

2 訪日旅行商品の概況

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

(1) 団体旅行商品の概況

団体旅行商品の利用率が高い台湾、香港、中国を調査対象として当財団が独自に実施した「訪日団体旅行商品調査」(*)の結果をもとに、これらの国・地域における16年夏の訪日団体旅行商品の概要を整理する。

● 団体旅行商品の訪問地の概要

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

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

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

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

(2) 出発国・地域別の旅行商品の特徴

● 台湾の団体旅行商品

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

※(公財)日本交通公社「訪日団体旅行商品調査」調査概要
調査時期：16年6月20日、22日、16年7月19日、20日
調査対象：旅行会社9社(台湾3社、香港2社、中国4社)
有効商品数：【台湾】579商品/7月発：289商品/8月発：290商品
【香港】164商品/7月発：81商品/8月発：83商品
【中国】559商品/7月発：288商品/8月発：271商品
(7月と8月に同一の商品が販売されている場合は1商品とした)

表II-3-1 都道府県別訪問地ランキング

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

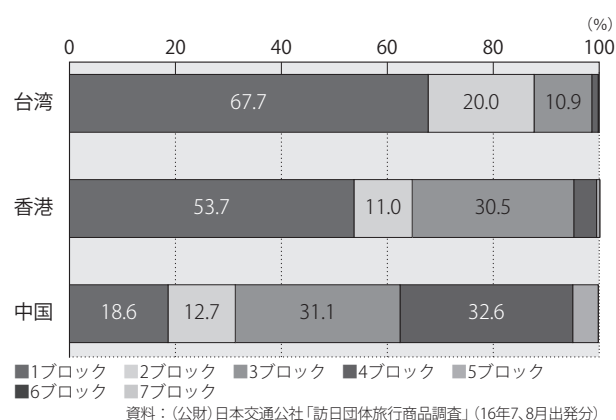
資料：(公財)日本交通公社「訪日団体旅行商品調査」(16年7、8月出発分)

表II-3-2 都道府県別団体旅行商品数と訪問率

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

資料：(公財)日本交通公社「訪日団体旅行商品調査」(16年7、8月出発分)

図II-3-4 訪問した地方ブロック数別の構成比



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

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

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

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

3位の京都府は15年に引き続き、著名な社寺仏閣への訪問が目立つ。

表II-3-3 台湾発の団体旅行商品と主な訪問地

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

資料：(公財)日本交通公社「訪日団体旅行商品調査」(16年7、8月出発分)

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

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

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

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

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

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

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

●香港の団体旅行商品

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

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

表II-3-4 香港発の団体旅行商品と主な訪問地

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

資料：(公財)日本交通公社「訪日団体旅行商品調査」(16年7、8月出発分)

レットの訪問がみられた。

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

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

同じく3位の千葉県は東京ディズニーランド、東京ディズニーシー以外では、酒々井プレミアム・アウトレットや三井アウトレットパーク幕張等、アウトレットへの訪問が多い。

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

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

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

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

●中国の団体旅行商品

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

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

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

表II-3-5 中国発の団体旅行商品と主な訪問地

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

資料：(公財)日本交通公社「訪日団体旅行商品調査」(16年7、8月出発分)

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

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

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

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

7位の奈良県は東大寺、春日大社が主たる訪問地である。

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

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

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

(3) 地方ブロック別の旅行商品の特徴

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

表II-3-6 地方ブロック別の訪問率（15年比）

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

資料：（公財）日本交通公社「訪日団体旅行商品調査」（16年7、8月出発分）

●北海道

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

●東北

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

●関東

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

●甲信越・北陸・東海

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

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

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

●近畿

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

●中国・四国

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

●九州

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

●沖縄

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

（柿島あかね）

