜいたくしたい	14.7	5.9	(14位)

男性50代

		2018年	2008年	
1位	日常生活から解放されるため	68.3	62.8	(1位)
2位	旅先のおいしいものを求めて	66.3	53.0	(2位)
3位	家族の親睦のため	59.6	41.3	(4位)
4位	思い出をつくるため	56.7	35.6	(5位)
5位	保養、休養のため	47.1	46.2	(3位)
6位	未知のものにふれたくて	30.8	29.6	(7位)
7位	感動したい	27.9	20.2	(9位)
8位	美しいものにふれるため	26.9	30.0	(6位)
9位	知識や教養を深めるため	23.1	26.3	(8位)
10位	友達とのつきあいを楽しむため	11.5	15.8	(10位)

男性60代

		2018年	2008年	
1位	旅先のおいしいものを求めて	63.5	50.0	(1位)
2位	日常生活から解放されるため	53.9	48.7	(2位)
3位	保養、休養のため	45.2	42.0	(3位)
4位	美しいものにふれるため	40.9	27.2	(8位)
5位	家族の親睦のため	33.9	41.5	(4位)
	思い出をつくるため	33.9	33.0	(6位)
	未知のものにふれたくて	33.9	34.8	(5位)
8位	感動したい	28.7	20.5	(9位)
9位	知識や教養を深めるため	20.0	28.1	(7位)
10位	友達とのつきあいを楽しむため	15.7	20.1	(10位)

男性70代

		2018年	2008年	
1位	旅先のおいしいものを求めて	50.7	34.7	(3位)
2位	家族の親睦のため	42.5	37.1	(1位)
3位	日常生活から解放されるため	39.7	34.7	(3位)
	保養、休養のため	39.7	35.5	(2位)
5位	思い出をつくるため	37.0	32.3	(5位)
6位	未知のものにふれたくて	30.1	31.5	(6位)
7位	美しいものにふれるため	28.8	20.2	(9位)
	友達とのつきあいを楽しむため	28.8	21.8	(8位)
9位	知識や教養を深めるため	24.7	31.5	(6位)
10位	感動したい	23.3	19.4	(11位)

女性20代

		2018年	2008年	
1位	思い出をつくるため	72.4	65.5	(3位)
2位	日常生活から解放されるため	70.1	73.9	(1位)
3位	旅先のおいしいものを求めて	65.5	66.0	(2位)
4位	保養、休養のため	43.7	50.7	(4位)
5位	家族の親睦のため	35.6	29.6	(6位)
6位	友達とのつきあいを楽しむため	33.3	27.6	(8位)
	美しいものにふれるため	33.3	24.6	(9位)
8位	未知のものにふれたくて	25.3	29.1	(7位)
9位	感動したい	24.1	33.5	(5位)
10位	ぜいたくしたい	23.0	17.2	(11位)

女性30代

		2018年	2008年	
1位	日常生活から解放されるため	75.4	83.9	(1位)
2位	思い出をつくるため	70.5	61.1	(3位)
3位	旅先のおいしいものを求めて	67.2	65.2	(2位)
4位	家族の親睦のため	45.9	45.6	(4位)
	保養、休養のため	45.9	51.2	(4位)
6位	未知のものにふれたくて	32.0	19.9	(8位)
7位	美しいものにふれるため	30.3	24.3	(6位)
8位	感動したい	23.8	23.1	(7位)
9位	友達とのつきあいを楽しむため	22.1	14.3	(9位)
10位	知識や教養を深めるため	13.1	13.2	(11位)

女性40代

		2018年	2008年	
1位	旅先のおいしいものを求めて	70.5	62.1	(2位)
2位	日常生活から解放されるため	69.8	79.1	(1位)
3位	思い出をつくるため	65.9	47.5	(4位)
4位	家族の親睦のため	62.0	44.7	(5位)
5位	保養、休養のため	48.1	54.6	(3位)
6位	美しいものにふれるため	34.9	30.1	(6位)
7位	感動したい	32.6	24.8	(7位)
8位	未知のものにふれたくて	29.5	23.4	(8位)
9位	知識や教養を深めるため	14.7	19.1	(9位)
10位	友達とのつきあいを楽しむため	13.2	18.8	(10位)

女性50代

		2018年	2008年	
1位	旅先のおいしいものを求めて	68.4	62.8	(2位)
2位	日常生活から解放されるため	66.7	76.1	(1位)
3位	保養、休養のため	49.6	52.6	(3位)
4位	思い出をつくるため	42.7	31.9	(6位)
5位	美しいものにふれるため	41.9	33.7	(4位)
6位	感動したい	37.6	30.9	(8位)
7位	家族の親睦のため	36.8	31.9	(6位)
8位	友達とのつきあいを楽しむため	26.5	33.3	(5位)
9位	未知のものにふれたくて	23.1	25.3	(9位)
10位	知識や教養を深めるため	20.5	20.0	(10位)

女性60代

		2018年	2008年	
1位	旅先のおいしいものを求めて	67.2	53.1	(2位)
2位	日常生活から解放されるため	66.4	63.3	(1位)
3位	保養、休養のため	51.6	39.5	(3位)
4位	美しいものにふれるため	50.0	39.0	(4位)
5位	思い出をつくるため	41.0	24.3	(10位)
6位	家族の親睦のため	37.7	24.9	(9位)
7位	友達とのつきあいを楽しむため	36.9	32.2	(5位)
8位	感動したい	35.2	26.6	(7位)
9位	未知のものにふれたくて	33.6	30.5	(6位)
10位	知識や教養を深めるため	17.2	26.6	(7位)

女性70代

		2018年	2008年	
1位	旅先のおいしいものを求めて	60.9	39.7	(2位)
2位	日常生活から解放されるため	52.7	51.2	(1位)
3位	友達とのつきあいを楽しむため	44.5	33.1	(4位)
4位	美しいものにふれるため	40.0	27.3	(6位)
5位	思い出をつくるため	34.5	27.3	(6位)
6位	保養、休養のため	33.6	33.9	(3位)
7位	家族の親睦のため	31.8	21.5	(10位)
8位	感動したい	28.2	27.3	(6位)
9位	未知のものにふれたくて	27.3	31.4	(5位)
10位	知識や教養を深めるため	20.9	24.8	(9位)

資料：(公財)日本交通公社「JTBF旅行意識調査」

3 旅行の阻害要因

阻害要因は「休暇がとれない」「家計の制約」

「2017年1月～12月中に国内または海外旅行に行かなかった人」に「行かなかった」理由として当てはまるものをあらかじめ用意した選択肢から全て選んでもらった。

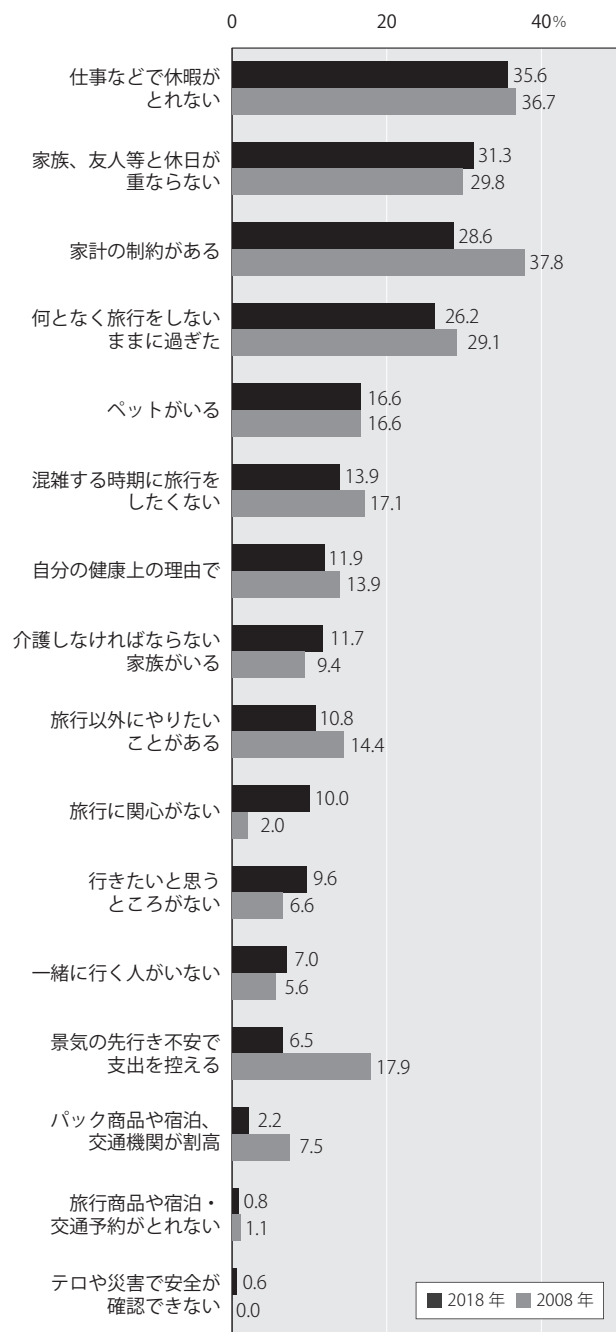
その結果、旅行の阻害要因（複数回答）は、全体では「仕事などで休暇がとれない」が35.6%と最も多く、これに「家族、友人等と休日が重ならない（31.3%）」、「家計の制約がある

（28.6%）」が続き、2008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、ライフステージ別に旅行の阻害要因をみると、子供なしの回答者よりも、子育て中の男女においては、「家計の制約がある」を回答する割合が高い。また、男性はライフステージにかかわらず、「仕事などで休暇がとれない」が上位に挙げられている（表I-4-7）。子育て中の女性については、その他として、「子供が小さいため」「妊娠中」という回答が挙げられた。

（伊豆 菜津美）

図I-4-3 旅行の阻害要因



資料：(公財)日本交通公社「JTBF旅行意識調査」

表I-4-7 ライフステージ別・旅行の阻害要因(単位:%)

男女・子供なし

2018年		2008年	
1位	仕事などで休暇がとれない 39.9	1位	家計の制約がある 41.2
2位	何となく旅行をしないままに過ぎた 29.0	2位	仕事などで休暇がとれない 33.3
3位	家計の制約がある 24.6	3位	ペットがいる 31.4

男性子育て中

2018年		2008年	
1位	仕事などで休暇がとれない 47.3	1位	仕事などで休暇がとれない 60.9
2位	家族、友人等と休日が重ならない 42.0	2位	家計の制約がある 49.6
3位	家計の制約がある 35.7	3位	家族、友人等と休日が重ならない 33.4

男性子育て後

2018年		2008年	
1位	仕事などで休暇がとれない 27.5	1位	何となく旅行をしないままに過ぎた 41.4
2位	家計の制約がある 25.0	2位	家計の制約がある 27.7
2位	何となく旅行をしないままに過ぎた 25.0	3位	仕事などで休暇がとれない 25.5

女性子育て中

2018年		2008年	
1位	家族、友人等と休日が重ならない 38.1	1位	家計の制約がある 49.5
2位	家計の制約がある 36.6	2位	家族、友人等と休日が重ならない 37.4
3位	仕事などで休暇がとれない 32.8	3位	仕事などで休暇がとれない 32.7

女性子育て後

2018年		2008年	
1位	何となく旅行をしないままに過ぎた 35.7	1位	家族、友人等と休日が重ならない 28.3
2位	家族、友人等と休日が重ならない 30.4	2位	家計の制約がある 27.6
3位	自分の健康上の理由で 25.0	2位	何となく旅行をしないままに過ぎた 27.6

資料：(公財)日本交通公社「JTBF旅行意識調査」

第Ⅱ編 訪日外国人旅行

Ⅱ-1 訪日外国人の旅行動向

- 1** 2017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** 市場別にみる訪日旅行動向 71
 - (1) 出発国・地域別にみる訪日旅行動向
 - ①韓国 ②台湾 ③香港 ④中国 ⑤タイ ⑥米国 ⑦注目市場の動向～クルーズ客
 - (2) 目的地別にみる訪日旅行動向
- 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** 訪日旅行の満足度、日本への再訪意向、日本の推奨意向 86
- 3** 日本旅行希望者の民泊に対する意識 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
 - 主要会社の訪日旅行商品開発 ●体験型商品 ●医療関連商品 ●農産物関連商品
 - (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 ●決済方法に関する取り組み ●手ぶら観光に関する取り組み ●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
 - (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

1 2017年の訪日旅行の概況

旅行消費額 4兆4,162億円と過去最高
訪日外客数増が寄与、旅行支出は減少

(1) 訪日外客数の動向

日本政府観光局（JNTO）によると、2017年の訪日外客数は2,869万人（前年比19.4%増）となった。人数は過去最高を記録したが、伸び率は前年並み（2016/2015年比21.8%増）であった（図Ⅱ-1-1）。

2017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。国籍別では前年比40.3%の伸びを見せた韓国の寄与度が特に大きい。伸び率は2016年（2016/2015年比27.2%増）に比べて大きく増加している。中国の寄与度も大きい伸び率は15.4%と、前年に引き続き鈍化傾向にある。

近隣アジア以外で前年からの伸び率が高かったのはベトナム

とロシアである。ロシアは近年で最も円高基調であった前年から円安基調に転じたことが影響したものと推察される。

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）。

図Ⅱ-1-1 訪日外客数の推移



表Ⅱ-1-1 2017年における訪日外客数と訪日外国人旅行消費額

2017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)	シェア (%)	前年比 (%)	寄与度 (%)
						前年比 (%)				
訪日外国人全体	28,691,073	100.0	19.4	19.3	153,921	▲1.3	44,162	100.0	17.8	19.0
韓国	7,140,165	24.9	40.3	8.5	71,795	2.2	5,126	11.6	43.3	4.1
台湾	4,564,053	15.9	9.5	1.6	125,847	▲0.0	5,744	13.0	9.5	1.3
香港	2,231,568	7.8	21.3	1.6	153,055	▲4.5	3,416	7.7	15.9	1.3
中国	7,355,818	25.6	15.4	4.1	230,382	▲0.5	16,947	38.4	14.9	5.9
タイ	987,211	3.4	9.5	0.4	126,569	▲0.8	1,250	2.8	8.6	0.3
シンガポール	404,132	1.4	11.7	0.2	164,281	0.7	664	1.5	12.4	0.2
マレーシア	439,548	1.5	11.5	0.2	135,750	2.6	597	1.4	14.3	0.2
インドネシア	352,330	1.2	30.0	0.3	129,394	▲5.3	456	1.0	23.2	0.2
フィリピン	424,121	1.5	21.9	0.3	113,659	1.3	482	1.1	23.5	0.2
ベトナム	308,898	1.1	32.1	0.3	183,236	▲1.6	566	1.3	30.1	0.3
インド	134,371	0.5	9.2	0.0	157,443	9.1	212	0.5	19.2	0.1
英国	310,499	1.1	6.2	0.1	215,392	18.5	669	1.5	25.8	0.4
ドイツ	195,606	0.7	6.7	0.1	182,207	6.5	356	0.8	13.7	0.1
フランス	268,605	0.9	6.0	0.1	212,442	12.4	571	1.3	19.1	0.2
イタリア	125,864	0.4	5.5	0.0	191,482	▲3.3	241	0.5	2.1	0.0
スペイン	99,814	0.3	8.7	0.0	212,584	▲5.1	212	0.5	3.1	0.0
ロシア	77,251	0.3	40.9	0.1	199,236	4.4	154	0.3	47.0	0.1
米国	1,374,964	4.8	10.6	0.6	182,071	6.2	2,503	5.7	17.5	1.0
カナダ	305,591	1.1	11.9	0.1	179,525	15.8	549	1.2	29.6	0.3
オーストラリア	495,054	1.7	11.2	0.2	225,845	▲8.5	1,118	2.5	1.7	0.1
その他	1,095,610	3.8	11.8	0.5	212,750	16.2	2,331	5.3	29.9	2.6

(注) 訪日外客数は暫定値を使用している。
■ 上位3ヶ国・地域

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」

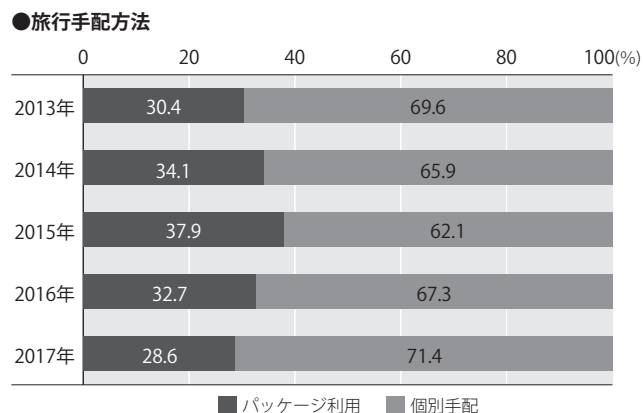
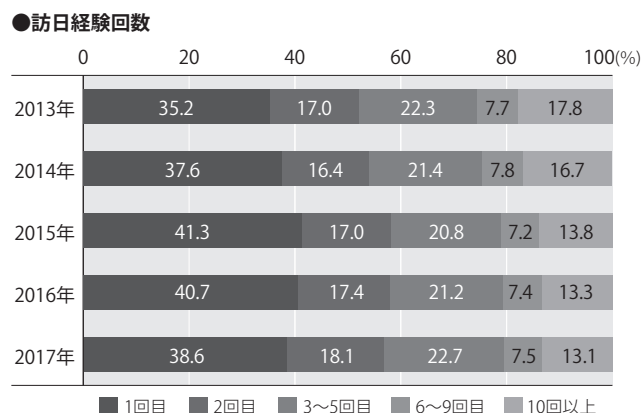
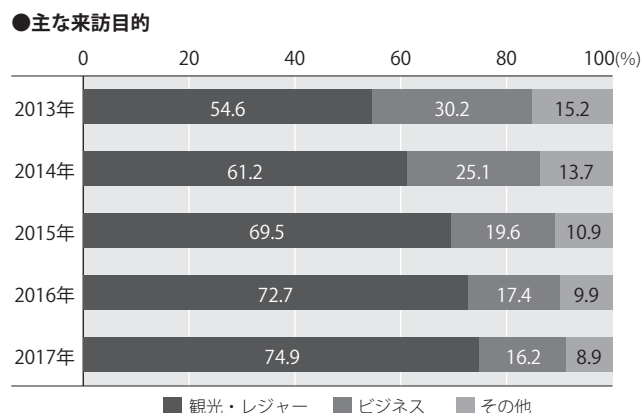
(2) 客層の変化

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、2017年は74.9%となった。なお、訪日外客数全体が大幅に増加しており、ビジネス目的客も人数では増加している。

訪日経験回数は、2013年から2015年にかけて1回目の割合が増加傾向にあったが、2016年以降は2～9回目のリピーターが増加傾向にある。一方、10回以上のハードリピーター層の割合は増加していない。

旅行手配方法では2013年から2015年にかけてパッケージ利用率が増加傾向にあったが、2016年以降は個別手配率が増加し、2017年には7割を超えた（図Ⅱ-1-2）。

図Ⅱ-1-2 訪日外国人の客層変化



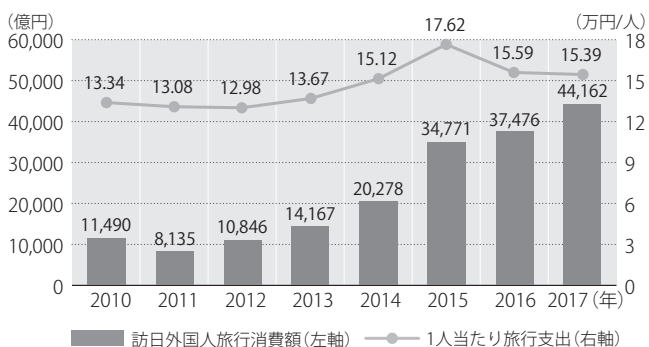
資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

(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、2017年の訪日外国人旅行消費額は4兆4,162億円（前年比17.8%増）であり、過去最高を記録した。1人当たり旅行支出は15.39万円と前年比1.3%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）。

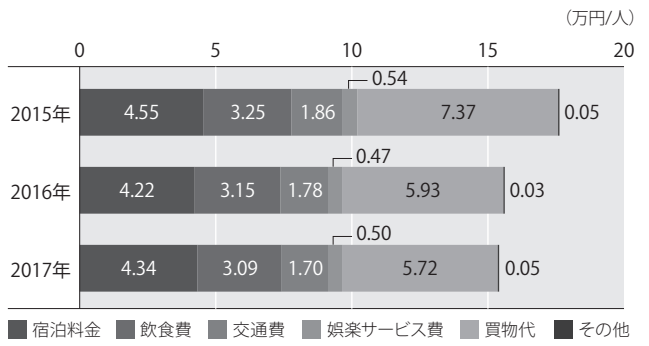
1人当たり旅行支出と買物代を費目別にみると、2016年から2017年にかけての大きな変化はみられない。2016年に引き続き、買物代が5.72万円と高く、費目別では化粧品・医薬品などが2.27万円と最も大きい（図Ⅱ-1-4、図Ⅱ-1-5）。

図Ⅱ-1-3 訪日外国人旅行消費額の推移



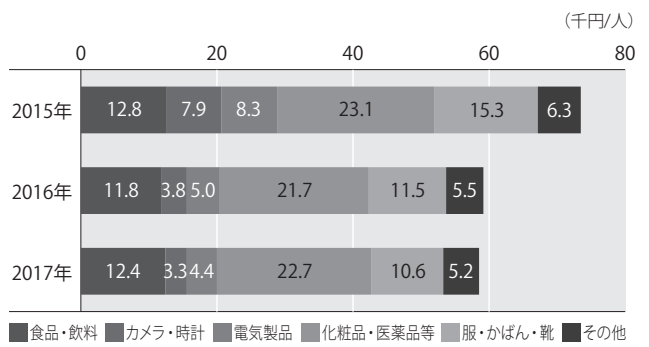
資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

図Ⅱ-1-4 費目別にみる訪日外国人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」

図Ⅱ-1-5 費目別にみる訪日外国人1人当たり買物代



資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

(4) 日本人海外旅行との対比

2016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。

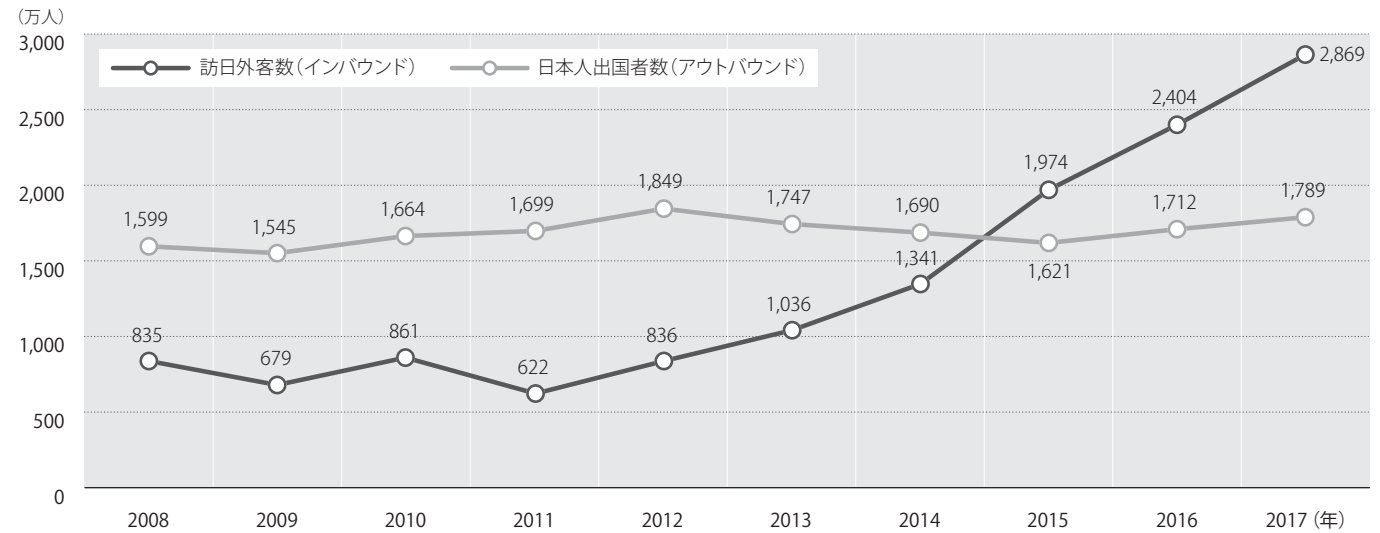
過去10年の旅行者数の推移をみると、日本人の海外旅行者数に相当する「日本人出国者数」（法務省「出入国管理統計」）は1,500～2,000万人の間で推移している。一方で、訪日外国人旅行者数に相当する「訪日外客数」（日本政府観光局）は2011年を底に増加基調となり、2015年に日本人の海外旅行者数を上回る結果となった。2017年はさらに差を広げ、

日本人出国者数より訪日外客数がおおよそ1,000万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みられる。財務省・日本銀行「国際収支統計」によると、10年前の2008年には旅行支払がおおよそ2.9兆円に対して旅行受取がおおよそ1.1兆円と約3倍の開きがあったが、2014年には両者ともおおよそ2兆円と並んだ。2015年以降は旅行受取が旅行支払を上回り、2017年にはその開きが1.9倍に拡大している（図II-1-7）。

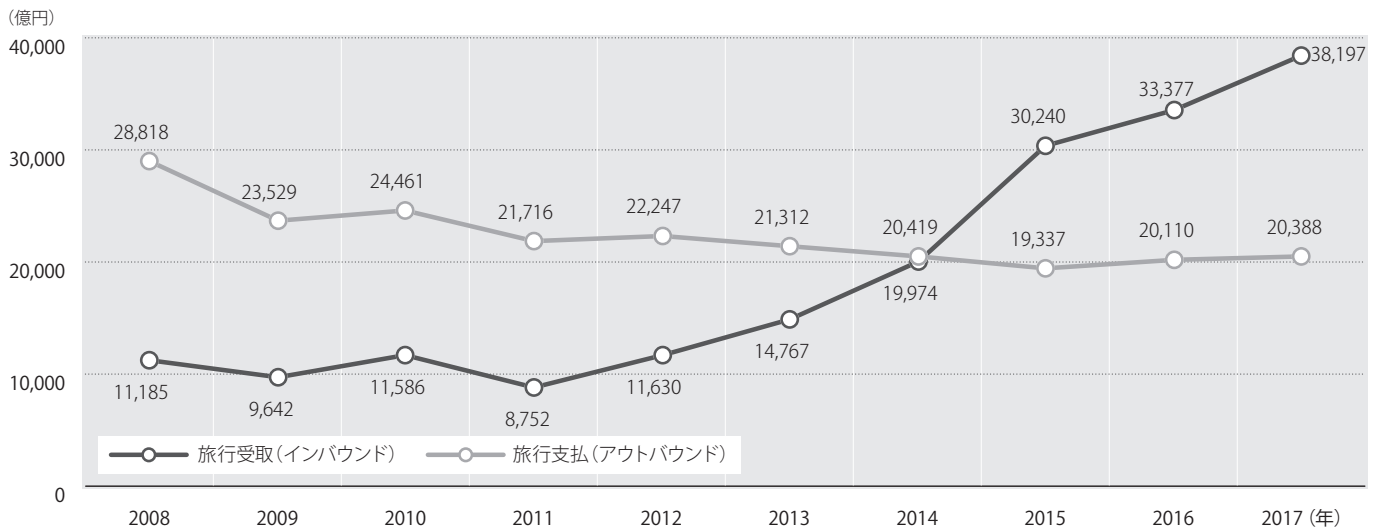
（川村竜之介）

図II-1-6 訪日外客数および日本人出国者数の推移



資料：法務省「出入国管理統計」、日本政府観光局（JNTO）「訪日外客数」

図II-1-7 国際収支における旅行受取および支払の推移



資料：財務省・日本銀行「国際収支統計」

2 市場別にみる訪日旅行動向

2017年の訪日外客数は韓国の伸び率が拡大
中国の買物消費は引き続き好調

(1) 出発国・地域別にみる訪日旅行動向

訪日外客数を出発地の国籍・地域別にみると、2017年は全ての主要国・地域で前年を上回り、過去最高を記録した。韓国の伸び率が高い一方、中国の伸び率は鈍化した。

2018年上半期は韓国の伸び率が落ち着き、前年同期比

18.3%増となった。一方、中国は前年同期比23.6%増となった（表Ⅱ-1-2）。

1人当たり旅行支出を国籍・地域別にみると中国（23.0万円）やオーストラリア（22.6万円）が高い。中国は買物代が高く、11.9万円と総額の52%を占める。オーストラリアは冬にスキーを楽しむ客層が多いことから、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。最も低いのは滞在期間の短い韓国（7.2万円）であり、いずれの費目も他の国籍・地域に比べ低い（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：%)

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018 上期	2016/ 2015年比	2017/ 2016年比	18上期/ 17上期比	
訪日外客数全体	733.4	834.7	835.1	679.0	861.1	621.9	835.8	1036.4	1341.3	1973.7	2404.0	2869.1	1589.9	21.8	19.3	15.6	
東アジア	韓国	①211.7	①260.1	①238.2	①158.7	①244.0	①165.8	①204.3	①245.6	②275.5	②400.2	②509.0	②714.0	401.6	27.2	40.3	18.3
	台湾	②130.9	②138.5	②139.0	②102.4	③126.8	③99.4	②146.6	②221.1	①283.0	③367.7	③416.8	③456.4	250.6	13.3	9.5	9.5
	香港	35.2	43.2	55.0	45.0	50.9	36.5	48.2	74.6	92.6	152.4	183.9	223.2	111.1	20.7	21.3	2.5
	中国	81.2	③94.2	③100.0	③100.6	②141.3	②104.3	③142.5	③131.4	③240.9	①499.4	①637.4	①735.6	405.6	27.6	15.4	23.6
東南アジア	タイ	12.6	16.7	19.2	17.8	21.5	14.5	26.1	45.4	65.8	79.7	90.2	98.7	60.7	13.2	9.5	14.3
	マレーシア	8.6	10.1	10.6	9.0	11.5	8.2	13.0	17.7	25.0	30.5	39.4	44.0	23.6	29.1	11.5	10.3
	シンガポール	11.6	15.2	16.8	14.5	18.1	11.1	14.2	18.9	22.8	30.9	36.2	40.4	20.0	17.2	11.7	12.3
	フィリピン	9.6	9.0	8.2	7.1	7.7	6.3	8.5	10.8	18.4	26.8	34.8	42.4	27.6	29.6	21.9	22.7
	インドネシア	6.0	6.4	6.7	6.4	8.1	6.2	10.1	13.7	15.9	20.5	27.1	35.2	21.4	32.1	30.0	15.8
	ベトナム	2.6	3.2	3.5	3.4	4.2	4.1	5.5	8.4	12.4	18.5	23.4	30.9	19.4	26.1	32.1	23.7
欧米・その他	インド	6.3	6.8	6.7	5.9	6.7	5.9	6.9	7.5	8.8	10.3	12.3	13.4	8.1	19.3	9.3	15.8
	米国	③81.7	81.6	76.8	70.0	72.7	56.6	71.7	79.9	89.2	103.3	124.3	137.5	77.4	20.3	10.6	11.2
	カナダ	15.7	16.6	16.8	15.3	15.3	10.1	13.5	15.3	18.3	23.1	27.3	30.6	16.6	18.1	11.9	8.4
	英国	21.6	22.2	20.7	18.1	18.4	14.0	17.4	19.2	22.0	25.8	29.2	31.0	16.9	13.1	6.2	10.0
	フランス	11.8	13.8	14.8	14.1	15.1	9.5	13.0	15.5	17.9	21.4	25.3	26.9	14.9	18.3	6.0	14.6
	ドイツ	11.5	12.5	12.6	11.1	12.4	8.1	10.9	12.2	14.0	16.3	18.3	19.6	10.6	12.7	6.7	8.2
	ロシア	6.1	6.4	6.6	4.7	5.1	3.4	5.0	6.1	6.4	5.4	5.5	7.7	4.6	0.9	40.9	29.9
	オーストラリア	19.5	22.3	24.2	21.2	22.6	16.3	20.6	24.5	30.3	37.6	44.5	49.5	29.5	18.4	11.2	12.5
その他	49.3	56.0	58.6	53.8	58.7	41.5	57.7	68.7	82.3	103.7	119.1	132.1	69.6	14.8	11.0	12.4	

(注1) ①②③は各年で旅行者数が多い国籍・地域の順位を示す。

資料：日本政府観光局（JNTO）「訪日外客数」

(注2) 訪日外客数は2016年までは確定値、2017年から2018年4月までは暫定値、2018年5-6月は推計値を使用している。

表Ⅱ-1-3 費目別にみる訪日外国人1人当たり旅行支出と旅行消費額（国籍・地域別、2017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	153,921	43,397	30,869	16,974	5,014	57,154	513	44,162	
東アジア	韓国	71,795	22,378	18,435	7,492	3,665	19,530	294	5,126
	台湾	125,847	32,939	26,004	14,286	4,458	47,846	314	5,744
	香港	153,055	42,690	33,129	17,586	4,628	55,017	5	3,416
	中国	230,382	47,690	38,285	18,295	5,550	119,319	1,243	16,947
東南アジア	タイ	126,569	36,957	23,281	14,696	4,107	47,316	212	1,250
	シンガポール	164,281	63,084	33,308	19,005	4,414	44,350	120	664
	マレーシア	135,750	42,533	28,261	21,106	4,508	39,303	39	597
	インドネシア	129,394	42,593	23,084	22,188	5,098	36,431	1	456
	フィリピン	113,659	31,469	23,765	13,366	5,405	39,654	0	482
	ベトナム	183,236	48,861	43,314	16,382	2,372	72,307	0	566
欧米・その他	インド	157,443	69,506	31,212	21,875	3,268	31,583	0	212
	英国	215,392	97,303	51,289	32,390	6,811	27,600	0	669
	ドイツ	182,207	81,933	39,036	27,867	4,245	29,125	0	356
	フランス	212,442	86,882	45,017	38,882	8,142	33,400	120	571
	イタリア	191,482	86,746	39,659	35,968	5,634	23,311	163	241
	スペイン	212,584	77,944	49,082	45,486	7,166	32,794	112	212
	ロシア	199,236	63,122	41,499	24,908	9,074	60,512	121	154
	米国	182,071	76,719	41,791	28,477	6,603	28,071	411	2,503
	カナダ	179,525	71,951	41,757	30,316	7,095	28,315	91	549
	オーストラリア	225,845	89,060	50,066	35,375	14,089	37,195	59	1,118
その他	212,750	82,832	46,900	35,299	6,967	39,796	956	2,331	

資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

①韓国

2017年の韓国人出国者数は2,650万人で、出国率が5割を超えた(表II-1-7)。方面別でみると日本や中国などの近隣アジアが多い(表II-1-6)。2017年の訪日韓国人旅行者数は714万人で、前年比40.3%増と大きく増加した。出国者に占める訪日旅行者比率も年々増加しており、2017年は26.9%となった。

訪日韓国人の平均泊数は4.3泊で、ほかの出発国・地域に比べ短い。平均泊数は近年減少傾向にあり、2017年は2016年より0.2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、2017年は2016年に比べ3.5%ポイント増の81.6%であった(表II-1-4)。

2017年の訪日韓国人旅行者1人当たり旅行支出はほかの出発国・地域の中で最も低い7.2万円である。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-1-8)。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)。

表II-1-4 訪日韓国人の旅行動向

	2016	2017	前年との差
訪日韓国人旅行者数(万人)	509	714	205
平均泊数(泊)	4.5	4.3	▲0.2
観光レジャー比率	78.1%	81.6%	3.5%
リピーター率	67.0%	68.2%	1.2%
ツアー利用率	18.0%	17.4%	▲0.6%

資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

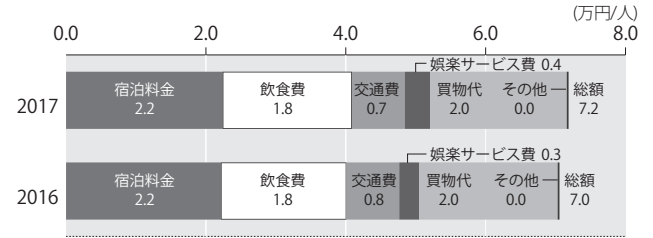
表II-1-7 韓国基本情報

	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2023
①人口(万人)*1	4,819	4,955	4,994	5,020	5,043	5,075	5,102	5,125	5,145	5,166	5,272
②韓国人出国者数(万人)*2	1,008	1,249	1,269	1,374	1,485	1,608	1,931	2,238	2,650	-	-
③出国率(%) (②÷①)	20.9	25.2	25.4	27.4	29.4	31.7	37.9	43.7	51.5	-	-
④訪日韓国人旅行者数(万人)*3	174.7	244.0	165.8	204.3	245.6	275.5	400.2	509.0	714.0	-	-
⑤出国者に占める訪日旅行者比率(④÷②)	17.3	19.5	13.1	14.9	16.5	17.1	20.7	22.7	26.9	-	-
⑥為替レート(100円/韓国ウォン)*1	10.8	7.6	7.2	7.1	8.9	10.0	10.7	9.4	9.9	10.1	-
⑦GDP成長率(%)*1	3.9	6.5	3.7	2.3	2.9	3.3	2.8	2.8	3.1	3.0	2.6
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	27,535	29,891	32,775	40,867

(注1) 斜体は推計値、(注2) ⑥為替レートの2018年の数値は2018年1~6月の平均値

資料：IMF (*1)、KTO (*2)、JNTO (*3)

図II-1-8 訪日韓国人の1人当たり旅行支出



資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

表II-1-5 費目別購入率及び購入者単価(韓国、2017年)

購入率順位	費目	購入率(%)	購入者単価(円)
1位	菓子類	82.5	5,658
2位	その他食料品・飲料・酒・たばこ	63.0	5,410
3位	医薬品・健康グッズ・トイレタリー	50.0	7,119
4位	化粧品・香水	33.7	6,572
5位	服(和服以外)・かばん・靴	21.2	14,049
6位	マンガ・アニメ・キャラクター関連商品	14.5	6,405
7位	和服(着物)・民芸品	4.8	4,407
8位	書籍・絵葉書・CD・DVD	4.5	4,271
9位	電気製品	2.6	20,236
10位	カメラ・ビデオカメラ・時計	1.6	20,826

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	2012	2013	2014	2015	2016
日本	NFV	204.3	245.6	275.5	400.2	509.0
台湾	RFV	25.9	35.1	52.8	65.9	88.4
香港	RFV	72.6	74.5	89.5	93.3	107.2
中国	NFV	407.0	396.9	418.2	444.4	-
タイ	NFT	115.3	129.2	110.9	135.9	-
シンガポール	RFV	44.5	47.2	53.7	57.7	56.7
マレーシア	NFV	28.4	27.5	38.6	42.1	44.4
インドネシア	RFT	32.9	35.1	35.2	37.6	38.7
フィリピン	RFT	103.1	116.6	117.5	134.0	147.5
ベトナム	RFV	70.1	74.9	84.8	111.3	154.4
カンボジア	RFT	41.1	43.5	42.4	39.5	35.7

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

台湾人出国者数と出国率は共に増加傾向が続いており、2017年の出国者数は1,565万人となった。出国者に占める訪日旅行者比率も増加傾向にあり、2017年は29.2%を占めている(表II-1-11)。方面別旅行者数では、2015年以降日本が1位となっており、2位である中国との差が年々開いている(表II-1-10)。2017年の訪日台湾人旅行者数は456万人となった。

台湾はほかの国籍・地域と比較してツアー利用率やリピーター率が高い。2017年は前年と比較して客層の変化はほとんどみられず、ツアー利用率は47.2%、リピーター率は81.7%であった(表II-1-8)。

訪日台湾人旅行者の1人当たり旅行支出は12.6万円で前年からの変化はみられない(図II-1-9)。為替レートも2016年から2017年にかけては大きく変化していない(表II-1-11)。

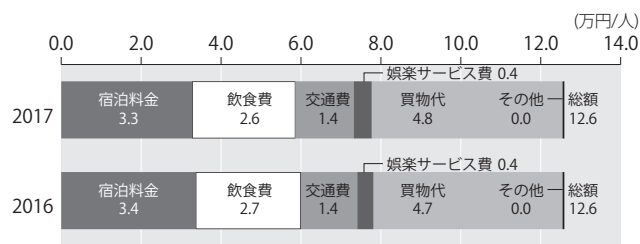
買物代のうち、購入率が最も高いのは「医薬品・健康グッズ・トイレタリー」で、訪日台湾人旅行者の約75%が購入している(表II-1-9)。

表II-1-8 訪日台湾人の旅行動向

	2016	2017	前年との差
訪日台湾人旅行者数(万人)	417	456	40
平均泊数(泊)	7.4	6.7	▲0.7
観光レジャー比率	82.9%	84.0%	1.1%
リピーター率	81.2%	81.7%	0.5%
ツアー利用率	47.7%	47.2%	▲0.5%

資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

図II-1-9 訪日台湾人の1人当たり旅行支出



資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

表II-1-9 費目別購入率及び購入者単価(台湾、2017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・トイレタリー	74.9	15,843
2位	菓子類	70.0	7,734
3位	その他食品・飲料・酒・たばこ	66.6	9,101
4位	服(和服以外)・かばん・靴	45.0	18,766
5位	化粧品・香水	44.5	14,326
6位	電気製品	22.8	21,415
7位	書籍・絵葉書・CD・DVD	11.7	6,602
8位	マンガ・アニメ・キャラクター関連商品	10.8	7,782
9位	和服(着物)・民芸品	7.5	12,697
10位	カメラ・ビデオカメラ・時計	4.7	29,306

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

	2013			2014			2015			2016			2017		
	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	307.2	▲2.1	中国	326.7	6.3	日本	379.8	27.8	日本	429.5	13.1	日本	461.6	7.5
2位	日本	234.6	50.4	日本	297.2	26.7	中国	340.4	4.2	中国	368.5	8.3	中国	392.8	6.6
3位	香港	203.9	0.9	香港	201.8	▲1.0	香港	200.8	▲0.5	香港	190.3	▲5.3	香港	177.3	▲6.8
4位	韓国	51.9	▲2.7	韓国	62.7	20.9	タイ	60.0	43.0	韓国	80.8	61.7	韓国	88.9	9.9
5位	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	マカオ	58.9	▲1.6

(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	2018	2023
①人口(万人)*1	2,277	2,316	2,323	2,332	2,337	2,343	2,349	2,354	2,357	2,361	2,380
②台湾人出国者数(万人)*2	821	942	958	1,024	1,105	1,184	1,318	1,459	1,565	-	-
③出国率(%) (②÷①)	36.0	40.6	41.3	43.9	47.3	50.5	56.1	62.0	66.4	-	-
④訪日台湾人旅行者数(万人)*3	127.5	126.8	99.4	146.6	221.1	283.0	367.7	416.8	456.4	-	-
⑤出国者に占める訪日旅行者比率(④÷②)	15.5	13.5	10.4	14.3	20.0	23.9	27.9	28.6	29.2	-	-
⑥為替レート(円/台湾ドル)*1,*4	3.4	2.8	2.7	2.7	3.3	3.5	3.8	3.4	3.7	3.7	-
⑦GDP成長率(%)*1	5.4	10.6	3.8	2.1	2.2	4.0	0.8	1.4	2.8	1.9	2.0
⑧一人当たりGDP(米ドル)*1	16,503	19,262	20,912	21,270	21,888	22,639	22,374	22,541	24,577	25,977	27,715

(注1) 斜体は推計値、(注2) ⑥為替レートの2018年の数値は2018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る（表II-1-15）。2016年においては、中国以外の訪問地では日本が最も多く184万人、次いで台湾が148万人となっている（表II-1-14）。訪日香港人旅行者数は2017年に過去最高の223万人に上った。

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。リピーター率は増加傾向にあり、2017年は83.6%であった。また個人旅行化も進行しており、2017年のツアー利用率は前年から7.4%ポイント減の25.5%となった（表II-1-12）。

訪日香港人の1人当たり旅行支出は15.3万円で前年より0.7万円減少した。近年減少傾向にあるのは、主に買物代の減少によるものである。ほかの国籍・地域に比べて1泊あたりの滞在費（宿泊料金・飲食費）が高い点が香港の特徴であるが、その傾向に変化はみられない（図II-1-10）。

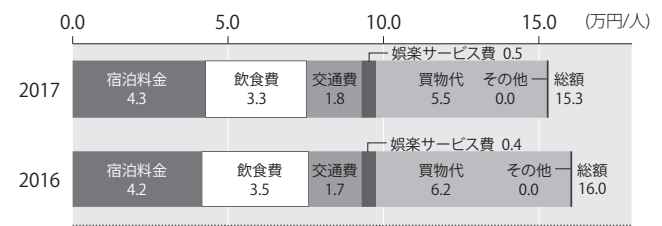
香港は、買物代のうち「服（和服以外）・かばん・靴」の購入率と購入者単価がほかの国籍・地域に比べ高い傾向にあったが、2017年は購入者単価が減少しており2.6万円となった（表II-1-13）。

表II-1-12 訪日香港人の旅行動向

	2016	2017	前年との差
訪日香港人旅行者数（万人）	184	223	39
平均泊数（泊）	6.3	6.1	▲0.1
観光レジャー比率	88.9%	87.7%	▲1.2%
リピーター率	81.1%	83.6%	2.4%
ツアー利用率	32.9%	25.5%	▲7.4%

資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

図II-1-10 訪日香港人の1人当たり旅行支出



資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

表II-1-13 費目別購入率及び購入者単価(香港、2017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・トイレタリー	65.5	11,139
2位	その他食料品・飲料・酒・たばこ	64.3	8,222
3位	菓子類	63.9	8,106
4位	服（和服以外）・かばん・靴	53.7	25,777
5位	化粧品・香水	48.4	17,118
6位	マンガ・アニメ・キャラクター関連商品	15.3	13,750
7位	書籍・絵葉書・CD・DVD	15.0	5,494
8位	和服（着物）・民芸品	13.7	23,881
9位	電気製品	11.8	19,943
10位	カメラ・ビデオカメラ・時計	6.2	39,162

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	2012	2013	2014	2015	2016
日本	NFV	48.2	74.6	92.6	152.4	183.9
韓国	NFV	36.0	40.0	55.8	52.3	65.1
台湾	RFV	95.0	110.5	127.6	139.0	147.5
中国	NFV	7,871.3	7,688.5	7,613.2	7,944.8	-
タイ	NFT	60.5	69.4	55.9	70.8	-
シンガポール	RFV	47.2	54.0	63.1	61.0	53.8
マレーシア	NFV	-	-	-	-	-
インドネシア	RFT	8.2	9.5	9.5	9.4	10.1
フィリピン	RFT	11.9	12.6	11.4	12.2	11.6
ベトナム	RFV	1.3	1.0	1.5	-	3.5
カンボジア	RFT	0.8	0.9	1.0	1.5	1.6

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	2018	2023
①人口（万人）*1	684	705	711	717	721	725	731	738	741	747	773
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）	1057.3	1197.4	1192.9	1189.2	1170.6	1165.3	1218.6	-	-	-	-
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	223.2	-	-
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	13.9	-
⑦GDP成長率（%）*1	7.4	6.8	4.8	1.7	3.1	2.8	2.4	2.1	3.8	3.6	3.0
⑧一人当たりGDP（米ドル）*1	26,552	32,422	34,951	36,620	38,230	40,182	42,322	43,497	46,109	48,829	63,388

(注1) 斜体は推計値、(注2) ⑥為替レートの2018年の数値は2018年1～6月の平均値

資料：IMF（*1）、JNTO（*2）、FRB（*3）

④中国

中国人出国者数は増加傾向にあり、2016年は1億2,200万人となった。出国率は8.8%とほか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）。2015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。2015年から2016年にかけては、日本や韓国に加えベトナムも大きく増加している（表II-1-18）。

2017年の訪日中国人旅行者数は736万人であり、そのシェアは訪日外国人全体の26%と最も大きい。近年は個人旅行化が進行しており、2017年のツアー利用率は43.1%と前年から大きく減少している。一方リピーター率は増加傾向にあり、前年から4.6ポイント増となった。初めて訪日するツアー利用客が多かった2015年以降、個人旅行やリピーター客が増加する動きが続いている（表II-1-16）。

2017年の訪日中国人旅行者の1人当たり旅行支出は23.0万円で前年から大きな変化はみられなかった。為替レートも2016年から2017年にかけてはほとんど変化していない。費目別に見ると買物代が0.4万円減少し、その分宿泊料金が増加している（図II-1-11）。

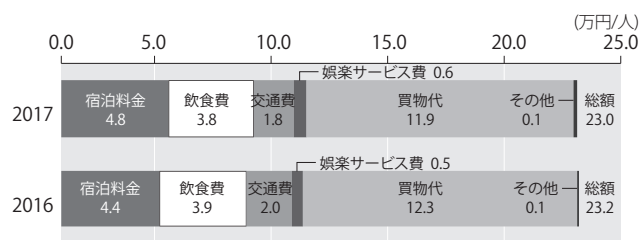
訪日中国人旅行者はほかの国籍・地域と比べて買物代が高い。「化粧品・香水」は約8割、「医薬品・健康グッズ・トイレタリー」は7割以上が購入しており、購入者単価もそれぞれ4.9万円、2.6万円と、ほかの国籍・地域からの旅行者に比べ高い（表II-1-17）。

表II-1-16 訪日中国人の旅行動向

	2016	2017	前年との差
訪日中国人旅行者数（万人）	637	736	98
平均泊数（泊）	11.8	10.9	▲1.0
観光レジャー比率	75.1%	77.1%	2.0%
リピーター率	41.0%	45.6%	4.6%
ツアー利用率	52.3%	43.1%	▲9.2%

資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

図II-1-11 訪日中国人の1人当たり旅行支出



資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

表II-1-17 費目別購入率及び購入者単価（中国、2017年）

購入率順位	費目	購入率 (%)	購入者単価 (円)
1位	化粧品・香水	79.7	49,153
2位	医薬品・健康グッズ・トイレタリー	73.1	26,496
3位	菓子類	70.5	10,858
4位	その他食料品・飲料・酒・たばこ	60.5	13,278
5位	服（和服以外）・かばん・靴	44.4	45,885
6位	電気製品	27.7	37,227
7位	マンガ・アニメ・キャラクター関連商品	14.3	11,228
8位	カメラ・ビデオカメラ・時計	13.7	61,326
9位	書籍・絵葉書・CD・DVD	10.0	8,057
10位	和服（着物）・民芸品	6.9	13,940

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	2012	2013	2014	2015	2016
日本	NFV	142.5	131.4	240.9	499.4	637.4
韓国	NFV	283.7	432.7	612.7	598.4	806.8
台湾	RFV	258.6	287.5	398.7	418.4	351.2
香港	RFV	1,511.0	1,709.0	1,907.7	1,799.7	1,736.5
タイ	NFV	276.1	461.0	463.2	798.1	-
シンガポール	RFV	203.4	227.0	172.2	210.6	286.4
マレーシア	NFV	158.3	179.1	161.3	167.7	212.5
インドネシア	RFV	72.6	85.8	105.3	124.9	155.7
フィリピン	RFV	25.1	42.6	394.6	49.1	67.6
ベトナム	RFV	142.9	190.8	194.7	178.1	269.7
カンボジア	RFV	33.4	46.3	56.0	69.5	83.0

資料：日本政府観光局（UNTO）「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-1-19 中国基本情報

	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2023
①人口（万人）*1	130,756	134,091	134,735	135,404	136,072	136,782	137,462	138,271	139,008	139,698	142,094
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	12,200	-	-	-
③出国率（%）（②÷①）	2.3	4.3	5.2	6.1	7.2	7.8	8.5	8.8	-	-	-
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	735.6	-	-
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	5.2	-	-	-
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	16.6	17.1	-
⑦GDP成長率（%）*1	11.3	10.6	9.5	7.9	7.8	7.3	6.9	6.7	6.9	6.6	5.5
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	8,116	8,643	10,088	15,183

(注1) 斜体は推計値、(注2) ◎為替レートの2018年の数値は2018年1-6月の平均値

資料：IMF（*1）、JNTO（*2）

⑤タイ

2016年におけるタイ人出国者のうち最も訪問者数の多い国・地域はマレーシア、次いで2位が日本であった。2015年までのタイ人のマレーシア訪問者数は110万～130万人台を維持してきたが、2016年は178万人と前年から大きく増加し、2位の日本(90.2万人)を引き離れた。前年からの増加率では日本(13.2%増)よりも台湾(57.3%増)、マレーシア(32.5%増)、韓国(26.5%増)、ベトナム(24.4%増)、カンボジア(13.8%増)のほうが高い(表II-1-22)。

2017年の訪日タイ人旅行者数は99万人で前年比9.5%の増加となった。増加率は2012年以降鈍化傾向が続いている(表II-1-23)。

旅行動向をみると、2017年は前年からリピーター率の上昇とツアー利用率の減少がみられ、個人旅行化が進んでいる(表II-1-20)。

2017年の訪日タイ人旅行者の1人当たり旅行支出は12.7万円と、2016年からの大きな変化はみられない。費目別でも各費目の構成比はほとんど変化していない(図II-1-12)。

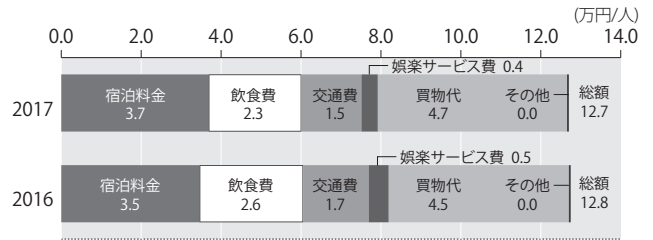
買物代のうち人気なのは「菓子類」で7割が購入している。購入者単価も1.3万円と、ほかの国籍・地域と比べて高い(表II-1-21)。

表II-1-20 訪日タイ人の旅行動向

	2016	2017	前年との差
訪日タイ人旅行者数(万人)	90	99	9
平均泊数(泊)	9.9	10.1	0.3
観光レジャー比率	71.8%	72.6%	0.8%
リピーター率	64.9%	69.1%	4.2%
ツアー利用率	29.3%	25.5%	▲3.8%

資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

図II-1-12 訪日タイ人の1人当たり旅行支出



資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

表II-1-21 費目別購入率及び購入者単価(タイ、2017年)

購入率順位	費目	購入率(%)	購入者単価(円)
1位	菓子類	70.0	12,595
2位	その他食料品・飲料・酒・たばこ	57.9	14,536
3位	化粧品・香水	56.9	17,882
4位	服(和服以外)・かばん・靴	50.3	20,044
5位	医薬品・健康グッズ・トイレタリー	26.6	11,989
6位	マンガ・アニメ・キャラクター関連商品	12.3	12,902
7位	カメラ・ビデオカメラ・時計	9.7	33,789
8位	電気製品	9.5	19,671
9位	和服(着物)・民芸品	9.2	10,366
10位	書籍・絵葉書・CD・DVD	6.9	6,153

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	2012	2013	2014	2015	2016
日本	NFV	26.1	45.4	65.8	79.7	90.2
韓国	NFV	38.7	37.3	46.7	37.2	47.0
台湾	RFV	9.8	10.4	10.5	12.4	19.6
香港	RFV	38.9	42.7	39.5	41.1	45.5
中国	NFV	64.8	65.2	61.3	64.2	-
シンガポール	RFV	47.8	49.7	50.7	51.6	54.7
マレーシア	NFV	126.3	115.6	129.9	134.4	178.1
インドネシア	RFT	11.5	12.5	11.4	11.9	12.5
フィリピン	RFT	4.1	4.8	4.6	4.4	4.8
ベトナム	RFV	22.6	26.9	24.7	21.5	26.7
カンボジア	RFT	20.1	22.1	27.9	35.0	39.8

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	2018	2023
①人口(万人)*1	6,515	6,734	6,764	6,796	6,830	6,866	6,884	6,898	6,910	6,918	6,938
②タイ人出国者数(万人)*2	305	545	540	572	597	644	679	-	-	-	-
③出国率(%) (②÷①)	4.7	8.1	8.0	8.4	8.7	9.4	9.9	-	-	-	-
④訪日タイ人旅行者数(万人)*2	12.0	21.5	14.5	26.1	45.4	65.8	79.7	90.2	98.7	-	-
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	11.7	-	-	-	-
⑥為替レート(円/バーツ)*1	2.7	2.8	2.6	2.6	3.2	3.3	3.5	3.1	3.3	3.4	-
⑦GDP成長率(%)*1	4.2	7.5	0.8	7.2	2.7	1.0	3.0	3.3	3.9	3.9	3.5
⑧一人当たりGDP(米ドル)*1	2,906	5,065	5,482	5,850	6,154	5,933	5,831	5,970	6,591	6,992	9,368

(注1) 斜体は推計値、(注2) ②タイ人出国者数は日帰りを含まない (注3) ⑥為替レートの2018年の数値は2018年1～6月の平均値

資料：IMF(*1)、JNTO(*2)

⑥米国

米国人出国者数は増加傾向にあり、2016年は前年から8.8%増の4,859万人となった。方面別旅行先ではメキシコとカナダが2011年以降トップの座を占めている。アジアでは2012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。インドや日本、フィリピンの前年からの増加率は、米国人出国者数の増加率（8.8%）よりも高い（表II-1-25）。2017年の訪日米国人旅行者数は138万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、2017年は前年比4.4%ポイント増の47.1%となった。リピーター率やツアー利用率については大きな変化はみられない（表II-1-24）。

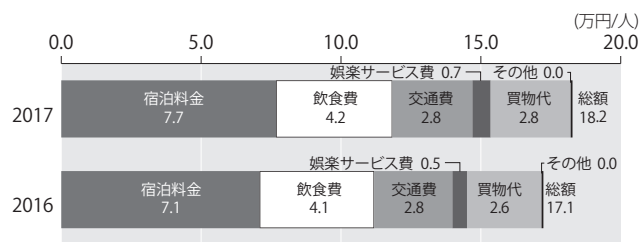
2017年の訪日米国人旅行者1人当たり旅行支出は18.2万円で、前年から1.1万円の増加となった。宿泊料金の占める比率が高く、買物代が低い傾向にある（図II-1-13）。

表II-1-24 訪日米国人の旅行動向

	2016	2017	前年との差
訪日米国人旅行者数（万人）	124	137	13
平均泊数（泊）	14.1	13.8	▲0.3
観光レジャー比率	42.7%	47.1%	4.4%
リピーター率	50.5%	49.8%	▲0.7%
ツアー利用率	9.6%	9.0%	▲0.6%

資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

図II-1-13 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	2012			2013			2014			2015			2016		
	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)	577.2	4	メキシコ(空路のみ)	621.9	8	メキシコ(空路のみ)	693.1	11	メキシコ(空路のみ)	799.4	15	メキシコ(空路のみ)	893.4	9
2位	カナダ(空路のみ)	359.6	4	カナダ(空路のみ)	322.1	5	カナダ(空路のみ)	341.0	6	カナダ(空路のみ)	363.4	6	カナダ(空路のみ)	451.6	12
3位	英国	253.7	5	英国	264.0	4	英国	283.2	7	英国	288.5	2	英国	319.7	10
4位	ドミニカ共和国	225.2	34	フランス	200.2	▲1	ドミニカ共和国	270.9	-	ドミニカ共和国	278.7	3	ドミニカ共和国	270.6	17
5位	フランス	202.4	15	イタリア ジャマイカ	179.9	▲7 19	フランス	212.4	6	フランス	236.1	11	イタリア	221.4	11
12位	日本	85.5	44	日本	81.2	▲5	日本	80.0	▲1	日本	88.5	11	日本	98.4	14

アジア

順位	2012			2013			2014			2015			2016		
	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	114.0	3	中国	113.2	▲1	中国	113.9	1	中国	121.3	7	中国	130.0	7
2位	インド	94.1	▲1	インド	104.5	11	インド	107.7	3	インド	108.2	0	インド	119.5	10
3位	日本	85.5	44	日本	81.2	▲5	日本	80.0	▲1	日本	88.5	11	日本	98.4	11
4位	香港	62.7	▲7	韓国	58.0	7	フィリピン	70.8	22	フィリピン	82.0	16	フィリピン	91.4	11
5位	フィリピン	59.9	17	フィリピン	58.0	▲3	韓国	52.3	▲10	香港	55.7	7	香港	56.2	1

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	2018	2023
①人口(万人) *1	29,612	30,975	31,200	31,428	31,650	31,885	32,122	32,357	32,589	32,843	34,171
②米国人出国者数(万人) *2	3,837	3,736	3,601	3,787	3,846	4,113	4,464	4,859	-	-	-
③出国率(%) (②÷①)	13.0	12.1	11.5	12.0	12.1	12.9	13.9	15.0	-	-	-
④訪日米国人旅行者数(万人) *3	82.2	72.7	56.6	71.7	79.9	89.2	103.3	124.3	137.5	-	-
⑤出国者に占める訪日旅行者比率(④÷②)	2.1	1.9	1.6	1.9	2.1	2.2	2.3	2.6	-	-	-
⑥為替レート(円/米ドル) *1	110.2	87.8	79.8	79.8	97.7	105.6	121.1	108.7	112.1	108.6	-
⑦GDP成長率(%) *1	3.3	2.5	1.6	2.2	1.7	2.6	2.9	1.5	2.3	2.9	1.4
⑧一人当たりGDP(米ドル) *1	44,218	48,311	49,736	51,404	52,737	54,657	56,411	57,559	59,501	62,152	71,805

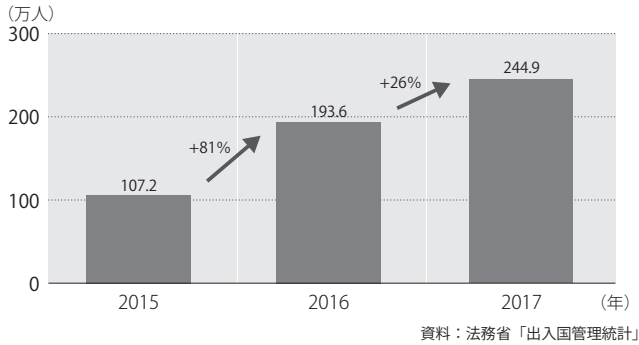
資料：IMF (*1)、U.S. Department of Commerce, International Trade Administration (*2)、JNTO (*3)

(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) ⑥為替レートの2018年の数値は2018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～クルーズ客

今回は注目市場としてクルーズ客に着目する。日本を訪れた外国人クルーズ客（船舶観光上陸許可を受けた外国人数）は2015年から2017年にかけて倍増しており、2017年は244.9万人であった。ただし増加のペースは鈍化傾向にあり、2016年から2017年にかけては前年比26%増であった（図Ⅱ-1-14）。

図Ⅱ-1-14 船舶観光上陸許可を受けた外国人数の推移



2017年の上陸港別、国籍・地域別クルーズ客数をみると、国籍・地域別では中国が203.8万人と全体の83%を占めている。中国人クルーズ客の上陸港は博多港や長崎港が特に多く、2港で中国人クルーズ客全体の半数以上を占める。このほか、八代港や那覇港でも中国人クルーズ客が多い。国籍・地域別で中国の次に多いのが26.6万人の台湾である。台湾人クルーズ客はほとんどが沖縄県内で上陸しており、那覇港、平良港、石垣港を合わせると、台湾人クルーズ客全体の9割弱を占める（表Ⅱ-1-27）。

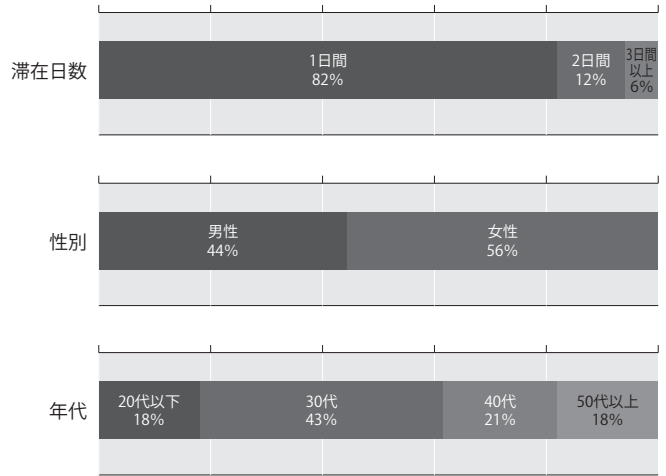
表Ⅱ-1-27 上陸港別、国籍・地域別クルーズ客数(2017年)

国籍・地域 上陸港	全国籍・地域					
	韓国	台湾	香港	中国	その他	
日本全国	2,449,299	14,541	266,209	49,127	2,037,829	81,593
博多港	609,027	196	1,231	1,486	598,680	7,434
長崎港	587,130	749	9,260	2,672	557,024	17,425
佐世保港	80,960	129	67	82	80,309	373
八代港	214,361	144	701	622	206,748	6,146
鹿児島港	115,210	19	13,216	1,685	97,737	2,553
那覇港	372,422	1,179	114,376	36,037	191,081	29,749
平良港	80,149	20	42,267	835	35,718	1,309
石垣港	107,683	32	76,941	3,661	23,312	3,737

資料：法務省「出入国管理統計」

クルーズ客の客層・旅行内容をみると、2018年1-3月期における日本での滞在日数は1日間が約8割を占めている。日本を訪れるクルーズ船の多くは1か所のみ寄港で、寄港地においても実質は半日ほどの短期滞在である。性別は女性やや多く、年代は30代が約4割を占める（図Ⅱ-1-15）。

図Ⅱ-1-15 クルーズ客の客層・旅行内容(2018年1-3月期)



資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」をもとに（公財）日本交通公社が独自に集計

2018年1-3月期におけるクルーズ客の国籍・地域別旅行中支出は、台湾が3.7万円、中国が5.2万円であった。その9割以上を買物代が占めている。同時期におけるクルーズ客以外の一般客の買物代は台湾が5.2万円、中国が11.7万円であり、クルーズ客は多くが1日間のみの滞在でありながら、一般客の4~6割程度の買物消費をしている（表Ⅱ-1-28）。

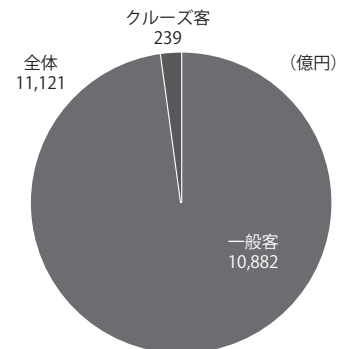
表Ⅱ-1-28 国籍・地域別旅行中支出(2018年1-3月期)

	総額	宿泊料金	飲食費	交通費	娯楽等サービス費	買物代	その他
全国籍・地域	50,662	0	2,255	244	218	47,945	0
台湾	37,081	0	1,213	1,872	382	33,615	0
中国	51,698	0	2,322	84	203	49,089	0
その他	54,344	0	2,705	299	203	51,137	0

資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

2018年1-3月期におけるクルーズ客の旅行消費額は239億円で、訪日外国人全体の旅行消費額（11,121億円）の中では2%程度に留まる（図Ⅱ-1-16）。

図Ⅱ-1-16 クルーズ客の旅行消費額(2018年1-3月期)



資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

(2) 目的地別にみる訪日旅行動向

法務省「出入国管理統計」によると、2017年に入国した外国人数は2,743万人（前年比18.1%増）であった。入国港の所在地別にみると全ての地域で増加している。特に東北地方は、実数が少ないものの前年比85.2%と大きく伸びている（表II-1-29）。

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7.5万円と最も高く、次いで北海道（6.8万円）、近畿（5.0万円）の順となっている。また、東京都や大阪府と比べると、京都府の旅行中支出は1.7万円と低い。国籍・地域別にみると台湾、香港、中国では九州の旅行中支出が高い傾向にある（表II-1-30）。

都道府県別の訪日外国人訪問率は、東京都が46.2%と最も高く、次いで大阪府（38.7%）、千葉県（36.0%）、京都府（25.9%）の順となっている。一方、東北地方や四国地方、山陰地方などでは1%未満と低く、都市部と地方部との差が大きい状況が続いている。前年からの増減をみると、千葉県や東京都、京都府など、都市部での減少が目立つ。訪日外国人の人数は増えているため、都市部への訪問者数は増えているものの、増加率は地方部の方が高いものとみられる。特に沖縄県は前年から0.6%ポイント増と、訪問率が大きく増加している。ただし訪問率の延べ合計は前年から11.4%減となっており、訪日外国人が訪問する1人当たり都道府県数は減少している（表II-1-31）。

（川村 竜之介）

表II-1-29 入国港の所在地別にみる外国人入国者数

（単位：千人）

	2016年			2017年		
	実数	構成比	前年比	実数	構成比	前年比
日本全国	23,219	100.0%	17.9%	27,429	100.0%	18.1%
北海道	1,351	5.8%	17.0%	1,643	6.0%	21.6%
東北	75	0.3%	4.8%	140	0.5%	85.2%
関東	10,158	43.7%	17.2%	11,435	41.7%	12.6%
北陸信越	138	0.6%	△3.0%	150	0.5%	8.9%
中部	1,332	5.7%	12.9%	1,469	5.4%	10.3%
近畿	6,125	26.4%	21.2%	7,205	26.3%	17.6%
中国	264	1.1%	21.9%	323	1.2%	22.2%
四国	88	0.4%	29.2%	130	0.5%	47.9%
九州	2,310	9.9%	12.9%	3,256	11.9%	41.0%
沖縄	1,378	5.9%	26.3%	1,680	6.1%	21.9%

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-1-30 訪問地別にみる訪日外国人1人当たり旅行中支出（2017年）

（単位：万円/人）

訪問地	国籍・地域				
	全国籍・地域	韓国	台湾	香港	中国
北海道	6.8	5.0	6.9	9.3	8.6
東北	3.8	3.7	4.3	-	-
関東	7.5	6.4	6.7	8.9	8.6
北陸信越	2.6	3.2	1.8	-	2.7
中部	3.2	3.6	3.3	-	3.1
近畿	5.0	4.9	4.9	3.9	6.6
中国	1.9	1.6	1.8	-	3.2
四国	3.5	-	-	-	2.8
九州	4.9	4.5	7.1	10.0	9.5
沖縄	3.9	3.0	4.1	5.0	6.1
（以下再掲）					
東京都	6.8	5.6	5.8	8.2	7.5
大阪府	4.2	4.3	3.7	3.6	5.5
京都府	1.7	0.9	1.6	0.7	1.8

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。

表II-1-31 都道府県別訪日外国人訪問率

（単位：%）

	訪問率				訪問率		
	2016年	2017年	前年との差		2016年	2017年	前年との差
北海道	7.8	7.7	-0.1	滋賀県	0.6	0.6	0.0
青森県	0.5	0.6	0.1	京都府	27.5	25.9	-1.6
岩手県	0.3	0.2	-0.1	大阪府	39.1	38.7	-0.4
宮城県	0.9	0.8	-0.1	兵庫県	6.2	5.5	-0.7
秋田県	0.3	0.3	0.0	奈良県	6.9	7.3	0.4
山形県	0.3	0.4	0.1	和歌山県	1.2	1.2	0.0
福島県	0.3	0.3	0.0	鳥取県	0.3	0.2	-0.1
茨城県	0.8	0.6	-0.2	島根県	0.2	0.1	-0.1
栃木県	1.5	1.4	-0.1	岡山県	0.8	0.7	-0.1
群馬県	0.7	0.5	-0.2	広島県	3.5	3.0	-0.5
埼玉県	1.3	1.0	-0.3	山口県	0.9	0.8	-0.1
千葉県	39.7	36.0	-3.7	徳島県	0.1	0.3	0.2
東京都	48.2	46.2	-2.0	香川県	0.7	0.9	0.2
神奈川県	9.6	8.5	-1.1	愛媛県	0.3	0.4	0.1
新潟県	0.6	0.8	0.2	高知県	0.2	0.2	0.0
富山県	1.1	1.0	-0.1	福岡県	9.9	9.8	-0.1
石川県	2.0	1.9	-0.1	佐賀県	0.8	0.7	-0.1
福井県	0.2	0.2	0.0	長崎県	2.4	2.0	-0.4
山梨県	5.5	5.4	-0.1	熊本県	1.6	2.1	0.5
長野県	2.8	2.8	0.0	大分県	3.7	4.2	0.5
岐阜県	2.8	2.5	-0.3	宮崎県	0.3	0.4	0.1
静岡県	5.4	4.7	-0.7	鹿児島県	0.9	1.0	0.1
愛知県	9.5	8.9	-0.6	沖縄県	6.7	7.3	0.6
三重県	0.7	0.6	-0.1	延べ合計	257.7	246.3	-11.4

資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

3 世界の国際観光動向

世界の国際観光客到着数は前年比6.8%増
諸外国に比して日本はイン好調もアウト低調

(1) インバウンド（到着地側）の動向

●国際観光客到着数

世界観光機関（UNWTO）「Tourism Highlights」によると、2017年における世界の国際観光客到着数（International Tourist Arrivals）は13億2,300万人回（前年比6.8%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（2008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。

到着地域別にみると、2017年はすべての地域において国際観光客到着数が前年よりも増加しており、中でもヨーロッパや東南アジア、アフリカでの対前年伸び率が高かった。

アジア太平洋地域に着目すると、国際観光客到着数は3億2,310万人回（前年比5.6%増）となり、世界全体の24.4%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日本を含む北東アジアであり、世界全体の12.1%を占めている。

2017年の国際観光客到着数を到着国・地域別にみると、一部未発表の国があるが、フランス、スペイン、米国、中国、イタリアの順で大きいものと推測される（表II-1-33）。日本は前年と同じく16位であったが、対前年伸び率はほかの到着国・地域に比して高い水準となっている。

●国際観光収入

2017年の国際観光収入（International Tourism Receipts）は世界全体で1兆3,400億USD（前年比4.9%増）と推計される（表II-1-34）。到着地域別にみると、北東アジアのみ前年に比べ減少した。そのほかの到着地域は軒並み前年比プラスとなっており、中でも南アジアや中東での前年比伸び率が高い。

表II-1-33 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
		2016	2017	前年比(%)		
1位	フランス	82.7	86.9	▲2.1	5.1	TF
2位	スペイン	75.3	81.8	10.5	8.6	TF
3位	米国	75.9	-	▲2.1	-	TF
4位	中国	59.3	60.7	4.2	2.5	TF
5位	イタリア	52.4	58.3	3.2	11.2	TF
6位	メキシコ	35.1	39.3	9.3	12.0	TF
7位	英国	35.8	37.7	4.0	5.1	TF
8位	トルコ	30.3	37.6	▲23.3	24.1	TF
9位	ドイツ	35.6	37.5	1.8	5.2	TCE
10位	タイ	32.6	35.4	8.9	8.6	TF
(11位以下の主な北東アジアの国・地域)						
12位	日本	24.0	28.7	21.8	19.4	VF
13位	香港	26.6	27.9	▲0.5	5.0	TF
28位	韓国	17.2	13.3	30.3	▲22.7	VF
33位	台湾	10.7	10.7	2.4	0.5	VF

(注) 2017年は暫定値
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

資料: UNWTO 「Tourism Highlights」

国際観光収入を到着国・地域別にみると、米国、スペイン、フランス、タイ、英国の順で高い（表II-1-35）。北東アジアでは、日本が前年11位から10位に順位が上がり、初めてトップ10入りを果たした。一方で、中国と韓国では前年比マイナス2割超と大幅な減少となっており、これら2か国が北東アジアの国際観光収入を押し下げたことがわかる。

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	2016	2017		16/15	17/16	
世界全体	680	809	952	1,239	1,323	100	3.8	6.8	
到着地域	ヨーロッパ	392.9	452.7	487.7	619.5	670.6	51	2.4	8.3
	アジア太平洋	110.4	154.1	208.2	306.0	323.1	24	7.7	5.6
	北東アジア	58.4	85.9	111.5	154.3	159.5	12	8.6	3.4
	東南アジア	36.3	49.0	70.5	110.8	120.4	9	6.3	8.6
	オセアニア	9.6	10.9	11.5	15.7	16.6	1	9.7	6.0
	南アジア	6.1	8.3	14.7	25.2	26.6	2	7.0	5.6
	アメリカ	128.2	133.3	150.4	200.7	208.7	16	3.6	4.0
	アフリカ	26.2	34.8	50.4	57.7	62.7	5	7.8	8.6
	中東	22.4	33.7	55.4	55.6	58.1	4	▲4.4	4.6

(注) 2017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みると、2017年は中国が2,577億USドルと前年に引き続き最も高くなっており、世界全体のおよそ2割を占めた。対前年伸び率（現地通貨基準による）はやや鈍化しているものの、国際観光支出の総額は2位の米国と2倍近い開きがあり、世界の国際観光収入への中国の貢献度が高い状況に変わりはない。韓国は前年7位から9位に順位は落ちたが、前年比12.3%増と伸び

率は高く、外国への旅行が活発な状況がうかがえる。日本はほかの北東アジアの国・地域に比べ国際観光支出の対前年伸び率（現地通貨基準）が低い（表II-1-36）。

国際観光支出を出発国・地域の人口1人当たりでみると、香港が3,430USドル／人と突出して高く、次いでオーストラリアや英国、ドイツで1,000USドル／人超と高い。一方、国際観光支出の総額が最も高い中国は、人口1人当たりでみると185USドル／人とほかの出発国・地域に比べ低い。日本は145USドル／人と中国よりも低い状況にある。

（川口明子）

表II-1-34 世界の国際観光収入（到着地域別）

	国際観光収入 (10億USドル)					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)	
			シェア (%)	前年比 (現地通貨基準) (%)				
	2016	2017	2017	16/15	17/16	2017		
世界全体	1,245	1,340	100	2.6	4.9	1,323	1,010	
到着地域	ヨーロッパ	468.1	519.2	39	1.7	8.0	670.6	770
	アジア太平洋	370.8	389.6	29	4.1	2.6	323.1	1,210
	北東アジア	169.5	162.2	12	0.1	▲ 5.1	159.5	1,020
	東南アジア	116.7	130.7	10	9.1	9.2	120.4	1,090
	オセアニア	51.2	57.1	4	7.0	6.3	16.6	3,440
	南アジア	33.3	39.5	3	3.9	12.9	26.6	1,490
	アメリカ	313.7	326.2	24	2.3	1.3	208.7	1,560
	アフリカ	33.0	37.3	3	4.9	8.0	62.7	600
	中東	59.0	67.7	5	1.0	12.8	58.1	1,160

(注) 2017年は暫定値

資料：UNWTO 「Tourism Highlights」

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)					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)
				シェア (%)	前年比 (現地通貨基準)			
		2010	2016	2017	2017	17/16	2017	
1位	米国	137.0	206.9	210.7	15.7	1.9	-	-
2位	スペイン	54.6	60.5	68.0	5.1	10.1	81.8	830
3位	フランス	57.1	54.5	60.7	4.5	9.0	86.9	700
4位	タイ	20.1	48.8	57.5	4.3	13.1	35.4	1,620
5位	英国	34.0	47.9	51.2	3.8	12.1	37.7	1,360
6位	イタリア	38.8	40.2	44.2	3.3	7.7	58.3	760
7位	オーストラリア	32.6	37.0	41.7	3.1	9.3	8.8	4,730
8位	ドイツ	34.7	37.5	39.8	3.0	4.2	37.5	1,060
9位	マカオ	22.3	30.4	35.6	2.7	17.6	17.3	2,060
10位	日本	13.2	30.7	34.1	2.5	14.4	28.7	1,190
(11位以下の主な北東アジアの国・地域)								
11位	香港	22.2	32.8	33.3	2.5	1.6	27.9	1,190
12位	中国	45.8	44.4	32.6	2.4	▲ 25.4	60.7	540
26位	韓国	10.3	17.3	13.4	1.0	▲ 22.5	13.3	1,010
29位	台湾	8.7	13.4	12.3	0.9	▲ 7.8	10.7	1,150

(注) 2017年は暫定値 資料：UNWTO 「Tourism Highlights」「World Tourism Barometer」
シェアおよび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)					人口 (百万人)	人口1人当たり 国際観光支出 (USドル/人)
				シェア (%)	前年比 (現地通貨基準)			
		2010	2016	2017	2017	17/16	2017	
1位	中国	54.9	250.1	257.7	19.2	4.7	1,391	185
2位	米国	86.6	123.6	135.0	10.1	9.3	325	415
3位	ドイツ	78.1	79.8	89.1	6.6	9.4	83	1,073
4位	英国	55.2	64.8	71.4	5.3	2.4	66	1,082
5位	フランス	38.5	40.3	41.4	3.1	0.8	65	637
6位	オーストラリア	26.6	30.8	34.2	2.6	7.7	25	1,368
7位	カナダ	29.7	28.7	31.8	2.4	8.5	37	859
8位	ロシア	26.7	24.0	31.1	2.3	29.7	143	217
9位	韓国	18.8	27.2	30.6	2.3	12.3	51	600
10位	イタリア	27.1	25.0	27.7	2.1	8.9	61	454
(11位以下の主な北東アジアの国・地域)								
11位	香港	17.4	24.1	25.5	1.9	6.0	7	3,430
18位	日本	27.9	18.5	18.2	1.4	1.4	127	145
19位	台湾	9.4	16.6	18.0	1.3	8.6	24	765

(注) 2017年は暫定値 資料：UNWTO 「Tourism Highlights」「World Tourism Barometer」
シェアおよび人口1人当たり国際観光支出は（公財）日本交通公社算出

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

韓国、東南アジア、フランスの訪日経験率が上昇
「行ってみたい地域」に多様化の兆し

当財団（JTBF）と日本政策投資銀行（DBJ）は共同で、アジア及び欧米豪の12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（2018年度版）」）を実施した。ここでは調査結果の一部を紹介する。調査の概要及び回答者属性は表II-2-1のとおり。

表II-2-1 「DBJ・JTBFアジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査（2018年度版）」の概要・回答者属性

調査方法	インターネットによる調査
実施時期	2018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：6,283人（韓国536、中国544、台湾502、香港500、タイ516、シンガポール518、マレーシア506、インドネシア512、イギリス538、アメリカ532、フランス544、オーストラリア535） ・訪日経験者：2,833人（韓国373、中国338、台湾406、香港401、タイ308、シンガポール268、マレーシア151、インドネシア180、イギリス79、アメリカ97、フランス107、オーストラリア125）

アジア8地域の訪日経験率については、韓国、東南アジア4地域が前年に比べて上昇した。アジア8地域の中で最も訪日経験率が高いのは台湾で、80.9%に上る（表II-2-2）。次いで香港、韓国、中国が続いている。東南アジアでは、タイが59.7%と最も高い。欧米豪4地域の中では、フランスが前年に比べて上昇した（表II-2-2）。訪日回数別にみると、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。

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、前年と同様に、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	
	2017年	2018年	2018年	
全体	44.5	45.1	19.0	26.1
韓国	63.3	69.6	28.2	41.4
中国	69.4	62.1	36.8	25.4
台湾	82.9	80.9	18.5	62.4
香港	82.9	80.2	14.2	66.0
タイ	57.9	59.7	26.0	33.7
シンガポール	43.4	51.7	22.8	29.0
マレーシア	25.6	29.8	17.2	12.6
インドネシア	29.8	35.2	22.1	13.1
イギリス	14.7	14.7	7.4	7.2
アメリカ	25.9	18.2	8.8	9.4
フランス	16.7	19.7	11.4	8.3
オーストラリア	24.7	23.4	14.4	9.0

資料：「DBJ・JTBFアジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査（2018年度版）」

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

（単位：％）

順位	今後旅行したい国・地域	全体	韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア	イギリス	アメリカ	フランス	オーストラリア
1	日本	47.9	30.8	①47.8	①72.9	①75.0	①53.7	①56.2	①52.0	①52.5	35.5	28.9	30.5	43.0
2	オーストラリア	37.9	②41.2	②32.2	30.7	③50.2	17.8	44.6	44.3	③33.0	42.4	①41.0	①39.7	—
3	ニュージーランド	37.0	37.7	③31.4	③35.9	40.4	16.9	②49.2	③45.1	27.9	②43.9	33.3	③34.6	③48.2
4	アメリカ	32.2	30.4	30.9	28.7	25.6	13.6	39.6	26.5	18.9	①48.5	—	②37.7	①51.8
5	韓国	30.8	—	22.8	②40.6	②51.2	②31.0	③45.8	②46.4	②41.8	15.6	16.2	14.5	16.8
6	フランス	29.0	31.9	29.0	25.7	28.8	12.0	34.4	28.3	20.7	29.7	35.2	—	42.6
7	イタリア	28.9	28.7	31.1	22.3	27.0	9.5	33.6	25.1	19.1	40.9	②37.8	24.8	45.2
8	スイス	28.9	①41.8	25.2	27.3	31.6	15.5	43.1	34.2	18.0	28.1	29.1	12.7	40.4
9	イギリス	28.8	27.4	27.8	24.7	32.8	14.7	37.5	27.7	23.2	—	③36.7	18.8	45.4
10	カナダ	28.2	34.1	21.5	22.1	23.2	7.0	35.3	21.3	13.3	③42.6	33.3	31.8	②50.1
11	ハワイ	27.5	③41.0	30.3	24.3	26.8	7.9	26.4	21.7	14.1	39.2	0.0	24.6	44.1
12	タイ	27.3	21.3	22.8	28.3	41.4	—	29.5	25.3	24.6	30.3	17.9	30.1	29.2
13	香港	26.3	27.1	27.0	25.5	—	③24.6	31.3	28.7	24.6	31.8	21.8	16.4	31.2
14	シンガポール	24.9	29.3	24.3	29.1	36.4	24.2	0.0	20.4	25.8	23.4	16.0	12.1	33.5
15	スペイン	24.6	33.8	16.5	20.1	26.6	4.5	32.4	21.3	15.2	33.5	32.1	19.3	39.1

（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（2018年度版）」

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か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、前年までと同様、ゴールデンルート上にある地域の訪問率が高い傾向にある（表Ⅱ-2-4）。なお台湾では、前年よ

りも名古屋への訪問率が上昇している。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。欧米豪の訪日旅行経験者に限ってみると、ゴールデンルート上にある地域と広島への訪問率が高くなっているが、それ以外の地域の訪問率はアジアの訪日旅行経験者に比べて低めとなっている。

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→ 回答数（人）	全体 2,833	韓国 373	中国 338	台湾 406	香港 401	タイ 308	シンガポール 268	マレーシア 151	インドネシア 180	イギリス 79	アメリカ 97	フランス 107	オーストラリア 125
選択率（%）													
東京	59.1	45.3	50.0	62.3	62.1	67.2	66.0	52.3	62.2	64.6	54.6	57.0	75.2
大阪	40.7	44.8	29.3	52.2	55.1	26.9	43.3	45.0	34.4	27.8	19.6	29.9	41.6
京都	37.4	29.2	34.0	46.1	44.4	29.9	36.2	39.7	33.9	25.3	38.1	43.9	45.6
富士山	32.0	8.8	44.1	22.9	33.7	52.3	38.1	33.1	38.3	31.6	24.7	27.1	28.8
北海道	25.5	11.3	30.8	36.2	33.4	35.1	26.1	26.5	25.6	7.6	5.2	8.4	8.8
札幌	17.9	13.9	10.4	26.8	29.2	20.5	18.7	17.9	13.3	10.1	5.2	4.7	10.4
奈良	17.7	14.2	16.3	30.3	27.7	9.4	18.7	13.2	3.9	10.1	8.2	13.1	19.2
名古屋	15.4	11.0	19.8	22.4	22.2	9.7	9.3	12.6	20.6	10.1	6.2	12.1	7.2
関西	14.1	8.6	7.1	26.8	23.7	15.6	8.2	18.5	9.4	1.3	2.1	10.3	8.8
神戸	13.8	9.1	10.4	23.6	23.4	7.5	10.4	17.9	10.6	7.6	11.3	8.4	8.0
沖縄	12.2	12.6	5.9	27.6	19.2	7.1	4.9	7.3	10.6	7.6	9.3	2.8	5.6
横浜	12.0	9.4	8.6	19.2	11.7	12.7	9.0	7.3	19.4	11.4	4.1	12.1	12.0
九州	11.0	14.5	5.6	18.5	20.7	11.0	6.3	6.0	6.1	1.3	4.1	1.9	2.4
福岡／博多	10.4	19.8	7.1	17.0	15.5	7.5	7.5	3.3	5.6	2.5	1.0	1.9	1.6
箱根	9.2	4.8	6.2	16.5	13.5	8.8	11.6	5.3	3.3	5.1	5.2	9.3	8.8
函館	8.8	2.9	5.6	22.9	15.2	3.6	9.0	9.3	3.9	5.1	2.1	1.9	1.6
広島	7.4	3.2	6.2	3.7	6.0	7.1	7.5	7.3	11.7	17.7	9.3	11.2	24.0
長崎	7.0	5.4	5.0	8.6	8.5	8.1	6.0	5.3	12.2	2.5	4.1	7.5	5.6
熊本／阿蘇	5.4	3.2	2.7	12.1	16.7	0.3	2.2	1.3	0.6	1.3	1.0	0.9	1.6
大分／別府／ 湯布院	5.0	10.2	1.2	9.6	9.7	1.0	3.0	1.3	0.6	1.3	0.0	1.9	3.2
旭川／富良野	4.7	0.8	1.8	11.3	11.0	2.9	4.5	3.3	0.6	1.3	1.0	3.7	0.0
日光	4.4	0.5	5.3	7.4	3.5	7.5	2.6	4.6	3.9	3.8	6.2	4.7	3.2
飛騨／高山	4.4	0.5	2.4	11.8	9.7	1.9	2.6	1.3	1.1	0.0	0.0	2.8	6.4
軽井沢	4.2	0.0	3.3	15.3	9.0	0.6	0.7	0.0	1.1	1.3	1.0	1.9	0.8
金沢	4.1	0.0	3.3	9.4	7.2	3.6	4.1	2.0	3.9	1.3	0.0	2.8	2.4
福島	4.0	3.5	4.7	3.0	2.0	5.8	1.5	1.3	12.2	1.3	6.2	5.6	4.0
仙台／松島	3.9	2.1	3.0	6.9	4.7	7.5	1.5	2.6	3.3	2.5	0.0	4.7	1.6
富山	3.7	0.5	8.3	4.7	6.5	1.3	0.7	2.6	5.6	5.1	4.1	0.0	0.8
鹿児島	3.4	0.8	4.7	4.4	10.2	0.3	1.9	2.0	2.2	0.0	0.0	0.0	4.0
立山／黒部	3.3	0.3	1.8	9.6	8.5	0.3	2.6	1.3	1.7	1.3	0.0	0.0	0.0
青森	3.2	2.4	1.5	7.4	6.0	2.3	1.9	1.3	1.7	1.3	2.1	1.9	0.8
宮崎	2.9	2.4	2.4	3.7	7.7	1.9	0.7	2.6	0.6	0.0	0.0	3.7	2.4
岡山	2.7	1.1	1.5	4.2	4.5	1.6	2.2	0.7	4.4	1.3	2.1	3.7	4.0
四国	2.6	1.1	2.7	4.2	4.2	1.6	1.9	0.0	2.8	1.3	5.2	3.7	1.6
東北	2.6	0.8	3.0	6.7	1.2	1.6	1.9	2.6	3.3	2.5	0.0	2.8	2.4
北陸	2.3	1.1	3.6	6.2	3.5	0.6	0.0	1.3	1.1	1.3	1.0	2.8	0.0
川越	2.3	0.3	3.3	5.2	3.7	2.6	1.5	1.3	0.6	0.0	0.0	0.9	0.0
帯広／十勝	2.2	0.3	3.3	4.7	3.5	0.6	0.4	2.0	2.2	1.3	0.0	4.7	0.0
佐賀	2.0	1.6	1.2	4.4	2.7	2.3	1.5	2.0	0.6	1.3	1.0	0.9	0.8
新潟	2.0	0.0	2.7	2.7	2.0	1.3	1.5	2.0	5.6	5.1	1.0	0.9	1.6
秋田／角館	2.0	0.5	3.8	3.2	2.7	1.3	1.5	0.0	2.2	2.5	0.0	1.9	0.8
知床／阿寒	1.9	0.3	3.0	4.2	3.2	1.3	0.7	0.7	0.6	2.5	3.1	0.0	0.0
鳥取	1.7	2.9	1.2	2.2	3.2	0.3	1.1	2.0	1.1	0.0	2.1	0.9	0.0
山形／蔵王	1.7	0.3	0.9	2.5	1.0	1.3	2.2	0.7	2.2	3.8	2.1	3.7	4.0
二セコ	1.6	0.3	4.4	0.7	0.2	1.9	1.9	1.3	1.1	1.3	2.1	4.7	2.4
岩手／平泉	1.6	0.3	2.4	2.0	1.7	2.6	1.5	0.7	1.7	1.3	2.1	2.8	0.0
松本／白馬	1.6	0.5	2.7	0.5	0.5	2.6	1.5	1.3	2.8	1.3	2.1	3.7	4.0
福井	1.6	0.3	2.1	1.2	2.0	2.3	0.4	0.7	4.4	1.3	2.1	2.8	1.6
倉敷	1.6	0.8	1.5	3.9	3.0	0.3	0.4	1.3	1.1	1.3	1.0	0.0	0.8
紀伊半島／高野 山／熊野古道	1.4	0.0	2.4	0.2	1.2	1.0	1.1	2.0	2.8	3.8	2.1	2.8	3.2

■ 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（2018年度版）」

訪日旅行希望者に行ってみた地域60か所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。前年までと同様、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、沖縄に人気が集まる傾向が続いている（表II-2-5）。

調査地域別にみると、台湾と香港は、鹿児島や軽井沢、函館、立山／黒部、熊本／阿蘇などさまざまな地方観光地

への訪問意向がほかの地域に比べて高くなっている。韓国は福岡／博多、別府／湯布院など九州北部に加え、沖縄や鳥取への訪問意向がほかの地域よりも高くなっている。シンガポールでは、前年と比較すると大阪と沖縄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→ 回答数（人）	全体 5742	韓国 514	中国 542	台湾 492	香港 493	タイ 502	シンガポール 479	マレーシア 470	インドネシア 477	イギリス 441	アメリカ 457	フランス 408	オーストラリア 467
選択率（%）													
東京	45.5	37.9	32.3	45.5	36.1	48.2	46.8	47.7	52.4	53.1	43.5	46.6	59.3
富士山	40.7	24.5	39.7	42.1	32.9	48.4	42.6	46.4	42.1	49.0	37.0	33.6	51.4
大阪	32.3	31.3	29.2	43.5	40.6	34.1	39.2	43.4	33.8	18.1	16.0	22.1	33.6
京都	31.9	32.3	31.2	45.3	37.1	33.7	35.7	30.9	30.2	24.7	17.5	31.6	30.2
北海道	30.9	31.7	33.4	51.4	50.1	35.7	51.1	46.0	24.3	8.2	9.4	9.6	12.4
沖縄	21.6	30.9	17.3	40.2	37.1	18.3	27.3	20.0	14.3	10.7	16.0	10.0	13.5
札幌	19.3	36.4	12.4	31.3	29.6	26.5	26.5	18.7	14.9	6.3	8.1	5.4	10.3
名古屋	14.5	14.0	24.0	30.7	27.6	12.4	10.6	12.8	16.8	3.6	3.7	7.4	6.0
神戸	14.4	11.5	16.4	25.6	23.1	12.5	17.7	14.9	10.3	7.3	8.8	12.5	10.1
奈良	11.8	13.6	19.0	30.5	22.9	8.8	11.7	7.7	4.6	3.9	3.3	4.7	7.1
広島	11.5	6.0	8.1	10.8	8.5	11.2	11.3	8.1	10.9	20.0	11.8	12.7	20.8
長崎	10.4	10.3	8.1	14.0	12.2	11.0	6.9	8.1	11.9	12.7	10.1	7.1	12.0
九州	10.4	15.6	11.1	23.8	21.9	12.9	10.9	7.2	6.1	2.5	2.8	3.4	2.6
横浜	10.2	10.9	9.0	15.2	11.4	12.0	7.1	7.9	17.2	7.3	5.7	9.3	9.2
関西	9.6	8.8	8.3	25.0	18.7	17.5	7.3	9.1	6.1	1.8	2.4	4.4	2.6
福岡／博多	8.3	17.1	7.0	19.5	16.0	10.0	6.9	4.7	5.5	2.0	3.1	1.7	3.6
鹿児島	6.7	5.4	10.9	22.2	25.8	1.6	2.1	2.8	1.0	1.6	1.1	1.5	1.7
函館	6.3	4.9	4.1	25.2	18.3	2.8	8.6	4.0	2.3	1.1	0.4	1.2	1.3
箱根	5.9	6.8	5.0	18.1	12.6	4.4	8.6	3.2	1.9	1.8	2.0	2.9	1.9
福島	5.4	5.4	3.9	6.1	4.9	5.6	4.0	4.9	8.2	3.6	4.6	9.3	5.1
熊本／阿蘇	5.0	3.3	5.9	18.7	20.7	1.6	1.7	1.9	0.6	0.9	1.8	0.7	0.2
四国	4.4	1.8	5.2	12.2	13.6	2.8	2.5	2.8	1.9	2.7	2.2	2.9	1.3
軽井沢	4.2	1.4	3.7	25.4	12.0	0.8	1.0	0.6	1.3	0.7	1.1	1.0	0.6
青森	4.2	4.1	2.6	18.3	11.0	2.2	2.7	1.5	1.5	1.4	1.3	1.5	1.3
立山／黒部	4.1	1.0	2.0	22.6	12.8	0.8	2.9	0.9	2.1	0.5	1.5	0.7	0.0
宮崎	4.1	4.5	6.8	9.6	12.6	3.4	1.9	2.3	0.8	0.9	0.7	2.2	1.5
仙台／松島	4.0	2.5	5.4	12.4	8.3	5.6	1.5	2.1	2.5	1.4	1.8	1.5	1.5
大分／別府／湯布院	3.8	13.4	2.0	9.3	7.9	1.8	1.3	1.5	0.4	1.1	2.2	1.7	1.3
岡山	3.7	1.9	3.1	9.6	6.5	2.4	1.7	2.1	2.9	2.7	2.4	6.1	3.0
富山	3.3	1.8	7.7	6.5	6.3	3.2	2.3	2.8	1.9	1.1	1.5	1.7	1.1
旭川／富良野	3.2	1.2	2.6	11.6	12.2	0.8	2.1	2.6	1.0	1.8	0.2	1.0	0.4
日光	3.1	1.6	2.4	9.1	3.9	3.8	2.9	2.8	2.1	0.9	3.1	2.7	1.9
金沢	3.1	0.6	1.7	11.4	5.7	3.4	1.7	2.1	3.4	1.4	1.8	2.0	1.7
飛騨／高山	2.9	0.8	2.0	13.0	8.5	1.2	2.1	0.9	0.8	0.7	1.5	1.2	1.9
秋田／角館	2.9	1.8	4.8	9.6	7.3	1.2	0.8	1.1	0.8	1.1	2.8	1.5	1.3
鳥取	2.9	8.8	3.0	7.5	7.5	0.8	1.3	1.1	1.0	0.2	0.7	1.5	0.2
新潟	2.8	1.0	3.0	8.7	5.1	1.6	2.7	2.1	3.4	2.3	1.1	2.0	0.4
東北	2.6	1.6	2.6	11.2	4.3	1.4	1.9	2.3	1.9	1.1	0.9	1.0	0.9
紀伊半島／高野山／熊野古道	2.6	0.8	3.5	5.5	1.8	2.4	1.9	1.5	3.4	1.8	3.1	2.9	2.1
佐賀	2.6	1.2	2.6	8.9	5.9	3.0	1.3	1.3	0.8	0.9	1.3	1.7	1.3
山口	2.5	1.6	2.0	3.5	2.0	3.8	1.9	1.9	4.6	2.3	2.4	2.5	1.5
徳島	2.0	0.8	2.0	4.3	2.8	2.2	1.7	0.9	1.3	1.4	2.8	2.9	1.1
山形／蔵王	2.0	0.8	2.0	6.9	4.1	1.2	0.4	1.9	1.5	1.6	0.9	1.2	1.1
岩手／平泉	1.9	0.8	2.0	6.5	4.7	2.2	0.6	1.1	1.5	0.5	0.7	1.5	0.4
高知	1.9	0.4	2.6	3.3	2.6	2.0	2.1	0.6	1.3	2.3	1.8	1.7	2.1
高松／香川	1.8	0.8	3.1	3.3	3.2	0.8	1.5	1.9	1.0	1.8	1.3	1.5	0.9
二セコ	1.7	0.4	3.5	1.4	1.2	1.0	3.3	1.3	0.8	1.1	0.4	2.0	4.3
松本／白馬	1.7	0.6	3.0	1.2	1.8	1.4	0.8	1.9	2.3	1.1	1.5	1.5	2.8
北陸	1.7	0.8	2.6	8.1	1.4	0.8	1.3	0.4	0.8	0.9	1.1	0.5	0.6
伊勢／志摩	1.7	0.8	2.4	5.1	5.1	1.6	1.3	0.9	0.4	0.0	0.9	0.7	0.2

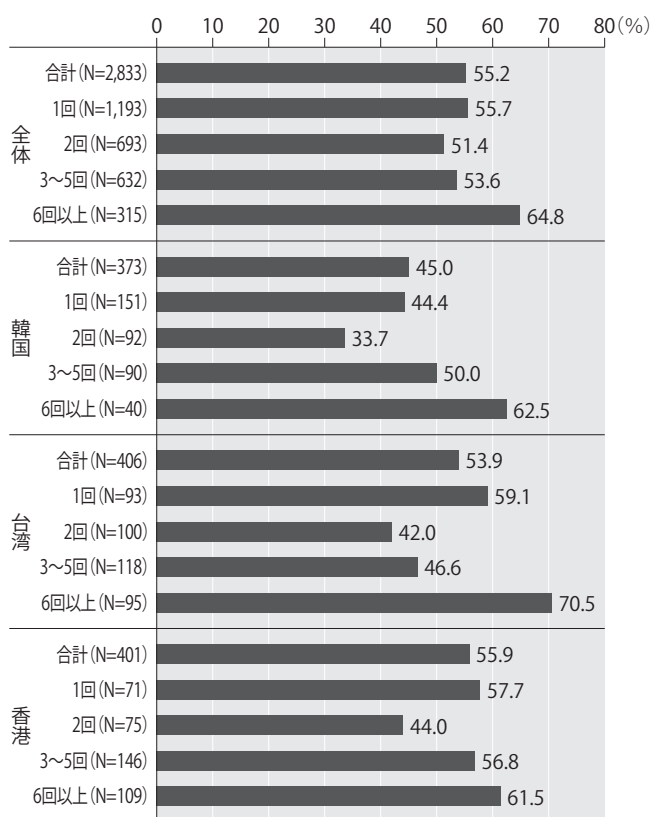
■ 全体の選択率より15%以上大きい値 ■ 全体の選択率より10%以上大きい値 ■ 全体の選択率より5%以上大きい値 資料：「DBJ・JTBアジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査（2018年度版）」

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76.9%であり、前年の75.9%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93.4%を占めた（前年は93.1%）。調査地域別にみると、アジア8地域はシンガポールを除きいずれも9割以上と高い訪問意向となっている。一方、欧米豪4地域では、アジア8地域に比べてやや訪問意向が低い傾向となっている。「ぜひ旅行したい」に限ってみると、韓国とイギリスの意向が低くなっているものの、そのほかの地域では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」と回答した比率（図Ⅱ-2-1）をみてみると、台湾と香港では前年に比べてやや低くなっている傾向がみられた。特に、台湾の訪日回数3～5回のリピーターの「ぜひ旅行したい」比率は46.6%と、前年の60.0%に比べて13ポイント以上低くなっていた。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56.8%と、前年の65.6%に比べて8%以上低い結果となった。

図Ⅱ-2-1 地方へ「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（2018年度版）」

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

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)		2833	373	338	406	401	308	268	151	180	79	97	107	125
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	41.9	28.2	45.3	42.4	45.1	54.5	39.9	38.4	48.9	26.6	42.3	41.1	38.4
	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	29.5	31.9	32.0	34.5	27.2	26.6	25.0	33.8	26.7	31.6	27.8	23.4	28.8
	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	3.6	2.9	2.1	1.0	3.5	0.3	7.8	4.0	2.8	11.4	8.2	9.3	4.0
	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	1.9	2.1	1.0	1.7	1.0	1.9	1.3	2.8	7.6	3.1	2.8	2.4
	(小計) 訪問経験有り	76.9	64.9	81.4	78.8	77.6	82.5	74.6	77.5	81.1	77.2	81.4	76.6	73.6
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	13.3	16.9	10.4	11.6	10.7	13.0	16.8	15.9	15.0	15.2	11.3	13.1	12.8
	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	8.6	16.1	8.0	8.9	11.5	4.2	7.5	5.3	3.9	3.8	3.1	6.5	12.0
	旅行したことはなく、今後もあまり訪れたいと思わない	0.4	1.1	0.0	0.5	0.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.0	2.8	0.8
	旅行したことはなく、今後も訪れないと思う	0.7	1.1	0.3	0.2	0.0	0.3	1.1	1.3	0.0	3.8	3.1	0.9	0.8
	(小計) 訪問経験なし	23.1	35.1	18.6	21.2	22.4	17.5	25.4	22.5	18.9	22.8	18.6	23.4	26.4
(小計) ぜひ旅行したい (%)		55.2	45.0	55.6	53.9	55.9	67.5	56.7	54.3	63.9	41.8	53.6	54.2	51.2
(小計) ぜひ+機会があれば旅行したい (%)		93.4	93.0	95.6	97.3	94.5	98.4	89.2	93.4	94.4	77.2	84.5	84.1	92.0

資料：「DBJ・JTBFアジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査（2018年度版）」

2 訪日旅行の満足度、日本への再訪意向、日本の推奨意向
満足度に比べて再訪意向・推奨意向は低い

旅行者数の維持・拡大に関連する指標として、旅行者の満足度、再訪意向、推奨意向があげられる。そこで本年度の調査では、訪日旅行経験者を対象に、訪日旅行の満足度、日本への再訪意向、日本の推奨意向を尋ねた。

訪日旅行の満足度については、直近の訪日旅行だけでなく、これまでのすべての訪日旅行を踏まえた上での満足度を測定した。全体では、「とても満足した」と「満足した」を合算し

た選択率は86.0%であった（表Ⅱ-2-7）。

日本への再訪意向については、多少旅行費用が高くなっても訪問したいかという形式で尋ねることにより、より現実的な意向を測定した。全体では、「大変そう思う」と「そう思う」を合算した選択率は54.4%であった（表Ⅱ-2-8）。

日本の推奨意向については、自分の周りの人に日本を旅行先として推奨したいかという形式で測定した。全体では、「大変そう思う」と「そう思う」を合算した選択率は68.3%であった（表Ⅱ-2-9）。

これらの結果より、満足度に比べると、再訪意向と推奨意向は低めであることが読み取れる。この傾向は、アジアや欧米豪問わず、調査地域別にみても共通して表れている。

表Ⅱ-2-7 訪日旅行の満足度（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）	2833	373	338	406	401	308	268	151	180	79	97	107	125
とても満足した	42.5	9.4	37.6	44.8	31.2	63.6	46.3	49.7	65.6	46.8	53.6	56.1	59.2
満足した	43.5	57.9	42.6	44.1	54.1	35.4	39.9	44.4	31.7	38.0	36.1	30.8	30.4
やや満足した	11.5	23.6	18.6	10.6	14.0	0.6	10.1	6.0	0.6	12.7	6.2	11.2	7.2
どちらともいえない	2.2	8.6	1.2	0.5	0.7	0.3	3.7	0.0	1.1	2.5	3.1	0.0	2.4
やや不満だった	0.2	0.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.1	0.0	0.0	1.9	0.0
不満だった	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.8
とても不満だった	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.0	0.0	0.0
（とても満足した+満足したの合計）	86.0	67.3	80.2	88.9	85.3	99.0	86.2	94.0	97.2	84.8	89.7	86.9	89.6

資料：「DBJ・JTBFアジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査（2018年度版）」

表Ⅱ-2-8 日本への再訪意向（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）	2833	373	338	406	401	308	268	151	180	79	97	107	125
大変そう思う	22.3	5.6	28.7	29.1	17.7	35.7	12.3	22.5	27.2	21.5	26.8	34.6	16.0
そう思う	32.1	16.1	34.3	34.5	36.4	44.8	26.1	30.5	40.0	32.9	27.8	30.8	28.0
やや思う	22.1	20.1	18.0	20.9	28.4	14.9	25.4	29.1	13.9	32.9	29.9	18.7	25.6
どちらでもない	12.7	26.5	12.1	7.6	10.0	2.9	22.4	8.6	11.7	10.1	5.2	10.3	17.6
あまりそう思わない	6.9	19.8	4.1	5.4	5.5	1.3	8.2	4.6	5.0	2.5	6.2	2.8	8.0
そう思わない	2.5	6.4	1.8	2.0	1.0	0.3	3.7	4.6	1.7	0.0	1.0	1.9	3.2
全くそう思わない	1.4	5.4	0.9	0.5	1.0	0.0	1.9	0.0	0.6	0.0	3.1	0.9	1.6
（大変そう思う+そう思うの合計）	54.4	21.7	63.0	63.5	54.1	80.5	38.4	53.0	67.2	54.4	54.6	65.4	44.0

資料：「DBJ・JTBFアジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査（2018年度版）」

表Ⅱ-2-9 日本の推奨意向（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）	2833	373	338	406	401	308	268	151	180	79	97	107	125
大変そう思う	32.4	7.2	34.0	37.7	24.4	47.7	26.1	35.8	43.9	36.7	43.3	46.7	44.0
そう思う	35.8	23.1	33.7	37.9	40.6	41.9	38.1	37.7	42.2	38.0	32.0	32.7	30.4
やや思う	19.3	31.9	23.1	16.0	21.9	7.8	21.3	17.9	10.0	17.7	18.6	14.0	18.4
どちらでもない	9.1	25.5	6.8	5.9	11.5	1.6	11.9	5.3	3.3	7.6	3.1	2.8	5.6
あまりそう思わない	2.0	8.0	1.2	1.7	1.0	1.0	1.9	0.7	0.0	0.0	1.0	1.9	0.8
そう思わない	0.6	1.3	0.3	0.7	0.0	0.0	0.4	2.6	0.6	0.0	0.0	0.9	0.0
全くそう思わない	0.7	2.9	0.9	0.0	0.5	0.0	0.4	0.0	0.0	0.0	2.1	0.9	0.8
（大変そう思う+そう思うの合計）	68.3	30.3	67.8	75.6	65.1	89.6	64.2	73.5	86.1	74.7	75.3	79.4	74.4

資料：「DBJ・JTBFアジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査（2018年度版）」

3 日本旅行希望者の民泊に対する意識

現地の暮らし体験が最大の魅力
言語面での障壁が最も不安

近年、訪日外国人旅行者による「現地の人から有料で借りる家・アパート」(以下、民泊)の利用が増加している。2018年6月には「住宅宿泊事業法」(民泊新法)が施行され、民泊をめぐる議論が活発化している。

そこで本年度の調査では、訪日旅行希望者が民泊の利用に対し具体的にどのような意識をもっているかについて、魅力と不安の両側面から尋ねた。

訪日旅行希望者のうち民泊利用希望者に感じる魅力を複数回答形式で尋ねたところ、現地の人の暮らしが体験できる

が最も高い結果となった(表Ⅱ-2-10)。次いで、「安く泊まれる」、「日常的な感覚で滞在できる」と続いている。調査地域別にみると、韓国、中国、マレーシア、イギリス、アメリカ、オーストラリアでは「ホストとのつながりやホームステイのような体験ができる」が上位となっている。また、フランスでは「立地が良い」が最上位となっている。

民泊利用希望者の魅力に対し、訪日旅行希望者のうち民泊利用を希望しない人に不安を感じる点を複数回答形式で尋ねたところ、「言葉が通じるかどうか」が最も高い結果となった(表Ⅱ-2-11)。次いで、「セキュリティ面」、「プライバシーが確保されているか」と続いている。調査地域別にみると、中国、香港、マレーシア、アメリカ、フランスでは「衛生面(清掃やアメニティなど)」が上位となっている。また、イギリスでは「不安な点は特にない」の割合が全地域の中で最も高い。

(外山 昌樹・武智 玖海人)

表Ⅱ-2-10 民泊利用に対して感じる魅力(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)	752	23	50	89	60	55	99	93	112	25	26	56	64
現地の人の暮らしが体験できる	65.7	①60.9	①62.0	②68.5	②56.7	①80.0	①67.7	①69.9	②58.9	①56.0	①73.1	②60.7	①70.3
安く泊まれる	60.9	47.8	26.0	①69.7	①60.0	③61.8	②64.6	②67.7	①75.9	③36.0	42.3	③58.9	②57.8
日常的な感覚で滞在できる	48.5	②56.5	③42.0	③59.6	③43.3	②69.1	36.4	40.9	③58.0	32.0	③50.0	53.6	37.5
ホストとのつながりやホームステイのような体験ができる	46.8	②56.5	③42.0	43.8	26.7	50.9	50.5	③54.8	50.0	②40.0	②53.8	37.5	③51.6
立地が良い	44.0	17.4	30.0	38.2	35.0	52.7	③51.5	41.9	49.1	24.0	46.2	①62.5	46.9
自炊ができる	39.4	52.2	34.0	46.1	30.0	54.5	33.3	39.8	42.0	28.0	30.8	32.1	43.8
部屋のデザインや雰囲気が良い	27.8	17.4	③42.0	29.2	21.7	38.2	26.3	33.3	33.9	16.0	11.5	12.5	23.4
大人数でも利用できる	27.7	17.4	32.0	27.0	31.7	41.8	26.3	35.5	34.8	12.0	7.7	12.5	18.8
長期滞在でも利用できる	26.3	26.1	28.0	28.1	13.3	32.7	26.3	22.6	31.3	12.0	30.8	26.8	29.7
広い部屋を利用できる	25.7	13.0	②44.0	23.6	25.0	29.1	23.2	29.0	34.8	20.0	15.4	16.1	14.1
サービス(清掃や食事、アメニティ)が良い	23.8	17.4	26.0	20.2	16.7	34.5	27.3	24.7	33.9	4.0	15.4	14.3	21.9
予約がとりやすい	20.7	8.7	16.0	13.5	13.3	36.4	19.2	20.4	28.6	28.0	15.4	14.3	26.6
写真映える	12.8	0.0	12.0	6.7	11.7	27.3	11.1	18.3	17.0	12.0	19.2	0.0	10.9
その他	0.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.9	0.0	0.0	0.0	1.6
あてはまるものはない	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

(注) ①②③は各国・地域の上位1~3位を示している。

資料:「DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査(2018年度版)」

表Ⅱ-2-11 民泊利用に対して感じる不安(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)	2255	142	210	277	315	222	192	170	157	166	128	110	166
言葉が通じるかどうか	37.6	30.3	②33.8	②49.1	②37.1	①41.4	③32.3	①42.4	③35.7	①31.3	①30.5	①37.3	①40.4
セキュリティ面	36.1	②38.0	①36.7	①49.5	①47.0	③27.0	①41.7	③36.5	31.2	③22.9	③27.3	16.4	②33.1
プライバシーが確保されているか	30.9	①45.8	31.9	③37.5	27.0	22.1	②38.0	34.7	①40.8	22.3	23.4	14.5	③28.9
衛生面(清掃やアメニティなど)	27.4	26.1	③32.4	22.0	③29.8	20.3	30.2	②37.6	32.5	18.1	②28.1	②28.2	25.3
滞在する地域の治安	24.4	19.7	25.7	20.9	19.0	②31.5	29.7	35.9	②36.3	16.3	20.3	9.1	25.3
予約時の情報の正確さ	23.2	27.5	23.8	26.0	19.4	22.5	17.2	22.9	32.5	16.9	21.9	③27.3	25.9
滞在先までのアクセス	21.7	21.8	18.1	21.3	15.6	24.3	27.1	29.4	30.6	19.9	16.4	13.6	24.1
決済方法の安全性	20.7	21.8	29.5	26.4	17.8	16.7	20.3	24.7	15.9	16.3	19.5	15.5	19.3
ホストの対応	19.7	③31.0	19.5	13.4	13.0	18.0	29.2	22.9	26.1	15.1	14.1	26.4	20.5
チェックイン(鍵の受け渡しなど)	16.8	15.5	9.5	18.1	19.4	13.5	18.8	20.0	18.5	13.3	16.4	14.5	22.3
その他	1.6	1.4	0.0	0.4	1.0	0.0	1.0	2.4	1.9	3.6	1.6	3.6	5.4
不安な点は特にない	12.7	9.2	9.0	8.7	10.2	13.5	10.9	5.9	4.5	②24.7	21.9	20.9	22.9

(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(2018年度版)」

II-3 訪日旅行事業の現況

1 日本企業による訪日旅行事業の展開 旅行業以外の事業者にもインバウンド事業が拡大

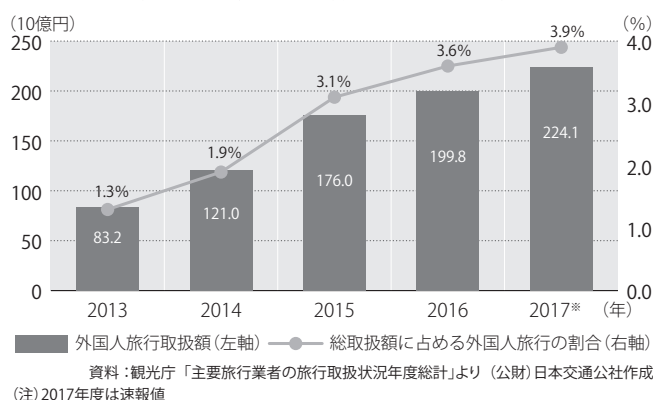
日本の国内旅行事業者が造成・販売した訪日旅行商品について、2017年度の特徴的な動向を記述する。

(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割合は年々増加傾向にある（図II-3-1）。2017年度（速報値）の外国人旅行取扱額は224.1億円、総取扱額に占める割合は3.9%となった。前年度比では12.0%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



●主要旅行業者のインバウンド事業戦略

主要旅行業者の発地におけるインバウンド事業では、JTBが日本発に加え、アジアなどの新興国発も含めた欧州行きインバウンド事業を推進する一環として2017年5月にKuoni Global Travel Service社を株式譲渡により買収することに合意した。また、アジアを中心に発地国での新規店舗の開業が行われた。2017年6月には、香港で訪日旅行専門店であるJTBトラベルサロン・コーズウェイベイ店がオープンした。同店では、成熟した香港の訪日市場に対応するため、FIT向けの商品に加え、OTAでの取り扱いが少ない日本の宿泊施設やSIT商品を取り扱うこととしている。フィリピンにはJTB Travel Saloon-Vertis North店を2018年1月にプレオープンした。

H.I.S.は急成長するインドの旅行市場におけるオンライン旅行販売を強化するため、2017年9月にインドを拠点としたオンライン旅行事業を展開するBONA VITA TECHNOLOGIES

PRIVATE LIMITED社の第三者割当増資により、株式を取得した。

国内におけるインバウンド事業では、日本旅行がFIT市場への対応強化を目的として、2018年1月に日本国内でFIT向けバスツアーを展開するDOA JAPANへの出資を行った。

(2) 訪日旅行商品開発の動き

●主要会社の訪日旅行商品開発

JTBでは訪日外国人旅行者向け商品「サンライズツアー」の2017年9月から2018年商品の販売を開始した。2018年商品では47都道府県の訪問が可能になったほか、四季を通じてその時季にしか見られない花や景観を楽しめるツアーが加わるなど、地方分散や平準化を意識した商品構成となっている。そのほか、高額商品を取り扱うJTBロイヤルロード銀座では、2017年7月、富裕層向けに平泉の観自在王院跡や金峯山寺の特設舞台で歌舞伎を鑑賞するKabuki Journey to Rural Japanの販売を、2017年8月には日本での挙式ニーズを受け、富士山を望むロケーションでのウェディングと写真撮影を行うことができるMemorable Wedding & Photoの販売を開始した。

JR東日本とJR北海道では、2017年6月より訪日外国人旅行者向け着地型商品「HAKODATE BUFFET（函館buffet）」の販売を開始した。函館エリアを中心に体験7コース、ホテルプラン5コースの計12コースで構成される。また、JR東日本と株式会社びゅうトラベルサービスでは2017年5月よりFIT向け商品ブランド「東日本鉄道ホリデー」において上越新幹線「GENBI SHINKANSEN（現美新幹線）」や山形新幹線「とれいゆつばさ」などの「のってたのしい列車」を利用した商品の販売を4列車で開始し、2017年10月からはさらに6列車が追加された。

●体験型商品

2017年度はこれまで旅行業者を中心に企画・販売されていた体験型商品が、旅行業者以外でも企画・販売されるなど、広がりを見せた。

ハイヤー・タクシーを運行する日本交通では訪日外国人旅行者の桜需要を取り込むため、タクシーを貸し切り、車内から都内の桜を鑑賞できる「江戸さくら巡りお花見タクシー」を2018年3～4月に運行した。また、着付け教室などを展開する日本和装ホールディングスでは2018年3月、中国のアリババグループが運営する旅行サイトFliggyで着物着付け体験の販売を開始した。

●医療関連商品

2016年度に引き続き、日本の高度な医療技術を活かした医療関連商品の販売が活発に行われた。

H.I.S.では2017年7月より、訪日外国人旅行者を対象とした自己採血による微量血液検査サービスを開始した。H.I.S.の海外現地支店、H.I.S.の専用ウェブサイト（日本語・英語・中国語に対応）などから予約が可能。そのほか、JALとJTBでは、2018年1月より、中国のJALマイレージバンク会員向けにがん検診を受診することができる商品の販売を開始した。商品購入者は専門通訳による事前説明や、中国医師免許を有する日本在住の顧問医師による検診結果報告書の翻訳などの特典を受けることができる。

●農産物関連商品

日本産農産物への関心の高まりを受け、訪日中だけでなく訪日前後の日本産農産物の需要をカバーする商品が販売された。

訪日中の農産物需要への対応では、2017年9月、日本旅行が長野県飯山市に訪日外国人旅行者向けの観光農園「日本旅行ファーム」を開園した。訪日外国人旅行者向けに農園の企画、運営、プロモーション、りんごの収穫・販売を行うこととなっている。また、日本産農産物のお土産需要への対応としては、2017年9月にJTBが検疫受検代行サービスによる果物のお土産持ち帰り事業を開始した。訪日外国人が自国に果物を持ち帰るために必要な検疫受検作業をJTBが代行し、帰国当日に中部国際空港のカウンターで検疫済みの果物を渡す。そのほか、JALと株式会社みずほジャパンでは、成田空港第2ターミナルで果物の常設販売を2018年1月より開始した。

訪日前後の日本産農産物の需要をカバーする商品としては、2017年9月にJTBが日本産農林水産物の越境ECサイト「J's Agri」を開設し、香港の消費者に向けて、岡山のシャインマスカット、京丹後の二十世紀梨、静岡のクラウンメロンなどの販売を開始した。その後、対象国・地域はシンガポール、マレーシア、台湾に拡大した。

(3) 受入態勢の拡充

●案内所・訪日外国人旅行専門店

国内の訪日外国人を対象とした案内所や店舗の新設では、JR東日本が上野駅にて訪日外国人旅行者に対応したJR EAST Travel Service Center（JR東日本訪日旅行センター）の営業を2018年2月より開始した。インバウンドを対象とした商品の引き換えや販売などに加え、観光案内も行う。また、JTBでは2018年4月に成田、関西、中部、仙台の各空港に引き続き福岡空港にもFUKUOKA AIRPORT GLOBAL COUNTER（福岡空港グローバルカウンター）をオープンした。各種交通・入場チケット・宿泊・オプションツアーなどの販売だけでなく、地域の観光関係事業者やグローバル展開を目指す日本企業に対してマッチング機会の提供、セールスプロモーション支援やマーケティング調査なども行う。

●通信環境

2017年度は以前から課題となっていた訪日外国人の日本滞在中の通信環境整備が活発な一年となった。

SIMカードに関する取り組みでは、NTTドコモが2017年7

月より訪日外国人旅行者が日本滞在中に利用できる「Japan Welcome SIM」を販売した。日本への渡航前に申し込み、日本到着後に空港などでSIMカードを受け取り、スマートフォンに差し込んで利用する。2017年12月には訪日前に広告記事閲覧、アンケートへの回答、アプリのインストールをすることによって訪日後のデータ通信量が無料となるプラン「Plan 0」を新たに追加した。2017年11月には全日空商事が訪日外国人向け無料SIMカード提供サービスTrip Freeを運営するBridgeと業務提携を行い、ANA Experience JapanからTrip Freeの申し込みが可能となった。2018年2月には京急電鉄が訪日外国人向けのSIMカード「KEIKYU TRAVEL SIM」の販売を京急EXインの全館などで開始した。

Wi-Fiに関する取り組みでは、JALとKDDIグループの株式会社ワイヤ・アンド・ワイヤレスが国内の20万ヶ所以上のWi-Fiスポットへの無償自動接続や、JALが提供する情報やサービスへのアクセスが可能な訪日外国人旅行者向けのWi-Fi支援アプリを共同で開発し、2017年10月から配信を開始した。また、JR東日本では東北、上越、北陸、秋田の各新幹線において2018年夏より順次、無料公衆無線LANサービスの提供を開始することを2017年11月に発表した。JR各社では、新幹線や訪日外国人旅行者の利用が多い在来線において2018年度から順次無料Wi-Fiサービスの提供を開始していく予定となっている。

訪日外国人旅行者の訪問先として人気を集める富士山でも通信環境整備が進められた。NTTドコモでは富士山の山開き期間中、富士山山頂と登山道でLTEとFOMAの通信サービスを、山小屋では無料Wi-Fiを提供した。ワイヤ・アンド・ワイヤレスでは山梨県、静岡県と協定を締結し、富士山の全山小屋と富士山静岡空港で無料Wi-Fiサービスを提供した。

●決済方法に関する取り組み

2016年度に引き続き、主に中国市場を対象にスマートフォン決済の整備が進められた。

サンリオピューロランドが2017年6月よりAlipayを導入、富士急行が2018年4月よりWeChat内でチケットを販売する「WeChatオンラインチケット」を導入し、富士急ハイランドのフリーパスと富士芝桜まつりの入場券の購入が可能となった。また、東京メトロでは2018年4月から上野駅旅客案内所において訪日外国人旅行者向けの企画乗車券「Tokyo Subway Ticket」と「Greater Tokyo Pass」でAlipayでの対応を開始し、JR九州グループでは2018年2月より、グループ会社5社・406店舗でAlipayとWeChat Payを導入するなど、テーマパークや交通機関で相次いで導入された。

また、JTBでは2017年7月より国内観光事業者向けに「Alipay決済サービス」の提供を開始した。宿泊施設や土産品において導入を順次開始し、今後はレンタカーや各種施設、商店街などにも展開する予定である。

●手ぶら観光に関する取り組み

2018年1月にJTB、パナソニック、ヤマトホールディングスが訪日外国人旅行者向けの手ぶら観光支援サービス

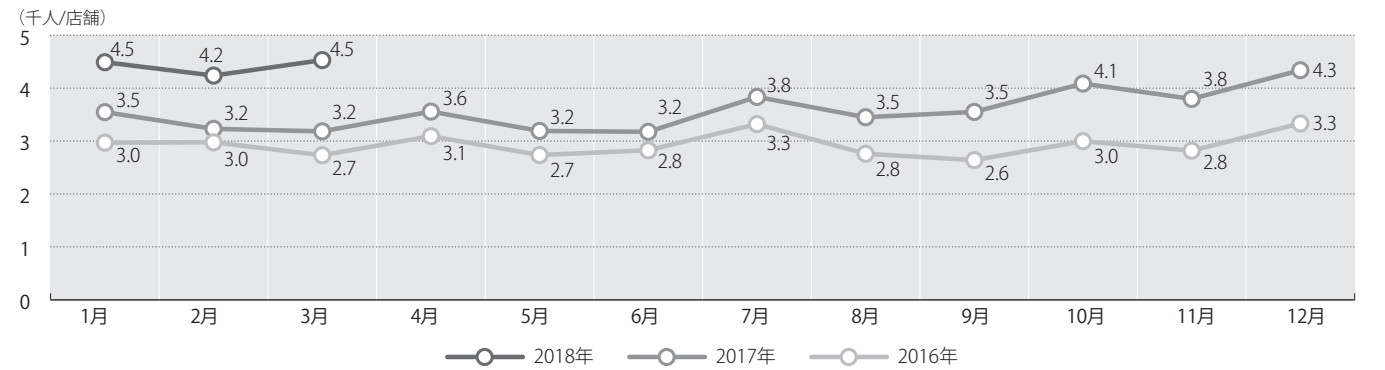
「LUGGAGE-FREE-TRAVEL」を開始した。日本への出発前に現地で申し込み、日本到着後に空港カウンターなどの取次店で荷物を預け、指定の宿泊施設や空港カウンターで荷物を受け取ることができる。受け付け拠点は成田、羽田、関西、中部の4空港と代理店100施設、受け取り拠点は訪日外国人の利用傾向から選ばれた宿泊施設1万軒となっている。

佐川急便、伊予鉄道、宇和島自動車、瀬戸内運輸では4社共同で愛媛県内を自転車で巡る観光客を対象とした手ぶら観光サービス「バスパ」を2017年9月より開始した。旅行者が

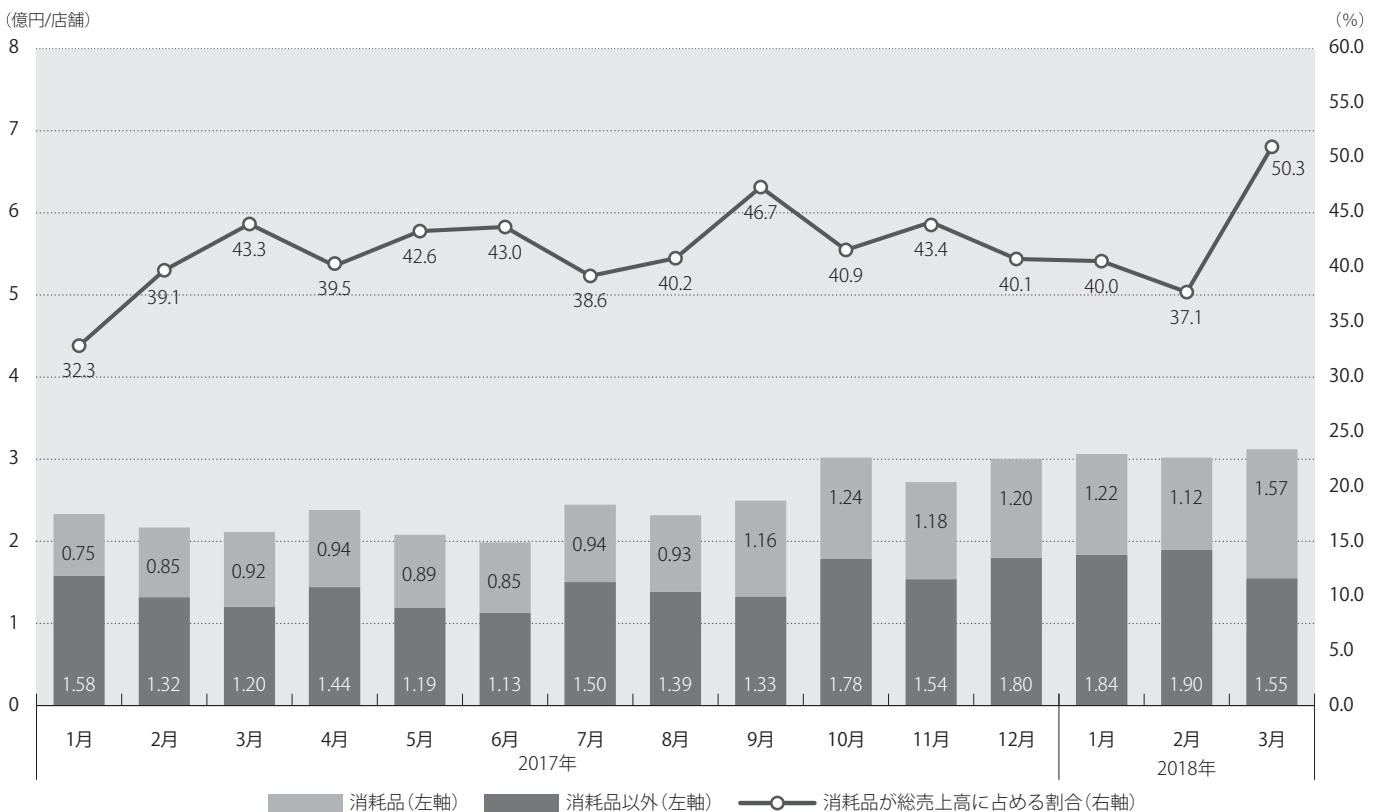
チェックアウト時に提携ホテルで預けた荷物を佐川急便のドライバーが集荷し、いずれもバス会社の車庫で集荷した荷物を預け、各都市間の路線バスに手荷物を積み、送られてきた荷物を佐川急便が預かり、提携ホテルに届ける仕組みとなっている。

2018年3月には日本旅行が手荷物一時預かりの仲介サイト「ecbo cloak」を運営するecboと協力して金沢、京都、大阪、岡山、広島エリアの全7店舗で手荷物の一時預かりサービスを開始した。

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



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



●免税店・免税サービスの拡充

免税サービスの拡充では、「到着時免税店の開業」、「セルフサービス式の免税手続きシステム」など、国内では初となる取り組みが目立つ年となった。

我が国の空港では初となる到着時免税店が2017年9月に成田空港第2ターミナルにオープンした。これまでは出国時に限られていた免税品（酒類・たばこ）の購入が到着時にも可能となった。成田空港では第2ターミナルでのオープンを皮切りに、2017年11月には第3ターミナルに、2017年12月には第1ターミナルの南ウイングと北ウイングの2か所に相次いでオープンした。成田国際空港株式会社（NAA）の子会社であるNAAリテイリングが運営する。

成田空港に続き、全日空商事デューティーフリー、関西エアポート株式会社は2018年4月、関西空港第1ターミナルビル（北・南）、第2ターミナルビルの国際線到着エリア3か所で到着時免税店「ANA ARRIVAL DUTY FREE SHOP」を開業した。

また、グローバルブルーティエフエスジャパンは購入者が自ら申請手続きできるセルフサービス式の消費税免税手続きシステム「GripsJ for Kiosk」の提供を開始した。購入者自らが免税の手続きを実行できるサービスは国内初となる。これまで百貨店や一括免税カウンターを持つショッピングセンターなどの大型商業施設では還付金の手続きに関して有人対面式で対応していたが、このサービスでは免税手続きの約9割の作業を購入者自身が行う仕組みになっており、商業施設においては、スタッフの負担軽減や処理件数の向上などが期待されている。

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1店舗当たりの免税購買客数は近年およそ3,000人／月前後を推移していたが、2017年の後半から2018年にかけては4,000～4,500人／月前後となっており、増加傾向が見てとれる（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店舗あたりの免税販売売上高の推移（図II-3-3）において、「消耗品が総売上高に占める割合」は4割前後で推移している。

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2017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

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「東京都」「大阪府」「千葉県」、中国では「東京都」「京都府」「大阪府」が上位3位となった。2015年、2016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。台湾発の訪日旅行商品では、福島県、茨城県を除く都道府県への訪問が、香港発の訪日旅行商品では、全都道府県への訪問が確認された。両者に共通する特徴として、大都市やゴールデンルートのみならず、地方部を訪問する商品が多数造成されている点が挙げられる。

一方、中国発の訪日旅行商品は、大都市である東京都、大阪府、富士山を有する山梨県、静岡県、歴史的観光地である京都府や奈良県など、ゴールデンルート上にある都道府県への訪問率が高い。また都道府県別の訪問率をみると、訪問がなかった県が10県あるのに対し、訪問率上位5位は30%～70%の訪問率となっていることから、一部の都道府県への訪問が集中している（表Ⅱ-3-2）。

※(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：2017年6月19日～21日、2017年7月18日～19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】582商品／7月発：299商品／8月発：283商品
【香港】175商品／7月発：96商品／8月発：79商品
【中国】491商品／7月発：283商品／8月発：208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 都道府県別ランキング

	台湾	香港	中国
1位	大阪府(123)	東京都(46)	東京都(331)
2位	北海道(118)	大阪府(43)	京都府(293)
3位	京都府(114)	千葉県(35)	大阪府(289)
4位	東京都(112)	愛知県(31)	山梨県(256)
5位	福岡県(103)	北海道(26)	静岡県(150)
6位	千葉県(101)	京都府(23)	奈良県(143)
7位	神奈川県(86)	沖縄県(21)	北海道(121)
8位	大分県(81)	三重県(21)	千葉県(97)
9位	山梨県(80)	兵庫県(20)	神奈川県(53)
10位	兵庫県(80)	静岡県(20)	長崎県(45)

資料：(公財)日本交通公社「訪日団体旅行商品調査」(2017年7,8月出発分)
※カッコ内の数字は商品数を示す

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	20.3%	26	14.9%	121	24.6%
	青森県	12	2.1%	9	5.1%	13	2.6%
東北	岩手県	12	2.1%	13	7.4%	0	0.0%
	宮城県	14	2.4%	9	5.1%	0	0.0%
	秋田県	12	2.1%	3	1.7%	1	0.2%
	山形県	8	1.4%	2	1.1%	0	0.0%
	福島県	0	0.0%	4	2.3%	0	0.0%
関東	茨城県	0	0.0%	7	4.0%	0	0.0%
	栃木県	1	0.2%	12	6.9%	2	0.4%
	群馬県	12	2.1%	8	4.6%	1	0.2%
	埼玉県	19	3.3%	8	4.6%	5	1.0%
	千葉県	101	17.4%	35	20.0%	97	19.8%
	東京都	112	19.2%	46	26.3%	331	67.4%
	神奈川県	86	14.8%	17	9.7%	53	10.8%
甲信越	山梨県	80	13.7%	18	10.3%	256	52.1%
	長野県	53	9.1%	14	8.0%	33	6.7%
	新潟県	7	1.2%	4	2.3%	3	0.6%
北陸	富山県	38	6.5%	12	6.9%	4	0.8%
	石川県	27	4.6%	9	5.1%	8	1.6%
	福井県	9	1.5%	7	4.0%	1	0.2%
東海	岐阜県	40	6.9%	18	10.3%	26	5.3%
	静岡県	48	8.2%	20	11.4%	150	30.5%
	愛知県	31	5.3%	31	17.7%	44	9.0%
	三重県	7	1.2%	21	12.0%	23	4.7%
	滋賀県	29	5.0%	7	4.0%	2	0.4%
近畿	京都府	114	19.6%	23	13.1%	293	59.7%
	大阪府	123	21.1%	43	24.6%	289	58.9%
	兵庫県	80	13.7%	20	11.4%	16	3.3%
	奈良県	78	13.4%	16	9.1%	143	29.1%
	和歌山県	28	4.8%	13	7.4%	5	1.0%
	鳥取県	3	0.5%	3	1.7%	0	0.0%
中国	島根県	4	0.7%	2	1.1%	0	0.0%
	岡山県	23	4.0%	9	5.1%	7	1.4%
	広島県	8	1.4%	7	4.0%	1	0.2%
	山口県	37	6.4%	4	2.3%	1	0.2%
	徳島県	21	3.6%	13	7.4%	5	1.0%
四国	香川県	27	4.6%	13	7.4%	6	1.2%
	愛媛県	25	4.3%	8	4.6%	6	1.2%
	高知県	2	0.3%	8	4.6%	0	0.0%
	福岡県	103	17.7%	17	9.7%	22	4.5%
九州	佐賀県	31	5.3%	11	6.3%	18	3.7%
	長崎県	40	6.9%	14	8.0%	45	9.2%
	熊本県	61	10.5%	12	6.9%	10	2.0%
	大分県	81	13.9%	10	5.7%	15	3.1%
	宮崎県	22	3.8%	10	5.7%	0	0.0%
	鹿児島県	30	5.2%	7	4.0%	0	0.0%
沖縄	沖縄県	25	4.3%	21	12.0%	28	5.7%
旅行商品数		582	—	175	—	491	—
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」(2017年7,8月出発分)

(2) 出発国・地域別の旅行商品の特徵

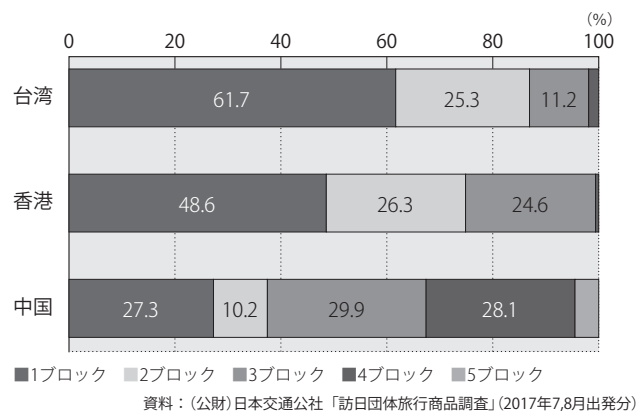
●台湾の団体旅行商品

台湾の団体旅行商品の旅程日数の平均は5.0日（2016年は5.0日）で昨年から変化はなかった。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割以上となっている（図Ⅱ-3-4）。1ブロックや1都道府県での滞在時間が長いため、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。

特徴的なツアーでは、しまなみ海道でのサイクリングツアー、富士山や屋久島の登山、キャンピングカーで北海道をめぐる商品、台湾出身の野球選手が出場する試合を観戦する商品などがある。

訪問上位都道府県別にみると、1位の大阪府では、心齋橋、道頓堀、大阪城などの大阪市街、ユニバーサル・スタジオ・ジャパンやカップヌードルミュージアム大阪池田などの観光施設への訪問が多い。また、大阪ならではの体験プログラムとしてのたこ焼きづくりを組み込む商品もみられる。2位の北海道では、道内の主要な観光地である札幌、富良野・美瑛、小樽、登別、函館への訪問は2016年に引き続き多いが、2017年度の商品では、昭和新山を含む洞爺湖周辺を訪問する商品も多くみられた。3位の京都では京都市内の著名な社寺仏閣を訪問する商品のほかに、平等院鳳凰堂がある宇治市や、トロッコ列車や保津川下りなどで亀岡市を訪問する商品も増えてきている。また、茶道や着物など日本文化を体験できる商品が多いことも特徴である。4位の東京都は、主要な訪問地に例年と大きな変化はないが、すみだ北斎美術館、国立新美術館などの美術館への訪問を含む商品が増えてきていることが特徴である。第5位の福岡県は、太宰府観光列車「旅人-たびと-」を利用し太宰府天満宮を訪問する商品や、ビール工場、ラーメン工場など、県内の産業と関わりのある工場見学が行程に組み込まれている商品がある。第6位の千葉県は2016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が県内の主要な訪問地となっている。また、成田発着便を利用している商品では、成田市のショッピングモールなどに立ち寄るケースも見受けられる。第7位の神奈川県は箱根（箱根神社、芦ノ湖、大涌谷、星の王子さまミュージアム、箱根登山鉄道など）、鎌倉（鶴岡八幡宮、小町通りなど）、横浜（みなとみらい21、横浜赤レンガ倉庫、横浜アンパンマンこどもミュージアム&モール）などが主要な訪問地となっている。このほかに「川崎市藤子・F・不二雄ミュージアム」も主要な観光スポットとなっている。8位の大分県は由布院温泉や別府温泉など温泉地が目立っている。9位の山梨県は富士山周辺（忍野八海、富士五湖、河口湖ハーブ館、八木崎公園、富士急ハイランドなど）のスポットを訪問する商品が多い。また、桃やぶどうをはじめとする果物の産地であることから、果物狩り体験を組み込む商品も目立つ。同じく9位の兵庫県は神戸市内のほかに姫路城、竹田城跡、出石城など城跡への訪問もみられた（表Ⅱ-3-3）。

図Ⅱ-3-4 訪問した地方ブロック数別の構成比



表Ⅱ-3-3 台湾発の団体旅行商品の主な訪問地

順位	都道府県	主な訪問地
1位	大阪府	大阪市街（心齋橋、大阪城、難波等）、ユニバーサル・スタジオ・ジャパン
2位	北海道	札幌、富良野・美瑛、小樽、登別、函館、洞爺湖周辺
3位	京都府	京都市内（清水寺、伏見稲荷大社、金閣寺、八坂神社等）、宇治市、亀岡市
4位	東京都	東京スカイツリー、浅草、お台場、サンリオピューロランド
5位	福岡県	大宰府天満宮、福岡市街（キャナルシティ博多、福岡タワー等）、柳川、門司港
6位	千葉県	東京ディズニーランド、東京ディズニーシー
7位	神奈川県	箱根、川崎市藤子・F・不二雄ミュージアム、鎌倉、横浜市街（みなとみらい21等）
8位	大分県	由布院温泉、別府温泉、サンリオキャラクターパークハーモニーランド
9位	山梨県	富士山周辺、富士急ハイランド、石和温泉
	兵庫県	神戸市内（神戸ハーバーランド、有馬温泉、北野異人館街等）

資料：(公財)日本交通公社「訪日団体旅行商品調査」(2017年7,8月出発分)

●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（2016年は5.1日）で昨年からの変化はなかった。訪問した地方ブロック数の平均は1.8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2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。また、香港の団体旅行商品は果物狩りや釣り体験など収穫体験が含まれる商品が多い。

訪問上位都道府県別では、1位の東京都では新宿、東京スカイツリー、お台場（レインボーブリッジ、Diver City Tokyo Plazaなど）、浅草（浅草寺、仲見世商店街など）など、主要な観光スポットを中心に訪問する商品が多い。2位の大阪府では、大阪市内（難波、心齋橋、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においてりんくうプレミアム・アウトレットへの訪問がみられる。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、マザー牧場や鴨川シーワールドなど、観光施設へ

の訪問が多いことも特徴的である。4位の愛知県は2016年には10位圏外だったにもかかわらず、2017年は4位へと急浮上した。2017年4月に開業した「レゴランド・ジャパン」を訪問する商品が多い。5位の北海道は小樽（小樽運河周辺、小樽オルゴール堂、北一硝子など）、札幌（狸小路商店街、白い恋人パークなど）、富良野・美瑛（四季彩の丘、アルパカ牧場、白金青い池など）、登別（登別マリパークニクス、登別地獄谷、登別伊達時代村など）が多い。6位の京都府は宮津市の天橋立、籠神社のほか、京都市内の著名なスポットを訪問する商品がみられた。7位の沖縄県は、那覇市内のほかに、沖縄美ら海水族館、ナゴパインアップルパーク、おきなわワールドなど、観光施設への訪問が多いことが特徴的である。そのほか、雪塩製塩所や泡盛酒造所の見学など、沖縄県の産業に関連した工場見学もみられる。同じく7位の三重県は三井アウトレットパークジャズドリーム長島のほか、伊賀流忍者博物館や忍者列車、伊勢神宮を訪問する商品などもみられる。9位の兵庫県は姫路市の太陽公園や神戸市内の主要スポット（六甲山周辺、神戸港周辺など）が多くみられる。同じく9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や御殿場プレミアム・アウトレットが主な訪問地となった。（表II-3-4）。

表II-3-4 香港発の団体旅行商品の主な訪問地

順位	都道府県	主な訪問地
1位	東京都	新宿、東京スカイツリー、お台場、浅草、サンリオピューロランド
2位	大阪府	大阪市街（心齋橋、難波、大阪城等）、ユニバーサル・スタジオ・ジャパン
3位	千葉県	東京ディズニーランド、東京ディズニーシー
4位	愛知県	レゴランド・ジャパン、名古屋市内（栄町商店街、名古屋城等）
5位	北海道	小樽、札幌、富良野・美瑛、登別
6位	京都府	籠神社、京都市内（渡月橋、金閣寺、嵐山、清水寺、西陣織会館、伏見稲荷大社）
7位	沖縄県	那覇市内（首里城周辺、国際通り等）、沖縄美ら海水族館、ナゴパインアップルパーク
	三重県	伊勢神宮、伊賀流忍者博物館、ミキモト真珠島、ナガシマスパーランド
9位	兵庫県	太陽公園、神戸市内（神戸ハーバーランド、六甲山等）
	静岡県	御殿場平和公園、御殿場プレミアム・アウトレット、三島スカイウォーク

資料：（公財）日本交通公社「訪日団体旅行商品調査」（2017年7,8月出発分）

●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（2016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2.7ブロック、ブロック数別では3ブロック、4ブロックがそれぞれ3割程度となっているが、2016年は訪問した地方ブロックが1ブロックだった商品が18.6%であったのに対し、2017年は27.3%と3割程度まで拡大した。台湾や香港と比べ、1旅行商品あたりの訪問ブロック数が多いのが特徴だが、台湾や香港のように、1旅行商品あたりの訪問ブロック数

が少ない商品も増えてきている（図II-3-4）。

訪問上位都道府県別では、1位の東京都は皇居、銀座、浅草（浅草寺、仲見世商店街など）、秋葉原（免税店など）、お台場（Diver City Tokyo Plaza、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位の京都府は表中の訪問地に加え、寿司握り体験など、日本文化を体験できるメニューも目立つ。3位の大阪府は大阪市内（大阪城、心齋橋、道頓堀、ユニバーサル・スタジオ・ジャパン）が主要な訪問スポットとなっている。大阪市内以外では、吹田市の万博記念公園や池田市のカップヌードルミュージアム大阪池田などを訪問する商品もみられた。4位の山梨県、5位の静岡県はいずれも富士山周辺の観光施設を訪問しており、なかでも山梨県の忍野八海、富士急ハイランド、富士の駅地震体験館や、静岡県の御殿場プレミアム・アウトレット、御殿場平和公園などが主要な訪問先となっている。6位の奈良県は春日大社や東大寺が主たる訪問地である。7位の北海道は小樽（小樽運河、北一硝子、小樽オルゴール堂など）、富良野・美瑛（ファーム富田、美瑛パッチワークの路、四季彩の丘、美瑛の丘など）、札幌（北海道庁旧本庁舎、白い恋人パーク、大通公園、狸小路商店街など）、登別（登別地獄谷、登別マリパークニクスなど）、函館（函館山、五稜郭、函館朝市など）が主たる訪問地となった。8位の千葉県は東京ディズニーランドのほか、香港の訪日旅行商品と同様、マザー牧場や鴨川シーワールドが主要な訪問地となった。9位の神奈川県は台湾と同じく横浜（元町公園、横浜中華街、山下公園など）、箱根（大涌谷、芦ノ湖、箱根神社など）、鎌倉（鶴岡八幡宮、鎌倉高校など）が主たる訪問地となっている。10位の長崎県は長崎市（長崎平和公園、長崎新地中華街、出島、眼鏡橋など）やハウステンボスが主要な訪問地となった（表II-3-5）。

表II-3-5 中国発の団体旅行商品の主な訪問地

順位	都道府県	主な訪問地
1位	東京都	皇居、銀座、浅草、秋葉原、お台場、新宿、都庁、東京スカイツリー
2位	京都府	京都市内（祇園、金閣寺、清水寺、八坂神社、伏見稲荷大社、平安神宮等）
3位	大阪府	大阪市街（大阪城、心齋橋、道頓堀、あべのハルカス等）、ユニバーサル・スタジオ・ジャパン
4位	山梨県	忍野八海、富士急ハイランド、富士の駅地震体験館、河口湖、八木崎公園
5位	静岡県	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、ぐりんぱ
6位	奈良県	奈良公園、春日大社、東大寺、唐招提寺
7位	北海道	小樽、富良野・美瑛、洞爺湖周辺、札幌、登別、函館
8位	千葉県	東京ディズニーランド、東京ディズニーシー、マザー牧場、鴨川シーワールド
9位	神奈川県	横浜市街（元町公園、横浜中華街、山下公園等）、箱根（大涌谷、芦ノ湖等）
10位	長崎県	長崎市（長崎平和公園、長崎新地中華街等）、ハウステンボス、雲仙

資料：（公財）日本交通公社「訪日団体旅行商品調査」（2017年7,8月出発分）

(3) 地方ブロック別の旅行商品の特徵

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の特徵は以下の通り。

表II-3-6 地方ブロック別の訪問率 (単位：%)

	台湾			香港			中国		
	2017	2016	2015	2017	2016	2015	2017	2016	2015
北海道	20.3	20.4	17.5	14.9	17.1	15.9	24.6	19.7	22.7
東北	2.6	2.8	3.5	9.7	8.5	4.0	2.6	0.4	0.9
関東	21.0	17.4	21.7	27.4	22.0	14.9	68.0	80.9	75.9
甲信越	23.4	18.0	22.4	17.7	18.3	13.4	53.8	63.5	58.0
北陸	6.5	9.3	9.1	8.0	9.1	7.0	1.6	0.9	0.2
東海	16.0	12.3	13.4	30.3	21.3	16.4	39.1	46.7	57.8
近畿	23.4	24.9	21.1	27.4	28.0	33.3	63.3	68.9	60.2
中国	10.3	9.8	7.1	8.6	20.1	19.4	1.4	0.5	1.1
四国	5.7	4.5	1.8	8.6	9.8	8.0	1.2	0.0	0.2
九州	19.9	18.3	14.6	12.6	24.4	28.9	10.8	3.2	6.4
沖縄	4.3	8.5	6.1	12.0	8.5	14.4	5.7	7.3	5.5

資料：(公財)日本交通公社「訪日団体旅行商品調査」(2017年7,8月出発分)

●北海道

北海道はいずれの国・地域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2015年、2016年に引き続き、小樽、札幌、富良野・美瑛、登別、函館となっていたが、2017年は台湾や中国を中心に洞爺湖周辺への訪問も多くみられた。

●東北

東北への訪問率は台湾2.6%、香港9.7%、中国2.6%となった。台湾では11の地方ブロック中最も低い訪問率となった。一方、香港や中国では年々訪問率が上昇傾向にある。いずれの国・地域においても奥入瀬渓流や十和田湖が主たる訪問地となっており、盛岡手づくり村での煎餅作り体験や帆立小屋での釣り体験なども組み込まれている。

●関東

台湾、香港の訪問率が2~3割であるのに対し、中国では約7割となっており、中国の訪問率が高い。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多く、東京では新宿、お台場、浅草、銀座が、神奈川県では横浜、箱根、鎌倉が主たる訪問地となっている。千葉では東京ディズニーランド、東京ディズニーシーや空港に近い成田周辺のショッピングセンターやアウトレットモールが主な訪問地となっている。一方で、茨城、栃木、埼玉、群馬への訪問率は極めて低く、域内の都県間で訪問率の偏りが大きい。

●甲信越・北陸・東海

甲信越の訪問率を見ると、台湾、香港では2割程度、中国では5割以上の訪問率となっている。台湾では近畿と並んで最も訪問率が高い。東海の訪問率をみると、台湾2割、香港3割、中国4割となっている。香港では、最も訪問率が高い。甲信越、東海地方では、富士山訪問を中心に周辺の山梨県や静岡県観光地を訪問する商品が多い。富士山関連では忍野八海、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。北陸はいずれの国・地域でも訪問率が10%に満たない。特に香港では11地方ブロック中最も低い訪問率となった。

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

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。台湾では、11地方ブロック中、甲信越と並んで最も訪問率が高い。台湾の旅行商品では、滋賀県の琵琶湖や滋賀県長浜市の黒壁スクエアを訪問している。また、台湾、香港の旅行商品では、訪日外国人にも人気の高い和歌山電鐵のたま駅長(猫)がいる貴志駅を訪問する商品や、黒潮市場、和歌山城、白浜周辺(千畳敷、円月島、三段壁)、那智の滝など、訪問地のバリエーションが豊富な点が特徴である。

●中国・四国

台湾、香港の訪問率は5~10%程度、中国発の旅行商品では中国地方が1.4%、四国地方が1.2%と特に低くなっている。台湾、香港では、福岡から関門橋を通過して山口県を訪問する九州北部と組み合わせた行程や、香川県内を観光した後、岡山県内を訪問する行程が多い。

●九州

台湾は昨年とほぼ同程度(2割程度)の訪問率となったが、香港は-11.8ポイント、中国は+7.6ポイントとなり変化がみられた。昨年よりも訪問率が上昇した中国では、長崎県や福岡県への訪問が中心で、南部の宮崎県や鹿児島県への訪問はみられない点が特徴である。

●沖縄

香港の訪問率が高い。主な訪問地は那覇市内(首里城周辺、波上宮、国際通りなど)、美浜アメリカビレッジ、ピオスの丘、海洋博公園(美ら海水族館を含む)、OKINAWAフルーツランドなどで、ほか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)流通・チャネルをめぐる動向 (3)旅行業法関連及び業界団体の動向
- 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)鉄道関連事業の動向 (4)鉄道事業者と旅行会社の連携
- 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)その他の動向
- 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 道路交通……………115
(1)利用の動向 (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)その他の動向

Ⅲ-3 宿泊業

- 1 宿泊施設の供給動向と利用動向……………122
(1)供給動向 (2)宿泊者数 (3)客室稼働率及び定員稼働率
- 2 四半期別の利用動向……………123
(1)客室稼働率 (2)定員稼働率 (3)外国人宿泊者比率
- 3 2017年の話題……………125
(1)民泊をめぐる動き (2)異業種の参入や施設の用途変更によるユニークな宿泊施設の計画・開業 (3)宿泊施設の雇用問題への対応

Ⅲ-4 集客交流施設、MICE

- 1 集客交流施設……………127
(1)集客交流施設の動向 (2)集客交流施設の整備動向
- 2 MICE……………130
(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

1 旅行業の現況

旅行業者総数は昨年に続き増加
2017年度の主要旅行業者取扱額は3.0%増

(1) 旅行業者数

2018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10,390社（前年比0.9%増）で、2016年以降の増加傾向が続いている（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）は前年比2.3%減となったが、第2種（国内の募集型企画旅行の企画・実施が可能）が同2.3%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0.5%増となった。2014年に新設された地域限定旅行業では、前年比38.9%と再び大きな伸びがみられたが、旅行業者代理業は同5.9%減と、2012年以降7年連続の減少となった。

また、2018年1月より新たに制度化された「旅行サービス手配業」（ランドオペレーター業務を行う）の登録は717社であった。

(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、2017年度の主要旅行業者50社の取扱額（ほか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

兆7,084億円（前年比3.0%増）、海外旅行は2兆653億円（同6.7%増）、外国人旅行は2,241億円（同12.1%増）となった（表Ⅲ-1-2）。

四半期別にみると、全般的に第1四半期（4-6月期）が好調で、その後国内旅行は前年割れに転じるが、海外旅行は年間を通じて前年を上回った。外国人旅行は引き続き年間を通じて前年を上回り、特に10-12月期で前年比18.8%増と大きな伸びがみられる（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3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、2017年度の総取扱額では1位が「JTB」（グループ25社計）で32.5%、2位が「楽天」で11.6%、3位が「KNT-CTホールディングス」（グループ11社計）で9.3%という結果となり、楽天が前年来の2位を維持した。

市場別にみると、国内旅行では、1位が「JTB」で33.6%、2位が「楽天」で18.2%、3位が「KNT」で10.3%、海外旅行では1位が「JTB」で30.0%、2位が「HIS」で19.8%、3位が「阪急交通社」で10.4%となり、順位は変わっていない。外国人旅行では1位が「JTB」で39.2%、2位が「日本旅行」で18.0%、3位が「HIS」で16.0%であった（表Ⅲ-1-4）。

なお、企業のグループ編成等の変更があるため、合計額やシェアについては、以前の数字との単純比較はできない。

表Ⅲ-1-1 旅行業者数の推移

（単位：社、%）

(4月1日現在)	2014年		2015年		2016年		2017年		2018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	9,978	△1.6	9,884	△0.9	10,100	2.2	10,301	2.0	10,390	0.9
旅行業	9,143	△1.8	9,074	△0.8	9,321	2.7	9,551	2.5	9,684	1.4
第1種	696	△0.7	697	0.1	708	1.6	704	△0.6	688	△2.3
第2種	2,777	△3.2	2,776	△0.0	2,827	1.8	2,914	3.1	2,980	2.3
第3種	5,625	△2.0	5,524	△1.8	5,668	2.6	5,789	2.1	5,816	0.5
地域限定	45	—	77	71.1	118	53.2	144	22.0	200	38.9
旅行業者代理業	835	△0.2	810	△3.0	779	△3.8	750	△3.7	706	△5.9
旅行サービス手配業									717	—

資料：2017年までは観光庁への聞き取りをもとに、2018年は観光庁HPより（公財）日本交通公社作成
※2018年データは5月1日現在

表Ⅲ-1-2 主要旅行業者の取扱額

（単位：兆円、%）

	2016年度	2017年度	前年度比
海外旅行	1.94	2.07	6.7
外国人旅行	0.20	0.22	12.1
国内旅行	3.40	3.42	0.4
合計	5.54	5.71	3.0

資料：観光庁「平成29年度主要旅行業者の取扱状況年度総計（速報）」より（公財）日本交通公社作成

表Ⅲ-1-3 主要旅行業者の取扱額の四半期別前年度比の増減

（単位：%）

	第1四半期 (4~6月)	第2四半期 (7~9月)	第3四半期 (10~12月)	第4四半期 (1~3月)
海外旅行	7.5	5.0	7.3	7.2
外国人旅行	8.6	10.5	18.8	10.5
国内旅行	3.8	△0.6	△0.3	△0.6
合計	5.2	1.7	2.9	2.7

資料：観光庁「平成29年度主要旅行業者の取扱状況年度総計（速報）」より（公財）日本交通公社作成

表Ⅲ-1-4 主要旅行業者の取扱額上位10社とシェア

ー総取扱額ー

順位	2013年度	2014年度	2015年度	2016年度	2017年度	47社内シェア
1	JTB	JTB	JTB	JTB	JTB	32.5%
2	KNT	KNT	KNT	楽天	楽天	11.6%
3	日本旅行	HIS	楽天	KNT	KNT	9.3%
4	HIS	日本旅行	HIS	HIS	HIS	9.2%
5	阪急交通社	楽天	日本旅行	日本旅行	日本旅行	8.2%
6	楽天	阪急交通社	阪急交通社	阪急交通社	阪急交通社	6.6%
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	2.6%
8	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	JR東海ツアーズ	1.9%
9	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	名鉄観光サービス	1.8%
10	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	農協観光	1.3%

ー国内旅行取扱額ー

順位	2013年度	2014年度	2015年度	2016年度	2017年度	47社内シェア
1	JTB	JTB	JTB	JTB	JTB	33.6%
2	KNT	楽天	楽天	楽天	楽天	18.2%
3	楽天	KNT	KNT	KNT	KNT	10.3%
4	日本旅行	日本旅行	日本旅行	日本旅行	日本旅行	8.9%
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	4.4%
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	3.3%
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	3.1%
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	2.5%
9	農協観光	農協観光	農協観光	農協観光	農協観光	2.0%
10	読売旅行	HIS	HIS	HIS	HIS	2.0%

ー海外旅行取扱額ー

順位	2013年度	2014年度	2015年度	2016年度	2017年度	47社内シェア
1	JTB	JTB	JTB	JTB	JTB	30.0%
2	HIS	HIS	HIS	HIS	HIS	19.8%
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	10.4%
4	KNT	KNT	KNT	KNT	KNT	7.8%
5	日本旅行	日本旅行	日本旅行	日本旅行	日本旅行	6.1%
6	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	DeNA トラベル	2.5%
7	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	日新航空サービス	2.4%
8	日通旅行	日通旅行	エムオーツーリスト	日新航空サービス	楽天	2.0%
9	トップツアー	エムオーツーリスト	日通旅行	エムオーツーリスト	エムオーツーリスト	2.0%
10	エムオーツーリスト	トップツアー	トップツアー	楽天	日通旅行	1.7%

ー外国人旅行取扱額ー

順位	2013年度	2014年度	2015年度	2016年度	2017年度	47社内シェア
1	JTB	JTB	JTB	JTB	JTB	39.2%
2	日本旅行	日本旅行	日本旅行	日本旅行	日本旅行	18.0%
3	KNT	KNT	HIS	HIS	HIS	16.0%
4	トップツアー	HIS	KNT	KNT	KNT	9.4%
5	楽天	トップツアー	楽天	楽天	楽天	5.4%
6	東日観光	楽天	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	3.0%
7	HIS	阪急交通社	DeNA トラベル	阪急交通社	阪急交通社	1.2%
8	農協観光	農協観光	阪急交通社	東日観光	東日観光	1.1%
9	沖縄ツーリスト	沖縄ツーリスト	農協観光	農協観光	名鉄観光サービス	0.9%
10	阪急交通社	名鉄観光サービス	名鉄観光サービス	名鉄観光サービス	DeNA トラベル	0.9%

(注1) シェアの分母は主要旅行業者50社（2017年度掲載企業）から下記の3社を除外した取扱額の合計

ANAセールス、ジャルパック、ビッグホリデー

(注2) 2017年度の「JTB」は以下25社の合計（社内取引を相殺した額で算出）（2013年度は14社、14～16年度は15社）

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、(株)JTBワールドバケーションズ、(株)JTBトラベルソリューションズ、PTS、JTB沖縄、JTB京阪トラベル、エーピーアイ、JTBメディアリターニング、JTBグランドツアー & サービス、(株)朝日旅行、(株)トラベルプラザインターナショナル

(注3) 2017年度の「KNT」は以下11社の合計（社内取引を相殺した額で算出）（2013～14年度は9社、15～16年度は8社）

近畿日本ツーリスト、近畿日本ツーリスト北海道、近畿日本ツーリスト東北、近畿日本ツーリスト中国四国、近畿日本ツーリスト九州、ユナイテッドツアーズ、クラブツーリズム、近畿日本ツーリスト個人旅行、近畿日本ツーリスト中部、近畿日本ツーリスト関西、KNT-CTグローバルトラベル

(注4) 2017年度の「HIS」は以下6社の合計（社内取引を相殺した額で算出）（2016年度まで5社）

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）、ミキ・ツーリスト（2016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）

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

※2013～14年度は(株)阪急交通社、(株)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2013年度は内外航空サービスとの合計（2013年6月に合併）

(注7) 東武トップツアーズの2013～14年度は東武トラベルとトップツアーの合計（2015年4月に合併）

資料：観光庁「主要旅行業者の取扱状況速報」をもとに（公財）日本交通公社推計

(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（取扱高）について前年と比較すると、2017年（度）はJTBを除く各社が前年比プラスとなった。

特に前年、ヨーロッパ方面を中心としたテロ事件により低迷した海外旅行事業部門での集客増が各社の売上げを伸ばした。国内旅行については自然災害による需要減もあったが、組織再編や新規の取り組みに成功した企業では好調に推移した。

決算資料などによると、各社でインバウンド旅行の取扱は拡大しているが、急激にFIT化しつつある訪日旅行事業の強化が課題となっている。また今後はOTA（オンライントラベルエージェント）対策、連携のほか、MICE、地方創生事業への取り組みなどを通じた法人営業強化が掲げられている（表Ⅲ-1-5）。

表Ⅲ-1-5 大手旅行会社の売上高及び前年同期比

（単位：百万円）

	2013	2014	2015	2016	2017
JTB	1,177,464	1,202,682	1,207,515	1,169,145	1,143,128
KNT	448,273	433,432	424,930	396,004	405,172
HIS	431,368	468,551	476,174	465,772	536,826
阪急交通社	405,336	369,475	335,830	318,750	345,521
日本旅行	395,967	416,868	417,026	411,968	420,413

（単位：％）

	2013	2014	2015	2016	2017
JTB	5.8	2.1	0.4	△3.2	△2.2
KNT	-	△3.3	△2.0	-	2.3
HIS	5.9	8.6	1.6	△2.2	15.3
阪急交通社	△3.5	△8.8	△9.1	△5.1	8.4
日本旅行	4.6	5.3	0.0	△1.2	2.0

資料：各社決算資料、ニュースリリース

(注1)「JTB」「HIS」「阪急交通社」は、(株)ジェイティービー、(株)エイチ・アイ・エス、阪急阪神ホールディングス(株)の連結業績のうち旅行事業部門の業績を記載

(注2)「KNT」はKNT-CTホールディングス(株)の連結業績を記載

2013年度の前年比はグループ再編期に伴い、また2016年度の前年比は決算期の変更に伴い、単純比較ができないため、記載していない

(注3)各社の決算期間は下記の通り

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

2 旅行業界をめぐる動き

海外OTAの積極展開と異業種からの参入が続く中、JTBとKNTが大きな組織変更。タビナカへの注目高まる

(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、2018年1月、社名を「ジェイティービー」から「JTB」へ変更、4月には新たな価値提供に向けた経営改革として地域別・機能別の事業会社15社を本社に統合し、「個人」と「法人」を軸とする組織再編を行った。また、経営資源配置の最適化と迅速な意思決定をねらい、地域ごとに分かれて展開していたビジネストラベル事業、コミュニケーション事業などの経営統合も行った。

KNT-CTホールディングスも大規模な事業構造改革として、

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社を統合し、新たに2017年6月に「KNT-CTグローバルトラベル」、2018年4月には「KNT首都圏」「KNT関東」「KNTコーポレートビジネス」「KNT-CTウェブトラベル」を設立した。個人旅行の商品造成はクラブツーリズムに集約する。

HISは2017年10月、カナダの旅行会社Jonview Canadaを買収したほか、インドのOTAへの出資など引き続きグローバルな動きが目立ったほか、電力事業や格安SIMの新会社の設立など広範な事業展開が続く。

オンライン専門のエボラブルアジアは、OTAとの業務提携により領域を拡大しながら、2018年5月、DeNAトラベルを買収した。

(業務提携の動き)

2017年度も多様な業務提携がなされた。

●民泊×地方創生

2016年度から民泊サービスを提供する(株)百戦錬磨及び子会社との業務提携する旅行会社が相次いだ。2017年9月、JTBが同社に資本参加、2018年2月にはJALが同社と資本提携した。古民家などを活用した地域活性化や自治体と連携した交流人口拡大などを目指すとしている。

また2018年4月にはJTBとセブンイレブン、5月には米国民泊大手Airbnbとファミリーマートが業務提携し、コンビニでのチェックインサービスも始まっている。

ほかにも、日本旅行の新潟・佐渡のDMOへの出資、ふるさと納税サイト「ふるなび」との連携など、旅行産業が地方創生とのかかわりを強める連携が目立った。

●新領域の開拓

2017年11月、日本旅行はポニーキャニオンと、東武トップツアーズはニールセンスポーツジャパンと業務提携した。それぞれ新たにエンターテインメントコンテンツ、スポーツマーケティングを地方創生やインバウンド事業に活かすことを狙っている。

新規分野としては、HISの宿泊施設直販予約システムのエス・ワイ・エスとの資本業務提携も注目された(2017年7月)。これによりHISは同年8月、宿泊予約サイト「スマ宿」を終了し、これまでの代理販売のビジネスモデルから直販支援事業へと舵を切った。

(新規参入動向)

異業種からの旅行業参入では、テレビ通販のジャパネットかたが2017年7月、第一種旅行業を取得し、クルーズに特化した商品の販売を開始した。

また旅行業関連のビジネスとしては、大手SNS企業LINEが2018年6月、旅行比較サイト(メタサーチ)「LINEトラベル」を立ち上げた。ユーザー数の多さとログイン時間の長さが特徴のLINEのビジネスモデルの行方が注目される。

LINEでのチャットによる相談に応じる「ズボラ旅」(ホッ

トスプリング社)、旅行代金の後払いニーズに応じるアプリ「TRAVEL Now」(バンク社)など、若いスマホユーザーを意識した新しい事業も話題を集めた。

旅行ガイドブックを出版する昭文社はハワイとグアムに現地デスクを新設し、現地ツアーの予約サービスを開始した。ほかにも美容情報メディアが中国の旅行会社と連携して訪日美容体験ツアーを販売するなど、メディア業界からも旅行ビジネス参入の動きがみられた。

(倒産・撤退の動向)

東京商工リサーチによると、2017年度の旅行業者の倒産件数は前年より1件少ない26件であった。過去20年間で最多は1998年の79件である。

また負債総額は、前年比86.3%の29億円で、てるみくらぶなど大型倒産のあった前年と比較して大幅の減少となった。10億円以上の大型倒産はなかったが、1000~5000万円未満が前年度の8件から16件へ倍増し、小規模企業の倒産が多い。

(2) 流通・チャネルをめぐる動向

●旅行会社のウェブサイト刷新

各社は一層ウェブ事業に力を入れ、積極的にサイトの刷新などが行われた。日本旅行は2017年5月に新しい宿泊ブランドとして「My宿オンライン」の提供を開始、インターネット販売を強化。ANAセールスは、2018年1月、海外パッケージツアーの予約システムを刷新して検索性を高めた。3月には阪急交通社が個人旅行の海外旅行専用サイト「旅コーデ」を新規に公開。5月はKNTが写真を活用した公式サイトをリニューアルオープンした。

●店舗や商品などでVRなど新技術活用

また、VR(仮想現実)やAR(拡張現実)の技術を活用した試みが多く行われた。

HISは2018年2月、関東地区の一部専門店を除いた営業所全店にVRを導入し、ハワイのホテル設備や客室を旅行前に確認できるコンテンツの提供を開始した。またJTBは2018年4月から首都圏5店舗で旅先の映像を楽しめる「プチ旅体験コーナー」を設置した。

ANAセールスは2018年3月、旅行に参加しない「VR同行者」向けサービスとして「ANA VIRTUAL TRIP」の販売を開始した。旅行者には専用スマートフォンと360°カメラ、実際には同行しない「VR同行者」には専用スマートフォンとゴーグルを貸し出し、リアルタイムで旅行中の景色や会話を共有する。

●海外OTAの動向

トラベルボイスによると、世界2大OTAの一つであるブックングホールディングス(旧プライスライングループ)(米国)の2017

年度予約取扱総額は、前年比19%増の812億ドルで、純利益は同10%増の23億ドルであった。同グループはブックングドットコム、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(米国)の2017年通年の予約総額は前年比13%増の884億ドルと、いずれも成長ベースは変わらない。同社はホテルズドットコム、トリバゴ、ホームアェイなどのグループ企業を持つ。2017年9月、英国のトーマスクック社との提携を発表した。

中国最大手OTAのシートリップはブックングホールディングスと資本関係を強めながら、2018年5月にエボラブルアジア、12月にトラベルコなど日本企業と業務提携を行い、ビジネス拡大を図っている。

今後はグーグル、アマゾン、フェイスブックの旅行ビジネス参入動向が注目されている。2017年9月、グーグルは旅行計画アプリ「Google Trips」の日本語対応を開始した。

●“タビナカ”への注目

2017年度は、タビナカ=体験予約ビジネスにも注目が集まった。旅行の流れに沿って旅行前をタビマエ、旅行中をタビナカ、旅行後をタビアトと称して商機を探る考え方は以前からいわれていたが、特に海外OTA系企業が世界中で活発な動きを見せたことから、「タビナカ」といえば、旅行中の体験プログラム(アクティビティ)の企画開発や予約ビジネスを指すようになりつつある。これまで日本の各地域で取り組まれてきた着地型旅行の体験プログラムの流通として注目される。

2018年2月、世界最大の旅行会社TUIも旅先のアクティビティ事業強化を発表した。ほかに代表的なサイトとしてはAirbnbの「Trips」、ブックングホールディングスの「ブックングエクスペリエンス」、香港の「Klook」、楽天傘下の富裕層訪日客向け「ボヤジン」などがあげられ、いずれも日本での事業拡大の発表や日本国内の提供メニューの掲載数を増加させている。

(3) 旅行業法関連及び業界団体の動向

2017年9月、3月のてるみくらぶ破綻を受けて観光庁が設置した専門の検討部会「経営ガバナンスワーキンググループ」の最終報告が発表され、弁済業務保証金制度の引き上げは第1種旅行業者を対象に行うことで決定された。

また2018年1月、「通訳案内士法及び旅行業法の一部を改正する法律」が施行され、これにともない、「旅行サービス手配業者(ランドオペレーター)」の登録制度が開始された。また同法律により地域限定旅行業者に関する規制が緩和され、営業所間の距離が40km以下で、取扱額の合計が1億円以下である場合には、旅行業務取扱管理者が複数営業所で兼務できることになったほか、地域限定旅行業務取扱管理者試験の科目を「総合」「国内」試験に比べ、簡略化されることになった。

3 旅行商品をめぐる動き

新技術活用、ユニバーサル、
社会課題への取り組みがキーワード

(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、2017年度は年間を通じてDI値がプラス基調で推移した方面は「京阪神」と「沖縄・奄美」、夏期の「北海道」で、ほかには全国的に低迷傾向がみられた。

(海外旅行)

「JATA旅行市場動向調査」によると、2017年度のDI値がほぼプラスで推移したのは「アジア」と「ハワイ」で、下期になってからは、マイナスが続いていた「ヨーロッパ」と「韓国」で回復傾向がみられ、特に「ヨーロッパ」の回復には期待が高まっている。

(2) 旅行商品の企画開発

訪日外国人向けの旅行商品についてはⅡ章-3を参照。

●誰でも旅行が楽しめる環境へ～アレルギーでも車いすでも

2017年7月、クラブツーリズムは食物アレルギーに対応した北海道旅行、JALは沖縄旅行の販売を開始した。すべての食事から特定原材料7品目(乳・小麦・卵・そば・落花生・エビ・カニ)のアレルゲンを除去するほか、調味料や加工食品の二次原材料や製造ラインも確認が行われている。文部科学省による調査では、小中高生の約20人に1人がなんらかの食物アレルギーを持つとされていることから、クラブツーリズムでは「テーマのある旅」の一環として、今回の商品を手掛けた。JALではさらにナッツ、ゴマ、大豆を加えた10品目のアレルゲンを除去している。

またクラブツーリズムは、2018年1月、北海道・キロロリゾートで「車いすで、雪あそび。キロロリゾートで過ごす北海道3日間」を販売した。車椅子や杖の利用者でもスキー体験を楽しめる内容で、座位の保持ができない肢体不自由者のために開発された背もたれが頸椎部まである着座式スキー「デュアルスキー」用具を提供した。

●新技術を活用した新しい旅行

旅行店舗などでのVR活用など先述した例のほかにも新技術を利用した商品展開がみられた。JTbは2017年12月、モバイル型コミュニケーションロボットと楽しむ「エースJTb RoBoHoNと行く『ロボ旅』(京都)」を販売。同ツアーはJTbとシャープ、ロボットクリエイター・高橋智隆氏、ゲン社との共

同事業。旅行者は観光情報や通訳機能を楽しみ、地域は旅行者データをストックしマーケティング分析に生かすことができる。

またKNTは、2017年11月、ARを活用して仙台市の荒浜エリアで、震災遺構の荒浜小学校を基点とした防災スタディツアー「せんだいAR HOPETOUR」を実施した。教育旅行のほか、企業のリスクマネジメント研修やインバウンド向けのコンテンツとしての展開を狙ったものである。

●ツアーグランプリ2017

JATAを中心とする実行委員会が旅行会社の商品企画力とマーケティング力の向上、観光施策に寄与することを目的に実施している「ツアーグランプリ2017」(24回目)の国土交通大臣賞は、ANAセールスの「アルザスふれあいウォーク」が受賞した。現地で日本語を学ぶ学生や現地在住のフランス人・日本人と日本の旅行者と一緒に歩くことで交流を深める体験が、旅を通じた国際交流のモデルケースとして評価された。

●社会的な課題への対応

米国OTAエクスペディアが、2017年7月、野生動物保護団体による指導を受け、同社予約サイトで特定の野生動物と触れ合うアクティビティの予約を取り止めると発表した。

ブッキングドットコムはサステイナブルツーリズム分野で新規事業を目指すスタートアップ企業を支援している。

企業の社会的責任がますます問われる昨今、旅行会社も社会的な課題への取り組みと情報発信が重要になっている。

4 旅行会社の利用

国内でダイナミックパッケージや
フリープランの利用率高まる

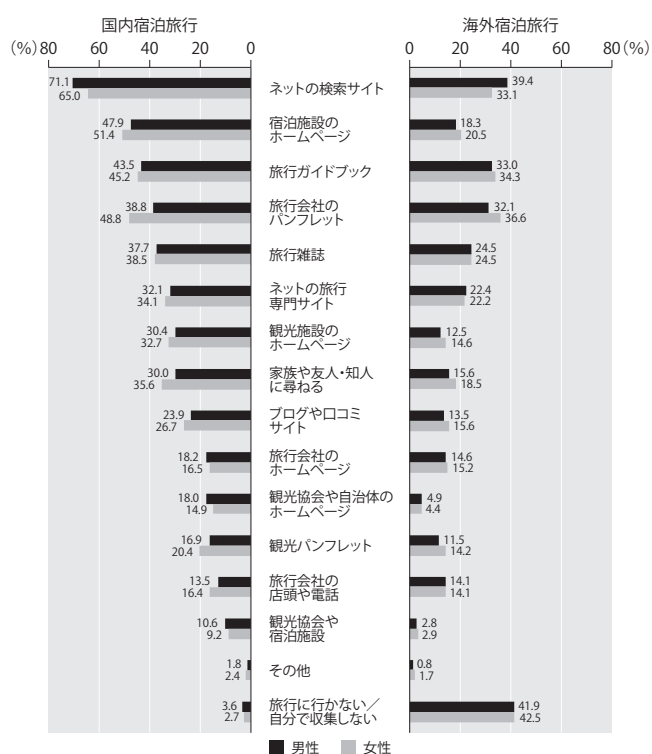
「JTbF旅行意識調査」(郵送調査自記式調査。その他概要はP8参照)によると、旅行計画時の情報収集源や申し込み方法、国内パッケージツアーの利用に関する意識については次のとおりである。

(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、国内海外旅行別に聞くと、国内旅行の場合、男性では、「ネットの検索サイト」が71.1%と最も高く、「宿泊施設のホームページ」が47.9%、「旅行ガイドブック」が43.5%とこれに続く。女性でも「ネットの検索サイト」「宿泊施設のホームページ」が1、2位であるが、「旅行会社のパンフレット」の48.8%と選択率も高く、3位となった。

また、国内と海外について比較すると、相対的に「旅行会社のパンフレット」の選択率が高く、特に女性では36.6%と「ネットの検索サイト」33.1%より高い(図Ⅲ-1-1)。

図Ⅲ-1-1 旅行計画時の情報収集源（複数回答）



資料：(公財)日本交通公社「JTBF旅行意識調査」

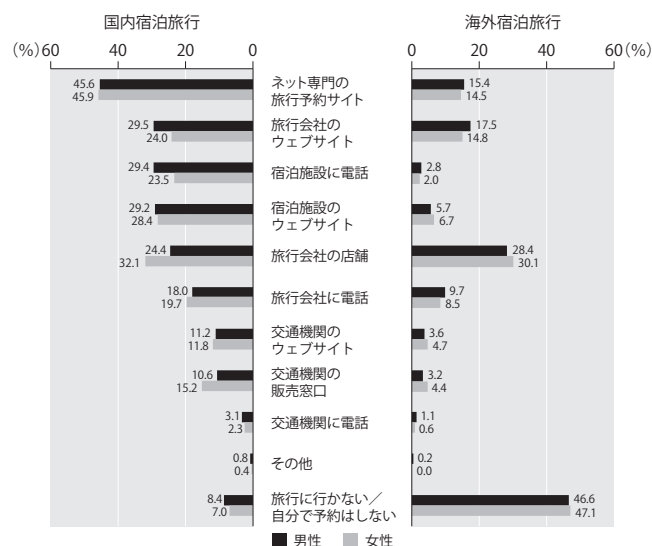
(2) 旅行の予約によく使う方法

「観光レクリエーション旅行で旅行を予約する際によく使う方法」について国内海外旅行別にきくと、国内旅行の場合、男性では、「ネット専門の旅行予約サイト」が45.6%で最も高く、「旅行会社のウェブサイト」が29.5%、「宿泊施設に電話」「宿泊施設のウェブサイト」がこれに続く。

女性も「ネット専門の旅行予約サイト」が45.9%で最も高いが、「旅行会社の店舗」が32.1%でこれに次いだ。

国内と海外の違いについて比較すると、特に海外旅行では男女とも「旅行会社の店舗」がそれぞれ28.4%、30.1%と最も高い(図Ⅲ-1-2)。

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」

(3) パッケージツアーの利用状況

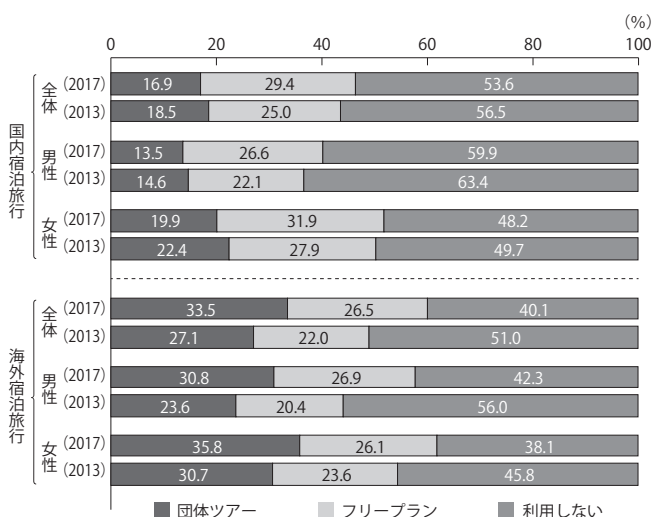
図3は「観光レクリエーション旅行をする際のパッケージツアーの利用状況」について国内海外旅行別にきいたもので、国内旅行については、「団体型のパッケージツアーをよく利用する」が16.9%、「ダイナミックパッケージツアーやフリープランをよく利用する」が29.4%、「パッケージ旅行は利用しない」が53.6%であった。男女の比較では、女性のパッケージツアー利用率が高い。

海外旅行については、「団体型のパッケージツアーをよく利用する」が33.5%、「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26.5%、「パッケージ旅行は利用しない」が40.1%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

2014年調査との比較では、「利用しない」はやや減少し、国内旅行では「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、海外旅行では「団体型のパッケージツアーをよく利用する」「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」ともに増加がみられる(図Ⅲ-1-3)。

(久保田美穂子)

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

輸送人員は引き続き増加傾向

小田急小田原線の複々線化工事が完了、利用を開始

観光列車やイベント列車が続々と誕生

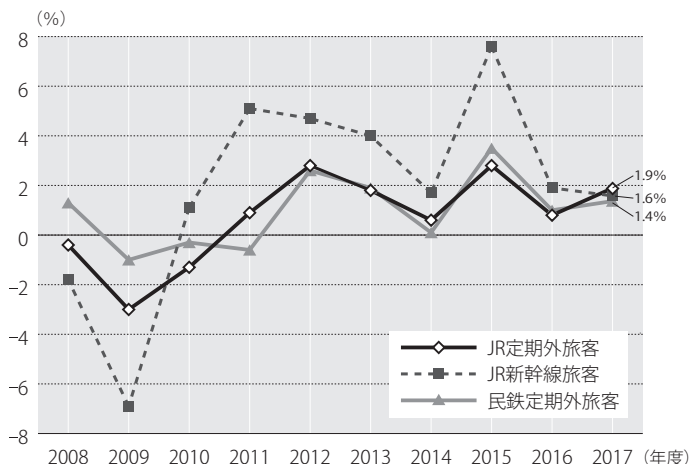
鉄道事業者と旅行会社の連携による地域づくりや観光振興

(1) 利用者の動向

●年間旅客数（定期外、新幹線、民鉄）

2017年度の鉄道旅客数は、JRの定期外旅客が37億3,430万人（前年度比1.9%増）、JR新幹線旅客（定期・定期外合計）が3億7,845万人（同1.6%増）、JR以外の民鉄の定期外旅客は68億3,642万人（同1.4%増）となった。JR定期外旅客は2011年度以降、JR新幹線は2010年度以降、民鉄は2012年度以降、それぞれ増加傾向が続いている（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、2017年ゴールデンウィーク（以下、GW〔4/28-5/7の

10日間〕では、期間中に列車の運休があったJR北海道で減少（5%減）となったが、他社はいずれも増加となった。2017年夏期（7/21-8/17の28日間、JR九州のみ8/10-8/17の8日間）は、大雨による土砂災害の影響で大量の運休が発生したJR北海道が大幅に減少したほか、JR四国も減少となった。2017-2018年年末年始（12/28-1/4の8日間）及び2018年GW（4/27-5/6の10日間）は、いずれもJR北海道及びJR四国において微減となった（表Ⅲ-2-1-1）。

(2) 鉄道路線の動向

●路線の廃止

JR西日本は、2018年4月1日付で、三江線・江津-三次間（108.1km）を廃止した。道路整備の推進及びそれに伴うマイカーシフトによる利用者の減少が主な要因と考えられる。

JR北海道は、2016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」の中で触れた「当社単独では維持することができない困難な線区」のうち、石勝線夕張支線（新夕張-夕張間（16.1km））を2019年4月1日に廃止することで地元と合意した。さらに、札沼線（北海道医療大学～新十津川間（47.6km））、留萌本線（深川～留萌間（50.1km））、根室線（富良野～新得間（81.7km））、日高線（鶴川～様似間（116.0km））の4線区についても、廃止を検討すると発表した。

●路線・駅舎などの整備

小田急電鉄は、小田原線・東北沢～世田谷代田間（1.6km）の複々線化工事の完了を受け、2018年3月17日より新たなダイヤでの運行を開始した。着工から約30年の歳月を経て、複々線化・連続立体交差化の事業区間である東北沢から和泉多摩川間（10.4km）の複々線化が実現した。これにより、運行本数の大幅な増加が可能となり、ラッシュ時の混雑緩和が期待される。

JR東日本は、新潟駅の第1期高架化事業の完了を受け、2018年4月15日より新たなホームの運用を開始した。上越新幹

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）

会社名	2017年GW	2017年夏期	2017-18年年末年始	2018年GW	備考
JR北海道	265 (95%)	784 (91%)	256 (100%)	259 (98%)	主要4線区（本州、函館、旭川、釧路の各方面）
JR東日本	4,099 (108%)	11,854 (100%)	3,688 (101%)	4,170 (102%)	主要16線区
JR東海	3,542 (111%)	10,131 (102%)	3,381 (100%)	3,723 (105%)	主要8線区
JR西日本	2,568 (109%)	6,935 (101%)	2,509 (101%)	2,675 (104%)	主要11線区
JR四国	131 (109%)	346 (97%)	114 (98%)	129 (99%)	主要3線区
JR九州	728 (116%)	708 (105%)	626 (100%)	753 (103%)	主要3線区（夏期はお盆期間のみ）

資料：各社ニュースリリースをもとに、（公財）日本交通公社作成

線と在来線が同一ホームで乗り換え可能となり、新幹線と在来線特急を乗り継ぐ場合の移動時間の短縮が期待される。

JR東日本は、2011年に発生した水害の影響で不通となっている只見線・会津川口～只見間（27.6km）の復旧に向けて、2017年6月19日に福島県と基本合意書・覚書を締結した。復旧工事はJR東日本が行い、復旧費用の2/3を福島県が、1/3をJR東日本が負担することに。復旧後は、鉄道施設を福島県に無償で譲渡し、上下分離方式で運行する。

<新たな有料座席指定列車の運行>

ラッシュ時などにおいても快適に座れる環境づくりの一環として、私鉄各社において有料座席指定列車の導入が進められた（表Ⅲ-2-1-2）。

このほか、京阪電気鉄道は、2018年8月20日より、快適な座り心地を提供する座席指定特別車両「プレミアムカー」の運行を開始した。終日利用可能で、プレミアムカー料金が別途必要となる。

表Ⅲ-2-1-2 ラッシュ時に対応した新たな有料座席指定列車

運行開始日	事業者名	内容
2017.8.20	京阪電気鉄道	通勤時間帯において、有料座席指定「ライナー」の運転を京阪本線にて開始（平日のみ）。
2018.2.22	京王電鉄	帰宅時間帯において、有料座席指定「京王ライナー」の運転を京王線及び京王相模原線にて開始。
2018.3.10	西武鉄道	帰宅時間帯において、有料座席指定「拝島ライナー」の運転を西武新宿線・拝島線にて開始。

資料：各社ホームページ等をもとに（公財）日本交通公社作成

●時差通勤を目的とした取り組み

2017年7月11日～25日の快適通勤ムーブメント期間に合わせ、臨時列車の運転やキャンペーンなどが行われた（約320社が参加）。

東京メトロでは、7月11日～21日の平日8日間を対象に、東西線において、6時台に「時差Bizトレイン」を運行した。また、半蔵門線では、東急電鉄と共同で、6時台に「時差Bizライナー」の運行などを実施した。

東京都交通局では、指定時間帯において、日暮里・舎人ライナーや都営大江戸線、都営三田線の一部の駅でIC定期券を専用端末にタッチした利用者に対し、ポイント及びクーポン券を発券した。

●観光列車などの運行

2017年度は、新たな観光列車の登場に加え、既存の車両にてコンテンツを活用したイベント列車も多くみられた。

新たに導入された列車としては、JR東日本が2017年7月1日より運行を開始した「HIGH RAIL 1375」及び2018年1月6日に房総エリアで運行を開始したサイクルトレイン専用の「B.B.BASE」、伊豆急行と東急電鉄が2017年7月21日に運行を開始した「THE ROYAL EXPRESS」、JR西日本が

2017年8月5日に運行を開始した「○○のはなし」、JR四国が2017年9月23日に運行を開始したトロッコ列車「志国高知 幕末維新号」、若桜鉄道が2018年3月4日に運行を開始した「昭和」、叡山電鉄が2018年3月21日に運行を開始した「ひえい」などがある。

一方、既存の車両によるイベント列車としては、秩父鉄道が2017年6月24日に運行を開始した「ホテル列車」、養老鉄道が2017年9月10日から運行を開始した「ねこカフェ列車」、黒部峡谷鉄道が2017年9月22日から運行を開始した「星空トロッコ」、長良川鉄道が2018年1月23日に運行を開始した「舞妓列車」などがある（表Ⅲ-2-1-3）。

●インバウンドへの主な対応

小田急電鉄とJR東海は、増加する訪日外国人観光客の利用促進を目指し、2017年12月15日、小田急新宿～御殿場間を運行する特急ロマンスカー「あさぎり号」の列車名を「ふじさん号」に変更した。

(3) 鉄道関連事業の動向

●大阪メトロ（Osaka Metro）の営業開始

大阪市の行政改革の一環として、大阪市交通局が廃止され、2018年4月より地下鉄や新交通システムなどの運営が「大阪市高速電気鉄道株式会社」（大阪メトロ）に引き継がれた。今後は、鉄道事業が主体となりながらも、商業施設やオフィスビルなどの非鉄道事業の比率を高める方針である。

●鉄道博物館の本館リニューアル及び新館のオープン

JR東日本及び公益財団法人東日本鉄道文化財団が運営する鉄道博物館（埼玉県大宮市）は、当初2017年秋に本館の全面リニューアル及び新館をオープンする予定だったが、建設費の高騰などにより、内容及びスケジュールが変更となった。

規模を縮小したうえで2018年7月5日にオープンした新館は、「仕事ステーション」「歴史ステーション」「未来ステーション」で構成される。「仕事ステーション」は現在の鉄道がテーマで、仕事のプロフェッショナルとなるための各種体験を行うことができる。「歴史ステーション」では、日本の鉄道に関する歴史や技術の進化などを紹介する。「未来ステーション」では、鉄道の未来をテーマに、これからの鉄道の期待される姿を示す。

本館については、2017年4月27日に、旧ラーニングゾーンを「キッズプラザ」「科学ステーション」としてリニューアルオープンした。「キッズプラザ」には乳幼児ゾーンが設けられ、親も安心して楽しめるような仕組みが整えられた。「科学ステーション」では、さまざまな体験メニューを通じて楽しく科学を理解することができる。そして2018年4月26日には、「車両ステーション」がリニューアルオープンした。巨大スクリーンを用いた迫力のある映像、AR（拡張現実）による新幹線のバーチャル映像、プロジェクションマッピングなどが新たに導入され、躍動感を肌で感じられる仕組みとなっている。

表Ⅲ-2-1-3 観光列車等の主な動向(2017年4月～2018年6月)

年月	事業者名	内容
2017.4.1	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。土讃線の多度津駅から大歩危駅間の四国の「まんなか」を走行。
2017.4.21	東武鉄道	新型特急「リパティ」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。
2017.5.1	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。
2017.6.17	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。
2017.6.24	秩父鉄道	列車内でホテルを間近で観賞できる「ホテル列車」を運行。「ヘイケボタル」を観賞しながら、東武動物公園の飼育係から説明を聞くことができる。
2017.7.1	JR東日本	観光列車「HIGH RAIL 1375」の運行を開始。「1375」はJR線標高最高地点1375mから。スマートフォンを通して空や宇宙を感じることができるオリジナルコンテンツ等を用意。
2017.7.1	叡山電鉄	「七夕伝車」を運行。小学生以下の子供に書いてもらった願い事の短冊で車内のつり革を装飾。ライトアップされた線路周辺の青モミジを車内から観ることができる。
2017.7.21	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。
2017.8.5	JR西日本	「〇〇のはなし」の運行を開始。内装は「西洋に憧れた日本(洋)、西洋が憧れる日本(和)」がコンセプト、外装には「夏みかんの花」「ハマユウ」をあしらったデザイン。山口県を中心に運行。
2017.8.10	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。
2017.9.10	養老鉄道	「ねこカフェ列車」を岐阜県内の養老～大垣～池野間で運行。車内で子ねこと触れ合いながら茶菓子を楽しむことができる。
2017.9.22	黒部峡谷 鉄道	「星空トロッコ」を運行。樺平駅に到着後、星空観測を行う。星空解説員も同行。終点・樺平駅は、星空観測に適した場所として知られている。
2017.9.23	JR四国	トロッコ列車「志国高知 幕末維新号」の運行を開始。デザインコンセプトは「幕末維新を彩った歴史群像」。坂本龍馬など高知県出身の幕末志士のラッピングが施されている。
2018.1.6	JR東日本	サイクルトレイン専用車両「B.B.BASE」の運行を開始。車内には自転車搭載用のサイクルラックが設置されており、自転車を解体することなく車内に持ち込むことができる。
2018.1.23	長良川 鉄道	美濃太田～郡上八幡間で「舞妓列車」を運行。観光列車「ながら」の車内で、舞妓の衣装の説明、舞やお遊びといったお座敷文化が舞妓によって披露される。
2018.3.4	若桜鉄道	「昭和」の運行を開始。新しく懐かしい鉄道の旅を演出。車両デザインは、JR九州の豪華寝台列車「ななつ星in九州」を手がけた水戸岡鋭治氏が担当。
2018.3.21	叡山電鉄	新しい観光列車「ひえい」の運行を開始。モチーフは「楕円」で、「神秘的な雰囲気」や「時空を超えたダイナミズム」をイメージ。車両先頭部分の楕円のデザインは斬新的。

年月	事業者名	内容
2018.4.1	JR東日本	「いろは」の運行を開始。内装は落ち着いた雰囲気の木目調。車内に大型荷物置き場やフリースペースを確保。荷物の多い訪日外国人客らの利便性、快適性に配慮している。
2018.4.18	長良川 鉄道	「川風」の運行を開始。地元の旬の食材を使った弁当を楽しむ「弁当付き列車」や地酒が味わえる「ほろ酔い列車」として関駅～郡上八幡駅を往復。
2018.4.18	JR東日本	「あきたクルーズ号」の運行を開始。停泊するクルーズ客船の乗船客を秋田市中心部まで輸送する列車。外観は「海」「港」「クルーズ船」をイメージ。

資料：各社ホームページをもとに(公財)日本交通公社作成

●駅ナンバリングの導入

駅ナンバリングは、2017年度も各地で対応が進められた。多摩都市モノレールは2018年2月から、JR東海の在来線は2018年3月から、埼玉新都市交通では2018年3月から順次導入されている。

(4) 鉄道事業者と旅行会社の連携

鉄道事業者と旅行会社の連携については、これまでは旅行商品の造成に限定されがちであったが、近年は連携内容が地域づくりや観光振興にまで広がるケースもみられる。

道南いさりび鉄道は、2017年10月1日、北海道、沿線3市町(函館市、北斗市、木古内町)及び日本旅行との間で、鉄道の利用促進と道南地域の観光振興に関する協定を締結した。また、京浜急行と日本旅行は、2018年2月20に取り交わした「京急沿線への誘客拡大をはじめとする事業連携」の覚書に基づき、連携の方向性について合意した。

(牧野博明)

2 航空交通

国内線利用者が1億人を突破
LCCの新規路線就航は分散化傾向も
到着時免税店が主要空港でオープン
空港の民営化が進展

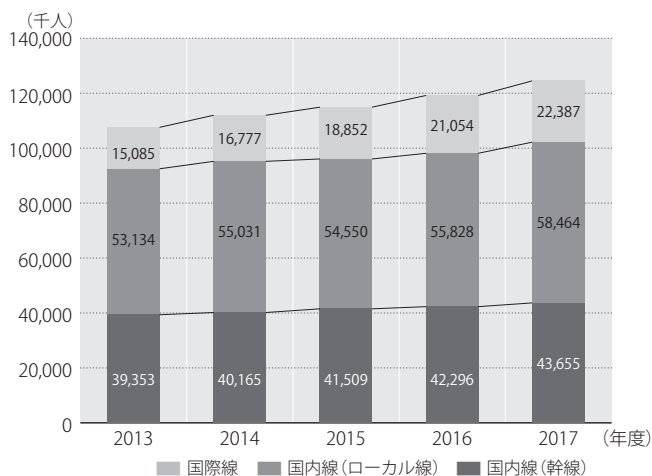
(1) 利用者の動向

●旅客数の動向

2017年度の国内線の利用者数は、前年度比4.1%増の1億212万人、国際線の利用者数は6.3%増の2,239万人となった(図Ⅲ-2-2-1)。国内線利用者が大幅に増加し、初めて1億人を超えた。国際線利用者数も伸びたものの、ここ数年と比べると小幅にとどまった。

国内線について、路線別でみると、東京(羽田)=那覇線が前年度比5.9%増と順調な伸びを示し、昨年度減少となった東京(羽田)=新千歳線は同0.8%増と増加に転じた(表Ⅲ-2-2-1)。

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」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	9,018	0.8	74.7
2(2)	東京(羽田)=福岡	8,534	4.1	75.8
3(3)	東京(羽田)=那覇	5,765	5.9	77.3
4(4)	東京(羽田)=大阪	5,425	4.6	75.3
5(5)	東京(羽田)=鹿児島	2,385	4.6	67.0

※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	4,055	8.9
韓国	1,789	1.0
その他アジア	10,064	11.3
アメリカ大陸	2,893	5.1
太平洋	1,501	△3.6
欧州	1,555	12.1
オセアニア	287	4.3
合計	22,143	8.0

資料：国土交通省「平成29年度航空輸送統計の概況について」より抜粋

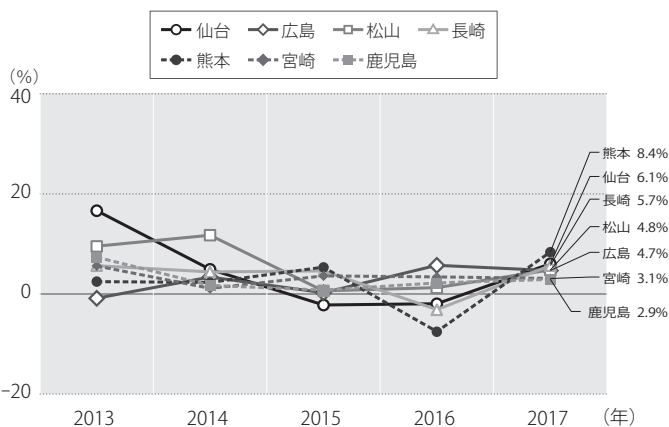
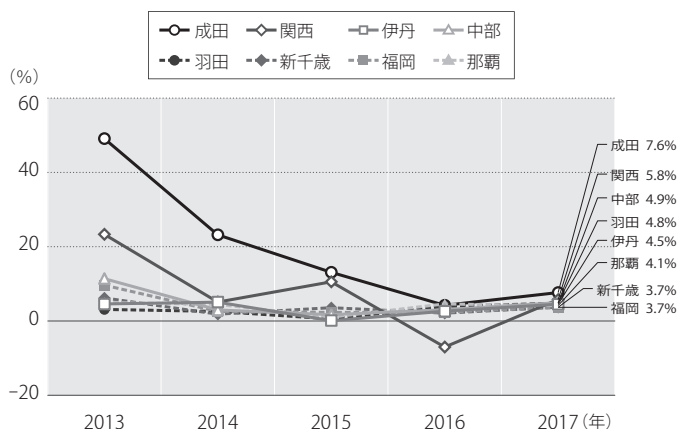
国際線について、方面別にみると、「欧州」が同12.1%増と最も大きな伸びを示した。次いで「その他アジア」(同11.3%増)、「中国」(同8.9%増)となっており、ここ数年大幅な伸びを示していた「オセアニア」は同4.3%増にとどまった(表Ⅲ-2-2-1)。

●空港利用者数の動向

2017年の主要空港における利用者数をみると、国内線では、熊本空港が前年比8.4%増で最も大きな伸びとなり、次いで成田国際空港(以下、成田空港)(同7.6%増)、仙台空港(同6.1%増)となった。熊本空港は、熊本地震により2016年の利用者数が減少となった反動が表れたものと捉えられる。成田空港については、国内線発着回数の増加(同2.4%増)が影響していると考えられる(図Ⅲ-2-2-2)。

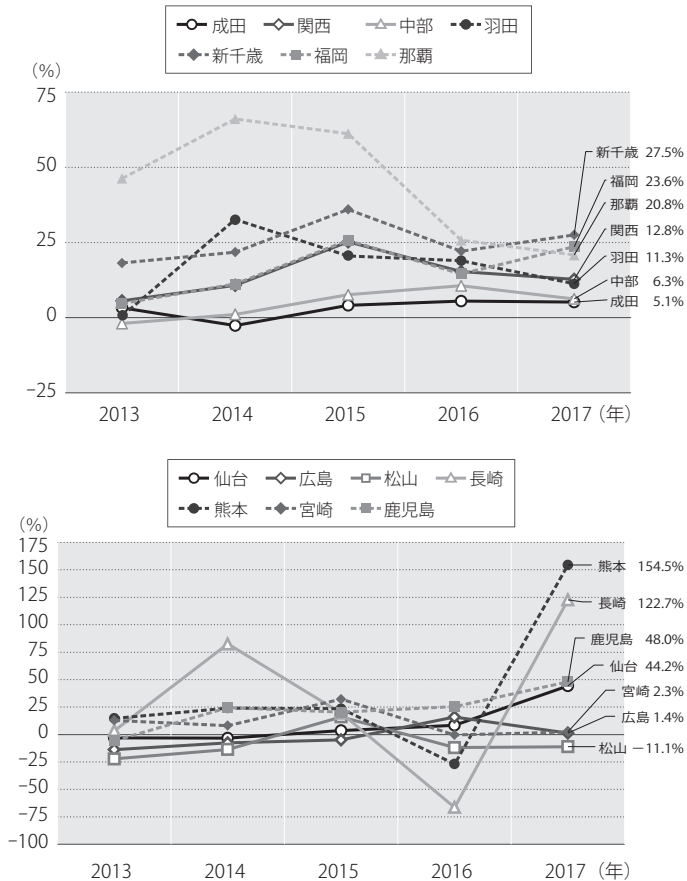
国際線では、熊本空港が同154.5%増、長崎空港が同122.7%増と突出した伸びを示しており、熊本地震による2016年の利用者数減少の反動が顕著に表れている。他の空港をみると、鹿児島空港(同48.0%増)、仙台空港(同44.2%増)、新千歳空港(同27.5%増)となっており、松山空港(同11.1%減)を除き順調に伸びた(図Ⅲ-2-2-3)。

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

表Ⅲ-2-2-2 主な航空路線の動向（FSC）

キャリア	年月	動向
JAL	2017.4.1	羽田＝ニューヨーク（JFK）線約39年ぶりに再開。週7便。
	2017.4.1	成田＝ホノルル線増便。週21便から週28便。
	2017.9.1	成田＝メルボルン線新規開設。週7便。
	2017.9.15	成田＝コナ線約7年ぶりに再開。週7便。
	2017.10.29	羽田＝ロンドン線新規開設。週7便。
ANA	2017.8.1	羽田＝ジャカルタ線増設。週7便から週14便。
	2017.10.29	成田＝ロサンゼルス線増設。週7便から週14便。
	2018.3.25	成田＝成都線増設。週4便から週7便。
	2018.3.25	羽田＝香港線増設。週12-14便から週14便。
2018.6.1	羽田＝バンコク線増設。週14便から週21便。	
シルクエア	2017.10.30	広島＝シンガポール線新規開設。週3便。
カンタス航空	2017.12.14	関西＝シドニー線新規開設。週3便。
ニュージーランド航空	2017.7.21	羽田＝オークランド線新規開設。週3便。
フィジー・エアウェイズ	2018.7.3	成田＝ナンディ線新規開設。週3便。
ニューギニア航空	2018.9.1	成田＝チューク（マイクロネシア連邦）線新規開設。週2便。
エア・カナダ	2018.6.2	成田＝モントリオール線新規開設。週3便。
エジプト航空	2017.10.29	成田＝カイロ線新規開設。週1便。

資料：各社ホームページをもとに（公財）日本交通公社作成

(2) 航空路線の動向

●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、2017年度は東京（東京国際空港（以下、羽田空港）、成田空港）への路線開設が集中した。就航先は、北米方面（アメリカ、カナダ、ハワイなど）、オセアニア方面（オーストラリア、ニュージーランドなど）、アジア方面（中国、タイ、シンガポールなど）、欧州方面（イギリス）、アフリカ方面（エジプト）、太平洋方面（マイクロネシア、フィジー）など多方面にわたる（表Ⅲ-2-2-2）。

●格安航空会社（LCC）の動向

LCCの動向をみると、2017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。日本側は、関西国際空港（以下、関西空港）に集中しているものの、新千歳空港、旭川空港、仙台空港、茨城空港、新潟空港、小松空港、松山空港、熊本空港、宮崎空港、鹿児島空港、那覇空港など全国各地にも就航しており、分散化傾向もみられる（表Ⅲ-2-2-3）。

(3) 航空・空港関連施設の動向

●大阪国際空港でスマートレーンのトライアル運用を開始

関西エアポート株式会社は、2017年7月8日より、大阪国際空港（以下、伊丹空港）の保安検査場にて、スマートレーン

のトライアル運用を開始した。2階の南北保安検査場の各2レーンにおいて、レーンの長さを約7mから約14mに伸ばした。3人が同時に利用することで、検査時間の3割短縮を見込む。既に関西空港では導入されており、伊丹空港が2件目となる。

●成田空港、関西空港、中部国際空港、羽田空港に到着時免税店がオープン

2017年度の税制改正により、2017年4月から国際線ターミナルの到着（入国）エリアでの免税店の設置が可能になったことを受け、主要空港において到着時免税店が設置された。

成田空港では、2017年9月1日、成田空港第2ターミナルに我が国初の到着時免税店がオープンした。そして2017年12月までに、全てのターミナルにおいて到着時免税店が設置された。関西空港では、2018年4月1日、全ターミナルビルにて到着時免税店が同時オープンとなった。中部国際空港（以下、セントレア）では2018年4月26日に、羽田空港では4月27日にそれぞれオープンした。

●関西空港にビジネスジェット専用施設がオープン

関西エアポート株式会社は、2018年6月15日、ビジネスジェット専用施設「Premium Gate 玉響（たまゆら）」をオープンした。専用の保安検査場やCIQ（税関、出入国管理、検疫）施設に加え、会議室、受付カウンター、待合ラウンジなどが備わっており、利用料金は20万円（税別）となっている。

表Ⅲ-2-2-3 主な航空路線の動向 (LCC)

キャリア	年月	動向
ピーチ・アビエーション	2017.9.24	新千歳＝台北線新規開設。週3便。
	2017.9.25	仙台＝台北線新規開設。週4便。
バニラ・エア	2018.3.25	福岡＝台北線新規開設。週7便。
タイガーエア台湾	2018.1.18	小松＝台北線新規開設。週2便。
	2018.3.27	旭川＝台北線新規開設。週2便。
ファーストタン航空 (遠東航空)	2017.11.3	新潟＝台北線新規開設。週2便。
中国東方航空	2017.11.18	関西＝大連線新規開設。週4便。
	2017.4.28	熊本＝ソウル線新規開設。週4便。
	2017.6.30	関西＝チェジュ線新規開設。週7便。
ティーウェイ航空	2017.7.1	関西＝釜山線新規開設。週4便。
	2017.11.2	松山＝ソウル線新規開設。週5便。
チェジュ航空	2018.4.30	関西＝務安 (韓国) 線新規開設。週8便。7/27～週5便。
	2018.7.21	関西＝清州線新規開設。週7便。
	2018.7.21	関西＝グアム線新規開設。週6便。
	2017.6.28	クアラルンプール＝関西＝ホノルル線新規開設。週4便。
エアソウル	2017.9.12	関西＝ソウル線新規開設。週14便。
	2017.10.31	成田＝ソウル線新規開設。週7便。
	2017.11.1	鹿児島＝ソウル線新規開設。週3便。
イースター航空	2017.12.21	宮崎＝ソウル線新規開設。週3便。
	2018.7.31	茨城＝ソウル線約7年ぶりに再開。週3便。
	2018.5.20	熊本＝香港線新規開設。週2便。
スクート・タイガーエア	2017.12.19	関西＝ホノルル線新規開設。週4便。
	2017.12.19	関西＝シンガポール線新規開設。週4便。
ジェットスター・アジア航空	2017.11.17	那覇＝シンガポール線新規開設。週3便。
	2018.3.27	関西＝クラーク (フィリピン) 線新規開設。週3便。
タイ・エアアジアX	2018.4.11	新千歳＝バンコク線新規開設。週7便。
インドネシア・エアアジアX	2017.5.25	成田＝デンパサール線新規開設。週4便。
	2018.5.2	成田＝ジャカルタ線新規開設。週7便。
ジェットスター・パシフィック航空	2017.9.1	関西＝ハノイ線新規開設。週4便。
	2017.9.2	関西＝ダナン線新規開設。週4便。
ベトジェットエア	2018.11.8	関西＝ハノイ線新規開設。日本初就航。週7便。
S7航空	2017.4.28	関西＝ウラジオストク線新規開設。週2便。
	2018.4.29	成田＝イルクーツク線新規開設。週2便。
	2018.6.3	成田＝ノヴォシビルスク線新規開設。週1便。

資料：各社ホームページをもとに (公財) 日本交通公社作成

●富士山静岡空港が拡張

富士山静岡空港は、2018年4月10日、増築した国内線ターミナルビルの供用を開始した。また、現在改装中の国際線ターミナルビルは、2018年10月の完成を予定している。

(4) 航空関連政策の動向

●オープンスカイ協定の締結

国の航空自由化 (オープンスカイ) 政策については、2018年6月現在で33カ国・地域と同協定を締結している。2017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。また2017年9月には、日本とインドの首脳会談の場において、航空当局間による合意文書の交換が行われ、正式合意となった (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

暦年	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)、インド (9月)

資料：国土交通省プレスリリースをもとに (公財) 日本交通公社が作成

●「訪日誘客支援空港」認定後のフォローアップ評価

国土交通省は、2017年7月に「訪日誘客支援空港」に認定した27空港に対し、認定後の取り組みに対するフォローアップ評価結果を公表した。評価は「S」(計画を上回る取組を実施し、目標についても大きく上回って達成できている・他の空港の模範となる)、「A」(概ね計画通りに取組を実施し、目標についても概ね達成できている)、「B」(概ね計画通りに取組を実施したが、目標については達成できていない点がある・計画通りに取組を実施できていない点があるが、目標については概ね達成できている)、「C」(特段の理由などなく計画した取組を実施せず、目標も達成できなかった) で行い、「S」は3空港、「A」は16空港、「B」は8空港となった (表Ⅲ-2-2-5)。

表Ⅲ-2-2-5 「訪日誘客支援空港」フォローアップ評価結果

評価	空港名
S	仙台空港、鹿児島空港、岡山空港
A	静岡空港、熊本空港、高松空港、広島空港、北九州空港、米子空港、佐賀空港、新潟空港、小松空港、青森空港、山口宇部空港、松山空港、長崎空港、那覇空港、宮崎空港、福島空港
B	茨城空港、北海道6空港、徳島空港、南紀白浜空港、大分空港、花巻空港、下地島空港、松本空港

資料：国土交通省資料をもとに (公財) 日本交通公社が作成

●「顔認証ゲート」の導入

法務省入国管理局は、日本人の出入国手続きの合理化及び外国人出入国審査の対応拡充を目指し、「顔認証ゲート」の導入に向けた取り組みを進めている。2017年10月18日から、羽田空港の入国審査場にて顔認証ゲート3台を先行導入したのを皮切りに、2018年6月以降、羽田空港出国審査場、成田空港、セントレア、関西空港、福岡空港に導入する。

なお、「顔認証ゲート」を利用する場合、スタンプ（証印）は受けられなくなる（スタンプを希望する人は申し出る必要あり）。

(5) その他の動向

●地方空港の民営化に向けた動き

2013年に施行された「民間の能力を活用した国管理空港などの運営などに関する法律」に基づく地方空港の民営化に向けた動きが進展している。

2016年4月に民営化された関西空港及び伊丹空港を運営する「関西エアポート株式会社」は、2018年4月に民営化された神戸空港の運営者に選定され、3空港一体で管理・運営を行うこととなった。

2018年4月に民営化した高松空港は、高松空港株式会社（三菱地所・大成建設・パシフィックコンサルタンツグループなどが設立する特別目的会社）が運営権を獲得した。今後は、設備投資に重点を置き、旅客ターミナルビルの増築やLCC向けの搭乗施設や駐機場の整備などを行うことで、路線数の倍増及び旅客数の7割増を目指す。

2019年4月の民営化を予定する福岡空港では、2017年9月に実施した第一次審査において優先交渉権者を3者に絞り、2018年5月に実施した第二次審査において、「福岡エアポートHDグループ（福岡エアポートHD、西日本鉄道、三菱商事、九州電力、Changi Airports International Pte. Ltd.など）」が優先交渉権者に選定された。

2019年4月の民営化を予定する富士山静岡空港は、2018年3月、優先交渉権者に三菱地所・東京急行電鉄グループを選定した。

2020年4月の民営化を目指す熊本空港は、2018年7月に第一次審査を行い、優先交渉権者を3者に絞った。2019年3月頃に第二次審査を行い、優先交渉権者を選定する予定である。

2020年4月の民営化を目指す北海道内7空港（新千歳空港、稚内空港、釧路空港、函館空港、旭川空港、帯広空港、女満別空港の一括運営）は、公募選定手続きを開始した。

2021年4月の民営化を目指す広島空港は、運営委託に係るマーケットサウンディング（民間事業者の意見募集）を開始した。

●国内線利用客を対象とする空港施設使用料の徴収の検討

仙台空港、伊丹空港、新千歳空港では、国内線利用客を対象とする空港施設使用料の徴収の検討を行っている。また、関西空港では、既に第2ターミナル利用の国内線利用客から徴収を行っており、第1ターミナル利用の国内線利用客からの徴収の検討を進めている。

国内線利用客からの空港施設使用料の徴収は、既に成田空港、羽田空港、セントレア、茨城空港、北九州空港で実施しており、この流れが広がる可能性がある。

（牧野博明）

3 海上交通

日本人クルーズ人口は2年連続で増加、1989年以降で最多クルーズ船により入国した外国人客数は過去最多を更新
 「官民連携による国際クルーズ拠点」
 「国際クルーズ旅客受入機能高度化事業」などを推進

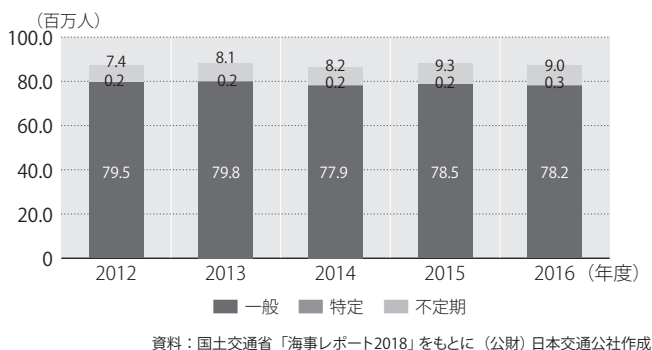
(1) 利用者の動向

●国内旅客船の動向

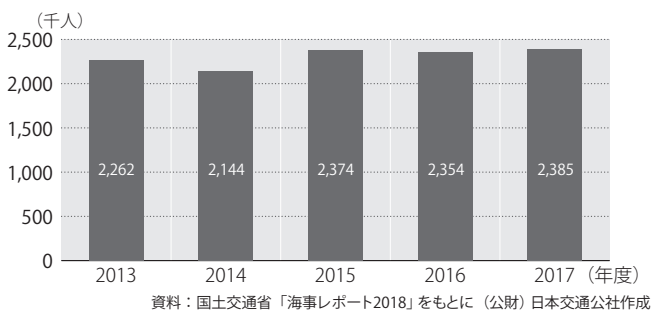
2016年度の国内旅客船輸送人員は8,750万人で、前年度と比べて0.5%の減少となった。内訳は、一般旅客定期航路事業が7,820万人（同0.4%減）、特定旅客定期航路事業が26万人（同30.0%増）、不定期航路事業が900万人（同3.4%減）であった（図Ⅲ-2-3-1）。

長距離フェリー航路では、2017年度の旅客輸送人員は239万人（同1.3%増）で、増加に転じた（図Ⅲ-2-3-2）。離島航路では、2016年度の旅客輸送人員は4,326万人（同1.0%増）と2年度連続で増加した（図Ⅲ-2-3-3）。

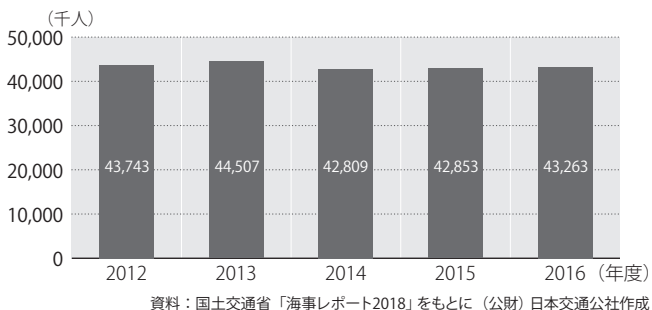
図Ⅲ-2-3-1 国内旅客船輸送人員の推移（年度別）



図Ⅲ-2-3-2 長距離フェリー航路の旅客輸送人員（年度別）



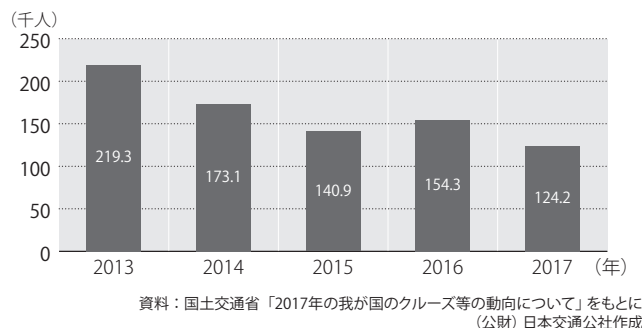
図Ⅲ-2-3-3 離島航路の旅客輸送人員（年度別）



●外航旅客定期航路の動向

2017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12.4万人（前年比19.5%減）となり、再び減少に転じた（図Ⅲ-2-3-4）。

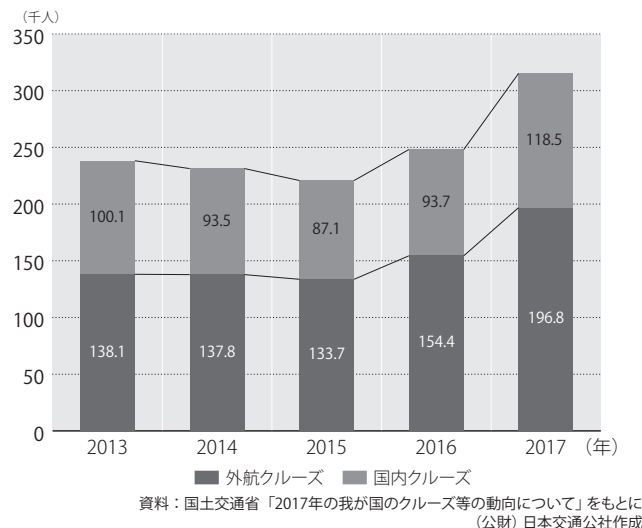
図Ⅲ-2-3-4 外航旅客定期航路の日本人乗客数の推移（暦年）



●クルーズ船の日本人乗客の動向

2017年の日本人のクルーズ乗客数（日本のクルーズ人口）は31.5万人（前年比27.1%増）と大幅な増加となり、1989年以降で最多となった（図Ⅲ-2-3-5）。

図Ⅲ-2-3-5 日本人の外航・国内クルーズ乗客数（暦年）

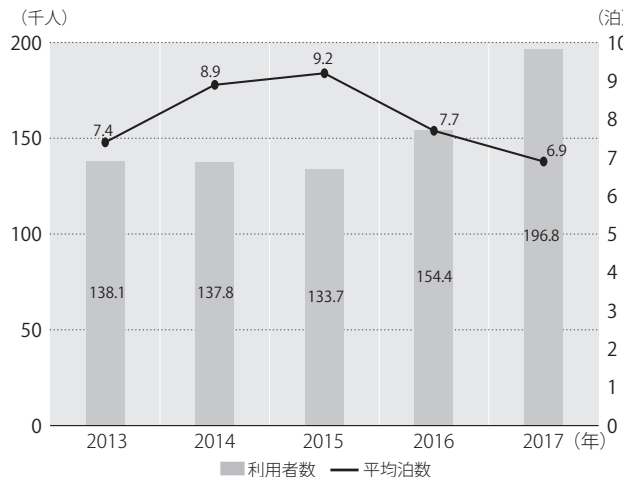


<外航クルーズ船の動向>

2017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19.7万人（前年比27.5%増）で、人泊数は134.9万人泊（同13.5%増）だった。前年に比べて乗客数、人泊数とも大幅に増えた一方で、平均泊数は前年から0.8泊減の6.9泊となり、2015年以降減少が続いている（図Ⅲ-2-3-6）。泊数別シェアをみると、「5～7泊」が44.6%で最も多く、次いで「8～13泊」(23.5%)、「1泊」(14.0%)となっている。前年と比べると、「5～7泊」「14泊～」がシェアを落とし、「1泊」「8～13泊」のシェアが増加している（図Ⅲ-2-3-7）。

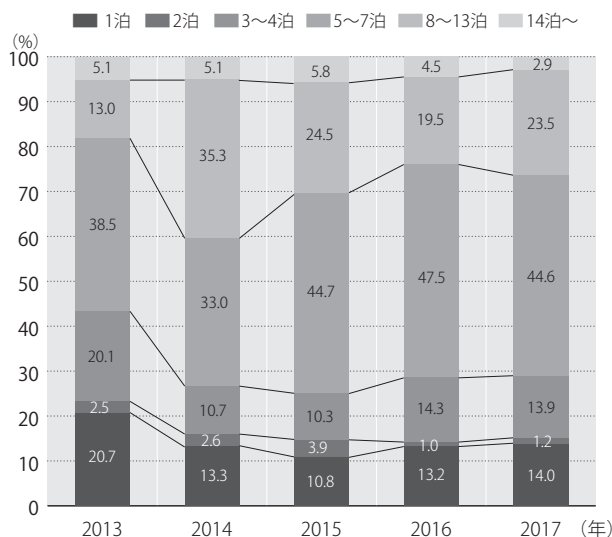
日本人のクルーズ利用者のエリア別のシェアをみると、「アジア」が112.2千人（シェア57.0%）と最多で、次いで「欧州（北欧、バルト海）」が30.1千人（同15.3%）、「地中海（エーゲ海、

図Ⅲ-2-3-6 外航クルーズの利用者数と平均泊数(暦年)



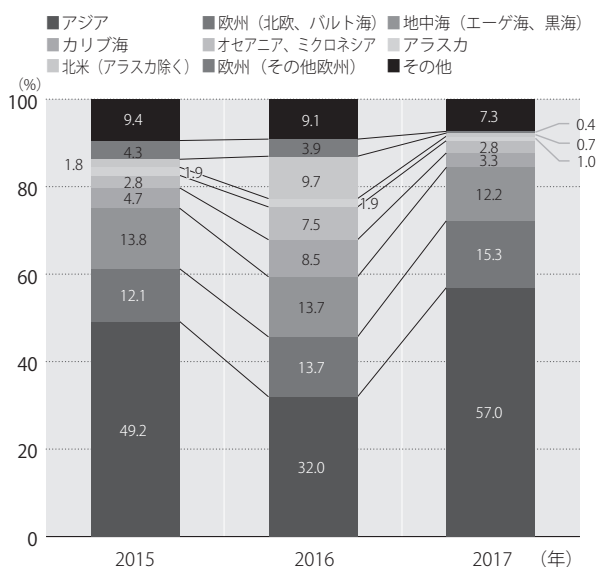
資料：国土交通省「2017年の我が国のクルーズ等の動向について」をもとに(公財)日本交通公社作成

図Ⅲ-2-3-7 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「2017年の我が国のクルーズ等の動向について」をもとに(公財)日本交通公社作成

図Ⅲ-2-3-8 外航クルーズの海域別シェア(暦年)



資料：国土交通省「2017年の我が国のクルーズ等の動向について」をもとに(公財)日本交通公社作成

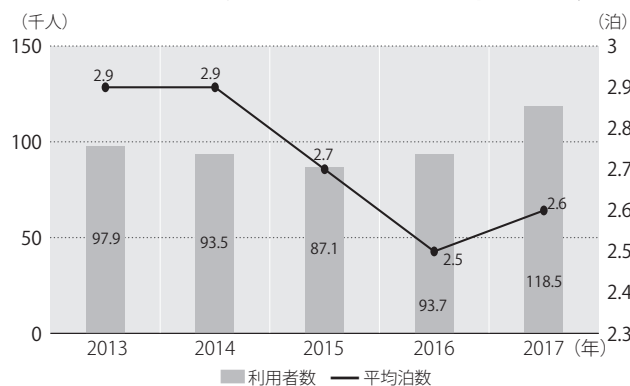
黒海)」が24.0千人(同12.2%)であった。欧州地域全体では54.9千人(同27.9%)、世界三大クルーズエリア(地中海、アラスカ、カリブ海)では32.4千人(同16.5%)であった。前年のシェアと比べると、「アジア」が25.0%増(62.7千人増)と大幅に伸ばし、「欧州(北欧、バルト海)」も1.6%増(8.9千人増)も伸びた一方で、「北米(アラスカ除く)」は9.0%減(13.7千人減)、「カリブ海」は5.2%減(6.7千人減)、「オセアニア、ミクロネシア」は4.7%減(6.1千人減)、「地中海(エーゲ海、黒海)」は1.5%減(2.8千人増)、となり、アジアへ集中する傾向が強まった(図Ⅲ-2-3-8)。

<国内クルーズ船の動向>

2017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11.8万人(前年比26.6%増)で、内航フェリーを含む国内クルーズ全体の乗客数は11.9万人(同26.5%増)、人泊数は31.2万人泊(同34.4%増)だった。前年に比べると、乗客数、人泊数ともに大幅な増加となり、平均泊数も0.1泊増の2.6泊に伸びた(図Ⅲ-2-3-9)。泊数別シェアをみると、「2泊」が34.7%で最も多く、次いで「1泊」(26.4%)、「3~4泊」(25.9%)となっている。前年と比べると、「2泊」が大幅に伸び、「1泊」「3~4泊」が減少した。また、5泊以上の比率も増加しており、平均泊数の伸びに影響したものと捉えられる(図Ⅲ-2-3-10)。

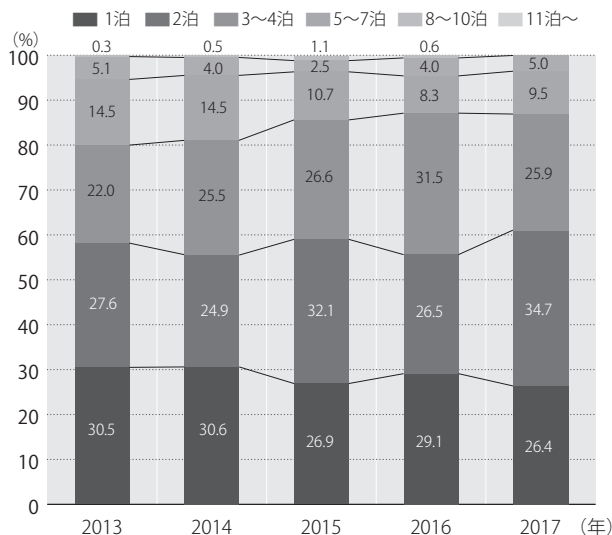
目的別にみると、「レジャー」が11.4万人(シェア96.5%)と最多で、次いで「団体旅行」が2.4千人(同2.0%)、「交流」が1.2千人(同1.0%)、「インセンティブ」が0.6千人(同0.5%)となっている(図Ⅲ-2-3-11)。

図Ⅲ-2-3-9 国内クルーズの利用者数と平均泊数(暦年)



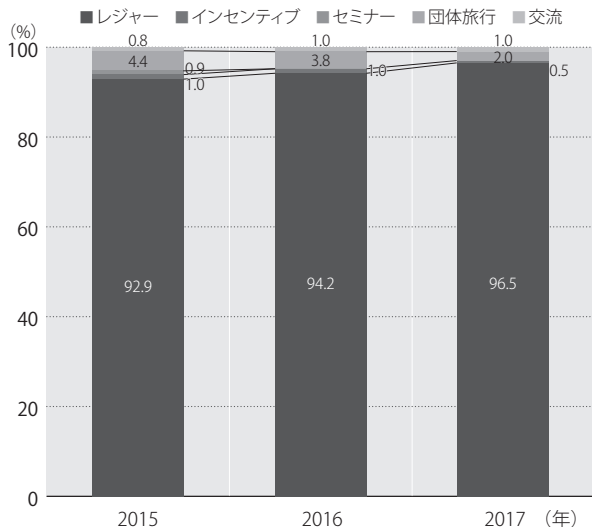
資料：国土交通省「2017年の我が国のクルーズ等の動向について」をもとに(公財)日本交通公社作成

図Ⅲ-2-3-10 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「2017年の我が国のクルーズ等の動向について」をもとに(公財)日本交通公社作成

図Ⅲ-2-3-11 国内クルーズの目的別シェア(暦年)



資料：国土交通省「2017年の我が国のクルーズ等の動向について」をもとに(公財)日本交通公社作成

●クルーズ船による外国人入国の動向

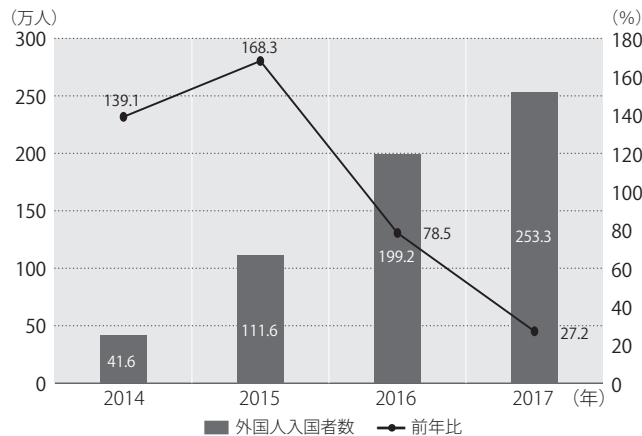
2017年に、クルーズ船により日本に入国した外国人旅客数は約253.3万人(前年比27.2%増)となり、過去最多を更新した(図Ⅲ-2-3-12)。

●クルーズ船の消費額及び泊数

観光庁は、訪日外国人消費動向調査(2018年4~6月期、一次速報)におけるクルーズ客の消費額を初めて調査し、結果(一次速報)を発表した。

クルーズ客の消費総額は373億円で、訪日外国人全体(1兆1,233億円)の2.4%を占めた。また、クルーズ客の一人あたりの旅行支出額は40,501円で、一般客(144,082円)の1/3以下となった。クルーズ客の平均泊数は0.6日(一般客は8.1日)で、入国後の船中泊が含まれる。

図Ⅲ-2-3-12 クルーズ船により入国した外国人旅客数(暦年)



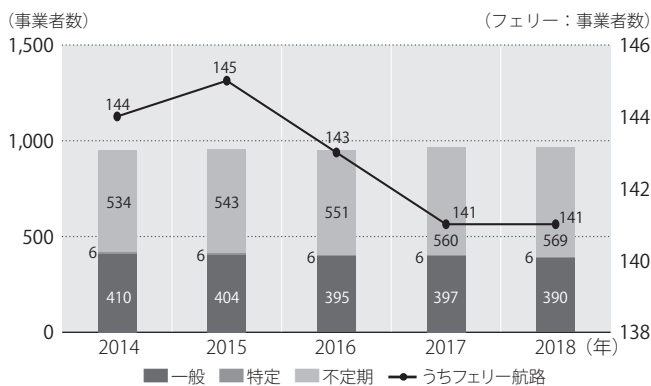
資料：国土交通省「2017年の訪日クルーズ旅客数とクルーズ船の寄港実績」をもとに(公財)日本交通公社作成

(2) 航路・寄港の動向

●国内旅客船の航路動向

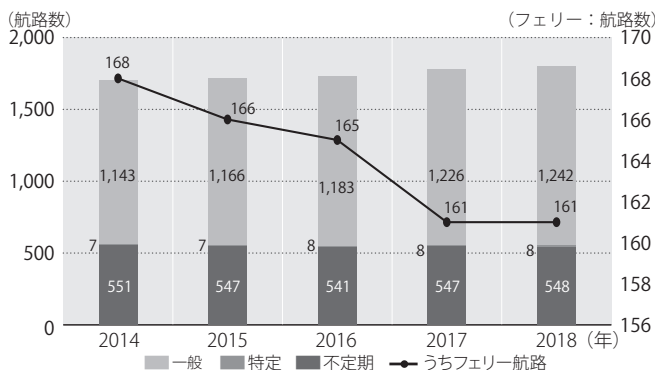
2018年4月1日現在、旅客船の事業者数は965件(前年比2件増)、航路数は1,798路線(同17路線増)、就航する船舶数は2,221隻(同25隻減)となった(図Ⅲ-2-3-13~図Ⅲ-2-3-15)。

図Ⅲ-2-3-13 旅客船事業者数の推移(暦年)



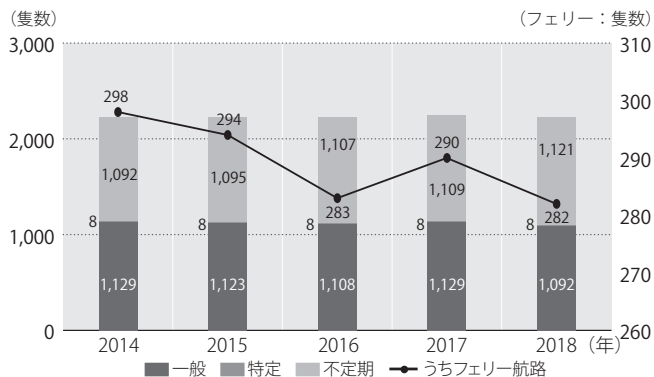
資料：国土交通省「海事レポート2018」をもとに(公財)日本交通公社作成

図Ⅲ-2-3-14 旅客船航路数の推移(暦年)



資料：国土交通省「海事レポート2018」をもとに(公財)日本交通公社作成

図Ⅲ-2-3-15 旅客船舶数の推移(暦年)



資料：国土交通省「海事レポート2018」をもとに(公財)日本交通公社作成

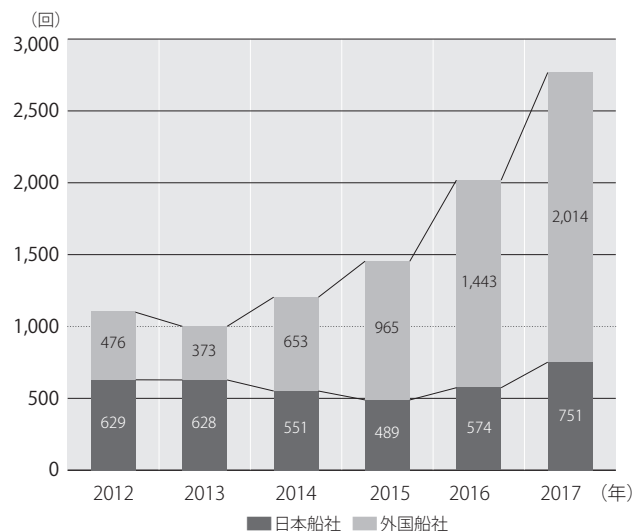
●クルーズ船の寄港動向

2017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2,765回となり、前年比748回増と大幅に増加した。港湾別みると、博多港が326回(前年比2回減)で最多となり、次いで長崎港が267回(同70回増)、那覇港が224回(同31回増)であった。4位の横浜までは順位の変動はないが、5位には初めて石垣が入った(前年5位は神戸)。

内訳をみると、外国船社運航クルーズ船の寄港回数は2,014回で、前年比571回増と大幅な増加を示した。港湾別では、博多港が309回(前年比3回減)で最多となり、次いで長崎港が262回(同72回増)、那覇港が217回(同34回増)、石垣港が129回(同38回増)、平良港が129回(同45回)であった。

日本船社運航のクルーズ船の寄港回数は751回で、前年比177回増となった。港湾別では、横浜港が121回(前年比34回増)で最多となり、次いで神戸港が73回(同1回増)、名古屋港が30回(同1回減)であった。前年に続き、本年も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-2-3-16及び表Ⅲ-2-3-1)。

図Ⅲ-2-3-16 クルーズ船の寄港回数の推移(暦年)



資料：国土交通省「2017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

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	326	博多	309	横浜	121
2位	長崎	267	長崎	262	神戸	73
3位	那覇	224	那覇	217	名古屋	30
4位	横浜	178	石垣	129	ベラビスタ マリーナ (広島県尾道市)	28
5位	石垣	132	平良	129	東京	19

資料：国土交通省「2017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>

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」整備事業において、2016年10月に国際旅客船拠点形成港湾の第一次募集を行い、2017年7月に6港湾(横浜港、清水港、佐世保港、八代港、本部港、平良港)を選定した。その後、2017年12月に第二次募集を行い、鹿児島港を追加選定した。さらに、2018年10月を目途に、第三次募集を行うと発表した。

<「国際クルーズ旅客受入機能高度化事業」の採択>

国土交通省は、訪日クルーズ旅客数500万人の実現に向けて、クルーズ旅客の利便性や安全性の向上及び物流機能の効率化を図るため、「国際クルーズ旅客受入機能高度化事業」に取り組んでいる。そのなかで、地方公共団体もしくは民間事業者が実施する港湾における屋根付き通路や移動式ボーディングブリッジの設置などへの補助について、2017年6月に公募(第1回募集分)を行い、24港29地区の事業を採択した。その後、2017年11月に第2回募集分として、9港の事業を採択した。さらに、2018年4月に平成30年度募集分として、20港の事業を採択した。

<「みなとオアシス」の登録>

国土交通省は、地域住民の交流や観光の振興を通じて、地域の活性化に資する「みなと」を核としたまちづくりを推進することを目的に、平成25(2013)年の登録制度開始以降、住民参加による地域振興の取り組みが継続的に行われている施設を「みなとオアシス」として登録している。2017年9月17日の「みなとオアシス下関」(山口県下関市)の登録をもって100件目に到達し、2018年8月4日に登録される「みなとオアシス対馬比田勝」が120件目となる。

(牧野博明)

4 道路交通

中央道の利用交通量が前年比10%超の減少
Japan Expressway Pass販売開始
特別仕様ナンバープレートが交付

4. 道路交通

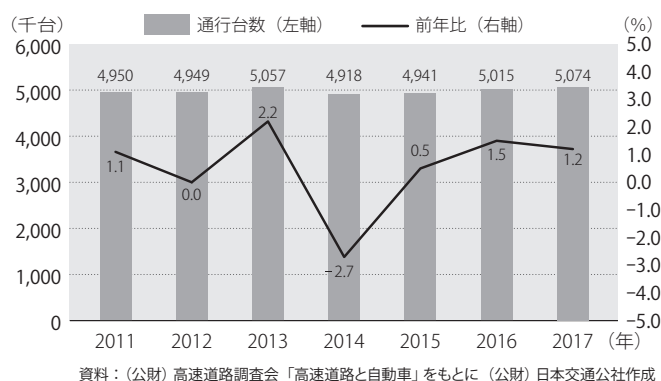
(1) 利用の動向

●高速道路の利用

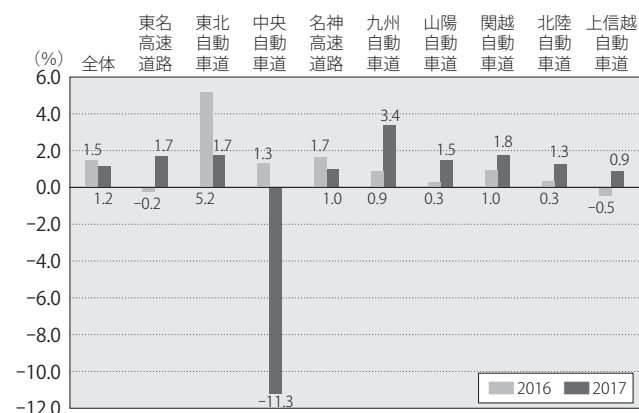
○利用交通量の推移

2017年（暦年）の高速道路通行台数は日平均で約507万台であり、前年比1.2%増であった（図Ⅲ-2-4-1）。主要路線ごとにとみると、中央自動車道を除く全ての路線で前年の通行台数を上回り、全体に増加の傾向を示した（図Ⅲ-2-4-2）。

図Ⅲ-2-4-1 高速道路の日平均利用交通量の推移（暦年）



図Ⅲ-2-4-2 主要高速道路の日平均利用交通量の前年比（暦年）



○中央自動車道における利用交通量の減少

中央自動車道（中央道）の日平均通行台数は、前年比11.3%超の減少となった。2017年2月に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、東名高速、中央道、関越道、東北道、常磐道、東関東道を接続する環状ネットワークが形成された。従来は首都高を経由して都心を通っていた交通が、圏央道を経由して都心を回避するルートに移行したことにより、中央道の通行台数が減少したものと考えられる。国交省とNEXCO東日本は11月

に圏央道茨城県内区間全線開通後の整備効果を取りまとめ、中央道～常磐道間の交通が圏央道の利用に転換し、首都高を経由していた交通が7割から約3割に減少したと発表した。

なお、関越道や常磐道など、圏央道と接続する中央道以外の放射道路においても都心通過から圏央道への移行が発生したと想定されるが、本稿で採用した利用交通量は料金所を通過した車両台数の平均値であるため、起点から圏央道との接続点（八王子JCT）までに2か所の本線料金所を有する中央道において、減少が顕著に現れたものと考えられる。

また、外的要因による通行止めが複数発生したことも、中央道における利用交通量減少の要因として想定される。台風5号の影響により大月JCT～大月IC間（下り線）が8月7日から9日まで通行止め、産業廃棄物の不法投棄との関連が疑われる土砂流出により、瑞浪IC～恵那IC間（上下線）が8月18日から20日まで通行止めとなった。

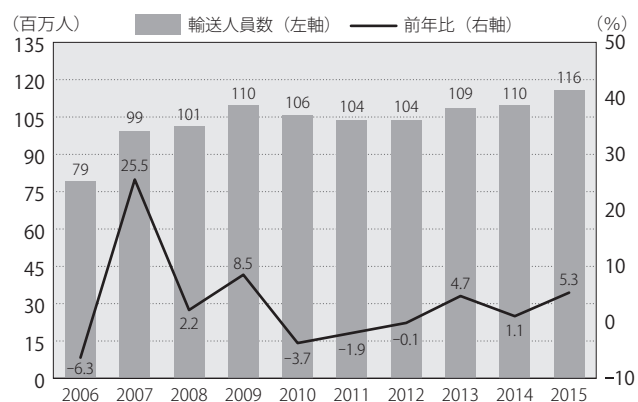
○九州自動車道における利用交通量の増加

九州自動車道の日平均通行台数は、前年比3.4%超の増加となった。2016年4月の熊本地震により、九州自動車道を含む9路線のべ507kmの通行止めが発生したが、2017年4月に全線で4車線復旧が完了した。復旧完了後の6月、NEXCO西日本は「九州よかよかドライブパス2017」を発売した。同パスは連続する3日または4日間、同社が管理する九州の高速道路が定額で乗り放題となる割引制度であり、使用期間は7月中旬から12月中旬（お盆を除く）であった。ハードの着実な復旧と完了後の利用促進策が奏功し、利用者数が堅調に増加したものと考えられる。

●高速バスの利用（2015年）

(公社) 日本バス協会の最新統計である2015年の高速バス輸送人員は115,703千人であり、前年比5.3%の増加であった。高速バス輸送人員数は直近3か年度において増加を続けており、2015年には過去最多を記録した（図Ⅲ-2-4-3）。

図Ⅲ-2-4-3 高速バスの年間輸送人員数推移



(2) 高速道路・高速バス路線の動向

●高速道路の整備

2018年3月末時点における高規格幹線道路の供用延長は

11,638kmであり、1987年の高規格幹線道路網計画において示された整備目標に対する進捗率は83%となった。内訳は、高速自動車国道が8,913km（進捗率77%）、一般国道自動車専用道路が1,771km（同71%）であった（表Ⅲ-2-4-1）。

2017年4月から2018年3月までに開通した、主要な高規格幹線道路及び地域高規格道路は、表Ⅲ-2-4-2に示すとおりであった。

●高速バス運行系統数（2015年）

○運行系統数の推移と事業の状況

（公社）日本バス協会の最新統計である2015年の高速バス運行系統数はのべ4,996本であり、前年比4.5%の減少であった（図Ⅲ-2-4-4）。運行系統数は2007年の急増後、2013年を除いて増加傾向を示していたが、2015年は減少に転じた。一方で高速バス輸送人員数は2012年以降、増加を続けている。

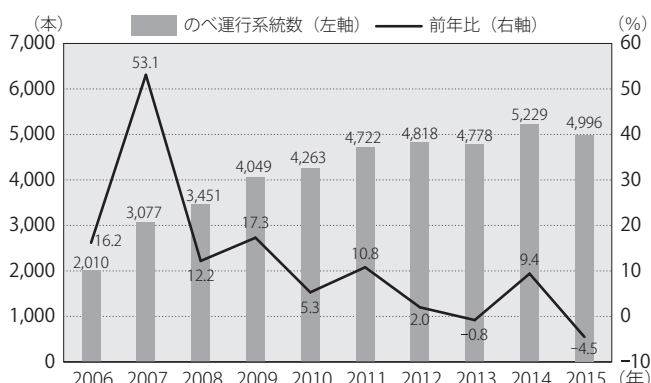
（公社）日本バス協会は貸切バス事業について、2014年度（対象事業者407社）は経常収支率が前年を5.0%上回り、赤字を計上した事業者は99社（24.3%）、2015年度（同385社）は経常収支率が前年を10.8%上回り、赤字を計上した事業者は42社（10.9%）であったと公表した。2014年から2015年にかけて高速バス事業は順調に推移し、収益性の高い路線を中心に、多数の旅客が効率よく輸送されたと考えられる。

表Ⅲ-2-4-1 高規格幹線道路の整備状況（2018年3月末時点）

区分	総延長	開通予定延長	進捗率
高規格幹線道路	約14,000 km	11,638 km	83 %
高速自動車国道	11,520 km	8,913 km	77 %
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	-	954 km	86 %
一般国道自動車専用道路（本四連絡道路を含む）	約2,480 km	1,771 km	71 %

資料：国土交通省「平成30年度道路関係予算概要」をもとに（公財）日本交通公社作成

図Ⅲ-2-4-4 高速バス運行系統数の推移



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

表Ⅲ-2-4-2 2017年4月～2018年3月に開通した主要な高規格幹線道路及び地域高規格道路

路線名	No*	区間名など	区間	規格**	法定路線名***	年月日	延長
十勝オートック自動車道	E61	網走線	陸別小利別IC～訓子府IC	A	北海道横断自動車道網走線	17/10/09	16.0 km
秋田自動車道	E7	鷹巣大館道路	大館能代空港IC～鷹巣IC	A'	日本海沿岸東北自動車道	18/03/21	1.7 km
東北中央自動車道	E13	相馬尾花沢線	福島大笹生IC～米沢北IC	A	東北中央自動車道	17/11/04	35.6 km
		相馬福島道路	相馬玉野IC～霊山IC	A'	東北中央縦貫自動車道	18/03/10	17.0 km
三陸自動車道	E45	山田宮古道路	山田IC～宮古南IC	B	三陸縦貫自動車道	17/11/19	約14 km
		南三陸道路	南三陸海岸IC～歌津IC	B	三陸縦貫自動車道	17/12/09	4.2 km
		宮古田老道路	田老真崎海岸IC～田老北IC	B	三陸縦貫自動車道	18/03/21	4.0 km
		本吉気仙沼道路	大谷海岸IC～気仙沼中央IC	B	三陸縦貫自動車道	18/03/25	7.1 km
三陸北道路	E45	田老岩泉道路	田老北IC～岩泉龍泉洞IC	地域	-	18/03/21	6.0 km
新庄酒田道路	-	余目酒田道路	庄内町廻館～酒田市新堀	地域	-	18/03/18	6.8 km
新東名高速道路	E1A	-	海老名南JCT～厚木南IC	A	第二東海自動車道	18/01/28	約2 km
東関東自動車道	E51	-	銚田IC～茨城空港北IC	A	東関東自動車道水戸線	18/02/03	9.0 km
首都高速道路	-	10号晴海線	晴海～豊洲	地域	-	18/03/10	約1.2 km
東海環状自動車道	C3	-	養老JCT～養老IC	B	東海環状自動車道	17/10/22	3.1 km
三遠南信自動車道	E69	飯橋道路	龍江IC～飯田上久堅・喬木富田IC	B	三遠南信自動車道	18/03/11	22.1 km
新名神高速道路	E1A	-	城陽JCT・IC～八幡京田辺JCT・IC	A	近畿自動車道名古屋神戸線	17/04/30	3.5 km
			高槻JCT・IC～川西IC	A	近畿自動車道名古屋神戸線	17/12/10	26.2 km
			川西IC～神戸JCT	A	近畿自動車道名古屋神戸線	18/03/18	16.9 km
中部縦貫自動車道	E67	永平寺大野道路	永平寺IC～上志比IC	B	中部縦貫自動車道	17/07/08	5.3 km
京奈和自動車道	E24	大和御所道路	御所南IC～五條北IC	B	京奈和自動車道	17/08/19	7.2 km
山陰近畿自動車道	E9	浜坂道路	余部IC～新温泉浜坂IC	地域	-	17/11/26	9.8 km
山陰自動車道	E9	朝山・大田道路	大田朝山IC～大田中央・三瓶山IC	A'	山陰自動車道	18/03/18	6.3 km
松山外環状道路	-	空港線側道部	国道56号～松山空港	地域	-	17/09/18	2.4 km
東九州自動車道	E78	-	日南北郷IC～日南東郷IC	A	東九州自動車道	18/03/11	9.0 km
西九州自動車道	E35	伊万里松浦道路	今福IC～調川IC	B	西九州自動車道	17/09/22	2.6 km
		唐津伊万里道路	南波多谷口IC～伊万里東府招IC	B	西九州自動車道	18/03/31	5.3 km
南九州西回り自動車道	E3A	出水阿久根道路	出水IC～高尾野北IC	B	南九州西回り自動車道	17/11/12	3.9 km
有明海沿岸道路	-	大川バイパス	徳益IC～柳川西IC	地域	-	17/09/16	4.5 km
北薩横断道路	-	泊野道路	きららIC～中屋敷IC	地域	-	18/03/25	6.9 km
沖縄西海岸道路	-	浦添北道路	浦添北IC～宇地泊IC	地域	-	18/03/18	2.0 km

* No列には高速道路ナンバリングを示した。
 山陰近畿自動車道及び三陸北道路は地域高規格道路であるが、接続を予定されている高規格幹線道路と同一の番号を付与されている。
 ** Aは高速自動車国道を、A'は高速自動車国道に並行する一般国道自動車専用道路を、Bは国土交通大臣指定に基づく高規格幹線道路を、地域は地域高規格道路を、それぞれ示す。
 *** 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：国土交通省及び高速道路会社のプレスリリースなどをもとに（公財）日本交通公社作成

○2015年度以前の関連施策

好調な事業運営を後押しした要因の一つとして、2014年以前になされた一連の制度変更により、高速バス事業者が無理のない運賃を柔軟に設定できる体制が整えられたことが挙げられる。以下にその概略を整理する。

国交省は2012年7月に「新高速乗合バス制度」を制定し、2013年7月末から運用が開始された。同制度下では、高速バスに乗車する利用者と契約を締結できる主体が乗合バス事業者に限定され、貸切バス事業者は別途、乗合バス事業者から運行業務を受託して高速バス事業を実施することが定められた。これにより、2013年以前に旅行業法に基づいて行われた高速ツアーバス事業は廃止された。乗合バス事業者と貸切バス事業者が締結する運行委託契約は「貸切バス型管理の受委託」として位置づけられ、国土交通大臣の許可が必要になるとともに、安全面の要求も厳格化された。このため、事業者は厳格な事業管理と安全確保を要求されたが、一方で運行計画と運賃の事前届出期間の短縮、ならびに幅運賃の設定が認められた。これにより、乗合バス事業者は変動する需要動向に応じて、増便の運行、曜日単位や便単位の価格設定、早期購入割引の実施といった柔軟な事業運営が可能となった。

続いて国交省は2014年4月に「貸切バス新運賃・料金制度」を導入した。同制度は貸切バス事業者に対して、出庫点検や帰庫点検にかかる時間、深夜早朝の運行料金、交代運転手の配置料金などを反映した運賃の届出を求めるものであり、受託者となる貸切バス事業者が適正な運賃収入に基づく事業運営を行うことが企図された。届出運賃の違反が認められた場合、バス事業者への行政処分だけでなく、関与が疑

われる旅行業者を観光庁に通報し、旅行業法に基づく立入検査の実施を求めるなど、包括的な運賃管理の枠組みが示された。

(3) 道路交通関連施設の動向

●高速道路の休憩施設

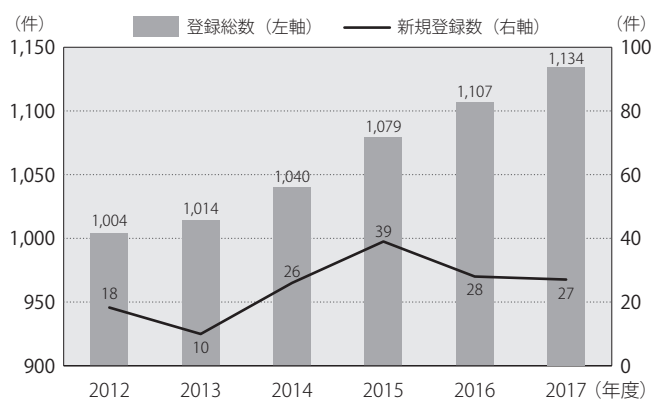
2017年4月～2018年3月までにリニューアルされた高速道路の休憩施設は、表Ⅲ-2-4-3に示すとおりであった。12事例全てが既存施設の拡充であり、休憩施設へのサービス集積が図られた。

●一般道路の休憩施設（道の駅）

○登録数の推移

2017年度中に27件の「道の駅」が登録され、総数は1,134駅となった（図Ⅲ-2-4-5）。

図Ⅲ-2-4-5 「道の駅」登録数の推移



資料：国土交通省道路局「道の駅」登録一覧をもとに（公財）日本交通公社作成

表Ⅲ-2-4-3 2017年4月～2018年3月までにリニューアルされた高速道路の休憩施設

施設名称	年月日	内容・特徴
東北自動車道 矢巾PA 上り	17/04/20	岩手県内のSA・PA初出店となる「ファミリーマート」がオープンし、リニューアル。イートインコーナーを併設し、従来の街中店舗と同様の商品のほか、高速道路ならではの地域の土産を取り揃える。
道央自動車道 輪厚PA 上り	17/04/25	「ドラマチックエリア輪厚」としてグランドオープン。「旅する"キタミチ"～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。
九州自動車道 山川PA 上下	17/05/17	「熊本地震」以降、営業を休止していたPA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。ショッピングコーナーでは、福岡県のご当地商品をはじめ、熊本県、鹿児島県などの商品を取り揃える。
北陸自動車道 徳光PA	上り 17/07/07	リニューアルオープン。ショッピングコーナーでは、石川県名物の圓八（えんぱち）の「あんころ餅」や、同店のあんころ餅をつかった地元マルガージェラートとのコラボレーション商品を販売。下り線の2階にはキッズスペースを新設。
	下り 17/07/14	
北陸自動車道 北鯖江PA 上り	17/07/10	地元で愛されているダイニングコンビニ「オレボステーション」を新設しリニューアルオープン。ショッピングコーナーでは自然に恵まれた福井ならではの土産品の中で、これぞお客さまにお届けしたい福井の逸品と心から思う厳選した商品を販売。
東名高速道路 上郷SA 上り	17/07/14	「上郷町市場」をコンセプトに、市場の「賑やかさ」熱気といった臨場感が味わえるエネルギッシュなスポットとなるSAにリニューアルオープン。東海三県の特産品や名産品をはじめ、地元の野菜や果物、季節のおすすめ商品などの品揃えが豊富。
中央自動車道 談合坂SA 上り	17/07/22	フードコートの特店化、座席の増席などお客様の快適な利用を目指しグランドオープン。山梨の郷土料理ほうとうが楽しめるレストラン「ゆるり庵」、老舗和菓子メーカー「桔梗屋」の和スイーツが楽しめる「桔梗信玄堂」が新たにオープン。
東名高速道路 EXPASA海老名 上り	17/07/24	「洋食の王様 M1プレート」(洋食)を皮切りに、高速道路初出店の店舗などが続々オープン。より多彩なグルメを楽しむことができる。
常磐自動車道 四倉PA 下り	17/08/03	設置以来、15年間売店など商業施設のなかったPAに新たに商業施設（飲食・物販）をオープン。一般道から歩いて入場できるウォークインゲートを設置。
中央自動車道 諏訪湖SA 下り	17/10/27	「峠の釜めし」で有名な「おぎのや」が新規オープン。また諏訪大社において7年に一度行われる「御柱祭」で使用された御柱の一部と「めどてこ」を地元の氏子の協力により施設内に展示。
東名高速道路 富士川SA 下り	17/11/01	フードコートスペースを拡張し、座席数を増加。雄大な富士山の眺望と、富士市街の美しい夜景を楽しむことができる。
北陸自動車道 越中境PA	下り 18/02/10	24時間営業の「デイリーヤマザキ」が出店。イートインコーナーを併設するとともに北陸や新潟の土産を取り揃える。
	上り 18/03/01	

資料：高速道路株式会社各社のプレスリリースなどをもとに（公財）日本交通公社作成

○特定テーマ型モデル「道の駅」の選定

国交省は毎年異なる観点から優れた機能や取り組みを有する道の駅を選定しているが、2017年度に設定されたテーマは「地域交通拠点」であった。選定の基準は「中山間地域及びその周辺地域において、『道の駅』が公共交通モード間の接続拠点となっており、接続機能向上の取り組みにより、現時点で地域住民の生活の足の確保に資する成果をあげている」とされ、7駅が「特定テーマ型モデル『道の駅』」として選定された。

7駅のうち、道の駅「輪島」については「『道の駅』を起点として、将来の無人自動走行も見据えた電動カートの試験走行を実施」していることが評価された。国交省は「道の駅」を自動運転サービスの拠点として活用することを企図しており、2017年度中に複数の「道の駅」において、自動運転に関する実証実験が実施された。詳細は本稿（4）で取り上げる。

○開業の事例 - 道の駅「琴の浦」

2017年4月に開業した道の駅「琴の浦」は、山陰自動車道の休憩施設である琴浦PA（上下線併用）と一体化し、高速道路からも一般道からも利用可能な構造となっている。また、琴浦町内では従前から道の駅「ポート赤碕」が開業していたが、琴浦町は道の駅「ポート赤碕」を6次産業の拠点となる地域センター型施設、道の駅「琴の浦」を情報発信の拠点となるゲートウェイ施設としてそれぞれ位置づけ、機能を分担した上で一体的に運用することで「琴浦ブランド」の確立を企図した。近隣の「道の駅」間の連携によって地域活性化に取り組む点が優れた企画として評価され、2016年1月、道の駅「琴の浦」は“重点「道の駅」”に選定された。

○開業の事例 - 道の駅「お茶の京都みなみやましろ村」

2017年4月に開業した道の駅「お茶の京都みなみやましろ村」は、地方創生推進交付金を活用した事業の立ち上げ、運営体制の構築、複合的なサービスの集積などが試みられた事例である。

まち・ひと・しごと創生本部（内閣府）が推進する施策の1つである「小さな拠点の形成」の中で、道の駅は「集落生活圏の形成において役割を果たすべき場」として位置づけられている。地方創生推進交付金は、地方公共団体が作成する地域再生計画に基づき、国が事業費の1/2を支援する制度である。

南山城村は、計画段階から道の駅「お茶の京都みなみやましろ村」を「小さな拠点」として位置づけ、同駅を拠点として地域の活性化や移住の促進などを推進する地域再生計画を提出し、2016年8月に交付決定された。

施設内の一部では住民向けの食料品や日用品が販売されている。また村内の住民は道の駅に対して野菜や加工品を出荷することができ、そのための協議会が設置されている。施設運営は所管自治体である南山城村から業務委託を受けた「株式会社 南山城」が行っている。

●ETC2.0

○利用率の推移と普及促進施策

国交省の発表するETC2.0の月別利用率（日あたり利用台数に対するETC2.0利用台数の割合）は、2017年4月時点で13.1%、2018年3月時点で16.1%であった。初めて利用率が公表された2016年4月（利用率1.5%）以降の2年間で、利用率は約15%上昇した。

ETC2.0の普及促進を目的として、2017年度中に複数の施策が実施された。NEXCO東日本とNEXCO中日本は昨年度に引き続き、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、首都高速道路株式会社、NEXCO東日本、NEXCO中日本の3社は2016年3月から2017年9月まで、ETC2.0車載機の購入費用に対して最大10,000円を助成する「首都圏ETCキャンペーン」を実施し、5万件超が対象となった。阪神高速とNEXCO西日本は2017年12月から2018年5月にかけて、同様の手法によって5万件を対象とする「近畿圏ETCキャンペーン」を展開した。

○「賢い料金」の実施

高速道路の利用料金は、一部の均一料金区間を除いて利用距離に比例し、かつ一定距離以上を連続して利用した場合は割引が適用される（長距離通減）。このため、目的地に向かう途中のICで一時的に退出して寄り道をした場合、寄り道をしなかった場合と比較して利用料金は高額となる。「賢い料金」とは、一定の条件を満たした上で高速道路から退出、再進入した場合に長距離通減を維持し、かつ料金所において利用料を徴収しないことによって、利用料金を直接目的地に向かった場合と同一に保つ料金計算制度である。

国交省はETC2.0の利用者を対象として、制度の適用により、高速道路からの一時退出を可能とする「賢い料金」の試行を開始した。試行対象となるICから一時退出した車両が、①各ICに対応する近傍の「道の駅」に立ち寄り、②1時間以内に退出時と同一のICから再進入し、③退出時に向かっていた方面と同一方面の本線に合流した場合に、退出せずに利用した場合と同一の料金に調整される。2017年2月、全国3か所のICと「道の駅」で試行が開始され、2018年3月には17か所のICと「道の駅」が対象に追加された。

(4) 道路交通関連政策の動向

●高速道路に関する政策

○国土開発幹線自動車道の整備に係る基本方針

2017年12月、国交省は従前から行ってきた社会資本整備審議会道路分科会国土幹線道路部会での議論を踏まえて、「『高速道路の安全性、信頼性や使いやすさを向上する取組』基本方針」を取りまとめ、国土開発幹線自動車道における維持・整備の方向性を提示した。観光と関連の深い内容として、休憩施設の使いやすさの改善、高速バスの利便性向上、訪日外国人旅行者への対応などが挙げられた。

○訪日外国人向け高速道路パスの販売

2017年10月、訪日外国人専用の高速道路パスJapan Expressway Pass (JEP) の販売が開始された。NEXCO3社及び宮城県、京都府、兵庫県の道路公社が管理する有料の自動車専用道について、7日間であれば2万円、14日間であれば3万4千円で乗り放題となる。NEXCO東日本管内のうち、北海道内の有料道路は、均一料金の対象外となる。

訪日外国人向けの定額パスについては、地域版（北海道、中四国、九州など）の商品が、2017年度以前から販売されていた。JEPの発売後も、地域版パスの販売は継続される。

JEPの価格は1日あたりに換算すると2,500円程度であり、車両で移動する訪日外国人旅行者の利便性向上が期待される一方、不正使用の誘発が懸念される。対応策として、JEPはレンタカーでの利用を前提とすることにより、その用途を制限している。購入時は日本国内のレンタカー事業者に対して車両と同時に予約し、借受先の店舗で申込みを行う。また同乗者の人数に制限はないが、車種は普通車に限定される。

○高速道路の一部区間で最高速度を引き上げ

2016年3月、警察庁は高速道路の一部区間において、規制速度（都道府県公安委員会が決定する最高速度）を段階的に120km/hまで引き上げる方針を固めた。法定最高速度（道路交通法による最高速度）である100km/hが走行実態と乖離しているとの指摘を受けて検討した結果、線形や交通量など一定の条件を満たす区間においては、事故率の増加を防ぎつつ規制速度を引き上げることが可能と判断された。

方針決定を受けて試行的に引き上げを実施する区間が選定され、新東名高速道路の新静岡IC～森掛川IC間（50.5km）で2017年11月から、東北自動車道の花巻南IC～盛岡南IC間（30.6km）で2017年12月から、それぞれ最高速度が110km/hに引き上げられた。法定最高速度が100km/hである車種（道路交通法施行令における普通乗用車、特定貨物を除く中型自動車、大型自動車）が引き上げの対象となり、大型貨物、三輪、けん引中の車両などは80km/hに据置きとなる。引き上げ区間においては車両同士の速度差が拡大することから、法定最高速度が80km/hである車両は法令に従い、第一通行帯を走行するよう標識が掲出された。

新東名高速道路及び東北自動車道（八戸線を除く）は、道路構造令による規格は第一種第一級であり、設計速度（道路設計の基礎とする速度）は120km/hである。また、新東名高速道路は1990年の建設省通達により、一部区間の環境影響評価においては小型車（バス、普通貨物車、特殊車以外の車両）の走行速度として140km/hを想定している。このような点を踏まえると、今回対象となった2路線を含め、各地の高速道路には規制速度を引き上げる余地があると考えられ、これが実現されれば長距離の移動や旅客輸送の利便性向上が見込まれる。新東名高速道路の沿線自治体である静岡県は、法定最高速度を140km/hに引き上げるよう、2011年から国に要望している。

一方で走行速度の上昇は重大事故を誘発し得ることから、安全性の確保にも留意する必要がある。今回の引き上げは線形や視程などの道路条件が良好で、渋滞や事故の発生率が低い区間を選定して実施された。今後、引き上げ後の事故率の変化などの検証結果を踏まえた活発な議論の展開が期待される。

○訪日外国人によるレンタカー事故対策

2017年度、国交省は訪日外国人観光客のレンタカー利用者による事故の防止を目的とする対策に着手した。2017年9月、外国人のレンタカー利用が多い空港を中心とする5地域（新千歳空港、中部国際空港、関西国際空港、福岡空港、那覇空港）が実験地域として選定された。レンタカーのETC2.0により記録された急ブレーキデータなどの分析により、外国人運転者特有の危険箇所が抽出された。抽出された危険箇所のうち、大分自動車道内の事故危険箇所において、2017年12月から2018年1月にかけて、国交省は多言語簡易情報板等を用いたピンポイント対策を実施した。並行して、発話型情報端末や多言語リーフレットなどを用いて、外国人旅行者に対する情報提供を行った。

国交省の取組みを受けて、内閣府沖縄総合事務局は2018年6月に、学識経験者及び沖縄県内レンタカー事業者と連携し、本部半島地域において、同様のピンポイント対策を行った。

●高速バスに関する政策

○バスタ新宿開業後1年の成果と課題への対応

2016年4月のバスタ新宿開業から1年が経過したことを受け、国交省は開業後の成果と課題への対応を取りまとめ、2017年9月に発表した。開業後約1年間の累計利用者数は1千万人を突破し、待合環境の改善や周辺国道における事故リスクの低減など、一定の効果が認められた。一方で、新宿駅西口周辺における高速バスの路上待機や、同南口周辺の駐停車禁止区間におけるタクシーの乗降など、改善がみられない、または悪化しつつある項目も認められた。

国交省は今後も警視庁と連携しつつ、悪質な事業者に対してはバスタ新宿への乗り入れ規制を検討するなどの対策を実施し、利便性向上と周辺交通の改善に努めるとしている。

○貸切バス事業者に対する覆面添乗調査

2017年8月、国交省は貸切バス事業者に対して、法令順守状況の覆面調査を実施すると通知した。調査員が事前通告なく運行中のバスに乗りし、法令違反の疑いが確認された事業者に対しては後日国の監査を実施するとした。

2018年8月、国交省は昨年度の調査結果を発表した。添乗調査により2事業者の運行する貸切バスで法令違反が確認され、当該事業者の営業所の監査においても法令違反が確認されたため、行政処分の対象となったことを報告した。

●その他の道路及び交通に関する政策

○観光交通イノベーション地域の選定

国交省はエリア全体で観光渋滞対策の実験・実装を図る地域を「観光交通イノベーション地域」として、2017年8月に全国から公募を行った上で、9月に4地域を選定した。「ICTによる人や車の動向把握等の実証実験に着手するエリア観光渋滞対策の実験実施地域」として鎌倉市と京都市が、「今後の取り組み方針や実験計画などの更なる具体化に向けて検討を行う地域」として軽井沢町と神戸市が、それぞれ選定された。

国交省は2018年度にかけて、ETC2.0やAIカメラなどのICTを用いて、エリアプライシングを含む交通需要制御などの実験・実装を推進し、ほかの観光地へ展開するとしている。

○特別仕様ナンバープレートの交付

2017年4月、国交省はラグビーワールドカップ2019の開催を記念する特別仕様ナンバープレートの交付を開始した。

車両の新規購入時に限らず、現在使用している車両のナンバープレートの交換も可能であり、希望者からの申し込みに応じて交付する。対象車種は自家用普通車、事業用普通車、自家用軽自動車であり、事業用軽自動車を含むその他の車種は対象外となる。また、自家用軽自動車向けナンバープレートのデザインは自家用普通車と同一であり、ナンバープレートで普通車と軽自動車を判別することはできない。

ナンバープレートには「図柄入りナンバー」と「ロゴ付きナンバー」の2種が用意されており、交付料金に加えて1千円以上の寄付を行うと「図柄入りナンバー」を選択することができる。寄付金について国交省は、(公財)日本デザインナンバー財団が管理し、ラグビーワールドカップ2019試合会場への輸送力増強などに充てられるとしている。

2017年10月、国交省は東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会特別仕様ナンバープレートの交付を開始した。事業の基本的な枠組みは、ラグビーワールドカップ2019特別仕様ナンバープレートと同様である。寄付金について国交省は、(公財)日本デザインナンバー財団が管理し、大会開催に必要な交通サービスの改善に充てられるとしている。

特別仕様ナンバープレートの交付と、交付に伴う寄付金を活用した交通サービスの整備は、国内初の試みとなる。将来の大規模イベントにおいて有効な手法となり得るか、2020年以降の継続的な効果検証が期待される。

○自転車活用推進法の施行

2017年5月、自転車活用推進法が施行された(2016年12月成立・交付)。同法は国交省道路局が所管し、交通混雑の緩和、健康の増進、災害時における移動手段としての優位性など、複数の観点から自転車の活用を推進することを目的とする法律である。推進法の施行を受け、2017年8月には有識者会議が設置され、自転車活用推進計画策定のための議論が開始された。

同法では重点的に検討及び実施されるべき施策の一つとして「国内外からの観光旅客の来訪の促進、観光地の魅力

の増進その他の地域の活性化に資するものに対する支援」が挙げられている。今後、都市圏や観光地域における二次交通としての活用や、旅行目的となる自転車周遊ルートやマウンテンバイクアクティビティの開発などが期待される。

○観光バスの路上混雑緩和に向けた取り組み

京都市や神戸市に代表される都市型観光地においては、観光バス用の駐車スペースを併設しない施設近隣の路上での乗降、乗客の送迎や駐車場の空き待ちによる観光バスの路上滞留や長時間の停車、乗降を待つ乗客の不適切なマナーなどを原因として、域内交通環境の悪化や近隣住民の被害が発生していた。被害の訴えを受け、2018年1月には京都市観光バス路上混雑対策ネットワーク会議が、状況の周知と乗客への適切な案内を依頼する文書を発出している。

このような状況を受けて、国交省は2016年11月から2017年3月にかけて京都市で、2017年2月から3月にかけて東京都内で、2017年11月には神戸市都心部で、それぞれ観光バスによる路上混雑の緩和を目的とした実証実験を実施した。このうち東京都内と神戸市都心部における実証実験では、混雑緩和のための一手法として「ショットガンシステム(ショットガン方式)」が検証された。

ショットガンシステムとは、①車両の目的地から離れた場所に大規模な滞留可能地点を整備して待機の必要な車両を留め置くとともに、②目的地周辺への車両流入量を調整する手法である。神戸市の事例では、①郊外の新港第2突堤に大規模駐車場を整備し、待機を要する観光バスを誘導するとともに、②主要観光地である三宮地区の周辺に3か所の仮設乗降場を設置し、降車は5分以内・乗車は15分以内など一定のルールを設けて運用することにより、主要観光地直近における観光バスの路上滞留や、乗客の乗車待ちを抑制した。

東京都内の実験では銀座通りなど、訪日外国人旅行者に人気の高い地区の混雑緩和が試みられた。ショットガンシステムの枠組みは神戸市の事例と同様であり、乗降場にはGINZA SIX(当時は未開店)三原通り側のバス乗降場が利用された。

また、秋葉原における実験では目的地周辺に乗降場を設けるのではなく、バス駐車場と秋葉原駅周辺を往復するシャトルバスを運行することで駅周辺への観光バスの乗り入れを制限するなど、代替手法についても検討された。

○道の駅を活用した自動運転

2016年12月、国交省は自動運転戦略本部会合において「中山間地域における道の駅を拠点とした自動運転サービス」を提示し、「道の駅」などを拠点とした自動運転サービスの社会実装を2020年までの目標として検討を開始した。2017年2月には実験車両協力者の公募を、2017年4月には実証実験の地域選定と公募を、それぞれ実施した。2018年8月現在、主に技術的な検証を速やかに実施するための実験箇所(地域指定型)として5か所、主にビジネスモデルの検討を行うための実験箇所(公募型)として8か所、ビジネスモデルの更なる具体化に向けたフィージビリティスタディを行う実験箇所として5か

所、計18か所の「道の駅」が選定されている。

実験箇所の選定後、2017年度中に各地域で「地域実験協議会」が設置され、協議会を調整・検討機関として、複数の実証実験が実施された。実験では人間の輸送可能性に加えて、「道の駅」を集配拠点とした貨客混載の手法、雪道や急勾配などを含む中山間地域の道路における走行可能性、スマートフォンによる車両の呼び出し、高齢者への心理的影響などが検証された。

並行して、2017年7月には「中山間地域における道の駅等を拠点とした自動運転ビジネスモデル検討会」が設置された。各地の実験で蓄積されたデータを活用し、産学官が連携して社会実装に向けたビジネスモデルの検討を行うこととしており、2018年7月までに4回の検討会が開催された。

(5) その他の動向

●JPN TAXI販売開始

2017年10月、トヨタ自動車株式会社はタクシー専用車JPN TAXI（ジャパントクシー）を発売した（図Ⅲ-2-4-6）。ゆとりある座席空間やスーツケース2個を平積み可能なラゲージルームなどを備え、2018年3月末までに約4千台が販売された。

同車は国交省による「標準仕様ユニバーサルデザインタクシー認定制度」のレベル1（構造上優れたUDタクシー）に適合している。国交省はUDタクシーを含む福祉タクシーの整備目標として、2020年度までに約2万8千台を導入することとした。

導入推進のための施策として、国交省は2018年1月に「地域公共交通確保維持改善事業費補助金」または「訪日外国人旅行者受入環境整備緊急対策事業費補助金」を活用し、車両の導入に対して補助を行った。地方においては、東京都、

神奈川県、横浜市、川崎市などの自治体において普及促進事業が展開された。

●九州観光周遊ドライブバスの販売実績を発表

2017年6月、NEXCO西日本は前年度に実施した「九州観光周遊ドライブバス」について、21万8千件の利用実績があり、NEXCO3社が実施する高速道路周遊企画商品として過去最多の利用件数を記録したと発表した。また、バスの利用により生じた観光消費額を、約150億円と推計した。

同バスは2016年4月に発生した熊本地震の後、NEXCO西日本が独自に企画した割引商品であり、購入者は連続する3日または4日間、同社が管理する九州の高速道路が定額で乗り放題となった。

（那須 将）

図Ⅲ-2-4-6 東京都内を営業走行するJPN TAXI



写真：那須将 画像の一部を加工

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、定員稼働率ともに増加・改善に転じる
外国人宿泊者数の伸びが拡大

(1) 供給動向

旅館・ホテル・簡易宿所の軒数、旅館・ホテルの客室数の推移は、表Ⅲ-3-1のとおりである。

2016年度の旅館軒数は39,489軒、前年度より1,172軒減（前年度比2.9%減）、旅館客室数は691,962室、同9,694室減（同1.4%減）となった。ホテル軒数は10,101軒、同134軒増

（同1.3%増）、ホテル客室数は869,810室、同23,478室増（同2.8%増）となった。簡易宿所軒数は29,559軒、同2,390軒増（同8.8%増）となった。旅館は軒数・客室数ともに減少傾向が続いているのに対して、ホテルについては増加が続いており、ここ数年は伸び率が拡大する傾向にある。簡易宿所の軒数は、ここ数年の2～3%の伸び率を大きく上回るおよそ9%の増加となった。

10年前の2006年度と比較すると、旅館は14,581軒減で27.0%減、ホテルは936軒増で10.2%増、簡易宿所は6,982軒増で30.9%増となっている。

表Ⅲ-3-1 旅館・ホテル・簡易宿所 軒数・客室数の推移

年度	旅館						ホテル						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(%)
2006	54,070	△2.7	842,493	△0.9	15.58	0.28	9,165	1.9	721,098	3.3	78.68	1.00	22,577	0.8
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
2016	39,489	△2.9	691,962	△1.4	17.52	0.27	10,101	1.3	869,810	2.8	86.11	1.20	29,559	8.8
2016/2006		△27.0		△17.9				10.2		20.6				30.9

資料：厚生労働省「衛生行政報告例（生活衛生関係）」をもとに（公財）日本交通公社作成

表Ⅲ-3-2 従業者数別（観光目的割合別）、宿泊施設タイプ別の宿泊者数、平均泊数、稼働率（2017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)		客室稼働率(%)		定員稼働率(%)		
		前年比(%)		前年比(%)		対前年増減(泊)		前年差(ポイント)		前年差(ポイント)	
総数	49,819	1.2	37,545	0.5	1.33	0.01	60.8	1.1	40.3	1.2	
従業者数0～9人	7,338	△3.3	5,076	△5.9	1.45	0.04	31.4	0.6	18.0	0.7	
	観光目的50%以上	3,645	△1.4	2,777	△3.3	1.31	0.03	20.6	1.0	13.2	0.7
	観光目的50%未満	3,689	△4.9	2,295	△8.9	1.61	0.07	43.9	△1.0	28.1	△0.6
従業者数10～29人	14,457	3.1	10,788	2.1	1.34	0.01	68.6	0.5	47.6	0.9	
	観光目的50%以上	4,627	5.3	3,585	3.4	1.29	0.02	53.8	1.7	32.6	1.7
	観光目的50%未満	9,818	2.0	7,193	1.5	1.36	0.01	74.2	0.1	60.8	△0.1
従業者数30～99人	15,283	1.0	12,132	0.8	1.26	0.00	72.1	0.6	51.1	0.5	
	観光目的50%以上	7,821	0.8	6,449	0.0	1.21	0.01	64.3	1.0	42.1	0.6
	観光目的50%未満	7,451	1.2	5,675	1.6	1.31	△0.01	77.7	0.4	65.7	0.1
従業者数100人以上	12,742	1.9	9,549	1.9	1.33	0.00	75.6	0.9	56.4	△0.1	
	観光目的50%以上	9,280	4.4	7,055	4.4	1.32	0.00	72.8	1.1	52.8	△0.1
	観光目的50%未満	3,460	△4.2	2,493	△4.4	1.39	0.00	81.2	1.1	68.7	0.5
タイプ別	旅館	9,827	△4.3	8,161	△4.6	1.20	0.00	38.1	1.0	24.5	0.4
	リゾートホテル	7,235	1.4	5,645	1.6	1.28	△0.00	57.8	0.9	42.5	0.3
	ビジネスホテル	21,152	1.5	15,612	1.1	1.35	0.01	75.4	1.0	64.2	1.3
	シティホテル	7,973	3.8	5,602	2.6	1.42	0.02	79.4	0.7	66.9	0.1
	簡易宿所	2,828	14.3	1,954	10.8	1.45	0.04	27.6	2.6	16.1	1.5
	会社・団体の宿泊所	802	△4.4	569	△2.6	1.41	△0.03	27.7	0.6	19.0	0.9
うち外国人宿泊者数	7,800	12.4	4,975	10.3	1.57	0.03					
	旅館	807	3.7	646	3.9	1.25	△0.00				
	リゾートホテル	1,020	9.6	721	9.2	1.41	0.00				
	ビジネスホテル	2,869	14.4	1,825	11.7	1.57	0.04				
	シティホテル	2,742	9.8	1,566	7.5	1.75	0.04				
	簡易宿所	344	69.5	209	67.2	1.65	0.02				
	会社・団体の宿泊所	19	△17.4	8	△20.0	2.38	0.08				

(注) 総数には、従業者数別（観光目的割合別）で見えた場合、宿泊目的割合不詳を含む。宿泊施設タイプ別で見えた場合、宿泊施設タイプ不詳を含む。

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

軒数及び客室数をもとにした2016年度の1軒当たり平均客室数は、旅館が17.52室（前年度より0.27室増）、ホテルが86.11室（同1.20室増）となった。

民間の調査機関の調べによると、建設工事の標識設置届からみると、東京など大都市においてホテル（旅館、簡易宿所を含む）の新設計画が増加傾向にあり、例えば東京都区部では2015年は27件、2016年は41件の新設計画があったが、2017年以降は45件あるとされている（出典：（株）都市未来総合研究所「不動産レポート2017」）。

(2) 宿泊者数

2017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4億9,819万人泊、前年比1.2%増となった。実宿泊者数は3億7,545万人泊、同0.5%増となった。いずれも2016年のマイナスの伸びから増加に転じた。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1.33泊で、前年とほぼ同じ水準となった。

従業者数別にみると、延べ宿泊者数については、「従業者数0～9人」が前年比3.3%減、「従業者数10～29人」が同3.1%増、「従業者数30～99人」が同1.0%増、「従業者数100人以上」が同1.9%増となった。実宿泊者数については、「従業者数0～9人」が前年比5.9%減、「従業者数10～29人」が同2.1%増、「従業者数30～99人」が同0.8%増、「従業者数100人以上」が同1.9%増となった。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の水準となった。

宿泊施設タイプ別にみると、延べ宿泊者数は、約4%の減少となった「旅館」と「会社・団体の宿泊所」を除いてプラスに転じた。特に「簡易宿所」は14.3%増となった。実宿泊者数についても同様に、「旅館」と「会社・団体の宿泊所」を除いてプラスとなり、特に「簡易宿所」が10.8%と大幅な増加となった。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が、ここでも「簡易宿所」の伸びがやや大きかった。

外国人宿泊者数については、延べ宿泊者数が7,800万人泊で前年比12.4%増、実宿泊者数が4,975万人泊で同10.3%増となり、2年ぶりに2桁増と伸び率が拡大した。

宿泊施設タイプ別にみると、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」の伸びが約70%増と最も大きくなっている。これに次いで「ビジネスホテル」が2桁増となっている。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2.38泊と最も長く、対前年0.08泊増と他と比べると大きくなっている。

(3) 客室稼働率及び定員稼働率

2017年の客室稼働率及び定員稼働率は、表Ⅲ-3-2のとおりである。

年間の客室稼働率は60.8%、前年差1.1ポイント増、定員稼働率は40.3%、同1.2ポイント増となった。

従業者数別にみると、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75.6%、同0.9ポイント増、定員稼働率は56.4%、同0.1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、いずれの稼働率も低くなっている（客室稼働率は20.6%、定員稼働率は13.2%）。

宿泊施設タイプ別にみると、「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75%以上、定員稼働率が60%以上となっている。

■ 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」、「簡易宿所」が高い

(1) 客室稼働率

2017年の客室稼働率を四半期別にまとめたものが表Ⅲ-3-3である。

最も高いのは「7～9月期」の63.8%（前年同期差0.0ポイント）、最も低いのは「1～3月期」の56.9%（同0.0ポイント）で、この傾向は前年と同様であり、全ての期において前年同期差は0.0で、年計では60.5%、同0.8ポイント増であった。

従業者数別にみると、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35.9%にとどまっている。この期以外においても、従業者数10人以上の施設は年間を通じて65%以上を維持しているのに対して、10人未満の施設の稼働率は30%前後となっている。前年同期差をみると、「4～6月期」はいずれの施設も1～2ポイント増となったのに対して、「10～12月期」は従業員数10人未満の施設を除いて、およそ2.0から5.0ポイントの減少となった。

宿泊施設タイプ別にみると、「簡易宿所」が年間を通して前年同期差プラスとなったが、ほかの施設はいずれも「10～12月期」がマイナスとなった。この期は「小規模な簡易宿所」以外は前年よりも客室稼働率が下がったと言える。

(2) 定員稼働率

2017年の定員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44.3%（前年同期差0.0ポイント）、最も低いのは「1～3月期」の36.6%（同0.0ポイント）で、この傾向は前年と同様であり、全ての期において前年同期差は0.0で、年計では40.1%、同1.0ポイント増であった。

従業者数別にみると、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23.2%にとどまっている。この期以外においても、従業者数10人以上の施設はおおむね45%以上を維持している。前年同期差をみると、最も稼働率が低い「1～3月期」は

全ての規模の施設で前年同期差がマイナスとなっている。

宿泊施設タイプ別にみると、「リゾートホテル」の定員稼働率がほぼ年間を通して前年同期差マイナスが続いた一方で「簡易宿所」と「会社・団体の宿泊所」は、ほかの施設タイプが他期に比べて比較的稼働率を落とす「1～3月期」も2.4、3.1のポイント増となるなど、稼働率自体は10～20%台と高くはないが、前年からの伸びが大きくなった。

(3) 外国人宿泊者比率

2017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-3-5である。

最も高いのは「4～6月期」の17.1%（前年同期差1.6ポイント増）、次いで「10～12月期」の16.2%（同2.7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、特に「10～12月期」の伸びが大きかった。

宿泊施設タイプ別にみると、「会社・団体の宿泊所」が年間を通して前年同期差がマイナスになったのに対して、そのほかのタイプの年計の比率については前年よりも増加し、最も伸びたのが「簡易宿所」の3.9ポイント増であった。

表Ⅲ-3-3 2017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	60.5	0.8	56.9	0.0	57.5	0.0	63.8	0.0	60.3	0.0	
従業者数別	0～9人	28.3	△2.5	28.3	0.1	29.6	1.0	35.9	△0.3	30.5	0.1
	10～29人	68.9	0.8	65.5	0.0	67.6	1.4	72.3	0.5	66.2	△2.6
	30～99人	72.0	0.5	68.0	△0.5	70.7	1.4	75.4	0.0	69.3	△3.5
	100人以上	75.8	1.1	72.0	△0.9	74.2	2.1	79.4	1.8	70.9	△5.1
宿泊施設タイプ別	旅館	37.5	0.4	35.0	0.3	35.2	1.3	41.8	0.1	37.2	△0.9
	リゾートホテル	57.5	0.6	55.1	△0.5	53.5	1.6	63.8	0.1	47.9	△8.1
	ビジネスホテル	75.3	0.9	71.6	△0.3	74.0	1.3	77.9	0.6	73.9	△1.8
	シティホテル	79.5	0.8	75.1	△0.9	79.1	1.5	82.3	1.1	76.6	△3.4
	簡易宿所	28.0	3.0	24.4	4.0	26.9	3.5	34.6	2.1	24.6	0.8
	会社・団体の宿泊所	29.4	2.3	26.8	4.8	29.5	2.0	34.1	1.1	22.9	△2.5

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-3-4 2017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	40.1	1.0	36.6	0.0	36.9	0.0	44.3	0.0	38.6	0.0	
従業者数別	0～9人	18.0	0.7	15.8	△3.6	16.4	0.9	23.2	0.4	16.3	0.4
	10～29人	47.7	1.0	44.4	△1.4	46.4	1.6	52.7	0.3	46.6	0.8
	30～99人	51.0	0.4	47.6	△0.1	49.1	1.0	55.4	0.1	51.2	0.1
	100人以上	56.8	0.3	54.2	△0.8	54.6	1.2	61.2	0.4	56.5	△0.2
宿泊施設タイプ別	旅館	24.2	0.1	22.4	0.1	22.2	0.5	28.2	0.1	23.8	△0.4
	リゾートホテル	42.1	△0.1	41.3	△0.1	37.5	0.7	49.0	△0.9	40.2	△0.1
	ビジネスホテル	63.7	0.8	60.2	0.0	62.6	1.5	67.4	0.3	63.7	0.7
	シティホテル	67.0	0.2	62.6	△1.6	66.4	0.5	70.9	0.5	67.2	0.7
	簡易宿所	16.6	2.0	12.8	2.4	15.4	2.1	23.9	1.4	13.5	1.5
	会社・団体の宿泊所	20.0	1.9	17.1	3.1	20.0	1.4	25.5	1.5	17.2	1.7

資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」をもとに（公財）日本交通公社作成

表Ⅲ-3-5 2017年四半期別外国人宿泊者比率（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	15.7	1.6	15.6	0.5	17.1	1.6	13.9	1.5	16.2	2.7	
宿泊施設タイプ別	旅館	8.2	0.6	9.1	△0.0	9.1	0.6	6.5	0.7	8.6	1.2
	リゾートホテル	14.1	1.1	15.0	△0.8	16.6	1.6	10.5	0.7	15.2	2.6
	ビジネスホテル	13.6	1.5	12.6	0.7	14.3	1.5	13.3	1.4	14.0	2.5
	シティホテル	34.4	1.9	33.6	0.6	36.8	1.6	33.1	2.2	34.1	3.0
	簡易宿所	12.2	3.9	14.7	4.1	14.3	4.5	8.4	2.0	14.2	6.3
	会社・団体の宿泊所	2.4	△0.4	2.4	△0.1	2.1	△0.4	2.4	△0.6	2.6	△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

3 2017年の話題

住宅宿泊事業法が施行
異業種によるユニークな新規計画・開業
宿泊施設の雇用問題への取り組みが活発に

(1) 民泊をめぐる動き

「民泊」とは、住宅を活用して提供する宿泊サービスを言うが、この民泊を継続反復して有償で行う場合は、旅館業法の許可が必要となる。現在法的に認められる民泊はイベント民泊や農家民泊など6つあるとされているが（日本橋くるみ行政書士事務所による）、その中の住宅宿泊事業は2017年6月に公布された住宅宿泊事業法において、年間180日を超えない範囲で住宅に人を宿泊させる事業として定義された。これは旅館業法の適用除外となっており、民泊を継続反復して有償で行うことが認められている（2018年6月施行）。

民泊は、外国人旅行者の急増を背景として生じている宿泊需要を受け止め、地域や住宅のオーナーなどの特性・個性をベースとして異文化体験や交流も期待できる、比較的リーズナブルな宿泊のスタイルとして推進されるようになった。また、人口減少や市街地の空洞化によって増加している空き家の有効活用という観点からも注目されている。

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などにより、地域住民の生活環境の悪化や近隣住民とのトラブルも招いている。

京都市では、宿泊需要が高まるにつれて、旅館業の許可を得ずに営業する違法民泊が増加した。これに対して京都市は2016年7月に「民泊通報・相談窓口」を開設し、住民からの情報提供などから違法民泊施設を発見し、許可の取得

や営業停止の指導を行っている。同時に、京町家に対する簡易宿所の構造設備基準の緩和措置を設けて比較的容易に簡易宿所の営業許可を取得できるようにしたり、京町家が旅館業法に基づく許可を受ける場合は改修工事費を補助するなどの施策をとっている。これにより京都らしい宿泊体験の機会を提供できる京町家などを舞台に、合法的に民泊を提供する環境が整いつつある。

観光庁は、住宅宿泊事業法施行を控え、2018年2月に「民泊制度ポータルサイト」を、3月に「民泊制度コールセンター」を開設した。これらにより、関係省庁や部局と連携して正しい情報や問い合わせ窓口を提供し、健全な民泊サービスの普及につなげることとしている。

観光庁は同ポータルサイトで都道府県及び保健所設置市（政令市、中核市等、特別区）の全150自治体の条例の制定状況や住宅宿泊事業法に基づく届出及び登録の状況を公表している（表Ⅲ-3-6）。

(2) 異業種の参入や施設の用途変更によるユニークな宿泊施設の計画・開業

2017年も東京都心部を中心にいくつもの再開発事業が進み、高級ホテルや多様な客室タイプを持つ宿泊施設が開業、今後の計画も発表されている（表Ⅲ-3-7）。そうした中には宿泊業界以外の異業種による宿泊施設の開業・計画もみられた。

下着メーカーのワコールは、自社の拠点である京都を中心に京町家・古民家を活用する宿泊事業に参入、その1号館「京の温所（おんどころ）」を京都の岡崎に開業した（2018年4月開業、延床面積91.94㎡を1棟貸し、定員6名、簡易宿所）。2018年度中に京都市内に4軒を開業予定とのことである。京

表Ⅲ-3-6 自治体の住宅宿泊事業に係る条例やその他の独自ルールの制定状況

都道府県及び保健所設置市（政令市、中核市等、特別区）の全150自治体の2018年8月1日時点における状況

1. 区域・期間制限を含む条例を制定している自治体（50自治体）	北海道、札幌市、仙台市、山形県、福島県、群馬県、川口市、千代田区、中央区、港区、新宿区、文京区、台東区、江東区、品川区、目黒区、大田区、世田谷区、渋谷区、中野区、杉並区、荒川区、板橋区、練馬区、足立区、長野県、新潟県、金沢市、神奈川県、横浜市、静岡県、名古屋市、三重県、滋賀県、倉敷市、奈良県、奈良市、大阪市、堺市、京都府、京都市、兵庫県、神戸市、西宮市、尼崎市、姫路市、明石市、島根県、沖縄県、那覇市
2. 区域・期間制限はせず、行為規制のみの条例を制定している自治体（4自治体）	豊島区、八王子市、岐阜県、和歌山県
3. 条例制定を行わないこととしている自治体（38自治体）	秋田県、宮城県、栃木県、茨城県、埼玉県、東京都、墨田区、北区、葛飾区、江戸川区、町田市、川崎市、相模原市、横須賀市、茅ヶ崎市、藤沢市、愛知県、新潟市、富山県、福井県、大阪府、枚方市、八尾市、鳥取県、鳥取市、岡山県、岡山市、広島県、広島市、山口県、徳島県、香川県、愛媛県、福岡県、熊本県、大分県、佐賀県、長崎県
4. 対応検討中の自治体（9自治体）	●条例制定について検討中（保健所設置市については権限委譲済み） 青森県、岩手県、千葉県、石川県、山梨県、高知県、宮崎県、鹿児島県 ●権限委譲について検討中 川越市
5. 権限委譲しない自治体（49自治体）	函館市、旭川市、小樽市、青森市、八戸市、盛岡市、秋田市、郡山市、いわき市、福島市、宇都宮市、前橋市、高崎市、さいたま市、越谷市、千葉市、船橋市、柏市、富山市、長野市、岐阜市、静岡市、浜松市、豊田市、豊橋市、岡崎市、四日市市、大津市、高槻市、東大阪市、豊中市、和歌山市、松江市、呉市、福山市、下関市、高松市、松山市、高知市、福岡市、北九州市、久留米市、大牟田市、長崎市、佐世保市、熊本市、大分市、宮崎市、鹿児島市

出典：観光庁「民泊制度ポータルサイト」より（公財）日本交通公社作成

町家の再生にはフジサンケイグループなども参入しており、京都における旺盛な宿泊需要と、施設の老朽化及び所有者の高齢化などに起因する空き家の増加への対応策として取り組みが活発化している。

このほか、出版流通大手の日本出版販売は、「本に囲まれて“暮らす”ように滞在する」をコンセプトに、箱根町強羅に「箱根本箱」を開業（2018年8月）、無印良品はコンセプトや内装デザインを監修し、家具やアメニティグッズを自社製品とする「（仮称）MUJI HOTEL」を東京銀座に開業するとして（2017年6月着工、2019年春開業予定）。

施設の用途変更による宿泊施設の開業計画としては、ソラレホテルズ・アンド・リゾーツグループが、国の重要文化財である奈良少年刑務所（旧・奈良監獄）（2017年3月に閉鎖）を宿泊・飲食施設として整備する事業の優先交渉権を獲得した。独房を改修したり新たに増築するなどして宿泊施設を開業する。

(3) 宿泊施設の雇用問題への対応

宿泊施設の従業員の確保は、業界として喫緊の全国共通の課題である。京都市は宿泊施設の経営者及び従業員を対象にアンケート調査とヒアリングを実施、有識者検討会を開催することで、雇用の実態とニーズを把握し、雇用の安定・質の向上に向けた対応策を検討した（「宿泊業における雇用の

安定に向けた調査研究」、2017年4月公開）。

宿泊施設単位で、ITを活用した生産性の向上や、休館日の導入などによる従業員の休日の確保といった取り組みとともに、業界団体や温泉地など地域としての取り組みもみられた。全国旅館ホテル生活衛生同業組合連合会青年部は、旅館・ホテル求人転職サイト「旅館・ホテルでおしごと.net」を開設（2017年9月）、全国の宿泊施設の求人情報の中から職種や勤務地、勤務条件などごとに検索することが可能になった。石川県加賀市と加賀温泉郷DMO（加賀市観光交流機構）は、温泉旅館雇用促進プロジェクト「KAGALルート」に取り組んでおり、民間の人材採用支援会社と連携して旅館・ホテル専用の求人サイトを開設した（2017年10月）。市内に3つの温泉郷を有する加賀市では宿泊業が基幹産業であり、地方創生推進交付金を活用し、市と業界団体が連携して雇用問題に取り組んでいる。

全国8つの温泉地を会員とする温泉まちづくり研究会（事務局：（公財）日本交通公社）は、宿泊施設における雇用問題を喫緊の課題と捉え、8温泉地にて共通の調査票で従業員を対象とするアンケート調査を実施した。見えてきた現状や課題は各温泉地の規模や地域特性などによって異なるものの、例えば、施設の垣根を越えた従業員同士の交流会や温泉地として新規就労者を迎える「合同入社式」の開催など、参考になる取り組み事例が共有された。

（岩崎比奈子）

表Ⅲ-3-7 東京・大阪圏における主な新規開業施設等の概要（2017年～2018年夏）

施設名	所在地	概要	開業年月
アスコット丸の内東京	東京都千代田区	シンガポール拠点のアスコット社が最上級ブランドのサービスレジデンス「アスコット丸の内東京」を開業。同ブランドは日本初上陸。大手町パークビルディングの22階から29階まで。客室数は全130室。	2017年3月
和空 下寺町	大阪府大阪市	南北1,400m、東西400mのエリアに約80の寺院が集まる下寺町内に立地、宿坊体験が可能で、食事は精進料理。翌朝は周辺寺院での朝のお勤めへの参加も可能。	2017年4月
相鉄フレッサイン京都四条烏丸・京都駅八条口	京都府京都市	「相鉄フレッサイン」の初の関西展開。「四条烏丸」の客室数は140室、「京都駅八条口」は138室。「四条烏丸」は京都で220年続く老舗「田中長奈良漬店」の店舗立て替えに伴い、複合建築として実現した。	2017年4月
TRUNK HOTEL（トランク ホテル）	東京都渋谷区	新しい社会貢献のスタイル「ソーシャライジング」の発信拠点。様々な企業との協働を含めて10のコンテンツを提供。貸出無料の図書館は青山ブックセンターと協働。コーヒースタンドでは、収益の一部を渋谷区社会福祉協議会へ寄付。	2017年5月
箱根・芦ノ湖 はなをり	神奈川県箱根町	オリックスグループが初めて運営する温泉旅館。芦ノ湖や庭園が見える内風呂・露天風呂をはじめ、変わり湯や寝湯、サウナなどもあり。レストランの食材は箱根の地のものを使用。	2017年8月
ホテルニューオータニの「新江戸シングル」ルーム	東京都千代田区	新タイプの客室「新江戸シングル」ルーム提供開始。主な対象は訪日外国人客で、江戸の伝統文化や日本の最新技術を体験できるよう工夫。日本庭園を望む26㎡の部屋で、ヒノキ風呂と日本式のアメニティ、日本酒などを提供する。	2017年10月
変なホテル東京 西葛西	東京都江戸川区	「世界初の、ロボットが働くホテル」としてギネス認定された最先端のロボットホテル。チャットで予約可能。AIや人工知能が対応する。全100室を7名で運営。	2017年12月
Hotel Amaterace縁〜よすが	大阪府大阪市	大阪で初めて、ビットコイン（仮想通貨）での決済を導入したホテルで、価格設定においてもAI（人工知能）とビッグデータによる需要予測で適正値を算出。	2017年12月
The Millennials Shibuya	東京都渋谷区	ミレニアル世代向けの宿泊施設「The Millennials Shibuya（ザ・ミレニアルズ・シブヤ）」が開業。5階から10階までが宿泊階で、同社がカプセルホテルを応用して自社開発した客室ユニット「スマートポッド」を120ユニット設置。チェックイン時に渡されるiPadで、スマートポッド内のすべての機能が操作可能。	2018年3月
箱根本箱	神奈川県箱根町	箱根強羅温泉に「本に囲まれて“暮らす”ように滞在する」をコンセプトとするホテル「箱根本箱」が開業。施設全体のプロデュースと運営は、株式会社自遊人が担当。	2018年8月

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
施設は拡充・入場料は値上げ

(1) 集客交流施設の動向

●遊園地・テーマパークの動向

2017年度の遊園地・テーマパークの売上高は6,852億円（前年度比3.0%増）、入場者数は7,803万人（前年度比2.9%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39,978人（前年度比0.5%増）と前年を上回った（表Ⅲ-4-1-1）。

主要施設の入場者数はほぼ横ばいで推移している。テーマパーク・遊園地では、東京ディズニーランド・ディズニーシーが前年を上回った。ユニバーサル・スタジオ・ジャパンは、2017年4月に運営会社である株式会社ユー・エス・ジェイが米国メディア大手のコムキャストの完全子会社になってから、年間入場者数を非公表としている（表Ⅲ-4-1-2）。

●主要テーマパークの主な動向

<東京ディズニーリゾート>

2017年度の入場者数は、前年比0.3%増の3,010万人となり、前年と比較して10万人の増加となった。2014年度に過去最高の入場者数を記録して以降、2年度連続の減少が続いていたが、2017年度は増加に転じた。2016年度まで3年続いていた入園料の値上げは、2017年度にはなく、新アトラクションなどが好調だったことが背景にあるとみられる。

東京ディズニーシーでは、2017年5月にオープンした新アトラクション「ニモ&フレンズ・シーライダー」が人気だったほか、夏休み期間である2017年7月～8月に開かれた夏の特別イベント「ディズニー・パイレーツ・サマー」も好評であった。

東京ディズニーランドでは、2017年11月～12月にかけて特別なナイトエンターテインメント企画として、シンデレラ城に映画のシーンなどを映し出す新キャスルプロジェクション「ディズニー・ギフト・オブ・クリスマス」を実施した。

オリエンタルランドは、2017年4月、開園以来最大規模となる750億円を投じた大規模開発の起工式を開催した。映画「美

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 (%)	
2013年度	588,871	16.5	77,302,155	7.1	35,897
2014年度	629,103	6.8	80,215,781	3.8	36,946
2015年度	653,680	3.9	81,188,854	1.2	38,868
2016年度	665,011	1.7	80,346,541	△1.0	39,788
2017年度	685,186	3.0	78,026,318	△2.9	39,978

※1) 2016年1月より一部数値に変更が生じたため、以前の数値と不連続が生じており、伸び率もこれを調整した。
※2) 2015年1月より調査対象の見直しを行ったため、以前の数値と不連続が生じており、伸び率もこれを調整した。

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	2013年度	2014年度	2015年度	2016年度	2017年度
東京ディズニーランド・ディズニーシー（千葉県浦安市）	1983/2001	3,129	3,138	3,019	3,000	3,010
ユニバーサル・スタジオ・ジャパン（大阪府大阪市）	2001	1,050	1,270	1,390	1,460	-
ナガシマリゾート（三重県桑名市）※1	1964	620	1,505	1,515	1,510	1,530
ハウステンボス（長崎県佐世保市）	1992	248	290	307	280	280
鈴鹿サーキット（三重県鈴鹿市）	1963	197	199	208	201	204
東京スカイツリー（東京都墨田区）	2012	619	531	479	449	444
東京都恩賜上野動物園（東京都台東区）	1882	349	369	397	397	441
沖縄美ら海水族館（沖縄県本部町）	2002	304	323	341	363	378
名古屋市東山動植物園（愛知県名古屋市）	1937	223	227	258	241	260
旭川市旭山動物園（北海道旭川市）	1967	165	165	152	143	143
金沢21世紀美術館（石川県金沢市）	2004	147	176	237	255	237
国立新美術館（東京都港区）	2007	203	262	229	285	283
国立科学博物館（東京都台東区）※2	1877	237	174	221	247	288
広島平和記念資料館（広島県広島市）	1955	138	131	150	174	168
首里城（沖縄県那覇市）	1992	173	181	188	189	181
兼六園（石川県金沢市）	1874	173	204	309	291	280
グラバー園（長崎県長崎市）	1974	102	104	122	99	124

※1) 2014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

女と野獣」やディズニーキャラクター「ベイマックス」をコンセプトとするエリアの新設や、新キャラクターグリーティング施設、ライブエンターテインメントシアターの設置などが計画されている。

2018年4月に開園35周年を迎える東京ディズニーリゾートでは、アトラクションのリニューアルオープンなどが予定されており、更なる集客力の向上が期待される。

<ユニバーサル・スタジオ・ジャパン>

2017年度の年間入場者数は非公表だが、2017年の訪日外国人の来場者数は200万人と過去最高を記録した。訪日外国人の来場者数は、人気映画「ハリー・ポッター」のエリアを新設した2014年から急増し、2017年までの3年間で約2倍となった。国・地域別にみると、中国や韓国といったアジアが中心となっている。株式会社ユー・エス・ジェイは、台湾や香港に営業拠点を設けており、現地ブロガーを定期的に招聘しSNSで情報発信をしてもらう取り組みを行っている。アニメやゲームといった国産コンテンツを集めた「ユニバーサル・クールジャパン」も訪日来場者に人気のイベントとなっており、こうした取り組みが入場者数の押し上げに影響しているとみられる。

2017年4月、アニメ映画「怪盗グルー」シリーズ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。また、同年6月に、任天堂の人気キャラクターやゲームの世界観をテーマにしたエリア「SUPER NINTENDO WORLD」が着工した。そして2018年1月には、エンターテインメントへの追加投資などを背景に、9年連続でスタジオ・パス（入場券）の価格を改定、1日券のスタジオ・パスは、大人が7,600円から7,900円、子どもが5,100円から5,400円、シニアが6,830円から7,100円へとそれぞれ値上がりとなった。

<ハウステンボス>

2017年度の入場者数は、前年度から横ばいの280万人となった。悪天候や休日の日並びが悪かったことなどが大きく影響していると考えられる。

ハウステンボスは、開業25周年を記念し、ハロウィンイベントや「花の世界大会&ガーデニングショー」、「光の王国」などを次々と展開した。2017年11月には大型花火イベント「スーパーワールド花火」や「パレスハウステンボス3Dプロジェクトンマッピング」などの独自コンテンツを投入した。

また2017年6月、運営会社であるハウステンボス株式会社は、2020年を目標に中国でテーマパークを開設する方針を表明した。欧州の街並みや花と緑をテーマにした音楽イベントなどを展開する予定で、投資額は1,000億～2,000億円を見込んでいる。また2018年3月には、球体型で移動式の水のホテル「ノアの球船」を公開した。ハウステンボスが沖合の無人島で提供する探検ツアーに参加する来園者が対象で、2018年夏頃に本格運航を始める予定となっている。

こうしたアトラクションや無人島開発を背景に、2018年3月より入場料金を改定した。施設利用なしの入場チケットは、大人が4,400円から4,500円に、1DAYパスポートも大人が6,900円

から7,000円にそれぞれ値上がりとなった。そのほか、2DAY・3DAYパスポートなども大人・中人・小人・シニアすべての券種が100円の値上げとなった。

<レゴランド・ジャパン・リゾート>

2017年4月に開業したレゴランドは、同年8月に年間パスポート利用者の同行者2人までの入場を無料とし、さらに園内のレストランでの飲食代を3人とも3割引とする企画などを打ち出した。その効果もあり、同年9月に来場者が100万人を突破した。2018年4月には、隣接する水族館「シーライフ名古屋」と「レゴランド・ジャパン・ホテル」がオープンした。

<スペースワールド>

2017年12月に、1990年4月からの27年にわたる営業に幕を閉じた。ファンなどの駆け込み来園もあり、2017年の年間入場者数は190万人を超えた。跡地については、イオンモールがショッピング施設や娯楽施設などを検討しており、2021年の開業を目指している。

●その他の集客交流施設の動向

<東京都恩賜上野動物園>

2017年6月に、ジャイアントパンダの雌の赤ちゃんが誕生した。同年8月に募集した赤ちゃんの名前には、過去最高となる32万2,581件の応募があり、「香香（シャンシャン）」に決定した。

この29年ぶりの赤ちゃんの公開もあり、2017年度の入園者は441万人となった。400万人を超えたのは、11年度に470万人を記録して以来6年ぶりである。

<あしかがフラワーパーク>

2017年10月～2018年2月において、イルミネーションイベント「光の花の庭～フラワーファンタジー2017～」を開催した。このイベントは、「第5回イルミネーションアワード」のイルミネーション部門において、2年連続で第1位を獲得した。

2018年4月には、来場者による交通渋滞の緩和などを目的に、足利市がJR東日本に設置を求めた請願駅「あしかがフラワーパーク駅」が開業した。

(2) 集客交流施設の整備動向

●複合施設

<GINZA SIX>

2017年4月、松坂屋銀座店跡地など2街区の再開発に伴い開業した。エリア最大級の241店舗からなる商業施設のほか、オフィス、観光拠点などの機能を有する。

<JRゲートタワー>

2017年4月、JR東海による延床面積約26万㎡、高さ約220m、地上46階建ての高層複合ビルが名古屋駅に開業した。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、隣接するJRセントラルタワーズと15階までの全フロアで接続する。

●道の駅(表Ⅲ-4-1-3)

2017年度に新たに27件の道の駅が登録され、総数は1,145件となった。北海道当別町に開業した「北欧の風 道の駅とうべつ」では、24,500㎡の敷地内に直売所や飲食店が整備されている。

●その他(表Ⅲ-4-1-3)

<富山県美術館>

2017年8月、1981年に富山県置県100年事業の一環として富山駅北側に開館した富山県立近代美術館を新築移転した

もので、アートやデザインに関するさまざまな企画展も開催している。

<あいち航空ミュージアム>

2017年11月、愛知県営名古屋空港(同県豊山町)の敷地内に開業した。戦後初の国産旅客機「YS11」や、旧日本軍の零式艦上戦闘機(ゼロ戦)など県内で開発された航空機を展示している。

(武智 玖海人)

表Ⅲ-4-1-3 2017年4月以降にオープンあるいはリニューアルなどを行った主な集客交流施設

施設名	所在地	整備主体	事業費(約)	開設日	施設内容
西武秩父駅前温泉祭の湯	埼玉県秩父市	西武鉄道 西武レクリエーション	25億円	2017.4	年間300以上のお祭りがある秩父にちなみ、「祭」をデザインコンセプトとした複合型温泉施設。西武秩父駅直結で施設内部は温泉エリア、フードコート、物販エリアの3つのエリアで構成される。温泉エリアには有料で利用可能な個室型のプレミアムラウンジも配置。
熊谷天然温泉花湯スパリゾート	埼玉県熊谷市	リゾート花湯の森	-	2017.4	埼玉県深谷市などでホテルやゴルフ場、温湯施設を運営するリゾート花湯の森が整備。源泉掛け流しの約600坪の回遊式露天風呂のほか、8種類の岩盤浴などの設備をもつ大規模温湯施設。体を温めて血流を良くする「温活」関連のサービスに力を入れる。
道の駅 平泉	岩手県平泉町	平泉町	8億円	2017.4	平泉町内の観光情報のほか、岩手県内・三陸ジオパークや北東北の観光周遊誘導情報発信の拠点として機能。地域農産物の直売や地域農産物を活用した加工品といった特産品の開発などを推進。
マリホ水族館	広島県広島市	マリーナホッププロパティ	8億円	2017.6	中国・四国地方最大級のモール「マリーナホップ」に開設。テーマは「心身ともに水塊に癒される水族館」。館内にはバーを設け、コンサートや結婚式などのイベントスペースとしても活用可能。
サンシャイン水族館	東京都豊島区	サンシャインシティ	15億円	2017.7	屋外エリアの「マリンガーデン」を大規模リニューアル。幅約12mのアクリル水槽を備えた「天空のペンギン」や、約85㎡の草原でケープペンギンが眺められる「草原のペンギン」、「カワウソたちの水辺」、「天空バス」、「きらめきの泉」の5つの新展示を開設。
道の駅 ヘルシーテラス佐久南	長野県佐久市	佐久市	17億円	2017.7	「健康長寿」をキーワードに安心安全な野菜や健康長寿食を提供。地域おこし協力隊と連携し、米粉パンや野菜、果物ペーストの開発を推進する。
道の駅のと千里浜	石川県羽咋市	羽咋市	9億円	2017.7	農業等を使わない自然栽培農法の普及と農産物の生産・加工・販売・流通を循環させる拠点として機能。市とJAはくいが進める自然栽培のオリジナル商品の販売も進める。
富山県美術館	富山県富山市	富山県	85億円	2017.8	1981年に整備された富山県立近代美術館の設備不足などを理由に新築移転。建物は地上3階建てで、展示室は計6室を配置。企画展示室では、20世紀美術を中心とした展覧会をはじめ、アートやデザインに関する多様な企画展を開催。飲食施設は1階にカフェ、3階にレストランを設置。
いたて村の道の駅 までい館	福島県飯館村	飯館村	14億円	2017.8	生活必需品の販売やATMの設置など、帰村時の村民の日常生活を支えるための施設を整備。農業復興のため高価値の花卉栽培、展示、販売による営農再開支援拠点として機能。
北欧の風道の駅とうべつ	北海道当別町	当別町	11億円	2017.9	地元農畜産物の直売所やそれらを活用したメニューを提供する飲食店を整備。隣接する市町村や民間企業との連携により、年間の多彩なイベント開催の拠点となる。
あいち航空ミュージアム	愛知県豊山町	愛知県	53億円	2017.11	航空機をテーマにしたミュージアムとして愛知県営名古屋空港に新設。本館は2階建て、延床面積7,860㎡。館内には戦後初の国産旅客機「YS11」やゼロ戦など航空機6機を展示。米国ボーイング社の本社があるシアトル市の「シアトル航空博物館」との協力協定も締結している。
峰山高原スキー場	兵庫県神戸市	神戸市	11億円	2017.12	国内で14年ぶりに新設されたスキー場。家族向け、中・上級者向けの3コース。標高約1,000mの高原に、総延長約3,000mのコースとナイター設備を整備。最寄り駅のJR播磨線寺前駅近くに無料駐車場を設け、駅とスキー場をつなぐシャトルバスを運行。関西エリアだけでなく、世界文化遺産の姫路城が訪日外国人に人気があることから、インパウンドの利用も見込む。
東京銀座朝日ビルディング	東京都中央区	朝日新聞社	140億円	2018.1	同地にあった旧・東京朝日ビルディングの立替えにより整備。地下2階地上12階建て。1・2階はメゾネットとなっている3区画にラグジュアリーブランドショップなどが出店。3～12階は日本初進出となるライフスタイルホテル「ハイアット セントリック 銀座 東京」が開業。計164室の客室を設置。
周南市立徳山駅前図書館	山口県周南市	周南市 カルチャー・コンビニエンス・クラブ	55億円	2018.2	JR徳山駅前に飲食店、交流室、市民活動支援センターで構成される施設として開業。3階建ての総延べ床面積は5,256㎡。TSUTAYAを運営するカルチャー・コンビニエンス・クラブが全国5館目の図書館として同施設の管理を行う。資料点数は約6万点。
東京ミッドタウン日比谷	東京都千代田区	三井不動産	1,300億円	2018.3	地下4階、地上35階、延床面積約18万9000㎡の大型複合施設。地下1階～地上7階の商業フロアと11階～34階のオフィスで構成される。商業フロアにはアーケード型複合ショップや11スクリーンをもつ映画館が開業。
金シャチ横丁	愛知県名古屋	新東通信、MULプロパティ、日本プロパティマネジメントなど	10億円	2018.3	名古屋城正門近くの約8,400㎡と、東門近くの約3,400㎡に名古屋の魅力を発信する飲食・物販施設を整備。飲食店5店舗、物販1店舗を配置する。正門側の「義直ゾーン」は江戸時代の商家をモチーフとした12店舗、東門側の「宗春ゾーン」は現代的なデザインの7店舗が並ぶ。
朱雀門ひろば	奈良県奈良市	奈良県	170億円	2018.3	平城宮跡の保存と活用を通じ「奈良時代を今に感じる空間」として、平城宮跡の朱雀門南側に整備。奈良時代の主要な都大路が一部復元され、かつての平城宮の姿を紹介する展示施設や、飲食・交流施設、観光案内・物販施設などを設置。

資料：新聞・雑誌記事及び各種資料により(公財)日本交通公社作成

2 MICE

国際会議開催件数が3,000件超え。東京は順位を1つ上げる
MICE国際競争力強化に向けたとりまとめが公表
IR実施法が成立

※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、各都市のコンベンションビューローなどによる発表や事業報告などから、日本へのインセンティブ旅行の現況を整理する。

北海道・東北には、台湾からの約500名が2017年2月下旬～3月上旬にかけて、4泊5日で7班に分かれ訪れた。同ツアーは台湾トヨタの成績優秀者に対し報奨旅行として実施されたもので、台湾から仙台空港に到着したあと、宮城県仙台泊、岩手県雫石泊、青森県三沢泊、北海道函館泊と巡るものであった。

千葉には、マレーシアから約500名が健康系企業の国際大会のため、2017年9月28日～10月3日の期間で訪れた。

京都にはシンガポールから4日間360名、静岡には台湾から5日間120名のインセンティブツアーも実施された（詳細は（2）MICEをめぐる動き①国などの動き ●「JAPAN Incentive Travel Awards」受賞案件3件を決定、を参照）。

また各都市のビューローの活動をみると、例えば福岡観光コンベンションビューローは、2017年度に59班9,326名のインセンティブツアーを誘致した。また、神戸国際観光コンベンション協会（現、神戸観光局）は、2017年度のファムトリップ実施により、2017年の中国からの自動車会社インセンティブツアー（90名、延180泊）、2018年の香港からの製菓会社インセンティブツアー（80名、延80泊）の誘致に成功した。

②コンベンション（C）の現況

コンベンション分野は、国際会議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

JNTOの国際会議選定基準に基づき集計された、2016年に我が国で開催された国際会議（2017年数値は未発表）の件数は3,121件（前年比9.6%、274件増）、参加者総数は1,861,012人（前年比5.3%、94,214人増）となった。参加者数の内訳は、国内参加者が1,646,901人（全体の88.5%）、外国人参加者が214,111人（同11.5%）であり、外国人参加者の構成比が昨年より1.6ポイント増加した（表Ⅲ-4-2-1）。

月別では、件数、参加者数とも単月では10月が最も多く（件数395件、参加者数227,785人）、時期としては秋（9～11月）

の開催が多く、この3カ月で件数、参加者数とも35.4%を占めている（表Ⅲ-4-2-2）。

表Ⅲ-4-2-1 国際会議の開催件数・参加者数の推移

	件数 (件)	参加人数(人)				
		総数	うち国内	構成比 (%)	うち 外国人	構成比 (%)
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
2016年	3,121	1,861,012	1,646,901	88.5	214,111	11.5

資料：日本政府観光局（JNTO）「国際会議統計」をもとに（公財）日本交通公社作成

表Ⅲ-4-2-2 月別の国際会議開催件数・参加者数(2016年)

	件数 (件)	構成比 (%)	前年差 (ポイント)	参加人数 (人)	構成比 (%)	前年差 (ポイント)
1月	187	6.0	1.2	68,309	3.7	0.0
2月	206	6.6	0.5	92,283	5.0	△0.8
3月	301	9.6	△4.1	155,694	8.4	0.2
4月	140	4.5	0.3	167,827	9.0	△1.4
5月	219	7.0	△0.3	200,660	10.8	△0.4
6月	266	8.5	0.3	208,970	11.2	0.1
7月	292	9.4	1.7	127,554	6.9	△1.3
8月	196	6.3	0.6	78,781	4.2	0.3
9月	339	10.9	△0.4	219,038	11.8	2.0
10月	395	12.7	0.7	227,785	12.2	△0.8
11月	368	11.8	△1.3	211,789	11.4	△0.4
12月	212	6.8	0.8	102,322	5.5	2.3
合計	3,121	100.0	-	1,861,012	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

●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1,425件（全体の45.7%）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」（580件、全体の18.6%）、「芸術・文化・教育」（344件、同11.0%）と続く。構成比の前年比較では「科学・技術・自然」が2.7ポイントと大きく増加している。その他では「政治・経済・法律」が1.4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、「社会」（0.9ポイント減）、「芸術・文化・教育」（0.8ポイント減）、「産業」（0.7ポイント減）であった。

規模別では、「100人未満」が最も多く988件、次いで「100～199人」が813件で、これら200人未満の規模の国際会議で全体の57.7%を占めている。前年の同構成比は56.0%であり、昨年からは1.7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1.8ポイント増、次いで「200～299人」の0.8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430件(前年比5.9%、24件増)、外国人参加者数は140,305人(前年比26.2%、29,134人増)であった。中・大型国際会議の件数、外国人参加者とも堅調に増加しており、引き続き、中・大型国際会議が多く外国人の参加が期待できる会議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

都市別の開催件数は、東京(23区)が574件と最も多く、次いで福岡市の383件で、上位2都市は前年と変動していない。3位は京都市の278件で、前年の4位からランクアップした。以下、4位に神戸市(260件)、5位に名古屋市(203件)と続き、上位10都市の顔ぶれで前年と変化があったのは、10位の北九州市のみである。参加者数で見ると、前年は件数同様東京(23区)が最も多かったが、今年は件数で6位の横浜市が参加者数311,746人と最も多かった(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162件と最も多く、昨年延续了トップとなった。2位は名古屋大学の128件で、昨年の3位(104件)から1ランクアップした。以下、3位に京都大学(117件)、4位にパシフィック横浜(91件)、5位に神戸大学(84件)と続く。

参加者数は昨年同様パシフィック横浜が最も多く282,070人、昨年の249,189人から約3万人強の増加となった。2位、3位も前年同様で、2位の国立京都国際会館で142,105人、3位の東京ビッグサイトで95,094人となっている。開催件数では上位10会場のうち大学・研究機関が8つを占めるが、参加者数では上位10会場のうち神戸ポートピアホテル以外の9つが会議場施設であり、大学・研究機関では小規模の国際会議が、会議場施設は中・大型の国際会議が多く開かれていることが窺える(表Ⅲ-4-2-6)。

●国際的に見た日本のコンベンションの開催状況

ICCA(国際会議協会:International Congress and Convention Association)が発表した、2017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12,563件(前年比336件増)であった。このうち日本での開催件数は414件(前年比4件増)であり、昨年の過去最高の開

表Ⅲ-4-2-3 分野別・規模別の国際会議開催件数

(分野別)

	2016年		
	件数(件)	構成比(%)	前年差(ポイント)
政治・経済・法律	317	10.2	1.4
科学・技術・自然	1,425	45.7	2.7
医学	580	18.6	△0.6
産業	119	3.8	△0.7
芸術・文化・教育	344	11.0	△0.8
社会	184	5.9	△0.9
運輸・観光	14	0.5	△0.4
社交・親善	72	2.3	△0.1
宗教	9	0.3	0.0
スポーツ	17	0.5	△0.1
その他	40	1.3	△0.5
合計	3,121	100.0	-

(規模別)

	2016年		
	件数(件)	構成比(%)	前年差(ポイント)
100人未満	988	31.7	1.8
100~199人	813	26.0	△0.0
200~299人	390	12.5	0.8
300~399人	203	6.5	0.0
400~499人	116	3.7	△0.3
500~999人	264	8.5	△0.7
1,000~1999人	143	4.6	△0.5
2,000人以上	204	6.5	△1.1
合計	3,121	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・大型国際会議の外国人参加者数

	件数(件)			外国人参加者数(人)		
	総数	うち 中・大型 国際会議	構成比 (%)	総数	うち 中・大型 国際会議	構成比 (%)
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
2016年	3,121	430	13.8	214,111	140,305	65.5

※中・大型会議：参加者総数300人以上かつ外国人参加者数が50人以上の会議
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

2015年				2016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)	557	334,662	1	東京(23区)	574	302,269
2	福岡市	363	158,060	2	福岡市	383	193,591
3	仙台市	221	65,190	3	京都市	278	202,996
4	京都市	218	153,495	4	神戸市	260	101,389
5	横浜市	190	278,986	5	名古屋市	203	99,663
6	名古屋市	178	102,994	6	横浜市	189	311,746
7	大阪市	139	128,350	7	大阪市	180	130,577
8	神戸市	113	101,284	8	仙台市	115	92,141
9	札幌市	107	54,092	9	札幌市	115	63,183
10	千里地区	94	18,080	10	北九州市	105	43,941

資料：日本政府観光局(JNTO)「国際会議統計」をもとに(公財)日本交通公社作成

(注)千里地区：大阪府豊中市、吹田市、茨木市、高槻市、箕面市

催件数を更新した（※前述のJNTOによる統計とは、1回限り開催の会議が除外されるなど選定基準が異なるため、開催件数も異なる）。世界の中での順位としては、昨年同様にアジア・太平洋地域で1位、世界で7位であった。

都市別にみると、アジア・太平洋地域のトップは2016年までと同様シンガポールで160件（世界第6位）であった。アジア・太平洋地域のトップ10に入ったのは国内では東京（5位）のみで、件数は101件（世界18位）であった。17年は開催件数100件を超える都市がシンガポール、ソウル、香港、バンコク、東京の5つであり、香港が前年から20件増加し順位を2つ上げた。一方、北京は前年から32件減少し順位を2つ下げた。（表Ⅲ-4-2-7）。

③エキシビジョン（E）の現況

●展示会の開催件数・出展小間数・参加者数の状況

2017年に我が国で開催された展示会の件数は745件（前年比9.4%、64件増）であった。また、出展者数126,432社（前年比6.5%、7,700社増）、出展小間数173,571小間（前年比36.0%、45,989小間増）、来場者数14,467,813人（前年比13.8%、1,757,999人増）と、全てで前年を上回った。2017年は

隔年開催である大型催事「東京モーターショー」（来場者数約77万人）の開催年であることが来場者数の増加に影響しているものと考えられる。

なお、件数の増加については、展示会の細分化（開催を重ね、出展社数が多くなった展示会などで、より細かいテーマでくり「〇〇展」として独立させること）が影響しているものと考えられる（表Ⅲ-4-2-8）。

月別では、2月が出展者数（15,301社・団体）、出展小間数（26,080小間）で、10月が件数（92件）、来場者数（1,828,451人）で最も多くなっている。また全ての項目で7月、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）。

●2017年に開催された主な展示会

2017年に開催された展示会で最も来場者数が多かったのは「東京モーターショー2017」（会場：東京ビッグサイト）の771,200人で、次いで来場者数が多かったのは「17食博覧会・大阪」（会場：インテックス大阪）の621,195人であった。東京モーターショーは前回（2015年開催）の来場者数812,500人と比較すると41,300人（約5.1%）減少した。

表Ⅲ-4-2-6 会場別の国際会議開催件数、参加者数

(件数)

2015年			2016年		
順位	会場	件数(件)	順位	会場	件数(件)
1	九州大学	158	1	九州大学	162
2	東北大学	110	2	名古屋大学	128
3	名古屋大学	104	3	京都大学	117
4	パシフィコ横浜	93	4	パシフィコ横浜	91
5	京都大学	80	5	神戸大学	84
6	大阪大学	70	6	東京大学	77
7	北海道大学	47	7	東北大学	72
8	東京大学	46	8	大阪大学	61
9	国際連合大学	43	9	大阪府立国際会議場	55
10	国立京都国際会館	39	10	理化学研究所	53

(参加者数)

2015年			2016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	249,189	1	パシフィコ横浜	282,070
2	国立京都国際会館	98,707	2	国立京都国際会館	142,105
3	東京ビッグサイト	85,415	3	東京ビッグサイト	95,094
4	名古屋国際会議場	77,374	4	大阪府立国際会議場	83,454
5	大阪府立国際会議場	76,831	5	福岡国際会議場	67,870
6	神戸ポートピアホテル	69,290	6	仙台国際センター	66,969
7	神戸国際展示場	60,220	7	神戸ポートピアホテル	61,558
8	福岡国際会議場	53,887	8	神戸国際展示場	58,414
9	神戸国際会議場	47,606	9	神戸国際会議場	56,955
10	東京国際フォーラム	41,612	10	名古屋国際会議場	55,238

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	2015年			2016年			2017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	156	7	シンガポール	151	6	シンガポール	160	6
2	ソウル	117	13	ソウル	137	10	ソウル	142	10
3	香港	112	15	バンコク	121	12	香港	119	13
4	バンコク	103	16	北京	113	15	バンコク	110	17
5	北京	95	19	香港	99	19	東京	101	18
6	台北	90	22	東京	95	21	北京	81	25
7	シドニー	86	25	台北	83	24	シドニー	76	26
8	東京	80	28	上海	79	25	台北	76	26
9	クアラルンプール	73	32	クアラルンプール	68	32	メルボルン	67	35
10	ドバイ	56	46	シドニー	61	41	クアラルンプール	65	38

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

最も出展者数が多かったのは「FOODEX JAPAN 2017」(会場:幕張メッセ)の3,197社・団体であった。以下、「第83回東京インターナショナル・ギフト・ショー春2017」(会場:東京ビッグサイト/2,597社・団体)、「第84回東京インターナショナル・ギフト・ショー秋2017」(会場:東京ビッグサイト/2,529社・団体)、「日本ものづくりワールド2017」(会場:東京ビッグサイト/2,454社・団体)、「第46回インターネプコン ジャパン」(会場:東京ビッグサイト/2,250社・団体)、「第51回スーパーマーケット・トレードショー2017」(会場:幕張メッセ/2,054社・団体)と続く。出展者数が2,000社・団体を超えた展示会が2015年5つ、2016年3つであったが、2017年は6つに増加した。

●第三者認証を取得した展示会

日本では、2012年4月から「展示会データ認証制度」(2017年9月に「展示会統計に係る第三者認証制度」から名称変更)が導入されている。本制度は、展示会の「来場者数」又は「来場数」、「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。2017年に認証され

た展示会は15件で、2018年6月末現在では合計77件の展示会が認証を取得している。

(2) MICEをめぐる動き

①国などの動き

●MICE国際競争力強化に向けた取りまとめを公表

MICEの更なる国際競争力強化を図るため、MICE国際競争力強化委員会において「MICE国際競争力強化委員会提言」が、MICE関係府省連絡会議において「関係府省支援アクションプラン2018」がそれぞれ策定され、2018年7月に公表された。

MICE国際競争力強化委員会提言では、官民挙げて目指すべきMICE全体目標を「2030年のMICE関連訪日外国人消費相当額目標:8,000億円」と設定するとともに、「日本の誘致力向上」、「国内主催者のチャレンジを後押し」、「我が国開催の魅力向上」、「国際競争力を支える基盤強化」の4つの柱で施策を推進することや、官民及び関係府省におけるMICE推進プラットフォームの強化などが示された(表Ⅲ-4-2-10)。

関係府省MICE支援アクションプラン2018では、今後の取り組みの基本的考え方として「政府一体となった総力を挙げた

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(%)
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
2017年	745	9.4	126,432	6.5	173,571	36.0	14,467,813	13.8

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(2017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	38	5.1	△ 1.8	6,280	5.0	△ 0.7	7,447	4.3	1.3	669,872	4.6	△ 0.2
2月	78	10.5	3.4	15,301	12.1	3.2	26,080	15.0	0.7	1,608,991	11.1	△ 1.2
3月	41	5.5	△ 1.1	10,424	8.2	1.1	14,578	8.4	△ 0.7	1,296,522	9.0	△ 2.3
4月	91	12.2	0.2	10,354	8.2	0.6	14,183	8.2	0.1	1,815,858	12.6	4.4
5月	71	9.5	△ 1.3	14,565	11.5	1.3	17,482	10.1	2.6	1,602,578	11.1	△ 1.9
6月	75	10.1	△ 0.1	11,517	9.1	0.1	22,745	13.1	6.7	1,219,064	8.4	△ 0.8
7月	68	9.1	1.6	7,014	5.5	△ 0.8	5,649	3.3	0.8	570,180	3.9	△ 0.5
8月	26	3.5	△ 1.6	7,300	5.8	△ 1.9	8,626	5.0	1.0	502,276	3.5	0.3
9月	69	9.3	△ 0.1	12,321	9.7	1.7	17,502	10.1	△ 2.9	1,457,711	10.1	△ 0.2
10月	92	12.3	△ 0.9	15,279	12.1	△ 4.6	16,986	9.8	△ 5.2	1,828,451	12.6	△ 0.8
11月	81	10.9	2.4	13,463	10.6	0.4	18,728	10.8	△ 2.9	1,287,341	8.9	1.7
12月	15	2.0	△ 0.6	2,614	2.1	△ 0.4	3,566	2.1	△ 1.5	608,969	4.2	1.5
合計	745	100.0	-	126,432	100.0	-	173,571	100.0	-	14,467,813	100.0	-

(注) 構成比は四捨五入により合計100%にならない場合がある
 出展小間数の各月合計値は(173,572)だが、資料元データの値(173,571)を用いた

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

取り組み]、「開催地としての魅力向上支援」、「誘致力の更なる強化」、「関係府省施策におけるMICE活用強化」の4つが示されており、それぞれに各種施策が位置づけられている。新規施策としては「MICE相談ワンストップ窓口の役割明確化」、「農産品輸出促進に向けたMICE活用強化」、「地域の文化・歴史的資源を活用した『地域の魅力向上』を目的とした広報強化」が挙げられている。

●国際MICE全体による経済波及効果を約1兆円と初算出

観光庁は2016年度に実施した、日本国内で開催された国際会議による経済波及効果の算出に続き、国際会議(C)に加え企業会議(M)、企業の報奨・研修旅行(I)、展示会(Ex)を対象とした国際MICE(海外からの一定以上の外国人参加者を含むなどの基準を満たすMICE)全体の調査を2017年度に実施した。

調査結果から、2016年開催分の国際MICE全体による経済波及効果は1兆589.3億円、国際MICEの開催及びこれに伴う経済活動に、新たに生じた雇用創出効果は日本全体で96,476人分、税収効果は821.4億円と推計された。また、国際MICEの外国人参加者1人当たりの総消費額は約33.7万円と推計された(表Ⅲ-4-2-11)。

●MICE開催による地域への経済波及効果を測定可能にするツールを改訂：全市町村で測定可能に

観光庁は2018年7月、MICE開催が地域に及ぼす経済波及効果を容易に測定できるツール「MICE開催による経済波及効果測定のための簡易測定モデル」の改訂版をリリースした。従前の2013年度改訂モデルから、①従前は都道府県又は国際会議観光都市のみが測定可能であったが、その他の都市も「任意の都市」とした測定可能に、②MICE開催に伴う参加者の前泊、後泊の宿泊日数も登録可能に、③国際航空運賃、宿泊費などの消費原単位、また、産業連関表を更新、④主催者事業費の上限設定を5億円から50億円に拡大し、主催者事業費の高額化へ対応、の主に4点が変更された。

●「MICEアンバサダー」に12名を新規認定

JNTOは2017年10月に5名を、2018年3月に7名を「MICEアンバサダー」として認定した。MICEアンバサダーとは、国内外に強い影響力を持つ方々で、それぞれの分野の国際会議誘致活動や日本国内における国際会議開催の意義についての普及・啓発活動に加え、会議開催地としての日本の魅力を海外に向けて発信する広報活動に寄与していただく方々である。2013年に観光庁事業として開始されて以来、これまでに

計55名が認定された。MICEアンバサダーの活躍により、2017年度には、「第34回国際電波科学連合総会(URSI GASS 2023)」、「第9回ポリフェノールと健康国際会議(ICPH2019)」、「国際脳神経血管内治療学会議(WFITN2021)」などの大型会議の日本への誘致が成功した。

●「JAPAN Best Incentive Travel Awards」受賞案件3件を決定

日本政府観光局(JNTO)は2016年度より、日本を訪れるインセンティブツアーの表彰制度「JAPAN Best Incentive Travel Awards」をスタートしており、2017年度は、世界各国からの応募総数69件の中から受賞案件3件が決定した。受賞案件の詳細は表Ⅲ-4-2-12の通りである。「LEXUS 中国匠心之旅シリーズ」では、匠をテーマに、自動車メーカーのメディア関係者やディーラースタッフが日本の製造業と伝統と

表Ⅲ-4-2-10 MICE国際競争力強化委員会提言の概要

目標	2030年のMICE関連訪日外国人消費相当額(※)：8,000億円(2016年：1,500億円、2020年目標：3,000億円) ※訪日外国人消費相当額=MICEの外国人参加者が直接支出する消費額(宿泊費、飲食費等)+会場関係費、開催に伴う人件費等を外国人・日本人の参加者数で按分した上での外国人参加者に係る額)
目標実現に向けた取組の進め方	長期的に取り組むべき方向性を意識しつつ、短期的に取り組む必要がある施策を進めるにあたっては、以下の点を留意 ①4つのアウトプット ○開催件数の増加 ○外国人参加者の増加 ○外国人滞在消費額の増加 ○地域活性化効果の拡大 ②2つの機軸 ○都市力の強化 ○TEAM JAPANとしての総力を挙げた推進 ③4つの視点 ○日本の誘致力向上 ・多様化するニーズを的確に把握するマーケティングの高度化を図るとともに、MICEの特徴に応じたきめ細かな誘致を実施 ○国内主催者のチャレンジを後押し ・次世代を担う若者を含め、我が国でのMICE開催に尽力する国内関係者のチャレンジを後押し ○我が国開催の魅力向上 ・海外ニーズを的確に把握し、民間及び地域が持つ強みを最大限活用しながら、我が国の魅力を向上 ○国際競争力を支える基盤強化 ・MICE関係者以外のステークホルダー(地域住民・企業等)の関与を深化させ、地域力を向上させるとともに、MICEに携わる人材の強化にも努めるなど、MICEを支える基盤を強化

資料：同提言をもとに(公財)日本交通公社作成

表Ⅲ-4-2-11 国際MICEの経済波及効果など

項目	企業会議(M)	報奨・研修旅行(I)	国際会議(C)	展示会(Ex)	総額・総数
総消費額	774.9億円	347.8億円	3,445.3億円	816.2億円	5,384.2億円
経済波及効果	1,613.7億円	568.9億円	6,788.8億円	1,618.0億円	1兆589.3億円
雇用効果	14,609人	4,928人	62,587人	14,352人	96,476人
誘発税収額	126.1億円	45.2億円	525.4億円	124.8億円	821.4億円
外国人1人当たり総消費額	約32.5万円	約32.0万円	約37.3万円	約27.5万円	(平均)約33.7万円

資料：観光庁「MICEの経済波及効果算出等事業報告書」をもとに(公財)日本交通公社作成

今に深く触れる旅程が組まれたことなどが評価された。また、「Global Leading Luxury Skincare Brand」では、日本の伝統産業体験として麩づくり体験などが取り入れられるなどインセンティブツアーの構成が、「新光生命日本静岡サミット」では、パーティーでのサプライズや異文化体験などを高いレベルで実現するとともに、自治体などの支援メニューをフル活用し効果を高めたことなどが評価された。

表Ⅲ-4-2-12 「JAPAN Best Incentive Travel Awards 2017」受賞案件の概要

大賞	
受賞団体	交通公社新紀元国際旅行社有限公司 JTB New Century International Tours Co.,LTD (中国)
イベント名	LEXUS 中国 匠心之旅シリーズ
旅程概要	(5～8日全4回 計86名) 福岡～倉敷～岡山／福岡～仙台～東京 大阪～名古屋～福岡／福岡～京都～大阪
企画賞	
受賞団体	EVO COMMUNICATIONS (シンガポール)
イベント名	Global Leading Luxury Skincare Brand -Global Conference 2017-
旅程概要	(4日間 360名) 京都滞在 (チームビルディング&ワークショップ、カクテルレセプション、ガラディナー等実施)
貢献賞	
受賞者	汎佳旅行社 Fan Chia Travel Service (台湾)
イベント名	新光生命日本静岡サミット
旅程概要	(5日間 120名) 静岡滞在 (つま恋～西伊豆～修善寺～駿府～静岡～磐田)

資料：JNTO発表資料より（公財）日本交通公社作成

②業界（企業）などの動き

●イベント消費規模は16兆6,490億円に

一般社団法人日本イベント産業振興協会（JACE）は2018年6月、2017年（1月～12月）におけるイベント消費規模が16兆6,490億円（前年比0.7%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での支出（イベントに出発する前の支出、会場までの往復交通費、宿泊費、イベント会場での支出、イベント会場への往復途中や会場外での支出、イベント後の支出）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5兆6,828億円（前年比34.9%増）で、以下、「フェスティバル」（2兆6,276億円、前年比0.2%減）、「文化イベント」（2兆4,869億円、前年比6.6%増）、「会議イベント」（2兆3,785億円、前年比24.3%増）、「スポーツイベント」（1兆5,684億円、前年比44.9%減）、「見本市・展示会」（1兆3,621億円、前年比15.4%減）、「販促イベント」（4,550億円、前年比53.7%減）、「博覧会」（876億円、前年に該当するイベント無し）であった。

●「VISIT JAPAN トラベル&MICEマート2017」の開催

2017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2017（VJTM2017）」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382社、海外MICEバイヤー29社、国内MICEセラー30社・団体などが参加した。商談会のほかにも、交流会やファムトリップ、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施設の整備等が各都市で進む

宇都宮では2018年7月、宇都宮駅東口地区整備事業の優先交渉権者が、野村不動産株式会社を代表構成員とするグループ「うつのみやシンフォニー」に決定した。同グループの提案では、「『うつのみや』を世界都市にするまちづくり—すべてをつなぐネットワークハブ構想—」をコンセプトに、ホテルやマンション、商業施設が含まれる複合施設のほか、医療施設や駐車場などを整備するとともに、2,000名収容の大ホールをはじめ中ホール、大・中・小会議室11室を備えるMICE施設を整備することとしている。

東京では、都が2017年9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限期間について、西・南展示棟でそれぞれ5日間、仮設の代替施設（展示面積約23,000㎡）で計35日間、それぞれ短縮することを発表した。

横浜では2018年2月、2020年開業予定でパシフィック横浜に隣接して建設が進められているMICE施設（国内最大規模の多目的ホール約7,600㎡：シアター6,000名/立食5,000名、大・中・小42室の会議室、駐車場など）について、通称が「パシフィック横浜ノース」、正式名称が「横浜みなとみらい国際コンベンションセンター」に決定した。なお、同MICE施設と同じ街区には、民間のホテル事業として「横浜ベイコート倶楽部」及び「ザ・カハラ・ホテル&リゾート横浜」が2020年初夏にオープンする予定である。

富山では2017年10月、テクノホールの新展示場が完成し、多機能型展示場としてリニューアルオープンした。新展示場は元の展示場とホワイエでつながっており、一体的に利用することで展示スペースをこれまでの約2倍の約7,000㎡として使用することも可能となった。

愛知では、県が2019年9月まで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㎡）が、2017年9月に着工した。また2018年4月には、GL events SAと前田建設工業株式会社が設立した特別目的会社「愛知国際会議展示場株式会社」が県と、同展示場のコンセッション公共施設など運営権実施契約を結んだことが発表された。これにより、施設の所有権は県に残し、運営権が同特別目的会社に売却されたこととなる。一方名古屋市は、ポートメッセなごやの第1展示館の新建屋建設を半年遅らせる方針で、新展示場の営業は2022年秋に遅れる見通しとなった。また、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については、正式に断念することを2018年2月に発表した。

●千葉でMICE誘致につなげるためのロゴなど決定

ちば国際コンベンションビューローでは2017年9月、千葉のMICEブランドを構築し、国際会議をはじめとしたMICE誘致を効果的に行うため、「Chiba Japan Convenient Conventions」のタグラインとともにMICEロゴマークを作成した。タグラインでは、千葉は「東京に近い」、「成田・羽田の両空港からのアクセス性に優れている」、「コンベンション施設や宿泊施設が集積したエリアがある」、「ちば国際コンベンションビューローがMICE専門のワンストップ窓口となっている」など、日本一“Convenient”なコンベンション開催地で、主催者のあらゆるニーズに応えたいというメッセージが提起されている。

●東京都がユニークベニュー施設の設備導入などを支援

東京都は2018年度新規事業として、都内に所在するユニークベニューの会場となる歴史・文化施設や庭園などの施設を対象に、イベントやレセプションなどの開催に必要な設備の導入などを支援する「ユニークベニュー施設の受入環境整備事業」を開始した。同事業は、ユニークベニュー施設でのイベントやレセプションなどの開催に役立つ設備の導入や設置工事など（指向性スピーカーや防音壁などの防音設備整備、電源や給排水、暗幕/パーティション、屋外照明などの会場設備整備、その他、利用案内冊子やホームページの多言語化や高性能型Wi-Fiの整備）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500万円を助成する。

●沖縄で「沖縄MICEネットワーク」を設立、沖縄MICEブランドのロゴなどを決定

沖縄県では2017年7月、多様な関係者が、産学官の活動領域や産業分野の垣根、競争・競合関係を超えて互いに連携し、MICE振興に関する協働した取り組みを推進することを目的に「沖縄MICEネットワーク」が設立された。同ネットワークは、共同代表3名（産・学・官から各1名）をはじめとする役員、事務局（沖縄県、沖縄観光コンベンションビューロー、沖縄県産業振興公社）で組織され、2018年7月20日現在、185の企業・団体が会員となっている。2017年度は、MICEビジネス活動支援（上限50万円の助成）、勉強会実施（事例研究セミナーなど）、啓発イベント実施、啓発パンフレット作成、会員向け情報発信などの活動が行われた。更に同ネットワークの中に沖縄MICEブランド部会を設け、沖縄MICEのブランド価値について議論を行い、2018年3月には「OKINAWA Japan Where inspiration meets」が沖縄MICEブランドのサービス名称、タグラインとして発表され、ロゴマークも作成された。タグラインでは、サービス名称の“OKINAWA Japan”に続く

言葉として、沖縄は「ひらめきや創造性と出会える場所」であることを提起している。

(3) IRをめぐる動き

●IR実施法案が成立

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）推進の目的や基本方針を定めた「特定複合観光施設区域の整備の推進に関する法律（IR推進法）」が2016年12月成立した。これを受け設置された特定複合観光施設区域整備推進本部（内閣総理大臣が本部長、全国務大臣が構成員）、及び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により各種検討が進められ、区域整備計画の認定、入場規制、入場料・納付金、カジノ管理委員会の設置などを定めた「特定複合観光施設区域整備法案（IR実施法案）」が2018年4月に衆議院に提出、7月20日に成立した。そのポイントは表Ⅲ-4-2-13の通りである。

また、国や自治体が公営ギャンブルやパチンコを対象として依存症対策に努め、事業者がそれに協力することなどが明記された「ギャンブルなど依存症対策基本法案」も2018年7月6日に成立した。

今後は、監督機関であるカジノ管理委員会を設置するとともに、IRを選定する際の基準となる基本方針作成などが進められる見込みであり、自治体においてはIR誘致に向けた動きが活発化することが想定される。2018年7月末時点では、北海道、大阪、和歌山、長崎が候補地として名乗りを挙げている。

表Ⅲ-4-2-13 特定複合観光施設区域整備推進法のポイント

整備箇所数	・全国3箇所を超えない (都道府県等が民間事業者と共同して作成し申請する「特定複合観光施設区域の整備に関する計画」の認定数が3を超えることとならないこと)。
入場制限	・入場できるのは20歳以上 ・回数は7日間で3回、28日間で10回まで（国内に住居を有しない外国人以外の者）
本人確認	・マイナンバーカード（外国人等はパスポート）
入場料	・6,000円（国が3,000円、都道府県等が3,000円を賦課。国内に住居を有しない外国人は除く）
納付金	・カジノ収益の30%（国に15%、都道府県等に15%）
箇所数見直しの時期	・最初のIR認定から7年後（検討を加え、必要があると認めるときは所要の措置を講ずる）

資料：「特定複合観光施設区域整備推進法」より（公財）日本交通公社作成

（守屋邦彦）

第Ⅳ編 観光地

都道府県別延べ宿泊者数およびうち外国人延べ宿泊者数(2017年と2016年の比較)	138
Ⅳ- 1 北海道	139
(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	143
(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	147
(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	151
(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- 5 近畿	154
(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	158
(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	162
(1)都道府県レベルの旅行者動向(2)観光地の主な動向	
Ⅳ- 8 沖縄	166
(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)2017年におけるハワイとの主要指標の比較	
Ⅳ- 9 自然	169
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基づく動向 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	173
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.世界文化遺産に関する動向 4.城郭・城跡の整備とその活用	
Ⅳ-11 温泉	179
(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

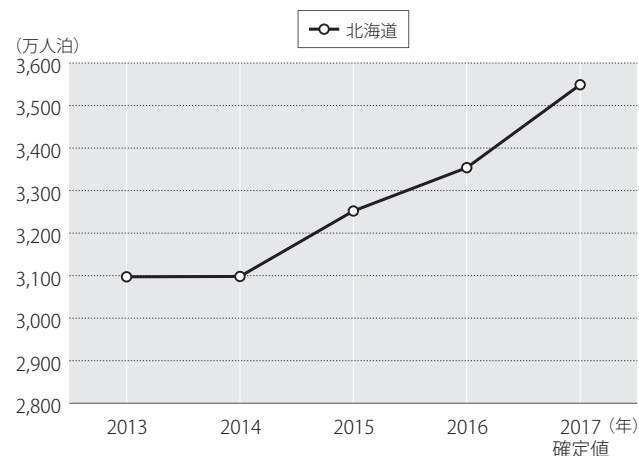
IV-1 北海道

外国人旅行者による道内周遊が加速
道内で宿泊税や入湯税を巡る議論が拡大
北海道日本ハムファイターズの新拠点は北広島市に決定

(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2017年1月から12月の北海道の延べ宿泊者数は、3,556万人泊となり、前年比プラス6.0%の伸びを記録した。都道府県別の伸び率では12位となり前年の4位から後退したが、上位は九州や四国の各県で占められており、東日本では福島県に次ぐ4位となった。なお、延

図IV-1-1 延べ宿泊者数の推移（北海道）

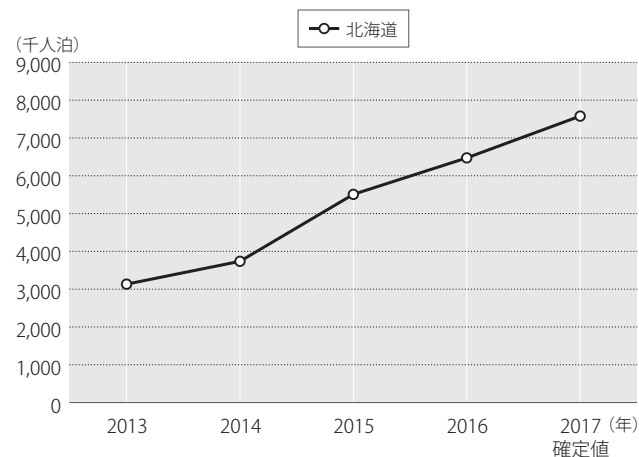


都道府県名	2013	2014	2015	2016	2017
北海道	3,097	3,098	3,259	3,355	3,556

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	2013	2014	2015	2016	2017
北海道	3,070	3,891	5,641	6,554	7,702

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

べ宿泊者数は東京都に続く第2位を維持した。また、外国人延べ宿泊者数は、7,702千人泊となり、前年比プラス17.5%と続伸している。

一方、北海道の「観光入込客数調査」(北海道庁)による2017年の延べ宿泊者数は前年比でプラス4.1%の3,644万人泊となった。また、外国人の延べ宿泊者数は前年プラス14.4%の7,158千人泊となり、観光庁の「宿泊旅行統計」同様、延べ宿泊者数と外国人延べ宿泊者数ともに堅調に推移した。

圏域別では、2016年の豪雨災害などで同年夏期の旅行者数が伸び悩んだことによる反動を背景に十勝圏域が前年比で9.8%のプラスになったほか、道北圏域は花観光の定着などによって同5.6%のプラスを記録した（表IV-1-1）。

また、外国人の延べ宿泊者数は航空路線の拡大や各国・地域における北海道人気の継続が成長を後押し、対前年で38.4%のプラスとなった韓国を中心に、軒並み増加した。特に新千歳空港では、2017年3月に日中時間帯の発着枠が毎時32回から42回へと拡大され、国際線や格安航空会社（LCC）が就航したことで、北海道を訪れる外国人旅行者数の押し上げに大きく寄与した（表IV-1-2）。

表IV-1-1 道内の圏域別延べ宿泊者数の増減

	2016年	2017年	前年比増減
北海道	3,502	3,644	4.1
道央圏域	2,008	2,078	3.4
道南圏域	482	500	3.7
道北圏域	438	462	5.6
オホーツク圏域	183	187	2.1
十勝圏域	192	211	9.8
釧路・根室圏域	198	207	4.3

単位：万人泊、%

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

	2016年	2017年	前年比増減
全国籍	6,259	7,158	14.4
台湾	1,591	1,708	7.4
中国	1,407	1,615	14.8
韓国	825	1,142	38.4
香港	671	759	13.0
シンガポール	324	372	14.8
タイ	353	367	3.8
マレーシア	264	262	▲0.7
オーストラリア	263	231	▲12.2
アメリカ	127	150	18.6
インドネシア	56	75	32.2
その他	376	477	26.8

単位：千人泊、%

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

(2) 観光地の主な動向

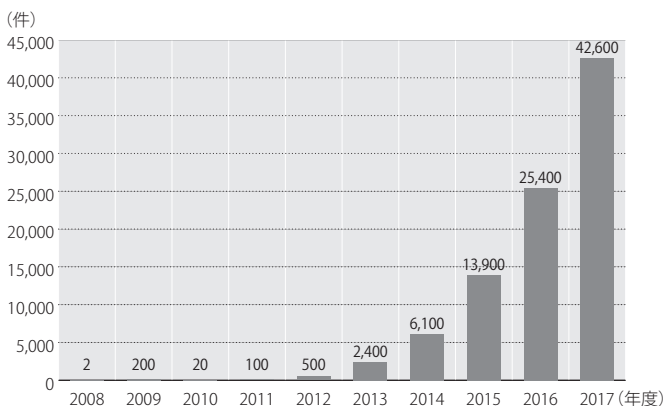
●活発化する外国人旅行者の道内周遊

2017年は来道した外国人旅行者数が大きく増えただけでなく、JR北海道フリーパスやレンタカー観光の浸透、旭川空港への台湾からの定期便復活などもあり、道内の周遊が一層活発化した。

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2016年度の25,400件から42,600件に増加した。また2017年度の国籍別販売実績では韓国が26.7%を占め第1位となり、次いで香港が25.6%、台湾18.2%となった。先述した韓国からの来道旅行者数そのものの増加に加え、従来はシンガポールや香港を中心に拡大してきたレンタカー観光が韓国にも浸透しつつあることがうかがえる(図IV-1-3、図IV-1-4)。

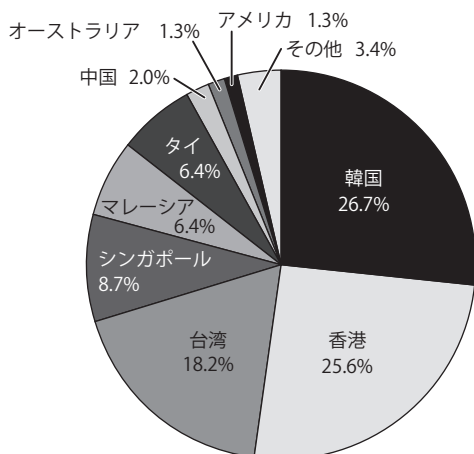
また、「観光入込客数調査」(北海道庁)によれば、韓国人宿泊者数は十勝圏域で前年度比96.3%のプラスとほぼ倍増しており、釧路・根室圏域でも同64.8%のプラスと大きく成長しており、従来の定番であった道央圏域や北海道新幹線の開業でアクセスが改善した道南だけでなく、レンタカーを利用して道内の比較的広範なエリアを訪れていることがうかがえる。

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

図IV-1-4 「Hokkaido Expressway Pass」国・地域別販売実績(2017年度)



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

●北海道新幹線2年目は揺り戻しで微減

2016年3月26日に開業した北海道新幹線は、開業2年目を迎え、2017年度の道南圏域への入込客数は軒並み前年度比で減少に転じた。新函館北斗駅前のホテルオープンや奥尻島フェリー航路の新船就航などがあったものの、新幹線の開業効果が落ち着き、いわゆる揺り戻しによって2017年度から一転、前年度比でマイナスを記録した。また冬期の大雪も道南圏域の入込客数を押し下げた一因と考えられる。

表IV-1-3 渡島管内の観光入込客数

	平成29年度(単位:万人)			前年度比(単位:%)		
	道外客	道内客	合計	道外客	道内客	合計
函館市	342.1	182.6	524.7	▲9.0	▲1.1	▲6.4
北斗市	20.2	79.5	99.7	▲14.6	▲20.6	▲19.4
松前町	8.7	36.1	44.8	▲4.2	5.0	3.1
福島町	0.7	5.9	6.5	▲14.3	▲12.8	▲12.9
知内町	4.3	10.2	14.5	▲7.5	▲17.2	▲14.5
木古内町	11.0	46.1	57.1	▲10.8	▲8.4	▲8.8
七飯町	130.4	53.4	183.8	▲10.5	▲1.2	▲8.0
鹿部町	2.9	43.1	46.0	13.8	▲5.1	▲4.1
森町	19.6	68.7	88.2	3.2	▲4.3	▲2.8
八雲町	17.0	39.1	56.1	▲13.1	▲9.6	▲10.7
長万部町	16.1	33.9	50.0	▲4.4	0.0	▲1.5

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

●観光振興の財源確保に関する議論が拡大

2018年2月、道の諮問機関である北海道観光審議会は、観光客やビジネス客から徴収する法定外目的税「観光税」を「宿泊税」の形式で導入すべきとする答申案をまとめた。また、倶知安町やニセコ町などでも「宿泊税」を巡る議論が始まったほか、上川町層雲峡温泉では、入湯税の値上げを認める条例改正が可決されるなど、観光振興を目的とした財源確保に向けた議論が道内で活発化した。

●北方領土経済交流に観光

2017年9月にロシア極東ウラジオストクで行われた日ロ首脳会談において、北方四島での共同経済活動が、海産物の養殖、野菜栽培、風力発電、ゴミ処理と観光ツアーの5項目から優先的に取り組まれることが合意された。これに伴い官民の調査団による北方四島の観光資源やインフラなどに関する現地調査が開始された。北方四島には貴重な生態系や温泉など豊富な観光資源があり、近い将来の日ロ共同経済活動の実現が期待される。

●道の駅のオープン

インバウンド市場のFIT化などを背景にここ数年レンタカー観光が堅調に推移していることを受け、道の駅の新規開業やリニューアルが相次いだ。十勝の上士幌町では、道の駅の移転によって2017年4月に「ピア21しほろ」がリニューアルオープンしたほか、道北の大空町では、道の駅「ノンキーランドひがしもこと」が2017年9月に、道南の七飯町でも道の駅「な

ないろ・ななえ」が2018年3月にそれぞれ開業した。さらに道央では、当別町の「北欧の風 道の駅とうべつ」、石狩市の「道の駅石狩 あいろーど厚田」がそれぞれ開業し、道内の道の駅は全国で最多の122か所となった。

(3) 市町村の動き

●札幌市観光まちづくりプラン改訂

札幌市は2013年に策定し、2015年に改訂を行った「札幌市観光まちづくりプラン」を2017年3月に再度改訂した。当初より内外の環境変化に伴い改訂を行うことが明記されており、国や北海道による主にインバウンドに関する数値目標の設定や新千歳空港の就航便の拡大などを踏まえ、数値目標の上方修正や受入環境の充実及び強化の重点施策化、インバウンドの誘致対象の欧米圏への拡大などを行った。

表IV-1-4 札幌市観光まちづくりプランの改訂(概要)

	改訂前	改訂後
目標像	産民学官が連携する観光まちづくりの実現	変更なし
数値目標	年間来客数(22年度) うち道内客 1,500万人 うち道外客 900万人 うち海外客 443万人 うち海外客 157万人	年間来客数(22年度) うち道内客 1,800万人 うち道外客 1,000万人 うち道外客 450万人 うち海外客 350万人
	観光消費額(22年度) 旅行消費額(道内客) 4,700億円 旅行消費額(道外客) 23,000円 旅行消費額(海外客) 39,000円 旅行消費額(海外客) 73,000円	年間来客数(22年度) 旅行消費額(道内客) 7,000億円 旅行消費額(道外客) 23,000円 旅行消費額(道外客) 50,000円 旅行消費額(海外客) 120,000円
	平均滞在日数(雪まつり時期) 道外 4.0日 海外 4.9日	平均滞在日数(22年度) 道外 1.3日 海外 1.4日
	再訪意欲 「ぜひまた来たい」比率 66.0%	変更なし
	基本方針	札幌らしい都市文化やライフスタイルの魅力を生かした観光の創造
	受入サービス・おもてなしの向上と着地型観光事業者の育成	受入サービス・おもてなしの向上と着地型観光の促進
	来訪者の滞在・周遊・再訪を促進する情報提供機能の強化	滞在・周遊・再訪を促進する情報提供の強化
	札幌・北海道の魅力を生かし、共に未来を創造していくプロモーションの展開	未来を創造していくプロモーションの展開
重点施策		「観光客受入環境の充実及び強化」を追加

資料：札幌市「札幌市観光まちづくりプラン改訂版」をもとに(公財)日本交通公社作成

●ファイターズの新球場建設予定地が北広島市に決定

2016年にプロ野球の北海道日本ハムファイターズが表明した新球場を核とするボールパークの建設予定地が、18年3月、北広島市の「きたひろしま総合運動公園」に決定した。

構想が表面化した2016年5月以降、同公園に加え、札幌市北区の北海道大学の一部、同市豊平区の旧道立産業共進会場周辺、同市南区の道立真駒内公園などが候補地とし

て検討されてきたが、最終的に36.7ヘクタールと広大な土地を確保できる「きたひろしま総合運動公園」に決定した。球団が2月に公表した整備イメージでは、新球場に隣接するJR新駅の開設が想定され、周辺にはレストランや親水公園、高級マンションや一般向けの野外球場を配置し、野球観戦にとどまらない多様な楽しみ方を提供する構想となっている。

図IV-1-5 北広島市に建設が予定されるボールパーク



©株式会社北海道ボールパーク
注：掲載画像は2017年2月に発表されたものです。

●エリアマネジメントの実務組織設立

2017年9月、倶知安町で不在地主を含む地権者から徴収した分担金を地域振興に充てる「エリアマネジメント制度」の実務組織として「一般社団法人ニセコひらふエリアマネジメント」が設立された。2014年に道内初のエリアマネジメント条例が制定された後、組織の設立に向けた議論が地域で継続されてきた。町内最大のスキー場ニセコグラン・ヒラフを所有する東急不動産グループのほか、倶知安観光協会などが参画する。

●小樽芸術村の全面開業

2017年9月、株式会社ニトリが小樽市中心部で歴史的建造物を使って整備を進めてきた「小樽芸術村」が全面開業した。同施設は「似鳥美術館」のほか、旧三井銀行小樽支店、ステンドグラス美術館(旧高橋倉庫)、ミュージアムショップ(旧荒田商会)から構成されている。

図IV-1-6 小樽芸術村



©OTARU ART BASE

●阿寒国立公園が阿寒摩周国立公園に改称

2017年8月、阿寒国立公園が「阿寒摩周国立公園」に改称された。改称に伴い公園の範囲はオホーツク管内清里町の観光スポット「神の子池」周辺まで拡張され、総面積は9万1,413ヘクタールになった。

●美瑛町写真映像協会の設立

美しい丘の風景を撮影しようと、観光客が農地に立ち入るトラブルが相次いでいる美瑛町で、2017年12月に特定非営利活動法人「美瑛町写真映像協会」が設立された。町内の写真愛好家団体「美瑛写交会」「美瑛写真サークル」とプロカメラマンのほか、地元農家や行政も参画する。撮影のルール作りなどを行うほか、写真愛好家にマナーやルールを守りながら町内の美しい丘陵を撮影してもらうツアーなども企画・実施する。

●「クラブメッド北海道トマム」の全面開業

占冠村では、2017年12月に星野リゾートトマムの敷地内に「クラブメッド北海道トマム」が全面開業した。クラブメッドが既存のリゾート内に施設を開く初の事例で、道央から道東へ抜ける主要ルート上の経由地としてだけでなく、国内やオーストラリア、アジア各国・地域からの家族連れをターゲットとした滞在型リゾートとしても人気を博している。

●オール道産ウイスキーの製造・販売開始

2017年11月より厚岸町の堅展実業厚岸蒸溜所でウイスキー蒸留が開始された。これに伴い同月からは蒸留棟を外から見学するツアーも催行されている。

このウイスキーは原料に富良野地方産の大麦を使い、旭川産ミズナラ材の樽で熟成させる初のオール北海道産ウイスキーで、道東の新たな観光資源として注目されている。2018年2月に販売された初商品「厚岸NEW BORN」は即日完売した。

(石黒侑介)

IV-2 東北

訪日外国人は引き続き増加傾向、特に青森県が好調
官民を問わずインバウンド強化の取り組みが加速
民営化後、仙台国際空港の旅客数が過去最高を記録

(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、2017年1～12月の東北地方の延べ宿泊者数は4,013万人泊となり、前年比0.2%の微増となった(図IV-2-1)。東日本大震災以降、2015年までは順調に増加を続けてきたが、2016年に前年を下回り、2017年はほぼ同じ水準に落ち着いた。

県別にみると、福島県(6.5%増)と宮城県(2.2%増)が増加し、他4県(青森県7.6%減、岩手県2.7%減、秋田県1.6%減、山形県3.7%減)が前年割れとなった。

外国人延べ宿泊者数は、前年比46.9%の大幅増、106.6万人泊となり過去最高を更新した(図IV-2-2)。

福島県が65.2%増、青森県が62.5%増、秋田県が56.3%増、岩手県が42.3%増、山形県が33.6%増、宮城県が32.7%増となった。樹氷やスキーなどに加えて紅葉の人気も高まり、北東北を中心に外国人旅行者が増加した。

都道府県別の伸び率で、福島県は大分県に次いで47都道府県の中で2位、青森県が3位、秋田県が4位となり、岩

手県も9位を記録した。

青森県は延べ宿泊者数(26.0万人)で宮城県(26.4万人)とほぼ同数となった。天津(中国)との定期便の就航(2017年5月)、ソウル便の増便(2017年10月)などの交通環境の充実に加えて、外国人個人旅行者を主な対象とする受入環境改善対策強化事業(青森県)などの実施が外国人旅行者の誘客を下支えしたとみられている。

(2) 観光地の主要な動き

① 地方・都道府県レベル

● 東北のまつりの動向

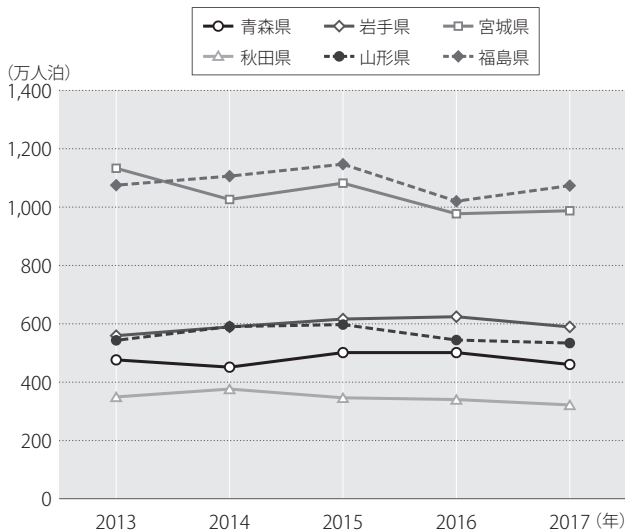
○ 東北の夏まつり

東北各県の代表的な夏まつり(6件)が、2017年8月1～8日にそれぞれ2～6日間の会期で開催された。来場者数は、天候不順などの影響もあり、合計で853万人(前年比96.1%)と前年を下回り、東日本大震災のあった2011年(849万人)に近い水準に留まった(表IV-2-1)。

外国人旅行者の増加もあって、青森ねぶた祭(282万人)は多くの来場者を集めたが、台風5号の接近に伴い一部の屋外行事を取りやめるなどした仙台七夕まつり(179万人)は、大幅に来場者を減らす結果となった。

そのほか、2017年は、2016年12月に国際連合教育科学文

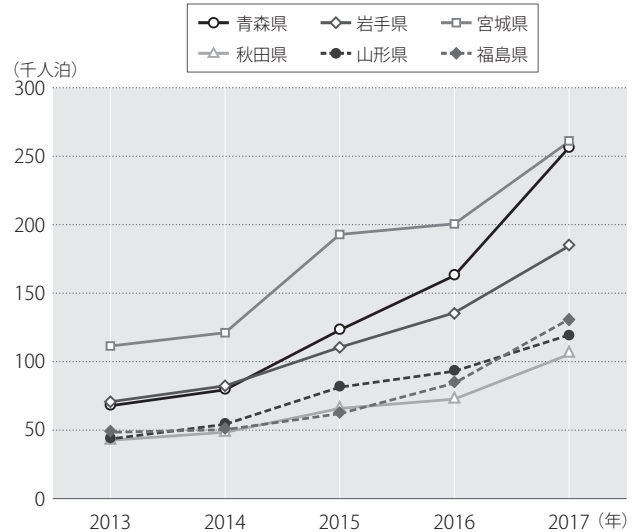
図IV-2-1 延べ宿泊者数の推移(東北)



青森県	476	451	501	501	462
岩手県	559	589	616	624	608
宮城県	1,133	1,026	1,082	977	998
秋田県	349	376	346	340	335
山形県	543	590	597	544	524
福島県	1,075	1,106	1,147	1,020	1,086

単位：万人泊
資料：観光庁「平成29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	62	74	119	160	260
岩手県	65	77	106	132	188
宮城県	107	117	191	199	264
秋田県	36	42	60	67	105
山形県	37	48	76	88	118
福島県	42	44	56	79	130

単位：千人泊
資料：観光庁「平成29年宿泊旅行統計調査」をもとに(公財)日本交通公社作成

表IV-2-1 東北夏まつりの来場者数

祭事名	開催地	来場者数							
		2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年
青森ねぶた祭	青森県青森市	297万人	266万人	282万人	285万人	259万人	269万人	276万人	282万人
盛岡さんさ踊り	岩手県盛岡市	135万人	136万人	122万人	130万人	137万人	139万人	126万人	134万人
仙台七夕まつり	宮城県仙台市	236万人	203万人	200万人	206万人	204万人	218万人	228万人	179万人
秋田竿燈まつり	秋田県秋田市	135万人	130万人	139万人	141万人	126万人	140万人	132万人	131万人
山形花笠まつり	山形県山形市	100万人	91万人	100万人	90万人	63万人	98万人	100万人	99万人
福島わらじまつり	福島県福島市	28万人	23万人	25万人	24万人	25万人	26万人	26万人	28万人

資料：各資料をもとに（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	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年
開催地	宮城県仙台市	岩手県盛岡市	福島県福島市	山形県山形市	秋田県秋田市	青森県青森市	宮城県仙台市	岩手県盛岡市
開催日程	7月16日（土） 17日（日）	5月26日（土） 27日（日）	6月1日（土） 2日（日）	5月24日（土） 25日（日）	5月30日（土） 31日（日）	6月25日（土） 26日（日）	6月10日（土） 11日（日）	6月2日（土） 3日（日）
来場者数	約37万人	約24万人	約25万人	約26万人	約26万人	約27万人	約45万人	約30万人
経済効果	約103億円	約22億円	約37億円	約25億円	約31億円	約29億円	約44億円	データ無し

資料：各資料をもとに（公財）日本交通公社作成

化機関（ユネスコ）の無形文化遺産に「山・鉾・屋台行事」として登録された、「八戸三社大祭の山車行事（青森県八戸市）」、「角館祭りのやま行事（秋田県仙北市）」、「土崎神明社祭の曳山行事（秋田県秋田市）」、「花輪祭の屋台行事（秋田県鹿角市）」、「新庄まつりの山車行事（山形県新庄市）」が、旅行者から注目を集めた。

○東北六魂祭と東北絆まつり

東日本大震災以降、鎮魂と復興を願い開催されてきた「東北六魂祭」は、2016年に東北6県を一巡し、フィナーレを迎えた（表IV-2-2）。

2017年からは、後継イベントとして、「多彩な東北が、熱い絆で一つになる。」をテーマに、「東北絆まつり」が開催されている。1回目（2017年6月10～11日）は、仙台市で開催され、当初の予想（37.7万人）を大幅に上回る、約45.2万人を集めた。2回目（2018年6月2～3日）は盛岡市で開催、天候にも恵まれて約30.3万人の来場者で賑わいを見せた。

●旅行者の受け入れ環境整備

○観光ビジョン推進東北ブロック戦略会議の開催

「明日の日本を支える観光ビジョン」に掲げる、東北6県の外国人宿泊者数を2020年に150万人泊とする目標を実現するため、「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、「観光ビジョン推進東北ブロック戦略会議」が発足した。

6月、12月に開催された会合には、東北運輸局、東北地方整備局、東北6県、経済団体、観光関係団体など幅広い関係者が出席し、観光資源の魅力向上のあり方、受け入れ環境に関する現状と課題の共有と、今後の方向性などの確認がなされた。

○東北観光推進機構の組織変更とDMO法人登録

2007年に地元経済界、東北6県、新潟県および仙台市などにより、観光振興と東北経済の発展に寄与することを目的に設立された「東北観光推進機構」が、2017年4月に一般社団法人化された。5月には、観光庁の「日本版DMO候補法人（広域連携DMO）」に、11月には正式に「日本版DMO法人」に登録された。

拡大を続ける訪日旅行需要の東北への取り込みや東日本大震災からの復興など、東北が一体となって取り組むべき課題の克服に向けて、更なる取り組みの強化が期待されている。

○東北初の公式多言語観光アプリケーションの提供

東北観光推進機構では、2017年3月に、東北初の公式多言語観光アプリケーション「DISCOVER TOHOKU JAPAN APP」の提供を開始した。

同アプリケーションは、東北6県及び新潟県を対象として、もう一つの日本・東北 山の彼方の美しい四季と歴史文化、食文化を探索するルート【日本の奥の院・東北探訪ルート】を紹介するもので、日本語、英語、中国語（繁体字・簡体字）、タイ語に対応している。東北の観光コースの認知度向上による来訪者の増加が見込まれている。

●旅行者の誘客、商品開発

○福島県、新しい観光ルート「ダイヤモンドルート」提唱

福島県は、外国人旅行者の誘客を図るため、東京や京都、大阪などを巡る「ゴールデンルート」に対抗して、東京を起点に栃木と茨城、福島の3県を結ぶ新たな周遊観光ルート「ダイヤモンドルート」を提唱している。2017年2月、2018年1月には、自然や健康、歴史といった分野ごとに編集された動画も公開され、その美しい映像が大きな反響を呼んでいる。

また福島県は、2017年5月に、ナビタイムジャパンと共同で、「ダイヤモンドルート」の公式ガイドアプリケーション

「DIAMOND ROUTE JAPAN App」を開発し、モデルコースを発信、各県の観光情報、目的地までのナビゲーション、エリアガイドなどの提供を、多言語（日本語、英語、中国語（繁体字・簡体字）、韓国語）にて開始した。

○JR東日本、日本航空、東北・九州で相互送客の取り組みを開始

JR東日本と日本航空は、東北エリアと九州エリアの相互送客を強化するため、東北観光推進機構や九州観光推進機構など各地のDMOの協力を得て、2017年12月より、旅行会社（JTBメディアリテリング、クラブツーリズム、阪急交通社、びゅうトラベルサービス）に対し、地域観光素材の紹介や旅行商品の設定（主に団体ツアー）に向けた働きかけを行った。これを受けて各社で航空機と着地側の鉄道を利用した周遊ツアーが商品化された。

②広域・市区町村レベル

●交通アクセス

○民営化後、仙台国際空港の旅客数、過去最高を記録

2016年7月に民営化された仙台国際空港の2017年度の旅客数は343.9万人（前年比8.7%増）と過去最高を記録した。国内線は315.8万人（同7.5%増）、国際線は28.0万人（同24.4%増）であった。

民営化後、仙台国際空港は、着陸料の引き下げなどにより、格安航空会社（LCC）の誘致活動を積極的に展開し、国内線ではスカイマークの神戸線運航再開（2017年7月）やピーチ・アビエーションの札幌線新設（9月）、国際線では同じくピーチ・アビエーションの台北線新設（9月）などを実現してきた。

あわせて、東北6県や交通機関、旅行会社などとも連携し、海外での共同プロモーションやインフルエンサーの招聘事業などさまざまな取り組みを展開し、利用者の増加に努めてきたことが功を奏したと言える。

●市町村の連携による観光推進の取り組み

○仙台・松島復興観光拠点都市圏DMOの発足

2018年3月、宮城県と仙台市周辺6市3町（仙台市、塩竈市、名取市、多賀城市、岩沼市、東松島市、松島町、七ヶ浜町、利府町）に、宮城県内の観光関連業者らが設立した「インアウトバウンド仙台・松島」が加わり、「仙台・松島復興観光拠点都市圏DMO」（地域連携DMO）を設立した。

同DMOは、仙台市や仙台空港を拠点とする周辺エリアを復興観光拠点都市圏と位置づけ、台湾・中国・韓国・香港などのほか、東南アジア諸国や欧米豪を重点市場として誘客に取り組み、2020年には外国人宿泊者数50万人泊を目指すとしている。

●旅行者の誘客、商品開発

○SAVOR JAPAN（農泊 食文化海外発信地域）の認定

農林水産省は、2016年度に、地域の食とそれを生み出す

農林水産省を核に外国人を中心とした旅行者の誘致を図る地域での取り組みを、「SAVOR JAPAN（農泊 食文化海外発信地域）」として認定する制度を創設した。2017年度までに全国で15地域、東北地方からは4地域（岩手県一関市・平泉町、山形県鶴岡市、秋田県大館地域、福島県会津若松市）が認定されている。

国による国内外での情報発信などさまざまな支援を受け、認定地域では、旅行者の誘客、地域の活性化に向けて、地域の食をはじめ、気候、風土、景観、歴史・文化などの資源を効果的に活用した更なる取り組みの進展が期待されている。

表IV-2-3 東北地方における「SAVOR JAPAN」認定地域の概要

地域	実行組織	地域の食	内容
(2016年度認定)			
一関市・平泉町（岩手県）	一関もち食推進会議	もち料理	武家社会の儀礼から生まれた「もち本膳」に加え、旬の農産物を活かした多彩なもちの具が創作され、その食べ方のバリエーションは約300種。生活や生業に関連した「もち食文化」による地域ブランディングを実施。
鶴岡市（山形県）	鶴岡食文化創造都市推進協議会	精進料理	50種類以上の生きた文化財「在来作物」や、出羽三山に伝わる精進料理と精神文化を体感し、宿坊、農家・漁家民宿、温泉等で外国人旅行者が長期滞在できる周遊ルートを提供。
(2017年度認定)			
大館地域（秋田県）	（一社）秋田犬ツーリズム	きりたんぼ	地域の伝統食「きりたんぼ」と「秋田犬」、「マタギ」の歴史的關係に焦点を当て、「きりたんぼ」の誕生ストーリーを農家とのふれあいにより体感することができる。
会津若松市（福島県）	会津若松市食と農の景勝地推進協議会	伝統ごっつお会津清酒	会津の伝統料理・会津清酒と、それに関連した武家文化の歴史的魅力を、訪日外国人の趣向に合わせた複数の周遊ルートでの「食・酒」の提供等により体験。

資料：農林水産省ホームページをもとに（公財）日本交通公社作成

○仙台市、東北の観光案内所のネットワーク化事業を開始

仙台市は、2017年6月より、外国人旅行者の東北周遊などを促進するため、「東北の観光案内所のネットワーク化事業」を開始した。インターネット電話サービス（Skype）を利用して東北の観光案内所をネットワーク化し、東北の多様な魅力やタイムリーな情報を多言語で提供したり、首都圏向けに共同で観光情報を発信しているほか、東北の外国人旅行者の動向分析なども行っている。

2017年度は、観光案内所の外国人利用客が約38,000人増加、WEBやアプリによる外国人旅行者への情報発信数は約6,300回、外国人旅行者へのパンフレット配布数は約4,000部となった。

同事業は、外国人旅行者に好評だったことから、ネットワー

クに参画する観光案内所を、当初の20か所から、2018年6月には32か所にまで拡大している。

○日本航空、百戦錬磨、仙北市、農泊ツアーを発売

日本航空は、民泊サイトを運営する百戦錬磨、秋田県仙北市農山村体験推進協議会との協業により、仙北市の農家民宿（4施設）で農業や郷土料理作りが体験できる「農泊ダイナミックパッケージ」（宿泊対象期間:2018年5月7日～10月31日）の販売を開始した。農泊はJALダイナミックパッケージでは初の取り組みであり、日本航空では、今後、旅行者のニーズや需要の増加に合わせて掲載施設を増やし、販売強化を行う予定である。

表IV-2-4 東北の観光案内所のネットワーク化事業の概要

事業目的	外国人旅行者の東北周遊の促進、外国人旅行者の満足度向上、仙台市及び東北全体へのさらなる外国人旅行者の誘致など
事業開始日	2017年6月2日（金）
実施主体	仙台市
事業への参画自治体・観光案内所	2018年6月現在 28都市32箇所 【青森県】青森市観光交流情報センター（JR青森駅前）／弘前市観光案内所（JR弘前駅構内）／はちのへ総合観光プラザ（JR八戸駅構内）／十和田湖観光交流センター“ぶらっと”（十和田湖畔休屋）／下北観光案内所（JR下北駅前）
	【岩手県】いわて・盛岡広域観光センター（JR盛岡駅構内）／宮古駅前総合観光案内所（JR宮古駅前）／花巻観光センター（JR新花巻駅構内）／釜石観光総合案内所（JR・三陸鉄道釜石駅隣り）／平泉観光案内所（JR平泉駅前）
	【宮城県】仙台市観光情報センター（JR仙台駅構内）／仙台ツーリストインフォメーションデスク（藤崎本館1階）／みちのく観光案内（仙台国際空港）／気仙沼駅前観光案内所／白石市観光案内所（JR白石駅構内）／古川駅総合観光案内所／松島観光協会V案内所（JR松島海岸駅併設）
	【秋田県】秋田市観光案内所（JR秋田駅構内）／大館市観光案内所（JR大館駅構内）／男鹿駅前観光案内所／仙北市観光情報センター「角館駅前蔵」（JR角館駅前）／仙北市田沢湖観光情報センター「フォレイク」（JR田沢湖駅構内）
	【山形県】山形市観光案内センター山形駅観光案内所／置賜広域観光案内センター ASK（JR米沢駅構内）／鶴岡市観光案内所（JR鶴岡駅構内）／もがみ情報案内センター（JR新庄駅構内）／かみのやま温泉観光案内所（JRかみのやま温泉駅前）
	【福島県】福島市観光案内所（JR福島駅構内、西口）／飯坂温泉観光案内所（福島交通飯坂温泉駅前）／会津若松観光案内所（V案内所、JR会津若松駅構内）／郡山市観光案内所（JR郡山駅構内）／いわき市総合観光案内所（JRいわき駅構内）
取組内容	①東北の観光案内所のネットワーク化 ・Skypeを活用した連携による広域観光案内 ・チャットワークを活用した情報の一元化 など ②共同での観光情報発信 ・外国人向け共通パンフレット、WEBサイト・アプリなどによる情報発信など ③東北における外国人旅行者の動向分析 ④人材育成・研修 ・合同研修会・交流会の開催 ・TIC TOKYO（JNTOカテゴリー3認定外国人観光案内所）での実地研修

資料：仙台市「記者発表資料」をもとに（公財）日本交通公社作成

（吉澤清良）

IV-3 関東

東京オリンピック・パラリンピック競技大会に向けた準備の加速とともにポストオリンピックの観光振興を模索する動き

(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「宿泊旅行統計調査」によると、2017年1～12月の関東地方の延べ宿泊者数は1億5,275万人泊で、前年比4.8%増と、昨年の1.9%減から増加に転じた(図IV-3-1)。

都県別にみると山梨県が前年比3.9%、栃木県が0.9%それぞれ減少したほかは増加傾向である。特に千葉県が12.6%、神奈川県が10.7%、東京が4.2%の増加であったが、それら以外は3.0%未満の増加幅にとどまった。千葉県については東京ディズニーリゾートの入園者数(年度ベース)が2年連続の減少から微増に転じたこととの関連が考えられる。

外国人延べ宿泊者数は2,873万人泊で、前年比10.2%増となり、伸び率も前年(2.3%増)に比べ回復する動きが見られた(図IV-3-2)。

都県別にみると引き続きその増減の振れ幅が大きい。昨年

そろって大幅増となった北関東三県も群馬県が36.0%増で埼玉県(29.5%増)と並んで好調を維持した一方、栃木県は7.7%増、茨城県は2.7%増と大きな差となった。そのほかは、山梨県が17.3%増、新潟県が18.1%増など関東全体としては好調であった。

(2) 観光地の主要な動き

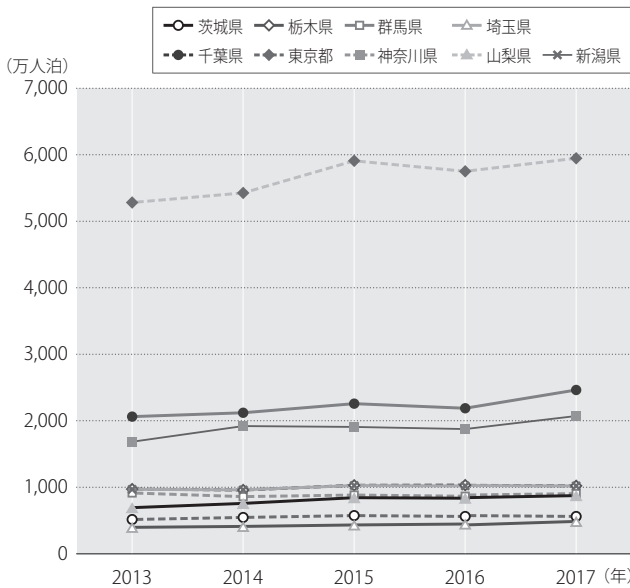
① 地方・都道府県レベル

●「新しい茨城づくり」政策ビジョン策定(茨城県)

茨城県は、これからの10年を県の飛躍にとって極めて重要な期間ととらえ未来に希望の持てる「新しい茨城づくり」を推進するため、具体的な政策の方向性を「新しい茨城づくり」政策ビジョンとして2017年12月に取りまとめた。

「活力があり、県民が日本一幸せな県」との基本理念の下、4つの新しいチャレンジに取り組む内容である。観光に関連する施策は「新しい夢・希望」へのチャレンジの一環として記載が見られ、「魅力度No.1プロジェクト」の項では従来の観光地・観光資源にこだわらず県民が誇りに思う暮らしやすさなど新たな切り口での魅力発掘や、郷土の魅力を発信する「県民誰も

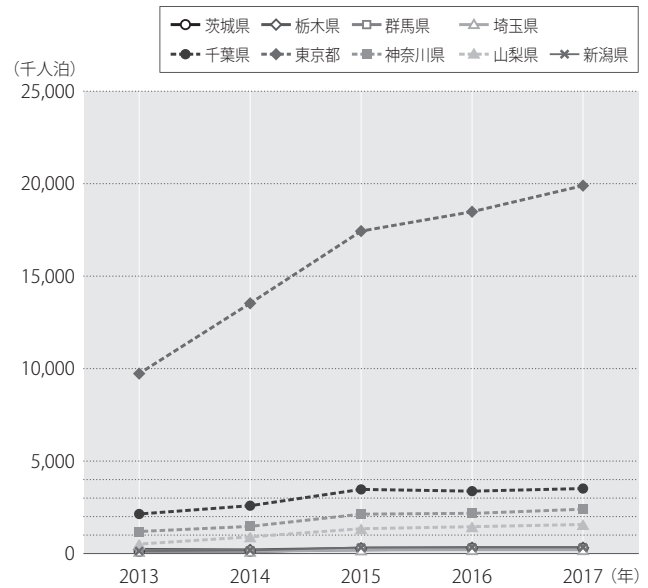
図IV-3-1 延べ宿泊者数の推移(関東)



都道府県	2013	2014	2015	2016	2017
茨城県	515	546	574	561	561
栃木県	972	958	1,029	1,032	1,022
群馬県	914	859	883	865	876
埼玉県	397	411	433	447	459
千葉県	2,062	2,120	2,257	2,188	2,464
東京都	5,282	5,426	5,909	5,751	5,995
神奈川県	1,684	1,920	1,907	1,875	2,076
山梨県	693	757	843	835	802
新潟県	968	961	1,026	1,020	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 外国人の延べ宿泊者数の推移(関東)



都道府県	2013	2014	2015	2016	2017
茨城県	88	94	201	225	231
栃木県	179	159	232	252	272
群馬県	109	112	160	214	291
埼玉県	98	99	159	170	219
千葉県	2,050	2,667	3,500	3,345	3,675
東京都	9,831	13,195	17,561	18,060	19,776
神奈川県	1,067	1,433	2,156	2,161	2,337
山梨県	492	949	1,252	1,371	1,609
新潟県	107	136	263	267	315

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

が茨城観光大使」となる機運醸成などを、また「ビジット茨城～新観光創生～」の項では海外からのMICE誘致による国際交流の活性化、地域資源の開拓や新たなアクティビティの充実による観光需要の喚起などを掲げている。なお2018年9月には同ビジョンを踏まえた「新たな茨城県総合計画」が策定される予定。

●「観光立県とちぎの実現に向けたおもてなしの推進等に関する条例」施行（栃木県）

栃木県は、豊かで活力ある栃木県として今後も発展していくため観光立県とちぎの実現を図る必要があるとして、県を挙げてのおもてなしの推進のため、2017年4月1日「観光立県とちぎの実現に向けたおもてなしの推進などに関する条例」を施行した。

観光事業者、観光関係団体、県、県民やその他事業者それぞれの役割を明記した上で、観光立県の実現に関する基本的な計画の策定と観光立県の実現に関する施策について触れており、後者は「おもてなしの推進」「魅力の創出」「観光宣伝活動の実施など」「観光旅行の促進のための環境の整備」「外国人観光旅行者の来訪の促進」「人材の育成」「多様な主体の連携の促進」「調査の実施等」「国等との連携」からなる。

特に「おもてなしの推進」と「観光旅行の促進のための環境の整備」についてはより具体的な記載がなされ、前者ではおもてなしに関する研修の機会の充実や、県民や観光事業者の県内の魅力に関する学習の機会の充実などに必要な施策を講ずるものとした。また後者では観光旅行者の利便の増進のため、高齢者、障害者、外国人その他特に配慮を要する観光旅行者が円滑に利用できる宿泊施設などの整備とそれらの利便性向上や、観光旅行の安全確保のため事故の発生の防止などに必要な施策を講じるものとしている。

●総合計画「次世代への飛躍 輝け! ちば元気プラン」策定（千葉県）

千葉県は、チャンスを活かし、次世代が誇れる光り輝く千葉へのさらなる飛躍を目指し、2017年10月、総合計画「次世代への飛躍 輝け! ちば元気プラン」を策定した。計画期間は、2017～2020年度までの4年間である。その特色として「千葉県が持つ宝・ポテンシャルの活用」「特性・可能性を踏まえた地域の方向性」「次世代につなぐための視点」「分かりやすい計画」の4点を標榜し、「安全で豊かなくらしの実現」「千葉の未来を担う子どもの育成」「経済の活性化と交流基盤の整備」からなる3つの基本目標を掲げた。県づくりの方向性として圏央道や東京湾アクアラインをはじめとする広域的な幹線道路ネットワークとこれに繋がる道路整備を念頭に、県内各地域の活力を確保するとしている。

重点的な施策・取り組みとして12の政策分野に及ぶ871の具体的な事業を提示し、観光に関連する内容は主として「国内外の多くの人々が集う魅力ある県づくり」に記載される。同施策分野は「千葉の『宝』を生かした観光立県の推進と移住・定住の促進」「国際都市として発展するCHIBAづ

くり」の2つの施策項目からなり、前者は「何度でも訪れたいくなる魅力ある観光地づくり」「観光産業の競争力強化」「戦略的な国内観光プロモーションの展開」「東京オリンピック・パラリンピックを契機としたインバウンドの推進」「地域の特性を生かした移住・定住の促進」で構成される。一方後者には「国際交流、国際協力の活発化」「海外プロモーションなどによる観光客の誘致促進」「MICEの誘致促進と幕張メッセの競争力強化」などが位置づけられた。また政策分野「活力ある県土の基盤づくり」には「成田空港の機能拡充と空港を活用した県経済の活性化」が盛り込まれ、主な取り組みとして「成田空港を活用した県経済の活性化」「成田空港周辺地域の振興」などが位置づけられた。

●「東京都観光産業振興実行プラン」策定（東京都）

東京都は、2020東京オリンピック・パラリンピック競技大会の開催をはじめとして、東京の観光を取り巻く環境が急速な変化を遂げていることを踏まえ、中期的な視点に立って総合的かつ体系的な施策展開を目指し、2017年1月、「東京都観光産業振興実行プラン」を策定した。これは2016年12月に策定した「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～」に記載された観光施策の分野を取り上げ、翌年度に実施する具体的な観光施策などを掲載するもので、状況の変化に応じ、毎年度内容を更新することが予定されている。目標数値としては訪都外国人旅行者数2,500万人、外国人リピーター数1,500万人、訪都外国人消費額2兆7,000億円（いずれも2020年）などが掲げられた。

今後の取り組みの視点としては「観光の有力産業化」「新たな観光資源の開発」「魅力発信と効果的な誘致活動」「受入環境の充実」「東京の様々な主体の連携強化」「東京2020大会とその先を見据えた観光振興」が挙げられ、「消費拡大に向けた観光経営」「集客力が高く良質な観光資源の開発」「観光プロモーションの新たな展開」「MICE誘致の新たな展開」「外国人旅行者の受入環境の向上」「日本各地と連携した観光振興」の6つ戦略に沿った具体的な施策が提示された。

2018年2月に策定された2018年度プランでは、前出の訪都外国人旅行者数も目標数値達成のため、新たに欧米豪（500万人）、東アジア（1,550万人）、東南アジア+インド（370万人）の市場別に目標数値のブレイクダウンを行っている。また、新たな施策展開として観光ボランティアの活動エリア（新宿・上野・浅草・銀座）の拡大やラグビーワールドカップ2019TMを契機とした国内開催都市と連携したプロモーションなどが盛り込まれた。

●ユニークベニューのPRパンフレットを作成（東京都）

東京都と（公財）東京観光財団は、特別感や地域特性を演出できる都内の各種施設をユニークベニューとして活用し、MICE開催都市としての魅力をPRするため、それらの施設を紹介するパンフレットを2017年3月に作成した。写真を多用し施設のイメージを分かりやすく伝えるとともに、利用条件などの実用的な情報も掲載している。2018年3月には新たに16施設を加え、改訂版を発行した（表IV-3-1）。

表IV-3-1 東京都のユニークベニュー

都立施設	8	浜離宮恩賜庭園、清澄庭園、東京都庭園美術館、東京都美術館、東京都写真美術館、江戸東京たてもの園、葛西臨海水族園、東京都庁45階南展望室
美術館・博物館	5	すみだ北斎美術館、上野の森美術館、刀剣博物館、サントリー美術館、山種美術館
神社仏閣	5	乃木神社、池上本門寺、回向院、題経寺(柴又帝釈天)、深大寺
屋外空間	6	福德の森、東京スカイツリータウン(R)、六本木ヒルズアリーナ・毛利庭園、虎ノ門ヒルズオーバル広場、アーク・カラヤン広場、大手町仲通り
テーマパーク・水族園	7	マダム・タッソー東京、キッザニア東京、よみうりランド、サンリオピューロランド、宇宙ミュージアムTeNQ、SKY CIRCUSサンシャイン60展望台、しながわ水族館
その他	7	3×3 Lab Future、寺田倉庫、観世能楽堂、東急プラザ銀座、大井競馬場(東京シティ競馬)、フジテレビジョン「フォーラム」、角川大映スタジオ

資料：東京都「Tokyo Unique Venues」、下線は追加施設

●「東京観光バリアフリー情報ガイド」に新コース追加(東京都)

東京都は、webサイト「東京観光バリアフリー情報ガイド」を開設し、エリア別(都心・副都心、城東、城南、城北・城西、多摩の5エリア)・テーマ別(歴史・文化、下町、ショッピング、自然、アミューズメントの5テーマ)から選択できる都内観光のコースをピックアップし、各コースのスタートからゴールまでの順路に加え、ルート上のバリア情報とバリアフリー情報、移動時のポイントなどを地図情報として提供している。同サイトでは2017年版として新たに10コース(表IV-3-2)を追加し、計30コースを紹介している。

表IV-3-2 東京観光バリアフリー情報ガイド新コース

コース名称	
湯島・御茶ノ水	江戸の総鎮守と学問ゆかりの地
銀座・有楽町	江戸と諸国漫遊アンテナショップめぐり
お台場	東京の海とアミューズメント
品川・羽田	江戸と東京の玄関を見くらべよう
深川	粋と人情の門前町
巢鴨・王子・荒川	都電でぶらり下町散歩
谷中・根津・千駄木	寺町と下町商店街の谷根千散歩
柴又・亀有	下町の人気者寅さん&両さんゆかりの葛飾
深大寺・高幡不動	鬼太郎と新選組ゆかりの寺院と門前町
小金井・狭山	昭和の町並みと武蔵野の自然

資料：東京都「東京観光バリアフリー情報ガイド」

●「外国人おもてなし語学ボランティア」の育成(東京都)

東京都は、2020東京オリンピック・パラリンピック競技大会の開催を視野に入れ、外国人観光客などが安心して滞在できる環境を整える一環として、2015年度より「外国人おもてなし語学ボランティア」の育成に取り組んできた。参加者は語学力に応じ、「おもてなし講座」のみのコース(一定程度の語学力を有する人向け)と「同講座と語学講座(英語)を組み合わせたコース」(入門～初級の語学力の人向け)から選択することができる。2017年4月には専用ウェブサイトを開設し、同ボラ

ンティアの制度の周知を図るとともに、講座受講生のフォローアップにも取り組んでいる。

●2017年度からの総合計画策定(新潟県)

新潟県では、今後の県政運営の総合的・基本的な指針となる最上位の行政計画である、新たな総合計画「にいがた未来創造プラン」を2018年1月に策定した。計画期間は2017～2024年度の8年間で、4年ごとに見直しを行う。

基本理念「命と暮らしが守られ、一人一人が未来への希望を持って自らの幸福を実現できる新潟県を創る～現在と未来への責任を果たす県づくり～」をふまえて5つの将来像をかかげた。観光政策は、4つめの将来像「魅力と賑わいのある新潟」実現のために位置づけられ、「国内外に通用する魅力ある観光地づくり」「魅力ある観光地のPRと国内外からの観光客誘致の推進」「スポーツと文化を活かした地域づくりによる交流拡大」に向けた政策が提案された。

なお、農林水産業関連の目標である「暮らせる・稼げる21世紀型農林水産業の実現」の中で、農林漁業者の所得向上に向け、グリーン・ツーリズムにおいて教育旅行のみならず大人誘客拡大の必要性が示された。

●新潟空港の「アクセス改善の基本的考え方」「路線ネットワーク戦略2017」を策定(新潟県)

新潟県では、新潟空港利用者増加を目標とし、空港へのアクセス改善に向けた県の方針「新潟空港アクセス改善の基本的考え方」を2017年12月に策定した。直行リムジンバスの運行、タクシー定額運行ルート構築、駐車場料金の低廉化など、2018年度から中短期的取り組みを進めている。

さらに、新潟空港の航空路線ネットワーク充実と、空港の利便性向上を目指すべく、県と関係者が一体となった取り組みを行うための行動指針を「新潟空港の路線ネットワーク戦略2017」としてまとめた。この戦略では、既存路線の充実や新規国際線誘致に向けた戦略的エアポートセールスなどが盛り込まれた。

②広域・市区町村レベル

●登山者安全対策「山のグレーディング」

新潟県、長野県、山梨県、静岡県は、2014年の「中央日本四県サミット」合意に基づき、2014年6月の長野県を皮切りに「山のグレーディング(難易度)」を設定、適宜追加や見直しを行っている。これは、登山者増加に伴う山岳遭難事故防止策の一環であり、各県内の主な登山ルート(無積雪期)を体力・技術別の難易度に分けて表にしたもので、ホームページやリーフレットなどで公開している。2017年度には栃木県が「山のグレーディング」を作成、2018年4月現在、全国8県1山系で824ルート进行评估している。

また、世界遺産富士山など、多くの山岳資源を有する山梨県は、登山の安全を確保する対策の検討を行い、2017年10月に「登山の安全の確保に関する条例」を制定・交付した。

●茨城県内広域レンタサイクルシステムスタート

茨城県及び県内7市(土浦市、石岡市、つくば市、潮来市、

かすみがうら市、桜川市、行方市)は、つくば霞ヶ浦りんりんロード(同県14市町村にまたがるサイクリングロード、総延長約180km。以下、同ロード)が整備されている水郷筑波地域を訪れる旅行者などが、気軽に手ぶらでサイクリングを楽しめるよう、県内8か所の施設で貸出・返却が可能なレンタサイクル事業を実施した(2017年4月22日から2018年3月31日。ただし12~1月は休止)。2018年7月には、同ロードの情報発信や環境整備を官民一体で進め誘客を図るべく、「つくば霞ヶ浦りんりんロード利活用推進協議会」(会長は茨城県知事)が発足した。

●東京の自然(多摩と島しょ)の活用

東京都は、世界有数の大都市であり、かつ多摩地区と島しょ地区には豊かな自然を有している。そこで、そうした自然を活用した新しい余暇の過ごし方を提案し、先進的な取り組みを広げる事業「Nature Tokyo Experience」を2017年度に実施した。「ガストロノミーリズム」や「常設型グランピング」などのプロジェクトが募集・選定された。

他にも、「縁結び」や「外国人旅行者向け」の多摩・島しょ地域を周遊する新たな旅行商品の造成・販売事業に対して必要経費の一部を補助する「多摩・島しょ地域旅行商品造成支援事業」や、多摩・島しょ地域の魅力を発信する国内集中プロモーション(駅貼りポスター、パンフレットなど)が実施された。また、スマホを使った新サービス「しまぼ通貨」の販売(プレミアム付き宿泊旅行商品券。2017年10月2日~2018年3月31日の期間販売。予定販売数12万セット)と、「電子しまぼ」(2017年7月1日スタートの「東京島めぐりPASSPORT」のスマホ版)がスタートした。

●東京と地方との連携

東京都は、2020年に向けて、東京を訪れた外国人個人旅行者が他のエリアも訪れるよう促す連携事業を実施した。これは、都が日本各地と連携して、双方の強みを活かし、双方に高い効果が見込まれる産業振興施策を「ALL JAPAN & TOKYO プロジェクト」として実施しており、その一環である。2017年度は、中国地域5県・四国地域4県、九州、北陸地域と連携した。観光資源や同地域へのアクセスを成田空港や都内鉄道(駅・車内)、国際線機内誌広告等を用いてPRしたり、外国語でのウェブサイトの制作や海外メディア招聘旅行などを実施した。

●「ロッテアライリゾート」グランドオープン(新潟県妙高市) 新潟県妙高市の「ロッテアライリゾート」が2017年12月にグ

ランドオープンした。この施設は、かつてはスキー場とレストラン、ホテルを備えた滞在型レジャー施設で、1993年に民間企業や新井市(当時)が出資して開発した。しかし利用客の減少で2006年に運営会社が経営破綻して営業を停止していた。約200万㎡の土地と建物は市税の滞納で公売にかけられ、2015年6月に民間企業が落札、全面リニューアルしての再オープンとなった。国内最大のジップラインやスキー場(11コース)、ホテル(257室)を有し、多彩な施設で長期滞在にも対応できる。

●東京ディズニーランド大規模開発に着手

株式会社オリエンタルランドは、2017年4月に東京ディズニーランド(TDL)の大規模開発に着手した。「美女と野獣」をテーマとしたエリアや新アトラクションなど、2パーク(TDL、東京ディズニーシー(TDS))開園以来最大となる750億円の投資が想定されており、2020年春オープン予定である。

さらに、同社は、TDSの大規模拡張プロジェクトを2018年6月に発表した。既存施設への追加投資としては過去最高となる約2,500億円をかけ、2022年度中の開業を目指す。

●首都圏内自動車道の整備進展

首都高速道路の晴海出入口~豊洲出入口間が2018年3月10日に開通した。豊洲地区から運河を渡るわずか1.2kmの区間で、首都高の他路線とは接続しない。晴海地区にはタワーマンションやオフィスビルが林立しているほか、晴海客船ターミナル付近には2020年東京オリンピック・パラリンピックの選手村が建設中であり、豊洲地区や臨海部では、2018年10月に築地市場から移転する予定の豊洲新市場やオリンピックの各種競技施設も建設されている。近隣の渋滞緩和、臨海部における防災機能の強化に寄与するほか、選手村へのアクセス向上効果が期待される。

首都圏内では、首都圏中央連絡自動車道(以下、圏央道)が2017年2月の境古河IC - つくば中央IC間開通により茨城県内で全通、さらに東北自動車道と常磐自動車道が圏央道経由で結ばれ、新湘南バイパスから東名高速道路、中央自動車道、関越自動車道、東北自動車道、常磐自動車道を介して、東関東自動車道までの間が首都高速道路を経由する事なく結ばれた。2018年1月には海老名南JCT開通により、圏央道と新東名高速道路が接続した。東京外環自動車道も、2018年6月に埼玉県の三郷南IC - 高谷JCT間15.5kmが開通し、京葉JCTで京葉道路、高谷JCTで東関東自動車道・首都高速湾岸線と接続した。

(朝倉はるみ 堀木美告)

IV-4 中部

外国人延べ宿泊者数は、県間の差が拡大中
インバウンド集客への取組が見受けられる一方で、
観光客急増による問題が生じている地域もみられた

(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、2017年1月～12月の中部地方の延べ宿泊者数は8,670万人泊となり、前年比0.5%減となった(図IV-4-1)。減少幅は縮小したが、昨年と同4.8%減に引き続き、2年連続で減少した。

県別にみると、富山県、長野県、愛知県が、それぞれ前年比14.3%増、1.0%増、3.8%増であったのに対して、岐阜県は同2.8%減、三重県は同10.6%減であった。愛知県と長野県は訪日外国人の増加数が多いこともあり、延べ宿泊者数も伸びた。富山県に関しては、昨年は14.6%減であったが、今年は一転して増加した。

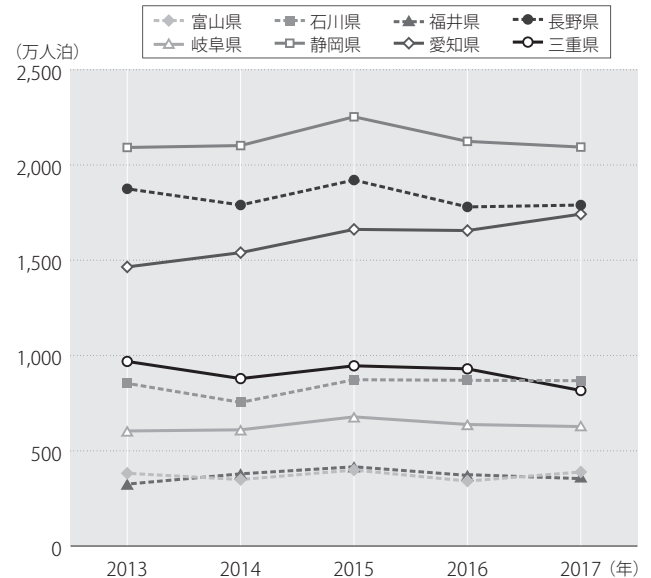
外国人延べ宿泊者数は777万人泊で、前年比5.5%増となった(図IV-4-2)。2014・15年はそれぞれ同28.1%増、68.6%増と大きな伸びを見せていたが、同3.2%増であった2016年に引き続き、2017年も同4.3%と、一桁の伸びとなった。

県別にみると、外国人延べ宿泊者数が最も多いのは愛知県(2017年254万2,000人)であり、前年比8.3%増と安定して伸びている。比較的外国人延べ宿泊者数が少ない富山県(同28万8,000人)と福井県(同6万1,000人)は、それぞれ前年比29.4%増、12.5%増と二桁の伸びとなった。

三重県は前年比5.0%減の減少となったが、伊勢志摩国立公園(三重県伊勢市、鳥羽市、志摩市、南伊勢町)に限定してみれば、2017年中に同国立公園を訪れた訪日外国人旅行客数は前年比24.1%増となった。これは、全国の国立公園における平均伸び率である10%を大きく上回まっている。2016年5月に主要国首脳会議「G7伊勢志摩サミット」が開催された志摩市は、市の全域がこの伊勢志摩国立公園に含まれており、サミットによる知名度の向上が旅行客増加の一つの要因だと考えられる。

北陸新幹線の長野・金沢間が2015年に開業してから3年が経過したが、依然として金沢市では新幹線開業による観光客の増加が続いている。JR西日本金沢支社によると、2017年における金沢駅の乗車人数は1日平均2万2,895人と前年比1.0%増であった。これは、富山県内で北陸新幹線が停車する富山、新高岡、黒部宇奈月温泉の3駅を合わせた乗車人数1万1,067人の2倍以上に上る。

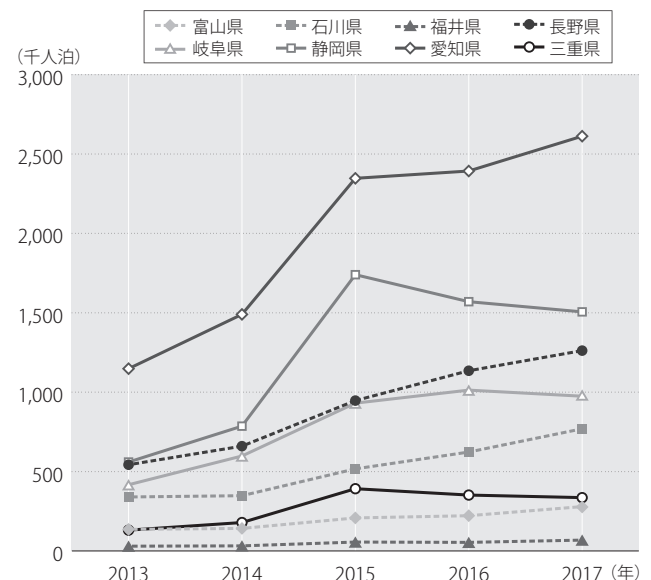
図IV-4-1 延べ宿泊者数の推移(中部)



県	2013	2014	2015	2016	2017
富山県	382	349	399	341	390
石川県	854	754	873	870	874
福井県	325	379	416	371	359
長野県	1,875	1,790	1,921	1,780	1,799
岐阜県	604	610	678	638	621
静岡県	2,092	2,102	2,253	2,124	2,078
愛知県	1,465	1,540	1,662	1,656	1,719
三重県	969	879	946	930	832

単位：万人泊
資料：観光庁「平成29年宿泊旅行統計調査」をもとに(公財)日本交通公社作成

図IV-4-2 外国人延べ宿泊者数の推移(中部)



県	2013	2014	2015	2016	2017
富山県	136	142	208	222	288
石川県	340	348	517	623	777
福井県	30	32	56	54	61
長野県	543	660	947	1,135	1,290
岐阜県	417	598	931	1,013	975
静岡県	560	786	1,740	1,570	1,502
愛知県	1,148	1,490	2,347	2,393	2,543
三重県	131	179	392	352	334

単位：千人泊
資料：観光庁「平成29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

●中央日本総合観光機構の設立（富山県、石川県、福井県、長野県、岐阜県、静岡県、愛知県、三重県、滋賀県）

中部9県（富山県、石川県、福井県、長野県、岐阜県、静岡県、愛知県、三重県、滋賀県）における広域連携を進めるための組織として、中央日本総合観光機構が2017年5月に設立され、12月に観光庁の広域連携DMO候補法人として登録され、その後2018年7月31日付けで、広域連携DMO法人として登録された。

「中部北陸圏の観光産業の創生」と「安定的な観光産業収入を通じた地域活性化」の二つを目標としており、最高執行責任者（COO）として、前・英国政府観光庁日本・韓国代表のアシュリー・ジョン・ハーヴェー氏が就任した。

2017年は、マーケティング・ブランディング、プロモーション、中部9県における地域DMOとの連携・体制づくりに重点を置いて事業が実施され、プロモーション事業では、従来のアジア市場重視から、欧米豪市場の比重を拡大する方向へと転換が図られた。

●昇龍道プロジェクトに関連した取り組み

中部運輸局、北陸信越運輸局及び中央日本総合観光機構が推進する昇龍道プロジェクトは、2017年も引き続き、いくつものインバウンド誘致に取り組んだ。その一つとして、日本酒の酒蔵の知名度の向上と観光資源としての活用を目的に、参加会員の情報・意見交換、ビジネスマッチングの場として「昇龍道日本銘酒街道推進会議」を開催した。

また、中部9県の11信用保証協会が観光関連事業者やサービス業者など向けの保証制度（中部圏11協会共同地方創生保証「昇龍道・おもてなし」）を発表した。この保証制度の下では5千万円までの事業資金を金融機関から借りる際、一般的な保証料率より0.1%割引いた率で債務が保証される。制度を利用できる企業は昇龍道プロジェクト推進協議会の会員企業や経済産業省が創設した「おもてなし規格認証」を取得したサービス業者などである。

●伊豆観光列車が運行開始（静岡県）

2017年7月に、JR横浜駅と伊豆急下田駅を結ぶ「THE ROYAL EXPRESS（ザ ロイヤルエクスプレス）」の運行が始まった。JR九州の豪華寝台車「ななつ星」も手がけた水戸岡鋭治氏がデザインしたものである。

国内の観光列車としては最長の8両編成であり、絵本図書館を備えた家族向けの客車から、組子などの伝統工芸やステンドグラスが備わった贅沢な客車まで用意しており、さまざまな客層が楽しめる仕様になっている。

●信州デスティネーションキャンペーンの実施（長野県）

JRグループ旅客6社や自治体、地元の観光事業者などが

共同で実施する大型観光キャンペーンである信州デスティネーションキャンペーンが、2017年7月1日から9月30日まで、長野県を舞台に「世界級リゾートへ、ようこそ。山の信州」をメインテーマに実施された。

期間中は、信州キャンペーン実行委員会が製作した5連貼りポスターが全国の主な駅に掲出され、各エリアの観光情報が掲載されたキャンペーンブックの配布やメディアによる情報発信が行われた。

●長野県観光戦略2018の策定（長野県）

長野県では、観光によって稼ぐために必要な取り組みの方向性を明確にし、県民、市町村、DMO、観光関連事業者などと協働して取り組むための指針を示すために、「信州の観光新時代を拓く 長野県観光戦略 2018」が策定された（図IV-4-3）。

対象期間は、2018年から2022年までの5か年であり、目指す姿として「そこに暮らす人も訪れる人もしあわせを感じられる世界水準の山岳高原リゾート」が掲げられている。

図IV-4-3 長野県観光戦略2018で提示された主要指標

指標名	現状	目標（2022年）
延べ宿泊者数	1,780万人（2016年）	2,175万人
外国人延べ宿泊者数	113.5万人（2016年）	300万人
観光消費額	7,320億円（2016年）	8,100億円
重点支援広域型DMO・DMCの指定数	0	10
来訪者満足度（国内）	18.6%（2016年）	25.0%
来訪者満足度（海外）	43.2%（2016年）	50.0%
山岳遭難死傷者数	211人（2017年）	180人以下

資料：長野県「長野県観光戦略推進本部資料」をもとに（公財）日本交通公社作成

●立山黒部アルペンルートをめぐる動き（富山県）

立山黒部アルペンルートの2017年の入込客数は92万9,000人と前年比1%増であった。そのうち、訪日入込客数は過去最高の26万3,000人を記録し（同9%増）、中でも、韓国からの訪日客が同84%増と大きく伸びた。

このように多くの観光客が訪れる同ルートについて、富山県は黒部ダム内のトンネル見学エリアをより拡大し、観光利用を促進させたいと考えているのに対して、黒部ダムを所有する関西電力は安全確保が難しいなどの理由から反対しており、議論が続いている。

② 広域・市区町村レベル

●「熊川宿」に古民家を改修したシェアオフィスが誕生（福井県若狭町）

国の重要伝統的建造物群保存地区である熊川宿（福井県若狭町）に築約130年の古民家を改修した「街道シェアオフィス&スペース菱屋」が2018年春、完成した。改修は、地域の課題解決を目的にさまざまな事業を実施している民間会社が、総務省の補助を受けて行った。

「ローカルと出会える」をコンセプトとしており、都市と若狭地方の人が交流できるシェアオフィス、イベントスペースとしての

役割が期待されている。

●「おんな城主 直虎」による集客効果（静岡県浜松市）

NHKの大河ドラマ「おんな城主 直虎」(2017年1月～12月放送)の舞台となったことで、静岡県浜松市は、多くの観光客で賑わった。浜松市は2018年3月に、同ドラマが静岡県内にもたらした経済波及効果が248億円に達したことを公表、その内訳は直接効果が155億円、間接効果が93億円と算出された。

浜松市は、この経済効果を高めるために、井伊直虎ゆかりの地を紹介したマップの作成や大河ドラマ館の開設などを行い、同館には2018年1月の閉館までの約1年間で、約78万人が訪れた。

この大河ドラマで高まった知名度を継続させるために、浜松・浜名湖ツーリズムビューローは「海の湖」をブランドコンセプトに、ボートレース体験や釣り体験など体験型観光の魅力強化を図っている。

●レゴランド・ジャパンの開設（愛知県名古屋市）

2017年4月1日、愛知県名古屋市港区に「レゴランド・ジャパン」がオープンした。レゴブロックで知られるレゴ社が開設した屋外型テーマパークで、日本へは初めての進出となった。ターゲットは2歳から12歳の子供たちとその家族としており、レゴブロックの世界観をテーマにしたアトラクションや、レゴブロックを使った子供のためのワークショップを提供している。

日本の代表的なテーマパークと比較すると、東京ディズニーランドが約51ha、ユニバーサル・スタジオ・ジャパンが約39haであるのに対して、レゴランド・ジャパンは約9.3haと比較的小規模であるが、2018年4月に、水族館「シーライフ名古屋」と宿泊施設「レゴランド・ジャパン・ホテル」を隣接地にオープンさせるなど、施設の集積を進めている。

なお、東京にも「レゴランド・ディスカバリー・センター東京」と呼ばれる施設があるが、こちらは運営会社（マーリン・エンターテインメント・ジャパン）が同じ屋内型テーマパークである。

●静岡県富士山世界遺産センターがオープン（静岡県富士宮市）

2017年12月23日、静岡県富士宮市に、静岡県富士山世界遺産センターがオープンした。世界遺産の根拠となる「世界遺産条約（国際条約）」に規定されている、世界遺産を「保護し、保存し、整備し及び将来の世代へ伝えることを確保する」拠点施設であり、学術調査機能も併せ持つ。

建物の外観は、富士山を逆さにした形をイメージしたフォルムとなっており、水面に映った姿が富士山の形になるという独

特の仕掛けがなされている。

年間の入館者数の目標を30万人としていたが、オープンから6ヶ月余りで達成した。なお、山梨県にも富士山世界遺産センターがあり、そちらは2016年6月22日に開館している。

●宿泊税の導入（石川県金沢市）

石川県金沢市では、2018年3月に宿泊税の条例案が可決、6月に宿泊税新設に関する総務大臣同意が獲得され、宿泊税の導入が決まった（図IV-4-4）。実際の施行は2019年4月1日を予定している。

税率は1人1泊あたりの宿泊料が2万円以下の場合には200円、2万円以上の場合には500円である。また、京都市で導入された宿泊税と同様に、住宅宿泊事業（いわゆる民泊）も課税対象としている。金沢市は、税収に関しては初年度2019年度は6億6千万円、2020年度以降7億2千万円、徴税に要する費用に関しては、2019年度2千3百万円、2020年度以降4千3百万円と見込んでいる。

宿泊税の導入は東京都、大阪府、京都市に続き4例目、市区町村レベルでは京都市に続いて2例目となった。

図IV-4-4 金沢市で導入される宿泊税の概要

納税義務者	金沢市内に所在する次の宿泊施設への宿泊者 ・旅館業法の許可を受けた旅館、ホテル又は簡易宿所 ・住宅宿泊事業法の届出をして住宅宿泊事業を行う住宅
税率	1人1泊について ・宿泊料金が2万円未満のもの 200円 ・宿泊料金が2万円以上のもの 500円
納入方法	特別徴収
課税開始時期	2019年4月1日
用途	3つの方向性を軸に検討 ・まちの個性に磨きをかける歴史・伝統・文化の振興 ・観光客の受入れ環境の充実 ・市民生活と調和した持続可能な観光の振興
税収見込み	年間7億2千万円

資料：金沢市ホームページより（公財）日本交通公社作成

●観光客の入村制限（岐阜県白川村）

岐阜県白川村では、毎年1月に世界遺産である白川郷の合掌造りをライトアップするイベントを行っているが、2019年1月の来場者を事前に抽選で決定する完全予約制に変更すると発表した。ライトアップ運営管理を手がける旅ジョブが、イベントアプリ大手のPeatixと提携して、イベント設計を進めている。

白川村は、村の人口が約1,600人であるのに対して、年間に約180万人の観光客を受け入れており、地域住民や自然環境に対する悪影響は、以前から問題視されていた。さらに近年、国内観光客に加えて外国人観光客も増加しており、特にイベント時には数千人が訪れて村内の道路が大渋滞するなど、現場で混乱が生じているため、入村制限を行うことになった。

（池知貴大）

IV-5 近畿

- ・関西国際空港の国際線旅客数が2,000万人を突破
- ・和歌山県や滋賀県でサイクリング観光推進が本格化

(1) 都道府県レベルの旅行者動向

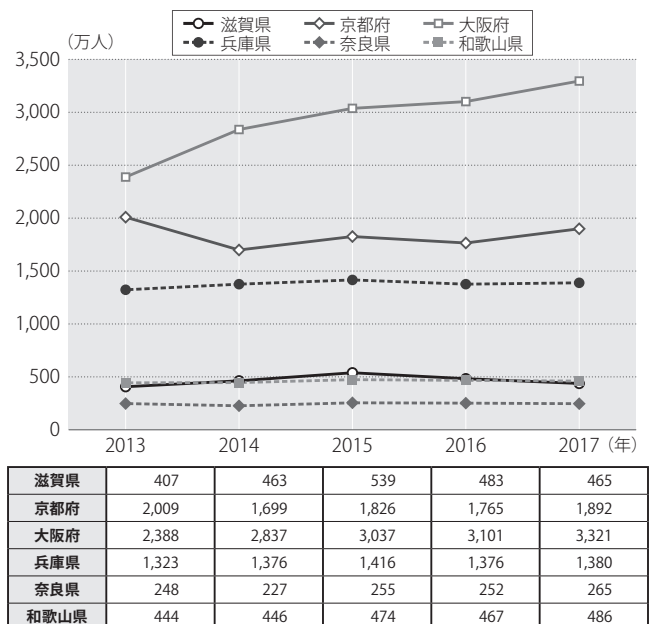
① 宿泊者数の動向

観光庁「宿泊旅行統計調査」によると、2017年1月～12月の近畿地方の延べ宿泊者数は7,810万人泊と過去5年間で最大となり、前年比では4.9%の増加となった。府県別にみると、大阪府と奈良県、和歌山県は過去5年間で最も多くなった。前年比をみると、京都府で7.2%増、大阪府で7.1%増、奈良県で5.2%増、和歌山県で4.2%増、兵庫県で0.3%増と前年を上回ったが、滋賀県では3.8%減を記録し、近畿圏内で明暗が分かれるかたちとなった(図IV-5-1)。

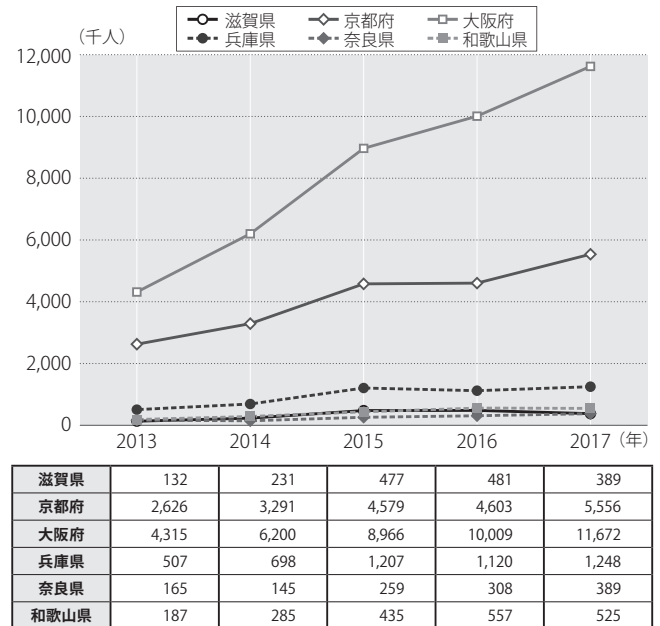
外国人延べ宿泊者数については、近畿地方全体で1,978万人泊で前年比15.8%増となり、昨年に続いて過去最大を記録した。府県別にみると、京都府や大阪府、兵庫県、奈良県で過去最大を記録した。前年比をみると、奈良県では26.5%増、京都府で20.7%増、大阪府で16.6%増、兵庫県で11.5%増と大きく伸び、和歌山県では5.8%減、滋賀県に至っては19.2%減となった(図IV-5-2)。

延べ宿泊者数と外国人延べ宿泊者数の増加率の関係を府県別に見ると、滋賀県や京都府、大阪府、兵庫県、奈良県はその符号が一致しているが、和歌山県では延べ宿泊者数の増加率はプラスだが外国人延べ宿泊者数の増加率はマイナスであった。

図IV-5-1 延べ宿泊者数の推移(近畿)



図IV-5-2 外国人延べ宿泊者数の推移(近畿)



② 関西国際空港の利用動向

関西国際空港の運営を行っている関西エアポート株式会社が2018年1月に発表した2017年の利用状況(速報値)によると、国際線と国内線を合わせた航空旅客数は2,798万人となり、前年比10.9%増で過去最大を記録した。また、国際線旅客数のみで初めて2,000万人を突破した。その内訳をみると、日本人旅客数は662万人で3.8%増なのに対し、外国人旅客数は1,432万人で17.6%増と大きく伸びたことが窺える。2017年度に関西国際空港ではジェットスター・パシフィックやティーウェイ航空、エアソウルなどのLCCによる新規就航や就航路線の拡大が多く、それらの影響が窺える(表IV-5-1)。

表IV-5-1 関西国際空港の発着回数と旅客数

	2016年(確定値)	2017年(速報値)	前年比
発着回数(回)	177,109	185,174	4.6%
国際線	129,210	135,360	4.8%
旅客便	113,719	119,379	5.0%
貨物便	13,677	13,866	1.4%
その他	1,814	2,115	16.6%
国内線	47,899	49,814	4.0%
旅客便	45,277	47,199	4.2%
貨物便	1,084	992	-8.5%
その他	1,538	1,623	5.5%
旅客数(人)	25,236,705	27,983,093	10.9%
国際線	18,760,512	21,134,457	12.7%
日本人	6,376,858	6,618,091	3.8%
外国人	12,171,356	14,315,556	17.6%
通過旅客	212,298	200,810	-5.4%
国内線	6,476,193	6,848,636	5.8%

注: 航空機発着回数のその他には「空輸機・燃油給油機・プライベート機・特別機・回転翼機等を含む
出典: 関西エアポート株式会社

(2) 観光地の主な動向

① 地方・都道府県レベル

● 各府県による民泊条例

2018年6月より住宅宿泊事業法が施行されることに合わせて各府県では民泊に関する条例を定めた。滋賀県では「滋賀県住宅宿泊事業法に基づく住宅宿泊事業の実施の制限に関する条例」、京都府では「京都府住宅宿泊事業の適切な実施の確保等に関する条例」、兵庫県では「住宅宿泊事業の適正な運営の確保に関する条例」、奈良県では「奈良県住宅宿泊事業の適正な運営の確保に関する条例」、和歌山県では「和歌山県住宅宿泊事業法施行条例」が制定された。

滋賀県の条例では、草津市の一部の区域において民泊の実施を制限する期間が設けられた。京都府の条例では、学校等の周辺区域や保育所等の周辺区域住居専用地域で民泊営業に一定の制限を課すことが定められたが、各市町村によって詳細は異なる。兵庫県の条例では、学校等の周囲100m以内や住居専用地域・田園住居地域、景観地区、国民保養温泉地、国立公園、国定公園及び県立自然公園、景観形成地区及び広域景観形成地域など、奈良県の条例では、学校等の周囲100m以内の区域と古都における歴史的風土の保存に関する特別措置法に規定する歴史的風土特別保存地区並びに明日香村における歴史的風土の保存及び生活環境の整備等に関する特別措置法に規定する第一種歴史的風土保存地区及び第二種歴史的風土保存地区に該当する区域で民泊の実施を制限する期間が設けられた。一方、和歌山県については民泊の実施を制限する期間が設けられた区域はない。

● 和歌山県によるサイクリング観光の促進

和歌山県では2015年度より県内の山や川、海を結ぶ全長800kmのサイクリング推奨ルートにブルーラインを引き、整備に取り組んできた。2017年3月には整備された3つのサイクリングコース「天空の聖地～高野山センチュリーライド（約160km）」、「紀の国うまいもん満喫ライド（約60km）」、「サイクリングデビューわくわくライド（約10km）」を走る和歌山県初のサイクリングイベントである「わかやまサイクリングフェスタ2017」が開催された。2018年3月にはコースを1つ増やして「わかやまサイクリングフェスタ2018」が開催された。

県では2017年5月に取りまとめた「県観光振興実施行動計画（観光振興アクションプログラム2017）」において、2017年度より「サイクリング王国わかやま」の強力な発信とサイクリストの誘客促進に取り組むことを盛り込んだ（表IV-5-2）。2017年8月には「サイクリング王国わかやま」の情報発信のため、有名バイクメーカー「トレック」の協力のもと、ブランディング映像を2本発表し、「WAKAYAMA 800（わかやま800）」というニックネームとロゴマークを決定した。2018年3月には和歌山県サイクリング総合サイトをオープンした。食・風景・観光・歴史・走という5つのカテゴリーと紀北・紀中・紀南・海岸という4つのスタート地点から検索可能なほか、ルート周辺施設の検索も可能になっている。

表IV-5-2 和歌山県によるサイクリング観光促進の取り組み

受入体制の整備
<ul style="list-style-type: none"> サイクリストに優しい宿泊施設の拡大 自転車を部屋に入れたり、修理道具を貸し出すなど、サイクリストに優しい宿泊施設を拡大するために各宿泊施設に働きかける サイクリングロード整備事業 ブルーライン等の路面標示の設置、専用道路化などによる自転車走行空間整備 サイクリングロード利用促進事業 ルート周辺の案内ツール作成、サイクルステーション認定、サイクリングイベント開催
誘客宣伝
<ul style="list-style-type: none"> メディア展開 ファミツアー等の実施 阪急阪神グループタイヤアップキャンペーン 県観光情報誌による情報発信

出典：和歌山県「観光振興アクションプログラム2017」

● 滋賀県による「ビワイチ推進総合ビジョン」の策定

滋賀県では琵琶湖を自転車一周する「ビワイチ」が人気を博してきた。2017年5月には琵琶湖以外の滋賀県の魅力を巡る8つのサイクリングコースを「ビワイチ・プラス」として新設し、さらに、2018年3月には「ビワイチ推進総合ビジョン」を策定した。これは、サイクリストが「安全・安心に周遊できる環境整備や地域の魅力づくり、県内外への発信、県民自らサイクリングを楽しむ未来を創りあげるために共有する取組の方向性を示し、交流人口の増加、琵琶湖をはじめとした環境保全、県民自身の健康増進を通じた地域活性化」を目指すための基本方針や施策の方向性が記述されたものである（表IV-5-3）。

表IV-5-3 滋賀県「ビワイチ推進総合ビジョン」

目指す姿
観光客を含むサイクリスト、自動車運転者、歩行者等が互いに尊重し合い、共存する環境の中、国内外から多くの方々来訪し、安全で快適に自転車による県内周遊（「ビワイチ」「ビワイチ・プラス」）を楽しんでいるとともに、地域の豊かな自然や文化、食、人とのふれあいを通じて県全体が活性化され、県民自身も自転車で県内周遊を楽しんでいる。
基本方針
1 国内外に向けたサイクリングブランド「ビワイチ」の確立および観光・地域経済の振興につながる仕組みづくり
2 サイクリストから自転車初心者まで、安全かつ気軽にサイクリングを楽しめる環境づくりや「ビワイチルール」の意識づけ
3 県民自身が自転車で県名を周遊することで「地域の魅力再発見」「環境保全意識の醸成」「健康の増進」等につながる取組の推進

出典：滋賀県「ビワイチ推進総合ビジョン」

● ガードレールの木造化（和歌山県）

和歌山県では紀州材の利用促進と観光振興の観点から景観に配慮することを目的に2017年度から、高野山や白浜町などの主要観光地の幹線道路のガードレールを順次、木造化する事業を開始した。

● 泉州地域広域観光連携協議会の設立

大阪府の堺商工会議所、泉大津商工会議所、岸和田商工会議所、貝塚商工会議所、泉佐野商工会議所、高石商工会議所、和泉商工会議所は2018年1月に観光振興やイン

バウンド誘致に連携して取り組む「泉州地域広域観光連携協議会」を設立した。関西国際空港が近くに立地する泉州地域だが、外国人観光客が「素通り」する現状を打破するための取り組みが期待される。

●特区民泊における宿泊税徴収（大阪府）

大阪府では2017年1月より法定外目的税として宿泊税を導入し、大阪府内のホテルや旅館にて宿泊料金が1人1泊あたり10,000円以上の宿泊者に対して宿泊税の徴収を行っていた。さらに2017年7月1日より税を納める対象者に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）における宿泊者を追加した。これは民泊にも宿泊税が課される全国初の取り決めとして注目される。

●JR西日本の豪華寝台列車「TWILIGHT EXPRESS 瑞風」運行開始

2017年6月より、JR西日本は豪華寝台列車「TWILIGHT EXPRESS 瑞風」の運行を開始した。車両は建築家・インテリアデザイナーの浦一也とインダストリアルデザイナーの福田哲夫が担い、トワイライトエクスプレスの伝統を受け継ぎながら沿線の風景に溶け込む「瑞風グリーン」のエクステリアとアール・デコ調をベースとしたインテリアの車体が完成した。コースは1泊2日の片道タイプ（山陽下り・上り、山陰下り・上り）と、2泊3日で山陽・山陰を巡る周遊タイプの計5コースが用意されており、1日1回、立ち寄り観光が実施される（表IV-5-4）。

表IV-5-4 「TWILIGHT EXPRESS 瑞風」の立ち寄り観光地

	駅名	観光地
山陽エリア	岡山駅	岡山後楽園
	倉敷駅	大原美術館
	尾道駅	瀬戸内海、ベラビスタ スパ&マリーナ尾道
	宮島口駅	厳島神社
	南岩国駅	錦帯橋、吉川史料館
山陰エリア	城崎温泉駅	城崎温泉街
	東浜駅	浦富海岸
	鳥取駅	鳥取砂丘エリア
	宍道駅・松江駅	菅谷たたら山内、明々庵、食の杜「室山農園」、須我神社、神楽の宿
	出雲市駅	出雲大社
	萩・東萩駅	松陰神社(世界遺産)、萩焼の窯元

出典：TWILIGHT EXPRESS瑞風のウェブサイト

●但馬地域鉄道利便性向上対策アクションプログラム策定

但馬地域鉄道利便性向上対策協議会は2018年3月に但馬地域鉄道利便性向上対策アクションプログラムをまとめた。協議会は2006年3月に同名のアクションプログラムを策定して以来、特急列車の高速化や駅前広場の整備、バスとの乗り継ぎ利便性向上などの取り組みを行ってきたが、社会情勢の変化を踏まえて新たにアクションプログラムを策定した。このアクションプログラムでは、理念を「みんなでつくろう 魅力ある山陰本線・播但線」とし、概ね5年後に年間乗車人員300万人

(2015年度実績279万人)を、長期的には400万人を目指すこととした。そのために輸送サービスの向上、交流人口の拡大、駅及び駅周辺環境の改善、利用者意識の醸成に取り組むことが盛り込まれた。

②広域・市町村レベル

●京都市による民泊規制

京都市では独自のルールを定めた「京都市住宅宿泊事業の適正な運営を確保するための措置に関する条例」が2018年2月に市議会にて可決された。この条例によって、住居専用地域（第1種低層・第2種低層・第1種中高層・第2種中高層）における3月16日正午から翌年1月15日正午までの民泊営業を禁ずること（第10条）や、原則として民泊事業者は現地対応管理者を民泊物件に10分以内に到着可能な範囲に駐在させなければいけないこと（第12条）などが取り決められた。

●地震発生時等災害時における訪日外国人旅行者の避難誘導マニュアルの策定（近畿運輸局・京都市）

京都市では2018年3月に、観光庁の「訪日外国人旅行者受入環境整備緊急対策事業（実証事業）」を活用して近畿運輸局と連携して訪日外国人旅行者を安全に避難誘導する「避難誘導マニュアル」を作成した。このマニュアルには、(1)外国人旅行者への対応で配慮すべき点、(2)発災時に想定される状況と避難誘導の流れ、(3)日頃から進めておくべき準備、(4)外国人旅行者への多言語による情報伝達文例が記されており、今後緊急避難先（緊急避難広場や一時滞在施設）や、避難誘導団体に配布されることとなっている。

●大津市で体験型観光プロジェクトの実施

大津市では大津市全体をフィールドに、ありのままの大津の魅力を楽しむ体験型観光プロジェクト「みーつ びわ湖・大津～三つの出逢（であ）い～」が2017年に春・夏・秋に初めて開催された（春：2017年4月12日～5月7日、夏：2017年7月29日～8月20日、秋：2017年9月16日～11月26日）。このプロジェクトでは「東海道・大津宿 町人文化の豊かさを感じる」、「源氏物語誕生地 石山寺を詣でる」、「日本遺産『水と祈りの文化』近江の神仏を知る」、「琵琶湖の恵み・近江の恵みを味わう」、「日本一のびわ湖を満喫する」、「かるたの聖地 近江神宮」、「近江近代遺産の礎を知る」、「大津三大祭 祭の魅力を感じよう」という8つのテーマが用意され、ガイドツアーやまちあるきなどの企画が実施された。

●国内で14年ぶりに新規スキー場開業（兵庫県神河町）

2017年12月に神河町にスキー場「峰山高原リゾート ホワイトピーク」がオープンした。3コース（ファミリー・初心者向け862m、中級者向け1,170m、中・上級者向け937m）と、2基のリフトを設置した。姫路から約1時間、神戸や大阪から約2時間とアクセスが良い。国内のスキー場としては14年ぶりの新規開業である。

●「熊野古道の森を守り育む未来基金（くまもり募金）」創設（田辺市）

世界文化遺産「紀伊山地の霊場と参詣道」の構成資産で

ある参詣道（熊野古道）では、近年土地所有者や森林管理者の高齢化・後継者不足により、周辺の樹木に適切な管理がなされない問題が起きている。熊野古道沿いの森林は植林地であるため根が浅く、手入れをしていないと台風・ゲリラ豪雨などで土砂崩れや倒木を起こしやすい。そのため、熊野古道の文化的景観や古道そのものに影響を与える恐れがあるとして、森林の維持管理を行うための財源を確保するため、「熊野古道の森を守り育む未来基金」を田辺市が創設した。これはふるさと納税や直接支援によって確保するものであり、この基金の有効な活用による熊野古道とその周辺の維持管理が期待される。

●世界遺産姫路城の夜間開放イベントの実施

姫路市は2016年12月に姫路城を夜間開放し、プロジェクションマッピングで彩るイベントを実施。しかし、冬期開催で寒さが厳しい時期だったことなどから、2017年は11月に開催した。三の丸広場に約10万個のLED電球を並べて江戸時代にあったという「三の丸大馬路」を再現したり、西の丸・百間廊下を初めて夜間に公開したり、アート作品を並べてライトアップするなど空間を演出。姫路城のライトアップだけでなく、周辺の商店街80店舗で利用可能なクーポンを冊子化した「城下町満喫BOOK」を配布するなど街全体で誘客に取り組んだ。

●白浜町と近畿大学による包括連携協定の締結

白浜町と近畿大学は2017年12月に包括連携協定を締結した。近畿大学は1948年に水産研究のための施設を白浜町に開設し種苗生産等の研究に取り組んできたほか、漁協と連携し養殖事業などにも関わってきた。この包括連携協定によって、「近大産のクエを白浜町の旅館や料理店に供給することで観光PRとなり、集客に貢献（近畿大学HP）」することや「水産だけでなく観光事業等を含む総合的な連携を図り、地方創生を推進（同）」することなどが期待されている。

●奈良のシカの頭数増加による捕獲・処分

近年、奈良市内の農作物を荒らすシカの増加が問題となった。奈良公園の象徴としても知られるこのシカは国の天然記念物にも指定され、これまで保護されてきた。しかし、近年の農作物への被害の大きさを鑑みた奈良県は、奈良公園を中心とした保護エリア外のシカについて文化庁の許可を得て捕獲・処分を開始した。

●平城京跡に平城京跡歴史公園が開園

2018年3月に平城京跡に平城京跡歴史公園の朱雀門ひろばが開園した。幅員74mの南北に走る朱雀門と幅員37mの東西に走る二条大路の一部が復元し、それらが交差する一帯に平城京いざない館、天平つどい館・天平みはらし館・天平うまし館・天平みつき館が開業した。平城京いざない館は平城京跡歴史公園の見どころや平城京の歴史を伝える施設、天平うまし館はカフェやレストラン、天平みつき館は奈良県内の観光情報案内と特産品販売、天平みはらし館は平城京跡の展望デッキや展望室、天平つどい館は修学旅行などの団体の待合スペースである。

●宿泊税条例の可決（京都）

京都市では、国際文化観光都市としての魅力を高め、観光の振興を図るため、2017年9月の市議会にて京都市宿泊税条例案が提案、可決された。2018年2月に総務大臣の同意を得て、10月1日より条例を施行することが決定した（表IV-5-5）。

表IV-5-5 京都市の宿泊税条例

目的	
国際文化観光都市としての魅力を高め、観光の振興を図る	
納税義務者	
・旅館業法に定める旅館業を営む施設への宿泊者 ・住宅宿泊事業法に基づく住宅宿泊事業を営む施設への宿泊者	
課税客体	
・旅館業法に定める旅館業を営む施設への宿泊行為 ・住宅宿泊事業法に基づく住宅宿泊事業を営む施設への宿泊行為	
税率	
宿泊者1人1泊につき、宿泊料金が	
2万円未満のもの	200円
2万円以上5万円未満のもの	500円
5万円以上のもの	1,000円
※修学旅行その他学校行事に参加する者及びその引率者は課税免除	
納入方法	
宿泊施設の経営者が、納税義務者である当該宿泊施設における宿泊者から税金を徴収し、納入	

出典：京都市「京都市宿泊税条例」

●六甲山上の遊休施設等を活用した「賑わい創出事業」

神戸市では2017年度に六甲山の活性化を実現するため、利活用を見込む六甲山上の遊休施設等のリニューアルに助成を行う「賑わい創出事業」を実施した。民間企業からの提案を募った結果、研修施設からレストランを併設した森林体験施設や保養所からセミナーハウスへの用途転換する事業及び既存建物の解体事業が選定された（表IV-5-6）。

表IV-5-6 六甲山上の遊休施設等を活用した「賑わい創出事業」

対象物件	六甲山地区に立地する、企業、団体及び事業者等が保有している保養所、又は便利施設等の遊休施設			
対象事業 (全て満たすこと)	遊休施設等のオーナーや企業、団体及び事業者等が、山上の「賑わい創出」、「景観改善」のために、主体となつて自立的、継続的に行う事業であること			
	行政と連携し、提案者自身が事業実現のために取り組み、事業完了が見込めること 事業実施後、10年以上にわたり不特定多数が利用可能な集客施設として活用が見込めること また、解体・植栽においては自然公園としての六甲山の景観改善に資すること			
補助内容		対象経費	補助率	補助金
	①改修支援事業 (耐震改修を含む)	最大 1,200万円	最大2/3	最大 800万円/件
	②建替支援事業	最大 1,200万円	最大2/3	最大 800万円/件
	③解体・植栽支援事業	最大 200万円	1/3	最大 66万円/件

出典：神戸市 六甲山上の遊休施設等を活用した「賑わい創出事業」

(西川亮)

IV-6 中国・四国

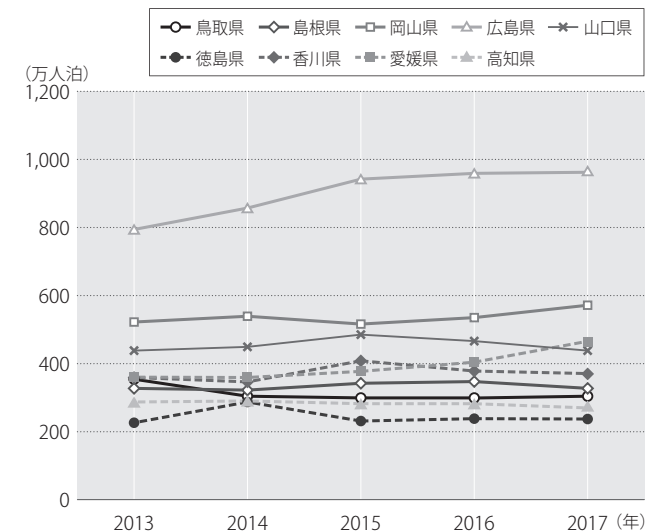
総入込客数はやや減少したが、外国人観光客は大幅な伸び
インバウンド対応のためのインフラやソフトの整備が進む
地域の既存資源を活かした新たな取り組みが活発化

(1) 都道府県レベルの旅行者動向

観光庁「宿泊旅行統計調査」によると、2017年1～12月の中国・四国全体の延べ宿泊者数は3,840万人泊、前年に比べ1.2%の増加であった。

県別にみると、延べ宿泊者数が増加した県は、鳥取県（前年比0.1%増）、岡山県（同8.9%増）、愛媛県（同16.3%増）、広島県（同0.4%増）の4県であった。一方、減少した県は、島根県（前年比8.1%減）、山口県（同4.8%減）、徳島県（同11.8%減）、香川県（同0.6%減）、高知県（同3.8%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	2013	2014	2015	2016	2017
鳥取県	354	304	299	299	299
島根県	327	322	342	347	319
岡山県	522	539	516	535	583
広島県	794	857	942	959	963
山口県	438	449	485	466	444
徳島県	226	287	231	238	230
香川県	359	346	408	378	376
愛媛県	360	359	377	404	470
高知県	287	290	282	282	271

単位：万人泊
資料：観光庁「平成29年宿泊旅行統計調査」をもとに（公財）日本交通公社作成

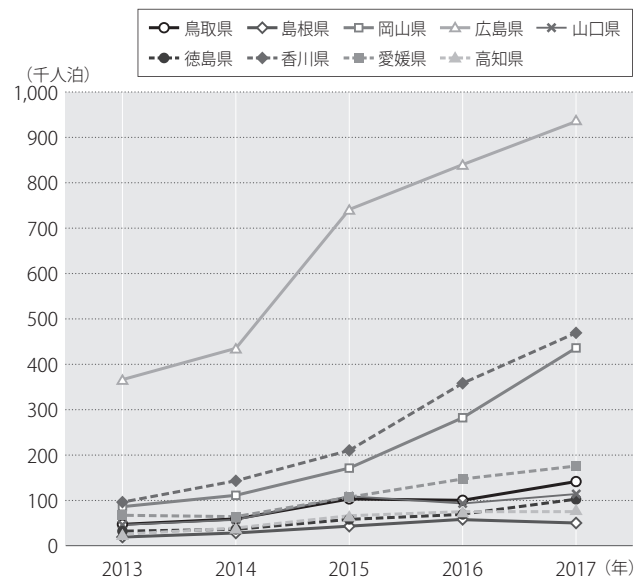
2017年の外国人延べ宿泊者数については、中国・四国全体では251万人泊、49万人（前年比24.2%）増と大幅に伸びた。伸び率の高い順に、岡山県（前年比55.8%増）、徳島県（同48.0%増）、鳥取県（同40.1%増）、香川県（同34.6%増）、山口県（同26.8%増）、愛媛県（同21.7%増）、広島県（同

10.5%増）であった。島根県のみ前年比17.9%の減少となった（図IV-6-2）。

外国人延べ宿泊者数の国・地域別の内訳では、広島県とそれ以外では、異なる特徴がみられる。広島県以外の全ての県では、東アジア（韓国、中国、香港、台湾の合計）が60～85%と多数を占めている。その中で韓国の延べ宿泊者数が多いのは鳥取県と山口県、香港の延べ宿泊者数が多いのは徳島県、台湾の延べ宿泊者数が多いのは島根県、岡山県、香川県、愛媛県、高知県であった。

逆に、外国人延べ宿泊者数が95万人（中国・四国全体の38.5%）と最も多い広島県では、米国が13.0%と最も多く、欧米豪を合わせて44.5%と半数近くを占めており、東アジア（30.7%）のみならず、世界中から人々が訪れている。

図IV-6-2 外国人延べ宿泊者数の推移(中国・四国)



県	2013	2014	2015	2016	2017
鳥取県	47	59	103	100	141
島根県	19	28	43	58	48
岡山県	86	111	171	282	439
広島県	366	435	741	840	928
山口県	46	57	109	93	117
徳島県	32	36	58	69	103
香川県	96	143	210	358	482
愛媛県	67	64	107	147	179
高知県	25	39	66	75	75

単位：千人泊
資料：観光庁「平成29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

●「せとうちDMO」デジタルマーケティングを開始

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」(2017年11月、最初の日本版DMOの一つとして登録。(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で構成)は、中核事業であるデジタルマーケティングの取り組みとして、外国人観光客向けのウェブサイト「SETOUCHI REFLECTION TRIP」を12月に立ち上げた。日本語版はなく、英語、ドイツ語、フランス語、中国語(繁体)、韓国語、タイ語に対応している。

このサイトでは、インバウンドに対応している宿泊施設や体験アクティビティの情報を一元化し、予約も可能になっている。掲載する観光情報は外国人ライターが作成し、より訴求力を高める。

予約成立状況や動画の視聴傾向などさまざまなデータを蓄積することで、旅行者の行動を分析し、旅行に興味がある人に対して動画や広告を配信することで、効率的なマーケティングが行える。さらに、施策の成果や課題の把握も容易に行えるようになった。観光誘致目的でのデジタルマーケティングは、国内では先駆けとなる取り組みである。

●インバウンドへの対応を推進

増加する外国人観光客に対応するために、観光関連施設との通訳代行を電話で行う「24時間対応・多言語コールセンター」が、2017年度は岡山県(3言語)、香川県(9言語。うち2言語は9時間のみ)で開設された(鳥根県、徳島県、山口県、高知県ではすでに開設済み)。

「岡山型ヘルスツーリズム連携協議会」(岡山市、真庭市、吉備中央町などによる官民組織)は、ムスリム誘客に力を入れている。「ハラル」の認証を取得するなど、同協議会がムスリムに配慮していると認定したホテルや飲食店等を紹介する観光ガイドブックを作成した。さらに、ムスリム対応のポイントをまとめた事業者向け「おかやまムスリムおもてなしハンドブック」2種(宿泊施設・飲食店向けと食品や化粧品などの製造事業者向け)を作成し、受け入れ態勢の充実を図っている。

好評の訪日外国人向け鉄道パス「オール四国レールパス」の利用区間を「四国内のJRなど6社の鉄道」から拡大し、小豆島エリア(小豆島フェリー及び小豆島オーリーブバスを追加)でも2018年3月から利用が可能となった。利用期間も、ニーズを考慮し、3日間用から7日間用までを用意した。

せとうちDMOと中国運輸局は、瀬戸内海7県内の港を発着する定期航路(111社141航路)の情報(発着港、運航時刻、料金、地図等)を集約して、2017年4月からせとうちDMOのサイト「瀬戸内Finder」の交通情報ページで提供を始めた。個々の会社のウェブサイトアクセスしなくても一括でルート検索もできる。英語と中国語にも対応している。9月からは、飛行機や新幹線、バスの乗り継ぎルート検索も行えるようになった。

●瀬戸内近現代建築との連携と魅力発信

瀬戸内地域に建てられた近現代の著名な建築家による建築物を、貴重な文化遺産として観光資源化を図り、その魅力を発信していくために、11月に「瀬戸内近現代建築魅力発信協議会」が瀬戸内7県とせとうちDMOにより設立された。2017年度は瀬戸内7県の観光資源となる近現代建築のデータベース化を行い、同時にせとうちDMOのサイト「瀬戸内Finder」の中で「瀬戸内Archi特集」として7人の建築家の作品に関

する情報発信を行なった。

●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・四国では、2017年度もさまざまな取り組みが行われた。

- ・2018年3月に廃止になったJR三江線沿線では、「さくらラインDMO準備室」が鉄道跡地を活用したサイクリングロードの整備を計画している。
- ・岡山県では、県内8つのサイクリング推奨ルートの魅力アップのために、ウェブサイト「ハレいろ・サイクリングOKAYAMA」を12月に開設し、動画などで魅力を紹介している。自転車走行用の「ブルーライン」整備も進めている。
- ・広島市の電動アシスト自転車貸し出し事業「ぴーすくる」の利用者が順調に伸び、サイクルポートも2015年当初の14か所から34か所に拡大した。また、外国人の利用も急増したため、これまで日本語と英語のみであった操作パネルの表示に、2017年度からは中国語と韓国語も加えた。
- ・「サイクル県やまぐち」のシンボルイベントとして、2017年度も国内最高峰の自転車ロードレース大会(Jプロツアー)を開催した。
- ・「しまなみサイクルトレイン利用促進協議会」とJR四国が春と秋に運行している、自転車をそのまま持ち込める臨時列車「サイクルトレインしまなみ号」が、2017年春から伊予西条～波止浜駅間でも運行を開始した(西条便)。これまではJR予讃線の松山～今治駅間(松山便)のみの運行であった。両便とも1日1往復で、予約制。
- ・2016年度に県内43か所に設定した「ぐるっと高知サイクリングロード」のうち、中級者向けと上級者向け15コースの安全性や快適性を確認する走行調査を、県の委託を受けた高知県サイクリング協会が行った。県はその結果を基に、注意喚起板や案内板、さらに目的地まで誘導する「ブルーライン」の整備を進める。
- ・自転車とともに乗船する際に運賃が割引になる「せとうちサイクルーズPASS」(3日間有効)の適用航路が2018年4月から拡大される。小豆島とを結ぶ航路などでも利用が可能になることから、瀬戸内海の島々がほぼ網羅されることになる。
- ・「サイクルシェアリング」の実証実験が小豆島で行われた。利用者はネットで申し込みをし、島内の専用駐輪場の電動自転車に暗証番号を入力することでどこでもレンタル・返却ができる。実験における利用状況を分析し、2019年の瀬戸内国際芸術祭での運用を目指す。
- ・東かがわ市(香川県)、鳴門市(徳島県)、南あわじ市(兵庫県)の3市を結ぶサイクリング事業を10月から開始した。淡路島を介して関西圏からのサイクリストを呼び込むのが狙い。海コースと山コースの他に、シティコースも設けた。淡路島と四国を繋ぐ大鳴門橋は自転車での通行ができないため、1日3往復する定期バスと並走する形で自転車を運ぶトラックを運行する(土日祝日のみ、予約制)。
- ・サイクリングを中心としたしまなみ海道の魅力を国内外に広く発信するために、3市町(愛媛県今治市、同県上島町、広

鳥取県尾道市)がDMO「(一社)しまなみジャパン」を3月に設立した。これまで「瀬戸内しまなみ海道振興協議会」が実施していたサイクリング大会や尾道市側のレンタサイクル事業を継承するほか、しまなみ観光のプロモーションや新規イベントも手掛ける。

●JR「四国デスティネーションキャンペーン」の実施

4～6月、14年ぶりに四国4県とJRグループなどが大型観光企画「四国デスティネーションキャンペーン～しあわせぐるり、しこくろり。」(以下「四国DC」)を実施した。JRグループが地元自治体や観光事業者と連携して、新型観光列車の導入、四国八十八カ所霊場での特別拝観などのイベント、四国の観光素材を活かした旅行商品の企画などについて全国宣伝を展開して、誘客に取り組んだ。

JR土讃線の多度津(香川県)～大歩危(徳島県)間を走る新型観光列車「四国まんなか千年ものがたり」は、3両編成で車両ごとに春・夏冬・秋を表現した和の内装となっている。車内では吉野川や讃岐平野の風景と共に、香川・徳島両県の旬の食材を活かした料理が楽しめる。

期間中の経済効果は107億5千万円、四国外から訪れた宿泊客は延べ111万人(前年同期比5.8%増)だったとする試算が、四国DC推進委員会事務局の四国ツーリズム創造機構から発表された。

●「明治150年」関連施策

政府は、「明治150年」を迎える2018年を、改めて明治期を振り返り将来につなげていく節目として、地方公共団体や民間企業と共にさまざまな事業を展開している。その関連事業として中国・四国では、「平成の薩長土肥連合」「やまぐち幕末ISHIN祭」「志国高知 幕末維新博」に取り組んでいる。

かつての「薩長土肥」(鹿児島県・山口県・高知県・佐賀県)は、幕末維新期の史跡や街並み、ゆかりの地などを数多く有し、当時の歴史に触れることのできる観光資源に恵まれていることから、4県が共同してプロモーションを行うなどして、幕末維新をテーマとした広域観光プロジェクト「平成の薩長土肥連合」を推進している。例えば、ANAと連携し、4県の空港を発着する便の航空券を特別割引「平成の薩長土肥割」として販売したり、ウェブサイト「ANA×平成の薩長土肥連合サイト」で「薩長土肥の旅」などの情報発信を行ったりしている。

山口県では、2014年度から幕末維新をテーマとした観光キャンペーン「やまぐち幕末ISHIN祭」を全県で展開しており、2017、2018年度は県内各地で行われる150年記念イベントの情報を集約し、WEBやSNSなどで情報発信を行っている。2017年9～12月には、県とJRグループによる「幕末維新やまぐちデスティネーションキャンペーン」も実施し、期間中1,048万人(前年同期比7.7%増)の入込があった。さらに、主要コンテンツである「おいでませパスポート」を活用して県内周遊をさらに楽しんでもらう「ISHIN満喫キャンペーン」も2018年1月から実施している。

高知県では、大政奉還から150年となる2017年度からの2

年間、「志国高知 幕末維新博」(以下「維新博」)を展開している。県内25か所の会場でさまざまな企画展やイベントを開催し、歴史を中心に食や自然など高知県の魅力を発信している。山内家史料の保管・研究や観光振興などを目的として建設されたメイン会場の県立高知城歴史博物館は維新博初日に開館した。維新博1年間(2017年3月4日～2018年3月3日)の入場者数は、約159万人であった。維新博第2幕(2018年4月～)のメイン会場となる県立坂本龍馬記念館の新館も2018年1月に完成している。

●「星取県」宣言と「星空保全条例」の制定

鳥取県は、都市部と比べ光が少ないことを逆手に取り、全市町村から天の川など美しい星空が見える良好な自然環境をPRするために「星取県」を名乗ることを宣言した。2017年度には、特設サイトを作り、星空マップや県内の観光スポットと組み合わせた旅行プランを紹介している。夏期(6月22日～8月28日)には「ライトダウンキャンペーン」として、鳥取砂丘で砂の美術館「ナイトミュージアム」や「星空ヨガ」を開催するなど、各地でさまざまなイベントに取り組んだ。また、「大山開山1300年祭」の一環として、7～9月には大山山麓で星空観覧会を開催した。

12月には「県星空保全条例」を制定(2018年4月から施行)。星空保護に特化した「県条例」は全国で初めてであり、星空が見える環境を妨げる光害を罰則付きで規制する。一方、星空を活用した環境教育の推進も盛り込んでいる。特に保全が必要な地域は「星空保全地域」として定め、より厳しい基準(星空保全照明基準)を地域ごとに定める。また、県を挙げて観光や産業振興、環境教育に活かす取り組みを推進するために、県庁内に「星取県推進特命チーム」も立ち上げた。

②広域・市町村レベル

●第4回瀬戸内国際芸術祭開催に向けて

2019年開催予定の第4回瀬戸内国際芸術祭は、香川、岡山両県の12の島と港などの会場で、前回同様、春・夏・秋の3期制(春：4/26～5/26、夏：7/19～8/25、秋：9/28～11/4、合計107日間)で開催することが、8月の実行委員会総会で決まった。アート作品に加え、アートを介した「地域産業や伝統行事に焦点を当てた取り組み」と「海外との交流」を行う。各会場の実施計画は2017年度中にまとめる。

また、前回好評だった「フラム塾」を発展させ、今回は芸術祭の担い手を育てる「瀬戸内フラム塾『地域型芸術祭のつくり方』」を開催することとなり、2018年1月に60人の受講生を集め始まった。彼らは3回の座学を終えた後、企画運営や食の提供など4つの分野に分かれて実地研修を行う。飲食・宿泊の手配や作品制作の補助、地元住民やボランティアと協働しての地域再生などに取り組みながら、芸術祭のプロを目指す。

2018年1月に参加作品の一般公募を行ったところ、国内外から619組、756点の応募があった。特に海外からの応募は、全体の3割超と過去最多であった。参加作品(5～20点採用)

は3月下旬以降順次発表していく予定である。

●道後温泉本館の保存修理工事開始に向けて

松山市は、2018年2月に国の重要文化財である道後温泉本館（以下「本館」）の耐震保存修理工事を2019年1月以降に着手すると発表した。営業を続けながら工事を行うため、工期は7年間の予定である。工事は2期に分け、1期工事中は、神の湯男性浴室を一部改装して女性浴室を設け、営業を続ける。現在の本館は木造3階建てで、1894年の改築から120年以上が経過している。工事費の一部として文化庁の補助金を得ているが、クラウドファンディングによる寄付も募っている。工事期間中は、冠山に足湯などの新たな眺望スポットを整備するほか、仮囲いのラッピングや工事見学会の開催など工事中ならではの企画も進めている。

本館の保存修理工事に入るのに先立ち、「道後温泉別館・飛鳥乃温泉（あすかのゆ）」が2017年9月にプレオープン、12月にグランドオープンした。聖徳太子が道後を訪れたとされる歴史にちなみ、飛鳥時代の湯屋をイメージし、随所に愛媛の伝統工芸があしらわれている。

道後温泉では、本館改修工事を「本館に頼らない温泉地」に変えていく一大転機と位置づけ、地域全体で心地よく過ごせる時間と空間づくりに取り組んでいる。その一つとしてアート事業「道後オンセナート2018」（2017年9月～2019年2月）が開催されている。〈オマージュ〉（賛歌）をキーワードに、アート作品で道後温泉の礎を築いた本館を讃えるとともに、これから先、100年の役割をアートの持つ力によって担いたいと考え、ホテルや街中に設置されるアーティストの作品と多様なイベントを組み合わせ、旅行者や地域の人たちとともに展開していく。

●広島市・平和への願いを共有するためのさまざまな取り組み

広島市は、被爆地への旅行客が増える中、平和への思いの共有と観光振興の両立を図りながら、平和をテーマにした観光周遊「ピースツーリズム」を推進している。市は2017年度、平和と観光を組み合わせた施策の在り方を考える懇談会を設置し、「平和都市」の観光政策の在り方を検討してきた。その中で、原爆ドームのある平和記念公園を中心に、被爆した建物や慰霊碑などを巡り平和への思いを深めてもらう4ルートを設定した。施設そばの説明板にスマートフォンをかざすと被爆前後の姿が現れる拡張現実（AR）を用いたシステムも導入していく。

4月に原爆資料館東館がリニューアルオープンした。常設展示を全面的に見直し、最新の映像・情報技術を取り入れ、核兵器の非人道性や原爆投下後の広島の歩みを展示している。また、本館は同日から閉館し、耐震改修工事に入った。本館展示物の一部は東館で仮設展示される、展示の全面見直しも行い2019年春の再オープンを目指している。

原爆資料館本館周囲一帯で行われていた、原爆で壊滅した旧中島地区の街並みの遺構や生活用品の発掘調査が終了した（さらに記念公園内の他の場所も発掘する予定）。出

土品の一部を資料館で公開する他、街の遺構をそのまま展示公開するために、市は2018年度から整備に着手する。被爆75年に当たる2020年度の公開を目指す。

広島市景観審議会眺望景観検討部会において、平和記念公園の原爆ドームと原爆慰霊碑を結ぶ南北軸線の眺望景観についての調査・検討が行われた。その結果、「南北軸線上の眺望の在り方」の「目指すべき姿」は、「原爆ドームの背景に建物が何も見えない」こととされ、その実現に向けた取り組みの基本的な考え方として、原爆ドームの背景として大切にしたい範囲（高さ制限の範囲）を「注視した時の視野角約18度の幅」とすることと、高さ制限の設定に当たっては、植栽による遮蔽効果も考慮することが了承された。

●長門湯本みらいプロジェクトの推進

山口県で最古の歴史を誇る長門湯本温泉は、2016年から星野リゾートをパートナーに、官民連携による再生に乗り出した。「全国温泉ランキングTOP10」を目標とした星野リゾート作成のマスタープランを基に、市が「長門湯本温泉観光まちづくり計画」を策定。その後フィジビリティスタディ調査を行い、提案されたプランを誰がやるか、やれるかを整理した。同時に公募型プロポーザルにより市内外の専門家と若手で構成される事業推進チーム「長門湯本温泉観光まちづくりデザイン会議」を結成した。

2017年度は、市民参加型の「長門湯本みらいプロジェクト」として、下記のような活動が行われた。

- ・9～10月に、計画の実現と合意形成に向けた社会実験を開催。「全国温泉ランキングTOP10」に選ばれるための6つの要素を盛り込んだ3項目の実験（河川空間の活用、交通再編と道路・空地空間の活用、夜間の照明改善）を行った。同時に未来の温泉街を体感するイベント「おとずれリバーフェスタ」も開催した。
- ・10月から半年間かけ、まちづくりの一員となって活躍することを期待する「長門湯本温泉事業者オーディション」を実施。民間投資の促進を図るために、湯本温泉再生のコンセプトに資する事業を実現したいと思っている意欲ある事業者を全国から募集した。講師等と議論したりアドバイスを受けたりしながら、彼らの事業プランを改善し、より具体化した。
- ・2018年2月に、温泉街のシンボル・公衆浴場「恩湯」の建替え事業の「恩湯等施設整備・運営事業者」が公募型プロポーザルにより、「長門湯守」（地元旅館の若手後継者と飲食店経営者等で構成）に決定した。2019年秋の開業を目指す（「恩湯」と同時に整備する予定だったもう一つの市営公衆浴場「礼湯」については、従来の計画を見直して建設を先送りすることとなった）。
- ・温泉街の景観形成に向けて、上記の社会実験や、住民や施工業者それぞれとのワークショップの結果を踏まえて、2018年3月に「長門湯本温泉景観ガイドライン」をまとめた。

（通山千賀子）

IV-7 九州

九州内で計9つの日本版DMOが登録、(一社)九州観光推進機構は広域連携DMOに、熊本地震からの復興ツーリズム、九州北部豪雨への対応、明治維新150周年・六郷満山開山1300年など周年事業への取り組み

(1) 都道府県レベルの旅行者動向

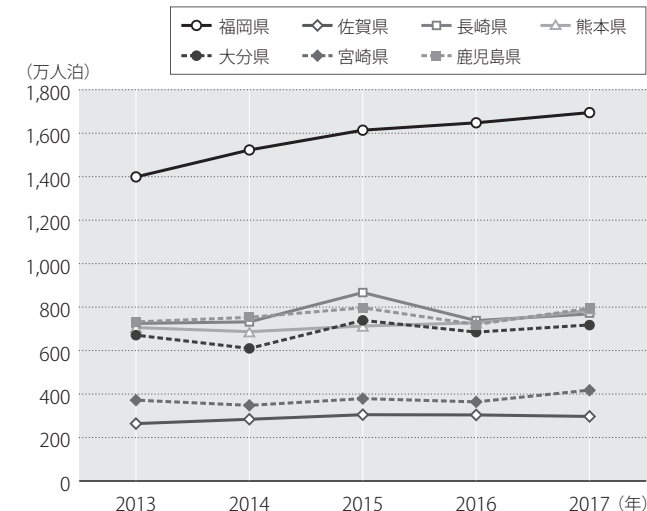
観光庁「宿泊旅行統計」によると2017年1月から12月の九州各県の延べ宿泊者数について、九州全体では5,512万人泊となり、対前年比6.3%増、2015年比1.8%増となった(図IV-7-1)。2016年4月に発生した熊本地震の影響を受け、2016年の延べ宿泊者数は2015年比4.2%減となったが、2017年に九州全体としては、熊本地震前の延べ宿泊者数を上回った。

延べ宿泊者数が増加したのは、福岡県(前年比3.2%増、2015年比5.3%増)、長崎県(前年比4.5%、2015年比11.0%減)、熊本県(前年比8.6%増、2015年比10.8%増)、大分県(前年比7.3%増、2015年比0.5%減)、宮崎県(前年比15.1%増、2015年比10.6%増)、鹿児島県(前年比10.9%増、2015年比0.2%増)となった。

一方で、延べ宿泊者数が減少したのは、佐賀県(前年比2.2%減、2015年比2.6%減)となった。

前述のように九州全体の延べ宿泊者数は2015年比1.8%増まで回復したが、佐賀県、長崎県、大分県については、まだ回復していない状況にある。

図IV-7-1 延べ宿泊者数の推移(九州)



県	2013	2014	2015	2016	2017
福岡県	1,399	1,523	1,614	1,648	1,700
佐賀県	264	284	305	304	297
長崎県	725	732	867	738	772
熊本県	706	687	713	728	790
大分県	671	610	739	685	735
宮崎県	372	348	379	364	419
鹿児島県	732	753	797	720	799

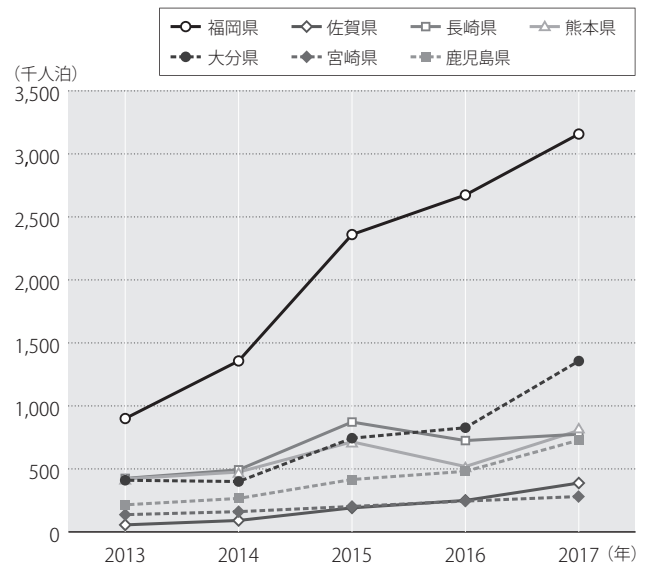
資料：観光庁「平成29年宿泊旅行統計調査」をもとに(公財)日本交通公社作成

外国人延べ宿泊者数については、九州全体では7,512千人泊となり、前年比31.3%増、2016年比35.9%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(前年比16.4%増、2015年比31.9%増)、佐賀県(前年比54.3%増、2015年比101.6%増)、長崎県(前年比7.4%増、2015年比10.7%減)、熊本県(前年比55.7%増、2015年比13.0%増)、大分県(前年比67.7%増、2015年比79.2%増)、宮崎県(前年比21.0%増、2015年比47.0%増)、鹿児島県(前年比54.7%増、2015年比79.0%増)となった。

対前年比で減少した県はなかったが、2015年比で見ると長崎県の外国人延べ宿泊者数が減少している。

図IV-7-2 外国人延べ宿泊者数の推移(九州)



県	2013	2014	2015	2016	2017
福岡県	900	1,357	2,360	2,674	3,112
佐賀県	56	91	191	250	385
長崎県	425	493	872	725	779
熊本県	421	475	715	519	808
大分県	410	400	774	827	1,387
宮崎県	137	161	202	245	297
鹿児島県	215	266	416	481	744

資料：観光庁「平成29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

● (一社)九州観光推進機構が日本版DMOに登録

一般社団法人九州観光推進機構(以下、九州観光推進機構)は、2018年3月30日に日本版DMOの広域連携DMOに登録された。2018年度よりマーケティング調査などを強化していく予定であり、2017年度に九州観光推進機構としては初めての訪日外国人観光客動態調査を実施した。調査では、九州を旅行した訪日外国人のうち9.8%が九州外の空海港を利用

した訪日外国人であることや国籍別の九州内での平均滞在日数などが明らかとなった。2018年度は、この結果を踏まえ、九州における訪日外国人旅行者の動向をより詳細に把握する調査を実施する予定である。

その他、九州内では、地域連携DMOとして、(公財)佐世保観光コンベンション協会(2017年11月登録。以下、第1弾)、(一社)豊の国千年ロマン観光圏(第1弾)、(株)くまもとDMC(2018年3月登録。以下、第2弾)、(公財)阿蘇地域振興デザインセンター(第2弾)、(公社)ツーリズムおおいた(第2弾)の5件、地域DMOとして、(一社)DMOやつしろ(第1弾)、(一社)高千穂観光協会(第1弾)、(一社)長崎国際観光コンベンション協会(第2弾)の3件が登録されている。

●国際クルーズ拠点に佐世保港、八代港、鹿児島港が選定

港湾局による「官民連携による国際クルーズ拠点」に、2017年1月31日に佐世保港、八代港が、2018年2月28日に鹿児島港が選定された。

表IV-7-1 佐世保港・八代港における主な整備内容

佐世保港	クルーズ船社	カーニバル・コーポレーション&plc(以下、カーニバル)
	主な整備内容	佐世保港における国際旅客船取扱埠頭は、浦頭地区と三浦地区の2地区を位置づけ 【港湾管理者(佐世保市)が実施する事業】 浦頭地区：周辺交通対策としての臨港道路や大型バス等の駐車場を整備する。 三浦地区：港湾管理者が整備に着手しており、管理運営も行う。2015年から供用開始している旅客施設についても管理運営を行う。 【国が実施する事業】 浦頭地区：国際旅客船の安定的な岸壁の確保に資する係留施設や水域施設等の整備を行う。 【カーニバル社が実施する事業】 浦頭地区：受入促進施設の整備を行う。
	係留施設の利用に係る考え方	カーニバル社は、他のクルーズ船社に先立って係留施設の利用を予約することができる。 優先的な利用における年間利用日数は、浦頭岸壁を250日、三浦岸壁を50日とし、その存続期間は、事業開始日である2020年4月1日から事業終了日の2040年3月31日までとする。
八代港	クルーズ船社	ロイヤル・カリビアン・クルーズ(以下、RCL)
	主な整備内容	【港湾管理者(熊本県)が実施する事業】 旅客の受入れに必要な施設となる大型バス駐車場、屋根付通路、照明設備、植栽、防塵フェンス等の整備を行う。 【国が実施する事業】 大型クルーズ船(対象船舶：22万トン級)が寄港可能となる公共岸壁及び泊地を整備する。 【RCL等が実施する事業】 旅客ターミナル及び集客施設等の整備を行う。
	係留施設の利用に係る考え方	国及び県が整備するクルーズ船専用岸壁並びにRCL等が整備する旅客ターミナル等が供用された場合、RCLは、他のクルーズ船社に先立って、(優先的に)同岸壁の利用を予約することができる。 優先的に利用予約できる日数は、年間150日とし、その存続期間は、最大40年間とする。

*鹿児島港は、2018年6月29日に国際旅客船拠点港湾に指定され、「国際旅客船拠点形成計画」を作成中のために表中に記載なし
資料：佐世保港国際旅客船拠点形成計画、八代港における国際旅客船拠点形成計画書をもとに(一社)九州観光推進機構作成

「官民連携による国際クルーズ拠点」は、大手クルーズ船社と港湾管理者が連名で提出した拠点形成に向けた計画書に基づき、2019～2020年をめどに必要なハード・ソフト面での整備を行うもので、クルーズ船社の投資を促す代わりに、岸壁の優先使用権を与えるものである。佐世保港及び八代港に

おける主な整備内容については、表IV-7-1のとおりである。

●九州内の世界遺産に関する動向

2017年7月に、福岡県の玄界灘に浮かぶ沖ノ島と大島及び九州本土に位置する関連遺産群で構成される『神宿る島』宗像・沖ノ島と関連遺産群が世界遺産に登録された。海の正倉院と呼ばれる沖ノ島は、島そのものが信仰の対象であり、厳格な禁忌(女人禁制など)により入島が制限されている。1958年から年に一度沖津宮現地大祭(以下、大祭)を沖ノ島で実施しており、公募で選ばれた一般男性200名程度の入島が許されていたが、世界遺産登録を受け、遺産保護の観点などから、大祭への一般男性の参加を禁止とした。

なお、2017年7月に『神宿る島』宗像・沖ノ島と関連遺産群、2018年7月に「長崎と天草地方の潜伏キリシタン関連遺産」が世界文化遺産に登録され、九州にある世界遺産は、4つとなった(1993年「屋久島」、2015年「明治日本の産業革命遺産」)。「奄美大島、徳之島、沖縄島北部及び西表島」は、2018年5月に国連教育科学文化機関の諮問機関である国際自然保護連合より、内容の抜本的見直しを求める「登録延期」の勧告を受け、2018年の登録を見送り、2020年の登録を目指すこととした。

●多言語コールセンターの整備

九州を訪れる外国人観光客の増加に伴い、多言語コールセンターの設置が相次いでいる。2015年に佐賀県が観光アプリケーションと多言語コールセンターを組み合わせたサービス「DOGANSHITATO?」を、2016年には大分県が「おんせん県おおいた多言語コールセンター」を、2017年には福岡県が「ふくおかよかとこコールセンター」を開設した。

九州では、2019年にラグビーワールドカップ2019などの大規模な国際スポーツ大会の開催があり、さらなる訪日外国人旅行者の増加が見込まれている。このような状況から、2018年4月2日より山口県・福岡県・佐賀県・大分県共通で「九州・山口多言語コールセンター」を開設した。以降、長崎県、熊本県、鹿児島県、宮崎県においても随時コールセンターが設置されたことから、同年8月1日には、九州7県及び山口県全域での利用可能となった。

このコールセンターは、利用対象者を外国人観光客とし、各県共通の電話番号を設定、24時間365日、15言語(英語、韓国語、中国語、タイ語、ベトナム語、インドネシア語、ネパール語、タガログ語、ポルトガル語、スペイン語、フランス語、ドイツ語、イタリア語、ロシア語、マレー語)に対応しており、九州を来訪する訪日外国人旅行者の利便性向上を図っている。

●にっぽん丸で九州を1周する「飛んでクルーズ九州」

商船三井客船株式会社は、クルーズ業界で初となる1航海で九州全7県を巡る九州一周クルーズ「飛んでクルーズ九州～九州一周～」を催行。このクルーズは、「九州はひとつ」をキーワードとし、博多～別府～宮崎～徳之島～三角～唐津と各県1港を巡り、航空機やJRなどと組み合わせた多彩なコースを設定した。九州観光推進機構や九州クルーズ振興協議会の協力により、九州の素晴らしさを伝える地域貢献を目指した試み

が評価され、2017年12月に「クルーズ・オブ・ザ・イヤー2017」(一般社団法人日本外航客船協会主催)の優秀賞を獲得した。

●18歳未満の子供のパスポート取得支援に関する取り組み

株式会社JTB九州(現、株式会社JTB)は、若者の海外旅行離れや九州のパスポート保有率の低さなどに対する危機感から、18歳未満の子供のパスポート取得費(更新含む)を1人につき5,000円負担する取り組みを行った。具体的には、同社の対象商品を購入し、2017年7月1日～9月30日の期間中に、福岡空港を利用してハワイ、グアム、シンガポールのいずれかに出発する家族が、子供のパスポートの新規取得もしくは更新を必要とする場合、旅行代金から5,000円を割引くというものであった。

●訪日外国人旅行者向け「山陽山陰北部九州パス」の販売

九州旅客鉄道株式会社及び西日本旅客鉄道株式会社は、訪日外国人旅行者を対象として、2017年7月1日～2018年6月30日の期間、京都・大阪などの関西エリアから山陽・山陰、熊本・大分などの九州北部までの山陽新幹線及び特急列車などをおトクに利用できる「山陽山陰北部九州パス」の販売を行った。また、このパスには、対象エリア内の観光施設やバス・鉄道などの割引といった特典がついている。

●「九州北部豪雨災害」に対する復興支援の取り組み

福岡県は、2017年7月に「九州北部豪雨災害」で被害を受けた地域(朝倉市、東峰村、添田町、うきは市)の復興を支援するため、被災地への旅行代金の一部を補助する「ふくおか応援割」を実施。この制度は2017年8月3日～10月31日の期間、旅行会社が企画した商品を対象として、宿泊の場合1人3,000円、日帰りの場合1人2,000円の補助を福岡県が行う仕組み。

大分県は、観光誘客緊急対策事業として福岡発バス旅行商品などの造成支援や首都圏などからの旅行商品造成支援を行った。

全日本空輸株式会社は「九州北部応援プロジェクト」を立ち上げ、羽田空港・伊丹空港・中部国際空港から福岡空港・大分空港へ向かう一部の便において「旅割」運賃の値下げや「旅作」利用で最大1万円割引となる「ふたたび九州クーポン」の配布を行った。

●九州観光活性化ファンドによる支援

2015年に九州の地域金融機関(株式会社大分銀行、株式会社熊本銀行、株式会社親和銀行、株式会社福岡銀行、株式会社豊和銀行、株式会社宮崎銀行、株式会社宮崎太陽銀行)と株式会社地域経済活性化支援機構により発足した「九州観光活性化投資事業有限責任組合」(略称、九州観光活性化ファンド)は、第一号の投資先として2017年4月に、福岡県柳川市の株式会社御花の宿泊施設改装に対する支援を決定した。以降、熊本県熊本市の「リバーサイドホテル熊本」の内装リニューアル、長崎県五島市の新ホテル「GOTO TSUBAKI HOTEL」の建設、大分県別府市の宿泊施設「晴海」[GAHAMA terrace]に隣接する新施設の建設、熊本県大津町の「エアポートホテル熊本」のリニューアルに対して

支援を行った。訪日外国人旅行者の増加に伴い、今後も投資が進んでいくと考えられる。

●「古代の旅」をテーマとしたプロモーション(福岡県)

福岡県では、2017年に『「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されたが、県内には他にも古代からの大陸との交流の証となる遺跡・史跡、寺社などが多く存在しており、これらの古代スポットなどを幅広い層へ紹介していくため、福岡古代の旅をテーマとした観光プロモーション『「ご来福」しよう』を開始した。プロモーションでは、2017年9月1日～30日の期間に全国約1,000のJR駅において5連ポスターの掲示、同年9月22日～24日に「ツーリズムEXPO ジャパン」でのPR、その他福岡市内でのイベントや「ご来福」WEBサイトやパンフレットでの情報発信などを行った。

●福岡県観光振興指針の策定(福岡県)

福岡県は、2017年7月に「ご来福推進宣言～福岡県観光振興指針～」を策定した。この指針は、「福岡県総合計画(2017年3月)」における観光振興施策の基本的な方向性を示すとともに、「観光王国九州とともに輝く福岡県観光振興条例(2016年10月施行)」の趣旨を踏まえ、策定したものである。

指針内では、観光振興の体制強化として観光統計情報の収集、マーケティングの重要性を挙げており、12月には「福岡県観光“ご来福”レポート」を発行した。このレポートは、市町村、観光協会とホテル・旅館業などの観光関連事業者とが情報を共有し、今後の誘客拡大に活用していただくことを目的としており、4半期ごとに発行し、国の「出入国管理統計」、「宿泊旅行統計」などをもとにした福岡県観光基礎データや県観光情報WEBサイト「クロスロードふくおか」のアクセス分析などから作成した福岡県観光注目ランキングなどを掲載している。

●「佐賀さいこう! た・びジョン」の策定(佐賀県)

佐賀県は、2014年6月に初めて観光に係る戦略として「佐賀県観光戦略」を策定したが、2017年7月にこれに代わる新たなビジョンとして「佐賀さいこう! た・びジョン」を策定した。

このビジョンでは、「観光」を日常の生活圏を離れて行うビジネス、知人訪問、スポーツなど、あらゆる人的交流を含めた「広義の観光」としており、観光関係者だけでなく農業、漁業、商業、地域住民など「オール佐賀」で取り組んでいくことが定義されている。「ふるさとへの誇りを実感できる社会の実現」を目指す姿勢とし、4つの取り組みの柱として「魅力づくり」、「受け入れ環境の充実」、「情報発信」、「オール佐賀」が位置付けられた。

●「肥前さが幕末維新博覧会」が開幕(佐賀県)

2018年は明治維新から150年となることから、佐賀県では2018年3月17日～2019年1月14日の期間、幕末維新期の佐賀をテーマとした博覧会「肥前さが幕末維新博覧会」を開催している。

博覧会は、メインパビリオンの幕末維新記念館を中心に、複数のパビリオンをめぐる形式としており、協力施設によるサービス提供など、施設周辺のまち歩きと合わせて楽しめる。

メインパビリオンなどの会場では、最新の映像技術を使った

体感シアターや、パフォーマーと映像、音によるクロスメディアショーなどの演出により、歴史を楽しく学ぶことができる。

●熊本地震の教訓を生かしたツーリズムへの取り組み(熊本県)

2016年4月に発生した熊本地震による被災体験などを伝える取り組みが進められている。NPO法人ASO田園空間博物館は、2016年7月より語り部がホテルやバス内で阿蘇の成り立ちや熊本地震の実体験などを伝える「熊本地震語り部事業」を開始した。熊本県観光連盟、熊本県、熊本市、阿蘇市、益城町、南阿蘇村、西原村は、修学旅行の需要回復に向けて、2018年4月より「火山と共存する阿蘇もんから学ぶ防災」を開始した。これは、「防災・減災」をテーマとした教育旅行プログラムで、阿蘇火山博物館において、阿蘇の自然や歴史に関する映像学習、学芸員による防災学習、ガイドによる展示物案内を行うものである。

●六郷満山開山1300年事業(大分県)

2018年は六郷満山開山1300年の節目となることから、大分県、豊後高田市、杵築市、宇佐市、国東市、姫島村、日出町などで構成される「国東半島宇佐地域・六郷満山開山1300年誘客キャンペーン実行委員会」が発足した。六郷満山に関する様々な宗教行事や関連イベントの実施、鬼面の特別公開やガイドブックの作成などの取り組みを進めている。

なお、2018年4月には豊後高田市、国東市が共同申請した「鬼が仏になった里『くにさき』」が日本遺産として認定された。

●ジェットスター・ジャパンとの包括連携協定を締結(大分県)

大分県とジェットスター・ジャパン株式会社は、2017年7月19日に、大分県の観光振興及び地域活性化を図ることを目的とした包括連携協定を締結した。自治体と日本の格安航空会社による包括連携協定の締結は初めての例となる。この協定締結により、今後、首都圏など国内及び海外からの個人旅行者及び若年層旅行者の増加に関する事項、個人旅行者及び若年層旅行者が旅行しやすい環境整備に向けた宿泊施設及び交通手段の充実に関する事項、首都圏からの移住者の増加に関する事項、首都圏などから県内企業に就職するものの増加に関する事項を進めていくこととしている。

●ポイントカード「ひなたカード」発行(宮崎県)

宮崎県は、2017年8月より宮崎県内での観光や買い物、食事などでポイントが貯まる「ひなたカード」を発行した(2018年7月25日時点で宮崎県内の35施設参画)。このカードは、株式会社サイモンズの全国共通のポイントシステムを活用しており、サイモンズポイントモールでのネットショッピングでもポイントを貯めることができる。

このカードの導入により、宮崎県では、ポイントカード会員の消費動向や観光動向を把握することが可能になり、顧客データは今後の観光施策に活用していくこととしている。

●新鹿児島PR戦略策定(鹿児島県)

鹿児島県は、2017年12月に「新鹿児島PR戦略」を策定した。この戦略は、国内外に向けて同県のイメージアップを図り、県産品販売促進や観光客など交流人口を拡大することで県民所得を向上させることを目的としている。PRコンセプトを、「県

民が誇り、県外が憧れる、選ばれる「鹿児島県」～人々に驚きと感動を与える鹿児島県～」として、PR展開の方向性や具体的な展開方策を定めた。

②広域・市町村レベル

●「夜の九博」と連動したナイトメニューの取り組み

九州国立博物館(福岡県太宰府市)は、2017年4月より、毎週金曜日・土曜日の開館時間を17時から20時まで延長する「夜の九博」の取り組みを始めた。夜間プログラムとして、毎月第1土曜日にのみ行うバックヤードツアー「夜の博物館たんけん隊」や隔週土曜日に行う「夜のミュージアム・トーク」などの取り組みも行っている。「夜の九博」に合わせ、太宰府天満宮では毎週金曜日・土曜日の閉門時間を20時30分まで延長、参道の商店街でも夜間営業を行うなど夜の魅力発信や回遊性向上に取り組んでいる。

●出島表門橋が130年ぶりに開通

2017年11月、長崎市・出島において「出島表門橋」が130年ぶりに開通した。出島と対岸を結ぶ唯一の橋であった出島表門橋の開通により、本来の出入口口から出島にアプローチすることができるようになった。なお、江戸時代、出島は長崎港に浮かぶ扇形の人工島であったが、1858年の日米修好通商条約締結により役割を終え、次第に周囲を埋め立てられたことにより、島ではなくなっていた。長崎市は、1996年に国指定史跡「出島和蘭商館跡」復元整備計画を策定し、建造物の復元、出島周囲の護岸石垣の復元、出島表門橋の復元を進めてきた。今後は、四方に水面を確保し、19世紀初頭の出島の完全復元を目指すこととしている。

●NHK大河ドラマ「西郷どん」関連施設の新規開設など

2018年1月よりNHK大河ドラマ「西郷どん」の放送が開始された。それに伴い、鹿児島県内で関連施設のオープンやリニューアルが相次いでいる。

鹿児島市では、同年1月に「西郷どん 大河ドラマ館」のオープン、「維新ふるさと館」のリニューアルオープン「維新ドラマの道」があった。「維新ドラマの道」には、AR(拡張現実)技術を活用した歴史ドラマを楽しめる屋外展示モニュメントを設置した。また、市内にある名勝仙巖園では、薩摩切子や薩摩焼などを販売する「仙巖園ブランドショップ」の新規オープン、薩摩切子工場やレストランのリニューアルなど、施設内を大幅にリニューアルした。

指宿市では、「いぶすき西郷どん館」(指宿市考古博物館時遊館COCCO)はしむれ内、2018年1月12日～2019年1月14日)が開設された。同館開館期間中は、地域内の2次交通対策として西郷どんゆかりの地をめぐるバス「SEGO BUS」が1日5便運行されている。

霧島市では2017年12月に「日当山西郷どん村」がオープンした。同施設には、西郷隆盛が日当山に滞在した際に宿泊した龍宝家を再現し、展示・交流スペースを備えた「西郷どんの宿」などが整備された。

(一般社団法人九州観光推進機構 野間恵子)

IV-8 沖縄

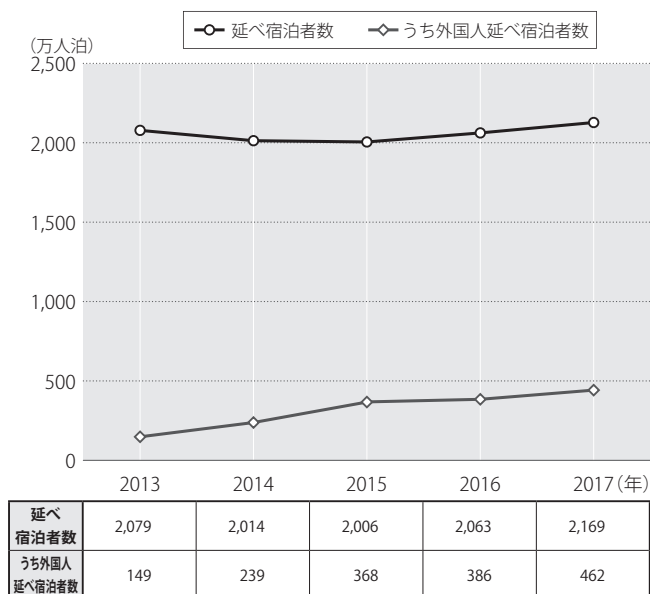
入域観光客数は939.6万人(暦年)で過去最多
同年のハワイの観光客数を初めて上回る

(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2017年1～12月の沖縄の延べ宿泊者数は2,169万人泊となり、前年比5.1%増(106万人泊増)となった(図IV-8-1)。

一方、外国人延べ宿泊者数は462万人泊となり、前年比19.8%増(74万人泊増)で、昨年の4.7%増(17万人泊増)から再び2桁の増加率を回復した。

図IV-8-1 延べ宿泊者数の推移(沖縄)



資料：観光庁「平成29年宿泊旅行統計調査」をもとに(公財)日本交通公社作成

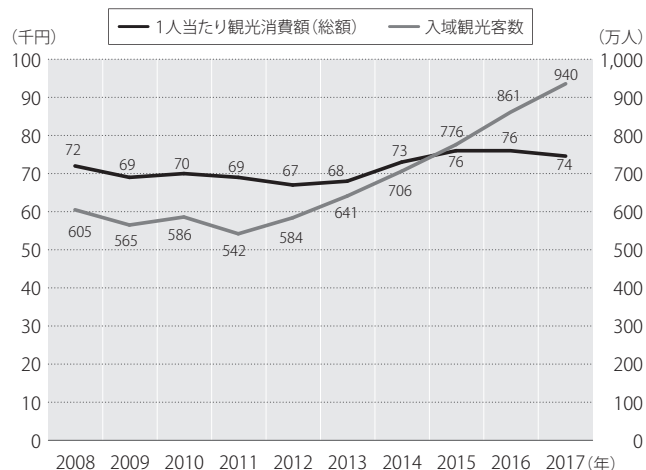
沖縄県が推計している「入域観光客数(含ビジネス客)」は、2017年(暦年)には939万6千人(78.3万人増)で過去最多となったが、3年連続で10%以上の伸びを示していた前年比増加率は9.1%に留まった(図IV-8-2)。

入域観光客のうち、国内客は685万4千人(前年比4.9%増)、外国人客は254万2千人(同22.1%増)だった(図IV-8-3)。外国人客比率は拡大し続けており、2017年は27.1%と観光客全体の3割弱を占めるまでになった。国・地域別にみると、台湾78万7千人(前年比29.6%増)、韓国52万3千人(同21.3%増)、中国50万4千人(同12.2%増)、香港25万7千人(同26.2%増)、そのほか47万1千人(同26.2%増)で、台湾の伸び率が最も高かった。

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、2017年(暦年)が138万7

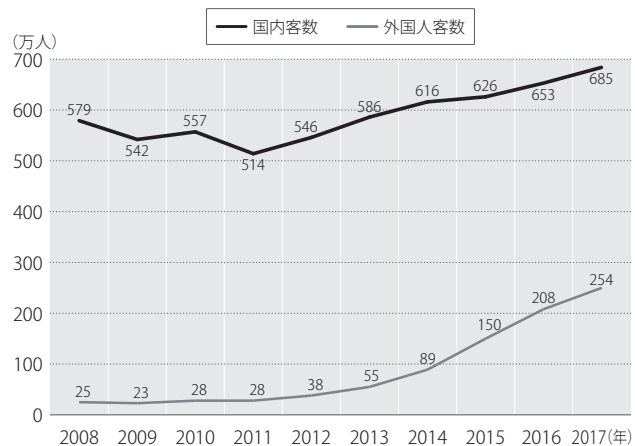
千人(前年比11.1%増)、宮古島市が公表している宮古島の入域観光客数も93万2千人となり、前年比34.6%増といずれも好調に推移した。

図IV-8-2 入域観光客数と1人当たり観光消費額の推移



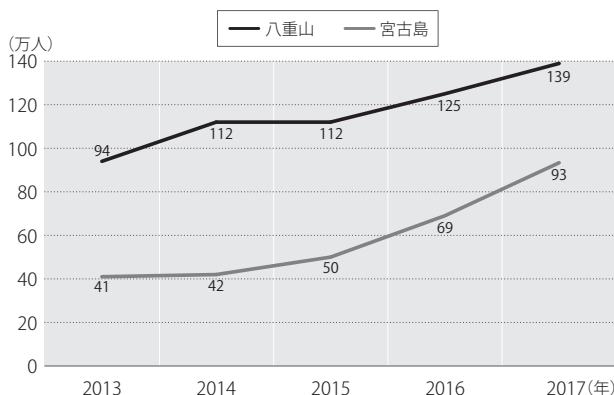
資料：沖縄県「観光統計実態調査」をもとに(公財)日本交通公社作成

図IV-8-3 国内客数と外国人客数の推移



資料：「沖縄県入域観光客統計概況」をもとに(公財)日本交通公社作成

図IV-8-4 八重山地域及び宮古島の入域観光客数の推移



資料：沖縄県「八重山入域観光客数統計概況(推計)」及び宮古島市「宮古の入域観光客数」をもとに(公財)日本交通公社作成

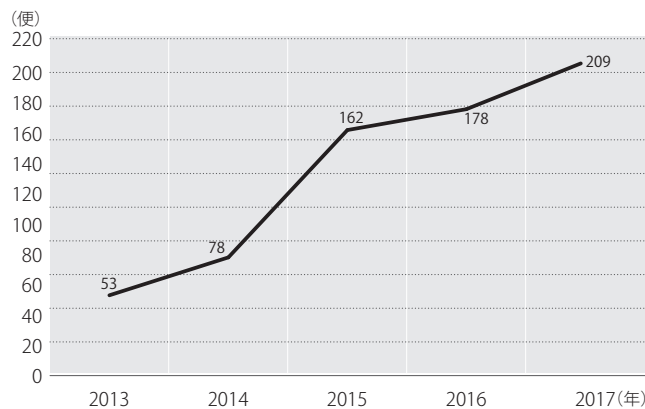
(2) 観光地の主要な動き

外国人客の増加に伴う入域観光客数の拡大を受けて、2017年も国際線の増便、宿泊施設及び商業施設などのオープンが相次いだ。

●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、2017年6月1日現在的那覇空港及び新石垣空港における国際線の週あたりの合計便数は209便で、前年（2016年8月1日現在）に比べ17.4%増（31便増）となった（図IV-8-5）。主な内訳は、台北67便（提供座席数14,692席、石垣便を含む）、ソウル49便（同10,696席）、香港29便（同7,621席、石垣便を含む）、上海21便（同3,276席）、バンコク7便（同1,260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）の合計便数（週あたり）の推移



資料：沖縄県「観光要覧」をもとに（公財）日本交通公社作成
※2014年までは4/1、2015年は9/1、2016年は8/1、2017年は6/1現在の便数を掲載。

●宿泊施設の開業

2017年から2018年にかけてオープンした主な宿泊施設（名称変更などによるリニューアルオープンを含む）を表IV-8-1に示す。

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、那覇市内に「HOTEL AZAT（旧ベストウェスタンホテル那覇INN）」（2017年4月）を始め、「コンドミニオマキシ アネッソ」（同年4月）、「JR九州ホテル ブラッサム那覇」（同年6月）、「RJホテル那覇（リオープン）」（同年8月）、「ホテルアクアチッタナハ by WBF」（同年10月）、「ティサージホテル那覇」（2018年4月）など、コンドミニウムタイプも含めたシティ・ビジネスホテルの開業が相次いだ。また、2018年5月にはカプセルホテルタイプで188室（通常客室タイプも含む）を擁する「ワイズキャビン&ホテル那覇国際通り」が国際通り沿いに開業した。

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、平屋コテージ14棟を含む総客室数100室のリゾートホテル「グランヴィリオリゾート 石垣島ヴィラガーデン」、大型リゾート シギラリゾート内に新設された「ホテルシーブリーズカジュアル」など、さまざまな形態・価格帯の宿泊施設が供給された。

表IV-8-1 2017年から2018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
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戸
3月	ホテルWBF石垣島	石垣市	60室
4月	HOTEL AZAT（旧ベストウェスタンホテル那覇INN）	那覇市	172室
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室
4月	ホテルニラカナイ小浜島（リオープン）	竹富町	102室
4月	ホテルアラマンダ小浜島（リオープン）	竹富町	60室
4月	ザ・ペリドット スマートホテルタンチャワード	恩納村	22室
4月	アートホテル石垣島（リオープン）	石垣市	236室
4月	コンドミニオマキシ アネッソ	那覇市	21室
5月	オクマプライベートビーチ&リゾート（リオープン）	国頭村	184室
6月	JR九州ホテル ブラッサム那覇	那覇市	218室
7月	ユインチホテル南城 アネックス・ビル	南城市	94室
7月	インギャーコーラルヴィレッジ	宮古島市	72室
7月	かねひで喜瀬ビーチパレス（リオープン）	名護市	152室
8月	ホテルコザ	沖縄市	80室
8月	RJホテル那覇（リオープン）	那覇市	60室
10月	ホテルアクアチッタナハ by WBF	那覇市	231室
11月	ホテルシーブリーズカジュアル	宮古島市	170室
2018年1月	HOTEL LOCUS	宮古島市	100室
1月	リンケンスホテル（リオープン）	北谷町	25室
3月	HOTEL Mr.KINJO IN MINAMIUEBARU	中城村	24室
4月	ティサージホテル那覇	那覇市	132室
5月	ワイズキャビン&ホテル那覇国際通り	那覇市	188室
6月	ラ・ジェント・ホテル沖縄北谷	北谷町	139室
6月	ダブルツリー by ヒルトン沖縄北谷リゾート	北谷町	160室
7月	ザ・ひらまつホテルズ&リゾート 宜野座	宜野座村	18室
7月	HOTEL Mr.KINJO IN FUTENMA	宜野湾市	21室

資料：新聞記事やホームページなどをもとに（公財）日本交通公社作成

●観光関連施設の開業

2017年から2018年にかけてオープンした主な商業施設・アミューズメント施設などの観光関連施設を表IV-8-2に示す。

観光客を主対象とした施設ではないが、2017年3月、「沖縄空手会館」がオープンしている。同会館は、沖縄伝統空手を独自の文化遺産として保存・継承のうえ発展させ、「空手発祥の地・沖縄」を国内外に発信するための拠点として整備されたもので、空手道場のほか展示施設やショップ、飲食店も設置されており、国内外の空手関係者が集う場所として、また空手の経験のない観光客も含めた集客・交流のための施設として期待されている。

また、同年10月には、長い間、県民の台所として親しまれてきた農連中央市場に代わる施設として「のうれんプラザ」がオープンした。老朽化した農連市場の建物の解体が決まり、その代替施設として3階建ての建物が新設された。同施設内には、1階、2階に120店舗以上の小売店や飲食店が入り、農連市場に入居していたテナントの一部もそのまま営業を続けて

いる。また、3階には駐車場が入る。施設自体は24時間開いており、早朝にはかつての市場の雰囲気をそのまま感じることができる。

表IV-8-2 2017年から2018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	施設名	所在地	概要
2017年 1月	ザ・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。
2017年 2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。
2017年 3月	沖縄空手会館	豊見城市	4面の競技スペースを確保できる道場施設、空手の歴史を学べる展示施設のほか、レストランやグッズ販売ショップ等を備えた空手に特化した施設。
2017年 4月	JTAドーム宮古島	宮古島市	宮古島にオープンした大型イベントホール。全天候に対応するドーム型で、スポーツイベントのほか、音楽イベント等にも対応が可能。
2017年 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。
2017年 5月	RESORT MAGIC NAHA (波の上うみそら公園内)	那覇市	波の上う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むことができる。
2017年 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。キャンピングカーでの宿泊も可能。
2017年 7月	アクロスプラザ 古島駅前	那覇市	ゆいレール古島駅前にオープンした複合商業施設。スーパーマーケット「古島マルシェ」を始め、飲食店や保育園が入る。
2017年 10月	のうれんプラザ	那覇市	農連市場に代わる施設として新たにオープンした大型商業施設。市場の雰囲気を残した施設内に小売店や飲食店が100以上入る。
2018年 2月	グラン・ ブルーチャペル・ カヌチャベイ	名護市	カヌチャリゾート内に新設されたウェディング施設。ガラス張りのチャペルからは海を一望することができる。
2018年 3月	ABLOうるま	うるま市	うるま市にオープンした複合商業施設。総敷地面積4万㎡にスーパーマーケット、レストラン、アパレル、DIYショップ等が入る。

資料：新聞記事やホームページなどをもとに（公財）日本交通公社作成

(3) 2017年におけるハワイとの主要指標の比較

2017年における沖縄県の入域観光客数は同年のハワイにおける938万3千人を初めて上回る939万6千人となり、2018年における1,000万人超えも確実な状況となっている。

一方で、入域観光客数以外の主要指標についてハワイと比較してみると、平均滞在日数は沖縄県が3.65日に対してハワイは8.98日、観光収入は沖縄県が6,948億円に対してハワイは1兆8,790億円、滞在中の1人当たり消費額は沖縄県が73,945円に対してハワイが200,845円と、沖縄県はハワイには大きく及ばない状況にある。滞在中の1人・1日当たりの消費額においては、ややハワイが上回るもののいずれも約2万円とそれほど差が大きいことから、滞在日数の差が1人当たり消費額、ひいては観光収入の大きな差につながっていることが分かる。

これまで堅調に入域観光客数を伸ばしてきた沖縄県だが、滞在日数及び消費額については長年伸び悩み、県が観光振興基本計画で掲げる目標値も現状の値の推移のままでは達成が難しい状況にある。今後は、目標として掲げる「世界水準の観光リゾート地」の形成をさらに進めることで、滞在型の観光地にシフトすることができるかどうか、入域観光客数以外の指標でもハワイに近づくことができるかにかかっている。

(中島泰)

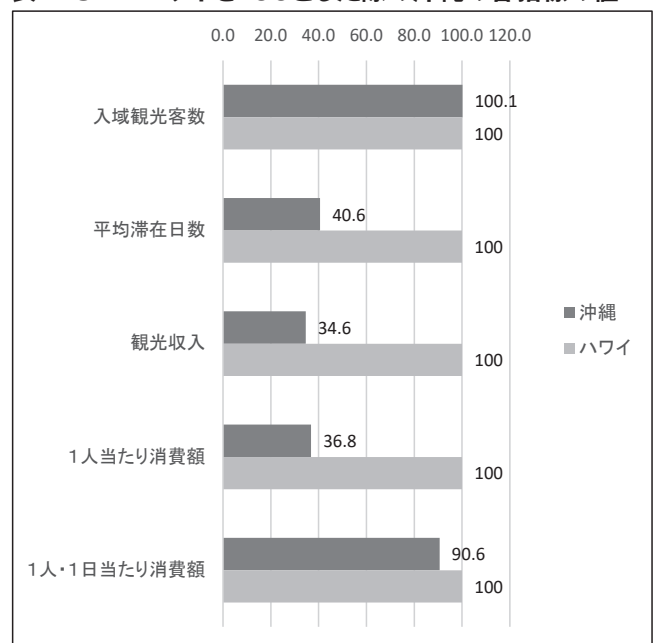
表IV-8-3 2017年における沖縄県とハワイ州の主要指標比較

	沖縄	ハワイ
入域観光客数	939.6万人	938万3千人
平均滞在日数	3.65日	8.98日
観光収入	6,948億円	1兆8,790億円 (167億8千万ドル)
1人当たり消費額	73,945円	200,845円 (1793.3ドル)
1人・1日当たり消費額	20,259円	22,366円 (199.7ドル)

1\$=112円

資料：沖縄県及びHAWAII TOURISM AUTHORITY公表資料をもとに（公財）日本交通公社作成

表IV-8-4 ハワイを100とした際の沖縄の各指標の値



資料：沖縄県及びHAWAII TOURISM AUTHORITY公表資料をもとに（公財）日本交通公社作成

IV-9 自然

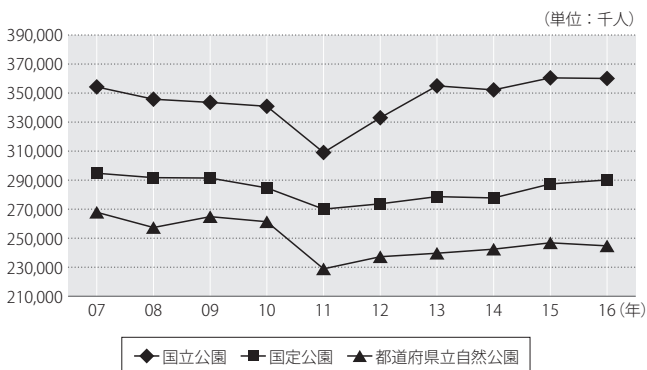
—国立公園でのインバウンドの拡大や
利用の質の向上を図るための取組みが進展

1. 自然公園法に基づく公園に関する動向

① 利用者の推移

2016年の自然公園全体の利用者数は8億9,501万人（前年比99.5%）でほぼ横ばいであった（図IV-9-1）。これを公園種別に見ると国立公園（34か所）は3億5,916万人（同99.3%）、国定公園（57か所）は2億9,039万人（前年比100.5%）、都道府県立自然公園（311か所）は2億4,546万人（前年比98.8%）であった（図IV-9-1）。個別の国立公園ごとに見ると、10%以上の増減があったのは、釧路湿原国立公園（82%）、三陸復興国立公園（84%）、阿蘇くじゅう国立公園（68%）となった。

図IV-9-1 自然公園の利用推移(2007-2016年、10年間)



資料：自然公園等利用者数調（環境省）

国立公園に関しては、外国人利用者数の推計も行われている。環境省によると、2016年の外国人利用者数は5,457千人であった（表IV-9-1）。そのうち、最も多い国立公園は、富士箱根伊豆国立公園の2,577千人、次に支笏洞爺国立公園の827千人、阿蘇くじゅう国立公園の675千人であった。

表IV-9-1 国立公園の訪日外国人利用者数

	国立公園名	15年	16年	17年(暫定値) ^{※2}
1	富士箱根伊豆国立公園	2,341千人	2,577千人	2,580千人
2	支笏洞爺国立公園	688千人	827千人	901千人
3	阿蘇くじゅう国立公園	682千人	675千人	926千人
4	中部山岳国立公園	338千人	351千人	382千人
5	瀬戸内海国立公園	296千人	310千人	387千人
6	上信越高原国立公園	214千人	265千人	322千人
7	日光国立公園	190千人	241千人	271千人
8	大雪山国立公園	64千人	83千人	60千人
9	霧島錦江湾国立公園	71千人	79千人	129千人
10	西海国立公園	55千人	74千人	56千人
	合計(実利用者数)	4,902千人	5,457千人	6,001千人
	訪日外客数全体 ^{※1}	19,737千人	24,039千人	28,691千人

※1 出典：日本政府観光局「訪日外客数」※平成29年1～10月の数値は暫定値、11月、12月の数値は推計値
 ※2 16年度上位10位以内であった各国立公園の17年度利用者数であり、17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

② 新規指定及び公園区域の拡張

● 「阿寒国立公園」が「阿寒摩周国立公園」へ名称変更

2017年6月13日付けで中央環境審議会より答申を受け、8月8日付けで「阿寒国立公園」は「阿寒摩周国立公園」へと名称が変更された。

同国立公園のうち、摩周カルデラ北側外輪山山麓に位置する神の子池は、同公園外の北側に位置し、優れた自然景観を有するとともに、多くの利用者が訪れる景勝地となっており、それら自然景観の保護及び適正な利用の増進を図るため、神の子池周辺を特別地域として、摩周カルデラ北側外輪山に至る集水域一帯を普通地域として、今回同国立公園に編入。また、摩周湖北側外輪山については、摩周湖特別保護地区を取り囲むエリアの保護規制計画の充実を図ることとされている。

公園の名称変更はこれら変更併せて行われて行われたものであり、また今回の名称変更併せて、阿寒国立公園管理事務所を阿寒摩周国立公園管理事務所に名称変更された。

③ 国立公園満喫プロジェクト

● 有識者会議

環境省は、2016年3月30日に政府がとりまとめた「明日の日本を支える観光ビジョン」に基づき、日本の国立公園を世界水準の「ナショナルパーク」としてのブランド化を図ることを目標に、「国立公園満喫プロジェクト」を実施している。環境省は、2016年7月の第3回会議での議論を踏まえ、2020年までに訪日外国人を惹きつける取り組みを計画的、集中的に実施する8か所の国立公園を選定した（以下、先行8公園と呼ぶ）。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、取組を実施中である。

2017年は、3回の有識者会議が開催され（表IV-9-2）、第6回会議では、先行8公園を中心とした取り組み状況と今後の予定が、次の9つに整理され報告された。（1）国立公園の管理体制強化、（2）質に関する指標開発、（3）民間事業者等との連携、（4）公共施設の民間開放、（5）上質なホテルの誘致、（6）野営場の改革、（7）引き算の景観改善、（8）利用料等を保全に還元する仕組み、（9）プロモーション。

表IV-9-2 有識者会議の概要(資料)

第4回 (2月9日 (木))	
1-1	国立公園満喫プロジェクト： 世界水準の「ナショナルパーク」を実現するために
1-2	有識者会議委員による8公園現地視察一覧
1-3	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公園の取組例
1-4	ビジターセンター情報発信強化プロジェクト
1-5	選定8公園を中心とした今後の取組について
2	国立公園満喫プロジェクトの今後の進め方について
第5回 (5月12日 (金))	
1	国立公園満喫プロジェクトの取組状況
2	国立公園満喫プロジェクトを進めていく上での考え方
3	国立公園満喫プロジェクトの今後の進め方
第6回 (8月7日 (月))	
1	国立公園満喫プロジェクトの選定8公園を中心とした取組状況と今後の予定
2	国立公園満喫プロジェクトを進めていく上での考え方
3-1	今後の進め方に関する前回会議での主なご意見と対応方針について
3-2	国立公園満喫プロジェクトの今後の進め方
3-3	国立公園と温泉地の相互連携

資料：環境省資料より作成

●展開事業採択案件

先ん8公園の成果や知見を他の国立公園にも波及させ、更なるインバウンドの拡大や利用の質の向上を図るため、国立公園満喫プロジェクト展開事業を実施するにあたり、プロジェクトの趣旨に沿ったインバウンド拡大及び利用の質の向上に向けた事業として、(1) 満喫メニューの充実、発信、(2) おもてなしの地域づくり、(3) 民間事業者の投資喚起に該当する事業申請団体を公募。2017年11月に10団体を採択した(表IV-9-3)。

表IV-9-3 国立公園満喫プロジェクト展開事業採択案件一覧

国立公園名	施設名
支笏洞爺湖国立公園	「支笏洞爺国立公園支笏湖地域における『おもてなしの地域づくり』」
三陸復興国立公園	特定非営利活動法人ACTY「三陸復興国立公園種差海岸 訪日外国人満足度アップ」
上信越高原国立公園	山ノ内町「上信越高原国立公園志賀高原地域におけるインバウンド誘致拡充事業」
中部山岳国立公園	立山エコツーリズム研究会「『立山室堂』滞在型プログラム充実事業」
中部山岳国立公園	中部山岳国立公園南部地域周遊・滞在型利用推進方策研究会「中部山岳国立公園南部地域における周遊性の確保及び滞在型利用の促進に向けた二次交通手段の開発とプロモーション事業」
富士箱根伊豆国立公園	富士宮市「富士山及び朝霧高原 活性化推進事業」
吉野熊野国立公園	和歌山県「南紀熊野の大自然・インバウンドプロモーション」
瀬戸内海国立公園	神戸市／(一財)神戸国際観光コンベンション協会 自然を活かしたツアー造成及びプロモーション
瀬戸内海国立公園	高松市「屋島の絶景プロモーション事業」
雲仙天草国立公園	長崎県「雲仙航路復活による九州・国立公園周遊促進事業」

資料：環境省公式ホームページより作成

●『中部山岳国立公園南部地域利用推進プログラム2020』の策定

中部山岳国立公園南部地域(主に上高地(槍・穂高含む)、奥飛騨温泉郷、乗鞍高原、白骨・沢渡、乗鞍岳)では、国立公園満喫プロジェクトの一環として行政や地元関係団体等で構成する「中部山岳国立公園南部地域利用推進協議会」を設置し、外国人観光客の誘客をはじめとする本地域の国立公園利用の推進に向けて2020年度までの具体的な目標や施策等を整理した『中部山岳国立公園南部地域利用推進プログラム2020』を策定した。概要は以下の通りである(表IV-9-4)。

表IV-9-4 利用推進プログラムの概要

期間	平成30年度～平成32年度
策定主体	中部山岳国立公園南部地域利用推進協議会 構成員：国、県、関係自治体、民間団体など計22団体 事務局：環境省信越自然環境事務所、長野県、岐阜県
目標	訪日外国人利用者数 2016(平成28)年 約6.7万人 → 2020(平成32)年 約14万人 (平成28年比約2倍)
コンセプト	Birthplace of the Japanese Alps - Discover, Experience and Share the Wonder -
取組の方針	利用実態の正確な把握 外国人観光客の受入環境の整備 上質で滞在型の公園利用・自然体験の推進 安全で快適な山岳高原利用環境の整備 利便性・周遊性の高い交通システムの構築 利用の推進に向けた上質な自然環境・景観の確保 良好な街並み景観形成の促進 利用料等を環境保全に還元する仕組の構築 プロモーション・情報発信の充実 主要アクセスルートに係る改善

資料：『中部山岳国立公園南部地域利用推進プログラム2020』より作成

●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、国立公園満喫プロジェクトを先行実施する8公園のうち5公園(阿寒摩周、十和田八幡平、日光、大山隠岐、阿蘇くじゅう)において2017年4月に5カ所の国立公園管理事務所を設置。そして2018年4月1日付で、先行8公園の一つである霧島錦江湾国立公園の他、外国人利用者数が特に多く、効果的な誘客が図れる公園として、全国3つの国立公園(支笏洞爺、富士箱根伊豆、中部山岳)について既存の自然環境事務所及び自然保護官事務所を再編し、体制を強化した。

同4箇所の国立公園管理事務所には、国立公園調整官(所長)を順次配置するとともに、国立公園保護管理企画官、国立公園利用企画官、国立公園管理官などを置くこととされている。

更に、外国人利用者が多い瀬戸内海国立公園の一部を管理する中国四国地方環境事務所高松事務所については、国立公園保護管理企画官を配置するとともに、名称を高松事務所から「四国事務所」に変更。また、中部山岳国立公園管理事務所が新たに置かれる長野自然環境事務所についても「信越自然環境事務所」と名称を変更した。

⑤その他

●ビジターセンター情報発信強化プロジェクト

国立公園満喫プロジェクトと連動して、利用者が国立公園をより楽しめるようにするとともに、インバウンド増加につなげることを目的として、2017年1月に環境副大臣のもと「ビジターセンター情報発信強化プロジェクト」が発足。国立公園及び周辺にある環境省直轄（65か所）のビジターセンターを対象に、議論、専門家ヒアリングや現地調査といった6回の会合等を重ねて、成果を取りまとめた。

公園の利用者の目線に立ち、国立公園に来る前の時点、実際に国立公園のビジターセンターを訪れた時点、さらには情報発信のための基盤整備、の3つに分けて整理し、それぞれ、①国立公園やビジターセンターに関する情報が事前によりわかりやすく、②ビジターセンターに寄って国立公園をより楽しく、③ビジターセンターがより便利に、とのコンセプトを設定した。

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

2017年2月7日付けで認定されたエコツーリズム推進全体構想は4件（表IV-9-5）であり、これにより全体構想の認定は全国で12件となった。

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」の記載延期

日本政府は、2017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、同年2月1日にユネスコ世界遺産センターへ世界遺産推薦書を提出。同年10月に、世界遺産委員会諮問機関（IUCN）は現地調査を実施した。そして、その評価結果が、ユネスコ世界遺産センターから通知され、世界遺産一覧表への「記載を延期」することが適当と勧告された。（その後の状況については翌年度）

4. 都市公園法に基づく公園の動向

①適正な入園料の検討に向けた動き

国土交通省では、国営公園等を訪れる入園者を2020年度に4,800万人とすることを目指し、魅力的な施設整備の推進や利用促進のためのソフト施策を展開している。2019年12月には、特にファミリー層を中心とした国営公園の利用促進を図るため、子ども料金の無料化や大人料金の見直しなどの入園料改定に関する試行を2018年4月1日より一年間、全国12公園において実施すると発表した（表IV-9-6）。

あわせて、試行等に関する利用者の意向把握・近傍の類似施設の入園料等の実態把握を行うとともに、有識者による会議を設置の上で、試行結果を検証し、それぞれの国営公園で提供しているサービス水準や地域性等の観点から、適正な入園料について更に検討していくこととしている。

表IV-9-5 エコツーリズム推進全体構想の概要

<p>上市町エコツーリズム推進全体構想（平成29年2月）</p> <p>協議会名：上市まちのわ推進協議会 推進する地域：富山県上市町全域 エコツアー：【基本的な考え方】本町にある自然・歴史・伝統文化・産業そして、人を“大きなわ（輪、和、環）”で繋ぐ「上市まちのわ」を連携のわとし、後世に繋ぎ渡す【ツアー内容】豊かな森林を活用したツアー（森林セラピー、森育等）／山岳を活用したツアー（登山、トレッキング等）／歴史を活用したツアー（寺院での座禅体験、滝行等）／その他のツアー（郷土の食文化、地域固有の生活文化等）</p>	
<p>石鎚山系エコツーリズム推進全体構想（平成29年2月）</p> <p>協議会名：愛媛県石鎚山系エコツーリズム推進協議会 推進する地域：愛媛県西条市・久万高原町全域 エコツアー：【基本的な考え方】石鎚の偉大な自然とその恵みを感じる旅（体験・機会）【ツアー内容】①石鎚の偉大な自然を楽しむツアー／②水辺の生き物や水の恵みに触れるツアー／③里地や里山などの身近な自然を再発見するツアー</p>	
<p>串間エコツーリズム推進全体構想（平成29年2月）</p> <p>協議会名：串間エコツーリズム推進協議会 推進する地域：宮崎県串間市全域 エコツアー：【基本的な考え方】「人と人のふれあい」と「体験」によって、地域の自然と文化を楽しむ、体感する旅【原則】①自然の保全と文化の継承に役に立つこと／②地域の自然や文化が旅の題材になっていること／③住民が地域の良さを再発見すること／④旅行者や住民の考え方や行動が、エコロジカルなものになること【ツアー内容】①さまざまな野生生物の魅力幅広くアピールするエコツアー／②身近な自然の保全・再生と自然ネットワークの形成に役立てるエコツアー／③自然を守り育む森づくりにつなげるエコツアー／④住民が誇りとする故郷の風景の保全・再生に活かすエコツアー／⑤地域住民の全員参加により、一人ひとりの個性を活かすエコツアー</p>	
<p>奄美群島エコツーリズム推進全体構想（平成29年2月）</p> <p>協議会名：奄美群島エコツーリズム推進協議会 推進する地域：奄美群島全域、各島全域（鹿児島県奄美市・大和町・宇検村・瀬戸内町・龍郷町・喜界町・徳之島町・天城町・伊仙町・和泊町・知名町・与論町） エコツアー：【基本的な考え方】人による案内を基本として地域の人のふれあいも大切にしたいツアーを実施【留意点】旅行者が、自然や地域文化の「楽しさ」、「大切」を実感できること／出来る限り自然や地域の文化・暮らしに負担をかけないこと／自然環境や地域文化に関する正確な情報を提供すること／ツアーが自然環境等に与える影響についても、しっかりと伝えることで「人間生活と自然との関わり」を改めて認識し、エコロジカルなライフスタイルを実践するきっかけとなること／自然環境の保全や地域文化の継承に役立つこと【ツアー内容】(例示)奄美大島 亜熱帯の森での野生生物観察／サンゴの海・砂浜等での自然体験／シマ（集落）でのエコツアー【喜界島】シマ（集落）あるき／基幹産業である農業と連携したツアー／平坦な地形を生かした自転車によるツアー／地域の伝統的な行事や産業を活かすエコツアー【徳之島】亜熱帯の森の散策／ナイトツアー／集落散策／サンゴの海の自然体験【沖永良部島】ケイビング／ダイビング／海の自然や海と人の生活との関わりを学ぶ海岸エコツーリズム／隆起サンゴ礁の島の暮らしを学ぶ湧水ツアー／ウミガメ観察【与論島】サンゴ礁の海での自然体験／地球の営みを学ぶジオツアー／自然との関わり深い島人の生活・産業体験</p>	

資料：環境省ホームページより日本交通公社作成

第IV編
観光地

表IV-9-6 国営公園入園料の改定に関する主な試行内容

	現状	試行
子ども入園料	80円	無料
大人一般入園料（シルバー料金は変更なし）	410円	450円
団体料金	20名以上が対象	公共交通機関や旅行会社等が販売する旅行商品に団体料金を適用
年間パスポート	一の公園で使用可能	入園料を徴収する全ての国営公園で使用可能
2日間通し券	（設定無し）	新たに設定（大人一般500円等）

注：17国営公園のうち入園料を徴収していない河川公園等は除く（国営東京臨海広域防災公園、国営木曾三川公園淀川河川公園、淀川河川公園、国営飛鳥・平城宮跡歴史公園、国営吉野ヶ里歴史公園）

資料：国土交通省プレスリリース資料（2017年12月26日）より作成

5. その他

① ジオパークの動向

2017年に第31・32回日本ジオパーク委員会が開催された。現地調査の上、ユネスコ世界ジオパーク国内再認定、日本ジオパーク新規認定および再認定の審査が行なわれた。その結果は、以下の通り(表IV-9-7)。

表IV-9-7 ジオパークの認定審査結果

世界ジオパーク	
条件付き再認定	山陰海岸ユネスコ世界ジオパーク、阿蘇ユネスコ世界ジオパーク
日本ジオパーク	
新規認定	島根半島・宍道湖中海ジオパーク(第32回) ※申請時は「国引きジオパーク構想」で認定保留となった(第31回)
再認定	下仁田ジオパーク、四国西予ジオパーク、おおいた姫島ジオパーク、おおいた豊後大野ジオパーク、三笠ジオパーク、とちぎ鹿追ジオパーク、桜島・錦江湾ジオパーク(第32回)
条件付き再認定	佐渡ジオパーク、三陸ジオパーク(第32回)
認定見送り	十勝岳(第31回)
認定取消し	茨城県北ジオパーク(第32回)

資料：日本ジオパークネットワーク公式ホームページより作成

② 自然公園に関する計画等

● 岐阜県中部山岳国立公園活性化基本構想の策定

岐阜県では、中部山岳国立公園の活性化を図るための今後の取り組みの基本方針として、2017年7月に岐阜県中部山岳国立公園活性化基本構想を策定(表VI-9-8)。そして、同構想を具体化するための向こう5年間の取り組み計画を、2018年1月に「岐阜県中部山岳国立公園活性化基本計画」として取りまとめた。

表VI-9-8 岐阜県中部山岳国立公園活性化基本構想の概要

コンセプト	誰でも体験できる3,000m級の高山帯、飛騨人(ひだびと)のもてなしと露天風呂めぐり
方針	<p>【1】豊かな地域資源を「知る」</p> <ul style="list-style-type: none"> 豊かな地域の魅力を知り、誇りを醸成 飛騨山脈の「大地と自然の恵み」を学ぶ <p>【2】強みを活かし魅力・活力を「創る」</p> <ul style="list-style-type: none"> 乗鞍・奥飛騨の魅力の発掘・磨き上げ・発信 持続的な活力の創出 <p>【3】乗鞍・奥飛騨らしさを守り、後世に「伝える」</p> <ul style="list-style-type: none"> 自然の保護と利用の両立 乗鞍・奥飛騨の魅力を守り伝える人づくり

資料：岐阜県ホームページより作成

● 「立山黒部」の保全と利用を考える検討会

富山県は、北陸新幹線の開業や外国人旅行者の増加など、同県を代表する観光地である「立山黒部」を取り巻く現状が大きく変化してきていることから、「立山黒部」を日本はもとより、世界中の人々から「選ばれ続ける観光地」として、または「世界ブランド」としてさらなる高みを目指すための方策を検討するため、2016年度に「立山黒部」の保全と利用を考える検討会を設置。3回の検討会を経て、2017年3月に中間報告書を発表した。

「立山黒部」のこれからの方向性として、「立山黒部」が有する多種多様な「本物の価値・魅力」を、個人旅行者や訪

日旅行者にも提供」、「環境保全と観光振興の一体的な推進」、「ターゲットは「本物の価値・魅力」を求める世界中の人々」を掲げ、検討を進めるべき「28のプロジェクト」を提案している。

③ 入域料に関する動向

● 座間味村における「美ら島税」の新設

2014年、慶良間諸島国立公園に指定された座間味村(沖縄県)では、同年10月に「美ら島づくり条例」を施行し、歩きタバコ、ごみのポイ捨て、廃車の放置の禁止等により住民にとって住みやすく、観光客がまた訪れたい村づくりを進めている。一方で、観光施設や周辺の維持管理には多額の経費を要することから、「美ら島税」(法定外目的税)を創設することにより安定的に財源を確保し、環境の保全と美化を図り、世界に誇れる村づくりを目指すこととした。美ら島税の概要は次の通り(表IV-9-9)。

表IV-9-9 美ら島税の概要

課税団体	沖縄県座間味村
税目名	美ら島税(法定外目的税)
課税客体	旅客船、航空機等により座間味村へ入域する行為
税収の使途	環境の美化、環境の保全及び観光施設の維持整備の費用 ※年一回使いみちを報告
課税標準	旅客船、航空機等により座間味村へ入域する回数
納税義務者	旅客船、航空機等により座間味村へ入域する者 ※座間味村民も対象
税率	1回の入域につき一人100円
徴収方法	特別徴収
収入見込額	(平年度)10百万円
非課税事項	・中学生以下の者 ・地方税法第292条第1項第9号の適用を受ける障害者
徴税費用見込額	(平年度)0.2百万円
課税を行う期間	条例施行後、必要に応じて見直しを行うこととする規定あり
導入の経緯	・平成29年3月9日 座間味村議会にて条例案可決 ・平成29年4月27日 総務大臣協議 ・平成29年7月7日 総務大臣同意 ・平成30年4月1日 条例施行(予定)

資料：総務省資料及び座間味村ホームページより作成

● 竹富町における入域料導入に向けた検討

竹富町では、「地域自然資産法(正式名称:地域自然資産区域における自然環境の保全及び持続可能な利用の推進に関する法律(2014年6月制定、2015年4月施行))」に基づく「竹富島地域自然資産協議会」を2017年9月に発足し、入域料の導入検討を本格的に開始した。同法に基づき、地域自然資産区域内で自然環境の保全及びその持続可能な利用を推進するために実施する事業であって、区域内に立ち入る者から収受する料金をその経費に充てる「地域自然環境保全等事業」や、都道府県又は市町村が、自然環境トラスト活動を促進する「自然環境トラスト活動促進事業」等を「地域計画」として定める予定である。(詳細は、翌年度)

(後藤 健太郎)

IV-10 歴史・文化

文化財の観光活用に向けた取り組み支援が活発化
世界文化遺産に1件が新規登録

1. 文化財保護法に基づく動向

(1) 選定・登録状況

文化財保護法の対象となる文化財の種類のうち、観光との関連が強い「文化的景観」(地域における人々の生活又は生業及び当該地域の風土により形成された景観地)と「伝統的建造物群」(宿場町、城下町、農漁村など)については、2018年3月31日現在、「重要文化的景観」61件、「重要伝統的建造物群保存地区」117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)。

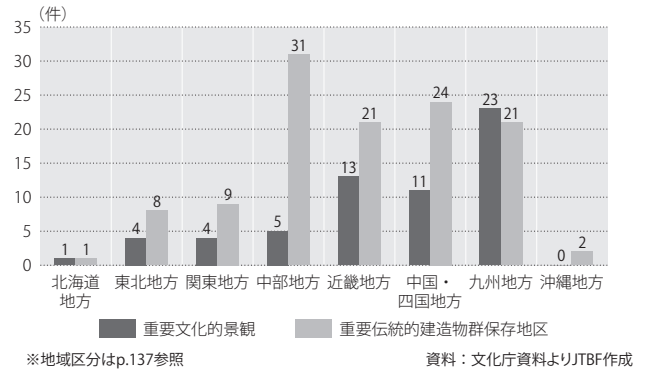
2017年度は、「重要文化的景観」として10件、「重要伝統的建造物群保存地区」として3件が新たに選定された(表IV-10-1)。

重要文化的景観として7件が選定された阿蘇地域は、世界文化遺産登録を目指している。2009年7月に熊本県と阿蘇郡市7市町村の共同事務所である「阿蘇世界文化遺産推進室」を開設、同年8月に熊本県知事と阿蘇郡市7市町村の首長による「阿蘇世界文化遺産登録推進協議会」を設立している。推進室では、文化財の国指定に向けて阿蘇の草原を中心とした文化的景観の調査や保全方法の検討などに取り組んでおり、今回の選定はその成果の一つといえる。

重要伝統的建造物群保存地区に選定された兵庫県養父市は、2014年に国家戦略特別区域の指定を受けており、重要伝統的建造物群保存地区内に国家戦略特区制度を活用して古民家を改修した宿泊施設がオープンしている(表IV-10-2)。

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)(2018年3月31日現在)



表IV-10-2 養父市大屋町大杉の取り組み経緯

養父市大屋町大杉	
江戸後期～明治中期	それまで副業的に営まれてきた養蚕が、主要産品となる
明治後期～昭和前期	繭の生産量拡大に力を注ぐようになり、養蚕の最盛期を迎える。多くの三階建養蚕農家住宅が増築・新築される
戦後	化学繊維の普及に伴い養蚕業は衰退、桑畑は野菜畑や植林地に転じるが、大杉の農家主屋は良好に維持される
1992年	空き家になっていた養蚕住宅を簡易宿泊施設として整備。大杉での古民家活用第一号
1995年	大屋に住む芸術家の作品を展示販売する催し「うちげえのアートおおや」スタート
2001年	兵庫県歴史的景観形成地区に指定
2006～2008年	養父市内の三階建養蚕農家住宅調査を実施、大杉地区を伝統的建造物群保存地区として保存及び活用する方針決定
2013～2015年	大杉地区伝統的建造物群保存地区保存対策調査に着手
2014年	養父市が国家戦略特別区域に指定
2015年	国家戦略特区の「歴史的建造物等に関する旅館業法の特例(フロント設置義務の緩和)」を活用し、空き家になっていた2軒の養蚕住宅が宿泊施設としてオープン
2015年	「養父市伝統的建造物群保存地区保存条例」策定
2016年	保存地区・保存計画決定、「大杉伝統的建造物群を守る会」発足

資料：『月刊文化財』(647号)、養父市資料よりJTBF作成

表IV-10-1 2017年度に新規選定された重要文化的景観・重要伝統的建造物群保存地区

種別	文化財名	所在地	概要	選定年月日
重要文化的景観	阿蘇の文化的景観 阿蘇北外輪山中央部の草原景観	熊本県阿蘇市	広大な阿蘇のカルデラ地形に沿った土地利用を、1000年以上にわたって継続的に行ってきたために形成された、草地、林地、居住地、耕作地が一体となった文化的景観	2017年10月13日
	阿蘇の文化的景観 南小国町西部の草原及び森林景観	熊本県阿蘇郡南小国町		2017年10月13日
	阿蘇の文化的景観 涌蓋山麓の草原景観	熊本県阿蘇郡小国町		2017年10月13日
	阿蘇の文化的景観 産山村の農村景観	熊本県阿蘇郡産山村		2017年10月13日
	阿蘇の文化的景観 根子岳南麓の草原景観	熊本県阿蘇郡高森町		2017年10月13日
	阿蘇の文化的景観 阿蘇山南西部の草原及び森林景観	熊本県阿蘇郡南阿蘇村		2017年10月13日
	阿蘇の文化的景観 阿蘇外輪山西部の草原景観	熊本県阿蘇郡西原村		2017年10月13日
重要伝統的建造物群保存地区	最上川上流域における長井の町場景観	山形県長井市	最上川上流域の自然風土、及び江戸時代の舟運に由来する、商家群、水路等が点在する文化的景観	2018年2月13日
	葛飾柴又の文化的景観	東京都葛飾区	帝釈天題経寺とその門前景観を中心に、それらの基盤となった農村、大都市近郊の低地開発の歴史を伝える空間から成る文化的景観	2018年2月13日
	智頭の林業景観	鳥取県八頭郡智頭町	林業という中心的産業を通じて形成された、森林、山村集落、宿場町、流通往来景観など、多様性に富んだ文化的景観	2018年2月13日
	養父市大屋町大杉	兵庫県養父市	養蚕を発達させた三階建農家主屋群を特徴とする但馬地域の山村集落	2017年7月31日
	福山市鞆町	広島県福山市	万葉の時代より瀬待ちの港として栄えた瀬戸内海の港町	2017年11月28日
	杵築市北台南台	大分県杵築市	谷が分かつ南北の台地に築かれた、坂が特徴的な武家町	2017年11月28日

資料：文化庁資料よりJTBF作成

2. 文化財活用に向けた動向

(1) 文化財総合活用・観光振興戦略プランなどの実施

①基本方針

「明日の日本を支える観光ビジョン」で目標の一つとして掲げられた「文化財の観光資源としての開花」を実現するべく、文化庁では2016年4月に「文化財活用・理解促進戦略プログラム2020（以下、「プログラム2020」）」を策定した。「プログラム2020」では、文化財の観光資源としての魅力を向上させる取り組みを1,000事業程度実施するとともに、日本遺産をはじめ、文化財を中核とする観光拠点を全国で200か所程度整備することを目標に掲げている。

こうした状況を踏まえ、2017年度は、これまでの「文化財総合活用戦略プラン」を、「拠点整備の基盤策定&重点支援」「文化財などの観光資源としての魅力向上」という新たな要素を付加することで「文化財総合活用・観光振興戦略プラン（以下、「戦略プラン」）」として再編し、観光資源である文化財を中核とした観光振興・地域経済の活性化推進を目指している（表IV-10-3）。

②歴史文化基本構想

地域に存在する文化財を、指定・未指定にかかわらず幅広く捉えて的確に把握し、文化財をその周辺環境まで含めて、

表IV-10-3 文化財総合活用・観光振興戦略プラン

事業概要	明日の日本を支える観光ビジョンにおいて掲げられた『文化財の観光資源としての開花』を目標として、文化財を中核とする観光拠点の整備、並びに当該拠点等において実施される文化財等の観光資源としての魅力を向上させる取組への支援を行う。	
各事業名	各事業内容	平成29年度予算 (前年度予算との差)
1. 観光拠点形成重点支援事業※	文化財を中核とする観光拠点の整備を推進し、地域経済の活性化・観光振興を図るため、歴史文化基本構想策定地域や、他の地域のモデルとなる優良な取組に対する支援を実施する。	351百万円 (新規)
Ⅰ. 歴史文化基本構想を活用した観光拠点づくり事業	歴史文化基本構想を策定した市町村等が、当該構想に基づき実施する情報発信、人材育成、普及啓発、公開活用に関する設備整備等を支援。 ●補助対象：基本構想を策定している市区町村と民間事業者で構成される協議会（補助率：定額） ●補助件数：10件程度	250百万円 (新規)
Ⅱ. 優良モデル創出事業	特に優良な観光拠点形成の事例を創出するため、国交省・観光庁とも連携して、周辺環境を含めた文化財群の面的・一体的な整備を重点的に支援。文化庁は国指定文化財の活用に関する修理・整備等を支援。 ●補助対象：市町村等（補助率：原則50%） ●補助件数：2件程度	100百万円 (新規)
2. 日本遺産魅力発信推進事業	日本遺産の認定を推進するとともに、認定された地域の文化財群を総合的に整備・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。	1,350百万円 (750百万円)
Ⅰ. 日本遺産魅力発信推進事業	日本遺産認定地域において実施される情報発信、人材育成、普及啓発、調査研究、公開活用のための整備に係る事業等を補助する。 ●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：55件程度	1,283百万円 (590百万円)
Ⅱ. 日本遺産プロモーション事業	日本遺産の普及啓発や先進的な取組事例の共有等を目的とするシンポジウムの開催、認定地域が抱えている課題に対応するための専門家派遣事業を実施する。	57百万円 (170百万円)
3. 文化遺産総合活用推進事業	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。	1,909百万円 (△251百万円)
Ⅰ. 地域文化遺産活性化事業	地域の文化遺産に関する情報発信、人材育成、普及活動、後継者養成、記録作成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：340件程度	1,395百万円 (△411百万円)
Ⅱ. 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：60件程度	256百万円 (206百万円)
Ⅲ. 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)
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：3件程度	30百万円 (0百万円)
4. 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。	1,124百万円 (△194百万円)
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。 ●補助件数：80件程度	491百万円 (0百万円)
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。 ●補助件数：50件程度	329百万円 (△94百万円)
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。 ●補助件数：2件程度	300百万円 (△100百万円)
5. ナイトミュージアムプロジェクトの推進	訪日外国人観光客等の増加に伴い、夜間をより有意義に過ごすための取組として、各地の美術館・歴史博物館の夜間開館を実施する。また、併せて夜間の美術館・歴史博物館の魅力向上を進め、観光拠点としての機能向上を図る。 ●支援対象：美術館・歴史博物館等（補助率：定額） ●補助件数：1件程度	20百万円 (新規)
6. 文化財建造物等を活用した地域活性化事業	文化財の解説板、情報機器の設置や展示、便益、管理のための施設・設備の整備等の特色ある活用の取組に対して支援し、観光資源としての充実及び地域の活性化を図る。 ●支援対象：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：90件程度	444百万円 (△226百万円)
7. 美しい日本探訪のための文化財建造物魅力向上促進事業	重要文化財（建造物）及び登録有形文化財（建造物）の外観、内装（公開部分）を美しく保ち、観光資源としての魅力を向上させる事業（美装化）を支援する。 ●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：90件程度	305百万円 (新規)
8. 歴史生き生き！史跡等総合活用整備事業	歴史上、学術上価値の高い史跡等について、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：170件程度	4,352百万円 (673百万円)
9. 地域の特色ある埋蔵文化財活用事業	出土した埋蔵文化財を積極的・総合的に公開活用する為に行う展示、講演会等に係る事業や、埋蔵文化財の調査・整理・公開拠点となる施設の設備整備等について支援し、両者の一体的な運用を図ることによって、地域の活性化・観光振興を図る。 ●補助対象：地方公共団体（補助率：原則50%） ●補助件数：230件程度	565百万円 (40百万円)

※2017年4月から先行的に京都に移転して業務を開始している、文化庁地域文化創生本部の担当業務

資料：文化庁資料よりJTBF作成

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」は、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。「プログラム2020」では、歴史文化基本構想の策定が、文化財を中核とする観光拠点整備の基盤の一つとして位置づけられている。

2018年3月31日現在、53件の基本構想が策定されている(前年度より1件増)。

歴史文化基本構想については、「戦略プラン」の「文化遺産総合活用推進事業」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を引き続き実施した(2017年度の採択件数は63件)。

また、2017年度からの新規事業として「観光拠点形成重点支援事業」を実施し、歴史文化基本構想を活用した観光拠点づくりに資する事業(情報発信、人材育成、普及啓発、公開活用)に資する設備整備など)に対する支援を行った(2017年度の採択件数は14件)。VRによる史跡の復元、文化財周遊アプリの導入、ホームページの多言語化、観光ガイド養成講座の実施、モニターツアーの実施、市民対象のワークショップなどが行われた。

同支援事業内では優良モデル創出事業も実施しており、文化庁が文化財の修理・整備・公開活用、国土交通省が景観の保存・活用、景観まちづくりに必要なインフラ整備(「景観まちづくり刷新支援事業」)、観光庁が旅行商品造成、名産品開発などの滞在型コンテンツの充実(「地域資源を活用した観光地魅力創造事業」など)をそれぞれ担当し、景観と文化財群の面的な整備に対する重点支援を行うことで、優良モデルの創出を目指している。

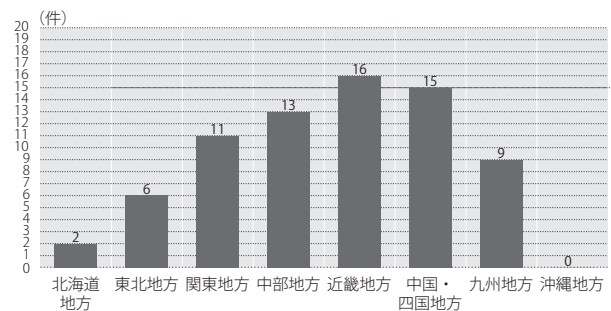
③日本遺産

「日本遺産 (Japan Heritage)」は、地域の歴史的の魅力や特色を通じて、我が国の文化・伝統を語るストーリーを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。「プログラム2020」に掲げる文化財を中核とする観光拠点の代表例と位置づけられている。

2017年度は、新たに17件が認定され(表IV-10-4)、2018年3月31日現在、54件のストーリーが認定されている(地方ブロックごとの選定件数は図IV-10-2)。

日本遺産については「戦略プラン」内で「日本遺産魅力発信推進事業」「日本遺産プロモーション事業」を実施し、日本遺産認定後に行う情報発信、人材育成、普及啓発、調査研究、公開活用のための整備などの事業に対して認定後3年

図IV-10-2 地方ブロックごとの日本遺産認定件数 (2018年3月31日現在)



資料：文化庁資料よりJTBF作成
※地域区分はp.137参照
※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。

表IV-10-4 2017年度に新規認定された日本遺産 (2017年4月28日認定)

都道府県	申請者 (◎は代表自治体)	ストーリーのタイトル
北海道	江差町	江差の五月は江戸にもない ーニシンの繁栄が息づく町ー
北海道・青森県・秋田県・山形県・新潟県・富山県・石川県・福井県・京都府・大阪府・兵庫県・鳥取県・島根県・岡山県・広島県	◎函館市・松前町・小樽市・石狩市・青森県(鯉ヶ沢町・深浦町・野辺地町)・秋田県(秋田市・にかほ市・男鹿市・能代市・由利本荘市)・山形県(◎酒田市)・新潟県(新潟市・長岡市・佐渡市・上越市)・富山県(富山市・高岡市)・石川県(加賀市・輪島市・小松市)・福井県(敦賀市・南越前町・坂井市・小浜市)・京都府(宮津市)・大阪府(大阪市)・兵庫県(神戸市・高砂市・新温泉町・赤穂市・洲本市)・鳥取県(鳥取市)・島根県(浜田市)・岡山県(倉敷市)・広島県(尾道市・呉市)	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～
山形県	鶴岡市	サムライゆかりのシルク 日本近代化の原風景に出会うまち鶴岡へ
埼玉県	行田市	和装文化の足元を支え続ける足袋蔵のまち行田
滋賀県・三重県	◎甲賀市(滋賀県)・伊賀市(三重県)	忍びの里 伊賀・甲賀ーリアル忍者を求めてー
京都府	◎京都府(宮津市・京丹後市・与謝野町・伊根町)	300年を紡ぐ絹が織り成す丹後ちりめん回廊
大阪府・奈良県	◎大阪府(大阪市・堺市・松原市・羽曳野市・太子町)・奈良県(葛城市・大和高田市・橿原市・桜井市・明日香村)	1400年に渡る悠久の歴史を伝える「最古の国道」～竹内街道・横大路(大道)～
兵庫県	◎朝来市・姫路市・福崎町・市川町・神河町・養父市	播但貫く、銀の馬車道 鉱石の道～資源大国日本の記憶をたどる73kmの轍～
和歌山県	◎和歌山県(和歌山市・海南市)	絶景の宝庫 和歌の浦
和歌山県	湯浅町	「最初の一滴」醤油醸造の発祥の地 紀州湯浅
島根県	出雲市	日が沈む聖地出雲 ～神が創り出した地の夕日を巡る～
岡山県	倉敷市	一輪の綿花から始まる倉敷物語 ～和と洋が織りなす繊維のまち～
岡山県・福井県・愛知県・滋賀県・兵庫県	◎備前市(岡山県)・越前町(福井県)・瀬戸市・常滑市(愛知県)・甲賀市(滋賀県)・篠山市(兵庫県)	きっと恋する六古窯 ー日本生まれ日本育ちのやきもの産地ー
高知県	◎安田町・奈半利町・田野町・北川村・馬路村	森林鉄道から日本一のゆずロードへ ーゆずが香り彩る南国土佐・中芸地域の景観と食文化ー
福岡県・山口県	◎北九州市(福岡県)・下関市(山口県)	関門・ノスタルジック”海峡 ～時の停車場、近代化の記憶～
熊本県	◎山鹿市・玉名市・菊池市・和水町	米作り、二千年にわたる大地の記憶 ～菊池川流域「今昔『水稲』物語」～
大分県	◎中津市・玖珠町	やばけい遊覧～大地に描いた山水絵巻の道をゆく

資料：文化庁資料よりJTBF作成

を目途として財政支援を行うとともに、各認定地域が抱える個別の課題に対して指導・助言を行う日本遺産プロデューサーの派遣などを行っている。

2015年度から始まった日本遺産事業だが、各認定地域の取り組みには温度差が見え始めている。そのため文化庁では、PDCAサイクルによる事業の促進や、認定地域が地域活性化を進めるための事業イメージの共有化を図るため、2017年度に外部有識者からなる「日本遺産フォローアップ委員会」を立ち上げ、各認定地域の取り組みを評価するとともに、日本遺産の3年間の取り組みモデルを取りまとめた。

(1) 組織整備、(2) 戦略立案、(3) 人材育成、(4) 整備、(5) 観光事業化、(6) 普及啓発、(7) 情報編集・発信の7の領域ごとに取り組むべき内容が整理されているほか、具体的な優良事例も紹介されている。

④ ナイトミュージアムプロジェクトの推進

「戦略プラン」では、「地域の核となる美術館・歴史博物館支援事業」を実施し、美術館、歴史博物館を活用・強化する取り組みを支援している。

2017年度は新規事業として「ナイトミュージアムプロジェクトの推進（委託事業）」を実施した。訪日外国人観光客などの増加に伴い、夜間時間帯をより有意義に過ごすための取り組みとして、各地の美術館・歴史博物館の夜間開館を試行的に実施し、その効果を検証するもの。美術館・博物館の魅力向上を図り、観光拠点としての機能を向上させ、周辺の賑わいを創出するための一翼を担うことを目的としている。

2017年度は長野県松本市域内の美術館・博物館が対象となり、「松本ナイトミュージアム」として、松本市美術館と日本浮世絵博物館で3回の夜間開館を試行的に実施し、その効果と課題を検証する実証実験を行った。今後、本取り組みの成果を全国で共有することとしている。

⑤ 歴史的風致維持向上計画

「地域における歴史的風致の維持及び向上に関する法律」（愛称：歴史まちづくり法）は、現代社会において失われつつある地域の歴史的な風情、情緒を活かしたまちづくりを支援するもので、文化庁、農林水産省、国土交通省の共管となっている。市町村が作成した「歴史的風致維持向上計画」に対して国の認定がなされると、歴史まちづくり法に基づくさまざまな特別の措置や国による支援が受けられるようになる。

2017年度は、桐生市（群馬県）、掛川市（静岡県）、宗像市（福岡県）、和歌山市（和歌山県）の4件が新たに認定され、2018年3月31日現在、68件が認定されている。

(2) 文化財保護法改正に向けた動き

2018年3月、文化財保護法及び地方教育行政の組織及び運営に関する法律の一部を改正する法律案が閣議決定された（2018年6月の196回国会〈通常国会〉にて成立、2019年4月1日から施行予定）。

過疎化・少子高齢化などの社会状況の変化を背景に、各地の文化財の滅失・散逸などの防止が緊急の課題となる中、未指定を含めた有形・無形の文化財をまちづくりに活かしつつ、地域社会総がかりで継承に取り組んでいくことが求められているとし、地域における文化財の計画的な保存・活用の促進や、地方文化財保護行政の推進力の強化を図ることを目的としている。

市町村は、文化財の保存・活用に関する総合的な地域計画を作成し、国の認定を申請できる。計画作成にあたっては、住民の意見の反映に努めることとされている。国の認定を受けると、本来は文化庁長官の権限である現状変更の許可などが、市町村レベルで可能となり、地域計画に盛り込んだ内容の円滑な実施が期待される。個々の国指定文化財の保存活用計画を定め、国の認定を受けた場合にも、現状変更などの手続きが弾力化される。美術館などに預けて公開した場合には、所有者の相続税が猶予される。

また、現在は教育委員会が担っている地方自治体の文化財保護業務を、地方公共団体の首長が担当できるようになる。これにより、文化財活用とまちづくり、観光行政を一体的に促進する狙いがある。

法改正をめぐっては、文化財から得られる経済的利益の程度や首長の文化財保護に対する理解度によって、文化財保護の程度に差が生じてしまうのではと懸念する意見もある。総合的な視野で地域の文化財のあり方を構想できる人材の育成が求められている。

3. 世界文化遺産に関する動向

(1) 世界文化遺産

① 『「神宿る島」宗像・沖ノ島と関連遺産群』の世界遺産登録

2017年7月2日～12日にかけてポーランドのクラクフで開催された第41回世界遺産委員会において、『「神宿る島」宗像・沖ノ島と関連遺産群』が、新たに世界遺産一覧表に記載された。

本資産は、全8件の構成資産からなっている（表IV-10-5）。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るが（表IV-10-6）、本資産は評価基準(ii)(iii)を満たしていると決議された。沖ノ島は「海の正倉院」とも呼ばれ、古代祭祀に用いられた豊富な出土品が、ほぼ手付かずの状態に残されてきた。これら出土品が4世紀から9世紀における東アジア国家間の重要な交流を示す点(ii)、「神宿る島」を崇拝する文化的伝統が古代から現在まで発展し、継承されている点(iii)が評価されている。

世界遺産委員会開催2か月前に出されたICOMOS勧告は、宗像大社沖津宮の4件（沖ノ島・小屋島・御門柱・天狗岩）に絞っての登録を勧告するものだったが、世界遺産委員会の決議は日本の推薦どおり8件全ての構成資産が記載されるべき、とした。ICOMOS勧告が考古学的遺産としてOUVを主張するものであったのに対し、世界遺産委員会の

決議は日本側の主張どおり信仰に関わる遺産としてOUVを認めるものであった。

本資産の世界遺産登録により、2018年3月31日現在、日本国内の世界遺産数は全21件（文化遺産17件、自然遺産4件）となった。

表IV-10-5 『『神宿る島』宗像・沖ノ島と関連遺産群』の構成資産

No.	構成資産
1~4	宗像大社沖津宮（沖ノ島・小屋島・御門柱・天狗岩）
5	宗像大社沖津宮遥拝所
6	宗像大社中津宮
7	宗像大社辺津宮
8	新原・奴山古墳群

資料：文化庁資料よりJTBF作成

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（または複数の文化）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：文化庁資料よりJTBF作成

世界文化遺産の価値を守るため、例年5月27日に開かれていた現地大祭が今後は中止されることになった。この措置により、一般人の沖ノ島上陸は全面的に禁止されることとなった。

また、2018年3月に「宗像市世界遺産『神宿る島』宗像・沖ノ島と関連遺産群基本条例」が制定された。条例には、遺産群の景観や文化が信仰によって保全されてきたことを踏まえ、価値の継承に市、所有者である宗像大社、市民が果たすべき役割が明記されている。

世界遺産登録後、世界遺産目的での来訪者増に伴い、各施設では2016年度に比べて来訪者の数が1.3~1.4倍になった。新原・奴山古墳群では、登録前に比べて約6倍となる年間約3万人ペースの来訪者数となった。

構成資産を有する宗像市、福津市では、観光ボランティア

の育成事業、新原・奴山古墳群の整備事業、交通ネットワークの構築などに取り組んでいる。

②各世界文化遺産の取り組み

世界文化遺産に対しても、「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。2017年度は10件の世界文化遺産で取り組みが行われ（採択事業数は18件）、ガイド養成講座、地域の住民向け調査研究成果報告会などが行われた。情報発信事業としては、外国語対応を目的としたものや（外国版ガイドブック、マップ、パンフレット、アプリの作製）、IT技術を取り入れたものが目立った（VR映像コンテンツ、アプリ作製）。

文化庁は、国内の世界文化遺産の保存・管理などの状況について把握するため、世界文化遺産が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。同報告書で報告された各資産の予算措置状況は表IV-10-7のとおりとなっている。

表IV-10-7 世界文化遺産の予算措置状況（予算額）（千円）

資産名	13年度	14年度	15年度	16年度	17年度
法隆寺地域の仏教建造物	75,000	98,069	70,523	83,550	176,910
姫路城	165,248	173,216	38,142	39,605	22,404
古都京都の文化財（京都市、宇治市、大津市）	3,903,136	3,198,448	3,185,303	3,427,116	4,164,398 ※1
白川郷・五箇山の合掌造り集落	118,120	158,308	154,599	141,467	143,160
原爆ドーム	13,632	49,391	47,693	10,593	882
厳島神社	33,332	64,672	24,866	6,573	13,302
古都奈良の文化財	650,091	111,047	206,256	483,957	100,270
日光の社寺	7,669	7,679	6,465	7,606	9,072
琉球王国のグスク及び関連遺産群	905,163	912,518	893,125	927,311	819,801
紀伊山地の霊場と参詣道			619,530		
石見银山とその文化的景観	380,225	387,370	524,356	459,456	511,682
平泉―仏国土（浄土）を表す建築・庭園及び考古学的遺跡群―	281,322	167,895	285,304	263,130	412,786
富士山―信仰の対象と芸術の源泉	-	22,528	25,649	19,041	21,983
富岡製糸場と絹産業遺産群	359,865	1,222,334	1,536,749	964,179	869,275
明治日本の産業革命遺産 製鉄・製鋼、造船、石炭産業	155,550	167,250	296,430	151,796	112,660
ル・コロビュジエの建築作品―近代建築運動への顕著な貢献―（国立西洋美術館）	17,247	24,243	57,208	158,287	58,144
『神宿る島』宗像・沖ノ島と関連遺産群	271,194	329,917	186,000	248,103	-

※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 2013年度から2017年度までの5か年度の予算額の合計

③我が国の暫定一覧表記載文化遺産

2018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8件となっている（表IV-10-8）。

2018年1月、日本政府は暫定リストのうち「百舌鳥・古市

古墳群」を世界文化遺産に推薦することを正式決定し、同月ユネスコに対して推薦書を提出した。2007年に地元自治体により文化庁に対して「百舌鳥・古市古墳群」の登録が提案され、2017年7月に国の文化審議会が推薦対象に選ばれていた。

今後は、2018年9月頃にICOMOSによる現地調査が行われ、2019年5月頃に登録の可否を勧告、夏に開かれる第43回ユネスコ世界遺産委員会で最終的に登録の可否が判断される予定。

表IV-10-8 我が国の暫定一覧表記文化遺産

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	※2018年登録
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	金を中心とする佐渡鉱山の遺産群	新潟県	2010	
7	百舌鳥・古市古墳群	大阪府	2010	
8	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	※拡張

資料：文化庁資料よりJTB作成

4. 城郭・城跡の整備とその活用

城郭・城跡は、文化財の観光活用の代表例の一つといえるが、近年、城郭・城跡の復元をはじめとする整備事業が活発になっている。

●大阪城

大阪城では、2012年に策定された大阪都市魅力戦略（大阪府、大阪市）に基づき、世界的な歴史観光拠点として整備が進んでおり、2017年6月に「JO-TERRACE OSAKA」、10月に「MIRAIZA OSAKA-JO」が開業した。

大阪市が2014年に実施した大阪城公園パークマネジメント事業者募集において、観光拠点にふさわしい魅力と賑わいの創出及び飲食や物販などの公園の便益施設整備の提案を求めたことに基づき、事業者である大阪城パークマネジメント共同事業体（構成員：電通、読売テレビ放送、大和ハウス工業、大和リース、NTTファシリティーズ）が、指定管理者として整備を進めてきた。指定期間は2015年から35年までの20年間で、大阪市は指定管理料の支払いをせず、事業者から市が年間2億2600万円の納付金と収益金の7%を受け取るという事業スキームになっている。

「JO-TERRACE OSAKA」は飲食店を中心に、大阪城公園初となるランナーサポート施設や、外国人観光客対応のインフォメーションセンターなどが出店している。「MIRAIZA OSAKA-JO」は、大阪城本丸広場の歴史的建造物「旧第四師団司令部庁舎」（もと大阪市立博物館）をリノベーションし

たもので、大阪城公園を訪れる市民や観光客を対象として、飲食店や物品販売店などが出店している。

今後も、森ノ宮噴水エリアへの児童向け遊戯施設などの開設、屋内音楽堂の整備が予定されている。

●名古屋城

名古屋城では、2008年度からの10年計画で本丸御殿の復元工事を開始し、2013年度に玄関・表書院など、2016年度に対面所などを順次公開、2017年度に全ての復元工事が終了した。2018年6月には全体が公開されている。

名古屋城は、1930年に城郭として初めて国宝に指定されたが、太平洋戦争により、1945年に天守や本丸御殿などの主要な建造物が焼失した。

今回の復元にあたっては、消失前の本丸御殿と同等の歴史文化的価値を有する建物を再現するため、江戸時代の文献や、昭和戦前期の古写真、実測図などの豊富な資料に基づき、原則として旧来の工法や材料が採用された。伝統技術や技法の継承につながることも期待されている。復元時代は、上洛殿の増築に伴い本丸御殿の格式が最も高まった寛永期（1624-1644）に設定されている。

名古屋城では、天守閣の木造復元計画も進んでいる。現在の天守閣は、戦後に市民からの寄付により再建された鉄骨鉄筋コンクリート造だが、再建から半世紀が経過し、設備の老朽化や耐震性の確保などが課題となっている。名古屋市では、こうした課題の解決と、特別史跡名称としての本質的理解の促進につなげるため、2017年から天守閣の木造復元事業に着手、2018年5月に天守閣の木造復元を盛り込んだ「特別史跡名古屋城跡保存活用計画」を策定し、2022年の竣工を目指している。

●熊本城

平成28年熊本地震（2016年4月）により甚大な被害を受けた熊本城では、2016年12月に「熊本城復旧基本方針」を策定、2018年3月に同基本方針に基づく「熊本城復旧基本計画」を策定した。石垣・建造物などをはじめ熊本城全体の復旧手順や復旧過程の公開など、復旧に係る具体的な方針、施策及び取り組みを体系的に定め、熊本城の効率的・計画的復旧と戦略的な公開・活用を着実に進めていくことを目的としている。

本計画では、県民・市民の復興シンボルとして「天守閣」の復旧が最優先に位置づけられている。2019年秋頃に大天守の外観復旧、2021年春頃に天守閣全体の復旧完了を目指すとしている。また、熊本城の被害状況や復旧過程を安全に観覧できるよう、仮設の見学通路の整備も計画されている。

熊本城全体の復旧は2020年、完全復旧完了は2037年度が予定されている。

（門脇茉海）

IV-11 温泉

**新・湯治の推進、第2回全国温泉地サミットの開催
温泉地利用推進に向けた取り組みが官・民ともに本格化**

(1) 温泉地利用状況

①2016年度の温泉利用状況

環境省の「温泉利用状況」によると、2016年度（2017年3月末）現在、温泉地を有する市町村は1,449団体（前年度比12か所減）、温泉地数（宿泊施設のある温泉地）は全国で3,038か所（同46か所減）であった（表IV-11-1）。

源泉総数は27,421か所（同208か所増）で、このうち利用源泉数が17,217か所（自噴4,117か所、動力13,100か所）となっている。前年度に比べて自噴42か所・動力19か所の増加となった。

宿泊施設数は13,008軒（同100軒減）、収容定員は1,354,607人（同16,456人減）と、それぞれ前年度を下回り、延べ宿泊利用人員も1,936,226人減少し、130,127,812人となった。

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、8,870,292人（同14,131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か所と最も多く、以下、長野県215か所、新潟県147か所、青森県132か所、福島県131か所と続き、東日本が上位を占めている。

源泉数では、大分県が4,385か所と突出しており、以下、

鹿児島県2,764か所、静岡県2,261か所、北海道2,230か所、熊本県1,352か所、青森県1,098か所と続く。

②2016年度入湯税額

総務省の「入湯税に関する調」（市町村課税状況等の調第23表）によると、2015年度の課税市町村数は975市町村（前年度比1市町村減）、入湯客数は187,794,650人（同3,552,285人減）、入湯税額（決算額）は約223億9,897万円（同3億4,575万円減）であった。

税率採用状況をみると、892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4団体で、湯郷温泉（岡山県美作市）・箕面温泉（大阪府箕面市）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（温泉に関わる政策など）

①新・湯治の推進

2017年7月、環境省温泉地保護利用推進室が開催した「自然等の地域資源を活かした温泉地の活性化に関する有識者会議」（以下有識者会議）において、現代のライフスタイルに合った温泉地での過ごし方「新・湯治」が提言された。「新・

第IV編

観光地

表IV-11-1 温泉利用状況の経年変化

年度	市町村数	温泉地数	計	A 利用源泉数		B 未利用源泉数		宿泊施設数	収容定員	年度延べ宿泊利用人員	温泉利用の 公衆浴場数	国民保養温泉地 年度延べ 宿泊利用人員
				自噴	動力	自噴	動力					
2007	1,480	3,139	28,090	5,097	14,108	3,028	5,857	14,907	1,410,100	135,872,728	7,859	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	7,913	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	7,913	10,479,554
2010	1,440	3,185	27,671	4,460	13,476	3,325	6,410	14,052	1,411,884	124,925,272	7,902	9,563,332
2011	1,436	3,108	27,532	4,413	13,396	3,296	6,426	13,754	1,394,107	120,061,329	7,717	8,976,989
2012	1,436	3,085	27,221	4,286	13,354	3,232	6,346	13,521	1,373,508	124,695,579	7,771	8,823,770
2013	1,439	3,098	27,405	4,260	13,394	3,348	6,403	13,358	1,377,387	126,422,229	7,816	8,951,999
2014	1,434	3,088	27,367	4,142	13,181	3,484	6,560	13,278	1,377,591	127,974,837	7,883	8,726,377
2015	1,461	3,084	27,213	4,075	13,081	3,530	6,527	13,108	1,371,063	132,064,038	7,864	8,856,161
2016	1,449	3,038	27,421	4,117	13,100	3,549	6,655	13,008	1,354,607	130,127,812	7,898	8,870,292

※1 温泉地数は宿泊施設のある場所を計上。

※2 宿泊利用人員は参考数値。

資料：環境省「温泉利用状況」よりJTBF作成

表IV-11-2 入湯税の税率採用状況（2016年度）

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	48	2	3	892	2	1	1	975
構成比（%）	0.1	0.5	1.4	0.3	0.3	4.9	0.2	0.3	91.5	0.2	0.1	0.1	100.0

※1 市町村数は、平成28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。

※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。

資料：総務省「入湯税の概要」よりJTBF作成

湯治」においては、温泉地周辺の資源を多くの人々が楽しむこと、温泉地滞在を通して人々が心身をリフレッシュさせること、来訪者の増加によって温泉地自体を活性化させることが目標とされている。その実現のため、有識者会議において、よりよい温泉地をつくるプラン「新・湯治推進プラン」(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)が策定された。

また、新・湯治の推進のためには多業種による連携が必要不可欠であるとして、温泉地を中心とした多様なネットワークづくりを目指す「チーム 新・湯治」が立ち上げられた。2018年4月にチーム員募集が開始されて以降、全国温泉地サミットへの参加など、新たな活動が進められている。

②第2回全国温泉地サミットの開催

環境省(温泉地保護利用推進室)の主催する第2回全国温泉地サミット(全国温泉地自治体首長会議)が、2017年5月15日に、東京で開催された。92自治体の首長、傍聴などを合わせて全国から228名が出席し、活発な議論が交わされた。

会議においては、①「温泉地の活性化(地域資源を活用した温泉地のにぎわいの創出)」、②「温泉熱の有効活用(温泉熱の有効活用による温泉地づくり)」という2つの議題が設けられた。①においては、長門湯本温泉・俵山温泉の取り組みや、温泉地を中心に食・自然・歴史をめぐるONSEN・ガストロノミーリズム、温泉を活かした健康づくりの取り組みなどが紹介されたほか、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などについての意見も出された。②においては、鳴子温泉郷の取り組みが紹介されたほか、未利用温泉熱の更なる有効活用の促進の必要性、温泉付随メタンガスを利用したガス発電の事例などについて説明が行われた。

さらに、大西長門市長より提案された「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」が満場一致で採択され、環境省に手渡された。要望書においては、「温泉地の活性化と地方創生にむけて、国民保養温泉地を含め全国の温泉地における温泉の多様な利用の推進と魅力向上を図る」ため、支援措置を強力に推進することが求められている。

また、2018年度の開催について、「世界温泉地サミット」(大分県別府市)と連携して実施する旨が発表された。第3回全国温泉地サミット・世界温泉地サミットは2018年5月に開催されたが、その詳細は次号に譲る。

③温泉利用型健康増進施設の認定基準緩和

「温泉利用型健康増進施設」とは、厚生労働省が定める一定の基準を満たし、温泉を利用した健康づくりを図ることができる施設のことをいい、1988年に規定が設けられた。

従来は「健康増進のための温泉利用及び有酸素運動を安全かつ適切に行うことができる設備を同一の施設において備えていること」*が要件とされていた。しかし、2016年3月に基準が緩和され、入浴施設と運動施設が異なる場合であっ

ても、運営が一体となっており、かつ近接性について一定の要件を満たせば、温泉利用型健康増進施設として認定可能となった。この規制緩和により、2017年度に「町営ふれあいセンター・豊富町温泉自然観察館」(北海道 豊富温泉)、「長湯温泉療養文化館『御前湯』」「竹田市直入B&G海洋センター体育館」(大分県 長湯温泉)が新たに認定された。

※早坂信哉、後藤康彰、栗原茂夫「温泉利用型健康増進施設の認定要件の緩和について」(『日本温泉気候物理医学会雑誌』79-3、2016年)

(3) 国民保養温泉地に関する動向

●概要

「国民保養温泉地」とは、温泉の公共的利用増進のため、温泉利用の効果が十分期待され、かつ、健全な保養地として活用される温泉地を、温泉法(1948年法律第125号)に基づき環境大臣が指定するもので、1954年に始まった制度である。

しかし、制度発足以降長い年月が経過し、「国民保養温泉地を取り巻く社会情勢や温泉利用者のニーズが大きく変化してきたこと」「温泉資源の保護を図りつつ、自然や歴史文化など、温泉地の特性を踏まえ、方向性を明確にした取り組みの進展が必要であること」などから、環境省では、国民保養温泉地の選定基準を2012年7月に改訂し、「温泉地計画」の見直しを5年毎に行うこととした。2017年9月時点では、37か所の温泉地計画が改訂されている。

●指定状況

国民保養温泉地は、2017年6月末時点で、94か所が指定されている。2016年度には、大館ぐるみ温泉郷(秋田県大館市)、梅ヶ島温泉郷(静岡県静岡市)、湯郷温泉(岡山県美作市)が新たに指定された。各温泉地の温泉地計画は表(表IV-11-3)のとおりである。

(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31回につぼんの温泉100選(2017年度)」((株)観光経済新聞社)では、「草津温泉」(群馬県草津町)が15年連続で1位となった。2位は「下呂温泉」(岐阜県下呂市、昨年5位)、3位は「別府八湯」(大分県別府市、昨年2位)であった。(表IV-11-4)

●温泉総選挙

2016年度に引き続き、「温泉総選挙2017」(主催:うらおい日本プロジェクト、後援:環境省・観光庁・内閣府・経済産業省)が実施された。2016年度は温泉総選挙選考委員会(環境省・日本温泉協会・日本温泉気候物理医学会などから構成される)により全ての賞が選定されたが、2017年度は一般からの投票も募った。投票を通じて温泉地への関心を高め、来訪者を増やすことが狙い。

2017年度は、83温泉地(前年度比42か所減)からの応募があった。各温泉地が9部門のうち3部門を選んでエントリーし、一般からの投票(149万票)により各部門賞が決定。さらに各部門1位~5位から、温泉総選挙選考委員会が省庁賞(3

賞)・特別賞を選出した。(表IV-11-5)

表IV-11-3 大館ぐるみ温泉郷、梅ヶ島温泉郷、湯郷温泉 温泉地計画の概要

Table with 4 columns: Section (大館ぐるみ温泉郷, 梅ヶ島温泉郷, 湯郷温泉), Summary (概要), Features (特徴), Status (温泉の状況), and Future Direction (今後の方針).

資料：環境省ホームページ、日本温泉協会ホームページ、各温泉地HPよりJTBF作成

表IV-11-4 にっぽんの温泉100選ランキング

Table with 4 columns: Rank (順位), Year (年), Hot Spring Location (温泉地), and Municipality (所在地).

資料：観光経済新聞

表IV-11-5 温泉総選挙2017 受賞温泉地

Table with 4 columns: Award (賞), Hot Spring Location (温泉地), and Municipality (所在地). Categories include Department Award (部門賞), General Election (一般投票), and Provincial Award (省庁賞).

資料：温泉総選挙2017 「温泉総選挙2017夏の陣 最終結果発表」よりJTBF作成

第IV編

観光地

(5) その他の動向

①現代湯治の提案

2017年12月、星野リゾートの温泉旅館ブランドである「界」は、温泉をより深く体験する「うるはし現代湯治」を提案した。「うるはし現代湯治」とは、現代人のライフスタイルにフィットした湯治文化を、1泊2日で体験できるプログラムである。

プログラムは、①湯治の歴史や温泉のメカニズム・泉質などについて学べる「温泉ギャラリー」、②温泉入浴の効果と心地よさを高める「入浴法」、③心身を整える呼吸法やストレッチなどを含む「温泉深呼吸」、④国家資格を持つ鍼灸マッサージ師によるマッサージという4つの要素と、コンセプトやサービス内容をまとめたハンドブックから構成される。

②温泉地及び温泉施設の整備

●道後温泉別館「飛鳥乃湯泉」の開業

2017年9月、愛媛県松山市において道後温泉別館「飛鳥乃湯泉(あすかのゆ)」が開業した。飛鳥時代に多くの帝や貴人が来浴したという伝説を踏まえ、飛鳥をイメージした建築様式やモチーフを取り入れている。

●竹田市 クアハウスの着工

大分県竹田市において、大規模な温泉利用型健康増進施設（クアハウス）が2017年11月に着工した。同施設は、竹田市が推進する「希有な泉質を生かした滞在型ヘルスツーリズム」の拠点として構想された。歩き湯などを備えた運動浴棟と木屋根の温泉棟からなるクアハウスに、宿泊棟・レストラン棟が併設された複合施設で、建築家・坂茂氏が設計した。2019年9月に完成予定。竹田市における健康増進と観光振興の一翼を担うことが期待されている。

●東山温泉 旧「高橋館」の撤去

妙高高原（新潟県妙高市）や十和田湖畔（青森県十和田市）など、各地で宿泊施設などの廃墟化が問題となっている中、東山温泉（福島県会津若松市）では廃業した旅館・旧「高橋館」が撤去される。

旧高橋館は1876年創業の老舗旅館で、温泉街中心地付近の川沿いに建っていた。震災による客足の減少、経営者の高齢化により、2012年に廃業。その後、雪の重みで徐々に破損していき、倒壊の危険があった。長年状況は改善されなかったが、2018年1月、所有者が市に土地と建物を寄付。さらに同年3月、市と東山温泉観光協会、株式会社くつろぎ宿の三者協定により、同社が1000万円を超える廃墟の撤去費用を負担することとなった。同社は旧高橋館の川向かいにある旅館「新滝」を経営しており、廃墟化による景観の悪化に苦慮していた。

今後は三者協定に基づき、撤去後の旧高橋館跡地は、東山温泉観光協会が使用料免除で観光振興のために活用する予定。

●有福温泉 有福振興株式会社の破産

2017年5月、有福温泉（島根県江津市）で公衆浴場やカフェなどを運営していた有福振興株式会社が、松江地方裁判所浜田支部より破産開始決定を受けた。

「美人の湯」として古くから知られる有福温泉だが、近年は来訪者が減少していた。そこで、有福温泉街を活性化するため、地元旅館経営者らの出資により1993年に同社を設立。空き家を利用した外湯施設や貸切風呂、地元食材を使用した洋食と露天風呂を提供する「有福カフェ」などを開業したほか、集合タンクと加温装置の設置、各旅館の検索・予約を横断的に行えるウェブサイトの開設など、温泉街再興に向けてさまざまな事業を手がけた。しかし、来訪者の減少は止まらず、2015年3月期に赤字を計上。2017年3月には貸切風呂やカフェの営業を停止。多額の負債などにより事業継続を断念。

③その他、地域における特徴的な取り組み

●加賀温泉郷 雇用問題への取り組み

2017年8月、加賀温泉郷（石川県加賀市）では、温泉旅

館雇用促進プロジェクト「KAGARルート」が始動した。

KAGARルートとは、加賀市・加賀温泉郷DMO（一般社団法人加賀市観光交流機構）・人材育成企業である株式会社アドヴァンテージの三者による官民連携体制のもと、地域が一体となって宿泊産業における働き方改革に取り組み、新規就労者の創出を目指すプロジェクトである。2015年3月、北陸新幹線が金沢まで開通した影響で加賀温泉郷の来訪者は増加したが、宿泊施設の従業員不足により、空き室があっても受け入れられない状況となっていた。この課題を解決するため、雇用を促進する当プロジェクトが発足。加賀温泉郷専用の求人サイトの構築・運営を行うとともに、合同就職イベント、採用強化に向けた勉強会や研修会、経営合理化を図る検討会などを実施し、新規採用に結び付けている。

●別府温泉と草津温泉の相互支援

2018年1月、草津白根山の本白根山（群馬県草津町）が噴火し、近隣にある草津温泉の宿泊客が大幅に減少した。これに対し、大分県別府市は新聞広告「Go! 草津」を制作し、草津温泉を応援する姿勢を示した。

「Go! 草津」キャンペーンの発端は、熊本地震後に別府市が別府温泉（大分県別府市）への来訪を促すために掲載した広告「Go! Beppu」である。「Go! Beppu」キャンペーンは全国から注目され、震災後に減少した客足は年内に回復した。2017年4月には、来訪者への「恩返し」として、別府温泉の温泉水を県外の個人宅へ届ける事業を実施。その際、草津町温泉課の許可を得、草津温泉の湯を空になったタンクに入れて持ち帰り、別府温泉にて無料開放を行った。この恩に報いるため、噴火による風評被害に苦しむ草津温泉を救おうと、「Go! Beppu」を踏まえた広告「Go! 草津」を制作したという。この両温泉地による相互支援の取り組みはSNSなどで注目を集め、話題となった。

●別府温泉の入湯税大幅引き上げ

大分県別府市の市議会は、2018年3月、入湯税を大幅に引き上げる市条例改正案を賛成多数で可決した。税額を50～150円から250～500円（全国最高額）とし、年間1億5,000万円の税収増を見込んでいる。周知期間を経て、2019年3月までの実施を目指す。

新制度においては、宿泊食事が1泊6,000円以下の場合、入湯税は50～150円に据え置き、6,000円超～5万円は250円、5万円超は500円となる。2019年に大分県でも行われるラグビーワールドカップ、2020年の東京オリンピック・パラリンピックの開催による来訪者の増加を見据えた措置であるが、増税分の具体的な用途は未定。今後、官民で新たに立ち上げた組織において検討していく。（磯貝友希）

第V編 観光政策

V-1 国による観光政策

-
- | | |
|--------------------------------------|-----|
| (1) 政府の観光政策の概観 | 184 |
| ●観光ビジョン実現プログラム ●観光庁関連予算 | |
| (2) 各府省庁による観光政策 | 184 |
| ① 観光資源の魅力を極め、「地方創生」の礎に(視点1) | 184 |
| 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) | 186 |
| 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) | 188 |

V-2 都道府県による観光政策

-
- | | |
|--------------------------|-----|
| (1) 都道府県の観光行政に関わる基盤整備の状況 | 190 |
| (2) 都道府県における観光行政の推進状況 | 191 |
| (3) 都道府県における政策・施策 | 191 |
| (4) 市町村との役割分担 | 193 |
| (5) 観光が地域に与える影響 | 194 |

V-3 主要市町村による観光政策

-
- | | |
|---------------------------|-----|
| (1) 主要市町村の観光行政に関わる基盤整備の状況 | 196 |
| (2) 主要市町村における観光行政の推進状況 | 197 |
| (3) 主要市町村における政策・施策 | 198 |
| (4) 都道府県との役割分担 | 199 |
| (5) 観光が地域に与える影響 | 200 |
| (6) 都道府県に対する調査結果との比較 | 201 |

V-1 国による観光政策

- ・「観光ビジョン」及び「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。
- ・観光振興のための恒久的な財源を確保するために、「国際観光旅客税」を創設。

(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」(2016年3月策定)に掲げた、2020年訪日外国人旅行者数4000万人、訪日外国人旅行消費額8兆円などの目標の確実な達成に向け、観光ビジョンを踏まえた、政府の今後1年を目途とした行動計画として、2017年5月30日、観光立国推進閣僚会議(主宰:内閣総理大臣)の第7回会合において、「観光ビジョン実現プログラム2017」(観光ビジョンの実現に向けたアクション・プログラム2017)を決定した(表V-1-1)。

また、2018年6月12日には2018年度の行動計画として「観光ビジョン実現プログラム2018」も決定されている。

●観光庁関連予算

2017年の観光庁予算は、260.0億円(前年度比4%増)であった。内訳は「観光産業の革新と国際競争力の強化」が93.8億円、「ストレスフリーで快適な旅行環境の実現」が85.5億円、「地方創生の礎となる観光資源の魅力向上」が27.6億円となっている。

その後2017年12月に成立した第1次補正予算では、「訪日プロモーションの重点的な実施」に39億円、「観光産業の生産性の向上」に2億円、「宿泊施設のバリアフリー化の促進」に15億円、「快適な旅行環境の整備」に35億円を計上。

(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、2017年度の各府省庁の、主に新規に始まった取り組みを概観する。

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

昨年度に引き続き、赤坂迎賓館及び京都迎賓館の一般公開を通年で行った。さらに赤坂迎賓館の前の公園にカフェなどを有する施設を設置するために、2017年度は設計業務を実施。また京都迎賓館では、迎賓館の魅力を分かりやすく伝えるためのスマートフォンアプリの開発が進められた。

その他の公的施設でも公開・開放が進められた。具体的には、総理大臣官邸、皇居、皇居東御苑、京都御所、仙洞御所・桂離宮・修学院離宮、御料牧場、埼玉鴨場・新浜鴨場、信任状捧呈に係る馬車列、造幣局本局、首都圏

外郭放水路、大本營地下壕跡、日本銀行で取り組みが進められた。

表V-1-1 2017年度に講じた施策

視点1. 観光資源の魅力を極め、「地方創生」の礎に	<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活用 ・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 ・歴史的資源を活用した観光まちづくりの推進 ・新たな観光資源の開拓 ・地方の商店街などにおける観光需要の獲得・伝統工芸品などの消費拡大 ・「観光立国ショーケース」の形成の推進 ・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
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	<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 ・IRに係る法制上の措置の検討 ・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
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	<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などの実現 ・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」の良好な治安など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「平成30年版観光白書」をもとに(公財)日本交通公社作成

●文化財の観光資源としての活用

「文化財活用・理解促進戦略プログラム2020」に基づいて、文化財活用のための支援制度の見直しと観光コンテンツとしての質の向上が図られた。具体策として文化財活用の事業計画に観光客数などの評価指標の記載が義務化され、解説の多言語化や国立美術館・博物館の開館時間の延長が行われた。

日本遺産は新たに17件認定され、これまでに認定された日本遺産は54件となった(表V-1-2)。

表V-1-2 2017年度「日本遺産(Japan Heritage)」
認定一覧

申請者 (◎印は代表自治体)	ストーリーのタイトル
江差町	江差の五月は江戸にもない ーニシンの繁栄が息づく町ー
◎酒田市(山形県)・函館市・松前町(北海道)・鯉ヶ沢町・深浦町(青森県)・秋田市(秋田県)・新潟市・長岡市(新潟県)・加賀市(石川県)・敦賀市・南越前町(福井県)	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~
鶴岡市	サムライゆかりのシルク 日本近代化の原風景に出会うまち鶴岡へ
行田市	和装文化の足元を支え続ける足袋蔵のまち行田
◎甲賀市(滋賀県)・伊賀市(三重県)	忍びの里 伊賀・甲賀 ーリアル忍者を求めてー
◎京都府(宮津市・京丹後市・与謝野町・伊根町)	300年を紡ぐ絹が織り成す丹後ちりめん回廊
◎大阪府(大阪市・堺市・松原市・羽曳野市・太子町・奈良県(葛城市・大和高田市・橿原市・桜井市・明日香村)	1400年に渡る悠久の歴史を伝える「最古の国道」 ~竹内街道・横大路(大道)~
◎朝来市・姫路市・福崎町・市川町・神河町・養父市	播但貫く、銀の馬車道 鉱石の道 ~資源大國日本の記憶をたどる73kmの轍~
◎和歌山県(和歌山市・海南市)	絶景の宝庫 和歌の浦
湯浅町	「最初の一滴」醤油醸造の発祥の地 紀州湯浅
出雲市	日が沈む聖地出雲 ~神が創り出した地の夕日を巡る~
倉敷市	一輪の綿花から始まる倉敷物語 ~和と洋が織りなす織物のまち~
◎備前市(岡山県)・越前町(福井県)・瀬戸市・常滑市(愛知県)・甲賀市(滋賀県)・篠山市(兵庫県)	きっと恋する六古窯 ー日本生まれ日本育ちのやきもの産地ー
◎安田町・奈半利町・田野町・北川村・馬路村	森林鉄道から日本一のゆずロードへーゆずが香り彩る南国土佐・中芸地域の景観と食文化ー
◎北九州市(福岡県)・下関市(山口県)	関門「ノスタルジック」海峡 ~時の停車場、近代化の記憶~
◎山鹿市・玉名市・菊池市・和水町	米作り、二千年にわたる大地の記憶 ~菊池川流域「今昔『水稻』物語」~
◎中津市・玖珠町	やばけい遊覧 ~大地に描いた山水絵巻の道をゆく

資料：文化庁ウェブサイトをもとに (公財)日本交通公社作成

●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

「景観まちづくり刷新モデル地区」に指定された10地区(函館市、弘前市、水戸市、高山市、敦賀市、篠山市、田辺市、高松市、長門市、長崎市)にて、景観形成に関する事業の実施計画を策定した。また、無電柱化推進に関する施策を速やかに実施するために、無電柱化推進計画の策定を進め、同時にPFI手法による電線共同溝事業の実施、低コスト手法である直接埋没の実証実験を行った。

●歴史的資源を活用した観光まちづくりの推進

古民家などを住宅以外に用途変更しやすくするための取り組みを行った。具体的には空き家などの既存建築物を他用途に円滑に転用することを可能にするなどの建築基準合理化を図るため、「建築基準法の一部を改正する法律案」を国会に提出した。また、歴史的建築物を建築基準法の適用除外にするための条例制定を支援するために、ガイドラインを策定した。表V-1-3では歴史的資源を活用した観光まちづくりに対する支援をまとめている。

表V-1-3 歴史的資源を活用した観光まちづくりへの支援

ソフト&ハード整備に対する支援	<ul style="list-style-type: none"> 農山漁村振興交付金(農泊推進対策) 日本遺産魅力発信推進事業 国宝・重要文化財建造物保存修理強化対策事業 伝統的建造物群基盤強化 インバウンド型クールジャパン推進事業(地域文化資源活用空間創出事業) 地域・まちなか商業活性化支援事業 空き家対策総合支援事業 地方創生推進交付金 浜の活力再生交付金 地域経済循環創造事業交付金(ローカル10,000プロジェクト) 訪日外国人旅行者受入環境整備緊急対策事業等
ソフト(人材等)・プロモーションの充実に対する支援	<ul style="list-style-type: none"> 地域に根差した木造住宅施工技術体制整備事業 地域の文化財の総合的な保存活用に係る基本計画(仮称)等策定支援 不動産証券化手法を活用した地域振興のためのネットワークの形成促進 ふるさと移住交流促進プロジェクト ふるさと起業家支援プロジェクト 地域おこし協力隊クラウドファンディング官民連携事業
その他	<ul style="list-style-type: none"> 消防用設備等の基準の特例の考え方等の整理・公表等

資料：内閣官房 歴史的資源を活用した観光まちづくり連携推進室ウェブサイトをもとに (公財)日本交通公社作成

●新たな観光資源の開拓

新たな観光資源の開拓や外国人向けコンテンツの充実などについて、官民のそれぞれの主体が取り組むべき具体策が検討され、2018年度以降に行う各種取り組みに適切に反映した(表V-1-4)。

表V-1-4 『楽しい国 日本』の実現に向けて』提言に盛り込まれた主な施策

地域の観光資源を活用した体験型コンテンツの定番化	地域固有の自然の更なる観光活用
	我が国の生活・文化に触れる体験機会の提供
	お祭りの訪日外国人への開放 温泉の観光資源としての更なる活用
新たな体験型コンテンツを観光資源として掘り起こす取組	ナイトタイムの有効活用
	モーニングタイムの有効活用
	付加価値の高い美容サービスの提供
	観戦型スポーツの訪日外国人への開放 ビーチの観光資源としての見直し
体験型観光の充実を支える取組	チケット購入の容易化
	公共空間の柔軟な活用
	エンターテインメントコンテンツの鑑賞機会の拡大 VR・AR等の最新技術の活用

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

●地方の商店街などにおける観光需要の獲得・伝統工芸品などの消費拡大

地方の商店街などにおける観光需要の獲得・伝統工芸品などの消費拡大を図るために、様々な取り組みが行われた。具体的には、地方における消費税免税店数の増加、保税売店の市中展開による買い物の魅力の向上、商店街などに対する支援、ふるさと名物応援事業の推進、優れた地方産品などの活用による地方への誘客、伝統工芸品産地への訪日外国人旅行者の受入促進、地域の消費に係る統計の充実、北海道における観光消費の拡大、ICT を活用したスマートシティの推進、消費や投資を促進する観光地高度化計画の策定の推進が進められた。

●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に関して、訪日外国人旅行者を地方に誘導できるようなテーマを設定するために、様々な取り組みを支援した。具体的には、広域観光周遊ルートに対する専門家チーム（パラシュートチーム）の派遣、テーマ別観光ルートの推進、国、地方、民間などが連携した新たな協議会の設置、都市周遊ミニルートの選定、観光地における渋滞対策の強化、広域産業観光事業の実施、観光地魅力創造の推進、「観光ビジョン推進地方ブロック戦略会議」の設置・運営が進められた。

テーマ別観光ルートとしては、新たにアニメ、サイクルなど7テーマを選定し、合計13テーマを支援した（表V-1-5、表V-1-6）。

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

業務独占規制の廃止や全国通訳案内士に対して定期的な研修受講を義務づける「通訳案内士法及び旅行業法の一部を改正する法律」が施行された。また、新たに「地方通訳案内士」制度も全国展開された。宿泊業に関連しては、違法民泊の取締強化などを盛り込んだ「旅館業法の一部を改正する法律」が成立した。

民泊のルールを定めた住宅宿泊事業法は2017年6月に成立し、2018年6月より施行された（表V-1-7）。旅館業法と住宅宿泊事業法の間には、営業日数や許認可などについて大きな違いがある。（表V-1-8）。

●民泊サービスへの対応

従前から実施していた東京都大田区、大阪府及び大阪市、北九州市に加え、新たに新潟市と千葉市で特区民泊が開始されることになった。

表V-1-5 「テーマ別観光による地方誘客事業」で選定されたテーマ

継続テーマ	エコツーリズム
	街道観光
	社寺観光 巡礼の旅
	酒蔵ツーリズム
	明治日本の産業革命遺産
新規テーマ	ロケツーリズム
	アニメツーリズム
	古民家等の歴史的資源
	サイクルツーリズム
	全国ご当地マラソン
	日本巡礼文化発祥の道
	忍者ツーリズム
百年料亭	

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 2017年新規に選定された7つのテーマ別観光概要

テーマ	協議会名	概要
アニメツーリズム	(一社)アニメツーリズム協会	全国に点在するアニメ聖地に関連する地域により構成されたネットワークにおいて、モニターツアーや誘客促進に向けた検証の実施により複数の周遊ルートづくりの検討を行う
古民家等の歴史的資源	歴史的資源を活用した観光まちづくり推進協議会	香取、那須、篠山等の地域において、観光まちづくり実施主体により構成されるネットワークにおいて、「古民家等の歴史的資源を活用した観光まちづくり」をテーマに、観光まちづくりのモデルケース形成のための古民家等のオーナー向けのセミナー開催や専門家チームの派遣、共同サイトの構築等を行う
サイクルツーリズム	全国サイクルツーリズム連携推進協議会	かすみがうら、銚子、由良等の地域により構成されるネットワークにおいて、サイクルツーリズムをテーマにガイド養成、モニターツアーや共同サイト構築を行う
全国ご当地マラソン	全国ご当地マラソン協議会	全国のマラソン大会に取り組んでいる各地から構成されるネットワークにおいて、マラソンツーリズムをテーマに各大会の情報発信のための共同サイト構築やセミナー開催を行う
日本巡礼文化発祥の道	西国巡礼地域連携協議会	西国三十三所霊場である33寺院とその地域の市町等から構成されるネットワークにおいて、巡礼をテーマに、旅行業界、交通機関、マスコミを対象とした総合説明会の開催や子ども用御朱印帳の制作、情報発信等を行う
忍者ツーリズム	日本忍者協議会	全国の忍者ゆかりの地域により構成されるネットワークにおいて、周遊型と滞在型の2種類のツアー造成と忍者まつりのイベント等を実施する
百年料亭	百年料亭ネットワーク	全国の100年を超える歴史ある日本料亭により構成されるネットワークにおいて、「百年料亭で地方をつなぐ」をテーマに、料亭のさらなる発掘とモニターツアー実施を行う

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

●産業界ニーズを踏まえた観光経営人材の育成・強化

2018年度より開学が予定される一橋大学及び京都大学における観光MBAのカリキュラム開発に対して支援が行われた。また、観光の中核を担う人材育成の強化に関連して、

累計12校での学生や社会人を対象とした産学連携による教育プログラムの開発が支援された。即戦力となる地域の実践的な観光人材の育成強化に関しては、社会人の学び直し教育プログラムの開発・実証が実施された。

「国家戦略特別区域法及び構造改革特別区域法の一部を改正する法律」においては、クールジャパン・インバウンド対応分野の受入における在留資格への該当性などの事項に関して、関係府省及び関係地方公共団体が協議・検討し、必要に応じて上陸許可基準の特例の対象などとする枠組みを設けた。

●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

旅館などに対して、Wi-Fi環境整備や多言語化対応などのインバウンド対応促進支援が行われた。また、古民家を宿泊施設へリノベーションするために使用できる金融支援の制度活用が促進された。

表V-1-7 住宅宿泊事業者の業務

(1) 宿泊者の衛生の確保について	居室の床面積は、宿泊者1人当たり3.3㎡以上を確保すること 清掃及び換気を行うこと
(2) 宿泊者の安全の確保について	非常用照明器具を設けること 避難経路を表示すること 火災その他の災害が発生した場合における宿泊者の安全の確保を図るために必要な措置を講じること
(3) 外国人観光旅客である宿泊者の快適性及び利便性の確保について	外国語を用いて、届出住宅の設備の使用方法に関する案内をすること 外国語を用いて、移動のための交通手段に関する情報を提供すること 外国語を用いて、火災、地震その他の災害が発生した場合における通報連絡先に関する案内をすること
(4) 宿泊者名簿について	本人確認を行った上で作成すること 作成の日から3年間保存すること 宿泊者の氏名、住所、職業及び宿泊日を記載すること 宿泊者が日本国内に住所を有しない外国人であるときは、その国籍及び旅券番号を記載すること
(5) 周辺地域への悪影響の防止について	騒音の防止のために配慮すべき事項の説明 ごみの処理に関し配慮すべき事項の説明 火災の防止のために配慮すべき事項の説明
(6) 苦情等への対応について	住宅宿泊事業者は、届出住宅の周辺地域の住民からの苦情及び問合せについては適切かつ迅速に対応しなければならない
(7) 住宅宿泊管理者への委託について	一の届出住宅の居室の数が5を超える場合又は人を宿泊させる間、不在(※)等となる場合は、上記(1)～(6)の措置を住宅宿泊管理者に委託しなければならない (※)日常生活を営む上で通常行われる行為に要する時間の範囲内の不在は除く
(8) 住宅宿泊仲介業者への委託について	住宅宿泊事業者は、宿泊サービス提供契約の締結の代理又は媒介を他人に委託するときは、登録を受けた住宅宿泊仲介業者又は旅行業者に委託しなければならない
(9) 標識の掲示について	届出住宅ごとに、見やすい場所に、標識を掲げなければならない
(10) 都道府県知事への定期報告について	住宅宿泊事業者は、届出住宅ごとに、毎年2月、4月、6月、8月、10月及び12月の15日までに、それぞれの月の前2月の下記の内容について都道府県知事等に報告しなければならない 届出住宅に人を宿泊させた日数、宿泊者数、延べ宿泊者数、国籍別の宿泊者数の内訳

資料：民泊制度ポータルサイトをもとに（公財）日本交通公社作成

●世界水準のDMOの形成・育成

DMOへの情報活用、人材、財政に関する支援が行われた。情報支援としてはDMOネットのマーケティング支援機能及びマッチング機能などを強化した。人材支援としては、DMOを担う人材育成のための研修を実施した。財政支援に関しては、地方創生推進交付金、官民ファンド、政府系金融機関による支援が進められた。

●次世代の観光立国実現のための財源の検討

観光財源確保のため、日本と諸外国の観光振興予算の比較をはじめとした検討が行われ、結果として、2019年1月7日より適用される国際観光旅客税が創設された、税収については、改正国際観光振興法において、ストレスフリーで快適に旅行できる環境の整備など、国際観光の振興に資する3つの分野に充当することが明記された（表V-1-9）。

表V-1-8 民泊に関連した制度比較

	旅館業法 (簡易宿所)	国家戦略特区法 (特区民泊に係る部分)	住宅宿泊事業法
許認可等	許可	認定	届出
住専地域での営業	不可	可能（認定を行う自治体ごとに、制限している場合あり）	可能 条例により制限されている場合あり
営業日数の制限	制限なし	2泊3日以上滞りが条件（下限日数は条例により定めるが、年間営業日数の上限は設けていない）	年間提供日数180日以内（条例で実施期間の制限が可能）
宿泊者名簿の作成・保存義務	あり	あり	あり
玄関帳場の設置義務（構造基準）	なし	なし	なし
最低床面積	最低床面積あり（33㎡。ただし、宿泊者数10人未満の場合は、3.3㎡/人）の確保	原則25㎡以上/室	最低床面積あり（3.3㎡/人）
衛生措置	換気、採光、照明、防湿、清潔等の措置	換気、採光、照明、防湿、清潔等の措置、使用の開始時に清潔な居室の提供	換気、除湿、清潔等の措置、定期的な清掃等
非常用照明等の安全確保の措置義務	あり	あり 6泊7日以上滞り期間の施設の場合は不要	あり 家主同居で宿泊室の面積が小さい場合は不要
消防用設備等の設置	あり	あり	あり 家主同居で宿泊室の面積が小さい場合は不要
近隣住民とのトラブル防止措置	不要	必要（近隣住民への適切な説明、苦情及び問合せに適切に対応するための体制及び周知方法、その連絡先の確保）	必要（宿泊者への説明義務、苦情対応の義務）
不在時の管理者への委託業務	規定なし	規定なし	規定あり

資料：民泊制度ポータルサイトをもとに（公財）日本交通公社作成

表V-1-9 国際観光旅客税の概要

納税義務者	船舶又は航空機により出国する旅客
非課税等	<ul style="list-style-type: none"> ・船舶又は航空機の乗員 ・強制退去者等 ・公用船又は公用機（政府専用機等）により出国する者 ・乗継旅客（入国後24時間以内に出国する者） ・外国間を航行中に、天候その他の理由により本邦に緊急着陸等した者 ・本邦から出国したが、天候その他の理由により本邦に帰ってきた者 ・2歳未満の者 <small>（注）本邦に派遣された外交官等の一定の出国については、本税を課さないこととする</small>
税率	出国1回につき1000円
徴収・納付	<p>① 国際旅客運送事業を営む者による特別徴収（国際旅客運送事業を営む者の運送による出国の場合） 国際旅客運送事業を営む者は、旅客から徴収し、翌々月末までに国に納付 <small>（注）国内事業者については税務署、国外事業者については税関に納付</small></p> <p>② 旅客による納付（プライベートジェット等による出国の場合） 旅客は、航空機等に搭乗等する時までに国（税関）に納付</p>
適用時期	2019年1月7日（月）以後の出国に適用（同日前に締結された運送契約による国際旅客運送事業に係る一定の出国を除く）

資料：国税庁ウェブサイトをもとに（公財）日本交通公社作成

●訪日プロモーションの戦略的高度化

2019年ラグビーワールドカップや2020年東京オリンピック・パラリンピックを契機として日本の魅力を発信するための取り組みが行われた。具体的には、観戦ツアー商品を作成する旅行代理店向けの販売やオリパラアンバサダー導入の検討を進めた。

また、地方への訪日外国人旅行客の誘導を図るため、日本政府観光局（JNTO）ウェブサイト上での外国語対応が可能な着地型・体験型プログラムの一覧表示、地方での消費拡大のための情報発信などを行った。

●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

外務省では国際交流基金（JF）を通じ、商業ベースでは日本のコンテンツが放送されていない国・地域を中心に、日本のアニメ、ドラマ、ドキュメンタリーなどの無償提供を実施した。また、「コンテンツグローバル需要創出基盤整備事業」において、字幕・吹き替えなどを付与するコンテンツの現地化やプロモーションに対する支援を実施した。

●MICE誘致の促進

ユニークベニューの利用促進を図るために、ユニークベニューとして活用が可能な施設のリスト化に向けて関係者と調整を進め、ユニークベニューを利用した実証実験を実施した。

またMICEの重要性を広く普及させることを目的として、国際MICE全体の経済波及効果を算出した結果、国際MICEにおける総消費額は約5284億円、経済波及効果は約1兆590億円と推計された。

●IRに係る法制上の措置の検討

民間事業者によるカジノ運営を可能にする統合型リゾート（IR）実施法案が2018年7月20日に成立。国内に最大3箇所、カジノの設置が認められることとなった（表V-1-10）。

ギャンブル依存症者が増えるのではないかと懸念に対しては、入場料を6000円とし、28日間で10回といった入場回数制限も盛り込まれた。法案成立時点では、北海道、大阪府、和歌山県、長崎県がIR誘致に必要な区域整備計画を国に申請する方針としている。

表V-1-10 IR法案の概要

目的	適切な国の監視及び管理の下で運営される健全なカジノ事業の収益を活用して地域の創意工夫及び民間の活力を生かした特定複合観光施設区域の整備を推進することにより、我が国において国際競争力の高い魅力ある滞在型観光を実現する
認定数の上限	3箇所
入場料	6000円
入場の制限	20歳未満の者、暴力団員等、入場料又は認定都道府県等入場料を納付しない者並びに本邦内に住居を有しない外国人以外の者であって、カジノ施設に入場し、又は滞在しようとする日から起算して過去7日間における入場等回数が既に3回に達しているもの及び過去28日間における入場等回数が既に10回に達しているものは、政令で定める場合を除き、カジノ施設に入場し、又は滞在してはならない

資料：参議院ウェブサイトをもとに（公財）日本交通公社作成

●ビザの戦略的緩和

中国に対して、2017年5月から、十分な経済力を持つことを条件に数次ビザの発給を開始し、また東北3県数次ビザを6県へ拡大、相当の高所得者に対する数次ビザの緩和及び個人観光一次ビザの申請手続簡素化を実施した（表V-1-11）。

インドに対しては2018年1月から、数次ビザの申請書類の簡素化及び発給対象者の拡大がなされた。

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などの実現

様々な施策の実施により、全国平均74%で、空港での2017年入国審査待ち時間が20分以下となった。具体的には、バイオカードの導入、プレクリアランスの早期実現に向けた協議の加速、自動化ゲートの対象者の拡大の検討、日本人出国手続きにおける顔認証技術を活用した自動化ゲートの導入、個人識別情報を活用した外国人の出国時の自動化ゲート利用拡大の検討、入国審査待ち時間を含む空港での諸手続きに要する時間の公開を行った。

また、ボイススキャナーや高性能な爆発物など自動検知機器といった先進的な保安検査機器の導入や、出入国審査などに係る物的・人的体制の整備、ファーストレーンの整備促進、乗客予約記録の分析・活用の高度化を行った。

表V-1-11 2017年度ビザ緩和

開始日	国名	緩和措置
2017年5月8日	中国	① 十分な経済力を有する者向け 数次ビザの導入 (訪問地要件のない新しい数次 ビザの導入) ② 相当の高所得者向け数次ビザ の緩和 (初回の渡航目的を観光に限定 しない。航空券、宿泊先等の 自己手配を可とする) ③ 東北6県数次ビザ (青森県、秋田県、山形県を追 加。過去3年以内の訪日歴要 件を廃止) ④ 中国国外居住者に対する数次 ビザの導入 (相当の高所得者(90日・5年) /十分な経済力を有する者(30 日・3年)) ⑤ クレジットカード(ゴールド)所 持者の一次ビザ申請手続き簡 素化
2017年6月5日	中央アジア5か国 (カザフスタン、 キルギス、 タジキスタン、 トルクメニスタン、 ウズベキスタン) 及びジョージア	① 商用目的、文化人・知識人数次 ビザの緩和(90日・5年) (最長有効期間5年への延長、 発給対象者の拡大等) ② 自己支弁による渡航の場合、 身元保証書等の省略
2017年7月1日	アラブ首長国連邦	旅券の事前登録制によるビザ免 除(30日・3年)
2017年9月1日	アルメニア	① 商用目的、文化人・知識人数次 ビザの緩和(90日・5年) (最長有効期間5年への延長、 発給対象者の拡大等) ② 自己支弁による渡航の場合、 身元保証書等の省略
2018年1月1日	インド	① 申請書類の簡素化 ② 過去1年間に2回以上の訪日歴 がある方に対しては、他の要件 なしで数次ビザ(有効期間最長 5年、滞在期間最長90日)が発 給
2018年1月1日	ウクライナ	① 従来発給している商用の方や文 化人・知識人に対する短期滞 在数次ビザの発給対象者の範 囲を拡大することに加え、最長 の有効期間を現行の3年から5 年に延長 ② これまで一次ビザのみであった 観光等を目的とする短期滞在 ビザについて、新たに数次ビザ (有効期間:3年、滞在期間:最 長30日)を導入 ③ 自己支弁による渡航の場合、 短期滞在ビザの身元保証書等 の提出書類を省略

資料：外務省ウェブサイトをもとに(公財)日本交通公社作成

●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の設置促進やクレジットカード決済対応などの取り組みを支援した。

●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

鉄道駅や宿泊施設などで訪日外国人旅行者が利用できる「Japan Free Wi-Fi」の認知度向上やプリペイドSIMの販売促進などによって、通信環境全体の改善を行なった。

また、多言語翻訳システムの普及や観光案内拠点の充実、

観光地の公衆トイレの様式化やムスリム対応の強化を通じて、幅広いタイプの観光客が1人で日本を回れる環境の整備が進められた。

●「世界一安全な国、日本」の良好な治安などを体感できる環境整備

日本の強みである安全性を、訪日外国人観光客も感じられるような環境整備が進められた。具体的には交番などにおける訪日外国人旅行者対応の強化、救急活動時における多言語翻訳システムの活用促進、外国人運転者にも分かりやすい道路標識の整備が進められた。

●「地方創生回廊」の完備

ジャパン・レールパスの更なる普及をふくめて、地方観光地へのアクセスを充実させることで地方への観光客誘導を図った。また、道路案内標識における英語表記改善や交差点名標識への観光地名の表示を行うなど、道路利用者に分かりやすい道案内の実現を進めた。

●地方空港のゲートウェイ機能強化とLCC就航促進

羽田空港及び成田空港を含めた首都圏空港の発着容量拡大を目標とした準備が進められている。操縦士・整備士の養成や地方空港を発着する国際包括旅行チャーター便に係る規制緩和を通じて、地方空港のLCC・チャーター便の受入促進が進められた。

●公共交通利用環境の革新

主要な公共交通機関の海外インターネット予約の可能化や、手ぶら観光カウンターの設置支援、全国共通で利用可能な交通系ICカードの普及推進を行うなど、訪日外国人観光客が公共交通機関を利用しやすいような整備を行った。

●休暇改革

2020年までに年次有給休暇取得率を70%に向上させることを目指し、様々な施策を実施した。具体的には、労働者が年間で少なくとも5日間の年次有給休暇を取得できることを使用者に義務付けることなどを内容とする「働き方改革を推進するための関係法律の整備に関する法律案」の準備や、学校休業日の分散化を促進するため学校教育法施行令の一部改正などを進めた。

●東京オリンピック・パラリンピックに向けたユニバーサルデザインの推進

全国において東京オリンピック・パラリンピックを見据え、バリアフリー化を推進するための各種措置を含んだ「高齢者、障害者などの移動などの円滑化の促進に関する法律の一部を改正する法律案」を提出、道路におけるバリアフリー化や道路案内標識改善の推進が行われた。

(池知貴大)

V-2 都道府県による観光政策

観光が地域に与える影響については、
経済的・文化的共に好意的な意見が大半
市町村に対し、受入環境のハード整備において
主導的な役割を期待

当財団を事務局とする観光政策検討有識者会議*では、観光庁の協力のもと、地方公共団体を対象とする観光政策アンケート調査を2014年度から継続的に実施している。2018年度は、従前の成果を踏まえ、都道府県と市町村で可能な限り統一の調査項目を利用する等の調査票の見直しを行い実施した。主な調査項目としては、各都道府県における観光行政に関わる基盤整備の状況（職員数、予算、職員の知識・技能）、観光行政の推進状況（観光条例、観光計画の制定指針）、2017年度及び2018年度の観光政策・重点施策、市町村との役割分担、観光が地域に与える影響（経済的影響、文化的影響、インバウンド、民泊、オーバーツーリズム、観光客を含む受益者負担）等を設定した。ここでは、アンケート調査結果の一部を紹介する**。

* 2017年度まで「都道府県・市町村観光政策検討委員会」の名称で活動。
** 2018年8月末時点までに回答を得た44都道府県（回答率93.6%）の集計結果。なお、記載したデータは速報値であり、今後の精査次第で最終的な結果が異なる可能性がある。

(1) 都道府県の観光行政に関わる基盤整備の状況

都道府県内に設置されている観光担当部署の職員数・予算・職員の知識・技能について、自由記述により回答を求めた。50%を超える都道府県が職員数が「不足している」（7段階中1、2、3を選択した人の割合、以下同じ）と回答しているのに対して、予算や求められる知識・技能に関しては「不足している」と回答した都道府県はそれぞれ30%、10%程度であった。観光担当部署としては、人員の不足が最も切実な問題であると考えられる。以下、それぞれ詳しくみていく。

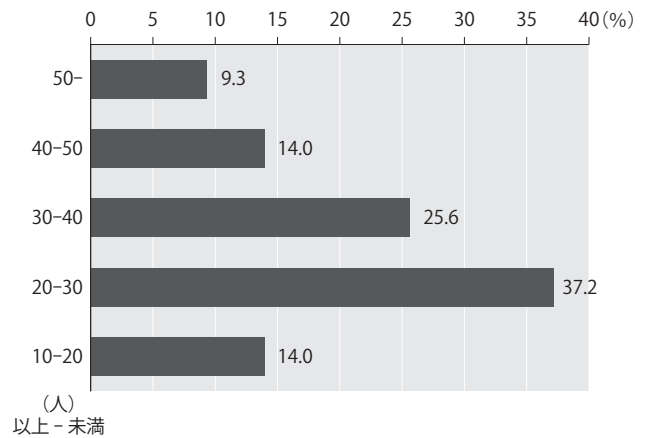
① 観光担当部署の職員数

各都道府県において観光行政を担当する職員の平均人数は31.7人、中央値は29人である。

図V-2-1は職員数の分布を示しており、20人以上30人未満が最も多く（37.2%）、次いで30人以上40人未満となっている（25.6%）。50人以上の職員が在籍する都道府県も9.3%存在する。

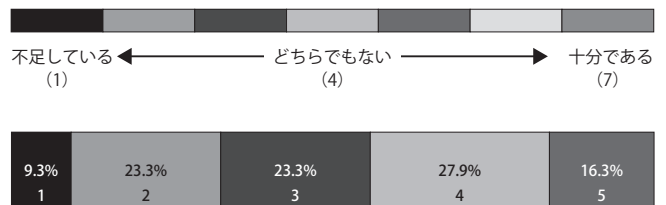
また、観光担当部署に与えられた業務の量に比較して、人員が十分であったかどうかをたずねたところ、55.9%の都道府県が「不足している」と答え、「十分である」（7段階中5、6、7を選択した人の割合、以下同じ）と回答した都道府県は16.3%に留まった（図V-2-2）。この結果は、2016年度、2017年度の調査結果とほぼ同様の傾向である。

図V-2-1 観光担当部署の職員数 (n=43)



出所：観光政策検討有識者会議（事務局：（公財）日本交通公社）
*役職や雇用形態による加重なし。出向受入中の人数を含み、出向中の人数を含まない

図V-2-2 観光担当部署の職員数に関する不足感 (n=43)



出所：観光政策検討有識者会議（事務局：（公財）日本交通公社）

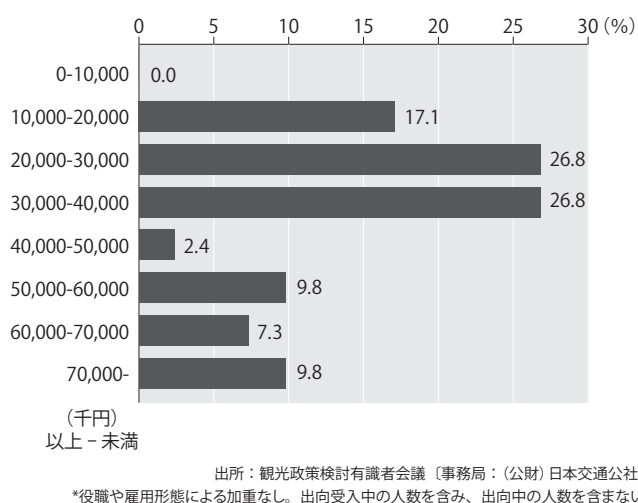
② 観光担当部署の予算

各都道府県の観光担当部署に対して執行された2018年度予算の平均額は1,608,995千円、中央値は902,089千円である。

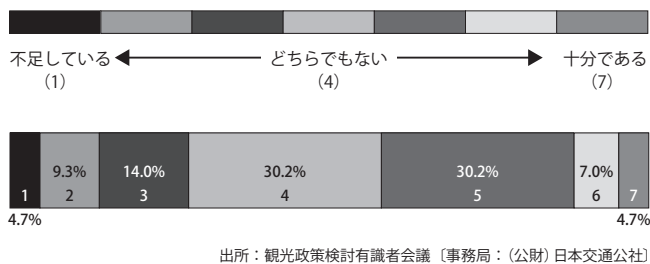
一般に予算額は職員数に比例すると考えられることから、職員数と予算の両方について回答を得た都道府県のデータをもとに、職員1人当たりの予算額を算出した。その結果、平均額は47,317千円/人、中央値は31,375千円/人であった。図V-2-3は1人当たりの予算額の分布を示しており、20,000千円/人以上30,000千円/人未満と30,000千円/人以上40,000千円/人未満が最多となっている（26.8%）。一方で、1人当たりの予算額が70,000千円/人を超えている都道府県も一定数存在し（9.8%）、都道府県ごとに利用できる1人当たりの予算額は大きく変わることが分かる。

また、観光担当部署に与えられた業務の量に比較して、予算が十分であったかどうかをたずねたところ、28.0%の都道府県が「不足している」、30.2%の都道府県が「どちらでもない」、41.9%の都道府県が「十分である」と回答した（図V-2-4）。

図V-2-3 観光担当部署の1人当たりの予算額 (n=41)



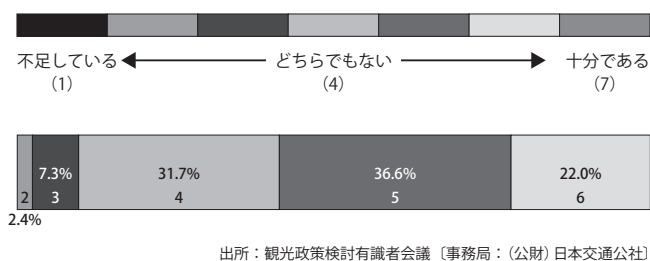
図V-2-4 観光担当部署の予算額に関する不足感 (n=43)



③観光担当部署で求められる技能・知識

観光担当部署に与えられた業務の難易度に比較して、職員の知識・技能が十分であったかどうかをたずねたところ、「不足している」と答えた都道府県は9.7%にとどまった（図V-2-5）。職員数や予算と比較すると、職員の知識・技能について、十分であるとする都道府県が多いことが分かる。

図V-2-5 観光担当部署で求められる技能・知識に関する不足感 (n=41)

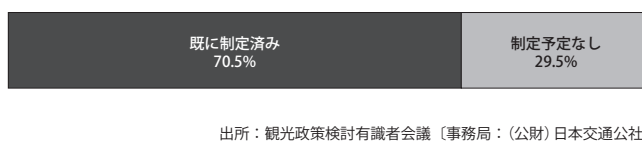


(2) 都道府県における観光行政の推進状況

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は、70.5%の自治体が「既に制定済み」であった（図V-2-6）。新たに、佐賀県で「ふるさと佐賀への誇りを育む観光条例」が議員提案政策条例として成立した。

図V-2-6 観光条例の制定指針 (n=44)



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は、87.8%の自治体が「既に策定済み」であり、「策定予定なし」は7.3%にとどまった（図V-2-7）。

図V-2-7 観光計画の策定指針 (n=41)



(3) 都道府県における政策・施策

①2017年度の観光政策・重点施策

2017年度に都道府県が実施した事業及び、国際観光の振興に関する事業について、3つ選択した上で、自由記述で各分野における取り組みの概要と成果を回答していただいた。

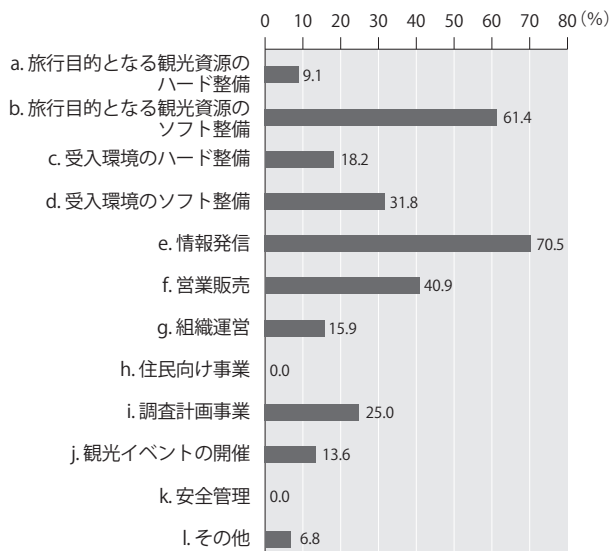
図V-2-8は都道府県が2017年度に実施した代表的な事業分野を示しており、最も多く選択された事業分野は「e. 情報発信」であった(70.5%)。具体的には「Webサイトの作成」「旅行博等への出展」「ポスター・チラシ・動画の作成」等の取り組みが挙げられる。

2番目に多く選択された事業分野は「b. 旅行目的となる観光資源のソフト整備」であった(61.4%)。具体的には「旅行商品・周遊ルート・体験プラン・商品の開発等」の取り組みが挙げられる。

3番目に多く選択された事業分野は「f. 営業販売」であった(40.9%)。具体的には「トップセールス」「販路開拓」「FAM Tripの実施」「MICEや修学旅行の誘致」等の取り組みが挙げられる。

なお「h. 住民向け事業」や「k. 安全管理」を代表的な事業として選択した都道府県はなかった。(4) ②で示すように、「h. 住民向け事業」に関しては、市町村が主導的な役割を期待する事業分野として選択されている割合が高く、都道府県ではなく市町村レベルで取り組むべき事業であると考えられていることが分かる。「k. 安全管理」に関しては、市町村が主導的な役割を期待する事業分野として選択されている割合も高くない。多くの都道府県で、観光客については一般的な防災計画の中の一部で触れられているにとどまっており、観光客に関する安全管理にはまだ大きな注目がなされていない可能性がうかがえる。

図V-2-8 2017年度に実施した代表的な事業分野
(3つ選択して回答、n=44)



出所：観光政策検討有識者会議〔事務局：(公財)日本交通公社〕

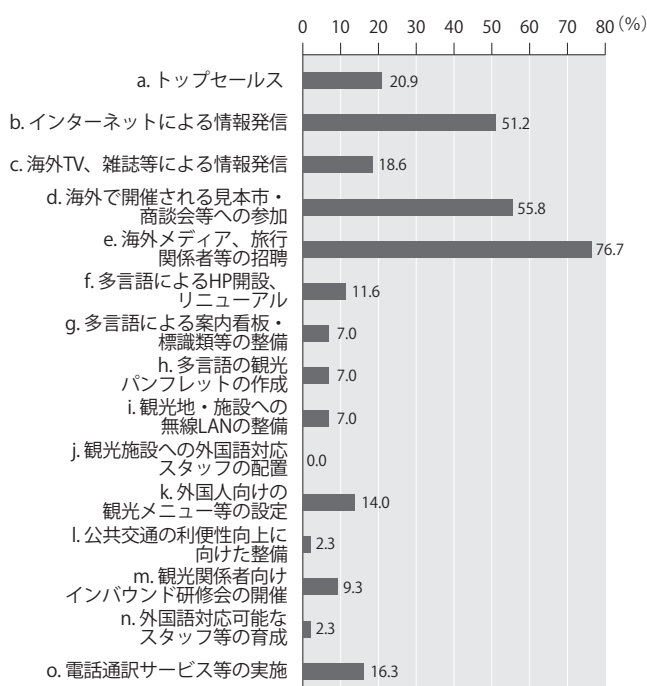
また、図V-2-9は都道府県が2017年度に実施した代表的な国際観光に関連した事業分野を示しているが、最も多く選択された事業分野は「e. 海外メディア、旅行関係者等の招聘」であった(76.7%)。2番目、3番目に多く選択された事業分野は、それぞれ「d. 海外で開催される見本市・商談会等への参加」(55.8%)、「b. インターネットによる情報発信」(51.2%)であった。4番目、5番目に多く選択された事業は、「a. トップセールス」「c. 海外TV、雑誌等による情報発信」であるが、それぞれ選択したのは20.9%、18.6%の都道府県と、上位3つの事業とは大きな差がある。

国内での事業と同様に、国際観光に関する事業でも、情報発信や営業開発等に関連した事業が代表的な事業として回答されている割合が高かった。

昨年度までは3つ選択して回答という形式ではなく、実施した事業を全て選んで回答という形式であったため、単純な比較はできないが、情報発信や営業開発等に関連した事業を選択する割合が高いという点は、2016年度、2017年度の調査結果とほぼ同様の傾向である。

「j. 観光施設への外国語対応スタッフの配置」「l. 公共交通の利便性向上に向けた整備」「n. 外国語対応可能なスタッフ等の育成」に関して、実施した代表的な事業であると選択した都道府県は非常に少ない。

図V-2-9 2017年度に実施した代表的な国際観光に関連した事業分野 (3つ選択して回答、n=43)



出所：観光政策検討有識者会議〔事務局：(公財)日本交通公社〕

②2018年度に重点的に取り組む事業分野

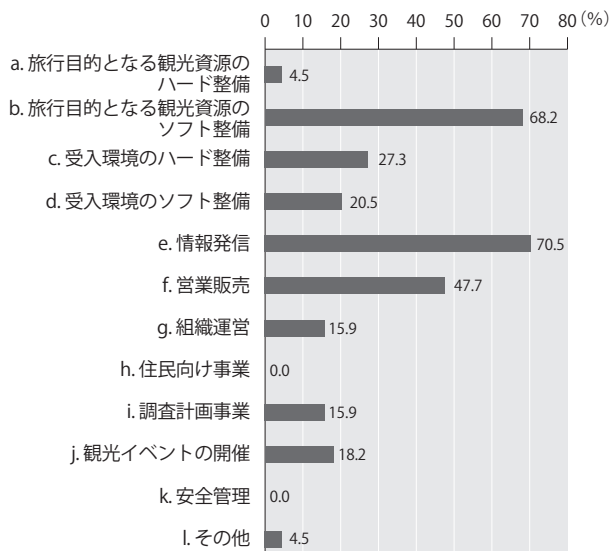
2018年度に都道府県が重点的に取り組む事業及び、国際観光の振興に関する事業について、それぞれ代表的なものを3つ選択した上で、自由記述で各分野で実施する事業の名称、概要及び目標を回答していただいた。

図V-2-10は、都道府県が2018年度に重点的に取り組む事業分野を示しており、最も多く選択された事業分野は「e. 情報発信」であった(70.5%)。2番目、3番目に多く選択された事業分野は、それぞれ「b. 旅行目的となる観光資源のソフト整備」(68.2%)、「f. 営業販売」であった(47.7%)。

これらの順序は2017年度に実施した代表的な事業と変わらない。選択された事業の割合に関する比較的大きな変化としては、調査計画事業を代表的な事業として選択した割合が減り、代わりに受入環境のハード整備を選択した都道府県の割合が増えたことが挙げられる。

2017年度と同様に、「h. 住民向け事業」「k. 安全管理」に関しては、2018年度も重点的に取り組むと回答した都道府県はなかった。

図V-2-10 2018年度に重点的に取り組む事業分野 (3つ選択して回答、n=44)

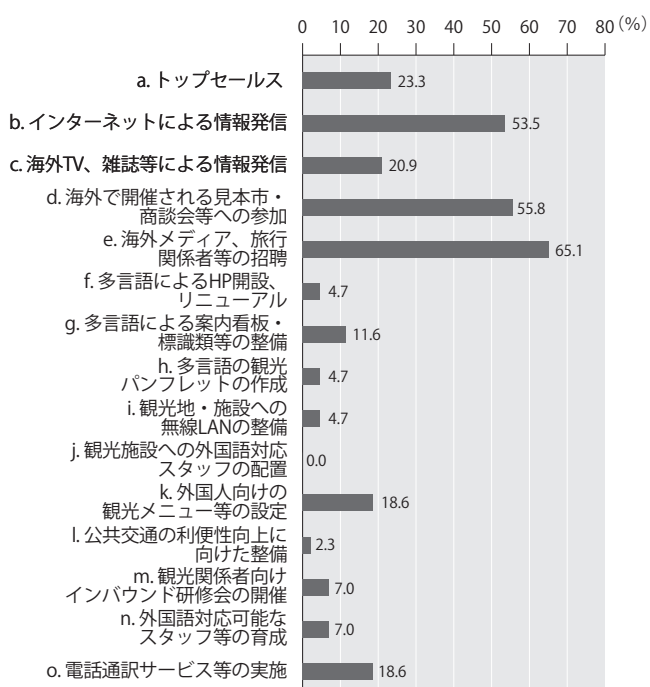


出所：観光政策検討有識者会議（事務局：（公財）日本交通公社）

また、図V-2-11は、都道府県が2018年度に重点的に取り組む国際観光に関連した事業分野を示しており、最も多く選択された事業分野は「e. 海外メディア、旅行関係者等の招聘」であった（65.1%）。2番目、3番目に多く選択された事業分野は、それぞれ「d. 海外で開催される見本市・商談会等への参加」（55.8%）、「b. インターネットによる情報発信」であった（53.5%）。

これらの順序は2017年度に実施した代表的事業と変わらない。選択された事業の割合に関する比較的大きな変化として

図V-2-11 2018年度に重点的に取り組む国際観光に関連した事業分野 (3つ選択して回答、n=43)



出所：観光政策検討有識者会議（事務局：（公財）日本交通公社）

は、「e. 海外メディア、旅行関係者等の招聘」が挙げられる。

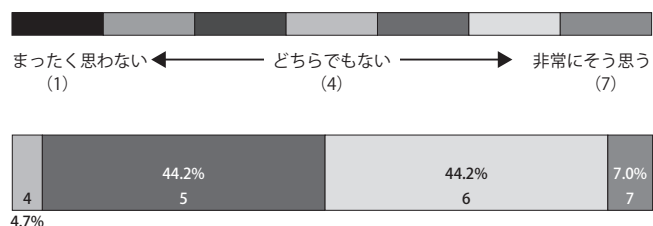
「j. 観光施設への外国語対応スタッフの配置」「l. 公共交通の利便性向上に向けた整備」「n. 外国語対応可能なスタッフ等の育成」に関しては、2017年度と同様に2018年度の重点的な事業として選択した都道府県の割合は低い。

(4) 市町村との役割分担

①現在の連携状況に対する評価

市町村との連携により、観光施策を効果的に推進しているかについては、95.3%の都道府県が「そう思う」（7段階中5、6、7を選択した人の割合、以下同じ）と回答し、「そう思わない」（7段階中1、2、3を選択した人の割合、以下同じ）と回答した都道府県はなかった。昨年度のアンケート調査結果によれば、大半の都道府県が観光をテーマとする市町村との会合を半年に1回以上開催しており、都道府県と市町村は定期的に連携をとっていると考えられる（図V-2-12）。

図V-2-12 市町村との連携による観光施策の推進に関する評価 (n=43)



出所：観光政策検討有識者会議（事務局：（公財）日本交通公社）

②市町村に主導的な役割を期待する事業分野

都道府県が市町村に主導的な役割を期待する分野について、3つ選択した上で、自由記述にて連携や役割分担について課題等を回答していただいた。

図V-2-13は、都道府県が市町村に主導的な役割を期待する事業分野を示しており、最も多く選択された事業分野は「c. 受入環境のハード整備」であった（76.2%）。具体的には「駐車場やトイレの整備」「二次交通の改善」「Wi-Fi環境の導入」等の取り組みが挙げられる。

2番目に多く選択された事業分野は「a. 旅行目的となる観光資源のハード整備」であった（47.6%）。具体的には「自然物の保全や維持管理」「観光施設の建設運営」等の取り組みが挙げられる。

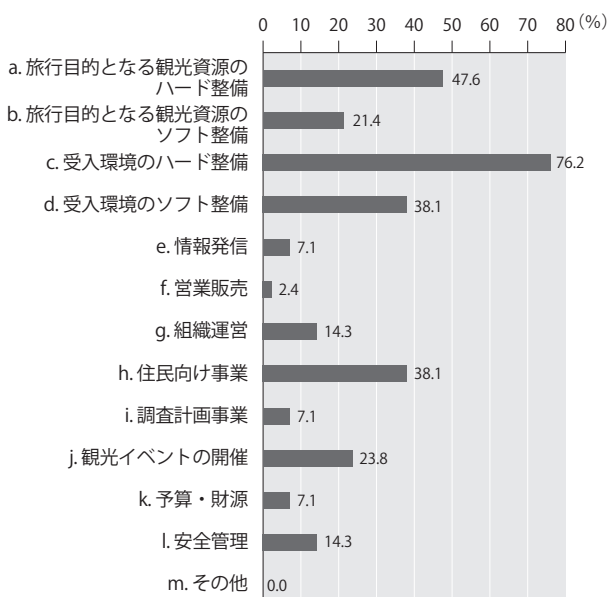
3番目に多く選択された事業分野は同率で「d. 受入環境のソフト整備」と「h. 住民向け事業」であった（38.1%）。「d. 受入環境のソフト整備」とは、「標識やメニューの多言語化」「ガイドの育成」「待遇改善」等が、「h. 住民向け事業」とは「理解促進のための広報や説明会の開催」「観光を体験する機会の創出」等の取り組みが挙げられる。

以上より、都道府県は市町村に対して、ハード整備を中心に、主導的な役割を期待していることが分かる。

一方で「e. 情報発信」や「f. 営業販売」、「i. 調査計画事業」

「k. 予算・財源」等は市町村が主導的な役割を期待する事業分野として選択されている割合は低い（それぞれ、7.1%、2.4%、7.1%、7.1%）。特に、「e. 情報発信」や「f. 営業販売」は、(3)でみてきたように、都道府県の代表的な事業として挙げられている割合が多く、市町村ではなく都道府県が主導的な役割を果たすと考えられていることがうかがえる。

図V-2-13 都道府県が市町村に主導的な役割を期待する事業分野（3つ選択して回答、n=42）



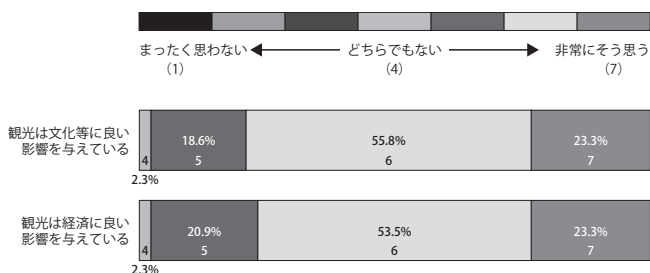
出所：観光政策検討有識者会議〔事務局：(公財)日本交通公社〕

(5) 観光が地域に与える影響

① 総合評価

観光が地域に与える影響について、経済的な影響、文化的な影響の2つに分け、それぞれに良い影響を与えているかについて聞いたところ、経済への影響、文化等への影響のいずれについても、97.7%の都道府県が「そう思う」と回答した(図V-2-14)。(4)でみていくように、オーバーツーリズムが生じているという認識を持つ都道府県は非常に少なく、現状、観光が与える影響はポジティブなものが中心と判断されていると考えられる。

図V-2-14 観光が地域の経済・文化等に与える影響(n=43)



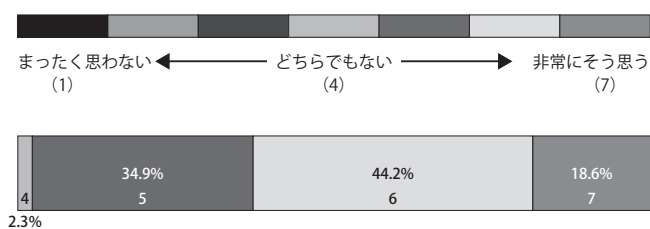
出所：観光政策検討有識者会議〔事務局：(公財)日本交通公社〕

② インバウンドの拡大・振興

● 現状に対する評価

インバウンドの拡大・振興が、都道府県に良い影響を与えているかどうかについては、97.7%の都道府県が「そう思う」と回答した(図V-2-15)。自由記述の回答では、多くの都道府県で、特定の地域へのインバウンドの集中や消費単価が低いこと等が課題として挙げられた。

図V-2-15 インバウンドの拡大・振興が与える影響(n=43)



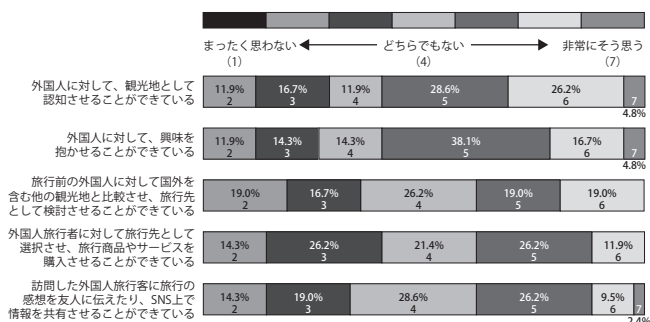
出所：観光政策検討有識者会議〔事務局：(公財)日本交通公社〕

● インバウンドに対する取り組み

消費者が実際に商品を知ってから購入するまで、「認知」「興味」「検索」「行動」「共有」の5段階があるとする購買行動モデルが提唱されているが、本調査ではその5段階にそれぞれ対応させた5つの調査項目を設定し、それぞれの項目について回答していただいた。

結果を比較すると、「認知」「興味」までは、過半数を超える都道府県が「できている」(7段階中5、6、7を選択した人の割合、以下同じ)と回答しているが、「検索」「行動」「共有」まで進むと、「できている」と回答する都道府県は40%を下回る(図V-2-16)。情報発信等を通じて「認知」「興味」まではうまく喚起させているが、実際の「行動」については、うまくいっていない、あるいは成果がどうか分からないと考えている都道府県が比較的多いことが分かる。

図V-2-16 インバウンドに対する取り組み(n=42)



出所：観光政策検討有識者会議〔事務局：(公財)日本交通公社〕

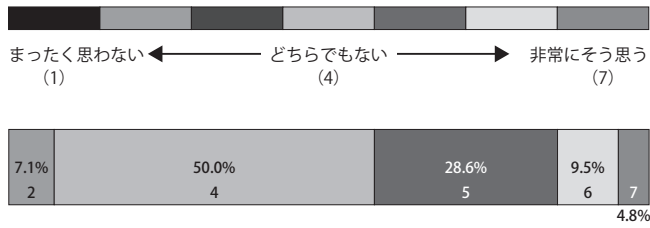
③ 民泊

民泊が都道府県にとって必要であるかについて、半分の都道府県が「どちらでもない」と回答した(図V-2-17)。また、「そう思う」と回答した都道府県は42.9%となり、民泊は必要であると考えている都道府県は、比較的多いことがうかがえる。

民泊が必要であると回答している都道府県は、民泊の活

用によって繁忙期の宿泊施設不足解消を目指しているとの意見が、自由記述において多く見受けられた。

図V-2-17 民泊の必要性 (n=42)

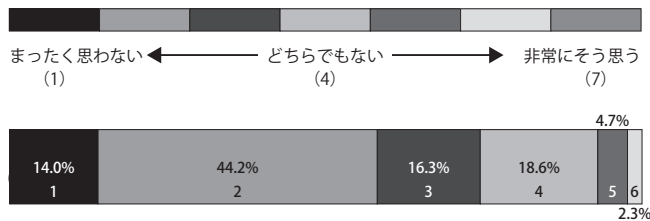


出所：観光政策検討有識者会議（事務局：(公財)日本交通公社）

④オーバーツーリズム

観光地として許容できる限界以上の観光客が来訪しており、観光資源の劣化や住民の生活環境の悪化が生じているかについては、「そう思う」と回答する都道府県は7%のみであり、大半の都道府県は、オーバーツーリズムは発生していないと考えていることがうかがえる（図V-2-18）。

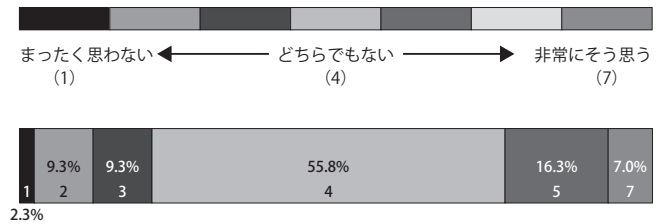
図V-2-18 オーバーツーリズムの発生 (n=43)



出所：観光政策検討有識者会議（事務局：(公財)日本交通公社）

行政サービスの対価として、住民だけでなく観光客にも一定の金銭的負担を求める必要があるかについては、半分以上の都道府県が「どちらでもない」と回答した（図V-2-19）。また、「そう思う」、「そう思わない」と回答した都道府県は、それぞれ23.3%、20.9%と同程度であった。

図V-2-19 観光客を含めた受益者負担の必要性 (n=43)



出所：観光政策検討有識者会議（事務局：(公財)日本交通公社）

（池知貴大）

V-3 主要市町村による観光政策

市町村における観光担当部署の平均職員数は13.4人
職員1人当たり平均予算額は37,162千円/人
都道府県に対して、予算・財源の分野で
主導的な役割を發揮することを期待

当財団を事務局とする観光政策検討有識者会議*は、観光庁の協力のもと、地方公共団体を対象とする観光政策アンケート調査を、2014年度から継続的に実施している。2018年度は従前の成果を踏まえて調査票を改訂し、都道府県と主要市町村で可能な限り同一の調査項目により調査を行った。

市町村を対象とする調査については、各地の観光動向を勘案し、政令指定都市20市を含む179市町村を調査対象として選定した。

調査項目として、主要市町村の観光行政に関わる基盤整備の状況、観光行政の推進状況、2017年度及び2018年度の重点施策、ほかの自治体や団体との役割分担、観光が地域に与える影響に対する評価など、計26項目を設定した。人員や予算、取り組みの内容や手法といった項目で定量的・定性的な把握を試みたほか、一部の項目においては観光担当者または観光担当部署の意識や自己評価について、7段階評価により回答を求めた。ここでは、アンケート調査結果の一部を紹介する**。

* 2017年度まで「都道府県・市町村観光政策検討委員会」の名称で活動。
** 2018年8月末までに回答を得た110市町村（回答率61.4%）の集計結果。なお、掲載したデータは速報値であり、今後の精査により最終的な結果が異なる可能性がある。

(1) 主要市町村の観光行政に関わる基盤整備の状況

① 観光担当部署の職員数

観光担当部署に在籍する職員数について、政令指定都市12市を含む109市町村から回答を得た。職員数の平均値は13.4人、中央値は11.0人であった。

職員数の分布は図V-3-1に示すとおりであった。最頻区間は職員数10人以上15人未満であり、36市町村（33.0%）が該当した。職員数が10人未満の自治体は39市町村（35.8%）、15人以上の自治体は34市町村（31.1%）であった。

政令指定都市についてみると、12市のうち4市が15人以上20人未満に、8市が20人以上50人未満に、それぞれ該当した。

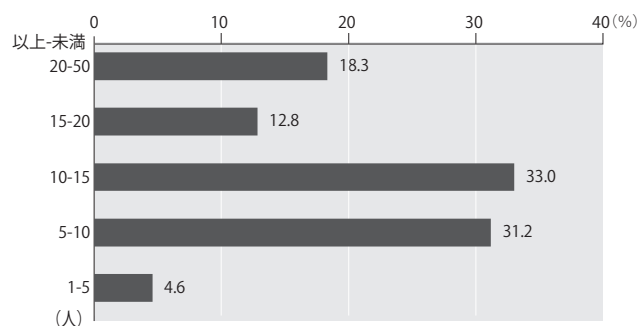
観光担当部署における業務の量や難易度と比較して、職員数が十分であると感じるか質問し、「不足している」を1、「やや不足している」を4、「十分である」を7として、7段階評価により回答を求めた。政令指定都市12市を含む108市町村から回答を得た。

結果は図V-3-2に示すとおりであった。最頻区間は「やや不足している（4）」であり、28市町村（25.9%）が選択した。54

市町村（50.0%）が3以下を選択しており、全体として担当者は職員数の不足を強く感じている傾向が認められた。

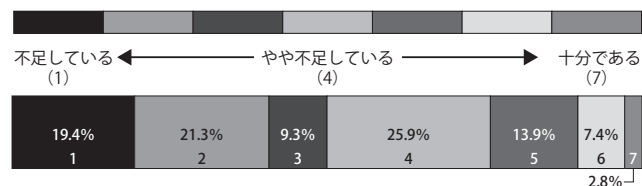
政令指定都市についてみると、12市のうち3市が1を、4市が2を、4市が4を、1市が6を選択した。分布の傾向はおおよそ図V-3-2と類似しており、そのほかの市町村と同様に、政令指定都市においても担当者は職員数の不足を感じていることが示唆された。

図V-3-1 観光担当部署の職員数(n=109)



出所：観光政策検討有識者会議（事務局：（公財）日本交通公社）
役職や雇用形態による加重なし。出向受入中の人数を含み、出向中の人数を含まない。

図V-3-2 観光担当部署の職員数に対する評価(n=108)



出所：観光政策検討有識者会議（事務局：（公財）日本交通公社）

② 観光担当部署の予算

観光担当部署に対して執行された2018年度予算（当初予算と補正予算の合計）について、政令指定都市12市を含む102市町村から回答を得た。予算額の平均値は495,282千円、中央値は415,916千円であった。

一般に予算額は職員数に比例すると考えられることから、職員数と予算額の両方について回答を得た102市町村（政令指定都市12市を含む）を対象に、職員一人当たりの予算額を算出した。平均値は37,162千円/人、中央値は32,934千円/人であった。

職員一人当たり予算額の分布は、図V-3-3に示すとおりであった。最頻区間は10,000千円/人以上20,000千円/人未満であり、22市町村（21.6%）が該当した。第2位区間は40,000千円/人以上50,000千円/人未満であり、19市町村（18.6%）が該当した。平均値及び中央値を下回る区間が最頻区間、両者を上回る区間が第2位区間であった点、ならびに5%以上

の分布が8区間に認められた点から、職員一人当たりの予算額は市町村の状況により、相応の差異を生ずると考えられる。

政令指定都市についてみると、12市における職員一人当たり予算の平均値は46,704千円/人、中央値は422,12千円/人であった。分布については3市が30,000千円/人以上40,000千円/人未満の区間に、3市が40,000千円/人以上50,000千円/人未満の区間に該当した以外は、10,000千円/人以上20,000千円/人未満の区間から80,000千円/人以上の各区間にそれぞれ1市ずつが該当した。以上の結果から、政令指定都市の観光担当部署における職員一人当たりの予算額はそのほかの市町村を若干上回る傾向がみられたものの、幅広く分布する点は他市町村と同様であり、一様に潤沢な予算を有する傾向は認められなかった。

観光担当部署における業務の量や難易度と比較して、直近に執行された予算が十分であると感じるか質問し、「不足している」を1、「やや不足している」を4、「十分である」を7として、7段階評価により回答を求めた。政令指定都市12市を含む108市町村から回答を得た。

結果は図V-3-4に示すとおりであった。最頻区間は「やや不足している(4)」であり、33市町村(30.6%)が選択した。38市町村(34.3%)が3以下を選択する一方、37市町村(35.2%)が5以上を選択しており、全体として予算が十分であるとはみなされていないものの、職員数と同程度の強い不足感を抱えているとは言えなかった。

政令指定都市についてみると、12市のうち5市が4を、3市が2を、1市が1を、2市が6を、1市が5を選択した。分布の傾向はおおよそ図V-3-4と類似しており、政令指定都市の予算に対する評価は、そのほかの市町村とおおよそ同様であることが示唆された。

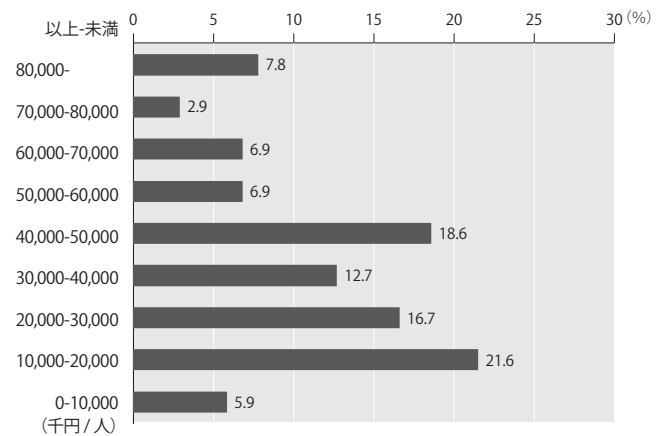
③観光担当部署で求められる技能・知識

観光担当部署に与えられた業務の量や難易度と比較して、在籍する職員の能力・知識・技能が十分であると感じるか質問し「不足している」を1、「やや不足している」を4、「十分である」を7として、7段階評価により回答を求めた。政令指定都市12市を含む108市町村から回答を得た。

結果は図V-3-5に示すとおりであった。最頻区間は「やや不足している(4)」であり、43市町村(39.8%)が選択した。24市町村(22.2%)が3以下を選択する一方、41市町村(38.0%)が5以上を選択しており、全体として担当者の知識・技能は十分であるとはみなされていないものの、職員数及び予算に対する評価と比較すると、不足感の程度は小さい傾向がみられた。

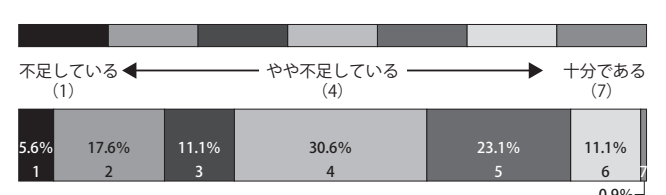
政令指定都市についてみると、12市のうち5市が4を、2市が2を、2市が3を、2市が5を、1市が6を選択した。「やや不足している(4)」が最頻区間である点は全市町村の結果と同様であったが、3以下を選択した自治体は、5以上を選択した自治体よりも多かった。

図V-3-3 観光担当部署の一人当たりの予算額(n=102)



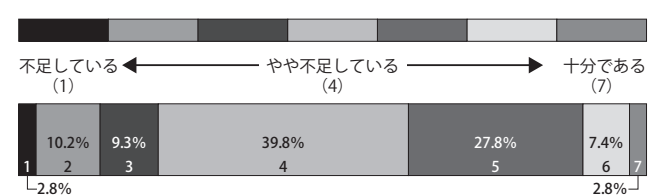
出所：観光政策検討有識者会議（事務局：（公財）日本交通公社）
 役職や雇用形態による加重なし。出向受入中の人数を含み、出向中の人数を含まない。

図V-3-4 観光担当部署の予算に対する評価(n=108)



出所：観光政策検討有識者会議（事務局：（公財）日本交通公社）

図V-3-5 観光担当部署で求められる技能・知識に対する評価(n=108)



出所：観光政策検討有識者会議（事務局：（公財）日本交通公社）

(2) 主要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

観光条例の（個別施設の設置条例などを除く）の制定指針について、単一選択により回答を求めた。政令指定都市11市を含む107市町村から回答を得た。

結果は図V-3-6に示すとおりであった。12市町村(11.2%)が「既に制定済み」である一方、91市町村(85.0%)が「制定予定なし」と回答した。政令指定都市については11市すべてが「制定予定なし」と回答した。

「制定に向け取り組み中」と回答した市町村がなかったことから、主要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。

図V-3-6 観光条例の制定指針(n=107)



出所：観光政策検討有識者会議（事務局：（公財）日本交通公社）

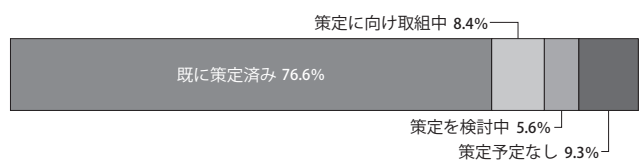
②観光計画の策定指針

観光振興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。政令指定都市11市を含む107市町村から回答を得た。

結果は図V-3-7に示すとおりであった。82市町村（76.6%）が「既に策定済み」であり、「策定予定なし」と回答した自治体は10市町村（9.3%）に留まった。また9市町村（8.4%）が「策定に向け取組中」、6市町村（5.6%）が「策定を検討中」と回答しており、全体として観光計画の策定に積極的な意向がみられた。

政令指定都市についてみると、12市のうち9市が「既に策定済み」であり、そのほか1市が「策定に向け取組中」、2市が「策定予定なし」と回答した。

図V-3-7 観光計画の策定指針(n=107)



出所：観光政策検討有識者会議〔事務局：(公財)日本交通公社〕

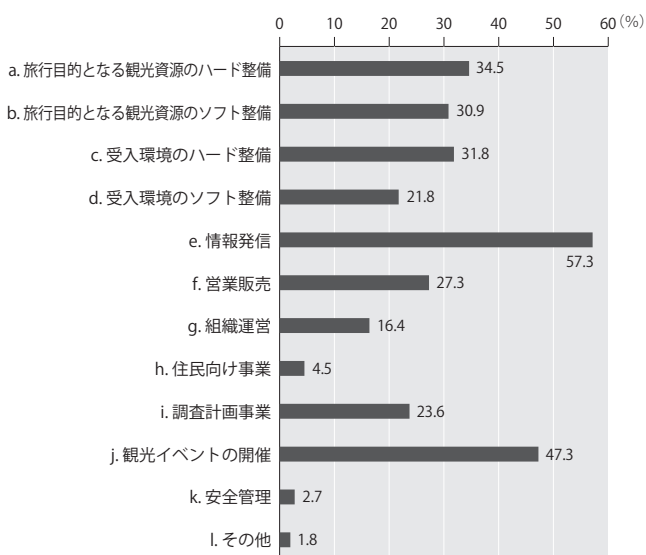
(3) 主要市町村における政策・施策

①2017年度の観光政策・重点施策

2017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12のうちから3つ選択した上で、選択した項目に関する取り組みの内容や成果などを記述するよう求めた。政令指定都市12市を含む110市町村から回答を得た。

結果は図V-3-8に示すとおりであった。最も多く選択された分野は「情報発信」であり、63市町村（57.3%）が事業を実施していた。具体的な取り組みの内容として「観光情報発信センターの運営」「旅行博への出展」「ポスターの作成」「マスコミ媒

図V-3-8 2017年度に実施した代表的な事業分野 (3つ選択して回答, n=110)



出所：観光政策検討有識者会議〔事務局：(公財)日本交通公社〕

体を活用したPR」などが挙げられた。二番目に多く選択された分野は「観光イベントの開催」であり、52市町村（47.3%）が事業を実施していた。具体的な取り組みの内容として「自衛隊や民間事業者と協力したイベントを含む事業の展開」「首都圏における物産PRイベント」「花火大会の開催」などが挙げられた。

政令指定都市についてみると、最も多く選択された分野は「情報発信」であり、12市のうち7市が事業を実施していた。このほか、6市が「旅行目的となる観光資源のソフト整備」を、5市が「旅行目的となる観光資源のハード整備」を、それぞれ選択した。

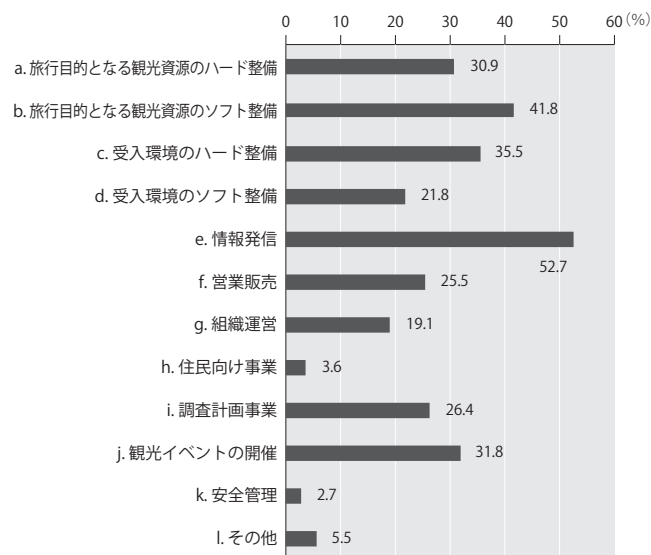
②2018年度に重点的に取り組む事業分野

2018年度に市町村が重点的に取り組む事業について、12の事業分野から3つ選択した上で、選択した項目に関する取り組みの内容や目標などを記述するよう求めた。政令指定都市12市を含む110市町村から回答を得た。

結果は図V-3-9に示すとおりであった。最も多く選択された分野は「情報発信」であり、58市町村（52.7%）が重点取り組み事業分野とした。具体的な取り組みの内容として「観光情報発信を一元化するポータルサイトの運営」「観光情報の多言語化」「近隣自治体との広域連携による観光宣伝」などが挙げられた。二番目に多く選択された分野は「旅行目的となる観光資源のソフト整備」であり、46市町村（41.8%）が重点事業分野とした。具体的な取り組みの内容として「繁忙期から閑散期に繋がる国内旅行商品の開発」「官民連携によるスタンプラリーなどの事業」「ガストロノミーウォーキングの実施」などが挙げられた。

政令指定都市についてみると、最も多く選択された分野は「旅行目的となる観光資源のソフト整備」であり、12市のうち8市が重点事業分野とした。このほか、6市が「情報発信」を、5市が「旅行目的となる観光資源のハード整備」を、それぞれ選択した。

図V-3-9 2018年度に重点的に取り組む事業分野 (3つ選択して回答, n=110)



出所：観光政策検討有識者会議〔事務局：(公財)日本交通公社〕

2017年度に実施した事業分野と2018年の重点取り組み事業分野を比較すると、選択される事業分野の傾向は基本的に類似しており、ほとんどの分野の選択率の差異は±5.0%以内であったが、「旅行目的となる観光資源のソフト整備」及び「観光イベントの開催」については、両年度の選択率に±5.0%以上の差異がみられた。

「旅行目的となる観光資源のソフト整備」は、34市町村(30.9%)が2017年度の重点施策として選択し、46市町村(41.8%)が2018年の重点取り組み事業分野として選択した。2017年度から2018年度にかけて、市町村の観光行政における同事業分野の重要性が高まってきたことが推察される。

一方で「観光イベントの開催」については、52市町村(47.3%)が2017年度に実施した代表的な事業の分野として選択したが、2018年の重点取り組み事業分野として選択した自治体は35市町村(31.8%)に留まった。同様の傾向は、昨年度の調査においても認められた。自由記述では観光イベントの開催に関して「企画・運営について、行政任せとなるケースがしばしばみられる」「開催のみならず、イベント後に来訪者数や来訪者属性といったデータを把握し、分析する能力も求められるようになっていく」などの回答がみられた。また、行政と連携する観光関連団体についても「日々の問い合わせや観光イベントが多く、協会職員に事業の見直しや新たな取り組みの検討を行う余裕がない」「戦略的な観光振興の推進を期待するところだが、これまでの観光PR活動やイベントの実施主体から脱却できないことを課題と考える」などの回答がみられた。行政、ならびに観光関連団体として観光イベント開催以外の業務に注力する必要性を認識しつつも、イベントが定常化、あるいはイベントの開催業務そのものが高度化しつつあるために、毎年一定の予算や人員を割かざるを得ない現状が示唆される。

なお「住民向け事業」を実施もしくは取り組み事業分野として選択した市町村は、両年度とも5%を下回った。自由記述では「伝統行事やイベントの開催において、地域住民との関わりは切り離せない。集客により目に見える経済効果があれば、比較的、理解・協力が得やすい」「観光が主産業の町として地域住民の一定の理解はあるものの、共同作業やイベントなどに無関心の方が多く、結果として行政や観光協会の負担増となっている」など、観光イベントをはじめとする取り組みをどのように地域全体で運営していくかという文脈から、地域の住民や事業者の意識醸成に言及する回答がみられた。とりわけ住民意識の醸成については、ある自治体からは「地域や観光事業者の当事者意識が低いことから、観光地としての住民意識の醸成や責任をもって事業をやり遂げるといった動機付けに苦勞している」との声が寄せられたが、一方で「イベント開催による交通集中に伴う渋滞や一時的な交通規制などは明らかに住民生活に大きな負担を強いているが、『観光立町』という町の特性が多くの住民に共有されているため、強い苦情などは極めて少ないと感じる」など、地域の理解に基づく事業運営の効果を肯定的に評価する回答もみられた。

(4) 都道府県との役割分担

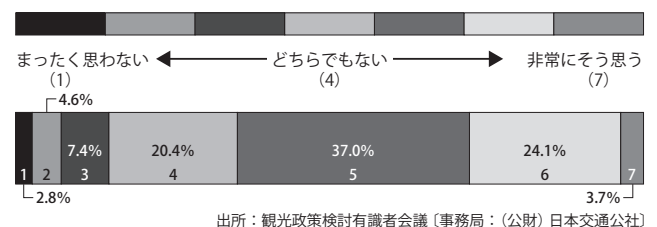
①現在の連携状況に対する評価

都道府県との連携により、観光施策を有効に推進していると感じるか質問し、「まったく思わない」を1、「どちらでもない」を4、「非常にそう思う」を7として、7段階評価により回答を求めた。政令指定都市12市を含む108市町村から回答を得た。

結果は図V-3-10に示すとおりであった。最頻区間は5であり、40市町村(37.0%)が選択した。22市町村(20.4%)が「どちらでもない(4)」を選択し、かつ70市町村(64.8%)が5以上を選択した。全体として、市町村の担当者は都道府県との連携について、問題がない、あるいは良好な状態にあるものと認識していることが示唆された。

政令指定都市についてみると、12市のうち7市が5を、3市が6を、1市が4を、1市が2を選択した。最頻区間ならびに分布の傾向は、おおよそ全市町村の結果と同様であった。

図V-3-10 都道府県との連携状況に対する評価(n=108)

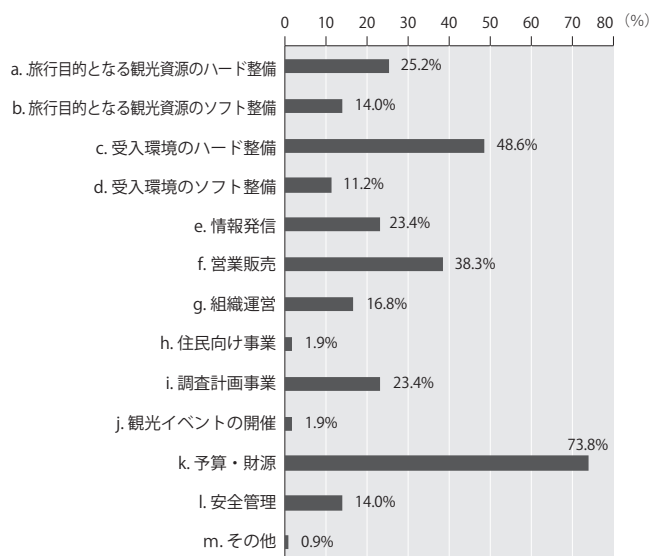


②都道府県に主導的な役割を期待する分野

観光施策上の連携や役割分担において、都道府県が主導的な役割を果たすことを期待する事業分野について質問した。代表的な事業の分野を13の事業分野のうちから3つ選択した上で、他主体との連携や役割分担において工夫している点や苦勞している点を記述するよう求めた。政令指定都市12市を含む107市町村から回答を得た。

結果は図V-3-11に示すとおりであった。最も多く選択され

図V-3-11 都道府県が主導的な役割を果たすことを期待する事業分野(3つ選択して回答, n=107)



た事業分野は「予算・財源」であり、79市町村（73.8%）が選択した。都道府県との財務上の連携については「県の補助金を活用する事業を実施しており、連携や役割分担は図れている」との回答もみられたが、一方で「持続財源の確保」を課題として挙げる市町村もみられた。二番目に多く選択された分野は「受入環境のハード整備」であり、52市町村（48.6%）が選択した。

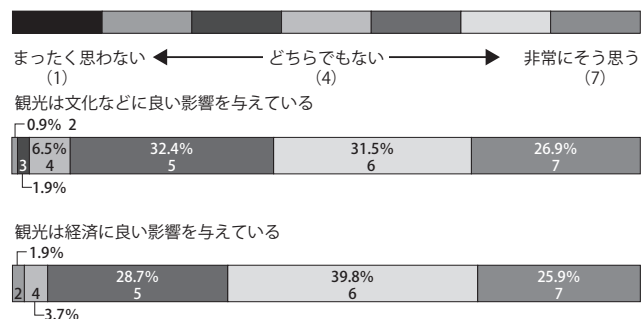
(5) 観光が地域に与える影響

① 総合評価

観光が市町村に与える影響について評価を求めた。経済的観点、ならびに文化の振興・賑わいの形成・交流人口の増大・愛着や誇りの醸成といった文化的な観点から、「観光が自市町村に良い影響を与えている」と思うか質問し、「まったく思わない」を1、「どちらでもない」を4、「非常にそう思う」を7として、7段階評価により回答を求めた。政令指定都市12市を含む108市町村から回答を得た。

結果は図V-3-12に示すとおりであった。経済への影響について、最頻区間は6であり、102市町村（94.4%）が5以上を選択した。文化などへの影響について、最頻区間は5であり、98市町村（90.7%）が5以上を選択した。政令指定都市についても、分布の傾向はおおよそ同様であった。

図V-3-12 観光が地域の経済・文化などに与える影響(n=108)



出所：観光政策検討有識者会議（事務局：（公財）日本交通公社）

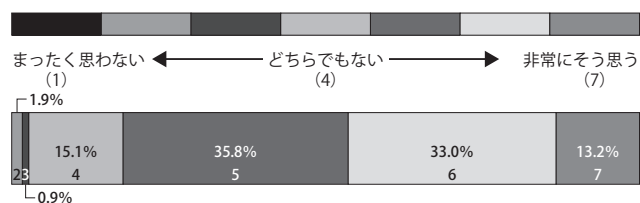
② インバウンドの拡大・振興

● 現状に対する評価

インバウンドの拡大・振興が「自市町村に良い影響を与えている」と思うか質問し、「まったく思わない」を1、「どちらでもない」を4、「非常にそう思う」を7として、7段階評価により回答を求めた。政令指定都市12市を含む106市町村から回答を得た。

結果は図V-3-13に示すとおりであった。最頻区間は5であり、87市町村（82.1%）が5以上を選択した。政令指定都市についても、分布の傾向はおおよそ同様であった。

図V-3-13 インバウンドの拡大・振興が与える影響(n=106)



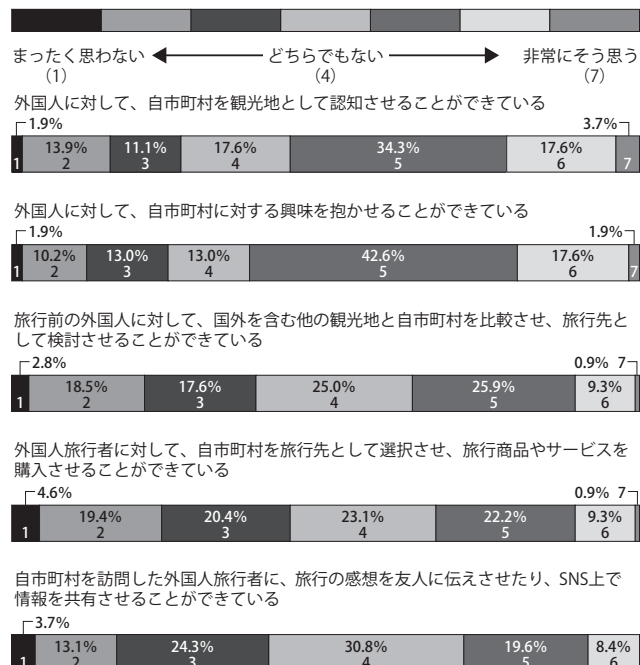
出所：観光政策検討有識者会議（事務局：（公財）日本交通公社）

● インバウンドに対する取り組み

一般に消費者が商品やサービスを認知してから購買に至るまでの心理的なプロセスには「認知」「興味」「検索」「行動」「共有」の5段階があるとされる。本調査では以上の行動モデルに基づき、5段階に対応する5つの観点から、外国人旅行者に対する取り組みについて質問した。それぞれの評価項目について、「まったく思わない」を1、「どちらでもない」を4、「非常にそう思う」を7として、7段階評価により回答を求めた。政令指定都市12市を含む108市町村から回答を得た。

結果は図V-3-14に示すとおり。「認知」と「興味」の段階に働きかける取り組みについては、過半数の市町村が5以上の評価を選択した。一方で「検索」「行動」「共有」の段階に働きかける取り組みについては、5以上の評価を選択する市町村は半数以下となり、3以下の評価を選択する市町村数を下回った。インバウンドに対する情報発信のうち、「認知」「興味」の段階においては、市町村が一定の成果、ないし手応えを得て事業を実施している傾向が示唆された。一方で、自市町村以外の観光地との比較が前提となる「検索」「行動」の段階や、SNSに代表される新たな媒体を活用した情報のコントロールが求められる「共有」の段階においては、望む成果が得られていない、あるいは成果をモニタリングできていない傾向が示唆された。

図V-3-14 インバウンドへの取り組みに対する評価(n=108)



出所：観光政策検討有識者会議（事務局：（公財）日本交通公社）

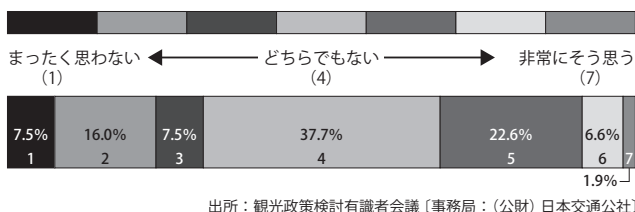
③民泊に対する評価

民泊が「自市町村に必要である」と思うか質問し、「まったく思わない」を1、「どちらでもない」を4、「非常にそう思う」を7として、7段階評価により回答を求めた。政令指定都市12市を含む106市町村から回答を得た。

結果は図V-3-15に示すとおりであった。最頻区間は「どちらでもない(4)」であり、40市町村(37.7%)が選択した。3以下を選択した自治体は33市町村(31.1%)、5以上を選択した自治体は33市町村(31.1%)。政令指定都市についてみると、12市のうち7市が4を、3市が5以上を、2市が3以下を選択しており、分布の傾向は全市町村の結果とほぼ同様であった。全体として、肯定的な評価と否定的な評価が均等に分布した。

一部の市町村からは「無許可民泊施設の増加」「外国人観光客の増加に伴って、民泊トラブルが多くなっている」などを課題として指摘する回答がみられたものの、その数は僅少であった。現時点においては、民泊が直接的な利益あるいは損害をもたらす、自治体が積極的な行政判断を要求される市町村は少数であると考えられる。

図V-3-15 民泊の必要性に対する評価(n=106)



④オーバーツーリズムに対する評価

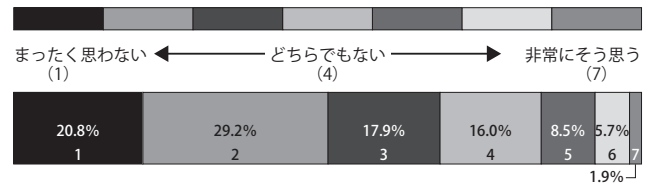
「観光地として許容できる限界以上の観光客が来訪しており、観光資源の劣化や住民の生活環境の悪化が生じている」と思うか質問し、「まったく思わない」を1、「どちらでもない」を4、「非常にそう思う」を7として、7段階評価で回答を求めた。政令指定都市12市を含む106市町村から回答を得た。

結果は図V-3-16に示すとおりであった。最頻区間は2であり、31市町村(29.2%)が選択した。3以下を選択した自治体は72市町村(67.9%)、5以上を選択した自治体は17市町村(16.0%)であった。政令指定都市についてみると、12市のうち7市が2を、3市が3を、1市が4を、1市が5を選択しており、分布の傾向は全市町村の結果とほぼ同様であった。

全体の傾向として、オーバーツーリズムの影響を意識している市町村は僅少であることが示唆された。一方で、5以上を選択した市町村からは、自由記述として「想定以上の観光客の増加により、観光地周辺での渋滞発生など、道路事情の悪化が顕著で、地元住民らの日常生活に悪影響が出ている」「観光客の増加により、交通渋滞やごみ問題が発生しており、住民にとって観光がメリットではなく、ストレスに感じられることが多い」などの回答が寄せられた。オーバーツーリズムによる影響が旅行目的となる観光資源の劣化ではなく、自治体内における生活環境の悪化という形で顕在化しつつある現状が報

告された。ある自治体からは影響の緩和を目的として「観光のハイシーズンは渋滞などにより地域住民に迷惑がかかるので、地域の代表と話し合いの場を設けている」ことが報告されたが、特に急激な観光客の増加を経験した自治体においては「事業者が増加したことにより、目配りや調整が難しくなっている」など、既存の手法による観光地のコントロールに困難を感じるとの声が寄せられた。

図V-3-16 オーバーツーリズムの発生に対する評価(n=106)

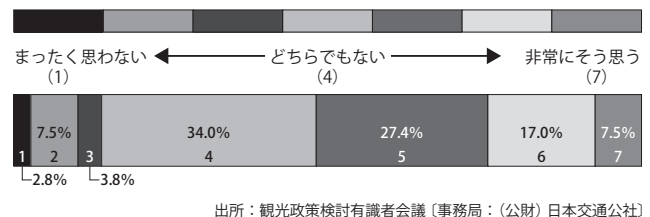


⑤観光客を含めた受益者負担

「行政サービスの対価として、住民だけでなく観光客にも一定の金銭的負担を求める必要がある」と思うか質問し、「まったく思わない」を1、「どちらでもない」を4、「非常にそう思う」を7として、7段階評価により回答を求めた。政令指定都市12市を含む106市町村から回答を得た。

結果は図V-3-17に示すとおりであった。最頻区間は「どちらでもない(4)」であり、36市町村(34.0%)が選択した。3以下を選択した自治体は15市町村(14.2%)、5以上を選択した自治体は55市町村(51.9%)であった。政令指定都市についてみると、12市のうち7市が4を、3市が5を、1市が6を、1市が7を選択しており、分布の傾向はほぼ同様であった。観光客を含めた受益者負担の導入については、全体として積極的な傾向がみられた。

図V-3-17 観光客を含めた受益者負担の必要性(n=106)



(6) 都道府県に対する調査結果との比較

本書前項で取り上げた都道府県に対する調査と、本項で取り上げた主要市町村に対する調査は、一部を除き設問の構成を統一し、比較可能な形式とした。以下、比較結果の一部を紹介する。

①実施した代表的な事業分野

都道府県が2017年度に実施した代表的な事業として、最も多く選択された分野は「情報発信」だった(図V-2-8)。また、

2018年度の重点取り組み事業として、最も多く選択された分野は「情報発信」であり、二番目に多く選択された分野は「旅行目的となる観光資源のソフト整備」であった(図V-2-10)。

対して、市町村が2017年度に実施した代表的な事業として、最も多く選択された分野は「情報発信」であった(図V-3-8)。また2018年度の重点取り組み事業として、最も多く選択された分野は「情報発信」であり、二番目に多く選択された分野は「旅行目的となる観光資源のソフト整備」だった(図V-3-9)。

本調査の範囲においては、都道府県と主要市町村は2017年度に類似の事業を実施し、また2018年度において類似の事業を重点取り組み対象とする傾向が認められた。都道府県による事業の対象(観光客)と、市町村による事業の対象は異なることが想定されるため、事業分野の重複は当然発生すると考えられる。しかしながら事業の具体的な内容を見ると、都道府県による情報発信とは「Webサイトの制作」「旅行博等への出展」「ポスター・チラシ・動画の作成」などであり、市町村による情報発信とは「観光情報発信センターの運営」「旅行博への出展」「ポスターの作成」「マスコミ媒体を活用したPR」などであったことから、都道府県と市町村がそれぞれに類似の媒体を作成し、情報発信を行っている可能性が示唆された。

ある自治体からは今後の課題として「国・県などプロモーションする範囲が広ければ広いほど、個別ターゲットにささるプロモーションは難しいと思われる。市町村においては、それぞれにささるターゲットは異なると思われるので、そのための予算確保と役割分担を明確にすることが必要と思われる」との声が寄せられた。情報発信の分野に限らず、都道府県と市町

村、市町村と観光関連団体、あるいは隣接する市町村間など、関係する主体間で重複する業務を整理・統合することで、効率的な事業運営を達成することが期待される。

②主導的な役割を果たすことを期待する事業分野

都道府県が、市町村に対して主導的な役割を發揮することを期待する事業分野として、最も多く選択されたものは「受入環境のハード整備」であり、二番目に多く選択されたものは「旅行目的となる観光資源のハード整備」であった(図V-2-13)。

対して、市町村が、都道府県に対して主導的な役割を發揮することを期待する事業分野として、最も多く選択されたものは「予算・財源」であり、二番目に多く選択されたものは「受入環境のハード整備」であった(図V-3-11)。

本調査の範囲においては、「受入環境のハード整備」について都道府県と市町村の双方がもう一方に主導的な役割を期待する傾向がみられた。

一定の投資を前提とするハード整備事業を市町村の立場からみると、「所管部署は観光課ではなく土木系の部署であることが多く、観光的な発想よりも住民ニーズに基づく発想で施策を立案することが多いので、観光施設以外の観光面での必要性に基づくハード施策(道路、公園など)を立案し具現化することは難しい」といった事情もあり、都道府県との連携が期待される。複数の自治体を横断する二次交通の整備など、市町村の枠組み下では実施することが困難な事業については都道府県が、市町村域内で完結する事業については市町村がそれぞれ主導するなど、役割分担に基づいて両者がともに積極性を發揮することが期待される。

(那須 将)

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(2025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団体である(表 付記-1)。「学会名鑑」に掲載されていないものの、観光関連の学会活動を行っている団体としては、日本旅行医学会(2002年)、日本環太平洋観光学会(2007年)、ものがたり観光行動学会(2009年)、国際観光医療学会(2010年)、コンテンツツーリズム学会(2011年)、長期滞在型・ロングステイ観光学会(2016年)などがある。

① 全国大会

2017年度は、日本国際観光学会と余暇ツーリズム学会の全国大会が同会場で開催され、基調講演・懇親会・交流会が合同で行われた。基調講演1「サステナブルツーリズムの実現にむけて～グローバルスタンダードの視点から～」(Global Sustainable Tourism Council ゼネラルマネジャーのロイ・アリエル氏)を日本国際観光学会の主催とし、基調講演2「新潮流と観光産業の未来」(株式会社Loco Partners 代表取締役社長の篠塚孝哉氏)を余暇ツーリズム学会の主催とした。

また、各学会の大会テーマとしては、「観光のちからで災害を乗り越える」(日本観光学会)、「次世代ヘルスケアとレジャー・レクリエーション」(日本レジャー・レクリエーション学会)、「ホスピタリティ研究の新潮流」(日本ホスピタリティ・マネジメント学会)、「観光ホスピタリティ教育の拡がり」と可能性」(日本観光ホスピタリティ教育学会)、「ツーリズム、モビリティ、セキュリティ」(観光学術学会)、「ポスト・インバウンドに向けて次世代の観光情報学を考える」(観光情報学会)であった。

② 機関誌・学会誌

各学会が発行する機関誌・学会誌は合計12誌である。2017年度に発行された機関誌・学会誌の中で特集テーマが設定されていたものとしては、「東京オリンピック・パラ

リンピック:日本の観光は2020年をどう迎えるか?」「地域と観光のこれから」(日本観光研究学会)、「ダークツーリズム研究の深化に向けて」「ツーリズム・モビリティ・セキュリティ」(観光学術学会)、「観光情報と情報工学」(観光情報学会)があった。

(2) 大学・大学院

「観光」「ツーリズム」「ホスピタリティ」のいずれかの語を含む学部、学科を有する大学は44、大学院は9存在する(表 付記-2)。2017年度は東洋大学が国際地域学部国際観光学科を改組し、国際観光学部国際観光学科を開設した。「ツーリズムコース」「エグゼクティブマネジメントコース」「サービスコミュニケーションコース」「観光プロフェッショナルコース」の4コースを置く「観光産業分野」と、「観光政策コース」を置く「観光政策分野」の2分野を設定した。

また、立命館アジア太平洋大学アジア太平洋学部は、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)」を取得した。国内では和歌山大学観光学部につき2番目の取得となり、私立大学では国内初となった。

観光産業における人材育成が課題となっているなか、観光庁では観光経営マネジメントの人材育成支援などを実施。2018年4月には京都大学が経営管理研究部・教育部に「観光経営科学コース」(観光MBAコース)を設置した。また、一橋大学大学院が、ホスピタリティ・マネジメント分野の研究推進、教材開発、教育プログラムの開発などを行うホスピタリティ・マネジメント高度人材開発センターを2017年に設立したほか、経営学修士(MBA)コースにホスピタリティ・マネジメント・プログラムを開設した。

(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。2017年度は225件の応募があり、うち70件が新規採択された。配分額の合計は92,450千円で、1課題あたりの平均配分額は1,321千円となっている。2016年度と比較すると応募件数も採択件数も大きく伸びている。

研究機関別の新規採択累計数を見ると、和歌山大学が16.5件と最も多く、次いで北海道大学(10.5件)、立教大学(10件)と続く(表 付記-4)。

(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	日本観光学会 Japan Academic Society of Tourism (JAST) ○正会員 232名 ○準会員(大学院生) 31名 (2018年7月現在)	【会長】 神頭広好(愛知大学) 【本部/事務局】 青山学院大学社会学部 長橋研究室内 【支部】 東北・北海道支部、関東支部、 中部支部、関西・中四国支部、 九州・沖縄支部	○全国大会の開催(年1回、基調報告、研究発表、総会、シンポジウム) (2017年度第111回全国大会テーマ: 観光のちからで災害を乗り越える) ○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) ○支部会(研究発表、支部総会)の開催 ○第2回学生観光プレゼン大会(関東支部主催) ○機関誌の発行(『日本観光学会誌』、年1回) ○学会賞の授与 ○提言(2004年に「真の観光立国へ25の提言」を国土交通省へ提出)	【学会誌】 『日本観光学会誌』 (1996年～、年1回) (前身『日本観光学会研究報告』、1961～1995年) (2017年度: 第58号 論文3本、研究ノート1本、調査資料2本、実践記録1本、書評3本) 【大会論文集】 『研究発表要旨集』 (年1回)
2	日本レジャー・レクリエーション学会 Japan society of Leisure and Recreation Studies (JSLRS) ○正会員 293名 ○購読会員 19団体 (2018年5月現在)	【会長】 鈴木秀雄(関東学院大学) 【本部/事務局】 早稲田大学 前橋明研究室内 【支部】 なし	○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) (2017年度第47回学会大会テーマ: 次世代ヘルスケアとレジャー・レクリエーション) ○研究会・講演会等の開催 ○機関誌の発行(『レジャー・レクリエーション研究』) ○学会ニュースの発行(年2～3回) ○学会賞の授与(日本レジャー・レクリエーション学会賞(学会賞、研究奨励賞、支援実践奨励賞、貢献賞)、2007年～) ○研究の助成(研究助成金制度、2011年～) ○内外の諸団体との連絡と情報の交換(世界レジャー機関、全米レクリエーション公園協会との情報交換、ホームページのリンク等)	【学会誌】 『レジャー・レクリエーション研究』 (1992年～、年2回) (前身『レクリエーション研究』1965～1991年) (2017年度: 第82号 原著3本/第83号第47回学会発表論文集) 【大会論文集】 なし(学会誌に発表要旨を掲載)
3	余暇ツーリズム学会 The Association for Leisure and Tourism Studies ○研究者 142名 ○実務家 79名 ○大学院生 33名 ○賛助会員 7名 (2018年7月現在)	【会長】 長谷川恵一(早稲田大学) 【本部/事務局】 早稲田大学商学大学院 長谷川恵一研究室内 【支部】 関東支部、九州支部	○学会大会の開催(年1回、エクスカーション、統一論発表、基調講演、研究発表等) (2017年度全国大会: 基調講演「新潮流と観光産業の未来」) ※基調講演、懇親会、交流会を日本国際観光学会と合同で開催 ○支部大会の開催(年1～2回、研究発表等) ○研究部会の開催(ライフスタイル研究部会、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、ブライダル研究部会、ツーリズム心理研究部会、学生教育研究部会) ○学会誌の発行(『余暇ツーリズム学会誌』) ○ニュースレターの発行(年数回) ○図書編集(『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) ○受託研究 ○会員の研究活動支援 ○学会賞の授与(2016年～)	【学会誌】 『余暇ツーリズム学会誌』 (前身『余暇学研究』1998年～2013年) (2014年3月～、年1回) (2017年度: 第5号 論文6本、研究ノート7本、全国大会講演録、書評) 【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)
4	日本観光研究学会 Japan Institute of Tourism Research (JITR) ○正会員 1,030名 ○準会員 4名 ○名誉会員 9名 ○賛助会員 6団体 ○特別会員 8団体 (2018年7月現在)	【会長】 下村彰男(東京大学) 【本部/事務局】 豊島区西池袋4-16-19 コンフォルト池袋106 【支部】 関西支部(2003年7月設立) 九州・韓国南部支部(2007年4月設立) 東北支部(2015年3月設立)	○全国大会の開催(年1回、講演会、シンポジウム、研究発表) (2017年度第32回全国大会: シンポジウム「観光地域づくりにおける創造的人材の確保と活用 ～「創造都市」「創造農村」を踏まえて～) ○総会の開催(年1回、講演、ポスターセッション、学会表彰、シンポジウム) ○研究分科会の設置、助成 ○研究懇話会(年2回、1月と7月)の開催 ○支部の活動 ○機関誌の発行(『観光研究』) ○観光学会集「第7巻 観光計画論1」発行 ○会務報告の発行(『会務報告』、年2回) ○メールニュースの配信 ○特別研究の助成 ○学会賞の授与(論文奨励賞、観光著作賞、2007年度～) ○優秀論文賞の授与 ○図書の監修(『観光学会集』全10巻予定) ○観光研究に関する外国諸団体との交流 等	【学会誌】 『観光研究』 (1987年～、年2回) (2017年度: Vol.29 No.1 特集: 東京オリンピック・パラリンピック: 日本の観光は2020年をどう迎えるか? / 論文3本、研究ノート1本、Vol.29 No.2 論文6本、研究ノート1本、特集: 地域と観光のこれから、全国大会シンポジウム、支部活動報告) 【大会論文集】 『全国大会学術論文集』 (1986年～、年1回)
5	日本国際観光学会 Japan Foudation for International Tourism (JAFIT) ○正会員 385名 ○学生会員 48名 ○名誉会員 2人 ○賛助会員 2団体 (2018年1月現在)	【会長】 島川崇(東洋大学) 【本部/事務局】 千代田区三崎町T・Yビル5階 【支部】 なし	○全国大会の開催(年1回、基調講演、研究発表) (2017年度第21回全国大会: サステナブルツーリズムの実現) ※基調講演、懇親会、交流会を余暇ツーリズム学会と合同で開催 ○総会、例会の開催(研究発表、講演、年5回) ○論文集の発行(『日本国際観光学会論文集』) ○産学協同セミナー「ツーリズム・フォーラム」の開催(年6回、2003年～) ○会報の発行(年4回) ○国内外でのシンポジウム開催 ○国際観光研修旅行の実施 ○教科書・学術書の出版 ○懸賞論文の実施(太田記念国際観光懸賞論文) ○国際観光に関する学術調査および研究 ○内外の企業、団体、個人からの委託研究 ○関連学会、協会との連絡および交流	【学会誌】 『日本国際観光学会論文集』 (1993年～、年1回) (2017年度: 第25号 論文10本、研究ノート6本) 【全国大会梗概集】 (2001年～、年1回発行)
6	日本ホスピタリティ・マネジメント学会 Japan Academic Society of Hospitality Management (JASH) ○正会員 235名 ○学生会員 6名 ○名誉会員 6名 (2017年12月現在)	【会長】 山本壽夫(日本大学) 【本部/事務局】 日本大学 山本壽夫研究室内 【支部】 関東支部、関西支部、九州支部	○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) (2017年度第26回全国大会テーマ: ホスピタリティ研究の新潮流) ○研究専門部会の開催(適宜) ○研究発表会(各支部それぞれ年2回) ○学会誌の発行(『HOSPITALITY』International Journal of Japan Academic Society of Hospitality Management) ○図書・報告等の発行 ○学会賞の授与(日本ホスピタリティ・マネジメント学会大賞等) ○内外の学会、その他関連団体と連絡	【学会誌】 『HOSPITALITY』 (1993年～2012年度: 年1回、2013年～2015年度: 年2回、2016年度～: 年1回) (2017年度: 第28号 論文9本) 『International Journal of Japan Academic Society of Hospitality Management』 (2012年～、年1回(2013年は年2本)) (2017年度: Vol.4 No.2 論文4本) 【大会論文集】 なし

付記

観光研究

	学会名・会員数	会長、本部/事務局、支部	活動内容	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、自由論議報告、パネルディスカッション、視察研究） (2017年度第32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) (2017年度：第5号) 【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 ○学生会員 3名 ○法人会員 2団体 ○名誉会員 5名 (2018年1月未現在)	【会長】 細野 昌和（北海商科大学） 【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） (2017年度第16回研究発表会) ○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』 (2002年～、年1回) (2017年度：第15号) 【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 (2018年3月現在)	【会長】 小畑力人（神戸山手大学） 【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） (2017年度第17回全国大会テーマ：観光ホスピタリティ教育の拡がり可能性) ○総会・シンポジウムの開催（年1回、講演・シンポジウム） (2017年度「日本版DMOの概要と観光ホスピタリティ教育への期待」) ○研究会の開催（年2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） ○外国語団体との交流 ○研究の奨励と研究業績の表彰	【学会誌】 『観光ホスピタリティ教育』 (2006年～、年1回) (2017年度：第11号 論文1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） 318名 ○正会員（院生） 74名 ○準会員 2名 ○名誉会員 1名 (2018年7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、基調講演、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） (2017年度第6回全国大会：シンポジウム「ツーリズム、モビリティ、セキュリティ」) ○研究会の開催（2017年度第5回研究会テーマ：おみやげは越えていく—オーセンティシティ・ローカリティ・コモディティ） ○機関誌の発行（『観光学評論』） ○学会賞の授与（著作賞、論文賞、教育・啓蒙著作賞など8種、2013年度～） ○図書等の刊行 ○観光学の研究調査 ○国内外の学術団体、学会との連絡・交流	【学会誌】 『観光学評論』 (2006年～、年1回/2013年度～、年2回) (2017年度：vol.6 No.1 原著論文2本、萌芽論文1本、基調講演1本、特集論文4本、書評1本 / vol.5 No.2 原著論文1本、基調講演1本、特集論文3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 180名 ○賛助会員 35名 ○団体会員 8団体 (2018年6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） (2017年度第14回全国大会：「ポスト・インバウンドに向けて次世代の観光情報学を考える」) ○研究発表会の開催（年2回、研究発表、エクスカーション） ○観光情報学研究会の開催（いわて、オホーツク圏、かが・のと、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) (2017年度：第13号 学術研究論文4本、特集記事5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（2018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://gakkaikjst.go.jp/gakkai/control/toppage.jsp)に収録されている国内の主要学術団体(2,025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
2017年度	44	18	46	9
2016年度	44	17	46	9
2015年度	43	16	45	9

※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)
2017年度	225	70	92,450	1,321
2016年度	206.5	58.5	77,650	1,327
2015年度	203	57.5	72,800	1,266

※2017年度の助成額は2,117億円

※2017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、配分額を按分して集計。

資料：文部科学省「平成29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	16.5	51.0	21,500
2	北海道大学	10.5	34.5	17,850
3	立教大学	10.0	17.0	23,600
4	首都大学東京	7.5	14.0	22,500
5	琉球大学	6.5	14.0	7,100
6	立命館大学	5.5	10.0	6,650
7	九州大学	5.0	12.0	4,100
7	東海大学	5.0	29.0	5,000
7	東洋大学	5.0	12.0	8,300
7	九州産業大学	5.0	11.0	5,500

※「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、配分額を按分して集計。

※2014～2017年度の4年間の件数を算出。

資料：文部科学省「平成29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-5 科研費における「観光学」の新規採択研究課題（2017年度）

研究課題	研究種目	代表研究機関
IoT時代におけるインバウンド観光行動モデルの構築と地方創生に向けた政策提案	若手研究 (B)	四国大学
旅行者の意思決定構造と混雑を考慮した観光便益の推計	若手研究 (B)	北星学園大学
観光の視点からみた「田園回帰」の特性と若年移住者の定着に関する実証的研究	若手研究 (B)	愛媛大学
メディアによる社会階層の形成：現代中国における中産階級の観光消費を事例に	若手研究 (B)	北海道大学
有料化する聖地：宗教空間の経済的ゾーニングと公共的管理に関する観光学的研究	若手研究 (B)	立教大学
まちづくりのイメージ形成における場所性の再構築と景観特性に関する研究	若手研究 (B)	明治大学
国際会議誘致における開催地選定基準と国外参加者動機に関する研究	若手研究 (B)	城西国際大学
An exploratory study on minimizing travel-related risks among young Japanese travelling overseas	若手研究 (B)	和歌山大学
ツーリズム2.0時代のソーシャルメディア・マーケティング競争優位に関する研究	若手研究 (B)	和歌山大学
人新世におけるアルパイン・ツーリズムの課題と可能性の分析：日本アルプスの事例	若手研究 (B)	和歌山大学
戦後西ヨーロッパにおけるソーシャル・ツーリズムの形成に関する比較的研究	若手研究 (B)	大阪大学
戦後における訪日ツーリズムの再興・訪日ツーリズムの成立と発展	若手研究 (B)	京都大学
観光資源への時間距離と評価の関係性の分析：多世代参加型資源マネジメントに向けて	若手研究 (B)	東北大学
画像ビッグデータ活用による網羅的地域景観分析と景観堪能ルート探索手法の開発	若手研究 (B)	室蘭工業大学
都市公園を核とした地域観光振興の可能性に関する研究	基盤研究 (C)	一般財団法人公園財団 (公園管理運営研究所)
沖縄・宮古島におけるマリンツーリズムに関する観光社会学的研究	基盤研究 (C)	沖縄大学
訪日外国人・消費者の現代的多様性を考慮した観光産業の経済分析	基盤研究 (C)	近畿大学
長崎の原爆関連遺構・場所に関する再考とツーリズムのための計画学的再構	基盤研究 (C)	長崎総合科学大学
被害の階層性を踏まえた災害復興における観光地マネジメントに関する理論・実証的研究	基盤研究 (C)	九州産業大学
観光の物語化を創造するホスピタリティ行動の生成過程に関する研究	基盤研究 (C)	九州産業大学
伊勢参宮ツーリズムの近代史に関する実証的研究 — 御師廃止から昭和戦前期まで—	基盤研究 (C)	九州産業大学
現象学的方法による観光の倫理的問題の明確化—観光倫理学の構築にむけて	基盤研究 (C)	兵庫医療大学
文化的消費主導の都市計画論：グローバル都市におけるエンクレイブの役割と意義	基盤研究 (C)	千葉商科大学
資源管理と地域再生に向けた観光ガバナンスの構築プロセスの研究	基盤研究 (C)	阪南大学
アジアにおける平和の記憶を紡ぐメディアとしてのダークツーリズム	基盤研究 (C)	立命館大学
観光情報の蓄積と共有方法の確立を通じた案内ガイドの育成手法に関する研究	基盤研究 (C)	平安女学院大学
小規模住民組織を単位としたまちづくりに関する比較研究	基盤研究 (C)	金沢星稜大学
持続可能な訪日教育旅行誘致のためのプラットフォーム研究	基盤研究 (C)	横浜商科大学
地域活性化につなげる多言語Omotenashiフレームワークの構築	基盤研究 (C)	湘南工科大学
地域資源を活かした新たな地域振興と芸術表現のかたち	基盤研究 (C)	東京工科大学
Cruise visitors' satisfaction and the role of declared intent as a proxy for revisiting and recommending the destination	基盤研究 (C)	創価大学
国立公園等の観光資源価値の再評価に関わる霊山の景観特性に関する研究	基盤研究 (C)	立教大学
移住者増加による観光業の発展とコミュニティの再編—韓国済州島善左邑を事例にして	基盤研究 (C)	立教大学
持続可能な観光における評価手法の構築：カンボジアのCBETを事例として	基盤研究 (C)	東洋大学
観光振興のためのTID制度の導入可能性とビッグデータを用いた計画支援に関する研究	基盤研究 (C)	東洋大学
熊本地震における地域文化を活用した防災教育と観光振興による復興マネジメント	基盤研究 (C)	東京農業大学
SNSを活用した加工地Webページの生成による地域活性	基盤研究 (C)	東海大学
農村の観光産業化における住民幸福度の変化に関する日伊比較研究	基盤研究 (C)	帝京大学
観光需要の季節変動をもたらす要因ならびに需要平準化政策の経済学的分析	基盤研究 (C)	中央大学
アフリカのエコリゾートによる地域貢献の可能性—タンザニア、モザンビークを事例に	基盤研究 (C)	玉川大学
戦争と観光—戦前期「満洲」における戦跡ツーリズムに関する歴史的研究	基盤研究 (C)	駒澤大学
ホスピタリティ産業における顧客創造と生産性向上のためのイノベーションモデルの開発	基盤研究 (C)	桜美林大学
英雄弘旅行者の情報探索行動に注目したインバウンド促進戦略に関する研究	基盤研究 (C)	亜細亜大学
観光地の変容と多言語化の運動性に関する研究	基盤研究 (C)	麗澤大学
観光まちづくり学習に有用なワークショップ実践者育成プログラムに関する包括的研究	基盤研究 (C)	目白大学
お土産品としての北海道スイーツの競争基盤に関する研究	基盤研究 (C)	北海商科大学
スイスの観光関連税の観点からみた主体的自立型地方観光振興	基盤研究 (C)	北海商科大学
移住促進政策と「移住の失敗」の実態調査	基盤研究 (C)	高知県立大学
マレーシアにおけるエスニックな観光土産をめぐる複合的な社会関係に関する研究	基盤研究 (C)	名古屋市立大学
次世代ヘルスケアとしてのヘルスツーリズム研究	基盤研究 (C)	琉球大学
北アイルランド紛争後社会の観光と住民集団間関係	基盤研究 (C)	法政大学
地域芸術祭による瀬戸内島しょ部の社会構造と「まなざし」の変化	基盤研究 (C)	香川大学
グローバル観光産業が地域に与える影響：クルーズ観光の分析	基盤研究 (C)	広島大学
安心・安全の確保を目的とした日本人旅行者のリスク行動に関する実証研究	基盤研究 (C)	岡山大学
出雲国風土記にみる自然観を現在に活かす島根半島地質変動ヘリテイジの研究	基盤研究 (C)	島根大学
知識労働の発展と観光行動の高度化との相互関係に関する日英比較研究	基盤研究 (C)	和歌山大学
観光エリアマネジメント活動が地方の市街地の経済活動に与える効果に関する研究	基盤研究 (C)	和歌山大学
持続可能な農村観光のための異業種連携の条件研究	基盤研究 (C)	奈良女子大学
共生の技法としてのユニバーサルツーリズムの理論と実践	基盤研究 (C)	大阪大学
生物多様性保全に関わる国際認定制度の横断的分析：国際—現場連携の課題と自治体戦略	基盤研究 (C)	東北大学
観光空間との相互作用を考慮した観光回遊モデルの構築とシミュレーション分析	基盤研究 (C)	小樽商科大学
観光のサービス・イノベーションにプレイス・ブランディングが与える影響に関する研究	基盤研究 (C)	小樽商科大学
Commons Governance in Wellness Tourism	基盤研究 (C)	北海道大学
体験を基にした価値共創システムの構築と実証分析	若手研究 (A)	山梨英和大学
日本の世界農業遺産 (GIAHS) 地域の観光を通じた農村振興に関する比較研究	基盤研究 (B)	立命館アジア太平洋大学
旅行キャリア発達のための熟達化過程の解明とキャリア対応型観光支援システムの開発	基盤研究 (B)	大阪国際大学
戦前期東アジアにおける観光現象と鉄道事業の相互性に関する総合的研究	基盤研究 (B)	立教大学
現代社会におけるツーリズム・モビリティの新展開と地域	基盤研究 (B)	立命館大学
Protecting international tourists from harm: Developing an effective tourist hazard information system	基盤研究 (B)	和歌山大学
ICTによる観光資源開発支援：心理学的効果に応用した期待感向上	基盤研究 (B)	宇都宮大学
東アジアにおける拡張現実時代の観光に関する研究	基盤研究 (B)	北海道大学
観光地環境管理と市場活動の統合型計画技術「地域観光プランニング」の詳細化と実装化	基盤研究 (A)	首都大学東京
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（国際共同研究強化）	国際共同研究加速基金 (国際共同研究強化)	東北大学 (2017) / 金沢大学 (2016)

* 研究期間の開始年度を2017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	208
	一般社会・海外情勢	
	観光行政	
	旅行・観光地動向、イベント動向	
	宿泊施設・観光施設等のオープン	
	交通・運輸	
	旅行業	
資料-2	付属統計表	212
	経済関連指標	
	旅行・観光関連産業(旅行業・宿泊業)(運輸業)	
	国内旅行動向	
	海外旅行動向	
	訪日旅行動向	

Table with columns: 月日 (Month/Day), 宿泊施設・観光施設等のオープン (Accommodation/Tourist facilities opening). Lists various hotels and facilities opening throughout the year.

Table with columns: 月日 (Month/Day), 交通・運輸 (Transportation). Lists various transportation services, including new train lines and airport operations.

Table with columns: 月日 (Month/Day), 旅行業 (Travel Industry). Lists various travel agency activities, including new services and partnerships.

資料編

■ 236号 (2018年1月発行) 特集：人生に旅を! 節目旅行ノススメ



旅に出るきっかけを人生の“節目”に求めるのは日本人だけではないだろうが、旧暦にみられるように季節の変化がはっきりし、伊勢参りのように本音と建前を使い分ける日本人には節目をいわば言い訳に旅に出る傾向が強い。近年、若者の間では、“節目に旅に出る”から“旅に出ることで人生に節目を作る”、つまり希薄になった地縁、血縁などの人間関係を円滑にするため、仲間と一緒に旅に出かけることで節目を作るという知恵が生み出されているとも言われている。節目旅行の意味が大きく変わろうとしているとみることもでき、地域がこうした新たな需要に対応していくことも一考に値するのではないか。A4判66ページ/1,000円+税

■ 235号 (2017年10月発行) 特集：持続可能な観光



国連は2017年を「持続可能な国際観光年」と定め、観光の視点から持続可能性を高める呼びかけをおこなっています。当財団でも自主・受託事業を通じて同テーマに取り組んできました。しかし、これまでは理論・概念からの整理が主で、現場の視点からの整理・分析が不足しています。そこで、本特集では、具体的な事例を中心に持続可能な観光を分析し、持続可能な観光の「現場」での「実践」に向けた提言をおこなっています。A4判54ページ/1,000円+税

◇『育て、磨き、輝かせる インバウンドの消費促進と地域経済活性化』
(2018年7月、発行：株式会社 ぎょうせい)



近年、訪日外国人旅行者数は毎年過去最高を更新し続けています。今後、インバウンド需要を取り込もうとする地域にとって重要なことは、先進的にインバウンド対応事業や施策を行い、特に地域への経済効果向上の観点から、どのような成果を上げてきたのか検証し、施策や事業を検討することです。特に近年では「モノ消費」(爆買い)から「コト消費」(体験)へと変化するインバウンド需要をどう地域に取り込むかがポイントになっており、地域資源を「育て」「磨き」「輝かせる」ことで、訪日外国人旅行者による交流人口を拡大し、地域活性化に成功している事例が出てきています。そこで本書では、経済効果を高めるにあたって重要な「①訪日外国人旅行者を“増やす”」「②訪日外国人旅行者の消費単価を“上げる”」「③域内調達率を“高める”」を実現するために必要な視点を整理し、視点ごとに先進事例を紹介します。課題や苦悩をどう乗り越えたかにも注目し、インバウンド需要を地域経済活性化に結びつけていくためのヒントが見つかります。公財)日本交通公社 編著/A5判187ページ/2200円+税

- ・ここで紹介している当財団発行の出版物は、全ページをホームページで公開しています。
- ・またアマゾン (amazon.co.jp) で、オンデマンド印刷版を販売しています。

◇『温泉まちづくりー2017年度 温泉まちづくり研究会 総括レポートー』（発行：2018年3月）



「温泉まちづくり研究会」は、7つの温泉地（阿寒湖、草津、鳥羽、有馬、道後、由布院、黒川）が集まり、温泉地、温泉旅館が抱える課題について、解決の方向を探り、活性化に資することを目指しています。本書は2017年度に開催した3回の研究会の内容を分かりやすく取りまとめたものです。第1回は「温泉地の雇用環境」をテーマとし、今年度研究会として実施する宿泊施設従業員・経営者アンケートの内容などについて議論を深めました。第2回は「温泉地でのアート(芸術文化)の展開を考える」と題し、芸術祭でいかに地域が発展していくのかなどについて学びました。第3回は「温泉地の雇用問題を考える～今後どう取り組むべきか～」と題し、各会員温泉地で実施した宿泊施設従業員・経営者アンケートの結果をもとに、今後の温泉地での人材の「確保」「定着」「育成」についての議論を行いました。A4判84ページ/1,500円+税。『温泉まちづくり』は2011年度版からホームページで全ページを公開しています。

◇『平成29年度 観光地経営講座 講義録』（発行：2017年11月）



平成29年度の本講座では、行政・広域での連携（長野県飯山市）、漁業×観光、官民での連携（三重県鳥羽市）、コミュニティの住民を交えた連携（徳島県にし阿波）、金融を交えた連携（長野県山ノ内町）の4つの事例を取り上げ、観光地経営を担う個々の主体が自立して自らの役割を担いつつ相互に連携する関係を「パートナーシップ」と表現して、その重要性について解説しました。連携構築や組織づくり・体制づくりに奔走する、主に行政の観光担当者や観光協会の事務局の皆様に対して、地域の誰と、どのようなパートナーシップを築いていくべきかについてのヒントを提供します。A4判79ページ/1,000円+税。『観光地経営講座 講義録』は、平成25年度版からホームページで公開しています。

◇『観光地づくりオーラルヒストリー』（発行：2017年8月）



本冊子は、当財団の自主研究『これからの観光地づくりと観光計画に関する研究』の一部を「観光地づくりオーラルヒストリー」として取りまとめ、発刊したものです。これまでわが国において先導的に観光計画の策定や観光地づくりに取り組んできたフィジカルプランナー10名に対してインタビューを行い、暗黙知をできる限り形式知とするオーラルヒストリーの手法によって進めました。そして、これからの観光地づくりや観光計画のあり方への視座が得られるものとなるようにしました。A4判174ページ/1,500円+税。

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。

〒107-0062 東京都港区南青山二丁目7番29号 日本交通公社ビル
 代表TEL：03-5770-8350 FAX：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





旅の図書館 のご案内

LIBRARY OF TOURISM CULTURE

「旅の図書館」は、観光関連の学術誌や観光統計資料の他、古書・稀覯書、ガイドブック、時刻表、機内誌、観光研究の専門図書、財団の刊行物・出版物など観光研究の参考に資する図書約60,000冊をとりそろえた専門図書館です。

1978年（昭和53年）、より文化的、専門的な旅行や観光に関する情報をご提供するため、当財団は「観光文化資料館」（1999年に「旅の図書館」に改称）を開設し、多くの方にご利用いただいております。

「観光はそれ自体が文化であり、その観光文化を向上させたい」という開設当初の理念を継承しつつ、2016年、移転を機に、「観光の研究や実務に役立つ図書館」をコンセプトとしてリニューアルオープンしました。

様々な文献から“研究の種”を、多くの参考事例から観光政策や観光地づくりの“現場に活かすヒント”を見つけてください。

【開館時間】月曜日～金曜日：10：30～17：00

【休館日】土曜日・日曜日・祝日・毎月第4水曜日・年末年始

※上記以外に、会議開催等による臨時休館もありますので、ご来館の前に旅の図書館のHPをご覧ください。

【ご利用にあたって】

・館内のご利用にあたっては、1F受付カウンターにてご利用の手続きをお願いします。

（B 1Fメインライブラリーご利用の際はご本人確認ができる身分証明書を毎回ご提示いただきます）

・本の館外貸し出しは行っておりません。



執筆者一覧(掲載順)

寺崎竜雄	概観	公益財団法人日本交通公社 理事
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
小坂典子	I-3	同 研究員
伊豆菜津美	I-4	同 研究員
川村竜之介	II-1-1、II-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
武智玖海人	II-2、III-4-1	同 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	公益財団法人日本交通公社 主任研究員
岩崎比奈子	III-3	同 主任研究員
守屋邦彦	III-4-2	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
吉澤清良	IV-2	公益財団法人日本交通公社 主席研究員
朝倉はるみ	IV-3	淑徳大学 経営学部 観光経営学科 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
池知貴大	IV-4、V-1、V-2	公益財団法人日本交通公社 研究員
西川 亮	IV-5	立教大学 観光学部 観光学科 助教
通山千賀子	IV-6	公益財団法人日本交通公社 客員研究員
野間恵子	IV-7	一般社団法人九州観光推進機構 企画部
後藤健太郎	IV-9	公益財団法人日本交通公社 主任研究員
門脇茉海	IV-10	同 研究員
磯貝友希	IV-11	同 研究員
那須 将	V-3	同 研究員
福永香織	付記	同 主任研究員
泉 佳奈	付属統計表	同

旅行年報 2018

Annual Report on the Tourism Trends Survey

2018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：jtbfbook@jtb.or.jp

発行人：末永安生
編集人：有沢徹郎

デザイン・制作・印刷：株式会社 カントー
編集協力：株式会社 ぶれす
©2018 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。