

旅行年報

Annual Report on the
Tourism Trends Survey

2 0 2 0



公益財団法人 日本交通公社

本書は、原則として2019年度（2019年4月～2020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2020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 2 0

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).....	12
I-1 日本人の旅行市場の概況.....	13
I-2 日本人の国内旅行.....	17
I-3 日本人の海外旅行.....	41
I-4 日本人の旅行に対する意識.....	61
新型コロナウイルス感染症流行が日本人の旅行意識に与えた影響	

第Ⅱ編 訪日外国人旅行

Ⅱ-1 訪日外国人の旅行動向.....	74
Ⅱ-2 訪日旅行に対する意識.....	89
Ⅱ-3 訪日旅行事業の現況.....	93

第Ⅲ編 観光産業

Ⅲ-1 旅行業.....	102
Ⅲ-2 運輸業.....	110
Ⅲ-3 宿泊業.....	126
Ⅲ-4 集客交流施設、MICE.....	131

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(2019年と2018年の比較).....	142
IV-1 北海道.....	143
IV-2 東北.....	147
IV-3 関東.....	151
IV-4 中部.....	155
IV-5 近畿.....	159
IV-6 中国・四国.....	163
IV-7 九州.....	167
IV-8 沖縄.....	172
IV-9 自然.....	176
IV-10 歴史・文化.....	180
IV-11 温泉.....	186

第Ⅴ編 観光政策

V-1 国による観光政策.....	192
V-2 都道府県による観光政策.....	198
V-3 主要市町村による観光政策.....	203

付記

観光研究.....	209
(1) 日本国内の観光関連学会(2) 大学・大学院(3) 科学研究費助成事業における観光学の扱い	

資料編

資料-1 旅行年表.....	214
資料-2 付属統計表.....	218

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旅行・観光市場の動向を概観する年次報告書として、1978年より発行を続けてきました。経年データの整理を通して時代の変化を読み解く資料集としても編集しています。観光政策や観光産業などの実務に関わる方々や観光研究者をはじめとする観光に関わる多くの皆さまに本誌をご活用いただければ幸いです。

さて、本誌では公開されている最新データを用いて直近の1年間の状況をお伝えしようとしていますが、出典に応じて2019年の暦年値と年度値が混在しています。ご承知のように2020年1-3月期はコロナ禍の影響により旅行需要は大きく落ち込みました。このため2019年の暦年値は概ね旅行市場のゆるやかなトレンドを表しているといえますが、2019年度計にはコロナ禍の影響が含まれてきます。この点に留意のうえで、読み進め、考察を深めてください。

まずコロナ禍の影響を概観したうえで、例年のように本誌『旅行年報2020』の内容をもとに2019年の旅行・観光市場の概況を振り返ります。

1. コロナ禍における旅行需要の動向

2020年5月と7月に各5万人を対象に過去3ヶ月間（1～3月と4～6月）の旅行実態を尋ねた「JTBF旅行実態調査（ウェブ調査）」によると、1月の時点では国内旅行（日帰りを含む）を計画していた人のうち74.0%が「当初の予定通り実施した旅行があった」と答えているが、2月以降はこの比率は大幅に減少し、5月には6.8%まで落ち込んだ。その後の6月には3月の水準を上回るまでに持ち直している。

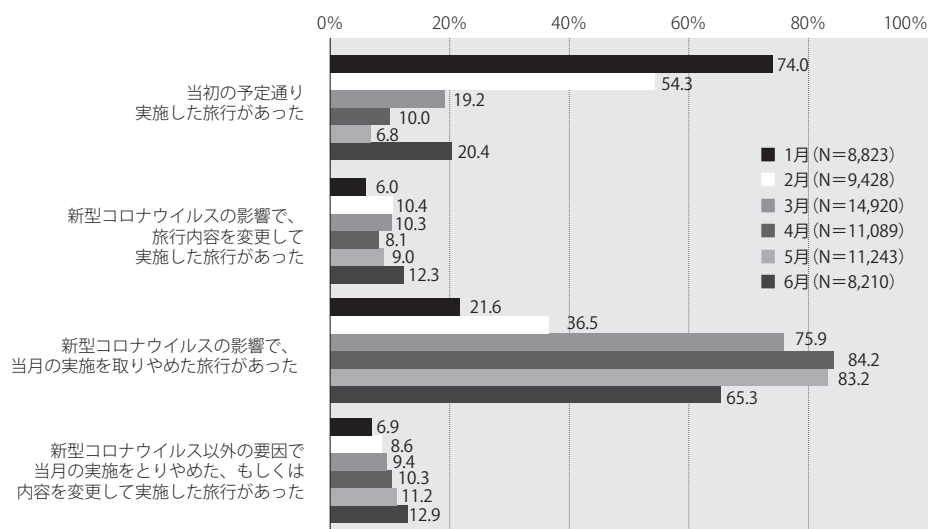
一方、「新型コロナウイルスの影響で当月の実施を取りやめた旅行があった」という回答は、1月は21.6%にとどまっていたが、その後は急増し、4月と5月には当初旅行を計画していた人の8割以上が旅行を中止した（図-1）。

旅行中止の理由を聞いたところ、この6ヶ月間を通して「自身の感染リスクを避けるため」という回答が最も多く、「同行者の感染リスクを避けるため」「旅行先で接する人たちへの感染リスクを避けるため」が続いている。こうした感染リスクの回避を挙げる割合は、3月が最も高く、4月以降は低減傾向にある。また、公的な要請、職場からの要請等を含めた「自粛要請が出ていたため」と答えた人の割合は3月から5月にかけて急増したが、6月には少なくなった（図-2）。

このような状況から、コロナ禍による旅行取りやめのピークは3月下旬から5月末頃まで続き、6月には回復に転じたといえる。旅行の取りやめには、感染リスクの回避が最大の理由となっているが、緊急事態宣言の発出やテレビなどで繰り返された「ステイホーム」の呼びかけなども少なからず影響したと考えられる。

図-1 コロナ禍の旅行への影響：新型コロナウイルス感染症流行下の日本人旅行者の動向

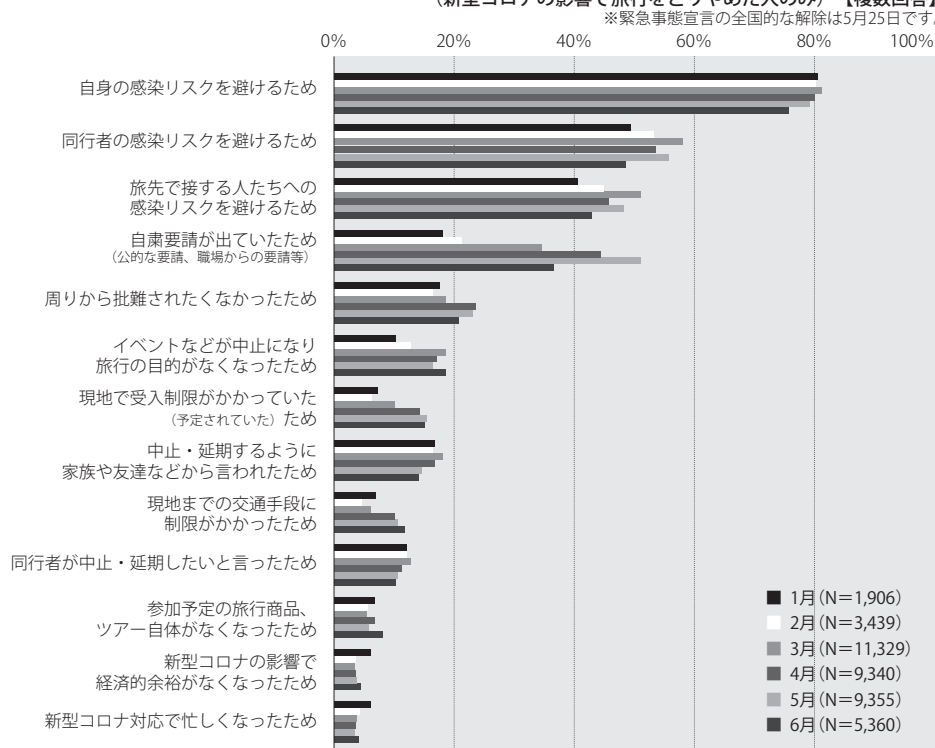
Q. 新型コロナウイルスの影響で、中止・延期した観光・レクリエーション旅行がありましたか。
(日帰り含む・国内旅行を計画していた人のみ) 【複数回答】



出所：公益財団法人日本交通公社観光地域研究部市場調査チーム
「新型コロナウイルス感染症流行下の日本人旅行者の動向(その6)～JTBF旅行実態調査結果より～」4頁、2020年8月27日
： https://www.jtb.or.jp/wp-content/uploads/2020/08/covid-19-japanese-tourists-6_JTBF20200827.pdf

図-2 コロナ禍の国内旅行への影響：国内旅行を取りやめた理由

Q. 国内旅行を取りやめた理由について、当てはまるものをお選びください。
(新型コロナの影響で旅行を取りやめた人のみ) 【複数回答】



出所：公益財団法人日本交通公社観光地域研究部市場調査チーム
「新型コロナウイルス感染症流行下の日本人旅行者の動向(その6)～JTBF旅行実態調査結果より～」6頁、2020年8月27日
： https://www.jtb.or.jp/wp-content/uploads/2020/08/covid-19-japanese-tourists-6_JTBF20200827.pdf

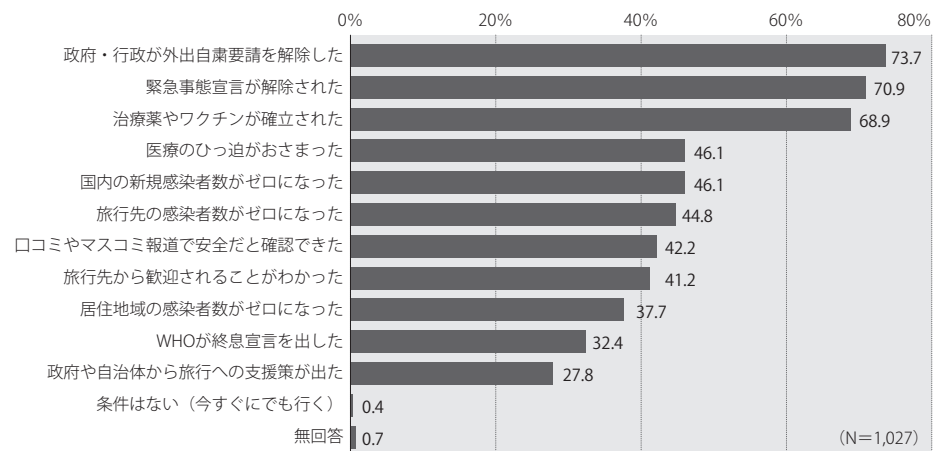
また、コロナ禍により生活態度が激変する中で旅行に対する意識を聞いた「JTBF旅行意識調査(2020年5月から6月にかけて実施)」によると、「行ってみたい旅行」に挙げた旅行のタイプ(予め用意した旅行タイプから複数選択)の上位は「自然観光(47.6%)」、「温泉旅行(46.9%)」、「グルメ(41.1%)」、「歴史・文化観光(37.2%)」であり、2017年調査の結果と比べると選択率は微減したものの顔ぶれに変動はなかった(62頁参照)。旅行の動機に関する回答をみても、上位の「旅先のおいしいものを求めて」、「日常生活から解放されるため」、「思い出をつくるため」、「家族の親睦のため」、「保養・休養のため」はこれまで通りである(67頁参照)。このように、旅行の役割・位置づけや旅行内容・嗜好にはいまのところ大きな変化はみられない。

コロナ禍のもと、3月から5月にかけての旅行需要は感染への不安感などによってゼロ近くまで抑え込まれたが、6月には回復の兆しがみられ始めた。「JTBF旅行意識調査」で聞いた旅行再開の条件として「政府・行政が外出自粛要請を解除した(複数回答:73.7%)」「緊急事態宣言が解除された(70.9%)」「治療薬やワクチンが確立された(68.9%)」を指摘する人が多いことをみると(図-3)、自粛要請の状況に応じて旅行需要は変動していくものと考えられる。旅行者各自が取り組む旅行先での新型コロナウイルス対応策は月を追うごとに徹底されてきており(図-4)、コロナ禍という環境への順応がうかがえる。このような状況から、さらなる公的な需要刺激施策などによって、旅行市場は大きく動くことも想定される。

しかしながら、「JTBF旅行実態調査」で尋ねた新型コロナウイルス収束後の旅行実施意向の結果では、「これまで以上に旅行に行きたい(5月実施調査:15.1%→7月実施調査:14.5%)」「これまでと同程度旅行に行きたい(5月:51.0%→7月:50.1%)」「これまでのようには旅行に行きたくない(5月:5.9%→7月:8.7%)」と、旅行意欲がわずかに減少している(図-5)。コロナ禍の長期化による旅行意欲の低下傾向の継続は気になるところであり、今後の動向を注視し続ける必要がある。

図-3 国内旅行をするために必要な条件

Q. 新型コロナ収束後、どのような条件が満たされれば国内の旅行を実施したいと思えますか。
(新型コロナ収束後に旅行に行きたいと回答した人のみ)【複数回答、5月調査】

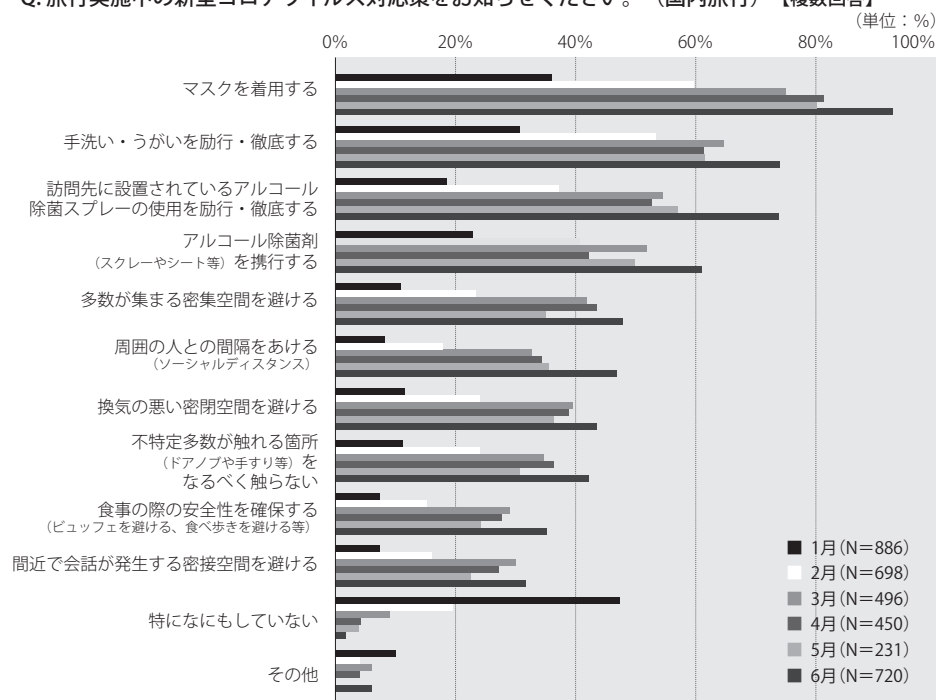


出所：公益財団法人日本交通公社観光地域研究部市場調査チーム
「新型コロナウイルス感染症流行下の日本人旅行者の動向(その4)～JTBF旅行意識調査結果より～」7頁、2020年7月30日
： https://www.jtb.or.jp/wp-content/uploads/2020/08/covid-19-japanese-tourists-4_JTBF20200730.pdf

このように、今後の旅行需要は旅行先では細心の感染予防行動をとりつつ、当面はこれまで同様の意識・意向のもとで、感染状況の良化に応じて変動するものと考えられる。こうした中で、とりわけ公的なメッセージが旅行実施の決定に大きく関与することがわかってきた。一方で、この間の厳しい経験による旅行意欲の低下もわずかにみられる。ここでは旅行意識調査をもとに、コロナ禍における旅行者の実態と志向を概観してきたが、さらに受け入れ側の観光産業の実態なども踏まえて、旅行市場の実情と課題を継続的に整理・分析していくことが重要になる。

図-4 旅行先での新型コロナウイルス対応策

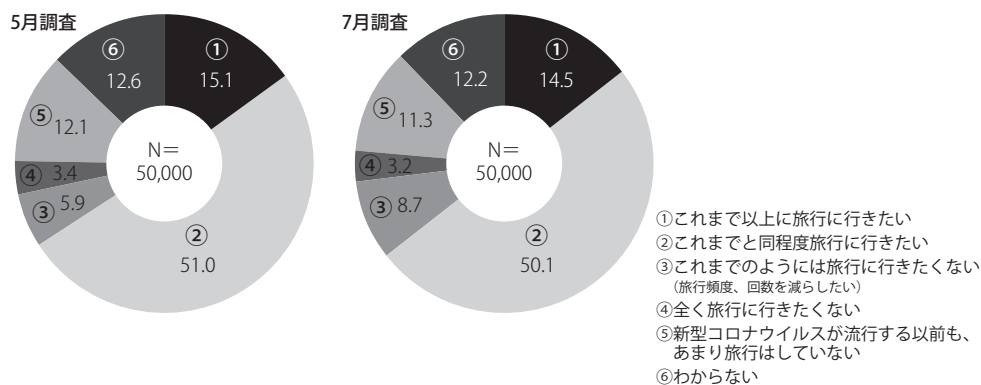
Q. 旅行実施中の新型コロナウイルス対応策をお知らせください。(国内旅行)【複数回答】



出所：公益財団法人日本交通公社観光地域研究部市場調査チーム
「新型コロナウイルス感染症流行下の日本人旅行者の動向(その7)～JTBF旅行実態調査結果より～」11頁、2020年9月15日
： https://www.jtb.or.jp/wp-content/uploads/2020/09/covid-19-japanese-tourists-7_JTBF20200915.pdf

図-5 コロナ禍収束後の旅行意向

Q. 新型コロナウイルスが収束したら、旅行に行きたいですか。



出所：公益財団法人日本交通公社観光地域研究部市場調査チーム
「新型コロナウイルス感染症流行下の日本人旅行者の動向(その6)～JTBF旅行実態調査結果より～」8頁、2020年8月27日
： https://www.jtb.or.jp/wp-content/uploads/2020/08/covid-19-japanese-tourists-6_JTBF20200827.pdf

2. 2019年の旅行市場

<日本人旅行市場の概要>

2019年の日本人の国内宿泊旅行者数は観光庁『旅行・観光消費動向調査』によると3億1,163万人（前年比7.1%増）と、前年を大幅に上回った。2017年から続いた2年連続の前年減から増加に転じたものの、実数では2015年、2016年の水準には戻っていない。ゴールデンウィークの日並びの良さが旅行需要を後押しした一方で、晩夏から秋季にかけて相次いだ自然災害や、10月からの消費税率の引き上げが需要を停滞させた。

一方で、海外旅行は2,008万人（前年比5.9%増）となり、前年に続き過去最高を記録した。なかでも10代、20代の男女と、50代女性、70代女性の伸び率が高い。1980年代後半から90年代前半にかけての海外旅行ブームを牽引した世代に時間や家計面でのゆとりが生まれ需要が顕在化してきたこと、その子世代の需要が誘発されたこと、そして1970年代初期に国内旅行における小京都ブームなどのムーブメントを創出した世代が今日の海外旅行市場を牽引していることなどがその要因として考えられる。

日本人の旅行市場を総じてみると、これまでに印象深い旅行を経験してきた層を中心に旅行意欲は旺盛であり、新たな旅行経験の機会をうかがう状況が顕在化してきた。人口減少に伴う総量の低減傾向を基調にしつつ、この先も休日・休暇の状況や、景気循環に応じながら市場規模は推移するものと考えられる。こうした中、若年層の海外旅行意欲に勢いがみられ（2000年代は若者の旅行離れが言われていた）、この先の旅行市場に明るい兆しをもたらしていることに注目していきたい。

<訪日外国人旅行市場の概要>

2019年の訪日外国人旅行者数は3,188万人（前年比2.2%増）であった。2012年以降2桁増が続いたものの、前年の8.7%増に続き伸び率は鈍化した。一人あたり消費額は15.9万円（前年比3.6%増）と、2015年をピークに減額傾向にあったが微増に転じた。旅行中に日本国内で支払う総消費額は4.8兆円となり、ここ数年に続き最高額を更新した。この額は日本人旅行者を含めた日本国内での旅行消費額27.9兆円の17.2%を占めることになる。

一方で、日本政府観光局（JNTO）調べによると、2019年10月から前年同月比が微減となる月が続いた。さらに2020年2月（前年同月比58.3%減）以降はコロナ禍の拡大により、訪日外国人旅行者数はほぼゼロに近づき、2020年の上半期（1-6月期）計の前年同期比は76.3%減となった。

<国際観光における日本>

国連世界観光機関（UNWTO）調べによる国際観光客到着数は、1位フランス89

百万人回(2018年値)、2位スペイン84百万人回、3位米国79百万人回と続き、日本は前年ランキングと同じ11位、アジアでは3位となった。国際観光収入をみると、1位米国2,141億USドル、2位スペイン797億USドル、3位フランス638億USドルなどに続き、日本は前年より順位を二つ上げて7位461億USドルとなった。(この数値は観光白書と異なるので要確認)

一方で、国際観光収入から国際観光支出を差し引いた額は252億USドル(前年比20.1%増)となり、前年の31.4%増に続き大幅増が続いている。この額は米国618億USドル、スペイン514億USドルには及ばないものの、観光大国といわれるフランス121億USドルを上回っている。なお、アジアではタイの観光による貿易黒字額463億USドルが際立っている。

<日本人の旅行意識>

日本人の旅行意識のうち、2019年の旅行実施を阻害した要因をみると(カッコ内は2017年実施調査との比較)、上位4項目は「仕事などで休暇がとれない(34.0%→31.0%)」、「家族・友人等と休日が重ならない(27.8%→28.0%)」、「家計の制約がある(29.3%→24.5%)」、「なんとなく旅行をしないままに過ぎた(28.0%→24.3%)」であり、これまで同様に「休日」「家計」「意識・意欲」の3つの要素が旅行需要を支えている。なお、このうち「家計の制約がある」は、10年前(37.5%)より大幅に減少していること、自分の休日・休暇、ネガティブな旅行意欲を挙げる声とともに小さくなっていることから、旅行需要を取り巻く環境は比較的穏やかだったと言って良いだろう。

さて、働き方改革が進む中でワークライフバランスが注目されるようになった。さらに、コロナ禍によってリモートワークが進み、生活スタイルを見直そうという機運もみられるようになった。これまで旅行・観光は余暇時間に日常生活圏外で行う行為としてとらえられてきたが、こうした概念を再考すべき状況にあるのかもしれない。

3. 観光産業

<旅行業>

2020年(4月1日時点)の旅行業者数は11,948社(前年比3.4%増)であった。このうち、着地型旅行商品を扱う地域限定旅行業者数は369社(前年比38.2%増)と数は少ないものの大幅増が続いている。主要旅行業者の取扱額(2019年度計)は、海外旅行(前年度比10.0%減)、国内旅行(8.3%減)となり、ともに減少した。四半期別にみると両者ともに第1四半期は前年増となったものの、第2四半期以降は前年割れが続いた。外国人旅行(4.9%増)は、年内はラグビーワールドカップにより好調だったが、2020年1-3月期はコロナ禍の影響を受けて前年割れした。なお、

主要旅行業者の部門別取扱額（2019年度計）のシェアは、海外旅行35.2%、外国人旅行4.7%、国内旅行60.1%であった。

業界をみると、OTAの台頭やITプラットフォーマーなどの新規参入が目立つとともに、従来の企業は旅行業以外のソリューションビジネスへの取り組みを活性化させている。

<運輸業>

運輸業のうち鉄道旅客数は、JR定期外旅客、JR新幹線旅客、民鉄定期外旅客はいずれも2012年度より増加傾向が続いていたが、2019年度は減少に転じた。

航空旅客数は、国内線においては幹線は前年度に続き微減、ローカル線は前年度まで好調が続いたものの減少となり、全体では前年度比2.0%減であった。国際線も同様に増加から7.4%の減少に転じた。これらの指標はいずれも年度値の推移であり、第4四半期のコロナ禍の影響が色濃くあらわれた。

2019年のクルーズ船の寄港回数は2,867回（前年比2.1%減）であった。またクルーズ船で入国した外国人旅客数は訪日客全体の6.7%に相当する215万人（前年比12.2%減）であった。クルーズ船利用者数は2014年頃から急増したが、2017年をピークに減少傾向にある。

<宿泊業>

2019年の延べ宿泊者数は5.96億人泊（前年比10.8%増）であった。タイプ別にみると旅館（4.4%減）はマイナスとなったが、ビジネスホテル（17.4%増）とシティホテル（11.4%増）、リゾートホテル（6.6%増）は大幅増である。延べ宿泊者数に占める外国人宿泊客のシェアと、外国人宿泊者数の前年比は、旅館（シェア9.0%、前年比5.5%減）、ビジネスホテル（シェア17.5%、前年比30.7%増）、シティホテル（シェア37.9%、前年比17.4%増）、リゾートホテル（シェア15.3%、前年比7.3%増）である。都市部のホテルの外国人宿泊客の需要増が顕著である。

4. 観光地と観光政策の概観

<国の観光政策>

政府による2016年3月策定の『明日の日本を支える観光ビジョン』に沿った2019年度の『観光ビジョン実現プログラム2019』は、新たに「①外国人が真の意味で楽しめる仕様に変えるための環境整備」「②地域の新しい観光コンテンツの開発」「③日本政府観光局と地域（自治体・観光地域づくり法人）の適切な役割分担と連携強化」「④地方誘客・消費拡大に資するその他主要施策」の分類により整理された。①の施策には「キャッシュレスの飛躍的改善」「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」「国立公園における多言語解説の整備・充実」など、具

体的な整備事業が列挙されている。②以降も基本的にはインバウンド対応が目立つが、④には「国内旅行促進による地域活性化に向けた検討」が挙げられており、リゾートテレワークやワーケーションに関する官民一体となった取り組みに向けた課題や方向性が示されている。

これら施策を推進するための2019年度の観光庁当初予算は665.6億円（前年比242%）であり、このうちの約7割に相当する485億円は2019年1月から運用が始まった国際観光旅客税を充当したものである。また、2019年12月の第1次補正予算では「オリパラ開催を起爆剤にした訪日プロモーション」に50億円が計上された。

<観光地マネジメントをめぐる動向>

観光振興のための独自財源として宿泊税の徴収や入湯税のかさ上げを導入する事例がみられるようになったが、2019年には取り組みに向けた議論がさらに活発化した。北海道では、2018年12月に道内で初めて宿泊税条例が成立した倶知安町に続き、札幌市、函館市、小樽市、富良野市、ニセコ町、美瑛町、斜里町など、道内の主要な観光対象を有する自治体で検討が始まった。

一方で、「地域自然資産法（2015年4月施行）」に基づき、特定地域への立ち入りにあたり入域料の支払いを要請する具体的な事例がみられるようになった。沖縄県竹富町では2019年6月に「竹富町地域自然環境保全事業及び自然環境トラスト活動に関する条例」を制定し、9月より竹富島への訪問客に対する任意の協力金の収受を開始した。全国初の取り組みである。訪問客は石垣港離島ターミナルと竹富港ターミナル内に設置された券売機で300円を支払うことになる。集めたお金は、島内の環境保全と乱開発防止にむけた土地の取得に充てられる。

誘客や観光地域づくりなどに地域単位で取り組むDMOは各地で意欲的な取り組みを推進している。観光庁は「世界水準のDMOのあり方に関する検討会」の中間とりまとめを踏まえて、観光地域づくり法人（「日本版DMO」の名称は「登録DMO（観光地域づくり法人）」に変更された）の登録制度を見直し、登録制度に関するガイドラインをとりまとめた。これにより、観光地域づくり法人の役割が明確化されるとともに、登録要件が厳格化された。ここには観光地域づくり法人は地域の稼ぐ力を引き出すとともに地域の誇りと愛着を醸成する地域経営の視点に立った観光地域づくりの司令塔であり、その目的は観光で地域が稼げる仕組みづくりやオーバーツーリズム対策を含めた環境整備をすることによって地域経済を持続的に成長させ活性化させること、と明記されている。また、これまでも継続的なデータの収集・分析の必要性が明示されていたが、新たに持続可能な観光地づくりの観点から、GSTC-D（Global Sustainable Tourism Criteria for Destination）を踏まえたKPI（Key Performance Indicator）の設定に触れている。指標の選択・設定、目標値の検討などを通じた地域主体の自律的な観光振興への取り組みに注目したい。

（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）…… 12

I-1 日本人の旅行市場の概況

- 1 旅行者数…… 13
 - 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）…… 14
 - (1) 旅行形態および費用負担からみた旅行市場
- 3 旅行市場区分（観光・レクリエーション）…… 15
 - (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 2019年の概況…… 17
 - (1) 国内旅行者の主要動向
 - (2) 主な要因
 - (3) 宿泊者数の内訳（性・年代別／出発月別／居住地別）
- 2 着地別（都道府県別）の旅行動向…… 20
 - (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…… 34

I-3 日本人の海外旅行

- 1 2019年の概況…… 41
 - (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…… 44
 - (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…… 55

I-4 日本人の旅行に対する意識

- 1 行ってみたい旅行…… 61
 - (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…… 67
- 3 旅行の阻害要因…… 69
- 4 新型コロナウイルス感染症流行が日本人の旅行意識に与えた影響…… 70
 - (1) 新型コロナによる日常生活への影響
 - (2) 新型コロナ収束後の旅行に対する意識

「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、期間中に観光・レクリエーション旅行を実施した人(調査会社のパネルより抽出)
 調査の対象とした旅行期間 : 2019年1～12月
 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 : 2019年4月実施(2019年1-3月期分の旅行内容)、2019年7月実施(同4-6月期の旅行内容)、
 2019年10月実施(同7-9月期の旅行内容)、2020年1月実施(同10-12月期の旅行内容)

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)	147	445	518	652	484	542	420	133	397	454	576	458	544	462	6,232
構成比(%)	2.4	7.1	8.3	10.5	7.8	8.7	6.7	2.1	6.4	7.3	9.2	7.3	8.7	7.4	100.0
年齢(歳)	男性							女性							合計
	16～19	20～29	30～39	40～49	50～59	60～69	70～79	16～19	20～29	30～39	40～49	50～59	60～69	70～79	
トリップ数(件)	212	719	804	1,013	770	805	613	201	602	655	821	661	816	672	9,364
構成比(%)	2.3	7.7	8.6	10.8	8.2	8.6	6.5	2.1	6.4	7.0	8.8	7.1	8.7	7.2	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)	72	275	305	393	313	357	280	84	240	299	380	316	383	305	4,002
構成比(%)	1.8	6.9	7.6	9.8	7.8	8.9	7.0	2.1	6.0	7.5	9.5	7.9	9.6	7.6	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)	83	342	356	467	347	401	317	98	290	326	418	346	426	342	4,559
構成比(%)	1.8	7.5	7.8	10.3	7.6	8.8	7.0	2.1	6.4	7.1	9.2	7.6	9.3	7.5	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。
 ※表中の数値は表示単位未満四捨五入の関係で、合計が一致しない場合がある。

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 : 郵送自記式調査
 調査項目 : 主に旅行に関する意識を調査
 調査時期 : 2020年5～6月実施
 回答者属性:

2020年	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)	34	91	113	150	120	137	100	22	78	111	127	116	149	124	1,472
構成比(%)	2.3	6.2	7.7	10.2	8.2	9.3	6.8	1.5	5.3	7.5	8.6	7.9	10.1	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。
 ※表中の数値は表示単位未満四捨五入の関係で、合計が一致しない場合がある。

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2.47回、
国内日帰り旅行2.18回、海外旅行0.16回

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

2019年の日本人の旅行平均回数は、国内宿泊旅行全体では2.47回/人、国内日帰り旅行全体では2.18回/人、海外旅行全体では0.16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左を参照。

●平均泊数

2019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2.26泊/人回、海外旅行全体では8.24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右を参照。

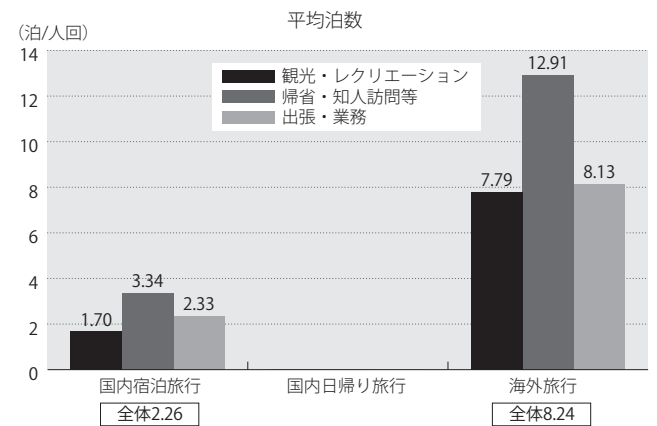
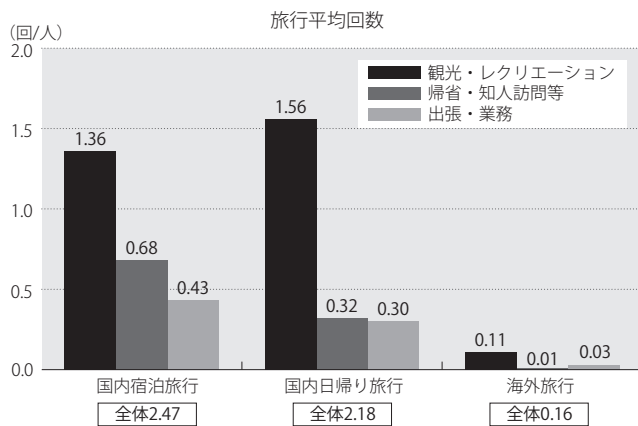
●延べ旅行者数

2019年の日本人の延べ旅行者数は、国内宿泊旅行全体では3億1,162万人回、国内日帰り旅行全体では2億7,548万人回、海外旅行全体では2,003万人回であった。いずれの旅行も、観光のシェアが5割から7割程度を占めた。また国内宿泊旅行のうち27.5%が帰省・知人訪問等、海外旅行のうち21.6%が出張・業務による旅行であった（図I-1-2左）。

●延べ泊数

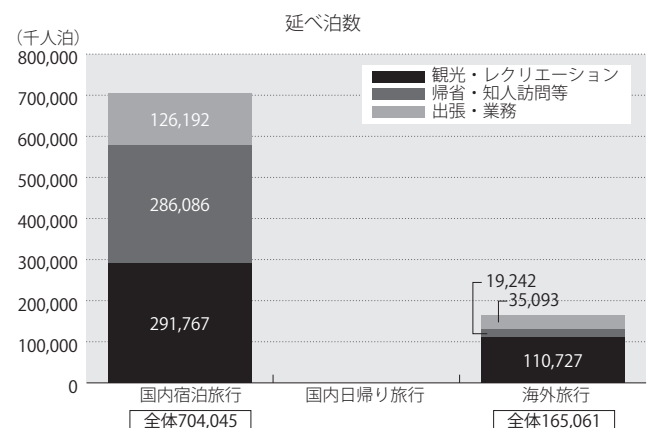
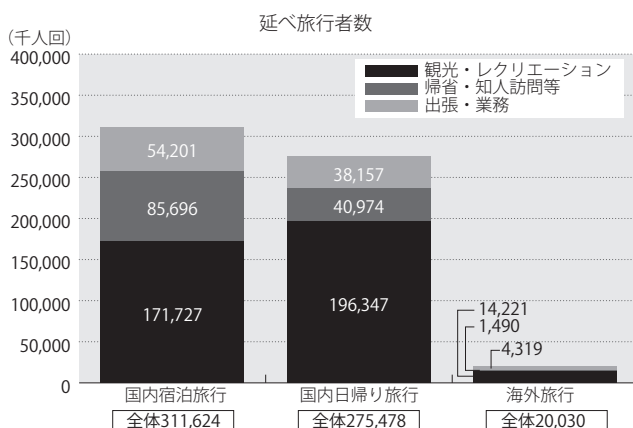
2019年の日本人の延べ泊数については、国内宿泊旅行全体では7億405万人泊、海外旅行全体では1億6,506万人泊であった。延べ旅行者数と比較して、帰省のシェアが増加、観光のシェアは減少する傾向にある（図I-1-2右）。

図I-1-1 旅行平均回数および平均泊数（2019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（2019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)

旅行全体の約半数が個人で実施する観光旅行

(1) 旅行形態および費用負担からみた旅行市場

第一に、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」「会社からみの団体旅行」「その他の旅行」の6種類に区分した。この5つの市場区分について、延べ旅行者数(単位:人回)をベースとしてそれぞれのシェアを算出すると、「個人で実施する観光旅行」が最も大きなシェアを占めていることが分かる。国内旅行では52.4%、海外旅行では54.6%が「個人で実施する観光旅行」であった。次点は国内・海外旅行ともに「出張・業務」、第三位は「帰省や家事のための旅行」であった(表I-1-1)。

第二に、旅行市場の構造を「費用負担者」と「旅行形態」の2つの視点から検討した。

まず旅行の費用負担者として「個人負担」と「法人負担」を想定し、それぞれの占める割合を延べ旅行者数(単位:人回)ベースで算出した。国内旅行においては全体の72.3%が、海外旅行においては全体の71.4%が、個人負担により実施された旅行であった(表I-1-2)。

次に旅行形態として「個人旅行」と「団体旅行」を想定し、それぞれの占める割合を延べ旅行者数(単位:人回)ベースで算出した。国内旅行では個人旅行が全体の83.9%、海外旅行では個人旅行が全体の78.0%を占めた(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(図I-1-3、図I-1-4)。個人の費用負担によって行われる個人旅行が、国内旅行では66.5%、海外旅行では63.3%を占めた。

表I-1-1 旅行形態に着目した旅行市場区分シェア(2019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。旅行会社のバック旅行に参加した場合も含める。	52.4	54.6
帰省や家事のための旅行	帰省や冠婚葬祭関連の旅行。(帰省ついでに行った観光旅行は観光・レクリエーション旅行)	14.1	8.7
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。	5.7	8.1
出張や業務旅行	打合せや会議、視察目的の旅行。	17.4	14.7
会社からみの団体旅行	職場旅行や招待、報奨旅行。団体で行動する旅行。	5.1	7.0
その他の旅行	上記のいずれにもあてはまらない旅行。	5.3	6.8

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(2019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	72.3	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	22.5	21.8
	会社からみの団体旅行		
その他の旅行		5.3	6.8

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(2019年)

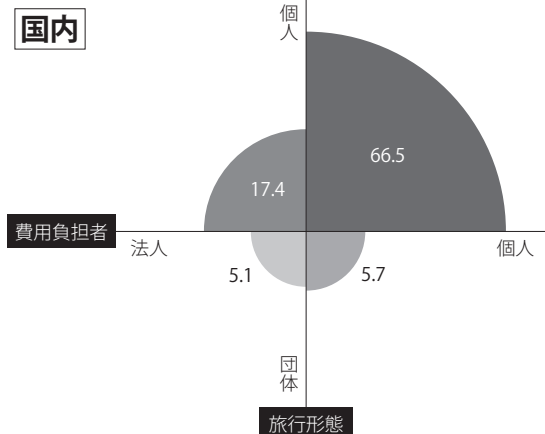
単位:(%)

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	83.9	78.0
	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	10.8	15.1
	会社からみの団体旅行		
その他の旅行		5.3	6.8

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(2019年)

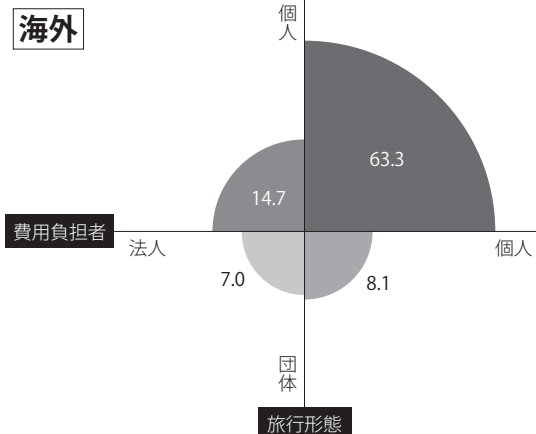
(単位:%)



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(2019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。特に家族旅行の場合、子ども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、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(配偶者や子どもの有無、子どもの年齢)」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)

セグメントごとのシェアを概観すると、国内旅行、海外旅行ともに、「夫婦・カップル旅行」のシェアが最も高く、次点は「家族旅行」となった(表I-1-5)。

各セグメントに着目した詳細分析は、国内旅行は34~40ページ、海外旅行は55~60ページに掲載した。

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家族旅行(乳幼児連れも含む)	子供連れ	小中高生の子あり
	18歳以上のみの家族旅行	子供連れ	末子が18歳以上
	※内、3世代家族旅行	親を連れて 3世代で	— —
夫婦・カップル旅行	カップルでの旅行	カップルで	—
	夫婦での旅行(子どもなし)	夫婦で	子供なし
	子育て中の夫婦での旅行	夫婦で	末子が18歳未満
	子育て後の夫婦での旅行	夫婦で	末子が18歳以上
友人旅行	未婚男性による友人旅行	友人や知人と	未婚男性
	既婚男性による友人旅行(子どもなし)	友人や知人と	既婚男性・子供なし
	子育て中の男性による友人旅行	友人や知人と	末子が18歳未満
	子育て後の男性による友人旅行	友人や知人と	末子が18歳以上
	未婚女性による友人旅行	友人や知人と	未婚女性
	既婚女性による友人旅行(子どもなし)	友人や知人と	既婚女性・子供なし
	子育て中の女性による友人旅行	友人や知人と	末子が18歳未満
	子育て後の女性による友人旅行	友人や知人と	末子が18歳以上
ひとり旅	男性のひとり旅	自分ひとりで	男性
	女性のひとり旅	自分ひとりで	女性

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

資料：(公財)日本交通公社作成

表I-1-5 観光・レクリエーション旅行の市場区分別のシェア

単位：(%)

マーケットセグメント		国内旅行	海外旅行
家族旅行	乳幼児の子どもと一緒に家族旅行(小中高生を含まない)	27.7	22.8
	小中高生の子どもと一緒に家族旅行(乳幼児連れも含む)	5.7	3.3
	18歳以上のみの家族旅行	11.7	8.8
	※内、3世代家族旅行	10.3	10.7
夫婦・カップル旅行		7.5	5.1
	カップルでの旅行	35.6	35.5
	夫婦での旅行(子どもなし)	9.3	6.6
	子育て中の夫婦での旅行	9.0	11.0
友人旅行	子育て後の夫婦での旅行	2.2	2.6
		15.2	15.3
	未婚男性による友人旅行	17.8	22.4
	既婚男性による友人旅行(子どもなし)	3.8	4.3
	子育て中の男性による友人旅行	0.9	0.9
	子育て後の男性による友人旅行	1.2	1.4
	未婚女性による友人旅行	2.1	2.5
	既婚女性による友人旅行(子どもなし)	4.4	6.5
ひとり旅	既婚女性による友人旅行	1.4	1.5
	子育て中の女性による友人旅行	0.4	0.7
	子育て後の女性による友人旅行	3.6	4.7
		16.9	17.2
その他	男性のひとり旅	11.1	10.4
	女性のひとり旅	5.8	6.8
全体	2.0	2.1	
	100.0	100.0	

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

資料：(公財)日本交通公社作成

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

(2) 性・年代別にみる同行者別の市場シェア

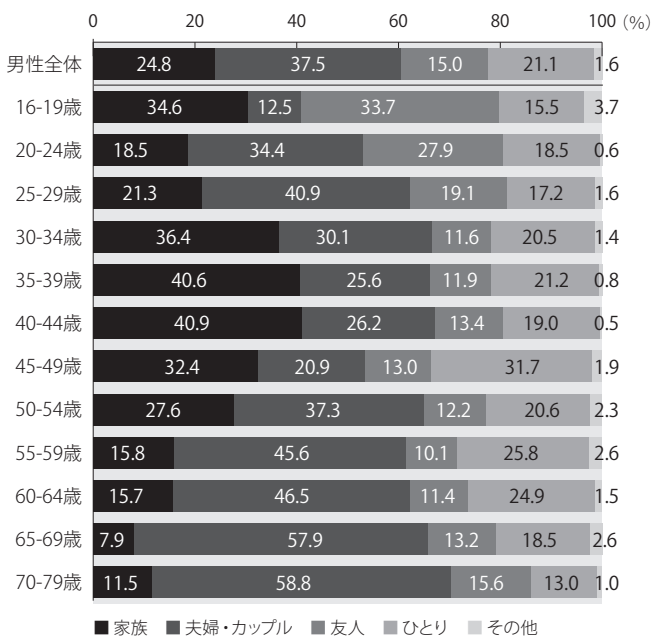
同行者は、年代の移り変わりに伴って変化する。国内旅行についてみると、20歳未満では家族や友人との旅行が中心であるが、20-24歳では家族旅行の割合が低下し、夫婦・カップル旅行の割合が増加する。30代では友人との旅行が減少し、家族旅行の割合が増加する。男女とも、30代から40代にかけて家族旅行が全体の3割超を占める。50代から60代にかけては家族旅行のシェアが減少し、夫婦・カップル旅行のシェアが拡大する。男性は69歳までの各年代でひとり旅の割合が女性よりも高く、15%から30%程度のシェアを占める。女性は25

歳以上の各年代において、35-39歳を除いて友人との旅行が占める割合が男性よりも高い。この傾向は50歳以上の各年代において顕著である。(図I-1-5、図I-1-6)。

海外旅行についても、基本的な傾向は国内旅行と同様である(図I-1-7、図I-1-8)。ただし20-24歳では男女とも友人との旅行の占める割合が国内旅行よりも高い。また全体として女性は友人旅行の割合が男性よりも高く、複数の年代で国内旅行よりも高い比率を示すなどの特徴がみられた。

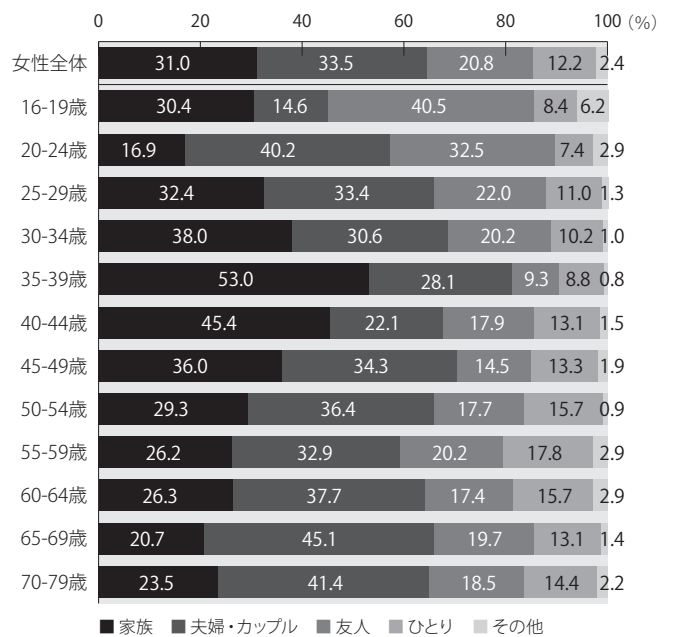
(那須将)

図I-1-5 国内旅行における年代別同行者(男性)



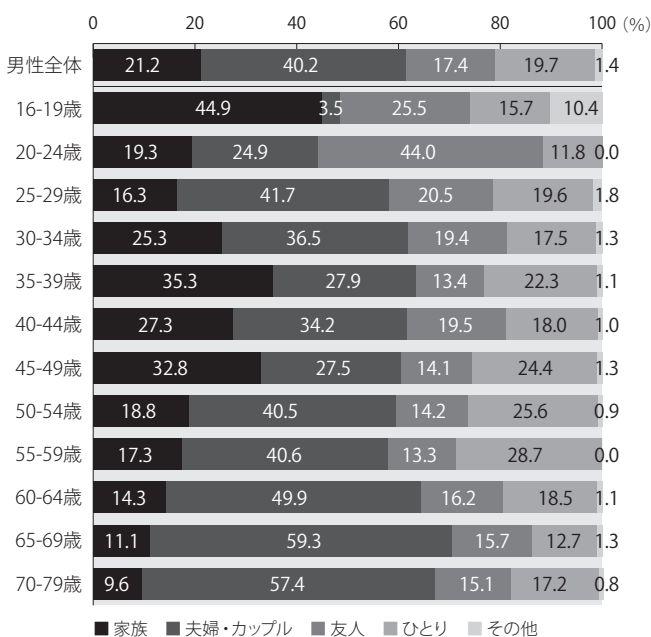
資料：(公財)日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

図I-1-6 国内旅行における年代別同行者(女性)



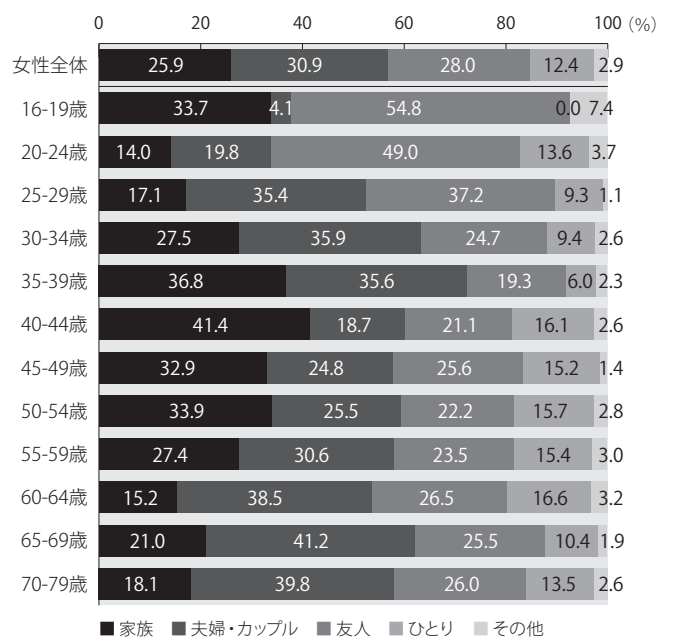
資料：(公財)日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

図I-1-7 海外旅行における年代別同行者(男性)



資料：(公財)日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

図I-1-8 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 2019年の概況

観光、帰省・知人訪問等、出張・業務、いずれも増加

(1) 国内旅行者の主要動向

観光庁の「旅行・観光消費動向調査」によると、2019年の宿泊をともなう国内延べ旅行者数は3億1,162万人回、前年比7.1%増となった。(表I-2-1)。

目的別にみても、観光・レクリエーション(以下、観光)の旅行者数は前年比4.1%増となり(図I-2-1)、帰省・知人訪問等及び出張・業務の旅行者数もそれぞれ増加した(表I-2-1)。宿泊旅行市場の5.5割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1億7,173万人回(前年1億6,501万人回)、国民1人当たりの旅行平均回数は1.36回/人(同1.30回/人)、国民1人当たりの平均宿泊数は2.31泊/人(同2.14泊/人)となり、1人当たりの旅行平均回数、平均宿泊数ともに、前年を上回った。

日帰り旅行についても増加に転じ、国内延べ日帰り旅行者数は前年比1.8%増の2億7,548万人回であった(表I-2-1)。

(2) 主な要因

月別の国内宿泊観光旅行の動向をみると、特に4~5月の増加幅が大きいことから、2019年の国内宿泊観光旅行者が増加した主な要因としては、新天皇即位・改元にともない、ゴールデンウィークが10連休であったことが挙げられる。

一方、9~10月は前年同期比マイナスとなっており、9月の千葉県を中心に長期間大規模停電が続いた「房総半島台風(台風15号)」、10月の東日本の広い範囲に多数の河川氾濫等の甚大な被害をもたらした「東日本台風(台風19号)」などの災害、10月の消費税の10%への引き上げなどが影響したと考えられる。

2020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、新型コロナウイルス感染症流行の影響を受け、前年同期比25.6%減と大幅な減少傾向にある(観光庁「旅行・観光消費動向調査」速報)。

新型コロナウイルス感染症流行の影響は拡大を続けており、夏に予定されていた東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会は延期が決定、4月には全国を対象とした緊急事態宣言が発出され、外出自粛や都道府県間の移動自粛の要請がされたこと、感染拡大リスクを考慮し夏秋以降の祭り・イベントなどの中止・延期が続出していること、7月になっても過去最多の新規感染者数を記録していることなどから、今後も非常に厳しい状況が予想される。

表I-2-1 日本人の国内旅行における延べ旅行者数

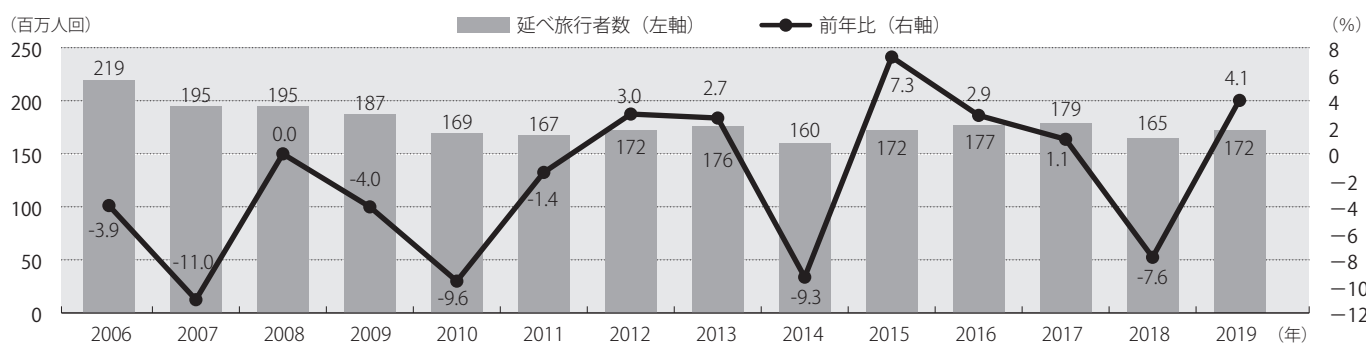
(単位:千人回)

	宿泊旅行				観光・レクリエーション				日帰り旅行							
	前年比(%)	前年比(%)	前年比(%)	前年比(%)	前年比(%)	前年比(%)	前年比(%)	前年比(%)	前年比(%)	前年比(%)	前年比(%)	前年比(%)				
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
2018年	291,052	△10.0	165,010	△7.6	79,798	△11.8	46,245	△14.8	270,727	△16.5	188,850	△9.0	40,018	△24.2	41,859	△34.4
2019年	311,624	7.1	171,727	4.1	85,696	7.4	54,201	17.2	275,478	1.8	196,347	4.0	40,974	2.4	38,157	△8.8

(注) 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(2020年7月20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

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、2006~2009年は国民1人あ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 2010~2019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)

19年の国内宿泊旅行全体を性・年代別にみると、男性

50代及び80代以上、女性10代以下及び60~70代以外は、前年と比べて増加となった。目的別にみると、性別問わず、観光、帰省・知人訪問等、出張・業務、いずれの目的にお

表I-2-2 性・年代別日本人国内宿泊旅行者数(2019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)	7,109	8,220	10,192	9,475	12,139	10,970	11,612	8,957	2,487	81,162
	前年比(%)	△2.4	6.9	△1.1	13.8	3.7	△3.1	2.0	9.8	△8.6	2.9
	旅行平均回数(回/人)	1.40	1.43	1.57	1.30	1.29	1.35	1.45	1.24	0.62	1.32
帰省・知人訪問等	延べ旅行者数(千人)	6,651	3,064	5,261	5,406	5,162	4,479	4,766	2,725	858	38,372
	前年比(%)	16.1	18.4	3.1	11.1	3.4	△5.9	17.9	20.3	34.7	9.7
	旅行平均回数(回/人)	1.31	0.53	0.81	0.74	0.55	0.55	0.59	0.38	0.21	0.62
出張・業務	延べ旅行者数(千人)	215	590	3,802	10,340	12,130	10,904	5,314	1,305	103	44,703
	前年比(%)	18.5	39.2	4.1	41.2	8.6	0.3	20.4	△0.3	△41.5	13.6
	旅行平均回数(回/人)	0.04	0.10	0.59	1.41	1.29	1.34	0.66	0.18	0.03	0.73
宿泊旅行全体	延べ旅行者数(千人)	13,974	11,874	19,255	25,221	29,431	26,353	21,693	12,988	3,448	164,238
	前年比(%)	7.3	10.9	1.0	23.0	5.6	△2.2	9.4	10.7	△2.4	7.2
	旅行平均回数(回/人)	2.75	2.07	2.97	3.45	3.13	3.25	2.70	1.79	0.86	2.67

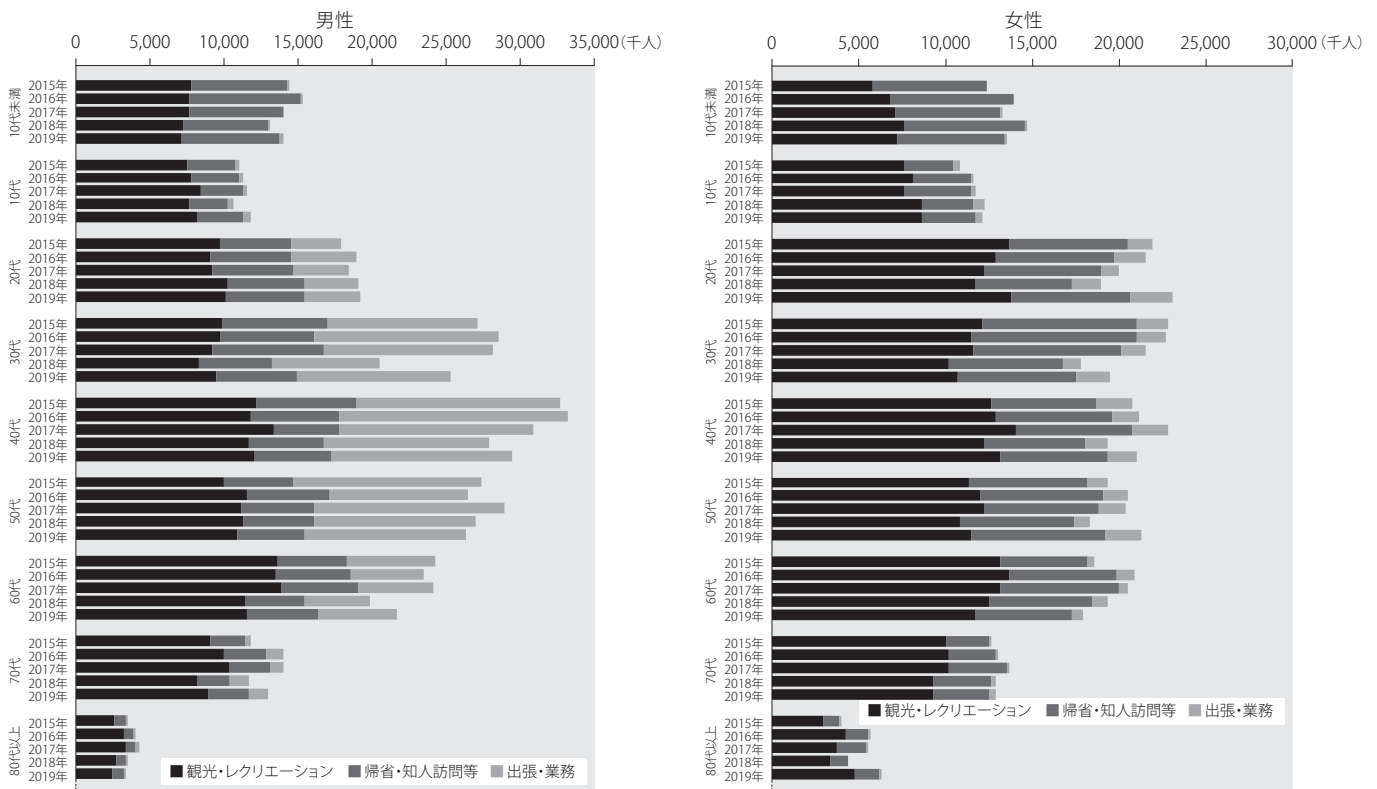
女性		年代									全体
		10代未満	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代	80代以上	
観光・レクリエーション	延べ旅行者数(千人)	7,174	8,572	13,751	10,698	13,131	11,482	11,731	9,283	4,743	90,565
	前年比(%)	△5.5	0.3	16.8	5.9	7.2	6.2	△6.2	0.8	42.7	5.2
	旅行平均回数(回/人)	1.48	1.57	2.25	1.51	1.43	1.42	1.40	1.09	0.66	1.40
帰省・知人訪問等	延べ旅行者数(千人)	6,260	3,171	6,902	6,887	6,260	7,687	5,495	3,265	1,398	47,323
	前年比(%)	△10.0	4.9	26.2	3.6	9.1	17.2	△7.7	△4.6	31.6	5.6
	旅行平均回数(回/人)	1.29	0.58	1.13	0.97	0.68	0.95	0.65	0.38	0.19	0.73
出張・業務	延べ旅行者数(千人)	13	337	2,457	1,844	1,595	2,123	675	309	143	9,498
	前年比(%)	△0.6	△51.7	42.0	88.0	17.7	113.4	△22.0	27.7	-	37.6
	旅行平均回数(回/人)	0.00	0.06	0.40	0.26	0.17	0.26	0.08	0.04	0.02	0.15
宿泊旅行全体	延べ旅行者数(千人)	13,448	12,080	23,110	19,429	20,987	21,292	17,901	12,857	6,284	147,387
	前年比(%)	△7.8	△1.5	21.8	9.6	8.5	16.0	△7.4	△0.2	43.3	6.9
	旅行平均回数(回/人)	2.78	2.21	3.79	2.74	2.29	2.64	2.13	1.51	0.88	2.27

(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(2020年7月20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

いても増加した。

観光に絞って前年からの伸び率をみると、特に、男性30代、女性20代及び80代以上で大きく増加した。シェアで見ると、男性は40代、女性は20代が最大となった。

●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みると、1~3月以外は、前年同月と比べてプラスとなった。

観光目的に絞ってみると、特に増加率が高いのはゴールデンウィークが10連休となった5月と4月で、それぞれ前年同月比32.1%増、14.0%増となった。

●居住地別(表I-2-3)

国内宿泊旅行全体についてみると、近畿、四国、沖縄以外は、前年比プラスとなった。

日本の宿泊旅行市場全体の4割のシェアを占める巨大マーケット、関東地方においては、観光目的が前年比5.9%増、帰省・知人訪問等が同13.0%増、出張・業務が同30.4%増となり、宿泊旅行全体では同11.4%増となった。

観光目的に絞ってみると、北陸信越、近畿、中国、沖縄以外はプラスであった。特に、九州(前年比11.6%増)、北海道(同9.5%増)、中部(同9.3%増)の増加率が高い。

表I-2-3 出発月・居住地別日本人国内宿泊旅行者数(2019年)

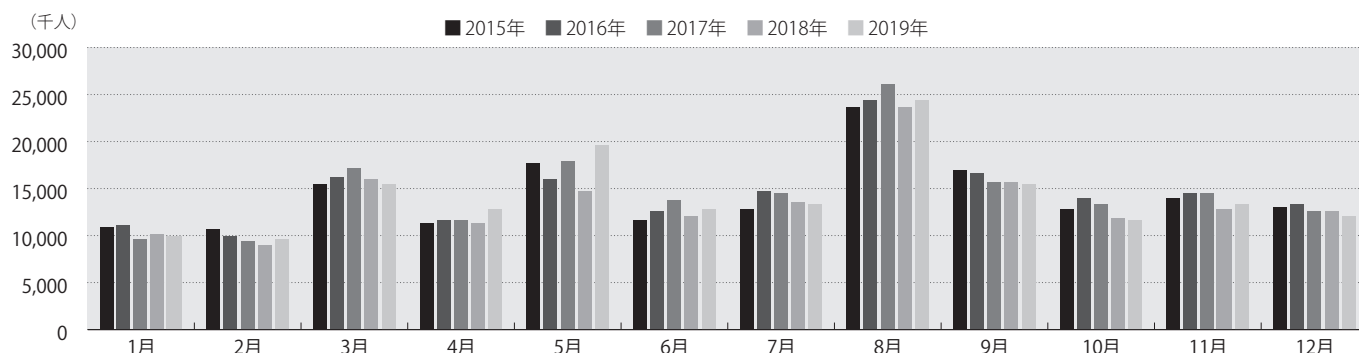
出発月		1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	全体
観光・レクリエーション	延べ旅行者数(千人)	9,988	9,659	15,542	13,030	19,684	12,886	13,503	24,627	15,677	11,686	13,323	12,122	171,727
	前年比(%)	△3.3	7.3	△3.8	14.0	32.1	6.4	△1.3	3.2	△1.0	△2.5	3.0	△5.3	4.1
	旅行平均回数(回/人)	0.08	0.08	0.12	0.10	0.16	0.10	0.11	0.20	0.12	0.09	0.11	0.10	1.36
帰省・知人訪問等	延べ旅行者数(千人)	9,825	3,678	6,177	6,195	10,772	5,660	4,986	14,944	6,182	4,588	5,336	7,352	85,696
	前年比(%)	2.8	1.4	△20.0	16.9	22.4	14.5	△3.4	4.9	△2.4	18.5	30.3	19.9	7.4
	旅行平均回数(回/人)	0.08	0.03	0.05	0.05	0.09	0.04	0.04	0.12	0.05	0.04	0.04	0.06	0.68
出張・業務	延べ旅行者数(千人)	2,812	2,877	3,488	4,137	5,106	6,177	4,918	4,678	5,545	4,932	5,187	4,344	54,201
	前年比(%)	△7.1	△29.3	△14.6	8.4	36.9	24.2	28.1	34.1	42.2	33.9	33.9	15.4	17.2
	旅行平均回数(回/人)	0.02	0.02	0.03	0.03	0.04	0.05	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04	0.03	0.43
宿泊旅行全体	延べ旅行者数(千人)	22,624	16,214	25,207	23,363	35,562	24,723	23,408	44,250	27,404	21,205	23,846	23,818	311,624
	前年比(%)	△1.3	△2.9	△9.8	13.7	29.6	12.3	3.2	6.4	5.1	8.5	14.1	5.0	7.1
	旅行平均回数(回/人)	0.18	0.13	0.20	0.19	0.28	0.20	0.19	0.35	0.22	0.17	0.19	0.19	2.47

居住地		北海道	東北	関東	北陸信越	中部	近畿	中国	四国	九州	沖縄	全体
観光・レクリエーション	延べ旅行者数(千人)	7,221	11,576	68,998	9,121	21,136	26,644	7,682	4,199	14,288	863	171,727
	前年比(%)	9.5	6.1	5.9	△5.9	9.3	△2.3	△5.4	2.9	11.6	△16.5	4.1
	旅行平均回数(回/人)	1.37	1.32	1.57	1.40	1.34	1.30	1.05	1.12	1.11	0.60	1.36
帰省・知人訪問等	延べ旅行者数(千人)	4,001	5,921	33,610	4,414	8,534	12,143	5,031	2,192	9,324	526	85,696
	前年比(%)	△7.9	△2.0	13.0	33.4	△13.6	6.0	14.5	△17.4	23.5	21.5	7.4
	旅行平均回数(回/人)	0.76	0.68	0.76	0.68	0.54	0.59	0.69	0.58	0.73	0.36	0.68
出張・業務	延べ旅行者数(千人)	3,733	3,743	21,011	2,071	6,981	6,686	3,707	1,332	4,629	307	54,201
	前年比(%)	46.3	22.1	30.4	4.4	61.0	△19.5	42.6	△16.2	△12.8	△23.6	17.2
	旅行平均回数(回/人)	0.71	0.43	0.48	0.32	0.44	0.33	0.51	0.36	0.36	0.21	0.43
宿泊旅行全体	延べ旅行者数(千人)	14,955	21,240	123,619	15,607	36,650	45,474	16,420	7,724	28,240	1,696	311,624
	前年比(%)	10.9	6.1	11.4	4.1	9.3	△3.3	8.6	△7.2	10.1	△9.2	7.1
	旅行平均回数(回/人)	2.83	2.43	2.80	2.40	2.33	2.21	2.25	2.06	2.20	1.17	2.47

(注) 表中のデータについては表1-2-2注と同じ。

資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」をもとに(公財)日本交通公社作成

図I-2-3 出発月別日本人国内宿泊観光・レクリエーションにおける延べ旅行者数の推移



(注) 図中のデータについては表1-2-2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

37都道府県で延べ宿泊者数増加

県において、前年より増加した。前年比20%以上増加したのは、京都、島根、福岡、沖縄であった。

一方、日本人延べ宿泊者数が前年より減少したのは10県。減少幅が1割を超えたのは、鳥取、山口であった。

(各地の詳細な動向については、第IV編観光地参照。)

(1) 都道府県別国内宿泊者数

日本人延べ宿泊者数をみると、47都道府県のうち37都道府

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	2015年		2016年		2017年		2018年		2019年	
		前年比		前年比		前年比		前年比		前年比
北海道	26,950	△ 0.5	27,000	0.2	27,247	0.9	26,974	△ 1.0	28,178	4.5
青森	4,887	10.1	4,846	△ 0.8	4,305	△ 11.2	4,710	9.4	4,249	△ 9.8
岩手	6,050	4.1	6,109	1.0	5,770	△ 5.6	5,840	1.2	5,933	1.6
宮城	10,630	4.8	9,566	△ 10.0	8,742	△ 8.6	10,003	14.4	10,371	3.7
秋田	3,397	△ 8.7	3,333	△ 1.9	3,060	△ 8.2	3,382	10.5	3,515	3.9
山形	5,898	0.8	5,356	△ 9.2	5,143	△ 4.0	5,268	2.4	5,338	1.3
福島	11,417	3.6	10,120	△ 11.4	10,266	1.4	11,220	9.3	12,443	10.9
茨城	5,540	3.2	5,384	△ 2.8	5,422	0.7	5,638	4.0	6,082	7.9
栃木	10,057	6.7	10,064	0.1	9,874	△ 1.9	9,146	△ 7.4	9,205	0.6
群馬	8,668	2.2	8,437	△ 2.7	8,539	1.2	8,016	△ 6.1	8,356	4.2
埼玉	4,172	4.0	4,303	3.1	4,118	△ 4.3	4,682	13.7	5,217	11.4
千葉	19,073	2.9	18,536	△ 2.8	19,462	5.0	21,470	10.3	24,431	13.8
東京	41,527	1.1	39,455	△ 5.0	39,080	△ 1.0	42,915	9.8	49,631	15.7
神奈川	16,910	△ 4.8	16,585	△ 1.9	16,859	1.6	20,268	20.2	20,635	1.8
新潟	9,997	5.5	9,938	△ 0.6	9,949	0.1	9,366	△ 5.9	10,450	11.6
富山	3,783	13.0	3,186	△ 15.8	3,348	5.1	3,474	3.8	3,450	△ 0.7
石川	8,212	14.1	8,073	△ 1.7	7,801	△ 3.4	8,157	4.6	8,216	0.7
福井	4,108	9.3	3,655	△ 11.0	3,516	△ 3.8	3,981	13.2	4,046	1.6
山梨	7,174	8.3	6,982	△ 2.7	6,323	△ 9.4	6,652	5.2	7,017	5.5
長野	18,266	6.0	16,670	△ 8.7	16,878	1.2	16,798	△ 0.5	16,475	△ 1.9
岐阜	5,847	6.3	5,371	△ 8.1	5,019	△ 6.6	5,367	6.9	5,644	5.2
静岡	20,790	2.7	19,667	△ 5.4	19,156	△ 2.6	20,068	4.8	20,936	4.3
愛知	14,275	2.7	14,166	△ 0.8	14,925	5.4	14,160	△ 5.1	15,704	10.9
三重	9,067	5.2	8,953	△ 1.3	7,913	△ 11.6	8,560	8.2	8,211	△ 4.1
滋賀	4,916	11.8	4,350	△ 11.5	4,007	△ 7.9	4,419	10.3	4,592	3.9
京都	13,676	△ 0.1	13,047	△ 4.6	12,905	△ 1.1	14,183	9.9	18,725	32.0
大阪	21,400	△ 3.5	21,002	△ 1.9	20,991	0.0	24,774	18.0	29,501	19.1
兵庫	12,957	△ 0.8	12,639	△ 2.5	12,695	0.4	12,132	△ 4.4	13,050	7.6
奈良	2,294	8.0	2,214	△ 3.5	2,087	△ 5.8	2,134	2.2	2,191	2.7
和歌山	4,302	3.1	4,108	△ 4.5	4,342	5.7	4,548	4.7	4,666	2.6
鳥取	2,891	△ 3.1	2,889	△ 0.1	2,908	0.6	3,368	15.8	2,703	△ 19.7
島根	3,375	5.7	3,408	1.0	3,202	△ 6.1	2,904	△ 9.3	3,538	21.8
岡山	4,993	△ 5.4	5,065	1.4	5,043	△ 0.4	5,145	2.0	5,174	0.6
広島	8,681	6.7	8,753	0.8	8,552	△ 2.3	8,662	1.3	10,308	19.0
山口	4,738	6.9	4,571	△ 3.5	4,291	△ 6.1	4,229	△ 1.4	3,658	△ 13.5
徳島	2,257	△ 20.4	2,314	2.5	2,005	△ 13.3	2,108	5.1	2,435	15.5
香川	3,866	16.4	3,422	△ 11.5	3,005	△ 12.2	3,502	16.5	3,888	11.0
愛媛	3,667	3.9	3,895	6.2	4,288	10.1	4,020	△ 6.3	4,169	3.7
高知	2,754	△ 3.9	2,746	△ 0.3	2,642	△ 3.8	2,935	11.1	2,808	△ 4.3
福岡	13,783	△ 0.7	13,802	0.1	14,868	7.7	13,365	△ 10.1	16,158	20.9
佐賀	2,861	4.2	2,791	△ 2.5	2,626	△ 5.9	2,361	△ 10.1	2,442	3.4
長崎	7,800	14.3	6,658	△ 14.6	7,074	6.2	6,995	△ 1.1	6,496	△ 7.1
熊本	6,416	0.3	6,756	5.3	6,810	0.8	7,040	3.4	6,698	△ 4.9
大分	6,614	16.0	6,025	△ 8.9	5,686	△ 5.6	6,332	11.4	6,696	5.7
宮崎	3,590	8.1	3,398	△ 5.4	3,601	6.0	3,832	6.4	3,994	4.2
鹿児島	7,557	4.0	6,721	△ 11.1	7,353	9.4	8,034	9.3	7,526	△ 6.3
沖縄	16,379	△ 7.7	16,767	2.4	16,492	△ 1.6	20,590	24.8	25,115	22.0

(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」による。

①旅行先とマーケットセグメント(表I-2-5)

全体的な傾向としては概ね前年と変わらない。都道府県別にみると、多くの都道府県で『夫婦・カップルでの旅行』の比率が最も高く、42道府県でトップシェアとなった。特に、「島根」では全体よりも10ポイント以上高く、その他、東北地方の「秋田」「山形」、北関東の「栃木」「群馬」、富山の「富山」「静岡」「滋賀」「奈良」「佐賀」でも高いシェアとなった。さらに詳しくみると、『夫婦旅行（子育て後）』は「島根」では、全体に比べて15ポイント以上高い。

『家族旅行』がトップシェアとなったのは、「茨城」「埼玉」「千葉」「大分」であった。さらに詳しくみると、『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「鳥取」「大分」で、『3世代の家族旅行』は「岩手」「福島」「埼玉」「千葉」「石川」「大分」で、全体の比率と比べて高い値を示した。

『友人や知人との旅行』についてみると、「青森」「茨城」「滋賀」が全体に比べてやや高い傾向にあった。

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

②旅行先と居住地(表I-2-6)

旅行者の居住地の全体的な傾向としては概ね前年と変わらない。人口の多い南関東が3割を占めており、近畿1.5割強、東海および九州・沖縄がそれぞれ1割と続く。来訪者の居住地特性は都道府県ごとに異なるが、いずれの地域においても大都市居住者（南関東・近畿）と近隣居住者が重要なマーケットとなっている。

北海道・東北地方はいずれも当該エリアおよび南関東在住の旅行者のシェアが高い。

関東および甲信越地方においては、「東京」を除き南関東在住のシェアが最も高く、特に「栃木」「群馬」「山梨」では半数以上を占める。次点をみると、北関東は近隣居住者である北関東在住者の比率が高いが、南関東は近畿や東海、九州在住のシェアが高い。「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。

北陸および東海地方では、東京と大阪という大都市に挟まれている立地の影響が表れる。関東地方に隣接する「静岡」

では南関東からの旅行者が過半数を占めるが、近畿地方に隣接する「岐阜」「三重」では東海・近畿在住の旅行者が多い。

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在住者の比重が大きい。一方、「京都」「大阪」には南関東から多くの旅行者が訪れる。

中国および四国地方は、近畿地方からの旅行者も多くを占め、近隣居住者とともに主要なマーケットとなっている。なお、「広島」「山口」は近畿よりも南関東のシェアが高い。

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

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、旅行の楽しみのトップは『おいしいものを食べること』で約2割を占め、2番手は『温泉に入ること』で約1.5割であった。次いで、『自然景観を見ること』『文化的な名所（史跡、社寺仏閣など）を見ること』『観光・文化施設（水族館や美術館、テーマパークなど）を訪れること』となり、これらそれぞれは約1割の比率であった。

最も楽しみにしていたことについて都道府県別にみると、1つの目的のシェアが4割を超えたのは「群馬」「佐賀」「大分」の『温泉に入ること』、「京都」「奈良」の『文化的な名所を見ること』、であった。一方、「山形」「埼玉」「岡山」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、加賀料理や寿司に代表される「石川」、讃岐うどんや骨付鳥に代表される「香川」、博多の屋台やもつ鍋に代表される「福岡」で特徴的な楽しみであり、全体に比べ10ポイント以上高い。

『温泉に入ること』は、草津・伊香保温泉などを有する「群馬」、嬉野・武雄温泉などを有する「佐賀」、別府・由布院温泉などを有する「大分」で4割以上を占め、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、「青森」「鳥取」で3割弱を占め、かつ、全体に比べ15ポイント以上高い。

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

『観光・文化施設を訪れること』は、東京ディズニーリゾートのある「千葉」で全体より15ポイント以上、ユニバーサル・スタジオ・ジャパンのある「大阪」で全体より10ポイント以上高い値となった。

『スポーツやアウトドア活動を楽しむこと』は「新潟」「高知」、『芸術・音楽・スポーツなどの観劇・鑑賞・観戦』は「東京」でのシェアが高い。

表I-2-5 旅行先別のマーケットセグメント(同行者×ライフステージ)

(単位: %)

同行者 旅行先	家族旅行					夫婦・カップルでの旅行					友人や知人との旅行							ひとり旅		その他	サンプル数			
	子ども連れ		大人のみのみ	※3世代		カップル	夫婦旅行(子どもなし)	子育て中	子育て後	男性			女性				男性	女性						
	(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			未婚	既婚(子どもなし)	子育て中
			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						
全体	27.7	5.7	11.7	10.3	7.5	35.6	9.3	9.0	2.2	15.2	17.8	3.8	0.9	1.2	2.1	4.4	1.4	0.4	3.6	16.9	11.1	5.8	2.0	(9364)
前年	26.7	5.2	12.0	9.5	7.5	36.1	8.7	9.8	2.1	15.5	18.7	4.4	1.1	0.9	2.7	4.1	1.2	0.4	3.9	16.5	11.0	5.4	2.1	(9666)
北海道	30.8	5.1	14.2	11.5	9.4	32.3	6.3	8.4	2.8	14.7	16.4	3.3	0.7	1.1	1.5	4.6	1.7	0.2	3.3	18.8	13.9	4.8	1.8	(810)
青森県	21.2	0.5	9.8	10.9	7.6	37.6	9.2	6.2	3.3	18.9	23.4	3.9	1.4	3.7	2.2	2.5	2.3	0.7	6.8	15.1	13.2	1.8	2.8	(177)
岩手県	32.2	8.9	10.5	12.8	14.2	38.6	7.9	7.3	4.2	19.2	14.2	2.3	0.3	1.4	3.5	1.0	1.9	0.0	3.8	11.9	8.3	3.6	3.2	(225)
宮城県	26.5	5.7	8.8	12.1	9.9	35.9	6.3	10.3	2.7	16.7	17.6	6.5	0.6	1.6	0.9	3.1	1.9	0.3	2.6	18.8	13.3	5.5	1.2	(290)
秋田県	22.0	5.4	7.6	9.1	9.0	44.5	12.7	4.1	6.5	21.2	14.5	3.6	0.4	0.0	3.4	2.8	0.7	0.0	3.5	15.3	9.9	5.4	3.6	(172)
山形県	28.0	3.9	12.9	11.2	8.4	41.9	11.4	4.9	7.0	18.7	16.3	2.6	0.5	0.9	4.9	3.0	0.5	0.5	3.5	12.1	11.1	1.0	1.7	(184)
福島県	32.8	6.9	14.5	11.5	13.6	35.9	4.5	8.2	4.4	18.8	14.1	3.5	0.3	0.8	2.2	3.0	0.4	0.4	3.6	14.3	11.7	2.6	2.9	(243)
茨城県	35.4	5.5	14.9	15.0	10.1	31.6	8.3	9.4	1.8	12.1	23.0	10.6	0.0	2.5	1.1	7.0	0.5	0.0	1.3	9.3	4.8	4.5	0.7	(142)
栃木県	29.4	6.6	11.1	11.7	9.5	45.2	9.6	10.6	4.2	20.9	17.3	4.4	0.8	0.7	2.1	4.0	0.9	0.8	3.6	5.3	3.9	1.5	2.9	(334)
群馬県	25.7	4.9	8.6	12.2	7.5	44.3	11.1	12.2	2.3	18.8	18.8	5.9	1.0	1.2	1.6	4.3	1.7	1.2	1.9	9.4	6.9	2.5	1.7	(280)
埼玉県	35.7	9.5	14.1	12.1	14.2	27.7	9.2	5.8	1.8	10.9	12.3	3.9	0.7	0.0	0.8	3.0	1.4	1.2	1.4	22.6	13.0	9.6	1.7	(146)
千葉県	44.9	12.5	22.1	10.3	14.7	27.0	9.4	6.7	1.6	9.2	15.1	3.9	0.7	0.7	1.8	4.3	0.8	0.3	2.5	10.3	6.6	3.8	2.8	(393)
東京都	20.8	3.7	9.7	7.3	5.3	29.1	9.1	7.1	1.6	11.3	18.5	4.9	0.9	1.1	1.0	5.5	1.3	0.5	3.3	30.5	17.5	13.1	1.2	(979)
神奈川県	26.1	3.9	12.4	9.8	6.6	37.0	13.1	7.3	2.2	14.4	20.1	4.6	1.3	1.0	1.2	4.4	1.4	0.8	5.4	14.5	9.2	5.3	2.3	(494)
新潟県	27.8	6.8	9.9	11.1	6.1	34.4	8.6	10.1	1.5	14.3	19.1	4.8	0.8	1.1	3.6	3.4	0.6	0.6	4.1	15.7	12.1	3.6	3.0	(201)
富山県	23.8	2.8	8.4	12.6	8.1	42.4	12.2	10.7	2.7	16.8	21.2	3.5	0.6	1.1	2.7	3.5	2.2	0.0	7.6	12.6	8.7	3.9	0.0	(159)
石川県	29.5	4.5	12.9	12.1	13.1	39.3	11.7	8.6	1.9	17.1	17.6	4.5	0.4	1.4	4.5	4.5	0.4	0.0	1.7	10.0	6.5	3.5	3.7	(266)
福井県	30.6	4.8	19.0	6.9	10.7	34.3	8.2	7.9	1.6	16.6	15.3	4.9	2.1	1.4	3.0	2.6	0.0	0.5	0.8	14.4	12.4	2.0	5.3	(133)
山梨県	30.5	5.8	14.2	10.5	8.8	33.8	8.0	10.1	2.2	13.5	20.4	3.0	1.3	1.7	3.3	4.9	0.0	0.8	5.5	14.7	11.5	3.1	0.6	(227)
長野県	27.7	5.3	9.3	13.1	7.4	36.8	5.8	9.4	1.9	19.7	20.7	3.4	2.0	1.2	2.6	3.5	1.0	0.5	6.4	13.5	9.8	3.6	1.4	(467)
岐阜県	28.9	6.8	13.3	8.8	7.9	39.7	6.3	6.8	3.8	22.9	14.9	5.8	0.9	0.4	1.0	1.4	0.7	0.0	4.8	14.0	8.7	5.3	2.4	(181)
静岡県	30.0	5.8	13.2	11.0	10.4	42.0	11.6	13.2	1.7	15.6	18.5	3.8	0.2	1.7	2.4	3.6	2.2	0.2	4.4	8.9	7.1	1.8	0.6	(502)
愛知県	24.9	4.9	13.7	6.4	8.7	35.3	9.5	9.7	1.5	14.6	19.8	2.4	0.7	0.8	2.6	7.2	1.0	1.0	4.1	19.2	12.5	6.8	0.8	(291)
三重県	33.0	10.5	14.5	8.0	11.1	37.6	9.4	10.0	1.4	16.8	18.0	1.9	1.3	0.6	1.5	5.7	2.8	0.9	3.3	9.0	6.4	2.6	2.4	(216)
滋賀県	18.8	6.0	6.4	6.4	5.2	43.5	12.5	7.6	2.7	20.6	23.9	5.3	2.3	1.2	2.2	3.0	1.0	1.7	7.2	12.8	9.0	3.7	1.0	(133)
京都府	21.7	3.2	8.5	10.0	5.5	38.0	12.1	9.1	2.0	14.8	22.2	6.3	1.0	0.6	1.6	5.1	2.2	0.6	4.8	17.2	9.6	7.6	0.9	(554)
大阪府	26.9	4.7	13.4	8.8	5.7	32.5	11.4	8.4	2.2	10.5	15.8	5.1	0.4	0.9	0.9	5.3	1.0	0.6	1.7	23.4	16.4	7.0	1.4	(565)
兵庫県	24.7	4.0	10.1	10.6	7.2	39.1	9.2	9.4	1.7	18.8	17.8	3.8	1.2	0.6	2.2	5.8	1.1	0.0	3.2	15.6	10.7	4.9	2.8	(385)
奈良県	17.9	5.2	5.9	6.8	2.8	41.2	8.1	5.6	4.0	23.6	16.8	2.1	0.0	0.8	3.0	4.8	2.3	0.7	3.3	22.0	14.6	7.4	2.1	(134)
和歌山県	29.3	6.8	9.1	13.3	7.1	34.8	8.2	11.5	0.7	14.4	16.5	2.3	1.3	1.7	1.6	2.7	1.9	0.0	5.0	17.2	12.8	4.4	2.2	(197)
鳥取県	33.1	4.7	9.2	19.1	8.2	40.2	12.7	6.6	2.6	18.3	11.7	0.9	0.0	1.6	4.0	0.8	1.2	0.0	3.2	11.6	10.8	0.9	3.4	(106)
島根県	22.7	4.0	6.1	12.7	7.8	49.8	10.2	7.9	1.4	30.2	8.3	0.8	0.0	0.8	1.4	0.9	0.8	0.0	3.5	16.8	12.6	4.2	2.4	(112)
岡山県	21.5	2.8	8.1	10.6	5.6	40.0	10.8	7.2	1.6	20.4	17.5	2.4	0.5	2.5	3.0	5.8	0.8	0.0	2.5	16.9	13.8	3.2	4.1	(149)
広島県	23.0	4.1	9.3	9.6	5.4	38.5	14.2	7.3	1.1	15.8	16.1	2.0	0.7	1.4	3.2	4.8	0.6	0.3	3.1	20.7	14.5	6.2	1.7	(224)
山口県	27.3	6.5	8.4	12.5	6.6	39.2	6.9	4.7	2.9	24.7	12.6	0.0	0.8	1.4	1.9	5.7	1.6	0.6	0.8	19.9	9.6	10.4	1.0	(120)
徳島県	19.3	5.9	5.0	8.3	5.3	37.1	6.2	9.4	0.0	21.5	12.2	5.8	0.0	0.0	2.9	1.4	2.1	0.0	0.0	24.8	18.0	6.8	6.6	(88)
香川県	22.0	5.1	8.6	8.3	6.1	36.6	11.0	4.9	3.4	17.3	22.2	6.3	0.0	0.9	2.6	5.1	4.0	0.5	2.7	16.9	10.8	6.0	2.4	(136)
愛媛県	18.1	5.0	6.6	6.6	4.0	35.1	9.1	7.9	0.6	17.4	19.4	9.1	0.0	0.9	2.4	3.9	1.5	0.0	1.6	25.5	22.3	3.3	1.8	(139)
高知県	14.8	4.3	5.9	4.5	5.4	35.3	6.7	6.7	0.0	21.9	22.4	6.1	1.3	0.0	7.2	2.8	2.1	0.0	2.9	21.0	18.4	2.7	6.5	(101)
福岡県	25.9	5.9	10.9	9.1	6.7	31.7	10.1	8.9	1.0	11.7	17.1	2.8	1.4	1.4	0.9	6.4	1.1	0.6	2.5	22.7	14.5	8.1	2.6	(408)
佐賀県	19.0	8.1	7.4	3.5	4.0	42.4	12.2	8.0	2.2	20.1	17.3	3.4	0.0	0.0	2.0	3.0	3.6	1.0	4.3	12.4	8.5	3.9	8.8	(85)
長崎県	28.9	5.3	11.5	12.0	6.7	34.8	5.9	9.9	1.9	17.1	21.4	3.1	0.0	2.1	3.2	5.2	1.6	1.0	5.2	12.3	5.0	7.3	2.6	(174)
熊本県	26.1	5.8	10.6	9.7	7.2	40.5	7.6	13.5	4.0	15.4	15.9	2.2	0.5	2.4	1.9	3.2	1.0	1.3	3.5	14.0	10.8	3.3	3.4	(185)
大分県	39.7	8.6	13.9	17.1	13.8	32.3	6.9	8.0	4.0	13.6	14.8	1.0	1.2	1.6	2.0	4.0	0.9	0.4	3.8	11.1	8.4	2.6	2.2	(220)
宮崎県	26.7	8.0	9.4	9.3	8.1	37.6	7.5	12.4	3.7	14.0	17.9	4.1	0.0	2.3	1.4	2.3	0.6	0.0	7.3	14.8	9.2	5.6	3.0	(126)
鹿児島県	27.5	8.1	11.9	7.5	7.8	33.8	9.0	10.4	5.0	9.4	17.3	1.8	0.5	1.5	1.2	5.3	0.9	1.0	5.1	19.3	11.8	7.6	2.0	(156)
沖縄県	32.6	8.5	14.7	9.4	9.6	34.1	9.6	12.0	2.9	9.6	18.1	5.5	0.6	1.2	1.6	5.4	1.6	0.0	2.2	14.2	10.9	3.3	0.9	(443)

(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。表中の数値は表示単位未満で四捨五入して表示している。

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

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	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	滋賀、京都、 大阪、兵庫、 奈良、和歌山	鳥取、島根、 岡山、広島、 山口	徳島、 香川、 愛媛、 高知	福岡、佐賀、 長崎、熊本、 大分、宮崎、 鹿児島、沖縄	
全体	4.2	3.0	4.6	4.9	30.1	4.1	2.4	11.6	16.3	4.9	2.8	11.1	(9364)
前年	4.3	3.2	4.4	5.2	28.9	3.8	2.6	11.7	16.5	5.0	2.8	11.6	(9666)
北海道	26.2	2.9	3.7	4.3	29.7	2.2	0.9	8.4	11.1	2.9	1.5	6.1	(810)
青森県	10.6	16.7	8.8	7.5	25.5	6.9	0.7	4.7	12.8	1.0	1.6	3.1	(177)
岩手県	4.1	27.3	14.8	2.6	26.4	6.7	1.1	4.1	7.2	1.7	1.0	3.2	(225)
宮城県	3.7	13.1	23.0	6.4	33.1	4.4	2.1	3.8	4.5	3.0	0.0	3.0	(290)
秋田県	4.3	8.9	15.5	6.6	35.0	6.0	0.9	4.4	10.1	2.8	0.5	5.0	(172)
山形県	1.1	6.9	29.6	4.3	35.0	5.3	0.0	3.2	8.6	1.4	0.0	4.6	(184)
福島県	1.1	3.7	30.2	10.0	33.7	7.5	0.8	5.2	3.9	0.8	0.0	3.2	(243)
茨城県	6.2	6.3	6.5	9.5	45.9	6.3	0.0	5.9	5.7	2.8	0.8	4.2	(142)
栃木県	1.8	2.6	6.9	16.0	52.7	5.7	1.1	5.8	2.9	1.4	0.0	3.1	(334)
群馬県	0.9	3.4	4.5	9.2	61.2	6.7	0.9	5.6	4.3	0.7	1.5	1.2	(280)
埼玉県	9.4	3.5	6.7	10.3	37.0	5.4	1.9	9.9	7.1	1.9	0.0	7.0	(146)
千葉県	3.3	2.6	5.5	9.1	37.1	2.9	1.2	12.0	11.5	4.0	1.7	9.1	(393)
東京都	7.5	5.5	6.7	3.8	10.5	7.3	4.3	14.0	17.4	6.9	3.0	13.2	(979)
神奈川県	2.3	3.3	2.8	8.1	46.9	3.7	2.1	9.6	9.4	4.2	2.0	5.7	(494)
新潟県	0.6	3.3	4.3	9.1	46.4	14.8	5.0	6.2	7.2	0.8	0.5	1.9	(201)
富山県	0.8	0.6	2.4	4.5	30.1	10.9	4.5	17.4	19.4	4.6	0.6	4.3	(159)
石川県	2.5	0.8	1.5	4.2	26.8	4.5	13.8	17.6	23.5	1.3	0.8	2.9	(266)
福井県	3.4	1.4	1.3	1.4	17.5	4.7	6.6	21.1	36.4	1.9	0.0	4.4	(133)
山梨県	1.1	0.8	3.2	6.2	59.4	6.9	0.8	7.8	7.0	3.2	0.0	3.7	(227)
長野県	0.4	0.7	2.2	5.6	44.9	8.7	2.6	17.0	12.7	2.0	1.8	1.5	(467)
岐阜県	1.2	0.7	1.6	3.4	19.7	5.4	1.8	41.3	17.7	4.0	0.4	2.8	(181)
静岡県	0.8	1.1	1.8	4.0	53.8	2.0	1.1	23.1	7.9	2.0	0.6	1.8	(502)
愛知県	2.7	0.9	0.3	2.3	27.6	4.9	4.1	22.6	20.3	4.6	2.1	7.7	(291)
三重県	2.0	0.8	0.0	1.9	19.5	3.5	1.5	29.6	30.8	2.4	1.6	6.4	(216)
滋賀県	0.9	0.0	1.6	3.2	22.2	3.0	2.8	13.0	40.0	2.6	0.8	9.9	(133)
京都府	1.8	2.0	2.5	3.9	25.5	6.0	3.4	16.0	19.0	7.6	2.3	10.1	(554)
大阪府	4.0	2.0	2.4	3.6	28.0	3.0	4.5	14.6	10.2	8.6	6.4	12.7	(565)
兵庫県	3.0	1.9	1.7	1.4	17.6	1.4	2.2	10.2	41.4	7.5	6.2	5.4	(385)
奈良県	2.4	0.7	1.5	2.4	23.6	2.8	2.4	12.0	32.9	7.3	1.0	11.1	(134)
和歌山県	2.3	0.5	1.5	3.0	10.4	2.2	1.3	12.5	58.6	2.3	2.4	2.9	(197)
鳥取県	4.0	0.9	5.3	0.0	17.7	1.7	3.9	4.2	25.5	18.6	6.8	11.4	(106)
島根県	1.7	0.8	2.2	0.0	18.5	2.8	5.4	8.7	25.9	15.1	8.2	10.6	(112)
岡山県	0.0	0.6	0.7	0.9	21.9	0.9	1.3	10.8	37.1	11.2	9.2	5.6	(149)
広島県	0.3	0.7	1.1	4.8	24.3	2.6	2.4	9.8	18.7	17.2	7.0	11.1	(224)
山口県	2.1	0.8	0.8	1.3	26.4	2.6	2.8	6.9	13.3	16.2	5.0	21.9	(120)
徳島県	0.0	1.0	2.6	4.1	20.2	4.3	0.0	10.1	27.0	3.9	16.0	10.8	(88)
香川県	1.0	1.2	1.7	1.4	20.9	2.4	1.4	15.2	27.7	4.9	13.7	8.6	(136)
愛媛県	1.1	1.3	0.7	1.9	15.9	0.9	1.4	8.6	24.2	15.0	19.5	9.6	(139)
高知県	5.1	0.9	2.3	0.7	17.2	1.2	0.9	9.2	29.0	3.7	21.0	8.9	(101)
福岡県	2.1	0.4	0.5	1.3	20.7	1.8	0.8	7.3	13.9	11.0	2.4	37.8	(408)
佐賀県	1.1	0.0	1.4	1.9	11.7	2.8	0.0	6.4	10.5	4.7	1.1	58.4	(85)
長崎県	1.8	0.7	0.7	2.4	15.3	0.8	1.1	6.7	13.7	2.8	1.0	53.0	(174)
熊本県	0.5	0.9	1.1	2.2	16.3	2.4	0.0	5.2	10.4	3.0	1.7	56.3	(185)
大分県	1.2	0.7	1.2	1.0	14.8	1.3	0.0	2.8	9.1	8.2	3.1	56.5	(220)
宮崎県	0.0	1.3	0.9	1.9	20.3	1.5	0.8	5.6	16.5	5.7	2.0	43.5	(126)
鹿児島県	1.6	1.6	0.6	5.8	21.1	0.4	0.0	8.4	17.3	4.7	3.1	35.3	(156)
沖縄県	4.1	1.6	1.7	4.9	32.3	2.0	1.8	13.1	14.9	5.4	3.0	15.1	(443)

(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。表中の数値は表示単位未満で四捨五入して表示している。

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

表I-2-7 旅行先(都道府県)別の最も楽しみにしていたこと

(単位：%)

楽しみ 旅行先	おいしいものを 食べる	温泉に入ること	自然景観を 見る	文化的な名所 (史跡、神社仏閣 など)を見る	観光・文化施設(水族 館や美術館、テーマパ ークなど)を訪れる	アウトドア活動 を楽しむ	スポーツや 観劇・鑑賞・観戦	芸術・音楽・ スポーツなどの 親戚や知人訪問	帰省・冠婚葬祭・ 親戚や知人訪問	街や都市を 訪れる	自然の豊かさを 体験	買い物をすること	宿泊施設に 泊まる	地域の祭りや イベント	地域の文化を 体験	その他	サンプル 数
全体	18.7	15.4	12.2	11.7	9.3	6.2	5.0	4.0	4.0	4.0	3.2	2.9	2.5	1.9	1.0	2.1	(9364)
前年	19.2	15.6	12.8	11.1	9.0	6.3	4.9	3.7	4.3	3.4	2.5	2.4	1.9	0.7	2.3	(9666)	
北海道	28.6	11.8	20.4	7.1	4.9	4.0	5.5	3.0	3.6	5.4	2.2	1.2	0.9	0.5	1.1	(668)	
青森県	17.1	17.5	28.6	9.6	5.5	3.5	1.7	7.9	0.0	1.6	0.0	1.3	2.3	1.6	1.8	(71)	
岩手県	18.4	25.1	15.4	13.1	1.7	5.3	4.7	0.0	0.0	5.7	0.8	3.6	0.8	1.6	3.6	(100)	
宮城県	19.5	15.8	8.0	6.1	6.1	9.6	8.1	11.4	1.3	1.5	1.6	2.2	4.3	0.7	3.7	(172)	
秋田県	14.6	23.8	14.3	9.7	8.0	8.4	0.0	9.0	3.0	3.2	1.6	1.2	3.3	0.0	0.0	(74)	
山形県	15.9	17.0	15.7	7.7	8.6	6.5	3.0	6.1	7.2	2.6	1.9	2.8	1.9	0.8	2.2	(85)	
福島県	12.1	32.1	9.1	9.0	7.8	7.6	2.6	4.1	1.6	5.2	2.4	1.5	1.8	0.0	3.2	(141)	
茨城県	7.6	13.0	25.6	11.9	6.2	8.1	5.0	3.8	4.7	2.4	2.3	0.0	4.5	4.7	0.0	(66)	
栃木県	12.8	34.4	9.6	12.6	5.9	8.3	2.1	1.0	0.5	3.4	1.5	3.7	0.0	1.5	2.8	(238)	
群馬県	9.7	54.0	7.1	4.8	2.9	7.7	0.6	3.5	1.2	2.9	0.9	2.7	0.8	0.0	1.2	(192)	
埼玉県	17.9	12.2	4.8	9.6	9.5	8.4	7.6	8.2	3.4	0.0	3.7	2.9	5.7	3.9	2.3	(76)	
千葉県	12.7	5.6	5.9	4.0	39.4	9.7	3.4	1.0	2.5	3.2	2.9	6.5	1.0	0.0	2.1	(241)	
東京都	15.1	1.9	3.6	6.2	16.7	3.8	18.1	6.8	10.6	0.6	7.5	2.4	2.2	0.8	3.6	(644)	
神奈川県	20.7	25.3	8.3	7.7	4.2	4.9	6.7	4.0	2.5	1.6	5.5	3.2	1.4	1.5	2.4	(325)	
新潟県	24.7	10.4	10.6	2.7	4.3	19.4	2.0	8.2	2.7	0.7	2.3	2.6	4.7	1.5	3.2	(132)	
富山県	19.0	13.7	24.6	9.0	8.6	4.9	3.6	2.3	4.5	5.0	0.0	2.8	2.0	0.0	0.0	(65)	
石川県	28.8	21.0	12.0	16.0	5.6	1.9	0.0	1.8	4.6	1.5	1.6	0.8	1.5	2.8	0.0	(143)	
福井県	26.3	13.2	14.2	5.6	14.0	10.1	3.1	4.5	3.4	0.0	4.1	1.6	0.0	0.0	0.0	(62)	
山梨県	10.5	22.1	18.5	8.5	5.0	13.6	1.7	3.0	2.1	5.5	1.7	1.9	1.7	1.7	2.5	(148)	
長野県	8.1	19.7	21.0	7.8	5.4	13.3	3.2	1.2	0.9	10.1	3.4	2.4	0.5	0.2	2.8	(327)	
岐阜県	16.0	31.9	12.1	12.9	2.8	8.3	1.1	0.8	1.1	5.6	1.4	0.6	2.6	0.0	2.7	(108)	
静岡県	21.0	34.6	13.0	1.8	4.4	8.3	1.6	2.9	0.8	4.7	1.7	3.2	0.2	0.4	1.4	(400)	
愛知県	24.2	5.3	9.0	9.0	12.4	4.0	11.7	4.0	6.6	0.5	1.0	4.9	2.7	1.5	3.3	(177)	
三重県	28.2	9.6	9.6	28.5	12.1	1.2	0.6	2.7	0.0	1.2	0.5	2.7	1.2	0.6	1.3	(145)	
滋賀県	12.8	13.5	18.3	12.1	6.0	4.1	1.0	13.4	2.9	2.4	3.3	7.3	1.8	0.0	1.0	(70)	
京都府	17.5	3.3	9.9	42.1	3.2	3.4	3.0	2.7	5.0	2.5	1.9	2.3	0.3	0.6	2.4	(308)	
大阪府	24.4	2.9	2.6	5.5	20.8	2.2	12.0	6.1	5.5	0.0	7.8	1.8	3.5	0.6	4.2	(309)	
兵庫県	26.7	23.2	9.2	7.0	5.4	4.7	7.2	1.8	3.3	2.4	4.0	3.0	1.1	0.4	0.6	(214)	
奈良県	10.2	13.2	14.4	41.8	0.0	5.9	0.0	5.4	1.3	2.4	2.2	3.2	0.0	0.0	0.0	(54)	
和歌山県	14.2	21.3	11.8	10.9	15.6	5.3	1.4	2.9	0.0	1.7	2.2	4.2	4.0	2.4	2.2	(138)	
鳥取県	8.6	18.0	28.9	13.7	12.5	5.6	0.0	3.9	4.6	4.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	(39)	
島根県	16.5	19.0	11.6	37.0	2.5	4.9	0.0	5.7	0.0	2.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	(33)	
岡山県	16.9	12.9	13.8	10.3	6.9	10.7	0.0	8.6	6.2	0.0	3.8	1.4	0.0	1.2	7.4	(73)	
広島県	20.7	1.6	10.6	27.5	7.0	2.7	5.0	5.5	4.0	4.0	2.6	2.5	2.2	2.0	2.2	(134)	
山口県	12.3	16.7	21.2	6.5	6.5	3.8	2.5	13.6	3.0	0.0	1.3	1.5	4.8	1.0	5.5	(69)	
徳島県	17.5	6.9	13.0	9.2	10.6	6.5	7.1	9.4	0.0	3.0	0.0	0.0	13.1	0.0	3.8	(31)	
香川県	29.5	1.4	22.5	16.0	18.3	1.5	1.4	1.2	1.5	2.2	1.2	1.2	0.0	2.0	0.0	(59)	
愛媛県	20.3	25.4	15.4	6.2	2.3	4.7	1.3	9.1	9.4	1.7	1.3	0.0	1.3	0.0	1.7	(53)	
高知県	27.6	6.3	18.7	16.3	0.0	18.7	0.0	6.5	0.0	0.0	0.0	4.1	0.0	1.8	0.0	(39)	
福岡県	33.4	5.6	3.8	7.6	3.6	2.8	11.7	4.7	10.0	0.0	9.9	0.7	3.3	0.6	2.3	(254)	
佐賀県	21.3	41.5	6.3	5.3	10.6	0.0	2.6	0.0	3.0	0.0	2.1	0.0	4.2	0.0	3.0	(39)	
長崎県	17.4	15.3	8.1	14.9	18.4	2.6	0.9	4.2	4.8	2.1	3.0	2.6	3.6	0.0	2.1	(116)	
熊本県	24.3	19.2	11.3	9.5	1.0	7.3	4.5	1.9	4.8	4.1	0.0	6.3	1.0	0.8	3.9	(87)	
大分県	16.3	48.5	3.1	4.6	5.5	6.4	1.3	1.9	2.2	1.6	1.5	4.0	1.0	1.2	0.9	(130)	
宮崎県	20.9	15.9	7.3	5.3	3.4	10.1	5.9	16.1	3.2	3.5	2.1	0.0	1.4	0.0	5.0	(57)	
鹿児島県	15.3	23.1	20.5	14.1	4.3	3.1	4.2	4.9	2.1	2.1	1.7	3.4	1.2	0.0	0.0	(83)	
沖縄県	16.5	0.6	22.0	6.4	11.3	12.8	1.1	1.9	3.1	13.0	2.8	4.9	0.7	2.0	0.9	(362)	

■ 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」
 (注)旅行先別については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。表中の数値は表示単位未満で四捨五入して表示している。

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が、やや『列車』の比率が高まった。旅行先での主な交通手段をみると、全国的に『自家用車』を利用した旅行の割合が高い。特に、「福島」「栃木」「群馬」「山梨」「長野」「静岡」「三重」では『自家用車』利用率が5割を超え、全体よりも15ポイント以上高い。

一方、『列車』についてみると、公共交通機関が発達している「東京」「大阪」では6割以上が利用しており、両都府での『自家用車』利用率は、「東京」では1.5割、「大阪」では2割強にとどまる。その他、東京に隣接する「神奈川」、大阪に隣接する「京都」「奈良」、「愛知」、「福岡」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「北海道」「兵庫」「広島」も列車利用率が自家用車利用率を上回り、トップシェアとなった。

『路線バス』については、特に「京都」での利用率が高く、全体よりも15ポイント以上高い。「奈良」「福岡」も、全体を10ポイント以上上回る高い利用率であった。その他、「茨城」「神奈川」「富山」「大阪」「広島」「長崎」においても、全体を5ポイント以上上回った。

『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」では約6割が『レンタカー』を利用した。

『タクシー・ハイヤー』は、「京都」「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前年と比べて『ホテル』の利用率が若干増加し、『旅館』の利用率が若干減少した。旅行先で利用した宿泊施設で最も多いのは6割強を占める『ホテル』であり、以下、『旅館』が3割弱、『実家・親戚・知人宅』が1割弱、『民宿・ペンション・ロッジ』が0.5割と続く。

都道府県別にみると、38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」「沖縄」は8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」は『シティホテル』『ビジネスホテル』利用率がそれぞれ3~4割を占めるのに対し、「沖縄」は『リゾートホテル』利用率が6割を占める。その他、『リゾートホテル』については「千葉」、『シティホテル』については「福岡」の利用率の高さも顕著であった。

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、「群馬」「鳥取」「島根」「佐賀」の4県であり、これらの県では『旅館』利用率が『ホテル』利用率を上回った。

『実家・親戚・知人宅』は、「埼玉」「宮崎」における利用率が全体よりも10ポイント以上上回った。

『民宿・ペンション・ロッジ』は、「茨城」「福井」「長野」で利用率1割となり、全体平均より5ポイント以上高い。

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』は、「長野」での利用率が他地域に比べてやや高い。

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としては概ね前年と変わらないが、やや、『1泊』率が上がった。前年同様、『1泊』が全体の5割、『1泊』と『2泊』をあわせると全体の8割を占めており、短期間の旅行が主流となっている。

都道府県別にみても、「北海道」「沖縄」を除く全ての都府県において『1泊』の割合が最も高い。『1泊』率が7割を超えるのは16県で、特に、「佐賀」の『1泊』率は9割に迫る。

逆に、「北海道」「沖縄」は、他の都道府県に比べて宿泊数が顕著に長くなっており、3泊以上の割合がそれぞれ3.5割、5.5割を占める(全体の3泊以上の割合は20.2%)。平均宿泊数はそれぞれ2.37泊、2.80泊であった。

表I-2-8 旅行先(都道府県)別の旅行先での交通手段(複数回答)

(単位: %)

交通手段 旅行先	自家用車	列車	路線バス	レンタカー	タクシー・ ハイヤー	飛行機	貸切バス・ 定期観光バス	観光客向けの 巡回バスなど	船(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	37.5	29.7	14.1	13.6	8.5	8.1	7.3	3.9	2.9	1.4	1.1	7.2	(9364)
前年	37.7	28.7	14.2	13.3	9.6	7.6	7.8	3.9	2.6	1.4	1.8	6.9	(9666)
北海道	21.2	34.9	17.1	30.2	12.6	25.1	11.5	4.5	4.8	1.1	1.1	4.9	(810)
青森県	32.5	27.2	9.8	21.5	12.6	15.6	22.9	7.2	3.9	0.9	2.0	2.1	(177)
岩手県	44.2	26.1	9.8	14.2	6.8	14.4	17.6	4.0	4.7	0.4	1.2	7.3	(225)
宮城県	39.9	32.7	13.7	15.6	8.2	8.3	11.5	4.6	4.1	1.3	0.3	7.8	(290)
秋田県	36.6	21.5	16.5	24.3	5.3	10.8	17.7	4.3	0.7	1.0	0.7	2.9	(172)
山形県	48.1	22.6	11.2	16.5	7.3	9.1	12.7	7.0	3.3	2.2	0.6	8.4	(184)
福島県	55.0	21.2	10.6	14.1	7.7	6.2	5.4	7.2	3.0	0.8	0.4	5.1	(243)
茨城県	47.0	21.1	19.2	17.1	10.1	10.5	13.5	4.4	2.4	3.9	0.0	4.6	(142)
栃木県	58.2	13.6	8.9	8.7	4.0	3.8	7.3	3.4	0.7	0.5	0.9	8.3	(334)
群馬県	57.5	12.3	6.4	8.3	3.8	4.3	7.3	2.8	1.6	1.5	0.7	11.8	(280)
埼玉県	43.6	34.6	14.3	12.4	10.5	12.7	7.5	3.0	1.1	2.4	1.2	8.8	(146)
千葉県	41.4	37.3	11.8	6.9	7.7	7.8	5.9	5.5	1.9	1.4	1.3	9.0	(393)
東京都	14.2	67.2	16.4	7.5	10.5	14.8	5.3	2.9	1.9	1.3	1.1	3.0	(979)
神奈川県	37.2	45.3	19.2	6.9	8.2	5.6	4.4	3.9	3.1	2.1	0.3	4.0	(494)
新潟県	47.1	16.2	9.3	15.4	6.5	6.2	11.7	7.5	5.2	1.5	1.5	5.5	(201)
富山県	35.5	32.4	22.5	14.5	9.2	5.7	18.9	9.8	4.4	2.1	3.0	3.1	(159)
石川県	39.3	24.8	18.4	19.0	12.0	5.8	12.4	8.8	3.7	2.8	0.4	4.6	(266)
福井県	47.5	22.2	17.0	19.7	7.2	5.9	12.1	9.4	3.8	7.2	0.0	6.3	(133)
山梨県	56.6	15.0	10.4	5.7	7.7	1.6	7.8	3.8	1.3	1.5	0.8	9.2	(227)
長野県	53.1	13.9	12.3	8.8	9.4	2.6	10.3	3.5	1.4	2.4	1.3	9.6	(467)
岐阜県	49.8	15.0	11.7	6.6	4.6	3.9	10.2	5.6	1.4	1.5	1.7	10.1	(181)
静岡県	52.9	17.5	11.5	10.2	7.4	2.6	7.1	5.1	1.7	1.4	0.9	9.8	(502)
愛知県	32.1	46.2	14.1	9.6	8.2	7.0	7.7	5.1	2.7	1.7	1.9	6.1	(291)
三重県	57.6	24.1	12.9	8.0	6.5	3.7	9.3	3.7	6.3	0.4	0.3	3.7	(216)
滋賀県	48.6	34.7	10.5	6.9	12.7	6.8	7.4	4.5	4.6	2.3	2.4	2.8	(133)
京都府	24.0	48.7	35.0	8.7	16.7	6.4	8.3	7.1	2.5	1.7	1.7	4.0	(554)
大阪府	22.2	63.0	20.0	10.4	9.6	13.0	5.6	3.3	3.3	0.7	0.9	3.1	(565)
兵庫県	34.3	36.1	12.7	9.9	9.6	6.0	7.6	3.5	2.8	0.9	2.1	11.1	(385)
奈良県	31.3	40.6	27.7	7.5	10.8	5.6	9.4	6.8	5.1	0.6	1.2	10.9	(134)
和歌山県	51.6	18.0	12.3	7.7	5.9	5.1	9.6	3.8	3.1	1.3	1.7	6.7	(197)
鳥取県	48.9	20.2	11.0	16.2	7.4	9.0	13.2	3.9	1.0	1.8	0.0	4.2	(106)
島根県	48.6	22.6	16.1	13.0	8.1	6.6	12.9	5.0	6.1	2.8	0.0	2.6	(112)
岡山県	45.3	26.7	12.8	10.9	7.6	2.8	12.0	2.6	8.5	1.3	2.8	5.6	(149)
広島県	32.9	35.7	21.1	12.9	11.2	4.9	10.6	3.3	16.3	2.6	2.3	4.8	(224)
山口県	38.1	18.6	8.2	20.6	8.5	8.8	17.1	2.2	4.6	2.4	0.0	3.9	(120)
徳島県	35.9	16.3	8.0	17.4	3.4	5.5	9.9	1.4	10.5	3.7	1.1	11.3	(88)
香川県	37.2	21.2	12.7	17.6	5.7	6.5	8.1	2.5	15.9	5.9	2.9	5.1	(136)
愛媛県	31.9	24.3	15.4	20.6	7.1	7.8	5.3	1.6	7.0	5.7	3.5	9.9	(139)
高知県	45.9	17.4	12.8	17.8	8.3	10.6	7.1	0.0	7.7	0.0	1.6	9.3	(101)
福岡県	28.5	41.9	27.2	15.7	15.4	13.1	6.3	3.8	3.0	1.8	1.8	5.9	(408)
佐賀県	46.1	22.7	10.7	10.5	10.5	16.2	7.2	3.3	5.5	1.4	0.8	13.2	(85)
長崎県	40.0	23.3	19.2	17.9	8.2	11.5	10.8	5.3	7.5	3.7	0.4	7.4	(174)
熊本県	51.0	15.6	11.5	17.2	10.0	10.9	7.5	2.9	3.2	1.1	2.3	8.2	(185)
大分県	50.5	13.1	11.1	17.9	7.2	8.4	5.0	6.5	2.2	1.9	1.9	9.1	(220)
宮崎県	44.7	17.5	11.5	24.9	10.7	21.9	8.8	3.6	4.7	0.8	1.1	3.7	(126)
鹿児島県	32.1	28.2	16.9	32.0	12.7	21.4	5.3	2.1	7.4	2.7	1.6	4.1	(156)
沖縄県	7.8	13.7	9.6	60.8	16.0	30.5	7.2	5.1	7.3	4.1	0.9	1.4	(443)

(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。表中の数値は表示単位未満で四捨五入して表示している。

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

表I-2-9 旅行先(都道府県)別の宿泊施設(複数回答)

(単位：%)

宿泊施設	ホテル			旅館		実家・親戚・知人宅	民宿・ペンション・ロッジ	リゾートマンション・別荘・会員制の宿泊施設	公共の宿	オートキャンプ・キャンプ	その他	サンプル数		
	ビジネスホテル	リゾートホテル	シティホテル	(比較的規模大)旅館	(比較的規模小)旅館									
全体	62.2	24.3	22.9	19.4	27.0	16.9	10.8	7.4	4.2	2.5	1.8	1.7	1.8	(9364)
前年	60.3	22.8	22.5	19.0	28.8	17.8	11.8	7.2	4.1	3.0	1.7	1.6	1.8	(9666)
北海道	76.9	27.4	30.2	27.5	25.7	19.2	6.9	5.9	3.7	0.4	0.8	1.4	0.4	(668)
青森県	59.5	24.1	27.0	15.3	25.9	15.8	10.1	8.6	3.5	1.8	3.6	0.0	4.7	(71)
岩手県	58.7	21.1	25.2	12.4	30.2	21.5	8.8	2.3	3.8	1.6	1.7	1.6	0.0	(100)
宮城県	67.8	34.8	16.4	19.1	25.1	15.6	9.5	7.6	1.5	0.0	0.4	0.8	1.0	(172)
秋田県	53.6	20.3	23.3	10.1	30.3	19.7	11.9	16.5	3.8	0.0	3.4	2.2	0.0	(74)
山形県	45.6	24.4	14.2	10.0	40.3	15.9	25.2	8.9	1.2	0.0	5.3	3.4	0.0	(85)
福島県	49.8	17.4	26.7	8.6	37.0	25.6	11.4	6.8	2.1	0.6	1.7	2.7	0.5	(141)
茨城県	52.0	31.4	11.8	8.8	20.0	7.9	15.4	4.9	11.0	5.2	5.6	1.4	0.0	(66)
栃木県	44.1	15.3	23.9	6.4	41.0	25.5	15.4	2.5	3.5	4.8	1.6	2.7	1.3	(238)
群馬県	39.0	10.5	23.8	5.5	51.1	33.5	17.6	2.6	5.3	1.3	0.6	1.3	0.9	(192)
埼玉県	53.9	35.3	5.8	15.0	14.6	11.2	3.4	19.3	3.9	2.2	1.3	3.3	1.6	(76)
千葉県	73.7	13.5	43.8	17.8	12.2	7.4	4.8	4.4	2.1	3.6	0.7	2.4	2.5	(241)
東京都	80.7	41.1	8.2	34.5	4.1	1.6	2.6	12.3	1.0	0.6	0.4	0.6	1.8	(644)
神奈川県	51.2	18.2	19.9	14.0	27.0	14.4	12.7	8.4	3.4	6.1	2.4	0.8	2.0	(325)
新潟県	36.6	16.3	12.5	7.9	34.1	21.7	14.4	14.5	8.6	7.0	0.7	0.0	3.3	(132)
富山県	58.6	29.6	22.5	9.9	30.8	19.3	12.6	4.4	1.4	2.5	4.2	0.0	2.4	(65)
石川県	47.9	15.4	14.1	19.2	49.2	38.1	12.5	4.3	0.9	0.5	3.3	1.3	0.0	(143)
福井県	41.4	19.7	15.3	6.4	29.9	21.7	8.2	13.4	10.4	3.7	0.0	1.1	0.0	(62)
山梨県	41.2	17.6	17.4	8.2	33.1	21.5	11.6	4.5	8.3	4.9	1.7	5.5	4.9	(148)
長野県	42.8	9.2	25.7	8.2	31.9	19.3	13.3	3.8	11.2	8.0	1.8	1.3	3.3	(327)
岐阜県	34.8	10.1	20.2	5.2	46.6	33.0	13.7	3.6	5.5	4.2	2.0	4.9	1.1	(108)
静岡県	41.1	10.7	25.2	6.7	42.4	23.8	19.0	4.2	4.8	4.4	2.1	2.7	1.6	(400)
愛知県	61.9	26.4	11.8	27.2	15.0	9.3	5.7	15.6	1.9	1.9	2.7	0.7	1.9	(177)
三重県	59.4	15.6	31.9	11.8	35.9	23.6	12.2	1.8	2.3	1.3	1.5	0.6	1.3	(145)
滋賀県	59.3	15.4	37.9	8.6	21.0	9.2	11.8	10.1	3.7	6.4	1.3	0.0	1.0	(70)
京都府	66.8	22.2	11.6	35.6	21.9	10.0	11.9	4.5	2.7	2.9	1.3	0.6	1.1	(308)
大阪府	80.8	43.1	12.5	28.0	5.7	3.1	2.6	11.1	0.9	0.0	0.9	0.3	2.1	(309)
兵庫県	50.2	13.2	23.4	14.2	31.0	18.9	12.2	7.6	3.5	3.9	2.4	1.2	1.6	(214)
奈良県	49.8	19.7	8.1	25.6	30.1	13.0	17.1	8.9	1.7	1.7	0.0	4.7	5.4	(54)
和歌山県	50.0	12.8	30.2	7.9	28.9	19.2	9.6	3.4	6.9	6.3	4.4	1.2	3.5	(138)
鳥取県	32.0	5.2	24.6	2.3	51.9	38.8	13.1	3.9	6.5	0.0	2.3	3.3	0.0	(39)
島根県	37.2	18.6	9.6	12.5	56.5	41.2	17.8	2.7	4.6	0.0	2.5	4.9	0.0	(33)
岡山県	51.6	22.9	10.6	18.2	31.6	22.6	9.0	11.7	4.9	0.0	3.3	0.0	0.0	(73)
広島県	69.0	33.8	11.0	25.3	16.9	10.7	6.8	10.5	2.1	0.6	2.5	0.0	1.4	(134)
山口県	52.4	24.3	16.5	11.6	34.3	24.4	14.8	16.4	5.8	0.0	2.5	1.7	0.0	(69)
徳島県	61.6	19.6	15.0	29.2	20.2	13.3	6.8	5.6	3.8	0.0	3.0	3.0	3.0	(31)
香川県	72.3	29.3	30.5	12.4	19.6	16.1	3.6	2.8	3.7	0.0	8.0	1.5	1.2	(59)
愛媛県	55.3	29.0	12.9	16.4	22.5	13.8	8.7	9.4	7.1	0.0	7.9	0.0	1.7	(53)
高知県	58.7	17.3	7.4	34.0	13.4	3.1	10.3	10.6	5.6	3.3	3.3	12.4	0.0	(39)
福岡県	78.8	39.1	5.3	35.8	10.5	5.5	5.0	9.1	3.1	0.4	1.0	0.0	1.0	(254)
佐賀県	33.3	14.5	14.9	3.9	54.9	19.4	35.5	4.6	0.0	0.0	7.2	0.0	0.0	(39)
長崎県	56.7	16.7	24.2	17.2	29.9	21.9	7.9	11.4	2.8	0.0	3.1	0.0	0.8	(116)
熊本県	38.4	19.0	15.7	6.4	43.0	12.9	30.1	13.5	3.9	5.1	0.0	1.9	2.6	(87)
大分県	42.0	9.6	28.9	4.2	44.0	20.4	23.7	1.3	6.2	2.5	1.4	4.6	2.5	(130)
宮崎県	62.9	34.4	20.3	8.1	19.3	4.2	15.1	18.9	8.1	0.0	0.0	0.0	0.0	(57)
鹿児島県	64.3	24.7	26.3	17.3	27.9	18.5	11.0	9.3	3.2	2.0	0.0	1.4	1.1	(83)
沖縄県	88.3	16.2	61.6	20.2	3.1	1.9	1.3	2.4	8.0	2.4	0.2	1.7	1.1	(362)

(注) 旅行先別については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。表中の数値は表示単位未満で四捨五入して表示している。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

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	50.7	29.2	12.1	3.7	4.4	1.85	(9364)
前年	49.3	29.9	12.4	3.9	4.5	1.88	(9666)
北海道	27.1	36.9	22.1	6.8	7.1	2.37	(668)
青森県	41.8	39.0	13.0	2.1	4.0	1.89	(71)
岩手県	57.8	28.3	13.2	0.7	0.0	1.57	(100)
宮城県	60.4	30.0	7.1	2.0	0.5	1.52	(172)
秋田県	35.5	31.9	23.8	5.4	3.4	2.13	(74)
山形県	59.2	25.0	11.2	3.5	1.0	1.62	(85)
福島県	62.6	24.8	8.0	3.1	1.5	1.57	(141)
茨城県	72.4	18.8	5.1	2.3	1.4	1.43	(66)
栃木県	76.5	20.5	1.9	0.3	0.8	1.29	(238)
群馬県	78.3	15.8	4.2	0.8	0.9	1.31	(192)
埼玉県	58.9	19.7	17.9	2.2	1.3	1.70	(76)
千葉県	64.8	27.9	5.3	1.1	1.0	1.46	(241)
東京都	45.7	33.1	13.5	2.8	4.9	1.93	(644)
神奈川県	70.9	20.2	5.4	2.2	1.4	1.44	(325)
新潟県	50.6	32.3	9.7	2.9	4.5	1.81	(132)
富山県	52.9	32.6	10.6	2.0	2.0	1.67	(65)
石川県	52.6	36.3	8.8	0.0	2.4	1.64	(143)
福井県	72.7	16.4	6.3	1.9	2.6	1.45	(62)
山梨県	71.6	21.2	5.4	1.4	0.5	1.38	(148)
長野県	54.4	30.9	9.0	2.8	2.8	1.70	(327)
岐阜県	70.7	21.8	4.9	1.9	0.8	1.40	(108)
静岡県	73.8	20.5	3.5	1.7	0.6	1.35	(400)
愛知県	65.0	23.3	6.9	1.4	3.5	1.60	(177)
三重県	76.1	21.0	2.4	0.5	0.0	1.27	(145)
滋賀県	68.2	22.8	2.6	2.5	3.9	1.54	(70)
京都府	52.4	36.6	6.6	2.4	2.0	1.66	(308)
大阪府	58.1	29.0	9.7	1.8	1.4	1.61	(309)
兵庫県	77.8	14.4	6.5	0.8	0.4	1.32	(214)
奈良県	79.9	8.1	7.3	4.7	0.0	1.37	(54)
和歌山県	73.8	20.8	3.5	0.0	1.9	1.37	(138)
鳥取県	73.3	17.6	5.2	2.1	1.8	1.43	(39)
島根県	60.1	28.5	6.2	5.2	0.0	1.56	(33)
岡山県	72.5	19.1	5.4	1.2	1.7	1.41	(73)
広島県	59.5	27.2	8.3	3.7	1.3	1.61	(134)
山口県	57.4	27.7	6.4	3.8	4.7	1.74	(69)
徳島県	63.7	30.4	3.0	3.0	0.0	1.45	(31)
香川県	66.3	21.9	10.0	1.7	0.0	1.47	(59)
愛媛県	58.2	32.0	7.7	2.2	0.0	1.54	(53)
高知県	62.0	16.0	22.0	0.0	0.0	1.60	(39)
福岡県	53.4	30.1	9.9	3.4	3.2	1.76	(254)
佐賀県	87.2	10.5	2.3	0.0	0.0	1.15	(39)
長崎県	67.0	18.0	9.7	3.7	1.5	1.56	(116)
熊本県	62.6	19.0	12.1	1.5	4.8	1.71	(87)
大分県	74.1	17.8	7.3	0.7	0.0	1.35	(130)
宮崎県	54.1	29.3	8.3	1.5	6.8	1.89	(57)
鹿児島県	41.6	33.4	18.4	1.0	5.6	2.05	(83)
沖縄県	10.1	36.4	33.3	10.5	9.6	2.80	(362)

(注) 旅行先別については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。表中の数値は表示単位未満で四捨五入して表示している。

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。)

⑦旅行先と現地で楽しんだ活動(表I-2-11)

全体でみると、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』、『まち並み散策・まち歩き』、『歴史・文化的な名所の訪問』、『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12道県。トップになる県はそれほど多くはないが、東京や大阪、福岡などを除く多くの都道府県においても人気の活動となっている。特に「北海道」「鳥取」「島根」「鹿児島」「沖縄」では実施率が5割を超え、かつ、全体と比べて15ポイント以上高い。

『温泉』は前年より1ポイント程度落としたが、次いで多い活動であり、最多の活動となったのは22県。都道府県によって活動実施率は大きく異なり、特に「群馬」「岐阜」「鳥取」「佐賀」「大分」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『現地グルメ・名物料理』も前年より約1.5ポイント減となった。最多の活動となったのは、「宮城」「愛知」「大阪」「高知」「福岡」「宮崎」の6府県であり、その活動実施率は4~5割。「北海道」「沖縄」でも5割弱と高い実施率だが、両道県においては『自然や景勝地の訪問』に次いで多い活動であった。

『まち並み散策・まち歩き』は前年より1.5ポイント増で、倉敷美観地区や吹屋ふるさと村などのある「岡山」では最多の活動となった。全体との比較でみると、茶屋街の風情が豊かに残る金沢のある「石川」、祇園や三年坂などのある「京都」で特に特徴的な活動であった。

『歴史・文化的な名所の訪問』は近畿、中四国、九州地方での実施率が高い活動であり、この活動が最多の活動となった地域は、伊勢神宮が立地する「三重」、世界文化遺産にも登録されている古都「京都」「奈良」、同じく世界文化遺産の原爆ドームと厳島神社が立地する「広島」の4府県であった。特に、「京都」「奈良」では活動実施率が6割を超えた。出雲大社が立地する「島根」においても、『自然や景勝地の訪問』に次いで多い活動であり、活動実施率は5割を超えた。

『ショッピング・買い物』が最多の活動となったのは「東京」であった。さらに、「福岡」「沖縄」では、全体平均よりも10ポイント以上高い実施率であった。

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。『観光施設・動物園・水族館』における「沖縄」、『テーマパーク・レジャーランド』における「千

葉」「大阪」、『家族や親戚、友人知人訪問』における「宮崎」、『リゾート滞在(海浜)』、『海水浴・マリンスポーツ』における「沖縄」。

また、現地ツアー・体験プログラムなどへの参加率は全体で13.1%と前年と同程度であった。都道府県別にみると、特に、「沖縄」での参加率が37.7%と、突出して高い値となった。「北海道」「青森」「島根」も全体の比率より5ポイント以上高い値であった。

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みると、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。

都道府県別にみると、「山形」「福島」「奈良」「愛媛」「佐賀」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、宿泊数が短いことなどが考えられる。

一方、平均費用が高いのは「沖縄」「北海道」「鹿児島」である。特に、「沖縄」については『10万円以上』のシェアが3.5割を占めており、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宿泊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みると、前年に比べて『大変満足』の比率が3.5ポイント上昇した。全体でのトップシェアは『満足』であり、ほとんどの都道府県において満足層(『大変満足』+『満足』+『やや満足』)が9割を占める。“観光地における満足度調査で満足層が9割”というのは、決して高い水準ではなく、日本においては標準的な結果であるということが分かる。

『大変満足』に着目すると、都道府県によって違いがみられる。『大変満足』率が高かったのは「宮崎」「鹿児島」「沖縄」であり、なかでも「沖縄」が最も高く、その値は5割弱となった。

また、都道府県別の再来訪意向(「1年以内に当該地域を再び訪れたいですか。」)も、前年に比べて『大変そう思う』の比率が2.1ポイント上昇した。再来訪希望層(『大変そう思う』+『そう思う』+『やや思う』)は、6.5~9割となり、満足度よりも都道府県によって評価は分かれる。

『大変そう思う』に着目すると、「東京」「宮崎」「沖縄」は4割を超えており、特に、「宮崎」「沖縄」では全体よりも15ポイント以上高い値となった。

(五木田玲子)

表I-2-11 旅行先(都道府県)別の現地活動(複数回答)

旅行先	現地行動	自然や景勝地の訪問	温泉	現地グルメ・名物料理	まち並み散策・まち歩き	歴史・文化的な名所の訪問	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	祭り・イベント	家族や親戚友人知人訪問	美術館・博物館	ドライブ	芸術鑑賞(観劇・コンサート・ライブなど)	リゾート滞在(海浜)	季節の花見	写真・写生	リゾート滞在(高原)
全体		39.5	37.5	35.9	32.0	29.8	25.7	19.5	11.2	10.2	7.1	7.1	7.0	6.8	4.9	4.7	4.7	3.9	3.4
前年		39.0	38.7	37.3	30.5	29.3	25.7	20.0	11.2	9.3	6.9	7.2	7.5	7.4	4.7	4.4	4.2	3.7	3.5
北海道		56.3	43.5	46.5	35.7	26.0	30.0	29.1	13.4	6.0	9.6	5.8	6.3	8.2	4.0	2.4	5.3	5.5	3.8
青森県		45.6	44.5	33.5	26.4	28.3	17.4	14.9	8.3	1.0	13.3	5.7	1.3	5.3	2.9	4.4	6.9	2.5	2.5
岩手県		44.3	44.0	31.8	20.7	14.1	18.7	8.3	6.4	2.1	5.0	3.7	5.8	8.0	3.5	0.0	3.4	1.2	7.2
宮城県		26.4	33.8	38.8	21.3	19.9	19.1	16.4	5.7	1.2	10.8	12.7	1.6	2.5	7.2	0.0	1.6	2.3	2.2
秋田県		34.4	50.8	29.4	21.7	24.0	10.0	6.7	4.6	3.2	12.5	10.2	1.9	6.6	0.9	6.5	5.7	2.4	1.6
山形県		44.4	52.8	29.5	33.9	24.5	11.0	11.6	7.1	1.1	5.9	4.8	3.4	11.4	1.2	1.2	2.7	2.8	4.1
福島県		31.5	50.9	17.4	25.8	23.7	14.7	11.4	6.0	5.9	5.2	3.2	3.4	6.5	1.8	0.6	6.7	1.8	3.1
茨城県		30.6	21.5	20.1	25.4	20.5	15.5	16.6	8.6	8.2	14.8	5.3	1.8	3.7	7.5	4.9	6.5	2.5	2.7
栃木県		44.4	56.8	29.8	25.5	27.8	21.7	9.8	10.9	13.8	2.0	1.7	6.7	10.7	0.8	0.7	5.6	3.3	9.0
群馬県		32.7	72.9	28.0	24.9	17.4	17.8	8.4	5.9	2.5	4.4	4.1	3.9	5.9	1.1	0.4	2.6	0.0	4.2
埼玉県		22.5	29.8	24.9	25.4	18.0	22.2	12.4	2.9	7.2	10.7	11.2	1.7	5.7	10.6	0.0	3.2	8.5	4.3
千葉県		20.5	16.2	21.5	11.4	9.1	20.9	6.7	10.0	46.2	2.9	2.9	2.3	2.4	3.3	8.6	1.9	2.7	0.5
東京都		12.0	5.0	28.9	28.4	17.1	33.3	27.2	9.2	15.0	8.9	15.8	13.0	1.2	17.4	1.0	2.0	2.2	0.7
神奈川県		35.2	46.8	34.5	35.8	24.5	29.3	18.2	7.8	4.4	2.6	6.7	8.6	4.4	3.8	1.7	2.8	4.5	4.9
新潟県		31.6	43.2	34.9	16.6	20.8	21.5	13.9	6.9	3.3	6.8	10.9	6.7	6.0	3.6	2.2	4.0	2.5	3.4
富山県		52.5	45.4	29.2	29.3	23.6	12.9	14.9	3.8	4.3	10.7	2.4	8.1	5.3	1.8	1.4	4.7	4.3	2.5
石川県		50.1	57.7	39.5	47.4	37.6	19.6	19.3	13.1	3.9	6.6	4.1	15.2	8.5	1.1	3.1	3.5	6.1	1.5
福井県		32.2	37.0	34.3	18.1	19.4	25.2	8.4	11.1	13.8	6.9	8.3	9.7	6.3	1.4	0.0	2.8	2.6	1.9
山梨県		42.7	48.1	27.4	17.6	17.4	19.1	7.5	9.7	8.0	0.8	2.8	10.5	2.2	0.6	0.0	3.4	4.2	9.2
長野県		52.4	53.2	29.7	27.9	29.7	26.0	11.5	3.9	3.6	4.9	2.6	6.7	8.5	3.8	0.5	5.7	4.3	15.8
岐阜県		48.4	66.3	30.9	41.4	36.8	14.9	9.8	3.0	1.5	3.5	0.8	2.9	6.0	0.6	0.8	6.5	0.8	1.1
静岡県		39.9	58.8	36.3	27.4	13.3	23.5	9.4	17.1	5.3	5.9	3.6	3.4	8.2	0.9	10.2	5.3	3.3	2.4
愛知県		22.9	18.5	41.4	23.8	24.6	24.1	20.6	15.6	9.5	6.0	11.2	4.9	5.4	10.5	8.5	3.6	2.6	0.4
三重県		40.4	40.7	44.2	34.2	45.5	17.0	13.5	14.4	10.6	0.0	3.3	1.4	4.8	0.6	7.6	2.1	2.2	0.5
滋賀県		39.6	32.6	31.1	31.0	31.3	11.5	10.2	2.8	2.7	4.9	11.6	7.3	6.2	0.0	8.4	0.0	1.0	3.6
京都府		46.3	15.0	37.6	52.4	67.1	23.4	26.4	7.4	2.9	3.9	4.5	7.5	2.3	6.1	0.3	9.7	4.9	0.3
大阪府		10.5	8.6	37.8	26.0	13.2	30.5	22.1	8.9	26.9	5.6	8.7	4.1	1.2	10.5	0.6	1.1	3.8	0.8
兵庫県		28.5	45.1	37.9	30.2	24.8	25.2	14.9	7.5	10.1	3.4	4.5	3.9	5.5	6.4	5.4	4.4	3.5	1.6
奈良県		45.9	25.6	29.9	23.2	62.2	10.8	8.4	2.4	1.3	3.4	2.4	13.2	3.2	1.5	0.0	2.4	0.0	0.0
和歌山県		41.9	45.7	29.6	15.2	28.7	22.5	7.3	15.8	17.1	5.1	2.9	1.5	5.6	1.8	11.4	2.2	1.2	0.0
鳥取県		55.4	69.4	27.1	40.4	28.7	15.9	11.6	15.7	1.8	0.0	3.9	5.3	0.0	0.0	6.5	7.2	5.4	0.0
島根県		56.2	50.4	27.8	39.0	53.5	20.9	12.1	6.5	5.4	2.5	2.7	16.7	9.5	0.0	0.0	2.7	2.5	0.0
岡山県		30.0	36.8	23.4	42.5	30.7	20.9	17.5	7.2	5.8	7.1	9.8	9.6	1.9	3.4	0.0	5.6	0.9	0.9
広島県		39.0	23.4	39.1	35.4	43.9	21.5	30.0	6.6	2.0	6.1	9.5	10.1	4.2	3.7	5.8	3.8	0.6	0.0
山口県		46.4	37.9	26.9	32.9	33.2	16.5	19.1	10.7	5.6	9.9	18.8	4.7	8.9	1.7	6.9	0.0	4.0	3.8
徳島県		38.3	39.1	23.2	5.9	21.1	4.2	6.9	7.9	5.0	15.0	8.5	15.0	4.9	7.5	0.0	0.0	5.9	0.0
香川県		44.3	29.9	42.9	36.9	36.5	20.8	13.5	9.6	10.9	2.8	3.2	4.9	6.4	4.7	5.3	4.8	5.3	0.0
愛媛県		41.2	43.1	37.0	33.1	23.7	15.1	13.1	8.7	0.0	2.9	8.5	4.6	6.6	0.0	3.9	3.4	1.3	0.0
高知県		42.2	14.8	48.2	32.1	22.0	10.0	17.3	3.3	3.1	6.6	12.5	4.8	7.1	0.0	3.0	11.6	9.3	0.0
福岡県		19.4	16.6	46.8	30.0	21.2	40.1	22.2	8.1	6.2	5.8	9.3	5.6	3.1	10.4	1.8	2.4	3.3	0.6
佐賀県		21.7	66.2	30.9	20.1	29.4	25.8	16.7	2.3	5.9	4.0	4.0	0.0	6.5	1.8	1.8	0.0	0.0	0.0
長崎県		42.1	26.3	31.8	40.2	39.8	20.9	14.0	10.0	24.6	9.8	5.2	8.4	4.0	2.0	5.6	11.2	2.9	1.1
熊本県		33.9	46.7	36.1	28.1	19.7	16.7	11.3	11.0	9.5	5.7	5.9	0.8	14.3	1.8	6.0	5.3	3.2	1.3
大分県		25.9	76.2	35.6	29.2	11.7	15.0	8.5	12.8	11.4	4.7	2.9	2.0	6.2	1.2	1.1	2.2	0.0	1.5
宮崎県		35.8	30.2	44.9	17.0	32.3	20.2	6.8	2.9	1.8	6.0	25.7	0.0	5.2	1.6	5.8	0.0	0.0	0.0
鹿児島県		58.5	56.1	44.9	34.9	43.0	24.0	25.4	16.4	1.9	3.2	9.1	5.7	10.4	3.0	4.1	3.5	5.3	4.5
沖縄県		63.9	6.9	46.8	34.5	34.7	39.2	27.4	28.9	6.9	6.8	2.8	2.9	13.5	2.8	35.1	2.4	6.4	2.2

(注) 旅行先別については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。表中の数値は表示単位未満で四捨五入して表示している。

■ 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 日本人の国内旅行

(単位：%)

世界遺産訪問	スポーツ観戦	海水浴・マリンスポーツ	登山・トレッキング	アウトドア体験(カヌー、乗馬体験、気球など)	ゴルフ	果物狩り・農林漁業体験	スパ・エステ	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	体験プログラム等への参加率	現地ツアー・体験ツアー	サンプル数	現地行動
																		旅行先
3.0	2.9	2.5	2.5	2.3	2.0	1.8	1.5	1.4	1.3	1.3	1.2	1.0	0.7	2.3	13.1	(9364)	全体	
3.3	2.7	2.9	3.2	2.7	2.1	2.0	1.5	1.6	1.4	1.5	1.2	1.1	0.8	2.5	13.7	(9666)	前年	
3.1	3.0	0.8	1.8	3.9	2.3	1.1	1.7	1.8	1.9	1.4	1.2	2.4	0.4	1.6	19.3	(668)	北海道	
1.0	0.0	2.3	5.0	0.0	1.3	0.0	1.0	1.3	1.0	2.3	2.3	1.8	0.0	5.5	21.6	(71)	青森県	
5.9	2.3	0.0	4.5	1.6	1.2	3.6	2.8	1.2	2.4	1.6	0.0	0.0	1.2	3.4	16.3	(100)	岩手県	
0.0	8.4	0.5	1.8	0.0	1.1	1.5	1.2	1.0	2.8	0.5	0.0	0.5	1.5	3.0	6.8	(172)	宮城県	
0.0	1.2	0.0	4.4	0.0	2.6	0.0	0.0	0.0	2.0	2.2	1.4	0.0	0.0	1.2	6.8	(74)	秋田県	
1.5	0.0	0.0	4.9	1.5	0.0	8.4	0.8	1.4	1.9	0.0	1.5	0.0	3.4	0.0	17.3	(85)	山形県	
0.6	1.2	2.6	3.1	2.0	2.4	3.5	1.7	0.0	3.3	0.0	0.0	0.0	0.0	3.4	9.6	(141)	福島県	
1.9	2.6	2.5	0.0	1.9	2.5	1.1	1.4	1.8	0.0	1.1	1.2	0.0	0.0	0.0	8.5	(66)	茨城県	
5.0	2.4	0.0	1.8	0.5	4.5	3.9	1.1	1.9	1.4	0.3	0.9	0.5	0.0	2.2	7.7	(238)	栃木県	
1.8	0.0	0.0	2.0	1.8	3.5	2.2	0.4	0.4	4.1	0.9	0.6	0.0	1.6	1.7	8.1	(192)	群馬県	
0.0	4.7	0.0	1.3	2.2	1.1	0.0	0.0	3.4	2.2	2.2	0.0	0.0	0.0	1.3	10.6	(76)	埼玉県	
0.0	4.0	2.6	0.7	2.1	4.2	2.9	2.3	0.4	0.0	0.9	0.9	0.0	0.7	0.8	3.3	(241)	千葉県	
0.2	5.0	0.8	0.6	0.3	0.3	0.2	1.6	1.1	0.2	0.7	0.1	0.0	1.1	1.8	10.7	(644)	東京都	
0.6	3.9	1.1	1.0	0.0	1.9	1.1	0.6	1.1	0.0	0.8	1.0	0.5	0.4	1.3	6.9	(325)	神奈川県	
0.0	1.7	1.2	2.9	4.6	1.6	0.5	0.0	2.2	14.1	1.2	1.2	0.0	0.0	4.6	7.8	(132)	新潟県	
4.5	0.0	0.0	9.5	1.1	0.0	0.0	0.0	3.3	2.7	0.0	0.0	0.0	1.4	2.0	15.6	(65)	富山県	
1.8	0.0	0.9	2.4	2.3	1.8	0.9	2.4	3.0	0.0	1.6	0.9	1.3	0.5	1.1	14.8	(143)	石川県	
0.0	4.7	1.9	0.0	3.8	4.6	0.0	0.0	0.0	1.3	0.0	2.6	0.0	0.0	6.0	8.7	(62)	福井県	
0.6	1.9	1.1	6.5	3.4	3.6	8.6	0.5	0.7	0.0	0.5	1.6	0.0	0.5	4.8	12.0	(148)	山梨県	
1.7	2.4	0.0	9.3	4.1	3.3	1.5	1.6	1.3	8.9	1.0	1.5	1.1	0.8	2.5	11.2	(327)	長野県	
1.6	1.9	0.0	3.5	1.2	0.0	0.6	0.0	2.9	2.4	0.8	0.0	1.2	1.9	1.9	8.0	(108)	岐阜県	
0.7	1.1	4.5	2.4	3.6	3.4	3.3	2.0	1.5	0.2	0.7	1.3	0.4	0.8	1.7	6.0	(400)	静岡県	
1.4	3.5	1.0	0.7	1.3	0.7	0.5	0.4	0.5	0.0	0.7	2.6	0.4	0.4	1.0	7.4	(177)	愛知県	
2.8	1.4	2.8	0.0	1.3	1.2	1.3	0.6	0.6	0.0	1.1	0.6	0.6	0.6	0.6	5.7	(145)	三重県	
1.3	0.0	4.0	1.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.3	0.0	2.7	1.3	0.0	5.2	8.9	(70)	滋賀県	
7.5	0.7	0.5	1.0	1.9	0.0	0.3	0.2	0.4	0.3	1.0	1.2	0.4	0.8	3.1	11.4	(308)	京都府	
0.5	5.1	1.3	0.5	1.5	1.9	0.0	1.2	0.5	0.0	0.8	0.3	0.5	0.2	3.5	7.3	(309)	大阪府	
2.1	4.0	0.8	0.3	1.5	1.4	1.6	1.6	0.0	0.3	0.0	0.4	0.0	0.0	4.1	3.7	(214)	兵庫県	
3.9	0.0	0.0	2.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3.0	1.5	3.0	4.4	(54)	奈良県	
6.6	0.0	4.5	0.5	2.1	0.6	0.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.9	0.0	3.6	9.1	(138)	和歌山県	
0.0	0.0	6.5	3.1	0.0	0.0	3.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3.3	4.8	(39)	鳥取県	
4.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	7.0	3.8	0.0	4.9	2.5	21.0	(33)	島根県	
0.0	3.2	0.0	0.0	1.0	3.9	3.4	0.9	2.4	0.0	1.4	0.0	0.0	1.2	8.1	6.7	(73)	岡山県	
4.3	1.3	0.0	0.0	0.6	0.9	1.0	0.9	2.7	0.6	1.0	1.2	2.4	1.6	1.8	8.9	(134)	広島県	
4.9	2.5	0.0	3.2	2.4	2.4	2.7	4.2	0.0	0.0	3.6	2.8	1.7	0.0	3.0	15.7	(69)	山口県	
0.0	0.0	0.0	3.0	0.0	0.0	3.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.3	0.0	4.2	8.0	12.0	(31)	徳島県	
0.0	0.0	3.1	0.0	0.0	0.0	1.2	4.0	0.0	0.0	0.0	4.5	2.0	0.0	0.0	9.2	(59)	香川県	
0.0	0.0	3.1	1.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.2	0.0	0.0	3.1	6.7	(53)	愛媛県	
3.1	4.8	6.0	0.0	6.1	2.3	3.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	5.4	5.4	9.6	13.4	(39)	高知県	
1.3	6.3	0.9	0.4	0.9	1.8	0.3	0.9	0.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.5	4.3	7.4	(254)	福岡県	
0.0	4.3	2.3	3.0	0.0	0.0	2.6	0.0	0.0	0.0	1.8	0.0	0.0	0.0	6.1	12.5	(39)	佐賀県	
4.3	2.4	6.7	2.9	2.6	2.1	1.1	1.9	0.0	1.1	1.9	0.0	1.1	1.1	2.2	11.8	(116)	長崎県	
2.7	4.2	2.1	0.0	4.4	0.0	3.2	4.1	0.8	0.0	0.0	0.0	1.3	0.8	5.9	12.1	(87)	熊本県	
1.3	0.0	2.7	5.2	0.0	2.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.5	1.2	0.0	0.0	3.5	7.4	(130)	大分県	
2.2	8.8	0.0	3.7	1.6	1.6	0.0	0.0	0.0	4.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	6.1	(57)	宮崎県	
4.0	2.0	2.8	4.1	5.6	1.1	0.8	2.0	2.6	0.8	0.0	0.0	0.0	1.0	0.0	15.6	(83)	鹿児島県	
7.0	0.9	26.6	2.0	8.2	4.2	1.4	4.8	2.4	0.3	4.7	4.0	4.6	1.1	0.5	37.7	(362)	沖縄県	

資料：(公財)日本交通公社「JTBF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	3.9	13.6	18.0	16.2	13.1	13.1	9.8	12.3	53,444	(9111)	
前年	3.8	13.4	18.7	15.4	13.8	12.8	9.9	12.3	53,550	(9372)	
北海道	4.1	8.0	12.0	10.7	10.8	17.2	14.6	22.6	71,536	(651)	
青森県	1.7	16.7	9.8	16.8	12.1	16.0	10.3	16.6	58,056	(70)	
岩手県	2.0	30.9	12.9	17.1	10.0	13.6	8.2	5.2	40,092	(99)	
宮城県	6.8	11.5	25.8	19.6	11.4	15.3	4.0	5.6	41,267	(171)	
秋田県	0.0	11.6	13.3	20.8	20.7	13.5	6.3	13.9	55,988	(71)	
山形県	11.5	15.3	20.4	26.9	10.1	10.6	3.0	2.2	34,176	(85)	
福島県	6.8	24.2	29.0	12.2	9.7	11.0	4.4	2.6	33,545	(135)	
茨城県	8.3	12.6	21.0	32.0	18.5	0.0	4.2	3.5	35,645	(63)	
栃木県	3.4	24.8	24.3	20.2	8.1	11.7	3.9	3.6	36,722	(235)	
群馬県	5.8	19.6	30.7	15.8	7.3	11.8	3.7	5.2	37,232	(189)	
埼玉県	12.4	23.4	16.3	15.9	11.7	10.0	2.5	7.8	38,634	(72)	
千葉県	4.0	18.8	21.1	15.3	14.4	12.0	8.2	6.2	44,460	(227)	
東京都	3.2	8.0	16.5	15.4	17.1	14.1	12.0	13.7	58,105	(632)	
神奈川県	3.2	23.0	22.0	20.7	11.0	9.0	6.6	4.4	39,034	(314)	
新潟県	5.7	16.7	21.1	19.6	13.1	11.9	7.0	4.9	40,752	(130)	
富山県	2.6	12.4	12.5	25.0	12.1	16.2	12.0	7.2	50,470	(63)	
石川県	3.2	16.5	14.3	15.9	11.0	14.6	7.9	16.6	55,601	(143)	
福井県	9.7	19.2	12.1	20.8	19.8	12.6	3.2	2.8	37,701	(59)	
山梨県	2.3	25.0	24.5	21.2	13.8	4.9	2.7	5.5	36,030	(146)	
長野県	3.9	12.0	18.3	19.2	16.3	8.0	11.7	10.5	51,437	(322)	
岐阜県	5.9	17.8	25.3	14.4	15.3	9.1	7.5	4.7	40,100	(105)	
静岡県	6.0	16.7	27.1	19.5	12.9	9.0	5.3	3.6	37,221	(388)	
愛知県	1.9	20.9	22.1	16.9	9.2	15.4	7.1	6.5	45,022	(171)	
三重県	5.2	19.0	23.7	17.2	15.6	8.0	6.1	5.2	38,997	(137)	
滋賀県	5.2	15.1	38.2	13.8	13.4	7.2	4.2	2.9	35,329	(69)	
京都府	3.5	10.2	16.0	22.6	15.5	13.4	7.5	11.2	51,857	(303)	
大阪府	4.9	13.4	15.5	18.7	12.8	14.3	12.0	8.5	49,181	(304)	
兵庫県	1.6	25.5	23.4	14.2	14.3	9.4	6.2	5.4	39,792	(209)	
奈良県	12.2	26.2	26.1	7.2	12.4	8.3	3.0	4.6	34,088	(53)	
和歌山県	3.8	16.3	24.5	21.8	10.5	9.2	7.4	6.4	44,392	(138)	
鳥取県	12.4	18.5	18.2	11.0	16.0	12.3	9.9	1.9	37,996	(38)	
島根県	9.8	15.2	14.0	14.4	15.7	10.5	8.3	12.1	49,394	(33)	
岡山県	4.1	28.3	21.9	16.1	9.6	10.0	2.7	7.3	37,297	(71)	
広島県	3.6	7.0	21.4	24.0	15.2	12.5	9.5	6.8	47,731	(130)	
山口県	1.4	11.7	22.5	12.2	11.4	14.9	12.6	13.3	54,433	(66)	
徳島県	4.1	29.3	23.6	14.6	8.7	6.2	8.0	5.5	36,879	(29)	
香川県	1.4	21.5	20.5	24.2	12.6	9.2	4.3	6.3	40,639	(58)	
愛媛県	14.9	17.7	24.2	14.7	6.0	14.5	5.6	2.3	34,860	(50)	
高知県	4.1	14.8	26.9	14.9	4.1	6.1	23.5	5.6	46,892	(39)	
福岡県	2.3	11.9	18.0	14.2	18.8	13.3	11.5	10.0	50,671	(248)	
佐賀県	11.0	34.0	21.9	14.6	7.6	2.3	4.0	4.6	30,186	(39)	
長崎県	4.3	16.6	21.3	19.3	12.3	11.9	5.8	8.7	45,163	(113)	
熊本県	4.9	25.2	23.8	12.0	14.0	2.7	8.7	8.6	44,401	(85)	
大分県	3.8	19.1	22.9	13.8	12.4	11.1	7.7	9.1	45,744	(126)	
宮崎県	10.6	16.6	23.2	7.5	18.4	11.6	4.7	7.3	42,868	(54)	
鹿児島県	7.1	8.2	11.8	14.1	10.4	19.3	9.0	20.0	66,389	(81)	
沖縄県	1.6	3.6	2.8	8.2	8.7	18.0	20.8	36.2	96,528	(352)	

(注) 旅行先別については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。表中の数値は表示単位未満で四捨五入して表示している。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

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	33.0	45.6	16.0	4.1	0.9	0.2	0.2	6.04	(9364)
前年	29.5	47.2	17.5	4.4	0.8	0.3	0.3	5.98	(9666)
北海道	35.9	45.6	13.9	3.1	0.7	0.3	0.5	6.10	(668)
青森県	31.7	45.4	18.2	4.7	0.0	0.0	0.0	6.04	(71)
岩手県	25.7	54.5	16.3	0.0	3.5	0.0	0.0	5.99	(100)
宮城県	27.8	51.1	13.1	6.4	1.2	0.4	0.0	5.97	(172)
秋田県	24.1	40.6	24.8	10.6	0.0	0.0	0.0	5.78	(74)
山形県	26.5	44.9	22.5	2.0	2.1	1.9	0.0	5.86	(85)
福島県	19.5	45.7	26.6	7.0	1.2	0.0	0.0	5.75	(141)
茨城県	31.3	40.6	24.8	1.9	0.0	0.0	1.4	5.96	(66)
栃木県	26.2	52.8	15.1	5.1	0.8	0.0	0.0	5.98	(238)
群馬県	27.3	48.9	18.9	4.0	0.0	0.0	0.9	5.96	(192)
埼玉県	35.9	37.1	20.8	3.3	1.7	1.2	0.0	5.99	(76)
千葉県	41.9	36.6	14.7	3.7	3.1	0.0	0.0	6.10	(241)
東京都	34.4	44.8	13.1	6.4	0.6	0.5	0.1	6.04	(644)
神奈川県	32.4	45.6	17.7	3.4	0.6	0.0	0.3	6.05	(325)
新潟県	33.5	48.1	9.7	6.1	1.3	0.5	0.9	6.01	(132)
富山県	34.7	48.8	13.6	2.9	0.0	0.0	0.0	6.15	(65)
石川県	20.8	51.2	24.1	3.1	0.0	0.0	0.8	5.86	(143)
福井県	15.1	50.4	18.8	12.4	3.3	0.0	0.0	5.62	(62)
山梨県	26.9	49.8	15.7	7.0	0.0	0.0	0.6	5.94	(148)
長野県	33.1	48.4	16.0	1.5	0.9	0.0	0.0	6.11	(327)
岐阜県	26.1	48.8	17.7	5.5	2.0	0.0	0.0	5.92	(108)
静岡県	26.7	49.8	18.8	4.1	0.3	0.3	0.0	5.98	(400)
愛知県	30.5	46.6	17.9	4.5	0.0	0.5	0.0	6.02	(177)
三重県	29.9	54.7	13.6	1.8	0.0	0.0	0.0	6.13	(145)
滋賀県	18.1	45.2	30.4	5.0	1.3	0.0	0.0	5.74	(70)
京都府	35.8	46.0	15.1	3.1	0.0	0.0	0.0	6.14	(308)
大阪府	31.2	46.5	14.9	5.4	1.1	0.4	0.6	5.98	(309)
兵庫県	29.6	37.4	23.8	6.8	2.0	0.0	0.4	5.84	(214)
奈良県	27.0	53.6	17.8	1.5	0.0	0.0	0.0	6.06	(54)
和歌山県	26.6	46.4	19.5	4.9	1.9	0.9	0.0	5.88	(138)
鳥取県	20.8	51.4	19.3	8.5	0.0	0.0	0.0	5.85	(39)
島根県	28.8	60.5	5.9	2.7	2.1	0.0	0.0	6.11	(33)
岡山県	27.0	42.1	20.9	6.9	1.2	0.0	1.7	5.80	(73)
広島県	22.1	57.3	18.3	1.8	0.6	0.0	0.0	5.98	(134)
山口県	32.2	39.5	19.9	5.7	2.8	0.0	0.0	5.93	(69)
徳島県	31.8	26.2	32.4	6.8	2.7	0.0	0.0	5.77	(31)
香川県	27.9	45.0	22.1	3.6	0.0	1.4	0.0	5.93	(59)
愛媛県	27.7	50.4	18.1	3.7	0.0	0.0	0.0	6.02	(53)
高知県	28.1	51.8	18.3	1.8	0.0	0.0	0.0	6.06	(39)
福岡県	35.7	41.3	17.0	5.0	0.9	0.0	0.0	6.06	(254)
佐賀県	26.0	41.4	25.7	4.4	2.6	0.0	0.0	5.84	(39)
長崎県	28.1	50.3	15.1	4.1	2.4	0.0	0.0	5.98	(116)
熊本県	27.6	47.3	18.0	4.7	2.4	0.0	0.0	5.93	(87)
大分県	32.6	50.8	9.2	4.5	1.3	1.6	0.0	6.04	(130)
宮崎県	46.7	36.9	10.2	6.2	0.0	0.0	0.0	6.24	(57)
鹿児島県	44.2	32.2	14.7	6.0	2.0	0.0	0.8	6.07	(83)
沖縄県	48.8	35.5	12.5	2.0	0.2	0.4	0.6	6.27	(362)

(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	29.6	33.9	17.9	11.2	4.4	2.2	0.8	5.63	(9364)
前年	27.5	34.5	18.6	11.8	4.4	2.2	1.0	5.58	(9666)
北海道	33.7	35.5	14.7	9.2	4.8	1.5	0.7	5.77	(668)
青森県	26.9	27.5	25.5	16.1	2.2	1.8	0.0	5.55	(71)
岩手県	22.4	45.1	18.9	7.7	2.9	2.9	0.0	5.68	(100)
宮城県	30.5	39.5	13.9	10.7	1.6	2.7	1.0	5.74	(172)
秋田県	23.5	40.3	16.6	14.6	3.4	1.7	0.0	5.61	(74)
山形県	20.2	31.6	29.4	9.9	6.2	2.7	0.0	5.42	(85)
福島県	16.6	32.3	28.6	16.4	4.5	0.6	0.8	5.35	(141)
茨城県	20.4	35.6	22.7	7.7	9.2	1.1	3.3	5.34	(66)
栃木県	20.1	37.7	18.9	14.9	5.7	2.3	0.4	5.43	(238)
群馬県	22.3	32.5	21.3	13.6	6.6	2.0	1.7	5.38	(192)
埼玉県	33.0	32.8	16.5	12.6	1.1	4.0	0.0	5.72	(76)
千葉県	36.3	30.7	14.0	9.5	4.4	2.6	2.5	5.67	(241)
東京都	40.4	34.3	10.8	9.7	3.3	1.1	0.5	5.94	(644)
神奈川県	32.0	33.3	18.0	9.0	5.8	1.2	0.8	5.70	(325)
新潟県	28.9	31.2	25.9	10.0	3.5	0.5	0.0	5.70	(132)
富山県	21.6	27.3	23.9	17.3	8.6	1.4	0.0	5.32	(65)
石川県	20.1	33.9	28.8	10.7	3.5	2.2	0.9	5.46	(143)
福井県	15.4	25.5	25.1	20.2	10.0	1.9	1.9	5.03	(62)
山梨県	21.0	45.5	15.8	12.5	3.1	2.0	0.0	5.63	(148)
長野県	29.0	35.7	17.1	9.8	5.4	3.0	0.0	5.64	(327)
岐阜県	19.1	30.8	26.8	11.7	7.2	3.2	1.2	5.29	(108)
静岡県	22.8	34.1	22.2	11.8	4.5	4.5	0.2	5.45	(400)
愛知県	22.8	29.4	23.0	17.7	3.1	1.6	2.4	5.37	(177)
三重県	24.2	34.8	22.7	10.9	4.4	3.0	0.0	5.55	(145)
滋賀県	21.8	28.4	21.5	13.3	7.3	6.1	1.7	5.19	(70)
京都府	33.7	38.8	15.9	5.9	1.9	2.3	1.5	5.84	(308)
大阪府	34.5	36.6	13.3	12.0	1.8	0.6	1.1	5.83	(309)
兵庫県	28.6	22.4	20.4	18.8	6.3	2.0	1.4	5.37	(214)
奈良県	25.5	39.3	13.5	13.0	5.4	3.3	0.0	5.57	(54)
和歌山県	22.2	33.4	21.4	14.0	3.9	2.9	2.1	5.39	(138)
鳥取県	15.5	29.4	20.5	24.2	8.1	2.3	0.0	5.13	(39)
島根県	20.4	31.7	26.1	8.0	11.2	2.7	0.0	5.34	(33)
岡山県	28.4	31.8	13.7	15.8	8.8	1.6	0.0	5.50	(73)
広島県	20.8	40.1	18.4	11.0	4.0	3.6	2.1	5.44	(134)
山口県	20.2	35.3	13.3	16.0	8.5	6.6	0.0	5.23	(69)
徳島県	28.9	22.4	20.5	14.7	3.0	5.4	5.2	5.23	(31)
香川県	20.9	36.8	26.0	6.5	3.5	4.9	1.4	5.45	(59)
愛媛県	27.1	33.0	24.7	8.7	4.8	1.7	0.0	5.64	(53)
高知県	23.3	35.7	24.0	11.1	0.0	2.6	3.3	5.50	(39)
福岡県	34.1	32.9	19.1	8.6	3.8	1.0	0.5	5.80	(254)
佐賀県	15.6	37.8	17.8	21.6	3.0	4.2	0.0	5.29	(39)
長崎県	28.5	29.0	14.7	16.0	8.8	2.3	0.8	5.42	(116)
熊本県	32.6	30.0	24.3	8.9	3.4	0.8	0.0	5.77	(87)
大分県	28.4	38.8	14.4	7.9	6.7	2.2	1.6	5.61	(130)
宮崎県	47.3	27.1	6.5	11.0	2.7	5.3	0.0	5.89	(57)
鹿児島県	33.6	21.2	18.3	17.5	4.5	4.8	0.0	5.47	(83)
沖縄県	46.5	27.6	15.2	8.1	1.7	0.7	0.2	6.06	(362)

(注) 旅行先別については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。表中の数値は表示単位未満で四捨五入して表示している。資料：(公財)日本交通公社「JTB旅行実態調査」

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

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

3 マーケットセグメント(同行者×ライフステージ)別の旅行動向 同行者とライフステージで大きく異なる旅行動向

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

前年同様、同行者やライフステージにかかわらず、全てのセグメントにおいて『1~2か月前』の申し込みが圧倒的に多く、全セグメントにおいて3~4.5割を占め、トップシェアとなった。

旅行の1か月前までと旅行の1か月前を切ったからの大きく2

つに分けてその比率をみると、全てのセグメントにおいて旅行の1か月前までの割合が高い。

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「小中高生の子どもと一緒にの家族旅行」「3世代家族旅行」「子育て後の男性による友人旅行」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。

後者の旅行の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「ひとり旅」であった。1週間の割合も1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。

② マーケットセグメントと出発月・出発日

全体でみると、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。

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									当日/出発後	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		
全体	1.2	7.8	21.7	34.9	15.1	11.2	3.3	2.8	1.0	1.1	(8953)
前年	0.9	6.4	20.9	37.4	15.2	11.3	2.7	2.9	0.9	1.3	(9244)
家族旅行	1.9	9.3	25.6	33.6	12.7	9.1	3.6	2.5	0.9	0.7	(2481)
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)	1.4	9.1	24.1	30.4	13.2	13.6	4.9	2.3	0.4	0.7	(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)	2.7	10.0	27.4	33.8	12.2	7.3	2.3	2.4	1.3	0.5	(1055)
18歳以上のみの家族旅行	1.4	8.7	24.4	35.1	13.0	8.5	4.4	2.8	0.8	0.9	(913)
※3世代家族旅行	4.4	12.0	29.7	31.3	10.3	6.7	3.1	1.7	0.3	0.4	(671)
夫婦・カップル旅行	0.7	7.0	20.2	35.9	16.1	12.6	3.3	2.7	0.7	0.8	(3228)
カップルでの旅行	0.8	7.1	17.8	36.3	17.2	12.5	2.9	3.3	1.1	0.9	(837)
夫婦での旅行(子どもなし)	0.7	8.8	20.5	34.3	13.5	13.3	3.1	4.1	0.5	1.1	(814)
子育て中の夫婦での旅行(末子が18歳未満)	2.5	7.5	17.1	34.0	19.4	13.4	3.4	1.3	0.4	1.1	(197)
子育て後の夫婦での旅行(末子が18歳以上)	0.4	5.8	21.9	36.8	16.4	12.1	3.5	1.8	0.7	0.5	(1380)
友人旅行	1.2	8.1	22.8	39.6	15.4	8.5	2.0	1.4	0.0	0.8	(1561)
未婚男性による友人旅行	1.6	9.3	20.0	37.7	16.7	10.0	1.9	1.5	0.0	1.3	(338)
既婚男性による友人旅行(子どもなし)	0.0	10.3	20.5	29.9	17.7	15.8	1.8	1.9	0.0	2.1	(66)
子育て中の男性による友人旅行(末子が18歳未満)	0.7	9.5	16.8	38.6	17.1	8.5	4.5	2.0	0.0	2.4	(101)
子育て後の男性による友人旅行(末子が18歳以上)	0.0	11.5	24.7	44.0	14.3	4.3	0.5	0.8	0.0	0.0	(181)
未婚女性による友人旅行	2.4	7.4	22.2	41.5	16.1	6.5	2.1	0.9	0.0	0.9	(387)
既婚女性による友人旅行(子どもなし)	0.7	7.7	25.9	34.0	15.5	9.0	4.9	1.2	0.6	0.6	(126)
子育て中の女性による友人旅行(末子が18歳未満)	0.0	1.7	32.8	42.2	16.9	4.7	0.0	0.0	0.0	1.7	(41)
子育て後の女性による友人旅行(末子が18歳以上)	0.7	6.0	25.3	41.1	12.7	10.8	1.3	2.2	0.0	0.0	(321)
ひとり旅	0.7	6.4	16.5	30.2	17.0	15.1	4.4	4.8	2.3	2.6	(1535)
男性のひとり旅	0.9	7.2	15.4	29.6	16.6	15.8	4.4	5.3	2.3	2.5	(1006)
女性のひとり旅	0.4	4.7	18.7	31.3	17.8	13.9	4.4	3.9	2.5	2.6	(529)

■ 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。表中の数値は表示単位未満で四捨五入して表示している。

「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」は2割を超える。

一方、「夫婦・カップル旅行」も全体では『8月』が最も多いが、「子育て中の夫婦旅行」は『5月』、「子育て後の夫婦での旅行」は『9月』出発のほうが多い。

「友人旅行」では、「未婚男性・女性による友人旅行」「子育て中の男性による友人旅行」「子育て後の女性による友人旅行」は『8月』出発が最多だが、他セグメントは最多出発月が『5月』『9月』『11月』に分かれた。

なお、「ひとり旅」も『8月』出発が最も多い。

旅行の出発日については、前年同様、『月～木曜日』が3

割でトップシェアとなった。新天皇即位・改元にもなう10連休の影響もあり『ゴールデンウィーク』出発は前年から2ポイント増加、『夏休み』『土曜日』出発はそれぞれ2ポイントずつ減少した。

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」「子育て後の男性・女性による友人旅行」「女性のひとり旅」では『月～木曜日』出発の旅行が4割を超える。

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

(単位: %)

マーケットセグメント	出発月												出発日						サンプル数	
	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	夏休み	ゴールデンウィーク	年末年始	土曜日	日曜・祝日	月～木曜日		金曜日
全体	5.8	5.6	9.0	7.6	11.5	7.5	7.9	14.3	9.1	6.8	7.8	7.1	8.0	6.7	4.2	17.8	16.1	31.7	15.5	(9364)
前年	6.2	5.5	9.8	6.9	9.0	7.3	8.3	14.5	9.6	7.3	7.8	7.8	10.1	4.6	4.4	19.6	15.9	31.1	14.2	(9666)
家族旅行	6.3	4.6	8.8	7.2	13.4	5.6	7.3	18.9	7.7	5.9	6.4	7.8	13.0	9.8	6.2	17.2	18.1	21.5	14.1	(2596)
乳幼児の子どもと一緒に家族旅行(小中高生を含まない)	6.7	4.7	10.5	6.3	17.3	5.9	7.3	15.2	7.4	6.3	5.3	7.1	11.5	11.0	5.1	17.4	15.9	22.3	16.8	(532)
小中高生の子どもと一緒に家族旅行(乳幼児連れも含む)	6.6	3.9	8.2	6.9	12.4	4.0	7.6	24.2	6.5	5.6	5.1	8.8	18.7	10.7	8.1	16.0	18.9	14.1	13.4	(1100)
18歳以上のみの家族旅行	5.7	5.4	8.4	8.2	12.2	7.4	7.1	14.8	9.3	6.1	8.4	7.0	7.4	8.2	4.6	18.5	18.5	29.5	13.4	(964)
※3世代家族旅行	6.7	4.9	8.2	6.7	15.5	5.3	7.7	18.7	5.6	5.7	7.6	7.5	13.6	11.3	6.6	16.3	17.3	18.0	16.9	(704)
夫婦・カップル旅行	5.7	6.6	9.2	7.7	10.8	7.7	8.5	12.3	9.0	7.4	8.8	6.4	6.1	6.1	4.0	17.2	15.9	34.4	16.4	(3338)
カップルでの旅行	6.6	6.8	10.9	5.6	12.2	5.8	7.7	15.1	8.1	7.0	7.6	6.7	7.3	7.7	4.7	19.5	19.9	25.0	16.0	(870)
夫婦での旅行(子どもなし)	5.6	6.8	9.6	7.1	10.0	7.3	8.0	12.9	7.4	8.4	8.1	8.9	6.9	6.8	5.8	18.9	15.5	27.2	18.8	(842)
子育て中の夫婦での旅行(末子が18歳未満)	6.9	9.2	5.8	8.5	12.6	6.3	8.0	11.4	3.5	9.6	12.0	6.2	6.1	9.7	4.3	20.1	19.3	17.2	23.4	(203)
子育て後の夫婦での旅行(末子が18歳以上)	5.0	6.0	8.4	9.2	10.1	9.2	9.4	10.4	11.3	6.7	9.5	4.8	4.9	4.1	2.5	14.3	13.2	46.9	14.2	(1423)
友人旅行	5.5	5.2	10.0	8.3	11.3	7.8	7.7	12.3	10.1	7.6	7.8	6.3	5.0	5.8	2.5	19.5	16.0	34.6	16.6	(1664)
未婚男性による友人旅行	8.1	6.2	10.2	7.6	10.8	5.6	6.1	14.8	9.1	7.2	7.1	7.3	6.9	6.8	5.9	15.3	21.4	24.2	19.6	(356)
既婚男性による友人旅行(子どもなし)	6.9	6.1	7.8	11.2	7.9	5.8	6.7	8.2	10.4	10.4	11.3	7.3	0.0	7.5	2.8	34.4	7.4	26.5	21.4	(81)
子育て中の男性による友人旅行(末子が18歳未満)	8.4	6.8	10.8	10.8	8.3	7.5	4.1	12.1	8.8	5.8	11.2	5.4	3.0	4.4	5.5	24.3	7.5	24.5	30.8	(109)
子育て後の男性による友人旅行(末子が18歳以上)	3.9	6.7	7.8	7.9	12.4	9.5	11.0	11.8	9.8	9.2	6.2	3.9	8.1	3.1	1.1	15.9	14.1	45.6	12.1	(196)
未婚女性による友人旅行	5.4	5.3	12.4	8.7	13.2	5.3	8.7	13.8	9.8	6.3	5.1	6.0	7.1	8.4	1.9	21.5	19.9	28.4	12.9	(416)
既婚女性による友人旅行(子どもなし)	4.3	6.2	6.2	6.9	15.6	14.2	4.8	6.3	13.6	7.4	10.8	3.8	1.4	8.3	0.5	19.6	15.5	35.0	19.7	(131)
子育て中の女性による友人旅行(末子が18歳未満)	1.7	4.0	11.1	8.9	6.3	2.9	8.9	12.1	14.7	13.7	7.5	8.2	10.3	6.3	2.1	19.0	10.1	39.8	12.4	(41)
子育て後の女性による友人旅行(末子が18歳以上)	3.8	2.2	9.7	7.8	9.6	11.1	8.6	11.3	10.0	8.1	9.7	8.0	1.3	2.1	0.3	18.3	12.4	51.3	14.4	(334)
ひとり旅	5.6	5.4	8.3	7.4	10.2	9.7	7.7	13.5	10.6	6.0	7.6	8.0	6.8	4.4	3.1	17.9	13.6	38.8	15.6	(1583)
男性のひとり旅	6.3	4.9	7.8	6.8	11.0	9.4	7.5	13.4	11.0	6.6	7.2	8.1	7.2	4.9	3.7	16.4	13.2	38.0	16.6	(1043)
女性のひとり旅	4.4	6.3	9.2	8.5	8.5	10.3	8.0	13.7	9.7	4.9	8.4	7.9	6.0	3.4	1.8	20.7	14.2	40.2	13.6	(540)

■ 全体の比率より15ポイント以上大きい値 ■ 全体の比率より10ポイント以上大きい値 ■ 全体の比率より5ポイント以上大きい値 資料：(公財)日本交通公社「JTB旅行実態調査」
 ※3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。表中の数値は表示単位未満で四捨五入して表示している。

③マーケットセグメントと交通手段

●旅行先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「乳幼児・小中高生の子どもと一緒に家族旅行」では5.5～6割を占める。子どもが大きくなるにつれ、『自家用車』利用率は減少し、「3世代家族旅行」になると、再び利用率が高まる。

「夫婦・カップル旅行」も『自家用車』がトップシェアを占めるが、『自家用車』以外の交通手段の利用率が「家族旅行」よりも

高く、『列車』においては3ポイント上回っている。

「友人旅行」は、「未婚男性・女性による友人旅行」「既婚女性による友人旅行(子どもなし)」「子育て後の女性による友人旅行」において『列車』利用が最も多く、それ以外のセグメントでは『自家用車』利用が最も多い。また、「未婚女性による友人旅行」「既婚女性による友人旅行(子どもなし)」及び「子育て後の女性による友人旅行」では、『バス・貸切バス』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

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

(単位：%)

マーケットセグメント	目的地までの 主な交通手段	自家用車		列車			飛行機			バス・貸切バス	レンタカー		その他	サンプル数		
		高速道路利用	高速道路 利用なし	新幹線・ 有料特急 利用	新幹線・ 有料特急 利用なし	飛行機 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					
全体		39.9	33.2	6.7	27.3	22.0	5.4	22.7	17.7	5.0	6.4	2.7	2.2	0.5	1.0	(9364)
前年		40.1	33.7	6.4	26.3	21.3	5.0	23.2	17.8	5.4	6.7	2.6	2.3	0.3	1.0	(9666)
家族旅行		52.6	44.9	7.7	20.7	17.0	3.8	21.1	17.5	3.6	2.7	2.5	2.1	0.4	0.5	(2596)
	乳幼児の子どもと一緒に家族旅行(小中高生を含まない)	60.0	50.7	9.3	17.4	14.7	2.7	17.4	13.3	4.1	1.8	2.8	2.6	0.2	0.6	(532)
	小中高生の子どもと一緒に家族旅行(乳幼児連れも含む)	56.3	48.1	8.2	18.5	15.1	3.4	21.6	18.4	3.2	1.3	2.0	1.6	0.4	0.4	(1100)
	18歳以上のみの家族旅行	44.3	38.0	6.3	25.1	20.3	4.8	22.4	18.7	3.7	4.8	2.9	2.4	0.4	0.5	(964)
	※3世代家族旅行	49.2	41.3	7.9	19.9	15.7	4.2	25.0	21.0	3.9	1.8	3.6	3.4	0.2	0.4	(704)
夫婦・カップル旅行		46.9	39.1	7.7	24.0	19.3	4.6	21.4	16.4	5.0	4.5	2.6	2.2	0.4	0.7	(3338)
	カップルでの旅行	40.5	34.8	5.8	29.9	22.5	7.4	19.6	13.9	5.6	4.3	5.0	4.6	0.4	0.7	(870)
	夫婦での旅行(子どもなし)	49.4	44.6	4.8	21.1	16.4	4.7	24.0	18.7	5.4	2.6	2.7	2.3	0.5	0.1	(842)
	子育て中の夫婦での旅行(末子が18歳未満)	42.0	35.3	6.7	23.2	17.2	6.0	30.3	23.6	6.7	2.3	1.6	1.2	0.4	0.6	(203)
	子育て後の夫婦での旅行(末子が18歳以上)	49.9	39.1	10.8	22.1	19.4	2.7	19.7	15.6	4.1	6.0	1.1	0.9	0.3	1.1	(1423)
友人旅行		29.1	24.3	4.8	32.0	25.8	6.2	21.4	16.6	4.8	11.7	4.3	3.5	0.8	1.5	(1664)
	未婚男性による友人旅行	25.7	22.1	3.7	31.3	24.5	6.8	21.9	19.1	2.8	11.1	8.9	7.7	1.2	1.0	(356)
	既婚男性による友人旅行(子どもなし)	48.3	42.4	5.9	21.7	17.6	4.1	19.4	11.3	8.1	9.5	1.1	1.1	0.0	0.0	(81)
	子育て中の男性による友人旅行(末子が18歳未満)	41.1	39.1	2.0	25.1	23.5	1.6	23.7	19.6	4.1	5.3	3.3	3.3	0.0	1.4	(109)
	子育て後の男性による友人旅行(末子が18歳以上)	48.5	39.2	9.4	21.9	16.8	5.1	15.4	12.4	3.0	10.9	1.2	0.8	0.4	2.2	(196)
	未婚女性による友人旅行	17.8	14.8	3.0	37.4	29.8	7.6	25.7	18.3	7.3	12.6	4.7	3.7	1.0	1.8	(416)
	既婚女性による友人旅行(子どもなし)	24.0	22.9	1.2	33.8	30.9	2.9	23.0	18.1	4.9	13.2	5.9	4.4	1.6	0.0	(131)
	子育て中の女性による友人旅行(末子が18歳未満)	52.0	50.3	1.7	24.3	12.8	11.5	12.2	3.9	8.3	6.9	0.0	0.0	0.0	4.6	(41)
	子育て後の女性による友人旅行(末子が18歳以上)	26.2	18.0	8.2	37.0	29.6	7.4	19.2	15.5	3.7	14.3	1.5	1.1	0.4	1.8	(334)
ひとり旅		16.6	12.0	4.7	40.5	31.8	8.7	30.1	22.3	7.8	9.4	1.3	0.9	0.4	2.1	(1583)
	男性のひとり旅	21.8	16.5	5.2	37.8	28.2	9.6	29.1	21.6	7.4	7.3	1.9	1.3	0.6	2.1	(1043)
	女性のひとり旅	6.7	3.2	3.5	45.6	38.7	6.8	32.0	23.6	8.4	13.3	0.2	0.2	0.0	2.2	(540)

■ 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。表中の数値は表示単位未満で四捨五入して表示している。

に比べ高く、『自家用車』利用は男性でも2割強、女性では1割以下にとどまる。さらに、女性の『バス・貸切バス』利用率の高さも特徴として挙げられる。

●旅行先での主な交通手段

前年同様、旅行先での主な交通手段では、旅行先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』利用率は4～5割と高く、特に、「乳幼児の子どもと一緒に家族旅行」「小中高生の子どもと一緒に家族旅行」

「3世代家族旅行」では過半数を占めた。

「友人旅行」では、ライフステージによって特徴は異なる。「未婚男性・女性による友人旅行」では3～4割が『列車』、2割が『路線バス』を利用、「子育て後の女性による友人旅行」では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、2割が『路線バス』を利用しており、他セグメントに比べて特徴的な交通手段となっている。

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	路線バス	レンタカー	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
マーケットセグメント													
全体	37.5	29.7	14.1	13.6	8.5	8.1	7.3	3.9	2.9	1.4	1.1	7.2	(9364)
前年	37.7	28.7	14.2	13.3	9.6	7.6	7.8	3.9	2.6	1.4	1.8	6.9	(9666)
家族旅行	49.4	22.6	12.0	14.6	8.6	9.1	4.2	3.9	3.2	1.2	0.6	6.3	(2596)
乳幼児の子どもと一緒に家族旅行(小中高生を含まない)	55.7	18.6	12.5	15.8	7.9	6.9	3.2	3.1	2.9	1.6	0.6	5.4	(532)
小中高生の子どもと一緒に家族旅行(乳幼児連れも含む)	53.6	23.0	8.9	14.9	7.9	10.9	3.0	3.8	2.8	1.2	0.4	7.1	(1100)
18歳以上のみの家族旅行	41.2	24.2	15.2	13.6	9.8	8.2	6.0	4.3	4.0	1.1	0.8	5.9	(964)
※3世代家族旅行	50.5	23.3	11.9	19.2	10.1	13.0	4.4	4.7	3.1	1.4	0.2	5.2	(704)
夫婦・カップル旅行	43.7	24.4	12.0	14.5	7.2	8.0	7.5	3.9	2.9	1.1	0.7	7.2	(3338)
カップルでの旅行	38.2	33.7	15.1	18.5	7.2	8.3	3.6	3.7	2.4	1.3	0.4	7.9	(870)
夫婦での旅行(子どもなし)	43.4	22.9	10.1	16.3	7.5	11.5	3.8	4.5	3.0	1.1	0.6	7.6	(842)
子育て中の夫婦での旅行(末子が18歳未満)	46.9	23.7	10.4	27.4	8.0	16.5	3.7	1.1	1.6	1.9	0.0	3.0	(203)
子育て後の夫婦での旅行(末子が18歳以上)	46.8	19.6	11.4	9.2	6.8	4.6	12.7	4.1	3.4	0.8	1.1	7.2	(1423)
友人旅行	27.1	32.2	15.0	15.8	11.8	7.8	10.5	5.1	2.8	1.6	1.7	8.3	(1664)
未婚男性による友人旅行	22.9	37.4	18.5	25.7	13.9	8.6	8.0	5.4	3.2	3.9	0.6	7.6	(356)
既婚男性による友人旅行(子どもなし)	48.7	25.2	12.6	16.2	12.5	4.2	2.4	3.7	2.1	0.0	1.6	8.9	(81)
子育て中の男性による友人旅行(末子が18歳未満)	38.0	27.2	8.6	23.3	10.8	8.5	8.1	1.7	0.0	1.5	1.4	5.4	(109)
子育て後の男性による友人旅行(末子が18歳以上)	45.2	16.1	7.6	10.8	9.6	2.4	11.4	0.8	2.7	0.5	2.9	8.9	(196)
未婚女性による友人旅行	18.9	42.3	18.7	17.1	10.4	9.4	7.9	5.7	2.8	2.0	1.3	5.6	(416)
既婚女性による友人旅行(子どもなし)	24.0	29.4	13.1	15.5	8.6	17.0	10.2	3.1	5.0	0.0	0.0	10.1	(131)
子育て中の女性による友人旅行(末子が18歳未満)	45.5	12.0	5.8	8.7	11.5	6.4	0.0	6.8	4.6	4.0	4.2	14.7	(41)
子育て後の女性による友人旅行(末子が18歳以上)	21.7	30.2	15.6	5.1	14.2	5.4	19.8	8.5	2.7	0.2	3.2	11.1	(334)
ひとり旅	16.9	51.1	21.5	7.9	7.5	7.7	6.2	2.9	2.1	2.0	2.0	6.9	(1583)
男性のひとり旅	20.3	48.8	20.5	10.0	6.2	7.3	5.4	2.6	2.2	1.9	2.1	7.1	(1043)
女性のひとり旅	10.4	55.5	23.4	3.8	10.0	8.5	7.8	3.5	2.1	2.0	1.9	6.7	(540)

■全体の比率より15ポイント以上大きい値 ■全体の比率より10ポイント以上大きい値 ■全体の比率より5ポイント以上大きい値 資料:(公財)日本交通公社「JTB旅行実態調査」
 ※3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。表中の数値は表示単位未満で四捨五入して表示している。

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こと』がトップシェアとなった。

『温泉に入ること』は、「子育て後の夫婦での旅行」「子育て後の男性・女性による友人旅行」でトップを占めた。

『自然景観を見ること』や『文化的な名所（史跡、神社仏閣など）を見ること』はどのセグメントにおいてもトップシェアにはならないものの、比較的上位を占めた。

『観光・文化施設（水族館や美術館、テーマパークなど）

を訪れること』がトップシェアとなったのは、「乳幼児の子どもと一緒に家族旅行」「小中高生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」で特徴的な楽しみとなっている。特に、「既婚男性による友人旅行（子どもなし）」でトップシェアとなり、全体の比率より15ポイント以上高い値を示した。

『芸術・音楽・スポーツなどの観劇・鑑賞・観戦』は「未婚女性による友人旅行」「女性のひとり旅」で特徴的な楽しみであり、特に「女性のひとり旅」ではトップシェアとなった。

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、神社仏閣など）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	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		18.7	15.4	12.2	11.7	9.3	6.2	5.0	4.0	4.0	3.2	2.9	2.5	1.9	1.0	2.1	(9364)
前年		19.2	15.6	12.8	11.1	9.0	6.3	4.9	3.7	4.3	3.4	2.5	2.4	1.9	0.7	2.3	(9666)
家族旅行		18.0	15.9	11.0	10.0	15.1	6.3	2.8	3.8	3.6	4.2	2.8	2.6	1.6	1.0	1.2	(2596)
	乳幼児の子どもと一緒に家族旅行（小中高生を含まない）	16.6	13.1	9.2	5.8	23.7	5.2	0.8	4.3	3.8	5.2	3.8	3.1	1.9	2.1	1.4	(532)
	小中高生の子どもと一緒に家族旅行（乳幼児連れも含む）	16.6	14.5	11.1	9.9	16.8	7.8	2.8	3.9	3.5	5.0	2.3	2.6	1.5	0.6	1.0	(1100)
	18歳以上のみの家族旅行	20.2	19.0	12.0	12.4	8.4	5.2	3.9	3.4	3.5	2.9	2.8	2.5	1.6	0.8	1.2	(964)
	※3世代家族旅行	17.6	16.2	11.8	10.4	14.3	4.7	1.8	2.9	3.7	5.6	2.3	3.5	2.3	1.6	1.2	(704)
夫婦・カップル旅行		19.7	19.5	13.5	12.5	7.4	4.6	3.0	3.7	3.3	3.3	2.5	2.5	1.7	1.0	1.9	(3338)
	カップルでの旅行	22.9	16.2	12.9	10.8	11.7	4.4	3.0	2.4	2.9	3.0	3.1	2.4	1.4	1.4	1.5	(870)
	夫婦での旅行（子どもなし）	21.6	17.7	13.1	10.7	6.6	6.6	4.4	3.8	4.2	3.3	2.2	3.0	1.5	0.5	1.1	(842)
	子育て中の夫婦での旅行（末子が18歳未満）	20.0	13.4	9.3	16.8	10.7	6.7	2.2	3.7	5.6	3.5	3.9	0.4	1.6	0.8	1.5	(203)
	子育て後の夫婦での旅行（末子が18歳以上）	16.6	23.5	14.6	14.0	4.7	3.3	2.4	4.4	2.7	3.3	2.1	2.6	2.0	1.1	2.7	(1423)
友人旅行		19.2	14.7	12.7	11.6	8.0	10.4	6.0	1.3	4.1	2.9	2.5	2.0	2.2	0.9	1.6	(1664)
	未婚男性による友人旅行	16.2	12.2	13.9	13.6	7.7	11.3	3.9	2.3	6.2	3.3	2.4	2.0	3.2	1.0	0.9	(356)
	既婚男性による友人旅行（子どもなし）	16.1	10.2	4.7	10.1	3.4	25.0	3.5	5.6	4.7	5.5	2.6	0.0	4.4	0.0	4.1	(81)
	子育て中の男性による友人旅行（末子が18歳未満）	29.1	14.5	6.3	9.2	6.8	17.6	1.9	1.8	4.1	2.1	2.3	1.9	0.0	1.4	0.8	(109)
	子育て後の男性による友人旅行（末子が18歳以上）	17.4	20.2	17.0	7.7	4.3	18.5	2.7	0.5	3.7	1.1	0.4	3.2	1.8	0.4	1.1	(196)
	未婚女性による友人旅行	20.3	10.4	12.6	7.4	12.5	6.8	12.0	0.8	3.1	3.0	3.6	2.0	2.7	1.4	1.4	(416)
	既婚女性による友人旅行（子どもなし）	23.5	20.3	11.1	12.7	6.2	4.7	4.7	0.9	4.3	0.9	2.3	2.7	1.9	1.7	2.3	(131)
	子育て中の女性による友人旅行（末子が18歳未満）	28.4	17.9	2.9	12.6	6.9	10.4	8.3	0.0	0.0	8.5	0.0	2.5	1.7	0.0	0.0	(41)
	子育て後の女性による友人旅行（末子が18歳以上）	16.6	18.3	14.8	17.4	7.2	5.3	5.0	0.5	3.6	3.2	2.7	1.5	1.0	0.3	2.5	(334)
ひとり旅		17.1	7.2	11.3	12.5	5.6	4.8	11.4	8.4	6.1	1.8	4.6	2.0	2.6	0.8	3.7	(1583)
	男性のひとり旅	18.7	8.0	12.5	13.5	4.2	5.8	8.4	6.7	6.7	2.0	4.5	2.5	2.4	0.7	3.3	(1043)
	女性のひとり旅	13.8	5.6	8.9	10.7	8.3	2.9	17.3	11.7	5.0	1.6	4.8	1.1	3.0	1.0	4.3	(540)

■全体の比率より15ポイント以上大きい値 ■全体の比率より10ポイント以上大きい値 ■全体の比率より5ポイント以上大きい値 資料：（公財）日本交通公社「JTB旅行実態調査」
 ※3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。表中の数値は表示単位未満で四捨五入して表示している。

⑤マーケットセグメントと宿泊施設

「子育て中の女性による友人旅行」を除き、全てのセグメントにおいて『ホテル』がトップを占めた。前年同様、『ビジネスホテル』は「ひとり旅」で、『リゾートホテル』は「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「18歳以上のみの家族旅行」「3世代家族旅行」「夫婦での旅行」「子育て後の男性による友人旅行」

「既婚女性による友人旅行（子どもなし）」などで高い傾向がみられた。

なお、『実家・親戚・知人宅』は「女性のひとり旅」において、『民宿・ペンション・ロッジ』は「既婚男性による友人旅行（子どもなし）」において、『別荘・リゾートマンション・会員制の宿泊施設』は「子育て後の男性による友人旅行」において、他セグメントに比べて高い利用率であった。

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・会員制の宿泊施設	別荘	公共の宿	オートキャンプ	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)旅館
全体	62.2	24.3	22.9	19.4	27.0	16.9	10.8	7.4	4.2	2.5	1.8	1.7	1.8	(9364)
前年	60.3	22.8	22.5	19.0	28.8	17.8	11.8	7.2	4.1	3.0	1.7	1.6	1.8	(9666)
家族旅行	60.3	15.8	31.3	18.4	29.7	19.3	11.1	7.8	4.4	2.6	1.8	2.1	1.0	(2596)
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)	63.9	12.7	36.6	20.8	27.6	18.9	9.1	7.9	4.7	1.5	2.0	2.1	1.0	(532)
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)	59.2	15.9	32.1	16.9	28.1	19.1	9.9	8.1	5.1	3.0	1.7	3.2	0.8	(1100)
18歳以上のみの家族旅行	59.6	17.4	27.4	18.8	32.6	19.8	13.5	7.4	3.3	2.7	1.9	0.9	1.1	(964)
※3世代家族旅行	62.7	13.7	37.8	19.2	33.2	23.9	10.6	7.0	4.8	4.5	1.3	2.1	0.8	(704)
夫婦・カップル旅行	61.3	20.7	25.5	19.9	32.2	20.1	13.1	5.7	3.3	2.9	1.9	1.6	1.6	(3338)
カップルでの旅行	65.2	25.0	23.4	20.8	28.3	16.3	12.5	4.2	4.4	1.3	0.5	2.4	1.4	(870)
夫婦での旅行(子どもなし)	60.9	23.2	23.0	19.8	32.1	18.4	14.5	6.0	4.6	2.7	0.8	0.9	1.4	(842)
子育て中の夫婦での旅行(末子が18歳未満)	66.6	23.6	29.1	20.8	33.3	22.3	11.5	4.1	1.0	2.8	1.3	2.1	1.7	(203)
子育て後の夫婦での旅行(末子が18歳以上)	58.3	16.3	27.7	19.3	34.4	23.3	12.8	6.7	2.2	4.0	3.4	1.4	1.8	(1423)
友人旅行	58.7	23.8	19.6	18.2	28.3	17.3	11.5	4.6	6.4	3.0	2.0	1.3	1.8	(1664)
未婚男性による友人旅行	56.9	28.9	15.1	17.8	28.7	16.3	13.5	4.7	8.7	1.5	2.0	1.1	2.3	(356)
既婚男性による友人旅行(子どもなし)	43.7	19.5	10.3	13.9	20.6	16.6	4.0	6.5	19.4	6.8	3.4	1.7	0.0	(81)
子育て中の男性による友人旅行(末子が18歳未満)	72.4	38.0	22.5	15.0	22.5	9.9	12.7	1.7	4.0	0.6	0.8	1.5	0.0	(109)
子育て後の男性による友人旅行(末子が18歳以上)	47.9	16.6	20.7	13.2	34.5	25.2	10.6	2.4	4.9	7.6	4.0	2.4	2.4	(196)
未婚女性による友人旅行	63.7	27.8	16.5	22.6	23.3	12.8	10.9	7.4	6.5	1.3	0.4	1.0	2.2	(416)
既婚女性による友人旅行(子どもなし)	58.5	24.0	20.0	19.0	36.2	21.8	14.4	4.4	4.3	2.5	0.6	1.5	0.0	(131)
子育て中の女性による友人旅行(末子が18歳未満)	42.2	14.1	14.7	13.3	49.8	28.2	21.6	8.8	7.2	0.0	2.2	0.0	2.5	(41)
子育て後の女性による友人旅行(末子が18歳以上)	62.0	15.1	29.3	18.5	28.5	18.9	9.6	2.1	2.9	4.3	3.2	1.0	2.0	(334)
ひとり旅	72.1	47.0	8.1	20.8	9.1	4.2	5.1	13.5	3.6	1.1	1.3	1.8	3.4	(1583)
男性のひとり旅	74.8	51.6	7.9	19.6	10.1	4.1	6.3	8.4	3.8	1.5	1.5	2.8	3.7	(1043)
女性のひとり旅	67.0	38.2	8.5	23.2	7.2	4.5	2.7	23.3	3.3	0.2	1.0	0.0	3.0	(540)

■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。表中の数値は表示単位未満で四捨五入して表示している。

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、1.98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、宿泊数が最も短い傾向にあるのは「友人旅行」で、

1.66泊であった。「友人旅行」では、それぞれ異なる勤め先や家庭の事情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あると考えられる。宿泊数が短い傾向にある「友人旅行」においても、「未婚男性による友人旅行」は1.87泊と他と比べて比較的長めの宿泊数であった。

(仲七重、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	50.7	29.2	12.1	3.7	4.4	1.85	(9364)
前年	49.3	29.9	12.4	3.9	4.5	1.88	(9666)
家族旅行	50.3	28.4	13.5	4.1	3.7	1.85	(2596)
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)	49.3	27.9	14.1	5.4	3.4	1.88	(532)
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)	49.7	27.5	15.0	4.4	3.4	1.86	(1100)
18歳以上のみの家族旅行	51.5	29.9	11.4	3.0	4.3	1.82	(964)
※3世代家族旅行	42.4	30.0	16.3	5.2	6.1	2.06	(704)
夫婦・カップル旅行	49.2	28.9	12.9	4.3	4.7	1.90	(3338)
カップルでの旅行	52.6	30.1	10.2	2.8	4.3	1.79	(870)
夫婦での旅行(子どもなし)	48.1	27.2	14.3	5.6	4.8	1.94	(842)
子育て中の夫婦での旅行 (末子が18歳未満)	40.6	25.9	20.2	7.5	5.9	2.17	(203)
子育て後の夫婦での旅行 (末子が18歳以上)	49.1	29.6	12.6	4.0	4.7	1.91	(1423)
友人旅行	56.5	30.2	8.7	2.0	2.7	1.66	(1664)
未婚男性による友人旅行	41.2	39.7	13.2	3.4	2.5	1.87	(356)
既婚男性による友人旅行 (子どもなし)	64.8	19.7	10.8	1.1	3.6	1.61	(81)
子育て中の男性による友人旅行 (末子が18歳未満)	62.0	30.5	6.7	0.8	0.0	1.46	(109)
子育て後の男性による友人旅行 (末子が18歳以上)	62.5	24.9	8.4	1.4	2.8	1.58	(196)
未婚女性による友人旅行	56.4	31.4	7.8	1.2	3.0	1.65	(416)
既婚女性による友人旅行 (子どもなし)	62.8	22.7	7.8	4.4	2.3	1.65	(131)
子育て中の女性による友人旅行 (末子が18歳未満)	75.3	14.6	2.5	2.5	5.1	1.53	(41)
子育て後の女性による友人旅行 (末子が18歳以上)	60.9	28.8	6.3	1.2	2.8	1.57	(334)
ひとり旅	47.2	30.5	11.7	4.1	6.5	1.98	(1583)
男性のひとり旅	47.5	30.4	11.6	4.3	6.3	1.97	(1043)
女性のひとり旅	46.7	30.8	11.8	3.8	6.8	2.00	(540)

■ 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」

■ 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。)

※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。表中の数値は表示単位未満で四捨五入して表示している。

I-3 日本人の海外旅行

1 2019年の概況

2019年の日本人海外出国者数は4年連続の増加、2,000万人を突破

(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、日本人の海外出国者数は2016年以降増加を続け、2019年には過去最高の2,008万人となり、2017年3月に閣議決定した「観光立国推進基本計画」において定められた「2020年までに日本人の海外旅行者数を2,000万人にする」という目標を達成した。

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1,426万人、帰省・知人訪問等が149万人、出張・業務が433万人となり、いずれも前年度を上回る数となった。

(2) 主な要因

景気の安定やLow-Cost-Carrier (LCC) を含めた海外航空路の充実をはじめとして海外旅行をしやすい環境が整ったなかで、幅広いセグメントにとって海外旅行がより身近なものとなっていることが推察される。その表れとして、若者層での渡航数の増加が顕著であり、特に女性20代での延べ出国者数は、これまで最大ボリューム層であった40代男性を上回る245万人となった。また、70代に突入した団塊の世代による積極的な海外旅行も全体数の増加に寄与しているといえる。

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 (%)
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
2018年	18,954	6.0	13,699	18.3	1,014	△ 48.0	4,241	△ 2.7
2019年	20,081	5.9	14,257	4.1	1,494	47.3	4,330	2.1

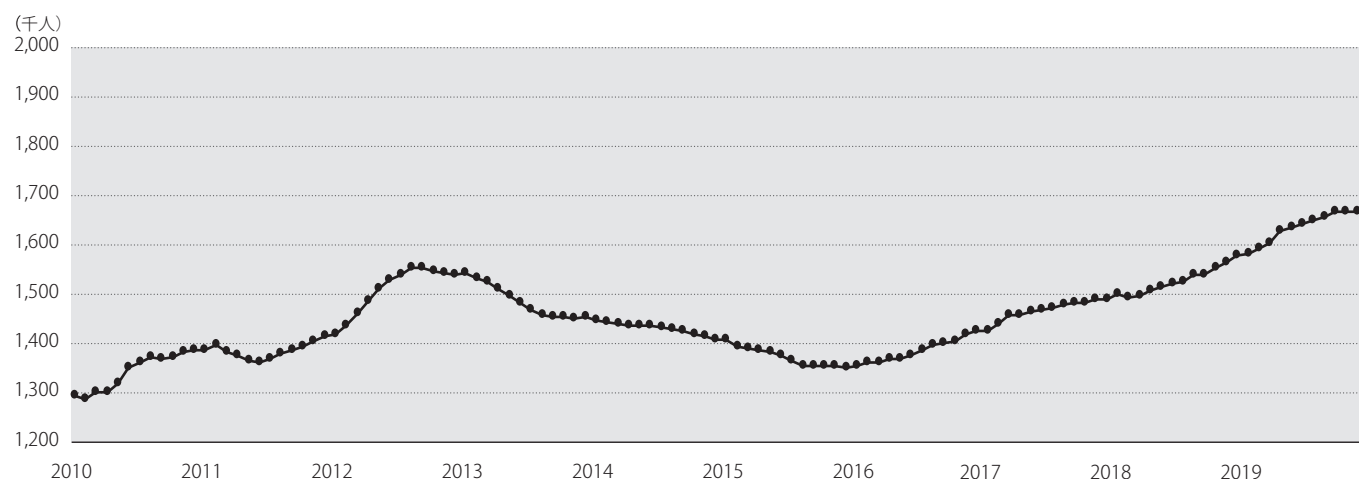
(注1) 各年の値は年間確報による。

(注2) 出国者数は法務省統計の数値を用いた。目的別内訳は観光庁統計の数値を用いて推計した。

(注3) 表中では前年同時期からの伸び率を「前年比 (%)」と記載している。

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

図I-3-1 日本人海外出国者(月別)の直近1年平均の推移



資料：法務省「出入国管理統計」をもとに(公財)日本交通公社作成

(3) 日本人海外出国者数の内訳

●性・年代別(表I-3-2、図I-3-2)

2019年の海外出国者数は男性40代・60代を除く性・年代で前年を上回り、一人当たりの旅行平均回数は全ての性年代において前年を上回る値となった。

年代別にみると、特に20代以下の年代で一人当たりの旅行平均回数の伸び率が大きい。20代女性については一人当た

りの旅行平均回数が0.40回となり、出張・業務での渡航が多い男性30代~50代を上回った。若年層における海外旅行への関心の高まりの表れといえる。

また、前年に続き70代以上の出国者数も伸びており、団塊の世代が70代に突入したことの影響が大きいと考えられる。

出張・業務での渡航が多い男性30代~50代の延べ出国者数の値が大きくなるのは例年と同様である。

表I-3-2 性・年代別の日本人海外出国者数(2019年)

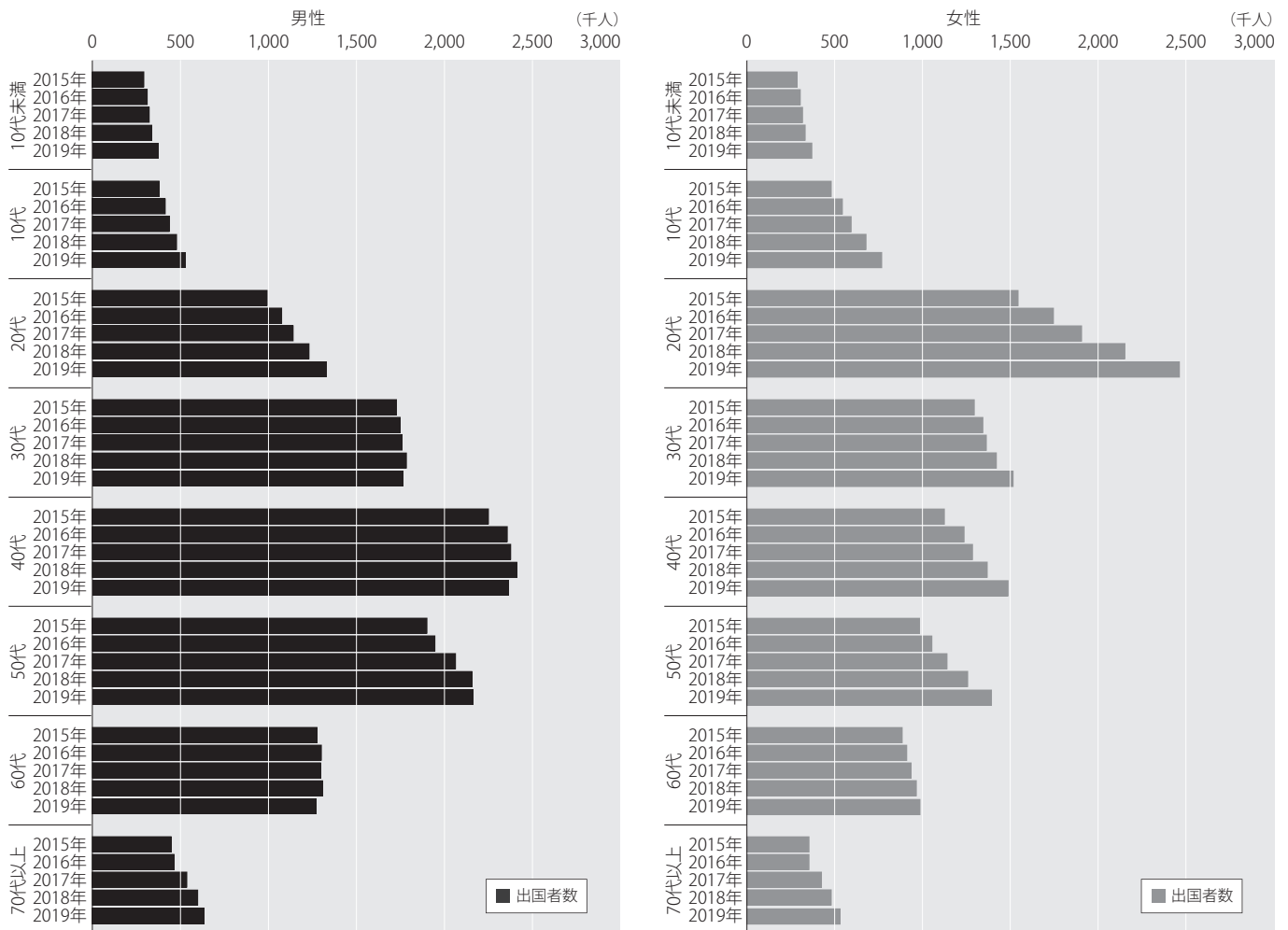
男性		年代								全体
		10代未満	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代以上	
出国者数	延べ出国者数(千人)	378	535	1,354	1,797	2,407	2,204	1,302	643	10,620
	前年比(%)	11.8	11.7	9.9	0.6	△0.3	2.2	△0.6	7.4	2.9
	旅行平均回数(回/人)	0.07	0.09	0.21	0.25	0.26	0.27	0.16	0.06	0.17
	前年比(%)	13.6	13.0	8.9	2.8	1.0	0.4	3.8	3.1	3.2

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)	370	765	2,445	1,511	1,482	1,380	979	529	9,461
	前年比(%)	11.8	13.0	13.8	6.6	8.5	10.0	1.6	10.3	9.5
	旅行平均回数(回/人)	0.08	0.14	0.40	0.22	0.16	0.17	0.12	0.03	0.15
	前年比(%)	13.6	14.3	13.4	9.2	10.0	8.2	6.3	6.7	9.8

(注) 表中では前年同時期からの伸び率を「前年比(%)」と記載している。

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(2015~2019年)



資料：法務省「出入国管理統計」をもとに(公財)日本交通公社作成

● 出発月別 (表I-3-3、図I-3-3)

海外出国者数を出発月別にみると、出国者全体では11月を除き前年同期と比べてプラスとなった。特に4月及び5月の観光・レクリエーションでの伸び率が大きく、ここには2019年4月末から5月初旬にかけてのゴールデンウィークが影響していると推察される。

観光・レクリエーション目的についてみると、前述のように4月、5月の出発が大きくなる一方で、年末年始を含む12月、1月やシルバーウィークのある9月をはじめ、6月、8月、11月で前年比マイナスになっている。

海外への帰省・知人訪問等については、観光・レクリエーションを目的とした海外旅行の10分の1程度と、その数が小さい分、変動率は大きくなると考えられるが、特に2018年に顕

著な落ち込みをみせた7月及び8月について回復がみられる。

出張・業務を目的とした出国者数については前年度と比較して、1月、9月、12月で大きく伸びている一方で、5月、8月、10月等はマイナス30%を上回る伸び率となった。

● 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。目的別にみると、観光・レクリエーション目的での渡航は北海道、関東、四国、九州を除き、前年度からマイナスの伸び率となっており、多くの地域で出張・業務での渡航の伸びが全体の伸びに寄与しているといえる。

出張・業務を目的とした渡航では、関東と四国を除いた地域全てでプラスの伸び率であり、特に、東北や中国、沖縄で大きな伸びとなった。

表I-3-3 出発月・居住地別の日本人海外出国者数 (2019年)

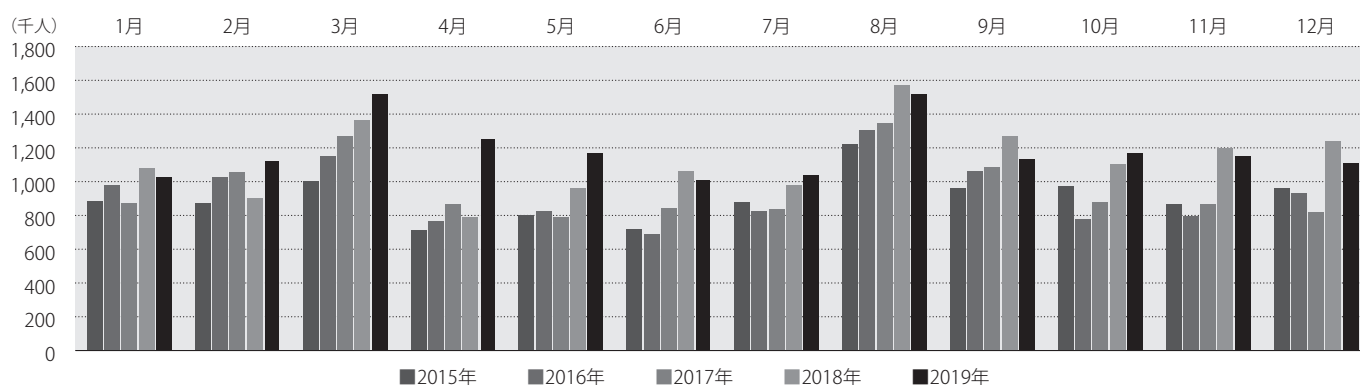
出発月		1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	全体
出国者全体	延べ出国者数 (千人)	1,452	1,535	1,930	1,667	1,438	1,521	1,659	2,110	1,751	1,663	1,642	1,712	20,081
	前年比 (%)	2.0	10.4	6.8	22.8	3.9	7.0	6.5	3.7	7.4	1.0	△ 1.9	5.1	5.9
	旅行平均回数 (回/人)	0.012	0.012	0.015	0.013	0.011	0.012	0.013	0.017	0.014	0.013	0.013	0.014	0.159
観光・レクリエーション	延べ出国者数 (千人)	1,024	1,120	1,519	1,252	1,170	1,015	1,040	1,521	1,139	1,169	1,150	1,109	14,257
	前年比 (%)	△ 5.1	24.0	11.0	57.8	21.8	△ 4.6	5.9	△ 3.3	△ 10.7	5.8	△ 4.5	△ 10.5	4.1
	旅行平均回数 (回/人)	0.008	0.009	0.012	0.010	0.009	0.008	0.008	0.012	0.009	0.009	0.009	0.009	0.113
帰省・知人訪問等	延べ出国者数 (千人)	155	98	62	54	54	145	135	312	163	165	70	106	1,494
	前年比 (%)	△ 11.2	△ 23.7	△ 33.3	△ 58.0	△ 23.9	78.3	243.4	753.7	143.8	373.0	△ 11.1	31.5	47.3
	旅行平均回数 (回/人)	0.001	0.001	0.000	0.000	0.000	0.001	0.001	0.002	0.001	0.001	0.001	0.001	0.012
出張・業務	延べ出国者数 (千人)	273	316	348	361	213	360	484	277	450	329	422	497	4,330
	前年比 (%)	60.2	△ 12.0	1.0	△ 17.1	△ 39.6	30.3	△ 10.0	△ 34.6	56.0	△ 35.2	8.0	60.8	2.1
	旅行平均回数 (回/人)	0.002	0.003	0.003	0.003	0.002	0.003	0.004	0.002	0.004	0.003	0.003	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)	381	472	9,259	522	2,255	3,711	641	273	1,273	162	18,949
	前年比 (%)	9.5	4.6	4.6	4.0	6.3	9.5	6.8	8.4	7.1	11.5	6.2
	旅行平均回数 (回/人)	0.073	0.054	0.209	0.081	0.143	0.181	0.088	0.073	0.099	0.112	0.150
観光・レクリエーション	延べ出国者数 (千人)	304	274	6,696	380	1,551	2,661	421	214	881	102	13,453
	前年比 (%)	5.6	△ 27.1	18.6	△ 3.3	△ 10.1	△ 2.8	△ 15.4	12.5	0.6	△ 15.8	4.7
	旅行平均回数 (回/人)	0.058	0.032	0.151	0.059	0.099	0.130	0.058	0.058	0.069	0.070	0.107
帰省・知人訪問等	延べ出国者数 (千人)	23	41	782	39	164	204	39	29	57	26	1,410
	前年比 (%)	△ 29.3	70.4	46.3	128.9	704.6	38.3	193.4	72.2	△ 57.6	123.6	48.3
	旅行平均回数 (回/人)	0.004	0.005	0.018	0.006	0.010	0.010	0.005	0.008	0.004	0.018	0.011
出張・業務	延べ出国者数 (千人)	53	157	1,781	103	540	847	182	30	337	35	4,086
	前年比 (%)	93.3	202.4	△ 33.4	12.3	44.3	67.8	104.2	△ 33.3	87.8	147.0	0.8
	旅行平均回数 (回/人)	0.010	0.018	0.040	0.016	0.034	0.041	0.025	0.008	0.026	0.024	0.032

(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」及び観光庁「旅行・観光消費動向調査」及び総務省「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」及び観光庁「旅行・観光消費動向調査」及び総務省「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

変動はあるものの多くの国・地域でプラス傾向を維持

(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みると、主要な旅行先のなかでも、2018年には特に東アジアと一部東南アジア、米国・ハワイへの渡航が多く、この傾向は前年度と同様となった。

ヨーロッパ諸国へは2016年までは全体的にマイナス傾向が

続いていたが2017年にプラスに転じ、2018年もその傾向が続いている(イタリア、スイス、英国、フィンランドを除く)。

前年からの伸び率でみると、トルコ(67.4%)が顕著に大きく、次いで韓国(27.6%)、スペイン(23.9%)、ベルギー(23.8%)が前年比20%を超える。トルコでは2018年夏に通貨が急落したことが旅行の割安感を高めたと考えられる。また韓国については2018年2月の平昌五輪開催や朝鮮半島の緊張緩和も伸びに影響していると考えられる。一方で、カナダがマイナスに転じ、グアムや北マリアナ諸島では引き続きマイナス傾向となった。

表I-3-4 主要エリアへの日本人旅行者数

(単位:人、%)

訪問先	2014年	前年比%	2015年	前年比%	2016年	前年比%	2017年	前年比%	2018年	前年比%	
アジア	中国	2,717,600	-5.6	2,497,657	-8.1	2,587,440	3.6	2,680,033	3.6	2,689,662	0.4
	韓国	2,280,434	-17.0	1,837,782	-19.4	2,297,893	25.0	2,311,447	0.6	2,948,527	27.6
	台湾	1,634,790	15.0	1,627,229	-0.5	1,895,702	16.5	1,898,854	0.2	1,969,151	3.7
	タイ	1,267,886	-17.5	1,381,702	9.0	1,439,629	4.2	1,544,442	7.3	1,655,996	7.2
	香港	636,432	4.7	632,959	-0.5	692,529	9.4	813,207	17.4	852,192	4.8
	シンガポール	824,741	-1.0	789,179	-4.3	783,863	-0.7	846,440	0.7	829,676	4.6
	ベトナム	647,956	7.3	671,379	3.6	740,592	10.3	798,119	7.8	826,674	3.6
	マレーシア	553,106	7.8	483,569	-12.6	413,768	-14.4	392,777	-5.1	394,540	0.4
	インドネシア	505,175	1.6	549,705	8.8	545,392	-0.8	573,310	5.1	530,573	-7.5
	フィリピン	463,744	6.9	495,662	6.9	535,238	8.0	584,180	9.1	631,821	8.2
	マカオ	299,741	3.2	282,138	-5.9	300,536	6.5	328,805	9.4	189,233	-0.5
	インド	219,516	-0.3	207,415	-5.5	208,847	0.7	222,527	6.6	236,236	6.2
	カンボジア	215,788	4.3	193,330	-10.4	191,577	-0.9	203,373	6.2	210,471	3.5
トルコ	157,101	-1.6	92,228	-41.3	42,131	-54.3	46,157	9.6	77,287	67.4	
オセアニア	グアム	810,856	-9.2	773,019	-4.7	745,691	-3.5	620,547	-16.8	566,588	-8.7
	豪州	328,880	1.4	337,210	2.5	413,800	22.7	434,550	4.0	469,230	8
	北マリアナ諸島	110,234	-22.2	80,832	-26.7	61,026	-24.5	50,944	-16.5	27,291	-46.4
ヨーロッパ	ドイツ	670,804	-5.7	647,243	-3.5	545,013	-15.8	584,871	7.3	613,248	4.9
	フランス	776,870	17.6	682,121	-12.2	411,043	-39.7	484,293	17.8	540,169	11.5
	イタリア	423,202	-6.9	421,917	-0.3	403,879	-4.3	227,010	14.9	384,004	-0.5
	スペイン	475,054	23.4	607,099	27.8	463,420	-23.7	385,971	-4.4	550,681	23.9
	オーストリア	245,306	-5.4	236,621	-3.5	208,710	-11.8	442,132	-4.6	220,198	5.7
	スイス	250,451	-12.6	226,198	-9.7	197,567	-12.7	208,248	-0.2	211,945	-6.6
	英国	222,000	-1.3	194,000	-12.6	245,823	26.7	246,857	0.4	246,597	-0.1
	オランダ	145,000	-3.3	136,000	-6.2	106,000	-22.1	117,000	10.4	119,000	1.7
	クロアチア	176,846	11.1	159,807	-9.6	120,971	-24.3	142,043	17.4	159,574	12.3
	チェコ	124,969	-9.3	123,800	-0.9	105,771	-14.6	114,955	8.7	129,119	12.3
	ベルギー	111,939	-0.3	96,444	-13.8	50,253	-47.9	68,253	35.8	84,508	23.8
	フィンランド	102,154	-4.3	108,106	5.8	114,463	5.9	124,548	8.8	113,000	-9.3
	ロシア	105,220	2.7	87,280	-17.0	84,631	-3.0	101,827	20.3	105,251	3.4
北中米	米国	3,620,224	-3.0	3,758,297	3.8	3,576,955	-4.8	3,595,607	-0.2	3,493,313	-2.8
	(ハワイ州)	1,511,739	-0.4	1,482,304	-1.9	1,487,979	0.4	1,587,781	6.7	1,489,778	-2.3
	カナダ	258,457	14.9	275,027	6.4	303,726	10.4	304,318	0.2	251,235	-14.9
	メキシコ	107,366	10.4	118,739	10.6	132,976	12.0	151,043	13.6	156,471	3.6

資料:日本政府観光局(JNTO)公表データをもとに(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)への入国者のほか、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域者が含まれる。

(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)2019年以降のデータは未公表のため2018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みていく。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」の順となった。「夫婦・カップル」の中でもシェアが高いのが「子育て後の夫婦」であり、全体の約15%を占めている。

セグメント別の旅行先をみると、「家族旅行」での旅行先は高い順に、グアム・サイパン(50.3%)、ハワイ(36.0%)、香港・マカオ(30.5%)となり、特に子ども連れや3世代旅行の場合に

はグアム・サイパンやハワイ等が選択される傾向にある。

「夫婦・カップルでの旅行」では、カップル又は子どものいない夫婦旅行と、子育て後の夫婦旅行で傾向が異なる。前者では南太平洋やグアム・サイパン等の割合が高い一方で、後者ではヨーロッパ旅行の割合が高い。子育て中の夫婦旅行は実施割合自体が小さく、全体のうち2.6%となった。

「友人や知人との旅行」では、比較的アクセスのしやすい東アジア・東南アジアの割合が比較的高く、特に韓国や台湾、タイが多く選択されている。

「ひとり旅」では、全体的に女性よりも男性の割合が高いが、そのなかでも、イギリスやその他ヨーロッパでは女性の割合が男性のそれを上回る結果となった。男性のひとり旅のなかでは特にタイやドイツが高い割合となった。

表I-3-5 旅行先別のマーケットセグメント(同行者×ライフステージ)

(単位: %)

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	カッパル	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							
	乳幼児連れ (小中高生を含まない)	小中高生連れ							未婚	既婚(子どもなし)	子育て中	子育て後	未婚	既婚(子どもなし)				子育て中	子育て後					
			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								
全体	22.8	3.3	8.8	10.7	5.1	35.5	6.6	11.0	2.6	15.3	22.4	4.3	0.9	1.4	2.5	6.5	1.5	0.7	4.7	17.2	10.4	6.8	2.1	(4559)
前年	22.9	3.4	8.2	11.4	4.8	33.0	5.4	10.4	2.3	15.0	23.4	4.2	0.8	0.7	3.8	6.0	1.7	0.3	5.9	18.5	11.1	7.4	2.2	(4615)
韓国	24.7	2.6	10.4	11.8	6.9	24.5	7.4	6.4	3.2	7.4	32.0	4.0	0.8	2.2	2.1	12.4	2.5	1.9	6.1	17.2	10.0	7.3	1.5	(658)
中国	22.8	2.7	7.9	12.2	5.1	32.4	10.1	4.7	1.9	15.7	21.9	5.1	0.5	1.0	3.5	5.1	0.4	0.3	5.9	21.6	16.8	4.8	1.4	(256)
台湾	23.4	2.8	8.8	11.8	4.1	34.6	5.8	9.3	4.6	15.0	28.2	7.0	1.4	2.2	2.8	6.9	0.9	1.0	6.1	12.1	8.8	3.3	1.7	(679)
香港・マカオ	30.5	3.4	11.7	15.5	7.4	30.5	6.6	13.5	2.6	7.8	20.7	6.2	0.0	1.6	0.6	6.8	2.6	1.4	1.5	16.9	11.8	5.1	1.4	(206)
シンガポール	26.6	3.3	11.2	12.1	7.5	40.2	11.5	11.3	7.1	10.3	19.3	5.4	0.0	2.5	2.3	5.1	1.3	0.0	2.6	12.7	9.4	3.3	1.3	(229)
インドネシア	25.2	3.5	7.0	14.7	7.7	35.1	9.3	14.6	4.6	6.6	18.7	3.2	0.7	3.2	0.9	3.3	4.5	0.0	2.9	19.7	14.5	5.1	1.3	(136)
マレーシア	20.8	2.6	5.6	12.6	5.1	37.1	7.8	6.0	7.9	15.3	20.4	5.5	0.8	4.8	2.1	1.7	1.4	1.6	2.5	19.4	12.3	7.1	2.4	(144)
タイ	16.8	3.0	6.8	7.0	2.8	26.2	5.4	9.7	1.9	9.2	30.5	6.7	2.6	3.6	5.7	6.6	1.2	0.0	4.1	25.8	20.0	5.8	0.8	(389)
その他東南アジア	15.4	0.3	5.7	9.4	1.7	34.3	5.2	13.5	2.0	13.7	23.4	4.5	1.6	1.0	3.3	5.6	1.8	0.0	5.6	23.5	13.2	10.3	3.4	(269)
オーストラリア・ニュージーランド	22.1	4.6	9.4	8.2	4.1	37.8	3.8	14.3	1.1	18.6	21.4	7.5	0.0	2.7	0.9	5.6	1.8	0.4	2.5	17.5	12.2	5.2	1.3	(145)
南太平洋	15.3	5.7	3.0	6.6	6.3	56.2	19.3	26.8	3.6	6.4	9.6	0.0	0.0	0.0	2.4	1.7	3.3	2.1	0.0	14.4	7.4	6.9	4.5	(38)
ハワイ	36.0	7.9	17.3	10.8	14.8	42.6	7.8	16.4	2.7	15.7	14.6	3.9	0.1	0.5	1.1	2.5	0.9	0.8	4.9	4.2	3.6	0.7	2.5	(474)
グアム・サイパン	50.3	13.5	25.8	10.9	15.9	30.7	12.6	10.6	4.6	2.8	14.9	2.6	1.0	0.8	3.1	5.1	0.4	1.1	0.8	3.2	2.4	0.8	1.0	(161)
アメリカ本土	22.9	2.4	8.0	12.5	3.5	38.6	7.1	15.0	1.4	15.2	13.6	3.5	0.0	0.3	0.6	5.8	1.2	0.9	1.3	22.3	13.8	8.5	2.7	(227)
カナダ	15.6	3.0	5.0	7.5	1.0	50.5	15.1	10.2	0.0	25.2	17.7	3.0	2.0	0.0	1.7	1.9	2.0	1.2	5.9	11.7	5.5	6.1	4.6	(66)
フランス	20.4	2.6	4.5	13.4	0.0	39.4	6.3	8.8	0.5	23.9	18.5	2.9	0.5	0.0	0.9	7.7	3.0	0.6	2.9	18.8	12.6	6.1	2.9	(141)
イギリス	17.5	3.9	2.4	11.1	1.3	34.0	10.2	8.9	1.7	13.1	14.3	5.8	0.6	0.0	0.0	4.8	1.2	0.8	1.2	33.6	13.7	19.9	0.7	(99)
スペイン	17.8	1.3	5.7	10.8	3.8	53.2	10.5	9.3	2.5	30.7	18.6	3.0	0.0	0.0	3.9	5.9	1.3	0.0	4.6	10.4	6.2	4.2	0.0	(92)
イタリア	8.1	0.7	0.4	7.0	1.2	51.6	8.8	12.4	0.9	29.5	22.1	4.1	0.0	0.0	3.3	6.0	2.9	0.5	5.3	14.5	7.2	7.3	3.7	(168)
ドイツ	19.3	3.9	6.5	8.9	0.6	41.3	7.3	9.8	1.6	22.6	12.4	1.4	0.0	0.6	0.0	7.2	1.0	0.7	1.6	25.2	19.1	6.1	1.9	(118)
その他ヨーロッパ	10.8	0.5	1.6	8.7	0.5	41.3	0.3	8.7	0.0	32.3	19.0	0.4	0.0	0.0	1.9	7.6	1.1	0.0	8.0	26.5	11.7	14.8	2.4	(259)
その他	7.2	0.6	0.6	6.0	0.0	42.0	2.1	13.3	0.0	26.6	17.2	1.6	1.6	1.4	3.6	4.8	0.0	0.4	3.8	30.2	14.5	15.6	3.4	(218)

(注) 旅行先別については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。表中の数値は表示単位未満で四捨五入して表示している。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30.7%、近畿が16.7%、東海及び九州・沖縄が11%程度を占め、これは国内旅行とほぼ同様の傾向である。

一方、旅行先別にみた際に、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という特徴については、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』では「マレーシア」が全体よりも5ポイント以上値が大きく、『東海』では「中国」、『近畿』では「香港・マカオ」「南太平洋」「フランス」「イギリス」、『中国(地方)』では「南太平洋」、『九州・沖縄』では「韓国」のほか「オーストラリア・ニュージーランド」の比率が高くなっており、これらは前年とほぼ同様の傾向である。

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、兵庫	鳥取、島根、岡山、広島、山口	徳島、香川、愛媛、高知	
全体	4.5	2.8	4.1	4.6	30.7	3.8	2.5	11.3	16.7	4.6	2.9	11.5	(4,559)
前年	4.1	3.0	4.0	5.6	29.5	3.6	2.6	11.1	17.0	4.7	3.0	11.6	(4,615)
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	(658)
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	(256)
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	(679)
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	(206)
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	(229)
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	(136)
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	(144)
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	(389)
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	(269)
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	(145)
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	(38)
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	(474)
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	(161)
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	(227)
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	(66)
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	(141)
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	(99)
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	(92)
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	(168)
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	(118)
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	(259)
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	(218)

(注) 旅行先別については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。全体でみると、『おいしいものを食べること』が最も多く18.2%、次いで『文化的な名所を見ること』(17.7%)、『自然景観を見ること』(13.5%)、『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』については、東アジアの国々への旅行で多く挙がり、高い順に「台湾」(35.9%)、「韓国」(33.4%)、「香港・マカオ」(26.5%)となり、前年度とほとんど同様の傾向となった。

『文化的な名所を見ること』は、「イタリア」(41.2%)、「スペイン」(33.9%)等のヨーロッパをはじめ、「中国」(30.3%)、「そ

の他東南アジア」(29.6%)への旅行の場合に多く挙げられた。

『自然景観を見ること』は、「カナダ」(53.2%)や「オーストラリア・ニュージーランド」(37.1%)への旅行で特に多く挙げられ、次いで「南太平洋」(21.2%)、「ハワイ」(19.3%)や、「アメリカ本土」(20.6%)で比較的多く挙げられた。

『街や都市を訪れること』は、「イタリア」(28.4%)、「フランス」(26.4%)、「ドイツ」(23.3%)への旅行で特に多く、その他「シンガポール」(20.3%)、「マレーシア」(19.8%)、「アメリカ本土」(21.6%)でも比較的多い結果となった。

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」(30.2%)、『自然の豊かさを体験すること』での「南太平洋」(23.9%)が、全体よりも15ポイント以上大きい値となった。

表I-3-7 旅行先(国・地域)別の最も楽しみにしていたこと

(単位: %)

楽しみ	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	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	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	エステ・スパ・マッサージを受けること	目当ての宿泊施設に泊まること	地域の祭りやイベント	その他	サンプル数
全体	18.2	17.7	13.5	12.2	8.3	7.5	5.1	3.8	2.5	2.3	2.3	2.2	1.5	1.1	1.9	(4,559)
前年	18.9	16.3	12.1	11.8	8.5	7.7	6.3	3.9	2.5	2.5	2.4	2.3	2.2	1.4	1.1	(4,615)
韓国	33.4	12.6	3.5	6.3	22.2	6.1	1.8	0.6	1.3	1.7	4.5	3.2	0.2	1.3	1.5	(599)
中国	14.8	30.3	13.9	14.6	6.4	7.3	1.5	1.4	2.1	4.6	1.2	0.0	1.3	0.0	0.6	(201)
台湾	35.9	20.8	10.3	11.5	4.2	7.6	1.2	0.7	1.6	1.6	0.4	0.8	0.5	1.8	1.1	(617)
香港・マカオ	26.5	12.1	5.0	11.7	4.1	25.0	1.7	1.4	2.7	2.2	2.6	0.4	0.0	0.0	4.7	(161)
シンガポール	15.3	11.3	5.5	20.3	5.8	21.9	4.7	0.4	3.8	0.8	0.0	2.6	4.3	2.4	0.8	(161)
インドネシア	7.6	21.0	10.5	6.8	5.3	4.6	6.8	6.6	5.8	2.7	0.0	17.0	3.7	0.0	1.6	(93)
マレーシア	8.3	17.3	7.8	19.8	9.1	6.3	6.7	7.1	4.5	5.8	1.5	2.2	0.0	2.0	1.6	(84)
タイ	22.8	16.2	9.5	8.9	8.8	3.1	8.1	3.0	1.7	3.3	0.8	8.7	2.6	1.1	1.4	(324)
その他東南アジア	8.6	29.6	17.6	10.2	2.9	3.9	6.5	6.5	2.3	2.5	0.0	3.5	1.0	0.6	4.5	(236)
オーストラリア・ニュージーランド	1.9	4.9	37.1	15.2	1.5	9.2	9.9	9.1	3.1	5.7	0.5	0.0	0.0	0.6	1.4	(127)
南太平洋	13.6	7.3	21.2	8.2	0.0	0.0	14.8	23.9	0.0	5.7	0.0	0.0	0.0	0.0	5.2	(23)
ハワイ	17.4	2.1	19.3	7.9	14.7	2.6	9.9	11.3	1.9	2.8	0.7	1.1	5.3	0.8	2.1	(440)
グアム・サイパン	8.5	0.6	14.4	0.5	15.3	4.7	30.2	14.7	0.0	4.1	0.9	0.6	3.5	1.2	0.9	(135)
アメリカ本土	5.6	6.9	20.6	21.6	6.7	15.3	1.4	1.6	1.3	3.4	9.4	0.6	0.0	1.6	4.0	(179)
カナダ	6.1	9.5	53.2	4.6	1.6	0.0	8.6	4.6	0.0	7.8	0.0	0.0	4.1	0.0	0.0	(41)
フランス	7.7	24.3	5.2	26.4	9.5	13.4	0.0	0.0	1.9	4.4	5.5	0.0	1.8	0.0	0.0	(67)
イギリス	9.5	20.8	9.3	14.2	4.6	6.0	0.0	5.7	13.7	1.0	11.2	0.0	0.0	0.0	4.0	(64)
スペイン	16.7	33.9	11.1	16.3	0.0	1.4	5.6	6.4	2.9	0.0	5.6	0.0	0.0	0.0	0.0	(46)
イタリア	7.6	41.2	7.2	28.4	0.8	7.3	1.1	1.7	0.0	1.2	2.3	0.0	1.1	0.0	0.0	(110)
ドイツ	9.9	24.4	8.2	23.3	5.9	7.4	5.3	1.9	2.8	0.0	5.7	0.0	2.0	3.2	0.0	(60)
その他ヨーロッパ	5.1	29.3	19.7	20.1	1.8	5.2	1.3	5.9	2.4	0.3	4.4	0.0	0.7	1.2	2.6	(195)
その他	5.7	34.6	25.7	10.0	2.7	1.8	5.4	3.5	4.3	0.6	0.3	0.5	0.7	0.0	4.3	(194)

(注) 旅行先別については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。表中の数値は表示単位未満で四捨五入して表示している。資料: (公財) 日本交通公社「JTB旅行実態調査」

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

④旅行先での交通手段(表I-3-8)

1回の旅行につき複数の旅行先へ行った場合を含め、旅行先での主な交通手段をみると、全体では多い順に『タクシー・ハイヤー』(32.5%)、『列車』(31.7%)、『貸切バス・定期観光バス』(22.0%)、『路線バス』(19.8%)となった。

『タクシー・ハイヤー』の利用は、「タイ」(53.7%)「シンガポール」(45.9%)、「マレーシア」(43.0%)で高い利用率となった(*)。

『列車』は、ヨーロッパ諸国、及び「台湾」や「韓国」、「オーストラリア・ニュージーランド」での利用が多く、「イギリス」(53.7%)、「フランス」(47.0%)、「台湾」(52.5%)では全体より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』についてはヨーロッパ諸国での利用が多く、特に「イタリア」(40.5%)、「スペイン」(37.5%)で全体よりも15ポイント以上大きい値である。

その他、特徴的なのは、「ハワイ」や「グアム・サイパン」での『観光客向けの巡回バスなど』の利用や、「南太平洋」や「イタリア」、「オーストラリア・ニュージーランド」等でのフェリー、観光船など『船』の利用、「ハワイ」「グアム・サイパン」「アメリカ本土」「オーストラリア・ニュージーランド」等での『レンタカー』の利用である。

(*)タイではトゥクトゥクと呼ばれる三輪タクシーの利用が一般的であることが影響していると考えられる。

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:%)

旅行先	交通手段	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	利用しなかった交通機関は	その他	サンプル数
全体		32.5	31.7	22.0	19.8	11.5	9.3	8.5	4.0	1.9	1.3	(4559)
前年		30.6	30.6	21.3	21.8	11.1	9.2	9.7	1.7	1.1	3.8	(4,615)
韓国		29.0	43.3	7.5	20.4	6.5	4.9	5.3	4.1	0.7	1.4	(658)
中国		24.1	33.5	26.7	16.6	8.0	3.8	10.5	2.5	2.0	0.0	(256)
台湾		37.4	52.5	21.2	24.9	7.3	2.6	4.8	2.7	1.5	0.4	(679)
香港・マカオ		36.2	34.4	18.6	33.4	10.1	15.0	9.6	3.9	0.9	0.6	(206)
シンガポール		45.9	29.6	18.3	17.7	12.3	6.5	9.9	2.9	3.9	1.6	(229)
インドネシア		39.7	14.2	17.8	14.0	9.3	5.8	7.7	3.7	3.8	0.9	(136)
マレーシア		43.0	30.3	19.5	22.0	8.9	9.5	12.5	2.2	5.9	1.2	(144)
タイ		53.7	35.5	14.0	18.8	7.6	12.8	4.8	5.4	3.7	0.8	(389)
その他東南アジア		41.9	10.9	24.9	11.1	9.1	16.4	2.3	9.9	2.2	2.3	(269)
オーストラリア・ニュージーランド		24.1	37.5	29.1	28.2	15.0	21.0	20.4	3.4	2.7	3.6	(145)
南太平洋		16.8	9.8	22.1	13.3	14.8	28.4	15.0	6.3	7.0	0.0	(38)
ハワイ		30.5	8.0	13.7	22.3	33.7	6.7	24.9	0.9	4.4	1.2	(474)
グアム・サイパン		24.9	9.3	18.4	15.9	31.9	6.3	22.5	2.0	4.0	4.4	(161)
アメリカ本土		36.1	25.2	14.0	21.3	8.7	11.1	21.8	7.7	2.2	2.0	(227)
カナダ		15.6	22.3	33.5	19.9	8.4	17.6	16.9	10.3	3.8	5.3	(66)
フランス		22.7	47.0	35.6	22.2	6.4	9.4	3.8	3.9	2.1	1.8	(141)
イギリス		26.9	53.7	21.6	30.5	5.8	12.1	9.8	1.3	3.0	2.6	(99)
スペイン		28.9	38.8	37.5	19.3	9.9	11.6	10.3	1.3	0.6	0.0	(92)
イタリア		16.8	41.8	40.5	24.3	13.8	25.8	6.8	3.0	3.1	0.0	(168)
ドイツ		13.9	44.4	34.4	22.0	3.7	9.5	5.7	5.5	5.0	0.8	(118)
その他ヨーロッパ		16.0	39.8	48.4	20.1	7.9	19.2	4.2	5.0	0.5	0.3	(259)
その他		21.1	18.0	43.9	8.6	6.1	17.3	1.8	6.6	0.4	1.0	(218)

(注)旅行先別については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。表中の数値は表示単位未満で四捨五入して表示している。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 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みると全体では『ホテル』(88.6%)が大半を占めている。その内訳は、『シティホテル』(43.3%)、『リゾートホテル』(40.0%)、『ビジネスホテル』(13.0%)となった。

旅行先別にみると、ヨーロッパ諸国、及び「中国」や「韓国」、「台湾」で『シティホテル』の利用が他の旅行先に比べて多いことが分かる。一方で、『リゾートホテル』は「南太平洋」や「グアム・サイパン」、「ハワイ」などの海浜リゾート需要の高い国・地域で特に利用率が高い。これらの傾向は『現地で楽しんだ活動』(表I-3-12)と連動している。

その他、『ペンション・B&B・ロッジ』は「イギリス」、「イタリア」で、『別荘・リゾートマンション・会員制の宿泊施設』は「ハワイ」、『ゲストハウス・ドミトリ』は「オーストラリア・ニュージーランド」で全体よりも5ポイント以上大きい値となった。

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	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	88.6	43.3	13.0	40.0	3.6	1.0	2.7	4.4	3.7	2.5	(4,559)
前年	97.5	43.1	13.3	38.3	3.8	0.9	2.3	5.0	4.7	2.7	(4,615)
韓国	92.0	54.9	24.3	10.1	1.2	0.2	1.9	8.2	1.7	2.4	(599)
中国	91.8	58.5	14.3	28.0	2.8	0.7	1.5	1.9	4.7	0.3	(201)
台湾	91.2	57.4	19.9	20.1	1.7	0.0	0.0	3.0	2.8	2.8	(617)
香港・マカオ	91.5	47.4	12.7	36.5	3.2	0.7	2.5	3.1	1.3	0.0	(161)
シンガポール	89.3	35.9	11.9	46.9	1.8	2.3	0.8	1.7	5.2	1.3	(161)
インドネシア	76.0	15.3	5.0	58.2	7.1	1.5	7.2	5.1	4.4	2.7	(93)
マレーシア	77.2	28.6	11.0	48.2	5.2	5.9	6.8	3.5	8.0	1.6	(84)
タイ	87.0	44.9	7.4	41.2	1.6	0.0	1.2	6.1	6.2	0.7	(324)
その他東南アジア	93.7	44.4	11.8	57.2	2.1	0.0	2.8	3.7	3.0	1.0	(236)
オーストラリア・ニュージーランド	80.8	35.9	11.2	42.2	6.2	1.1	2.9	11.4	8.6	2.0	(127)
南太平洋	96.3	8.0	10.6	88.1	5.4	5.4	4.0	0.0	0.0	0.0	(23)
ハワイ	86.8	9.6	2.6	77.4	1.7	0.9	10.5	1.6	1.3	1.6	(440)
グアム・サイパン	98.7	11.2	1.5	86.5	1.5	0.5	1.0	1.3	0.0	0.0	(135)
アメリカ本土	84.0	43.3	11.8	36.8	6.4	0.3	2.7	2.7	9.3	4.9	(179)
カナダ	83.3	32.8	2.9	55.4	8.0	1.4	0.0	8.6	11.8	0.0	(41)
フランス	90.1	58.9	19.4	21.6	1.0	0.0	0.0	2.4	9.2	1.4	(67)
イギリス	83.9	67.7	12.4	28.1	10.2	0.0	0.0	5.7	10.3	2.8	(64)
スペイン	91.8	51.5	7.8	43.5	4.3	0.0	0.0	6.1	0.0	0.0	(46)
イタリア	90.0	59.3	15.6	34.9	10.4	1.2	2.4	1.1	2.6	2.9	(110)
ドイツ	90.8	63.5	29.2	24.8	5.4	2.0	4.5	4.2	3.3	0.0	(60)
その他ヨーロッパ	90.0	68.2	9.4	37.3	4.4	0.0	1.0	4.0	1.9	6.2	(195)
その他	94.0	51.5	10.4	54.6	8.2	4.1	1.1	4.6	2.8	4.6	(194)

(注) 旅行先別については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。表中の数値は表示単位未満で四捨五入して表示している。資料: (公財) 日本交通公社「JTB旅行実態調査」

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

⑥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(25.1%)、次いで『2泊』(15.6%)、『4泊』(14.7%)、『5泊』(10.0%)となった。

旅行先別では、基本的に遠方の旅行先ほど宿泊数が多い傾向にあり、ヨーロッパ諸国及び「カナダ」では『6泊』以上の滞在が60%以上を占めている。東南アジアや「オーストラリア・ニュージーランド」、「南太平洋」、「ハワイ」、「グアム・サイパン」などへの旅行では、『3泊』～『5泊』の滞在、近隣の東アジア諸国では比較的短期の滞在が中心であり、特に「韓国」、「台湾」、「香港・マカオ」への旅行者のそれぞれ75%以上が『1泊』～『3泊』の滞在となった。

その他、特徴的な傾向として、「インドネシア」や「オーストラリア・ニュージーランド」への旅行では3～6泊が最も多い層であるが、10泊を超える長期滞在の割合が10%以上を占め、平均宿泊数も全体平均よりも0.5泊以上大きい結果となった。また「南太平洋」では『8～9泊』の割合も大きく、全体よりも10ポイント以上に大きな値となった。

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	3.1	15.6	25.1	14.7	10.0	7.9	9.0	7.1	3.8	1.6	0.5	1.6	5.2	(4,559)
前年	3.6	17.6	24.9	15.3	11.1	7.4	7.1	5.6	3.6	1.9	0.7	1.3	5.0	(4,615)
韓国	12.6	43.6	29.7	7.2	2.5	1.3	1.6	0.2	0.4	0.3	0.1	0.4	2.8	(599)
中国	1.8	20.2	41.4	9.0	9.2	7.9	4.2	2.6	1.4	0.9	0.0	1.3	4.2	(201)
台湾	5.0	33.3	40.1	12.1	2.8	0.7	2.1	2.5	0.3	0.1	0.1	0.9	3.3	(617)
香港・マカオ	4.5	33.8	40.0	11.9	3.7	1.5	1.2	0.4	1.6	0.4	0.0	1.1	3.3	(161)
シンガポール	3.3	13.0	38.5	21.9	11.5	2.8	5.5	2.3	0.0	0.0	0.4	0.8	4.0	(161)
インドネシア	0.7	5.6	27.1	25.5	12.4	5.3	7.1	4.1	3.8	1.8	1.7	4.9	6.2	(93)
マレーシア	2.9	6.9	23.2	20.9	19.1	10.9	5.3	3.1	4.2	0.0	0.0	3.6	5.4	(84)
タイ	1.0	8.5	28.5	24.1	13.2	6.5	5.1	3.8	3.6	2.1	0.4	3.2	5.5	(324)
その他東南アジア	0.3	7.2	27.1	25.7	12.7	9.5	5.7	5.4	3.0	1.4	0.5	1.5	5.2	(236)
オーストラリア・ニュージーランド	0.5	3.3	13.8	16.8	16.9	16.7	11.6	9.8	4.4	3.1	0.0	3.0	6.5	(127)
南太平洋	0.0	2.9	22.7	28.4	2.8	14.7	5.7	17.6	5.2	0.0	0.0	0.0	5.4	(23)
ハワイ	0.3	1.6	16.8	26.4	20.5	12.0	11.8	6.1	2.5	1.4	0.0	0.6	5.4	(440)
グアム・サイパン	0.9	12.4	54.7	23.7	3.4	2.7	1.0	1.3	0.0	0.0	0.0	0.0	3.4	(135)
アメリカ本土	0.0	3.2	17.8	13.1	19.3	7.0	14.9	9.6	7.5	2.4	0.8	4.4	7.1	(179)
カナダ	0.0	0.0	4.8	14.0	20.6	13.4	22.1	9.1	9.8	3.2	0.0	3.0	7.5	(41)
フランス	1.4	3.2	7.4	11.4	14.8	17.7	24.7	8.5	5.0	1.7	3.3	0.9	6.9	(67)
イギリス	0.0	2.7	8.8	7.5	13.1	9.8	22.4	23.7	3.7	3.1	1.9	3.4	7.8	(64)
スペイン	2.6	0.0	1.4	13.0	3.5	22.4	31.5	19.5	2.9	3.2	0.0	0.0	6.8	(46)
イタリア	1.2	1.7	2.4	3.4	13.3	21.0	25.6	19.1	6.0	6.4	0.0	0.0	7.4	(110)
ドイツ	6.1	6.3	7.2	12.3	8.8	15.2	14.8	21.7	2.9	0.0	2.8	1.9	6.7	(60)
その他ヨーロッパ	0.0	1.8	3.6	4.9	12.4	20.9	21.1	21.2	10.9	1.6	0.6	1.0	7.4	(195)
その他	0.7	2.9	11.1	9.7	9.6	11.9	20.2	20.4	8.4	3.7	0.0	1.3	7.1	(194)

(注) 旅行先別については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。表中の数値は表示単位未満で四捨五入して表示している。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、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、前項の旅行宿泊数と連動した傾向を示し、平均費用(概数)でみると、東アジアや東南アジア諸国では比較的安く(平均費用は10万円~20万円前半)、ヨーロッパ諸国や、「南太平洋」「カナダ」「アメリカ本土」「ハワイ」「オーストラリア・ニュージーランド」で高くなっている(平均費用は30万円以上)。「南太平洋」や「スペイン」、「イタリア」への旅行においては『100万円以上』が旅行先全体の平均よりも5ポイント以上(南太平洋、スペインでは10ポイント以上)大きい値になっており、旅行先それぞれの平均費用(概数)を引き上げている。

東アジア諸国のなかでも特に「韓国」「台湾」では『10万円未満』の旅行がそれぞれ約66%、56%を占めており、距離的にも価格的にもアクセスのし易さが表れているといえる。

他方、価格帯別のばらつきは、「その他」「その他東南アジア」「その他ヨーロッパ」を除くと、「グアム・サイパン」や「韓国」「台湾」「香港・マカオ」で比較的大きくなり、これらの旅行先では幅広い価格帯の旅行が実施されていることが分かる。

表I-3-11 旅行先(国・地域)別の旅行費用価格帯

(単位:%) (単位:円)

旅行先	消費額															100万円以上	平均費用(概数)	サンプル数
	3万円未満	3万円以上5万円未満	5万円以上7万円未満	7万円以上10万円未満	10万円以上15万円未満	15万円以上20万円未満	20万円以上30万円未満	30万円以上40万円未満	40万円以上50万円未満	50万円以上60万円未満	60万円以上70万円未満	70万円以上80万円未満	80万円以上90万円未満	90万円以上100万円未満				
全体	2.0	5.5	8.0	12.1	14.8	13.3	15.5	9.9	5.5	5.1	2.1	1.5	1.0	1.0	2.8	249,135	(4,434)	
前年	1.7	5.7	9.2	12.4	14.9	13.4	15.4	9.9	5.4	3.8	2.4	1.3	0.9	0.8	2.7	230,439	(4,480)	
韓国	6.9	18.7	18.8	21.9	14.8	8.7	6.1	1.8	1.0	1.1	0.2	0.0	0.0	0.0	0.0	104,995	(590)	
中国	1.9	9.1	14.4	14.6	21.3	13.3	17.7	3.0	0.9	3.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.3	152,318	(196)	
台湾	2.4	9.3	17.7	26.6	18.4	12.4	7.5	2.2	1.7	0.7	0.5	0.0	0.4	0.0	0.1	125,264	(602)	
香港・マカオ	1.9	5.7	7.0	18.4	28.9	12.9	12.0	3.7	1.8	3.5	1.2	0.0	1.2	1.1	0.7	183,034	(158)	
シンガポール	2.2	1.3	3.0	12.9	22.3	22.2	16.4	8.0	1.5	3.3	1.7	3.0	0.8	0.0	1.5	227,456	(160)	
インドネシア	0.6	4.8	5.5	9.0	16.7	26.4	19.3	1.6	2.8	2.6	5.4	2.1	0.0	0.0	3.0	231,977	(89)	
マレーシア	2.4	5.1	6.1	8.6	24.1	22.7	15.1	5.6	0.0	5.4	0.7	1.4	0.0	2.0	1.0	213,621	(84)	
タイ	1.7	5.3	8.9	12.3	25.8	17.5	14.1	5.8	3.2	2.7	1.2	0.2	0.0	0.0	1.2	184,387	(319)	
その他東南アジア	1.4	1.7	4.9	15.7	22.3	19.1	20.4	6.5	4.4	2.0	1.1	0.0	0.0	0.0	0.5	193,486	(234)	
オーストラリア・ニュージーランド	0.0	0.0	2.3	5.9	6.7	12.0	20.4	21.0	11.4	9.0	2.9	2.0	2.2	0.5	3.6	338,878	(121)	
南太平洋	0.0	2.9	0.0	0.0	5.4	11.3	12.7	20.8	6.5	11.1	7.3	0.0	0.0	5.4	16.6	488,786	(23)	
ハワイ	0.6	0.2	0.6	3.9	10.0	14.2	21.1	16.9	9.7	8.7	3.2	2.6	0.6	1.9	5.7	351,507	(424)	
グアム・サイパン	0.5	5.1	4.5	9.5	20.0	29.0	14.5	8.2	4.1	0.5	0.0	0.5	0.5	0.4	2.7	208,843	(131)	
アメリカ本土	0.0	0.0	1.7	1.7	4.5	15.8	18.9	16.2	8.3	14.4	4.4	5.0	2.3	2.3	4.5	390,096	(171)	
カナダ	0.0	0.0	1.6	0.0	9.0	8.3	22.3	20.3	14.6	12.1	0.0	3.3	0.0	2.9	5.7	394,056	(41)	
フランス	0.0	0.0	1.3	1.8	10.3	5.3	19.2	22.9	17.8	5.7	3.0	2.8	1.9	2.1	6.1	380,816	(64)	
イギリス	0.0	0.0	5.5	2.1	1.1	6.2	14.8	24.6	15.9	9.0	3.3	4.8	6.7	1.1	4.8	415,724	(61)	
スペイン	0.0	4.4	0.0	1.6	1.6	6.4	16.2	20.1	13.2	10.2	5.4	4.3	0.0	0.0	16.6	434,515	(42)	
イタリア	0.0	0.5	2.4	1.1	2.4	8.5	17.5	16.8	10.6	17.2	6.2	5.9	0.6	1.2	9.1	448,918	(108)	
ドイツ	5.3	0.0	3.4	4.4	5.6	11.4	17.5	25.1	9.8	4.3	4.1	2.2	0.0	1.0	6.0	330,961	(57)	
その他ヨーロッパ	0.0	0.6	0.6	2.0	3.7	6.0	30.1	22.3	10.1	8.7	5.3	3.5	3.6	2.3	1.3	380,855	(191)	
その他	0.7	0.4	0.7	2.5	5.5	6.9	24.6	20.4	11.5	6.1	2.7	4.4	3.3	2.9	7.5	392,096	(181)	

(注) 旅行先別については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。表中の数値は表示単位未満で四捨五入して表示している。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

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』(47.2%)、『ショッピング・買い物』(46.9%)、『現地グルメ・名物料理』(45.6%)、『自然や景勝地の訪問』(45.3%)、『歴史・文化的な名所の訪問』(43.2%)、『都市観光・都会見物』(42.0%)が高い割合となり、旅行者の4割以上が現地で楽しんだとしている。

旅行先別にみると、ヨーロッパ諸国では選択肢のいずれの旅行先でも、『歴史・文化的な名所の訪問』『都市観光・

都会見物』『世界遺産訪問』『美術館・博物館』を楽しみにしていたという割合が、「その他旅行先」を含めた全体平均よりも5ポイント以上大きくなっている。『まちなみ散策・まち歩き』や『自然や景勝地の訪問』もそれぞれ「ドイツ」、「フランス」を除き5ポイント以上大きな値である。

「南太平洋」「ハワイ」「グアム・サイパン」では『リゾート滞在(海浜)』『海水浴・マリンスポーツ』の値が全体よりも15ポイント以上大きく、海浜リゾート需要が大きな旅行先であることがうかがえる。

表I-3-12 旅行先(国・地域)別の現地活動(複数回答)

現地活動	まち並み散策・まち歩き	ショッピング・買い物	現地グルメ・名物料理	自然や景勝地の訪問	歴史・文化的な名所の訪問	都市観光・都会見物	世界遺産訪問	美術館・博物館	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	テーマパーク・レジャーランド	スパ・エステ	芸術鑑賞(観劇、コンサート・ライブなど)	祭り・イベント	写真・写生	家族や親戚、友人知人訪問	アウトドア体験(カヌー、乗馬体験、気球など)
旅行先																		
全体	47.2	46.9	45.6	45.3	43.2	42.0	14.5	14.3	13.3	11.4	8.2	6.7	6.0	5.9	5.8	5.4	4.5	3.4
前年	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
韓国	35.5	58.8	53.0	22.3	27.8	27.7	3.8	4.5	0.8	5.5	0.2	4.9	6.1	6.1	4.2	3.5	3.7	0.2
中国	40.3	30.1	38.8	42.2	52.8	45.9	16.1	15.6	0.9	9.2	0.6	9.9	1.3	6.7	3.8	4.8	8.1	0.6
台湾	55.8	46.5	58.0	44.5	52.4	46.1	5.3	16.4	1.8	11.3	0.1	2.1	6.4	1.1	7.6	4.3	4.1	0.3
香港・マカオ	40.7	38.9	46.3	23.2	39.6	39.8	13.9	6.3	3.9	11.6	0.8	25.4	3.9	2.4	5.9	3.5	7.0	1.1
シンガポール	48.3	42.0	41.3	34.3	30.7	51.0	5.1	8.2	6.6	28.2	2.9	21.7	4.1	3.2	8.7	2.6	2.2	2.6
インドネシア	41.7	39.9	45.8	42.1	38.6	27.5	14.9	5.0	26.4	5.3	20.4	4.4	19.8	8.4	4.7	5.5	5.7	3.9
マレーシア	34.4	28.5	35.0	39.2	33.5	34.3	12.3	4.6	17.1	2.7	5.9	1.4	5.2	0.7	3.4	4.9	5.1	3.7
タイ	43.2	48.4	54.1	35.7	36.4	31.4	12.7	2.4	20.1	11.2	12.7	3.0	18.7	4.5	4.0	3.9	5.8	4.2
その他東南アジア	48.3	43.7	45.6	55.8	56.8	42.7	21.1	8.6	20.6	5.9	15.7	2.4	10.6	6.4	2.6	4.8	3.8	2.8
オーストラリア・ニュージーランド	53.9	59.6	45.2	72.2	39.8	59.2	21.4	17.6	21.5	32.4	8.4	15.4	1.7	4.0	6.0	5.9	10.1	12.0
南太平洋	38.8	26.0	21.9	50.5	19.7	28.9	0.0	0.0	43.2	5.0	40.4	5.4	15.4	0.0	12.4	5.7	0.0	7.8
ハワイ	46.6	58.4	49.6	57.4	23.5	32.9	4.4	2.9	44.7	11.7	29.3	4.5	4.1	2.0	6.5	5.4	2.9	9.2
グアム・サイパン	38.8	62.1	36.7	39.5	18.9	24.6	0.0	1.4	50.7	13.4	44.5	15.9	2.3	3.5	6.2	7.4	0.9	13.1
アメリカ本土	46.1	53.4	34.4	45.3	37.4	52.7	12.9	22.2	6.6	14.7	0.9	19.7	2.5	14.2	7.8	8.7	7.8	2.4
カナダ	43.3	28.1	24.3	62.5	21.8	22.9	9.5	6.3	1.4	12.8	1.4	1.6	1.6	0.0	3.3	1.6	7.9	0.0
フランス	53.9	51.4	38.4	43.6	60.4	62.5	36.8	43.7	2.0	10.1	2.6	1.9	0.0	8.9	0.0	5.1	6.4	2.0
イギリス	59.0	42.9	32.7	51.8	60.6	56.5	20.7	47.0	3.0	13.3	1.9	5.0	1.0	18.6	6.5	8.3	10.9	2.6
スペイン	53.9	27.4	30.3	63.2	63.3	52.1	36.5	40.3	4.1	11.2	1.4	0.0	2.7	4.9	0.0	5.8	6.6	1.4
イタリア	62.1	47.0	42.2	59.0	75.1	62.7	33.6	42.5	3.8	4.8	1.1	0.6	0.6	13.7	0.7	1.8	1.2	0.6
ドイツ	42.7	34.8	26.5	50.6	55.6	54.9	22.5	28.5	5.5	8.5	0.0	0.0	3.1	13.8	2.6	8.3	1.3	2.2
その他ヨーロッパ	67.5	41.4	43.0	62.5	72.2	60.9	43.6	34.8	3.4	8.4	1.3	0.0	1.3	13.0	1.8	10.7	4.6	0.3
その他	46.6	34.2	35.4	67.4	63.5	46.6	41.8	21.9	10.7	9.0	7.0	2.2	3.8	6.9	2.5	10.3	2.7	7.0

(注) 旅行先別については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。表中の数値は表示単位未満で四捨五入して表示している。

■ 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

その他特徴的な点として、「香港・マカオ」では『テーマパーク・レジャーランド』が、「シンガポール」では『観光施設・動物園・水族館』が全体よりも15ポイント以上大きくなっている。「オーストラリア・ニュージーランド」「ハワイ」「カナダ」等への旅行では『アウトドア体験(カヌー、乗馬体験、気球など)』や『登山・トレッキング』、『野生動物観察(クジラ、鳥など)』『スキー・スノーボード』といった自然を体感することやアウトドア・アクティビティの需要があることも確認される。

(単位：%)

温泉	ドライブ	登山・トレッキング	季節の花見	リゾート滞在(高原)	野生動物観察(クジラ、鳥など)	ゴルフ	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	果物狩り・農林漁業体験	マラソン・ジョギング	スキー・スノーボード	その他	現地ツアー・体験プログラム等の参加率	サンプル数	現地活動	
																	旅行先	
3.4	2.9	2.9	2.6	2.3	2.0	1.9	1.6	1.5	1.3	1.0	0.8	0.6	0.4	1.1	-	(4559)	全体	
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	-	(4615)	前年	
3.4	0.7	0.3	2.1	0.9	0.1	0.0	0.8	0.0	0.7	0.7	0.0	0.4	0.0	0.5	17.1	(599)	韓国	
2.5	0.6	1.2	1.9	0.3	0.0	1.8	0.7	2.9	2.0	0.0	1.4	0.6	0.6	1.6	34.3	(201)	中国	
7.0	1.3	0.8	1.9	1.4	0.2	0.3	0.2	0.5	1.3	0.9	0.2	0.3	0.2	0.4	30.9	(617)	台湾	
2.8	0.6	1.5	4.4	3.0	0.8	1.4	1.7	0.8	0.4	0.0	0.8	1.5	0.0	1.6	26.7	(161)	香港・マカオ	
3.2	1.0	0.0	3.2	3.9	1.8	3.3	1.1	0.6	0.6	0.6	1.1	0.4	0.0	0.4	36.8	(161)	シンガポール	
4.0	3.0	2.0	3.5	3.6	3.3	0.7	0.0	1.9	4.3	0.6	0.0	1.3	0.0	1.4	37.2	(93)	インドネシア	
1.1	0.8	2.1	0.0	5.9	2.2	1.5	0.0	1.6	1.6	0.0	1.5	0.0	0.0	1.6	32.7	(84)	マレーシア	
0.8	1.0	0.0	1.0	1.1	0.8	7.0	1.3	0.7	0.6	0.8	0.5	0.2	0.0	1.1	30.8	(324)	タイ	
0.8	0.9	1.7	0.5	1.9	2.0	1.7	0.8	3.3	1.5	0.3	0.5	0.0	0.0	2.5	41.7	(236)	その他東南アジア	
2.6	3.1	6.2	8.0	6.6	11.4	2.7	1.7	0.0	4.3	0.5	0.9	0.4	2.0	0.4	57.5	(127)	オーストラリア・ニュージーランド	
0.0	0.0	0.0	0.0	5.4	2.8	4.0	0.0	0.0	5.0	0.0	0.0	4.0	0.0	0.0	43.2	(23)	南太平洋	
1.2	10.0	12.4	2.1	1.2	4.3	5.5	0.7	1.1	0.8	3.3	2.1	1.7	0.0	1.8	49.9	(440)	ハワイ	
1.0	5.0	0.9	1.9	0.9	1.8	4.2	1.0	0.5	2.0	2.5	1.0	1.5	0.0	0.0	54.4	(135)	グアム・サイパン	
1.7	7.5	5.3	0.6	2.5	2.1	1.8	11.7	0.9	1.7	0.7	0.7	0.0	0.0	1.4	40.3	(179)	アメリカ本土	
8.3	4.4	10.9	3.3	7.9	8.6	0.0	5.5	0.0	0.0	0.0	4.1	0.0	7.3	4.1	43.0	(41)	カナダ	
1.2	2.6	0.9	1.2	0.0	0.0	0.0	2.4	1.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.2	0.0	37.2	(67)	フランス	
0.0	6.3	0.0	4.5	2.8	0.0	0.0	1.8	1.8	1.0	0.0	0.0	0.0	1.9	1.0	33.7	(64)	イギリス	
0.0	1.5	0.0	2.7	0.0	2.7	0.0	5.6	5.6	0.0	0.0	2.7	0.0	0.0	0.0	41.9	(46)	スペイン	
0.0	1.7	1.6	1.2	2.9	0.0	0.0	0.5	1.2	1.2	1.1	0.7	1.0	0.0	0.6	34.4	(110)	イタリア	
0.0	2.4	1.9	1.5	4.2	2.2	0.0	1.0	2.9	1.5	1.0	0.0	0.0	0.0	0.0	22.6	(60)	ドイツ	
5.7	3.5	4.7	2.8	2.3	0.6	0.0	0.9	2.3	0.3	0.7	0.3	1.2	0.3	1.3	36.7	(195)	その他ヨーロッパ	
5.1	4.2	4.7	2.5	3.4	7.6	1.2	0.9	7.8	2.0	0.0	0.0	0.3	0.7	1.3	47.0	(194)	その他	

資料：(公財)日本交通公社「JTB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が『大変満足』(43.6%)となり前年度と比較して大きくなっている。不満層(『やや不満』+『不満』+『大変不満』)の割合は合わせて1.7%のみであり、海外旅行者の95.1%は旅行に満足している(『大変満足』+『満足』+『やや満足』)。

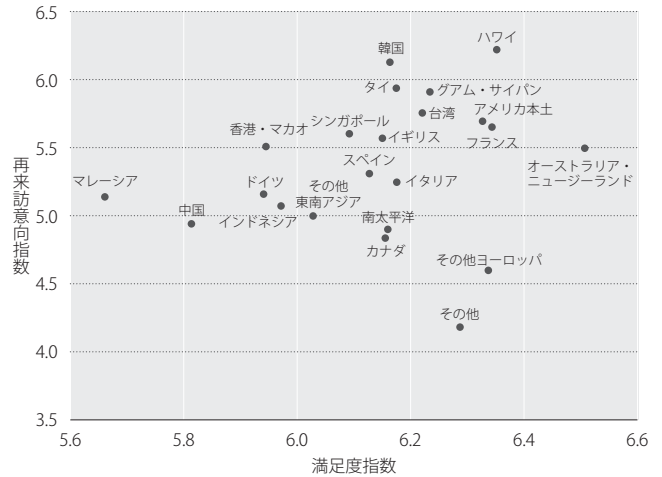
『大変満足』の割合は「オーストラリア・ニュージーランド」への旅行で最も高く(63.1%)、全旅行先平均よりも15ポイント以上大きい値となった。満足度指数(満足度を指数化した得点)でみると「オーストラリア・ニュージーランド」(6.51)、「ハワイ」(6.36)「フランス」(6.35)が上位となった。

再来訪意向(1年以内に当該地域を再び訪れたいか)については、再来訪希望層(『大変そう思う』+『そう思う』+『やや思う』)は全体で77.2%となった。

『大変そう思う』の割合が最も高いのは、「ハワイ」(51.6%)であり、次いで「韓国」(48.3%)、「タイ」(46.6%)となった。再来訪意向指数についても同様に、高い順に「ハワイ」(6.21)、「韓国」(6.12)、「タイ」(5.93)となった。

図I-3-13 から、「ハワイ」「グアム・サイパン」「韓国」「タイ」「アメリカ本土」「フランス」などは、満足度と再来訪意向の双方が高いということが分かる。これには、これらの国・地域への旅行での経験に加えて、日本からの行きやすさも影響していると考えられる。

図I-3-13 旅行先(国・地域)別の満足度・再来訪意向



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	43.6	38.6	12.9	3.2	0.9	0.2	0.6	6.18	(4,559)
前年	38.6	41.1	14.6	4.0	0.9	0.3	0.5	6.10	(4,615)
韓国	40.7	40.6	14.3	3.5	0.7	0.1	0.0	6.17	(599)
中国	29.2	39.7	22.2	4.2	2.9	0.8	0.9	5.82	(201)
台湾	42.0	41.9	13.5	1.8	0.7	0.0	0.1	6.22	(617)
香港・マカオ	38.3	33.7	17.5	8.3	1.1	0.0	1.2	5.95	(161)
シンガポール	40.0	39.7	13.4	5.9	0.0	0.0	1.1	6.10	(161)
インドネシア	38.0	36.1	16.0	7.6	1.0	0.0	1.3	5.97	(93)
マレーシア	30.4	33.8	24.0	2.2	6.2	0.0	3.4	5.67	(84)
タイ	43.6	40.8	9.5	4.0	0.9	0.0	1.1	6.18	(324)
その他東南アジア	39.4	36.8	15.8	5.3	1.6	0.3	0.7	6.03	(236)
オーストラリア・ニュージーランド	63.1	30.1	4.4	1.5	0.0	0.0	0.9	6.51	(127)
南太平洋	38.4	42.4	16.3	2.8	0.0	0.0	0.0	6.16	(23)
ハワイ	51.1	38.3	8.4	1.2	0.2	0.3	0.6	6.36	(440)
グアム・サイパン	48.5	36.9	9.5	2.5	0.9	1.3	0.5	6.24	(135)
アメリカ本土	51.9	35.0	9.4	2.8	0.0	0.4	0.4	6.33	(179)
カナダ	37.1	46.1	12.7	4.1	0.0	0.0	0.0	6.16	(41)
フランス	50.1	38.5	8.2	2.2	1.0	0.0	0.0	6.35	(67)
イギリス	39.7	42.0	12.2	6.1	0.0	0.0	0.0	6.15	(64)
スペイン	44.1	39.8	10.3	2.9	0.0	0.0	2.9	6.13	(46)
イタリア	43.2	37.2	17.6	0.7	0.0	0.0	1.2	6.18	(110)
ドイツ	39.0	32.6	18.0	7.6	0.0	2.8	0.0	5.95	(60)
その他ヨーロッパ	49.1	40.0	9.8	0.0	0.0	0.4	0.7	6.34	(195)
その他	46.5	41.0	9.4	1.6	1.6	0.0	0.0	6.29	(194)

(単位:%)

旅行先	再来訪意向							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	35.9	25.2	16.1	11.3	6.9	2.9	1.7	5.56	(4,559)
前年	34.1	26.0	16.1	11.6	6.3	4.2	1.6	5.51	(4,615)
韓国	48.3	30.2	12.7	4.9	2.3	1.1	0.5	6.12	(599)
中国	22.0	21.4	17.3	18.1	11.8	8.5	0.9	4.95	(201)
台湾	36.1	31.9	14.8	9.8	5.1	1.0	1.3	5.76	(617)
香港・マカオ	29.1	28.4	19.5	15.0	3.4	2.6	1.9	5.49	(161)
シンガポール	32.7	26.6	19.7	11.8	6.9	1.2	1.1	5.59	(161)
インドネシア	27.3	17.6	20.1	15.2	11.1	6.4	2.3	5.07	(93)
マレーシア	18.7	33.4	18.0	11.9	12.5	0.7	4.8	5.13	(84)
タイ	46.6	23.7	15.3	8.8	2.9	1.1	1.6	5.93	(324)
その他東南アジア	29.7	16.4	16.1	13.3	13.1	8.6	2.8	4.99	(236)
オーストラリア・ニュージーランド	36.5	20.4	18.7	14.3	3.9	2.1	4.1	5.49	(127)
南太平洋	35.9	11.1	6.9	16.4	10.3	19.4	0.0	4.88	(23)
ハワイ	51.6	28.7	11.4	6.2	1.9	0.0	0.2	6.21	(440)
グアム・サイパン	45.4	25.6	14.1	8.5	4.0	0.7	1.8	5.91	(135)
アメリカ本土	40.5	23.2	16.3	10.8	3.7	3.6	1.8	5.68	(179)
カナダ	23.1	13.4	22.4	14.3	22.2	1.4	3.2	4.84	(41)
フランス	38.1	22.7	15.3	14.5	9.4	0.0	0.0	5.66	(67)
イギリス	27.8	37.0	15.9	7.5	5.7	6.0	0.0	5.56	(64)
スペイン	26.2	25.3	16.8	24.7	0.0	4.0	2.9	5.29	(46)
イタリア	23.3	21.4	28.3	14.8	8.0	2.4	1.8	5.23	(110)
ドイツ	25.0	18.5	26.4	11.1	16.1	2.1	0.9	5.15	(60)
その他ヨーロッパ	17.4	15.8	17.5	20.6	17.2	8.8	2.6	4.59	(195)
その他	13.7	10.6	18.7	18.7	20.3	10.0	8.0	4.17	(194)

(注) 旅行先別については1回の旅行につき、単一の旅行先(国・地域)を訪れたデータのみ。表中の数値は表示単位未満で四捨五入して表示している。

(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

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

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みていく。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、全体でみると旅行の『3~5カ月前』(37.7%)、『1~2カ月前』(25.8%)、『半年~1年前』(22.2%)の割合が高くなった。

「家族旅行」「夫婦・カップル旅行」「友人旅行」「ひとり旅」別にみると、どの層でも『3~5カ月前』の割合が最も高くなるが、それよりも早い時期(『半年~1年前』『1年以上前』)となると、「友人旅行」や「ひとり旅」での割合は低くなった。

表I-3-14 マーケットセグメント(同行者×ライフステージ)別の旅行申し込み時期

(単位: %)

マーケットセグメント	申し込み時期											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	2.7	22.2	37.7	25.8	7.2	2.9	0.8	0.5	0.2	0.1	(4,484)	
前年	2.2	20.1	37.1	27.0	7.9	3.8	0.9	0.6	0.3	0.1	(4,506)	
家族旅行	3.7	23.0	38.1	24.1	7.0	2.9	0.8	0.2	0.2	0.0	(1,014)	
乳幼児の子どもと一緒に家族旅行(小中高生を含まない)	3.2	22.2	45.8	19.2	6.1	1.5	1.3	0.6	0.0	0.0	(148)	
小中高生の子と一緒に家族旅行(乳幼児連れも含む)	4.8	26.8	34.9	22.1	8.6	2.5	0.2	0.0	0.2	0.0	(393)	
18歳以上のみの家族旅行	2.9	20.2	38.4	27.3	6.0	3.6	1.2	0.1	0.3	0.0	(473)	
※3世代家族旅行	6.7	25.7	34.0	21.5	6.4	5.2	0.6	0.0	0.0	0.0	(227)	
夫婦・カップル旅行	2.9	26.0	37.4	24.7	6.1	1.9	0.4	0.3	0.1	0.1	(1,606)	
カップルでの旅行	6.5	22.5	24.8	33.2	7.0	3.5	0.2	1.2	0.6	0.6	(295)	
夫婦での旅行(子どもなし)	3.0	28.7	37.5	22.1	7.0	1.6	0.0	0.0	0.0	0.0	(498)	
子育て中の夫婦での旅行(末子が18歳未満)	3.4	20.1	32.1	31.4	4.9	3.9	3.2	1.0	0.0	0.0	(116)	
子育て後の夫婦での旅行(末子が18歳以上)	1.2	26.6	43.5	21.9	5.3	1.1	0.3	0.0	0.1	0.0	(697)	
友人旅行	2.5	16.5	40.4	29.3	8.0	1.6	0.8	0.4	0.1	0.2	(1,007)	
未婚男性による友人旅行	2.7	16.1	40.4	30.6	7.0	0.8	0.6	1.7	0.0	0.0	(188)	
既婚男性による友人旅行(子どもなし)	1.5	14.4	24.1	35.1	15.4	3.4	4.3	0.0	1.7	0.0	(39)	
子育て中の男性による友人旅行(末子が18歳未満)	0.0	8.6	33.6	44.0	9.5	2.1	0.0	2.2	0.0	0.0	(61)	
子育て後の男性による友人旅行(末子が18歳以上)	1.5	21.5	50.3	20.4	4.7	1.5	0.0	0.0	0.0	0.0	(112)	
未婚女性による友人旅行	4.6	15.1	35.9	31.3	10.2	1.2	1.7	0.0	0.0	0.0	(293)	
既婚女性による友人旅行(子どもなし)	2.0	18.3	43.2	23.1	8.9	1.9	0.0	0.0	0.0	2.5	(66)	
子育て中の女性による友人旅行(末子が18歳未満)	0.0	18.4	38.5	30.7	2.0	5.6	0.0	0.0	2.5	2.5	(33)	
子育て後の女性による友人旅行(末子が18歳以上)	1.4	17.9	45.8	26.7	6.4	1.8	0.0	0.0	0.0	0.0	(215)	
ひとり旅	1.2	18.9	34.5	26.2	9.3	6.5	1.7	1.3	0.2	0.2	(769)	
男性のひとり旅	1.2	18.1	35.0	25.5	9.2	7.5	1.5	1.8	0.3	0.0	(469)	
女性のひとり旅	1.3	20.2	33.9	27.3	9.5	4.8	2.0	0.4	0.0	0.6	(300)	

(注) 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(表I-3-15)

全体としては、出発月は『3月』(15.2%)の割合が最も多く、次いで『9月』(11.0%)、『8月』(9.9%)、『6月』(9.0%)、『5月』(8.8%)、『11月』(8.8%)となった。

出発日を見ると、『ゴールデンウィーク』及び『土曜日』の割合が前年と比較してそれぞれ4.8ポイント、6.1ポイント大きくなっており、ゴールデンウィークが最大10連休となったことや、その他連休が土曜日始まりであったことが影響していると考えられる(お盆休みが8月10日(土)から最大9連休、シルバーウィークは大型連休ではないものの9月14日(土)からの3連休及び9月21日(土)からの3連休、年末年始は12月28日(土)から最大9連休など)。

「家族旅行」では子どもの休みに旅行時期が影響される傾向があり、特に「小中高生の子どもの一緒に家族旅行」では、学校の『夏休み』(『8月』)や『ゴールデンウィーク』、春休みと

なる『3月』に旅行に出かける割合が全体と比較して高い。「子育て中の夫婦での旅行(末子が18歳未満)」でも『夏休み』の割合が全体と比較して高くなっている。

「夫婦・カップル旅行」では、「子育て中の夫婦での旅行(末子が18歳未満)」では「家族旅行」と同様に『夏休み』に出発する割合が全体と比較して高くなっている。一方で、子どものいない「夫婦・カップル旅行」では、『月～木曜日』に出発する割合が比較的高く、特に「子育て後の夫婦での旅行(末子が18歳以上)」では全体より5ポイント以上大きくなっている。

「友人旅行」では子どもの有無や性別によって傾向が異なり、特徴的な点として、「子育て中の女性による友人旅行(末子が18歳未満)」の出発日の『金曜日』の割合が29.6%となり、全体よりも15ポイント以上大きい値になった。

「ひとり旅」では同行者の影響を受けないため、一般的な休暇日に影響されにくいことがうかがえる。

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

(単位: %)

マーケットセグメント	出発月												出発日						サンプル数	
	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	夏休み	ゴールデンウィーク	年末年始	土曜日	日曜・祝日	月～木曜日		金曜日
全体	6.3	5.2	15.2	6.4	8.8	9.0	5.0	9.9	11.0	6.4	8.8	8.0	6.0	7.5	9.1	16.8	12.8	34.4	13.5	(4,559)
前年	8.2	6.3	10.6	4.1	6.9	10.2	5.5	11.4	11.4	7.0	8.2	10.3	7.6	2.7	6.4	10.7	14.3	42.4	16.0	(4,615)
家族旅行	6.2	4.4	17.5	7.7	9.9	6.9	3.9	12.4	10.5	5.1	5.8	9.7	8.3	10.5	11.2	16.2	15.7	25.6	12.6	(1,039)
乳幼児の子どもの一緒に家族旅行(小中高生を含まない)	4.8	3.8	13.6	6.7	10.0	12.0	3.4	10.8	10.7	6.1	7.0	11.1	4.9	7.9	9.4	16.0	16.6	33.1	12.1	(150)
小中高生の子どもの一緒に家族旅行(乳幼児連れも含む)	6.7	3.4	22.0	7.5	10.1	4.8	4.6	18.0	5.3	3.7	3.9	10.1	13.5	13.6	12.9	13.9	14.2	20.1	11.7	(401)
18歳以上のみの家族旅行	6.2	5.4	14.9	8.2	9.7	7.1	3.5	8.4	14.8	5.9	7.0	8.9	5.0	8.8	10.4	18.2	16.6	27.7	13.4	(488)
※3世代家族旅行	7.8	4.8	15.9	4.3	7.9	6.6	2.9	14.8	8.0	5.9	11.7	9.4	9.2	10.6	11.5	18.7	14.7	22.1	13.1	(234)
夫婦・カップル旅行	6.3	5.1	13.9	6.3	8.6	10.3	5.9	9.3	10.0	7.0	9.3	8.0	5.7	7.2	8.9	15.5	12.8	36.4	13.7	(1,618)
カップルでの旅行	5.9	4.0	19.2	4.5	8.8	7.6	4.6	10.3	9.3	5.9	10.4	9.5	4.4	8.4	11.6	11.6	14.8	32.1	17.1	(300)
夫婦での旅行(子どもなし)	6.7	4.3	13.5	8.1	7.1	10.0	6.5	8.2	9.9	7.7	9.1	8.8	6.7	8.7	9.5	19.1	10.4	32.6	13.0	(501)
子育て中の夫婦での旅行(末子が18歳未満)	4.9	4.0	12.7	2.8	6.7	9.9	7.1	14.5	10.0	9.8	9.8	7.7	12.6	8.0	10.4	10.0	17.1	24.0	17.8	(120)
子育て後の夫婦での旅行(末子が18歳以上)	6.5	6.3	12.1	6.4	9.9	11.8	5.8	8.7	10.3	6.5	8.8	6.7	4.3	5.4	6.9	15.6	12.9	43.0	11.9	(697)
友人旅行	5.8	6.0	16.9	5.4	8.2	7.1	4.6	8.0	12.4	6.8	11.8	7.0	3.7	6.7	7.0	19.0	12.7	37.2	13.7	(1,021)
未婚男性による友人旅行	5.7	5.7	18.2	5.1	3.5	6.1	3.2	11.4	13.7	5.7	14.0	7.6	5.3	9.1	7.7	18.3	12.8	33.7	12.9	(195)
既婚男性による友人旅行(子どもなし)	4.9	0.0	21.0	8.3	14.2	3.0	7.1	6.1	6.6	6.5	6.5	16.0	0.0	7.3	7.4	23.1	12.4	29.4	20.4	(40)
子育て中の男性による友人旅行(末子が18歳未満)	3.1	2.6	16.2	2.1	1.8	9.5	2.7	9.9	21.3	9.4	16.7	4.4	2.9	11.3	14.5	17.6	7.8	33.1	12.8	(63)
子育て後の男性による友人旅行(末子が18歳以上)	5.3	5.0	16.6	3.6	10.3	8.5	4.6	8.9	11.9	7.0	15.1	3.3	4.9	5.5	4.1	17.8	15.7	36.5	15.6	(112)
未婚女性による友人旅行	5.1	7.1	21.3	6.6	8.2	6.5	4.8	8.4	12.2	7.5	6.6	5.6	4.3	10.3	6.8	19.0	12.2	36.1	11.4	(295)
既婚女性による友人旅行(子どもなし)	4.8	7.1	12.5	6.9	15.3	1.8	7.6	9.2	15.8	1.9	7.7	9.5	4.5	1.8	10.0	24.0	7.4	35.6	16.6	(68)
子育て中の女性による友人旅行(末子が18歳未満)	10.1	7.4	10.4	8.2	10.6	11.0	7.0	3.8	0.0	12.1	8.0	11.3	0.0	2.1	8.7	11.3	14.3	34.1	29.6	(33)
子育て後の女性による友人旅行(末子が18歳以上)	7.6	6.7	11.8	4.3	9.6	9.4	4.2	4.0	11.2	7.0	16.4	7.7	1.9	0.9	4.7	19.6	14.4	46.1	12.3	(215)
ひとり旅	7.4	5.8	12.7	5.6	8.4	11.7	5.6	10.4	11.4	6.1	7.7	7.2	6.7	4.6	9.6	17.4	10.1	37.6	14.0	(785)
男性のひとり旅	8.1	4.9	12.8	5.6	7.0	12.8	6.1	11.5	9.0	7.1	7.4	7.6	7.7	4.2	10.7	14.8	11.4	36.4	14.8	(476)
女性のひとり旅	6.3	7.3	12.6	5.6	10.4	10.0	4.8	8.8	15.1	4.4	8.0	6.6	5.2	5.3	7.8	21.3	8.3	39.4	12.6	(309)

(注)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旅行先での主な交通手段(表I-3-16)

旅行先での主な交通手段は、全体では先にみたように、『タクシー・ハイヤー』(32.5%)、『列車』(31.7%)、『貸切バス・定期観光バス』(22.0%)、『路線バス』(19.8%)の割合が高い。

『タクシー・ハイヤー』については、「友人旅行」や「家族旅行」で利用される割合が全体と比較して高く、特に「未婚男性による友人旅行」や「子育て中の男性による友人旅行」「子育て中の女性による友人旅行(末子が18歳未満)」での利用率は全体よりも15ポイント以上大きくなった。『列車』については「友人旅行」での利用率が高く、特に「未婚女性による友人旅行」で全体よりも15ポイント以上大きい値となった。『貸切バス・定期観光バス』は「子育て後の夫婦での旅行」や「子育て後の女性による友人旅行」での利用率が高く、『路線バス』

は「3世代家族旅行」や「男性のひとり旅」で利用される割合が高くなった。

その他、『レンタカー』については全体の利用率は8.5%と低いものの、「小中高生の子どもと一緒に家族旅行」や「3世代家族旅行」「カップルでの旅行」「子育て中の夫婦での旅行」「子育て中の男性による友人旅行」で比較的必要があることが分かる。

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	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
全体	32.5	31.7	22.0	19.8	11.5	9.3	8.5	4.0	1.9	1.3	(4,559)
前年	30.6	30.6	21.3	21.8	11.1	9.2	9.7	3.8	1.7	1.1	(4,615)
家族旅行	35.4	32.2	16.9	22.6	16.3	7.1	11.6	3.4	1.5	1.7	(1,039)
乳幼児の子どもと一緒に家族旅行(小中高生を含まない)	45.3	33.2	9.3	24.5	21.7	6.3	11.5	0.9	3.5	2.7	(150)
小中高生の子どもと一緒に家族旅行(乳幼児連れも含む)	37.8	28.0	13.8	20.0	17.7	5.9	14.7	3.7	0.6	1.4	(401)
18歳以上のみの家族旅行	30.5	35.4	21.8	24.1	13.4	8.2	9.2	3.9	1.6	1.6	(488)
※3世代家族旅行	35.7	27.0	13.3	25.0	22.4	7.9	19.0	4.9	1.4	1.8	(234)
夫婦・カップル旅行	29.9	25.4	26.5	16.5	11.4	11.4	9.7	3.6	2.0	0.5	(1,618)
カップルでの旅行	32.1	31.3	13.7	18.7	12.2	4.6	15.5	2.4	3.7	0.2	(300)
夫婦での旅行(子どもなし)	34.4	25.2	19.4	20.5	13.7	10.8	9.4	5.0	1.7	1.0	(501)
子育て中の夫婦での旅行(末子が18歳未満)	31.8	25.3	11.8	20.6	11.3	2.7	16.1	0.0	3.9	1.8	(120)
子育て後の夫婦での旅行(末子が18歳以上)	25.3	23.0	39.6	12.0	9.4	16.1	6.3	3.8	1.1	0.0	(697)
友人旅行	39.4	37.4	23.0	17.3	11.1	8.4	6.7	2.7	1.5	0.8	(1,021)
未婚男性による友人旅行	52.3	37.9	16.2	22.4	10.3	6.1	12.3	1.3	4.4	0.6	(195)
既婚男性による友人旅行(子どもなし)	45.2	37.1	18.6	11.9	12.0	8.9	2.8	4.7	0.0	0.0	(40)
子育て中の男性による友人旅行(末子が18歳未満)	57.3	24.9	10.6	11.4	7.1	8.6	15.9	3.1	0.0	0.0	(63)
子育て後の男性による友人旅行(末子が18歳以上)	41.1	24.0	25.6	8.9	13.3	8.6	11.6	2.8	2.2	0.0	(112)
未婚女性による友人旅行	36.1	50.4	19.7	20.8	10.8	6.4	2.7	2.2	0.3	1.0	(295)
既婚女性による友人旅行(子どもなし)	26.8	28.9	26.7	22.4	9.2	18.6	7.0	1.0	2.5	0.0	(68)
子育て中の女性による友人旅行(末子が18歳未満)	49.9	40.9	13.5	17.2	12.6	2.5	7.8	1.8	0.0	0.0	(33)
子育て後の女性による友人旅行(末子が18歳以上)	27.4	31.8	36.9	13.3	12.3	10.8	2.2	4.8	0.8	1.7	(215)
ひとり旅	25.9	35.7	15.3	26.4	6.3	8.1	4.7	6.6	3.1	3.2	(785)
男性のひとり旅	29.6	36.3	12.7	31.7	8.0	8.0	6.1	3.8	4.2	2.0	(476)
女性のひとり旅	20.2	34.8	19.3	18.2	3.7	8.3	2.6	10.8	1.3	5.0	(309)

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

資料：(公財)日本交通公社「JTB旅行実態調査」

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

④マーケットセグメントと旅行で最も楽しみにしていたこと

(表I-3-17)

最も楽しみにしていたことについて全体では、先にみたように『おいしいものを食べること』の割合が最も高く18.2%、次いで『文化的な名所を見ること』(17.7%)、『自然景観を見ること』(13.5%)、『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た。

セグメント別でみると、「家族旅行」では「乳幼児の子どもと一緒に家族旅行」で『観光・文化施設を訪れること』が、「小中高生の子どもと一緒に家族旅行」で『買い物をする』が、それぞれ全体よりも5ポイント以上大きい値となった。

同様に「夫婦・カップル旅行」では「子育て後の夫婦での旅行」で『文化的な名所を見ること』が、「子育て中の夫婦での旅行」で『観光・文化施設を訪れること』が、それぞれ全体よりも5ポイント以上大きい値となった。

「友人旅行」では男性と女性で傾向が異なり、「男性による友人旅行」では『スポーツやアウトドア活動を楽しむこと』が他のセグメントに差をつけて高い割合になった。一方、「女性の友人旅行」では『おいしいものを食べる』や『買い物をする』の割合が比較的高く、特に「子育て後の女性による友人旅行」では『おいしいものを食べる』を最も楽しみにしていた割合が43.3%と顕著に高くなった。

「ひとり旅」では『文化的な名所を見ること』の割合が比較的高く、その他、目立った特徴としては「女性のひとり旅」では『帰省・冠婚葬祭関連・親族や知人訪問』が全体より5ポイント以上大きい値となった。

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	文化的な名所を見る	自然景観を見る	街や都市を訪れる	買い物をする	観光・文化施設を訪れる	スポーツやアウトドア活動を楽しむ	自然の豊かさを体験	地域の文化を体験	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	エステ・スパ・マッサージを受ける	目当ての宿泊施設に泊まる	地域の祭りやイベント	その他	サンプル数
全体	18.2	17.7	13.5	12.2	8.3	7.5	5.1	3.8	2.5	2.3	2.3	2.2	1.5	1.1	1.9	(4,559)	
前年	16.6	12.1	7.8	6.0	12.4	4.0	2.4	2.1	18.3	8.2	1.2	2.4	1.3	2.5	2.4	(4,615)	
家族旅行	19.1	15.4	12.4	12.1	10.1	10.1	6.1	3.5	1.6	2.5	1.6	1.1	2.1	0.6	1.7	(1,039)	
乳幼児の子どもと一緒に家族旅行(小中高生を含まない)	19.4	7.2	7.7	16.5	6.9	12.6	8.3	3.9	2.4	2.8	0.0	2.8	5.5	0.9	3.1	(150)	
小中高生の子どもと一緒に家族旅行(乳幼児連れも含む)	19.5	15.7	11.2	8.5	13.6	9.3	7.7	4.9	0.4	2.2	2.4	0.7	2.2	0.4	1.4	(401)	
18歳以上のみの家族旅行	18.7	17.6	14.8	13.8	8.1	9.9	4.2	2.2	2.4	2.7	1.6	0.9	1.1	0.6	1.4	(488)	
※3世代家族旅行	16.0	13.7	11.6	11.3	10.1	10.3	7.0	6.9	0.9	3.1	1.6	0.6	3.5	1.1	2.0	(234)	
夫婦・カップル旅行	17.7	17.8	15.7	13.5	6.4	7.9	4.9	5.0	2.4	1.9	1.5	1.4	1.7	0.9	1.3	(1,618)	
カップルでの旅行	17.5	11.5	13.3	13.6	9.5	7.4	8.6	5.2	5.0	1.9	1.5	2.8	1.7	0.0	0.4	(300)	
夫婦での旅行(子どもなし)	20.4	12.7	17.1	14.2	6.3	7.1	7.5	4.8	1.9	1.9	1.8	0.9	1.8	0.6	1.0	(501)	
子育て中の夫婦での旅行(末子が18歳未満)	22.9	13.9	12.0	11.9	5.4	16.3	5.2	5.2	0.5	1.4	0.8	4.0	0.0	0.5	0.0	(120)	
子育て後の夫婦での旅行(末子が18歳以上)	14.8	24.8	16.4	13.2	5.4	7.2	1.4	5.1	1.9	2.0	1.5	0.8	1.9	1.6	2.1	(697)	
友人旅行	21.3	16.6	11.7	9.3	10.0	6.7	6.3	3.6	3.1	1.0	2.7	3.9	0.9	1.5	1.4	(1,021)	
未婚男性による友人旅行	19.1	17.5	12.7	12.1	3.9	7.9	6.9	5.6	5.3	2.5	1.4	2.9	0.0	1.1	1.1	(195)	
既婚男性による友人旅行(子どもなし)	17.1	13.0	8.5	6.1	5.8	7.8	18.1	2.8	3.3	1.6	3.1	4.2	0.0	5.5	3.1	(40)	
子育て中の男性による友人旅行(末子が18歳未満)	18.2	11.9	11.6	11.4	8.1	7.3	19.3	0.0	3.2	0.0	0.0	5.8	0.0	3.1	0.0	(63)	
子育て後の男性による友人旅行(末子が18歳以上)	19.2	25.1	9.7	11.4	4.2	1.0	14.9	1.2	3.1	1.0	1.1	4.0	0.0	1.2	2.9	(112)	
未婚女性による友人旅行	25.3	15.0	8.6	7.8	15.2	8.1	2.8	2.7	3.3	0.7	3.3	2.5	1.1	2.1	1.5	(295)	
既婚女性による友人旅行(子どもなし)	17.8	5.3	15.7	5.5	17.6	9.0	2.7	5.8	1.4	1.0	7.8	7.1	1.4	1.0	1.0	(68)	
子育て中の女性による友人旅行(末子が18歳未満)	43.3	7.6	2.8	5.9	10.4	2.0	6.2	3.5	2.0	0.0	9.7	2.5	0.0	4.0	0.0	(33)	
子育て後の女性による友人旅行(末子が18歳以上)	18.4	20.4	17.0	9.6	10.4	6.4	1.4	4.7	1.3	0.3	1.8	5.0	2.1	0.0	1.2	(215)	
ひとり旅	15.3	21.0	12.1	13.7	6.3	4.8	2.9	2.5	2.9	4.7	4.3	3.1	1.1	1.5	3.8	(785)	
男性のひとり旅	17.8	21.8	10.6	14.1	6.1	5.7	3.3	3.0	3.2	2.9	3.7	2.4	1.1	0.9	3.2	(476)	
女性のひとり旅	11.5	19.8	14.4	13.0	6.7	3.3	2.3	1.7	2.4	7.3	5.3	4.2	1.1	2.4	4.7	(309)	

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

資料：(公財)日本交通公社「JTB旅行実態調査」

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

⑤マーケットセグメントと宿泊施設(表I-3-18)

ホテル宿泊の割合はどのマーケットセグメントでも同様に高いが、「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、「友人旅行」では『シティホテル』が、「ひとり旅」では『ビジネスホテル』や『ゲストハウス・ドミトリー』『実家・親戚・知人宅』が、他のセグメントと比べて割合が高い傾向である。

その他、「3世代家族旅行」や「既婚女性による友人旅行」では『別荘・リゾートマンション・会員制の宿泊施設』の利用率が他のセグメントよりも高くなった。

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・ロッジ・ペンション	オートキャンプ・キャンピング	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		88.6	43.3	13.0	40.0	3.6	1.0	2.7	4.4	3.7	2.5	(4,559)
前年		97.5	43.1	13.3	38.3	3.8	0.9	2.3	5.0	4.7	2.7	(4,615)
家族旅行		73.1	32.1	10.4	37.9	3.1	1.2	2.9	2.6	2.7	1.7	(1,039)
	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)	85.1	27.6	9.6	54.6	4.0	2.9	5.2	1.7	7.1	1.5	(150)
	小中高生の子どもと一緒にの家族旅行 (乳幼児連れも含む)	90.3	35.1	14.2	49.6	1.8	0.7	4.6	4.0	2.9	1.4	(401)
	18歳以上のみの家族旅行	90.5	46.4	12.6	41.5	5.5	1.7	2.2	2.9	2.5	2.7	(488)
	※3世代家族旅行	84.5	30.4	12.8	52.1	5.3	2.3	9.8	2.5	3.1	2.1	(234)
夫婦・カップル旅行		90.4	44.4	8.2	48.7	3.3	1.1	3.6	2.5	2.9	3.5	(1,618)
	カップルでの旅行	88.3	36.8	13.6	44.9	3.5	2.5	2.5	5.4	3.2	0.5	(300)
	夫婦での旅行(子どもなし)	91.8	39.3	7.9	52.2	3.7	0.6	3.1	2.0	2.7	1.7	(501)
	子育て中の夫婦での旅行 (末子が18歳未満)	87.6	29.3	13.5	52.4	4.9	3.0	4.3	4.7	3.3	0.0	(120)
	子育て後の夫婦での旅行 (末子が18歳以上)	90.8	54.0	5.3	47.2	2.7	0.5	4.2	1.3	2.7	6.6	(697)
友人旅行		91.2	49.3	16.4	33.2	3.6	0.5	1.7	4.3	1.8	2.2	(1,021)
	未婚男性による友人旅行	87.3	34.0	19.4	39.6	5.1	0.4	0.0	8.9	0.3	2.2	(195)
	既婚男性による友人旅行(子どもなし)	94.1	58.0	7.9	33.5	0.0	0.0	2.8	0.0	3.1	1.6	(40)
	子育て中の男性による友人旅行 (末子が18歳未満)	97.9	53.4	19.4	43.3	1.0	0.0	1.5	2.1	0.0	0.0	(63)
	子育て後の男性による友人旅行 (末子が18歳以上)	96.0	63.0	10.7	31.4	7.0	0.5	1.7	0.5	0.0	1.5	(112)
	未婚女性による友人旅行	90.8	47.5	23.9	26.3	3.9	0.2	0.3	5.7	3.5	1.3	(295)
	既婚女性による友人旅行(子どもなし)	83.1	42.7	12.7	33.4	6.4	3.8	9.1	5.7	1.7	4.7	(68)
	子育て中の女性による友人旅行 (末子が18歳未満)	97.5	55.0	18.7	28.8	2.5	0.0	2.5	2.5	0.0	0.0	(33)
	子育て後の女性による友人旅行 (末子が18歳以上)	92.0	57.2	8.1	35.2	0.9	0.0	2.5	1.5	2.1	4.0	(215)
ひとり旅		79.7	47.9	23.1	21.6	4.4	1.0	1.7	11.3	8.9	1.8	(785)
	男性のひとり旅	85.0	50.7	26.2	20.5	3.3	0.5	1.2	9.4	5.5	0.8	(476)
	女性のひとり旅	71.5	43.6	18.3	23.4	6.0	1.7	2.4	14.2	14.1	3.4	(309)

(注) 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(表I-3-19)

「ひとり旅」が最も宿泊数が多い傾向は国内旅行と同様である。平均宿泊数が最も多いのは「女性のひとり旅」の7.43泊であるが、これには帰省や親戚・知人の訪問のための渡航の割合が比較的高いことも影響していると考えられる。「ひとり旅」に次いで、「子育て後の夫婦での旅行」では平均宿泊数は6.37泊、「夫婦での旅行(子どもなし)」では4.99泊となった。

「子育て中の夫婦での旅行」や「友人旅行」(子育て後を除く)では比較的天数が少なくなる傾向であり、特に「子育て中の女性による友人旅行」では、その77.5%が3泊以下の旅行である。(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	3.1	15.6	25.1	14.7	10.0	7.9	9.0	7.1	3.8	1.6	0.5	1.6	5.16	(4,559)	
前年	3.4	16.5	23.8	15.4	11.2	7.6	7.5	6.1	4.2	2.1	0.8	1.5	5.19	(4,615)	
家族旅行	2.3	16.5	29.5	17.3	12.1	6.3	6.7	5.4	1.4	1.4	0.4	0.7	4.55	(1,039)	
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)	1.0	8.2	31.9	23.0	12.5	4.6	7.1	5.2	1.8	4.2	0.0	0.4	4.94	(150)	
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)	2.4	15.0	30.7	18.5	13.2	5.1	5.9	6.0	1.5	0.5	0.6	0.7	4.46	(401)	
18歳以上のみの家族旅行	2.5	20.2	27.7	14.6	11.1	7.9	7.2	5.0	1.2	1.4	0.4	0.8	4.50	(488)	
※3世代家族旅行	3.0	13.6	28.4	18.1	14.7	5.0	8.0	4.8	2.5	0.6	1.1	0.3	4.60	(234)	
夫婦・カップル旅行	2.1	10.8	23.5	14.2	10.4	10.5	12.1	9.7	4.2	0.9	0.5	1.1	5.38	(1,618)	
カップルでの旅行	2.0	17.5	30.9	13.0	8.8	7.3	10.6	6.0	2.9	0.5	0.6	0.0	4.49	(300)	
夫婦での旅行(子どもなし)	2.7	9.7	22.7	17.3	13.1	12.3	11.7	7.2	1.9	0.4	0.1	0.9	4.99	(501)	
子育て中の夫婦での旅行 (末子が18歳未満)	8.5	19.5	33.2	19.3	7.6	5.3	2.9	2.1	1.7	0.0	0.0	0.0	3.51	(120)	
子育て後の夫婦での旅行 (末子が18歳以上)	0.7	7.3	19.2	11.6	9.7	11.4	14.7	14.3	6.9	1.6	0.8	1.8	6.37	(697)	
友人旅行	4.7	22.3	28.8	16.1	7.7	4.8	6.0	3.9	3.3	1.2	0.1	1.1	4.33	(1,021)	
未婚男性による友人旅行	5.7	25.2	28.4	14.9	11.8	3.1	3.3	3.5	3.2	0.3	0.6	0.0	3.89	(195)	
既婚男性による友人旅行(子どもなし)	9.2	17.5	23.1	22.3	20.0	3.3	4.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3.55	(40)	
子育て中の男性による友人旅行 (末子が18歳未満)	7.7	26.1	29.9	21.8	6.7	1.5	0.0	2.7	2.7	0.0	0.0	0.9	3.59	(63)	
子育て後の男性による友人旅行 (末子が18歳以上)	0.6	15.5	39.4	16.2	3.3	8.6	4.7	3.6	3.6	4.4	0.0	0.0	4.63	(112)	
未婚女性による友人旅行	5.0	27.7	24.8	16.6	5.5	4.6	5.8	3.0	4.7	0.6	0.0	1.7	4.34	(295)	
既婚女性による友人旅行(子どもなし)	9.6	14.7	23.3	14.8	6.9	4.0	13.4	3.9	4.1	5.4	0.0	0.0	4.92	(68)	
子育て中の女性による友人旅行 (末子が18歳未満)	7.8	45.7	24.0	14.1	0.0	0.0	0.0	0.0	2.5	0.0	0.0	6.0	4.24	(33)	
子育て後の女性による友人旅行 (末子が18歳以上)	1.8	14.6	32.4	14.4	8.9	6.8	10.0	7.1	2.0	0.5	0.0	1.5	4.76	(215)	
ひとり旅	4.6	15.6	19.0	10.3	8.3	9.1	9.6	7.4	6.7	3.7	1.0	4.8	6.58	(785)	
男性のひとり旅	5.6	17.6	22.4	10.8	8.2	8.6	8.7	4.9	5.3	2.2	1.1	4.7	6.02	(476)	
女性のひとり旅	3.1	12.5	13.9	9.6	8.4	9.8	11.0	11.2	8.8	6.1	0.9	4.9	7.43	(309)	

(注)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
 ■ 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。)

I-4 日本人の旅行に対する意識

■ 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自然、温泉、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)。

表I-4-1 行ってみたい旅行先

国内旅行

順位	2020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	1,705	北海道	1,591
2位	沖縄県	1,386	沖縄県	1,203
3位	京都府	511	京都府	547
4位	大阪府	315	東京都	354
5位	東京都	305	大阪府	283
6位	九州地方	264	九州地方	257
7位	千葉県	227	石川県	210
8位	石川県	203	千葉県	204
9位	鹿児島県	182	鹿児島県	194
10位	静岡県	181	長崎県	174
11位	長野県	170	東北地方	158
12位	福岡県	158	広島県	137
13位	東北地方	155	静岡県	129
14位	四国地方	146	長野県	123
15位	長崎県	143	四国地方	116
16位	広島県	135	三重県	114
17位	神奈川県	123	福岡県	112
18位	島根県	106	青森県	100
19位	大分県	95	神奈川県	92
20位	三重県	93	大分県	82
21位	群馬県	89	奈良県	79
22位	兵庫県	88	栃木県	78
23位	和歌山県	86	富山県	72
24位	青森県	81	兵庫県	71
25位	栃木県	66	島根県	70
25位	富山県	66	宮城県	63
27位	福島県	63	熊本県	60
28位	熊本県	54	岐阜県	56
29位	山形県	52	新潟県	49
30位	奈良県	51	群馬県	47

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)より連続して首位を維持している。次いで沖縄県、京都府、大阪府、東京都の順となり、沖縄県より下位には都市部が続いた。

2017年の結果と比較すると、上位10位までの都道府県の顔ぶれに大きな変更はなかったが、長崎県が順位を下げ、静岡県が順位を上げ入れ替わる形となった。静岡県の具体的な旅行先としては、伊豆や熱海、下田など様々なスポットの回答がみられた。また、最も順位を上げたのは、福島県(17年41位)であった。

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。

海外旅行

順位	2020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	1,208	ハワイ	1,071
2位	アメリカ合衆国本土	482	イタリア	448
3位	イタリア	445	アメリカ合衆国本土	426
4位	オーストラリア	342	フランス	343
5位	フランス	326	オーストラリア	317
6位	台湾	292	グアム	289
7位	グアム	271	台湾	274
8位	韓国	252	カナダ	225
9位	イギリス	214	イギリス	180
10位	スイス	210	スイス	176
11位	カナダ	197	スペイン	156
12位	スペイン	177	韓国	147
12位	シンガポール	177	ヨーロッパ	132
14位	タイ	162	シンガポール	126
15位	ドイツ	149	ドイツ	117
16位	ヨーロッパ	79	バリ島	88
17位	ニュージーランド	77	ニュージーランド	85
18位	エジプト	75	タイ	77
19位	フィンランド	73	ベトナム	76
20位	バリ島	69	中国	59
21位	中国	66	エジプト	57
22位	ペルー	64	香港	51
23位	ベトナム	63	モルディブ	42
24位	北欧	46	カンボジア	38
25位	オーストリア	42	ペルー	38
26位	トルコ	38	フィンランド	33
26位	マレーシア	38	オーストリア	33
26位	モルディブ	38	ギリシャ	32
29位	ノルウェー	35	トルコ	32
30位	ギリシャ/スウェーデン	33	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、「自然観光」（47.6%）、「温泉旅行」（46.9%）、「グルメ」（41.1%）、「歴史・文化観光」（37.2%）、の順となった（図I-4-1）。2017年の結果と比較すると、「自然観光」と「グルメ」が順位を上げる結果となった。

表I-4-3では、性・年代別にランキング形式で示している。前に述べたこれらの「行ってみたい旅行タイプ」上位4位について、「自然観光」「温泉旅行」「グルメ」は、どの年代においても男女にかかわらず高い。「歴史・文化観光」は、年代が上がるにつれて順位が高くなる傾向がみられる。

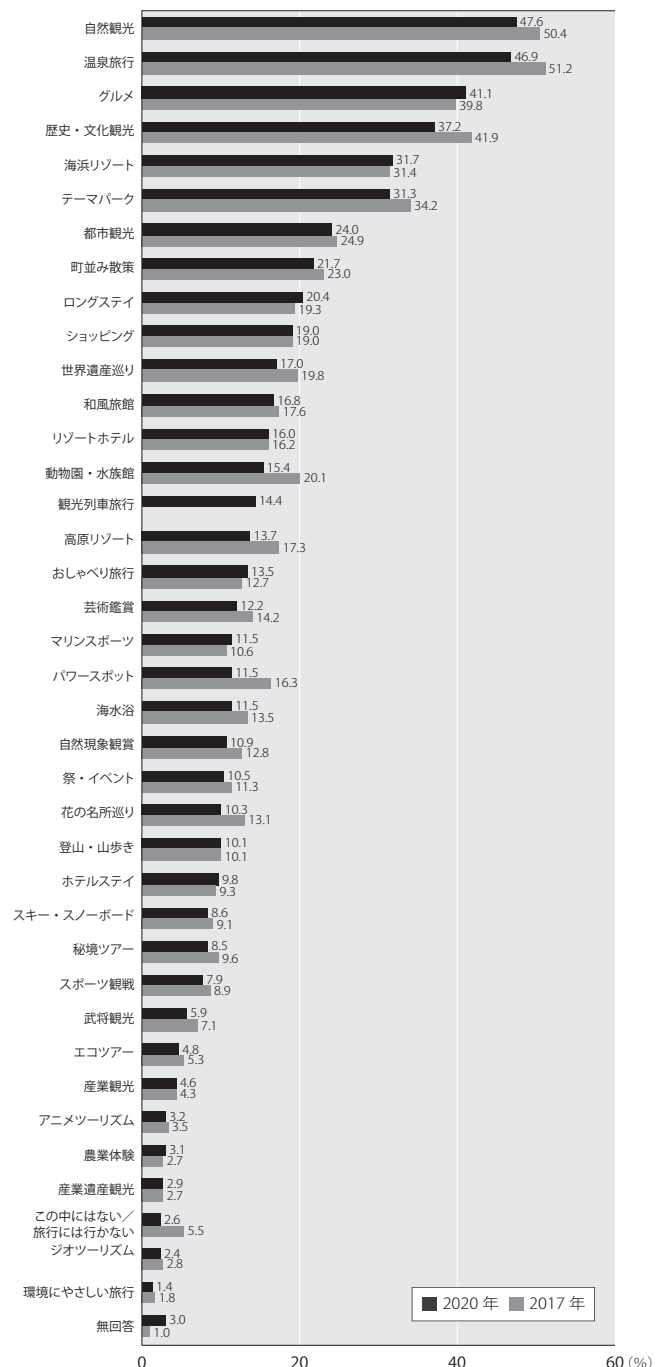
その他の旅行タイプでは、「テーマパーク」が、20代から40代で人気が高く、年代が上がるにつれて低下する傾向がある。

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・イベント	祭やイベントを楽しむ旅行
8	テーマパーク	テーマパークや遊園地で楽しむ旅行
9	動物園・水族館	動物園や水族館で楽しむ旅行
10	グルメ	おいしいものを食べる旅行
11	スキー・スノーボード	スキーを楽しむ旅行
12	マリンスポーツ	マリンスポーツを楽しむ旅行
13	登山・山歩き	登山や山歩きを楽しむ旅行
14	海水浴	海水浴を楽しむ旅行
15	ショッピング	ショッピングを楽しむ旅行
16	芸術鑑賞	演劇、音楽、展覧会等を楽しむ旅行
17	スポーツ観戦	スポーツ観戦を楽しむ旅行
18	花の名所巡り	桜やハープなどの花の名所を訪ねる旅行
19	自然現象観賞	珍しい自然現象を見に行く旅行
20	秘境ツアー	秘境を訪ねる旅行
21	町並み散策	美しい町並みを楽しむ旅行
22	リゾートホテル	リゾートホテルに泊まる旅行
23	和風旅館	落ち着いた和風旅館に泊まる旅行
24	おしゃべり旅行	仲間や家族と楽しく過ごす旅行 (見るもの、遊ぶものにはこだわらない)
25	世界遺産巡り	世界遺産を巡る旅行
26	ロングステイ	ロングステイを楽しむ旅行
27	パワースポット	神秘的な力・エネルギーの宿場所を訪れる旅行
28	ホテルステイ	ホテルの旅館内での滞在そのものを主目的とした旅行
29	環境にやさしい旅行	旅行中に排出したCO ₂ を減らすための料金負担など、環境に配慮した旅行
30	エコツアー	自然を楽しみ、自然や環境を学ぶ旅行
31	農業体験	農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	観光列車旅行	内外装を凝らし、味覚を楽しみながら旅行が出来るなど、乗ること自体を目的とした列車旅行
38	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（複数回答）（単位：％）

男性20代

		2020年	2017年	
1位	自然観光	46.2	42.3	(1位)
2位	グルメ	39.6	33.3	(3位)
3位	温泉旅行	36.3	42.3	(1位)
4位	海浜リゾート	33.0	25.6	(7位)
5位	テーマパーク	27.5	32.1	(5位)
6位	歴史・文化観光	26.4	33.3	(3位)
	都市観光	26.4	30.8	(6位)
8位	海水浴	17.6	15.4	(14位)
	町並み散策	17.6	19.2	(9位)
10位	マリンスポーツ	16.5	10.3	(19位)

男性30代

		2020年	2017年	
1位	温泉旅行	46.0	53.9	(1位)
2位	自然観光	43.4	50.4	(2位)
3位	テーマパーク	40.7	41.7	(3位)
4位	グルメ	38.9	41.7	(3位)
5位	海浜リゾート	34.5	41.7	(3位)
6位	歴史・文化観光	31.9	34.8	(6位)
7位	都市観光	29.2	16.5	(11位)
8位	ロングステイ	21.2	16.5	(11位)
9位	マリンスポーツ	19.5	12.2	(19位)
10位	動物園・水族館	17.7	22.6	(8位)

男性40代

		2020年	2017年	
1位	テーマパーク	46.7	48.8	(2位)
2位	温泉旅行	44.7	49.6	(1位)
3位	自然観光	44.0	44.8	(3位)
4位	グルメ	43.3	30.4	(6位)
5位	歴史・文化観光	41.3	32.8	(5位)
6位	海浜リゾート	38.0	37.6	(4位)
7位	都市観光	26.7	29.6	(7位)
8位	ロングステイ	16.7	18.4	(10位)
9位	ショッピング	16.0	15.2	(13位)
10位	動物園・水族館	15.3	19.2	(9位)
	海水浴	15.3	21.6	(8位)
	リゾートホテル	15.3	11.2	(21位)

男性50代

		2020年	2017年	
1位	自然観光	47.5	47.5	(2位)
2位	温泉旅行	41.7	44.2	(3位)
3位	海浜リゾート	36.7	35.8	(4位)
	グルメ	36.7	35.8	(4位)
5位	歴史・文化観光	32.5	48.3	(1位)
6位	都市観光	30.0	25.0	(8位)
7位	ロングステイ	27.5	18.3	(11位)
8位	テーマパーク	19.2	29.2	(6位)
9位	ショッピング	18.3	15.0	(16位)
10位	高原リゾート	16.7	14.2	(17位)
	マリンスポーツ	16.7	7.5	(27位)
	町並み散策	16.7	15.8	(14位)

男性60代

		2020年	2017年	
1位	自然観光	51.1	58.3	(1位)
2位	温泉旅行	50.4	53.0	(2位)
3位	歴史・文化観光	48.9	42.6	(3位)
4位	グルメ	39.4	31.3	(4位)
5位	世界遺産巡り	23.4	12.2	(14位)
6位	海浜リゾート	21.9	21.7	(5位)
7位	町並み散策	19.7	20.0	(6位)
8位	観光列車旅行	19.0	調査なし	
9位	都市観光	18.2	18.3	(8位)
	和風旅館	18.2	15.7	(9位)

男性70代

		2020年	2017年	
1位	自然観光	57.0	48.0	(3位)
2位	歴史・文化観光	49.0	56.0	(1位)
3位	温泉旅行	48.0	55.0	(2位)
4位	グルメ	31.0	25.0	(4位)
5位	町並み散策	25.0	21.0	(5位)
6位	和風旅館	24.0	19.0	(6位)
7位	都市観光	20.0	14.0	(9位)
8位	世界遺産巡り	17.0	17.0	(7位)
	観光列車旅行	17.0	調査なし	
10位	海浜リゾート	14.0	10.0	(15位)
	高原リゾート	14.0	13.0	(10位)
	リゾートホテル	14.0	9.0	(19位)
	ロングステイ	14.0	6.0	(23位)

女性20代

		2020年	2017年	
1位	海浜リゾート	56.4	44.4	(5位)
2位	温泉旅行	55.1	51.1	(3位)
3位	テーマパーク	53.8	65.6	(1位)
4位	グルメ	48.7	52.2	(2位)
5位	自然観光	44.9	48.9	(4位)
6位	都市観光	43.6	33.3	(7位)
7位	ショッピング	41.0	21.1	(15位)
8位	動物園・水族館	32.1	32.2	(8位)
9位	リゾートホテル	30.8	21.1	(15位)
	ロングステイ	30.8	27.8	(9位)

女性30代

		2020年	2017年	
1位	テーマパーク	59.5	66.3	(1位)
2位	温泉旅行	58.6	53.7	(3位)
3位	グルメ	54.1	60.0	(2位)
4位	海浜リゾート	45.0	49.5	(4位)
5位	自然観光	34.2	38.9	(6位)
6位	ショッピング	30.6	35.8	(7位)
7位	歴史・文化観光	29.7	34.7	(8位)
	ロングステイ	29.7	30.5	(10位)
9位	動物園・水族館	28.8	41.1	(5位)
10位	海水浴	25.2	29.5	(11位)

女性40代

		2020年	2017年	
1位	テーマパーク	49.6	57.7	(1位)
2位	自然観光	45.7	51.2	(2位)
	海浜リゾート	45.7	42.3	(5位)
4位	グルメ	43.3	42.3	(5位)
5位	温泉旅行	41.7	46.3	(4位)
6位	歴史・文化観光	35.4	47.2	(3位)
7位	ロングステイ	23.6	22.0	(13位)
8位	都市観光	22.8	27.6	(7位)
	動物園・水族館	22.8	26.8	(9位)
	ショッピング	22.8	27.6	(7位)
	町並み散策	22.8	26.0	(11位)

女性50代

		2020年	2017年	
1位	自然観光	48.3	52.1	(2位)
2位	温泉旅行	45.7	55.4	(1位)
3位	グルメ	38.8	47.9	(3位)
4位	歴史・文化観光	36.2	44.6	(4位)
5位	テーマパーク	28.4	34.7	(7位)
6位	都市観光	26.7	31.4	(8位)
7位	海浜リゾート	25.9	35.5	(6位)
8位	ショッピング	25.0	26.4	(9位)
9位	町並み散策	22.4	38.0	(5位)
10位	世界遺産巡り	20.7	25.6	(10位)
	パワースポット	20.7	24.0	(12位)

女性60代

		2020年	2017年	
1位	自然観光	57.7	60.5	(1位)
2位	温泉旅行	52.3	49.6	(2位)
3位	歴史・文化観光	47.7	43.4	(3位)
4位	グルメ	43.0	43.4	(3位)
5位	町並み散策	29.5	26.4	(6位)
6位	世界遺産巡り	28.2	29.5	(5位)
7位	ロングステイ	25.5	20.9	(8位)
8位	観光列車旅行	24.8	調査なし	
9位	花の名所巡り	24.2	23.3	(7位)
10位	海浜リゾート	22.1	19.4	(13位)

女性70代

		2020年	2017年	
1位	自然観光	54.0	61.5	(2位)
2位	温泉旅行	49.2	62.4	(1位)
3位	グルメ	34.7	34.9	(4位)
4位	歴史・文化観光	33.1	43.1	(3位)
5位	町並み散策	29.8	27.5	(6位)
6位	観光列車旅行	27.4	調査なし	
7位	花の名所巡り	25.8	33.9	(5位)
8位	おしゃべり旅行	22.6	27.5	(6位)
9位	高原リゾート	16.9	24.8	(8位)
10位	和風旅館	16.1	20.2	(9位)
	世界遺産巡り	16.1	17.4	(12位)

資料：(公財)日本交通公社「JTB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、両者で7割を占める。

高原リゾートでは、「長野県」が半数近くを占め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地名がリゾートとして挙げられている。

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」となっている。

祭・イベントでは、ねぶた祭で知られる「青森県」が最も多く、2位以降は祇園祭ほか伝統的な祭の多い「京都府」や竿燈まつりが有名な「秋田県」などで回答が分散している。

テーマパークでは、2017年調査では1位であった東京ディズニーリゾートが位置する「千葉県」を抜いて、ユニバーサル・スタジオ・ジャパンを有する「大阪府」が1位となっている。年々「千葉県」と「大阪府」のシェアの差が小さくなりつつあったが、2019年から順位が逆転している。

動物園・水族館では、沖縄美ら海水族館を有する「沖縄県」が最も多く、次いで旭山動物園が位置する「北海道」となっている。

グルメでは、「北海道」が他を大きく引き離して1位となっている。2017年調査と比較すると、海外については、「韓国」の順位が上昇している。

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「新潟県」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「静岡県」「山梨県」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「韓国」となっている。3位の東京以外は海外の旅行先が上位を占めている。

芸術鑑賞では、「東京都」が最も多く、次いで「フランス」「イタリア」「アメリカ合衆国本土」「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。2017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。

自然現象鑑賞は、オーロラ観賞で有名な「カナダ」が1位となり、続いて流水で有名な「北海道」が上位を占めた。

秘境ツアーでは、屋久島のある「鹿児島県」が最も多く、次いで「沖縄県」「ペルー」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。

リゾートホテルは、「沖縄県」「ハワイ」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」「神奈川県」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、「北海道」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。

ロングステイでは、「ハワイ」が最も多く、次いで「沖縄県」「アメリカ合衆国本土」となっている。

パワースポットでは、「ハワイ」が最も多く、伊勢神宮の位置する「三重県」が続く。

ホテルステイでは、「ハワイ」が最も多く、次いで「東京都」「北海道」となっている。

アニメツーリズムでは、「東京都」が最も多く2位以下を引き離している。具体的には「三鷹の森ジブリ美術館」や「秋葉原」といった地名が多く挙げられている。

産業遺産観光では、富岡製糸場と絹産業遺産群を有する「群馬県」が最も多い。

武将観光では、「長野県」が最も多く、次いで「山梨県」となっている。具体的には松本や上田の地名が多く挙げられている。

エコツアーでは、知床を有する「北海道」が最も多い。

ジオツーリズムでは、火山の多い「アイスランド」が1位、次いで「ハワイ」「オーストラリア」「熊本県」という結果になっている。

観光列車旅行では、「九州地方」が最も多く2位以下を引き離している。具体的には2013年に運行を開始した「ななつ星in九州」が多く挙げられている。

表I-4-4 旅行タイプ別行ってみたい旅行先（2020年）

ジオツーリズム			観光列車旅行		
2020年（回答数：35）			2020年（回答数：212）		
1位	アイスランド	10.0%	1位	九州地方	37.2%
2位	ハワイ	8.0%	2位	北海道	9.3%
	オーストラリア		3位	東北地方	4.0%
	熊本県		4位	静岡県	3.5%
5位	神奈川県、北海道	4.0%	5位	熊本県、中国地方	2.7%

表I-4-5 旅行タイプ別行ってみたい旅行先(2020年・2017年) — 次ページにつづく

自然観光

2020年(回答数:701)			2017年(回答数:683)		
1位	北海道	22.4%	1位	北海道	23.9%
2位	沖縄県	8.0%	2位	沖縄県	6.6%
3位	ハワイ	7.0%	3位	鹿児島県	5.6%
4位	鹿児島県	5.4%	4位	カナダ	4.2%
5位	オーストラリア	4.7%	5位	オーストラリア	3.4%

歴史・文化観光

2020年(回答数:547)			2017年(回答数:568)		
1位	京都府	24.0%	1位	京都府	29.0%
2位	イタリア	9.0%	2位	イタリア	6.7%
3位	奈良県	5.6%	3位	奈良県	3.0%
4位	沖縄県	4.2%	4位	広島県	2.8%
5位	フランス	3.8%	5位	栃木県	2.5%

海浜リゾート

2020年(回答数:466)			2017年(回答数:426)		
1位	ハワイ	38.0%	1位	ハワイ	30.5%
2位	沖縄県	33.1%	2位	沖縄県	22.2%
3位	グアム	5.1%	3位	グアム	3.9%
4位	バリ島	4.5%	4位	オーストラリア	1.2%
5位	静岡県	2.9%	5位	セブ島、バリ島	1.1%

高原リゾート

2020年(回答数:202)			2017年(回答数:235)		
1位	長野県	48.5%	1位	長野県	44.7%
2位	北海道、栃木県	9.8%	2位	栃木県	8.5%
		9.8%	3位	北海道	6.8%
4位	山梨県	6.9%	4位	スイス	4.3%
5位	スイス	3.4%	5位	富山県	3.0%

都市観光

2020年(回答数:354)			2017年(回答数:338)		
1位	東京都	25.6%	1位	東京都	29.6%
2位	アメリカ合衆国本土	13.6%	2位	アメリカ合衆国本土	9.8%
3位	大阪府	7.6%	3位	フランス	5.9%
4位	イタリア	6.0%	4位	京都府	4.4%
5位	京都府、シンガポール、フランス	3.7%	5位	大阪府、イタリア	4.1%

温泉旅行

2020年(回答数:691)			2017年(回答数:694)		
1位	大分県	16.4%	1位	大分県	16.7%
2位	群馬県	12.5%	2位	群馬県	12.7%
3位	静岡県	7.3%	3位	静岡県	6.2%
4位	神奈川県	6.7%	4位	神奈川県	6.1%
5位	九州地方	6.1%	5位	北海道	5.6%

祭・イベント

2020年(回答数:154)			2017年(回答数:153)		
1位	青森県	18.4%	1位	青森県	23.5%
2位	秋田県、大阪府、京都府、東北地方	5.0%	2位	京都府	9.2%
			3位	秋田県	6.5%
			4位	北海道	5.2%
			5位	東北地方	3.9%

テーマパーク

2020年(回答数:461)			2017年(回答数:463)		
1位	大阪府	38.2%	1位	千葉県	36.9%
2位	千葉県	36.5%	2位	大阪府	29.6%
3位	東京都	8.4%	3位	東京都	7.3%
4位	長崎県	5.9%	4位	長崎県	6.9%
5位	アメリカ合衆国本土	5.1%	5位	アメリカ合衆国本土	3.2%

動物園・水族館

2020年(回答数:226)			2017年(回答数:272)		
1位	沖縄県	27.9%	1位	沖縄県	27.6%
2位	北海道	25.6%	2位	北海道	23.5%
3位	和歌山県	8.0%	3位	東京都	5.1%
4位	東京都	5.7%	4位	愛知県	4.4%
5位	大阪府	5.0%	5位	和歌山県	3.7%

グルメ

2020年(回答数:605)			2017年(回答数:539)		
1位	北海道	40.7%	1位	北海道	29.5%
2位	韓国	6.7%	2位	台湾	7.4%
3位	台湾	6.0%	3位	大阪府	5.8%
4位	福岡県	5.1%	4位	福岡県	3.9%
5位	イタリア	4.0%	5位	韓国	3.7%

スキー・スノーボード

2020年(回答数:126)			2017年(回答数:123)		
1位	北海道	51.8%	1位	北海道	38.2%
2位	長野県	15.8%	2位	長野県	22.0%
3位	新潟県	10.8%	3位	新潟県、カナダ	4.1%
4位	群馬県	3.6%			
5位	宮城県、山形県	2.9%	5位	信州地方、福島県	3.3%

マリンスポーツ

2020年(回答数:170)			2017年(回答数:144)		
1位	沖縄県	42.2%	1位	沖縄県	51.4%
2位	ハワイ	28.3%	2位	ハワイ	17.4%
3位	グアム	7.8%	3位	グアム	9.0%
4位	オーストラリア、東京都	3.9%	4位	オーストラリア	3.5%
			5位	サイパン、セブ島、パラオ	1.4%

登山・山歩き

2020年(回答数:149)			2017年(回答数:137)		
1位	静岡県	29.2%	1位	山梨県	27.0%
2位	山梨県	28.0%	2位	静岡県	25.5%
3位	長野県	19.6%	3位	長野県	21.9%
4位	鹿児島県	7.1%	4位	富山県	10.2%
5位	岐阜県、スイス	6.0%	5位	新潟県	8.8%

海水浴

2020年(回答数:169)			2017年(回答数:183)		
1位	沖縄県	42.2%	1位	沖縄県	37.2%
2位	ハワイ	25.1%	2位	ハワイ	24.0%
3位	グアム	6.6%	3位	静岡県	4.9%
4位	静岡県	5.7%	4位	千葉県	3.8%
5位	和歌山県	4.3%	5位	茨城県、神奈川県、グアム、モルディブ	2.2%

ショッピング

2020年(回答数:279)			2017年(回答数:257)		
1位	ハワイ	30.0%	1位	ハワイ	30.0%
2位	韓国	15.8%	2位	東京都	14.4%
3位	東京都	11.9%	3位	韓国	6.6%
4位	フランス	4.6%	4位	アメリカ合衆国本土	4.7%
5位	イタリア	4.2%	5位	兵庫県、イタリア、台湾、香港	2.7%

芸術鑑賞

2020年(回答数:179)			2017年(回答数:193)		
1位	東京都	20.6%	1位	東京都	20.2%
2位	フランス	15.2%	2位	フランス	15.0%
3位	イタリア、アメリカ合衆国本土	8.3%	3位	イタリア	8.8%
		8.3%	4位	アメリカ合衆国本土	8.3%
5位	オーストラリア	7.8%	5位	オーストラリア	7.3%

資料:(公財)日本交通公社「JTB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(2020年・2017年) — つづき

スポーツ観戦

2020年(回答数:116)			2017年(回答数:121)		
1位	東京都	22.6%	1位	東京都	19.0%
2位	アメリカ合衆国本土	21.4%	2位	アメリカ合衆国本土	14.0%
3位	スペイン	10.1%	3位	スペイン	8.3%
4位	イタリア	5.0%	4位	兵庫県	5.8%
5位	イギリス、兵庫県	3.8%	5位	イギリス	5.0%

花の名所巡り

2020年(回答数:151)			2017年(回答数:178)		
1位	北海道	20.4%	1位	北海道	16.9%
2位	青森県	9.4%	2位	京都府	7.9%
3位	長崎県	7.3%	3位	青森県、長崎県、 長野県	3.9%
4位	茨城県、栃木県、 福島県	3.1%			

自然現象観賞

2020年(回答数:160)			2017年(回答数:174)		
1位	カナダ	11.8%	1位	カナダ	16.7%
2位	北海道	10.1%	2位	アラスカ	9.8%
3位	フィンランド	7.9%	3位	北海道	5.2%
4位	ハワイ	4.5%	4位	アイスランド	4.6%
5位	アラスカ、オーストラリア	3.4%	5位	フィンランド	3.4%

秘境ツアー

2020年(回答数:125)			2017年(回答数:130)		
1位	鹿児島県	9.5%	1位	ペルー	11.5%
2位	沖縄県	7.3%	2位	鹿児島県	6.2%
3位	ペルー	5.8%	3位	北海道	5.4%
4位	北海道	5.1%	4位	沖縄県	3.8%
5位	ボリビア	3.6%	5位	岐阜県、アメリカ合衆国本土、 アフリカ、中国	2.3%

町並み散策

2020年(回答数:319)			2017年(回答数:311)		
1位	京都府	17.1%	1位	京都府	17.7%
2位	イタリア	7.9%	2位	石川県	8.7%
3位	石川県	7.6%	3位	イタリア	7.7%
4位	岡山県	4.7%	4位	岡山県	7.4%
5位	ヨーロッパ	4.4%	5位	岐阜県	3.5%

リゾートホテル

2020年(回答数:235)			2017年(回答数:219)		
1位	沖縄県	26.0%	1位	ハワイ	20.5%
2位	ハワイ	20.9%	2位	沖縄県	20.1%
3位	北海道	6.6%	3位	バリ島	6.4%
4位	バリ島	5.8%	4位	北海道、長野県	3.7%
5位	シンガポール	3.9%			

和風旅館

2020年(回答数:248)			2017年(回答数:239)		
1位	京都府	20.6%	1位	京都府	22.2%
2位	石川県	11.9%	2位	石川県	10.0%
3位	神奈川県	5.9%	3位	神奈川県	6.7%
4位	静岡県	4.7%	4位	大分県	4.2%
5位	兵庫県	4.3%	5位	静岡県	3.8%

おしゃべり旅行

2020年(回答数:198)			2017年(回答数:172)		
1位	北海道	6.7%	1位	京都府、静岡県	4.7%
2位	神奈川県	6.1%			
3位	東京都	5.0%	3位	北海道	4.1%
4位	静岡県	4.4%	4位	神奈川県	4.1%
5位	千葉県	3.3%	5位	沖縄県	3.5%

世界遺産巡り

2020年(回答数:250)			2017年(回答数:268)		
1位	イタリア	9.3%	1位	イタリア	9.7%
2位	フランス	8.0%	2位	ペルー	7.8%
3位	エジプト	7.4%	3位	エジプト、 カンボジア	5.2%
4位	ペルー	5.1%			
5位	スペイン	4.8%	5位	スペイン、フランス	4.9%

ロングステイ

2020年(回答数:301)			2017年(回答数:261)		
1位	ハワイ	27.3%	1位	ハワイ	24.9%
2位	沖縄県	8.0%	2位	オーストラリア	7.3%
3位	アメリカ合衆国本土	7.0%	3位	沖縄県、 アメリカ合衆国本土	6.9%
4位	北海道	6.3%			
5位	オーストラリア	5.0%	5位	北海道	5.4%

パワースポット

2020年(回答数:169)			2017年(回答数:221)		
1位	ハワイ	11.8%	1位	鹿児島県	9.5%
2位	三重県	10.8%	2位	三重県	7.7%
3位	鹿児島県	6.6%	3位	宮崎県	5.9%
4位	アメリカ合衆国本土	5.7%	4位	京都府、島根県、 ハワイ	5.4%
5位	オーストラリア、島根県	5.2%			

ホテルステイ

2020年(回答数:144)			2017年(回答数:126)		
1位	ハワイ	14.5%	1位	ハワイ	9.5%
2位	北海道、東京都	6.9%	2位	東京都	6.3%
			3位	北海道	5.6%
4位	アメリカ合衆国本土、 沖縄県、長野県	4.6%	4位	沖縄県、バリ島	4.0%

アニメツーリズム

2020年(回答数:47)			2017年(回答数:48)		
1位	東京都	25.4%	1位	東京都	33.3%
2位	静岡県	6.8%	2位	鳥取県	8.3%
3位	岐阜県	5.1%	3位	大阪府	6.3%
	埼玉県				
5位	茨城県、神奈川県、京都府、 群馬県、佐賀県、鳥取県	3.4%	4位	愛知県、神奈川県	4.2%

産業遺産観光

2020年(回答数:42)			2017年(回答数:37)		
1位	群馬県	25.6%	1位	群馬県	27.0%
2位	島根県	17.9%	2位	長崎県	24.3%
3位	長崎県	15.4%	3位	島根県	10.8%
4位	新潟県、九州地方	5.1%	4位	愛媛県、鳥取県、東京都、 栃木県、北陸地方、イタリア	2.7%

武将観光

2020年(回答数:87)			2017年(回答数:96)		
1位	長野県	13.0%	1位	長野県	12.5%
2位	山梨県	6.5%	2位	京都府、宮城県	10.4%
3位	兵庫県、愛知県	5.4%			
5位	石川県、岐阜県、京 都府、宮城県	4.3%	4位	愛知県	6.3%
			5位	兵庫県	5.2%

エコツアー

2020年(回答数:70)			2017年(回答数:72)		
1位	北海道	14.7%	1位	北海道	8.3%
2位	オーストラリア、沖縄県	5.9%	2位	沖縄県、鹿児島県	6.9%
4位	東京都、長野県	4.4%	4位	東京都	5.6%
			5位	オーストラリア	4.2%

資料:(公財)日本交通公社「JTB旅行意識調査」

2 旅行の動機

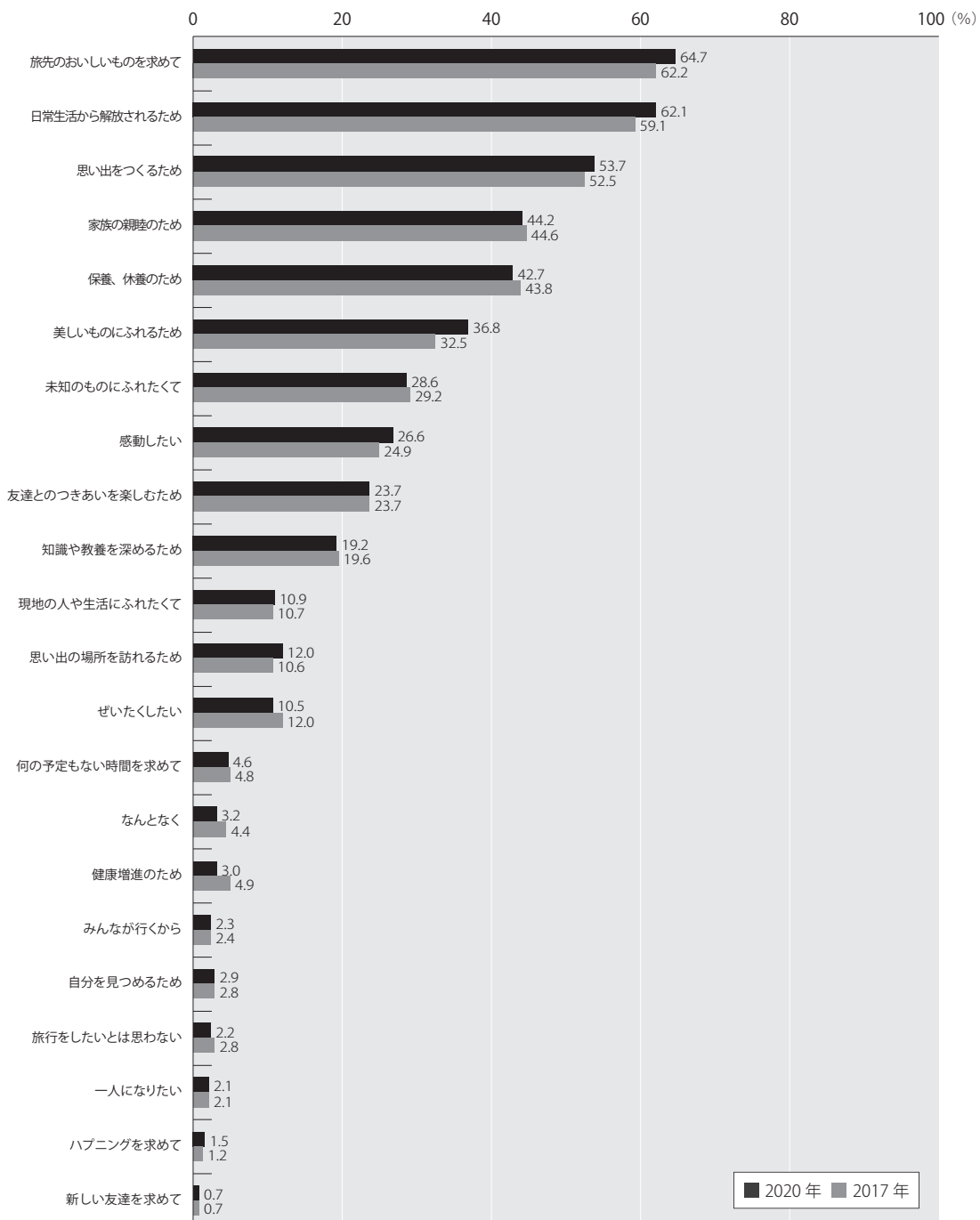
旅行の動機は、「おいしいもの」「日常生活からの解放」

「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64.7%と最も多く、続いて「日常生活から解放されるため」62.1%、「思い出をつくるため」53.7%、「家族の親睦のため」が44.2%となった（図I-4-2）。

2017年調査と比較すると、「日常生活から解放されるため」「美しいものにふれるため」などが増加した一方で、「ぜいたくしたい」「健康増進のため」などが減少した。

先に述べた上位3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、ほとんどの年代において上位3位に入っている（表I-4-6）。30代、40代、50代では男女ともに「家族の親睦のため」が比較的多いが、子育てが一段落する60代以上の男性で依然として「家族の親睦のため」が多い一方で、女性では少なくなり、男女間の旅行動機に差が生じている。

図I-4-2 旅行の動機（複数回答）



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(複数回答)(単位:%)

男性20代

	2020年	2017年	
1位	思い出をつくるため	62.6	60.3 (2位)
2位	日常生活から解放されるため	58.2	66.7 (1位)
3位	旅先のおいしいものを求めて	56.0	56.4 (3位)
4位	友達とのつきあいを楽しむため	49.5	28.2 (6位)
5位	未知のものにふれたくて	35.2	34.6 (5位)
6位	美しいものにふれるため	33.0	23.1 (7位)
7位	保養、休養のため	29.7	41.0 (4位)
8位	感動したい	25.3	16.7 (10位)
9位	知識や教養を深めるため	15.4	17.9 (9位)
10位	家族の親睦のため	13.2	16.7 (10位)
	なんとなく	13.2	2.6 (17位)

男性30代

	2020年	2017年	
1位	思い出をつくるため	69.0	63.5 (3位)
2位	日常生活から解放されるため	65.5	68.7 (1位)
3位	旅先のおいしいものを求めて	57.5	65.2 (2位)
4位	家族の親睦のため	53.1	51.3 (4位)
5位	保養、休養のため	46.0	40.9 (5位)
6位	未知のものにふれたくて	28.3	22.6 (7位)
7位	美しいものにふれるため	27.4	24.3 (6位)
8位	知識や教養を深めるため	21.2	18.3 (8位)
9位	ぜいたくしたい	19.5	16.5 (10位)
10位	感動したい	17.7	17.4 (9位)

男性40代

	2020年	2017年	
1位	日常生活から解放されるため	63.3	54.4 (4位)
2位	旅先のおいしいものを求めて	61.3	55.2 (3位)
3位	家族の親睦のため	56.0	60.0 (1位)
4位	思い出をつくるため	50.7	58.4 (2位)
	保養、休養のため	50.7	49.6 (5位)
6位	未知のものにふれたくて	30.0	24.8 (6位)
7位	美しいものにふれるため	24.7	19.2 (8位)
8位	知識や教養を深めるため	18.7	13.6 (9位)
	感動したい	18.7	23.2 (7位)
10位	友達とのつきあいを楽しむため	12.7	11.2 (10位)

男性50代

	2020年	2017年	
1位	日常生活から解放されるため	63.3	57.5 (1位)
2位	旅先のおいしいものを求めて	60.8	54.2 (3位)
3位	家族の親睦のため	54.2	46.7 (4位)
4位	保養、休養のため	43.3	55.8 (2位)
5位	思い出をつくるため	41.7	41.7 (5位)
6位	美しいものにふれるため	28.3	25.8 (6位)
7位	未知のものにふれたくて	26.7	24.2 (7位)
8位	感動したい	23.3	21.7 (8位)
9位	知識や教養を深めるため	19.2	16.7 (9位)
10位	友達とのつきあいを楽しむため	14.2	13.3 (10位)

男性60代

	2020年	2017年	
1位	旅先のおいしいものを求めて	71.5	56.5 (1位)
2位	思い出をつくるため	51.1	35.7 (4位)
3位	日常生活から解放されるため	50.4	54.8 (2位)
4位	家族の親睦のため	43.8	44.3 (3位)
5位	保養、休養のため	40.1	35.7 (4位)
6位	美しいものにふれるため	37.2	34.8 (6位)
7位	感動したい	27.0	23.5 (9位)
8位	未知のものにふれたくて	26.3	33.0 (7位)
9位	友達とのつきあいを楽しむため	20.4	16.5 (10位)
10位	知識や教養を深めるため	19.7	24.3 (8位)

男性70代

	2020年	2017年	
1位	旅先のおいしいものを求めて	64.0	42.0 (2位)
2位	家族の親睦のため	45.0	47.0 (1位)
3位	日常生活から解放されるため	40.0	29.0 (6位)
4位	思い出をつくるため	34.0	39.0 (4位)
5位	保養、休養のため	32.0	40.0 (3位)
6位	美しいものにふれるため	31.0	26.0 (8位)
7位	未知のものにふれたくて	27.0	34.0 (5位)
8位	知識や教養を深めるため	26.0	22.0 (9位)
9位	感動したい	24.0	14.0 (10位)
10位	友達とのつきあいを楽しむため	18.0	29.0 (6位)
	思い出の場所を訪れるため	18.0	10.0 (13位)

女性20代

	2020年	2017年	
1位	旅先のおいしいものを求めて	80.8	71.1 (2位)
2位	思い出をつくるため	78.2	74.4 (1位)
3位	日常生活から解放されるため	71.8	65.6 (3位)
4位	美しいものにふれるため	55.1	41.1 (4位)
5位	保養、休養のため	43.6	41.1 (4位)
6位	友達とのつきあいを楽しむため	37.2	36.7 (7位)
7位	未知のものにふれたくて	30.8	32.2 (8位)
	家族の親睦のため	30.8	41.1 (4位)
	感動したい	30.8	30.0 (9位)
10位	ぜいたくしたい	23.1	26.7 (10位)

女性30代

	2020年	2017年	
1位	旅先のおいしいものを求めて	77.5	77.9 (1位)
2位	日常生活から解放されるため	75.7	70.5 (3位)
3位	思い出をつくるため	71.2	71.6 (2位)
4位	家族の親睦のため	53.2	54.7 (4位)
	保養、休養のため	53.2	45.3 (5位)
6位	美しいものにふれるため	39.6	29.5 (6位)
7位	未知のものにふれたくて	34.2	25.3 (7位)
	感動したい	28.8	24.2 (8位)
9位	ぜいたくしたい	23.4	20.0 (9位)
10位	思い出の場所を訪れるため	18.0	12.6 (11位)

女性40代

	2020年	2017年	
1位	日常生活から解放されるため	74.8	63.4 (2位)
2位	思い出をつくるため	59.8	65.0 (1位)
	旅先のおいしいものを求めて	59.8	62.6 (3位)
4位	家族の親睦のため	56.7	60.2 (4位)
5位	保養、休養のため	45.7	44.7 (5位)
6位	美しいものにふれるため	33.9	30.9 (7位)
7位	感動したい	26.8	31.7 (6位)
8位	未知のものにふれたくて	23.6	23.6 (8位)
9位	知識や教養を深めるため	14.2	20.3 (9位)
10位	友達とのつきあいを楽しむため	13.4	13.0 (10位)

女性50代

	2020年	2017年	
1位	日常生活から解放されるため	69.0	70.2 (2位)
2位	旅先のおいしいものを求めて	68.1	77.7 (1位)
3位	家族の親睦のため	47.4	42.1 (6位)
4位	保養、休養のため	44.8	55.4 (3位)
5位	思い出をつくるため	42.2	51.2 (4位)
6位	美しいものにふれるため	39.7	44.6 (5位)
7位	感動したい	32.8	33.9 (7位)
8位	未知のものにふれたくて	23.3	33.9 (7位)
9位	友達とのつきあいを楽しむため	21.6	24.0 (9位)
10位	知識や教養を深めるため	15.5	21.5 (10位)

女性60代

	2020年	2017年	
1位	旅先のおいしいものを求めて	70.5	69.8 (1位)
2位	日常生活から解放されるため	67.1	63.6 (2位)
3位	美しいものにふれるため	53.7	43.4 (3位)
4位	思い出をつくるため	51.7	38.0 (5位)
5位	保養、休養のため	49.7	41.1 (4位)
6位	家族の親睦のため	38.3	33.3 (7位)
7位	感動したい	35.6	33.3 (7位)
8位	未知のものにふれたくて	34.2	31.8 (9位)
9位	友達とのつきあいを楽しむため	26.8	38.0 (5位)
10位	知識や教養を深めるため	24.2	22.5 (10位)

女性70代

	2020年	2017年	
1位	旅先のおいしいものを求めて	56.5	62.4 (1位)
2位	日常生活から解放されるため	55.6	49.5 (2位)
3位	友達とのつきあいを楽しむため	48.4	47.7 (3位)
4位	美しいものにふれるため	46.0	46.8 (4位)
5位	思い出をつくるため	35.5	38.5 (5位)
6位	保養、休養のため	33.9	34.9 (7位)
7位	家族の親睦のため	30.6	35.8 (6位)
	感動したい	30.6	26.6 (9位)
9位	未知のものにふれたくて	27.4	30.3 (8位)
10位	知識や教養を深めるため	20.2	20.2 (10位)

資料：(公財)日本交通公社「JTB旅行意識調査」

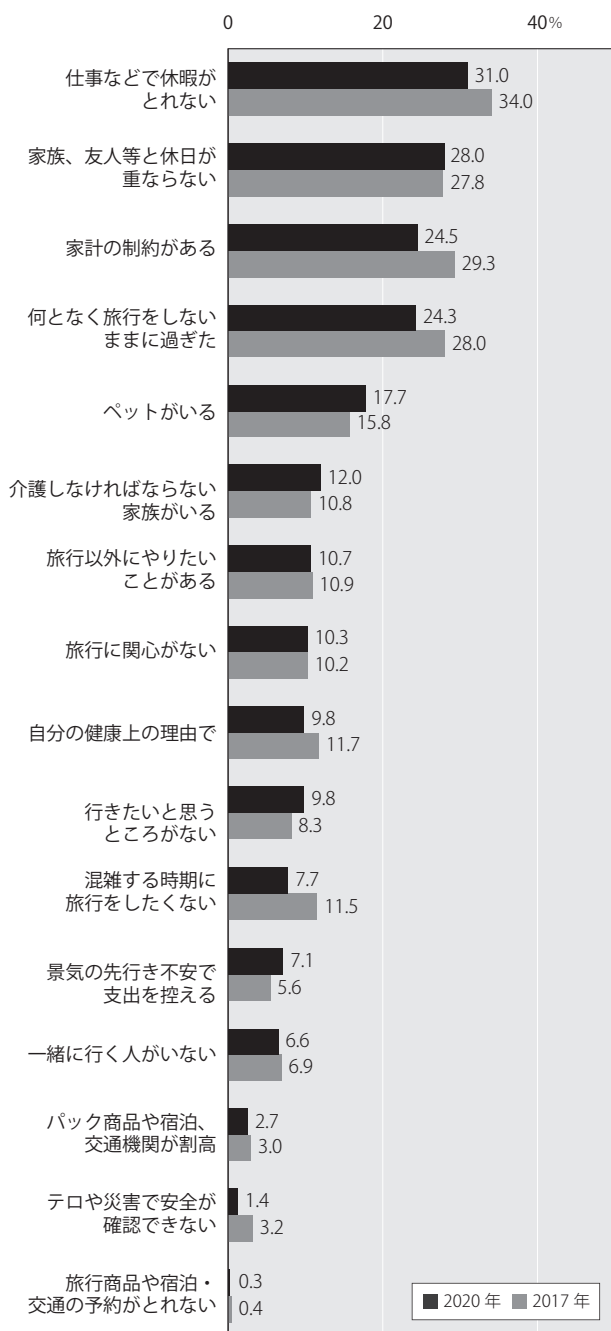
3 旅行の阻害要因

阻害要因は「休暇がとれない」「家族、友人等と休日が重ならない」

「2019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31.0%と最も多く、これに「家族、友人等と休日が重ならない」（28.0%）、「家計の制約がある」（24.5%）が続き、『休暇』と『支出』に関する理由が多く選

図I-4-3 旅行の阻害要因（複数回答）



資料：(公財)日本交通公社「JTBF旅行意識調査」

ばれた(図I-4-3)。

また、「何となく旅行をしないままに過ぎた」という、旅行に対する消極性をうかがわせる回答も多く、旅行をしなかった人の2割以上がこれを選択している。

その他の阻害要因としては、「ペットがいる」「介護しなければならない家族がいる」といったような、自宅から離れられない事情を抱えることを理由とする回答も多い。

また、ライフステージ別に旅行の阻害要因をみると、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」が上位にあがっている(表I-4-7)。

表I-4-7 ライフステージ別・旅行の阻害要因（単位：%）

男女・未婚

2020年		2017年	
1位	仕事などで休暇がとれない 33.9	1位	仕事などで休暇がとれない 40.0
2位	家族、友人等と休日が重ならない 24.6	2位	家計の制約がある/何となく旅行をしないままに過ぎた 24.0
3位	旅行に関心がない 22.0	3位	家族、友人等と休日が重ならない 22.0

男女・子供なし

2020年		2017年	
1位	仕事などで休暇がとれない 44.0	1位	仕事などで休暇がとれない 47.8
2位	家族、友人等と休日が重ならない 28.0	2位	何となく旅行をしないままに過ぎた 39.1
3位	ペットがいる 24.0	3位	ペットがいる/家計の制約がある 34.8

男性子育て中

2020年		2017年	
1位	仕事などで休暇がとれない 40.3	1位	仕事などで休暇がとれない 44.2
2位	家族、友人等と休日が重ならない 36.5	2位	家族、友人等と休日が重ならない 37.2
3位	家計の制約がある 30.8	3位	家計の制約がある 33.3

男性子育て後

2020年		2017年	
1位	仕事などで休暇がとれない 31.1	1位	何となく旅行をしないままに過ぎた 32.9
2位	何となく旅行をしないままに過ぎた 29.7	2位	仕事などで休暇がとれない 30.0
3位	ペットがいる/自分の健康上の理由で 24.3	3位	家計の制約がある 25.7

女性子育て中

2020年		2017年	
1位	家族、友人等と休日が重ならない 31.6	1位	家計の制約がある 37.0
2位	家計の制約がある 29.7	2位	家族、友人等と休日が重ならない 35.1
3位	仕事などで休暇がとれない 24.1	3位	仕事などで休暇がとれない/何となく旅行をしないままに過ぎた 27.9

女性子育て後

2020年		2017年	
1位	何となく旅行をしないままに過ぎた 36.8	1位	自分の健康上の理由で/何となく旅行をしないままに過ぎた 33.3
2位	介護しなければならない家族がいる 28.4	2位	ペットがいる 26.3
3位	ペットがいる 26.3	3位	家族、友人等と休日が重ならない 22.8

資料：(公財)日本交通公社「JTBF旅行意識調査」

4 新型コロナウイルス感染症流行が日本人の旅行意識に与えた影響

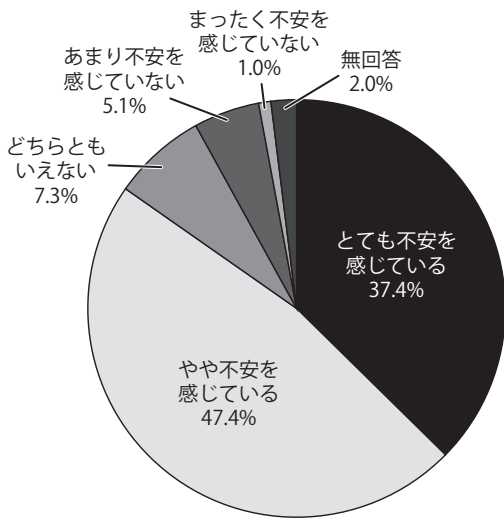
新型コロナウイルス感染症(COVID-19/以下新型コロナ)の流行が日本人の旅行に対する意識に及ぼした影響を把握するため、「JTBF旅行意識調査」に新型コロナに関する設問を加え、分析を行った。

(1) 新型コロナによる日常生活への影響

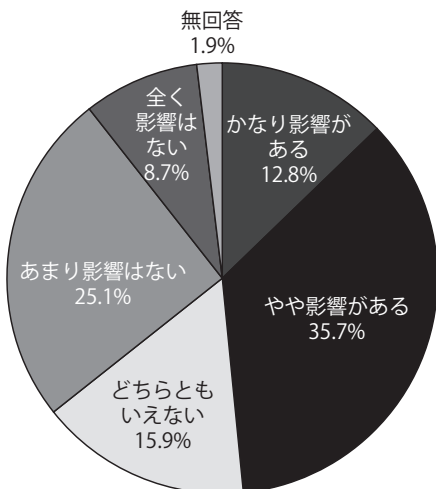
旅行の前提となる日常生活に対して新型コロナがどのような影響を与えたかを把握するため、不安の度合いとその内容、家計への影響を尋ねた。

まず、新型コロナに対する不安度は、「とても不安を感じている」が37.4%、「やや不安を感じている」が47.4%と、8割以上の人が不安を感じていた(図I-4-4)。

図I-4-4 新型コロナに対する不安(単一回答)



図I-4-6 新型コロナによる家計への影響(単一回答)

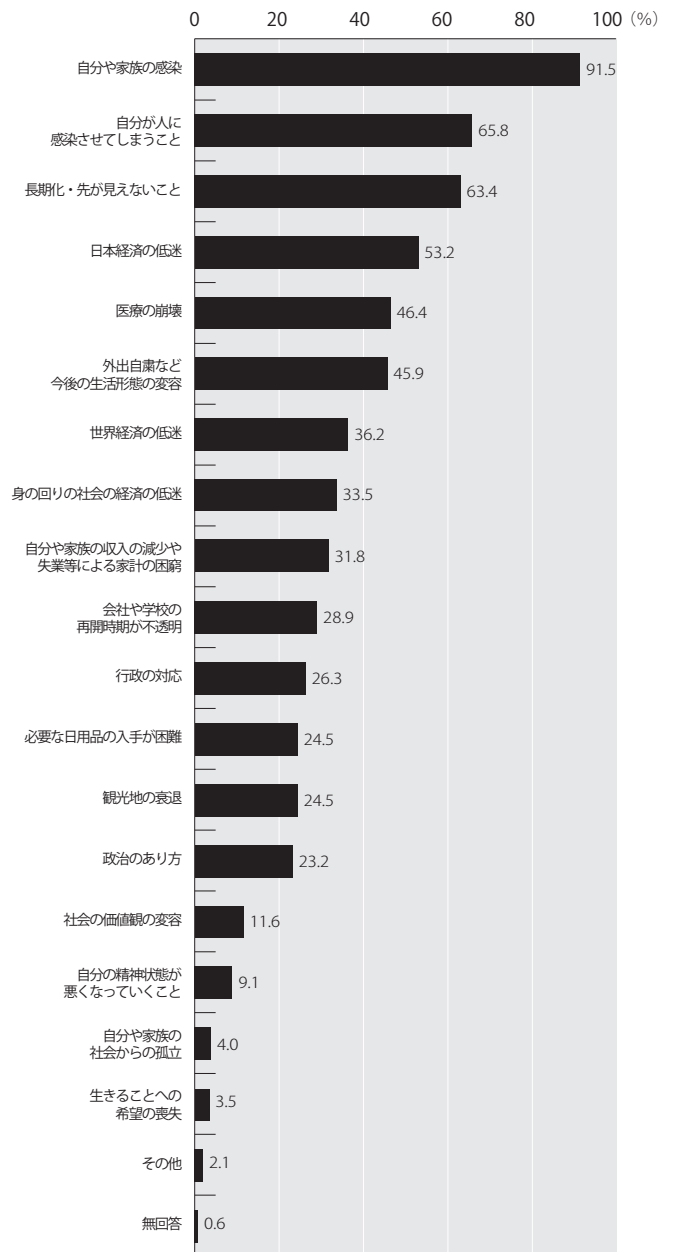


注) 構成比は小数点以下第2位を四捨五入しているため、合計が必ずしも100%とはならない。

不安の具体的な内容としては、「自分や家族の感染」が91.5%、「自分が人に感染させてしまうこと」が65.8%と、ウイルス感染に関する不安が多かった。次いで、「長期化・先が見えないこと」63.4%、「日本経済の低迷」53.2%、「医療の崩壊」46.4%となった(図I-4-5)。一方、「社会の価値観の変容」「自分の精神状態が悪くなっていくこと」「自分や家族の社会からの孤立」「生きることへの希望の喪失」など精神的な要素が関係する項目の割合は低かった。

新型コロナによる家計への影響は、「かなり影響がある」12.8%、「やや影響がある」35.7%と、5割弱の人が影響を感じていた(図I-4-6)。

図I-4-5 新型コロナに対する不安の内容(複数回答)



資料：(公財)日本交通公社「JTBF旅行意識調査」

(2) 新型コロナ収束後の旅行に対する意識

①旅行意向(国内旅行・海外旅行)

新型コロナ収束後、国内旅行は約7割が「行きたい」と回答した一方で、海外旅行は約4割が「当面は行きたくない」と回答した(図I-4-7)。このことから、国内旅行は前向きに実施を検討する人が多いのに対し、海外旅行の実施は慎重になる人が多いことが示された。

②国内旅行実施のための条件

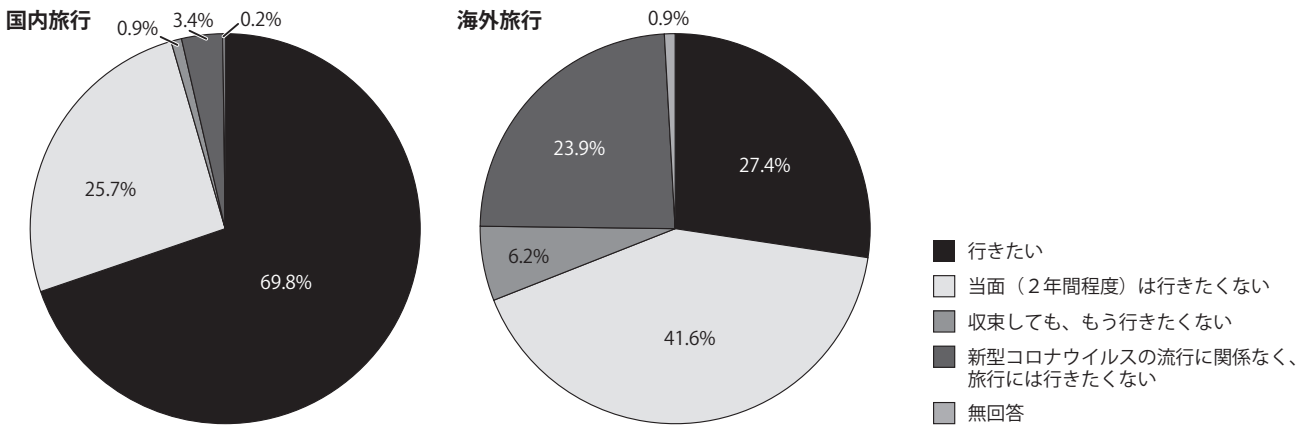
実際に何が満たされれば旅行を実施しようと思うか、その条件を尋ねた。その結果、「政府・行政が外出自粛要請を解除した」が73.7%、「緊急事態宣言が解除された」が70.9%と、公的に発出される要請や宣言が旅行再開の目安とされて

いた。次いで「治療薬やワクチンが確立された」「医療の逼迫がおさまった」という医療に関する項目が挙げられた(図I-4-8)。

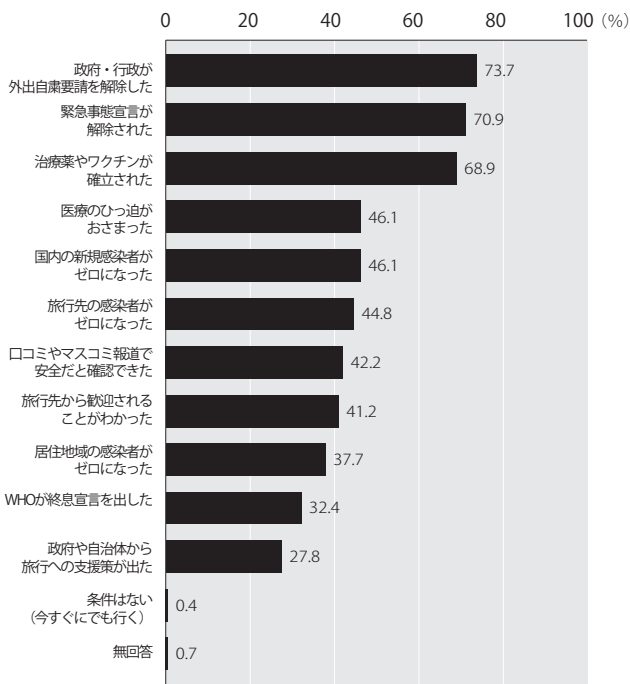
③旅行の動機

新型コロナ収束後、旅行に行きたいと思うのはどのような気持ちからか、その動機を尋ねたところ、「日常生活から解放されるため」「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」「保養、休養のため」が上位に挙げられた(図I-4-9)。これら上位の旅行動機は、新型コロナ収束後という条件に関わらず、大きな変動はなかった(「図I-4-2」7頁参照)。

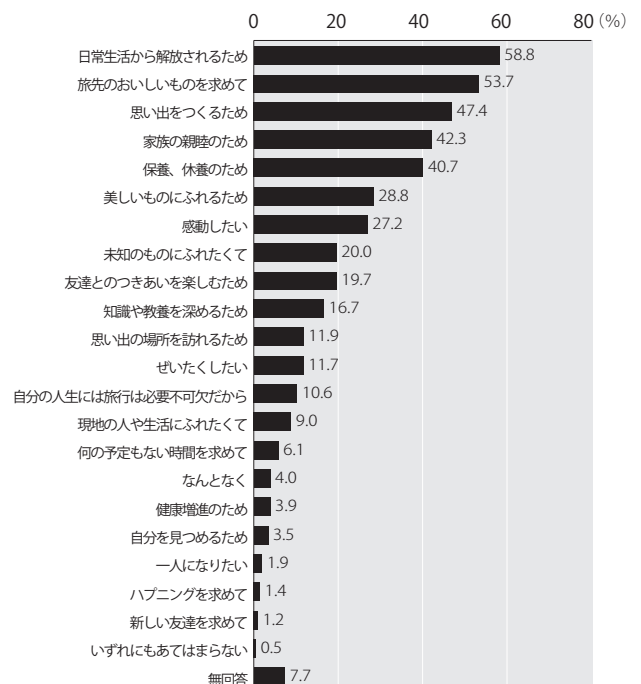
図I-4-7 新型コロナ収束後の旅行意向(単一回答)



図I-4-8 新型コロナ収束後の国内旅行実施のための条件複数回答



図I-4-9 新型コロナ収束後の旅行動機(複数回答)



資料：(公財)日本交通公社「JTBF旅行意識調査」

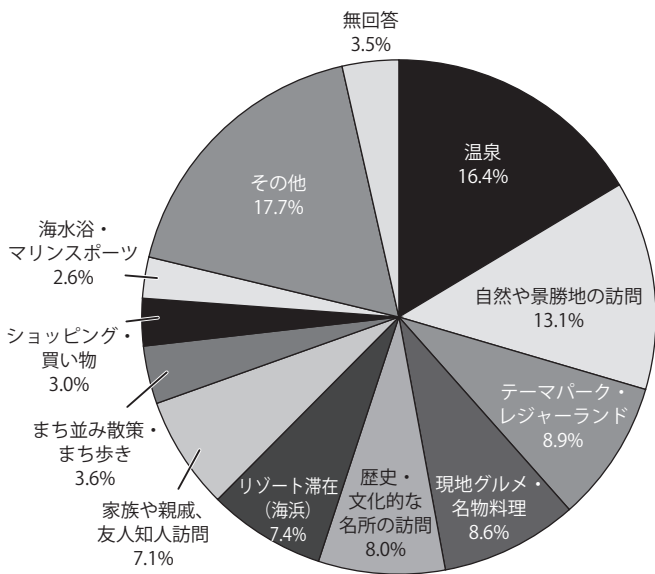
④行いたい活動

新型コロナ収束後に行いたい活動としては、「温泉」16.4%、「自然や景勝地の訪問」13.1%の人气が高かった（図I-4-10）。新型コロナ収束後という条件に関わらず、上位に挙がる活動は同様であった（図I-4-11）。

⑤行きたい／あまり行きたくない地域

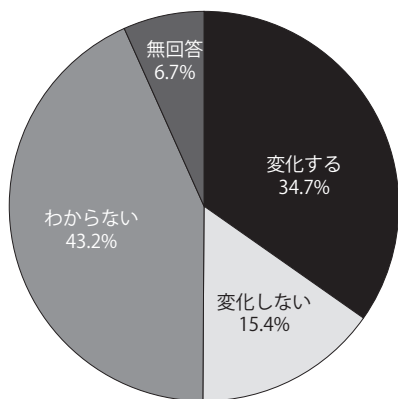
新型コロナ収束後に行きたい地域は「これまでに旅行したことのない地域」、あまり行きたくない地域は「公衆衛生が徹底されていない地域」がそれぞれ第1位となった（図I-4-11、図I-4-12）。

図I-4-10 新型コロナ収束後に行いたい活動(単一回答)



その他には、「都市観光・都会見物」「観光施設・動物園・水族館」「世界遺産訪問」「芸術鑑賞」「スポーツ観戦」「ドライブ」「祭り・イベント」「リゾート滞在(高原)」「美術館・博物館」「アウトドア体験」「登山・トレッキング」「ゴルフ」「スキー・スノーボード」「サイクリング」「季節の花見」「果物狩り・農林漁業体験」「野生動物観察」「産業観光」「生活文化体験」「写真・写生」が含まれる。

図I-4-13 新型コロナ収束後の旅行行動の変化(単一回答)



⑥旅行先の選択、旅行先での行動に関する変化

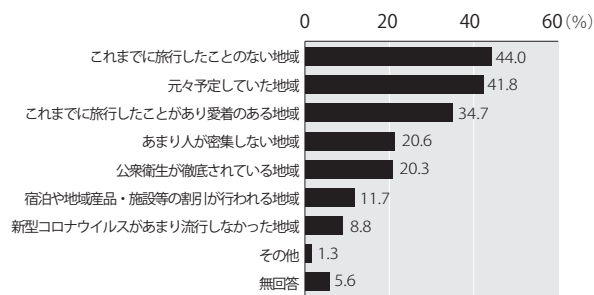
新型コロナ収束後、旅行先の選択や旅行先での行動に変化があるかを尋ねると、「変化する」が34.7%、「変化しない」が15.4%であった（図I-4-13）。また、「わからない」が43.2%と、半数近くは変化の有無を想定していないことが明らかとなった。

⑦観光地への支援

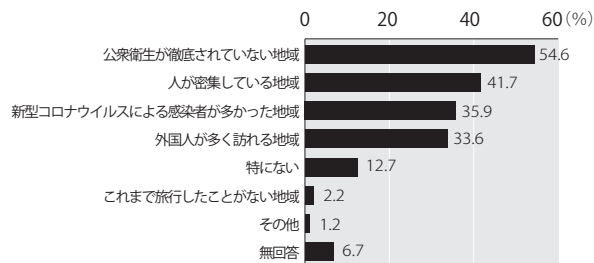
コロナ禍により打撃を受けた観光地に対する支援意向は、「支援したいと思う」が62.2%と、半数以上が支援意向を示した（図I-4-14）。

(安原有紗)

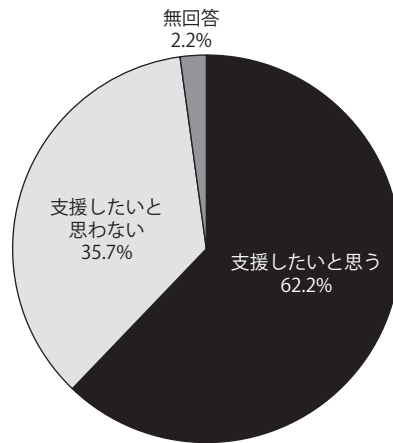
図I-4-11 新型コロナ収束後に行きたい地域(複数回答)



図I-4-12 新型コロナ収束後にあまり行きたくない地域(複数回答)



図I-4-14 観光地への支援意向(単一回答)



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 2019年の訪日旅行の概況	74
(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	77
(1) 国籍・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	
(2) 都道府県別にみる訪日旅行動向	
①訪問者数 ②クルーズ客数 ③主な旅行目的	
④旅行消費額 ⑤国籍・地域比率(訪日外国人観光客)	
⑥平均泊数と旅行支出(訪日外国人観光客)	
3 世界の国際観光動向	87
(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 訪日経験率とコロナ後の訪日旅行への意欲	89
2 訪日旅行に対する新型コロナウイルスの影響	90

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	93
(1) 訪日旅行事業の動向	
●主要旅行会社の外国人旅行取扱額	
●主要旅行会社等の訪日旅行事業展開	
(2) 訪日旅行商品・サービス開発の動向	
●訪日旅行商品開発	
●訪日旅行者向けサービス開発	
●オンラインによるツアー・観光体験の開発	
(3) 免税店・免税サービスの動向	
●免税店・免税サービスの拡充 ●免税店数・売上高の状況	
2 訪日団体パッケージツアーの概況	96
(1) 訪日パッケージツアーの概況	
●訪日パッケージツアーの訪問地	
(2) 出発国・地域別の旅行商品の概況	
●台湾の訪日パッケージツアー ●香港の訪日パッケージツアー	
●中国の訪日パッケージツアー	
(3) 地方ブロック別の旅行商品の概況	
●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 2019年の訪日旅行の概況

旅行消費額 4兆 8,135 億円と過去最高
 人数は韓国減で伸び鈍化、消費単価はプラス

(1) 訪日外客数の動向

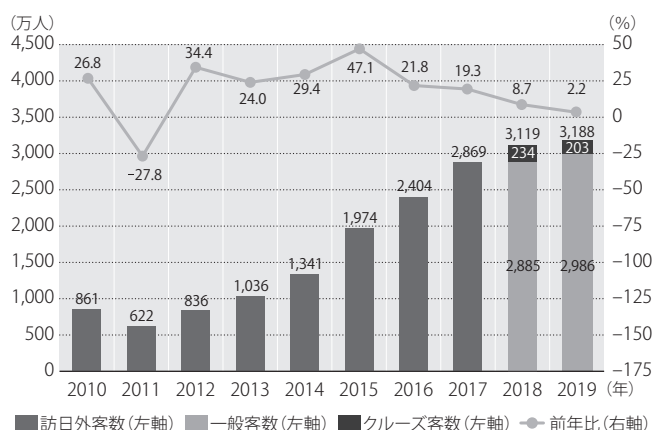
日本政府観光局 (JNTO) によると、2019年の訪日外客数は3,188万人 (前年比2.2%増) となった。2011年以降、継続して過去最高を記録したが、その伸びは鈍化した (図II-1-1)。

2019年において訪日外客数の伸び率 (前年比) が高かった国は、東南アジアのうちフィリピンとベトナム、そして英国であった。同年は日本が「ラグビーワールドカップ2019」の開催国であったことから、英国を中心に多様な国々から多くの観戦客が訪れた。訪日外客数の増加に対する寄与度では、中国、タイ、米国が高かった。一方、日韓両国の関係悪化に伴って、韓国からの訪日外客数が前年比26.0%減と大きく減少した (表II-1-1)。

(2) 客層の変化

観光庁「訪日外国人消費動向調査」によると、クルーズ客を除いた一般客 (以下、一般客) の客層は2015年から2018年にかけて観光・レジャー目的客の割合が増加傾向にあったが、2019年はこの割合が僅かではあるが減少した。

図II-1-1 訪日外客数の推移



資料：日本政府観光局 (JNTO)「訪日外客数」

表II-1-1 2019年における訪日外客数と訪日外国人旅行消費額

2019年	訪日外客数 (人)				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 (%)		シェア (%)	前年比 (%)	寄与度 (%)	
全体	31,882,049	100.0	2.2	2.2	-	-	48,135	100.0	6.5	6.5
全国籍・地域	29,855,742	93.6	3.5	3.2	158,531	3.6	47,331	98.3	7.2	7.0
韓国	5,568,997	17.5	▲26.0	▲6.3	76,138	▲2.5	4,240	8.8	▲27.8	▲3.6
台湾	4,609,007	14.5	2.7	0.4	118,288	▲7.3	5,452	11.3	▲4.8	▲0.6
香港	2,252,080	7.1	4.0	0.3	155,951	0.9	3,512	7.3	4.9	0.4
中国	7,995,815	25.1	23.5	4.9	212,810	▲5.4	17,016	35.4	16.8	5.4
タイ	1,316,885	4.1	16.6	0.6	131,457	5.7	1,731	3.6	23.2	0.7
シンガポール	489,969	1.5	12.6	0.2	173,669	0.5	851	1.8	13.2	0.2
マレーシア	497,655	1.6	7.4	0.1	133,259	▲3.2	663	1.4	4.0	0.1
インドネシア	410,288	1.3	4.2	0.1	131,087	▲7.3	538	1.1	▲3.4	▲0.0
フィリピン	609,549	1.9	28.8	0.4	107,915	▲11.5	658	1.4	14.0	0.2
ベトナム	494,251	1.6	27.6	0.3	177,066	▲6.0	875	1.8	20.0	0.3
インド	173,692	0.5	13.9	0.1	157,244	▲2.6	273	0.6	11.0	0.1
英国	412,848	1.3	27.2	0.3	241,264	9.2	996	2.1	38.9	0.6
ドイツ	229,430	0.7	7.8	0.1	201,483	5.1	462	1.0	13.2	0.1
フランス	335,862	1.1	10.5	0.1	237,420	10.0	797	1.7	21.6	0.3
イタリア	162,074	0.5	8.6	0.0	199,450	▲10.8	323	0.7	▲3.1	▲0.0
スペイン	129,895	0.4	9.7	0.0	221,331	▲6.7	287	0.6	2.4	0.0
ロシア	118,684	0.4	26.8	0.1	183,015	▲2.8	217	0.5	23.3	0.1
米国	1,700,805	5.3	12.8	0.6	189,411	▲1.1	3,222	6.7	11.6	0.7
カナダ	366,758	1.2	13.7	0.1	181,795	▲0.8	667	1.4	12.8	0.2
オーストラリア	610,955	1.9	12.7	0.2	247,868	2.4	1,514	3.1	15.5	0.4
その他	1,370,243	4.3	15.2	0.6	221,514	10.9	3,035	6.3	27.7	1.5
クルーズ客	2,026,307	6.4	▲13.3	▲1.0	39,710	▲10.2	805	1.7	▲22.2	▲0.5

■ 上位3ヶ国・地域 (クルーズ客は除く)

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」
 (注) 訪日外客数は暫定値を使用している。

訪日経験回数は、この5年間は1回目の割合が減少傾向、2～5回目の割合も増加はみられず、6回目以上のハードリピーター層が増加傾向にある。台湾や香港に加え、中国のハードリピーター層の増加が背景にある。

旅行手配方法では、この5年間はパッケージ利用率が減少傾向にあり、2019年にはパッケージ利用率が25%を下回った。欧米はもともと個別手配が主流であり、アジアでの個別手配化が進んでいると読み取れる(図II-1-2)。

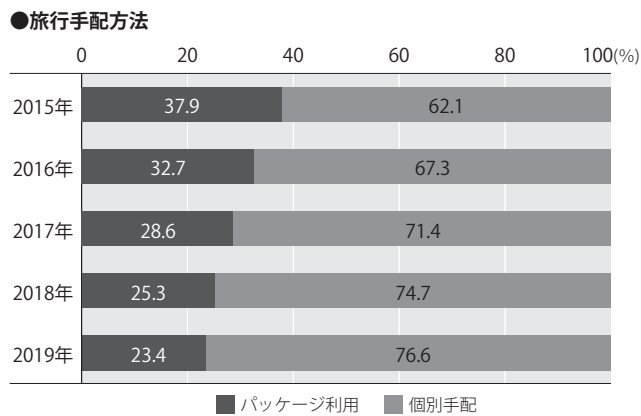
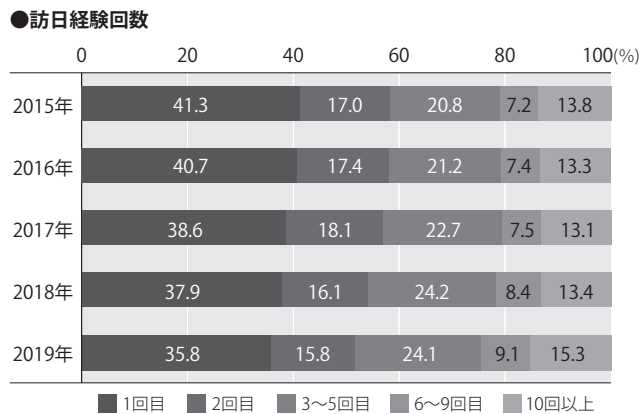
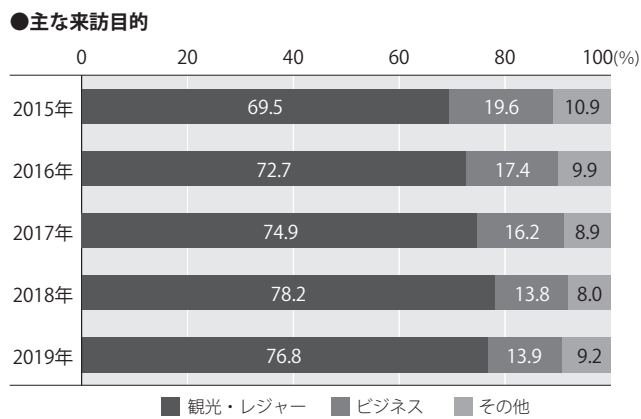
(3) 旅行支出の動向

観光庁「訪日外国人消費動向調査」によると、2019年の訪

日外国人旅行消費額は4兆8,135億円(前年比6.5%増)であり、2013年以降連続して過去最高を更新した。一般客1人当たり旅行支出は15.85万円(前年比3.6%増)と前年に比べ増加した(図II-1-3)。増加の要因としては旅行支出が低い韓国からの訪日外客数が減少したことが挙げられる。また、タイ、英・独・仏では一般客1人あたり旅行支出が前年比5.0%以上増加した。

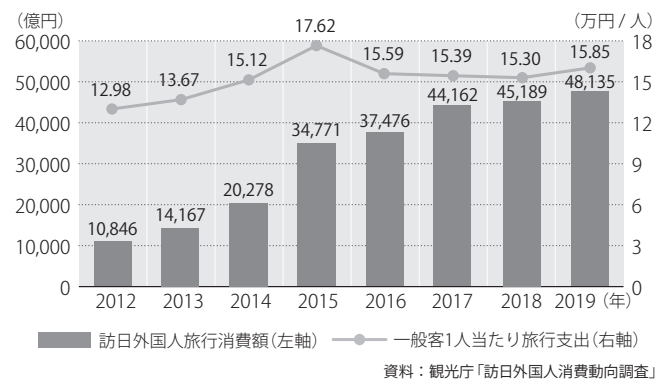
一般客1人当たり旅行支出を費目別に見ると、2019年はどの費目も少しずつ増加している。支出金額が最も大きい買物代を見ると、2019年は化粧品・香水と服・かばん・靴の支出が好調だった(図II-1-4、図II-1-5)。

図II-1-2 訪日外国人の客層変化

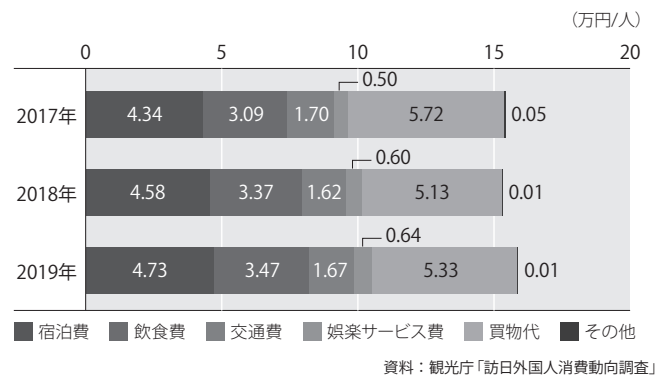


資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

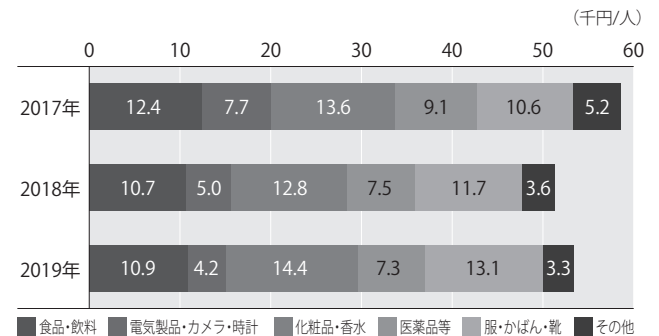
図II-1-3 訪日外国人旅行消費額の推移



図II-1-4 費目別にみる訪日外国人1人当たり旅行支出(一般客)



図II-1-5 費目別にみる訪日外国人1人当たり買物代(一般客)



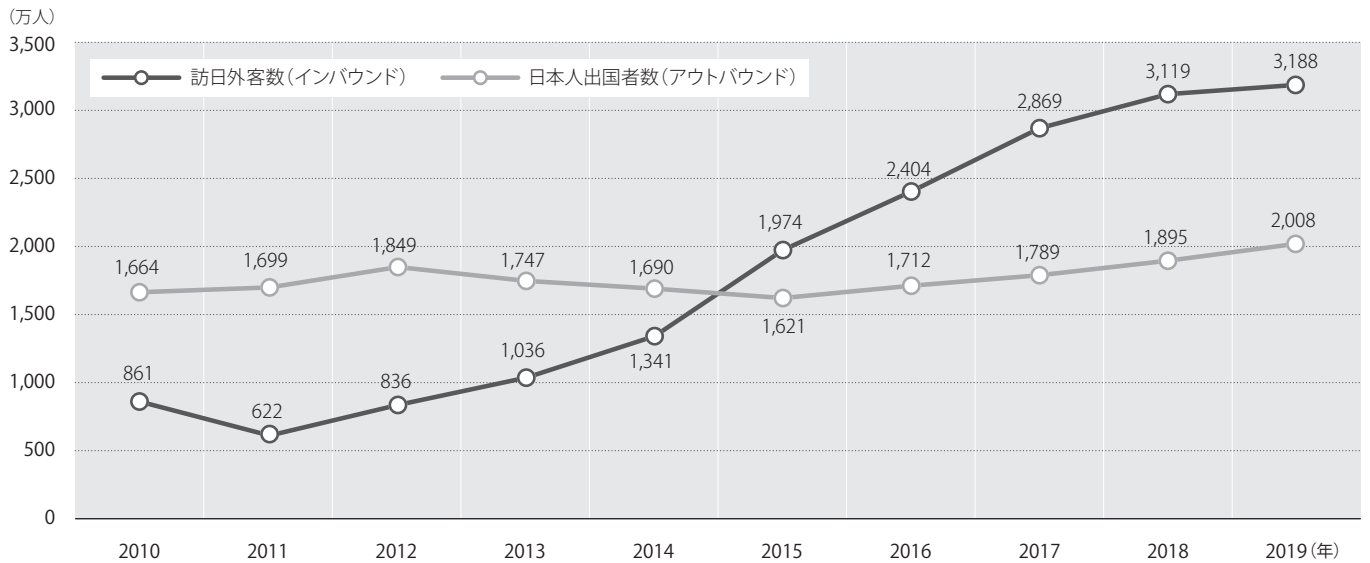
(4) 日本人海外旅行との対比

2015年以降、外国人の訪日旅行（インバウンド）が日本人の海外旅行（アウトバウンド）を人数、国際収支ともに上回る状況が続いている。一方で、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」）も2015年以降は増加傾向にあり、2019年には初めて2,000万人を突破した。その結果、2019年においては訪日外客数と日本人出国者数の差は僅かに縮小した（図II-1-6）。

経済取引面からの視点として財務省・日本銀行「国際収支統計」をみると、2010年では旅行支払（アウトバウンド）がおおよそ2.4兆円に対して旅行受取（インバウンド）がおおよそ1.2兆円と2倍の開きがあったが、2014年には両者ともおおよそ2兆円に並んだ。2015年以降は旅行受取が旅行支払を上回り、2019年には旅行支払（アウトバウンド）がおおよそ2.3兆円に対して旅行受取（インバウンド）がおおよそ5.0兆円と、両者の差は継続して拡大傾向にある（図II-1-7）。

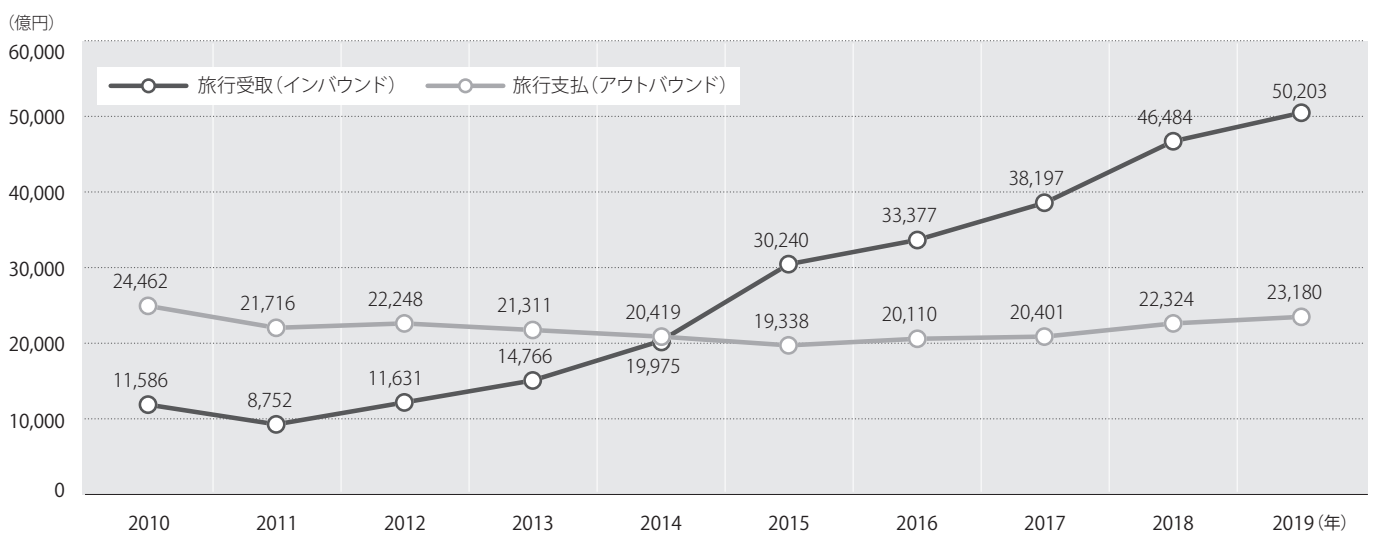
（川口明子）

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

2019年の訪日外客数は韓国が大幅減。
ラグビー WC 観戦のため欧州を中心に増加

(1) 国籍・地域別にみる訪日旅行動向

訪日外客数を国籍・地域別にみると、2019年は多くの主要国・地域で前年を上回った。一方、韓国は日韓関係の悪化による影響で大幅な減少となった。前年に引き続き、台湾や香港の増加も落ち着いており、伸び率は1ケタ台に留まった。2019年9月から11月にかけて開催された「ラグビーワールドカップ2019」への観戦のため、参加国である英国やロシアをはじめ、ニュージーランドや南アフリカ共和国などを含む「その他」も大きく増加している。

2020年上半期は新型コロナウイルス感染拡大による影響により、全ての主要国・地域で前年比マイナスとなっている(表II-1-2)。

2019年のクルーズ客を除いた一般客(以下、一般客)の1人当たり旅行支出を国籍・地域別にみると、オーストラリア(24.8万円)や英国(24.1万円)などの欧州で高い。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。欧米豪と「その他」については、「ラグビーワールドカップ2019」の観戦者により、娯楽サービス費(チケット代など)や飲食費などが高くなっている。

中国は買物代が高く、10.9万円と総額の約5割を占める。最も低いのは滞在期間の短い韓国(7.6万円)であり、いずれの費目(「その他」以外)もほかの国籍・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:%)		
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020 上期	2018/ 2017年比	2019/ 2018年比	20上期/ 19上期比
訪日外客数全体	835.1	679.0	861.1	621.9	835.8	1036.4	1341.3	1973.7	2404.0	2869.1	3119.2	3188.2	394.7	8.7	2.2	▲76.3
東アジア																
韓国	①238.2	①158.7	①244.0	①165.8	①204.3	①245.6	②275.5	②400.2	②509.0	②714.0	②753.9	②558.5	③47.8	5.6	▲25.9	▲87.6
台湾	②139.0	②102.4	③126.8	③99.4	②146.6	②221.1	①283.0	③367.7	③416.8	③456.4	③475.7	③489.1	②69.0	4.2	2.8	▲72.2
香港	55.0	45.0	50.9	36.5	48.2	74.6	92.6	152.4	183.9	223.2	220.8	229.1	34.5	▲1.1	3.8	▲68.6
中国	③100.0	③100.6	②141.3	②104.3	③142.5	③131.4	③240.9	①499.4	①637.4	①735.6	①838.0	①959.4	①102.3	13.9	14.5	▲77.4
東南アジア																
タイ	19.2	17.8	21.5	14.5	26.1	45.4	65.8	79.7	90.2	98.7	113.2	131.9	21.5	14.7	16.5	▲68.5
マレーシア	16.8	14.5	18.1	11.1	14.2	18.9	22.8	30.9	36.2	40.4	43.7	49.2	5.5	8.2	12.6	▲74.4
シンガポール	10.6	9.0	11.5	8.2	13.0	17.7	25.0	30.5	39.4	44.0	46.8	50.2	7.5	6.6	7.1	▲68.6
フィリピン	6.7	6.4	8.1	6.2	10.1	13.7	15.9	20.5	27.1	35.2	39.7	41.3	7.0	12.6	4.0	▲67.7
インドネシア	8.2	7.1	7.7	6.3	8.5	10.8	18.4	26.8	34.8	42.4	50.4	61.3	10.4	18.8	21.7	▲64.6
ベトナム	3.5	3.4	4.2	4.1	5.5	8.4	12.4	18.5	23.4	30.9	38.9	49.5	11.2	25.9	27.3	▲56.0
インド	6.7	5.9	6.7	5.9	6.9	7.5	8.8	10.3	12.3	13.4	15.4	17.6	2.3	14.6	14.2	▲75.7
欧米・その他																
英国	20.7	18.1	18.4	14.0	17.4	19.2	22.0	25.8	29.2	31.0	33.4	42.4	5.0	7.6	27.0	▲73.2
フランス	14.8	14.1	15.1	9.5	13.0	15.5	17.9	21.4	25.3	26.9	30.5	33.6	4.1	13.5	10.3	▲74.2
ドイツ	12.6	11.1	12.4	8.1	10.9	12.2	14.0	16.3	18.3	19.6	21.5	23.7	2.9	10.1	9.8	▲75.8
イタリア	5.6	6.0	6.2	3.4	5.2	6.7	8.1	10.3	11.9	12.6	15.0	16.3	1.3	19.2	8.5	▲82.4
スペイン	4.1	4.2	4.4	2.1	3.5	4.4	6.1	7.7	9.2	10.0	11.9	13.0	1.1	19.1	9.5	▲78.1
ロシア	6.6	4.7	5.1	3.4	5.0	6.1	6.4	5.4	5.5	7.7	9.5	12.0	2.1	22.7	26.6	▲62.9
米国	76.8	70.0	72.7	56.6	71.7	79.9	89.2	103.3	124.3	137.5	152.6	172.4	21.4	11.0	12.9	▲75.5
カナダ	16.8	15.3	15.3	10.1	13.5	15.3	18.3	23.1	27.3	30.6	33.1	37.5	5.3	8.2	13.5	▲71.3
オーストラリア	24.2	21.2	22.6	16.3	20.6	24.5	30.3	37.6	44.5	49.5	55.2	62.2	14.3	11.6	12.5	▲56.4
その他	48.9	43.6	48.1	36.1	49.0	57.5	68.2	85.7	98.0	109.5	119.9	138.1	18.4	9.4	15.2	▲71.0
うちクルーズ客(再掲)	-	-	-	-	-	-	-	-	193.6	244.9	233.8	202.6	12.0	▲4.6	▲13.3	▲86.5

(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2018年までは確定値、2019年から2020年4月までは暫定値、2020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(一般客(クルーズ客以外の訪日外国人)、国籍・地域別、2019年)

国籍・地域	(単位:円/人)							(単位:億円)	
	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	旅行消費額	
全国籍・地域	158,531	47,336	34,740	16,669	6,383	53,331	73	47,331	
東アジア									
韓国	76,138	25,412	21,132	7,823	3,742	17,939	89	4,240	
台湾	118,288	32,814	26,258	13,419	4,267	41,502	27	5,452	
香港	155,951	46,183	36,886	16,208	4,419	52,176	80	3,512	
中国	212,810	45,217	36,631	15,233	6,914	108,788	26	17,016	
東南アジア									
タイ	131,457	38,477	30,340	15,184	4,526	42,550	380	1,731	
シンガポール	173,669	63,463	43,167	19,176	5,256	42,402	204	851	
マレーシア	133,259	44,865	31,777	17,539	5,458	33,510	110	663	
インドネシア	131,087	45,112	26,955	19,879	4,690	34,387	63	538	
フィリピン	107,915	30,622	26,921	11,917	5,335	33,070	50	658	
ベトナム	177,066	48,861	46,241	18,076	5,081	58,780	27	875	
欧米・その他									
インド	157,244	73,588	33,073	21,826	4,756	23,988	12	273	
英国	241,264	102,944	62,101	33,557	22,091	20,506	64	996	
ドイツ	201,483	89,748	49,104	31,357	7,783	23,464	27	462	
フランス	237,420	100,136	59,608	35,846	11,029	30,801	0	797	
イタリア	199,450	83,623	52,253	32,424	6,291	24,804	55	323	
スペイン	221,331	90,552	58,116	37,432	9,911	25,288	32	287	
ロシア	183,015	65,491	45,586	19,627	8,491	43,778	43	217	
米国	189,411	83,125	48,279	26,014	8,692	23,218	83	3,222	
カナダ	181,795	75,569	45,664	28,809	8,744	22,970	40	667	
オーストラリア	247,868	99,537	62,130	35,997	18,540	31,663	0	1,514	
その他	221,514	85,386	54,252	33,096	13,013	35,596	171	3,035	

資料: 観光庁「訪日外国人消費動向調査」

①韓国

韓国人出国者数は、近年一貫して伸び続けていたものの、2019年は前年に比べほぼ横ばいの2,871万人となった(表II-1-7)。方面別でみると日本が最も多く、次いで中国やベトナムなどの近隣アジアが続く。中国への訪問者数は中国との関係悪化により減少していたものの、2018年には回復傾向に入った。2018年は特にベトナムへの訪問者数が大きく増加している(表II-1-6)。

2019年の訪日韓国人旅行者数は558万人で、前年比マイナス25.9%の大幅な減少となった。要因としては経済問題や安全保障に関連する日韓関係の問題もあり、8月以降の訪日韓国人旅行者数が大幅に減少したことが挙げられる(表II-1-7)。

訪日韓国人旅行者の減少により客層にも変化がみられた。特に初来訪者など日本への来訪回数が少ない客層を中心に大きく減少したため、2019年はリピーター率が増加している。このほか、観光・レジャー目的客比率が減少した(表II-1-4)。

2019年の訪日韓国人旅行者の1人当たり旅行支出は滞在日数が短いことからほかの国籍・地域の中で最も低い7.6万円であった。費目別にみると、前年に比べて買物代が減少している(図II-1-8)。購入率が高い商品は菓子類で約8割が購入している(表II-1-5)。為替レートは、前年に比べやや円高傾向となっている(表II-1-7)。

表II-1-4 訪日韓国人の旅行動向

	2018	2019	前年との差
訪日韓国人旅行者数(万人)	754	558	▲195
平均泊数(泊)	4.4	5.1	0.7
観光レジャー比率	83.2%	77.8%	▲5.4%
リピーター率	71.2%	79.2%	8.0%
ツアー利用率	15.6%	14.7%	▲0.8%

資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

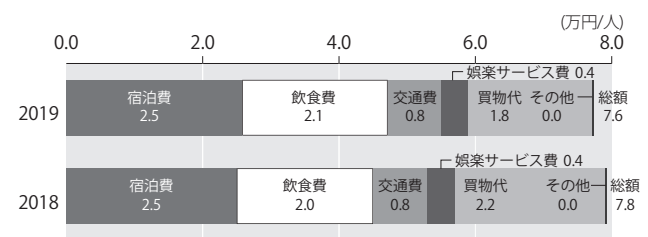
表II-1-7 韓国基本情報

	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2024
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	5,187	5,209	5,294
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	2,870	2,871	-	-
③出国率(%) (②÷①)	20.9	25.2	25.4	27.4	29.4	31.7	37.9	43.7	51.5	55.5	55.4	-	-
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	753.9	558.5	-	-
⑤出国者に占める訪日旅行者比率(%) (④÷②)	17.3	19.5	13.1	14.9	16.5	17.1	20.7	22.7	26.9	26.3	19.4	-	-
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	10.0	9.4	9.0	-
⑦GDP成長率(%) *1	4.3	6.8	3.7	2.4	3.2	3.2	2.8	2.9	3.2	2.7	2.0	▲1.2	-
⑧1人当たりGDP(米ドル) *1	18,640	22,087	24,080	24,359	25,890	27,811	27,105	27,608	29,750	31,346	31,937	-	-

(注1) 斜体は推計値。(注2) ⑥為替レートの2020年の数値は2020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、2019年)

購入率順位	費目	購入率(%)	購入者単価(円/人)
1位	菓子類	77.9	5,495
2位	その他食料品・飲料・たばこ	37.7	4,283
3位	医薬品	36.0	6,089
4位	化粧品・香水	24.4	7,004
5位	酒類	24.1	4,781
6位	衣類	21.7	12,538
7位	靴・かばん・革製品	9.2	12,963
8位	健康グッズ・トイレットリー	8.7	11,116
9位	民芸品・伝統工芸品	4.3	4,405
10位	本・雑誌・ガイドブックなど	3.2	4,219

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	2013	2014	2015	2016	2017	2018
日本	NFV	245.6	275.5	400.2	509.0	714.0	753.9
台湾	RFV	35.1	52.8	65.9	88.4	105.5	101.9
香港	RFV	74.5	89.5	93.3	107.2	116.1	111.6
中国	NFV	396.9	418.2	444.4	477.5	386.4	419.3
タイ	NFT	129.2	110.9	135.9	145.0	170.9	179.6
シンガポール	RFV	47.2	53.7	57.7	56.7	63.1	62.9
マレーシア	NFV	27.5	38.6	42.1	44.4	48.5	61.7
インドネシア	RFT	35.1	35.2	37.6	38.7	-	35.9
フィリピン	RFT	116.6	117.5	134.0	147.5	160.8	158.8
ベトナム	RFV	74.9	84.8	111.3	154.4	241.5	348.5
カンボジア	RFT	43.5	42.4	39.5	35.7	34.5	30.2

資料：日本政府観光局(JNTO)「日本の国際観光統計(2018)」

(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

2019年における台湾人出国者数と出国率は共に増加しており、出国者数は1,710万人となった。一方で出国者に占める訪日旅行者比率は28.6%と前年比横ばいであった(表II-1-11)。

方面別旅行先では、2015年以降日本が1位となっており、2019年では2位である中国と約87万人の差がある。2019年の訪日台湾人旅行者数は489万人で前年比プラス2.8%と微増であった。一方、台湾からの訪問者数4位の韓国や5位のベトナムでは大きく増加しており、それぞれ前年比2ケタ台の伸び率となっている(表II-1-10)。

台湾はほかの国籍・地域と比較してツアー利用率が高いものの、近年は急激な個人旅行化が進行しており、2019年のツアー利用率は34.7%と前年から4.8%ポイント減少した。訪日リピーター率も高く、2019年は前年比4.4%ポイント増の86.8%であった(表II-1-8)。

2019年の訪日台湾人旅行者の1人当たり旅行支出は11.8万円であった。費目別にみると、いずれの費目も減少がみられる(図II-1-9)。

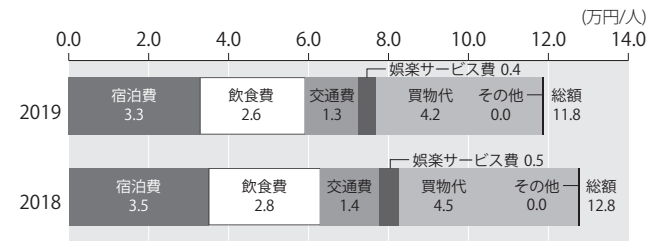
買物代のうち、購入率が高いのは「菓子類」のほか、「医薬品」などとなっている(表II-1-9)。

表II-1-8 訪日台湾人の旅行動向

	2018	2019	前年との差
訪日台湾人旅行者数(万人)	476	489	13
平均泊数(泊)	6.8	6.1	▲0.6
観光レジャー比率	88.1%	88.5%	0.4%
リピーター率	82.4%	86.8%	4.4%
ツアー利用率	39.5%	34.7%	▲4.8%

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、2019年)

購入率順位	費目	購入率(%)	購入者単価(円/人)
1位	菓子類	78.1	8,470
2位	医薬品	57.1	12,890
3位	その他食料品・飲料・たばこ	44.2	6,533
4位	衣類	39.6	13,352
5位	化粧品・香水	38.4	16,576
6位	健康グッズ・トイレットリー	28.8	10,640
7位	靴・かばん・革製品	21.2	16,159
8位	酒類	18.5	5,538
9位	生鮮農産物	13.5	3,286
10位	電気製品(デジタルカメラ/PC/家電等)	12.9	14,915

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

	2015			2016			2017			2018			2019		
	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	日本	379.8	27.8	日本	429.5	13.1	日本	461.6	7.5	日本	482.6	4.6	日本	491.2	1.8
2位	中国	340.4	4.2	中国	368.5	8.3	中国	392.8	6.6	中国	417.3	6.2	中国	404.4	▲3.1
3位	香港	200.8	▲0.5	香港	190.3	▲5.3	香港	177.3	▲6.8	香港	169.6	▲4.3	香港	167.6	▲1.2
4位	タイ	60.0	43.0	韓国	80.8	61.7	韓国	88.9	9.9	韓国	108.7	22.3	韓国	120.9	11.3
5位	マカオ	52.7	6.9	マカオ	59.9	13.6	マカオ	58.9	▲1.6	タイ	67.9	22.6	ベトナム	85.3	29.5

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

資料：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	2019	2020	2024
①人口(万人)*1	2,277	2,316	2,323	2,332	2,337	2,343	2,349	2,354	2,357	2,360	2,363	2,367	2,379
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	1,664	1,710	-	-
③出国率(%) (②÷①)	36.0	40.6	41.3	43.9	47.3	50.5	56.1	62.0	66.4	70.5	72.4	-	-
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	475.7	489.1	-	-
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	28.6	28.6	-	-
⑥為替レート(円/台湾ドル)*1,*4	3.4	2.8	2.7	2.7	3.3	3.5	3.8	3.4	3.7	3.7	3.5	3.6	-
⑦GDP成長率(%)*1	5.4	10.2	3.7	2.2	2.5	4.7	1.5	2.2	3.3	2.7	2.7	▲4.0	-
⑧1人当たりGDP(米ドル)*1	16,503	19,262	20,912	21,270	21,888	22,639	22,374	22,573	24,390	24,971	25,448	-	-

(注1) 斜体は推計値。(注2) ⑥為替レートの2020年の数値は2020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

2018年の香港人出国者数は前年から増加し9,221万人となった(表II-1-15)。方面別にみると、中国以外の訪問地では日本が最も多く221万人、次いで台湾が165万人となっている(表II-1-14)。出国者に占める訪日旅行者比率は2.4%と前年比横ばいとなった。2019年の訪日香港人旅行者数は229万人と前年比3.8%増となり、2017年以降220万人台が続いている(表II-1-15)。

訪日香港人の特徴は観光レジャー比率とリピーター率が高いことで、2019年はそれぞれ91.6%、88.1%となった。リピーター率は増加が続いており、2019年は前年比2.5%ポイント増であった。個人旅行の比率も高く、2019年のツアー利用率は21.1%、前年からの変化はマイナス0.7%ポイントと微減であった(表II-1-12)。

2019年の訪日香港人旅行者の1人当たり旅行支出は15.6万円と前年に比べ大きな変化はみられない。ほかの国籍・地域に比べて1泊あたりの滞在費(宿泊費・飲食費)が高い点が香港の特徴である(図II-1-10)。

買物代は「衣類」の購入率が51.9%とほかの国籍・地域に比べ高い傾向にある(表II-1-13)。

表II-1-12 訪日香港人の旅行動向

	2018	2019	前年との差
訪日香港人旅行者数(万人)	221	229	8
平均泊数(泊)	6.3	6.1	▲0.2
観光レジャー比率	92.9%	91.6%	▲1.3%
リピーター率	85.6%	88.1%	2.5%
ツアー利用率	21.8%	21.1%	▲0.7%

資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

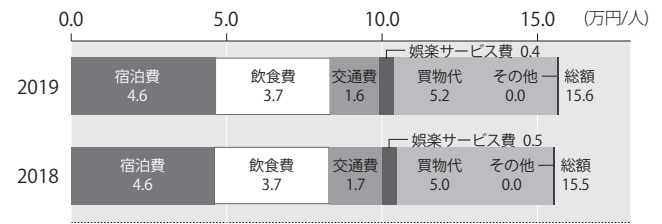
表II-1-15 香港基本情報

	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2024
①人口(万人)*1	684	705	711	717	721	725	731	738	741	748	755	762	780
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	9,176	9,134	9,221	-	-	-
③出国率(%) (②÷①)	1057.3	1197.4	1192.9	1189.2	1170.6	1165.3	1218.6	1243.9	1232.2	1232.3	-	-	-
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	220.8	229.1	-	-
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	2.0	2.4	2.4	-	-	-
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	14.1	13.9	13.9	-
⑦GDP成長率(%) *1	7.4	6.8	4.8	1.7	3.1	2.8	2.4	2.2	3.8	2.9	▲1.2	▲4.8	-
⑧1人当たりGDP(米ドル)*1	26,552	32,422	34,951	36,620	38,230	40,182	42,322	43,496	46,091	48,517	50,542	-	-

(注1) 斜体は推計値。(注2) ⑥為替レートの2020年の数値は2020年1~6月の平均値

資料：IMF(*1)、JNTO(*2)、FRB(*3)

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、2019年)

購入率順位	費目	購入率(%)	購入者単価(円/人)
1位	菓子類	69.3	8,813
2位	衣類	51.9	21,911
3位	化粧品・香水	46.2	17,332
4位	医薬品	42.3	9,831
5位	その他食料品・飲料・たばこ	41.2	7,640
6位	靴・かばん・革製品	32.3	26,293
7位	健康グッズ・トイレットリー	21.9	10,794
8位	生鮮農産物	21.0	4,484
9位	酒類	16.2	8,891
10位	民芸品・伝統工芸品	6.8	8,483

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	2013	2014	2015	2016	2017	2018
日本	NFV	74.6	92.6	152.4	183.9	223.2	220.8
韓国	NFV	40.0	55.8	52.3	65.1	65.8	68.4
台湾	RFV	118.3	137.6	151.4	161.5	169.2	165.4
中国	NFV	7,688.5	7,613.2	7,944.8	8,105.9	7,979.6	-
タイ	NFT	58.8	48.3	67.0	75.1	82.1	101.6
シンガポール	RFV	54.0	63.1	61.0	53.8	46.6	47.3
マレーシア	NFV	0.1	0.1	0.1	-	-	-
インドネシア	RFT	9.5	9.5	9.4	10.1	9.8	9.1
フィリピン	RFT	12.6	11.4	12.2	11.6	11.1	11.8
ベトナム	RFV	1.0	1.5	-	3.5	4.8	6.2
カンボジア	RFT	0.9	1.0	1.5	1.6	1.3	1.2

資料：日本政府観光局(JNTO)「日本の国際観光統計(2018)」

(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

④中国

中国人出国者数は増加が続いており、2019年は1億6,921万人と前年比4%のプラスであった。出国率はほかの東アジア諸国に比べて低いものの、年々上昇を続け2019年は12.1%に達している。出国者に占める訪日旅行者比率も増加傾向が続いており、2019年は前年から0.5%ポイント増の5.7%となった(表II-1-19)。

2018年における中国人出国者の訪問先は、香港に次いでタイ、日本の順で多い。韓国への訪問者数は韓国との関係悪化により2017年に大きく減少していたものの、2018年にはやや回復している。このほか、ベトナムなどをはじめとした東南アジアへの訪問者数も増加している(表II-1-18)。

2019年の訪日中国人旅行者数は959万人であり、そのシェアは訪日外国人全体の約3割と最も大きい。近年は個人旅行化が進行しており、2019年のツアー利用率は34.0%であった。リピーター率も増加傾向にあり、2019年は50.0%で前年比3.9%ポイントの増加であった。かつては初訪日のツアー利用客が多かったが、2015年以降は個人旅行やリピーター客の増加が続いている。また、業務目的などに比べて滞在の短い観光・レジャー目的客の比率が増加したことにより、平均泊数の減少も続いている(表II-1-16)。

2019年の訪日中国人旅行者の1人当たり旅行支出は21.3万円円で前年から1.2万円の減少となった。平均泊数の減少や、前年に比べてやや円高傾向となった為替レートによる影響であるとみられる。費目別にみると買物代が高く、支出全体の約半分を占めている(図II-1-11)。

買物代のうち特に人気なのは「化粧品・香水」で約8割が購入している。購入者単価も5.2万円と、ほかの国籍・地域に比べ高い(表II-1-17)。

表II-1-16 訪日中国人の旅行動向

	2018	2019	前年との差
訪日中国人旅行者数(万人)	838	959	121
平均泊数(泊)	9.7	7.5	▲2.2
観光レジャー比率	81.0%	84.2%	3.3%
リピーター率	46.1%	50.0%	3.9%
ツアー利用率	39.6%	34.0%	▲5.6%

資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

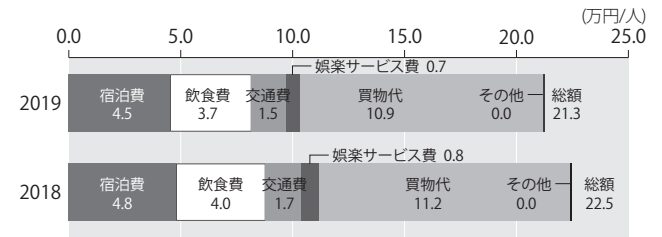
表II-1-19 中国基本情報

	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2024
①人口(万人) *1	130,756	134,091	134,735	135,404	136,072	136,782	137,462	138,271	139,008	139,538	140,017	140,444	141,102
②中国人出国者数(万人) *2	3,103	5,739	7,025	8,318	9,819	11,659	12,786	13,513	14,273	16,199	16,921	-	-
③出国率(%) (②÷①)	2.4	4.3	5.2	6.1	7.2	8.5	9.3	9.8	10.3	11.6	12.1	-	-
④訪日中国人旅行者数(万人) *3	65.3	141.3	104.3	142.5	131.4	240.9	499.4	637.4	735.6	838.0	959.4	-	-
⑤出国者に占める訪日旅行者比率(%) (④÷②)	2.1	2.5	1.5	1.7	1.3	2.1	3.9	4.7	5.2	5.2	5.7	-	-
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	16.7	15.8	15.4	-
⑦GDP成長率(%) *1	11.4	10.6	9.5	7.9	7.8	7.3	6.9	6.8	6.9	6.8	6.1	1.2	-
⑧1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	8,677	9,608	10,153	-	-

(注1) 斜体は推計値 (注2) ②中国人出国者数は香港・マカオへの出国者を含むが、日帰りを含んでいない。
(注3) ⑥為替レートの2020年の数値は2020年1~6月の平均値

資料：IMF(*1)、中国国家統計局(*2)、JNTO(*3)

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、2019年)

購入率順位	費目	購入率(%)	購入者単価(円/人)
1位	化粧品・香水	81.9	52,142
2位	菓子類	76.6	9,639
3位	医薬品	50.8	21,760
4位	衣類	38.5	28,512
5位	その他食料品・飲料・たばこ	37.1	10,440
6位	靴・かばん・革製品	25.0	49,810
7位	健康グッズ・トイレタリー	22.2	20,203
8位	電気製品(デジタルカメラ/PC/家電等)	14.7	33,110
9位	酒類	12.8	11,777
10位	民芸品・伝統工芸品	8.4	9,243

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	2013	2014	2015	2016	2017	2018
日本	NFV	131.4	240.9	499.4	637.4	735.6	838.0
韓国	NFV	432.7	612.7	598.4	806.8	416.9	479.0
台湾	RFV	287.5	398.7	418.4	351.2	273.3	269.6
香港	RFV	1,709.0	1,907.7	1,799.7	1,736.5	1,852.6	1,990.2
タイ	NFV	463.7	463.6	793.7	875.8	980.6	1,053.4
シンガポール	RFV	227.0	172.2	210.6	286.4	322.8	341.8
マレーシア	NFV	179.1	161.3	167.7	212.5	228.1	294.4
インドネシア	RFV	85.8	105.3	124.9	155.7	209.3	213.9
フィリピン	RFV	42.6	394.6	49.1	67.6	96.8	125.5
ベトナム	RFV	190.8	194.7	178.1	269.7	400.8	496.6
カンボジア	RFV	46.3	56.0	69.5	83.0	121.1	202.4

資料：日本政府観光局(JNTO)「日本の国際観光統計(2018)」
(注) [N]国籍別統計、[R]居住地別統計/[F]国境到着者数/[V]日帰りを含む旅行者数、[T]宿泊を伴った旅行者数

⑤タイ

2017年のタイ人出国者数は前年比9.3%増の896万人と増加傾向にあった(表II-1-23)。2018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。前年からの伸び率では日本がプラス14.7%と最も高い。3位は中国で、前年からの伸び率はプラス7.4%であった(表II-1-22)。

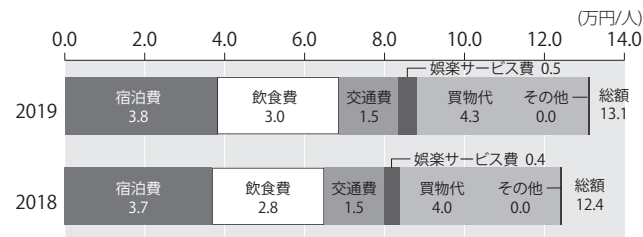
2019年の訪日タイ人旅行者数は132万人であった。増加率は2014年以降鈍化傾向が続いていたが2019年は大きな伸びをみせている(表II-1-23)。

旅行動向をみると、2019年は前年に比べリピーター率が増加しており72.2%となった。リピーター率は年によって増減がみられるものの、長期的な傾向としては増加傾向にあり、リピーター市場化が進んでいる(表II-1-20)。

2019年の訪日タイ人旅行者の1人当たり旅行支出は13.1万円、前年からは微増となっている(図II-1-12)。

買物代のうち人気なのは「菓子類」で8割弱が購入している。購入者単価も1.2万円と、ほかの国籍・地域と比べて高い(表II-1-21)。

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、2019年)

購入率順位	費目	購入率(%)	購入者単価(円/人)
1位	菓子類	78.4	11,795
2位	化粧品・香水	43.3	21,449
3位	衣類	39.8	15,481
4位	靴・かばん・革製品	36.4	17,899
5位	その他食料品・飲料・たばこ	33.2	11,217
6位	酒類	15.3	6,848
7位	医薬品	11.4	9,572
8位	生鮮農産物	8.7	7,255
9位	健康グッズ・トイレットリー	7.2	11,902
10位	電気製品 (デジタルカメラ/PC/家電等)	4.4	23,190

資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

表II-1-20 訪日タイ人の旅行動向

	2018	2019	前年との差
訪日タイ人旅行者数(万人)	113	132	19
平均泊数(泊)	8.8	8.8	0.0
観光レジャー比率	79.9%	77.2%	▲2.6%
リピーター率	67.1%	72.2%	5.1%
ツアー利用率	30.0%	28.9%	▲1.1%

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	2013	2014	2015	2016	2017	2018
日本	NFV	45.4	65.8	79.7	90.2	98.7	113.2
韓国	NFV	37.3	46.7	37.2	47.0	49.9	55.9
台湾	RFV	10.4	10.5	12.4	19.6	29.3	32.0
香港	RFV	42.7	39.5	41.1	45.5	43.0	45.0
中国	NFV	65.2	61.3	94.1	74.9	77.6	83.3
シンガポール	RFV	49.7	50.7	51.6	54.7	53.1	54.6
マレーシア	NFV	115.6	129.9	134.4	178.1	183.7	191.5
インドネシア	RFT	12.5	11.4	12.1	12.5	13.8	12.4
フィリピン	RFT	4.8	4.6	4.4	4.8	4.9	6.0
ベトナム	RFV	26.9	24.7	21.5	26.7	30.2	34.9
カンボジア	RFT	22.1	27.9	35.0	39.8	39.5	38.2

資料：日本政府観光局(JNTO)「日本の国際観光統計(2018)」

(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	2019	2020	2024
①人口(万人)*1	6,405	6,592	6,621	6,649	6,676	6,700	6,724	6,746	6,765	6,779	6,791	6,802	6,826
②タイ人出国者数(万人)*2	305	534	540	572	597	644	679	820	896	-	-	-	-
③出国率(%) (②÷①)	4.8	8.1	8.2	8.6	8.9	9.6	10.1	12.2	13.2	-	-	-	-
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	113.2	131.9	-	-
⑤出国者に占める訪日旅行者比率(%) (④÷②)	3.9	4.0	2.7	4.6	7.6	10.2	11.7	11.0	11.0	-	-	-	-
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	3.5	3.4	-
⑦GDP成長率(%)*1	4.2	7.5	0.8	7.2	2.7	1.0	3.1	3.4	4.1	4.2	2.4	▲6.7	-
⑧1人当たりGDP(米ドル)*1	2,956	5,175	5,601	5,979	6,296	6,080	5,968	6,114	6,731	7,187	7,608	-	-

(注1) 斜体は推計値。(注2) ②タイ人出国者数は日帰りを含んでいない。(注3) ⑥為替レートの2020年の数値は2020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2012年以降増加傾向が続いており、2019年は前年から6.5%増の6,010万人となった。方面別旅行先ではメキシコとカナダが長年トップの座を占めている。アジアでは1位が中国、2位が日本、3位がインドであった。2018年から2019年にかけて、中国が前年比マイナス1%と減少したのに対し、日本はプラス19%と増加したため、両者の差が縮まった（表II-1-25）。2019年の訪日米国人旅行者数は172万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、2019年は前年比1.7%ポイント増の52.3%となった。（表II-1-24）。

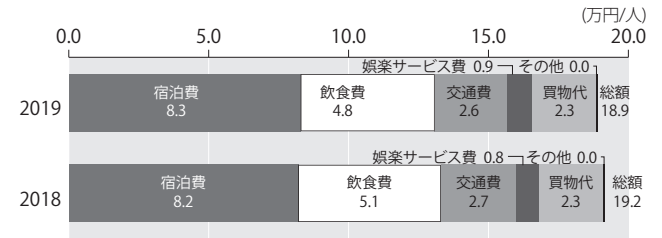
2019年の訪日米国人旅行者1人当たり旅行支出は18.9万円、前年からは微減となった。費目別では宿泊費の占める割合が高く、買物代が低い傾向にある。2019年は前年に比べ飲食費が減少している（図II-1-13）。

表II-1-24 訪日米国人の旅行動向

	2018	2019	前年との差
訪日米国人旅行者数(万人)	153	172	20
平均泊数(泊)	13.5	12.4	▲1.1
観光レジャー比率	50.7%	52.3%	1.7%
リピーター率	47.1%	48.1%	1.0%
ツアー利用率	10.3%	8.2%	▲2.1%

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	2015				2016				2017				2018				2019				
	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)	799.4	15		メキシコ(空路のみ)	893.4	12		メキシコ(空路のみ)	981.1	10		メキシコ(空路のみ)	1,007.5	3		メキシコ(空路のみ)	1,015.8	1		
2位	カナダ(空路のみ)	386.1	13		カナダ(空路のみ)	451.6	17		カナダ(空路のみ)	478.0	6		カナダ(空路のみ)	459.2	▲4		カナダ(空路のみ)	513.4	12		
3位	英国	288.5	2		英国	319.7	11		英国	375.6	17		英国	392.7	5		英国	394.3	0		
4位	ドミニカ共和国	278.7	3		ドミニカ共和国	270.6	▲3		ドミニカ共和国	272.1	1		フランス	300.8	14		イタリア	318.1	9		
5位	フランス	236.1	11		イタリア	221.4	9		フランス	264.5	21		イタリア	292.4	25		フランス	313.7	4		
14位	日本	88.5	11		日本	98.4	11		11位	日本	115.0	17		14位	日本	117.0	2	11位	日本	138.9	19

アジア

順位	2015				2016				2017				2018				2019			
	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	121.3	7		中国	130.0	7		中国	138.0	6		中国	158.7	15		中国	156.8	▲1	
2位	インド	108.2	0		インド	119.5	10		日本	115.0	17		インド	125.3	13		日本	138.9	19	
3位	日本	88.5	11		日本	98.4	11		インド	111.1	▲7		日本	117.0	2		インド	134.4	7	
4位	フィリピン	82.0	16		フィリピン	91.4	11		フィリピン	84.3	▲8		フィリピン	91.9	9		フィリピン	94.1	2	
5位	香港	55.7	7		香港	56.2	1		香港	57.5	2		韓国	71.0	32		韓国	71.7	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	2019	2020	2024
①人口(万人)*1	29,612	30,974	31,194	31,416	31,633	31,862	32,093	32,323	32,533	32,735	32,956	33,181	34,098
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	5,292	5,644	6,010	-	-
③出国率(%) (②÷①)	13.0	12.1	11.5	12.1	12.2	12.9	13.9	15.0	16.3	17.2	18.2	-	-
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	152.6	172.4	-	-
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	2.6	2.7	2.9	-	-
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	110.4	109.0	108.2	-
⑦GDP成長率(%)*1	3.5	2.6	1.6	2.2	1.8	2.5	2.9	1.6	2.4	2.9	2.3	▲5.9	-
⑧1人当たりGDP(米ドル)*1	44,026	48,403	49,826	51,556	53,061	54,993	56,770	57,877	59,895	62,606	64,767	-	-

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2020年の数値は2020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到着者数とは一致しない。

(2) 都道府県別にみる訪日旅行動向

①訪問者数

2019年における訪日外国人の都道府県別訪問者数をみると、東京都(1,410万人)や大阪府(1,153万人)、千葉県(1,048万人)、京都府(830万人)で特に多い。このうち、千葉県への訪問者は成田空港の利用が多い。次いで奈良県が350万人、愛知県、福岡県、北海道、神奈川県が200万人台、沖縄県、兵庫県、山梨県、静岡県が100万人台となっており、大都市やその周辺部、ゴールデンルート上などで多くなっている。一方、東北や北関東、山陰、四国地方では少なく、10万人に満たない県も存在する。

都道府県別訪問者数の前年比をみると、もともと訪問者数の少ない東北、北陸地方や新潟県などで2桁台のプラスとなった。また、岐阜県、静岡県、愛知県、三重県などでも、前年比20%程度増加している。一方、韓国人訪問者数比率の高い九州地方や山口県、沖縄県などでは、韓国人旅行者の減少による影響で、前年比マイナスとなった地域も存在する。都市部では、東京都が7%増、大阪府が9%増と堅調な伸びをみせた(図Ⅱ-1-14)。

②クルーズ客数

船舶観光上陸許可を受けた外国人数(クルーズ客数)は九

州や沖縄地方で多く、中でも博多港や長崎港、那覇港で特に多い。このほか長崎県内では佐世保港、沖縄県内では平良港・石垣港でも多い。

国籍・地域別では中国が159.9万人と全体の79%を占めている。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8割以上を占める(表Ⅱ-1-27)。

表Ⅱ-1-27 船舶観光上陸許可を受けた外国人数(2019年)

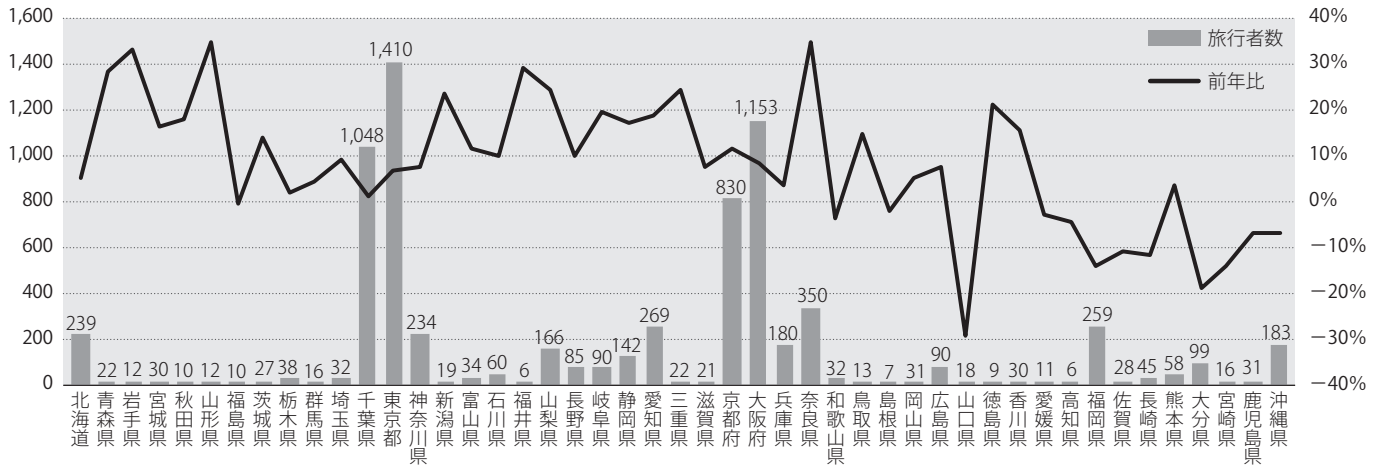
(単位:人)

国籍・地域 上陸港	全国籍・地域			
	韓国	台湾	香港	中国
日本全国	15,600	281,595	38,712	1,598,579
関門港	26	116	248	73,531
博多港	2,905	5,211	994	440,825
長崎港	2,826	13,638	971	313,123
佐世保港	60	2,332	182	108,988
八代港	28	105	132	35,789
鹿児島港	237	14,682	2,454	101,965
那覇港	371	133,984	31,773	328,522
平良港	22	29,705	669	65,911
石垣港	67	78,431	682	38,692
その他	9,058	3,391	607	91,233

資料:法務省「出入国管理統計」

図Ⅱ-1-14 都道府県別訪日外国人訪問者数(2019年)

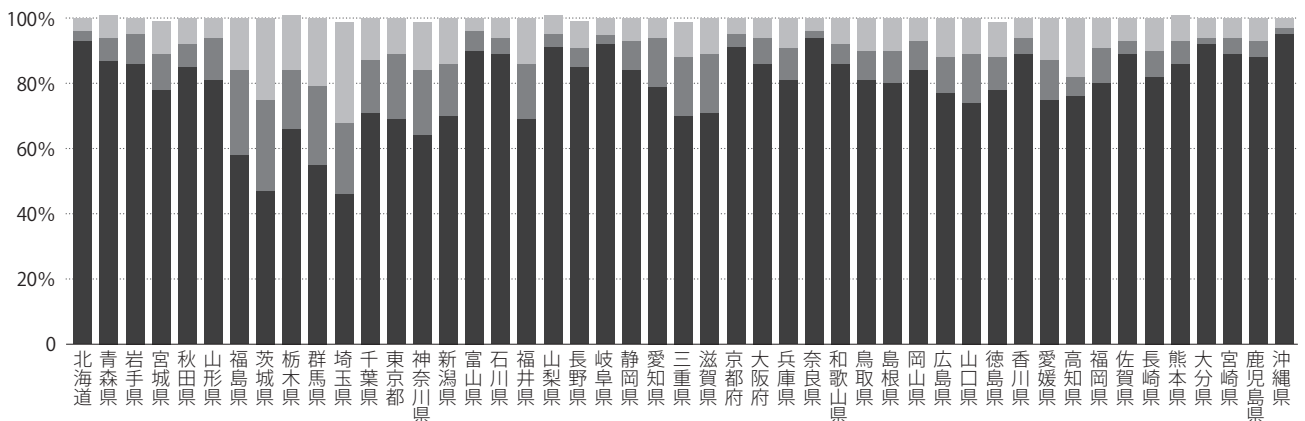
(万人)



資料:観光庁「訪日外国人消費動向調査」

図Ⅱ-1-15 都道府県別訪日外国人訪問者の主な旅行目的(2019年)

■観光・レジャー ■業務 ■その他



資料:観光庁「訪日外国人消費動向調査」

③主な旅行目的

各都道府県を訪問する外国人旅行者の主な旅行目的をみると、多くの地域で「観光・レジャー」目的客の比率が7～9割程度を占めている。一方、福島県や茨城県、群馬県、埼玉県では「業務」目的や、留学などを含む「その他」目的が多く、「観光・レジャー」目的は4～6割程度となっている（図II-1-15）。

④旅行消費額

都道府県別の訪日外国人旅行消費額は、東京都で圧倒的に高く1兆5,000億円、次いで大阪府が8,500億円となっている（図II-1-16）。

⑤国籍・地域比率（訪日外国人観光客）

各都道府県を訪問する外国人旅行者のうち、「観光・レジャー」目的客（以下、訪日外国人観光客）のみに絞って、国籍・地域別比率を示す。

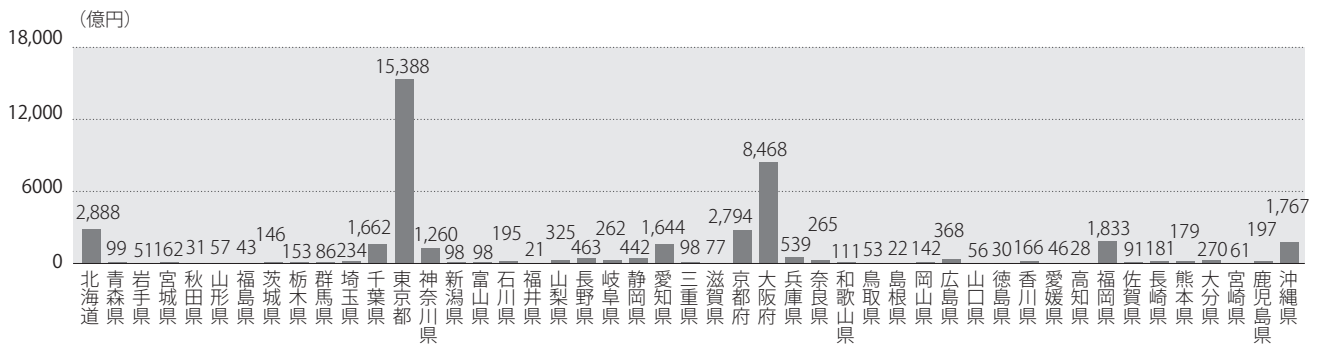
東アジアは国籍・地域によって訪問地が大きく異なり、全国

各地に分散している。韓国人比率は九州や山陰地方で高い傾向にある。特に福岡、大分、山口県における比率が高く、訪日外国人の5割程度を韓国人が占めている。また東日本においては北海道で比較的高い。台湾人比率は東北地方などで高く、4～7割程度を占める。また沖縄県でも台湾人比率が約4割と高い。香港人比率は四国地方や九州地方南部で高い傾向がみられ、2～3割程度を占めている。このほか、鳥取県などでも高い。中国人比率はゴールデンルート上で高く、静岡、愛知、奈良県で6～7割、山梨県や京都、大阪府で4～5割程度を占める。

東南アジア人比率は、関東地方を中心に高い傾向がみられ、北関東地方や福島県、埼玉県、山梨県で2割程度を占めている。

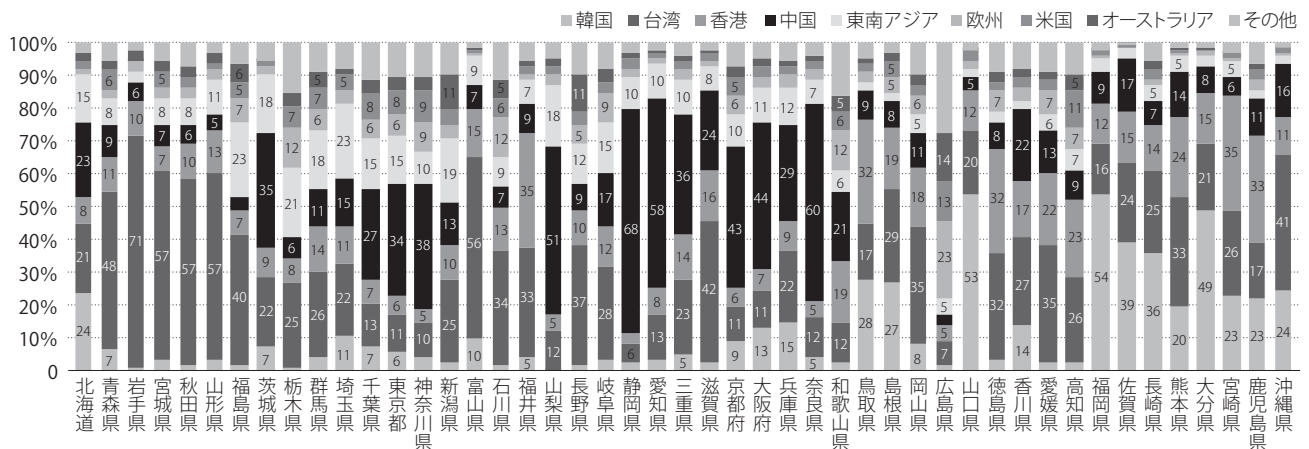
欧米豪の比率は有名歴史観光地を抱える地方の都道府県において高い点が共通しており、栃木県（日光）、石川県（金沢）、広島県（宮島）などで高い。このうち広島県は特に高く欧米豪を合わせた訪問者の比率は5割に達する。このほかオーストラリア人比率は新潟と長野県でも高い（図II-1-17）。

図II-1-16 都道府県別 訪日外国人旅行消費額（2019年）



資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

図II-1-17 都道府県別訪日外国人観光客の国籍・地域比率（観光・レジャー目的客）



(注) 東南アジアはタイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナムを、欧州は英国、フランス、ドイツ、イタリア、スペインを指す。 資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

⑥平均泊数と旅行支出(訪日外国人観光客)

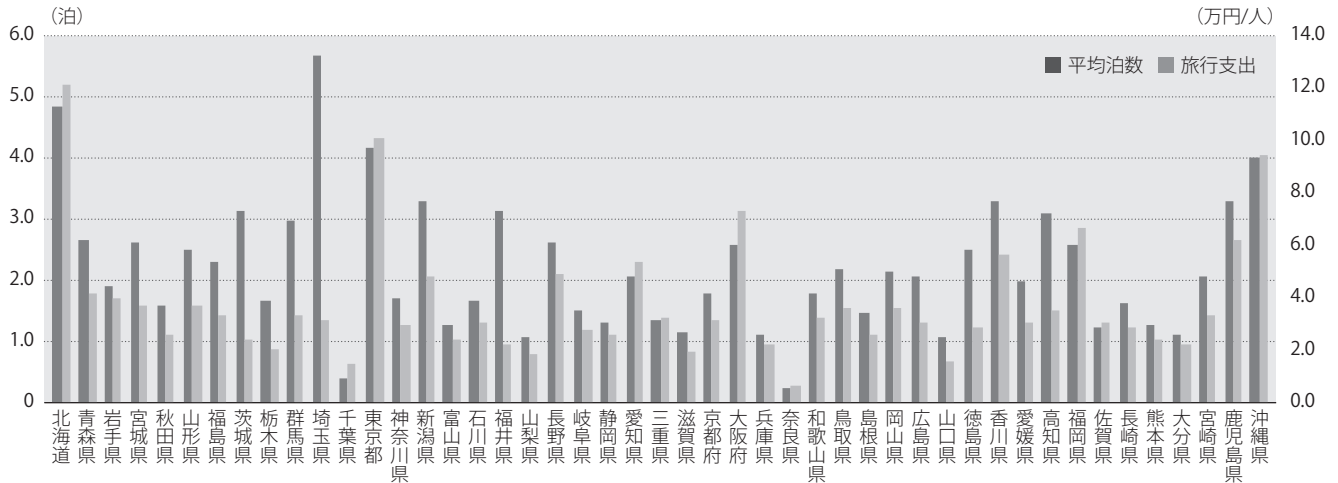
各都道府県を訪問する訪日外国人観光客による、都道府県別の平均泊数と旅行支出(パッケージツアー等参加費の訪問地収入分を含む)をみると、泊数の長さで旅行支出は概ね連動していることがわかる。北海道や東京都、沖縄県は平均泊数が長く旅行支出も高い。逆に、日帰り客の多い奈良県や、成田空港利用者が大半の千葉県は平均泊数が短く旅行支出も低い。一方で、茨城県や群馬県、埼玉県などは、平均泊数が長いにもかかわらず旅行支出は低い(図II-1-18)。

地域ブロック別にみると、平均泊数は関東、北海道、東北地方の順で長い。旅行中支出は関東地方で10.0万円と最も高く、次いで北海道、沖縄、近畿地方の順となっている。

国籍・地域別にみると、多くの地方で香港の旅行中支出が高い。中国は北海道や関東、九州、沖縄地方で高く10万円を超える。東京都や大阪府では、中国人観光客の旅行中支出が高くそれぞれ10.5万円、7.5万円であるが、京都府は低く1.7万円となっている(表II-1-28)。

(川村竜之介)

図II-1-18 都道府県別 訪日外国人観光客の平均泊数・旅行支出(2019年)



表II-1-28 国籍別地域ブロック別 訪日外国人観光客の平均泊数・旅行中支出(2019年)

平均泊数 (単位:泊)								旅行中支出 (単位:万円/人)							
国籍・地域 訪問地	全国籍・地域							国籍・地域 訪問地	全国籍・地域						
	韓国	台湾	香港	中国	タイ	米国	韓国		台湾	香港	中国	タイ	米国		
北海道	4.8	3.2	4.5	5.5	4.8	5.1	6.1	北海道	9.4	6.0	7.2	14.6	12.4	9.4	10.9
東北	4.4	2.9	4.4	4.4	3.8	2.9	5.4	東北	5.4	5.0	6.0	7.3	5.9	4.3	3.3
関東	4.9	4.1	4.6	4.4	3.6	4.9	5.7	関東	10.0	6.4	8.4	11.2	11.9	8.4	10.3
北陸信越	2.8	2.1	2.1	2.5	2.3	2.4	3.2	北陸信越	3.7	2.1	2.1	4.2	4.3	3.2	4.8
中部	2.3	2.4	2.4	3.2	1.9	2.8	2.4	中部	3.9	4.2	3.7	7.4	3.9	4.5	2.8
近畿	4.0	3.3	4.3	4.4	3.4	4.2	4.6	近畿	8.0	6.1	7.1	9.5	9.1	8.1	7.2
中国	2.3	1.4	2.4	3.3	2.8	-	2.3	中国	3.0	2.1	3.3	6.2	4.9	-	2.3
四国	4.2	2.3	5.0	4.4	3.8	-	2.7	四国	5.3	3.5	5.1	7.8	7.5	-	2.3
九州	3.8	2.6	4.8	5.3	5.0	4.6	5.2	九州	7.5	5.2	8.0	11.9	15.3	9.0	5.6
沖縄	4.0	3.1	3.8	4.5	4.3	-	8.3	沖縄	8.4	5.5	8.0	11.3	12.2	-	6.8
(以下再掲)								(以下再掲)							
東京都	4.1	3.6	3.6	3.9	2.7	3.8	5.1	東京都	8.8	5.7	6.9	9.9	10.5	7.1	9.5
大阪府	2.6	2.7	2.5	3.0	2.2	3.5	2.3	大阪府	6.1	5.2	4.8	6.9	7.5	6.8	3.7
京都府	1.8	0.8	1.9	1.5	1.2	1.0	3.1	京都府	2.6	1.4	2.7	2.9	1.7	1.8	4.9

資料:観光庁「訪日外国人消費動向調査」

資料:観光庁「訪日外国人消費動向調査」

(注1) 訪問地における泊数の平均値である。
 (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。
 (注3) サンプル数が少ない数値は非表示としている。

(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。

■ 世界の国際観光動向

世界の国際観光客到着数は前年比 3.6%増
香港民主化デモで北東アジアの伸びが鈍化

(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) によると、2019年における国際観光客到着数 (International Tourist Arrivals) は世界全体で14億5,800万人回 (前年比3.5%増) となった。前年に引き続き過去最高を記録したが、その伸びは鈍化している (表II-1-29)。リーマン・ショック (2008年) 後の一時的な減少を除き、2000年以降は増加基調を維持している (図II-1-19)。

国際観光客到着数を到着地域別にみると、2019年の国際観光客到着数は全ての地域において前年を上回った。対前年の伸びが最も大きい地域はイランやインドを含む南アジアであり、前年に引き続き高い伸びをみせた。東南アジアやアフリカの伸びも大きい。一方、日本を含む北東アジアは前年比0.8%増となり、国際観光客到着数の伸びが鈍化した (表II-1-29)。

2019年の国際観光客到着数を到着国・地域別にみると、上位の顔ぶれに変化はみられないが、6位のトルコは前年比11.9%増と高い伸びを示した。一方、3位の米国は前年比0.6%減となった (表II-1-30)。

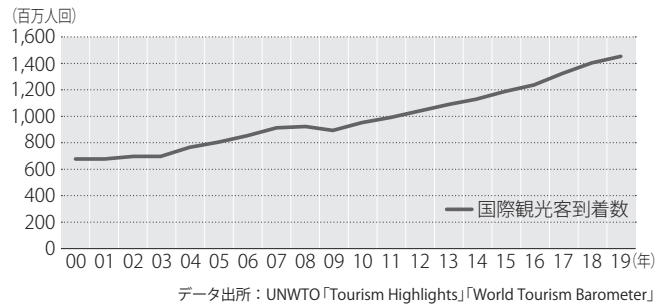
北東アジア地域では、韓国の国際観光客到着数が前年比14.0%増と大きく伸びた。一方、香港は民主化デモの影響を受け前年比18.8%減と大幅に減少した。日本は順位こそ前年同様の11位を維持したものの、日韓関係の問題等の影響により国際観光客到着数の伸びは鈍化した。

● 国際観光収入

2019年の国際観光収入 (International Tourism Receipts) は、世界全体でおよそ1兆4,780億USD (前年比2.5%増) と推計される (表II-1-31)。増加基調を維持したが、前年に比べると伸びは鈍化した。到着地域別にみると、中東地域の伸

びが前年比8.4%増と大きい。同地域の国際観光客到着数の伸びが前年比2.1%増であることから、消費単価が上昇したものと解釈できる。一方、北東アジア地域は前年比3.4%減とマイナスに転じた。

図II-1-19 国際観光客到着数の推移



表II-1-30 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	到着国・地域別 国際観光客到着数 (百万人回)					前年比 (%)		到着数 調査 方法
		2010	2017	2018	2019	18/17	19/18		
1位	フランス	77.6	86.9	89.4	..	2.9	..	TF	
2位	スペイン	52.7	81.9	82.8	83.7	1.1	1.1	TF	
3位	米国	60.0	77.2	79.7	79.3	3.3	▲0.6	TF	
4位	中国	55.7	60.7	62.9	65.7	3.6	4.5	TF	
5位	イタリア	43.6	58.3	61.6	64.5	5.7	4.8	TF	
6位	トルコ	31.4	37.6	45.8	51.2	21.7	11.9	TF	
7位	メキシコ	23.3	39.3	41.3	45.0	5.1	9.0	TF	
8位	タイ	15.9	35.6	38.2	39.8	7.3	4.2	TF	
9位	ドイツ	26.9	37.5	38.9	39.6	3.8	1.8	TCE	
10位	英国	28.3	39.5	38.7	39.4	▲2.2	1.9	TF	
(11位以下の主な北東アジアの国・地域)									
11位	日本	8.6	28.7	31.2	31.9	8.7	2.2	VF	
17位	香港	20.1	27.9	29.3	23.8	4.9	▲18.8	TF	
24位	韓国	8.8	13.3	15.3	17.5	15.1	14.0	VF	
35位	台湾	5.6	10.7	11.1	11.9	3.0	7.2	VF	

(注) 2019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 : 宿泊施設 (非営利含む) での調査
資料: UNWTO「World Tourism Barometer」

表II-1-29 世界の国際観光客到着数(到着地域別)

	到着地域別 国際観光客到着数(百万人回)								シェア (%)	前年比 (%)		
	2000	2005	2010	2015	2016	2017	2018	2019	2019	18/17	19/18	
世界全体	680	809	956	1,197	1,243	1,333	1,408	1,458	100.0	5.7	3.5	
到着地域	ヨーロッパ	392.9	452.9	490.6	606.6	621.8	676.6	716.0	744.3	51.1	5.8	3.9
	アジア太平洋	110.4	154.1	208.2	284.6	306.6	324.1	347.7	360.1	24.7	7.3	3.6
	北東アジア	58.4	85.9	111.5	142.1	154.3	159.5	169.2	170.6	11.7	6.1	0.8
	東南アジア	36.3	49.0	70.5	104.2	110.8	120.6	128.6	136.8	9.4	6.7	6.4
	オセアニア	9.6	10.9	11.5	14.3	15.6	16.6	17.0	17.5	1.2	2.8	2.4
	南アジア	6.1	8.3	14.7	24.0	25.9	27.5	32.8	35.2	2.4	19.4	7.4
	アメリカ	128.2	133.3	150.3	194.0	201.2	210.8	215.9	219.4	15.9	2.4	1.6
	アフリカ	26.2	34.8	50.4	53.9	58.1	63.3	68.7	72.4	5.0	8.4	5.4
中東	22.4	34.0	56.1	58.3	55.5	57.6	60.1	61.4	4.2	4.3	2.1	

(注) 2019年は暫定値

UNWTO「World Tourism Barometer」

表II-1-31 世界の国際観光収入(到着地域別)

	到着地域別国際観光収入 (10億USドル)									到着地域別 国際観光客 到着数 (百万人回)		
							シェア (%)	前年比 (現地通貨基準) (%)		2019	1人当たり 国際観光収入 (USドル/人回)	
	2010	2015	2016	2017	2018	2019	2019	18/17	19/18			
世界全体	979	1,222	1,254	1,347	1,457	1,478	100.0	4.8	2.5	1,458	1,010	
到着地域	ヨーロッパ	427.1	470.5	472.7	520.1	569.8	573.5	38.8	4.7	4.4	754	770
	アジア太平洋	254.3	351.8	371.0	391.9	436.5	443.2	30.0	8.8	1.2	360	1,230
	北東アジア	122.9	166.7	169.1	168.5	193.3	187.6	12.7	11.5	▲3.4	171	1,100
	東南アジア	68.5	105.0	117.0	126.1	138.4	147.6	10.0	5.6	4.2	137	1,080
	オセアニア	42.8	48.1	51.7	57.4	61.1	61.8	4.2	6.9	5.9	17	3,540
	南アジア	20.1	32.1	33.3	39.9	43.6	46.2	3.1	10.4	5.1	35	1,310
	アメリカ	215.2	311.2	319.2	330.0	338.2	341.7	23.1	0.4	▲0.1	219	1,560
	アフリカ	30.4	31.5	32.2	36.5	38.4	38.3	2.6	1.3	1.8	72	530
中東	52.2	56.8	58.8	68.5	74.5	81.6	5.5	6.0	8.4	61	1,330	

(注) 2019年は暫定値

資料：UNWTO「World Tourism Barometer」

2019年の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-1-32)。日本は17年に初のトップ10入りを果たし、2018年は9位だったが、さらに順位を上げて2019年は7位となった。その他の北東アジア地域の国・地域では、前年に比べ韓国と台湾では増加、中国と香港では減少と明暗が分かれた。

(2) アウトバウンド(出発地側)の動向

次に、出発地の国・地域別に世界の国際観光動向を概観する。国際観光支出(International Tourism Expenditure)

の出発国・地域別ランキングをみると、2019年も前年に引き続き中国が1位であり、シェアも17.2%と高いが、前年比(現地通貨基準)はマイナスに転じた(表II-1-33)。韓国の国際観光支出も前年比8.1%減と低調であった。一方、欧米の主要国では2019年の国際観光支出が前年に比べ増加しており、特にフランスで前年比(現地通貨基準)11.5%増と大幅に増加した。

北東アジア地域では、前述の通り中国と韓国では国際観光支出が前年に比べ減少したが、香港、日本、台湾の国際観光支出は前年に比べ増加した。

(川口明子)

表II-1-32 国際観光収入ランキング(到着国・地域別)

順位	到着国・地域	到着国・地域別 国際観光収入 (10億USドル)			シェア (%)	国際観光客到着数 (百万人回)	
		2010	2018	2019		2019	2019
1位	米国	137.0	214.7	214.1	14.5	79.3	2,700
2位	スペイン	58.8	81.5	79.7	5.4	83.7	950
3位	フランス	57.1	66.0	63.8	4.3	-	-
4位	タイ	20.1	56.4	60.5	4.1	39.8	1,520
5位	英国	34.7	48.6	50.4	3.4	39.4	1,280
6位	イタリア	38.8	49.3	49.6	3.4	64.5	770
7位	日本	13.2	42.1	46.1	3.1	31.9	1,440
8位	オーストラリア	32.6	45.0	45.7	3.1	9.5	4,830
9位	ドイツ	34.7	43.0	41.6	2.8	39.6	1,050
10位	マカオ	22.3	40.7	39.5	2.7	18.6	2,120
(11位以下の主な北東アジアの国・地域)							
11位	中国	45.8	40.4	35.8	2.4	65.7	550
14位	香港	22.2	36.9	29.0	2.0	23.8	1,220
19位	韓国	10.3	18.6	21.6	1.5	17.5	1,240
29位	台湾	8.7	13.7	14.4	1.0	11.9	1,210

(注) 2019年は暫定値

資料：UNWTO「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-1-33 国際観光支出ランキング(出発国・地域別)

順位	出発国・地域	国際観光支出 (10億USドル)			シェア (%)	前年比 (現地通貨基準) (%)	
		2010	2018	2019		2019	18/17
1位	中国	54.9	277.3	254.6	17.2	5.1	▲4.2
2位	米国	86.6	144.5	152.3	10.3	7.1	5.4
3位	ドイツ	78.1	95.6	93.2	6.3	2.7	2.9
4位	英国	60.7	69.0	71.0	4.8	2.5	7.5
5位	フランス	38.5	48.9	51.7	3.5	6.3	11.5
6位	ロシア	26.7	34.3	36.2	2.4	10.3	5.5
7位	オーストラリア	26.6	37.0	36.1	2.4	10.3	4.8
8位	カナダ	30.0	34.4	35.3	2.4	▲1.0	5.1
9位	韓国	18.8	35.1	32.3	2.2	10.9	▲8.1
10位	イタリア	27.1	30.1	30.3	2.1	3.8	6.3
(11位以下の主な北東アジアの国・地域)							
12位	香港	17.4	26.4	26.9	1.8	4.7	1.6
15位	日本	27.9	20.2	21.3	1.4	9.4	3.8
17位	台湾	9.4	19.4	20.5	1.4	7.8	5.5

(注) 2019年は暫定値

資料：UNWTO「World Tourism Barometer」

シェアは(公財)日本交通公社算出

II-2 訪日旅行に対する意識

1 訪日経験率とコロナ後の訪日旅行への意欲

引き続き幅広く根強い訪日意向
高い「継続的なウイルス対策」への期待

当財団（JTBF）と日本政策投資銀行（DBJ）は例年共同で、アジアおよび欧米豪の12地域を対象に「DBJ・JTBFアジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査」（以下、通常調査）を実施している。2020年度は新型コロナウイルス感染症の拡大が外国人旅行者の海外旅行・訪日旅行に与えた影響を調査すべく、「DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査（2020年度 新型コロナ影響度 特別調査）」（以下、コロナ調査）を行った。同調査は、約6,000人の海外在住かつ海外旅行経験のある外国人に対して、①2019年12月～2020年5月、②2020年6月以降、③新型コロナウイルス終息後の3つの期間における海外旅行・訪日旅行に関する実施実態や意識について尋ねた。

本項では①2019年12月～2020年5月の海外旅行・訪日旅行に関する旅行実施の有無や意識を中心に紹介する。なおコロナ調査の概要および回答者属性は表II-2-1の通りである。

表II-2-1 調査概要・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	2020年6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：6,266人（韓国529、中国548、台湾530、香港511、タイ521、シンガポール517、マレーシア520、インドネシア518、イギリス505、アメリカ520、フランス522、オーストラリア525） ・訪日経験者：3,006人（韓国382、中国419、台湾439、香港428、タイ316、シンガポール282、マレーシア162、インドネシア155、イギリス79、アメリカ113、フランス108、オーストラリア123）

アジア8地域の中で最も訪日経験率が高いのは香港で、83.8%に上る（表II-2-2）。次いで台湾（82.8%）、中国（76.5%）、韓国（72.2%）と続いている。東南アジア4地域の中では、タイが60.7%と最も高い。また、欧米豪4地域の中では、オーストラリアが23.4%と最も高い（表II-2-2）。訪日回数別に見ると、アジア8地域の中で、香港、台湾、韓国、中国、タイ、シンガポールは、訪日経験者におけるリピーター（訪日経験回数2回以上）の割合が過半数を占めている。

また、新型コロナウイルス終息後に旅行したい国・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、日本が調査対象国・地域全体（以下、文中・図表中ともに「全体」）で1位（45.6%）となった（表II-2-3）。昨年度通常調査（2019年度）においても日本は全体において1位（49.4%）となっており、新型コロナウイルス流行後においても引き続き訪日意向が根強いことがうかがえる。調査地域別では、12地域中10地域で日本は1位、イギリスとフランスでは2位となっており、幅広い市場における訪日意向の高さがうかがえる。また、訪日旅行に期待することについては「衛生面における配慮、清潔さ、消毒などのウイルス対策全般の継続」が最もトップとなっている。

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	
		1回目	2回以上
東アジア	全体	17.2	30.8
	韓国	25.0	47.3
	中国	31.4	45.1
	台湾	17.5	65.3
東南アジア	香港	9.8	74.0
	タイ	22.5	38.2
	シンガポール	22.6	31.9
	マレーシア	17.3	13.8
欧米豪	インドネシア	18.3	11.6
	イギリス	9.5	6.1
	アメリカ	8.8	12.9
	フランス	10.9	9.8
オーストラリア	11.8	11.6	

資料：「DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査（2020年度 新型コロナ影響度 特別調査）」

表II-2-3 新型コロナウイルス終息後に観光旅行したい国・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	45.6	①24.2	①64.9	①75.3	①76.4	①68.7	①50.2	①45.3	①43.5	②24.3	①21.3	②23.2	①25.3
2	韓国	21.9	-	②25.2	②30.1	③28.7	②34.0	③29.5	③32.2	③28.0	6.8	10.5	7.2	6.5
3	台湾	17.0	③18.2	12.6	-	②46.8	11.7	②32.5	②32.6	5.2	4.6	10.3	7.5	4.8
4	オーストラリア	16.3	18.0	14.4	15.5	15.5	7.0	21.6	20.4	16.7	20.8	17.3	12.4	-
5	タイ	16.3	14.4	15.1	13.1	26.8	-	26.9	-	16.3	15.5	10.3	11.1	13.0
6	シンガポール	15.0	14.2	③17.1	12.1	10.6	16.2	-	-	②33.3	12.6	9.0	7.0	17.5
7	ニュージーランド	14.6	14.6	15.3	③18.4	10.9	9.1	21.2	17.2	11.3	20.5	12.9	9.0	-
8	アメリカ	14.1	17.6	9.7	13.5	6.8	5.5	9.6	3.4	6.1	①38.6	-	①24.7	②20.6
9	スイス	12.1	②20.6	9.9	13.9	9.8	9.4	15.0	11.2	7.7	-	11.2	-	13.0
10	イギリス	12.0	11.6	8.2	11.0	12.3	9.1	12.4	9.2	8.8	-	②20.0	-	③18.4
11	カナダ	10.9	16.5	7.8	11.5	8.1	3.2	6.4	4.3	2.7	③23.4	-	③19.8	17.1
12	フランス	10.8	12.7	13.4	9.8	8.3	6.8	11.1	6.7	6.7	-	③18.0	-	15.2
13	中国	10.8	9.7	-	12.3	-	③19.6	13.9	22.3	4.8	6.2	8.8	5.5	4.8
14	香港	10.5	14.2	-	7.6	-	14.3	12.2	10.5	9.4	11.3	10.5	7.2	8.4
15	マレーシア	9.8	6.9	10.1	9.0	9.6	-	-	-	18.8	9.9	7.2	5.5	11.0

(注1) 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（2020年度 新型コロナ影響度 特別調査）」
 (注2) 新型コロナウイルス終息後に海外観光旅行について「(したい) 思わない」を選択した対象者および次に海外観光旅行の検討を再開するタイミングについて「現在の状況からは海外旅行の検討再開は考えられない」と回答した対象者を除く全員から回答を得た。

2 訪日旅行に対する新型コロナウイルスの影響 訪日旅行に大きな影響を及ぼす「不安感」

2019年12月～2020年5月の間、海外旅行を予定していた旅行者を対象に、海外旅行の実施・キャンセル有無を尋ねた。なお、旅行の目的は観光に限定せずビジネスなどあらゆる目的を含む海外旅行について調査を行った。

(1) 海外旅行の実施およびキャンセル

海外旅行の実施およびキャンセルについて、海外旅行を予定していた人全体の実施率は25.8%、キャンセル率は74.2%となった（表II-2-4）。最もキャンセル率が高かったのは中国（90.0%）であった。

①実施した理由と感染への不安度

2019年12月～2020年5月の間に海外旅行を実施した人に対し、実施理由と新型コロナウイルス感染への不安度を尋ねた。その結果、実施理由は全体で「当時は新型コロナウイルスの流行は深刻ではないと判断したから」が43.0%と最も高かった（表II-2-5）。一方、感染への不安度は「不安があった」「やや不安があった」の合計が53.1%と、必ずしも旅行を取り止める動機にはならずとも一定の海外旅行による感染への不安を抱いていることがうかがえる（表II-2-6）。

②キャンセルした理由と感染への不安度

2019年12月～2020年5月の間に海外旅行を予定していたがキャンセルした人に対し、キャンセル理由と新型コロナウイルス感染への不安度を尋ねた。その結果、キャンセル理由は全体で「新型コロナウイルスの感染予防のため」が70.1%と最も高かった（表II-2-7）。また、感染への不安度は「不安があった」「やや不安があった」の合計割合が全体で87.2%となった。特にアジアは欧米豪と比較して不安度が高い傾向がみられた（表II-2-8）。

表II-2-4 海外旅行の実施及びキャンセル（単一回答）

（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）	4,014	290	509	309	399	322	352	300	331	288	311	315	288
2019年12月～2020年5月の間、海外旅行の予定があったが、キャンセルした	74.2	71.4	90.0	79.0	75.9	75.8	61.1	80.7	78.2	69.4	69.5	62.9	67.0
2019年12月～2020年5月の間に海外旅行を実施した	25.8	28.6	10.0	21.0	24.1	24.2	38.9	19.3	21.8	30.6	30.5	37.1	33.0

資料：「DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査（2020年度 新型コロナ影響度 特別調査）」

表II-2-5 海外旅行を実施した理由【海外旅行を実施した人】(複数回答)

(単位: %)

順位	実施した理由	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)	1,035	83	51	65	96	78	137	58	72	88	95	117	95
1	当時は新型コロナウイルスの流行は深刻ではないと判断したから	43.0	①53.0	①43.1	①47.7	①46.9	①44.9	①47.4	①48.3	②37.5	①50.0	①23.2	①38.5	①38.9
2	業務上、必要な訪問だったから	17.9	10.8	②29.4	12.3	10.4	③26.9	11.7	③19.0	①41.7	②15.9	14.7	②24.8	8.4
3	旅行を中止・変更するとキャンセル料が発生することになるから	16.7	③15.7	9.8	②21.5	②17.7	21.8	②19.7	②32.8	12.5	③13.6	17.9	9.4	③12.6
4	その時期にしか実施できない旅行だったから	15.5	③15.7	③27.5	②21.5	9.4	17.9	13.1	17.2	③19.4	③13.6	13.7	17.1	9.5
5	新型コロナウイルスの流行により普段は混雑している宿泊施設・観光施設等が空いていたから	13.1	7.2	21.6	10.8	4.2	②29.5	8.8	15.5	15.3	6.8	③18.9	③17.9	8.4
6	新型コロナウイルスの流行により普段より旅行代金が安く済んだから	11.1	6.0	23.5	10.8	5.2	20.5	4.4	12.1	12.5	4.5	②20.0	12.0	11.6
7	日常生活における自粛に疲れたから	10.6	②18.1	13.7	18.5	③14.6	9.0	5.8	10.3	4.2	10.2	12.6	8.5	7.4
8	冠婚葬祭等への出席も兼ねていたから	10.0	6.0	5.9	4.6	3.1	3.8	10.9	17.2	11.1	5.7	16.8	10.3	②21.1
9	感染者の少ない国・地域へ避難するため	7.5	9.6	2.0	12.3	12.5	5.1	4.4	1.7	2.8	5.7	11.6	9.4	9.5
-	上記以外の理由	7.3	3.6	3.9	7.7	4.2	5.1	③16.1	5.2	8.3	11.4	4.2	2.6	10.5
-	特に理由はない	7.2	7.2	3.9	9.2	③14.6	3.8	10.2	5.2	1.4	4.5	2.1	7.7	11.6

(注1) 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(2020年度 新型コロナ影響度 特別調査)」

表II-2-6 感染への不安度【海外旅行を実施した人】(単一回答)

(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)	1,035	83	51	65	96	78	137	58	72	88	95	117	95
不安があった	18.7	12.0	45.1	13.8	11.5	48.7	9.5	29.3	43.1	6.8	10.5	14.5	9.5
やや不安があった	34.4	26.5	37.3	44.6	50.0	32.1	29.2	29.3	38.9	33.0	33.7	30.8	32.6
どちらともいえない	15.9	14.5	0.0	13.8	9.4	2.6	21.9	15.5	11.1	17.0	32.6	17.9	20.0
あまり不安はなかった	16.5	28.9	2.0	15.4	10.4	11.5	21.9	15.5	4.2	22.7	12.6	22.2	17.9
不安はなかった	14.4	18.1	15.7	12.3	18.8	5.1	17.5	10.3	2.8	20.5	10.5	14.5	20.0

資料:「DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査(2020年度 新型コロナ影響度 特別調査)」

■ 各国・地域において選択率が最も高い項目 ■ 各国・地域において選択率が2番目に高い項目

表II-2-7 海外旅行をキャンセルした理由【予定していた海外旅行をキャンセルした人】(複数回答)

(単位: %)

順位	キャンセルした理由	全体	韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア	イギリス	アメリカ	フランス	オーストラリア
	回答数(人)	2,979	207	458	244	303	244	215	242	259	200	216	198	193
1	新型コロナウイルスの感染予防のため	70.1	①84.1	①86.9	①80.3	①75.6	①76.6	①72.1	①79.3	①82.6	②44.5	①43.5	②32.3	①49.2
2	航空便が運休となったから	40.1	②29.0	②37.3	③31.6	②46.9	②42.2	②42.8	③38.0	②40.9	①52.5	③36.1	①44.9	②41.5
3	親族・知人にキャンセルを薦められたから	29.9	10.1	③30.8	②33.6	③35.3	24.6	③41.9	②40.5	23.2	③25.5	②36.6	③21.7	③30.6
4	会社から出張の延期・中止を指示されたから	19.5	③13.5	17.0	20.5	13.2	③25.0	20.0	18.2	③30.1	16.0	27.3	17.7	17.1
5	パッケージツアーが販売(催行)中止となったから	14.5	7.2	14.8	10.2	13.9	18.0	9.3	6.2	15.8	21.0	22.2	21.2	16.1
-	上記以外の理由	1.7	1.0	0.0	2.0	2.3	1.2	5.6	1.7	0.8	2.5	1.9	0.5	3.6
-	特に理由はない	0.7	0.0	0.0	1.6	0.0	1.2	1.4	0.0	0.0	0.5	2.3	1.0	2.1

(注1) 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(2020年度 新型コロナ影響度 特別調査)」

表II-2-8 感染への不安度【予定していた海外旅行をキャンセルした人】(単一回答)

(単位: %)

調査地域→	全体	韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア	イギリス	アメリカ	フランス	オーストラリア
回答数(人)	2,979	207	458	244	303	244	215	242	259	200	216	198	193
不安があった	57.0	71.0	73.8	58.6	39.6	79.1	49.3	64.0	74.5	42.0	30.6	39.4	38.3
やや不安があった	30.2	22.7	24.5	32.8	48.2	18.9	30.7	26.9	21.2	32.0	36.1	37.9	33.7
どちらともいえない	8.1	4.8	0.9	2.0	6.6	1.2	17.2	5.8	2.7	15.5	24.1	13.1	16.1
あまり不安はなかった	3.9	1.4	0.7	5.7	5.0	0.8	2.3	2.9	1.2	8.0	6.5	7.1	9.8
不安はなかった	0.9	0.0	0.2	0.8	0.7	0.0	0.5	0.4	0.4	2.5	2.8	2.5	2.1

資料:「DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査(2020年度 新型コロナ影響度 特別調査)」

■ 各国・地域において選択率が最も高い項目 ■ 各国・地域において選択率が2番目に高い項目

(2) 訪日旅行の実施およびキャンセル

次に訪日旅行の実施およびキャンセルについて見ると、海外旅行の訪問地として日本を予定していた人のうち、訪日旅行の実施率は22.1%、キャンセルした割合は77.9%となった。

①実施した理由と感染への不安度

2019年12月～2020年5月の間に訪日旅行を実施した人について、実施理由は全体で「当時は新型コロナウイルスの流行は深刻ではないと判断したから」が41.8%と最も高かった（表Ⅱ-2-9）。一方、感染への不安度は「不安があった」「やや不安があった」の合計割合が64.0%を占めている（図Ⅱ-2-1）。

表Ⅱ-2-9 訪日旅行を実施した理由

【訪日旅行を実施した人】（複数回答）

順位	実施した理由	(単位：%)
1	当時は新型コロナウイルスの流行は深刻ではないと判断したから	41.8%
2	業務上、必要な訪問だったから	18.0%
3	旅行を中止・変更するとキャンセル料が発生することになるから	16.3%
4	新型コロナウイルスの流行により普段は混雑している宿泊施設・観光施設等が空いていたから	15.9%
5	その時期にしか実施できない旅行だったから（例：新婚旅行等）	15.5%
6	日常生活における自粛に疲れたから	13.8%
7	新型コロナウイルスの流行により普段より旅行代金が安く済んだから	11.3%
8	感染者の少ない国・地域へ避難するため	9.2%
9	冠婚葬祭等への出席も兼ねていたから	7.1%
-	上記以外の理由	4.6%
-	特に理由はない	11.7%

(注) 回答数は239人

資料：「DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査（2020年度 新型コロナ影響度 特別調査）」

表Ⅱ-2-10 訪日旅行をキャンセルした理由

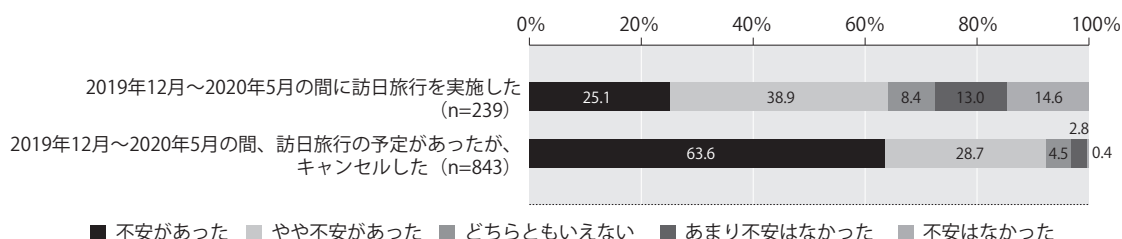
【訪日旅行をキャンセルした人】（複数回答）

順位	キャンセルした理由	(単位：%)
1	新型コロナウイルスの感染予防のため	79.8%
2	航空便が運休となったから	39.5%
3	親族・知人にキャンセルを勧められたから	29.3%
4	会社から出張の延期・中止を指示されたから	16.8%
5	パッケージツアーが販売（催行）中止となったから	13.8%
-	上記以外の理由	1.5%
-	特に理由はない	0.7%

(注) 回答数は843人

資料：「DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査（2020年度 新型コロナ影響度 特別調査）」

図Ⅱ-2-1 感染への不安度【訪日旅行を実施およびキャンセルした人】（単一回答）



資料：「DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査（2020年度 新型コロナ影響度 特別調査）」

②キャンセルした理由と感染への不安度

2019年12月～2020年5月の間に訪日旅行を予定していたがキャンセルした人について、キャンセル理由を尋ねたところ、全体で「新型コロナウイルスの感染予防のため」が79.8%と最も高かった（表Ⅱ-2-10）。また、感染への不安度は「不安があった」「やや不安があった」の合計割合が全体で92.3%となっている（図Ⅱ-2-1）。

(3) 新型コロナウイルス感染症の拡大が訪日旅行に与えた影響

訪日旅行と日本を含む海外旅行を実施した人について不安感（「不安があった」と「やや不安があった」）を比較すると、訪日旅行を実施した人の不安感（64.0%）は日本を含む海外旅行を実施した人の不安感（53.1%）を11ポイントほど上回り、訪日旅行をキャンセルした人の不安感（92.3%）も、日本を含む海外旅行をキャンセルした人の不安感（87.2%）を5ポイントほど上回った。

また、キャンセル割合の比較においても、訪日旅行のキャンセル割合（77.9%）は、日本を含む海外旅行のキャンセル割合（74.2%）よりわずかではあるが高い傾向にあった。

日本は、新型コロナ感染症の発生源である東アジアに立地すること、主要な訪日客であるアジア圏の新型コロナウイルス感染症への不安感が欧米豪に比べて高いことが訪日旅行に影響を及ぼしていることがうかがえる。

一方、海外旅行者の訪日意向は根強い人気を有することから、新型コロナウイルス感染症の予防、拡大防止に関する日本の観光業界の取り組み等を幅広く発信することが、旅行者の不安感を払しょくし、訪日旅行のいち早い回復につながるものと考えられる。

（武智玖海人・柿島あかね）

Ⅱ-3 訪日旅行事業の現況

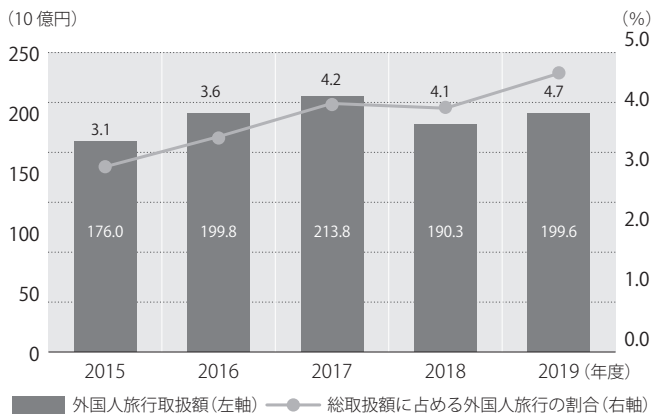
■ 日本企業による訪日旅行事業の展開 個人客に対応したオンラインサービス強化が加速

(1) 訪日旅行事業の動向

● 主要旅行会社の外国人旅行取扱額

観光庁「主要旅行業者の旅行取扱状況年度総計」によると、わが国の旅行会社における外国人旅行取扱額は2019年度（速報値）で1,996億円、前年度比4.9ポイント増となり、2018年度の減少から回復する動きとなった。総取扱額に占める割合は4.7%と前年度より0.6ポイント増加した（図Ⅱ-3-1）。

図Ⅱ-3-1 主要旅行会社の外国人旅行取扱額とシェアの推移



資料：観光庁「主要旅行業者の旅行取扱状況年度総計」をもとに（公財）日本交通公社作成
（注）2019年度は速報値

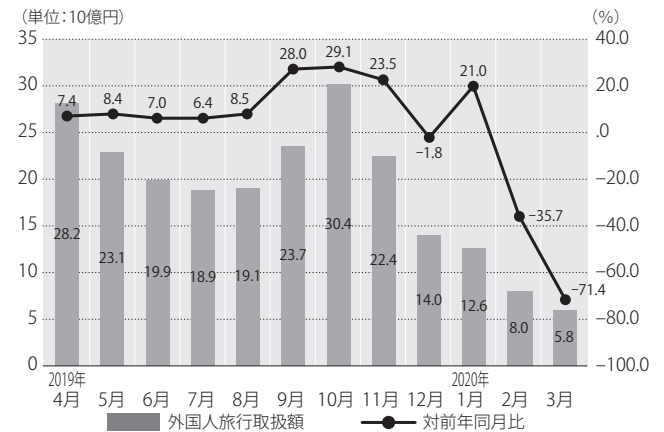
月別の動向を前年同月比で見ると、9～11月はラグビーワールドカップの影響等によって欧米豪を中心に20ポイント以上の増加、12月には韓国市場の減速等により減少したが、1月は春節が前倒しになったことにより中国を中心に21ポイント増と好調な推移であった。しかし2、3月は新型コロナウイルス感染症の世界的な拡大の影響により大幅な減少となった（図Ⅱ-3-2）。

● 主要旅行会社等の訪日旅行事業展開

2019年度は国内企業と海外企業の連携による訪日外国人向けオンラインサービスの強化が加速した。

「JTBグループ」は2019年12月に中国大手OTAの「Trip.comグループ（2019年10月にグループ名を「Ctrip.com International Ltd.」から「Trip.comグループ」に変更）」と「冬スポーツ旅行」で協業することを発表し、中国市場を中心にスキー場と連携した特別プランの販売・プロモーションを行った。また2020年1月にライフサイエンス業界向けMICE事業の強化に向け「Veeva Japan」とテクノロジーパートナー契約を締結した。さらに「Agoda Company Pte. Ltd.（本社：シンガポ

図Ⅱ-3-2 主要旅行会社の外国人旅行取扱額の月別推移



資料：観光庁「主要旅行業者の旅行取扱状況年度総計」をもとに（公財）日本交通公社作成
（注）速報値

ル）」との包括的業務提携（2018年）の第一弾として、2020年2月に国内向け宿泊予約サイト「るるぶトラベル」と同時に、訪日客向け宿泊予約サイト「JAPANiCAN.com」を刷新し、操作性や検索速度の改善、パーソナライズ情報提供等によるサービス向上を行った。

「日本旅行」と「読売旅行」は2019年9月に包括的業務提携契約を結んだ。インバウンド事業では読売旅行が得意とするバスツアー・添乗員付き商品のインバウンド向けカスタマイズ、日本旅行のインバウンド向けWebサイト等での販売といった、双方の得意分野を活かした連携を開始した。

「H.I.S.グループ」はグローバル事業を強化する戦略のもと、東南アジア、オセアニア、北米での取り組みを強化しているが、特に2019年1月にカナダ人のアウトバウンドを取り扱うOTA・ホールセラー「Red Label Vacations (red tag.ca)」を買収。さらに子会社の「H.I.S. CANADAHD社」に増資する等、カナダにおける総合型旅行事業展開を推進した。

「楽天グループ」の民泊事業会社である「楽天LIFULL STAY」は、2019年11月にインバウンド強化に向け大手パッケージレンタルサイト「HomeAway（本社：米国）」と業務提携を開始した。

「JR各社」においても海外企業との連携が進んでいる。「JR東日本グループ」は「Trip.comグループ」と連携し、2019年12月に冬の東北エリアへの誘客に向けたプロモーションを実施した。「JR西日本グループ」は2019年3月に「JR西日本イノベーションズ」と「WAmazing」との資本業務提携を締結し、訪日外国人向け鉄道チケット販売と着地型商品の共同開発を開始。さらに2019年9月に「KLOOK（本社：香港）」と連携し、東南アジアを中心としたインバウンド誘致に向けたプロモーションを開始した。「JR九州グループ」は2019年10月に「Trip.comグループ」との連携を開始し、D&S（デザイン&ストーリー）列車

事業を中心に沿線の観光情報、JR九州レールパス、宿泊商品等の発信等、九州地方への訪日中国人誘致を強化した。

2018年にスタートして話題になった「LINEトラベルjp」は「LINE台湾」、「LINEタイ」とのグローバル連携を強化し、アウトバウンドとインバウンドの双方に取り組んでいく戦略を発表した。

(2) 訪日旅行商品・サービス開発の動向

●訪日旅行商品開発

「JTBグループ」はラグビーワールドカップ2019日本大会の公式旅行会社として、観戦チケット付きツアーの他、スポーツホスピタリティ商品として観戦専用個室、特別な飲食、エンターテイメント、ギフト等の特別サービスを観戦券と組み合わせで有料で販売した。こうしたパッケージは欧米では一般的な観戦スタイルとされ、JTBは英国のSPORTS TRAVEL & HOSPITALITY (STH) グループと共同で、日本初のスポーツホスピタリティを取り扱う専門会社「STH JAPAN」を2017年に設立した。

「JTBグループ」の訪日客向けの商品、サンライズツアーは2020年(1~12月)商品の販売を2019年9月より開始した。2020年は家族連れや高齢者、車椅子利用者等向け東京・関西発のプライベートチャータープラン、全国の「SNS映え」する新スポットへの訪問、JALと連携した特別プラン「JAL×JTB Fly Anywhere within Japan」(国内線全路線を均一価格で提供)等を拡充した。

「JALパック」は、「JAL訪日ダイナミックパッケージ」を、タイ、オーストラリア、シンガポールに加え、2019年12月からアメリカ、カナダでの発売を開始した。発売にあたっては、サンフランシスコのトラベルプラットフォーム「Switchfly」のシステムを活用し、現在の航空券と宿泊施設に加え、JRパス、レンタカー、オプションツアー等の販売機能を強化した。

●訪日旅行者向けサービス開発

「JTBグループ」と「ナビタイムジャパン」が提供する訪日客向けスマートフォンアプリ「JAPAN Trip Navigator」は、タクシー配車アプリ「Japan Taxi」との連携を2019年8月より開始した。また、「JTBグループ」は「Airbnb」と共同で訪日客の手ぶら観光サービス実証事業を実施した。

「KNT-CTグローバルトラベル」では、通訳ガイドのアサインサービス「NECツアーガイドマッチング支援」を導入し、通訳ガイド情報の一元管理による効率化、より質の高いサービス提供を開始した。

「JR各社」は「ジャパン・レール・パス」のWeb販売サービス「JAPAN RAIL PASS Reservation」を2020年6月より開始。これまで海外で事前に引換証を購入もしくは国内の駅窓口等において直接購入としていたものがWebにて購入可能となった。

「JR北海道」は2019年5月から大規模災害時等の運休情報の「Twitter」を通じた英語配信を開始した。

「JR東日本」は「ANA」とMaaS展開で連携し、移動時に必

要な検索、予約、決済等のシームレス化を図ることを発表した。

●オンラインによるツアー・観光体験の開発

新型コロナウイルス感染症の影響によって訪日客が激減する中、オンラインによるツアーや観光体験の提供の取り組みが始まっている。「Airbnb」はオフラインの体験提供を一時休止とする中、2020年2月からオンライン体験のホストを募集、同年4月より提供を開始した。日本企業でも「TABICA(2020年2月~)」、「アクティビティジャパン(同年5月~)」等のタビナカ体験仲介サイトがオンライン体験・オンラインツアーの提供を開始しており、海外客向けコンテンツも順次拡充されている。

(3) 免税店・免税サービスの動向

●免税店・免税サービスの拡充

「日本空港ビルデング」と「東京国際空港ターミナル」は、中国メッセージアプリ「WeChat(ウィーチャット)」上に「羽田空港の免税店」を2019年7月より出店。訪日前に免税品を予約、帰国前に羽田空港国際線ターミナル内免税店で商品を受け渡すサービスを開始した。

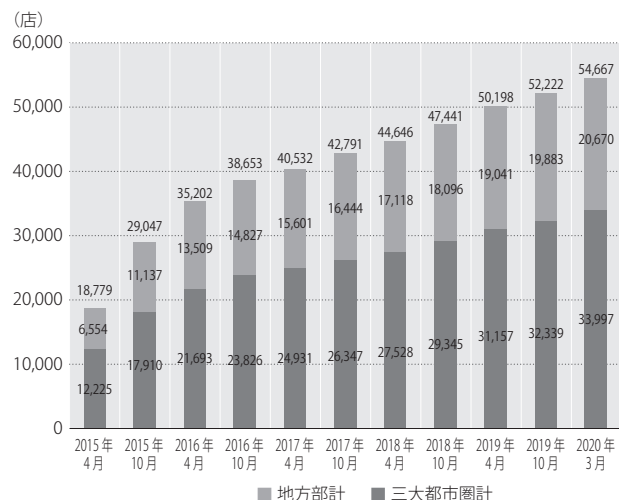
「JR東日本グループ」は「WAmazing」と連携し、東京駅の土産菓子等を消費税免税価格で販売後、東京モノレール羽田空港国際線ビル駅で引き渡す実証実験を実施した。

2014年より段階的に緩和されてきた免税制度であるが、2020年4月より免税販売手続きが電子化され、利便性向上が図られた。

●免税店数・売上高の状況

全国の免税店数は、2020年3月末時点で54,667店と、前回調査(2019年10月)に比べ5ポイントの増加となった。三大都市圏(東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県、愛知県、大阪府、京都府、兵庫県)は33,997店(同5ポイント増)、三大都市圏を除く地方で20,670店(同4ポイント増)となった。全体の店舗数は増加傾向にあるものの、その伸び率はやや鈍化している(図II-3-3)。

図II-3-3 免税店数の推移



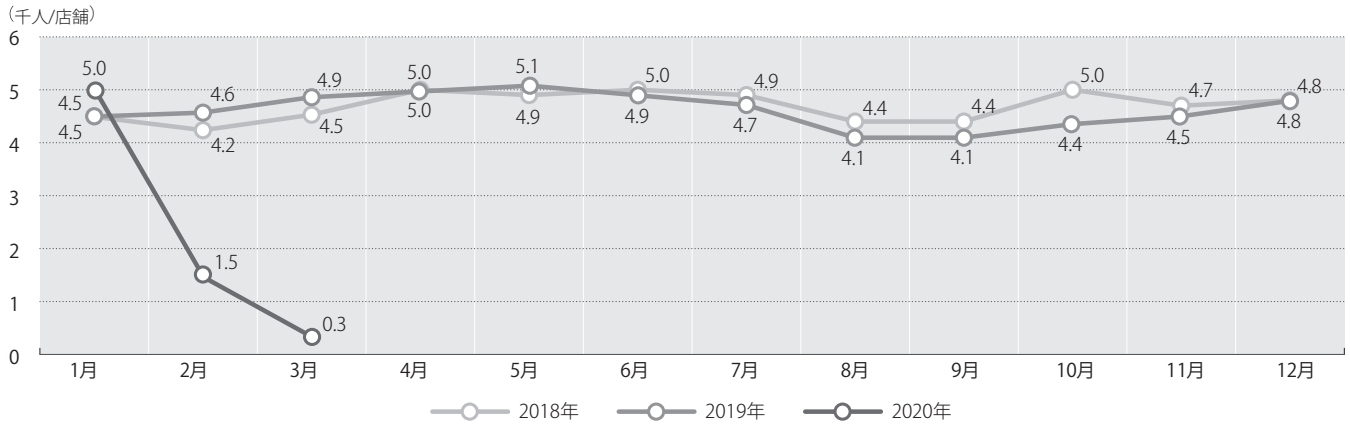
資料：国税庁集計データ・観光庁作成データをもとに(公財)日本交通公社作成

消費税免税を行っている百貨店についてみると、1店舗当たりの免税購買客数は2019年7～11月は前年に比べやや減少傾向にあるものの、4,000人～5,000人で推移したが、2020年2月、3月になると新型コロナウイルス感染症の影響によって大きく

落ち込んだ（図Ⅱ-3-4）。また、同様に1店舗あたりの免税販売売上高も2020年2月、3月に大きく落ち込み、消耗品が総売上高に占める割合は6割にまで高まった（図Ⅱ-3-5）。

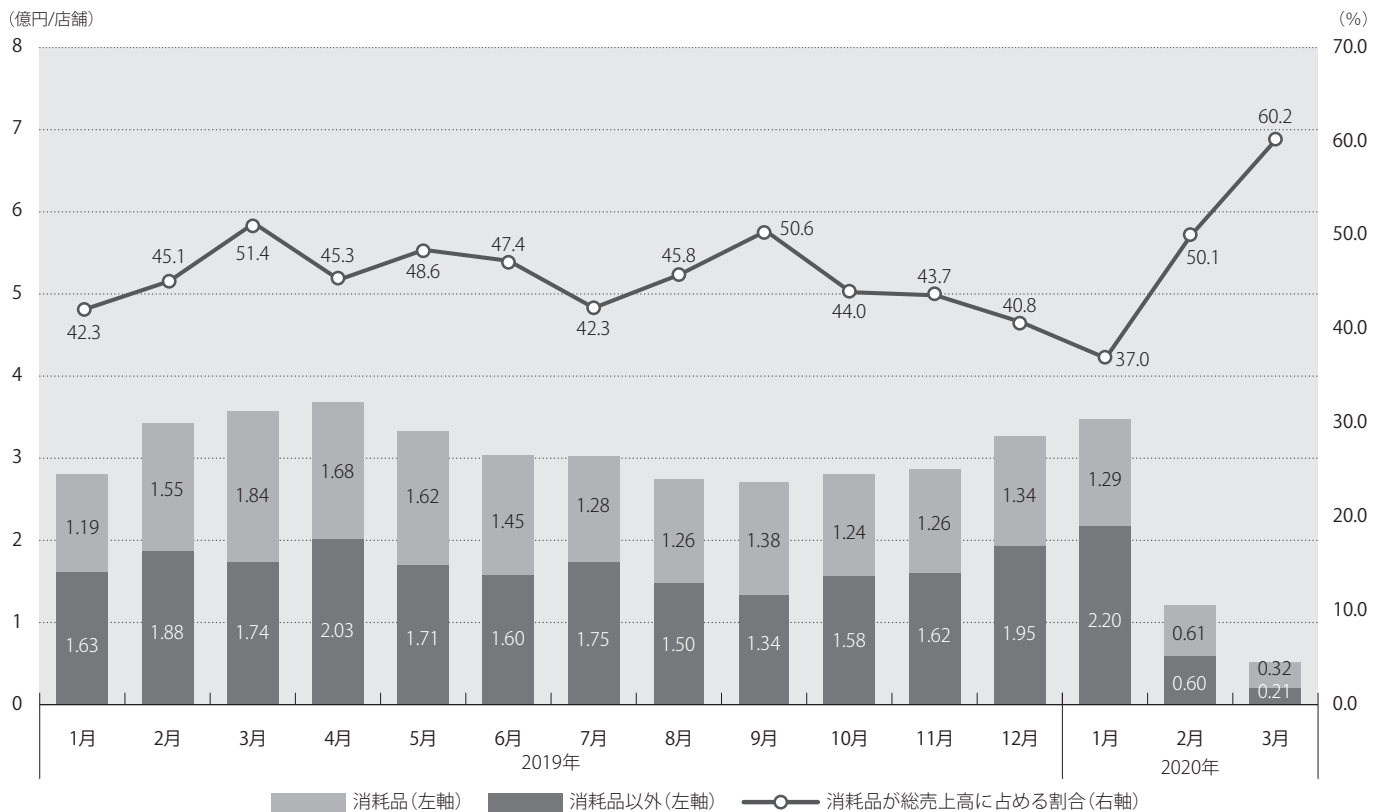
（中野文彦）

図Ⅱ-3-4 消費税免税を行っている百貨店における1店舗あたり免税購買客数の推移



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

図Ⅱ-3-5 消費税免税を行っている百貨店における1店舗あたり免税販売売上高の推移



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

2 訪日団体パッケージツアーの概況

関西方面（大阪府・京都府）の人気継続
訪問地が多様な台湾・香港

(1) 訪日パッケージツアーの概況

パッケージツアー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「JTBF訪日旅行商品調査」(※)の結果をもとに、これらの国・地域における2019年夏の訪日パッケージツアーの概要を整理する。

●訪日パッケージツアーの訪問地

都道府県別訪問率ランキングを表II-3-1に示す。台湾では大阪府、京都府、長野県、香港では大阪府、東京都、千葉県、中国では京都府、大阪府、東京都が上位3位となった。2017年以降、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は、全都道府県への訪問が確認された。また、香港発の訪日旅行商品では、新潟県を除く都道府県への訪問が確認された。台湾、香港の訪問地が多様である傾向は2017年以降、継続してみられている。

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府県の訪問率が高い。また都道府県別に訪問率を見ると、訪問のない県が13県あるのに対し、訪問率上位5位は40%以上の訪問率となっていることから、2018年に引き続き一部の都道府県への訪問が集中している傾向となった(表II-3-2)。

※(公財)JTBF 訪日旅行商品調査 調査概要

調査時期：2019年6月19日～24日
2019年7月22日～29日
調査対象：旅行会社8社(台湾3社、香港2社、中国3社)
有効商品数：【台湾】1169商品
7月発：494商品／8月発：675商品
【香港】220商品
7月発：172商品／8月発：48商品
【中国】360商品
7月発：160商品／8月発：200商品
(7月と8月に同一の商品が販売されている場合は1商品とした)

表II-3-1 都道府県別訪問率ランキング

	台湾		香港		中国	
	都道府県	訪問率	都道府県	訪問率	都道府県	訪問率
1位	大阪府	20.1%	大阪府	27.4%	京都府	62.8%
2位	京都府	18.5%	東京都	25.8%	大阪府	61.5%
3位	長野県	15.5%	千葉県	25.3%	東京都	57.2%
4位	東京都	15.2%	岐阜県	24.2%	山梨県	56.7%
5位	福岡県	15.1%	愛知県	21.6%	奈良県	40.9%
6位	北海道	14.9%	石川県	20.0%	静岡県	20.3%
7位	千葉県	13.9%	山梨県	17.9%	愛知県	17.4%
8位	兵庫県	13.3%	兵庫県	17.4%	千葉県	15.5%
9位	岐阜県	12.7%	富山県	16.8%	北海道	13.9%
10位	奈良県	12.5%	北海道	16.3%	神奈川県	11.5%
			京都府	16.3%		

資料：「JTBF 訪日旅行商品調査」(2019年7・8月発分)

表II-3-2 都道府県別商品数と訪問率

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	174	14.9%	31	16.3%	50	13.9%
	青森県	60	5.1%	5	2.6%	0	0.0%
東北	岩手県	73	6.2%	7	3.7%	1	0.3%
	宮城県	72	6.2%	7	3.7%	1	0.3%
	秋田県	65	5.6%	3	1.6%	1	0.3%
	山形県	44	3.8%	3	1.6%	0	0.0%
	福島県	11	0.9%	2	1.1%	1	0.3%
	茨城県	7	0.6%	4	2.1%	0	0.0%
関東	栃木県	1	0.1%	8	4.2%	2	0.5%
	群馬県	8	0.7%	6	3.2%	0	0.0%
	埼玉県	35	3.0%	19	10.0%	7	1.9%
	千葉県	163	13.9%	48	25.3%	58	15.5%
	東京都	178	15.2%	49	25.8%	214	57.2%
	神奈川県	115	9.8%	20	10.5%	43	11.5%
甲信越	山梨県	127	10.9%	34	17.9%	212	56.7%
	長野県	181	15.5%	21	11.1%	16	4.3%
	新潟県	3	0.3%	0	0.0%	0	0.0%
北陸	富山県	135	11.5%	32	16.8%	2	0.5%
	石川県	124	10.6%	38	20.0%	3	0.8%
	福井県	15	1.3%	17	8.9%	1	0.3%
東海	岐阜県	148	12.7%	46	24.2%	23	6.1%
	静岡県	77	6.6%	18	9.5%	76	20.3%
	愛知県	143	12.2%	41	21.6%	65	17.4%
	三重県	13	1.1%	7	3.7%	13	3.5%
近畿	滋賀県	46	3.9%	17	8.9%	4	1.1%
	京都府	216	18.5%	31	16.3%	235	62.8%
	大阪府	235	20.1%	52	27.4%	230	61.5%
	兵庫県	155	13.3%	33	17.4%	18	4.8%
	奈良県	146	12.5%	17	8.9%	153	40.9%
	和歌山県	14	1.2%	16	8.4%	14	3.7%
中国	鳥取県	3	0.3%	4	2.1%	0	0.0%
	島根県	3	0.3%	3	1.6%	0	0.0%
	岡山県	23	2.0%	15	7.9%	2	0.5%
	広島県	12	1.0%	9	4.7%	0	0.0%
	山口県	58	5.0%	4	2.1%	0	0.0%
四国	徳島県	39	3.3%	13	6.8%	2	0.5%
	香川県	50	4.3%	17	8.9%	1	0.3%
	愛媛県	46	3.9%	10	5.3%	0	0.0%
	高知県	19	1.6%	8	4.2%	0	0.0%
九州	福岡県	176	15.1%	22	11.6%	9	2.4%
	佐賀県	78	6.7%	19	10.0%	9	2.4%
	長崎県	74	6.3%	20	10.5%	6	1.6%
	熊本県	143	12.2%	15	7.9%	6	1.6%
	大分県	144	12.3%	22	11.6%	3	0.8%
	宮崎県	37	3.2%	16	8.4%	0	0.0%
鹿児島県	37	3.2%	11	5.8%	0	0.0%	
沖縄	沖縄県	81	6.9%	12	6.3%	32	8.6%
旅行商品数		1169	—	220	—	360	—
調査旅行会社数		3社		2社		3社	

資料：「JTBF 訪日旅行商品調査」(2019年7・8月発分)

(2) 出発国・地域別の旅行商品の特徴

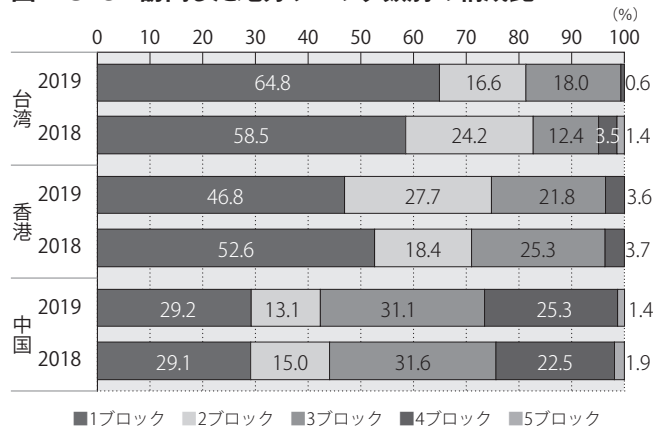
●台湾の訪日パッケージツアー

台湾の団体旅行商品の旅程日数の平均は5.0日(2018年5.0日)で2015年以降大きな変化はない。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約6割以上となっている(図II-3-6)。台湾は調査対象国の中で1ブロックのみ訪問する商品の割合が最も多く、1ブロックや1都道府県での滞在時間が長いこと、多様な訪問地、商品が造成されていることが特徴である。

特徴的なツアーでは、台湾で人気あるレジャーのひとつであるサイクリング商品が豊富な点が挙げられる。サイクリングツアーでは、北海道、宮崎県、静岡県を周遊する商品、瀬戸大橋横断、新潟県から長野県へ移動する商品、富士登山とサイクリングを組み合わせた商品等がみられる。その他、指宿のたまたま箱やゆふいんの森等の九州内の観光列車商品の人気も根強い。

訪問上位都道府県別にみると、1位の大阪府の商品の100%が大阪市を訪問しており、次いでカップヌードルミュージアム大阪池田がある池田市(5.5%)となっている。2位の京都府では京都市(90.3%)の訪問率が最も高く、次いで美山町(美山地区のかやぶきの里、美山民俗資料館等)がある南丹市(19.4%)、平等院がある宇治市(13.4%)、天橋立がある宮津市(13.0%)、伊根の舟屋で有名な伊根町(12.5%)と続く。香港や中国では、京都市に訪問が集中する傾向がある一方、台湾の商品は京都市以外の市町へも訪問している。3位の長野県は18年から+3.9ポイントとなっている。立山黒部アルペンルートの長野側の出発点である大町市(66.9%)や上高地がある松本市(61.3%)の訪問率が高く、軽井沢町(18.8%)、安曇野市(11.0%)と続く。4位の東京都は、お台場エリア、浅草～東京スカイツリーエリア、新宿等が主要な訪問地となっている。23区外では鬼太郎茶屋や深大寺がある調布市の訪問率が10.1%と高い。5位の福岡県は太宰府市(大宰府天満宮)の訪問率が90.9%と最も高く、次いで福岡市(88.1%)、柳川市(68.2%)、門司港がある北九州市(36.4%)、台湾でも有名な糸島市(一蘭の森)11.9%となっている。6位の北海道は、札幌市(96.0%)、小樽市(82.2%)に次いで、富良野・美瑛エリアの上富良野町(80.5%)と美瑛町(69.5%)、登別市(66.1%)、函館エリアの函館市(60.3%)と大沼国定公園のある七飯町(57.5%)、洞爺湖町(52.9%)と続く。7位の千葉県は浦安市(東京ディズニーリゾート)が88.3%と最も訪問率が高い。同じく、8位の兵庫県は神戸市が89.7%となっており、次いで姫路市(姫路城)の12.3%となっている。千葉県と兵庫県は他都道府県と比べ、特定の市町村に訪問が集中した。9位の岐阜県は白川町(96.6%)、高山市(71.6%)、郡上市(49.3%)の順に訪問率が高い。10位の奈良県は奈良市(100.0%)となっており、ほかの市町村への訪問は確認されなかった。(表II-3-3)。

図II-3-6 訪問した地方ブロック数別の構成比



資料：「JTBF 訪日旅行商品調査」(2019年7・8月発表分)

表II-3-3 台湾発の団体旅行商品と主な訪問地

順位	都道府県	主な訪問地(市町村単位)
1位	大阪府	大阪市、池田市
2位	京都府	京都市、南丹市、宇治市、宮津市、伊根町
3位	長野県	大町市、松本市、軽井沢町、安曇野市
4位	東京都	江東区、墨田区、台東区、港区、新宿区、渋谷区、調布市
5位	福岡県	太宰府市、福岡市、柳川市、北九州市、糸島市
6位	北海道	札幌市、小樽市、上富良野町、美瑛町、登別市、函館市、七飯町、洞爺湖町
7位	千葉県	浦安市、成田市
8位	兵庫県	神戸市、姫路市
9位	岐阜県	白川町、高山市、郡上市、中津川市、白川村
10位	奈良県	奈良市

資料：「JTBF 訪日旅行商品調査」(2019年7・8月発表分)

●香港の訪日パッケージツアー

香港の団体旅行商品の旅程日数の平均は5.2日(2018年は5.1日)で昨年からの大きな変化はなかった。訪問した地方ブロック数の平均は1.8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く半数程度を占める。ひとつの地方ブロックをゆっくり楽しむ商品が多い傾向は台湾と共通しているが、台湾と比較すると2ブロック(27.7%)、3ブロック(21.8%)に訪問する商品の割合は高く(図II-3-4)、周遊型商品も一定程度販売されている。

訪問上位都道府県別に見ると、1位の大阪府の主な訪問地は大阪市(96.2%)、次いでりんくうプレミアム・アウトレットがある泉佐野市(48.1%)となっている。関西国際空港発着便を利用する商品では、到着後、出発前に立ち寄るケースが多い。2位の東京都は新宿区(81.6%)では百貨店や地下商店街が主な訪問地となっている。その他、台湾や中国と同様、浅草～東京スカイツリーエリア、お台場エリアへの訪問率が高い。3位の千葉県は酒々井プレミアム・アウトレットがある酒々井町(62.5%)の訪問率が最も高い。成田空港発着便を利用する商品で、到着後、出発前に立ち寄るケースが多い。次いで浦安市(52.1%)となった。4位の岐阜県は白川町(93.5%)、高山市(58.7%)土岐プレミアム・アウトレットがある土岐市(23.9%)の順となっている。5位の愛知県は名古屋

市(97.6%)に次いで、常滑市(12.2%)となった。常滑市はめんたいパークとこなめが主な訪問地である。中部国際空港から至近距離にあるため、到着後、出発前に訪問している。6位の石川県は金沢市(84.2%)に次いで、加賀市(42.1%)、羽咋市(42.1%)となった。羽咋市では日本では珍しい砂浜を車で走行することができる千里浜なぎさドライブウェイが主な訪問地である。7位の山梨県は富士河口湖町(61.8%)、富士吉田市(44.1%)、鳴沢村(38.2%)等、富士山周辺の市町村への訪問率が高い。8位の兵庫県は、神戸市(78.8%)、姫路市(30.3%)が主要な訪問地である。9位の富山県は、三井アウトレットパーク北陸小矢部がある小矢部市(78.1%)に次いで、立山町(43.8%)となっている。10位の北海道は札幌市(96.8%)に次いで、小樽市(90.3%)と三井アウトレットパーク札幌北広島がある北広島市(90.3%)が続いている。その他、富良野・美瑛エリア、登別市(35.5%)、網走市(32.3%)と続く。同じく10位の京都府は、京都市(57.1%)に次いで宇治市(48.4%)、宮津市(29.0%)と続く(表II-3-4)。

香港の商品は、大阪府、千葉県、岐阜県、富山県、北海道のアウトレットモール、新宿の百貨店等、買い物のための時間や場所が旅程にしっかりと組み込まれていることが特徴である。

表II-3-4 香港発の団体旅行商品と主な訪問地

順位	都道府県	主な訪問地(市町村単位)
1位	大阪府	大阪市、泉佐野市
2位	東京都	新宿区、墨田区、台東区、港区、江東区
3位	千葉県	酒々井町、浦安市
4位	岐阜県	白川町、高山市、土岐市
5位	愛知県	名古屋市、常滑市
6位	石川県	金沢市、加賀市、羽咋市
7位	山梨県	富士河口湖町、富士吉田市、鳴沢村
8位	兵庫県	神戸市、姫路市
9位	富山県	小矢部市、立山町
10位	北海道	札幌市、小樽市、北広島市、美瑛町、上富良野町、富良野市、登別市、網走市
	京都府	京都市、宇治市、宮津市

資料：「JTBF 訪日旅行商品調査」(2019年7・8月出発分)

●中国の訪日パッケージツアー

中国の団体旅行商品の平均旅程日数は6.0日(2018年は6.2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2.6ブロック、ブロック数別では3ブロック(31.1%)が最も多く、次いで1ブロック(29.2%)となっている。なお、1ブロックを訪問した商品の割合は、2016年は18.6%となっていたが、2017年は27.3%、2018年は29.2%と年々増加している。これまでは、一度の旅程で複数の地方ブロックを周遊する商品(例：ゴールデンルート周遊商品)が主流であったが、地方ブロック単位で周遊する商品が増え始めている(図II-3-4)。

訪問上位都道府県別に見ると、1位の京都府は京都市(97.9%)に次いで宇治市(15.3%)と続く。2位の大阪府は大阪市(98.7%)、りんくうプレミアム・アウトレットがある泉佐野市(3.5%)が主な訪問地である。3位の東京都は台湾や香港と同様に浅草、お台場エリアの訪問率が高いことに加えて、皇居の二重橋見学が行われる千代田区(66.4%)やショッピング目的で訪問する銀座がある中央区(64.0%)の訪問率も高い。4位の山梨県は富士山周辺の市町村への訪問率が高く、中国の商品の中で特徴的なのは、忍野八海がある忍野村(69.8%)の訪問率が高いことである。5位の奈良県は奈良市が100%となっている。次いで橿原市(1.3%)となっている。6位の静岡県は山梨県と同様、富士山周辺の市町村への訪問率が高い。最も訪問率が高い御殿場市(56.6%)の主な訪問地は御殿場プレミアム・アウトレットである。7位の愛知県は名古屋市(92.3%)が主な訪問地である。8位の千葉県は浦安市(89.7%)に次いで、マザー牧場がある富津市(8.6%)への訪問率が高い。9位の北海道内の主要な訪問地は台湾、香港とはほぼ変わらないが、昭和南山熊牧場がある壮瞥町(70.0%)への訪問率が高いのは中国の特徴である。10位の神奈川県は鎌倉市(60.5%)、藤沢市(53.3%)、横浜市(25.6%)、箱根町(20.9%)が主な訪問地である(表II-3-5)。

中国の商品は、これまで同様、ゴールデンルート上の都道府県の訪問率が高く、都道府県内の訪問傾向は京都府、大阪府、奈良県、愛知県のように特定の都市に集中する傾向がみられる。

表II-3-5 中国発の団体旅行商品と主な訪問地

順位	都道府県	主な訪問地(市町村単位)
1位	京都府	京都市、宇治市
2位	大阪府	大阪市、泉佐野市
3位	東京都	中央区、千代田区、台東区、江東区、港区
4位	山梨県	忍野村、富士吉田市、富士河口湖町
5位	奈良県	奈良市、橿原市
6位	静岡県	御殿場市、裾野市
7位	愛知県	名古屋市
8位	千葉県	浦安市、富津市
9位	北海道	札幌市、小樽市、美瑛町、壮瞥町、洞爺湖町、上富良野町、登別市、旭川市、函館市
10位	神奈川県	鎌倉市、藤沢市、横浜市、箱根町

資料：「JTBF 訪日旅行商品調査」(2019年7・8月出発分)

(3) 地方ブロック別の旅行商品の特徴

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

●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。2018年からの変化では、台湾で-6.9ポイント、中国で-10.2ポイント訪問率が減少した。道内の主な訪問地は全ての国・地域ともに小樽市、札幌市、富良野市・美瑛エリア、登別市、函館市等である。

●東北

東北への訪問率は台湾7.4%、香港3.2%、中国0.6%となっており、香港、中国(中国地方と同率)では11地方ブロック中、最も訪問率が低い。台湾は2017年以降、東北への訪問率が年々高まっており、昨年比+2.3ポイントとなった。一方、香港では昨年比-0.5ポイント、中国では同-5.9ポイントとなった。主な訪問地は、青森県の青森市や十和田市、岩手県の平泉町や盛岡市、宮城県の松島町や仙台市、秋田県の仙北市(田沢湖)や秋田市、山形県の尾花沢市(銀山温泉)や山形市、福島県の会津若松市となった。

●関東

台湾、香港の訪問率が2割程度であるのに対し、中国では6割程度となった。2018年は台湾では11地方ブロック中1位、香港では同3位、中国では同1位となっていたが、19年は台湾では5位、香港では4位、中国では2位となっている。いずれの国・地域でも東京都、神奈川県、千葉県、東京都の3県の訪問率が高く、茨城県、栃木県、埼玉県、群馬県への訪問率は低いことから、ブロック内の都県間で訪問率の偏りが大きいことが特徴である。

●甲信越・北陸・東海

甲信越・東海は、全ての国・地域で、富士山周辺の山梨県や静岡県の観光地を訪問する商品が多い。2019年は台湾で長野県の訪問率が対前年+3.9ポイントとなった。

北陸の訪問率は台湾で約1割程度、香港で2割程度である一方、中国では1.1%となった。香港では年々訪問率が高くなっており、2019年は北陸三県(富山県、石川県、福井県)の訪問率が各県で対前年+5ポイント以上となった。北陸地方の主な訪問地は、富山県は立山町、石川県は金沢市や加賀市、福井県は福井県立恐竜博物館がある勝山市や東尋坊がある坂井市などである。

●近畿

台湾、香港では11地方ブロック中2位、中国では1位となっている。全ての国・地域で大阪府、京都府への訪問率が高い一方、滋賀県や和歌山県への訪問率が低い。関東地方と同様にブロック内の府県間で訪問率の偏りが大きいことが特徴である。

表II-3-6 地方ブロック別の訪問率※

(単位：%)

	台湾			香港			中国		
	2017	2018	2019	2017	2018	2019	2017	2018	2019
北海道	20.3	21.8	14.9	14.9	13.2	14.1	24.6	24.1	13.9
東北	2.6	5.0	7.4	9.7	3.7	3.2	2.6	6.4	0.6
関東	21.0	27.4	16.2	27.4	22.6	23.2	68.0	66.0	61.4
甲信越	23.4	23.9	25.7	17.7	20.5	23.6	53.8	51.9	60.6
北陸	6.5	11.2	13.0	8.0	11.1	18.6	1.6	0.8	1.1
東海	16.0	21.3	20.5	30.3	27.9	35.5	39.1	28.9	36.9
近畿	23.4	24.5	22.0	27.4	33.7	27.7	63.3	59.9	69.4
中国	10.3	3.5	6.8	8.6	12.1	8.2	1.4	0.8	0.6
四国	5.7	2.1	4.5	8.6	12.6	8.2	1.2	1.1	0.8
九州	19.9	19.7	16.5	12.6	15.8	14.5	10.8	7.8	2.5
沖縄	4.3	4.8	6.9	12.0	6.8	5.5	5.7	5.3	8.9

資料：「JTB 訪日旅行商品調査」(2017年、2018年2019年7・8月出発分)

注) 対前年ポイントは四捨五入して処理しているため、表中の数値と本文中の数値が一致しない場合がある。

●中国・四国

中国地方を訪問する商品は台湾が6.8%、香港が8.2%、中国が0.6%となっている。台湾(11地方ブロック中10位)や中国(同東北地方と同率10位)ではほかの地方ブロックと比較して訪問率が低い。四国地方は台湾が4.5%(11位)、香港が8.2%(8位)、中国が0.8%(9位)となっており、中国地方と同様、訪問率が低い。台湾では山口県から九州を含む旅程が販売されているほか、香港では香川県や徳島県等、四国を周遊する商品が販売されている。

●九州・沖縄

九州への訪問率の2018年との比較では、台湾が-3.2ポイント、香港が-1.2ポイント、中国が-5.3ポイントとなった。地方ブロック内での県別訪問率では全ての国・地域で、福岡県の訪問率が最も高く、九州南部(宮崎県や鹿児島県)の訪問率が低い。

沖縄への訪問率は台湾が6.9%(11ブロック中9位)、香港が5.5%(同10位)、中国が8.9%(同6位)となった。いずれの国・地域でも11地方ブロックの中では訪問率が高くないが、沖縄県の場合、旅程の中で他県を含めて周遊するケースは少なく、北海道と同様、滞在時間が長いことが特徴である。

(柿島あかね)

第Ⅲ編 観光産業

Ⅲ-1 旅行業

- 1 旅行業の現況 102
(1)旅行業者数 (2)主要旅行業者の取扱額 (3)大手旅行会社の決算からみる売上高
- 2 旅行業界をめぐる動き 104
(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 106
(1)旅行商品の販売動向(2)旅行商品の企画開発
- 4 旅行の計画と旅行会社の利用 108
(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)パッケージツアー商品の利用

Ⅲ-2 運輸業

- 1 輸送量と交通事業の動向 110
(1)国内旅客輸送の動向
- 2 鉄道交通 111
(1)利用者の動向 (2)鉄道路線の動向
- 3 航空交通 113
(1)利用者の動向 (2)航空路線の動向 (3)空港関連施設の動向 (4)航空関連政策の動向
- 4 海上交通 118
(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
- 5 道路交通 121
(1)利用の動向 (2)高速道路の動向 (3)道路交通関連施設の動向

Ⅲ-3 宿泊業

- 1 宿泊施設の供給動向と利用動向 126
(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 127
(1)客室稼働率 (2)定員稼働率 (3)外国人宿泊者数比率
- 3 2019年の話題 129
(1)旅館の生産性向上に向けた検討会設置 (2)宿泊分野の外国人労働者の受け入れが本格化 (3)民泊の動き (4)全国各地で多様な宿泊施設が開業 (5)新型コロナウイルス感染症の影響と宿泊業の倒産

Ⅲ-4 集客交流施設、MICE

- 1 集客交流施設 131
(1)集客交流施設の動向 (2)集客交流施設の整備動向
- 2 MICE 134
(1)MICEの現況 (2)MICEをめぐる動き (3)IRをめぐる動き

Ⅲ-1 旅行業

Ⅰ 旅行業の現況

第1種と第3種、代理業は減少
主要旅行業者の取扱額は第4四半期から激減

(1) 旅行業者数

観光庁によると、2020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、旅行手配サービス業の計）は11,948社（前年比3.4%増）である（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）が前年比0.7%減で、2019年に一度増加したが、再び減少した。第2種（国内の募集型企画旅行の企画・実施が可能）は同0.7%増であったが、第3種（受注型企画旅行ならびに限定区域内での募集型企画旅行の企画・実施が可能）は同1.9%減となった。2013年に新設され年々その数を増やしている地域限定旅行業は、今期も前年比38.2%の大きな伸びとなった。

旅行業者代理業は同8.1%減と、2012年以降9年連続の減少が続いている。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）の登録者数は同39.6%増の1,538社となった。

(2) 主要旅行業者の取扱額

観光庁の「主要旅行業者の旅行取扱状況速報」によると、2019年度の主要旅行業者48社の取扱額（他の旅行業者が

造成した募集型企画旅行の代売実績を含む）は合計で4兆2,913億円（前年度比8.4%減）※1であった。市場別では、国内旅行が2兆5,807億円（同8.3%減）、海外旅行は1兆5,108億円（同10.0%減）、外国人旅行（日本の旅行会社によるインバウンド旅行）は1,996億円（同4.9%増）であった（表Ⅲ-1-2）。

※1 2017年度総取扱額2位の「楽天」が2018年6月より旅行部門の業績開示をとりやめ、2018年度2位の「HIS」が2019年11月より非公開としたため、大手2社の取扱額（2017年度で約1.1兆円）を含まない。

四半期別に見ると、第1四半期（4-6月期）は10連休となったGWを中心に好調であったが、梅雨の長雨、10月の台風19号などによる悪天候、香港でのデモや日韓関係悪化などの影響により、第2四半期（7-9月）、第3四半期（10-12月）は国内・海外旅行ともに前年割れした。これに対して外国人旅行はラグビー W杯の開催により欧米豪を中心に需要の拡大がみられた。第4四半期は、新型コロナウイルス感染症の世界的な流行に伴い、すべての旅行で大幅な前年割れとなった（表Ⅲ-1-3）。

表Ⅲ-1-4は、主要旅行業者48社について、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、対象45社の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ものである。

2019年度の総取扱額では1位が「ジェイティービー（JTB）」（グループ11社計）で40.6%、2位は「KNT-CTホールディングス」（グループ13社計）で11.8%、3位は「日本旅行」で10.9%となった。

表Ⅲ-1-1 旅行業者数の推移

（単位：社、%）

	2016年		2017年		2018年		2019年		2020年	
	実数	前年比	実数	前年比	実数	前年比	実数	前年比	実数	前年比
総数	10,100	2.2	10,301	2.0	11,107	0.9	11,560	4.1	11,948	3.4
旅行業	9,321	2.7	9,551	2.5	9,684	1.4	9,783	1.0	9,790	0.1
第1種	708	1.6	704	△0.6	688	△2.3	691	0.4	686	△0.7
第2種	2,827	1.8	2,914	3.1	2,980	2.3	3,022	1.4	3,043	0.7
第3種	5,668	2.6	5,789	2.1	5,816	0.5	5,803	△0.2	5,692	△1.9
地域限定	118	53.2	144	22.0	200	38.9	267	33.5	369	38.2
旅行業者代理業	779	△3.8	750	△3.7	706	△5.9	675	△4.4	620	△8.1
旅行サービス手配業					717	-	1,102	53.7	1,538	39.6

資料：2017年までは観光庁への聞き取りをもとに、2018年以降は観光庁HPより（公財）日本交通公社作成

表Ⅲ-1-2 主要旅行業者の取扱額

（単位：兆円、%）

	2018年度	2019年度	前年度比
海外旅行	1.68	1.51	△10.0
外国人旅行	0.19	0.20	4.9
国内旅行	2.81	2.58	△8.3
合計	4.68	4.29	△8.4

資料：観光庁「令和元年度主要旅行業者の旅行取扱状況年度総計（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	4.7	△2.9	△2.8	△41.7
外国人旅行	9.7	22.2	22.3	△38.8
国内旅行	2.5	△1.5	△5.1	△31.7
合計	3.6	△1.3	△3.1	△35.6

資料：観光庁「令和元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	2015年度	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度	取扱額(百万円)	前年度比(%)	45社内シェア(%)
1	JTB	JTB	JTB	JTB	JTB	1,577,140	93.1	40.6
2	KNT	楽天	楽天	HIS	KNT	459,292	92.5	11.8
3	楽天	KNT	KNT	KNT	日本旅行	424,942	94.5	10.9
4	HIS	HIS	HIS	日本旅行	阪急交通社	335,606	90.7	8.6
5	日本旅行	日本旅行	日本旅行	阪急交通社	東武トップツアーズ	122,515	90.5	3.2
6	阪急交通社	阪急交通社	阪急交通社	東武トップツアーズ	エアトリ	118,598	98.3	3.1
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	エポラブルアジア	名鉄観光サービス	87,377	91.6	2.2
8	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	JR東海ツアーズ	JR東海ツアーズ	81,514	84.0	2.1
9	名鉄観光サービス	JR東海ツアーズ	名鉄観光サービス	名鉄観光サービス	農協観光	57,909	86.1	1.5
10	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	農協観光	日新航空サービス	45,280	84.9	1.2

ー国内旅行取扱額ー

順位	2015年度	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度	取扱額(百万円)	前年度比(%)	45社内シェア(%)
1	JTB	JTB	JTB	JTB	JTB	934,443	92.8	41.6
2	楽天	楽天	楽天	KNT	KNT	280,744	91.1	12.5
3	KNT	KNT	KNT	日本旅行	日本旅行	267,711	96.2	11.9
4	日本旅行	日本旅行	日本旅行	阪急交通社	阪急交通社	128,626	94.1	5.7
5	阪急交通社	阪急交通社	阪急交通社	東武トップツアーズ	東武トップツアーズ	86,766	91.1	3.9
6	東武トップツアーズ	東武トップツアーズ	東武トップツアーズ	JR東海ツアーズ	JR東海ツアーズ	77,613	83.0	3.5
7	JR東海ツアーズ	JR東海ツアーズ	JR東海ツアーズ	名鉄観光サービス	名鉄観光サービス	69,993	91.5	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	エポラブルアジア	エアトリ	62,259	93.7	2.8
9	農協観光	農協観光	農協観光	HIS	農協観光	50,066	86.0	2.2
10	HIS	HIS	HIS	農協観光	びゅうトラベルサービス	40,587	86.1	1.8

ー海外旅行取扱額ー

順位	2015年度	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度	取扱額(百万円)	前年度比(%)	45社内シェア(%)
1	JTB	JTB	JTB	JTB	JTB	544,826	91.8	37.8
2	HIS	HIS	HIS	HIS	阪急交通社	203,317	88.5	14.1
3	阪急交通社	阪急交通社	阪急交通社	阪急交通社	KNT	153,725	93.3	10.7
4	KNT	KNT	KNT	KNT	日本旅行	109,667	86.4	7.6
5	日本旅行	日本旅行	日本旅行	日本旅行	エアトリ	56,339	104.8	3.9
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	DeNAトラベル	エポラブルアジア	日新航空サービス	41,239	84.1	2.9
7	日新航空サービス	DeNAトラベル	日新航空サービス	日新航空サービス	エムオーツーリスト	33,255	86.0	2.3
8	エムオーツーリスト	日新航空サービス	楽天	エムオーツーリスト	旅行社	31,279	114.5	2.2
9	日通旅行	エムオーツーリスト	エムオーツーリスト	エヌオーイー	エヌオーイー	28,236	84.9	2.0
10	東武トップツアーズ	楽天	日通旅行	日通旅行	東武トップツアーズ	28,173	87.3	2.0

ー外国人旅行取扱額ー

順位	2015年度	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度	取扱額(百万円)	前年度比(%)	45社内シェア(%)
1	JTB	JTB	JTB	JTB	JTB	97,871	105.8	49.4
2	日本旅行	日本旅行	日本旅行	HIS	日本旅行	47,565	106.4	24.0
3	HIS	HIS	HIS	日本旅行	KNT	24,822	106.8	12.5
4	KNT	KNT	KNT	KNT	東武トップツアーズ	7,576	95.9	3.8
5	楽天	楽天	楽天	東武トップツアーズ	阪急交通社	3,663	106.0	1.8
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	阪急交通社	びゅうトラベルサービス	2,728	107.4	1.4
7	DeNAトラベル	阪急交通社	阪急交通社	東日観光	T-LIFEホールディングス	2,517	95.8	1.3
8	阪急交通社	東日観光	東日観光	名鉄観光サービス	JR東海ツアーズ	2,361	130.0	1.2
9	農協観光	農協観光	名鉄観光サービス	びゅうトラベルサービス	名鉄観光サービス	2,201	88.4	1.1
10	名鉄観光サービス	名鉄観光サービス	DeNAトラベル	JR東海ツアーズ	日通旅行	1,183	115.8	0.6

資料：観光庁「主要旅行業者の旅行取扱状況速報」をもとに筆者推計

(注1) シェアの分母は主要旅行業者48社(2019年度掲載企業)から下記ホールセラー3社を除外した取扱額の合計

ANAセールス、ジャパネット、ビッグホリデー

(注2) 2019年度の「JTB」は以下11社の合計(社内取引を相殺した額で算出)(2015～16年度は15社、17年度は25社、18年度は12社)

(株)JTB、(株)JTBグローバルマーケティング&トラベル、(株)JTB沖縄、(株)JTB京都トラベル、(株)エイ・ピー・アイ、(株)JTBメディアリテリング、(株)JTBグランドツアー&サービス、(株)朝日旅行、(株)JTBビジネストラベルソリューションズ、(株)JTBガイアレック、(株)トラベルプラザインターナショナル

(注3) 2019年度の「KNT」は以下13社の合計(社内取引を相殺した額で算出)(2015～16年度は8社、17年度は11社、18年度は13社)

クラブツーリズム(株)、(株)近畿日本ツーリスト北海道、(株)近畿日本ツーリスト東北、(株)近畿日本ツーリスト関東、(株)近畿日本ツーリスト首都圏、(株)近畿日本ツーリスト中部、(株)近畿日本ツーリスト関西、(株)近畿日本ツーリスト中国四国、(株)近畿日本ツーリスト九州、(株)近畿日本ツーリストコーポレートビジネス、(株)KNT-CTグローバルトラベル、(株)KNT-CTウエトラベル、(株)ユナイテッドツアーズ

(注4) 2017～18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)

(株)エイ・アイ・エス、(株)オリオンツアー、(株)クオリタ、(株)クルーズプラネット、(株)ジャパンホリデートラベル、(株)ミキ・ツーリスト

(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)阪急版神ビジネストラベル、(株)阪神トラベル・インターナショナル(株)

(注6) 2019年度の「エアトリ」は以下4社の合計(社内取引を相殺した額で算出)

(株)エアトリ(旧エポラブルアジア)、(株)エアトリインターナショナル(旧(株)エアトリ)、(株)エヌ・エンタープライズ、(株)セブンフォーセブンエンタープライズ

(注7) 2018年度の「エポラブルアジア」の4月分及び5月分取引額は、以下4社の合計(社内取引を相殺なし)。6月分以降は、4社内取引を相殺し合計したもの

(株)エポラブルアジア、(株)エアトリ(旧(株)DeNAトラベル)、(株)エヌ・エンタープライズ、(株)東京マスターズ

(注8) 2019年度の「T-LIFEホールディングス」は以下の4社の合計(社内取引を相殺した額で算出)

(株)タビックスジャパン、(株)東日観光(株)、(株)トラベルイン(株)、(株)湯旅

(注9) 「楽天」は、2018年6月分よりトラベル部門の業績開示をとりやめた

(注10) 「HIS」は、2019年11月分より、情報提供をとりやめた

(3) 大手旅行会社の決算からみる売上高

大手の旅行会社5社（JTB、HIS、日本旅行、KNT、阪急交通社）の決算資料から旅行事業部門の売上高（取扱額）と前年比をみると、2019年（度）は決算期の違いによりプラスマイナス分かれ、2020年の1～3月期を含むJTB、KNT、阪急旅行社は対前年6～9%減となった。各社で2月から旅行キャンセルが増加し、3月からは国内・海外ツアーの催行を中止している。JTBはコロナ禍の影響で1000億円の減収となるもコスト削減が進み黒字を確保したが、KNTは当期純利益として74億円の損失を計上した。

10月決算のHISは、近年の海外M&Aにより北米での旅行事業拡大が貢献し、対前年10.9%増と売上高を伸ばした。12月決算の日本旅行は、国内旅行と国際旅行部門で前年を上回り、対前年4.9%増であった（表Ⅲ-1-5）。

表Ⅲ-1-5 大手旅行会社の売上高及び対前年同期比

(単位：百万円)

	2015	2016	2017	2018	2019
JTB	1,207,515	1,169,145	1,143,128	1,152,502	1,073,593
HIS	476,174	465,772	536,826	651,303	722,464
日本旅行	417,026	411,968	420,413	429,766	451,028
KNT	424,930	396,004	405,172	411,821	385,362
阪急交通社	335,830	318,750	345,521	369,971	335,605

(単位：%)

	2015	2016	2017	2018	2019
JTB	0.4	△ 3.2	△ 2.2	0.8	△ 6.8
HIS	1.6	△ 2.2	15.3	21.3	10.9
日本旅行	0.0	△ 1.2	2.0	2.2	4.9
KNT	△ 2.0	-	2.3	1.6	△ 6.4
阪急交通社	△ 9.1	△ 5.1	8.4	7.1	△ 9.3

資料：各社決算資料、ニュースリリースをもとに（公財）日本交通公社作成

(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

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

多様な連携と非旅行業への参入により事業領域拡大を模索
異業種からの参入は続く

(1) 組織再編や提携、新規参入などの動向

(組織再編の動き)

2018年度にJTBグループ、KNTグループで大きな組織改編が行われたが、2019年度はそれほど目立った動きはなかった。特徴的な部署の新設としては、2019年4月のHISの地方創生を担う専門部署「パブリックビジネス推進室」、2020年1月の日本旅行の「MaaS事業推進本部」「デジタルイノベーション推進本部」などがあげられる。

(業務提携の動き)

●業界内の提携

2019年9月、日本旅行と読売旅行は包括的業務提携契約

の締結を発表した。個人旅行とインターネット販売を強みとする日本旅行と、添乗員付き団体旅行、読売グループの営業拠点網を強みとする読売旅行が「両社の強みを活かした企業価値・ブランド価値の向上、およびお客様へのサービス強化」を目的として、2社の連携商品、主催商品の相互販売、共同商品の開発などの取り組みを始めた。

●自治体等との連携

近年、旅行業と自治体等が連携協定等を締結して地域活性化を図ろうとする動きが活発になっているが、2019年度も各社での取り組みがみられた。

KNTグループは2019年5月に埼玉県深谷市、11月に香川県土庄町と協定を締結したほか、9月には地域活性化のためのクラウドファンディング事業を目的として武蔵野銀行、朝日新聞社と提携した。

楽天グループで体験予約販売を行うVoyaginは9月、福岡県と訪日客向けの商品開発・販売で連携を開始した。

●大学との連携

2019年5月、KNTは近畿大学と包括連携協定を結び、7月、KNT関西・東大阪営業所内に同大学の取り組みを展示するスペースを開設したほか、近大マグロを養殖する和歌山県内の近畿大学水産研究所2カ所で一般向け見学ツアーが予定されている。

日本旅行はこれまでに岡山大学、山口大学と連携し、マーケティングを活用した旅行商品の企画・販売を行ってきたが、2019年度は福岡大学との包括連携協定に基づき、観光人材育成・キャリア形成のための講座を開設した。

JTBグループのJTB総合研究所は、千葉大学、地元企業と共にプラットフォームを立ち上げ、地方創生への取り組みを開始し、2020年1月には「観光需要喚起型MaaS」の実証事業に取り組んだ。

●非旅行業への参入

旅行業以外の分野への事業展開では、HISがこれまでもホテル事業、テーマパーク事業、エネルギー事業など多角的な展開を行っているが、2017年度に「HISモバイル」を設立して格安SIMサービス事業に参入し、2019年度は海外でのWi-Fiレンタル事業を開始した。

JTBも近年、旅行業以外のソリューションビジネスへの取り組みを活発化させている。2019年度は、2015年度に開始した個人向けの「ふるさと納税旅行クーポン」(寄付した自治体への旅行に使える)の取り扱いを全国770店舗に拡大し、2020年4月には、企業向けのふるさと納税ポータルサイト「ふるさとコネクト」を開設して企業と自治体の課題解決に取り組む。

12月には、福利厚生事業を行ってきたグループ企業「JTBベネフィット」(2000年設立)を核として、企業と従業員の成長を支援するサービス「flappi」の開始を発表した。

(新規参入動向)

一方、2019年度も引き続き異業種からの旅行業参入が目立った。2019年4月、女性誌「家庭画報」の世界文化社が「プレミアム旅行社」(第一種)、12月、関西電力の社内起業制度から誕生した「トラボル合同会社」(第三種)が個人向け旅行サービスを開始、2020年1月、放送事業のWOWOWが「WOWOWトラベル」(第一種)のサービスを開始した。同年2月には留学斡旋のアイ・エス・アイが「ISIスタデイトラベル本部」を設置し旅行業登録(第三種)。

また2019年10月、伊藤忠商事がカタログギフト大手リンベル(第三種)と業務提携し、中国富裕層を対象としたインバウンド向け旅行商品の企画開発に乗り出すことを発表した。

(倒産・撤退の動向)

東京商工リサーチの発表資料によると、2019年(1~12月)の旅行業者の倒産件数は前年より2件少ない25件で、過去20年間で最少であったが、2020年上半期(1~6月)は、前年比7.1%増の15件となっている。

2019年7月、中南米を専門とする老舗のユニベルツール社(1971年創立)が倒産、2020年6月には関西の中堅旅行会社ホワイト・ベアーファミリー社が民事再生手続きを開始した。ホワイト・ベアー社の負債額278億は旅行業として平成以降最大で、星野リゾートとスポンサー就任の合意書を締結したことで話題を集めた。

なお2019年9月にイギリスの老舗旅行会社トーマス・クック社が経営破綻したニュースも世界的に注目された。

(2) 流通・チャネルをめぐる動向**●旅行会社の店舗での取り組み**

IT技術の進化により旅行会社の店舗のあり方が問われる中、2019年度も様々な取り組みが行われ、予約制やリモート接客などは2020年度に入ってからコロナ感染対策としても求められるサービスとなった。

JTBは、2019年4月から一部店舗(1道1都4県12店舗)において来店客からの相談料の収受を試験的に行ったが、「多くのお客様のご意見を踏まえた結果」10月31日に終了した。相談料の収受は旅行業法で認められているものであり、あらためてサービスの対価として広く市場に浸透するかどうかは業界内で注目されたが、ハードルは高かった。

またJTBでは、2019年5月に2店舗でリモート接客コーナーを新設して待ち時間のストレス解消に取り組んだ他、2020年2月、優良顧客の囲い込みを図ることを目的に、ステージ会員限定の完全予約制「JTBラウンジPlatinum」2号店を池袋にオープンさせた。

HISも特別感をテーマにした「High Premium HIS Hills Shibuya」をオープン、完全予約制のオーダーメイドの旅行相談店舗を開設し、日本旅行は、2019年8月、新宿支店とTiS大阪支店に、完全予約制の上質な旅に特化した専門デスク「コンシェルジュ・デスク」を開設した。

旅行店舗でのキャッシュレス決済としては、日本旅行が総合旅行会社として初めて「LINE Pay」を導入したほか(2019年5月)、KNTが11月、123店舗で「メルペイ」を導入した。

このように感染症発生以前から店頭サービスとして取り組まれてきた予約制、リモート接客、キャッシュレス化等はコロナ感染対策を機に加速、拡大が見込まれるが、2020年6月、HISが国内の店舗を以降1年間で全体の3分の1にあたる80~90店舗程度閉める方針を示すなど、店舗営業には厳しい予想もある。

●ホームページ他流通チャネルでの取り組み

各社のホームページでは、スマホやタブレットからの気軽な相談に応じる機会の拡大も進んだ。ANAセールスでは、2019年10月からウェブサイトのツアーページで、AIチャットボットと有人チャットを組み合わせた旅行予約のサポートを開始。日本旅行は、2020年2月、海外旅行の相談にウェブで対応するサービス「旅er(タビラー)」を開始し、「来店するほどではないが確認したい」、「ちょっと話を聞いてみたい」といった要望に応じている。

2018年度にテレビの旅番組と連動した通販事業を開始したKNTグループは、2019年10月、衛星放送「スカパー!」を提供するスカパーJSATとコンテンツツーリズムに関する協業の検討を開始した。

●新型コロナ感染症蔓延への対応

2020年1月23日、外務省が中国湖北省・武漢市で発生した新型コロナウイルスの感染拡大を踏まえ、武漢市に対する感染症危険情報を「レベル1(十分に注意)」から「レベル2(不要不急の渡航は止めて)」に引き上げたのを受け、JTBは、2~3月の武漢を含むツアーの催行中心を決定した。以降、世界的な感染拡大に伴い、催行中止対象は全世界へ拡大した。

4月の緊急事態宣言発出後は、店舗営業を一時休止したが、5月25日に緊急事態宣言が全面解除されると、多くの旅行会社は6月1日から、感染対策を講じて店舗営業を再開した。

(3) 旅行業法関連および業界団体の動向

日本旅行業協会(JATA)は2019年4月、2019年度の事業方針を発表し、経営環境整備活動として、デジタル社会における旅行業の在り方検討や働き方・休み方改革、大型倒産防止策に対応する方針を提示した。また新たに「国内旅行マーケットにおける新たな役割研究会」を発足させ、OTAの台頭やITプラットフォーマーなど新規参入事業者のほか、デジタル活用による代替品の脅威などを背景に、新たな旅行会社の役割像や需要創造の可能性などの研究を開始した。

新型コロナ感染症流行に伴う緊急事態宣言が解除された後の2020年6月19日、自粛が要請されていた県をまたぐ移動が解禁されると、観光関連の各業界団体はそれぞれ従業員向けの感染防止のガイドラインを整え、with コロナ下の国内

旅行再開への取り組みを始めた。

中でも、交通機関や宿泊・観光施設などの旅行関係業界の業界団体が構成する「旅行連絡会」は、国土交通省・観光庁の協力のもと、旅行者向けの「新しい旅のエチケット」をまとめ、旅行者自身がエチケットを身につけ、安心安全な旅行を楽しんでもらうよう、ニューノーマルの旅行スタイルを提案、発信した。「旅行連絡会」は、定期航空協会や日本旅館協会、日本観光振興協会、全国旅行業協会（ANTA）など、交通機関や宿泊施設、旅行業、観光施設等の28団体が構成されたもの。

Ⅲ 旅行商品をめぐる動き

航空機利用の変動料金型商品の登場
地域活性を目指す企画、オンラインツアー商品づくり進む

(1) 旅行商品の販売動向

(国内旅行)

旅行商品の販売動向について、(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、2019年度はそもそも4~6月期を除いてマイナス拡大基調であったところへ、2020年1~3月期の雪不足と新型コロナウイルスの広がりにより、業況がさらに悪化したことがわかる。

(海外旅行)

同じく「JATA旅行市場動向調査」から海外旅行についてみると、2019年度の上半期は、「アジア」と「ハワイ」「ヨーロッパ」が比較的好調であったが、下半期に入ってマイナスに転じ、2020年1~3月はすべての方面で大きく低下した。

(2) 旅行商品の企画開発

2019年度もユニークな旅行商品が企画され、東京2020オリンピック・パラリンピックに向けた観戦ツアー、平成から令和への改元を記念するツアーなども販売された。なお訪日外国人向けの旅行商品についてはⅡ章-3を参照のこと。

●「ツアーグランプリ2019」受賞の商品

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、観光立国施策への寄与を目的に実施している「ツアーグランプリ2019」(26回目)では、最優秀賞の国土交通大臣賞には、KNT関東の「BANANA FISH オフィシャルツアー in NY」が選ばれた。人気コミックのファン層をとらえた企画とSNSを駆使した集客実績が次につながるとして評価された。

国内・訪日旅行部門の観光庁長官賞には、JR東海ツアーズの「IDOLiSH7 OFF/旅@ AICHI」、海外旅行部門の観光庁長官賞には、KNTクラブツーリズムの「コスタリカ大自然

満喫10日間」が選ばれた。

いずれも旅行会社ならではの企画・販売力が若年層やマニア層の需要を喚起した例として評価された。

●地域活性に貢献する旅行

他に特徴的な旅行商品としては、旅行を通じて地域との関係性を深める商品が目立った。ANAセールスは12月、都市部の人材と地方企業のマッチング促進や関係人口拡大に向け、2泊3日の長崎ツアーを実施した。“旅するようにはたらく”をコンセプトに、パソナグループや定額制の住居サービス運営会社と連携したもの。

また中部電力とJTと大井川鐵道が連携し、沿線地域活性化を目的として、廃線区間のトンネル内での食事など、未活用の資源を商品化したツアーを実施した。

●改元を記念する商品

改元を記念したツアーとしては、平成最後の桜を觀賞する日帰りバスツアー、「平成」と「令和」が記載された往復記念乗車券付きのツアー、大学教授による皇位継承等の講義付きの伊勢神宮参拝ツアー(いずれも日本旅行)、東京スカイツリーでの平成最後の夕日見物と東京湾の船上での初日の出見物を組み合わせたツアー、チャーター機での富士山付近上空からの初日の出見物ツアー(いずれもクラブツーリズム)等があった。

●変動料金型商品への取り組み

航空会社JALとANAが2020年春をめどに、旅行会社の商品造成用に個人包括旅行運賃(新IIT運賃)を導入する方針を発表したことから、旅行会社はその対応に取り組んだ。新IIT運賃は、空席(残席)状況に連動して運賃額が変動し、また発券時期や取消手数料が早期化する。この変動料金制(ダイナミックプライシング)への移行により、募集型企画旅行など商品の造成や販売方法は大きな転機を迎えることとなった。

これまで旅行会社では、航空会社から提示された個人包括旅行割引運賃(IIT運賃)をもとに募集型企画旅行など自社の商品を企画し、価格を明記したパンフレットを作成して、年2回の特定時期に数カ月分の旅行商品をまとめて発売する方式が慣例となっていたからである。

2年間は両運賃が併存するが、旅行各社には、航空券だけでなく、ホテルや鉄道などへの変動料金制拡大にも備え、リアルタイムの仕入れ機能を持ったシステムの開発が求められている。

そうした中、ヤフトラベルとHISは、2020年1月から自社のダイナミックパッケージサイトでANAの新型変動制運賃を採用した商品を導入した。ANAセールスは、2020年3月から価格変動型国内パッケージツアー「ANA NOW」を店頭およびホームページで、JTは2020年5月から「JTダイナミックパッケージ MySTYLE」を販売開始した(ホームページでは6月から)。

●オンラインツアー、バーチャルコンテンツの誕生

新型コロナウイルスによって移動と対面コミュニケーションの自粛を求められ、「旅行」の販売が不可能となった結果、業態や企業規模を問わず、オンライン上で提供できる価値やサービスへの挑戦が盛んに行われた。

BtoBでは、いわゆる「3密」を避けられるなど安全安心な先行情報の提供や需要激減への対応が喫緊の課題となったことから、特にOTAは契約施設（サプライヤー）へのガイドライン提示と情報開示、キャンセル条件の変更とその開示、予約動向などのマーケティングデータ提供による経営サポートなどを行った。

BtoCでは、「ステイホーム」生活における“旅行”としてインターネット上で様々なサービス、コンテンツが開発、提供された。

具体的には、旅行気分を味わってもらおうというオンデマンド動画の提供が多くみられたが、双方向性や地域との関係性づくりへの工夫がなされた同期型のオンラインツアーも実施され、オンラインならではの価値や魅力、可能性が徐々に認知されるようになったといえるだろう。

楽天トラベルは、2020年5月、宿泊施設や観光地を応援する目的でSNS企画「#おうちで旅体験」を開始した。自宅でも旅行気分になれる宿泊施設や観光地の画像や動画、関連する映画等にハッシュタグをつけてSNSで共有し、収束後の需要回復に繋げようというもの。ECサイトでもいろいろな旅先の味を楽しめる商品を提供した。

HISは、アメリカ法人がGW期間中に「バーチャル・ツアー&オンラインセミナー」を無料で開催し、1000名以上の参加があったことから開催期間を延長した。アメリカの人気スポットをプロガイドが案内するツアーや旅行英語講座などで現地と参加者を繋いだ。またHIS子会社アクティビティジャパンは5月からオンライン体験商品の有料販売を開始している。空港見学ツアーやヨガ、カヤックのガイドツアーなど。

JTBではJTBパブリッシングが運営する「るるぶキッチン」(赤坂)で、兵庫県・淡路島の食材生産者の応援企画を実施。Facebookでの特集や食材販売をオンライン上で行った。

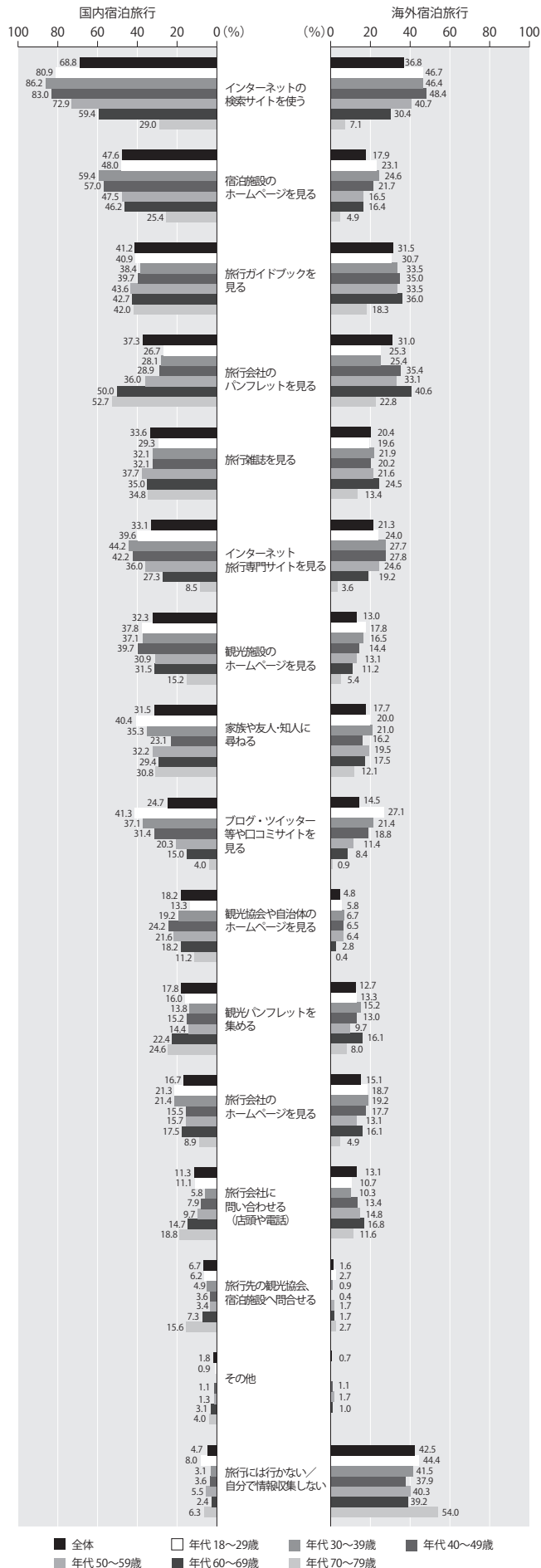
●ユニバーサルツーリズム

早くからユニバーサルツーリズムに取り組んできたKNTグループは、「ツーリズムEXPOジャパン2019」で歩行支援用「着るロボット」の体験会を実施したほか、京都での実験的ツアーを実施した。ロボットベンチャーのATOUN(アトウン)と共同で、歩くことに自信が持てなくなっている人や階段の多い観光地などに向けて開発を進め、サービスの事業化を目指している。

またKNTは2020年1月、国際的な障がい者インクルージョンを推進の「The Valuable 500」(2019年1月に開催されたダボス会議で発足した世界的なムーブメント)にも加盟した。

2002年からユニバーサルツーリズムデスクを開設しているHISは2019年7月、「車椅子トラベラー三代達也プロデュース車いすで行くハワイ旅行」を企画・販売した。

図Ⅲ-1-1 旅行計画時の情報収集源(複数回答)(年代別)



資料：(公財)日本交通公社「JTB旅行意識調査」

4 旅行の計画と旅行会社の利用

10～30代は、SNSと口コミ重視
パッケージツアー商品の利用率は微減傾向に

「JTBF旅行意識調査」(郵送自記調査。その他概要はP12参照)によると、旅行計画時の情報収集源や予約方法については次の通り。

(1) 旅行計画の情報収集源

「観光レクリエーション旅行の計画を立てる際に、主にどのように情報を収集するか」について、国内・海外別に聞くと、国内宿泊旅行の場合、「インターネットの検索サイト」が68.8%と最も高く、「宿泊施設のホームページ」が47.6%、「旅行ガイドブック」が41.2%とこれに続く。海外旅行の場合でも1位は「インターネットの検索サイト」36.8%、2位は「旅行ガイドブック」31.5%、3位は「旅行会社のパンフレット」31.0%であった。

それぞれ年代別に比較すると、10～50代がインターネット上で活発に情報を収集しているのに対し、60代以上では「旅行会社のパンフレット」「旅行会社の店舗や電話」「旅行先の観光協会や宿泊施設」(国内)がよく使われている。

18～29歳国内旅行では、4割が「ブログ、ツイッターなどや口コミサイト」「家族や友人・知人に尋ねる」と回答している(図Ⅲ-1-1)。

(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」については、国内旅行の場合、「ネット専門の旅行予約サイト」が46.7%で最も高く、「宿泊施設のホームページ」が30.4%、「旅行会社のホームページ」が27.7%、「旅行会社の店舗」が26.3%でこれに続いた。

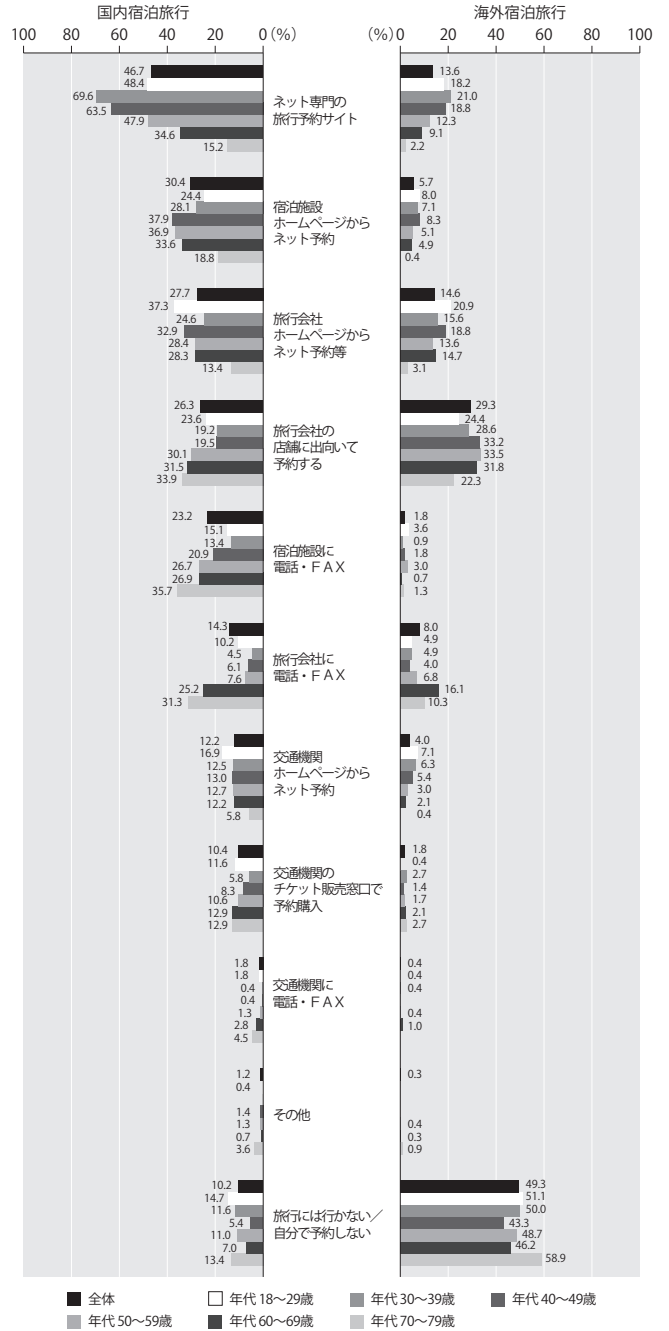
しかし海外旅行では、「旅行会社の店舗」が29.3%で最も高く、「旅行会社のホームページ」が14.6%、「ネット専門の旅行予約サイト」が13.6%でこれに次いだ(図Ⅲ-1-2)。

(3) パッケージツアー商品の利用

「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」については、国内旅行の場合、「団体型のパッケージツアーをよく利用する」が14.1%、「宿泊施設と交通手段がセットの個人型商品をよく利用する」が26.5%で、「パッケージ旅行は利用しない」が59.5%と多い。

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」が30.7%、「宿泊施設と交通手段がセットの個人型商品をよく利用する」が23.3%、「パッケージ旅行は利用しない」が46.0%であった。

図Ⅲ-1-2 旅行の予約によく使う方法(複数回答)(年代別)



資料：(公財)日本交通公社「JTBF旅行意識調査」

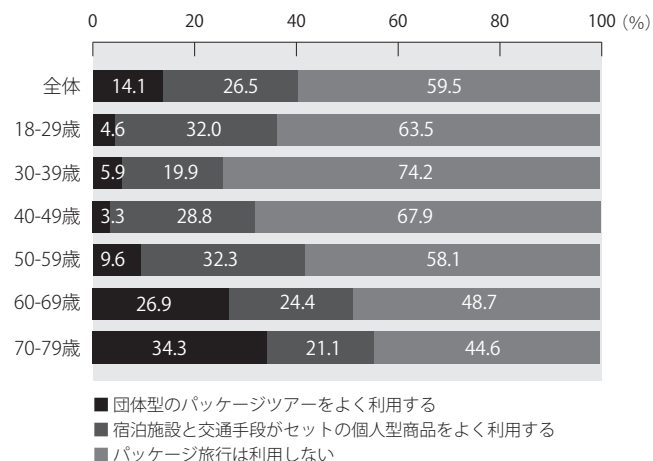
国内旅行と海外旅行の比較では海外旅行でパッケージ旅行利用率が高い。

年代別にみると、年齢が上がるにつれてパッケージ商品の利用率が上がっている(図Ⅲ-1-3)(図Ⅲ-1-4)。

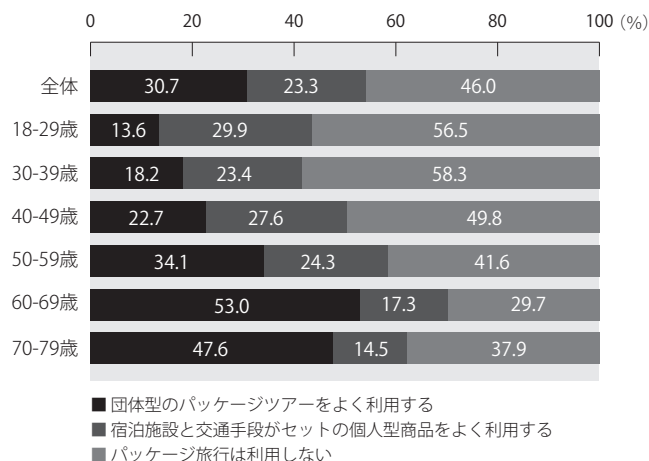
また、2016年調査からの推移では、国内旅行、海外旅行ともにパッケージ商品利用率は微減傾向にある。(図Ⅲ-1-5)。

(久保田美穂子)

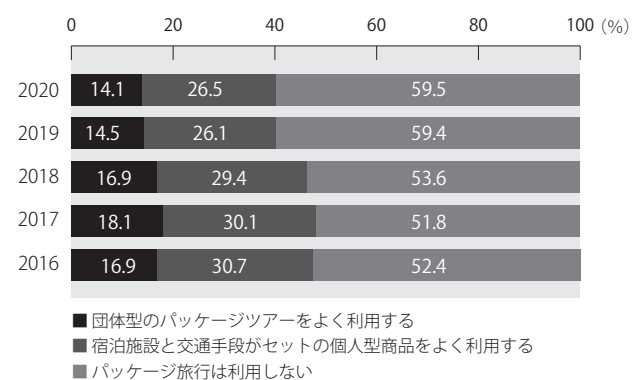
図Ⅲ-1-3 パッケージツアー商品の利用（国内旅行／年代別）



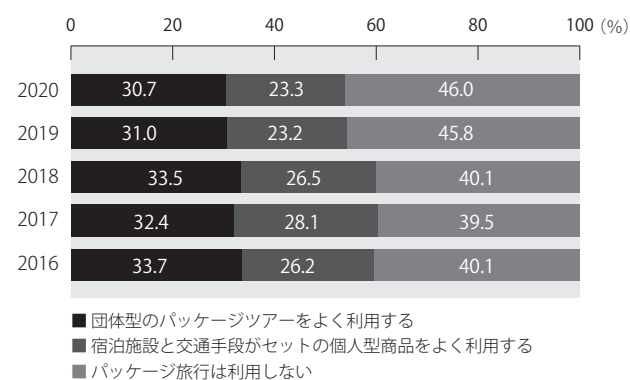
図Ⅲ-1-4 パッケージツアー商品の利用（海外旅行／年代別）



図Ⅲ-1-5 パッケージツアー商品の利用状況の推移（国内旅行）



図Ⅲ-1-6 パッケージツアー商品の利用状況の推移（海外旅行）



Ⅲ-2 運輸業

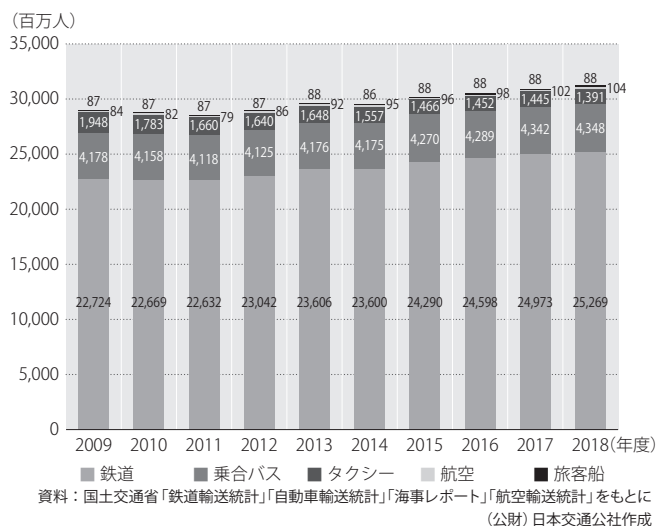
■ 輸送量と交通事業の動向

近年の国内旅客輸送量は緩やかな増加傾向
 鉄道と航空が好調な反面、
 タクシーと旅客船は低調で推移
 自家用車は微増傾向が続く

(1) 国内旅客輸送の動向

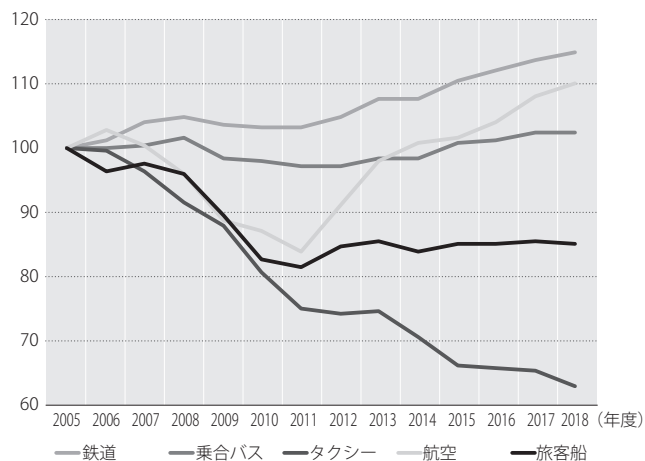
国内の旅客輸送量（人ベース）は、2012年度以降は緩やかな増加傾向にある（図Ⅲ-2-1-1）。各交通機関別にみると、鉄道の比率が大半を占めており、乗合バス、タクシー、航空、旅客船が続いている。

図Ⅲ-2-1-1 国内旅客輸送量（人ベース）の推移



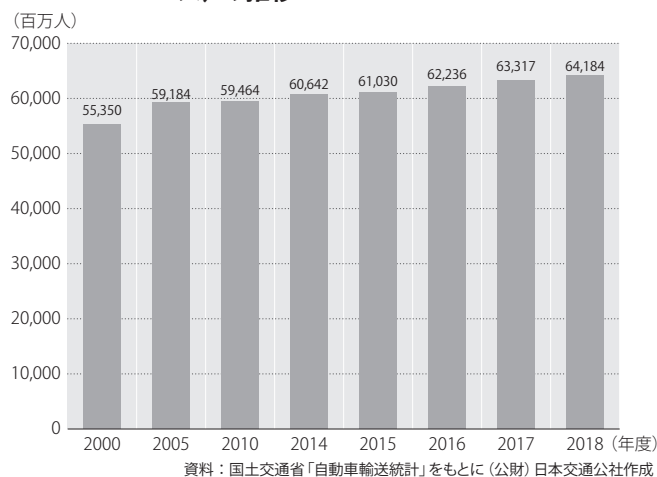
旅客輸送量（人ベース）について、2005年度を100とした場合の推移をみると（図Ⅲ-2-1-2）、鉄道が大きく伸びている。航空は2011年度までは減少が続いていたが、2012年度に増加に転じ、2014年度以降は2005年度を上回る輸送量となっている。一方で、タクシーと旅客船については、2005年度を大きく下回って推移している。旅客船は2012年度以降下げ止まりの傾向を示しているが、タクシーは減少傾向が続いている。

図Ⅲ-2-1-2 国内旅客輸送量（人ベース）の推移（2005年度を100とした場合の動き）



自家用車による旅客輸送量（人ベース）は、緩やかな増加傾向が続いており、2018年度もプラスで推移した（図Ⅲ-2-1-3）。

図Ⅲ-2-1-3 自家用車による国内旅客輸送量（人ベース）の推移



2 鉄道交通

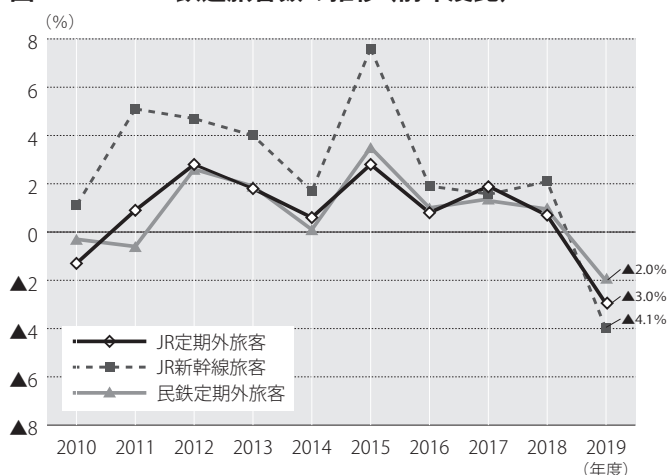
2019年度の鉄道旅客数は前年を下回る
新幹線の旅客数は北海道新幹線を除いて好調が続く

(1) 利用者の動向

●年間旅客数(定期外、新幹線、民鉄)

2019年度の鉄道旅客数は、JRの定期外旅客が36億2,733万人(前年度比3.0%減)、JR新幹線旅客(定期・定期外合計)が3億7,045万人(同4.1%減)、JR以外の民鉄の定期外旅客は67億6,511万人(同2.0%減)であった。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たが2019年度はいずれも減少に転じた(図Ⅲ-2-2-1)。

図Ⅲ-2-2-1 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

JR新幹線の旅客数を路線別にみると(表Ⅲ-2-2-1)、2018年度は北海道線を除いていずれも前年度を上回っている。北海道線は開業直後の2016年度をピークに、2017年度、2018年度は減少が続いている。

表Ⅲ-2-2-1 JR新幹線旅客数の推移(路線別)

	2014	2015	2016	2017	2018	18/17
北海道線		102	2,113	1,667	1,601	▲4.0%
東北線	86,793	90,451	91,088	92,116	93,489	1.5%
上越線	39,195	42,961	43,058	43,633	44,452	1.9%
東海道線	157,369	162,968	167,724	169,974	174,171	2.5%
北陸線	12,017	31,842	30,745	30,892	31,670	2.5%
山陽線	68,109	72,059	72,534	74,449	76,007	2.1%
九州線	13,103	13,648	13,271	14,168	14,488	2.3%

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

(2) 鉄道路線の動向

●JR山手線・京浜東北線の高輪ゲートウェイ駅が開業

JR東日本は2020年3月14日、山手線と京浜東北線の品川～田町駅間に新駅として高輪ゲートウェイ駅を開業した。駅舎は様々な環境保全技術を駅に導入する「エコステ」として環境に配慮する取り組みが行われている。

また、各種ロボットや多様なデジタルサイネージ等が試行導入されたほか、駅構内には無人AI決済店舗「TOUCH TO GO」が常設店として展開されるなど、様々な最新技術が各所で用いられている。

●常磐線全線運転再開

2019年4月20日、常磐線の広野～木戸駅間にJヴィレッジ駅が開業した。また、2020年3月14日には東日本大震災の影響で運転を見合わせていた常磐線富岡～浪江駅間の運転が再開し、9年ぶりに常磐線は全線で運転が再開となった。

●沖縄都市モノレール「ゆいレール」が那覇市外へ延伸

2019年10月1日に首里駅からだこ浦西駅まで約4.1km延伸し、石嶺駅、経塚駅、浦添前田駅、だこ浦西駅の4駅が開業した。

●相鉄がJRとの相互直通運転を開始

2019年11月30日、相鉄線西谷駅とJR東海道貨物線横浜羽沢駅付近間に連絡線約2.7kmを新設し、相鉄線とJR線が相互直通運転を開始、都心へのアクセスが容易になり、新幹線へのアクセスも向上した。

●JR西日本がうめきた新駅の名称を発表

JR西日本は大阪駅西側地区の開発に着手しており、東海道線支線地下化・新駅設置を進めている。2023年春には「うめきた(大阪)地下駅」の開業を予定しており、新駅の名称を「大阪駅」とすることを2020年3月25日に発表した。

●路線・駅舎などの整備

JR東日本は東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会に向けて原宿駅の改良工事を進めており、2020年3月21日に新駅舎および新ホームの供用を開始した。新駅舎は2層となっており、コンビニエンスストアやカフェが入った。現駅舎は東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会終了後に解体し、現駅舎の意匠を再現した建て替えが予定されている。

●観光列車などの運行

近年、観光列車が多くの観光客から人気を集めており、各社が相次いで観光列車の運行を行っている。2019年度も各社で様々な観光列車が新たに運行を開始した(表Ⅲ-2-2-2)。沿線の食材を使った食事が楽しめるダイニング列車のほか、JR東日本の「サフィール踊り子」や近畿日本鉄道の「ひとり」のように車内の居住性を重視した列車もみられる。

表Ⅲ-2-2-2 観光列車等の主な動向(2019年4月～2020年3月)

年月日	事業者名	内容
2019.3.23	阪急電鉄	京都線で運行している観光特急「京とれいん」の2編成目となる「京とれいん 雅洛」を運行開始。乗車したときから京都気分を楽しめるよう、1両ごとに季節を定め、すべての車両に異なる外観や車内デザインが施されている。
2019.4.6	あいの風とやま鉄道	「一万三千尺物語」を運行。標高3000mの立山連峰と深海1000mの富山湾の高低差4,000m(一万三千尺)をテーマとしたダイニング列車。車体は朝日に色づく立山と富山湾をデザインしている。
2019.7.27	JR北海道	JR東日本から「びゅうコースター風っこ」を借り入れて「風っこ そうや号」を7～9月にかけて運行。稚内～音威子府間および旭川～音威子府間を運行した。
2019.9	JR北海道	キハ40形一般型気動車を観光列車仕様に改造した「山紫水明」として、「紫水号」を9月に、「山明号」を10月に運行開始。定期列車として運行するほか、観光列車やイベント列車としても運行する。
2019.10.5	JR東日本	「海里(KAIRI)」を運行開始。ディーゼルハイブリッド車両(HB-E300系)で4両編成。新潟～酒田間を運行。「新潟の食」「庄内の食」をメインに提供する売店と、日本海と庄内平野、出羽三山等の「日本海の景観」を楽しむことができる。
2019.10.29	くま川鉄道	熊本県の第三セクター鉄道、くま川鉄道は「サイクルトレイン」を開始、自転車を解体することなくそのまま無料で車内に持ち込める。運行区間は人吉温泉～湯前間。
2020.3.14	JR東日本	特急「サフィール踊り子」を東京・新宿～伊豆急下田間で運行開始。ゆったり過ごせるプレミアムグリーン車や、家族やグループ向けのグリーン個室を導入、車内ではヌードルや軽食を楽しめる。
2020.3.14	近畿日本鉄道	新型名阪特急「ひのとり」を運行開始、くつろぎのアップグレードをコンセプトとし、シートを最大までリクライニングできるように日本で初めて全席にバックシェルを設置、車内の居住性に配慮している。

資料：各社ホームページをもとに(公財)日本交通公社作成

●インバウンドへの主な対応

JR東日本は2020年3月5日に東京駅にインバウンド向けに観光情報を発信する拠点として「JAPAN RAIL CAFE」を開設、訪日旅行サポートを行う旅行カウンターを設置するほか、日本文化の体験コーナーや大型ビジョンを設置し、日本の魅力をPRできるスペースを設けた。

III 航空交通

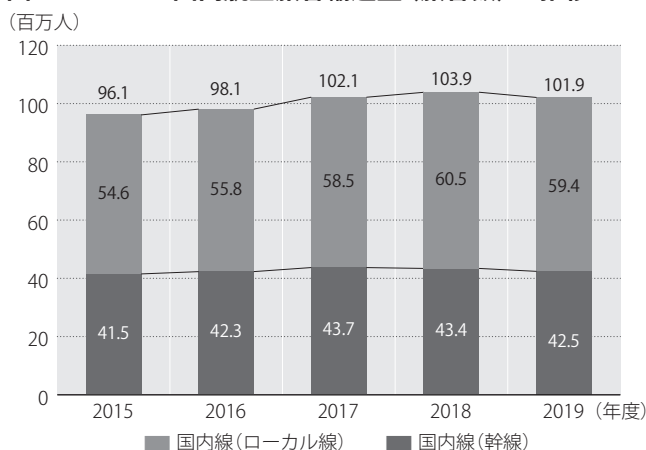
2019年度は国内線、国際線ともに旅客数は減少
国内線は新型コロナウイルスによる2~3月の減少が響き、
国際線は韓国便の減少も大きく影響

(1) 利用者の動向

●国内航空輸送量（旅客数）の動向

2019年度の国内線の旅客数は、前年度比2.0%減の1億187万人（図Ⅲ-2-3-1）。幹線、ローカル線ともに減少した。

図Ⅲ-2-3-1 国内航空旅客輸送量（旅客数）の推移



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
（注）幹線：新千歳、羽田、成田、伊丹、関西、福岡、那覇の各空港を相互に結ぶ路線、ローカル線：上記以外の路線

日本のローコストキャリア（LCC）の旅客数（国内線）の推移をみると（図Ⅲ-2-3-2）、2015年までは旅客数、シェアともに増加が続いていたが、その後は横ばいで推移している。

図Ⅲ-2-3-2 日本のLCC旅客数（国内線）の推移（暦年）



資料：国土交通省「交通政策白書」をもとに（公財）日本交通公社作成
（注）日本のLCCとはPeach Aviation（株）、ジェットスター・ジャパン（株）、春秋航空日本（株）、エアアジア・ジャパン（株）を指す（2020年1月時点）
（注）2019年7月時点のデータによる集計

2019年度の乗降客数（国内線）上位15空港における利用者数をみると（表Ⅲ-2-3-1）、新型コロナウイルス感染拡大の影響で2020年2~3月に利用が落ち込んだ空港が多く、成田、関西、中部、仙台、神戸以外の空港で前年度を下回った。

表Ⅲ-2-3-1 空港別乗降客数（国内線）の推移（上位15空港）

年度、単位：百万人

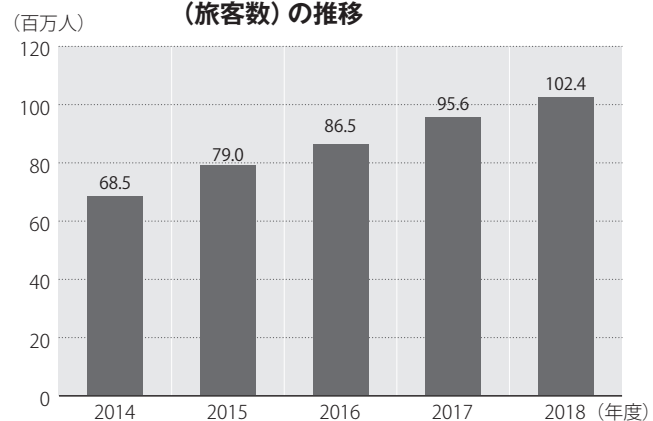
順位	空港	2014	2015	2016	2017	2018	2019	'19/'18
1	羽田	62.7	62.6	64.2	66.4	67.5	62.5	▲7.5%
2	新千歳	17.8	18.6	18.8	19.6	19.8	19.5	▲1.4%
3	福岡	16.3	16.7	17.1	17.6	17.9	17.6	▲2.0%
4	那覇	15.9	16.0	17.0	17.5	17.6	17.5	▲1.0%
5	伊丹	14.6	14.6	15.1	15.7	16.3	15.8	▲3.3%
6	成田	6.0	6.9	7.2	7.5	7.3	7.5	2.1%
7	関西	6.5	6.8	6.6	6.9	6.5	6.7	3.1%
8	中部	5.4	5.5	5.7	6.0	6.3	6.4	2.3%
9	鹿児島	5.0	5.1	5.2	5.4	5.7	5.4	▲3.9%
10	仙台	3.1	3.0	2.9	3.2	3.3	3.3	1.1%
11	神戸	2.4	2.5	2.8	3.1	3.2	3.3	3.2%
12	宮崎	2.8	2.9	3.0	3.1	3.2	3.2	▲1.8%
13	熊本	3.1	3.2	2.9	3.2	3.3	3.2	▲2.8%
14	長崎	2.9	3.1	3.0	3.1	3.2	3.1	▲3.4%
15	松山	2.8	2.8	2.9	3.0	3.1	2.9	▲5.1%
—	上記以外	35.1	34.8	36.1	37.7	39.1	38.7	▲1.2%
	合計	202.5	205.0	210.6	218.9	223.3	216.4	▲3.1%

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（速報値）」をもとに（公財）日本交通公社作成

●国際航空旅客輸送量（旅客数）の動向

日本を発着する国際航空旅客数（本邦航空運送事業者と外国航空運送事業者の国際線旅客数の合計）はここ数年大幅な増加を続けており、2018年度は1億240万人と過去最高を記録した（図Ⅲ-2-3-3）。

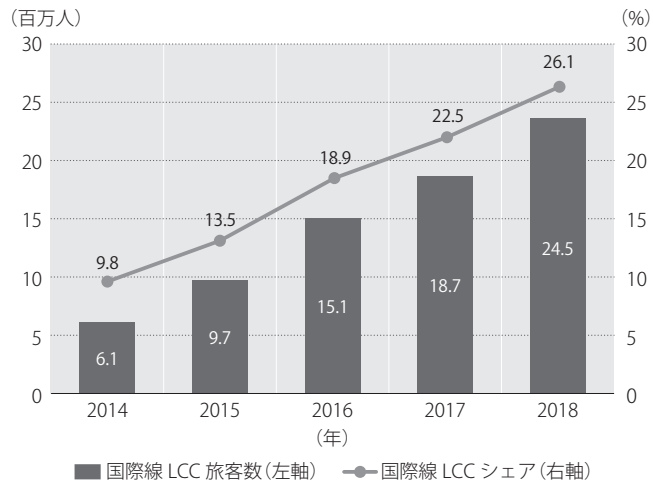
図Ⅲ-2-3-3 日本を発着する国際航空旅客輸送量（旅客数）の推移



資料：国土交通省「交通政策白書」をもとに（公財）日本交通公社作成

日本のLCC旅客数（国際線）の推移をみると（図Ⅲ-2-3-4）、LCC旅客数は増加が続き、国際線全体に占めるシェアも年々拡大している。

図Ⅲ-2-3-4 日本のLCC旅客数（国際線）の推移（暦年）



資料：国土交通省「交通政策白書」をもとに（公財）日本交通公社作成
（注）2019年7月時点のデータによる集計

2019年度の空港別国際線乗降客数（乗客+降客+通過客）の上位7空港における利用者数をみると（表Ⅲ-2-3-2）、中部以外はいずれもマイナスとなった。特に福岡、新千歳、那覇の地方空港は二桁のマイナスとなり主要3空港（成田、関西、羽田）と比べて減少幅が大きくなった。

表Ⅲ-2-3-2 空港別乗降客数（国際線）の推移（年度、上位7空港）

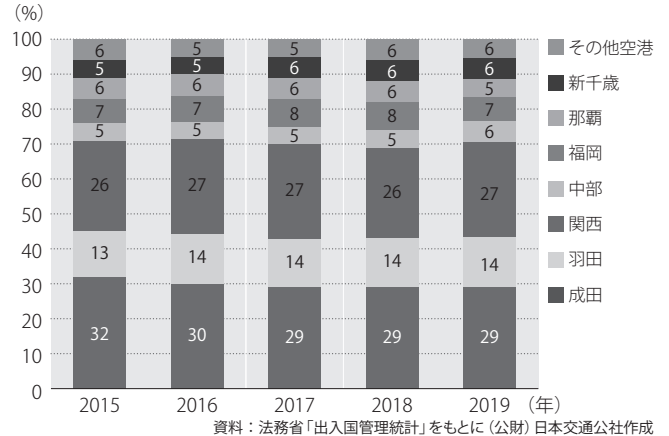
年度、単位：百万人

順位	空港	2014	2015	2016	2017	2018	2019	'19/'18
1	成田	26.7	28.5	30.0	31.5	33.9	32.1	▲5.3%
2	関西	13.4	17.2	19.0	21.8	22.8	22.0	▲3.5%
3	羽田	11.6	13.4	15.6	17.1	18.2	16.8	▲7.4%
4	中部	4.4	4.9	5.2	5.5	6.1	6.2	1.8%
5	福岡	3.7	4.6	5.2	6.3	6.9	5.5	▲21.0%
6	新千歳	1.7	2.3	2.7	3.5	3.9	3.3	▲14.2%
7	那覇	1.6	2.5	3.1	3.6	3.9	3.1	▲19.9%
-	上記以外	2.5	2.9	3.0	3.9	4.5	3.7	▲17.8%
	合計	65.6	76.3	83.9	93.3	100.1	92.8	▲7.4%

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（速報値）」をもとに（公財）日本交通公社作成

入国外国人数の空港別シェアの推移をみると（図Ⅲ-2-3-5）、成田空港と関西空港のシェアがほぼ拮抗している。また、福岡、那覇、新千歳、その他空港のシェアが徐々にではあるが拡大傾向にある。

図Ⅲ-2-3-5 空港別入国外国人数の推移（暦年）



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) 航空路線の動向

●国内線の動向

2019年10月26日にバニラ・エア株式会社は運航を終了、11月1日にPeach Aviation 株式会社（以下ピーチ）と統合が完了した。

また、神戸空港の発着枠拡大に伴い、フジドリームエアラインズが新たに乗り入れ、定期運航路線を相次いで開設した（表Ⅲ-2-3-3）。

表Ⅲ-2-3-3 主な航空路線の動向（国内線）

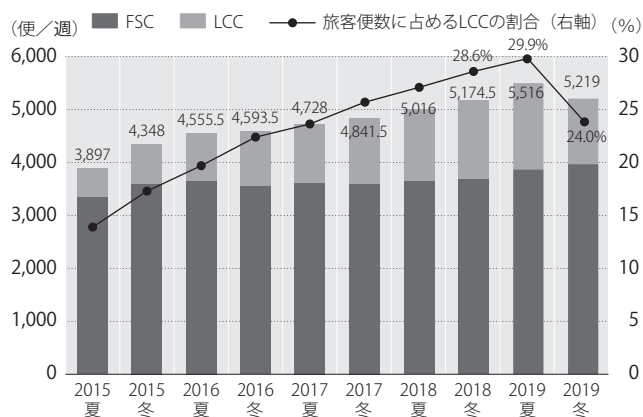
航空会社	年月日	動向
スカイマーク	2019.11.29	成田＝中部線新規開設
ソラシドエア	2020.3.29	宮崎＝名古屋線新規開設
	2020.3.29	福岡＝那覇線新規開設
フジドリームエアラインズ	2019.10.27	神戸＝出雲線新規開設
	2019.10.27	神戸＝松本線新規開設
	2019.12.20	神戸＝高知線新規開設
	2020.3.29	神戸＝青森線新規開設
ピーチ・アビエーション	2019.6.1	成田＝那覇線再開
	2019.9.1	成田＝新千歳線再開
	2019.10.1	成田＝奄美大島線新規開設
	2019.12.26	成田＝石垣線新規開設
	2019.12.26	関西＝奄美線新規開設
	2020.3.29	成田＝長崎線新規開設
ジェットスター・ジャパン	2020.3.29	成田＝鹿児島線新規開設
	2019.7.3	関西＝下地島線新規開設
エアアジア・ジャパン	2019.8.1	成田＝庄内線新規開設
	2019.8.8	中部＝仙台線新規開設

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

●国際線の動向

国際線定期便（旅客便）の運行便数（注：当初認可時における第1週目の運行便数）は年々増加が続いてきたが、2019年冬期は減少に転じて5,219便／週であった（図Ⅲ-2-3-6）。LCCはこれまで増加傾向が続いてきたが、2019年冬期は大幅な減少となった。

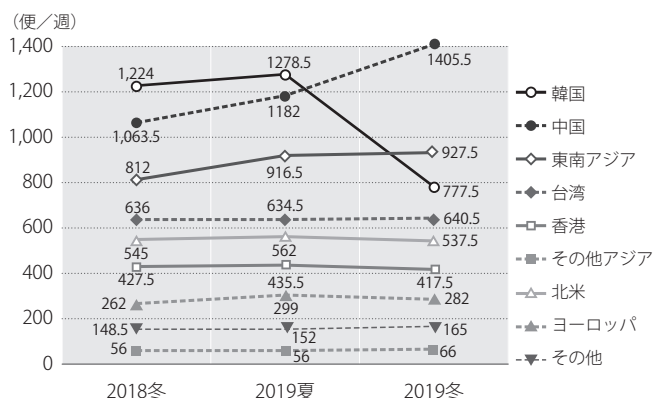
図Ⅲ-2-3-6 国際線定期便運行便数の推移（旅客便）



資料：国土交通省「各期の国際定期航空便の主な動向」をもとに（公財）日本交通公社作成
 (注) 当初認可時における第1週目の運航便数
 (注) FSCとはFull Service Carrier（フルサービスキャリア）の略であり、LCCに対して従来型の航空会社を指す。

方面別では2019年冬期に韓国が大幅に減少した（図Ⅲ-2-3-7）。中国は増加が続く一方で、それ以外ではほぼ横ばいの地域が多くなっている。

図Ⅲ-2-3-7 方面別国際線定期便運行便数（旅客便）



資料：国土交通省「各期の国際定期航空便の主な動向」をもとに（公財）日本交通公社作成
 (注) 当初認可時における第1週目の運航便数

空港別では、地方空港における減少が顕著となっている（表Ⅲ-2-3-4）。

表Ⅲ-2-3-4 空港別国際線定期便数（旅客便）

空港	2018夏期	2018冬期	2019夏期	2019冬期
成田	1,672	1,651	1,750.5	1,697.5
羽田	783.5	790	811.5	814.5
関西	1,210.5	1,291	1,375.5	1,328
中部	327	340	411.5	447
地方	1,023	1,102.5	1,167	932
福岡	370	372	399	316
那覇	202	230	223	187
新千歳	169	186.5	214	153
その他	282	314	331	276
合計	5,016	5,174.5	5,516	5,219

資料：国土交通省「各期の国際定期航空便の主な動向」をもとに（公財）日本交通公社作成
 (注) 当初認可時における第1週目の運航便数

国際線の航空路線の動向をみると、2019年中はアジアを中心に新規就航が相次いだ（表Ⅲ-2-3-5）。2020年3月には欧米豪方面へ多くの新規就航が予定されていたが、新型コロナウイルスの影響で就航延期が相次いだ。

表Ⅲ-2-3-5 主な航空路線の動向（国際線）

キャリア	年月日	動向	
JAL	20.2.28	成田＝ウラジオストク線新規開設	
ANA	19.9.1	成田＝パース線新規開設	
	19.10.27	成田＝チェンナイ線新規開設	
	20.3.16	成田＝ウラジオストク線新規開設	
スカイマーク	19.11.29	成田＝サイパン線新規開設	
Peach Aviation	19.4.25	新千歳＝ソウル（仁川）線新規開設	
	19.10.27	成田＝高雄線新規開設 成田＝台北線新規開設	
中国国際航空	19.11.2	仙台＝大連＝北京線、7年ぶり再開	
中国東方航空	19.10.27	関西＝南昌線新規開設	
中国南方航空	19.8.1	中部＝長沙線新規開設	
上海航空	19.12.27	中部＝温州線新規開設	
上海吉祥航空	19.6.15	中部＝南京線新規開設	
	19.10.27	関西＝武漢線新規開設 関西＝温州線新規開設 関西＝常州線新規開設 関西＝ハルビン線新規開設 成田＝上海線新規開設	
		19.7.1	関西＝西安線新規開設
		19.10.29	関西＝北京線新規開設
海南航空	19.11.25	関西＝蘭州線新規開設	
	19.5.13	中部＝青島線新規開設	
山東航空	19.5.14	中部＝済南線新規開設	
	19.11.7	中部＝西安線新規開設	
春秋航空	19.4.17	関西＝合肥線新規開設	
	19.4.18	関西＝鄭州線新規開設	
	19.5.5	中部＝深圳線新規開設	
	19.10.27	成田＝上海線新規開設	
SPRING JAPAN	19.12.12	成田＝上海線新規開設	
九元航空	19.12.22	関西＝広州線新規開設	
中国西部航空	19.11.26	関西＝鄭州線新規開設 関西＝重慶線新規開設	
ウルムチ航空	19.12.30	中部＝武漢／済南＝ウルムチ線新規開設	
香港エクスプレス	19.9.26	那覇＝香港線新規開設	
ネパール航空	19.8.29	関西＝カトマンズ線新規開設（20.2.29運休）	
	20.3.2	成田＝カトマンズ線新規開設	
エアアジアX	19.11.20	成田＝クアラルンプール線新規開設	
	20.1.22	那覇＝台北（桃園）＝クアラルンプール線新規開設	
タイ・エアアジアX	19.7.4	福岡＝バンコク線新規開設	
フィリピン・エアアジア	19.7.1	関西＝マニラ線新規開設	
タイ国際航空	19.10.29	仙台＝バンコク線再開	
ベトジェットエア	19.7.12	成田＝ホーチミン線新規開設	
	19.10.31	羽田＝ダナン線新規開設	
ノックエア	19.12.18	広島＝バンコク線新規開設	
ノックスコート	19.10.27	新千歳＝バンコク線新規開設	
スイスインターナショナルエアラインズ	20.3.1	関西＝チューリッヒ線開設	
フィンエア	19.12.16	新千歳＝ヘルシンキ線新規開設	

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

(3) 空港関連施設の動向

①首都圏・地方空港の機能強化

●首都圏における取り組み

首都圏空港の機能強化については2013年8月に交通政策審議会航空分科会基本政策部会にて首都圏空港をめぐる航空政策上の課題の整理を行い、同年11月から首都圏空港機能強化技術検討小委員会において機能強化のための技術的な選択肢の洗い出しを行った。小委員会での中間取りまとめを踏まえ、2018年3月末時点の首都圏空港の発着容量74.7万回を、2020年までに約83万回（最大約7.9万回／年増加）、2020年以降には約100万回を目指すこととし、機能強化に取り組んでいる（表Ⅲ-2-3-6）。

羽田空港については、2020年3月29日より新飛行経路の運用を開始、国際線発着容量を年間約3.9万回拡大した。新しい飛行経路は国際線の発着が多い時間帯に限り運用し、それ以外の時間帯はこれまでと同じ飛行経路を運用することとしている。

成田空港については、2019年12月に高速離脱誘導路の整備が完了し、2020年3月29日から空港処理能力が年間約4万回拡大した。

さらに今後に向けて、国、千葉県、周辺市町、空港会社の四者協議会は2018年3月に滑走路の増設などを含めた機能強化について合意、この機能強化により年間発着枠が現在の30万回から50万回への拡大が見込まれる。この合意に基づき、B滑走路延伸・C滑走路新設及び夜間飛行制限の緩和について取り組みを進めた。

●羽田空港で国際線増便に対応した旅客ターミナル施設の供用を開始

日本空港ビルデング（株）と東京国際空港ターミナル（株）は羽田空港の国際線発着枠の拡大にあわせて、第3ターミナル（2020年3月14日に国際線ターミナルより改称）を一部増築、第2ターミナルに新たに国際線施設を整備し、2020年3月29日から供用を開始した。

表Ⅲ-2-3-6 首都圏空港の機能強化に関する取り組み方針

	現状	2020年まで	2020年以降
羽田空港	44.7万回	・滑走路処理能力の再検証 →年間+約1.3万回 ・滑走路運用・飛行経路の見直し →年間+約2.3~2.6万回	・滑走路の増設
成田空港	30.0万回	・管制機能の高度化 →年間+約2万回 ・高速離脱誘導路の整備 →年間+約2万回 ・夜間飛行制限の緩和 →年間+α回	・既存滑走路の延長 ・滑走路の増設
合計	74.7万回	約82.6万回 (年間+約7.9万回)	約100万回

資料：国土交通省ホームページ「首都圏空港の更なる機能強化」及び「交通政策白書」をもとに（公財）日本交通公社作成

②地方における取り組み

●地方空港の民営化に向けた動き

国や自治体が管理する空港の運営等を民間事業者に委託することを可能とする「民間の能力を活用した国管理空港等の運営等に関する法律（民活空港運営法）」が2013年7月に施行されたことを受け、国土交通省は空港運営の民間委託に関する検討を進め、2019年4月には福岡空港が、2020年1月には北海道内7空港（うち3空港は地方管理空港）が、2020年4月には熊本空港が民営化された。広島空港は2021年4月に民営化を予定していたが、新型コロナウイルスの影響で同年7月に時期を変更して民営化を目指すこととなった。

●福岡空港が民営化

国土交通省は2018年8月に福岡空港の運営に関して福岡国際空港株式会社と実施契約を締結、同年11月から空港ビルの運営を開始、2019年4月からは空港の運営を開始した。国管理空港の民営化としては、仙台、高松に続き3例目となる。

●北海道内の7空港が民営化

北海道エアポート株式会社は2020年1月に北海道内8社（新千歳空港ターミナルビルディング株式会社、稚内空港ビル株式会社、釧路空港ビル株式会社、函館空港ビルディング株式会社、旭川空港ビル株式会社、帯広空港ターミナルビル株式会社、女満別空港ビル株式会社、札幌国際エアカーゴターミナルビル株式会社）の発行済み株式のすべてを取得し、完全子会社化した。それに伴い、1月15日から同8社を通じたビル施設等事業を開始した。6月には新千歳空港の空港運営事業、10月からは旭川空港の空港運営事業、2021年3月には稚内空港、釧路空港、函館空港、帯広空港、女満別空港の空港運営事業開始に向けて準備を進めている。

●中部空港のLCCターミナルが供用開始

中部国際空港株式会社は2019年9月20日からLCC第2ターミナル（T2）の供用を開始した。T2は現ターミナルの南側、2018年10月に開業したFLIGHT OF DREAMSの西側に建設された。T2の供用開始に伴い、これまでの旅客ターミナルは第1ターミナル（T1）に改称された。

●那覇空港の第2滑走路が供用開始

2020年3月26日に那覇空港の第2滑走路の供用が開始された。第2滑走路は現滑走路から1,310m沖合を埋め立てて建設され、長さ2,700m、幅60mとなっている。第2滑走路の供用開始に伴い、発着回数は年間13.5万回から24万回にまで増加する。

(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)協定については、2020年2月現在で35カ国・地域と締結している。(表Ⅲ-2-3-7)。

表Ⅲ-2-3-7 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	バブアニューギニア(4月)、インド(9月)
2019年	イタリア(9月)
2020年	バングラデシュ(1月)

資料：国土交通省資料をもとに(公財)日本交通公社作成

● 「電子申告ゲート」の導入

訪日外国人旅行者の増加に伴い、入国旅客の迅速な通関と厳格な取り締まりの両立が求められてきたが、それを実現するため、税関では2019年4月に成田空港第3ターミナルで電子申告ゲートの運用を開始した。スマートフォンに「税関申告アプリ」をダウンロードし、案内に従って入力して「携帯品・別送品申告書」を作成するとQRコードが発行される。税関検査場に設置された電子申告端末でパスポートとQRコードをスキャン、顔認証用の写真を撮影し、ゲートでは顔認証で通過する仕組みとなっている。2020年3月時点で6空港(成田空港、羽田空港、関西空港、中部空港、福岡空港、新千歳空港)に導入が拡大した。

● 空港制限区域内における旅客等輸送用バスの自動走行実証実験の実施

国土交通省では、航空需要の拡大が見込まれる中、空港地上支援業務の労働力不足に対応するため、省人化・自動化の推進に取り組んでいる。その一環として、2018年～2019年度にかけて実証実験を行った。自動運転レベル3(運転者乗車、緊急時に運転者が操作)相当については技術的検証に一定の目途がつき、レベル4相当(完全自動運転)導入に必要な課題の抽出・対応を行うことで空港内におけるレベル4相当の導入目標を当初の2030年から2025年に前倒しすることを発表した。

4 海上交通

外客旅客定期航路の韓国航路を利用する外国人が大幅減
外国人クルーズ入国者数も減少

(1) 利用者の動向

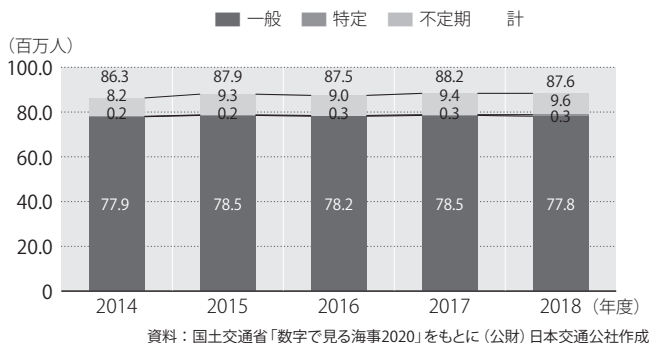
●国内旅客船の動向

2018年度の国内旅客船輸送人員は約8,760万人で、前年度と比べて0.6%の減少となった(図Ⅲ-2-4-1)。

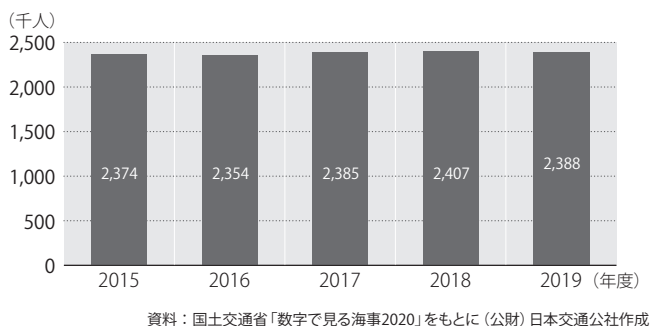
長距離フェリー航路では、2019年度の旅客輸送人員は239万人(同0.8%減)だった(図Ⅲ-2-4-2)。

離島航路では、2018年度の旅客輸送人員は4,372万人(同0.5%減)だった(図Ⅲ-2-4-3)。

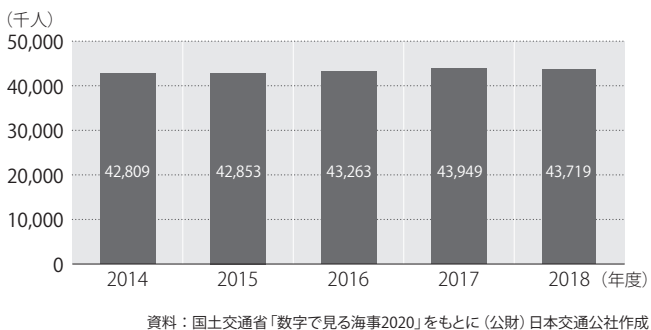
図Ⅲ-2-4-1 国内旅客船輸送人員の推移



図Ⅲ-2-4-2 長距離フェリー航路の旅客輸送人員



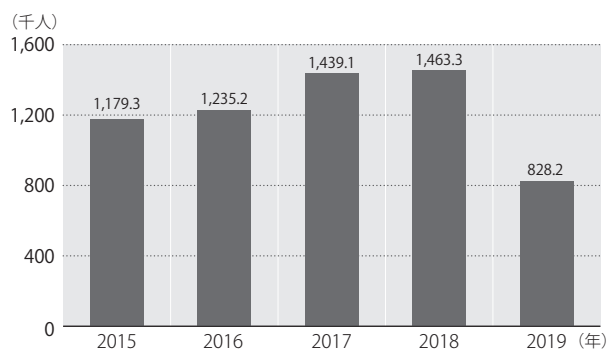
図Ⅲ-2-4-3 離島航路の旅客輸送人員



●外航旅客定期航路の動向

2019年の日本発着の外航旅客定期航路の日本人利用者数は82.8万人(前年比43.4%減)だった(図Ⅲ-2-4-4)。韓国航路を利用する外国人が減少したことから、前年を大幅に下回った。

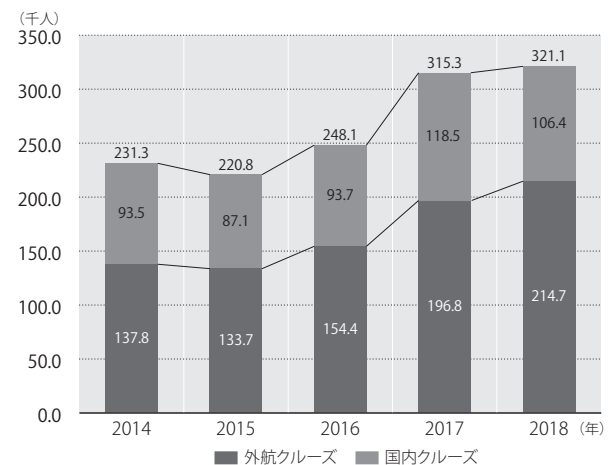
図Ⅲ-2-4-4 外客定期航路の乗客数の推移(暦年)



●クルーズ船の日本人乗客の動向

2018年の日本人のクルーズ乗客数(日本のクルーズ人口)は32.1万人(前年比1.8%増)と増加となり、1989年以降で最多となった(図Ⅲ-2-4-5)。

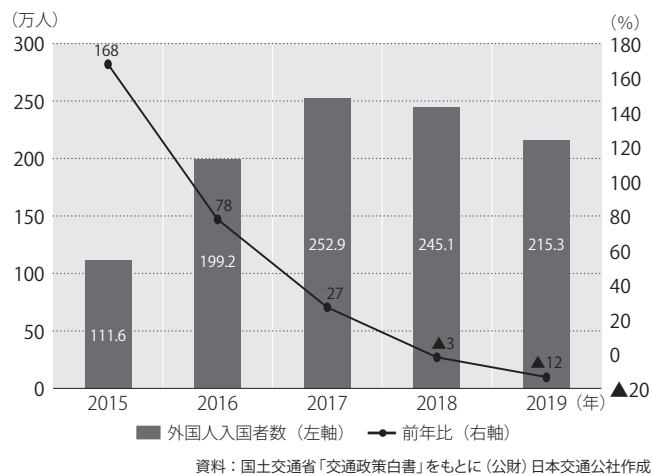
図Ⅲ-2-4-5 日本人の外航・国内クルーズ乗客数(暦年)



●クルーズ船による外国人入国の動向

2019年にクルーズ船で日本に入国した外国人旅客数は約215.3万人（前年比12.2%減）となった（図Ⅲ-2-4-6）。訪日クルーズ旅客の約8割を占める中国発のクルーズ旅客数が減少したことが影響し減少となった。

図Ⅲ-2-4-6 クルーズにより入国した外国人旅客数（暦年）



●クルーズ客の消費額

観光庁は、2018年から訪日外国人消費動向調査においてクルーズ客の消費額の調査を開始した。

2019年（暦年）の訪日外国人クルーズ客の1人当たりの旅行中支出は39,710円であり、旅行消費額は805億円と推計される。費目別では「買物代」が768億円と全体の消費額の大半を占めており、次いで「飲食費」が25億円となっている。

(2) 航路・寄港の動向

●国内旅客船の航路動向

旅客船の事業者数は964件（前年比8件減）、航路数は1,798路線（同8路線減）となった（図Ⅲ-2-4-7及び図Ⅲ-2-4-8）。

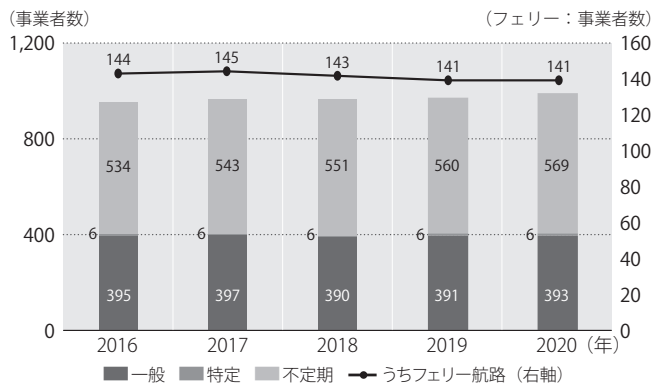
●クルーズ船の寄港動向

2019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2,867回となり、前年比63回減となった。港湾別にみると、那覇港が260回（前年比17回増）で最多となり、次いで博多港が229回（同50回減）、横浜港が188回（同20回増）であった。

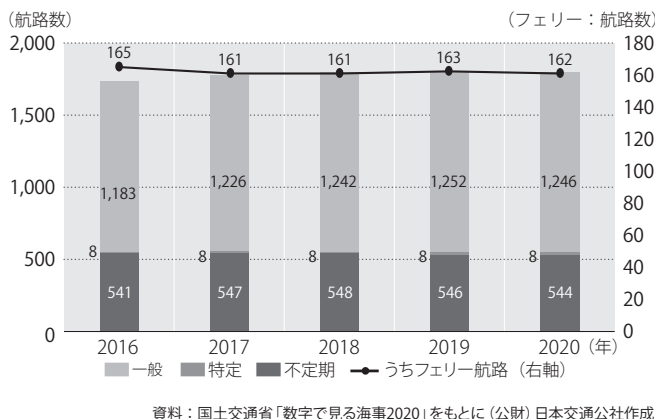
内訳をみると、外国船社運航クルーズ船の寄港回数は1,932回で、前年比19回増となった。港湾別では、那覇港が251回（前年比15回増）で最多となり、次いで博多港が205回（同58回減）、長崎港が178回（同37回減）であった。

日本船社運航のクルーズ船の寄港回数は935回で、前年比82回減となった。港湾別では、横浜港が101回（前年比3回増）で最多となり、次いでベラビスタマリーナ（広島県）が100回（同22回減）、神戸港では68回（同2回減）であった。外国船社

図Ⅲ-2-4-7 旅客船事業者数の推移（暦年）

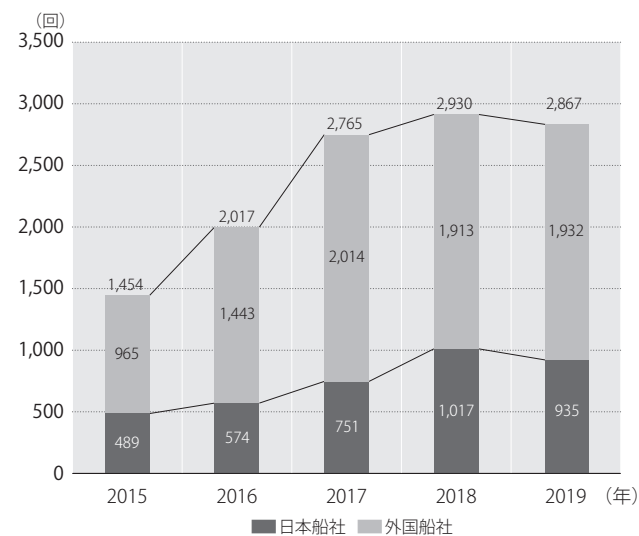


図Ⅲ-2-4-8 旅客船航路数の推移（暦年）



のクルーズ船では九州・沖縄が上位を占める一方で、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-2-4-9及び表Ⅲ-2-4-1）。

図Ⅲ-2-4-9 クルーズ船の寄港回数の推移（暦年）



表Ⅲ-2-4-1 クルーズ船の寄港回数(暦年)

	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	那覇	260	那覇	251	横浜	101
2位	博多	229	博多	205	ベラビスタマ リーナ (広島県尾道市)	100
3位	横浜	188	長崎	178	神戸	68
4位	長崎	183	石垣	146	宮島	42
5位	石垣	148	平良		大三島	48

資料：国土交通省港湾局産業港湾課「訪日クルーズ旅客数及びクルーズ船の寄港実績(2019年速報値)」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

●国際旅客船拠点形成港湾の指定

国土交通省は、国際クルーズ拠点の形成を図るため、旅客ターミナルビル等に投資を行うクルーズ船社に岸壁の優先的な使用を認める制度を2017年度に創設し、2019年4月までに「国際旅客船拠点形成港湾」として9港（横浜港、清水港、佐世保港、八代港、鹿児島港、本部港、平良港、下関港、那覇港）を指定した。

●海事観光の推進

国土交通省は、2018年9月に海事局に「海事観光戦略実行推進本部」を設置し、2019年3月には「観光先進国の実現に向けた海事観光の戦略的推進について」を取りまとめた。この取りまとめにおいて、海事観光では広く他業界と連携を図る必要があるとして、「海事観光推進協議会」を立ち上げ、2019年度は6月に協議会を開き、同月にはシンポジウムを開催した。さらに協議会の下にワーキンググループを設置、年度内に3回開催された。

●地方を拠点とするフライ&クルーズ促進モデル事業

国土交通省は、航空機による移動とクルーズを組み合わせたフライ&クルーズの振興を通じて地方経済の活性化を推進することを目的として、(公社)日本観光振興協会と共同で「地方を拠点とするフライ&クルーズ促進モデル事業」検討委員会を設置、2019年8月に宮古島で委員会を開催した。

●マリンチック街道の選定

国土交通省海事局は、海や船がもっと身近な存在となるよう、「C to Seaプロジェクト」を推進するとともに、その一環としてプレジャーボート等によるクルーズ観光のモデルルートである「マリンチック街道」の整備を進めており、2020年3月に7ルート（小網代、葉山、浜名湖、三河湾、牛窓、豊、須崎）が新たに選定され、それまでに選定されていたルートと合わせて23ルートが展開されることとなった。

5 道路交通

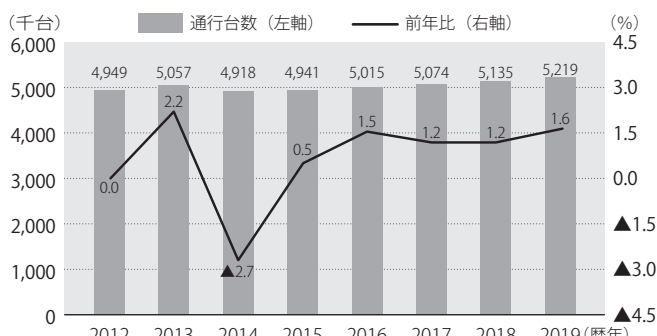
レンタカー事業者、車両数が増加傾向
タクシーの事前確定運賃が運用開始
自動運転システムの実現に向けての取り組みが進む

(1) 利用の動向

- 高速道路の利用
- 利用交通量の推移

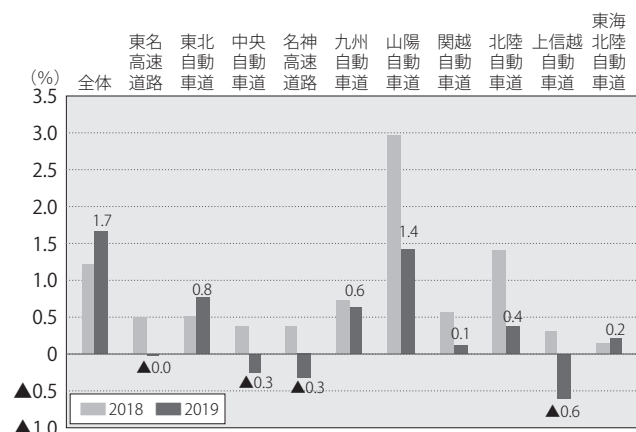
2019年(暦年)の高速道路通行台数は日平均で約522万台であり、前年比1.6%増であった(図Ⅲ-2-5-1)。主要路線ごとにみると、山陽自動車道や東北自動車道、九州自動車道、北陸自動車道、東海北陸自動車道、関越自動車道で前年を上回った(図Ⅲ-2-5-2)。

図Ⅲ-2-5-1 高速道路の日平均利用交通量の推移(暦年)



資料：公益財団法人高速道路調査会「高速道路と自動車 高速道路統計月報」をもとに(公財)日本交通公社作成

図Ⅲ-2-5-2 主要高速道路の日平均利用交通量の前年比(暦年)

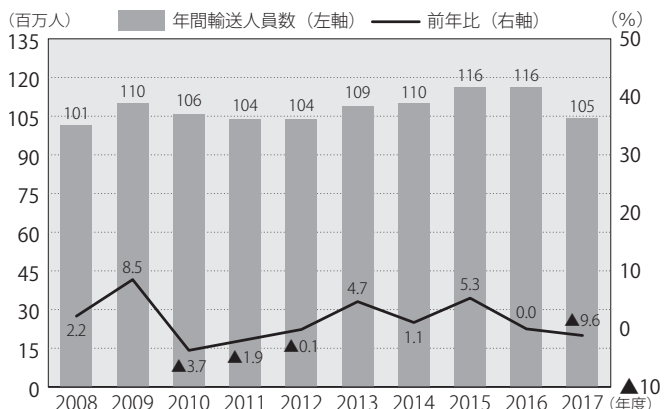


資料：公益財団法人高速道路調査会「高速道路と自動車 高速道路統計月報」をもとに(公財)日本交通公社作成

●高速バスの利用

(公社)日本バス協会の最新統計によると、2017年度の高速バス輸送人員は1億5百万人であった(図Ⅲ-2-5-3)。2016年度は過去最多を記録していたが2017年度は大きく減少した。

図Ⅲ-2-5-3 高速バスの年間輸送人員数の推移



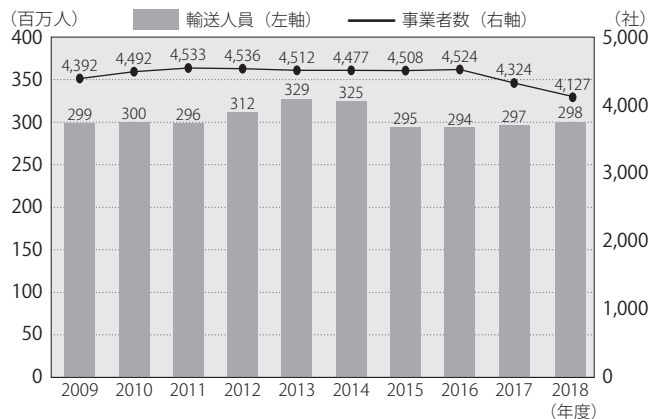
資料：(公社)日本バス協会「2019年版日本のバス事業」をもとに(公財)日本交通公社作成

●貸切バスの利用

貸切バスの輸送人員については、2013年度にピークを迎えた。2015年度以降はやや減少したものの横ばいで推移している(図Ⅲ-2-5-4)。

一方で、事業者数は2017年度につづき2018年度も大きく減少した。国土交通省「令和2年版交通政策白書」によると、2016年に発生した軽井沢スキーバス事故を受け、「安全・安心な貸切バスの運行を実現するための総合的な対策」に基づいた2017年4月導入の事業許可更新制、同年8月の民間指定機関による巡回指導の開始等によって退出する事業者が相次いだことが影響している。

図Ⅲ-2-5-4 貸切バスの事業者数及び輸送人員の推移



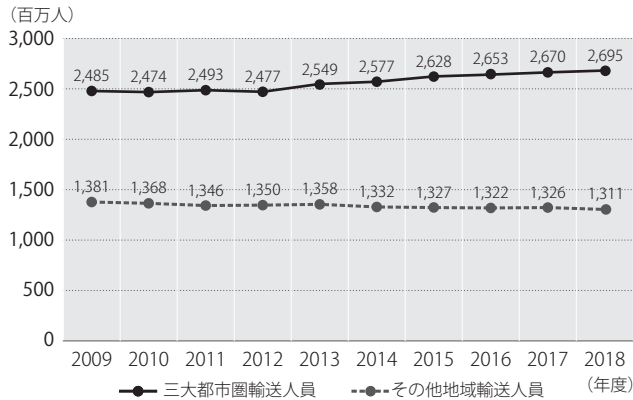
資料：国土交通省「交通政策白書」をもとに(公財)日本交通公社作成

●一般路線バスの利用

一般路線バスの輸送人員は1970年前後をピークに減少が長期的に続いてきたが、近年は下げ止まりの傾向を示している(図Ⅲ-2-5-5)。

三大都市圏とその他地域に分けて見ると、三大都市圏では2013年度以降回復傾向を示しているのに対し、その他地域ではゆるやかな減少傾向が続いている。

図Ⅲ-2-5-5 都市部・地方部別の一般路線バス輸送人員の推移



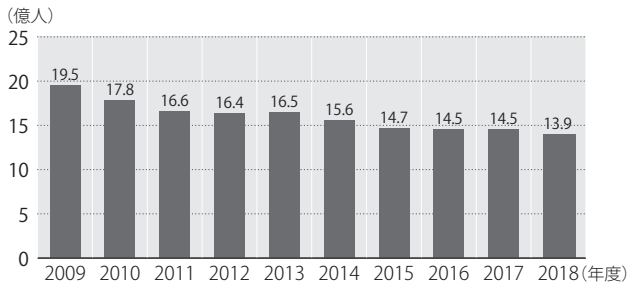
資料：国土交通省「交通政策白書」をもとに（公財）日本交通公社作成

注1：乗合バスの保有車両数が30以上のバス事業者のデータ
注2：三大都市圏とは、埼玉、千葉、東京、神奈川、愛知、三重、岐阜、大阪、京都、兵庫の集計値。

●タクシーの利用

タクシーの輸送人員は長期間にわたって減少傾向が続いており（図Ⅲ-2-5-6）、2018年度も前年度を下回った。

図Ⅲ-2-5-6 タクシーの輸送人員の推移

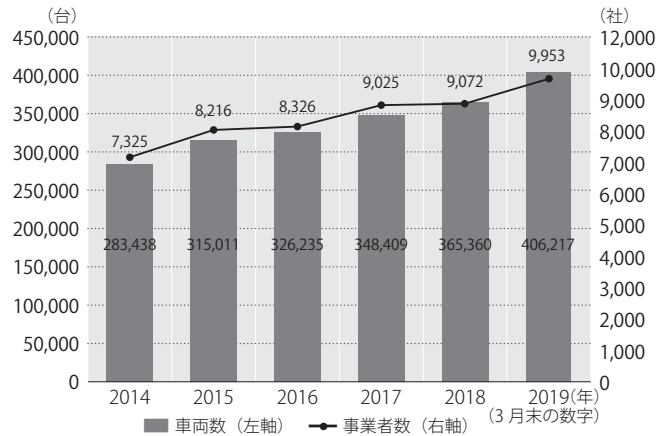


資料：国土交通省「自動車輸送統計年報」をもとに（公財）日本交通公社作成

●レンタカーの利用

2019年3月末時点のレンタカー事業者数（乗用車）は9,953社で前年比9.7%増、車両数（乗用車）の合計は40.6万台で前年比11.2%増であった（図Ⅲ-2-5-7）。

図Ⅲ-2-5-7 レンタカー（乗用車）事業者数及び車両数の推移



資料：国土交通省「レンタカー事業の現状について（事業者数及び車両数）」をもとに（公財）日本交通公社作成

●高速バス運行系統数

○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によると、2017年3月末時点の高速バス運行系統数は延べ5,121本であり、前年比2.4%の減少であった（図Ⅲ-2-5-8）。

図Ⅲ-2-5-8 高速バス運行系統数の推移



資料：（公社）日本バス協会「2019年版日本のバス事業」をもとに（公財）日本交通公社作成

(2) 高速道路の動向

●高速道路の整備

2020年3月末時点における高規格幹線道路の供用延長は12,006km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86%となった。内訳は、高速自動車国道が9,062km（進捗率79%）、一般国道自動車専用道路が1,895km（同76%）であった（表Ⅲ-2-5-1）。

2019年4月から2020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-2-5-2に示すとおりであった。

表Ⅲ-2-5-1 高規格幹線道路の整備状況(2020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14,000km	12,006km	86%
高速自動車国道	11,520km	9,062km	79%
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	-	1,049km	88%
一般国道自動車専用道路（本州四国連絡道路を含む）	約2,480km	1,895km	76%

資料：国土交通省「令和2年度道路関係予算概要」をもとに（公財）日本交通公社作成

表Ⅲ-2-5-2 2019年4月～2020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

地方	路線名	No*	区間名等	区間	年月日	開通延長
北海道	旭川・紋別自動車道	E39	丸瀬布遠軽道路	遠軽瀬戸瀬IC～遠軽IC	2019/12/21	6.8km
	根室道路	E44	-	温根沼IC～根室IC	2020/3/22	7.1km
	深川・留萌自動車道	E62	幌糠留萌道路	留萌大和田IC～留萌IC	2020/3/28	4.1km
東北	東北中央自動車道	E13		南陽高畠IC～山形上山IC	2019/4/13	24.4km
	東北中央自動車道	E13		相馬IC～相馬山上IC	2019/12/22	6.0km
	三陸沿岸道路	E45		釜石北IC～大槌IC	2019/6/22	4.8km
	三陸沿岸道路	E45	-	気仙沼中央IC～気仙沼港IC	2020/2/24	1.7km
	三陸沿岸道路	E45	-	久慈北IC～侍浜IC	2020/3/1	7.4km
関東	新東名高速道路	E1A		伊勢原JCT～伊勢原大山IC	2020/3/7	2.0km
	首都高速道路	K7		横浜青葉JCT～横浜港北JCT	2020/3/22	7.1km
中部	中部横断自動車道	E52		富沢IC～南部IC	2019/11/17	6.7km
	三遠南信自動車道	E69	飯橋道路	天龍峡IC～龍江IC	2019/11/17	4.0km
	東海環状自動車道	C3		大野神戸IC～大垣西IC	2019/12/14	7.6km
	東海環状自動車道	C3		関広見IC～山県IC	2020/3/20	9.0km
関西	東播丹波連絡道路		国道175号	寺内ランプ～大伏ランプ	2020/3/14	2.1km
	阪神高速	6		鉄砲IC～三宅西	2020/3/29	7.7km
中国	山陰自動車道	E9	鳥取西道路	鳥取西IC～青谷IC	2019/5/12	17.5km
	山陰自動車道	E9	長門・俵山道路	長門湯本温泉IC～俵山北IC	2019/9/8	5.5km
九州	島原道路		諫早外環線	小船越IC～諫早IC	2020/3/22	1.6km

*No列には高速道路ナンバリングを示した。

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

(3) 道路交通関連施設の動向

●高速道路の休憩施設

2019年4月から2020年3月までに新規オープン・リニューアルされた主な高速道路の休憩施設は、表Ⅲ-2-5-3に示すとおりであった。

表Ⅲ-2-5-3 2019年4月～2020年3月に新設・リニューアルされた主な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	鶴巣PA	下り	2019/4/5	フードコートでは味噌ラーメン専門店「田所商店」がオープン、ベーカリーでは仙台味噌を使用した味噌カツサンドなどPAオリジナルのパンを販売。ショッピングコーナーではPA限定の土産品「仙台キャラメリーナラングドシャ」を販売するほか、地元宮城の工芸品「玉虫塗の漆器」や「宮城のこけし」等を販売する。
首都高速道路	加平PA	-	2019/4/10	リニューアルにより、自動販売機コーナーを充実させた無人パーキングエリアとしてオープン。新たに自動販売機コンビニを導入、おにぎりやサンドウィッチ等の軽食を24時間販売する。
東北自動車道	津軽SA	上下	2019/4/20	青森県の観光、文化などの魅力を発信する地域連携スペースを設置、下り線では2018年12月に商業施設を先行オープン、青森県産の食材を使用した丼やコロケ、郷土料理「津軽そば」等が楽しめる。ショッピングコーナーでは青森県産のリンゴを使用したジュース、伝統工芸「こぎん刺し」、リンゴの菓子など青森の逸品を取り揃えている。
東京湾アクアライン	海ほたるPA	-	2019/4/20	1階エントランスと5階店舗を全面改装、5階通路部は『海に浮かぶ豪華客船がさらにラグジュアリー感あふれる空間』をコンセプトとしてリニューアル。うみめがね〜アクアラインシアター〜では東京湾アクアラインの建設過程を没入感ある映像で公開。
伊勢自動車道	安濃SA	下り	2019/5/18	園地を再整備、「安濃SAの森」としてオープン。三重県の地域情報発信の場として活用し、マルシェをはじめ、安濃SAの森を整備した際に出た木材を活用した木工教室や森の生き物の観察会など交流イベントを開催する。
宮崎自動車道	山之口SA	上下	2019/6/1	上下線ともに売り場面積が約1.5倍に拡大。食事コーナーでは宮崎牛やブランド豚「どんぐりの恵み」を用いたメニューを展開、ショッピングコーナーでは地元で親しまれてきた郷土菓子や老舗和菓子店のオリジナルスイーツなどを販売。
九州自動車道	桜島SA	上り	2019/7/19	リニューアルによりショッピングコーナーの売り場面積を1.3倍に拡張、鹿児島県の土産品を取り扱う「いわさきホテルズ」のセレクト商品を集めた「岩崎屋」コーナーを新設。高速道路初登場となる郷土菓子や和菓子店のオリジナルスイーツなどの商品も展開。
東北自動車道	蓮田SA	上り	2019/7/29	22店舗のうち11店舗が高速道路初出店。青果・精肉・鮮魚で構成する生鮮ゾーン「旬撰市場」をSA・PAで初めて展開。東北との繋がりを感ぜられるよう、仙台の「牛たん炭焼利休」が初出店。また、「旬撰倶楽部」では地元埼玉・蓮田をはじめとした沿線地域の特産品等を品揃え。
東九州自動車道	佐伯弥生PA	上り	2019/9/23	新規オープン。川南PAから約115km、道の駅北川はゆまから約50km、大分松岡PAまで約35kmの位置に休憩施設が完成。ハイウェイ情報ターミナルを設置し、道路交通情報を提供する。
東関東自動車道	酒々井PA	上下	2019/10/31	上り線には味噌ラーメン専門店「麵場 田所商店」がオープンするほか、「成田ゆめ牧場」が高速道路で初出店。下り線では地元千葉県産食材を活かしたセルフ形式の「総のうどん・そば」「総のらーめん」がオープンするほか、「白い恋人ソフトクリーム」が北海道外の高速道路で初出店。ショッピングコーナーを以前の約3倍に拡張、地元千葉県の土産品を中心に幅広い商品を取り入れた「旬の庭」としてリニューアルオープン。
中国自動車道	安富SA	上下	2019/10/31	食事コーナーでは地元安富町特産のゆずを使用した「鶏ももゆず胡椒焼き」や生姜醤油で味わう「安富おでん定食」、夢前町特産のそばを使用した「夢ざるそば」などを提供、ショッピングコーナーでは地元のゆずを使用したゆずの関連商品を販売する。
東名高速道路	浜名湖SA	上下	2019/12/5	7月には下り線にショッピングコーナーがオープン。浜名湖土産など各地の土産の販売や、愛知県豊橋市の「ヤマサちくわ」の実演販売コーナーを設置する。また浜名湖産青のりと遠州産しらすを使用した浜名湖SA限定のちくわも販売。8月には上り線にレストランとフードコートもリニューアルオープン。浜名湖産の鰻を使用した鰻重や鰻丼を提供。フードコートは約400席の大型フードコートとしてリニューアル、うどん・そば、どんぶり、定食、海鮮丼、ちゃんぽんの5種類の店を展開。12月にはEXPASA浜名湖としてランドオープン。「餃子・ラーメン館」には浜松餃子の「浜太郎」が高速道路初出店。ラーメン店舗「らーめん 浜名湖ぞだち」では地元のレストラン「とんきい」監修の特製スープを使用した豚骨醤油ラーメンやあごだしラーメンが提供される。
東名高速道路	海老名SA	下り	2020/2/27	第一期リニューアルオープンとして、商業施設の東側を250㎡増床し、新たにショッピングコーナーをオープンするほか、レストランとフードコートもリニューアルオープン。「海鮮三崎港」ではお寿司・お弁当のテイクアウト商品を販売。また、フードコートは5店舗が先行オープン、地元のらーめん店「なんつッ亭」やあつぎ豚の専門店「うすいファーム」が高速道路に初出店する。
首都高速道路	大黒PA	-	2020/3/1	1階軽食コーナーを新たに4店舗からなるフードコートとしてリニューアル、横浜名物サンマー麺や酸辣湯麺などを提供する「横浜龍麵」、横浜名物の牛鍋を提供する「徳屋」などがオープンする。ショッピングコーナーでは東京土産や全国の銘品を販売。

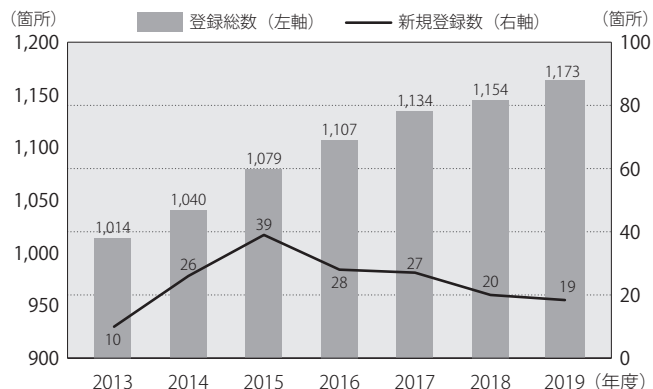
資料：高速道路株式会社各社のプレスリリースなどをもとに（公財）日本交通公社作成

●一般道路の休憩施設（道の駅）

○登録数の推移

2019年度中に19件の「道の駅」が登録され、総数は1,173駅となった（図Ⅲ-2-5-9）。

図Ⅲ-2-5-9 「道の駅」登録数の推移



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

●その他の道路及び交通に関する政策

○地域における旅客運送サービスの確保・充実に向けた取り組み

交通政策審議会交通体系分科会地域公共交通部会は2019年9月から、地域公共交通活性化再生法の計画制度をはじめ、今後の地域公共交通政策のあり方について既存の公共交通サービスについて審議を重ね、2020年1月に中間とりまとめとして「持続可能な地域旅客運送サービスの提供の確保に向けた新たな制度的枠組みに関する基本的な考え方～地域の足のオーバーホール～」を発表した。

最新技術等を活用しながら改善を図ることに加えて、既存の公共交通だけで対応できない場合、多様な輸送資源を総動員して地域の移動のニーズに対応できる体制強化をするべき、というとりまとめが行われた。

○MaaSなど新たなモビリティサービスの推進

国土交通省はMaaS（“Mobility as a Service”の略。出発地から目的地までの移動ニーズに対して最適な移動手段をシームレスに一つのアプリで提供するなど、移動を単なる手段としてではなく、利用者にとって一元的なサービスとして捉える概念）の提供にあたり、交通事業者等によるデータ連携を円滑化するため、2019年9月から有識者による検討会を開催、2020年3月に「MaaS関連データの連携に関するガイドライン」を策定した。

○タクシーの事前確定運賃の運用を開始

国土交通省は2019年4月にタクシーの事前確定運賃について本格運用ルールを策定、10月に配車アプリを活用した運用を開始した。また、2020年3月には1台の車両に複数の旅客が乗車し運賃を割り勘にすることで割安に利用できる「タクシーの相乗り」についてルール化を図った。

さらに、同月には利用可能区域や利用回数などの条件の範囲内で、一定期間、定額で乗り放題の運賃サービスを提供する一括定額運賃についてもルール化を図った。

○自動運転システムの実現に向けた取り組み

自動運転の実現に向けて、国土交通省は自動運転車等の安全性を確保するための制度の検討を進め、「道路運送車両法の一部を改正する法律（改正道路運送車両法）」を2019年3月に閣議決定、国会で5月に可決、成立した。

自動運転の実現に向けた実証実験については、福井県永平寺町及び沖縄県北谷町において2019年6月から6か月の長期にわたり移送サービスの実証評価を行うとともに、遠隔型自動運転システムを活用し、遠隔操作者1名が3台の遠隔監視および操作を行う模擬実証等を実施した。また、トラックの隊列走行における後続無人隊列システムについて、新東名高速道路で半年間の長期実証を実施、2020年3月にはテストコースで後続無人状態での走行実証などを実施した。

（相澤美穂子）

Ⅲ-3 宿泊業

1 宿泊施設の供給動向と利用動向

宿泊者数（延べ、実数）が前年比10%前後の伸びを示すも、大規模施設で客室稼働率と定員稼働率が低下

(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。なお、旅館業法改正（2018年6月15日施行）により、2018年度から「旅館」と「ホテル」の

営業種別が統合された。

旅館・ホテルの軒数は49,502軒（前年度比1.0%増）、客室数は164万6,065室（同3.1%増）、簡易宿所の軒数は35,452軒（同9.2%増）であった。

旅館・ホテルの軒数は、2014～2017年度は減少が続いていたが、2018年度にわずかではあるが（前年度比1.0%増）増加に転じた。旅館・ホテルの客室数は2015～2018年度の4年間、増加が続いており、旅館・ホテル1軒当たり平均客室数も2014年度以降、増加が継続している。

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・ホテル計						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 平均客室数 (室)	増減 (室)	軒数 (軒)	客室数 (室)	1軒当たり 平均客室数 (室)	軒数 (軒)	客室数 (室)	1軒当たり 平均客室数 (室)	軒数 (軒)	伸び率 (%)
2008	60,449	△ 2.1	1,588,202	0.1	26.3	0.6	50,846	807,697	15.8	9,603	780,505	81.3	23,050	1.0
2014	51,778	△ 2.6	1,544,607	△ 1.1	29.8	0.4	41,899	710,019	16.9	9,879	834,588	84.5	26,349	3.1
2015	50,628	△ 2.2	1,547,988	0.2	30.6	0.7	40,661	701,656	17.3	9,967	846,332	84.9	27,169	3.1
2016	49,590	△ 2.1	1,561,772	0.9	31.5	0.9	39,489	691,962	17.5	10,101	869,810	86.1	29,559	8.8
2017	49,024	△ 1.1	1,595,842	2.2	32.6	1.1	38,622	688,342	17.8	10,402	907,500	87.2	32,451	9.8
2018	49,502	1.0	1,646,065	3.1	33.3	0.7							35,452	9.2
2018/2008		△ 18.1		3.6										53.8

(注) 旅館業法改正（2018年6月15日施行）により「旅館」と「ホテル」の営業種別が統合された。

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

表Ⅲ-3-2 従業者数別（観光目的割合）、宿泊施設タイプ別の宿泊者数、平均泊数、稼働率（2019年）

	延べ 宿泊者数 (万人泊)	前年比 (%)	実宿泊者数 (万人)	前年比 (%)	1人1回 当たり平均 泊数(泊)	対前年 増減(泊)	客室 稼働率 (%)	前年差 (ポイント)	定員 稼働率 (%)	前年差 (ポイント)
総数	59,592	10.8	44,396	9.9	1.34	0.01	62.7	1.5	41.8	1.0
観光目的50%以上	31,242	11.3	23,753	9.2	1.32	0.02	54.0	2.4	34.9	1.5
観光目的50%未満	28,136	9.6	20,497	10.1	1.37	△ 0.01	70.8	0.7	54.7	0.2
従業者数0～9人	9,494	11.0	6,643	11.0	1.43	0.00	37.0	3.4	20.8	1.3
観光目的50%以上	5,086	9.5	3,763	7.4	1.35	0.03	26.7	3.3	16.2	1.0
観光目的50%未満	4,298	10.5	2,810	13.6	1.53	△ 0.04	50.9	3.5	32.7	1.7
従業者数10～29人	17,749	17.2	13,156	16.9	1.35	0.00	69.8	1.1	48.9	1.6
観光目的50%以上	6,255	22.4	4,700	19.8	1.33	0.03	58.7	3.7	37.0	3.4
観光目的50%未満	11,436	14.2	8,421	15.2	1.36	△ 0.01	74.6	0.3	59.4	△ 0.3
従業者数30～99人	18,650	9.5	14,633	8.4	1.27	0.01	72.3	△ 0.4	51.6	0.0
観光目的50%以上	9,915	13.4	7,953	10.9	1.25	0.03	66.4	0.9	44.2	1.2
観光目的50%未満	8,689	5.1	6,638	5.0	1.31	0.00	77.0	△ 1.1	64.1	△ 1.4
従業者数100人以上	13,699	4.7	9,964	3.2	1.37	0.02	75.6	△ 0.3	56.2	△ 0.4
観光目的50%以上	9,986	4.3	7,336	2.6	1.36	0.02	72.7	△ 0.1	52.9	△ 0.3
観光目的50%未満	3,713	5.8	2,628	4.8	1.41	0.01	81.3	△ 1.0	67.6	△ 1.0
タイプ別施設										
旅館	9,513	△ 4.4	7,950	△ 3.8	1.20	△ 0.01	39.6	0.8	25.0	0.3
リゾートホテル	8,306	6.6	6,400	6.1	1.30	0.01	58.5	0.2	42.6	△ 0.4
ビジネスホテル	27,256	17.4	20,087	17.4	1.36	0.00	75.8	0.3	62.8	△ 0.4
シティホテル	9,410	11.4	6,429	9.1	1.46	0.03	79.5	△ 0.7	65.3	△ 1.3
簡易宿所	4,280	19.7	2,938	17.0	1.46	0.03	33.4	3.2	19.0	1.1
会社・団体の宿泊所	801	△ 1.7	576	0.2	1.39	△ 0.03	28.8	0.5	18.2	△ 1.7
うち外国人宿泊者数	11,566	22.7	7,237	20.9	1.60	0.02				
タイプ別施設										
旅館	858	△ 5.5	677	△ 5.8	1.27	0.00				
リゾートホテル	1,274	7.3	878	6.0	1.45	0.02				
ビジネスホテル	4,771	30.7	3,044	30.4	1.57	0.00				
シティホテル	3,571	17.4	1,980	14.9	1.80	0.04				
簡易宿所	1,044	72.9	628	73.0	1.66	0.00				
会社・団体の宿泊所	36	△ 5.6	24	19.0	1.51	△ 0.39				

(注) 総数には、従業者数別（観光目的割合）で見た場合、宿泊目的割合不詳を含む。宿泊施設タイプ別で見た場合、宿泊施設タイプ不詳を含む。

資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」をもとに（公財）日本交通公社作成

簡易宿所の軒数は、2016年度以降、8%を超える高い伸びが続いている。

10年前の2008年度と比較すると、旅館・ホテルの軒数は18.1%減、客室数は3.6%増、簡易宿所の軒数は53.8%増と、増加が顕著である。

(2) 宿泊者数

2019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5億9,592万人泊、前年比10.8%増、実宿泊者数は4億4,396万人、同9.9%増であった。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1.34泊で、前年とほぼ同じ水準であった。

宿泊施設の従業者数別に見ると、延べ宿泊者数は、「従業者数0～9人」で11.0%増、「従業者数10～29人」で17.2%増と10%を超える伸びであったのに対し、「従業者数30～99人」で9.5%増、「従業者数100人以上」で4.7%増と、中・大規模施設はやや伸びが小さかった。実宿泊者数についても同様の傾向であった。1人1回当たり平均泊数は前年とほぼ同程度だったが、「観光目的が50%以上」より「観光目的が50%未満」の施設の方が、平均泊数がわずかに長かった。

宿泊施設のタイプ別に見ると、延べ宿泊者数は「旅館」(4.4%減)と「会社・団体の宿泊所」(1.7%減)以外はプラスの伸びとなり、特に「簡易宿所」19.7%増と「ビジネスホテル」17.4%増は、伸び率が大きかった。実宿泊者数は、「ビジネスホテル」17.4%増、「簡易宿所」17.0%増と、延べ宿泊者数同様、伸びが顕著であった。1人1回当たり平均泊数は、いずれも前年とほぼ同程度であったが、「旅館」と「会社・団体の宿泊所」は微減であった。

外国人宿泊者数は、延べ宿泊者数が1億1,566万人泊と初めて1億人泊を超え(過去最高)、前年比22.7%増、実宿泊者数は7,237万人、同20.9%増と、いずれも大きく伸びた。

宿泊施設タイプ別に見ると、延べ宿泊者数・実宿泊者数ともに、「ビジネスホテル」「シティホテル」が多いが、伸び率では「簡易宿所」が70%を超える高い伸びであった。1人1回当たり平均泊数は、ほぼ前年と同じ水準であった。

(3) 客室稼働率および定員稼働率

2019年の客室稼働率および定員稼働率は、表Ⅲ-3-2のとおりである。

年間の客室稼働率は62.7% (前年比1.5ポイント増)、定員稼働率は41.8% (同1.0ポイント増)であった。

宿泊施設の従業者数別に見ると、客室稼働率・定員稼働率ともに規模が大きくなるほど稼働率は高い。客室稼働率は、「従業者数0～9人」では37.0%であるのに対し、「従業者数100人以上」では75.6%、定員稼働率も同20.8%と56.2%と、大きな開きがある。ただし、前年差を見てみると、「従業者数0～9人」「同10～29人」が前年差プラスであるのに対し、「従業者数100人以上」は、客室稼働率、定員稼働率とも、前

年差がマイナスであった。

宿泊施設タイプ別に見ると、客室稼働率は「シティホテル」と「ビジネスホテル」は75%以上、定員稼働率もこれら2タイプは60%以上であるが、「旅館」「簡易宿所」「会社・団体の宿泊所」は、客室稼働率が40%未満、定員稼働率は25%以下と、ホテルに比べ低かった。しかし、「リゾートホテル」「ビジネスホテル」「シティホテル」は、定員稼働率がわずかではあるが前年比がマイナスであった。

(4) 宿泊料 (宿泊単価)

旅館およびホテルの1人当たり宿泊料売上を、施設タイプ・規模別にまとめたものが表Ⅲ-3-3である。なお、「旅館」は、2017年までは宿泊料に夕食・朝食を含む料金、2018年からは「(宿泊売上を含む) 宿泊料理売上」である。

2018年の旅館の1人当たり宿泊料理売上は、15,670円 (前年比7.3%増)であった。小規模旅館は17,639円 (同7.6%増)、中規模旅館は16,233円 (同13.9%増)、大規模旅館は14,951円 (同2.2%増)であった。大規模旅館は、2016年、2017年と2年連続で減少が続いていたが、3年ぶりの増加であった。

ホテル (ルームチャージ) の宿泊料売上は、7,839円、前年比4.0%増であったが、前年の大幅増 (39.2%増) から伸び率が縮小した。

2 四半期別の利用動向

客室稼働率は10～12月期に低下、定員稼働率は年初から悪化の兆し、外国人延べ宿泊者数比率は上半期が20%超え

(1) 客室稼働率

2019年の客室稼働率を四半期別にまとめたものが、表Ⅲ-3-4である。

最も高いのは「7～9月期」(65.4%、前年同期差1.0ポイント増)、最も低いのは「1～3月期」(59.8%、同2.0ポイント増)であることは昨年と同様だが、「4～6月期」と「10～12月期」も前年同期差はプラスであり、年間を通じて約60%の水準を維持した。

従業者数別に前年同期差を見ると、「従業者数0～9人」と「従業者数10～29人」は、いずれの四半期も前年同期差はプラスであった。しかし、「従業者数30～99人」は、「1～3月期」「4～6月期」の前年同期差はプラスであるが、「7～9月期」は前年比が0.7ポイント減、「10～12月期」は同2.2ポイント減と、下半期に客室稼働率が悪化した。「従業者数100人以上」も、「10～12月期」は前年同期差がマイナスとなった。

宿泊施設タイプ別に見ると、「1～3月期」は「シティホテル」のみ前年同期差が0.4ポイント減であり、「4～6月期」は全施設が前年同期差プラスであったものの、「7～9月期」は「ビジネスホテル」と「シティホテル」が前年同期差でマイナスに、「10～12月期」は「簡易宿所」を除いたすべてのタイプの施設において、前年同期差がマイナスであった。

(2) 定員稼働率

2019年の定員稼働率を四半期別にまとめたものが、表Ⅲ-3-5である。

最も高いのは「7～9月期」(45.4%、前年同期差0.6ポイント増)、最も低いのは「1～3月期」(39.6%、同1.5ポイント増)であることは昨年と同様で、「4～6月期」(41.9%、同2.6ポイント増)も前年より伸びているが、「10～12月期」は40.3%、同0.2%ポ

イントと、唯一マイナスであった。

従業者数別に見ると、「1～3月期」は、「従業者数100人以上」のみが前年同期差0.1%減であったが、「4～6月期」は全施設が前年同期差はプラスであった。しかし、「7～9月期」は、「従業者数30～99人」「従業者数100人以上」で前年同期差がマイナスに、「10～12月期」は「従業者数0～9人」以外は前年同期差がマイナスであった。

表Ⅲ-3-3 宿泊施設タイプ・規模別 宿泊客1人当たり宿泊料売上

(単位：円、%)

	旅館								ホテル	
	小旅館		中旅館		大旅館		単価	前年比	単価	前年比
	単価	前年比	単価	前年比	単価	前年比				
2014	13,704	1.3	14,549	△ 18.2	13,496	2.6	13,720	3.0	7,194	38.3
2015	15,160	10.6	14,050	△ 3.4	14,271	5.7	16,587	20.9	7,935	10.3
2016	14,452	△ 4.7	15,535	10.6	13,662	△ 4.3	14,919	△ 10.1	5,416	△ 31.7
2017	14,604	1.1	16,390	5.5	14,254	4.3	14,635	△ 1.9	7,538	39.2
2018	15,670	7.3	17,639	7.6	16,233	13.9	14,951	2.2	7,839	4.0

資料：(一社)日本旅館協会「営業状況等統計調査」をもとに(公財)日本交通公社作成
(注)「旅館」は、2017年までは宿泊料金に夕食・朝食を含む。2018年から「(宿泊売上を含む)宿泊料売上」に変更された。「ホテル」は、ルームチャージでの販売。

表Ⅲ-3-4 2019年四半期別客室稼働率

	年計 (%)	前年差 (ポイント)	1～3月期 (%)		4～6月期 (%)		7～9月期 (%)		10～12月期 (%)		
			前年同期差 (ポイント)	前年同期差 (ポイント)	前年同期差 (ポイント)	前年同期差 (ポイント)	前年同期差 (ポイント)	前年同期差 (ポイント)			
全体	62.7	1.5	59.8	2.0	62.9	2.6	65.4	1.0	62.6	0.3	
従業者数別	0～9人	37.0	3.4	33.5	3.8	36.7	4.3	40.9	2.6	36.8	3.1
	10～29人	69.8	1.1	66.8	1.5	70.3	2.6	72.1	0.4	70.0	0.1
	30～99人	72.3	△ 0.4	69.7	0.5	72.8	1.0	74.6	△ 0.7	72.3	△ 2.2
	100人以上	75.6	△ 0.3	73.7	0.2	75.7	0.4	77.6	0.1	75.3	△ 1.8
宿泊施設タイプ別	旅館	39.6	0.8	37.4	1.5	39.3	2.2	42.8	0.2	38.8	△ 0.8
	リゾートホテル	58.5	0.2	56.9	0.3	57.6	1.9	63.4	0.1	56.0	△ 1.5
	ビジネスホテル	75.8	0.3	73.1	0.8	76.4	1.5	77.3	△ 0.2	76.3	△ 0.7
	シティホテル	79.5	△ 0.7	76.4	△ 0.4	80.9	0.1	81.0	△ 0.1	79.7	△ 2.1
	簡易宿所	33.4	3.2	28.9	2.0	32.6	3.5	39.6	3.2	32.5	3.9
	会社・団体の宿泊所	28.8	0.5	25.1	1.1	30.7	1.8	33.7	2.3	25.2	△ 3.5

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-3-5 2019年四半期別定員稼働率

	年計 (%)	前年差 (ポイント)	1～3月期 (%)		4～6月期 (%)		7～9月期 (%)		10～12月期 (%)		
			前年同期差 (ポイント)	前年同期差 (ポイント)	前年同期差 (ポイント)	前年同期差 (ポイント)	前年同期差 (ポイント)	前年同期差 (ポイント)			
全体	41.8	1.0	39.6	1.5	41.9	2.6	45.4	0.6	40.3	△ 0.2	
従業者数別	0～9人	20.8	1.3	18.5	1.7	20.8	2.9	24.7	0.0	19.0	0.8
	10～29人	48.9	1.6	46.2	1.9	49.8	3.3	52.5	1.5	47.1	△ 0.2
	30～99人	51.6	0.0	49.4	0.8	51.5	1.4	54.9	△ 0.5	50.7	△ 1.4
	100人以上	56.2	△ 0.4	55.2	△ 0.1	55.7	0.9	59.3	△ 0.5	54.4	△ 1.9
宿泊施設タイプ別	旅館	25.0	0.3	23.5	0.6	24.3	1.4	28.3	0.0	23.7	△ 1.0
	リゾートホテル	42.6	△ 0.4	42.0	△ 0.2	41.2	1.5	48.2	△ 1.0	39.0	△ 1.7
	ビジネスホテル	62.8	△ 0.4	60.8	0.1	64.0	1.3	64.9	△ 0.6	61.5	△ 2.2
	シティホテル	65.3	△ 1.3	62.7	△ 1.1	67.1	0.0	67.5	△ 1.0	63.8	△ 2.8
	簡易宿所	19.0	1.1	15.6	1.1	19.1	2.4	24.5	△ 0.1	16.5	1.1
	会社・団体の宿泊所	18.2	△ 1.7	14.6	△ 2.4	20.5	0.2	23.2	△ 1.1	14.2	△ 3.3

資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」をもとに(公財)日本交通公社作成

表Ⅲ-3-6 2019年四半期別宿泊施設タイプ別外国人延べ宿泊者数比率

	年計 (%)	前年差 (ポイント)	1～3月期 (%)		4～6月期 (%)		7～9月期 (%)		10～12月期 (%)		
			前年同期差 (ポイント)	前年同期差 (ポイント)	前年同期差 (ポイント)	前年同期差 (ポイント)	前年同期差 (ポイント)	前年同期差 (ポイント)			
全体	19.4	1.9	20.4	2.9	20.7	1.6	17.4	1.3	19.4	1.8	
宿泊施設タイプ別	旅館	9.0	△ 0.1	11.4	0.3	9.6	△ 0.3	6.8	△ 0.1	8.8	△ 0.3
	リゾートホテル	15.3	0.1	17.5	0.7	17.7	△ 0.4	11.9	0.2	14.8	△ 0.5
	ビジネスホテル	17.5	1.8	17.7	3.2	18.4	2.0	16.7	0.7	17.3	1.4
	シティホテル	37.9	1.9	37.6	2.6	40.1	1.1	36.6	1.6	37.5	2.5
	簡易宿所	24.4	7.5	28.0	9.2	24.9	7.4	19.8	5.7	27.4	8.4
	会社・団体の宿泊所	4.5	△ 0.2	5.2	1.2	3.8	△ 0.2	4.3	△ 1.3	5.0	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

宿泊施設タイプ別に見ると、「1～3月期」は「リゾートホテル」「シティホテル」「会社・団体の宿泊所」で前年差がマイナスであり、「シティホテル」は「4～6月期」「7～9月期」「10～12月期」も前年差のマイナスが続いた。「4～6月期」は、全て前年差はプラスであったが、「7～9月期」には「旅館」以外は前年差がマイナス、「10～12月期」は「簡易宿所」以外は前年差がマイナスであった。

(3) 外国人宿泊者比率

2019年の外国人延べ宿泊者数比率を四半期別にまとめたものが、表Ⅲ-3-6である。

年間では、19.4%（前年差1.9ポイント増）で、「1～3月期」は20.4%（同2.9ポイント増）、「4～6月期」は20.7%（同1.6ポイント増）と、上半期は外国人延べ宿泊者数比率が20%を超えた。

宿泊施設タイプ別に見ると、通年での延べ宿泊者数比率が最も高いのは「シティホテル」37.9%、次いで「簡易宿所」24.4%、以下、「ビジネスホテル」17.5%、「リゾートホテル」15.3%と続き、「旅館」は9.0%、「会社・団体の宿泊所」は4.5%であった。「1～3月期」はすべての施設で前年差がプラスであったが、旅館は「4～6月期」以降は前年差がマイナスであった。

3 2019年の話題

宿泊業における外国人材受け入れ開始
大規模国際イベントに向け、イベント民泊ガイドライン改定

(1) 旅館の生産性向上に向けた検討会設置

観光庁は、「稼ぐ」旅館への方策を検討すべく、「日本旅館の生産性向上・インバウンド対応の強化等を加速するための新たなビジネスモデルのあり方等に関する検討会」を2019年1月に立ち上げた。2017年度に同庁が設置した「観光産業革新検討会」報告書において、宿泊業の改革・競争力強化が指摘されたことをうけて設置されたものである。2020年6月までに6回開催され、旅館を取り巻く環境を客観的に分析した上で、各旅館が複眼的な経営計画を策定し、これを着実に実行すること、行政、宿泊関係団体、観光地域づくり法人（DMO）等の関係者が連携して、単独で経営改革を実行することが難しい中小旅館等を支援しながら、地域ぐるみでの取り組みを強化することが重要である旨を提言した。

(2) 宿泊分野の外国人労働者の受け入れ本格化

全産業的に深刻化する人手不足の状況を受けて、「出入国管理及び難民認定法及び法務省設置法の一部を改正する法律」が2018年12月に成立・公布、2019年4月から施行された。この法改正により、新たな在留資格「特定技能」が創設された。これは、特に人材不足が深刻な14業種を対象として、一定の専門性・技能を有し日本語能力のある、即戦

力となり得る外国人に日本での就労を認めるものであり、宿泊業が含まれる。特定技能には1号と2号があり、1号は最長5年の在留が認められるが、家族の帯同は認められない。2号は特定技能1号の外国人が日本に滞在中に試験を受け、合格すれば移行可能である。在留期間は更新でき、条件を満たせば永住申請もでき、要件を満たせば家族の帯同も可能である。宿泊業で認められているのは、1号のみである（2020年7月現在）。

また、在留資格の「留学」から「特定技能1号」への変更も可能であり、ベトナム人1名に対し、2019年8月に初めてのこの在留資格変更が出入国在留管理庁により許可された（宿泊分野における特定技能外国人としても初めて）。

宿泊業界での外国人材の受け入れに向け、日本旅館協会、全国旅館ホテル生活衛生同業組合連合会、日本ホテル協会、全日本シティホテル連盟は、宿泊業の特定技能在留資格取得に必要な評価試験を実施する機関「一般社団法人宿泊業技能試験センター」を、2018年9月に設立した。2019年度には、国内で3回、ミャンマーで1回の宿泊業技能測定試験を実施した。4回の試験の受験者数は計1,852人、合格者数は1,140人、合格率は61.6%であった（表Ⅲ-3-7）。この試験と日本語試験の双方に合格した外国人は、受入れ企業（特定技能所属機関）と直接雇用契約を結ぶことができる。

表Ⅲ-3-7 2019年度宿泊業技能測定試験結果

	会場	試験日	受験者数 (人)	合格者数 (人)	合格率
第1回	国内	2019年4月14日	391	280	71.6%
第2回	国内	2019年10月6日	651	363	55.8%
第3回	ミャンマー	2019年10月27日	238	85	35.7%
第4回	国内	2020年1月19日	572	412	72.0%
	計		1,852	1,140	61.6%

資料：一般社団法人宿泊業技能試験センターの資料をもとに（公財）日本交通公社作成

(3) 民泊の動き

2018年6月に住宅宿泊事業法（民泊新法）が施行された。観光庁によると、2020年3月末時点の住宅宿泊仲介業者等（85社）が取り扱う民泊物件は、延べ129,446件で、前述した新法施行から約10万件増加した。民泊物件の内訳は、「旅館業法に基づく旅館・ホテル、簡易宿所」が62,191件（シェア48.0%）、「住宅宿泊事業法に基づく届出住宅」45,803件（同35.4%）、「特区民泊の認定施設」21,041件（同16.3%）、「イベントホームステイ（イベント民泊）」83件（同0.06%）、「その他（短期賃貸物件等）」328件（同0.3%）である。

住宅宿泊事業の月別届出件数は、民泊新法施行後、増加傾向にあるが、事業廃止件数も同じく増加傾向にあり、届出住宅数（届出件数－事業廃止数）は、2020年4月をピークに、5月、6月と2か月連続で減少している。

「イベント民泊」は、イベント開催期間に宿泊施設不足が見込まれる場合に、自治体の要請に基づいて自宅を提供する民泊事業である。前述の物件数では83件と少ないが、今後のさらなる有効活用を目指し、観光庁と厚生労働省は「イベ

ント民泊ガイドライン」(2016年4月策定、2017年7月一部改訂)を、2019年7月に一部改訂した。2019年9月～11月にラグビーワールドカップ、2020年7月～8月に東京オリンピック・パラリンピック(2020年3月24日に2021年への延期が決定)といった大規模イベントが控えており、国内外からの多くの来訪者が、民泊を通して開催地の住民との交流機会を創出することを目的とした改定である。イベント民泊の趣旨を明確にするため、通称を「イベント民泊」から「イベントホームステイ(イベント民泊)」に変更した。また、交流要件として「宿泊施設不足」に加え、「ホームステイでの宿泊体験を通して、現地の人々と旅行者の交流を創出する」ことを追加した。

観光庁によると、2017年7月10日から2019年12月19日の約2年5か月間のイベントホームステイ(イベント民泊)の実施状況は、54イベント(ラグビーワールドカップ数試合含む)、合計イベント開催日数156日、提供物件数596件、宿泊者数1,552人、延べ宿泊者数2,117人であった。

なお、エアビーアンドビー(Airbnb)は、ラグビーワールドカップ2019期間中、5府県でイベント民泊を実施、これを含む12か所の開催地で同社が取り扱った宿泊者数は、前年同期比110%増の37万人であった。

同社は、2016年のリオ五輪、2018年の平昌五輪でもイベント民泊施設のサポートを行った実績があり、国際オリンピック委員会と公式パートナー契約を締結(2020～2028年)、2021年の東京オリンピック・パラリンピックにおいても、千葉市(フェンシング等の会場)と連携してイベントホームステイを実施する予定である。

(4) 全国各地で多様な宿泊施設が開業

2019年度も、個性的な施設が開業した(表Ⅲ-3-8)。1962年に開業した東京都港区の「ホテルオークラ」が、2015年8月末で一時的閉館、全面建て替えを経て2019年9月に「The Okura Tokyo」(ジ・オークラ・トーキョー)として再開業した。「ハレクラニ沖縄」は、ハワイの「ハレクラニホテル」が、初めて他国に開業したホテルであり、ハワイのホテルの伝統を受け継いでいる。インターコンチネンタルホテルグループは、日本の大都市圏で数軒のホテルを運営しているが、別府温泉に「ANAインターコンチネンタル別府リゾート&スパ」を開業した。これは、別府温泉で初めての外資系ホテルであり、宿泊施設の多様化による温泉地における新しいマーケットの開拓が期待されている。

(5) 新型コロナウイルス感染症の影響と宿泊業の倒産

2020年1月以降、世界各国で新型コロナウイルス感染症が流行し、2月以降は日本政府による外国人の入国制限によって訪日外国人旅行者が激減した。4月7日から5月6日には緊急事態宣言が埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、大阪府、兵庫県及び福岡県に発出された。その後、区域や期間の変更を経て5月25日に宣言は解除されたが、ゴールデンウィークを挟む約2ヶ月間、日本人の国内旅行も減少した。

このような長期の宿泊需要の低迷(消滅)により、東京商工リサーチによると2020年上半年(1～6月)の宿泊業の倒産件数は72件(前年比2.4倍)、うち新型コロナウイルス感染症関連の倒産は32件で、全体の44%を占めた。

2020年6月19日に県境をまたぐ移動制限(旅行)が全国で解除されたものの、新型コロナウイルス感染症終息時期の予測は立たず、宿泊需要回復には時間を要すると想定される。

(淑徳大学 朝倉はるみ)

表Ⅲ-3-8 2019年度の主な新規開業及びリニューアル施設の概要

施設名	所在地	概要	開業年月	備考
MUJI HOTEL GINZA	東京都中央区	無印良品の思想を体験できるホテルとして、コンセプトや内装デザインを良品計画が監修。無印良品の家具やアメニティグッズをそろえる。世界で3軒目、日本で初めて。79室。	2019年4月	新規
京都悠洛ホテルMギャラリー	京都府京都市	フランスのホテルチェーン・アコーが「究極の女性向けホテル」として展開する「Mギャラリー」シリーズ。日本では初展開。富裕層にも人気の京都に開業。144室。	2019年4月	新規
ハレクラニ沖縄	沖縄県 国頭郡恩納村	ハワイのワイキキビーチで100年以上運営しているハレクラニホテル2軒目のホテルとして、沖縄県に開業。全360室の客室がオーシャンビュー。5つのプールがある(うち、1つはインドア)。	2019年7月	新規
ANAインターコンチネンタル別府リゾート&スパ	大分県別府市	全89室、客室は62～212㎡。別府八湯のひとつ「明礬温泉」を源泉とし、2つの内風呂(男女入替え制)、露天風呂、貸切利用できるプライベート温泉(1室)がある。タイの高級スパブランド「HARNN(ハーン)」の国内唯一の店が入る。	2019年8月	新規
The Okura Tokyo (ジ・オークラ・トーキョー)	東京都港区	ホテルオークラ東京の本館を建て替え、ホテル名も変更。施設は41階と17階の2棟のビルに。全508室。標準客室は従来の1.5倍に拡大、広々とした空間を武器に高級路線を強める。	2019年9月	リニューアル
パークハイアット京都	京都府京都市	日本では25年ぶり2軒目の「パークハイアット」ブランドのホテル。9室のスイートを含む70室。同じ敷地内に、創業142年の歴史をもつ料亭「山荘京大和」もリニューアルオープン。	2019年10月	新規

資料：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

Ⅰ 集客交流施設

新型コロナウイルスの感染拡大を受けた休業が発生
東京都内で再開施設の開業が相次ぐ

(1) 集客交流施設の動向

●遊園地・テーマパークなどの動向

2019年度の遊園地・テーマパークの売上高は6,413億円(前年度比11.0%減)、入場者数は7,161万人(前年度比10.5%減)であり、売上高、入場者数ともに前年度を下回った。一方で、従業者数は44,301人(前年度比7.3%増)と前年度を上回った(表Ⅲ-4-1-1)。

主要施設の入場者数は、東京ディズニーランド・ディズニーシー、ハウステンボス、東京スカイツリーなど、前年度から減少となった施設が多数を占めた。特に、首里城は前年度比40.7%減と大きく減少した。(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>

2019年度の入場者数は、前年度比10.9%減の2,901万人となり、前年度と比較して355万人の減少となった。

2019年7月には、東京ディズニーシーに新規大型アトラクションの「ソアリン：ファンタスティック・フライト」がオープンした。2020年1月からは、東京ディズニーランドにおいて、ミニーマウスが主役の2019年度限定のプログラムとして「ベリー・ベリー・ミニー!」が開催された。

期間限定のパスポートとしては、2019年7月～9月にかけて、平日午後5時以降に東京ディズニーランド、東京ディズニーシーのいずれかに入園可能となる「夏5(ナツゴ)ウィークデーパスポート」を販売した。

新型コロナウイルスの感染拡大を受け、東京ディズニーランドと東京ディズニーシーは2020年2月29日から同年6月末まで臨時休園となった。

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 (%)
2014年度	629,103	6.8	80,215,781	3.8	36,946	2.9
2015年度	653,680	3.9	81,188,854	1.2	38,868	5.2
2016年度	665,011	1.7	80,346,541	-1.0	39,788	2.4
2017年度	685,186	3.0	78,026,318	-2.9	39,978	0.5
2018年度	720,439	5.1	79,977,698	2.5	41,303	3.3
2019年度	641,294	-11.0	71,610,123	-10.5	44,301	7.3

※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。

資料：経済産業省「特定サービス産業動態統計調査」

※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。

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	2015年度	2016年度	2017年度	2018年度	2019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	3,019	3,000	3,010	3,256	2,901
ユニバーサル・スタジオ・ジャパン(大阪府大阪市)※1	2001	1,390	1,460	—	—	—
ナガシマリゾート(三重県桑名市)※2	1964	1,515	1,510	1,530	1,550	1,550
ハウステンボス(長崎県佐世保市)	1992	307	280	280	263	228
鈴鹿サーキット(三重県鈴鹿市)	1963	208	201	204	206	204
東京スカイツリー(東京都墨田区)	2012	479	449	444	427	360
東京都恩賜上野動物園(東京都台東区)	1882	397	397	441	496	348
沖縄美ら海水族館(沖縄県本部町)	2002	341	363	378	372	332
名古屋市東山動植物園(愛知県名古屋市)	1937	258	241	260	254	234
旭川市旭山動物園(北海道旭川市)	1967	152	143	143	137	139
金沢21世紀美術館(石川県金沢市)	2004	237	255	237	258	233
国立新美術館(東京都港区)	2007	229	285	283	261	185
国立科学博物館(東京都台東区)※3	1877	221	247	288	267	274
広島平和記念資料館(広島県広島市)	1955	150	174	168	152	176
首里城(沖縄県那覇市)	1992	188	189	181	177	105
兼六園(石川県金沢市)	1874	309	291	280	275	259
グラバー園(長崎県長崎市)	1974	122	99	100	95	77

※1) 2017年より入場者数非公開。

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) 2014年度よりアウトレット施設を含んだ人数。2018～2019年度は年間値。

※3) 筑波実験植物園と附属自然教育園を含む

＜ユニバーサル・スタジオ・ジャパン＞

2019年4月には、新規アトラクションとして「SING ON TOUR（シング・オン・ツアー）」がオープンした。同アトラクションは、映画「SING／シング」をテーマにしたものである。2019年9月には、パーク初の団体客向けダイニングシアターである「ピーコック・シアター」がオープンした。同施設は、利用客が、食事をしながら様々なショーを鑑賞できる。2020年3月には、VRアトラクションとして「モンスターハンターワールド：アイスボーン XR WALK」の開催が予定されていたが、開催準備の遅れのため、開始日が延期となった。

イベント関連では、2019年11月～2020年1月にかけて「ウィザードキング・ワールド・オブ・ハリ・ポッター」を舞台にした冬季限定エンターテインメント「ホグワーツ・マジカル・ナイト～ウィンター・マジック～」を開催した。恒例のクリスマスイベントについては10年ぶりに内容を完全に一新し、「ユニバーサル・クリスタル・クリスマス」という名称で2019年11月～2020年1月にかけて開催した。

2020年2月29日以降は、新型コロナウイルスの感染拡大を受け6月18日まで臨時休園となった。

＜ハウステンボス＞

2019年度の入場者数は前年度比13.3%減の228万人であり、2年連続で減少傾向が続いている。

2019年11月には、人気アニメ「ONE PIECE」に登場するサウザンド・サンニー号を再現した遊覧船のクルーズが約4年ぶりに復活した。また、ハーバータウン内には限定グッズなどが販売されている「お宝ショップ」や、アニメに登場するメニューを味わえる「海賊レストラン」、キャラクターと記念撮影ができる「メモリアルフォトブース」が登場した。2020年3月には、「花と光」「自然と科学の融合」をテーマにした新エリア「光のファンタジアシティ」のオープンを予定していたが、延期となった。

イベント関連では、恒例のイベント「光の王国」（2019年10月～2020年5月開催）において、2019年の新スポットとして「白銀の世界」が登場した。同スポットは「幸せな未来を願う場所」として、チャペルや高さ15mのクリスマスツリーが設置された。

そのほか、2019年6月には、インスタグラムに指定のハッシュタグをつけて投稿すると、年間パスポートが毎日1名にプレゼントされる「Happy HUIS TEN BOSCH インスタグラムキャンペーン」を実施した。

なお、新型コロナウイルスの感染拡大を受け、2020年2月29日から3月15日まで臨時休園となった。その後、公園機能と屋外施設については3月16日から一部営業を再開した。

(2) 集客交流施設の整備動向（表Ⅲ-4-1-3）

●テーマパーク

＜おやつタウン＞

2019年7月、三重県津市に「おやつタウン」がオープンした。同施設は、「ベビースターラーメン」などを製造する株式会社おやつカンパニーの工場の隣接地に位置しており、運営は別

会社の株式会社おやつタウンが行っている。

施設内は、屋内型国内最大級のアスレチック等が設置された「おやつ広場」、オリジナルのベビースターラーメン作りを体験できる「ホシオくんキッチン」、ベビースターラーメンの製造工程を見学できる「ベビースターファクトリー」、ベビースターを使ったメニュー等を提供している「ベビースターダイニング」、オリジナルグッズ等を販売している「おやつマルシェ」のエリアに分かれている。

なお、同施設は新型コロナウイルスの感染拡大を受け、2020年2月29日から3月22日まで臨時休園となった。

●複合施設

＜渋谷スクランブルスクエア＞

東急株式会社を中心に実施されている、渋谷駅周辺地区における再開発事業のひとつであり、東棟・中央棟・西棟の3棟のうち、東棟が2019年11月に開業した。東棟は高さが約230m、地上47階・地下7階建ての超高層ビルとなっている。地下2階～14階は商業施設であり、全212店舗が出店している。15階には、会員制の産業交流施設「SHIBUYA QWS（渋谷キューズ）」が入居しており、17～45階はオフィスフロアとなっている。14階・45階～46階・最上階には屋上展望施設「SHIBUYA SKY（渋谷スカイ）」が設置されている。

「SHIBUYA SKY（渋谷スカイ）」は、日本最大級の屋上展望空間となっており、開放感の中で眺望を楽しむことができる。中央部には、緊急発着用のヘリポートも整備されている。

なお、中央棟・西棟は、2020年3月で閉店した東急百貨店東横店の跡地に建設する計画であり、2027年度の開業を予定している。

＜Hareza（ハレザ）池袋＞

東京都豊島区の旧豊島区旧庁舎の跡地を活用した、官民連携の再開発事業のエリア名称であり、2019年11月にホール棟、としま区民センター、中池袋公園がオープンした。ホール棟は地上8階・地下1階建てとなっており、公益財団法人としま未来文化財団が運営する「豊島区立芸術文化劇場（愛称名：東京建物Brillia HALL）」のほか、株式会社ポニーキャニオンが運営するライブ劇場「harevutai（ハレブタイ）」、中池袋公園に面した劇場空間「パークプラザ」等の劇場空間が整備されている。としま区民センターには、多目的ホールや小ホールのほか、会議室やキッチンルームなどが整備されている。中池袋公園には、「アニメイトカフェスタンドHareza池袋」があり、アニメ・ゲームと連携したドリンクや軽食類、グッズの販売が行われている。

＜ヨドバシ梅田タワー＞

株式会社ヨドバシホールディングスが、大阪市北区に建設した地上35階・地下4階建ての複合施設である。ビル内の大型商業施設「LINKS UMEDA（リンクス梅田）」と、大阪市内で最大級となる1000室規模の客室数を備える宿泊施設「Hotel Hankyu RESPIRE OSAKA（ホテル阪急レスパイ

表Ⅲ-4-1-3 2019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
道の駅あびらD51ステーション	北海道 勇払郡 安平町	安平町	9.9億円	2019.4	日本を代表する蒸気機関車(SL)D51の愛称「デゴイチ」を取って名付けられた。蒸気機関車「D51-320号機」と、特急用ディーゼル気動車「キハ183系」が展示されている。
魚河岸テラス	岩手県 釜石市	釜石市	5億円	2019.4	釜石市魚河岸にオープンした施設。飲食店やイベントスペースなどを備える。
湯本豪一記念 日本妖怪博物館(三次もののけミュージアム)	広島県 三次市	三次市	12.6億円	2019.4	妖怪が描かれた絵巻物などの資料を収蔵した博物館。
大館市観光交流施設「秋田犬の里」	秋田県 大館市	大館市	10.5億円	2019.5	秋田犬の展示室、秋田犬ミュージアム、観光案内所などから構成されている施設。
白い恋人パーク	北海道 札幌市	石屋製菓株式会社	非公表	2019.7	本社工場も兼ねている観光施設「白い恋人パーク」をリニューアルオープン。体験・参加型のコンテンツを充実させた。
おやつタウン	三重県 津市	株式会社 おやつカンパニー	35億円 (総工費)	2019.7	工場見学や菓子づくりを体験できるベビースターの工場一体型テーマパーク。国内最大級の屋内型アスレチックも備える。
愛知県国際展示場	愛知県 常滑市	愛知県	350億円	2019.8	中部国際空港隣接の展示場。日本第4位となる展示面積の大規模施設となる。
SAKURA MACHI Kumamoto(サクラマチクマモト)	熊本県 熊本市	熊本桜町再開発株式会社	777億円	2019.9	商業施設、バスターミナル、新たな集客施設「熊本城ホール」(12月全面開業)などから構成されている複合施設。
COREDO室町テラス	東京都 中央区	三井不動産株式会社	非公表	2019.9	「日本橋室町三井タワー」の低層部に入居する、約30店舗で構成される商業施設。台湾発の人気ショップ「誠品生活」の日本1号店などが出店している。
ヨドバシ梅田タワー	大阪府 大阪市	株式会社 ヨドバシホールディングス	非公表	2019.11	商業施設「LINKS UMEDA(リンクス梅田)」と、宿泊施設、バスターミナルを備える施設。
渋谷スクランブルスクエア 東棟	東京都 渋谷区	東急株式会社、東日本旅客鉄道株式会社、東京地下鉄株式会社	498億円 (工事費)	2019.11	東急・JR東日本・東京メトロが共同開発し、渋谷エリア最高となる高さ約230メートル、地上47階・地下7階の超高層ビル。展望施設「SHIBUYA SKY(渋谷スカイ)」を設ける。
Hareza(ハレザ)池袋ホール棟	東京都 豊島区	東京建物株式会社、株式会社サンケイビル	77億円	2019.11	公益財団法人としま未来文化財団が運営する「豊島区立芸術文化劇場(愛称:東京建物Brillia HALL)」のほか、株式会社ボニーキャニオンが運営するライブ劇場「harevutai(ハレブタイ)」など、複数の劇場空間からなる施設。
横浜ハンマーヘッド	神奈川県 横浜市	新港ふ頭客船ターミナル株式会社	180億円	2019.11	客船ターミナルと商業施設、ホテルが融合した複合施設。
南町田グランベリーパーク	東京都 町田市	東急株式会社	530億円	2019.11	2017年に閉館した「グランベリーモール」の跡地を再整備し、隣接する鶴間公園と一体的にデザインした緑豊かな商業施設や、スヌーピーミュージアムなどを備える。
成田空港温泉 空の湯	千葉県 山武郡芝山町	三栄メンテナンス株式会社	26億円	2019.12	成田空港から専用シャトルバスの利用で5分の近さにある温泉施設。
渋谷フクラス	東京都 渋谷区	東急株式会社	非公表	2019.12	東急による渋谷駅周辺開発プロジェクトの一環として、旧「東急プラザ渋谷」跡に建設された複合施設。
アーティゾン美術館	東京都 中央区	公益財団法人石橋財団	非公表	2020.1	1952年に開館した、ブリヂストン美術館を前身とする美術館。
岩槻人形博物館	埼玉県 さいたま市	さいたま市	42億円	2020.2	「人形のまち」として知られる岩槻に所在する、公立では日本初の人形専門博物館。
アイランドアイ	福岡県 福岡市	やずやグループ、ジョーンズ ラングラサル株式会社	非公表	2020.3	商業施設、劇場、コンベンション施設、ホテルを備える複合施設。

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

ア大阪)」が2019年11月に開業した。そのほか、ビル内には新たに高速バスターミナル「ヨドバシ梅田タワー前バスターミナル」が整備された。

<SAKURA MACHI Kumamoto(サクラマチクマモト)>

熊本市桜町地区の再開発事業によって整備された複合施設である。同施設は、商業施設、シネマコンプレックス、住宅、保育所、バスターミナル、宿泊施設、オフィス・バンケット棟、集客施設、駐車場から構成されている。商業施設部分が2019年9月に、集客施設である「熊本城ホール」が2019年12月に開業した。

●その他

<アーティゾン美術館>

1952年に開館した、ブリヂストン美術館を前身とする美術館である。2020年1月に、東京都中央区の複合ビル「ミュージアムタワー京橋」内の低層部(1階~6階)に開館した。展示室のほかに、ミュージアムカフェ、ショップ、レクチャールームが整備されている。展示室の総面積は、前身のブリヂストン美術館に比べ約2倍となっている。

(淑徳大学 外山昌樹)

2 MICE

国際会議開催件数は3,433件で前年比3.6%増
東京の国際会議開催件数は
アジア・太平洋地域で2位に
愛知県国際展示場 Aichi Sky Expoが開業

※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、日本政府観光局（JNTO）各現地事務所が把握している情報に限定はされるものの、訪日旅行の主要市場の動向等が整理されている「市場動向トピックス」から、日本へのインセンティブ旅行の現況を整理する。

市場動向トピックス掲載20市場（韓国、中国、台湾、香港、フィリピン、ベトナム、タイ、マレーシア、シンガポール、インドネシア、インド、豪州、カナダ、米国、ロシア、ドイツ、フランス、英国、イタリア、スペイン）では、2019年はベトナム、インドネシア、インドにおいて日本へのインセンティブ旅行が好調となっている。2019年8月には、JNTOとしてベトナム市場ではじめてのインセンティブ旅行に特化したセミナー商談会がホーチミンで開催された。商談会では、日本側からユニークベニューやインセンティブ支援に関する情報等が提供され、計100件の商談が実施された。また、2019年9月にはインドのムンバイで「Japan Incentive Seminar 2019」が開催された。JNTOから日本へのインセンティブツアーを開催する各種メリットを紹介した後に商談会が実施され、100件を超える商談が実施された。

2020年も1月はインドネシア、インドを出発するインセンティブ旅行が好調であったが、2月以降は新型コロナウイルスの影響でキャンセルが発生した。

②コンベンション（C）の現況

コンベンション分野は、国際会議の統計データが整備されているため、このデータをもとに現況を整理する（国内会議〔外国人参加者数が基準に満たない会議など〕の統計データは未整備）。

●国際会議の開催件数、参加者数の状況

日本政府観光局（JNTO）の国際会議選定基準に基づき集計された、2018年に我が国で開催された国際会議（2019年数値は未発表）の件数は3,433件（前年比3.6%、120件増）、参加者総数は1,839,694人（前年比6.6%、113,767人増）となった。参加者数の内訳は、国内参加者が1,630,097人（全体の88.6%）、外国人参加者が209,597人（同11.4%）であり、外国人参加者の構成比が前年より0.6ポイント増加した（表Ⅲ-4-2-1）。

月別では、件数は11月が410件で最も多く、参加者数では

9月が241,132人で最も多かった。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34～37%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

	開催件数(件)	参加者数(人)			
		総数	うち国内	うち外国人	構成比(%)
2014年	2,590	1,995,336	1,816,603	178,733	9.0
2015年	2,847	1,766,798	1,591,765	175,033	9.9
2016年	3,121	1,862,506	1,646,380	216,126	11.6
2017年	3,313	1,725,927	1,539,279	186,648	10.8
2018年	3,433	1,839,694	1,630,097	209,597	11.4

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（2018年）

	件数(件)	構成比(%)	前年差(ポイント)	参加人数(人)		
				参加人数(人)	構成比(%)	前年差(ポイント)
1月	174	5.1	0.1	55,105	3.0	0.5
2月	228	6.6	△0.6	85,912	4.7	△0.2
3月	342	10.0	△0.2	158,809	8.6	△0.4
4月	183	5.3	0.5	116,087	6.3	△2.0
5月	248	7.2	0.5	203,645	11.1	1.4
6月	326	9.5	1.3	232,604	12.6	1.1
7月	292	8.5	0.0	131,667	7.2	△1.7
8月	241	7.0	△0.3	101,874	5.5	0.7
9月	364	10.6	△0.5	241,132	13.1	0.7
10月	392	11.4	0.7	231,058	12.6	0.5
11月	410	11.9	△1.5	210,363	11.4	0.3
12月	233	6.8	△0.1	71,438	3.9	△0.8
合計	3,433	100.0	-	1,839,694	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
（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

●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1,395件（全体の40.6%）で、前年までと同様他分野と比較して非常に多い。以下「医学」（702件、同20.5%）、「芸術・文化・教育」（446件、同13.0%）と続く。構成比の前年比較では「医学」が2.7ポイントと大きく増加している。その他では「産業」が1.1ポイント、「芸術・文化・教育」が1.0ポイント増加している。一方で減少が大きかったのは、「科学・技術・自然」（2.1ポイント減）、「社会」（1.9ポイント減）であった。

規模別では、「100人未満」が最も多く1,176件、次いで「100～199人」が834件で、これら200人未満の規模の国際会議で全体の58.5%を占めている。前年の同構成比は61.2%であり、2.7ポイント減少している。構成比の前年差を見ると、「500人～999人」の1.5ポイント増をはじめ、300人以上の会議で全て増加となっている一方、299人以下は全て減少となっている（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・大型会議）の開催件数は464件（前年比32.6%、114件増）、外国人参加者数は209,597人（前年比22.4%、24,384人増）であった。（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645件と前年同様最も多く、以下2位が神戸市の419件、3位が京都市の348件と続き、上位10都市の顔ぶれ、順位に変化はなかった。参加者数で見ると、東京（23区）が293,157人と件数同様最も多く、次いで多いのは件数では6位の横浜市で215,171人であった（表Ⅲ-4-2-5）。

●会場別の国際会議開催状況

会場別では、神戸大学が180件と昨年に続き最も多く、2位は京都大学の150件で、上位2会場に変化はなかった。3位は九州大学（114件）で昨年の4位からランクアップした。以下、4位にパシフィック横浜（104件）、5位に名古屋大学（96件）と続く。

参加者数はパシフィック横浜が201,512人と昨年に続き最も多いが、昨年の220,029人から約1万8千人強の減少となった。2位は神戸国際会議場で133,956人、3位は大阪府立国際会議場で124,841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9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、会議場施設では中・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、2019年に世界で開催された国際会議数の統計によれば、世界全体の開催件数は13,254件（前年比317件増）であった。このうち日本での開催件数は527件（前年比78件増）であり、前年の過去最高の開催件数を更新した（※1回限り開催の会議が除外されるなど、前述のJNTOによる統計とは選定基準が異なるため開催件数

表Ⅲ-4-2-3 分野別・規模別の国際会議開催件数

（分野別）

	2018年		
	件数(件)	構成比(%)	前年差(ポイント)
政治・経済・法律	378	11.0	0.1
科学・技術・自然	1,395	40.6	△2.1
医学	702	20.5	2.7
産業	165	4.8	1.1
芸術・文化・教育	446	13.0	1.0
社会	204	5.9	△1.9
運輸・観光	28	0.8	△0.2
社交・親善	47	1.4	△0.0
宗教	6	0.2	△0.1
スポーツ	20	0.6	△0.3
その他	42	1.2	△0.3
合計	3,433	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

（規模別）

	2018年		
	件数(件)	構成比(%)	前年差(ポイント)
100人未満	1,176	34.3	△1.1
100～199人	834	24.3	△1.6
200～299人	386	11.2	△0.2
300～399人	216	6.3	0.8
400～499人	121	3.5	0.2
500～999人	299	8.7	1.5
1,000～1,999人	191	5.6	0.2
2,000人以上	210	6.1	0.2
合計	3,433	100.0	-

（注）構成比は四捨五入により合計100%にならない場合がある

資料：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

	開催件数(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(%)
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	216,126	142,320	65.9
2017年	3,313	350	10.6	186,648	108,851	58.3
2018年	3,433	464	13.5	209,597	133,235	63.6

※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

2017年				2018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)	608	260,624	1	東京(23区)	645	293,157
2	神戸市	405	106,253	2	神戸市	419	187,773
3	京都市	306	140,253	3	京都市	348	156,076
4	福岡市	296	151,029	4	福岡市	293	124,193
5	名古屋市	183	90,215	5	名古屋市	202	73,489
6	横浜市	176	249,414	6	横浜市	156	215,171
7	大阪市	139	101,536	7	大阪市	152	190,433
8	北九州市	134	40,031	8	北九州市	133	48,469
9	仙台市	120	83,035	9	仙台市	116	78,251
10	札幌市	116	53,513	10	札幌市	109	60,659

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

も異なる)。世界の中での順位としては、アジア・太平洋地域では中国に次いで2位、世界で8位であった。

都市別に見ると、アジア・太平洋地域のトップは前年までと同様シンガポールで148件（世界第7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（2位）のみで、件数は131件（世界10位）であった。2019年は開催件数100件を超える都市がシンガポール、東京、バンコク、ソウル、台北の5つであり、バンコクは昨年より11件減少し順位を1つ下げた。また、香港はデモ活動の影響により件数が大きく減少し順位を5つ下げた。一方、ソウルは昨年より8件減少したものの順位は1つ上げた。（表Ⅲ-4-2-7）。

③エキシビション（E）の現況

●展示会の開催件数・出展者数・出展小間数・来場者数の状況

2019年に我が国で開催された展示会の件数は764件（前年比0.1%、1件増）であった。また、出展者数117,511社（前年比4.1%、5,040社・団体減）、出展小間数126,045小間（前年比15.5%、23,130小間減）は前年を下回ったが、来場者数13,445,519人（前年比1.0%、136,268人増）は前年を上回った。2019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130万人）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、開催件数以外の減少傾向（※来場者数は微増であるが、2019年は東京モーターショーの来場者数約130万人が含まれていることを考えると全体としては増加していない）については、展示会全体の規模縮小ではなく非公開の展示会增加している影響、また、東京オリンピック・パラリンピック開催に向けての会場利用制限により会場面積がやや減少したことなどが理由として考えられる（表Ⅲ-4-2-8）。

月別では、2月が件数（91件）、出展者数（16,481社・団体）、出展小間数（17,715小間）で、10月が来場者数（2,506,863人）でそれぞれ最も多くなっている。また全ての項目で8月、12月が少ないが、これは本統計が商談に重きを置く展示会、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）。

●2019年に開催された主な展示会

2019年に開催された展示会で最も来場者数が多かったのは「第46回東京モーターショー2019」（会場：東京ビッグサイト他）の1,300,900人で、次いで来場者数が多かったのは「東京オートサロン2019」（会場：幕張メッセ）の330,666人であった。東京モーターショーは2007年に来場者数1,425,800人を記録して

表Ⅲ-4-2-6 会場別の国際会議開催件数、参加者数

（件数）

2017年			2018年		
順位	会場	件数(件)	順位	会場	件数(件)
1	神戸大学	196	1	神戸大学	180
2	京都大学	154	2	京都大学	150
3	名古屋大学	119	3	九州大学	114
4	九州大学	109	4	パシフィコ横浜	104
5	パシフィコ横浜	100	5	名古屋大学	96
6	理化学研究所	88	6	理化学研究所	86
7	大阪大学	77	7	東北大学	75
8	東北大学	75	8	国際連合大学	66
9	東京大学	67	9	東京大学	63
10	国際連合大学	64	10	北海道大学	52

（注）2016年の横浜市の参加者数は出典元の訂正を反映

（参加者数）

2017年			2018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	220,029	1	パシフィコ横浜	201,512
2	幕張メッセ	108,166	2	神戸国際会議場	133,956
3	福岡国際会議場	76,246	3	大阪府立国際会議場	124,841
4	東京国際フォーラム	70,033	4	神戸ポートピアホテル	115,514
5	国立京都国際会館	69,334	5	国立京都国際会館	83,575
6	仙台国際センター	68,339	6	神戸国際展示場	80,031
7	大阪府立国際会議場	67,850	7	東京国際フォーラム	69,017
8	名古屋国際会議場	55,462	8	福岡国際会議場	62,967
9	神戸国際会議場	50,521	9	幕張メッセ	44,718
10	神戸ポートピアホテル	46,389	10	仙台国際センター	44,668

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-4-2-7 アジア・太平洋地域の都市別国際会議開催件数（順位上位の都市）

順位	2017年			2018年			2019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	160	6	シンガポール	145	8	シンガポール	148	7
2	ソウル	142	10	バンコク	135	10	東京	131	10
3	香港	119	13	香港	129	12	バンコク	124	13
4	バンコク	110	17	東京	123	13	ソウル	114	15
5	東京	101	18	ソウル	122	15	台北	101	19
6	北京	81	25	台北	100	20	シドニー	93	20
7	シドニー	76	26	北京	93	22	北京	91	22
8	台北	76	26	シドニー	87	25	香港	91	22
9	メルボルン	67	35	上海	82	28	クアラルンプール	91	22
10	クアラルンプール	65	38	クアラルンプール	68	34	上海	87	27

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

以降、来場者数が100万人を割っていたが、今回久しぶりの100万人超えとなった。

最も出展者数が多かったのは「FOODEX JAPAN 2019-第44回国際食品・飲料展」(会場:幕張メッセ)の3,316社・団体であった。以下、「第88回東京インターナショナル・ギフト・ショー秋2019」(会場:東京ビッグサイト/2,312社・団体)、「第53回スーパーマーケット・トレードショー2019」(会場:幕張メッセ/2,176社・団体)と続く。出展者数が2,000社・団体を超えた展示会は2017年が6つ、2018年4つであり、2019年も4つと横ばいであった。

●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」、「出展者数」、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。2019年に認証された展示会は7件で、2020年6月末現在では合計90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

国においては、2018年7月に策定した「関係府省MICE支援アクションプラン2018」に基づき、各施策を推進している。2019年6月にMICE推進関係府省連絡会議が開催され、同プランの進捗確認とともに各府省の取り組みの共有が行われた。また同年9月にはMICE推進関係者の拡充に向けて、法務省が新たにメンバーに加わることで合意された。

●オールジャパン体制での施策推進に向けた官民横断組織の構築

観光庁は2020年1月、「ミーティング・インセンティブ推進協議会」及び「MICE参加者のプレジャー促進連絡会」を立ち上げ、産業団体や有識者と情報交換を実施し、新たな連携体制の構築を図った。企業ミーティング、インセンティブ旅行については、その誘致強化を図るため、ビジネスインバウンド推進プラットフォームメンバー企業やミーティング・インセンティブを数多く行っている大手企業と情報交換を行ったうえで、観光庁、日本政府観光局、日本貿易振興機構、ミーティング・インセンティブ関連業界団体・産業団体からなる「ミーティング・インセンティブ推進会議」を立ち上げた。

業務目的の旅行の前後に余暇目的の旅行を組み合わせる「プレジャー(Bleisure=ビジネス(Business)とレジャー(Leisure)を組み合わせた造語)」については、関係団体

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

	開催件数 (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 (%)
2017年	745	9.4	126,432	6.5	173,571	36.0	14,467,813	13.8
2018年	763	2.4	122,551	△ 3.1	149,175	△ 14.1	13,309,251	△ 8.0
2019年	764	0.1	117,511	△ 4.1	126,045	△ 15.5	13,445,519	1.0

資料：(株)ピーオーピー「EventBiz」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(2019年)

	開催件数 (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	77	10.1	2.0	10,642	9.1	1.3	10,353	8.2	1.5	884,445	6.6	△ 0.6
2月	91	11.9	△ 0.3	16,481	14.0	0.0	17,715	14.1	0.3	1,721,060	12.8	△ 0.2
3月	55	7.2	2.0	11,141	9.5	1.4	12,913	10.2	1.2	1,427,500	10.6	0.8
4月	70	9.2	△ 2.5	7,680	6.5	△ 2.8	7,174	5.7	△ 2.5	917,755	6.8	△ 3.1
5月	77	10.1	△ 0.4	7,660	6.5	△ 1.9	8,660	6.9	△ 1.6	1,044,552	7.8	△ 5.7
6月	67	8.8	0.0	7,341	6.2	△ 2.3	9,907	7.9	△ 2.1	872,820	6.5	△ 1.3
7月	61	8.0	△ 1.1	7,529	6.4	0.1	8,364	6.6	1.2	646,987	4.8	△ 0.3
8月	20	2.6	0.1	3,927	3.3	0.4	4,432	3.5	0.5	372,602	2.8	△ 0.1
9月	65	8.5	△ 0.7	10,088	8.6	0.1	9,768	7.7	△ 1.1	1,274,980	9.5	△ 2.2
10月	85	11.1	△ 0.3	16,335	13.9	1.7	16,598	13.2	3.4	2,506,863	18.6	8.1
11月	65	8.5	0.1	12,415	10.6	0.3	13,303	10.6	△ 3.5	995,185	7.4	1.1
12月	31	4.1	1.0	6,272	5.3	1.8	6,858	5.4	2.8	780,770	5.8	3.4
合計	764	100.0	-	117,511	100.0	-	126,045	100.0	-	13,445,519	100.0	-

(注) 構成比は四捨五入により合計100%にならない場合がある

資料：(株)ピーオーピー「EventBiz」をもとに(公財)日本交通公社作成

と連携し訪日外国人のプレジャー活用実態に関する調査等を実施、公表するとともに、連絡会開催により有識者との意見交換を実施することで、日本におけるプレ・ポストMICEプログラム（テクニカルビジット・エクスカージョンなど）への参加を促進した。

●コンベンションビューローの機能高度化を支援

観光庁は2019年6月、都市のコンベンションビューローの更なる機能高度化を目的とした支援事業の対象都市として、姫路市と長崎市を選定した。観光庁はこれまでグローバルMICE都市12都市（東京都、横浜市、京都市、神戸市、福岡市、名古屋市愛知県、大阪府大阪市、札幌市、仙台市、千葉県千葉市、広島市、北九州市）に、また平成30年にはグローバルMICE都市以外のMICE誘致・開催に能動的な活動を行っている2都市（富山県、奈良県）に対して支援事業を実施しており、今回の選定はそれに続くものとなった。選定された2都市に対しては、海外有識者によるMICEに特化したブランド開発に関するトレーニングやコンサルテーション等が実施され、両都市のコンベンションビューローのマーケティング力を強化した。

●「MICEアンバサダー」に8名を新規認定

JNTOは2019年3月に4名、同年9月に4名をそれぞれ「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する方々のことである。2013年に観光庁事業として開始されて以来、2019年末までに計63名が認定されている。MICEアンバサダーの活躍により、2019年度には、「人と情報システムの相互作用に関する国際会議（参加予定人数4,000名、うち外国人3,000名）」、「第30回国際津波シンポジウム（参加予定人数200名、うち外国人80名）」、「アジアバイオマテリアル会議（参加予定人数800名、うち外国人200名）」、「第27回原子炉構造工学国際会議（参加予定人数600名、うち外国人400名）」、「アジア/オセアニア国際老年学会議（参加予定人数3,500名、うち外国人1,500名）」といった大型会議の日本への誘致が成功した。

●「JAPAN Best Incentive Travel Awards 2019」受賞案件を決定

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、第4回となる2019年度は、世界13か国・地域からの応募総数68件（2018年度に実施された100人泊以上の旅行が条件）の中から、大賞、企画賞、貢献賞それぞれ1件と特別賞6件が決定した。大賞となった「HONDA Swiss Dealer Contest - Back to the Origins」は、自動車メーカーの販売成績優秀者を対象としたツアーで、日本各所を訪れながらテクニカルビジット、ナイトタイムエコノミー、文化体験、食等、日本のコンテンツを最大限に活用したことなどが評価された

表Ⅲ-4-2-10 「Japan Best Incentive Travel Awards 2019」受賞案件の概要

大賞	
受賞者	JTB Europe Ltd., Corporate Events and Travel (フランス)
イベント名	HONDA Swiss Dealer Contest - Back to the Origins
旅程概要	(11日間・59名) (ジュネーブ)～大阪～京都(2泊)～大阪～熊本～東京～栃木[茂木]～東京(2泊)～(ジュネーブ)
企画賞	
受賞者	中国国旅(广东)国际旅行社股份有限公司(中国(広州))
イベント名	広州コンサルティング会社インセンティブ旅行
旅程概要	(6日間・25名) (広州)～東京(2泊)～名古屋～京都～大阪～(広州)
貢献賞	
受賞者	Japan View (Thailand) Co., Ltd. (タイ)
イベント名	Good Time In Akita
旅程概要	(6日間・27名) (バンコク)～東京～秋田(3泊)～東京～(バンコク)

資料：日本政府観光局(JNTO)発表資料より(公財)日本交通公社作成

(表Ⅲ-4-2-10)。なお特別賞は、福島を訪問し東日本大震災からの復興を目指す地域へ貢献したツアー2件、及び北海道胆振東部地震後もツアーをキャンセルすることなく北海道を訪問したツアー4件であった。

②業界(企業)などの動き

●イベント消費規模は17兆4,890億円に

2020年6月、一般社団法人日本イベント産業振興協会(JACE)は2019年(1月～12月)における国内イベント消費規模が17兆4,890億円(前年比0.8%増)と推計されたことを発表した。この推計値は、イベントに対する様々な支出(出発前、交通費、宿泊費、会場内、会場外、イベント後)を含めた数字である。

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6兆1,156億円(前年比2.4%減)で、以下、「フェスティバル」(2兆7,060億円、前年比3.5%減)、「スポーツイベント」(2兆4,339億円、前年比49.1%増)、「文化イベント」(2兆3,845億円、前年比5.3%減)、「会議イベント」(2兆2,329億円、前年比3.2%減)、「見本市・展示会」(1兆672億円、前年比20.4%減)、「販促イベント」(5,358億円、前年比16.9%増)、「博覧会」(131億円、前年比44.7%減)であった。

2019年はスポーツイベントが大きく増加したが、これはラグビーワールドカップ2019といった特徴的なイベントだけでなく、市民マラソンなどの自己参加型やプロスポーツチームのファン感謝デーなどのエンターテインメント性の強いスポーツイベントが増えてきていることなどが影響しているとみられる。

●「VISIT JAPAN トラベル&MICEマート2019」の開催

東京で例年開催されていた日本最大のインバウンド商談会「VISIT JAPAN トラベル&MICEマート(VJTM)2019」が、2019年度は東京オリンピック・パラリンピック開催関連の影響により大阪で10月24日～26日に開催された。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282社、海外MICEバイヤー22社、海外メディア22社、国内セラー338社・団体、国内MICEセラー28社・団体が参加した。

●日本展示会協会が新型コロナウイルス感染症対応に係る基本方針を発表

2020年3月、一般社団法人日本展示会協会は「新型コロナウイルス感染症対応に係る日本展示会協会の基本方針」を発表した。同方針では、展示会は経済活性化に重要な役割を果たしているという認識の下、万全の安全対策を講じた上で展示会の開催に向けて全力を尽くすとして、展示会場に対しては会場内空気の入替えの励行を、展示会出展者に対してはブース要員の体温管理や健康チェックの励行、来場者との接触の極力回避を、展示会主催者に対しては来場者への注意喚起や会場入口へのサーモカメラの設置、非接触型体温計による体温計測の励行、会場入口への消毒薬の設置、会場入口でのマスク着用の案内、会場内での医師・看護師の常駐場所の設置を、それぞれ要請した。

また、政府に対しては、展示会開催中止に伴う損失や産業停滞の危機といった展示会産業への影響を伝えるとともに、会場費の返金対応と会場施設への援助、要支援企業への支援策の充実、再開に向けての政府からの明確なメッセージの発信、日本・海外からの出展者・来場者に対する日本の展示会への出展・利用を促進する支援策といった各種要望を行った。

●日本コンベンション協会が新型コロナウイルス感染症による影響とそれに対する支援策の要望を発表

2020年3月、一般社団法人日本コンベンション協会は観光庁、首相官邸を訪れ、「新型コロナウイルス感染症によりMICE業界が受けている影響とそれに対する支援策の要望」を提出した。同資料では、深刻な売上減少に伴う経営面への打撃、開催の準備に伴う経費の回収が困難、開催中止・延期に伴う会場のキャンセル料問題、延期がもたらす開催時期の集中に伴う困難、MICEの開催に欠かせないフリーランスの窮状、主催者のMICE開催へのモチベーション低下の懸念が、受けている影響として示された。その上で要望する支援策として、セーフティネット保証5号の対象業種への追加指定、MICE事業者への金銭的支援、会場キャンセル料の返金、フリーランスのプロフェッショナル人材への支援、開催可能な案件の定義を発信した上での柔軟な対応、安全・安心なMICE開催のための物品調達への支援、政府としての積極的なMICE開催と開催への支援が挙げられた。

③各都市での動き

●MICE施設の整備が各都市で進む

東京では、増設工事が進められていた東京ビッグサイトの南展示棟が2019年7月に完成し、運用が開始された。同棟は1階と4階の二層構造で、各フロアに5,000㎡の展示ホールが2つあり、間仕切りの開放でそれぞれ10,000㎡のホールとして利用可能となっている。また、西展示棟1階、4階からのアク

セスも可能で、会議棟と南展示棟を結ぶ通路も新たに設置されている。

愛知では、整備が進められていた国際空港直結の展示場である「愛知県国際展示場 Aichi Sky Expo」が2019年8月開業した。屋内展示場総面積は60,000㎡、ホールAは10,000㎡で100m×100mの正方形、ホールB～Fは各10,000㎡の長方形で全てのホールを接続することが可能となっている。その他、約40,000㎡の屋外多目的利用地や大・中・小計18室の会議室を備えている。また、国内唯一の常設保税展示場であるため、海外からの出展者は輸入通関無しで展示会に出展することができることも大きな特徴となっている。

奈良では、奈良市の中心部に位置する県有地を利活用した「大宮通り新ホテル・交流拠点事業」により、「奈良県コンベンションセンター」が2020年4月開業した。メインのコンベンションホールは約2,100㎡（2,000名収容）で、会議室計14室のほか、屋根付きの屋外イベントスペース「天平広場」（約1,100㎡）や階段型座席の「天平ホール」（約600㎡）を備えている。また同じ敷地内に「奈良 蔦屋書店」（2020年4月開業）や、マリオット・インターナショナルの最高級ブランド「JWマリオット」の日本初進出ホテルとなる「JWマリオット・ホテル奈良」（2020年7月開業）も立地している。

熊本では、復興重点プロジェクトの一つにも位置づけられた桜町再開発事業により「熊本城ホール」メインホールが2019年12月に開業し、グランドオープンした（展示ホール、会議室、シビックホールは10月に開業）。メインホールは約2,300の固定席が確保でき、大小19室の会議室は連結利用で最大約1,200㎡の空間としても利用可能となっている。その他、最大約750席を確保可能なシビックホール（多目的ホール）、分割利用も可能な約1,630㎡の展示ホールを備えている。

●横浜にMICEに特化した専門DMC「株式会社DMC Greater Yokohama」が誕生

日本初の本格的DMCとして活動してきた株式会社DMC沖縄が、そのノウハウとDNAをもとにMICE特化型専門DMCとして「株式会社DMC Greater Yokohama」を2019年5月に設立した。同社は、MICEの誘致促進、MICE開催地として提供する価値の創造と向上、世界水準のDMO（先駆的インバウンド型DMO）の形成と育成を主たる事業としており、地域の資源をテーマパーティやチームビルディングなどの商品として提供すること等のMICE企画運営を通じて、MICEがもたらす多様な開催効果を最大化していくことをサポートとしている。また同社は、株式会社DMC沖縄が事務局を務め、札幌、東京、名古屋、広島、九州、沖縄の各DMCがメンバーとなっているDMC JAPAN Networkの一員としても活動を展開するとしており、共同プロモーションへの参加や情報・ノウハウ・販路の共有などを行っているとしている。

●富山県がMICEブランドロゴマークを作成

富山県は、MICEの誘致に向けて、国内外の主催者に対してMICE開催地としての富山県の魅力を訴求し、イメージアップを図ることを目的に、富山県MICEブランドロゴマークを

2020年2月に作成した。ブランドコンセプトを「富山の自然とエネルギーが、新しい発見を導き出す。」、タグラインを「Nature & Energy Lead to New Discoveries」とし、富山の自然とエネルギーがMICE参加者の感性と知性を刺激し、新しい発見や発想を導き出していくことをアピールしている。ロゴマークは富山県のシンボルである立山連峰と富山湾をモチーフにした形で、中心にTOYAMAの「T」が浮かび上がる形となっており、モチーフを連続回転させることで、豊富な自然資源を再生可能エネルギーにして共生している様を表現している。

●沖縄で国際IT見本市がプレ開催

沖縄県のリーディング産業である「観光産業」と「情報通信産業」を掛け合わせたリゾートテック（ResorTech=Resort×Technology）をコンセプトとした国際IT見本市「ResorTech Okinawa おきなわ国際IT見本市」が2020年2月に沖縄県宜野湾市の沖縄コンベンションセンターで開催された。同見本市は、将来的なコンベンションの成長（規模拡大、参加国の増加）を見据え、今回をプレ開催、2020年度を本開催と位置づけ取り組んでおり、「人手不足」「キャッシュレス」「デジタルマーケティング」など、観光業のみならず沖縄の全産業の生産性向上と付加価値向上につながるソリューションが一堂に会する、沖縄初の本格的なテクノロジー見本市である。出展者は県内・県外・海外あわせて136社で、会期2日間の参加者数は約8,800人であった。

(3) IRをめぐる動き

●IR整備の基本方針案が公表、各地で申請に向け検討

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）について、特定複合観光施設区域整備法（IR整備法）に基づく「特定複合観光施設区域の整備のための基本的な方針」の策定にあたってのパブリック

コメントが2019年9～10月に実施された。パブリックコメント実施に際して示された基本方針（案）では、大きくはIR整備の意義・目標、IR整備の推進施策、IR事業及びIR事業者、区域整備計画の認定、カジノ施設の有害影響排除などについて、それぞれ基本的な事項が示された。特に区域整備計画の認定については各種内容と、認定審査の基準が示された（表Ⅲ-4-2-11）。

なお、認定の申請期間については、自治体における認定申請等に要する期間を考慮して定める必要があったことから、認定申請を予定または検討している自治体のヒアリングを経て、2019年11月～12月に別途パブリックコメントが実施された。パブリックコメント実施に際して示された認定の申請期間は、2021年1月4日～7月30日であった。

IR整備法では、認定区域の上限は3となっているが、2019年9月に国土交通省が全都道府県と政令市に対して実施したIRの意向調査では、北海道、千葉市、東京都、横浜市、名古屋市、大阪府・市、和歌山県、長崎県の9自治体・8地域が「申請予定、または検討」と回答した。なおその後、北海道は知事が誘致申請を見送ることを2019年11月に、千葉市も市長が誘致を行わないことを2020年1月にそれぞれ表明した。

●カジノ管理委員会が発足

IRの運営事業者を監督するカジノ管理委員会が2020年1月に発足した。同委員会は、IR整備法に基づく内閣府の外局で、委員長及び委員4名、その下に95人体制の事務局が置かれている。委員会の基本的な機能は、カジノ規制制度の企画立案等、免許等による参入規制、カジノ事業活動の規制、IR事業に関する規制の執行及びその廉潔性の確保、カジノ施設・機器等の規制、懸念への対応、納付金等の徴収等、国民・利用者の声・違反行為の端緒の把握、国民への説明、国際連携とされている。（守屋邦彦）

表Ⅲ-4-2-11 区域整備計画の認定審査の基準概要

要求基準（認定を受ける前提として、必ず適合しなければならない基準）	
政令で定められた施設の規模要件を満たしていること等、基本的な要件	
評価基準（認定区域の上限が3という上限の範囲内で、優れた計画を認定するための基準）	
1 国際競争力の高い魅力ある滞在型観光の実現	(1) IR区域全体：コンセプトが明確で優れていること／建築物のデザインが地域の新たな象徴となりうるものであること／これまでにないスケールを持つこと／ユニバーサルデザイン等の観点から世界の最先端であること (2) MICE施設：MICEビジネスの国際競争力の向上に十分なスケールを持つこと／重要な国際会議等に対応できる、優れたクオリティを持つこと (3) 魅力増進施設：日本の魅力をこれまでにないクオリティで発信すること (4) 送客施設：各地の観光魅力を伝えるショーケース機能を持つこと／旅行サービスの手配を一元的に行うコンシェルジュ機能を持つこと (5) 宿泊施設：客室の広さ・構成・設備が国際競争力を有し、サービスの質が高いこと (6) その他施設：国際競争力と高いクオリティを持ち、幅広い人々が楽しめること (7) カジノ施設：IR全体のコンセプトと調和し、他の施設とバランスがとれていること (8) IR区域が整備される地域、関連する施策等：国内外の主要都市との交通の利便性に優れていること／交通アクセス改善やインフラ整備等の施策が効果的であること
2 経済的社会的効果	(1) 観光への効果：MICE件数や観光客の増加が大きく見込まれること (2) 地域経済への効果：来訪者の旅行消費額の増加や地域の雇用創出が大きく見込まれること (3) 2030年の政府の観光戦略の目標達成への貢献：2030年に訪日外国人旅行者数を6,000万人、消費額を15兆円とする政府目標達成への大きな貢献が見込まれること
3 IR事業運営の能力・体制	IR事業者の能力、財務面の安定性、地域との良好な関係構築があること
4 カジノ事業収益の活用	カジノ事業収益を十分活用して、IR事業内容の向上や都道府県等の施策への協力を行うこと
5 カジノ施設の有害影響排除	カジノ施設の有害影響排除が確実かつ効果的に講じられるものであること

資料：「特定複合観光施設区域の整備のための基本方針案（概要）」より（公財）日本交通公社作成

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(2019年と2018年の比較) 142

IV-1 北海道 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 (3)市町村の動き

IV-2 東北 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-3 関東 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-4 中部 155

(1)都道府県レベルの旅行者動向 (2)観光地の主要な動き

IV-5 近畿 159

(1)都道府県レベルの旅行者動向 (2)観光地の主要な動き

IV-6 中国・四国 163

(1)都道府県レベルの旅行者動向 (2)観光地の主要な動き

IV-7 九州 167

(1)都道府県レベルの旅行者動向 (2)観光地の主要な動き

IV-8 沖縄 172

(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)沖縄観光成果指標の検証

IV-9 自然 176

(1)自然公園の利用及び指定状況 (2)自然公園の活性化に関する動向 (3)エコツーリズム推進法に基づく動向 (4)世界自然遺産の動向 (5)その他の動向

IV-10 歴史・文化 180

1.文化財保護法に基づく指定状況 2.文化庁の観光関連施策の動向 3.文化財活用に関する計画策定の動向 4.世界文化遺産、ユネスコ無形文化遺産に関する動向 5.その他の動向

IV-11 温泉 186

(1)温泉地利用状況 (2)温泉地活性化に向けた動向 (3)国民保養温泉地に関する動向 (4)温泉に関する評価 (5)その他の動向

地域区分(北海道、沖縄県を除く)は以下のとおりです。

東 北:青森県、岩手県、宮城県、秋田県、山形県、福島県
関 東:茨城県、栃木県、群馬県、埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、山梨県、新潟県
中 部:富山県、石川県、福井県、長野県、岐阜県、静岡県、愛知県、三重県
近 畿:滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県、和歌山県
中国・四国:鳥取県、島根県、岡山県、広島県、山口県、徳島県、香川県、愛媛県、高知県
九 州:福岡県、佐賀県、長崎県、熊本県、大分県、宮崎県、鹿児島県

都道府県別延べ宿泊者数およびうち外国人延べ宿泊者数（2019年と2018年の比較）

各都道府県の延べ宿泊者数および外国人延べ宿泊者数の経年推移については、地域ごとのグラフを参照。

全国計	2018	2019	(前年比)
延べ宿泊者数	538,001,500	595,921,480	10.8%
うち外国人延べ宿泊者数	94,275,240	115,656,350	22.7%

都道府県名	2018	2019	(前年比)
北海道	延べ宿泊者数 35,308,590	36,983,420	4.7%
	うち外国人延べ宿泊者数 8,335,030	8,805,160	5.6%

都道府県名	2018	2019	(前年比)
青森県	延べ宿泊者数 5,058,910	4,605,770	△ 9.0%
	うち外国人延べ宿泊者数 349,050	356,550	2.1%
岩手県	延べ宿泊者数 6,098,790	6,276,670	2.9%
	うち外国人延べ宿泊者数 258,920	343,970	32.8%
宮城県	延べ宿泊者数 10,405,390	10,934,100	5.1%
	うち外国人延べ宿泊者数 402,110	563,040	40.0%
秋田県	延べ宿泊者数 3,505,130	3,653,930	4.2%
	うち外国人延べ宿泊者数 123,430	139,400	12.9%
山形県	延べ宿泊者数 5,431,360	5,571,860	2.6%
	うち外国人延べ宿泊者数 163,460	234,050	43.2%
福島県	延べ宿泊者数 11,396,360	12,657,410	11.1%
	うち外国人延べ宿泊者数 176,360	214,690	21.7%

東北計	2018	2019	(前年比)
延べ宿泊者数	41,895,940	43,699,740	4.3%
うち外国人延べ宿泊者数	1,473,330	1,851,700	25.7%
茨城県	延べ宿泊者数 5,892,150	6,299,850	6.9%
	うち外国人延べ宿泊者数 254,190	217,410	△ 14.5%
栃木県	延べ宿泊者数 9,469,560	9,559,870	1.0%
	うち外国人延べ宿泊者数 323,390	354,830	9.7%
群馬県	延べ宿泊者数 8,305,480	8,648,440	4.1%
	うち外国人延べ宿泊者数 289,400	292,490	1.1%
埼玉県	延べ宿泊者数 4,912,890	5,436,560	10.7%
	うち外国人延べ宿泊者数 230,470	219,520	△ 4.8%
千葉県	延べ宿泊者数 25,586,050	29,229,120	14.2%
	うち外国人延べ宿泊者数 4,115,770	4,798,250	16.6%
東京都	延べ宿泊者数 66,109,060	78,981,720	19.5%
	うち外国人延べ宿泊者数 23,194,530	29,350,650	26.5%
神奈川県	延べ宿泊者数 23,021,940	23,883,890	3.7%
	うち外国人延べ宿泊者数 2,753,800	3,248,700	18.0%
山梨県	延べ宿泊者数 8,612,760	9,072,350	5.3%
	うち外国人延べ宿泊者数 1,961,210	2,054,960	4.8%
新潟県	延べ宿泊者数 9,770,880	10,930,410	11.9%
	うち外国人延べ宿泊者数 404,890	480,490	18.7%

関東+山梨+新潟計	2018	2019	(前年比)
延べ宿泊者数	161,680,770	182,042,210	12.6%
うち外国人延べ宿泊者数	33,527,650	41,017,300	22.3%
富山県	延べ宿泊者数 3,780,400	3,807,890	0.7%
	うち外国人延べ宿泊者数 306,200	357,830	16.9%
石川県	延べ宿泊者数 9,130,810	9,200,650	0.8%
	うち外国人延べ宿泊者数 973,950	984,720	1.1%
福井県	延べ宿泊者数 4,056,940	4,144,090	2.1%
	うち外国人延べ宿泊者数 75,860	97,730	28.8%
長野県	延べ宿泊者数 18,324,790	18,052,570	△ 1.5%
	うち外国人延べ宿泊者数 1,527,160	1,577,570	3.3%
岐阜県	延べ宿泊者数 6,851,630	7,304,310	6.6%
	うち外国人延べ宿泊者数 1,484,320	1,660,330	11.9%
静岡県	延べ宿泊者数 21,861,980	23,429,440	7.2%
	うち外国人延べ宿泊者数 1,793,750	2,493,790	39.0%
愛知県	延べ宿泊者数 17,009,840	19,337,740	13.7%
	うち外国人延べ宿泊者数 2,850,230	3,633,500	27.5%
三重県	延べ宿泊者数 8,900,660	8,599,890	△ 3.4%
	うち外国人延べ宿泊者数 340,580	388,950	14.2%

都道府県名	2018	2019	(前年比)
中部+三重計	延べ宿泊者数 89,917,050	93,876,580	4.4%
	うち外国人延べ宿泊者数 9,352,050	11,194,420	19.7%
滋賀県	延べ宿泊者数 4,831,460	5,016,150	3.8%
	うち外国人延べ宿泊者数 412,510	423,890	2.8%
京都府	延べ宿泊者数 20,450,740	30,749,560	50.4%
	うち外国人延べ宿泊者数 6,267,750	12,025,050	91.9%
大阪府	延べ宿泊者数 39,897,970	47,427,510	18.9%
	うち外国人延べ宿泊者数 15,124,140	17,926,170	18.5%
兵庫県	延べ宿泊者数 13,392,000	14,417,170	7.7%
	うち外国人延べ宿泊者数 1,259,930	1,366,850	8.5%
奈良県	延べ宿泊者数 2,572,170	2,726,320	6.0%
	うち外国人延べ宿泊者数 438,670	535,290	22.0%
和歌山県	延べ宿泊者数 5,131,910	5,324,320	3.7%
	うち外国人延べ宿泊者数 584,350	658,480	12.7%

近畿計	2018	2019	(前年比)
延べ宿泊者数	86,276,250	105,661,030	22.5%
うち外国人延べ宿泊者数	24,087,350	32,935,730	36.7%
鳥取県	延べ宿泊者数 3,562,640	2,887,920	△ 18.9%
	うち外国人延べ宿泊者数 194,730	184,600	△ 5.2%
島根県	延べ宿泊者数 2,976,410	3,641,650	22.4%
	うち外国人延べ宿泊者数 72,740	104,090	43.1%
岡山県	延べ宿泊者数 5,614,880	5,660,680	0.8%
	うち外国人延べ宿泊者数 469,460	486,600	3.7%
広島県	延べ宿泊者数 9,899,270	11,630,710	17.5%
	うち外国人延べ宿泊者数 1,237,170	1,322,280	6.9%
山口県	延べ宿泊者数 4,351,960	3,761,960	△ 13.6%
	うち外国人延べ宿泊者数 122,630	104,360	△ 14.9%
徳島県	延べ宿泊者数 2,223,980	2,568,550	15.5%
	うち外国人延べ宿泊者数 116,230	133,560	14.9%
香川県	延べ宿泊者数 4,048,330	4,659,250	15.1%
	うち外国人延べ宿泊者数 546,100	771,730	41.3%
愛媛県	延べ宿泊者数 4,249,750	4,385,520	3.2%
	うち外国人延べ宿泊者数 229,530	216,270	△ 5.8%
高知県	延べ宿泊者数 3,014,560	2,903,110	△ 3.7%
	うち外国人延べ宿泊者数 79,160	95,360	20.5%

中四国計	2018	2019	(前年比)
延べ宿泊者数	39,941,780	42,099,350	5.4%
うち外国人延べ宿泊者数	3,067,750	3,418,850	11.4%
福岡県	延べ宿泊者数 16,731,560	20,420,380	22.0%
	うち外国人延べ宿泊者数 3,366,510	4,261,960	26.6%
佐賀県	延べ宿泊者数 2,752,990	2,801,730	1.8%
	うち外国人延べ宿泊者数 391,900	359,240	△ 8.3%
長崎県	延べ宿泊者数 7,855,080	7,248,850	△ 7.7%
	うち外国人延べ宿泊者数 860,090	753,310	△ 12.4%
熊本県	延べ宿泊者数 8,053,190	7,633,470	△ 5.2%
	うち外国人延べ宿泊者数 1,013,020	934,990	△ 7.7%
大分県	延べ宿泊者数 7,774,300	7,902,700	1.7%
	うち外国人延べ宿泊者数 1,442,210	1,206,780	△ 16.3%
宮崎県	延べ宿泊者数 4,158,780	4,320,060	3.9%
	うち外国人延べ宿泊者数 326,530	326,260	△ 0.1%
鹿児島県	延べ宿泊者数 8,864,320	8,366,340	△ 5.6%
	うち外国人延べ宿泊者数 830,540	839,900	1.1%

九州計	2018	2019	(前年比)
延べ宿泊者数	56,190,220	58,693,530	4.5%
うち外国人延べ宿泊者数	8,230,800	8,682,440	5.5%
都道府県名	2018	2019	(前年比)
沖縄県	延べ宿泊者数 26,790,920	32,865,670	22.7%
	うち外国人延べ宿泊者数 6,201,270	7,750,760	25.0%

資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」（2019年6月28日）をもとに（公財）日本交通公社作成

IV-1 北海道

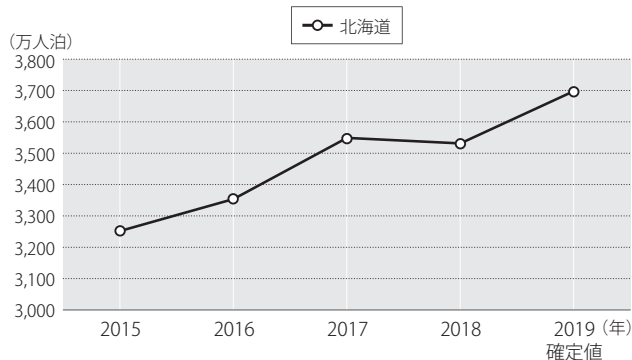
延べ宿泊者数は胆振東部地震前の水準に回復
東京五輪マラソン・競歩の札幌開催が決定
民族共生象徴空間「ウポポイ」がオープン

(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2019年1月から12月の北海道の延べ宿泊者数は3,698万人泊に達し、前年から4.7%の増加を記録した。対2017年でも4.0%のプラスとなり2018年に発生した胆振東部地震以前の成長率をほぼ回復した。なお、都道府県別の順位では2018年と同様、東京都と大阪府に次ぐ3位であった(図IV-1-1)。

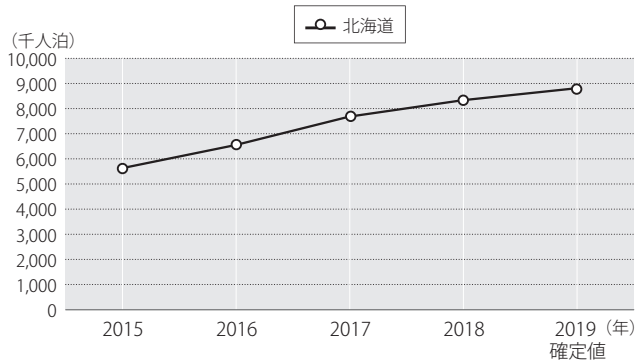
外国人延べ宿泊者数は対前年プラス5.6%の8,805千人泊を記録した。韓国からの旅行者の減少によって対前年で減少となった県を除き二桁の成長を記録する都府県が目立つ中でやや小幅な伸びとなった。なお、都道府県別の順位では対前年でほぼ倍増した京都府に抜かれ第4位となった(図IV-1-2)。

図IV-1-1 延べ宿泊者数の推移(北海道)



資料：観光庁「平成31年宿泊旅行統計調査」をもとに(公財)日本交通公社作成
単位：万人泊

図IV-1-2 外国人延べ宿泊者数の推移(北海道)



資料：観光庁「令和元年宿泊旅行統計調査」をもとに(公財)日本交通公社作成
単位：千人泊

一方、北海道の「観光入込客数調査」(北海道庁)によると、2019年の延べ宿泊者数は対前年でプラス3.6%の3,859万人泊となった。5月の大型連休が晴天に恵まれたことで道外、道内ともに大きく伸びたことに加え、前年の北海道胆振東部地震の影響による大幅減からの反動が作用し、対前年でプラスを記録した。ただし、ここ数年、二桁成長を見せていたインバウンドが夏以降低調に推移したため、特に年後半は需要の減退が顕著となった(表IV-1-1)。

圏域別では、道央が5.0%と相対的に大きな伸びを記録した。前述の大型連休と北海道胆振東部地震からの揺れ戻しに加え、ラグビーワールドカップの試合が札幌で開催されたことなどが需要を後押しした。一方、インバウンドの伸び悩みが影響し、道南は唯一、対前年でマイナスとなった。

外国人の延べ宿泊者数は、中国こそ安定的な伸びを見せたものの、エバー航空のストライキによる連休・減便の影響から台湾が、デモや二国間関係の悪化から香港と韓国がそれぞれ対前年でマイナスを記録した。またタイやマレーシアなど近年、驚異的な伸びを見せていた東南アジアの各市場も、訪日外国人旅行者数全体が伸び悩んだことで夏期の需要減退が目立ち、タイは対前年11.5%と例年に比べ小幅な伸びとなったほか、マレーシアは同マイナス6.5%を記録した。その結果、ラグビーワールドカップ等により大きく成長したオーストラリアが国籍・地域別の延べ宿泊者数でマレーシアを抜いて7位に順位を上げた(表IV-1-2)。

表IV-1-1 道内の圏域別延べ宿泊者数の増減

	2018年	2019年	前年比増減
北海道	3,725	3,859	3.6
道央圏域	2,170	2,279	5.0
道南圏域	489	482	▲1.3
道北圏域	469	476	1.7
オホーツク圏域	182	186	2.4
十勝圏域	212	221	4.1
釧路・根室圏域	204	214	4.9

資料：北海道「観光入込客数調査」をもとに(公財)日本交通公社作成
単位：万人泊

表IV-1-2 道内の国籍・地域別延べ宿泊者数の増減

	2018年	2019年	前年比増減
全国籍	8,195	8,534	4.1
中国	1,960	2,259	15.2
台湾	1,782	1,737	▲2.5
韓国	1,299	1,125	▲13.4
香港	791	725	▲8.4
タイ	513	572	11.5
シンガポール	411	431	4.8
オーストラリア	254	309	21.6
マレーシア	294	275	▲6.5
アメリカ	187	242	29.1
インドネシア	110	113	2.2
その他	593	746	25.9

資料：北海道「観光入込客数調査」をもとに(公財)日本交通公社作成
単位：万人泊

(2) 観光地の主要な動き

●外国人旅行者による高速道路の利用動向

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2018年度の51,400件から53,300件に微増した。2019年は、韓国人旅行者の減少に伴い同国の販売件数は伸び悩んだ一方、台湾・香港は昨年に引き続き好調だった。2020年2月までは全体販売累計が対前年同月でプラスに推移していたが、2月後半から新型コロナウイルスの感染拡大に伴う訪日外国人旅行者数の急減による影響を受け、年度の販売実績の伸びは例年より小幅なものとなった(図IV-1-3)。

なお国・地域別の販売実績では韓国に代わり台湾が24.8%で第1位となり、次いで香港が21.0%で第2位となった(図IV-1-4)。

●7空港の一括民営化 北海道エアポートが実施契約締結

国土交通省は2020年から導入される新千歳、稚内、釧路、函館、旭川、帯広、女満別の7空港の一括民営化について、北海道空港を代表企業とする北海道エアポートグループを優先交渉権者として選定することを2019年7月に決定し、同年10月に実施契約を締結した。同グループには、三菱地所、東急、日本政策投資銀行、北洋銀行、北海道銀行、北海道電力、サンケイビル、日本航空、ANAホールディングス、三井不動産、三菱商事、岩田地崎建設、道新サービスセンター、電通グループ、大成コンセッション、損害保険ジャパンの各社が参画している。

2020年6月の新千歳空港を皮切りに同社による運営事業が順次開始される。

●新千歳空港、欧州直行便が17年ぶりに復活

フィンエアーは、2019年12月、新千歳—ヘルシンキ線を就航した。新千歳には2002年にKLMがアムステルダム線を撤退して以来17年ぶりの欧州路線就航となった。同年1月に就航を発表した際は3月までの冬ダイヤでの運航のみとしていたが、就航に先立ち2020年夏ダイヤも継続し通年運航とすることを決めていた。同社としては東京/成田、大阪/関西、名古屋/中部、福岡に次ぐ日本では5都市目の路線開設となる。

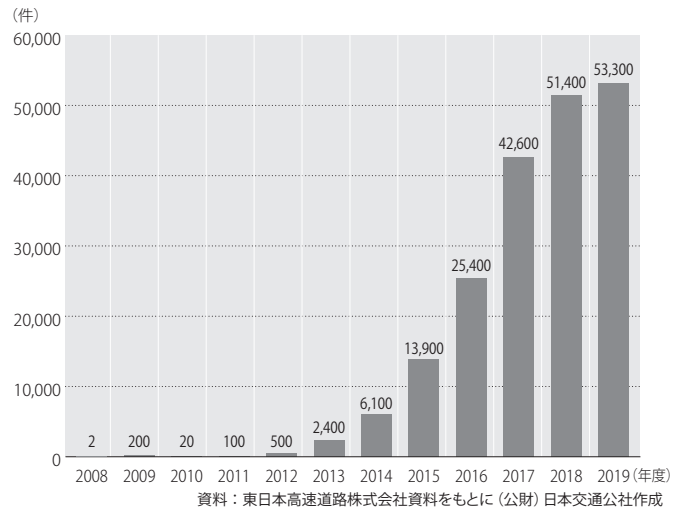
なお、新型コロナウイルスの拡大による需要低下を受け、同路線は2021年3月末まで運休することが既に決まっている。

●統合型リゾート(IR)の誘致申請を見送る

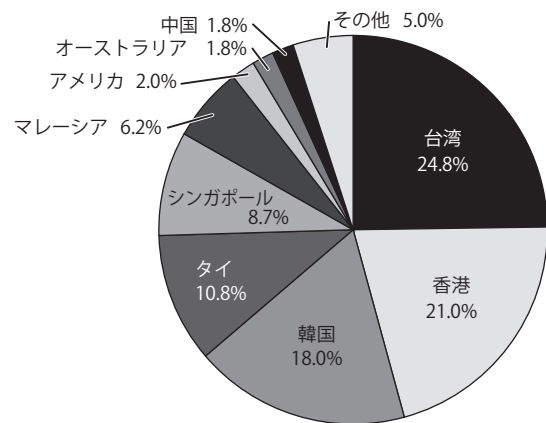
道内では留寿都村、苫小牧市、釧路市などが誘致に動いていた統合型リゾートについて、2019年11月、鈴木直道知事は国への誘致申請を見送ると表明した。

3地域のうち苫小牧市内を優先候補地に選び検討を進めていたが、限られた期間で環境への適切な配慮を行うことは不可能と判断した。国の調査で候補地として浮上していた全国8地域のうち、誘致の見送りを表明したのは北海道が初めてとなる。

図IV-1-3 「Hokkaido Expressway Pass」の販売実績



図IV-1-4 「Hokkaido Expressway Pass」国・地域別販売実績



●宿泊税導入議論進む

2019年、北海道内の市町村では観光振興に向けた新たな財源確保を目的とした宿泊税の議論が活発化した。2018年12月に道内では初めての宿泊税条例を成立させた倶知安町に続き、札幌市や函館市、小樽市、富良野市、ニセコ町、美瑛町、斜里町など主要な観光地を擁する自治体が具体的な検討に着手した。また北海道も観光振興税の導入に向けて有識者から意見を募る懇談会を設置し、道が1人1泊につき100円を徴収し、各市町村が用途に応じて税額を別途設定する「100円+a」案をまとめた。

このうち最大都市の札幌市では、当初は定額制で導入しIT化など徴収事務の簡素化が実現した場合は定率制も検討する、課税対象には民泊を含める等を基本方針とした答申が検討会議から市長になされた。今後、詳細の制度設計や道との調整が行われる。

●「北海道・北東北の縄文遺跡群」世界遺産推薦決定

2019年12月、政府は世界遺産条約関係省庁連絡会議を開き、2021年に世界文化遺産登録を目指す「北海道・北東北の縄文遺跡群」を国連教育科学文化機関（ユネスコ）に推薦することを正式に決定した。北海道からはキウス周堤墓群（千歳市）、北黄金貝塚（伊達市）、入江・高砂貝塚（洞爺湖町）、大船遺跡・垣ノ島遺跡（ともに函館市）の6箇所が構成資産に含まれている（図IV-1-5）。

図IV-1-5 構成資産の1つ大船遺跡（函館市）



提供：函館市教育委員会

ユネスコの諮問機関である国際記念物遺跡会議による現地調査を経て、2021年夏に行われる世界遺産委員会で登録が審査される。

(3) 市町村の動き

●函館市：フランスの老舗ワイナリーが進出

2019年7月、函館市ではフランスのブルゴーニュ地方の老舗ワイナリー、ドメヌ・ド・モンティエユが、ワインの生産を開始した。同社は函館市内に現地法人を設立しており、将来的には25ヘクタールにまで拡大し、ワイナリーを建設する。

温暖化とブドウの栽培技術の向上により近年ではワイン製造が寒冷地へと拡大しており北海道では道南を中心にワイナリーの開業が続いている。また2018年には「北海道ワイン」の地理的表示が国税庁に認められている。

●ワイン城一元的組織でリニューアル

池田町のブドウ・ブドウ酒研究所（ワイン城）が2020年6月リニューアル・オープンした。ワイン城は全国初の自治体ワイナリーとして知られるブドウ・ブドウ酒研究所のワイン工場として1974年にオープンし、2017年度より順次、改修工事を行ってきた。なお、リニューアルに合わせて一般社団法人「いけだワイン城」が設立され、レストランの運営、ガイド・ツアーの実施、土産品やワインの販売等を一元的に行う体制が整った。

●倶知安町でG20開催

G20観光大臣会合が2019年10月、倶知安町で開催された。G20の正式な観光大臣会合が開催されるのは今回が初めてとなった。

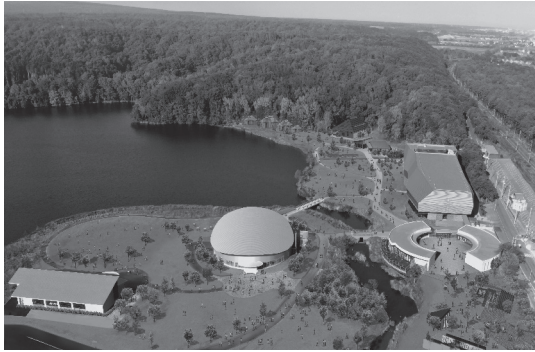
最終日にはSDGsに対する観光の貢献の最大化などを盛り込んだ北海道倶知安宣言を採択した（表IV-1-3）。なお、2020年はサウジアラビアで開催される予定である。

表IV-1-3 北海道倶知安宣言での合意事項（概要）

- ・ SDGsの実行に関する各国の国家課題や戦略に観光を位置づけ、観光が17全てのSDGsの達成に貢献することを促進すること
- ・ UNWTOとJICAによる「観光のSDGsへの貢献評価ツールキット」の開発を奨励しその活用を期待すること
- ・ 大阪ブルー・オーシャンビジョンに基づき観光分野においても海洋プラスチックごみの削減に向け積極的に取り組むこと
- ・ UNWTO、UN Women、世界銀行等による「観光を通じた女性のエンパワメントに関するレポート」を歓迎しG20大阪首脳宣言における合意事項に基づく各国のイニシアチブを奨励すること
- ・ 「質の高いインフラ投資に関するG20原則」に基づき観光およびその他の関連分野の取組を進めること
- ・ 自然災害や人的災害における危機管理や危機コミュニケーションに関する国際協力と自発的な各国のベスト・プラクティスの共有を通じて観光のレジリエンス強化に取り組むこと
- ・ 公民連携の促進に取り組むと同時に、公的セクター、民間セクター、起業家、地域社会と学術機関を統合するガバナンス・モデルを持続可能な観光開発において促進すること
- ・ 旅行者が地域固有の自然や文化を体験し、同時にそれらの保護のために地域社会と利益を共有できる「責任ある観光」を促進するとともに、旅行者が多様なデスティネーションを訪れ当地の経済を活性化し、デスティネーションとしての持続可能性に貢献することを奨励する
- ・ イノベーションや持続可能な企業活動を促進し、特に女性や若年層に対する質の高い雇用確保のための人的資本と包括的な労働市場の発展を促す政策を強化するとともに、職業訓練や将来の職業に対する人間中心主義のための協力を促すこと
- ・ デジタル化を進め、訪問者経験、市場の分析と市場へのアクセス、データの収集と共有をより強化することで、旅行の安心・安全を確保し、同時に効果的な旅行者マネジメントを通じて中小企業を支援すること
- ・ UNWTOによる「持続可能な観光の測定イニシアチブ」の導入に向けた取組など、新しいテクノロジーによって持続可能な観光が測定可能なものとなり、エビデンスに基づいた意思決定・計画立案・マネジメントが確立されることを奨励すること
- ・ イノベーションや起業を促し、スタートアップ企業、大企業、投資家と政府をつなぐネットワークを構築するため、望ましいビジネス環境を確立すること
- ・ 経済成長、雇用創出、レジリエンス、包摂、持続可能性を支える観光の潜在的可能性を最大化するため、G20の首脳に対し今後、観光閣僚会合を正式に組織化するよう促すこと
- ・ 本宣言の目的を達成するためG20各国によるUNWTO、OECD、ILO等との連携を通じた包括的なイニシアチブを推進すること

出所：観光庁をもとに公益財団法人日本交通公社作成

図IV-1-7 民族共生象徴空間「ウポポイ」の全体像（イメージ）とロゴ・国立アイヌ民族博物館外観



提供：公益財団法人アイヌ民族文化財団

●札幌市：2020年東京五輪の一部開催と冬季五輪候補地決定

2019年11月、国際オリンピック委員会と国、東京都、大会組織委員会のトップ会談が行われ、翌年の東京五輪のマラソン・競歩を札幌市内で開催することが決定した。また、同年12月には、市中心部の大通公園をスタートし、すすきのなどを通過した後に北上し、北海道大学の構内や「赤れんが庁舎」の愛称で知られる道庁旧本庁舎などを通して大通公園に戻るコースが承認された。マラソンのコースをめぐるのは、2019年9月～10月にカタールのドーハで開催された世界陸上競技選手権大会で暑さを原因とした棄権者が続出したことを受け、国際オリンピック委員会が翌年の東京五輪のマラソン・競歩の東京以外での開催を検討していた（図IV-1-6）。

図IV-1-6 マラソン・競歩のコースとなる北海道大学構内



提供：北海道大学

なお、新型コロナウイルスの拡大によって東京五輪の延期が決定したが、マラソン・競歩の札幌市での開催地については変更しないことが決まっている。

●白老町：「民族共生象徴空間（ウポポイ）」が開業

アイヌの歴史と文化を学び伝える「ウポポイ（民族共生象徴空間）」が2020年7月に開業した。白老町のポロ湖畔10.6ヘクタールの敷地に総工費約200億円をかけて整備した。

ウポポイは国立民族共生公園、国立アイヌ民族博物館、慰霊施設などから構成されており、国立民族共生公園では伝統芸能上演や伝統工芸品製作の実演等を通じてアイヌ文化を体感することができる。国立アイヌ民族博物館は、北海道では初の国立博物館で、1万点以上の文化資料を収蔵している（図IV-1-7）。

当初は2020年4月に開業する予定だったが新型コロナウイルスの感染拡大によって2回延期され、最終的に同年7月の開業となった。

（北海道大学 石黒侑介）

IV-2 東北

訪日外国人宿泊者数185万人泊 1年前倒しで目標達成
東北6県の港湾へのクルーズ船寄港回数、
仙台空港の旅客数が過去最高に
ラグビーワールドカップ2019の開催
「令和元年東日本台風」による被害

(1) 都道府県レベルの旅行者動向

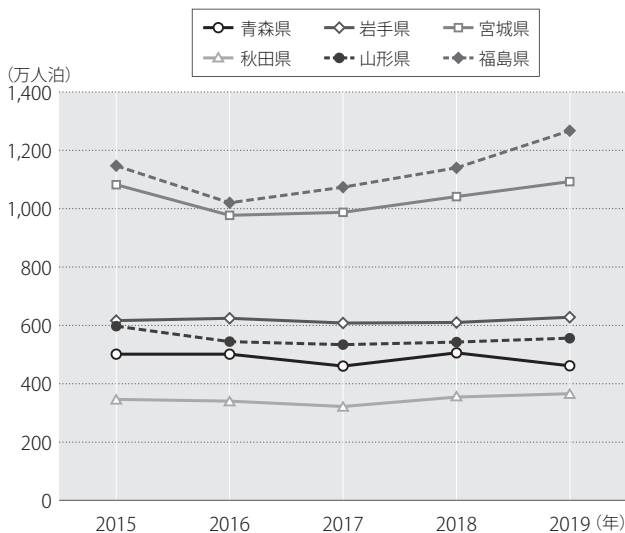
観光庁「宿泊旅行統計調査」によると、2019年1月～12月の東北地方の延べ宿泊者数は4,370万人泊となり、前年比4.3%増加となった(図IV-2-1)。

県別に見ると、青森県が9.0%減、岩手県が2.9%増、宮城県が5.1%増、秋田県が4.2%増、山形県が2.6%増、福島県が11.0%増となった。

外国人延べ宿泊者数は、185.2万人泊となり過去最高を更新した(図IV-2-2)。前年比25.7%の大幅な伸び率は地方ブロック別では2番目の高さとなった。

県別では青森県が2.1%増、岩手県が32.8%増、宮城県が40.0%増、秋田県が12.9%増、山形県が43.2%増、福島県が21.7%増となった。また、国別では台湾、中国、香港、タイ、アメリカの順に多く、伸び率としてはタイ、シンガポール、イギリスの順に高くなった。

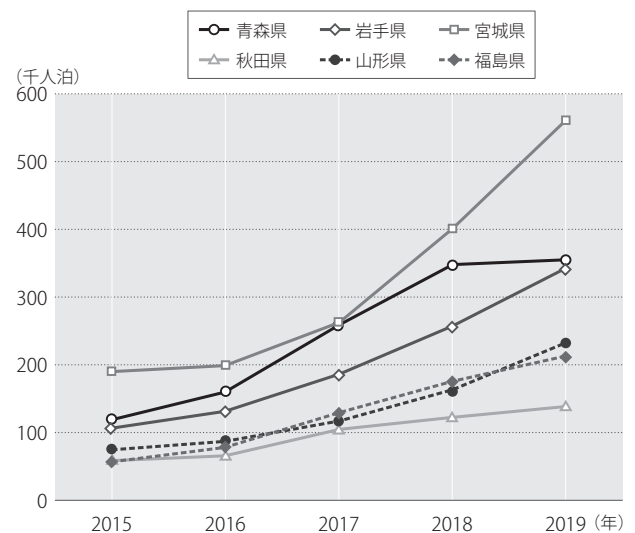
図IV-2-1 延べ宿泊者数の推移(東北)



単位：万人泊

資料：観光庁「令和元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 外国人延べ宿泊者数の推移(東北)



単位：千人泊

資料：観光庁「令和元年宿泊旅行統計調査」をもとに(公財)日本交通公社作成

特に東北6県でのトップセールスやプロモーション、国際定期便の新規就航やチャーター便の増加、受け入れ環境整備などが誘客につながったとみられている。一方で、訪日市場全体における東北の割合は1.7%にとどまった。

東北6県の港湾にクルーズ船が寄港した回数は91回となり、過去最高となった。そのうち47回が外国船籍で、大型豪華客船のクイーン・エリザベスやコスタ・セレーナなど6隻が初めて寄港した。

2019年10月に仙台-バンコク線の運航を再開(週3往復)した仙台空港では、2019年度の旅客数が372万人(前年度比2.9%増)となり、3年連続で過去最高となった。(図IV-2-3)

「明日の日本を支える観光ビジョン」(明日の日本を支える観光ビジョン構想会議)では、2020年の東北6県の外国人延べ宿泊者数目標として150万人泊を掲げ、観光資源の磨き上げ、「復興観光拠点都市圏」の重点支援、福島県の国内観光関連事業への支援等を行っていたが、1年前倒しで達成した。

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								
		2011年度	2012年度	2013年度	2014年度	2015年度	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度
青森ねぶた祭	青森県青森市	266万人	282万人	285万人	259万人	269万人	276万人	282万人	280万人	285万人
盛岡さんさ踊り	岩手県盛岡市	136万人	122万人	130万人	137万人	139万人	126万人	134万人	133万人	149万人
仙台七夕まつり	宮城県仙台市	203万人	200万人	206万人	204万人	218万人	228万人	179万人	203万人	225万人
秋田竿燈まつり	秋田県秋田市	130万人	139万人	141万人	126万人	140万人	132万人	131万人	130万人	131万人
山形花笠まつり	山形県山形市	91万人	100万人	90万人	63万人	98万人	100万人	99万人	97万人	98万人
福島わらじまつり	福島県福島市	23万人	25万人	24万人	25万人	26万人	26万人	28万人	29万人	30万人

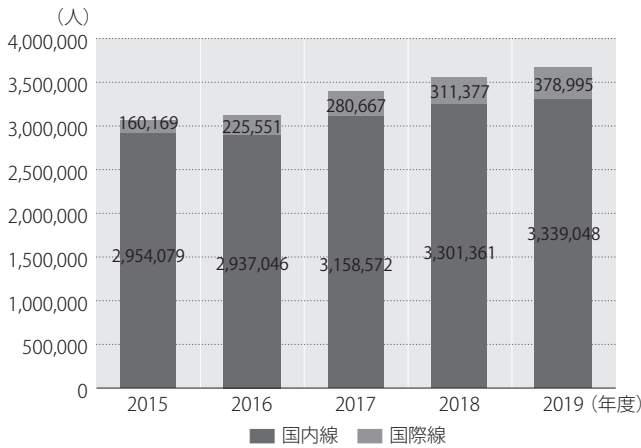
資料：各種資料をもとに（公財）日本交通公社作成

表IV-2-2 東北六魂祭、東北絆まつりの開催概要

	東北六魂祭					東北絆まつり				
	2011年度	2012年度	2013年度	2014年度	2015年度	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度
開催地	宮城県 仙台市	岩手県 盛岡市	福島県 福島市	山形県 山形市	秋田県 秋田市	青森県 青森市	宮城県 仙台市	岩手県 盛岡市	福島県 福島市	山形県山形市で 5月30日(土)～ 31日(日)に開 催予定だったが 2021年度に延期
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)	6月1日(土) 2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	約31万人	
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	約42億円	

資料：各種資料をもとに（公財）日本交通公社作成

図IV-2-3 仙台空港の旅客数の推移



(2) 観光地の主要な動き

① 地方・都道府県レベル

● 東北の夏まつりの動向

2019年の東北各県の代表的な夏まつり（6件）は8月1日～8日までの間に、それぞれ2～6日間の会期で開催された。来場者数は計918万人となり東日本大震災後最高となった。全てのまつりの来訪者数が前年と比べて増加したが、その要因としては天候に恵まれたこと、高速道路の開通、「来訪神：仮面・仮装の神々」のユネスコ無形文化遺産への登録（2018年11月）による知名度の上昇などが挙げられている。ラグビーワールドカップ2019釜石開催実行委員会のパレード等もあわせて行った「盛岡さんさ踊り」や、観光バスの利用が多かった「仙台七夕まつり」は特に高い伸び率となった。

運営側の取り組みとしては、「写真映え」を意識したコンテンツの強化や大型クルーズ船の乗客向けの臨時列車増便、祭りの情報を多言語で閲覧できるスマホアプリの導入、スマホアプリを使用したタクシー配車サービスの実施といった受け入れ体制の整備を行った。

また、東北絆まつりは2019年6月1日・2日の2日間にわたって福島市で開催され、約31万人が来場した。なお、2020年5月30日(土)・31日(日)の2日間の開催を予定していた「東北絆

まつり2020山形」は新型コロナウイルスの影響を鑑み1年延期とし、2021年度に改めて山形市で開催予定であることが発表された。

● 「令和元年東日本台風」の被害と復興支援

台風19号は2019年10月12日～13日にかけて東北地方を縦断し、特に宮城県や福島県、岩手県などを中心に大規模な河川の氾濫や土砂災害をもたらした。政府は激甚災害に指定するとともに、9月に発生した台風15号もあわせた影響により落ち込んだ観光需要の回復支援のため、被災した14都県への旅行代金を1人1泊につき最大5,000円を割引する「ふっこう割」を実施した。

77カ所の被害が発生した三陸鉄道では義援金窓口、Yahoo!ネット基金などを開設し、復旧工事を行ったほか、2020年3月には釜石-陸中山田間、普代-久慈間の復旧工事が完了し、全線再開となった。

特に被害の大きかった宮城県丸森町では計18箇所が決壊したことにより深刻な浸水被害等が発生し、被害総額は約422億1千万円にのぼった。同町では2019年12月に「丸森町復旧・復興基本方針」を策定し、2020年度からの5年間における復旧・復興に向けた基本方針を示した。災害に強いまちを目指すとともに、活気あふれる産業・なりわいの再建の1つとして国内外からの観光客の誘致を図ることも挙げている。

● 北海道・北東北の縄文遺跡群（北海道、青森県、秋田県、岩手県の17史跡）、世界遺産への推薦決定

北海道、青森県、秋田県、岩手県の17史跡で構成される北海道・北東北の縄文遺跡群は、2019年12月20日の閣議において、世界文化遺産への登録に向けた推薦書をユネスコに提出することが了解され、2020年1月に推薦書が提出された。

青森県八戸市では、「八戸市景観計画」を改定し、「景観拠点」として機能ごとに3つのエリア（都市景観拠点・観光交流景観拠点・歴史文化景観拠点）を追加した他、縄文遺

跡群の一部である史跡・是川石器時代遺跡を核とした是川景観重点地区の景観重点地区としての指定などを行った。

秋田内陸縦貫鉄道では、2020年3月に伊勢堂岱遺跡の最寄り駅である小ヶ田駅（北秋田市）を縄文小ヶ田駅に改称した。

●みちのく潮風トレイル全線開通

環境省が策定した「グリーン復興プロジェクト」に基づき、歩いて旅をする「ロングトレイル」の文化を日本に定着させることを目的とした「みちのく潮風トレイル」は、青森県八戸市から福島県相馬市まで約1,000kmの全線が開通。2019年4月19日には情報発信の拠点施設として「みちのく潮風トレイル名取トレイルセンター」（宮城県名取市）がオープンし、6月9日には全線開通記念式典・シンポジウムを開催した。トレイルの沿線では名取トレイルセンター以外に5つのサテライト施設（種差海岸インフォメーションセンター、北山崎ビジターセンター、浄土ヶ浜ビジターセンター、碓石海岸インフォメーションセンター、南三陸・海のビジターセンター）でトレイルマップの配布や情報提供などを行う。

●「第2次おもてなし山形県観光計画～beyond2020～」の策定

山形県では2024年度を目標年度とする「第2次おもてなし山形県観光計画～beyond2020～」を20年4月に策定した。観光消費額2,600億円を掲げ、「山形ならではの」特性・資源を活用し、SDGsの視点から条例に基づく基本的施策を4本の柱として体系化し、「ICT等を活用したインバウンド拡大の加速化（デジタルマーケティングの展開）」をはじめとしたリーディングプロジェクトを展開する。

●台湾、タイ向けの旅行者の誘客プロモーション、商品開発

2019年度は国やJNTO、各県、東北観光推進機構、民間事業者などが連携し、インバウンドのうち高い割合を占める台湾や、仙台空港への定期就航を再開したタイなどに向けたプロモーションに力を入れた。

2019年10月には「Lonely Planet」が発表する「Best in Travel 2020」において、2020年に訪れるべき世界の10地域の第3位に「東北地方」が選出された他、2019年11月にはナショナルジオグラフィック協会が発行する「National Geographic」において、2020年に訪れるべき25の旅先「Best Trips for 2020」の冒険部門で「東北」が選出されるなど、海外からも注目されている。

東北観光推進機構、JNTO、日本観光振興協会東北支部及び東北運輸局は、今年で6回目となる「日本東北遊楽日2019」を11月に台湾で開催し、現地企業とのタイアップによる来場者への発信を行った。さらに現地旅行会社向けに東北観光セミナーや商談会を実施し、東北への旅行商品造成及び販売を促進する「東北プロモーション in 台湾2019」を開催した。

2019年8月24日～25日には、JNTOや東北観光推進機構が連携し、一般消費者向けのPRイベント「日本東北観光フェア」

をバンコクで開催したほか、東北6県（青森県、岩手県、宮城県、秋田県、山形県、福島県）と新潟県の知事・副知事をはじめ、同機構、仙台市や東北の主な経済団体・観光関係団体の代表などがバンコクを訪問しトップセールスを行った。

さらに、令和元年度「新しい東北」交流拡大モデル事業の一環で行われた「タイを拠点とした東南アジア富裕層の誘客拡大と受け入れ基盤の強化」では、青森・秋田・岩手・山形・福島の5つのDMOが連携し、富裕層を対象としたコンテンツ開発やファムトリップ等を実施した。

●東北周遊促進レンタカーキャンペーン「FUN FIND 東北キャンペーン」の実施

また、トヨタ自動車とJR東日本は、東北地方に点在する観光資源への誘客と二次交通の利便性向上を目的に東北周遊促進レンタカーキャンペーン「FUN FIND 東北キャンペーン」（2019年5月～9月）を実施した。列車の切符とレンタカーのセット商品や対象車種レンタカーの割引に加え、東北観光周遊に便利な観光情報やNEXCO東日本が実施する高速道路のETC周遊割引「ドラ割」などの情報をキャンペーンサイト（英語、中国語、韓国語、タイ語）で発信。その他、台湾、香港、韓国、タイのインフルエンサーを誘致し、SNSでの発信を行った他、現地旅行会社などと連携してレンタカーの告知や旅行商品造成などを行った。6月にはニッポンレンタカーも参画した他、東北のレンタカー会社が参画したことで充実した情報提供やシームレスな取り組みが可能となった。

②広域・市区町村レベル

●ラグビーワールドカップ2019の開催

2019年9月20日（金）～11月2日（土）にかけて開催されたラグビーワールドカップ2019では、公認チームキャンプ地として選ばれた岩手県釜石市・宮古市・盛岡市・北上市、山形県山形市・天童市、福島県において各国選手の受け入れが行われた。

開催都市に選ばれた釜石市では、鶴住居小学校・釜石東中学校跡地に新たに建設された釜石鶴住居復興スタジアム（2018年竣工）において1試合（9月25日 フィジー対ウルグアイ）が開催された（全2試合の予定が台風により1試合は中止）。同市では2016年10月にはAirbnbと観光促進に関する覚書を締結した他、2017年3月に「釜石市観光振興ビジョン」を策定。大会開催に向け、インバウンドの受け入れ態勢整備を強化し、外国人おもてなし研修会の開催、多言語対応の充実、パーク&ライド駐車場やバス乗降場等の確保、バスや鉄道の増便・増結、Wi-Fi環境の整備、開催期間中の県内旅行商品造成促進などを行った。

また、東日本大震災慰霊施設「釜石祈りのパーク」、防災学習施設「いのちをつなぐ未来館」、観光交流拠点施設「鶴の郷交流館」などで構成される「うのすまい・トモス」（19年3月）や、飲食店舗にキッチンスタジオ、イベントスペースを併設した「釜石魚河岸にぎわい館『魚河岸テラス』」（19年4月）をオープンした。

●「復興五輪」に向けた取り組みとイベントの開催

東京オリンピック・パラリンピックは、震災からの復興状況を世界に発信するとともに、被災地と連携した取り組みを行うことでさらなる復興を後押しする「復興五輪」の考え方を示している。2020年東京オリンピック・パラリンピックの開催は新型コロナウイルスの影響で延期が決定したものの、2020年3月には航空自衛隊松島基地でオリンピック聖火の到着式が開催された。

また、世界からの復興支援に対する感謝や復興の状況、観光地としての東北の魅力を発信するため、高輪ゲートウェイ駅前特設会場をメインとした「東北・新潟の情報発信拠点事業『東北ハウス』」の準備を進め、2019年9月には東京・丸の内、盛岡、釜石で「東北ハウス・イベント2019」を実施した。

また、参加国・地域との人的・経済的・文化的な相互交流を図るホストタウンが創設され、青森県5市町村、岩手県8市町、宮城県7市町、秋田県8市町村、山形県14市町、福島県9市町村においてスポーツ立国、グローバル化、観光振興、地域活性化を意識した交流事業が行われている。

●東北SDGs未来都市サミット

内閣府のSDGs未来都市の選定を受けた宮城県東松島市、秋田県仙北市、山形県飯豊町により2018年6月に発足した「東北SDGs未来都市サミット」は、2019年度に新たに加わった岩手県陸前高田市、福島県郡山市を加え、「東北SDGs未来都市サミットシンポジウムin仙北市」を開催した。

サミットでは、SDGsの達成や持続可能な地域づくりに取り組む「東北SDGs未来都市サミット宣言」と、近年の異常気象をふまえ、地球温暖化防止に資する取り組みを定める「気候非常事態宣言」が採択された。

●高速道路の延伸・開通

2020年度中の全線開通を目指す復興道路・復興支援道路のうち、宮古盛岡横断道路の田の沢IC～手代森IC間(3.4km)が19年12月に、宮古市下川井地区の古田トンネル(2km)が2020年3月に、相馬福島道路の相馬IC～相馬山上IC間(6km)が2019年12月に、三陸沿岸道路の久慈北IC～侍浜IC間(7.4km)が2020年に、気仙沼中央IC～気仙沼港IC間(1.7km)が2020年2月に開通した。

●東北自動車道津軽サービスエリアリニューアル

東北自動車道の津軽サービスエリアが2019年4月にリニューアルオープンした。東日本で初となる地域連携スペースを開設し、青森県の観光・文化などの魅力を発信する。青森の伝統技法を取り入れた地域情報発信コーナーでは、地域の工芸品などの展示や観光映像などの上映を行う。また、地域の伝統芸能などのイベント開催に活用する大屋根広場、商業施設や一般道からのウォークインゲート、ベビーケアルームなどの新設やリニューアルを行った。

●青森～台北線の定期便就航と青森空港ターミナルビルのリニューアル

エバー航空による青森～台北線が2019年7月に就航。当初は週2往復だったが11月には週5往復に増便した。

また、青森空港は旅客ターミナルビルの増築工事が終了し、2019年7月にリニューアルオープンした。延べ床面積は11,000㎡から14,500㎡に拡大し、国内線・国際線それぞれの到着専用エスカレーターの新設、国内線の手荷物受け取りベルトコンベアの増設、祈祷室の新設、飲食店のリニューアルなどを行った。国際線の入国審査場ブースや税関審査場ブースも増設され、短時間での手続きを可能としている。

●「TOHOKU MaaS 仙台trial」実証実験 (STEP1) 実施

JR東日本仙台支社と宮城県、仙台市は「仙台圏における観光型MaaS」の第1弾実証実験を2020年2月1日から29日まで実施。デジタルチケット「仙台まるごとパス」を購入した人はフリーエリアのJR、地下鉄、バスでQRコードをかざすなどで利用できる他、観光マップ、デジタルクーポン、経路検索、レンタカー予約、食べ飲み歩きデジタルチケットなどをスマートフォン一つで利用できる。20年9月には実施エリアを宮城県内に拡大するとともに、交通系デジタルチケットの拡充や新たなサービスを加えた第2弾の実証実験を行う予定にしている。

●常磐線(富岡駅～浪江駅間)の運転再開

東日本大震災の影響で運転を見合わせていたJR常磐線の富岡駅～浪江駅間(20.8km)が2020年3月14日に運転を再開した。帰還困難区域の一部における避難指示が解除されることに伴うもので、これにより常磐線は全線で運転を再開した。

●七里長浜港から津軽港へ名称変更

青森県は、2019年12月に鱒ヶ沢町にある七里長浜港の名称を津軽港に変更した。全国的に知名度の高い津軽という名称を活用し、「津軽への観光誘致・津軽の農林水産物の物流拠点」として、さらなる経済産業振興と地域発展のための利用促進を図ることを目的としている。

●観光地域づくり法人(DMO)の登録

2019年度は、(一財)VISITはちのへ、(株)インアウトバウンド仙台・松島、(一社)しもきたTABIあしすと、(公社)山形県観光物産協会の4件が地域連携DMOとして登録され、(一社)宮古観光文化交流協会、(株)かまいしDMC、(一社)十和田奥入瀬観光機構、(一社)郡山市観光協会、(一社)にほんまつDMO、(一社)DEGAM鶴岡ツーリズムビューローの6件が地域DMOとして登録された。

近年、東北では県を超えたDMO同士の連携強化が進んでおり、2019年5月に「北東北DMO連携会議」を立ち上げた他、東北5県のDMOが連携して東南アジアの富裕層向けの商品開発等を行った。

(福永香織)

IV-3 関東

延べ宿泊者数は全都県で増加
各地で新たな切り口での魅力発見・創出の試みが続く
交通関連の社会実験も多様なフェイズで実施される

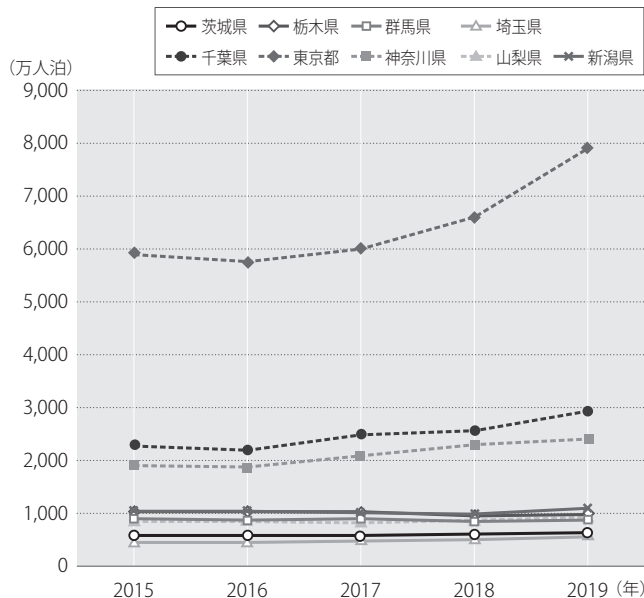
(1) 都道府県レベルの旅行者動向

① 宿泊者数の動向

観光庁「宿泊旅行統計調査」によると、2019年1～12月の関東地方1都8県の延べ宿泊者数は1億8,204万人泊で前年比12.6%増と、全体として好調に推移している（図IV-3-1）。都県別にみてもすべての都県において前年比で増加しており、特に東京都の前年比19.5%増、千葉県の前年比14.2%増が目立つ他、新潟県が同11.9%増、埼玉県が同10.7%増と2ケタの増加を示した。

外国人延べ宿泊者数は前年比22.3%増の4,102万人泊で、こちらも関東全体で前年と同様、2ケタの増加を示した（図IV-3-2）。都県別にみると、こちらも東京都が前年比26.5%増と大きく伸びた他、新潟県（前年比18.7%増）、神奈川県（同18.0%増）、千葉県（同16.6%増）の好調が目立つ。

図IV-3-1 延べ宿泊者数の推移（関東）

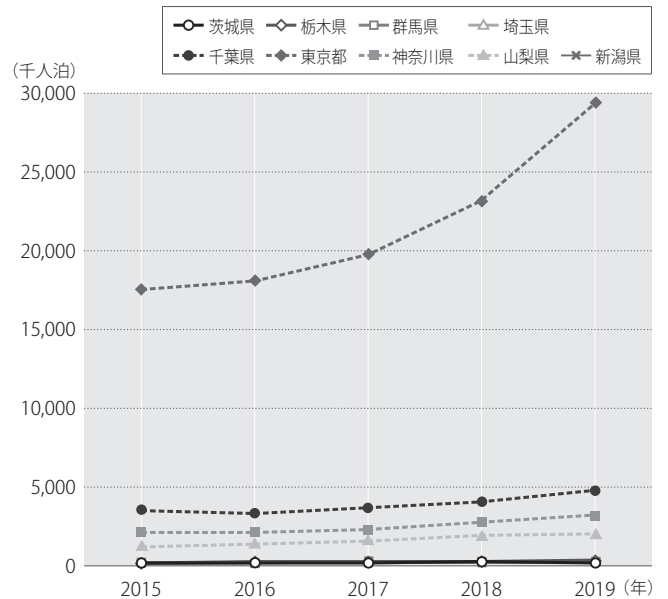


	2015	2016	2017	2018	2019
茨城県	574	561	561	589	630
栃木県	1,029	1,032	1,022	947	956
群馬県	883	865	876	831	865
埼玉県	433	447	459	491	544
千葉県	2,257	2,188	2,464	2,559	2,923
東京都	5,909	5,751	5,995	6,611	7,898
神奈川県	1,907	1,875	2,076	2,302	2,388
山梨県	843	835	802	861	907
新潟県	1,026	1,020	1,020	977	1,093

単位：万人泊
資料：観光庁「令和元年宿泊旅行統計調査」をもとに（公財）日本交通公社作成

一方、茨城県が前年比14.5%減（2018年は前年比10.2%増）、埼玉県が同4.8%減（同前年比5.0%増）と前年の増加から減少傾向に転じた。

図IV-3-2 外国人延べ宿泊者数の推移（関東）



	2015	2016	2017	2018	2019
茨城県	201	225	231	254	217
栃木県	232	252	272	323	355
群馬県	160	214	291	289	292
埼玉県	159	170	219	230	220
千葉県	3,500	3,345	3,675	4,116	4,798
東京都	17,561	18,060	19,776	23,195	29,351
神奈川県	2,156	2,161	2,337	2,754	3,249
山梨県	1,252	1,371	1,609	1,961	2,055
新潟県	263	267	315	405	480

単位：千人泊
資料：観光庁「令和元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

● マス釣り客による県内消費額の試算（栃木県）

中禅寺湖は男体山の噴火により生成した堰止め湖であるが、明治期以降、湖岸には欧米諸国の大使館別荘が建設され当時の外交官らの避暑地として機能し、戦後には「いろは坂」が開通して同湖を含む奥日光エリアの観光地化が進んだ。そうした中、中禅寺湖漁業協同組合がマス類の養殖・放流に注力し、中禅寺湖は「マス釣りの聖地」として多くの釣り客に親しまれることとなった。しかしながら2011年3月の原発事故に伴う放射性物質汚染によって一部魚類の持ち出しが禁止される事態となり、中禅寺湖漁業協同組合と栃木県は翌2012年に釣った魚を持ち帰らず湖に帰すキャッチ&リリース（以下、C&R）制を導入して釣りを解禁して釣り客の誘客に取り組んできた。

こうした経緯のもと、栃木県水産試験場が「釣りによる地域振興」という観点から中禅寺湖に訪れた釣り客による県内消費額の試算を行った。その結果、観光客の県内消費額単価9,687円と比べてマス岸釣り客の県内消費額単価は7,020円、同じくマス船釣り客は14,576円であること（いずれも2018年の数値）、2012年から2018年の7年間でC&R制を目的に訪れた釣り客は延べ9万2千人、栃木県内での消費額は約7.7億円に上ること等が推計された。

●群馬県立世界遺産センターの開館（群馬県）

2014年6月に「富岡製糸場と絹産業遺産群」がわが国14番目の世界文化遺産に登録され6年が経過し、群馬県富岡市に「群馬県立世界遺産センター」（愛称：「世界を変える生糸（いと）の力」研究所、略称：セカイト）が開業した。

歴史的な倉庫群である「富岡倉庫」の1号倉庫を改修して開設されたもので、世界遺産の構成資産である「富岡製糸場」「田島弥平旧宅」「高山社跡」「荒船風穴」の価値や魅力をわかりやすく紹介するとともに、大学等と連携して世界遺産を中心とした絹にまつわる産業・歴史文化の研究に取り組み、総合的な情報発信を行う施設となっている。

※当初2020年3月の開館を予定していたが、新型コロナウイルス感染拡大の影響を受け、同6月に延期された。

●秩父地域でボランティアツーリズムの検討開始（埼玉県）

埼玉県では、秩父地域1市4町（秩父市、横瀬町、皆野町、長瀬町、小鹿野町）の観光担当者や関係者が集い、ボランティアツーリズムを新たな切り口に観光客と地域住民の交流を通じて双方にとって意義を感じることができると、社会的効果を意識した観光について検討を開始した。

2020年3月5日に開催された秩父地域観光担当者会議では参加者が「ボランティア（社会貢献）の場」、「ランチ」、「観光」の素材を持ち寄ってグループワークを実施、これら3つの要素を組み合わせ「どぶろく“花咲山”のルーツを巡るツアー」、「下山祝い日本酒で！秩父の名水武甲山伏流水を守るツアー」等18のツアーコースイメージを提案した。

会議参加者は「ボランティア・ランチ・観光素材アイデア集」と「ツアーイメージアイデア集」を共有し、2020年度は具体的な実現可能性も考慮したツアーについてさらに検討を進める予定である。

●「芝公園を核としたまちづくり構想」の策定（東京都）

東京都は芝公園（港区）を核とする地域について江戸・東京の歴史文化の再生や新たな賑わいの創出等を通じて同公園の機能を一層高めるため、地域の将来像や周辺のまちづくりとの連携等について検討を進め、2020年2月「芝公園を核としたまちづくり構想」を策定した。

構想の具体的な対象範囲は明治期の太政官布達による芝公園の区域と定め、その将来像を「『江戸の杜』に集う：江戸東京文化の体感と国際的な交流の促進」とした。江戸草

創期に遡る芝公園の資産を顕在化するとともに、歴史的資源を活用して国際交流を促進するなど、都心に息づく江戸東京のレガシーを体感できる地域を目指すものである。

まちづくりの方針としては1) 江戸東京の資源再生、活用等による国際的な観光・交流拠点を形成、2) 市街地環境の向上、3) 地域の防災性向上の3点を掲げた。特に1)については歴史・文化を発信する施設整備に加えて緑地や広場の配置による往時の空間的な領域・軸線の再生等、地域が重ねてきた時間の蓄積を重視しつつ、周辺市街地との結節点に多様な機能を導入・集積させ新しい賑わいの拡充を打ち出している。

●3カ年度目を迎えた「TOKYO旅館ブランド構築・発信事業」（東京都）

東京都は2017年度より「TOKYO旅館ブランド構築・発信事業」として、旅館を中心とした地域グループが実施する、東京の旅館ブランド構築に向けた外国人旅行者誘致等の新たな取組に対する支援を行ってきた。補助期間は3ヶ年度以内で補助率は補助対象経費の3分の2以内、補助額は1グループあたり年間1,000万円程度が限度である。

これまでに地域グループ内の商店と連携した宿泊者に対する各種割引サービスの実施、地域の魅力や文化を活かしたイベントの実施、周辺施設マップの作成・提供など地域回遊性の向上に向けた取組等が支援対象に選定されている。

事業開始後3ヶ年度目となる2019年度は日本橋浜町から日本の手しごとの魅力を発信するグループ（UDS株式会社）と浅草観音裏の地域活性化グループ（株式会社レッドテック）が支援対象として選ばれた。前者では日本の職人の手しごとによる作品を部屋の一部として展示する他、外国人旅行者も参加可能な寄席や周辺住民と交流できる着付け体験等のイベント実施等を、後者では江戸時代の「駕籠」をイメージしたEVバイクを利用した観音裏の案内、旅館周辺の飲食店等の英語メニュー作成や購入・飲食代金を旅館でキャッシュレス決済可能とする環境整備等を、それぞれ計画している。

●西多摩地域におけるシェアサイクル実証実験（東京都）

東京都と公益財団法人東京観光財団では、西多摩地域の観光施設等を周遊するための交通手段として、シェアサイクルの有効性を検証することを目的とした実証実験を2020年2月25日より1年間の予定で実施している。

同シェアサイクルは「東京渓谷サイクリング」と銘打たれ、所定のWebサイトより会員登録を行うことで電動アシスト自転車の利用が可能となる。秋川渓谷流域（あきる野・日の出エリア）と御岳渓谷流域（青梅エリア）の両エリアに1カ所ずつ有人店舗のポートがある他、無人ポートも設置されており、自転車を借り受けたのと同じエリア内のポートに返却可能である。

利用料金は1日料金（借りた時刻から当日の23：59まで）が2,500円、30分課金が8：00から20：00までが250円、20：00から翌日8：00までが25円となっており、クレジットカードで決済する。また、あわせて両エリア内を巡る「とっておきのルート10選」を

設定し、「自転車NAVITIME」アプリによる案内サービスも提供している。

●相模湾における海上タクシーの実証実験（神奈川県）

神奈川県では海洋拠点ネットワークの形成による海域の回遊性向上と、海からでないことのできない景観の観光コンテンツ化を図る「かながわ海洋ツーリズム」を展開している。

その取組の一環として、2019年9月から12月にかけて渋滞を気にせず海の魅力を体感しつつクルーズ気分でも快適に移動可能な海上タクシーの実現を目指す実証実験を実施した。旅客定員12人以下の船舶（非旅客船）を用いて、三浦半島から湘南海岸にかけての相模湾岸に整備されたマリーナ、港湾、海の駅の決められた2地点間を結ぶものである。

計8つの航路を設定し、乗船料金（一艇の貸切料金）は船舶の運行を行う事業者や航路によって片道で3,000円～25,000円の予定であったが、悪天候や台風19号に伴う設備損傷等の影響により実際には6航路（料金は3,000円～6,000円）となった。この実施結果を受け、今後の事業化が検討される。

●「南アルプス観光振興ビジョン」を策定（山梨県）

山梨県では、2020年3月、南アルプスユネスコエコパークの範囲内を計画対象とする「南アルプス観光振興ビジョン」（計画期間は2020～2022年度）を策定した。

南アルプス地域がユネスコエコパークに登録され自然と人間社会との共生を目指し、自然環境の保全と持続可能な方法で利活用が強く求められていることを踏まえ、南アルプス観光の目指すべき姿を「世界中の人々が何度も訪れたいと思えるグレードの高い南アルプス観光の確立」と定めている。

その上でユネスコエコパークのゾーニングに従いビジョンの方向性を示した。核心地域は国立公園の特別保護区がその多くを占めるため、自然保護を基本とした観光を、緩衝地域はエコツーリズム、森林セラピー、教育・研究など自然を利用した持続可能な観光を、移行地域では観光資源を連携させるとともに核心地域、緩衝地域とも連携した周遊観光を、それぞれ推進することとしている。

●「『佐渡金銀山』保存・活用行動計画」の進捗状況評価（新潟県）

新潟県では、世界文化遺産登録後を視野に入れ、構成資産の将来的な価値保全と活用を目指し、2016年3月に「『佐渡金銀山』保存・活用行動計画」を策定した。計画策定後は同計画に基づく各種事業の進捗状況を把握するため、年度ごとに事業内容を点検し、評価を行っている。

同計画に基づいて新潟県、佐渡市等が実施した2019年度事業は「佐渡金銀山の保存管理」に係るものが20事業、「世界遺産登録に向けた来訪者の受入体制整備」に係るものが64事業、「世界遺産を核とした魅力ある地域づくり」に係るものが35事業で、合計119事業に上るが、これら事業の全てが計画を上回る状況もしくは概ね順調に進捗していると評価された。

②広域・市町村レベル

●庭園間交流連携促進計画に基づく関東地方のガーデンツーリズム登録（茨城県、神奈川県、新潟県）

国土交通省が2019年4月に地域の活性化と庭園文化の普及を目的として創設した「庭園間交流連携促進計画登録制度（ガーデンツーリズム登録制度）」によって、庭園や公園が連携して地域の魅力向上を図る取組の募集が行われた。

その結果、有識者による審査を経て第1回（2019年5月）、第2回（同10月）合計で8件の庭園間交流連携促進計画が登録された。関東では「ガーデンネックレス横浜」、「富士・箱根・伊豆「皇室ゆかりの庭園」ツーリズム」、「にいがた庭園街道」（以上、第1回登録）、「いばらきガーデン&オーチャードツーリズム」、「湘南邸園文化ツーリズム」（以上、第2回登録）の計5件が登録された（表IV-3-1）。

各計画の登録団体においては地域の特性を反映させた独自のストーリーのもとにそれぞれの構成庭園を結びつけ、新たな切り口で地域の魅力を発信するとともに、庭園巡りツアーや庭園を題材とした講座等を実施していく。

表IV-3-1 ガーデンツーリズム登録制度 登録計画一覧

登録計画名	県名	構成庭園
ガーデンネックレス横浜	神奈川県	山下公園、港の見える丘公園、横浜公園、日本大通り、新港中央広場、横浜イングリッシュガーデン、横浜山手西洋館、里山ガーデン、八景島
富士・箱根・伊豆「皇室ゆかりの庭園」ツーリズム	神奈川県・静岡県	恩賜箱根公園、三島市立公園楽寿園、沼津御用邸記念公園、秩父宮記念公園
にいがた庭園街道	新潟県	普濟寺、渡邊邸、清水園、五十公野御茶屋、市島邸、五十嵐邸ガーデン、長生館の庭園、孝順寺、椿寿荘、北方文化博物館、旧小澤家住宅、北方文化博物館新潟分館、新潟市旧齋藤家別邸
いばらきガーデン&オーチャードツーリズム	茨城県	偕楽園公園、弘道館公園、笠間つつじ公園、国営ひたち海浜公園、セツ洞公園、酒沼自然公園、茨城県植物園、茨城県フラワーパーク、水戸市植物公園
湘南邸園文化ツーリズム	神奈川県	万代会館、山口蓬春記念館、蘆花記念公園、旧山本条太郎別荘、旧モーガン邸、俣野別邸庭園、茅ヶ崎館、大磯城山公園旧吉田茂邸地区、大磯城山公園旧三井別邸地区、明治記念大磯邸園、旧木下家別邸、小田原邸園交流館 清閑亭、小田原文学館 本館・別館、松永記念館・老樹荘

資料：国土交通省HPより（公財）日本交通公社作成

●日光白根山火山防災マップの作成（群馬県沼田市・片品村、栃木県日光市）

日光白根山は火山噴火予知連絡会が「火山防災のために監視・観測体制の充実等の必要がある火山」として選定した47の火山の一つである。地元の日光白根山火山防災協議会（群馬県沼田市・片品村、栃木県日光市）では、2018年度に同協議会が策定した「日光白根山ハザードマップ」並びに「日光白根山火山防災避難計画」に基づいて「日光白根山火山防災マップ」を作成、2019年12月に発行した。

登山客や観光客を対象として火山現象の影響範囲や避難経路などの周知を図ることを目的として作成されたもので、日

光白根山の噴火警戒レベルについて解説し、日光白根山で想定される火山現象、レベルに応じた登山道の規制、登山・観光を行うに際しての注意事項、噴火した場合に取るべき行動等について記載している。

●広域連携による冬のインバウンドスキー客周遊観光促進（新潟県 上越市・糸魚川市・妙高市）

上越・糸魚川・妙高広域観光ブランド推進検討会では、3市が連携した観光地域づくりを推進する取組の一環として、冬のインバウンドスキー客の周遊促進のためのスタディーツアーを実施した。

妙高市赤倉の宿泊施設やスキー場の外国人スタッフ等を対象に外国人利用客への案内力向上のため、上越周遊ルート、糸魚川周遊ルート（いずれも2020年1月23日）を設定した。前者では座禅、老舗料亭での伝統的な和食、水族館の見学などを5名が、後者では酒造での日本酒試飲、フォッサマグナムミュージアムでのガイドによる解説、漁港での昼セリの見学などを7名が体験し、地域資源やその体験の魅力度、地図やガイド等の案内・情報提供等についての意見が寄せられた。

●新東名高速道路（伊勢原JCT～伊勢原大山IC）が開通

新東名高速道路において、2020年3月、東名高速道路と接続する伊勢原JCT（神奈川県伊勢原市）～伊勢原大山IC（同左）間2.4kmが開通した。

伊勢原JCTはハーフジャンクションとなっており、伊勢原大山IC方面と東名高速道路の静岡・名古屋方面の双方向、新東名高速道路の下り線から東名高速道路の上り線（東京方面）、東名高速道路の下り線から新東名高速道路の上り線（海老名南JCT方面）は利用できない。

開通した距離は短いものの、伊勢原大山IC周辺の工業団地等で物流の効率化が進む他、観光面では丹沢大山国定公園に位置する大山への所要時間短縮と利用者増加の効果が期待される。

●銚子で観光型MaaSの社会実験を実施（千葉県銚子市）

銚子市では2019年の夏休み期間中（7月19日～8月31日）、株式会社ナビタイムジャパン、KDDI株式会社、銚子電気鉄道株式会社と連携し、カーナビゲーションアプリ「NAVITIMEドライブサポーター」を利用した観光型MaaSの社会実験を実施した。同アプリの有料会員で、銚子電気鉄道の開業96周年にちなみ96km以上走行して銚子を訪れた観光客を対象とした。

犬吠駅前の無料駐車場と銚子電鉄1日乗車券、沿線観光スポットの入場割引を組み合わせ、パークアンドライドによる周遊観光を推進する他、市内6つの観光スポットをチェックポイントにしたチェックインラリーを開催し、自動車移動によってより広く銚子の魅力を知ってもらう仕組みとした。また、この他にも銚子市と共同で設定した銚子のおすすめドライブコース等を提供した。

●横浜で新たな魅力と賑わいを創出するナイトタイムエコノミーなど支援（神奈川県横浜市）

公益財団法人横浜観光コンベンション・ビューローは、横浜の新しい魅力と賑わいを創出することを狙いとして、市内経済の発展及び都市ブランド向上につながる「横浜クリエイションスクラム助成事業」の公募を行った。対象となるのはナイトタイムエコノミーを推進する事業、市内の既存資源を利活用する事業、市域を越えて連携を図る事業のいずれかに合致するものとされ、審査委員会の審査により5件が選定された。

音楽や飲食など横浜港周辺で24時まで気軽に楽しめるように地域連携によって宿泊者へ特典・優待を設定、宿泊客増加を図る事業（びあ株式会社）、野毛・中華街・関内エリアのナイトタイムコンテンツを楽しむためのウェブガイドマップを構築、ナイトライフに特化したバリアフリー情報を発信する事業（ナイトタイムエコノミー株式会社）等、ナイトタイムエコノミーに関連する事業が目立つ。

●江ノ電沿線住民等の移動円滑化の社会実験（神奈川県鎌倉市）

鎌倉市は江ノ島電鉄株式会社の協力のもと、2019年のゴールデンウィーク期間中（5月3日～5日）、江ノ電沿線の住民の日常生活に影響が生じる状況を考慮し、その移動を円滑化する社会実験を実施した。この社会実験は2017年度にスタートしたもので、3年目となる今回は住民の声を反映させ、2018年度に比べて対象者と実施期間を拡大した。

江ノ電の和田塚駅～腰越駅に在住・在勤・在学者を対象に鎌倉市が事前に「江ノ電沿線住民等証明書」を発行、これを社会実験期間中に江ノ電鎌倉駅西口改札で提示すると乗車待ちの列が駅の構外まで及んだ場合も行列に並ばず改札内に入場し、駅構内の列の最後尾に並ぶことが可能となるものである。

その結果、対象者約4万3千人に対して証明書発行枚数は2,811枚で、発行枚数に対する使用割合は約4.8%（2018年度は対象者約3万5千人に対して発行枚数1,471枚、発行枚数に対する使用割合は約6%）であった。また、社会実験初日に乗車待ちをしていた観光客等132名にアンケートを実施した結果、124名（約9割）が今回の取組について理解できる又はおおむね理解できると回答した。

（淑徳大学 堀木美告）

IV-4 中部

外国人延べ宿泊者数は昨年に続き、全県で増加傾向
台風被害を受け、長野県と静岡県で令和元年ふっこう割
分散型ホテル事業・PFIなど、新たな枠組みに基づく事業の展開

(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、2019年1月～12月の中部地方の延べ宿泊者数は9,388万人泊となり、前年比4.4%の増加であった(図IV-4-1)。2018年に続き、2年連続の増加となった。

県別にみると、延べ宿泊者数をもっとも多いのは静岡県であり、次点には愛知県、三番手には長野県が続いた。富山県、石川県、福井県、岐阜県、静岡県、愛知県の延べ宿泊数は、それぞれ前年比0.7%、0.8%、2.1%、6.6%、7.2%、13.7%の増加となった。一方、長野県、三重県の延べ宿泊客数は、それぞれ前年比1.5%、3.4%の減少となった。

2019年7月、長野県は県内のスキー場(営業83箇所)における2018年11月～2019年5月の延べ利用者数について、3月以降は気温の上昇に伴う雪解け・雪質の悪化により利用者が減少し、4月以降の利用者数は前年比31.3%の大幅減となったことを発表した。春季スキー客の減少が、延べ宿泊数減少

の一因となった可能性が想定される。

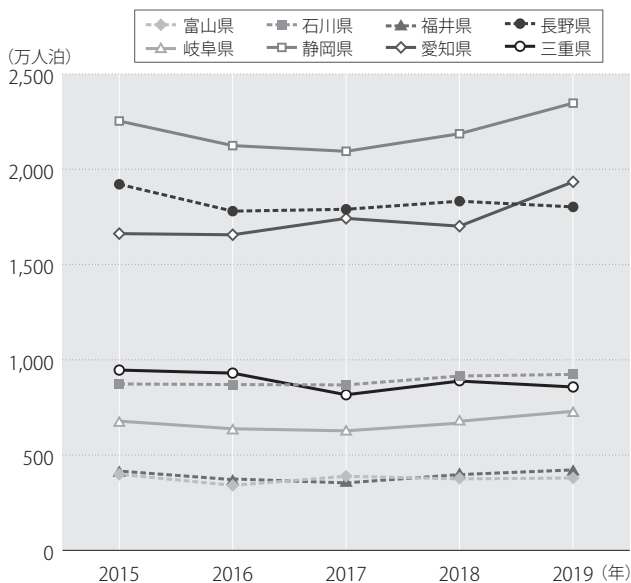
2020年6月、三重県は2019年の観光レクリエーション入込客数と観光消費額がともに過去最高となったことを発表し、想定される要因として「改元を契機とした伊勢志摩エリアへの訪問者の増加」などを指摘した。観光地・観光施設における入込客数が伸長する一方、延べ宿泊客数は減少しており、2019年は三重県内における観光動態が日帰り・周遊型にシフトした可能性が想定される。

延べ宿泊者数について、2015年～2019年の伸び率をもっとも大きいのは愛知県であり、2019年の数値は2015年比で16.3%の増加となった。同じく2015年比で、岐阜県は7.8%の増加、石川県は5.4%の増加となった。

中部地方における外国人の延べ宿泊者数は1,119万人泊となり、前年比19.7%の増加であった(図IV-4-2)。2018年に続き、2年連続で15%を超える顕著な増加率を示した。

県別にみると、外国人延べ宿泊者数をもっとも多いのは愛知県であり、次点には静岡県、三番手には岐阜県が続いた。各県の外国人延べ宿泊客数はいずれも増加したが、とりわけ静岡県は39.0%、福井県は28.8%、富山県は16.9%、三重県は14.2%と、いずれも高い前年比増加率を示した。岐阜県の外国人延べ宿泊数は前年比11.9%増となり、長野県の数値

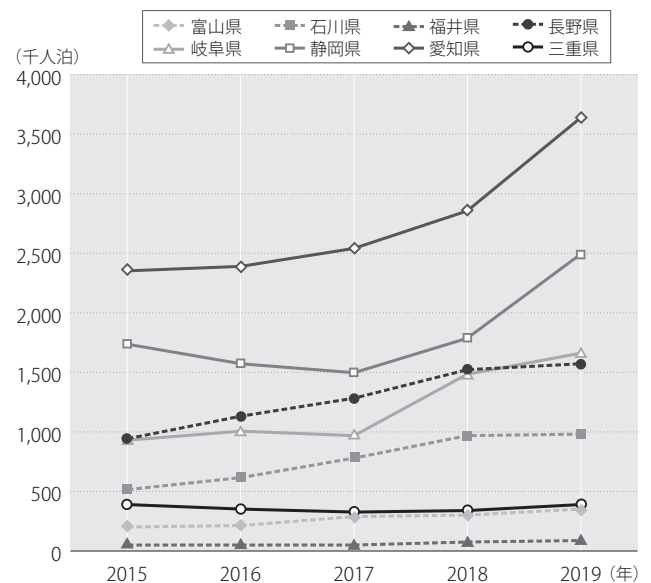
図IV-4-1 延べ宿泊者数の推移(中部) ※図表数値未確定



単位：万人泊

資料：観光庁「令和元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) ※図表数値未確定



単位：千人泊

資料：観光庁「令和元年宿泊旅行統計調査」をもとに(公財)日本交通公社作成

を上回った。その他各県の前年比増加率は、石川県が1.1%、長野県が3.3%であった。

外国人延べ宿泊者数について、2015年から2019年までの伸び率をもっとも大きいのは石川県であり、2019年の数値は2015年比で90.3%の増加となった。同じく2015年比で、岐阜県は78.4%の増加、福井県は74.6%の増加、富山県は72.2%の増加となった。

(2) 観光地の主要な動き

① 地方・都道府県レベル

●令和元年ふっこう割等の展開（長野県・静岡県）

2019年9月に発生した令和元年房総半島台風（台風15号）、ならびに同年10月に発生した令和元年東日本台風（台風19号）の被害を受け、同年11月、観光庁は落ち込んだ旅行需要の喚起と早期回復を目的として、「令和元年台風第15号及び第19号観光支援事業費補助金」を創設した。観光庁が対象の都県に対して、影響の程度に応じた交付限度額を設定して補助金を交付するもので、中部地方においては長野県と静岡県が補助対象となった。

長野県（交付限度額437,774千円）は、県内全域を対象としたふっこう割事業を実施した。2019年12月17日～2020年3月14日（年末年始の一部期間を除く）に行われた旅行・宿泊の料金に対して、1人1泊あたり最大5,000円の補助を行った。あわせて県の繰越金から34,500千円を支出し、観光プロモーションや情報発信、他県との連携による誘客促進などの事業を展開した。

静岡県（交付限度額6,832千円）は、伊豆の国市と函南町を対象としたふっこう割事業を実施した。2020年2月10日～3月6日に行われた旅行・宿泊料金に対して、1人1泊あたり最大5,000円の補助を行った。

●ガーデンツーリズム登録制度の活用（静岡県ほか）

2019年4月、国土交通省は複数の官民庭園の連携による魅力的な体験や交流を創出する取り組みを促し、もって地域の活性化と庭園文化の普及を図ることを目的として、庭園間交流連携促進計画登録制度（ガーデンツーリズム登録制度）を創設した。国土交通省は、ガーデンツーリズムを「各地域の複数の庭園の連携により、魅力的な体験や交流を創出する取組」と位置づけ、同制度により各地のガーデンツーリズム計画を登録し、他団体との連携促進や国内外への普及啓発を通して取り組みを支援するとしている。同年5月、静岡県内の庭園を含む「富士・箱根・伊豆『皇室ゆかりの庭園』ツーリズム」ならびに「アメイジングガーデン・浜名湖」がガーデンツーリズム計画としての登録を受けた。

2020年2月、クラブツーリズム株式会社は同制度で登録を受けた地域のツアーを企画・販売すると発表した。このうち「アメイジングガーデン・浜名湖」の登録地域を訪問するツアーでは、「はままつフラワーパーク」の専門家による園内案内を組み込むとしている。

●立山カルデラ砂防体験ツアーを実施（富山県）

2019年9月～10月にかけて、富山県は立山カルデラ砂防博物館および国交省立山砂防事務所との連携協力により、周辺の砂防施設群などを訪問する「立山カルデラ砂防体験ツアー」を開催した。三重交通株式会社が企画実施会社となり、有料の日帰りツアーを延べ7日間提供した。

富山県は従前より立山黒部エリアの魅力向上に取り組んでおり、「『立山黒部』世界ブランド化推進会議」などを設置して議論を行ってきた。あわせて、2015年には「黒部峡谷パノラマ展望ツアー」を催行、2018年10月には黒部ダム管理・物資輸送ルートを管理する関西電力株式会社と「黒部ルートの一般開放・旅行商品化に関する協定」を締結するなど、旅行商品の企画・展開についても積極的な取り組みがみられる。

●羽田-能登線が搭乗率71.2%を達成（石川県）

2019年7月6日、石川県は前年7月7日からの1年間において、羽田空港-能登空港線の搭乗率（速報値）が71.2%であったことを発表した。同年8月9日、羽田-能登線の運送事業者である全日本空輸株式会社（ANA）役員などが石川県知事を表敬訪問し、販売促進協力金およそ37,000千円の日録を贈呈した。

能登空港は石川県が設置・運営する地方管理空港である。開港時、石川県は定期路線である羽田-能登線について、1日2便の確保を目的として、「搭乗率保証制度」によりANAに対して一定の搭乗率を保証した。

羽田-能登線における利用者数と搭乗率の推移は、表IV-4-1に示す通りである。東日本大震災の発生した8年目を除外すると、利用者数と搭乗率は9年目から11年目にかけて増加に転じ、16年目には過去最大の利用者数と、2番目に高い搭乗率を記録した。利用者数の内訳をみると、首都圏などの利用者数の増加が顕著である一方、地元住民の利用は全体として減少傾向にある。

●スキー場利用客数が減少に転じる（長野県）

2019年7月11日、長野県は県内のスキー場（営業83箇所）における2018年11月1日～2019年5月31日の延べ利用者数は6,572千人であり、前シーズン比0.6%の減少となったことを発表した。2016-17年シーズン以来、2年ぶりの減少となった。

2018年5月21日、（一財）長野経済研究所は長野県の主要22ヶ所のスキー場を対象としたアンケート調査の結果（速報値）として、2018年12月～2019年3月のスキー場延べ利用者数は4,721千人であり、前シーズン比0.6%の減少となったことを発表した。2015-16年シーズン以来、3年ぶりの減少となった。

●静岡デスティネーションキャンペーンの展開（静岡県）

静岡県とJRグループ6社は、2019年4月から6月にかけて静岡デスティネーションキャンペーンを実施した。キャッチコピーは「アッパレ しずおか元気旅」とし、期間中に各種観光列車の運行、企画さつぷの販売、施設入場料の割引等が実施された。

表IV-4-1 羽田～能登線の利用者数と搭乗率の推移

年次	対象期間		利用者数 (席)	搭乗率	利用者数内訳				保証金 (県→ANA)	協力金 (ANA→県)
					地元		首都圏等			
	自	至			利用者数	構成比	利用者数	構成比		
01年目	03/07/07	04/07/06	151,015	79.5%	56,242	37.2%	94,773	62.8%	-	97,329千円
02年目	04/07/07	05/07/06	155,623	64.6%	52,395	33.7%	103,228	66.3%	-	15,989千円
03年目	05/07/07	06/07/06	160,052	66.5%	48,991	30.6%	111,061	69.4%	-	20,000千円
04年目	06/07/07	07/07/06	156,945	65.1%	45,384	28.9%	111,561	71.1%	-	-
05年目	07/07/07	08/07/06	158,558	65.4%	36,039	22.7%	122,519	77.3%	-	-
06年目	08/07/07	09/07/06	150,365	62.3%	32,127	21.4%	118,238	78.6%	-	-
07年目	09/07/07	10/07/06	149,010	62.3%	33,426	22.4%	115,584	77.6%	-	-
08年目	10/07/07	11/07/06	132,698	55.8%	30,932	23.3%	101,766	76.7%	※震災により適用除外	
09年目	11/07/07	12/07/06	149,117	62.0%	32,526	21.8%	116,591	78.2%	-	-
10年目	12/07/07	13/07/06	150,542	63.2%	35,041	23.3%	115,501	76.7%	-	-
11年目	13/07/07	14/07/06	147,129	62.7%	33,356	22.7%	113,773	77.3%	-	-
12年目	14/07/07	15/07/06	150,712	63.6%	31,428	20.9%	119,284	79.1%	-	-
13年目	15/07/07	16/07/06	152,834	63.7%	29,622	19.4%	123,212	80.6%	-	-
14年目	16/07/07	17/07/06	157,611	65.6%	28,319	18.0%	129,292	82.0%	-	-
15年目	17/07/07	18/07/06	162,903	69.2%	26,720	16.4%	136,183	83.6%	-	22,764千円
16年目	18/07/07	19/07/06	169,840	71.2%	25,884	15.2%	143,956	84.8%	-	37,000千円

能登空港「のと里山空港1年目～16年目の搭乗率」をもとに（公財）日本交通公社作成

●愛知県とCtripが協定を締結（愛知県）

2019年8月、愛知県と株式会社Ctrip（上海携程商務有限公司）は、外国人旅行者誘致の促進を目的とした協定を締結した。Ctrip株式会社は中国本土を中心に、宿泊予約、旅券手配、ツアー販売などを行う大手オンライントラベルエージェントである。

協定により、中国市場などでの愛知県の観光情報発信やプロモーション、観光コンテンツの開発、外国人旅行者の受入環境整備、観光事業者への支援等について連携し協力することが定められた。同年9月、協定に基づく第一弾の取り組みとして、愛知県内の観光関連事業者を対象としたインバウンド中国市場セミナーが開催された。

なお株式会社Ctripは同年9月に、大分県とも同様の協定を締結している。また10月に社名をTrip.com（トリップドットコムグループ）に変更している。

②広域・市区町村レベル

●明智光秀AIの提供（福井県を含む14自治体）

2019年12月16日、明智光秀AI協議会は「明智光秀AI」の運用を開始した。

明智光秀AI協議会は、明智光秀にゆかりのある14自治体（京都府福知山市、京都府亀岡市、岐阜県可児市、滋賀県大津市、岐阜県岐阜市、京都府長岡京市、滋賀県、岐阜県恵那市、京都府南丹市、京都府京都市、滋賀県近江八幡市、岐阜県土岐市、京都府京丹後市、福井県（加盟順））により、AIを活用した新しい観光体験の提案・創造を目的として設立された。サービスの提供にあたり、協議会はLINE株式会社と「観光パートナーシップ提携」を締結し、株式会社サイシードと共同で明智光秀AIを開発した。

明智光秀AIは、メッセージアプリ「LINE」公式アカウント上

で稼働するAIチャットボットである。ユーザーとの対話を通じた観光情報の発信、謎解きコンテンツの提供などにより、観光客の誘致と利便性の向上を図る。

●白馬エリアの訪日外国人旅行者数が過去最高を記録（長野県大町市・白馬村・小谷村）

2019年5月29日、HAKUBA VALLEY索道事業者プロモーションボード（以下、HVPB）は、2018-19年ウィンターシーズンにHAKUBA VALLEYを訪れた外国人スキー来場延べ客数は367千人であり、過去最高値を記録した前シーズン比11%の増加となったことを発表した。総来場者数は約1,543千人であり、全体の約24%を外国人旅行者が占めた。

HAKUBA VALLEYは長野県大町市、白馬村、小谷村に位置する10のスキー場からなるスノーリゾートの名称である。2016年、各スキー場を運営する事業者が合同でHVPBを設立し、共通チケットとゲートシステムの導入、二次交通の整備、プロモーションなどの事業を推進してきた。

インバウンドを中心とした需要の拡大に伴い、白馬エリアでは索道事業者を中心に、観光施設・商品に対する積極的な投資がみられる。白馬岩岳山頂では2018年10月に絶景テラス「HAKUBA MOUNTAIN HARBOR」が、八方尾根うさぎ平では2019年7月にリラクシングテラス「HAKUBA MOUNTAIN BEACH」が、榑池エリアでは同年12月にホテル「UNPLAN Village Hakuba」が、岩岳エリアでは同年12月に複合宿泊施設「haluta hakuba」が、それぞれ開業した。

●鳥羽・志摩の海女漁の技術などが日本遺産に認定（三重県鳥羽市、志摩市）

2019年5月20日、文化庁は「海女（Ama）に出逢えるまち鳥羽・志摩～素潜り漁に生きる女性たち」を日本遺産として認

定した。三重県鳥羽市と志摩市が合同で申請を行っていた遺産であり、ストーリーの構成文化財には「鳥羽・志摩の海女漁の技術」「国崎の鬘斗鮎づくり」「神島八代神社」「ニワの浜」などが含まれる。

日本遺産 (Japan Heritage) は、地域の歴史的魅惑や特色を通じて日本の文化・伝統を語る「ストーリー」を、文化庁が認定する制度であり、2015年に創設された。ストーリーを語る上で不可欠な要素が、構成文化財としてリスト化される。市町村からの申請を日本遺産審査委員会が審査し、年に1回認定が行われる。

●加賀市とANAが連携協定を締結 (石川県加賀市)

2019年5月9日、加賀市とANAホールディングス株式会社は、イノベーション推進に関する連携協定を締結した。ドローン・シェアリングエコノミーなどの技術やビジネスモデルを、地域課題の解決や産業振興に活用するための実証実験を、両者の連携・協力により実施するとしている。

連携・協力をを行う事項は広範にわたるが、このうち観光振興に関する今後の主な取り組みとして、観光名所へのアバター設置による遠隔での観光体験の提供、スキルシェアなどの推進による体験型素材の発掘や地元ガイド人材の育成が挙げられている。

●分散型ホテル事業の展開 (福井県小浜市)

株式会社まちづくり小浜おばま観光局は、小浜市内で運営・展開する分散型ホテル「OBAMA MACHIYA STAY」ブランドの宿泊施設として、2019年4月に4号店となる「八幡参道みやげ」を、2020年3月に5号店となる「丹後街道つだOMOYA」を、それぞれオープンした。いずれも重要伝統的建造物群保存地区である「小浜西組」内の、明治から大正時代の町家を改修した施設であり、1棟につき1組貸切の一棟貸しにより提供される。

分散型ホテルは、近接する複数の小規模施設群を1つの宿泊施設として扱う業態である。本邦では2018年の旅館業法改正において、宿泊施設における営業許可の区分、最低客室数の制限、玄関帳場の設置義務などに係る基準が変更されたことにより、営業が可能となった。先行する国内の事例においては、古民家をリノベーションし宿泊施設とする (例：兵庫県丹波篠山市 篠山城下町ホテルNIPPONIA)、宿泊に加えて近隣の銭湯・食堂・商店・文化施設などで各種サービスを提供する (例：東京都台東区 hanare) などの取り組みにより、付加価値を高める工夫がみられる。

●ポニーキャニオン本社に観光デスク設置 (静岡県沼津市)

2019年7月25日、沼津市と株式会社ポニーキャニオンは、同社本社 (東京都港区) 内に「沼津市観光プロモーション 東京デスク」を設置することを発表した。同デスクは沼津市からの業務委託により2020年3月まで設置され、在京メディア・旅行代理店・映像制作会社への情報提供、首都圏関係者へのPR、ロケ誘致などの拠点として活用された。

ポニーキャニオンは2015年～2017年にかけて、地方活性化事業の専門部署として「エリアアライアンス部」を組成し、動画制作・情報発信・シティプロモーションなどの業務を行ってきた。2018年には三重県桑名市と桑名ブランドPR業務に係る契約を締結し、本社内に「桑名市東京PR事務局」を設置していた。

●愛知県国際展示場が開業 (愛知県常滑市)

2019年8月30日、愛知県国際会議展示場株式会社は、愛知県国際展示場 (愛称: Aichi Sky Expo) を開業した。同年9月20日に供用を開始した中部国際空港第2ターミナル、ならびに2018年10月に開業した複合商業施設 FLIGHT OF DREAMSに隣接する。同展示場は展示会や見本市の出品物に関税や消費税が課税されない「保税展示場」であり、主催者は保税許可を取得するための手続きを省略することができる。常設の保税展示場は国内初。

愛知県国際展示場は、PFI法 (民間資金等の活用による公共施設等の整備等の促進に関する法律) に基づく公共施設等運営権 (コンセッション) 方式により運営される。運営者である愛知県国際会議展示場株式会社は、前田建設工業株式会社とGL events (仏国) が共同で運営する特別目的会社である。国交省によれば、同展示場におけるコンセッション方式は独立採算型であり、運営にかかるコストはすべて利用料金収入、テナント料などにより賄われる。ただし、開業5年目までの赤字については運営権対価 (9億円) などを原資とする基金により補填される。

(那須将)

IV-5 近畿

- ・百舌鳥・古市古墳群の世界遺産登録
- ・京都市でオーバーツーリズム対策が本格的に

(1) 都道府県レベルの旅行者動向

① 宿泊者数の動向

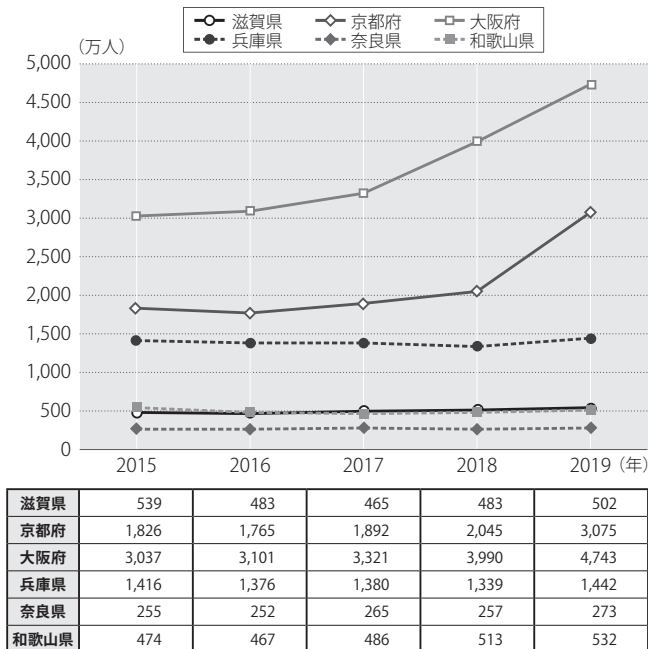
観光庁「宿泊旅行統計調査」によると、2019年1月～12月の近畿地方の延べ宿泊者数は1億566万人泊と過去5年間で最大となり、前年比では22.5%の増加となった。府県別にみると、滋賀県を除く2府3県では過去5年間で最も多くなった。前年比をみると、京都府で50.4%増と急増したほか、大阪府で前年比18.9%増、兵庫県で7.7%増、奈良県で6.0%増、滋賀県で3.8%増、和歌山県で3.7%増と全ての府県でプラスを記録した(図IV-5-1)。

外国人延べ宿泊者数については、近畿地方全体では3,294万人泊で前年比36.7%増となり、前年に続いて過去最大で初めて3,000万人泊を超えた。府県別にみると、滋賀県を除く2府3県で過去最大を記録した。前年比をみると、京都府で前年比91.9%増と前年のほぼ2倍の数値を記録している。

そのほか、奈良県で前年比22.0%増、大阪府で18.5%増、和歌山県で12.7%増、兵庫県で8.5%増、滋賀県で2.8%増となった。(図IV-5-2)。

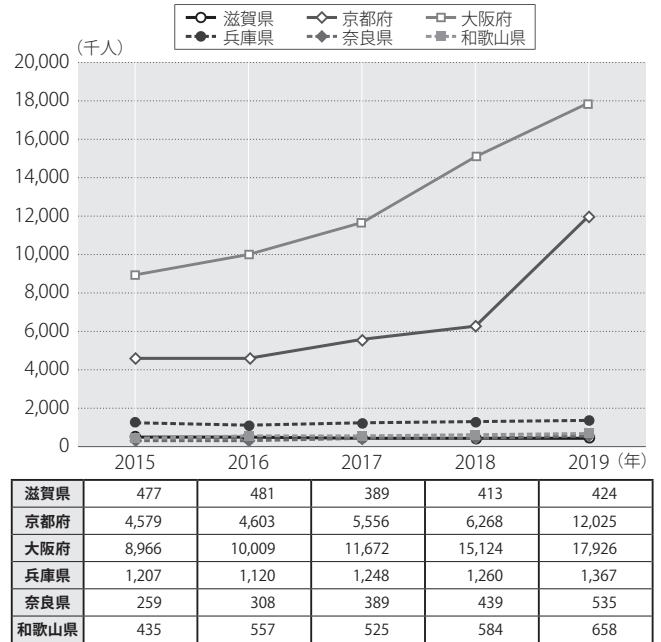
延べ宿泊者数に占める外国人延べ宿泊者数を府県別にみると、京都府で39.1%、大阪府で37.8%と4割に迫る比率であり、奈良県19.6%や和歌山県12.4%、兵庫県9.5%、滋賀県8.5%に比べると圧倒的に大きくなっている。

図IV-5-1 延べ宿泊者数の推移(近畿)



資料：観光庁「令和元年宿泊旅行統計調査」をもとに(公財)日本交通公社作成

図IV-5-2 外国人延べ宿泊者数の推移(近畿)



資料：観光庁「令和元年宿泊旅行統計調査」をもとに(公財)日本交通公社作成

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2019年1月に発表した利用状況によると、2019年の国際線と国内線を合わせた航空旅客数は3,191万人となり、初めて3,000万人を突破した。国際線旅客数も暦年として過去最高の2,493万人で、そのうち外国人旅客は1,677万人と、同じく暦年として過去最高を記録した。(表IV-5-1)。

表IV-5-1 関西国際空港の発着回数と旅客数

	2018年(速報値)	2019年(速報値)	前年比
発着回数	187,114	206,777	10.5%
国際線	140,232	157,885	12.6%
旅客便	124,715	142,161	14.0%
貨物便	13,899	14,009	0.8%
その他	1,618	1,715	6.0%
国内線	46,882	48,892	4.3%
旅客便	44,537	46,302	4.0%
貨物便	574	488	-15.0%
その他	1,771	2,102	18.7%
旅客数	28,953,014	31,910,732	10.2%
国際線	22,439,283	24,928,962	11.1%
日本人	6,968,561	7,943,304	14.0%
外国人	15,284,148	16,770,154	9.7%
通過旅客	186,574	215,504	15.5%
国内線	6,513,731	6,981,770	7.2%

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

● 百舌鳥・古市古墳群の世界遺産登録

2019年7月に百舌鳥・古市古墳群が世界遺産に登録された。構成資産は、百舌鳥エリア(大阪府堺市)と古市エリア(大阪府羽曳野市・藤井寺市)にある45件49基の古墳群である。これらは4世紀後半から5世紀後半の古墳時代の最盛期に、当時の政治・文化の中心地の1つであり、大陸に向かう航路の発着点であった大阪の平野に築造されたものである。

古墳時代の文化の物証および土製モニュメントの建築的到達点としての価値が高く評価された。前者は、古墳時代に社会階層の違いを示唆する高度に体系だった葬送文化が存在し、古墳築造が社会の秩序を表現していたことを示すことと、日本各地の古墳群が形づくる階層構造の頂点に位置し、日本列島各地の古墳の規範として標準化されたものであった。後者については、前方後円墳、帆立貝形墳、円墳、方墳の4種類で墳長500m近くに達する前方後円墳から20m程度の墳墓まで多様な形状の古墳が存在し、世界各地の墳墓とは異なるユニークな建築デザインが認められる点が評価された。

百舌鳥・古市古墳群の世界遺産登録を受けて、8月に登録記念シンポジウムが開催された。9月には周遊ガイドブック「Discover百舌鳥・古市古墳群」が作成された。百舌鳥・古市古墳群の価値や魅力に加えて、歴史的な建物や博物館、老舗の和菓子店などで、地域の歴史や文化、食などを楽しめるような工夫が施されている。

百舌鳥・古市古墳群の大半は宮内庁が管理し、非公開のエリアが多い。このため、旅行商品としては工夫が必要で、ヘリコプターに乗って上空から眺めるツアーやプライベートジェット機を利用する富裕層向けのツアーなどが造成された。また、堺市博物館はドローンで上空300mから撮影した百舌鳥古墳群の疑似体験ツアーを提供し、約1600年前の古墳築造時の姿や内部の様子をVRで再現した。

● 日本遺産「1300年つづく日本の終活の旅～西国三十三所観音巡礼」の認定

2019年5月に、和歌山県(3市)、大阪府(4市)、奈良県(2市1町1村)、京都府(5市)、滋賀県(3市)、兵庫県(4市)、岐阜県(1町)に広がる寺社からなる日本遺産「1300年つづく日本の終活の旅～西国三十三所観音巡礼」が認定された。これを受けて、日本遺産に関連するグルメやお買い物、観光スポットなどの情報を掲載したHPが公開された。

● 大阪IRに向けた動き

大阪府は2017年から検討を続けて来た大阪IR基本構想を2019年12月に策定した。基本構想では、大阪IRの目指す姿として「大阪・関西の持続的な経済成長のエンジンとなる世界最高水準の成長型IR」が掲げられた。大阪IRが有すべき機能・施設としては、①世界水準のオールインワンMICE拠点の形成、②魅力の創造・発信拠点の形成、③日本観光のゲートウェイの形成、④利用者需要の高度化・多様化に対応した宿泊施設の整備、⑤オンリーワンのエンターテインメント拠点、

リゾート空間の創出が明記されている。想定する事業モデルとしては、敷地面積約49ha、施設規模100万㎡(総延床面積)、年間来場者数1,500万人、年間売上4,800億円を見込む。

なお、2019年12月に民間事業者の公募・選定手続きを開始したものの、2020年6月末時点において国の基本方針が策定されていないことや、新型コロナウイルス感染症の影響を見極めていく必要があること等から公募締切期間を延長している。

● 「好きなん、和歌山」キャンペーンの展開

和歌山県とJR西日本では、2019年7月に「紀伊山地の霊場と参詣道」が世界遺産登録15周年を迎えたことから、高野山・熊野エリアでの社寺特別企画やレンタカー、バス利用による世界遺産の旅を提供するキャンペーンを2019年10月1日から12月31日まで実施した。通常は非公開の高野山金剛峯寺の奥殿の特別公開や世界遺産登録15周年を記念した特別御朱印の授与、世界遺産ウォークやライトアップイベントが開催された。また、周遊促進として高野山から熊野三山をつなぐバスの運行などが行われた。

● 戦国ワンダーランド滋賀・びわ湖の開催

2020年放映のNHK大河ドラマ「麒麟がくる」の主人公である明智光秀は滋賀県にゆかりがあることから、2019年10月から2020年12月まで滋賀県に多く残る戦国時代の人物、史跡、逸話・伝承などに焦点を当て、その魅力を体験できる観光キャンペーンを展開している。

● 滋賀県自転車活用推進計画

国が2017年5月に「自転車活用推進法」を施行し、2018年に自転車活用推進計画を策定したことを踏まえて、滋賀県ではこれまでに「滋賀県自転車の安全で適正な利用の促進に関する条例」、「ピワイチ推進総合ビジョン」の策定等に取り組んできた。そして、2019年12月に「滋賀県自転車活用推進計画～ピワイチからひろげる自転車文化～」を策定した。計画では、①自転車を利用しやすい環境の形成、②自転車活用の推進による「健康しが」の実現と環境保全意識の醸成、③サイクルツーリズムによる観光誘客の推進と地域活性化、④自転車事故のない安全で安心な環境づくり、が目標として掲げられた。

● 食創造都市 大阪推進機構の設立

大阪商工会議所と(公財)大阪観光局は、大阪の食のブランディング活動を通じて「食のまち・大阪」を世界に発信し、大阪の都市ブランドを向上させることを目的に共同で「食創造都市 大阪推進機構」を設立した。2025年開催の大阪・関西万博を見据えた本組織は、「世界における大阪の食のブランディング」を主たるミッションとし、①多様性のある大阪の食の魅力発信、②ハイエンドな食に焦点を当てた取り組みの推進、③料理人、料理店、美食家などと連携したプログラムの実施に取り組んでいく予定である。

● ツーリズムEXPOが初めて大阪で開催

2014年より東京で開催されて来たツーリズムEXPOは、2019年に初めて大阪で開催された(開催日:10月24日～27日)。来場者数は国内外(海外100カ国・地域)から151,099人を集めた。19カ国の観光大臣、トップリーダーが出席する第3回TEJ

観光大臣会合も開催され、「人と文化による地域活性化」をテーマに各国の取り組み事例が紹介された。また、商談会は事前アポイントメント制の精度を高め、スピードネットワークを導入了。商談件数は過去最高の8,392件を記録した。

●関西国際空港で防災機能強化対策事業計画策定

2018年台風21号の接近による潮位上昇から空港内への浸水被害を受けた関西国際空港は、①越波防止対策、②浸水被害防止対策、③排水機能確保対策からなる防災機能強化対策事業計画を策定した。2020年2月には災害時の給水源の確保を目的とした地下水浄水処理施設が新たに整備され、災害時に上下水道断水時にも給水ラインが確保でき、周辺地域住民への非常用水としても供給可能となった。

②市町村レベル

●京都市、「市民生活との調和を最重要視した持続可能な観光都市」の実現に向けた基本指針と具体的方策を発表

京都市では、外国人観光客の急増等に伴い発生している一部の観光地や市バスの混雑やマナー問題等に対応するため、2019年5月に「市民生活と調和した持続可能な観光都市」推進プロジェクトチームを庁内に設置した。そして、緊急の対応が必要な「混雑への対応（観光地・市バス・道路）」、「宿泊施設の急増に伴う課題への対応」、「観光客のマナー違反への対応」について、表2のような取り組みを実施した。このうち、9月より実施の「観光快適度の見える化による分散化」とは、京都観光のオフィシャルサイトである「京都観光Navi」でAIを活用して、①エリアと時間帯別の観光快適度の予測、②好みのテーマからモデルコースを自動で作成する観光コンシェルジュ機能、③訪問したい地点を指定することで最適なルートを作成する「Japan Trip Planner」のサービスを提供するのである。

2019年11月に上記の3つの対応に「市民生活の豊かさ・地域文化の継承へ市民の共感の輪の拡大」を加え、「市民・観光客・事業者・未来四方よしの持続可能な観光地マネジメントの実践」の考え方に基づいて、基本指針と具体的方策を取りまとめた。

京都市では、2016年に「京都市宿泊施設拡充・誘致方針」を取りまとめていた。これは、市内宿泊客の増加が見込まれることから、京都市として宿泊施設の拡充や誘致を図ろうとしたものだったが、今回の基本方針と具体的方策では「市民の安心、安全や地域文化の継承を重要視しない宿泊施設の参入はお断り」と明記された。

●京都市内に外資系ホテル開業

京都市内では2019年も外資系ホテルの開業が相次いだ。10月には清水寺や高台寺に近接してパークハイアット京都が開業した。11月には北区大北山鷲峯町にアマン京都が開業した。アマンによる日本で3施設目のリゾートホテルであり、約2万4,000平方メートルの敷地内に全26室の客室を設けている。

●大阪城公園への施設整備が進む

大阪市では、2015年度より大阪城公園パークマネジメント事

表IV-5-2 2019年7月以降の京都市における観光対策

時期	取り組み	目的
7月～	地域協働・貢献型宿泊施設促進制度の創設	宿泊施設の急増に伴う課題への対応
9月～	観光快適度の見える化による分散化の開始	混雑への対応（観光地）
	旅行業界等へのマナー周知の協力要請	観光客のマナー違反への対応
	マナー啓発ステッカーの作成・配布	
	マナー啓発動画の作成・上映	
	祇園町南側地区におけるマナー対策実証事業	
	宿泊施設の在り方に係る関係業界への要請	宿泊施設の急増に伴う課題への対応
10月～	JR西日本及び京阪電鉄と連携した訪日外国人向け企画乗車券の発売	混雑への対応（市バス）
	伏見稲荷大社周辺における各種対策	混雑への対応（観光地・道路） 観光客のマナー違反への対応
11月～	バス運転士への聞き取り調査結果を踏まえた秋の混雑対策	混雑への対応（市バス）

京都市役所HPより筆者作成

業を導入し、大阪城パークマネジメント株式会社を代表者、民間事業者5社を構成員とする大阪城パークマネジメント共同事業体が指定管理者を担っている。2017年から順次公園内に施設整備を行ってきたが、2019年は2月に劇場型文化集客施設「COOL JAPAN PARK OSAKA」が開業した。6月には大阪の「うまいもん、ええもんを取りそろえた和のサードプレイス『大阪城下町』」が複合施設JO-TERRACE OSAKA内にオープンした。

●奈良市、観光ゴミ回収実験

奈良市では、観光客にごみのストレスなく、気持ちよく市内を観光していただけるよう、民間事業者や公共施設等が観光客のごみを引き取る実証実験を2019年10月から12月に実施した。市内11箇所で見学中に生じるペットボトルや空き缶等、小さなごみを、協力店が手渡して回収し、利用者数、ごみの種類、ごみの量を調査した。その結果、同期間中、1日平均で12.1件のゴミの回収があり、観光客からも好評を得た。

●星野リゾートと奈良県明日香村が「地域活性化包括連携協定」を締結

星野リゾートと奈良県明日香村は、2020年8月15日に「地域活性化包括連携協定」を締結した。両者は2016年10月に「企業立地に関するパートナーシップ協定」を締結しているが、新たな協定を結ぶことで相互の連携を強化する。星野リゾートは、2023年に村内に宿泊施設の開発を計画している。

●法隆寺参道に宿泊施設開業

2019年9月に法隆寺南大門前に門前宿「和空法隆寺」が開業した。「ひとりでも多くの方に寺社へ足を運んでもらうために」を活動理念として掲げている一般社団法人全国寺社観光協会の監修による「参道活性プロジェクト第1弾」となる宿泊施設である。斑鳩町では、2014年に「法隆寺周辺地区特別用途地区内における建築物の制限の緩和に関する条例」を施行し、法隆寺周辺地区特別用途地区の指定を行う都市計

画決定を行っていたが、それによって宿泊施設の立地が可能となっていた。

●平城宮跡歴史公園スマートチャレンジの実施

国営平城宮跡歴史公園は、2019年3月から「平城宮跡歴史公園スマートチャレンジ」をスタートし、国営公園を舞台としてAIやIoTなどの新技術を活用し、公園の抱える課題の抜本的な解決や、公園利用者サービスの創出などによる一層の魅力向上を目指す社会実験を行っている。主に、①モビリティサービス、②AR等の歴史体験、③公園アプリ、④クラウド台帳、⑤ドローン・人流解析、⑥データプラットフォームに対して、10の民間事業者が参画して公園のスマート化を目指している。

●須磨海浜水族園・海浜公園の再整備

神戸市では、須磨海浜水族園の建て替えを機に、海浜公園をより豊かな時間を過ごすための場とし、須磨海浜公園エリア全体の魅力を向上させることを目的に、Park-PFI制度を活用して須磨海浜水族園及び海浜公園の一体的な再整備に着手した。2019年12月に神戸須磨Parks + Resorts共同事業体による公募設置等計画が認定された。計画は、コミュニティと観光客が交流する、「つながる」海浜リゾートパークを目指し、にぎわい施設（松の杜ヴィレッジ）、水族館（神戸須磨シーワールド）、宿泊施設（神戸須磨パークス&リゾートホテル）といった特定公園施設を含めたパーク全体の総合的なマネジメントを目指すものとなっている。

●たつの市龍野が重要伝統的建造物群保存地区選定

2019年12月に兵庫県たつの市の龍野城下町の一部である「たつの市龍野伝統的建造物群保存地区」が国の重要伝統的建造物群保存地区に選定された。同地区は、江戸時代に西播磨の政治経済の中心地として栄え、17世紀後半の醤油醸造開始以来、醸造業を中心に発展してきた。保存地区内には醤油醸造に伴う土蔵造の建物や洋風建築などが残り、醸造で発展した町の歴史的風致が感じられる。

●第0回豊岡演劇祭

2014年にオープンした城崎国際アートセンターや劇作家の平田オリザ氏の移住と劇団「青年団」の移転、(仮称)国際観光芸術専門職大学の誘致など、演劇のまち・豊岡を目指す豊岡市では、その実現策の一環として2020年度から豊岡演劇祭の本格開催を目指している。2019年度はそのプレ大会として9月6日～8日の3日間にわたり、第0回豊岡演劇祭を開催した。

●大津びわこ競輪場跡地に複合施設開業

2019年11月に大津びわこ競輪場跡地に「ランチ大津京」が開業した。「公園の中の商業施設」を事業コンセプトとし、地域コミュニティの形成、生涯スポーツの推進と健康支援、未来を担う子どもの教育支援、新規ビジネスと女性雇用の創出という4つのテーマを備えた施設となっている。

表IV-5-3 平城宮跡歴史公園で実施のスマートチャレンジ

事業者名	実験内容
PerceptIn Limited	自動運転車を活用した無人タクシーサービス
(株)NTTドコモ	自動運転車・パーソナルモビリティ・シェアバイクを複合的に活用したモビリティサービス
凸版印刷(株)	モビリティ(自動運転)と連携したVR技術による歴史体験・解説サービス
(株)ジャパン・インフラ・ウェイマーク	AR技術を活用した歴史体験・解説サービス
凸版印刷(株)	ポータルアプリやデジタルサイネージを活用した情報受発信
ブルーイノベーション(株)	ドローンのプログラミング教室を活用したドローン技術に係る人材育成
国際航業(株)	クラウド等を活用した公園施設管理台帳システムの構築
NTTコムウェア(株)	モビリティ(自動運転)やドローン等で取得される画像データを用いたAI画像解析によるインフラ点検のシステム構築
(株)ジャパン・インフラ・ウェイマーク	ドローンを用いた空撮によるデータ取得、ネストソリューションによる自動離発着
日本電気(株)	カメラで得られる画像やWi-Fiセンサーを活用した人流解析
西日本電信電話(株)	各実験で取得されるデータを収集・統合・分析等するデータプラットフォーム

国営平城宮跡歴史公園HPより筆者作成

●南紀白浜空港の民営化

南紀白浜空港は2019年4月に民営化した。5月に明光バス株式会社、JR西日本和歌山支社と包括連携協定を締結し、利用者のシームレスな移動の実現や地域活性化を目指した。7月には、三社共同で5つのモデルコースを作成した。乗り継ぎや交通機関間の接続の悪さを活用して待ち時間を駅や空港で過ごすのではなく、街を観光できるようにと考案されたものである。いずれのコースも交通機関の時刻表とともにコース案内がなされている。

2019年6月には第2種旅行業登録を取得し、旅行商品の企画・販売に着手した。空港運営会社としては初の旅行業登録であり、空港を起点とした紀伊半島の周遊観光の旅行商品の販売が期待される。

●三菱地所、白浜町にワーケーション用オフィス開設

2019年5月に三菱地所は白浜町にワーケーションオフィス「WORK×ation Site 南紀白浜」を開業した。2018年8月に三菱地所、和歌山県、白浜町の三者で進出協定を締結していた。施設は約60㎡で共用会議室や共用スペースからなる。当施設のホームページには、周辺情報やアクティビティ情報が掲載され、チームビルディングへの活用やCSR活動の一環として利用されることが想定されている。

(立教大学 西川亮)

IV-6 中国・四国

エリア全体では延べ宿泊者数、外国人延べ宿泊者数ともに増加
広域でのイベントやキャンペーン、連携強化の動き多数
観光施設の新規オープンやリニューアルが相次ぐ

(1) 都道府県レベルの旅行者動向

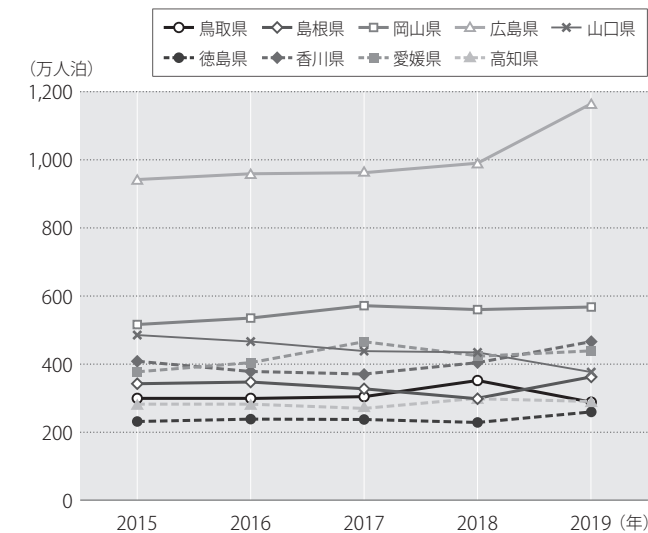
観光庁「宿泊旅行統計調査」によると、2019年1～12月の中国・四国地方全体の延べ宿泊者数は4,210万人泊となり、前年比で5.4%の増加であった。

県別にみると、延べ宿泊者数が増加した県は、島根県（前年比22.4%増）、広島県（同17.5%増）、徳島県（同15.5%増）、香川県（同15.1%増）、愛媛県（同3.2%増）、岡山県（同0.8%増）であった。一方、減少した県は、鳥取県（前年比18.9%減）、山口県（同13.6%減）、高知県（同3.7%減）であった（図IV-6-1）。

2019年1～12月の中国・四国地方全体の外国人延べ宿泊者数は342万人泊となり、前年比で11.4%の増加であった。

県別にみると、外国人延べ宿泊者数が増加した県は、島根県（前年比43.1%増）、香川県（同41.3%増）、高知県（同20.5%増）、徳島県（同14.9%増）、広島県（同6.9%増）、岡

図IV-6-1 延べ宿泊者数の推移（中国・四国）



単位：万人泊

資料：観光庁「令和元年宿泊旅行統計調査」をもとに（公財）日本交通公社作成

山県（同3.7%増）であった。一方、減少した県は、山口県（前年比14.9%減）、愛媛県（同5.8%減）、鳥取県（同5.2%減）であった（図IV-6-2）。

(2) 観光地の主要な動き

① 地方・都道府県レベル

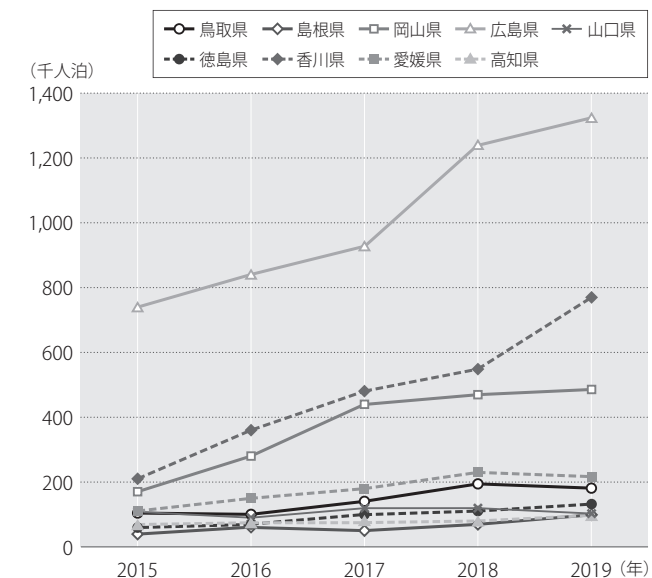
● 瀬戸内国際芸術祭2019 開催

2019年4月～5月の春、7月～8月の夏、9月～11月の秋の3会期、計107日間にわたり、瀬戸内海の12の島々と2つの港周辺を舞台に、「瀬戸内国際芸術祭2019」が開催された。

これまでの芸術祭に引き続き「海の復権」をテーマとして、世界32の国と地域から230組のアーティストが参加し、瀬戸内の資源に焦点を当てた作品や、体験型の作品を展開したほか、アジアの各地域と瀬戸内の島々との連携プロジェクト、島の「食」を味わう食プロジェクト、パフォーマンスアーツなどの多様な展開に重点的に取り組んだ。

また、高松港周辺の北浜や屋島（四国民家博物館）、小豆島の四海地区を新たに会場エリアに加え、作品展開を行ったほか、オフィシャルツアー、SETOUCHI企業フォーラム、SETOUCHI ART BOOK FAIRなどの新たな取り組みや、

図IV-6-2 外国人延べ宿泊者数の推移（中国・四国）



単位：千人泊

資料：観光庁「令和元年宿泊旅行統計調査」をもとに（公財）日本交通公社作成

会場である島の住民のネットワークを構築する「島間交流事業」、教育委員会や学校と連携した「学校連携事業」などにも取り組んだ。

同実行委員会の総括報告によると、総来場者数については、今回初めてゴールデンウィークを会期に含んだこともあり、3会期合わせて約118万人と過去最多となった。今回の特徴として、外国からの来場者の割合が約23%と前回から約10ポイント伸びており、実行委員会では、海外の主要なメディアにも取り上げられたことや高松空港の国際線ネットワークが充実したことなどを要因として分析している。また個別には、今回初めて、高松-大島間が一般旅客定期航路としての運航を開始したことで、大島への来場者が大きく増加したとしている。

●せとうちDMOが関係団体との連携を強化

せとうちDMO（(一社)せとうち観光推進機構及び(株)瀬戸内ブランドコーポレーション）は、インバウンドを核とした観光ビジネスの拡大による瀬戸内地域の活性化に向け、地域DMOなどとの連携協定の締結を積極的に進めている。

具体的には、2019年7月に(一社)内子町観光協会、(一社)キタ・マネジメント、内子町、大洲市と「せとうち拠点地区での観光地域経営に関する連携協定」を締結した。また同年12月には、(一社)豊岡観光イノベーション及び豊岡市と「欧米豪インバウンド集客の相互連携に関する協定」を締結した。このことで、せとうちDMOが保有するインバウンドマーケティングの知見や欧米豪の旅行会社との関係といったプロモーション面での能力と、地域DMOが有するコンテンツを活用した商品開発の能力を活かし、効果的なインバウンド誘客を図っていくとしている。

また、せとうちDMOは2019年9月、(一社)九州観光推進機構と「インバウンドプロモーション連携に関する趣意書」を締結した。この連携協定は、自然、歴史文化、アート、食といった多くの魅力的資源を有する瀬戸内と九州の両地域が効果的なプロモーションを行うことにより、インバウンド誘客を図り、広く西日本エリアでの周遊や滞在の長期化を促進することを目的としている。

2019年11月～12月にかけて、この連携協定に基づき、イギリスの旅行会社など6社を対象に、瀬戸内と九州を横断する連携視察ツアーを実施した。

●山陰デスティネーションキャンペーン アフターキャンペーン開催

鳥取県、島根県とJR西日本は、2019年7月～9月まで、「山陰デスティネーションキャンペーン アフターキャンペーン」を開催した。

キャンペーン期間中は、「松江水燈路」の期間拡大や松江堀川遊覧船「お茶船」など、2018年夏に開催した「山陰デスティネーションキャンペーン」で好評を得た観光素材を継続設定するとともに、リニューアルから1周年を迎える「水木しげるロード」での期間限定影絵の投影や、「鳥取砂丘砂の美術

館」でのプレゼント企画、日御碕神社での出雲神楽定期公演など、新たな企画も実施された。

また、2018年7月の運行開始以降、好評を得た観光列車「あめつち」のお盆期間の運転日増強や、アニメ「名探偵コナン」のイラスト列車や石見神楽列車をリニューアルするなど、鉄道の旅もより一層楽しめる内容となった。

●瀬戸大橋周遊観光ワークショップ 発足

2019年10月、有識者や民間事業者、DMO・観光協会、国土交通省や環境省などの行政機関、岡山県、香川県の自治体などの関係者により「瀬戸大橋周遊観光ワークショップ」が設立され、第1回会合が開催された。

この組織は、瀬戸大橋地域の交流活性化等の観点から、瀬戸内における多島美眺望の素晴らしさを活かした周遊型旅行商品の広域周遊観光促進に資する多様な観光コンテンツの形成について議論や施策提言を行うことを目的として設置されたものである。

●「美肌県しまね」冬旅キャンペーン 実施

島根県は、大手化粧品メーカーの株式会社ポーラが実施した「ニッポン美肌県グランプリ」でこれまで7回実施されたうち5回で1位を獲得している。同県では、日照時間が短いため紫外線の影響を受けにくく冬でも湿度が高い地理的条件や、県内に数多く存在する温泉地などの観光資源を有しているなどの地域特性を活かし、「美肌県しまね」として各種PRを行っている。

その一環として、2019年12月～2020年3月にかけて、県内の宿泊施設において“美肌”をテーマに温泉やグルメ、日本酒、各種体験などが楽しめる宿泊プランを提供する「『美肌県しまね』冬旅キャンペーン」を実施した。

②広域・市町村レベル

●水木しげる記念館の建て替えに向けた検討

鳥取県境港市では、2019年9月に入館者数400万人を達成した「水木しげる記念館」のあり方について検討委員会を設置し検討を進めていたが、2020年2月に提言書が取りまとめられ、市に対して提出された。

提言書では、「老朽化が進んでいるが、慢性的な倉庫不足などを解消するため、建て替えは必要」との指摘がなされ、現在地での建て替えと移転新築の2案が提案されている。

提言書を受け取った境港市長からは、故・水木しげる氏の生誕100年となる節目の年である2022年をめどに、構想をまとめられるよう進めていきたいという思いが伝えられた。

●星空保全地域の新規指定

鳥取県では、鳥取県星空保全条例を制定し、優れた星空環境を有する区域のうち、自然的社会的諸条件からみてその区域における星空環境を保全することが特に必要なものを「星空保全地域」として指定するとともに、保全措置や支援

を行っている。

これまで「鳥取市佐治町地域」と「日南町全域」の2地域が指定されていたが、2019年8月に「若桜町全域」、10月には「倉吉市関金町全域」が新たに指定され、指定箇所は合計で4箇所となった。

●大山大山料の社会実験

鳥取県大山町の大山は、大山隠岐国立公園内にある西日本を代表する山岳である。これまで一木一石運動をはじめとする関係者による山岳環境の保全活動が行われてきているが、その一方で、近年ではし尿廃棄などの課題も指摘されている。

大山町、鳥取県、環境省は、上記のような背景を受け、山頂トイレの維持管理等、山岳環境の保全と持続可能な利用の充実に対する受益者負担による仕組みと影響について検討・分析するため、2019年の8月～11月にかけて、登山者に対して任意の協力金を募る社会実験を実施した。

2020年2月には実行委員会から大山山岳環境保全協議会（仮称）準備会に対して、協力金収入が収受員の人件費等の経費を上回り、大山の保全・管理のために一定額を充当できると見込まれる社会実験の実施結果を踏まえて勧告が行われた。

●10年に一度の神事ホーランエンヤ開催

2019年5月、日本三大船神事の一つとされ、10年に一度行われる鳥根県松江市の城山稲荷神社の式年神幸祭（通称ホーランエンヤ）が行われた。

9日間の期間中、城山稲荷神社から神輿を船団で運ぶ「渡御祭」、7日間の大祈禱が行われる中日に權伝馬踊りが奉納される「中日祭」、再び船団によって城山稲荷神社へと御神霊を送る「還御祭」の3つの祭礼が行われ、主催者発表によると期間中38.5万人の観客があった。

●足立美術館 日本庭園ランキング日本一・新館オープン

鳥取県安来市の足立美術館では、2019年10月に累計入館者2,000万人を達成した。また、アメリカの日本庭園専門誌『Sukiya Living Magazine : The Journal of Japanese Gardening』が、全国の日本庭園900カ所以上を対象に実施した「2019年日本庭園ランキング」では、同館の日本庭園が「17年連続日本一」に選ばれた。

●倉敷音楽祭 中止

岡山県倉敷市では、日本各地の特色ある芸能文化の紹介や市民団体による公演などで構成する、倉敷市内最大の音楽イベントとして「倉敷音楽祭」を毎年3月に開催しているが、2020年3月に予定していた第34回倉敷音楽祭は国内での新型コロナウイルスの感染が拡大していることを受けて中止となった。

●広島平和記念資料館 リニューアルオープン

広島県広島市の広島平和記念資料館では、原爆の非人道性や原爆被害の凄惨さを伝えていくため、本館・東館を合わせた常設展示の全面的な更新を行ってきたが、本館の展示整備が完了し、2019年4月にリニューアルオープンした。

広島平和記念資料館では、被爆の実相が理解できる施設をめざし「平和記念資料館再整備事業」に取り組んできており、2010年度に「広島平和記念資料館展示整備等基本計画」を策定した後、有識者で構成する展示検討会議を設置し、委員から展示構成や展示手法、展示資料の収集・選定などについて指導・助言を受けながら、展示整備を進めてきた。

今回の本館リニューアルにより常設展示の整備は完了し、2017年4月にリニューアルオープンした東館と合わせ、全ての常設展示が観覧できるようになった。

●湯本豪一記念日本妖怪博物館（三次もののけミュージアム）オープン

2019年4月、広島県三好市に「湯本豪一記念日本妖怪博物館（三次もののけミュージアム）」が開館した。

開館の背景には、同市が江戸時代以降、絵本や絵巻、漫画の題材にもなり全国の広い範囲にわたって伝承している妖怪物語である「稲生物怪録（いのうものけろく）」の舞台となった地であることや、日本屈指の妖怪コレクターである湯本豪一氏から約5,000点のコレクションの寄贈を受けたことなどがある。

施設には「日本の妖怪」「稲生物怪録」といった展示室の他、インタラクティブな作品を体験しながら妖怪について学べる「チームラボ妖怪遊園地」があり、老若男女が楽しめるよう、さまざまな工夫が凝らされている。

●ディスカバーリンクせとうちが古民家再生事業に参入

2019年10月、広島県尾道市で地域活性化事業を展開する株式会社ディスカバーリンクせとうちは、株式会社NOTE（兵庫県丹波篠山市）と共同で、広島県福山市鞆の浦にて事業者誘致事業を展開することを目的に、株式会社hitohi（ヒトヒ）を設立した。

鞆の浦では、人口減少や高齢化、空き物件の増加に伴い、町並みの保存や地域の活性化に課題を抱えており、課題解決のため、同社では空き家や古民家を改修し、それを暮らす人や訪れる人のニーズに応えた事業に活用するまちづくりを展開することとしている。

現在、鞆の浦で古民家を宿泊施設として再生する事業を計画中であり、2020年秋に完成を予定している他、福山市の他地域での展開も予定している。

●宮島口旅客ターミナル オープン

2020年2月、広島県廿日市市の宮島で建設中であった宮島口旅客ターミナルが完成し、供用開始された。

同ターミナルは、広島県が進めてきた厳島港湾整備事業（宮島口地区）の主要なプロジェクトの一つとなっている。

宮島へは、JR西日本宮島フェリーと宮島松大汽船がフェリーを運航しているが、新たに建設されたターミナルでは、2社の券売所から乗場までの各ルートが同じ屋根の下に配置され、わかりやすく開放的な空間となっているのが特徴である。

●四国水族館 オープン

2020年3月、香川県宇多津町のうたづ臨海公園内に2018年7月から建設中であった四国水族館が完成した。

宇多津町が約230年の塩づくりの歴史があること、また、うたづ臨海公園が塩田跡地であることから、施設は宇多津の塩をイメージした白を基調とした外観となっている。

また、展示は「四国水景」をテーマとして、四方を海に囲まれ清流や湖沼なども豊富な、四国ならではの水中の世界をダイナミックに再現するとともに、単なる生物展示だけではなく、四国の文化やそこで暮らす人の営みに関係する環境も水槽内で表現する内容となっている。

施設はイルカ棟と本館棟、屋外施設で構成されており、6つのゾーンと海豚プール、特別展示室で計70の水景を展示している。

同施設は、当初2020年3月中のグランドオープンを予定していたが、新型コロナウイルスの感染拡大とそれに伴う緊急事態宣言などを受けて延期を決定し、同年6月から開館することとなった。

●えひめさんさん物語 開催

2019年4月～11月にかけて、愛媛県東予東部圏域（新居浜市、西条市、四国中央市）を中心としたエリア一帯で、「東予東部圏域振興イベント（えひめさんさん物語）」が開催された。このイベントは「東予アクティブライフの創造」をテーマとし、圏域の魅力を発信することにより、一体的かつ持続的な発展につなげることを目的として開催されたものである。

期間中、「ものづくり」「子ども」「水」「山」「あかがね」「紙」といった3市に共通する地域資源を題材としたイベントが実施されたほか、各種祭りなどの連携を行う「連携プログラム」や、地域住民、企業・団体などとする「チャレンジプログラム」も実施された。

●道後温泉で道後アート2019・2020がスタート、道後温泉本館ラッピングアート完成

愛媛県松山市の道後温泉では、アートを通じて交流人口を増やし、将来にわたって継承可能な「道後らしさ」の再構築を行うため、アーティストである日比野克彦氏の監修・参加のもと、2019年5月～2021年2月までの約2年間のプロジェクトとして「日比野克彦×道後温泉 道後アート2019・2020『ひみつジャナイ基地プロジェクト』」をスタートした。

プロジェクトでは、多様な関係者が集い、地域のアート事業の拠点となる交流拠点を作る「ひみつジャナイ基地」（2020年6月に完成）や、展示・パフォーマンス・トークなどさまざまな表現方法でアートを発信していく人々を公募する「オープンコール・プロジェクト」など、各種プログラムが進行している。

また、道後温泉本館は2019年1月より営業しながらの保存修理工事に着手しており、2019年7月には、文化財の保存修理工事の際に建物の屋根や内部を風雨などから保護するために使われる「素屋根」と、作業エリアを囲むための仮囲いが設置された。

道後温泉では、漫画家の故・手塚治虫氏のライフワークである「火の鳥」とコラボレーションした「道後REBORNプロジェクト」を進めており、設置された素屋根には、四方の壁面と屋根面に巨大な「火の鳥」と道後温泉の歴史絵巻を装飾し、仮囲いにはオリジナルアニメーション「火の鳥“道後温泉編”」のキャラクターなどを描いたパネルを設置するなど、アートとして楽しめるようになっている。

●龍河洞 リニューアルオープン

高知県香美市の鍾乳洞「龍河洞」は、2016年から関係者や地域住民、県、市などによる「龍河洞エリア活性化協議会（旧龍河洞まちづくり協議会）」を設置し、リニューアルプロジェクトを進行していたが、2019年7月に「新・龍河洞」としてオープンした。

リニューアル後は、従来の鍾乳洞の神秘世界を楽しめるだけでなく、照明や音の演出、プロジェクションマッピングなどの仕掛けにより、本来の鍾乳洞の魅力をより体感できるようになっている。

（菅野正洋）

IV-7 九州

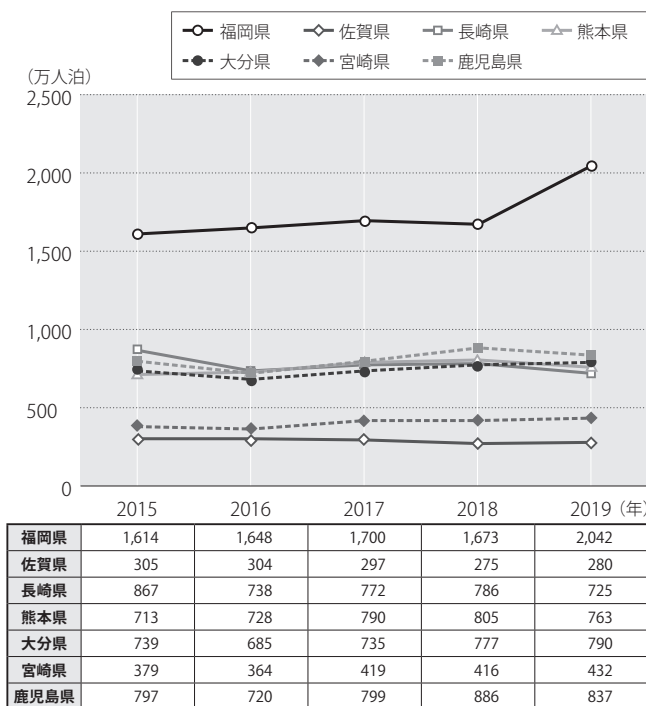
「祭りアイランド九州」の開催
熊本デスティネーションキャンペーンの開催
宮崎県観光振興計画、鹿児島県観光基本方針の策定

(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2019年1月～12月の九州各県の延べ宿泊者数について、九州地方全体では5,869万人泊となり、対前年比4.5%増となった(図IV-7-1)。延べ宿泊者数が増加したのは、福岡県(対前年比22.0%増)、佐賀県(対前年比1.8%増)、大分県(対前年比1.7%)、宮崎県(対前年比3.9%増)となった。

一方で、延べ宿泊者数が減少したのは、長崎県(対前年比7.7%減)、熊本県(対前年比5.2%減)、鹿児島県(対前年比5.6%減)となった。

図IV-7-1 延べ宿泊者数の推移(九州)



単位：万人泊
資料：観光庁「令和元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、九州地方全体では868万人泊となり、前年比5.5%増となった(図IV-7-2)。

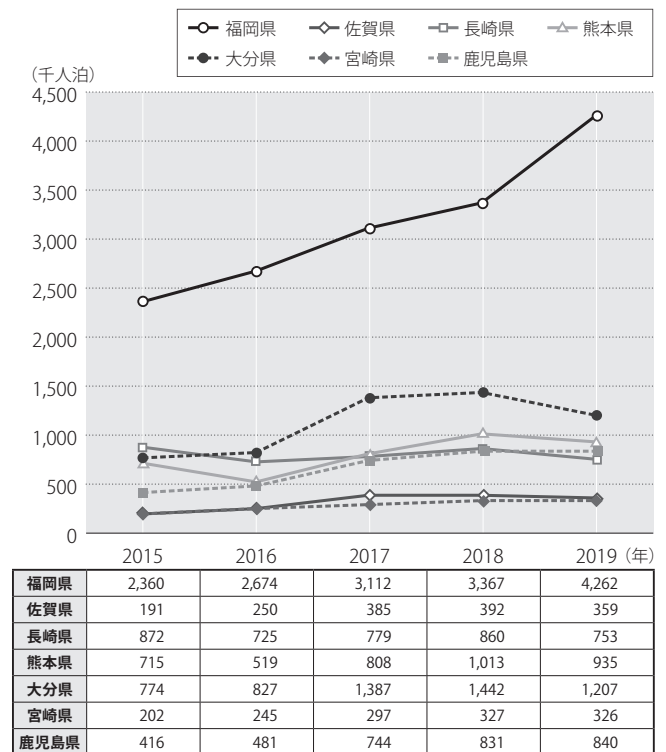
外国人延べ宿泊者数が増加したのは、福岡県(対前年比26.6%増)、鹿児島県(対前年比1.1%増)となった。

一方で、延べ宿泊者数が減少したのは、佐賀県(対前年比8.3%減)、長崎県(対前年比12.4%減)、熊本県(対前年比7.7%減)、大分県(対前年比16.3%減)、宮崎県(対前年比0.1%減)となった。

なお、2019年の九州への外国人入国者数(通常入国者数+船舶観光上陸者数)は422万人で、過去最高の外国人入国者数(511万人)であった2018年に比べて17.5%減少となった。要因としては、2019年7月以降の日韓関係の悪化により韓国人旅行者が約70万人減少(対前年比29.2%減)したこと、中国からのクルーズ船の寄港回数が減少したことが挙げられる(約38万人減少)。

ラグビーワールドカップ2019(以下、RWC2019)の試合が福岡県、熊本県、大分県で開催されたことにより欧米豪からの入国者数は増加した。しかし、韓国人旅行者の減少により、5県(佐賀県、長崎県、熊本県、大分県、宮崎県)では外国人延べ宿泊者数が前年よりも減少した。

図IV-7-2 外国人延べ宿泊者数の推移(九州)



単位：千人泊
資料：観光庁「令和元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

● 「祭りアイランド九州」の開催

祭りアイランド九州実行委員会(構成メンバー：九州地域戦略会議¹)は、RWC2019の開催期間に「祭りアイランド九州」を開催した。「祭りアイランド九州」は、熊本地震からの創造

¹九州地域戦略会議：九州地方知事会(山口県、福岡県、佐賀県、長崎県、熊本県、大分県、宮崎県、鹿児島県、沖縄県)、九州経済連合会、九州商工会議所連合会、九州経済同友会、九州経営者協会

的復興に向けて九州（沖縄県含む）・山口地域の魅力を全世界にPRすること、外国人観光客（欧米豪）の九州・山口地域の周遊促進とリピーター化を目指すことを目的としており、RWC2019の観戦で九州を訪れる訪日外国人客や国内客に対して、同時期に九州・山口県各地で開催される祭りにも来訪を促すよう官民一体となってPRに取り組むものである。本イベントでは、「九州の祭り集結」「九州・山口の祭りめぐり（周遊促進）」の2つの取り組みを行った。

「九州の祭り集結」では、2019年9月28日および29日に、熊本市中心部に九州・山口の祭り（37団体）を集結させた。このイベントでは、ユネスコ無形文化遺産に登録されている「山・鉦・屋台行事」のうち、九州の5つの祭り（博多祇園山笠行事、戸畑祇園大山笠行事、唐津くんちの曳山行事、八代妙見祭の神幸行事、日田祇園の曳山行事）が参加し、2日間で22万人の来場となった。

「九州・山口の祭りめぐり（周遊促進）」では、2019年9月20日～11月3日に九州・山口各地にて開催される57の祭りをPRした。

●「TRY!九州2019キャンペーン」の実施

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、2019年4月1日～2020年3月31日にかけて、「TRY!九州2019」キャンペーンを実施した。このキャンペーンはテーマを「行って、見て、食べて、体験。」とし、九州の宿泊・観光施設、交通事業者、九州観光推進機構会員企業 316社と連携し、九州7県が一丸となり、九州7県の新しい素材・テッパン素材を中心に、着地型商品のPRに取り組んだ。また、九州観光推進機構サイト内に「TRY!九州2019」専用ページを設け、BtoCおよびBtoBそれぞれでの販売に取り組んだ。

●九州のインバウンドに関する調査の実施

2019年度、九州観光推進機構は、「九州エリアにおける訪日外国人旅行者の旅行消費動向分析調査」及び「RWC2019で九州を訪れた訪日外国人旅行者への満足度調査」を実施した。

「九州エリアにおける訪日外国人旅行者の消費動向分析調査」は、匿名のクレジットカード取引データと観光統計データなどを活用し、訪日人数や観光消費額の推計を行った。その結果、九州での1人あたりの旅行消費額は7.9万円が全国の6～7割にとどまることや、富裕層の1人あたりの消費額が北海道、首都圏、関西に比べて低いことなどを把握した。

「RWC2019で九州を訪れた訪日外国人旅行者への満足度調査」は、対面アンケート調査及びSNSデータ分析等により、満足度調査を行った。その結果、旅行者の満足につながったポイントは、「人」「自然」「食事」であることなどを把握した。

●地域通訳案内士の導入

2018年1月に改正通訳案内士法が施行され、これまでの各特例法に基づき導入されていた各地域の通訳ガイドは、通訳案内士法の本則に位置づけられ、新たに「地域通訳案内士」となった。これに伴い九州内では、2018年8月より大分県杵築

市「城下町きつき地域通訳案内士」、2019年3月より鹿児島県「鹿児島県世界遺産地域通訳案内士」、同年6月より、熊本県「阿蘇地域通訳案内士」、大分県中津市「中津市地域通訳案内士」、大分県竹田市「竹田市地域通訳案内士」の取り組みが始まった。2020年8月現在、九州内の地域通訳案内士は以下の通り。

表IV-7-1 九州内の地域通訳案内士一覧

名称	業務区域	導入年	言語
九州アジア観光アイランド特区ガイド	九州（沖縄除く）全域	2014年3月	中国語、韓国語、タイ語
長崎県地域限定通訳案内士	長崎県内全域	2007年4月	英語、中国語、韓国語
阿蘇地域通訳案内士	熊本県阿蘇市・南小国町・小国町・産山村・高森町・南阿蘇村・西原村・山都町	2019年6月	英語
中津市地域通訳案内士	大分県中津市全域	2019年6月	英語
竹田市地域通訳案内士	大分県竹田市全域	2019年6月	英語
城下町きつき地域通訳案内士	大分県杵築市全域	2018年8月	英語
鹿児島県世界遺産地域通訳案内士	旧集材館、寺山炭窯跡、関吉の疎水溝	2019年3月	英語
奄美群島地域通訳案内士	奄美群島	2017年2月	英語、中国語、韓国語

資料：観光庁、各市町村HPをもとに作成

●観光列車や観光バスの運行

福岡県内の筑豊地区の鉄道を運航している平成筑豊鉄道株式会社（以下、へいちく）は、2019年3月21日に観光列車「ことごと列車」の営業運転を開始した。この列車は、九州旅客鉄道株式会社（以下、JR九州）の「クルーズトレイン ななつ星in九州」やD&S列車のデザインを手がける水戸岡鋭治氏が車両デザインを手がけた。車内では、2016年に九州で初めて「アジアのベストレストラン50」に選ばれた福山剛シェフが監修したフレンチコース料理を味わうことができる。

西日本鉄道株式会社（以下、西鉄）は、2019年3月23日に「THE RAIL KITCHEN CHIKUGO」の営業運転を開始した。このレストラン列車では、運行している福岡県筑後地域の食材を使った食事を提供しており、運行時間によってランチ、ランチ、ディナーの3コースがある。列車内には、ピザ窯が設置されており、ランチとディナーでは旬の食材のピザが提供される。また、社内のインテリアには、沿線の大川家具や城島瓦などの伝統工芸が活用されている。

西鉄は、2019年10月に、上質かつ特別なバスツアーブランド「GRANDAYS」を立ち上げた。このツアーは、「One-Seat HOTEL」をコンセプトとし、乗車定員は12名（2席×6列）で、大川家具などを使用した豪華バスを使用する。このツアーは、まちおこしや地域創生に取り組むコンテンツパートナー4社（株式会社VISIT九州、IMD Alliance 株式会社、アイデアパートナーズ株式会社、西鉄旅行株式会社）により、高級旅館や食事だけでなく、まだ知られていない地域ならではの体験などが盛り込まれたツアーが企画・運行されている。

●福岡県内に高品質や新たなコンセプトの宿泊施設が新設

2019年7月にライフスタイルホテル「THE LIVELY福岡博多」がオープンした。このホテルは、「世界中から人と情報と機会が集まる場所」をコンセプトとしており、施設内にはゲストのライフスタイルに合わせた滞在を可能にするための充実したパブリックスペースを有している。具体的には、レストラン、バーだけでなく24時間利用可能なコワーキングスペース等の付帯施設がある。また、ユニークな施設として通常の客室と別に、安価なカプセルホテルタイプの「The Millennials Fukuoka」を設置している。

2019年9月に福岡県福岡市に「都ホテル 博多」がオープンした。このホテルは、2016年に福岡市が創設した「ハイクオリティホテル建設促進制度」を活用した第1号のホテルである。この制度は、①ゆとりある客室の提供（総客室の1/4以上が30㎡超の客室を確保）、②ハイクオリティな施設（レストラン・バー・ラウンジ、多言語のコンシェルジュデスク、スパ・フィットネスなど付帯設備の設置の2項目以上に取り組む）、③魅力あるデザイン性の3つを満たすホテルに対して、インセンティブとして最大50%の容積率緩和を行うものである。「都ホテル 博多」は、全室30㎡以上、ホテル最上階にレストラン・バーと、温泉スパとしてプールやプールサイドバー、内湯などを設置している。

JR九州及びJR九州ホテルズ株式会社が創設した新ホテルブランド「THE BLOSSOM」の2番目の施設として、2019年9月福岡市内に「THE BLOSSOM HAKATA Premier」がオープンした。「THE BLOSSOM」はJR九州及びJR九州ホテルズの宿泊主体型ホテルの最上位ブランドであり、1番目の開業は「THE BLOSSOM HIBIYA」(東京、2019年8月)。ホテル内には、レストランやフィットネスジム等の付帯施設を設置している。

太宰府市には、江戸末期や明治期の建物をリノベートした古民家宿泊施設「ホテル カルティア大宰府」が2019年10月にオープンした。明治時代の母屋「古香庵」は、宿泊施設(4室)とレストランに改装。今後、2棟の古民家を宿泊施設として開設し、全13室3棟の施設となる。太宰府天満宮神職による境内案内や夜間特別参拝、大宰府天満宮の神事やイベントの連携企画など、宿泊施設周辺の施設と連携した体験プログラムが企画されている。

●福岡県温泉地周遊促進キャンペーンの実施

福岡県は、2019年10月～2020年1月、県内温泉地の周遊促進のための「福岡の湯へGO!GO!キャンペーン」を実施した。キャンペーンでは、県内の温泉施設の宿泊割引クーポン券の抽選(ペア200組(400人相当)に県内30の温泉宿泊施設に、宿泊する際の5,000円の割引クーポン券)、県内44の温泉施設を対象としたスタンプラリーを実施した。

●「新JAPAN PROJECT福岡県(筑豊)」JALとのタイアップ事業

福岡県は、日本航空株式会社(以下、JAL)とのタイアップ事業「新JAPAN PROJECT福岡県(筑豊)」を2019年11月の1か月間実施した。この事業では、JAL国内線・国際線の機内誌への特集記事の掲載、機内ビデオの放映、福岡県産の食材などを使った国内線のファーストクラス機内食の提供などを行った。

国内線ファーストクラスの夕食は、福岡に店舗を持つフレンチシェフ(吉武広樹氏)による監修で、博多和牛や博多華味鳥などを使用したメニューを提供した。機内誌や機内ビデオでは、炭鉱で栄えていた筑豊地域を特集し、へいちく「ことごと列車」などを紹介した。また、JALダイナミックパッケージでは特別プラン「スイーツに焼き物 福岡県筑豊エリアへ行こう!」を販売。福岡空港・北九州空港を往復ともに利用し、福岡県内宿泊施設で宿泊した場合、1人につき3,000円の助成を行った。

●アニメとのコラボによる誘客促進キャンペーン

佐賀県は、2019年7月1日～9月30日まで、佐賀県を舞台にしたアニメ「ゾンビランドサガ」とコラボしたスタンプラリーを開催した。

佐賀県内の観光施設・店舗及び宿泊施設の198スポットに、「ゾンビランドサガ」に登場するキャラクター等のスタンプ計15種類を設置し、「ゾンビランドサガ」オリジナルグッズや佐賀県内宿泊券、佐賀牛などの抽選を行った。

なお、佐賀県は2018年10月には「ゾンビランドサガ」に登場する7人組アイドルグループ「フランシュシュ」を佐賀県PR大使として委嘱した。また、2020年8月には、佐賀市交通局によりラッピングバスが運行される。

●豪雨からの早期回復「元気が!宿泊キャンペーン」

2019年8月27日からの佐賀県、福岡県、長崎県を中心とする九州北部で集中豪雨(「令和元年8月の前線に伴う大雨」)が発生した。この豪雨により、佐賀県内の宿泊施設では、約1.2千人以上の予約キャンセルが発生した。一般社団法人佐賀県観光連盟は、観光の早期回復を目的として、2019年9月から佐賀県内での宿泊料金が1人あたり3,000円割引される「元気が!宿泊キャンペーン」を実施した。

●長崎県対馬「行っ得!つしま」

長崎県対馬市は、韓国・釜山から高速船で約1時間に位置する国境の島であり、2018年の観光客のうち約3/4が韓国からの来訪者であった。しかし、2019年7月より日韓貿易紛争の影響を受け、韓国人旅行者数は2018年の41万人から2019年26万人と大幅に減少した。長崎県及び一般社団法人長崎県観光連盟は対馬市と連携し、対馬の観光復興対策として、2019年11月～2020年2月末まで対馬市内での1泊あたり3,000円分の宿泊クーポンを発行する「行っ得!つしま 宿泊割引キャンペーン」を実施した。

●熊本デスティネーションキャンペーン

熊本県とJRグループは、2019年7月1日～9月30日まで大型観光キャンペーン「熊本デスティネーションキャンペーン（以下、「熊本DC）」を開催した。

熊本DCは、「五感、ひびく、観動旅 もっと、もーっとくまもっと。」をキャッチコピーに、「くまもっと湯美人」、「くまもっとグルメ」、「くまもっと遺産探訪」、「くまもっと観動絶景」、「くまもっと感動体験」の5つをテーマとし、県内の観光素材やプランをPRした。

キャンペーンでは、以下4つのブランド・認証制度を設立した。①「くまもっと感動プロジェクト100」新たな観光素材 100 件を選出し、ガイドブックやWEBにより素材紹介。②「くまもっと旅行社。」熊本旅行の相談を受け付けるプラットフォームを設置（運営：九州産交ツーリズム株式会社）。熊本DC特別プランとして100 件を超える体験プランを販売。③「くまもっと観光応援店」熊本の観光情報や食事などを提供している県外の飲食店を認定し、そこでしか入手できない観光情報などを発信する情報発信拠点を拡大。④「くまもっと湯美人」熊本の温泉は美容・美肌作用を促す泉質（「弱アルカリ性単純温泉」「硫黄泉」「硫酸塩泉」「炭酸水素塩泉」「塩化物泉」）が豊富であることから、地域ごとの泉質をわかりやすく説明した専用WEBサイトを立ち上げ。

DC特別企画としては、「産地と観光を食でつなぐ」をコンセプトに『レストランバス』で行く★旬を食する旅 in Kumamoto ツアーの開催、熊本県内主要観光地へのJR券と交通機関の乗り放題がセットになった周遊きっぷの設定、特別列車の運行などを実施した。

●大分県初の外資系ラグジュアリーホテルの開業

2019年8月に大分県別府市に大分県初となる外資系ラグジュアリーホテル「ANA インターコンチネンタル別府リゾート&スパ」が開業した。「温泉&リゾート」をテーマとし、客室は全89室、62～212㎡とゆとりのある客室で、スイートルーム10室とクラブルーム11室の客室テラスにはプライベート露天風呂が備えつけられている。付帯施設には、露天風呂や家族風呂だけでなく、スパやフィットネスセンター、インフィニティプール等がある。また、館内は、大分県産材である「日田杉」や、別府で採れる「別府石」を使用、装飾品には特産品である「竹細工」を使用することにより別府らしいリゾート感が演出されている。

●宮崎県観光振興計画の策定

宮崎県は、宮崎県総合計画「未来みやざき創造プラン」を上位計画とする観光に関する分野別計画として、2019年度から2022年度の4か年計画の「宮崎県観光振興計画」（2019年7月）を策定した。

本計画の目標は「世界から選ばれる『観光みやざき』」とし、「観光消費額の増」を図ることを最終目標として、各種観光施策に取り組むとしている。

具体的な数値目標は、以下の通り。

表IV-7-2 宮崎県観光振興計画の指標

指標	目標値	現況値
観光消費額	1,660億円 [2022年]	1,551億円 [2017年]
延べ宿泊者数	455万人 [2022年]	419万人 [2017年]
うち訪日外国人	57万人 [2022年]	30万人 [2017年]
観光入込客数	1,610万人 [2022年]	1,532万人 [2017年]
スポーツキャンプ受入市町村数	26市町村 [2022年度]	22市町村 [2017年度]
県外からのスポーツキャンプ・合宿延べ参加者数	205,000人 [2022年度]	196,835人 [2017年度]
国外からのクルーズ船寄港回数	50回 [2022年]	9回 [2018年]
MICE延べ参加者数	240,000人 [2022年度]	216,321人 [2017年度]

資料：「宮崎県観光振興計画（令和元年7月）」（宮崎県）をもとに作成

基本施策として、マーケティングに基づく持続可能な観光地域づくりを掲げ、宮崎版DMOの確立・推進に取り組む。公益財団法人宮崎県観光協会は、日本版DMOの地域連携DMOとして2019年3月に登録された。

●鹿児島県観光振興基本方針の策定

鹿児島県は、「観光立県かごしま県民条例（平成21年3月27日公布・同年4月1日施行）」に基づく基本方針」として、2020年度から2024年度までを推進期間とする新たな「鹿児島県観光振興基本方針」を策定した（2020年3月24日、本会議にて議決）。

本方針の基本目標を「来て、見て、感動、世界を魅了する観光王国『KAGOSHIMA』づくり」とし、数値目標として観光消費額、延べ宿泊者数、外国人延べ宿泊者数、クルーズ船乗客数、再訪希望を掲げた。

表IV-7-3 鹿児島県観光振興基本方針の指標

	指標	目標値	2018年
価値を高める	観光消費額	3,700億円 [2024年]	約3,016億円
宿泊数を増やす	①延べ宿泊者数	990万人泊 [2024年]	約886万人泊
	②うち外国人延べ宿泊者数	150万人泊 [2024年]	約83万人泊
クルーズ船による観光客を増やす	クルーズ船乗客数	69万人 [2024年]	約31万人
観光客の満足度を高め、リピーターを増やす	再訪希望	100% [2024年度]	約76%

資料：「鹿児島県観光振興基本方針（令和2年3月）」（鹿児島県）をもとに作成

②広域・市町村レベル

●訪日外国人専用1日乗車券の利用可能エリアの拡大

福岡市内の交通事業者（福岡市、西鉄、JR九州、昭和自動車株式会社）が連携し発行している福岡市内公共交通1日フリー乗車券「FUKUOKA TOURIST CITY PASS」は、2019年12月より利用可能エリアを拡大した。

これにより、訪日外国人観光客に人気のある能古島・志賀島にアクセスする福岡市営渡船航路の利用を開始、各交通事業者の利用エリア拡大により糸島方面（インスタ映えスポットが多く人気）や相島（猫の島として人気）方面など福岡市内のほぼすべての路線が利用可能になった。

●JR九州「門司港駅」リニューアルオープン

2019年3月、2012年から約6年間の改修工事を行ってきたJR九州「門司港駅」が大正3年の創建時の姿に復原された。門司港駅は、大正3年に建築されたネオ・ルネッサンス様式の駅舎で、1988年に鉄道駅として日本で初めて国の重要文化財に指定された。今回のリニューアルにより、開業当初にあった2階の高級レストラン「みかど食堂」を再現した「みかど食堂 by NARISAWA」（レストラン監修：成澤由浩シェフ）もオープンした。

なお、門司港駅横の旧JR九州本社ビルは、2021年夏ごろに約100室規模のホテルとして再生される予定である。門司港周辺は、日本遺産に「関門“ノスタルジック”海峡 ～時の停車場、近代化の記憶～」として認定されており、今後、門司港駅周辺の面的な魅力創出が期待される。

●JR別府駅に外国人観光客向け観光案内所を開設

別府市は、2019年4月5日に、JR別府駅内に新しく外国人観光客向け案内所 Tourists' Hub & Lounge 「WANDER COMPASS BEPPU」を開設した。

本観光案内所は、RWC2019 や2020東京オリンピック・パラリンピックなどで今後増加する外国人観光客の満足度向上や受け入れ環境の充実を図ることを目的に開設された。案内所では、観光情報提供、Wi-Fi利用、充電サービス（携帯電話、パソコン等）、外貨両替、手荷物預かり、ガイドサービスなどのサービスを提供している。

なお、「WANDER COMPASS」は東京急行電鉄株式会社と株式会社Huber.が運営する観光案内所で、「WANDER COMPASS BEPPU」は日本で3か所目の開設となった。

（一般社団法人九州観光推進機構 野間恵子）

IV-8 沖縄

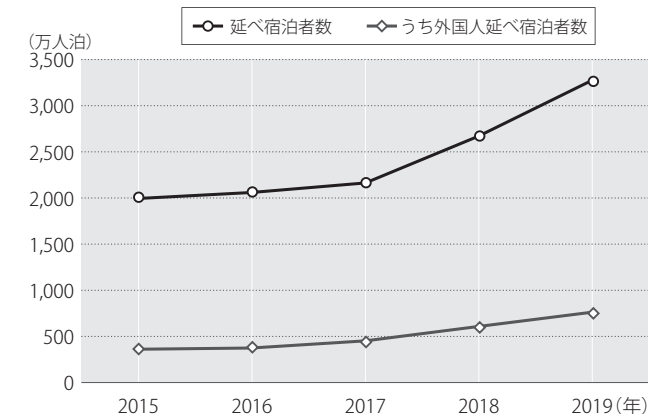
入域観光客数は1016.4万人(暦年)で初の1,000万人台を記録
 /1人あたり観光消費額は横ばいで推移

(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2019年1月～12月の沖縄の延べ宿泊者数は3,287万人泊となり、前年比22.7%増(607万人泊増)となった(図IV-8-1)。

一方、外国人延べ宿泊者数は775万人泊となり、前年比25.0%増(155万人泊増)で、2018年に引き続き延べ宿泊者数・外国人延べ宿泊者数ともに二桁の増加率となった。

図IV-8-1 延べ宿泊者数の推移(沖縄)



延べ宿泊者数	2,006	2,063	2,169	2,679	3,287
うち外国人延べ宿泊者数	368	386	462	620	775

単位：万人泊
 資料：観光庁「令和元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、2019年(暦年)で1,016万4千人となり、前年比3.2%増(31.6万人増)と7年連続で過去最高を更新、暦年で初の1,000万人台を記録した。ただし増加率は、2014年から2016年にかけて3年連続で前年比10%以上の伸びを示したものの、2017年以降は3年連続で一桁の増加率に留まっている(図IV-8-2)。

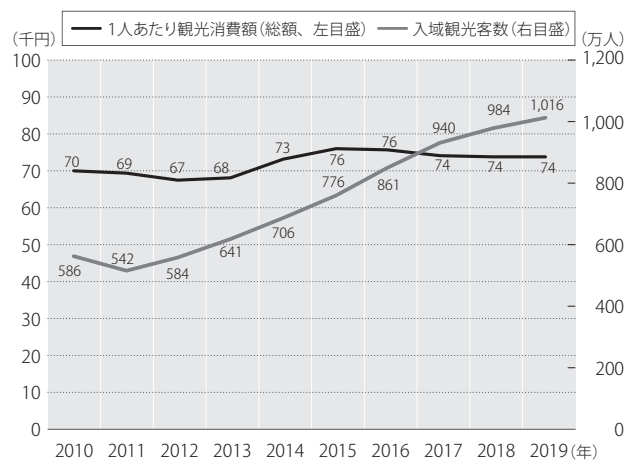
入域観光客数のうち、国内客は723万4千人(前年比4.2%増)、外国人客は293万0千人(同0.9%増)だった(図IV-8-3)。近年、外国人客比率は拡大傾向にあったが、2018年が29.5%であったのに対して2019年は28.8%に留まった。また、2012年以降、前年比二桁の伸びを示してきた外国人客数であるが、2019年の増加率は0.9%となっている。国籍別にみると、台湾94万0千人(前年比5.6%増)、中国75万4千人(同19.3%増)、韓国38万1千人(同31.5%減)、香港25万7千人(同5.9%増)、その他59万9千人(同2.59%増)で、韓国人観光客の減少が外国人客全体の伸び悩みに大きく影響を与えた。

観光客1人あたり圏内消費額は、73,632円となり、前年比

0.1%減(同59円減)となった。

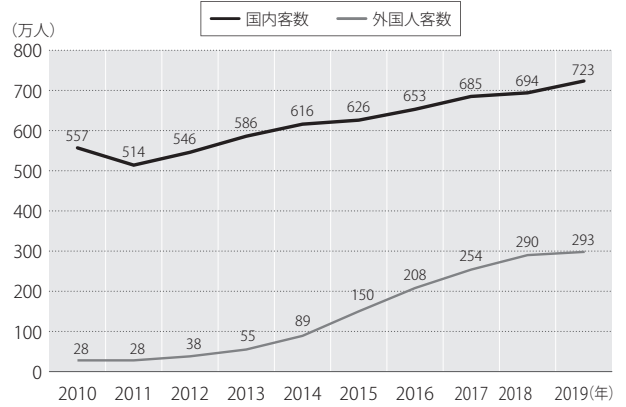
離島の動向をみると、沖縄県八重山事務所が公表している八重山地域の入域観光客数は、2019年(暦年)が148万2千人(前年比7.4%増)で2018年の減少傾向から再び増加。一方、宮古島市が公表している宮古島の観光客数は113万9千人となり、前年比2.3%増と八重山観光が好調な年となった(図IV-8-4)。

図IV-8-2 入域観光客数と1人あたり観光消費額の推移



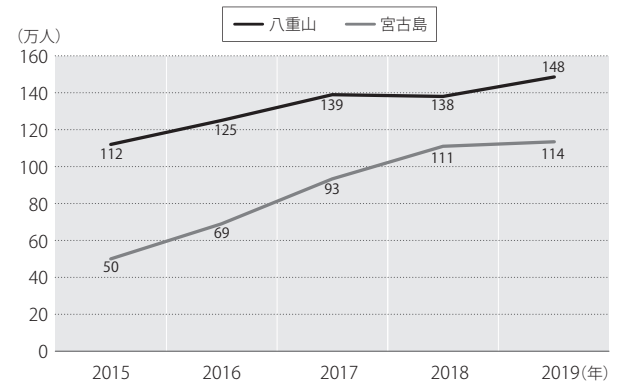
資料：沖縄県「観光統計実態調査」をもとに(公財)日本交通公社作成

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

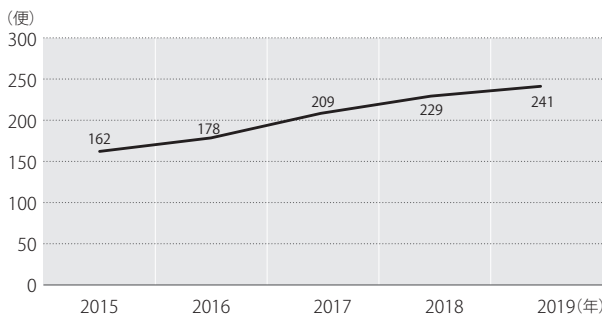
(2) 観光地の主要な動き

入域観光客数の拡大を受けて、2019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でいる。

●国際線の増便

調査月が異なるため単純比較はできないものの、2019年6月1日現在的那覇空港及び新石垣空港の週あたりの便数は241便で、前年（2018年6月1日現在）に比べ5.2%増（12便増）となった（図IV-8-5）。主な内訳は、台北65便（石垣便を含む）、ソウル56便、香港33便（石垣便を含む）、上海21便、高雄18便、釜山10便などとなっている。

図IV-8-5 那覇空港及び新石垣空港（南ぬ島石垣空港）における国際線（直行便）の便数（週あたり）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

※ 2015年は9/1、2016年は8/1、2017年以降は6/1現在の便数を掲載。

※ 提供座席数は主な使用機材より独自に推計したもの。使用機材の変更等により実際の提供座席数とは異なる可能性がある。

●宿泊施設の開業

2019年～2020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、観光客数の伸びはやや鈍化したものの、引き続き那覇市内、那覇市以外の沖縄本島、そして離島を含めて多くの宿泊施設が開業している。那覇市内では、「グリーンリッチホテル那覇」（2019年3月）、「ホテルランタナ那覇国際通り」（同年4月）、「東急ステイ沖縄那覇」（2020年2月）、「ホテルコレクティブ」（同年4月）、「ホテルストレータ那覇」（同年4月）と150室以上の比較的大型のホテルの新規開業が相次いだ。また、昨年までに引き続き、「グランドキャビンホテル那覇小禄」（2019年2月）、「CABIN & HOTEL ReTIME」（同年10月）など、カプセルホテルの開業も多くみられた。

一方、那覇市以外の沖縄本島では、360室の「ハレクラニ沖縄」（2019年7月）が、同ホテル2つ目、ハワイ以外では初のホテルとして開業している。その他、本島北部に「グリーンリッチホテル沖縄名護」（2020年1月）、「ヒルトン沖縄瀬底リゾート」（同年7月）、宮古島に「ホテルシギラミラージュ『ベイサイド』」（2019年4月）などの大型ホテルが開業した。

表IV-8-1 2019年から2020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
2019年2月	グランドキャビンホテル那覇小禄	那覇市	150キャビン
2月	クリアスホテル壺川マルシェ	那覇市	41室
3月	グリーンリッチホテル那覇	那覇市	165室
4月	RuGu（ル・ゲー）	宮古島市	16棟
4月	アラマハイナコンドホテル	本部町	100室
4月	ホテルシギラミラージュ「ベイサイド」	宮古島市	120室
4月	ホテルWBF MARCHÉ（マルシェ）石垣島	石垣市	55室
4月	ホテルランタナ那覇国際通り	那覇市	162室
5月	the rescape	宮古島市	41室
5月	U-MUI Forest Villa Okinawa YAMADA GUSUKU	恩納村	18室
5月	Wayn-Zen恩納荘園（ウェイゼンおんなしょうえん）（リニューアル）	恩納村	27室
6月	ビーチリゾートホテルカラカウア	恩納村	22室+9棟+10台
7月	GLAMDAY STYLE HOTEL&RESORT OKINAWA YOMITAN	読谷村	54室
7月	ハレクラニ沖縄	恩納村	360室
7月	フサキビーチリゾート ホテル&ヴィラズ「ノースウィング」	石垣市	150室
7月	ホテルシギラミラージュ「ヒルサイド」	宮古島市	40室
7月	グランディスタイル 沖縄 読谷 ホテル&リゾート	読谷村	54室
7月	ロワジール リビングスイーツ 瀬良垣	恩納村	105室
7月	マレアリゾート本部	本部町	18室
9月	Okinawa EXES Naha	那覇市	67室
9月	ホテル沖縄 with サンリオキャラクターズ	那覇市	66室
10月	CABIN & HOTEL ReTIME（キャビンアンドホテルリタイム）	那覇市	130室
10月	ホテル・トリフィート那覇旭橋	那覇市	136室
10月	星野リゾート 西表島ホテル（リニューアル）	竹富町	138室
10月	カリコンド美ら海	本部町	25室
12月	アンサ沖縄リゾート	うるま市	123室
2020年1月	グリーンリッチホテル沖縄名護	名護市	155室
2月	ホテルアンテルーム那覇	那覇市	126室
2月	かりゆしコンドミニアムリゾート宮古島 ぶくぎステイズ	宮古島市	18室
2月	東急ステイ沖縄那覇	那覇市	199室
3月	レクー沖縄北谷スパ&リゾート	北谷町	229室
4月	ホテルコレクティブ	那覇市	260室
4月	ホテルストレータ 那覇	那覇市	221室
6月	ルネッサンスリゾートオキナワ（リニューアル）	恩納村	377室
6月	Lalamare 古宇利	今帰仁村	16室
7月	星野リゾート リゾナーレ小浜島（リニューアル）	竹富町	60室
7月	星のや沖縄	読谷村	100室
7月	THIRD石垣島	石垣市	28室
7月	コンフォートホテル石垣島	石垣市	81室
7月	KARIYUSHI LCH. RESORT on The Beach	名護市	117室
7月	ヒルトン沖縄瀬底リゾート	本部町	298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

2018年～2019年にかけてオープンした主な商業施設・アミューズメント施設などをはじめとした観光関連施設を表IV-8-2に示す。

2019年3月、外国人でも楽しめる言葉や台詞を使わない音楽エンターテインメントショーを行う劇場「Comic Dojo TEE! Family」が那覇市・国際通り沿いの商業施設内にオープンした。ただ、雨天時にも楽しめる屋内型施設として期待されたものの、同年11月末日をもって閉館している。

一方、2020年5月には、4月の開業予定から新型コロナの影響を受けて1か月ほど遅れて、「DMMかりゆし水族館」が本島南部・豊見城市に開業している。広さや魚種数では、本島北部・本部町の美ら海水族館に劣るものの、新しいカタチのエンターテインメント水族館を標榜し、最新の映像技術と実際の水槽展示を組み合わせたユニークな施設となっている。

表IV-8-2 2019年～2020年にかけてオープンした主な観光関連施設・アミューズメント施設

年月	施設名	所在地	概要
2019年1月	デザイナーズチャペル「白の教会」(リニューアル)	本部町	ホテルオリオンモトリゾート&スパに併設されたデザイナーズチャペル。幸せの木“ふくぎ”をモチーフにデザインされた。
1月	湊の教会/葵の教会	宮古島市	宮古島・シガラリゾートに同時オープンした教会。シガラビーチが目の前に広がる絶景が魅力となっている。
3月	オキナワハナサキマルシェ	本部町	本部町・アラマハイナ コンドホテルに併設された複合商業施設。レストラン、カフェ、フードコートなどが出店。
3月	「Comic Dojo TEE! Family」常設劇場	那覇市	那覇市国際通りにオープンした、言葉や台詞を使わない、ダンスやアクロバット、音楽を取り入れたエンターテインメントショー専用の劇場。
6月	サンエー浦添西海岸 PARCO CITY	浦添市	浦添市に開業した大型商業施設。店舗面積約6万㎡、駐車場台数約4,000の建物に県内外から約250のテナントが入居。
10月	ブレスドパイ・ザ・シー (リニューアル)	名護市	オキナワマリ奥特リゾート&スパ内に併設された結婚式場。小高い丘から海を望むガラス張りのチャペルが特徴的。
10月	ナゴパインナップルパーク (リニューアル)	名護市	創業40周年を記念して施設をリニューアル。恐竜ロボット15体を設置した「ダイナソードアドベンチャー」などが新たにオープンした。
2020年2月	国際通りのれん街	那覇市	国際通り沿いの商業施設に開業した飲食店32店舗が集積した施設。国際通りの賑わいに合わせて、祭りをイメージしたデザインとしている。
5月	DMMかりゆし水族館	豊見城市	最新の映像表現と空間演出を駆使した新しいカタチのエンターテインメント水族館。4月開業予定が新型コロナの影響で5月へ延期された。
5月	イオンタウン読谷座喜味	読谷村	マックスバリュ座喜味店を核店舗に全8テナントが出店。地元客向けの商業施設。
6月	イーアス沖縄豊崎	豊見城市	本島南部・豊見城市にオープンした大型複合商業施設。店舗面積4.3万㎡、駐車場台数3,100の建物に県内外から155のテナントが入居。
7月	糸満市場いとま〜	糸満市	糸満市公設市場を建て替えた商業施設。鮮魚、精肉店など旧市場から移転した事業者に加え、雑貨店、飲食店など36店舗が入居。

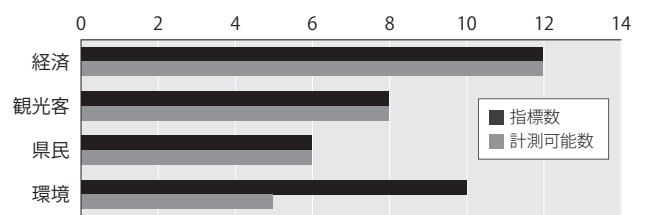
資料：新聞記事やホームページなどをもとに(公財)日本交通公社作成

(3) 沖縄観光成果指標の検証

沖縄県では2014年度から、観光政策の成果検証や沖縄観光の現状を把握するため、経済、観光客、県民、環境、マネジメントに係る40項目にわたる指標群「沖縄観光成果指標」を設定し、計測結果を毎年公表している。この取り組みは、観光地の持続可能性を計測・モニタリングする、いわゆる持続可能性指標を国内で初めて取り入れたもので、本項では5年が経過した同指標の現状について検証する。

持続可能性指標は、観光地の経済面や県民及び観光客の意識などの社会面、自然・文化資源などの環境面をバランスよく把握することが求められるが、沖縄県の場合は、行政、学識経験者及び業界関係者の協議・検討の結果、経済指標12項目、観光客指標8項目、県民指標6項目、環境指標10項目が定められている。ただし、2020年3月公表の沖縄観光成果指標では、経済、観光客、県民の各指標はいずれも計測が行われているものの、環境指標については設定10項目中、半分の5項目のみの計測となっている状況である(図IV-8-6)。計測ベースで見ると県民指標と環境指標の数がやや少なく、近年のオーバーツーリズムに関する報道が県内で多くみられていた状況を鑑みると、両指標を補強する必要性があるといえる。

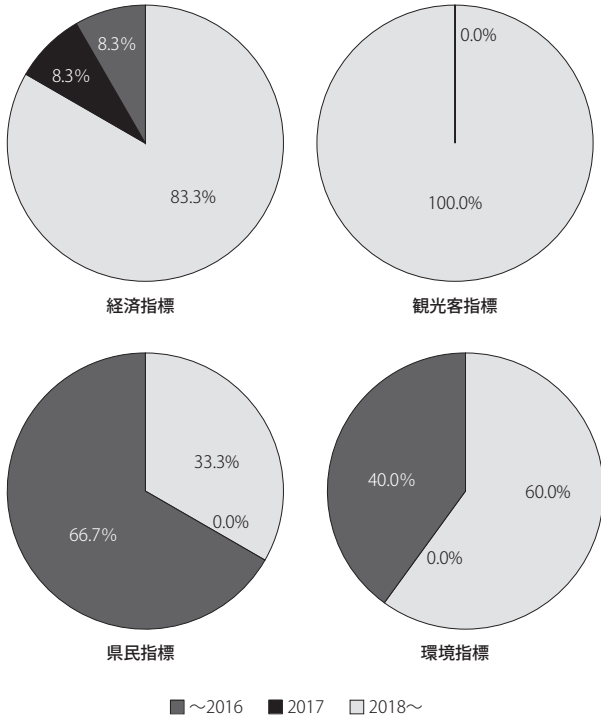
図IV-8-6 指標の設定項目と計測可能数



資料：沖縄県ホームページをもとに(公財)日本交通公社作成

次に、指標の最新データにおける計測年を分野ごとにみると、経済指標、観光客指標は8割以上が2018年以降のデータで構成されている一方で、県民指標の3分の2、環境指標の4割が2年以上古いデータで構成されている(図IV-8-7)。古いデータでは現状の観光地の状況を正しく把握できないため、古いデータの指標項目についてデータの取得・計測をこまめに行う、あるいはそれが難しい場合には指標項目の差し替えを行うことが望まれる。

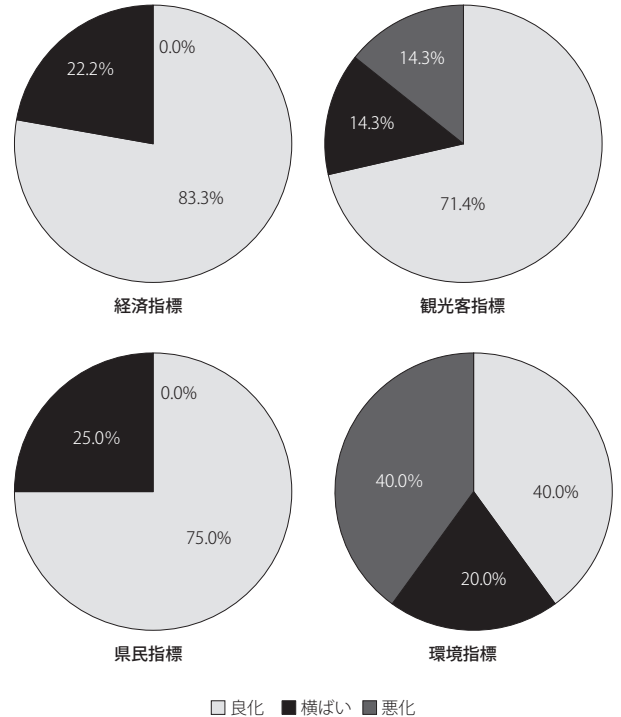
図IV-8-7 指標の最新データの計測年



資料：沖縄県ホームページをもとに（公財）日本交通公社作成

また、公表されている過去10年の変動を分野別にみると、経済指標、観光客指標、県民指標は7割以上が良化しており、概ね問題がないと推察されるが、環境指標については良化4割、横ばい2割、悪化4割と状況の改善に向けた対策を取ることが必要と考えられる（図IV-8-8）。ただし、本来は時系列でみた際の良化、悪化だけでなく、各指標の望ましい値に対して、達成しているか、あるいは達成に向けて良化

図IV-8-8 指標の計測値の変動（過去10年比較）



資料：沖縄県ホームページをもとに（公財）日本交通公社作成

しているかをみる必要があり、各指標の望ましい値が設定されていない沖縄観光成果指標では観光地の状況判断がし切れない面がある。指標運用開始から5年が経ち、新たな沖縄観光の10年後の姿を描く第6次沖縄県観光振興基本計画の策定のこのタイミングにおいて、指標項目の見直しと各項目の目標値の設定、測定結果の活用方法について改めて検討することが必要であろう。

（中島 泰）

IV-9 自然

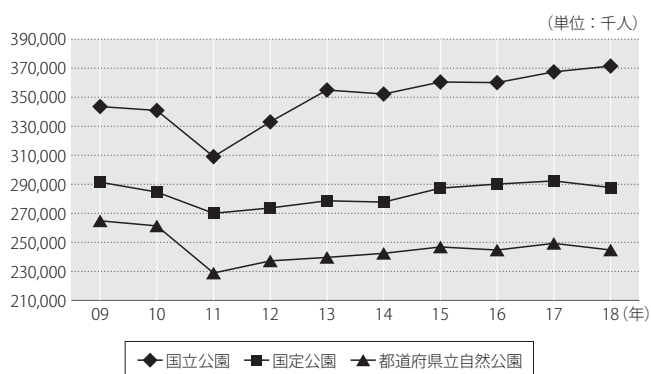
—国立公園等での持続可能な利用のあり方に関する議論やルールづくりが進展

(1) 自然公園の利用及び指定状況

①利用者の推移

2018年の自然公園全体の利用者数は9億513万人(対前年比99.6%)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ヶ所)は3億7,150万人(同101.1%)、国立公園(56ヶ所)は2億8,810万人(前年比98.6%)、都道府県立自然公園(311ヶ所)は2億4,552万人(前年比98.5%)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、白山国立公園(前年比78%)、阿蘇くじゅう国立公園(前年比112%)、奄美群島国立公園(前年比111%)、やんばる国立公園(前年比114%)となった。

図IV-9-1 自然公園の利用推移(2009-2018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、2018年の外国人利用者数は6,940千人であった(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2,991千人、次に支笏洞爺国立公園の1,068千人、阿蘇くじゅう国立公園の1,034千人であった。

表IV-9-1 国立公園の訪日外国人利用者数(2018年、上位10)

順位 ^{※2}	国立公園名	16年	17年	18年
1	富士箱根伊豆国立公園	2,577	2,580	2,991
3	支笏洞爺国立公園	827	901	1,068
2	阿蘇くじゅう国立公園	675	926	1,034
4	瀬戸内海国立公園	310	387	676
5	中部山岳国立公園	351	382	376
6	上信越高原国立公園	265	322	341
7	日光国立公園	241	271	304
8	霧島錦江湾国立公園	79	129	142
9	大雪山国立公園	83	60	80
10	吉野熊野国立公園	59	67	63
合計(推計実利用者数)		5,457	6,001	6,940
訪日外客数全体 ^{※1}		24,039	28,691	31,192

※1 出典:日本政府観光局「訪日外客数」

※2 2018年度上位10位以内にあった各国立公園

資料:国立公園訪日外国人利用者数の推計について(環境省)をもとに(公財)日本交通公社作成

②公園区域及び公園計画の変更

●中央アルプス国立公園—新規指定

2019年3月に長野県知事からの申し出を受け、2020年1月27日付けで中央環境審議会より「中央アルプス国立公園」の新規指定について答申がなされ、3月27日付けで中央アルプス国立公園が国内で57か所目の国立公園として指定された。

中央アルプスは長野県南部に位置し、東に天竜川が流れる伊那谷、西に木曾川が流れる木曾谷に挟まれた東西約20km、南北約100kmに走る木曾山脈の通称名である。国立公園の指定は2016年3月の京都丹波高原国立公園(京都府)以来、約4年ぶりとなった。

●奄美群島国立公園、やんばる国立公園及び西表石垣国立公園—公園区域及び公園計画を変更

2020年1月27日付けで中央環境審議会より答申を受け、2月25日付けで奄美群島国立公園、やんばる国立公園及び西表石垣国立公園の公園区域の拡張及び保護規制計画の変更が官報で告示された。

「奄美大島、徳之島、沖縄島北部及び西表島」世界自然遺産登録を目指す中で、これら国立公園の既存の公園区域及びその周辺地域において、新たに資質が評価・確認された地域について、公園区域及び公園計画の変更が行われた。

変更内容は、次の通り。奄美群島国立公園及びやんばる国立公園において、固有かつ希少な野生動植物の生育・生息が確認され、良好な照葉樹林となっている地域が公園区域へ編入された。西表石垣国立公園においては、固有種や希少種を含む陸水性魚類の多様性が非常に豊かであることや、イリオモテヤマネコを始めとした固有で希少な動植物の重要な生息・生育地となっていることが再評価されたことを踏まえ、河川流域の保護規制計画が変更された。

(2) 自然公園の活性化に関する動向

①自然公園制度のあり方検討会の開催

環境省は、2010年4月の改正自然公園法の附則に、法律の施行後5年を経過した場合において、法の施行状況を勘案し、必要があると認めるときは、法の規定について検討を加え、その結果に基づいて必要な措置を講ずるものとする定められていることも踏まえ、2019年度に、自然公園法の施行状況の点検を行うとともに、今後の自然公園制度のあり方について、検討を行った。

9名の委員から構成される「自然公園制度のあり方検討会」と、各4名で構成される2分科会(「利用のあり方分科会」「公園事業・集団施設地区のあり方分科会」)を設置し、計6回の会議を開催した(表IV-9-2)。前回の改正自然公園法施行から9年が経過し、東日本大震災の発生・復興、協働型

管理運営の推進、国立公園満喫プロジェクト（後述②）の展開等、社会情勢や自然公園行政を取り巻く状況の変化を踏まえ、同検討会は、提言を行った（表IV-9-3）。

表IV-9-2 自然公園制度のあり方検討会の委員構成

検討委員
愛甲 哲也（北海道大学農学研究院 准教授） 大黒 俊哉（東京大学大学院農学生命科学研究科 教授） 海津 ゆりえ（文教大学国際学部国際観光学科 教授） 下村 彰男（東京大学大学院農学生命科学研究科 教授） <座長> 高田 真由美（長野県 環境部長） 徳永 哲雄（弟子屈町長） 新美 育文（明治大学 名誉教授） 浦井 史郎（東京都市大学 特別教授） 渡邊 綱男（自然環境研究センター 上席研究員）
分科会委員
(1) 利用のあり方分科会 愛甲 哲也（北海道大学農学研究院 准教授） 海津 ゆりえ（文教大学国際学部国際観光学科 教授） 下村 彰男（東京大学大学院農学生命科学研究科 教授） <座長> 渡邊 綱男（自然環境研究センター 上席研究員） (2) 公園事業・集団施設地区のあり方分科会 浅野 聡（三重大学大学院工学研究科建築学専攻 准教授） 下村 彰男（東京大学大学院農学生命科学研究科 教授） <座長> 高田 洋平（高田法律事務所 弁護士） 新美 育文（明治大学 名誉教授）

資料：環境省資料より（公財）日本交通公社作成

表IV-9-3 自然公園制度のあり方に関する提言（概要）

基本的な方向性
少子高齢化・人口減少社会や旅行ニーズの変化等の中、自然公園制度は大きな転換期。国立公園満喫プロジェクト3年間の成果を踏まえ、国立公園の最大の魅力である自然そのものを保護しつつ、地域資源としての価値を活用・向上させる「好循環」を生み出す政策に転換していくことが重要。 →地域の特質に応じた「活用の方針」を打ち立て、利用を適切にマネジメント及びコントロールしつつ、世界水準の「質」の高い自然を満喫できるツーリズムを促進する。これにより、地域社会の発展とインバウンド推進にも寄与。また、自然公園の管理体制の充実強化、気候変動への適応、地域循環共生圏の創出を提言。
国立・国定公園の利用環境の充実
(1) 国立・国定公園のテーマやストーリーを踏まえた望ましい利用のあり方の検討のため、地域とともに利用のゾーニング（区域分け）の検討が必要。 (2) 従来の利用施設整備に加え、公園計画に基づき、自然体験プログラムの促進等のための事業計画を新設。受け入れ体制整備や自然体験プログラムの提供・開発促進等を国・自治体及び民間団体が実施。 (3) 地域の自主ルールでは対応しきれない行為の規制（動物への餌付けやドローンの飛行等）。より良い利用環境の維持のための利用調整地区。 (4) 利用者負担の仕組みづくりの検討。
公園事業・集団施設地区の再生・上質化
(1) 集団施設地区など公園利用の拠点となるエリアの廃屋化・機能低下が進行。地域とともに、エリアの再生・上質化のためのマスタープランを作成し、廃屋撤去、新たな投資、機能充実、景観デザインの統一等を推進。 (2) 新たな廃屋化の防止のため、中小企業庁等と適切な連携体制を構築し、公園事業者の事業再生、円滑な事業終了の支援等。 (3) 権原の譲渡や所有・経営・運営の分離に対応するため、権原の譲渡の手続き新設と地位承継、措置命令。

資料：環境省資料より（公財）日本交通公社作成

②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。

2019年度は、計2回の有識者会議が開催された（表IV-9-4）。第11回会議では、2021年以降の方向性検討の流れ、主なポイントにかかる意見交換が行われた。それを踏まえて、

第12回会議では、国立公園満喫プロジェクト（2016～2020年）の総括や国立公園満喫プロジェクトの2021年以降の取組方針案（たたき台）が示され、議論が行われた。

表IV-9-4 有識者会議（2019年度）の概要（資料タイトル）

第11回（令和元年9月3日（火））
資料1-1 国立公園満喫プロジェクトの取組状況と今後の予定（別紙1、2）国立公園利用拠点等上質化事業の実施状況について 資料1-2 国立公園満喫プロジェクト等推進事業の2020年度概算要求について 資料2 国立公園満喫プロジェクトの2021年以降の取組の方向性検討について
第12回（令和2年3月4日（水））
資料1 国立公園訪日外国人利用者数（2019年中間推計） 資料2 質の指標に係る2019年度の調査結果（国立公園訪問者アンケート）について 資料3 国立公園満喫プロジェクトの先行8公園の成果について 資料4 国立公園満喫プロジェクトの取組成果と今後の予定 資料5-1 国立公園満喫プロジェクト（2016～2020年）の総括 資料5-2 国立公園満喫プロジェクトの2021年以降の取組方針案（たたき台）

資料：環境省資料より（公財）日本交通公社作成

③分譲型ホテル等を認可等する際の審査基準の設定

環境省では、近年の分譲型ホテル導入のニーズの高まり等を踏まえ、国立公園内における上質な宿泊体験の提供や、賑わいが失われている地域の再活性化等が期待されることから、今般、要件に合致する分譲型ホテル（コンドホテル及び会員制ホテル）及び企業保養所を国立公園事業として認可等することとし、自然公園法施行規則を始め関係通知類の一部を改正した。

なお、分譲型ホテル等については、国立公園利用者に対する公平な利用機会の提供ができないという理由から、これまで国立公園事業としての執行を認可する対象にしていなかった。

④その他

環境省では、国際観光旅客税を財源として2019年度から新たに「国立公園等資源整備事業費補助金」を活用した事業を実施した。例えば、国立公園における集団施設地区等の利用拠点においては、滞在環境の上質化を図るための地域関係者による計画策定、及び当該計画に基づく上質化に係る整備を行い、外国人訪問者の地域における体験滞在の満足度を向上させる取組に対して支援を行う事業（国立公園利用拠点滞在環境等上質化事業）を実施した。

また、外国人訪問者を対象とした、野生動物を観察するツアーの開発やそれらツアーのプロモーション等を行う野生動物観光促進事業を行い、外国人訪問者の地域における体験滞在の満足度を向上させる取組に対して支援を行う事業（野生動物観光促進事業）も実施した。

そのほか、国立公園の自然資源等に関する先進的・高次元な多言語解説の整備を行い、外国人訪問者の地域における体験滞在の満足度を向上させる取組に対して支援を行う事業（国立公園多言語解説等整備事業）も実施した。

(3) 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

2019年7月11日付けで認定されたエコツーリズム推進全体構想は1件、11月16日付けで認定されたエコツーリズム推進全体構想は1件(表IV-9-5)であり、これにより全体構想の認定は全国で17件となった。

表IV-9-5 エコツーリズム推進全体構想の概要

阿蘇エコツーリズム推進全体構想(令和元年7月)
協議会名 : 阿蘇ジオパーク推進協議会 推進する地域: 阿蘇市、南小国町、小国町、産山村、高森町、南阿蘇村、西原村、山都町の8つの市町村 【基本的な考え方】阿蘇地域の自然環境を保全しつつ、それを活かし、地域固有の魅力を伝えていくことは、地震からの復興、そして活力ある持続的な地域づくりへとつながるものとする。 【主な自然観光資源】カルデラと阿蘇五岳を中心とする地域ならではの自然(阿蘇カルデラ、中岳火口、草千里ヶ浜などの地形・地質。野焼きにより維持されてきた草原景観。白川水源、池山水源などの湧水、内牧、黒川などの温泉郷。ミヤマキリシマ群落、ハナシノブ、ヒゴタイ、ツクシマツモト、オオダイガハラサンショウウオ、オオルリシジミなどの希少動植物ほか) 【主なエコツアー】阿蘇の野焼き/阿蘇ジオパークガイド/草原トレッキング/門前町散策と水基めぐり/ホーストレッキング/カヌー体験など
吉野川紀の川源流ツーリズム推進全体構想(令和元年11月)
協議会名 : 吉野川紀の川源流ツーリズム推進協議会 推進する地域: 奈良県川上村 【基本的な考え方】自然と一体となった産業を育て山と水を守り、都市や平野部の人たちが、川上の豊かな自然の価値に触れ合ってもらえるような仕組みづくりを行う。 【主な自然観光資源】(自然環境に係るもの)吉野川源流-水源地の森、滝、渓流、青根ヶ峰、白鬚山、伯母谷観、星空、イヌワシ、クマタカ、ナガレヒキガエル、カジカガエル、ゴイシツバメシジミ、ギフチョウ、蘚苔類など(風俗習慣、伝統的な生活文化に係るもの)吉野林業と関連する文化、土倉庄三郎関連史跡、後南朝の歴史と伝承、伝統食(柿の葉寿司、とちもち等)、山の神信仰など 【主なエコツアー】水源地の森ツアー(原生林の保全・継承)/星空観察会(自然の夜の魅力伝達)、キャニオニング(源流域での清流体験を通じた学び)/苔観察トレッキング(小さな生命の観察と環境意識醸成)/洞窟探検(自然の中での冒険)など

資料: 環境省ホームページより(公財)日本交通公社作成

(4) 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」世界遺産一覧表への記載に係る国際自然保護連合(IUCN)による現地調査

日本政府は、2017年に「奄美大島、徳之島、沖縄島北部及び西表島」(鹿児島県、沖縄県)を国連教育科学文化機関(ユネスコ)に対して世界自然遺産として正式推薦したが、2018年5月に世界遺産委員会の諮問機関である国際自然保護連合(IUCN)から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。それを受けて、同年6月に一度推薦を取り下げ、関係行政機関や地域関係者と連携し、有識者の意見を伺いながら、再推薦に向けた準備を進めた。

日本政府は、世界遺産条約に基づく2020年の世界遺産委員会における世界遺産登録審査に向けて、「奄美大島、徳之島、沖縄島北部及び西表島」世界自然遺産候補地を改めて推薦候補とすることを2018年11月に決定し、2019年2月に、「奄美大島、徳之島、沖縄島北部及び西表島」を世界遺産条約に基づく世界遺産一覧表に記載するための推薦書をユネスコ世界遺産センターに再提出した。それを受けて、IUCNの専門家による現地調査が同年10月に実施された。

(5) その他の動向

①自然ガイドに関する動き—竹富島観光案内人条例の動き

竹富町は、2019年9月20日に竹富町観光案内人条例を制定した。同条例は、「自然観光事業の適正化を図り、かつ観光案内人に自然環境保全への積極的参画を推進することで、竹富町の自然環境に対する過剰利活用の防止、とりわけ西表島等におけるかけがえのない優れた自然環境及びその生態系の保全に寄与し、もって自然環境資源が観光資源として持続可能性をもって適正に利活用され、かつそれが永続的な地域振興にも資すること」を目的としている。同条例に基づく免許申請は、2020年4月1日よりスタートする。

②利用ルール導入に関する動き

●三宅村雄山における東京都版エコツーリズムの実施

三宅島雄山は2000年の噴火後、立入禁止となっていたが、警戒レベルの低下を機に、三宅村は東京都と雄山周辺の自然に配慮しながら安全に利用してもらうためのルールを定めた東京都版エコツーリズムを実施することとして、「三宅村雄山一帯における自然環境保全促進地域の適正な利用に関する協定」を2019年6月14日に締結した。具体ルールの内容は、以下の通り(表IV-9-6)。協定締結後には、東京都自然ガイドの養成講座の実施と認定を行い、2020年度からの本格実施を目指している。

表IV-9-6 三宅島での主な具体ルール

<ul style="list-style-type: none"> ・立入り制限区域(自然環境保全促進地域及び利用経路) ・東京都自然ガイド1人あたりの利用上限10名 ・1日あたりの最大利用者40人 ・利用期間4月から11月 ・最大利用時間2時間/回 ・災害発生時に備えたルール(入山時の装備や気象データの確認など)

資料: 東京都資料より(公財)日本交通公社作成

●奄美大島における利用ルール導入の動き

奄美大島利用適正化連絡会議(国・奄美市・民間事業者・県等で構成)では、2019年2月27日から「金作原(きんさくばる)」(奄美市)において奄美大島の貴重な自然環境を保全するための利用ルールの試行を行っている(表IV-9-7)。世界自然遺産推薦地となっている金作原では、近年、来訪者が増加しており、同ルールは、多人数利用等による自然環境への負荷を低減させるとともに、質の高い自然体験の提供を図るために導入するものである。法令に基づかない自主ルールとして運用を行いながら改善を図り、法令に基づく規制の導入を目指すとしてされている。

また、「湯湾岳(ゆわんだけ)」山頂エリアには希少動植物が多く生息する。同エリアにおける利用ルールの策定、試行実施に向けて、意見交換会が環境省奄美群島国立公園管理事務所によって開催された。

表IV-9-7 金作原利用適正化試行ルール（2019年10月1日時点）

①ガイド同行	
自然環境への負荷を低減した適正な利用の推進、自然体験の質の向上（満足度の向上）、安全確保	認定ガイドを利用するよう要請 車両1台につき認定ガイド1名の同行が必要 認定ガイド・貸切バスは、事前に利用時間・人数を登録
②車両台数・人数の調整	
自然環境への負荷を低減、自然体験の質の向上（混雑感の解消） アクセス時やツアー時の安全管理、交通渋滞解消、自然環境への負荷（離合時の踏圧など）低減	<ul style="list-style-type: none"> 認定ガイド車両は、同時間帯の利用台数を8台以下 貸切バスは、同時間帯の利用台数を2台以下 認定ガイド・貸切バスの駐車時間は、1回あたり120分以下を目安 認定ガイド・バス事業者は事前に利用時間・人数を登録、利用予定については関係者間で共有 認定ガイド・バス事業者は他の事業者の利用予定等を踏まえ、利用の分散に留意した予定の調整を自主的に行う 認定ガイド1名あたりの案内人数は15名以下
③通行規制	
アクセス時の安全管理、交通渋滞解消、自然環境への負荷（離合時の踏圧など）低減	「①ガイド同行」ルールにより、金作原利用は認定ガイド車両及び貸切バスのみとなり、金作原アクセス道路の通行量は抑制されるため、特に制限は設けない。

資料：奄美大島利用適正化連絡協議事務局資料（鹿児島県WEBページ）より作成

③地域自然資産法に基づく入域料導入に向けた動き

「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）に基づき、入域料を導入する地域の動きが確認される。

●竹富島での入域料の徴収開始

竹富町は、「竹富島地域自然資産協議会」（2017年9月発足）委員長からの答申（2018年5月）を受けて、2019年9月1日より竹富島へ入島した観光客から任意の協力金として300円を徴収している。

同仕組みの導入に向けて、2019年5月に「一般財団法人竹富島地域自然資産財団」を設立、同年6月には「竹富町地域自然環境保全事業及び自然環境トラスト活動に関する条例」を制定、8月には「竹富島地域自然資産地域計画」を策定した。入域料の徴収業務は、町からの委託で竹富島地域自然資産財団が実施し、券売機で徴収している。同財団によると、地域計画に掲げた事業内容の理解促進のため、主な環境保全活動を3項目24活動に分類し『アピール24』と名付け、優先順位の高い活動から、順次進めていくこととしている。

●妙高山・火打山で自然環境保全に向けた社会実験

妙高山・火打山の美しい自然を保全し、次の世代に継承していくため、自然環境保全にかかる500円の協力金を、登山者の方に任意でお願いする社会実験を妙高市と環境省が協力して実施した。2018年に協力率75.1%という成果が得られたことを受けて、入域料の本格導入に向けて、2019年度に登山シーズンを通じた社会実験を実施した（期間は2019年7月1日～10月31日）。笹ヶ峰、燕温泉、新赤倉登山口の3箇所の登山口にて、収受員による収受や協力金箱による収受、昨年

度に引き続きアンケートが行われた。

生命地域妙高環境会議入域料検討部会では、2か年にわたる社会実験の結果を受けて、国立公園妙高の貴重な自然環境の保全と持続可能な利用を目的に、地域自然資産法に基づく「妙高山・火打山地域自然資産地域計画」（案）に関する検討が行われた。同計画については、パブリックコメントを行った上で計画を策定し、2020年7月1日からの入域料収受の仕組みを本格導入する。

④日本エコツーリズム協会設立20年・

（一社）日本エコツーリズム協会設立記念フォーラムの開催

日本エコツーリズム協会（1998年3月設立）は、設立20年を機に、一般社団法人日本エコツーリズム協会を設立した。持続可能な観光の仕組みを国内に広め、日本人の環境意識の底上げを図ることを目的とするもので、設立を記念してフォーラム「日本型エコツーリズムがつくる未来～豊かな地域と環境づくりをパートナーシップで実現～」を2019年12月2日（月）、3日（火）に開催した。初日は基調講演のもと、「エコツーリズムによる未来への挑戦」、2日目は「現場から問われるエコツーリズム発展の方向性」というテーマで、発表、討議が行われた。

⑤日本ジオパークの動向

2019年度に、第37、38回日本ジオパーク委員会が開催され、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等の審査が行なわれた。2019年に実施されたユネスコ世界ジオパーク再認定審査の結果は表IV-9-8の通り。

表IV-9-8 ジオパークの認定審査結果（2019年度）

ユネスコ世界ジオパーク認定	
再認定	洞爺湖有珠山ユネスコ世界ジオパーク、室戸ユネスコ世界ジオパーク、アポイ岳ユネスコ世界ジオパーク
ユネスコ世界ジオパーク国内推薦	
見送り	Mine秋吉台ジオパーク
日本ジオパーク認定	
再認定	Mine秋吉台ジオパーク、恐竜渓谷ふくい勝山ジオパーク、白山手取川ジオパーク、佐渡ジオパーク、三陸ジオパーク、栗駒山麓ジオパーク
条件付き再認定	磐梯山ジオパーク、ジオパーク秩父、男鹿半島・大瀧ジオパーク、三島村・鬼界カルデラジオパーク
新規認定保留	桜島・錦江湾ジオパーク（エリア拡大）
新規認定見送り	五島列島の日本ジオパーク

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

ユネスコ世界ジオパークにおいては、再認定が3件、1件は国内推薦見送りとなった。日本ジオパークにおいては、新規認定1件、再認定6件、条件付き再認定4件、新規認定保留1件、新規認定見送り1件であった。結果、日本ジオパークは44地域となった（ユネスコ世界ジオパークは9地域を含む）。

（後藤健太郎）

IV-10 歴史・文化

国際観光旅客税を活用したインバウンド向け環境整備
世界文化遺産の新規登録

1. 文化財保護法に基づく指定状況

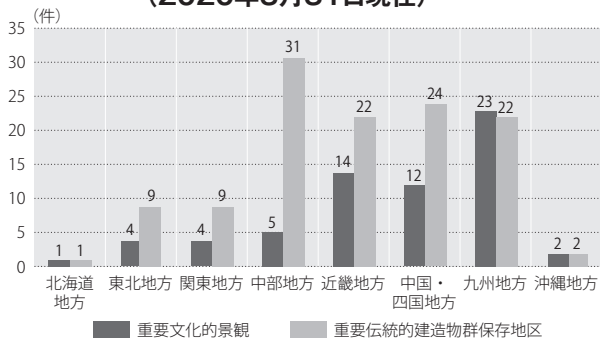
文化財保護法の対象となる文化財の類型のうち、観光との関連が強い「文化的景観」(地域における人々の生活又は生業及び当該地域の風土により形成された景観地)と「伝統的建造物群保存地区」(宿場町、城下町、農漁村等)については、2020年3月31日現在、「重要文化的景観」65件、「重要伝統的建造物群保存地区」120地区が選定されている(地方ブロックごとの選定件数は図IV-10-1参照)。

2019年度は、「重要文化的景観」として1件、「重要伝統的建造物群保存地区」として2件が新たに選定された(表IV-10-1)。

南さつま市では、2020年3月に発行した「重要伝統的建造物群保存地区『加世田麓』地区概要書」において、保存地区を「生きている町並み博物館」と位置づけ、市民学芸員・子ども学芸員の養成や麓まち歩きなどに取り組むとしている。

また、「南さつま市加世田麓」は、「薩摩の武士が生きた町～武家屋敷群「麓」を歩く～」の構成文化財として、2019年に日本遺産に登録された。この日本遺産は鹿児島県内9市(鹿児島市、出水市、垂水市、薩摩川内市、いちき串木野市、南さつま市、志布志市、南九州市、始良市)にまたがるもので、

図IV-10-1 地方ブロックごとの選定件数
(重要文化的景観、重要伝統的建造物群保存地区)
(2020年3月31日現在)



※地域区分はp.141参照

資料：文化庁資料より(公財)日本交通公社作成

表IV-10-1 2019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	今帰仁村今泊のフクギ屋敷林と集落景観	沖縄県今帰仁村	海、集落、農地、今帰仁城及び旧集落跡、山地から成る集落景観で、強風から集落や屋敷を守るために植えられた緑豊かな防風林やフクギ屋敷林が特徴的な、沖縄県の集落の成り立ちを伝える文化的景観	2019年10月16日
重要伝統的建造物群保存地区	たつの市龍野	兵庫県たつの市	うすくちしょうゆの発祥地として醸造業で栄えた龍野城下の商家町	2019年12月23日
	南さつま市加世田麓	鹿児島県南さつま市	地形を巧みに活かして形成された、生垣が水路に映える鹿児島藩の武家地	2019年12月23日

資料：文化庁資料より(公財)日本交通公社作成

表IV-10-2 南さつま市加世田麓の取り組み経緯

南さつま市加世田麓	
2008年	旧鰐坂正一郎邸の保存運動が住民等から起こる
2009年	住民・NPO・大学による旧鰐坂正一郎邸の応急修理 旧鰐坂医院が国登録有形文化財となる
2010年	住民から市に、旧鰐坂正一郎邸の保存について要望が出される
2011年	鮫島(健志) 家住宅・鮫島博家住宅が国登録有形文化財となる
2012年	旧鰐坂正一郎邸を市が取得 町並み保存団体「かせだ歴史まちなみ懇話会」発足
～2013年	南さつま市加世田地区伝統的建造物群保存対策調査実施
2013年	旧鰐坂家住宅(旧鰐坂正一郎邸)が国登録有形文化財となる
2014年	懇話会から発展し、「かせだ歴史まちづくり協議会」発足
2015年	協議会を中心に「加世田麓まち歩き」が始まる
2017年	「南さつま市伝統的建造物群保存地区保存条例」施行 南さつま市伝統的建造物群保存地区保存審議会発足
2019年	保存地区、保存活用計画決定

資料：南さつま市資料、文化庁資料より(公財)日本交通公社作成

90件以上の構成文化財から成る。「南さつま市加世田麓」の他、「出水市出水麓」「薩摩川内市入来麓」「南九州市知覧」の計4件の重要伝統的建造物群保存地区を含む。

南さつま市加世田麓の取り組みの経緯については、表IV-10-2の通りである。

2. 文化庁の観光関連施策の動向

(1) 概要

「明日の日本を支える観光ビジョン」で目標のひと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箇所程度整備することを目標に掲げている。

2019年度は、それまでの「文化財の総合的な活用による観光戦略実行プランの推進」という枠がなくなり、文化庁事業全体として、観光振興に関連した事業が実施された(表IV-10-3)。

表IV-10-3 2019年度文化庁予算の概要 (単位: 百万円)

事項	【総表】		
	前年度 予算額	2019年度 予算額	比較
	108,229	116,709	8,481
事項	前年度 予算額	2019年度 予算額	比較
I 文化資源の“磨き上げ”による好循環の創出	9,783	17,106	7,323
1 魅力ある文化資源コンテンツの創出・展開 ●「日本博」を契機とした文化資源による観光インバウンドの拡充 ●Living History (生きた歴史体感プログラム) 事業 他	1,250	7,859	6,609
2 文化資源を活用した観光インバウンドのための拠点形成と国際的発信 ●日本が誇る先端技術を活用した日本文化の魅力発信 ●文化財多言語解説整備事業 他	8,533	9,248	714
II 文化芸術立国に向けた文化芸術の創造・発展と人材育成	23,303	24,617	1,314
1 文化芸術創造活動への効果的な支援	5,984	6,092	109
2 新たな時代に対応した文化芸術人材の育成及び子供たちの文化芸術体験の推進	8,227	8,175	△52
3 我が国の文化芸術の創造力向上と新たな価値の創出	9,092	10,350	1,257
III 文化財の確実な継承に向けた保存・活用の推進	47,380	51,799	4,419
1 文化財の適切な修理等による継承・活用等 ●歴史活き活き！史跡等総合活用整備事業 ●地域の特色ある埋蔵文化財活用事業 他	38,579	38,937	358
2 文化財の公開活用、伝承者養成、鑑賞機会の充実等 ●地域文化財の総合的な活用の推進 (地域計画等活用拠点形成事業、日本遺産活性化推進事業、文化財総合活用推進事業) 他	8,801	12,862	4,061
3 文化財防衛のための基盤の整備〔再掲〕	24,193	24,778	585
IV 文化発信を支える基盤の整備・充実	33,853	34,370	517
1 国立文化施設の機能強化 (美術館、博物館、劇場)	29,166	29,133	△33
2 国立文化施設の整備 (美術館、博物館)	2,298	2,375	77
3 美術館・博物館活動の充実 ●博物館を中核とした文化クラスターの形成 他	1,275	1,150	△125
4 生活者としての外国人に対する日本語教育の充実等	221	804	583
5 文化発信を支える基盤の整備・充実	893	908	15

資料：文化庁資料より(公財)日本交通公社作成

(2) 文化資源を活用した観光インバウンドのための環境整備

2019年1月から、観光先進国実現に向けた観光基盤の拡充・強化を図るための恒久的な財源確保を目的として、国際観光旅客税(通称:出国税)の運用が開始された。文化庁では、国際観光旅客税を活用した事業として「文化資源を活用した観光インバウンドのための環境整備」を掲げ、文化財に新たな付加価値を付与して、より魅力的なものとなるよう“磨き上げ”る取り組みを支援している。

① 「日本博」を契機とした文化資源による観光インバウンドの拡充

2018年3月に閣議決定された「文化芸術推進基本計画(第1期)」では、東京オリンピック競技大会・東京パラリンピック競技大会(以下、「東京2020大会」)は、「スポーツの祭典であると同時に文化の祭典でもあり、我が国の文化芸術の価値を世界へ発信する大きな機会であるとともに、文化芸術による新たな価値の創出を広く示していく好機である」とされている。文化庁では、東京2020大会を契機とする文化プログラムを全国各地で展開しており、「日本博」はその中核事業として位置づけられている。

「日本博」は、「日本人と自然」という総合テーマの下に、縄文時代から現代まで続く「日本の美」を体現する美術展、舞台芸術公演、文化芸術祭等を全国で展開するとともに、国内外への戦略的プロモーションを推進し、文化による国家ブランディングの強化、観光インバウンドの飛躍的・持続的拡充を図ることを目的としている。

2019年度も全国各地で「日本博」を冠した様々なプロジェクトが実施された。

表IV-10-4 2019年度「Living History (生きた歴史体感プログラム) 促進事業」採択一覧

都道府県	補助事業者名	補助事業名	核となる文化財
新潟県	十日町市	芸術を生み出す縄文文化体感プログラム事業	新潟県笹山遺跡出土深鉢形土器(火焰型土器)
兵庫県	姫路市	姫路城を活かした歴史体感プログラム事業	姫路城
広島県/京都府	旧軍港市日本遺産活用推進協議会	日本遺産「鎮守府横須賀・呉・佐世保・舞鶴～日本近代化の躍動を体感できるまち～」の構成文化財を活かした歴史体感プログラム事業	旧呉鎮守府司令官官舎、舞鶴旧鎮守府倉庫施設
京都府	Living History in 京都・二条城 協議会	Living History in 京都・二条城～生きた歴史体感プログラム～	旧二条離宮(二条城)
石川県	石川県	「文化立県」いしかわの文化資源活用推進プログラム事業	兼六園、金沢城跡、青柏祭の曳山行事、奥能登のあえのこと
石川県	金沢市	湯涌江戸村の文化財を活かした歴史体感プログラム事業	旧松下家住宅
石川県	加賀市	加賀市の文化財を活かした歴史体感プログラム事業	加賀市加賀橋立伝統的建造物群保存地区
岩手県	矢巾町	矢巾町の文化財を活かした歴史体感プログラム事業	徳丹城跡
和歌山県	和歌山市歴史体感プログラム活用推進協議会	和歌山市の文化財を活かした歴史体感プログラム事業	和歌山城、和歌山城西ノ丸庭園、和歌山城岡口門
奈良県	明日香村	明日香村の文化財を活かした歴史体感プログラム事業	石舞台古墳
福井県	一乗谷朝倉氏遺跡活用推進協議会	一乗谷朝倉氏遺跡 戦国体感プログラム事業	一乗谷朝倉氏遺跡
島根県	津和野町	津和野藩校養老館を活かした歴史体感プログラム事業	津和野伝統的建造物群保存地区
鹿児島県	仙巖園歴史体感プログラム活用推進協議会	仙巖園歴史体感プログラム事業	仙巖園附花倉御飯屋庭園、犬追物関係資料、島津家文書
富山県	高岡市歴史文化推進協議会	高岡市の文化財を活かした歴史体感プログラム事業	勝興寺
京都府	Living History in 京都御所運営協議会	Living History in 京都御所～生きた歴史体感プログラム～	西行物語絵巻、融通念仏縁起、桑実寺縁起、雅楽

資料：文化庁資料より(公財)日本交通公社作成

②Living History（生きた歴史体感プログラム）事業

「Living History（生きた歴史体感プログラム）促進事業」では、国指定・選定文化財を核として、文化財の付加価値を高め、収益の増加等の好循環を創出するため、史料や研究資料等に基づいた復元行事や展示・体験事業を通じて、歴史的な出来事や当時の生活を再現することにより、生きた歴史の体感・体験につなげ、文化財の理解を促進する取り組みを支援している。

また、「観光拠点整備事業」として、訪日外国人観光客が多く見込まれる日本遺産や世界文化遺産などにおいて、文化財の魅力向上につながる一体的な整備や公開活用のためのコンテンツの作成等を行うことで、観光拠点としてのさらなる磨き上げを図っている。

2019年度の「Living History（生きた歴史体感プログラム）促進事業」には15件が採択され（表Ⅳ-10-4）、縄文時代から明治時代まで、様々な時代をテーマにした歴史体感プログラムの開発が進められている。

③日本が誇る先端技術を活用した日本文化の魅力発信

「日本が誇る先端技術を活用した日本文化の魅力発信」では、訪日外国人観光客の観光地における体験滞在の満足度向上や再訪に結びつけるため、日本の玄関口である主要な空港や主要な観光地等において、文化財をはじめとする日本固有の文化資源を、先端技術を活用して効果的に発信するとしている。また、日本文化の多様な魅力・コンテンツに関する情報入手を容易にするため、文化遺産・観光コンテンツバンクの構築も挙げている。

2019年度は、仙台空港・広島空港・熊本空港での4K高精細映像の発信等が行われた。

④文化財多言語解説整備事業

「文化財多言語解説整備事業」では、訪日外国人観光客の地域での体験滞在の満足度を向上させるため、文化財に対する多言語で先進的・高次元な言語解説の整備への支援を、観光施策と連携させつつ実施している。

2019年度の採択件数は50件で、多言語対応音声ガイド整備、QRコード付き案内板作成、多言語パンフレット制作、解説アプリ作成、VR／AR技術を用いた映像コンテンツ作成、多言語ウェブサイト構築等が行われた。

(3) 観光と文化をテーマとした国際会議

2019年12月12日～13日、京都市で第4回「国連世界観光機関（UNWTO）/ユネスコ 観光と文化をテーマとした国際会議」が開催された。「将来世代への投資 ～観光×文化×SDGs～」を会議全体のテーマとし、閣僚級会合や分科会にて議論が行われた他、門川京都市長による特別講演が行われた。会議の成果として、今後の観光と文化に関する取り組み指針となる「観光・文化京都宣言」が採択された。「観光」「文化」「地域コミュニティ」の関係のマネジメントについて京

都の取り組みが評価され、「京都モデル」として活用を推進すべきことと明記された。

3. 文化財活用に関する計画策定の動向

(1) 文化財保存活用地域計画・歴史文化基本構想、文化財保存活用大綱

①文化財保存活用地域計画・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、総合的に保存・活用するための計画である「文化財保存活用地域計画（以下、地域計画）」は、各市町村が目指す目標や中長期的に取り組む具体的な内容を記載した、当該市町村における文化財の保存・活用に関する基本的なアクションプランとされている。2018年度の文化財保護法の改正に伴い、それまでの「歴史文化基本構想（以下、基本構想）」を実効的に発展させ法律に位置づけたもの。「プログラム2020」では、基本構想や地域計画の策定が、文化財を中核とする観光拠点整備の基盤のひとつとして位置づけられている。

2020年3月31日現在、9件の地域計画と119件の基本構想が策定されている。

地域計画や基本構想については、文化庁が「地域文化財総合活用推進事業」内において「文化財保存活用地域計画等作成支援事業」を実施し、地域計画や基本構想の策定、及び改訂に対する支援（基本構想の策定・改訂は、2018年度採択事業のみ対象）を引き続き実施した（2019年度の採択件数は、文化財保存活用地域計画作成事業45件、歴史文化基本構想策定事業16件）。

また、「文化財保存活用地域計画等を活用した観光拠点づくり事業」を実施し、地域計画等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）に資する設備整備等）に対する支援を行った。

②文化財保存活用大綱

文化財保護法の改正に伴い新たに制度化された「文化財保存活用大綱（以下、大綱）」は、都道府県における文化財の保存・活用の基本的な方向性を明確化するもので、域内の文化財の総合的な保存・活用の方針や複数の市町村にまたがる広域的な取り組み、市町村への支援の方針などについて定められる。

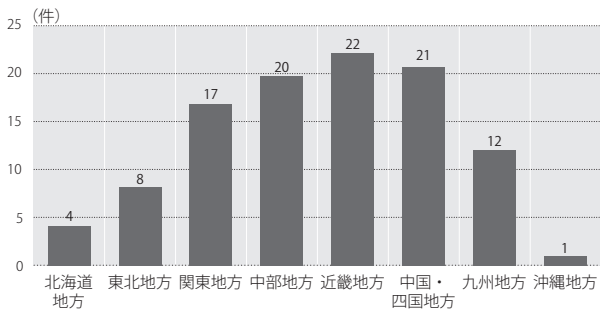
2020年3月31日現在、16府県で策定されている。

大綱についても文化庁が「地域文化財総合活用推進事業」内において「文化財保存活用大綱作成支援事業」を実施し、各都道府県で作成に向けた作業が進められている（2019年度の採択件数は21件）。

(2) 日本遺産

文化庁は、地域の歴史的魅力や特色を通じて、我が国の文化・伝統を語るストーリーを「日本遺産（Japan Heritage）」として認定している。ストーリーを語る上で不可欠な、魅力あ

図IV-10-2 地方ブロックごとの日本遺産認定件数
(2020年3月31日現在)



※地域区分はp.141参照
※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
資料：文化庁資料より(公財)日本交通公社作成

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。

2019年度は、新たに16件が認定され(表IV-10-5)、2020年3月31日現在、83件のストーリーが認定されている(地方ブロックごとの認定件数は図IV-10-2)。

日本遺産については文化庁が「日本遺産魅力発信推進事業」「観光拠点整備事業(地域文化財総合活用推進事業)」「文化遺産観光拠点充実事業」「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、構成文化財の魅力向上等の事業に対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等を行っている。

(3) 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様々な特別の措置や国による支援が受けられるようになる。

2019年度は、内子町(愛媛県)、大分市(大分県)、津島市(愛知県)、佐渡市(新潟県)、長崎市(長崎県)の5件が新たに認定され、2020年3月31日現在、81件が認定されている。

4. 世界文化遺産に関する動向

(1) 世界文化遺産

①「百舌鳥・古市古墳群—古代日本の墳墓群—」の世界遺産登録

2019年6月30日から7月10日にかけてアゼルバイジャン共和国のパクーで開催された第43回世界遺産委員会において、「百舌鳥・古市古墳群—古代日本の墳墓群—」が、新たに世界遺産一覧表に記載された。

本資産は全45件の構成資産からなり、日本最大の古墳である仁徳天皇陵古墳(大仙古墳)、第2位の大きさである応神天皇陵古墳(誉田御廟山古墳)など、49基の古墳が含まれる。世界遺産に登録されるためには、申請案件が「顕著な普遍的価値(Outstanding Universal Value、OUV)」を備えている必要があるが(表IV-10-6)、本資産は評価基準(iii)と(iv)を満たしていると決議された。群をなす墳墓の規模と形によって政治・社会の秩序を表現するという日本古墳文化の典型的かつ代表例という点(iii)、規模及び形態が多様な

表IV-10-5 2019年度に新規認定された日本遺産(2019年5月20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	◎赤平市、小樽市、室蘭市、夕張市、岩見沢市、美瑛市、芦別市、三笠市、栗山町、月形町、沼田町、安平町	本邦国策を北海道に観よ!~北の産業革命「炭鉄港」~
宮城県・岩手県	宮城県(気仙沼市、南三陸町、◎涌谷町)、岩手県(平泉町、陸前高田市)	みちのくGOLD浪漫—黄金の国ジバング、産金はいじまりの地をたどる—
群馬県	館林市	里沼(SATO-NUMA)—「祈り」「美り」「守り」の沼が磨き上げた館林の沼辺文化—
福井県	◎福井県(福井市、勝山市)	400年の歴史の扉を開ける旅~石から読み解く中世・近世のまちづくり 越前・福井~
愛知県	名古屋市	江戸時代的情绪に触れる絞りの産地~藍染が風にゆれる町 有松~
三重県	◎鳥羽市、志摩市	海女(Ama)に出逢えるまち 鳥羽・志摩~素潜り漁に生きる女性たち
滋賀県・岐阜県・京都府・大阪府・兵庫県・奈良県・和歌山県	滋賀県(◎大津市、長浜市、近江八幡市)、岐阜県(揖斐川町)、京都府(宇治市、京都市、亀岡市、宮津市、舞鶴市)、大阪府(和泉市、藤井寺市、茨木市、箕面市)、兵庫県(宝塚市、加東市、加西市、姫路市)、奈良県(高取町、明日香村、桜井市、奈良市)、和歌山県(那智勝浦町、和歌山市、紀の川市)	1300年つづく日本の終活の旅~西国三十三所観音巡礼~
大阪府	泉佐野市	旅行付と二枚の絵図が伝えるまち—中世日根荘の風景—
大阪府	河内長野市	中世に出逢えるまち~千年にわたり護られてきた中世文化遺産の宝庫~
兵庫県	赤穂市	「日本第一」の塩を産したまち 播州赤穂
鳥取県・兵庫県	鳥取県(◎鳥取市、岩美町、若桜町、智頭町、八頭町)、兵庫県(香美町、新温泉町)	日本海の風が生んだ絶景と秘境—幸せを呼ぶ霊獣・麒麟が舞う大地「因幡・但馬」
島根県	◎浜田市、益田市、大田市、江津市、川本町、美郷町、邑南町、津和野町、吉賀町	神々や鬼たちが躍動する神話の世界~石見地域で伝承される神楽~
岡山県・香川県	岡山県(◎笠岡市)、香川県(丸亀市、土庄町、小豆島町)	知ってる?! 悠久の時間が流れる石の島~海を越え、日本の礎を築いたせとうち備讃諸島~
徳島県	徳島市、吉野川市、阿波市、美馬市、石井町、北島町、◎藍住町、板野町、上板町	藍のふるさと 阿波~日本中を染め上げた至高の青を訪ねて~
鹿児島県	◎鹿児島県(鹿児島市、出水市、垂水市、薩摩川内市、いちき串木野市、南さつま市、志布志市、南九州市、始良市)	薩摩の武士が生きた町~武家屋敷群「籠」を歩く~
沖縄県	◎沖縄県(那覇市、浦添市)	琉球王国時代から連綿と続く沖縄の伝統的な「琉球料理」と「泡盛」、そして「芸能」

資料：文化庁資料より(公財)日本交通公社作成

古墳によって日本列島の古代王権形成・発展過程の独特な歴史段階が示されている点 (iv) が評価されている。

表IV-10-6 顕著な普遍的価値の評価基準（「世界遺産条約履行のための作業指針」より）

(i)	人間の創造的才能を表す傑作である。
(ii)	建築、科学技術、記念碑、都市計画、景観設計の発展に重要な影響を与えた、ある期間にわたる価値観の交流又はある文化圏内での価値観の交流を示すものである。
(iii)	現存するか消滅しているかにかかわらず、ある文化的伝統又は文明の存在を伝承する物証として無二の存在（少なくとも希有な存在）である。
(iv)	歴史上の重要な段階を物語る建築物、その集合体、科学技術の集合体、あるいは景観を代表する顕著な見本である。
(v)	あるひとつの文化（又は複数の文化）を特徴づけるような伝統的居住形態若しくは陸上・海上の土地利用形態を代表する顕著な見本である。又は、人類と環境とのふれあいを代表する顕著な見本である。（特に不可逆的な変化によりその存続が危ぶまれているもの）
(vi)	顕著な普遍的価値を有する出来事（行事）、生きた伝統、思想、信仰、芸術的作品、あるいは文学的作品と直接又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（公財）日本交通公社作成

本資産の世界遺産登録により、2020年3月31日現在、日本国内の世界遺産数は全23件（文化遺産19件、自然遺産4件）となった。

本資産は都市部に位置しており、世界遺産委員会の決議文では、将来的な開発計画について遺産影響評価の手法を開発し実施することなどが勧告された。

全長840mの仁徳天皇陵古墳をはじめ、規模の大きい古墳が広範囲に点在しているため、地上からはその全体像を把握するのが難しく、また宮内庁が管理する陵墓は内部公開されていないため、世界遺産としての価値の伝達が課題となっている。数年前より、小型飛行機で上空から古墳群全体を鑑賞する遊覧飛行や、VR技術を用いた疑似体験ツアーが実施されている他、堺市では気球遊覧の実現に向けて、今後実証実験等を行う予定としている。

②「富士山—信仰の対象と芸術の源泉—」に対する保全状況審査

第43回世界遺産委員会においては、保全状況審査の対象となっている「富士山—信仰の対象と芸術の源泉—」に対する審査も行われた。2016年開催の第40回世界遺産委員会において保全状況審査を受けた際、2019年の世界遺産委員会において優良事例として活動の成果を共有するよう要請を受けていた。

世界遺産登録時に指摘された「来訪者管理戦略」や「情

報提供戦略」といった6つの追加的勧告の全てについて進展が見られると評価された。新たな開発規制対策案を含む最新の保全状況について、2020年12月までに提出することが求められた。

③各世界文化遺産の取り組み

世界文化遺産に対しては、文化庁が「地域文化財総合活用推進事業」「文化遺産観光拠点充実事業」を実施し、人材育成、普及啓発、調査研究、情報コンテンツ作成、活用環境整備に対する支援を行った。

2019年は、「古都京都の文化財」が登録25周年、「日光の社寺」が登録20周年、「紀伊山地の霊場と参詣道」が登録15周年、「富岡製糸場と絹産業遺産群」が登録5周年、「長崎と天草地方の潜伏キリシタン関連遺産」が登録1周年を迎えた。

「古都京都の文化財」では、第4回「国連世界観光機関（UNWTO）/ユネスコ 観光と文化をテーマとした国際会議」と同日に、持続可能な文化観光の推進を掲げた「世界文化遺産活性化シンポジウム」を開催し、研究者、行政、寺社、観光事業者等によるパネルディスカッションが行われた。「日光の社寺」や「紀伊山地の霊場と参詣道」では、記念御朱印の授与、特別拝観や限定ツアーなど、各構成資産において特別プログラムが実施された。

④我が国の暫定一覧表記載文化遺産

2020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6件となっている（表IV-10-7）。

2019年12月、日本政府は暫定リストのうち「北海道・北東北の縄文遺跡群」を世界文化遺産に推薦することを正式決定し、2020年1月にユネスコに対して推薦書を提出した。2018年7月に国の文化審議会で推薦候補に選ばれていたが、ユネスコの方針で登録審査が1国1件に限定される中、2018年度は自然遺産（「奄美大島、徳之島、沖縄島北部及び西表島」）が推薦資産となったため、2019年7月の文化審議会で改めて推薦候補に選ばれていた。

今後は、2020年9月頃にICOMOSによる現地調査が行われ、2021年5月頃に登録の可否を勧告、夏に開かれる第45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-10-7 わが国の暫定一覧表記載文化遺産

NO.	遺産名	所在地	記載年
1	古都鎌倉の寺院・神社ほか	神奈川県	1992
2	彦根城	滋賀県	1992
3	飛鳥・藤原の宮都とその関連遺産群	奈良県	2007
4	北海道・北東北の縄文遺跡群	北海道・青森県・岩手県・秋田県	2009
5	金を中心とする佐渡鉱山の遺産群	新潟県	2010
6	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（公財）日本交通公社作成

5. その他の動向

(1) 首里城火災

2019年10月31日、首里城跡で火災が発生し、復元された首里城正殿等、8棟の建造物が焼損した。出火原因は電気系統による可能性が高いとされているが、特定には至らなかった。

政府は、首里城復元のための関係閣僚会議を設置し、同年12月に「首里城復元に向けた基本的な方針」を決定した。基本方針には、前回復元時の考え方を踏襲し、1712年再建の首里城正殿を復元すること、防火対策を強化すること、沖縄の伝統技術活用のための支援をすること、などが盛り込まれた。正殿は2026年までの復元が目指されており、復元工事の様子を公開しながら作業が進められている。

文化庁では、首里城及び2019年4月15日に発生したフランス・パリのノートルダム大聖堂の火災を受けて、国宝・重要文化財の緊急状況調査を実施した。本調査結果等を踏まえ、「文化財の防火対策ガイドライン」及び「世界遺産・国宝等における防火対策5か年計画」を策定、今後この計画に沿って防火対策を進めていくとしている。

(2) 寺泊をめぐる近年の動き

観光庁では、城泊・寺泊による歴史的資源を活用した観光まちづくりの推進に取り組んでおり、「観光ビジョン実現プログラム2019」には、訪日外国人観光客に向けた「地域の新しい観光コンテンツの開発」の一環として、城泊や寺泊などの、泊まって楽しむ体験型宿泊コンテンツの開拓が盛り込まれた。様々な文化体験が可能な寺を活用したユニークな体験型宿泊コンテンツを開発することで、訪日外国人観光客の地方誘客を促進し、長期滞在や旅行消費額の増加等が目指されている。2020年度からは、「城泊・寺泊による歴史的資源の活用事業」という支援事業も行っている。

法隆寺では2019年9月、世界遺産の緩衝地帯である門前地区に門前宿「和空 法隆寺」が開業した。斑鳩町は、法隆寺のみを拝観して帰る「拠点・通過型観光」から、「散策・回遊・滞在型観光」への転換を図っており、2014年10月に「法隆寺周辺地区特別用途地区内における建築物の制限の緩和に関する条例」を施行し、新たな施設立地を促していた。当宿泊施設が規制緩和後初の宿泊施設開業となる。周囲の景観に配慮した建物で、茶道、華道、書道、香道などの和文文化体験も可能。

和空シリーズの宿泊施設は、これまでに宿坊型ホテル「和空 下寺町」(大阪府大阪市、2017年4月)、宿坊「和空 三井寺」(滋賀県大津市、2018年8月)が開業しており、一般社団法人全国寺社観光協会が監修、株式会社和空プロジェクトが運営を手がけている。また、宿泊可能な全国の寺を検索・予約できるウェブサイト「テラハク」も開設している。

2019年7月には、「Temple Hotel正伝寺」(東京都港区)が開業した。開業の背景には、人口減少による寺院の檀家減少と、寺院における業務煩雑化とIT活用余地の大きさがあるという。24時間完全無人の宿坊で、宿泊者はテレビ電話でチェックイン・チェックアウトを完了できる。数珠やお守り作りのワークショップ、写経体験も可能。

「お寺ステイ (OTERA STAY)」を運営する株式会社シェアウイングと日蓮宗 松流山 正傳寺とのパートナーシップにより開業したもので、株式会社シェアウイングでは、これまでに5軒の宿坊を開業しており、「Temple Hotel正伝寺」が6軒目となる。

(門脇 茉海)

IV-11 温泉

新・湯治推進プランの展開
チーム新・湯治の活動本格化

源泉数では、大分県が4,445カ所と突出しており、以下、鹿児島県2,755カ所、静岡県2,252カ所、北海道2,173カ所、熊本県1,352カ所、青森県1,081カ所と続く。

(1) 温泉地利用状況

①2018年度の温泉利用状況

環境省の「温泉利用状況」によると、2018年度（2019年3月末現在）、温泉地を有する市町村は1,453団体（前年度比1カ所減）、温泉地数（宿泊施設のある温泉地）は全国で2,982カ所（同1カ所減）であった（表IV-11-1）。

源泉総数は27,283カ所（同14カ所減）で、このうち利用源泉数が17,085カ所（自噴4,128カ所、動力12,957カ所）となっている。前年度に比べて自噴44カ所の減少・動力78カ所の減少となった。

宿泊施設数は12,875軒（同15軒増）、収容定員は1,323,011人（同21,943人減）となった。延べ宿泊利用人員は130,563,552人となり、前年度より4,230人減少した。

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、9,698,308人（同476,171人増）であった。

温泉地数を都道府県別にみると、北海道が246カ所と最も多く、以下、長野県210カ所、新潟県144カ所、福島県136カ所、青森県125カ所と続き、東日本が上位を占めている。

②2018年度入湯税額

総務省の「入湯税に関する調」によると、2018年度の課税市町村数は992市町村（前年度11市町村増）、入湯客数は186,055,476人（同3,728,503人減）、入湯税額（決算額）は約224億円（同2億円減）であった。

税率採用状況をみると、906団体（全市町村に占める割合91.3%）で150円の標準税率が採用されている（表IV-11-2）。2018年度に150円を超える税率を適用していた市町村は5団体で、岡山県美作市・大阪府箕面市では200円、三重県桑名市の一部ホテル・旅館では210円、北海道釧路市・北海道上川町の一部ホテル・旅館では250円が徴収されている。

なお、2019年度からは大分県別府市も入湯税額を引き上げ、宿泊料金又は飲食料金に応じて6,001円以上50,000円以下では250円、50,001円以上では500円が徴収されている。

(2) 温泉地活性化に向けた動向

①新・湯治の推進

2017年7月、温泉地保護利用推進室（環境省）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

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	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
				A 利用源泉数		B 未利用源泉数						
				自噴	動力	自噴	動力					
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
2017	1,454	2,983	27,297	4,172	13,035	3,453	6,637	12,860	1,344,954	130,567,782	7,935	9,222,137
2018	1,453	2,982	27,283	4,128	12,957	3,458	6,742	12,875	1,323,011	130,563,552	7,936	9,698,308

※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（2018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	2	5	13	3	3	50	2	3	906	2	1	2	992
構成比(%)	0.2	0.5	1.3	0.3	0.3	5.0	0.2	0.3	91.3	0.2	0.1	0.2	100.0

※1 市町村数は、2018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。

※4 表中の数値は表示単位未満四捨五入の関係で、合計が一致しない場合がある。

資料：総務省「入湯税の概要」よりJTBF作成

識者会議」にて、現代のライフスタイルに合った温泉地の過ごし方「新・湯治」が提言された。2019年度には、同提言中の「新・湯治推進プラン」実現のために2018年度に策定されたロードマップ（2018～2022年度（5年間））に基づき、主に次の事業が展開された。

●新・湯治コンテンツモデル調査事業

チーム内の取り組みとして期待されるコンテンツをモデル調査として行い、その効果と有用性を発信することを目的として実施された。チーム員から6件の応募があり、うち湯村温泉（兵庫県美方郡新温泉町）の「温泉地×温熱×リラックス」、東鳴子温泉（宮城県大崎市）の「温泉地×身近なマイノリティ」、伊豆修善寺温泉（静岡県伊豆市）の「温泉地×Business Woman&オープンイノベーション」が採択され、事業の途中経過が発信された（表IV-11-3）。

表IV-11-3 新・湯治モデルコンテンツ調査概要

■湯村温泉（兵庫県新温泉町）	
実施者	新温泉町
テーマ	「温泉地×温熱×リラックス」
内容	「身体を温める」をコンセプトとして、高温で豊富な温泉と川沿い空間を活かした体験プログラムを開発・提供し、効果やニーズを把握。参加者からは高評価を得た一方、事前の情報提供の不足、装具の課題等、改善すべき点も明らかになった。
■東鳴子温泉（宮城県大崎市）	
実施者	鳴子ワカモノ湯治
テーマ	「温泉地×身近なマイノリティ」
内容	身近なマイノリティ（LGBT、乳がん手術経験者等）が、温泉への「入りづらさ」を忘れて心身の休養・保養ができる環境づくりを目指し（「ひとにやさしい温泉地プロジェクト」）、旅館宿泊者やマイノリティ当事者に対するアンケート調査、モニター調査等を実施。プロジェクトへの理解・賛同を得るとともに、当事者のニーズ等を把握した。
■伊豆修善寺温泉（静岡県伊豆市）	
実施者	株式会社ベシック
テーマ	「温泉地×Business Woman&オープンイノベーション」
内容	様々な企業の業種・部門のBusiness Womanが集い、温泉や自然を楽しみながら交流することで思考の枠組みを外すオープンイノベーションミーティングを実施。参加者からは、温泉地で実施することによってリフレッシュでき、さらに企業の垣根を超えて女性リーダーが交流することで女性活躍推進の意欲向上に繋がる、といった声があがった。

資料：環境省HPよりJTBF作成

●全国「新・湯治」効果測定調査プロジェクト

温泉地滞在で得られる療養効果を全国統一的なフォーマットにて把握・発信することで温泉地のにぎわい創出・温泉地の価値向上を目指す取り組みとして、2018年度に全国20カ所の温泉地を対象とした効果測定調査が行われ、2019年度にはその結果が発表された。約4000件のサンプルを得て分析したところ、温泉地訪問後は心身に良い変化がみられること、温泉地で周辺観光等のアクティビティに参加すると症状改善効果が高いことが明らかとなり、新・湯治の療養効果が数値的に確認された。

●新・湯治に関するセミナー等の開催

チーム員を主な対象とした「チーム 新・湯治セミナー」が2018年度のチーム新・湯治立ち上げから2019年度末までに計7回実施され、温泉地活性化に向けたチーム員の活動や環境省の事業等について報告された（表IV-11-4）。また、2020年1月には、地方公共団体や温泉事業者に向けた温泉熱の有効活用促進セミナーが実施され、「温泉熱有効活用に関するガイドライン」の普及及び温泉熱の有効活用に関する情報提供が図られた。

表IV-11-4 「チーム新・湯治」セミナーのテーマ

第1回	温泉地でのイマドキの湯治を考える（2018.12.5）
第2回	温泉地を『リフレッシュできる環境』に再生する（2019.1.25）
第3回	温泉地×企業で、新しいスタイルの滞在を創出する（2019.3.6）
第4回	全国「新・湯治」効果測定調査プロジェクト結果報告（2019.6.4）
伊豆半島	温泉地での新しいスタイルの滞在で、伊豆のジオの恵みを活かす（2019.7.11）
第5回	温泉地に求められるトータルデザイン力（2019.9.12）
雲仙温泉	地域資源としての温泉と今後の町づくりを考える（2020.2.14）

資料：環境省HPよりJTBF作成

②第4回全国温泉地サミット、及び第1回チーム新・湯治全国大会の開催

2019年10月4日（金）、温泉地保護利用推進室（環境省）が主催する第4回全国温泉地サミット、及び第1回チーム新・湯治全国大会が、浜松町コンベンションホール（東京都港区）にて同時開催された。全国から首長等18名、チーム新・湯治チーム員75団体（125名）を含む194名が参加し、活発な議論が交わされた。

サミットにおいては、国民保養温泉地の指定（新規指定：あつみ温泉・山形県鶴岡市、拡充指定：湯布院温泉郷・大分県由布市）がなされた。事例紹介においては、兵庫県新温泉町より温泉を活かして健康長寿を目指す取り組みについて発表があったほか、大分県竹田市からは国民のための健康づくり・予防医療を推進する取り組みについて説明された。

チーム新・湯治全国大会では、発足より一年ほど活動してきたチーム員からの報告やコメントがあった。また、環境省は新・湯治の今後の展開について、チーム員間の連携を進めるための具体的方策の提案、継続的な新しい話題提供が重要だとした上で、暮らしの中・経済活動の中いかに温泉の持つ力を取り込んでもらえるかを考えること、また働き方改革・休み方改革等の社会の動きや国の施策と連動して進めることが重要であるとの考えを示した。具体的には、温泉地での企業活動を誘致するための手引きの作成や普及、全国の「新・湯治」を体现するプログラムへのロゴマーク付与及びロゴマーク付きプログラムを集約・PRするための仕組みの構築等が検討されている。

③温泉利用型健康増進施設

「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う。1988年に規定が設けられた際は、温泉利用と有酸素運動を行える設備が同一の施設内にある必要があったが、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(連携型)として認定可能となった。2019年度には、「瀬戸内温泉たまの湯」(岡山県玉野市)が温泉利用型健康増進施設(連携型)として新たに認定されている。

(3) 国民温泉保養地に関する動向

●指定状況等

国民保養温泉地は、2020年6月末時点で、80カ所が指定されている。2019年度にはあつみ温泉(山形県鶴岡市)が新規指定されたほか、湯布院温泉郷(大分県由布市)が拡充指定されている。各温泉地の温泉地計画は表(表IV-11-5)のとおりである。

表IV-11-5 あつみ温泉、湯布院温泉郷 温泉地計画の概要

■あつみ温泉(山形県鶴岡市)	
概要	鶴岡市の南西部、新潟県との県境近くに位置する面積約20haのエリアに、旅館7軒が建ち並ぶ温泉地である。
特徴	周辺の山々が日本海沿岸まで稜線を伸ばした特異な地形や温泉街を流れる温海川の清流等、山海に恵まれた自然環境があり、四季それぞれの風景が温泉情緒を醸し出している。
温泉の状況	【主な泉質】ナトリウム・カルシウム-塩化物・硫酸塩温泉。無色透明で、僅かに硫化水素臭と塩味がある。
今後の方針	平成12年より行っている「そぞろ歩きの楽しい温泉街」を目指す取組を継続し、温泉情緒の保全に努め、おもてなしと楽しさに溢れる温泉街を目指す。また、自然環境と地域の歴史を融和させたガストロノミーツーリズムの確立、健康増進と余暇活動の充実を図るためのプログラムと受入体制の整備等により、持続的発展が可能な温泉地づくりを進める。
■湯布院温泉郷(大分県由布市)	
概要	大分県由布市にある、「湯布院温泉」として国民保養温泉地に指定されていた「由布院温泉」「湯平温泉」に、「塚原温泉」「庄内温泉」「狭間温泉」を加え、「湯布院温泉郷」として拡充指定された。
特徴	大分県由布市内の湯布院地域(由布院温泉、湯平温泉、塚原温泉)、及び庄内地域、狭間地域から構成される。由布院温泉は国内源泉数・国内湧出量2位を誇る。湯平温泉は骨格が江戸後期に出来上がったという歴史的温泉街。塚原温泉は広大な土地と自然を生かしたりゾーンの温泉地。庄内地域は神楽等の文化的資源や豊かな水源を有する。狭間地域は大分市のベッドタウンであるが、当地にある複数の温泉施設が協働して癒やしの空間提供等に取り組む。
温泉の状況	【主な泉質】由布院温泉は無色透明・高温な火山性の単純温泉。湯平温泉は塩化物泉が中心。塚原温泉は強酸性で鉄イオン・アルミニウムイオンを多く含む。庄内地域は弱アルカリ性の単純温泉・硫酸化温泉が中心であるが、南部の南阿蘇地区では単純冷鉱泉が湧出する。狭間地域は非常に高濃度の溶存成分を含むアルカリ性単純泉が中心。
今後の方針	地域内外の交流や連携によるまちづくりをベースに、第1次・2次・3次産業を有機的に連携させ由布市に新しい価値をもたらす「総合産業」としての「滞在型・循環型保養温泉地」を目指し、多くの観光客や地域住民が温泉の恵みを受取る、質の高い滞在型保養温泉地づくりを企図する。

資料：環境省HPよりJTBF作成

なお、あつみ温泉では、2019年6月18日に起きた山形県沖地震の影響により7つある温泉旅館のすべてが休業したが、同年7月1日より宿泊施設の営業を再開するとともに、同月31日まで山形県・鶴岡市の補助により宿泊料割引キャンペーンを実施するなど、観光客の呼び戻しを図っていた。同年10月の国民保養温泉地指定を受け、鶴岡市はより積極的にあつみ温泉を発信していくとの姿勢を示した。

(4) 温泉に関する評価

●につぼんの温泉100選

旅行会社社員等が選んだ温泉地ランキング「第33回につぼんの温泉100選(2019年度)」(主催：株式会社観光経済新聞社)では、「草津温泉」(群馬県吾妻郡草津町)が17年連続で1位となった。2位は「別府八湯」(大分県別府市、昨年2位)、3位は「指宿温泉」(鹿児島県指宿市、昨年4位)であった。(表IV-11-6)

表IV-11-6 につぼんの温泉100選ランキング

2019年	2018年	温泉地	所在地
1	1	草津	群馬県草津町
2	2	別府八湯	大分県別府市
3	4	指宿	鹿児島県指宿市
4	6	有馬	兵庫県神戸市
5	5	道後	愛媛県松山市
6	3	下呂	岐阜県下呂市
7	7	登別	北海道登別市
8	9	由布院	大分県由布市
9	17	箱根	神奈川県足柄下郡箱根町
10	10	城崎	兵庫県豊岡市

資料：観光経済新聞よりJTBF作成

●温泉総選挙

2018年度に引き続き、「温泉総選挙2019」(主催：旅して日本プロジェクト、後援：環境省・観光庁・内閣府・総務省・経済産業省)が実施された。本事業は、投票を通じて温泉地の様々な情報を発信し、来訪者を増やすことを目的としている。2016年度まで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等から構成される)により全ての賞が選定されていたが、2017年度以降は一般からの投票も募っている。

各温泉地が9部門のうち1部門を選んでエントリーし、2019年度は約20万票の一般投票により各部門賞が決定。さらに各後援省庁の選定基準に基づき省庁賞(4賞)、温泉総選挙選考委員会により特別賞(8賞)を選出した。(表IV-11-7)

(5) その他の動向

①温泉地における廃旅館の整備

各地で廃業後の宿泊施設等の管理が課題となっているが、近年は東山温泉(福島県会津若松市)・旧「高橋館」、山中温泉薬師町(石川県加賀市)・旧「百峰閣」等、解体・整備の事例が出てきている。2019年度には、山代温泉(石川

表IV-11-7 温泉総選挙2019 受賞温泉地

	賞	温泉地	所在地
部門賞(一般投票)	リフレッシュ	やいづ黒潮温泉	静岡県 焼津市
	うる肌	秋川渓谷 瀬音の湯	東京都 あきる野市
	スポーツ・レジャー	ひよし温泉	京都府 南丹市
	健康増進	肘折温泉	山形県 最上郡大蔵村
	ファミリー	十勝川温泉	北海道 河東郡音更町
省庁賞	歴史・文化	南紀勝浦温泉	和歌山県 東牟婁郡那智勝浦町
	女子旅	四万温泉	群馬県 吾妻郡中之条町
	外国人おもてなし	竜王ラドン温泉	山梨県 甲斐市
	絶景	みはらしの丘 みたまの湯	山梨県 西八代郡市川三郷町
	環境大臣賞	湯村温泉	兵庫県 美方郡新温泉町
特別賞	地方創生担当大臣賞	旭温泉	島根県 浜田市
	総務大臣賞	肘折温泉	山形県 最上郡大蔵村
	観光庁長官賞	ひよし温泉	京都府 南丹市
	審査員特別賞	菊池温泉	熊本県 菊池市
びえい白金温泉		北海道 上川郡美瑛町	
海門温泉・花いる温泉		大分県 豊後高田市	
伊香保温泉		群馬県 渋川市	
おもてなし賞	犬吠崎温泉	千葉県 銚子市	
	ぬかびら源泉郷	北海道 河東郡上士幌町	
	クールジャパン賞	妙高高原温泉郷	新潟県 妙高市
	キャッシュレス賞	山代温泉	石川県 加賀市

資料：温泉総選挙2019「温泉総選挙2019 最終結果発表」よりJTBF作成

県加賀市)、川湯温泉(北海道川上郡弟子屈町)にて廃旅館整備事業が進められた。山代温泉では、2010年の事業停止以降、所有者不在のまま放置されていた旧「松籟荘」について、加賀市が解体工事に着手する方針を示した。外壁や設備機材の落下・景観への影響等から、地域から解体が求められていた。川湯温泉においては、国立公園満喫プロジェクト(環境省)の阿寒摩周国立公園における事業の一環として、1997年の火事により休止・廃業した旧「華の湯」の解体・跡地の公園化、及び温泉街の再生が進められている。

②地域における特徴的な取り組み

●道後温泉「大和屋本館」における「おもてなしマスター・スマートドア」構想

2019年12月から2020年2月にかけて、道後温泉(愛媛県松山市)「大和屋本店」にて、入退室管理・顔認証システム「おもてなしマスター・スマートドア」の実証実験が行われた。チェックインから部屋の入退室、チェックアウトまでを顔認証で行うため、物理キーが不要となる。宿泊客自らによる鍵の管理が不要であることにより安心・安全かつ利便性の高い宿泊体験となるほか、サービス提供の効率化によって宿泊施設の負担が軽減するというメリットがある。今後は本実験に用いた技術を活かし、温泉街全体での情報一元化、旅館を中核とした地域コミュニティでのキャッシュレス決済・多言語対応・連携サービスの提供等、地域の活性化に向けた取り組みへ展開していく。

●蔵王温泉「株式会社湯50」設立

蔵王温泉(山形県山形市)において、旅館・小売店・温浴施設等を営む50歳以下の有志が新会社「株式会社湯50」を設立した。近年のスキー客・団体旅行減少に伴って観光客数が落ち込んでいる蔵王温泉では、宿泊施設・小売店等の休業や後継者不足が課題となっている。その状況を踏まえ、同社は蔵王温泉協会等と連携して空き物件のリノベーションや宿泊・飲食施設誘致等「滞在環境」「集客拠点」の整備に取り組む。樹氷観光等が人気の冬だけでなく年間を通して楽しめる温泉街の実現によって観光活性化を図るとともに、地域内外からの良質な投資を誘発することにより、蔵王温泉の発展を目指す。

(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	192
① 観光ビジョン実現プログラム	192
② 観光庁関連予算	192
(2) 各府省庁による観光政策	192
① 外国人が真の意味で楽しめる仕様に変えるための環境整備	192
② 地域の新しい観光コンテンツの開発	193
③ 日本政府観光局と地域(地方公共団体・観光地域づくり法人)の適切な役割分担と連携強化	195
④ 地方誘客・消費拡大に資するその他主要施策	196

V-2 都道府県による観光政策

(1) 都道府県の観光行政にかかわる基盤整備の状況	198
(2) 都道府県における政策・施策	199
(3) 市町村との役割分担	200
(4) 新型コロナウイルス感染症関連の設問	201

V-3 主要市町村による観光政策

(1) 市町村の観光行政にかかわる基盤整備の状況	203
(2) 主要市町村における政策・施策	205
(3) 都道府県との役割分担	205
(4) 新型コロナウイルス感染症関連の設問	205
(5) 都道府県に対する調査結果との比較	207

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。
- ・日本政府観光局と地域（地方公共団体・観光地域づくり法人）の役割を明確化したうえで、両者の連携を強化。
- ・国際観光旅客税の導入により大幅に財源が増加。主に出入国システムの高度化や受け入れ環境整備等を中心とした施策に充当。

(1) 政府の観光政策の概観

①観光ビジョン実現プログラム

政府は、「明日の日本を支える観光ビジョン構想会議」（2016年3月）で掲げられた目標の確実な達成に向け、短期的（1年間）な行動計画として、各年度の「観光ビジョン実現プログラム」を策定している。2018年度8月から2019年度5月にかけて計10回開催された「観光戦略実行推進会議」での議論を受けて、「観光ビジョン実現プログラム2019」（観光ビジョンの実現に向けたアクション・プログラム2019）が決定された。実現プログラム2019では、2016年度に策定された「観光ビジョン」に掲げられている3つの視点による整理ではなく、表V-1-1に示す①～④の分類によって整理されている。

また、2020年7月14日には、2020年度の行動計画として「観光ビジョン実現プログラム2020」が策定されている。

表V-1-1 2019年度に講じた施策について

①外国人が真の意味で楽しめる仕様に変えるための環境整備
観光地 交通機関 文化財・国立公園 農泊
②地域の新しい観光コンテンツの開発
文化財 国立公園 公的施設・インフラ 古民家や城泊・寺泊等 農泊 観光地・交通機関
③日本政府観光局と地域（地方公共団体・観光地域づくり法人）の適切な役割分担と連携強化
④地方誘客・消費拡大に資するその他主要施策
出入国の円滑化 ビザの戦略的緩和 空港 MICE・IR 持続可能な観光地域づくり 国際kN港旅客税の活用 アウトバウンド・国内観光 東北の観光復興 「観光立国ショーケース」の形成の推進 観光統計

資料：観光庁「令和2年版観光白書」をもとに（公財）日本交通公社作成

②観光庁関連予算

2019年度の観光庁当初予算は665.6億円（前年度比242%）であった。前年度からの大幅な増加は、2019年の1月に運用が開始された国際観光旅客税によるものであり、初めて年度を通じて税収の見込まれる2019年度は、予算全体の約7割にあたる485.0億円が国際観光旅客税から充当されることとなった。使途の内訳は、「ストレスフリーで快適に旅行できる環境の整備」が278.9億円（前年度比230%）、「我が国の多様な魅力に関する情報の入手の容易化と観光産業の基幹産業化」が148.8億円（前年度比138%）、「地域固有の文化、自然等を活用した観光資源の整備等による地域での体験滞在の満足度向上」が224.4億円（前年度比641%）等となっている。

さらに、2019年12月に成立した第1次補正予算では、「オリパラ開催を起爆剤にした訪日プロモーション」に50.0億円、「観光地における新規市場の開拓・多角化に向けた実証事業」に1.8億円、「訪日外国人旅行者受け入れ環境整備緊急対策事業」に3.2億円が計上された。

(2) 各府省庁による観光政策

観光ビジョンで掲げられた①～④の分類ごとに、2019年度の各府省庁の（主に新規に始まった）取り組みを概観していく。

①外国人が真の意味で楽しめる仕様に変えるための環境整備

●観光地

○キャッシュレスの飛躍的改善

2019年10月より政府が開始したキャッシュレス・ポイント還元事業では、消費者がキャッシュレス決済の利便性を実感するきっかけを創出することを目的とし、決済額の5%を還元する取組が実施された。また、事業者に対しては、端末費用を実質ゼロにすることや、決済事業者に支払う手数料を実質2.17%以下とすることで、中小店舗のキャッシュレス決済導入の負担が軽減された。

○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

2019年度末までに、「短文逐次翻訳技術」が12言語で対応可能となり、日常会話がほとんど支障なく行えるレベルの精度に達している。2018年度には多言語音声翻訳システムの効果検証事業が行われており、2019年度はその結果を踏まえ、有効性について各地方運輸局を通じて地方公共団体等に周知するとともに、各種補助制度の活用が推進された。

また、ICTを活用したスマートシティの推進を目的とした「データ利活用型スマートシティ推進事業」では、交付が決定した5団体のうち1団体について、安全・安心分野でのカメラで収集された情報を観光分野へ活用したり、「地域IoT実装推進事業」では、全国の3団体について、観光クラウドシステムの

構築を支援する等、観光分野におけるIT技術の活用が推進された。

その他、観光案内拠点の充実、シェアサイクルの導入促進、道の駅の通信環境等の受け入れ環境整備が2018年度に引き続き実施された。

○日本の良好な治安等を体感できる環境整備

警察官が携行する高度警察情報通信基盤システムについて、多言語翻訳機能が2020年3月に導入され、全国で運用が開始した。

○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

「人々が集い、多様な活動を繰り広げる、賑わいのある道路空間を構築するための指定制度（歩行者利便増進道路の指定制度）」の実現を目的とし、2020年2月に「道路法（昭和27年法律第180号）」の一部を改正する法律案が閣議決定。

○宿泊業の生産性向上

東北、関東、東京、関西、北陸信越の5地域において、宿泊業者を対象にマーケティングの基礎や顧客価値の分析等を学ぶワークショップが開催されたほか、山形県、岩手県、石川県の3地域では、海外販路拡大に向けたRPAの導入等のモデル事業が実施された。

○産業界ニーズを踏まえた観光経営人材の育成・強化

観光経営を担う人材育成を目的とし、観光庁、一橋大学、京都大学等を中心とした、産学連携による継続的な経営人材育成体制の構築が図られた。また、「観光MBA」取得者のフォローアップのためのガイドライン策定や、産学の有識者を中心とした協議会及びワーキングの開催、一橋大学と京都大学が実施した調査・ヒアリングに基づく今後のカリキュラムの検討が行われた。

さらに、即戦力となる地域の実践的な観光人材の育成強化の取組として、全国3地域での共同採用説明会や、旅館体験プログラム、キャリアアップ研修等が実施されたほか、外国人材受け入れのためのプラットフォーム構築を目的とし、2019年10月から2020年2月の期間において、全国10箇所での宿泊事業者向けセミナー等が開催された。

●交通機関

○「地方創生回廊」の完備

2019年9月から、訪日外国人旅行者向けのICカードである「Welcome Suica」及び「PASMO PASSPORT」が発売開始されたほか、2018年度に引き続き、新幹線全駅における観光拠点機能強化や高速道路ナンバリングの整備推進が行われた。

また、栗島～新潟航路を始めとする5航路について、訪日外国人旅行者を始めとする観光需要が見込まれ、周辺の旅客船事業者にも悪影響を及ぼさないと判断した上で、2019年度に新たに創設された「インバウンド船旅振興制度」の対象とし、新サービスの創設支援等が行われた。

○公共交通利用環境の革新

訪日外国人旅行者のストレスフリーな交通利用環境の実現を目的に、「外国人観光旅客の来訪の促進等による国際観光の振興に関する法律」に基づく「外国人観光旅客利便増進措置」として、全国305の公共交通事業者等が作成した実施計画を取りまとめ、各事業者における交通利用環境の整備が推進された。

また、外国人目線での観光地型MaaS実装の推進として、「新モビリティサービス推進事業」の公募を行い、観光地型MaaSとして全国8箇所を先行モデル事業として選定し、実証実験に向けた支援が実施された。

●文化財・国立公園

○文化財等における分かりやすい多言語解説等の充実

3Dプリンターを用いて再現した、触れられる文化財の展示や多言語によるプロモーション映像の作成等を支援したほか、AR技術や音声ガイド等を駆使した先進的・高次元な多言語解説の取組として50件が採択され、支援が行われた。

○国立公園における多言語解説の整備、充実

観光庁の「地域観光資源の多言語解説整備支援事業」と連携し、34国立公園の45地域協議会において、英文の解説が作成されたほか、環境省直轄及び地方公共団体所有の国立公園案内板等について、Uni-voiceコード等のICTを活用した多言語解説が整備された。

●農泊

農泊を実践している地域として、2019年度に新たに166地域が採択され、これまでの累計は515地域となった。昨年度までに引き続き、農泊地域の魅力を発信する「農泊ポータルサイト」の充実や日本政府観光局と連携した海外への情報発信もあわせて推進された。

②地域の新しい観光コンテンツの開発

●文化財

○我が国の文化の国際発信力向上

地域文化創生本部では、九州大学を始めとする11の大学と共同研究事業を実施し、戦略的な国際交流や海外発信等の文化行政に求められる新たな政策ニーズについて、実態の把握や分析等がなされた。また、文化芸術事業をコアとして、国際文化芸術拠点を形成する取り組み（11件）や、芸術団体が行う海外公演等（36件）に対して支援が行われた。

○東京国立博物館における来館者ニーズを踏まえた整備等

東京国立博物館では、日本文化や歴史になじみのない訪日外国人旅行者にもわかりやすい内容の多言語解説板を2019年4月に設置、拡充した。また、日本の四季に合わせた展示や夜間開館等の取り組みにより、外国人来館者が全体の3割に増加した。

●国立公園

○「国立公園満喫プロジェクト」の推進

2018年度に改訂された「ステップアッププログラム2020」に基づき、自然体験コンテンツの充実や、国内外へのプロモーション等の取組について、8公園において先行的に実施された。さらに、利用者の満足度や消費額等を把握するため、国立公園利用者向けアンケート調査が実施された。

また利用者負担による保全の仕組みの調査・検討が西表石垣国立公園の竹富島を始めとする7国立公園で実施された。

●公的施設・インフラ

○我が国の歴史や伝統に溢れる公的施設の公開・開放

2018年に引き続き、2019年度も迎賓館赤坂離宮において、接遇等に支障のない範囲での一般公開が通年で実施された。2020年1月1日～3日は、年始の一般公開企画としては初めての試みとして、庭園の無料一般公開を実施した。また、天皇陛下御即位慶賀行事の一環として、祝賀御列の儀で使用されたオープンカーの展示が2019年11月から2020年1月までの期間に実施された。

迎賓館赤坂離宮前に整備中であった休憩所については、2019年4月にカフェ事業者が決定され、2020年3月に施設整備が完了した。

○地域振興に資する観光を通じたインフラの活用

「地域活性化に資する灯台活用に関する有識者懇談会」が2019年6月までに計3回実施され、同年6月に「灯台活用の拡大に向けた中間とりまとめ」が公表された。さらに、同年10月には、関係機関と連携したイベント情報等を掲載するポータルサイトが開設された。

○国民公園の魅力向上

新宿御苑では、2019年3月より開園時間の延長や入園料改定を行ったほか、八重桜や紅葉のライトアップ等を行い、来園者の満足度向上やインバウンド対策が図られた。さらに、園内施設拡充のため、民間カフェの公募を行われ、2020年3月下旬からカフェが新規に運営を開始した。

京都御苑では、2018年度に多言語化した閑院宮跡収納展示館の解説等について、ウェブサイトに掲載するとともに、展示館の解説表示が全面的に整備された。

●古民家や城泊・寺泊等

○古民家等の歴史的資源を活用した観光まちづくりの推進

人材支援・育成の取組として、歴史的資源を活用した観光まちづくりの担い手育成を行うため、2018年度に実施した内容の改善や新規講座の追加を行い、2019年度はより実践的な研修が東京と大阪の2会場で実施された。

また、地方公共団体への情報発信や継続的な支援を行うため、全国10ブロックにて開催したブロック会議での情報周知や、取り組み意欲のある地方公共団体や日本版DMO候補法人に対するヒアリングをもとにした地域古民家等の活用に向けた現状把握や解決策の検討が行われた。

さらに、地域金融機関による金融支援等の促進のため、企業アンケート調査結果に基づいた分析等を踏まえた上で、地域金融機関との対話などが進められた。また、人的支援等の促進のため「地域おこし企業人交流プログラム」や「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」の具体的な活用事例等について、地域おこし協力隊や地方公共団体担当者へ周知された。

○泊まって楽しむ体験型宿泊コンテンツ開拓の取り組み推進

2020年1月から2月にかけて全10会場で開催された、総務省主催の地域経済好循環拡大推進会議において、城泊や寺泊の取組が周知された。

また、2020年3月までに、5国立公園において、民間事業者との連携によりグランピング事業が実施されたほか、多様な宿泊形態に対応するため、2019年9月に分譲型ホテル等を宿舎事業として認可する審査基準が作成された。

○良質で健全な民泊サービスの普及等の促進

2020年3月11日時点での住宅宿泊事業の届出住宅数は21,158件となり、2018年度末の1.5倍となった。違法民泊の対策として、海外無登録仲介サイト等の掲載物件情報の集約や一覧化が可能となる「民泊特定支援システム」が構築された。また、ホームステイを通じた地域住民と旅行者の交流の促進を目的として、イベントホームステイ（イベント民泊）についてのガイドラインが2019年12月に改訂された。

●農泊

○「ディスカバー農山漁村（むら）の宝」の選定

2019年10月に「ディスカバー農山漁村（むら）の宝」の第6回選定地区として31地域が決定・公表された。また、同年6月に、一般市民やこれまでの選定地区が参加するサミットが開催され、事業のPRや地域同士の連携強化が促進された。

○インバウンドと農林水産物・食品の輸出の一体的推進

観光庁等が実施した訪日外国人に対する各種調査の結果等について、日本貿易振興機構（JETRO）のポータルサイト上で公開し、輸出に取り組む事業者等へ提供した。また、海外バイヤーとの国内外における商談会の開催等、輸出に取り組む事業者等への総合的な支援が行われた。

●観光地・交通機関

○新たな観光資源の開拓

「楽しい国 日本」の実現に向けたコンテンツの育成として、2018年度の事業成果を観光庁ウェブサイトや各地方運輸局等を通じて周知したほか、2019年度は、最先端観光コンテンツインキュベーター事業において、地域固有の文化・自然等を対象とした展開事業を採択し、有識者によるコーチング支援等が実施された。

通訳案内士については2019年度に新たに6地域において制度導入が同意され、2020年3月末までに37地域が導入済みとなった。これまでの累計登録者数は、全国で3,235名となる。

その他、お祭りの訪日外国人旅行者への開放、温泉地の

観光資源としての更なる活用、ナイトタイム・モーニングタイムの有効活用、ビーチの観光資源としての活用、VR・AR等の最新技術の活用等について、調査・検討事業や全国の優良事例の周知等が行われた。

○サイクルツーリズムの推進

走行環境や受け入れ環境の整備、魅力づくり等によりサイクルツーリズムを推進するため、官民が連携し、2020年3月末時点で合計56のルートが設定された。また、日本が世界に誇れるサイクリングロードを国内外へPRすることを目的としたナショナルサイクルルート制度が、2019年9月に新たに創設され、先行地域であるつくば霞ヶ浦りんりんロード、ピワイチ、しまなみ海道サイクリングロードが、第1次ナショナルサイクルルートとして、同年11月に指定された。

○通訳案内士・ランドオペレーターの質の向上等の推進

「通訳案内士法及び旅行業法の一部を改正する法律」に伴い、新たな参入状況やサービスの実態を把握することを目的とした調査を行った結果、関東や近畿エリアに外国語ガイドが集中している等の課題が明らかとなった。

○サイクルトレイン・観光列車等の普及促進

サイクリストの受け入れ環境の充実を図るため、2019年8月に、東北運輸局において、サイクルトレインや駅レンタサイクルを紹介するウェブサイトが新たに開設された。また、オーブントップバス等の観光バスについて、車両導入や改造費用の一部として、計2台の支援が実施されたほか、日本政府観光局のポータルサイト内の観光鉄道を紹介するページにおいて、地域鉄道事業者による観光列車の情報発信を行った。

○外国人患者の受け入れ環境整備

観光庁は厚生労働省と連携し、「外国人患者を受け入れる医療機関の情報を取りまとめたリスト」を日本政府観光局ウェブサイトにて、多言語で公開した。2020年3月末時点で、全国で約1,970箇所が指定されており、そのうち約1,400箇所は、各都道府県によって選出された「外国人患者を受け入れる拠点的な医療機関」である。また、医療拠点機能の強化に必要な取組等の周知・指導等を目的とした「医療通訳者、外国人患者受け入れ医療コーディネーター配置等支援事業」が実施された。

○クルーズ船受け入れの更なる拡充

国内クルーズ周遊ルートの開拓を目的として、旅客船事業者によるインバウンド対応の好事例集の公表が2019年4月に行われたほか、2019年10月から2020年3月の期間に、フェリーとレンタカーを連携された広域周遊ルートの造成に向けた調査事業が実施された。

また、上質な寄港地観光プログラムの造成に向け、クルーズ船社と港湾管理者等との商談会が年2回、意見交換会が年5回、それぞれ開催された。さらに、2019年4月のクルーズ国際見本市（Seatrade Cruise Global）へのブース出展や、国際見本市（Seatrade Cruise Asia）におけるクルーズ船誘致のためのプロモーション等が実施された。

○景観の優れた観光資産の保全・活用による観光地の魅力向上

沖縄観光の強化として、特に急増する大型クルーズ船の寄港需要に対応するため、県内で3港目となる国際クルーズ拠点となる那覇港新港ふ頭地区の整備が、2019年11月に着手された。

また、「沖縄振興特別推進交付金」による外国人観光客受け入れ体制強化事業（2015年度から継続）や、「沖縄北部連携促進特別振興事業」による観光客周遊拠点施設等の整備が行われた。

○スポーツツーリズムの推進

2020年2月までに武道ツーリズム研究会等が計3回開催され、同年3月に「武道ツーリズム推進方針」等が策定された。また、ラグビーワールドカップ2019日本大会の開催中に、欧米豪をメインターゲットとして、列車内において武道ツーリズムのデジタルプロモーションを実施した。

地域スポーツコミッションへの活動支援としては、2019年度は6団体からの公募があり、5団体の取組が採択された。

③日本政府観光局と地域（地方公共団体・観光地域づくり法人）の適切な役割分担と連携強化

○「世界水準のDMO」の形成に向けた取り組み

海外におけるこれまでの先進事例調査等を踏まえ、2020年3月に観光地域づくり法人（DMO）の登録制度が見直された。また、観光地域づくり法人の役割等を具体的に解説したガイドラインが公表された。

2020年3月末時点の「DMOネット」における観光地域づくり法人（DMO）の登録数は、前年度から48件増加し、延べ226団体となっている。

また、観光地域づくり法人（DMO）に対する人的支援として、DMO的手法で観光地経営をするための人材を育成する基礎・応用プログラムを、2020年8月に「DMOネット」に再掲し、観光地域づくり法人（DMO）で働く人材が自主的に学ぶことのできる環境の整備等が実施された。

○地域（地方公共団体・観光地域づくり法人）と日本政府観光局の適切な役割分担

観光地域づくり法人（DMO）が受け入れ環境整備・地域の新たな観光コンテンツの開発等の着地整備の役割を担う旨や、地域（地方公共団体・観光地域づくり法人）と日本政府観光局の役割分担を明示する観光地域づくり法人（DMO）のガイドラインがとりまとめられ、公表された。

これを受けて、日本政府観光局は全国から観光コンテンツを募集し、精査や選定を行い、プロモーションパンフレット「100Experiences in Japan」を作成した。また、地域側の着地整備や観光資源の磨き上げの支援として、日本政府観光局が直接現地へ訪問等しながらコンサルティングを実施。

○訪日プロモーションの戦略的高度化

2018年度に引き続き、「Enjoy my Japan グローバルキャンペーン」において欧米豪の9市町をターゲットとしつつも、9市

場以外の国に居住する欧米豪人についてもターゲットの対象とし、航空会社等の民間企業と連携した事業等が実施された。また、欧米豪市場に対し、現地PR会社・コンサルティング会社の知見等を活用したプロモーションが検討された。

ラグビーワールドカップ2019日本大会の開催にあたっては、メディア向け観光情報相談窓口を2019年8月に設置されたほか、大会取材のために来日したメディア向けのイベントが同年9月に開催された。

また、「東京2020大会」の開催に向けて、日本全国の魅力発信を目的とし、都道府県及び政令指定都市の協力により、海外メディア対応の専用窓口が2019年6月に各地で設置されたほか、各地と東京都との連携を図るため、「東京都メディアセンターの運営にかかる連携合意書」を締結し、同年11月に大会専用特設ウェブサイトが開設された。

東アジアからの訪日外国人旅行者の意見については、2018年度から継続している中国簡体字での調査に加え、新たに中国繁体字及び韓国語版の「訪日観光意見箱」を活用し調査・分析が行われた。また、中国、台湾及び香港を対象とし、有識者へのインタビューや訪日リピーターへのウェブを活用した定性調査が合わせて実施された。

○文化財を活用した観光地域の魅力創造の推進

2019年度は新たに16件の日本遺産（Japan Heritage）が登録された（表V-1-2）。

日本政府観光局ウェブサイトGlobal Home内において、文化財コンテンツについての多言語解説やアクセス情報等を集約したウェブサイト「Japan Heritage」が構築され、2020年3月公開された。

○「ホストタウン」の推進

2019年度末までに、ホストタウン登録数が423件、地方公共団体数が492、相手国・地域数は169に拡大した。2019年6月には、「復興ありがとうホストタウン連絡協議会」が設立され、「復興ありがとうホストタウン大使」の任命及びスポーツイベント等が開催された。また、同年7月には次回開催都市のパリでホストタウンの取組について、PRが行われたほか、同年9月には次々回開催都市のロサンゼルスで「復興ありがとうホストタウン」の取組についてPRが行われた。

④地方誘客・消費拡大に資するその他主要施策

●出入国の円滑化

○最先端技術を活用した革新的な出入国審査の実現

2019年12月に羽田空港で、2020年1月に博多港及び比田勝港において、バイオカードの新規配備が行われた。これにより、バイオカードの導入は全国20の空港と港湾に拡大した。さらに、既に導入済みであった成田空港及び中部空港においても、増配備がなされた。

また、トラステイド・トラベラー・プログラム（ビジネス、観光、親族訪問等の目的で短期間滞在するために入国するもの及びその家族のうち、一定の要件を満たす「信頼できる渡航者」について、「特定登録者カード」によって、自動化ゲートの利

表V-1-2 令和元年度「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
◎赤平市、小樽市、室蘭市、夕張市、岩見沢市、美唄市、芦別市、三笠市、栗山町、月形町、沼田町、安平町	本邦国策を北海道に観よ！～北の産業革命「炭鉄港」～
宮城県（気仙沼市、南三陸町、◎涌谷町）、岩手県（平泉町、陸前高田市）	みちのくGOLD浪漫－黄金の国ジバング、産金のはじまりの地をたどる－
館林市	里沼（SATO-NUMA）－「祈り」「実り」「守り」の沼が磨き上げた館林の沼辺文化－
◎福井県（福井市、勝山市）	400年の歴史の扉を開ける旅～石から読み解く中世・近世のまちづくり 越前・福井～
名古屋市	江戸時代の情緒に触れる絞りの産地～藍染が風にゆれる町 有松～
◎鳥羽市、志摩市	海女（Ama）に出逢えるまち 鳥羽・志摩～素潜り漁に生きる女性たち
滋賀県（◎大津市、長浜市、近江八幡市）、岐阜県（揖斐川町）、京都府（宇治市、京都市、亀岡市、宮津市、舞鶴市）、大阪府（和泉市、藤井寺市、茨木市、箕面市）、兵庫県（宝塚市、加東市、加西市、姫路市）、奈良県（高取町、明日香村、桜井市、奈良市）、和歌山県（那智勝浦町、和歌山市、紀の川市）	1300年つづく日本の終活の旅～西国三十三所観音巡礼～
泉佐野市	旅引付と二枚の絵図が伝えるまち－中世日根荘の風景－
河内長野市	中世に出逢えるまち～千年にわたり護られてきた中世文化遺産の宝庫～
赤穂市	「日本第一」の塩を産したまち 播州赤穂
鳥取県（◎鳥取市、岩美町、若桜町、智頭町、八頭町）、兵庫県（香美町、新温泉町）	日本海の風が生んだ絶景と秘境－幸せを呼ぶ霊獣・麒麟が舞う大地「因幡・但馬」
◎浜田市、益田市、大田市、江津市、川本町、美郷町、邑南町、津和野町、吉賀町	神々や鬼たちが躍動する神話の世界～石見地域で伝承される神楽～
岡山県（◎笠岡市）、香川県（丸亀市、土庄町、小豆島町）	知ってる!?悠久の時間が流れる石の島～海を越え、日本の礎を築いた せとうち備讃諸島～
徳島市、吉野川市、阿波市、美馬市、石井町、北島町、◎藍住町、板野町、上板町	藍のふるさと 阿波～日本中を染め上げた至高の青を訪ねて～
◎鹿児島県（鹿児島市、出水市、垂水市、薩摩川内市、いちき串木野市、南さつま市、志布志市、南九州市、姶良市）	薩摩の武士が生きた町～武家屋敷群「麓」を歩く～
◎沖縄県（那覇市、浦添市）	琉球王国時代から連綿と続く沖縄の伝統的な「琉球料理」と「泡盛」、そして「芸能」

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

用を可能とする制度）の利用対象者について、現行のビジネスマン要件の緩和に加え、「十分な資力信用を有する者」及び「TTP登録者の配偶者及び子」を対象とするなど、利用対象者が拡大した。

また、これまで日本人の出帰国手続きで運用されていた顔認証ゲートを、観光等の目的で入国した外国人も活用できるようシステムの改修を行い、2019年7月に羽田空港、8月に成田空港、9月に関西空港、10月に福岡空港、11月に中部空港と新千歳空港で運用が開始された。

●ビザの戦略的緩和

2019年は、カタール、ラオス、ロシアに対して、ビザ発給要件の緩和が実施された(表V-1-3)。

表V-1-3 2019年度実施されたビザの緩和

開始日	国名	緩和措置
2019年 4月1日	カタール	①数次ビザの緩和(90日・5年) ②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)
2019年 8月1日	ラオス	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)
2019年 9月1日	ロシア	①「協力プラン」に関与するロシア企業等の常勤者等に対する数次ビザ導入 ②大学生等に対する一次ビザ申請手続きの簡素化

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

●空港

○地方空港のゲートウェイ機能強化とLCC就航推進

2019年は、中部空港でのLCC専用旅客ターミナル(第2ターミナル)の整備、那覇空港での滑走路の増設及び国際線ターミナル地域再編事業等が実施された。また、新千歳空港では国際線ターミナル地域再編事業が完成し、2020年3月29日から1時間当たりの発着枠が42回から50回に拡大された。さらに、福岡空港では、国内線ターミナル地域再編事業が完成し、2020年3月29日から1時間当たりの発着枠が35回から38回に拡大された。

●MICE・IR

○MICE誘致の促進

「MICE参加者におけるプレジャー活用促進業務」が2019年度に実施され、訪日外国人のプレジャー活用実態に関する調査の実施や、「MICE参加者のプレジャー促進連絡会」の開催等が行われた。

また、国内でMICE政策に関与している関係機関との連携を深めるため、インセンティブを積極的に国内で開催している日系企業にヒアリング等が実施されたほか、「ミーティング・インセンティブ推進協議会」及び「MICE参加者のプレジャー促進連絡会」が立ち上がり、経団連や日本商工会議所等と情報交換を実施しながら、新たな連携体制の構築が図られた。

○IRに係る法制上の措置の検討

2019年4月に、「特定複合観光施設区域整備法施行令」が施行された。また、同年9月及び11月に、「特定複合観光施設区域の整備のための基本的な方針(案)」等について意見公募手続きが実施されたほか、2020年1月にカジノ管理委員会が設立された。

●持続可能な観光地域づくり

○持続可能な観光地域づくりに向けた対策の強化

オーバーツーリズム等の問題が深刻となっている京都市において、地方運輸局が実施主体となり、スマートフォン等のプッシュ通知機能を活用したマナー啓発事業を行ったほか、同

じくオーバーツーリズムの問題が生じている鎌倉市において、観光に関する住民理解促進事業が実施された。

●国際観光旅客税の活用

2019年度の国際観光旅客税の税収は、基本方針等に基づき、出入国手続きの高度化、世界水準の受け入れ環境整備、地域資源を活用した新たなコンテンツの拡充等に充当された。

●アウトバウンド・国内観光

○若年層の海外旅行促進

若年層の海外旅行を促進するため、海外渡航経験のない20歳の若者172名について、アジア各国に派遣するプロジェクトが実施された。また、2020年2月には、2回目となる「若者のアウトバウンド推進実行会議」が開催され、今後の広報戦略の推進などの取り組みについて意見交換等が行われた。

○政府系金融機関による観光地の再生及び活性化

株式会社地域経済活性化支援機構(REVIC)や株式会社日本政策投資銀行(DBJ)等が中心となり組成された観光関連ファンド等が、宿泊施設を含む観光地の再生・活性化に取り組んだ。また、地方における訪日インバウンド客の誘致や地域での消費拡大を図るため、2019年6月に、REVICが新たに「観光遺産産業化ファンド」を設立した。

○国内旅行促進による地域活性化に向けた検討

「休み方改革」推進チームの会合が開催され、「リゾートテレワーク」や「ワーケーション」に関する先行事例や各府省庁の取り組みの共有や、官民一体となった取組に向けての課題や方向性について意見交換等が行われた。

●東北の観光復興

○東北観光復興対策交付金による重点的な支援

2019年度は、観光資源の磨き上げとして、日本三大樹氷ブランド化等の取組や、「酒蔵」等をテーマとした旅行商品の造成等が重点的に支援された。

○防災学習も含めた教育旅行の再興

ホープツーリズム等、福島ならではの教育プログラムの磨き上げを図ったほか、福島県外の教育関係者を対象としたモニターツアーを計7回実施する等、支援が行われた。また、台湾や香港等からの教育旅行の「学校間交流」の拡大を目的とし、動画の制作等、プロモーションの強化を行った。

●観光統計

○地域の消費に係る統計の充実

観光統計の推計手法を改善するため、民間のデータ等の活用に関して、検討を開始した。

(工藤亜稀)

V-2 都道府県による観光政策

インバウンド誘客について
インターネットによる情報発信割合が増加傾向
2020年度予算は大幅に増加
(新型コロナウイルス感染症対策の影響を受け)

当財団では、自主研究として地方公共団体を対象とする観光政策に関するアンケート調査を2014年度から継続的に実施している。2020年度は、2019年度から引き続き、都道府県と市町村で可能な限り統一した調査票を用いて実施した。調査項目については、新型コロナウイルス感染症に関連する項目を新たに設置した上で、2018年度から継続して設定している項目は特に重要と思われるものに絞り、調査を行った。

主な調査項目としては、各都道府県における観光行政にかかわる基盤整備の状況（職員数、予算、職員の知識・技能）、2019年度の観光政策・重点施策、市町村との役割分担を設定した。さらに、新型コロナウイルス感染症拡大に関連した特別設問も追加した。ここでは、アンケート調査結果の一部を紹介する*。

* 2020年9月16日時点までに回答を得た46都道府県（回答率98%）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。年度によって回答している都道府県が一部異なる点には留意が必要である。

(1) 都道府県の観光行政にかか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、その実数（職員数、予算のみ）と過不足に関する感覚を尋ねた。職員数は66.7%の都道府県が「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、予算額や求められる知識・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40.0%、4.5%であった。この結果は2018・2019年度と同様であり、観光担当部署としては引き続き、人員の不足が最も切実な問題であることが考えられる。以下、詳しくみていく。

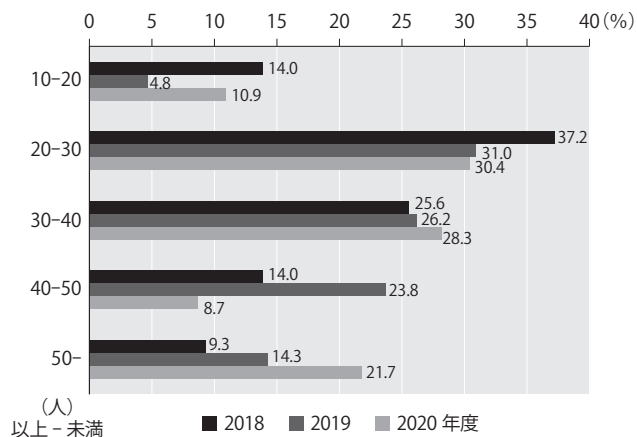
① 観光担当部署の職員数

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35人、中央値は33人である。

図V-2-1は職員数の分布を示しているとおり、2020年度は20以上30人未満が最も多く（30.4%）、次いで30人以上40人未満となっている（28.3%）。50人以上の職員が在籍する都道府県も21.7%存在する。2018・2019年度と比較すると50人以上の割合が増え、全体として職員数が多い自治体と少ない自治体に分かれてきている。

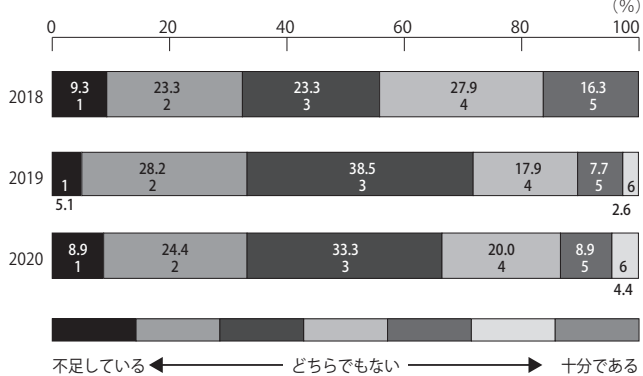
業務の量に比較して、人員が十分であったかどうかを尋ねたところ、66.7%の都道府県が「不足している」と答え、「十分である」（7段階中5、6、7を選択した人の割合、以下同じ）と回

図V-2-1 観光担当部署の職員数 (n=46)



出所：「観光政策に関するアンケート調査(2020)」[(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=45)



出所：「観光政策に関するアンケート調査(2020)」[(公財)日本交通公社]

答した都道府県は13.3%にとどまった（図V-2-2）。2019年度と比較するとやや解消されているが、依然として多くの都道府県で業務の量に対する人員の不足を感じていることが分かる。

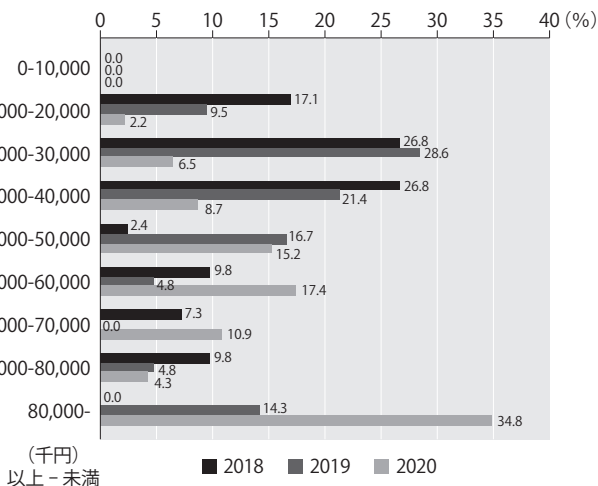
② 観光担当部署の予算

各都道府県の観光担当部署に対して執行された2020年度予算の平均額は2,976,036千円、中央値は1,820,743千円である。2019年度の予算平均額2,711,589千円に比べやや増えている（ただし、2019年度は、一部の都道府県で大型観光関連施設整備に関する予算が含まれている）。また、2019年度の予算中央値1,100,420千円と比較すると2020年度は約1.7倍に増加しており、予算の大幅な増加が確認できた。この増加は、補正予算の増加に起因する割合が大きい。この補正予算の増加は新型コロナウイルス感染症に関連した対策のためである都道府県が多い。

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人あたりの予算額を算出した。その結果、平均額は82,734千円/人、中央値は59,569千円/人であった。図V-2-3は1人あたりの予算額の分布を示しており、80,000千円/人以上が最多(34.8%)、50,000千円/人以上60,000千円/人未満が次点となっている(17.4%)。2018・2019年度と比較すると、一人当たりの予算額は全体として多くなっている。

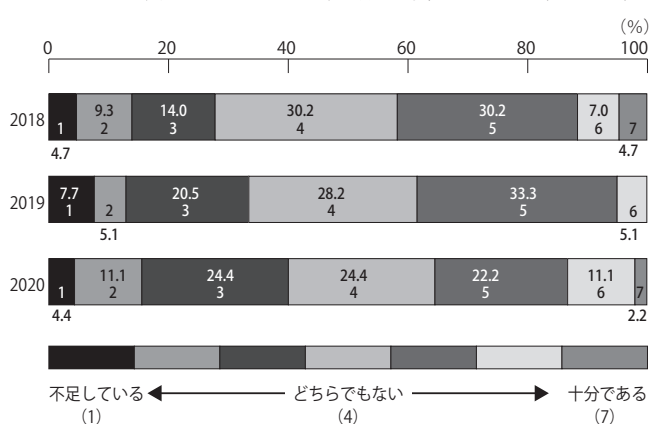
また、観光担当部署に与えられた業務の量に比較して、予算が十分であったかどうかを尋ねたところ、40.0%の都道府県が「不足している」、24.4%の都道府県が「どちらでもない」、35.6%の都道府県が「十分である」と回答した(図V-2-4)。2018・2019年度と比べて、不足感を感じている都道府県の割合はやや増えている。

図V-2-3 観光担当部署の一人当たりの予算額(n=46)



出所：「観光政策に関するアンケート調査(2020)」[(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-2-4 観光担当部署の予算額に関する不足感(n=45)

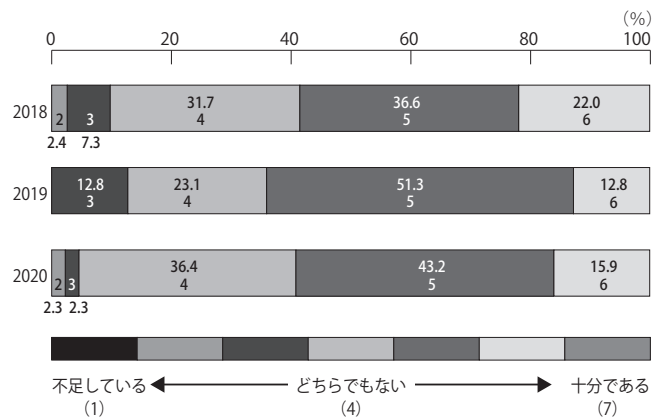


出所：「観光政策に関するアンケート調査(2020)」[(公財)日本交通公社]

③観光担当部署で求められる知識・技能

観光担当部署に与えられた業務の難易度に比較して、職員の能力・知識・技能が十分であったかどうかを尋ねたところ、「不足している」と答えた都道府県は4.5%にとどまった(図V-2-5)。職員数や予算額と比較すると、職員の能力・知識・技能について、十分であると考える都道府県が多いことが分かる。2018・2019年度の調査結果と比べて、ほぼ同様の結果であった。

図V-2-5 観光担当部署で求められる知識・技能に関する不足感(n=44)



出所：「観光政策に関するアンケート調査(2020)」[(公財)日本交通公社]

(2) 都道府県における政策・施策

①2019年度の観光政策・重点施策

2019年度に都道府県が実施した事業分野(図V-2-6)及び国際観光の振興に関する事業分野(図V-2-7)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。

都道府県が実施した事業として、最も多く選択された事業分野は「e.情報発信」であった(81.8%)。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」等が挙げられる。

次点で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(79.5%)。具体的には「旅行商品・周遊ルート・体験プラン・商品の開発」等が挙げられる。

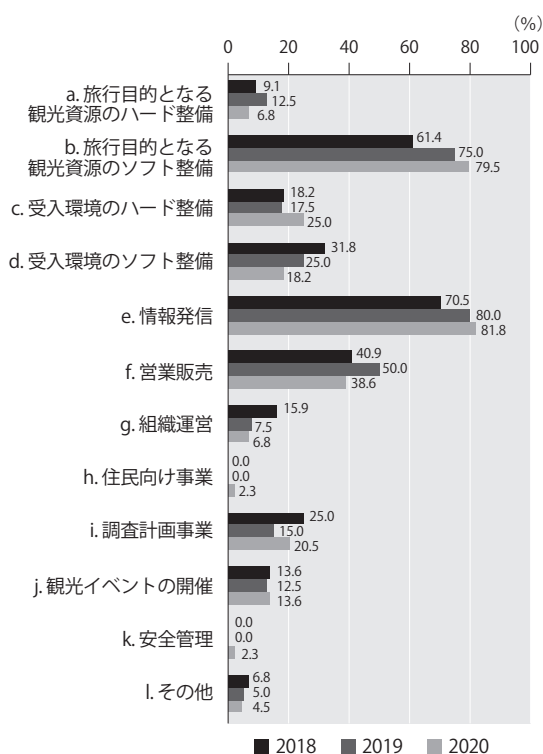
「b.旅行目的となる観光資源のソフト整備」と「e.情報発信」の2つの事業分野は、ほぼ全ての都道府県が取り組んでいることが分かる。

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(38.6%)。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。

これらの結果は2019年度の調査結果と比べてほぼ同様の結果であった。また、2018・2019年度と比較すると、「b.旅行目的となる観光資源のソフト整備」を実施した都道府県の割合にやや上昇傾向がみられた。

また、国際観光に関する事業として、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

図V-2-6 2019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：「観光政策に関するアンケート調査(2020)」[(公財)日本交通公社]

た(69.8%)。2番目、3番目に多く選択された事業分野は、それぞれ「b.インターネットによる情報発信」(62.8%)、「d.海外で開催される見本市・商談会等への参加」(48.8%)であった。4番目、5番目に多く選択された事業分野は、「a.トップセールス」「k.外国人向けの観光メニュー(商品)等の設定」であるが、それぞれ選択したのは27.9%、16.3%の都道府県と、上位3つの事業分野とは大きな差がある。

国内での事業と同様に、国際観光に関連した事業分野でも、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た割合が高かった。

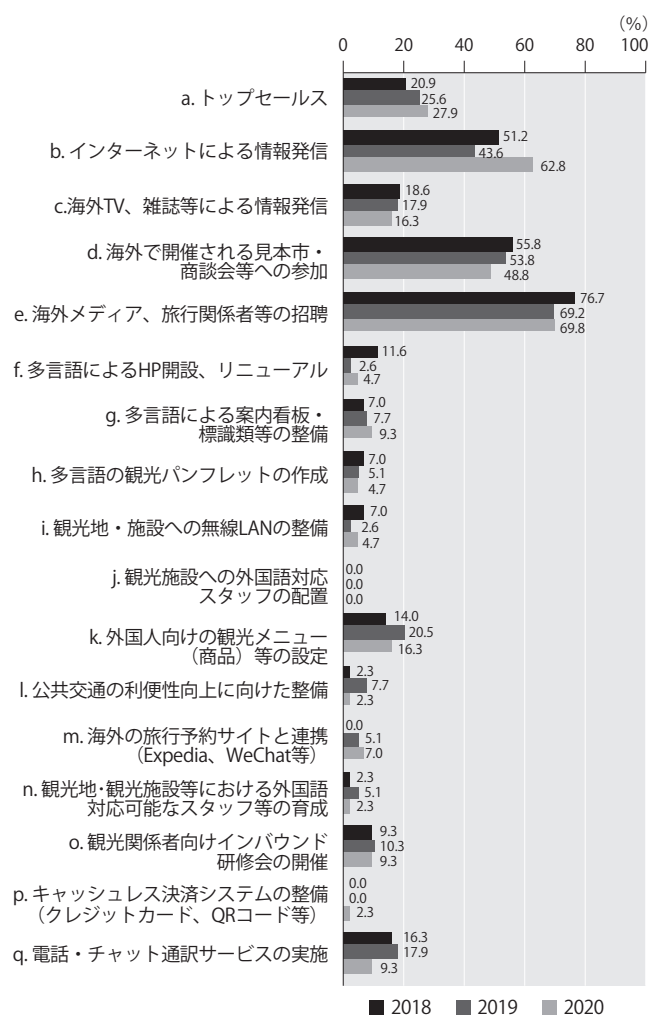
情報発信や営業開発に関連する事業を選択する割合が高いという点は、2018・2019年度の調査結果とほぼ同様の傾向であり、やや「b.インターネットによる情報発信」を選択した都道府県の割合が上昇傾向にある。なお、2018年度時点では、「m.海外の旅行予約サイトと連携(Expedia、WeChat等)」「p.キャッシュレス決済システムの整備(クレジットカード、QRコード等)」の選択肢はなかった。

(3) 市町村との役割分担

都道府県が市町村に主導的な役割を期待する事業分野(図V-2-8)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の課題等を回答していただいた。

都道府県が市町村に主導的な役割を期待する事業分野として、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(59.1%)。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

図V-2-7 2019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：「観光政策に関するアンケート調査(2020)」[(公財)日本交通公社]

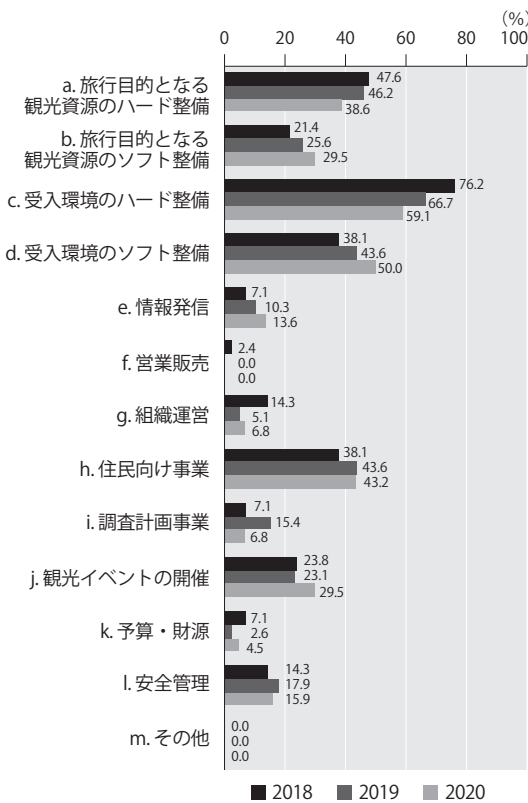
げられる。

2番目に多く選択された事業分野は「d.受入環境のソフト整備」であった(50.0%)。具体的には「標識やメニューの多言語化」「ガイドの育成」「接客改善」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「h.住民向け事業」であった(43.2%)。具体的には「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。

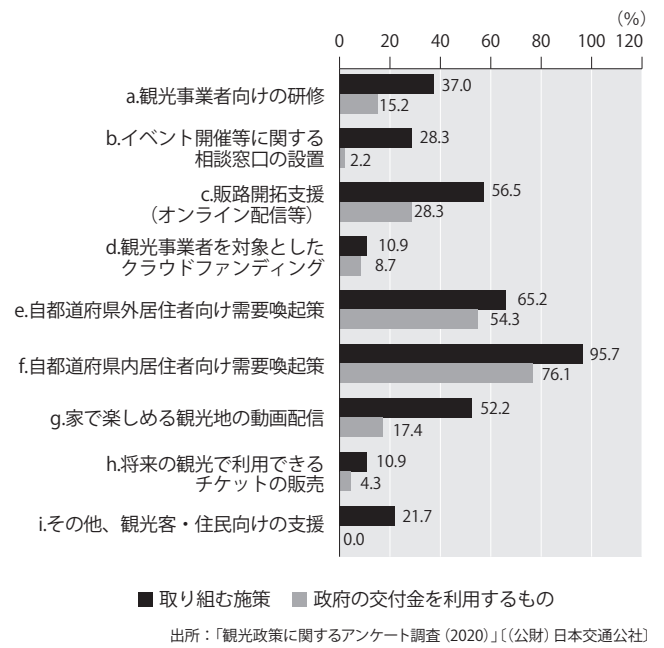
2018・2019年度と比較すると、市町村に対して「c.受入環境のハード整備」に関して主導的な役割を期待する割合がやや減少し、「d.受入環境のソフト整備」に関して主導的な役割を期待する割合がやや上昇している。

図V-2-8 市町村が主導的な役割を期待する事業分野 (3つ選択して回答、n=44)



出所：「観光政策に関するアンケート調査(2020)」[(公財)日本交通公社]

図V-2-9 都道府県が実施する観光に関連した新型コロナウイルス感染症に関する対策 (全て選択して回答、n=46)



■ 取り組む施策 ■ 政府の交付金を利用するもの

出所：「観光政策に関するアンケート調査(2020)」[(公財)日本交通公社]

ることができない消費者を自地域のファンとしてとどめたりする施策によって、観光産業を支援していたことが分かる。

②国内で地域を限定しない観光プロモーション再開条件

新型コロナウイルス感染症拡大とそれに伴う緊急事態宣言によって、2020年4月、5月は日本全国で観光客の移動がほぼなくなった。その状況を踏まえて、国内で地域を限定せずに観光プロモーションを再開する/した際に、考慮する/した条件について、重要度の高い順に3つ選択していただいた。

図V-2-10の示す通り、最も多く選択された条件は「a.緊急事態宣言が解除された」(45.7%)であり、次いで「b.自都道府県の外出自粛要請が解除された」(39.1%)であった。このことから全国的な国内プロモーションについては、国の指針が大きく影響を与えていることが分かる。

また、次いで「l.その他」を選んだ都道府県が多く(34.8%)、自由回答記述では感染状況に応じて検討していくという趣旨の記述が目立った。

③インバウンド誘客に関する観光プロモーション再開条件

2020年8月時点において、国レベルでのインバウンド誘客再開の目途は立っていない。その状況において、インバウンド誘客のターゲットとしている国・地域に対し、観光プロモーションを再開する際に考慮する条件、重要度の高い順に3つ選択していただいた。

図V-2-11の示す通り、最も多く選択された条件は「c.ターゲットとする国との渡航制限が解除された」(82.2%)であり、ほとんどの都道府県が渡航制限を目安にしていることが分かった。

(4) 新型コロナウイルス感染症関連の設問

①新型コロナウイルス感染症対策として取り組んだ施策

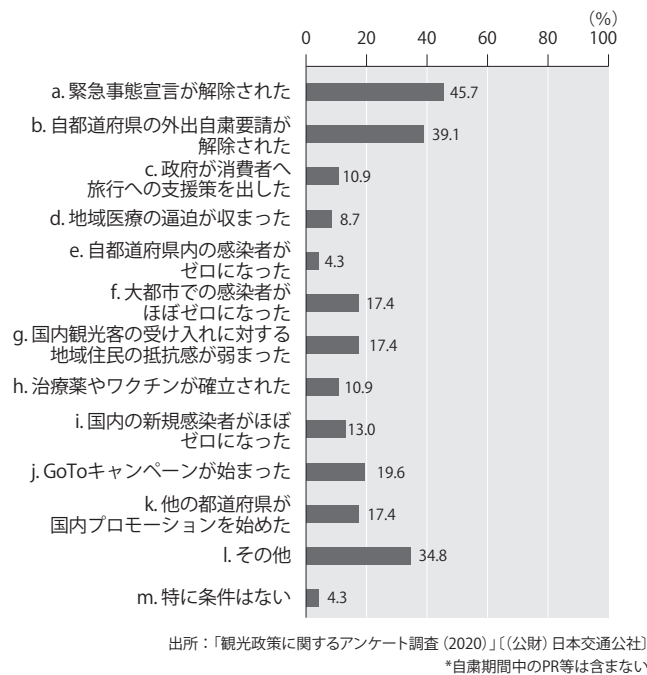
新型コロナウイルス感染症対策として、都道府県が取り組んだ施策について尋ね、さらに、選択された施策の中から、それぞれの施策に必要な予算の内、50%以上を政府から交付される「新型コロナウイルス感染症対応地方創生臨時交付金～脱コロナに向けた協生支援金～」から割り当てる予定のあるものについて回答していただいた。

図V-2-9は、新型コロナウイルス感染症対策として、都道府県が取り組んだ施策の中から、観光に特に関連する施策を示しているが、最も多く選択された施策は「f.自都道府県内居住者向け需要喚起策」(95.7%)であり、こちらの施策はほとんどの都道府県が取り組んでいる。新型コロナウイルス感染症拡大で、需要が大きく減少した観光産業のために、まずは近場である「自都道府県内居住者向け需要喚起策」を実施していることが分かる。

次に多く選択された施策は、「e.自都道府県外居住者向け需要喚起策」(65.2%)であった。また、政府の交付金を利用するものとして選択されている施策も上記の2点が多く、交付金の存在は、各都道府県における需要喚起策の実施に貢献していることが分かる。

また、「c.販路開拓支援(オンライン配信等)」 「g.家で楽しめる観光地の動画配信」も、それぞれ56.5%、52.2%の都道府県が選択していた。販路開拓支援によって対面での売り上げを補うことを援助したり、動画配信によって実際に現地に訪れ

図V-2-10 国内で地域を限定しない観光プロモーション再開条件 (全て選択して回答, n=46)



また、次に多く選択された条件は「e.JNTOがプロモーションを再開した」(46.7%)であり、JNTOの動向を目安にしている都道府県が半数近い。「d.東アジアの感染拡大が収まった」「i.外国人観光客受け入れに対する地域住民の抵抗感が弱まった」を選択する都道府県も多く、それぞれ28.9%、26.7%となった。

④観光振興に関する見直し状況

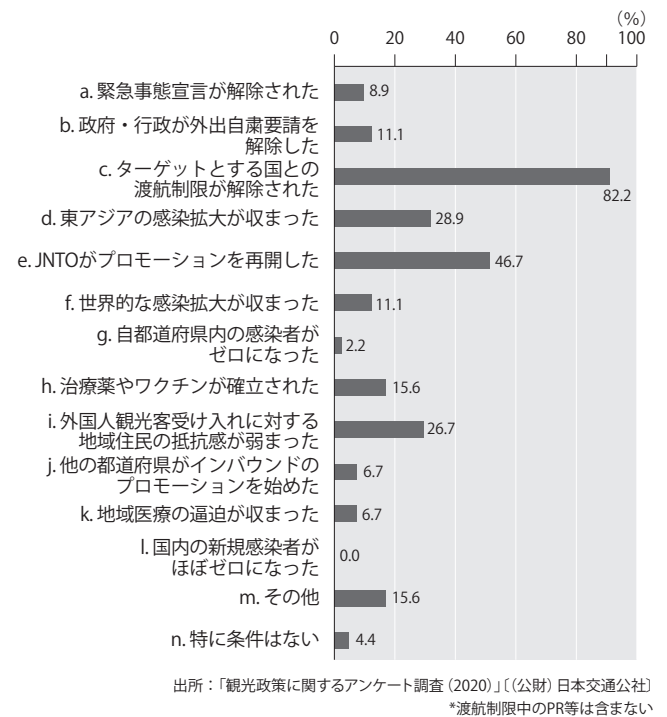
新型コロナウイルスに関連して、観光振興に関する計画とターゲット層の見直しを検討しているかどうかについて尋ねた。

図V-2-12の示す通り、都道府県の観光計画については「b.これから見直しをする予定」を選択した割合が最も高く、44.4%が選択した。自由回答記述では、新型コロナウイルスと関係なしに計画を見直す時期であったことや、新型コロナウイルス感染拡大が収まった後を見据えて計画を見直す予定であること、といった回答が目立った。

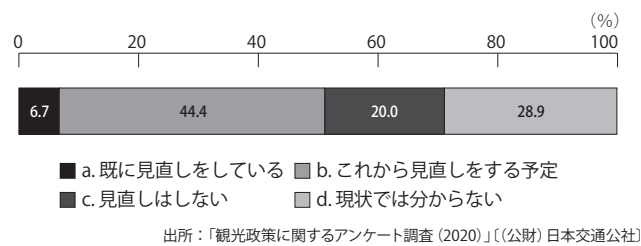
地域連携DMOや地域DMOに関する観光振興の見直し状況については、「現状では分からない/把握していない」との回答が約60%となった。一方で、「これから見直しをする予定」と回答した都道府県は約20%であったが、自由回答記述では新型コロナウイルス感染拡大を踏まえて見直し予定である、との回答が目立った。

また、ターゲット層については、「d.現状ではわからない」を

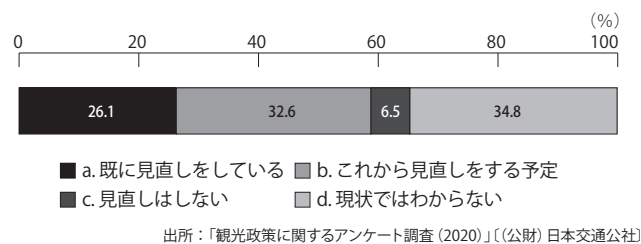
図V-2-11 インバウンド誘客に関する観光プロモーション再開条件 (全て選択して回答, n=45)



図V-2-12 都道府県の観光振興に関する計画等の見直し状況 (n=45)



図V-2-13 観光客のターゲット層の見直し状況 (n=46)



選択した割合が最も高くなった (34.8%)。「a. 既に見直しをしている」「b.これから見直しをする予定」を選んだ都道府県の自由回答記述では、近隣をターゲットにすることや、消費単価の高い客層をターゲットとすることについて言及したものが目立った。

(池知貴大)

V-3 主要市町村による観光政策

新型コロナウイルス感染症関連施策では、自市町村内及び自都道府県内の居住者向け需要喚起策を実施
観光担当部署で求められる技能・知識に関する不足感は改善傾向

当財団では、自主研究として地方公共団体を対象とする観光政策に関するアンケート調査を2014年度から継続的に実施している。2020年度は、2019年度から引き続き、都道府県と市町村で可能な限り統一した調査票を用いて実施した。調査項目については、新型コロナウイルス感染症に関連する項目を新たに設置した上で、2018年度から継続して設定している項目は特に重要と思われるものに絞り、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180市町村を対象として選定した。

主な調査項目としては、各市町村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）、2019年度の観光政策・重点施策、都道府県との役割分担、新型コロナウイルス感染症の流行に対する施策等について質問した。ここでは、アンケート調査結果の一部を紹介する*。

* 2020年9月16日時点までに回答を得た123市町村（回答率68.3%）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) 主要市町村の観光行政に関わる基盤整備の状況

主要市町村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、その実数（職員数・予算のみ）と過不足に関する感覚を尋ねた。

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16市を含む123市町村から回答を得た。職員数の平均値は14.2人、中央値は12.0人であり、昨年から大きな増減は見られなかった。

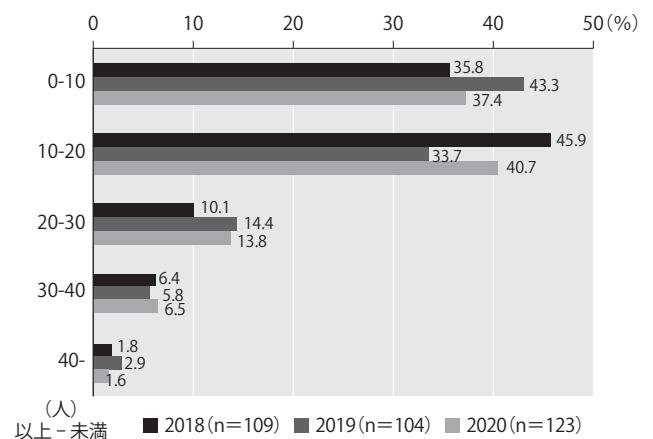
職員数の分布は図V-3-1に示す通りである。10人以上20人未満が50市町村（40.7%）と最も多く、10人未満が46市町村（37.4%）、20人以上30人未満が17市町村（13.8%）、30人以上40人未満が8市町村（6.5%）であった。このうち政令指定都市についてみると、回答を得た16市のうち10人未満の自治体が1市、10人以上20人未満が4市、20人以上30人未満が6市、30人以上40人未満が3市、40人以上が2市であった。

続いて、観光担当部署における業務の量や難易度と比較した職員数の過不足度について、「不足している」を1、「どちらでもない」を4、「十分である」を7とした7段階による評価を求めた。結果は図V-3-2に示す通りである。1～3を選ん

だ自治体が47市町村（38.2%）、4を選んだ自治体が48市町村（39.0%）、5～7を選んだ自治体が28市町村（22.8%）であった。2018年度、2019年度の結果と比較すると、1～3と回答した市町村が減少し、4（どちらでもない）と回答した市町村が増加している一方で、5～7と回答した市町村の割合はほぼ変化が見られないことから、職員の不足感はやや改善傾向にあるものの、依然として十分な水準にある市町村は限られていることがうかがえる。

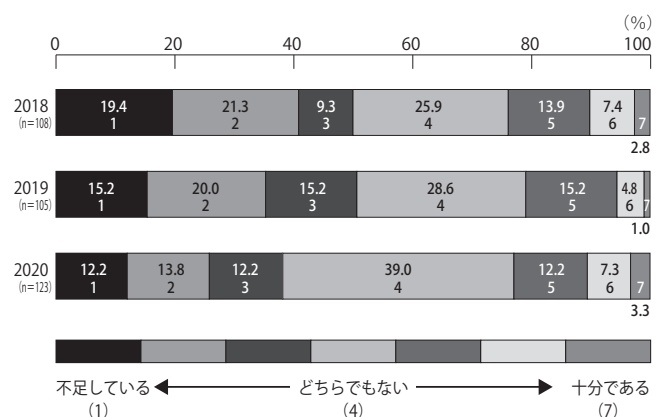
また、政令指定都市のみを見てみても、5市が1～3を、7市が4を、3市が5～7を選択しており、そのほかの市町村と同様の傾向にあることがわかった。

図V-3-1 観光担当部署の職員数



出所：「観光政策に関するアンケート調査（2020）」（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関する不足感



出所：「観光政策に関するアンケート調査（2020）」（公財）日本交通公社

② 観光担当部署の予算

各市町村の観光担当部署に対して執行された2020年度の前平均予算額は728,770千円、中央値は443,345千円であった。

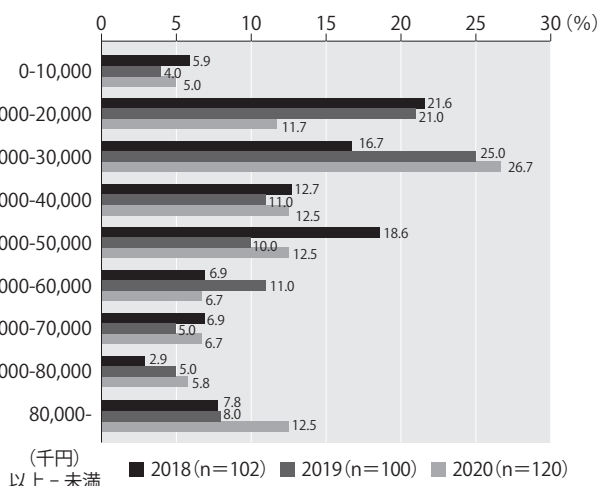
一般に予算額は職員数に比例すると考えられることから、職員数と予算額の両方について回答を得た120市町村（政

令指定都市15市を含む)について、職員一人当たりの予算額を算出した。その結果、平均値は46,817千円/人、中央値は35,786千円/人であり、2019年度と比較すると平均値で20.0%、中央値で17.7%の増加が見られた。職員一人当たりの予算額の分布は図V-3-3に示す通りである。20,000千円以上30,000千円未満が32市町村(26.7%)と最も多く、次いで30,000千円/人以上40,000千円未満及び40,000千円/人以上50,000千円/人未満がいずれも15市町村(12.5%)という結果となった。2018年度、2019年度と比較すると、20,000千円/人未満の市町村が減少した一方で、80,000千円/人以上の市町村の割合が大きく増加するなど、職員一人当たりの予算も全体として増加していることがわかる。

また、政令指定都市16市の2020年度の職員一人当たりの予算額については、平均値が62,383千円/人、中央値が52,604千円/人であり、そのほかの市町村と比較して多い傾向にある。他方で、分布を見てみると30,000千円/人未満が3市、30,000千円/人以上60,000千円/人未満が6市、60,000千円/人以上が7市とばらつきがあり、政令指定都市が必ずしも潤沢な観光予算を有するわけではないといえる。

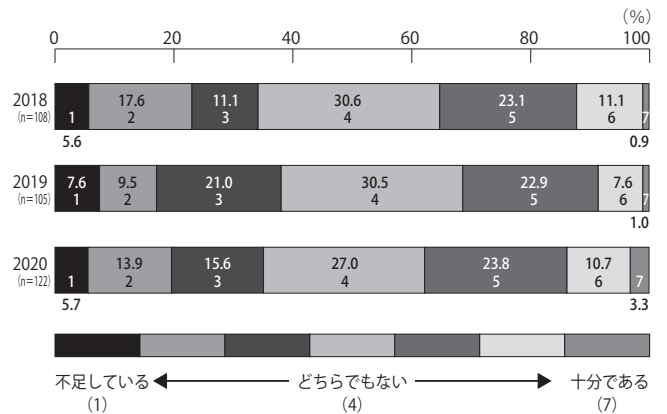
また、観光担当部署における業務量と比較した予算の過不足度について、同様に7段階で質問した。結果は図V-3-4に示す通りである。1~3を選んだ自治体が43市町村(35.2%)、4を選んだ自治体が33市町村(27.0%)、5~7を選んだ自治体が46市町村(37.7%)であった。この結果を見ると、全体として予算が十分であるとはいえず、不足感を感じていることがわかる。また、2018年度、2019年度と比較すると、職員一人当たりの予算額は増加しているにもかかわらず、業務量と比較した予算の過不足度に対する評価に経年での大きな変化は見られなかったことから、予算の増加にともない、新型コロナウイルス対策等の追加的な業務量も増加していることがうかがえる。

図V-3-3 観光担当部署の一人当たりの予算額



出所：「観光政策に関するアンケート調査(2020)」(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額に関する不足感



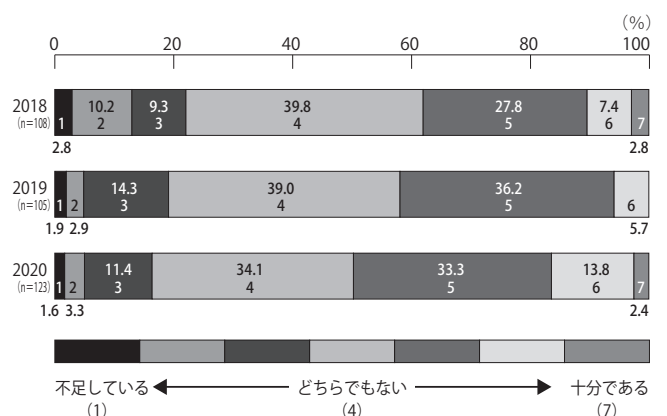
出所：「観光政策に関するアンケート調査(2020)」(公財)日本交通公社

③観光担当部署で求められる技能・知識

続いて、観光担当部署における業務の量と比較した、職員の能力・知識・技能が十分であるか質問し、同様に7段階で評価を求めた。結果は図V-3-5に示す通りである。1~3を選んだ自治体が20市町村(16.3%)、4を選んだ自治体が41市町村(33.3%)、5~7を選んだ自治体が61市町村(49.6%)であった。この結果から、全体として職員の技能・知識に対する不足感を感じている自治体が多いものの、職員数や予算の不足感と比較するとその程度は小さいものと考えられる。特に、政令指定都市についてみてみると、1~3を選択したのが1市、4を選択したのが7市、5~7を選択したのが8市であり、業務に対する職員の知識・技能の不足感に関しては、そのほかの市町村と比較して政令指定都市では少ない傾向にあることがわかる。

また、過去の結果と比較すると、2018年度には22.3%であった1~3を選択した市町村の割合が、2020年度には5.9ポイント減少している一方で、38.0%であった5~7を選択した市町村の割合は12.0ポイント増加しており、観光担当部署で求められる職員の技能・知識に関する不足感は、全体としてやや改善の傾向にあるといえる。

図V-3-5 観光担当部署で求められる知識・技能に関する不足感



出所：「観光政策に関するアンケート調査(2019)」(公財)日本交通公社

(2) 主要市町村における2019年度の観光政策・重点施策

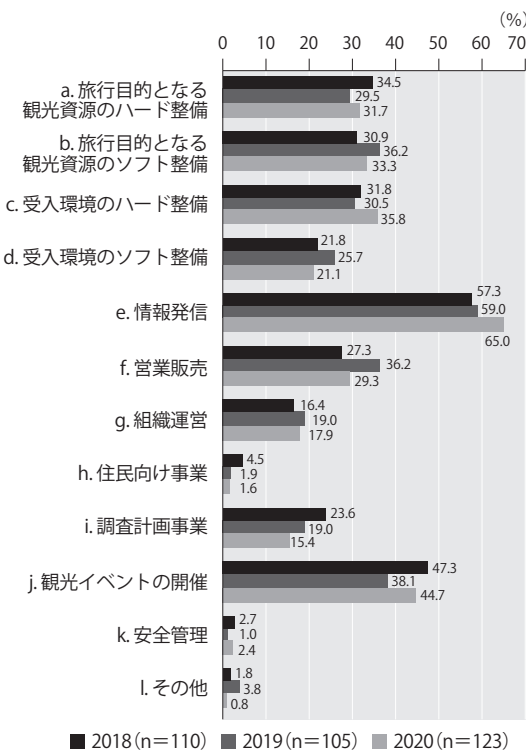
2019年度に市町村が実施した事業について、12の分野のうち代表的なものを3つ選択するよう求めた。

結果は図V-3-6に示す通りである。最も多かったのは「e. 情報発信」で80市町村（65.0%）が選択し、「j. 観光イベントの開催」が55市町村（44.7%）、「c. 受入環境のハード整備」が44市町村（35.8%）であった。

政令指定都市についてみると、最も選択されたのが「e. 情報発信」で、11市が事業を実施したと回答した。さらに「j. 観光イベントの開催」を8市が、「f. 営業販売」を7市が選択しており、そのほかの市町村と同様の傾向がみられた。

2018年度、2019年度の結果と比較すると、最も多く選択された施策が「e. 情報発信」であることは同様であるが、その割合が増加傾向にあることがわかる。また、「j. 観光イベントの開催」についても増加傾向にある。

図V-3-6 2019年度に実施した代表的な事業分野 (3つ選択して回答)



出所：「観光政策に関するアンケート調査(2020)」(公財)日本交通公社

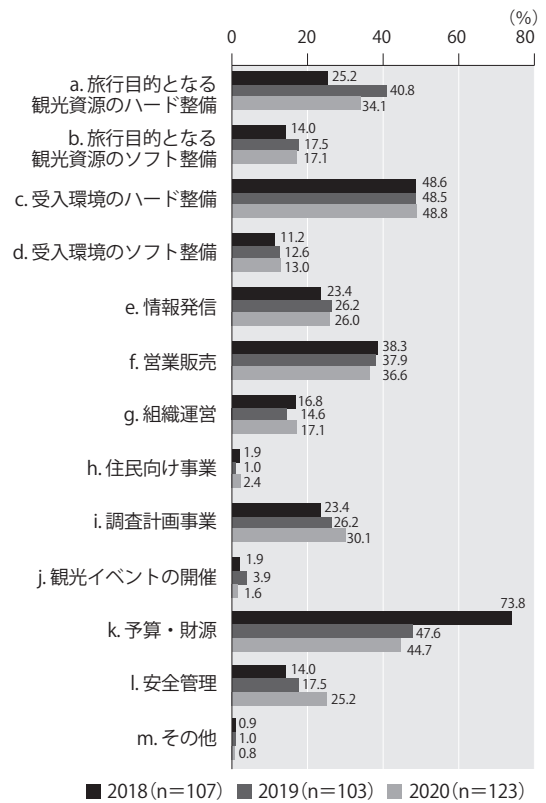
(3) 都道府県との役割分担

市町村が都道府県に主導的な役割を期待する事業分野について、13の分野から特に重要なものを3つ選択した上で、連携や役割分担に関する課題等について自由記述による回答を求めた。

結果は図V-3-7に示す通りである。最も多かったのは、「c. 受け入れ環境のハード整備」で60市町村（48.8%）が選択した。次いで、「k. 予算・財源」を55市町村（44.7%）、「f. 営業販売」を45市町村（36.6%）が選択した。

また、2018年度、2019年度の結果と比較すると、2018年度に約7割の市町村が選択した「k. 予算・財源」の割合が、2019年度と2020年度で5割以下に減少していることがわかる。この理由については、2018年頃から宿泊税等の導入を行うケースが全国各地で見られはじめたこと等により、市町村が自ら財源を確保するための議論が活発になっていることが考えられる。

図V-3-7 都道府県が主導的な役割を期待する事業分野 (3つ選択して回答)



出所：「観光政策に関するアンケート調査(2020)」(公財)日本交通公社

(4) 新型コロナウイルス感染症関連の設問

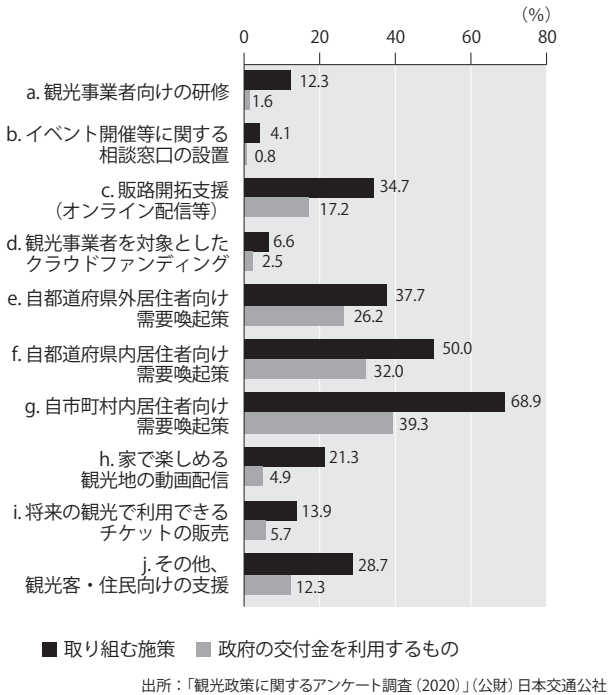
① 新型コロナウイルス感染症対策として取り組んだ施策

新型コロナウイルス感染症対策として、市町村が取り組んだ施策について尋ね、さらに、選択された施策の中から、それぞれの施策に必要な予算の内、50%以上を政府から交付される「新型コロナウイルス感染症対応地方創生臨時交付金～脱コロナに向けた協生支援金～」から割り当てる予定の施策についても回答を求めた。

図V-3-8は、市町村が新型コロナウイルス感染症対策として取り組んだ施策のうち、観光に関連する項目についての結果を示したものである。最も回答が多かったのは、「g. 自市町村内居住者向け需要喚起策」で84市町村（68.9%）が選択した。また、政府からの交付金を利用する予定の市町村の数もこの施策が最も多く、48市町村（39.3%）であった。次いで回答が多かったのは、「f. 自都道府県内居住者向け需要喚起策」の61市町村（50.0%）、「e. 自都道府県外居住者向け需要喚起策」の46市町村（37.7%）で、政府からの交付金を活用する予定と回答した割合は、それぞれ32.0%、26.2%であった。

この結果から、新型コロナウイルス感染症の流行によって大きな打撃を受けた観光産業への支援策として、旅行クーポン等による需要喚起策が多く各市町村で最も重視されており、また対象とする消費者の居住範囲は、まずは市町村内を対象とし、徐々に都道府県内、都道府県外の居住者へと対象を広げる傾向がうかがえる。

図V-3-8 市町村が実施する観光に関連した新型コロナウイルス感染症に関する対策 (全て選択して回答、n=121)

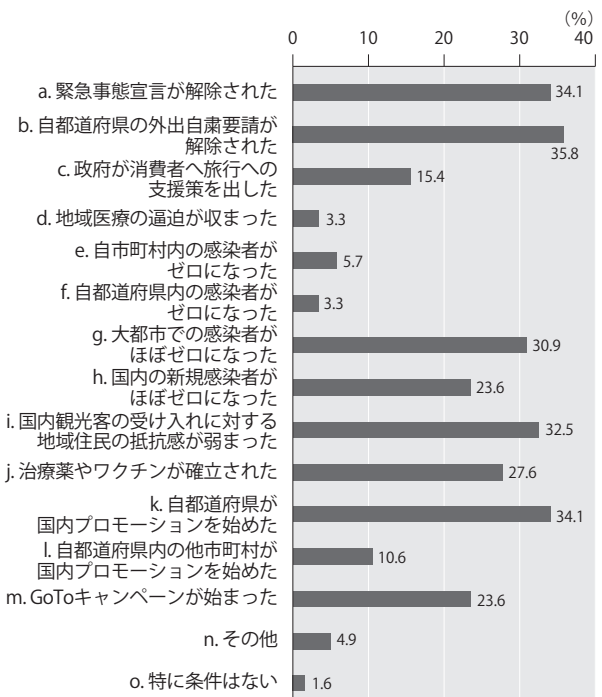


②国内で地域を限定しない観光プロモーション再開条件

新型コロナウイルス感染症拡大を防止の観点から、政府は2020年4月から6月にかけて、都道府県をまたぐ移動の自粛を要請したこと等を受け、各市町村による観光プロモーションは一時休止状態となった。そこで、各市町村が国内客を対象に、地域を限定せずに観光プロモーションを再開する際に重視する条件について回答を求めた。

結果は図V-3-9に示す通りである。最も回答が多かったのは、「b. 自都道府県の外出自粛要請が解除された」で44市町村 (35.8%) が選択した。次いで、「a. 緊急事態宣言が解除された」及び「k. 自都道府県が国内プロモーションを始めた」が42市町村 (34.1%) であった。一方で、「d. 地域医療の逼迫が収まった」や「f. 自都道府県内の感染者がゼロになった」を選択した市町村は少なく、地域内であり感染の拡大していない地方部においては、地域内での感染状況ではなく、政府や都道府県の方針や都市圏での感染状況をプロモーション再開の判断材料としていることが考えられる。一方で、「i. 国内観光客の受け入れに対する地域住民の抵抗感が弱まった」を選択した市町村は40 (32.5%) と比較的多く、地域住民からの理解も重視される条件であることがわかる。

図V-3-9 国内で地域を限定しない観光プロモーション再開条件 (全て選択して回答、n=122)



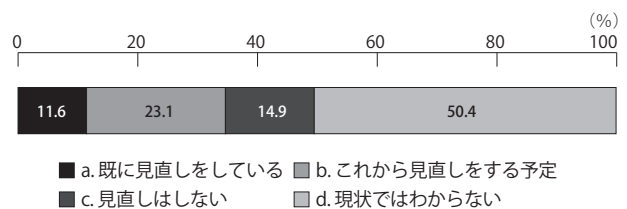
③観光振興に関する見直し状況

新型コロナウイルス感染症の流行を受け、観光振興に関する計画などとターゲット層の見直しを検討しているかについて回答を求めた。

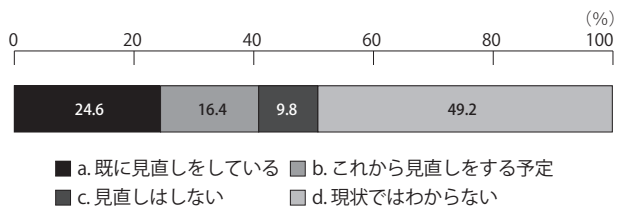
市町村による観光振興に関する計画等の見直し状況については、図V-3-10に示す通りである。「d. 現状ではわからない」が最も多く61市町村 (50.4%) であった。また、「a. 既に見直しをしている」と「b. これから見直しをする予定」という市町村を合わせると、34.7%であった。

また、観光客のターゲット層の見直し状況については、図V-3-11に示す通りである。市町村の計画など見直しと同様に、「d. 現状ではわからない」が最も多く60市町村 (49.2%) であり、「a. 既に見直しをしている」と「b. これから見直しをする予定」という市町村を合わせると、41.0%であった。

図V-3-10 市町村の観光振興に関する計画等の見直し状況 (n=120)



図V-3-11 観光客のターゲット層の見直し状況
(n=121)



出所：「観光政策に関するアンケート調査(2020)」(公財)日本交通公社

(5) 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、比較可能な形式となっている。以下、比較結果の一部を紹介する。

① 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担う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「受け入れ環境のハード整備」(59.1%)であり(図V-2-8)、一方、市町村が都道府県に対して主導的な役割を担うことを期待する事業分野で最も多く選択されたものも、「受け入れ環境のハード整備」(48.8%)であったことから(図V-3-7)、都道府県と市町村の双方が、もう一方に対して「受け入れ環境のハード整備」を期待していることがわかる。また、この傾向は2018年度以降継続していることから、二次交通の改善やWi-Fi環境の導入などの施策について、都道府県と市町村の連携による適切な役割分担を行うことが期待される。

② 新型コロナウイルス感染症関連の設問

新型コロナウイルス感染症対策として取り組んだ施策として、都道府県と市町村の双方において、自地域の居住者を対象とした需要喚起策や、販路開拓支援が重視されるという共通の結果が得られた。この設問は都道府県及び市町村が独自に取り組んでいる施策について複数回答で全て選択していただくよう求めたものであったが、都道府県の方が全体的に選択する項目の数が多く、市町村は少ない結果となった。このことから、全国での感染拡大を受けて、ほぼ全ての都道府県で独自の対策が検討されている一方で、市町村単位では、独自の施策として幅広い対策を検討している自治体はまだ少ない現状が把握できた。

国内で地域を限定せずに観光プロモーションを再開する条件について聞いた設問では、「大都市での感染者がほぼゼロになった」という項目について、都道府県では17.4%が選択したのに対し、市町村は30.9%が選択したほか、「国内観光客の受け入れに対する地域住民の抵抗感が弱まった」という項目については、都道府県では17.4%が選択したのに対し、市町村では32.5%が選択するなど、両者で差が見られた。この結果について、都道府県よりも現場での対処を求められる市町村の方が、都市圏からの観光客の受け入れに慎重であったり、住民からの抵抗感を考慮したりする傾向があると考えられる。

(工藤亜稀)

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、2020年8月現在、国内主要学術団体(2062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、合計で12団体である(表 付記-1)。

この他、「学会名鑑」には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には、日本旅行医学会(02年設立)、日本環太平洋観光学会(07年)、ものがたり観光行動学会(09年)、国際観光医療学会(10年)、長期滞在型・ロングステイ観光学会(16年)などがある。

①全国大会

主な国内観光関連学会の大会テーマは、「インバウンドの高まりとオーバーツーリズム」(日本観光学会)、「スマホ世代の子どもとあそび」(日本レジャー・レクリエーション学会)、「情報技術の進展が余暇ツーリズム産業にもたらす影響」(余暇ツーリズム学会)、「地方創生とホスピタリティ・マネジメント」(日本ホスピタリティ・マネジメント学会)、「地域連携・高大連携の進化と観光ホスピタリティ教育(コロナ禍により中止)」(日本観光ホスピタリティ教育学会)、「オリンピック、スポーツ、ツーリズム」(観光学術学会)などであった。

②機関誌・学会誌

各学会が発行する機関誌・学会誌は合計13誌である。18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、「平成をふりかえる」(日本観光研究学会)、「観光まちづくりとDMO」(観光情報学会)、「オリンピック・パラリンピック、スポーツ、ツーリズム」、「伝統芸能と観光」(観光学術学会)などがあった。

(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43、大学院は11存在している(表 付記-2)。

2019年度は、城西国際大学が観光学部ウェルネスツーリズム学科を「観光学科」に改称。観光関連資格の対策科目や、鴨川市の施設との連携授業など、実践的かつ具体的な知識と体験を得ることができるカリキュラムとした。また、ノースアジア大学が法学部観光学科を「国際観光学科」に改称。グローバル化が進展する社会で求められる専門知識と技能を身につけた高度な人材の育成を意識したカリキュラム編成となった。

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、宿泊業をはじめとした地域の観光産業の経営力強化や生産性向上を目指して、全国13大学にて「社会人向け講座」(募集人員各大学20名程度、受講料原則無料)を開講した(表 付記-3)。

(3) 科学研究費助成事業における観光学の扱い

2019年度の科学研究費助成事業(以下、科研費)「観光学関連」(小区分80020)における新規採択件数は85件(交付84件、採択1件)、研究種目の内訳は、基盤研究(B)9件、基盤研究(C)55件、若手研究18件、特別研究員奨励費2件、国際共同研究加速基金(国際共同研究強化(A)1件であった(表 付記-4)。

配分される科研費の合計は4億532万円、その内訳は、100万円未満が1件、500万円未満が74件、1千万円未満が2件、5千万円未満が8件であった。

研究のキーワードとしては、観光(9件)を筆頭に、観光資源(5件)、観光行動(4件)、インバウンド(3件)、マーケティング(3件)、着地型観光(3件)、観光まちづくり(3件)、関係人口(3件)と続く。2件は、DMO、おもてなし、アクションリサーチ、イノベーション、オーバーツーリズム、カジノ、グリーンツーリズム、コンテンツツーリズム、サービズ、スポーツツーリズム、ツーリズム、フードツーリズムとなっている。

新規採択件数を研究機関別にみると、和歌山大学が5件(総配布額23,530千円)、九州産業大学が4件(同11,830千円)、琉球大学が4件(同16,250千円)、3件で首都大学東京、北海道大学、立教大学と続く(表 付記-5)。(吉澤清良)

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
2019年度	43	16	43	11
2018年度	43	16	45	11
2017年度	42	17	44	9

(注) 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-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 197名 ○準会員(大学院生・学部生) 37名 ○賛助会員 2団体 (2020年7月現在)	【会長】 神頭広好(愛知大学) 【本部/事務局】 青山学院大学社会情報学部 長橋研究室 【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、研究報告、シンポジウム、学会総会等) (2019年度第113回全国大会テーマ:インバウンドの高まりとオー バーツーリズム) ○支部会(研究発表会、支部総会)の開催 ○第3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	【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) (2019年度:第60号 論文3本、研究ノ ート2本、調査資料1本、書評1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 290名 ○購読会員 20団体 (2020年7月現在)	【会長】 前橋明(早稲田大学) 【本部/事務局】 早稲田大学人間科学学術院 前橋明研究室 【支部】 なし	○学会大会(年1回、地域研究、基調講演、シンポジウム、研究発表、 ワークショップ、総会等) (2019年度第49回学会大会テーマ:スマホ世代の子どもとあそび) ○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3回) (前身『レクリエーション研究』1965～ 1991年) (2019年度:第88号 原著4本、総説1本 /第89号 第49回学会発表論文集/第 90号 原著1本、研究資料1本、第49回 学会大会基調講演1本、シンポジウム4本、 ワークショップ3本、地域研究1本) 【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 143名 ○実務家 84名 ○大学院生 30名 ○賛助会員 7名 (2020年3月現在)	【会長】 長谷川恵一(早稲田大学) 【本部/事務局】 早稲田大学商学学術院 長谷 川恵一研究室 【支部】 関東支部、九州支部	○学会大会の開催(年1回、自由論題報告、会員総会、統一論題報告・ 討論等) (2019年度全国大会テーマ:情報技術の進展が余暇ツーリズム産 業にもたらす影響) ○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、フライダル研究部会、ツーリス 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) ○図書の編集(『余暇学を学ぶ人のために』『余暇事業論-多様化す る余暇事業の未来予測』等、合計4冊) ○受託研究 ○会員の研究活動支援 ○学会賞の授与(2016年～)	【学会誌】 『余暇ツーリズム学会誌』(前身『余暇学研 究』1998～2013年) (2014年3月～、年1回) (2019年度:第7号 論文2本、研究ノ ート4本、特別寄稿論文(統一論題)1本、 発表要旨(統一論題)1本) 【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 1,068名 ○準会員 6名 ○名誉会員 9名 ○賛助会員 6団体 ○特別会員 8団体 (2020年7月現在)	【会長】 梅川智也(國學院大学) 【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、研究発表等) (2019年度第34回全国大会シンポジウムテーマ:持続可能な観光 のあり方を考える-沖縄の取り組みと課題から-) ○総会の開催(年1回、講演、学会賞表彰、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』) ○観光学全集の発行 ○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(『観光学全集』全10巻予定) ○観光研究に関する外国諸団体との交流 等	【学会誌】 『観光研究』(1987年～、年2回) (2019年度:Vol.31 No.1 論文10本、研 究ノート2本、学会活動報告等/Vol.31 No.2 論文6本、書評1本、特集(平成を ふりかえる)8本、学会活動報告等) 【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 Foundation for International Tourism (JAFIT) ○正会員 387名 ○学生会員(大学院・大学・ 短期大学・専門学校生) 40名 ○名誉会員 2名 ○賛助会員 2団体 (2020年6月現在)	【会長】 島川崇(神奈川大学) 【本部/事務局】 渋谷区神宮前6-19-3 東邦ビ ル5階 【支部】 なし	○全国大会の開催(年1回、基調講演、研究発表等) (2019年度第23回全国大会特別講演テーマ:選ばれ続ける地域とは ～自立・持続可能な観光・リゾート経営) ○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(2003年～) ○自由論集の発行(年1回) ○テーマ別研究部会による活動(①観光への知的財産権活用、②宿 泊関連、③持続可能な戦跡観光、④精神性の高い観光、⑤福祉 観光、⑥おもてなし文化、⑦航空マネジメント、⑧オーバーツ ーリズム、⑨観光交通、⑩デステネーション&ブライズプランディ ング、⑪ワーケーション、⑫観光マネジメント) ○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及び研究 ○内外の企業、団体、個人からの委託研究 ○関連学会、協会との連絡及び交流	【学会誌】 『日本国際観光学会論文集』(1993年～、 年1回) (2019年度:第27号 論文8本、研究ノ ート6本、施工房・日本国際観光学会助成 研究プロジェクト報告1本) 『日本国際観光学会自由論集Vol.3』(34 本) 【大会論文集】 『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 237名 ○学生会員 10名 ○名誉会員 6名 (2020年3月現在)	【会長】 山本壽夫(日本大学) 【本部/事務局】 日本大学生産工学部 山本壽夫 研究室 【支部】 関東支部、関西支部、九州支部	○全国大会の開催(年1回、研究発表、年次総会、基調講演、パネ ルディスカッション等) (2019年度第28回全国大会テーマ:地方創生とホスピタリティ・ マネジメント) ○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、その他関連団体との連絡	【学会誌】 『HOSPITALITY』(1993年～2012年度:年 1回、2013～2015年度:年2回、2016年度 ～:年1回) (2019年度:第30号 論文16本、研究 ノート4本) 『INTERNATIONAL JOURNAL OF JAPAN ACADEMIC SOCIETY OF HOSPITALITY MANAGEMENT』 (2012年～、年1回(2013年は年2本)) (2019年度:Vol.6 No.1 論文4本、研究 ノート1本) 【大会論文集】 なし
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 (2020年3月現在)	【会長】 山下晋司(帝京平成大学) 【本部/事務局】 日本大学 商学部内 【支部】 なし	○全国学術研究大会の開催(年2回、研究発表、シンポジウム、特 別講演、自由論題報告、パネルディスカッション、視察研究等) ○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) 【大会論文集】 なし

	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
8	観光まちづくり学会 The Society of Tourism and Community Design ○正会員 119名 ○学生会員 4名 ○法人会員 4団体 ○名誉会員 6名 (2020年7月末現在)	【会長】 細野昌和(北海道大学) 【本部/事務局】 (一社) 若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 ○研究大会の開催(年1回、基調講演、研究発表、会員総会等) (2019年度第18回研究発表会基調講演テーマ:北海道の観光とモビリティを考えるーエコ・モビリティの可能性とその展開ー) ○講演会、講習会の開催 ○調査研究、視察会の開催 ○学会誌の発行(『観光まちづくり学会誌』) ○学会賞の授与(学術論文賞・優秀発表賞)	【学会誌】 『観光まちづくり学会誌』(2003年～、年1回) (2019年度:第16号 論文2本、報告2本) 【大会論文集】 なし(学会誌及び学会ホームページに掲載)
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 169名 ○準会員 10名 ○特別会員 1団体 ○名誉会員 3名 (2020年7月現在)	【会長】 小畑力人(大阪初芝学園) 【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、事例報告、教育実践報告・研究教育論文発表、ワークショップ等) (2019年度第19回全国大会テーマ:地域連携・高大連携の進化と観光ホスピタリティ教育ー新型コロナウイルス感染症の拡大に伴い中止ー) ○シンポジウムの開催(年1回) ○研究会の開催(年1～3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』) ○Newsletterの発行(年3回程度)	【学会誌】 『観光ホスピタリティ教育』(2006年～、年1回) (2019年度:第13号 論文2本、教育実践報告1本、書評3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	観光情報学会 Society for Tourism Informatics ○正会員 179名 ○学生賛助会員 11名 ○ゴールド賛助会員 7名 ○個人賛助会員 7名 ○企業・団体会員A 2団体 ○企業・団体会員B 4団体 (2020年7月1日現在)	【会長】 大藪多可志(日本海国際交流センター) 【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、パネル討論、学術講演セッション、総会等) (2019年度第16回全国大会公開シンポジウムテーマ:物語と観光) ○研究発表会の開催(年2回、研究発表、エクスカージョン) ○観光情報学研究会の開催(さっぽろ、はこだて、かが・のと、たいせつカムイ、ちゅうてく、いわて、オホーツク圏、とうかい、きゅうしゅう、さんいんさんよう) ○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) (2019年度:第15巻 特集記事(観光まちづくりとDMO)4本、学術研究論文3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)
11	コンテンツツーリズム学会 The Academy of Contents Tourism (ACT) ○正会員 100名 ○学生会員(大学院生) 17名 (2020年3月現在)	【会長】 増淵敏之(法政大学) 【本部/事務局】 法政大学大学院政策創造研究科増淵敏之研究室	○論文発表大会(年1回、特別講演、論文発表、講評等) (2019年度第7回全国大会特別講演テーマ:地霊(ゲニウス・ロキ)としてのシャーロック・ホームズ) ○学会論文集の発行(『コンテンツツーリズム学会論文集』) ○シンポジウムの開催(年1回)(2019年度基調講演テーマ:東アジア文化都市2019豊島はらばら、どきどき、文化がいっぱい。/パネルディスカッションテーマ:豊島区インバウンドとコンテンツツーリズム) ○研究会(不定期開催) ○アニメ聖地巡礼本即売会への出展(2回)	【学会誌】 『コンテンツツーリズム学会論文集』(2014年度～、年1回) (2019年度:論文4本、研究ノート3本、調査報告1本、その他1本) 【大会論文集】 なし
12	観光学術学会 Japan Society for Tourism Studies (JSTS) ○正会員(一般) 367名 ○正会員(院生) 78名 ○正会員(シニア) 2名 ○準会員 2名 ○名誉会員 1名 (2020年7月現在)	【会長】 橋本和也(京都文教大学) 【本部/事務局】 (有)CR-ASSIST(大阪府) 【支部】 なし	○全国大会の開催(年1回、基調講演、フォーラム、大学院生育成セミナー、学生ポスターセッション、一般研究発表等) (2019年度第8回全国大会シンポジウムテーマ:オリンピック、スポーツ、ツーリズム) ○研究集会の開催(2019年度第7回研究集会テーマ:観光と都市再編ーツーリズム・ジェントリフィケーションの諸相) ○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』(2012年度～、年1回/2013年度～、年2回) (2019年度:vol.8 No.1 萌芽論文2本、特集論文(オリンピック・パラリンピック/スポーツ、ツーリズム)5本、書評2本/vol.7 No.2 原著論文5本、展望論文1本、萌芽論文1本、特集論文(伝統芸能と観光)4本) 【大会論文集】 『全国大会発表要旨集』(2012年度～、年1回)

(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://gakkai.jst.go.jp/gakkai/>)に収録されている国内の主要学術団体(2020年8月16日現在、2,062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。

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(2020年9月現在)

表 付記-3 地域の観光産業を担う中核人材育成講座のテーマ(2019年度)

大学	講座テーマ
横浜商科大学	MICE ビジネス中核人材育成講座 2019
信州大学	山岳観光資源を生かしたユニバーサルツーリズム推進人材育成プログラム
北陸先端科学技術大学院大学	地域観光のイノベーション推進人材の育成
滋賀大学	滋賀大学ウェルネスツーリズムプロデューサー養成講座
神戸山手大学	ツーリズムプロデューサー養成課程
愛媛大学	愛媛県・四国の儲かる観光サービス業を担う中核人材育成プログラム
小樽商科大学*	観光産業の中核を担う経営人材育成講座アドバンスコース
青森大学*	体験型観光商品企画担当者セミナー
明海大学*	地域観光強化を担う宿泊施設のためのミドルマネジメント育成
東洋大学*	ビジネスリーダーを目指す女性のための「最新・観光学講座」
和歌山大学*	観光カリスマ講座
大分大学*	宿泊業の人材育成講座
鹿児島大学*	鹿児島島の地域資源とインバウンド旅行者

(注)*: 観光庁の支援が終了し、各大学主体で実施した大学。

資料: 観光庁ホームページより(公財)日本交通公社作成

表 付記-5 科研費「観光学関連」の採択件数の上位研究機関(2019年度)

研究機関	採択件数	総配布額(千円)
和歌山大学	5	23,530
九州産業大学	4	11,830
琉球大学	4	16,250
首都大学東京	3	8,450
北海道大学	3	38,610
立教大学	3	16,900
岩手県立大学	2	7,020
金沢大学	2	7,930
静岡大学	2	5,590
筑波大学	2	21,710
東海大学	2	7,020
東京大学	2	7,280
日本大学	2	8,580
阪南大学	2	5,200
三重大学	2	21,320
龍谷大学	2	8,840
早稲田大学	2	6,130

(注) 審査区分において「小区分80020:観光学関連」、また研究期間の開始年度が2019年度のもものを対象としている。

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

表 付記-4 科研費「観光学関連」の新規採択研究課題(2019年度~)

研究課題	研究種目	代表研究機関
スポーツイベントのレガシー効果に関する観光地理学的研究	基盤研究(B)	県立広島大学
観光誘致のためのVR映像の効率的な活用に関する実証研究	基盤研究(B)	国立研究開発法人情報通信研究機構
離島地域における住民の資源化に伴う観光地域社会の創出に関する地理学的研究	基盤研究(B)	筑波大学
自然災害からの復興過程における観光の役割に関する研究	基盤研究(B)	文教大学
観光資源としての文化的景観の保全と活用に関する研究	基盤研究(B)	北海道大学
コンテナツーリズムにおける「戦争」の消費と歴史理解に関する国際比較研究	基盤研究(B)	北海道大学
オーバーツーリズムでの持続可能な地域メカニズムに関する研究	基盤研究(B)	三重大学
スマート・ツーリズムにみる観光の変容	基盤研究(B)	立教大学
観光目的地的競争優位性:訪日客の増加を契機とするDMOマネージャーの役割の変容	基盤研究(B)	和歌山大学
海面利用実態を考慮した遊漁船業の津波防災計画策定手法の開発	基盤研究(C)	愛知工業大学
プラス要因・マイナス要因を考慮した実時間型観光スポット推薦システムの研究	基盤研究(C)	岩手県立大学
野外ミュージアムの特質を踏まえたデジタルマーケティング手法の実践的研究	基盤研究(C)	岩手県立大学
主催者意識及び立地環境をパラメーターとしたオープンガーデンの観光基盤モデルの完成	基盤研究(C)	江戸川大学
地域団体商標による温泉地ブランドの構築と競争優位性の比較研究	基盤研究(C)	大分大学
高精度位置情報データを活用したスポーツツーリズムの動態調査研究	基盤研究(C)	大阪経済大学
伝統工芸を対象とした自然に基づく文化多様性と観光マネジメント	基盤研究(C)	金沢大学
インバウンドの振興と地域発展の相互補完的関係—ソーシャル・キャピタルの視点から	基盤研究(C)	九州産業大学
旅行者と旅行先との関係構築プロセスの解明:顧客エンゲージメント理論を援用して	基盤研究(C)	九州産業大学
インバウンド訪日観光客が満足する旅館でのおもてなしとそのマネジメント	基盤研究(C)	九州産業大学
シェイクスピア生誕地のLiterary Tourism—マリー・コレリを中心に	基盤研究(C)	京都府立大学
地域内での美術館の集積を活用したアートによる観光振興の可能性に関する研究	基盤研究(C)	杏林大学
気候変動によるビーチの浸食が利用者の厚生と地域経済に与える影響の評価	基盤研究(C)	甲南大学
「自然」が文化資源化されるマストツーリズムの状況の観光人類学的研究	基盤研究(C)	公立小松大学
観光資源の発掘・再評価—機械学習による写真共有SNS分析を軸として—	基盤研究(C)	四国大学
「観光のダイナミズム」下での持続可能な観光地実現のための財政的基盤に関する研究	基盤研究(C)	静岡大学
統合型リゾート(IR)が地域経済・社会に与える影響と規制のあり方	基盤研究(C)	静岡大学
ワーケーションを推進するための地域観光資源の活用に関する研究	基盤研究(C)	実践女子大学
大規模災害からの観光復興に関する考察—電源地域・主に原子力の事例から—	基盤研究(C)	淑徳大学
観光者の環境配慮行動を誘発する他者行動:旅の恥をかき捨てない観光者行動の為に	基盤研究(C)	首都大学東京
ツーリズム・レクリエーション利用者による支払いのあり方についての研究	基盤研究(C)	上智大学
中国国内でのコンテナツーリズムの萌芽—観光行動の現地化と再帰性—	基盤研究(C)	大正大学
意識分析にもとづく国外旅行意向の国際比較研究	基盤研究(C)	筑波大学
アフターオリンピックにおける観光政策の課題	基盤研究(C)	東海大学
地域内マネーフローの向上に資する森林バイオマス活用と観光産業との融合	基盤研究(C)	東海大学
劇場を活用した観光客誘致による地域再生策の構築	基盤研究(C)	東京藝術大学
都市空間における集客学の計画理論構築と観光への応用に関する研究	基盤研究(C)	東京都市大学
カジノを核とするIR(統合型リゾート)の経済的効果と社会的コスト	基盤研究(C)	東洋大学
ホスピタリティ産業における国境を越えた知識移転の構造と促進要因の解明	基盤研究(C)	常葉大学
個人に適合して自動車旅行を支援する車載器	基盤研究(C)	鳥取大学
農山漁村と都市住民の意識変化に対応したグリーンツーリズムの方策・評価モデルの開発	基盤研究(C)	中村学園大学
旅行者属性を考慮した着地型観光行動の分析および誘客手法の研究	基盤研究(C)	名古屋学院大学
パリと沖縄の案内観光地に生じる観光サバルタンの事例考察を通じた観光リスク論の探究	基盤研究(C)	南山大学
地域連携プラットフォームのライフサイクルの把握とマネジメント・モデルの構築	基盤研究(C)	新潟大学
民泊の生活体験観光の規模と運営に関する研究—イタリア アルベルゴデフーズを基に	基盤研究(C)	日本大学
地域の食文化を対象とした観光の形成手法と波及効果に関するアクションリサーチ	基盤研究(C)	日本大学
地方創生のための伝統工芸産業の産地戦略:磁器産地の観光まちづくりの事例を通して	基盤研究(C)	函館大学
イタリアの農村ツーリズムにおける地域毎の推進状況の分析と有効な支援策の検証	基盤研究(C)	フェリス学院大学
世界遺産候補「百舌鳥・古市古墳群」の天皇陵古墳の意味をめぐる葛藤	基盤研究(C)	福岡大学
観光行動力導出による高齢者の旅行促進に関する研究	基盤研究(C)	北陸学院大学短期大学部
聖地研究 甲子園—聖地の生成と象徴性再生産プロセスに対する住民評価の研究	基盤研究(C)	武庫川女子大学
鉄道とヘリテージ・ツーリズムに関する日英比較史研究	基盤研究(C)	明治大学
インバウンド観光における観光土産のリピート購買促進のためのブランド認知の研究	基盤研究(C)	桃山学院大学
都市部における着地型観光事業者と地域住民との協働に関する研究	基盤研究(C)	横浜商科大学
複合現実体験としての聖地巡礼:ルルドをはじめとする19世紀西欧における虚実の融合	基盤研究(C)	立教大学
道の駅を拠点とした観光振興モデルの構築と経済効果に関する研究	基盤研究(C)	立教大学
「おもてなし」に対する海外消費者の態度に関する研究—米・中・台地域を中心に—	基盤研究(C)	立正大学
デザインエーション・マーケティングにおけるPPMの有為性の検証—沖縄県を事例に—	基盤研究(C)	琉球大学
クルーズ船上のゲスト&ゲスト:旅行者間の関係と旅行経験における相互作用の研究	基盤研究(C)	琉球大学
辺境観光地域における社会的DMO成立要件に関する観光経営社会学的分析	基盤研究(C)	琉球大学
包括的観光戦略の構築:国際観光都市におけるオーバーツーリズムの分析を通して	基盤研究(C)	龍谷大学
観光資源の景観特微化に基づく観光情報推薦システム	基盤研究(C)	龍谷大学
地方都市におけるプレイスメイキングと交流型観光の連携手法に関する研究	基盤研究(C)	和歌山大学
我が国の庭園観光の適切かつ持続的な推進に向けた研究	基盤研究(C)	和歌山大学
リビングヘリテージとその活用の多様性に関する比較研究	基盤研究(C)	早稲田大学
視線情報を用いた観光資源に対する潜在的注目度調査システムの開発に関する研究	若手研究	秋田大学
Tourist satisfaction - loyalty and resident perception in over-tourism context: Possible policies to promote tourism and enhance community satisfaction	若手研究	一般財団法人運輸総合研究所総合研究部
Challenges and Potentials of Transnational Film/Contents Tourism: A Case Study of Japanese Fan Tourists in Germany	若手研究	金沢大学
対人サービス企業におけるサービス提供の仕組みの最適化に関する研究—旅館業の事例—	若手研究	九州産業大学
観光回遊行動の実践的調査・分析フレームワークの構築と地域マネジメントへの活用	若手研究	首都大学東京
観光振興主体・空港・航空会社間のリスクシェアリング・メカニズムに関する研究	若手研究	首都大学東京
真に言語バリアフリーな観光情報システム	若手研究	地方独立行政法人東京立産業技術研究センター
旅行者の地域づくりへの参加を促すスタディツアーの研究	若手研究	東京大学
Real-time Disaster Self-evacuation with LBS and AR Enhanced Analogue Disaster Maps for Foreign Tourists—System Design and Effectiveness Tests	若手研究	東京大学
旅館の体質改善に向けたサービスマネジメントの研究	若手研究	阪南大学
ミュージアムの特性を活かした「観光プログラム」の構築に関する研究	若手研究	阪南大学
観光客の属性と旅行形態が観光周遊行動に与える影響に関する研究	若手研究	佛光大学
持続可能な観光開発の基礎となる住民の認識を明らかにする国際比較研究	若手研究	北海道大学
子ども外遊び空間の創出に資するアウトドア・レジャーの拠点形成に関する研究	若手研究	三重大学
多様化するインバウンド観光の計量マーケティング分析	若手研究	山口大学
持続可能な開発目標(SDGs)と地域住民を含んだ観光まちづくり:首里景観形成地域	若手研究	琉球大学
世界遺産の参詣道「熊野古道」を歩くことで得られる意味深い心理的経験の実証研究	若手研究	和歌山大学
山岳地域における環境変化と観光資源レジリエンスの包括的分析	若手研究	和歌山大学
観光客の災害の備えの改善:より精緻なリスクコミュニケーションのための実証的研究	特別研究員奨励費	京都大学
ブラジル北東部海岸地域におけるコミュニティツーリズム:エンパワーメントの視点から	特別研究員奨励費	早稲田大学
食と農村地域の文化遺産化:テロワール産品の日仏比較研究から	国際共同研究加速基金(国際共同研究強化(A))	大阪市立大学

(注) 審査区分において「小区分80020:観光学関連」、また研究期間の開始年度が2019年度のを対象としている。

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	214
	一般社会・海外情勢	
	観光行政	
	旅行・観光動向・イベント動向	
	宿泊施設・観光施設等のオープン	
	交通・運輸	
	旅行業	
資料-2	付属統計表	218
	経済関連指標	
	旅行・観光関連産業(宿泊業)(運輸業)	
	国内旅行動向	
	海外旅行動向	
	出国者数(地域別)(性・年齢別)	
	訪日旅行動向	

資料-1 旅行年表

(2019年1月～9月)

月日	一般社会・海外情勢
1.7	「国際観光旅客税(出国税)」徴収始まる。一人1000円。日本人、外国人問わず2歳以上。航空券等に上乗せ。
1.8	吉田沙保里選手、引退を表明
1.16	第160回芥川賞は上田岳弘氏の「ニムロッド」と町屋良平氏の「1R1分34秒」、直木賞は真藤順丈氏の「宝島」
1.16	2018年の訪日外国人客数(推計値)は3119万1900人。前年比8.7%増。日本政府観光局(JNTO)が発表。
1.17	阪神淡路大震災から24年
1.26	大坂なおみ選手、全豪オープン女子シングルス優勝。世界ランキング1位も確定。
1.27	嵐、2020年いっぱいグループ活動休止を発表
2.1	日本と欧州連合(EU)の経済連携協定(EPA)が発効
2.2	細田守監督の『未来のミライ』が、第46回アニメ賞長編インディペンデント作品賞受賞
2.12	マケドニア、国名を「北マケドニア」に
2.22	探査機「はやぶさ2」が小惑星「リュウグウ」への着陸に成功
2.22	プレミアムフライデー開始から2年
2.27	羽田空港の乗降客数が8733万と過去最高に。2018年。前年から200万人増。国際線が1796万人とインバウンド好調
3.5	政府、NHKによるTV番組のインターネット同時配信を可能にする放送法改正案を閣議決定
3.5	2019年の米ブリツカ賞に磯崎新氏
3.11	東日本大震災から8年
3.21	イチロー選手、現役引退を表明
3.30	アメリカ、世界最大の産油国に。アメリカのエネルギー情報局(EIA)が2018年の統計を発表
4.1	新元号は「令和」。政府、閣議決定。出典は「万葉集」
4.1	仲邑菫さん、プロ棋士に。10歳0か月。
4.5	探査機はやぶさ2、小惑星リュウグウで人工クレーター作製に成功。
4.9	政府、2024年に紙幣デザイン刷新を発表。1万円札渋沢栄一、5000円札津田梅子、1000円札北里柴三郎
4.10	福島県大熊町の全域に出されていた避難指示の一部が解除
4.10	国際共同研究プロジェクト「イベント・ホライズン・テレスコープ(EHT)」、ブラックホール撮影に成功と発表。史上初
4.30	天皇陛下下、即位。平成最後の日
5.1	新天皇陛下、即位。令和最初の日
5.4	北海道の「インターステラテクノロジズ」、小型観測ロケット「宇宙品質にシフトMOMO」3号機の打ち上げに成功
5.9	東京オリンピック、チケットの申込受付開始
5.10	改正子ども・子育て支援法成立。10月1日から。大学等修学支援法も成立。2020年4月から。
5.15	改正健保法、参院本会議で可決、成立。マイナンバーカードが健康保険証として利用可能に。2021年3月から
5.26	東名高速道路、全線開通から50年
5.29	気象庁、防災気象情報に5段階レベルの公表の運用開始
5.31	食品の削減推進に関する法律(食品ロス削減推進法)公布
6.1	新しいふるさと納税制度開始
6.3	政府、スーパー、コンビニなどでのレジ袋無償配布を一律に禁じる法令を制定する方針を発表。2020年4月有料化へ
6.7	サニブラウン・ハキーム選手(フロリダ大)、男子100mで9秒97の日本新。全米大学選手権で。
6.20	ゴンザガ大の八村塁選手が、選出9位でウィザーズから指名。米プロバスケットボール協会(NBA)ドラフト会議
6.21	2018年の地方での訪日客の消費額1兆円超。21日公表の観光白書で。
6.24	ヨーロッパ全土で猛暑。広範囲で40度超。
7.1	改正健康増進法施行。学校、病院や公共施設などでは原則敷内禁煙。
7.6	百舌鳥・古市古墳群(大阪府)世界文化遺産に登録決定
7.11	宇宙航空研究開発機構(JAXA)の探査機「はやぶさ2」、小惑星「リュウグウ」に2回目の着陸
7.17	第161回芥川賞は今村夏子氏の「むらさきのスカートの女」、直木賞は大島真寿美氏の「満 妹青山婦女庭訓 魂結び」
7.21	アポロ11号の月面着陸から50年
7.30	厚生労働省、2018年時点の日本人平均寿命発表。女性87.32歳、男性81.25歳
7.31	総務省、労働力調査を発表。就業者6747万人(男性55.5%、女性45.5%)。非正規は男性23%、女性55%
8.4	ゴルフ全英女子オープン渋野日向子選手が初出場優勝。
8.6	広島市平和記念公園で「原爆死没者慰霊式・平和祈念式」
8.9	長崎市平和公園で平和祈念式典
8.15	全国戦没者追悼式
8.22	横浜市、統合型リゾート(IR)誘致を発表。カジノを含む
8.28	九州北部大雨
9.6	北海道厚岸県東部地震から1年
9.9	台風15号、首都圏直撃。観測史上最大の暴風。千葉などで大規模停電と家屋損壊。
9.16	70歳以上の人口21.5%、2715万人。総務省発表。総人口は前年比26万人減
9.20	ラグビーワールドカップ日本大会開幕。11月2日まで。

月日	観光行政
1.1	外務省、セントクリストファー・ネイビスに対し商用目的、文化人・知識人数次ビザの緩和
1.1	外務省、香港、マカオに対し香港D I・マカオ旅行証所持者に対する数次ビザの導入
1.1	外務省、インドに対し数次ビザの発給要件の緩和と申請手続きを簡素化
1.1	外務省、中国に対し数次ビザの発給要件の緩和と一部大学生・卒業生の個人観光一時ビザ申請手続きを簡素化
1.7	「国際観光旅客税法」施行
1.23	文化庁、第2期 第5回「文化審議会世界文化遺産部会」開催
1.24	観光庁、第1回「若者のアウトバウンド推進実行会議」開催
1.28	観光庁、第1回「日本旅館の生産性向上・インバウンド対応の強化等を加速するための新たなビジネスモデルのあり方等に関する検討会」を開催
1.29	観光庁、第2回「日本の魅力発信に向けたクルーズ着地型観光の充実のための検討会」を開催
2.1	外務省、コロンビアに対し商用目的、文化人・知識人数次ビザの緩和と数次ビザ導入
2.6	観光庁、第5回「世界水準のDMOのあり方に関する検討会」開催
2.25	観光庁、「ユニークベニューシボジウム」開催
2.28	観光庁、第6回「世界水準のDMOのあり方に関する検討会」開催
3.13	観光庁、第7回「世界水準のDMOのあり方に関する検討会」開催
3.18	厚生労働省、第3回「違法民泊対策関係省庁連絡会議」開催
3.19	観光庁、第3回「日本の魅力発信に向けたクルーズ着地型観光の充実のための検討会」を開催
3.27	観光庁、「外国人観光客を対象とした地方部における鉄道利用促進に向けたガイドライン」の公表
3.29	観光庁、「日本版DMO」の第5弾登録及び「日本版DMO候補法人」の第15弾登録を実施
3.29	「国際文化交流の祭典の実施の推進に関する基本計画」が閣議決定
4.1	「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」施行
4.1	外務省、カタールに対し商用目的、文化人・知識人数次ビザの緩和と数次ビザ導入
4.1	「出入国管理及び難民認定法及び法務省設置法の一部を改正する法律」施行により、宿泊業も特定産業分野に指定された
4.1	「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」施行
4.3	観光庁監修の災害時情報提供アプリ「Safety tips」を公開
4.5	観光庁、第2回「日本旅館の生産性向上・インバウンド対応の強化等を加速するための新たなビジネスモデルのあり方等に関する検討会」を開催
4.9	観光庁、第3回「日本旅館の生産性向上・インバウンド対応の強化等を加速するための新たなビジネスモデルのあり方等に関する検討会」を開催
4.11	国土交通省、「ガーデンツーリズム」登録制度を創設
5.20	文化庁、「日本遺産」16件を新たに認定
5.20	文化庁、第3期 第1回「文化審議会世界文化遺産部会」開催
5.22	観光庁、「テーマ別観光による地方誘客事業」に9件を継続選定
5.29	観光庁、第4回「グローバルMICE都市・都市力強化対策本部」開催
6.14	新たに5地域で「地域通訳案内士育成等計画」を策定
6.14	観光庁、「観光ビジョン実現プログラム2019」策定
6.20	文化庁、第3期 第2回「文化審議会世界文化遺産部会」開催
6.19	(株)地域経済活性化支援機構が「観光遺産産業化ファンド」の設立
6.26	観光庁、第4回「日本旅館の生産性向上・インバウンド対応の強化等を加速するための新たなビジネスモデルのあり方等に関する検討会」を開催
7.17	第4回厚労省「違法民泊対策関係省庁連絡会議」開催
7.30	文化庁、第3回「文化審議会世界文化遺産部会」開催
8.1	観光庁及び厚生労働省、イベント民泊ガイドラインを改訂
8.1	外務省、ラオスに対し商用目的、文化人・知識人数次ビザの緩和(最長有効期間5年への延長、発給対象者の拡大等)
8.21	観光庁、第1回「持続可能な観光指標に関する検討会」開催
8.23	第32回「観光戦略実行推進会議」開催
8.28	宿泊分野において在留資格「特定技能1号」への在留資格の変更が初めて許可
8.30	韓国・仁川において第9回「日中韓観光大臣会合」開催
9.1	外務省、ロシアに対し大学生等に対する一次ビザ申請手続きの簡素化
9.1	外務省、ロシアに対し「協力プラン」に関与するロシア企業等の常勤者等に対する数次ビザ導入
9.11	UNWTOの第23回総会にて、日本のUNWTO理事国の再選が決定
9.13	観光庁、災害時情報提供アプリ「Safety tips」の対応言語を11か国語に拡大
9.25	令和元年台風15号による被災宿泊事業者向けの特別相談窓口の設置
9.27	観光庁、第2回「観光分野における女性活躍推進に向けた検討会」開催

月日	旅行・観光地動向、イベント動向
1.1	高崎だるま市(群馬県高崎市)開催(～1.2)
1.6	出初式(東京都江東区)開催
1.6	少林山七草大祭だるま市(群馬県高崎市)開催(～1.7)
1.19	第50回全国スイーツマラソンin東京(東京都江東区)開催
2.4	第70回さっぽろ雪まつり(北海道札幌市)開催(～2.11)
2.5	長崎ランタンフェスティバル(長崎県長崎市)開催(～2.19)
2.24	くまファンラン×スイーツマラソンin大阪(大阪府大阪市)開催
3.3	第13回東京マラソン2019(東京都新宿区、千代田区ほか)開催
3.3	RSKテレビ60周年 香川スイーツマラソン2019 inいくしま(香川県高松市)開催
3.7	ゆうばり国際ファンタスティック映画祭2019(北海道夕張市)開催(～3.10)
3.15	東京・春・音楽祭2019(東京都台東区)開催(～4.14)
3.16	TOKYO OUTDOOR WEEKEND 2019(東京都江東区)開催(～3.17)
3.23	AnimeJapan 2019(東京都江東区)開催(～3.26)
3.30	第28回東京ガールズコレクション2019SPRING / SUMMER(神奈川県横浜市)開催
4.1	第94回高田城百万人観覧会(新潟県上越市)開催(～4.15)
4.13	砂の美術館第12期展(鳥取県鳥取市)開催(～2020.1.5)
4.18	第11回沖縄国際映画祭(沖縄県宜野湾市、那覇市ほか)開催(～4.21)
4.20	弘前さくらまつり(青森県弘前市)開催(～5.6)
4.27	近江の春びわ湖クラシック音楽祭2019(滋賀県大津市)開催(～4.28)
4.28	第24回宮崎国際音楽祭(宮崎県宮崎市、串間市ほか)開催(～5.19)
5.3	博多どんたく(福岡県福岡市)開催(～5.4)
5.3	ひろしまフラワーフェスティバル2019(広島県広島市)開催(～5.5)
5.3	ラ・フォル・ジュルネTOKYO2019(東京都千代田区、中央区)開催(～5.5)
5.7	第21回別府アルゲリッチ音楽祭(大分県別府市、大分市ほか)開催(～6.2)
5.15	神田祭(東京都千代田区)開催
5.16	まんぱく2019(東京都立川市)開催(～6.3)
6.1	東北絆まつり(福島県福島市)開催(～6.2)
6.2	第7回秋田リレーマラソン&スイーツマラソン(秋田県秋田市)開催
6.5	第28回YOSAKOIソラン祭り(北海道札幌市)開催(～6.9)
6.15	100万人のキャンドルナイト@増上寺2019(東京都港区)開催
7.1	博多祇園山笠(福岡県福岡市)開催(～7.15)
7.14	祇園祭宵山(京都府京都市)開催(～7.16)
7.18	第40回霧島国際音楽祭(鹿児島県霧島市、鹿児島市ほか)開催(～8.4)
7.19	アート県庁プロジェクト ゾンビナイトサガ(佐賀県佐賀市)開催(～2020.1.31)
7.24	天神祭(大阪府大阪市)開催(～7.25)
7.26	FUJI ROCK FESTIVAL '19(新潟県湯沢町苗場スキー場)開催(～7.28)
8.2	青森ねぶた祭(青森県青森市)開催(～8.7)
8.3	秋田竿燈まつり(秋田県秋田市)開催(～8.6)
8.3	RIKUN IN JAPAN FESTIVAL 2019(茨城県ひたちなか市)開催(～8.4・8.10～8.12)
8.6	仙台七夕まつり(宮城県仙台市)開催(～8.8)
8.9	よさこい祭り(高知県高知市)開催(～8.12)
8.10	富士山河口湖音楽祭2019(山梨県南都留郡)開催(～8.17)
8.12	徳島市阿波踊り(徳島県徳島市)開催(14・15日は台風で中止)
8.16	RISING SUN ROCK FESTIVAL 2019 in EZO(北海道石狩市)開催(～8.17)※16日は台風で中止
8.17	第40回草津夏期国際音楽アカデミー&フェスティバル(群馬県吾妻郡)開催(～8.31)
8.17	2019セイジ・オザワ 松本フェスティバル(OMF)(長野県松本市)開催(～9.7)
8.31	フィールアース2019 with JEEP Festival(静岡県富士宮市)開催(～9.1)
9.1	北海道ブックフェス2019(北海道札幌市)開催(～9.30)
9.7	27th Sunset Live 2019(福岡県糸島市)開催(～9.8)
9.7	第29回東京ガールズコレクション2019AUTUMN / WINTER(埼玉県さいたま市)開催
9.12	東京ゲームショウ2019(千葉県千葉市)開催(～9.15)
9.13	六甲ミーツ・アート 芸術散歩2019(兵庫県神戸市)開催(～11.24)
9.21	ペップ・アート・マンス 2019(大分県別府市)開催(～11.10)

Table with columns: 月日, 宿泊施設・観光施設等のオープン. Lists various hotel openings and renovations from 2019 to 2021, including entries like 'ホテルルートイン新築 (186室、愛知県新城市)', 'THE THOUSAND KYOTO (222室、京都府京都市)', and 'ホテルリブマックス大坂淀屋橋 (183室、大阪府大阪市)'.

Table with columns: 月日, 交通・運輸. Lists transportation and infrastructure developments from 2019 to 2021, including entries like 'ベトジェットエア、成田＝ハノイ線を新規開設', '中国国際航空、関西＝杭州線、中部＝広州線を新規開設', and '高松自動車道、鳴門IC～高松市境間の全線で4車線化工事が完成'.

Table with columns: 月日, 旅行業. Lists travel industry news and company activities from 2019 to 2021, including entries like 'JTB、ジャパントイズムズと提携し、訪日スポーツ観戦客向けプロモーション事業開始', 'HIS、カナダの旅行業Red Label Vacations買収', and 'ANA セールス、環境省と国立公園オフィシャルパートナーシップ締結'.

資料編

(2019年10月～2020年6月)

月日	一般社会・海外情勢
10.1	消費税10%に
10.10	吉野彰氏、ノーベル化学賞受賞決定。リチウムイオン電池の開発で。授賞式は12月10日
10.12	台風19号、東海と関東、東北地方を縦断。記録的大雨による決壊もしくは氾濫が229河川で。
10.13	ラグビーワールドカップ、日本代表がスコットランドに28-21で勝利。目標としていた8強に到達
10.26	オーストラリア政府、世界遺産ウルクの登山禁止。先住民・アボリジニの要望を受けて
11.1	世界文化遺産、首里城(沖縄県那覇市) 焼失
11.1	大学入学共通テスト、2020年度からの英語民間試験の導入を延期。文部科学省発表。
11.1	2020東京オリンピックのマラソンと競歩、札幌開催への変更が決定
11.9	ベルリンの壁崩壊から30年
11.10	天皇陛下下の即位を祝うパレード「祝賀御列の儀」が行われる
11.23	ローマ教皇フランシスコ来日。～26日
11.30	新国立競技場完成。12月15日に竣工式
12.2	流行語大賞発表。大賞は「ONE TEAM」
12.11	ラグビーワールドカップ日本代表、東京・丸の内パレード。5万人が祝福
12.12	「今年の漢字」は「令」
12.24	2019年の出生者数90万人割れ。1899年の統計開始後初。前年から5万4000人減。
1.10	2019年度の訪日観光客3188万人、前年比2.2%増で過去最多。JNTO発表。
1.15	第162回芥川賞に古川真人の「背高泡立草」、直木賞に川越宗一氏の「熱源」
1.17	阪神・淡路大震災から25年
1.17	国際地質科学連合 (UGS)、約77万4000～12万9000年前の時代を「チニアン(千葉時代)」と命名。地質学の年代記に初めて日本の地名。
1.23	武漢市政府、武漢への出入りを一部制限
2.3	クルーズ船「ダイヤモンド・プリンセス」横浜沖に到着
2.17	東京マラソン財団、3.1開催の東京マラソンの一般参加中止を決定
2.26	政府、大規模イベントの自粛要請。当面2週間
2.27	政府、全国の小中高へ休校要請。3月2日～春休みまで
3.4	福島県双葉町の避難指示、一部解除。大熊町が5日、富岡町が10日に一部解除。原発事故から9年で
3.8	大相撲春場所、無観客で開催
3.9	プロ野球、20日からの開幕延期、Jリーグも再開延期を決定
3.11	東日本大震災から9年
3.11	日本高校野球連盟と毎日新聞社、19日からの第92回選抜大会中止を決定
3.12	世界保健機関 (WHO)、新型コロナウイルスについて「パンデミック」と表明
3.14	JR山手線と京浜東北線の新駅「高輪ゲートウェイ駅」開業
3.24	東京オリンピック・パラリンピック、1年延期を決定。2021年7月23日～
3.26	高松塚古墳(奈良県明日香村)の壁画、修理作業完了
3.27	限界集落(人口の50%超が65歳以上である集落)が2万カ所超え
3.29	羽田空港への新飛行ルート運用開始
4.1	政府、全世界に布マスク2枚配布を発表
4.7	7都道県に緊急事態宣言発令。コロナ禍で。
4.10	3月の訪日観光客19万3700人。前年同月比93%減。政府観光局発表。
4.14	緊急事態宣言、全都道府県に拡大。5月6日まで。
4.20	政府、全国民に一律10万円の特別定額給付を閣議決定。新型コロナウイルス感染症緊急経済対策
4.21	日銀、国債買い入れの上限を撤廃
5.4	緊急事態宣言、5月31日まで延長。政府発表
5.12	日本相撲協会、大相撲五場所(24日～)の中止を発表
5.12	豊臣秀吉が築いた「京都新城」の遺構、京都仙洞御所内で見つかる。
5.13	ゴールデンウィーク(4月26日～5月6日)の羽田・成田の出入国者、前年比99%減。東京出入国在留管理局発表。
5.14	8都道府県を除く39県で緊急事態宣言解除
5.20	日本高校野球連盟と朝日新聞社、高校野球の102回全国選手権大会と、代表49校を決める地方大会の中止を発表。
5.25	緊急事態宣言前倒して全面解除
6.2	新型コロナ、東京都が初の「東京アラート」
6.3	ZIPAIR Tokyo、貨物専用便で成田～バンコク就航
6.10	高野連、中止となった春のセンバツ大会出場校による交流試合の開催を発表。甲子園球場で各校1試合。
6.12	国会で第2次補正予算、過去最高の31兆9114億円で成立。新型コロナウイルス対策を盛り込む。
6.21	夏至の日に部分日食。夏至の日の日食は372年ぶり
6.23	日本のスーパーコンピュータ「富岳」、8年ぶりの計算速度世界一。理化学研究所と富士通が開発
6.23	沖縄で「慰霊の日」。戦後75年。

資料編

月日	観光行政
10.1	観光庁、「G20観光大臣会合ピッチコンテスト」開催
10.1	第33回「観光戦略実行推進会議」開催
10.23	令和元年台風19号による被災宿泊事業者向けの特別相談窓口の設置
10.25	観光庁、「G20北海道知安観光大臣会合」開催
10.29	観光庁、第1回「非常時における外国人旅行者の安全・安心」の確保に向けた検討会」開催
10.30	観光庁、第2回「持続可能な観光指標に関する検討会」の開催
11.12	観光庁、第5回「グローバルMICE都市・都市力強化対策本部」開催
11.13	令和元年台風第15号および第19号観光支援事業費補助金の創設
11.25	文化庁、第1回「文化施設を中心とした文化観光の在り方に関する検討会」開催
11.28	第34回観光戦略実行推進会議が開催
12.6	観光庁、災害時情報提供アプリ「Safety tips」に新機能を追加～避難勧告等を多言語で発信～
12.10	観光庁、第3回「持続可能な観光指標に関する検討会」開催
12.10	第35回「観光戦略実行推進会議」開催
12.12	第4回「国連世界観光機関/ユネスコ 観光と文化をテーマとした国際会議」開催
12.12	山形県の北庄内地域(酒田市、遊佐町、庄内町)で地域通訳案内士育成等計画が策定
12.12	令和2年度税制改正で、「外国人旅行者向け消費税免税制度の拡充」が決定
12.13	観光庁、インバウンドのレンタカー利用促進による地域振興を目指し有識者検討会の初会合を開催
12.18	観光庁、「サービス提供企業ご紹介・交流セミナー～訪日外国人旅行者の受入お悩み解決～in東北」開催
12.19	観光庁、第2回「非常時における外国人旅行者の安全・安心」の確保に向けた検討会」の開催
12.20	観光庁、第3回「観光分野における女性活躍推進に向けた検討会」開催
12.20	観光庁、第1回「スノーリゾートの投資環境整備に関する検討会」開催
12.25	観光庁・厚生労働省、イベント民泊ガイドラインを改訂
1.1	観光庁及び日本政府観光局(JNTO)、「Your Japan 2020」キャンペーンを開始
1.10	観光庁、第2回「スノーリゾートの投資環境整備に関する検討会」開催
1.15	スポーツ庁・文化庁・観光庁、第4回「スポーツ文化ツーリズムシンポジウム」開催
1.15	観光庁、各地で自由に活用できる訪日外国人旅行者向けマナー啓発動画を作成
1.15	第36回「観光戦略実行推進会議」開催
1.16	第1回「Team Welcome 実行推進会議及びキックオフイベント」開催
1.21	観光庁、第3回「非常時における外国人旅行者の安全・安心」の確保に向けた検討会」開催
1.22	観光庁、「サービス提供企業ご紹介・交流セミナー～訪日外国人旅行者の受入お悩み解決～in九州」の開催
1.30	観光庁、第1回「MICE参加者のプレジャー促進連絡会」開催
1.30	観光庁、第5回「日本旅館の生産性向上・インバウンド対応の強化等を加速するための新たなビジネスモデルのあり方等に関する検討会」開催
1.31	観光庁、感染症等を起因とした外国人観光客の減少等、経営環境の変化に直面している宿泊事業者向けの特別相談窓口の設置
2.3	第2回「若者のアウトバウンド推進実行会議」開催
2.14	観光庁、第4回「持続可能な観光指標に関する検討会」開催
2.18	観光庁、第4回「観光分野における女性活躍推進に向けた検討会」開催
2.20	観光庁、「サービス提供企業ご紹介・交流セミナー～訪日外国人旅行者の受入お悩み解決～in九州」の開催
2.28	観光庁、第4回「非常時における外国人旅行者の安全・安心」の確保に向けた検討会」の開催
3.4	観光庁、第2回「MICE参加者のプレジャー促進連絡会」開催
3.5	新型コロナウイルス感染症対策本部で「水際対策の抜本的強化に向けた新たな措置」が決定
3.5	観光庁、第3回「スノーリゾートの投資環境整備に関する検討会」開催
3.17	観光庁、第4回「スノーリゾートの投資環境整備に関する検討会」開催
3.17	観光庁、災害時情報提供アプリ「Safety tips」の対応言語を14か国語に拡大
3.19	観光庁、全国通訳案内士が着用するバッジのデザインが決定
3.23	観光庁、感染症等を起因とした旅行者の減少等、状況の変化に直面している通訳案内士向けの特別相談窓口の設置
4.7	安倍新型コロナウイルス感染症対策本部(内閣総理大臣)、特措法第32条第1項に基づき緊急事態宣言を发出(埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、大阪府、兵庫県及び福岡県)
4.15	観光庁、「観光地域づくり法人の登録制度に関するガイドライン」公表
4.16	安倍新型コロナウイルス感染症対策本部(内閣総理大臣)、特措法第32条第3項に基づき、2020年4月7日付けの緊急事態宣言の全部を変更(全都道府県)
4.24	臨時G20観光大臣会合(テレビ会合)が実施
5.1	厚生労働省・観光庁、雇用調整助成金の申請方法を分かりやすく紹介するための動画及び参考資料を公開
5.4	安倍新型コロナウイルス感染症対策本部(内閣総理大臣)、特措法第32条第3項に基づき、2020年4月16日付けの緊急事態宣言の全部を変更
5.14	安倍新型コロナウイルス感染症対策本部(内閣総理大臣)、特措法第32条第3項に基づき、2020年5月4日付けの緊急事態宣言の全部を変更(北海道、埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、京都府、大阪府及び兵庫県)
5.21	安倍新型コロナウイルス感染症対策本部(内閣総理大臣)、特措法第32条第3項に基づき、2020年5月14日付けの緊急事態宣言の全部を変更(北海道、埼玉県、千葉県、東京都及び神奈川県)
5.25	安倍新型コロナウイルス感染症対策本部(内閣総理大臣)、特措法第32条第5項に基づき、緊急事態解除宣言を发出
6.19	「第37回観光戦略実行推進会議」開催
6.29	観光庁、第6回「日本旅館の生産性向上・インバウンド対応の強化等を加速するための新たなビジネスモデルのあり方等に関する検討会」開催

月日	旅行・観光地動向、イベント動向
10.7	長崎くんち(長崎県長崎市)開催(～10.9)
10.10	NHK音楽祭2019(東京都渋谷区)開催(10.25/11.7)
10.9	ご当地キャラ博in彦根2019(滋賀県彦根市)開催(～10.20)
10.24	東京ラフェーション2019 第1幕(東京都世田谷区)(～10.29)
10.25	第60回東京名物神田古本まつり(東京都千代田区)開催(～11.4)
10.26	ひろしまフードフェスティバル2019(広島県広島市)開催(～10.27)
10.28	第32回東京国際映画祭(東京都港区ほか)開催(～11.5)
10.30	東京ラフェーション2019 第2幕(東京都世田谷区)(～11.4)
10.31	佐賀インターナショナルバルーンフェスタ2019(佐賀県佐賀市)(～11.4)
11.9	第14回須賀ショートフィルムフェスティバル2019(栃木県那須郡)開催(～11.17)
11.22	ニッポン全国物産展2019(東京都豊島区)(～11.24)
11.23	世界キャラクターさみさとin羽生2019(埼玉県羽生市)開催(～11.24)
11.24	第54回全国スイーツマラソンin愛知(愛知県長久手市)開催
12.6	第25回神戸ルミナリエ(兵庫県神戸市)開催(～12.15)
12.15	ボロ市(東京都世田谷区)開催(～12.16/1.15～1.16)
1.1	高崎だるま市(群馬県高崎市)開催(～1.2)
1.6	出初式(東京都江東区)開催
1.6	少林山七草大祭だるま市(群馬県高崎市)開催(～1.7)
1.24	長崎ランタンフェスティバル(長崎県長崎市)開催(～2.9)
2.4	第17回さっぽろ雪まつり(北海道札幌市)開催(～2.11)
2.29	第30回東京マラソン2020(東京都新宿区/SUMMER(東京都渋谷区)開催[無観客で開催]
3.1	第14回東京マラソン2020(東京都新宿区、千代田区ほか)開催[一般市民ランナーの参加無し]
3.13	東京・春・音楽祭2020(東京都台東区)開催(～4.18)[一部のプログラムは中止、無観客ストリーミング配信]
3.14	TOKYO OUTDOOR WEEKEND 2020(東京都江東区)(～3.15)延期(6/13～14の予定だったが9/12・13に延期)
3.21	AnimeJapan 2020(東京都江東区)(～3.24)[中止]
4.1	第95高田城址公園観覧会(新潟県上越市)開催(～4.15)[イベント(点灯式等)は中止]
4.16	第12回沖繩国際映画祭(沖縄県宜野湾市、那覇市ほか)開催(～4.19)[イベント内容を縮小して実施]
4.23	弘前さくらまつり(青森県弘前市)(～5.6)[中止]
4.25	近江の春びわ湖クラシック音楽祭2020(滋賀県大津市)(～4.26)[中止]
4.29	第25回宮崎国際音楽祭(宮崎県宮崎市、串間市ほか)(～5.17)[中止(8月に延期→中止)]
5.1	ラ・フォル・ジュルネTOKYO2020(東京都千代田区)(～5.4)[中止]
5.3	博多どんたく(福岡県福岡市)(～5.4)[中止]
5.3	ひろしまフラワーフェスティバル2020(広島県広島市)(～5.5)[中止]
5.9	第22回別府アルゲリッチ音楽祭(大分県別府市、大分市)(～5.28)[来年に延期]
5.15	神田祭(東京都千代田区)[中止]
5.15	まんぱく2020(東京都立川市)(～6.1)[中止]
5.30	東北絆まつり(山形県山形市)(～5.31)[来年に延期]
6.10	第29回YOSAKOIソーラン祭り(北海道札幌市)(～6.14)[中止]
6.21	100万人のキャンドルナイト@増上寺2020(東京都港区)[オンライン開催]

月日	宿泊施設・観光施設等のオープン
10.1	カンデオホテルズ大宮 (321室、埼玉県さいたま市)
10.1	DOG UP VILLA有馬グランドホテル (9室、兵庫県神戸市)
10.1	コートヤード・バイ・マリOTT大阪本町 (193室、大阪府大阪市)
10.1	ホテルWBF函館 海神の湯 (336室、北海道函館市)
10.4	HOTEL CULTIA大宰府 (4室、福岡県大宰府市)
10.5	& AND HOSTEL KURAMAE WEST (17室24床、東京都台東区)
10.9	ホテルラスティ プレミア熊本 (205室、熊本県熊本市)
10.11	アパホテル山手大塚駅タワー (613室、東京都豊島区)
10.25	ランドレジェンシャルホテル京都スイーツ (60室、京都府京都市)
10.29	東横INN袖ヶ浦駅北口 (246室、千葉県袖ヶ浦市)
10.30	パークハイアット京都 (70室、京都府京都市)
10.30	ホテルシーラックパル郡山 (200室、福島県郡山市)
10.31	横浜ハンマーヘッド (神奈川県横浜市)
11.1	京の温所 御所西 (1棟、京都府京都市)
11.1	slash川崎 (95室、神奈川県川崎市)
11.1	大阪エクスセルホテル東急 (364室、大阪府大阪市)
11.1	変なホテル関西空港 (98室、大阪府泉佐野市)
11.1	天然温泉 扇浜の湯ドリーミー川崎 (386室、神奈川県川崎市)
11.1	アマン京都 (26室、京都府京都市)
11.1	アゴラ・金沢 (200室、石川県金沢市)
11.1	ホテルフォルツァ大阪北浜 (236室、大阪府大阪市)
11.1	WinerySTAYTRAVIGNE (10室、新潟県新潟市)
11.1	渋谷スクランブルスクエア 東棟 (東京都渋谷区)
11.1	Hareza (ハレザ) 池袋 ホテル棟 (東京都豊島区)
11.13	リーベルホテル アット ユニバーサル・スタジオ・ジャパン (760室、大阪府大阪市)
11.13	南町田グランベリーパーク (東京都町田市)
11.16	ヨドバシ梅田タワー (大阪府大阪市)
11.22	三井ガーデンホテル神宮外苑の杜プレミア (362室、東京都新宿区)
11.27	ホテル飯急レスミア大阪 (1032室、大阪府大阪市)
11.27	からくさホテルグランド新大阪タワー (396室、大阪府大阪市)
12.1	ラ・ジェンドステイ函館駅前 (261室、北海道函館市)
12.1	ホテルピスタ福岡 (204室、福岡県福岡市)
12.5	渋谷クラス (東京都渋谷区)
12.15	HOTEL CLAD (182室、静岡県沼津市)
12.18	成田空港温泉 空の湯 (千葉県成田市)
12.24	レムラス銀座 (238室、東京都中央区)
1.6	ホテルコレクティブ (260室、沖縄県那覇市)
1.18	ホテルWBF新大阪スカイタワー (400室、大阪府大阪市)
1.18	シティオンなんば大阪 (313室、大阪府大阪市)
1.18	アーティゾン美術館 (東京都中央区)
1.2	Q Stay and lounge (Fミトリ42床、個室1、東京都台東区)
1.2	パークハイアット ニセコHANAZONO (100室、北海道倶知安町)
1.24	ホテルインディゴ箱根強羅 (98室、神奈川県箱根町)
2.1	ボルトムインターナショナル北海道 (171室、北海道千歳市)
2.1	HOTEL K5 (20室、東京都中央区)
2.1	東京イーストサイドホテル権倉 (226室、東京都江東区)
2.1	アパホテル博多東比恵駅前 (206室、福岡県福岡市)
2.27	岩槻人形博物館 (埼玉県さいたま市)
2.27	東急ステイ大阪本町 (256室、大阪府大阪市)
3.1	ダイワロイヤルホテルD-PREMIUM奈良 (226室、奈良県奈良市)
3.1	レク-沖縄北谷スパリゾート (229室、沖縄県北谷町)
3.1	ザ・ベア・シックス福岡 (238室、福岡県福岡市)
3.12	星野リゾート 界 長門 (40室、山口県長門市)
3.16	ザ ロイヤルパークホテル アイコンク大阪御堂筋 (352室、大阪府大阪市)
3.18	THE HIRAMATSU 京都 (29室、京都府京都市)
3.19	ユニゾイン広島駅前 (250室、広島県広島市)
3.19	星野リゾートBEB5土浦 (90室、茨城県土浦市)
3.20	ファーストキャビン京都烏丸 for woman (120室、京都府京都市)
3.22	源 ホテル青龍 京都清水 (48室、京都府京都市)
3.26	ザ (GEN)ホテル鎌倉 (15室、神奈川県鎌倉市)
3.26	MALIBU HOTEL (11室、神奈川県逗子市)
3.26	MIMARU東京 新宿WEST (76室、東京都新宿区)
3.27	アイランドアイ (福岡県福岡市)
3.28	ホテルWBF横浜桜木町 (277室、神奈川県横浜市)
4.1	東急ステイ飛騨高山 結の湯 (212室、岐阜県高山市)
4.1	ツキヅカ (1棟、三重県志摩市)
4.1	Nazuna京都 橋通 (233室、京都府京都市)
4.1	ホテルモントレ福岡 (302室、福岡県福岡市)
4.3	ホテル京阪名古屋 (259室、愛知県名古屋)
4.7	Rakuten Stay CONDOMINIUM東心斎橋 (35室、大阪府大阪市)
4.7	ホテルモントレ神戸 (231室、兵庫県神戸市)
4.13	UMITO PLAGE The Atta Okinawa (9室、沖縄県恩納村)
4.24	ホテルメトロポリタン鎌倉 (138室、神奈川県鎌倉市)
4.25	京の温所 丸太町 (1棟、京都府京都市)
4.26	フェアフィールド・バイ・マリOTT札幌 (254室、北海道札幌市)
4.27	メズム東京オートグラフィコレクション (265室、東京都港区)
4.18	ホテルメトロポリタン川崎 (304室、神奈川県川崎市)
5.25	アパホテル福岡天神西 (268室、福岡県福岡市)
5.26	アパホテル新大阪駅前 (660室、大阪府大阪市)
6.3	Re:ONcE Shibuya (3室、東京都渋谷区)
6.5	ふふ奈良 (30室、奈良県奈良市)
6.5	都シティ 大阪本町 (308室、大阪府大阪市)
6.5	横浜東急REIホテル (234室、神奈川県横浜市)
6.5	アパホテルなんば南恵美須町駅前 (256室、大阪府大阪市)
6.11	エースホテル京都 (213室、京都府京都市)
6.11	NIPPONIA HOTEL八女 福商家町 (4室、福岡県八女市)
6.21	宝塚ホテル (200室、兵庫県宝塚市)
6.27	JR東日本ホテルメッツ横浜桜木町 (274室、神奈川県横浜市)
7.23	NIPPONIA HOTEL大洲 城下町 (11室、愛媛県大洲市)
8.10	三井ガーデンホテル豊洲ベイサイドビル (225室、東京都江東区)

月日	交通・運輸
10.5	JR東日本「海里 (KAIRI)」を運行開始。ディーゼルハイブリッド車両で4両編成。新潟～酒田間を運行。
10.27	ANA 成田＝チェンナイ線新規開設
10.27	Peach Aviation 成田＝高雄線/成田＝台北線新規開設
10.27	中国東方航空 関西＝南昌線新規開設
10.27	上海吉祥航空 関西＝武漢線/関西＝温州線/関西＝常州線/関西＝ハルビン線/成田＝上海線新規開設
10.27	春秋航空 成田＝上海線新規開設
10.27	ノックスクート 新千歳＝バンコク線新規開設
10.29	海南航空 関西＝北京線新規開設
10.29	くま川鉄道 「サイクルトレイン」を開始、無料で車内に持ち込める。運行区間は人吉温泉～湯前間。
10.31	東関東自動車道酒々井PA リニューアルオープン(店舗)
10.31	バトジェットエア 羽田＝ダナン線新規開設
11.2	中国国際航空 仙台＝大連＝北京線、7年ぶり再開
11.2	エアアジアX 成田＝クアラルンプール線新規開設
11.7	浙江長竜航空 中部＝西安線新規開設
11.17	中国西部航空 富沢IC～南部IC6.7km開通
11.17	三遠南信自動車道(飯橋道路) 天龍峡IC～龍江IC4.0km開通
11.26	中国西部航空 関西＝鄭州線/関西＝重慶線新規開設
11.26	海南航空 関西＝蘭州線新規開設
11.29	スカイマーク 成田＝サイパン線新規開設
12.3	ウルムチ航空 中部＝武漢/済南＝ウルムチ線新規開設
12.5	東名高速道路浜名湖SA 下り線にショッピングコーナーがオープン。8月には上り線にレストランとフードコートもリニューアルオープン
12.12	SPRING JAPAN 成田＝上海線新規開設
12.14	東海環状自動車道 大野神戸IC～大垣西IC7.6km開通
12.16	フィンエア 新千歳＝ヘルシンキ線新規開設
12.18	ノックエア 広島＝バンコク線新規開設
12.21	旭川・紋別自動車道(丸瀬布遠軽道路) 遠軽瀬戸IC～遠軽IC6.8km開通
12.22	東北中央自動車道 相馬IC～相馬山上IC6.0km開通
12.22	九元航空 関西＝広州線新規開設
12.27	上海航空 中部＝温州線新規開設
1.22	エアアジアX 那覇＝台北(桃園)＝クアラルンプール線新規開設
2.7	松山道 石鐘山SA(下り)及び伊予灘SAに一般道から利用できるサイクルオアシス設置
2.24	三陸沿岸道路 気仙沼中央IC～気仙沼港IC1.7km開通
2.28	JAL 成田＝ウラジオストク線新規開設
3.1	首都高速道路黒黒PA フードコートとしてリニューアルオープン
3.1	三陸沿岸道路 久慈北IC～待浜IC7.4km開通
3.1	スイスイインターナショナルエアライン 関西＝チューリッヒ線開設
3.2	東海環状自動車道 関広見IC～山県IC9.0km開通
3.2	ネパール航空 成田＝カトマンズ線新規開設
3.7	新東名高速道路 伊勢原JCT～伊勢原大山IC2.0km開通
3.14	東播丹波連絡道路(国道175号) 寺内ランプ～大伏ランプ2.1km開通
3.14	JR東日本 特急「サフィール踊り子」を東京～伊豆急下田間で運行開始。
3.14	近畿日本鉄道 新型阪特急「ひのとり」を運行開始
3.14	JR山手線と京浜東北線の新駅「高輪ゲートウェイ駅」開業。山手線の新駅は1971年の西日暮里以来、49年ぶり。
3.16	ANA 成田＝ウラジオストク線新規開設
3.22	根室道路 温根沼IC～根室IC7.1km開通
3.22	首都高速道路 横浜青葉JCT～横浜東北JCT7.1km開通
3.22	島原道路 諫早市小船越町～諫早市貝津町1.6km開通
3.25	JR東、山手線内など11駅で、コインロッカー予約サービス「To Locca」開始。
3.28	深川・留萌自動車道(幌糠留萌道路) 留萌大和HIC～留萌IC1.0km開通
3.29	阪神高速 鉄砲IC～三宅西IC7.7km開通
3.31	東京メトロ、「お忘れ物検索サービス」開始。ネットで「公的証明書や記名ICカードなどが含まれたお忘れ物」のチェックが可能に
4.24	西日本鉄道、スマホアプリ「にっつぱナビ」で天神大牟田線の電車走行位置情報の表示を開始。これにより九州新幹線全線での携帯通話が可能に。
5.24	中央道 談合坂スマートインタチェンジ開通
5.29	J R 東海、新幹線全17駅の新防犯カメラの一元管理、監視する管理センターを開業。安全性の向上を図る
6.1	株式会社鉄道会館、東京駅の情報を発信するアプリ「東京ステーションナビ」の配信開始
6.1	大阪高速鉄道が社名変更。大阪モノレールに。
6.6	東京メトロ日比谷線に「虎ノ門ヒルズ駅」開業
6.13	嵯峨野トロッコ列車、運転再開
7.22	東名高速道路下り 海老名SA EXPASAグランドオープン

月日	旅行業
10.1	JTB、ふるさと納税返礼品「JTBふるさと納税旅行クーポン」の取扱い店舗数拡大
10.7	JTB、Ctrip等と(一社)日中ツーリズムビジネス協会設立
10.8	エボラブルアジア、後払い旅行アプリ「TRAVEL NOW」をバンク社から事業譲渡
10.11	伊藤忠商事とカタログ大手リネル、中国富裕層向けのインバウンド観光事業で業務提携
10.16	ANAセールズ、AIチャットボットでの予約サポート開始
10.23	KNT、スカパー JSATとの協業検討開始を発表
10.24	KNT、ツーリズムEXPOジャパンで歩行支援用ロボット「HIMICO」の体験会実施
10.31	JTB、旅行の相談料金の収受を終了
11.1	体験予約のタビナカ社、Fun Groupに社名変更
11.1	HIS、創業40周年で企業ロゴ一新
11.1	HIS、店頭でSIMカード提供等、通信事業とのコラボショールームを池袋に開設
11.1	JTB、AI通訳機レンタル付きの日本人・在留外国人混乗ツアー発売
11.7	クラフツーリズム、オリンピック公式観戦ツアー「にっぽん丸」貸切ツアー発売
11.18	KNT、123店舗でスマホ決済「メルペイ」導入
11.28	JATA、ハワイ島の旅行6社による共同運行バスの4月開始を発表
12.3	ANAセールズ、価格変動型のツアー商品の店頭販売と「スカイホリデー」と「ハローツアー」の「ANATラベラス」へのブランド統一を発表
12.5	HIS、プレミアム旅行専門店開業
12.5	関西電力の新会社トラボルが個人向け旅行サービス開始
12.6	エイベックス、会員制旅行予約サイトitoma開始
12.11	JTB、4月からの法人向け人材育成プラットフォーム提供開始を発表
12.19	JTBパブリッシング、動画投稿プラットフォーム「たびのび」開始
1.1	日本旅行、本社にMaaS事業推進本部とデジタルイノベーション推進本部新設
1.1	エボラブルアジア、「エアトリ」へ社名変更
1.8	Trip.com、訪日客向け「ふっご割(台風15号、19号)」対象商品の取扱開始
1.16	放送事業WOWOW、「WOWOWラベル」(第1種)のサービス開始
1.21	KNT、障がい者インクルージョン推進の国際イニシアティブ「The Valuable 500」加盟
1.23	JTB、Airbnbと協力し、国土交通省の実証事業として訪日客向け手ぶら観光サービスを開始
1.23	外務省による中国・武漢市の感染症危険情報発出を受け、JTB、武漢を含むツアーの催行中止(2-3月)
1.28	日本旅行、マレーシアに旅行・出張向けの危機管理サービス会社「TASKAL」設立
2.1	留学斡旋のアイ・エス・アイが「ISIスタディラベル本部」を設置し旅行業登録(第3種)
2.6	日本旅行、メールで旅行相談に応じる「旅er(たびー)」開始
2.22	JTB、特定会員限定店舗2号店「JTBラウンジPlatinum池袋」オープン
2.25	Trip.com、特別無料キャンセル補償を個人にも適用
2.27	エアトリ、LINEトラベルjpでダイナミックパッケージ商品掲載開始
3.14	ベルトラ新会社リンクティビティ、訪日旅行のタビナカ素材販売のプラットフォームを稼働開始
3.24	Trip.com、特別無料キャンセル補償期間を4/30まで延長
3.25	外務省による危険情報が全世界に発出され、各社の海外募集型企画旅行はすべて催行中止へ
3.31	ANAセールズ、価格変動型国内ツアー「ANA NOW」を店頭販売開始
3.31	ハナツアー、子会社バス会社「友愛観光バス」事業休止
4.1	日本旅行、グループ2社を統合して店頭専門会社「日本旅行リテイリング」を設立
4.10	JTB、緊急事態宣言対象地域の店舗営業を一時休止
4.16	JTB、契約宿泊施設と連携し、海外からの帰任者等向けの宿泊施設確保
4.24	楽天、体験予約のVoyaginを吸収合併を発表
5.4	楽天トラベル、SNS企画「#おうちで旅体験」、旅行各社とSNSリレー投稿など
5.12	HIS子会社アクティビジャパン、オンライン体験商品販売開始
5.11	HISアメリカ、無料のバーチャルツアーとオンラインセミナー企画「#うちで過ごそう」実施(～5/31)
6.1	JTB、KNT首都圏、事前予約制で店舗営業再開
6.1	HIS、法人向けに海外リモート出張代行サービス「レンタルHIS」開始
6.10	JTB、企業版ふるさと納税サイト「ふるさとコネクト」でコロナ対応支援
6.19	楽天トラベル、登録宿泊施設のコロナ対策状況を公開開始
6.19	ドイツ大手TUI、フッキングドットコムとタビナカ予約提携
6.10	JTB、新会社で国内観光施設向けチケットデジタル化支援を開始
6.15	Expedia、サイト内でバーチャル旅行ページ開設
6.30	ホワイ・ペアーファミリー社、民営再生法適用申請

資料目録

資料-2 付属統計表

年・月	経済関連指標													
	日経平均 株 価	大型小売店販売額				家計消費支出・収入（二人以上、勤労者世帯）				完全 失業率 (季節調整値)	有効求人 倍率	企業 倒産 件	国内総生産（実質） (2005年基準)	
		百貨店		スーパー		消費支出		実収入					10億円	前年比
		円	億円	前年比	億円	前年比	円	前年比	円					
2017年度	20,984.18	65,354	△ 0.4	130,898	1.0	3,756,206	1.2	6,434,930	1.6	2.7	1.54	8,367	532,034	1.9
2018年度	21,972.86	63,981	△ 2.1	131,497	0.5	3,819,397	1.7	6,783,248	5.4	2.4	1.62	8,110	533,408	0.3
2019年度	21,915.70	60,423	△ 5.6	133,005	0.2	3,846,876	0.7	7,068,312	4.2	2.4	1.55	8,631	533,590	0.0
2017暦年	20,202.81	65,529	△ 0.7	130,497	0.4	3,756,689	1.1	6,405,845	1.3	2.8	1.50	8,405	530,898	2.1
2018暦年	22,314.56	64,434	△ 1.7	131,609	0.9	3,783,768	0.7	6,704,612	4.7	2.4	1.61	8,235	532,360	0.3
2019暦年	21,682.27	62,979	△ 2.3	130,983	△ 0.5	3,886,239	2.7	7,033,790	4.9	2.4	1.60	8,383	535,901	0.7
2019.1~3	20,999.68	15,615	△ 2.8	31,591	△ 0.4	977,463	3.8	1,478,430	5.6	2.5	1.63	1,916	135,272	0.8
4~6	21,414.48	14,973	△ 2.0	32,003	0.1	977,862	4.1	1,864,108	6.9	2.4	1.62	2,074	131,604	0.9
7~9	21,269.61	15,614	6.0	33,247	0.3	976,361	4.7	1,605,486	2.7	2.3	1.59	2,182	134,026	1.7
10~12	23,045.31	16,777	△ 8.6	34,142	△ 1.8	954,553	△ 1.6	2,085,766	4.4	2.3	1.57	2,211	134,999	△ 0.7
2020.1~3	21,933.38	13,059	△ 16.4	33,613	2.5	938,100	△ 4.0	1,512,952	2.3	2.4	1.44	2,164	132,961	△ 1.7
2019.1	20,460.51	5,386	△ 4.8	10,941	△ 2.0	325,768	2.6	471,124	6.6	2.5	1.63	666	-	-
2	21,123.64	4,604	△ 2.1	9,746	△ 1.2	302,753	4.7	526,271	4.4	2.4	1.63	588	-	-
3	21,414.88	5,625	△ 1.5	10,904	2.2	348,942	4.2	481,035	6.0	2.5	1.62	662	-	-
4	21,964.86	4,899	△ 2.1	10,460	△ 0.9	337,164	0.7	525,927	6.2	2.4	1.63	645	-	-
5	21,218.38	4,854	△ 1.8	10,782	0.6	332,273	6.4	457,376	4.2	2.4	1.62	695	-	-
6	21,060.21	5,221	△ 2.1	10,761	0.6	308,425	5.6	880,805	8.9	2.3	1.61	734	-	-
7	21,593.68	5,416	△ 3.6	10,830	△ 4.9	321,190	3.6	626,488	3.4	2.3	1.59	802	-	-
8	20,629.68	4,578	1.4	11,315	0.7	325,516	1.7	521,571	2.2	2.3	1.59	678	-	-
9	21,585.46	5,619	22.2	11,101	5.4	329,655	8.9	457,427	2.2	2.4	1.58	702	-	-
10	22,197.47	4,269	△ 17.2	10,303	△ 3.7	305,197	△ 3.3	536,075	4.0	2.4	1.58	780	-	-
11	23,278.09	5,453	△ 5.8	10,660	0.1	303,986	0.2	475,548	4.4	2.2	1.57	727	-	-
12	23,660.38	7,055	△ 4.7	13,179	△ 1.8	345,370	△ 1.6	1,074,143	4.6	2.2	1.57	704	-	-
2020.1	23,642.92	5,211	△ 3.3	10,853	△ 0.8	312,473	△ 4.1	484,697	2.9	2.4	1.49	773	-	-
2	23,180.37	4,060	△ 11.8	10,329	6.0	303,166	0.1	537,666	2.2	2.4	1.45	651	-	-
3	18,976.85	3,788	△ 32.6	12,431	2.6	322,461	△ 7.6	490,589	2.0	2.5	1.39	740	-	-
資料出所	日本経済新聞社	経済産業省				総務省統計局				厚生労働省	東京商工リサーチ	内閣府		

(注1) 2015年7月より、「大型小売店販売額」は「百貨店・スーパー販売額」の名称に変更となっている。
(注2) 有効求人倍率は新規卒者を除きパートを含む。年度ならびに暦年の数値は実数、月ごとの数値は季節調整値。
(注3) 企業倒産は、負債総額1,000万円以上の件数。
(注4) 国内総生産の四半期は原系列の値。

年・月	旅行・観光関連産業（旅行業・宿泊業）													
	主要旅行業者総取扱額								全国ホテル客室利用率				シティホテル連盟 加盟施設稼働率	
	国内旅行		海外旅行		外国人旅行		総 額		都市ホテル		リゾートホテル		%	前年比
	百万円	前年比	百万円	前年比	百万円	前年比	百万円	前年比	%	前年比	%	前年比		
2017年度	2,988,869	△ 12.2	2,026,034	4.9	215,522	7.9	5,230,425	△ 5.5	-	-	-	-	82.9	1.5
2018年度	2,842,103	△ 4.9	1,947,828	△ 3.9	219,137	1.7	5,009,067	△ 4.2	-	-	-	-	82.8	△ 0.1
2019年度	2,589,423	△ 8.9	1,690,410	△ 13.2	215,282	△ 1.8	4,495,115	△ 10.3	-	-	-	-	76.2	△ 8.0
2017暦年	3,115,100	△ 8.7	2,002,207	4.1	211,299	11.1	5,328,605	△ 3.6	81.2	1.0	68.3	△ 1.0	82.9	2.3
2018暦年	2,851,899	△ 8.4	2,060,211	2.9	229,003	8.4	5,141,114	△ 3.5	82.0	1.0	68.7	0.6	83.0	0.1
2019暦年	2,788,101	△ 2.2	1,853,589	△ 10.0	232,091	1.3	4,873,781	△ 5.2	80.9	△ 1.3	68.0	△ 1.0	82.3	△ 0.8
2019.1~3	630,473	△ 1.5	388,776	△ 22.4	43,169	△ 18.6	1,062,418	△ 11.1	78.1	0.6	63.5	△ 2.0	80.1	△ 0.2
4~6	685,019	△ 0.9	425,635	△ 13.2	60,438	△ 8.7	1,171,091	△ 6.2	82.4	△ 0.6	70.5	3.1	83.1	1.1
7~9	751,401	△ 1.4	580,700	△ 2.8	61,639	14.5	1,393,740	△ 1.1	81.6	△ 2.0	71.5	△ 3.1	83.6	△ 0.7
10~12	721,210	△ 4.9	458,478	△ 2.7	66,844	19.5	1,246,532	△ 9.1	81.4	△ 3.5	66.4	△ 3.1	82.5	△ 3.1
2020.1~3	431,794	△ 31.5	225,597	△ 42.0	26,361	△ 38.9	683,752	△ 38.6	-	-	-	-	57.9	△ 27.7
2019.1	180,153	-	112,949	-	10,385	-	303,487	-	71.1	1.0	57.3	△ 1.9	72.9	0.1
2	198,046	-	128,491	-	12,412	-	338,949	-	80.0	△ 0.9	65.4	△ 3.3	82.4	△ 1.1
3	252,274	-	147,336	-	20,372	-	419,982	-	83.2	1.7	67.9	△ 0.9	84.9	0.2
4	221,927	-	131,097	-	22,760	-	375,783	-	85.5	0.5	72.7	3.9	86.9	0.8
5	242,417	-	130,193	-	18,853	-	391,462	-	81.6	0.0	71.9	5.1	81.8	1.7
6	220,675	-	164,345	-	18,825	-	403,845	-	80.2	△ 2.2	66.8	0.1	80.5	0.6
7	234,914	△ 3.0	178,142	△ 2.6	18,922	6.4	431,979	△ 2.1	81.6	△ 1.6	66.2	△ 5.6	83.0	0.5
8	271,707	△ 6.3	216,491	△ 3.4	19,057	8.5	507,255	△ 4.3	83.0	△ 3.3	78.6	△ 2.8	85.4	△ 1.8
9	244,780	6.5	186,067	△ 2.3	23,659	28.0	454,506	3.7	80.3	△ 1.0	69.7	△ 0.9	82.5	△ 0.7
10	252,237	△ 6.7	187,732	△ 3.5	30,450	29.1	470,419	△ 3.7	82.5	△ 3.8	68.3	△ 6.2	83.8	△ 3.1
11	261,010	△ 3.0	140,320	△ 4.1	22,426	23.5	423,757	△ 11.1	84.9	△ 2.3	70.5	0.3	85.5	△ 2.1
12	207,962	△ 4.9	130,426	0.1	13,968	△ 1.8	352,356	△ 13.2	76.7	△ 4.4	60.0	△ 3.2	78.1	△ 4.3
2020.1	170,999	△ 5.1	105,227	△ 6.8	12,567	21.0	288,794	△ 4.8	-	-	-	-	71.3	△ 2.2
2	169,165	△ 14.6	97,780	△ 23.9	7,977	△ 35.7	274,922	△ 18.9	-	-	-	-	69.5	△ 15.7
3	91,630	△ 63.7	22,589	△ 84.7	5,817	△ 71.4	120,036	△ 71.4	-	-	-	-	32.8	△ 61.4
資料出所	観光庁				(一社) 日本ホテル協会				(一社) 全日本シティホテル連盟					

(注1) 2016年4月分より主要旅行業者はJTBグループ等のグループ企業を1社とみなし、これに伴い取扱額もグループ企業内取引を相殺して集計している。
(注2) 主要旅行業者数は現在48社。2016年10月~2017年3月は49社、2017年4月~2018年5月は50社、2018年6月~2019年10月は49社
(注3) 直近公表の前年同月値の修正に伴い、暦年・年度・四半期の数値も修正している。
(注4) 暦年・年度・四半期の原数値は、四捨五入により各月の積上げ値と必ずしも一致しない。

年・月	旅行・観光関連産業（運輸業）													
	JR旅客数						新幹線旅客数				民鉄旅客数			
	定期		定期外		定期		定期外		定期		定期外			
	千人	前年比	千人	前年比	千人	前年比	千人	前年比	千人	前年比	千人	前年比	千人	前年比
2017年度	9,488,030	1.0	5,773,827	0.8	3,714,203	1.4	378,449	1.6	15,484,578	1.8	8,646,724	2.2	6,837,839	1.4
2018年度	9,555,915	0.7	5,817,136	0.8	3,738,779	0.7	386,249	2.1	15,713,579	1.5	8,810,250	1.9	6,903,349	1.0
2019年度	9,503,181	△ 0.6	5,875,853	1.0	3,627,328	△ 3.0	370,451	△ 4.1	15,686,562	△ 0.2	8,921,439	1.3	6,765,105	△ 2.0
2017暦年	9,466,876	0.8	5,761,695	0.5	3,705,181	1.4	377,205	2.0	15,425,026	1.7	8,605,594	2.1	6,819,426	1.3
2018暦年	9,533,209	0.7	5,805,936	0.8	3,727,273	0.6	384,086	1.8	15,655,331	1.5	8,766,902	1.9	6,888,441	1.0
2019暦年	9,642,414	1.1	5,866,628	1.0	3,775,786	1.3	389,168	1.3	15,964,828	2.0	8,988,259	2.5	6,976,552	1.3
2019.1~3	2,295,542	1.0	1,372,650	0.8	922,892	1.3	92,925	2.4	3,815,180	1.6	2,116,554	2.1	1,698,625	0.9
4~6	2,439,014	0.9	1,488,895	△ 0.1	950,120	2.4	95,595	2.8	4,065,686	1.4	2,295,018	0.6	1,770,660	2.5
7~9	2,482,326	3.0	1,516,944	2.5	965,382	3.7	101,726	2.0	4,132,539	5.2	2,364,808	6.7	1,767,726	3.2
10~12	2,425,532	△ 0.3	1,488,139	1.0	937,392	△ 2.1	98,922	△ 1.7	3,951,423	△ 0.2	2,211,879	0.8	1,739,541	△ 1.4
2020.1~3	2,156,309	△ 6.1	1,381,875	0.7	774,434	△ 16.1	74,208	△ 20.1	3,536,914	△ 7.3	2,049,734	△ 3.2	1,487,178	△ 12.4
2019.1	782,527	0.6	483,999	0.5	298,528	0.7	32,645	1.9	1,283,658	0.9	733,497	1.5	550,161	0.1
2	714,283	1.1	431,841	0.8	282,442	1.6	28,906	1.9	1,215,684	1.9	689,169	1.9	526,515	1.9
3	798,732	1.3	456,810	1.2	341,922	1.5	31,374	3.3	1,315,838	1.8	693,888	2.8	621,949	0.7
4	798,458	0.8	469,408	△ 0.6	329,050	2.8	36,684	4.9	1,334,285	0.8	730,815	△ 1.1	603,465	3.2
5	834,695	0.7	514,023	△ 0.3	320,673	2.4	31,106	1.2	1,377,662	1.6	781,260	0.9	596,402	2.5
6	805,861	1.1	505,464	0.5	300,397	2.1	27,805	2.1	1,353,739	1.7	782,943	1.8	570,793	1.7
7	837,078	2.5	512,067	0.9	325,011	5.3	37,611	3.0	1,359,022	2.7	761,159	1.6	597,860	4.2
8	828,458	1.2	495,625	0.8	332,833	1.9	34,138	△ 0.5	1,327,131	1.4	730,247	1.8	596,882	1.0
9	816,790	5.3	509,252	6.0	307,538	4.2	29,977	3.8	1,446,386	11.4	873,402	16.4	572,984	4.7
10	810,275	△ 1.5	513,314	1.4	296,961	△ 6.0	35,904	△ 3.4	1,318,453	△ 1.8	766,050	0.6	552,400	△ 5.1
11	808,590	0.7	495,248	1.2	313,341	△ 0.2	33,788	△ 1.1	1,346,230	1.3	765,220	2.2	581,011	0.3
12	806,667	0.1	479,577	0.3	327,090	△ 0.2	29,230	△ 0.3	1,286,740	△ 0.0	680,609	△ 0.5	606,130	0.5
2020.1	793,620	1.4	489,792	1.2	303,828	1.8	33,306	2.0	1,310,412	2.1	746,536	1.8	563,874	2.5
2	721,818	1.1	453,658	5.1	268,161	△ 5.1	25,903	△ 10.4	1,210,764	△ 0.4	701,630	1.8	509,133	△ 3.3
3	640,871	△ 19.8	438,425	△ 4.0	202,445	△ 40.8	14,999	△ 52.2	1,015,738	△ 22.8	601,568	△ 13.3	414,171	△ 33.4
資料出所	国土交通省													

(注) 民鉄とはJR以外の鉄軌道事業者をいう。

資料編

年・月	旅行・観光関連産業（運輸業）													
	鉄道旅客人キロ						大手民鉄16社定期外				高速・有料道路通行台数			
	JR定期外		新幹線定期外		民鉄定期外		人員		収入		高速道路		一般有料道路	
	千人キロ	前年比	千人キロ	前年比	千人キロ	前年比	千人	前年比	百万円	前年比	台(平均)/日	前年比	台(平均)/日	前年比
2017年度	162,387,933	1.6	97,089,285	1.8	64,624,679	1.5	4,266,230	1.5	949,046	1.7	5,066,208	0.6	2,624,708	1.5
2018年度	164,493,137	1.3	99,226,746	2.2	65,064,727	0.7	4,308,540	1.0	958,977	1.0	5,171,881	2.1	2,717,609	3.5
2019年度	158,029,014	△ 3.9	94,764,625	△ 4.5	63,520,325	△ 2.4	4,222,890	△ 2.0	935,494	△ 2.4	5,170,124	△ 0.0	2,779,328	2.3
2017暦年	161,785,825	1.7	96,645,266	1.9	64,478,643	1.5	4,252,807	1.3	946,079	1.7	5,071,847	1.2	2,628,853	2.4
2018暦年	163,750,170	1.2	98,601,757	2.0	64,893,800	0.6	4,297,814	1.1	955,485	1.0	5,132,670	1.2	2,684,499	2.1
2019暦年	166,457,220	1.7	100,325,878	1.7	65,852,089	1.5	4,354,543	1.3	970,085	1.5	5,217,462	1.7	2,783,025	3.7
2019.1~3	39,876,766	1.9	23,766,498	2.7	16,039,661	1.1	1,063,813	1.0	237,663	1.5	5,002,430	3.2	2,653,409	5.3
4~6	41,101,318	3.7	24,707,996	4.2	16,795,368	3.2	1,106,600	2.5	246,784	3.0	5,195,463	2.5	2,784,378	3.9
7~9	43,229,873	2.5	26,032,867	1.4	16,718,443	3.5	1,100,444	3.4	245,400	3.7	5,431,178	1.9	2,894,058	4.7
10~12	42,249,263	△ 1.3	25,818,517	△ 0.9	16,298,617	△ 1.8	1,083,686	△ 1.5	240,239	△ 2.0	5,240,776	△ 0.9	2,800,254	1.0
2020.1~3	31,448,560	△ 21.1	18,205,245	△ 23.4	13,707,897	△ 14.5	932,160	△ 12.4	203,071	△ 14.6	4,813,079	△ 3.8	2,638,622	△ 0.6
2019.1	14,210,196	1.7	9,004,590	2.7	5,192,661	0.0	345,438	0.1	77,191	0.1	4,743,707	4.6	2,524,302	7.0
2	12,207,423	1.7	7,317,701	2.3	4,920,912	1.9	328,064	1.8	72,853	2.1	4,934,314	3.5	2,610,700	5.2
3	13,459,147	2.2	7,444,207	3.0	5,926,088	1.3	390,311	1.1	87,619	2.2	5,329,268	1.8	2,825,225	3.8
4	16,475,048	6.0	10,607,622	7.1	5,736,310	3.5	378,182	3.1	84,544	3.5	5,282,427	3.4	2,835,113	4.9
5	13,378,033	2.0	7,792,452	1.5	5,723,980	3.9	371,414	2.4	83,446	3.2	5,262,801	3.9	2,798,295	4.4
6	11,248,237	2.5	6,307,922	2.7	5,335,078	2.2	357,004	1.9	78,794	2.3	5,041,160	0.1	2,719,726	2.3
7	16,261,705	3.8	10,512,274	3.4	5,525,868	4.0	371,914	4.5	81,726	4.3	5,264,817	1.7	2,805,537	4.0
8	15,062,083	0.7	8,816,171	△ 0.5	5,738,987	1.2	370,391	1.4	83,561	1.5	5,672,605	△ 0.1	3,034,118	3.6
9	11,906,085	3.0	6,704,422	0.9	5,453,588	5.4	358,139	4.3	80,112	5.3	5,356,113	4.4	2,842,519	6.5
10	15,681,182	△ 2.4	10,333,344	△ 0.9	5,112,198	△ 6.2	341,860	△ 5.7	75,288	△ 6.2	5,138,194	△ 3.5	2,704,596	△ 2.6
11	14,128,836	△ 0.8	8,734,077	△ 1.4	5,503,754	0.2	362,608	0.5	80,891	0.0	5,444,769	0.4	2,903,042	2.7
12	12,439,245	△ 0.5	6,751,096	△ 0.4	5,682,665	0.5	379,218	0.5	84,060	0.2	5,139,365	0.5	2,793,124	3.0
2020.1	14,397,672	1.3	9,160,673	1.7	5,308,661	2.2	354,324	2.6	78,708	2.0	4,827,167	1.8	2,619,997	3.8
2	10,849,215	△ 11.1	6,223,919	△ 14.9	4,696,180	△ 4.6	316,951	△ 3.4	69,328	△ 4.8	4,895,001	△ 0.8	2,680,052	2.7
3	6,201,673	△ 53.9	2,820,653	△ 62.1	3,703,056	△ 37.5	260,885	△ 33.2	55,035	△ 37.2	4,717,068	△ 11.5	2,615,817	△ 7.4
資料出所	国土交通省						(一社) 日本民営鉄道協会				(公財) 高速道路調査会			

(注) 民鉄とはJR以外の鉄軌道事業者をいう。

年・月	旅行・観光関連産業（運輸業）											
	貸切バス輸送人員		フェリー（自動車航送長距離航路）				航空（国内線）旅客数					
	全国		旅客		自動車		幹線			ローカル線		
	千人	前年比	千人	前年比	千台	前年比	千人	前年比	千人	前年比	千人	前年比
2017年度	297,318	1.0	2,385	1.3	1,569	2.2	102,119	4.1	43,655	3.2	58,464	4.7
2018年度	298,035	0.2	2,388	0.1	1,586	1.1	103,903	1.7	43,436	△ 0.5	60,466	3.4
2019年度	274,583	△ 7.9	2,349	△ 1.6	1,571	△ 1.0	101,872	△ 2.0	42,494	△ 2.2	59,378	△ 1.8
2017暦年	296,687	0.6	2,407	2.9	1,574	4.4	101,755	4.7	43,553	4.1	58,202	5.2
2018暦年	298,458	0.6	2,352	△ 2.3	1,578	0.2	102,999	1.2	43,351	△ 0.5	59,648	2.5
2019暦年	289,074	△ 3.1	2,498	6.2	1,593	1.0	106,777	3.7	44,659	3.0	62,118	4.1
2019.1～3	63,936	△ 0.7	523	7.2	363	2.4	25,230	3.7	10,789	0.8	14,441	6.0
4～6	76,725	△ 3.7	636	15.9	400	3.4	25,728	4.0	10,715	3.1	15,013	4.6
7～9	71,913	△ 3.1	791	2.5	427	1.6	28,716	5.3	11,923	6.9	16,793	4.3
10～12	76,500	△ 4.7	548	0.7	403	△ 3.1	27,103	1.6	11,231	1.2	15,871	1.9
2020.1～3	49,445	△ 22.7	374	0.0	340	0.0	20,326	△ 19.4	8,624	△ 20.1	11,701	△ 19.0
2019.1	20,598	0.2	150	0.8	112	1.4	8,030	4.2	3,495	2.1	4,535	5.9
2	21,358	0.3	132	6.7	111	3.4	7,841	2.7	3,385	△ 0.7	4,456	5.5
3	21,980	△ 2.3	241	11.9	139	2.4	9,359	4.1	3,909	1.0	5,450	6.5
4	23,376	△ 2.4	232	24.1	139	6.1	8,195	3.3	3,405	1.1	4,790	4.9
5	26,694	△ 4.1	235	16.2	133	3.9	9,038	6.2	3,731	6.4	5,307	6.1
6	26,655	△ 4.3	169	5.9	127	△ 0.0	8,495	2.3	3,579	1.8	4,916	2.8
7	25,661	△ 1.7	252	8.7	144	2.3	9,073	4.9	3,820	5.0	5,253	4.8
8	22,272	△ 6.2	332	△ 3.8	143	△ 2.8	10,374	1.4	4,225	2.0	6,149	1.1
9	23,980	△ 1.5	208	6.6	140	5.9	9,270	10.5	3,878	14.7	5,392	7.7
10	28,425	△ 5.4	188	△ 0.3	141	△ 6.5	9,175	0.3	3,744	0.0	5,431	0.5
11	27,221	△ 5.3	189	1.4	133	△ 1.1	9,333	2.4	3,802	1.7	5,532	2.9
12	20,854	△ 2.8	171	1.0	129	△ 1.4	8,594	2.2	3,686	2.0	4,908	2.4
2020.1	19,884	△ 3.5	147	△ 1.9	108	△ 4.1	8,310	3.5	3,579	2.4	4,731	4.3
2	18,829	△ 11.8	121	△ 8.1	109	△ 1.8	7,674	△ 2.1	3,256	△ 3.8	4,418	△ 0.9
3	10,732	△ 51.2	106	△ 56.0	123	△ 11.5	4,342	△ 53.6	1,789	△ 54.2	2,552	△ 53.2
資料出所	国土交通省											

年・月	旅行・観光関連産業（運輸業）											
	航空（国内線）大手2グループ旅客数						航空（国際線）大手2グループ旅客数					
	JALグループ		ANAグループ		2グループ計		JALグループ		ANAグループ		2グループ計	
	千人	前年比	千人	前年比	千人	前年比	千人	前年比	千人	前年比	千人	前年比
2017年度	34,033	4.5	39,785	2.9	73,818	3.6	8,585	2.3	9,741	6.8	18,326	4.6
2018年度	34,860	2.4	39,813	0.1	74,672	1.2	9,128	6.3	10,093	3.6	19,222	4.9
2019年度	33,784	△ 3.1	38,359	△ 3.7	72,142	△ 3.4	8,278	△ 9.3	9,416	△ 6.7	17,694	△ 7.9
2017暦年	33,867	4.7	39,749	3.4	73,616	3.9	8,489	2.4	9,607	8.4	18,096	5.5
2018暦年	34,552	2.0	39,679	△ 0.2	74,231	0.8	9,084	7.0	10,144	5.6	19,229	6.3
2019暦年	35,546	2.9	40,565	2.2	76,110	2.5	9,025	△ 0.7	10,184	0.4	19,209	△ 0.1
2019.1～3	8,422	3.8	9,449	1.4	17,871	2.5	2,255	2.0	2,451	△ 2.0	4,706	△ 0.2
4～6	8,655	4.3	9,705	1.1	18,359	2.6	2,262	0.5	2,507	△ 0.1	4,769	0.2
7～9	9,352	2.6	11,024	4.8	20,375	3.8	2,320	△ 1.4	2,665	0.1	4,985	△ 0.6
10～12	9,118	1.0	10,387	1.4	19,505	1.2	2,187	△ 3.5	2,561	3.7	4,749	0.2
2020.1～3	6,660	△ 20.9	7,243	△ 23.3	13,903	△ 22.2	1,508	△ 33.1	1,683	△ 31.3	3,191	△ 32.2
2019.1	2,713	4.9	3,002	1.1	5,715	2.9	752	4.5	815	△ 0.5	1,566	1.9
2	2,637	3.1	2,925	0.6	5,562	1.8	712	1.8	761	△ 4.2	1,473	△ 1.4
3	3,072	3.4	3,522	2.4	6,594	2.9	792	△ 0.2	875	△ 1.5	1,667	△ 0.9
4	2,762	4.3	3,069	0.5	5,831	2.3	721	△ 2.5	825	△ 2.7	1,546	△ 2.6
5	3,032	6.9	3,438	3.5	6,470	5.0	757	1.4	834	1.7	1,591	1.6
6	2,861	1.7	3,198	△ 0.8	6,059	0.4	784	2.4	848	0.8	1,632	1.6
7	2,981	2.5	3,423	4.4	6,405	3.5	795	1.3	911	0.6	1,706	0.9
8	3,319	△ 1.4	4,065	1.6	7,384	0.2	806	△ 1.6	933	△ 0.6	1,740	△ 1.1
9	3,051	7.5	3,535	9.2	6,586	8.4	718	△ 4.1	821	0.2	1,539	△ 1.9
10	3,067	△ 0.5	3,537	△ 0.2	6,603	△ 0.3	724	△ 5.6	833	0.2	1,557	△ 2.6
11	3,170	1.7	3,602	2.9	6,772	2.4	730	△ 3.3	855	6.1	1,585	1.6
12	2,881	1.7	3,248	1.6	6,129	1.6	734	△ 1.7	873	4.9	1,606	1.8
2020.1	2,772	2.2	3,075	2.4	5,848	2.3	747	△ 0.6	869	6.7	1,616	3.2
2	2,569	△ 2.6	2,767	△ 5.4	5,335	△ 4.1	554	△ 22.2	569	△ 25.2	1,123	△ 23.7
3	1,319	△ 57.1	1,401	△ 60.2	2,720	△ 58.8	207	△ 73.8	244	△ 72.1	452	△ 72.9
資料出所	各社月報											

(注) JALグループの国際線旅客数については、2016年度よりコードシェアによる他社販売分も含む。

年度	国内旅行動向													
	温泉入湯客数		温泉地延べ宿泊利用者数		特殊索道旅客数		水浴場延べ利用者数		ゴルフ場延べ利用者数		オートキャンプ参加人口		自然公園利用者数	
	千人	前年比	千人	前年比	千人	前年比	万人	前年比	千人	前年比	万人	前年比	千人	前年比
2015年度	191,347	2.1	132,064	3.2	242,071	18.0	2,769	6.8	87,753	1.4	810	3.8	899,144	3.1
2016年度	187,795	△ 1.9	130,128	△ 1.5	253,153	4.6	2,779	0.4	85,780	△ 2.2	830	2.5	895,010	△ 0.5
2017年度	189,784	1.1	130,568	0.3	265,719	5.0	2,301	△ 17.2	85,538	△ 0.3	840	1.2	909,082	1.6
2018年度	186,055	△ 2.0	130,564	△ 0.0	244,959	△ 7.8	2,225	△ 3.4	84,875	△ 0.8	850	1.2	905,138	△ 0.4
2019年度	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	860	1.2	-	-
資料出所	総務省自治税務局		環境省自然環境局		国土交通省		環境省水・大気環境局		(一社)日本ゴルフ場経営者協会		(一社)日本オートキャンプ協会		環境省自然環境局	

(注1) 特殊索道旅客数は当年度12月から3月まで(スキーシーズン)の数値。

(注2) 水浴場延べ利用者数は年間入込1万人以上の水浴場を対象としている。

(注3) ゴルフ場延べ利用者数は当年3月から翌年2月までの値、オートキャンプ参加人口は暦年の数値。

年・月	海外旅行動向													
	出国者総数						出国者数(地域別)							
	男性		女性		北海道		東北		北関東					
人	前年比	人	前年比	人	前年比	人	前年比	人	前年比	人	前年比	人	前年比	
2017年度	17,976,730	2.8	9,983,076	2.3	7,993,654	3.4	331,292	4.7	429,031	1.2	636,490	0.7		
2018年度	19,249,587	7.1	10,395,301	4.1	8,854,286	10.8	352,534	6.4	454,993	6.1	673,774	5.9		
2019年度	18,134,084	△ 5.8	9,581,726	△ 7.8	8,552,358	△ 3.4	343,534	△ 2.6	420,525	△ 7.6	608,593	△ 9.7		
2017暦年	17,889,292	4.5	9,949,214	3.3	7,940,078	6.0	328,073	6.2	427,358	3.1	637,780	2.8		
2018暦年	18,954,031	6.0	10,315,429	3.7	8,638,602	8.8	347,967	6.1	451,070	5.5	664,478	4.2		
2019暦年	20,080,669	5.9	10,619,706	2.9	9,460,963	9.5	381,190	9.5	471,820	4.6	683,045	2.8		
2019.1~3	4,916,864	6.4	2,590,512	3.2	2,326,352	10.2	100,549	4.8	120,875	3.4	172,846	5.7		
4~6	4,625,468	11.1	2,507,493	5.2	2,117,975	19.1	96,294	21.8	106,810	9.8	155,233	5.8		
7~9	5,520,211	5.7	2,838,570	3.6	2,681,641	8.0	85,007	10.0	117,720	2.5	182,589	1.1		
10~12	5,018,126	1.4	2,683,131	0.1	2,334,995	3.0	99,340	3.8	126,415	3.7	172,377	△ 0.7		
2020.1~3	2,970,279	△ 39.6	1,552,532	△ 40.1	1,417,747	△ 39.1	62,893	△ 37.5	69,580	△ 42.4	98,394	△ 43.1		
2019.1	1,452,157	2.0	808,168	△ 0.4	643,989	5.2	31,747	0.3	34,124	△ 2.4	49,771	2.8		
2	1,534,792	10.4	816,131	7.0	718,661	14.4	27,587	4.8	40,188	8.2	55,438	8.6		
3	1,929,915	6.8	966,213	3.2	963,702	10.7	41,215	8.4	46,563	3.8	67,637	5.6		
4	1,666,546	22.8	880,574	12.5	785,972	37.0	39,001	41.1	37,899	23.1	52,833	13.4		
5	1,437,929	3.9	783,950	△ 0.0	653,979	9.1	29,002	8.9	33,835	2.3	50,141	2.6		
6	1,520,993	7.0	842,969	3.1	678,024	12.2	28,291	14.2	35,076	4.9	52,259	2.1		
7	1,659,166	6.5	880,041	2.5	779,125	11.4	23,927	11.0	35,138	△ 0.9	54,672	1.7		
8	2,109,568	3.7	1,039,100	2.5	1,070,468	5.0	28,497	9.5	41,743	5.0	70,454	3.2		
9	1,751,477	7.4	919,429	6.1	832,048	9.0	32,583	9.8	40,839	3.0	57,463	△ 2.0		
10	1,663,474	1.0	891,719	△ 1.1	771,755	3.6	34,912	7.2	38,457	△ 1.9	58,243	△ 0.9		
11	1,642,333	△ 1.9	898,850	△ 2.6	743,483	△ 0.9	34,671	△ 3.1	45,907	2.4	56,676	△ 5.4		
12	1,712,319	5.1	892,562	4.1	819,757	6.2	29,757	8.9	42,051	10.9	57,458	4.6		
2020.1	1,380,762	△ 4.9	747,537	△ 7.5	633,225	△ 1.7	31,432	△ 1.0	31,735	△ 7.0	45,046	△ 9.5		
2	1,316,820	△ 14.2	660,585	△ 19.1	656,235	△ 8.7	26,328	△ 4.6	32,065	△ 20.2	44,542	△ 19.7		
3	272,697	△ 85.9	144,410	△ 85.1	128,287	△ 86.7	5,133	△ 87.5	5,780	△ 87.6	8,806	△ 87.0		
資料出所	法務省													

(注) 出国者数は海外居住者を含む。

年・月	海外旅行動向													
	出国者数(地域別)													
	首都圏		甲信越・北陸		東海		近畿		中国		四国		九州・沖縄	
人	前年比	人	前年比	人	前年比	人	前年比	人	前年比	人	前年比	人	前年比	
2017年度	7,730,728	2.7	625,570	3.5	1,950,827	2.0	3,201,255	3.1	564,602	3.2	236,223	3.9	1,190,164	3.7
2018年度	8,208,562	6.2	656,031	4.9	2,088,993	7.1	3,463,332	8.2	609,386	7.9	238,289	0.9	1,204,719	1.2
2019年度	7,713,742	△ 6.0	599,938	△ 8.6	1,951,887	△ 6.6	3,336,708	△ 3.7	572,510	△ 6.1	243,887	2.3	1,282,394	6.4
2017暦年	7,701,858	4.5	622,072	4.9	1,946,030	3.7	3,174,352	4.7	560,940	5.1	233,767	4.8	1,182,496	6.6
2018暦年	8,108,953	5.3	649,610	4.4	2,053,609	5.5	3,389,707	6.8	600,282	7.0	251,377	7.5	1,333,733	12.8
2019暦年	8,491,551	4.7	678,084	4.4	2,183,029	6.3	3,711,332	9.5	641,077	6.8	272,507	8.4	1,435,257	7.6
2019.1~3	2,039,777	5.1	175,805	3.8	538,740	7.0	916,652	8.7	154,241	6.3	65,711	8.6	350,622	12.9
4~6	1,902,871	9.2	156,749	11.2	511,040	10.3	868,004	16.4	154,443	13.6	66,109	16.8	343,192	17.1
7~9	2,439,897	3.9	172,021	4.5	584,644	5.9	1,004,479	12.8	169,401	7.3	71,836	8.0	368,396	4.0
10~12	2,109,006	1.6	173,509	△ 0.7	548,605	2.5	922,197	1.3	162,992	1.1	68,851	1.6	373,047	△ 4.8
2020.1~3	1,261,968	△ 38.1	97,659	△ 44.5	307,598	△ 42.9	542,028	△ 40.9	85,674	△ 44.5	37,091	△ 43.6	197,759	△ 43.6
2019.1	595,531	1.2	48,142	△ 0.8	152,752	0.3	261,499	3.3	43,057	2.7	18,595	7.6	96,742	10.2
2	653,626	8.6	56,728	8.9	169,426	13.9	280,196	13.9	47,463	11.8	19,847	10.0	104,331	16.3
3	790,620	5.5	70,935	3.2	216,562	7.0	374,957	9.1	63,721	4.9	27,269	8.2	149,549	12.4
4	684,859	20.0	55,877	26.9	181,016	19.4	312,417	32.2	57,688	32.6	23,087	31.7	124,692	36.1
5	586,970	2.6	49,411	3.2	158,668	4.0	271,065	6.2	47,744	2.6	21,390	8.2	108,473	8.3
6	631,042	5.2	51,461	4.9	171,356	7.7	284,522	12.0	49,011	6.7	21,632	12.2	110,027	8.7
7	722,876	5.7	51,844	5.3	174,564	7.0	301,867	8.8	49,893	9.3	20,852	4.8	112,057	11.0
8	930,677	4.0	64,173	6.5	228,927	4.7	383,413	2.5	65,356	4.4	26,983	1.3	139,110	3.4
9	786,344	2.0	56,004	1.6	181,153	6.5	319,199	33.4	54,152	9.0	24,001	20.0	117,229	△ 1.3
10	703,231	1.2	55,312	△ 2.3	185,170	6.0	298,738	0.9	53,876	0.7	21,958	2.9	118,464	△ 4.4
11	683,935	△ 1.4	60,052	△ 3.6	175,639	△ 2.5	302,823	△ 1.6	52,160	△ 2.5	22,585	△ 4.6	123,519	△ 3.5
12	721,840	4.9	58,145	4.3	187,796	4.1	320,636	4.6	56,956	5.0	24,308	7.0	131,064	5.6
2020.1	566,729	△ 4.8	43,956	△ 8.7	140,706	△ 7.9	246,761	△ 5.6	39,114	△ 9.2	17,219	△ 7.4	92,599	△ 4.3
2	570,435	△ 12.7	45,617	△ 19.6	140,480	△ 17.1	247,179	△ 11.8	39,124	△ 17.6	16,823	△ 15.2	90,836	△ 12.9
3	124,804	△ 84.2	8,086	△ 88.6	26,412	△ 87.8	48,088	△ 87.2	7,436	△ 88.3	3,049	△ 88.8	14,324	△ 90.4
資料出所	法務省													

(注) 出国者数は海外居住者を含む。

年・月	海外旅行動向															
	出国者数(性・年齢別)															
	10代未満男性		10代未満女性		10代男性		10代女性		20代男性		20代女性		30代男性		30代女性	
	人	前年比	人	前年比	人	前年比	人	前年比	人	前年比	人	前年比	人	前年比	人	前年比
		%		%		%		%		%		%		%		%
2017年度	326,183	2.7	318,054	3.0	444,482	4.1	605,450	6.0	1,163,189	5.2	1,933,265	5.5	1,757,288	△ 0.2	1,353,088	△ 0.7
2018年度	343,024	5.2	336,285	5.7	491,324	10.5	708,819	17.1	1,261,282	8.4	2,237,946	15.8	1,788,366	1.8	1,435,927	6.1
2019年度	350,759	2.3	342,873	2.0	458,555	△ 6.7	637,724	△ 10.0	1,222,847	△ 3.0	2,173,702	△ 2.9	1,643,891	△ 8.1	1,407,421	△ 2.0
2017暦年	324,669	4.0	316,410	4.4	437,036	5.4	592,067	9.2	1,143,372	6.2	1,901,709	9.1	1,761,995	0.6	1,359,813	1.4
2018暦年	338,214	4.2	331,028	4.6	478,602	9.5	676,827	14.3	1,232,274	7.8	2,148,940	13.0	1,786,075	1.4	1,418,082	4.3
2019暦年	378,007	11.8	369,927	11.8	534,768	11.7	764,646	13.0	1,353,722	9.9	2,444,735	13.8	1,796,995	0.6	1,511,429	6.6
2019.1~3	76,535	6.7	74,937	7.5	137,464	10.2	213,542	17.6	410,148	7.6	742,674	13.6	404,486	0.6	320,670	5.9
4~6	77,233	28.5	75,854	28.7	62,771	42.7	88,068	44.1	248,318	17.3	461,991	30.4	456,545	2.5	383,429	15.2
7~9	140,707	8.3	137,936	8.3	193,727	9.9	283,800	8.3	374,475	9.7	667,236	11.3	465,923	0.8	416,424	4.7
10~12	83,532	9.2	81,200	8.1	140,806	5.4	179,236	4.1	320,781	7.6	572,834	5.8	470,041	△ 1.3	390,906	1.6
2020.1~3	49,287	△ 35.6	47,883	△ 36.1	61,251	△ 55.4	86,620	△ 59.4	279,273	△ 31.9	471,641	△ 36.5	251,382	△ 37.9	216,662	△ 32.4
2019.1	27,596	7.3	26,489	5.7	30,845	5.0	40,296	6.7	84,175	4.5	157,085	12.2	139,521	△ 2.0	111,667	3.1
2	17,530	3.8	16,931	3.8	24,268	9.6	39,839	24.8	159,953	11.0	284,199	17.3	129,001	3.6	99,100	8.5
3	31,409	7.9	31,517	11.4	82,351	12.5	133,407	19.2	166,020	6.0	301,390	11.1	135,964	0.5	109,903	6.5
4	38,134	50.6	37,426	51.4	31,967	77.2	44,091	72.3	92,131	35.2	172,085	55.1	155,634	6.8	142,904	30.0
5	19,762	12.5	19,758	14.7	15,524	19.2	22,563	25.0	73,505	7.7	137,406	15.9	140,696	△ 2.0	114,768	4.6
6	19,337	12.2	18,670	9.9	15,280	18.3	21,414	22.6	82,682	9.7	152,500	22.2	160,215	2.6	125,757	11.0
7	49,011	10.8	48,133	10.4	60,208	11.1	84,322	11.4	82,175	8.0	155,867	17.8	147,997	△ 0.3	128,131	8.3
8	69,333	4.9	68,076	5.1	108,750	7.2	155,971	6.1	144,898	7.7	251,170	7.9	150,911	0.1	147,708	2.3
9	22,363	14.5	21,727	14.8	24,769	20.0	43,507	10.7	147,402	12.8	260,199	10.9	167,015	2.5	140,585	4.2
10	23,978	15.5	23,223	13.7	35,712	2.7	47,848	3.3	103,989	9.1	193,242	6.7	162,633	△ 2.4	133,216	2.5
11	20,789	5.2	20,161	4.8	39,356	3.1	49,116	3.4	105,072	3.6	191,905	2.4	159,675	△ 3.6	126,169	△ 0.9
12	38,765	7.7	37,816	6.7	65,738	8.4	82,272	5.0	111,720	10.2	187,687	8.6	147,733	2.6	131,521	3.3
2020.1	29,408	6.6	28,662	8.2	31,409	1.8	40,653	0.9	84,224	0.1	156,187	△ 0.6	127,513	△ 8.6	107,733	△ 3.5
2	14,721	△ 16.0	14,215	△ 16.0	22,157	△ 8.7	36,692	△ 7.9	152,498	△ 4.7	263,493	△ 7.3	103,208	△ 20.0	92,060	△ 7.1
3	5,158	△ 83.6	5,006	△ 84.1	7,685	△ 90.7	9,275	△ 93.0	42,551	△ 74.4	51,961	△ 82.8	20,661	△ 84.8	16,869	△ 84.7
資料出所	法務省															

(注) 出国者数は海外居住者を含む。

年・月	海外旅行動向															
	出国者数(性・年齢別)															
	40代男性		40代女性		50代男性		50代女性		60代男性		60代女性		70代以上男性		70代以上女性	
	人	前年比	人	前年比	人	前年比	人	前年比	人	前年比	人	前年比	人	前年比	人	前年比
		%		%		%		%		%		%		%		%
2017年度	2,375,161	0.0	1,282,308	1.5	2,076,879	4.8	1,143,860	5.2	1,291,698	△ 1.2	925,781	0.2	548,736	13.0	431,848	13.1
2018年度	2,420,440	1.9	1,393,598	8.7	2,174,903	4.7	1,286,997	12.5	1,307,372	1.2	964,928	4.2	608,590	10.9	489,786	13.4
2019年度	2,160,575	△ 10.7	1,345,447	△ 3.5	1,988,621	△ 8.6	1,269,745	△ 1.3	1,175,951	△ 10.1	896,632	△ 7.1	580,527	△ 4.6	478,814	△ 2.2
2017暦年	2,380,616	0.9	1,280,344	3.7	2,065,324	6.0	1,135,109	8.0	1,299,271	△ 0.2	931,623	2.6	537,471	15.7	423,003	16.2
2018暦年	2,414,273	1.4	1,365,970	6.7	2,157,847	4.5	1,255,371	10.6	1,309,351	0.8	963,189	3.4	598,793	11.4	479,195	13.3
2019暦年	2,407,228	△ 0.3	1,482,454	8.5	2,204,474	2.2	1,380,374	10.0	1,301,690	△ 0.6	978,848	1.6	642,822	7.4	528,550	10.3
2019.1~3	566,105	1.1	329,349	9.2	524,852	3.4	308,271	11.4	312,298	△ 0.6	216,142	0.8	158,624	6.6	120,767	9.6
4~6	595,284	0.8	339,179	18.8	544,952	3.4	337,321	17.2	342,319	0.6	278,354	5.9	180,071	8.9	153,779	14.5
7~9	637,151	0.5	452,194	6.3	571,681	2.6	375,448	9.1	312,192	1.3	227,883	3.9	142,714	10.2	120,720	12.5
10~12	608,688	△ 3.4	361,732	2.3	562,989	△ 0.5	359,334	3.6	334,881	△ 3.4	256,469	△ 3.8	161,413	4.1	133,284	4.7
2020.1~3	319,452	△ 43.6	192,342	△ 41.6	308,999	△ 41.1	197,642	△ 35.9	186,559	△ 40.3	133,926	△ 38.0	96,329	△ 39.3	71,031	△ 41.2
2019.1	191,525	△ 2.5	104,672	3.2	176,982	0.5	95,907	7.6	104,479	△ 4.3	70,068	△ 4.7	53,045	2.0	37,805	2.6
2	172,190	5.0	85,503	11.6	163,494	6.8	91,264	15.1	99,293	5.1	65,628	9.0	50,402	16.4	36,197	21.2
3	202,390	1.4	139,174	12.6	184,376	3.2	121,100	12.0	108,526	△ 1.9	80,446	△ 0.2	55,177	3.0	46,765	7.6
4	205,039	5.7	135,579	37.8	188,566	8.9	121,653	35.1	114,108	4.7	86,725	13.1	54,995	10.8	45,509	21.3
5	185,832	△ 3.9	98,607	6.1	172,694	△ 1.6	106,303	7.3	112,706	△ 2.3	97,552	3.4	63,231	9.8	57,022	14.9
6	204,413	0.6	104,993	11.5	183,692	3.0	109,365	10.8	115,505	△ 0.3	94,077	2.4	61,845	6.3	51,248	8.6
7	206,952	△ 0.5	138,707	9.8	182,668	1.1	109,972	11.9	103,081	0.5	74,512	5.8	47,949	8.8	39,481	13.6
8	226,374	△ 0.1	197,550	3.8	199,250	1.5	142,851	6.5	97,252	△ 1.0	69,388	△ 1.0	42,332	5.5	37,754	5.2
9	203,825	2.2	115,937	6.6	189,763	5.1	122,625	9.9	111,859	4.1	83,983	6.5	52,433	15.8	43,485	18.4
10	204,425	△ 5.2	114,460	4.6	188,819	△ 1.9	118,893	4.2	115,030	△ 4.4	91,467	△ 5.3	57,133	2.6	49,406	5.3
11	206,946	△ 5.1	108,640	△ 3.3	191,566	△ 3.0	115,771	△ 2.1	117,926	△ 6.4	87,610	△ 7.0	57,520	1.6	44,111	△ 0.1
12	197,317	△ 0.6	138,632	5.3	182,604	3.9	124,670	8.8	101,925	1.5	77,392	2.2	46,760	9.4	39,767	9.7
2020.1	168,229	△ 12.2	100,576	△ 3.9	160,950	△ 9.1	94,380	△ 1.6	94,958	△ 9.1	67,853	△ 3.2	50,846	△ 4.1	37,181	△ 1.7
2	127,167	△ 26.1	76,751	△ 10.2	124,692	△ 23.7	87,241	△ 4.4	77,436	△ 22.0	56,740	△ 13.5	38,706	△ 23.2	29,043	△ 19.8
3	24,056	△ 88.1	15,015	△ 89.2	23,357	△ 87.3	16,021	△ 86.8	14,165	△ 86.9	9,333	△ 88.4	6,777	△ 87.7	4,807	△ 89.7
資料出所	法務省															

(注) 出国者数は海外居住者を含む。

年・月	海外旅行動向														円/ドル レート	国際収支統計	
	日本からの海外旅行者数															旅行収支・支払	旅行収支・支払
	韓国への旅行者数		中国へ		台湾へ		香港へ		シンガポールへ		ハワイへ		グアムへ				
	人	前年比	人	前年比	人	前年比	人	前年比	人	前年比	人	前年比	人	前年比			
		%		%		%		%		%		%		%	円	億円	前年比
2017年度	2,326,875	△ 3.3	-	-	1,915,651	1.0	1,236,883	7.8	799,891	12.8	1,542,014	1.8	587,755	△ 17.8	110.8	20,312	△ 1.2
2018年度	3,113,572	33.8	-	-	1,983,935	3.6	1,320,465	6.8	834,669	4.3	1,500,272	△ 2.7	603,170	2.6	110.9	22,998	13.2
2019年度	2,900,376	△ 6.8	-	-	1,923,341	△ 3.1	769,550	△ 41.7	786,144	△ 5.8	1,471,667	△ 1.9	638,251	5.8	108.7	21,103	△ 8.2
2017暦年	2,311,447	0.6	-	-	1,898,854	0.2	1,230,010	12.6	792,873	16.9	1,561,262	4.9	620,547	△ 16.8	112.2	20,384	1.4
2018暦年	2,948,527	27.6	-	-	1,969,151	3.7	1,287,773	4.7	829,676	4.6	1,489,778	△ 4.6	563,386	△ 9.2	110.4	22,323	9.5
2019暦年	3,271,706	11.0	-	-	2,167,952	10.1	1,078,836	△ 16.2	884,221	6.6	1,552,386	4.2	684,802	21.6	109.0	23,179	3.8
2019.1~3	794,845	26.2	-	-	506,916	3.0	359,337	10.0	220,335	2.3	374,947	2.9	189,769	26.5	110.2	5,856	13.0
4~6	858,841	27.0	-	-	472,058	14.5	315,168	8.9	181,054	15.2	365,880	8.3	130,741	16.5	109.9	5,294	5.1
7~9	855,601	7.8	-	-	539,660	12.5	243,652	△ 22.2	260,305	6.0	418,653	1.2	183,491	30.7	107.3	6,271	0.6
10~12	762,419	△ 10.2	-	-	649,318	11.0	160,679	△ 55.2	222,527	5.2	392,906	5.1	180,801	12.5	108.7	5,758	△ 1.9
2020.1~3	423,515	△ 46.7	-	-	262,305	△ 48.3	50,051	△ 86.1	122,258	△ 44.5	294,228	△ 21.5	143,218	△ 24.5	108.9	3,780	△ 35.5
2019.1	206,526	23.6	-	-	146,184	△ 9.7	112,565	6.4	66,402	3.6	120,424	7.9	58,021	40.0	109.0	1,746	8.4
2	213,200	26.7	-	-	144,923	16.6	92,186	21.0	69,885	2.5	120,658	0.7	58,774	25.2	110.4	1,836	16.9
3	375,119	27.4	-	-	215,809	4.8	154,586	6.8	84,048	1.2	133,865	0.6	72,974	18.4	111.2	2,275	13.7
4	290,092	35.7	-	-	166,364	30.9	105,400	16.9	65,211	29.8	119,492	13.2	47,725	19.5	111.7	1,885	15.6
5	286,273	26.0	-	-	167,157	10.8	115,504	9.5	59,138	10.6	118,254	6.5	41,989	14.8	109.8	1,659	△ 1.2
6	282,476	20.1	-	-	138,537	3.3	94,264	0.6	56,705	6.2	128,134	5.7	41,027	14.8	108.1	1,751	1.2
7	274,830	19.2	-	-	145,794	12.7	89,908	2.8	71,383	4.8	125,215	△ 0.8	48,103	19.8	108.2	1,900	1.5
8	329,652	4.6	-	-	203,510	8.7	89,120	△ 25.2	108,100	7.6	155,779	△ 2.0	75,630	23.4	106.3	2,353	△ 1.7
9	251,119	1.3	-	-	190,356	16.7	64,624	△ 39.3	80,822	4.9	137,659	7.3	59,758	53.6	107.4	2,018	2.5
10	248,541	△ 14.4	-	-	207,000	13.9	57,179	△ 44.9	80,084	8.2	128,947	4.4	49,218	14.4	108.1	1,910	△ 2.8
11	258,522	△ 13.8	-	-	216,968	6.7	52,467	△ 59.2	72,753	△ 1.4	126,961	3.4	63,789	14.5	108.9	1,895	△ 4.4
12	255,356	△ 1.2	-	-	225,350	12.6	51,033	△ 59.6	69,690	9.3	136,998	7.3	67,794	9.3	109.2	1,953	1.7
2020.1	203,969	△ 1.2	-	-	135,614	△ 7.2	42,592	△ 62.2	57,232	△ 13.8	128,686	6.9	61,088	5.3	109.3	1,624	△ 7.0
2	211,199	△ 0.9	-	-	114,053	△ 21.3	6,350	△ 93.1	53,415	△ 23.6	120,210	△ 0.4	60,918	3.6	110.0	1,631	△ 11.2
3	8,347	△ 97.8	-	-	12,638	△ 94.1	1,109	△ 99.3	11,611	△ 86.2	45,332	△ 66.1	21,212	△ 70.9	107.3	526	△ 76.9
資料出所	各国政府観光局														財務省・日本銀行		

(注) 台湾、香港、シンガポール、グアムは居住地基準、その他の国は国籍基準の数値。

資料編

年・月	訪日旅行動向										国際収支統計	
	訪日外国人旅行者数										旅行収支・受取	
	総数		アジア		ヨーロッパ		北アメリカ		オセアニア		億円	前年比
	人	前年比	人	前年比	人	前年比	人	前年比	人	前年比		
		%		%		%		%		%		%
2017年度	29,772,632	19.9	25,680,644	21.4	1,569,875	10.0	1,798,677	11.4	587,604	13.9	40,301	19.7
2018年度	31,626,991	6.2	27,107,992	5.6	1,742,888	11.0	1,992,866	10.8	641,840	9.2	47,264	17.3
2019年度	27,768,079	△ 12.2	23,090,544	△ 14.8	1,838,716	5.5	1,993,190	0.0	688,224	7.2	45,673	△ 3.4
2017暦年	28,691,073	19.3	24,716,396	21.0	1,525,662	7.3	1,756,732	11.9	564,527	11.6	38,197	14.5
2018暦年	31,191,856	8.7	26,757,917	8.3	1,720,064	12.7	1,939,719	10.4	630,527	11.7	46,277	21.2
2019暦年	31,882,049	2.2	26,819,278	0.2	1,986,529	15.5	2,187,557	12.8	721,718	14.5	50,202	8.5
2019.1~3	8,053,797	5.7	6,977,652	5.3	378,061	6.4	472,445	12.7	192,428	6.2	11,854	9.1
4~6	8,579,817	3.6	7,197,823	2.0	539,261	13.5	625,890	12.0	176,090	15.5	13,432	12.0
7~9	7,784,206	2.8	6,546,340	0.7	531,631	16.9	511,423	12.9	146,754	18.1	12,125	8.9
10~12	7,464,229	△ 3.4	6,097,463	△ 7.2	537,576	23.5	577,799	13.6	206,446	19.6	12,791	4.2
2020.1~3	3,939,827	△ 51.1	3,248,918	△ 53.4	230,248	△ 39.1	278,078	△ 41.1	158,934	△ 17.4	7,325	△ 38.2
2019.1	2,689,339	7.5	2,366,944	7.2	92,337	4.7	130,340	11.2	89,476	15.9	3,924	12.7
2	2,604,322	3.8	2,323,258	3.4	99,499	4.3	120,332	12.7	52,965	4.9	3,833	5.6
3	2,760,136	5.8	2,287,450	5.3	186,225	8.5	221,773	13.6	49,987	△ 6.5	4,098	9.2
4	2,926,685	0.9	2,369,734	△ 2.5	240,955	20.1	219,055	16.6	79,852	21.9	4,624	10.3
5	2,773,091	3.7	2,344,872	2.7	164,278	6.5	199,117	11.4	52,878	15.9	4,360	12.7
6	2,880,041	6.5	2,483,217	6.1	134,028	11.6	207,718	8.0	43,360	4.8	4,448	13.1
7	2,991,189	5.6	2,563,058	5.4	178,049	8.3	196,104	6.4	41,553	4.2	4,534	8.3
8	2,520,134	△ 2.2	2,156,004	△ 4.4	165,158	9.3	151,865	13.4	32,459	14.2	3,939	4.5
9	2,272,883	5.2	1,827,278	0.6	188,424	35.4	163,454	21.3	72,742	29.9	3,653	14.8
10	2,496,568	△ 5.5	1,959,436	△ 10.6	248,153	28.5	200,133	7.5	67,955	22.4	4,336	3.2
11	2,441,274	△ 0.4	2,016,676	△ 3.7	165,715	19.6	190,290	18.1	55,834	22.5	4,174	6.4
12	2,526,387	△ 4.0	2,121,351	△ 7.2	123,708	19.6	187,376	16.2	82,657	15.6	4,280	3.0
2020.1	2,661,022	△ 1.1	2,300,366	△ 2.8	102,261	10.7	152,202	16.8	95,027	6.2	4,585	16.8
2	1,085,147	△ 58.3	840,261	△ 63.8	88,104	△ 11.5	94,630	-21.4	53,670	1.3	2,023	△ 47.2
3	193,658	△ 93.0	108,291	△ 95.3	39,883	△ 78.6	31,246	-85.9	10,237	△ 79.5	718	△ 82.5
資料出所	日本政府観光局 (JNTO)										財務省・日本銀行	

執筆者一覧(掲載順)

寺崎竜雄	公益財団法人日本交通公社 理事	はじめに
五木田玲子	同 主任研究員	調査概要、 I-2 日本人の国内旅行
那須 将	同 副主任研究員	I-1 日本人の旅行市場の概況、 IV-4 中部
仲 七重	同 研究員	I-2 日本人の国内旅行
小坂典子	同 研究員	I-3 日本人の海外旅行
安原有紗	同 研究員	I-4 日本人の旅行に対する意識
川口明子	同 上席主任研究員	II-1-1 2019年の訪日旅行の概況、 II-1-3 世界の国際観光動向
川村竜之介	同 副主任研究員	II-1-2 市場別にみる訪日旅行動向
柿島あかね	同 主任研究員	II-2 訪日旅行に対する意識、 II-3-2 訪日団体パッケージツアーの概況
武智玖海人	同 研究員	II-2 訪日旅行に対する意識
中野文彦	同 上席主任研究員	II-3-1 日本企業による訪日旅行事業の展開
久保田美穂子	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	III-1 旅行業
相澤美穂子	公益財団法人日本交通公社 上席主任研究員	III-2 運輸業
朝倉はるみ	淑徳大学 経営学部 観光経営学科 教授	III-3 宿泊業
外山昌樹	淑徳大学 経営学部 観光経営学科 助教	III-4-1 集客交流施設
守屋邦彦	公益財団法人日本交通公社 上席主任研究員	III-4-2 MICE
園部容子	同 研究員	IV 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
石黒侑介	北海道大学 観光学高等研究センター 准教授	IV-1 北海道
福永香織	公益財団法人日本交通公社 主任研究員	IV-2 東北
堀木美告	淑徳大学 経営学部 観光経営学科 准教授	IV-3 関東
西川 亮	立教大学 観光学部 観光学科 助教	IV-5 近畿
菅野正洋	公益財団法人日本交通公社 上席主任研究員	IV-6 中国・四国
野間恵子	一般社団法人九州観光推進機構 企画部	IV-7 九州
中島 泰	公益財団法人日本交通公社 上席主任研究員	IV-8 沖縄
後藤健太郎	同 主任研究員	IV-9 自然
門脇茉海	同 副主任研究員	IV-10 歴史・文化
磯貝友希	同 研究員	IV-11 温泉
工藤亜稀	同 研究員	V-1 国による観光政策、 V-3 主要市町村による観光政策
池知貴大	同 研究員	V-2 都道府県による観光政策
吉澤清良	同 主席研究員	付記
泉 佳奈	同	付属統計表

旅行年報 2020

Annual Report on the Tourism Trends Survey

2020年10月発行

発行：公益財団法人 日本交通公社

〒107-0062 東京都港区南青山二丁目7番29号 日本交通公社ビル

TEL：03-5770-8360（観光文化情報センター）

E-mail：jtbfbbook@jtb.or.jp

発行人：末永安生

編集人：有沢徹郎

デザイン・制作・印刷：株式会社 カントー

編集協力：株式会社 ぶれす

©2020 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。

ISBN 978-4-86631-350-4

ISSN 0911-4750



公益財団法人 日本交通公社