

# 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。

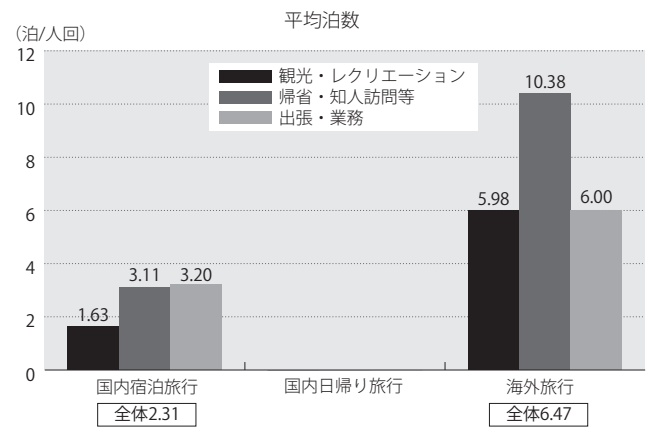
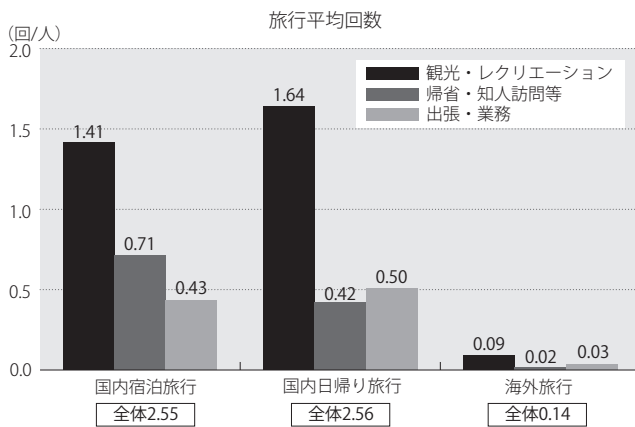
### ●延べ旅行者数

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

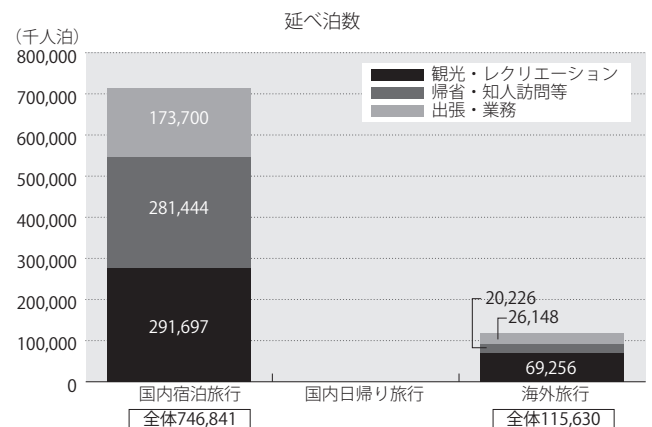
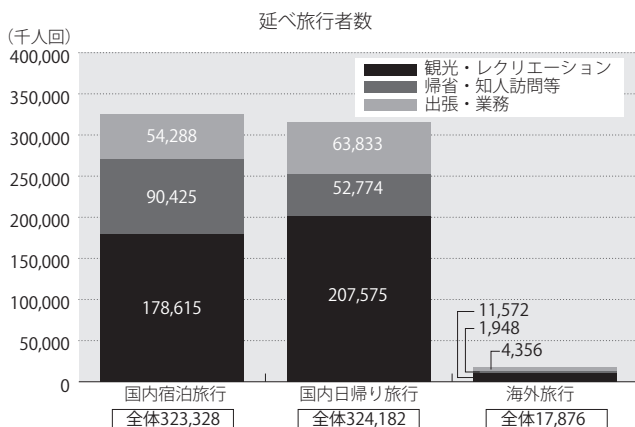
2017年の日本人の延べ泊数については、国内宿泊旅行全体では7億4,684万人泊、海外旅行全体では1億1,563万人泊であった。延べ旅行者数と比べて、帰省のシェアが増えて観光のシェアが減る傾向にある（図I-1-2右）。

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)

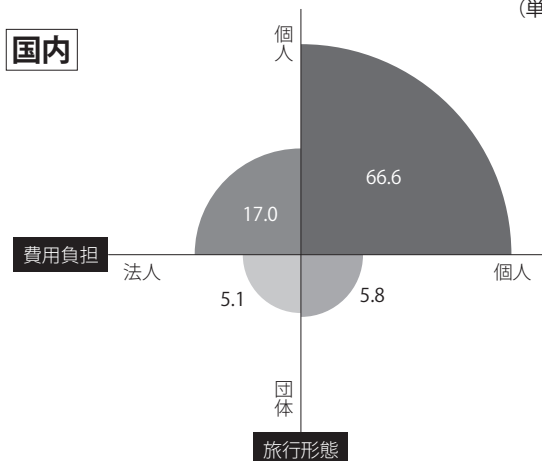
単位:(%)

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)

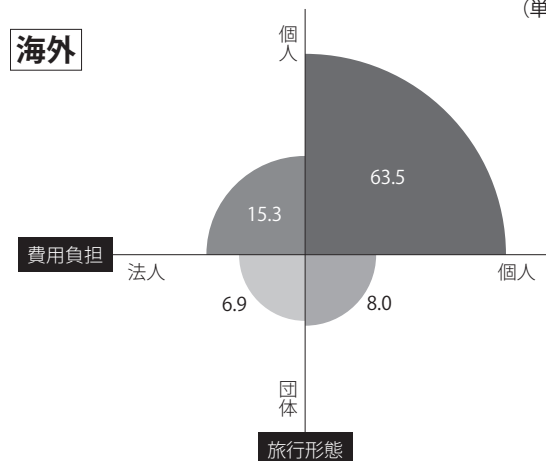
(単位:%)



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
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

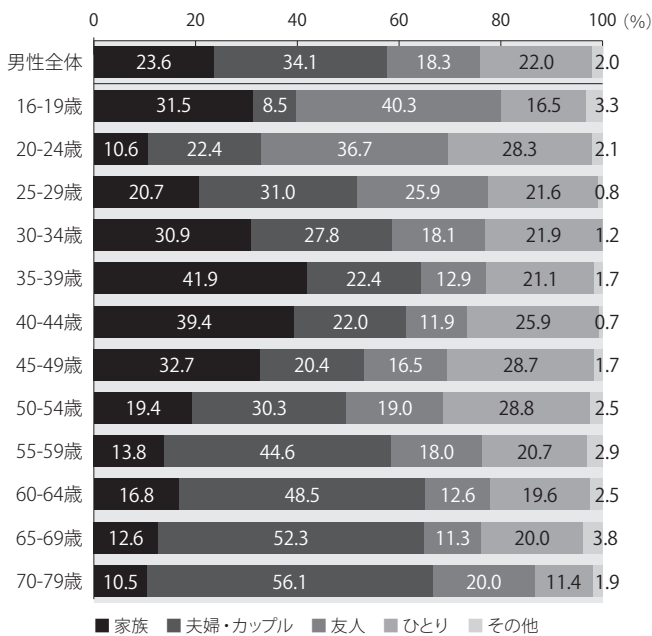
同行者は、年代の移り変わりに伴って変化していく。まず国内旅行についてみると、10代後半は家族や友人との旅行が中心である。男性はひとり旅行のシェアも多く、以降60代まで各年代において2割から3割程度を占める。20代になると、夫婦・カップル旅行と友人旅行が中心になる。30代前半からは友人との旅行は減り始め、家族旅行のシェアが増える。家族旅行が最も多くなるのは男女ともに30代から40代で、その後、

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）。

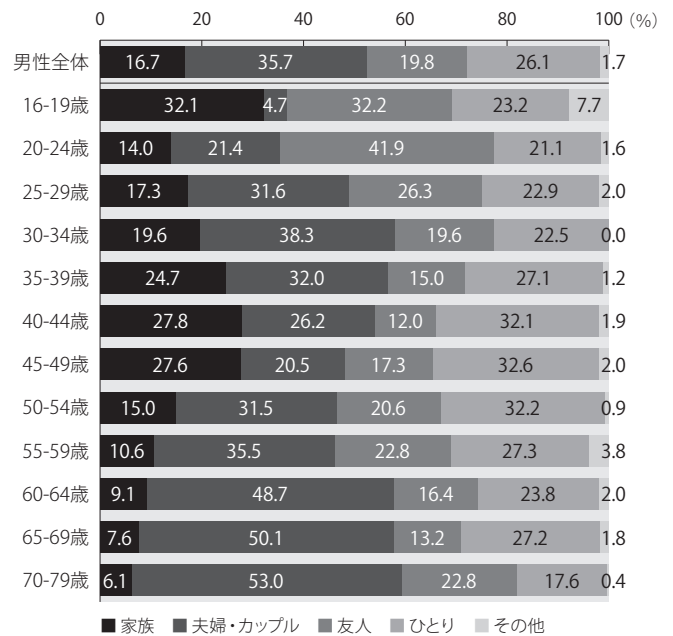
(中島泰)

図I-1-5 国内旅行における年代別同行者（男性）



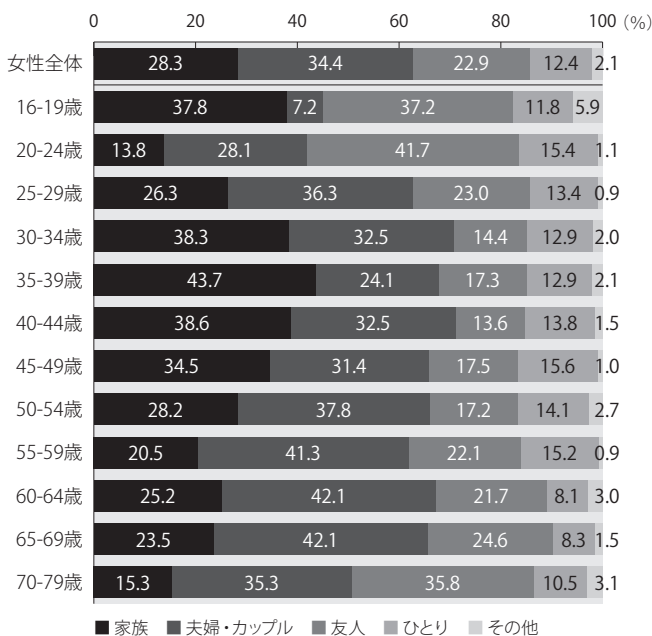
資料：(公財)日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

図I-1-6 海外旅行における年代別同行者（男性）



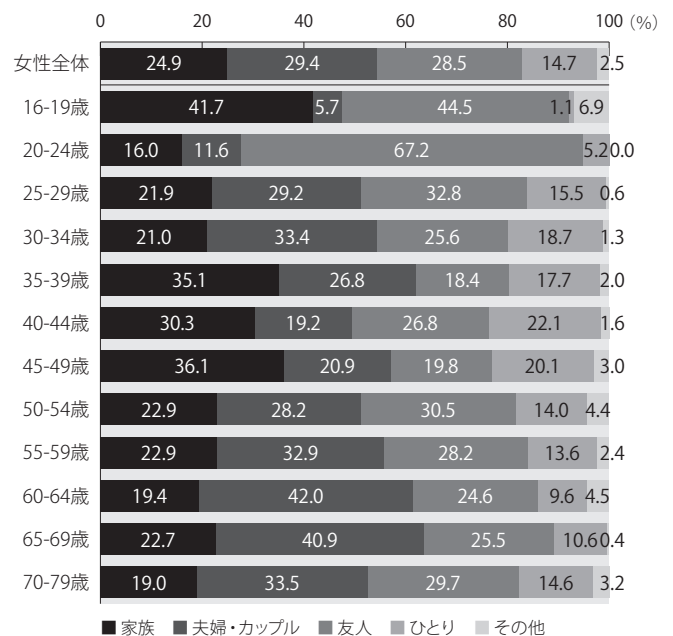
資料：(公財)日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

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」