旅行年報 2025

Annual Report on the Tourism Trends Survey

公益財団法人 日本交通公社

本書は、原則として2024年度（2024年4月～2025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、年表等の一部項目については2025年6月までの情報を取り込みました。

旅行年報 2025

Annual Report on the Tourism Trends Survey

目次

この一年をふりかえって …… 2

第Ⅰ編　日本人の旅行市場

「JTBF旅行実態調査」、「JTBF旅行意識調査」について（調査概要） …… 6
Ⅰ-1　日本人の旅行市場の概況 …… 7
Ⅰ-2　日本人の国内旅行 …… 11
Ⅰ-3　日本人の海外旅行 …… 35
Ⅰ-4　日本人の旅行に対する意識 …… 56

第Ⅱ編　訪日外国人旅行

Ⅱ-1　訪日外国人の旅行動向 …… 68
Ⅱ-2　訪日旅行に対する意識 …… 85
Ⅱ-3　訪日旅行事業の現況 …… 90

第Ⅲ編　観光産業

Ⅲ-1　旅行業 …… 100
Ⅲ-2　運輸業 …… 108
Ⅲ-3　宿泊業 …… 118
Ⅲ-4　集客交流施設、MICE …… 123

第Ⅳ編　観光地

都道府県別延べ宿泊者数及びうち外国人延べ宿泊者数（2023年と2024年の比較） … 134
Ⅳ-1-1　北海道 …… 135
Ⅳ-1-2　東北 …… 139
Ⅳ-1-3　関東 …… 143
Ⅳ-2-1　中部 …… 147
Ⅳ-2-2　近畿 …… 151
Ⅳ-2-3　中国・四国 …… 155
Ⅳ-2-4　九州 …… 159
Ⅳ-2-5　沖縄 …… 163
Ⅳ-3-1　自然 …… 166
Ⅳ-3-2　歴史・文化 …… 173
Ⅳ-3-3　温泉 …… 180

第Ⅴ編　観光政策

Ⅴ-1　国による観光政策 …… 186
Ⅴ-2　都道府県による観光政策 …… 192
Ⅴ-3　主要市町村による観光政策 …… 197

付記

観光研究 …… 203
（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 …… 208
資料-2　付属統計表 …… 212

この一年をふりかえって

新たな市場環境の定着

2020年の春から世界中を襲ったCOVID-19によるパンデミック。2020年から2021年にかけて、旅行市場は国内外ともに著しく縮小したが、2022年頃から回復基調となり、海外旅行を除けば、2023年には2019年に近い水準まで回復した。

この流れは2024年にも引き継がれ、2023年に対して国内旅行は4.2％増と増進した。さらに、訪日旅行（インバウンド）は47.1％増、訪日外客数は3,687万人と、2019年の3,188万人を大きく上回る過去最高の水準となった。一方で、海外旅行（アウトバウンド）は2023年の962万人から1,300万人と増大したものの、2019年の2,010万人とは、まだ、大きな乖離がある状態である。

国際旅行は、費用を必要とする経済行為である。パンデミックが収束していく2022年の3月頃、それまで、110～115円／ドルで推移していた為替レートが、130円台まで下落した。円安は、その後も進行し、2023年後半には140円、2024年の半ばには160円超えまで下落した。この結果、日本は、訪日客にとって割安な旅行先となった一方で、日本人にとって海外旅行は経済的に大きなハードルとなった。インバウンドとアウトバウンドの明暗は、こうした為替レートが影響していることは否定できない。

さらに、注目されるのは、数値の裏側にある市場構造の変化である。国内の観光レクリエーション市場を年代別に見てみると、男女ともに60代以上が減少する一方で、50代の伸張が目立つようになっている。女性に注目すれば、10代から30代も2019年よりも増加となっている。一方、海外旅行については、全体として低迷しているものの、2019年比で見れば、男女ともに、10代・20代は相対的に減少率が低い。少子化によって、若い世代ほど人口が少ない我が国であるが、旅行市場の主体は、より若い世代となってきていることが確認できる。

また、訪日客数は、前述のように過去最高となっているが、国別に見ると2019年比で40％超えとなっているのは、韓国、シンガポール、イタリア、スペイン、アメリカ、カナダ、オーストラリアとなっている。我が国は、欧米豪を長くターゲットとしてきたが、その成果が出てきた形となっている。また、韓国や台湾等、シェアの大きい国からの来訪者のほとんどは、リピーターとなっている。これによって、訪日客の国内での行動、消費動向も変化が生じるようになってきている。

これらの動きは、不可逆的であり、今後の観光市場は、こうした「変化」を基盤としたもので推移していくことになるだろう。





国内旅行

国内旅行は、2023年から2024年にかけて市場規模は拡大したものの、2019年と比較すると宿泊全体で5.9%の減少とやや失速状態にある。観光については、2019年比で2.2%増となっているものの、帰省・知人訪問は13.9%減、出張・業務も19.1%減となっている。特に、出張・業務は、前年から1.6%増にとどまっており、2019年の80%水準で頭打ちとなっている。また、年間では対前年増となっている観光についても、月別に2022年からの推移を見てみると、多くの月で横ばいとなってきている。

今後の国内旅行市場は、2024年の水準が基準となっていくと考えられる。物価上昇は旅行市場の縮小要因となるが、性・年代別に上昇傾向にある女性×若年層の動向が鍵を握っていくことになるだろう。

訪日旅行

観光の3つの市場セグメントの中で、最も好調に推移しているのが、この訪日旅行である。パンデミック後、フロンティアであった欧米豪市場が開拓され、訪日客数の基礎票がつくられたうえで、回復が遅れていた中国市場が本格的に回復してきたことで、パンデミック前、停滞気味であった3,000万人強ラインを超えることになった。

欧米豪からの訪日客は、消費単価が高く、滞在日数も長い傾向にあるため、人数以上にインパクトが大きく、訪日客による旅行消費額の総額は前年比53.1%増となる8兆円超えとなった。円安の恩恵を受けたという側面は否定できないが、パンデミック後の社会において、日本が魅力的なデスティネーションとして認識されたと考えられる。

こうした日本への注目を、持続的な集客につなげていくことが重要な段階に入ってきたといえる。

海外旅行

パンデミック後、最も回復が遅れているのが海外旅行市場である。パンデミック前の2010年代後半、訪日旅行同様に海外旅行も増加傾向にあり、2019年には2,000万人を超えたものの、2024年は1,301万人と、65%の水準にとどまっている。伸び率も2022年から2023年は3.5倍となったが、2023年から2024年は1.4倍と増加率も低下している。このままの傾向で推移するとなれば、1,600万人程度で頭打ちとなるおそれもある。これは、2000年代前半の水準となる。パスポートの保有率も、2019年の24%から、2022／2023年には17%にまで減少しているとされ、量的な拡大を見込むことは難しい状況にある。

一方で、消費額では、2.2兆円に達している。これは2018年の水準に近く、過去最高である2019年の2.3兆円とも近い。これは、世界的な物価上昇及び円安の影響と思われるが、市場の維持、拡大を目指すうえでも課題は少なくない。







地域

国内旅行市場が2019年の水準に届かず足踏みしているが、一方で旅行者の年代は大きく若返っている。訪日旅行市場は順調であるが、その構成は個人旅行化、リピーター化が進んでいる。現在の旅行者は、SNSが主たる情報源となっているため、人々は、ポジティブな情報が多く発信されている地域を選好しやすくなる。結果、多くの人々が集まる地域ほど、多くの情報が発信されることになり、さらに多くの人を呼び寄せることになる。他方、来訪者が少なく、SNSでの情報発信も乏しい地域は、人々を惹き寄せることが難しい。事業者は、人気のある地域を選好して投資先とするため、供給も合わせて増大していくことになる。その結果、一部地域へは指数関数的に客数が増えていくのに対し、そうでない地域は市場規模が拡大したとしても、客数を増やすことができない。今後、さらに、両者の差は広がっていくと考えられる。

もうひとつ、地域が直面している問題は、国外からの投資である。訪日旅行市場の拡大は、観光施設等への投資を呼び込むようになっている。特に、国外からの投資が広く行われるようになっている。これは、長らく投資が止まっていた我が国の観光地にとってカンフル剤となっているが、同時に、コミュニティや既存事業者とのコンフリクトも顕在化している。

産業

外資の参入は、観光産業にも大きな影響を及ぼすようになっている。日本国内では、これまでほとんどの地域で観光事業に関わる新規投資は行われてこなかったが、訪日客市場が拡大してきたことで、多くの国外資本が投資を行うようになってきている。リノベーション投資によって、それまで1泊数千円であった施設が、数万円で販売可能となった事例は各所にあるし、既存ホテルが欧米のホテルブランドにリブランドすることも常態化している。

一方で、1990年代に投資された団体向け宿泊施設や、2000年代初めに整備された公共系の温浴施設等の維持が困難になってもいる。観光による地域振興を実現していくには、地域に密着した中小企業が事業を展開していくことが重要となるが、残念ながら、そうした視点は乏しい。

2025年には大阪・関西万博、「JUNGLIA OKINAWA（ジャングリア沖縄）」等の大型イベント／観光施設も事業化されている。こうした大型の取り組みをきっかけに、国内産業の育成への取り組みが生じていくことを期待したい。

政策

パンデミックからの回復以降、国の観光予算も再強化され、広範な政策が展開されるようになっている。パンデミック後のパラダイムシフトに、いち早く対応している。訪日客数、消費額ともに大きく増進し、政策としての明るさが感じられるようになっている。2025年は、第5次となる観光立国推進基本計画の策定も進められている。

また、地方自治体では、宿泊税の導入も幅広く検討されるようになっており、これに合わせDMO（観光地域づくり法人）のあり方、観光地マネジメントのあり方についての意識も変わりつつある。

パンデミックの混乱が収束し、新しい時代の基礎が定まってきた現在、新しい観光政策が展開されていくことを期待したい。

山田雄一　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）……6

Ⅰ-1　日本人の旅行市場の概況

1 旅行者数……7
2 旅行市場区分（全体）……8
（1）旅行形態及び費用負担から見た旅行市場
3 旅行市場区分（観光・レクリエーション）……9
（1）マーケットセグメント別の市場シェア
（2）性・年代別に見る同行者別の市場シェア

Ⅰ-2　日本人の国内旅行

1 2024年の概況……11
（1）国内旅行者の動向
（2）主な要因
（3）宿泊旅行者数の内訳
2 着地別（都道府県別）の旅行動向……15
（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……28

Ⅰ-3　日本人の海外旅行

1 2024年の概況……35
（1）日本人出国者の動向
（2）主な要因
（3）日本人出国者数の内訳
2 着地別（国・地域別）の旅行動向……38
（1）着地別（国・地域別）の日本人出国者数
（2）着地別（国・地域別）の旅行内容
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……50

Ⅰ-4　日本人の旅行に対する意識

1 行ってみたい旅行……56
（1）行ってみたい旅行先（国内旅行・海外旅行）
（2）行ってみたい旅行タイプ
（3）旅行タイプ別の行ってみたい旅行先
2 旅行の動機……63
3 旅行の阻害要因……65

「JTBF旅行実態調査」、「JTBF旅行意識調査」について（調査概要）

本書では、第Ⅰ編と第Ⅲ編にて、下記調査データを使用しています。

調査名　：JTBF旅行実態調査2024
調査方法　：ウェブ調査
調査時期　：2024年5月実施（2024年1～3月期分の旅行内容）、2024年7月実施（同4～6月期の旅行内容）、2024年10月実施（同7～9月期の旅行内容）、2025年1月実施（2024年10～12月期の旅行内容）

【全体調査】
調査対象　：全国16～79歳の男女（調査会社のパネルより抽出）
標本の大きさ：各回50,000人　※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
調査項目　：旅行実施の状況、今後の旅行予定・意向等を調査

【トリップ調査】
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：2024年1～12月
調査項目　：主に旅行実態を調査
回答者属性：

＜国内宿泊観光旅行＞

	男性							女性							合計
年齢（歳）	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）	89	552	561	575	542	455	441	101	497	438	499	547	464	517	6,278
構成比（%）	1.4	8.8	8.9	9.2	8.6	7.2	7.0	1.6	7.9	7.0	7.9	8.7	7.4	8.2	100.0
	男性							女性							合計
年齢（歳）	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）	130	1,019	969	950	830	749	655	152	864	676	725	828	697	728	9,972
構成比（%）	1.3	10.2	9.7	9.5	8.3	7.5	6.6	1.5	8.7	6.8	7.3	8.3	7.0	7.3	100.0

＜海外観光旅行＞

	男性							女性							合計
年齢（歳）	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）	25	387	385	335	279	277	294	48	386	299	294	356	311	325	4,001
構成比（%）	0.6	9.7	9.6	8.4	7.0	6.9	7.3	1.2	9.6	7.5	7.3	8.9	7.8	8.1	100.0
	男性							女性							合計
年齢（歳）	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）	25	387	385	335	279	277	294	48	386	299	294	356	311	325	4,001
構成比（%）	0.6	9.7	9.6	8.4	7.0	6.9	7.3	1.2	9.6	7.5	7.3	8.9	7.8	8.1	100.0

※地域、性別、年代の層別の全国人口構成比に基づき、調査会社のモニターを割り当て。ただし、一部若年層及び高齢層において不足した属性あり
※集計にあたっては、各月の旅行発生量（観光庁「旅行・観光消費動向調査」）をウェイトとして重み付けを行っている
※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　：2025年5～6月実施
回答者属性：

	男性							女性							合計
年齢（歳）	18～19	20～29	30～39	40～49	50～59	60～69	70～79	18～19	20～29	30～39	40～49	50～59	60～69	70～79	
標本の大きさ（人）	19	93	88	133	142	96	121	19	84	105	126	102	96	160	1,384
構成比（%）	1.4	6.7	6.4	9.6	10.3	6.9	8.7	1.4	6.1	7.6	9.1	7.4	6.9	11.6	100.0

※地域、性別、年代の層別の全国人口構成比に基づき、調査会社のモニターを割り当て
※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」、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

2024年の日本人の旅行経験率 国内宿泊旅行57.2%、国内日帰り旅行42.3%、海外旅行6.0%

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領域に大別し、旅行者数を概観する。

●旅行経験率

2024年の日本人の旅行経験率は、国内宿泊旅行全体では57.2%、国内日帰り旅行全体では42.3%、海外旅行全体では6.0%であった。「観光・レクリエーション」(以下、「観光」)、「帰省・知人訪問等」(以下、「帰省」)、「出張・業務」(以下、「出張」)の内訳については図Ⅰ-1-1左参照。

●旅行平均回数

2024年の日本人の旅行平均回数は、国内宿泊旅行全体では2.36回／人、国内日帰り旅行全体では1.99回／人、海外旅行全体では0.10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右を参照。

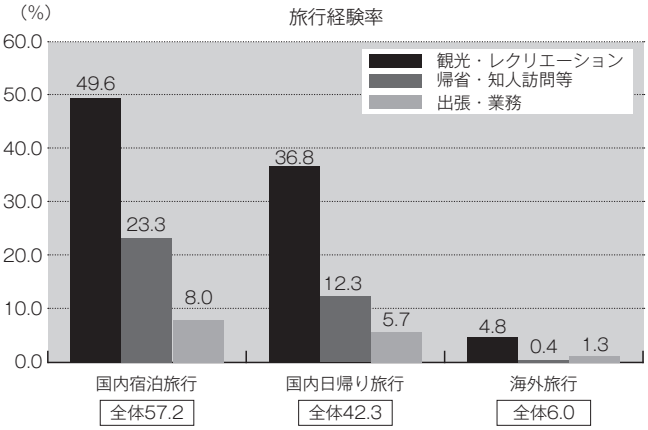
●延べ旅行者数

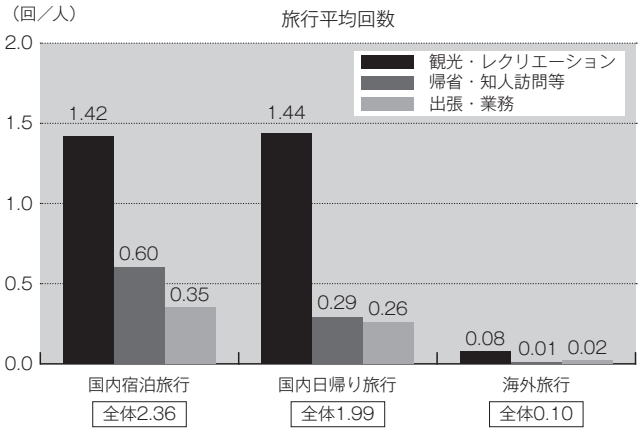
2024年の日本人の延べ旅行者数は、国内宿泊旅行全体では2億9,314万人、国内日帰り旅行全体では2億4,681万人、海外旅行では1,291万人であった。いずれの旅行も、観光のシェアが6割から7割程度を占めた。また、国内宿泊旅行のうち25.2%が「帰省」、海外旅行のうち21.5%が「出張」による旅行であった(図Ⅰ-1-2左)。

●延べ泊数

2024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6億5,224万人泊、海外旅行全体では7,551万人泊であった。延べ旅行者数と比較して、「帰省」及び「出張」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)。

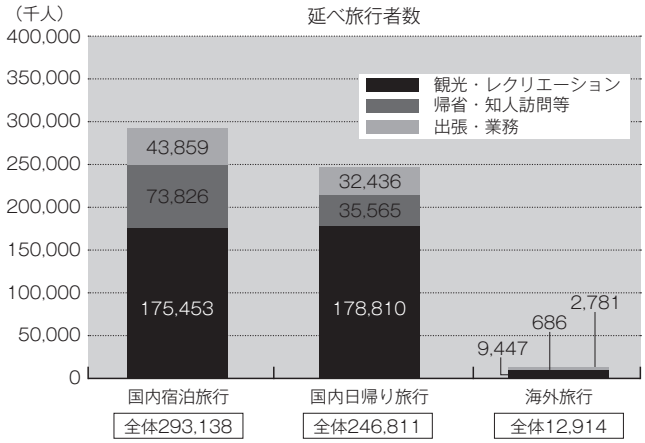
図Ⅰ-1-1　旅行経験率及び旅行平均回数(2024年)

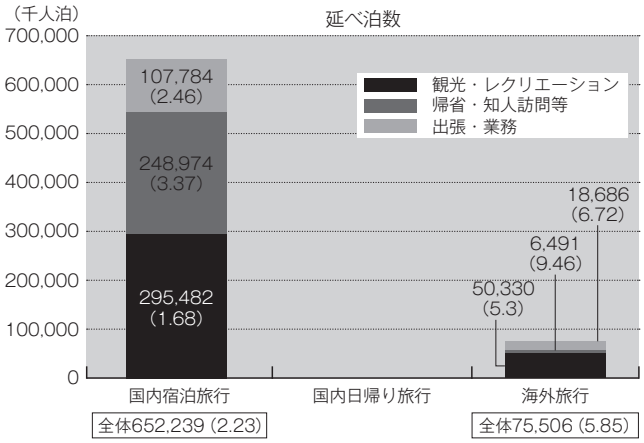




資料:いずれも観光庁「旅行・観光消費動向調査」をもとに(公財)日本交通公社作成

図Ⅰ-1-2　延べ旅行者数及び宿泊者の延べ泊数(2024年)





※括弧内の数値は平均泊数。単位は(泊／人回)

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）

国内旅行形態「個人旅行」が82.3%

(1)旅行形態及び費用負担から見た旅行市場

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」、「会社がらみの団体旅行」の5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おり、国内旅行で51.5%、海外旅行で50.6%を占めた（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72.1%が、海外旅行においては69.8%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。国内旅行全体では82.3%が、海外旅行全体では74.6%が個人旅行であった（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）。個人負担によって行われる個人旅行が、国内旅行では66.4%、海外旅行では60.8%を占めた。

表Ⅰ-1-1　旅行内容と旅行形態に着目した旅行市場区分シェア（2024年）

（単位：%）

市場区分	定義	国内旅行	海外旅行
個人で実施する観光旅行	個人で実施する観光旅行、スポーツ旅行。旅行会社のパック旅行に参加した場合も含める。	51.5	50.6
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）。	14.9	10.3
組織が募集する団体旅行	町内、農協、郵便局、信金、宗教団体、サークル等が募集する旅行。	5.7	9.0
出張や業務旅行	打ち合わせや会議、視察目的の旅行。	15.9	13.7
会社がらみの団体旅行	職場旅行や招待、報奨旅行。団体で行動する旅行。	5.2	8.1
その他の旅行	上記のいずれにもあてはまらない旅行。	6.8	8.4

資料：（公財）日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

表Ⅰ-1-2　旅行費用の負担者別に見るシェア（2024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	72.1	69.8
	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	21.1	21.8
	会社がらみの団体旅行		
その他の旅行		6.8	8.4

資料：（公財）日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

表Ⅰ-1-3　旅行形態別に見るシェア（2024年）

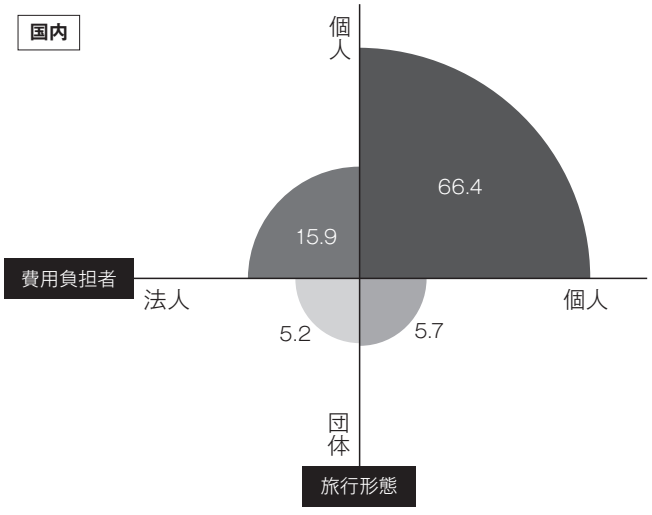
（単位：%）

旅行形態	市場区分	国内旅行	海外旅行
個人旅行	個人で実施する観光旅行	82.3	74.6
	帰省や家事のための旅行		
	出張や業務旅行		
団体旅行	組織が募集する団体旅行	11.0	17.1
	会社がらみの団体旅行		
その他の旅行		6.8	8.4

資料：（公財）日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

図Ⅰ-1-3　国内旅行の負担者別・旅行形態別のシェア（2024年）

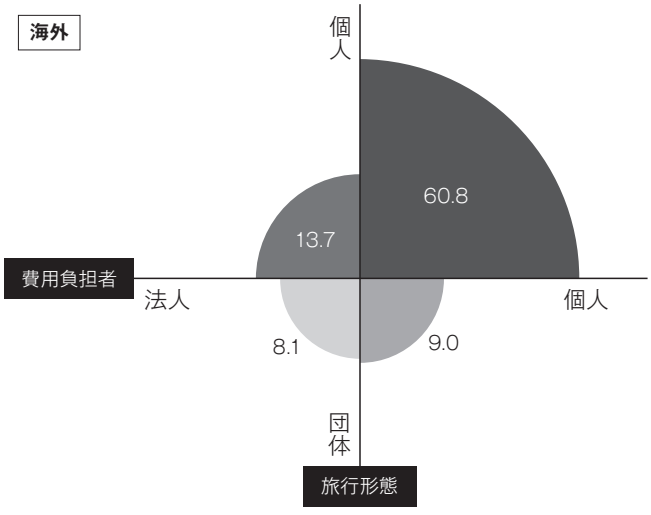
（単位：%）



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（2024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）

国内旅行「夫婦・カップル旅行」33.9%、
「家族旅行」28.9%、「ひとり旅」19.8%

(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28～34ページ、海外旅行は50～55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の家族旅行（小中高生を含まない）	子ども連れ	乳幼児の子どもあり
	小中高生の子どもと一緒の家族旅行（乳幼児連れも含む）	子ども連れ	小中高生の子どもあり
	18歳以上のみの家族旅行	子ども連れ	末子が18歳以上
		親を連れて	－
	※うち、3世代家族旅行	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	子どもなし
	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・子どもなし
	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・子どもなし
	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マーケットセグメント別のシェア

（単位：%）

マーケットセグメント		国内旅行	海外旅行
家族旅行		28.9	24.7
	乳幼児の子どもと一緒の家族旅行（小中高生を含まない）	5.7	3.1
	小中高生の子どもと一緒の家族旅行（乳幼児連れも含む）	11.2	8.2
	18歳以上のみの家族旅行	12.0	13.4
	※うち、3世代家族旅行	7.7	5.6
夫婦・カップル旅行		33.9	31.4
	カップルでの旅行	9.6	6.5
	夫婦での旅行（子どもなし）	9.5	11.1
	子育て中の夫婦での旅行	2.1	2.3
	子育て後の夫婦での旅行	12.7	11.5
友人旅行		15.8	21.7
	未婚男性による友人旅行	4.2	4.5
	既婚男性による友人旅行（子どもなし）	0.6	0.9
	子育て中の男性による友人旅行	0.6	0.8
	子育て後の男性による友人旅行	1.8	1.8
	未婚女性による友人旅行	4.4	7.1
	既婚女性による友人旅行（子どもなし）	1.0	1.9
	子育て中の女性による友人旅行	0.2	0.6
	子育て後の女性による友人旅行	3.1	4.1
ひとり旅		19.8	20.7
	男性のひとり旅	12.8	11.6
	女性のひとり旅	7.0	9.1
その他		1.6	1.5
全体		100.0	100.0

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

資料：（公財）日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

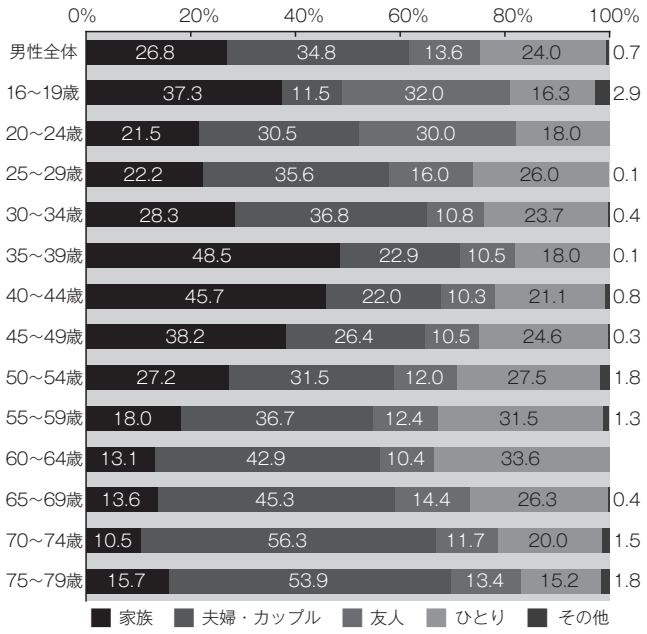
(2)性・年代別に見る同行者別の市場シェア

同行者は、年代の移り変わりに伴って変化する。国内旅行について見ると、10代後半は家族や友人との旅行が中心であるが、20代では家族旅行の割合が低下し、夫婦・カップルでの旅行の割合が増加する。30代から40代にかけては家族旅行のシェアが増加し、全体の3～5割程度を占める。50代・60代では再び家族旅行の割合が減少し、夫婦・カップル旅行のシェアが拡大する。また、ほぼすべての年代において男性はひとり旅の割合が女性に比べて高く、15%から30%程度のシェアを占める(図Ⅰ-1-5、図Ⅰ-1-6)。

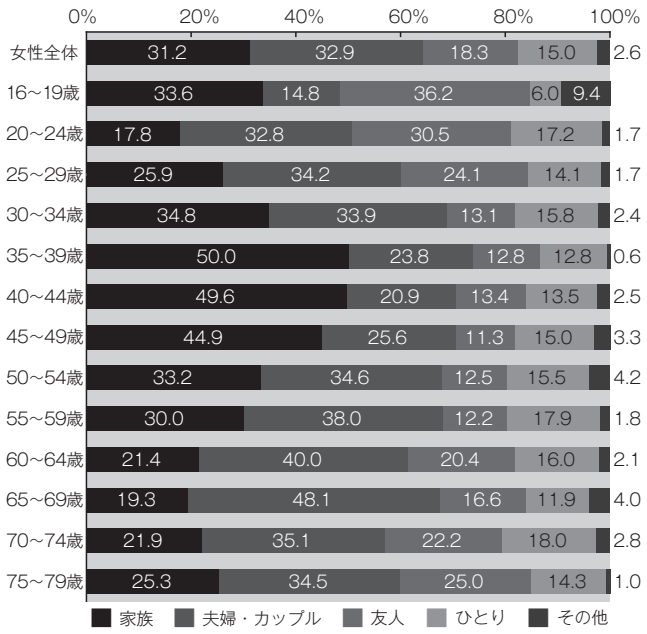
海外旅行についても、国内旅行と同様、30代から40代にかけては家族旅行のシェアが拡大する傾向が確認された。一方、全体に占める家族旅行の割合は国内旅行に比べると低く、特に女性は、友人との旅行が占める割合が国内旅行に比べて高い傾向にある(図Ⅰ-1-7、図Ⅰ-1-8)。

(川村竜之介)

図Ⅰ-1-5　国内旅行における年代別同行者(男性)

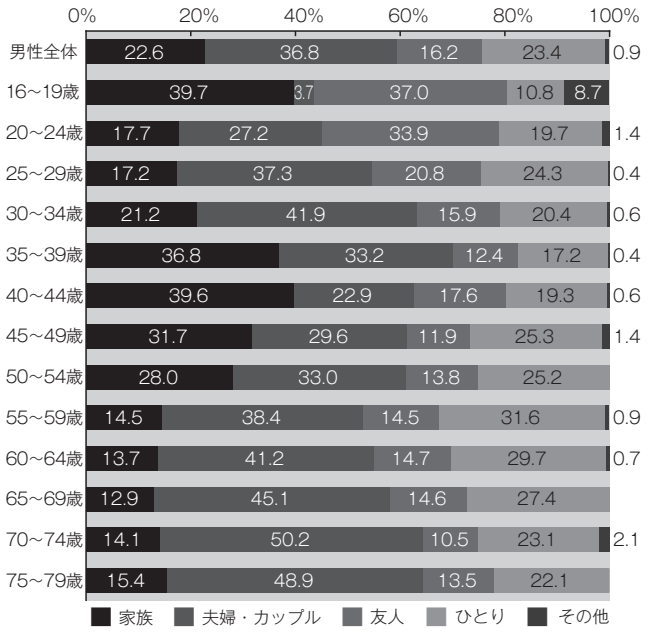


図Ⅰ-1-6　国内旅行における年代別同行者(女性)

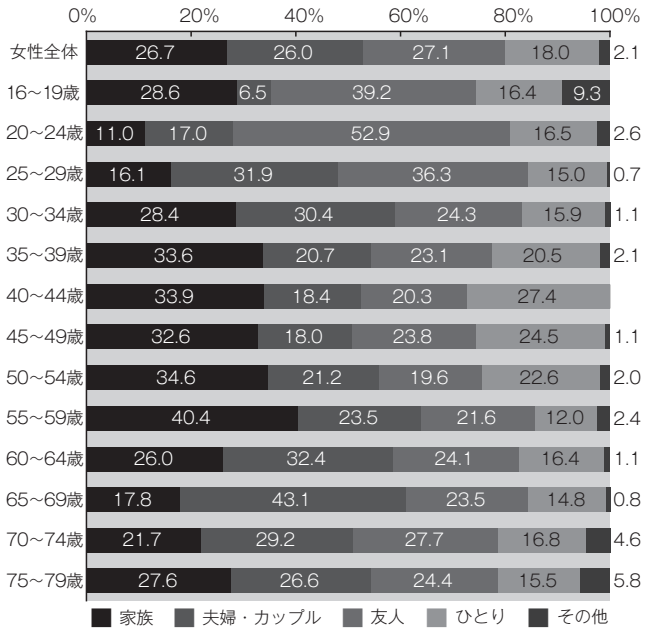


資料:いずれも(公財)日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

図Ⅰ-1-7　海外旅行における年代別同行者(男性)



図Ⅰ-1-8　海外旅行における年代別同行者(女性)



資料:いずれも(公財)日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

Ⅰ-2 日本人の国内旅行

1 2024年の概況

国内宿泊観光旅行市場は
物価高騰の影響を受けつつも堅調に推移

(1)国内旅行者の動向

観光庁の「旅行・観光消費動向調査」によると、2024年の宿泊を伴う国内延べ旅行者数は2億9,314万人回、前年比4.2%増となった。「観光・レクリエーション」(以下、「観光」)は前年比3.6%増、「帰省・知人訪問等」(以下、「帰省」)は同7.3%増、「出張・業務」(以下、「出張」)は同1.6%増であった(表Ⅰ-2-1)。コロナ禍前2019年との比較においては、宿泊全体5.9%減、「観光」2.2%増、「帰省」13.9%減、「出張」19.1%減となった。

宿泊旅行市場の6割を占める観光旅行では、延べ旅行者数は1億7,545万人回(前年1億6,936万人回)となった(図Ⅰ-2-1)。国民一人当たりの旅行平均回数は1.42回／人(同1.36回／人)、国民一人当たりの平均宿泊数は2.4泊／人(同2.3泊／人)となり、いずれの指標も前年を上回った。

国内延べ日帰り旅行者数もすべての目的において前年から増加した(表Ⅰ-2-1)。コロナ禍前2019年との比較においては、日帰り全体10.4%減、「観光」8.9%減、「帰省」13.2%減、「出張」15.0%減となった。

(2)主な要因

2024年の国内宿泊観光旅行市場はコロナ禍後の回復基調を維持しながら、物価高や円安の影響を受けつつも堅調に推移した。3月には北陸新幹線が敦賀まで延伸され、北陸地方へのアクセスが向上。加えて、石川県能登地方における震災復興支援を目的とした旅行や「北陸応援割」等の政策的取り組みも一部地域で需要を押し上げた。6月には「東京ディズニーシー」に新エリア「ファンタジースプリングス」がオープンした。一方で、物価高騰や円安に伴う旅行コストの上昇が家計を圧迫し、旅行頻度や消費額の抑制要因となった側面もあった。

2025年1～3月の国内宿泊観光旅行における延べ旅行者数は、前年同期比4.7%増(2019年同期比8.4%増)となった(観光庁「旅行・観光消費動向調査」2次速報)。4～10月は大阪・関西万博、9月には2025年世界陸上競技選手権大会等の国際的なイベントが開催され、さらなる市場活性化が期待される。

表Ⅰ-2-1　日本人の国内延べ旅行者数の推移

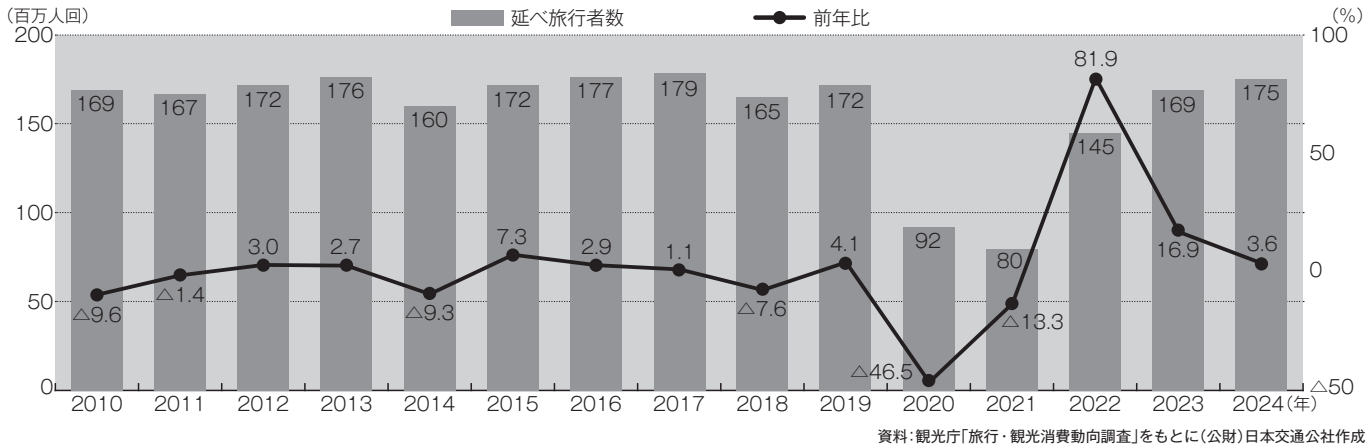
(単位：千人回)

	宿泊旅行								日帰り旅行							
			観光・レクリエーション		帰省・知人訪問等		出張・業務				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(%)		前年比(%)		前年比(%)		前年比(%)		前年比(%)
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
2020年	160,703	△48.4	91,832	△46.5	45,998	△46.3	22,872	△57.8	132,705	△51.8	89,369	△54.5	23,373	△43.0	19,964	△47.7
2021年	141,768	△11.8	79,608	△13.3	42,769	△7.0	19,392	△15.2	126,440	△4.7	83,878	△6.1	20,222	△13.5	22,340	11.9
2022年	232,467	64.0	144,828	81.9	57,568	34.6	30,071	55.1	185,387	46.6	139,475	66.3	26,527	31.2	19,385	△13.2
2023年	281,347	21.0	169,357	16.9	68,830	19.6	43,160	43.5	216,230	16.6	159,004	14.0	31,592	19.1	25,635	32.2
2024年	293,138	4.2	175,453	3.6	73,826	7.3	43,859	1.6	246,811	14.1	178,810	12.5	35,565	12.6	32,436	26.5

(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のウェブサイトより(2025年6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・レクリエーション延べ旅行者数の推移



資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」をもとに(公財)日本交通公社作成

(3)宿泊旅行者数の内訳

●性・年代別(表Ⅰ-2-2、図Ⅰ-2-2)

2024年の国内宿泊旅行者数は、男性では10代未満、40代、50代のみが前年からプラスであったが、女性はすべての年代で前年からプラスとなった。特に前年からの伸びが大きい年代は男女ともに50代であった。2019年比で見ると、男性は50代のみ、女性は20代及び50代がプラスとなった。

目的別に見ると、特に前年からの増加幅が大きかったのは、男性50代の「観光」(約206万人増)と「帰省」(約130万人増)、男性20代の「出張」(約118万人増)、女性10代・30代・50代の「観光」(約194万人増、約120万人増、約174万人増)、女性10代未満の「帰省」(約128万人増)、女性50代の「出張」(約129万人増)であった。

観光にしぼって見ると、最も旅行をした年代は男性は50代、女性は20代であり、50代は次点であった。男女ともに50代の回復が目立った。

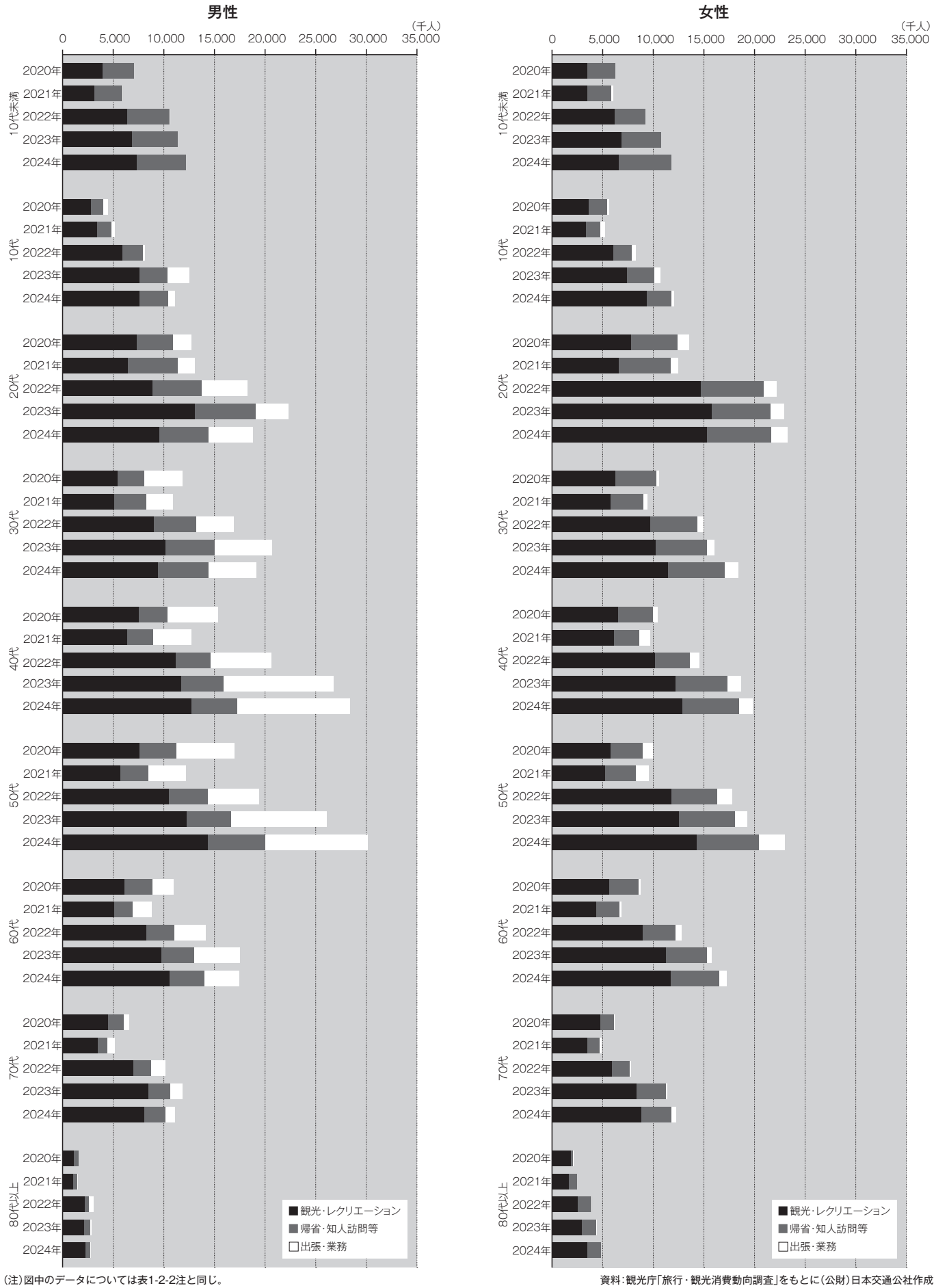
表Ⅰ-2-2　性・年代別日本人国内宿泊延べ旅行者数(2024年)

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	
宿泊旅行全体	延べ旅行者数(千人)	12,166	11,050	18,740	19,121	28,358	30,059	17,396	11,100	2,766	150,757
	前年比(%)	7.0	△11.6	△15.8	△7.3	6.2	15.3	△0.3	△5.9	△3.2	△0.6
	2019年比(%)	△12.9	△6.9	△2.7	△24.2	△3.6	14.1	△19.8	△14.5	△19.8	△8.2
	旅行平均回数(回／人)	2.72	2.02	2.85	2.81	3.38	3.29	2.39	1.49	0.59	2.50
観光・レクリエーション	延べ旅行者数(千人)	7,318	7,552	9,558	9,403	12,681	14,319	10,564	8,076	2,284	81,756
	前年比(%)	6.5	△0.8	△26.9	△7.1	8.5	16.8	8.3	△4.8	7.2	△0.3
	2019年比(%)	2.9	△8.1	△6.2	△0.8	4.5	30.5	△9.0	△9.8	△8.2	0.7
	旅行平均回数(回／人)	1.64	1.38	1.46	1.38	1.51	1.57	1.45	1.08	0.49	1.36
帰省・知人訪問等	延べ旅行者数(千人)	4,801	2,857	4,799	4,975	4,576	5,622	3,387	2,082	419	33,518
	前年比(%)	7.3	5.8	△19.9	1.8	9.5	30.1	5.1	△2.7	△23.7	3.3
	2019年比(%)	△27.8	△6.8	△8.8	△8.0	△11.3	25.5	△28.9	△23.6	△51.1	△12.6
	旅行平均回数(回／人)	1.07	0.52	0.73	0.73	0.54	0.62	0.47	0.28	0.09	0.56
出張・業務	延べ旅行者数(千人)	48	641	4,383	4,743	11,101	10,119	3,445	941	62	35,483
	前年比(%)	73.9	△70.7	36.6	△15.6	2.5	6.8	△22.9	△19.6	△65.0	△4.6
	2019年比(%)	△77.9	8.7	15.3	△54.1	△8.5	△7.2	△35.2	△27.9	△39.3	△20.6
	旅行平均回数(回／人)	0.01	0.12	0.67	0.70	1.32	1.11	0.47	0.13	0.01	0.59
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	
宿泊旅行全体	延べ旅行者数(千人)	11,776	12,072	23,202	18,355	19,818	22,925	17,212	12,221	4,800	142,381
	前年比(%)	9.6	13.1	1.4	14.5	6.3	19.3	9.1	7.6	9.0	9.8
	2019年比(%)	△12.4	△0.1	0.4	△5.5	△5.6	7.7	△3.8	△4.9	△23.6	△3.4
	旅行平均回数(回／人)	2.76	2.32	3.75	2.83	2.43	2.54	2.28	1.41	0.59	2.24
観光・レクリエーション	延べ旅行者数(千人)	6,593	9,329	15,267	11,444	12,861	14,248	11,676	8,790	3,489	93,698
	前年比(%)	△3.8	26.2	△3.0	11.7	5.9	13.9	4.2	5.9	17.6	7.2
	2019年比(%)	△8.1	8.8	11.0	7.0	△2.1	24.1	△0.5	△5.3	△26.4	3.5
	旅行平均回数(回／人)	1.55	1.79	2.47	1.76	1.58	1.58	1.55	1.01	0.43	1.47
帰省・知人訪問等	延べ旅行者数(千人)	5,152	2,411	6,348	5,541	5,570	6,172	4,801	3,002	1,311	40,308
	前年比(%)	33.1	△10.5	8.9	10.7	7.6	12.5	18.9	3.1	△3.9	10.8
	2019年比(%)	△17.7	△24.0	△8.0	△19.5	△11.0	△19.7	△12.6	△8.1	△6.3	△14.8
	旅行平均回数(回／人)	1.21	0.46	1.03	0.85	0.68	0.68	0.64	0.35	0.16	0.63
出張・業務	延べ旅行者数(千人)	31	332	1,587	1,369	1,387	2,505	735	429	—	8,376
	前年比(%)	46.7	△43.5	20.1	75.4	5.9	106.4	37.8	197.8	—	40.0
	2019年比(%)	141.2	△1.5	△35.4	△25.8	△13.1	18.0	8.9	38.9	—	△11.8
	旅行平均回数(回／人)	0.01	0.06	0.26	0.21	0.17	0.28	0.10	0.05	—	0.13

(注1)各値は年間確報による。調査結果は観光庁のウェブサイトより(2025年6月20日時点)。
(注2)旅行平均回数とは、旅行に行った回数の平均を指す。旅行しなかった人は0回として含めている。

資料:観光庁「旅行・観光消費動向調査」をもとに(公財)日本交通公社作成

図Ⅰ-2-2　性・年代別日本人国内宿泊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

●出発月別（表Ⅰ-2-3上、図Ⅰ-2-3）

国内宿泊観光旅行者数を出発月別に見ると、3月を除くすべての月において前年比プラスとなり、特に、10月は1割増となった。2019年比で見ても、5月と8月を除く月でプラスとなり、10月は2割増となった。

●居住地別（表Ⅰ-2-3下）

国内宿泊観光旅行者数を居住地別に見ると、近畿を除くすべてのエリアで前年からプラスとなった。特に、四国、沖縄での伸びが大きい。

表Ⅰ-2-3　出発月・居住地別日本人国内宿泊延べ旅行者数（2024年）

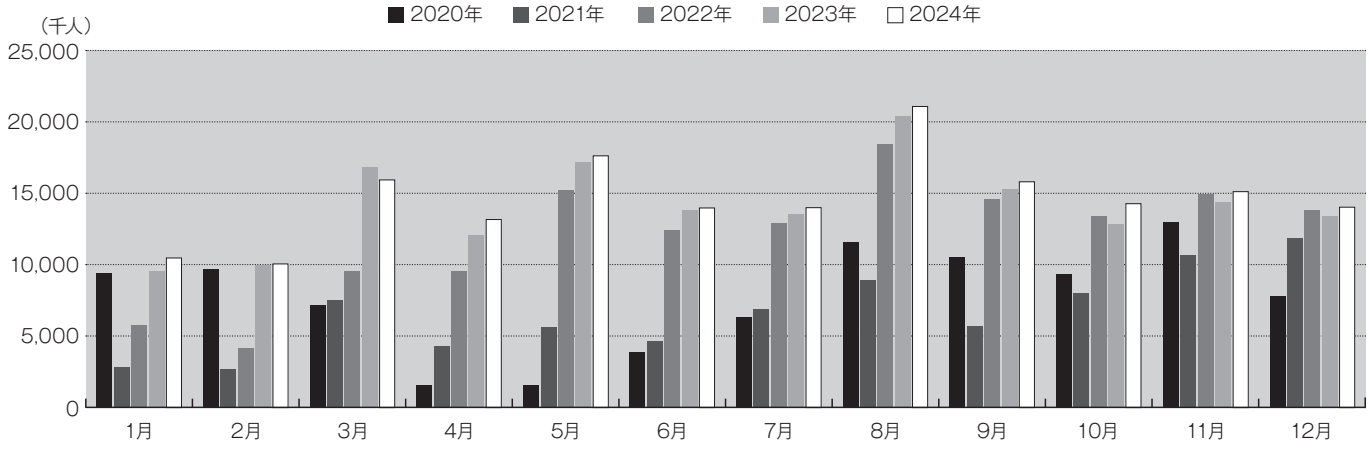
出発月		1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	全体
宿泊旅行全体	延べ旅行者数（千人）	20,874	16,473	24,383	21,649	29,795	23,203	22,597	36,836	26,291	22,606	23,948	24,482	293,138
	前年比（%）	12.7	5.2	△3.9	7.7	1.9	1.4	5.5	4.4	6.8	9.0	4.3	△0.3	4.2
	2019年比（%）	△7.7	1.6	△3.3	△7.3	△16.2	△6.1	△3.5	△16.8	△4.1	6.6	0.4	2.8	△5.9
	旅行平均回数（回／人）	0.17	0.13	0.20	0.17	0.24	0.19	0.18	0.30	0.21	0.18	0.19	0.20	2.36
観光・レクリエーション	延べ旅行者数（千人）	10,469	10,053	15,930	13,159	17,616	13,968	13,989	21,070	15,800	14,267	15,110	14,022	175,453
	前年比（%）	9.3	0.7	△5.4	8.9	2.4	1.0	3.1	3.2	3.3	11.1	5.2	4.8	3.6
	2019年比（%）	4.8	4.1	2.5	1.0	△10.5	8.4	3.6	△14.4	0.8	22.1	13.4	15.7	2.2
	旅行平均回数（回／人）	0.08	0.08	0.13	0.11	0.14	0.11	0.11	0.17	0.13	0.12	0.12	0.11	1.42
帰省・知人訪問等	延べ旅行者数（千人）	7,819	3,431	5,179	5,067	8,263	4,503	5,045	12,572	6,234	4,433	4,624	6,659	73,826
	前年比（%）	8.5	△0.6	△8.7	1.4	2.5	7.8	25.7	10.6	22.2	26.5	6.9	△4.2	7.3
	2019年比（%）	△20.4	△6.7	△16.2	△18.2	△23.3	△20.4	1.2	△15.9	0.8	△3.4	△13.3	△9.4	△13.9
	旅行平均回数（回／人）	0.06	0.03	0.04	0.04	0.07	0.04	0.04	0.10	0.05	0.04	0.04	0.05	0.60
出張・業務	延べ旅行者数（千人）	2,586	2,989	3,274	3,424	3,916	4,732	3,564	3,195	4,257	3,907	4,214	3,801	43,859
	前年比（%）	49.6	34.3	14.4	13.0	△1.3	△3.0	△7.1	△9.1	0.7	△11.3	△1.4	△9.8	1.6
	2019年比（%）	△8.0	3.9	△6.1	△17.2	△23.3	△23.4	△27.5	△31.7	△23.2	△20.8	△18.7	△12.5	△19.1
	旅行平均回数（回／人）	0.02	0.02	0.03	0.03	0.03	0.04	0.03	0.03	0.03	0.03	0.03	0.03	0.35

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
宿泊旅行全体	延べ旅行者数（千人）	13,285	16,911	116,180	12,417	39,365	43,470	15,124	8,302	25,942	2,143	293,138
	前年比（%）	4.1	16.5	1.9	1.0	12.1	△4.3	5.9	28.3	6.1	9.3	4.2
	2019年比（%）	△11.2	△20.4	△6.0	△20.4	7.4	△4.4	△7.9	7.5	△8.1	26.3	△5.9
	旅行平均回数（回／人）	2.62	2.04	2.63	2.01	2.55	2.15	2.15	2.33	2.07	1.47	2.36
観光・レクリエーション	延べ旅行者数（千人）	7,579	9,636	69,877	8,070	24,133	27,373	8,470	4,782	14,115	1,418	175,453
	前年比（%）	4.3	6.4	2.5	1.7	5.9	△1.2	4.3	28.1	6.2	10.6	3.6
	2019年比（%）	5.0	△16.8	1.3	△11.5	14.2	2.7	10.3	13.9	△1.2	64.3	2.2
	旅行平均回数（回／人）	1.49	1.16	1.58	1.31	1.56	1.35	1.20	1.34	1.13	0.97	1.42
帰省・知人訪問等	延べ旅行者数（千人）	3,836	4,126	29,083	2,635	10,270	11,070	4,072	2,036	6,263	434	73,826
	前年比（%）	21.2	33.9	3.4	△11.5	30.8	△2.1	9.7	9.6	△1.1	2.6	7.3
	2019年比（%）	△4.1	△30.3	△13.5	△40.3	20.3	△8.8	△19.1	△7.1	△32.8	△17.5	△13.9
	旅行平均回数（回／人）	0.76	0.50	0.66	0.43	0.67	0.55	0.58	0.57	0.50	0.30	0.60
出張・業務	延べ旅行者数（千人）	1,870	3,149	17,219	1,711	4,962	5,027	2,582	1,483	5,564	291	43,859
	前年比（%）	△19.6	32.3	△3.1	23.9	10.6	△21.7	5.6	68.1	15.5	13.6	1.6
	2019年比（%）	△49.9	△15.9	△18.0	△17.4	△28.9	△24.8	△30.3	11.3	20.2	△5.3	△19.1
	旅行平均回数（回／人）	0.37	0.38	0.39	0.28	0.32	0.25	0.37	0.42	0.44	0.20	0.35

（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

26道府県で前年から増加
前年比、2019年比ともにプラスは14道府県

(1)都道府県別国内宿泊者数(表I-2-4)

2024年の日本人延べ宿泊者数は、26道府県で前年から増加した。特に、石川県(20.7%増)及び福井県(23.7%増)での伸びが大きい。三重県(13.9%増)、鳥取県(15.0%増)も前年から1割以上の増加となった。

コロナ禍前の2019年と比べて増加が見られたのは22都道府県であり、特に、北海道(21.8%増)、栃木県(21.6%増)、茨城県(15.0%増)では1.5割以上増となった。

前年比、2019年比ともにプラスとなったのは、14道府県であった(各地の詳細な動向については、**第Ⅳ編 観光地**参照)。

表Ⅰ-2-4　都道府県別の日本人延べ宿泊者数

(単位：千人泊、%)

訪問先	2020年	前年比	2021年	前年比	2022年	前年比	2023年	前年比	2024年	前年比	2019年比
北海道	19,393	△31.2	18,994	△2.1	28,312	49.1	32,503	14.8	34,317	5.6	21.8
青森県	3,237	△23.8	3,582	10.6	4,045	12.9	4,129	2.1	4,099	△0.7	△3.5
岩手県	4,224	△28.8	4,416	4.5	5,013	13.5	5,573	11.2	5,491	△1.5	△7.4
宮城県	6,440	△37.9	6,385	△0.8	8,318	30.3	9,546	14.8	9,489	△0.6	△8.5
秋田県	2,520	△28.3	2,618	3.9	2,756	5.3	2,905	5.4	3,030	4.3	△13.8
山形県	3,426	△35.8	3,435	0.3	4,015	16.9	4,388	9.3	4,622	5.3	△13.4
福島県	9,448	△24.1	8,437	△10.7	8,756	3.8	9,474	8.2	9,212	△2.8	△26.0
茨城県	4,290	△29.5	4,269	△0.5	5,219	22.3	7,270	39.3	6,992	△3.8	15.0
栃木県	6,414	△30.3	6,925	8.0	9,255	33.6	11,816	27.7	11,196	△5.2	21.6
群馬県	5,564	△33.4	5,084	△8.6	7,052	38.7	9,939	40.9	9,319	△6.2	11.5
埼玉県	3,449	△33.9	3,449	0.0	4,582	32.9	5,072	10.7	5,348	5.4	2.5
千葉県	12,990	△46.8	13,487	3.8	21,949	62.7	24,555	11.9	23,879	△2.8	△2.3
東京都	32,760	△34.0	36,703	12.0	52,261	42.4	55,810	6.8	53,543	△4.1	7.9
神奈川県	14,535	△29.6	14,569	0.2	21,582	48.1	25,041	16.0	21,677	△13.4	5.0
新潟県	6,714	△35.8	6,687	△0.4	8,309	24.3	9,242	11.2	9,996	8.2	△4.3
富山県	2,177	△36.9	2,384	9.5	3,026	26.9	3,698	22.2	3,509	△5.1	1.7
石川県	5,014	△39.0	4,439	△11.5	6,464	45.6	7,699	19.1	9,292	20.7	13.1
福井県	2,541	△37.2	2,321	△8.7	2,699	16.3	3,180	17.8	3,935	23.7	△2.8
山梨県	4,005	△42.9	4,581	14.4	6,700	46.3	6,543	△2.3	6,929	5.9	△1.3
長野県	10,716	△35.0	10,779	0.6	13,992	29.8	16,473	17.7	17,766	7.8	7.8
岐阜県	4,210	△25.4	3,730	△11.4	5,368	43.9	5,918	10.2	6,435	8.7	14.0
静岡県	14,102	△32.6	14,170	0.5	18,137	28.0	20,810	14.7	21,110	1.4	0.8
愛知県	10,408	△33.7	11,234	7.9	15,469	37.7	16,849	8.9	17,418	3.4	10.9
三重県	5,011	△39.0	5,161	3.0	6,831	32.4	7,135	4.4	8,129	13.9	△1.0
滋賀県	2,624	△42.9	2,708	3.2	3,515	29.8	4,513	28.4	4,561	1.1	△0.7
京都府	12,190	△34.9	11,814	△3.1	19,697	66.7	19,992	1.5	17,273	△13.6	△7.8
大阪府	16,492	△44.1	17,539	6.3	28,393	61.9	31,946	12.5	32,038	0.3	8.6
兵庫県	8,796	△32.6	8,736	△0.7	12,508	43.2	14,115	12.8	15,000	6.3	14.9
奈良県	1,423	△35.1	1,545	8.6	2,040	32.0	2,314	13.5	2,435	5.2	11.1
和歌山県	3,324	△28.8	3,622	8.9	3,954	9.2	4,109	3.9	4,224	2.8	△9.5
鳥取県	2,086	△22.8	2,275	9.1	1,869	△17.8	2,158	15.4	2,481	15.0	△8.2
島根県	2,438	△31.1	2,612	7.2	2,862	9.5	3,254	13.7	3,361	3.3	△5.0
岡山県	3,701	△28.5	3,683	△0.5	4,517	22.6	5,219	15.5	5,270	1.0	1.8
広島県	6,577	△36.2	5,796	△11.9	8,388	44.7	10,125	20.7	10,114	△0.1	△1.9
山口県	3,081	△15.8	3,282	6.5	3,876	18.1	3,528	△9.0	3,660	3.7	0.1
徳島県	1,429	△41.3	1,590	11.3	1,824	14.7	2,205	20.9	2,365	7.2	△2.9
香川県	2,448	△37.0	2,256	△7.8	3,206	42.1	3,921	22.3	3,840	△2.1	△1.2
愛媛県	2,940	△29.5	2,502	△14.9	3,725	48.9	4,490	20.5	3,921	△12.7	△6.0
高知県	1,946	△30.7	1,901	△2.3	2,554	34.4	3,613	41.4	2,790	△22.8	△0.6
福岡県	9,969	△38.3	9,516	△4.5	13,387	40.7	16,086	20.2	16,564	3.0	2.5
佐賀県	1,781	△27.1	1,564	△12.2	1,974	26.3	2,273	15.1	2,116	△6.9	△13.4
長崎県	4,436	△31.7	4,558	2.7	6,246	37.0	7,125	14.1	6,995	△1.8	7.7
熊本県	4,591	△31.5	4,701	2.4	6,201	31.9	7,399	19.3	6,608	△10.7	△1.4
大分県	4,698	△29.8	4,135	△12.0	6,132	48.3	6,317	3.0	6,760	7.0	1.0
宮崎県	3,020	△24.4	3,140	4.0	3,276	4.3	3,260	△0.5	3,396	4.2	△15.0
鹿児島県	5,005	△33.5	4,910	△1.9	6,051	23.2	7,791	28.8	7,759	△0.4	3.1
沖縄県	12,725	△49.3	11,235	△11.7	17,650	57.1	28,402	60.9	24,337	△14.3	△3.1

(注1)日本人延べ宿泊者数は、全延べ宿泊者数から外国人延べ宿泊者数を差し引いて集計した。
(注2)数値は確定値。調査結果は観光庁のウェブサイトより(2025年7月14日時点)。

資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」をもとに(公財)日本交通公社作成

(2)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)にしぼり、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、すべて「**JTBF 旅行実態調査**」(6ページ参照)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前年から大きな変動はなく、『夫婦・カップル旅行』33.9%、『家族旅行』28.9%、『ひとり旅』19.8%、『友人旅行』15.8%の順となった。1ポイント以上の増減があったのは、『大人のみ家族旅行』(1.0ポイント増)、『小中高生連れ家族旅行』(1.0ポイント減)、『子育て後の夫婦旅行』(1.5ポイント減)のみであった。

都道府県別に見ると、33道府県で『夫婦・カップル旅行』が最も高い割合を占めた。中でも、「高知県」と「佐賀県」では全体よりも15ポイント以上高い。『夫婦・カップル旅行』において構成割合が最も高い『子育て後の夫婦旅行』では、「鳥取県」、「島根県」、「高知県」、「佐賀県」において特に高い比率が見られた。『家族旅行』が最も高い割合となったのは12府県であり、東京ディズニーリゾートを有する「千葉県」では、例年同様、『子ども連れ家族旅行』で特に高い値となった。また、『大人のみ家族旅行』は「福島県」、「栃木県」、「島根県」、「愛媛県」で、『3世代家族旅行』は「三重県」で、全体と比べて高い値を示した。『友人旅行』は、「新潟県」で全体に比べて高い傾向にあった。『ひとり旅』は、「東京都」と「福岡県」では最も高い割合、かつ、全体よりも10ポイント以上高い。「青森県」、「奈良県」でも、全体より5ポイント以上高い割合となった。『ひとり旅』は、「埼玉県」を除くすべての都道府県において男性のほうが高い値を示した。

②旅行先と居住地(表I-2-6)

旅行者全体の居住地構成を見ると、2024年においてもこれまでと同様に、人口の多い『南関東』が最大のマーケットとなっており、旅行者全体の3割強を占めた。これに次いで、『近畿』(1.8割)、『東海』及び『九州・沖縄』(各1割前後)が続いており、居住地別の構成に大きな変動は見られなかった。いずれの地域でも、地理的に近接した大都市圏からの来訪が多く、特に、『南関東』や『近畿』等の大都市圏居住者とその近隣県の住民が、主要な旅行者層を形成している点に変わりはない。

地域別では、「北海道」は『南関東』からの来訪が約3割と最も高い。コロナ禍では道内居住者が5割を超えた時期もあったが、2024年も『南関東』となった。東北地方は、東北内からの来訪が中心だが、前年と比べて東北内居住者の割合はやや減少傾向にあり、『南関東』からの割合がやや増加した。北関東地方は、『南関東』からの来訪が依然として多く、各県で約5割を占めた。南関東地方のうち、「千葉県」と「東京都」についてはコロナ禍前の2019年より1割程度、『南関東』の割合が高い。「東京都」については、他道府県に比べて全国各地から観光客が訪れることから、南関東居住者の割合は1.8割にとどまった。甲信越地方では、「山梨県」及び「長野県」への『南関東』からの来訪が依然として多く、「山梨県」では6割を超えた。北陸地方は、「富山県」及び「石川県」では『南関東』からの来訪が最多である一方、「福井県」では『近畿』居住者の割合が高い。東海地方では、「静岡県」で『南関東』からの来訪が6割近く、「愛知県」では3割であった。「岐阜県」は『東海』居住者、「三重県」は『東海』と『近畿』の両方からの来訪が多く、地理的中間性が反映されている。近畿地方では、「滋賀県」、「兵庫県」、「奈良県」、「和歌山県」で近畿内旅行が中心であった。一方、「京都府」及び「大阪府」では他地域からの来訪が多く、『南関東』からの来訪が最多であった。中国地方では、「鳥取県」、「島根県」、「岡山県」が『近畿』居住者中心、「広島県」は『南関東』、「山口県」は『九州・沖縄』からの来訪が最多と、地域によって傾向が異なる。四国地方では『近畿』からの来訪が最も多かった。九州地方は自地域内からの来訪が中心で、「佐賀県」、「熊本県」、「大分県」では半数を占める。「沖縄県」では『南関東』居住者が約4割と突出した。

③旅行先と最も楽しみにしていたこと(表I-2-7)

旅行の最大の楽しみは『おいしいものを食べること』で、全体の20.2%と約2割を占めた。コロナ禍においては『温泉に入ること』が最大の楽しみだったが、2023年に続き2024年も『おいしいものを食べること』がトップとなった。これに続くのは、『温泉に入ること』(13.4%)、『自然景観を見ること』(10.6%)、『観光・文化施設を訪れること』(9.7%)、『文化的な名所を見ること』(9.2%)であった。

都道府県別に見ると、単一の目的のシェアが4割を超えたのは、「高知県」の『おいしいものを食べること』(45.1%)、「群馬県」(41.9%)及び「大分県」(40.0%)の『温泉に入ること』のみとなった。一方、「山形県」、「埼玉県」等は特定の目的への集中が他都道府県に比べて見られず、楽しみ方が分散する傾向にある。『おいしいものを食べること』は、「香川県」や「高知県」等で特徴的な楽しみとなっている。『温泉に入ること』は、草津・伊香保温泉等を有する「群馬県」、別府・由布院温泉等を有する「大分県」で4割を超え、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、「青森県」や「富山県」で全体に比べて10ポイント以上高い。『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「千葉県」で、『文化的な名所を見ること』は「京都府」、「奈良県」、「島根県」で全体より15ポイント以上高い結果となった。

表Ⅰ-2-5　旅行先（都道府県）別のマーケットセグメント（同行者×ライフステージ）

（単位：%）

旅行先＼同行者	家族旅行					夫婦・カップル旅行					友人旅行									ひとり旅			その他	サンプル数
		子ども連れ										男性				女性								
		乳幼児連れ（小中高生を含まない）	小中高生連れ	大人のみ	3世代※		カップル	夫婦旅行（子どもなし）	子育て中	子育て後		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		男性	女性		
2024年	28.9	5.7	11.2	12.0	7.7	33.9	9.6	9.5	2.1	12.7	15.8	4.2	0.6	0.6	1.8	4.4	1.0	0.2	3.1	19.8	12.8	7.0	1.6	(9,972)
2023年	*28.4*	*5.1*	*12.2*	*11.1*	*7.0*	*34.4*	*9.4*	*9.2*	*1.6*	*14.2*	*16.1*	*4.0*	*0.6*	*0.7*	*1.8*	*4.4*	*1.0*	*0.5*	*3.2*	*19.2*	*12.2*	*7.0*	*1.9*	*(8,258)*
2019年	*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*	*(9,364)*
北海道	26.0	4.9	10.8	10.3	5.2	34.0	9.2	9.5	2.7	12.7	14.6	3.8	0.5	0.4	1.8	3.6	1.3	0.1	3.1	23.1	15.8	7.2	2.3	(845)
青森県	20.4	2.5	7.6	10.3	7.0	35.1	5.8	13.4	3.5	12.4	16.1	6.1	0.5	0.0	3.0	3.0	0.8	0.0	2.6	28.4	21.4	7.0	0.0	(162)
岩手県	24.9	6.2	11.3	7.4	3.7	37.6	4.5	12.5	3.7	16.8	11.7	4.3	0.0	1.1	0.5	3.7	0.0	0.0	2.0	24.2	16.5	7.7	1.7	(209)
宮城県	34.3	7.5	12.5	14.3	4.9	30.4	9.2	6.7	2.9	11.6	13.7	3.7	1.4	0.0	3.5	2.6	0.7	0.3	1.6	19.5	12.7	6.8	2.1	(305)
秋田県	25.7	9.7	6.2	9.8	7.6	38.3	6.3	11.2	5.0	15.8	15.2	4.8	0.6	1.9	0.5	2.9	1.2	0.0	3.3	20.7	13.5	7.2	0.0	(156)
山形県	30.5	7.1	8.1	15.3	9.0	40.0	7.6	13.2	5.2	13.9	10.6	4.2	0.0	2.0	0.6	2.6	1.3	0.0	0.0	16.1	10.5	5.7	2.8	(191)
福島県	32.3	4.3	10.5	17.5	10.9	32.1	7.0	9.3	2.1	13.7	15.7	4.9	0.0	0.0	3.9	1.8	1.2	0.0	4.0	19.2	15.0	4.2	0.7	(255)
茨城県	33.2	9.3	11.0	12.9	9.8	29.0	9.4	3.6	3.5	12.5	17.5	4.2	1.3	1.2	1.2	3.5	0.4	0.0	5.6	20.3	14.4	6.0	0.0	(190)
栃木県	35.0	7.2	10.6	17.2	8.4	35.9	11.0	8.1	0.5	16.2	14.5	3.7	0.7	1.3	2.2	1.9	0.9	0.0	3.9	13.2	9.6	3.6	1.4	(348)
群馬県	31.7	5.1	12.1	14.6	4.4	34.2	10.5	5.7	2.6	15.3	19.3	5.0	1.2	0.0	4.3	3.0	1.1	0.3	4.4	13.4	8.8	4.6	1.4	(278)
埼玉県	32.3	12.1	6.7	13.4	1.2	31.9	12.5	6.3	5.0	8.1	14.2	4.6	0.6	0.6	0.0	6.0	0.5	0.4	1.5	21.6	10.7	10.8	0.0	(193)
千葉県	41.6	9.0	18.6	14.0	9.7	29.8	10.1	10.3	1.4	8.0	11.0	1.8	0.0	0.6	0.3	5.3	1.6	0.4	0.9	16.8	10.7	6.1	0.7	(493)
東京都	24.6	4.5	11.1	9.0	4.4	28.3	9.4	7.0	1.9	9.9	16.1	5.3	0.4	0.1	0.5	6.6	1.4	0.2	1.6	30.4	18.6	11.7	0.7	(1,006)
神奈川県	35.9	7.5	12.6	15.8	7.7	30.8	9.4	7.6	1.5	12.3	12.7	3.4	0.1	0.0	0.2	5.4	0.9	0.3	2.4	20.1	12.2	7.8	0.6	(569)
新潟県	27.8	4.2	9.6	14.0	5.5	34.3	10.8	6.9	1.6	15.0	21.0	5.1	0.9	0.0	3.8	4.2	2.1	0.0	5.0	15.8	9.5	6.3	0.9	(210)
富山県	26.2	5.8	6.1	14.3	3.1	40.2	7.2	13.0	2.6	17.4	16.5	3.0	2.0	0.7	1.8	3.2	0.6	0.0	5.2	16.4	11.2	5.2	0.8	(151)
石川県	30.2	2.7	13.5	13.9	9.2	37.3	10.9	8.9	1.6	15.9	15.6	4.3	0.0	0.6	2.4	2.6	0.7	0.0	4.9	15.0	11.4	3.6	1.9	(227)
福井県	31.6	4.6	13.6	13.4	11.8	34.6	5.9	12.5	0.7	15.5	15.3	5.8	0.6	0.0	4.1	1.7	0.7	0.0	2.4	17.7	12.0	5.7	0.8	(130)
山梨県	32.8	6.3	12.6	13.9	5.0	37.8	9.5	9.7	2.8	15.8	15.8	2.9	0.5	1.8	3.6	4.1	1.5	0.0	1.4	12.1	8.4	3.7	1.6	(209)
長野県	28.4	4.5	11.3	12.6	9.6	35.2	6.4	12.5	1.5	14.7	16.8	2.2	0.9	0.6	3.2	4.7	0.2	0.0	5.0	18.3	14.4	3.9	1.3	(439)
岐阜県	21.8	2.8	5.3	13.7	10.3	39.3	10.3	10.4	0.9	17.6	18.9	7.5	0.0	1.0	2.2	3.4	0.6	0.0	4.3	15.8	12.8	2.9	4.2	(218)
静岡県	32.8	6.5	12.4	14.0	9.4	38.3	12.4	10.3	0.8	14.7	14.8	3.4	0.7	0.5	1.8	4.9	0.8	0.2	2.4	11.8	9.0	2.8	2.4	(519)
愛知県	22.8	4.3	7.6	10.8	4.5	33.0	15.3	10.0	1.0	6.7	18.2	4.0	2.3	0.6	0.9	5.8	0.6	0.3	3.6	24.7	16.2	8.5	1.4	(343)
三重県	36.6	6.7	13.4	16.6	12.8	36.5	13.2	9.0	1.4	13.0	12.9	3.0	0.5	0.0	2.7	3.6	0.5	0.4	2.2	12.8	9.3	3.5	1.1	(223)
滋賀県	26.6	7.0	11.4	8.3	2.6	33.2	7.4	8.9	2.3	14.6	20.4	5.3	0.0	1.5	2.9	3.0	1.0	0.0	6.8	19.2	13.2	5.9	0.6	(135)
京都府	24.0	2.8	9.2	12.0	3.5	33.7	10.3	7.4	3.2	12.9	16.4	3.9	0.6	0.4	1.3	6.1	0.8	0.2	3.0	24.5	16.9	7.7	1.3	(509)
大阪府	28.2	3.9	13.4	11.0	6.7	25.7	12.4	6.0	2.0	5.2	20.5	7.4	0.7	0.4	0.8	7.4	1.3	0.2	2.3	23.8	14.3	9.6	1.8	(598)
兵庫県	27.0	5.9	10.3	10.8	7.8	37.8	11.0	12.1	0.7	14.0	17.5	5.8	0.0	0.3	2.1	3.7	1.7	0.2	3.7	16.5	10.2	6.3	1.2	(385)
奈良県	23.7	4.2	5.5	14.0	3.1	35.3	6.6	11.4	3.4	13.9	12.1	3.4	0.0	0.7	1.1	3.6	0.6	0.0	2.7	27.2	13.8	13.4	1.8	(160)
和歌山県	25.6	4.8	10.3	10.4	12.2	39.2	12.3	9.1	1.5	16.2	16.9	6.9	0.0	0.5	1.5	3.2	0.9	0.0	4.0	14.4	11.7	2.7	4.0	(177)
鳥取県	28.0	2.7	9.0	16.4	8.1	43.0	5.3	5.7	1.8	30.2	10.2	5.5	0.0	0.0	1.8	2.1	0.0	0.0	0.7	17.1	15.6	1.5	1.8	(116)
島根県	29.6	2.8	7.9	18.9	3.7	39.1	4.3	8.9	2.2	23.7	10.6	1.6	0.0	0.0	2.2	3.9	0.0	0.0	2.9	19.5	12.5	7.1	1.2	(139)
岡山県	26.4	4.9	10.0	11.5	5.2	35.3	12.0	7.9	2.8	12.5	14.7	4.4	1.2	0.6	2.1	4.2	0.6	0.0	1.6	22.2	16.5	5.7	1.3	(147)
広島県	32.3	5.3	14.8	12.3	6.0	30.9	13.5	4.6	2.5	10.3	18.0	4.1	1.3	1.9	2.7	3.8	0.0	0.0	4.2	17.0	11.9	5.1	1.9	(254)
山口県	27.1	3.9	8.4	14.8	1.4	31.7	6.6	8.0	1.5	15.6	17.7	3.0	0.0	1.9	2.8	3.5	0.9	0.0	5.6	20.2	13.2	7.0	3.3	(109)
徳島県	23.8	3.8	10.9	9.1	3.2	42.6	6.4	10.1	5.2	20.9	13.8	3.5	0.0	0.0	2.1	3.7	0.0	0.0	4.4	18.4	12.7	5.7	1.4	(98)
香川県	26.2	6.9	7.8	11.5	6.2	40.0	9.5	11.5	4.0	15.0	14.7	4.8	0.0	1.0	1.8	3.2	0.6	0.0	3.3	17.6	13.8	3.8	1.6	(139)
愛媛県	38.5	8.7	10.4	19.4	4.8	32.2	9.3	9.1	1.5	12.3	12.7	3.4	0.0	2.1	1.7	3.2	0.0	0.0	2.3	16.6	13.8	2.8	0.0	(124)
高知県	16.6	3.2	3.7	9.6	9.2	52.0	17.0	9.2	2.2	23.6	13.9	5.1	0.0	1.2	0.9	3.8	0.0	0.0	2.9	16.2	12.2	4.0	1.3	(102)
福岡県	20.5	5.0	7.1	8.4	2.3	30.0	10.7	8.6	1.1	9.6	16.8	4.9	0.5	0.7	0.9	6.9	0.8	0.0	2.1	31.1	18.8	12.3	1.6	(443)
佐賀県	23.1	3.5	7.2	12.4	3.8	49.8	8.0	13.3	4.3	24.2	8.9	0.7	0.0	0.0	2.4	3.0	0.0	0.0	2.8	17.5	8.9	8.5	0.7	(120)
長崎県	33.4	7.7	10.5	15.2	6.9	32.6	9.9	7.2	1.6	13.9	11.2	1.4	0.0	1.6	1.1	4.8	0.0	0.0	2.2	20.5	14.4	6.0	2.3	(197)
熊本県	34.0	4.5	13.0	16.5	3.0	35.2	8.4	9.4	3.5	13.9	13.6	3.6	0.5	0.0	0.6	4.5	0.0	0.4	4.1	15.6	10.2	5.4	1.5	(188)
大分県	34.8	8.3	11.3	15.2	10.6	36.9	9.6	9.7	1.4	16.1	13.6	1.1	0.0	0.4	4.2	2.3	1.0	0.4	4.1	13.8	10.9	3.0	0.9	(216)
宮崎県	36.9	6.8	16.0	14.1	5.9	33.3	6.2	8.1	6.0	13.0	14.5	2.8	0.0	1.1	0.9	4.3	0.0	0.0	5.3	15.3	12.0	3.3	0.0	(119)
鹿児島県	21.4	2.7	6.2	12.5	9.5	42.4	12.4	9.1	4.9	16.1	17.3	5.0	0.8	1.1	0.5	3.2	1.2	0.5	5.0	18.1	9.3	8.8	0.7	(220)
沖縄県	28.5	5.8	13.3	9.4	7.9	35.1	9.6	13.8	3.1	8.6	15.7	3.7	1.1	0.9	1.7	5.1	1.1	0.2	1.9	18.7	12.4	6.3	1.9	(512)

（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ポイント以上高い　■全体の比率より10ポイント以上高い　■全体の比率より5ポイント以上高い

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 青森県 岩手県 秋田県	南東北 宮城県 山形県 福島県	北関東 茨城県 栃木県 群馬県	南関東 埼玉県 千葉県 東京都 神奈川県	甲信越 新潟県 山梨県 長野県	北陸 富山県 石川県 福井県	東海 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 鳥取県 島根県 岡山県 広島県 山口県	四国 徳島県 香川県 愛媛県 高知県	九州・沖縄 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	サンプル数
2024年	3.9	2.4	3.5	4.2	33.5	3.3	2.4	11.5	17.5	4.3	2.1	11.3	(9,972)
2023年	*3.7*	*2.5*	*3.6*	*4.4*	*33.7*	*4.0*	*2.3*	*11.7*	*16.7*	*4.3*	*2.6*	*10.4*	*(8,258)*
2019年	*4.2*	*3.0*	*4.6*	*4.9*	*30.1*	*4.1*	*2.4*	*11.6*	*16.3*	*4.9*	*2.8*	*11.1*	*(9,364)*
北海道	26.2	2.4	2.8	3.5	32.7	1.7	0.8	7.4	11.9	2.7	1.7	6.3	(845)
青森県	7.0	14.2	5.3	3.2	42.0	1.7	0.6	8.0	11.8	2.6	1.4	2.2	(162)
岩手県	3.9	20.6	11.1	3.5	35.3	3.4	0.5	6.3	8.8	1.0	0.0	5.5	(209)
宮城県	2.3	12.5	17.0	8.7	34.5	5.1	0.7	5.7	7.6	1.8	0.7	3.4	(305)
秋田県	1.1	10.9	5.9	3.3	40.4	2.0	0.6	6.4	16.9	2.2	2.1	8.0	(156)
山形県	2.2	8.2	16.8	7.2	35.7	7.0	1.0	5.5	9.8	1.8	1.1	3.8	(191)
福島県	3.2	4.1	10.2	17.2	38.7	4.4	0.8	6.4	8.7	2.9	0.4	2.9	(255)
茨城県	0.9	2.4	7.1	11.3	47.5	5.2	0.0	10.1	7.8	3.4	0.9	3.4	(190)
栃木県	1.5	2.2	7.4	16.7	52.1	2.6	0.9	5.9	4.7	1.9	0.2	3.9	(348)
群馬県	2.1	1.6	3.2	8.6	51.9	7.0	1.8	8.2	8.4	0.8	0.7	5.8	(278)
埼玉県	6.9	3.6	4.3	6.4	35.9	4.5	1.3	10.4	8.1	4.9	1.9	11.9	(193)
千葉県	4.0	1.1	3.5	5.2	47.1	3.4	1.9	10.6	11.3	2.4	1.8	7.7	(493)
東京都	5.9	2.5	4.3	3.6	17.5	4.7	2.9	16.2	20.4	5.1	2.5	14.4	(1,006)
神奈川県	4.1	2.0	2.9	3.7	49.1	2.2	2.5	12.2	12.9	2.1	1.7	4.6	(569)
新潟県	0.9	0.4	6.0	11.9	41.3	17.5	4.2	4.6	10.2	2.3	0.4	0.4	(210)
富山県	1.4	1.4	3.1	5.1	32.0	4.7	16.6	8.5	19.2	5.3	1.2	1.4	(151)
石川県	2.2	0.8	2.0	3.3	25.5	4.8	14.9	13.2	23.5	3.5	2.2	4.1	(227)
福井県	0.0	1.4	1.3	1.4	26.5	7.9	10.0	20.0	27.0	1.5	2.2	0.7	(130)
山梨県	0.8	0.5	0.4	6.9	60.9	4.9	0.4	10.9	7.1	2.4	2.0	2.8	(209)
長野県	1.3	1.2	1.8	4.9	43.7	7.4	3.4	17.8	13.7	2.1	1.0	1.7	(439)
岐阜県	1.7	0.8	0.0	0.5	23.5	2.5	7.4	37.2	21.4	0.4	2.3	2.3	(218)
静岡県	1.1	0.5	1.9	3.9	58.1	3.9	0.3	18.6	8.7	0.2	0.5	2.2	(519)
愛知県	2.7	0.9	2.1	4.1	28.1	2.0	4.2	25.1	21.8	1.4	1.1	6.5	(343)
三重県	0.5	0.8	0.8	2.0	21.0	2.6	1.3	27.1	35.2	2.5	3.0	3.1	(223)
滋賀県	0.7	0.9	2.6	1.6	21.1	4.0	0.6	14.9	42.6	5.6	1.6	3.9	(135)
京都府	1.7	1.4	2.4	3.4	31.0	2.1	3.8	13.3	22.0	5.9	2.5	10.3	(509)
大阪府	2.6	2.1	1.8	2.9	30.7	2.0	3.6	14.0	14.2	9.6	4.2	12.3	(598)
兵庫県	0.5	1.5	1.4	3.2	18.9	2.9	2.5	11.1	39.1	5.4	4.9	8.6	(385)
奈良県	4.2	1.1	1.8	3.6	24.5	1.9	2.5	14.4	30.8	3.9	3.6	7.6	(160)
和歌山県	0.5	0.0	0.0	0.5	14.2	2.3	3.7	5.6	64.2	3.2	1.9	4.0	(177)
鳥取県	2.1	2.6	1.0	2.7	23.0	1.5	4.5	9.4	28.9	14.4	2.4	7.6	(116)
島根県	1.0	0.8	3.8	3.7	23.1	3.6	3.4	11.1	24.4	12.2	3.4	9.5	(139)
岡山県	2.8	1.9	1.5	2.7	21.5	3.1	1.1	7.3	32.1	13.4	4.3	8.1	(147)
広島県	2.3	1.9	2.4	1.2	26.7	2.3	1.0	5.4	20.7	13.6	6.2	16.3	(254)
山口県	2.4	0.7	0.8	1.8	16.0	1.5	1.9	4.1	17.0	19.4	7.4	26.9	(109)
徳島県	3.8	0.0	0.0	3.1	16.8	5.1	1.8	8.6	35.7	8.2	3.8	13.2	(98)
香川県	1.2	2.1	0.0	1.3	24.4	2.8	1.3	6.4	29.3	10.5	10.0	10.8	(139)
愛媛県	0.7	1.8	0.0	0.7	24.5	2.1	2.8	4.9	21.0	9.5	20.4	11.6	(124)
高知県	3.2	0.0	1.2	0.8	18.9	2.8	1.8	4.4	35.5	9.5	14.5	7.6	(102)
福岡県	2.5	1.2	1.5	2.4	26.2	1.1	0.9	5.9	12.9	9.6	2.0	33.7	(443)
佐賀県	2.9	0.8	0.0	2.1	18.3	1.0	0.0	2.6	15.9	4.0	2.0	50.4	(120)
長崎県	2.7	2.7	1.2	1.8	23.8	1.5	0.0	5.3	18.8	0.7	1.0	40.5	(197)
熊本県	1.0	0.7	0.0	0.0	20.4	0.6	0.0	6.8	13.3	4.3	0.6	52.3	(188)
大分県	0.9	0.6	0.9	1.2	15.4	1.8	0.8	4.2	12.7	8.6	2.6	50.4	(216)
宮崎県	2.4	0.0	2.4	2.8	26.3	3.6	1.4	2.4	12.6	4.2	0.8	41.1	(119)
鹿児島県	1.6	0.0	0.9	2.0	23.2	3.8	0.4	8.3	12.4	6.2	2.2	38.9	(220)
沖縄県	3.3	1.6	1.5	3.5	42.9	0.8	1.1	10.2	17.4	3.3	2.2	12.2	(512)

（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ポイント以上高い　■全体の比率より10ポイント以上高い　■全体の比率より5ポイント以上高い

表Ⅰ-2-7　旅行先（都道府県）別の最も楽しみにしていたこと

（単位：%）

楽しみ／旅行先	おいしいものを食べること	温泉に入ること	自然景観を見ること	観光・文化施設（水族館や美術館、テーマパーク等）を訪れること	文化的な名所（史跡、寺社仏閣等）を見ること	スポーツやアウトドア活動を楽しむこと	芸術・音楽・スポーツ等の観劇・鑑賞・観戦	街や都市を訪れること	帰省、冠婚葬祭関連、親族や知人訪問	自然の豊かさを体験すること	目当ての宿泊施設に泊まること	買い物をすること	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
2024年	20.2	13.4	10.6	9.7	9.2	6.2	5.8	5.2	3.8	3.7	3.4	3.0	2.2	1.4	2.3	(9,972)
2023年	*20.7*	*14.3*	*10.4*	*9.3*	*9.6*	*5.9*	*6.1*	*4.9*	*3.9*	*3.5*	*3.6*	*2.9*	*2.2*	*1.0*	*1.8*	*(8,258)*
2019年	*18.7*	*15.4*	*12.2*	*9.3*	*11.7*	*6.2*	*5.0*	*4.0*	*4.0*	*3.2*	*2.5*	*2.9*	*1.9*	*1.0*	*2.1*	*(9,364)*
北海道	28.0	8.8	17.8	5.5	6.6	6.6	3.2	5.2	2.4	6.2	1.9	2.0	2.0	0.6	3.3	(702)
青森県	13.6	10.3	24.4	8.7	6.8	4.0	2.2	2.1	6.8	4.3	3.9	5.1	3.5	2.1	2.2	(82)
岩手県	13.6	21.6	13.2	8.7	9.5	1.7	6.2	0.0	9.0	1.1	6.4	2.2	2.5	1.1	3.2	(100)
宮城県	22.4	15.8	6.5	8.1	9.9	6.1	7.6	6.5	5.9	2.5	1.8	1.4	1.7	0.9	3.0	(179)
秋田県	12.3	15.2	18.2	9.6	3.5	11.1	0.0	8.0	3.9	2.0	0.0	3.7	6.2	4.2	2.1	(55)
山形県	14.4	15.4	13.9	6.0	10.1	5.1	8.9	4.7	5.5	2.4	4.2	1.0	5.1	3.3	0.0	(88)
福島県	22.1	19.1	13.3	8.4	6.0	4.0	0.8	3.9	5.4	1.2	3.0	2.5	1.9	5.2	3.2	(137)
茨城県	12.6	11.2	17.6	3.1	3.2	14.6	3.0	8.0	6.3	2.2	1.9	5.0	6.3	2.9	2.1	(99)
栃木県	12.3	29.4	11.7	8.3	6.5	5.5	1.7	4.2	0.6	8.9	5.6	1.2	0.9	0.7	2.6	(229)
群馬県	8.5	41.9	10.5	3.6	2.1	13.8	1.3	2.2	2.9	4.8	2.4	2.7	0.0	1.9	1.5	(164)
埼玉県	19.2	7.9	9.5	4.7	6.1	6.1	7.5	9.2	7.9	8.4	0.0	2.3	3.9	3.6	3.8	(84)
千葉県	13.6	10.7	6.6	34.0	4.0	6.0	4.6	1.8	3.2	2.0	6.0	2.0	2.5	0.3	2.7	(321)
東京都	17.0	1.5	2.8	11.5	4.8	6.6	22.2	8.5	6.4	1.1	3.3	5.6	3.9	2.2	2.7	(631)
神奈川県	16.1	24.6	5.6	9.0	6.7	5.3	9.5	6.2	2.5	1.9	5.9	3.7	0.6	0.5	1.8	(356)
新潟県	21.6	15.0	11.7	3.3	3.9	12.7	5.7	4.3	4.8	5.1	6.1	0.6	2.5	0.6	2.2	(143)
富山県	29.4	16.1	20.9	6.7	1.4	2.7	0.0	6.2	1.1	8.3	4.4	0.0	1.4	0.0	1.4	(74)
石川県	33.2	20.6	3.4	6.5	13.4	5.6	0.0	6.4	2.2	2.1	3.1	0.6	1.5	0.0	1.2	(131)
福井県	23.2	18.1	6.5	16.0	15.1	1.4	1.2	5.6	1.3	1.3	4.8	2.0	0.0	0.0	3.6	(67)
山梨県	15.0	15.8	18.6	8.6	5.7	10.2	2.6	0.0	2.2	6.9	7.8	1.4	0.8	0.0	4.4	(133)
長野県	13.3	13.0	20.0	4.4	9.9	15.0	2.0	1.2	1.8	8.1	1.2	3.1	1.3	1.0	4.6	(300)
岐阜県	8.0	35.9	9.1	2.2	15.1	6.4	1.4	0.8	2.6	4.5	3.6	2.3	4.6	0.0	3.6	(128)
静岡県	20.6	31.3	12.5	7.4	5.3	4.7	2.0	2.3	1.2	2.6	4.9	1.8	1.5	0.0	1.8	(411)
愛知県	24.9	6.8	2.7	12.9	8.1	3.3	15.8	6.9	3.1	2.5	2.6	3.8	3.4	1.4	1.6	(225)
三重県	22.1	13.3	7.2	16.6	19.6	4.6	0.0	1.1	0.7	2.4	5.1	2.1	0.7	2.6	1.9	(157)
滋賀県	24.6	10.1	4.4	9.1	9.0	11.3	4.6	5.1	3.4	3.9	2.5	3.9	4.1	1.2	2.8	(72)
京都府	19.1	5.6	9.5	6.6	28.5	2.3	2.7	5.2	4.0	2.1	4.9	3.7	2.3	2.0	1.3	(286)
大阪府	25.8	2.4	2.9	19.7	1.9	4.5	11.9	7.6	5.4	0.3	2.1	6.7	4.2	1.6	3.0	(355)
兵庫県	22.0	24.3	6.9	10.8	5.8	8.0	3.3	5.5	4.0	0.8	3.0	3.4	1.2	0.5	0.4	(250)
奈良県	11.8	7.4	11.8	9.0	37.2	9.4	0.0	2.7	1.4	0.0	4.4	1.6	0.0	1.1	2.2	(76)
和歌山県	26.3	26.7	8.9	11.0	7.3	3.1	0.9	2.6	4.0	1.5	4.6	0.7	0.8	0.7	1.0	(132)
鳥取県	21.4	21.7	11.0	4.3	8.5	5.6	1.8	2.8	7.3	1.7	3.8	7.5	2.5	0.0	0.0	(47)
島根県	20.7	9.8	13.5	16.5	31.5	2.4	0.0	0.0	2.0	0.0	1.7	1.8	0.0	0.0	0.0	(52)
岡山県	22.6	11.7	5.4	8.1	14.0	2.5	2.7	7.6	11.1	2.4	2.6	5.5	1.5	1.2	1.2	(73)
広島県	20.7	1.6	7.8	5.4	23.8	5.8	7.4	7.6	9.2	1.7	2.1	2.9	2.1	0.5	1.2	(164)
山口県	30.8	8.4	16.6	1.5	8.2	7.3	3.2	3.0	13.0	1.5	1.9	0.0	1.4	0.0	3.1	(56)
徳島県	17.1	9.7	3.2	13.4	7.3	9.4	4.4	5.1	7.0	2.2	0.0	0.0	13.1	2.2	5.9	(38)
香川県	38.5	7.1	12.2	6.7	9.5	2.9	3.8	1.9	0.0	2.9	1.8	2.5	5.1	3.4	1.6	(66)
愛媛県	16.8	19.8	11.4	7.0	12.4	5.3	2.3	7.8	3.4	2.1	5.4	2.0	2.0	0.0	2.1	(57)
高知県	45.1	1.7	15.7	4.3	4.1	1.7	2.2	2.7	5.5	8.7	0.0	5.0	1.7	0.0	1.7	(48)
福岡県	33.7	4.0	3.8	6.8	5.3	2.4	15.1	7.8	6.7	2.1	1.7	5.9	2.4	0.8	1.5	(293)
佐賀県	20.8	31.4	2.4	3.8	6.9	1.9	6.0	4.8	6.0	1.9	1.9	6.5	5.7	0.0	0.0	(45)
長崎県	24.6	13.8	10.6	12.8	9.6	3.9	2.0	3.7	4.0	2.8	6.2	0.0	0.8	2.5	2.7	(108)
熊本県	18.1	28.5	9.9	3.7	4.5	2.1	6.7	0.8	4.5	5.6	9.1	2.4	2.2	0.0	2.0	(108)
大分県	23.6	40.0	6.3	7.3	3.4	6.7	0.7	1.2	2.6	1.2	2.9	1.6	0.0	2.0	0.6	(143)
宮崎県	14.5	9.4	12.0	6.9	6.4	11.3	11.2	3.1	6.8	10.1	4.0	0.0	2.7	0.0	1.5	(59)
鹿児島県	18.9	15.3	17.6	3.2	7.1	2.4	1.5	6.6	4.3	9.2	6.2	3.2	0.0	2.0	2.5	(138)
沖縄県	18.2	1.4	20.2	6.7	7.4	14.6	1.5	7.3	1.7	8.2	4.7	2.5	1.5	1.6	2.5	(435)

（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ポイント以上高い　■全体の比率より10ポイント以上高い　■全体の比率より5ポイント以上高い

④旅行先での交通手段（表I-2-8）

全国的には『自家用車』が最も多く、全体の3分の1を占めた。特に南東北や北関東（「山形県」、「福島県」、「栃木県」、「群馬県」）、北陸・甲信越（「福井県」、「山梨県」、「長野県」）、東海（「岐阜県」、「静岡県」、「三重県」）、近畿（「滋賀県」、「和歌山県」）、中国・四国（「鳥取県」、「山口県」、「徳島県」、「愛媛県」、「高知県」）、九州（「大分県」）等、広範囲にわたる地域で自家用車の利用が際立つ。コロナ禍においては『自家用車』の利用率が高まったが、2021年をピークに利用率は徐々に減少し、2024年は前年から2.8ポイント減、2019年から3.8ポイント減となった。

一方、『列車』の利用は公共交通機関が発達している地域で高い傾向が見られ、「東京都」、「神奈川県」、「愛知県」、「京都府」、「大阪府」、「福岡県」で高い割合となった。『レンタカー』利用率は「北海道」や「鹿児島県」、「沖縄県」で高い割合となり、「沖縄県」では6割弱が『レンタカー』を利用した。『路線バス』は特に「京都府」での利用率が3割強と高い。

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から大きな変動はなく、『ホテル』が6.5割以上と圧倒的に多く、中でも『ビジネスホテル』と『リゾートホテル』の利用率は2割を超える。次いで、『旅館』が2.5割を占める。

都道府県別に見ると、43都道府県で『ホテル』の利用率が最も高くなっており、特に、「東京都」、「愛知県」、「大阪府」、「福岡県」、「沖縄県」は8割以上を占め、全体と比べて15ポイント以上高い利用率となった。「東京都」、「愛知県」、「福岡県」では『ビジネスホテル』が4割強、『シティホテル』が3割弱を占めるのに対し、「大阪府」では『ビジネスホテル』が4割、『シティホテル』が3割強と、その差は小さい。「沖縄県」は『リゾートホテル』の利用率が5割強と突出している。一方、「群馬県」、「福井県」、「島根県」、「佐賀県」は、『旅館』利用率が4割を超え、かつ、『ホテル』利用率を上回った。『実家・親戚・知人宅』は「山口県」等、『民宿・ペンション・ロッジ』は「秋田県」、「群馬県」、「徳島県」、『別荘・リゾートマンション・会員制の宿泊施設』は「山梨県」で利用率が高い。

⑥旅行先と宿泊数（表I-2-10）

コロナ禍においては近隣旅行の増加とも関連して1泊率が高まっていたが、2021年をピークにその割合は徐々に減少し、2023年から2019年と同程度の割合に戻り、2024年は46.2％と前年から3.6ポイント減、2019年からも4.5ポイント減となった。

都道府県別に見ると、ほぼすべての都府県で『1泊』が最も高い割合を占めた。特に、「滋賀県」、「和歌山県」、「鳥取県」、「岡山県」、「佐賀県」等、一部の県では『1泊』の割合が7割を超えており、短期旅行が多い状況がうかがえる。一方、「北海道」、「埼玉県」、「高知県」、「宮崎県」、「鹿児島県」、「沖縄県」といった地域では平均宿泊数が2泊を超えており、特に「北海道」や「沖縄県」では3泊以上の割合がそれぞれ38.9％、54.3％を占め、全国平均の23.4％を大きく上回った。

⑦旅行先と現地で楽しんだ活動（表I-2-11）

2023年に続き、『現地グルメ・名物料理』を楽しんだ旅行者が最も多く、活動実施率は3.5割を占めた。実施率の高い活動は、以下、『温泉』、『自然や景勝地の訪問』、『町並み散策・まち歩き』、『ショッピング・買い物』、『歴史・文化的な名所の訪問』と続き、これらの活動実施率は2.5割を超えた。ただし、上位3つの活動は前年から実施率が減少しており、分散傾向がうかがえる。

『現地グルメ・名物料理』は前年より3.1ポイント減少したものの、引き続き最多の活動であり、「愛知県」、「大阪府」、「山口県」、「徳島県」、「香川県」、「高知県」、「福岡県」、「長崎県」、「鹿児島県」の9府県で最も多く実施された（2023年10府県、2022年5府県、2019年6府県）。特にカツオのたたきや皿鉢料理等が名物の「高知県」では、全体と比べて15ポイント以上高い。最多の活動とならなかった都道府県でも実施率は高く、全国的に人気の活動といえる。

『温泉』は前年から1.7ポイント減少したものの、最多の活動となった県は24県（2023年18県、2022年29道県、2019年22県）と最も多かった。中でも、「栃木県」、「群馬県」、「岐阜県」、「静岡県」、「和歌山県」、「鳥取県」、「愛媛県」、「熊本県」、「大分県」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。

『自然や景勝地の訪問』は前年より2.5ポイント減少し、最多の活動となったのは5道県（2023年13道県、2022年7県、2019年12道県）であった。「北海道」、「青森県」、「島根県」では全体と比べて15ポイント以上高い。

『町並み散策・まち歩き』は前年より1.2ポイント増加し、「埼玉県」、「岡山県」、「広島県」の3県で最多の活動となった（2023年1県、2022年0県、2019年3県）。全体との比較で見ると、ひがし茶屋街や長町武家屋敷跡等のある「石川県」、石見銀山大森地区や津和野町等のある「島根県」では4.5割を超え、全体と比べて10ポイント以上高い。

『ショッピング・買い物』は前年より1.3ポイント増加し、「東京都」のみが最多の活動となった（2023年1都、2022年2都県、2019年1都）。

『歴史・文化的な名所の訪問』は前年より0.2ポイント減少したが、伊勢神宮が位置する「三重県」、ユネスコ世界文化遺産に登録される多くの文化財を有する古都「京都府」、「奈良県」、出雲大社が位置する「島根県」の4府県で最多の活動となり（2023年3府県、2022年3府県、2019年4府県）、いずれも全体平均より15～33ポイント高い実施率であった。なお、『町並み散策・まち歩き』及び『歴史・文化的な名所の訪問』は、近畿・中国地方において実施率が高い傾向にある。

その他の活動で、都道府県によって特徴が顕著だったものは、『テーマパーク・レジャーランド』における「千葉県」、「大阪府」、『美術館・博物館』における「徳島県」、『リゾート滞在（海浜）』、『海水浴・マリンスポーツ』における「沖縄県」等であった。

また、コロナ禍において減少傾向が続いていた現地ツアー・体験プログラム等の参加率は、前年に続き増加となり（0.5ポイント増）、全体で12.0％となった。都道府県別に見ると、突出して高い値を示した「沖縄県」での参加率が26.2％となった（2023年26.5％、2022年20.6％、2019年37.7％）。

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：%）

旅行先＼交通手段	自家用車	列車	レンタカー	路線バス	タクシー・ハイヤー	飛行機	貸切バス・定期観光バス	観光客向けの巡回バス等	船（フェリー、観光船、屋形船等）	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
2024年	33.7	33.0	15.6	14.2	8.4	7.0	5.5	3.6	2.2	1.7	0.9	8.6	(9,972)
2023年	*36.5*	*32.9*	*14.2*	*13.9*	*8.1*	*5.3*	*5.5*	*3.4*	*2.8*	*1.7*	*0.6*	*8.2*	*(8,258)*
2019年	*37.5*	*29.7*	*13.6*	*14.1*	*8.5*	*8.1*	*7.3*	*3.9*	*2.9*	*1.4*	*1.1*	*7.2*	*(9,364)*
北海道	23.3	34.7	33.6	14.4	12.3	19.6	7.4	4.2	3.7	2.9	1.6	3.8	(845)
青森県	25.6	37.4	20.8	9.9	11.3	15.6	9.5	2.1	5.1	1.0	0.0	4.2	(162)
岩手県	36.4	25.7	16.3	8.9	7.0	12.5	11.0	3.7	3.9	1.3	0.0	10.2	(209)
宮城県	39.0	30.1	16.0	13.6	8.4	8.6	6.9	5.6	3.4	1.2	1.0	6.7	(305)
秋田県	27.1	31.8	17.6	10.7	5.9	14.1	13.7	6.5	4.3	3.0	0.7	5.1	(156)
山形県	45.5	23.6	21.2	9.2	7.4	11.3	10.9	5.7	3.1	3.6	1.2	6.1	(191)
福島県	44.4	18.5	17.2	11.3	6.0	10.3	8.8	5.1	1.6	3.2	0.5	8.1	(255)
茨城県	43.2	18.1	16.1	7.0	8.4	8.0	8.9	8.2	1.0	4.2	0.4	10.1	(190)
栃木県	44.9	20.9	11.8	11.8	6.1	6.0	6.2	4.8	1.1	1.8	0.7	11.1	(348)
群馬県	46.0	14.2	8.8	7.3	6.3	8.3	12.6	5.1	0.3	2.0	1.1	13.7	(278)
埼玉県	36.8	36.9	14.8	12.4	6.9	11.7	10.0	3.8	3.8	2.9	0.6	7.1	(193)
千葉県	28.9	41.0	11.8	16.0	7.9	7.2	4.2	6.9	0.5	1.7	0.0	12.7	(493)
東京都	12.3	70.4	10.0	15.6	11.5	11.0	3.9	4.3	1.1	1.8	0.7	3.9	(1,006)
神奈川県	27.5	49.4	10.1	19.8	9.7	5.0	3.0	6.3	2.9	1.9	1.4	9.1	(569)
新潟県	41.0	22.6	14.2	12.5	6.8	5.2	7.1	2.3	3.1	2.7	1.2	11.4	(210)
富山県	34.8	33.4	13.9	17.8	10.7	6.0	10.5	5.0	2.2	2.0	2.1	5.8	(151)
石川県	42.4	22.1	15.9	19.9	11.3	4.2	6.4	8.2	2.8	1.3	0.9	7.8	(227)
福井県	48.1	20.4	12.5	15.0	6.2	2.0	8.4	3.9	4.2	1.0	0.9	7.8	(130)
山梨県	52.3	15.1	10.5	6.5	9.2	3.1	5.2	1.3	1.4	3.1	0.5	10.5	(209)
長野県	51.6	14.8	9.0	11.6	7.0	2.7	8.6	3.3	0.8	1.7	2.3	9.4	(439)
岐阜県	54.4	16.9	10.8	12.5	8.1	3.0	7.2	2.7	1.6	0.0	0.4	11.7	(218)
静岡県	49.4	18.5	9.9	13.5	6.0	1.4	4.9	2.3	0.6	0.9	1.4	10.7	(519)
愛知県	25.8	51.1	9.2	16.1	9.2	4.6	3.8	3.3	1.7	0.6	0.2	8.9	(343)
三重県	48.5	22.0	9.8	13.7	4.1	1.4	8.7	3.9	4.2	0.5	1.0	7.9	(223)
滋賀県	46.3	24.7	8.2	16.3	3.4	2.7	8.5	4.2	1.5	0.0	0.0	11.0	(135)
京都府	22.1	56.5	9.0	32.5	16.9	6.3	6.6	5.8	2.2	2.1	0.5	3.8	(509)
大阪府	15.5	69.8	10.4	18.4	11.9	7.0	2.7	4.2	1.0	2.5	0.6	4.0	(598)
兵庫県	37.0	37.5	8.5	14.9	8.6	4.7	8.5	3.8	3.3	1.5	1.0	10.6	(385)
奈良県	31.9	43.6	12.1	22.6	9.6	3.8	12.7	6.2	0.0	1.7	0.7	4.5	(160)
和歌山県	53.6	14.8	9.9	9.9	4.5	2.9	6.5	3.7	2.1	2.6	2.6	12.1	(177)
鳥取県	51.3	20.7	14.4	10.6	4.0	9.7	8.2	2.2	1.7	3.6	1.4	3.8	(116)
島根県	33.7	25.9	22.1	13.6	5.8	5.6	13.5	2.7	0.6	1.6	0.6	6.3	(139)
岡山県	35.3	32.4	14.4	12.3	9.5	4.3	7.1	2.0	4.8	3.2	0.8	10.5	(147)
広島県	31.4	41.8	15.6	17.9	8.6	3.4	5.6	2.6	11.6	1.6	1.4	4.1	(254)
山口県	44.6	25.1	18.4	14.3	2.7	5.3	7.6	5.7	7.4	1.1	0.7	7.7	(109)
徳島県	45.3	28.6	18.2	13.3	12.5	4.6	8.2	5.0	5.1	0.9	0.0	5.4	(98)
香川県	43.3	19.7	24.7	10.6	11.9	5.8	11.0	2.0	6.9	2.6	0.0	8.2	(139)
愛媛県	46.2	25.5	14.4	17.5	9.8	3.8	8.0	4.1	6.8	4.3	2.3	7.3	(124)
高知県	44.0	24.8	24.2	13.9	8.9	7.1	5.9	5.2	1.7	4.5	1.2	5.8	(102)
福岡県	20.4	53.7	20.1	25.9	14.5	9.5	4.7	3.5	3.4	2.6	0.5	5.2	(443)
佐賀県	42.3	24.0	22.0	14.9	11.6	10.0	9.3	6.8	2.4	3.4	0.0	8.4	(120)
長崎県	31.0	33.5	25.0	21.7	14.9	10.1	8.0	3.7	11.1	5.7	0.4	4.9	(197)
熊本県	40.8	16.4	29.3	10.7	9.3	9.8	5.4	3.4	4.6	2.6	0.0	11.5	(188)
大分県	44.9	15.8	20.6	11.9	6.9	8.5	6.2	2.5	4.8	1.9	0.5	8.3	(216)
宮崎県	35.1	19.4	26.9	8.3	9.3	17.0	10.6	3.6	4.0	2.4	0.7	3.8	(119)
鹿児島県	31.2	22.3	31.9	14.4	11.2	13.3	9.0	6.1	10.0	1.3	0.9	3.9	(220)
沖縄県	8.1	20.2	58.9	15.3	14.8	21.9	6.2	4.3	8.0	4.2	1.4	1.7	(512)

（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。
■全体の比率より15ポイント以上高い　■全体の比率より10ポイント以上高い　■全体の比率より5ポイント以上高い

資料：（公財）日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

表Ⅰ-2-9　旅行先（都道府県）別の宿泊施設（複数回答）

（単位：%）

旅行先＼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	別荘・リゾートマンション・会員制の宿泊施設	キャンプ・オートキャンプ	ゲストハウス	公共の宿	民泊	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		旅館（比較的規模大）	旅館（比較的規模小）									
2024年	65.6	27.6	22.7	19.7	24.4	14.6	10.6	5.8	3.5	2.5	2.0	1.5	1.5	0.7	1.8	(9,972)
2023年	*64.9*	*26.8*	*21.7*	*20.6*	*25.0*	*15.2*	*10.4*	*6.0*	*3.3*	*2.3*	*2.1*	*1.2*	*1.4*	*0.6*	*1.6*	*(8,258)*
2019年	*62.2*	*24.3*	*22.9*	*19.4*	*27.0*	*16.9*	*10.8*	*7.4*	*4.2*	*2.5*	*1.7*	－	1.8	－	*1.8*	*(9,364)*
北海道	78.8	29.6	29.1	28.3	19.8	14.0	6.4	4.1	3.4	1.3	2.2	1.9	0.4	0.5	1.4	(702)
青森県	57.2	27.2	20.1	14.7	27.4	18.3	12.3	13.5	5.5	0.0	1.5	0.0	0.0	0.0	1.2	(82)
岩手県	55.9	25.3	18.7	13.9	32.2	19.7	12.5	7.4	3.2	2.1	0.8	1.1	2.0	0.8	1.2	(100)
宮城県	65.2	26.9	20.5	19.1	27.6	20.6	8.2	4.4	2.1	1.0	1.7	0.5	2.7	0.0	1.3	(179)
秋田県	48.1	21.8	15.4	12.4	28.2	19.4	10.6	3.8	11.4	0.0	10.8	1.5	5.6	0.0	0.0	(55)
山形県	54.0	25.5	17.1	14.5	38.7	16.2	25.0	7.2	1.5	2.4	0.9	1.2	3.0	1.5	0.0	(88)
福島県	52.0	22.2	26.4	4.8	34.6	19.9	16.1	4.1	2.6	4.4	1.8	0.6	3.0	0.0	1.5	(137)
茨城県	45.4	20.0	16.1	9.3	26.6	21.0	5.6	11.3	1.2	5.9	6.7	0.0	2.8	1.2	3.0	(99)
栃木県	46.8	9.0	30.5	7.7	36.7	22.9	14.2	1.3	4.8	4.2	3.9	1.0	2.0	0.4	1.6	(229)
群馬県	38.2	11.0	24.1	3.1	42.3	27.1	16.5	4.5	9.0	4.5	3.2	0.7	0.8	0.0	0.7	(164)
埼玉県	54.8	25.7	14.0	15.1	18.9	10.9	8.0	14.3	2.4	0.0	4.5	1.5	0.0	1.3	6.1	(84)
千葉県	74.8	23.3	37.3	16.2	12.4	5.3	7.5	4.6	4.0	2.2	3.1	0.3	1.2	0.3	0.8	(321)
東京都	80.7	42.9	12.2	28.0	4.5	3.4	1.5	10.5	1.8	1.4	0.5	1.7	1.1	1.3	1.4	(631)
神奈川県	57.7	22.5	18.4	18.4	28.4	14.0	14.9	6.8	1.5	5.6	1.2	1.1	0.8	0.4	1.3	(356)
新潟県	49.8	21.6	19.7	10.8	38.5	22.5	17.4	6.8	3.3	2.6	3.9	0.6	1.3	1.0	1.3	(143)
富山県	57.6	21.5	18.5	21.9	33.0	17.7	17.1	2.6	6.0	2.7	3.1	0.0	1.1	0.0	0.0	(74)
石川県	53.4	22.7	11.8	20.3	39.4	31.0	8.5	0.6	2.7	3.2	1.5	1.7	1.9	1.6	0.6	(131)
福井県	34.5	14.3	14.7	5.4	55.1	32.1	26.0	1.3	4.3	0.0	0.0	0.0	7.8	3.5	0.0	(67)
山梨県	48.8	13.9	23.8	11.1	26.8	14.7	12.1	3.6	4.5	9.2	6.0	2.4	1.8	0.0	2.3	(133)
長野県	49.5	13.9	26.6	9.9	28.9	16.2	13.5	6.3	7.6	4.8	2.2	1.3	0.7	0.3	3.2	(300)
岐阜県	54.0	16.8	23.8	14.8	35.7	24.2	12.2	2.8	5.3	0.0	0.6	0.0	1.1	1.1	1.0	(128)
静岡県	51.2	16.8	26.4	9.3	36.9	21.0	16.6	2.5	3.2	5.3	1.5	0.8	1.5	0.5	1.3	(411)
愛知県	82.8	45.8	12.2	26.8	11.0	7.6	3.4	5.2	1.0	1.3	0.0	1.1	0.7	0.6	0.4	(225)
三重県	64.6	13.6	38.2	14.2	28.8	20.5	8.3	0.7	1.3	3.4	1.3	1.5	0.6	0.8	1.3	(157)
滋賀県	57.4	21.1	29.6	6.6	27.5	15.2	12.3	4.6	4.3	0.0	7.5	2.9	1.5	0.0	2.3	(72)
京都府	73.4	31.1	12.7	31.3	17.9	8.4	10.0	4.3	2.2	1.8	0.4	1.2	1.0	1.1	0.3	(286)
大阪府	84.6	39.5	14.3	33.3	5.2	3.0	2.3	6.4	1.8	0.5	0.2	0.2	0.2	0.6	1.3	(355)
兵庫県	52.9	18.8	19.1	15.3	32.5	20.5	12.0	5.3	3.5	4.7	2.4	1.1	1.2	0.0	2.0	(250)
奈良県	60.1	27.1	10.5	27.5	19.4	10.2	10.3	7.4	0.0	1.3	4.6	5.3	4.0	0.0	2.6	(76)
和歌山県	53.4	11.6	35.5	9.1	25.6	15.9	9.8	2.6	4.1	0.8	1.3	1.0	4.0	0.0	8.4	(132)
鳥取県	51.3	22.1	4.6	27.1	40.3	22.9	17.5	4.5	0.0	0.0	1.8	0.0	0.0	4.3	0.0	(47)
島根県	47.6	28.4	7.4	13.9	49.7	30.4	19.3	1.6	0.0	2.4	0.0	0.0	2.0	0.0	1.6	(52)
岡山県	64.9	37.6	11.4	17.5	18.3	9.7	8.6	12.7	1.2	0.0	1.2	1.2	0.0	1.2	3.2	(73)
広島県	73.3	33.7	14.8	28.1	14.9	7.5	7.4	10.5	3.0	0.8	0.0	1.3	0.5	1.0	1.7	(164)
山口県	45.9	22.2	8.4	16.8	28.7	9.7	18.9	16.5	2.2	0.0	1.5	0.0	3.0	1.9	3.3	(56)
徳島県	56.6	31.4	15.2	12.1	17.8	5.5	12.2	4.5	10.6	6.1	4.5	5.8	2.2	0.0	2.5	(38)
香川県	61.1	28.9	17.8	14.5	27.8	15.8	12.0	4.1	3.1	2.0	0.0	0.0	1.8	1.3	0.0	(66)
愛媛県	63.9	30.2	23.5	16.0	33.9	21.4	13.9	6.6	2.1	0.0	2.0	0.0	5.2	2.0	0.0	(57)
高知県	65.3	36.2	18.1	17.3	18.5	12.8	5.7	10.5	7.2	2.7	0.0	2.7	0.0	0.0	0.0	(48)
福岡県	81.3	44.2	11.6	29.4	8.7	4.6	4.4	6.4	0.5	2.0	0.4	3.0	0.7	0.6	0.4	(293)
佐賀県	39.5	18.5	16.8	6.5	54.9	32.6	24.1	1.8	0.0	1.9	0.0	0.0	0.0	0.0	1.8	(45)
長崎県	72.2	32.9	31.5	13.6	18.6	13.2	5.3	5.9	3.4	1.6	0.8	3.5	0.0	0.0	0.8	(108)
熊本県	46.0	18.6	15.6	11.7	38.2	15.8	23.5	8.1	4.3	1.7	4.0	0.0	0.0	1.1	1.9	(108)
大分県	52.6	19.4	19.3	16.1	37.4	16.3	24.1	2.0	1.4	6.3	1.2	1.9	0.0	0.0	2.9	(143)
宮崎県	58.5	22.2	22.9	13.4	23.8	12.7	11.1	10.1	7.3	1.4	1.3	4.0	3.3	1.4	0.0	(59)
鹿児島県	60.9	26.4	21.4	19.7	21.6	9.8	13.2	8.0	4.7	2.0	2.7	3.8	4.1	1.4	1.5	(138)
沖縄県	85.3	19.1	52.5	22.5	4.5	2.7	2.0	3.4	5.8	1.7	1.1	2.2	1.1	0.2	1.8	(435)

（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ポイント以上高い　■全体の比率より10ポイント以上高い　■全体の比率より5ポイント以上高い

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
2024年	46.2	30.4	13.9	4.8	4.7	1.95	(9,972)
2023年	*49.7*	*30.2*	*12.3*	*3.9*	*3.9*	*1.85*	*(8,258)*
2019年	*50.7*	*29.2*	*12.1*	*3.7*	*4.4*	*1.85*	*(9,364)*
北海道	25.9	35.2	24.9	6.2	7.8	2.40	(702)
青森県	40.4	33.3	18.6	4.0	3.6	1.97	(82)
岩手県	56.4	28.1	7.9	5.7	1.9	1.69	(100)
宮城県	53.0	30.4	9.4	5.1	2.1	1.74	(179)
秋田県	46.9	34.9	11.9	6.3	0.0	1.78	(55)
山形県	45.4	31.6	17.3	0.9	4.8	1.94	(88)
福島県	57.0	30.2	8.7	2.0	2.1	1.64	(137)
茨城県	64.3	15.8	12.2	4.7	3.0	1.71	(99)
栃木県	66.3	25.3	4.8	2.1	1.6	1.48	(229)
群馬県	69.6	20.4	8.0	0.5	1.5	1.45	(164)
埼玉県	41.8	25.6	18.3	10.1	4.2	2.11	(84)
千葉県	67.1	21.5	7.5	1.6	2.2	1.53	(321)
東京都	44.3	33.7	15.1	2.9	3.9	1.92	(631)
神奈川県	63.8	22.2	8.3	3.3	2.5	1.60	(356)
新潟県	51.2	29.9	11.3	1.9	5.7	1.88	(143)
富山県	61.1	24.9	12.3	1.8	0.0	1.55	(74)
石川県	52.4	31.1	9.5	4.1	2.9	1.76	(131)
福井県	61.1	31.5	5.5	1.8	0.0	1.48	(67)
山梨県	67.6	25.4	5.2	0.9	0.9	1.44	(133)
長野県	52.5	32.0	10.5	2.0	3.1	1.75	(300)
岐阜県	69.1	26.2	3.7	1.0	0.0	1.37	(128)
静岡県	63.5	29.2	5.8	0.4	1.0	1.47	(411)
愛知県	63.6	28.2	5.7	1.3	1.3	1.50	(225)
三重県	69.0	27.8	3.2	0.0	0.0	1.34	(157)
滋賀県	73.3	14.1	8.6	1.3	2.7	1.46	(72)
京都府	49.4	32.2	11.8	5.0	1.7	1.78	(286)
大阪府	52.8	31.2	9.4	3.3	3.3	1.76	(355)
兵庫県	64.3	28.1	4.4	0.7	2.6	1.52	(250)
奈良県	66.5	19.1	3.0	3.9	7.4	1.70	(76)
和歌山県	73.8	16.2	7.4	1.9	0.7	1.41	(132)
鳥取県	76.9	16.5	0.0	4.1	2.5	1.39	(47)
島根県	66.2	21.0	11.3	1.6	0.0	1.48	(52)
岡山県	70.4	14.0	12.1	0.0	3.5	1.56	(73)
広島県	39.1	42.6	11.8	2.7	3.8	1.92	(164)
山口県	64.1	21.2	9.1	2.2	3.4	1.61	(56)
徳島県	50.2	39.1	3.6	4.8	2.2	1.70	(38)
香川県	59.4	26.1	9.9	4.5	0.0	1.60	(66)
愛媛県	46.3	35.0	8.1	7.3	3.2	1.90	(57)
高知県	39.0	36.7	15.7	0.0	8.6	2.05	(48)
福岡県	51.1	31.4	11.9	3.3	2.3	1.77	(293)
佐賀県	75.1	24.9	0.0	0.0	0.0	1.25	(45)
長崎県	42.6	33.5	16.3	4.2	3.3	1.94	(108)
熊本県	68.8	22.5	4.1	1.7	2.8	1.47	(108)
大分県	54.2	31.2	12.0	2.0	0.6	1.64	(143)
宮崎県	43.3	26.9	7.6	10.8	11.5	2.26	(59)
鹿児島県	39.4	32.3	13.8	6.7	7.8	2.18	(138)
沖縄県	10.0	35.7	31.1	13.8	9.3	2.85	(435)

（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ポイント以上高い　■全体の比率より10ポイント以上高い　■全体の比率より5ポイント以上高い
■平均宿泊数が全体平均値より0.5泊以上多い（平均宿泊数については、7泊以上は7泊と仮定して算出）

表Ⅰ-2-11　旅行先（都道府県）別の現地活動（複数回答）

現地活動／旅行先	現地グルメ・名物料理	温泉	自然や景勝地の訪問	町並み散策・まち歩き	ショッピング・買い物	歴史・文化的な名所の訪問	都市観光	観光施設・動物園・水族館	テーマパーク・レジャーランド	美術館・博物館	祭り・イベント	ドライブ	家族や親戚、友人・知人訪問	芸術鑑賞（観劇、コンサート・ライブ等）	リゾート滞在（海浜）	季節の花見	リゾート滞在（高原）	スポーツ観戦
2024年	35.1	35.0	33.9	32.2	27.6	26.7	20.1	12.0	10.8	7.8	7.3	6.9	6.4	5.3	5.1	4.7	3.8	3.4
2023年	*38.2*	*36.8*	*36.4*	*31.0*	*26.3*	*26.9*	*18.7*	*11.8*	*9.8*	*7.0*	*6.1*	*7.7*	*6.9*	*5.8*	*4.7*	*4.4*	*3.4*	*3.1*
2019年	*35.9*	*37.5*	*39.5*	*32.0*	*25.7*	*29.8*	*19.5*	*11.2*	*10.2*	*7.0*	*7.1*	*6.8*	*7.1*	*4.9*	*4.7*	*4.7*	*3.4*	*2.9*
北海道	46.7	40.3	49.7	38.9	35.0	25.0	26.6	18.3	7.0	7.2	9.4	11.7	6.4	2.7	4.1	7.1	4.5	5.2
青森県	31.9	44.9	50.7	30.9	21.7	29.4	22.7	10.1	2.4	14.7	9.5	6.5	4.7	0.0	2.6	3.0	1.5	1.2
岩手県	32.1	44.0	24.8	21.4	13.9	23.6	11.5	7.2	4.6	10.4	5.9	5.2	8.9	4.8	1.0	3.8	2.2	6.2
宮城県	30.7	45.3	30.6	24.4	23.0	25.6	18.9	8.3	6.7	4.3	6.3	4.9	11.7	5.0	1.9	2.9	2.7	2.8
秋田県	21.8	29.2	26.5	27.1	19.3	22.9	13.6	2.9	4.2	12.8	14.8	3.9	3.8	5.5	9.8	7.2	10.7	0.0
山形県	28.4	47.8	31.1	27.9	15.7	19.5	13.7	9.9	7.8	7.5	11.3	6.1	3.7	7.1	2.1	7.1	1.3	1.3
福島県	24.4	50.0	34.9	25.1	18.3	19.8	8.3	9.3	4.0	3.4	11.4	5.8	3.3	0.8	1.6	4.1	6.5	0.6
茨城県	25.7	35.5	33.2	17.6	17.5	14.9	8.0	10.0	5.0	2.9	5.3	4.1	11.1	2.8	2.0	9.2	0.0	4.3
栃木県	29.0	56.5	36.5	25.3	19.9	24.5	11.7	11.8	11.4	7.8	5.8	5.9	4.3	3.1	3.4	5.6	9.0	0.9
群馬県	24.1	59.0	31.6	32.1	16.2	16.4	12.3	7.6	5.8	5.4	3.4	5.3	1.8	2.4	2.6	4.3	8.1	1.0
埼玉県	20.5	29.7	23.7	30.1	21.6	15.8	13.4	7.8	9.7	3.3	4.8	3.9	11.6	6.5	4.9	7.1	4.1	5.0
千葉県	20.9	23.8	17.0	10.9	23.0	8.8	9.0	7.4	35.6	1.4	4.8	4.2	4.9	3.4	7.5	2.7	3.0	4.2
東京都	26.9	5.3	7.8	25.6	30.6	13.0	23.1	6.9	15.2	7.1	9.7	1.5	14.2	20.0	2.5	2.9	1.7	7.0
神奈川県	31.6	40.9	26.7	30.1	29.0	16.5	18.4	9.6	8.1	9.2	5.2	4.3	3.3	8.9	4.7	4.0	2.6	4.7
新潟県	28.3	44.7	35.6	23.2	23.1	25.9	15.1	5.9	1.2	6.9	8.4	7.1	6.1	4.1	4.5	3.0	6.4	2.8
富山県	31.0	43.9	42.9	25.5	26.9	17.6	21.1	11.2	4.0	10.0	8.1	10.7	3.6	1.4	1.4	3.4	3.0	1.8
石川県	46.3	49.4	34.3	45.2	29.4	41.0	26.0	9.7	1.4	16.5	7.1	0.6	1.4	0.6	2.2	5.0	1.5	0.8
福井県	28.5	49.2	46.0	15.3	21.4	37.1	13.4	14.2	11.1	16.5	3.4	6.1	1.3	2.5	2.9	2.8	0.0	0.0
山梨県	28.6	45.5	48.8	15.8	23.2	19.6	12.7	6.0	8.6	6.9	2.4	10.3	3.1	2.4	0.6	4.8	9.1	1.8
長野県	30.1	42.6	43.7	28.1	28.7	28.6	9.8	5.8	2.8	7.5	2.7	7.3	4.0	1.6	1.0	1.9	8.2	0.6
岐阜県	29.5	52.6	30.0	34.7	18.4	28.6	7.6	8.3	4.1	1.8	10.9	5.8	3.9	0.7	0.9	0.6	3.7	2.1
静岡県	39.5	55.4	41.3	27.0	29.1	20.9	10.2	11.5	7.4	5.9	5.3	5.5	1.9	2.1	7.7	5.9	3.3	1.2
愛知県	37.2	16.9	17.0	29.6	27.5	21.8	23.0	14.5	13.7	4.6	5.8	2.7	6.7	11.6	5.1	1.7	2.1	5.9
三重県	41.1	39.2	34.5	33.3	28.0	41.6	15.7	22.1	18.7	5.6	4.9	5.5	2.0	0.0	8.2	5.0	2.2	1.3
滋賀県	26.5	35.7	32.1	31.4	20.6	26.1	16.5	5.3	3.8	9.2	8.5	5.7	1.9	1.7	5.0	5.9	1.1	2.4
京都府	36.3	17.2	36.6	44.0	28.8	55.3	28.5	6.0	2.3	8.9	8.4	3.8	6.9	3.7	2.0	5.3	2.4	2.5
大阪府	37.5	10.4	7.3	27.9	32.6	9.8	19.6	9.4	25.6	2.9	9.2	2.2	9.1	12.9	2.1	1.4	1.6	4.5
兵庫県	34.6	42.3	24.3	32.0	28.8	18.3	20.3	9.1	11.4	6.5	3.5	3.6	6.0	4.2	3.0	4.6	2.2	2.8
奈良県	17.1	27.2	37.9	29.4	15.3	42.3	15.1	6.3	5.6	6.5	7.9	0.0	4.7	1.6	0.0	4.7	2.2	1.4
和歌山県	29.6	54.0	34.1	19.1	22.5	23.6	8.7	13.1	18.2	0.6	3.7	5.0	2.7	0.7	7.0	0.6	0.7	0.0
鳥取県	30.5	53.6	29.0	28.0	31.7	19.5	13.3	9.6	3.7	4.7	3.7	12.3	4.5	0.0	0.0	1.7	6.0	0.0
島根県	41.5	46.1	52.2	46.8	20.1	59.7	16.9	9.3	0.0	22.3	1.6	6.8	4.4	0.0	1.7	3.1	4.0	0.0
岡山県	24.7	30.2	24.7	43.3	28.9	21.4	20.5	5.3	10.3	6.6	7.1	5.0	16.4	3.9	2.4	3.1	1.2	0.0
広島県	35.7	19.7	35.4	38.6	22.0	35.6	27.1	16.0	6.2	11.0	7.8	7.4	8.4	2.6	4.0	1.2	1.8	7.6
山口県	38.9	30.2	32.1	30.0	23.5	34.5	4.5	15.4	1.9	3.9	6.8	1.4	14.3	1.5	1.9	3.2	3.8	6.7
徳島県	35.9	19.6	33.4	24.3	29.9	22.9	10.8	2.8	4.4	29.9	16.0	6.7	9.6	2.8	8.1	2.2	0.0	2.2
香川県	43.5	33.5	39.6	40.5	28.3	28.6	18.9	18.0	7.1	4.2	7.7	9.2	0.0	1.3	4.5	1.3	3.1	0.0
愛媛県	38.5	50.9	34.7	38.2	21.7	26.2	18.2	11.6	11.5	4.5	11.1	7.1	9.4	0.0	9.8	4.3	2.0	2.3
高知県	53.1	38.1	45.4	42.6	31.0	36.8	19.2	16.9	1.7	7.3	7.2	7.0	6.0	0.0	0.0	6.1	0.0	3.8
福岡県	42.3	16.1	20.4	38.5	36.0	20.0	25.9	10.9	9.1	7.0	4.2	3.7	9.0	11.2	1.7	2.1	2.5	6.8
佐賀県	31.6	50.0	19.3	32.5	26.0	30.1	16.7	13.5	6.6	2.6	1.8	15.0	4.2	0.0	0.0	4.8	0.0	6.0
長崎県	36.3	28.0	29.7	29.9	19.2	28.8	27.1	13.5	19.4	10.2	5.6	5.6	6.0	1.0	4.7	3.9	2.0	2.1
熊本県	32.1	53.1	37.3	25.6	25.5	20.7	12.2	7.9	3.0	3.7	5.4	8.1	7.5	6.4	1.9	2.2	4.3	0.0
大分県	35.6	63.0	32.4	37.8	26.7	14.3	16.7	15.6	9.6	3.1	1.6	5.3	1.9	0.6	2.0	4.3	3.0	0.7
宮崎県	30.8	31.1	29.0	13.4	17.2	20.3	14.4	5.4	3.7	14.4	3.3	10.3	6.7	9.6	7.0	4.7	3.5	9.8
鹿児島県	47.9	45.2	45.5	34.8	35.6	29.6	22.2	12.4	3.5	4.6	7.5	11.6	5.9	3.6	5.4	1.2	1.4	0.7
沖縄県	44.2	10.1	48.2	36.3	32.1	27.2	25.3	19.6	7.3	4.7	4.8	13.6	5.6	2.1	29.6	5.0	3.5	1.3

（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ポイント以上高い　■全体の比率より10ポイント以上高い　■全体の比率より5ポイント以上高い

（単位：%）

現地活動／旅行先	サンプル数	現地ツアー・体験プログラム等の参加率	その他	マラソン・ジョギング	野生動物観察（クジラ、鳥等）	生活文化体験（陶芸体験、そば打ち体験等）	スキー・スノーボード	果物狩り・農林漁業体験	スパ・エステ	サイクリング	産業観光（工場見学、ものづくりの現場見学等）	ゴルフ	海水浴・マリンスポーツ	アウトドア体験（カヌー、乗馬体験、気球等）	登山・トレッキング	写真・写生	世界遺産訪問
2024年	(9,972)	12.0	1.8	0.8	1.0	1.2	1.3	1.3	1.4	1.4	1.4	1.9	2.1	2.2	2.6	2.7	3.3
2023年	*(8,258)*	*11.5*	*1.7*	*0.7*	*0.6*	*0.9*	*1.0*	*1.4*	*1.3*	*1.3*	*1.2*	*1.6*	*2.4*	*2.3*	*2.6*	*3.2*	*3.3*
2019年	*(9,364)*	*13.1*	*2.3*	*0.7*	*1.0*	*1.3*	*1.3*	*1.8*	*1.5*	*1.2*	*1.4*	*2.0*	*2.5*	*2.3*	*2.5*	*3.9*	*3.0*
北海道	(702)	17.6	2.0	1.2	2.0	1.4	4.0	1.3	1.6	2.1	2.4	1.2	0.5	3.0	3.1	5.1	2.4
青森県	(82)	18.4	4.3	0.0	0.0	0.0	1.3	1.0	0.0	0.0	1.1	5.1	0.0	0.0	1.0	1.3	4.0
岩手県	(100)	12.0	1.7	0.9	1.2	0.0	1.7	1.3	1.4	0.0	2.5	1.7	0.0	1.0	2.5	2.2	0.0
宮城県	(179)	14.6	1.1	0.6	1.1	0.7	0.6	1.8	1.3	0.5	2.9	0.5	0.7	1.6	0.5	0.5	0.0
秋田県	(55)	31.1	0.0	2.0	1.6	0.0	0.0	3.7	0.0	1.8	2.0	3.3	2.3	0.0	3.5	3.8	0.0
山形県	(88)	19.6	1.9	2.0	2.3	0.0	1.2	0.9	0.9	1.8	2.4	0.0	1.5	2.5	1.9	2.3	3.4
福島県	(137)	13.3	1.9	0.6	3.5	0.7	0.6	2.4	0.0	3.0	1.6	0.6	1.6	2.4	1.8	3.0	1.0
茨城県	(99)	11.1	0.0	2.7	0.8	1.2	0.0	3.0	0.0	0.0	0.9	3.6	1.1	3.1	1.7	2.3	0.0
栃木県	(229)	11.5	1.3	0.5	1.3	1.4	0.9	2.1	0.5	1.0	1.8	2.8	0.5	3.6	1.3	4.1	2.8
群馬県	(164)	12.6	3.4	0.6	0.0	0.0	2.5	1.3	2.1	0.0	0.0	5.0	0.0	3.2	6.0	0.7	0.5
埼玉県	(84)	12.0	2.6	0.0	1.3	0.0	0.0	0.0	1.4	1.0	1.0	2.3	0.0	4.0	5.9	2.8	0.0
千葉県	(321)	7.9	2.9	0.6	0.0	0.3	0.0	0.3	0.8	0.3	0.0	1.1	2.2	0.5	0.0	1.5	0.0
東京都	(631)	12.8	2.2	0.3	0.6	0.7	0.4	0.5	1.4	0.7	0.8	1.0	1.8	0.5	0.7	0.8	0.6
神奈川県	(356)	7.9	2.6	0.5	0.9	0.7	0.0	1.0	1.4	0.9	1.1	1.1	1.0	1.2	1.4	1.4	0.2
新潟県	(143)	9.6	4.0	0.6	0.7	2.2	7.4	0.6	2.8	3.0	2.0	1.4	3.6	0.5	4.3	2.4	3.1
富山県	(74)	17.8	1.4	0.0	1.4	0.0	0.0	0.0	1.4	1.6	3.4	0.0	0.0	0.0	3.8	2.8	4.2
石川県	(131)	12.7	3.6	0.6	0.0	4.0	0.0	0.0	0.6	0.7	1.5	1.3	0.0	1.6	0.0	3.4	1.4
福井県	(67)	12.6	1.7	0.0	0.0	1.3	1.2	0.0	1.8	0.0	1.6	0.0	2.0	1.7	0.0	0.0	1.3
山梨県	(133)	7.6	3.6	0.0	0.8	0.9	1.2	5.3	0.0	1.7	0.7	4.7	0.6	3.2	4.4	1.5	2.0
長野県	(300)	8.4	2.8	0.9	2.6	0.7	7.6	3.6	0.4	2.3	0.7	3.5	0.0	5.0	11.9	2.2	2.1
岐阜県	(128)	4.3	2.5	0.6	0.0	2.0	0.0	0.0	0.0	0.6	0.0	1.3	0.7	2.9	3.3	2.5	1.4
静岡県	(411)	6.9	0.7	0.6	0.6	1.8	0.5	1.8	1.1	0.0	0.7	2.2	2.1	1.3	2.4	2.9	2.6
愛知県	(225)	7.8	1.5	0.8	0.4	0.8	0.0	0.9	0.7	0.5	1.4	0.7	1.0	0.0	0.4	1.1	0.0
三重県	(157)	13.3	0.7	0.0	1.2	1.9	0.0	1.4	0.0	1.3	0.9	3.8	3.0	1.4	1.3	3.4	6.8
滋賀県	(72)	9.6	4.9	0.0	0.0	2.3	0.0	0.0	1.5	0.0	1.3	8.0	3.0	2.7	4.2	1.5	2.8
京都府	(286)	14.0	1.3	0.0	0.6	2.7	0.4	0.2	1.6	1.3	1.7	0.4	1.1	0.9	1.3	2.3	6.8
大阪府	(355)	11.1	1.5	0.7	0.6	0.2	0.0	0.2	2.4	0.3	0.8	0.9	0.0	0.3	0.2	0.2	1.0
兵庫県	(250)	6.8	0.8	0.3	0.3	0.6	1.1	0.4	0.7	0.7	0.8	2.3	1.4	1.0	1.5	1.0	2.5
奈良県	(76)	8.2	1.7	1.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.4	0.0	0.0	3.8	0.0	10.9
和歌山県	(132)	13.0	2.7	0.0	0.8	0.6	0.0	1.6	0.0	0.6	0.0	1.9	0.0	0.0	2.2	0.0	4.5
鳥取県	(47)	8.9	1.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.8	0.0	2.6	0.0	2.0	0.0	1.8	2.6	2.2
島根県	(52)	8.0	2.4	0.0	0.0	0.0	2.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.4	0.0	2.0	10.8
岡山県	(73)	5.9	2.5	0.0	1.2	0.0	2.9	0.0	0.0	0.0	2.4	3.0	1.9	0.5	0.0	4.8	0.0
広島県	(164)	10.9	0.0	1.8	1.2	1.3	2.8	1.3	1.0	1.0	1.8	1.1	0.5	3.4	2.5	1.3	11.8
山口県	(56)	8.0	5.2	0.0	0.0	1.9	0.0	1.4	0.0	0.0	0.0	3.3	0.0	1.5	0.0	2.2	1.9
徳島県	(38)	5.9	0.0	0.0	3.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	4.8	0.0	9.4	2.3	4.4	0.0
香川県	(66)	9.0	1.9	0.0	1.6	0.0	1.6	0.0	1.6	3.1	1.3	0.0	3.4	2.0	1.3	3.2	1.9
愛媛県	(57)	13.4	0.0	0.0	2.0	0.0	0.0	1.4	0.0	3.5	0.0	5.5	1.8	1.4	1.5	1.5	0.0
高知県	(48)	2.7	3.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.7	0.0	0.0	2.7	0.0	0.0	1.7	0.0
福岡県	(293)	10.0	0.7	0.9	0.6	0.3	0.7	1.6	2.0	1.1	1.0	0.9	0.3	0.4	1.1	2.9	1.9
佐賀県	(45)	1.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3.8	0.0	3.8	0.0	1.9	0.0	1.8	0.0	3.0	0.0
長崎県	(108)	7.7	1.6	0.0	0.8	0.8	0.0	2.0	1.7	0.9	2.3	2.3	0.8	1.8	2.8	1.8	4.2
熊本県	(108)	11.6	1.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.1	1.2	2.8	0.9	0.0	2.6	5.2	4.0	2.8
大分県	(143)	8.6	0.0	0.0	0.6	0.9	1.7	1.5	1.5	1.2	0.6	2.6	0.9	0.6	6.2	1.9	0.0
宮崎県	(59)	8.2	0.0	0.0	5.3	2.0	2.7	1.3	5.1	2.7	1.7	6.5	1.9	6.4	2.7	1.9	1.8
鹿児島県	(138)	12.4	2.4	0.9	1.0	0.0	0.0	1.6	1.9	1.5	2.9	0.6	1.5	5.7	4.4	2.2	3.5
沖縄県	(435)	26.2	1.6	2.2	1.9	2.8	0.4	0.7	1.7	2.5	1.4	2.7	20.1	6.5	1.3	3.9	6.1

資料：（公財）日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

⑧旅行先と旅行費用（表I-2-12）

交通費や宿泊費、飲食代、土産代等を含めた旅行1回一人当たりの総費用について全体で見ると、前年に続き、『2万円以上3万円未満』が最頻値となった。コロナ禍において近隣旅行の増加や宿泊数の短縮化等と関連して旅行費用の減少が続いていたが、近年の物価高の影響も受け、平均費用（概数）は7.4万円と前年から2万円プラスとなった。

都道府県別に見ると、平均費用が高いのは「北海道」、「鹿児島県」、「沖縄県」等であった。「北海道」と「沖縄県」は『10万円以上』のシェアがそれぞれ3割弱、4割弱を占め、他都道府県と比べて圧倒的に高い水準であった。

表Ⅰ-2-12　旅行先（都道府県）別の旅行費用価格帯

（単位：%）　（単位：円）

消費額／旅行先	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	平均費用（概数）	サンプル数
2024年	3.0	12.9	19.1	19.0	16.7	17.6	14.1	20.1	74,507	(9,603)
2023年	*4.1*	*13.5*	*17.1*	*15.4*	*13.6*	*13.5*	*9.8*	*13.0*	*54,229*	*(7,960)*
2019年	*3.9*	*13.6*	*18.0*	*16.2*	*13.1*	*13.1*	*9.8*	*12.3*	*53,444*	*(9,111)*
北海道	1.5	6.9	8.9	10.2	12.5	15.1	16.1	28.8	80,063	(675)
青森県	1.2	4.8	16.9	16.6	11.4	17.1	13.7	18.4	63,259	(82)
岩手県	6.5	11.5	30.7	14.1	11.1	7.1	10.6	8.4	46,776	(97)
宮城県	3.8	9.0	17.6	17.5	19.3	12.6	8.4	11.8	53,119	(173)
秋田県	5.5	17.0	11.4	18.9	17.1	20.1	8.4	1.5	41,795	(52)
山形県	6.5	11.9	16.1	14.5	16.8	11.6	10.1	12.4	55,562	(84)
福島県	1.4	22.1	22.6	14.8	14.9	6.7	12.6	4.8	42,332	(131)
茨城県	10.0	17.6	19.2	20.7	11.8	3.4	9.8	7.5	40,626	(91)
栃木県	2.6	16.1	18.9	24.9	10.9	11.7	6.8	8.1	46,057	(220)
群馬県	5.4	17.7	20.5	19.5	14.2	10.4	6.5	5.8	41,766	(159)
埼玉県	7.9	12.7	27.1	14.5	10.7	6.3	10.6	10.3	46,164	(76)
千葉県	8.0	12.4	14.9	15.2	14.8	11.0	7.2	16.5	56,401	(305)
東京都	1.7	7.1	13.2	14.7	14.2	15.9	15.8	17.4	64,822	(606)
神奈川県	4.2	15.6	19.0	16.8	13.3	11.7	10.3	9.1	48,110	(347)
新潟県	4.5	10.5	14.1	22.4	16.7	14.6	6.6	10.5	48,999	(138)
富山県	2.6	12.9	18.3	19.8	8.5	15.3	8.7	13.8	55,053	(71)
石川県	2.5	11.1	19.5	10.9	12.8	21.5	8.4	13.3	57,213	(126)
福井県	3.2	12.2	14.4	22.1	14.3	13.2	13.6	7.1	48,731	(63)
山梨県	8.4	14.9	18.4	19.2	15.0	13.4	1.9	8.8	44,643	(128)
長野県	3.3	15.3	18.2	17.3	12.1	15.3	7.4	11.1	50,393	(284)
岐阜県	2.6	13.6	22.7	16.7	15.5	9.8	9.9	9.2	48,945	(123)
静岡県	3.5	16.7	20.3	20.8	9.6	11.8	7.5	9.7	48,127	(392)
愛知県	4.8	10.5	28.2	18.6	12.0	12.4	5.2	8.2	44,847	(220)
三重県	1.8	16.5	18.2	19.6	13.9	10.7	10.6	8.8	47,119	(152)
滋賀県	10.5	19.6	21.3	6.9	21.9	9.9	8.3	1.6	36,012	(71)
京都府	2.5	11.2	18.6	12.5	10.2	12.6	15.4	17.0	62,742	(277)
大阪府	2.9	12.3	16.7	16.8	16.7	11.5	8.4	14.8	57,009	(345)
兵庫県	4.8	15.2	18.0	16.7	12.9	13.0	10.3	9.2	48,509	(240)
奈良県	8.1	11.7	19.5	7.9	23.8	11.7	7.0	10.2	48,950	(75)
和歌山県	2.0	11.7	30.4	20.3	15.3	8.5	7.4	4.4	41,552	(127)
鳥取県	1.8	21.6	16.1	19.1	18.2	11.3	6.0	6.0	45,442	(46)
島根県	0.0	12.4	16.1	8.5	21.3	12.1	10.8	18.7	62,876	(52)
岡山県	7.4	19.3	16.2	11.5	13.1	11.9	10.3	10.3	49,010	(67)
広島県	2.3	7.3	16.8	16.6	14.5	18.2	8.9	15.3	57,941	(158)
山口県	5.3	10.0	15.6	22.8	12.4	11.9	14.7	7.2	49,813	(52)
徳島県	0.0	18.9	16.4	26.6	16.2	15.7	2.4	3.8	41,575	(36)
香川県	4.5	8.2	10.3	23.7	22.1	10.1	6.8	14.3	57,431	(65)
愛媛県	5.8	9.7	17.3	16.9	6.0	18.2	13.9	12.1	56,645	(57)
高知県	0.0	14.8	13.7	12.7	15.2	22.7	14.9	5.9	50,585	(48)
福岡県	2.7	9.3	21.7	13.4	14.2	16.9	8.9	12.9	53,721	(279)
佐賀県	8.1	12.7	23.4	16.7	9.6	11.7	5.0	12.8	51,898	(44)
長崎県	2.0	16.1	13.6	12.7	7.0	9.0	19.8	19.6	63,753	(106)
熊本県	3.8	10.8	22.1	22.7	14.7	9.2	6.3	10.2	48,974	(104)
大分県	2.4	12.0	16.3	16.8	15.2	7.3	12.1	17.9	60,830	(142)
宮崎県	3.2	25.1	16.7	9.9	12.8	3.7	10.1	18.5	58,042	(58)
鹿児島県	2.4	11.4	15.9	10.5	11.8	15.5	11.6	21.0	68,849	(134)
沖縄県	1.3	2.0	4.5	8.4	8.8	17.8	17.6	39.6	97,764	(416)

（注1）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」
（注2）「よく覚えていない／わからない」と回答したサンプルを除いて集計している。
■全体の比率より15ポイント以上高い　■全体の比率より10ポイント以上高い　■全体の比率より5ポイント以上高い

⑨旅行先と満足度・再来訪意向（表Ⅰ-2-13）

旅行先での満足度を見ると、前年に比べて『大変満足』の割合が2.8ポイント減、コロナ禍前の2019年と比べても0.6ポイント減となった。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か）は、前年に比べて『大変そう思う』が0.3ポイント増、コロナ禍前の2019年と比べ0.2ポイント減となった。

満足度の全体では『満足』が最も多い割合を占め、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わかる。

再来訪希望層（『大変そう思う』＋『そう思う』＋『やや思う』）は、6～9割となり、満足度よりも都道府県によって評価は分かれる。「沖縄県」は、再来訪意向の『大変そう思う』率が5割弱を占めた。

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	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	サンプル数
2024年	32.3	43.1	18.0	5.1	1.0	0.2	0.4	5.99	(9,972)
2023年	*35.2*	*44.5*	*15.2*	*3.9*	*0.8*	*0.2*	*0.3*	*6.08*	*(8,258)*
2019年	*33.0*	*45.6*	*16.0*	*4.1*	*0.9*	*0.2*	*0.2*	*6.04*	*(9,364)*
北海道	37.5	41.5	15.2	5.2	0.5	0.0	0.2	6.10	(702)
青森県	27.9	42.6	23.6	5.9	0.0	0.0	0.0	5.92	(82)
岩手県	31.9	39.2	19.2	6.4	2.0	1.2	0.0	5.89	(100)
宮城県	31.0	41.2	18.1	6.5	2.5	0.7	0.0	5.90	(179)
秋田県	26.4	37.0	20.2	11.9	2.3	0.0	2.1	5.65	(55)
山形県	29.1	37.2	21.8	9.4	1.4	1.2	0.0	5.80	(88)
福島県	19.6	51.8	19.9	6.4	1.6	0.0	0.6	5.79	(137)
茨城県	29.0	30.9	29.9	8.5	1.8	0.0	0.0	5.77	(99)
栃木県	24.1	49.1	23.3	1.4	0.4	0.4	1.3	5.89	(229)
群馬県	25.3	48.0	19.7	5.9	1.2	0.0	0.0	5.90	(164)
埼玉県	26.1	35.7	25.7	8.7	2.7	0.0	1.1	5.69	(84)
千葉県	32.1	42.0	18.2	5.8	1.6	0.4	0.0	5.96	(321)
東京都	32.2	40.1	19.5	6.8	0.7	0.4	0.3	5.94	(631)
神奈川県	26.5	46.8	20.1	5.7	0.6	0.3	0.0	5.92	(356)
新潟県	31.1	42.0	22.3	3.8	0.0	0.0	0.8	5.97	(143)
富山県	30.9	37.2	29.0	1.1	1.8	0.0	0.0	5.94	(74)
石川県	28.4	50.7	12.9	4.9	1.6	0.0	1.4	5.94	(131)
福井県	24.9	47.5	21.5	6.2	0.0	0.0	0.0	5.91	(67)
山梨県	29.8	53.2	14.5	2.5	0.0	0.0	0.0	6.10	(133)
長野県	33.6	43.0	15.9	5.5	1.6	0.0	0.4	6.00	(300)
岐阜県	31.8	41.0	20.8	5.4	0.0	0.0	1.0	5.95	(128)
静岡県	27.9	44.5	22.2	4.4	0.4	0.0	0.7	5.92	(411)
愛知県	27.9	45.2	19.9	5.7	0.5	0.0	0.8	5.91	(225)
三重県	31.8	40.0	22.9	4.8	0.5	0.0	0.0	5.98	(157)
滋賀県	25.0	52.6	17.5	3.4	1.5	0.0	0.0	5.96	(72)
京都府	32.4	45.9	16.8	3.5	1.0	0.0	0.3	6.04	(286)
大阪府	33.6	44.3	16.0	5.4	0.0	0.0	0.6	6.04	(355)
兵庫県	27.7	47.0	20.7	3.9	0.8	0.0	0.0	5.97	(250)
奈良県	31.0	36.1	19.3	7.6	5.9	0.0	0.0	5.79	(76)
和歌山県	32.4	43.4	17.6	5.8	0.8	0.0	0.0	6.01	(132)
鳥取県	32.7	48.6	10.0	6.2	2.5	0.0	0.0	6.03	(47)
島根県	36.9	45.0	16.5	1.6	0.0	0.0	0.0	6.17	(52)
岡山県	24.9	44.7	17.2	12.1	1.2	0.0	0.0	5.80	(73)
広島県	23.2	55.8	15.9	4.6	0.7	0.0	0.0	5.96	(164)
山口県	24.3	44.9	25.9	3.1	0.0	0.0	1.9	5.83	(56)
徳島県	30.2	38.1	23.6	4.5	3.6	0.0	0.0	5.87	(38)
香川県	31.7	38.4	25.7	2.6	1.6	0.0	0.0	5.96	(66)
愛媛県	22.7	49.7	19.8	3.6	4.1	0.0	0.0	5.83	(57)
高知県	29.8	61.3	4.1	4.9	0.0	0.0	0.0	6.16	(48)
福岡県	32.9	44.9	15.9	4.7	0.7	0.4	0.5	6.01	(293)
佐賀県	20.1	52.8	17.2	1.8	8.1	0.0	0.0	5.75	(45)
長崎県	42.0	41.4	14.8	1.7	0.0	0.0	0.0	6.24	(108)
熊本県	30.0	48.2	11.3	8.1	1.0	1.5	0.0	5.94	(108)
大分県	34.3	43.3	17.9	1.9	2.0	0.6	0.0	6.04	(143)
宮崎県	33.6	36.1	16.0	11.1	3.1	0.0	0.0	5.86	(59)
鹿児島県	39.0	38.8	14.0	6.1	0.8	0.0	1.3	6.04	(138)
沖縄県	46.0	33.8	13.8	4.6	0.8	0.3	0.7	6.16	(435)

（単位：%）

旅行先＼再来訪意向（1年以内）	大変そう思う	そう思う	やや思う	どちらでもない	あまり思わない	思わない	まったく思わない	再来訪意向指数	サンプル数
2024年	29.4	31.5	19.2	11.8	4.9	2.2	1.0	5.58	(9,972)
2023年	*29.1*	*32.8*	*18.4*	*11.3*	*5.0*	*2.3*	*1.1*	*5.58*	*(8,258)*
2019年	*29.6*	*33.9*	*17.9*	*11.2*	*4.4*	*2.2*	*0.8*	*5.63*	*(9,364)*
北海道	33.7	33.9	15.2	9.7	4.0	2.3	1.2	5.72	(702)
青森県	17.2	32.5	28.2	13.1	5.3	1.1	2.6	5.30	(82)
岩手県	30.1	26.5	25.5	10.3	5.5	0.9	1.2	5.58	(100)
宮城県	29.2	33.0	17.9	13.1	3.0	3.2	0.7	5.60	(179)
秋田県	17.4	33.8	13.5	21.6	9.2	2.1	2.3	5.13	(55)
山形県	21.2	30.6	23.9	13.2	8.9	1.2	1.2	5.34	(88)
福島県	18.3	33.1	22.1	12.8	9.7	2.5	1.5	5.24	(137)
茨城県	25.1	24.3	20.3	13.9	13.6	1.6	1.2	5.24	(99)
栃木県	21.4	35.7	20.5	12.2	5.3	1.7	3.2	5.38	(229)
群馬県	20.3	30.3	25.0	14.9	5.7	1.6	2.2	5.31	(164)
埼玉県	25.2	27.3	24.3	13.9	8.1	1.3	0.0	5.44	(84)
千葉県	32.4	33.1	17.4	10.9	3.0	2.9	0.4	5.71	(321)
東京都	35.7	31.6	18.2	9.4	2.6	2.1	0.5	5.80	(631)
神奈川県	29.7	31.6	22.2	10.7	3.4	1.6	0.9	5.65	(356)
新潟県	31.6	21.3	22.9	17.1	4.9	1.5	0.6	5.51	(143)
富山県	29.9	31.1	31.4	4.3	1.4	1.8	0.0	5.78	(74)
石川県	24.7	30.6	18.7	16.2	6.1	3.1	0.6	5.40	(131)
福井県	13.1	34.8	13.0	21.8	10.9	6.4	0.0	4.98	(67)
山梨県	20.5	33.7	28.7	12.6	1.9	1.7	0.8	5.50	(133)
長野県	29.1	32.1	19.3	11.5	3.4	2.2	2.5	5.56	(300)
岐阜県	23.1	28.6	26.6	13.7	4.8	0.8	2.3	5.40	(128)
静岡県	23.9	32.8	20.2	13.3	5.9	2.7	1.3	5.42	(411)
愛知県	24.6	35.2	19.4	13.3	4.7	1.1	1.7	5.52	(225)
三重県	24.5	30.2	20.7	13.0	6.6	4.6	0.5	5.37	(157)
滋賀県	27.6	32.7	20.5	13.5	5.7	0.0	0.0	5.63	(72)
京都府	32.5	33.6	18.2	8.1	4.3	2.3	0.9	5.71	(286)
大阪府	37.0	32.4	20.2	6.7	2.2	0.9	0.7	5.90	(355)
兵庫県	26.4	33.9	17.7	13.7	4.2	2.5	1.6	5.50	(250)
奈良県	23.2	26.9	21.2	20.0	1.1	5.0	2.6	5.26	(76)
和歌山県	32.5	32.5	16.5	11.3	6.7	0.6	0.0	5.71	(132)
鳥取県	31.2	25.8	17.1	17.2	6.9	0.0	1.8	5.50	(47)
島根県	23.6	24.2	17.7	17.1	11.1	3.1	3.2	5.10	(52)
岡山県	21.4	26.9	20.4	24.3	5.3	1.7	0.0	5.30	(73)
広島県	22.6	46.1	15.0	10.7	2.5	2.4	0.8	5.65	(164)
山口県	14.5	28.3	28.6	15.8	8.4	4.5	0.0	5.11	(56)
徳島県	26.5	32.0	20.7	10.4	4.4	5.9	0.0	5.48	(38)
香川県	27.4	24.7	19.0	16.5	9.1	3.4	0.0	5.35	(66)
愛媛県	15.7	39.7	20.6	13.5	6.6	3.9	0.0	5.33	(57)
高知県	24.8	35.8	13.7	14.7	6.2	2.4	2.4	5.41	(48)
福岡県	32.8	34.9	15.3	12.5	3.5	0.8	0.3	5.78	(293)
佐賀県	28.3	28.0	15.2	11.8	10.7	3.0	3.0	5.30	(45)
長崎県	32.3	30.6	19.9	5.4	8.1	1.7	2.1	5.60	(108)
熊本県	28.8	37.1	11.8	11.6	5.5	3.4	1.8	5.55	(108)
大分県	27.1	30.6	20.3	12.0	6.8	2.0	1.2	5.48	(143)
宮崎県	19.4	27.9	15.6	23.5	8.4	5.1	0.0	5.11	(59)
鹿児島県	31.6	25.1	20.1	14.6	2.8	3.9	1.9	5.49	(138)
沖縄県	48.8	23.8	12.5	10.0	3.4	1.1	0.4	5.99	(435)

（注1）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」
（注2）満足度指数：大変満足（7点）～大変不満（1点）の7段階評価の平均値。再来訪意向指数：大変そう思う（7点）～まったく思わない（1点）の7段階評価の平均値。
■全体の比率より15ポイント以上高い　■全体の比率より10ポイント以上高い　■全体の比率より5ポイント以上高い

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）にしぼり、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、すべて「**JTBF 旅行実態調査**」（6ページ参照）による。

①マーケットセグメントと申し込み時期（表I-2-14）

コロナ禍においては、旅行が近付いてからの申し込みが多い傾向にあったが、旅行の1か月以上前（『1～2か月前』、『3～5か月前』、『半年～1年前』、『1年以上前』の合計）の割合は66.7%となり、前年（68.3%）から減少し、2019年（65.5%）に近付いた。

マーケットセグメント別に見ると、旅行が近付いてからの申し込みが多いのは「子育て中の夫婦での旅行」と「男性のひとり旅」であり、旅行の1か月前を切ってから申し込む割合は4割強であった。さらに、1週間以内が1.5割を超えており、他セグメントに比べ、旅行直前に申し込む割合が高い。対して、「子育て後の友人旅行」では、男性・女性とも旅行の1か月前までの申し込みが8割以上を占め、余裕をもって申し込む傾向にあった。

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	1年以上前	半年～1年前	3～5か月前	1～2か月前	3～4週間前	1～2週間前	4～6日前	2～3日前	出発前日	当日／出発後	サンプル数
2024年	1.1	8.4	21.9	35.3	14.6	11.1	3.1	2.6	0.9	0.9	(9,432)
2023年	*0.7*	*7.4*	*21.8*	*38.5*	*14.3*	*10.5*	*2.7*	*2.4*	*0.7*	*1.0*	*(7,970)*
2019年	*1.2*	*7.8*	*21.7*	*34.9*	*15.1*	*11.2*	*3.3*	*2.8*	*1.0*	*1.1*	*(8,953)*
家族旅行	1.2	10.3	23.9	35.1	14.3	9.2	3.0	1.7	0.6	0.6	(2,756)
乳幼児の子どもと一緒の家族旅行（小中高生を含まない）	0.7	8.8	24.3	34.7	16.0	10.0	2.5	1.7	1.1	0.1	(545)
小中高生の子どもと一緒の家族旅行（乳幼児連れも含む）	1.9	10.9	25.0	35.3	12.8	7.7	2.9	1.7	0.8	1.0	(1,062)
18歳以上のみの家族旅行	0.8	10.3	22.7	35.0	15.0	10.3	3.3	1.8	0.3	0.5	(1,149)
3世代家族旅行※	2.1	11.2	26.6	33.3	15.5	6.2	2.8	1.5	0.4	0.4	(734)
夫婦・カップル旅行	1.0	7.2	21.1	35.9	15.3	12.4	2.8	2.5	0.9	1.0	(3,254)
カップルでの旅行	1.1	5.5	19.4	35.5	15.7	14.1	2.5	3.3	1.4	1.6	(903)
夫婦での旅行（子どもなし）	0.6	9.5	23.1	35.0	16.1	10.7	2.1	2.1	0.6	0.1	(916)
子育て中の夫婦での旅行（末子が18歳未満）	3.1	8.0	16.9	28.8	16.6	11.5	5.3	5.9	1.6	2.3	(199)
子育て後の夫婦での旅行（末子が18歳以上）	0.8	6.5	21.5	38.1	14.4	12.5	3.0	1.7	0.6	0.9	(1,236)
友人旅行	1.3	10.2	23.9	37.5	12.5	10.1	2.0	1.9	0.3	0.4	(1,507)
未婚男性による友人旅行	2.2	6.0	19.0	38.8	14.3	11.6	2.3	4.8	0.4	0.5	(398)
既婚男性による友人旅行（子どもなし）	0.0	8.6	28.5	37.2	16.9	6.1	2.7	0.0	0.0	0.0	(61)
子育て中の男性による友人旅行（末子が18歳未満）	3.1	5.0	22.7	38.9	18.6	5.2	2.2	0.0	0.0	4.3	(59)
子育て後の男性による友人旅行（末子が18歳以上）	1.3	10.9	28.8	39.5	8.3	10.1	0.6	0.0	0.0	0.6	(169)
未婚女性による友人旅行	1.1	10.8	22.5	37.2	12.3	11.2	2.5	1.8	0.6	0.0	(418)
既婚女性による友人旅行（子どもなし）	0.0	9.6	30.0	31.7	15.2	10.2	2.3	0.9	0.0	0.0	(90)
子育て中の女性による友人旅行（末子が18歳未満）	0.0	28.2	22.7	22.8	9.1	17.1	0.0	0.0	0.0	0.0	(19)
子育て後の女性による友人旅行（末子が18歳以上）	0.7	15.0	27.2	37.2	10.0	8.1	1.3	0.3	0.0	0.0	(293)
ひとり旅	1.2	6.6	18.5	32.3	15.2	13.0	5.0	4.8	1.6	1.8	(1,915)
男性のひとり旅	1.3	5.7	17.0	31.4	16.3	13.2	5.1	5.9	1.7	2.4	(1,235)
女性のひとり旅	1.0	8.1	21.3	34.0	13.3	12.6	4.7	2.9	1.3	0.9	(680)

（注1）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2）「わからない」と回答したサンプルを除いて集計している。
※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ポイント以上高い　■全体の比率より10ポイント以上高い　■全体の比率より5ポイント以上高い

資料：（公財）日本交通公社「JTBF 旅行実態調査」

②マーケットセグメントと出発月・出発日（表Ⅰ-2-15）

コロナ禍においては感染状況等に応じて旅行の出発月が例年と異なる傾向にあったが、2024年の出発月は、前年、コロナ禍前同様、『8月』が最も多く、『1月』、『2月』が少ない。マーケットセグメント別に見ると、「小中高生の子どもと一緒の家族旅行」と「3世代家族旅行」は、学校が夏休みとなる『8月』に多い。

旅行の出発日については、『月～木曜日』は前年に比べると1.3ポイント減、コロナ禍前の2019年からは0.6ポイント増となった。コロナ禍前と同程度の割合であり、出発日による分散化への意識が薄れてきたものと考えられる。

出発日はマーケットセグメントによる差が大きい。「家族旅行」の出発日は子どもの年齢に大きく左右され、特に、「小中高生の子どもと一緒の家族旅行」は『夏休み』出発の割合が他セグメントに比べて高い。『月～木曜日』出発の割合が高いセグメントは、「子育て後の夫婦での旅行」、「子育て後の女性による友人旅行」等であった。

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

（単位：%）

マーケットセグメント ＼ 出発月・日	出発月												出発日							サンプル数
	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	夏休み	ゴールデンウィーク	年末年始	土曜日	日曜日・祝日	月～木曜日	金曜日	
2024年	6.0	5.7	9.1	7.5	10.0	8.0	8.0	12.0	9.0	8.1	8.6	8.0	8.3	4.1	4.0	21.0	12.9	32.3	17.5	(9,972)
2023年	*5.7*	*5.9*	*9.9*	*7.1*	*10.2*	*8.2*	*8.0*	*12.1*	*9.0*	*7.6*	*8.5*	*7.9*	*8.0*	*4.2*	*3.0*	*22.4*	*12.0*	*33.6*	*16.6*	*(8,258)*
2019年	*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*	*(9,364)*
家族旅行	6.3	5.1	9.3	7.9	10.7	6.5	8.1	14.8	7.3	7.6	8.2	8.3	13.0	5.2	6.1	22.7	12.3	22.2	18.6	(2,871)
乳幼児の子どもと一緒の家族旅行（小中高生を含まない）	6.1	5.2	6.6	8.0	10.4	9.3	6.0	14.0	6.2	8.5	10.9	8.9	9.0	3.4	5.0	25.2	13.7	20.4	23.3	(559)
小中高生の子どもと一緒の家族旅行（乳幼児連れも含む）	7.1	3.9	10.2	7.8	10.3	4.3	10.3	18.5	6.9	6.2	5.7	8.7	19.6	7.2	8.0	21.8	10.3	15.7	17.4	(1,108)
18歳以上のみの家族旅行	5.7	6.2	9.6	7.9	11.1	7.3	7.0	11.8	8.2	8.4	9.3	7.6	8.8	4.3	4.9	22.2	13.4	29.0	17.4	(1,204)
3世代家族旅行※	6.3	6.0	7.3	9.2	11.5	5.7	8.2	18.3	5.2	6.8	8.7	6.8	14.7	6.0	6.5	24.1	11.3	15.6	21.9	(759)
夫婦・カップル旅行	6.3	5.9	8.9	7.0	10.5	8.6	8.0	11.3	9.7	7.9	8.4	7.7	6.4	3.7	3.3	20.5	13.2	35.6	17.1	(3,376)
カップルでの旅行	7.2	6.8	8.7	6.9	11.3	7.7	7.2	14.6	8.2	6.4	8.0	7.0	9.2	4.5	3.7	23.8	14.3	27.0	17.5	(954)
夫婦での旅行（子どもなし）	5.9	4.6	7.7	8.2	9.0	9.7	8.1	11.5	10.3	7.7	8.4	8.9	5.9	4.8	4.5	23.5	12.6	29.3	19.4	(945)
子育て中の夫婦での旅行（末子が18歳未満）	6.4	7.5	6.3	5.9	10.8	5.8	7.7	12.9	6.6	8.7	12.8	8.6	7.9	5.0	3.8	29.2	16.0	14.6	23.4	(206)
子育て後の夫婦での旅行（末子が18歳以上）	5.8	5.9	10.5	6.4	10.9	8.8	8.5	8.5	10.8	9.0	7.9	7.1	4.5	2.1	1.9	14.5	12.4	50.4	14.2	(1,271)
友人旅行	4.8	7.1	9.0	6.8	8.5	8.3	7.8	10.2	10.3	9.7	10.2	7.4	6.2	3.6	2.5	21.7	12.6	34.8	18.6	(1,586)
未婚男性による友人旅行	4.8	7.0	8.7	7.2	8.9	7.5	5.1	15.6	5.9	10.2	9.9	9.2	8.8	4.9	3.1	24.6	12.0	25.1	21.5	(419)
既婚男性による友人旅行（子どもなし）	6.6	5.4	7.6	2.6	9.2	10.3	8.8	10.5	7.8	8.1	11.7	11.5	6.5	5.5	4.6	21.9	10.0	31.9	19.5	(63)
子育て中の男性による友人旅行（末子が18歳未満）	1.3	4.2	10.5	8.0	5.7	15.8	4.5	17.2	4.0	8.3	10.3	10.1	4.3	0.0	4.7	32.7	15.9	34.3	8.2	(61)
子育て後の男性による友人旅行（末子が18歳以上）	3.3	4.9	8.2	5.1	4.6	11.1	10.6	9.0	14.7	10.7	12.0	5.9	4.6	2.2	1.5	18.8	16.6	39.5	16.7	(176)
未婚女性による友人旅行	6.1	9.5	9.3	7.1	8.6	5.5	7.1	8.5	13.0	9.4	9.2	6.7	7.2	4.1	2.5	21.4	9.2	33.7	21.8	(443)
既婚女性による友人旅行（子どもなし）	7.9	8.1	9.3	6.9	7.4	8.0	10.8	7.0	14.3	8.1	11.1	1.1	4.3	2.9	1.7	18.2	12.1	40.7	20.0	(97)
子育て中の女性による友人旅行（末子が18歳未満）	4.5	4.7	13.1	0.0	19.0	5.9	15.2	0.0	0.0	9.3	11.5	16.9	0.0	0.0	5.6	26.1	21.1	37.8	9.4	(19)
子育て後の女性による友人旅行（末子が18歳以上）	3.0	5.9	9.0	7.8	10.0	10.0	9.8	6.1	10.9	10.1	10.4	6.8	3.3	2.6	1.3	18.4	15.5	45.9	13.1	(308)
ひとり旅	5.9	5.5	9.2	8.3	9.6	8.4	8.2	10.7	8.7	8.2	8.6	8.7	6.6	3.6	3.1	18.6	13.4	38.6	16.1	(1,984)
男性のひとり旅	6.8	5.4	9.0	8.5	9.0	6.8	8.5	11.8	8.1	8.9	8.9	8.2	7.1	3.6	2.9	19.5	13.7	37.3	15.9	(1,284)
女性のひとり旅	4.3	5.7	9.6	8.0	10.5	11.2	7.8	8.6	9.9	6.9	8.0	9.6	5.6	3.7	3.5	16.9	13.0	41.0	16.4	(700)

（注）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ポイント以上高い　■全体の比率より10ポイント以上高い　■全体の比率より5ポイント以上高い

資料：（公財）日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

③マーケットセグメントと交通手段

●旅行先までの主な交通手段（表I-2-16）

コロナ禍においては『列車』や『飛行機』等の公共交通機関の利用率が大幅に減少、『自家用車』の利用率が高まったが、2021年をピークに減少し始め、2024年の『自家用車』利用率は37.7％と前年から2.5ポイント減、コロナ禍前の2019年から2.2ポイント減となった。一方、公共交通機関の『列車』と『飛行機』については、対前年、対2019年ともに増となった。『バス・貸切バス』については、対前年、対2019年ともに減となった。

「家族旅行」は『自家用車』利用率が他セグメントに比べて高く、特に、「乳幼児の子どもと一緒の家族旅行」、「小中高生の子どもと一緒の家族旅行」ではそれぞれ5割を超えた。「夫婦・カップル旅行」も『自家用車』利用率が高く、特に、『子育て後の夫婦での旅行』では5.5割を占めた。「友人旅行」はセグメントにより傾向が異なる。「ひとり旅」では『列車』及び『飛行機』の利用率が他セグメントに比べ高い。特に、「女性のひとり旅」の『列車』利用率は5割弱を占める。一方、『自家用車』利用は男性で2割、女性では1割にとどまった。

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：％）

旅行先までの主な交通手段／マーケットセグメント	自家用車			列車			飛行機			バス・貸切バス	レンタカー			その他	サンプル数
		高速道路利用	高速道路利用なし		新幹線・有料特急利用	新幹線・有料特急利用なし		JAL・ANA利用	JAL・ANA以外利用			高速道路利用	高速道路利用なし		
2024年	37.7	30.3	7.4	30.0	23.2	6.8	23.6	17.0	6.5	3.9	3.8	3.0	0.8	1.1	(9,972)
2023年	*40.2*	*32.3*	*7.9*	*29.6*	*22.7*	*6.9*	*22.1*	*16.8*	*5.3*	*4.2*	*2.9*	*2.4*	*0.5*	*1.0*	*(8,258)*
2019年	*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*	*(9,364)*
家族旅行	48.6	41.7	6.8	24.7	19.3	5.4	20.4	15.3	5.0	1.9	3.8	3.2	0.6	0.8	(2,871)
乳幼児の子どもと一緒の家族旅行（小中高生を含まない）	52.4	45.5	6.8	22.6	16.0	6.6	19.2	14.7	4.4	0.4	5.1	4.6	0.6	0.3	(559)
小中高生の子どもと一緒の家族旅行（乳幼児連れも含む）	51.9	46.7	5.1	21.0	16.6	4.5	21.6	16.9	4.7	1.6	3.2	2.7	0.4	0.7	(1,108)
18歳以上のみの家族旅行	43.7	35.3	8.4	29.1	23.4	5.7	19.7	14.2	5.6	2.8	3.7	3.0	0.7	1.0	(1,204)
3世代家族旅行※	48.1	43.1	5.0	23.2	16.6	6.6	22.3	17.5	4.8	0.7	5.1	4.7	0.4	0.6	(759)
夫婦・カップル旅行	45.4	36.0	9.4	25.6	20.1	5.5	21.5	15.7	5.8	2.4	4.2	3.4	0.9	0.9	(3,376)
カップルでの旅行	32.9	25.8	7.1	37.8	29.5	8.3	18.9	13.0	5.9	2.9	7.0	5.8	1.2	0.5	(954)
夫婦での旅行（子どもなし）	46.6	37.9	8.7	21.5	16.5	5.0	25.5	18.0	7.5	1.6	4.0	3.3	0.7	0.8	(945)
子育て中の夫婦での旅行（末子が18歳未満）	38.6	31.6	7.0	23.6	16.0	7.6	26.7	19.6	7.1	1.6	8.6	6.1	2.5	0.8	(206)
子育て後の夫婦での旅行（末子が18歳以上）	55.1	43.1	12.0	19.8	16.3	3.5	19.6	15.4	4.2	2.8	1.6	1.1	0.5	1.2	(1,271)
友人旅行	27.3	21.6	5.7	34.0	26.8	7.2	25.3	17.0	8.3	6.4	5.4	4.3	1.1	1.6	(1,586)
未婚男性による友人旅行	28.4	24.3	4.1	33.4	25.9	7.4	23.7	15.3	8.5	5.4	7.5	5.7	1.7	1.6	(419)
既婚男性による友人旅行（子どもなし）	38.2	26.1	12.1	22.7	22.7	0.0	29.0	22.1	6.9	1.3	8.8	5.0	3.8	0.0	(63)
子育て中の男性による友人旅行（末子が18歳未満）	44.5	41.1	3.4	26.7	17.1	9.7	25.7	15.8	9.9	1.3	1.8	0.0	1.8	0.0	(61)
子育て後の男性による友人旅行（末子が18歳以上）	46.4	35.7	10.7	20.2	15.0	5.1	15.7	12.4	3.2	9.8	4.3	4.3	0.0	3.6	(176)
未婚女性による友人旅行	14.0	11.3	2.7	39.7	32.8	6.9	31.7	20.0	11.7	7.3	6.6	5.3	1.4	0.6	(443)
既婚女性による友人旅行（子どもなし）	22.3	16.9	5.4	32.8	24.8	8.0	30.1	25.1	5.0	7.5	4.2	4.2	0.0	3.0	(97)
子育て中の女性による友人旅行（末子が18歳未満）	22.3	17.8	4.5	21.8	21.8	0.0	56.0	27.7	28.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	(19)
子育て後の女性による友人旅行（末子が18歳以上）	29.9	21.5	8.4	39.7	30.2	9.5	19.4	13.5	5.9	6.6	2.3	1.9	0.3	2.2	(308)
ひとり旅	16.3	10.3	6.0	42.2	31.5	10.8	31.2	22.3	8.9	7.0	1.8	1.1	0.8	1.4	(1,984)
男性のひとり旅	20.3	12.6	7.7	39.3	27.9	11.4	30.4	21.9	8.6	6.3	2.1	1.5	0.6	1.6	(1,284)
女性のひとり旅	9.1	6.2	2.9	47.6	38.0	9.6	32.6	23.2	9.4	8.3	1.3	0.2	1.1	1.1	(700)

（注）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ポイント以上高い　■全体の比率より10ポイント以上高い　■全体の比率より5ポイント以上高い

資料：（公財）日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

●旅行先での主な交通手段（表Ⅰ-2-17）

旅行先での交通手段は、旅行先までの交通手段同様、多くのセグメントにおいて、前年と比較して『自家用車』が減少、『列車』や『路線バス』、『飛行機』等の公共交通機関が微増した。

「家族旅行」での『自家用車』利用率は、「乳幼児の子どもと一緒の家族旅行」、「小中高生の子どもと一緒の家族旅行」、「3世代家族旅行」で高く、それぞれ4割を超えた。「夫婦・カップル旅行」では、「子育て後の夫婦での旅行」の5割弱が自家用車を利用した。「友人旅行」では、ライフステージによって特徴が異なる。「未婚男性による友人旅行」では『レンタカー』、「子育て後の男性による友人旅行」では『自家用車』、「未婚女性による友人旅行」では『列車』と『レンタカー』、「子育て後の女性による友人旅行」では『貸切バス・定期観光バス』が全体の比率よりも5ポイント以上高い。「ひとり旅」は、半数以上が『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：%）

マーケットセグメント ＼ 旅行先での主な交通手段	自家用車	列車	レンタカー	路線バス	タクシー・ハイヤー	飛行機	貸切バス・定期観光バス	観光客向けの巡回バス等	船（フェリー、観光船、屋形船等）	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
2024年	33.7	33.0	15.6	14.2	8.4	7.0	5.5	3.6	2.2	1.7	0.9	8.6	(9,972)
2023年	*36.5*	*32.9*	*14.2*	*13.9*	*8.1*	*5.3*	*5.5*	*3.4*	*2.8*	*1.7*	*0.6*	*8.2*	*(8,258)*
2019年	*37.5*	*29.7*	*13.6*	*14.1*	*8.5*	*8.1*	*7.3*	*3.9*	*2.9*	*1.4*	*1.1*	*7.2*	*(9,364)*
家族旅行	42.2	26.8	17.4	11.4	9.7	8.3	4.2	4.5	2.5	1.6	0.4	8.4	(2,871)
乳幼児の子どもと一緒の家族旅行（小中高生を含まない）	43.4	21.9	19.8	10.5	8.3	10.9	3.7	5.3	1.6	1.2	0.5	7.8	(559)
小中高生の子どもと一緒の家族旅行（乳幼児連れも含む）	46.3	27.4	18.1	9.1	10.3	8.8	2.3	4.2	2.4	2.1	0.1	8.0	(1,108)
18歳以上のみの家族旅行	37.8	28.6	15.6	14.1	9.9	6.5	6.1	4.4	3.1	1.4	0.5	9.0	(1,204)
3世代家族旅行※	43.3	25.1	22.5	9.7	11.3	12.0	4.6	6.7	3.0	3.3	0.0	5.9	(759)
夫婦・カップル旅行	39.6	26.3	16.6	11.9	6.7	6.4	5.3	3.4	2.0	1.5	0.7	8.8	(3,376)
カップルでの旅行	30.3	37.5	19.6	15.3	8.1	6.7	3.2	3.9	2.1	2.8	0.3	6.9	(954)
夫婦での旅行（子どもなし）	40.8	25.1	17.7	11.3	6.1	6.7	4.4	3.8	1.7	0.9	0.4	9.5	(945)
子育て中の夫婦での旅行（末子が18歳未満）	33.3	21.4	26.4	13.8	12.3	18.7	6.9	6.0	1.3	4.9	0.0	5.0	(206)
子育て後の夫婦での旅行（末子が18歳以上）	46.8	19.5	12.0	9.5	5.2	4.0	7.3	2.2	2.4	0.3	1.3	10.2	(1,271)
友人旅行	25.4	35.6	18.4	14.5	10.6	7.1	6.9	3.2	2.8	2.0	1.3	8.5	(1,586)
未婚男性による友人旅行	28.0	35.3	21.7	12.3	7.0	9.9	3.9	2.8	1.2	1.8	0.7	8.4	(419)
既婚男性による友人旅行（子どもなし）	36.1	28.6	19.9	13.3	11.5	8.9	3.0	2.6	5.9	3.0	0.0	5.2	(63)
子育て中の男性による友人旅行（末子が18歳未満）	32.0	32.8	25.5	11.8	15.6	4.6	9.2	2.2	7.1	0.0	0.0	10.8	(61)
子育て後の男性による友人旅行（末子が18歳以上）	38.9	18.7	16.9	9.1	11.4	2.0	8.7	0.5	1.3	0.6	3.8	11.1	(176)
未婚女性による友人旅行	14.4	46.9	20.7	18.3	10.1	8.9	6.7	3.3	2.5	2.9	0.5	7.3	(443)
既婚女性による友人旅行（子どもなし）	21.1	34.7	18.2	11.0	8.7	6.2	3.2	3.3	1.9	3.4	2.1	10.6	(97)
子育て中の女性による友人旅行（末子が18歳未満）	15.3	56.7	16.7	22.8	37.7	17.6	0.0	11.0	10.8	6.3	0.0	8.7	(19)
子育て後の女性による友人旅行（末子が18歳以上）	28.1	30.8	9.6	16.7	13.3	3.2	12.1	5.3	4.7	1.3	2.3	8.7	(308)
ひとり旅	17.0	51.8	9.6	22.6	7.6	6.8	6.3	3.1	1.7	2.1	1.4	8.5	(1,984)
男性のひとり旅	19.3	49.5	11.9	23.4	7.8	7.2	4.4	3.0	1.7	2.1	1.6	8.2	(1,284)
女性のひとり旅	12.9	56.0	5.6	21.1	7.1	6.1	9.7	3.1	1.7	2.0	1.1	9.0	(700)

（注）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ポイント以上高い　■全体の比率より10ポイント以上高い　■全体の比率より5ポイント以上高い

資料：（公財）日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

④マーケットセグメントと最も楽しみにしていたこと（表I-2-18）

『おいしいものを食べること』は多くのセグメントにおいて最多となり、特に、「カップルでの旅行」は全体の比率よりも5ポイント以上高い。『温泉に入ること』は「子育て後の夫婦での旅行」や「既婚女性による友人旅行（子どもなし）」等で最多となった。『自然景観を見ること』と『文化的な名所を見ること』は突出して目立つセグメントはない。『観光・文化施設を訪れること』は「家族旅行」において全体よりも高い。『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」、『芸術・音楽・スポーツ等の観劇・鑑賞・観戦』は「未婚女性による友人旅行」や「女性のひとり旅」で特徴的な楽しみとなっている。

このように、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。

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

（単位：%）

最も楽しみにしていたこと ＼ マーケットセグメント	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	観光・文化施設（水族館や美術館、テーマパーク等）を訪れること	文化的な名所（史跡、寺社仏閣等）を見ること	スポーツやアウトドア活動を楽しむこと	芸術・音楽・スポーツ等の観劇・鑑賞・観戦	街や都市を訪れること	帰省、冠婚葬祭関連、親族や知人訪問	自然の豊かさを体験すること	目当ての宿泊施設に泊まること	買い物をすること	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
2024年	20.2	13.4	10.6	9.7	9.2	6.2	5.8	5.2	3.8	3.7	3.4	3.0	2.2	1.4	2.3	(9,972)
2023年	*20.7*	*14.3*	*10.4*	*9.3*	*9.6*	*5.9*	*6.1*	*4.9*	*3.9*	*3.5*	*3.6*	*2.9*	*2.2*	*1.0*	*1.8*	*(8,258)*
2019年	*18.7*	*15.4*	*12.2*	*9.3*	*11.7*	*6.2*	*5.0*	*4.0*	*4.0*	*3.2*	*2.5*	*2.9*	*1.9*	*1.0*	*2.1*	*(9,364)*
家族旅行	19.3	14.6	9.5	15.7	8.0	6.5	2.8	4.7	4.0	3.7	3.5	2.9	1.8	1.3	1.6	(2,871)
乳幼児の子どもと一緒の家族旅行（小中高生を含まない）	18.4	13.4	10.1	17.7	2.2	8.7	1.6	4.6	6.0	4.3	3.7	4.6	1.7	1.5	1.5	(559)
小中高生の子どもと一緒の家族旅行（乳幼児連れも含む）	18.9	12.0	8.8	20.9	8.3	7.4	2.4	4.4	2.9	4.3	3.6	2.2	1.6	0.8	1.5	(1,108)
18歳以上のみの家族旅行	20.1	17.6	9.9	9.9	10.6	4.7	3.9	5.0	4.1	3.0	3.2	2.7	2.0	1.7	1.7	(1,204)
3世代家族旅行※	17.9	16.4	10.4	15.8	5.3	6.5	1.5	4.5	4.8	4.7	4.1	3.0	1.7	1.5	1.8	(759)
夫婦・カップル旅行	22.5	17.1	11.8	7.3	9.7	4.5	3.6	4.8	2.9	3.8	4.0	3.3	1.7	1.5	1.5	(3,376)
カップルでの旅行	25.9	12.4	11.6	11.0	7.8	3.8	3.4	6.0	1.0	3.9	3.7	4.6	1.8	2.0	1.2	(954)
夫婦での旅行（子どもなし）	24.6	17.5	11.6	7.7	7.6	5.6	3.6	5.0	2.9	3.3	3.8	3.1	1.1	1.4	1.2	(945)
子育て中の夫婦での旅行（末子が18歳未満）	19.1	9.0	14.0	5.5	13.6	8.1	4.3	4.8	4.3	3.5	3.0	1.1	5.8	3.5	0.4	(206)
子育て後の夫婦での旅行（末子が18歳以上）	18.9	21.8	11.7	4.4	12.2	3.7	3.5	3.7	4.2	4.2	4.6	2.8	1.4	0.9	2.1	(1,271)
友人旅行	21.6	10.9	10.9	8.7	8.7	9.7	7.8	4.5	2.1	3.5	2.9	2.5	2.3	1.3	2.7	(1,586)
未婚男性による友人旅行	22.5	7.6	12.5	8.4	11.2	12.1	4.0	5.3	1.5	3.4	2.6	2.7	3.3	1.0	2.0	(419)
既婚男性による友人旅行（子どもなし）	19.5	12.0	5.9	3.3	7.4	18.4	8.1	8.6	3.2	2.7	3.3	6.2	0.0	1.3	0.0	(63)
子育て中の男性による友人旅行（末子が18歳未満）	14.1	14.5	12.6	10.4	13.6	11.4	2.0	11.4	1.3	0.0	0.0	0.0	2.2	3.5	3.0	(61)
子育て後の男性による友人旅行（末子が18歳以上）	21.8	13.3	13.5	2.3	10.2	21.9	4.0	3.5	0.0	1.7	1.3	0.7	0.5	1.6	3.9	(176)
未婚女性による友人旅行	22.0	8.3	11.0	12.2	5.4	5.2	14.6	4.1	2.4	3.4	2.7	2.5	3.2	1.6	1.4	(443)
既婚女性による友人旅行（子どもなし）	16.3	20.9	4.7	11.2	6.5	6.9	10.0	3.8	1.9	6.7	2.2	3.1	3.2	1.4	1.1	(97)
子育て中の女性による友人旅行（末子が18歳未満）	26.1	0.0	10.3	22.4	4.4	0.0	5.1	16.0	6.3	0.0	4.4	0.0	5.1	0.0	0.0	(19)
子育て後の女性による友人旅行（末子が18歳以上）	23.2	14.4	9.7	6.9	9.5	5.1	6.2	1.9	3.2	4.6	5.2	2.8	0.9	0.5	5.8	(308)
ひとり旅	16.6	7.0	10.1	6.5	10.5	5.9	12.3	7.2	6.3	3.7	2.3	3.0	3.4	1.5	3.8	(1,984)
男性のひとり旅	17.2	8.3	10.5	6.7	11.0	6.8	9.4	7.7	5.1	3.9	2.1	2.8	3.0	1.5	4.0	(1,284)
女性のひとり旅	15.5	4.6	9.4	6.0	9.5	4.3	17.5	6.2	8.6	3.3	2.6	3.4	4.2	1.5	3.4	(700)

（注）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ポイント以上高い　■全体の比率より10ポイント以上高い　■全体の比率より5ポイント以上高い

資料：（公財）日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

⑤マーケットセグメントと宿泊施設（表I-2-19）

前年同様、すべてのセグメントにおいて『ホテル』がトップを占めた。『ビジネスホテル』は「ひとり旅」で、『リゾートホテル』は、「乳幼児・小中高生の子どもと一緒の家族旅行」と「3世代家族旅行」で高い利用率となった。

『旅館』は「3世代家族旅行」で、『実家・親戚・知人宅』は「女性のひとり旅」において、他セグメントに比べて高い利用率であった。

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

（単位：%）

マーケットセグメント ＼ 宿泊施設	ホテル				旅館			実家・親戚・知人宅	民宿・ペンション・ロッジ	別荘・リゾートマンション・会員制の宿泊施設	キャンプ・オートキャンプ	ゲストハウス	公共の宿	民泊	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		旅館（比較的規模大）	旅館（比較的規模小）									
2024年	65.6	27.6	22.7	19.7	24.4	14.6	10.6	5.8	3.5	2.5	2.0	1.5	1.5	0.7	1.8	(9,972)
2023年	*64.9*	*26.8*	*21.7*	*20.6*	*25.0*	*15.2*	*10.4*	*6.0*	*3.3*	*2.3*	*2.1*	*1.2*	*1.4*	*0.6*	*1.6*	*(8,258)*
2019年	*62.2*	*24.3*	*22.9*	*19.4*	*27.0*	*16.9*	*10.8*	*7.4*	*4.2*	*2.5*	*1.7*	－	1.8	－	*1.8*	*(9,364)*
家族旅行	60.6	16.9	31.1	17.2	30.3	19.4	12.1	5.5	4.3	3.1	2.6	1.2	1.7	0.7	1.2	(2,871)
乳幼児の子どもと一緒の家族旅行（小中高生を含まない）	58.6	14.0	36.1	14.3	30.9	19.0	13.5	6.7	5.1	2.6	3.6	2.7	1.6	0.8	0.4	(559)
小中高生の子どもと一緒の家族旅行（乳幼児連れも含む）	62.8	15.8	33.0	18.1	27.9	19.4	9.7	5.7	4.0	2.4	1.8	1.1	2.2	0.8	1.4	(1,108)
18歳以上のみの家族旅行	59.6	19.4	26.9	17.7	32.3	19.5	13.7	4.7	4.2	4.0	2.9	0.4	1.4	0.5	1.3	(1,204)
3世代家族旅行※	56.1	11.7	37.0	13.3	35.2	24.7	12.0	4.2	7.1	4.6	4.1	2.1	2.7	1.1	1.0	(759)
夫婦・カップル旅行	65.3	24.2	24.8	21.6	28.3	16.8	12.5	4.1	3.2	2.9	1.8	0.6	1.3	0.5	1.7	(3,376)
カップルでの旅行	70.9	29.4	23.7	21.9	23.2	13.8	10.2	2.6	3.6	3.9	1.4	0.8	0.9	0.5	0.4	(954)
夫婦での旅行（子どもなし）	63.8	26.3	21.1	22.8	29.2	16.9	14.0	4.6	3.7	1.5	2.5	1.0	1.2	0.5	1.7	(945)
子育て中の夫婦での旅行（末子が18歳未満）	59.9	21.4	24.2	20.6	26.5	18.6	8.3	4.7	6.4	4.8	5.3	0.4	4.0	2.6	2.0	(206)
子育て後の夫婦での旅行（末子が18歳以上）	63.0	19.2	28.4	20.6	31.8	18.7	13.9	4.6	2.0	3.0	1.1	0.2	1.3	0.2	2.8	(1,271)
友人旅行	64.8	28.5	19.3	20.1	22.4	13.5	9.6	4.6	4.7	2.3	1.7	2.2	1.9	1.1	1.8	(1,586)
未婚男性による友人旅行	62.3	27.2	16.5	21.8	22.8	14.4	9.6	6.3	5.5	2.2	2.4	3.7	1.3	1.5	1.3	(419)
既婚男性による友人旅行（子どもなし）	69.2	35.8	16.8	18.0	15.1	10.6	4.5	2.7	6.9	1.3	4.8	1.4	1.6	1.7	1.6	(63)
子育て中の男性による友人旅行（末子が18歳未満）	62.6	40.5	13.8	9.7	26.0	16.4	9.6	0.0	4.7	5.1	3.1	1.7	3.1	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）	60.4	28.0	26.1	10.5	26.0	17.6	9.5	1.4	4.5	3.5	2.1	0.9	2.6	0.0	4.2	(176)
未婚女性による友人旅行	74.4	36.0	17.6	24.6	16.5	9.7	7.3	5.9	3.3	1.1	1.4	2.2	0.6	0.8	0.9	(443)
既婚女性による友人旅行（子どもなし）	61.1	26.0	16.4	18.7	25.2	11.1	14.1	3.0	5.3	3.8	1.0	0.0	4.5	0.9	0.0	(97)
子育て中の女性による友人旅行（末子が18歳未満）	86.5	40.9	27.7	17.8	9.0	4.6	4.4	0.0	0.0	4.5	0.0	0.0	0.0	4.5	0.0	(19)
子育て後の女性による友人旅行（末子が18歳以上）	56.4	15.9	23.5	19.9	29.0	16.8	12.8	4.3	5.3	2.7	0.4	2.0	3.2	1.4	3.8	(308)
ひとり旅	74.4	48.8	9.4	20.0	10.5	5.1	5.7	10.3	2.1	1.0	1.7	2.9	1.3	0.9	2.5	(1,984)
男性のひとり旅	75.2	53.4	9.0	17.4	11.2	5.0	6.4	7.4	2.4	1.0	2.5	2.6	1.4	1.0	2.7	(1,284)
女性のひとり旅	72.8	40.3	10.2	24.7	9.2	5.2	4.3	15.6	1.6	1.1	0.1	3.4	1.0	0.5	2.1	(700)

（注）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ポイント以上高い　■全体の比率より10ポイント以上高い　■全体の比率より5ポイント以上高い

資料：（公財）日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

⑥マーケットセグメントと宿泊数（表I-2-20）

「ひとり旅」はスケジュール面をはじめ制約の少なさ等が影響していることから、平均宿泊数が2.10泊と他のセグメントに比べて長い傾向にある。「男性のひとり旅」は2.12泊と女性より長い。

一方で、宿泊数が短い傾向にあるのは「友人旅行」の1.81泊であった。異なる勤め先や家庭環境をもつ者同士での日程調整の難しさが、短期間旅行を選ぶ背景にあると推察される。

（五木田玲子）

表Ⅰ-2-20　マーケットセグメント（同行者×ライフステージ）別の宿泊数

（単位：%）　（単位：泊）

マーケットセグメント ＼ 宿泊数	1泊	2泊	3泊	4泊	5泊以上	平均宿泊数	サンプル数
2024年	46.2	30.4	13.9	4.8	4.7	1.95	(9,972)
2023年	*49.7*	*30.2*	*12.3*	*3.9*	*3.9*	*1.85*	*(8,258)*
2019年	*50.7*	*29.2*	*12.1*	*3.7*	*4.4*	*1.85*	*(9,364)*
家族旅行	45.6	30.3	14.8	5.5	3.8	1.94	(2,871)
乳幼児の子どもと一緒の家族旅行（小中高生を含まない）	40.6	32.4	17.6	5.6	3.8	2.02	(559)
小中高生の子どもと一緒の家族旅行（乳幼児連れも含む）	47.0	29.4	14.2	5.4	4.0	1.92	(1,108)
18歳以上のみの家族旅行	46.6	30.1	14.1	5.4	3.7	1.92	(1,204)
3世代家族旅行※	36.4	29.5	21.5	7.4	5.2	2.18	(759)
夫婦・カップル旅行	46.7	29.3	14.3	4.8	4.8	1.96	(3,376)
カップルでの旅行	46.1	32.1	15.3	3.5	3.0	1.87	(954)
夫婦での旅行（子どもなし）	47.6	28.6	13.2	5.9	4.7	1.95	(945)
子育て中の夫婦での旅行（末子が18歳未満）	39.3	28.5	16.9	9.9	5.4	2.15	(206)
子育て後の夫婦での旅行（末子が18歳以上）	47.8	27.9	14.0	4.1	6.3	2.00	(1,271)
友人旅行	49.8	31.8	11.5	3.8	3.2	1.81	(1,586)
未婚男性による友人旅行	45.9	34.0	11.6	4.8	3.6	1.87	(419)
既婚男性による友人旅行（子どもなし）	46.7	32.3	10.7	3.5	6.8	2.01	(63)
子育て中の男性による友人旅行（末子が18歳未満）	41.0	38.1	12.0	7.3	1.7	1.91	(61)
子育て後の男性による友人旅行（末子が18歳以上）	62.0	24.4	6.7	3.0	3.8	1.65	(176)
未婚女性による友人旅行	46.6	34.3	12.7	3.3	3.1	1.83	(443)
既婚女性による友人旅行（子どもなし）	56.0	27.0	14.0	2.2	0.8	1.67	(97)
子育て中の女性による友人旅行（末子が18歳未満）	46.4	32.0	15.9	0.0	5.6	1.86	(19)
子育て後の女性による友人旅行（末子が18歳以上）	53.0	29.4	11.5	3.6	2.4	1.75	(308)
ひとり旅	42.4	31.4	14.2	4.9	7.1	2.10	(1,984)
男性のひとり旅	41.5	32.5	13.8	4.9	7.2	2.12	(1,284)
女性のひとり旅	44.0	29.4	14.9	4.7	7.0	2.07	(700)

（注）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ポイント以上高い　■全体の比率より10ポイント以上高い　■全体の比率より5ポイント以上高い
■平均宿泊数が全体平均値より0.5泊以上多い（平均宿泊数については、7泊以上は7泊と仮定して算出）

Ⅰ-3 日本人の海外旅行

1 2024年の概況

2024年の日本人出国者数は
パンデミック以降徐々に回復基調

(1)日本人出国者の動向(表Ⅰ-3-1、図Ⅰ-3-1)

法務省の「出入国管理統計」によると、日本人の海外出国者数は2019年には過去最高記録の20,081千人となり、2017年3月に閣議決定した「観光立国推進計画」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。

しかし、その後、新型コロナウイルス感染症によるパンデミックの発生により出国者数は大きく減少し、2024年現在でも、2019年水準の65%程度である。

(2)主な要因

2020年初頭に発生した新型コロナウイルス感染症によるパンデミック発生により渡航制限のあおりがある中、全世界的な円安傾向が拍車をかけ、日本人の海外への渡航意欲が、減退していると推察される。今後は、為替の影響等が懸念されるものの段階的に回復傾向になるものと期待される。

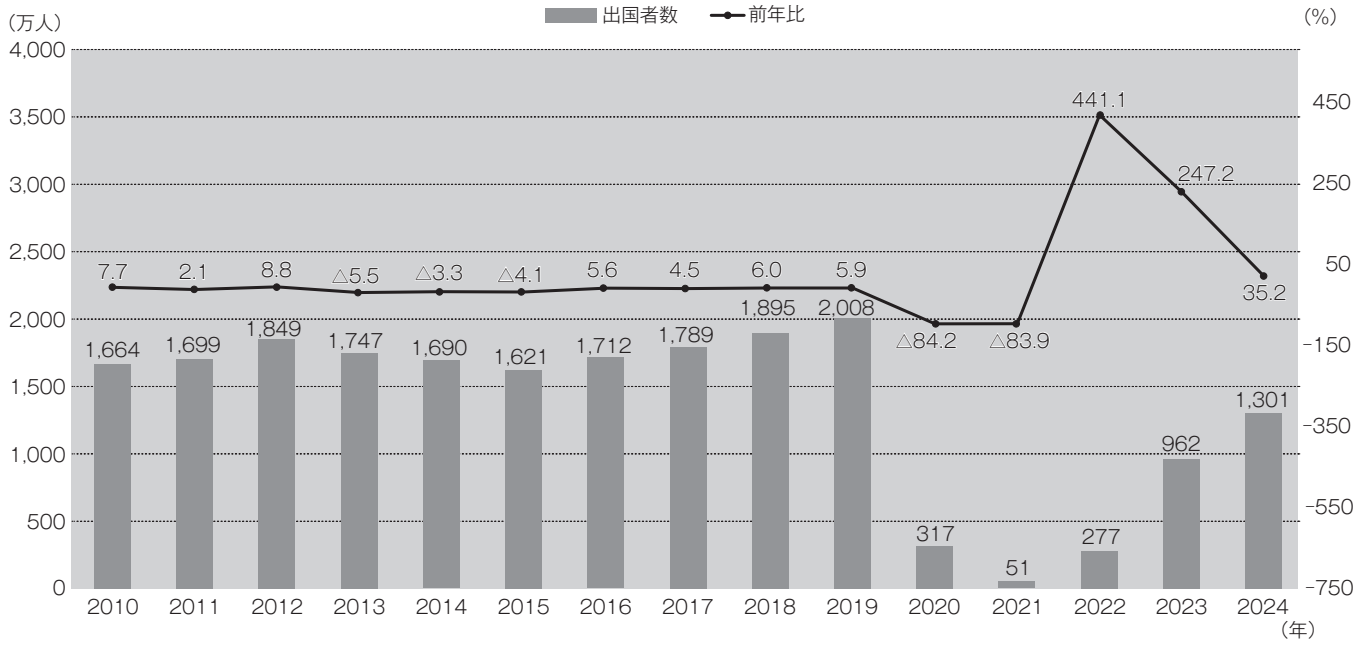
表Ⅰ-3-1　日本人出国者数の推移

(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(%)
2019年	20,081	5.9	14,257	4.1	1,494	47.3	4,330	2.1
2020年	3,174	△84.2	−	−	−	−	−	−
2021年	512	△83.9	−	−	−	−	−	−
2022年	2,772	441.1	−	−	−	−	−	−
2023年	9,624	247.2	6,615	−	918	−	2,091	−
2024年	13,007	35.2	9,516	43.8	691	△24.7	2,801	33.9

(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)「旅行・観光消費動向調査」のうち「海外旅行」は、新型コロナウイルス感染症の影響により、2020～2022年は海外旅行を実施した票を得られなかったため、年間値の該当数値は公表されていない。
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　日本人出国者数の推移



資料：法務省「出入国管理統計」をもとに(公財)日本交通公社作成

(3) 日本人出国者数の内訳（表Ⅰ-3-2、図Ⅰ-3-2）

2024年の出国者数は渡航制限の影響のあった前年を全体として、上回った。年代別では、すべての年代で前年からの回復が見られる。2019年時と比較すると、男性の30代、40代を中心に、回復が鈍い。

旅行平均回数では、女性20代が0.30回となり、男女の他の世代を大きく引き離す。

一方で、男性の30代～50代の旅行平均回数が2019年時と比較し、最も回復が鈍く、出張・業務での渡航の頻度が抑えられていることが推察される。コロナ禍の影響で、オンラインミーティングの環境が整備され、海外出張については、現地に赴く必要性に応じて行っている現状があると考えられる。

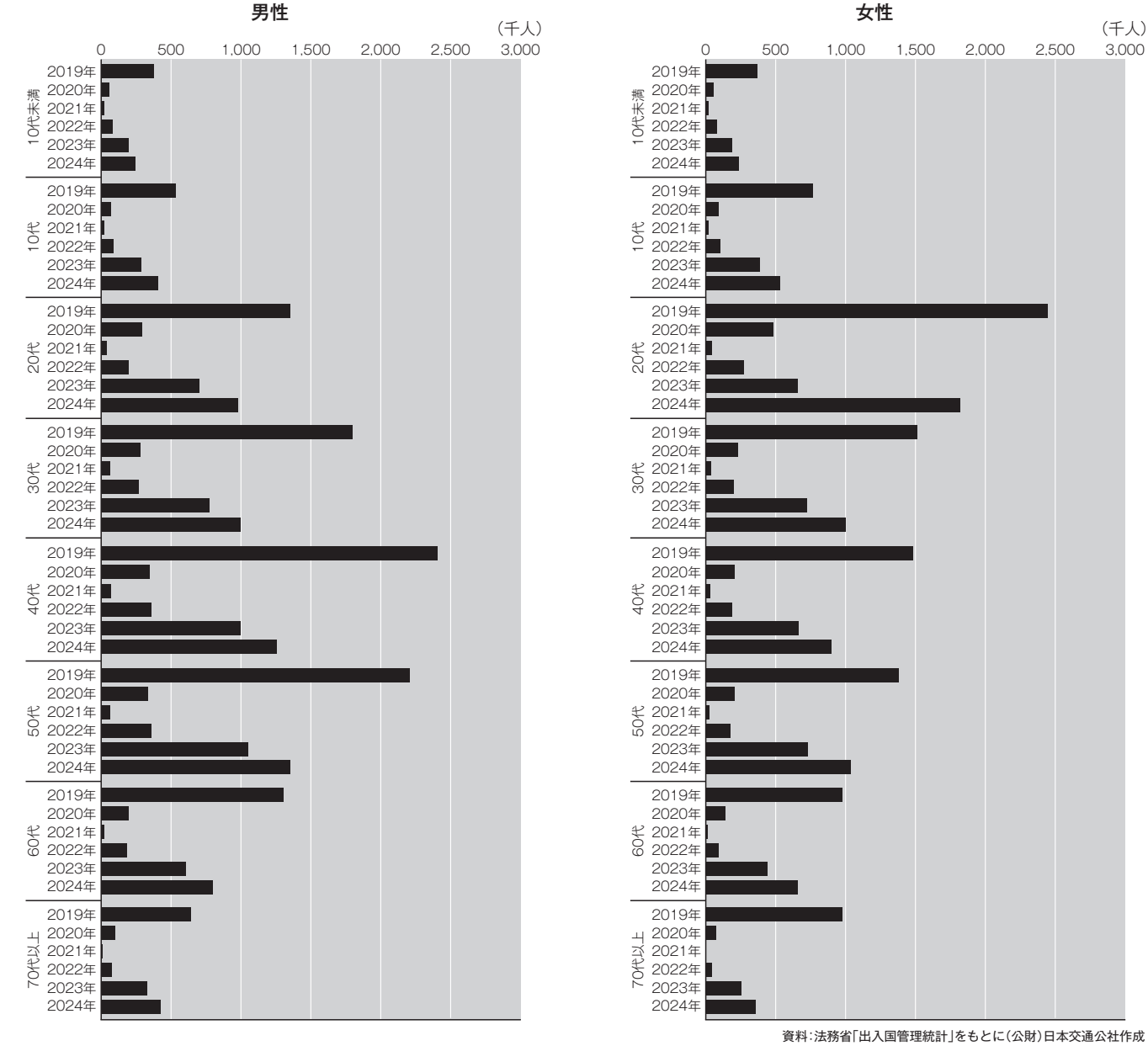
表Ⅰ-3-2　性・年代別の日本人出国者数（2024年）

男性	10代未満	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代以上	全体
延べ出国者数（千人）	246	404	979	999	1,256	1,352	800	422	6,458
前年比（%）	27.1	40.1	39.6	29.2	26.2	29.0	31.9	29.7	30.9
2019年比（%）	△34.9	△24.4	△27.7	△44.4	△47.8	△38.7	△38.5	△34.3	△39.2
旅行平均回数（回／人）	0.05	0.07	0.15	0.15	0.15	0.15	0.11	0.03	0.11
前年比（%）	30.9	41.2	38.9	31.1	30.0	25.8	33.0	28.8	31.5
2019年比（%）	△28.1	△21.4	△28.0	△41.1	△42.8	△44.5	△33.1	△38.4	△38.3

女性	10代未満	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代以上	全体
延べ出国者数（千人）	240	533	1,821	1,002	898	1,038	658	360	6,549
前年比（%）	27.4	37.9	40.2	37.9	34.8	41.8	49.4	42.4	39.6
2019年比（%）	△35.0	△30.3	△25.5	△33.7	△39.4	△24.8	△32.8	△32.0	△30.8
旅行平均回数（回／人）	0.06	0.10	0.30	0.15	0.11	0.12	0.09	0.02	0.10
前年比（%）	31.2	38.8	40.1	40.6	39.1	38.7	51.0	41.5	40.3
2019年比（%）	△28.3	△27.4	△26.2	△29.0	△33.4	△31.6	△26.1	△35.8	△29.8

資料：法務省「出入国管理統計」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-3-2　性・年代別の日本人出国者数の推移



資料：法務省「出入国管理統計」をもとに（公財）日本交通公社作成

●出発月別（表I-3-3）

海外出国者数を出発月別に見てみると、8月以降は2019年比もマイナス35%以内となり、順調な回復が見られる。前年比では、2023年は7月以降に大きな回復が見られたことから、7月以降の前年比は小さくなっている。

●居住地別（表I-3-4）

居住地別で見ると、すべての地域で前年を大きく上回った。

前年比を見ると、沖縄での前年からの回復伸長が著しい。2019年との比較では、九州、関東、中国において回復が見られる一方、北海道、東北、沖縄での回復が特に鈍い。北海道、東北、沖縄における回復の鈍さは2023年も同様であった。

表Ⅰ-3-3　出発月別の日本人出国者数（2024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）	839	979	1,220	889	942	930	1,049	1,437	1,213	1,149	1,175	1,187	13,007
	前年比（%）	89.3	82.0	75.7	58.7	39.4	32.3	17.6	19.7	20.7	22.5	14.4	25.2	35.2
	2019年比（%）	△42.3	△36.2	△36.8	△46.7	△34.5	△38.8	△36.8	△31.9	△30.8	△31.0	△28.4	△30.7	△35.2
	旅行平均回数（回／人）	0.007	0.008	0.010	0.007	0.008	0.007	0.008	0.012	0.010	0.009	0.009	0.010	0.105
観光・レクリエーション	延べ出国者数（千人）	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－	9,516
	前年比（%）	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－
	2019年比（%）	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－	△33.3
	旅行平均回数（回／人）	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－	0.077
帰省・知人訪問等	延べ出国者数（千人）	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－	691
	前年比（%）	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－
	2019年比（%）	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－	△53.7
	旅行平均回数（回／人）	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－	0.006
出張・業務	延べ出国者数（千人）	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－	2,801
	前年比（%）	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－
	2019年比（%）	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－	△35.3
	旅行平均回数（回／人）	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－	0.023

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

表Ⅰ-3-4　居住地別の日本人出国者数（2024年）

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）	220	264	6,121	297	1,326	2,330	393	167	828	106	12,052
	前年比（%）	41.5	42.1	33.4	42.9	42.0	40.2	46.5	45.8	40.0	53.1	37.3
	2019年比（%）	△62.5	△68.6	△32.0	△52.0	△47.9	△44.4	△34.4	△53.6	△19.7	△58.6	△39.8
	旅行平均回数（回／人）	0.043	0.032	0.138	0.048	0.086	0.115	0.056	0.047	0.066	0.072	0.097
観光・レクリエーション	延べ出国者数（千人）	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－
	前年比（%）	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－
	2019年比（%）	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－
	旅行平均回数（回／人）	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－
帰省・知人訪問等	延べ出国者数（千人）	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－
	前年比（%）	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－
	2019年比（%）	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－
	旅行平均回数（回／人）	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－
出張・業務	延べ出国者数（千人）	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－
	前年比（%）	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－
	2019年比（%）	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－
	旅行平均回数（回／人）	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－

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

2 着地別（国・地域別）の旅行動向

2022年に引き続きコロナ禍からの回復基調が進む

(1)着地別(国・地域別)の日本人出国者数(表I-3-5)

日本政府観光局（JNTO）の公表データ、また各国の公表データをもとに日本人の海外出国者数の近年の動向を見る。

コロナ禍の影響を受け、2020～2023年は2019年と比較して、大きく減少している。2019年の水準に最も近づいたのは「トルコ」(76.3%)、次に「韓国」(70.8%)となった。一方で「マカオ」は2019年の39.1%、「アメリカ」は2019年の40.5%と、地域によってコロナ禍からの回復の程度に差が見られる。

表Ⅰ-3-5　主要エリアへの日本人出国者数

（単位：人、%）

訪問先		2019年	前年比	2020年	前年比	2021年	前年比	2022年	前年比	2023年	前年比
アジア	中国	2,676,334	99.5	－	－	－	－	－	－	－	－
	韓国	3,271,706	111.0	430,742	13.2	15,265	3.5	296,867	1,944.8	2,316,429	780.3
	台湾	2,167,952	110.1	269,659	12.4	10,056	3.7	87,616	871.3	926,140	1,057.0
	タイ	1,806,438	109.1	322,677	17.9	24,279	7.5	287,955	1,186.0	805,768	279.8
	香港	660,883	77.6	23,341	3.5	334	1.4	7,077	2,118.9	346,389	4,894.6
	シンガポール	884,308	106.6	125,879	14.2	5,920	4.7	132,107	2,231.5	432,835	327.6
	ベトナム	951,962	115.2	205,274	21.6	9,300	4.5	174,720	1,878.7	－	－
	マレーシア	424,694	107.6	74,383	17.5	3,114	4.2	83,309	2,675.3	277,559	333.2
	インドネシア	519,623	97.9	92,228	17.7	5,952	6.5	73,913	1,241.8	251,866	340.8
	フィリピン	682,788	108.1	136,664	20.0	15,024	11.0	100,274	667.4	305,580	304.7
	マカオ	192,156	101.7	15,201	7.9	64	0.4	1,681	2,626.6	75,155	4,470.9
	インド	238,903	101.1	48,191	20.2	15,358	31.9	64,196	418.0	150,521	234.5
	カンボジア	207,636	98.7	41,257	19.9	2,011	4.9	29,733	1,478.5	86,411	290.6
	トルコ	103,320	126.1	19,122	18.5	7,153	37.3	30,610	429.0	78,782	257.4
オセアニア	グアム	687,566	121.4	144,291	21.0	4,184	2.9	23,659	565.5	136,736	577.9
	オーストラリア	498,645	106.3	91,701	18.4	1,864	2.0	79,382	4,258.7	313,730	395.2
	北マリアナ諸島	17,121	62.7	9,870	57.6	54	0.5	2,134	3,951.9	－	－
ヨーロッパ	ドイツ	614,638	100.2	95,782	15.6	28,001	29.2	132,213	472.2	－	－
	フランス	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－
	スイス	212,617	100.3	17,138	8.1	5,714	33.3	36,361	636.3	－	－
	イタリア	372,979	97.1	83,839	22.5	14,350	17.1	101,422	706.8	－	－
	スペイン	677,658	123.8	112,916	16.7	29,368	26.0	124,290	423.2	－	－
	オーストリア	256,355	116.4	36,849	14.4	5,509	15.0	27,257	494.8	－	－
	イギリス	388,839	90.6	－	0.0	10,154	－	115,289	1,135.4	－	－
	オランダ	131,000	110.1	22,000	16.8	11,000	50.0	29,000	263.6	－	－
	クロアチア	150,217	94.1	7,360	4.9	4,770	64.8	11,856	248.6	－	－
	チェコ	147,760	114.4	25,301	17.1	5,221	20.6	22,283	426.8	－	－
	ベルギー	92,207	109.1	14,428	15.6	5,272	36.5	19,732	374.3	－	－
	フィンランド	119,104	105.4	26,201	22.0	5,897	22.5	16,298	276.4	－	－
	ロシア	112,286	106.7	12,822	11.4	－	－	－	－	－	－
北中米	アメリカ	3,752,980	107.4	696,727	18.6	121,519	17.4	597,330	491.6	1,518,522	254.2
	（ハワイ州）	1,576,205	105.8	289,138	18.3	18,936	6.5	192,562	1,016.9	－	－
	カナダ	260,374	99.9	31,626	12.1	11,473	36.3	53,216	463.8	－	－
	メキシコ	153,894	98.4	41,349	26.9	27,423	66.3	51,985	189.6	－	－

(注1)アメリカの数値には、アメリカ合衆国本土(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、米領バージン諸島等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、ホテル到着者数等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)一部のデータは未公表のため非掲載。
(注4)2023年度は各国公表データ、それ以外の年は日本政府観光局公表データを参照(2022年・タイのみ各国公表データ)。
※各国公表データは以下
韓国観光公社資料（韓国観光統計）、台湾政府交通部観光署資料（観光統計資料庫）、タイ政府観光スポーツ庁資料（観光統計）、香港政府観光局資料、シンガポール政府観光局資料（Singapore Tourism Analytics Network）、ベトナム国家統計局資料、マレーシア政府観光局資料（MALAYSIA TOURISM STATISTICS）、インドネシア統計局資料、フィリピン観光省資料、マカオ政府観光局資料、インド観光省資料、カンボジア観光省資料、トルコ文化観光省資料、グアム政府観光局資料、オーストラリア政府統計局資料、アメリカ商務省国際貿易局資料（Office of travel & tourism industries）
資料：日本政府観光局公表データ・各国公表データをもとに(公財)日本交通公社作成

(2)着地別(国・地域別)の旅行内容

ここでは、観光・レクリエーションを目的とする海外旅行に絞り、日本人の海外旅行の実態を詳しく見ていく。なお、分析に用いた表データはすべて「**JTBF 旅行実態調査**」(6ページ参照)による。

①着地別(国・地域別)のマーケットセグメント(表I-3-6)

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』であり、全体の11.5%を占めている。

セグメント別の旅行先を見ると、『家族旅行』での旅行先は高い順に、「グアム・サイパン」(53.2%)、「ハワイ」(36.7%)、「台湾」(32.7%)となっており、比較的アクセスの良い場所、日本人が多く訪れる場所が旅行先として選択されている。

『夫婦・カップル旅行』では、カップルは「インドネシア(バリ)」、「南太平洋(タヒチ・フィジー・ニューカレドニア等)」、「香港・マカオ」等、ビーチリゾートや比較的アクセスの良い場所を選択していた一方、子どものいない夫婦旅行は「南太平洋(タヒチ・フィジー・ニューカレドニア等)」、「イタリア」、「インドネシア」、「スペイン」等さまざまな場所を選択していた。また子育て後の夫婦旅行では「その他ヨーロッパ」、「ドイツ」等ヨーロッパが多く選択された。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2.3%となった。

『友人旅行』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」(32.2%)が多く選択されている。

『ひとり旅』では、男性は「タイ」や「フィリピン」、女性は「カナダ」や「その他東南アジア」の割合が高い結果となった。

表Ⅰ-3-6　着地別(国・地域別)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・カップル旅行					友人旅行									ひとり旅			その他	サンプル数
		子ども連れ										男性				女性								
		(小中高生を含まない)乳幼児連れ	小中高生連れ	大人のみ	3世代※		カップル	夫婦旅行(子どもなし)	子育て中	子育て後		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		男性	女性		
2024年	24.7	3.1	8.2	13.4	5.6	31.4	6.5	11.1	2.3	11.5	21.7	4.5	0.9	0.8	1.8	7.1	1.9	0.6	4.1	20.7	11.6	9.1	1.5	(4,001)
2023年	*24.1*	*4.0*	*8.2*	*11.9*	*5.0*	*33.0*	*6.9*	*14.5*	*2.1*	*9.5*	*19.3*	*4.7*	*0.5*	*1.1*	*1.2*	*8.2*	*1.4*	*1.8*	*0.5*	*19.5*	*11.6*	*7.9*	*4.1*	*(2,001)*
2019年	*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*	*(4,559)*
韓国	25.1	2.8	6.7	15.7	5.5	25.0	7.3	7.5	3.0	7.2	32.2	4.5	1.3	0.9	1.2	13.3	3.1	1.7	6.3	16.2	7.4	8.8	1.5	(949)
中国	25.0	5.6	6.1	13.3	12.2	26.6	10.3	8.1	4.7	3.5	17.7	5.1	1.4	1.2	1.3	7.3	0.7	0.0	0.7	28.4	21.1	7.3	2.2	(148)
台湾	32.7	3.9	10.5	18.3	6.9	27.8	4.1	9.9	2.8	11.1	21.6	5.2	1.7	0.5	2.3	5.5	2.4	0.3	3.7	16.4	10.6	5.8	1.6	(572)
香港・マカオ	30.2	5.6	5.8	18.8	8.7	32.7	12.4	11.7	3.5	5.1	19.3	8.3	1.2	0.0	0.6	4.7	2.0	0.6	2.0	15.9	9.4	6.5	1.9	(191)
シンガポール	32.2	5.7	12.8	13.6	9.1	33.1	9.0	12.5	2.3	9.2	17.1	4.3	0.5	0.9	0.0	7.6	1.2	1.0	1.5	16.6	10.3	6.3	1.0	(209)
インドネシア	26.7	6.5	13.4	6.8	10.5	35.7	3.9	21.8	7.0	3.0	13.4	4.1	0.0	4.1	0.0	2.8	1.1	0.0	1.3	24.2	17.6	6.6	0.0	(73)
マレーシア	28.1	6.9	9.2	11.9	8.9	30.0	7.0	8.3	2.7	11.9	19.0	4.1	0.6	0.8	1.7	7.3	1.7	0.0	2.7	22.2	15.1	7.1	0.8	(138)
タイ	19.1	3.1	5.5	10.5	4.6	24.1	5.9	8.9	1.6	7.8	21.5	4.7	0.9	2.2	4.9	5.3	1.2	0.3	2.0	35.0	26.6	8.4	0.3	(331)
ベトナム	18.5	1.1	6.3	11.1	4.8	32.4	8.3	9.0	2.0	13.1	21.8	5.4	0.0	0.8	4.5	4.4	1.7	0.0	5.0	26.3	16.8	9.4	1.0	(203)
フィリピン	30.2	4.2	11.5	14.4	13.4	23.7	9.9	6.9	3.1	3.9	19.3	6.1	3.1	1.1	1.9	4.0	2.0	0.0	1.1	26.8	21.8	5.0	0.0	(97)
インドネシア(バリ)	26.3	6.0	0.0	20.4	9.4	30.8	12.8	3.9	10.3	3.8	14.5	3.1	0.0	0.0	0.0	7.6	0.0	0.0	3.8	28.3	14.2	14.1	0.0	(29)
その他東南アジア	3.6	0.0	0.0	3.6	0.0	29.9	2.4	8.8	0.0	18.7	23.9	1.7	1.0	1.3	3.9	5.5	1.4	0.0	9.0	38.9	16.1	22.8	3.7	(78)
オーストラリア・ニュージーランド	28.4	3.6	10.3	14.5	7.0	33.2	4.5	13.5	1.3	13.9	14.1	4.7	0.6	0.0	0.0	8.1	0.0	0.0	0.6	24.3	9.6	14.7	0.0	(140)
南太平洋(タヒチ・フィジー・ニューカレドニア等)	16.9	0.0	0.0	16.9	0.0	43.1	12.7	24.4	0.0	6.0	17.2	0.0	0.0	0.0	11.2	0.0	6.0	0.0	0.0	22.8	6.0	16.8	0.0	(17)
ハワイ	36.7	5.5	15.1	16.1	9.1	46.6	8.1	17.7	2.4	18.3	10.4	2.1	0.0	0.8	0.6	3.0	0.3	0.4	3.2	4.8	2.1	2.7	1.5	(286)
グアム・サイパン	53.2	12.3	26.8	14.0	11.6	23.9	8.1	11.7	0.0	4.2	12.6	4.1	2.7	0.0	0.0	4.3	0.0	0.0	1.5	10.3	8.8	1.6	0.0	(69)
アメリカ合衆国本土	24.7	2.4	9.7	12.6	7.0	34.5	7.2	13.1	2.8	11.4	15.4	4.0	0.0	0.4	2.3	4.7	0.0	0.6	3.3	22.3	13.4	8.9	3.1	(182)
カナダ	24.0	0.0	20.9	3.1	5.5	27.4	2.5	13.0	0.0	11.9	12.7	0.0	3.3	0.0	0.0	3.1	3.2	0.0	3.1	35.8	5.6	30.2	0.0	(33)
フランス	11.2	0.7	6.1	4.5	3.3	45.3	8.6	17.2	3.6	15.9	19.4	5.6	0.0	0.0	0.7	6.0	1.9	0.0	5.3	23.0	11.7	11.4	1.1	(156)
イギリス	19.2	2.5	7.9	8.7	5.7	35.6	8.8	11.0	2.6	13.2	13.5	5.3	0.0	0.0	0.0	8.2	0.0	0.0	0.0	26.8	11.7	15.1	5.0	(82)
スペイン	17.5	2.2	6.9	8.5	3.1	41.7	3.4	19.6	2.5	16.2	18.7	0.0	1.2	0.0	1.9	9.7	1.2	0.0	4.7	17.7	6.1	11.5	4.4	(90)
イタリア	15.1	3.1	3.7	8.4	5.8	50.7	9.1	24.2	2.0	15.5	13.7	1.7	1.3	0.0	0.9	7.3	0.0	0.0	2.5	18.9	9.1	9.8	1.6	(145)
ドイツ	14.0	0.8	7.8	5.4	4.5	40.9	4.2	10.5	2.9	23.3	13.8	2.2	0.0	0.0	0.0	5.8	2.2	0.0	3.5	28.4	10.5	18.0	2.9	(98)
その他ヨーロッパ	13.2	0.0	3.3	9.9	1.2	43.4	2.9	13.6	0.0	26.9	15.1	0.6	0.4	0.0	2.0	4.1	0.5	0.0	7.4	24.8	13.1	11.7	3.5	(193)
その他	11.5	1.2	3.0	7.4	1.9	33.1	1.9	11.7	0.8	18.8	19.0	3.3	0.0	0.7	0.9	4.0	3.1	1.5	5.4	31.9	14.2	17.6	4.5	(145)

(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ポイント以上高い　■全体の比率より10ポイント以上高い　■全体の比率より5ポイント以上高い

②着地別(国・地域別)と居住地(表Ⅰ-3-7)

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37.4%、『近畿』が19.9%、『東海』が12.1%を占める。この傾向はコロナ禍前の2019年とほぼ同様である。

一方、旅行先別に見た際の、国内旅行で顕著に表れる近隣居住者が大きな割合を占める特徴については、海外旅行では旅行先までの距離の相対的な差が縮まるため、ほとんど表れない。ただし、「韓国」で『九州・沖縄』居住者の割合が相対的に高いのは、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。

表Ⅰ-3-7　着地別(国・地域別)と居住地

(単位：%)

居住地 / 旅行先	北海道	北東北 青森県 岩手県 秋田県	南東北 宮城県 山形県 福島県	北関東 茨城県 群馬県 栃木県	南関東 埼玉県 千葉県 東京都 神奈川県	甲信越 新潟県 山梨県 長野県	北陸 富山県 石川県 福井県	東海 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 鳥取県 島根県 岡山県 広島県 山口県	四国 徳島県 香川県 愛媛県 高知県	九州・沖縄 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	サンプル数
2024年	3.5	1.8	2.6	3.1	37.4	2.3	1.8	12.1	19.9	3.8	1.8	9.9	(4,001)
2023年	*3.3*	*1.3*	*2.4*	*2.6*	*42.6*	*3.0*	*1.3*	*10.8*	*18.2*	*3.6*	*1.8*	*9.1*	*(2,001)*
2019年	*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)*
韓国	3.2	1.7	2.2	2.6	33.3	2.3	1.9	12.1	21.1	3.3	2.2	14.1	(949)
中国	4.8	2.8	6.2	5.5	33.2	2.0	1.7	11.9	16.4	6.1	1.4	8.1	(148)
台湾	3.6	2.3	3.5	4.5	32.4	2.2	2.3	10.4	19.6	4.9	1.6	12.6	(572)
香港・マカオ	3.3	4.1	1.0	3.2	36.4	3.2	1.4	9.8	25.4	3.3	2.0	6.7	(191)
シンガポール	3.3	2.2	3.9	4.0	38.2	3.0	1.8	9.2	19.9	6.1	2.0	6.3	(209)
インドネシア	4.7	2.5	6.6	2.7	35.1	2.9	1.1	6.4	27.1	3.3	1.3	6.4	(73)
マレーシア	3.8	1.5	2.2	1.4	39.3	3.5	1.9	12.7	16.9	4.2	3.0	9.7	(138)
タイ	3.3	1.0	3.0	1.9	40.0	2.7	1.4	16.9	18.6	3.1	1.2	7.1	(331)
ベトナム	4.0	2.1	1.0	3.9	35.5	0.0	1.5	12.5	20.8	5.0	2.0	11.6	(203)
フィリピン	1.7	5.2	4.2	2.1	39.4	3.0	1.1	18.2	15.8	3.4	1.0	5.0	(97)
インドネシア(バリ)	10.3	0.0	13.7	0.0	36.5	0.0	6.0	11.7	18.0	0.0	0.0	3.8	(29)
その他東南アジア	1.3	5.4	0.0	5.1	36.6	0.0	0.0	10.3	30.3	2.6	1.0	7.3	(78)
オーストラリア・ニュージーランド	6.7	1.3	2.6	5.8	39.2	4.5	0.9	12.9	14.6	3.4	0.0	8.1	(140)
南太平洋(タヒチ・フィジー・ニューカレドニア等)	7.5	0.0	0.0	6.0	60.7	6.4	0.0	12.0	0.0	0.0	0.0	7.5	(17)
ハワイ	3.5	1.4	1.7	2.1	43.4	2.5	2.4	11.6	18.3	3.5	1.1	8.5	(286)
グアム・サイパン	3.3	0.0	0.0	5.0	44.3	4.5	0.0	12.3	20.1	1.6	1.9	7.0	(69)
アメリカ合衆国本土	5.5	0.7	2.5	3.2	45.8	3.2	1.1	7.5	18.3	5.1	0.6	6.5	(182)
カナダ	0.0	0.0	3.1	0.0	43.1	2.7	3.1	11.3	12.0	3.1	3.3	18.3	(33)
フランス	3.9	3.2	2.7	1.9	42.7	2.0	2.5	14.4	14.8	3.4	1.2	7.4	(156)
イギリス	2.6	1.0	1.0	2.7	34.4	2.1	4.2	12.0	14.2	9.7	1.3	14.8	(82)
スペイン	1.2	2.1	3.6	3.4	39.1	1.2	0.9	16.1	23.9	3.5	2.5	2.5	(90)
イタリア	3.5	2.1	4.5	1.7	43.6	3.3	0.0	15.8	15.7	1.2	1.5	7.1	(145)
ドイツ	2.8	1.9	4.1	1.3	34.8	2.9	1.1	9.0	21.8	1.9	1.1	17.3	(98)
その他ヨーロッパ	3.7	1.1	2.1	1.4	36.0	0.9	1.6	13.0	23.6	4.9	1.9	9.8	(193)
その他	3.8	2.0	2.2	2.7	42.1	0.6	1.4	7.7	16.5	4.8	4.6	11.6	(145)

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

③着地別(国・地域別)の最も楽しみにしていたこと(表I-3-8)

最も楽しみにしていたことについては、旅行先によって大きく傾向が分かれる結果となった。全体で見ると、『おいしいものを食べること』が最も多く(21.9%)、次いで『文化的な名所を見ること』(14.5%)、『街や都市を訪れること』(11.8%)、『自然景観を見ること』(10.0%)、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」(39.3%)、「韓国」(38.4%)、「ベトナム」(25.4%)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』 では、 高い順に「イタリア」(32.7%)、「スペイン」(32.5%)、「その他東南アジア」(30.9%)となり、ヨーロッパの国が多く挙げられた。

『自然景観を見ること』は、「南太平洋(タヒチ・フィジー・ニューカレドニア等)」(38.1%)、「その他ヨーロッパ」(30.9%)、「オーストラリア・ニュージーランド」(28.4%)、「カナダ」(27.9%)等で比較的多く挙げられた。

『街や都市を訪れること』では、「ドイツ」(27.9%)、「シンガポール」(24.9%)、「イギリス」(23.6%) への旅行で特に多い結果となった。

そのほか、『観光・文化施設(水族館や美術館、テーマパーク等)を訪れること』では「香港・マカオ」(33.0%)、『スポーツやアウトドア活動を楽しむこと』では「グアム・サイパン」(27.5%)、『エステ・スパ・マッサージを受けること』では「インドネシア(バリ)」(27.0%)等が多く挙げられた。

表Ⅰ-3-8　着地別(国・地域別)の最も楽しみにしていたこと

(単位：%)

旅行先＼最も楽しみにしていたこと	文化的な名所(史跡、寺社仏閣等)を見ること	自然景観を見ること	観光・文化施設(水族館や美術館、テーマパーク等)を訪れること	スポーツやアウトドア活動を楽しむこと	街や都市を訪れること	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	エステ・スパ・マッサージを受けること	おいしいものを食べること	買い物をすること	地域の祭りやイベント	帰省、冠婚葬祭関連、親族や知人訪問	目当ての宿泊施設に泊まること	芸術・音楽・スポーツ等の観劇・鑑賞・観戦	その他	サンプル数
2024年	14.5	10.0	7.8	4.1	11.8	4.3	3.6	3.3	21.9	6.8	1.5	3.1	1.9	3.0	2.6	(4,001)
2023年	*14.1*	*11.0*	*5.9*	*5.1*	*12.4*	*3.9*	*3.0*	*2.5*	*23.3*	*7.2*	*1.0*	*3.2*	*1.8*	*2.6*	*2.9*	*(2,001)*
2019年	*17.7*	*13.5*	*7.5*	*5.1*	*12.2*	*3.8*	*2.5*	*2.2*	*18.2*	*8.3*	*1.1*	*2.3*	*1.5*	*2.3*	*1.9*	*(4,559)*
韓国	9.4	3.2	5.2	1.3	8.4	1.1	2.1	6.5	38.4	15.4	0.7	1.6	1.0	4.1	1.7	(870)
中国	27.7	5.1	9.9	3.9	14.8	0.0	7.4	2.5	12.5	3.2	0.8	7.0	1.2	2.9	1.2	(94)
台湾	16.8	7.2	6.9	1.2	8.5	0.6	3.8	1.1	39.3	5.1	2.3	3.0	0.6	2.1	1.4	(507)
香港・マカオ	7.5	2.1	33.0	3.1	12.1	1.3	2.8	0.7	22.8	5.3	0.8	2.5	1.7	0.8	3.6	(143)
シンガポール	14.8	6.0	16.7	4.4	24.9	0.0	3.6	0.8	13.9	4.0	0.8	4.6	1.7	2.3	1.5	(128)
インドネシア	10.1	9.5	0.0	9.0	9.7	8.8	9.8	7.3	18.0	3.0	2.1	3.6	5.1	0.0	3.8	(43)
マレーシア	22.0	5.0	6.9	8.3	15.4	3.6	7.9	4.9	13.0	1.5	0.0	5.4	6.1	0.0	0.0	(74)
タイ	20.5	6.6	4.1	8.6	8.4	3.3	2.6	9.3	21.8	3.7	1.2	3.6	1.6	0.8	4.1	(247)
ベトナム	19.1	9.8	5.9	1.5	10.6	5.2	4.1	7.2	25.4	3.1	1.3	0.0	3.9	0.0	2.8	(151)
フィリピン	6.2	10.9	6.5	12.6	8.6	16.9	2.8	6.3	2.6	5.9	1.6	7.7	0.0	1.6	9.8	(66)
インドネシア(バリ)	5.1	5.8	0.0	19.9	5.1	0.0	0.0	27.0	5.8	0.0	4.7	10.2	11.7	0.0	4.7	(19)
その他東南アジア	30.9	25.2	0.0	5.8	12.0	3.7	4.2	0.0	11.1	3.5	0.0	3.6	0.0	0.0	0.0	(56)
オーストラリア・ニュージーランド	7.9	28.4	5.1	5.7	14.7	13.2	5.4	1.1	4.0	2.6	0.9	8.0	0.7	0.0	2.5	(121)
南太平洋(タヒチ・フィジー・ニューカレドニア等)	0.0	38.1	0.0	8.3	0.0	17.9	8.3	0.0	0.0	19.0	8.3	0.0	0.0	0.0	0.0	(11)
ハワイ	0.0	23.3	6.2	6.0	7.1	16.9	2.6	0.0	13.1	9.1	0.4	1.5	9.1	1.1	3.5	(267)
グアム・サイパン	3.0	8.6	1.5	27.5	4.9	15.1	6.8	0.0	8.6	13.0	0.0	0.0	1.4	0.0	9.7	(61)
アメリカ合衆国本土	3.9	10.5	20.1	6.3	14.0	5.0	1.9	0.0	7.8	3.4	1.8	10.0	0.0	12.5	2.8	(148)
カナダ	5.9	27.9	0.0	11.4	10.0	17.2	4.8	0.0	0.0	0.0	0.0	11.4	0.0	5.9	5.5	(18)
フランス	28.0	2.5	13.8	0.0	20.5	2.5	2.8	0.0	11.1	4.9	3.2	0.0	0.0	10.7	0.0	(74)
イギリス	23.2	9.9	9.2	2.7	23.6	2.7	3.4	0.0	5.1	0.0	2.7	2.8	0.0	7.3	7.5	(38)
スペイン	32.5	2.3	11.4	4.1	15.0	0.0	0.0	0.0	22.5	0.0	3.2	0.0	0.0	9.0	0.0	(42)
イタリア	32.7	6.6	7.2	1.4	15.6	0.0	2.2	2.8	17.1	1.1	1.1	2.2	1.4	5.9	2.6	(78)
ドイツ	27.5	2.4	0.0	0.0	27.9	0.0	4.2	2.4	9.5	2.4	7.6	3.9	3.0	5.1	4.1	(42)
その他ヨーロッパ	23.9	30.9	1.4	1.6	19.9	6.3	0.9	0.0	2.7	1.5	2.6	0.7	0.7	1.7	5.0	(122)
その他	27.1	24.5	3.4	2.9	10.9	8.3	6.9	0.0	2.5	1.6	0.0	3.9	0.9	2.3	5.0	(120)

(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ポイント以上高い　■全体の比率より10ポイント以上高い　■全体の比率より5ポイント以上高い

④着地別(国・地域別)の交通手段(表I-3-9)

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見ると、全体では多い順に『列車』(48.2%)、『タクシー・ハイヤー・その他配車サービス』(35.5%)、『飛行機』(25.7%)、『路線バス』(25.2%)となった。

旅行先の国・地域によって傾向が分かれており、『列車』は「ドイツ」(69.1%)、「台湾」(65.1%)、「韓国」(65.1%)、「スペイン」(64.8%) 等ヨーロッパ諸国、東アジア諸国で高い利用率となった。

『タクシー・ハイヤー・その他配車サービス』の利用は、「南太平洋(タヒチ・ フィジー・ ニューカレドニア等)」(57.4%)、「フィリピン」(55.1%)、「タイ」(52.8%)、で高い利用率となった。

『飛行機』は、「カナダ」(59.1%)、「スペイン」(52.9%)で、『路線バス』は「イギリス」(43.7%)等で高い利用率となった。

表Ⅰ-3-9　着地別(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	飛行機	列車(鉄道・地下鉄・路面電車・モノレール等)	レンタカー	貸切バス・定期観光バス	路線バス	観光客向けの巡回バス等	タクシー・ハイヤー・その他配車サービス	ウーバー(一般のドライバーが自家用車を使用し行うライドシェアリングサービス)	レンタサイクル	船(フェリー、観光船等)	その他	交通機関は利用しなかった	サンプル数
2024年	25.7	48.2	8.6	16.6	25.2	8.5	35.5	7.3	1.7	6.5	1.8	1.1	(4,001)
2023年	*25.0*	*50.5*	*10.2*	*14.3*	*25.9*	*9.0*	*37.5*	*9.2*	1.7	*6.2*	2.6	1.3	*(2,001)*
2019年	－	*31.7*	*8.5*	*22.0*	*19.8*	*11.5*	*32.5*	－	*1.9*	*9.3*	*4.0*	*1.3*	*(4,559)*
韓国	22.1	65.1	4.6	9.6	23.7	4.0	32.3	2.6	0.7	1.5	1.0	0.9	(949)
中国	41.7	49.5	12.7	11.5	28.0	7.1	34.4	11.3	2.2	4.2	0.7	0.0	(148)
台湾	18.3	65.1	7.1	19.5	30.5	6.8	31.3	3.3	3.5	2.0	0.3	1.1	(572)
香港・マカオ	24.6	57.0	6.9	12.1	33.2	12.2	34.3	8.9	2.5	14.8	0.4	1.3	(191)
シンガポール	26.3	50.7	8.4	12.4	28.1	11.7	41.2	8.8	1.4	6.6	0.0	0.0	(209)
インドネシア	31.7	21.9	9.9	13.4	18.6	5.6	49.3	10.5	7.0	6.9	2.9	1.2	(73)
マレーシア	32.7	43.3	9.0	15.8	25.5	5.2	38.9	17.2	3.6	9.1	0.8	0.0	(138)
タイ	28.0	48.5	6.4	8.2	24.5	7.1	52.8	15.7	0.8	11.3	3.4	1.3	(331)
ベトナム	33.9	20.9	1.6	23.8	20.1	9.4	45.4	14.9	2.6	7.1	1.9	0.5	(203)
フィリピン	30.7	13.7	9.7	4.2	20.8	6.9	55.1	23.6	2.0	9.5	5.4	1.1	(97)
インドネシア(バリ)	15.9	23.5	8.9	25.3	10.3	13.0	41.2	22.0	6.7	2.9	0.0	3.4	(29)
その他東南アジア	27.1	20.6	1.0	38.2	15.8	6.5	37.5	6.6	4.2	16.1	5.3	1.3	(78)
オーストラリア・ニュージーランド	24.6	48.9	14.2	16.5	32.1	9.2	29.7	9.7	1.9	12.1	5.0	0.0	(140)
南太平洋(タヒチ・フィジー・ニューカレドニア等)	11.7	31.8	0.0	6.0	31.8	13.4	57.4	17.9	5.2	11.3	0.0	0.0	(17)
ハワイ	23.7	7.3	29.3	7.8	31.0	30.1	40.7	12.2	2.0	4.0	1.4	2.5	(286)
グアム・サイパン	19.7	2.8	25.9	8.2	13.4	32.4	36.2	2.6	2.7	3.6	0.0	2.2	(69)
アメリカ合衆国本土	35.4	40.6	19.9	9.5	22.6	9.2	31.5	18.4	1.8	6.5	4.6	3.2	(182)
カナダ	59.1	38.3	17.5	20.2	33.1	17.2	15.7	12.4	0.0	11.4	0.0	3.3	(33)
フランス	35.2	63.7	7.8	28.6	29.4	9.6	32.8	14.4	0.7	10.9	1.7	0.8	(156)
イギリス	31.9	63.0	8.3	16.7	43.7	8.9	28.7	9.8	3.8	8.9	1.0	0.0	(82)
スペイン	52.9	64.8	5.7	33.6	39.7	12.0	34.8	7.7	1.2	15.1	1.2	0.0	(90)
イタリア	38.7	60.0	7.1	30.1	27.1	11.9	24.3	4.3	2.8	20.1	2.4	0.0	(145)
ドイツ	28.1	69.1	4.8	30.7	29.1	1.8	16.0	7.7	2.4	8.8	2.8	0.9	(98)
その他ヨーロッパ	33.0	53.3	2.6	48.9	33.7	7.0	19.8	2.2	1.1	25.0	2.1	0.0	(193)
その他	50.3	31.3	7.8	44.6	17.3	5.9	28.8	10.1	0.0	13.8	6.9	2.0	(145)

(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」
■全体の比率より15ポイント以上高い　■全体の比率より10ポイント以上高い　■全体の比率より5ポイント以上高い

⑤着地別(国・地域別)の宿泊施設(表I-3-10)

旅行先で利用した主な宿泊施設を見ると全体では『ホテル』(86.0%) が大半を占めている。 その内訳は、『シティホテル』(45.2%)、『リゾートホテル』(31.8%)、『ビジネスホテル』(19.6%) となった。

旅行先別に見ると、「スペイン」(66.0%)、「その他ヨーロッパ」(65.7%)、「ドイツ」(63.4%) では『シティホテル』の利用が他の旅行先に比べて高い。一方で、『リゾートホテル』は利用率の高い順に「グアム・サイパン」(86.6%)、「南太平洋 (タヒチ・フィジー・ニューカレドニア等)」(82.2%)、「インドネシア (バリ)」(75.0%) 等で、特に海浜リゾート需要の高い国・地域で利用されている。これらの傾向は「現地で楽しんだ活動」(表I-3-13) と連動している。

そのほか、『ペンション・B&B・ロッジ』は「インドネシア」、『別荘・リゾートマンション・会員制の宿泊施設』は「ハワイ」、『民泊』は「カナダ」で平均よりも10ポイント以上高い利用率となった。

表Ⅰ-3-10　着地別(国・地域別)の宿泊施設(複数回答)

(単位：%)

宿泊施設 / 旅行先	ホテル	シティホテル	ビジネスホテル	リゾートホテル	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	民泊	ゲストハウス	実家・親戚・知人宅	その他	サンプル数
2024年	86.0	45.2	19.6	31.8	4.3	1.3	3.0	2.4	3.6	5.1	2.7	(4,001)
2023年	*84.6*	*44.0*	*19.7*	*34.2*	*5.4*	*2.5*	*4.9*	*4.3*	*6.1*	*7.3*	*3.9*	*(2,001)*
2019年	*88.6*	*43.3*	*13.0*	*40.0*	*3.6*	*1.0*	*2.7*	*−*	*4.4*	*3.7*	*2.5*	*(4,559)*
韓国	90.0	50.2	32.7	11.1	0.6	0.2	0.8	1.5	2.3	2.3	3.6	(870)
中国	86.1	58.3	17.7	19.8	3.0	1.7	0.0	3.7	5.2	7.7	0.0	(94)
台湾	88.6	52.1	24.5	18.1	1.0	0.5	0.7	2.0	2.8	3.6	3.7	(507)
香港・マカオ	88.3	44.6	14.2	34.9	0.7	2.1	0.0	1.3	3.7	2.5	2.8	(143)
シンガポール	86.7	40.2	12.0	37.7	5.5	3.1	2.2	0.7	1.6	5.4	0.0	(128)
インドネシア	91.5	30.1	12.5	60.1	7.0	4.2	5.0	2.4	0.0	3.6	3.0	(43)
マレーシア	88.8	46.6	13.3	42.1	5.6	3.2	3.9	1.2	1.2	5.8	0.0	(74)
タイ	90.7	50.7	14.4	34.0	2.6	0.0	2.4	1.6	2.6	4.3	0.3	(247)
ベトナム	90.2	42.9	11.3	47.6	4.2	0.0	1.4	0.6	3.4	3.2	2.7	(151)
フィリピン	74.3	31.7	11.4	42.4	8.3	1.3	4.9	0.0	9.9	4.9	3.0	(66)
インドネシア(バリ)	84.8	9.8	0.0	75.0	15.6	0.0	9.5	4.7	4.7	0.0	0.0	(19)
その他東南アジア	84.8	32.7	1.6	66.0	3.5	0.0	0.0	1.6	9.9	2.3	5.3	(56)
オーストラリア・ニュージーランド	76.3	36.9	10.0	38.4	7.1	0.7	0.0	4.5	2.2	16.8	3.1	(121)
南太平洋(タヒチ・フィジー・ニューカレドニア等)	82.2	0.0	0.0	82.2	11.9	8.3	9.5	0.0	0.0	0.0	0.0	(11)
ハワイ	78.0	10.0	3.7	68.8	2.3	0.3	17.9	0.7	0.8	2.6	2.3	(267)
グアム・サイパン	93.9	6.0	1.4	86.6	1.7	0.0	0.0	1.7	0.0	0.0	2.7	(61)
アメリカ合衆国本土	81.1	48.7	14.5	30.1	4.0	1.2	2.4	0.7	6.8	18.2	2.8	(148)
カナダ	73.8	34.2	5.5	34.1	5.5	0.0	0.0	16.0	5.5	15.9	4.8	(18)
フランス	90.3	53.9	22.8	30.0	2.4	1.2	0.0	2.9	4.6	2.6	0.0	(74)
イギリス	65.5	53.2	10.1	24.0	10.7	2.4	0.0	5.2	4.7	16.2	0.0	(38)
スペイン	84.9	66.0	9.5	34.7	13.1	0.0	2.3	2.6	0.0	2.7	0.0	(42)
イタリア	80.9	52.5	18.9	23.0	9.1	5.1	0.0	2.9	5.6	8.4	0.0	(78)
ドイツ	72.4	63.4	18.8	16.5	5.5	0.0	2.4	4.9	11.9	18.2	0.0	(42)
その他ヨーロッパ	90.6	65.7	10.5	44.9	4.2	0.0	1.1	1.6	3.9	5.5	4.1	(122)
その他	84.5	54.5	11.8	48.1	12.5	5.3	0.0	4.8	9.5	7.2	1.6	(120)

(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ポイント以上高い　■全体の比率より10ポイント以上高い　■全体の比率より5ポイント以上高い

⑥着地別(国・地域別)の宿泊数(表I-3-11)

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(22.4%)、次いで『2泊』(18.3%)、『4泊』(15.0%)、『5泊』(10.5%)となった。

旅行先別には、基本的に遠方の旅行先ほど宿泊数が多い傾向にあり、ヨーロッパ諸国、「カナダ」、「アメリカ合衆国本土」の平均泊数はすべて6.5泊以上となっている。一方で近隣の東アジア諸国では比較的短期の旅行が中心であり、特に「韓国」、「台湾」への旅行者のそれぞれ65%以上が『2泊』、『3泊』の滞在となった。

そのほか、特徴的な傾向として、「中国」、「タイ」、「フィリピン」、「インドネシア(バリ)」等への旅行では『3泊』、『4泊』が最も多い層であるが、8泊を超える長期滞在の割合が10%以上を占め、平均宿泊数も比較的長い結果となった。

表Ⅰ-3-11　着地別(国・地域別)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	6泊	7泊	8~9泊	10~13泊	14~20泊	21~27泊	28泊以上	平均宿泊数(概数)	サンプル数
2024年	3.5	18.3	22.4	15.0	10.5	7.1	6.6	6.8	5.0	2.3	0.7	2.0	5.34	(4,001)
2023年	*3.9*	*16.4*	*24.2*	*15.5*	*10.7*	*6.9*	*7.0*	*6.2*	*4.2*	*2.3*	*0.8*	*1.9*	*5.28*	*(2,001)*
2019年	*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)*
韓国	9.3	47.5	28.3	6.9	2.9	1.4	0.8	1.0	1.0	0.2	0.1	0.5	2.87	(870)
中国	9.3	16.3	29.7	13.5	10.3	2.5	5.2	3.0	4.0	2.1	2.0	1.9	4.99	(94)
台湾	4.5	28.7	38.5	15.1	4.0	2.1	2.1	1.7	2.3	0.2	0.0	0.9	3.53	(507)
香港・マカオ	4.1	19.1	44.7	13.5	8.8	4.2	0.6	3.7	1.4	0.0	0.0	0.0	3.51	(143)
シンガポール	2.3	16.0	32.3	26.0	11.1	2.3	4.6	3.2	0.0	0.0	0.7	1.6	4.26	(128)
インドネシア	0.0	4.3	18.4	19.5	23.1	11.0	8.4	6.7	6.0	2.5	0.0	0.0	5.51	(43)
マレーシア	1.2	14.3	26.4	24.3	21.7	3.2	1.5	2.4	0.0	0.0	0.0	5.0	5.05	(74)
タイ	0.0	4.4	23.3	28.4	15.1	8.4	5.7	3.7	5.2	2.1	0.3	3.4	5.87	(247)
ベトナム	1.9	8.5	28.4	29.3	10.0	8.7	5.2	3.3	3.5	1.2	0.0	0.0	4.49	(151)
フィリピン	0.0	9.8	19.4	25.6	11.8	10.4	4.4	4.8	6.0	3.1	0.0	4.5	6.23	(66)
インドネシア(バリ)	0.0	9.8	34.0	15.5	5.1	13.4	5.1	6.2	5.1	0.0	5.8	0.0	5.75	(19)
その他東南アジア	0.0	5.9	17.0	20.6	21.5	16.1	6.2	3.7	3.1	1.6	4.2	0.0	5.89	(56)
オーストラリア・ニュージーランド	0.0	3.4	11.5	18.1	24.4	10.5	13.3	7.7	3.3	1.9	3.2	2.8	6.82	(121)
南太平洋(タヒチ・フィジー・ニューカレドニア等)	0.0	0.0	8.3	11.9	19.0	16.7	25.1	9.5	0.0	0.0	0.0	9.5	7.90	(11)
ハワイ	1.7	1.9	12.4	19.9	22.8	12.4	8.1	9.3	4.4	4.7	0.6	1.8	6.43	(267)
グアム・サイパン	2.6	9.8	43.3	20.9	9.2	5.9	3.8	4.5	0.0	0.0	0.0	0.0	3.82	(61)
アメリカ合衆国本土	0.0	5.2	12.0	14.2	13.7	11.6	11.8	9.5	11.9	5.3	1.3	3.4	7.58	(148)
カナダ	0.0	0.0	5.9	11.2	17.3	11.2	21.4	17.3	5.5	0.0	0.0	10.3	8.64	(18)
フランス	4.4	1.2	8.3	6.8	18.4	20.4	18.0	12.0	3.7	5.5	1.4	0.0	6.71	(74)
イギリス	0.0	0.0	8.9	19.1	15.0	14.5	12.8	8.5	10.4	0.0	0.0	10.8	8.49	(38)
スペイン	0.0	2.3	4.4	9.7	12.6	15.9	16.2	25.8	7.3	5.8	0.0	0.0	7.31	(42)
イタリア	1.4	4.4	3.6	3.8	12.6	17.5	12.6	22.9	17.7	2.1	0.0	1.4	7.65	(78)
ドイツ	1.9	1.9	4.3	5.5	20.9	3.0	19.3	19.5	15.0	4.1	2.1	2.4	8.24	(42)
その他ヨーロッパ	1.6	2.5	2.7	7.1	7.0	18.9	22.3	22.6	11.0	0.9	1.8	1.6	7.70	(122)
その他	0.8	4.7	2.2	8.4	10.7	11.0	5.9	24.3	14.2	8.0	2.2	7.5	9.82	(120)

(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ポイント以上高い　■全体の比率より10ポイント以上高い　■全体の比率より5ポイント以上高い
■平均宿泊数が全体平均値より0.5泊以上多い(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着地別(国・地域別)の旅行費用(表I-3-12)

交通費や宿泊費、飲食代、土産代等を含めた旅行1回一人当たりの総費用については、前項の旅行宿泊数と類似の傾向であり、平均費用(概算)で見ると、東アジアや東南アジアでは比較的低く(平均費用は10万円台後半～30万円台前半)、「ヨーロッパ諸国」、「アメリカ合衆国本土」、「カナダ」や、「オーストラリア・ニュージーランド」、「ハワイ」、「南太平洋(タヒチ・フィジー・ニューカレドニア等)」、「グアム・サイパン」、「その他東南アジア」で高くなっている(平均費用は30万円以上)。「イタリア」、「ドイツ」、「カナダ」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15ポイント以上高くなっており、旅行先それぞれの平均費用(概算)を引き上げている。

また東アジア諸国の中でも特に「韓国」では『10万円未満』の旅行が46.0%を占めており、距離的にも価格的にもアクセスのしやすさが表れているといえる。

全体を見ると、平均費用はコロナ禍前の2019年と比較すると約6.2万円増、10万円以下の旅行の割合も約6.5ポイント減少と、全体的に海外旅行の費用は増加傾向にある。

表Ⅰ-3-12　着地別(国・地域別)の旅行費用価格帯

(単位：%)(単位：万円)

消費額 / 旅行先	3万円未満	3万円以上5万円未満	5万円以上7万円未満	7万円以上10万円未満	10万円以上15万円未満	15万円以上20万円未満	20万円以上30万円未満	30万円以上40万円未満	40万円以上50万円未満	50万円以上60万円未満	60万円以上70万円未満	70万円以上80万円未満	80万円以上90万円未満	90万円以上100万円未満	100万円以上	平均費用(概数)	サンプル数
2024年	0.7	2.6	6.7	11.0	15.3	12.8	15.0	9.4	6.4	5.1	3.4	2.4	1.8	1.6	5.6	31.1	(3,889)
2023年	*1.2*	*3.0*	*7.0*	*11.6*	*18.1*	*13.0*	*13.7*	*8.6*	*5.5*	*5.8*	*2.8*	*2.3*	*1.2*	*1.4*	*4.7*	*28.8*	*(1,938)*
2019年	*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*	*24.9*	*(4,434)*
韓国	0.9	6.4	14.9	23.7	22.8	12.2	10.7	3.5	2.1	0.6	0.3	0.5	0.0	0.4	0.9	15.2	(847)
中国	3.1	2.1	9.7	15.7	12.3	15.5	19.5	11.4	5.8	2.3	0.0	1.2	0.0	0.0	1.4	21.4	(92)
台湾	0.3	2.4	12.0	18.0	25.0	18.3	12.2	5.7	2.7	1.6	0.8	0.2	0.0	0.4	0.4	17.3	(493)
香港・マカオ	1.3	2.1	6.5	12.2	22.2	16.4	18.1	7.3	5.3	3.6	0.7	1.7	0.0	1.7	0.8	22.8	(138)
シンガポール	1.7	1.5	2.4	3.6	9.7	16.3	31.7	8.5	5.8	6.6	4.3	2.5	0.9	1.6	3.0	31.6	(123)
インドネシア	0.0	5.1	1.9	5.0	14.5	22.2	24.9	2.2	5.2	7.5	0.0	9.4	2.2	0.0	0.0	28.8	(42)
マレーシア	1.2	4.1	3.3	13.0	14.3	11.8	30.4	8.0	8.3	1.2	2.9	0.0	0.0	1.4	0.0	23.4	(74)
タイ	0.0	0.8	2.8	8.6	21.2	22.9	19.2	10.6	4.9	4.3	1.4	0.0	0.4	1.3	1.5	24.7	(240)
ベトナム	2.1	1.1	3.4	10.9	23.9	18.7	26.5	8.8	1.4	1.3	0.0	0.0	1.9	0.0	0.0	20.2	(147)
フィリピン	0.0	5.3	4.6	8.0	17.2	27.0	13.2	10.4	5.9	3.6	0.0	1.7	1.4	1.8	0.0	23.7	(62)
インドネシア(バリ)	0.0	0.0	0.0	5.8	32.1	14.4	11.5	9.8	10.9	6.0	4.4	5.1	0.0	0.0	0.0	28.2	(19)
その他東南アジア	0.0	0.0	3.8	2.0	5.4	14.8	37.3	15.2	10.7	6.9	2.0	0.0	0.0	0.0	1.9	30.1	(56)
オーストラリア・ニュージーランド	1.1	0.9	0.7	0.9	8.9	12.5	18.8	19.0	9.0	5.8	4.8	1.8	5.2	1.7	8.9	41.5	(114)
南太平洋(タヒチ・フィジー・ニューカレドニア等)	0.0	0.0	0.0	0.0	21.4	8.3	0.0	16.7	9.5	0.0	8.3	8.4	8.3	0.0	19.0	52.1	(11)
ハワイ	0.0	0.0	0.7	0.8	5.7	7.0	15.1	20.0	10.4	10.6	5.1	2.7	2.4	4.3	15.0	49.9	(253)
グアム・サイパン	0.0	0.0	3.0	3.7	10.5	25.6	18.5	9.9	15.2	3.6	4.2	3.3	0.0	2.3	0.0	30.7	(56)
アメリカ合衆国本土	0.0	1.4	1.4	0.8	3.1	6.8	12.2	13.7	8.4	12.2	11.4	5.2	3.4	3.0	16.8	54.1	(136)
カナダ	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	11.7	11.0	11.0	0.0	10.0	5.7	5.5	10.5	5.9	28.6	65.1	(18)
フランス	0.0	1.5	1.2	1.2	5.2	2.5	11.4	14.3	12.5	7.7	15.3	2.8	6.2	2.8	15.5	54.5	(73)
イギリス	0.0	3.0	5.9	5.8	0.0	0.0	19.0	5.4	14.8	2.5	16.7	7.9	2.8	2.9	13.4	50.9	(36)
スペイン	0.0	2.5	0.0	0.0	0.0	0.0	10.5	13.7	18.1	19.8	2.2	18.7	9.6	0.0	5.0	55.2	(39)
イタリア	0.0	0.0	0.0	1.7	1.2	2.5	16.8	13.5	10.3	8.7	15.0	5.0	2.5	2.9	19.9	57.4	(78)
ドイツ	0.0	0.0	6.1	3.1	2.0	5.1	10.1	20.6	19.0	2.4	3.1	5.5	0.0	2.4	20.6	50.5	(41)
その他ヨーロッパ	0.0	0.9	2.3	1.6	1.8	3.2	4.9	14.9	12.7	16.2	12.1	7.3	4.0	3.2	14.9	56.8	(121)
その他	0.8	0.9	1.6	1.8	1.8	6.5	15.7	12.6	11.0	5.2	4.0	6.9	10.6	2.5	18.2	55	(118)

(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ポイント以上高い　■全体の比率より10ポイント以上高い　■全体の比率より5ポイント以上高い

⑧着地別(国・地域別)の現地で楽しんだ活動(表I-3-13)

現地で楽しんだ活動では、『まち並み散策・まち歩き』(54.8%)、『ショッピング・買い物』(51.4%)、『現地グルメ・名物料理』(51.3%)、『都市観光・都会見物』(46.4%)、『歴史・文化的な名所の訪問』(44.5%)、『自然や景勝地の訪問』(42.3%)が多くなり、旅行者の4割以上がこれらの活動を現地で楽しんだとしている。

旅行先別に見てみると、ヨーロッパの国々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』、『美術館・博物館』を楽しんだという割合が、その他旅行先を含めた全体平均よりも10ポイント以上高くなっている。『世界遺産訪問』も「イギリス」を除いたいずれのヨーロッパの国でも15ポイント以上高い値となっている。

表Ⅰ-3-13　着地別(国・地域別)の現地活動(複数回答)

旅行先＼現地活動	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	まち並み散策・まち歩き	温泉	祭り・イベント	季節の花見	リゾート滞在(海浜)	リゾート滞在(高原)	テーマパーク・レジャーランド	観光施設・動物園・水族館	美術館・博物館	ショッピング・買い物	現地グルメ・名物料理	芸術鑑賞(観劇、コンサート・ライブ等)	スポーツ観戦	生活文化体験(陶芸体験、そば打ち体験等)	果物狩り・農林漁業体験
2024年	42.3	44.5	46.4	54.8	5.0	7.8	2.6	12.2	2.5	8.2	12.3	16.0	51.4	51.3	5.7	2.6	1.6	0.6
2023年	*42.4*	*42.6*	*44.0*	*55.0*	*3.5*	*8.1*	*2.5*	*13.2*	*3.3*	*7.1*	*11.2*	*14.4*	*50.7*	*53.2*	*5.7*	*3.1*	*1.5*	*0.5*
2019年	*45.3*	*43.2*	*42.0*	*47.2*	*3.4*	*5.8*	*2.6*	*13.3*	*2.3*	*6.7*	*11.4*	*14.3*	*46.9*	*45.6*	*5.9*	*1.6*	*1.3*	*0.8*
韓国	21.4	31.9	34.7	48.8	5.4	5.5	1.7	2.2	1.5	5.0	6.8	5.2	62.9	58.8	6.2	1.5	1.2	0.7
中国	39.9	37.5	42.9	42.2	3.2	6.1	4.1	7.4	3.1	12.6	10.4	12.8	21.1	29.2	6.4	5.5	4.4	0.0
台湾	43.6	54.3	49.8	61.3	6.6	10.1	3.0	2.6	1.5	4.4	13.6	18.6	52.6	59.3	2.5	0.8	1.8	0.8
香港・マカオ	21.3	29.3	38.5	56.0	5.1	9.8	1.5	3.1	1.2	33.8	8.5	6.2	27.8	38.6	1.5	1.4	0.5	0.0
シンガポール	40.7	36.2	55.7	54.5	3.8	10.5	3.1	10.7	1.5	25.8	32.4	10.6	47.2	45.4	2.7	2.7	2.3	0.9
インドネシア	45.6	38.1	29.2	44.1	2.1	8.6	0.0	37.4	4.5	4.2	4.5	2.1	40.7	52.0	4.5	0.0	0.0	0.0
マレーシア	42.6	53.1	58.4	54.8	3.0	10.6	1.1	12.6	5.1	0.0	6.5	4.9	41.4	50.1	2.8	1.5	4.0	0.0
タイ	36.1	44.0	43.6	50.5	3.6	3.6	0.6	19.2	0.5	4.3	9.0	6.2	56.2	57.3	4.9	1.0	0.8	0.3
ベトナム	54.0	55.9	50.9	63.0	2.7	8.8	2.0	15.0	0.7	13.8	11.2	9.6	49.4	55.8	6.6	0.7	0.7	1.4
フィリピン	31.0	28.9	24.7	31.3	5.5	1.6	4.1	28.8	1.3	2.9	6.1	5.9	39.8	33.7	3.2	0.0	0.0	0.0
インドネシア(バリ)	37.9	37.9	15.4	26.0	0.0	15.4	0.0	47.7	5.1	0.0	0.0	4.4	36.2	48.4	5.8	0.0	0.0	0.0
その他東南アジア	62.6	78.8	56.7	46.7	3.3	2.3	0.0	4.6	3.1	0.0	17.4	17.7	43.7	44.6	8.5	1.6	3.7	0.0
オーストラリア・ニュージーランド	71.6	42.6	55.6	60.1	9.2	7.3	2.8	18.0	3.6	6.6	37.7	15.6	46.3	44.9	3.1	0.7	2.4	0.9
南太平洋(タヒチ・フィジー・ニューカレドニア等)	39.2	36.9	17.9	26.3	0.0	0.0	0.0	54.9	0.0	9.5	9.5	8.4	35.6	39.2	17.8	0.0	8.4	0.0
ハワイ	55.4	28.1	38.4	56.8	1.1	5.0	0.7	57.3	1.5	6.1	13.8	4.6	65.2	53.9	3.0	1.0	0.8	0.4
グアム・サイパン	36.1	13.0	24.8	45.1	0.0	11.3	0.0	54.2	3.1	11.0	4.6	3.0	55.5	49.5	0.0	1.4	0.0	0.0
アメリカ合衆国本土	39.0	30.7	50.6	45.3	0.0	6.8	1.3	3.2	1.6	26.5	8.6	23.5	58.2	44.3	9.8	23.8	0.0	0.6
カナダ	61.7	27.8	61.6	67.2	0.0	10.3	0.0	0.0	11.2	0.0	32.1	15.0	39.0	16.4	5.9	4.8	10.3	0.0
フランス	48.4	74.2	61.4	62.8	2.6	9.0	1.4	2.7	1.5	4.2	11.3	57.2	54.6	48.4	8.0	8.2	0.0	1.5
イギリス	75.0	75.9	72.2	73.6	2.8	5.0	4.9	2.7	4.6	0.0	11.0	60.0	58.8	53.3	16.2	5.1	0.0	3.4
スペイン	54.4	67.4	71.3	72.8	2.1	8.6	2.0	4.9	0.0	2.0	18.7	50.2	50.4	59.4	17.1	5.2	4.6	0.0
イタリア	51.7	70.0	60.9	70.3	3.9	14.4	2.9	2.6	4.6	5.7	11.3	43.1	45.7	40.3	14.4	5.3	4.2	1.4
ドイツ	41.7	73.9	60.8	58.8	1.9	15.5	3.9	0.0	0.0	8.4	9.8	43.2	38.9	41.0	7.9	0.0	0.0	0.0
その他ヨーロッパ	78.7	76.5	69.0	75.9	11.9	4.6	2.1	5.9	3.8	1.8	14.6	40.3	48.8	58.1	7.3	1.7	1.6	0.0
その他	73.5	67.6	54.3	58.7	5.7	4.1	4.2	10.0	4.2	2.5	17.4	33.0	43.9	41.4	6.9	0.0	4.5	0.0

(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ポイント以上高い　■全体の比率より10ポイント以上高い　■全体の比率より5ポイント以上高い

「南太平洋（タヒチ・フィジー・ニューカレドニア等）」、「グアム・サイパン」、「フィリピン」、「ハワイ」、「インドネシア」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ポイント以上高く、マリンリゾート需要が高い旅行先であることがうかがえる。

その他特徴的な点として、「香港・マカオ」、「アメリカ合衆国本土」、「シンガポール」では『テーマパーク・レジャーランド』が、「オーストラリア・ニュージーランド」、「シンガポール」、「カナダ」では『観光施設・動物園・水族館』が全体よりも15ポイント以上高くなっている。「南太平洋（タヒチ・フィジー・ニューカレドニア等）」では『アウトドア体験（カヌー、乗馬体験、気球等）』や『野生動物観察（クジラ、鳥等）』等といったアウトドア需要があることも確認される。

（単位：%）

現地活動 ＼ 旅行先	サンプル数	現地ツアー・体験プログラム等の参加率	その他	家族や親戚、友人知人訪問	産業観光（工場見学、ものづくりの現場見学等）	世界遺産訪問	サイクリング	ドライブ	スパ・エステ	写真・写生	ゴルフ	マラソン・ジョギング	スキー・スノーボード	海水浴・マリンスポーツ	登山・トレッキング	野生動物観察（クジラ、鳥等）	アウトドア体験（カヌー、乗馬体験、気球等）
2024年	(4,001)	29.1	1.2	6.4	2.0	14.5	1.6	2.9	7.1	4.5	2.1	0.9	0.5	6.8	3.2	1.9	3.2
2023年	*(2,001)*	*28.0*	*1.7*	*7.5*	*1.4*	*12.6*	*1.4*	*2.8*	*7.5*	*5.1*	*2.0*	*0.5*	*0.5*	*7.8*	*4.6*	*1.8*	*4.1*
2019年	*(4,559)*	*36.3*	*1.1*	*4.5*	*1.5*	*14.5*	*1.0*	*2.9*	*6.0*	*5.4*	*1.9*	*0.6*	*0.4*	*8.2*	*2.9*	*2.0*	*3.4*
韓国	(870)	15.3	1.5	3.5	1.2	4.6	0.6	0.5	10.5	3.1	0.5	0.5	0.4	0.5	0.7	0.0	1.1
中国	(94)	25.4	1.0	9.6	6.7	15.6	0.0	2.1	4.0	2.1	0.0	1.1	0.0	1.1	0.9	2.2	3.1
台湾	(507)	24.0	0.2	5.3	0.7	5.9	2.7	0.8	4.2	3.5	0.6	0.4	0.0	0.4	1.7	0.8	0.5
香港・マカオ	(143)	20.9	3.3	5.5	0.7	7.7	1.2	0.6	1.5	2.2	0.0	1.5	0.6	0.7	0.7	1.1	0.8
シンガポール	(128)	24.0	0.7	7.9	0.9	5.5	0.0	3.9	2.9	6.4	0.7	0.8	0.0	3.2	2.4	1.5	1.7
インドネシア	(43)	43.3	1.9	4.8	0.0	12.1	2.1	0.0	16.4	2.5	4.8	2.1	0.0	31.0	3.9	7.1	5.7
マレーシア	(74)	18.5	1.2	8.2	5.5	17.9	3.0	2.3	2.9	4.7	5.4	0.0	0.0	4.1	0.0	2.9	0.0
タイ	(247)	25.1	1.4	11.4	1.6	17.4	2.1	2.3	20.4	4.7	9.4	0.0	0.4	7.7	1.5	2.5	3.9
ベトナム	(151)	38.9	1.4	4.6	4.4	25.9	0.0	0.5	17.5	6.7	2.1	0.7	0.7	5.7	1.4	0.0	4.8
フィリピン	(66)	38.7	5.0	10.1	1.7	4.5	1.4	5.3	13.8	2.9	3.9	1.6	0.0	33.7	1.2	8.6	8.8
インドネシア（バリ）	(19)	14.5	0.0	4.7	0.0	17.3	0.0	0.0	37.9	0.0	5.1	0.0	0.0	15.6	0.0	0.0	4.4
その他東南アジア	(56)	34.8	1.9	4.3	9.1	45.2	2.3	1.5	5.8	6.8	1.4	0.0	0.0	3.9	7.1	12.4	9.5
オーストラリア・ニュージーランド	(121)	46.2	1.7	15.6	0.9	17.6	2.5	5.6	1.4	4.4	2.5	1.6	0.7	16.3	5.1	5.4	6.1
南太平洋（タヒチ・フィジー・ニューカレドニア等）	(11)	62.0	0.0	0.0	0.0	9.5	11.9	9.5	0.0	29.8	17.8	0.0	0.0	73.9	17.9	29.7	46.4
ハワイ	(267)	35.6	2.0	3.6	1.0	3.0	2.2	11.6	6.2	2.8	9.1	1.5	0.3	31.5	15.3	3.1	6.4
グアム・サイパン	(61)	39.1	0.0	3.3	0.0	0.0	0.0	5.2	0.0	0.0	3.0	0.0	0.0	60.3	0.0	0.0	14.5
アメリカ合衆国本土	(148)	23.8	0.0	12.8	0.6	6.0	3.0	5.8	2.8	5.0	1.3	2.3	1.4	3.6	2.9	2.1	3.4
カナダ	(18)	28.6	5.5	11.4	0.0	5.7	4.8	5.5	0.0	5.9	0.0	0.0	11.7	0.0	0.0	0.0	5.5
フランス	(74)	27.3	1.4	1.3	1.4	32.2	0.0	7.9	1.1	10.2	0.0	1.4	1.3	0.0	2.6	1.5	0.0
イギリス	(38)	26.8	0.0	17.9	2.2	15.6	2.7	5.5	0.0	6.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
スペイン	(42)	32.1	0.0	2.6	0.0	46.1	0.0	2.6	0.0	2.6	0.0	0.0	0.0	2.0	4.7	0.0	2.0
イタリア	(78)	51.1	0.0	4.0	3.8	29.5	4.2	4.1	1.4	8.5	2.8	1.4	1.4	1.4	5.7	1.4	2.5
ドイツ	(42)	28.1	0.0	14.4	2.1	39.5	3.0	1.9	2.1	5.4	0.0	0.0	0.0	2.5	3.0	0.0	2.5
その他ヨーロッパ	(122)	45.7	1.6	2.5	5.3	45.8	1.8	0.8	2.8	7.4	0.0	1.1	1.5	1.8	7.8	0.7	3.0
その他	(120)	45.8	0.8	9.2	5.4	40.2	0.9	2.1	0.7	5.1	0.0	0.9	0.0	5.1	6.1	12.0	11.0

資料：（公財）日本交通公社「JTBF 旅行実態調査」

⑨旅行先と満足度・再来訪意向(表I-3-14)

旅行先での満足度を見ると、全体での最大シェアが『大変満足』(40.1%)となっている。不満足層(『やや不満』+『不満』+『大変不満』)の割合は合わせて2.3%のみであり、海外旅行者の93.6%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「スペイン」への旅行で最も高く(56.4%)、次いで「カナダ」(56.2%)が高かった。満足度指数(満足度を指数化した得点)で見ると「カナダ」(6.39)、「オーストラリア・ニュージーランド」(6.36)、「グアム・サイパン」(6.33)が上位となった。

再来訪意向(5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77.3%となった。

『大変そう思う』の割合が高いのは、「グアム・サイパン」(53.3%)、「ハワイ」(53.1%)であり、次いで「インドネシア(バリ)」(52.3%)と、海浜リゾートが多い。

図I-3-3から、「ハワイ」、「グアム・サイパン」、「カナダ」、「オーストラリア・ニュージーランド」、「イギリス」、「アメリカ合衆国本土」等は、満足度と再来訪意向の双方が高いということが分かる。これらの国・地域は、旅行先での経験に加えて、日本からの行きやすさも備えていると考えられる。

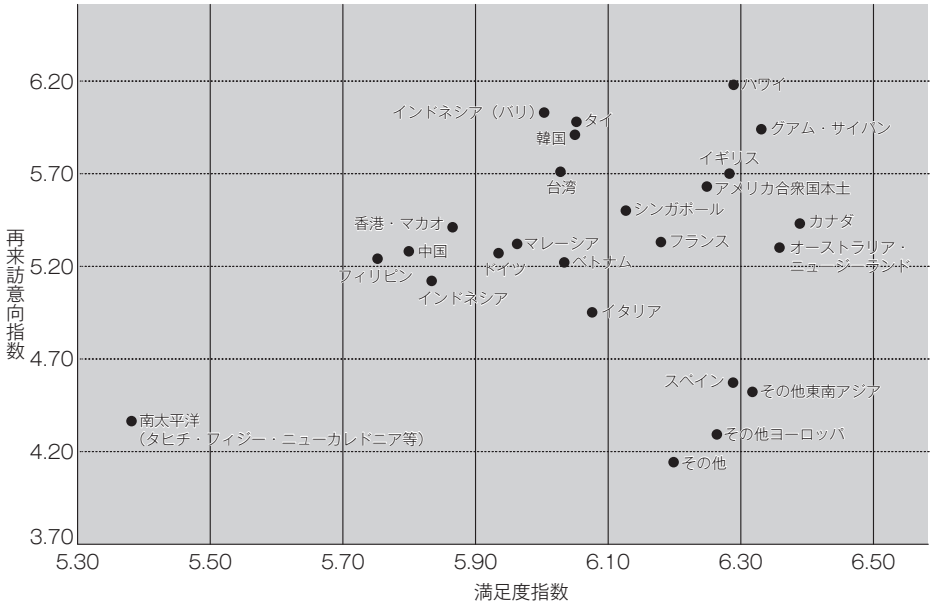
表Ⅰ-3-14　着地別(国・地域別)の満足度・再来訪意向

(単位:%)

旅行先＼満足度	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		
2024年	40.1	38.5	15.1	4.0	1.4	0.5	0.5	6.09	(4,001)
2023年	*48.5*	*35.6*	*11.7*	*3.1*	*0.8*	*0.1*	*0.3*	*6.26*	*(2,001)*
2019年	*43.6*	*38.6*	*12.9*	*3.2*	*0.9*	*0.2*	*0.6*	*6.18*	*(4,559)*
韓国	37.8	39.7	15.8	4.6	1.4	0.2	0.4	6.06	(870)
中国	28.1	43.0	18.4	5.1	3.1	1.1	1.1	5.80	(94)
台湾	33.3	44.7	15.7	4.7	0.8	0.8	0.0	6.03	(507)
香港・マカオ	34.6	33.9	18.7	10.8	1.4	0.0	0.6	5.87	(143)
シンガポール	42.3	31.9	22.3	2.9	0.6	0.0	0.0	6.12	(128)
インドネシア	27.4	44.2	17.1	6.7	4.6	0.0	0.0	5.83	(43)
マレーシア	36.2	41.5	15.5	1.5	1.2	1.4	2.6	5.95	(74)
タイ	36.1	42.2	17.2	2.8	0.4	0.4	0.9	6.06	(247)
ベトナム	38.9	39.6	13.5	3.5	3.3	1.2	0.0	6.04	(151)
フィリピン	29.9	33.1	25.2	7.7	2.9	1.3	0.0	5.76	(66)
インドネシア(バリ)	37.5	41.8	9.8	5.1	5.8	0.0	0.0	6.00	(19)
その他東南アジア	50.5	35.1	11.2	1.5	1.6	0.0	0.0	6.31	(56)
オーストラリア・ニュージーランド	49.1	40.7	7.6	2.5	0.0	0.0	0.0	6.36	(121)
南太平洋 (タヒチ・フィジー・ニューカレドニア等)	16.7	48.7	8.4	8.3	17.8	0.0	0.0	5.38	(11)
ハワイ	50.0	35.9	10.9	1.2	1.1	0.0	0.8	6.29	(267)
グアム・サイパン	52.8	30.9	12.6	3.8	0.0	0.0	0.0	6.33	(61)
アメリカ合衆国本土	50.3	33.9	10.9	2.7	0.7	1.4	0.0	6.26	(148)
カナダ	56.2	32.4	5.9	5.5	0.0	0.0	0.0	6.39	(18)
フランス	45.1	36.4	13.3	3.7	0.0	1.4	0.0	6.19	(74)
イギリス	41.3	51.3	5.0	0.0	2.4	0.0	0.0	6.29	(38)
スペイン	56.4	24.4	15.0	2.0	0.0	2.1	0.0	6.29	(42)
イタリア	42.5	40.5	8.2	2.5	4.9	0.0	1.4	6.07	(78)
ドイツ	38.2	38.3	14.0	5.4	0.0	0.0	4.1	5.93	(42)
その他ヨーロッパ	45.9	36.8	16.2	0.0	1.1	0.0	0.0	6.26	(122)
その他	42.6	45.7	6.2	2.7	1.1	0.9	0.9	6.20	(120)

(注1)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。
(注2)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)～まったく思わない(1点)までの7段階評価の平均値。
■全体の比率より15ポイント以上高い　■全体の比率より10ポイント以上高い　■全体の比率より5ポイント以上高い

図Ⅰ-3-3　着地別(国・地域別)の満足度・再来訪意向



資料：(公財)日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

（単位：%）

旅行先＼再来訪意向(5年以内)	大変そう思う	そう思う	やや思う	どちらでもない	あまり思わない	思わない	まったく思わない	再来訪意向指数	サンプル数
2024年	34.4	25.5	17.4	11.5	6.3	3.2	1.7	5.54	(4,001)
2023年	*42.6*	*26.4*	*12.6*	*9.6*	*5.2*	*2.7*	*1.0*	*5.80*	*(2,001)*
2019年	*34.1*	*26.0*	*16.1*	*11.6*	*6.3*	*4.2*	*1.6*	*5.51*	*(4,559)*
韓国	41.8	29.7	16.0	7.1	2.7	1.2	1.5	5.91	(870)
中国	23.7	27.6	22.5	13.1	5.8	6.1	1.1	5.28	(94)
台湾	35.0	29.5	17.9	10.8	4.1	1.7	1.1	5.71	(507)
香港・マカオ	33.3	18.7	18.1	19.3	7.4	2.1	0.9	5.41	(143)
シンガポール	28.8	25.1	24.1	11.9	9.3	0.8	0.0	5.50	(128)
インドネシア	19.8	31.4	18.9	14.1	4.6	9.1	2.1	5.12	(43)
マレーシア	21.4	31.3	21.5	15.1	5.3	5.5	0.0	5.32	(74)
タイ	46.0	24.2	18.9	6.2	3.3	0.4	1.0	5.98	(247)
ベトナム	29.0	24.9	11.7	16.1	10.8	6.8	0.6	5.22	(151)
フィリピン	26.8	26.7	12.5	19.7	8.8	2.7	2.9	5.24	(66)
インドネシア(バリ)	52.3	20.6	16.2	5.1	0.0	5.8	0.0	6.03	(19)
その他東南アジア	17.0	17.1	15.8	20.4	12.2	15.7	1.9	4.52	(56)
オーストラリア・ニュージーランド	28.9	23.4	19.5	13.2	9.4	2.9	2.6	5.30	(121)
南太平洋(タヒチ・フィジー・ニューカレドニア等)	8.3	20.3	16.7	27.3	17.9	0.0	9.5	4.36	(11)
ハワイ	53.1	28.4	8.4	6.7	1.6	0.8	1.1	6.18	(267)
グアム・サイパン	53.3	15.8	12.4	10.5	6.7	1.4	0.0	5.94	(61)
アメリカ合衆国本土	38.7	24.1	17.6	7.2	7.2	3.1	2.0	5.63	(148)
カナダ	33.3	15.5	23.1	16.9	11.2	0.0	0.0	5.43	(18)
フランス	23.2	31.3	21.8	12.9	3.6	4.3	2.8	5.33	(74)
イギリス	36.4	23.7	27.8	0.0	10.1	2.0	0.0	5.70	(38)
スペイン	18.6	15.2	15.5	22.5	14.2	11.9	2.1	4.57	(42)
イタリア	24.1	24.5	12.9	17.1	8.0	9.3	4.2	4.95	(78)
ドイツ	27.2	26.7	15.0	16.1	10.8	0.0	4.1	5.27	(42)
その他ヨーロッパ	14.4	12.1	18.7	17.8	21.8	10.5	4.8	4.29	(122)
その他	13.5	13.0	16.0	18.7	18.7	9.7	10.3	4.14	(120)

資料：(公財)日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

3 マーケットセグメント（同行者×ライフステージ）別の旅行動向

ここでは、海外旅行（観光・レクリエーションを目的とする海外旅行）にしぼり、日本人の海外旅行の実態を詳しく見ていく。なお、分析に用いた表はすべて「**JTBF 旅行実態調査**」（6ページ参照）による。

①マーケットセグメントと申し込み時期（表I-3-15）

旅行の申し込み時期は、全体で見ると旅行の『3～5か月前』（35.1%）、『1～2か月前』（26.3%）、『半年～1年前』（22.8%）の割合が大きくなった。

「家族旅行」、「夫婦・カップル旅行」、「友人旅行」、「ひとり旅」別に見ると、どの層でも『3～5か月前』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」での割合は小さくなった。

表Ⅰ-3-15　マーケットセグメント（同行者×ライフステージ）別の旅行申し込み時期

（単位：%）

マーケットセグメント ＼ 申込時期	1年以上前	半年～1年前	3～5か月前	1～2か月前	3～4週間前	1～2週間前	4～6日前	2～3日前	出発前日	当日／出発後	サンプル数
2024年	2.3	22.8	35.1	26.3	7.4	3.7	1.1	0.8	0.3	0.1	(3,918)
2023年	*2.8*	*20.1*	*36.8*	*28.4*	*6.6*	*3.8*	*0.9*	*0.3*	*0.3*	*0.0*	*(1,973)*
2019年	*2.7*	*22.2*	*37.7*	*25.8*	*7.2*	*2.9*	*0.8*	*0.5*	*0.2*	*0.1*	*(4,484)*
家族旅行	3.6	22.3	32.9	28.0	8.2	3.4	1.0	0.5	0.1	0.0	(845)
乳幼児の子どもと一緒の家族旅行（小中高生を含まない）	3.4	26.7	33.4	26.4	5.2	3.1	1.8	0.0	0.0	0.0	(98)
小中高生の子どもと一緒の家族旅行（乳幼児連れも含む）	4.8	22.8	32.4	28.2	8.3	3.1	0.0	0.3	0.0	0.0	(273)
18歳以上のみの家族旅行	3.0	21.0	33.1	28.3	8.8	3.6	1.5	0.6	0.2	0.0	(474)
3世代家族旅行※	3.3	21.2	31.6	25.5	9.8	5.3	2.8	0.5	0.0	0.0	(164)
夫婦・カップル旅行	2.5	26.9	37.7	22.1	6.1	2.8	0.8	0.7	0.3	0.1	(1,077)
カップルでの旅行	4.5	20.7	33.2	22.5	9.9	5.1	1.3	1.9	0.9	0.0	(214)
夫婦での旅行（子どもなし）	2.1	27.0	36.4	23.1	7.1	2.8	0.7	0.7	0.2	0.0	(383)
子育て中の夫婦での旅行（末子が18歳未満）	6.6	18.0	31.0	25.4	9.8	7.4	1.8	0.0	0.0	0.0	(74)
子育て後の夫婦での旅行（末子が18歳以上）	1.0	32.2	42.7	20.2	2.4	0.7	0.4	0.2	0.0	0.3	(406)
友人旅行	1.5	21.3	37.1	28.2	7.1	2.9	1.1	0.6	0.1	0.1	(779)
未婚男性による友人旅行	2.7	17.1	28.8	36.8	8.5	4.4	1.2	0.0	0.0	0.4	(166)
既婚男性による友人旅行（子どもなし）	3.2	15.7	38.1	24.3	5.3	6.6	2.8	4.0	0.0	0.0	(29)
子育て中の男性による友人旅行（末子が18歳未満）	3.2	20.3	40.0	24.2	6.6	0.0	2.8	2.8	0.0	0.0	(29)
子育て後の男性による友人旅行（末子が18歳以上）	0.0	24.5	46.9	22.1	3.6	1.5	0.0	1.4	0.0	0.0	(67)
未婚女性による友人旅行	1.1	22.4	36.1	27.5	8.1	2.3	2.1	0.4	0.0	0.0	(243)
既婚女性による友人旅行（子どもなし）	1.4	19.4	32.4	31.7	8.5	6.6	0.0	0.0	0.0	0.0	(73)
子育て中の女性による友人旅行（末子が18歳未満）	0.0	19.0	37.2	31.4	8.8	0.0	0.0	3.6	0.0	0.0	(24)
子育て後の女性による友人旅行（末子が18歳以上）	0.8	25.1	44.9	22.2	5.2	1.3	0.0	0.0	0.5	0.0	(148)
ひとり旅	0.9	19.2	31.1	29.1	9.1	6.4	1.7	1.4	1.1	0.1	(714)
男性のひとり旅	0.9	16.4	30.6	30.5	10.5	7.4	1.9	1.0	0.9	0.0	(398)
女性のひとり旅	0.9	22.8	31.8	27.2	7.3	5.0	1.4	2.0	1.3	0.3	(316)

（注1）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2）「わからない」と回答したサンプルを除いて集計している。
※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ポイント以上高い　■全体の比率より10ポイント以上高い　■全体の比率より5ポイント以上高い

資料：（公財）日本交通公社「JTBF 旅行実態調査」

②マーケットセグメントと出発月・出発日（表I-3-16）

全体としては、出発月は割合が高い順に『8月』（11.0%）、『3月』（9.4%）、『9月』（9.3%）となった。

出発日を見ると、2023年と同様に『月～木曜日』が41.8%で、コロナ禍前の2019年と比較して高い状態が続いている。

また、『ゴールデンウィーク』、『年末年始』では、2019年よりやや少なくなっている。2019年時は、ゴールデンウィークが最大10連休程度となったり、年末年始も12月28日から最大9連休になったりと、連休が長く旅行に行きやすい環境だったことが影響していると想定される。

「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にあり、特に「小中高生の子どもと一緒の家族旅行」、次いで「3世代家族旅行」では、学校の『夏休み』（『8月』）に旅行に出かける割合が全体と比較して高い。

「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『日曜・祝祭日』に出発する割合が全体と比較して高くなっている。

「友人旅行」では子どもの有無等によって傾向が異なり、特徴的な点として、「既婚男性による友人旅行（子どもなし）」、「既婚女性による友人旅行（子どもなし）」の出発月が『7月』と『11月』の出発の割合が全体よりも5ポイント以上高くなったほか、「子育て後の男性による友人旅行（末子が18歳以上）」、「子育て後の女性による友人旅行（末子が18歳以上）」の出発日は『月～木曜日』がそれぞれ58.0%、59.2%と、全体より15ポイント以上高くなった。

「ひとり旅」は、『月～木曜日』の出発が男性は49.0%、女性は51.5%で、いずれにおいても全体より5ポイント以上高くなった。

表Ⅰ-3-16　マーケットセグメント（同行者×ライフステージ）別の出発月・出発日

（単位：%）

マーケットセグメント ＼ 出発月・日	出発月												出発日							サンプル数
	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	夏休み	ゴールデンウィーク	年末年始	金曜日	土曜日	日曜・祝祭日	月～木曜日	
2024年	6.4	7.5	9.4	6.8	7.2	7.2	8.1	11.0	9.3	8.8	9.0	9.1	7.7	3.4	5.1	10.5	18.4	13.2	41.8	(4,001)
2023年	*4.6*	*5.6*	*7.2*	*5.8*	*7.0*	*7.3*	*9.3*	*12.5*	*10.4*	*9.7*	*10.7*	*9.8*	*9.4*	*3.3*	*4.8*	*15.9*	*13.3*	*11.5*	*41.8*	*(2,001)*
2019年	*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*	*13.5*	*16.8*	*12.8*	*34.4*	*(4,559)*
家族旅行	6.3	7.1	9.5	8.1	6.7	4.7	8.9	15.5	7.9	7.5	8.2	9.7	12.9	3.9	6.7	9.5	22.3	14.2	30.4	(874)
乳幼児の子どもと一緒の家族旅行（小中高生を含まない）	8.0	7.3	5.0	8.8	10.2	5.1	9.1	10.4	9.4	7.5	7.8	11.5	9.3	5.3	6.9	10.7	23.1	20.7	24.1	(104)
小中高生の子どもと一緒の家族旅行（乳幼児連れも含む）	6.4	5.9	10.2	7.7	5.2	2.0	7.9	23.9	2.6	7.0	8.0	13.2	21.3	2.8	10.8	6.5	22.9	12.0	23.7	(282)
18歳以上のみの家族旅行	5.8	7.8	10.1	8.2	6.8	6.2	9.4	11.6	10.8	7.7	8.3	7.2	8.6	4.3	4.2	11.1	21.7	14.1	36.0	(488)
3世代家族旅行※	6.0	9.4	10.2	9.8	4.9	2.9	11.6	17.5	3.8	4.7	9.3	9.9	15.8	2.9	6.3	9.3	23.3	21.5	20.8	(176)
夫婦・カップル旅行	6.7	8.0	8.8	6.1	8.3	7.7	7.5	9.0	8.9	10.2	9.3	9.6	5.5	3.9	5.1	11.1	16.9	14.8	42.6	(1,093)
カップルでの旅行	5.5	9.4	11.2	6.6	7.8	3.9	6.7	12.0	7.8	8.4	11.7	8.9	7.8	5.7	6.1	10.9	18.0	13.2	38.4	(221)
夫婦での旅行（子どもなし）	7.5	9.2	7.9	6.9	8.0	8.3	8.1	8.5	7.7	9.6	6.4	11.9	7.0	5.0	8.0	10.3	15.6	15.0	39.1	(387)
子育て中の夫婦での旅行（末子が18歳未満）	10.1	2.0	6.8	6.9	9.3	6.0	11.3	8.5	9.4	9.1	13.2	7.3	4.8	3.6	2.8	8.9	19.7	33.3	27.0	(76)
子育て後の夫婦での旅行（末子が18歳以上）	5.8	7.1	8.6	5.0	8.5	9.6	6.5	7.9	10.5	12.0	10.0	8.2	2.9	2.0	2.2	12.4	17.0	11.9	51.5	(409)
友人旅行	5.9	6.4	10.6	5.5	7.0	8.0	7.8	11.1	11.1	9.0	10.3	7.3	6.5	2.4	3.2	10.5	19.8	11.9	45.6	(793)
未婚男性による友人旅行	7.4	6.0	7.5	4.3	8.0	8.6	4.0	14.4	10.7	10.3	12.1	6.7	9.5	4.1	5.8	9.1	22.5	13.3	35.7	(167)
既婚男性による友人旅行（子どもなし）	0.0	12.4	2.8	10.7	6.9	7.5	14.1	7.1	8.8	2.8	14.9	12.0	2.8	6.6	0.0	8.9	16.9	24.4	40.4	(33)
子育て中の男性による友人旅行（末子が18歳未満）	0.0	11.2	9.6	9.7	5.2	2.8	12.8	8.0	6.6	3.2	6.7	23.9	10.4	0.0	10.3	10.5	13.0	3.2	52.6	(29)
子育て後の男性による友人旅行（末子が18歳以上）	11.7	10.2	8.7	3.3	7.1	7.7	11.5	12.7	4.5	7.3	7.6	7.7	8.7	1.2	2.3	10.6	16.5	2.7	58.0	(67)
未婚女性による友人旅行	7.1	6.7	13.6	3.9	6.3	7.5	6.9	10.6	13.6	10.3	8.5	5.1	6.6	2.4	2.2	11.6	23.5	13.1	40.7	(251)
既婚女性による友人旅行（子どもなし）	3.3	3.6	8.3	10.4	9.0	4.9	15.1	6.9	11.4	6.9	15.9	4.4	5.5	2.1	2.2	7.2	20.3	16.9	45.8	(73)
子育て中の女性による友人旅行（末子が18歳未満）	3.3	3.6	8.2	6.2	3.4	18.2	4.1	10.3	21.2	8.2	4.3	8.8	0.0	0.0	0.0	13.1	26.1	12.7	48.0	(24)
子育て後の女性による友人旅行（末子が18歳以上）	3.6	3.9	13.3	6.2	7.3	9.5	6.9	11.1	9.8	9.5	10.7	8.1	3.8	1.0	2.5	11.7	12.8	9.0	59.2	(149)
ひとり旅	6.8	8.5	8.5	7.7	6.9	8.6	8.2	8.8	9.6	7.9	8.7	9.9	5.9	3.1	5.0	10.4	14.4	11.1	50.1	(732)
男性のひとり旅	6.7	8.8	8.5	7.1	6.6	7.7	9.8	9.2	9.7	8.1	7.1	10.7	6.5	3.6	5.3	10.8	13.7	11.2	49.0	(406)
女性のひとり旅	6.9	8.0	8.6	8.4	7.2	9.6	6.3	8.2	9.4	7.7	10.8	8.8	5.1	2.5	4.7	9.9	15.4	11.0	51.5	(326)

（注1）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ポイント以上高い　■全体の比率より10ポイント以上高い　■全体の比率より5ポイント以上高い

資料：（公財）日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

③マーケットセグメントと旅行先での主な交通手段（表I-3-17）

旅行先での主な交通手段は、先に見たように全体では『列車』（48.2%）、『タクシー・ハイヤー』（35.5%）、『飛行機』（25.7%）、『路線バス』（25.2%）の割合が高い。

『列車』については「友人旅行」と「ひとり旅」での利用率が高く、特に「友人旅行」では、「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）」、「子育て中の女性による友人旅行（末子が18歳未満）」と女性の友人旅行において利用率が高かった。

『タクシー・ハイヤー』については、「小中高生の子どもと一緒の家族旅行」のほか、「友人旅行」の中でも既婚男性によるもの（「既婚男性による友人旅行（子どもなし）」、「子育て中の男性による友人旅行（末子が18歳未満）」、「子育て後の男性による友人旅行（末子が18歳以上）」）において利用率が高かった。

『貸切バス・定期観光バス』は「子育て後の夫婦での旅行（末子が18歳以上）」や「子育て後の女性による友人旅行（末子が18歳以上）」での利用率が高く、『路線バス』は「子育て中の女性による友人旅行（末子が18歳未満）」や「ひとり旅」で利用される割合が高くなった。

『レンタカー』については全体の利用率が8.6%と小さいものの、「乳幼児の子どもと一緒の家族旅行（小中高生を含まない）」、「小中高生の子どもと一緒の家族旅行（乳幼児連れも含む）」、「3世代家族旅行」等の家族旅行で利用率が高いほか、「カップルでの旅行」でも比較的利用率が高かった。

表Ⅰ-3-17　マーケットセグメント（同行者×ライフステージ）別の旅行先での主な交通手段（複数回答）　（単位：%）

マーケットセグメント ＼ 旅行先での主な交通手段		飛行機	列車	レンタカー	貸切バス・定期観光バス	路線バス	観光客向けの巡回バス等	タクシー・ハイヤー	ウーバー（一般のドライバーが自家用車を使用し行うライドシェアリングサービス）	レンタサイクル	船（フェリー・観光船等）	その他	交通機関は利用しなかった	サンプル数
2024年		25.7	48.2	8.6	16.6	25.2	8.5	35.5	7.3	1.7	6.5	1.8	1.1	(4,001)
2023年		*25.0*	*50.5*	*10.2*	*14.3*	*25.9*	*9.0*	*37.5*	*9.2*	*1.7*	*6.2*	*2.6*	*1.3*	*(2,001)*
2019年		*−*	*31.7*	*8.5*	*22.0*	*19.8*	*11.5*	*32.5*	*−*	*1.9*	*9.3*	*4.0*	*1.3*	*(4,559)*
家族旅行		25.9	46.0	12.6	12.2	23.9	11.5	40.8	8.5	0.7	5.5	1.8	0.8	(874)
	乳幼児の子どもと一緒の家族旅行（小中高生を含まない）	33.6	36.1	23.8	6.0	22.7	14.6	34.2	7.8	0.0	4.4	1.3	0.9	(104)
	小中高生の子どもと一緒の家族旅行（乳幼児連れも含む）	28.3	42.1	14.7	9.5	21.7	10.8	47.7	10.4	1.4	5.5	1.6	1.4	(282)
	18歳以上のみの家族旅行	22.6	50.7	8.7	15.3	25.5	11.3	38.1	7.5	0.4	5.7	1.9	0.4	(488)
	3世代家族旅行※	30.3	35.8	20.6	10.4	18.9	14.7	37.9	10.9	0.8	4.2	1.5	1.1	(176)
夫婦・カップル旅行		27.9	42.2	9.7	22.1	24.6	9.8	32.0	6.4	2.0	7.6	1.5	1.2	(1,093)
	カップルでの旅行	30.7	42.9	15.3	9.4	26.3	8.3	35.0	4.0	4.1	5.5	0.4	1.3	(221)
	夫婦での旅行（子どもなし）	28.9	46.8	10.0	16.7	27.1	12.2	31.7	8.1	1.9	7.0	1.1	1.0	(387)
	子育て中の夫婦での旅行（末子が18歳未満）	39.0	38.4	12.0	12.3	22.7	9.4	31.6	7.5	0.0	0.0	0.0	1.2	(76)
	子育て後の夫婦での旅行（末子が18歳以上）	23.0	38.1	5.7	36.5	21.5	8.5	30.6	6.0	1.2	10.9	2.9	1.2	(409)
友人旅行		23.8	52.2	5.4	16.8	22.1	5.9	39.4	4.5	0.9	4.7	0.6	1.3	(793)
	未婚男性による友人旅行	26.3	49.5	11.7	8.7	21.9	6.4	37.5	5.1	0.5	3.3	0.6	0.6	(167)
	既婚男性による友人旅行（子どもなし）	40.8	45.6	10.3	6.0	18.4	8.4	54.7	5.0	0.0	6.8	2.8	5.7	(33)
	子育て中の男性による友人旅行（末子が18歳未満）	39.3	28.4	12.5	12.4	6.6	0.0	41.1	0.0	0.0	3.2	0.0	2.4	(29)
	子育て後の男性による友人旅行（末子が18歳以上）	15.9	35.4	5.5	17.6	23.4	5.0	62.0	6.9	1.3	5.7	0.0	0.0	(67)
	未婚女性による友人旅行	20.5	62.0	2.5	13.2	23.7	6.3	35.9	4.0	1.3	4.0	0.4	1.3	(251)
	既婚女性による友人旅行（子どもなし）	25.6	54.0	0.0	10.1	23.5	3.5	35.0	3.5	0.0	4.2	1.0	0.0	(73)
	子育て中の女性による友人旅行（末子が18歳未満）	31.6	59.3	3.6	16.4	32.2	8.4	34.5	4.2	4.2	8.4	0.0	0.0	(24)
	子育て後の女性による友人旅行（末子が18歳以上）	21.4	49.9	3.4	38.3	20.7	6.4	36.4	4.9	0.6	6.7	0.7	2.1	(149)
ひとり旅		24.7	55.2	6.1	12.4	31.2	5.2	30.3	9.7	3.4	7.3	2.9	1.3	(732)
	男性のひとり旅	24.2	55.9	8.4	8.3	31.9	5.1	34.3	11.7	4.0	6.7	2.9	0.8	(406)
	女性のひとり旅	25.3	54.3	3.2	17.6	30.3	5.3	25.2	7.1	2.6	8.0	2.8	1.9	(326)

（注1）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ポイント以上高い　■全体の比率より10ポイント以上高い　■全体の比率より5ポイント以上高い

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-3-18）

最も楽しみにしていたことについて全体では、先に見たように『おいしいものを食べること』(21.9%)が最も多く、次いで『文化的な名所を見ること』(14.5%)、『街や都市を訪れること』(11.8%)『自然景観を見ること』(10.0%)の順で10%を超える割合となった。

セグメント別で見ると、「家族旅行」では、「乳幼児の子どもと一緒の家族旅行（小中高生を含まない）」において『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』が全体より5ポイント以上高くなった。

「夫婦・カップル旅行」では、特に「子育て中の夫婦での旅行（末子が18歳未満）」において『買い物をすること』が全体より10ポイント以上高くなった。

「友人旅行」では男性と女性で傾向が異なり、男性の友人旅行の中でも「既婚男性による友人旅行（子どもなし）」、「子育て中の男性による友人旅行（末子が18歳未満）」、「子育て後の男性による友人旅行（末子が18歳以上）」においては、『スポーツやアウトドア活動を楽しむこと』が全体より5ポイント以上高くなった。一方、女性の友人旅行の中でも「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）」、「子育て中の女性による友人旅行（末子が18歳未満）」では『おいしいものを食べること』が全体より5ポイント以上高くなった。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）」では『買い物をすること』、「子育て中の女性による友人旅行（末子が18歳未満）」では『エステ・スパ・マッサージを受けること』も全体より高くなった。

表Ⅰ-3-18　マーケットセグメント（同行者×ライフステージ）別の旅行で最も楽しみにしていたこと　（単位：%）

最も楽しみにしていたこと ／ マーケティングセグメント	文化的な名所（史跡、寺社仏閣等）を見ること	自然景観を見ること	観光・文化施設（水族館や美術館、テーマパーク等）を訪れること	スポーツやアウトドア活動を楽しむこと	街や都市を訪れること	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	エステ・スパ・マッサージを受けること	おいしいものを食べること	買い物をすること	地域の祭りやイベント	帰省・冠婚葬祭関連・親族や知人訪問	目当ての宿泊施設に泊まること	芸術・音楽・スポーツ等の観劇・鑑賞・観戦	その他	サンプル数
2024年	14.5	10.0	7.8	4.1	11.8	4.3	3.6	3.3	21.9	6.8	1.5	3.1	1.9	3.0	2.6	(4,001)
2023年	*14.1*	*11.0*	*5.9*	*5.1*	*12.4*	*3.9*	*3.0*	*2.5*	*23.3*	*7.2*	*1.0*	*3.2*	*1.8*	*2.6*	*2.9*	*(2,001)*
2019年	*17.7*	*13.5*	*7.5*	*5.1*	*12.2*	*3.8*	*2.5*	*2.2*	*18.2*	*8.3*	*1.1*	*2.3*	*1.5*	*2.3*	*1.9*	*(4,559)*
家族旅行	11.6	8.6	10.3	5.0	9.8	5.5	3.5	2.6	23.1	8.0	1.3	3.9	2.7	2.4	1.7	(874)
乳幼児の子どもと一緒の家族旅行（小中高生を含まない）	4.7	4.8	12.0	9.9	6.9	9.7	3.1	4.4	25.9	4.3	3.0	5.1	3.5	0.0	2.8	(104)
小中高生の子どもと一緒の家族旅行（乳幼児連れも含む）	15.1	7.8	10.0	5.2	9.4	6.1	5.4	1.8	18.5	8.5	1.3	5.3	2.3	1.3	2.1	(282)
18歳以上のみの家族旅行	11.1	9.9	10.1	3.7	10.8	4.1	2.5	2.8	25.3	8.5	1.0	2.8	2.7	3.6	1.1	(488)
3世代家族旅行※	12.6	6.6	11.7	5.5	12.7	7.2	3.1	2.7	18.6	8.1	0.8	4.4	3.3	1.9	1.0	(176)
夫婦・カップル旅行	15.8	11.9	8.3	3.6	12.5	4.7	3.8	2.0	21.5	5.6	1.3	2.2	2.2	2.0	2.4	(1,093)
カップルでの旅行	11.8	9.5	10.1	5.8	10.0	3.4	6.3	4.1	23.0	7.0	1.7	0.7	2.8	2.1	1.9	(221)
夫婦での旅行（子どもなし）	15.3	10.4	8.1	4.3	12.8	4.9	2.3	1.0	26.7	4.9	1.4	2.2	2.0	1.4	2.4	(387)
子育て中の夫婦での旅行（末子が18歳未満）	14.9	9.2	9.8	5.4	13.4	4.2	3.5	5.5	10.1	16.9	1.1	2.0	0.9	3.1	0.0	(76)
子育て後の夫婦での旅行（末子が18歳以上）	18.8	15.4	7.2	1.3	13.4	5.4	3.9	1.1	18.0	3.3	1.1	3.2	2.4	2.4	3.2	(409)
友人旅行	14.1	8.9	6.9	4.8	11.8	2.9	2.4	4.8	23.7	9.7	2.4	1.0	1.0	3.2	2.2	(793)
未婚男性による友人旅行	18.2	7.9	11.3	4.9	16.2	5.1	1.7	2.6	18.1	4.2	1.6	0.9	0.6	1.8	4.8	(167)
既婚男性による友人旅行（子どもなし）	14.9	11.2	0.0	14.9	11.3	3.0	8.5	2.8	16.4	6.0	2.1	0.0	0.0	3.0	5.8	(33)
子育て中の男性による友人旅行（末子が18歳未満）	5.3	9.5	8.7	13.6	9.9	3.2	2.8	9.0	22.2	6.6	9.3	0.0	0.0	0.0	0.0	(29)
子育て後の男性による友人旅行（末子が18歳以上）	14.4	7.1	4.1	16.1	11.4	0.0	3.3	4.0	22.6	4.1	1.3	0.0	1.5	7.5	2.7	(67)
未婚女性による友人旅行	12.7	7.4	6.0	2.5	10.4	2.3	1.9	4.7	28.5	13.7	2.0	1.4	1.2	4.7	0.4	(251)
既婚女性による友人旅行（子どもなし）	7.0	7.6	6.4	3.9	8.4	2.8	0.0	4.6	35.7	12.9	4.0	0.0	0.0	5.3	1.4	(73)
子育て中の女性による友人旅行（末子が18歳未満）	17.2	0.0	4.2	0.0	4.1	4.2	0.0	25.2	33.4	11.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	(24)
子育て後の女性による友人旅行（末子が18歳以上）	16.0	14.8	6.7	0.6	12.9	2.8	3.9	4.4	17.0	11.0	2.7	1.9	1.8	0.7	2.7	(149)
ひとり旅	16.1	9.4	5.4	3.4	13.1	3.9	4.6	4.5	18.3	4.4	1.3	6.0	1.3	4.7	3.9	(732)
男性のひとり旅	18.5	6.9	6.6	3.8	15.9	3.3	3.5	4.2	17.9	4.1	0.9	5.3	1.1	3.6	4.4	(406)
女性のひとり旅	12.9	12.5	3.8	2.8	9.5	4.6	5.9	5.0	18.7	4.8	1.8	6.9	1.5	6.1	3.1	(326)

(注1)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ポイント以上高い　■全体の比率より10ポイント以上高い　■全体の比率より5ポイント以上高い

資料：(公財)日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

⑤マーケットセグメントと宿泊施設（表I-3-19）

ホテル宿泊の割合が高いのはマーケットセグメントに限らず同様であるが、「家族旅行」や「夫婦・カップル旅行」では『リゾートホテル』の利用が、「友人旅行」では『シティホテル』や『ビジネスホテル』、「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大きい傾向である。

そのほか、「3世代旅行」や「乳幼児の子どもと一緒の家族旅行（小中高生を含まない）」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大きくなった。

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	シティホテル	ビジネスホテル	リゾートホテル	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	民泊	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
2024年	86.0	45.2	19.6	31.8	4.3	1.3	3.0	2.4	3.6	5.1	2.7	(4,001)
2023年	*84.6*	*44.0*	*19.7*	*34.2*	*5.4*	*2.5*	*4.9*	*4.3*	*6.1*	*7.3*	*3.9*	*(2,001)*
2019年	*88.6*	*43.3*	*13.0*	*40.0*	*3.6*	*1.0*	*2.7*	－	*4.4*	*3.7*	*2.5*	*(4,559)*
家族旅行	85.1	40.6	15.1	37.2	5.7	1.7	4.6	2.2	2.3	4.9	2.6	(874)
乳幼児の子どもと一緒の家族旅行（小中高生を含まない）	82.4	25.6	16.5	46.7	10.7	3.6	9.0	6.5	0.9	3.0	0.8	(104)
小中高生の子どもと一緒の家族旅行（乳幼児連れも含む）	82.0	38.8	12.2	41.6	4.2	2.0	4.6	2.0	3.5	7.1	3.7	(282)
18歳以上のみの家族旅行	87.7	45.2	16.6	32.3	5.4	1.0	3.5	1.4	1.9	4.0	2.2	(488)
3世代家族旅行※	72.5	34.9	14.3	33.9	14.1	3.2	9.7	3.9	2.9	3.1	5.0	(176)
夫婦・カップル旅行	89.2	48.0	17.0	40.0	4.1	1.3	4.2	2.0	1.2	4.0	3.1	(1,093)
カップルでの旅行	89.4	35.7	27.5	37.3	4.7	2.6	4.6	2.2	2.5	2.9	0.8	(221)
夫婦での旅行（子どもなし）	91.3	48.8	16.5	41.4	4.0	1.2	3.4	0.9	1.2	2.5	1.9	(387)
子育て中の夫婦での旅行（末子が18歳未満）	91.2	41.7	19.1	40.7	10.7	2.8	5.6	7.6	0.0	1.2	0.0	(76)
子育て後の夫婦での旅行（末子が18歳以上）	86.7	55.4	11.0	40.1	2.5	0.5	4.4	1.7	0.6	6.7	6.2	(409)
友人旅行	90.0	49.9	21.8	26.0	3.2	1.3	1.1	2.0	2.9	2.3	2.3	(793)
未婚男性による友人旅行	86.2	39.2	24.3	28.6	5.3	2.6	1.3	2.6	3.7	1.8	1.0	(167)
既婚男性による友人旅行（子どもなし）	90.4	45.0	25.5	30.0	0.0	0.0	6.6	0.0	2.8	0.0	3.0	(33)
子育て中の男性による友人旅行（末子が18歳未満）	90.6	30.9	36.5	28.5	3.2	9.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	(29)
子育て後の男性による友人旅行（末子が18歳以上）	91.9	59.4	15.0	23.6	4.0	0.0	1.2	4.8	6.9	5.5	0.0	(67)
未婚女性による友人旅行	90.2	46.8	26.9	22.4	2.4	1.3	0.6	2.6	3.3	2.1	2.8	(251)
既婚女性による友人旅行（子どもなし）	90.2	55.9	22.1	21.5	3.2	0.0	0.0	1.4	2.8	2.5	2.7	(73)
子育て中の女性による友人旅行（末子が18歳未満）	92.3	54.7	24.9	25.4	8.4	0.0	3.6	0.0	0.0	0.0	0.0	(24)
子育て後の女性による友人旅行（末子が18歳以上）	92.7	64.2	8.7	31.3	1.9	0.0	0.6	0.6	0.5	3.1	4.7	(149)
ひとり旅	78.1	41.4	26.9	19.1	4.3	0.8	1.5	3.5	9.5	10.0	2.0	(732)
男性のひとり旅	83.1	41.9	31.1	19.8	4.2	1.0	1.3	3.5	8.9	6.0	1.2	(406)
女性のひとり旅	71.7	40.9	21.6	18.2	4.5	0.5	1.7	3.5	10.3	15.1	3.1	(326)

（注1）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ポイント以上高い　■全体の比率より10ポイント以上高い　■全体の比率より5ポイント以上高い

⑥マーケットセグメントと宿泊数（表I-3-20）

「ひとり旅」が最も宿泊数が長い傾向は国内旅行と同様である。平均宿泊数が最も長いのは「子育て後の夫婦での旅行（末子が18歳以上）」の6.84泊であるが、それに次いで「女性のひとり旅」が6.71泊、「男性のひとり旅」が6.53泊となっている。

「子育て中の夫婦での旅行（末子が18歳未満）」や「友人旅行」（子育て後を除く）では比較的日数が少なくなる傾向が見られた。

（山本奏音）

表Ⅰ-3-20　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	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	平均宿泊数（概数）	サンプル数
2024年	3.5	18.3	22.4	15.0	10.5	7.1	6.6	6.8	5.0	2.3	0.7	2.0	5.34	(4,001)
2023年	*3.9*	*16.4*	*24.2*	*15.5*	*10.7*	*6.9*	*7.0*	*6.2*	*4.2*	*2.3*	*0.8*	*1.9*	*5.28*	*(2,001)*
2019年	*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)*
家族旅行	2.9	20.9	26.8	15.5	9.5	7.1	6.2	5.6	2.8	1.5	0.1	1.2	4.62	(874)
乳幼児の子どもと一緒の家族旅行（小中高生を含まない）	2.3	15.9	32.3	19.7	7.8	7.8	5.5	3.1	2.5	1.7	0.0	1.5	4.59	(104)
小中高生の子どもと一緒の家族旅行（乳幼児連れも含む）	3.5	18.9	23.8	13.1	10.1	8.3	8.1	6.2	3.2	2.9	0.0	1.9	5.14	(282)
18歳以上のみの家族旅行	2.7	23.2	27.3	15.9	9.5	6.1	5.1	5.8	2.7	0.7	0.2	0.7	4.31	(488)
3世代家族旅行※	4.3	16.1	22.1	16.8	11.1	7.7	7.9	6.0	3.0	2.7	0.4	1.8	5.19	(176)
夫婦・カップル旅行	2.6	13.2	19.9	16.3	11.5	8.2	8.0	9.3	6.0	2.3	0.7	1.9	5.76	(1,093)
カップルでの旅行	3.6	18.4	22.0	20.6	10.7	5.1	5.6	6.3	3.9	1.9	0.8	1.1	4.92	(221)
夫婦での旅行（子どもなし）	2.4	13.8	19.6	14.2	13.4	10.0	8.8	8.6	5.6	2.0	0.0	1.6	5.49	(387)
子育て中の夫婦での旅行（末子が18歳未満）	6.4	20.5	30.2	11.2	10.4	9.3	4.2	5.4	1.2	0.0	1.2	0.0	4.08	(76)
子育て後の夫婦での旅行（末子が18歳以上）	1.3	8.1	17.0	16.8	10.4	8.1	9.3	12.5	8.6	3.4	1.3	3.1	6.84	(409)
友人旅行	3.9	25.9	25.7	15.3	9.9	5.5	3.8	4.5	3.4	1.5	0.3	0.5	4.25	(793)
未婚男性による友人旅行	3.8	23.1	30.1	16.2	15.5	2.2	2.0	4.1	1.1	1.1	0.0	0.7	3.97	(167)
既婚男性による友人旅行（子どもなし）	0.0	23.5	33.8	16.9	7.5	5.1	0.0	2.3	3.5	5.3	0.0	2.1	4.94	(33)
子育て中の男性による友人旅行（末子が18歳未満）	0.0	36.8	26.4	15.4	6.3	8.7	3.2	3.2	0.0	0.0	0.0	0.0	3.47	(29)
子育て後の男性による友人旅行（末子が18歳以上）	1.3	15.7	17.6	22.3	8.5	15.4	3.8	4.1	6.9	3.1	1.3	0.0	5.34	(67)
未婚女性による友人旅行	4.4	30.7	25.5	15.2	9.2	3.1	2.9	3.3	4.2	0.7	0.5	0.4	3.97	(251)
既婚女性による友人旅行（子どもなし）	9.7	27.8	27.0	11.1	8.4	1.4	9.3	2.9	0.0	1.4	0.0	1.1	3.85	(73)
子育て中の女性による友人旅行（末子が18歳未満）	12.3	38.4	25.0	12.8	0.0	3.1	0.0	4.3	4.1	0.0	0.0	0.0	3.18	(24)
子育て後の女性による友人旅行（末子が18歳以上）	1.7	20.9	22.2	13.4	8.9	10.5	6.1	8.5	5.3	2.6	0.0	0.0	4.91	(149)
ひとり旅	5.4	15.1	17.8	12.5	10.6	7.3	7.7	6.4	7.2	3.6	1.8	4.7	6.61	(732)
男性のひとり旅	5.0	15.6	17.8	12.9	11.4	7.1	8.0	5.8	6.5	3.3	1.9	4.7	6.53	(406)
女性のひとり旅	5.9	14.4	17.9	11.9	9.5	7.5	7.4	7.1	8.0	4.1	1.5	4.7	6.71	(326)

（注1）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ポイント以上高い　■全体の比率より10ポイント以上高い　■全体の比率より5ポイント以上高い
■平均宿泊数が全体平均値より0.5泊以上多い（平均宿泊数については、28泊以上は28泊と仮定して算出）

資料：（公財）日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

Ⅰ-4 日本人の旅行に対する意識

1 行ってみたい旅行

行ってみたい旅行先・国内は北海道、沖縄県、大阪府
海外はハワイ、アメリカ合衆国本土、韓国
行ってみたい旅行タイプは温泉、グルメ、自然

ここでは、日本人の行ってみたい旅行について詳しく見ていく。なお、ここで分析に用いたデータは、すべて「**JTBF旅行意識調査**」（6ページ参照）に基づいている。

(1) 行ってみたい旅行先（国内旅行・海外旅行）

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

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

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

2022年の結果と比較すると、上位5位までの都道府県に変化はなかったが、2022年は3位だった「京都府」が、2025年は合計ポイントと選択率ともに大きく下げたことで4位に転落し、「大阪府」が3位へと浮上した。また6位以降では、「福岡県」や「長野県」が順位を上げた。

海外では、「ハワイ」が最も高く、続いて「アメリカ合衆国本土」、「韓国」となった。2022年の結果と比較すると、「ハワイ」は1位をキープしているものの、合計ポイントと選択率ともに大きく低下している。

表Ⅰ-4-1　行ってみたい旅行先

国内旅行

順位	2025年 地域名	2025年 合計ポイント	2025年 選択率(%)	順位	2022年 地域名	2022年 合計ポイント	2022年 選択率(%)
1位	北海道	1,721	57.4	1位	北海道	1,697	56.5
2位	沖縄県	1,344	45.0	2位	沖縄県	1,365	45.0
3位	大阪府	378	15.0	3位	京都府	527	19.8
4位	京都府	372	13.2	4位	大阪府	344	14.2
5位	東京都	355	14.3	5位	東京都	289	11.8
6位	福岡県	227	9.4	6位	九州地方	229	9.0
7位	鹿児島県	195	7.7	7位	石川県	225	9.4
8位	長崎県	184	7.4	8位	長崎県	195	7.6
9位	長野県	171	6.8	9位	千葉県	193	6.8
10位	石川県	164	6.6	10位	鹿児島県	182	6.8
11位	九州地方	160	6.4	11位	福岡県	161	6.7
12位	千葉県	153	5.6	12位	四国地方	140	6.1
13位	四国地方	136	5.3	13位	東北地方	136	5.4
14位	神奈川県	133	4.9	14位	神奈川県	134	5.3
15位	青森県	124	5.5	15位	長野県	130	5.3
16位	東北地方	120	4.6		静岡県	130	5.4
17位	三重県	99	3.6	17位	大分県	111	4.1
	広島県	99	4.0	18位	青森県	110	4.2
19位	島根県	98	3.8	19位	三重県	103	3.9
20位	静岡県	95	3.9	20位	広島県	91	3.8
21位	大分県	89	3.1	21位	和歌山県	85	3.4
22位	群馬県	86	3.1	22位	群馬県	82	2.8
23位	富山県	84	3.4	23位	島根県	78	2.8
24位	高知県	79	3.1	24位	兵庫県	74	3.6
25位	新潟県	76	3.2	25位	富山県	69	2.9
26位	愛知県	73	3.1	26位	高知県	62	2.8
27位	宮城県	72	2.9	27位	宮城県	58	2.7
28位	栃木県	70	2.6	28位	奈良県	53	2.3
29位	奈良県	65	2.3	29位	栃木県	52	2.0
30位	秋田県	64	2.5	30位	山形県	48	1.8

海外旅行

順位	2025年 地域名	2025年 合計ポイント	2025年 選択率(%)	順位	2022年 地域名	2022年 合計ポイント	2022年 選択率(%)
1位	ハワイ	971	35.5	1位	ハワイ	1,228	46.2
2位	ｱﾒﾘｶ合衆国本土	537	23.3	2位	ｱﾒﾘｶ合衆国本土	529	23.9
3位	韓国	515	20.0	3位	イタリア	404	19.1
4位	イタリア	445	19.5	4位	ｵｰｽﾄﾗﾘｱ	343	17.3
5位	台湾	433	18.4	5位	フランス	332	16.7
6位	フランス	367	16.0	6位	韓国	329	15.2
7位	ｵｰｽﾄﾗﾘｱ	341	15.9	7位	台湾	278	12.3
8位	イギリス	242	11.2	8位	グアム	265	12.0
9位	スペイン	237	9.8	9位	カナダ	217	10.1
10位	グアム	225	9.6	10位	スイス	198	8.4
11位	スイス	209	8.2	11位	イギリス	183	9.4
12位	カナダ	172	8.0	12位	スペイン	181	8.3
13位	タイ	168	7.6	13位	タイ	142	6.6
	ドイツ	168	7.5	14位	シンガポール	130	6.6
15位	シンガポール	149	7.1	15位	ドイツ	117	6.0
16位	エジプト	90	3.8	16位	ベトナム	93	4.5
17位	中国	80	3.6	17位	エジプト	76	3.3
18位	ヨーロッパ	79	3.2	18位	フィンランド	71	3.3
19位	ベトナム	73	3.2	19位	ﾆｭｰｼﾞｰﾗﾝﾄﾞ	70	3.3
20位	ﾆｭｰｼﾞｰﾗﾝﾄﾞ	71	3.1	20位	ヨーロッパ	68	3.0
21位	バリ	63	2.5	21位	バリ	57	3.2
22位	ペルー	54	2.1	22位	中国	49	2.4
23位	インド	49	2.4	23位	ペルー	45	2.0
24位	香港	46	2.1	24位	トルコ	39	1.9
	モルディブ	46	1.8	25位	モルディブ	37	1.7
26位	フィンランド	45	2.2	26位	オランダ	36	1.9
27位	ギリシャ	44	2.1	27位	ノルウェー	28	1.4
28位	トルコ	41	2.4	28位	オーストリア	27	1.4
29位	オランダ	40	1.8	29位	スウェーデン	24	1.1
30位	オーストリア	39	2.0	30位	アラブ首長国連邦／サイパン／ギリシャ	21	1.1

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Ⅰ-4-2)からすべて選んでもらった結果、行ってみたい旅行タイプ(複数回答)は、「温泉旅行」(53.9%)、「自然観光」(47.4%)、「グルメ」(45.2%)、「歴史・文化観光」(40.9%)の順となった(図Ⅰ-4-1)。

また、2022年から順位を上げ、かつ、選択率が高くなったのは、「祭・イベント」、「スキー・スノーボード」等であった。

表Ⅰ-4-3では、性・年代別にランキング形式で示している。

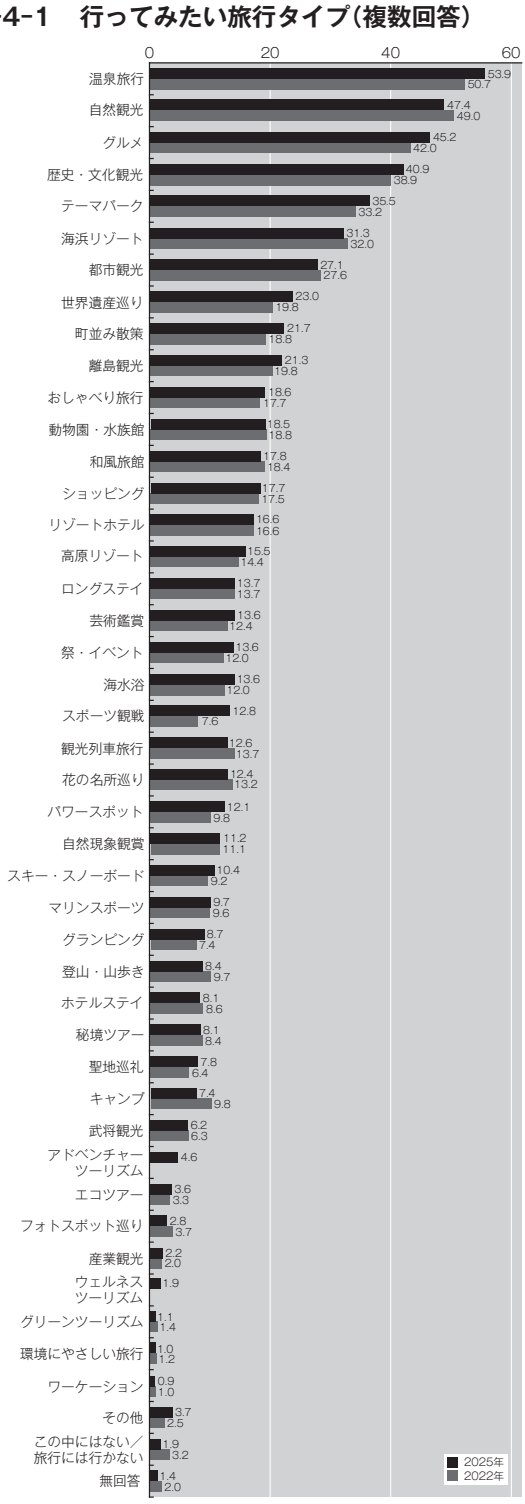
男性は、どの年代でも「温泉旅行」、「自然観光」、「グルメ」の人気が高く、上位5位以内に挙がっている。女性も「温泉旅行」、「グルメ」はどの年代でも人気が高いが、20代から40代においては「テーマパーク」も人気が高い。また性別に関係なく、40代以上では「歴史・文化観光」の人気が高くなる。

また、2022年と比較すると男性20代・30代では「自然観光」が、女性30代・40代では「テーマパーク」が順位、選択率ともに伸ばしている。

表Ⅰ-4-2　行ってみたい旅行タイプ　選択肢一覧

	旅行タイプ名	内　容
1	自然観光	自然や景勝地を見てまわる観光旅行
2	歴史・文化観光	歴史や文化的な名所を見てまわる観光旅行
3	海浜リゾート	海辺でゆったり過ごす旅行
4	高原リゾート	高原でゆったり過ごす旅行
5	都市観光	街や都市で楽しむ旅行
6	温泉旅行	温泉を楽しむ旅行
7	祭・イベント	祭りやイベントを楽しむ旅行
8	テーマパーク	テーマパークや遊園地で楽しむ旅行
9	動物園・水族館	動物園や水族館で楽しむ旅行
10	グルメ	おいしいものを食べる旅行
11	スキー・スノーボード	スキーを楽しむ旅行
12	マリンスポーツ	マリンスポーツを楽しむ旅行
13	登山・山歩き	登山や山歩きを楽しむ旅行
14	キャンプ	テント等を用いて屋外で寝泊まりする旅行(野営等を含む)
15	グランピング	あらかじめキャンプ用品や食材・食事が用意されている豪華で快適な施設で、キャンプの雰囲気を味わう旅行
16	海水浴	海水浴を楽しむ旅行
17	ショッピング	ショッピングを楽しむ旅行
18	芸術鑑賞	演劇、音楽、展覧会等を楽しむ旅行
19	スポーツ観戦	スポーツ観戦を楽しむ旅行
20	花の名所巡り	桜やハーブ等の花の名所を訪ねる旅行
21	自然現象観賞	珍しい自然現象を見に行く旅行
22	秘境ツアー	秘境を訪ねる旅行
23	町並み散策	美しい町並みを楽しむ旅行
24	リゾートホテル	リゾートホテルに泊まる旅行
25	和風旅館	落ち着いた和風旅館に泊まる旅行
26	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)
27	ロングステイ	ロングステイを楽しむ旅行
28	世界遺産巡り	世界遺産を巡る旅行
29	パワースポット	神秘的な力・エネルギーの宿る場所を訪れる旅行
30	ホテルステイ	ホテルや旅館内での滞在そのものを主目的とした旅行
31	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等、環境に配慮した旅行
32	エコツアー	自然を楽しみながら、自然や文化、環境等に対する理解を深める旅行
33	フォトスポット巡り	SNSへの投稿を主な目的として写真スポットを巡る旅行
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	聖地巡礼	アニメ、マンガ等に関連する場所、映画等のロケ地、アイドルゆかりの場所への訪問を楽しむ旅行
36	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できる等、乗ること自体を目的にした列車旅行
37	グリーンツーリズム	農山漁村に滞在し農林漁業やふるさと体験を楽しむ旅行
38	離島観光	本土から離れた島を訪れ、島巡りや島での滞在を楽しむ旅行
39	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
40	ワーケーション	テレワークの活用等により、リゾートや地方等の普段の職場と異なる場所で仕事もしながら休暇取得等も行う旅行
41	ウェルネスツーリズム	フィットネス、スパ、瞑想、ヘルシー食等を通して心身のリフレッシュや健康の増進を図る旅行
42	アドベンチャーツーリズム	アクティビティ、自然、文化体験の3要素のうちふたつ以上で構成される旅行
43	その他	
44	この中にはない／旅行には行かない	

図Ⅰ-4-1　行ってみたい旅行タイプ(複数回答)



(注)アドベンチャーツーリズム、ウェルネスツーリズムは、2022年は設定なし。
資料:いずれも(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

		2025年	2022年
1位	温泉旅行	46.2	33.7　（6位）
2位	グルメ	38.7	39.5　（2位）
3位	自然観光	37.6	34.9　（4位）
4位	海浜リゾート	35.5	34.9　（4位）
5位	歴史・文化観光	32.3	25.6　（8位）
6位	テーマパーク	31.2	36.0　（3位）
7位	都市観光	25.8	26.7　（7位）
8位	スポーツ観戦	23.7	14.0　（11位）
9位	世界遺産巡り	20.4	10.5　（20位）
10位	動物園・水族館	17.2	11.6　（16位）
	離島観光	17.2	14.0　（11位）

男性30代

		2025年	2022年
1位	温泉旅行	50.0	39.8　（3位）
2位	自然観光	48.9	37.8　（5位）
3位	グルメ	47.7	44.9　（2位）
4位	海浜リゾート	38.6	35.7　（6位）
	テーマパーク	38.6	38.8　（4位）
6位	都市観光	34.1	17.3　（8位）
7位	歴史・文化観光	31.8	22.4　（7位）
8位	海水浴	19.3	13.3　（14位）
9位	世界遺産巡り	14.8	11.2　（16位）
	離島観光	14.8	16.3　（9位）

男性40代

		2025年	2022年
1位	温泉旅行	46.6	38.4　（5位）
2位	グルメ	39.8	42.5　（3位）
	海浜リゾート	39.8	37.7　（6位）
	歴史・文化観光	39.8	34.9　（7位）
5位	自然観光	36.8	46.6　（2位）
6位	テーマパーク	34.6	39.7　（4位）
7位	都市観光	26.3	33.6　（8位）
8位	世界遺産巡り	19.5	18.5　（11位）
	離島観光	19.5	22.6　（9位）
10位	海水浴	18.0	21.2　（10位）

男性50代

		2025年	2022年
1位	自然観光	50.0	53.2　（3位）
2位	温泉旅行	47.9	56.3　（2位）
3位	グルメ	47.2	39.7　（5位）
4位	歴史・文化観光	45.8	44.4　（4位）
5位	テーマパーク	32.4	25.4　（8位）
6位	離島観光	31.0	19.0　（10位）
7位	海浜リゾート	29.6	36.5　（6位）
8位	都市観光	28.2	31.0　（7位）
9位	世界遺産巡り	24.6	19.0　（10位）
10位	町並み散策	21.1	15.1　（15位）

男性60代

		2025年	2022年
1位	歴史・文化観光	55.2	41.5　（4位）
2位	温泉旅行	53.1	56.8　（2位）
3位	自然観光	43.8	55.1　（3位）
4位	グルメ	41.7	34.7　（5位）
5位	世界遺産巡り	28.1	29.7　（6位）
6位	都市観光	26.0	25.4　（8位）
7位	海浜リゾート	25.0	27.1　（7位）
	町並み散策	25.0	14.4　（14位）
9位	離島観光	19.8	19.5　（9位）
10位	スポーツ観戦	18.8	10.2　（24位）

男性70代

		2025年	2022年
1位	温泉旅行	52.9	52.3　（3位）
2位	自然観光	44.6	58.5　（2位）
3位	歴史・文化観光	42.1	40.8　（4位）
4位	グルメ	28.1	28.5　（5位）
5位	世界遺産巡り	27.3	23.8　（6位）
6位	離島観光	24.8	20.0　（9位）
7位	町並み散策	24.0	23.8　（6位）
8位	観光列車旅行	19.8	18.5　（10位）
9位	芸術鑑賞	16.5	13.1　（17位）
10位	和風旅館	15.7	16.2　（12位）

女性20代

		2025年	2022年
1位	グルメ	65.5	50.0　（3位）
2位	テーマパーク	60.7	62.5　（2位）
3位	温泉旅行	56.0	48.9　（4位）
4位	自然観光	50.0	39.8　（6位）
5位	海浜リゾート	46.4	48.9　（4位）
6位	都市観光	44.0	38.6　（7位）
7位	歴史・文化観光	42.9	26.1　（10位）
8位	ショッピング	34.5	35.2　（8位）
9位	町並み散策	29.8	23.9　（12位）
10位	海水浴	27.4	22.7　（14位）

女性30代

		2025年	2022年
1位	テーマパーク	73.3	68.0　（2位）
2位	温泉旅行	59.0	57.7　（3位）
3位	グルメ	51.4	55.7　（4位）
4位	海浜リゾート	45.7	45.4　（5位）
5位	動物園・水族館	42.9	33.0　（7位）
6位	自然観光	39.0	41.2　（6位）
7位	おしゃべり旅行	32.4	24.7　（13位）
8位	都市観光	31.4	28.9　（9位）
9位	ショッピング	26.7	29.9　（8位）
10位	歴史・文化観光	24.8	26.8　（10位）

女性40代

		2025年	2022年
1位	テーマパーク	65.9	49.2　（4位）
2位	温泉旅行	55.6	54.0　（2位）
3位	自然観光	49.2	50.8　（3位）
4位	グルメ	48.4	46.0　（6位）
5位	歴史・文化観光	42.1	41.9　（7位）
6位	海浜リゾート	38.9	46.8　（5位）
7位	都市観光	34.1	36.3　（8位）
8位	ショッピング	25.4	24.2　（10位）
	町並み散策	25.4	21.0　（13位）
10位	世界遺産巡り	24.6	21.8　（12位）

女性50代

		2025年	2022年
1位	温泉旅行	61.8	53.9　（2位）
2位	自然観光	55.9	52.2　（4位）
3位	グルメ	50.0	52.2　（4位）
	歴史・文化観光	50.0	53.0　（3位）
5位	海浜リゾート	32.4	30.4　（8位）
6位	テーマパーク	30.4	35.7　（6位）
7位	都市観光	25.5	32.2　（7位）
8位	パワースポット	23.5	20.9　（12位）
9位	町並み散策	22.5	27.0　（9位）
	おしゃべり旅行	22.5	23.5　（11位）

女性60代

		2025年	2022年
1位	温泉旅行	59.4	54.8　（2位）
2位	自然観光	57.3	54.0　（3位）
3位	グルメ	54.2	38.7　（5位）
4位	歴史・文化観光	42.7	49.2　（4位）
5位	離島観光	33.3	24.2　（11位）
6位	世界遺産巡り	32.3	30.6　（6位）
7位	おしゃべり旅行	31.3	25.0　（10位）
8位	和風旅館	30.2	21.0　（16位）
9位	町並み散策	28.1	26.6　（8位）
10位	テーマパーク	27.1	24.2　（11位）

女性70代

		2025年	2022年
1位	温泉旅行	60.0	58.9　（2位）
2位	自然観光	56.3	54.6　（3位）
3位	歴史・文化観光	41.3	45.4　（4位）
4位	グルメ	39.4	38.3　（5位）
5位	花の名所巡り	35.6	34.8　（6位）
6位	離島観光	28.8	27.7　（7位）
	町並み散策	28.8	27.7　（7位）
8位	世界遺産巡り	28.1	22.0　（12位）
9位	おしゃべり旅行	26.3	24.1　（11位）
10位	和風旅館	24.4	26.2　（9位）

資料：（公財）日本交通公社「JTBF旅行意識調査」

(3)旅行タイプ別の行ってみたい旅行先

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

「温泉旅行」では、上位3位が草津や伊香保等を有する『群馬県』、由布院や別府を有する『大分県』、熱海温泉等を有する『静岡県』と、著名な温泉地を有する旅行先となっている。

「自然観光」では、2022年と同様に『北海道』が1位、次いで『沖縄県』となった。

「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。2022年と比較すると、順位に変動はあるものの、上位5位の顔ぶれに変化はない。

「歴史・文化観光」では、『京都府』が1位で、2位(『イタリア』(6.7%))以下を大きく引き離しているものの、2022年と比較すると選択率は低下している。

「テーマパーク」では、ユニバーサル・スタジオ・ジャパンが位置する『大阪府』が1位、東京ディズニーリゾートが位置する『千葉県』が2位となっている。また、2025年7月にJUNGLIA OKINAWA(ジャングリア沖縄)が開業した『沖縄県』が4位となった。

「海浜リゾート」では、『沖縄県』、『ハワイ』の人気が高く、3位(『グアム』(4.4%))以下を大きく引き離している。2022年と比較すると、『ハワイ』の選択率が低下し、『沖縄県』と順位が入れ替わった。

「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』、『大阪府』となっている。

「世界遺産巡り」については、61の世界遺産を有する『イタリア』が1位、ピラミッド地帯等で著名な『エジプト』が2位、次いで『フランス』、『スペイン』、『ペルー』が続き、旅行先の上位は海外が占めている。

「町並み散策」は、2022年と変わらず『京都府』が最も多く、次いで『イタリア』、『石川県』となっている。

「離島観光」では、『沖縄県』が突出して多く5割弱の選択率となり、屋久島や奄美大島を有する『鹿児島県』、伊豆・小笠原諸島を有する『東京都』が続いた。

「おしゃべり旅行」では、『神奈川県』や『北海道』、『東京都』等に回答が分散した。

「動物園・水族館」は、旭山動物園等が位置する『北海道』が最も多く、次いで沖縄美ら海水族館等が位置する『沖縄県』となっており、2022年から上位2位に変動はない。

「和風旅館」では、『京都府』、『石川県』といった古都、『静岡県』、『神奈川県』、『大分県』といった有名温泉地を有する地域が並んでいる。

「ショッピング」では、『ハワイ』が最も多く、次いで『韓国』、『東京都』の順となった。

「リゾートホテル」は、「海浜リゾート」でも上位を占めた『沖縄県』、『ハワイ』の人気が高い。

「高原リゾート」は、『長野県』が1位で、選択率は5割強と高い。

「ロングステイ」では、「海浜リゾート」や「リゾートホテル」でも上位となった『沖縄県』、『ハワイ』の人気が高い。

「芸術鑑賞」では、『東京都』が最も多く、次いで『フランス』、『オーストリア』、『イタリア』、『イギリス』と海外の旅行先が上位を占めている。

「祭・イベント」では、ねぶた祭で知られる『青森県』が1位となり、3割弱の選択率となった。2025年に大阪・関西万博が開催されている『大阪府』は3位となった。

「海水浴」では、『沖縄県』、『ハワイ』の人気が圧倒的に高い一方、3位以下は回答が分散している。

「スポーツ観戦」では『アメリカ合衆国本土』が1位で選択率35.0%と圧倒的な人気となっている。

「観光列車旅行」では『九州地方』が最も多く、具体的には、ななつ星in九州が多く挙げられている。

「花の名所巡り」では、『北海道』の選択率が約2割と高い。また2022年と比較すると、国営ひたち海浜公園を有する『茨城県』が3位に浮上した。

「パワースポット」では、伊勢神宮の位置する『三重県』が最も多く、出雲大社のある『島根県』が続いた。

「自然現象観賞」は、オーロラ観賞で有名な『カナダ』、『フィンランド』、流氷で有名な『北海道』が上位に挙げられた。

「スキー・スノーボード」では、『北海道』、『長野県』の選択率が3～4割と人気が高く、3位(『新潟県』(6.9%))以下を大きく引き離している。

「マリンスポーツ」では、「海浜リゾート」や「リゾートホテル」でも上位となった『沖縄県』、『ハワイ』の人気が高い。

「登山・山歩き」では1位が『長野県』、2位と3位が富士山を有する『山梨県』、『静岡県』となっており、上位3位の人気が高い。

「ホテルステイ」は『沖縄県』が1位となり、2022年から順位を上げた。

「秘境ツアー」は1位が『鹿児島県』であったが、2位以下は回答が分散した。

「グランピング」と「キャンプ」は概ね同様の顔ぶれとなったが、「グランピング」では、2位の『長野県』、3位の『山梨県』を抑え、館山がある『千葉県』が1位となった。

「キャンプ」では、山中湖や河口湖がある『山梨県』が1位、軽井沢や白馬がある『長野県』が2位、伊豆半島のある『静岡県』が3位となった。

表Ⅰ-4-4　旅行タイプ別　行ってみたい旅行先

温泉旅行

2025年（回答数：746）			2022年（回答数：716）		
1位	群馬県	17.3%	1位	大分県	17.5%
2位	大分県	16.1%	2位	群馬県	16.5%
3位	静岡県	7.6%	3位	神奈川県	8.4%
4位	神奈川県	5.9%	4位	静岡県	7.5%
5位	北海道	5.8%	5位	九州地方	5.3%

自然観光

2025年（回答数：656）			2022年（回答数：693）		
1位	北海道	24.5%	1位	北海道	27.0%
2位	沖縄県	9.9%	2位	沖縄県	11.1%
3位	鹿児島県	6.4%	3位	ハワイ	6.1%
4位	ハワイ	5.9%	4位	鹿児島県	5.9%
5位	オーストラリア	3.2%	5位	オーストラリア	3.5%

グルメ

2025年（回答数：626）			2022年（回答数：593）		
1位	北海道	35.6%	1位	北海道	42.0%
2位	韓国、台湾	8.5%	2位	韓国	5.6%
			3位	福岡県	5.2%
4位	福岡県	8.1%	4位	大阪府、台湾	4.0%
5位	大阪府	4.6%			

歴史・文化観光

2025年（回答数：566）			2022年（回答数：549）		
1位	京都府	21.6%	1位	京都府	29.9%
2位	イタリア	6.7%	2位	イタリア	8.2%
3位	奈良県	6.4%	3位	奈良県	5.3%
4位	エジプト	3.5%	4位	スペイン	4.9%
5位	スペイン	3.4%	5位	沖縄県	4.0%

テーマパーク

2025年（回答数：492）			2022年（回答数：469）		
1位	大阪府	36.8%	1位	千葉県	41.6%
2位	千葉県	30.3%	2位	大阪府	36.0%
3位	東京都	9.6%	3位	東京都	6.8%
4位	沖縄県	6.9%	4位	長崎県	5.3%
5位	アメリカ合衆国本土	5.7%	5位	アメリカ合衆国本土	4.5%

海浜リゾート

2025年（回答数：433）			2022年（回答数：452）		
1位	沖縄県	38.6%	1位	ハワイ	40.5%
2位	ハワイ	32.6%	2位	沖縄県	35.2%
3位	グアム	4.4%	3位	グアム	4.9%
4位	静岡県	3.2%	4位	静岡県	2.9%
5位	バリ	3.0%	5位	和歌山県	2.2%

都市観光

2025年（回答数：375）			2022年（回答数：390）		
1位	東京都	27.5%	1位	東京都	29.2%
2位	アメリカ合衆国本土	11.5%	2位	大阪府	8.2%
3位	大阪府	7.2%	3位	アメリカ合衆国本土	7.2%
4位	京都府、イタリア	5.1%	4位	イタリア	5.9%
			5位	京都府、フランス	5.1%

世界遺産巡り

2025年（回答数：318）			2022年（回答数：280）		
1位	イタリア	12.3%	1位	イタリア	11.1%
2位	エジプト	8.8%	2位	エジプト	8.6%
3位	フランス	7.2%	3位	スペイン	7.1%
4位	スペイン	5.3%	4位	フランス、ペルー	6.1%
5位	ペルー	4.4%			

町並み散策

2025年（回答数：300）			2022年（回答数：266）		
1位	京都府	14.7%	1位	京都府	21.8%
2位	イタリア	8.7%	2位	イタリア	8.6%
3位	石川県	6.7%	3位	石川県	7.9%
4位	岐阜県	5.7%	4位	フランス	6.8%
5位	ドイツ	5.3%	5位	岐阜県	6.0%

離島観光

2025年（回答数：295）			2022年（回答数：280）		
1位	沖縄県	46.4%	1位	沖縄県	52.1%
2位	東京都、鹿児島県	10.8%	2位	東京都	7.9%
			3位	鹿児島県	7.1%
4位	長崎県	8.8%	4位	－	－
5位	北海道	4.4%	5位	－	－

おしゃべり旅行

2025年（回答数：258）			2022年（回答数：250）		
1位	神奈川県	8.9%	1位	沖縄県	7.6%
2位	北海道	7.8%	2位	北海道	6.4%
3位	東京都	5.4%	3位	静岡県	5.6%
4位	韓国	5.0%	4位	神奈川県、大阪府	4.4%
5位	大阪府	4.3%			

動物園・水族館

2025年（回答数：256）			2022年（回答数：265）		
1位	北海道	26.6%	1位	北海道	21.9%
2位	沖縄県	23.0%	2位	沖縄県	21.5%
3位	神奈川県	9.4%	3位	和歌山県	13.2%
4位	東京都	9.0%	4位	東京都	5.3%
5位	大阪府	3.9%	5位	愛知県、大阪府	3.8%

和風旅館

2025年（回答数：246）			2022年（回答数：260）		
1位	京都府	20.3%	1位	京都府	26.2%
2位	石川県	8.9%	2位	石川県	11.5%
3位	静岡県	6.9%	3位	神奈川県	5.4%
4位	神奈川県	5.7%	4位	大分県	4.6%
5位	大分県	4.5%	5位	静岡県	3.8%

ショッピング

2025年（回答数：245）			2022年（回答数：247）		
1位	ハワイ	25.7%	1位	ハワイ	28.7%
2位	韓国	20.8%	2位	東京都	19.0%
3位	東京都	12.7%	3位	韓国	15.8%
4位	フランス	4.9%	4位	アメリカ合衆国本土、イタリア、フランス	3.2%
5位	タイ	4.5%			

リゾートホテル

2025年（回答数：230）			2022年（回答数：235）		
1位	沖縄県	34.8%	1位	沖縄県	28.5%
2位	ハワイ	15.7%	2位	ハワイ	14.5%
3位	北海道	7.8%	3位	長野県	6.8%
4位	長野県	4.8%	4位	北海道	4.7%
5位	バリ	2.6%	5位	バリ	3.0%

高原リゾート

2025年（回答数：214）			2022年（回答数：204）		
1位	長野県	50.9%	1位	長野県	50.5%
2位	北海道、山梨県	7.0%	2位	北海道	6.4%
			3位	栃木県、山梨県	5.9%
4位	栃木県	6.1%			
5位	スイス	4.2%	5位	スイス	4.9%

資料：（公財）日本交通公社「JTBF旅行意識調査」

表Ⅰ-4-4　旅行タイプ別　行ってみたい旅行先 ―続き

ロングステイ

2025年（回答数：190）			2022年（回答数：193）		
1位	沖縄県	13.7%	1位	ハワイ	17.6%
2位	ハワイ	12.6%	2位	沖縄県	15.5%
3位	アメリカ合衆国本土、オーストラリア	5.8%	3位	アメリカ合衆国本土、オーストラリア	5.2%
5位	長野県	4.2%	5位	北海道	4.7%

芸術鑑賞

2025年（回答数：188）			2022年（回答数：175）		
1位	東京都	17.6%	1位	東京都	21.7%
2位	フランス	16.5%	2位	フランス	14.9%
3位	オーストリア	8.5%	3位	アメリカ合衆国本土、イタリア	6.3%
4位	イタリア	8.0%			
5位	イギリス	3.7%	5位	オーストリア	5.7%

祭・イベント

2025年（回答数：188）			2022年（回答数：170）		
1位	青森県	28.7%	1位	青森県	32.9%
2位	東北地方	6.4%	2位	京都府	7.6%
3位	新潟県、大阪府	5.9%	3位	東北地方	5.3%
			4位	北海道	4.1%
5位	秋田県	4.8%	5位	岐阜県	3.5%

海水浴

2025年（回答数：188）			2022年（回答数：170）		
1位	沖縄県	39.4%	1位	沖縄県	40.6%
2位	ハワイ	23.4%	2位	ハワイ	20.6%
3位	静岡県	6.9%	3位	静岡県	5.9%
4位	福井県	4.3%	4位	グアム	5.3%
5位	神奈川県	2.7%	5位	和歌山県	4.1%

スポーツ観戦

2025年（回答数：177）			2022年（回答数：108）		
1位	アメリカ合衆国本土	35.0%	1位	アメリカ合衆国本土	20.4%
2位	東京都	16.9%	2位	東京都	13.0%
3位	北海道	6.2%	3位	大阪府、イギリス	6.5%
4位	福岡県、イギリス	4.0%			
			5位	スペイン	5.6%

観光列車旅行

2025年（回答数：174）			2022年（回答数：193）		
1位	九州地方	28.2%	1位	九州地方	31.1%
2位	スイス	7.5%	2位	東北地方	3.6%
3位	北海道	5.2%	3位	北海道、大分県、スイス	3.1%
4位	東北地方	4.6%			
5位	熊本県	2.9%			

花の名所巡り

2025年（回答数：172）			2022年（回答数：452）		
1位	北海道	19.8%	1位	北海道	21.0%
2位	奈良県	8.1%	2位	奈良県	6.5%
3位	茨城県	7.0%	3位	京都府	5.4%
4位	青森県	6.4%	4位	栃木県、オランダ	4.3%
5位	栃木県	3.5%			

パワースポット

2025年（回答数：168）			2022年（回答数：139）		
1位	三重県	11.9%	1位	三重県	15.1%
2位	島根県	10.7%	2位	鹿児島県	7.2%
3位	ハワイ	7.7%	3位	島根県、宮崎県	6.5%
4位	鹿児島県、京都府、アメリカ合衆国本土	4.8%			
			5位	和歌山県	5.8%

自然現象観賞

2025年（回答数：155）			2022年（回答数：157）		
1位	カナダ	11.0%	1位	北海道	13.4%
2位	フィンランド	9.7%	2位	カナダ	12.1%
3位	北海道	7.7%	3位	沖縄県	7.6%
4位	アメリカ合衆国本土	4.5%	4位	フィンランド	6.4%
5位	沖縄県	3.9%	5位	オーストラリア	5.7%

スキー・スノーボード

2025年（回答数：144）			2022年（回答数：130）		
1位	北海道	43.8%	1位	北海道	41.5%
2位	長野県	31.9%	2位	長野県	27.7%
3位	新潟県	6.9%	3位	新潟県	8.5%
4位	岐阜県	3.5%	4位	群馬県	3.8%
5位	山形県	2.8%	5位	山形県	3.1%

マリンスポーツ

2025年（回答数：135）			2022年（回答数：135）		
1位	沖縄県	55.6%	1位	沖縄県	61.5%
2位	ハワイ	25.2%	2位	ハワイ	17.8%
3位	オーストラリア	6.7%	3位	グアム	8.1%
4位	グアム	3.7%	4位	東京都	3.7%
5位	和歌山県	2.2%	5位	モルディブ	3.0%

登山・山歩き

2025年（回答数：117）			2022年（回答数：137）		
1位	長野県	27.4%	1位	長野県	24.8%
2位	山梨県	23.9%	2位	山梨県、静岡県	13.9%
3位	静岡県	22.2%			
4位	富山県	7.7%	4位	スイス	9.5%
5位	新潟県	5.1%	5位	鹿児島県	8.0%

ホテルステイ

2025年（回答数：112）			2022年（回答数：121）		
1位	沖縄県	16.1%	1位	東京都	14.0%
2位	東京都	14.3%	2位	ハワイ	12.4%
3位	北海道	8.0%	3位	沖縄県	10.7%
4位	ハワイ	7.1%	4位	アメリカ合衆国本土	5.8%
5位	長野県	5.4%	5位	千葉県、大分県、モルディブ	3.3%

秘境ツアー

2025年（回答数：112）			2022年（回答数：118）		
1位	鹿児島県	10.7%	1位	鹿児島県	8.5%
2位	北海道、沖縄県	8.0%	2位	北海道	6.8%
			3位	宮崎県	5.9%
4位	ペルー	4.5%	4位	カナダ	4.2%
5位	オーストラリア	3.6%	5位	長崎県、ペルー	3.4%

武将観光

2025年（回答数：86）			2022年（回答数：89）		
1位	京都府	11.6%	1位	京都府	10.1%
2位	兵庫県	8.1%	2位	山梨県	7.9%
3位	長野県、愛知県	7.0%	3位	神奈川県、長野県	6.7%
5位	宮城県	5.8%	5位	宮城県、愛知県、滋賀県	5.6%

エコツアー

2025年（回答数：50）			2022年（回答数：47）		
1位	北海道	12.0%	1位	北海道	14.9%
2位	沖縄県	8.0%	2位	沖縄県	10.6%
3位	長野県、オーストラリア	6.0%	3位	鹿児島県	8.5%
5位	鹿児島県	4.0%	4位	岐阜県、カナダ	6.4%

資料：（公財）日本交通公社「JTBF旅行意識調査」

表Ⅰ-4-4　旅行タイプ別　行ってみたい旅行先 ―続き

グランピング

2025年（回答数：121）			2022年（回答数：104）		
1位	千葉県	14.0%	1位	千葉県	12.5%
2位	長野県	11.6%	2位	山梨県、兵庫県	9.6%
3位	山梨県	9.1%			

聖地巡礼

2025年（回答数：108）			2022年（回答数：90）		
1位	韓国	16.0%	1位	韓国	17.8%
2位	東京都	13.6%	2位	神奈川県、東京都	5.6%
3位	神奈川県、大阪府	6.2%			

キャンプ

2025年（回答数：102）			2022年（回答数：139）		
1位	山梨県	14.7%	1位	長野県	16.5%
2位	長野県	9.8%	2位	北海道	8.6%
3位	静岡県	6.9%	3位	山梨県	7.9%

フォトスポット巡り

2025年（回答数：39）			2022年（回答数52）		
1位	沖縄県	15.4%	1位	沖縄県、アメリカ合衆国本土、韓国	9.6%
2位	ハワイ	10.3%			
3位	韓国	7.7%			

産業観光

2025年（回答数：30）			2022年（回答数：28）		
1位	北海道、愛知県、沖縄県	10.0%	1位	群馬県、大阪府、九州地方	7.1%

グリーンツーリズム

2025年（回答数：15）			2022年（回答数：20）		
1位	岩手県、宮城県、秋田県、群馬県、千葉県、長野県、静岡県、クロアチア、タイ、ラオス	6.7%	1位	和歌山県	10.0%
			2位	岩手県、宮崎県、四国地方等	5.0%

環境にやさしい旅行

2025年（回答数：14）			2022年（回答数：17）		
1位	青森県、宮城県、福島県、新潟県、石川県、長野県、沖縄県、東北地方、オーストラリア、カタール、タイ	7.1%	1位	北海道、東京都、島根県、沖縄県、東北地方、四国地方、カナダ、スイス、ニュージーランド、ハワイ、ヨーロッパ	5.9%

ワーケーション

2025年（回答数：13）			2022年（回答数：14）		
1位	オーストラリア	23.1%	1位	沖縄県	28.6%
2位	沖縄県、ハワイ	15.4%	2位	神奈川県	14.3%
			3位	北海道、長野県、静岡県、和歌山県、大分県、鹿児島県等	7.1%

アドベンチャーツーリズム

2025年（回答数：64）		
1位	沖縄県	23.4%
2位	北海道、オーストラリア	6.3%

ウェルネスツーリズム

2025年（回答数：27）		
1位	タイ	14.8%
2位	京都府、ハワイ	7.4%

資料：（公財）日本交通公社「JTBF旅行意識調査」

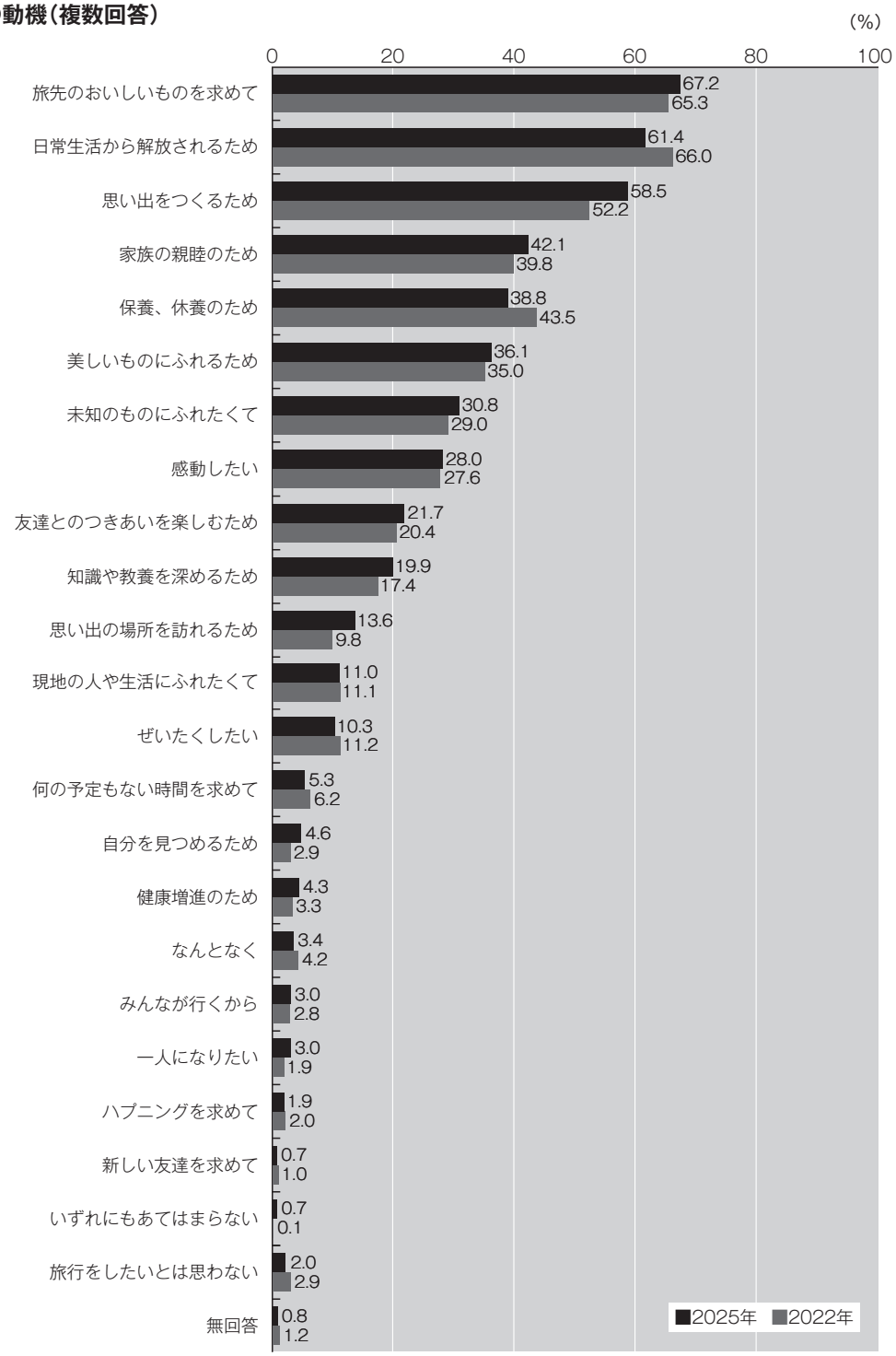
2 旅行の動機

旅行の動機は「おいしいもの」、「日常生活からの解放」

「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、旅行の動機（複数回答）については、「旅先のおいしいものを求めて」が67.2％と最も多く、続いて「日常生活から解放されるため」61.4％、「思い出をつくるため」58.5％、「家族の親睦のため」42.1％、「保養、休養のため」38.8％となった（図I-4-2）。2022年と比較すると、上位10位までの旅行の動機に変化は見られないが、その中でも「思い出をつくるため」は6.3％ポイント増と大きく伸びた。

性・年代別に詳しく見ると、「旅先のおいしいものを求めて」、「日常生活から解放されるため」については、すべての年代において上位3位以内に入っている。また、上位3つの動機について、20代から40代においては、男性よりも女性のほうが、5～20％程度、選択率が高い傾向にある（表I-4-5）。

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-4-5　性・年代別　旅行の動機（複数回答）

（単位：%）

男性20代

		2025年	2022年
1位	思い出をつくるため	60.2	64.0（1位）
2位	旅先のおいしいものを求めて	58.1	52.3（3位）
3位	日常生活から解放されるため	53.8	61.6（2位）
4位	友達とのつきあいを楽しむため	38.7	45.3（4位）
5位	未知のものにふれたくて	36.6	24.4（6位）
6位	美しいものにふれるため	30.1	22.1（7位）
7位	保養、休養のため	25.8	30.2（5位）
8位	感動したい	23.7	17.4（8位）
9位	知識や教養を深めるため	20.4	11.6（10位）
10位	家族の親睦のため	18.3	15.1（9位）

女性20代

		2025年	2022年
1位	旅先のおいしいものを求めて	77.4	65.9（3位）
2位	思い出をつくるため	75.0	71.6（1位）
3位	日常生活から解放されるため	65.5	68.2（2位）
4位	美しいものにふれるため	41.7	35.2（6位）
5位	友達とのつきあいを楽しむため	35.7	22.7（10位）
6位	未知のものにふれたくて	32.1	40.9（4位）
7位	保養、休養のため	31.0	40.9（4位）
8位	家族の親睦のため	25.0	28.4（8位）
9位	感動したい	22.6	15.9（11位）
10位	ぜいたくしたい	19.0	29.5（7位）

男性30代

		2025年	2022年
1位	思い出をつくるため	67.0	58.2（1位）
2位	旅先のおいしいものを求めて	65.9	58.2（1位）
3位	日常生活から解放されるため	63.6	57.1（3位）
4位	家族の親睦のため	42.0	43.9（4位）
5位	保養、休養のため	40.9	37.8（5位）
6位	未知のものにふれたくて	33.0	29.6（6位）
7位	美しいものにふれるため	26.1	20.4（7位）
8位	知識や教養を深めるため	23.9	12.2（10位）
9位	感動したい	22.7	16.3（8位）
10位	ぜいたくしたい	18.2	16.3（8位）

女性30代

		2025年	2022年
1位	思い出をつくるため	80.0	76.3（2位）
2位	日常生活から解放されるため	72.4	77.3（1位）
3位	旅先のおいしいものを求めて	71.4	75.3（3位）
4位	家族の親睦のため	61.0	56.7（4位）
5位	保養、休養のため	36.2	48.5（5位）
6位	美しいものにふれるため	33.3	23.7（7位）
7位	未知のものにふれたくて	27.6	35.1（6位）
8位	感動したい	26.7	10.3（12位）
9位	ぜいたくしたい	19.0	22.7（8位）
10位	思い出の場所を訪れるため	13.3	22.7（8位）

男性40代

		2025年	2022年
1位	思い出をつくるため	63.2	60.3（2位）
2位	旅先のおいしいものを求めて	62.4	58.9（3位）
3位	日常生活から解放されるため	57.1	71.9（1位）
4位	家族の親睦のため	55.6	54.8（4位）
5位	保養、休養のため	39.1	43.8（5位）
6位	未知のものにふれたくて	30.8	30.1（6位）
7位	美しいものにふれるため	27.1	20.5（7位）
8位	知識や教養を深めるため	22.6	17.1（9位）
9位	感動したい	20.3	20.5（7位）
10位	友達とのつきあいを楽しむため	13.5	7.5（13位）

女性40代

		2025年	2022年
1位	日常生活から解放されるため	75.4	62.1（3位）
2位	思い出をつくるため	69.0	67.7（2位）
	旅先のおいしいものを求めて	69.0	74.2（1位）
4位	家族の親睦のため	50.8	56.5（4位）
5位	保養、休養のため	43.7	46.0（5位）
6位	未知のものにふれたくて	39.7	37.1（6位）
7位	美しいものにふれるため	38.9	37.1（6位）
8位	感動したい	29.4	21.8（9位）
9位	知識や教養を深めるため	15.9	33.9（8位）
10位	現地の人や生活にふれたくて	15.1	16.9（10位）

男性50代

		2025年	2022年
1位	旅先のおいしいものを求めて	73.2	66.7（1位）
2位	日常生活から解放されるため	67.6	62.7（2位）
3位	思い出をつくるため	58.5	46.0（5位）
4位	家族の親睦のため	46.5	46.8（4位）
5位	未知のものにふれたくて	41.5	34.1（6位）
6位	美しいものにふれるため	37.3	31.0（7位）
7位	保養、休養のため	36.6	49.2（3位）
8位	感動したい	28.2	27.8（8位）
9位	知識や教養を深めるため	27.5	23.8（9位）
10位	思い出の場所を訪れるため	16.9	7.1（14位）

女性50代

		2025年	2022年
1位	日常生活から解放されるため	73.5	76.5（2位）
2位	旅先のおいしいものを求めて	72.5	80.9（1位）
3位	思い出をつくるため	52.0	42.6（4位）
4位	保養、休養のため	50.0	29.6（7位）
5位	感動したい	42.2	25.2（8位）
6位	美しいものにふれるため	41.2	35.7（5位）
7位	家族の親睦のため	40.2	54.8（3位）
8位	未知のものにふれたくて	24.5	31.3（6位）
9位	知識や教養を深めるため	16.7	15.7（9位）
10位	友達とのつきあいを楽しむため	15.7	8.7（12位）

男性60代

		2025年	2022年
1位	旅先のおいしいものを求めて	64.6	62.7（2位）
2位	日常生活から解放されるため	49.0	64.4（1位）
3位	保養、休養のため	46.9	44.1（5位）
4位	家族の親睦のため	45.8	44.9（4位）
5位	思い出をつくるため	42.7	51.7（3位）
6位	美しいものにふれるため	30.2	36.4（6位）
7位	知識や教養を深めるため	22.9	17.8（9位）
8位	未知のものにふれたくて	21.9	25.4（7位）
	感動したい	21.9	24.6（8位）
10位	友達とのつきあいを楽しむため	18.8	16.9（10位）

女性60代

		2025年	2022年
1位	旅先のおいしいものを求めて	75.0	71.0（1位）
2位	思い出をつくるため	61.5	70.2（2位）
3位	日常生活から解放されるため	58.3	50.0（3位）
4位	家族の親睦のため	45.8	30.6（8位）
5位	保養、休養のため	40.6	46.8（5位）
	美しいものにふれるため	40.6	49.2（4位）
7位	感動したい	36.5	23.4（10位）
8位	友達とのつきあいを楽しむため	25.0	32.3（7位）
9位	未知のものにふれたくて	22.9	41.1（6位）
10位	現地の人や生活にふれたくて	17.7	26.6（9位）

男性70代

		2025年	2022年
1位	旅先のおいしいものを求めて	53.7	56.2（1位）
2位	日常生活から解放されるため	46.3	52.3（2位）
3位	思い出をつくるため	43.8	30.0（6位）
4位	保養、休養のため	40.5	38.5（3位）
5位	家族の親睦のため	35.5	34.6（5位）
6位	美しいものにふれるため	34.7	35.4（4位）
7位	未知のものにふれたくて	31.4	30.0（6位）
8位	友達とのつきあいを楽しむため	24.8	19.2（10位）
9位	知識や教養を深めるため	23.1	21.5（9位）
10位	感動したい	20.7	29.2（8位）

女性70代

		2025年	2022年
1位	旅先のおいしいものを求めて	66.9	67.4（1位）
2位	日常生活から解放されるため	56.9	57.4（2位）
3位	美しいものにふれるため	47.5	36.2（5位）
4位	思い出をつくるため	38.1	38.3（4位）
	保養、休養のため	38.1	30.5（7位）
	感動したい	38.1	53.9（3位）
7位	家族の親睦のため	37.5	29.1（8位）
8位	友達とのつきあいを楽しむため	33.8	27.0（9位）
9位	未知のものにふれたくて	28.1	14.9（10位）
10位	知識や教養を深めるため	22.5	34.8（6位）

資料：（公財）日本交通公社「JTBF旅行意識調査」

3 旅行の阻害要因

阻害要因は「休暇がとれない」、「家計の制約」

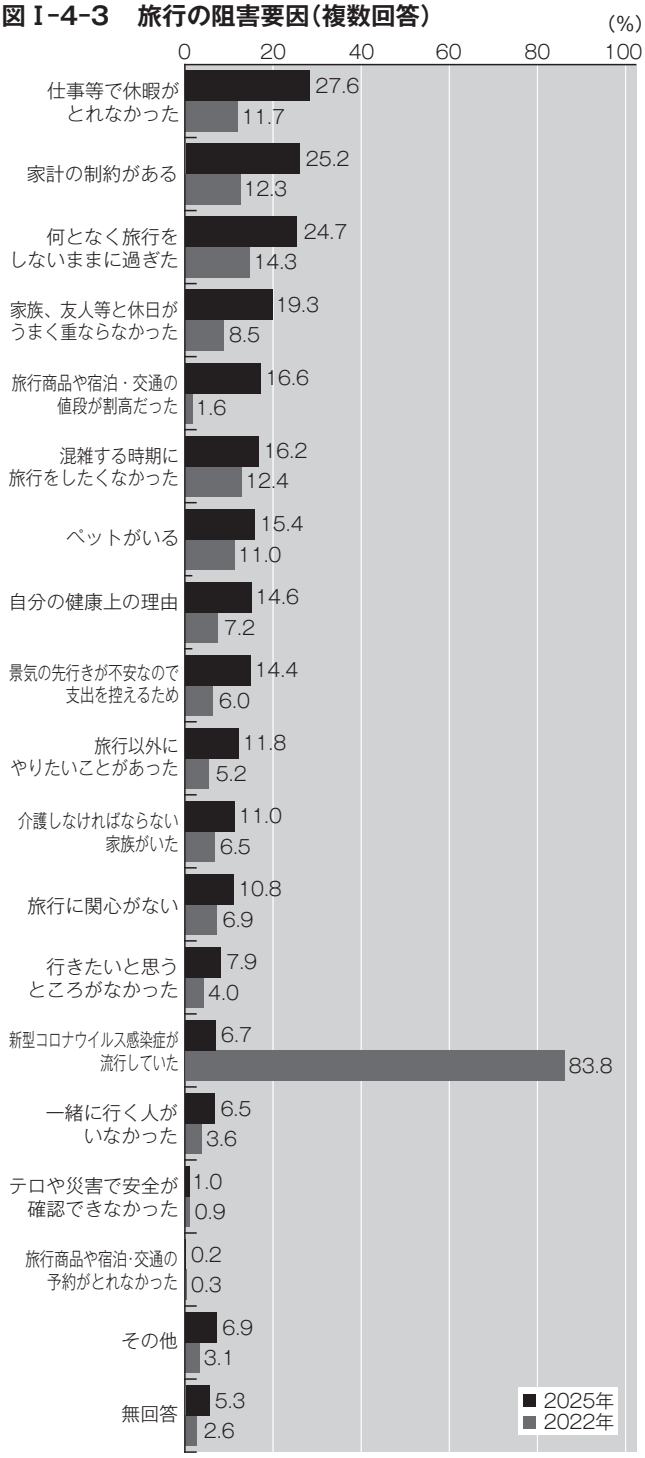
「2024年1～12月中に国内旅行または海外旅行に行かなかった人」に「行かなかった」理由として当てはまるものを、あらかじめ用意した選択肢からすべて選んでもらった。

その結果、旅行の阻害要因（複数回答）は、「仕事等で休暇がとれなかった」（27.6%）、「家計の制約がある」（25.2%）、「何となく旅行をしないままに過ぎた」（24.7%）が上位の項目となり、2024年まで突出して高かった「新型コロナウイルス感染症が流行していた」は6.7%と、全体の14位に位置する値となった。これ以外の阻害要因はほとんどが上昇しているが、特に「仕事等で休暇がとれなかった」、「旅行商品や宿泊・交通の値段が割高だった」、「家計の制約がある」等の選択率が大きく上昇した（図Ⅰ-4-3）。

また、ライフステージごとの傾向に着目すると、先述の上位の項目のほか、子どもなしでは「ペットがいる」が、子育て中では「家族、友人等と休日がうまく重ならなかった」が挙げられた。未婚や男性子育て中では「仕事等で休暇がとれなかった」がトップとなった。子育て後では「自分の健康上の理由」が上位の項目として挙げられた（表Ⅰ-4-6）。

（川村竜之介）

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」

表Ⅰ-4-6　性・ライフステージ別　旅行の阻害要因（単位：%）

男女・未婚

2025年			2022年		
1位	仕事等で休暇がとれなかった	36.3	1位	新型コロナウイルス感染症が流行していた	78.1
2位	何となく旅行をしないままに過ぎた	26.5	2位	何となく旅行をしないままに過ぎた	17.9
3位	家計の制約がある	23.0	3位	旅行に関心がない	15.2

男女・子どもなし

2025年			2022年		
1位	ペットがいる	34.6	1位	新型コロナウイルス感染症が流行していた	74.4
2位	何となく旅行をしないままに過ぎた	30.8	2位	ペットがいる	20.5
3位	仕事等で休暇がとれなかった	23.1		家計の制約がある	20.5

男性子育て中

2025年			2022年		
1位	仕事等で休暇がとれなかった	38.0	1位	新型コロナウイルス感染症が流行していた	85.2
2位	家計の制約がある	28.0	2位	仕事等で休暇がとれなかった	18.0
3位	家族、友人等と休日がうまく重ならなかった	25.0	3位	家計の制約がある	15.3

男性子育て後

2025年			2022年		
1位	自分の健康上の理由	26.7	1位	新型コロナウイルス感染症が流行していた	85.0
2位	何となく旅行をしないままに過ぎた	25.0	2位	何となく旅行をしないままに過ぎた	16.7
3位	仕事等で休暇がとれなかった	23.3	3位	自分の健康上の理由	15.0

女性子育て中

2025年			2022年		
1位	家計の制約がある	32.7	1位	新型コロナウイルス感染症が流行していた	86.5
2位	家族、友人等と休日がうまく重ならなかった	23.1	2位	家計の制約がある	16.7
3位	何となく旅行をしないままに過ぎた	22.1	3位	混雑する時期に旅行をしたくなかった	14.0

女性子育て後

2025年			2022年		
1位	何となく旅行をしないままに過ぎた	32.9	1位	新型コロナウイルス感染症が流行していた	85.8
2位	自分の健康上の理由	29.1	2位	混雑する時期に旅行をしたくなかった	20.0
3位	混雑する時期に旅行をしたくなかった	25.3	3位	何となく旅行をしないままに過ぎた	18.7

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 2024年の訪日旅行の概況 …… 68
(1) 訪日外客数の動向
(2) 客層の変化
(3) 旅行支出の動向
(4) 日本人海外旅行との対比
■2 市場別に見る訪日旅行動向 …… 71
(1) 国籍・地域別に見る訪日旅行動向
(2) 都道府県別に見る訪日旅行動向
■3 世界の国際観光動向 …… 83
(1) インバウンド(到着地側)の動向
(2) アウトバウンド(出発地側)の動向

Ⅱ-2　訪日旅行に対する意識

■1 訪日旅行経験と今後の希望 …… 85
(1) 調査概要
(2) 訪日経験率
(3) 日本国内の観光地の訪問経験率
(4) 日本国内の観光地の訪問意向
(5) 日本の地方観光地への訪問経験と訪問意向
■2 高付加価値旅行者の特徴 …… 89
(1) 高付加価値旅行者の属性
(2) 海外旅行に対する意識

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 …… 90
(1) 主要旅行業者の外国人旅行取扱額
(2) 主要旅行業者の訪日旅行事業
(3) 訪日旅行商品・サービス開発
(4) 免税店・免税サービスの動向
■2 訪日パッケージツアーの概況 …… 94
(1) 訪日パッケージツアーの概況
(2) 出発国・地域別の商品の特徴
(3) 地方ブロック別の商品の特徴

Ⅱ-1 訪日外国人の旅行動向

1 2024年の訪日旅行の概況

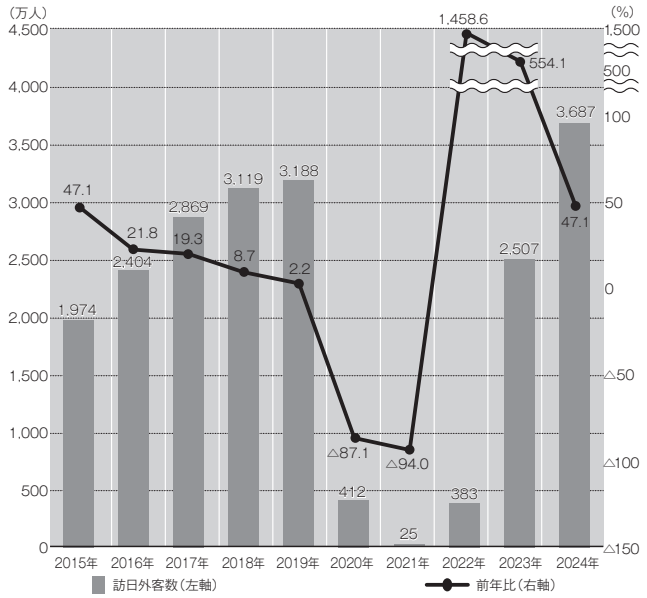
訪日外客数は前年比47.1%増の3,687万人
旅行消費額は前年比53.1%増の8兆1,257億円
いずれも過去最高

(1)訪日外客数の動向

日本政府観光局(JNTO)によると、2024年の訪日外客数は3,687万人であった。2019年まで増加を続けていた訪日外客数は、新型コロナウイルス感染症の影響により、2020年から2022年までの3年間は大幅に減少した。2024年はコロナ禍前を上回り、過去最多となった(図Ⅱ-1-1)。

また、国籍・地域別に見ると、2024年の訪日外国人のうちクルーズ客を除いた一般客(以下、一般客)数で最も人数が多かったのは韓国で879.4万人、次いで中国が611万人、台湾が577.3万人であり、前年からの伸びに対する寄与度で見ても、この3か国籍・地域の影響が大きい。また、前年比の上位3か国籍・地域は、中国、ロシア、スペインとなっており、2024年は特に中国の回復による影響が大きい一年であった(表Ⅱ-1-1)。

図Ⅱ-1-1 訪日外客数の推移



(注)2024年の訪日外客数は暫定値を使用している。

資料:日本政府観光局「訪日外客数」

表Ⅱ-1-1 2024年における訪日外客数と訪日外国人旅行消費額

2024年		訪日外客数(人)				一人当たり旅行支出(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(%)
一般客	全国籍・地域	35,613,630	96.6	43.0	42.7	226,851	6.6	80,790	99.4	52.5	52.4
	韓国	8,794,372	23.9	26.6	7.4	109,103	2.6	9,595	11.8	30.0	4.2
	台湾	5,773,161	15.7	39.9	6.6	187,512	△0.8	10,825	13.3	38.7	5.7
	香港	2,651,216	7.2	25.7	2.2	248,882	9.5	6,598	8.1	37.5	3.4
	中国	6,110,349	16.6	158.6	15.0	276,604	△13.6	16,901	20.8	123.4	17.6
	タイ	1,147,048	3.1	15.2	0.6	197,305	2.0	2,263	2.8	17.5	0.6
	シンガポール	688,307	1.9	16.4	0.4	291,047	0.4	2,003	2.5	16.9	0.5
	マレーシア	503,958	1.4	21.3	0.4	216,437	△3.4	1,091	1.3	17.2	0.3
	インドネシア	515,468	1.4	20.1	0.3	215,034	8.4	1,108	1.4	30.1	0.5
	フィリピン	813,288	2.2	30.7	0.8	185,518	4.6	1,509	1.9	36.8	0.8
	ベトナム	620,249	1.7	8.1	0.2	221,401	4.8	1,373	1.7	13.2	0.3
	インド	232,342	0.6	39.6	0.3	241,590	4.3	561	0.7	45.7	0.3
	イギリス	434,708	1.2	35.6	0.5	381,318	16.4	1,658	2.0	57.9	1.1
	ドイツ	314,831	0.9	37.5	0.3	333,027	10.4	1,048	1.3	51.8	0.7
	フランス	384,145	1.0	38.8	0.4	360,952	9.6	1,387	1.7	52.1	0.9
	イタリア	229,031	0.6	50.6	0.3	358,471	7.2	821	1.0	61.4	0.6
	スペイン	181,872	0.5	57.2	0.3	368,428	9.6	670	0.8	72.3	0.5
	ロシア	97,146	0.3	131.7	0.2	327,325	26.5	318	0.4	193.2	0.4
	アメリカ	2,713,492	7.4	32.7	2.7	331,976	11.8	9,008	11.1	48.4	5.5
	カナダ	576,053	1.6	35.4	0.6	306,272	10.4	1,764	2.2	49.4	1.1
	オーストラリア	917,449	2.5	49.7	1.2	380,492	11.7	3,491	4.3	67.2	2.6
	その他	1,915,145	5.2	42.6	2.3	354,834	10.5	6,796	8.4	57.7	4.7
クルーズ客		1,256,518	3.4	654.8	4.3	37,148	△29.2	467	0.6	434.8	0.7
全体		36,870,148	100.0	47.1	47.1	−	−	81,257	100.0	53.1	53.1

(注)訪日外客数は暫定値を使用している。
■シェアは上位3つの国籍・地域、前年比は増加幅が大きい3つの国籍・地域、寄与度はプラスの影響が大きい3つの国籍・地域にそれぞれ色付けしている。

資料:日本政府観光局「訪日外客数」、観光庁「インバウンド消費動向調査」

(2)客層の変化

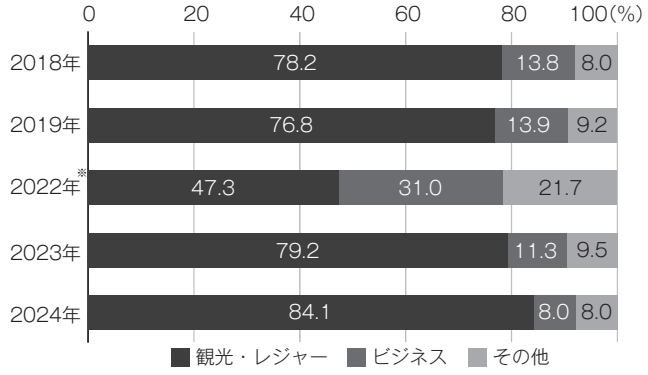
観光庁「インバウンド消費動向調査(旧 訪日外国人消費動向調査)」によると、2024年の「観光・レジャー」目的の割合は84.1%であり、2018年以降で最も高い割合となった。

訪日経験回数は、「1回目」が34.3%、「10回以上」のリピーターが14.7%となっており、2019年以前や前年の傾向と同様であった。

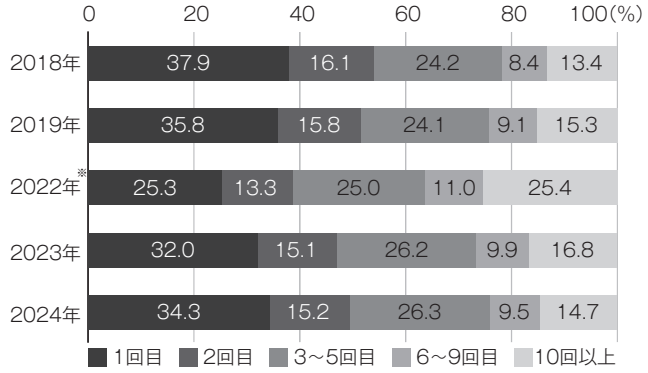
旅行手配方法は、前年に引き続き、「個別手配」の割合が約85%と高い傾向にある(図Ⅱ-1-2)。

図Ⅱ-1-2　訪日外国人の客層変化

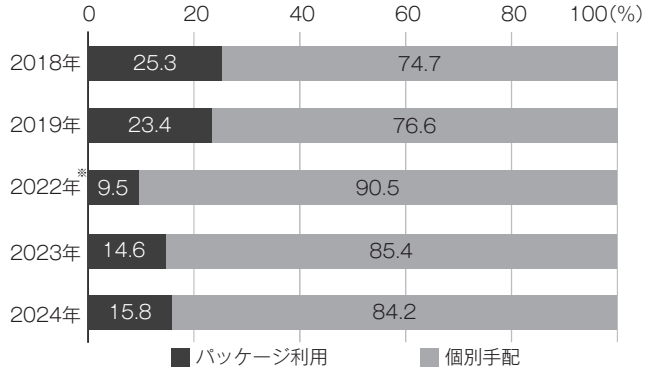
●主な来訪目的



●訪日経験回数



●旅行手配方法



※2022年の値は試算値
(注)「パッケージ利用」は、「団体パッケージツアー」ならびに「個人旅行向けパッケージ商品」を含む。

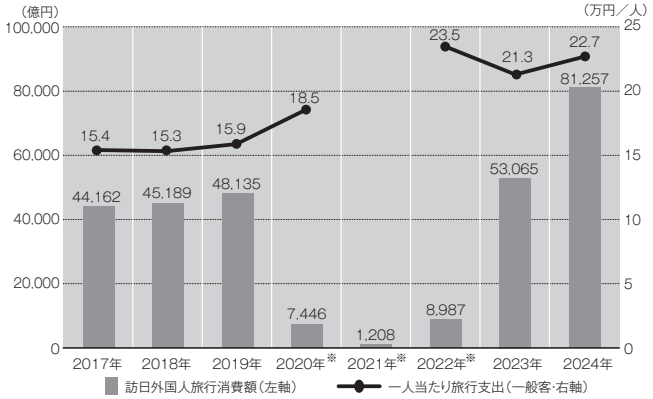
資料:観光庁「インバウンド消費動向調査」

(3)旅行支出の動向

観光庁「インバウンド消費動向調査」によると、2024年の訪日外国人旅行消費額は8兆1,257億円(前年比53.1%増)である。前年と比べると、すべての国籍・地域においてプラスとなっており、前年からの伸びに対する寄与度を見ると、特に中国、台湾、アメリカが高い(表Ⅱ-1-1)。

また、2024年の訪日外国人旅行消費額を訪日外客数で割ることによって算出した一般客の一人当たり旅行支出は、22.7万円(前年比6.6%増)であった(図Ⅱ-1-3)。これは、円安の影響等による買物代の増加が主な要因と考えられる(図Ⅱ-1-4、図Ⅱ-1-5)。

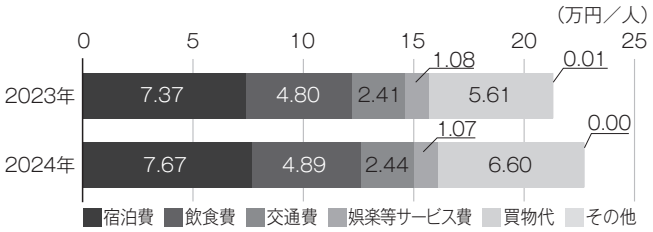
図Ⅱ-1-3　訪日外国人旅行消費額の推移



※2020年、2021年、2022年の値は試算値

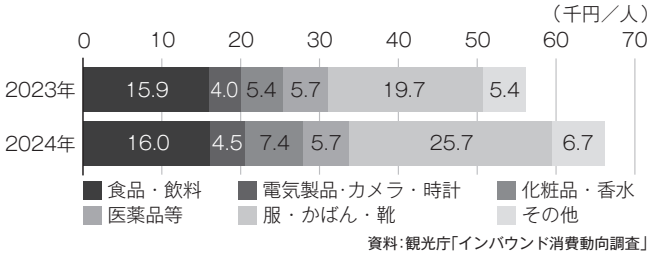
資料:観光庁「インバウンド消費動向調査」

図Ⅱ-1-4　費目別に見る訪日外国人一人当たり旅行支出(一般客)



資料:観光庁「インバウンド消費動向調査」

図Ⅱ-1-5　費目別に見る訪日外国人一人当たり買物代(一般客)



資料:観光庁「インバウンド消費動向調査」

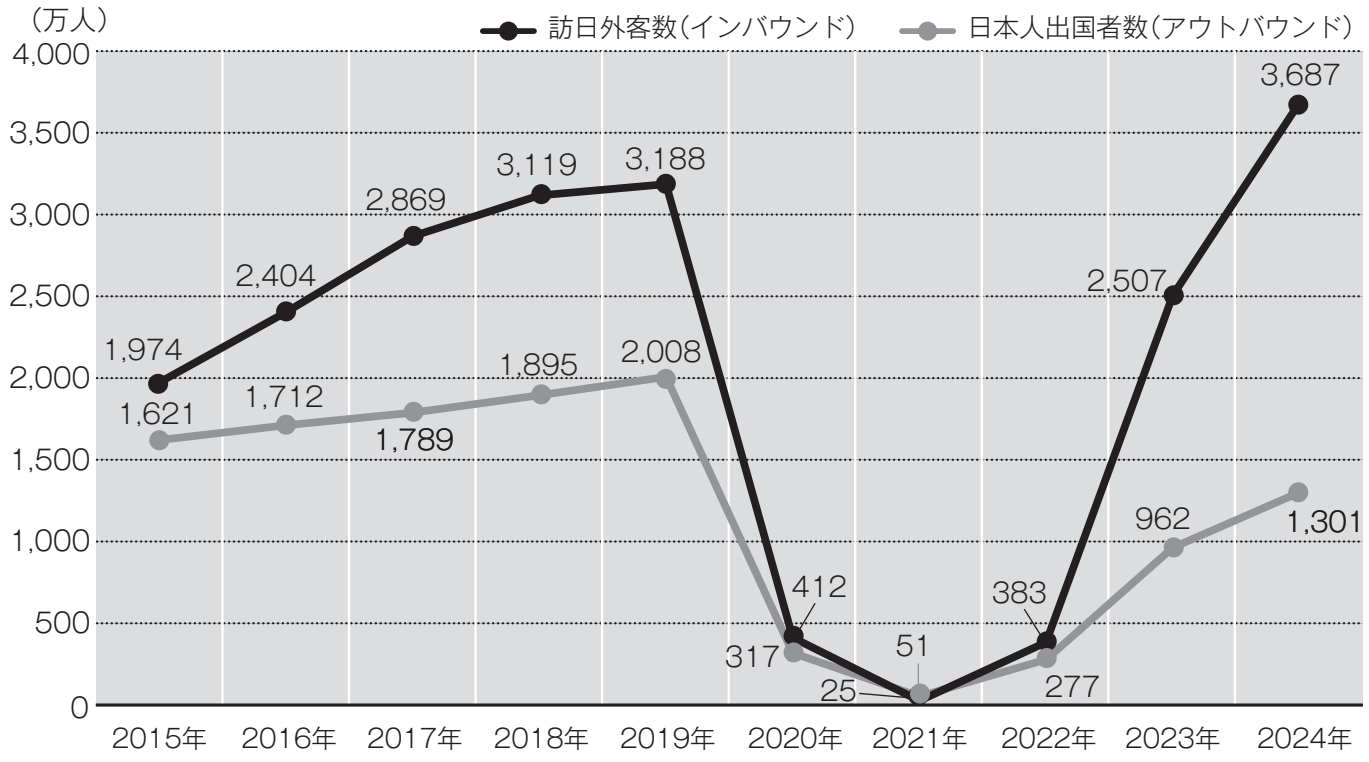
(4) 日本人海外旅行との対比

2024年も2015年以降の傾向と同様に、外国人の訪日旅行（インバウンド旅行）が日本人の海外旅行（アウトバウンド旅行）を人数、国際収支ともに上回る状況が続いている。特に訪日外客数は過去最高を記録し、3,687万人となった。一方で、日本人出国者数は回復が遅れており、1,301万人（2019年比35.2%減、前年比35.2%増）であった（図Ⅱ-1-6）。

また、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」を見ると、2024年は旅行受取（インバウンド）が1996年以降過去最高であった前年をさらに上回り、8兆2,757億円となった。一方で、旅行支払（アウトバウンド）は2兆1,585億円であり、旅行受取（インバウンド）が旅行支払（アウトバウンド）の約4倍となり、その差は前年よりもさらに開く結果となった（図Ⅱ-1-7）。

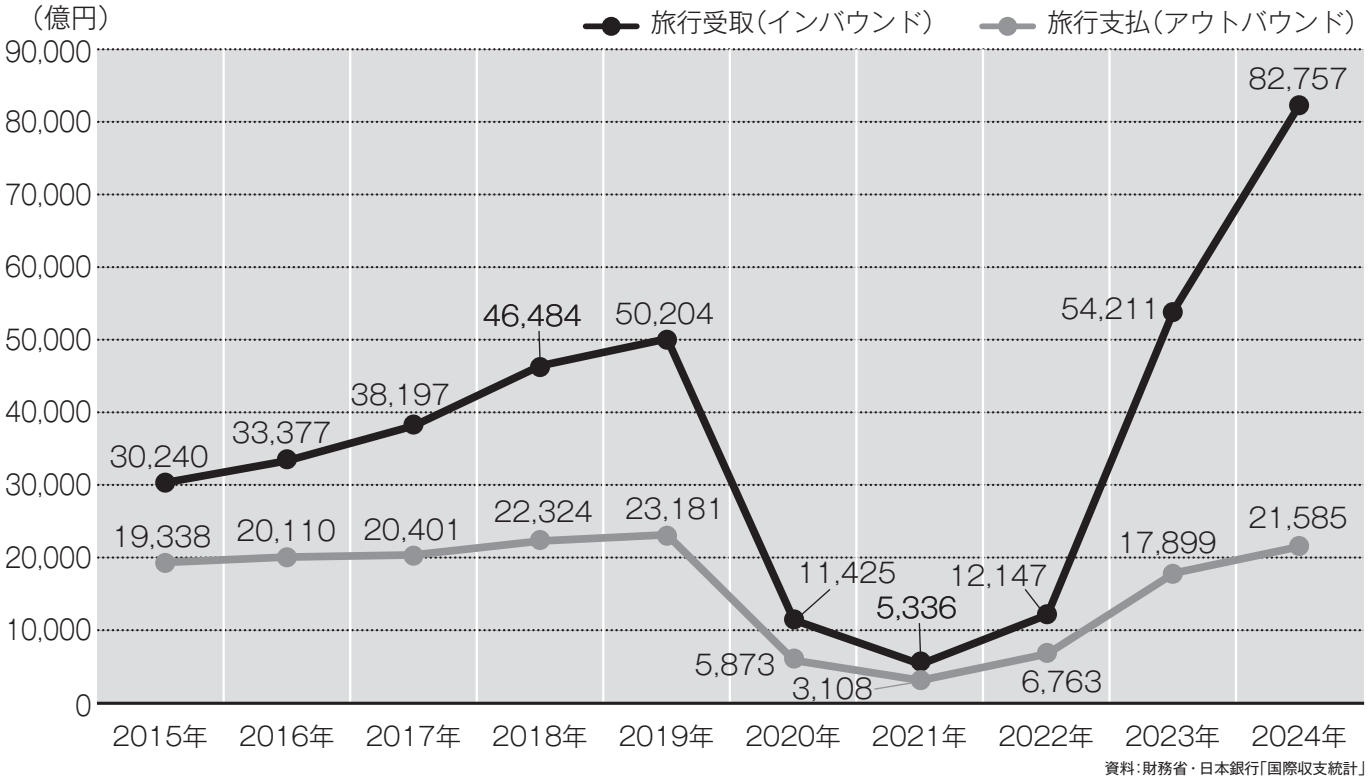
（園部容子）

図Ⅱ-1-6　訪日外客数及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「訪日外客数」

図Ⅱ-1-7　国際収支における旅行受取及び旅行支払の推移



資料：財務省・日本銀行「国際収支統計」

2 市場別に見る訪日旅行動向

2024年の訪日外客数・訪日外国人旅行消費額は
前年比はすべての市場でプラス、
2019年比は市場により回復に差が見られる状況

(1)国籍・地域別に見る訪日旅行動向

2024年の訪日外客数を国籍・地域別に見ると、前年比はすべての市場でプラスとなった。2019年比は、中国、タイ、ロシアでマイナスとなり回復が遅れている状況だが、そのほかは2桁伸長している市場が多い。

直近10年間について国籍・地域別に見ると、2024年も2019年以前や前年と同様に、上位3か国籍・地域は韓国、中国、台湾となっている(表Ⅱ-1-2)。

2024年のクルーズ客を除いた一般客(以下、一般客)の一人当たり旅行支出を国籍・地域別に見ると、ヨーロッパやアメリカ、カナダ、オーストラリアで高く、30万円超えとなっている。いずれも宿泊費、飲食費が占める割合が高く、この2費目で6～7割となっている(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：%)

	年	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2024年／2019年比	2024年／2023年比
訪日外客数全体		1,973.7	2,404.0	2,869.1	3,119.2	3,188.2	411.6	24.6	383.2	2,506.6	3,687.0	15.6	47.1
東アジア	韓国	②400.2	②509.0	②714.0	②753.9	②558.5	③48.8	1.9	①101.3	①695.8	①881.8	57.9	26.7
	台湾	③367.7	③416.8	③456.4	③475.7	③489.1	②69.4	0.5	②33.1	②420.2	③604.4	23.6	43.8
	香港	152.4	183.9	223.2	220.8	229.1	34.6	0.1	26.9	211.4	268.3	17.1	26.9
	中国	①499.4	①637.4	①735.6	①838.0	①959.4	①106.9	4.2	18.9	③242.5	②698.1	△ 27.2	187.9
東南アジア	タイ	79.7	90.2	98.7	113.2	131.9	22.0	0.3	19.8	99.6	114.9	△ 12.9	15.4
	シンガポール	30.9	36.2	40.4	43.7	49.2	5.5	0.1	13.2	59.1	69.1	40.4	16.9
	マレーシア	30.5	39.4	44.0	46.8	50.2	7.7	0.2	7.4	41.6	50.7	1.1	21.9
	インドネシア	20.5	27.1	35.2	39.7	41.3	7.8	0.5	12.0	42.9	51.8	25.4	20.6
	フィリピン	26.8	34.8	42.4	50.4	61.3	10.9	0.6	12.7	62.2	81.9	33.5	31.6
	ベトナム	18.5	23.4	30.9	38.9	49.5	15.3	2.7	28.4	57.4	62.1	25.5	8.2
欧米・その他	インド	10.3	12.3	13.4	15.4	17.6	2.7	0.9	5.4	16.6	23.3	32.5	40.1
	イギリス	25.8	29.2	31.0	33.4	42.4	5.1	0.7	5.7	32.1	43.7	3.1	36.0
	ドイツ	16.3	18.3	19.6	21.5	23.7	3.0	0.5	4.6	23.3	32.6	37.8	39.6
	フランス	21.4	25.3	26.9	30.5	33.6	4.3	0.7	5.3	27.7	38.5	14.5	38.8
	イタリア	10.3	11.9	12.6	15.0	16.3	1.4	0.4	2.4	15.2	23.0	41.2	50.9
	スペイン	7.7	9.2	10.0	11.9	13.0	1.2	0.3	1.6	11.6	18.2	40.0	57.3
	ロシア	5.4	5.5	7.7	9.5	12.0	2.2	0.4	1.0	4.2	9.9	△ 17.3	136.5
	アメリカ	103.3	124.3	137.5	152.6	172.4	21.9	2.0	③32.4	204.6	272.5	58.1	33.2
	カナダ	23.1	27.3	30.6	33.1	37.5	5.3	0.4	5.6	42.6	57.9	54.4	36.1
	オーストラリア	37.6	44.5	49.5	55.2	62.2	14.4	0.3	8.9	61.3	92.0	48.0	50.1
	その他	85.7	98.0	109.5	119.9	138.1	21.2	7.0	36.7	134.4	192.2	39.2	43.0
うちクルーズ客(再掲)		－	193.6	244.9	233.8	202.6	12.0	0.0	0.0	16.6	125.7	－	△38.0

(注)①②③は各年で訪日外客数が多い国籍・地域の順位を示す。

資料：日本政府観光局「訪日外客数」、法務省「出入国管理統計」

表Ⅱ-1-3　費目別に見る訪日外国人一人当たり旅行支出と旅行消費額(一般客、国籍・地域別、2024年)　(単位：円／人)　(単位：億円)

国籍・地域		旅行支出総額	宿泊費	飲食費	交通費	娯楽等サービス	買物代	その他	旅行消費額
全国籍・地域		226,851	76,743	48,907	24,398	10,706	66,046	50	80,790
東アジア	韓国	109,103	34,588	29,600	9,253	6,797	28,853	12	9,595
	台湾	187,512	53,784	39,074	18,066	8,006	68,554	28	10,825
	香港	248,882	74,018	53,767	22,856	8,896	88,905	441	6,598
	中国	276,604	73,143	49,728	21,995	12,378	119,351	10	16,901
東南アジア	タイ	197,305	60,734	45,362	22,236	6,541	62,322	109	2,263
	シンガポール	291,047	109,422	65,855	29,906	10,258	75,592	14	2,003
	マレーシア	216,437	74,159	45,649	27,279	12,487	56,849	14	1,091
	インドネシア	215,034	73,871	43,263	29,679	10,090	58,086	46	1,108
	フィリピン	185,518	57,627	37,889	18,977	9,279	61,747	0	1,509
	ベトナム	221,401	73,637	50,967	21,930	9,685	65,181	1	1,373
欧米・その他	インド	241,590	104,283	46,897	34,608	8,738	47,051	13	561
	イギリス	381,318	169,708	82,359	53,886	19,284	56,046	35	1,658
	ドイツ	333,027	151,557	75,596	49,681	11,779	44,415	1	1,048
	フランス	360,952	148,420	78,897	55,957	14,529	63,123	26	1,387
	イタリア	358,471	146,699	84,837	65,263	13,911	47,760	0	821
	スペイン	368,428	147,328	82,006	68,199	16,577	54,318	0	670
	ロシア	327,325	122,328	75,522	44,120	14,869	70,487	0	318
	アメリカ	331,976	142,256	72,435	42,384	16,560	58,336	5	9,008
	カナダ	306,272	125,112	69,351	42,764	14,504	54,539	2	1,764
	オーストラリア	380,492	162,803	81,221	49,598	29,704	57,127	40	3,491
	その他	354,834	146,116	78,781	51,535	14,905	63,486	10	6,796

資料：観光庁「インバウンド消費動向調査」

①韓国

2024年の韓国人出国者数は2,869万人で、前年比で約3割増となった（表Ⅱ-1-7）。韓国人におけるアジア各国・地域の方面別訪問者数について、直近10年の状況を見ると、2015年ならびにコロナ禍を除いて「日本」は1位であり、直近の2024年は最も多い882万人（前年比26.7%増）となった（表Ⅱ-1-4、表Ⅱ-1-6）。

観光庁「インバウンド消費動向調査」によると、2024年に日本を訪れた韓国人の平均泊数は4.2泊で、前年から0.5泊減少した。また、観光レジャー目的の比率は87.1%と前年と同程度であるが、2019年と比較すると、9ポイントほど増加している。リピーター率は79.3%、ツアー利用率は13.6%となっており、前年や2019年と同様の傾向である（表Ⅱ-1-4）。

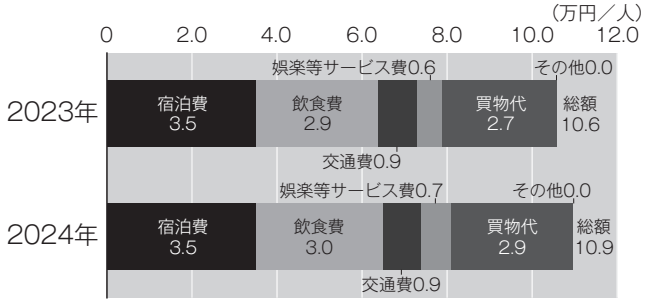
また、訪日韓国人（一般客）の一人当たり旅行支出は10.9万円で、前年比2.6%の増加となった。平均泊数は若干減少したものの、泊数と連動する「宿泊費」や「飲食費」以外にも、「娯楽等サービス費」や「買物代」等、前年と比較して全体的に大きな変化は見られない（図Ⅱ-1-8）。また、「買物代」のうち、最も購入率が高かったのは「菓子類」の83.5%で、購入者単価は11,085円であった。例年の傾向と変わらず、食に関する費目の購入率が高い（表Ⅱ-1-5）。

表Ⅱ-1-4　訪日韓国人の旅行動向

	2019年	2023年	2024年	前年差	前年比
訪日韓国人旅行者数（万人）	558	696	882	186	26.7%
平均泊数（泊）	5.1	4.7	4.2	△ 0.5	△10.4%
観光レジャー比率	77.8%	87.0%	87.1%	0.1pt	0.1%
リピーター率	79.2%	76.5%	79.3%	2.7pt	3.6%
ツアー利用率	14.7%	13.7%	13.6%	△0.0pt	△0.3%

資料：観光庁「インバウンド消費動向調査」

図Ⅱ-1-8　訪日韓国人の一人当たり旅行支出（一般客）



資料：観光庁「インバウンド消費動向調査」

表Ⅱ-1-5　費目別購入率及び購入者単価（韓国・一般客、2024年）

購入率順位	費目	購入率（%）	購入者単価（円／人）
1位	菓子類	83.5	11,085
2位	その他食料品・飲料・たばこ	46.6	10,925
3位	酒類	38.2	10,713
4位	医薬品	35.5	13,368
5位	衣類	27.2	28,846
6位	化粧品・香水	21.4	23,775
7位	靴・かばん・革製品	12.3	51,331
8位	健康グッズ・トイレタリー	5.6	17,393
9位	民芸品・伝統工芸品	4.2	13,603
10位	本・雑誌・ガイドブック等	2.5	8,796

資料：観光庁「インバウンド消費動向調査」

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	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
日本	NFV	400.2	509.0	714.0	753.9	558.5	48.8	1.9	101.3	695.8	881.8
台湾	RFV	65.9	88.4	105.4	101.9	124.3	17.9	0.3	5.2	74.5	101.0
香港	RFV	128.5	143.5	153.6	146.2	107.1	4.1	0.1	0.8	41.0	85.5
中国	NFV	444.4	476.2	385.5	419.2	434.7	－	－	－	－	－
タイ	NFT	137.3	146.4	171.8	179.7	189.1	26.0	1.2	53.9	166.0	186.9
シンガポール	RFV	57.7	56.7	63.1	62.9	64.6	9.0	0.7	21.8	57.1	59.5
マレーシア	NFV	42.1	44.4	48.5	61.7	67.3	12.0	0.3	14.6	40.1	47.6
インドネシア	RFT	35.4	34.4	42.3	35.9	38.8	7.6	0.9	12.1	34.7	43.6
フィリピン	RFT	134.0	147.5	160.8	162.4	198.9	33.9	0.6	42.8	145.1	156.7
ベトナム	RFV	115.2	154.4	241.5	343.5	429.1	84.0	3.3	76.9	359.5	456.9
カンボジア	RFT	39.5	35.7	34.5	30.2	25.4	5.6	0.6	6.4	17.0	19.2

[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

資料：韓国観光公社「국민 해외관광객 주요 목적지별 통계」

表Ⅱ-1-7　韓国基本情報

年	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2028
①人口（万人）※1	5,102	5,122	5,136	5,159	5,177	5,184	5,177	5,167	5,171	5,175	*5,146*
②韓国人出国者数（万人）※2	1,931	2,238	2,650	2,870	2,871	428	196	655	2,272	2,869	－
③出国率（%）（②÷①）	37.9	43.7	51.6	55.6	55.5	8.2	3.8	12.7	43.9	55.4	－
④訪日韓国人旅行者数（万人）※3	400.2	509.0	714.0	753.9	558.5	48.8	1.9	101.3	695.8	881.8	－
⑤出国者に占める訪日旅行者比率（④÷②）	20.7	22.7	26.9	26.3	19.4	11.4	1.0	15.5	30.6	30.7	－
⑥為替レート（100円／韓国ウォン）※1	10.7	9.4	9.9	10.0	9.4	9.0	9.6	10.2	10.8	11.1	－
⑦GDP成長率（%）※1	2.9	3.2	3.4	3.2	2.3	△ 0.7	4.6	2.7	1.4	2.0	*2.1*
⑧一人当たりGDP（米ドル）※1	30,172	30,826	33,297	35,364	33,827	33,653	37,518	34,822	35,563	36,129	*38,850*

（注）斜体は推計値。

資料：国際通貨基金（※1）、韓国観光公社（※2）、日本政府観光局（※3）の公表値をもとに（公財）日本交通公社作成

②台湾

2024年の台湾人出境者数は1,685万人で、前年比で約4割増となった（表Ⅱ-1-11）。また、訪日台湾人旅行者数は近年、急速に伸長しており、2024年は604万人（前年比43.8%増）となった（表Ⅱ-1-8、表Ⅱ-1-11）。台湾人の訪問先上位5位の国・地域について見ると、日本は昨年に引き続き最多であり、人数は2019年以降で見ても最多となっている（表Ⅱ-1-10）。

観光庁「インバウンド消費動向調査」によると、2024年に日本を訪れた台湾人の平均泊数は6.0泊で前年から1.0泊減少した。また、観光レジャー目的の比率は93.7%であり、2019年や前年と比較すると増加傾向にある。リピーター率は前年や2019年とほぼ変動が見られない。ツアー利用率は30.7%となっており、前年と比較して増加した（表Ⅱ-1-8）。

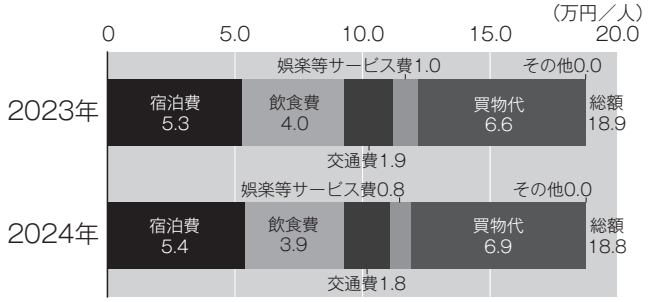
また、訪日台湾人（一般客）の一人当たり旅行支出は18.8万円で、費目別では全体的に大きな変動は見られないが、買物代は増加した（図Ⅱ-1-9）。これは、2019年以降継続的に円安が進んでいる影響もあると考えられる（表Ⅱ-1-11）。買物代のうち、最も購入率が高かったのは「菓子類」の79.8%で、購入者単価は6,786円であった。また、食関連のみならず、「医薬品」や「衣類」等の購入率も高い（表Ⅱ-1-9）。

表Ⅱ-1-8　訪日台湾人の旅行動向

	2019年	2023年	2024年	前年差	前年比
訪日台湾人旅行者数（万人）	489	420	604	184	43.8%
平均泊数（泊）	6.1	7.0	6.0	△1.0	△13.8%
観光レジャー比率	88.5%	90.9%	93.7%	2.8pt	3.0%
リピーター率	86.8%	88.6%	86.8%	△1.7pt	△2.0%
ツアー利用率	34.7%	28.8%	30.7%	1.9pt	6.6%

資料：観光庁「インバウンド消費動向調査」

図Ⅱ-1-9　訪日台湾人の一人当たり旅行支出（一般客）



資料：観光庁「インバウンド消費動向調査」

表Ⅱ-1-9　費目別購入率及び購入者単価（台湾・一般客、2024年）

購入率順位	費目	購入率（%）	購入者単価（円／人）
1位	菓子類	79.8	6,786
2位	医薬品	50.2	6,604
3位	衣類	49.1	19,425
4位	その他食料品・飲料・たばこ	44.7	5,464
5位	化粧品・香水	33.4	8,179
6位	靴・かばん・革製品	29.9	31,882
7位	健康グッズ・トイレタリー	25.3	12,992
8位	酒類	17.9	8,728
9位	生鮮農産物	10.2	4,746
10位	電気製品（デジタルカメラ／PC／家電等）	8.6	30,347

資料：観光庁「インバウンド消費動向調査」

表Ⅱ-1-10　方面別台湾人旅行者数

	2019年			2020年			2021年			2022年			2023年			2024年		
	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（%）	国・地域	人数（万人）	前年比（%）
1位	日本	491.2	1.8	日本	69.8	△85.8	中国	12.9	△69.0	日本	35.4	2421.3	日本	422.6	1093.0	日本	600.6	42.1
2位	中国	404.4	△3.1	中国	41.5	△89.7	米国	10.4	△27.8	米国	21.6	108.0	中国	176.1	961.6	中国	277.0	57.3
3位	香港	167.6	△1.2	香港	16.4	△86.4	日本	1.4	△98.0	中国	16.6	29.0	韓国	95.5	1119.0	韓国	142.9	49.7
4位	韓国	120.9	11.3	韓国	15.8	△81.4	シンガポール	1.4	△79.2	ベトナム	13.3	1097.5	ベトナム	85.4	541.0	ベトナム	126.3	48.0
5位	ベトナム	85.3	29.5	ベトナム	15.8	△90.6	香港	1.3	△92.0	タイ	10.5	1215.1	タイ	77.7	641.1	香港	120.4	61.9

（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：台湾交通部観光署

表Ⅱ-1-11　台湾基本情報

年	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2028
①人口（万人）※1	2,349	2,354	2,357	2,359	2,360	2,356	2,338	2,327	2,342	2,340	*2,332*
②台湾人出境者数（万人）※2	1,318	1,459	1,565	1,664	1,710	234	36	148	1,180	1,685	－
③出境率（%）（②÷①）	56.1	62.0	66.4	70.6	72.5	9.9	1.5	6.4	50.4	72.0	－
④訪日台湾人旅行者数（万人）※3	367.7	416.8	456.4	475.7	489.1	69.4	0.5	33.1	420.2	604.4	－
⑤出境者に占める訪日旅行者比率（④÷②）	27.9	28.6	29.2	28.6	28.6	29.7	1.4	22.3	35.6	35.9	－
⑥為替レート（円／台湾ドル）※1※4	3.8	3.4	3.7	3.7	3.5	3.6	3.9	4.4	4.5	4.7	－
⑦GDP成長率（%）※1	1.5	2.2	3.7	2.9	3.1	3.4	6.7	2.7	1.1	4.3	*2.3*
⑧一人当たりGDP（米ドル）※1	22,753	23,071	25,102	25,889	25,993	28,728	33,239	32,909	32,337	33,437	*39,452*

（注）斜体は推計値。　　資料：国際通貨基金（※1）、台湾交通部観光署（※2）、日本政府観光局（※3）、連邦準備制度理事会（※4）の公表値をもとに（公財）日本交通公社作成

③香港

2024年の香港人出境者数は1億470万人で、前年比では45.0%増となった（表Ⅱ-1-14）。また、2024年の訪日香港人旅行者数は268万人で、前年比26.9%増となった。出境者に占める訪日旅行者比率は2.6%と、コロナ禍前と同水準である（表Ⅱ-1-12、表Ⅱ-1-14）。

観光庁「インバウンド消費動向調査」によると、2024年に日本を訪れた香港人の平均泊数は6.8泊で前年から0.4泊減少した。また、観光レジャー目的の比率は94.7%、リピーター率は90.0%と前年と同様の傾向である。ツアー利用率は10.1%となり、2019年と比較すると、ツアー利用率が減少傾向にある（表Ⅱ-1-12）。

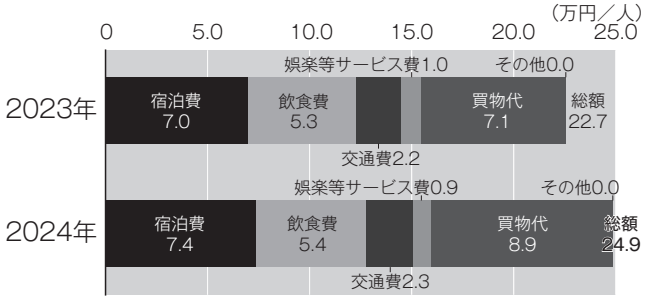
また、訪日香港人（一般客）の一人当たり旅行支出は24.9万円で、前年比9.5%の増加となった。費目別に見ると、全体的に増加傾向となったが、特に「買物代」の増加が大きい（図Ⅱ-1-10）。買物代のうち、最も購入率が高かったのは「菓子類」の71.2%で、次いで「衣類」（56.2%）、「化粧品・香水」（38.6%）であった（表Ⅱ-1-13）。

表Ⅱ-1-12　訪日香港人の旅行動向

	2019年	2023年	2024年	前年差	前年比
訪日香港人旅行者数（万人）	229	211	268	57	26.9%
平均泊数（泊）	6.1	7.2	6.8	△ 0.4	△ 5.5%
観光レジャー比率	91.6%	92.8%	94.7%	1.8pt	2.0%
リピーター率	88.1%	91.3%	90.0%	△1.3pt	△ 1.4%
ツアー利用率	21.1%	11.1%	10.1%	△1.0pt	△ 9.0%

資料：観光庁「インバウンド消費動向調査」

図Ⅱ-1-10　訪日香港人の一人当たり旅行支出（一般客）



資料：観光庁「インバウンド消費動向調査」

表Ⅱ-1-13　費目別購入率及び購入者単価（香港・一般客、2024年）

購入率順位	費目	購入率（%）	購入者単価（円／人）
1位	菓子類	71.2	12,861
2位	衣類	56.2	25,736
3位	化粧品・香水	38.6	19,379
4位	その他食料品・飲料・たばこ	38.6	8,506
5位	靴・かばん・革製品	36.2	44,224
6位	医薬品	34.3	17,447
7位	健康グッズ・トイレタリー	15.3	16,670
8位	酒類	13.9	8,421
9位	生鮮農産物	9.5	7,563
10位	民芸品・伝統工芸品	5.7	9,514

資料：観光庁「インバウンド消費動向調査」

表Ⅱ-1-14　香港基本情報

年	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2028
①人口（万人）※1	731	738	742	749	752	743	740	747	753	753	*769*
②香港人出境者数（万人）※2	8,908	9,176	9,130	9,221	9,471	826	91	218	7,220	10,470	－
③出境率（%）（②÷①）	1218.6	1243.7	1231.3	1231.5	1259.3	111.2	12.2	29.2	959.1	1389.7	－
④訪日香港人旅行者数（万人）※2	152.4	183.9	223.2	220.8	229.1	34.6	0.1	26.9	211.4	268.3	－
⑤出境者に占める訪日旅行者比率（④÷②）	1.7	2.0	2.4	2.4	2.4	4.2	0.1	12.3	2.9	2.6	－
⑥為替レート（円／香港ドル）※1※3	15.6	14.0	14.4	14.1	13.9	13.9	14.1	16.8	17.9	19.4	－
⑦GDP成長率（%）※1	2.4	2.2	3.8	2.8	△ 1.7	△ 6.5	6.5	△ 3.7	3.2	2.5	*2.5*
⑧一人当たりGDP（米ドル）※1	42,325	43,488	46,026	48,310	48,278	46,446	49,849	47,999	50,621	*54,034*	*62,908*

（注）斜体は推計値。

資料：国際通貨基金（※1）、日本政府観光局（※2）、連邦準備制度理事会（※3）の公表値をもとに（公財）日本交通公社作成

④中国

2024年の中国人出国者数は1億4,589万人で、前年比では44.5%増となった。なお、コロナ禍前は年々上昇を続けていた出国率を見ると、2024年は10.4%であり、回復傾向である（表Ⅱ-1-17）。また、2024年の訪日中国人旅行者数は698万人（前年比187.9%増）となった（表Ⅱ-1-15）。

観光庁「インバウンド消費動向調査」によると、2024年の訪日中国人の平均泊数は9.2泊で、前年から7泊減少したものの、2019年と比較すると1.7泊増加した。また、観光レジャー目的の比率は82.4%と2019年水準に戻っている。リピーター率は58.1%、ツアー利用率は14.1%であり、前年やコロナ禍前と異なる客層である（表Ⅱ-1-15）。

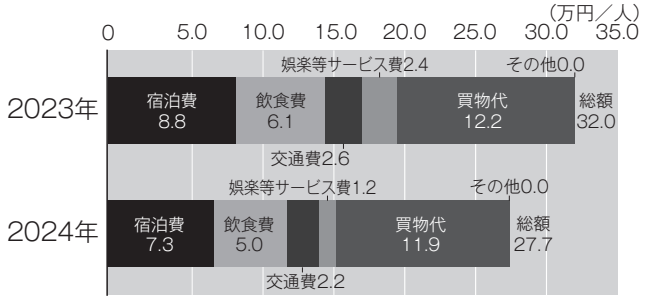
また、訪日中国人（一般客）の一人当たり旅行支出は27.7万円で、前年比13.6%減となった。宿泊費や飲食費以外にも、「娯楽等サービス費」や「買物代」等、全体的に減少が見られた（図Ⅱ-1-11）。特に「娯楽等サービス費」の減少が大きい。明確な要因の特定はできないが、留学目的の割合が減少したことで、学費（「娯楽等サービス費」に含む）が減額したことも一因と考えられる。また、「買物代」のうち購入率が高い費目を見ると、「菓子類」、「化粧品・香水」、「衣類」が上位3位となっている（表Ⅱ-1-16）。「菓子類」や「衣類」は前年や2019年と購入率に大きな変化は見られないものの、「化粧品・香水」の購入率は、2019年（81.9%）と比較すると大きく減少した。

表Ⅱ-1-15　訪日中国人の旅行動向

	2019年	2023年	2024年	前年差	前年比
訪日中国人旅行者数（万人）	959	243	698	456	187.9%
平均泊数（泊）	7.5	16.2	9.2	△ 7.0	△ 43.0%
観光レジャー比率	84.2%	64.0%	82.4%	18.4pt	28.7%
リピーター率	50.0%	65.0%	58.1%	△6.9pt	△ 10.6%
ツアー利用率	34.0%	5.2%	14.1%	9.0pt	173.0%

資料：観光庁「インバウンド消費動向調査」

図Ⅱ-1-11　訪日中国人の一人当たり旅行支出（一般客）



資料：観光庁「インバウンド消費動向調査」

表Ⅱ-1-16　費目別購入率及び購入者単価（中国・一般客、2024年）

購入率順位	費目	購入率（%）	購入者単価（円／人）
1位	菓子類	75.3	15,062
2位	化粧品・香水	54.0	24,148
3位	衣類	42.5	37,422
4位	その他食料品・飲料・たばこ	40.9	11,516
5位	医薬品	35.0	14,511
6位	靴・かばん・革製品	29.4	62,070
7位	健康グッズ・トイレタリー	15.6	17,321
8位	酒類	13.2	12,638
9位	電気製品（デジタルカメラ／PC／家電等）	7.9	39,859
10位	民芸品・伝統工芸品	6.2	19,692

資料：観光庁「インバウンド消費動向調査」

表Ⅱ-1-17　中国基本情報

年	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2028
①人口（万人）※1	138,326	139,232	140,011	140,541	141,008	141,212	141,260	141,175	140,967	140,828	*139,520*
②中国人出国者数（万人）※2	12,786	13,513	14,273	16,199	16,921	−	−	−	10,097	14,589	−
③出国率（%）（②÷①）	9.2	9.7	10.2	11.5	12.0	−	−	−	7.2	10.4	−
④訪日中国人旅行者数（万人）※3	499.4	637.4	735.6	838.0	959.4	106.9	4.2	18.9	242.5	698.1	−
⑤出国者に占める訪日旅行者比率（④÷②）	3.9	4.7	5.2	5.2	5.7	−	−	−	2.4	4.8	−
⑥為替レート（円／中国元）※1	19.5	16.4	16.6	16.7	15.8	15.4	17.0	19.5	19.8	21.0	−
⑦GDP成長率（%）※1	7.0	6.8	6.9	6.8	6.1	2.3	8.6	3.1	5.4	5.0	*4.1*
⑧一人当たりGDP（米ドル）※1	8,174	8,222	8,930	10,040	10,334	10,696	12,878	12,968	12,961	13,313	*16,559*

（注1）斜体は推計値。
（注2）②中国人出国者数は香港・マカオへの出境者を含むが、日帰りは含んでいない。　資料：国際通貨基金（※1）、中国国家統計局（※2）、日本政府観光局（※3）の公表値をもとに（公財）日本交通公社作成

⑤タイ

2024年の訪日タイ人旅行者数は115万人（前年比15.4％増）で、2019年水準までの回復には至っていない（表Ⅱ-1-18、表Ⅱ-1-20）。

観光庁「インバウンド消費動向調査」によると、2024年に日本を訪れたタイ人の平均泊数は8.0泊で前年から1.3泊減少した。また、観光レジャー目的の比率は84.1％と、2019年や前年と比較すると増加傾向にある。リピーター率は73.4％で前年や2019年と同水準、ツアー利用率は21.4％で、2019年と比較すると減少している（表Ⅱ-1-18）。

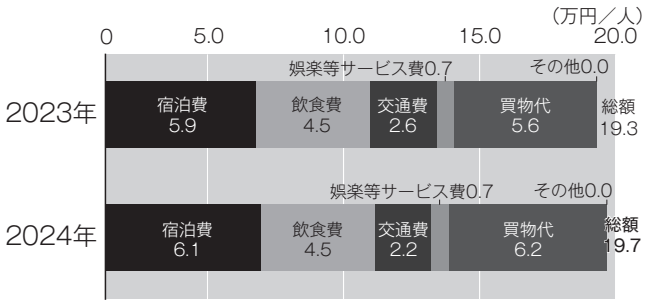
また、訪日タイ人（一般客）の一人当たり旅行支出は19.7万円で、前年比2.0％の増加となった。費目別に見ると、増加したもの、減少したものに分かれており、最も金額が増えたのは「買物代」である（図Ⅱ-1-12）。これは、昨年に引き続き、円安の水準が直近10年間で最も高い状況にある影響が大きいものと推測される（表Ⅱ-1-20）。また、「買物代」のうち、最も購入率が高かったのは「菓子類」の81.3％で、上位5費目は前年や2019年と変わらない（表Ⅱ-1-19）。

表Ⅱ-1-18　訪日タイ人の旅行動向

	2019年	2023年	2024年	前年差	前年比
訪日タイ人旅行者数（万人）	132	100	115	15	15.4%
平均泊数（泊）	8.8	9.3	8.0	△ 1.3	△ 14.1%
観光レジャー比率	77.2%	82.8%	84.1%	1.3pt	1.5%
リピーター率	72.2%	78.3%	73.4%	△5.0pt	△ 6.3%
ツアー利用率	28.9%	19.5%	21.4%	1.9pt	9.8%

資料：観光庁「インバウンド消費動向調査」

図Ⅱ-1-12　訪日タイ人の一人当たり旅行支出（一般客）



資料：観光庁「インバウンド消費動向調査」

表Ⅱ-1-19　費目別購入率及び購入者単価（タイ・一般客、2024年）

購入率順位	費目	購入率（%）	購入者単価（円／人）
1位	菓子類	81.3	12,361
2位	衣類	48.7	45,417
3位	その他食料品・飲料・たばこ	41.3	12,133
4位	化粧品・香水	41.3	40,196
5位	靴・かばん・革製品	38.7	97,874
6位	酒類	15.4	16,985
7位	医薬品	10.8	18,671
8位	健康グッズ・トイレタリー	6.3	25,456
9位	生鮮農産物	4.6	13,361
10位	電気製品（デジタルカメラ／PC／家電等）	4.3	66,434

資料：観光庁「インバウンド消費動向調査」

表Ⅱ-1-20　タイ基本情報

年	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2028
①人口（万人）※1	6,872	6,897	6,921	6,943	6,963	6,980	6,995	7,008	7,018	*7,027*	*7,040*
②タイ人出国者数（万人）※2	679	820	896	996	1,045	－	－	－	848	－	－
③出国率（%）（②÷①）	9.9	11.9	12.9	14.3	15.0	－	－	－	12.1	－	－
④訪日タイ人旅行者数（万人）※2	79.7	90.2	98.7	113.2	131.9	22.0	0.3	19.8	99.6	114.9	－
⑤出国者に占める訪日旅行者比率（④÷②）	11.7	11.0	11.0	11.4	12.6	－	－	－	11.7	－	－
⑥為替レート（円／バーツ）※1	3.5	3.1	3.3	3.4	3.5	3.4	3.4	3.7	4.0	4.3	－
⑦GDP成長率（%）※1	3.1	3.4	4.2	4.2	2.1	△ 6.1	1.5	2.6	2.0	2.5	*2.1*
⑧一人当たりGDP（米ドル）※1	5,840	5,993	6,594	7,299	7,813	7,170	7,236	7,073	7,351	*7,492*	*8,434*

（注）斜体は推計値。

資料：国際通貨基金（※1）、日本政府観光局（※2）の公表値をもとに（公財）日本交通公社作成

⑥アメリカ

2024年のアメリカ人出国者数は前年比では8.3％増の7,375万人となった（表Ⅱ-1-24）。また、2024年の訪日アメリカ人旅行者数は前年比33.2％増の272万人で、アメリカ人出国者数に占める訪日旅行者の比率は3.7％と、2019年以降の最高水準となった（表Ⅱ-1-21、表Ⅱ-1-24）。

また、アメリカ人の方面別旅行者数を見ると、2024年の上位国・地域はコロナ禍前の2019年と変わらない。一方で、日本の順位は上がっており、2024年は全体で7位、アジアでは1位となった（表Ⅱ-1-23）。

観光庁「インバウンド消費動向調査」によると、2024年に日本を訪れたアメリカ人の平均泊数は12.1泊で、前年から変化は見られなかった。また、観光レジャー目的の比率は73.9％であり、前年や2019年と比較して割合が高くなっている。リピーター率は39.9％と大きな変動はなく、ツアー利用率は2019年以降、減少傾向にある（表Ⅱ-1-21）。

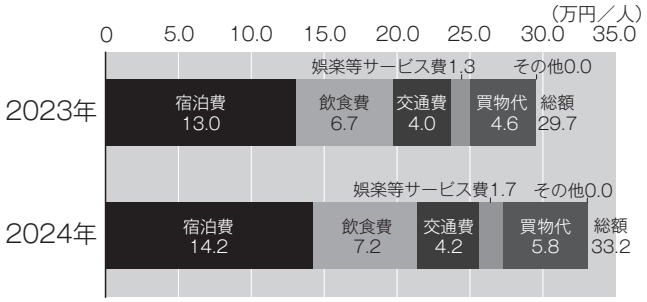
また、訪日アメリカ人（一般客）の一人当たり旅行支出は33.2万円で、前年比11.8％の増加となった。費目別に見ると、全体的に増加が見られたが、特に「宿泊費」と「買物代」の寄与度（それぞれ4.2％、4.1％）が大きい（図Ⅱ-1-13）。これは2022年以降の急激な円安による影響が大きいものと考えられる（表Ⅱ-1-24）。買物代のうち最も購入率が高かったのは「その他食料品・飲料・たばこ」の52.7％であった。また、前述の東アジアの国・地域やタイと比較して、「民芸品・伝統工芸品」の購入率が20.6％と高いことも特徴である（表Ⅱ-1-22）。

表Ⅱ-1-21　訪日アメリカ人の旅行動向

	2019年	2023年	2024年	前年差	前年比
訪日アメリカ人旅行者数（万人）	172	205	272	68	33.2%
平均泊数（泊）	12.4	12.1	12.1	△ 0.0	△ 0.3%
観光レジャー比率	52.3%	64.2%	73.9%	9.6pt	15.0%
リピーター率	48.1%	41.4%	39.9%	△1.5pt	△ 3.6%
ツアー利用率	8.2%	7.1%	6.3%	△0.8pt	△ 11.1%

資料：観光庁「インバウンド消費動向調査」

図Ⅱ-1-13　訪日アメリカ人の一人当たり旅行支出（一般客）



資料：観光庁「インバウンド消費動向調査」

表Ⅱ-1-22　費目別購入率及び購入者単価（アメリカ・一般客、2024年）

購入率順位	費目	購入率（%）	購入者単価（円／人）
1位	その他食料品・飲料・たばこ	52.7	12,191
2位	衣類	52.6	23,114
3位	菓子類	51.7	16,422
4位	酒類	29.7	10,668
5位	民芸品・伝統工芸品	20.6	6,083
6位	靴・かばん・革製品	20.0	34,284
7位	化粧品・香水	17.9	23,020
8位	本・雑誌・ガイドブック等	10.7	9,834
9位	音楽・映像・ゲーム等ソフトウェア	7.4	16,661
10位	電気製品（デジタルカメラ／ PC ／家電等）	5.4	37,925

資料：観光庁「インバウンド消費動向調査」

表Ⅱ-1-23　方面別アメリカ人旅行者数

全体

2018年			2019年			2020年			2023年			2024年				
	国・地域	人数（万人）		国・地域	人数（万人）		国・地域	人数（万人）		国・地域	人数（万人）		国・地域	人数（万人）	2019年比（%）	前年比（%）
1位	イギリス	392.7	1位	イギリス	394.3	1位	ドミニカ共和国	101.4	1位	イギリス	519	1位	イギリス	468.6	18.8%	△ 9.7%
2位	フランス	300.8	2位	イタリア	318.1	2位	ジャマイカ	64	2位	イタリア	435.8	2位	イタリア	341.2	7.3%	△ 21.7%
3位	イタリア	292.4	3位	フランス	313.7	3位	イギリス	62	3位	フランス	372.1	3位	フランス	333	6.2%	△ 10.5%
4位	ドミニカ共和国	288.2	4位	ドミニカ共和国	295.7	4位	コスタリカ	39.4	4位	ドミニカ共和国	347.6	4位	ドミニカ共和国	300.1	1.5%	△ 13.7%
5位	ドイツ	233.9	5位	スペイン	224	5位	インド	39.4	5位	スペイン	254.6	5位	スペイン	238.4	6.4%	△ 6.4%
13位	日本	117	9位	日本	143.4	14位	日本	22.6	7位	日本	215.4	7位	日本	164.4	14.6%	△ 23.7%

アジア

2018年			2019年			2020年			2023年			2024年				
	国・地域	人数（万人）		国・地域	人数（万人）		国・地域	人数（万人）		国・地域	人数（万人）		国・地域	人数（万人）	2019年比（%）	前年比（%）
1位	中国	158.7	1位	中国	156.8	1位	インド	39.4	1位	日本	215.4	1位	日本	164.4	14.6%	△ 23.7%
2位	インド	125.3	2位	日本	143.4	2位	フィリピン	30.5	2位	インド	181.2	2位	インド	123.3	△ 8.3%	△ 32.0%
3位	日本	117	3位	インド	134.4	3位	日本	22.6	3位	フィリピン	97.9	3位	フィリピン	86.3	△ 8.3%	△ 11.8%
4位	フィリピン	91.9	4位	フィリピン	94.1	4位	韓国	14.8	4位	韓国	88.1	4位	韓国	65.8	△ 8.2%	△ 25.3%
5位	韓国	71	5位	韓国	71.7	5位	タイ	14.8	5位	タイ	68.5	5位	中国	49.3	△ 68.6%	－

（注1）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。
（注2）メキシコ、カナダの数値は、2024年の値がまだ公表されていないため、掲載しているすべての暦年から「メキシコ」、「カナダ」を除いた。
資料：アメリカ商務省国際貿易局の公表値をもとに（公財）日本交通公社作成

表Ⅱ-1-24　アメリカ基本情報

年	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2028
①人口（万人）※1	32,093	32,322	32,528	32,702	32,855	33,131	33,245	33,427	33,701	34,010	*34,848*
②アメリカ人出国者数（万人）※2	－	－	－	－	6,104	1,597	2,925	5,514	6,808	7,375	－
③出国率（%）（②÷①）	－	－	－	－	18.6	4.8	8.8	16.5	20.2	21.7	－
④訪日アメリカ人旅行者数（万人）※3	103.3	124.3	137.5	152.6	172.4	21.9	2.0	32.4	204.6	272.5	－
⑤出国者に占める訪日旅行者比率（④÷②）	－	－	－	－	2.8	1.4	0.1	0.6	3.0	3.7	－
⑥為替レート（円／米ドル）※1	121.1	108.7	112.1	110.4	109.0	108.2	109.8	131.6	140.5	151.4	－
⑦GDP成長率（%）※1	2.9	1.8	2.5	3.0	2.6	△ 2.2	6.1	2.5	2.9	2.8	*2.1*
⑧一人当たりGDP（米ドル）※1	57,007	58,180	60,293	63,165	65,561	64,454	71,232	77,801	82,254	85,812	*98,547*

（注1）斜体は推計値。
（注2）②アメリカ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（International Air Travel Statistics）。
（注3）出発地側の発表データであり、到着地が公表している各国の到着者数とは一致しない。
資料：国際通貨基金（※1）、アメリカ商務省国際貿易局（※2）、日本政府観光局（※3）の公表値をもとに（公財）日本交通公社作成

(2)都道府県別に見る訪日旅行動向

①訪問者数

2024年における訪日外国人の都道府県別訪問者数を見ると、東京都（1,834万人）や大阪府（1,409万人）、千葉県（1,302万人）、京都府（1,050万人）でいずれも1,000万人超えと特に多い。次いで、福岡県、神奈川県、奈良県が300万人台、山梨県、愛知県、北海道が200万人台、兵庫県、沖縄県、大分県、広島県、静岡県、岐阜県、長野県で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等で多くなっている。一方で、山陰地方、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2019年比を見ると、山形県、福島県、山梨県、広島県、福岡県でいずれも50%以上増となっており、訪問者数を大きく伸ばしている。一方で、茨城県、鳥取県、島根県、鹿児島県では20%以上減となっており、コロナ禍前の状態に戻っていない（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、前年から大幅に回復し、125.6万人となった。 前年に引き続き、博多港や長崎港、那覇港で特に多く、この3港で2024年全体の約7割を占める。

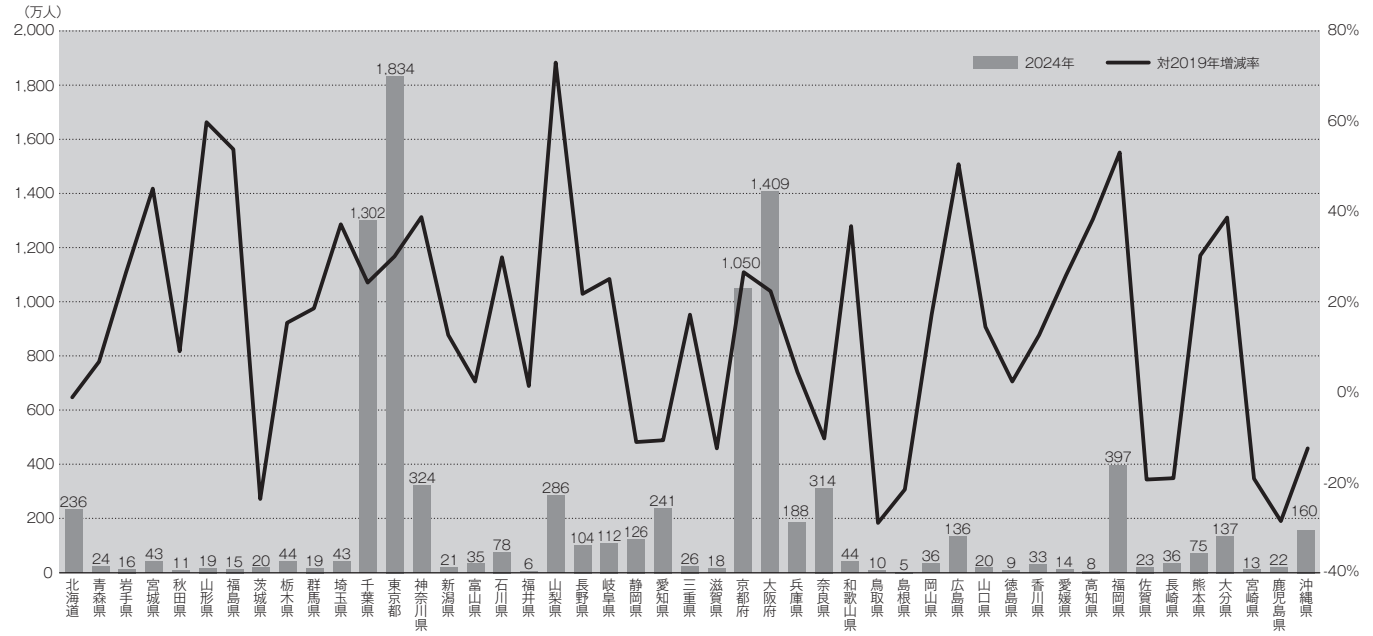
国籍・地域別では、中国が約87万人、台湾が約27万人と多く、この2国籍・地域で全体の約9割を占めている。訪日外客数全体の傾向と同様で、回復が遅れていた中国が大幅に伸長する結果となった（表Ⅱ-1-25）。

表Ⅱ-1-25　上陸港別、国籍・地域別クルーズ客数　（単位：人）

上陸港＼国籍・地域	全国籍・地域	韓国	台湾	香港	中国	その他
日本全国	1,256,518	23,393	271,155	32,175	870,993	58,802
関門港	12,300	4	16	33	12,160	87
博多港	371,652	301	9,184	3,902	349,419	8,846
長崎港	189,597	1,255	11,628	1,036	161,281	14,397
佐世保港	126,123	3,386	5,047	598	114,994	2,098
鹿児島港	26,673	14	14,497	2,863	6,421	2,878
那覇港	318,630	5,641	136,708	21,826	138,662	15,793
平良港	47,195	528	28,930	407	15,697	1,633
石垣港	99,270	479	53,236	1,178	36,636	7,741
その他	65,078	11,785	11,909	332	35,723	5,329

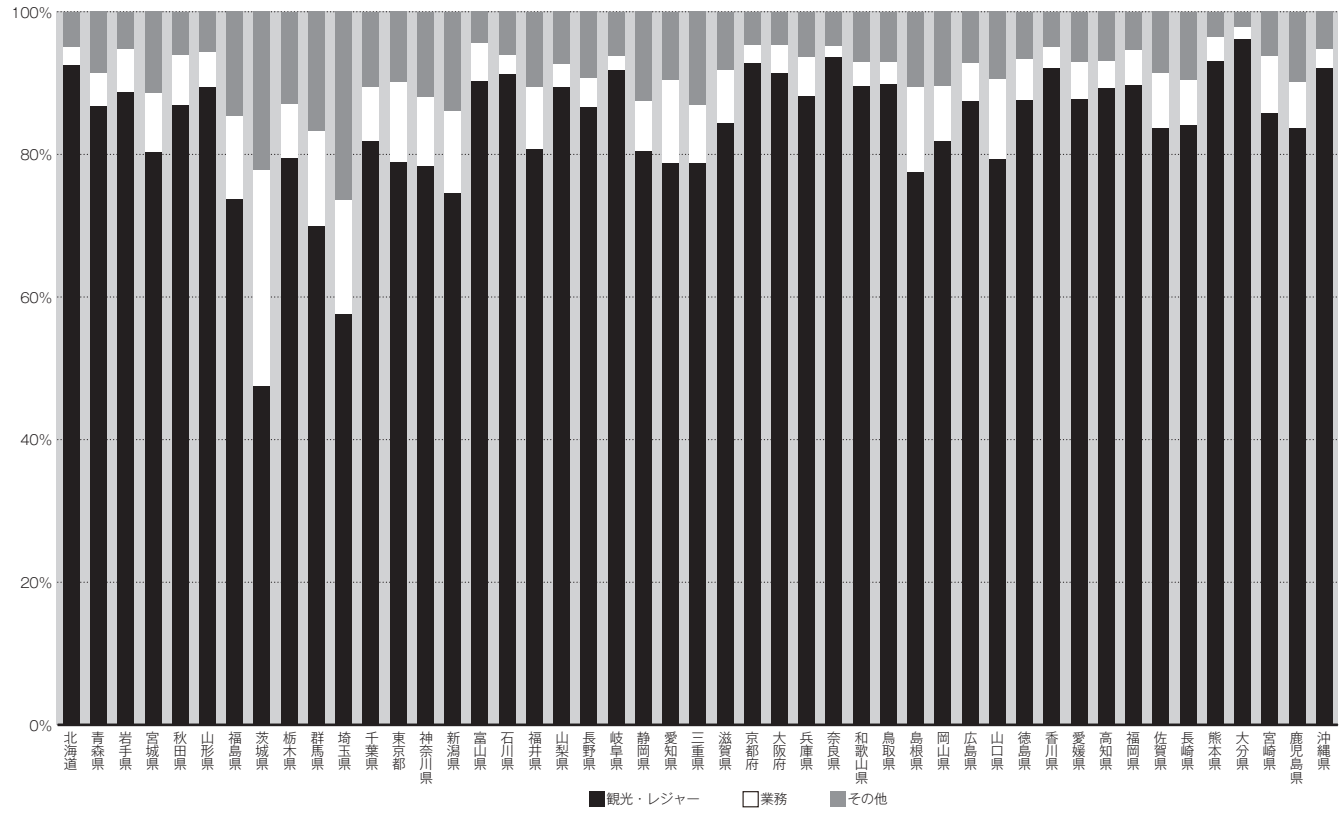
（注）「関門港」は下関港、門司港を含む。　資料：法務省「出入国管理統計」

図Ⅱ-1-14　都道府県別訪日外国人訪問者数（2024年）



（注）2023年は1～3月期のB1.地域調査を中止しており、暦年値がないため、2019年と比較した。　資料：観光庁「インバウンド消費動向調査」

図Ⅱ-1-15　都道府県別訪日外国人訪問者の主な旅行目的（2024年）



資料：観光庁「インバウンド消費動向調査」

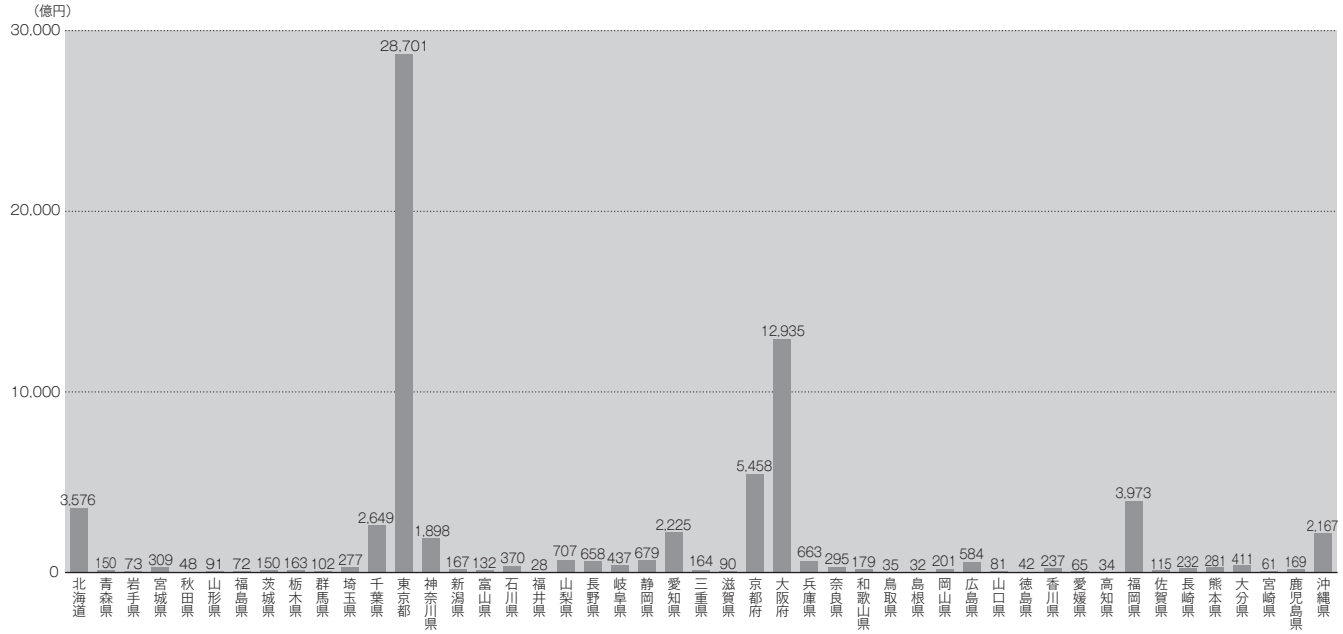
③主な旅行目的

各都道府県を訪問する外国人旅行者の主な旅行目的を見ると、多くの地域で「観光・レジャー」目的客の比率が7～9割を占めている。一方で、茨城県、埼玉県では「業務」目的や、親族・知人訪問や留学等を含む「その他」目的の割合が高く、「観光・レジャー」目的は5～6割程度となっている(図Ⅱ-1-15)。

④旅行消費額

2024年の都道府県別訪日外国人旅行消費額は、東京都で圧倒的に高く2兆8,701億円、次いで大阪府で1兆2,935億円となっている。また、京都府（5,458億円）、福岡県（3,973億円）、北海道（3,576億円）も3,000億円以上と高い(図Ⅱ-1-16)。

図Ⅱ-1-16　都道府県別訪日外国人旅行消費額（2024年）



資料：観光庁「インバウンド消費動向調査」

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)のみにしぼって、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る状況である。韓国人比率は九州地方で高い傾向にあり、特に福岡県、大分県における比率が高く、訪日外国人観光客の約6割を韓国人が占めている。また、北海道、山口県における比率も高い。台湾人比率は特に東北地方で高く、いずれの県でも4～7割を占めている。また、富山県、愛媛県、高知県、沖縄県でも4割以上と高く、全国各地に分散している。香港人比率は福井県、三重県、鳥取県、徳島県、鹿児島県で高い傾向が見られ、いずれも2割以上を占めている。中国人比率は首都圏、山梨県、静岡県、愛知県、関西圏等で高い。

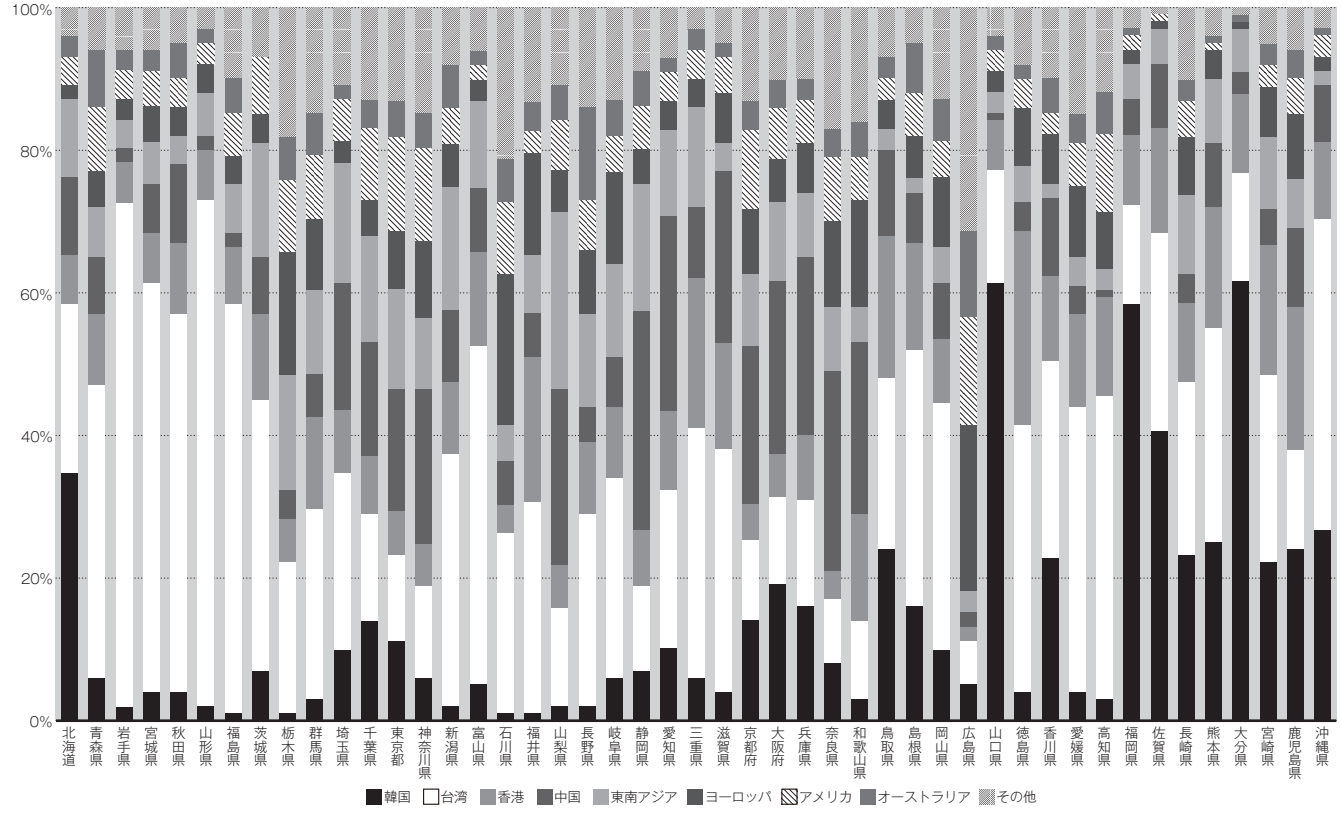
東南アジア人比率は関東地方や中部地方を中心に高い傾向が見られ、ほかにも新潟県、山梨県、静岡県等で約2～3割程度を占めている。

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)等で高い。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(図Ⅱ-1-17)。

⑥平均泊数と旅行支出

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)を見ると、泊数の長さと旅行支出は概ね連動していることがわかる。この傾向はコロナ禍前や前年と変わらない。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、福井県、徳島県等は、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)。

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、2024年)



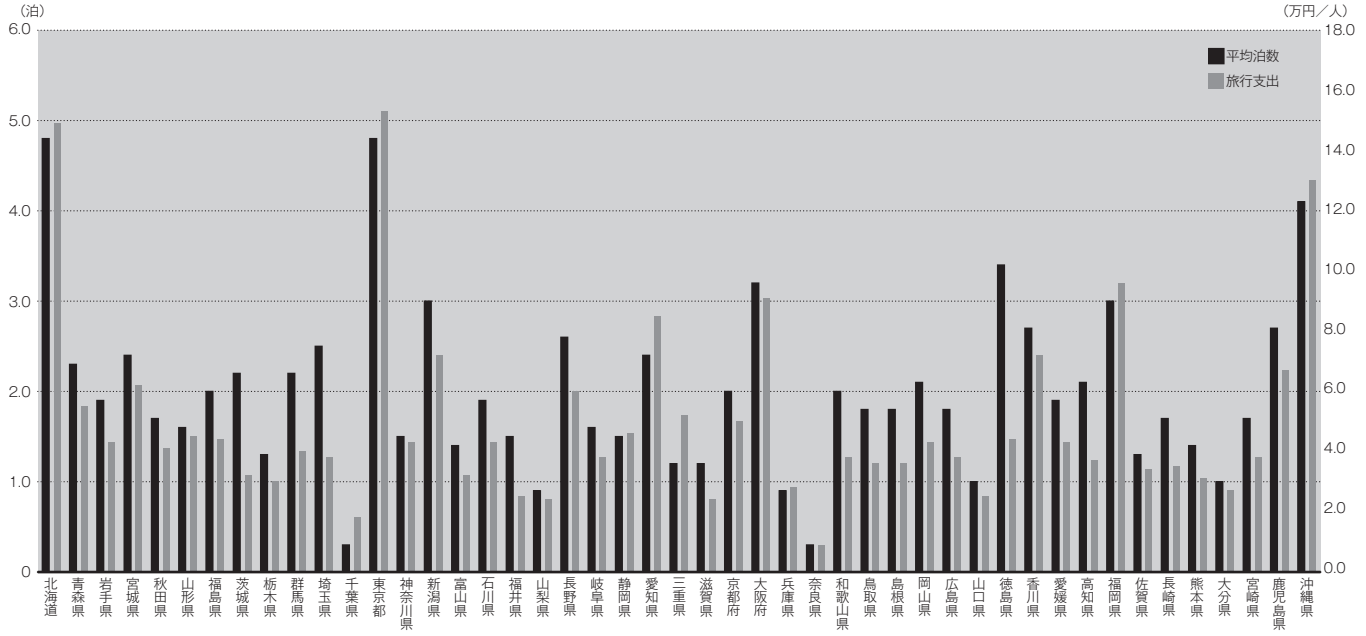
資料:観光庁「インバウンド消費動向調査」

地域ブロック別に見ると、平均泊数は関東地方、近畿地方、北海道の順で長い。旅行中支出は関東地方で16.7万円と突出して高く、次いで近畿地方、北海道、沖縄、九州地方の順となっている（表Ⅱ-1-26）。

国籍・地域別に見ると、多くの地方で香港、中国の旅行中支出が高い。中国は北海道や関東地方で高く、18万円を超える。また、表章しているどの国籍・地域でも、東京都や大阪府における旅行中支出が高い傾向は変わりないが、アメリカのみ大阪府と京都府の旅行中支出額が近しい額であり、ほかの国籍・地域と比較しても京都府での旅行中支出が高い（表Ⅱ-1-26）。

（園部容子）

図Ⅱ-1-18　都道府県別訪日外国人観光客の平均泊数及び旅行支出（2024年）



資料：観光庁「インバウンド消費動向調査」

表Ⅱ-1-26　国籍・地域別の訪問地ブロック別訪日外国人観光客の平均泊数及び旅行中支出（2024年）

【平均泊数】　（単位：泊）

訪問地＼国籍・地域	全国籍・地域	韓国	台湾	香港	中国	タイ	アメリカ
北海道	4.8	3.5	5.0	6.1	5.2	5.3	5.0
東北	4.2	3.8	4.2	4.5	3.8	－	4.9
関東	5.4	3.8	4.7	5.2	4.3	4.9	6.3
北陸信越	2.8	3.2	2.2	2.3	2.6	2.4	2.9
中部	2.6	2.7	3.0	3.5	2.1	2.3	2.2
近畿	4.8	3.5	4.8	5.5	4.3	4.4	5.0
中国	2.1	1.5	3.2	2.2	3.3	－	1.7
四国	4.0	2.6	4.2	4.5	4.0	－	3.6
九州	3.8	2.9	5.0	5.5	4.8	5.5	3.7
沖縄	4.1	3.4	3.8	4.6	4.6	－	7.6
（以下再掲）							
東京都	4.8	3.4	3.9	4.6	3.6	4.0	5.7
大阪府	3.2	2.9	3.1	3.9	2.9	3.5	2.9
京都府	2.0	0.6	1.8	1.5	1.5	1.1	2.9

（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。

【旅行中支出】　（単位：万円／人）

訪問地＼国籍・地域	全国籍・地域	韓国	台湾	香港	中国	タイ	アメリカ
北海道	12.1	8.9	10.8	18.8	18.0	11.9	14.0
東北	8.3	6.8	8.5	10.2	9.1	－	7.3
関東	16.7	10.7	16.1	21.7	18.1	14.6	19.8
北陸信越	5.4	4.1	4.1	6.3	6.8	4.3	5.8
中部	7.0	7.2	8.1	13.0	7.7	6.0	4.9
近畿	12.4	8.0	11.4	17.7	14.9	12.8	13.3
中国	3.8	3.3	6.0	4.6	7.9	－	3.2
四国	7.8	5.6	9.3	13.8	9.5	－	6.3
九州	10.7	8.1	11.6	20.5	17.8	13.8	8.1
沖縄	11.9	10.1	11.0	16.4	16.0	－	16.1
（以下再掲）							
東京都	14.6	9.4	13.3	19.0	15.8	12.1	17.5
大阪府	8.6	6.5	8.2	13.0	11.0	10.0	7.5
京都府	4.6	1.4	3.3	4.6	3.7	2.9	7.9

（注1）訪問地における一人当たり旅行中支出の平均値である。
（注2）パッケージツアー参加費に含まれる宿泊料金等の滞在費は含まない。
（注3）地方区分は国土交通省地方運輸局の管轄都道府県に基づく。
（注4）サンプル数が少ない数値は非表示としている。

資料：いずれも観光庁「インバウンド消費動向調査」

3 世界の国際観光動向

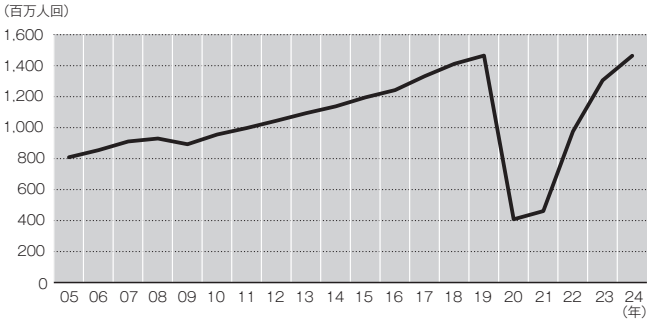
2024年の世界の国際観光客到着数は14.7億人回で
2019年水準に回復

(1)インバウンド(到着地側)の動向

●国際観光客到着数

国連世界観光機関(UN Tourism)の最新データ(2025年5月時点)によると、2024年における世界全体の国際観光客到着数(International Tourist Arrivals)は前年から約1.6億人回増(前年比12.2%増)の14.7億人回であり、コロナ禍前の水準に戻った(図Ⅱ-1-19、表Ⅱ-1-27)。

図Ⅱ-1-19　国際観光客到着数の推移



(注)2024年は暫定値。
資料:国連世界観光機関「Tourism Highlights」及び「World Tourism Barometer」

2024年の国際観光客到着数の状況は、到着地域別で差が見られた。2021年から先行して回復を見せていたヨーロッパやアメリカ、中東に比べて、アジア太平洋地域の前年比が高く、地域全体で33.8%増だが、2019年比では12.3%減であり、回復しているもののコロナ禍前の水準には戻っていない。コロナ禍前の水準と比較すると、中東が最も伸長しており、2019年比41.3%増(前年比8.3%増)であった(表Ⅱ-1-27)。

2024年の国際観光客到着数の上位10か国・地域は、欧米諸国が中心となった中で、中国が7位、日本が10位にランクインした。回復が遅れていた北東アジアの国・地域は、前年比で見ると回復傾向にあるものの、2019年比はいまだマイナスであり、回復途上である(表Ⅱ-1-28)。

表Ⅱ-1-28　国際観光客到着数ランキング(到着国・地域別)

2024年順位	到着国・地域 / 年	到着国・地域別国際観光客到着数(百万人回) 2019	2020	2021	2022	2023	2024	増減率(%) 2024/2019	2024/2023	到着数調査方法
1位	フランス	90.9	41.7	48.4	93.2	100.0	102.0	12.2	2.0	TF
2位	スペイン	83.5	18.9	31.2	71.7	85.2	93.8	12.3	10.1	TF
3位	アメリカ	79.4	19.2	22.3	50.8	66.3	72.4	△8.9	9.1	TF
4位	トルコ	51.2	15.9	29.9	50.5	55.2	60.6	18.3	9.8	TF
5位	イタリア	64.5	25.2	26.9	49.8	57.2	57.7	△10.5	0.8	TF
6位	メキシコ	45.0	24.3	31.9	38.3	41.9	45.0	0.0	7.4	TF
7位	中国	65.7	8.0	5.7	−	−	−	−	−	TF
8位	イギリス	39.4	10.7	6.3	30.7	37.2	−	−	−	TF
9位	ドイツ	39.6	12.4	11.7	28.5	34.8	37.5	△5.2	7.8	TCE
10位	日本	31.9	4.1	0.2	3.8	25.1	36.9	15.6	47.1	VF
(11位以下の主な北東アジアの国・地域)										
18位	香港	23.8	1.4	0.1	0.6	17.2	21.9	△7.6	27.9	TF
27位	韓国	17.5	2.5	1.0	3.2	11.0	16.4	△6.5	48.4	VF
45位	台湾	11.9	1.4	0.1	0.9	6.5	7.9	△33.8	21.1	VF

[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(非営利を含む)での調査
(注1)2024年は暫定値。
(注2)中国、イギリスは2024年値の公表がないため、掲載なし。
(注3)「増減率」は国連世界観光機関の公表値を掲載しているため、国際観光客到着数から算出した結果と一致しないケースがある。
資料:国連世界観光機関「World Tourism Barometer」

表Ⅱ-1-27　世界の国際観光客到着数(到着地域別)

	年	到着地域別国際観光客到着数(百万人回) 2000	2005	2010	2015	2019	2020	2021	2022	2023	2024	シェア(%) 2024	増減率(%) 2024/2019	2024/2023
世界全体		680	809	956	1,196	1,466	408	461	976	1,306	1,465	100.0	△0.1	12.2
到着地域	ヨーロッパ	392.6	452.9	490.6	605.0	743.9	240.8	302.8	610.7	710.2	755.7	51.6	1.6	6.4
	アジア太平洋	110.4	154.1	208.2	284.6	362.1	59.0	26.5	92.7	237.4	317.5	21.7	△12.3	33.8
	北東アジア	58.4	85.9	111.5	142.1	170.3	20.3	10.9	20.5	94.9	144.9	9.9	△14.9	52.6
	東南アジア	36.3	49.0	70.5	104.2	138.1	25.6	3.1	41.6	97.5	121.4	8.3	△12.1	24.4
	オセアニア	9.6	10.9	11.5	14.3	17.5	3.6	0.9	6.8	12.9	14.4	1.0	△17.4	11.5
	南アジア	6.1	8.3	14.7	24.0	36.3	9.6	11.7	23.8	31.9	36.8	2.5	1.6	15.3
	アメリカ	128.2	133.3	150.3	194.1	219.3	69.7	81.7	157.1	200.2	216.6	14.8	△1.2	8.2
	アフリカ	26.2	34.8	50.4	53.5	68.8	18.9	19.9	47.2	65.1	73.9	5.0	7.4	13.5
	中東	22.4	34.0	56.1	58.3	71.6	19.4	30.5	68.0	93.4	101.2	6.9	41.3	8.3

(注1)2024年は暫定値。
(注2)「増減率」は国連世界観光機関の公表値を掲載しているため、国際観光客到着数から算出した結果と一致しないケースがある。
資料:国連世界観光機関「World Tourism Barometer」

表Ⅱ-1-29　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（10億米ドル）								シェア（%）	増減率（現地通貨基準）（%）		到着地域別国際観光客到着数（百万人回）	一人回当たり国際観光収入（米ドル／人回）
年		2010	2015	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2024	2024／2019	2024／2023	2024	
世界全体		980	1,202	1,487	558	638	1,126	1,536	1,731	100.0	14.7	11.4	1,465.0	1,182
到着地域	ヨーロッパ	427.5	449.8	585.4	249.3	329.3	553.0	666.3	725.3	41.9	20.3	5.7	755.7	960
	アジア太平洋	254.3	355.0	441.2	126.3	90.6	160.0	341.3	422.9	24.4	△4.4	23.6	317.5	1,332
	北東アジア	122.9	167.1	187.2	44.9	44.9	49.2	136.2	176.4	10.2	△4.3	31.6	144.9	1,217
	東南アジア	68.5	108.6	147.0	31.2	11.0	49.4	102.6	131.7	7.6	△10.9	27.7	121.4	1,085
	オセアニア	42.8	47.7	61.4	32.7	20.3	30.9	57.9	65.5	3.8	4.2	10.5	14.4	4,549
	南アジア	20.1	31.6	45.7	17.5	14.3	30.5	44.6	49.3	2.8	4.8	7.2	36.8	1,340
	アメリカ	215.2	306.0	331.0	125.4	142.5	262.0	353.5	392.9	22.7	16.0	8.6	216.6	1,814
	アフリカ	30.4	32.6	39.5	14.9	17.8	33.0	38.1	42.6	2.5	5.8	9.6	73.9	576
	中東	52.2	58.7	90.3	41.9	58.0	118.0	136.8	147.6	8.5	60.6	6.0	101.2	1,458

（注1）2024年は暫定値。
（注2）「一人回当たり国際観光収入」は（公財）日本交通公社算出。
（注3）「増減率」は国連世界観光機関の現地通貨基準値を掲載しているため、国際観光収入額から算出した結果と一致しないケースがある。　資料：国連世界観光機関「World Tourism Barometer」

●国際観光収入

2024年の国際観光収入（International Tourism Receipts）は、世界全体でおよそ1兆7,310億米ドル（前年比11.4%増、2019年比14.7%増）と推計され、2019年を超える結果となった。

到着地域別に見ると、前年に引き続きすべての地域で前年比プラスとなった。特に北東アジア、東南アジアでの回復が顕著であるが、国際観光客到着数と同様で、2019年水準には戻っていない（表Ⅱ-1-29）。

2024年の国際観光収入を到着国・地域別に見ると、上位は欧米諸国が中心となった中で、日本は8位にランクインした。前年比で見ると、特に中国、日本の伸びが大きい（表Ⅱ-1-30）。

(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）を出発国・地域別に見ると、昨年に引き続き、中国が1位となった。

上位10か国・地域においては、前年比、2019年比いずれもプラスとなっている。また、回復が遅れていた北東アジア（中国を除く）は、前年比はいずれもプラスとなっているが、2019年比で見ると、香港以外はいまだマイナスの状況である（表Ⅱ-1-31）。

（園部容子）

表Ⅱ-1-30　国際観光収入ランキング（到着国・地域別）

2024順位	到着国・地域	到着国・地域別国際観光収入（10億米ドル）						増減率（現地通貨基準）（%）	到着地域別国際観光客到着数（百万人回）	一人回当たり国際観光収入（米ドル／人回）
	年	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2024／2023	2024	
1位	アメリカ	199.0	72.5	71.4	142.9	189.1	215.0	13.7	72.4	2,970
2位	スペイン	79.7	18.5	34.5	72.9	92.0	106.5	15.7	93.8	1,135
3位	イギリス	58.4	26.7	33.0	67.6	73.4	84.5	12.0	－	－
4位	フランス	63.5	32.6	40.8	59.7	71.2	77.1	8.2	102.0	756
5位	イタリア	49.5	19.9	25.0	43.7	55.9	58.7	4.9	57.7	1,017
6位	アラブ首長国連邦	30.7	19.7	27.6	49.3	51.9	57.0	9.7	－	－
7位	トルコ	34.3	14.3	28.1	45.8	50.1	56.3	12.5	60.6	929
8位	日本	46.1	10.7	4.9	9.2	38.6	54.7	52.7	36.9	1,482
9位	オーストラリア	45.5	25.8	17.0	24.6	46.1	51.8	13.1	8.3	6,241
10位	カナダ	29.8	13.9	15.4	32.0	45.4	49.4	10.3	19.9	2,482
（11位以下の主な北東アジアの国・地域）										
14位	中国	35.8	10.0	11.3	13.5	25.0	39.7	60.5	－	－
22位	香港	28.9	2.9	1.9	3.1	20.9	22.6	8.1	21.9	1,032
26位	韓国	20.9	10.3	10.8	12.5	15.3	16.7	9.3	16.4	1,018
36位	台湾	14.4	1.8	0.7	1.8	8.7	9.9	14.6	7.9	1,253

（注1）2024年は暫定値。
（注2）「一人回当たり国際観光収入」は（公財）日本交通公社算出。
（注3）イギリス、アラブ首長国連邦は2024年の「国際観光客到着数」の公表がないため、「一人回当たり国際観光収入」は掲載なし。
（注4）「増減率」は国連世界観光機関の現地通貨基準値を掲載しているため、国際観光収入額から算出した結果と一致しないケースがある。
資料：国連世界観光機関「World Tourism Barometer」

表Ⅱ-1-31　国際観光支出ランキング（出発国・地域別）

2024順位	出発国・地域	国際観光支出（10億米ドル）							増減率（現地通貨基準）（%）	
	年	2010	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2024／2019	2024／2023
1位	中国	54.9	254.6	131.1	109.4	114.8	194.4	250.6	2.6	30.2
2位	アメリカ	86.6	132.0	34.4	59.0	118.6	158.7	177.8	34.7	12.0
3位	ドイツ	78.1	93.2	38.9	51.0	89.7	115.4	120.3	33.4	4.1
4位	イギリス	60.7	85.9	24.5	30.0	81.7	99.9	119.2	38.5	16.0
5位	フランス	38.5	54.0	31.5	38.3	46.6	56.0	60.0	14.9	7.1
6位	オーストラリア	－	35.3	7.6	1.2	19.6	42.4	45.6	36.1	8.3
7位	カナダ	30.0	35.3	12.1	8.1	28.6	39.3	43.6	27.3	12.6
8位	ロシア	26.7	36.2	9.1	11.4	20.8	34.7	38.8	7.3	11.6
9位	イタリア	27.1	30.3	10.9	14.9	26.9	34.2	35.7	21.9	4.5
10位	インド	10.5	22.9	12.6	14.3	25.9	33.3	35.0	81.3	6.3
（11位以下の主な北東アジアの国・地域）										
13位	韓国	18.8	32.7	16.1	17.8	20.8	27.6	29.2	△10.8	5.7
14位	香港	17.4	26.9	5.5	3.4	5.5	22.7	28.9	7.0	26.8
20位	台湾	9.4	20.5	3.0	1.2	2.5	15.5	19.9	△2.9	28.3
25位	日本	27.9	21.3	5.5	2.8	5.1	12.7	14.3	△6.9	20.6

（注1）2024年は暫定値。
（注2）「増減率」は国連世界観光機関の現地通貨基準値を掲載しているため、国際観光支出額から算出した結果と一致しないケースがある。
資料：国連世界観光機関「World Tourism Barometer」

Ⅱ-2 訪日旅行に対する意識

1 訪日旅行経験と今後の希望

今後訪問したい国・地域で日本は31地域中1位(全体)
東アジアは近距離圏の地方部への訪問意向が高い

(1)調査概要

当財団(JTBF)と日本政策投資銀行(DBJ)は共同で、アジア及び欧米豪の12地域を対象に「DBJ・JTBFアジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査(2025年度版)」を実施した。調査方法はインターネット調査、実施時期は2025年7月である。対象は20～59歳の海外旅行経験者、有効回答は全体7,413人、うち訪日経験者は3,349人である(表Ⅱ-2-1)。

表Ⅱ-2-1　「DBJ・JTBFアジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査(2025年度版)」の概要・回答者属性

調査方法	インターネットによる調査
実施時期	2025年7月
調査地域	韓国、中国、台湾、香港、タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア、イギリス、アメリカ、フランス、オーストラリアの12地域 ※中国は北京及び上海在住者のみ
調査対象者	20～59歳の男女、かつ、海外旅行経験者 ※中国ー香港ーマカオ間、マレーシアーシンガポール間、タイーマレーシア間、アメリカーカナダ・メキシコ・ハワイ・グアム間、オーストラリアーニュージーランド間、イギリスーフランスー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：7,413人(韓国628、中国618、台湾618、香港603、タイ601、シンガポール579、マレーシア634、インドネシア625、アメリカ658、オーストラリア620、イギリス618、フランス611) ・訪日経験者：3,349人(韓国476、中国392、台湾496、香港500、タイ356、シンガポール286、マレーシア186、インドネシア275、アメリカ84、オーストラリア156、イギリス67、フランス75)

(2)訪日経験率

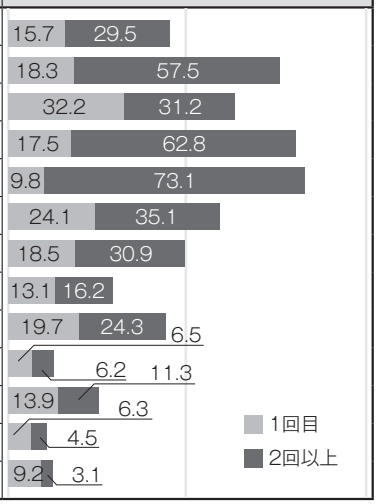
海外旅行経験者に占める訪日経験者の割合(訪日経験率)は全体で45.2%である。アジアでは香港(82.9%)、台湾(80.3%)、韓国(75.8%)が高く、東南アジアではタイ(59.2%)、シンガポール(49.4%)が高い。欧米豪ではオーストラリアが25.2%で最も高い。訪日経験者の訪問回数分布を見ると、香港ではリピーター(2回以上)が7割を超える(表Ⅱ-2-2)。

「今後旅行したい国・地域」の上位は、1位日本(全体54.0%)、2位韓国(28.5%)、3位ニュージーランド(25.7%)である。東アジア(韓国、中国、台湾、香港)では日本への訪問意向が突出しており、台湾72.3%、香港74.1%、中国62.0%、韓国42.4%である。欧米豪でも日本は上位で、アメリカ30.5%、オーストラリア45.6%、イギリス35.9%、フランス34.4%と高水準である(表Ⅱ-2-3)。

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
全体	45.2	15.7 / 29.5
韓国	75.8	18.3 / 57.5
中国	63.4	32.2 / 31.2
台湾	80.3	17.5 / 62.8
香港	82.9	9.8 / 73.1
タイ	59.2	24.1 / 35.1
シンガポール	49.4	18.5 / 30.9
マレーシア	29.3	13.1 / 16.2
インドネシア	44.0	19.7 / 24.3
アメリカ	12.8	6.5 / 6.2 / 11.3
オーストラリア	25.2	13.9 / 6.3
イギリス	10.8	4.5
フランス	12.3	9.2 / 3.1



資料：「DBJ・JTBFアジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査(2025年度版)」

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

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	アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
1	日本	54.0	①42.4	①62.0	①72.3	①74.1	①70.7	①54.7	①58.7	①68.5	②30.5	①45.6	①35.9	①34.4
2	韓国	28.5	－	29.9	②36.6	③27.4	③33.6	②38.9	②40.2	②50.7	11.2	17.7	12.3	16.7
3	ニュージーランド	25.7	21.3	③32.7	19.4	16.7	26.5	③31.1	③36.8	18.7	26.4	－	②34.5	19.0
4	オーストラリア	25.5	②27.1	25.7	13.6	24.7	18.3	26.6	29.0	23.5	③29.9	－	③34.1	27.0
5	スイス	23.8	③25.3	18.1	③22.0	16.6	31.3	20.9	30.6	27.4	24.0	21.5	－	－
6	中国本土	20.2	9.2	－	20.6	－	②40.1	30.4	33.6	23.5	12.3	11.8	12.5	9.5
7	タイ	19.5	11.8	17.8	18.1	24.0	－	23.5	－	13.4	16.3	18.9	21.5	30.3
8	シンガポール	19.2	17.0	②38.2	14.9	12.8	23.5	－	－	③31.7	10.2	20.8	16.5	7.2
9	香港	18.3	18.8	－	16.7	－	24.3	16.4	18.9	31.4	16.6	14.0	16.2	9.7
10	イタリア	16.8	16.9	12.9	16.3	12.1	13.0	11.4	12.1	12.5	①36.5	23.1	－	－
11	台湾	16.4	17.7	10.4	－	②40.1	22.3	28.0	22.4	10.2	11.7	6.5	6.3	6.5
12	フランス	16.1	16.7	23.0	16.0	9.5	11.1	11.7	11.0	11.7	27.7	21.3	－	－
13	アメリカ	16.0	14.0	13.6	12.9	7.1	13.6	8.8	6.3	13.4	－	③24.5	29.6	③31.8
14	カナダ	15.7	17.0	11.0	10.8	7.8	7.3	9.5	7.9	7.4	－	②29.0	31.1	②33.4
15	イギリス	14.6	11.9	11.7	11.7	14.9	14.1	8.6	11.7	14.2	22.5	23.4	－	－

(注1)①②③は各国・地域の上位1～3位を示している。
(注2)「次に観光旅行したい国・地域」の選択肢からは、回答者の国・地域及び近隣の国・地域(中国ー香港ーマカオ、マレーシアーシンガポール、タイーマレーシア、アメリカーカナダ・メキシコ・ハワイ・グアム、オーストラリアーニュージーランド、イギリス・フランスー欧州各国)を除いている。

資料：「DBJ・JTBFアジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査(2025年度版)」

(3) 日本国内の観光地の訪問経験率

訪日旅行経験者に日本国内の観光地（65観光地）の訪問経験率を尋ねた結果、最も高いのは東京で、大阪、京都、富士山とゴールデンルート上の観光地が続く。これ以外には、札幌や沖縄への訪問経験率が高い。これらに次いで、首都圏以外の大都市や歴史観光地（例：名古屋、福岡、神戸、仙台、奈良、金沢、姫路、高山等）が中位帯まで分布する一方で、地方部の観光地の訪問経験率は相対的に低い。

国・地域別の特徴では、台湾、香港は、多くの観光地で全体平均を上回り、訪問先の分散が見られる。また、札幌、小樽、富良野／美瑛、軽井沢、立山黒部等、北海道や自然観光地の訪問経験率が高い。韓国は福岡や由布院、別府が全体平均を上回り、近距離需要が高い。欧米豪は東京、京都に加え広島の訪問経験率が高い（表Ⅱ-2-4）。

表Ⅱ-2-4　これまでの訪日旅行で訪問した日本の観光地（複数回答、上位50地域）【訪日旅行経験者】　（単位：ポイント）

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	アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
回答数（人）	3,349	476	392	496	500	356	286	186	275	84	156	67	75
選択率													
東京	55.4	44.7	47.7	52.2	62.4	57.0	67.8	59.7	60.4	44.0	65.4	49.3	53.3
大阪	41.1	49.2	22.7	47.2	56.0	40.2	47.9	35.5	33.1	13.1	37.2	17.9	29.3
京都	37.9	33.8	29.8	44.6	48.8	43.3	42.7	31.7	26.9	19.0	39.7	22.4	33.3
富士山	25.9	8.4	30.4	19.4	25.8	42.7	35.3	30.1	31.3	9.5	32.7	17.9	24.0
札幌	17.6	17.4	5.9	25.0	26.6	22.8	20.6	15.1	11.3	1.2	9.0	7.5	8.0
沖縄	16.5	17.4	8.7	30.2	28.4	11.8	11.5	10.8	8.4	6.0	8.3	7.5	2.7
名古屋	15.6	11.3	12.2	22.4	26.8	12.4	17.1	9.7	12.4	3.6	9.0	7.5	13.3
奈良	15.0	10.9	8.7	21.6	29.6	9.8	16.8	11.3	3.6	2.4	15.4	10.4	18.7
福岡	15.0	30.3	5.6	15.9	29.8	8.7	9.1	4.3	5.8	4.8	10.3	9.0	1.3
神戸	12.9	11.6	6.1	19.2	21.6	9.0	13.6	10.8	9.1	3.6	9.6	14.9	9.3
横浜	11.2	8.2	6.1	12.3	16.6	14.0	12.9	10.2	10.5	9.5	8.3	13.4	4.0
小樽	9.0	5.5	2.0	18.5	20.2	6.5	9.1	6.5	2.2	0.0	2.6	1.5	2.7
長崎	7.8	5.9	5.1	9.5	9.0	11.0	7.7	6.5	8.0	6.0	6.4	9.0	5.3
熊本	7.5	5.5	2.0	13.9	20.2	4.2	5.6	2.7	1.1	1.2	3.2	1.5	2.7
広島	7.4	4.4	3.6	6.3	7.4	8.4	9.1	5.9	10.5	8.3	14.7	14.9	10.7
箱根	7.3	5.0	1.5	8.7	16.0	4.5	11.9	6.5	2.5	3.6	5.1	10.4	6.7
函館	7.2	2.3	1.5	19.6	14.8	4.8	6.3	4.8	1.1	0.0	1.9	3.0	0.0
由布院	5.9	12.4	0.8	7.7	12.6	3.7	3.5	1.6	1.1	1.2	3.2	0.0	1.3
洞爺湖	5.8	0.6	0.8	13.5	10.0	6.2	5.2	3.8	5.5	2.4	3.8	0.0	5.3
別府	5.2	10.3	0.5	3.8	12.4	2.8	5.2	2.2	1.8	2.4	3.2	0.0	0.0
鹿児島	5.1	3.8	3.1	6.9	14.8	2.2	3.5	2.2	1.1	0.0	1.9	1.5	5.3
鎌倉	5.0	1.5	2.6	6.7	13.8	3.1	5.6	2.7	1.1	2.4	3.8	4.5	4.0
軽井沢	4.8	0.4	0.8	10.9	14.2	1.7	1.7	3.2	2.2	1.2	1.9	3.0	4.0
白川郷	4.7	1.1	0.5	5.0	13.2	4.8	4.9	5.9	2.2	1.2	2.6	6.0	2.7
富良野・美瑛	4.5	1.9	1.0	8.3	12.2	1.7	5.6	3.8	1.1	1.2	0.6	1.5	1.3
仙台	4.3	3.4	4.1	5.4	6.2	7.0	4.2	1.6	2.5	0.0	2.6	4.5	0.0
姫路	4.1	2.5	0.5	4.0	7.6	4.5	6.3	2.2	1.5	1.2	8.3	7.5	6.7
阿蘇	3.9	3.2	0.5	5.4	11.6	3.1	2.8	1.1	1.5	1.2	1.3	1.5	1.3
福島	3.9	3.4	2.0	3.4	2.2	8.1	4.2	2.2	4.4	1.2	7.7	7.5	2.7
岡山	3.9	1.3	3.3	5.8	4.8	4.8	2.8	4.8	3.6	3.6	3.2	3.0	4.0
日光	3.8	2.5	1.8	4.2	4.6	4.8	6.6	1.1	2.2	3.6	5.8	9.0	2.7
高山	3.6	0.4	1.5	3.0	7.4	2.8	5.6	3.8	2.9	8.3	5.1	3.0	4.0
富山	3.6	1.3	5.1	3.2	6.2	3.7	3.8	1.6	1.8	6.0	3.8	3.0	2.7
金沢	3.5	0.2	1.0	4.0	8.2	2.2	4.5	1.6	3.6	4.8	5.1	1.5	6.7
青森	3.4	3.6	0.8	5.4	5.8	2.2	3.8	2.7	1.8	0.0	3.2	4.5	0.0
立山黒部	3.2	0.4	0.3	8.1	8.4	2.0	2.8	0.5	1.5	0.0	1.3	0.0	1.3
宮崎	3.2	2.3	2.3	4.2	4.2	5.6	2.1	1.6	2.9	0.0	1.3	3.0	6.7
鳥取	2.9	4.0	1.3	4.2	4.8	1.7	1.7	1.6	2.5	3.6	2.6	1.5	0.0
秋田	2.8	0.4	5.1	4.6	3.6	2.8	1.4	1.6	1.1	1.2	1.3	9.0	4.0
川越	2.6	1.7	1.3	2.6	6.6	3.1	3.1	1.1	0.7	2.4	0.0	0.0	1.3
宮島	2.4	0.8	1.8	3.0	3.8	1.4	3.1	1.1	1.8	0.0	3.2	6.0	5.3
徳島	2.3	0.8	1.3	1.4	5.0	2.2	1.7	4.3	3.6	1.2	1.3	0.0	4.0
新潟	2.3	0.6	1.0	2.8	4.2	2.2	3.8	3.8	0.7	1.2	1.9	0.0	4.0
高松	2.2	1.9	1.0	2.2	4.4	1.4	1.4	1.6	2.2	4.8	4.5	0.0	0.0
上高地	2.2	0.6	1.3	3.0	2.8	3.1	2.4	3.2	1.8	2.4	1.9	1.5	2.7
伊豆	2.2	0.8	2.0	2.2	5.8	2.2	1.4	2.2	0.4	0.0	0.0	1.5	4.0
松本	2.0	0.6	2.0	1.8	2.6	3.7	2.8	2.2	1.1	0.0	2.6	4.5	0.0
弘前	2.0	0.8	1.0	1.4	2.2	3.7	1.7	4.8	3.3	1.2	1.3	1.5	1.3
高知	2.0	0.6	1.0	2.2	1.8	2.8	3.1	3.8	0.0	3.6	3.8	7.5	0.0
山形	1.9	0.2	0.5	2.4	2.2	3.7	1.7	2.2	3.6	0.0	1.3	0.0	2.7

■全体の選択率より15ポイント以上高い　■全体の選択率より10ポイント以上高い　■全体の選択率より5ポイント以上高い

資料：「DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査（2025年度版）」

(4)日本国内の観光地の訪問意向

今後行ってみたい観光地(65観光地)では、東京が最も高く、富士山、大阪、京都、札幌、沖縄が上位に並ぶ。次いで、名古屋、神戸、横浜等、ゴールデンルート上にある都市観光地へと続く。

国・地域別の特徴では、台湾、香港では地方部の観光地の訪問意向が他の国・地域と比べて相対的に高く、上位となる観光地も幅広い。韓国では札幌のほか、福岡、由布院、別府といった九州への訪問意向が高く、訪問経験率と同様の傾向を示している。中国では、鹿児島や宮崎等、九州南部への訪問意向が高い。また、北海道、沖縄は特にアジアで訪問意向が高い。欧米豪では、ゴールデンルート上の観光地が中心で、地方部の観光地への訪問意向は相対的に低い。また、アジアに比べ、全体の選択率を上回る観光地は少ないが、オーストラリアでは東京と広島への訪問意向が高い。アジアでは近距離圏やリゾート需要、欧米豪でゴールデンルート需要と、嗜好差がある(表Ⅱ-2-5)。

表Ⅱ-2-5　日本国内で行ってみたい観光地(複数回答、上位50地域)【海外旅行経験者】

(単位:ポイント)

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	アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
回答数(人)	7,413	628	618	618	603	601	579	634	625	658	620	618	611
選択率(%)													
東京	41.1	36.1	39.6	42.7	39.1	46.3	44.2	49.5	47.7	31.2	49.4	35.9	32.4
富士山	35.6	22.9	44.2	43.2	29.2	49.6	36.3	42.4	48.2	21.0	40.3	22.8	28.6
大阪	29.5	35.5	23.9	42.7	34.3	42.1	35.6	34.5	37.0	10.8	31.3	11.8	16.5
京都	27.5	27.9	30.3	43.9	33.2	38.4	32.3	26.5	32.5	10.8	23.7	12.3	20.3
札幌	18.9	38.4	9.2	32.2	29.2	32.3	23.5	20.8	20.0	4.3	10.5	4.9	2.5
沖縄	17.5	26.6	18.0	40.9	29.2	17.5	20.9	13.6	15.0	6.2	11.0	5.3	6.7
名古屋	13.2	12.7	21.4	29.4	25.2	12.8	14.3	11.0	18.4	2.0	6.6	1.8	3.3
神戸	10.7	9.6	13.9	22.3	17.1	9.7	11.6	9.9	10.2	2.7	7.6	4.9	9.7
福岡	10.6	23.4	9.9	18.0	23.9	11.0	10.9	9.8	8.5	2.4	5.3	2.1	2.5
広島	10.5	3.7	7.6	11.5	10.6	10.5	10.5	12.3	14.1	8.5	18.2	9.9	8.3
横浜	10.3	10.7	9.4	18.3	11.9	18.1	8.8	10.3	15.4	4.6	8.4	5.3	3.1
長崎	9.3	6.7	10.4	12.9	12.4	11.5	8.1	9.8	13.6	4.6	10.8	5.0	6.4
奈良	8.8	7.2	15.9	25.4	19.9	6.7	8.8	6.9	3.8	1.4	5.2	1.9	3.1
福島	6.1	5.4	4.2	7.4	4.1	10.6	6.0	5.7	9.0	3.0	7.9	4.5	5.6
鹿児島	6.1	4.0	11.2	23.3	20.1	3.5	2.6	2.2	2.9	0.6	1.6	0.3	1.3
函館	5.8	2.7	2.3	24.9	20.9	5.0	5.0	4.4	1.9	1.5	1.1	0.5	0.5
小樽	5.3	5.9	2.8	19.3	17.4	5.0	3.6	3.3	2.2	1.5	1.5	0.8	1.0
熊本	5.2	4.5	4.5	19.9	19.1	3.8	2.2	1.6	1.3	1.1	1.6	2.1	0.7
箱根	4.9	4.5	4.2	18.0	14.3	3.5	6.0	2.5	2.2	0.9	1.3	0.8	1.5
仙台	4.8	3.3	6.6	13.1	11.1	8.2	3.5	3.0	2.7	1.5	1.8	1.9	1.5
洞爺湖	4.7	1.1	2.4	10.4	7.6	9.2	4.3	4.3	6.4	2.7	2.1	4.0	2.6
青森	4.6	4.8	2.8	18.8	14.9	3.7	2.9	2.5	2.7	0.8	0.6	0.6	0.3
宮崎	4.3	3.7	9.9	10.0	8.6	6.3	2.8	2.5	3.4	0.9	1.1	0.8	1.8
軽井沢	4.2	1.0	1.5	24.4	14.6	2.0	0.3	0.9	1.4	1.8	1.0	0.5	1.0
白川郷	3.6	1.4	1.6	7.0	14.9	4.3	4.0	4.1	2.4	0.9	1.5	1.3	0.5
秋田	3.6	1.9	9.9	9.5	8.3	2.7	1.7	1.6	0.6	1.7	1.9	2.3	1.0
鎌倉	3.5	2.2	4.4	13.1	10.4	2.2	2.1	1.7	1.3	1.1	1.8	1.0	1.5
岡山	3.5	2.2	2.8	7.6	5.5	4.5	2.1	3.3	3.8	3.0	3.5	1.6	2.1
立山黒部	3.5	1.0	0.5	18.3	15.3	1.0	1.9	1.1	1.0	0.6	0.5	0.6	0.3
由布院	3.4	11.5	0.8	10.5	9.8	1.7	2.1	1.1	1.1	1.4	0.5	0.3	0.0
富山	3.3	1.0	7.6	7.3	6.3	3.3	1.9	1.7	2.6	2.9	1.8	2.1	1.3
富良野・美瑛	3.2	2.7	2.4	11.0	14.4	1.8	2.8	1.6	0.8	0.8	0.3	0.5	0.2
鳥取	3.2	6.2	2.1	8.1	9.3	2.7	1.4	2.5	3.0	1.2	1.0	0.8	0.5
別府	3.1	11.3	1.0	5.5	10.4	2.2	2.2	1.3	0.6	0.9	1.1	0.3	0.7
新潟	2.8	1.1	1.9	8.6	6.6	1.8	2.4	2.8	2.4	1.2	1.8	1.5	1.0
金沢	2.7	0.6	1.0	8.3	7.8	3.0	1.6	2.2	2.7	2.3	1.8	1.0	0.8
日光	2.7	1.3	3.2	6.6	4.8	3.2	3.6	2.4	1.4	2.0	1.8	1.1	1.3
伊豆	2.7	0.6	4.5	9.5	7.8	2.0	1.6	0.9	0.8	1.4	0.8	1.0	1.1
姫路	2.7	1.6	1.0	6.8	5.8	4.7	2.9	1.4	1.9	1.1	1.9	1.1	2.0
弘前	2.6	1.3	1.1	2.4	1.5	4.2	3.3	4.4	5.1	1.4	3.1	2.1	1.6
高野山	2.6	0.3	1.9	3.2	2.7	3.3	2.1	3.6	4.3	3.5	2.3	2.1	1.6
徳島	2.4	2.1	1.9	4.2	7.3	3.3	1.0	2.2	1.8	1.4	1.5	1.1	1.0
高山	2.4	1.1	2.4	3.2	3.8	3.3	3.3	2.1	3.2	2.1	1.9	1.0	1.0
高知	2.4	1.3	2.1	4.0	3.3	4.5	1.7	1.7	1.4	2.9	1.1	3.2	1.0
屋久島	2.3	1.1	2.4	4.0	2.5	3.3	1.4	1.9	2.7	1.5	3.4	2.9	0.8
山形	2.3	0.5	1.1	5.7	5.1	3.3	1.9	2.5	3.4	1.2	1.1	1.0	0.8
松本	2.2	0.6	3.7	4.4	3.5	4.7	2.1	1.6	1.8	1.2	2.1	1.0	0.5
高松	2.2	3.2	2.9	3.7	3.5	2.3	0.9	1.4	2.6	0.8	2.1	1.3	1.3
阿蘇	2.1	1.4	1.0	6.8	9.1	2.0	1.0	1.1	1.3	0.8	0.2	0.6	0.3
松山	2.1	2.2	3.6	4.2	2.8	2.0	1.4	1.9	3.0	1.4	1.0	0.2	1.0

■全体の選択率より15%以上高い　■全体の選択率より10%以上高い　■全体の選択率より5%以上高い

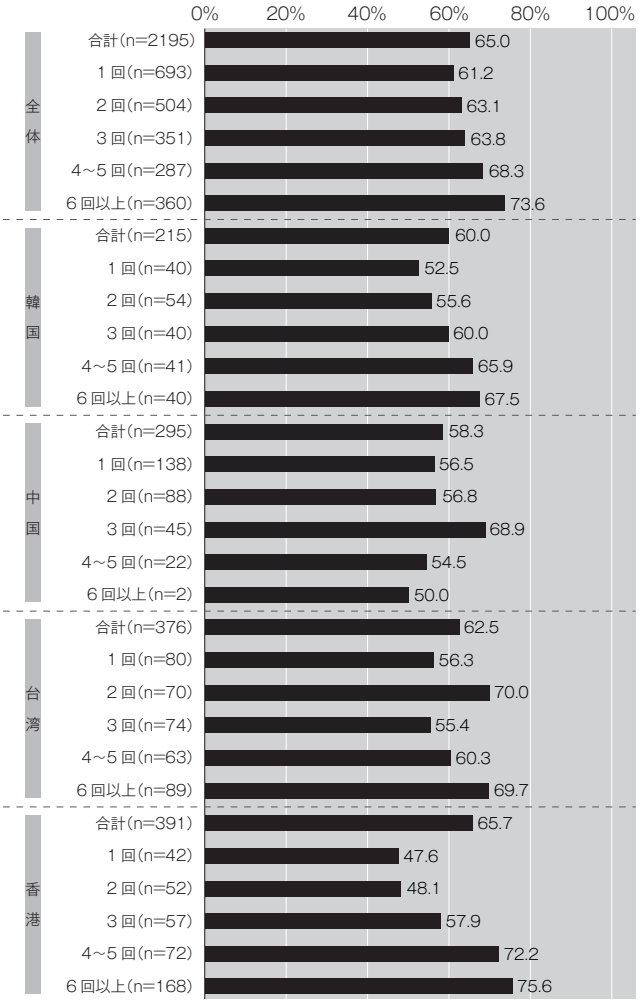
資料:「DBJ・JTBFアジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査(2025年度版)」

(5)日本の地方観光地への訪問経験と訪問意向

訪日旅行経験者の2015年以降の地方観光地（首都圏・都市部から離れた観光地）への訪問経験率は、全体の81.8%となった。 前回聴取した2024年度調査の85.8%から4ポイント減となった。今後の訪問意向は「ぜひ旅行したい」、「機会があれば旅行したい」を合わせると95.9%となり、アジア8か国・地域では9割超となり、特に韓国（95.8%）、中国（96.6%）、台湾（96.5%）、香港（96.7%）、タイ（97.4%）、インドネシア（98.4%）で95%を超えた（表Ⅱ-2-6）。

韓国、台湾、香港では、地方観光地を「ぜひ旅行したい」と回答した割合は、全体的な傾向として、訪日回数が増えるほど、高くなる傾向を示しており、特に「4～5回」、「6回以上」では7割程度となっている（図Ⅱ-2-1）。

図Ⅱ-2-1　地方へ「ぜひ旅行したい」割合（訪日回数別）【訪日旅行希望者かつ訪日旅行経験者】



資料：「DBJ・JTBFアジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査（2025年度版）」

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

調査地域		全体	韓国	中国	台湾	香港	タイ	ｼﾝｶﾞﾎﾟｰﾙ	ﾏﾚｰｼｱ	ｲﾝﾄﾞﾈｼｱ	ｱﾒﾘｶ	ｵｰｽﾄﾗﾘｱ	イギリス	フランス
回答数（人）		2,195	215	295	376	391	268	161	112	192	48	67	32	38
訪問経験あり（%）	2015年以降に旅行したことがあり、今後もぜひ旅行したい	53.4	51.2	50.8	46.3	59.8	66.0	38.5	32.1	71.9	47.9	40.3	50.0	68.4
	2015年以降に旅行したことがあり、今後も機会があれば旅行したい	24.8	26.5	28.1	24.7	27.9	17.5	27.3	27.7	18.2	31.3	25.4	25.0	15.8
	2015年以降に旅行したことがあるが、今後はあまり旅行したいと思わない	2.7	2.3	2.4	2.1	2.6	1.1	6.2	6.3	1.6	2.1	4.5	0.0	5.3
	2015年以降に旅行したことがあるが、今後は旅行しないと思う	0.8	0.5	0.3	0.8	0.8	1.1	1.9	0.0	0.0	0.0	4.5	3.1	0.0
	（小計）訪問経験有り	81.8	80.5	81.7	73.9	91.0	85.8	73.9	66.1	91.7	81.3	74.6	78.1	89.5
訪問経験なし（%）	2015年以降に旅行したことはないが、今後はぜひ訪れてみたい	11.6	8.8	7.5	16.2	5.9	12.3	20.5	20.5	7.8	14.6	16.4	12.5	7.9
	2015年以降に旅行したことはないが、今後は機会があれば訪れてみたい	6.0	9.3	10.2	9.3	3.1	1.5	3.7	12.5	0.5	4.2	7.5	9.4	0.0
	2015年以降に旅行したことはなく、今後もあまり訪れたいと思わない	0.3	0.5	0.3	0.3	0.0	0.4	0.6	0.0	0.0	0.0	1.5	0.0	0.0
	2015年以降に旅行したことはなく、今後も訪れないと思う	0.4	0.9	0.3	0.3	0.0	0.0	1.2	0.9	0.0	0.0	0.0	0.0	2.6
	（小計）訪問経験なし	18.2	19.5	18.3	26.1	9.0	14.2	26.1	33.9	8.3	18.8	25.4	21.9	10.5
（小計）ぜひ旅行したい（%）		65.0	60.0	58.3	62.5	65.7	78.4	59.0	52.7	79.7	62.5	56.7	62.5	76.3
（小計）ぜひ＋機会があれば旅行したい（%）		95.9	95.8	96.6	96.5	96.7	97.4	90.1	92.9	98.4	97.9	89.6	96.9	92.1

資料：「DBJ・JTBFアジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査（2025年度版）」

2 高付加価値旅行者の特徴

高付加価値旅行者層のサステナビリティへの高い意識
体験活動の質向上のための支出意欲も高い

日本のインバウンド観光政策は「量から質」へと転換し、オーバーツーリズム対策や持続可能な観光への社会的関心も高まる中、高付加価値旅行者の誘致とニーズ把握は重要な課題となっている。

そこで本調査（2025年度版）では、日本国内での旅行支出額が100万円以上の層に着目し、属性と海外旅行に対する意識からその特徴について分析した。

(1)高付加価値旅行者の属性

本分析は、訪日経験者のうち訪日時の総支出額が明確な回答者2,523人を対象とした。収入層では「高収入層」が52.5%を占め、これは100万円未満の層（41.4%）を上回る。年齢構成では「25～29歳」が18.9%で最も多く、次いで「40～44歳」（14.8%）、「20～24歳」（13.1%）と続く。国籍・地域別では「中国」が32.8%と突出し、100万円未満の層（10.3%）の約3倍となった。職業は大多数を「会社員・従業員」（85.2%）が占める（表Ⅱ-2-7）。

表Ⅱ-2-7　高付加価値旅行者の属性（単一回答）【訪日旅行経験者】のうち総支出が明確な回答者　（単位：%）

		100万円未満（n=2,401）	100万円以上（n=122）
収入層	低収入層	24.2	9.0
	中収入層	34.3	38.5
	高収入層	41.4	52.5
年齢	19歳以下	0.0	0.0
	20～24歳	7.0	13.1
	25～29歳	17.1	18.9
	30～34歳	12.7	12.3
	35～39歳	14.0	9.8
	40～44歳	13.9	14.8
	45～49歳	8.7	10.7
	50～54歳	12.9	9.0
	55～59歳	7.6	8.2
	60～64歳	3.3	1.6
	65～69歳	2.0	0.8
	70～74歳	0.7	0.8
	75～79歳	0.2	0.0
	80歳以上	0.0	0.0
国籍・地域	韓国	13.0	4.9
	中国	10.3	32.8
	台湾	15.1	3.3
	香港	16.0	16.4
	タイ	12.0	8.2
	シンガポール	8.3	9.0
	マレーシア	6.2	4.9
	インドネシア	9.3	10.7
	アメリカ	2.4	5.7
	オーストラリア	4.0	2.5
	イギリス	1.7	1.6
	フランス	1.5	0.0
職業	会社員・従業員	76.3	85.2
	自営業・自由業	14.1	13.1
	専業主婦／主夫	3.1	0.8
	学生	2.3	0.8
	無職	2.7	0.0
	その他	1.4	0.0

資料：「DBJ・JTBFアジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査【2025年度版】」

(2)海外旅行に対する意識

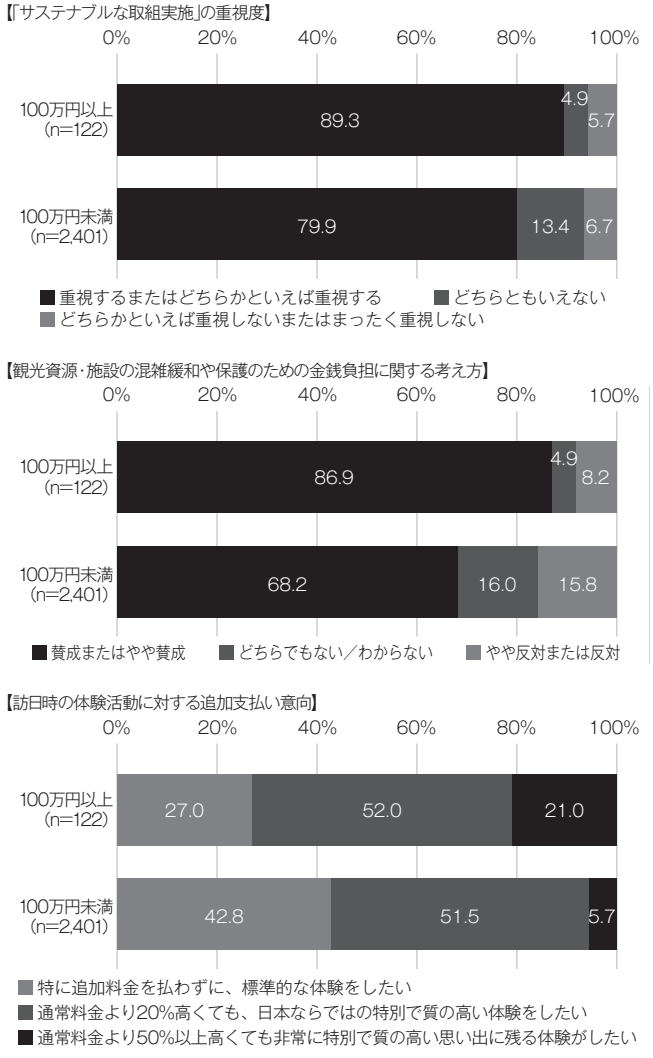
海外旅行に対する意識では、海外旅行先や宿泊施設検討時の「サステナブルな取組実施」を「重視する」、「どちらかといえば重視する」と回答した割合は89.3%であった。これは100万円未満の層の79.9%より9.4ポイント高い（図Ⅱ-2-2上）。

さらに、観光資源・施設の混雑緩和や保護のための金銭負担については、86.9%が「賛成」または「やや賛成」と回答しており、この割合も100万円未満の層（68.2%）を18.7ポイント上回る（図Ⅱ-2-2中）。

体験活動に対する追加支払い意向については、「特に追加料金を払わずに、標準的な体験をしたい」については100万円未満の層が42.8%であるのに対し、100万円以上の層では27.0%に留まった。その一方で、「通常料金より20%高くても、日本ならではの特別で質の高い体験をしたい」が52.0%、「通常料金より50%以上高くても非常に特別で質の高い思い出に残る体験がしたい」が21.0%を占め、追加料金を支払っても特別な体験をしたいと回答した割合は73.0%となった。特に「50%以上高くても……」と回答した割合は、100万円未満の層の5.7%と比較して15.3ポイント高く、体験活動への質向上を目的とした支出意欲の高さがうかがえる（図Ⅱ-2-2下）。

（柿島あかね）

図Ⅱ-2-2　高付加価値旅行者の海外旅行に対する意識（単一回答）【訪日旅行経験者】のうち総支出が明確な回答者



資料：「DBJ・JTBFアジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査（2025年度版）」

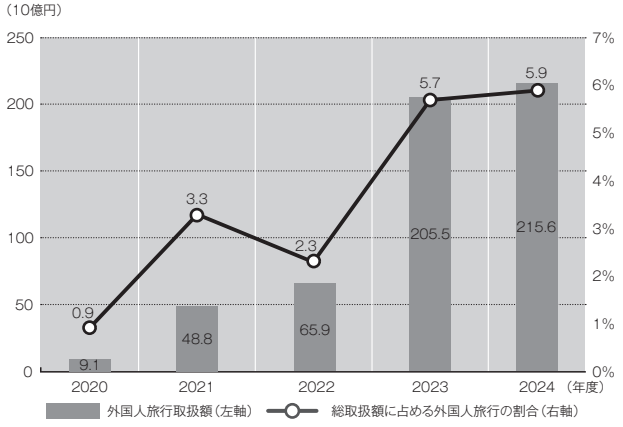
Ⅱ-3 訪日旅行事業の現況

1 日本企業による訪日旅行事業の展開
コロナ禍収束後における多分野での事業進展

(1)主要旅行業者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、日本の旅行業者における外国人旅行取扱額は、新型コロナウイルス感染症流行の影響による減少傾向から反転し、増加傾向が見られるようになっている。2024年度(速報値)の外国人旅行取扱額は2,156億円、総取扱額に占める割合は5.9%となった(図Ⅱ-3-1)。

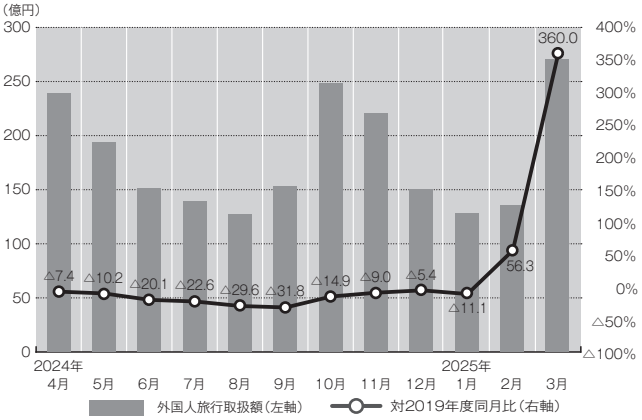
図Ⅱ-3-1　主要旅行業者の外国人旅行取扱額とシェアの推移



(注)2024年度は速報値。
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

月別の動向を見ると、2024年4月、2024年10月、2024年11月、2025年3月は外国人旅行取扱額が200億円を超えた。コロナ禍前の2019年度第三四半期までの各月と比較すると、2019年度比でマイナス20%以内に収まる月が過半数を占めており、回復が進んでいることが読み取れる(図Ⅱ-3-2)。

図Ⅱ-3-2　主要旅行業者の外国人旅行取扱額の月別推移



(注)速報値。
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

(2)主要旅行業者の訪日旅行事業

主要旅行業者各社の間では、コロナ禍収束後の旅行市場の状況を踏まえ、訪日旅行事業を積極的に展開する動きが見られた。

JTBグループで訪日旅行を扱うJTBグローバルマーケティング&トラベル(JTBGMT)は、訪日外国人旅行者向けパッケージ旅行「サンライズツアー」の新規商品の展開を進めた。具体的には、2024年10月より、夜の東京をオープンデッキバスで巡り、酒場体験を行う「東京ナイトエンターテイメントバスツアー」を催行した。2024年11月には、富裕層に次ぐ規模の純金融資産をもつ層に向けた新たなブランドとして「サンライズツアープレミア」を立ち上げ、ヘリコプターで東京都内や富士山を遊覧する商品を発売した。なお、サンライズツアーは、2024年6月にサステナブルツーリズムの国際認証のひとつである「Travelife」の最上位の認証が更新された。

日本旅行は2024年11月、タイ・バンコクのトンロー地区に位置する日本の食品等を提供する専門市場である「トンロー日本市場」において、地域の特産品の展示販売や観光情報の発信を行う拠点として「Japan Discovery Square」を開設した。

KNT-CTホールディングスのグループ会社であるクラブツーリズムは、2024年9月より、自社のウェブサイトを中国語(繁体字)と英語に対応させ、顧客からの直接予約を可能とした。これにより、訪日外国人旅行者に人気の白川郷や立山黒部アルペンルートに限らず、全国各地のツアーを選択できるようになった。

HISは、2024年6月に鳥取県、同年8月に静岡県熱海市とそれぞれインバウンド観光推進に関する協定を締結し、ツアーの企画・販売や海外プロモーション等に向けた協力体制を強化した。また、2024年11月より、閉場中の国立劇場を有効活用する事業の第1弾として、国立劇場の舞台裏を見学するツアーと、新国立劇場での歌舞伎鑑賞、歌舞伎の衣装の羽織撮影会を組み合わせた日帰りバスツアーを発売した。

(3)訪日旅行商品・サービス開発

2024年度は、地方部への誘客、デジタル技術の活用、富裕層向け事業、持続可能な観光、長期滞在への対応の領域で特徴的な取り組みが見られた。

●地方部への誘客

南海電気鉄道は2024年5月に、リンクティビティと連携してインバウンド旅客向けの2次元コード付きデジタル乗車券「Visit Koya Ticket」を海外OTA(オンライン旅行取引事業者)で発売開始した。本商品は難波駅・新今宮駅・天下茶屋駅から高野山駅への往復乗車券と高野山内の南海りんかんバス2日フリー乗車券がセットになっており、訪日外国人旅行者が駅窓口に立ち寄ることなく購入してスムーズに乗車できる。

JALグループの北海道エアシステム（HAC）は2025年1月に、訪日外国人旅行者向け旅行購入サイト「FLY Deep Hokkaido」を立ち上げた。札幌やニセコに滞在中の海外旅行者を対象に、札幌丘珠空港から北海道内や北東北への日帰りや1泊旅行を出発前日まで予約可能なサービスを提供している。訪日外国人旅行者の宿泊延べ数の約7割が道央都市に集中している現状を受け、道内の他地域への送客促進を図っている。

●デジタル技術の活用

東京地下鉄（東京メトロ）は2024年8月に、訪日外国人旅行者向けアプリ「Tokyo Metro For Tourists」の配信を開始した。このアプリは英語、韓国語、中国語（簡体字・繁体字）、タイ語、フランス語、スペイン語の6言語に対応しており、利用者が登録した「行きたい場所」や「東京でやりたいこと」に応じておすすめの観光スポットが表示される機能を備えている。新宿駅や浅草駅等、主要10駅から選択でき、「観光」、「食べ物」、「買い物」の3つのカテゴリーから興味のある分野を選択することで、個人の旅行スタイルに合わせた観光情報を提供している。

ナビタイムジャパンは2024年11月より、訪日外国人旅行者向けナビゲーションサービス「Japan Travel by NAVITIME」及び国内向け旅行プランニング＆予約サービス「NAVITIME Travel」にて、エリアの特徴を可視化する新機能「エリア指標」の提供を開始した。この機能では「自然／景観」、「アクティビティ」、「グルメ」、「買い物」、「温泉宿泊施設」、「文化遺産」の6つの指標でエリアの特徴をレーダーチャートで表示し、ユーザーの旅先選びをサポートする。

●富裕層向け事業

BOJは2024年10月、欧米豪からの富裕層旅行者向けのサービスである「LUXE OKINAWA」を開始した。同サービスは沖縄の伝統、文化、工芸、食を通じて琉球時代から受け継がれてきた魅力を活用し、プライベートエイサーパフォーマンスの手配やカタマランヨットチャーター、泡盛カリスマによる出張プラン等、特別な体験を提供している。

ニューステクノロジーは、大和自動車交通と共同で、2024年11月より都内のホテルを対象にプレミアムハイヤーサービス「TOKYO CHAUFFEUR SERVICE」の提供を開始した。語学に堪能で東京シティガイド検定を保有するドライバーが専属で、高級車両を用いた送迎サービスを提供する。

三菱地所と同グループの富士山静岡空港は、フジドリームエアラインズ及び日新航空サービスとともに「富士山遊覧とディスカバー静岡！日帰り周遊ツアー」を企画し、2024年12月より販売を開始した。 同ツアーは法人や団体向けに20名から最大80名まで一括販売し、リージョナルジェット機による富士山遊覧飛行、日本茶テイスティング、寿司や和牛の食事、温泉体験、アウトレットでの買い物等を組み合わせた商品となっている。

●持続可能な観光

日本航空と星野リゾートは2024年10月に、訪日観光客向けの「王道vs穴場キャンペーン」を開始した。大都市圏外への観光客誘客によるオーバーツーリズム解消と地域活性化を目的として、「桜」、「祭り」、「紅葉」、「雪」、「自然・アクティビティ」を切り口に王道観光地と穴場観光地を特設サイトで紹介する。また、日本航空の航空券と星野リゾート施設を組み合わせたパッケージプランの販売を行っている。

●長期滞在への対応

東急は2025年3月より、長期滞在需要に対応する都市型のアパートメントホテル事業「The Apartment Hotel by stylio」を開始した。 長期滞在者向けの家具付きマンスリー賃貸と旅行者向けの宿泊を組み合わせた運用を行い、渋谷、代官山、代々木、恵比寿で4棟41室が順次オープンする。東急線沿線や地方エリアを中心に年間100～200室の供給を目指しており、Airbnbと包括連携協定を締結している。

Unitoは2025年3月より、最短即日入居できる部屋探しプラットフォーム「unito」の多言語対応を開始した。訪日外国人旅行者による中長期滞在ニーズの高まりを受け、第1弾として英語版から運用を開始しており、家具・家電付きホテル・サービスアパートメントの検索や契約申し込みが英語で利用可能となっている。

(4)免税店・免税サービスの動向

●新たなサービスの開始

日本空港ビルデングは2024年7月に、 羽田空港から出国する旅客向けに、 中国のソーシャルメッセンジャーアプリ「WeChat」のミニプログラムを活用した免税品予約サービスを開始した。本サービスでは、出国の24時間前までに免税品を予約でき、予約品は羽田空港出国手続き後の出発ロビー内免税店で受け取ることができる。

また同社は2024年11月に、中国国際航空とキュリネスと共同で、中国国際航空の上級マイレージ会員向けサービスを開始した。第1弾として、銀座三越本館の空港型市中免税店「Japan Duty Free GINZA」の店内ラウンジの提供を行う。

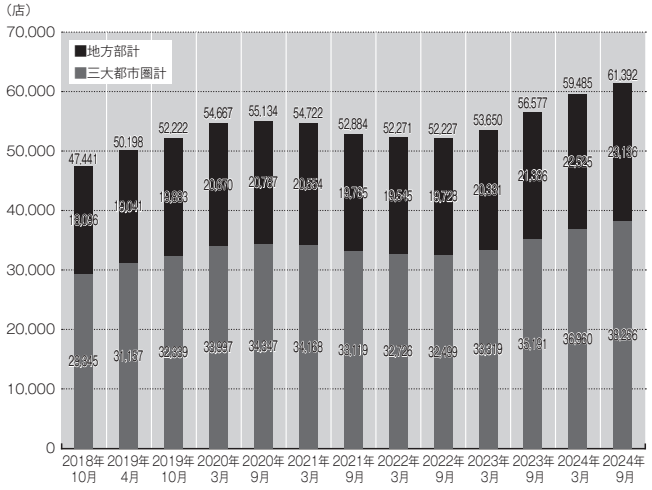
●免税店数・売上高の状況

全国の免税店数は、2024年9月末時点で61,392店と、前回調査（2024年3月）に比べ3.2％増加した。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38,256店（同3.5％増）、三大都市圏を除く地方で23,136店（同2.7％増）となった（図Ⅱ-3-3）。免税店数は新型コロナウイルス感染症流行に伴い一時減少したが、2023年以降は増加傾向が継続している。

消費税免税を行っている百貨店について見ると、1店舗当たりの免税購買客数は、2024年度に入ってからは上昇傾向と下降傾向を繰り返した（図Ⅱ-3-4）。1店舗当たりの免税販売売上高は、2024年度は5月に8億円超を記録し、同年度内で最も高い水準となった（図Ⅱ-3-5）。一人当たりの購買単価は、2024年度は8万円台～12万円台を推移する結果となった（図Ⅱ-3-6）。

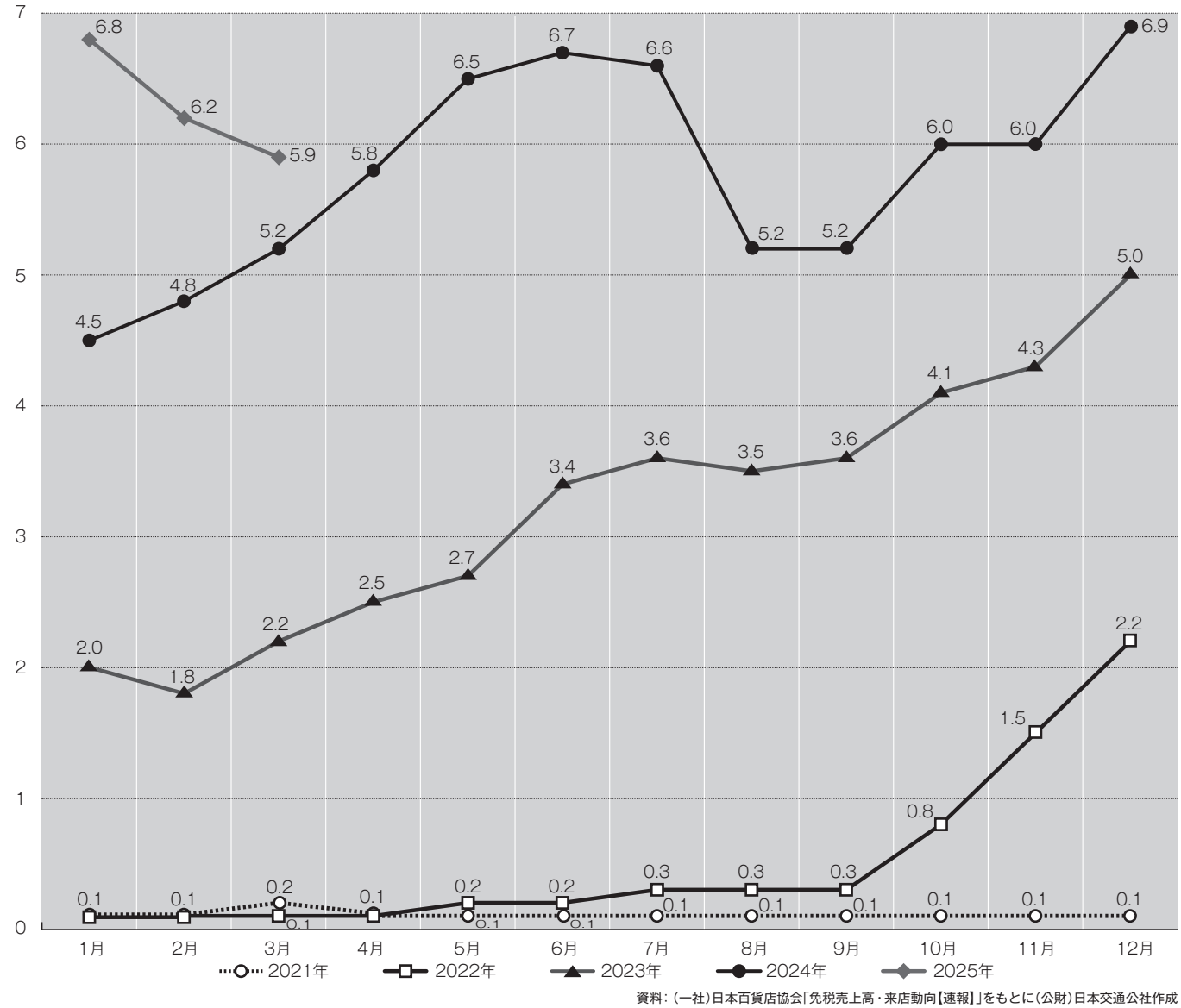
（高崎経済大学　外山昌樹）

図Ⅱ-3-3　免税店数の推移



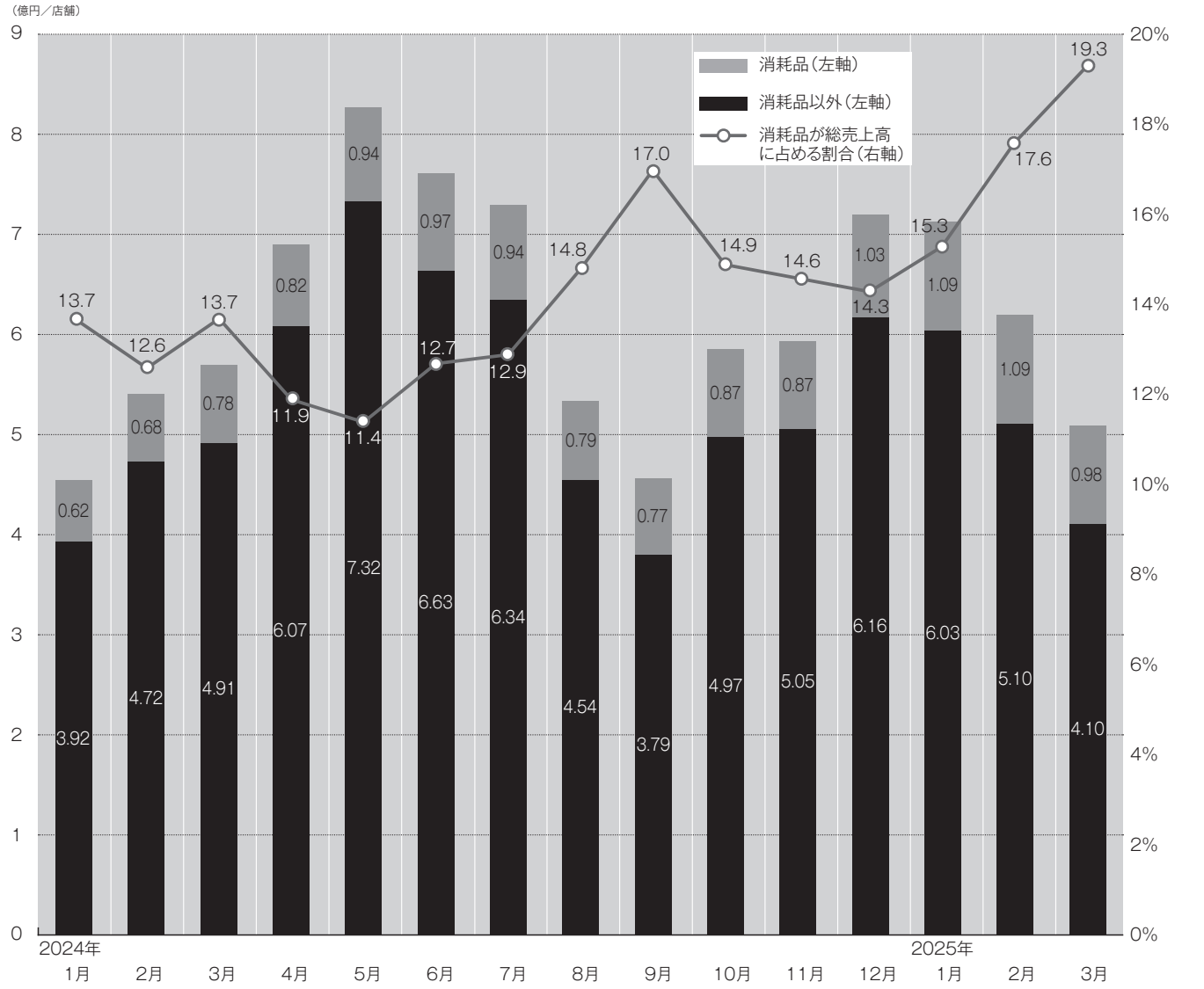
資料：国税庁集計データ及び観光庁作成データをもとに（公財）日本交通公社作成

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



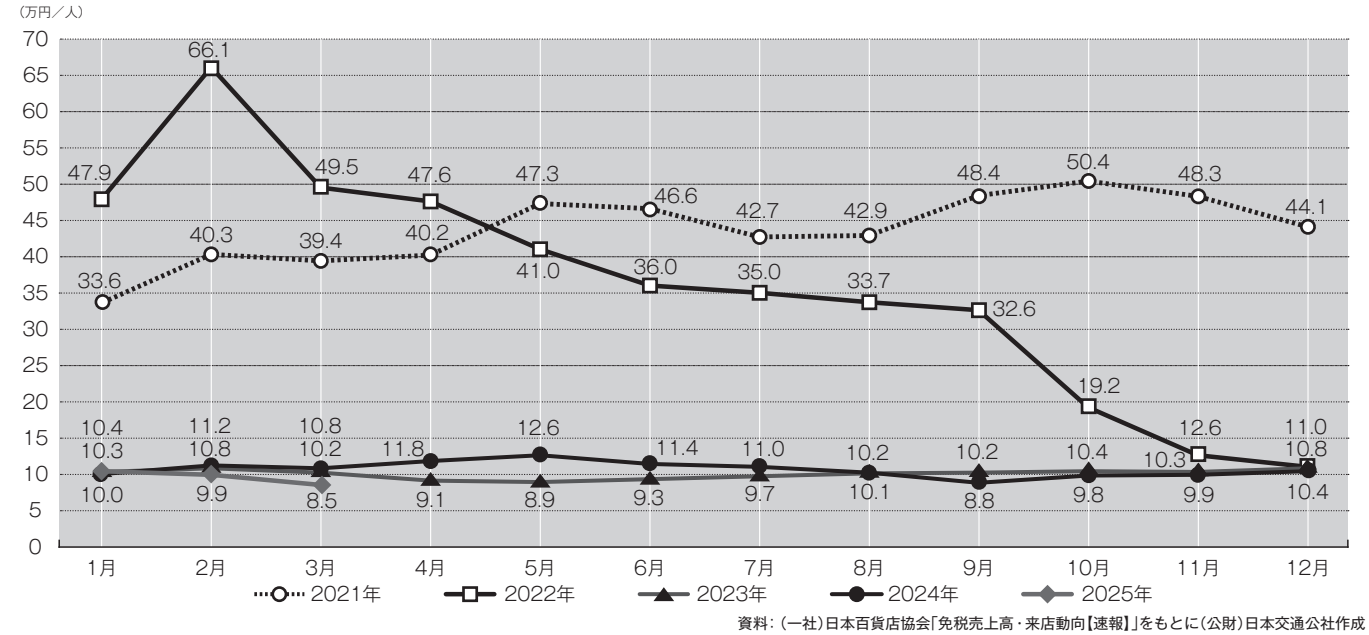
資料：（一社）日本百貨店協会「免税売上高・来店動向【速報】」をもとに（公財）日本交通公社作成

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



資料：（一社）日本百貨店協会「免税売上高・来店動向【速報】」をもとに（公財）日本交通公社作成

図Ⅱ-3-6　消費税免税を行っている百貨店における一人当たりの購買単価の推移



資料：（一社）日本百貨店協会「免税売上高・来店動向【速報】」をもとに（公財）日本交通公社作成

2 訪日パッケージツアーの概況

台湾、香港で訪日ツアー復調も価格は高水準を維持
中国は2023年解禁後に回復

(1)訪日パッケージツアーの概況

当財団では2015年から台湾(3社)、香港(2社)、中国(2社)を対象に「JTBF訪日旅行商品調査」を継続して実施している。2023年は台湾、香港で訪日パッケージツアーの取り扱いが本格的に回復したが、航空座席や宿泊施設等の供給が需要に追い付かず、コロナ禍以前と比較してツアー価格は割高な傾向となった。2024年は円安と供給の回復によって価格は安定したものの、台湾では付加価値によって2023年水準の単価を維持する商品が増加した。香港各社では、行程表に含まれる目的地で地震が発生した際の返金保証等、安心感を打ち出すことで需要を喚起する例も見られた。中国では2023年8月に訪日団体旅行が解禁された。原子力発電所の処理水問題の影響で一時は低調だったものの、2024年以降は商品数が徐々に増加し、ゴールデンルートを周遊する商品を中心に回復基調にある。

●訪日パッケージツアーの訪問地

パッケージツアーの利用率が高い台湾、香港、中国を対象に、当財団の訪日旅行商品調査結果(2024年7・8月出発分)をもとに、同年夏の訪日パッケージツアーの概要を整理する。都道府県別訪問率ランキングは表Ⅱ-3-1のとおりである。

「JTBF訪日旅行商品調査」調査概要

調査時期	2024年6月20日～25日 2024年7月19日～24日
調査対象	旅行会社7社(台湾3社、香港2社、中国2社)
有効商品数	【台湾】2,719商品 7月発:1,428商品／8月発:1,291商品 【香港】220商品 7月発:101商品／8月発:119商品 【中国】166商品 7月発:55商品／8月発:111商品

(注)7月と8月に同一商品が販売されている場合は1商品として計上。

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	19.0%	大阪府	23.6%	東京都	81.3%
2位	東京都	17.7%	千葉県	22.7%	山梨県	80.1%
3位	京都府	17.4%	東京都	22.3%	京都府	78.3%
4位	兵庫県	13.5%	兵庫県	15.9%	大阪府	75.9%
5位	北海道	11.7%	京都府	15.5%	奈良県	59.6%
6位	神奈川県	10.7%	福岡県	14.1%	静岡県	38.0%
7位	奈良県	10.6%	北海道	13.6%	神奈川県	30.1%
8位	長野県	10.6%	宮城県	11.4%	千葉県	21.1%
9位	山梨県	10.4%	大分県	10.0%	兵庫県	8.4%
10位	沖縄県	10.1%	山梨県 長野県 奈良県 熊本県	9.5%	北海道	7.8%

資料:「JTBF訪日旅行商品調査」(2024年7・8月出発分)

台湾は大阪府(19.0%)、東京都(17.7%)、京都府(17.4%)が上位3位。近畿・首都圏を核に、北海道、神奈川県、奈良県、長野県、山梨県、沖縄県等、幅広い都道府県で訪問が確認された。

香港は大阪府(23.6%)、千葉県(22.7%)、東京都(22.3%)が上位で、近畿・首都圏志向が強く、北海道や福岡県も一定の比重を占める等、複数ブロックを組み合わせた周遊・滞在の両タイプが存在する。

中国は東京都(81.3%)、山梨県(80.1%)、京都府(78.3%)、続いて大阪府(75.9%)、奈良県(59.6%)と、ゴールデンルート上の特定の都道府県に集中する傾向は、コロナ禍前の状況と大きく変わらない。

各国・地域の状況を見ると、関西方面(大阪府、京都府)の人気が高く、引き続き台湾、香港では訪問地の分散と多様化が進んでいる。その一方、中国はゴールデンルートを中心とした上位都道府県への訪問率が高水準となった反面、訪問が確認されなかった県も多く、訪問地の偏りが顕著である(表Ⅱ-3-1、表Ⅱ-3-2)。

(2)出発国・地域別の商品の特徴

●台湾の訪日パッケージツアー

台湾の商品の旅程日数の平均は5.0日(2023年は5.0日)で、前年からの大きな変化はない。1商品当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、1ブロックのみ訪問する商品の割合(65.5%)は調査対象国・地域中最も高い(図Ⅱ-3-7)。

ツアー料金(平均)(日本国内の旅程のみを販売する「客製商品」は除く)は39,045台湾ドル(TWD)(2023年比2.3%減)と2023年と同水準となった。価格帯別構成比では、20,001TWD以上30,000TWD以下の商品の割合が8.1ポイント増加した。2023年には需要が供給を上回り、ツアー価格が2019年比で2割増となる高額化の傾向を示した。供給が落ち着き始めた2024年以降も、一定の集客を条件にバス移動で他社との混載がないことを保証するプランや、大型バス利用を確約する等、付加価値によって2023年水準の価格を維持しようとする動きが見られる。

また、夏期商品であることから、親子・3世代向け商品、サービスが展開された。例えば、関東や関西では、5日間でテーマパーク、動物園、水族館、博物館を訪問する商品や、児童を対象に最大10,000TWDの割引を打ち出した商品が確認された。

訪問上位都道府県別に見ると(表Ⅱ-3-3)、1位は大阪府である。大阪府を訪れる商品はほぼ大阪市に立ち寄り、同市以外では、吹田市の万博記念公園、泉佐野市の「りんくうプレミアム・アウトレット」、箕面市の勝運祈願とダルマで人気を集める勝尾寺、池田市の「カップヌードルミュージアム」が主な訪問先となっている。

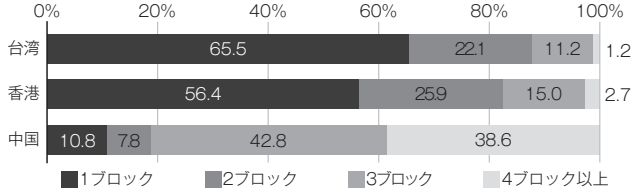
2位の東京都は、墨田区の東京スカイツリー周辺、台東区の浅草、上野、江東区では豊洲等の湾岸エリア、港区では2023年に開業した「麻布台ヒルズ」、渋谷区の明治神宮や渋谷駅周辺の複合商業施設(「渋谷スクランブルスクエア」、「MIYASHITA PARK」等)が中心である。

表Ⅱ-3-2　都道府県別商品数と訪問率

		台湾		香港		中国	
地方ブロック	都道府県	商品数	訪問率	商品数	訪問率	商品数	訪問率
北海道	北海道	317	11.7%	30	13.6%	13	7.8%
東北	青森県	80	2.9%	9	4.1%	5	3.0%
	岩手県	177	6.5%	15	6.8%	1	0.6%
	宮城県	208	7.6%	25	11.4%	1	0.6%
	秋田県	151	5.6%	11	5.0%	0	0.0%
	山形県	133	4.9%	14	6.4%	1	0.6%
	福島県	60	2.2%	11	5.0%	0	0.0%
関東	茨城県	81	3.0%	6	2.7%	0	0.0%
	栃木県	61	2.2%	14	6.4%	0	0.0%
	群馬県	76	2.8%	2	0.9%	1	0.6%
	埼玉県	167	6.1%	19	8.6%	3	1.8%
	千葉県	268	9.9%	50	22.7%	35	21.1%
	東京都	481	17.7%	49	22.3%	135	81.3%
	神奈川県	292	10.7%	16	7.3%	50	30.1%
甲信越	山梨県	284	10.4%	21	9.5%	133	80.1%
	長野県	287	10.6%	21	9.5%	4	2.4%
	新潟県	0	0.0%	4	1.8%	0	0.0%
北陸	富山県	152	5.6%	8	3.6%	0	0.0%
	石川県	184	6.8%	7	3.2%	2	1.2%
	福井県	69	2.5%	2	0.9%	1	0.6%
東海	岐阜県	259	9.5%	20	9.1%	6	3.6%
	静岡県	162	6.0%	15	6.8%	63	38.0%
	愛知県	258	9.5%	20	9.1%	11	6.6%
	三重県	77	2.8%	17	7.7%	2	1.2%
近畿	滋賀県	147	5.4%	8	3.6%	6	3.6%
	京都府	473	17.4%	34	15.5%	130	78.3%
	大阪府	516	19.0%	52	23.6%	126	75.9%
	兵庫県	367	13.5%	35	15.9%	14	8.4%
	奈良県	288	10.6%	21	9.5%	99	59.6%
	和歌山県	92	3.4%	19	8.6%	6	3.6%
中国	鳥取県	94	3.5%	12	5.5%	0	0.0%
	島根県	94	3.5%	6	2.7%	0	0.0%
	岡山県	87	3.2%	19	8.6%	2	1.2%
	広島県	77	2.8%	7	3.2%	0	0.0%
	山口県	45	1.7%	8	3.6%	0	0.0%
四国	徳島県	150	5.5%	12	5.5%	2	1.2%
	香川県	224	8.2%	12	5.5%	1	0.6%
	愛媛県	131	4.8%	7	3.2%	0	0.0%
	高知県	56	2.1%	3	1.4%	0	0.0%
九州	福岡県	270	9.9%	31	14.1%	2	1.2%
	佐賀県	116	4.3%	13	5.9%	2	1.2%
	長崎県	88	3.2%	19	8.6%	0	0.0%
	熊本県	194	7.1%	21	9.5%	0	0.0%
	大分県	224	8.2%	22	10.0%	2	1.2%
	宮崎県	74	2.7%	19	8.6%	2	1.2%
	鹿児島県	29	1.1%	19	8.6%	2	1.2%
沖縄	沖縄県	274	10.1%	13	5.9%	0	0.0%
旅行商品数		2719	−	220	−	166	−
調査旅行会社数		3社		2社		2社	

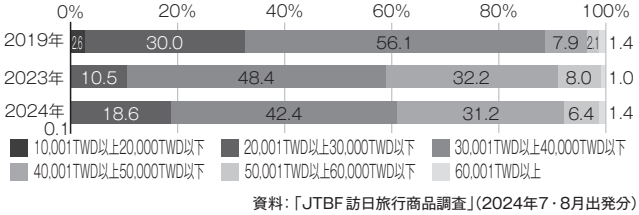
資料：「JTBF訪日旅行商品調査」(2024年7・8月出発分)

図Ⅱ-3-7　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」(2024年7・8月出発分)

図Ⅱ-3-8　価格帯別構成比(台湾)



資料：「JTBF訪日旅行商品調査」(2024年7・8月出発分)

3位の京都府では、引き続き京都市内の社寺仏閣への訪問が中心だが、市外では南丹市の重要伝統的建造物群保存地区「かやぶきの里」、宮津市の天橋立周辺、宇治市の平等院、伊根町の伊根の舟屋への訪問も見られた。

4位の兵庫県は、神戸市に加え、姫路市の姫路城、淡路市の複合施設「淡路夢舞台」(建築家・安藤忠雄氏設計)、豊岡市の出石城跡が主な訪問地である。夏期商品のため、親子向け商品には、「神戸アンパンマンこどもミュージアム＆モール」(神戸市)や「HELLO KITTY SMILE」(淡路市)等のテーマパークも確認された。

5位の北海道では、最も訪問率が高い札幌市以外に、小樽市の小樽運河周辺、洞爺湖町の洞爺湖周辺、登別市の登別温泉、美瑛町の白金青い池、四季彩の丘の花畑等が訪問先となっている。また、洞爺湖町を訪れる商品の中には、「洞爺湖ロングラン花火大会」を旅程に組み込んだものも見られた。

表Ⅱ-3-3　台湾発商品の主な訪問地

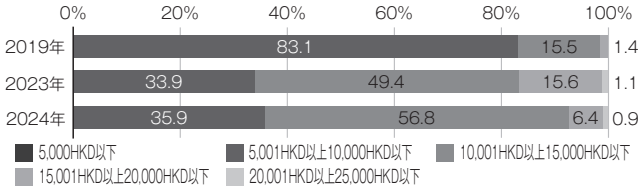
順位	都道府県	主な訪問地(市区町村単位)
1位	大阪府	大阪市、吹田市、泉佐野市、箕面市、池田市
2位	東京都	墨田区、台東区、江東区、港区、渋谷区
3位	京都府	京都市、南丹市、宮津市、宇治市、伊根町
4位	兵庫県	神戸市、姫路市、淡路市、明石市、豊岡市
5位	北海道	札幌市、小樽市、洞爺湖町、登別市、美瑛町
6位	神奈川県	横浜市、箱根町、鎌倉市、藤沢市、川崎市
7位	奈良県	奈良市、桜井市
8位	長野県	松本市、大町市、南木曽町、軽井沢町、高森町
9位	山梨県	富士河口湖町、忍野村、富士吉田市、山中湖村、北杜市
10位	沖縄県	那覇市、本部町、南城市、今帰仁村、糸満市

資料:「JTBF 訪日旅行商品調査」(2024年7・8月出発分)

●香港の訪日パッケージツアー

香港の商品の旅程日数の平均は6.0日(2023年は6.1日)となり、昨年から大きな変化はなかった。訪問した地方ブロック数(1.6ブロック)、ブロック数別構成比ともに台湾と近い傾向を示しているものの、2ブロック以上に訪問する商品の割合は台湾より高く(図Ⅱ-3-7)、周遊型商品も一定程度販売されている点が特徴である。これらは、首都圏と関西圏を組み合わせたものや、北海道あるいは九州を周遊するもの等がある。ツアー料金の平均は11,311香港ドル(HKD)(前年比3.9%減)と昨年とほぼ同水準となった。価格帯別構成比では、10,001HKD以上15,000HKD以下の商品の割合が7.4ポイント増加した(図Ⅱ-3-9)。

図Ⅱ-3-9　価格帯別構成比(香港)



資料:「JTBF 訪日旅行商品調査」(2024年7・8月出発分)

訪問上位都道府県別に見ると(表Ⅱ-3-4)、1位の大阪府は大阪市街地以外に、泉佐野市の「りんくうプレミアム・アウトレット」、吹田市の「ららぽーとEXPOCITY」となった。2位の千葉県は千葉市の「三井アウトレットパーク幕張」、浦安市の「東京ディズニーリゾート」、酒々井町の「酒々井プレミアム・アウトレット」、木更津市の「三井アウトレットパーク 木更津」等、アウトレットモールへの訪問が中心である。3位の東京都では、新宿区、渋谷区等の商業施設のほか、墨田区の東京スカイツリー周辺、江東区の湾岸エリアが中心である。4位の兵庫県は、神戸市街地が中心である。淡路市のアニメ、テクノロジー、自然をテーマとしたテーマパークである「ニジゲンノモリ」への訪問も確認された。5位の京都府は、台湾と同様、京都市内の社寺仏閣への訪問が中心となっているが、京都市外では、平等院(宇治市)、天橋立(宮津市)、伊根の舟屋(伊根町)等へ訪問している。

表Ⅱ-3-4　香港発商品の主な訪問地

順位	都道府県	主な訪問地(市区町村単位)
1位	大阪府	大阪市、泉佐野市、吹田市、箕面市、堺市
2位	千葉県	千葉市、浦安市、酒々井町、木更津市、富津市
3位	東京都	新宿区、渋谷区、墨田区、江東区、文京区
4位	兵庫県	神戸市、淡路市、姫路市、南あわじ市
5位	京都府	京都市、宇治市、宮津市、伊根町、南丹市
6位	福岡県	福岡市、太宰府市、北九州市、糸島市、柳川市
7位	北海道	札幌市、美瑛町、小樽市、中富良野町、登別市
8位	宮城県	仙台市、松島町、白石市、岩沼市、名取市
9位	大分県	別府市、由布市、近重町、大分市、杵築市
10位	山梨県	山中湖村、富士河口湖町、忍野村、富士吉田市、甲府市
	長野県	松本市、軽井沢町、諏訪市、南木曽町、池田町
	奈良県	奈良市
	熊本県	熊本市、八代市、阿蘇市、上天草市、天草市

資料:「JTBF 訪日旅行商品調査」(2024年7・8月出発分)

●中国の訪日パッケージツアー

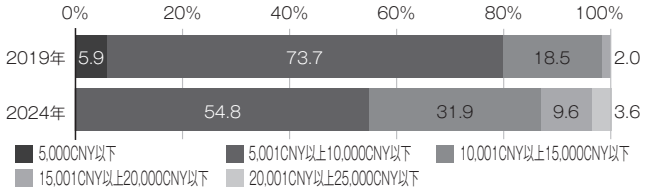
中国の商品の旅程日数の平均は6.7日(2019年は6.0日)、訪問した地方ブロック数の平均は3.1ブロック(2019年は2.6ブロック)であった。コロナ禍前と比較して、旅行期間が長期化し、ゴールデンルートを中心とした周遊旅程が多いのが特徴である。ツアー料金の平均は11,025CNY(中国元)(2019年比29.1%増)とコロナ禍以前に比べ、高額化した。価格帯別構成比(図Ⅱ-3-10)においても、2019年には約6%だった5,000CNY以下の商品が2024年には確認できなかった一方で、10,001CNY以上15,000CNY以下の商品の割合が13.4ポイント増加した。

訪問上位都道府県別に見ると(表Ⅱ-3-5)、1位の東京都では、千代田区の秋葉原、皇居周辺への訪問が確認された。また、浅草(台東区)、銀座(中央区)、東京スカイツリー周辺(墨田区)、お台場(港区)等、都内の主要スポットが並ぶ。2位の山梨県は、「富士急ハイランド」(富士吉田市)、忍野八海(忍野村)、「富士の駅地震体験館」、河口湖周辺(以上、富士河口湖町)、山中湖(山中湖村)等、富士山周辺への訪問を主としている。3位の京都府は、京都市内の社寺仏閣が中心であるものの、一部宇治市の平等院への訪問が確認された。4位の大阪府を訪れるすべての商品で大阪市を訪問している。わずかではあるが、泉佐野市の「りんくうプレミアム・アウトレット」を訪問する商

品も確認された。5位の奈良県では、奈良市の奈良公園、春日大社、東大寺への訪問が確認された。

台湾や香港と比べ、市区町村レベルの訪問地についても一部に偏っている点が特徴である。

図Ⅱ-3-10　価格帯別構成比（中国）



資料：「JTBF 訪日旅行商品調査」（2024年7・8月出発分）

表Ⅱ-3-5　中国発商品の主な訪問地

順位	都道府県	主な訪問地（市区町村単位）
1位	東京都	千代田区、台東区、中央区、墨田区、港区
2位	山梨県	富士吉田市、忍野村、富士河口湖町、山中湖村、鳴沢村
3位	京都府	京都市、宇治市
4位	大阪府	大阪市、泉佐野市、堺市、豊中市、吹田市
5位	奈良県	奈良市、大和郡山市
6位	静岡県	御殿場市、裾野市、伊豆市、静岡市、伊東市
7位	神奈川県	鎌倉市、藤沢市、横浜市、箱根町、川崎市
8位	千葉県	浦安市、富津市、成田市
9位	兵庫県	神戸市、淡路市、姫路市
10位	北海道	札幌市、美瑛町、中富良野町、千歳市、登別市

資料：「JTBF 訪日旅行商品調査」（2024年7・8月出発分）

(3) 地方ブロック別の商品の特徴

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商品は次のとおり。

●北海道

台湾（前年比1.8ポイント増）や香港（同1.5ポイント増）では、前年から訪問率に大きな変化はなかった。一方で中国は、2019年比で8.0ポイント減となり、コロナ禍前に比べて訪問率が低下した。北海道のみを訪問する商品が多く、道内の行程は、札幌、小樽、富良野・美瑛に温泉（登別温泉、洞爺湖温泉、十勝川温泉等）を含めた周遊が中心である。一部商品では、周遊ルートに道東や知床を組み込む例もある。また、花火鑑賞（例：洞爺湖ロングラン花火大会）等、イベントを目玉とした商品もある。

●東北

台湾は前年比7.3ポイント増、香港は同6.9ポイント増と、昨年と比べて約7ポイント増加した。中国（2019年比1.7ポイント増）は2019年からの大きな変化はなかった。台湾の商品は仙台空港や花巻空港等から入国・出国し、5日間程度で東北のみを周遊する旅程が中心であるのに対し、香港や中国では、東京（羽田・成田）や札幌（新千歳）から入国し、関東または北海道と組み合わせた周遊旅程が主である。東北内での行程は、ねぶた・竿燈・七夕等の夏祭りに奥入瀬・十和田、松島、温泉（乳頭温泉、秋保温泉、銀山温泉等）を加える旅程が中心である。

●関東

11ブロック中、中国では1位、香港では2位、台湾では3位となった。東京都、神奈川県、千葉県の訪問率と比べ、茨城県、栃木県、群馬県、埼玉県の訪問率が低く、ブロック内の都県に偏りが生じている。

すべての調査対象国・地域において、東京での宿泊と自由行動、またはそれに加えて日帰りで富士・箱根方面や鎌倉を訪問する旅程が中心である。「東京ディズニーリゾート」、「ポケモンカフェ」、「ワーナー ブラザース スタジオツアー東京 – メイキング・オブ・ハリー・ポッター」、「角川武蔵野ミュージアム」、チームラボ等のテーマパークや観光施設への訪問が多い点も特徴である。

●甲信越・北陸・東海

甲信越への訪問率は、台湾では11ブロック中2位、中国では3位と高くなっている。また、台湾では、甲信越（前年比14.2ポイント増）と東海（同14.8ポイント増）の訪問率が前年に比べて上昇した。中部国際空港（または小松空港）から入国し、小松、高山、白川郷、金沢、立山黒部、松本、軽井沢等を周遊する商品が多い。下呂温泉、和倉温泉、加賀温泉郷、芦原温泉等で宿泊する商品もある。

●近畿

台湾、香港では、11ブロック中1位、中国では2位となった。台湾では前年比29.2ポイント増と大幅に上昇した。京都府、大阪府、兵庫県、奈良県の訪問率と比べ、滋賀県や和歌山県への訪問率が低く、関東地方と同様、ブロック内の府県間で訪問率に偏りが生じている。主な旅程は、京都府・奈良県の社寺仏閣に大阪府での買い物を中心とした自由行動、「ユニバーサル・スタジオ・ジャパン」への訪問が中心となっている。また、これらに和装体験等の日本文化体験を加えるケースもある。

●中国・四国

いずれの国・地域においても、中国・四国地方への訪問率は相対的に高くないが、台湾では、中国地方（前年比11.4ポイント増）、四国地方（同11.3ポイント増）ともに、前年に比べて訪問率が上昇した。台湾発のツアーでは、中国地方または四国地方の空港から入国・出国し、広島、宮島、倉敷美観地区、しまなみ海道を4～6日程度で周遊する旅程が多い。香港では、中国・四国に関西や九州を加えて周遊する旅程が多い。

●九州・沖縄

香港では九州の訪問率が11ブロック中3位と高い。一方で中国では、九州が10位、沖縄が11位（訪問なし）と低位である。また、前年との比較では、台湾で九州（前年比9.0ポイント増）、沖縄（同10.7ポイント増）ともに9～10ポイント程度上昇した。九州では福岡市街地（天神・中洲）に加え、湯布院、阿蘇、熊本等を周遊する行程が多い。沖縄の商品は台湾、香港ともにすべての商品で那覇空港から入国・出国しており、那覇を拠点に海洋博公園、「ナゴパイナップルパーク」等、北部まで周遊する商品が多い。また、琉球舞踊の鑑賞、紅型染体験、紅茶づく

り体験等、沖縄ならではの体験プログラムも多数盛り込まれている。

（柿島あかね）

表Ⅱ-3-6　地方ブロック別の訪問率

	台湾		香港		中国※	
	2024年	2023年	2024年	2023年	2024年	2019年
北海道	21.6%	19.9%	13.6%	12.2%	5.9%	13.9%
東北	16.3%	9.0%	11.4%	4.4%	2.3%	0.6%
関東	37.2%	20.9%	24.1%	28.2%	65.5%	61.4%
甲信越	37.7%	23.6%	18.2%	19.9%	61.8%	60.6%
北陸	15.8%	11.6%	4.5%	9.9%	0.9%	1.1%
東海	32.5%	17.7%	19.1%	23.8%	32.7%	36.9%
近畿	45.8%	16.6%	25.0%	30.4%	62.3%	69.4%
中国	13.4%	2.0%	14.5%	26.0%	0.9%	0.6%
四国	15.6%	4.3%	8.2%	13.8%	0.9%	0.8%
九州	20.1%	11.1%	19.5%	16.0%	0.9%	2.5%
沖縄	18.7%	8.0%	5.9%	3.3%	0.0%	8.9%

※中国は2023年の旅行商品がないため、2019年と比較
（注）ポイント差は表示単位未満四捨五入の関係で、単純差と一致しない場合がある。
資料：「JTBF訪日旅行商品調査」（2024年7・8月出発分）

第Ⅲ編　観光産業

Ⅲ-1　旅行業

1 旅行業の現況 …… *100*
(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見る売上高

2 旅行業界をめぐる動き …… *102*
(1) 業界を取り巻く環境と課題
(2) 組織再編や提携、新規参入等の動向
(3) 流通・チャネルをめぐる動向　(4) 業界団体の動向

3 旅行商品をめぐる動き …… *105*

4 旅行の計画と旅行会社の利用 …… *106*
(1) 旅行計画時の情報収集源　(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 …… *108*
(1) 国内旅客輸送の動向

2 鉄道交通 …… *109*
(1) 利用の動向　(2) 鉄道会社の動向

3 航空交通 …… *110*
(1) 利用の動向　(2) 航空路線の動向
(3) 航空会社・空港運営会社等の動向

4 道路交通 …… *115*
(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 …… *118*
(1) 供給動向　(2) 宿泊者数　(3) 客室稼働率及び定員稼働率
(4) 宿泊料（宿泊単価）

2 四半期別の利用動向 …… *119*
(1) 客室稼働率　(2) 定員稼働率　(3) 外国人宿泊者数比率

3 2024年度の話題 …… *121*
(1) 人手不足対策として「人材確保」と「省人化」
(2) サステナビリティ（持続可能性）への取り組み
(3) インバウンド需要を捉える新たな価格戦略
(4) 新規開業　(5) 宿泊業の倒産・新設法人

Ⅲ-4　集客交流施設、MICE

1 集客交流施設 …… *123*
(1) 集客交流施設の動向　(2) 集客交流施設の整備動向

2 MICE …… *126*
(1) MICEの現況　(2) MICEをめぐる動き
(3) 統合型リゾート（IR）をめぐる動き

Ⅲ-1 旅行業

1 旅行業の現況

地域限定旅行業者と旅行サービス手配業が引き続き増加
総取扱額はコロナ禍前の約8割、海外旅行は約7割

(1)旅行業者数

観光庁によると、2025年4月1日時点の旅行業者等数(旅行業者と旅行業者代理業者)は10,134社、旅行サービス手配業者は3,243社で、合計では13,377社であった(表Ⅲ-1-1)。

営業資格別に見ると、減少傾向にあった第1種旅行業(海外・国内の募集型企画旅行の企画・実施が可能)のほか、第2種旅行業(国内の募集型企画旅行の企画・実施が可能)と地域限定旅行業(隣接する市町村等特定の範囲内での募集型企画旅行の企画・実施が可能)が増加し、それぞれ前年比0.3%増、1.6%増、14.1%増である。地域限定旅行業者は784社となった。減少したのは、第3種旅行業(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)と旅行業者代理業(所属旅行業者の商品を代理で販売する)で、それぞれ前年比0.1%減、6.5%減であった。

2018年に制度化されて以来増加傾向にある旅行サービス手配業(ランドオペレーター業務を行う)の登録は前年比23.9%増と引き続き大きな増加となった。

(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年度総計(速報)」によると、2024年度の主要旅行業者43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3兆6,767億円で、前年度比1.2%増となったが、2019年度比では19.0%減と、コロナ禍前からの回復はいまだ8割程度にとどまっている。市場別では、国内旅行が2兆1,652億円(前年度比8.1%減、2019年度比15.2%減)、海外旅行は1兆2,959億円(同20.9%増、同26.6%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2,156億円(同5.0%増、同3.2%減)であった(表Ⅲ-1-2)。すでにほぼコロナ禍前の水準に戻りつつあった外国人旅行はその傾向を概ね維持したものの、回復傾向にあった国内旅行にやや陰りが見え、海外旅行においてはいまだ7割程度の回復である。

四半期別に見ると、国内旅行は年間を通じて前年を下回っていることがわかる(表Ⅲ-1-3)。

表Ⅲ-1-4は、主要旅行業者43社のうち、各社の消費者への販売力(BtoC)を比較するため、ホールセール会社と見なされる3社を除外し可能な限り代売実績の重複を避け、対象40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。

2024年度の総取扱額では、1位が「JTB」(グループ7社計)で40社中のシェアは38.0%、2位は「日本旅行」で同10.4%、3位は「HIS」(グループ6社計)」で同10.4%となった。

表Ⅲ-1-1 旅行業等の業者数の推移

(単位:社、%)

			2021年		2022年		2023年		2024年		2025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			11,888	△0.5	11,791	△0.8	12,090	2.5	12,641	4.6	13,377	5.8
	旅行業		9,610	△1.8	9,454	△1.6	9,447	△0.1	9,532	0.9	9,674	1.5
		第1種	670	△2.3	631	△5.8	627	△0.6	609	△2.9	611	0.3
		第2種	3,036	△0.2	3,035	△0.0	3,054	0.6	3,091	1.2	3,141	1.6
		第3種	5,451	△4.2	5,254	△3.6	5,143	△2.1	5,145	0.0	5,138	△0.1
		地域限定	453	22.8	534	17.9	623	16.7	687	10.3	784	14.1
	旅行業者代理業		564	△9.0	537	△4.8	511	△4.8	492	△3.7	460	△6.5
	旅行サービス手配業		1,714	11.4	1,800	5.0	2,132	18.4	2,617	22.7	3,243	23.9

(注)総数は、旅行業者、旅行業者及び旅行サービス手配業者の合計としている。

資料:観光庁のウェブサイトをもとに(公財)日本交通公社作成

表Ⅲ-1-2 主要旅行業者の取扱額と増減率

(単位:兆円、%)

	2019年度	2023年度	2024年度	前年度比	2019年度比
海外旅行	1.76	1.07	1.30	20.9	△26.6
外国人旅行	0.22	0.21	0.22	5.0	△3.2
国内旅行	2.55	2.36	2.17	△8.1	△15.2
合計	4.54	3.63	3.68	1.2	△19.0

資料:観光庁「主要旅行業者の旅行取扱状況年度総計(速報)」をもとに(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(増減率)

(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	44.1	18.7	18.6	10.1
外国人旅行	18.7	△10.3	6.8	19.0
国内旅行	△5.6	△6.7	△2.8	△17.4
合計	7.2	1.4	4.0	△7.0

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

表Ⅲ-1-4　主要旅行業者の取扱額上位10社とシェア

－総取扱額－

順位	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度	取扱額(百万円)	前年度比(%)	40社内シェア(%)
1	JTB	JTB	JTB	JTB	JTB	1,312,089	△5.5	38.0
2	KNT-CT	KNT-CT	KNT-CT	日本旅行	日本旅行	360,630	△1.6	10.4
3	日本旅行	日本旅行	日本旅行	KNT-CT	HIS	359,643	12.3	10.4
4	阪急交通社	阪急交通社	東武トップツアーズ	HIS	阪急交通社	333,994	22.7	9.7
5	JR東海ツアーズ	東武トップツアーズ	阪急交通社	阪急交通社	KNT-CT	333,896	3.1	9.7
6	HIS	名鉄観光サービス	HIS	東武トップツアーズ	東武トップツアーズ	120,165	△10.4	3.5
7	東武トップツアーズ	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	76,177	0.5	2.2
8	名鉄観光サービス	HIS	名鉄観光サービス	JR東海ツアーズ	JR東海ツアーズ	66,979	△8.6	1.9
9	びゅうトラベルサービス	びゅうトラベルサービス	日新航空サービス	日新航空サービス	HTB-BCDトラベル	41,211	34.8	1.2
10	農協観光	西鉄旅行	エムオーツーリスト	エムオーツーリスト	日新航空サービス	39,487	10.4	1.1

－国内旅行取扱額－

順位	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度	取扱額(百万円)	前年度比(%)	40社内シェア(%)
1	JTB	JTB	JTB	JTB	JTB	867,499	△14.3	44.0
2	KNT-CT	KNT-CT	KNT-CT	日本旅行	日本旅行	232,897	△5.0	11.8
3	日本旅行	日本旅行	日本旅行	KNT-CT	KNT-CT	214,612	△8.4	10.9
4	阪急交通社	阪急交通社	東武トップツアーズ	阪急交通社	阪急交通社	160,953	7.1	8.2
5	JR東海ツアーズ	名鉄観光サービス	阪急交通社	東武トップツアーズ	東武トップツアーズ	88,678	△16.5	4.5
6	名鉄観光サービス	JR東海ツアーズ	JR東海ツアーズ	JR東海ツアーズ	JR東海ツアーズ	65,612	△7.9	3.3
7	東武トップツアーズ	東武トップツアーズ	名鉄観光サービス	名鉄観光サービス	名鉄観光サービス	62,496	△2.4	3.2
8	HIS	HIS	HIS	HIS	HIS	57,454	5.7	2.9
9	びゅうトラベルサービス	びゅうトラベルサービス	農協観光	農協観光	農協観光	27,665	2.0	1.4
10	農協観光	農協観光	読売旅行	WILLER	WILLER	22,551	6.8	1.1

－海外旅行取扱額－

順位	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度	取扱額(百万円)	前年度比(%)	40社内シェア(%)
1	JTB	JTB	JTB	JTB	JTB	343,802	21.4	27.1
2	HIS	HIS	HIS	HIS	HIS	287,740	12.6	22.7
3	阪急交通社	阪急交通社	日本旅行	阪急交通社	阪急交通社	165,993	41.3	13.1
4	エムオーツーリスト	日新航空サービス	阪急交通社	日本旅行	KNT-CT	92,763	44.5	7.3
5	KNT-CT	日本旅行	日新航空サービス	KNT-CT	日本旅行	80,560	19.2	6.4
6	日新航空サービス	エムオーツーリスト	エムオーツーリスト	日新航空サービス	日新航空サービス	36,516	10.1	2.9
7	日本旅行	エヌオーイー	KNT-CT	エムオーツーリスト	郵船トラベル	32,870	18.2	2.6
8	郵船トラベル	郵船トラベル	郵船トラベル	郵船トラベル	エムオーツーリスト	32,789	4.0	2.6
9	日通旅行	KNT-CT	エヌオーイー	東武トップツアーズ	東武トップツアーズ	26,519	11.4	2.1
10	エヌオーイー	トヨタツーリスト	HTB-BCDトラベル	エヌオーイー	HTB-BCDトラベル	25,701	34.2	2.0

－外国人旅行取扱額－

順位	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度	取扱額(百万円)	前年度比(%)	40社内シェア(%)
1	JTB	JTB	JTB	JTB	JTB	100,788	8.0	46.8
2	KNT-CT	KNT-CT	日本旅行	日本旅行	日本旅行	47,173	△12.2	21.9
3	日本旅行	東武トップツアーズ	KNT-CT	KNT-CT	KNT-CT	26,522	4.2	12.3
4	東武トップツアーズ	日本旅行	HIS	HIS	HIS	14,449	38.1	6.7
5	HIS	T-LIFEホールディングス	東武トップツアーズ	東武トップツアーズ	阪急交通社	7,048	61.9	3.3
6	T-LIFEホールディングス	HIS	T-LIFEホールディングス	阪急交通社	東武トップツアーズ	4,969	20.3	2.3
7	WILLER	名鉄観光サービス	名鉄観光サービス	T-LIFEホールディングス	JR東日本びゅうツーリズム	2,602	5.2	1.2
8	名鉄観光サービス	WILLER	JR東日本びゅうツーリズム	JR東日本びゅうツーリズム	WILLER	2,488	55.1	1.2
9	びゅうトラベルサービス	阪急交通社	阪急交通社	名鉄観光サービス	名鉄観光サービス	2,125	△10.0	1.0
10	農協観光	JR東海ツアーズ	JR東海ツアーズ	JR東海ツアーズ	T-LIFEホールディングス	1,422	△40.7	0.7

（注1）シェアの分母は主要旅行業者43社から下記ホールセラー3社を除外した取扱額の合計。
ANA X(株)、(株)ジャルパック、ビッグホリデー(株)
（注2）2024年度の「JTB」は以下7社の合計(社内取引を相殺した額で算出)(2020年度～2021年度は9社、2022年度から7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、(株)TSトラベルサービス
（注3）2024年度の「KNT-CT」は以下4社の合計(社内取引を相殺した額で算出)(2020年度～2021年度は13社、2022年度から4社)。
近畿日本ツーリスト(株)、(株)近畿日本ツーリストブループラネット、クラブツーリズム(株)、(株)ユナイテッドツアーズ
（注4）「阪急交通社」は以下2社の合計(社内取引を相殺した額で算出)(2022年度まで3社)。
(株)阪急交通社、(株)阪急阪神ビジネストラベル
（注5）「HIS」は以下6社の合計(社内取引を相殺した額で算出)。
(株)エイチ・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)エイチ・アイ・エス沖縄
（注6）「T-LIFEホールディングス」は以下2社の合計(社内取引を相殺した額で算出)(2020年度～2021年度は4社、2022年度から2社)。
T-LIFEホールディングス(株)、T-LIFEパートナーズ(株)
（注7）「WILLER」は以下4社の合計(社内取引を相殺した額で算出)。
WILLER EXPRESS(株)、WILLER TRAINS(株)、WILLER ACROSS(株)、(株)クールジャパントラベル
（注8）「楽天」は、2018年度よりトラベル部門の業績開示をとりやめている。
（注9）「エアトリ」は、2020年度より情報を非公開。2024年10月から再公開。

資料：観光庁「主要旅行業者の旅行取扱状況速報」をもとに(公財)日本交通公社推計

(3)大手旅行会社の決算から見る売上高

大手の旅行会社5社（JTB、阪急交通社、HIS、KNT-CT、日本旅行）の決算資料から旅行事業部門の売上高（取扱額）と前年同期比を見ると、決算期の違いによりコロナ禍からの回復の影響が異なるため比較がしづらいものの、日本旅行以外で前年同期を上回ったことがわかる（表Ⅲ-1-5）。

日本旅行（12月期決算）は、海外旅行で団体旅行や企業の出張での回復があった一方、国内旅行で、物価高騰の影響等により都市部を中心に苦戦し、売上高が減少したとのこと。

各社とも海外旅行の需要回復が売上を伸ばし、阪急交通社は、高価格帯のツアーの販売が好調で増収増益となった。JTBは、旅行事業以外と合わせた総売上高が2年連続して1兆円超えとなった。

表Ⅲ-1-5　大手旅行会社の旅行事業売上高及び前年同期比（増減率）

（単位：百万円、%）

	2020年		2021年		2022年		2023年		2024年	
	売上高	前年同期比	売上高	前年同期比	売上高	前年同期比	売上高	前年同期比	売上高	前年同期比
JTB	190,728	△82.2	210,940	10.6	475,552	125.4	766,271	61.1	834,313	8.9
阪急交通社	57,835	△82.8	49,304	△14.8	154,504	213.4	272,242	76.2	333,994	22.7
HIS	359,631	△50.2	43,028	△88.0	67,693	57.3	202,348	198.9	283,972	40.3
KNT-CT	87,889	△77.2	139,957	59.2	252,152	80.2	255,427	1.3	274,516	7.5
日本旅行	89,546	－	97,314	8.7	164,893	69.4	209,235	26.9	192,536	△8.0

（注1）「JTB」、「HIS」、「阪急交通社」は、それぞれ（株）JTB、（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-CT」はKNT-CTホールディングス（株）の連結業績を記載。
（注3）「日本旅行」は2021年から集計・表記を変更し、個別業績を記載。
（注4）「HIS」は2024年度10月期決算発表時に過年度の訂正も発表したが、ここでは2023年のみ訂正値に修正。
（注5）各社の決算期間は次のとおり。「JTB」、「KNT-CT」、「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
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

2 旅行業界をめぐる動き

訪日旅行事業、ウェブ事業、スポーツ関連、
サステナビリティへの取り組み進む
人手不足への対応策に乗り出す企業も

(1)業界を取り巻く環境と課題

2024年度はインバウンドを中心にコロナ禍前の水準へ向けて市場が活性化したことから、各社はさまざまな取り組みを広げた。スポーツ、宇宙、教育、ウェルビーイング、サステナビリティといったテーマへのアプローチのほか、令和6年能登半島地震に対する復興支援、2025年の大阪・関西万博関連の動きが目立った。

同業他社や異業種、自治体との連携による事業領域拡大、非旅行収益拡大の動きも引き続き活発だった。観光地において深刻化している人材不足への対応に乗り出した企業もある。デジタル技術の活用、DXの推進は引き続き課題となっている。

(2)組織再編や提携、新規参入等の動向

●組織再編・提携の動向

日本旅行は、観光業界の人手不足という課題解決に着手し、2025年1月、「Web事業部」の新設と同時に「グローバル人財活用推進チーム」を設置した。同社は2024年9月、キルギスの大学とパートナーシップ協定を、2025年2月にウズベキスタンの3大学、3月にベトナムの2大学と人材に関する協定を締結し、7月にはウズベキスタン移民庁とパートナーシップ協定を結んだ。旅行業で培ってきたネットワークとノウハウを活かし、日本企業によるアジア諸国からの採用支援等、質の高い人材確保に向けて、日本での就業機会の拡大や促進を図るとしている。日本旅行ではほかに、2024年10月、Zenkenと業務提携し、宿泊業界で働く特定技能人材の語学力向上に特化した日本語教育プログラム開発に取り組んでいる。

JTBも宿泊業界における人手不足に対し、2025年3月、インド企業とZenkenの3社による協定を結び、人材育成、採用支援に乗り出した。またJTBは、宿泊施設や観光地における料理人不足という課題に対し、2025年2月、リアルクオリティと連携して、料理人の派遣、メニュー開発等の事業を開始した。マッチングサービスを目指すとしている。

東武トップツアーズは、2025年1月、近未来対応の事業創造及び拡大市場に向けた組織改正として、「未来共創ラボ」、「地域創生・ソーシャルデザイン推進部」、「DX・Web3.0推進室」、「インバウンド事業推進部」を設置した。一方、宮城県、福島県等7府県において事業所（支店）の統合再編を実施し、営業力を結集し質を高めるとしている。

事業領域拡大を図る組織改編の一方、旅行事業への集中、強化に関する組織変更もいくつかあった。HISは、2024年11月、本業の旅行事業の利益最大化のため、社内カンパニーとして、個人、法人、海外、国内、訪日旅行を統括する組織「HIS Japan」を設置した。

阪急交通社は、教育旅行事業強化のため、2025年4月、法人団体営業本部に「教育旅行営業部」を新設した。教育旅行部門の一元化による営業体制の強化を目指すとのこと。

KNT-CTは、連結子会社のKNT（近畿日本ツーリスト）とBP（ブループラネット）間の会社分割（吸収分割）により、2025年7月、インバウンド事業の中核会社の組成とウェブ販売事業における訪日及び国内市場の一体運営を図る体制へ移行した。またクラブツーリズムは、2025年7月、介護事業を行う子会社のクラブツーリズム・ライフケアサービスのデイサービス事業（まごころ倶楽部）を介護事業を手掛ける揚工舎へ株式譲渡し、旅行事業への集中を図った。

日本旅行は、ビジネストラベル事業の展開強化のため、子会社のエムハートツーリストと社内の事業部を統合し、同社は2025年4月から日本旅行コーポレートソリューションズと社名を変更した。

2023年に第1種旅行業に参入したジャパネットグループは、2024年7月、宿泊予約サイトの「ゆこゆこ」の株式を取得してグループ化し、国内旅行事業にも本格参入した。ジャパネットツーリズムは、2025年3月、ヨーロッパ拠点の大手クルーズ会社MSCクルーズと5年間の業務提携契約を締結し、日本のクルーズ需要の拡大を目指す。

OTA（オンライン旅行取引事業者）のエアトリは、2025年5月、創業42年のかもめを子会社化し、海外ツアー事業を本格的に開始した。

●事業領域拡大の動き

○異業種との連携

観光地や宿泊施設における人材確保支援事業への取り組みに関しては組織再編の項にまとめた。ほかに、近年関心の集まるスポーツツーリズムに関連する動きが盛んになっている。

2024年12月、JTBは、2025年3月に行われた「MLB東京シリーズ by グッゲンハイム」の観戦券付きホスピタリティ・パッケージを販売した（1人55万円）。また2025年3月に米大リーグ・ドジャースとのパートナーシップ契約を締結。4月にはJリーグとサポーティングカンパニー契約を結び、アウェイツーリズム推進を発表した。

プロ等のスポーツクラブとの連携はほかにも、2024年9月、JR東海ツアーズとサッカーのJ1リーグ・清水エスパルスとのシーズンパートナー契約、2025年6月、東武トップツアーズによる、カーリングチームのロコ・ソラーレ、ロコ・ドラーゴとのスポンサー契約があった。JR東海ツアーズは、VIPラウンジ利用券等が付いた観戦ツアー等を販売し、地元ファンのアウェイゲーム遠征を促し、地域スポーツ振興を目指す。東武トップツアーズは、経営理念と合致することからの協賛として、チームのサポートを通じて、カーリング競技の振興・発展、北海道北見市及び地域社会の活性化に貢献するとしている。

2026年の冬季オリンピックについては、日本旅行、KNT-CT、東武トップツアーズ、JTBが、日本オリンピック委員会と公式旅行代理店契約を結んだ（2025年2～3月）。

宇宙事業に関しては、引き続き日本旅行の動きが目立った。2024年9月、アストロスケールと宇宙の環境問題に関する教育プログラムの提供を開始し、将来宇宙輸送システムとの業務提携を行い、2025年5月には、損保ジャパンと宇宙ビジネスに関わる協定を締結した。

ほかには、2024年12月、JTBが「空飛ぶクルマ」を開発するSkyDriveと連携協定を結んだ。期待される次世代モビリティとして、空を活用した効率的な観光地めぐり等の新しい観光体験の創出と地域への導入支援を目的としている。

健康、ヘルスケアに関しては、JTBによるQOL向上支援プログラム「ここより」の実証実験があった（2024年9月）。早稲田大学教授の監修により、旅をテーマにした対話を通じて心の活力を取り戻すプログラムで、2025年7月、JTBは同サービスの販売を開始している。

○自治体との連携

近年盛んに行われている自治体との連携では、阪急交通社の動きが活発で目立った。阪急交通社は2024年3月の秋田県との包括連携協定締結以降、11月に北海道上富良野町と災害時の連携・協力に関する協定を締結し、2025年には、1月に千葉県、北海道苫小牧市、神奈川県横須賀市、2月に宮崎県、北海道函館市、3月に兵庫県、5月に神奈川県茅ヶ崎市、6月に神奈川県横浜市といずれも災害時等の協力に関する協定を結んだ。福島県とはホープツーリズム、人材育成等も含む包括連携協定を締結している。

東武トップツアーズも災害時に関する協定の締結が多かった。2024年8月に東京都墨田区、11月に大阪府大阪狭山市、2025年1月に長野県辰野町と「災害発生時等における車両の調達及び運行並びに宿泊施設の確保に関する協定」を締結した。また、2025年4月、和歌山県と「災害時における被災者の住まいの確保に関する協定」を結んだ。

JTBは、2025年1月に、香川県小豆島町と総務省の地域活性化起業人制度を活用した人材派遣協定、2月に岩手県と包括連携協定、3月に愛媛県松山市と交流人口・関係人口の拡大や観光振興を目的とする協定、5月に栃木県那須塩原市と「魅力ある酪農のまちづくり」に向けた連携協定を締結した。

HISは、2024年7月、地方創生事業のプロデュースを行うさとゆめと資本業務提携し、同社と自治体の3者による連携協定を進めた。2025年3月に徳島県と包括連携協定を締結したほか、4月に山梨県小菅村、6月に長野県茅野市、7月に東京都青梅市、山形県河北町、鳥取県大山町と「新しい目的地づくり」に関する協定を結んだ。またHISは、2024年8月、静岡県熱海市とインバウンド観光推進に関する協定を締結したほか、地域活性化起業人制度を活用して、2024年9月に三重県熊野市、2025年5月に大阪府茨木市と宮崎県椎葉村と、それぞれに社員を派遣する協定を締結した。

日本旅行は、JR西日本グループ等と、2024年9月に福井県と訪日旅行者誘客促進等に関する連携協定を締結。10月、長野県茅野市と包括連携協定、三重県いなべ市と「野遊び」活用等で包括連携協定を締結した。11月には静岡県湖西市と、12月には石川県中能登町と関係人口創出等を目的とする包括連携協定を結んだ。

●倒産・撤退・廃業の動向

帝国データバンクによると、2024年（1～12月）の旅行業者倒産件数（負債1,000万円以上）は24件（前年比1件増加）で、負債総額は15億7,300万円（前年比16.9％減）であった。

●サステナビリティに関する動向

企業活動の姿勢として、またサステナブルな観光への取り組みとして、サステナビリティにまつわる話題は広がりを見せ、各社は引き続き認証の取得や関連プロジェクトを進めた。

日本旅行は2024年1月、東武トップツアーズは2024年9月、持続可能な旅行と観光のためのグローバルスタンダードを制定・管理するグローバル・サステナブル・ツーリズム協議会（GSTC）に加盟した。

JTBは、2024年6月、国連のグローバル・コンパクト（UNGC）が掲げる「人権・労働・環境・腐敗防止」についての10原則を

支持し、賛同の署名を行って参加企業として登録された。また11月には、GSTCが認定する第三者国際認証機関のひとつ、Bureau Veritasから、国内ツアーにおけるGSTCツアーオペレーター認証を取得した。2025年3月には、JTBグループで訪日旅行を扱うJTBグローバルマーケティング＆トラベルもGSTCツアーオペレーター認証を取得した。

具体的なプロジェクトとしては、日本旅行が、2024年8月、日本とタイの両国におけるサステナブルツーリズム推進プロジェクトを開始した。タイ各地にて「日本旅行マングローブの森」や「日本旅行の水田」を開設し、製糖企業のミトポンよりカーボンクレジット購入等を推進する。また、日産自動車とともに発起人となり、全14社による「GREEN JOURNEY推進委員会」を発足させた。環境に配慮した熊本・阿蘇、三重・伊勢志摩のツアーを販売するほか、中学校・高校生向けに教育旅行として新事業「GREEN JOURNEY for SCHOOL」を開始した。

2024年9月の「ツーリズムEXPOジャパン2024」では、JTB、楽天トラベル、Booking.comの3社が共同でサステナブルな旅行の啓発活動を行った。3社はすでにGSTCに加盟していた縁で協働を企画し、「サステナブルな旅行のヒント（いつもの旅にちょっとしたこころがけを）」と題したクリアファイルを制作して会場で配布した。

●職場の環境や制度に関する動向

人手不足問題に対し、働く環境や制度の見直しも進んでいる。

JTBは2025年2月、退職者との新たな関係性を構築する「JTBアルムナイネットワーク」の運用を開始した。アルムナイとは卒業生、同窓生を意味し、ここではJTB退職者を指す。退職者による登録ページを立ち上げ、情報提供と交流機会の提供を行うとのこと。また、JTBでは、2025年3月、社員が安全で安心して働ける職場環境を確保するため、「カスタマーハラスメントに対する基本方針」を策定した。厚生労働省による「カスハラ」の定義と企業への対策の義務付け、東京都による防止条例の制定等の動きに沿うものである。

HISは、多様な働き方の推進を目的に、2025年5月、積立有給休暇制度等の新しい制度を導入した。失効した休暇を積み立てておき、後日まとめて利用することができる。また、時間単位で有休をとることができる制度、コロナ禍で中断していた永年勤続特別休暇制度の再導入も合わせて行われた。

●不正事案

2024年度も、コロナ禍以降続く不正事案があった。

HISは、2024年11月、同社連結子会社による雇用調整助成金の不正受給について発表し、10月期の決算発表を延期した。その後の調査の結果、不適切な受給がグループ数社で確認され、62億円を自主返還した。

旅工房でも、コロナ禍の雇用調整助成金に関し不正取引の疑義が判明し、2025年6月、外部専門家を中心とした特別調査委員会が設置された。

⑶流通・チャネルをめぐる動向

各社はOTAへの対抗としてウェブ販売事業の強化と多様なメディア活用の動きを継続した。2024年10月、東武トップツアーズは、LINKTIVITYのプラットフォームを活用し、東京・浅草や栃木・日光等のインバウンド向け観光商品の販売サイトを開設した。先述したKNT-CTの組織改編やクラブツーリズムによるウェブサイトの多言語化（2024年9月）等、ウェブ事業として訪日旅行と国内旅行事業を一体化してとらえる動きもでてきた。

KNT-CTはBS朝日のテレビ番組「サウナを愛でたい」とのコラボレーションツアーを企画。クラブツーリズムはテレビ東京で新番組「教えて！ツアーの達人」の放送を開始（2025年1月）し、テレビでの発信にも力を入れている。JTBのInstagramでの公式アカウント開設（2024年6月）、JTBパブリッシングのLINE公式アカウント「るるぶ＋AIチャット」の本格始動（2025年2月）等、SNSも積極的に活用されている。

店舗における旅行商品販売は縮小する傾向にあるが、2025年の大阪・関西万博を契機に活性化が期待される大阪府では、店舗開業や旅行業を越えた新たな拠点づくりが見られた。

KNTは、2025年1月、大阪・梅田に新店舗「LINKS UMEDA店」を開業した。来店予約制で幅広い世代の客層の相談に応える。

HISは、2025年5月、イノゲート大阪（大阪・梅田）に関西地区最大の海外旅行専門店を開業した。ヨーロッパ、中近東、アフリカの専門店として、社内資格シニアコンサルタントに任命されたスタッフが接客・販売する。

JTBコミュニケーションデザインは、2024年9月、大阪・堂島浜に観光展望施設「WowUs（ワオアス）」を開業し、観光交流拠点として大阪の観光の情報発信を行っている。またJTBは、2025年4月、NTTグループ2社と大阪・道頓堀にインバウンド向けXR体験施設を開設した。XRとは、VR（仮想現実）、AR（拡張現実）、MR（複合現実）といった先端技術の総称で、道頓堀エリアで新たな観光コンテンツを提供するもの。JTBでは、店内にスマートフォンで予約・決済できる荷物預かりサービス「ecbo cloak」を設置するというユニークな店舗活用もあった（国内12店舗、2025年3月）。

⑷業界団体の動向

一般社団法人日本旅行業協会（JATA）は、引き続き旅行需要の活性化と業界の課題解決に取り組んだ。

2024年7月、3回目となる「インバウンド旅行客受入拡大に向けた意識調査」を実施し、国内観光関連事業者や自治体の課題把握を行い、その結果を12月に発表した。

海外旅行需要促進の施策としては、2024年7月に韓国観光公社と共同で企画商品・団体旅行の販売コンテスト、8月からヨーロッパ観光委員会とジョイントプロモーション、11月にハワイ州観光局等と共同のハワイ団体販売セールスコンテスト、2025年3月にオーストラリア政府観光局等と共同で、サンゴ保全体験のSDGsプログラム（日本発着ツアーを対象とするもの）が行われた。

国内旅行に関しては、2024年度1年間を通じ、需要の平準化による総需要拡大、混雑緩和、旅の満足度向上を目指す「平日に泊まろう！」キャンペーンを実施した。平日の宿泊を伴う旅

行商品購入者に抽選で次回使用できる割引クーポンが当たるもので、2025年度も継続して実施される。

また、旅行業界においてもかねてから課題となっていたカスタマーハラスメントに関して、2025年3月、会員への実態調査を実施・公開し、「カスタマーハラスメントに対する基本方針」を策定し、会員企業へ発信した。

3 旅行商品をめぐる動き

能登半島復興支援商品の多様な展開
KNT-CT創業70周年、日本旅行創業120周年

各社のニュースリリース等から、2024年度に販売された旅行商品について特徴的なものをまとめると次のとおりである。訪日外国人向け旅行商品についてはⅡ-3（90ページ）を参照。

●令和6年能登半島地震からの復興支援商品

日本旅行は、2024年3月、収益の一部（1人500円）を和倉温泉観光協会と石川県輪島市、公益社団法人新潟県観光協会へ寄付する「旅して応援 北陸・新潟」を発売した。10月には、JR西日本と共同で「特急『能登かがり火』で行く 旅して応援 今行ける能登」を発売した。被災した旅館の見学や昼食、休館中の「和倉温泉お祭り会館」にて映像による疑似体験等、「今楽しめる能登」をめぐる。災害義援金寄付付き。

阪急交通社は、2024年7月、「今、行ける能登ツアー 奥能登自然と美食を楽しむ復興応援モニターツアー」を発売した。東京から空港を利用するコースと北陸新幹線を利用する2コースで、代金の一部を石川県へ災害義援金として寄付するもの。

クラブツーリズムは、2024年7月、「がんばろう能登半島 復興応援ツアー」を発売した。内容は、のと鉄道の一部貸切、語り部ガイド、被災した旅館の見学等。また2025年4月、Gakkenと連携し、夏休みの親子向けに「能登で震災を学ぶ旅」も販売。自由研究の冊子「震災学習プログラム」を作成し、災害からの教訓と「今行ける能登」を知ってもらうことを目的としている。

JR東日本びゅうツーリズム＆セールスは2024年11月、観光庁の支援事業を活用して、石川県中能登町で防災を学び、発酵文化を体験するモニターツアーを実施し、事前のイベントやツアー当日のレポートをウェブサイトで公開した。

読売旅行は、2025年1月、のと鉄道と生産者支援のため、子会社の旅行読売出版社のウェブアプリ「鉄印帳デジタル」上で応援デジタル鉄印と農畜産物のセット商品の発売を発表した。

ANA Xは、2025年4月、「関空から行く！ 能登復興ボランティアツアー2日間」を実施。同社としては初めての災害ボランティアツアーで、社員提案制度で発案されたもの。初日は石川県輪島市の農家の畑の堆積泥の掻き出し、2日目は伝統工芸体験やワイナリー訪問等の能登観光が行われた。

●ユニバーサルツーリズム関連の商品

KNTは、2025年6月にハワイで車いす利用者や医療的ケア者（児）とその家族を対象にしたイベント「ドリームフェスティバルインハワイ2025」を開催し、誰もが海水浴を楽しめる「バリアフリービーチプロジェクト」を実施。1月に日本発着ツアーを販売した。また、5月には、一般財団法人健やか親子支援協会とともに難病の子どもを支援する「万博おでかけプロジェクト」を立ち上げた。

東京トラベルパートナーズは、三菱UFJグループ等と、大阪・関西万博の会期中、会場内で高齢者や障がい者のサポートを実施。動画配信サービスによるパビリオンツアーを実施し、直接現地を訪れることができない方向けのコンテンツを提供する（2025年4～10月）。

●周年事業の旅行商品

2025年、KNT-CTは創業70周年を迎えることから、2025年3月に記念サイトを開設し、さまざまな情報発信や特別企画を展開している。7つの特典が付いた特別プランや70歳の古希を祝うプラン、70キログラムのカーボンオフセット付き大阪・関西万博プラン等である。

日本旅行は、2025年に創業120周年を迎えることから、新たに「日本旅行120周年ロゴ」の制作と「赤い風船特別プラン」のほか、2030年代に誰もが宇宙旅行ができる事業を目指して「We are going to the Moon!」プロジェクトを展開している。

●各種アワードと受賞商品

2024年7月、JATAは、第30回「ツアーグランプリ」受賞商品を発表した。国土交通大臣賞は、雨風太陽の「ポケマルおやこ地方留学」、観光庁長官賞は、JTBの「日韓ミライ♡プロジェクト ソウル4日間」、JR東日本びゅうツーリズム＆セールスの「ケージレス列車『わんだフルTRAIN』～愛犬と伊豆高原満喫の旅～」、JTBグローバルマーケティング＆トラベルの「持続可能な観光実現に向けた北陸レインボールート構築による新たな訪日人流創出」が受賞した。2025年7月発表の第31回では、国土交通大臣賞に、風の旅行社の「未経験者から上級者までみんなで草原集合！！ほしのいえセレクト乗馬6日間」（モンゴル）、観光庁長官賞に、クラブツーリズムの「『船岡温泉』貸し切り見学！タイルマニアと行く華麗なるタイルの世界in京都・神戸2日間」、ワールド航空サービスの「ヒマラヤの禁断の王国・ムスタンへの旅」、農協観光の「日出ずる国、日本の農業と文化に触れる旅」が選出された。

JATAが業界全体の取り組みを後押しするとして創設した「SDGsアワード」は、2024年6月の第2回に続き、2025年6月、第3回の結果発表があった。大賞は、KNTの「『温泉を楽しみたい』をあきらめない！オストメイトのための温泉日帰りツアー～障害者差別解消法の改正施行をきっかけに、誰もが旅を楽しめる社会の実現を目指して～」が受賞した。

鉄旅オブザイヤー実行委員会が主催する第14回「鉄旅OF THE YEAR」（2025年4月）の旅行会社部門では、読売旅行の「ひたちなか海浜鉄道キハ205『最初で最後』の夜行列車2日間」がグランプリを獲得した。

4 旅行の計画と旅行会社の利用

「SNSやブログの活用」は18～29歳が引き続き突出
予約方法は「旅行会社の店舗」が6位に

「**JTBF旅行意識調査**」(6ページ参照)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とおりである。

(1)旅行計画時の情報収集源

「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・海外別に尋ねると、国内旅行では、「インターネットの検索エンジン」が69.7%と最も高く、前年調査の71.2%からはやや減少した。次に多かったのは「宿泊施設のホームページ」で54.9%（前年54.8%）であった。3位は、前年から3位に浮上した「家族や友人・知人に尋ねる」の36.8%であった(同36.9%)。海外旅行の場合でも「インターネットの検索エンジン」43.8%（同43.6%）が1位であったが、2位は「旅行ガイドブック」32.2%（同32.8%)、3位は「旅行会社のパンフレット」30.3%（同32.1%）であった。18～29歳の国内旅行では、「インターネットの検索エンジン」に次いで「SNSやブログ」が2位で、66.0%と突出している(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を予約する際によく使う方法」については、国内旅行では、「ネット専門の旅行予約サイト」が57.3%で最も高く(前年55.6%)、「宿泊施設のホームページ」36.3%（同32.0%)、「旅行会社のホームページ」29.6%（同27.7%）がこれに続き、この順位は数年変わっていない。昨年まで5位であった「旅行会社の店舗」がさらにひとつ順位を落とし、「交通機関のホームページ」が17.0%（同13.9%）でこれに代わった。一方、海外旅行では、「旅行会社の店舗」が23.7%(同26.0%)で、引き続き最も多い(図Ⅲ-1-2)。

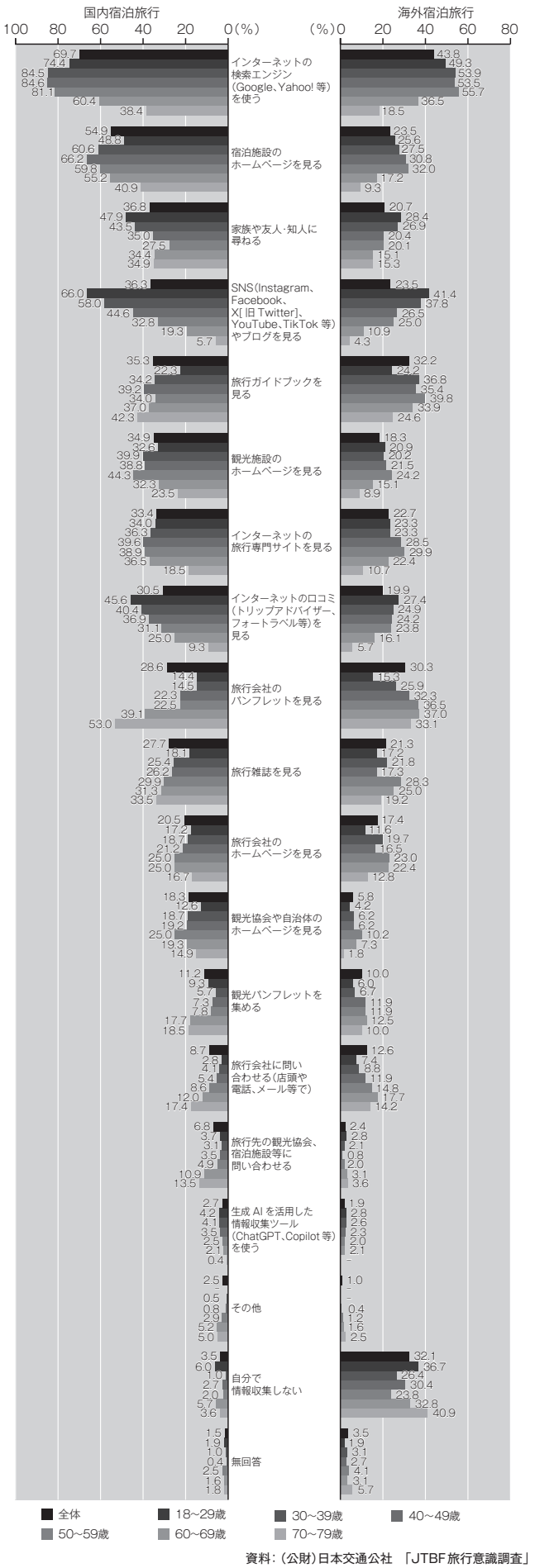
(3)パッケージツアー商品の利用

「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」については、国内旅行では、「団体型のパッケージツアーをよく利用する」が12.0%、「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22.4%で、「パッケージツアーは利用しない」が65.7%と多かった。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28.4%、「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24.2%、「パッケージツアーは利用しない」が47.3%であった。年代別に見ると、年齢が上がるにつれて団体型パッケージ商品の利用率が上がっている(図Ⅲ-1-3)。なお、本集計では無回答者を除いている。

2021年の調査からの推移では、国内旅行では「団体型のパッケージツアーをよく利用する」が減少傾向にあり、海外旅行でもややその傾向が見られる(図Ⅲ-1-4)。

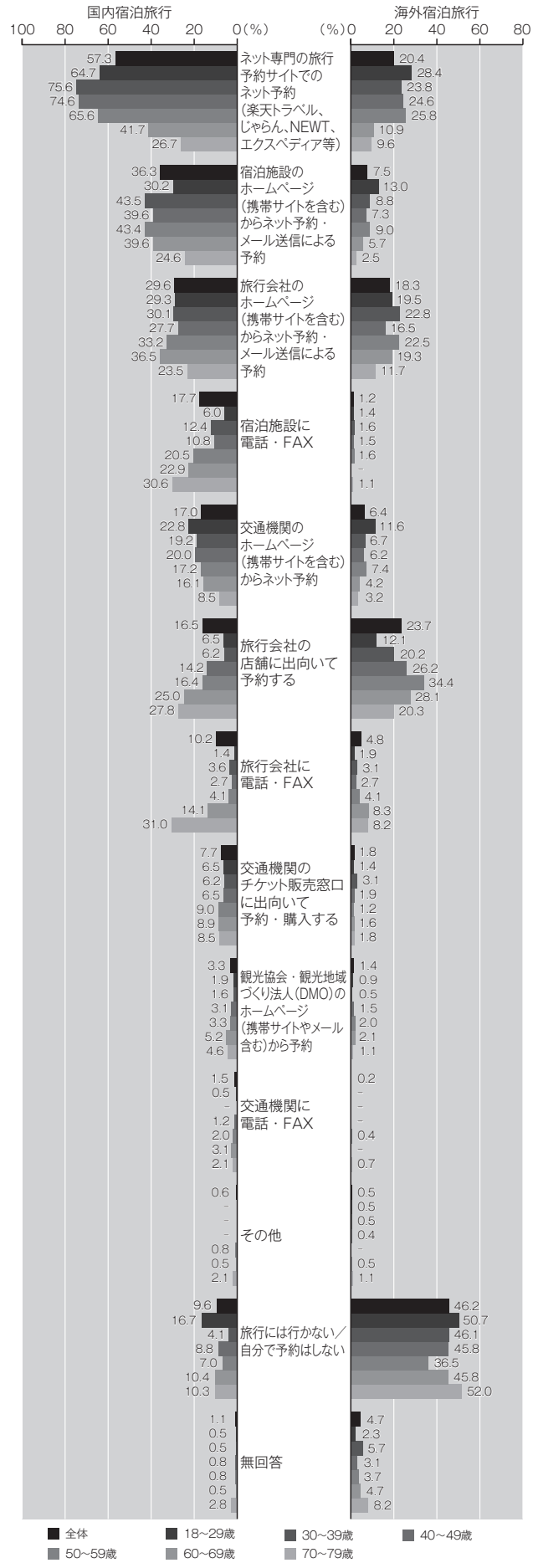
(亜細亜大学　久保田美穂子)

図Ⅲ-1-1　旅行計画時の情報収集源(複数回答)(年代別)



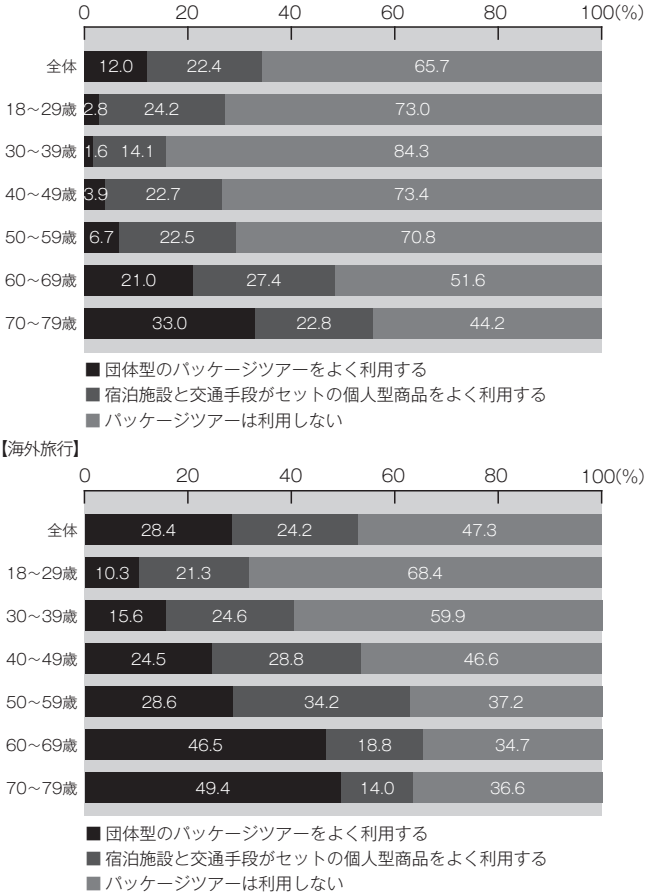
資料：(公財)日本交通公社　「JTBF旅行意識調査」

図Ⅲ-1-2　旅行の予約によく使う方法(複数回答)(年代別)

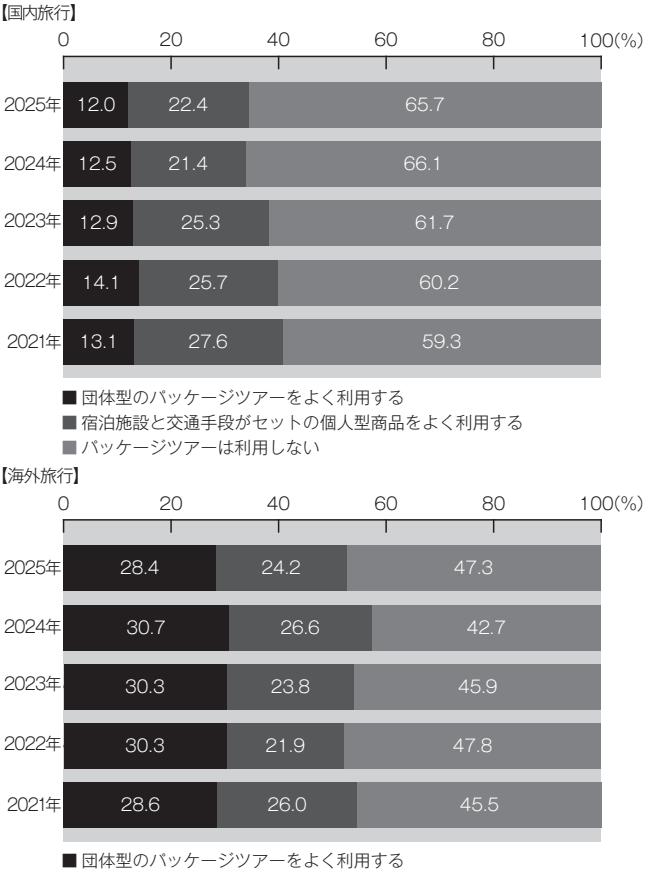


資料：(公財)日本交通公社　「JTBF旅行意識調査」

図Ⅲ-1-3　パッケージツアー商品の利用意識(年代別)



図Ⅲ-1-4　パッケージツアー商品の利用意識の推移



資料：いずれも(公財)日本交通公社　「JTBF旅行意識調査」

Ⅲ-2 運輸業

1 輸送量と交通事業の動向

コロナ禍以降、回復傾向が続く

(1)国内旅客輸送の動向

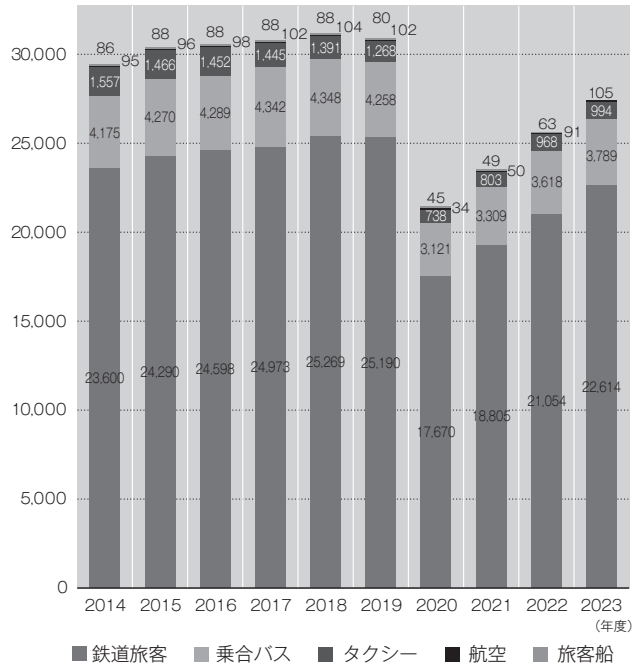
2023年度の国内の旅客輸送量（人ベース）は、コロナ禍からの回復傾向が続き、275.0億人だった（旅客船輸送量を除く、図Ⅲ-2-1）。前年度の旅客輸送量（旅客船を除く）と比べると、6.9%の増加となった。

各交通機関別に見ると、鉄道は226.1億人で対前年度7.4%増、乗合バスは37.9億人で同4.7%増、タクシーは9.9億人で同2.7%増、航空は1.1億人で同15.6%増といずれも増加となった。

2014年度を100とした場合の国内旅客輸送量（人ベース）の推移を見ると、コロナ禍で落ち込んだ輸送量はすべての交通機関で回復傾向を示している。特に航空は110となり、コロナ禍前を上回った（図Ⅲ-2-2）。

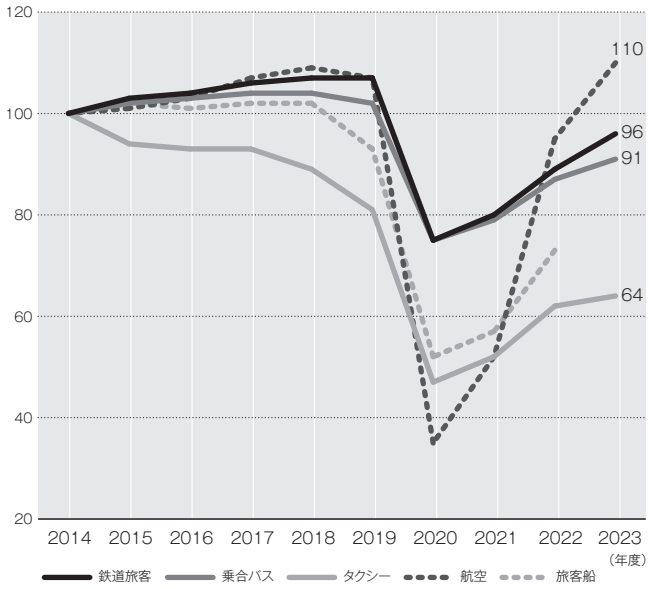
自家用車による国内旅客輸送量（人ベース）については、2023年度は584.4億人で対前年度0.5%減となり、増加となった前年度からわずかながら減少に転じた（図Ⅲ-2-3）。

図Ⅲ-2-1　国内旅客輸送量（人ベース）の推移



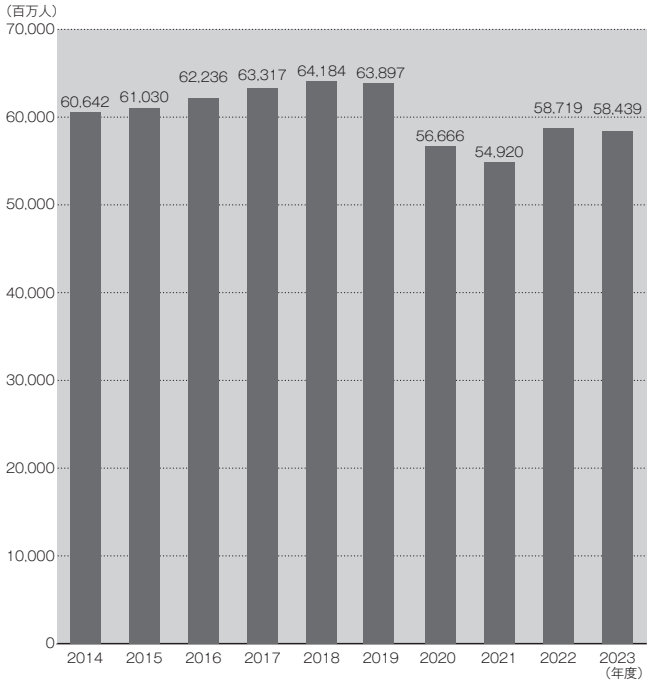
（注）2023年度は旅客船の輸送量を含まない。
資料：国土交通省「鉄道輸送統計調査」、「自動車輸送統計調査」、「航空輸送統計調査」、「数字で見る海事」をもとに（公財）日本交通公社作成

図Ⅲ-2-2　国内旅客輸送量（人ベース）の推移（2014年度を100とした場合の動き）



（注）2023年度は旅客船のデータなし。
資料：国土交通省「鉄道輸送統計調査」、「自動車輸送統計調査」、「航空輸送統計調査」、「数字で見る海事」をもとに（公財）日本交通公社作成

図Ⅲ-2-3　自家用車による国内旅客輸送量（人ベース）の推移



資料：国土交通省「自動車輸送統計調査」をもとに（公財）日本交通公社作成

※海事に関する最新データの発表が遅れているため、「1輸送量と交通事業の動向」の項目は2023年度の海事データを除いて集計しており、また「海上交通」の項目は割愛した。

2 鉄道交通

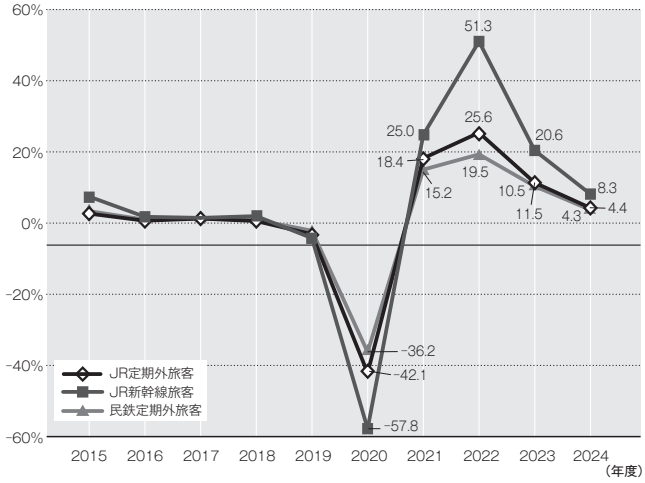
2024年度の鉄道旅客数は、JR線（定期外）、
JR新幹線旅客（定期・定期外）、
民鉄（定期外）のいずれも増加
鉄道事業者の事業収支も好調

(1)利用の動向

●年間旅客数（JR定期外、新幹線、民鉄定期外）

2024年度の鉄道旅客数は、JR定期外旅客が36億3,379万人（対前年度4.4%増）、JR新幹線旅客（定期・定期外合計）が3億8,593万人（同8.3%増）、JRを除く民鉄定期外旅客は68億5,293万人（同4.3%増）といずれも4年連続の増加となり、コロナ禍前の水準にまで回復した（図Ⅲ-2-4）。

図Ⅲ-2-4　鉄道旅客数の推移（対前年度）



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

2023年度のJR新幹線旅客数を路線別に見ると、すべての路線で2022年度を上回る結果となった。コロナ禍前の2019年度と比べると、2022年9月3日に西九州新幹線武雄温泉～長崎間が開業した九州線（15.0%増）及び2024年3月16日の北陸新幹線金沢～敦賀間の開業に注目が集まった北陸線（3.0%増）において増加となった（表Ⅲ-2-1）。

表Ⅲ-2-1　JR新幹線旅客数の推移（路線別）

（単位：千人）

	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2023年度／2022年度
北海道線	1,504	531	608	1,069	1,401	131.1%
東北線	89,435	37,860	45,878	66,168	81,547	123.2%
上越線	42,138	17,996	22,522	33,036	39,776	120.4%
東海道線	168,033	65,591	85,690	133,609	160,705	120.3%
北陸線	29,426	12,080	15,474	24,558	30,308	123.4%
山陽線	72,379	32,059	39,363	60,017	70,301	117.1%
九州線	13,994	7,072	7,977	12,384	16,089	129.9%

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)鉄道会社の動向

●JR及び大手民鉄の経営状況

2024年度のJR各社（単体）の決算純利益は、全社が黒字となった。JR貨物は4年度ぶりに黒字に転換した。2023年度と比べると、JR東日本、JR東海、JR西日本、JR貨物が増益となっている。コロナ禍前の2019年度と比較すると、JR東日本とJR四国を除きいずれも増加となった。コロナ禍からの順調な回復がうかがえる（表Ⅲ-2-2）。

大手民鉄16社（単体）の決算純利益は、2023年度に引き続き16社すべてが黒字となった。2023年度と比べると、半数以上の9社が増益となっている。コロナ禍前の2019年度と比較すると、東急、相鉄、阪急を除く13社が増益となった（表Ⅲ-2-3）。

表Ⅲ-2-2　JR各社の純利益推移（単体決算）

（単位：億円）

	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度	2024年度－2023年度
JR北海道	△7	△372	△9	△180	19	17	△2
JR東日本	1,590	△5,066	△991	524	1,467	1,526	59
JR東海	3,788	△2,023	△682	2,019	3,588	4,306	719
JR西日本	735	△2,173	△1,216	594	654	804	150
JR四国	5	△65	△47	△6	4	3	△1
JR九州	286	△111	89	254	329	311	△18
JR貨物	39	0	△27	△53	△48	53	101

資料：各社決算資料（単体決算）をもとに（公財）日本交通公社作成

表Ⅲ-2-3　民鉄大手16社の純利益推移（単体決算）

（単位：億円）

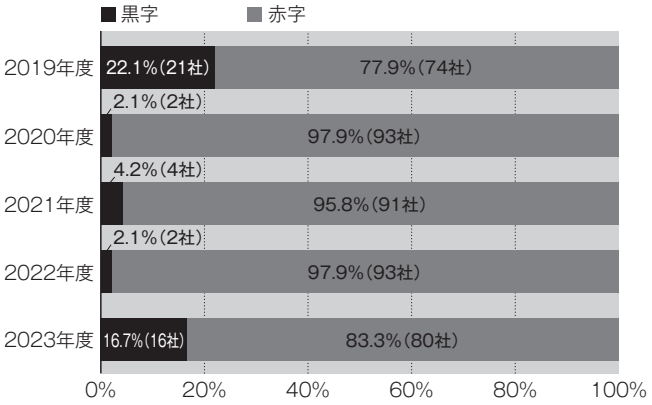
	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度	2024年度－2023年度
東武	271	△216	160	164	290	318	27
西武	42	11	350	76	241	153	△87
京成	148	△20	△15	26	677	694	17
京王	139	△21	△44	114	188	323	135
小田急	213	△197	136	281	708	416	△292
東急	279	△93	△27	40	179	163	△16
京急	113	△202	140	79	759	183	△577
東京メトロ	491	△516	△150	266	458	519	61
相鉄	37	△23	△13	△13	19	33	14
名鉄	182	△131	47	73	132	207	75
近鉄	126	△159	△4	55	172	172	△1
南海	136	△17	△2	80	173	176	3
京阪	53	△38	7	35	39	61	22
阪急	279	26	127	183	325	218	△107
阪神	94	14	22	91	131	132	1
西鉄	86	△76	43	124	283	201	△83
大手16社合計	2,687	△1,658	777	1,673	4,774	3,968	△807

資料：（一社）日本民営鉄道協会「大手民鉄16社2025年3月期 決算概況および鉄軌道事業旅客輸送実績」をもとに（公財）日本交通公社作成

●地域鉄道の経営状況

地域鉄道事業96社（新幹線、在来幹線、都市鉄道に該当する路線以外の鉄軌道路線の運営主体のうち、中小民鉄及び第三セクターを合わせた事業者）の2023年度の経常収支（鉄軌道事業）を見ると、黒字となったのは16社（16.7%）だった。新型コロナウイルス感染症拡大の影響を強く受けた2020年度から2022年度に黒字だったのは2～4社に過ぎなかったが、2023年度は回復傾向が見られた（図Ⅲ-2-5）。

図Ⅲ-2-5　地域鉄道の経常収支（鉄軌道事業）



資料：国土交通省鉄道局資料をもとに（公財）日本交通公社作成

●新路線・新駅開業や主な駅ビルの開業

Osaka Metro（大阪メトロ）は2025年1月19日、大阪・関西万博の開催に合わせ、中央線のコスモスクエア駅～夢洲駅間の延伸及び新駅「夢洲駅」を開業した。また、JR東日本は2025年3月15日に越後線新駅「上所駅」を、JR九州は同日に日豊本線新駅「仙厳園駅」をそれぞれ開業した。

駅ビル等では、2024年10月12日に西日本鉄道が天神大牟田線西鉄久留米駅ビル「レイリア久留米」をリニューアルオープンし、2025年3月21日にJR西日本が大阪駅（うめきたエリア）地上部に「うめきたグリーンプレイス」を、続く3月24日には同社が広島駅新駅ビル「minamoa」を新規開業した。

●「TAKANAWA GATEWAY CITY」がまちびらき

JR東日本は、「100年先の心豊かなくらしのための実験場」と位置づけている「TAKANAWA GATEWAY CITY」のまちびらきを2025年3月27日に行った。「THE LINKPILLAR 1」が開業するとともに、高輪ゲートウェイ駅が全面開業した。その他の棟や施設も今後順次整備され、グランドオープンは2026年春を予定している。

●名鉄名古屋駅の再整備計画

名古屋鉄道は2025年5月26日、「名古屋駅地区再開発計画」と合わせて実施する「名鉄名古屋駅再整備計画」の概要を決定した。1期工事では、再開発ビルの地下空間に新たに2線を敷設することで駅機能を移設・拡張し、2期工事では現在の鉄道施設を撤去して新たに2線を追加敷設し4線化とするとともに駅機能の拡充を行う。完成は2040年代前半を予定している。

3 航空交通

2024年度は国内線、国際線とも増加
福岡空港の第2滑走路が供用開始

(1)利用の動向

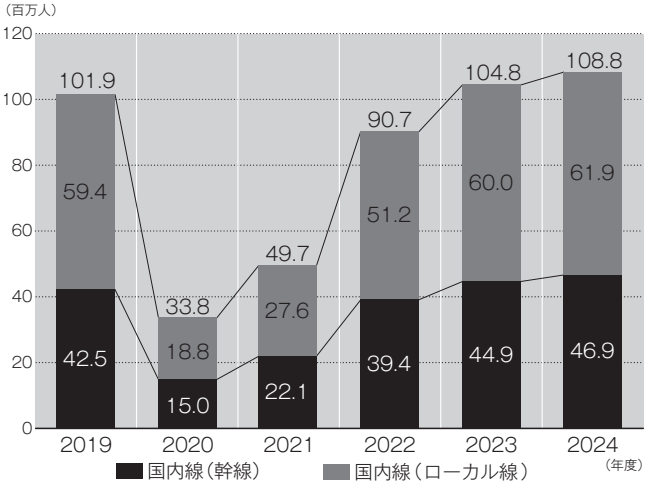
●国内航空旅客数の動向

2024年度の国内線の利用者数は、幹線が対前年度4.6%増の4,691万人、ローカル線が同3.2%増の6,186万人となった。コロナ禍から完全に回復したものと捉えられる（図Ⅲ-2-6）。

日本の格安航空会社（LCC）の旅客数（国内線）について、2023年は1,300万人で3年連続での増加となった。旅客数全体に占める割合（シェア）は、2023年が13.0%で、ここ数年の増加傾向から一転して減少となった（図Ⅲ-2-7）。

2024年度の空港別乗降客数（国内線）上位15空港を見ると、15空港合計は1億8,252万人で、対前年度3.5%増となった。2021年度以降3年度連続で増加しており、コロナ禍前の2019年度（1億8,066万人）を上回った。個別では、15空港のうち13空港が前年度の乗降客数を上回り、また7空港が2019年度の乗降客数を上回った（表Ⅲ-2-4）。

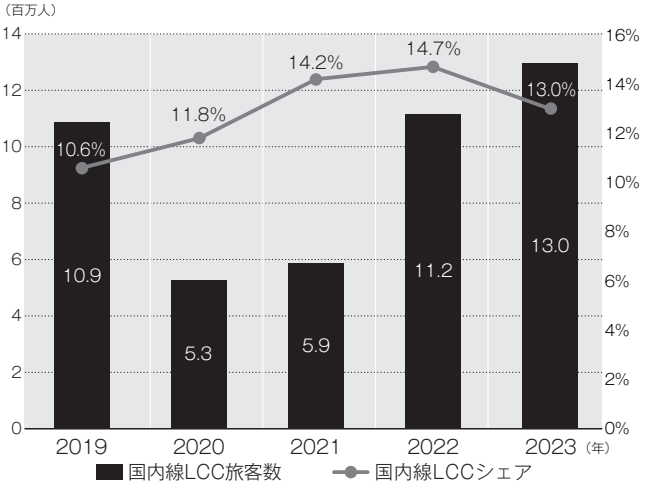
図Ⅲ-2-6　国内航空旅客輸送量（利用者数）の推移



※幹線：札幌（新千歳）、東京（羽田）、成田、大阪（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

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

図Ⅲ-2-7　日本のLCC旅客数（国内線）の推移



※日本のLCC：Peach Aviation（株）、ジェットスター・ジャパン（株）、スプリング・ジャパン（株）、ZIPAIR Tokyo

資料：国土交通省「交通政策白書」及び国土交通省航空局資料、「我が国のLCC旅客数の推移」をもとに（公財）日本交通公社作成

表Ⅲ-2-4　空港別乗降客数（国内線）の推移（上位15空港）

（単位：百万人）

順位	空港	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度	2024年度／2023年度
1	東京（羽田）	65.4	20.6	28.9	53.1	61.8	64.2	103.9%
2	札幌（新千歳）	19.5	6.4	9.2	16.9	20.0	21.0	105.0%
3	福岡	17.6	6.5	9.4	15.7	17.9	18.6	103.9%
4	那覇	17.5	6.6	8.0	15.8	17.5	18.5	105.7%
5	大阪（伊丹）	15.8	5.8	7.5	13.0	14.8	15.4	104.1%
6	成田	7.5	2.0	4.1	7.0	7.8	7.4	94.9%
7	関西	6.7	2.1	3.4	6.4	6.8	6.7	98.5%
8	中部	6.4	2.0	2.8	5.2	6.0	6.1	101.7%
9	鹿児島	5.4	1.8	2.7	4.7	5.5	5.5	100.0%
10	神戸	3.3	1.2	1.8	3.1	3.4	3.6	105.9%
11	仙台	3.3	1.2	1.7	2.8	3.2	3.3	103.1%
12	熊本	3.2	0.8	1.4	2.6	3.1	3.2	103.2%
13	宮崎	3.2	0.9	1.4	2.6	3.0	3.2	106.7%
14	長崎	3.1	0.9	1.3	2.6	2.9	3.0	103.4%
15	松山	2.9	0.8	1.1	2.2	2.7	2.8	103.7%
—	上記以外	38.7	12.5	17.5	32.0	37.6	38.8	103.2%
合計		219.3	72.2	102.1	185.6	214.0	221.3	103.4%

資料：国土交通省「管内空港の利用概況集計表」をもとに（公財）日本交通公社作成

●国際航空旅客輸送量の動向

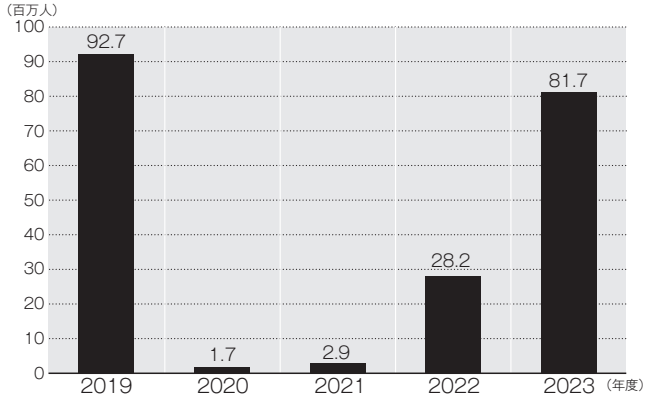
2023年度の日本を発着する国際航空旅客輸送量（本邦航空運送事業者と外国航空運送事業者の国際線旅客数の合計）は8,174万人で、前年度（2,818万人）を大幅に上回った。コロナ禍前の2019年度（9,270万人）には及ばないものの、順調な回復ぶりがうかがえる（図Ⅲ-2-8）。

2023年の日本のLCC旅客数（国際線）は2,374万人で、前年（345万人）を大幅に上回った。新型コロナウイルス感染症拡大の影響で2021年にほぼゼロとなったものの、その後は回復傾向が見られ、2019年（2,572万人）に近付く数値となった。旅客数全体に占める割合（シェア）は32.7%となり、2019年を上回った（図Ⅲ-2-9）。

2024年度の空港別乗降客数（国際線、通過客を含む）上位7空港を見ると、7空港合計は1億57万人で、対前年度26.7%増となった。2021年度以降3年度連続で増加しており、コロナ禍前の2019年度（8,898万人）を上回った。個別では、7空港すべてが前年度の乗降客数を上回り、また中部国際空港を除く6空港が2019年度の乗降客数を上回った（表Ⅲ-2-5）。

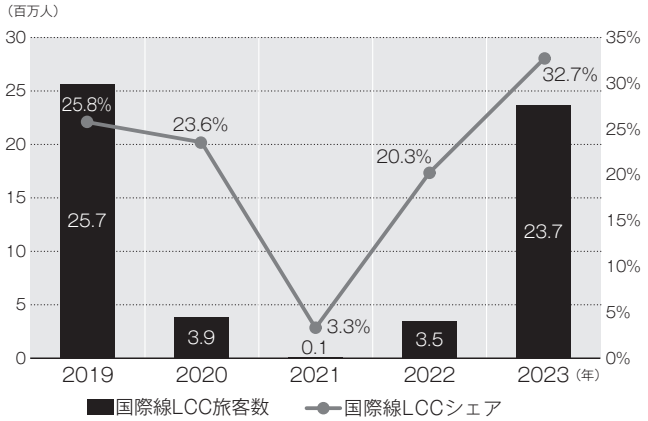
2024年の空港別入国外国人数の割合（シェア）を見ると、成田国際空港が29.6%、関西国際空港が25.7%、東京国際空港（羽田）が17.0%となった。前年に比べ、成田国際空港、東京国際空港（羽田）、福岡空港等の割合が低下する一方、7空港を除く「その他空港」の割合が高まっており、利用空港の分散化傾向が見られる。「その他空港」の割合は、コロナ禍前の2019年を上回っている（図Ⅲ-2-10）。

図Ⅲ-2-8　日本を発着する国際航空旅客輸送量の推移



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

図Ⅲ-2-9　日本のLCC旅客数（国際線）の推移



※日本のLCC：Peach Aviation（株）、ジェットスター・ジャパン（株）、スプリング・ジャパン（株）、ZIPAIR Tokyo

資料：国土交通省航空局作成資料「我が国のLCC旅客数の推移」をもとに（公財）日本交通公社作成

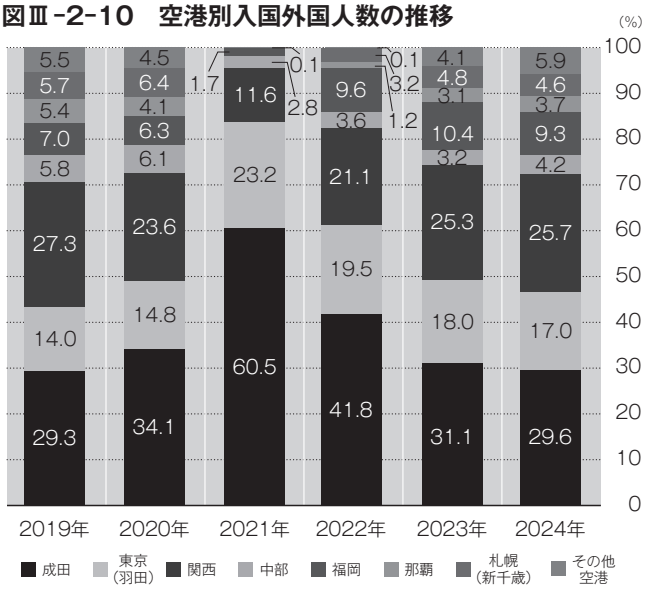
表Ⅲ-2-5　空港別乗降客数（国際線）の推移（上位7空港）

（単位：百万人）

順位	空港	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度	2024年度／2023年度
1	成田	32.1	1.0	1.7	11.7	26.0	32.2	123.8%
2	関西	22.0	0.2	0.3	5.1	19.0	25.0	131.6%
3	東京（羽田）	16.8	0.4	0.8	6.8	19.1	22.9	119.9%
4	福岡	5.5	0.0	0.0	2.3	7.1	8.5	119.7%
5	中部	6.2	0.0	0.1	0.8	3.2	4.9	153.1%
6	札幌（新千歳）	3.3	0.0	0.0	0.9	2.9	3.9	134.5%
7	那覇	3.1	0.0	0.0	0.4	2.1	3.2	152.4%
—	上記以外	3.7	0.0	0.0	0.1	2.4	4.3	179.2%
	合計	92.7	1.7	2.9	28.2	81.7	104.9	128.4%

資料：国土交通省「空港管理状況調書」をもとに（公財）日本交通公社作成

図Ⅲ-2-10　空港別入国外国人数の推移



資料：法務省「出入国管理統計」をもとに（公財）日本交通公社作成

(2)航空路線の動向

●国内路線の動向

2023年度の主な航空路線（幹線）の旅客数を路線別で見ると、東京（羽田）－札幌（新千歳）が915万人で最も多く、次いで東京（羽田）－福岡（858万人）、東京（羽田）－那覇（636万人）、東京（羽田）－大阪（伊丹）（489万人）となっている。19路線のうち18路線が前年度の旅客数を上回り、また11路線が2019年度の旅客数を上回った（表Ⅲ-2-6）。

2023年度の主な航空路線（ローカル線）の旅客数上位15路線を路線別で見ると、東京（羽田）－鹿児島が244万人で最も多く、次いで東京（羽田）－熊本（192万人）、東京（羽田）－広島（182万人）、東京（羽田）－長崎（161万人）となっている。全15路線が前年度の旅客数を上回り、また7路線が2019年度の旅客数を上回った（表Ⅲ-2-7）。

2024年4月から2025年3月に新規に開設した路線は、トキエアの新潟－仙台及び新潟－神戸、フジドリームエアラインズの札幌（新千歳）－新潟及び札幌（新千歳）－福岡の合計4路線である（表Ⅲ-2-8）。

●国際路線の動向

2024年冬期の国際線定期便（旅客便）の運航便数は5,178便／週で、前年同期に比べて20.1％の増加となった。便数は順調に回復しており、2019年冬期（5,219便／週）に迫った。特に外国企業の便数の伸びが大きく、全便数の8割弱を占めている（図Ⅲ-2-11）。

2024年冬期の国際線定期便（旅客便）の運航便数を方面別で見ると、韓国が1,291便／週で最も多く、次いで中国（1,062便／週）、東南アジア（884.5便／週）、台湾（606.5便／週）となっている（表Ⅲ-2-9）。方面別の割合では、韓国が24.9％、中国が20.5％、台湾が11.7％、香港が7.9％となっており、この4方面で全体の65％強を占めている（図Ⅲ-2-12）。

表Ⅲ-2-6　主な航空路線（幹線）の旅客数推移

（単位：千人）

路線	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2023年度／2022年度
東京（羽田）－札幌（新千歳）	8,810	2,921	4,166	7,627	9,153	120.0%
東京（羽田）－大阪（伊丹）	5,292	2,058	2,879	4,453	4,894	109.9%
東京（羽田）－関西	1,254	320	515	1,076	1,152	107.1%
東京（羽田）－福岡	8,365	3,009	4,541	7,521	8,584	114.1%
東京（羽田）－那覇	5,875	2,257	2,834	5,840	6,363	109.0%
成田－札幌（新千歳）	1,819	477	967	1,823	2,212	121.3%
成田－大阪（伊丹）	454	1	5	114	189	165.2%
成田－関西	644	251	549	800	812	101.5%
成田－福岡	1,229	435	904	1,398	1,598	114.3%
成田－那覇	1,100	468	614	704	738	104.8%
大阪（伊丹）－札幌（新千歳）	542	252	363	1,078	1,327	123.1%
大阪（伊丹）－福岡	1,115	463	535	549	547	99.7%
大阪（伊丹）－那覇	1,124	357	605	1,073	1,128	105.1%
関西－札幌（新千歳）	460	127	245	1,239	1,438	116.0%
関西－福岡	1,155	355	508	353	457	129.3%
関西－那覇	619	224	359	1,155	1,275	110.3%
福岡－札幌（新千歳）	1,852	735	941	658	774	117.7%
福岡－那覇	97	29	59	1,810	2,061	113.9%
札幌（新千歳）－那覇	662	246	432	108	119	110.4%
合計	42,466	14,984	22,021	39,377	44,821	113.8%

※幹線：札幌（新千歳）、東京（羽田）、成田、大阪（伊丹）、関西、福岡、那覇の各空港を相互に結ぶ路線

資料：国土交通省「特定本邦航空運送事業者に係る情報」をもとに（公財）日本交通公社作成

表Ⅲ-2-7　主な航空路線（ローカル線）の旅客数推移

（単位：千人）

路線	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2023年度／2022年度
東京（羽田）－鹿児島	2,338	660	1,085	2,068	2,442	118.1%
東京（羽田）－熊本	1,835	520	849	1,603	1,922	119.9%
東京（羽田）－広島	1,863	537	760	1,480	1,822	123.2%
東京（羽田）－長崎	1,620	435	720	1,345	1,613	119.9%
東京（羽田）－松山	1,465	372	580	1,222	1,508	123.4%
中部－札幌（新千歳）	1,522	482	681	1,298	1,402	108.0%
東京（羽田）－宮崎	1,354	358	571	1,131	1,389	122.8%
中部－那覇	1,204	427	598	1,205	1,251	103.8%
東京（羽田）－高松	1,238	323	570	1,015	1,187	117.0%
東京（羽田）－大分	1,183	356	569	1,013	1,175	116.0%
東京（羽田）－函館	1,023	356	514	931	1,066	114.6%
東京（羽田）－北九州	1,166	291	475	815	1,040	127.5%
東京（羽田）－旭川	901	274	490	830	955	115.1%
那覇－石垣	1,047	472	513	892	950	106.6%
東京（羽田）－徳島	976	233	362	761	949	124.6%
その他ローカル線を含めた合計	59,379	18,768	25,218	47,679	55,843	117.1%

（注）ローカル線については、2023年度輸送実績（旅客数）による国内定期路線の上位15路線を抽出。

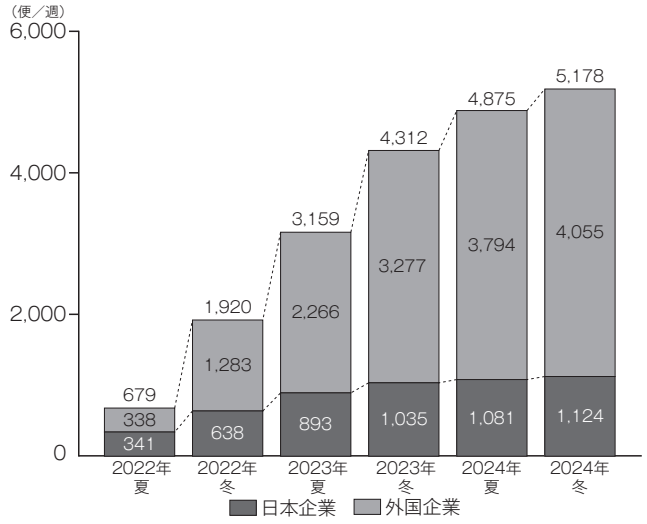
資料：国土交通省「特定本邦航空運送事業者に係る情報」をもとに（公財）日本交通公社作成

表Ⅲ-2-8　主な国内路線の開設

航空会社	開設日	路線
トキエア（TOK／BV）	2024年4月26日	新潟－仙台
トキエア（TOK／BV）	2025年3月30日	新潟－神戸
フジドリームエアラインズ（FDA）	2025年3月30日	札幌（新千歳）－新潟
フジドリームエアラインズ（FDA）	2025年3月30日	札幌（新千歳）－福岡

資料：各社のウェブサイト等をもとに（公財）日本交通公社作成

図Ⅲ-2-11　国際線定期便運航便数の推移（旅客便）



（注）当初認可時における1週目の運航便数。
資料：国土交通省「国際線定期便（旅客便・貨物便）国籍別動向」をもとに（公財）日本交通公社作成

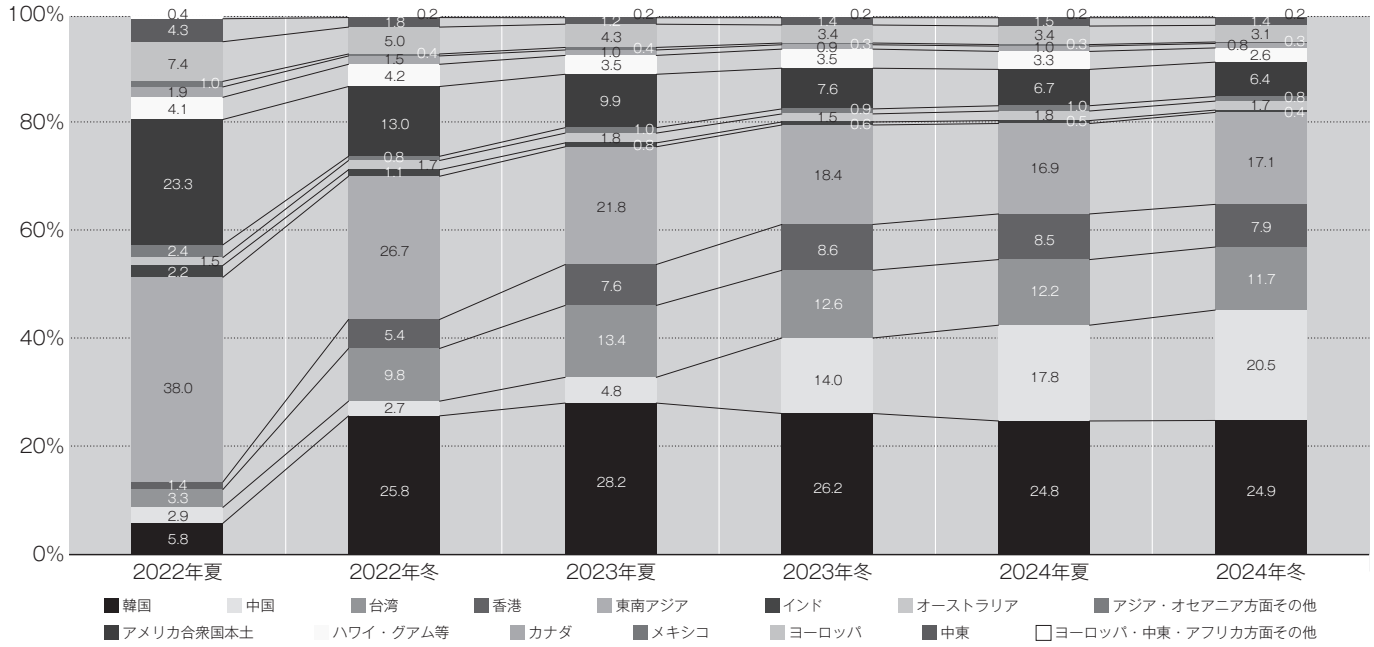
表Ⅲ-2-9　国際線（旅客便）国籍別動向

（単位：便／週）

方面	2022年夏	2022年冬	2023年夏	2023年冬	2024年夏	2024年冬
韓国	39.5	495.0	889.5	1,130.5	1,210.5	1,291.0
中国	20.0	52.5	151.0	604.5	867.5	1,062.0
台湾	22.5	188.0	422.0	543.0	594.0	606.5
香港	9.5	103.5	240.0	369.0	413.5	410.5
東南アジア	258.0	512.0	690.0	795.0	822.0	884.5
インド	15.0	22.0	24.0	24.0	24.0	23.0
オーストラリア	10.0	33.0	57.5	64.5	87.0	86.5
アジア・オセアニア方面その他	16.0	15.0	32.0	40.0	48.0	44.0
アメリカ合衆国本土	158.0	249.0	313.5	326.0	329.0	331.0
ハワイ・グアム等	28.0	81.0	111.0	153.0	163.0	136.5
カナダ	13.0	28.0	33.0	35.0	48.0	43.0
メキシコ	7.0	7.0	14.0	14.0	14.0	14.0
ヨーロッパ	50.0	96.0	136.5	144.5	167.5	160.5
中東	29.0	34.0	38.0	58.5	75.5	74.0
ヨーロッパ・中東・アフリカ方面その他	3.0	4.0	7.0	10.0	11.0	11.0
その他	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
合計	678.5	1,920.0	3,159.0	4,311.5	4,874.5	5,178.0

（注）当初認可時における1週目の運航便数。
資料：国土交通省「国際線定期便（旅客便・貨物便）国籍別動向」をもとに（公財）日本交通公社作成

図Ⅲ-2-12　国際線（旅客便）国籍別シェアの推移



（注）当初認可時における1週目の運航便数。

資料：国土交通省「国際線定期便（旅客便・貨物便）国籍別動向」をもとに（公財）日本交通公社作成

(3) 航空会社・空港運営会社等の動向

●航空会社の動向

本邦航空会社主要6社（日本航空、全日本空輸、スカイマーク、エア・ドゥ、ソラシドエア、スターフライヤー）の2024年度決算は、明暗が分かれることとなった。日本航空（連結）の当期利益は1,126億円の黒字（前年度は959億円の黒字）、全日本空輸（同）は1,530億円の黒字（同1,571億円の黒字）、スカイマーク（非連結）は21億円の黒字（同30億円の黒字）、エア・ドゥ（同）は24億円の黒字（同34億円の黒字）、ソラシドエア（同）は24億円の赤字（同16億円の黒字）、スターフライヤー（同）は19億円の黒字（同9億円の黒字）となり、ソラシドエアを除き黒字を確保した。ただ、国内線については旅客数がコロナ禍前と同水準となっているものの、収入面ではビジネス客等高単価の旅客が減少し、また費用面では円安や物価高の影響を受けて支出が大幅に増加しているため、経営への負荷が懸念されている。

●国内空港の動向

福岡空港では、空港機能の強化を目的とする大規模な施設整備事業が進められている。2024年12月3日には、国内線ターミナルビルと国際線ターミナルビルを結ぶ内際連絡バス専用道（国際線側）及びアクセスホールの供用が開始され、連絡バスの所要時間がこれまでの15分から5分に短縮された。また、2025年3月20日には全長2,500メートルの第2滑走路が供用開始となり、発着枠が年間12,000回増加されることとなった。さらに、2025年3月28日には国際線ターミナルビルがグランドオープンした。今後は、内際連絡バス専用道（国内線側）や国内線ターミナルビルを含む複合施設の整備が始まる予定となっている。

関西国際空港では、2025年3月27日に第1ターミナルがグランドオープンとなった。リノベーションにより国際線出発エリアが約6割拡大し、国際線保安検査場の処理能力が向上したほか、航空会社共用ラウンジも新設された。

このほか、東京国際空港（羽田）では2025年3月19日に第2ターミナル北側サテライトと本館を接続する連絡施設が供用開始、神戸空港では2025年4月18日に第2ターミナルが供用開始となり国際線が就航した（当面は国際チャーター便として運航）。

●航空会社間の協業が進展

ここ数年、航空会社同士が連携・協業するケースが多く見られる。主なものを挙げると、ソラシドエアとスターフライヤーは東急、JR九州、ニッポンレンタカーと共同で、オフピーク期の九州・沖縄エリアの地域活性化を目的とした「九州・沖縄 オフピーク旅促進プロジェクト」を2024年6月4日に始動した。天草エアライン、オリエンタルエアブリッジ、日本エアコミューター、全日本空輸、日本航空の5社は、これまでの取り組み（共同プロモーションやキャンペーン、コードシェア（共同運航））に加え、2025年1月7日から利用促進共同キャンペーンを開始した。フジドリームエアラインズとスカイマークは、旅客手荷物の連帯輸送契約を2024年7月に締結し、両社路線を乗り継ぐ場合に乗継地で荷物を預け直すことなく最終目的地で受け取ることができるようになった（当面は一部の旅行商品に適用、将来的にはすべての路線・利用者へ拡大予定）。アイベックスエアラインズ、ジェイエア、フジドリームエアラインズ、ANAウイングスの4社は、「リージョナル航空・地方空港振興協議会」の活動の一環として、初の合同PRイベントを2024年10月12日に大阪国際空港（伊丹）で開催した。

4 道路交通

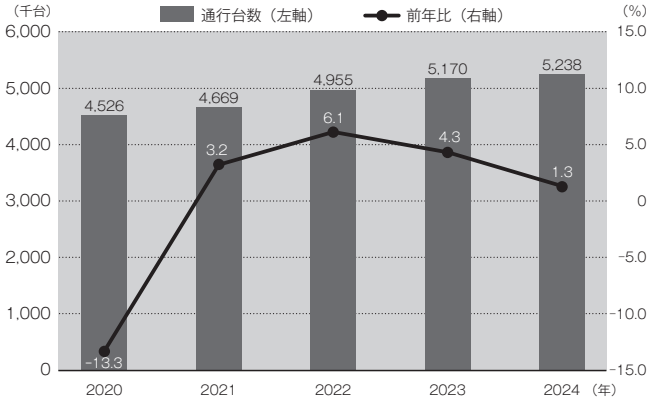
2024年度の高速道路利用は好調
バス・タクシー利用は回復途上

(1)利用の動向

●高速道路の利用

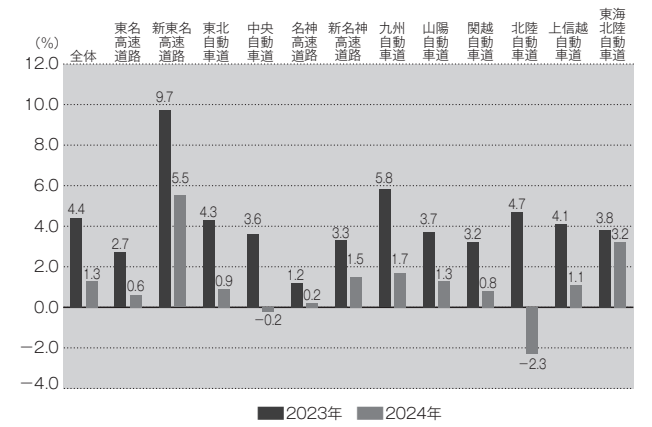
2024年の高速道路の日平均利用交通量は約524万台であり、前年と比べて1.3%増となった(図Ⅲ-2-13)。主な路線について前年と比べると、中央自動車道及び北陸自動車道を除き増加となった(図Ⅲ-2-14)。日平均利用交通量を月別で見ると、3月を除くいずれの月も前年を上回った(図Ⅲ-2-15)。

図Ⅲ-2-13　高速道路の日平均利用交通量の推移



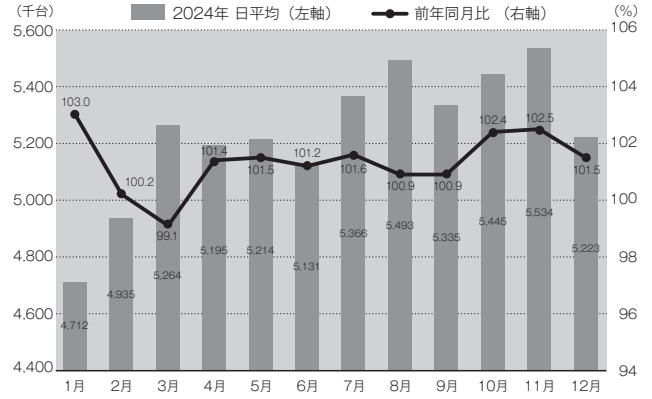
資料：(公財)高速道路調査会「高速道路と自動車 高速道路統計月報」をもとに(公財)日本交通公社作成

図Ⅲ-2-14　主要高速道路の日平均利用交通量の前年比



資料：(公財)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-2-15　2024年月別日平均利用交通量の推移と前年同月比

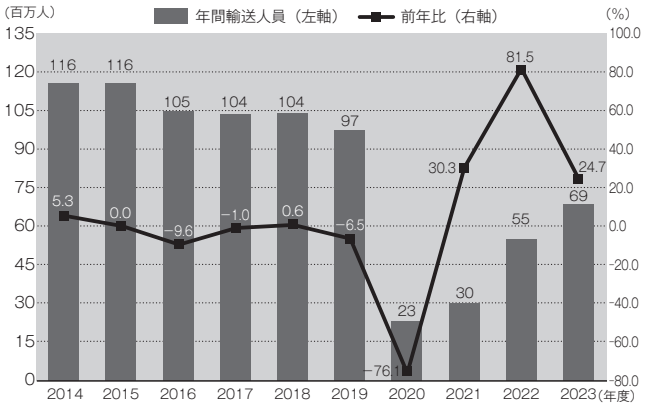


資料：(公財)高速道路調査会「高速道路と自動車 高速道路統計月報」をもとに(公財)日本交通公社作成

●高速バスの利用

2023年度の高速バス輸送人員は6,852万人で、対前年度24.7%増だった。コロナ禍からの順調な回復が見られるものの、コロナ禍前の水準には届いていない(図Ⅲ-2-16)。

図Ⅲ-2-16　高速バスの年間輸送人員の推移

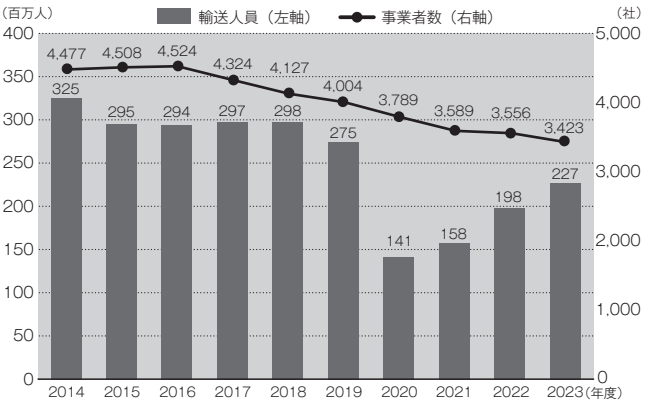


資料：(公社)日本バス協会「日本のバス事業」及び
国土交通省「自動車輸送統計年報」をもとに(公財)日本交通公社作成

●貸切バスの利用

2023年度の貸切バスの輸送人員は2億2,673万人で、対前年度14.7%増となった。コロナ禍からの順調な回復が見られるものの、コロナ禍前の水準には届いていない。また、事業者数は3,423事業者で、対前年度3.7%減と減少傾向に歯止めがかからない状態が続いている(図Ⅲ-2-17)。

図Ⅲ-2-17　貸切バスの事業者数及び輸送人員の推移

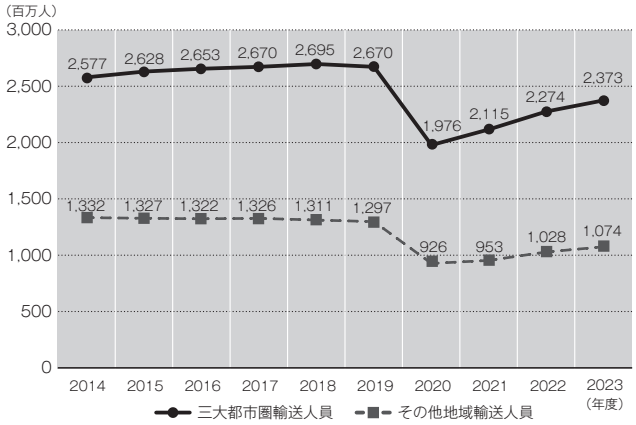


資料：(公社)日本バス協会「日本のバス事業」及び
国土交通省「令和7年版国土交通白書」をもとに(公財)日本交通公社作成

●一般路線バスの利用

2023年度の一般路線バスの輸送人員は、三大都市圏が23億7,300万人(対前年度4.4%増)、その他地域が10億7,400万人(同4.5%増)といずれも増加となった。コロナ禍前までは三大都市圏が微増、その他地域が横ばい傾向だったが、新型コロナウイルス感染症拡大の影響で双方とも大幅な落ち込みとなり、その後は三大都市圏・その他地域とも回復傾向を示している。ただ、いずれもコロナ禍前までには戻っていない(図Ⅲ-2-18)。

図Ⅲ-2-18　都市部・地方部別の一般路線バス輸送人員の推移

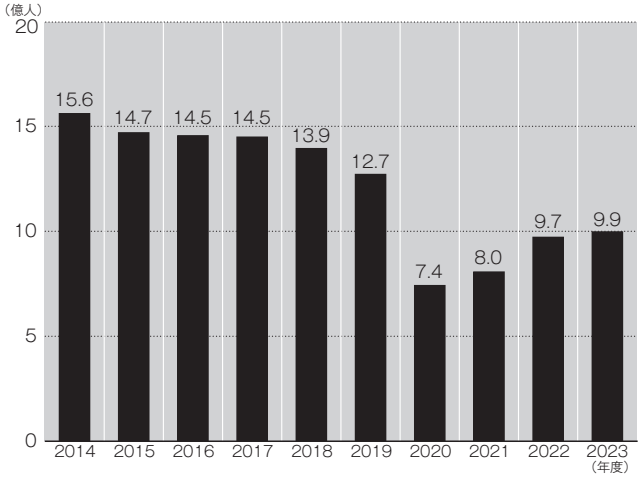


（注）乗合バスの保有車両数が30以上のバス事業者のデータ。
※三大都市圏とは、埼玉、千葉、東京、神奈川、愛知、三重、岐阜、大阪、京都、兵庫の集計値
資料：国土交通省「令和7年版交通政策白書」をもとに（公財）日本交通公社作成

●タクシーの利用

2023年度のタクシーの輸送人員は約9.9億人で、対前年度2.7%増となった。コロナ禍前は減少傾向が続いていたが、新型コロナウイルス感染症拡大の影響で大きく落ち込んだ後は3年連続での増加となった。ただ、コロナ禍前までには回復していない（図Ⅲ-2-19）。

図Ⅲ-2-19　タクシーの輸送人員の推移

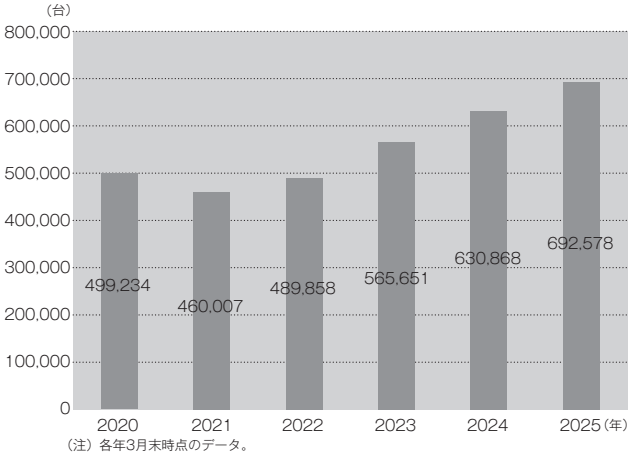


資料：国土交通省「自動車輸送統計年報」をもとに（公財）日本交通公社作成

●レンタカーの利用

2025年3月末時点のレンタカー車両数（乗用車）は約69万台で、対前年9.8%増となった。コロナ禍以降は順調な増加傾向が見られる（図Ⅲ-2-20）。

図Ⅲ-2-20　レンタカー車両数（軽自動車を含む乗用車）の推移



（注）各年3月末時点のデータ。
資料：（一社）全国レンタカー協会「統計資料」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

2025年7月時点における高規格幹線道路の供用延長は12,319キロメートルであり、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（約14,000キロメートル）に対する進捗率は88%となった。内訳は、高速自動車国道が10,325キロメートル（進捗率90%）、一般国道自動車専用道路が1,994キロメートル（同80%）であった（表Ⅲ-2-10）。

2024年4月から2025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を見ると、出雲IC～出雲湖陵IC及び出雲湖陵IC～出雲多伎ICの開通により、山陰自動車道は鳥取県～島根県大田市（石見福光IC）までつながった（表Ⅲ-2-11）。

表Ⅲ-2-10　高規格幹線道路の整備状況

区分		総延長	供用	進捗率
高規格幹線道路		約14,000km	12,319km	88%
	高速自動車国道	11,520km	10,325km	90%
	一般国道自動車専用道路（本四連絡道路を含む）	約2,480km	1,994km	80%

資料：全国高速道路建設協議会のウェブサイトをもとに（公財）日本交通公社作成

表Ⅲ-2-11　2024年4月～2025年3月に開通・拡張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（km）	開通・拡張
山陰	山陰自動車道	E9	出雲・湖陵道路	出雲IC～出雲湖陵IC	2025年3月2日	4.4	開通
山陰	山陰自動車道	E9	湖陵・多伎道路	出雲湖陵IC～出雲多伎IC	2025年3月2日	4.5	開通
東海	東海環状自動車道	C3		いなべIC～大安IC	2025年3月29日	6.5	開通
九州	東九州自動車道	E10		宇佐IC～院内IC（一部）	2025年3月7日	3.1	4車線化
関東	首都圏中央連絡自動車道	C4		幸手IC～五霞IC	2025年3月14日	4.2	4車線化
九州	西九州自動車道	E35	佐世保道路	佐々IC～佐世保中央IC	2025年3月23日	9.9	4車線化

※No.列：高速道路ナンバリング
資料：各高速道路会社のプレスリリース等をもとに（公財）日本交通公社作成

(3)道路交通関連施設の動向

●高速道路の休憩施設

2024年4月から2025年3月までに新規オープン・リニューアルした主な高速道路の休憩施設は、表Ⅲ-2-12に示すとおりである。

表Ⅲ-2-12　2024年4月～2025年3月にオープン・リニューアルした主な高速道路の休憩施設

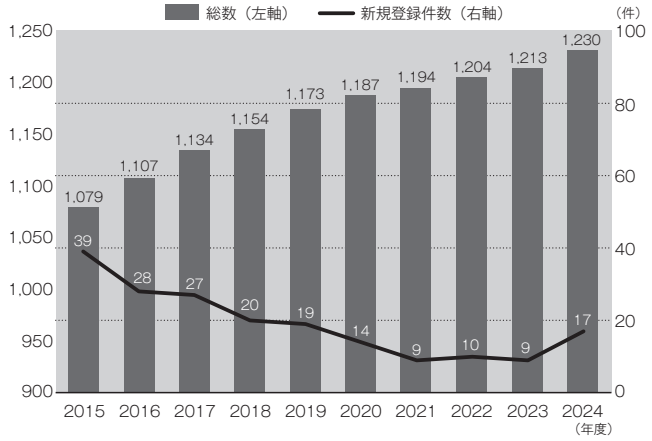
施設名称	道路	No.※	上下線の別	年月日	内容・特徴
北熊本SA	九州自動車道	E3	上り	2024年12月18日	熊本城をイメージした外観、熊本の魅力がつまった店内施設が特徴的。また、熊本をはじめ九州で生まれた創造的なモノやコトを紹介するプロジェクト「クリエイティブ Lab 北熊本」を展開。
北熊本SA	九州自動車道	E3	下り	2025年3月27日	阿蘇の大自然を表現した店舗内外観、売り場面積が広がったショッピングコーナー、郷土料理や地元食材が楽しめるフードコート等、短時間でも旬の熊本の魅力を感じられる施設に。

※No.列：高速道路ナンバリング
資料：各高速道路会社のプレスリリース等をもとに(公財)日本交通公社作成

●一般道路の休憩施設(道の駅)

道の駅は、2024年度中に17件が新たに登録され、登録総数は1,230件(第62回登録時点)となった。新規登録件数は、前年度(9件)に比べて増加した(図Ⅲ-2-21)。

図Ⅲ-2-21　道の駅登録総数・新規登録数の推移



資料：国土交通省道路局「道の駅」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等

○高速道路の休日割引の縮小

高速道路各社は、2023年10月に閣僚会議で決定した「オーバーツーリズムの未然防止・抑制に向けた対策パッケージ」を受け、観光需要の分散・平準化を目指し、地方部において利用料金が3割引となる休日割引の適用除外日を設定している。2024年度は、ゴールデンウィーク(4月27日～29日、5月3日～6日)、お盆(8月10日～12日、17日～18日)、シルバーウィーク(9月14日～16日、21日～23日)、年末年始(12月28日～29日、2025年1月1日～5日)が適用除外となった。2025年度は対象が拡大し、上記に加えて3連休すべてが適用除外となっている。

なお、2025年度は深夜割引の見直しも行われる予定である。

○自然災害への対応

2024年度も、自然災害が高速道路等に影響を及ぼした。2024年8月から9月にかけて訪れた台風5号、7号、10号では、予防的通行止めやインターチェンジの閉鎖等が各地で発生した。また、冬期の大雪による通行止めも、北海道や東北、甲信越地域を中心に行われた。そして、2024年8月8日に発生した日向灘の地震では、津波注意報に加え、「南海トラフ地震臨時情報(巨大地震注意)」が発表された。今後も、自然災害による道路交通への影響が想定されるため、万全な備えが求められる。

○渋滞予測におけるAI(人工知能)の活用

AIの活用は、高速道路でも見られる。中日本高速道路(NEXCO中日本)は、中央自動車道上り線の大月IC～八王子JCTにおいて、AIを用いた交通渋滞予測の精度向上に成功した。この予測結果は、ウェブサイト「中央道 渋滞減らし隊」及び芝浦工業大学開発のアプリ「スイスイ旅山梨版」で確認することができる。

(牧野博明)

Ⅲ-3 宿泊業

1 宿泊施設の供給動向と利用動向

旅館・ホテル軒数は微増に改善
宿泊者数はコロナ禍を超える水準に増加

(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。

2023年度の旅館・ホテルの軒数は51,038軒（前年度比1.4%増）、客室数は177万6,994室（同0.4%増）、簡易宿所の軒数は41,909軒（同5.3%増）であった。

旅館・ホテルの軒数は、2020年度以降3年連続で微減が続いたが、2023年度は微増に転じた。

旅館・ホテルの客室数は2018年以降5年間、増加が続いているが、2020年度以降、伸び率は鈍化が続いている。

旅館・ホテルの1軒当たり平均客室数は、2019年度以降、微増が続いていたが、2023年は減少した。

簡易宿所の軒数は、2019年度以降の伸びは微増であったが、2023年度は増加（5.3%増）に転じた。

10年前の2013年度と比較すると、旅館・ホテルの軒数は4.0%減、一方、客室数は13.7%増と、旅館・ホテルの大規模化が想定される。簡易宿所の軒数は64.0%増と、増加が顕著である。

(2)宿泊者数

2024年の延べ宿泊者数、実宿泊者数、一人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6億5,906万人泊、前年比6.7%増、実宿泊者数は4億6,131万人泊、同5.1%増と、共に増加した。コロナ禍前の2019年と比べると、それぞれ10.6%増、3.9%増であり、コロナ禍を超える水準となった。

延べ宿泊者数を実宿泊者数で割った一人1回当たり平均泊数は、2024年は1.43泊で、前年と比較して微増した。

宿泊施設の従業者数別に見ると、延べ宿泊者数・実宿泊者数ともに、2023年同様に施設規模の小さい「従業者数10～29人」が伸び率が最も高く、延べ宿泊者数前年比9.5%増、実宿泊者数同6.8%増となった。

宿泊施設のタイプ別に見ると、延べ宿泊者数は「ビジネスホテル」の伸び率が4.2%と最も高く、次いで「旅館」の2.5%となった。一方で、「会社・団体の宿泊所」は13.0%の減少となった。実宿泊者数の伸び率では「ビジネスホテル」が2.3%と最も高く、次いで「旅館」が1.8%であったが、それ以外は減少に転じた。

外国人宿泊者数は、延べ宿泊者数1億6,447万人泊、前年比39.7%増、実宿泊者数9,166万人泊、同40.9%増と、前年から大きな増加となった。2019年と比較すると、延べ宿泊者数は42.2%増、実宿泊者数は26.7%増と、コロナ禍前を大きく上回る結果となった。

(3)客室稼働率及び定員稼働率

2024年の客室稼働率及び定員稼働率は、表Ⅲ-3-2のとおりである。

年間の客室稼働率は59.6%（前年差13.0ポイント増）、定員稼働率は39.0%（同9.5ポイント増）と、いずれも増加した。

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「従業者数0～9人」が最も低かった（35.3%、19.8%）が、前年差ではそれぞれ7.9ポイント、4.6ポイント増加した。それ以外の施設は、いずれも客室稼働率は65%以上、定員稼働率も45%以上、前年差でも10ポイント以上増加の施設が多かった。

宿泊施設タイプ別に見ると、客室稼働率・定員稼働率とも「ビジネスホテル」が最も高かった（73.7%、59.6%）。また、「シティホテル」は前年差でそれぞれ20ポイント以上増加した。

表Ⅲ-3-1　旅館・ホテル・簡易宿所 軒数・客室数の推移

年度	旅館・ホテル計						簡易宿所	
	軒数（軒）		客室数（室）		1軒当たり平均客室数（室）		軒数（軒）	
		伸び率（%）		伸び率（%）		増減（室）		伸び率（%）
2013	53,172	△2.5	1,562,482	0.4	29.4	0.9	25,560	2.0
2019	51,004	3.0	1,707,078	3.7	33.5	0.2	37,308	5.2
2020	50,703	△0.6	1,739,124	1.9	34.3	0.8	37,847	1.4
2021	50,523	△0.4	1,757,557	1.1	34.8	0.5	38,593	2.0
2022	50,321	△0.4	1,770,752	0.8	35.2	0.4	39,811	3.2
2023	51,038	1.4	1,776,994	0.4	34.8	△0.4	41,909	5.3
2023／2013		△4.0		13.7				64.0

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

(4)宿泊料(宿泊単価)

旅館及びホテルの一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。2020年以降は旅館とホテルに分けての集計をやめたため、2020年の前年比は算出していない。

2023年の一人当たり宿泊料売上は、18,121円(前年比3.5%減)、小規模施設は23,324円(同0.3%減)、中規模施設は20,152円(同7.8%増)、大規模施設は15,736円(同11.2%減)と、中規模施設以外は宿泊料売上が前年より減少した。

2 四半期別の利用動向

ビジネスホテル、シティホテルが高稼働率
外国人宿泊者数比率は堅調に増加

(1)客室稼働率

2024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。

『1～3月期』は55.5%(前年同期差3.5ポイント増)、『4～6月期』は58.1%(同2.7ポイント増)、『7～9月期』は61.4%(同1.3ポイント増)、『10～12月期』は62.7%(同2.0ポイント増)、年間では59.6%(同2.6ポイント増)であった。各期とも前年同期を上回り、年末に向けて客室稼働率は向上している。2023年に新型コロナウイルス感染症の感染症法上の位置付けが5類に移行したこと、また世界的にも旅行需要の回復が加速したことで、日本人・訪日外国人の旅行者数が増加したことが、客室稼働率向上の要因と見られる。

表Ⅲ-3-2　従業者数別(観光目的割合別)、宿泊施設タイプ別の宿泊者数、平均泊数、稼働率(2024年)

		延べ宿泊者数(万人泊)		実宿泊者数(万人)		一人1回当たり平均泊数(泊)		客室稼働率(%)		定員稼働率(%)	
			前年比(%)		前年比(%)		対前年増減(泊)		前年差(ポイント)		前年差(ポイント)
総数		65,906	6.7	46,131	5.1	1.43	0.02	59.6	2.6	39.0	1.5
	観光目的50%以上	31,937	△2.0	22,819	△3.4	1.40	0.02	52.8	1.8	33.6	1.1
	観光目的50%未満	29,166	3.3	20,062	2.1	1.45	0.02	67.9	3.3	51.6	3.0
宿泊施設従業者数別	0～9人	11,799	0.4	7,754	△0.7	1.52	0.02	35.3	△0.1	19.8	△1.0
	観光目的50%以上	5,262	△23.1	3,714	△22.1	1.42	△0.02	26.3	△5.0	15.7	△2.6
	観光目的50%未満	4,256	△4.5	2,538	△7.7	1.68	0.06	47.9	2.3	30.4	0.2
	10～29人	20,749	9.5	14,179	6.8	1.46	0.04	69.1	3.7	47.8	3.1
	観光目的50%以上	7,049	2.6	4,881	△0.0	1.44	0.04	60.6	3.4	37.0	1.4
	観光目的50%未満	12,615	5.8	8,582	3.6	1.47	0.03	73.1	3.4	57.5	4.7
	30～99人	19,682	7.7	14,718	6.8	1.34	0.01	70.1	3.7	50.2	3.0
	観光目的50%以上	9,833	3.4	7,469	2.6	1.32	0.01	65.4	4.0	43.6	2.8
	観光目的50%未満	9,083	5.3	6,698	4.8	1.36	0.01	74.0	3.3	60.4	3.0
	100人以上	13,676	7.1	9,480	4.7	1.44	0.03	68.9	3.6	50.4	2.6
	観光目的50%以上	9,793	4.5	6,754	0.8	1.45	0.05	66.9	3.8	48.9	3.0
	観光目的50%未満	3,212	△1.0	2,244	0.7	1.43	△0.02	72.5	2.3	57.8	2.1
宿泊施設タイプ別	旅館	8,368	2.5	6,955	1.8	1.20	0.01	36.1	△0.6	21.3	△0.4
	リゾートホテル	7,923	△1.7	6,075	△0.9	1.30	△0.01	54.1	2.2	39.0	1.4
	ビジネスホテル	31,025	4.2	21,185	2.3	1.46	0.03	73.7	4.5	59.6	4.6
	シティホテル	10,412	△2.5	6,554	△5.3	1.59	0.05	72.3	3.5	58.8	4.4
	簡易宿所	3,738	0.3	2,356	△4.8	1.59	0.08	29.0	3.9	16.5	1.3
	会社・団体の宿泊所	600	△13.0	395	△7.2	1.52	△0.10	25.7	△3.1	15.4	0.2
うち外国人宿泊者数		16,447	39.7	9,166	40.9	1.79	△0.02				
宿泊施設タイプ別	旅館	998	37.1	755	35.8	1.32	0.01				
	リゾートホテル	1,329	35.8	864	41.5	1.54	△0.06				
	ビジネスホテル	7,215	37.8	3,954	34.8	1.82	0.04				
	シティホテル	4,604	18.5	2,319	20.3	1.99	△0.03				
	簡易宿所	886	19.7	481	27.2	1.84	△0.12				
	会社・団体の宿泊所	11	△6.2	5	10.9	2.19	△0.40				

(注)総数には、従業者数別(観光目的割合別)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

従業者数別では、「従業者数0～9人」は年計が35.4%と、他の規模に比べ最も低く、前年差0.1ポイントの微減となった。「従業者数10～29人」、「従業者数30～99人」、「従業者数100人以上」は、それぞれ『10～12月期』72.5%、74.5%、72.9%と、いずれも前年よりも向上し、70%を超える稼働率となった。

宿泊施設タイプ別に年計を見ると、「ビジネスホテル」が73.7%（前年差4.5ポイント増）、「シティホテル」が72.3%（同3.5ポイント増）と、他の宿泊施設タイプと比較して高かった。「旅館」は、ホテルと比較すると客室稼働率が36.1%と低く、稼働率が伸び悩んでいることがうかがえる。

(2)定員稼働率

2024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。

『1～3月期』は36.0%（前年同期差2.2ポイント増）、『4～6月期』は37.4%（同1.8ポイント増）、『7～9月期』は41.6%（同0.4ポイント増）、『10～12月期』は40.3%（同0.8ポイント増）、年間では39.0%（同1.5ポイント増）と微増であった。

従業者数別に見ると、「従業者数0～9人」の年計は19.8%（同1.0ポイント減）と、他の従業員規模に比べ最も低く、前年と比較しても微減となった。

表Ⅲ-3-3　宿泊施設タイプ・規模別宿泊客一人当たり宿泊料売上

（単位：円、%）

※1	旅館								ホテル	
			小旅館		中旅館		大旅館			
			客室数30室以下		客室数31室～99室		客室数100室以上			
	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
2018年	15,670	7.3	17,639	7.6	16,233	13.9	14,951	2.2	7,839	4.0
2019年	13,715	△12.5	19,562	10.9	12,864	△20.8	14,525	△2.8	4,262	△45.6

※2	全体		小規模		中規模		大規模	
	単価	前年比	客室数30室以下		客室数31室～99室		客室数100室以上	
2020年	17,267		22,750		16,330		19,099	
2021年	17,088	△1.0	19,311	△15.1	18,536	13.5	14,903	△22.0
2022年	18,782	9.9	23,389	21.1	18,687	0.8	17,719	18.9
2023年	18,121	△3.5	23,324	△0.3	20,152	7.8	15,736	△11.2

※1　2018～2019年：「ホテル」は、ルームチャージでの販売
※2　2020年度調査から、旅館とホテルを分けた回答結果表示をやめた

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

表Ⅲ-3-4　2024年四半期別客室稼働率

（単位：%）

		年計		1～3月期		4～6月期		7～9月期		10～12月期	
			前年差（ポイント）		前年差（ポイント）		前年差（ポイント）		前年差（ポイント）		前年差（ポイント）
全体		59.6	2.6	55.5	3.5	58.1	2.7	61.4	1.3	62.7	2.0
従業者数別	0～9人	35.3	△0.1	31.9	1.6	33.1	△0.1	38.8	△1.1	36.9	△1.1
	10～29人	69.1	3.7	64.6	4.3	67.9	3.7	70.5	2.5	72.5	3.5
	30～99人	70.1	3.7	65.0	4.1	68.4	3.3	71.6	2.2	74.5	4.2
	100人以上	68.9	3.6	65.2	4.4	67.4	3.7	69.0	2.1	72.9	3.2
宿泊施設タイプ別	旅館	36.1	△0.6	32.8	△0.6	33.6	△1.0	38.9	△0.8	38.4	△0.6
	リゾートホテル	54.1	2.2	50.6	1.9	50.4	1.5	58.0	2.2	56.7	2.5
	ビジネスホテル	73.7	4.5	69.3	6.0	72.4	4.3	74.6	2.7	77.7	4.1
	シティホテル	72.3	3.5	67.9	4.7	72.3	4.9	71.8	1.4	76.5	2.5
	簡易宿所	29.0	3.9	24.0	3.0	27.3	3.2	34.3	4.4	29.5	4.2
	会社・団体の宿泊所	25.7	△3.1	23.7	1.8	24.9	1.1	28.4	△6.6	24.3	△7.0

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　2024年四半期別定員稼働率

（単位：%）

		年計		1～3月期		4～6月期		7～9月期		10～12月期	
			前年差（ポイント）		前年差（ポイント）		前年差（ポイント）		前年差（ポイント）		前年差（ポイント）
全体		39.0	1.5	36.0	2.2	37.4	1.8	41.6	0.4	40.3	0.8
従業者数別	0～9人	19.8	△1.0	17.5	△0.1	18.4	△0.6	23.2	△1.7	19.9	△1.5
	10～29人	47.8	3.1	44.3	3.8	46.5	3.2	50.2	2.1	49.6	2.8
	30～99人	50.2	3.0	46.4	3.7	48.2	2.9	52.8	1.9	52.9	3.1
	100人以上	50.4	2.6	47.7	3.4	48.3	3.3	52.2	1.5	52.8	1.8
宿泊施設タイプ別	旅館	21.3	△0.4	19.5	△0.3	19.2	△0.6	24.1	△0.8	22.2	△0.1
	リゾートホテル	39.0	1.4	36.7	1.0	35.3	1.6	43.8	1.1	39.6	1.5
	ビジネスホテル	59.6	4.6	56.1	6.4	58.3	4.9	61.0	3.2	62.4	3.6
	シティホテル	58.8	4.4	54.8	6.0	58.2	5.8	59.1	1.9	62.6	3.5
	簡易宿所	16.5	1.3	13.2	0.9	15.7	1.5	21.2	1.4	15.6	1.5
	会社・団体の宿泊所	15.4	0.2	13.1	1.4	14.8	0.5	19.5	1.0	13.9	△1.8

資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」をもとに（公財）日本交通公社作成

宿泊施設タイプ別では、「ビジネスホテル」、「シティホテル」がそれぞれ59.6%（前年差4.6ポイント増）、58.8%（前年差4.4ポイント増）と55%を超え、『10～12月期』ではともに60%を超えた。

「旅館」は、通年では21.3%と、客室稼働率と同様、ホテルに比べると低い。また、前年差が0.4ポイントのマイナスに転じた。

(3)外国人宿泊者数比率

2024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。

年計では25.0%（前年差5.9ポイント増）で、『1～3月期』は24.0%（同9.1ポイント増）、『4～6月期』は26.3%（同6.8ポイント増）、『7～9月期』は22.6%（同4.0ポイント減）、『10～12月期』は27.0%（同4.2ポイント増）と外国人比率が高まっている。

宿泊施設タイプ別に見ると、「シティホテル」は『1～3月期』が41.5%、『4～6月期』が47.5%、『7～9月期』が42.4%、『10～12月期』が45.3%で、年計も44.2%と高く、前年差も7.8ポイント増となった。「旅館」は『1～3月期』が12.8%、『4～6月期』が12.3%、『7～9月期』が9.5%、『10～12月期』が13.5%、年計は11.9%で、前年差も3.0ポイント増とシティホテルと比較すると低い伸び率となった。外国人はシティホテルに宿泊する傾向が強く、旅館への宿泊が少ない傾向となっている。また、いずれも下半期は伸び率が減少した。

3 2024年度の話題

人手不足への対応が法制度・民間の両面で進行
宿泊業者の倒産件数は前年を上回る

(1)人手不足対策として「人材確保」と「省人化」

宿泊業界が直面する最も深刻な課題である人手不足に対し、「人材の確保」と「業務の効率化」という両面からのアプローチが加速している。

人材確保の有効な一手として、従来の「技能実習制度」に代わり「育成就労制度」が2024年6月に法制化された。これは明確に「人材確保」を目的とし、長期就労への道筋をつけるもので、外国人材の安定的な受け入れにつながることが期待されている。

同時に、業務の効率化と省人化を推し進めるDXも急速に普及した。スマートロックや自動チェックインシステムはフロント業務を削減し、CRM（顧客関係管理）はパーソナライズされたサービスを提供することで、限られた人員でも高い生産性と顧客満足度を両立させる動きが活発である。

(2)サステナビリティ（持続可能性）への取り組み

ホテルの社会的責任は、自社の敷地内だけでなく、地域社会や地球環境へと拡大している。

サステナビリティへの取り組みは、ホテル選びの重要な基準となっている。プラスチック資源循環促進法を契機としたアメニティの見直しや、食品ロス削減は不可欠な取り組みである。

一方で、訪日外国人客数の急増は各地でオーバーツーリズムという負の側面を生み出した。これに対し、宿泊税の導入検討等地域全体で対応する動きが広まっている。地球環境への配慮と地域との共存は、持続的な成長を目指すうえで避けて通れない重要課題となっている。

(3)インバウンド需要を捉える新たな価格戦略

円安と旺盛な需要を背景に、宿泊単価が高騰し、それに伴う価格戦略が経営の重要課題となっている。2024年の宿泊料金はコロナ禍前を大幅に上回り、年間5兆円を超えるインバウンド消費がその勢いを支えている。この強い需要を背景に、AIで最適価格を導き出すダイナミックプライシングが高度化する一方、訪日客と国内客で料金差を設ける「二重価格」が社会的な議論を呼ぶ等、収益最大化に向けた新たな価格戦略の模索が続いている。

(4)新規開業

記録的なインバウンド需要や円安を背景とした宿泊単価の高騰を大きなビジネスチャンスと捉え、ラグジュアリーホテルから小規模な施設まで、多様な形態での参入が続いている。2024年度に新規開業した主な宿泊施設は、表Ⅲ-3-7のとおりである。体験価値を重視する動きとして、星野リゾートが「OMO5東京五反田」や「界 秋保」を開業し、その土地ならではの滞在を提案している。また、国際的な高級ホテルブランドの日本初進出が相次いだことも大きな特徴で、「シックスセンシズ 京都」や「バンヤンツリー・東山 京都」、沖縄の「ローズウッド宮古島」等が開業し、富裕層インバウンドの受け皿として注目される。

地域別に見ると、特に2025年の大阪・関西万博を見据えた関西エリアでの開業が活発化した。「フォーシーズンズホテル大阪」やヒルトンのライフスタイルブランドとして日本初進出の「キャノピー byヒルトン大阪梅田」等が開業したほか、京都でも「ヒルトン京都」が中心市街地に誕生した。

表Ⅲ-3-6　2024年四半期別宿泊施設タイプ別外国人延べ宿泊者数比率

（単位：%）

	年計		1～3月期		4～6月期		7～9月期		10～12月期	
		前年差（ポイント）		前年差（ポイント）		前年差（ポイント）		前年差（ポイント）		前年差（ポイント）
全体	25.0	5.9	24.0	9.1	26.3	6.8	22.6	4.0	27.0	4.2
旅館	11.9	3.0	12.8	4.8	12.3	2.9	9.5	2.3	13.5	2.3
リゾートホテル	16.8	4.6	18.3	7.8	17.8	4.5	14.6	4.1	17.0	2.5
ビジネスホテル	23.3	5.7	21.6	8.7	23.9	6.4	22.0	3.9	25.4	4.3
シティホテル	44.2	7.8	41.5	12.9	47.5	10.0	42.4	5.1	45.3	4.3
簡易宿所	23.7	3.8	25.8	7.9	24.4	3.1	19.4	2.9	27.2	2.3
会社・団体の宿泊所	1.9	0.1	2.3	0.9	1.9	0.2	1.4	△0.2	2.0	△0.1

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

さらに、千葉の舞浜エリアでは、新テーマポートと一体となった「東京ディズニーシー・ファンタジースプリングスホテル」が開業する等、特定のレジャー需要に対応した開発も進んだ。

(5)宿泊業の倒産・新設法人

帝国データバンクによると、2024年1年間（1～12月）のホテル・旅館経営業者の倒産（負債1千万円以上の法的整理）は73件、負債総額は306億1,500万円だった。 件数は前年比6件増（9.0%増）と、4年ぶりに増加。負債総額は同29.9%増と、2年連続で増加した。

2024年は記録的なインバウンド需要があったにもかかわらず、それを上回る光熱費や食材費等の物価高騰、深刻な人手不足に起因する人件費の上昇がコストを圧迫。さらに、コロナ禍で多くの事業者が利用した「ゼロゼロ融資」の返済が2023年から本格化し始めた。特に返済開始のピークを迎えた2024年にかけて、この返済負担が資金繰りを圧迫し、事業継続を断念するケースが相次いだ。

一方、 東京商工リサーチの調査では、2024年に全国で新しく設立された法人の業種別では、 宿泊業の伸びが前年比33.4%増とトップだった。2023年も同46.8%増と高い伸びを見せており、過去最高のインバウンド需要や宿泊単価の上昇等が新規参入を後押ししている。需要回復の恩恵を最大限に受ける新規事業者や資本力のある大手と、コスト増の波に飲まれる既存事業者との間で、経営の二極化が進んでいる。

（後藤伸一）

表Ⅲ-3-7　2024年度の主な新規開業施設の概要

	ホテル名	所在地	概　要	開業年月
1	OMO5東京五反田 by 星野リゾート	東京都品川区	“夜景とご馳走のパラダイス” がコンセプト。地上60mの空中庭園が特徴で、高層階から望む夜景と、食通をうならせるグルメタウン五反田の魅力を満喫する、新たな都市観光ホテル。	2024年4月
2	界 秋保（星野リゾート）	宮城県仙台市	コンセプトは “彩りの渓流で伊達なひととき”。全室リバービューの温泉旅館で、伊達政宗公ゆかりの粋な文化にふれる。渓流の音とともに、季節を愛でる滞在を提供。	2024年4月
3	シックスセンシズ 京都	京都府京都市	自然派ラグジュアリーリゾートの先駆者が日本初上陸。ウェルネスとサステナビリティを核に、歴史と文化が息づく京都で心・身体・知性を満たす体験を提供するアーバンリゾート。	2024年4月
4	ダブルツリー byヒルトン大阪城	大阪府大阪市	大阪城を一望する天満橋エリアに誕生。 全373室の客室と充実したウェルネス施設を完備し、水都大阪の絶景とともに、ビジネスやレジャーの新たな活動拠点を目指す。	2024年5月
5	東京ディズニーシー・ファンタジースプリングスホテル	千葉県浦安市	新テーマポート「ファンタジースプリングス」の魔法の泉のほとりに位置するパーク一体型ホテル。物語の世界に包まれ、パークでの冒険の続きを楽しめるのが特徴。	2024年6月
6	1955 東京ベイ by 星野リゾート	千葉県浦安市	“OLDIES GOODIES”をコンセプトに、1955年頃のアメリカの世界観をテーマにデザイン。24時間利用可能なパブリックスペースを備え、テーマパーク旅行の利便性を高める。	2024年6月
7	OMO5函館 by 星野リゾート	北海道函館市	“百二十%ハコダテ” をコンセプトに、朝市から夜景後のナイトタイムまで函館の街を遊び尽くす滞在を提案。王道にとどまらない、知られざる魅力まで味わい尽くす拠点。	2024年7月
8	コートヤード・バイ・マリオット札幌	北海道札幌市	北海道に初進出するマリオットブランド。自然との共生をテーマにしたスタイリッシュなデザインを特徴とし、国内外の旅行者のための上質なビジネス・観光拠点となる。	2024年7月
9	大阪ステーションホテル オートグラフ コレクション	大阪府大阪市	JR大阪駅西口直結という卓越した立地。駅とともに歩んだ歴史と地域とのつながりを尊重し、訪れる人々に唯一無二の特別な体験を提供するマリオットの上級ブランド。	2024年7月
10	フォーシーズンズホテル大阪	大阪府大阪市	大阪・堂島の超高層複合タワーに開業したラグジュアリーホテル。和のエッセンスとモダンが融合した空間で、畳敷きの特別フロア「玄水」等、新たな価値を創造。	2024年8月
11	バンヤンツリー・東山 京都	京都府京都市	シンガポール拠点のラグジュアリーアーバンリゾートが日本初進出。歴史ある東山の地に、ブランドを象徴するウェルネス体験と、心に残る特別な時間を提供する。	2024年8月
12	界 奥飛騨（星野リゾート）	岐阜県高山市	“山岳温泉にめざめ、飛騨デザインに寛ぐ宿” がコンセプト。日本有数の湯量を誇る奥飛騨温泉郷で、飛騨木工の技が光るモダンな空間が上質な寛ぎを提供する温泉旅館。	2024年9月
13	キャノピー byヒルトン大阪梅田	大阪府大阪市	ヒルトンのライフスタイルブランドが日本初進出で大阪「うめきた」に誕生。地域に根差したポジティブな滞在を通じ、大阪の新たな魅力を発見する旅の拠点を目指す。	2024年9月
14	ヒルトン京都	京都府京都市	ヒルトンの旗艦ブランドが京都の中心市街地、河原町三条に初進出。“京都SYNAPSE” をコンセプトに、伝統と現代が交差し、人々がつながる京都の魅力を発信する。	2024年9月
15	ローズウッド宮古島	沖縄県宮古島市	世界的なラグジュアリーホテルブランドが日本に初進出。宮古島の豊かな自然の中に、全室プール付きのヴィラ55室を備え、新たなラグジュアリー体験を創造する。	2025年3月

資料：新聞、雑誌記事等をもとに（公財）日本交通公社作成

Ⅲ-4 集客交流施設、MICE

1 集客交流施設

訪問者数は微増の傾向
既存パーク内の新エリア・新施設のオープンが多数

(1)集客交流施設の動向

●遊園地・テーマパーク等の動向

2024年4月から12月の遊園地・テーマパークの売上高は6,841億円(前年同期間比3.4%増)、入場者数は5,666万人(同0.9%増)であり、売上高、入場者数ともに前年を上回った(表Ⅲ-4-1)。

主要施設の入場者数は、国立科学博物館と金沢21世紀美術館を除いて、すべての施設が前年から増加した(表Ⅲ-4-2)。特に、沖縄美ら海水族館、兼六園、広島平和記念資料館、鈴鹿サーキット、首里城は、前年度比1割以上入場者数を伸ばした。

●主要テーマパークの主な動向

○東京ディズニーリゾート(千葉県)

2024年度の入場者数は、前年度と比較して0.2%増の2,756万人となった。また、海外ゲスト数が引き続き増加し、入場者数に占める海外ゲスト比率を伸ばしている。

2024年6月には、「東京ディズニーシー」において、『アナと雪の女王』、『塔の上のラプンツェル』、『ピーター・パン』をそれぞれテーマとする3つの大型アトラクションとホテル等で構成される新エリア「ファンタジースプリングス」が開業した。また、「東京ディズニーランド」では、開園当時からあるアトラクション「スペース・マウンテン」が2027年の新規オープンに向けた一帯の開発のため、2024年7月に閉業した。これらの開業や閉業にあたっては連動イベントも開催され、多くのゲストを迎えている。

東京ディズニーリゾートは、2023年10月の料金改定で、変動料金制の1日券(大人)で最高額が1万円を超える価格設定となっている。また、日付指定のない入場券は販売が休止されており、日付指定のある入場券の販売枚数に上限を設けることによって入場者数の制限を行っている。そのほか、新型コロナウイルス感染症の影響で販売を停止した年間パスポートは、当面販売再開予定はないとしている。

○ユニバーサル・スタジオ・ジャパン(USJ)(大阪府)

2024年3月31日に開業23周年を迎え、CSR スローガンを“LOVE HAS NO LIMIT”に改めた。

2014年にオープンした「ウィザーディング・ワールド・オブ・ハリー・ポッター」エリアが10周年を迎えた。アニバーサリー・イヤーとして特別な魔法体験を届け、その一環として、過去に受賞歴のあるライブエンターテインメントが再演された。

表Ⅲ-4-1　遊園地・テーマパークの売上高等の推移

	売上高(百万円)	前年度比(%)	入場者数(人)	前年度比(%)	従業者数(人)	前年度比(%)
2020年度	220,800	△65.6	26,906,120	△62.4	36,983	△16.5
2021年度	369,110	67.2	38,849,794	44.4	36,165	△2.2
2022年度	671,439	81.9	63,148,016	62.5	41,510	14.8
2023年度	870,365	29.6	72,897,977	15.4	48,078	15.8
2024年4月～12月※1	684,111	3.4 ※2	56,662,521	0.9 ※2	－ ※3	－ ※3

※1　2024年12月に調査が終了しているため、4月～12月の9か月間の値になっている
※2　前年同期間(4月～12月)に対する比
※3　データなし

資料:経済産業省「特定サービス産業動態統計調査」

表Ⅲ-4-2　主要施設の入場者数の推移

(単位:万人)

施設名	開業年	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
東京ディズニーランド・東京ディズニーシー(千葉県浦安市)	1983／2001	756	1,205	2,209	2,750	2,756
ナガシマリゾート(三重県桑名市)※1 ※3	1964	997	1,062	1,200	1,300	－
東京スカイツリー(東京都墨田区)	2012	78	104	286	447	467
東京都恩賜上野動物園(東京都台東区)	1882	53	57	306	326	336
沖縄美ら海水族館(沖縄県本部町)	2002	60	62	216	295	343
国立科学博物館(東京都台東区)※2	1877	53	112	207	269	263
東山動植物園(愛知県名古屋市)※3	1937	135	181	238	265	－
国立新美術館(東京都港区)※3	2007	38	97	149	227	－
兼六園(石川県金沢市)	1874	102	84	220	214	250
広島平和記念資料館(広島県広島市)	1955	33	41	113	198	226
金沢21世紀美術館(石川県金沢市)	2004	75	101	176	197	189
鈴鹿サーキット(三重県鈴鹿市)※1	1963	69	68	123	130	144
旭川市旭山動物園(北海道旭川市)	1967	52	46	116	129	140
首里城(沖縄県那覇市)	1992	21	21	65	95	115
グラバー園(長崎県長崎市)	1974	24	28	65	73	80

※1　年間値　※2　筑波実験植物園と自然教育園を含む　※3　2024年度データなし(2025年9月4日時点)

資料:新聞・雑誌記事及び各種資料をもとに(公財)日本交通公社作成

夏期には4年ぶりにウォーター・パレードが復活し、「NO LIMIT! サマー・スプラッシュ・パレード」として開催。ポケモンやマリオ等の人気キャラクターが勢ぞろいした。スプリンクラーやウォーターキャノン等による散水のほか、ゲストは水鉄砲でエンターテイナーと水を掛け合うことが可能で、参加型のパレードとなった。

12月には「スーパー・ニンテンドー・ワールド」エリアが拡張され、世界的に高い人気を誇る「ドンキーコング」をテーマにしたエリア「ドンキーコング・カントリー」がオープン。新規ライドアトラクション等が開業した。

また、日本発の世界的人気エンターテインメント・ブランドの魅力を体験できる「ユニバーサル・クールジャパン」の10周年を記念し、2025年1月24日から1年間、「ユニバーサル・クールジャパン2025」が開催。第一弾として東野圭吾原作『マスカレード』シリーズ、『名探偵コナン』とのコラボレーションが開催された。そのほかにも、『鬼滅の刃』、『チェンソーマン』、『映画ドラえもん』といった作品とのコラボレーションも行われた。

〇ハウステンボス（長崎県）

ゴールデンウィークに合わせて、オランダで120年以上続く最大のお祭りである「キングス・デイ」をテーマにした「キングスウィーク」が初開催された。現国王の誕生日を祝うお祭りに合わせ、同時開催中の「花の街　ミッフィーセレブレーション」のパレードでは、ミッフィーとメラニーも王冠をかぶった特別バージョンで登場した。

また、ウォーターガーデンプールがオープンし、日本最大の音楽噴水ショー（ドゥサイエンス調べ）が実施された。夏期には、ランタンや花火、プロジェクションマッピングによる「スペクタクルランタンナイトショー」が開催され、音楽噴水ショーと合わせ「スペクタクルサマーフェスティバル」としてゲストを迎えた。

毎年恒例のカウントダウンイベント「光の街のカウントダウン2024-2025」では有料観覧席が販売され、最高額（VIP席）は20,000円に設定された。2025年1月から2月にかけてはイルミネーションも実施されている。

また同施設は、世界で唯一のミッフィーがテーマのライドアトラクションをもつ「ミッフィー・ワンダースクエア」を2025年6月にオープンし、幅広い楽しみ方を提供している。

(2) 集客交流施設の整備動向（表Ⅲ-4-3）

●テーマパーク

＜Little Universe OKINAWA＞（沖縄県）

2024年4月、沖縄県豊見城市の大型商業施設「イーアス沖縄豊崎」内にオープンした複合型ミニチュアテーマパーク。「琉球王朝」、「レトロ東京」といった町並みを再現したエリアのほか、アニメの舞台のミニチュアジオラマも展示。専用アプリでは、事前に作成した自身のアバターを、AR技術でミニチュア展示と重ね合わせて表示できる。そのほか、沖縄の風景が360度のプロジェクションマッピングで映し出される、「RYU-KYU Universe」エリア等もある。

●ミュージアム

＜お茶の文化創造博物館／お～いお茶ミュージアム＞（東京都）

東京都港区の旧新橋停車場内に開設。2024年に伊藤園が創業60周年を、また自社製品「お～いお茶」が誕生35周年の節目を迎えるにあたって、お茶の役割や歴史をテーマとする複合型博物館として整備した。「お茶の文化創造博物館」では、お茶の歴史をパネルやジオラマ、シアター、展示品で伝える。「お～いお茶ミュージアム」では1989年の「お～いお茶」誕生から現在に至るまでの歴史に関する展示のほか、明治期のアメリカのレシピから再現された飲み物等も楽しむことができる。

＜ニンテンドーミュージアム＞（京都府）

1969年に建設された任天堂 宇治小倉工場の建屋をリノベーション。これまでに任天堂が発売した製品を展示しているほか、巨大化した歴代ハードのコントローラーで操作する、自分の影で操作するといった、新しい体験展示も多数。入館者には当日のみ有効の10コインが付与され、体験展示の利用にはこのコインを消費する必要がある。展示物ごとに消費コイン枚数が異なり、また10コインですべての体験展示を体験することはできない。そのほか、オリジナル商品を扱うカフェやショップも併設。

＜鳥取県立美術館＞（鳥取県）

鳥取県立博物館から美術部門を独立させ、県立美術館として整備。2014年頃から検討・構想が行われていた長期事業で、設計・建設や運営に係る業務は県内企業を含む10社で構成する鳥取県立美術館パートナーズが担う。2025年3月に開館。観覧チケットが必要な展示室、企画展以外のスペースは誰でも無料で利用できる。

●その他

＜LaLa arena TOKYO-BAY＞（千葉県）

千葉県船橋市に2024年4月に開業。地上4階建て、収容客数10,000人規模の大型多目的アリーナで、プロバスケットボールチーム「千葉ジェッツ」のホームアリーナとして利用される。昇降可能なセンタービジョンや、アリーナ内を囲むリボンビジョンを常設。VIPエリアとして、「VIP ROOM」11部屋、「VIP BOX」8部屋等を備える。同年7月にはMr. Childrenによるこけら落とし公演が行われた。

＜神戸須磨シーワールド＞（兵庫県）

「須磨海浜水族園・海浜公園再整備事業」の一環で、神戸市立須磨海浜水族園跡地に2024年6月にオープン。西日本唯一のシャチの展示が行われている。“すべてのいのちは、こんなに大きい。”をコンセプトに、EducationとEntertainment を合わせた“エデュテインメント水族館”として、シャチの生態を学ぶことができる教育ゾーン等も展開している。オフィシャルホテルとして「神戸須磨シーワールドホテル」も同時開業しており、宿泊者は「神戸須磨シーワールド」の入場が無料になるほか、ホテル内にイルカの泳ぐプールが整備される等、宿泊と合わせた体験価値を提供している。

＜グラングリーン大阪＞（大阪府）

コワーキングスペース、レンタルオフィス等を備える中核機能施設「JAM BASE」、都市公園「うめきた公園」、オフィス、ホテル、商業施設等から成る複合施設。2024年9月に先行まちびらきを迎えた。「うめきた2期地区（民間提案街区）開発事業」として、約45,000㎡を有する。2025年3月に南館がグランドオープンした。

＜長崎スタジアムシティ＞（長崎県）

敷地面積約75,000㎡。約20,000席のサッカースタジアム「PEACE STADIUM Connected by SoftBank」、約6,000席のアリーナ「HAPPINESS ARENA」、サッカースタジアムビューの客室を備えたホテル、商業施設、オフィスから成る大型複合施設。ジャパネットグループのリージョナルクリエーション長崎が運営する。サッカースタジアムはプロサッカーチーム「V・ファーレン長崎」の、アリーナはプロバスケットボールチーム「長崎ヴェルカ」のホームとして利用される。

（川口雪衣）

表Ⅲ-4-3　2024年4月以降にオープンあるいはリニューアル等を行った主な集客交流施設

施設名	所在地	整備主体	開設年月	施設内容
オランウータンとボルネオの森	北海道札幌市	札幌市	2024.5	札幌市円山動物園内に、既存の「類人猿館」を改修して建設された屋内展示施設。オランウータンの動物福祉のさらなる向上と、来園者に東南アジアの熱帯雨林の環境や生物多様性の重要さを伝えることを目的に改修を実施。
LaLa arena TOKYO-BAY	千葉県船橋市	三井不動産株式会社、株式会社MIXI	2024.4	地上4階建て、収容客数10,000人規模の大型多目的アリーナで、プロバスケットボールチーム「千葉ジェッツ」のホーム。昇降可能なセンタービジョンやアリーナ内を囲むリボンビジョンを常設し、多様な演出が可能。スポーツの試合のほか、音楽コンサートも開催。
ファンタジースプリングス	千葉県浦安市	株式会社オリエンタルランド	2024.6	「東京ディズニーシー」8つ目のテーマポート。ディズニー映画『アナと雪の女王』、『塔の上のラプンツェル』、『ピーター・パン』を題材とした3つのエリアと、「東京ディズニーシー・ファンタジースプリングスホテル」から構成される。
お茶の文化創造博物館／お～いお茶ミュージアム	東京都港区	株式会社伊藤園	2024.5	喫茶習慣の変遷をテーマとする複合型博物館。「お茶の文化創造博物館」では、お茶の歴史をジオラマやシアターで展示し、「お～いお茶ミュージアム」では1989年に誕生した「お～いお茶」の歴史に関する展示のほか、カフェ・ショップも併設。
MONSTER STREAM	東京都あきる野市	株式会社東京サマーランド	2024.6	東京サマーランド内に新設の冒険体験型プール。水面積1,260㎡。
有明アーバンスポーツパーク	東京都江東区	東京建物株式会社（代表企業）、TSP太陽株式会社、株式会社日テレ アックスオン	2024.10	東京2020オリンピック時の競技設備を活用。スケートボードパークやボルダー棟、3x3バスケットボールコート等のスポーツ・運動施設に加え、カフェやフードモール、ドッグランカフェ等の店舗を整備した複合型スポーツレジャー施設。
あつたnagAya	愛知県名古屋市	名鉄プロパティマネジメント株式会社	2024.9	名鉄神宮前駅の西口すぐの商業施設。街道沿いの長屋をイメージした木造平屋建ての建物に、飲食店を中心に地域の魅力を再発見できる店舗が入居。
ニンテンドーミュージアム	京都府宇治市	任天堂株式会社	2024.10	1969年に建設された任天堂 宇治小倉工場の建屋をリノベーション。任天堂の原点である花札からNintendo Switchに至るまで、任天堂が発売してきた数多くの製品を通じ、娯楽の歴史を体験できる。
THE SUMO HALL HIRAKUZA OSAKA	大阪府大阪市	株式会社阪神コンテンツリンク	2024.5	なんばパークス内に開業したインバウンド向け相撲エンターテインメントショーホール。相撲を中心に日本の伝統文化体験をインバウンド観光客に提供する。
グラングリーン大阪	大阪府大阪市	グラングリーン大阪開発事業者JV（三菱地所株式会社ほか）	2024.9	オフィス、ホテル、中核機能施設、商業施設、都市公園、住宅から成る複合施設。「うめきた2期地区（民間提案街区）開発事業」として、約45,000㎡を有する。
ドンキーコング・カントリー	大阪府大阪市	合同会社ユー・エス・ジェイ	2024.12	USJ内の「スーパー・ニンテンドー・ワールド」エリアの敷地面積を1.7倍に拡張して新設開業。任天堂のゲームシリーズ「ドンキーコング」をテーマにしたライドアトラクションのほか、フード＆グッズ等も提供。
神戸須磨シーワールド	兵庫県神戸市	株式会社グランビスタホテル＆リゾート	2024.6	「須磨海浜水族園・海浜公園再整備事業」の一環で、神戸市立須磨海浜水族園跡地にオープン。西日本唯一のシャチ展示が行われるほか、オフィシャルホテルとして「神戸須磨シーワールドホテル」も同時開業し、宿泊と合わせた体験価値を提供する。
鳥取県立美術館	鳥取県倉吉市	鳥取県、鳥取県立美術館パートナーズ株式会社（地元企業含む10社で構成）	2025.3	鳥取県立博物館から美術部門を独立させ整備。2022年建設工事着工。県立クラスの美術館としてはほぼ日本最後発。開かれた公共の空間であることを掲げ、有料展示以外の入館は無料であるほか、整備過程でも県の参加を推進した。
長崎スタジアムシティ	長崎県長崎市	リージョナルクリエーション長崎（ジャパネットグループ）	2024.10	敷地面積約75,000㎡。約20,000席のサッカースタジアム、約6,000席のアリーナ、ホテル、商業施設、オフィスから成る大型複合施設。プロサッカーチーム「V・ファーレン長崎」、プロバスケットボールチーム「長崎ヴェルカ」のホーム。
Little Universe OKINAWA（旧 SMALL WORLDS OKINAWA）	沖縄県豊見城市	株式会社リトルユニバース株式会社アイム・ユニバース（施設運営）	2024.4	大型商業施設「イーアス沖縄豊崎」内に開業した沖縄初の屋内型テーマパーク。1/80スケールのミニチュアを、首里城を中心に18世紀の沖縄をモチーフにした「琉球王朝」エリアや、日本の有名なアニメや作品のエリア等に展示している。

資料：新聞・雑誌記事及び各種資料をもとに（公財）日本交通公社作成

2 MICE

国際会議開催件数で日本が引き続きアジア太平洋地域1位
展示会開催件数は大きく増加、開催規模も拡大傾向に
イベント産業規模はコロナ禍前の水準を上回る

※MICE：企業等の会議（Meeting）、企業等の行う報奨・研修旅行（Incentive Travel）、国際機関・団体、学会等が行う会議（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、MICE関連の状況やトピックスが紹介されている「MICE市場トピックス」（2025年6月末時点までの情報）を参考に、日本へのインセンティブ旅行に対する現況を概観する。

コロナ禍以降、諸外国・地域のインセンティブ旅行の需要は高まってきており、その訪問地として日本の注目度も高まっている。2024年は翌2025年の大阪・関西万博と組み合わせたインセンティブ旅行に興味をもっているバイヤーも多く見られた。

市場別に見ると、例えばインドの場合、多くの企業がすでに東南アジア、中東といった近場のインセンティブ旅行は実施済みで、次の訪問地として日本や韓国といった東アジアへの関心が高まり始めた状況のようである。また中東諸国の場合、日本へのインセンティブ旅行への関心が高まっているが、日本への直行便の就航有無といったアクセス利便性の点、富裕層に対応できる上位カテゴリーの客室提供ができる宿泊施設の有無、イスラム教徒向けの祈禱スペースや団体でのハラル対応の食事手配、必要に応じてのアラビア語対応が可能な通訳・ガイドの手配等といった中東市場ならではのニーズに対するきめ細かな対応が必要といった状況も見られる。

オーストラリアでは、インセンティブ旅行の顧客は主に自動車等のメーカー、テック系企業、医師・看護師が多く、バイヤーからは過去に手配した訪問先として東京、京都、大阪、福岡が多く、ユニークな文化体験やベニューを探しているとの声も多く聞かれるようである。またフランスでは、今まで他国へインセンティブ旅行を送客していたが、顧客の日本での会議開催希望の高まりを受けて新たに日本への送客を考え始めたバイヤーも複数おり、MICE市場における日本人気の高まりが感じられる状況となっている。

②コンベンション(C)の現況

コンベンション分野は、国際会議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等〕の統計データは未整備）。

●新型コロナウイルス感染症拡大からの回復状況

JNTOが毎年公表している「国際会議統計」によれば、2021年は国際会議の開催件数が29件と激減していたが、2022年の秋以降、日本側の水際措置が緩和されたことにより年間では553件に転じ、さらに2023年には年間1,376件に増加した。

開催形態では、対面とオンラインを併用したハイブリッド国際会議が2020年は12件（国際会議総数の5.4%）であったが、2021年には21件（国際会議総数の72.4%）へ増加、さらに2022年には420件（国際会議総数の75.9%）へと大幅に増加していた。しかし2023年では、国際会議総数の53.5%にあたる736件がオンラインを用いない対面形式で開催され、2020年以降で初めて対面形式による会議件数がハイブリッド形式の会議件数を上回る結果となった。この結果を見ると、新型コロナウイルス感染症の流行を経て国際会議におけるオンライン会議ツールの活用が定着している一方で、対面開催への回帰がうかがえる。

●国際会議の開催件数、参加者数の状況

JNTOの国際会議選定基準に基づき集計された、2023年に日本で開催された国際会議（2024年数値は未発表）の件数は1,376件（前年比148.8%、823件増）、参加者総数は1,016,813人（同212.1%、691,061人増）となった。参加者数の内訳は、国内参加者が887,440人（全体の87.3%）、外国人参加者が129,373人（同12.7%）であり、外国人参加者の構成比が前年より2.3ポイント増加した（表Ⅲ-4-4）。

月別では、多くの月で100件を超えており、特に9～11月の開催件数が多く全体の40.8%となった。2022年上半期はまだ新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受けていたことから開催件数も多くなかったが、2023年は春、夏の時期の開催件数も増加し、これが年間の開催件数の大きな増加につながった（表Ⅲ-4-5）。

表Ⅲ-4-4　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	構成比（%）	うち外国人	構成比（%）
2019年	3,621	1,993,790	1,780,396	89.3	213,394	10.7
2020年	222	96,271	89,668	93.1	6,603	6.9
2021年	29	55,221	54,471	98.6	750	1.4
2022年	553	325,752	291,965	89.6	33,787	10.4
2023年	1,376	1,016,813	887,440	87.3	129,373	12.7

資料：日本政府観光局「国際会議統計」をもとに（公財）日本交通公社作成

表Ⅲ-4-5　月別の国際会議開催件数（2023年）

	件数（件）	構成比（%）	前年差（ポイント）
1月	36	2.6	1.9
2月	65	4.7	4.5
3月	122	8.9	7.6
4月	62	4.5	2.9
5月	108	7.8	3.9
6月	132	9.6	3.4
7月	106	7.7	1.2
8月	99	7.2	0.1
9月	185	13.4	△1.4
10月	158	11.5	△7.9
11月	218	15.8	△9.7
12月	85	6.2	△6.7
合計	1,376	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：日本政府観光局「国際会議統計」をもとに（公財）日本交通公社作成

●分野別、規模別の国際会議開催状況

分野別では、「科学・技術・自然」が700件、「医学」が315件と、このふたつの分野で全体の73.8％となっている。その他の分野では、「政治・経済・法律」が126件（全体の9.2％）、「芸術・文化・教育」が98件（全体の7.1％）と多くなっている。

規模別では、「100人未満」が最も多く378件、次いで「100～199人」が328件で、これら200人未満の規模の国際会議で全体の51.3％と、前年の53.9％から2.6ポイント減となった。一方、「1,000～1,999人」及び「2,000人」以上の構成比は前年からそれぞれ2.0ポイント増、1.3ポイント増となっており、1,000人を超える規模の大きな国際会議の割合が増加した（表Ⅲ-4-6）。

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255件（前年比204％、171件増）、外国人参加者数は87,961人（同321％、67,043人増）であり、前年に比べ件数、外国人参加者数とも大きく増加した（表Ⅲ-4-7）。

表Ⅲ-4-6　分野別・規模別の国際会議開催件数

（分野別）

	2023年		
	件数（件）	構成比（％）	前年差（ポイント）
政治・経済・法律	126	9.2	2.3
科学・技術・自然	700	50.9	0.1
医学	315	22.9	0.5
産業	32	2.3	△2.6
芸術・文化・教育	98	7.1	0.8
社会	40	2.9	△1.3
運輸・観光	16	1.2	0.3
社交・親善	10	0.7	0.3
宗教	3	0.2	0.0
スポーツ	6	0.4	0.2
その他	30	2.2	△0.7
合計	1,376	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）

	2023年		
	件数（件）	構成比（％）	前年差（ポイント）
100人未満	378	27.5	△2.9
100～199人	328	23.8	0.3
200～299人	141	10.2	△0.2
300～399人	91	6.6	△1.2
400～499人	66	4.8	0.8
500～999人	137	10.0	△0.2
1,000～1,999人	110	8.0	2.0
2,000人以上	125	9.1	1.3
合計	1,376	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：いずれも日本政府観光局「国際会議統計」をもとに（公財）日本交通公社作成

表Ⅲ-4-7　中・大型国際会議※の開催件数・外国人参加者数の推移

	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（％）
2019年	3,621	471	13.0	213,394	131,316	61.5
2020年	222	13	5.9	6,603	2,561	38.8
2021年	29	2	6.9	750	316	42.1
2022年	553	84	15.2	33,787	20,918	61.9
2023年	1,376	255	18.5	129,373	87,961	68.0

※中・大型国際会議：参加者総数300人以上かつ外国人参加者数が50人以上の会議
資料：日本政府観光局「国際会議統計」をもとに（公財）日本交通公社作成

●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311件と最も多く、以下2位が京都市の172件、3位が横浜市の98件となった。参加者数では最も多いのは横浜市の171,233人で、以下2位は東京（23区）の158,567人、3位は京都市の105,137人となっている。外国人参加者数は東京（23区）が最も多く34,235人で、外国人参加比率は21.6％となっている。いずれの都市でも大きく開催件数、参加者数が増加しており、コロナ禍から着実に回復していることがわかる。なお、上位10都市を見ると政令指定都市が8都市となっており、これはコロナ禍前と概ね同様の状況である（表Ⅲ-4-8）。

表Ⅲ-4-8　都市別の国際会議開催件数

2023年					
順位（件数）	都市名	件数（件）	参加者数（人）	うち外国人参加者数（人）	外国人参加比率（％）
1	東京（23区）	311	158,567	34,235	21.6
2	京都市	172	105,137	20,641	19.6
3	横浜市	98	171,233	11,191	6.5
4	福岡市	79	88,363	6,114	6.9
5	名古屋市	62	47,588	4,625	9.7
6	仙台市	60	38,109	4,124	10.8
7	神戸市	54	90,739	4,741	5.2
8	つくば地区※	46	17,569	2,777	15.8
9	大阪市	45	26,776	4,995	18.7
	北九州市	45	23,696	4,471	18.9
2022年					
順位（件数）	都市名	件数（件）	参加者総数（人）	うち外国人参加者数（人）	外国人参加比率（％）
1	東京（23区）	134	62,196	8,174	13.1
2	京都市	70	37,293	7,747	20.8
3	横浜市	44	54,558	2,434	4.5
4	福岡市	33	40,222	1,324	3.3
5	仙台市	23	9,454	865	9.1
	札幌市	23	13,023	1,343	10.3
7	名古屋市	21	10,544	999	9.5
8	神戸市	19	18,960	1,399	7.4
9	広島市	12	5,768	288	5.0
10	大阪市	11	2,945	1,108	37.6
	つくば地区※	11	1,829	266	14.5

※つくば地区：つくば市、土浦市
資料：日本政府観光局「国際会議統計」をもとに（公財）日本交通公社作成

●会場別の国際会議開催状況

会場別では、京都大学が72件と最も開催件数が多く、2位がパシフィコ横浜の69件、3位が東京大学の35件となっている。参加者数では件数で2位のパシフィコ横浜が162,993人と最も多く、次いで多いのは件数で8位の神戸国際会議場（75,682人）となっている。外国人参加者数では件数で5位の国立京都国際会館が11,477人で最も多く、次いで多いのは件数で2位のパシフィコ横浜（10,330人）となっている。件数で3位の東京大学や同9位の名古屋大学は、参加者総数は多くないが外国人参加比率がそれぞれ34.8％、25.5％と他の会場に比べ高い（表Ⅲ-4-9）。

表Ⅲ-4-9　会場別の国際会議開催件数、参加者数

順位	会場名	件数（件）	参加者総数（人）	うち外国人参加者数（人）	外国人参加比率（%）
2023年					
1	京都大学	72	20,441	2,335	11.4
2	パシフィコ横浜	69	162,993	10,330	6.3
3	東京大学	35	8,269	2,876	34.8
4	つくば国際会議場	34	15,358	2,025	13.2
5	国立京都国際会館	31	52,601	11,477	21.8
6	九州大学	30	5,661	975	17.2
	東北大学	30	12,046	759	6.3
8	神戸国際会議場	25	75,682	2,797	3.7
9	大阪府立国際会議場	23	19,736	2,364	12.0
	名古屋大学	23	7,271	1,852	25.5
2022年					
1	パシフィコ横浜	30	50,701	1,690	3.3
2	京都大学	20	3,536	965	27.3
3	国立京都国際会館	19	22,756	5,856	25.7
4	福岡国際会議場	16	30,424	845	2.8
5	東北大学	13	4,885	355	7.3
6	九州大学	11	2,464	132	5.4
7	名古屋大学	10	1,784	268	15.0
	つくば国際会議場	10	1,666	259	15.5
	東京大学	10	1,525	875	57.4
10	神戸国際会議場	9	15,384	522	3.4
	仙台国際センター	9	4,509	546	12.1
	北海道大学	9	1,303	318	24.4
	慶應義塾大学	9	1,018	119	11.7
	島根県立産業交流会館（くにびきメッセ）	9	972	163	16.8

資料：日本政府観光局「国際会議統計」をもとに（公財）日本交通公社作成

●国際的に見た日本のコンベンションの開催状況

国際会議協会（ICCA）が発表した2024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11,099件で、新型コロナウイルス感染症拡大前である2019年（14,606件）の76.0%まで回復した。世界で最も開催件数が多かった国・地域はアメリカ（709件）であり、以下、2位がイタリア（635件）、3位がスペイン（536件）と続き、日本は428件（2019年比80.8%）で2023年に続き世界で7位、アジア太平洋地域でトップであった。アジア太平洋地域の2位は中国（249件、同45.7%）、3位は韓国（243件、同96.0%）、4位はオーストラリア（227件、同82.5%）であり、中国は2019年比で45.7%と回復の遅れが目立つが、日本や他の上位国はコロナ禍前から8割以上の回復となっている（表Ⅲ-4-10）。

表Ⅲ-4-10　アジア太平洋地域の国・地域別国際会議開催件数（順位上位の国・地域）

順位	世界順位	国・地域名	2019年（件）	2024年（件）	2024年／2019年比
1	7	日本	530	428	80.8%
2	11	中国	545	249	45.7%
3	12	韓国	253	243	96.0%
4	17	オーストラリア	275	227	82.5%

資料：日本政府観光局資料をもとに（公財）日本交通公社作成

都市別に見ると、アジア太平洋地域のトップは新型コロナウイルス感染症拡大前と同様シンガポールで144件（前年比5.3%減）であり、以下、2位ソウル（124件、同20.4%増）、3位バンコク（115件、同30.7%増）と続き、東京は4位（97件、同6.6%増）であった。開催件数上位の都市の多くで開催件数が前年を上回っており、アジア太平洋地域での国際会議の開催件数が着実に回復してきていることがうかがえる（表Ⅲ-4-11）。

表Ⅲ-4-11　アジア太平洋地域の都市別国際会議開催件数の推移（順位上位の国・地域）

順位	2019年		順位	2023年		順位	2024年	
	都市名	件数（件）		都市名	件数（件）		都市名	件数（件）
1	シンガポール	148	1	シンガポール	152	1	シンガポール	144
2	東京	131	2	ソウル	103	2	ソウル	124
3	バンコク	124	3	東京	91	3	バンコク	115
4	ソウル	114	4	バンコク	88	4	東京	97
5	台北	101	5	台北	68	5	香港	86
6	シドニー	93	6	シドニー	64	6	クアラルンプール	78
7	北京	91	7	クアラルンプール	52		台北	78
	香港	91	8	香港	51	8	シドニー	63
	クアラルンプール	91	9	メルボルン	50	9	メルボルン	62
10	上海	87	10	京都	41	10	バリ	54

資料：日本政府観光局資料をもとに（公財）日本交通公社作成

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

2024年に日本で開催された展示会の件数は927件で、2023年と比較すると5.1%(45件)の増加となり、また、出展者数109,687社(前年比8.4%、8,540社・団体増)、出展小間数115,154小間(同8.1%、8,636小間増)、来場者数9,070,898人(同6.0%、576,482人減)と、来場者数を除き前年を上回った。

2024年の開催件数は、2022年、2023年と880件前後であったものから増加し900件を超え、2019年比でも121.3%と大きく増加した。出展者数や出展小間数も前年比8%強増加と、展示会の開催規模は拡大傾向となっている。来場者数は前年比94.0%にとどまったが、この要因は一般来場者が多い「JAPAN MOBILITY SHOW」の開催がない年であったことが挙げられる(表Ⅲ-4-12)。

月別に見ると、10月が開催件数(161件)、出展者数(17,168社・団体)で、9月が出展小間数(15,074小間)、来場者数(1,181,516人)でそれぞれ最も多くなっている。開催件数は前年から減少した月も多いが、2月、7月、10月でそれぞれ29件、58件、37件と大きく増加している。また、10月は来場者数が98万人以上減少しているが、これは前年は「JAPAN MOBILITY SHOW」が開催されていたことによる影響である(表Ⅲ-4-13)。

●2024年に開催された主な展示会

2024年に開催された展示会で最も来場者数が多かったのは「東京ゲームショウ2024」(会場:幕張メッセ、会期:9月26日～29日)の274,739人であった。以下、「東京オートサロン2024」(会場:幕張メッセ、会期:1月12日～14日／230,073人)、「大阪オートメッセ」(会場:インテックス大阪、会期:2月10日～12日／211,738人)と続く。

最も出展者数が多かったのは「FOODEX JAPAN 2024」(会場:東京ビッグサイト、会期:3月5日～8日)の2,879社・団体であった。以下、「第58回スーパーマーケット・トレードショー2024」(会場:幕張メッセ、会期:2月14日～16日／2,190社・団体)、「第98回東京インターナショナル・ギフト・ショー秋2024」(会場:東京ビッグサイト、会期:9月4日～6日／2,004社・団体)、と続く。出展者数が2,000社・団体を超える展示会は、新型コロナウイルス感染症拡大以降、2020年はふたつ、2021年はひとつ、2022年はゼロと減少が続いていたが、2023年は3つへ、また2024年も3つと回復は継続している。

●第三者認証を取得した展示会、2024年もゼロ

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」または「来場数」、「出展者数」、及び「出展面積」について、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、2020年までに合計92件の展示会が認証を取得している。しかし新型コロナウイルス感染症拡大となった2021年以降、認証を取得した展示会はなく、2024年も認証を取得した展示会はなかった。

表Ⅲ-4-12　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)	前年比増減(%)	出展者数(社・団体)	前年比増減(%)	出展小間数(小間)	前年比増減(%)	来場者数(人)	前年比増減(%)
2022年	877	25.8	75,669	49.1	90,296	102.9	6,047,539	112.9
2023年	882	0.6	101,147	33.7	106,518	18.0	9,647,380	59.5
2024年	927	5.1	109,687	8.4	115,154	8.1	9,070,898	△6.0
	(2019年比:121.3%)		(2019年比:93.3%)		(2019年比:91.4%)		(2019年比:67.5%)	

※調査基準
①主催事務局への電話調査もしくはウェブサイト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

資料:(株)ビーオービー「EventBiz」をもとに(公財)日本交通公社作成

表Ⅲ-4-13　月別の展示会開催件数・出展者数・出展小間数・来場者数(2024年)

	開催件数(件)	構成比(%)	前年差(件)	出展者数(社・団体)	構成比(%)	前年差(社・団体)	出展小間数(小間)	構成比(%)	前年差(小間)	来場者数(人)	構成比(%)	前年差(人)
1月	80	8.6	29	8,616	7.9	3,498	10,976	9.5	4,839	749,751	8.3	342,728
2月	86	9.3	5	11,655	10.6	△138	12,540	10.9	△4,836	975,993	10.8	△51,840
3月	42	4.5	△6	6,659	6.1	△361	10,188	8.8	2,542	757,415	8.3	△6,515
4月	91	9.8	13	11,048	10.1	3,967	8,645	7.5	2,669	986,450	10.9	427,793
5月	66	7.1	△12	7,978	7.3	1,054	10,452	9.1	206	911,052	10.0	96,392
6月	64	6.9	△2	8,755	8.0	△348	5,163	4.5	△1,752	644,504	7.1	△141,930
7月	152	16.4	58	8,309	7.6	2,177	6,888	6.0	428	702,111	7.7	346,876
8月	9	1.0	△37	3,124	2.8	△1,226	5,303	4.6	947	312,046	3.4	5,261
9月	74	8.0	△29	12,032	11.0	851	15,074	13.1	5,817	1,181,516	13.0	△1,097
10月	161	17.4	37	17,168	15.7	846	11,493	10.0	△1,892	1,065,365	11.7	△983,379
11月	75	8.1	△12	11,620	10.6	△10	14,209	12.3	43	613,545	6.8	△252,015
12月	27	2.9	1	2,723	2.5	△1,770	4,223	3.7	△375	171,150	1.9	△358,756
合計	927	100.0	45	109,687	100.0	8,540	115,154	100.0	8,636	9,070,898	100.0	△576,482

(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)ビーオービー「EventBiz」をもとに(公財)日本交通公社作成

(2) MICEをめぐる動き

①国等の動き

●国際MICE全体の経済波及効果は約8,923億円と推計

観光庁は2025年3月、「令和6年度 MICEの経済波及効果算出事業 報告書」を公表し、2023年に国内で開催された国際的なMICE全体の経済波及効果が約8,923.3億円（うち直接効果が約4,235.2億円、間接効果が約4,688.2億円。なお、合計の金額は端数処理（四捨五入）の関係で各項目の合計と一致しない）と推計されたとした。催事種別の経済波及効果は、企業会議（M）約1,592.2億円、報奨・研修旅行（I）約911.6億円、国際会議（C）約4,186.3億円、展示会・見本市（Ex）約2,233.2億円となっている。

報告書で指摘されている調査結果から得られる主な示唆は以下のとおりである。

1）MI誘致促進に伴い、個人観光に関連した宿泊需要が喚起

MIでの宿泊日数は平均8泊ほどであり、Ex等に比べて長期間の滞在が見込まれる。また個人観光に関連した宿泊（PV）についても開催都道府県内での宿泊が平均2泊程度なされており、MI誘致促進に伴って、PV宿泊の需要喚起等も地域内の観光産業にもたらされるメリットとなっている。

2）より高水準のホテル整備やコンテンツの充実化により、より多くの消費を促進できる可能性あり

MIの外国人参加者へのアンケートにおいて「もっと／より消費してもよかった」の回答者が約40％存在し、適切な価格設定によってより多くの消費を促進できる可能性が推察される。特に宿泊費と観光・娯楽費において「少し／かなり消費しすぎた」の回答者は10％以下で、より高水準のホテルの整備やコンテンツの充実化を図ることにより、より多くの消費を促進できる可能性が高い。

3）MI参加者はより遠方へ個人的観光で訪問することの許容度が高い

外国人参加者へのアンケート結果より、MIの参加者はEx等の参加者と比較しても、より遠方へ個人的観光で訪問することの許容度が高いことが明らかとなった。MI参加者は長期滞在であるため、より遠方で観光・娯楽を満喫したいと考えている可能性が高い。

4）関心のあるコンテンツはMICE参加者によりやや異なる

関心のあるコンテンツについて、全体的な傾向としてコンテンツに対する関心はM参加者が最も高く、次いでI参加者となっており、Ex参加者はコンテンツに対する関心度が比較的低い。コンテンツの項目別では「日本食を食べること」に対する関心が各催事参加者とも最も高い。MI参加者では「伝統文化体験」、「自然・景勝地観光」、「日本の酒を飲むこと」等の観光・娯楽的側面の強いコンテンツに関心が寄せられている。一方Ex参加者では「日本食を食べること」に次いで「ショッピング」が他のMICE参加者よりも高くなっており、Exがビジネスとしての側面が強い性質を反映した結果となった。

●「国際会議誘致・開催貢献賞」受賞会議を決定

JNTOは2008年度より毎年、誘致活動や開催時における地域への貢献等の好事例に対して「国際会議誘致・開催貢献賞」を選定しており、2024年度は「国際会議誘致の部」（創意工夫により効果的な誘致活動を行い、諸外国との競争の結果、日本への誘致に成功した国際会議）で4件、「国際会議開催の部」（国際会議開催にあたり会議運営、地域貢献等において、今後の模範となる実績を上げた国際会議）で5件、計9件の国際会議が選定された（表Ⅲ-4-14）。

国際会議誘致の部の各会議が受賞した理由について、「第15回アジア化学センサ国際会議」は、産業都市、環境モデル都市としての特性と国際会議のテーマ性を掛け合わせた誘致活動に加えて、競合国であった韓国から最終的に協力をとり付けたこと等が、「第21回世界観光ガイド連盟（WFTGA）総会」は、前回の誘致失敗の要因である高コストを解決した点や、開催都市のみならず九州・西日本の広域を訪問するプレ・ポストツアーの企画等が、「2026年電磁界理論の先進的応用に関する国際会議及びIEEE-APS無線通信におけるアンテナ・伝搬に関する会議」は、富山県の魅力をアピールしアジア初の誘致成功を地方都市で実現した点や、プログラムに次世代育成やSDGs等の観点からのさまざまな工夫が見られたこと等が、「国際神経化学会 ― アジア太平洋神経化学会合同大会2027」は、日本人の国際本部役員就任により国際的な影響力を強化したことや、本国際会議への参加費用の助成等、若い世代への配慮が見られる点等がそれぞれ挙げられた。

また、国際会議開催の部の各会議が受賞した理由について、「第22回国際自動制御連盟世界大会」は、会議開催におけるレガシー効果やSDGsに対する取り組み等が、「国際天文学連合アジア太平洋地域の天文学に関する国際会議」は、会場設営・運営に地元企業を利用し、地域に国際会議開催のノウハウの知見が蓄積された点等が、「第17回岩石-水相互作用国際会議」は、会期中にさまざまな地質的名跡を訪問する学術と地域のローカルコンテンツをつなぐユニークなツアーを実施した点等が、「第10回応用数理国際会議（ICIAM 2023）」は、最先端技術を駆使して行われた会議運営、幅広い年齢層が参加可能な公開講座の実施や地元商店街との連携等が、「焼結国際会議 2023」は、地元特有のコンテンツを活かした多様なエクスカーションの実施や、地元飲食店街を巻き込んだ取り組み等がそれぞれ挙げられた。

●観光庁が国際会議主催者育成促進のための事業を実施

観光庁は2025年4月、国際会議誘致・開催の持続可能な発展のためには将来の国際会議主催者の育成が重要であることから、各地域にてコンベンションビューロー／自治体、大学が主体となった、将来の主催者育成のための取り組みを募集した。対象となる取り組みは①学内研究者への情報発信・開催機運醸成イベント等の実施（国際会議誘致開催説明会の開催、ユニークベニューを活用した開催機運醸成イベントの開催等）、②新規国際会議の創出・拡大、海外とのネットワーク形成、大規模国際会議に付随するサテライト会議開催を通じた人材育成（大学が主催する新規国際会議の創出・拡大、若手研究者が主体となった海外とのネットワーク形成、サテライト会議等の開催等）となっている。同年6月、大学、コンベンション協会、研究所等が申請主体となった事業16件の採択が公表された。

表Ⅲ-4-14　2024年度「国際会議誘致・開催貢献賞」受賞会議の概要

◆「誘致の部」受賞会議

第15回アジア化学センサ国際会議	
開催期間	2024年11月17日～20日（4日間）
主催者	アジア化学センサ国際会議実行委員会
開催都市	福岡県北九州市
参加予定人数	400名（うち外国人参加者200名）
参加予定国・地域数	12か国・地域
第21回世界観光ガイド連盟（WFTGA）総会	
開催期間	2026年2月9日～13日（5日間）
主催者	WFTGA2026総会開催実行委員会
開催都市	福岡県福岡市
参加予定人数	600名（うち外国人参加者400名）
参加予定国・地域数	60か国・地域
2026年電磁界理論の先進的応用に関する国際会議及びIEEE-APS無線通信におけるアンテナ・伝搬に関する会議	
開催期間	2026年9月14日～18日（5日間）
主催者	一般社団法人電子情報通信学会（予定）
開催都市	富山県富山市
参加予定人数	600名（うち外国人参加者400名）
参加予定国・地域数	50か国・地域
国際神経化学会―アジア太平洋神経化学会合同大会2027	
開催期間	2027年（開催日程未定）
主催者	国際神経化学会、アジア太平洋神経化学会
開催都市	京都府京都市
参加予定人数	500名（うち外国人参加者300名）
参加予定国・地域数	未定

◆「開催の部」受賞会議

第22回国際自動制御連盟世界大会	
開催期間	2023年7月8日～14日（7日間）
主催者	第22回国際自動制御連盟世界大会実行委員会
開催都市	神奈川県横浜市
参加予定人数	3,206名（うち外国人参加者2,358名）
参加予定国・地域数	62か国・地域
国際天文学連合アジア太平洋地域の天文学に関する国際会議	
開催期間	2023年8月7日～12日（6日間）
主催者	アジア太平洋地域の天文学に関する国際会議（APRIM2023）組織委員会
開催都市	福島県郡山市
参加予定人数	474名（うち外国人参加者270名）
参加予定国・地域数	39か国・地域
第17回岩石-水相互作用国際会議	
開催期間	2023年8月18日～22日（5日間）
主催者	第17回岩石-水相互作用国際会議組織委員会
開催都市	宮城県仙台市
参加予定人数	411名（うち外国人参加者168名）
参加予定国・地域数	24か国・地域
第10回応用数理国際会議（ICIAM 2023）	
開催期間	2023年8月20日～25日（6日間）
主催者	ICIAM2023実行委員会
開催都市	東京都
参加予定人数	5,314名（うち外国人参加者4,310名）
参加予定国・地域数	87か国・地域
焼結国際会議 2023	
開催期間	2023年8月27日～31日（5日間）
主催者	公益社団法人日本セラミックス協会エンジニアリングセラミックス部会
開催都市	岐阜県岐阜市
参加予定人数	238名（うち外国人参加者111名）
参加予定国・地域数	18か国・地域

資料：日本政府観光局発表資料をもとに（公財）日本交通公社作成

●「MICEアンバサダー」に6名を新規認定

JNTOは2025年4月、新たに6名を「MICEアンバサダー」として認定した。「MICEアンバサダー」とは、国内における国際会議開催の意義の理解度向上及び海外における国際会議開催国としての日本のプレゼンス向上に尽力する、学識や名声があり、専門分野において国内外に影響力のあるグローバルリーダーの方々のことである。2013年に観光庁事業として開始されて以来、2025年8月現在で計66名がJNTOのウェブサイト「MICEアンバサダー一覧」に掲載されている。

②業界（企業）等の動き

●国内イベント消費規模は16兆7,665億円に

一般社団法人日本イベント産業振興協会（JACE）は2025年6月、「2024年イベント消費規模推計報告書」を発行し、2024年（1～12月）における国内イベント消費規模が16兆7,665億円（前年比0.8％減）と推計されたことを発表した。なお、推計値は、イベントに対するさまざまな支出（リアルイベント：出発前、交通費、宿泊費、会場内、会場外、イベント後／オンラインイベント：参加費、その他）を含めた数字である。

カテゴリー別の消費規模は、大きい順に「興行イベント」（6兆8,209億円、前年比2.2％増）、「フェスティバル」（2兆4,953億円、同7.7％増）、「文化イベント」（2兆4,033億円、同7.5％減）、「スポーツイベント」（2兆1,535億円、同5.8％減）、「会議イベント」（1兆3,990億円、同6.3％減）、「見本市・展示会」（8,388億円、同4.7％減）、「販促イベント」（6,288億円、同2.4％増）、「博覧会」（271億円、同21.4％減）であった。興行イベント、フェスティバル、販促イベントでは前年比で増加となり、特に興行イベント、販促イベントは2019年と比較しても10％以上の増加であったが、他のイベントは減少となり全体としてもわずかに前年を下回った。

同報告書「イベント来場者調査」によれば、年間のリアルイベント参加率は「フェスティバル」が最も高く66.0％、次いで「興行イベント」（43.6％）、「文化イベント」（36.1％）と続く。また、年間のオンラインイベント参加率は「会議イベント」が最も高く13.6％、「興行イベント」が11.5％と続き、いずれも前年と概ね同様の傾向となっている。

オンラインイベントに関しては、今後の参加意向では「音楽アーティストによるライブ、コンサート」が最も高く34.3％、次いで「景観を楽しむ催し」が28.5％となっている。また、オンラインイベントのイメージについて、「移動時間が節約できる」（53.4％）、「交通費や宿泊費が節約できる」（49.7％）、「今まで行くことのできなかった遠い場所で開催されているイベントにも参加できる」（40.8％）といった回答の割合が高い一方で、「リアルなイベントに比べて、オンラインだと臨場感が足りない」も36.6％となっており、参加者の好みや参加するイベントの種類によってオンラインイベントに対する意識は異なることがうかがえる。

●イベント産業規模は2兆8,535億円に

JACEは2025年6月、「2024年イベント産業規模推計」を公表し、2024年（1～12月）のイベント関連の産業規模が9,797億円

（前年比7.2％増）、イベント周辺産業の産業規模が1兆8,738億円（同9.0％増）となり、合わせてイベント産業全体の産業規模が2兆8,535億円（同8.3％増）と推計されたことを発表した（表Ⅲ-4-15）。2023年時点でイベント産業規模は2019年比でほぼ同水準に回復していたが、2024年はコロナ禍の反動という流れを引き継いでリアル回帰がさらに進行し、2019年比9.2％増となった。JACEは、この要因として、2025年4月に開幕した大阪・関西万博の売上の一部が2024年中に計上されたこと、オンラインイベントの普及によるイベント参加者の裾野の拡大、便利なイベント管理システム（SaaS）の登場でイベント主催のハードルが下がったこと等を指摘している。

表Ⅲ-4-15　イベント産業規模の推移

	イベント関連産業※1 小計（億円）	前年比増減	イベント周辺産業※2 小計（億円）	前年比増減	総計（億円）	前年比増減
2022年	6,758	21.0%	14,046	49.2%	20,804	38.7%
2023年	9,142	35.3%	17,195	22.4%	26,337	26.6%
2024年	9,797	7.2%	18,738	9.0%	28,535	8.3%
	（2019年比:102.1%）		（2019年比:113.3%）		（2019年比:109.2%）	

※1 イベント関連産業：広告関連イベント、イベント専業、コンベンション、レンタル・ディスプレイ、施設、警備・印刷・設備・人材派遣・ソフトウェア、商店街イベント、花火大会、伝統的祭事・フェス、会議・小セミナー
※2 イベント周辺産業：劇映画、音楽コンサート、劇団・演芸、スポーツ興行、スポーツ施設提供業、楽団・舞踊団
資料：（一社）日本イベント産業振興協会「イベント産業規模推計」をもとに（公財）日本交通公社作成

●イベント・MICE業界6団体がサステナビリティに関するガイドブックを作成

イベント・MICE業界6団体で構成される「イベント・MICEサステナブル運営コンソーシアム」（構成団体：公益社団法人2025年日本国際博覧会協会、一般社団法人日本イベント産業振興協会、一般社団法人日本コンベンション協会、一般社団法人日本ディスプレイ業団体連合会、一般社団法人日本展示会協会、公益財団法人大阪観光局）は2024年9月、「イベント・MICE関係者のための使いやすいサステナビリティガイドブック」を作成した。同ガイドブックは、SDGs達成への貢献を目標に掲げる大阪・関西万博を機に、イベント・MICE業界におけるサステナブル化を推進するべく、制作・運営における長期的な指針にすることが目指されている。

●日本コンベンションサービスが「Park MICE」を初開催

日本コンベンションサービス（JCS）は、2024年7月11日から13日にかけて宮城県仙台市（仙台国際センター、東北大学百周年記念会館）で開催された「第32回日本乳癌学会学術総会」において、初めて「Park MICE」を開催した。「Park MICE」とは、公園や広場等地域の方々が日常的に利用する場所で地域住民とともにMICEを開催する取り組みで、地域の方々にMICEを身近に感じていただくと同時にシビックプライドを醸成し、MICE参加者は地域との交流を通じて開催地への理解と親しみを深めるといった双方の効果を生み出すことで、地域振興につなげることを目指している。

同学術総会のPark MICEでは、31,000㎡の広さを有する青葉山公園仙臺緑彩館の広大な芝生広場での懇親会をメインコンテンツとし、ライトアップや打ち上げ花火等の開放感あふれる夏らしい演出のほか、地元の利き酒ブース、仙台七夕にちなんだ和紙アート作り、仙台市指定有形文化財で記念撮影する茶道＆和装体験等、地域の特色を活かしたプログラムが実施された。また、市民や患者と学会参加者をつなぐメッセージボードも用意された。

③各都市での動き

●「TAKANAWA GATEWAY CITY」に国際MICE施設がオープン

2025年3月にまちびらきされた東京都港区の「TAKANAWA GATEWAY CITY」に「TAKANAWA GATEWAY Convention Center」がオープンした。同センターはJR高輪ゲートウェイ駅直結の「THE LINKPILLAR 1 SOUTH」の地下1階、2階にコンベンションフロアが、同6階にカンファレンスフロアがあり、コンベンションフロアには広さ約1,640㎡の分割可能な多目的ホール「LINKPILLAR Hall」及び控室4室、分科会会場や運営事務局、バックヤードとしても活用できる部屋が7つある。カンファレンスフロアには各数百名を収容できる分割可能なホールが3つと、各100名程度を収容できる部屋が4つ、控室やミーティングルームが計7つある。

●「パシフィコ横浜」がCO_2排出量の実質ゼロ化を達成

2025年4月、横浜国際平和会議場（パシフィコ横浜）は、2024年度に冷暖房等で使用した「熱」エネルギーのCO_2排出量（対象範囲はScope1・2）の実質ゼロ化を達成したことを発表した。同社は2024年9月に2024年度の電力使用に伴うCO_2排出量の実質ゼロ化を達成しており、これらの取り組みにより、2050年に達成することを目標としていた、MICE施設（会議センター、国立大ホール、展示ホール、アネックスホール、ノース）におけるエネルギー使用に伴うCO_2排出量の実質ゼロ化を実現した。同社は、2024年度分として実質ゼロ化したCO_2量は約9,000t-CO_2で、約3,474世帯が1年間に排出するCO_2量に相当するとしている。

(3)統合型リゾート（IR）をめぐる動き

●大阪のIR、2030年秋頃の開業へ：大阪IR（現MGM大阪）が事業の解除権失効を確認

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施設等にカジノを含んだ複合施設であるIRについては、2024年9月、大阪のIR設置運営事業者である大阪IR（2025年5月1日付でMGM大阪に社名変更）が、大阪府との間で締結した実施協定に基づく解除権が失効したことを大阪府及び大阪市との間で確認したことを発表した。解除権とは、初期投資額が想定以上に膨らまない、観光需要がコロナ禍前の水準に回復するといった事業の前提条件が整わないと事業者が判断すれば、違約金なしで撤退できるものである。この権利が失効したことにより、計画どおりの2030年秋頃の開業が濃厚となった。

（跡見学園女子大学　守屋邦彦）

第Ⅳ編　観光地

都道府県別延べ宿泊者数及びうち外国人延べ宿泊者数（2023年と2024年の比較）…… 134

Ⅳ-1-1　北海道 …… 135

（1）都道府県レベルの旅行者動向 （2）観光地の主な動向
（3）市町村の主な動向

Ⅳ-1-2　東北 …… 139

（1）都道府県レベルの旅行者動向 （2）観光地の主な動向

Ⅳ-1-3　関東 …… 143

（1）都道府県レベルの旅行者動向 （2）観光地の主な動向

Ⅳ-2-1　中部 …… 147

（1）都道府県レベルの旅行者動向 （2）観光地の主な動向

Ⅳ-2-2　近畿 …… 151

（1）都道府県レベルの旅行者動向 （2）観光地の主な動向

Ⅳ-2-3　中国・四国 …… 155

（1）都道府県レベルの旅行者動向 （2）観光地の主な動向

Ⅳ-2-4　九州 …… 159

（1）都道府県レベルの旅行者動向 （2）観光地の主な動向

Ⅳ-2-5　沖縄 …… 163

（1）都道府県レベルの旅行者動向 （2）観光地の主な動向
（3）その他の動向

Ⅳ-3-1　自然 …… 166

（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）「自然体験活動促進計画制度」及び「利用拠点整備改善計画制度」
（4）エコツーリズム推進法に基づく動向 （5）その他の動向

Ⅳ-3-2　歴史・文化 …… 173

（1）2024年度文化庁予算
（2）スポーツ庁、文化庁及び観光庁の包括的連携協定の改定
（3）文化庁の観光関連施策の動向
（4）文化財の保存と活用に関する計画策定の動向
（5）世界文化遺産、ユネスコ無形文化遺産に関する動向

Ⅳ-3-3　温泉 …… 180

（1）温泉地の利用状況 （2）温泉に対する志向
（3）温泉をめぐる行政・業界の動向
（4）温泉地での取り組み事例

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及びうち外国人延べ宿泊者数※（2023年と2024年の比較）

各都道府県の延べ宿泊者数及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	2023	2024	前年比
延べ宿泊者数	617,474,940	659,064,530	6.7%
うち外国人延べ宿泊者数	117,751,450	164,466,770	39.7%

都道府県名		2023	2024	前年比
北海道	延べ宿泊者数	39,634,760	44,628,500	12.6%
	うち外国人延べ宿泊者数	7,131,890	10,311,760	44.6%
都道府県名		2023	2024	前年比
青森県	延べ宿泊者数	4,394,400	4,512,550	2.7%
	うち外国人延べ宿泊者数	265,280	413,280	55.8%
岩手県	延べ宿泊者数	5,855,350	5,877,210	0.4%
	うち外国人延べ宿泊者数	282,510	386,400	36.8%
宮城県	延べ宿泊者数	10,072,130	10,265,630	1.9%
	うち外国人延べ宿泊者数	525,870	776,630	47.7%
秋田県	延べ宿泊者数	3,000,970	3,149,560	5.0%
	うち外国人延べ宿泊者数	95,600	119,610	25.1%
山形県	延べ宿泊者数	4,566,630	4,877,700	6.8%
	うち外国人延べ宿泊者数	178,790	256,130	43.3%
福島県	延べ宿泊者数	9,686,880	9,540,070	△ 1.5%
	うち外国人延べ宿泊者数	213,080	328,230	54.0%
		2023	2024	前年比
東北計	延べ宿泊者数	37,576,360	38,222,720	1.7%
	うち外国人延べ宿泊者数	1,561,130	2,280,280	46.1%
茨城県	延べ宿泊者数	7,508,120	7,270,000	△ 3.2%
	うち外国人延べ宿泊者数	237,960	277,530	16.6%
栃木県	延べ宿泊者数	12,250,450	11,677,370	△ 4.7%
	うち外国人延べ宿泊者数	434,940	481,390	10.7%
群馬県	延べ宿泊者数	10,255,390	9,751,210	△ 4.9%
	うち外国人延べ宿泊者数	316,610	432,480	36.6%
埼玉県	延べ宿泊者数	5,242,390	5,575,920	6.4%
	うち外国人延べ宿泊者数	170,140	227,690	33.8%
千葉県	延べ宿泊者数	27,773,740	28,286,610	1.8%
	うち外国人延べ宿泊者数	3,219,060	4,407,820	36.9%
東京都	延べ宿泊者数	99,447,220	110,347,320	11.0%
	うち外国人延べ宿泊者数	43,637,550	56,803,870	30.2%
神奈川県	延べ宿泊者数	28,267,370	26,097,210	△ 7.7%
	うち外国人延べ宿泊者数	3,226,340	4,420,400	37.0%
山梨県	延べ宿泊者数	7,965,990	9,483,960	19.1%
	うち外国人延べ宿泊者数	1,423,050	2,554,720	79.5%
新潟県	延べ宿泊者数	9,586,960	10,524,240	9.8%
	うち外国人延べ宿泊者数	345,130	528,520	53.1%
		2023	2024	前年比
関東＋山梨＋新潟計	延べ宿泊者数	208,297,630	219,013,840	5.1%
	うち外国人延べ宿泊者数	53,010,780	70,134,420	32.3%
富山県	延べ宿泊者数	3,933,900	3,759,720	△ 4.4%
	うち外国人延べ宿泊者数	235,830	250,370	6.2%
石川県	延べ宿泊者数	8,726,180	11,491,880	31.7%
	うち外国人延べ宿泊者数	1,027,510	2,199,860	114.1%
福井県	延べ宿泊者数	3,244,790	4,027,250	24.1%
	うち外国人延べ宿泊者数	64,900	92,190	42.0%
長野県	延べ宿泊者数	17,966,840	20,105,300	11.9%
	うち外国人延べ宿泊者数	1,493,430	2,339,720	56.7%
岐阜県	延べ宿泊者数	7,013,490	8,363,880	19.3%
	うち外国人延べ宿泊者数	1,095,750	1,928,680	76.0%
静岡県	延べ宿泊者数	21,855,230	22,995,880	5.2%
	うち外国人延べ宿泊者数	1,045,010	1,885,580	80.4%
愛知県	延べ宿泊者数	18,858,110	21,323,270	13.1%
	うち外国人延べ宿泊者数	2,008,790	3,905,130	94.4%
三重県	延べ宿泊者数	7,335,740	8,370,240	14.1%
	うち外国人延べ宿泊者数	201,050	241,130	19.9%
		2023	2024	前年比
中部＋三重計	延べ宿泊者数	88,934,280	100,437,420	12.9%
	うち外国人延べ宿泊者数	7,172,270	12,842,660	79.1%

都道府県名		2023	2024	前年比
滋賀県	延べ宿泊者数	4,798,750	4,897,930	2.1%
	うち外国人延べ宿泊者数	285,610	336,850	17.9%
京都府	延べ宿泊者数	32,125,320	34,210,710	6.5%
	うち外国人延べ宿泊者数	12,133,480	16,938,020	39.6%
大阪府	延べ宿泊者数	50,701,480	57,431,520	13.3%
	うち外国人延べ宿泊者数	18,755,090	25,393,930	35.4%
兵庫県	延べ宿泊者数	15,131,440	16,505,660	9.1%
	うち外国人延べ宿泊者数	1,016,160	1,505,800	48.2%
奈良県	延べ宿泊者数	2,648,790	2,834,450	7.0%
	うち外国人延べ宿泊者数	334,410	399,920	19.6%
和歌山県	延べ宿泊者数	4,626,270	5,012,290	8.3%
	うち外国人延べ宿泊者数	517,370	787,900	52.3%
		2023	2024	前年比
近畿計	延べ宿泊者数	110,032,050	120,892,560	9.9%
	うち外国人延べ宿泊者数	33,042,120	45,362,420	37.3%
鳥取県	延べ宿泊者数	2,229,290	2,599,290	16.6%
	うち外国人延べ宿泊者数	71,150	118,390	66.4%
島根県	延べ宿泊者数	3,306,620	3,444,710	4.2%
	うち外国人延べ宿泊者数	53,100	83,710	57.6%
岡山県	延べ宿泊者数	5,550,900	5,783,680	4.2%
	うち外国人延べ宿泊者数	331,710	514,000	55.0%
広島県	延べ宿泊者数	11,569,570	12,072,450	4.3%
	うち外国人延べ宿泊者数	1,444,310	1,958,170	35.6%
山口県	延べ宿泊者数	3,619,270	3,785,580	4.6%
	うち外国人延べ宿泊者数	91,460	125,530	37.3%
徳島県	延べ宿泊者数	2,338,390	2,538,210	8.5%
	うち外国人延べ宿泊者数	133,630	173,660	30.0%
香川県	延べ宿泊者数	4,366,480	4,746,720	8.7%
	うち外国人延べ宿泊者数	445,170	906,740	103.7%
愛媛県	延べ宿泊者数	4,692,680	4,372,780	△ 6.8%
	うち外国人延べ宿泊者数	202,950	452,210	122.8%
高知県	延べ宿泊者数	3,751,810	2,922,020	△ 22.1%
	うち外国人延べ宿泊者数	139,110	131,730	△ 5.3%
		2023	2024	前年比
中四国計	延べ宿泊者数	41,425,010	42,265,440	2.0%
	うち外国人延べ宿泊者数	2,912,590	4,464,140	53.3%
福岡県	延べ宿泊者数	21,123,850	23,950,020	13.4%
	うち外国人延べ宿泊者数	5,037,830	7,386,030	46.6%
佐賀県	延べ宿泊者数	2,429,400	2,344,950	△ 3.5%
	うち外国人延べ宿泊者数	156,090	229,300	46.9%
長崎県	延べ宿泊者数	7,588,930	7,637,820	0.6%
	うち外国人延べ宿泊者数	463,470	643,260	38.8%
熊本県	延べ宿泊者数	8,399,920	8,079,590	△ 3.8%
	うち外国人延べ宿泊者数	1,000,530	1,471,730	47.1%
大分県	延べ宿泊者数	7,624,040	8,328,590	9.2%
	うち外国人延べ宿泊者数	1,306,940	1,568,820	20.0%
宮崎県	延べ宿泊者数	3,376,180	3,608,900	6.9%
	うち外国人延べ宿泊者数	116,440	213,080	83.0%
鹿児島県	延べ宿泊者数	8,152,790	8,378,560	2.8%
	うち外国人延べ宿泊者数	361,550	620,050	71.5%
		2023	2024	前年比
九州計	延べ宿泊者数	58,695,110	62,328,430	6.2%
	うち外国人延べ宿泊者数	8,442,850	12,132,270	43.7%
都道府県名		2023	2024	前年比
沖縄県	延べ宿泊者数	32,879,730	31,275,600	△ 4.9%
	うち外国人延べ宿泊者数	4,477,820	6,938,830	55.0%

資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」（2025年6月27日）をもとに（公財）日本交通公社作成

※「延べ宿泊者数」及び「うち外国人延べ宿泊者数」は一の位を四捨五入し、十の位までを有効数字として表章した。したがって、表中の各都道府県別の数字の合計は必ずしも全国計と一致しない。

Ⅳ-1-1 北海道

年間の延べ宿泊者数が初の4,000万人台に到達
北海道新幹線の札幌延伸が2038年度末以降へ延期
仏老舗ワイナリー「ドメーヌ・ド・モンティーユ」函館で開所

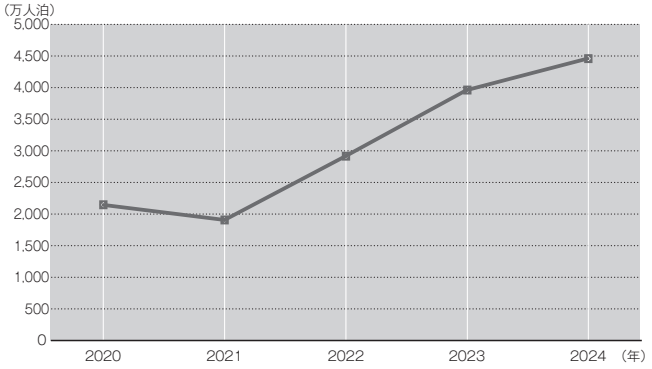
(1)都道府県レベルの旅行者動向

観光庁「宿泊旅行統計調査」によると2024年1月から12月の北海道の延べ宿泊者数は4,463万人泊となり、前年から12.6％の増加となった(図Ⅳ-1-1-1)。新型コロナウイルス感染症拡大前の2019年比でも20.7％増となりコロナ禍前を大幅に上回る水準となった。なお、年間の延べ宿泊者数が4,000万人台となるのは初めてのことで、2023年に続き過去最多を更新した。

都道府県別では、前年同様、1位の東京都、2位の大阪府に次ぐ3位となった。12.6％のプラスという成長率は全都道府県の中で10番目に大きく、4位との差は675万人から1,335万人にまで拡大した。なお、2023年に4位だった沖縄県に代わり、2024年は京都府が4位に浮上している。

一方、外国人延べ宿泊者数は前年比44.6％増の10,312千人泊となった(図Ⅳ-1-1-2)。2019年比で17.1％のプラスとなり、延べ宿泊者数全体と同様に過去最多となった。対前年の伸び率は47都道府県の中で24位にとどまっているものの、訪日外客市場全体の大幅な成長が北海道の延べ宿泊者数を押し上げる結果となった。

図Ⅳ-1-1-1　延べ宿泊者数の推移(北海道)



(単位：万人泊)

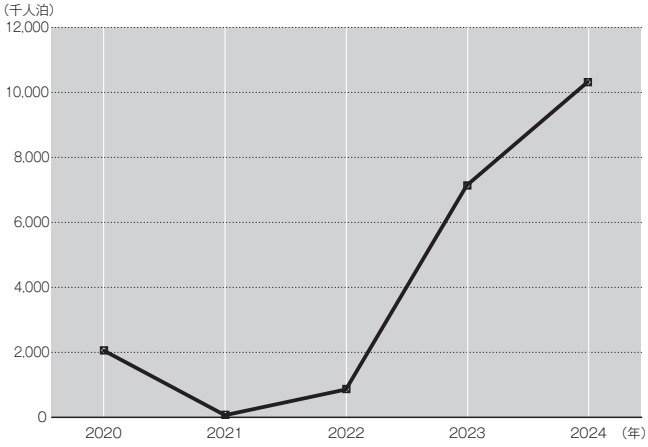
都道府県名	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
北海道	2,144	1,906	2,917	3,963	4,463

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

また、北海道庁「観光入込客数調査報告書」によれば、2024年の延べ宿泊者数は前年比でプラス9.2％の3,904万人泊となった。2019年比ではプラス1.2％となり、コロナ禍前の水準まで回復した(表Ⅳ-1-1-1)。

圏域別では、いずれも対前年でプラスを記録した。特に道南圏域や道央圏域の伸びが顕著となる一方、釧路・根室圏域は前年とほぼ同じ水準となった。唯一、前年比で2桁増となった道南圏域では、函館市が3月を除きいずれも対前年でプラスとなっており、特に8月から10月にかけては高い成長を見せた。クルーズ船の寄港数の増加や道内を舞台としたアニメ映画のヒットが宿泊需要を押し上げた。

図Ⅳ-1-1-2　外国人延べ宿泊者数の推移(北海道)



(単位：千人泊)

都道府県名	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
北海道	2,050	66	857	7,132	10,312

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

道央圏域では、札幌市が前年比で12.6％のプラスとなったほか、周辺の都市部も北広島市が同26.3％、小樽市が3.9％と前年から堅調に推移した。北広島市は「北海道ボールパークＦビレッジ」への需要が通年で宿泊需要を押し上げた。

月別では、スキーや雪まつり、流氷等を背景に特に冬期が好調に推移した。都市部に加え、ニセコエリア及び留寿都村、占冠村、富良野エリア等が前年比で30％以上の伸びを記録したほか、大雪山周辺の市町村でも冬の宿泊者数が顕著に伸びている。その結果、1月から3月は新型コロナウイルス感染症拡大前の2019年の水準をほぼ回復した。なお、8月以降はすでに2019年同月比でプラスに転じている。

一方、道内の外国人延べ宿泊者数は、前年比プラス44.6％の786.6万人泊となった(表Ⅳ-1-1-2)。通年で前年同月比20％から30％のプラスと堅調な推移を見せた。新型コロナウイルス感染症拡大前との比較では、8月まではマイナスを記録したものの9月以降は中国や韓国の成長が牽引する形でプラスに転じ、最終的には2019年比マイナス7.8％となった。

国籍・地域別の動向を見ると、上位10位のうちシンガポール以外はいずれも前年比で2桁の大幅なプラスとなり、中でも中国は前年比でプラス199.8％と急伸した。その結果、1位、2位は台湾と韓国が守ったものの、3位には前年5位だった中国が入り、2021年以来のベスト3に返り咲く結果となった。中国は2019年比でマイナス49.8％といまだコロナ禍前の水準には遠く及ばないものの、12月は2019年同月比でマイナス20.9％にまで減少幅を縮小させており、順調な回復がうかがえる。また2

位の韓国は2019年比でプラス39.8％とすでにコロナ禍前の水準を大きく上回っており、特に年後半の9月から12月は2019年同月比でプラス300％から600％という大幅な伸びを記録している。市場規模もさることながら、冬期の来道需要が急伸する等、トレンドの変化という点でも韓国の存在感が高まっている。

なお、主要国・市場の中では、中国旅行の人気上昇による訪日需要の落ち込みや国内景気の低迷を背景に、マレーシアとタイの回復が遅れており、いずれも2019年比で28.3％、33.4％のマイナスとコロナ禍前の水準を回復できていない。

表Ⅳ-1-1-1　道内の圏域別延べ宿泊者数の増減

（単位：万人泊）（単位：％）

	2023年	2024年	前年比増減
北海道	3,575	3,904	9.2
道央圏域	2,189	2,404	9.8
道南圏域	448	512	14.4
道北圏域	411	446	8.5
オホーツク圏域	161	167	3.6
十勝圏域	191	198	3.8
釧路・根室圏域	175	177	0.9

資料：北海道庁「観光入込客数調査報告書」をもとに（公財）日本交通公社作成

表Ⅳ-1-1-2　道内の国・地域別延べ宿泊者数の増減

（単位：千人泊）（単位：％）

	2023年	2024年	前年比増減
全国籍	5,442	7,866	44.6
台湾	1,242	1,724	38.8
韓国	1,110	1,573	41.8
中国	378	1,134	199.8
香港	560	652	16.5
シンガポール	436	476	9.1
タイ	277	381	37.6
アメリカ	264	375	42.1
オーストラリア	230	359	56.5
マレーシア	145	197	35.9
フィリピン	66	102	54.8
その他	734	891	21.5

（注）基準データの修正により2023年のデータを修正・更新している。
資料：北海道庁「観光入込客数調査報告書」をもとに（公財）日本交通公社作成

(2) 観光地の主な動向

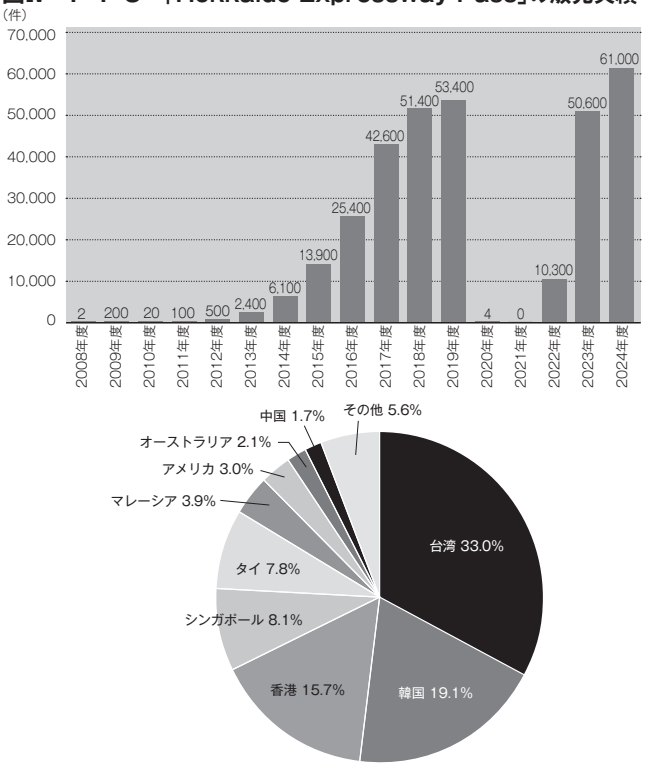
●外国人旅行者による高速道路の利用動向

東日本高速道路（NEXCO東日本）が訪日外国人を対象に発行する、道内の高速道路が定額で乗り降り自由となる周遊型割引商品「Hokkaido Expressway Pass」の2024年度の販売実績は、前年度比20.6％の増加となる約61,000件となった（図Ⅳ-1-1-3上）。同パスの販売が始まって以来、60,000件台となるのは初めてのことであり、来道する訪日外国人旅行者数の堅調な推移を反映する結果となった。

国籍・地域別では、台湾が前年から3ポイント以上シェアを伸ばして33.0％となり、首位を維持した。また、2位には前年3位だった韓国が浮上し、香港と入れ替わる形となった。香港は前年の18.1％から15.7％へとシェアを下げている。また4位以下は、顔ぶれ、順位とも2023年度から変わっていない。

なお、2024年10月から他の割引制度と整合を図ることを目的に、利用日数の見直しや実質的な値上げとなる販売価格の改定を実施した。

図Ⅳ-1-1-3　「Hokkaido Expressway Pass」の販売実績



（注）100件以上の年は100件単位で集計している。
資料：東日本高速道路株式会社資料をもとに（公財）日本交通公社作成

●北海道新幹線の2030年札幌延伸が極めて困難に

2012年に認可され2030年度末の開業を目指して工事が進んでいた北海道新幹線の札幌延伸について、2024年5月、建設を進める独立行政法人鉄道建設・運輸施設整備支援機構は、当初の予定どおりの開業が極めて困難となったとの報告を国土交通省に提出した。2035年度だった開業目標は2015年１月の政府・与党申し合わせで2030年度末に前倒しされたものの、北斗市～八雲町間、倶知安町～ニセコ町間、札幌市～小樽市間の3つのトンネル工事で数年単位の遅れが発生していた。

その後、2025年3月に、北海道新幹線の整備に関する国土交通省の有識者会議が2038年度末以降に遅れるとの見通しをまとめ、さらに数年単位の遅れが生じる可能性もあるとしている。

●道内の宿泊税、導入に向けた動き広がる

新型コロナウイルス感染症拡大以前より議論が始まっていた宿泊税について、北海道のほか、道内の複数の市町村で条例案が可決し、多くの市町村では2026年4月の導入開始に向け準備が進んでいる（表Ⅳ-1-1-3）。すでに道を含め18の自治体で条例が可決しており、導入に至れば道は全国最多の導入自治体を抱えることとなる。

課題となっていた北海道の宿泊税導入については、すでに定率制で導入済みの倶知安町を課税免除とし、別途、同町が道に道税相当分として納付することで決着した。北海道は2024年12月に可決した条例案に基づいて総務大臣の同意を求めたが地方財政審議会から倶知安町の条例案に道税相当額を道に納付する旨を明記するよう修正を求められる異例の展

開となった。最終的に道、倶知安町ともに条例を修正し2025年7月31日に総務大臣が同意した。

このほか、美瑛町では国内では初めてとなる法定外普通税としての宿泊税条例案が可決しており、総務省との協議が継続している。

表Ⅳ-1-1-3　道内における宿泊税の導入状況

自治体	条例案可決	導入	税率・特徴
北海道	2024年12月12日 2025年7月4日 （改正条例案）	2026年4月	段階的定額制 （100円／200円／500円） 倶知安町は課税免除
札幌市	2024年12月11日	2026年4月	段階的定額制（200円／500円）
旭川市	2025年3月25日	2026年4月	一律定額制（200円）
函館市	2025年3月14日	2026年4月	段階的定額制（100円／200円／500円／2,000円）
帯広市	2025年3月26日	2026年4月	一律定額制（200円）
釧路市	2024年12月17日	2026年4月	一律定額制（200円）
北見市	2024年12月19日	2026年4月	一律定額制（200円）
小樽市	2024年12月23日	2026年4月	一律定額制（200円）
網走市	2024年12月12日	2026年4月	一律定額制（200円）
富良野市	2025年2月27日	2026年4月	段階的定額制 （200円／300円／500円）
音更町	2025年4月23日	2026年4月	一律定額制（200円）
倶知安町	2018年12月13日 2025年3月3日 （変更） 2025年6月19日 （改正条例案）	2019年11月 2026年4月 （変更後）	一律定率制（2%） 変更後　一律定率制（3%）
美瑛町	2025年6月20日	調整中	一律定額制（200円） 法定外普通税
新得町	2025年6月2日	2026年4月 予定	段階的定額制 （50円／100円／200円／500円）
ニセコ町	2023年12月21日	2024年11月	段階的定額制 （100円／200円／500円／1,000円／2,000円）
留寿都村	2025年6月16日	2026年4月	段階的定額制 （100円／200円／500円）
占冠村	2025年3月14日	2026年4月	段階的定額制 （100円／200円／500円）
赤井川村	2024年3月6日	2025年11月	段階的定額制（200円／500円）

（注）2025年8月末時点で条例案が可決されている自治体のみ（美瑛町、新得町は2025年8月末時点、総務大臣未同意）。

資料：総務省、各自治体のウェブサイトをもとに（公財）日本交通公社作成

●道東への移動、高速化進む

2024年12月、未整備区間だった阿寒IC～釧路西ICの17キロメートルが開通した。札幌と釧路の市街地が直結し、移動時間は4時間19分から4時間12分へと約7分短縮された。

これを受けて、JR北海道は、2025年3月のダイヤ改正で特急「おおぞら7号」の札幌～釧路間の所要時間を大幅に短縮すると発表した。途中停車駅を減らし、所要時間は従来よりも31分短い3時間54分となった。

●知床で国立公園指定、世界遺産登録の周年事業実施

1964年に国立公園に指定された知床が2024年に国立公園指定60周年を迎えた。2025年が世界自然遺産登録20周年となることから、2年にわたって多くの周年事業が計画されている。

2024年6月には記念シンポジウムが開催されたほか、9月には「知床アドベンチャー・フェスティバル」が斜里町、羅臼町の両町で実施された（図Ⅳ-1-1-4）。 同イベントではスノーピークとザ・ノース・フェイスとのコラボレーションが実現し、羅臼町では“国立公園×アウトドア×滞在”をテーマにスノーピークがキャンプを軸にしたコンテンツを、斜里町ではザ・ノース・フェイスが“国立公園×環境×アクティビティ”をテーマに写真家の石川直樹氏やアスリートの田中陽希氏を招いてのアスリートトークやアクティビティ等を提供した。

図Ⅳ-1-1-4　「知床アドベンチャー・フェスティバル」



提供：石黒侑介

●知床岬の携帯電話基地局整備は中止

2022年4月に発生した観光船沈没事故を受け、通信圏外の解消を目的に整備が進んでいた携帯電話の基地局について、知床半島先端部に位置する知床岬の計画中止が決まった。当初は2024年中に着工し、2025年春の通信圏外の解消が計画されていたが、周辺で国の天然記念物のオジロワシが過去に営巣した記録があること等が指摘され、知床世界自然遺産地域科学委員会がさらなる調査と着工の見合わせを求めていた。

なお、計画では知床岬を含む4か所に基地局が整備されることになっており、このうち、斜里町のウトロ地区と知床五湖はすでに整備を終えたが、羅臼町ニカリウス地区ではオジロワシのつがいが確認され、着工が見通せていない。

●日高山脈襟裳十勝国立公園が誕生

陸域の面積では国内最大となる日高山脈襟裳十勝国立公園が2024年6月、国から指定が告示され、正式に誕生した。北海道の中央南部に位置し、南北約140キロメートルに及ぶ日高山脈を擁する国立公園で、1,900メートル級の山々とそこに残された原生的な自然環境で知られる。 また海成段丘、海食崖、岩礁等が見られる海岸部も特徴的で、観光地として知られる襟裳岬も含まれている。

●市街地の伝統的建造物の宿泊施設転用進む

道内では市街地の伝統的建造物を宿泊施設等として活用する計画が進んでいる。

函館市の国指定重要文化財「旧相馬家住宅」では、現所有者の引退を受けて、2025年3月に不動産クラウドファンディング事業を手掛ける企業等が宿泊事業等を展開することが発表された。 また釧路市では、1952年に完成した鉄筋コンクリート造り地下1階・地上2階建ての旧日銀釧路支店がホテルとしての活用されることが決まった。2028年中の開業を目指し事業者との契約に向けた調整が進んでいる。

都市部や温泉地の比較的大規模なホテル・旅館が主力の道内宿泊事業に新風を吹き込めるか、注目が集まっている。

(3)市町村の主な動向

●「ノースサファリサッポロ」が閉園へ(札幌市)

札幌市南区の民間動物園「ノースサファリサッポロ」が都市計画法上の市街化調整区域に無許可で施設を建設していたことを受け、札幌市は同法に基づく施設の除却命令の検討に着手した。その後、同園は2025年9月末までに閉園する方針を発表した。

同園は、市街化調整区域内にあり、2005年7月に開業後、違法状態が続いていた。また国道沿いの国有地に無許可で看板を設置する等の法令違反も相次ぎ発覚していた。

●ド・モンティーユ&北海道のワイナリーが開所(函館市)

2024年7月、フランス・ブルゴーニュ地方の老舗ワイナリーで、世界的に高い知名度を誇るドメーヌ・ド・モンティーユの日本法人、ド・モンティーユ&北海道が、函館市内の桔梗町にワイナリーを開所した。また2024年12月にはレストランを含めた施設全体がオープンした。一部鉄筋コンクリート造り2階建て、延べ床面積1,500㎡で、1階に醸造用の施設や貯蔵庫等が並ぶ(図Ⅳ-1-1-5)。

図Ⅳ-1-1-5　ド・モンティーユ&北海道のワイナリー



提供:いずれもde Montille&Hokkaido

●ボールパーク内ホテルはバンヤン・グループに(北広島市)

プロ野球・北海道日本ハムファイターズの本拠地「エスコンフィールド北海道」に隣接するホテルが、シンガポールの国際リゾートホテルであるバンヤン・グループ系列となることが決定した。ホテルは「北海道ボールパークFビレッジ」の中心、「エスコンフィールド北海道」の東側に建設され、8階建て、全177室を予定している。計画では2027年に開業する。

●オーバーツーリズム対策進む(美瑛町)

町内の名所「セブンスターの木」付近の町道で2024年7月からの約1か月間、期間限定の駐車禁止の規制が行われた(図Ⅳ-1-1-6)。付近では迷惑駐車等が相次いでおり、オーバーツーリズム対策の一環として旭川東警察署が町からの要請を受ける形で実現した。また冬期には「クリスマスツリーの木」周辺の町道に交通整理を担う警備員が配置された。

なお、美瑛町は2024年3月、観光庁の「オーバーツーリズムの未然防止・抑制による持続可能な観光推進事業」の「先駆モデル地域型」のひとつに選定されている。

図Ⅳ-1-1-6　美瑛町のオーバーツーリズム対策



提供:一般社団法人美瑛町観光協会

●星野リゾートの川湯温泉再生事業は継続(弟子屈町)

弟子屈町が環境省の「国立公園満喫プロジェクト」の一環として進めていたホテル跡地への星野リゾートの誘致について、2025年4月に同社より撤退の方針が伝えられた。その後、両者の協議が行われ、最終的に事業継続が決定した。町と環境省が22億円をかけて更地にした廃ホテル跡地に、当初は星野リゾートが高級旅館「界」ブランドの施設を2026年に開業する計画で調整が進んでいた。

ホテルの進出に合わせて町が温浴体験施設の整備等を含めた温泉街の再生に取り組むこととなり、町はマスタープランを策定し施設整備の方向性等について地域と調整を図ってきた。

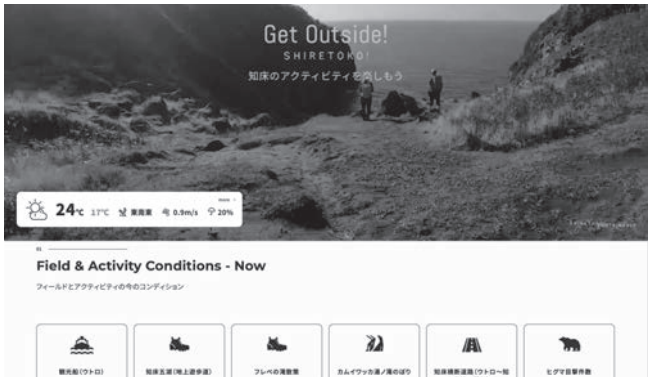
●アクティビティサポートセンター設立(斜里町)

斜里町では2022年の観光船沈没事故を受けて検討されてきたリスク管理の一環として、2024年7月「知床しゃりアクティビティサポートセンター」を設立した。知床アクティビティリスク管理体制検討協議会の最終報告を踏まえ、町、特定非営利活動法人知床斜里町観光協会、一般社団法人知床しゃりの3者で構成する新組織を整備した。

今後、専門家によるリスクの洗い出しや情報発信を強化していく。なお、2025年4月には知床エリアのアクティビティや安全情報を網羅的に発信するウェブサイト(www.goshiretoko.com/getoutside/)を開設した(図Ⅳ-1-1-7)。

(北海道大学大学院　石黒侑介)

図Ⅳ-1-1-7　ウェブサイト



提供:知床しゃりアクティビティサポートセンター

Ⅳ-1-2 東北

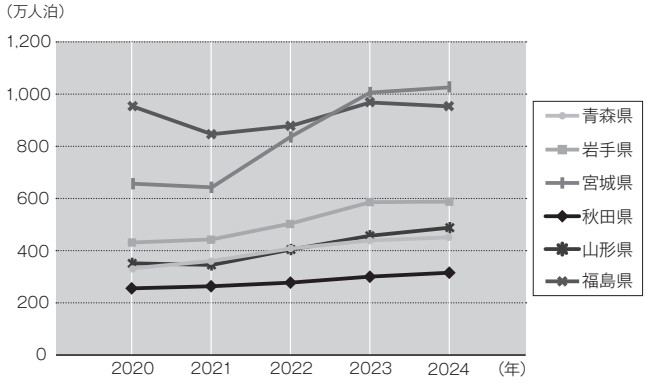
前年に引き続き外国人の延べ宿泊者数が堅調に回復
仙台市に次いで宮城県でも宿泊税の導入に関する条例が成立

(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、2024年1月から12月の東北地方の延べ宿泊者数は前年比1.7％増の3,822万人泊となり、前年に引き続き、新型コロナウイルス感染症の拡大による影響からの回復途上にあった(図Ⅳ-1-2-1)。県別に見ると、秋田県が前年比5.0％増、山形県が同6.8％増であるのに対し、福島県は1.5％減となった。2019年(4,370万人泊)比では、6県の合計が12.5％減であり、コロナ禍前の水準には至っていない。

一方、 外国人延べ宿泊者数は前年比46.1％増、2019年比23.1％増の2,280万人泊となり、前年に引き続きコロナ禍から大きな回復を見せた(図Ⅳ-1-2-2)。県別に見ると、2019年比で福島県が52.9％増、次いで宮城県が37.9％増と大きく回復している。 秋田県は2019年比で14.2％減にとどまっているものの、前年比では25.1％増となっており、回復傾向となっている。

図Ⅳ-1-2-1　延べ宿泊者数の推移(東北)

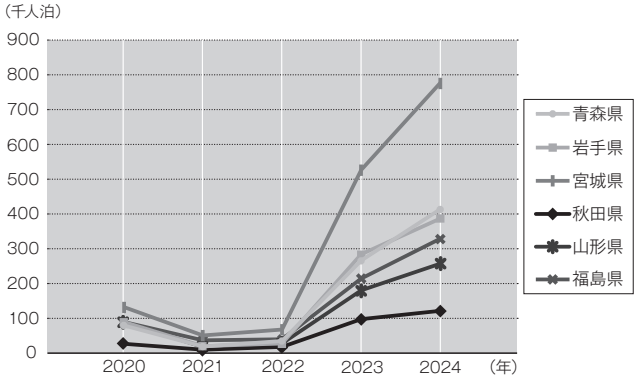


(単位：万人泊)

都道府県名	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
青森県	332	360	408	439	451
岩手県	431	443	504	586	588
宮城県	657	643	838	1,007	1,027
秋田県	255	263	277	300	315
山形県	351	345	404	457	488
福島県	954	847	879	969	954

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

図Ⅳ-1-2-2　外国人延べ宿泊者数の推移(東北)



(単位：千人泊)

都道府県名	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
青森県	78	17	33	265	413
岩手県	88	18	26	283	386
宮城県	131	49	66	526	777
秋田県	25	8	16	96	120
山形県	87	16	26	179	256
福島県	88	35	38	213	328

資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」をもとに(公財)日本交通公社作成

(2)観光地の主な動向

①地方・都道府県レベル

●東北の祭りの動向

東北各県の代表的な夏祭り(6件)が8月1日から8日にそれぞれ3～6日間の会期で開催された。来場者数は、「青森ねぶた祭」が約98万人、「盛岡さんさ踊り」が約111万人、「仙台七夕まつり」が約204万人、「秋田竿燈まつり」が約122万人、「山形花笠まつり」が約70万人、「福島わらじまつり」が約30万人であった(表Ⅳ-1-2-1)。 山形県では2024年7月に記録的な大雨に見舞われ、「山形花笠まつり」の開始時期が遅れる等の影響があった。

2011年以降開催されている「東北絆まつり」は、「東北四季の彩り＆東北絆まつり」として、2025年6月13日から15日の3日間にわたり、大阪・関西万博会場にて開催された。東北以外の地で開催されるのは、前身である「東北六魂祭」も含めて初めての試みである(表Ⅳ-1-2-2)。祭りパレードのほか、ステージイベントや、観光PR、伝統工芸に関する体験、飲食・物販ブースが設けられた。 万博の入場チケットが必要なことや、会場への入場に定員を設けたことから、来場者数は例年より少ない約5万人であった。

●「第6期みやぎ観光戦略プラン」を策定(宮城県)

宮城県観光戦略課は、2025年4月から2028年3月までの3年間を計画期間とした「第6期みやぎ観光戦略プラン」を策定した。観光を核に地域経済全体の活性化を図り、持続可能な観光地域づくりを推進することを目的としており、基本理念は

表Ⅳ-1-2-1　東北夏祭りの来場者数

祭事名	開催地	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
青森ねぶた祭※	青森県青森市	269万人	276万人	282万人	280万人	285万人	中止	オンライン	105万人	101万人※	98万人※
盛岡さんさ踊り	岩手県盛岡市	139万人	126万人	134万人	133万人	149万人	中止	中止	54万人	114万人	111万人
仙台七夕まつり	宮城県仙台市	218万人	228万人	179万人	203万人	225万人	中止	134万人	225万人	227万人	204万人
秋田竿燈まつり	秋田県秋田市	140万人	132万人	131万人	130万人	131万人	中止	中止	78万人	110万人	122万人
山形花笠まつり	山形県山形市	98万人	100万人	99万人	97万人	98万人	中止	規模縮小	56万人	80万人	70万人
福島わらじまつり	福島県福島市	26万人	26万人	28万人	29万人	30万人	中止	オンライン	28万人	30万人	30万人

※青森ねぶた祭は、2023年より来場者数の計測方法を変更したため、前年までの数字と単純に比較することができない

資料：各種資料をもとに（公財）日本交通公社作成

表Ⅳ-1-2-2　「東北絆まつり」の開催概要

	東北絆まつり						
	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年	2025年
開催地	福島県福島市	新型コロナウイルス感染症拡大のため中止	山形県山形市	秋田県秋田市	青森県青森市	宮城県仙台市	大阪府大阪市
開催日程	6月1日（土） 2日（日）		5月22日（土） 23日（日）	5月28日（土） 29日（日）	6月17日（土） 18日（日）	6月8日（土） 9日（日）	6月13日（金） 14日（土） 15日（日）
来場者数	約31万人		ー	約11万人	約29万人	約57万人	約5万人
経済効果	約42億円		ー	約28億円	ー	ー	ー

資料：各種資料をもとに（公財）日本交通公社作成

「地域が主役となる持続可能な観光地域づくりを通した“All-round”な観光地の実現」である。宮城県では、県内にある7つの圏域ごとに、コロナ禍を経た来訪者数の回復の程度に差が出ていることや、観光産業の人手不足が続いていること等が課題となっており、「魅力ある観光資源の創出」、「観光産業の活性化」、「観光客受入環境整備の充実」、「国内外との交流拡大の促進」の4つの戦略プロジェクトを推進する。地域主体の観光地づくりに向けては、みやぎ観光振興会議圏域会議を活用し、県内7つの圏域の課題を整理・検討したうえで、圏域ごとに施策の方向性を定めている。

●「第3次おもてなし山形県観光計画」を策定

山形県は、2025年度から2029年度までの5年間を計画期間とする「第3次おもてなし山形県観光計画」を策定した。前計画では、2024年の観光消費額の数値目標を2,600億円としていたが、コロナ禍の影響により2023年の消費額は1,772億円にとどまり、2024年の消費額も策定時の目標を下回ることが想定されている。観光需要の回復は見られるものの、全国と比較して回復速度が鈍いことを課題と認識しており、本計画では観光消費額の拡大、多様な交流、地域資源の継承を通じた“持続可能な観光地域の確立”を基本目標として掲げた。コロナ禍からの消費額回復に加え、多様なニーズに対応するためのデータ分析と観光コンテンツ開発の必要性、インバウンド需要の取り込み不足、そして深刻な観光産業の人手不足も課題となっている。これらの課題に対応するため、「『本物の価値』の追求による稼ぐ力の向上」、「『人材×DX』による観光産業の活性化」、「地域一体となったすべての人にやさしい観光地づくり」を掲げており、イン・アウトバウンドを含めた交流人口・関係人口の拡大と高付加価値化、DXの推進や観光産業を支える人材の育成、すべての人々を受け入れるアクセシブルツーリズムの推進を行うとしている。具体的な施策として、高付加価値な旅行者層に向けた観光コンテンツや周遊ルートの造成、データ分析に基づいた情報発信、観光MaaSやライドシェアの導入、多言語対応やバリアフリー化の促進、プロフェッショナルガイドの育成等を挙げている。

②広域・市区町村レベル

●観光ビジョン・計画等の策定（表Ⅳ-1-2-3）

岩手県盛岡市は、2025年4月に「盛岡市観光推進計画」を策定した。ニューヨーク・タイムズ紙による「2023年に行くべき52か所」に選出されたことを受け、その効果を持続・発展させていくための取り組み等を重視しており、“世界を舞台に輝きつづける観光のまち盛岡”を基本方針（目指す姿）として掲げた。具体的な基本施策として「持続可能な観光地づくり」、「選ばれる観光地域づくり」、「広域観光の推進」、「国際観光の推進」を挙げている。

宮城県仙台市では、「仙台市交流人口ビジネス活性化戦略2024」が終期を迎えたことから、観光を基軸とした交流人口の拡大に向け、2025年3月に「仙台市観光戦略2027～ Into a New Era～」を新たに策定した。「来てもらう」、「泊まってもらう」、「また来てもらう」の3つの視点により、重点施策として「次代へつなぐ青葉山エリアの価値の深化」、「心弾むエモーショナル都市の創造」、「Sendai Urban Resortの推進」、「『Another JAPAN, SENDAI, TOHOKU』の発信」、「＋（プラス）観光の推進」、「持続可能な観光地域の形成」を示した。また、2026年1月から導入されることが決まっている宿泊税の活用方針について、①旅行者を呼び込むための観光コンテンツの造成、②宿泊・連泊を促進するための誘客強化、③観光の基盤である宿泊事業者への支援とすることを示した。

山形県飯豊町では、「第5次飯豊町総合計画」に則し、上位・関連計画との整合性を図りながら、観光振興施策を示すための計画として「飯豊町持続可能な観光計画」を2025年3月に策定した。この計画は、2020年に観光庁が策定し、国際基準に準拠した持続可能な観光指標である「日本版持続可能な観光

表Ⅳ-1-2-3 市町村で策定された観光ビジョン・計画

策定時期	市町村	計画名	概要
2025年5月	青森県八戸市	「ハマる、ハチノへ。」観光振興プラン	「地域の事業者が稼ぐ観光を目指し、観光消費額を拡大する」、「持続可能な観光を確立し、地域経済の活性化、環境保護、地域文化の保存と継承を進める」、「観光振興による市民の幸福度の向上」の3つを基本方針として示した。
2025年3月	青森県十和田市	十和田市観光戦略	“自然とアートを核に稼いで潤う持続的な観光地域づくり” をビジョンとして掲げ、「観光コンテンツの充実」、「まちなかへの宿泊施設の誘致」、「二次交通の充実」、「休屋廃屋撤去後の土地再利用への対応」を重点方針とし、消費額拡大と滞在日数増加を目指すとしている。
2025年4月	岩手県盛岡市	盛岡市観光推進計画	“世界を舞台に輝きつづける観光のまち盛岡” を基本方針に、「持続可能な観光地域づくり」、「選ばれる観光地域づくり」、「広域観光の推進」、「国際観光の推進」という4つの基本施策として挙げ、国内外の盛岡ファン拡大とリピーター化を推進する。
2025年4月	岩手県宮古市	宮古市観光振興ビジョン	持続可能な観光地を目指し、「観光拠点再整備」、「地域観光資源活用」、「体験型観光推進」、「インバウンド受入強化」の4つのコア・プロジェクトを通じて、観光消費額の拡大と滞在時間の延長を図ることを示した。
2025年3月	岩手県紫波町	第四次紫波町観光振興計画	「観光資源の発掘と魅力向上」、「特産品の振興」、「情報発信とニーズの把握」、「受入基盤の整備」、「協働、連携の体制づくり」を基本方針として示した。特に「協働、連携の体制づくり」では（一社）紫波町観光交流協会の組織強化や広域観光関連団体等との連携について明記した。
2025年3月	宮城県仙台市	仙台市観光戦略2027～Into a New Era～	「来てもらう」、「泊まってもらう」、「また来てもらう」の3つの視点から、観光を基軸とした持続的な地域経済の発展を目指し策定された。 重点施策として、「次代へつなぐ青葉山エリアの価値の深化」、「心弾むエモーショナル都市の創造」、「Sendai Urban Resort の推進」、「『Another JAPAN, SENDAI, TOHOKU』の発信」、「＋（プラス）観光の推進」、「持続可能な観光地域の形成」を示した。また、宿泊税の活用方針についても明記している。
2025年3月	秋田県男鹿市	男鹿市観光ビジョン	「観光コンテンツの更なる魅力の向上」、「観光情報発信強化と積極的な誘客プロモーション」、「受入態勢の整備」、「インバウンド誘客の推進」、「DMO を核とした稼ぐ観光の推進」という5つの戦略を掲げ、具体的な数値目標として観光消費額130億円を示した。
2025年5月	山形県尾花沢市	第1次尾花沢市持続可能な観光計画	「戦略的なプロモーション」、「惹きつけられるコンテンツの磨き上げ」、「プラスONE観光の推進」、「滞在価値向上を目指した受入環境の整備」の4つを基本戦略とし、時流を捉え、官民協働で施策を推進していくことを示した。
2025年3月	山形県白鷹町	白鷹町観光交流推進計画	「地域資源の活用」と「体験型及び滞在型の観光」を推進し、観光消費の拡大による「経済効果の向上」を図り、もって「持続可能な観光まちづくり」を行うことを基本目標とし、4つの基本方針である「地域資源の活用」、「情報発信の強化」、「観光拠点の整備」、「地域循環型白鷹ウェルネスツーリズムの展開」と、それぞれに対する具体的なアクションを整理した。
2025年3月	山形県飯豊町	飯豊町持続可能な観光計画	観光庁が策定する「日本版持続可能な観光ガイドライン」（JSTS-D）を導入し、各施策・事業をJSTS-Dの各指標に紐付けて展開することを前提としている。「高付加価値型滞在観光への転換」、「オールシーズンでの観光コンテンツの開発」、「観光と産業の一体的振興」を3つの重点プログラムとし、「持続可能なマネジメント」、「社会経済の持続可能性」、「文化の持続可能性」、「環境の持続可能性」といった基本方針・施策と、それぞれに対する具体的なアクションプランを策定した。
2025年3月	福島県須賀川市	須賀川市観光振興アクションプラン（延長）	2020年度から2024年度を計画期間とする須賀川市観光振興アクションプランを策定していたが、コロナ禍において事業を十分に実施できなかったことから、計画期間を2027年度まで延長した。延長期間には、「須賀川市×M78光の国」姉妹都市提携による事業や、本市が世界に誇る「特撮文化」を継承・発信し、観光客の来訪を促進するとともに、須賀川ならではの食や文化、自然等の地域資源を活かした観光誘客を推進することを改めて示した。
2025年3月	福島県葛尾村	葛尾村観光戦略プラン	東日本大震災に起因する福島第一原子力発電所事故により、観光資源の利用や観光施設の運営への影響が続いていることから、郷土愛を大切にし、歴史や文化を未来へつなげていく持続可能な観光モデルを達成することを目的として観光戦略プランを策定した。基本戦略として、「葛尾村らしい観光コンテンツ開発」、「オンリーワン葛尾の知名度アップ」、「一体となった観光推進体制づくり」の3つを掲げている。

資料：各市町村のウェブサイトをもとに（公財）日本交通公社作成

ガイドライン」（JSTS-D）の視点を導入しており、計画内の各指標と紐付けて展開することとしている。「高付加価値型滞在観光への転換」、「オールシーズンでの観光コンテンツの開発」、「観光と産業の一体的振興」の3つを重点プログラムとし、「持続可能なマネジメント」、「社会経済の持続可能性」、「文化の持続可能性」、「環境の持続可能性」といった基本方針・施策と、それぞれに対する具体的なアクションプランを策定している。

このほか、青森県八戸市、青森県十和田市、岩手県宮古市、岩手県紫波町、秋田県男鹿市、山形県尾花沢市、山形県白鷹町、福島県須賀川市、福島県葛尾村等も観光ビジョン・計画等の策定・改定を行っている。

●観光地域づくり法人（DMO）の新規登録と取り消し

2024年5月から2025年4月までの間に、登録DMOとしては2025年3月に公益財団法人岩手県観光協会が地域連携DMOとして登録されたほか、同じく2025年3月に一般社団法人八幡平市観光協会とプラットヨネザワが地域DMOとして登録された。 また、これまで地域DMOとして登録されていた八幡平DMOは、事業再編によりDMO機能を八幡平市観光協会に移管し、八幡平DMOとしてのDMO登録は取り消しとなった。 候補DMOとしては2025年3月に一般社団法人洋野町観光協会が地域DMOとして登録された。

●台風5号の影響で宮古市、岩泉町を局地激甚災害に指定（岩手県）

2024年8月12日に岩手県沿岸部に上陸した台風5号は、東北を横断し、宮古市や岩泉町を中心に大きな被害をもたらした。岩泉町では、国の天然記念物であり観光名所となっている龍泉洞で、洞窟内が増水し、外に水が噴出する等の被害を受け、施設の閉鎖を余儀なくされる等、観光業へも影響が広がった。

●宮城県で宿泊税条例が成立、青森県弘前市、岩手県盛岡市、秋田県仙北市でも導入に向けた動き

宮城県では、宿泊税徴収に関する県条例が2024年10月に可決・成立した。県内では、すでに仙台市で宿泊税導入に関する条例が成立、2026年1月にも徴収が開始される見込みであり、東北地方では初の県と市の二段構えによる徴収事例となる。

具体的な運用方法は、県内全域において一人1泊6,000円以上の宿泊者に対し、300円の宿泊税が課せられる一方、仙台市内の宿泊者からは、県と市の条例に基づき300円を徴収し、そのうち100円が県へ、200円が市へと配分される仕組みである。宮城県の宿泊税による年間税収は約11億円が見込まれており、観光産業の活性化や外国人旅行者向けの環境整備等に活用する方針である。なお、県内外からの修学旅行や学校の部活動等の行事に伴う宿泊は課税の対象外とされている。

そのほかにも宿泊税導入の動きは東北各地で見られており、青森県弘前市では2025年3月に宿泊税導入に向けた条例案が議会で可決されているほか、岩手県盛岡市と秋田県仙北市では、導入に向けた検討が始まっている。

●山形新幹線25年ぶり新車両E8系運行開始（山形県）

山形新幹線は、1999年にE3系が導入されて以降25年ぶりに新車両E8系が導入され、2024年3月に運行が開始された。2026年春までに全車両の置き換えが予定されている。最高速度が時速300キロメートルに向上し、東京～山形間及び東京～新庄間の所要時間が短縮されることで、利便性が高まる。新型車両は、山形県の花である紅花や最上川、蔵王の雪、豊かな緑をイメージしたデザインが特徴である。

●観光庁「地方における高付加価値なインバウンド観光地づくり マスタープラン」モデル観光地に「山形エリア」が選出（山形県）

観光庁は、1回の訪日旅行で100万円以上を消費する富裕層インバウンドの誘致のため、集中的な支援等を行うモデル地域として2023年に全国で11地域を選定しており、2024年に「山形（県全域）」、「佐渡・新潟」、「富士山麓（山梨県）」の3地域が追加で選定された。山形県は、2023年当初に出羽三山地域を対象にした「山形（鶴岡・西川・庄内）」として申請したが、11地域には入れず、「継続検討地域」となっていた。今回“雄大な自然と山岳信仰に由来する固有の精神文化”とテーマを広げ、山形市の山寺等を含む県内全域を対象として申請し、認められた。事業の実施主体は県の観光文化スポーツ部観光交流拡大課国際観光推進室（やまがたインバウンド協議会事務局）で、「山形県における高付加価値なインバウンド観光地づくりマスタープラン」をもとに、今後複数年にわたり観光庁からの集中的な支援を受ける見通しとなる。なお、東北6県では、2023年時点で岩手県の「八幡平及び周辺地域」が本事業のモデル地域として選定されている。

●福島県三春町に東北最大級のモンベル直営店オープン

2025年4月にアウトドア用品メーカーのモンベルは、福島県三春町の「アウトドアヴィレッジ三春」内に直営店をオープンした。施設は町の所有で、公設民営の形態となる。モンベルの福島県での出店は初であり、延べ床面積1,788㎡は東北最大級の規模となる。同施設内には、物販以外にも手ぶらで楽しめるキャンプ場や、観光案内所のほか、町出身の登山家である田部井淳子氏の記念館を併設している。また、クライミング体験エリアや自転車コーナーにはメカニックが常駐するサービスピット等の機能も充実している。

●「ツール・ド・ふくしま」開催（福島県）

2024年9月、東日本大震災と福島第一原発事故からの復興の道のりを広く伝え、地域の多様な魅力をアピールする「ツール・ド・ふくしま2024」が開催された。大会のコースは、原発事故で避難区域が設定された12市町村と津波被災地の3市町、合わせて15の市町村が舞台となった。総延長約245キロメートルを走る「ふくしま240」等レース6部門と、タイムを競わないロングライド2部門が実施された。全国から約520人のサイクリストが参加し、かつて立ち入りが困難だったコースを走った。この大会は、県が東北で初めて国の指定を目指している「ナショナルサイクルルート」（NCR）の実現に向けた結束を強める機会でもあり、大会のコースの大部分がNCRの経路案と重なっていることから、この大会が指定への追い風となることが期待される。なお、NCRに指定されると、道路改修やインフラ整備、観光情報の発信等の支援を受けられる。

（工藤亜稀）

Ⅳ-1-3 関東

延べ宿泊者数は微増、地域差が鮮明に
外国人延べ宿泊者数は大幅増加、山梨県の伸びが顕著

(1)都道府県レベルの旅行者動向

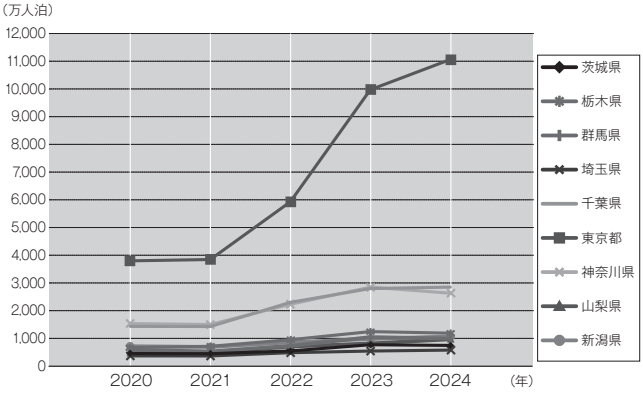
観光庁「宿泊旅行統計調査」によると、2024年1月から12月までの関東地方1都8県の延べ宿泊者数は21,901万人泊で、増加(前年比5.1%増)となった(図Ⅳ-1-3-1)。

都県別に見ると、北関東の茨城県(前年比3.2%減)、栃木県(同4.7%減)、群馬県(同4.9%減)及び、神奈川県(同7.7%減)が前年を下回った一方で、山梨県(同19.1%増)と東京都(同11.0%増)は前年を大きく上回る等、地域によって明暗が分かれた。

外国人延べ宿泊者数については、1都8県全体では前年比32.3%増の7,013万人泊と大幅な増加となった(図Ⅳ-1-3-2)。

都県別に見ると、すべての都県で2桁以上の増加となった。特に山梨県(同79.5%増)の増加が目立った。

図Ⅳ-1-3-1　延べ宿泊者数の推移(関東)

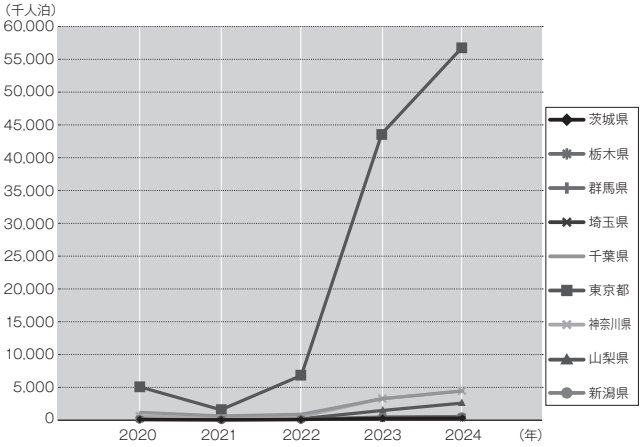


(単位：万人泊)

都道府県名	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
茨城県	434	429	527	751	727
栃木県	648	695	932	1,225	1,168
群馬県	563	510	710	1,026	975
埼玉県	349	347	464	524	558
千葉県	1,413	1,408	2,280	2,777	2,829
東京都	3,776	3,824	5,904	9,945	11,035
神奈川県	1,513	1,481	2,209	2,827	2,610
山梨県	436	461	687	797	948
新潟県	697	672	840	959	1,052

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

図Ⅳ-1-3-2　外国人延べ宿泊者数の推移(関東)



(単位：千人泊)

都道府県名	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
茨城県	53	25	55	238	278
栃木県	63	25	65	435	481
群馬県	70	17	47	317	432
埼玉県	40	26	57	170	228
千葉県	1,142	598	852	3,219	4,408
東京都	5,003	1,536	6,776	43,638	56,804
神奈川県	595	244	509	3,226	4,420
山梨県	357	25	167	1,423	2,555
新潟県	255	31	87	345	529

資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」をもとに(公財)日本交通公社作成

(2)観光地の主な動向

①地方・都道府県レベル

●「リトリートの聖地・GUNMA」実現に向けた中期的観光振興計画、群馬県が2024年度～2027年度の観光振興計画を策定

群馬県は、2024年度から2027年度までの4年間を対象とした観光振興計画を策定した。基本理念として「群馬を世界に誇るリトリートの聖地へ」を掲げ、心と体を癒す滞在型観光の推進を軸に、長期滞在や高付加価値化、旅行需要の平準化を目指す。計画では、宿泊者数や旅行消費額、外国人旅行者数、リトリート認知度等、具体的なKPIを設定。観光基盤の整備、温泉や自然・食文化を活かしたコンテンツ創出、データに基づく戦略的プロモーションの3つを基本戦略とし、持続可能な観光地域づくりを進める。

●第3期「彩の国DMO戦略」を策定(埼玉県)

一般社団法人埼玉県物産観光協会は、2024年度からの3年間を対象とした第3期「彩の国DMO戦略」を策定した。地域の「ヒト・モノ・コト」を掘り起こし、新たな価値を創造する地域商社として、物産と観光の両面から県内経済の活性化を図ることを目的とする。基本理念として「稼ぐ力を引き出す地

域商社として、地域の魅力を発掘・開発し、持続可能な経済活動を推進する」を掲げた。戦略では、観光資源の選択と集中による磨き上げ、地域資源の物語化による魅力向上、主要顧客層に焦点を当てた発信強化を柱としている。これらを実現するため、デジタルマーケティングの強化やコンテンツの高付加価値化、県産品の販売力向上等の施策を進める。戦略の策定にあたっては、2023年度に新設された「彩の国DMO協議会」において、観光・物産関係者や地元企業、観光団体、自治体、運輸業者等、多様な関係者による4回の協議を経て、具体的な方針が取りまとめられた。

●「PRIME観光都市・東京　東京都観光産業振興実行プラン2024-2026」を策定

東京都はコロナ禍後の急速な訪日外国人旅行者数の回復を踏まえて、観光都市としての国際競争力を強化することを目指して「PRIME観光都市・東京　東京都観光産業振興実行プラン2024-2026」を策定した。

同プランでは「復活した観光需要の積極的な取り込み」、「観光における持続可能性の確保」、「観光産業の基盤の強靭化」の3つを基本方針として観光施策を展開することを定めた。具体的には「戦略1 東京の特色を活かす観光振興」として、「食」の魅力の強化、文化資源の活用促進、ナイトタイム観光の促進、多摩・島しょ地域の観光振興、新たな観光テーマの開拓のほか、より快適な観光を実現するための環境整備として、アクセシブル・ツーリズムの推進及び観光客への案内等、機能の向上を掲げた。

また、「戦略2 プロモーションの新たな展開」ではデジタルマーケティングや国内各地との連携促進、ビジネス交流の拡大等を挙げた。

「戦略3 持続可能な観光地域経営の推進」では事業者の経営力強化や観光まちづくり、サステナブル・ツーリズムの推進を掲げた。

●“弾丸登山”対策や安全・混雑緩和のため、富士吉田ルートに通行規制と予約システムを導入（山梨県）

山梨県は、富士山五合目登山口（吉田ルート）において、弾丸登山対策や、混雑緩和、安全性の確保を目的に、2024年7月1日から9月10日までの期間、通行規制を導入した。16時から翌3時は登下山道を閉鎖し、1日当たりの登山者上限を山小屋宿泊者を除き4,000人としたほか、ゲート通過時には通行料2,000円を徴収し、安全誘導や維持管理に充てる。この取り組みは、夜間登山の抑制と過密緩和を通じて、安全性の向上や持続可能な観光推進を図るものである。

あわせて、利便性向上と混雑緩和のため、2024年5月20日から登山者向け「通行予約システム」を導入した。登山前日23時59分まで予約可能で、代表者による一括決済や富士山保全協力金（任意1,000円）の事前支払いにも対応する。予約者は五合目でメールの二次元コードを提示してリストバンドを受け取り、そのまま通行できる仕組みとなっており、当日も空きがあれば現地受付が可能である。規制と予約システムの併用により、安全管理と登山者の利便性の両立を目指す。

②広域・市区町村レベル

●JR東日本が中央線快速・青梅線にグリーン車を導入、2025年春サービス開始

JR東日本は、首都圏近郊の普通列車における着席ニーズの高まりに応え、中央線快速及び青梅線にグリーン車サービスを新設した。2025年春のダイヤ改正（3月15日）より二階建てグリーン車2両を連結し、サービスを開始した。これに先立ち、2024年10月13日以降、12両編成にグリーン車を連結した列車の運行を順次開始し、「グリーン車お試し期間」としてグリーン料金なしで利用できる試乗機会を提供した。正式運行開始後は、Suicaグリーン券による乗車やJRE POINT活用によるポイント利用等に対応する便利な運賃仕組みを導入した。

また、これに関連してJR東日本は2024年度を“新しい未来とネットワークを拓く年”と位置付け、中央快速等へのグリーン車乗車環境の整備及び関連地上工事に向けた設備投資を推進した。

●星野リゾートが谷川岳の施設を「谷川岳ヨッホ」、「Mt.T」に一新、年間を通じて“山の魅力”にふれる拠点へ（群馬県）

星野リゾートは、群馬県みなかみ町にある「谷川岳ロープウェイ by 星野リゾート」と「谷川岳天神平スキー場 by 星野リゾート」の名称を、2024年12月1日よりそれぞれ「谷川岳ヨッホ by 星野リゾート」と「Mt.T（マウントティー）by 星野リゾート」に改名した。今回のリブランドは、“山のリブランド”を掲げ、四季折々の絶景や自然に出会える山としての魅力を再発信する取り組みである。

「谷川岳ヨッホ」は、「ヨッホ」がドイツ語で「鞍部」を意味する言葉であることに由来し、天神平が谷川岳中腹の鞍部である地理的特性を踏まえた命名である。施設では、四季折々の山岳景色を楽しめる展望台や、スニーカーで散策できる「虹さんぽロード」、展望台カフェでの食体験、電動アシスト自転車による一ノ倉沢までのサイクリング等、多様なアクティビティを提供している。

「Mt.T」は、谷川岳や天神平等、周辺の頭文字「T」を冠し、「究極のパウダーフィールド」を意味する名称である。豊富な積雪と急峻な地形を活かし、上質なパウダースノーを国内外のスキーヤー・スノーボーダーに提供することを目指している。安全対策としてビーコンチェッカーの設置や雪崩警戒情報の提供も行い、安心して楽しめる環境を整備している。

谷川岳は首都圏から約2時間とアクセスが良く、標高2,000メートル未満ながら日本百名山に数えられる険しい岩稜や稜線美を有し、「3,000メートル級を超える絶景」とも称される。リブランドを通じ、残雪や新緑、紅葉、極上のパウダースノーといった四季折々の魅力を発信し、年間を通じて訪れることができる山としてのポジションの確立が期待される。

また、「谷川岳ヨッホ」では、冬期には「雪舞うゴンドラクルーズランチ」として、特別仕様のゴンドラを1日1組限定で貸し切り、山頂でコース料理を楽しめるプレミアムな体験を提供しており、非日常的な山岳リゾート体験を提案している。

●千葉市がモバイル限定の周遊乗車券「チバノサト1日周遊きっぷ」を販売（千葉県）

千葉市は、千葉都市モノレールとコミュニティバスを対象にしたモバイル専用の周遊乗車券「チバノサト1日周遊きっぷ」を2025年2月3日にジョルダンのアプリ「乗換案内」内で販売開始した。土・日曜、祝日（年始・ゴールデンウィークを含む）限定で利用でき、千葉都市モノレールの有人駅4駅（千葉みなと駅、千葉駅、都賀駅、千城台駅）とコミュニティバス4ルート（さらしな、おまご、いずみ、おおみや）が乗り降り自由となる。また、千城台駅直結の商業施設「イコアス千城台」で利用可能な優待クーポンが付くのが特徴である。

同時に、コミュニティバスの4ルートのみを対象にした「さらしな・おまご・いずみ・おおみや1日乗車券」もモバイルで販売を開始した。中学生が「チバノサト1日周遊きっぷ」を購入すると大人運賃となるため1,100円となるが、モノレールとコミュニティバスを別々に利用することで880円に抑えることも可能である。

この取り組みは、スマートフォンひとつで乗車から買い物までできる利便性を提供するものであり、特に千葉市内を観光やレジャーで周遊する利用者にとって、効率的かつお得な移動手段として期待される。

● GO が東京23区等で日本型ライドシェアを開始、Uber Japanは浦安市でタクシー配車サービスを開始（東京都、千葉県）

2024年4月から、タクシー配車アプリ「GO」は、東京23区、武蔵野市、三鷹市において、「日本版ライドシェア」（自家用車活用事業）と呼ばれる仕組みとのマッチングを開始した。これは、タクシーが不足しがちな地域や時間帯に限り、タクシー事業者が管理・教育する一般ドライバーの自家用車を活用して有償送迎を可能にするものであり、利用者はリアルタイムのマッチングに加えて事前確定運賃の支払い、さらには従来のタクシー配車を希望する選択肢も保持できる利便性の高いサービスとなっている。安全性はドライバー評価や車両表示、通報機能等により確保している。

5月下旬以降には北海道、宮城県、埼玉県、千葉県、大阪府、兵庫県、広島県、福岡県の一部地域へ順次対応地域が拡大し、ライドシェアドライバーの登録数は累計1,200名を超え、稼働車両数の増加による利便性向上が進んでいる。

さらに、2024年8月28日にはUber Japanが千葉県浦安市で「Uber Taxi」の配車サービスを開始した。浦安市は東京ディズニーリゾートや多数のホテル・商業施設を擁し、特に舞浜駅や浦安駅周辺では外国人旅行者の増加等を背景にタクシー配車需要が高まっていたことから、このサービス開始により即時配車の利便性が強化された。県内では成田市に続く2か所目の提供地域である。

●東京都交通局が沿線セレクトショップ「とえいろ」を市ヶ谷駅に開業（東京都）

東京都交通局は、都営交通として初の沿線セレクトショップ「とえいろ」を、2024年5月15日に都営新宿線市ヶ谷駅構内にオープンした。「とえいろ」では、都営地下鉄や都営バス、都電荒川線、日暮里・舎人ライナーの沿線にある店舗や企業が手掛ける食品・飲料・雑貨等を幅広く取りそろえ、さらに沿線企業と共同開発したオリジナル商品も販売することで、沿線地域の魅力発信や活性化に貢献する狙いである。店舗の営業時間は平日8～20時、土曜10～19時（日曜、祝日は休業）となっており、取り扱い商品にはクラシックバウムや伝統銘菓・おこし、江戸切子のグラス等がある。運営はTAMARIBAが担い、「とえいろ」という名称には、都営（とえい）交通と彩り（いろどり）を掛け合わせ、“沿線の魅力に彩りを添える場になりたい”という願いが込められている。

●沿線まるごとホテル、中核施設「Satologue（さとローグ）」を開業（東京都）

「沿線まるごとホテル」を展開している沿線まるごと（奥多摩町）は、JR青梅線の古里駅と鳩ノ巣駅の間に中核拠点となる施設「Satologue」のレストランとサウナを2024年5月に、宿泊棟を2025年5月に開業した。

レストラン「時帰路（TOKIRO）」は改修した古民家を活用し、奥多摩や青梅由来の食材を使った「沿線ガストロノミー」を提供する。林業で栄えた奥多摩の記憶をつなげる薪サウナ「風木水（FUKISUI）」では、地元の薪を使用した薪サウナ、川から引き込んだ水を利用した水風呂、緑に囲まれた外気浴を楽しめる。

2025年1月には宿泊棟の予約受付を開始、5月に開業した。客室はシンプルでミニマムな造りで、杉や椹（さわら）等の木材を用い、漆喰の壁で仕上げている。奥多摩の自然を楽しめる場所としてテラスが設けられており、浴室からも出入りができるようになっている。

●横浜観光コンベンション・ビューローが「横浜市観光協会」に改称（神奈川県）

観光地域づくり法人（DMO）として活動を進めてきた公益財団法人横浜観光コンベンション・ビューローは、2024年4月22日に「公益財団法人横浜市観光協会（Yokohama City Visitors Bureau）」へと名称を変更した。これはDMOとしての役割をわかりやすく伝えるための改称で、地域と一体となった観光まちづくり、ならびに観光・MICE都市としてのブランド強化を意図するものである。財団は、訪れる人々と地域住民が「上質」かつ「洗練」された新たな発見と出会いに感動できるような観光まちづくりを推進している。

●自動運転バスのレベル4実装に向けた取り組みと将来構想を発表（神奈川県）

川崎市は、自動運転バスのレベル4実装に向けた取り組みを強化している。2025年1月27日からは、ティアフォー社製最新型電動ミニバス「Minibus 2.0」を導入し、羽田連絡線はレベル2（一部区間手動併用）、川崎病院線はレベル0（完全手動）で実証運行を実施し、一般向けの試乗会も行った。2027年度のレベル4の実装を視野に、走行データや運行体制の確立に注力している。

さらに、2025年7月8日より、こうした自動運転バスの開発と普及に向けた市民理解の拡大を目的としたクラウドファンディングを開始した。寄付金は、高精度3D地図の作成、自動運転の仕組み学習等に活用される予定であり、支援者にはプロジェクトメンバーへの参加権等の特典も提供される。

●みなとみらい線と横浜市営地下鉄がタッチ決済乗車の実証を開始（神奈川県）

横浜高速鉄道は、みなとみらい線全駅において、クレジットカードやスマートフォンによるタッチ決済乗車の実証実験を2024年12月4日から開始した。対象となるのは、Visa、JCB、American Express、Diners Club、Discover、銀聯といった国際決済ブランド（Mastercardは2025年5月13日から対応）であり、カードやスマートフォンを改札機の専用リーダーにかざすことで、チャージ不要かつスムーズに乗降が可能となる。さらに東急電鉄のデジタルチケットサービス「Q SKIP」と連携することで、二次元コードによる改札通過にも対応し、両社路線をまたいだ移動の利便性向上を図るものである。

一方、横浜市交通局は、市営地下鉄全40駅において同様のクレジットカード等によるタッチ決済乗車の実証実験を2024年12月4日から2027年度末までの長期で実施する。こちらも対象はVisa、JCB、American Express、Diners Club、Discover、銀聯で、Mastercardも2025年5月13日から対応可能となった。

●「雁坂トンネルサイクルツアー in 山梨市」を開催（山梨県）

山梨市は県と共催で、やまなしスポーツエンジンが企画・運営する「雁坂トンネルサイクルツアー in 山梨市」を2024年8月18日に開催した。サイクリングにより、通常立ち入ることのできない雁坂トンネルの避難坑（非常通路）の走行を、ガイド付きで体験できる特別なイベントである。ツアーは初級と中級の2コースを用意し、初級コースは道の駅みとみから避難坑までの往復約12キロメートル、中級コースは雁坂大橋までの往復約17キロメートル（獲得標高約100メートル）で、小学4年生以上が対象。やまなしサイクルツアーガイドによる案内で、安全かつ魅力満載の体験が可能であった。

雁坂トンネルは、埼玉・山梨両県を結ぶ一般国道140号の有料山岳トンネルで、延長約6,625メートルと一般道路のトンネルとしては日本最長。物流時間の短縮や代替道路機能の提供等、地域の産業振興や災害時のインフラ安定等に貢献してきた。今回のツアーは、こうしたインフラの裏側にふれられる貴重な機会として、参加者だけでなく地域の魅力発信や観光振興にも寄与した。

●JR大糸線で自転車持ち込み可能な「サイクルトレイン」を運行（新潟県）

糸魚川市と大糸線活性化協議会は、JR大糸線糸魚川駅～南小谷駅間で、自転車を解体・袋詰めせずにそのまま列車内に持ち込める「サイクルトレイン」を運行した。運行日は2024年9月28日と10月19日の2日間で、糸魚川発着コースと南小谷発着コースを設定した。

利用者は日本海沿岸や北アルプス山麓の自然景観を楽しみながら、鉄道とサイクリングを組み合わせた周遊が可能となる。料金は往復大人1,360円、こども680円で、追加の手回り品料金は不要。糸魚川市のウェブサイトから事前予約制で行われた。

この取り組みは、輪行バッグ不要という手軽さと、大糸線沿線の観光資源を活かした新しい旅のスタイルとして注目されており、地域内外からの誘客促進やサイクリングツーリズムの推進に寄与した。

（相澤美穂子）

Ⅳ-2-1 中部

各地で宿泊税導入に向けた動きが相次ぎ、
熱海市では観光局のCEOを公募
南海トラフ地震臨時情報発表により観光地に影響

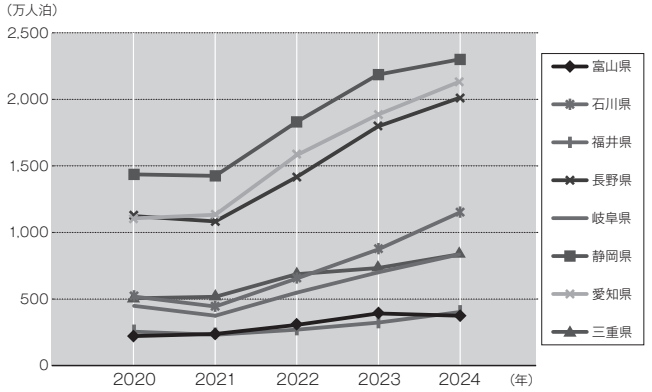
(1)都道府県レベルの旅行者動向

観光庁「宿泊旅行統計調査」によると、2024年1月から12月の中部地方8県の延べ宿泊者数は、前年比12.9%増の10,044万人泊であった(図Ⅳ-2-1-1)。県別に見ると、延べ宿泊者数が最も多いのは静岡県で、愛知県、長野県と続いた。増加率が特に大きいのは石川県(31.7%増)、福井県(24.1%増)、岐阜県(19.3%増)の3県で、全国のトップ3を占めた。以下、三重県(14.1%増)、愛知県(13.1%増)、長野県(11.9%増)、静岡県(5.2%増)と続き、富山県は減少(4.4%減)となった。

また、中部地方8県の外国人延べ宿泊者数は前年比79.1%増の1,284万人泊であった(図Ⅳ-2-1-2)。県別に見ると、外国人延べ宿泊者数が最も多いのは愛知県で、長野県、石川県と続いた。いずれの県も前年より増加しており、増加率の大きい順に石川県(114.1%増)、愛知県(94.4%増)、静岡県(80.4%増)、岐阜県(76.0%増)、長野県(56.7%増)、福井県(42.0%増)、三重県(19.9%増)、富山県(6.2%増)であった。

なお、中部地方全体では延べ宿泊者数、外国人延べ宿泊者数ともに3年連続の増加となり、コロナ禍前の2019年(それぞれ9,388万人泊、1,119万人泊)を上回る水準まで回復した。

図Ⅳ-2-1-1　延べ宿泊者数の推移(中部)

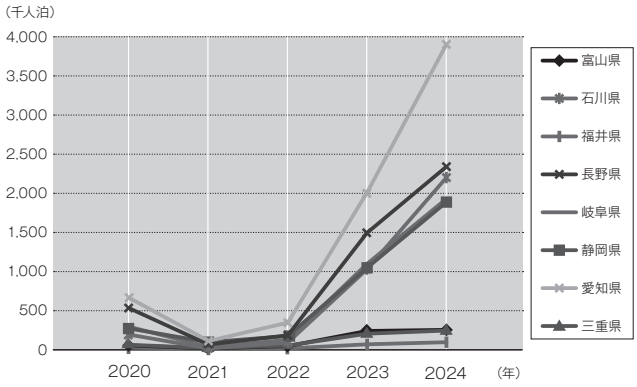


(単位：万人泊)

都道府県名	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
富山県	223	239	307	393	376
石川県	520	445	655	873	1,149
福井県	256	233	271	324	403
長野県	1,124	1,084	1,417	1,797	2,011
岐阜県	450	376	549	701	836
静岡県	1,437	1,426	1,831	2,186	2,300
愛知県	1,107	1,134	1,581	1,886	2,132
三重県	507	518	688	734	837

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

図Ⅳ-2-1-2　外国人延べ宿泊者数の推移(中部)



(単位：千人泊)

都道府県名	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
富山県	51	11	42	236	250
石川県	189	13	87	1,028	2,200
福井県	23	9	12	65	92
長野県	527	63	180	1,493	2,340
岐阜県	290	31	122	1,096	1,929
静岡県	267	93	171	1,045	1,886
愛知県	660	108	342	2,009	3,905
三重県	59	17	49	201	241

資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」をもとに(公財)日本交通公社作成

(2)観光地の主な動向

①地方・都道府県レベル

●能登半島地震からの復興に向けた動き(石川県等)

2024年1月1日に発生した令和6年能登半島地震や2024年9月に発生した令和6年奥能登豪雨からの復興に向けた取り組みが、石川県能登地域を中心に各地で進められている。

○「今行ける能登」デジタルマップの公開

公益社団法人石川県観光連盟(以下、石川県観光連盟)は、2024年12月6日よりウェブサイト「ほっと石川旅ねっと」上で「今行ける能登」デジタルマップの公開を開始した。能登地域9市町の観光地や施設の営業情報、道路状況の発信を行っている。

○和倉温泉の観光再生に向けたプランの作成

能登半島の観光の拠点である和倉温泉(石川県七尾市)では、七尾湾の護岸の崩壊により海沿いに建ち並ぶ旅館が被害を受ける等、和倉温泉旅館協同組合に加盟している全21軒の旅館が休業を余儀なくされた。このような状況の中、地域の事業者や住民、行政、有識者等で構成される和倉温泉創造的復興まちづくり推進協議会は、復興まちづくり推進のためのたたき台として地域主導で作成した「和倉温泉創造的復興プラン」を2025年3月18日に発表した。

また、国土交通省(港湾局・観光庁)は、復興に向けて力強く

前進していることを示すべく、旅館の営業再開の情報、護岸復旧工事の進捗、観光再生に向けた取り組み等を発信するため、「護岸復旧と一体となった和倉温泉の地域観光再生支援プラン」を2025年3月に策定した。

○石川県「能登復興の旅プログラム集」作成

石川県と石川県観光連盟は、能登地域への教育旅行誘致のため、能登半島地震や奥能登豪雨の経験から学ぶ26の学習プログラムを作成し、「能登復興の旅プログラム集」として2025年3月に公表した。

○観光庁、被災した観光地の再生を支援

観光庁は、「能登半島地震からの復興に向けた観光再生支援事業」を実施する。1事業当たりの支援の上限額は能登半島6市町で3,000万円程度、それ以外の地域が1,500万円程度で、自治体、関係団体や個別事業者が一体となった復旧・復興計画の作成、復旧後の誘客促進を図るためのコンテンツ造成等の取り組みを支援する。2025年1月から2月にかけて行われた公募の結果が3月18日に発表され、復興ツーリズムに向けたコンテンツ造成事業や復興プラン作成等17件（石川県16件、富山県1件）の事業が採択された。

●「ネクストふくい観光ビジョン」策定（福井県）

福井県は2025年度から2029年度の5年間を計画期間とする「ネクストふくい観光ビジョン」を2025年3月に策定した。このビジョンは、北陸新幹線延伸等により県内へのアクセスが向上し、観光需要拡大の好機を迎える中、観光の持続的発展に向けて取り組んでいく指針として策定したものである。基本理念を「しあわせ発掘ふくい ～知るたび、幸せになる旅～ Unearthing the Wonders of Fukui: Happiness in Every Discovery」と定め、2029年度の目標値として観光消費額1,700億円、観光客入込数2,100人等を設定した。

●「南海トラフ地震臨時情報」発表、観光地に影響（静岡県、愛知県、三重県等）

2024年8月8日に発生した日向灘を震源とする地震に伴い、同日、気象庁より「南海トラフ地震臨時情報（巨大地震注意）」（以下、臨時情報）が発表された。

臨時情報の対象となった中部地方の太平洋側各地域においては、静岡県西伊豆町、三重県紀北町で一部の海水浴場が閉鎖、静岡県焼津市で花火大会が延期となったほか、交通機関では、東海道新幹線やJR在来線が一部区間で徐行運転、JRや近鉄の一部の特急が運休となる等夏休みシーズンの観光地への影響が見られた。

一方、臨時情報を受けた対応のうち、今後の発表時に他地域でも参考になる取り組みを事例集として内閣府が取りまとめ、2025年6月に公表した（表Ⅳ-2-1-1）。

表Ⅳ-2-1-1　中部地方の観光地における南海トラフ地震臨時情報発表に伴う防災対応の事例

地域	対応
静岡県 下田市	海水浴場を市職員が巡回、ライフセーバーにハザードマップを配布し避難場所の再確認を求める。 警察官らも海水浴客に津波避難路確認を呼び掛け。
静岡県 伊豆市	帰宅困難者の移動用の貸切バスの手配について確認するとともに、海水浴場は定期的に注意喚起を実施しながら通常営業。 地元温泉旅館協同組合が津波浸水区域内にある宿泊施設の宿泊者数の調査等を実施。
静岡県 沼津市 （戸田地区）	海水浴場のリスクと安全対策を再確認し、遊泳区域の最も遠い地点から隣接する高台の避難場所まで4分以内で避難できることを確認。外国人観光客でも理解ができるハザードマップを海水浴場利用者に個別配布。
愛知県	外国人県民や外国人旅行者向けに、「やさしい日本語」や多言語で情報発信、注意喚起。翻訳は県庁防災担当課から多文化共生担当課を通じて外国語が堪能な職員や（公財）愛知県国際交流協会等に依頼。

資料：内閣府（防災担当）「南海トラフ地震臨時情報発表に伴う防災対応事例集」をもとに（公財）日本交通公社作成

●「富士登山事前登録システム」を導入（静岡県）

静岡県は、富士山を守り、伝えるとともに、安全かつ快適な富士登山の実現のため、2024年の富士登山シーズンに「富士登山事前登録システム」を導入し、静岡県側の富士宮、御殿場、須走の3ルートを対象とした入山管理を試行した。登山日時や山小屋宿泊予約の有無等の登録を求めるとともに、動画視聴による登山のルールやマナーの事前学習を行うもので、システムは7言語で提供された。なお、2024年は任意の富士山保全協力金（1,000円）を求めたものの、入山料は徴収せず、入山者数の上限の設定も行われなかった。

また、2025年シーズンからは、事前学習の修了、午後2時から翌日午前3時までの入山時の山小屋予約、入山料（一人1回4,000円）の納付の3つを条件とした登山規制を実施している。

●「休み方改革」の取り組み（愛知県）

愛知県では、県民全体のワーク・ライフ・バランスの充実と生産性向上による地域経済の活性化の実現を目的として、経済界、労働界、教育界と一体となって休暇取得のあり方を見直す「休み方改革」に取り組んでいる。

この取り組みの一環として、一般社団法人愛知県観光協会は2024年7月22日、「あいち・なごや周遊観光パスポート」を発売した。このパスポートは、県内26か所の美術館や博物館、観光施設に平日限定で1回ずつ入場できる共通チケットで、平日の観光需要の喚起と県内周遊の促進を目的としている。

このほか、2023年度に引き続き、“空いてる時に、好きな場所へ、出かけよう。”を合言葉に平日や閑散期の旅行を呼び掛ける「あいちスキ旅キャンペーン」が展開された。これは、観光需要の平準化による旅行者の快適な旅行と事業者の労働生産性向上を図るキャンペーンで、参画した宿泊施設や観光施設を利用すると割引等の特典が受けられた。

②広域・市区町村レベル

●各地で宿泊税等の導入が相次ぐ

全国各地で観光振興のための財源確保の手法として宿泊税の注目が高まる中、中部地方においては2019年より導入済みの石川県金沢市に続いて、2025年1月6日より愛知県常滑市、2025年4月1日より静岡県熱海市がそれぞれ宿泊税を導入したほか、各地で導入に向けた検討が進められている（表Ⅳ-2-1-2）。

常滑市では、年間約2億円の税収を見込み、2024年度には宿泊税を財源として無料シャトルバスの運行やプロモーション等の事業が行われた。また、熱海市では、年間約6億円の税収を見込み、花火大会等のイベントの開催や、フリー Wi-Fiの整備等の財源として活用される予定である。

一方、標準税率が一人1日150円である入湯税を超過課税して観光財源に充てる自治体もあり、静岡県東伊豆町では、2025年3月1日より一人1泊300円となった。また、静岡県伊東市においても2025年10月1日より宿泊を伴う場合の入湯税が300円に引き上げられる予定である。

表Ⅳ-2-1-2　中部地方における宿泊税の導入状況

自治体	税率（一人1泊）	条例案可決	総務大臣同意	施行
導入済み				
金沢市（石川県）	宿泊料金 5千円未満：課税なし（※） 5千円以上2万円未満：200円 2万円以上：500円 ※2024年10月1日より5,000円の免税点を設定	2018年3月23日	2018年6月26日	2019年4月1日
常滑市（愛知県）	一律200円	2024年3月22日	2024年6月14日	2025年1月6日
熱海市（静岡県）	一律200円	2024年3月14日	2024年6月14日	2025年4月1日
導入予定（総務大臣同意済み）				※施行日は予定
下呂市（岐阜県）	宿泊料金 5千円未満：100円 5千円以上：200円	2024年12月20日	2025年3月21日	2025年10月1日
高山市（岐阜県）	宿泊料金 1万円未満：100円 1万円以上3万円未満：200円 3万円以上：300円	2024年12月20日	2025年3月21日	2025年10月1日
鳥羽市（三重県）	一律200円	2025年3月24日	2025年7月22日	2026年4月1日
岐阜市（岐阜県）	一律200円	2025年3月27日	2025年7月22日	2026年4月1日
導入予定（条例案可決済み）				※施行日は予定
長野県	一律300円 （制度開始3年間は200円） ※市町村が導入する場合は1/2まで引下げ 宿泊料金6千円未満は課税なし	2025年3月12日	—	2026年6月1日
白馬村（長野県）	宿泊料金 6千円未満：課税なし 6千円以上2万円未満：150円 2万円以上5万円未満：350円 5万円以上10万円未満：850円 10万円以上：1,850円 （制度開始3年間は各50円減額）	2025年3月18日	—	2026年6月1日
阿智村（長野県）	一律200円 宿泊料金6千円未満は課税なし	2025年6月20日	—	2026年6月1日
軽井沢町（長野県）	宿泊料金 6千円未満：課税なし 6千円以上1万円未満：150円 1万円以上10万円未満：200円 10万円以上：650円 （制度開始3年間は各50円減額）	2025年7月4日	—	2026年6月1日

資料：総務省、各自治体のウェブサイトをもとに（公財）日本交通公社作成（2025年7月末時点）

●国内最後のトロリーバスが運行終了（富山県）

2024年11月30日、「立山黒部アルペンルート」（以下、アルペンルート）の一部を構成し、室堂～大観峰（いずれも富山県立山町）間3.7キロメートルを結んでいた「立山トンネルトロリーバス」が運行を終了し、2025年4月15日からは新たに「立山トンネル電気バス」が運行を開始した。1971年のアルペンルート全線開業時に導入されたディーゼルバスはトンネル内の排気の問題があったため、1996年より電車線から電力の供給を受けて走るトロリーバス（無軌条電車）が導入され、以来29年間で約1,992万人が利用した。2018年に同じくアルペンルートを構成する「関電トンネルトロリーバス」が運行を終了してからは国内で唯一のトロリーバスであった。

また、黒部湖（富山県立山町）の遊覧船「ガルベ」も、乗船客の減少や船体の老朽化により2024年11月10日をもって運航を終了した。

●ライドシェアを観光に活用する取り組み（福井県、長野県、三重県）

タクシー事業者の管理下で自家用車、一般ドライバーを活用した運送サービスを提供する「自家用車活用事業」（日本版ライドシェア）が2024年3月に創設された。観光客の2次交通の充実のため、日本版ライドシェアを活用する取り組みが各地で進められている。

福井県永平寺町では、日本版ライドシェアを活用した「永平寺町・禅の里観光タクシープラン」が2025年1月9日より販売開始された。町内のタクシー会社である松岡交通の車両を利用、同じく町内に拠点がある日本商運の社員がドライバーを担い、JTBがツアーの企画、実施、募集を行うとともに、永平寺町は観光コンテンツの磨き上げ等を担う官民連携体制で実施された。

長野県軽井沢町では、町、軽井沢タクシー協会、軽井沢町商工会、一般社団法人軽井沢観光協会、軽井沢ホテル旅館組合、GOが「軽井沢タクシー供給強化プロジェクト」の連携協定を2024年2月に締結した。このプロジェクトの一環として、2024年4月26日より日本版ライドシェアを活用し、一般ドライバーの採用ならびに自家用車、タクシー事業者の遊休車両の活用によりドライバーと車両の確保を図り交通課題の解決に取り組んでいる。

三重県志摩市では、夜間の宿泊施設等への移動の改善を図るため、2024年7月22日から9月16日まで9名の一般ドライバーと自家用車、タクシー車両計3台を活用した実証実験を行った。

一方、市町村やNPO法人が交通空白地における移動手段の確保のために自家用車で提供する「自家用有償旅客運送」（公共ライドシェア）を観光に活用する取り組みも行われている。

長野県野沢温泉村では、JR東日本が主催する「WaaS共創コンソーシアム」の取り組みの一環として、一般社団法人野沢温泉マウンテンリゾート観光局等と連携し、2024年11月1日から2025年1月31日まで、公共ライドシェアの実証実験を実施した。スキーシーズンの観光客や地域住民の移動手段の不足に対応するため、村内の温泉街において、のざわ温泉交通が運行主体となって軽自動車3台を運行し、地域の課題解決を図った。

●白馬村観光局「先駆的DMO」に選定（長野県）

2024年10月18日、観光庁は一般社団法人白馬村観光局（長野県白馬村）を、「先駆的DMO」に選定した。「先駆的DMO」は、DMO（観光地域づくり法人）のうち、世界に誇れる持続可能な観光地域づくりを行う「世界的なDMO」の候補となる団体で、2023年3月に選定された3法人に続き、国内では計4法人となった。

「先駆的DMO」に選定された団体は、地方誘客やオーバーツーリズムの未然防止、抑制のための観光地経営アクションプランを作成し、目標達成のためにアクションプランに基づく取り組みを進めることが求められており、国からはアクションプランの作成や実施に関する支援を受けることができる。

●高山市で観光バス流入抑制の実証実験（岐阜県）

2024年6月15日から7月15日まで、岐阜県高山市の「古い町並」周辺の安全で快適な歩行空間を確保するため、大型観光バスの流入を抑制する実証実験が行われた。実証実験では、中橋に近い市営神明駐車場のバス区画を休止、普通車区画に変更し、AIカメラによる通行量調査や、観光客・バス運転手等へのヒアリング、市民及び事業者へのアンケート等によりデータを収集した。

実験の結果、中橋周辺の車両通行量が減少し、市民の7割以上が安全対策の必要性を認識する一方で、駐車場が遠くなることによりツアーコースが変更され、高山を訪れるバスツアーが減少する懸念が浮上した。そこで、神明駐車場のバス区画は当面維持するとともに、2025年4月1日より出入りするバスの動線を一方通行（自主規制）として誘導することとなった。

●白川郷、日本初のオーバーツーリズム対策総合サイトを公開（岐阜県）

2024年11月28日、岐阜県白川村は、日本初（白川村調べ）となるオーバーツーリズム対策総合サイト「白川郷すんなり旅ガイド シラカワ・ゴーイング（SHIRAKAWA-Going）」を公開した。さらに12月20日には、近年急増する外国人ドライバー向けの情報発信を強化するため、同サイトの多言語版（英語、簡体字、繁体字、フランス語）を新たに公開した。

この総合サイトは交通に関するオーバーツーリズム未然防止策の一環として開設されたもので、3か月先までの駐車場の混雑見込みを表示する「混雑予想カレンダー」、渋滞や道路状況をリアルタイムに把握できるライブカメラ配信等を提供している。また、「白川郷レスポンシブル・ツーリズム」特設サイトへの遷移を促すことで白川郷ルールの周知を図っている。

また、2024年9月には「白川郷 観光＆マナーブック」を改訂し、日英の2言語版で発行した。集落での独自の観光マナーを紹介するとともに、改訂版には前述の「SHIRAKAWA-Going」への2次元コードを掲載した。

●「熱海観光局」始動、CEOを公募（静岡県）

静岡県熱海市では、宿泊税（2025年4月1日導入）を財源とした持続可能な観光地域づくりを推進するため、導入に先立つ2024年7月12日、一般財団法人熱海観光局が設立された。熱海観光局は2025年3月25日に観光庁より候補DMOとして登録され、宿泊税導入の4月1日より本格始動した。事業戦略を策定し全体の業務執行を統括するCEO（専務理事）は、2024年7月から8月にかけて想定年収1,000～1,500万円の条件で実施した公募により選ばれ、本格始動に合わせて着任した。

熱海観光局では、目標を“愛され、選ばれる熱海へ。観光の力で未来をつくる。”と定め、データ分析に基づく観光戦略の策定、地域と連携した観光資源の磨き上げ、観光プラットフォーム機能の構築等の事業に取り組む予定である。

●日本初の観光型津波避難タワーがオープン（静岡県）

2024年7月12日、静岡県伊豆市の土肥地区に、避難施設と観光施設を兼ね備えた津波避難複合施設「テラッセ オレンジ トイ」がオープンした。

通常時はレストラン、カフェや地場産品直売所、足湯、展望テラス等で構成される観光施設として営業し、災害時には海で遊ぶ観光客や地域住民を津波の脅威から守るため、約1,200人を収容する一時避難スペースと防災備蓄庫を備えた避難施設となる。

●名古屋に「全国物産観光センター」オープン（愛知県）

2024年4月23日に全面開業した中日ビル（愛知県名古屋市）の5階に、1道14県の事務所が入居する「全国物産観光センター」がオープンした。

観光誘客や観光情報の発信のため、来訪者が各道県の情報を入手できる観光パンフレットや工芸品等の展示スペースが各事務所前に設けられているほか、農畜水産物等の市場開拓・販路拡大、県産品の販売、移住に関する相談、企業誘致等に関する中部圏の拠点としての役割も期待されている。また、5階フロアの中央にはフリースペースとして「全国センター広場」が設けられている。この広場は各道県産の木材を使ったテーブルや椅子が並べられた憩いのスペースとなるほか、物産展やセミナー、ワークショップ等のイベント会場として活用される。

●伊勢志摩で式年遷宮を契機としたプロモーションを展開（三重県）

三重県伊勢志摩地域では、2033年に予定されている伊勢神宮（三重県伊勢市）の第63回式年遷宮を契機として、宿泊促進、リピーターの増加等の観光活性化を図るため「いせしませんぐう旅」と題したプロモーション事業を展開する。公益社団法人伊勢志摩観光コンベンション機構を中心として行政、観光団体、事業者による実行委員会が設立され、2025年3月8・9日に内宮前のおかげ横丁周辺にてキックオフイベントが開催された。

（小川直樹）

Ⅳ-2-2 近畿

京都府、大阪府、兵庫県、和歌山県において
外国人延べ宿泊者数が過去最高を記録
大阪・関西万博の開幕に向けたプレイベントや
キャンペーンが各地で開催

(1)都道府県レベルの旅行者動向

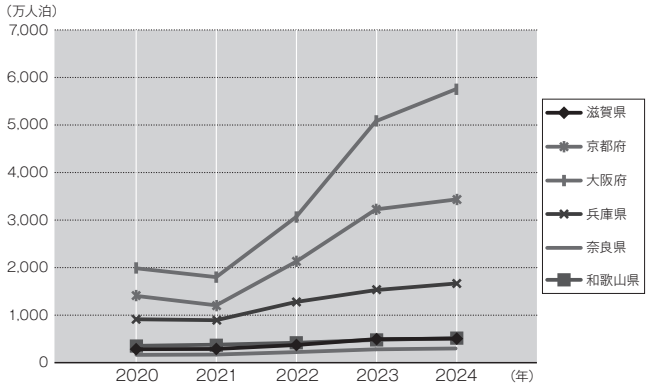
①宿泊者数の動向

観光庁「宿泊旅行統計調査」によると、2024年1月から12月の近畿地方の延べ宿泊者数は12,089万人泊と前年比9.9%増加となった。府県別に見ると大阪府で前年から13.3%増加したほか、兵庫県で前年比9.1%増、和歌山県で8.3%増、奈良県で7.0%増、京都府で6.5%増、滋賀県で2.1%増とすべての府県でプラスとなった(図Ⅳ-2-2-1)。また、京都府と大阪府、兵庫県、奈良県はコロナ禍前の2019年時点の数字を上回った。

外国人延べ宿泊者数については、近畿地方全体では4,536万人泊で前年比37.3%増となり、過去最高となった。府県別に見ると、和歌山県で52.3%増、兵庫県で48.2%増、京都府で39.6%増、大阪府で35.4%増、奈良県で19.6%増、滋賀県で17.9%増となり(図Ⅳ-2-2-2)、京都府、大阪府、兵庫県、和歌山県は過去最高となった。

延べ宿泊者数に占める外国人延べ宿泊者数を府県別に見ると、京都府で49.5%、大阪府で44.2%と5割に迫る比率であり、和歌山県15.7%、奈良県14.1%、兵庫県9.1%、滋賀県6.9%に比べると圧倒的に高くなっている。

図Ⅳ-2-2-1　延べ宿泊者数の推移(近畿)

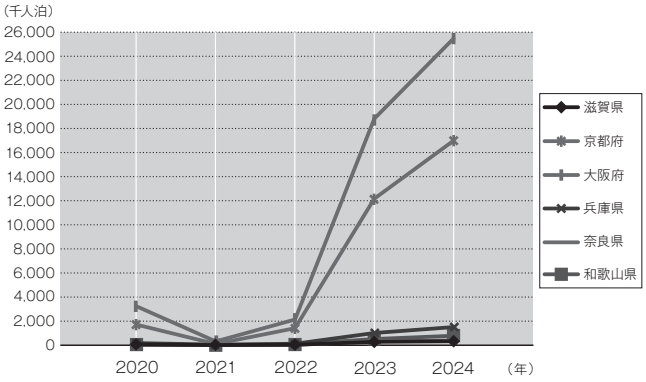


(単位：万人泊)

都道府県名	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
滋賀県	268	273	356	480	490
京都府	1,390	1,192	2,111	3,213	3,421
大阪府	1,972	1,786	3,052	5,070	5,743
兵庫県	898	879	1,263	1,513	1,651
奈良県	148	155	207	265	283
和歌山県	339	363	403	463	501

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

図Ⅳ-2-2-2　外国人延べ宿泊者数の推移(近畿)



(単位：千人泊)

都道府県名	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
滋賀県	60	19	41	286	337
京都府	1,708	106	1,413	12,133	16,938
大阪府	3,225	319	2,130	18,755	25,394
兵庫県	180	53	126	1,016	1,506
奈良県	57	7	32	334	400
和歌山県	69	10	74	517	788

資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」をもとに(公財)日本交通公社作成

②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が2024年1月に発表した利用状況によると、2024年の国際線と国内線を合わせた航空旅客数は3064.9万人となり、前年比31.2%増となった。国際線旅客数は2,391.8万人で前年比45.7%増となったが、国内線は2.9%減となった(表Ⅳ-2-2-1)。

表Ⅳ-2-2-1　関西国際空港の発着回数と旅客数

	2023年(単位：人)	2024年(単位：人)	前年比(伸び率)
発着回数	157,162	193,134	22.9%
国際線	107,028	145,106	35.6%
旅客便	83,915	125,686	49.8%
貨物便	21,744	18,052	△17%
その他	1,369	1,368	△0.1%
国内線	50,134	48,028	△4.2%
旅客便	48,374	46,223	△4.4%
貨物便	6	7	16.7%
その他	1,754	1,798	2.5%
旅客数	23,352,370	30,649,747	31.2%
国際線	16,419,425	23,918,876	45.7%
日本人	3,308,909	4,893,311	47.9%
外国人	13,011,728	18,923,373	45.4%
通過旅客	98,788	102,078	3.3%
国内線	6,932,945	6,730,871	△2.9%

資料：関西エアポート(株)のウェブサイトをもとに筆者作成

(2)観光地の主な動向

①地方・都道府県レベル

●大阪・関西万博開幕

2025年4月13日、“いのち輝く未来社会のデザイン”をテーマに2025年日本国際博覧会(大阪・関西万博)が大阪市の夢洲(ゆめしま)で開幕した。1970年の大阪万博、2005年の愛・地球博に続く、国内で3度目の大規模な国際博覧会であり、SDGs達成への貢献も大きな目的として掲げられている。

開催期間は2025年4月13日から10月13日までの184日間とし、想定来場者数約2,820万人を掲げている。開幕前は会場建設費・資材の高騰や、海外パビリオンの建設遅延、国民の関心度の伸び悩みといったさまざまな課題があったものの、182のパビリオンが開設され、開幕から約4か月が経過した8月6日には来場者数が1,500万人を突破した。

近畿圏内の各府県においても開幕前からさまざまなイベントやキャンペーンが開催されたほか(表Ⅳ-2-2-2)、夢洲の会場だけでなく、自分たちの町をもうひとつの万博会場と見立て、イベントやプロジェクトを発信する「まちごと万博」等が展開され、機運を盛り上げた。

また、公益社団法人2025年日本国際博覧会協会は、観光ポータルサイト「Expo 2025 Official Experiential Travel Guides」を開設し、万博のテーマと親和性の高い体験旅行商品の掲載・販売を行った。

開幕に向けては、会場となる夢洲までのアクセスを向上させるため、2025年1月にはOsaka Metro(大阪メトロ)中央線のコスモスクエア駅～夢洲駅間(約3.2キロメートル)が延伸し、夢洲駅がオープンした。また、建設中の阪神高速道路「淀川左岸線(2期)」の一部が、新大阪駅や大阪駅等、主要ターミナルと万博会場を結ぶシャトルバスの専用ルートとして暫定供用された。

表Ⅳ-2-2-2　各府県の大阪・関西万博関連イベント、キャンペーンの例

滋賀県	・滋賀ミライEXPO(2024/11/2) ・いこうぜ♪滋賀・びわ湖(2024/9/21～2025/10/31)
京都府	・きょうとまるごとお茶の博覧会(2025/4～10) ・第２回日本国際芸術祭(2024/10/1～11/30) ・けいはんな万博2025(2025/4/13～10/13)
大阪府	・開幕1年前「いくぞ！万博」フェスティバル(2024/4/17) ・万博開幕6か月前イベント(2024/10/13) ・PARK JAM EXPO 2024-2025 (2024/11/2～4、2025/9/14～11/10) ・咲洲プレ万博(2023/4～2025/3) ・咲洲サテライト万博(2025/4～10)
兵庫県	・ひょうご EXPO(ひょうごEXPOターミナル、 ひょうごフィールドパビリオン、ひょうごフィールドパビリオンフェスティバル2025等)(2025/4/6～10/13) ・神戸・姫路ばんばくーぼんキャンペーン (2025/4/25～10/13)
奈良県	・関西・歴史文化首都フォーラム in NARA(2024/5/16) ・EXPO2025半年前スペシャルイベント -万博へ！みんなで紡ぐ 奈良の未来-(2024/10/20)
和歌山県	・わかやまプレ万博(2024/10/12・13) ・プラスワントリップ和歌山キャンペーン (2025/4/13～10/13)

資料:各府県、イベント、キャンペーンのウェブサイトをもとに筆者作成

●観光列車「はなあかり」運行開始

JR西日本は2024年10月5日、新たな観光列車「はなあかり」の運行を開始した。“地域の華を列車に集め、お客様と地域の縁を結ぶ列車”をコンセプトとし、西日本の工芸品やアートで彩られた車内では沿線の食事が提供され、上級クラスの半個室席(スーペリアグリーン)も設置。エリアを変えながら西日本各地を運行するのが特徴で、第一弾(2024年10月5日～12月22日)は敦賀駅から城崎温泉駅までを運行した。

●滋賀県大型観光キャンペーン「いこうぜ♪滋賀・びわ湖」

2025年の大阪・関西万博や滋賀県内での「わたSHIGA輝く国スポ・障スポ2025」開催を絶好の機会と捉え、大型観光キャンペーン「いこうぜ♪滋賀・びわ湖」(2024年9月21日～2025年10月31日)を実施。琵琶湖をはじめとする雄大な自然と共生し、心のリズムを整える新しい旅のスタイルを提案する“シガリズム”をコンセプトとし、滋賀ふるさと観光大使を務める西川貴教氏をアンバサダーとして起用している。万博会場の滋賀県ブースと滋賀県の観光地を訪れることで入手できる「滋賀スペシャルNFT」の発行や、琵琶湖周辺の鉄道やバスが乗り放題になる「鉄道版ビワイチパス」の発行、電気自動車(EV)での対象施設来訪者に割引や特典を提供するEV優遇観光周遊企画を実施する等、広域・県内周遊を促進する企画となっている。

●京都府と京都市による府市連携“まるっと京都”

京都府及び京都市では、京都府知事と京都市長による「府市トップミーティング」において、府市連携による周遊観光を一層推進していくことを確認。「もうひとつの京都」(海の京都、森の京都、お茶の京都等)や「とっておきの京都」(伏見、大原、高雄、山科、西京、京北)エリアの周遊観光促進に取り組んでいくためのキャッチコピーを“まるっと京都”とし、周遊観光ツアーの販売等を開始した。

●関西国際空港第1ターミナルビルリニューアルオープン(大阪府)

関西国際空港の第1ターミナルビルは、開業以来初となる大規模リニューアルが行われ、2025年3月にオープンした。大阪・関西万博に向け、国際線旅客の増加に対応することを目的に、商業エリアやラウンジを充実させ、入国審査場や保安検査場も拡張。改装により、第1ターミナルで受け入れ可能な国際線旅客数は年間3,000万人に増える。

●Osaka Metro、ウォークスルー型顔認証改札サービスを開始(大阪府)

Osaka Metroは、大阪・関西万博に向けたキャッシュレス・チケットレス改札の取り組みの一環として、2025年3月25日からウォークスルー型顔認証改札サービスを開始した。顔認証改札機はOsaka Metro全134駅中130駅に設置し、e METROアプリで購入できるデジタル乗車券と事前に登録した顔情報を紐付けることで利用できる。

●大阪・夢洲地区複合観光施設整備の動き（大阪府）

2024年度の大阪IR計画は、2030年秋頃の開業に向け、計画段階から本格的な建設フェーズへと移行した。3月に事業者と金融機関との間で5,500億円規模の融資契約が成立したことを受け、10月には夢洲で地盤対策等の準備工事に着手。2025年4月には起工式が開催され、建設工事が開始された。

●大阪府と和歌山県が共同で大規模津波防災総合訓練を実施

2024年8月、宮崎県で震度6弱を観測した日向灘を震源とする地震（マグニチュード7.1）の発生を受けて、気象庁は「南海トラフ地震臨時情報（巨大地震注意）」を発表した。和歌山県では2024年11月の県防災会議で地域防災計画の修正案が承認され、避難所の質の向上や、支援の受援体制の強化等に加え、住民や通勤・通学者と並ぶ主要な保護対象として「観光客、買い物客その他の来訪者」も明確に書き加えられた。また、2024年11月には大阪府と和歌山県が共同で南海トラフ巨大地震の発生を想定した大規模津波防災総合訓練を実施し、ここでも外国人観光客を対象にした避難誘導訓練等が盛り込まれた。

●「奈良県観光戦略本部会議」の設置

2024年5月、奈良県は知事を本部長とする「奈良県観光戦略本部会議」を新たに設置した。民間の専門的知見を積極的に取り入れ、従来の課題であった「日帰り観光」から「滞在型観光」への転換を強力に推進することを目的としている。その実現に向け、2030年度までに「延べ宿泊者数500万人」、「観光消費額4,200億円」という新たな数値目標を掲げ、成果を重視する新体制へと移行した。

●世界遺産登録20周年記念事業（和歌山県、奈良県、三重県）

2024年に「紀伊山地の霊場と参詣道」が世界遺産登録20周年を迎え、和歌山・奈良・三重の3県が連携し、年間を通じて多彩な記念事業を展開した。7月7日の登録記念日には「世界遺産登録20周年記念フォーラムin高野」等が開催されたほか、伊勢神宮から熊野速玉大社までを14回に分けて踏破する「熊野古道伊勢路踏破ウォーク」や、南海電気鉄道と高野山真言宗総本山金剛峯寺による「ふれたい、高野山。2024」（5月11日～12月1日）が開催された。また、和歌山県立博物館では、特別展「聖地巡礼―熊野と高野―」が複数会期にわたり開催され、金剛峯寺や熊野三山では、この期間に合わせて特別参拝や通常非公開エリアや宝物の特別公開等が行われた。

②広域・市町村レベル

●新規オープン施設

○「ニンテンドーミュージアム」（京都府）

任天堂は2024年10月、京都府宇治市の宇治小倉工場跡地に「ニンテンドーミュージアム」を開業した。花札から最新ゲーム機まで、同社の歴史を物語る製品を展示するだけでなく、往年の商品を現代の技術で楽しめる体験型の展示も充実。任天堂の歴史とものづくりにふれる新たな観光拠点として注目を集めており、完全事前予約・抽選制で運営されている。

○USJ「ドンキーコング・カントリー」（大阪府）

ユニバーサル・スタジオ・ジャパン（USJ）では、任天堂をテーマにしたエリア「スーパー・ニンテンドー・ワールド」内に、「ドンキーコング」の世界を再現した「ドンキーコング・カントリー」が2024年12月に開業。ライド・アトラクション「ドンキーコングのクレイジー・トロッコ」やパワーアップバンド（別売）を使って、エリア内のさまざまな場所で体を動かして楽しむインタラクティブ体験もできる。

○「グラングリーン大阪」南館（大阪府）

JR大阪駅北側エリアの再開発である「うめきたプロジェクト」の2期エリアにある「グラングリーン大阪」は2024年9月に先行まちびらきを行い、公園の一部と商業施設が先行オープン。2025年3月にはショップ＆レストラン、ホテル、MICE施設等が入る南館がグランドオープンした。約750㎡の大ホール、約450㎡の小ホール、大小12の会議室等を有する都市型MICE施設「コングレスクエア グラングリーン大阪」も入る。2027年春頃に、ノースパークの西側を含む全体開業を予定している。

○「神戸須磨シーワールド」（兵庫県）

「神戸須磨シーワールド」（神戸市）は須磨海浜水族園の跡地に“「つながる」エデュテインメント（教育＋エンターテインメント）”をコンセプトとして2024年6月にオープン。西日本では唯一となるシャチのパフォーマンスが行われるほか、隣接する「神戸須磨シーワールドホテル」には、イルカが泳ぐラグーンが日本で初めて常設されており、客室からイルカを眺めることができる。

○日本初進出のホテルブランドが進出

「グラングリーン大阪」内にオープンしたヒルトンの最上級ラグジュアリーブランド「ウォルドーフ・アストリア大阪」（2025年4月、248室）や、ヒルトンのプレミアムライフスタイルブランド「キャノピー by ヒルトン大阪梅田」（2024年9月、308室）は日本初進出ブランドとなった。また、2024年4月、京都・東山にIHGホテルズ＆リゾーツの最上級ホテルブランド「シックスセンシズ 京都」（81室）がオープン。ウェルビーイング、サステナビリティをコンセプトに掲げる。さらに2024年8月にはシンガポール発のラグジュアリーリゾートホテルブランド、バンヤンツリーの日本初進出第1号として「バンヤンツリー・東山 京都」（52室）がオープン。京都市内のホテルとして唯一、能舞台を併設している。

●多様な観光財源確保、既存税率見直しの動き

京都市は宿泊税の導入から5年が経過。持続可能な観光を実現するさまざまな取り組みの財源確保のため、税率の改定を含む宿泊税条例の改正案が2025年3月に市議会で可決された。高価格帯の宿泊施設が増加している実態も踏まえ、新たに1泊10万円以上の区分を設け税額を1万円としたほか、これまでの3区分から5区分に分ける等、負担能力に応じた課税強化を図る。この改正により、年間税収は現行の約52億円から約126億円へと大幅な増加が見込まれており、2026年3月から

の適用を目指している。

さらに京都市では、2024年9月から訪日外国人観光客を対象にオンラインで寄付を募る「Preserve Kyoto Gift」を開始。寄付者は返礼品として、寄付額の50%にあたる電子ギフト券を受け取り、京都市内の加盟店で利用することができる。

大阪ガスとギフティが、新しいふるさと納税の仕組みとしてリリースした「関西おでかけ納税」の採用も進み、京都府宇治市(2024年6月)、奈良県天川村(2024年10月)、兵庫県姫路市(2025年3月)等において導入が進んだ。

また、大阪府でも宿泊税の免税点を7千円から5千円に引き下げるとともに税率を引き上げる改正を行い、2025年2月に総務大臣の同意を得た。2025年9月からの施行を予定している。

表Ⅳ-2-2-3　大阪府の宿泊税の税率

宿泊料金(一人1泊当たり)	税率	
	改正前	改正後
5,000円未満	7,000円未満:非課税	非課税
5,000円以上15,000円未満	7,000円以上15,000円未満:100円	200円
15,000円以上20,000円未満	200円	400円
20,000円以上	300円	500円

資料:大阪府のウェブサイトをもとに筆者作成

●混雑対策としての交通対策

○京都市「観光特急バス」の運行開始(京都府)

これまでにもさまざまな観光課題対策を実施してきた京都市であるが、2024年6月に「観光特急バス」の運行を開始。京都駅と東山の主要観光地(清水寺、祇園、銀閣寺等)を結ぶふたつの系統を土・日曜、祝日(平日以外)に運行している。停車するバス停を観光地の最寄りのみに限定することで、所要時間を大幅に短縮するほか、料金を通常の市バス均一運賃230円より高い500円(子供は250円)に設定。2023年10月に国がまとめた「オーバーツーリズムの未然防止・抑制に向けた対策パッケージ」を踏まえて道路運送法施行規則が改正されたことを受け、この新しい制度を全国で初めて活用した取り組みとして注目を集めた。地下鉄・バス1日券や京都修学旅行1dayチケットで乗車可能である一方で、定期券や回数券、敬老乗車証等を使用不可とすることで、観光客と市民との棲み分けを図っている。

○海の京都「宮津・天橋立ー伊根間遊覧船」の実証運航実施(京都府)

一般社団法人京都府北部地域連携都市圏振興社(海の京都DMO)では、観光庁の「オーバーツーリズムの未然防止・抑制による持続可能な観光推進事業」による支援を受け、宮津・天橋立－伊根間を遊覧船でアクセスする実証運航を実施。2024年7月20日から9月29日の土・日曜、祝日に1日2往復運航した。陸路に集中していた伊根までの移動手段を海路に分散させるだけでなく、遊覧船としての体験価値を付加することで新たな観光コンテンツにすることも狙いとしている。

●市民の暮らしと観光をつなぐポータルサイト「LINK! LINK! LINK!」の公開(京都府)

京都市と公益社団法人京都市観光協会は、観光がもたらす意義や効果への市民の理解を深め、市民生活と観光の調和の実現を目指す新たな取り組みとして、2024年12月に市民向けポータルサイト「LINK! LINK! LINK!」を開設した。同サイトは、観光が京都にもたらす意義・効果、課題とその対策等を分かりやすく発信しているほか、飲食店や文化施設、体験施設等における市民限定の割引特典情報や市民限定キャンペーン等を集約・発信している。

●京都府立植物園、開園100周年「LIGHT CYCLES KYOTO」開催

日本最古の公立植物園として2024年に開園100周年を迎えた京都府立植物園では、夜間限定のアートイベント「LIGHT CYCLES KYOTO」(2024年10月18日～12月26日、2025年も開催予定)を開催。日本最大級の観覧温室を舞台に、光や音、プロジェクションマッピングを用いて、植物の神秘的な姿を演出している。カナダを拠点とする世界的アート集団「モーメントファクトリー」が企画・演出を実施した。

●大阪市でアジア初「IGLTA世界総会」の開催(大阪府)

2024年10月、大阪市において、LGBTQ＋観光を推進する国際組織、国際LGBTQ+旅行協会(IGLTA)の世界総会がアジアで初めて開催された。 世界約50か国から約800名の旅行・観光関連事業者が集結し、世界的に成長を続けるLGBTQ+旅行市場への対応を本格化させる重要な機会となった。また、性の多様性を祝う関西最大級のイベント「レインボーフェスタ！2024」も同時開催された。

●観光データプラットフォーム「大阪観光DMP」を公開(大阪府)

公益財団法人大阪観光局は、データに基づく観光戦略策定とPDCA(Plan-Do-Check-Action)サイクルの普及を目指し、観光関連データを一元化・可視化するプラットフォーム「大阪観光DMP」を構築し、無償トライアル版を2024年7月に公開した。 同局が実施する国内外の観光客動向調査の結果や、公式サイト「OSAKA-INFO」のアクセス解析、公式アプリ「Discover OSAKA」のユーザートレンド、観光庁のオープンデータ等を集約している。

●あこう魅力発信基地が地域DMOに登録(兵庫県)

兵庫県赤穂市で観光振興と移住・定住促進を担う一般社団法人あこう魅力発信基地は、約2年間の準備期間を経て2024年9月に観光庁の登録DMOとして正式に登録された。“赤穂ミネラルツーリズム”を観光の軸とした体験型コンテンツの造成やプロモーションを本格化させ、データに基づいた持続可能な観光地域づくりを推進していく。

(福永香織)

Ⅳ-2-3 中国・四国

宿泊者数はコロナ禍前を上回り回復
インバウンド宿泊が大幅増、広島・四国中心に外国人誘客が本格化
宿泊税導入や国際線再開も進展

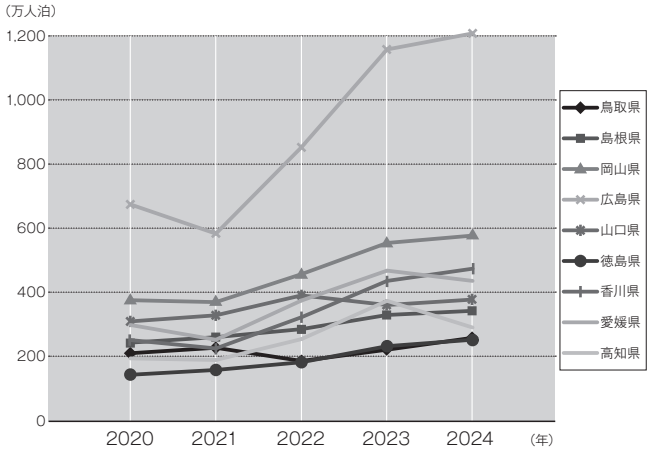
(1)都道府県レベルの旅行者動向

2024年1月から12月の中国・四国地方における延べ宿泊者数は、2023年に引き続き、回復基調を維持し、2019年の水準を概ね回復するまでに至った。観光庁「宿泊旅行統計調査」によると、同期間の延べ宿泊者数は合計4,226万人泊となり、前年比で2.0％の増加、2019年比ではプラス0.4％と、コロナ禍前水準をわずかに上回った。四国では、徳島県や香川県で堅調な伸びが見られ、中国地方では、広島県を中心に5県で持続的な回復が見られた。

延べ宿泊者数の動向を都道府県別に見ると、前年からの増加率が最も高かったのは鳥取県（前年比プラス16.6％）、次いで香川県（同プラス8.7％）、徳島県（同プラス8.7％）であった。これらの県では、観光資源の磨き上げやイベント・プロモーションの強化、交通アクセス改善等が奏功したと考えられる。一方で、高知県では、前年比マイナス22.1％となり、宿泊需要の回復に停滞感も見られた（図Ⅳ-2-3-1）。

外国人延べ宿泊者数についても、2024年は堅調な伸びを示した。年間の外国人宿泊者数は375万人泊（前年比プラス28.8％）となり、2019年比でも109.7％とコロナ禍前を超えるに至った。特に広島県では、外国人宿泊者数が引き続き中国・四国地方で最多の161万人泊に達した（2019年比プラス21.9％）。また、前年からの伸長では愛媛県（同プラス80.8％）、香川県（同プラス71.2％）、岡山県（同プラス45.5％）でも大きな伸びを記録し、中国・四国エリアにおけるインバウンドの伸長の動きが鮮明となった（図Ⅳ-2-3-2）。

図Ⅳ-2-3-1　延べ宿泊者数の推移（中国・四国）

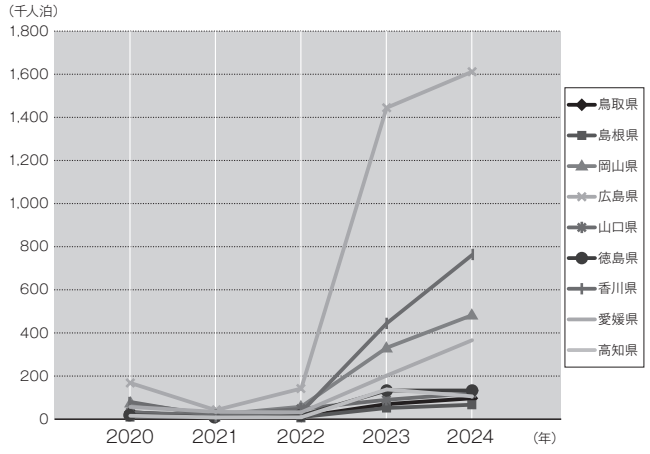


（単位：万人泊）

都道府県名	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
鳥取県	212	229	188	223	260
島根県	245	262	287	331	344
岡山県	377	371	458	555	578
広島県	675	584	853	1,157	1,207
山口県	311	330	392	362	379
徳島県	145	160	184	234	254
香川県	253	227	324	437	475
愛媛県	300	254	376	469	437
高知県	196	191	256	375	292

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

図Ⅳ-2-3-2　外国人延べ宿泊者数の推移（中国・四国）



（単位：千人泊）

都道府県名	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
鳥取県	34	11	12	71	98
島根県	13	11	11	53	68
岡山県	74	22	59	332	483
広島県	169	43	143	1,444	1,611
山口県	32	20	49	91	121
徳島県	20	10	18	134	134
香川県	81	14	34	445	762
愛媛県	58	35	33	203	367
高知県	17	9	10	139	107

資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」をもとに（公財）日本交通公社作成

(2)観光地の主な動向

①地方・都道府県レベル

●島根県、山陰道の延伸と観光案内サインの多言語化

島根県は、山陰自動車道の開通を契機に、観光振興への取り組みを加速させている。2024年3月には大田中央・三瓶山IC～仁摩・石見銀山IC間、2025年3月には出雲IC～出雲多伎IC間が開通し、これによって県内の開通率は約73%に達した。この整備により、出雲大社や石見銀山といった主要な観光地へのアクセスが大幅に向上し、観光客の利便性が高まった。

また、県独自の取り組みとして「しまね観光サインガイドライン」を策定。これは、外国語での案内表示を統一し、観光客がより安心して県内を周遊できるようにするためのものだ。主要な観光地や公共交通機関では、英語、中国語(簡体字)、韓国語、フランス語、タイ語の5か国語に対応した案内板の設置が進められている。多言語での情報提供を強化することで、国際的な観光客の受け入れ体制をさらに充実させ、満足度の向上を目指している。これらの交通インフラの整備と情報提供の多言語化は、島根県を訪れる国内外の観光客を増やし、地域経済の活性化につながるものと期待されている。

●岡山県と仁川国際空港公社の覚書締結

岡山県は、2024年7月に韓国の仁川国際空港公社と覚書を締結し、岡山桃太郎空港と仁川国際空港を結ぶソウル線の利用促進に向けた協力体制を強化した。岡山県が海外の空港と覚書を交わすのは、これが初めての試みである。本覚書の締結は、コロナ禍で大きく落ち込んだ国際線の利用客数を早期に回復させ、日韓双方の地域経済を活性化させることを目的としている。覚書には、共同での観光プロモーションの実施、旅行商品の開発支援、物流面での協力体制構築等、幅広い連携内容が盛り込まれた。これにより、岡山県から韓国への渡航需要喚起だけでなく、インバウンド誘客の促進にもつながることが期待される。

今後、両者は協力して具体的な施策を進め、ソウル線のさらなる利便性向上と利用拡大を図っていく方針だ。

●広島県が宿泊税の導入決定、持続可能な観光振興財源の確保へ

広島県では2024年12月、宿泊税導入に関する条例案が県議会で可決され、2026年4月からの施行が決定した。これにより、持続可能な観光振興に向けた新たな財源が確保されることとなった。税額は、宿泊料金にかかわらず一律1泊200円で、修学旅行生等の一部を除き、県内の宿泊施設に泊まるすべての宿泊者が対象となる。徴収された税収は、観光資源の魅力向上や、外国人旅行者向けの多言語対応強化、夜間の観光を活性化させる「ナイトタイムエコノミー」の創出等、幅広い分野に投資される予定だ。県は、この税収を2030年に観光消費額8,000億円を達成するための重要な財源として位置付けている。

この宿泊税導入により、観光客の満足度向上と地域経済のさらなる活性化を目指す。

●山口県がインバウンド復興に向けた三本柱の戦略策定

山口県は、2024年以降のインバウンド観光回復期を見据え、観光需要の確実な取り込みと地域経済への波及効果の最大化を目指した戦略を展開している。この戦略の主要な柱は3つで、第一に、多様なニーズに対応するべく、地域の歴史・文化や食を活かした体験型プログラムを充実させ、広域周遊ルートの構築を通じて観光客の滞在満足度と消費額の向上を図る。第二に、クルーズ船市場の動向を捉え、下関港を中心に岸壁の整備やCIQ(税関、出入国管理、検疫)機能の効率化を進めることで、国際クルーズ船の積極的な誘致と受け入れ体制の強化を図る。そして第三に、山口宇部空港における国際航空路線の再誘致と定着に向けた支援を強化し、海外からの直接的なアクセスを確保することで、観光客のみならずビジネス需要の創出にもつなげる。これらの取り組みは、点としての観光資源を線、そして面へと広げ、県内全域への経済効果の波及を目指すものであり、下関港のインフラ整備や山口宇部空港の国際線再誘致といった具体的なプロジェクトが進行する中で、山口県の観光産業は新たな成長局面を迎えている。

●愛媛県、インバウンド宿泊者数が2019年比2倍以上に急増、空路ネットワークの拡充も進展

愛媛県では、2024年度に入ってから訪日外国人宿泊者数が急増し、2024年4月には2019年同月比で2倍以上を記録した。この大幅な増加の背景には、多岐にわたるインバウンド戦略の展開がある。特に、国際航空路線の拡充が大きく寄与している。韓国・ソウル線(チェジュ航空)の増便に加え、2025年7月には松山－上海線の運航が再開されており、これによりインバウンド誘致の基盤が強化された。また、SNSを活用した「しまなみ海道」や伝統的な町並みといった観光資源の魅力発信や、地域の文化を体験できる観光プロモーションも積極的に実施された。こうした多角的な取り組みが奏功し、外国人旅行者の誘致に成功した。今後、さらなる国際線の運航再開や新規路線の開設も視野に入れ、増加するインバウンド需要に対応していく方針だ。

②広域・市区町村レベル

●大阪・関西万博を見据えた広域周遊促進の連携(中国・四国全域)

大阪・関西万博を契機とした広域観光の促進が、中国・四国全域で加速している。関西圏と連携した瀬戸内エリアの周遊ルート整備が進められており、複数の地域をまたぐ観光客の移動をスムーズにすることが狙いだ。また、訪日外国人観光客向けに便利な周遊パスの設定も計画されており、より多くの観光客を呼び込もうとしている。さらに、DMO(観光地域づくり法人)同士が連携し、共同でプロモーション活動を行う等、広域的な誘客力強化に向けた取り組みが進められている。万博を機に、中国・四国地方が一体となって観光客を呼び込み、地域の活性化を図る。

●鳥取県倉吉市で電動モビリティ導入による観光まちづくりの実証展開

鳥取県倉吉市は、2025年3月の鳥取県立美術館開館を契機に、観光客と住民の移動を両立させるための実証事業「U-MO（ウーモ）」を進めている。この事業では、市街地で電動車を活用した「グリーンスローモビリティ」という移動サービスが実施されている。これは、環境に配慮しつつ、観光客と地元住民双方にとって便利な移動手段となるかを検証するものだ。倉吉市は、この実証事業を通じて、市内をゆっくり巡る周遊型の観光を促進し、滞在時間を延ばすことを目指している。また、環境負荷の軽減にもつながる取り組みとして注目されており、今後のまちづくりに活かされることが期待されている。

●島根県松江市で観光交流拠点「カラコロ工房」がリニューアルオープン

2024年10月、島根県松江市の中心部にある観光施設「カラコロ工房」が、大規模改修を終えリニューアルオープンした。

元々、旧日本銀行松江支店として使われていた歴史ある建物を活用したこの施設は、地元の飲食店や物産店、さまざまな体験工房が集まる新たな交流拠点へと生まれ変わった。今回の改修で、観光客が長時間滞在しても楽しめる魅力的な空間が創出された。「カラコロ工房」の再始動は、松江市の観光振興に大きく貢献すると期待されている。

●岡山県倉敷市で宿泊税導入に向けた検討開始

岡山県倉敷市は、観光地・美観地区の持続可能な観光経営を目指し、2025年度中の宿泊税導入を検討する方針を2025年6月に表明した。美観地区は、国内外から多くの観光客が訪れる一方で、観光資源の保全や受け入れ環境の整備が長年の課題となっていた。倉敷市は、宿泊税をそのための新たな財源として確保したい考えだ。今後、市は有識者による検討会を設置し、税率や徴収方法、使途等について議論を進める予定だ。宿泊税の導入により、貴重な歴史的景観を守りながら、観光客と地元住民双方にとってより良いまちづくりを進めることが期待されている。

●岡山県倉敷市で美観地区と児島地区における観光拠点整備の進展

岡山県倉敷市の美観地区に、2024年4月、新たな複合観光施設「LOGIN Kurashiki」がオープンした。この施設は、高梁川流域の10市町村の食、体験、宿泊を一体的に提供する拠点だ。訪日外国人観光客の受け入れ体制も強化されており、地域全体の魅力を国内外に発信する役割を担っている。また、倉敷市児島では、ジーンズ文化の象徴である「ジーンズミュージアム＆ヴィレッジ」が改装され、体験型施設として再始動した。ここでは、ジーンズ産業の歴史と職人の技術にふれることができ、児島が“国産ジーンズ発祥の地”であることを改めて発信している。

●広島県・島根県がJR芸備線の再構築協議と観光活用

JR西日本と広島・島根両県は、芸備線（備中神代～備後庄原間）のあり方について話し合うため、2024年3月に再構築協議会を設立した。これは、地域の公共交通と観光を活性化させるための重要な一歩となる。その取り組みの一環として、2025年夏には臨時快速列車「庄原ライナー」の実証運行を予定している。この試みは、芸備線沿線への観光客誘致と、それに伴う地域交通の利用促進を目指すものだ。JR西日本と両県は、この臨時列車の運行を通じて、路線の維持・活性化に向けた具体的な方策を探っていく。長年、利用者の減少が課題となっていた芸備線にとって、「庄原ライナー」の実証運行は大きな転換点となる可能性がある。今後、協議会での議論と実証運行の結果を踏まえ、持続可能な地域交通ネットワークの構築が期待される。

●山口県下関市で全国クルーズ活性化会議の地方初開催

2025年2月、山口県下関市で全国クルーズ活性化会議の地方初となるシンポジウムが開催された。全国から関係者が集まり、クルーズ産業の振興について活発な議論が交わされた。

下関市は、これを機にクルーズ寄港地としての存在感をさらに高めようとしている。その取り組みの一環として、同年7月には全国総会も下関市で開催された。関門海峡という地理的な強みをもつ下関市は、近年クルーズ船の寄港回数を増やしている。今回のシンポジウムと総会を成功させることで、国際的なクルーズ船寄港地としての地位を確固たるものにすることを目指している。

●徳島県、高知県で夏祭り（「阿波おどり」、「よさこい祭り」）が本格復活

2024年夏、四国を代表するふたつの祭りが、コロナ禍からの完全復活を印象付ける盛況ぶりを見せた。徳島市で8月11日から15日にかけて開催された「阿波おどり」では、推計来場者数が102万人に達し、コロナ禍前の水準に迫る賑わいを見せた。徳島市全体が「阿波おどり」の熱気に包まれ、多くの観光客や地元住民が一体となって踊りを楽しんだ。一方、高知市の「よさこい祭り」も活況を呈した。この年には189チーム、約1万7,000人の踊り子が参加し、前年から約2割も増加。個性豊かな衣装とパワフルな踊りで、町中に高揚感が満ちあふれた。両祭りとも、国内観光客だけでなく、海外からの来訪者も目に見えて増加した。長引いたパンデミックを経て、地域社会全体が活気を取り戻し、観光産業の復興を力強く後押ししたといえる。

●香川県、瀬戸内海沿岸各地で「瀬戸内国際芸術祭2025」が開催

瀬戸内海を舞台に3年に1度開催される「瀬戸内国際芸術祭」が、2025年4月から始まった。2025年で6回目を迎える芸術祭には、37の国・地域から222組のアーティストが参加する。春・夏・秋の3会期にわたって開催される予定で、国内外から100万人を超える来場者が訪れると見込まれている。

今回のテーマは“海と人間”。瀬戸内海の美しい自然と歴史、そこに生きる人々の営みをアートを通じて表現する。

●愛媛県松山市で道後温泉本館が全館営業を再開

愛媛県松山市にある「道後温泉本館」が、2024年7月、5年半にわたる保存修理工事を終え、全館営業を再開した。日本最古の温泉として知られる「道後温泉本館」は、営業を続けながらの工事という異例の形式で保存修理が行われてきた。今回の再開は、建物の改築130周年という記念すべき年に当たり、大きな話題となった。伝統的な建築美を保ちつつ、現代のニーズに合わせた快適性も備えた再整備は、多くの観光客を呼び戻すきっかけとなり、地域の観光回復に大きく貢献している。

●高知県いの町で自転車×バスによる新たな観光周遊モデルを展開

高知県いの町で、サイクリングとバス移動を組み合わせた「サイクルバス」サービスが2024年10月に始まった。この新しいサービスでは、利用者はレンタサイクルをバスに載せて郊外の景勝地まで移動し、そこから自転車で散策しながら戻ってくることができる。雄大な自然が広がる仁淀川流域の魅力を存分に活かしたこの取り組みは、体力に自信のない人でも気軽にサイクリングを楽しめるのが特徴だ。サイクルバスは、新たな観光モデルとして注目を集めている。

（蛯澤俊典）

Ⅳ-2-4 九州

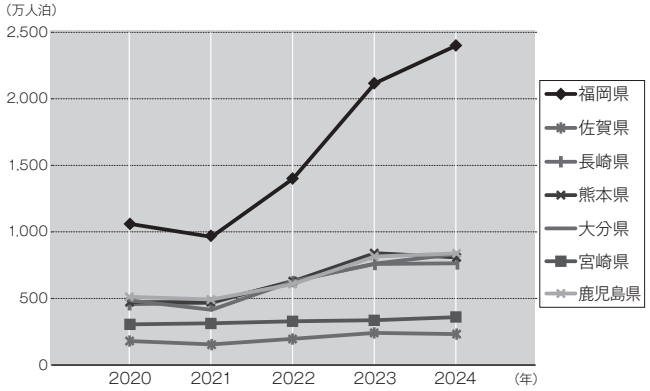
九州の官民一体で取り組む「第三期九州観光戦略」の策定
複合施設「長崎スタジアムシティ」の開業
JR九州高速船の事業撤退（博多ー釜山航路の廃止）

(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2024年1月から12月の九州各県の延べ宿泊者数は、九州全体では6,233万人泊となり、前年比6.2%増となった（図Ⅳ-2-4-1）。佐賀県・熊本県以外で延べ宿泊者数は増加し、増加率の多い順で、福岡県（13.4%増）、大分県（9.2%増）、宮崎県（6.9%増）、鹿児島県（2.8%増）、長崎県（0.6%増）となった。一方で、熊本県（3.8%減）、佐賀県（3.5%減）の延べ宿泊者数は減少した。

九州全体では、2023年に2019年の延べ宿泊者数5,869万人と同程度に回復、2019年比では6.2%増となったが、佐賀県で同16.3%減、宮崎県で同16.5%減とコロナ禍前まで回復できていない。

図Ⅳ-2-4-1　延べ宿泊者数の推移（九州）



（単位：万人泊）

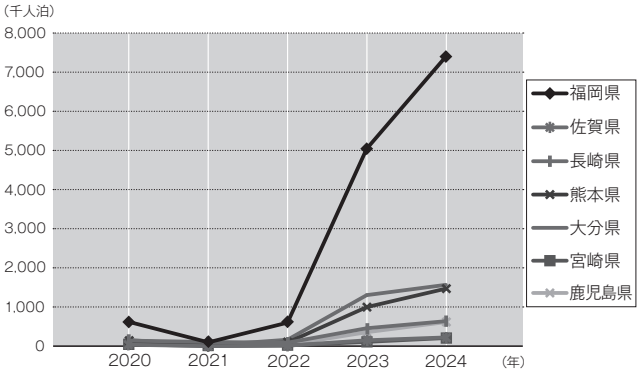
都道府県名	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
福岡県	1,059	962	1,399	2,112	2,395
佐賀県	182	157	199	243	234
長崎県	458	467	634	759	764
熊本県	473	474	630	840	808
大分県	486	416	630	762	833
宮崎県	307	315	330	338	361
鹿児島県	513	493	609	815	838

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

外国人延べ宿泊者数は、九州全体では12,132千人泊で、前年比43.7%増となった（図Ⅳ-2-4-2）。九州内すべての県で延べ宿泊者数は増加しており、増加率の多い順では、宮崎県（83.0%増）、鹿児島県（71.5%増）、熊本県（47.1%増）、佐賀県（46.9%増）、福岡県（46.6%増）、長崎県（38.8%増）、大分県（20.0%増）となった。

国際路線の再開や就航により、九州全体の訪日外国人延べ宿泊者数は2019年比39.7%増と回復しているが、佐賀県において同36.2%減、長崎県において同14.6%減、宮崎県において同34.7%減、鹿児島県において同26.2%減という状況で、コロナ禍前まで回復できておらず、福岡県・熊本県・大分県の3県で九州における2024年訪日外国人延べ宿泊者数の85.9%を占める3県集中型になっている。

図Ⅳ-2-4-2　外国人延べ宿泊者数の推移（九州）



（単位：千人泊）

都道府県名	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
福岡県	623	104	606	5,038	7,386
佐賀県	42	7	20	156	229
長崎県	148	112	95	463	643
熊本県	140	36	100	1,001	1,472
大分県	162	25	170	1,307	1,569
宮崎県	53	10	23	116	213
鹿児島県	121	16	38	362	620

資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」をもとに（公財）日本交通公社作成

(2)観光地の主な動向

①地方・都道府県レベル

●「第三期九州観光戦略」の策定

九州地方知事会と九州経済団体で構成される九州地域戦略会議の下部組織である九州観光戦略委員会により、2024年度から2030年度を計画期間とする「第三期九州観光戦略」が策定された。“住んでよし、訪れてよし、働いてよし”をテーマに、「世界中から選ばれる『KYUSHU』を目指し、ブランディングを強化する」、「九州ならではの観光資源の創出・魅力向上や受け入れ環境の整備により、誘客・リピーターを拡大する」、「デジタル技術の活用による、観光産業の高度化に取り組む」、「九州に関わるすべての人がひとつとなり、持続可能な観光（観光SDGs）を実現する」という4つの基本方針のもと、官民一体となって戦略に取り組むこととしている。数値目標としては、①観光消費額（訪日外国人、日本人）、②延べ宿泊者数（訪日外国人、日本人）、③九州へのリピーター率（訪日外国人：アジア・欧米豪、日本人）を掲げている。「第三期九州観光戦略」では、「第二期九州観光戦略」の数値目標であった訪日外国人客数を取りやめ、新たに九州へのリピーター率を設定し、リピーターの獲得に重点を置いた。

2024年度から2026年度までの第1次アクションプランでは、重点施策として「ツール・ド・九州」や大阪・関西万博等の「大規模イベント等を活用した九州の魅力発信」や九州MaaS等による「サステナブルで快適な周遊を促進する仕組み・システム構築」、ガイド育成等を行う「担い手の確保・育成・定着」を掲げている。

表Ⅳ-2-4-1 「第三期九州観光戦略」の概要

テーマ	住んでよし、訪れてよし、働いてよし	
計画期間	2024年度～2030年度	
基本方針	①世界中から選ばれる「KYUSHU」を目指し、ブランディングを強化する	
	②九州ならではの観光資源の創出・魅力向上や受け入れ環境の整備により、誘客・リピーターを拡大する	
	③デジタル技術の活用による、観光産業の高度化に取り組む	
	④九州に関わるすべての人がひとつとなり、持続可能な観光（観光SDGs）を実現する	
戦略	柱	第1次アクションプランの主な取り組み
	Ⅰ　誘客促進戦略	大規模イベント等を活用した九州の魅力発信
	Ⅱ　観光資源戦略	高付加価値商品の開発
	Ⅲ　受け入れ環境整備戦略	サステナブルで快適な周遊を促進する仕組み・システム構築
	Ⅳ　観光産業活性化戦略	担い手の確保・育成・定着
数値目標	2030年目標	
	観光消費額：4兆円（訪日外国人1.2兆円、日本人2.8兆円）	
	延べ宿泊者数：7,305万人泊（訪日外国人2,054万人泊、日本人5,251万人泊）	
	九州へのリピーター率：アジア47%、欧米豪24%、日本人65%	

資料：「第三期九州観光戦略」をもとに筆者作成

●九州MaaSの取り組み開始

九州のさまざまな公共交通の経路検索・予約・決済、観光やイベント、小売りの情報等を一体化させ、利用者にワンストップの移動サービスを提供する「九州MaaS」の取り組みが始まった。九州地域戦略会議において上記の計画が承認され、九州各県や経済団体、民間事業者が参画する一般社団法人九州MaaS協議会が2024年4月に設立された。

主な事業として、トヨタファイナンシャルサービスが開発・提供するアプリ「my route」において、多様な交通での経路検索・予約・決済サービスの提供や交通と商業施設が連携したお得なデジタルチケットの販売等を行っている。

●九州・たびたびの旅キャンペーン2024の実施

一般社団法人九州観光機構（以下、九州観光機構）は、九州へのリピーターを獲得し、観光消費を促進させることを目的として「九州・たびたびの旅キャンペーン2024」を実施した。このキャンペーンでは、2024年10月1日から12月31日に対象宿泊施設に宿泊すると一人1泊につき1ポイントを獲得でき、3ポイント貯めると2025年1月6日から3月30日の期間に利用できる「たびたびクーポン」3,000円分を進呈した。「たびたびクーポン」は、対象店舗となっている宿泊施設・飲食店・土産店等で利用でき、リピーターにとってお得に旅行ができるもので、6,924枚の電子クーポンの発行となった。

●九州観光アプリ「きゅーちゃんのわくわく九州塾」開始

九州観光機構は、九州のファン獲得とコミュニケーション活性化を目的に、2024年4月に九州観光アプリ「きゅーちゃんのわくわく九州塾」のサービスを開始した（図Ⅳ-2-4-3）。アプリに会員登録し、対象施設を来訪するとGPSによりポイントが付与され、ポイント利用対象施設ではポイントに応じたサービスを受けることができる等の機能を搭載。2025年3月で約2万件のダウンロードとなった。また、2024年度はこのアプリ上で、生成AIを活用し、利用者の目的・好みに合わせた最適な旅行を進めるサービスの実証実験を実施した。なお、生成AIによるモデルルートは、2024年度実証実験でのみ実施し、2025年度の事業では実施していない。

図Ⅳ-2-4-3 「きゅーちゃんのわくわく九州塾」



提供：（一社）九州観光機構

●「西のゴールデンルート」設立

訪日外国人観光客の西日本・九州への誘客を図るため、西日本・九州が一体となり、地域の魅力の発信・プロモーションに取り組む「西のゴールデンルート」が設立され、2024年5月に福岡県福岡市内で設立総会が開催された。

2024年11月には、ゴールデンルートに集中している欧米豪旅行客の西日本・九州への誘客を促すため、11のモデルルートを作成。訪日初心者がゴールデンルートに加えて西日本・九州を来訪することをイメージした3～4日程度のショートルート（8ルート）と訪日リピーターが西日本・九州を来訪することをイメージした2週間ほどのロングルート（3ルート）を発表した。

●「第三次福岡県観光振興指針」の策定（福岡県）

福岡県では、「第三次福岡県観光振興指針」が策定された。“「つながる」福岡観光”をテーマに、「回復するインバウンド需要の本件への着実な取り込み」、「リピーターの確保と県内の周遊促進」、「観光DXの推進」、「持続可能な観光（観光SDGs）の推進」を基本戦略として、2024年度から2026年度に取り組む施策と目標値が記載されている。この計画は、前述の「第三期九州観光戦略」第1次アクションプラン（以下、アクションプラン）と足並みを揃えるため、アクションプランと同様の計画期間とし、目標値としてリピーター率が設定されている。

●福岡・大分デスティネーションキャンペーンの開催（福岡県・大分県）

2024年4月から6月に福岡県・大分県・JRグループにより「福岡・大分デスティネーションキャンペーン」（以下、DC）が開催された。福岡県では25年ぶりの開催となった。

キャッチコピーは“至福の旅！大吉の旅！福岡・大分”とし、アフターコロナ時代における新たな魅力づくりへの挑戦や持続可能な観光の実現を目指す「観光産業の復活と新たなステージへの挑戦」、福岡県と大分県の関連する素材をひとつの物語として提案する「福岡・大分連携による感動の最大化」、地元住民

表Ⅳ-2-4-2　「第三次福岡県観光振興指針」の概要

目指す姿	「つながる」福岡観光
計画期間	2024年度～2026年度
基本戦略	1　回復するインバウンド需要の本県への着実な取り込み
	2　リピーターの確保と県内の周遊促進
	3　観光DXの推進
	4　持続可能な観光（観光SDGs）の推進
施策の柱	1　受け入れ環境の充実
	2　観光資源の魅力向上
	3　戦略的なプロモーション
	4　観光振興の体制強化
目標値（種類）	延べ宿泊者数（日本人、外国人）
	旅行消費額（日本人、外国人）
	旅行消費単価（日本人、通常入国外国人）
	リピーター率（アジア、欧米豪、日本人）

資料：「第三次福岡県観光振興指針」をもとに筆者作成

が地域の魅力を再発見する機会とする「地域の魅力の再発見と愛着を育むおもてなしの実現」を基本方針として展開された。

期間中の主な取り組みとして、福岡県では、県内周遊バスツアー「よかバス」を開始した。県内の二次交通が不便な箇所を含む観光施設等を周遊でき、DC期間中には6,880名がツアーに参加した。この取り組みはDC後も、専用サイトでツアー販売が継続されている。大分県では、DC期間中に「OITA CULTURAL EXPO!'24」が開催され、国内外のアーティストによる展示会やイベントが県内各地で開催された。また、JR九州は、新たなD＆S列車（デザイン＆ストーリー列車）として、福岡県・博多駅～大分県・別府駅間を一日1往復する特急「かんぱち・いちろく」の運行を開始した。コンセプトは“ゆふ高原線の風土をあじわう列車”で、運行コース、曜日ごとに異なる福岡県・大分県の料理人が作る食事を味わうことができる。

なお、DC期間における経済波及効果は、目標であった350億円（福岡県230億円、大分県120億円）を上回り、502億円（福岡県356億円、大分県146億円）であった。

●JR九州高速船の事業撤退（福岡県）

2024年8月、国土交通省の監査において、JR九州高速船が、福岡市と韓国釜山を結ぶ定期航路「クイーンビートル」船首内部の浸水を把握しながら事実を隠蔽し、運航していた事実が判明した。「クイーンビートル」の運航再開に向けて安全管理体制の見直しや船体のハード対策を検討してきたが、2024年12月に船舶事業から撤退することを決定した。これにより、1991年から運航されてきたJR九州グループによる日韓航路は廃止となった。

●「長崎スタジアムシティ」の開業（長崎県）

2024年10月、長崎市中心部に「長崎スタジアムシティ」が開業した。「長崎スタジアムシティ」は、長崎県に本社を置くジャパネットホールディングスのグループ会社で、地域創生事業を担うリージョナルクリエーション長崎による複合施設で、サッカースタジアムを中心に、宿泊施設や商業施設等で構成される。宿泊施設である「スタジアムシティホテル長崎」は、計243室の客室を有し、スタジアムビューの客室や大浴場、館内プールから、サッカースタジアムを見下ろすことができる。また、オフィス棟と商業棟の屋上を結ぶ全長258メートルのジップラインがあり、サッカースタジアム上空を通過することができる等、ユニークな体験が可能になっている。

●「ようこそくまもと観光立県推進計画」の策定（熊本県）

熊本県は、5期目となる「ようこそくまもと観光立県推進計画（2024年度-2027年度）」を策定した。基本目標を「日常を忘れるひととき、心弾む“感動県くまもと”～地域が輝く、活力に満ちた観光地域づくり～」とし、「観光と熊本の強みを掛け合わせた“くまもとらしさ”の探求」、「上質な“トキ”と機会の創出」、「観光産業を柱とした創造的復興の実現」の3つの基本的な方針のもと戦略を実行していくこととしている。

表Ⅳ-2-4-3　「ようこそくまもと観光立県推進計画」の概要

目指す姿	日常を忘れるひととき、心弾む“感動県くまもと” ～地域が輝く、活力に満ちた観光地域づくり～
計画期間	2024年度～2027年度
基本的な方針	1　観光と熊本の強みを掛け合わせた“くまもとらしさ”の探求
	2　上質な“トキ”と機会の創出
	3　観光産業を柱とした創造的復興の実現
戦略	Ⅰ　観光資源・コンテンツの魅力向上
	Ⅱ　戦略的なプロモーション
	Ⅲ　受け入れ環境整備
	Ⅳ　観光産業基盤強化・活性化
目標値	観光消費額

資料：「ようこそくまもと観光立県推進計画」をもとに筆者作成

●ホーバークラフトを使った別府湾周遊の開始（大分県）

大分県では、2024年11月より、ホーバークラフトを使って別府湾を周遊する便が就航された。ホーバークラフトは、プロペラで船体下部に空気を噴出して浮かせ、陸地や海上を移動する水陸両用の乗り物で、大分市と大分空港を結ぶ定期航路として1971年から2009年まで運航していた。大分県は、大分空港の利用が増加したこと、海上アクセスにより大分空港と大分市間の移動に要する時間が大幅に改善され利便性が向上することから、県が船を所有し、運航を民間事業者（大分第一ホーバードライブ）が行う上下分離式での導入を決定した。

空港航路は当初2024年3月に開始する予定であったが、訓練中に事故が起きたことから就航を遅らせ、前述の別府湾周遊により操縦訓練を積むこととした。空港航路は2025年7月に運航が開始され、2025年8月時点で別府湾周遊は不定期で実施されている。

●シーガイアの米ファンドへの売却とリブランド（宮崎県）

セガサミーホールディングスは、宮崎市の大型リゾート施設「フェニックス・シーガイア・リゾート」（以下、シーガイア）を米投資ファンドのフォートレス・インベストメント・グループに売却した。2024年6月、新経営陣により、シーガイアの長期保有と、ファミリー層の開拓に向けた、キッズスペース新設やプールのキッズ対応の充実、温浴施設の改装等が発表された。また、米マリオットグループとのフランチャイズ契約を解除し、2025年6月にシェラトン等、3宿泊施設の名称を変更しリブランドされた。これにより、「シェラトン・グランデ・オーシャ

ンリゾート」を「フェニックス・シーガイア・オーシャン・タワー」に、「ラグゼ 一ツ葉」を「シーガイア・フォレスト・コンドミニアム」に、「コテージ・ヒムカ」を「シーガイア・フォレスト・コテージ」に名称変更し、すべての施設でシーガイア名称が復活。一体感のあるリゾートとして運営されることとなった。

②広域・市区町村レベル

●九州各地の新規宿泊施設の開業状況

福岡県福岡市に、2024年3月に「seven x seven（セブンバイセブン）糸島」が開業した。客室は47室で、全室オーシャンビューのテラス付き。ルーフトップテラスや専用ジャクジー、BBQグリル等の設備がある。

長崎県長崎市では、2024年1月に「長崎マリオットホテル」が開業した。マリオットホテルは、九州初進出で、国内で9軒目となる。運営はJR九州グループであるJR九州ホテルマネジメントが米マリオット・インターナショナルと提携して行う。207室（ゲストルーム179室、スイート28室）を備える。また、前述のとおり、2024年10月に「長崎スタジアムシティ」内に「スタジアムシティホテル長崎」が開業。2024年12月には、「ホテルインディゴ長崎グラバーストリート」が開業。ホテルインディゴとしては日本で 5軒目、九州では初上陸となる。このホテルは、築126年の歴史を誇る長崎のランドマーク「旧マリア園」をリノベーションしたもので、外壁のレンガや聖堂のステンドグラス等を当時のまま活かした宿泊施設になっている。「旧マリア園」は、1898年に建設された赤レンガ造りの修道院で、聖堂はレストランに改装された。

熊本県熊本市では、2020年よりラグジュアリーライフスタイルホテルにリブランドし改装を進めていた「ザ・ニューホテル熊本」が、2024年12月に「ワン・ステーションホテル熊本」としてリニューアルした。改装によりラグジュアリーフロアを設置し、専用のフリーフローラウンジを設置。1階のロビーはコワーキングスペースとして利用でき、定期的なワークショップやライブ、DJブースを使ったイベントを開催している。

宮崎県宮崎市では、2024年2月に「プリンス スマート イン 宮崎」が開業した。プリンス スマート インは、西武・プリンスホテルズワールドワイドが展開する宿泊特化型ホテルで、宮崎市内の都市機能の中心となっている場所に位置し、163室を有する。2024年4月には、「ガーデンテラス宮崎 ホテル＆リゾート」が「THE MEIBIA MIYAZAKI」に名称変更し屋外プールを併設した新館をオープンさせた。新館は全18室で、各部屋には屋内ジャクジーが備えられている。

鹿児島県霧島市には、2024年2月に、焼酎メーカーのきりしま高原麦酒と親会社である種麹屋の河内源一郎商店が運営する「麹・発酵ホテル」がオープンした。すべて麹を使った食事と汲みたての焼酎やできたてのビール等の飲料だけでなく、麹や食に関するワークショップ等により麹の伝統と発酵文化を体験できる施設となっている。

2024年4月、フランスのホテル運営会社アコーにより、旧ダイワロイヤルホテルがリブランドされ、 福岡県宗像市に「メルキュール福岡宗像リゾート＆スパ」、佐賀県唐津市に「メルキュール佐賀唐津リゾート」、大分県日出町に「グランドメルキュール別府湾リゾート＆スパ」がオープンした。

●2024年に新たに登録された観光地域づくり法人（DMO）

九州内では2024年に、公益財団法人福岡観光コンベンションビューロー（福岡県福岡市）、一般社団法人雲仙観光局（長崎県雲仙市）、一般社団法人日田市観光協会（大分県日田市）、公益財団法人鹿児島観光コンベンション協会（鹿児島県鹿児島市）が新たにDMOに登録され、九州の登録観光地域づくり法人は計44件（広域連携DMO1件、地域連携DMO13件、地域DMO30件）となった。

表Ⅳ-2-4-4　2024年に登録された九州内のDMO一覧

区分	名称	所管エリア	DMO登録日
地域	（公財）福岡観光コンベンションビューロー	福岡県福岡市	2024.3.29
地域	（一社）雲仙観光局	長崎県雲仙市	2024.9.24
地域	（一社）日田市観光協会	大分県日田市	2024.9.24
地域	（公財）鹿児島観光コンベンション協会	鹿児島県鹿児島市	2024.3.29

資料：観光庁のウェブサイトをもとに筆者作成

●北九州市に国内初のハイブリッド電動旅客船が就航（福岡県）

2024年4月に北九州市で、水素とバイオディーゼル燃料を使って発電した電気で動くハイブリッド型旅客船「HANARIA」（船舶所有者：MOTENA-Sea、運航者：関門汽船）が就航した。 国内初の電動旅客船で、 化石燃料で動く船と比較してCO_2排出量を53～100％削減することが可能となる。「HANARIA」は、洋上風力発電施設への人員運搬を目的に開発されたが、当面は北九州市の小倉港、門司港を発着する観光船として活用される。通常運航されているクルーズは、「洋上参拝クルーズ」や「関門海峡クルーズ」、「工場夜景クルーズ」等。 客室は2階建てで、1階のフロアキャビンの前方には98インチの大型モニターとプロジェクターが設置されており、イベントや会議の会場としての使用も可能である。

●「唐津市玄海海中展望塔」がリニューアル（佐賀県）

「唐津市玄海海中展望塔」は、2024年4月にリニューアルオープンした。展望塔は、水深7メートルの海中展望室では、海中窓から玄界灘の海中の様子を目前に見ることができる。 今回のリニューアルでは、展望塔内全周をスクリーンとし、プロジェクションマッピングによる映像、照明、音響により海中にいるようなショーを体験することができるようになった。

●「“ほっと、みやざき”宿泊応援キャンペーン」の実施（宮崎県）

2024年8月に発生した日向灘地震によりキャンセル等の影響があった宿泊施設をはじめとした市内観光の回復を図ることを目的とし、宮崎市では「“ほっと、みやざき”宿泊応援キャンペーン」が実施された。このキャンペーンは2024年12月1日から2025年2月1日までの期間中に宮崎市内の対象施設に宿泊した県外・国外に居住する旅行者を対象に、一人1滞在につき、宿泊料金全体額の2分の1（最大5,000円）の補助を行った。

（一般社団法人九州観光機構　野間恵子）

Ⅳ-2-5 沖縄

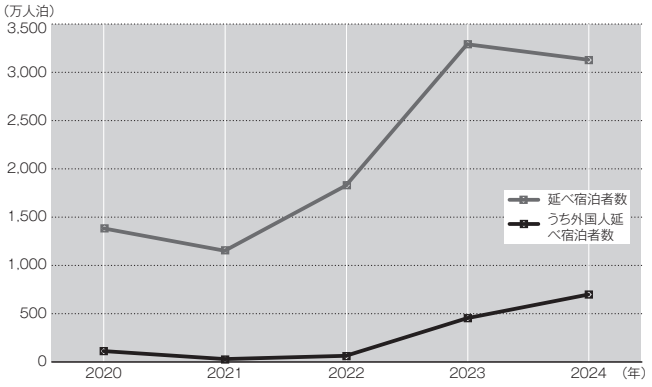
2024年の入域観光客数は966万9,000人、
前年比17.4%増と過去3番目の実績
外国人の占める割合はコロナ禍前の20%台まで回復

(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2024年1月から12月の沖縄県の延べ宿泊者数は3,127万人泊となり、前年比4.9%減(161万人泊減)とわずかに減少となった(図Ⅳ-2-5-1)。

一方、外国人延べ宿泊者数は693万人泊となり、前年比59.9%増と順調に増加している(図Ⅳ-2-5-1)。

図Ⅳ-2-5-1　延べ宿泊者数の推移(沖縄)



(単位：万人泊)

	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
延べ宿泊者数	1,379	1,147	1,823	3,288	3,127
うち外国人延べ宿泊者数	107	24	58	448	693

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

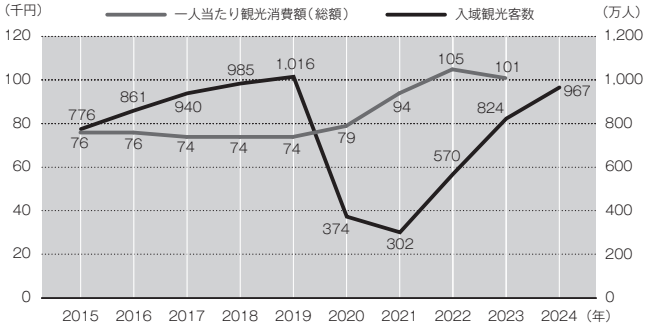
沖縄県が推計している2023年の観光客一人当たり観光消費単価(総額)は約10万1,000円、前年から微減した。これは、国内客の消費単価が下落した一方で、外国人観光客の増加がその減少幅を緩和している構図となっている。コロナ禍前(2019年)と比較すると約1.4倍と高い水準を維持しており、全体としての観光収入は8,316億円となり前年比39.7%の増加となった(図Ⅳ-2-5-2左軸)。

2024年の入域観光客数は966万9,000人で、前年比で143万3,400人増(17.4%増)と過去3番目の実績となった。また、これまで最多を記録した2019年に対し95.1%の水準まで回復した(図Ⅳ-2-5-2右軸)。2024年の入域観光客数のうち、国内客数は753万6,000人、外国人客数は213万2,000人だった。外国人の占める割合は22%と、前年の116.2%増となったが、2019年の過去最高記録にはわずかに及ばなかった。国内客が過去最多を更新した一方で、外国人客数は、航空路線の復便やクルーズ寄港回数の増加等に伴い、段階的に回復しているが、中国本土便等、一部航空路線やクルーズ船の運休の影響により72.8%の水準となっている(図Ⅳ-2-5-3)。

離島の動向を見ると、沖縄県八重山事務所が公表する2024年の八重山地域の入域観光客数は142万6,000人で、前年比19.2%増(229,421人増)となった。一方、宮古島市が公表している宮古島の観光客数は113万6,000人(前年比28.7%増)となった。2019年比で見ると宮古島は0.2%減とほぼ同水準まで回復した。八重山地域は3.7%減と、回復状況に地域差が見られるが、両地域ともクルーズ船の再開が追い風となり、観光客数のV字回復を牽引した(図Ⅳ-2-5-4)。

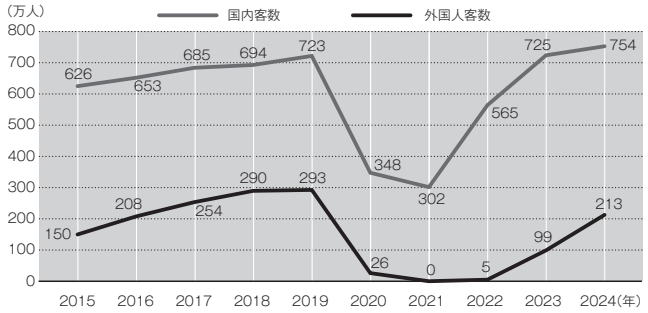
沖縄県全体の入域観光客数の推移と比較すると、2019年度実績から県全体が95.1%と回復する中、両地域とも県全体を上回るペースで回復しており、離島における観光需要の力強い回復がうかがえる。

図Ⅳ-2-5-2　入域観光客数と一人当たり観光消費額の推移



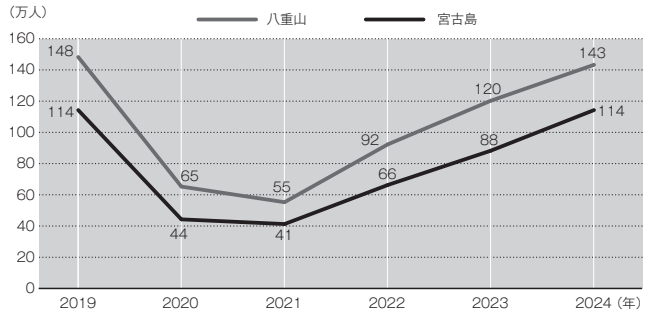
資料：沖縄県「観光統計実態調査」及び
「沖縄県入域観光客統計概況」をもとに(公財)日本交通公社作成

図Ⅳ-2-5-3　国内客数(県外)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-2-5-4　八重山地域及び宮古島の入域観光客数の推移



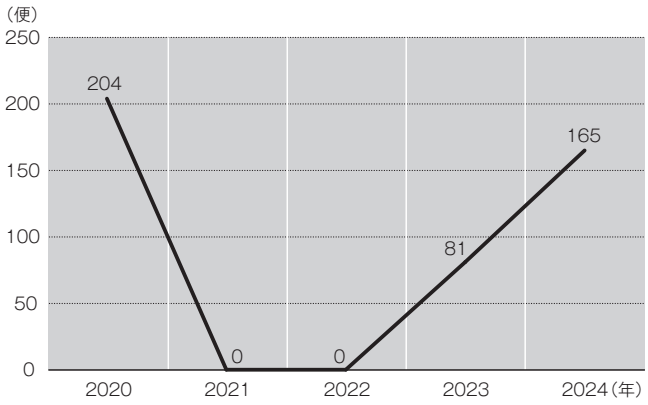
資料：沖縄県「八重山入域観光客数統計概況」及び
宮古島市「宮古島市の入域観光客数推計値」をもとに(公財)日本交通公社作成

(2)観光地の主な動向

●国際線の状況

2019年以降の週当たり便数の推移を、図Ⅳ-2-5-5に示す。2024年は、2022年から始まった運航再開の流れが本格化し、コロナ禍からの回復が顕著に進んだ一年だった。那覇空港における国際線の回復率は2019年比で64.1%に達し、特に台湾や韓国からの路線が堅調な需要を見せた。また、釜山線やバンコク線等の再開・新規就航も相次ぎ、国際的なアクセスが大きく改善された。

図Ⅳ-2-5-5　那覇空港、石垣空港(南ぬ島石垣空港)における国際線(直行便)の週当たり便数の推移



(注)各年、1月末日現在の便数。

資料:沖縄県「観光要覧」をもとに(公財)日本交通公社作成

●宿泊施設の開業

2024年から2025年中旬にかけてオープンした主な宿泊施設(名称変更等によるリブランドを含む)を表Ⅳ-2-5-1に示す。

この期間を通じて沖縄本島、離島それぞれで複数の宿泊施設が開業し、2023年に引き続き、各地域における施設数及び収容人数の継続的な増加が見られた。

2024年は、宮古島や石垣島といった離島、及び読谷村等の沖縄本島のリゾートエリアでの開業が中心となった。これは、コロナ禍からの観光需要回復を見据え、特に高付加価値なリゾート滞在へのニーズに応えるための投資が活発であったことを示している。大規模なリブランド案件も見られ、観光産業の質的な向上を目指す動きが顕著だった。

2025年は、那覇市での開業が目立つ点が大きな特徴。2025年前半までに開業した宿泊施設を掲載しているため同表に掲載されていないが、10月に開業予定の「ファーストキャビン那覇空港」に注目したい。これは沖縄で初となる空港内ホテルであり、早朝・深夜便の利用客や乗り継ぎ客の利便性を大きく向上させるものと期待される。また、ANAクラウンプラザやローズウッドといった国際的なブランドホテルの開業も続き、沖縄観光が都市型・高級志向へと多様化していることがうかがえる。一方、老舗ホテルでは、2024年に「ホテル日航アリビラ」が30周年、2025年に「沖縄ハーバービューホテル」が50周年を迎えた。

表Ⅳ-2-5-1　2024年から2025年前半にかけて開業した主な宿泊施設

年月		宿泊施設名	所在地	室数
2024年	2月	ホテル シギラミラージュ ビーチフロント	宮古島市	93室
	3月	VIVOVIVA石垣島	石垣市	98室
	4月	STORYLINE 瀬長島	豊見城市	101室
	4月	グランドメルキュール沖縄残波岬リゾート(旧Royal Hotel 残波岬)	読谷村	465室
	7月	TWIN-LINE HOTEL YANBARU OKINAWA JAPAN アネックス棟	名護市	50室
	9月	seven x seven 石垣	石垣市	121室
2025年	1月	LACER OKINAWA NAHA MIEBASHI(旧Rakuten STAY那覇美栄橋)	那覇市	27室
	1月	LACER OKINAWA NAHA TOMARIPORT(旧Rakuten STAY那覇泊ふ頭)	那覇市	25室
	3月	BATON SUITE 沖縄古宇利島	今帰仁村	35室
	3月	ANAクラウンプラザリゾート沖縄うるまヒルズ(旧アンサ沖縄リゾート)	うるま市	123室
	3月	ローズウッド宮古島	宮古島市	55棟
	4月	スマイルホテル宮古島(旧セントラルリゾート宮古島)	宮古島市	135室
	5月	ラ・ジェント・ホテル沖縄那覇	那覇市	257室

資料:新聞記事、ウェブサイト等の公開情報をもとに(公財)日本交通公社作成

●観光関連施設の開業

2024年から2025年前半にかけてオープンした、沖縄県内の主な観光関連施設(商業施設、アミューズメント施設等)を表Ⅳ-2-5-2に示す。

2024年8月に南城市に「コストコ」がオープン。 沖縄初出店となった。2025年前半までに開業した施設を掲載しているため、同表には掲載されていないが、2025年7月には、沖縄本島北部の名護市と今帰仁村にまたがる大型テーマパーク「JUNGLIA OKINAWA(ジャングリア沖縄)」が開業した。神秘と生命力に満ちた世界自然遺産「やんばる」を擁する沖縄北部の圧倒的な大自然を舞台に、都会にはない興奮と贅沢の体験を通して沖縄の旅を変えるテーマパークで、コンセプトは“Power Vacance‼(パワーバカンス)”。亜熱帯地域に位置する沖縄ならではの生命力に満ちた、見たこともない植物が生い茂る「やんばる」の大絶景を舞台に、その地にしかない体験を通して生まれる「興奮」と本物の自然に没入する「贅沢」が重なると、今まで経験したことのない「解放感」が人間の本能を貫き、人生最高に心が高ぶる“Power Vacance‼”を体験できるとしている。沖縄本島北部における新たなランドマークとして大きな期待が寄せられている。

●沖縄県内レンタカー事業者、初の2,000社超え(図Ⅳ-2-5-6)

2024年度は、回復した観光需要を取り込もうと個人の事業者が増加。過去最高だった2023年度の1,885社を更新し、2,186社となった。車両数も過去最多の5万6,658台となった。

●那覇空港の乗降客数が過去最高に(図Ⅳ-2-5-7)

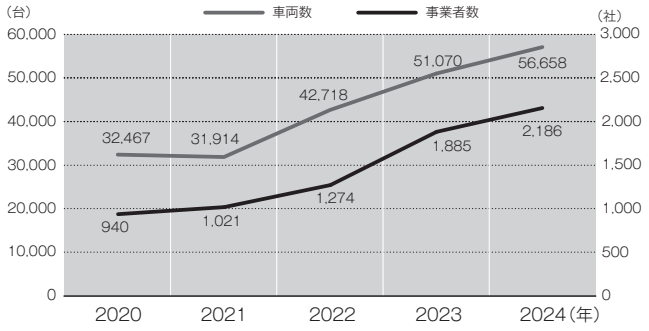
2024年度、那覇空港の乗降客数が過去最高を更新し、2,170万人となった。

表Ⅳ-2-5-2　2024年から2025年前半にかけて開業した主な観光関連施設

年月		施設名	所在地	概要
2024年	3月	ちきゅうのにわ イオンモール沖縄ライカム店	北中城村	遊びながら地球の面白さや自然の大切さを学べる0歳から12歳までの子どもを対象とした大型屋内プレイグラウンド。「火山」、「海と風」、「森」等、屋内にありながら自然とふれあうように遊ぶことができる。
	4月	Little Universe OKINAWA （旧SMALL WORLDS OKINAWA）	豊見城市	大型商業施設「イーアス沖縄豊崎」内にオープンした、デジタル空間演出×ミニチュア×AR等の最新テクノロジーが融合した新感覚ハイブリッドエンターテインメント施設。総面積3,300㎡・テニスコート13面分の広さに、18世紀の琉球王朝や1980年代の東京等、複数のミニチュアを展示。
	4月	みやこ下地島空港 ビジネスジェットターミナル	宮古島市	プライベートジェットやビジネスジェットで下地島空港を利用する人とその乗務員をターゲットとし、天井の内装に温もりのある木材を使ったラウンジ、仮眠室やシャワー室等もあり、非日常である島の温かさを感じられる空間となっている。
	5月	なごアグリパーク （リニューアル）	名護市	コンセプトは食の育みと、ものづくりへのこだわりを意味する“FARM&CRAFT（ファーム＆クラフト）”であり、沖縄の豊かな自然の恵みを感じることができるグルメや土産、体験があふれ出す、食のテーマパークとしてリニューアル。
	8月	コストコ 沖縄南城倉庫店	南城市	広大な敷地に、食料品、日用品、電化製品、衣料品等、コストコならではの大容量で高品質な商品が豊富にそろえられ、沖縄の地域性を考慮した商品も取り扱われている。敷地内にはガソリンスタンドも併設されており、会員は安価に給油することができる。
2025年	3月	GiGO 沖縄アウトレットモールあしびなー	豊見城市	那覇空港から車で15分、日本最南端のアウトレットモール「沖縄アウトレットモールあしびなー」2階に、沖縄県では2店舗目の「GiGO」がオープン。絶好のロケーションを背景に、約100の人気ブランドがそろう同アウトレットモールは、地域住民だけでなく観光客の利用も多い人気の商業施設で、インバウンド需要も高くなっている。

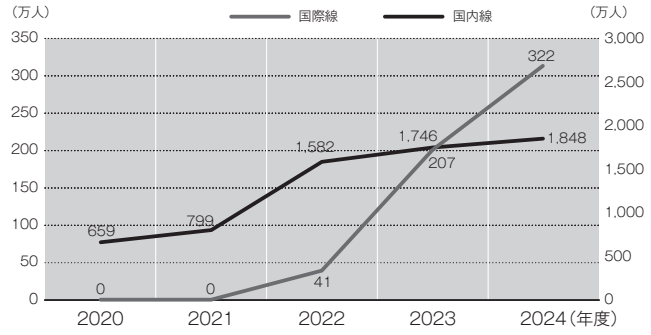
資料：新聞記事、ウェブサイト等の公開情報をもとに（公財）日本交通公社作成

図Ⅳ-2-5-6　沖縄県内のレンタカー台数及び事業者数



資料：内閣府 沖縄総合事務局資料をもとに（公財）日本交通公社作成

図Ⅳ-2-5-7　那覇空港の乗降客数



資料：国土交通省「空港管理状況調書」をもとに（公財）日本交通公社作成

(3) その他の動向

●観光目的税の導入に向けた動き

導入を目指す観光目的税（宿泊税）をめぐり、沖縄県は、使途が限定されない法定外普通税ではなく、現行案の法定外目的税とする条例案を県議会2025年9月定例会で提案する方針を固めた。県内の市町村が求めている2026年度中の導入が実現できる可能性が高まった。竹富町では、竹富町訪問税条例が2025年6月13日の町議会で可決・公布されたことを発表している。税額は、訪問者一人につき1回1,000円、年間で5,000円とされている。

●泡盛を含む「伝統的酒造り」がユネスコ無形文化遺産に登録

2014年12月5日、「伝統的酒造り」がユネスコ無形文化遺産に登録された。日本からの登録は本件で23件目となる。

●自然災害への備え

沖縄県と一般財団法人沖縄観光コンベンションビューロー（OCVB）は2024年11月、豊見城市の沖縄空手会館で、地震・津波災害を想定した図上訓練を行った。同年4月に台湾東部沖地震に伴って県内で津波警報が出されたことを受けて関心が高まり、過去最多の200人が参加した。

●水難事故、過去10年で最多

2023年に発生した水難事故は116件、死者・行方不明者は60人と過去10年で最多となった。また、マリンレジャー提供業者の届け出業者数は2019年の2,071業者から、2023年6月末時点で3,723業者に増加した。

（山口佳枝）

Ⅳ-3-1 自然

インバウンドを含めた自然公園利用の回復が堅調に
利用者の回復・増加を背景に
利用管理の取り組みも具体化

2024年は、インバウンド観光がコロナ禍前の水準を大きく上回り、国立公園をはじめとする自然観光地にも多くの観光客が訪れた。利用者数の回復が堅調となる一方、一部地域ではオーバーツーリズムが課題となり、利用の分散化や高付加価値化、入域管理といった持続可能な利用に向けた取り組みが本格化した。また、全国的なクマの出没増加を受け、自然との新たな向き合い方が問われる一年ともなった。

(1)自然公園の利用及び指定状況

①利用者の推移

環境省「自然公園等利用者数調」によると、2023年の自然公園全体の利用者数は7億8,916万人(前年比115.6%)となり、コロナ禍からの回復が続いている。公園種別に見ると国立公園(34か所)は3億2,269万人(同119.5%)、国定公園(58か所)は2億5,312万人(同113.6%)、都道府県立自然公園は2億1,336万人(同112.3%)であった(図Ⅳ-3-1-1)。

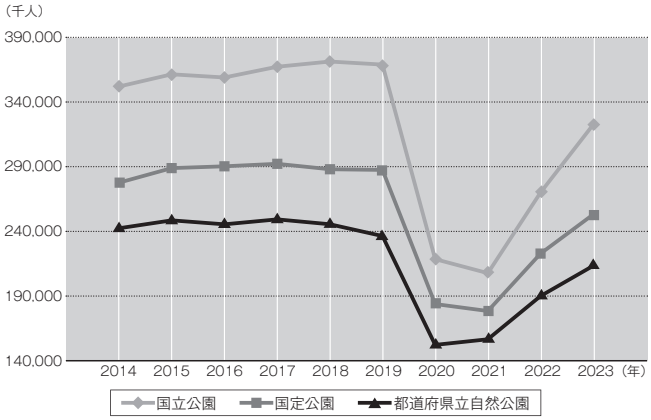
全国34の国立公園のうち、利用者数の多い国立公園は上位から、富士箱根伊豆国立公園11,226万人(国立公園全体に占める割合34.8%)、次いで瀬戸内海国立公園4,157万人(同12.9%)、上信越高原国立公園1,744万人(同5.4%)となった(表Ⅳ-3-1-1)。上位10の国立公園の利用者数合計は25,425万人であり、34の国立公園全体の78.8%を占めている(表Ⅳ-3-1-1)。

利用者数増加率の上位3公園は、南アルプス国立公園(前年比3,027.8%)、白山国立公園(同176.8%)、奄美群島国立公園(同151.5%)となった(表Ⅳ-3-1-2)。南アルプス国立公園の大幅な増加率の背景としては、2019年台風19号の被災で長期規制が続いた主要アクセス路(南アルプス公園線等)の通行が徐々に再開(片側交互通行から)され始めたこと等、アクセス条件の改善が一因と考えられる。加えて、2023年は国内・訪日旅行の回復局面であったことも後押しとなったと考えられる。なお林道南アルプス線の規制は継続しており、全面的な復旧には至っていない(山梨県道路規制情報ページ(県道37号南アルプス公園線の規制情報)より)。

●国立公園内延べ宿泊者数

環境省「第18回国立公園満喫プロジェクト有識者会議」資料によると、2024年の国立公園内の延べ宿泊者数は3,130万人(前年比95.7%)となった(図Ⅳ-3-1-2)。

図Ⅳ-3-1-1　自然公園の利用者推移(2014～2023年)



資料:環境省「自然公園等利用者数調(令和5年)」

表Ⅳ-3-1-1　国立公園内利用者数(2023年、上位10位)

順位	公園名	2023年(万人)	国立公園全体に占める割合(%)	2022年順位
1	富士箱根伊豆	11,226	34.8	1
2	瀬戸内海	4,157	12.9	2
3	上信越高原	1,744	5.4	3
4	阿蘇くじゅう	1,442	4.5	4
5	大山隠岐	1,326	4.1	5
6	日光	1,207	3.7	6
7	霧島錦江湾	1,170	3.6	8
8	吉野熊野	1,111	3.4	9
9	秩父多摩甲斐	1,097	3.4	7
10	支笏洞爺	946	2.9	11
上位10国立公園の合計		25,425	78.8	
34国立公園全体の合計		32,269	100.0	

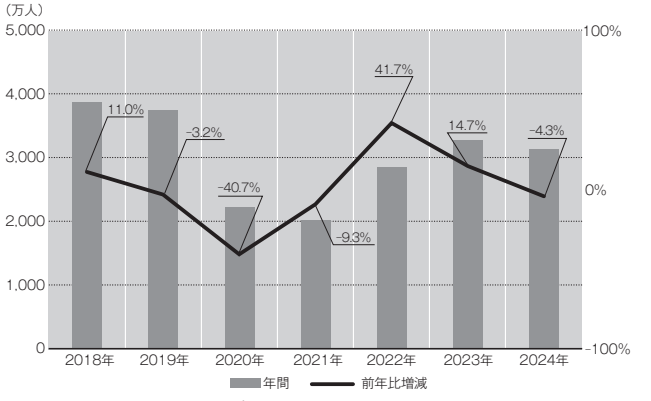
資料:環境省「自然公園等利用者数調(令和5年)」をもとに(公財)日本交通公社作成

表Ⅳ-3-1-2　国立公園内利用者数(2023年と2022年の比較、前年比上位3位)

順位	公園名	2022年利用者数(万人)	2023年利用者数(万人)	差引(万人)	前年比(%)
1	南アルプス	14	436	422	3,027.8
2	白山	31	56	24	176.8
3	奄美群島	40	61	21	151.5

資料:自然公園等利用者数調(令和5年)(環境省)をもとに(公財)日本交通公社作成

図Ⅳ-3-1-2　国立公園内延べ宿泊者数の推移



資料:環境省「第18回国立公園満喫プロジェクト有識者会議」資料をもとに(公財)日本交通公社作成

●国立公園における訪日外国人利用者数

環境省「第18回国立公園満喫プロジェクト有識者会議」資料によると2024年の国立公園全体における訪日外国人の実利用者数は約844万人で新型コロナウイルス感染症拡大によるパンデミック後、初めて2019年の水準を上回った（2019年比127%）。

さらに同会議資料では、2024年の訪日外国人のうち全体の22.9%程度が国立公園を訪れていることに加え、訪日外国人全体と比較して国立公園を訪れた訪日外国人のほうが平均消費額が14.2%高いことや、滞在日数が長くなる傾向であることを示している。

②公園区域及び公園計画の変更等

2024年度の自然環境部会自然公園等小委員会は7月22日に第51回が開催された。国立公園事業の変更（支笏洞爺、富士箱根伊豆、瀬戸内海の公園、表Ⅳ-3-1-3）について審議されるとともに、国立公園における滞在体験魅力向上、東海自然歩道50周年記念式典・東海自然歩道の活性化、その他（日高山脈襟裳十勝国立公園の指定、上信越高原国立公園苗場地域の公園計画の変更（再検討））について報告がなされた。

表Ⅳ-3-1-3　国立公園事業の変更の概要

国立公園名	事業名	変更概要
支笏洞爺	壮瞥温泉宿舎	周辺地域のインバウンド増加やリゾート型宿泊施設の開業の流れを引き続き推進するために、民間事業者による幅広い利用者層向け宿泊施設の開業、広大な敷地を活用したアクティビティ提供を想定し、事業決定規模を拡大。 ・区域面積：6.5ha → 10.6ha ・最大宿泊者数：165人／日 → 700人／日 ・執行者：民間事業者
富士箱根伊豆	六郎兵衛宿舎	観光客の回復傾向、許可済みの宿泊施設新築に伴い、駐車場や周辺の樹林地内への園路整備を充実させサービスの質の向上を図るため、事業範囲を拡張。あわせて、利用者増加やファミリー層の需要に対応するため、客室数の変更はしないが、最大宿泊者数を拡大。 ・区域面積：7.5ha → 7.7ha ・最大宿泊者数：600人 → 650人 ・執行者：民間事業者
瀬戸内海	東予園地	当該区域にて雨水が法面の谷部を流れ、谷部を侵食。今後、侵食が広がると、法面やその上部にある道路等の崩壊を招きかねず、ひいては東予集団施設地区への通路が断たれ、東予集団施設地区が一切利用できなくなることにもつながるため、対策区域一体を事業決定区域に組み込む。 区域面積：37.18ha → 39.5ha 執行者：環境省、（一財）休暇村協会

※その他、諮問を要さない国立公園事業の決定、廃止及び変更案件は48件
資料：環境省第51回自然環境部会自然公園等小委員会資料をもとに（公財）日本交通公社作成

(2)自然公園の活性化に関する動向

①「国立公園満喫プロジェクト」

環境省は、日本の国立公園を世界水準の「ナショナルパーク」としてブランド化を図ることを目標に、「国立公園満喫プロジェクト」を2016年度から実施している。特に、全国の国立公園の中でも先導的モデルとなり得る8つの公園（阿寒摩周国立公園、十和田八幡平国立公園、日光国立公園、伊勢志摩国立公園、大山隠岐国立公園、阿蘇くじゅう国立公園、霧島錦江湾国立公園、慶良間諸島国立公園）を選出し、各公園のロードマップともなる「ステップアッププログラム2020」のもと、2016年度以降、ハード・ソフトの各種取り組みを先行的・集中的に推進してきた。2020年8月には「国立公園満喫プロジェクトの2021年以降の取組方針」を取りまとめ、8つの国立公園においても新たに「ステップアッププログラム2025」を策定した。同2021年以降の取り組み方針における基本方針は「ウィズコロナ・ポストコロナの時代への対応」、「水平・垂直展開～8公園から全公園へ～」、「これまでの基本的な視点の継続・重視～最大の魅力は自然そのもの～」の3つから成り、国内誘客の強化やワーケーション等の新たな利用の取り込み、これまでの基盤整備を活かした訪日外国人利用者の受け入れ促進等による世界水準の国立公園づくりを継続的・発展的に展開していくとともに、先行8公園の取り組み成果を横展開し全国の国立公園のボトムアップを図るものとなっている。さらに、2050年カーボンニュートラルの実現に向けて、「ゼロカーボンパーク」の推進や、国立公園におけるツーリズムでの脱炭素化、サステナブル化を図るための公園づくりを推進する。先行8公園に準じる公園として、支笏洞爺国立公園、富士箱根伊豆国立公園、中部山岳国立公園の3公園が、その他の公園として磐梯朝日国立公園及び三陸復興国立公園の2公園が選出され、全13の公園で「ステップアッププログラム2050」が策定されている。

2024年度末（2025年3月12日）に開催された第18回有識者会議では、2021年以降の取り組み状況と成果について、2025年までの目標値を2024年度末時点で概ね達成していると報告された（表Ⅳ-3-1-4）。特に、自然を満喫できる上質なツーリズムの実現とブランド化が前進したことや、新型コロナウイルス感染症による影響前の国内外の利用者数が復活したことが言及されている。また、2021年以降の取り組み成果と課題について取りまとめがなされた（表Ⅳ-3-1-5）。同委員会では、その他、2026年以降（～2030年）の取り組み方針の骨子案の提示と、後述の国立公園における滞在体験の魅力向上事業についても報告された。2026年以降の取り組み方針としては、国立公園のブランド化、滞在体験の魅力向上、そして保護と利用の好循環に関する取り組みを一層強化し、地域活性化とウェルビーイングの向上を目指すことが基本的な方針として掲げられた。具体的なアクションには、各公園の魅力を伝えるストーリーの共有やインナーブランディングの推進、地域の主体性を活かした滞在体験向上事業の展開、利用者負担の仕組みづくり 、そしてゼロカーボンパークをはじめとする環境負荷削減の支援等が盛り込まれている（表Ⅳ-3-1-6）。

表Ⅳ-3-1-4　国立公園満喫プロジェクトの2021年以降の取り組み方針における達成目標状況（2024年度末時点）

指標		目標・評価・課題
量	国立公園における訪日外国人利用者	【目標】2025年までにコロナ禍前（2019年）同等値 【評価】2024年の訪日外国人の国立公園利用者数（844万人）は、コロナ禍前の2019年を上回り（1.27倍）、目標を達成 【課題】回復は公園ごとに差があり、あまり回復していない公園もある
	国立公園における宿泊者数（訪日・国内）	【目標】2025年までにコロナ禍前（2019年）同等値 【評価】2024年の国立公園内宿泊者数（上半期1,580万人）は2019年の約90%まで回復 【課題】回復は公園ごとに差がある、あまり回復していない公園もある
質	日本全体の観光や地方誘客に対する国立公園の貢献度（訪日）	【目標】定量的な目標値は設定していないが、貢献度を把握することで、インバウンド全体に対する国立公園の貢献を評価 【評価】訪日外国人の約2割が国立公園を訪問しており、国立公園訪問者は支出額・宿泊日数・満足度・再訪意向が高いことから、訪日や地方誘客に貢献したといえる 【課題】混雑・渋滞・マナー違反等、都心への観光集中による問題が大きく、地方分散は十分ではない
	満足度、推奨意向、支出額、平均泊数、認知度、リピーター率（訪日・国内）	【目標】定量的な目標値は設定していないが、質の指標データを踏まえて、上質なツーリズムの実現とブランド化の進捗を評価 【評価】満足度・推奨意向は高い評価を維持。支出額・リピーター率はいずれも上昇し、平均泊数は現状を維持したことから、目標の「自然を満喫できる上質なツーリズムの実現」が前進したといえる。また、認知度が上昇したことから、ブランド化が進みつつあるといえる 【課題】一部では、増加した観光利用に伴うマナー違反の増加、受け入れ体制不足等の課題が顕在化。「自然を満喫できる上質なツーリズムの実現とブランド化」は十分とまではいえない

資料：環境省「第18回国立公園満喫プロジェクト有識者会議」資料をもとに（公財）日本交通公社作成

表Ⅳ-3-1-5　国立公園満喫プロジェクトの2021年以降の取り組み成果まとめと課題

取り組み方針		取り組み成果・評価	現状課題
推進の枠組み	(1)これまでの先行8公園等	先行8公園をはじめとして、ステップアッププログラムを策定した13公園は、情報発信・コンテンツ造成、環境整備、景観向上等、さまざまな取り組みを総合的に推進し、他公園を牽引。	一部部会や協議会のマンネリ化、他省庁含む類似会議体の機能重複感あり。
	(2)他の地域への水平展開	13公園以外の国立公園においても、幅広く利用の取り組みを展開（全公園で展開）。また、国定公園における利用の取り組みの推進や、北海道東トレイル等、広域的な周遊圏の構築が進んだ。	地域ごとに取り組みの進捗濃度差が大きい。 国定公園における取り組み支援拡充の要望あり。
	(3) 集中・総合的な取り組みを行うモデル地域	「宿舎事業を中心とした国立公園利用拠点の面的魅力向上に向けた取組方針」を策定し、滞在体験の魅力向上先端モデル事業を開始。	
具体的なアクション	(1)国立公園満喫プロジェクトの制度化	自然体験活動促進計画、利用拠点整備改善計画を自然公園法に位置付け。少しずつ計画策定が進んだ。国立公園ブランドプロミスを策定。各公園でストーリー集・聞き書き集の作成、インタープリテーション計画の策定が進んだ。	インタープリテーション計画等、将来的に制度化に紐付く取り組みは進みつつあるものの、各法定計画の認定数はまだ少ない。
	(2)国立公園の新しい利用等、幅広いターゲットを想定した情報発信とコンテンツ造成	全35公園で自然体験アクティビティを造成、約9割の公園でワーケーションのための環境整備を実施、50地域で人材育成を実施等、利用の取り組みが進んだ。また、さまざまなプロモーションが実施され、国立公園のSNS等の登録者数やウェブサイトPV数は増加傾向。	個別取り組みは、運営体制や人材確保、事業性等の面で取り組みの継続性に課題がある。公園全体の包括的な把握や取り組み間の連携、面的な取り組みが不十分な場合もある。
	(3)質の高さや快適性・環境保全に配慮した体験利用の推進と保護と利用の循環	適正利用を促すための限定ツアー、登山道等の整備ツアー、アドベンチャートラベル等のコンテンツ造成、仕組みづくりのための調査・検討が進む。また、28の国立公園で利用者負担の仕組みを導入。	各国立公園における利用者負担の取り組みがごく一部の地域に限られ、面的に広がっていない。
	(4)利用者受け入れのための整備	8～9割の公園で多言語整備事業や無線公衆LAN整備を実施。看板デザイン統一やデジタル展示整備等利用者の利便性・安全性向上に貢献。20地域の「ゼロカーボンパーク」が登録されたほか、宿泊事業を対象とした脱炭素、廃プラ、地産地消の取り組み、自然体験との連携等についてのガイドラインを公表。	多言語整備は一層進んだが、十分とまではいえない。
	(5)滞在したくなる利用拠点を目指した景観の磨き上げ	廃屋撤去を15拠点、電線地中化等の景観改善を37市区町村で実施。 公園周辺関係者との統一的なルール構築の議論も進む。 また、廃屋になることを防ぐための経営改善施策として中小企業庁と情報を連携。	依然として各地で廃屋の課題があり、取り組みが 十分とはいえない。官民一体となった拠点全体としての上質化が必要。
	(6)官民連携の強化・広域的取り組みの発展	地域金融機関・地域交通機関と、事業計画書策定や移動性向上等の取り組み実装における連携・協力を実施。DMO（観光地域づくり法人）・DMC（地域特化型の旅行会社）と地域状況に応じたさまざまな連携、国立公園オフィシャルパートナー146社と連携が進む。	

資料：環境省「第18回国立公園満喫プロジェクト有識者会議」資料をもとに（公財）日本交通公社作成

表Ⅳ-3-1-6　国立公園満喫プロジェクトの2026年以降の具体的アクション（案）

①地域・利用者双方にとっての国立公園のブランド力の向上

- ●各公園における受け入れ関係者が国立公園ブランドプロミスを共有し、実行するための各地域のインナーブランディング（インタープリテーション各全体計画策定、聞き書き集作成等）
- ●世界からのデスティネーション（目的地）となるための政府主導による戦略的なターゲット設定・プロモーション、国立公園オフィシャルパートナー連携

②国立公園における魅力的な滞在体験の提供

- ●地域の主体性が発揮された滞在体験の魅力向上事業（体制・ソフト・ハードがパッケージとなった拠点整備）
- ●各主体における受け入れ環境の磨き上げ（景観改善／廃屋撤去／町並み景観改善、多言語解説、案内機能強化、二次交通の改善、ビジターセンターの魅力向上等）
- ●感動体験・アドベンチャートラベルの創出（アクティビティ、ツアーの造成・販売促進、地域のルールづくり等を支援）、自然体験アクティビティガイドライン
- ●増加する観光利用に対応したマナー違反対策、受け入れ環境整備、利用の平準化等

③国立公園の利用による地域への貢献

- ●各公園・地域における利用者負担の仕組みづくり
- ●国立公園ならではの宿泊施設ガイドラインの運用
- ●国立公園利用及び利用施設の脱炭素化、環境負荷削減の支援（「ゼロカーボンパーク」等）

資料：環境省「第18回国立公園満喫プロジェクト有識者会議」資料をもとに（公財）日本交通公社作成

②国立公園における滞在体験の魅力向上

インバウンド再開を見据えた国立公園の利用の高付加価値化に向けて、2023年6月に「宿舎事業を中心とした国立公園利用拠点の面的魅力向上に向けた取組方針」が取りまとめられた。この方針は、従来の枠にとらわれず、民間の知見も積極的に取り入れながら、自然体験アクティビティと連携した国立公園ならではの感動体験を提供する宿泊施設を中心に、利用拠点全体の魅力を向上させる最先端モデルの創出を目指すものとなっている。

この方針を受け、環境省は2023年に「国立公園における滞在体験の魅力向上のための先端モデル事業」を開始した。同年8月には十和田八幡平国立公園十和田湖地域、中部山岳国立公園南部地域、大山隠岐国立公園大山蒜山地域、やんばる国立公園の4か所を先端モデル地区として選定している。先端モデル事業では、各公園にて、基本構想の策定、利用拠点の選定、マスタープランの作成というステップで取り組みを進めており、2024年度末時点では、選定した4公園すべてにおいて検討体制の構築と利用拠点の選定を進めており、今後、マスタープランの策定を本格化していく予定である。

③インタープリテーション全体計画

環境省では、国立公園をはじめとする自然公園のブランディング活動の一環として、各国立公園において「ストーリー（物語）」を明らかにするとともに、資源、伝えたい情報、望まれる体験等を整理したインタープリテーション全体計画を作成することや、その計画に基づいた自然体験アクティビティを含む感動体験を生み出し自走化することを支援している。

2024年度からはインタープリテーション全体計画（ステップアッププログラム、自然体験促進計画等を含む）等に基づく感動体験の企画・試行、自走化の取り組みを支援するため、「感動体験創出事業」として全国の国立公園から募集を行い、取り組みを支援している（表Ⅳ-3-1-7）。2024年度には全国8地域での事業を支援し、2025年度には「感動体験・アドベンチャートラベル創出事業」と名称を改め、全国から13地域の取り組み支援を行っている（表Ⅳ-3-1-8）。

インタープリテーション全体計画自体は元々、北米の国立公園で活用されているものであり、国内でも雲仙温泉地区や那須平成の森を先行事例としながら、富士山麓地域、日光国立公園、釧路湿原国立公園等の各地での策定が進んでいる。

表Ⅳ-3-1-7　2024年度「国立公園における感動体験創出事業」採択案件一覧

申請者名	事業名	国立公園名
安達太良・吾妻 自然センター	「ふくしま火山旅」100年続く盆栽と、1000年続く温泉の物語	磐梯朝日
栃木アウトドア事業振興会BERGTOAD	消えた古道を探し山岳信仰の物語を探るアドベンチャーツアー造成事業	日光
株式会社東京山側 DMC	秩父多摩甲斐国立公園における新たな感動創出コンテンツ造成事業	秩父多摩甲斐
一般社団法人雪国観光圏	エコロッジからエコロッジへ古道を歩く旅	上信越高原
株式会社戸隠	戸隠地域の高付加価値ストーリーを国内外に発信する戸隠観光振興イノベーション事業	妙高戸隠連山
一般社団法人日本アルプスガイドセンター	日本アルプス 野生動物／ライチョウ観察ガイドツアー	中部山岳
株式会社伊予銀行	瀬戸内海国立公園指定90周年を契機とした「サステナブルツーリズム」創出事業	瀬戸内海
阿蘇カルデラツーリズム推進協議会	世界を感動させる阿蘇へ「阿蘇自然体験活動促進計画」自走化事業	阿蘇くじゅう

資料：環境省のウェブサイトをもとに（公財）日本交通公社作成

表Ⅳ-3-1-8　2025年度「感動体験・アドベンチャートラベル創出事業」採択案件一覧

申請者名	事業名	国立公園名
鶴居村釧路湿原観光コンテンツ創出協議会	鶴居村釧路湿原観光コンテンツ創出事業	釧路湿原
一般社団法人大船渡地域戦略（地域DMO法人）	ハイカーと地域の力で再びつなぐ1000キロの道プロジェクト	三陸復興
一般社団法人DEGAM鶴岡ツーリズムビューロー	磐梯朝日国立公園出羽三山地域のアドベンチャートラベル展開事業	磐梯朝日
合同会社歩く東北研究所	ふくしま火山旅（Fukushima Volcano Journey）～ 活火山の恩恵と、山麓文化に触れる旅～	磐梯朝日
一般社団法人ぐんまインバウンド協会	5000年の歴史を誇る火山と村民の復興ストーリーが紡ぐ「ネイチャーポジティブ体験」造成販売事業	上信越高原
株式会社東京山側DMC	秩父多摩甲斐国立公園における新たな感動価値創出事業	秩父多摩甲斐
一般社団法人日本アルプスガイドセンター	北アルプストラバースルート ライチョウ観察ガイドツアー（The Japan Alps Tour-Villages to Sacred Peaks / Explore the Heart of the Japan Alps）	中部山岳
信飛トレイル準備委員会	Kita Alps Traverse Route 信飛トレイル 体験の磨き上げ・受け入れ体制整備事業	中部山岳
伊勢志摩国立公園エコツーリズム推進協議会	Ise-Shima National Park Accessible Adventure Tour 海女と神宮の物語展開事業	伊勢志摩
一般社団法人 Hiroshima Adventure Travel	自然と暮らしの調和を体感する、瀬戸内海サイクルアドベンチャー	瀬戸内海
一般社団法人雲仙観光局	雲仙温泉地区インタープリテーション全体計画を基軸にした感動体験創出事業	雲仙天草
阿蘇温泉観光旅館協同組合	阿蘇カルデラから始まる滞在周遊プログラム“JAPAN Volcano Tourism”	阿蘇くじゅう
株式会社ホット沖縄総合研究所	やんばる国立公園感動体験サステナブルライドツアー	やんばる

資料：環境省のウェブサイトをもとに（公財）日本交通公社作成

④その他

●オーバーツーリズム対策

特に利用者増加が顕著な自然環境を基礎とした観光地においてはオーバーツーリズムの具体的な対策も講じられている。2024年度は観光庁の「オーバーツーリズムの未然防止・抑制による持続可能な観光推進事業」にて全国26地域のうち6地域において自然環境保護や適正利用を主眼とした取り組みが講じられた（表Ⅳ-3-1-9）。同事業によって対象の26地域の取り組みは「『先駆モデル地域』における取組み事例集」としてまとめられている。

表Ⅳ-3-1-9　環境省「オーバーツーリズムの未然防止・抑制による持続可能な観光推進事業」のうち自然環境保護や適正利用を主眼とした取り組み地域

実施主体（対象地域）	取り組み内容	主な具体的取り組み
青森県（奥入瀬渓谷）	オーバーツーリズムがない“未来の奥入瀬”実現事業	・マイカー規制に合わせたシャトルバスの運行 ・シャトルバスの運行に合わせた臨時バス停の設置
山形県山形市（蔵王温泉）	エリア全体での観光客の適切な需要管理による、世界に誇れるスノーリゾート“世界の蔵王”の推進事業	・蔵王ロープウェイの混雑緩和施策
山梨県（富士山吉田口）	富士山吉田口における安全登山環境確保に関する事業計画	・富士山登山の規制等による安全の確保
静岡県（富士山(富士宮口、御殿場口、須走口)）	富士山（富士宮口、御殿場口、須走口）における安全登山環境確保に関する事業計画	・「静岡県富士登山事前登録システム」の導入と試行 ・山頂付近への安全誘導員の配置
熊本県阿蘇市（阿蘇市）	「サステナブルな阿蘇」で旅行者も地域も潤う環境トライアル	・自然エリアでのアクティビティ整備による混雑の分散 ・地域住民向け体験会の実施による観光の意義の発信 ・多言語モニター設置による観光施設の混雑状況の見える化
沖縄県竹富町（西表島）	西表島における立入制限エリア導入を核とした持続可能な自然体験型観光推進計画	・エコツーリズム法に基づく観光客の入域管理システムの整備

資料：環境省のウェブサイトをもとに（公財）日本交通公社作成

●野生動物との共存に向けた新たな取り組み

2023年から続く全国的なクマの出没増加は、2024年も継続している。環境省の統計によると、2023年度のツキノワグマ出没件数は23,669件で過去最多を記録し、2024年度上半期（4～9月）も15,741件と過去最多を更新した。人身被害も2023年度は197件（218人、うち死亡6人）で統計開始以来最多ペースとなった。

これを受け環境省は、2024年4月にクマ類を「指定管理鳥獣」として駆除対策を強化するとともに、「クマ対策専門家緊急派遣事業」や「クマ緊急出没対応事業」（7,250万円）等の緊急対策を実施している。知床世界自然遺産地域科学委員会では学識研究者、地元自治体、環境省の関係者によるヒグマワーキンググループも設置され（2017年度に設置されたエゾシカ・ヒグマワーキンググループから2022年度にエゾシカ、ヒグマ、それぞれのワーキンググループに分離）、知床半島におけるヒグマの管理について検討が進められている。知床羅臼ビジターセンター等では、ベアスプレーのレンタルサービス（24時間1,100円）の提供も行っている。そのほか、国立公園等での多言語解説整備事業も推進され、安全な公園利用のための対策が進められている。

●ゼロカーボンパーク

環境省は、国立公園において先行して脱炭素化に取り組むエリアを「ゼロカーボンパーク」として推進している。国立公園をカーボンニュートラルのショーケースとし、訪れる国内外の人たちに脱炭素型の持続可能なライフスタイルを体験してもらう場づくりを目指して行われるものであり、2024年度末時点で20か所が登録されている（表Ⅳ-3-1-10）。

ゼロカーボンパークとは、国立公園における電気自動車等の活用、国立公園に立地する利用施設における再生可能エネルギーの活用、地産地消等の取り組みを進めることで、国立公園の脱炭素化を目指すとともに、脱プラスチックも含めてサステナブルな観光地づくりを実現していくエリアのことを指す。

表Ⅳ-3-1-10　ゼロカーボンパークの登録状況

登録番号	地方自治体	国立公園	備考（登録エリア等）	登録年月日
第1号	松本市	中部山岳	乗鞍高原	2021/3/23
第2号	志摩市	伊勢志摩	志摩市全域	2021/6/25
第3号	那須塩原市	日光	塩原温泉・板室温泉地区	2021/9/24
第4号	妙高市	妙高戸隠連山	妙高市	2022/3/18
第5号	釧路市	阿寒摩周	阿寒湖温泉	2022/3/18
第6号	千歳市	支笏洞爺	支笏湖	2022/3/29
第7号	片品村	尾瀬	尾瀬かたしなエリア	2022/4/21
第8号	釧路市、弟子屈町、美幌町、足寄町	阿寒摩周	全国初の連名登録	2022/6/27
第9号	釧路市	釧路湿原	全国初の2国立公園登録	2022/7/14
第10号	日光市	日光	奥日光地域	2022/7/22
第11号	廿日市市	瀬戸内海	宮島	2023/4/18
第12号	福島市	磐梯朝日	土湯温泉・高湯温泉	2023/8/23
第13号	鳥羽市	伊勢志摩	鳥羽市	2024/2/27
第14号	立山町	中部山岳	立山町	2024/3/1
第15号	雲仙市	雲仙天草	雲仙市	2024/3/16
第16号	宮古市	三陸復興	宮古市	2024/6/9
第17号	美瑛町	大雪山	美瑛町	2024/6/16
第18号	隠岐の島町	大山隠岐	隠岐の島町	2024/7/20
第19号	羅臼町、斜里町	知床	羅臼町・斜里町	2024/9/13
第20号	南伊勢町	伊勢志摩	南伊勢町	2024/11/29

資料：環境省のウェブサイトをもとに（公財）日本交通公社作成

(3)「自然体験活動促進計画制度」及び「利用拠点整備改善計画制度」

自然公園法の改正に伴い、「自然体験活動促進計画制度」が「利用拠点整備改善計画制度」とともに新たに創設された。

「自然体験活動促進計画制度」は、国立公園が有する自然資源の特性等を踏まえた質の高い自然体験活動の機会の提供を進めるため、国立公園の魅力を有効に活用した自然体験活動の提供に関する方針を調整・決定する協議会を設置し、協議会により作成された質の高い自然体験活動の促進を目的とした「自然体験活動促進計画」を環境大臣が認定する制度である。

「利用拠点整備改善計画制度」は、宿舎・休憩所等の施設が集積した利用拠点を対象に、地方公共団体が公園事業者等の多様な関係者とともに、利用拠点の整備改善に係る基本方針や各々の事業内容・役割を調整する協議会を設置し、利用拠点における質の高い利用空間の創造や公園利用に係る機能の強化を進めるための計画として、協議会により作成された「利用拠点整備改善計画」を環境大臣が認定する制度である。

これらの制度に基づき、2023年度には、全国初となる計画が熊本県阿蘇市で策定・認定され（2024年度計画変更）、2024年度は、新たに伊勢志摩国立公園において「伊勢志摩国立公園自然体験活動促進計画」（2024年7月16日認定）が、中部山岳国立公園雲ノ平地区において「雲ノ平地区自然体験活動促進計画」（2024年3月12日認定）が策定・認定された。

また、前述の「自然体験活動促進計画制度」を現場で活用するための指針として「国立公園ならではの自然体験アクティビティガイドライン」が策定され、2025年3月にVer.4が公開された。 アクティビティを提供する事業者自らが「アクティビティ開発」、「安全対策・危機管理」、「環境への貢献・持続可能性」の3つの観点から、その質を確認することができるものとなっている。

(4)エコツーリズム推進法に基づく動向

●エコツーリズム推進全体構想の策定・認定

エコツーリズム推進法に基づき、2024年には新たに、岐阜県高山市、青森県十和田市の2地域で、エコツーリズム推進全体構想が策定・認定された（表Ⅳ-3-1-11）。

表Ⅳ-3-1-11　全国のエコツーリズム全体構想策定状況

協議会名	都道府県・市町村	構想のタイトル	認定年月日
飯能市エコツーリズム推進協議会	埼玉県・飯能市	飯能市エコツーリズム推進全体構想	2009年9月8日 2015年1月16日変更認定 2021年9月8日変更認定
渡嘉敷村エコツーリズム推進協議会・座間味村エコツーリズム推進協議会	沖縄県・渡嘉敷村、座間味村	慶良間地域エコツーリズム推進全体構想	2012年6月27日
谷川岳エコツーリズム推進協議会	群馬県・みなかみ町	谷川岳エコツーリズム推進全体構想	2012年6月29日
鳥羽市エコツーリズム推進協議会	三重県・鳥羽市	鳥羽エコツーリズム推進全体構想	2014年3月13日 2017年2月7日変更認定
南丹市美山エコツーリズム推進協議会	京都府・南丹市	南丹市美山エコツーリズム推進全体構想	2014年11月21日
小笠原エコツーリズム協議会	東京都・小笠原村	小笠原村エコツーリズム推進全体構想	2016年1月28日
てしかがえこまち推進協議会	北海道・弟子屈町	てしかがスタイルのエコツーリズム推進全体構想	2016年11月15日 2020年9月2日変更認定
上市まちのわ推進協議会	富山県・上市町	上市町エコツーリズム推進全体構想	2017年2月7日
愛媛県石鎚山系エコツーリズム推進協議会	愛媛県・西条市、久万高原町	石鎚山系エコツーリズム推進全体構想	2017年2月7日 2022年3月28日変更認定
串間エコツーリズム推進協議会	宮崎県・串間市	串間エコツーリズム推進全体構想	2017年2月7日 2023年2月14日変更認定
奄美群島エコツーリズム推進協議会	鹿児島県・奄美市ほか11市町村	奄美群島エコツーリズム推進全体構想	2017年2月7日
檜原村エコツーリズム推進協議会	東京都・檜原村	檜原村エコツーリズム推進全体構想	2018年4月6日
下呂市エコツーリズム推進協議会	岐阜県・下呂市	下呂市エコツーリズム推進全体構想	2018年4月6日
赤城山エコツーリズム推進協議会	群馬県・前橋市	赤城山エコツーリズム推進全体構想	2018年9月10日
阿蘇ジオパーク推進協議会	熊本県・阿蘇市ほか7市町村	阿蘇ジオパーク推進全体構想	2019年7月11日
吉野川紀の川源流ツーリズム推進協議会	奈良県・川上村	吉野川紀の川源流ツーリズム推進全体構想	2019年11月16日
宮島エコツーリズム推進協議会	広島県・廿日市市	宮島エコツーリズム推進全体構想	2020年9月11日
白川郷まるごと体験協議会	岐阜県・白川村	白川村エコツーリズム推進全体構想	2021年7月20日
軽井沢エコツーリズム推進協議会	長野県・軽井沢町	軽井沢エコツーリズム推進全体構想	2022年5月26日
東近江市エコツーリズム推進協議会	滋賀県・東近江市	東近江市エコツーリズム推進全体構想	2022年10月22日
竹富町西表島エコツーリズム推進協議会	沖縄県・竹富町	竹富町西表島エコツーリズム推進全体構想	2022年12月7日
まんのう町エコツーリズム推進協議会	香川県・まんのう町	まんのう町エコツーリズム推進全体構想	2023年6月22日
屋久島町エコツーリズム推進協議会	鹿児島県・屋久島町	屋久島町エコツーリズム推進全体構想	2023年8月4日
甑島ツーリズム推進協議会	鹿児島県・薩摩川内市	甑島エコツーリズム推進全体構想	2023年8月18日
神津島エコツーリズム推進協議会	東京都・神津島村	神津島エコツーリズム推進全体構想	2023年9月1日
名張市エコツーリズム推進協議会	三重県・名張市	名張市エコツーリズム推進全体構想	2014年7月9日
奥入瀬渓流エコツーリズムプロジェクト実行委員会	青森県・十和田市	奥入瀬渓流エコツーリズム推進全体構想	2024年5月19日
乗鞍岳エコツーリズム推進協議会	岐阜県・高山市	乗鞍岳エコツーリズム推進全体構想	2024年9月13日

資料：環境省のウェブサイトをもとに（公財）日本交通公社作成

(5) その他の動向

●アドベンチャートラベルの推進

2023年には「アドベンチャートラベル・ ワールドサミット」（ATWS）がアジアで初めて北海道で開催された（2023年9月11日～14日）。その成果を継承・発展させていくための取り組みとして、日本政府観光局（JNTO）が国際的なアドベンチャートラベル業界団体・Adventure Travel Trade Association（ATTA）と連携して、「Adventure Week」を、沖縄を舞台に開催した（2024年11月9日～16日、主催：JNTO、ATTA、沖縄県）。主な開催プログラムは「ATTAプロフェッショナル講師チームによる事前視察、ガイド研修、PR戦略含めた総合コンサル」、「参加者による5泊6日程度のファムトリップ」、「ファムトリップ終了後に参加者と地元観光団体との商談会実施」、「ATTAのメディア・ストーリーテリングチームによるPR素材作成、情報発信」。2025年9月には東北での開催も予定されている（主催：JNTO、ATTA、一般社団法人東北観光推進機構）。

●森林サービス産業

林野庁は国土の7割を占める森林を活かし、林業・木材産業の成長産業化を進めることとあわせて、健康や観光、教育等のさまざまな分野の体験サービスを提供し、山村地域に新たな雇用と所得機会を生み出す「森林サービス産業」の取り組みを進めている。普及イベントの開催や、森林サービス産業に関心のあるさまざまなセクターのネットワークづくりやマッチングプラットフォーム「Forest Style」の設置、優良事例のとりまとめや公開等を行っている。森林サービス産業を推進する地域は増加しており、2025年8月時点で、全国で58地域（2024年1月時点では50地域）となっている。また、2024年11月には地域・施設・事業者等で森林サービス産業創出の中核を担う「地域コーディネーター」を育成することを目的にした人材育成講座を実施している。

●農泊の推進

「農泊」とは、農山漁村に宿泊し、滞在中に地域資源を活用した食事や体験等を楽しむ農山漁村滞在型旅行のことであり、農林水産省では、農山漁村での滞在と消費を促すことにより、農山漁村における持続的な収益の確保や雇用の創出を狙いとして、全国での取り組みの支援を行っている。全国で「農泊」を推進する地域のネットワーク構築やポータルサイトの制作、「農泊」を推進する各地での取り組み支援（地域資源を活かした宿泊・食・体験の磨き上げやプロモーション等）、インバウンド受け入れ促進支援、日本の食文化の海外PR等、多面的な施策を講じてきている。2023年度末には全国で計656の農泊地域を創出しており、2025年度までには農山漁村での700万人泊を達成することを目指している。

●ジオパーク

2024年度には、第51・52回日本ジオパーク委員会が開催された。日本ジオパーク新規認定等の審査が行われ、三好ジオパーク（2024年10月9日認定）、蔵王ジオパーク（2025年1月27日認定）が新規認定となった。また、古関東深海盆、那須烏山、大雪山カムイミンタラ、喜界島、せとうち讃岐、やまなし上野原が日本ジオパークの認定に向けて取り組んでいる。

（小坂典子）

Ⅳ-3-2 歴史・文化

2024年度文化庁予算と三庁包括連携協定の改定
日本遺産・日本博フォローアップ事業の拡大
重要文化的景観20周年
世界遺産の新登録と今後の推薦に向けた動向

(1)2024年度文化庁予算

2023年12月22日の閣議決定により、2024年度の文化庁の予算は、文部科学省への計上分を除いて前年度1億円増の1,062億円となった。これに加えて補正予算569億円が成立した(表Ⅳ-3-2-1)。例年に引き続き、文化資源を活用したインバウンドのための環境整備、文化観光の推進、世界文化遺産関連等、文化庁の事業全体として観光振興に関連した事業の推進が掲げられている。加えて今年度は、「現代的課題に対応した劇場・音楽堂等の総合的な機能強化の推進」等が新規事業として加わっており、昨年度に引き続き芸術分野においても文化観光の振興が期待される。

(2)スポーツ庁、文化庁及び観光庁の包括的連携協定の改定

2016年、スポーツ庁、文化庁及び観光庁は各庁の連携によるインバウンド旅行者の増加・国内観光の推進を目的に包括的連携協定を締結した。今後、各庁の「スポーツ基本計画」、「文化芸術推進基本計画」、「観光立国推進基本計画」の改定を控える中で、三庁は2025年2月5日連携協定の改定を実施した。今回は「持続可能な観光」、「消費額拡大」、「地方誘客促進」がキーワードとして設定されたほか、旧協定は2020年のオリンピック開催を意識した内容になっていたのに対して、改定後の協定は新たに高付加価値化や人材育成等の観点を盛り込んだ内容となった。

表Ⅳ-3-2-1　2024年度文化庁予算概要

(単位:億円)

【総表】	2024年度予算額	2023年度補正予算額	2023年度当初予算額
	1,062	302	1,061

事項	2024年度予算額	2023年度補正予算額	2023年度当初予算額
文化芸術のグローバル展開、DXの推進、活動基盤の強化	**219**	**76**	**215**
文化芸術のグローバル展開等による創造的循環の創出	16	1	16
舞台芸術等総合支援事業	94	5	94
障害者等による文化芸術活動推進事業	4	−	4
現代的課題に対応した劇場・音楽堂等の総合的な機能強化の推進	27	10	−
日本映画の創造・振興プラン	12	−	11
メディア芸術の創造・発信プラン	9	−	7
地域文化振興拠点の強化	11	−	11
文化芸術による創造性豊かな子どもの育成	85	11	84
継承の危機に瀕する文化財保護の緊急強化	**445**	**201**	**447**
文化財修理・整備・活用、防災対策等 ●史跡等の保存整備・活用等　他 (国宝・重要文化財建造物保存修理強化対策事業、歴史活き活き！史跡等総合活用整備事業、重要文化財等防災施設整備事業、文化財保存技術の伝承等　他)	256	196	257
多様な文化遺産の公開活用の促進等 ●地域文化財の総合的な活用の推進　他 (無形文化財の伝承・公開、史跡等の買い上げ、地域伝統行事・民俗芸能等継承振興事業、日本遺産活性化推進事業、国立アイヌ民族博物館の運営等)	188	5	191
文化振興を支える拠点等の整備・充実	**359**	**20**	**355**
国立文化施設の機能強化・整備	323	20	324
文化拠点機能強化・文化観光推進プラン	18	−	19
博物館機能強化の推進	4	−	4
外国人等に対する日本語教育の推進	−	(1)	(14)
国語施策の充実	2	−	1
DX時代の著作権施策の推進	3	−	2
宗務行政の推進	3	−	0.3

(注1)「外国人等に対する日本語教育の推進」については、2024年度より文部科学省に計上。比較のため移管分の16億円を2023年度当初予算額から減算。
(注2)上記のほか、補正予算(計569億円)が成立。

国際観光旅客税財源事業充当事業	**81**	**−**	**40**

資料:文化庁資料をもとに(公財)日本交通公社作成

(3)文化庁の観光関連施策の動向

①日本遺産

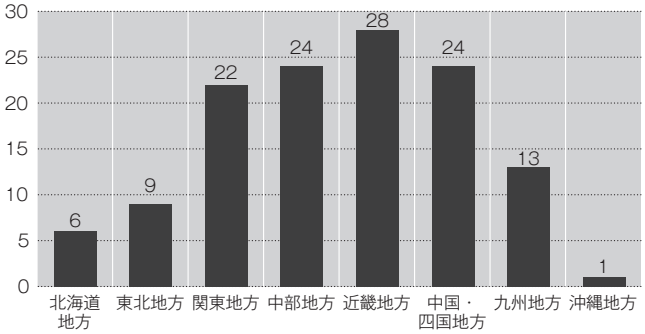
文化庁は、2015年から歴史的魅力や特色を通じて日本の文化・伝統を語るストーリーを「日本遺産」(Japan Heritage)として認定してきた。国指定・選定地域の文化財群を含むことが条件で、2025年3月31日時点で104件のストーリーが認定されている。当事業は、100件以上認定という目標を2020年度に完了したため、現在は新規認定ではなく認定地域の総括評価・審査や、ブランディング・フォローアップ事業に注力している。

●2024年度の総括評価・継続審査の結果

本年度は、2015年度・2018年度に認定された30件の日本遺産の総括評価・継続審査が実施された。なお、2015年度認定の17件は4年ぶり2度目の評価・審査である。結果は21件が継続認定とされ、うち福井県の「海と都をつなぐ若狭の往来文化遺産群～御食国若狭と鯖街道～」が「特別重点支援地域」、富山県の「宮大工の鑿一丁から生まれた木彫刻美術館・井波」、大分県の「鬼が仏になった里「くにさき」」が「重点支援地域」に選定された。30件中5件は再審査ののち「条件付き認定地域」となった。また、2015年度認定、かつ2021年度の評価で「条件付き認定地域」となっていた残りの4件については、今回の審査にて「点数評価プロセス」の対象となった。これは、遺産認定数が100件を超える場合「条件付き認定地域」と「候補地域」とを競合対象として評価するもので、両者のうち上位評価を得た地域が遺産として認定される。本年度は、上記の「条件付き認定地域」4件と2021年度に認定された「候補地域」3件が評価対象となった。結果は前者の4件のうち3件が「重点支援地域」に認定され、1件が「候補地域」へ移行した。これに代わり「候補地域」であった北海道の「北海道の『心臓』と呼ばれたまち・小樽～「民の力」で創られ蘇った北の商都～」は新たな認定地域として新規認定された。

今年度の審査結果の一覧は表Ⅳ-3-2-2、2025年3月31日時点における地方ブロックごとの日本遺産の認定件数は図Ⅳ-3-2-1のとおりである。

図Ⅳ-3-2-1　地方ブロック別日本遺産認定件数（2025年3月31日時点）



※地域区分は133ページ参照

資料：文化庁資料をもとに(公財)日本交通公社作成

表Ⅳ-3-2-2　2024年度総括評価・継続審査結果一覧（2025年3月31日時点）

評価・審査結果総括	認定年度	所在都道府県	ストーリー名
特別重点支援地域	2015年度	福井県	海と都をつなぐ若狭の往来文化遺産群～御食国若狭と鯖街道～
重点支援地域	2018年度	富山県	宮大工の鑿一丁から生まれた木彫刻美術館・井波
		大分県	鬼が仏になった里「くにさき」
認定地域	2018年度	山形県	山寺が支えた紅花文化
		栃木県	地下迷宮の秘密を探る旅 ～大谷石文化が息づくまち宇都宮～
		栃木県	明治貴族が描いた未来 ～那須野が原開拓浪漫譚～
		山梨県	葡萄畑が織りなす風景－山梨県峡東地域－
		長野県、山梨県	星降る中部高地の縄文世界－数千年を遡る黒曜石鉱山と縄文人に出会う旅－
		静岡県、神奈川県	旅人たちの足跡残る悠久の石畳道－箱根八里で辿る遥かな江戸の旅路－
		和歌山県	「百世の安堵」～津波と復興の記憶が生きる広川の防災遺産～
		岡山県	「桃太郎伝説」の生まれたまち おかやま～古代吉備の遺産が誘う鬼退治の物語～
		広島県	瀬戸の夕凪が包む　国内随一の近世港町～セピア色の港町に日常が溶け込む鞆の浦～
		宮崎県	古代人のモニュメント－台地に絵を描く南国宮崎の古墳景観－
	2015年度	群馬県	かかあ天下 －ぐんまの絹物語－
		富山県	加賀前田家ゆかりの町民文化が花咲くまち高岡 －人、技、心－
		滋賀県	琵琶湖とその水辺景観 -祈りと暮らしの水遺産
		京都府	日本茶800年の歴史散歩
		兵庫県	丹波篠山デカンショ節 -民謡に乗せて歌い継ぐふるさとの記憶-
		広島県	尾道水道が紡いだ中世からの箱庭的都市
		徳島県、愛媛県、高知県、香川県	「四国遍路」～回遊型巡礼路と独自の巡礼文化～
		長崎県	国境の島　壱岐・対馬・五島 ～古代からの架け橋～
再審査→認定継続（条件付き）	2018年度	北海道	カムイと共に生きる上川アイヌ～大雪山のふところに伝承される神々の世界～
	2015年度	茨城県、栃木県、岡山県、大分県	近世日本の教育遺産群－学ぶ心・礼節の本源－
		三重県	祈る皇女斎王のみやこ 斎宮
		奈良県	日本国創成のとき ～飛鳥を翔(かけ)た女性たち～
		熊本県	相良700年が生んだ保守と進取の文化～日本でもっとも豊かな隠れ里－人吉球磨～
点数評価プロセス→重点支援地域	2015年度（2021年度条件付き認定地域）	岐阜県	「信長公のおもてなし」が息づく戦国城下町・岐阜
		鳥取県	六根清浄と六感治癒の地 ～日本一危ない国宝鑑賞と世界屈指のラドン泉～
		島根県	津和野今昔 ～百景図を歩く～
点数評価プロセス→候補地域	2015年度（2021年度条件付き認定地域）	福岡県、佐賀県	古代日本の「西の都」～東アジアとの交流拠点～
候補地域→認定地域	2021年度候補地域認定	北海道	北海道の『心臓』と呼ばれたまち・小樽～「民の力」で創られ蘇った北の商都～
候補地域継続	2021年度候補地域認定	千葉県	天空の岩山が生んだ信仰と産業 ～房州石の山・名勝地鋸山は自然と歴史のミュージアム～
		京都府	おもてなし文化～受け継がれゆく京の花街～

資料：文化庁資料をもとに(公財)日本交通公社作成

●日本遺産へのフォローアップ事業

認定済みの日本遺産に対するフォローアップ事業としては、文化庁はこれまでの支援事業を引き継ぎながら2024年度より「日本遺産を活用した魅力ある地域づくり推進モデル事業」の公募を開始した。対象はDMO（観光地域づくり法人）や観光協会、協議会とその所属団体で、人材育成や多言語対応、二次交通整備やコンテンツ造成等を支援する「日本遺産魅力増進事業」と、日本遺産の情報発信やPRを支援する「日本遺産魅力発信事業」の2部門に分かれる。2024年度は魅力増進事業として18事業（表Ⅳ-3-2-3）、魅力発信事業として8事業（表Ⅳ-3-2-4）が採択された。

表Ⅳ-3-2-3　2024年度 日本遺産魅力増進事業

都道府県	実施主体	事業名
北海道	江差町観光まちづくり協議会	江差町日本遺産魅力増進事業
東京都	日本遺産「桑都物語」推進協議会	桑都ファン獲得事業～みんなで観て・食べて・買って応援！～
長野県	上田市日本遺産推進協議会	上田市日本遺産ノベライズ作品を活用したコンテンツ造成・魅力発信事業
岐阜県	（一社）飛騨・高山観光コンベンション協会	日本遺産「飛騨匠の技・こころ」デジタルとリアルのクロスチャネルによる魅力増進事業
山梨県、長野県	甲信縄文文化発信・活性化協議会	星降る中部高地の縄文世界 魅力増進事業
三重県	（一社）鳥羽市観光協会	ブランド認定事業で民間連携強化し経済効果高める事業
三重県、滋賀県	忍びの里伊賀甲賀忍者協議会	NINJAストーリーのブラッシュアップによる世界に通用する地域ブランドへの再構築事業
大阪府	河内長野市日本遺産推進協議会	中世に出逢えるまち河内長野de中世の衣・食体験コンテンツ開発事業
兵庫県	阪神間日本遺産推進協議会	「伊丹と灘五郷」観光プロモーション推進事業
奈良県、大阪府	「龍田古道・亀の瀬」推進協議会	日本遺産「もう、すべらせない！！～龍田古道の心臓部「亀の瀬」を越えてゆけ～」魅力増進事業
和歌山県	和歌山市	日本遺産「絶景の宝庫 和歌の浦」受入環境強化プロジェクト
島根県	鉄の道文化圏推進協議会	鉄の道文化圏日本遺産魅力増進事業
愛媛県、広島県	（株）瀬戸内しまなみリーディング	ESDグローバルコンテンツ・Kaizokuチャレンジ
徳島県	藍のふるさと阿波魅力発信協議会	藍のふるさと阿波魅力増進事業
福岡県、山口県	（一社）海峡都市関門DMO	関門“ノスタルジック”海峡 域内関係人口創出による魅力増進事業
熊本県	（一社）DMOやつしろ	熊本県八代市_大型クルーズ船から新幹線から！石工の郷八代魅力増進事業
大分県	中津玖珠日本遺産推進協議会	日本遺産「やばけい遊覧」2.0令和版遊覧観光強化事業
大分県	六郷満山日本遺産推進協議会	日本遺産くにさき ターゲットに訴求する高付加価値プログラムの開発・実走事業

資料：文化庁資料をもとに（公財）日本交通公社作成

表Ⅳ-3-2-4　2024年度 日本遺産魅力発信事業

都道府県	実施主体	事業名
北海道	江差町観光まちづくり協議会	江差町日本遺産魅力発信事業
東京都	日本遺産「桑都物語」推進協議会	＃いこうよ桑都 ～桑都・八王子魅力発進事業～
三重県、滋賀県	忍びの里伊賀甲賀忍者協議会	世界に通じるNINJAブランド確立のためのSNS活用事業
大阪府	河内長野市日本遺産推進協議会	効果的なSNS運用を行うためのターゲット分析及び運用戦略策定事業
兵庫県	阪神間日本遺産推進協議会	「伊丹と灘五郷」観光プロモーション推進事業
和歌山県	和歌山市	次世代へ引き継ぐ日本遺産「絶景の宝庫　和歌の浦」魅力発信事業
和歌山県、大阪府、奈良県	葛城修験日本遺産活用推進協議会	葛城修験を体験して広げる 魅力発信事業
岡山県、香川県	（一社）笠岡市観光協会	石の島を全国へ！笠岡諸島の認知度向上に向けたプロモーション強化プロジェクト

資料：文化庁資料をもとに（公財）日本交通公社作成

●日本遺産に関連するそのほかの取り組み

なお日本遺産については、日本遺産の発信に協力する企業・団体を募集する「日本遺産オフィシャルパートナーシッププログラム」を開始した。2024年9月27日には締結式が開催され、32の企業・団体がパートナーとなった。

また2025年2月15日には、日本遺産の設置10周年を記念して京都市で記念式典が実施されたほか、15・16日には同市で記念イベント「日本遺産マルシェ」も実施された。

②文化資源を活用したインバウンドのための環境整備

2023年5月30日の観光立国推進閣僚会議にて、「新時代のインバウンド拡大アクションプラン」が策定されたが、当プラン以前から文化庁は「文化資源を活用したインバウンドのための環境整備」事業を通してインバウンド観光の推進に取り組んできた。これは2019年1月に導入された国際観光旅客税を財源とするもので、「日本博を契機とした観光コンテンツの拡充」に加え、今年度は「Living History（生きた歴史体感プログラム）促進事業」に代わり「全国各地の魅力的な文化財活用推進事業」が実施された。

●日本博

東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会を契機として始まった日本博は、「日本博2.0を契機とする文化資源コンテンツ創成事業」へと展開し、2025年開催の大阪・関西万博の機運醸成やインバウンド需要の拡大に向けた文化資源の磨き上げを目指している。この事業を通して「日本の美と心」を国内・国外に発信するために、文化庁は美術展、舞台芸術公演、芸術祭の各種支援を行っている。2024年度は、「最高峰の文化資源の磨き上げによる満足度向上事業」にて補助型16件、委託型62件を採択し、調査事業の支援を通じて来場者満足度の向

上とブランディングを図る試みである。また「文化資源活用推進事業」では昨年度に引き続き札幌市と京都市、また大分県に代わり別府市の3件が継続採択された（表Ⅳ-3-2-5）。この事業では、民・学・産・芸の連携による地域の芸術事業や観光・芸術分野の専門人材の活用に対し伴走型支援が行われる。

表Ⅳ-3-2-5　2024年度 日本博2.0を契機とする文化資源コンテンツ創成事業「文化資源活用推進事業」

都道府県	補助団体	事業名
北海道	札幌市	国際的な音楽祭「PMF」を活用した地域文化芸術の振興及び国内外観光客の誘致事業
京都府	京都市	KYOTO × Media Performing Arts ～古都で交わる伝統と現代～
大分県	別府市	別府市を起点とした大分県の地域文化資源活用推進事業

資料：文化庁資料をもとに（公財）日本交通公社作成

③全国各地の魅力的な文化財活用推進事業

2023年度まで実施されていた「Living History（生きた歴史体感プログラム）促進事業」の拡大事業として、文化庁は2024年度から「全国各地の魅力的な文化財活用推進事業」を開始した。これは、国指定等文化財（世界文化遺産、日本遺産を含む）の高付加価値化、活用から保存への持続可能な循環の創出を目指すもので、インバウンド需要の拡大・創出を促進するコンテンツ造成の伴走支援を行う。今年度は、全31事業が採択された（表Ⅳ-3-2-6）。

表Ⅳ-3-2-6　2024年度 全国各地の魅力的な文化財活用推進事業

都道府県	補助事業者名	補助事業名
青森県	（宗）最勝院	最勝院五重塔を活用した「金剛山最勝院」境内魅力度向上事業
岩手県	NPO法人いわてアートサポートセンター	明治期のモダン建築で「宮沢賢治」を五感で体験するナイトプログラムコンテンツの造成
秋田県	（株）See Visions	国登録有形文化財「森長旅館」の文化観光拠点化プロジェクト
茨城県	水戸の梅まつり実行委員会	『一張一弛（いっちょういっし）』の思想を体現する、日本遺産弘道館・偕楽園を活用したガストロアカデミーツーリズムによる観光消費の拡大実証実験事業
東京都	東照宮	上野東照宮ライトアップ計画
石川県	（株）滝ヶ原クラフトアンドステイ	日本遺産 ‘小松石文化’ 活用体験創出事業
福井県	（一社）DMOさかい観光局	重要文化財「丸岡城天守」及び名勝・天然記念物「東尋坊、雄島」活用推進事業
山梨県	（一財）ふじよしだ観光振興サービス	世界文化遺産「富士山」　400年続く富士山信仰「富士講」体験コンテンツ造成事業
長野県	松代真田の文化財活用推進協議会	松代真田家400年の歴史体験コンテンツ造成
愛知県	NPO法人本丸ネットワーク	インバウンド対象「尾張徳川ゆかりの寺泊」体験コンテンツ造成事業
愛知県	岡崎市ナイトタイムエコノミー推進協議会	徳川将軍家菩提寺・成道山大樹寺を活用したラグジュアリー・プライベートナイトプラン造成事業
愛知県	（株）朝倉堂	半田・亀崎 問瀬住宅（作右衛門屋敷）に関わる、山車祭り、山車彫刻、地域の歴史探訪などで日本文化を国内外へ発信する事業
愛知県	NPO法人半田市観光協会	半田HAKKOU（発酵×発光）文化遺産活用プロジェクト
三重県	（株）一旗	高田本山専修寺 国宝御影堂×国宝如来堂 デジタルアートナイト拝観＆秘宝AR造成事業
三重県	（一社）明和観光商社	斎宮物語～時空を超えて巡る、祈りと美の物語～
京都府	ヘリタビ推進協議会	東本願寺での“京都の歴史”と“文化財建築”を堪能する高付加価値コンテンツ造成事業
京都府	史跡「恭仁宮跡」活用事業実行委員会（仮）	幻の都　史跡「恭仁宮跡」を舞台としたイマーシブコンテンツ創出事業
京都府	文化庁連携プラットフォーム	京都西山竹あかり～幻想夜2024～
京都府	アスプレス（株）	京都西陣の町家を舞台に“ホンモノ”にこだわったプレミアム体験コンテンツ造成事業
兵庫県	神戸モダン建築祭実行委員会	繁栄の神戸に残る近代・現代建築一斉公開「神戸モダン建築祭」
兵庫県	丹波篠山市	TAMBASASAYAMA: THE SPLENDID CULTURAL HERITAGE OF JAPAN
奈良県	（一社）高畑トラスト	藤間家住宅・価値ある滞在プログラム創出事業
奈良県	（宗）華厳宗元興寺	史跡元興寺塔跡および寺域活用による高付加価値食文化体験造成事業
鳥取県	智頭の林業景観保存活用推進協議会	「智頭の林業景観 守る・繋ぐ・活かすプロジェクト」～リジェネラティブを感じる本物の体験～
鳥取県	鳥取県立美術館アートツーリズム実行委員会	史跡「大御堂」から県立美術館へ 時間を超える特別な体験創出事業
島根県	（一社）浜田市観光協会	【世界レベルの価値を持つ浜田石見神楽】高付加価値ツアーの販路開拓・誘客拡大事業
広島県	府中市	府中市内に存在する２つの国登録有形文化財と市指定無形民俗文化財の組み合わせで実現させる持続可能な文化財保存サイクルの確立事業
福岡県	「神宿る島」宗像・沖ノ島と関連遺産群保存活用協議会	世界遺産「神宿る島」宗像・沖ノ島と関連遺産群の魅力的な文化財活用推進事業
長崎県	長崎県松浦市	国指定史跡「鷹島神崎遺跡」を含む鷹島海底遺跡を活用した歴史文化体験 13世紀の歴史遺物を探す旅造成事業
大分県	（株）一也百	インバウンド向け文化財が伝えるサステナブルな観点の体験プログラムと予約サイトの構築
沖縄県	（一社）ウチナーグチスクール	時間を忘れて没頭する琉球工芸体験と沖縄芝居多言語ガイド鑑賞

資料：文化庁資料をもとに（公財）日本交通公社作成

④文化観光推進法に基づく文化観光拠点の整備等

2020年5月、文化観光拠点施設を中核とした地域における文化観光の推進に関する法律（文化観光推進法）が施行された。目的は文化振興・観光振興・地域の活性化の好循環の創出で、事業者が作成した「拠点計画」または「地域計画」を主務大臣（文部科学大臣、国土交通大臣）が認定し支援する。前者の「拠点計画」は博物館や美術館、社寺、城郭等の「文化資源保存活用施設」の機能強化を取り扱う。後者の「地域計画」は、DMO、観光協会、旅行会社等の観光関係事業者らが文化観光拠点施設を核に連携し、地域の文化観光を総合的に推進することを支援する。いずれの計画においても、歴史的・文化的背景やストーリー性を考慮した文化資源の魅力の解説・紹介や、積極的な情報発信、交通アクセスの向上、多言語・Wi-Fi・キャッシュレスの整備といった取り組みが期待されている。認定を受けた事業者は、共通乗車船券、道路運送法、海上運送法に関する特例措置や、国・地方公共団体・国立博物館等による助言、日本政府観光局（JNTO）による海外宣伝等の支援が受けられる。

2024年度は、新たに拠点計画4件、地域計画2件が認定された（表Ⅳ-3-2-7）。これら6件が加わり、2025年3月31日時点の認定件数は全57件（拠点計画39件・地域計画18件）となった。

表Ⅳ-3-2-7　2024年度に認定された文化観光推進法に基づく拠点計画・地域計画

計画の実施地域	計画の種類	主な申請者	文化観光拠点施設	認定日
島根県大田市	地域	大田市	石見銀山世界遺産センター、いも代官ミュージアム、龍源寺間歩	2024年8月6日
香川県高松市	拠点	香川県	香川県立ミュージアム	
岩手県一関市、奥州市、平泉町	地域	岩手県	中尊寺、毛越寺、平泉世界遺産ガイダンスセンター、平泉文化遺産センター、骨寺村荘園交流館、一関市博物館	2025年1月9日
宮城県石巻市	拠点	宮城県	宮城県慶長使節船ミュージアム（サン・ファン館）	
兵庫県たつの市	拠点	（株）ムカシミライ	旧カネヰ醤油工場（醸ス場かねゐ）	
沖縄県豊見城市	拠点	沖縄県	沖縄空手会館（展示施設）	

資料：文化庁資料をもとに（公財）日本交通公社作成

⑤食文化の保護・振興

2021年の文化財保護法一部改正では、食文化を含む各種生活文化の保護・継承の必要性が唱えられた。文化庁は、こうした食文化の振興のために「『食文化あふれる国・日本』プロジェクト」を実施している。当プロジェクトでは、これまで「『食文化ストーリー』創出・発信モデル事業」のほか、「100年フード」や「食文化ミュージアム」の認定を行う「食文化機運醸成事業」が行われてきた。2024年12月には、「100年フード」や「食文化ミュージアム」の販売促進・周遊を目指し「食文化あふれる国・日本 日本全国デジタルスタンプラリー」が実施された。なお、同分野については2025年2月25日、計3回の有識者会議を経て「食文化分野における新たな顕彰制度創設に向けた提言」が公表された。同提言は、国内の食文化の継承・振興を促進するために属人的な技能をもつ職人の顕彰制度を提唱するもので、インバウンド需要や旅行誘因としての観点からも日本の食文化の重要性が指摘されている。

(4)文化財の保存と活用に関する計画策定の動向

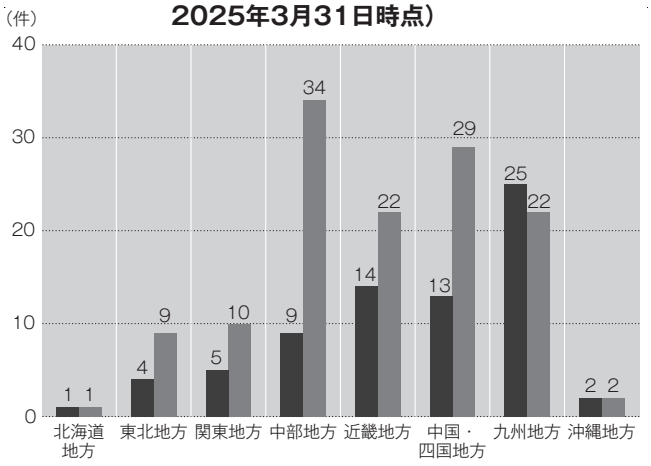
①文化財保護法に基づく指定状況

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、2025年3月31日時点で「重要文化的景観」73件、「重要伝統的建造物群保存地区」129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-3-2-2参照）。なお、「重要文化的景観」については、今年度は制度創設20周年を記念し、文化庁のウェブサイトを中心に文化的景観活用事例集の公開が開始された。

2024年度は、「重要文化的景観」として栃木県宇都宮市の大谷地域が新たに選定された（表Ⅳ-3-2-8）。

また、「重要伝統的建造物群保存地区」としては、長野県須坂市須坂及び新潟県佐渡市小木町が新たな選定を受けた（表Ⅳ-3-2-9）。

図Ⅳ-3-2-2　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、2025年3月31日時点）



※地域区分は133ページ参照

資料：文化庁資料をもとに（公財）日本交通公社作成

表Ⅳ-3-2-8　2024年度に新規選定された重要文化的景観

文化財名	大谷の奇岩群と採石産業の文化的景観
所在地	栃木県宇都宮市
概要	大谷地域は大谷石産業を中心に栄えてきた歴史をもち、自然と産業の歴史とが共存する特有の景観を有する。大谷の奇岩群、カネホン採石場等の採石場、軌道跡、大谷寺等の寺社仏閣、旧大谷公会堂等の大谷石建造物等、28か所が構成要素として挙げられる。
選定年月日	2024年10月11日

資料：文化庁資料をもとに（公財）日本交通公社作成

表Ⅳ-3-2-9　2024年度に新規選定された重要伝統的建造物群保存地区

文化財名	須坂市須坂
所在地	長野県須坂市須坂
概要	須坂市須坂は、近世から十字に交わる街道に沿って町場が形成されており、近代以降の製糸業の隆盛とともに商業地として栄えた。豪壮な土蔵造りの商家は華やかな装飾が設けられ、当時の繁栄の気配を感じとれる。また、長屋や土蔵、社寺等の建築物に加え、脇門やぼたもち石積み等、多様な伝統的建造物群が一体となって良好な景観を形成している。
選定年月日	2024年8月15日

文化財名	佐渡市小木町伝統的建造物群保存地区
所在地	新潟県佐渡市小木町
概要	佐渡市小木町伝統的建造物群保存地区は、佐渡島の西南部にあり、円弧状の入り江に沿って形成された港町である。江戸時代に佐渡金銀山で産出した金銀の積出港として整備され、北前船の寄港地として繁栄した。1802（享和2）年に発生した地震による隆起等の地形の変容を巧妙に受け入れた町並みが見られる。2階全面を通り側に張り出した表構えやオイエ（居間）の吹き抜け空間が特徴的な町家が立ち並ぶ。
選定年月日	2024年8月15日

資料：文化庁資料をもとに（公財）日本交通公社作成

②文化財保存活用地域計画、文化財保存活用大綱

●文化財保存活用地域計画

文化庁は、2018年度の文化財保護法の改正に伴い、「歴史文化基本構想」の実行・法制化に着手した。そのひとつが自治体に対する「文化財保存活用地域計画」（以下、地域計画）策定の奨励・支援である。目的は地域に存在する文化財を指定・未指定にかかわらず把握し、周辺環境まで含めて総合的に保存・活用することにある。地域計画は当該市町村の基本的なアクションプランに当たるもので、目標設定や中長期的な具体案の記載が必要となる。地域計画を策定した地域は、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付けられる。2024年度は、第2期計画策定を行った富士吉田市（山梨県）を含め、26件の市町村が認定を受けた。これらを含め2025年3月31日時点で194件の自治体において地域計画が策定されている。

文化庁は計画作成の段階から市町村を支援するために「地域文化財総合活用推進事業」にて補助金事業を実施している。そのほか、計画策定済みの地域や文化財の所有者・管理者に対しては、「地域文化財総合活用推進事業」による人材育成、普及啓発等の支援も行っている。

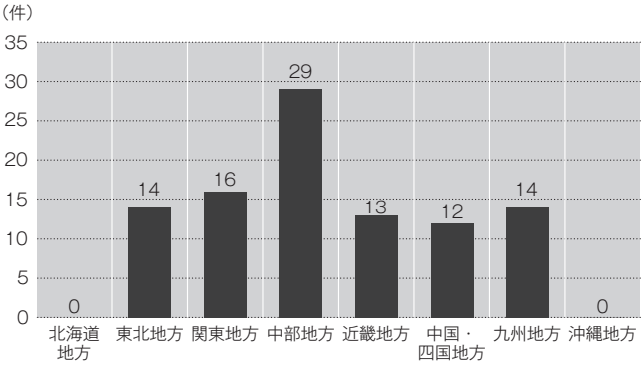
●文化財保存活用大綱

都道府県に対しては、文化庁は「文化財保存活用大綱」（以下、大綱）の策定を推進している。これは都道府県域内、及び複数の市町村にまたがる取り組みについて、文化財の保存・活用の基本方針を明文化するものである。今年度は、2025年1月22日に長野県にて「長野県文化財保存活用大綱」が策定された。2024年度3月31日時点で、東京都、沖縄県を除く45道府県で大綱が策定されている。

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（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、国土交通省が共管する。市町村が作成した「歴史的風致維持向上計画」に対して国が認定を行い、歴史まちづくり法に基づくさまざまな措置や国による支援を実施する。2024年度は、塩尻市（長野県）、岩国市（山口県）、横浜市（神奈川県）の3件が新たに認定された。これらを合わせ2025年3月31日時点で、98件が認定されている。地方ブロックごとの認定件数は図Ⅳ-3-2-3参照）。

図Ⅳ-3-2-3　地方ブロックごとの歴史的風致維持向上計画策定件数（2025年3月31日時点）



※地域区分は133ページ参照　　資料：文化庁資料をもとに（公財）日本交通公社作成

④その他

●メディア芸術を通じた文化観光推進の試み

2024年6月21日に閣議決定された「経済財政運営と改革の基本方針2024」では、国内のメディア芸術の振興を目指し「産業界と連携し、メディア芸術ナショナルセンター（仮称）の機能を有する拠点」の推進が掲げられた。これらを受け文化庁はマンガ等にまつわる国際的振興拠点施設の開設を計画している。同施設はマンガ等の中間生成物の保存や調査研究に加えて、国内観光客・インバウンド訪日客のどちらも呼び込む国際的な集客を目指している。また、メディア芸術に関連しては、文化観光事業の一環として文化庁は外務省、経済産業省との連携で「国際共同製作映画等を通じた魅力ある日本文化・芸術の発信事業」を開始した。これは、2023年にASEANとの友好協力50周年を迎えたことを機とするもので、ASEAN諸国で日本映画の上映会を開催するとともに、上映作品にちなんだロケーションや各地の物産等のプロモーションを行う。今年度は2025年2月15・16日にフィリピン・マニラで第1回のイベントが実施され、日比共同製作や国内製作の上映会を行ったほか、対談イベントや物産展が開催された。

(5)世界文化遺産、ユネスコ無形文化遺産に関する動向

①世界文化遺産

●第46回世界遺産委員会拡大会合

2024年7月21日から31日にかけて、インドのニューデリーにて第46回世界遺産委員会拡大会合が開催された。同国での開催は初めてのことであり、また前回は2022年と2023年の2年

分を扱う拡大会合であったこともあって、本回は5年ぶりの通常開催となった。日本からは新潟県の「佐渡島の金山」が新規推薦案件として審査された。同資産については、2024年6月にICOMOS（国際記念物遺跡会議）から資産範囲の修正・拡張や所有者の採掘活動等について情報照会勧告が出されていたが、これらを受けて修正案が本会合で審議され、記載遺産として採択された。保存状況報告としては「琉球王国のグスク及び関連遺産群」が審査されたが、個別審議対象にはあたらなかった。

●国内の暫定一覧表記載文化遺産

2025年3月31日時点で、日本国内の暫定一覧表記載文化遺産は、全4件（表Ⅳ-3-2-10）。うち「彦根城」は後述の事前評価の結果通知を受けたほか、「飛鳥・藤原の宮都」は2025年1月28日の閣議了解を経て、ユネスコ事務局への正式版推薦書の提出が決定した。今後は、夏から秋頃のICOMOSによる現地調査を経て、2026年夏頃に登録可否の審議・決定を待つ予定である。

表Ⅳ-3-2-10　日本の暫定一覧表記載文化遺産（2025年3月31日時点）

NO.	遺産名
1	古都鎌倉の寺院・寺社ほか
2	彦根城
3	飛鳥・藤原の宮都※1
4	平泉―仏国土（浄土）を表す建築・庭園及び考古学的遺跡群―※2

※1　推薦中
※2　拡張登録

資料：文化庁資料をもとに（公財）日本交通公社作成

●事前評価制度

世界遺産の登録をめぐっては、世界遺産委員会と諮問機関とで相反した決議が下される事態がたびたび発生し、推薦書提出後のプロセスに混乱が生じていた。これを解消するために、2023年夏、ユネスコは試験的に「事前評価」制度を開始した。この制度は推薦書提出に先行して申請主体と諮問機関の協議・審議を促すもので、世界遺産への登録は最短4年を要する見込みである。この「事前評価」は2027年度以降義務化が予定されており、現在は移行期間に充てられている。

日本では、2023年7月に「事前評価」に申請された「彦根城」の評価結果が日本時間10月2日に通知された。結果、評価基準を満たす可能性ありとの判断を受けるも、単独資産としての推薦には留保が付けられ、シリアル推薦（複数の資産を共通のストーリーやテーマに基づく連続的な遺産として推薦する形式）の検討が提案された。

②ユネスコ無形文化遺産

●登録・提案状況

無形文化遺産保護条約は、無形文化遺産を国内的及び国際的に保護することを目的とする。世界遺産は「顕著な普遍的価値」が重要な登録基準であるのに対し、無形文化遺産には同様の基準がなく、世界各地の無形文化遺産の多様性を示すことを重視する。この理念のもとユネスコ事務局は「人類の無形文化遺産の代表的な一覧表」を作成している。2024年度には、「伝統的酒造り」が登録を受け、2025年3月31日現在、日本国内の無形文化遺産の登録件数は23件となった。なお、文化庁は昨年度「書道」の新規登録提案書を提出するも、2年に1回の審査に当たらず見送りとなったため、2025年3月に再度の提案を行う旨を発表した。「書道」の登録により伝統文化として毛筆文化の継承をはかるほか、インバウンドの体験需要の拡大が期待されている。登録可否は2026年11月に決定される見込みである。

（山口陽子）

Ⅳ-3-3 温泉

温泉への志向は根強く、利用も好調
温泉利用の効果測定や温泉資源の保護、災害からの復興、
異業種連携による温泉地活性化の取り組みが進む

(1)温泉地の利用状況

環境省の「温泉利用状況」によると、2023年度(2024年3月末時点)に温泉地を有する市町村は1,446団体(前年度比1団体減)、温泉地数(宿泊施設のある場所)は全国で2,857か所(同22か所減)であった(表Ⅳ-3-3-1)。

源泉総数は27,920か所(同12か所減)であり、このうち利用源泉数は16,960か所(自噴4,111か所、動力12,849か所)で、全体の60.7%が利用されている。

湧出量は毎分249万6千リットル(前年度比1万9千リットル減、0.8%減)で、自噴66万7千リットル、動力182万9千リットル、それぞれの割合は26.7%、73.3%であった。1970年度以降、約50年間の湧出量の推移を見ると、2007年度の279万9千リットルをピークとして、多少の増減を繰り返しつつ減少傾向である(図Ⅳ-3-3-1)。動力のピーク(197万8千リットル)は総量と同じく2007年度であるが、自噴のピーク(89万4千リットル)は1999年度であった。

都道府県別に状況を見ると、温泉地数は北海道が230か所(前年度と同数)で最も多く、以下、100か所以上の温泉地を有しているのは、長野県193か所(前年度比1か所減)、新潟県137か所(同5か所減)、福島県125か所(同2か所減)、青森県124か所(同1か所減)、静岡県117か所(同1か所減)、秋田県116か所(同1か所減)となっている。

源泉総数は大分県が5,086か所と突出して多く、以下、1,000

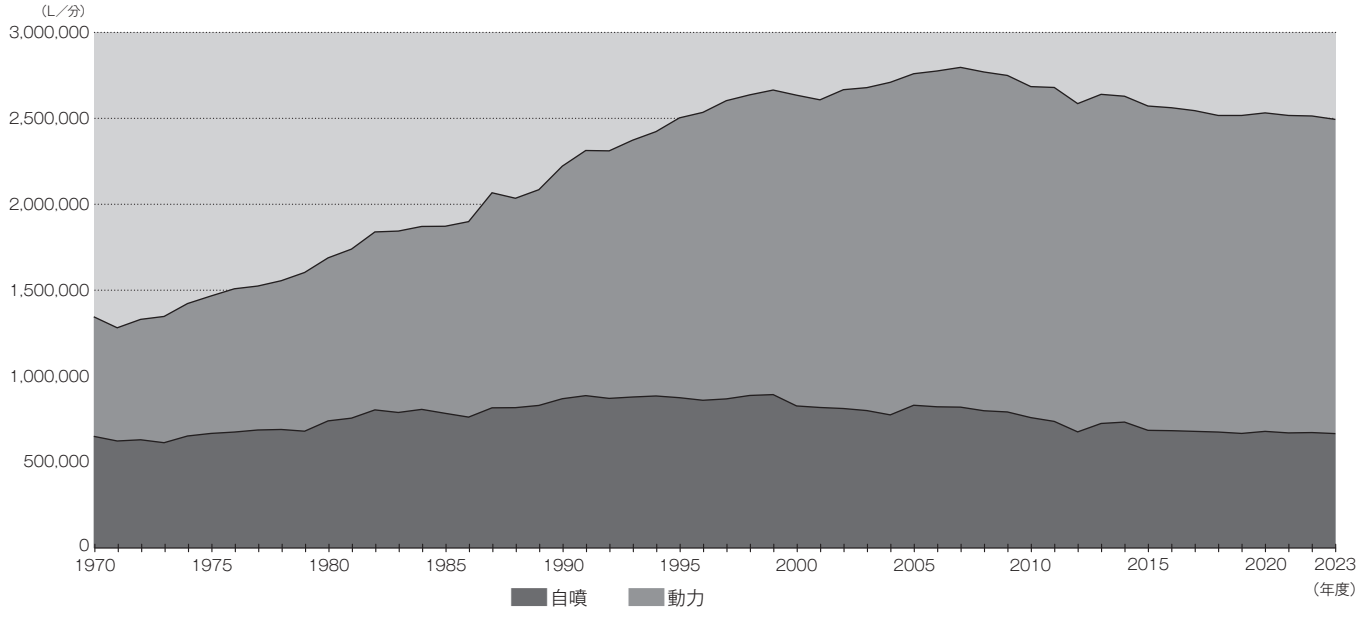
表Ⅳ-3-3-1　温泉利用状況の経年変化

年度	市町村数	温泉地数※1	合計	A 利用源泉数		B 未利用源泉数		宿泊施設数	収容定員	年度延宿泊利用人員※2	温泉利用の公衆浴場数	国民保養温泉地年度延宿泊利用人員
				自噴	動力	自噴	動力					
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	4,126	12,957	3,458	6,742	12,875	1,323,011	130,563,552	7,936	9,698,308
2019	1,444	2,971	27,969	4,079	13,114	3,625	7,152	13,050	1,339,237	126,529,082	7,981	9,618,114
2020	1,450	2,934	27,969	4,056	13,030	3,707	7,177	12,924	1,313,024	76,592,711	7,868	5,686,329
2021	1,447	2,900	27,915	4,021	13,004	3,638	7,253	12,904	1,316,828	78,038,804	7,770	5,028,647
2022	1,447	2,879	27,932	4,100	12,921	3,717	7,195	12,999	1,330,203	108,872,804	7,940	6,949,892
2023	1,446	2,857	27,920	4,111	12,849	3,706	7,255	13,179	1,326,618	120,705,968	7,746	7,959,460

※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」をもとに(公財)日本交通公社作成

図Ⅳ-3-3-1　温泉利用状況の経年変化(湧出量)



資料:環境省「温泉利用状況」をもとに(公財)日本交通公社作成

か所以上の源泉を有しているのは、鹿児島県2,735か所、北海道2,239か所、静岡県2,192か所、熊本県1,337か所、青森県1,093か所となっている。

毎分10万リットル以上の湧出量を有するのは、8道県であり、多い順に大分県29万1千リットル、北海道19万6千リットル、鹿児島県16万7千リットル、青森県14万2千リットル、熊本県13万リットル、岩手県11万2千リットル、静岡県11万1千リットル、長野県10万8千リットルとなっている。

宿泊施設数は13,179軒（前年度比180軒増）、収容定員は1,326,618人（同3,585人減）、延宿泊利用人員は120,705,968人（同11,833,164人増、同10.9％増）であった。温泉法に基づき、環境大臣が指定する国民保養温泉地の延宿泊利用人員も増加しており、7,959,460人（同14.5％増）となった。

総務省の「入湯税に関する調」によると、2023年度の入湯客数は175,725,405人（前年度比18,735,494人増、11.9％増）となった。

一般社団法人日本温泉協会（以下、日本温泉協会）は、総務省資料（2023年度決算）をもとに「入湯税収入額が多い市町村ベスト100」を公表した（抜粋して上位30位までを表Ⅳ-3-3-2と図Ⅳ-3-3-2に掲載）。最も入湯税収入額が多いのは箱根温泉郷を擁する神奈川県箱根町で、次いで大分県別府市、静岡県熱海市が多く、この3市町の順位は例年ほぼ不動となっており、いずれも2023年度の入湯税収入額が4億円を超えている。

上位10位の市町村の顔ぶれに変化はなく、11～20位については、前年度22位だった北海道洞爺湖町が16位となり、前年度20位だった岐阜県下呂市が22位となった。

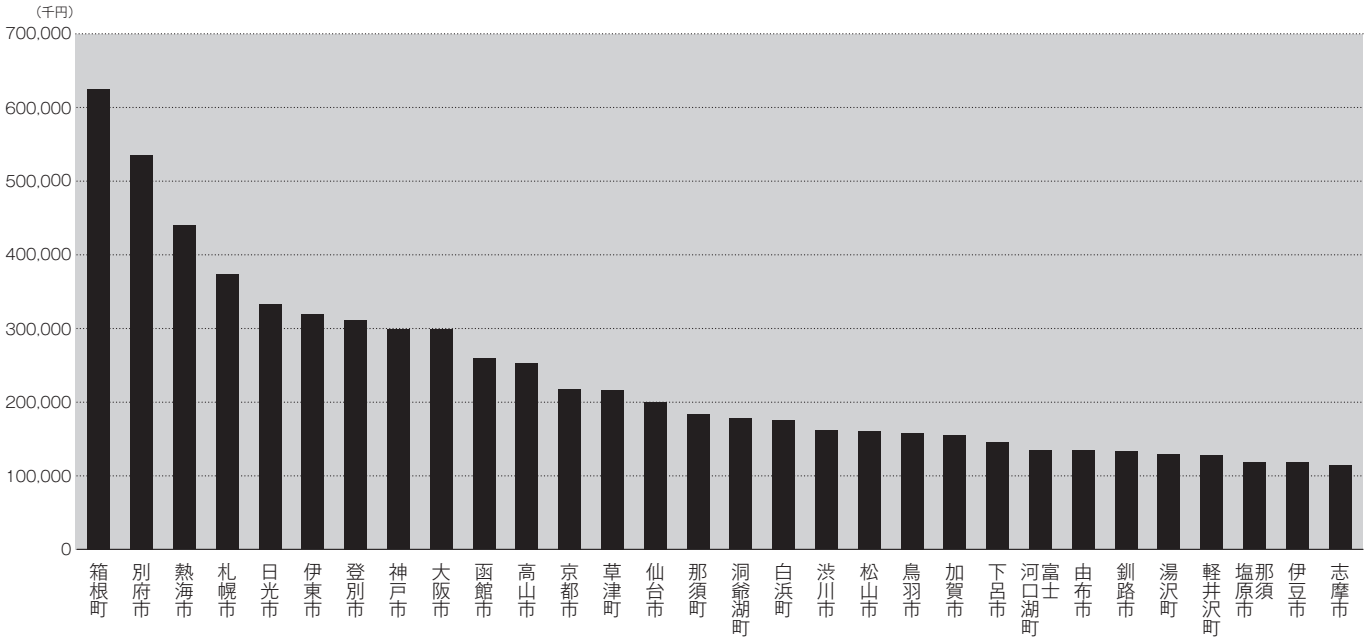
前年度比130％以上と特に大きく伸びた市町は7つあり、大阪府大阪市（前年度比144.3％）、山梨県富士河口湖町（同140.6％）、北海道洞爺湖町（同137.9％）、京都府京都市（同136.6％）、大分県由布市（同135.8％）、岐阜県高山市（同131.3％）、北海道登別市（同130.5％）であった。

表Ⅳ-3-3-2　入湯税収入額が多い市町村ベスト30（2023年度）

	都道府県	市町村	主な温泉地	入湯税収入額（千円）	前年度（千円）	前年度比（%）
1	神奈川県	箱根町	箱根温泉郷	624,942	554,129	112.8
2	大分県	別府市	別府温泉郷	535,312	426,916	125.4
3	静岡県	熱海市	熱海	440,088	358,622	122.7
4	北海道	札幌市	定山渓	373,619	313,214	119.3
5	栃木県	日光市	鬼怒川、川治、湯西川、奥鬼怒	332,939	291,211	114.3
6	静岡県	伊東市	伊東	319,188	298,671	106.9
7	北海道	登別市	登別、カルルス	311,074	238,443	130.5
8	兵庫県	神戸市	有馬	298,315	268,800	111.0
9	大阪府	大阪市	なにわ	298,236	206,714	144.3
10	北海道	函館市	湯川	259,017	224,880	115.2
11	岐阜県	高山市	奥飛騨温泉郷、飛騨高山	252,707	192,411	131.3
12	京都府	京都市	北白川、嵯峨野、嵐山、大原	217,534	159,209	136.6
13	群馬県	草津町	草津	216,150	198,397	108.9
14	宮城県	仙台市	秋保、作並	199,915	174,099	114.8
15	栃木県	那須町	那須温泉郷	183,326	177,811	103.1
16	北海道	洞爺湖町	洞爺湖	177,268	128,546	137.9
17	和歌山県	白浜町	白浜	175,330	170,691	102.7
18	群馬県	渋川市	伊香保	160,670	149,283	107.6
19	愛媛県	松山市	道後	159,834	142,728	112.0
20	三重県	鳥羽市	鳥羽温泉郷	157,795	150,191	105.1
21	石川県	加賀市	山中、山代、片山津	154,375	130,988	117.9
22	岐阜県	下呂市	下呂、小坂温泉郷	145,321	131,150	110.8
23	山梨県	富士河口湖町	富士河口湖温泉郷	133,898	95,238	140.6
24	大分県	由布市	湯布院温泉郷	133,763	98,536	135.8
25	北海道	釧路市	阿寒湖	132,728	124,809	106.3
26	新潟県	湯沢町	越後湯沢、貝掛	128,720	118,346	108.8
27	長野県	軽井沢町	星野	127,349	127,083	100.2
28	栃木県	那須塩原市	塩原温泉郷、板室	117,660	113,232	103.9
29	静岡県	伊豆市	修善寺、天城湯ヶ島、土肥、中伊豆	117,656	111,970	105.1
30	三重県	志摩市	浜島、磯部わたかの	113,858	111,333	102.3

資料：（一社）日本温泉協会作成資料をもとに（公財）日本交通公社作成

図Ⅳ-3-3-2　入湯税収入額が多い市町村ベスト30（2023年度）

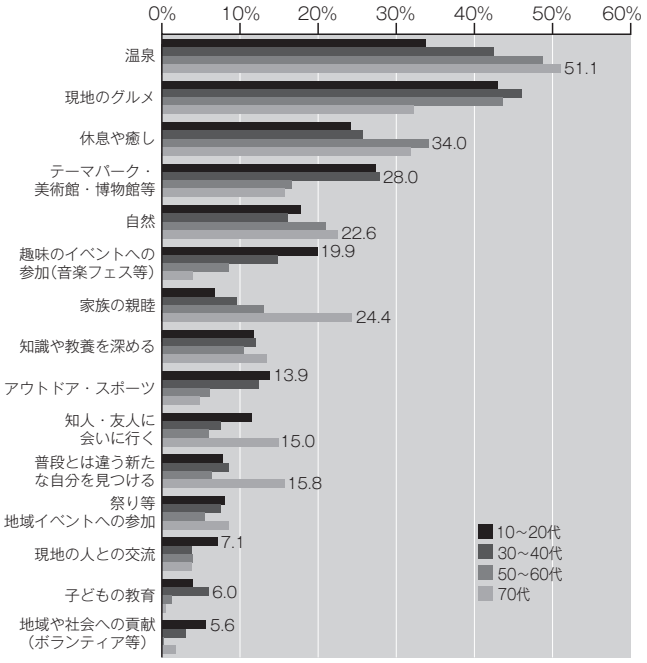


資料：（一社）日本温泉協会作成資料をもとに（公財）日本交通公社作成

(2)温泉に対する志向

観光庁「令和7年版観光白書」によると、「2024年に過去と比べて増えた又は今後増やしたい宿泊旅行」について聞いたところ、「温泉」が最も多く挙げられた。その「温泉」の回答者を年代別に見ると年代が上がるほど割合が増え、70代では51.1%が挙げている。このように年代が上がるにつれて割合が増える傾向は、「家族の親睦」にも見られる(図Ⅳ-3-3-3)。

図Ⅳ-3-3-3　温泉への志向「過去と比べて増えた又は今後増やしたい宿泊旅行」



資料:観光庁「令和7年版観光白書」をもとに(公財)日本交通公社作成

(3)温泉をめぐる行政・業界の動向

①環境省:「新・湯治」の推進、「温泉資源保護ガイドライン」の総点検

本節では、温泉の保護と利用の適正化等のための施策を推進する環境省の2024年度の温泉行政を概観する。

現代のライフスタイルに合った温泉地での滞在を実現するための取り組みを推進する「新・湯治」事業については、2025年8月1日時点で、464の団体・企業等がチーム員として登録している。2024年度事業は、「NEWS LETTER」の発行(No.25～28)、「チーム 新・湯治」セミナーの開催(第17回～第19回)、「第6回チーム新・湯治全国大会」の開催(11月)、そして「新・湯治の効果に関する協同モデル調査」の実施であった。

「チーム 新・湯治」セミナーのテーマは、「『泊食分離』が生み出す温泉地の新たなつながり・にぎわい創造」(第17回)、「温泉旅館の女将が描く今後の温泉地の姿」(第18回)、「外国人から見た日本の温泉文化」(第19回)となっており、温泉地で増加しつつある過ごし方や、これまで来訪者や受け入れ側の視点としてあまり着目されてこなかった女性と外国人から見た事例紹介や知見の共有を行った。

「新・湯治の効果に関する協同モデル調査」は、温泉地が医療機関等と連携して、「新・湯治」の効果を把握するために実施するものであり、2024年度に実施された調査は次の3件である。

- ●地域との交流を主軸とした新・湯治プログラム体験健康増進調査(熊本県・菊池温泉)
- ●里山の一軒宿における入浴と自然散策とハーブ療法を組み合わせた湯治効果の検証(宮城県・鎌倉温泉)
- ●「単発」と「リピート」の湯治ワーケーション効果の違いに関する実証実験(大分県・鉄輪温泉)

「新・湯治」の推進にあたって中核的な役割を果たすことが期待されている国民保養温泉地については、2024年度中は新たな指定はなく、2022年10月時点、全国で79か所が指定されている。2024年度は11か所の国民保養温泉地計画が改訂された。

環境省は2025年6月に「令和7年度温泉資源保護ガイドライン検討会」を設置し、「温泉資源の保護に関するガイドライン」(以下、ガイドライン／2009年3月策定、2020年3月更新)について総点検を行うとともに、新たに盛り込むべき事項や観測・調査・解析方法等について専門的な詳細検討を行うとしている。具体的には以下の事項について検討を行い、2025年内にガイドラインの改訂を行う予定である。

(1)ガイドライン全般について(基本的な考え方)
(2)掘削等の原則禁止区域の設定、既存源泉からの距離規制、温泉の採取量に関する取り扱い
(3)個別的許可判断のための影響調査等
(4)温泉資源保護のためのモニタリング
(5)公益侵害の類型
(6)その他

②観光庁:「何度も地域に通う旅、帰る旅」等の推進

観光庁は、地域の関係人口の拡大や旅行需要の平準化を推進することで国内旅行市場の拡大を企図しており、その一環として「何度も地域に通う旅、帰る旅」に取り組んでいる。その地域事例のひとつとして、一般社団法人岳温泉観光協会(福島県二本松市)が取り組む「『山旅』を楽しむコミュニティとガイドの育成により関係人口化」が挙げられる(詳細は「令和7年版観光白書」を参照)。この事例は、二本松市への来訪目的の多くが安達太良山等への登山であり地元の岳温泉での滞在に結びついていないことから、従来の登山客を温泉地の関係人口にしていくために以下の3つを中心として、2024年度観光庁事業「第2のふるさとづくりプロジェクト」モデル実証事業に取り組んだ。

(1)山旅サポータープログラムの造成
(2)登山道整備サポーターの獲得
(3)山旅サポーターの育成

事業の成果は、これまで登山客への対応を担ってきたガイドセンターである「安達太良・吾妻自然センター」と岳温泉観光協会や地元行政が横断的に連携して、温泉と融合した「山旅」を打ち出し、各種事業を推進できるようになったことであり、今後、連携をより一層強化していくとのことである。

③業界団体や自治体が進める「温泉文化」のユネスコ無形文化遺産登録を目指す活動

2025年6月、「温泉文化」ユネスコ無形文化遺産登録推進議員連盟と「温泉文化」ユネスコ無形文化遺産登録を応援する知事の会（以下、知事の会）、「温泉文化」ユネスコ無形文化遺産全国推進協議会が石破茂総理大臣を訪問し、温泉文化のユネスコ無形文化遺産登録に向けた要望を行った。

2025年7月には日本温泉協会が『温泉文化』のユネスコ無形文化遺産への2028年登録に向けた提言」を公表した。これは「温泉文化」の定義や担い手・実践者、保護措置についてまとめたものである。また、この提言公表と同時に日本温泉協会と一般社団法人日本旅館協会、全国旅館ホテル生活衛生同業組合連合会により、「温泉文化」国民会議が設立された。

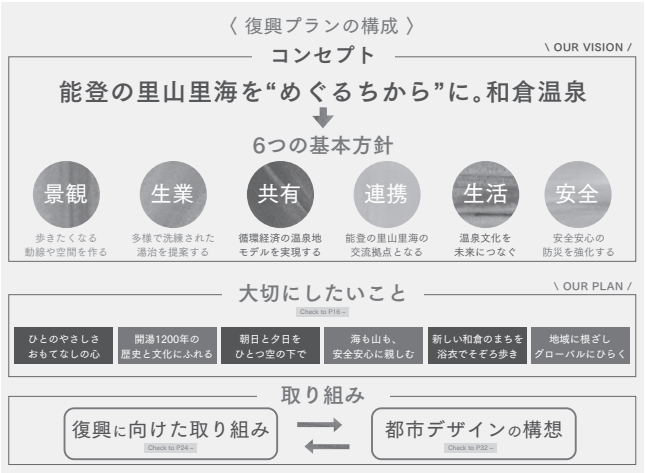
山本一太知事が知事の会の事務局長を務める群馬県では、2018年に県内の自民党県議による「温泉文化世界遺産議員連盟（旧温泉文化世界遺産研究会）」が発足する等、この活動の初期から関わっており、2024年度も「群馬県から温泉文化のユネスコ無形文化遺産登録を実現する会」の開催（6月）や「温泉文化」の価値・魅力を発信する動画の制作、温泉文化アンバサダーである歌舞伎俳優・市川團十郎氏の草津公演（12月、観光庁の2024年度「特別な体験の提供等によるインバウンド消費の拡大・質向上推進事業」）を行った。

(4)温泉地での取り組み事例

①能登半島地震からの復興への取り組み（和倉温泉、北陸地方）

2024年1月の能登半島地震で甚大な被害を受けた和倉温泉（石川県）では、2月には宿泊施設や飲食店の若手経営者が中心となって和倉温泉創造的復興ビジョン策定会議を立ち上げて集中的に議論を重ね、同月末には「和倉温泉創造的復興ビジョン」が策定された。この復興ビジョンを踏まえて、今後具体的に復興まちづくりを進めていくために「和倉温泉創造的復興プラン」が公表された（2025年3月）。この復興プランの構成は図Ⅳ-3-3-4のとおりである。今後はこの復興プランをたたき台として行政や地域住民と継続的に対話をしながら、各プロジェクトの具体化に取り組んでいくとのことである。

図Ⅳ-3-3-4　和倉温泉創造的復興プランの構成



出典：和倉温泉創造的復興まちづくり推進協議会「和倉温泉創造的復興プラン」

能登半島地震からの復興と北陸新幹線金沢駅～敦賀駅間の開業効果を最大化し持続させるために、2024年10月から12月までの3か月間、「北陸デスティネーションキャンペーン」（以下、北陸DC）が開催された。北陸DC実行委員会の発表によると、北陸DC期間中の主要温泉地の宿泊状況は、宇奈月温泉（富山県）は前年比100.9%（金沢～敦賀間開業直後の同年4～9月は同109.5%）、加賀四温泉合計（山中・山代・片山津・あわづ、石川県）は同105.4%（同113.8%）、あわら温泉（福井県）は同106.5%（同115.1%）となり、延伸開業直後には及ばなかったものの前年同期を上回る宿泊客を集めた。

②温泉地内の異業種連携から域外主体との連携へ発展（嬉野温泉）

嬉野温泉（佐賀県）では、古くからの地場産業である嬉野茶と肥前吉田焼、そして温泉（宿泊業）の若手経営者が連携して、2016年に「嬉野茶時」というプロジェクトが始動した。これは各産業が有する、お茶や茶畑、焼き物、旅館内の空間、温泉、そして茶農家や陶芸家等の作り人といった多様な地域資源を「観る」、「飲む」、「食す」、「買う」といった一連の流れの中で総合的にデザインし、嬉野ならではの体験を提供する「ティーツーリズム」として展開するものである。

具体的には、生産現場である茶畑で作り手である茶農家自身が淹れた美味しいお茶を楽しめる体験では、肥前吉田焼の器でお茶が提供される。また、茶畑でのお茶会以外に旅館内のバーでの喫茶や、買い物、宿泊滞在、地元の自転車店と連携してレンタサイクルで走行中に嬉野茶を楽しめる「茶輪（ちゃりん）」（茶葉とミネラルウォーターをセットで提供）等、従来の宿泊業や飲食店、タクシー会社といった狭義の観光事業者に限らず、地域内の幅広い主体を巻き込んだ取り組みとなっている。

また、「嬉野茶時」は、地場産業の持続可能性を担保するために、薄利多売につながるような安売りや無理な受け入れはせず、各事業者の経営基盤の安定化につながる料金設定や、繁忙期には体験の提供を制限するといった本業尊重の姿勢を重視している点は特筆すべきである。

こうした「嬉野茶時」の始動から約10年後の2025年4月、ある旅館の敷地内に日本語学校が開校した。これは、温泉地が有する温泉のみならずお茶や焼き物といった多様で総合的な魅力を核とする「嬉野茶時」がブランドとして広く知られるようになった結果、地域外から嬉野に興味がある、協働したいという主体や資金が集まり始めたひとつの成果だといえる。

2年制のこの日本語学校は、初年度は約50名の1年生のみだが、翌2026年度からは20代前半の若年層が年間を通して約100名、嬉野市で生活することになる。在学中は学生としてしっかり学ぶとともに、旅館や茶農家でのアルバイト、お祭り・イベントへの参加が期待されている。現在の観光産業において働き手の確保・定着・育成は喫緊の課題であることから、多くの若者が生活しながら日本語や日本文化、観光産業について学ぶ地域となった嬉野温泉の今後に注目したい。

（武蔵野大学　岩崎比奈子）

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 …… 186
(2) 主な観光施策 …… 186

Ⅴ-2　都道府県による観光政策

(1) 都道府県の観光行政に関わる基盤整備の状況 …… 192
(2) 都道府県における政策・施策 …… 194
(3) 市町村との役割分担 …… 194
(4) 観光政策の重要度の変化 …… 196
(5) 観光の状態(観光が地域に与える影響) …… 196

Ⅴ-3　主要市町村による観光政策

(1) 主要市町村の観光行政に関わる基盤整備の状況 …… 197
(2) 主要市町村における政策・施策 …… 199
(3) 都道府県との役割分担 …… 200
(4) 観光政策の重要度の変化 …… 201
(5) 観光の状態(観光が地域に与える影響) …… 201

Ⅴ-1 国による観光政策

観光立国推進基本計画に基づき、
「持続可能な観光地域づくり」、「インバウンド回復」、
「国内交流拡大」の3つの柱に紐付く各種政策を実施

(1)政府の観光政策の概観

●観光立国推進基本計画と政府目標の達成状況

2023年3月31日、観光立国の実現に関する基本的な計画として第4次となる「観光立国推進基本計画」が閣議決定された。同計画は、計画期間を2023年から2025年の3年間とし、観光立国の持続可能な形での復活に向け、観光の質的向上を象徴する「持続可能な観光」、「消費額拡大」、「地方誘客促進」の3つをキーワードに、①持続可能な観光地域づくり、②インバウンド回復、③国内交流拡大の3つの戦略に取り組むこととしている。

同計画においては、観光立国の実現に関する目標として、9つの項目が設定されているが、2024年実績値では、「訪日外国人旅行消費額：8.1兆円」、「訪日外国人旅行消費単価：22.7万円」、「訪日外国人旅行者数：3,687万人」、「アジア主要国における国際会議の開催件数に占める割合：アジア1位（アジア主要国シェア32.7%）」、「国内旅行消費額：25.1兆円」について、為替の影響があることに留意する必要はあるが、政府目標を達成する結果となった（表Ⅴ-1-1）。

●観光庁関連予算

2024年度の観光庁当初予算は、全体では、503.2億円（前年比164%）となった。財源別に見ると、一般財源は100.3億円（前年度比91%）、国際観光旅客税財源は402.9億円（同204%）となり、訪日市場の回復が影響し、大幅な財源増となった。

また、東日本大震災からの復興枠の予算として2023年度同様に7.7億円が計上された。加えて、2023年度第2次補正予算として689億円が決定され、実質的に2024年度に実施される予算として上乗せされる形となった。

表Ⅴ-1-1　第4次「観光立国推進基本計画」における政府目標の達成状況

■目標

方針	目標項目	目標値	2024年実績
○持続可能な観光地域づくりの体制整備	持続可能な観光地域づくりに取り組む地域数	2025年までに100地域	68地域
○インバウンド回復	訪日外国人旅行消費額	早期に5兆円	8.1兆円
	訪日外国人旅行消費単価	2025年までに20万円	22.7万円
	訪日外国人旅行者一人当たり地方部宿泊数	2025年までに2泊	1.4泊
	訪日外国人旅行者数	2025年までに2019年水準（3,188万人）超え	3,687万人
	日本人の海外旅行者数	2025年までに2019年水準（2,008万人）超え	962.4万人
	アジア主要国における国際会議の開催件数に占める割合	2025年までにアジア最大の開催国・3割以上	アジア1位 アジア主要国シェア32.7% （2023年）
○国内交流拡大	日本人の地方部延べ宿泊者数	2025年までに3.2億人泊	3.0億人泊
	国内旅行消費額	2025年までに22兆円、早期に20兆円	25.1兆円

資料：観光庁資料をもとに（公財）日本交通公社作成

(2)主な観光施策

以下、2024年度の国の主な施策を概観していく。

1)持続可能な観光地域づくり

●地域一体となった観光地・観光産業の再生・高付加価値化

「宿泊業の高付加価値化のための経営ガイドライン」に則った経営を行う宿泊事業者の登録制度を創設し、2025年4月までに1,112件の高付加価値経営旅館等、1,505件の準高付加価値経営旅館等が登録された。また、宿泊施設等の改修、廃屋の撤去、キャッシュレス化等の面的なDX化の取り組みを計202地域で支援した。

●観光DXの推進

観光地域づくり法人（DMO）を対象に地域特性・課題に応じた汎用性の高いマーケティング強化に取り組む実証実験を15件実施したほか、データを活用した観光地経営の高度化に向けた研修に取り組んだ。また、旅行者の利便性向上・周遊促進、観光産業の生産性向上等に一体的に取り組む実証事業を6件実施したほか、生成AIの適切かつ効果的な活用に関する調査（表Ⅴ-1-2）や、デジタルツール間で連携する際の汎用性、互換性を高める標準仕様の策定・管理・運用体制の構築等に取り組んだ。さらに、「世界に誇る観光地を形成するためのDMO体制整備事業」により、観光デジタル人材を含む外部専門人材の登用やデジタルマーケティング等のスキルの育成を支援した。

表Ⅴ-1-2　「観光DXにおける生成AIの適切かつ効果的な活用に関する調査事業」における実証地域及び業務工数の削減効果

No	対象エリア	実施団体名	活用主体	カテゴリー	ユースケース名	ユースケース内容	生成AI活用前工数	生成AI活用後工数
1	北海道	お宿 欣喜湯、ひがし北海道自然美への道DMO	観光産業	経営の高度化	アンケートデータ等を活用したマーケティング施策の提案（STEP①：アンケートデータ等の分析とペルソナ像作成、STEP②：PMSデータ分析・販促戦略・施策案の出力）	生成AIが、旅行者のアンケート・PMSデータ等を分析し、宿泊施設の売上増加に向けたマーケティング施策を提案する。	2時間／提案	15分／提案
2				業務効率化	多言語翻訳によるフロント業務の効率化	生成AIが、インバウンドの国籍に応じて、案内文を多言語翻訳することで、フロント案内における従業員の対応を補助する。	5分／件	2分／件
3				業務効率化	従業員のシフト案の作成	生成AIが、宿泊予約者数や従業員の休日等のデータをもとに、シフト案を作成し、業務の効率化に取り組む。	7時間／回	3.5時間／回
4	箱根	ホテルおかだ	観光産業	経営の高度化	顧客データの一元化・要約による最適な接客業務の実施	生成AIが、顧客アンケート・PMS等のデータを分析・要約し、従業員に顧客の嗜好やニーズ等を通知することで、質の高い接客を目指す。	5分／回	10秒／回
5				経営の高度化	口コミ分析による宿泊プランの改善	生成AIが、宿泊プランの点数や口コミを分析することで、宿泊施設の課題を把握し、宿泊プラン等の改善を目指す。	新規業務のため、現時点で工数の削減はなし	
6				業務効率化	社内のノウハウやマニュアルを活用した自動回答	生成AIが、従業員がチャットで質問した内容に対して、社内のノウハウやマニュアル等のデータを参照して自動で回答する。	2分／回	10秒／回
7				業務効率化	予約状況・予測データを活用した従業員シフト最適化	生成AIが施設全体・食事場所別の予約状況をリアルタイムで分析し、機械学習による予測データで混雑状況を可視化して、従業員シフト作成の最適化に取り組む。	30分／回	10秒／回
8		和心亭豊月	観光産業	経営の高度化	売上データ等を活用した業務改善策の提案	生成AIが、顧客情報・売上・業務マニュアル等を分析し、改善策を提案することで、経営の高度化に取り組む。	6時間／提案	10分／提案
9				業務効率化	ポップデザイン案の作成	生成AIが、使用目的・ターゲット・掲載する媒体等の情報をもとにデザイン案・文章案を作成し、業務の効率化に取り組む。	3時間／案	1.5時間／案
10				業務効率化	顧客ごとに送付するメール文案の作成	生成AIが、自社サイト等の予約情報をもとに顧客に送付するメールの文案を作成することで、業務の効率化に取り組む。	7分／通	3分／通
11				業務効率化	多言語での料理メニュー案の作成	生成AIが、料理メニューをインバウンドに伝わりやすい文章で多言語翻訳することで、業務の効率化に取り組む。	20分／案	7分／案
12	熱海	熱海市役所	観光地	経営の高度化	口コミ等の分析によるマーケティング施策の立案	生成AIが、各国の記事や口コミ等に関するデータを分析することで、市場の特徴、差別化ポイント、施策アイデア等のマーケティング施策案を国籍ごとに提案する。	207時間／回	14時間／回
13				経営の高度化	問い合わせ内容等の分析によるインバウンド旅行者の傾向把握	生成AIが、観光案内所を訪れるインバウンド旅行者の属性や問い合わせ内容等を分析することで、旅行者の傾向を多角的かつ効率的に把握し、受け入れ整備に必要な情報を可視化する。	90分／回	20分／回
14				業務効率化	多言語での情報発信の効率化	生成AIが、ウェブサイトやSNSの投稿文案を、インバウンドに伝わりやすい文章でメディアの特徴に沿って多言語翻訳することで、業務の効率化に取り組む。	270分／案	22分／案
15	城崎	西村屋	観光産業	経営の高度化	宿泊施設の売上データ等を活用した飲食サービスの提案	生成AIが、宿泊施設の売上や旅行者のアンケートをもとに分析を行い、レコメンドすべき飲食メニューを提案する。	30分／提案	2分／提案
16				業務効率化	多言語翻訳による飲食サービスのレコメンド	生成AIが、ドリンクのレコメンドの文案を多言語翻訳～発音することで、従業員の接客等を補助する。	20分／件	2分／件
17				経営の高度化	需要予測データ等を活用した売上増加施策の提案	生成AIが、需要予測データ・PMSデータ等を掛け合わせて分析を行い、宿泊施設の売上増加に向けた施策を提案する。	30分／提案	10分／提案
18	門司港	海峡都市関門DMO	観光地	業務効率化	問い合わせに対する回答案の作成	生成AIが、過去に受領した質問、観光施設・飲食店・イベント等の情報をもとに問い合わせ回答案を作成することで、業務の効率化に取り組む。	5分／件	2分／件
19	長崎	ホテル長崎、ながさき地域政策研究所	観光産業	業務効率化	アレルギーに対応したメニュー案の検討	生成AIが、顧客のアレルギーの申告に基づいて、過去の料理代替メニュー案や厚生労働省のウェブサイト等を踏まえて、アレルギーに対応したメニューを提案する。	20時間／団体	8時間／団体

資料：観光庁資料をもとに（公財）日本交通公社作成

●観光人材の育成・確保

人手をかけるべき業務に人材を集中投入できるよう、業務の効率化に資する設備投資支援を実施した。「ポストコロナ時代における観光人材育成ガイドライン」に基づき教育プログラムを6機関で開発し、幅広い観光関係事業者等を対象にプログラムを提供・実践した。さらに国内人材のみならず、外国人材の確保も積極的に進めていくため、国内外の7か国で宿泊業の魅力を発信するジョブフェアを、8か国で特定技能試験を実施した。

●DMOを司令塔とした観光地域づくりの推進

DMOの体制強化を図るため、外部専門人材の登用、中核人材の確保・育成及び安定的な財源確保に向けた計画策定等の取り組みを支援した。また、「世界的なDMO」の候補である「先駆的DMO」を4法人選定して取り組みを支援した（表V-1-3）。

2025年3月、DMO登録制度を改正し、観光地経営戦略の策定と実行、安定的財源確保等を登録DMOの要件とした。そのほか、DMOが中心となり実施する調査・戦略策定、滞在コンテンツの充実、プロモーション等の取り組みを107件支援した。

●持続可能な観光地域づくりのための体制整備等の推進

全国6地域において「日本版持続可能な観光ガイドライン（JSTS-D）」の実践を通じた自然環境・地域資源の保全・活用等に関する取り組みを支援し、モデルケースの創出を図った。また、持続可能な観光コンテンツを通じて、観光利用を自然、文化、歴史、産業等の地域資源の保全に還元するための好循環の仕組みづくりを行い、総合的なサービス水準を向上させ、コンテンツの高度化を図る取り組みを行う11地域でモデル実証を行った。さらに、2025年3月にサステナブルツーリズムに取り組む地域関係者に向けたナレッジ集を作成・公表した。

●オーバーツーリズムの未然防止・抑制に向けた対策

地域の実情に応じたオーバーツーリズムの未然防止・抑制に取り組む先駆モデル地域として26地域を選定し、地域の関係者による協議の場の設置や協議に基づく計画の策定、取り組みの実施を総合的に支援した。

●令和6年能登半島地震への対応

被災地の風評被害を防止し観光復興を図るため、観光庁や日本政府観光局（JNTO）のウェブサイト等で正確な情報を発信するとともに、被災地の復旧状況を踏まえつつ、インフルエンサー招請等のJNTOによる訪日プロモーションを集中的に実施した。

地震による風評被害を早期に払拭するため、キャンセルにより失われた旅行需要を新たに喚起することを目的に、北陸地域4県において、国内旅行者や訪日外国人旅行者を対象に旅行代金の割引を支援する「北陸応援割」を2024年3月16日より実施し、観光需要を喚起した。

表V-1-3　選定された先駆的DMO4法人の概要

No.	DMO名	マネジメントエリア	タイプ
1	一般社団法人田辺市熊野ツーリズムビューロー	和歌山県田辺市	A
2	公益社団法人京都市観光協会	京都府京都市	A
3	一般社団法人下呂温泉観光協会	岐阜県下呂市	B
4	一般社団法人白馬村観光局	長野県白馬村	B

タイプA…①～⑥について、すべて一定の水準を満たしているDMO（世界的なDMOになるため支援を実施）
タイプB…①～⑥について、いずれかの項目で一定の水準を満たしていないDMO（一定の水準を満たす項目を高水準に引き上げるための支援を実施）
① 地消地産を含め、できる限り多くの事業者・業種も含めた誘客／観光消費戦略を策定
② 観光による受益を、観光従事者の働きやすい環境づくり、地域住民の生活水準の向上につなげる等、地域の理解促進に向けた視点を織り込む
③ 行政を含む多様な関係者との連携により戦略を実現
④ 人口減少が進む日本人だけに頼らず、インバウンド誘客も含めた戦略を策定
⑤ データ収集・分析、戦略策定、戦略の検証・見直しのサイクルが適切に機能する仕組みを構築
⑥ 戦略策定に係る人件費や事業運営費等が安定的・継続的に確保される仕組みを構築

資料：観光庁資料をもとに（公財）日本交通公社作成

2）インバウンド回復

●特別な体験の提供等によるインバウンド消費の拡大・質向上の推進

インバウンド消費の拡大や質向上を図るため、地方公共団体や民間企業等の特別な観光コンテンツ造成を支援する「特別な体験の提供等によるインバウンド消費の拡大・質向上推進事業」にて計357件を採択した。また、アメリカ等の海外3市場で訪日観光促進のイベントを開催し、全国各地での取り組みについて情報発信を行った。

●アドベンチャーツーリズムの推進

コンテンツの磨き上げやガイドの確保・育成等、関連の取り組みを支援した。また、Adventure Travel Trade Association（ATTA）と連携し、日本全国のアドベンチャートラベルの魅力発信を行うとともに、アドベンチャートラベルコンテンツの磨き上げと販路拡大に向けた取り組みを実施した。さらに、国内関係者との連携強化を図り、国内受け入れ・販売体制強化とさらなるコンテンツの発掘を促進した。

●訪日旅行での高付加価値旅行者の誘致促進

観光による地方創生や訪日外国人旅行者の旅行消費額の拡大を目指し、消費単価の高い高付加価値旅行者の誘致促進に取り組むモデル観光地として2024年9月に3地域を追加選定し、全国14のモデル観光地に対して、各地域のマスタープランに基づく、コンテンツの創出、宿泊施設や移動環境の検証、ガイドの体制等の受け入れ環境の整備といった取り組みを支援するとともに、JNTOと連携し、海外セールス・情報発信の強化等に取り組んだ(表Ⅴ-1-4)。

表Ⅴ-1-4　地方における高付加価値なインバウンド観光地づくりモデル観光地一覧

No.	エリア名	エリアテーマ
1	東北海道エリア	世界に認められた手つかずの大自然 ～希少動物と人間の共生～
2	八幡平及び周辺地域エリア	数千年前の日本の文化が残る地
3	山形エリア	雄大な自然と山岳信仰に由来する固有の精神文化
4	那須及び周辺地域エリア	日本有数の広大な扇状地、街道が育んだ生活文化 ～訪れる人住まう人に優しいロイヤルリゾート～
5	佐渡・新潟エリア	越後山脈と交流の海・日本海がもたらした、今も息づく日本の原風景
6	北陸エリア	日本有数の霊峰白山の恵みが育んだ多様な文化 ～北前船の交易や武家により培われた豊かな文化と持続可能な社会～
7	富士山麓エリア	世界遺産 富士山が誇る自然と富士山信仰に基づく文化資源
8	松本・高山エリア	日本の尾根が抱く森、幸、溢れる水と共にある生活 ～街道、城下町などが育んだ包摂性の高い社会、文化、歴史的景観～
9	伊勢志摩及び周辺地域エリア	日本神道の聖地・伊勢神宮を核とする参拝文化と一体となった自然、生活
10	紀伊山地及び周辺地域エリア	古来からの巡礼と暮らしが共存する世界有数の地域
11	せとうちエリア	世界に類を見ない多島美と、暮らし、アートの融合
12	鳥取・島根エリア	日本の紀元・神話の國
13	鹿児島・阿蘇・雲仙エリア	世界有数の火山と共にある信仰・営みが調和した循環・再生の仕組み、武家の精神性
14	沖縄・奄美エリア	琉球の精神性、自然環境、歴史的景観に触れる世界有数のブルーゾーン、well-beingの島

資料：観光庁資料をもとに(公財)日本交通公社作成

●ガストロノミーツーリズムの推進

特色ある食文化の継承・振興に取り組む地方公共団体等について、文化財登録等に向けた調査研究や地域での保護継承、文化的価値をわかりやすく伝える「食文化ストーリー」の構築・発信等を行うモデル事例の形成に係る9事業を採択し、食文化の魅力発信等を推進した。

●日本酒、焼酎・泡盛等のユネスコ無形文化遺産への登録

2024年12月にユネスコ無形文化遺産に登録された「伝統的酒造り」について、その魅力発信や認知度向上等を目的として、日本の伝統的なこうじ菌を使った酒造り技術の保存会等と連携し、国内外でシンポジウムを開催する等、さまざまな周知・広報や機運醸成に取り組んだ。

●魅力ある公的施設の公開・開放

東京・赤坂、京都の迎賓館において、夜間公開等の特別企画も含め通年での一般公開を実施するとともに、皇室関連施設の積極的公開を実施した。

●国立公園の魅力向上

「国立公園満喫プロジェクト」において、「ステップアッププログラム2025」等に基づき、民間事業者等の多様な主体と連携し、国立公園に国内外の利用者を呼び込み、保護と利用の好循環を形成するための取り組みを実施した。また、自然公園法に基づく「自然体験活動促進計画・利用拠点整備改善計画制度」を活用し、関係省庁や地方公共団体、観光関係者をはじめとする企業、団体等、幅広い関係者との協働のもと、全国立公園を対象に取り組みの展開を図った。

●国際競争力の高いスノーリゾート形成

DMO等を中心に地域の関係者が策定した「国際競争力の高いスノーリゾート形成計画」の実現に向けた、17地域における、スキー場のインフラ整備やアフタースキー・グリーンシーズンのコンテンツ造成、受け入れ環境の整備等を支援した。

●歴史的資源を活用した観光まちづくり

歴史的資源を軸に地域を面的に再生させるため、専門家とともに計画策定や体制構築等に対し伴走支援等を行い、地域の取り組みを推進した。また、地域資源をフル活用した面的な高付加価値化を推進しつつ、歴史的建築物等の改修に対して補助を行った。2024年度末時点で、面的取組展開地域を24地域認定した。

●文化観光の推進

文化観光拠点施設を中核とした地域における文化観光の推進に関する法律に基づき57件の計画を認定し、認定地域等において、計画に基づく多言語対応、Wi-Fi・キャッシュレス環境整備、バリアフリー化等の文化観光拠点施設の機能強化に資する取り組みを支援した。また、日本遺産については、日本遺産全体の底上げ、ブランド力の強化を図るとともに、地域の文化資源としての磨き上げを促進するための支援の充実等、日本遺産を活用した継続的な取り組みを推進した。

●農泊の推進

農山漁村の所得向上と関係人口の創出を図るため、農泊地域の実施体制の整備や経営の強化、食や景観の観光コンテンツとしての磨き上げ、古民家を活用した滞在施設の整備等を一体的に支援した。また、オンライン旅行取引事業者（OTA）のウェブサイトにおける農泊特設ページによる情報発信や、「農泊インバウンド受入促進重点地域」40地域のデジタルパンフレットの作成等、国内外へのプロモーションを戦略的に実施した。

●地方誘客に資する各種のコンテンツ整備

地方への継続的な来訪を促進するため、地域の観光資源を活用した地方誘客に資する観光コンテンツを造成する取り組みについて、全国で719件の事業を採択し、十分なマーケティングデータを生かした磨き上げから適時適切な誘客につながる販路開拓及び情報発信の一貫した支援を実施した。

「地域のコンテンツの連携促進（ロングストーリー造成）事業」により、旅全体を通じて一貫したストーリーを有する長期滞在ツアー（ロングストーリーツアー）の造成を9件実施するとともに、ロングストーリーツアーの造成に係る手引きを作成し、観光関連事業者等に横展開した。

●オールジャパンによる訪日プロモーションの実施

JNTOにおいて、アジア市場をターゲットとしたメディア・インフルエンサー招請事業やOTA・航空会社と連携した広告事業等を行うことでリピーター層の地方誘客を促進するとともに、訪日無関心層に対する旅行者の興味等に応じた広告配信や、事務所新設による北欧地域市場のプロモーション強化等により、新規訪日層の開拓を実施した。

●MICEの推進

地方都市を含め全国の開催候補地におけるMICE誘致力を強化するため、21地域において施設の受け入れ環境整備や開催地の魅力向上等に向けた取り組みを支援するとともに、開催1件当たりの効果拡大を図るため、近隣都市間の広域連携を通じた開催地以外へのエクスカーション、テクニカルビジット等の取り組みを27件支援した。

●航空ネットワークの回復と強化

グランドハンドリングや保安検査等の空港業務の人材確保や処遇改善等に向けた取り組みを推進した。また、空港制限区域内における無人自動運転の2025年までの導入を目指し、自動運転レベル4相当（特定条件下における完全自動運転）の導入に向けた実証実験を実施し、必要となるインフラや運用ルール等の検討を行った。

また、外国エアラインの新規就航等において航空燃料の供給ができない事態が全国各地で生じたことから、2024年6月に設置した官民タスクフォースにおいて同年7月に行動計画を取りまとめ、航空燃料の安定的な供給に向け対応した（表V-1-5）。

●アウトバウンド・国際相互交流の促進

「当面の重点デスティネーション」として選定した24の国・地域を中心に、関係業界や各国・地域の政府観光局等と連携して、現地の観光情報や海外旅行の魅力の発信等を行った。また、2025年3月24日には観光庁、外務省及び一般社団法人日本旅行業協会の3者連名で「もっと！海外へ 宣言」を発出し、官民一体となり一層の取り組みを推進した。

表V-1-5　航空燃料供給不足に対する行動計画（官民タスクフォースの設置）

以下の短期的な取り組みにより、当面アジア便で週150便超相当の燃料を確保、各空港に供給 さらなる増便を見据え、タンク転用等、中長期的な取り組みに着手		
1. 短期の取り組み【2024年7月～】	2. 中長期の取り組み 【2024年度以降を見据えた取り組み】	3. 今後の対応
■需要量の把握 ・新規就航・増便等、各空港における需要量が把握可能な仕組みの構築〈空港会社、石油元売会社等〉 ・航空燃料の供給不足について調整が難航した場合の相談窓口の設置〈国土交通省、エネルギー庁〉 ■供給力の確保 ・空港への直接輸入の実施〈空港会社、石油元売会社等〉 ■輸送体制の強化 ・製油所から空港へのローリー直送の増加〈石油元売会社〉 ・内航船への転用等による輸送力強化〈石油元売会社、内航海運業者〉 ・給油作業員の確保に向けた取り組み〈給油事業者、国土交通省〉	■製油所・油槽所等の既存タンクのジェット燃料タンク転用等、供給力の確保 ■空港のジェット燃料タンクの必要な容量の確保等の実施 ■ローリーの台数の確保、船舶の大型化、老朽化した荷役設備の更新等、供給力の確保や輸送体制の強化に係る取り組みを進める	■本行動計画の各施策に基づき、各空港ごとに、新規就航・増便に係る改善状況についてフォローアップ（年4回程度） ■さらなる改善の取り組みについて、継続的に検討

資料：国土交通省資料をもとに（公財）日本交通公社作成

3)国内交流拡大

●ワーケーション、ブレジャー等の普及・定着

ワーケーション普及の課題に挙がった子育て世代を対象にしたワーケーションモデル実証を実施したほか(表Ⅴ-1-6)、特定の執務環境をもたないノマドワーカー等、新たな働き方に対応したワーケーションモデル実証や2023年度のモデル実証で造成したプログラムを企業へ販売することを目的とした商談会の開催を行った。

●休暇取得の分散化の促進

キッズウィークを実施した地方公共団体に対して年次有給休暇取得のためのポスター等の作成を支援するとともに、キッズウィーク取り組み事例をポータルサイトに掲載し、情報発信を行った。また、国家公務員については、「令和6年度における人事管理運営方針」において、職員が家族の記念日や子どもの学校行事等のプライベートの予定等に合わせて年次休暇を取得しやすい環境を整備するよう記載し、同方針に基づき、各府省において年次休暇等の取得を促進した。

●第2のふるさとづくり等の推進

全国12地域にて継続的かつ多頻度の来訪を促し、滞在環境・移動環境の整備に向けた取り組みを実証したほか、一般層へのさらなる認知拡大を目指し、大規模交流イベントの実施や一般向け情報発信サイト「いくたび」の立ち上げを行った。

●大阪・関西万博を契機とした国内観光振興

大阪・関西万博を契機に、全国的な誘客の促進に向け、特別な体験の創出等の観光コンテンツの充実化や、地方部での周遊を含むモデルコースの造成、旅行会社招請による商品造成促進等を実施した。また、公益社団法人2025年日本国際博覧会協会が構築する観光ポータルサイト「Expo 2025 Official Experiential Travel Guides」による情報発信を実施した。

(江崎貴昭)

表Ⅴ-1-6　子育て世代も参加可能な業務型ワーケーション実証事業一覧

子育て世代も参加可能な業務型ワーケーション実証事業
■業務型ワーケーションの継続的な販売に向けた体制の構築 ■親子でも参加可能な業務型ワーケーションプログラムの造成 ■実施したモニターツアーの効果検証

No.	事業者名	地域	取り組み概要
1	株式会社毎日新聞社	長崎県長崎市・五島市・佐世保市	新規事業として「子育て世代も参加可能な業務型ワーケーション」の受皿整備に取り組むことで、個人・地域・企業の課題解決を進めると同時に、企業及び社会全体のDEI(多様性・公平性・包括性)を推進し、社是の実現にも寄与していくことに取り組んだ。
2	株式会社 Edo	岐阜県飛騨市	教育事業を展開している事業者が地域事業者と連携して、子どもの受け入れも行う企業ニーズに即したオーダーメイド型研修プログラムを造成し、継続的な受け入れに向けて体制整備に取り組んだ。
3	農ライファーズ株式会社	広島県竹原市	広島県竹原市の限界集落にある一棟貸切「田万里家FARM STAY」を拠点に、働き世代でもある子育て世代を含む同一企業のチームが仕事も、子どもの教育も、休暇も一度に丸ごと行える平日(土日含む)ワーケーションを実施し、継続的な販路の構築に取り組んだ。

資料:観光庁資料をもとに(公財)日本交通公社作成

Ⅴ-2 都道府県による観光政策

予算の平均額は2024年度とほぼ同額
予算額に対する不足感は年々増している
国内外で観光客獲得に向けた営業活動が活発化

当財団では、地方公共団体を対象とする観光政策に関する独自調査を、2014年度から継続的に実施している。本項では、同調査の結果をもとに、都道府県による観光政策の動向について紹介する。

表Ⅴ-2-1　調査概要

時期	2025年7月～8月
対象	47都道府県 ※2025年8月末時点で回答を得た39都道府県（回答率83.0%）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。また、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。
方法	都道府県にアンケート調査票をメールで配布し、メール及びFAXにより回収
項目	(1)都道府県の観光行政に関わる基盤整備の状況 (2)都道府県における政策・施策 (3)市町村との役割分担 (4)観光政策の重要度の変化 (5)観光の状態（観光が地域に与える影響）

(1)都道府県の観光行政に関わる基盤整備の状況

都道府県に設置されている観光担当部署の職員数・予算・職員の能力・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。

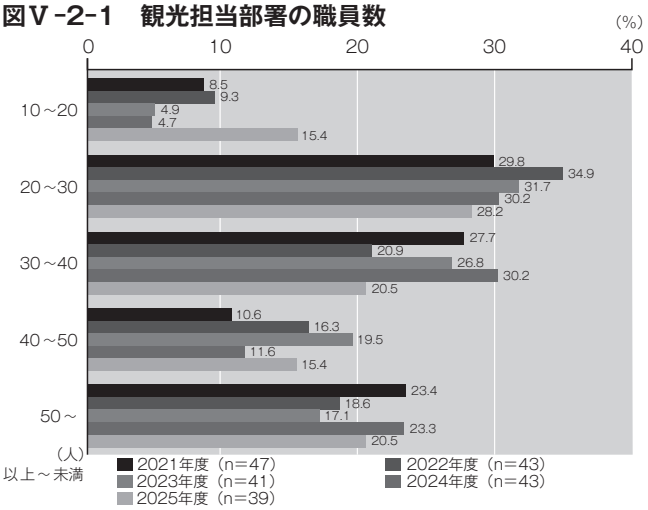
①観光担当部署の職員数

観光担当部署に在籍する職員数について、39自治体から回答を得た。職員数の平均値はわずかに増え44.0人、中央値は34.0人であった。50人を超える自治体は8自治体、そのうち100人を超える自治体は2自治体あり、平均値を押し上げていた。

職員数の分布は図Ⅴ-2-1に示すとおりである。「20人以上30人未満」が在籍する自治体が11自治体（28.2%）と最も多い。「50人以上」の職員が在籍する自治体も8自治体（20.5%）存在する。「10人以上20人未満」が在籍する自治体は6自治体（15.4%）と増加した。2024年度と比べて、職員数の回答が各規模に分散する結果となった。

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（図Ⅴ-2-2）。回答のあった38自治体のうち、1～3を選んだ自治体が29自治体（76.3%）、4を選んだ自治体が8自治体（21.1%）、5～7を選んだ自治体が1自治体（2.6%）であった。2025年度は、2024年度と同様に職員数はわずかに増加したが、2025年度は、職員数の不足感は2024年度より低くなった。「十分である」と感じている自治体の割合には大きな変化はなく、「どちらでもない」と回答した自治体の割合が増加した結果、「不足している」と回答する自治体の割合が減少した。

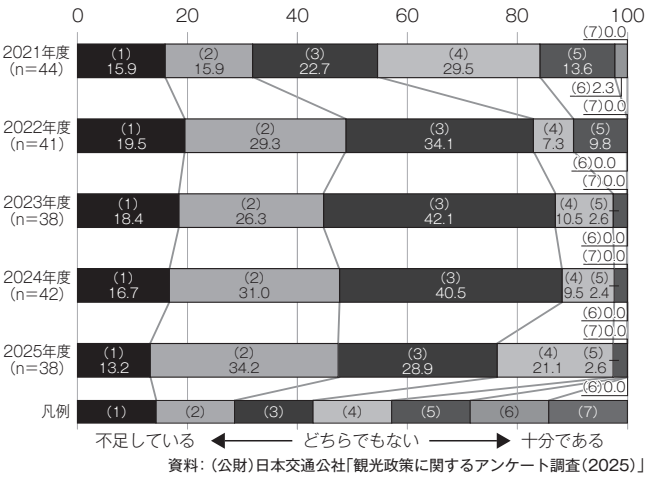
図Ⅴ-2-1　観光担当部署の職員数



(注)役職や雇用形態による加重なし。出向受け入れ中の人数を含み、出向中の人数を含まない。
(注)各項目の数値は小数点第2位以下を四捨五入しているため、合計が100%にならない場合がある（以降の図も同様）。

資料：(公財)日本交通公社「観光政策に関するアンケート調査(2025)」

図Ⅴ-2-2　観光担当部署の職員数に関する不足感



資料：(公財)日本交通公社「観光政策に関するアンケート調査(2025)」

②観光担当部署の予算

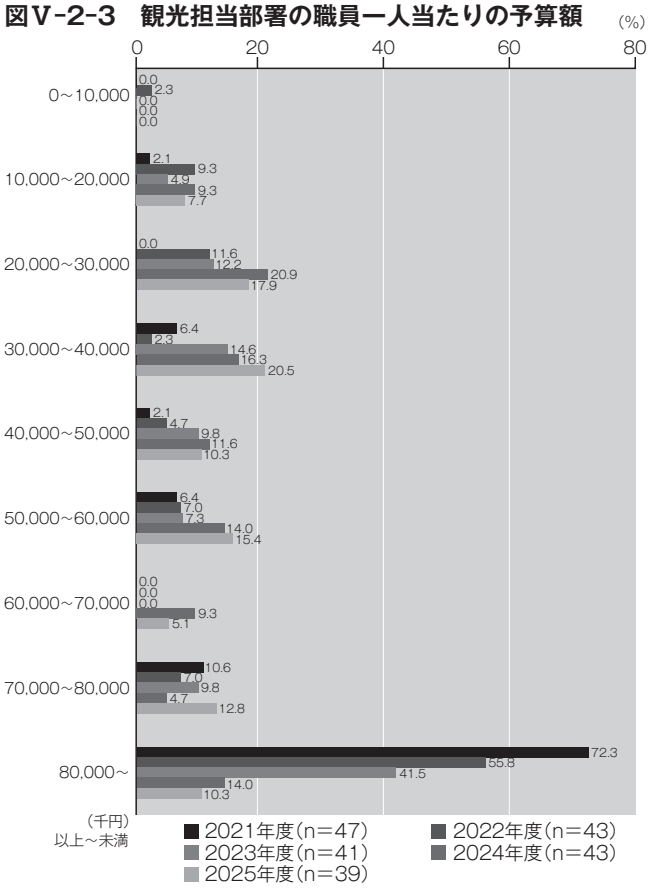
各都道府県の観光担当部署に対して計上された2025年度予算の平均額は2,669,251千円、中央値は1,453,911千円である。2024年度の平均額2,671,121千円と比較すると2025年度は0.1%減でほぼ同額であった。コロナ禍となった2020年から2022年までは3年連続で予算の平均額は増加していたが、2023年度に減少に転じ、2025年度も2024年度と同様に、2019年度の予算に近い状態となった（2019年度予算の平均額2,711,589千円・中央値1,100,420千円、2022年度予算の平均額8,841,224千円・中央値3,874,455千円）。

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39自治体について、職員一人当たりの予算額を算出した。その結果、平均値は56,942千円／人、中央値は45,015千円／人であった。2024年度と比べて、平均値は171千円／人減少し、中央値は4,844千円／人増加した。図Ⅴ-2-3は一人当たりの予算額の分布を示しており、「30,000千円以上40,000千円未満／人」が8自治体（20.5%）と最も多くなっている（2019年度一人当たりの予算の平均額62,145千円・中央値33,811千円、2022年度予算の平均額245,423千円・中央値89,361千円）。

都道府県全体の予算に占める観光担当部署の予算の割合についても尋ねた。結果は図Ⅴ-2-4に示すとおり、1%未満が36自治体（94.7%）と最も多く、「1.0%以上2.0%未満」が2自治体（5.3%）、となった。1%未満の内訳を確認すると、「0.5%未満」が33自治体（86.8%）、「0.5%以上1.0%未満」が3自治体（7.9%）となった。2024年度と同様に、都道府県全体予算に占める観光担当部署の予算の割合が低い状況が見受けられる。

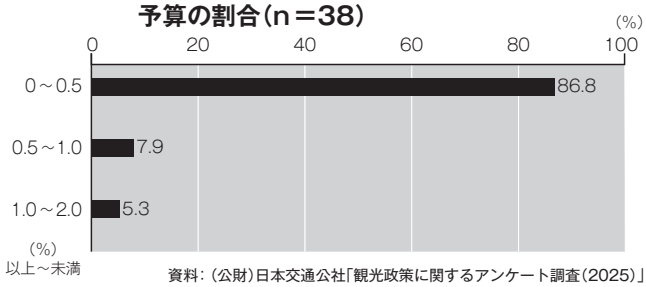
また、観光担当部署における業務量と比較した予算の過不足度について、図Ⅴ-2-2と同様に7段階で質問した（図Ⅴ-2-5）。回答のあった38自治体のうち1～3を選んだ自治体が17自治体（44.7%）、4を選んだ自治体が15自治体（39.5%）、5～7を選んだ自治体が6自治体（15.8%）であった。

図Ⅴ-2-3　観光担当部署の職員一人当たりの予算額



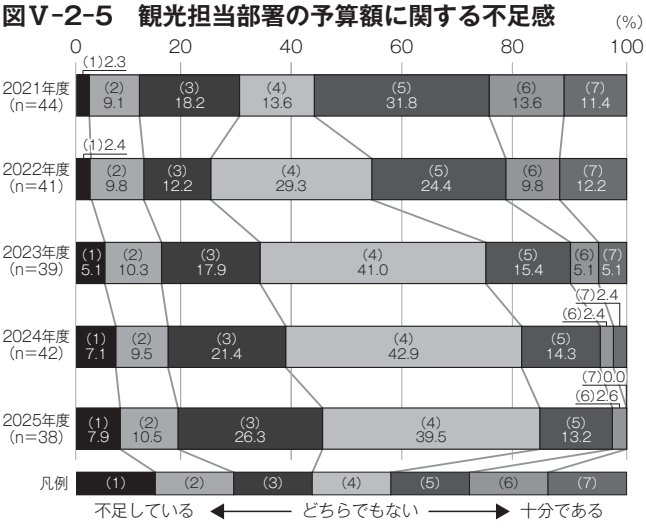
（注）役職や雇用形態による加重なし。出向受け入れ中の人数を含み、出向中の人数を含まない。
資料：（公財）日本交通公社「観光政策に関するアンケート調査（2025）」

図Ⅴ-2-4　都道府県全体の予算に占める観光担当部署の予算の割合（n＝38）



資料：（公財）日本交通公社「観光政策に関するアンケート調査（2025）」

図Ⅴ-2-5　観光担当部署の予算額に関する不足感

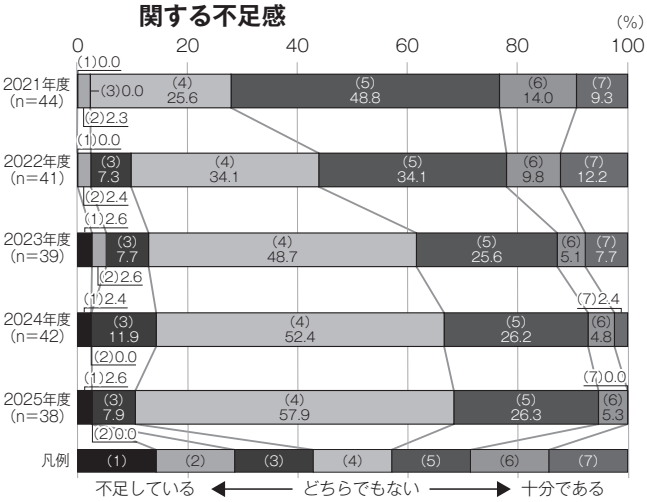


資料：（公財）日本交通公社「観光政策に関するアンケート調査（2025）」

③観光担当部署で求められる能力・知識・技能

観光担当部署における業務の量と比較して、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（図Ⅴ-2-6）。回答を得た38自治体のうち、1～3を選んだ自治体が4自治体（10.5%）、4を選んだ自治体が22自治体（57.9%）、5～7を選んだ自治体が12自治体（31.6%）であった。2024年度と比べて、1～3を選択した自治体の割合が3.8ポイント、5～7を選択した自治体の割合が1.8ポイント減少した結果、「どちらでもない」が増加し57.9%を占めた。

図Ⅴ-2-6　観光担当部署で求められる能力・知識・技能に関する不足感



資料：（公財）日本交通公社「観光政策に関するアンケート調査（2025）」

(2)都道府県における政策・施策

2024年度に実施した観光政策・重点施策(国内・インバウンド)やインバウンドのターゲット国・地域について尋ねた。

①2024年度の観光政策・重点施策(国内)

2024年度に都道府県が実施した国内客に関連した事業について、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(図V-2-7)。最も多かったのは「e. 情報発信」で33自治体(86.8%)、次いで「b. 旅行目的となる観光資源のソフト整備」が30自治体(78.9%)、「f. 営業販売」が29自治体(76.3%)であった。上位3つは2023年度及び前回2024年度の調査と同様であり、そのうち「f. 営業販売」は前回調査より7.3ポイント増加した。新型コロナウイルス感染症が一定程度収束し、より積極的に観光客の獲得に向けて動いていたことが確認できる。

②2024年度の観光政策・重点施策(インバウンド)

2024年度に都道府県が実施したインバウンド向け事業について、17の分野のうち代表的なものを3つ選択するよう求めた(図V-2-8)。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33自治体(86.8%)、次いで「b. インターネット・SNSによる情報発信」が30自治体(78.9%)、「d. 海外で開催される見本市・商談会等への参加」が15自治体(39.5%)であった。上位3つは2023年度及び前回2024年度の調査と同様であったが、「d. 海外で開催される見本市・商談会等への参加」は前回調査より5.8ポイント減少した。海外への往来が可能となる中で、インターネット・SNSでの情報発信を行いつつ、旅行関係者等の招聘等を通じて、インバウンド獲得を目指す動きが活発化しつつあることが読みとれる。

③ターゲットとする国・地域

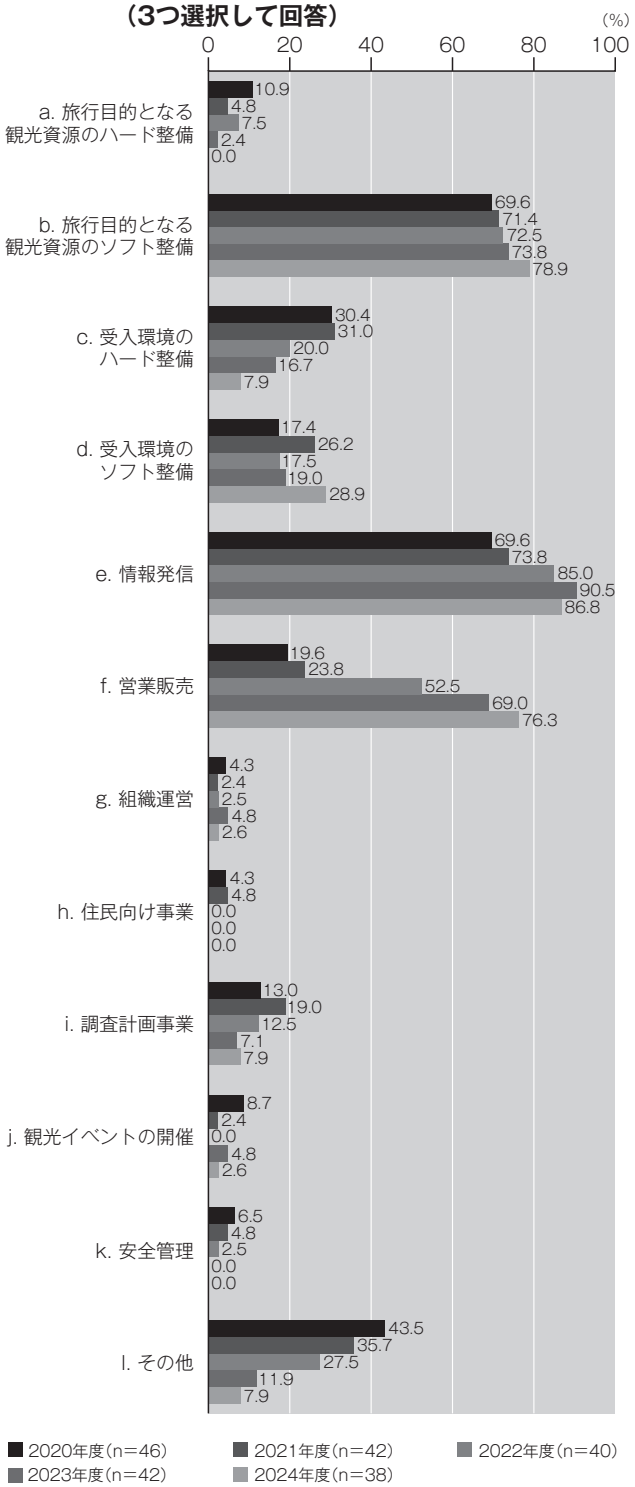
インバウンド振興に際し、ターゲットとする国・地域について、3つまで記載するよう求めた。結果は図V-2-9に示すとおり、「台湾」が29自治体(90.6%)と最も多く、次いで「韓国」が19自治体(59.4%)、「中国」が9自治体(28.1%)となった。上位3つの国・地域は2024年度と同様であり、順位の変化や大幅な割合の増加はなかった。

(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分野事業について、13の分野から特に重要なものを3つ選択するよう求めた(図V-2-10)。最も多かったのは、「c. 受入環境のハード整備」で30自治体(78.9%)、次いで「a. 旅行目的となる観光資源のハード整備」と「d. 受入環境のソフト整備」がそれぞれ19自治体(50.0%)であった。

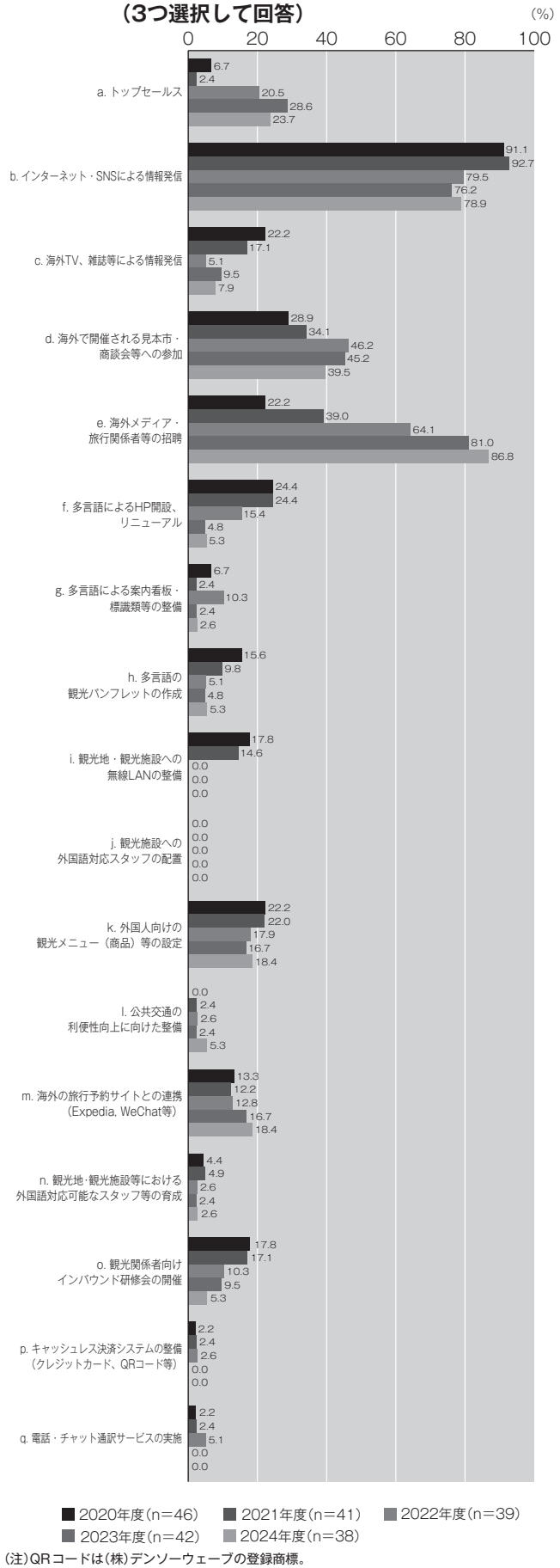
過去5年間で、「h. 住民向け事業」は5年連続で減少傾向にある。

図V-2-7　2024年度を含めた過去5か年度に実施した国内客に関連した代表的な事業分野(3つ選択して回答)



資料:(公財)日本交通公社「観光政策に関するアンケート調査(2025)」

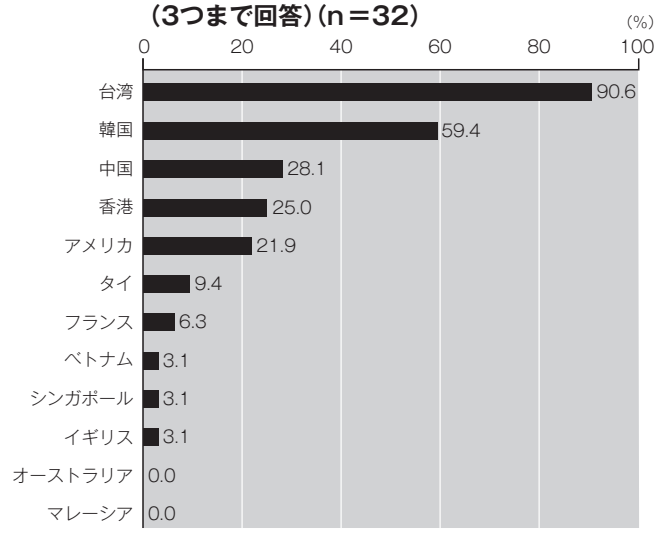
図Ⅴ-2-8　2024年度を含めた過去5か年度に実施した、インバウンドに関連した代表的な事業分野（3つ選択して回答）



（注）QRコードは（株）デンソーウェーブの登録商標。

資料：（公財）日本交通公社「観光政策に関するアンケート調査（2025）」

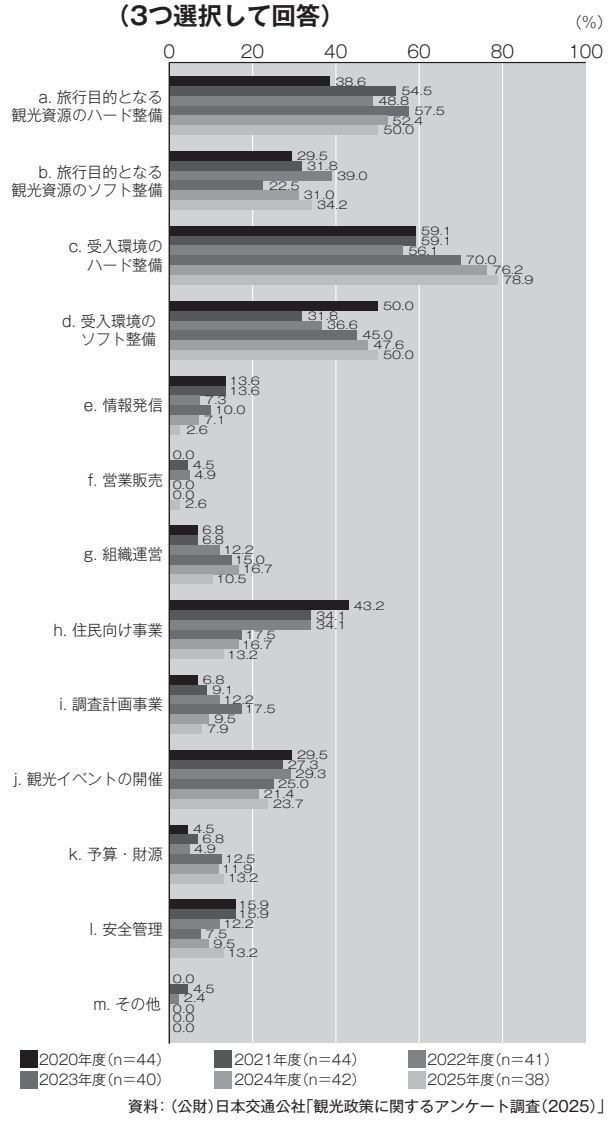
図Ⅴ-2-9　ターゲットとする国・地域（3つまで回答）（n＝32）



（注）nの値（回答の割合の分母）は有効回答のあった自治体の数としている。

資料：（公財）日本交通公社「観光政策に関するアンケート調査（2025）」

図Ⅴ-2-10　市町村に主導的な役割を期待する事業分野（3つ選択して回答）



資料：（公財）日本交通公社「観光政策に関するアンケート調査（2025）」

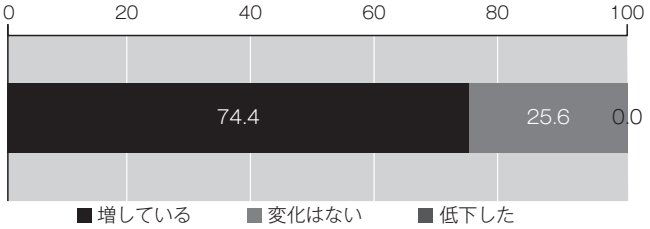
(4)観光政策の重要度の変化

自治体内における観光政策の重要度は増しているか、あるいは低下したかについて尋ねた。結果は図V-2-11のとおり、重要度は「増している」と回答したのが29自治体(74.4%)、「変化はない」と回答したのが10自治体(25.6%)であり、「低下した」と回答した自治体はなかった。

なお、重要度が「増している」と回答した主な理由としては、「観光計画を策定している(策定した)」、「観光政策の予算や人員規模が増加している」、「組織再編、新たな部署を設置」、「大阪・関西万博やスポーツ大会等の大規模イベント・プロジェクトの開催」という回答もあった。

「変化はない」と回答した主な理由としては、「以前から観光分野が重点施策のひとつとして設定されている」、「総合計画で観光を位置付けている」等が挙げられた。

図V-2-11　観光政策の重要度の変化(n＝39)



資料：(公財)日本交通公社「観光政策に関するアンケート調査(2025)」

(5)観光の状態(観光が地域に与える影響)

観光が地域に与える影響について、自都道府県の状況や指針に最も近いと思われるものを「まったく思わない」を1、「どちらでもない」を4、「非常にそう思う」を7とした7段階による評価を求めた(図V-2-12)。

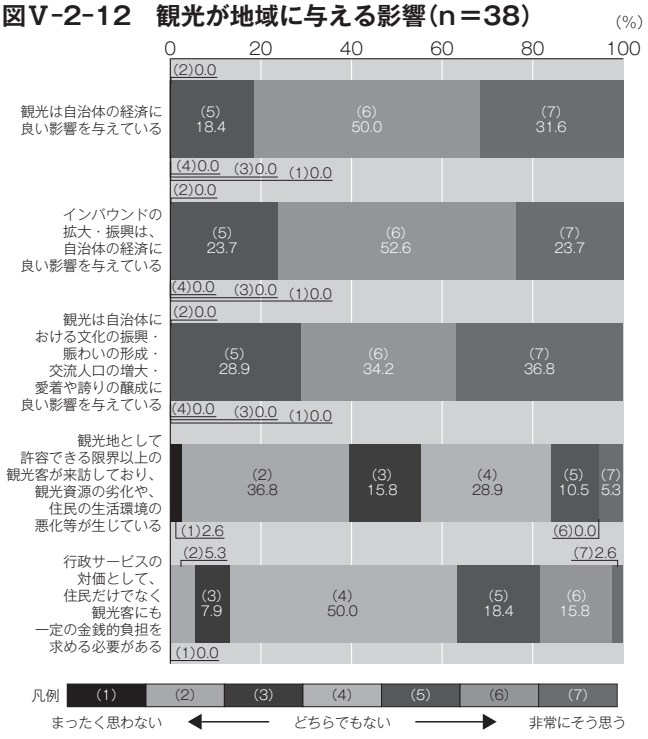
観光が自都道府県の経済に良い影響を与えているかについて聞いたところ、「そう思う」(5～7)を選んだ自治体は38自治体(100.0%)であった。また、インバウンドの拡大・振興が、自都道府県の経済に良い影響を与えているかについても、「そう思う」(5～7)を選んだ自治体は38自治体(100.0%)であった。同様に、観光が自治体における文化の振興・賑わいの形成・交流人口の増大・愛着や誇りの醸成に良い影響を与えているかについても、「そう思う」(5～7)を選んだ自治体は38自治体(100.0%)であった。これらの調査結果は、観光が経済面だけでなく、文化や社会面等においても非常にポジティブな影響をもたらすと自治体が認識していることを示唆している。

観光地として許容できる限界以上の観光客が来訪しており、観光資源の劣化や住民の生活環境の悪化等が生じているかについては、「そう思う」(5～7)を選んだ自治体は6自治体(15.8%)、「どちらでもない」(4)を選んだ自治体は11自治体(28.9%)、「思わない」(1～3)を選んだ自治体は21自治体(55.3%)であった。「そう思う」(5～7)と回答する自治体は15.8%であり、2024年度の11.9%を上回り、2019年度の10.3%よりも上昇している。これは、オーバーツーリズムを課題と認識する自治体が増えていることを示唆する。

行政サービスの対価として、住民だけでなく観光客にも一定の金銭的負担を求める必要があるかについては、「そう思う」(5～7)を選んだ自治体は14自治体(36.8%)、「どちらでもない」(4)を選んだ自治体は19自治体(50.0%)、「思わない」(1～3)を選んだ自治体は5自治体(13.2%)であった。2024年度に比べて、「そう思う」(5～7)を選んだ自治体が増えており、観光客にも財政的負担を求めている傾向を示唆する。

(後藤健太郎)

図V-2-12　観光が地域に与える影響(n＝38)



資料：(公財)日本交通公社「観光政策に関するアンケート調査(2025)」

V-3 主要市町村による観光政策

観光担当部署の職員数は
全体として前年度から若干の減少傾向
一方で現場の不足感は
職員・予算いずれも強い状態が続く
インバウンド施策のターゲットとする国・地域について
「韓国」の選択率が前年度から上昇

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独自調査を2014年度から継続的に実施している。本項では、同調査の結果をもとに、主要市町村による観光政策の動向について紹介する。

表V-3-1　調査概要

時期	2025年7月～8月
対象	政令指定都市20市を含む180市町村 ※各地の観光動向を勘案し、選定 ※2025年9月初旬までに回答を得た121市町村（回答率67.2%）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。
方法	調査対象の市町村にアンケート調査票をメールで配布し、メール及びFAXにより回収
項目	(1)主要市町村の観光行政に関わる基盤整備の状況 (2)主要市町村における政策・施策 (3)都道府県との役割分担 (4)観光政策の重要度の変化 (5)観光の状態（観光が地域に与える影響）

(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・職員の能力・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。

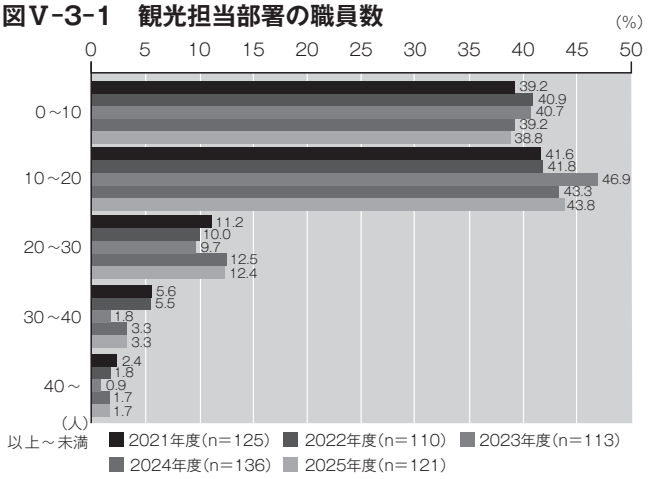
①観光担当部署の職員数

観光担当部署に在籍する職員数について、121市町村から回答を得た。職員数の平均値は13.4人、中央値は11.0人であり、昨年度と比べると平均値はマイナス0.58人、中央値はマイナス1.00人の微減となった。

職員数の分布は図V-3-1に示すとおりである。「10人未満」が47市町村（38.8%）、「10人以上20人未満」が53市町村（43.8%）と最も多く、「20人以上30人未満」が15市町村（12.4%）、「30人以上40人未満」が4市町村（3.3%）、「40人以上」が2市町村（1.7%）であった。

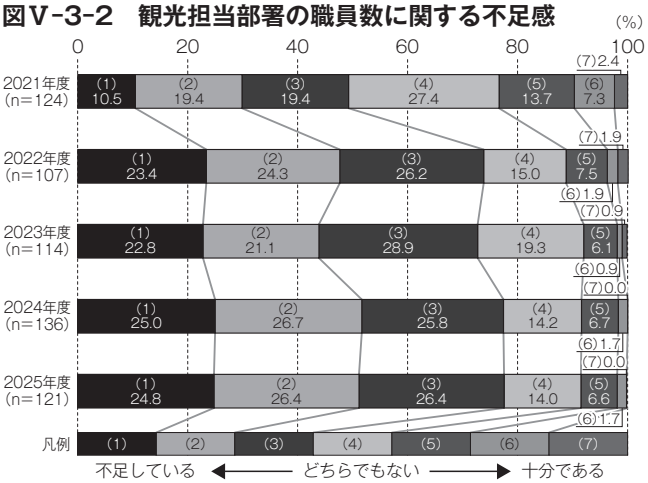
観光担当部署における業務の量や難易度と比較した職員数の過不足感について、「不足している」を1、「どちらでもない」を4、「十分である」を7とした7段階による評価を求めた（図V-3-2）。回答のあった121市町村のうち、1～3を選んだ自治体は94市町村（77.7%）、4を選んだ自治体は17市町村（14.0%）、5～7を選んだ自治体は10市町村（8.3%）であった。2021～2024年度の調査を見ると、職員数に関する不足感を覚えている自治体の割合は年々増加し、職員数が十分であると感じている自治体の割合は減少している。今年度の調査では、不足（1～3）を回答した自治体の割合は前年度の77.5%から77.7%に増加し、十分（5～7）を回答した自治体の割合は前年度と変わらず8.3%となった。観光担当部署の職員数は2021年度以降ほとんど変化がなく、その一方で、業務の量と難易度が増しているため、依然として人手不足の状況が続いていることが示唆される。

図V-3-1　観光担当部署の職員数



(注)役職や雇用形態による加重なし。出向受け入れ中の人数を含み、出向中の人数を含まない。
(注)各項目の数値は小数点第2位以下を四捨五入しているため、合計が100%にならない場合がある（以降の図も同様）。
資料：(公財)日本交通公社「観光政策に関するアンケート調査(2025)」

図V-3-2　観光担当部署の職員数に関する不足感



資料：(公財)日本交通公社「観光政策に関するアンケート調査(2025)」

②観光担当部署の予算

各市町村の観光担当部署における2025年度の予算額の平均値は696,976千円、中央値は409,507千円であった。2024年度と比較すると、平均値は4.88％の増加、中央値は5.21％の減少となった。

職員数と予算額の両方について回答を得た114市町村について、職員一人当たりの予算額を算出したところ、平均値は53,802千円／人、中央値は40,653千円／人であった。2024年度と比較すると、平均値は9.40％の増加、中央値は9.27％の増加となった。

職員一人当たりの予算額の分布は図Ⅴ-3-3に示すとおりである。「20,000千円以上30,000千円未満／人」が21市町村（18.4％）で最も多く、次いで「30,000千円以上40,000千円未満／人」及び「40,000千円以上50,000千円未満／人」がそれぞれ19市町村（16.7％）であった。2021年度から2024年度までの調査では、いずれの年度でも「20,000千円以上30,000千円未満／人」の市町村が最も多く、「30,000千円以上40,000千円未満／人」の回答割合は2023年度を除き増加し続けている。一方で「10,000千円未満／人」、「10,000千円以上20,000千円未満／人」、「20,000千円以上30,000千円未満／人」の回答割合は若干低下した。

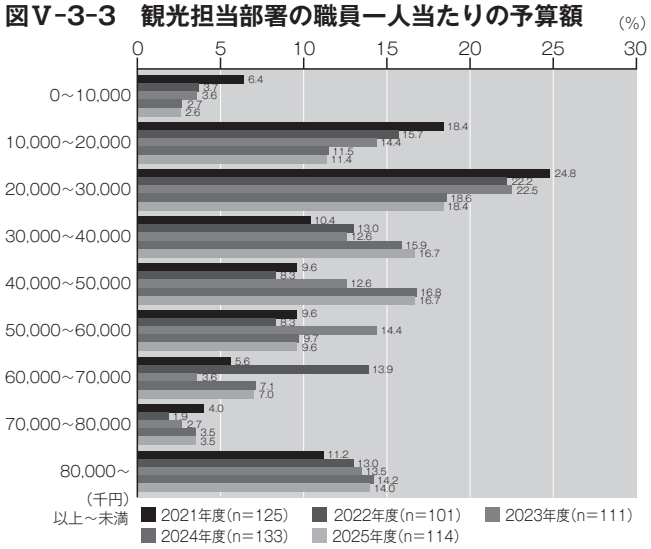
市町村全体の予算に占める観光担当部署の予算の割合について尋ねた結果は、図Ⅴ-3-4に示すとおりである。回答のあった112市町村のうち「1.0％未満」が63市町村（56.3％）で最も多く、次いで、「1.0％以上2.0％未満」が21市町村（18.8％）であった。「1.0％未満」の市町村の内訳は、0.5％未満が33市町村（29.5％）、0.5％以上1％未満が30市町村（26.8％）であった。

観光担当部署における業務の量や難易度に対する予算の過不足感について、図Ⅴ-3-2と同様に7段階で質問した（図Ⅴ-3-5）。回答のあった121市町村のうち、1～3を選んだ自治体は73市町村（60.3％）、4を選んだ自治体は37市町村（30.6％）、5～7を選んだ自治体は11市町村（9.1％）であった。過去の調査結果と比較すると、観光担当部署の予算に対して不足感（1～3）を覚える市町村の割合は、2021年度から2024年度まで継続的に増加しており、2025年度においてもこの傾向は同様であった。また、予算は十分である（5～7）と感じる市町村の割合は、2021年度から2024年度まで継続的に低下しており、2025年度においてもこの傾向は同様であった。

2025年度の観光担当部署の予算は、平均値は増加したものの、中央値が減少しており、一部の自治体で予算が増加する一方で、多くの自治体では予算の伸びが限定的であったことが示唆される。また、職員一人当たりの予算額の平均値は増加しているものの、これは予算額の増加だけでなく、人員数の停滞も影響していると考えられる。回答割合が最も多いのは「20,000千円以上30,000千円未満／人」であったが、より高い金額帯の割合も増加しており、市町村によってばらつきが見られる。

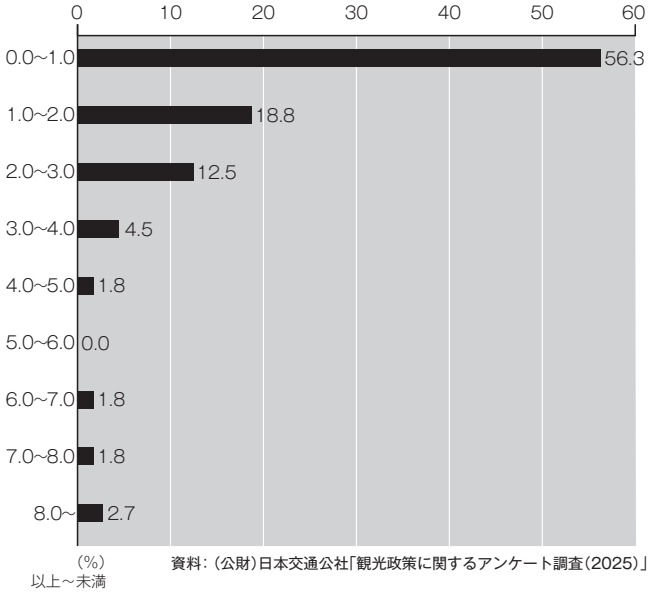
全体として、多くの自治体で観光予算は市町村全体の予算の1.0％未満に抑えられている。さらに、業務の量や難易度と比較して予算に不足感を覚える自治体は増加しており、業務の増大や高度化に対して予算の拡大が追いついていない状況が続いていることが示唆される。

図Ⅴ-3-3　観光担当部署の職員一人当たりの予算額



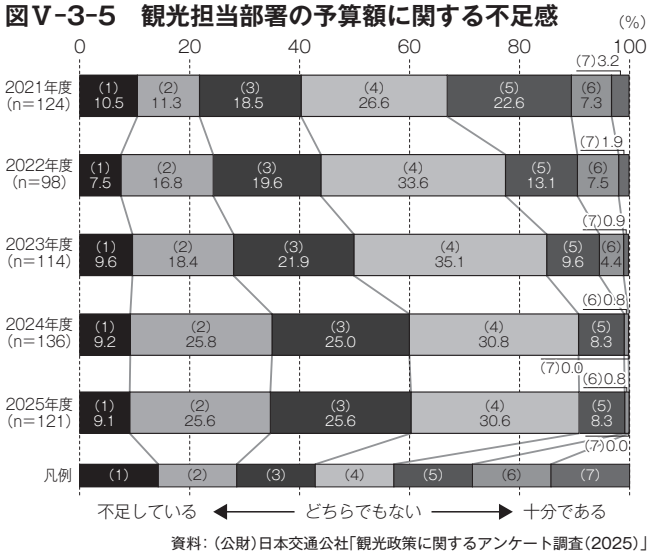
(注) 役職や雇用形態による加重なし。出向受け入れ中の人数を含み、出向中の人数を含まない。
資料：(公財)日本交通公社「観光政策に関するアンケート調査(2025)」

図Ⅴ-3-4　市町村全体の予算に占める観光担当部署の予算の割合(n＝112)



資料：(公財)日本交通公社「観光政策に関するアンケート調査(2025)」

図Ⅴ-3-5　観光担当部署の予算額に関する不足感



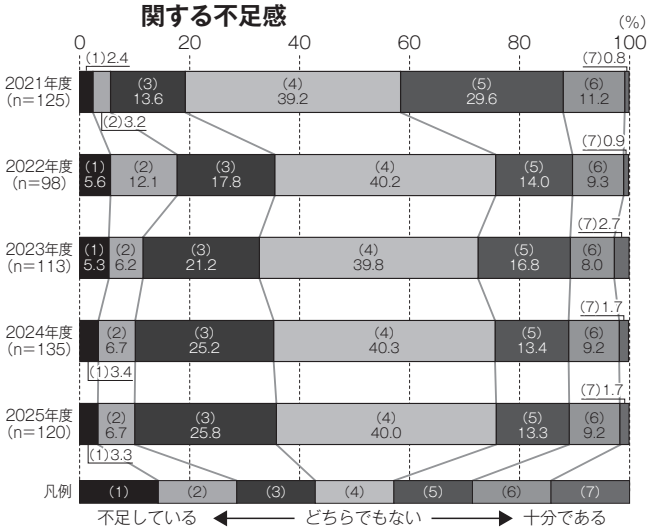
資料：(公財)日本交通公社「観光政策に関するアンケート調査(2025)」

③観光担当部署で求められる能力・知識・技能

観光担当部署における業務の量や難易度に対して、職員の能力・知識・技能が十分であるか質問し、図Ⅴ-3-2と同様に7段階で評価を求めた(図Ⅴ-3-6)。 回答のあった120市町村のうち、1～3を選んだ自治体は43市町村(35.8%)、4を選んだ自治体は48市町村(40.0%)、5～7を選んだ自治体は29市町村(24.2%)であった。

過去の調査結果を見ると、2022年度において、職員の能力・知識・技能に対する不足感(1～3)を覚える旨の回答割合は顕著に増加し(35.5%)、対照的に十分である(5～7)旨の回答割合は減少した(24.3%)。2025年度調査においては、1～3の回答割合は前年度の35.3%から増加、5～7の回答割合は前年度の24.4%から減少し、いずれも2022年度調査と同程度の値となった。コロナ禍以降の新たな業務に対応する能力の習得や、必要な能力・知識・技能を有する人材の確保は、2022年度以降継続的な課題となっていることが示唆される。

図Ⅴ-3-6　観光担当部署で求められる能力・知識・技能に関する不足感



資料：(公財)日本交通公社「観光政策に関するアンケート調査(2025)」

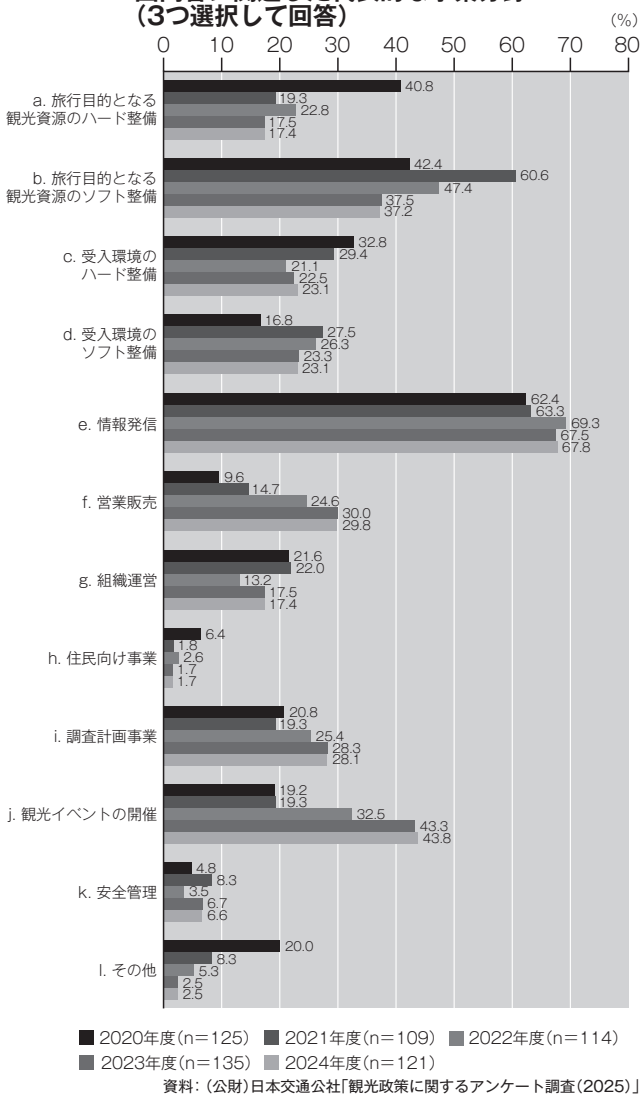
(2)主要市町村における政策・施策

2024年度に実施した観光政策・重点施策(国内・インバウンド)や、インバウンドのターゲット国・地域について尋ねた。

①2024年度の観光政策・重点施策(国内)

2024年度に市町村が実施した国内客に関連した事業について、12の分野から代表的な施策を3つ選択するよう求めた(図Ⅴ-3-7)。回答のあった121市町村のうち、最も多くの自治体に選択された施策は「e. 情報発信」で、82市町村(67.8%)が重点施策として実施した。次いで53市町村(43.8%)が「j. 観光イベントの開催」を、45市町村(37.2%)が「b. 旅行目的となる観光資源のソフト整備」を、36市町村(29.8%)が「f. 営業販売」を、それぞれ選択した。

図Ⅴ-3-7　2024年度を含めた過去5か年度に実施した国内客に関連した代表的な事業分野(3つ選択して回答)

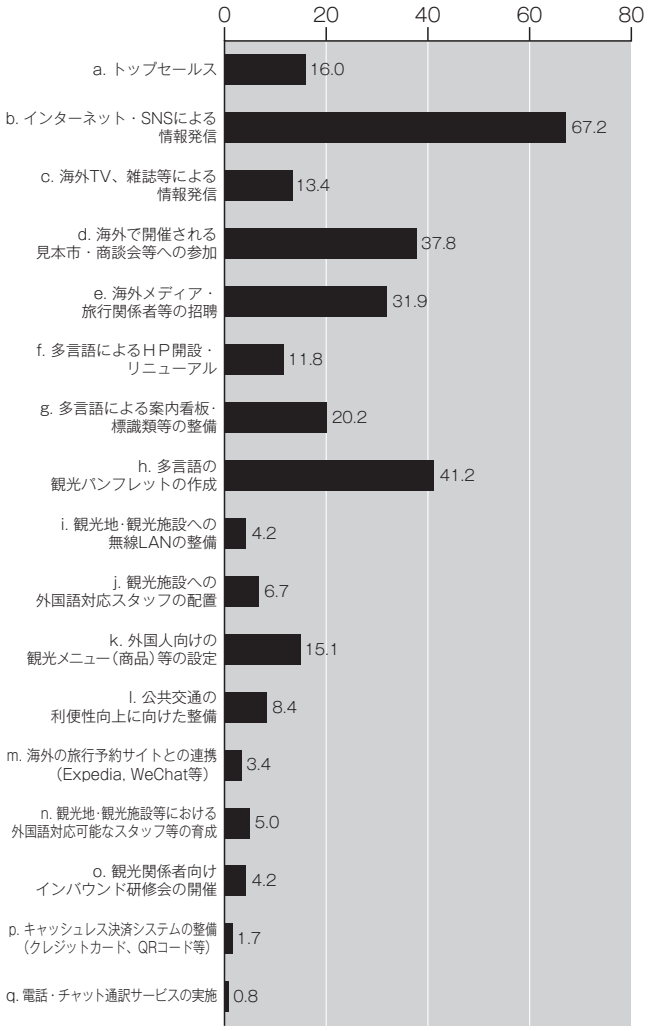


資料：(公財)日本交通公社「観光政策に関するアンケート調査(2025)」

②2024年度の観光政策・重点施策(インバウンド)

2024年度に市町村が実施したインバウンド向け事業について、17の分野から代表的な施策を3つ選択するよう求めた(図Ⅴ-3-8)。回答のあった119市町村のうち、最も多くの自治体に選択された施策は「b. インターネット・SNSによる情報発信」で、80市町村(67.2%)が重点施策として実施した。次いで、49市町村(41.2%)が「h. 多言語の観光パンフレットの作成」を、45市町村(37.8%)が「d. 海外で開催される見本市・商談会等への参加」を、38市町村(31.9%)が「e. 海外メディア・旅行関係者等の招聘」を、それぞれ選択した。

図Ⅴ-3-8　2024年度に実施した、インバウンド市場に関連した代表的な事業分野（3つ選択して回答）（n＝119）



（注）QRコードは（株）デンソーウェーブの登録商標。

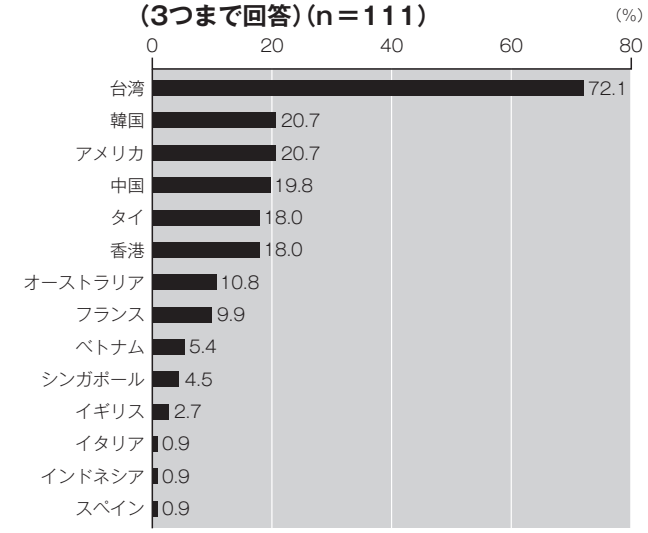
資料：（公財）日本交通公社「観光政策に関するアンケート調査（2025）」

③ターゲットとする国・地域

インバウンド振興に際し、ターゲットとする国・地域について、3つまで記載するよう求めた（図Ⅴ-3-9）。1つ以上の回答があった111市町村のうち、最も多くの自治体に選択された国・地域は「台湾」で、80市町村（72.1%）がターゲットとして設定していた。次いで、それぞれ23市町村（20.7%）が「韓国」及び「アメリカ」を、22市町村（19.8%）が「中国」を、それぞれ20市町村（18.0%）が「タイ」及び「香港」を、ターゲットとする国・地域として挙げた。

前年度の調査でターゲットとする国・地域として5番目に多く挙げられていた韓国（19.2%）の選択率は、今年度の調査では20.7%で2番目に浮上した。韓国は、台湾と同様に地理的に近く、LCC（格安航空会社）の路線回復が進んでいるため、安価にアクセスしやすいことや、円安の影響で旅行コストが下がっていることも、インバウンド振興におけるターゲットとしての優先度が相対的に上昇した可能性が示唆される。

図Ⅴ-3-9　ターゲットとする国・地域（3つまで回答）（n＝111）



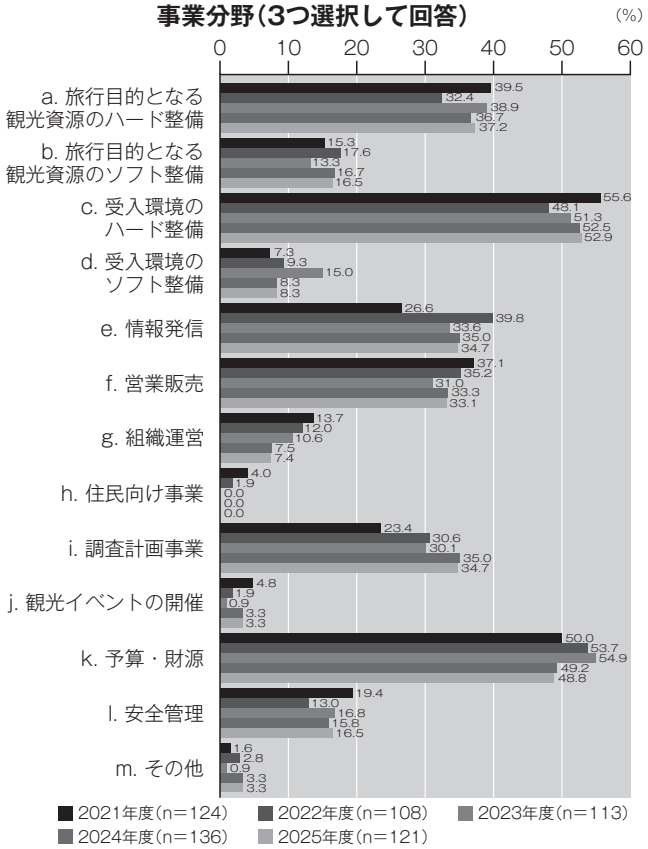
（注）複数の国・地域を含むエリアや方面での回答は集計時に除外。

資料：（公財）日本交通公社「観光政策に関するアンケート調査（2025）」

(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について、13の分野から特に重要な施策を3つ選択するよう求めた（図Ⅴ-3-10）。回答のあった121市町村のうち、最も多くの自治体に選択された施策は「c. 受入環境のハード整備」で、64市町村（52.9%）が都道府県に主導的な役割を期待していた。次いで、59市町村（48.8%）が「k. 予算・財源」を、45市町村（37.2%）が「a. 旅行目的となる観光資源のハード整備」を、それぞれ選択した。

図Ⅴ-3-10　都道府県に主導的な役割を期待する事業分野（3つ選択して回答）



資料：（公財）日本交通公社「観光政策に関するアンケート調査（2025）」

(4)観光政策の重要度の変化

自治体内における観光政策の重要度が、直近数年で増しているか、あるいは低下しているかを尋ねた(図V-3-11)。回答のあった118市町村のうち、重要度は「増している」と回答した自治体は88市町村(74.6%)、「変化はない」と回答した自治体は29市町村(24.6%)、「低下した」と回答した自治体は1市町村(0.8%)であった。

重要度が「増している」と回答した主な理由として、「新たな観光基本計画が策定された」、「観光政策予算の増額」、「インバウンドを含めた観光需要の増大」等が挙げられた。また、「変化はない」または「低下した」と回答した主な理由として、「観光は従来から自治体の基幹産業であり、引き続き重要な施策であり続けている」、「予算や人員は年々減り続けている。市の重点施策の中に「観光」は入っていない」等が挙げられた。

(5)観光の状態(観光が地域に与える影響)

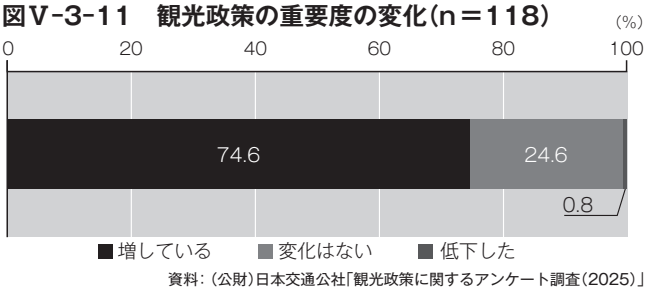
観光が地域に与える影響に関する5つの評価項目について、「まったく思わない」を1、「どちらでもない」を4、「非常にそう思う」を7とした7段階評価により、自市町村の状況や指針に最も近い数字を回答するよう求めた(図V-3-12)。

「観光は自治体の経済に良い影響を与えている」(n=120)について、112市町村(93.3%)が「そう思う」(5～7)を選択した。また「インバウンドの拡大・振興は、自治体の経済に良い影響を与えている」(n=121)については102市町村(84.3%)が、「観光は自治体における文化の振興・賑わいの形成・交流人口の増大・愛着や誇りの醸成に良い影響を与えている」(n=120)については107市町村(89.2%)が、それぞれ「そう思う」(5～7)を選択した。これらの結果から、訪日旅行者を含めた観光需要が、自治体の経済振興に寄与するとともに、地域活性化に資することが広く期待されていることが示唆された。

「観光地として許容できる限界以上の観光客が来訪しており、観光資源の劣化や、住民の生活環境の悪化等が生じている」(n=120)については、57市町村(47.5%)が「そう思わない」(1～3)を、39市町村(32.5%)が「どちらでもない」(4)を、24市町村(20.0%)が「そう思う」(5～7)を選択した。各自治体の観光状況によって課題認識に大きな差があることを示している。他方、「行政サービスの対価として、住民だけでなく観光客にも一定の金銭的負担を求める必要がある」(n=120)については、88市町村(73.3%)が「そう思う」(5～7)を選択した。この結果は、観光による影響を肯定的に捉えるか否かにかかわらず、多くの自治体が、受益者負担の観点から観光客への財政的負担を求めている傾向を示唆する。

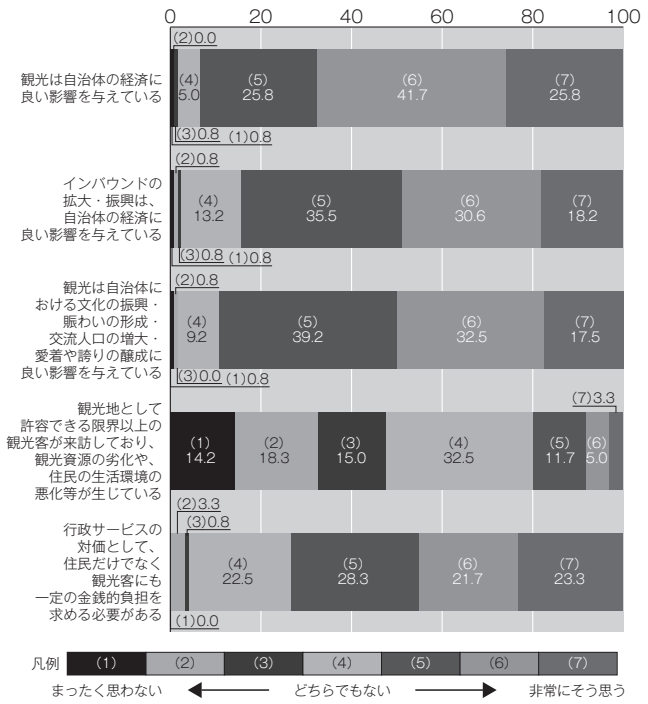
(岩野温子)

図V-3-11　観光政策の重要度の変化(n=118)



資料:(公財)日本交通公社「観光政策に関するアンケート調査(2025)」

図V-3-12　観光が地域に与える影響(n=121)



資料:(公財)日本交通公社「観光政策に関するアンケート調査(2025)」

付記

観光研究

ここでは、日本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

2025年8月時点で、日本学術会議のウェブサイトに掲載されている「日本学術会議協力学術研究団体」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み観光研究を行う学会は、12団体ある(表 付記-1)。

このほか、「日本学術会議協力学術研究団体」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(2002年設立)、日本フードツーリズム学会(2009年設立)、ロングステイ観光学会(2016年設立)がある。また、2024年度内に、日本ヘルスツーリズム学会の設立に向けて準備研究会を開催する動きが見られた。

①全国大会

2024年度に開催された各学会の全国大会の統一テーマを見ると、日本観光学会では“インバウンドの回復と地域における観光”、日本レジャー・レクリエーション学会では“まちづくりとレジャー・レクリエーション”、余暇ツーリズム学会では“オーバーツーリズムを超えて”、日本ホスピタリティ・マネジメント学会では“我が国の観光政策とホスピタリティ産業の現場”、日本観光ホスピタリティ教育学会では“大阪・関西万博を契機とした新たな観光ホスピタリティ教育のデザイン”といったように、インバウンドやオーバーツーリズム、大阪・関西万博等、時宜を得たテーマ設定がなされている。

②機関誌・学会誌

各学会が発行する機関誌・学会誌は合計14誌(日本語13、英語1)。2024年度に発行された機関誌・学会誌で設定されていた特集テーマには、“観光と能登―震災・豪雨災害からの復興をどう考えるか”(日本観光研究学会)、“AI革命による観光の変革”(観光情報学会)、“ジェンダーとツーリズム―多角的な視座の探究”(観光学術学会)、“観光とヘリテージの相互作用の行方”(観光学術学会)等があった。

(2) 大学・大学院

文部科学省の「大学・短期大学・高等専門学校・法人一覧」等をもとに、学部・学科の名称のいずれか、あるいは研究科・専攻の名称のいずれかに「観光」、「ツーリズム」、「ホスピタリティ」のいずれかの語を含むものを観光関連としてカウントすると、2024年4月1日時点で、全国の大学に設置された学部・学科のうち観光関連のものは45、大学院の研究科・専攻のうち観光関連のものは10であった。また、学部・学科と大学院の研究科・専攻のいずれか、もしくは双方を設置している大学の数は47であった。

次に、文部科学省の「年度別開設大学等一覧」をもとに、2024年度内に行われた学部・学科や研究科の新規開設や廃止、名称変更等の動きを参照する。まず、宝塚医療大学は2024年4月に観光学部観光学科を開設した。英語・データサイエンス・医療の知識を活かし、1年次は沖縄県宮古島キャンパス学生寮で共同生活をしながら地域観光を体験し、2年次以降は兵庫県尼崎市で専門知識を深め、長期インターンシップで実践力を養い、観光業界のプロを育成するとしている。

また、跡見学園女子大学は、「まちづくり」のコンセプトがより伝わりやすくなることを意図して、2024年4月に観光コミュニティ学部のコミュニティデザイン学科をまちづくり学科に名称変更した。

(3) 科学研究費助成事業における観光学の扱い

2024年度の科学研究費(科研費)助成事業の「観光学関連」(小区分80020)等における新規採択は83件で、研究種目の内訳は、基盤研究(B)11件、基盤研究(C)53件、若手研究19件であった(表 付記-2)。配分される科学研究費の合計は約4億6千万円、その内訳は、100万円以上500万円未満が72件、1千万円以上5千万円未満が11件となっている。

研究のキーワードとしては「観光」9件、「持続可能な観光」5件、「観光行動」・「観光資源」各4件、「イベント」3件といったものがあった。そのほか、「AI」、「DMO」、「まちづくり」、「インバウンド」、「オーバーツーリズム」、「サステイナブルツーリズム」、「ツーリズム」、「ビッグデータ」、「ベトナム」、「ライフスタイル移住」、「人流データ」、「国立公園」、「地域活性化」、「環境保全」、「自然観光資源」といったキーワードが2件となっている。

新規採択件数を研究機関(大学)別に見ると、2件以上採択されたのは10大学(沖縄国際大学、金沢大学、九州産業大学、東京都立大学、東洋大学、北海道大学、立教大学、立命館大学、琉球大学、和歌山大学)であった(表 付記-3)。

(菅野正洋)

表 付記-1　国内の観光関連学会の概要

	学会名・会員数（2025年度）	会長、本部／事務局、支部（2025年度）	大会や研究会等（2024年度）	学会誌（機関誌）、大会論文集（2024年度）
1	日本観光学会 Japan Academic Society of Tourism（JAST） ○正会員　219名 ○準会員（大学院生・大学生）　50名 ○賛助会員　1名 （2025年6月時点）	【会長】 大江靖雄（東京農業大学） 【本部事務局】 青山学院大学 社会情報学部 長橋透研究室内 【支部】 北海道・東北支部、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（年1回、研究報告、シンポジウム、学会総会等） ・2024年度（第117回）大会 ・大会テーマ：インバウンドの回復と地域における観光 ○支部会 ・北海道・東北、関東、中部、関西・中四国、九州・沖縄の各支部会の開催 ○第7回学生観光プレゼン大会 ・関東支部主催 ○2024年度観光教育（高大連携）フォーラム ・九州・沖縄支部	【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） ・2024年度 第65号：論文5編、研究ノート5編 【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　250名 ○購読会員　19団体 （2025年3月時点）	【会長】 沼澤秀雄（立教大学） 【事務局】 昭和女子大学 人間社会学部 山梨みほ研究室内 【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） ・2024年度（第54回）大会 ・大会テーマ：まちづくりとレジャー・レクリエーション ○第8回研究交流会	【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） ・2024年度 第103号：原著5編、研究資料1編 第104号：第54回大会特集号 第105号：原著3編、研究資料1編、実践研究1編 【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 ○正会員　158名 ○準会員　5名 ○名誉会員　3名 （2025年9月時点）	【会長】 長谷川恵一（早稲田大学） 【本部事務所】 東洋大学 国際観光学部 吉岡勉研究室内 【支部】 関東支部、九州支部	○学会大会（年1回、自由論題報告、会員総会、統一論題報告・討論等） ・2024年度大会 ・統一論題：オーバーツーリズムを超えて ○支部大会（年1～2回、研究発表等） ○研究部会（ライフスタイル研究部会、ヘルス・スポーツツーリズム研究部会、レジャー・スタディーズ研究部会、エンタテインメント・ツーリズム研究部会、ブライダル研究部会、ツーリズム心理研究部会、学生教育研究部会、フードツーリズム研究部会、宿泊研究部会）	【学会誌】 『余暇ツーリズム学会誌』（2014年3月～、年1回） （前身『余暇学研究』1998～2013年、『ツーリズム学会誌』2001～2012年） ・2024年度 第12号：論文5本、研究ノート9本、基調講演1本、統一論題報告3本
4	一般社団法人日本観光研究学会 Japan Institute of Tourism Research（JITR） 〇正会員　1,136名 〇準会員　2名 〇名誉会員　10名 〇賛助会員　3団体 〇特別会員　6団体 （2025年7月16日時点）	【会長】 熊谷圭介（長野大学） 【事務局】 東京都豊島区西池袋4-16-19 コンフォルト池袋106 【支部】 関西支部、九州・韓国南部支部、東北支部	○全国大会（年1回、講演会、シンポジウム、研究発表等） ・2024年度（第39回）大会 ・シンポジウムテーマ：大阪・関西万博を観光から考える ○研究分科会 ○研究懇話会（年2回） ○能登半島地震・特別プロジェクト研究会 ○定時総会・シンポジウム ・シンポジウムテーマ：観光振興における地域金融機関の役割を探る	【学会誌】 『観光研究』（1987年～、年2回） ・2024年度 Vol.36 No.1：論文5編、研究ノート3編 Vol.36 No.2：論文4編、研究ノート2編、特集（観光と能登 ―震災・豪雨災害からの復興をどう考えるか） Vol.36 No.3：特集号　第39回全国大会学術論文（査読付き部門）12編※ 【大会論文集】 『全国大会学術論文集』（1986年～、年1回）※ ※冊子版を廃止しダウンロード版のみ
5	日本国際観光学会 Japan Foundation for International Tourism（JAFIT） ○正会員　371名 ○学生会員 （大学院生・大学生・短期大学生・専門学校生）　44名 ○名誉会員　2名 ○賛助会員　2団体 （2025年5月時点）	【会長】 崎本武志（江戸川大学） 【事務局】 東京都千代田区二番町1-2 番町ハイム701 【支部】 なし	○全国大会（年1回、基調講演、研究発表等） ・2024年度（第28回）大会 ・パネルディスカッションテーマ：「観光と外交」研究の視座と可能性	【学会誌】 『日本国際観光学会論文集』（1993年～、年1回） ・2024年度 第32号：論文3編、研究ノート6編 『日本国際観光学会自由論集』（2017年～、年1回） ・2024年度 自由論集第8号 【大会論文集】 『全国大会梗概集』（2001年～、年1回発行） ・2024年度 第28回全国大会梗概集
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　220名 ○学生会員　13名 ○名誉会員　7名 （2025年8月時点）	【会長】 藤井享（豊橋技術科学大学総合教育院） 【本部／事務局】 江戸川大学 社会学部 崎本武志研究室内 【支部】 北海道支部、関東支部、関西支部、九州支部	○全国大会（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） ・2024年度（第32回）大会 ・統一論題：我が国の観光政策とホスピタリティ産業の現場 ○研究発表会	【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） ・2024年度 第35号：論文10編、研究ノート1編 『INTERNATIONAL JOURNAL OF JAPAN ACADEMIC SOCIETY OF HOSPITALITY MANAGEMENT』（2012年～、年1回（2013年は年2回）） ・2024年度 Vol.11 No.1：論文7編
7	観光まちづくり学会 The Society of Tourism and Community Design 〇正会員　104名 （個人会員101名、法人会員3名） 〇学生会員　4名 〇名誉会員　6名 （2025年4月1日時点）	【会長】 深田秀実（青森公立大学） 【本部事務局】 公立大学法人青森公立大学経営経済学部 深田研究室内 【支部】 北海道支部（2008年～）	○観光まちづくり学会いわき大会（役員会、会員総会、研究発表会、情報交換会、エクスカーション等）	【学会誌】 『観光まちづくり学会誌』（2003年～、年1回） ・2024年度 Vol.18－21合併号：論文6編、研究ノート1編 【大会論文集】 なし（学会誌及び学会のウェブサイトに掲載）
8	日本観光ホスピタリティ教育学会 The Japanese Society of Tourism and Hospitality Educators（JSTHE） 〇正会員　191名 〇準会員　5名 〇特別会員　2団体 〇名誉会員　3名 （2025年8月時点）	【会長】 中村哲（玉川大学） 【事務局】 杏林大学 観光交流文化学科 古本泰之研究室内 【支部】 なし	○全国大会（年1回、研究報告、教育実践報告、シンポジウム、ワークショップ等） ・2024年度（第24回）大会 ・大会テーマ：大阪・関西万博を契機とした新たな観光ホスピタリティ教育のデザイン ○総会・シンポジウム（年1回） ○研究会（年2回）	【学会誌（機関誌）】 『観光ホスピタリティ教育』（2006年～、年1回） ・2024年度 発刊なし （発刊時期変更、2025年中に第18号を発行予定） 【大会論文集】 『全国大会発表要旨集』（年1回）

	学会名・会員数（2025年度）	会長、本部／事務局、支部（2025年度）	大会や研究会等（2024年度）	学会誌（機関誌）、大会論文集（2024年度）
9	特定非営利活動法人観光情報学会 Society for Tourism Informatics（STI） ○正会員 151名 ○学生賛助会員 38名 ○ゴールド賛助会員 4名 ○個人賛助会員 5名 ○企業・団体会員A 2団体 ○企業・団体会員B 6団体 （2025年8月時点）	【会長】 鈴木恵二（公立はこだて未来大学） 【事務局】 北海道情報大学 情報メディア学部 斎藤一研究室内 【支部】 なし	○全国大会（年1回、基調講演、パネル討論、学術講演セッション、総会等） ・2024年度（第20回）大会 ○研究発表会（年2回、研究発表、エクスカーション） ○オーバーツーリズム研究会	【学会誌】 『観光と情報』（2005年度～、年1回） ・2024年度 第20巻：特集（AI革命による観光の変革）3編、学術研究論文5編 【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）
10	コンテンツツーリズム学会 The Academy of Contents Tourism（ACT） ○正会員 121名 うち学生会員（大学院生・大学生） 36名 （2025年8月時点）	【会長】 増淵敏之（法政大学文学部／法政大学大学院） 【事務局】 文教大学 国際学部 清水麻帆研究室内 【支部】 なし	○論文発表大会（年1回、基調講演、論文発表等） ・2024年度（第12回）大会・基調講演：「アニメコンテンツを活用したまちづくり」頼重秀一（沼津市長） ・論文発表大会 ○シンポジウム（年1回）コンテンツツーリズム学会・久留米大学経済学部共催 ・2024年度テーマ：地域の物語をめぐる ー基調講演1：「地域の持続可能性とツーリズムー筑後川流行での実践から」駄田井正（久留米大学名誉教授） ー基調講演2：「久留米とコンテンツツーリズムー野田宇太郎を中心に」増淵敏之（法政大学大学院教授） ーパネルディスカッション ○「江戸川乱歩保作品を巡る」街歩きツアー ○研究会（不定期開催）	【学会誌】 『コンテンツツーリズム学会論文集』（2014年度～、年1回） ・2024年度 Vol.12：論文1本、調査報告1本、書評2本、特集「静岡県沼津市×ラブライブ！サンシャイン!!」頼重市長の寄稿を含め3本
11	観光学術学会 Japan Society for Tourism Studies（JSTS） ○名誉会員 1名 ○正会員（一般） 351名 ○正会員（大学院生） 79名 ○正会員（シニア） 7名 ○機関会員 7機関 （2025年9月1日時点）	【会長】 遠藤英樹（立命館大学） 【事務局】 （有）CR-ASSIST（大阪府） 【支部】なし	○全国大会（年1回、シンポジウム、フォーラム、一般研究発表、大学院生育成セミナー、学生ポスターセッション等） ・2024年度（第13回）大会 ・大会シンポジウムテーマ：観光とヘリテージの相互作用は何を生み出すのか ・フォーラムテーマ：万博に向けてグレーターミナミ構想で大阪府南部を活性化する戦略 ○研究集会（年1回、シンポジウム、大学院生育成セミナー） ・2024年度（第12回）研究集会 ・シンポジウムテーマ：観光と文学―虚構と現実を創造する力の可能性を問い直す	【学会誌】 『観光学評論』（2012年度：年1回、2013年度～：年2回） ・2024年度 Vol.12 No.2：原著論文1編、展望論文1編、萌芽論文1編、特集論文（ジェンダーとツーリズム―多角的な視座の探究）4編 Vol.13 No.1：原著論文2本、特集論文（観光とヘリテージの相互作用の行方）論文4編 【大会論文集】 『全国大会発表要旨集』（2012年度～、年1回）
12	一般社団法人日本観光経営学会 The Japan Society of Tourism Business Research（JSTBR） ○正会員 151名 ○準会員 25名 （2025年6月時点）	【会長】 西村典芳（流通科学大学） 【事務局】 立命館大学大学院 経営管理研究科 大島知典研究室内 【支部】 なし	○観光経営カンファレンス ・2024年度 ・大会テーマ：これからの観光人材育成と観光経営 ○次世代観光経営フォーラム ○研究会 ・テーマ：大阪・関西万博の最新情報と地域観光へのインパクト	【学会誌】 『観光マネジメント・レビュー “Japan Tourism Management Review”』（2021年度～、年1回） ・2024年度 5巻：研究論文1編、実践研究論文5編、実践報告1編、フォーラム1編、学会報告3編

（注）日本学術会議のウェブサイトに掲載されている「日本学術会議協力学術研究団体」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み観光研究を行う団体を「国内の観光関連学会」として抽出した。日本健康レクリエーション学会は、健康、医療、看護、介護、教育を主な研究領域としていることから対象外とした。

資料：各学会のウェブサイト、各学会への聞き取り調査をもとに（公財）日本交通公社作成（2025年9月時点）

表 付記-2　科学研究費「観光学関連」等の新規採択研究課題（2024年度～）

	研究課題名	研究種目	研究機関
1	自然観光地を対象としたオーバーツーリズムを抑制する政策手法の比較分析	基盤研究（B）	九州大学
2	感染症拡大と気候変動を受けたルーラルツーリズム実践者の意識と行動の変化	基盤研究（B）	帝京大学
3	地域観光政策評価技術のイノベーション―人流等ビッグデータによる政策効果の因果推論	基盤研究（B）	東京都立大学
4	広域周遊観光における移動等のアクセシビリティの連続性と連携に関する実証研究	基盤研究（B）	東北福祉大学
5	ゼロカーボン観光交通の確立に向けて―GHG排出量と再生可能エネルギー利用率の考慮―	基盤研究（B）	東洋大学
6	衰退観光地のリノベーションに向けた計画論的研究	基盤研究（B）	東洋大学
7	観光人流データを活用した障がい者の移動と環境負荷に対する基盤的研究	基盤研究（B）	横浜市立大学
8	シニアツーリズムにおける心理的機能　ー CREモデルの検証ー	基盤研究（B）	立教大学
9	「匂い環境」による観光体験の質的向上と観光地域計画への応用に関する研究	基盤研究（B）	立教大学
10	ツーリズム・モビリティーズの現在・課題・可能性――地域の持続可能性を志向する研究	基盤研究（B）	立命館大学
11	リジェネラティブ論に基づくデスティネーション・ウェルビーイング評価モデル構築と実践	基盤研究（B）	和歌山大学
12	暗黙知習得プロセスに着目した中小規模旅館における体系的な人材育成モデルの探求	基盤研究（C）	愛知淑徳大学
13	観光者の問題行為としてのリスクテイキング行動に関する研究	基盤研究（C）	愛知東邦大学
14	地図に描かれた熱帯とヴァナキュラーな風景の生成に関する観光資源論的研究	基盤研究（C）	亜細亜大学
15	農泊の地域運営化と多様性対応による持続的発展への転換過程と支援方策	基盤研究（C）	宇都宮大学
16	観光・まちづくりにおける「ご当地スポーツ」の価値・資源性に関する研究	基盤研究（C）	大阪成蹊大学
17	コンテンツツーリズムの「集合知」を形成する「解釈共同体」の実態調査研究	基盤研究（C）	大手前大学
18	観光地域づくりに参画する企業の社会的効用と自社経営への影響分析	基盤研究（C）	岡山理科大学
19	The Smart Tourism Experience: A Tourist-Centric Conceptualization and Empirical Investigation	基盤研究（C）	小樽商科大学
20	日本の地域貢献型DMO形成に向けた必須KPIへのアプローチー混合研究法を用いてー	基盤研究（C）	開志専門職大学
21	Antecedents and consequences of cruise travel experience: Identifying contributors to well-being of cruise tourists.	基盤研究（C）	金沢大学
22	本物体験につながるストーリーの解明：ジオパークにおける本物体験の検証とモデル構築	基盤研究（C）	金沢大学
23	訪日ベジタリアン旅行者の日本における食の満足度とニーズの解明	基盤研究（C）	金沢大学
24	厳冬期に観察される未知なる自然光学現象のメカニズム解明とその観光資源化	基盤研究（C）	北見工業大学
25	高関与消費者による観光行動の分析ー態度形成メカニズムの解明ー	基盤研究（C）	九州産業大学
26	持続可能な観光まちづくりに向けた価値創出を促すリーダーシップに関する研究	基盤研究（C）	九州産業大学
27	ツアー参加者の語りと商品分析からLGBTツーリズムの有用性を探る	基盤研究（C）	共栄大学
28	観光倫理学の発展に向けた理論的基盤の強化及び理論活用・教育手法の洗練に関する研究	基盤研究（C）	京都外国語大学
29	地域の観光人材育成と新たな「観光ネクサス」の生成に寄与する「地域芸術祭」の研究	基盤研究（C）	京都文教大学

	研究課題名	研究種目	研究機関
30	バリ島の外庭テラジャカンの保全と活用：持続可能な観光産業の発展に向けた総合的分析	基盤研究(C)	公立鳥取環境大学
31	文化観光のエコシステム成立に係るメディエーターの役割	基盤研究(C)	城西大学
32	抵抗の手段としての観光資源化とその過程　鞆の浦架橋埋め立て問題を事例として	基盤研究(C)	仁愛大学
33	観光税の現状と課題について租税理論からの分析	基盤研究(C)	大東文化大学
34	引退競走馬の観光利活用の可能性	基盤研究(C)	多摩大学
35	文化遺産と防災：観光地における避難情報の伝達と防災拠点の計画に向けた実証研究	基盤研究(C)	帝京平成大学
36	国際観光・イベント振興における外交的側面に関する観光学的研究	基盤研究(C)	東海大学
37	ポストコロナ時代の劇場活用による地域再生	基盤研究(C)	東京藝術大学
38	自律的な地域参画を育むデジタル市民参加プラットフォームにおける評価指標の研究	基盤研究(C)	東京都市大学
39	観光地誘致圏の時空間特性を把握する探索的分析技術と動的可視化手法の構築	基盤研究(C)	東洋大学
40	18世紀英国風景画と自然保護の関係性評価―観光における芸術と自然の融合を目指して	基盤研究(C)	東洋大学
41	リノベーション型観光に現れる社会意識の国際比較調査に基づく観光社会学	基盤研究(C)	獨協大学
42	国立公園におけるCultural Landscape評価方法の確立に向けた全国観光資源台帳研究	基盤研究(C)	長野大学
43	視線解析と感性評価による観光行動メカニズムの解明	基盤研究(C)	名古屋経済大学
44	観光行動の生涯発達に関する基礎的研究 ―心理尺度開発と横断的調査による検討―	基盤研究(C)	新潟大学
45	整備・活用に関わるアクターから考える史跡の観光活用プロセスに関する研究	基盤研究(C)	阪南大学
46	高度経済成長期における温泉地発展のメカニズムに関する歴史研究	基盤研究(C)	一橋大学
47	テキストマイニングを用いたレビュー分析にみる観光地へのニーズと影響要因	基盤研究(C)	広島修道大学
48	海外における観光目的税の制度設計並びにそれが地域の観光経済に資する効果の検討	基盤研究(C)	北海道大学
49	AIチャットボットを活用したサービスリカバリー戦略：ホスピタリティ業界を対象として	基盤研究(C)	北海道大学
50	北方圏における国内観光振興を通じた先住民文化の啓発の可能性と課題	基盤研究(C)	北海道大学
51	アニメ・キャラクターコンテンツのローカル化を通じた持続的な地域振興に関する研究	基盤研究(C)	宮城学院女子大学
52	映像と音響の融合VR・ARによる超高臨場感バーチャル観光システム	基盤研究(C)	宮崎大学
53	「観光による地域活性化」にむけた顧客志向の受容プロセスの解明	基盤研究(C)	山口大学
54	観光旅行における事故・災害リスク低減のための情報システムアーキテクチャの研究	基盤研究(C)	大和大学
55	ドイツ・オーストリアの観光における「音楽」と「自然」の相関性に関する文化史的研究	基盤研究(C)	横浜国立大学
56	ユーラシアにおけるツーリズム・モビリティーズの現代的展開に関する研究	基盤研究(C)	立教大学
57	持続可能な観光のための環境保全と観光活用を統合した地域ゾーニングシステムの構築	基盤研究(C)	立教大学
58	現代のヘリテージ化における観光の影響に関する研究 ―近代産業遺産を事例に―	基盤研究(C)	立命館大学
59	島嶼観光地域における観光と環境の統合的マネジメント	基盤研究(C)	琉球大学
60	リジェネラティブ再生デザインによるウェルネスツーリズム定義とモデル開発	基盤研究(C)	琉球大学
61	観光混雑における移動経路の分散に向けた情報提供のあり方と移動性の向上に関する研究	基盤研究(C)	龍谷大学
62	観光まちづくりを実践するための効果的手法の開発に関する研究	基盤研究(C)	和歌山大学
63	多様なステークホルダーによる海外ボランティア・ツーリズムの協働評価枠組みの構築	基盤研究(C)	和歌山大学
64	観光地域マネジメント推進体制における森林空間利用の進展と課題	基盤研究(C)	和歌山大学
65	地域創生の担い手形成に対する労働・余暇関係論からのアプローチ	若手研究	大阪観光大学
66	AIを活用した持続可能な地域モビリティ確保のための公共交通施策の提案と評価	若手研究	大阪産業大学
67	ライフスタイル移住プロセスモデル構築に関する研究	若手研究	沖縄国際大学
68	OTTサービス・コンテンツ経験による文化的親近性とデスティネーション信頼との関係	若手研究	沖縄国際大学
69	統計ミクロデータを活用した訪日外国人観光客の周遊パターンモデル開発に関する研究	若手研究	金沢大学
70	訪日外国人スポーツツーリストの意識変化と行動変容に関する実証研究	若手研究	公立小松大学
71	経験サンプリング法を用いた観光経験の縦断的な効果検証	若手研究	埼玉学園大学
72	事前期待と満足に着目したZ世代旅行者の観光心理過程の解明	若手研究	埼玉大学
73	観光地マーケティングにおけるベスト・ワースト・スケーリングの活用に関する研究	若手研究	高崎経済大学
74	周縁地域の持続可能な観光産業に向けたバンドル商品開発	若手研究	東京都立大学
75	国境地域における国際交流と観光の役割に関する研究	若手研究	同志社女子大学
76	PDCAサイクル確立に向けたWebデータに基づく宿泊実態の解明および地域性の分析	若手研究	日本大学
77	The Implementation of Sustainable Wine Tourism in Japan and Canada	若手研究	法政大学
78	フランスの山岳地域における脱ツーリズムの展開に関する研究	若手研究	北海道大学
79	人口減少問題に対する観光振興政策の効果に関する研究 ―神奈川県三浦市を事例として―	若手研究	明治大学
80	観光の場における「ホスト／ゲスト」の流動化に関する社会学的研究	若手研究	立教大学
81	Exploring Hotel Customer Experiences in Japan via Big Data and Large Language Model Analysis	若手研究	立命館アジア太平洋大学
82	景観に着目した地理空間と来訪者意識の分析による御嶽の観光管理・活用の検討	若手研究	琉球大学
83	多目的地旅行における観光スポットの体験的・感情的特性と選択の関係	若手研究	琉球大学

(注)研究期間の開始年度が2024年度で、審査区分が「小区分80020：観光学関連」の83件を対象としている。

資料：科学研究費助成事業データベースをもとに(公財)日本交通公社作成

表 付記-3　科学研究費「観光学関連」の新規採択件数が2件以上の研究機関(2024年度)

研究機関	採択件数	研究種目	総配分額(千円)
沖縄国際大学	2	若手：2	7,800
金沢大学	4	基盤C：3、若手：1	16,900
九州産業大学	2	基盤C：2	7,800
東京都立大学	2	基盤B：1、若手：1	22,750
東洋大学	4	基盤B：2、基盤C：2	44,720
北海道大学	4	基盤C：3、若手：1	15,990
立教大学	5	基盤B：2、基盤C：2、若手：1	47,580
立命館大学	2	基盤B：1、基盤C：1	18,850
琉球大学	4	基盤C：2、若手：2	15,600
和歌山大学	4	基盤B：1、基盤C：3	28,990

(注)研究期間の開始年度が2024年度で、審査区分が「小区分80020：観光学関連」の83件を対象としている。

資料：科学研究費助成事業データベースをもとに(公財)日本交通公社作成

資料編

資料-1　旅行年表 …… 208

一般社会・海外情勢
観光行政
旅行・観光地動向、イベント動向
宿泊施設・観光施設等のオープン
交通・運輸
旅行業

資料-2　付属統計表 …… 212

経済関連指標
旅行・観光関連産業（旅行業・宿泊業・運輸業）
国内旅行動向
海外旅行動向
訪日旅行動向

資料-1　旅行年表

（2024年1月～9月）

月日	一般社会・海外情勢
1.1	石川県能登地方で震度7の地震発生。能登地方に大津波警報
1.2	羽田空港で日本航空機と海上保安庁機が衝突炎上
1.7	宮﨑駿監督の「君たちはどう生きるか」が米ゴールデングローブ賞のアニメ映画賞を受賞
1.11	日経平均株価が約34年ぶりに3万5,000円台を回復
1.13	台湾総統選、与党・民進党の頼清徳氏が当選
1.18	田村智子政策委員長が女性初の共産党委員長に就任
1.20	JAXAの小型無人探査機「SLIM」が日本初の月面着陸に成功
2.6	指揮者の小澤征爾さんが死去
2.8	将棋の第73期王将戦で藤井聡太八冠が防衛に成功
2.15	内閣府が2023年の名目GDP速報値を発表。ドイツに抜かれて世界4位に
2.15	のと鉄道、一部運転再開
2.17	国産新型ロケット「H3ロケット」の2号機の打ち上げ成功
2.22	日経平均株価が34年2か月ぶりに史上最高値を更新
2.23	天皇陛下の64歳の誕生日。希望者が入場できる形での一般参賀実施は4年ぶり
2.25	東京都庁でプロジェクションマッピング。常設の世界最大建築物投影としてギネス世界記録認定
2.29	米大リーグの大谷翔平選手が結婚を発表
3.1	「ドラゴンボール」の作者で漫画家の鳥山明さんが死去
3.4	日経平均株価が史上初の4万円台で取引終了
3.11	米アカデミー賞で「ゴジラ－1.0」が視覚効果賞、「君たちはどう生きるか」が長編アニメーション賞を受賞
3.16	北陸新幹線が金沢から敦賀まで延伸開業
3.21	米大リーグ・大谷翔平選手の通訳・水原一平氏を違法なスポーツ賭博への関与疑惑で解雇
3.22	小林製薬が紅麹の成分を含んだサプリメントの摂取による健康被害があったとして5製品を自主回収すると発表
3.22	天皇皇后両陛下が令和6年能登半島地震の避難所を訪問
3.23	フィギュアスケート世界選手権で、坂本花織選手が女子では56年ぶりの3連覇
3.27	円相場が一時1ドル151円97銭まで下落、34年ぶりの円安水準
3.29	JR東海がリニア中央新幹線の品川～名古屋間2027年開業を断念
4.2	静岡県の川勝平太知事が辞意を表明
4.3	台湾でマグニチュード7.2の地震発生
4.4	自民党が塩谷立元総務会長と世耕弘成前参院幹事長に離党勧告
4.6	のと鉄道が全線で運転再開
4.8	ライドシェアが東京等で開始
4.10	岸田首相がアメリカのバイデン大統領とワシントンD.C.で首脳会談
4.13	米USスチールの臨時株主総会で日本製鉄による買収計画を可決
4.20	海上自衛隊のヘリコプター2機が伊豆諸島・鳥島の沖合で墜落
4.21	ピアニストのフジコ・ヘミングさんが死去
4.23	麻生太郎自民党副総裁がアメリカ・ニューヨークでトランプ前大統領と会談
4.28	衆院3補選、自民党全敗
5.6	ボクシングスーパーバンタム級統一王者の井上尚弥選手が王座防衛
5.8	トヨタ自動車が3月期決算で日本企業で初めて営業利益5兆円超
5.14	シャープがテレビ用液晶パネル生産からの撤退を発表
5.17	つばさの党代表ら3人を公職選挙法違反容疑で逮捕
5.19	イランのライシ大統領がヘリコプター事故で死亡
5.21	富士山の撮影ポイントになっていたコンビニエンスストア対面の歩道に目隠し用の黒幕を設置
5.26	静岡県知事選で鈴木康友前浜松市長が初当選
5.27	韓国・ソウルで日中韓首脳会談が約4年半ぶりに開催
6.3	全米女子オープンゴルフで笹生優花選手が2度目の優勝
6.5	児童手当の大幅拡充が柱の「改正子ども・子育て支援法」が成立
6.9	インドのモディ首相、3期目就任
6.13	日本郵便が10月1日から郵便料金を値上げすると発表
6.13	イタリア南部ファサーノで先進7か国首脳会議（G7サミット）開催
6.20	東京都知事選が告示。候補者数は56人
6.20	将棋の伊藤匠七段が藤井聡太八冠を敗り叡王位獲得
6.25	訪英中の天皇陛下にイギリス最高位のガーター勲章授与
7.3	最高裁、旧優生保護法を「違憲」とし、原告側が全面勝訴
7.3	日本銀行が20年ぶりに新紙幣を発行
7.7	東京都知事選で、小池百合子氏が3選
7.11	日経平均株価が初の4万2,000円台超えで史上最高値に
7.12	自衛隊「特定秘密」不正等で218人処分
7.14	アメリカのトランプ前大統領が演説中に銃撃され負傷
7.22	バイデン大統領がアメリカ大統領選挙から撤退表明
7.25	日経平均株価が3万7,000円台に急落
7.27	パリ五輪開幕
7.27	「佐渡島の金山」の世界文化遺産への登録が決定
7.30	パリ五輪で体操男子が団体総合で金メダル
8.5	日経平均株価の暴落。過去最大の下げ幅
8.8	気象庁が初の「南海トラフ地震臨時情報（巨大地震注意）」を発表
8.11	パリ五輪で陸上女子やり投げの北口榛花選手が金メダル
8.12	パリ五輪閉幕。日本は海外の夏季五輪では過去最多のメダル45個を獲得
8.14	岸田首相が自民党総裁選不出馬を表明
8.24	米大リーグ・ドジャースの大谷翔平選手が40本塁打・40盗塁を達成
8.26	中国軍機1機が長崎県・男女群島沖の領空を侵犯
9.16	米エミー賞で『SHOGUN 将軍』が作品賞等18部門を受賞
9.18	中国・深圳市で日本人学校の男児が男に刃物で刺され死亡
9.18	2022年4月に起きた知床観光船事故で桂田精一社長を逮捕
9.19	兵庫県知事の斎藤元彦氏に対する不信任決議案が可決
9.20	ドジャースの大谷翔平選手が米大リーグ史上初の50-50を達成
9.21	能登半島地震の被災地で記録的大雨
9.23	ロシア軍機が領空侵犯、自衛隊が初のフレア警告
9.23	立憲民主党の新代表に野田元首相が就任
9.24	東京大学が20年ぶりに授業料値上げを決定
9.27	自民党総裁選挙で石破茂氏を新総裁に選出

月日	観光行政
1.11	観光庁及び文化庁、「スポーツ文化ツーリズムアワード2023」の受賞団体を発表
1.18	観光庁、第1回「観光地域づくり法人の機能強化に関する有識者会議」を開催
1.20	文化庁及び（独法）奈良文化財研究所国宝キトラ古墳壁画及び国宝高松塚古墳壁画修理作業室を公開
1.26	文化庁、2023年度におけるユネスコ無形文化遺産として、「書道」、「和紙：日本の手漉和紙技術」、「山・鉾・屋台行事」、「伝統建築工匠の技：木造建造物を受け継ぐための伝統技術」」の提案を決定
1.26	「ASEAN＋3観光大臣会合」に國場幸之助国土交通副大臣が出席
1.27	文化庁、「和食ユネスコ無形文化遺産登録10周年記念セミナー」を開催
2.6	観光庁、「DMO全国会議」を開催
2.8	観光庁、「地域活性化のための観光教育推進事業」全国シンポジウムを開催
2.10	文化庁及び日本遺産連盟、「日本遺産の日」記念シンポジウム等を開催
2.13	観光庁、「北陸応援割」の概要を発表
2.19	観光庁、「第2のふるさとづくり自治体向けセミナー」を開催
2.22-24	観光庁、フランス・パリで訪日観光プロモーションイベントを開催
2.27	観光庁、多様な食習慣等を有するインバウンドの「受入対応促進セミナー」を開催
3.5	観光庁、「観光分野のDX推進に向けた優良事例集 ～地域一体で進める観光DX～」を作成
3.7	第2回「日土観光交流促進協議会」の開催
3.12	観光庁、第2回「観光地域づくり法人の機能強化に関する有識者会議」を開催
3.15	観光庁、「海外教育旅行シンポジウム」を開催
3.18	観光庁、「持続可能な観光にかかる旅行商品の造成に向けたラベルインデックス」を更新
3.18	観光庁、「宿泊施設向け国際基準に対応した持続可能な観光にかかる取組事例集」を作成
3.21	観光庁、旧安田楠雄邸庭園の未公開エリアを含めたガイドツアーを観光業界関係者・報道関係者向けに実施
4.1	観光庁、「観光地域づくり法人（DMO）による観光地経営ガイドブック」を作成
4.5	観光庁、これまでの「訪日外国人消費動向調査」を「インバウンド消費動向調査」とし、個票データの利活用を可能に
4.17	観光庁、「観光圏整備実施計画」4地域を認定
5.2	観光庁及び日本政府観光局、フランス・パリで日仏観光イベントを開催
5.5	観光庁、アメリカ・ロサンゼルスでの日米観光シンポジウムに出席するとともに北陸プロモーションイベントを開催
5.8	観光庁、第1回「地方部における観光コンテンツの充実のためのローカルガイド人材の持続的な確保・育成に向けた有識者会議」を開催
5.17	観光庁、第3回「観光地域づくり法人の機能強化に関する有識者会議」を開催
5.22	観光庁、第2回「地方部における観光コンテンツの充実のためのローカルガイド人材の持続的な確保・育成に向けた有識者会議」を開催
5.29	観光庁、第3回「地方部における観光コンテンツの充実のためのローカルガイド人材の持続的な確保・育成に向けた有識者会議」を開催
6.4	観光庁、「旅行業界のための旅行安全マネジメントのすすめ」を改訂
6.18	「令和6年度版観光白書」の閣議決定
6.19	観光庁、第4回「地方部における観光コンテンツの充実のためのローカルガイド人材の持続的な確保・育成に向けた有識者会議」を開催
6.28	観光庁、「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」を更新
7.4	観光庁、「海外教育旅行の導入におけるマッチング事業（学校・地方公共団体×旅行会社）」の説明会を実施
7.5	観光庁、第4回「観光地域づくり法人の機能強化に関する有識者会議」を開催
7.22	観光庁、「地方部における観光コンテンツの充実のためのローカルガイド人材の持続的な確保・育成に向けた有識者会議」の中間とりまとめを公表
7.23	文化庁、2024年度における「日本遺産」の総括評価・継続審査の結果を発表
7.27	文化庁及び（独法）奈良文化財研究所、国宝キトラ古墳壁画及び国宝高松塚古墳壁画修理作業室を公開
7.27	「佐渡島の金山」に係る世界遺産委員会決議
7.31	環境省、第17回「「チーム 新・湯治」セミナー～「泊食分離」が生み出す温泉地の新たなつながり・にぎわい創造～」を開催
8.6	文化庁、文化観光推進法に基づく計画を認定
8.28	文化庁、「古墳壁画の保存活用に関する検討会」（第35回）を開催
8.29	観光庁、第46回特定複合観光施設区域整備計画審査委員会の資料を掲載
9.9	文化庁文化審議会、2024年度における世界文化遺産の推薦候補について答申
9.10	観光庁、第10回「日中韓観光大臣会合」を兵庫県神戸市にて開催
9.13	環境省、エコツーリズム推進法に基づく全体構想として、「乗鞍岳エコツーリズム推進全体構想」を新たに認定
9.21	G20観光大臣会合に堂故副大臣が出席。持続可能な開発目標（SDGs）の達成を目指し、ベレン宣言を採択
9.25	観光庁、第5回「観光地域づくり法人の機能強化に関する有識者会議」を開催
9.26	観光庁、「日・ブルガリア間の観光分野における協力覚書」を締結
9.27	観光庁、高付加価値旅行者の誘客に向けて集中的な支援等を行うモデル観光地3地域を追加選定
9.27	文化庁、「日本遺産オフィシャルパートナーシッププログラム締結式」（第1回）を開催
9.30	観光庁、広島県福山市を国際会議観光都市として認定

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	東京消防出初式（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）
1.14	第38回白川郷ライトアップイベント（岐阜県白川村）開催（1.14／1.21／1.28／2.4／2.12／2.18）
1.19	第29回神戸ルミナリエ（兵庫県神戸市）開催（～1.28）
1.27	2024 千歳・支笏湖 氷濤まつり（北海道千歳市）開催（～2.25）〔高気温のため2.13をもって中止〕
1.28	第69回伊豆大島 椿まつり（東京都大島町 伊豆大島）開催（～3.24）
2.1	第34回河津桜まつり（静岡県河津町）開催（～2.28）
2.4	第74回さっぽろ雪まつり（北海道札幌市）開催（～2.11）
2.9	第61回なまはげ柴灯まつり（秋田県男鹿市）開催（～2.11）
2.9	長崎ランタンフェスティバル（長崎県長崎市）開催（～2.25）
3.2	第38回 マイナビ 東京ガールズコレクション 2024 SPRING/SUMMER（東京都渋谷区）開催
3.3	東京マラソン2024（東京都新宿区、千代田区ほか）開催
3.15	東京・春・音楽祭2024（東京都台東区）開催（～4.21）
3.20	2024年 神保町さくらみちフェスティバル 春の古本まつり（東京都千代田区）開催（～3.24）
3.23	AnimeJapan 2024（東京都江東区）開催（～3.24）
3.29	第99回高田城址公園観桜会（新潟県上越市）開催（～4.14）
4.12	弘前さくらまつり（青森県弘前市）開催（～5.5）
4.19	砂の美術館第15期展示（鳥取県鳥取市）開催（～2025.1.5）
4.20	島ぜんぶでおーきな祭-第16回沖縄国際映画祭-（沖縄県那覇市、北中城村ほか）開催（～4.21）
4.27	びわ湖の春 音楽祭2024（滋賀県大津市）開催（～4.28）
4.29	第29回宮崎国際音楽祭（宮崎県宮崎市）開催（～5.19）
5.3	第63回博多どんたく港まつり（福岡県福岡市）開催（～5.4）
5.3	ラ・フォル・ジュルネ TOKYO 2024（東京都千代田区ほか）開催（～5.5）
5.3	2024ひろしまフラワーフェスティバル（広島県広島市）開催（～5.5）
5.11	第24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（～6.15）
5.15	葵祭（京都府京都市）開催
5.18	第40回仙台・青葉まつり（宮城県仙台市）開催（～5.19）
6.1	貴船祭（京都府京都市）開催
6.1	第43回横浜開港祭（神奈川県横浜市）開催（～6.2）
6.5	熱田神宮例祭（愛知県名古屋市）開催
6.5	第33回YOSAKOIソーラン祭り（北海道札幌市）開催（～6.9）
6.8	東北絆まつり2024仙台（宮城県仙台市）開催（～6.9）
6.21	100万人のキャンドルナイト@増上寺2024（東京都港区）開催
6.28	東京アウトドアショー2024（東京都江東区）開催（～6.30）
7.1	博多祇園山笠（福岡県福岡市）開催（～7.15）
7.14	祇園祭前祭宵山（京都府京都市）開催（～7.16）
7.19	第45回霧島国際音楽祭2024（鹿児島県霧島市、鹿児島市ほか）開催（～8.4）
7.24	天神祭（大阪府大阪市）開催（～7.25）
7.26	FUJI ROCK FESTIVAL '24（新潟県湯沢町）開催（～7.28）
8.1	弘前ねぶたまつり（青森県弘前市）開催（～8.7）
8.1	KANSAI COLLECTION 2024 AUTUMN&WINTER（大阪府大阪市）開催
8.2	青森ねぶた祭（青森県青森市）開催（～8.7）
8.2	長岡まつり大花火大会（新潟県長岡市）開催（～8.3）
8.3	秋田竿燈まつり（秋田県秋田市）開催（～8.6）
8.3	ROCK IN JAPAN FESTIVAL 2024（千葉県千葉市）開催（8.3／8.4／8.10／8.11／8.12）
8.5	第62回山形花笠まつり（山形県山形市）開催（～8.7）
8.6	仙台七夕まつり（宮城県仙台市）開催（～8.8）
8.9	第71回よさこい祭り（高知県高知市）開催（～8.12）
8.9	2024セイジ・オザワ　松本フェスティバル（OMF）（長野県松本市）開催（～9.4）
8.10	富士山河口湖音楽祭2024（山梨県富士河口湖町）開催（～8.24）
8.11	徳島市阿波おどり（徳島県徳島市）開催（～8.15）
8.11	コミックマーケット104（東京都江東区）開催（～8.12）
8.16	RISING SUN ROCK FESTIVAL 2024 in EZO（北海道石狩市）開催（～8.17）
8.16	京都五山送り火と嵐山灯籠流し（京都府京都市）開催
8.17	第44回草津夏期国際音楽アカデミー＆フェスティヴァル（群馬県草津町）開催（～8.30）
8.24	神戸六甲ミーツ・アート2024 beyond（兵庫県神戸市）開催（～11.24）
9.1	MACHI LIBRARY BOOK FESTA JAPAN 2024（北海道千歳市ほか）開催（～10.31）
9.1	おわら風の盆（富山県富山市）開催（～9.3）
9.7	第39回マイナビ東京ガールズコレクション2024 AUTUMN/WINTER（埼玉県さいたま市）開催
9.7	30th Sunset Live 2024-Love & Unity（福岡県糸島市）開催（～9.8）
9.14	鶴岡八幡宮例大祭（神奈川県鎌倉市）開催（～9.16）
9.21	会津まつり（福島県会津若松市）開催（～9.23）
9.21	ベップ・アート・マンス 2024（大分県別府市）開催（～11.10）
9.26	東京ゲームショウ2024（千葉県千葉市）開催（～9.29）

月日	宿泊施設・観光施設等のオープン
1.16	SAPPORO STREAM HOTEL（436室、北海道札幌市）
1.16	SHIBUYA STREAM HOTEL（177室、東京都渋谷区）＊
1.29	光る君へ びわ湖大津 大河ドラマ館（滋賀県大津市）
1.31	都立明治公園（東京都新宿区）
2.1	スヌーピーミュージアム（東京都町田市）＊
2.1	ホテル シギラミラージュ ビーチフロント（54室、沖縄県宮古島市）
2.2	仙石原古今（5室、神奈川県箱根町）＊
2.3	Welina Hotel Premier 大阪なんば（191室、大阪府大阪市）
2.14	アパホテル〈上野 御徒町駅前南〉（182室、東京都台東区）
2.14	湯元「花乃井」スーパーホテル大阪天然温泉（388室、大阪府大阪市）＊
2.18	金沢ゴーゴーカレースタジアム（石川県金沢市）
2.20	ザ ロイヤルパークホテル アイコニック 名古屋（246室、愛知県名古屋市）
2.23	光る君へ 越前 大河ドラマ館（福井県越前市）
2.26	ハイアット ハウス 東京 渋谷（126室、東京都渋谷区）
3.1	彩の国さいたま芸術劇場（埼玉県さいたま市）＊
3.1	VIVOVIVA 石垣島（98室、沖縄県石垣市）
3.7	越前松島水族館 みずだこ館（福井県坂井市）
3.9	芝政ワールド 恐竜の森（福井県坂井市）
3.13	トレインパーク白山（石川県白山市）
3.13	ベストウェスタンプラス名古屋栄（143室、愛知県名古屋市）
3.16	高柳電設工業スペースパーク（郡山市ふれあい科学館）宇宙劇場（福島県郡山市）＊
3.16	ジブリパーク 魔女の谷（愛知県長久手市）
3.19	西武園ゆうえんち 夕陽の丘プレイランド（埼玉県所沢市）
3.22	高松アンパンマン列車ひろば（TAKAMATSU ORNE内）（香川県高松市）
3.22	東横INN小倉駅北口（397室、福岡県北九州市）
3.23	フォレストアドベンチャー・よこはま（神奈川県横浜市）＊
3.23	さがみ湖プレジャーフォレスト もりもりサファリ ぼうけんカート（神奈川県相模原市）
3.29	ダブルツリー by ヒルトン京都駅（266室、京都府京都市）
3.29	コンフォートホテル黒崎（151室、福岡県北九州市）＊
3.30	もてぎ昭和館（栃木県茂木町）
4.1	グランドメルキュール札幌大通公園（294室、北海道札幌市）＊
4.1	札幌市青少年科学館（北海道札幌市）＊
4.1	メルキュール宮城蔵王リゾート&スパ（312室、宮城県蔵王町）＊
4.1	横浜市開港記念会館（神奈川県横浜市）＊
4.1	相模原スポーツ・レクリエーションパーク（神奈川県相模原市）
4.1	メルキュール京都宮津リゾート&スパ（311室、京都府宮津市）＊
4.1	グランドメルキュール淡路島リゾート&スパ（326室、兵庫県南あわじ市）＊
4.1	メルキュール福岡宗像リゾート&スパ（291室、福岡県宗像市）＊
4.1	グランドメルキュール沖縄残波岬リゾート（465室、沖縄県読谷村）＊
4.11	OMO5東京五反田 by 星野リゾート（188室、東京都品川区）
4.20	水木しげる記念館（鳥取県境港市）＊
4.25	界 秋保（49室、宮城県仙台市）
4.26	青森市民美術展示館（青森県青森市）＊
4.26	あおもり縄文ステーション じょもじょも（青森県青森市）
4.26	豊田市博物館（愛知県豊田市）
4.27	有明アーバンスポーツパーク（東京都江東区）
4.29	横浜市歴史博物館 歴史劇場（神奈川県横浜市）＊
4.29	キン肉マンミュージアム in 沼津（静岡県沼津市）
5.1	札幌市交通資料館（北海道札幌市）＊
5.1	ダブルツリー by ヒルトン大阪城（373室、大阪府大阪市）
5.18	橘樹歴史公園（神奈川県川崎市）
5.19	G7広島サミット記念館（広島県広島市）
5.21	札幌市円山動物園 オランウータンとボルネオの森（北海道札幌市）
5.30	ザ ロイヤルパークホテル 銀座6丁目（273室、東京都中央区）
6.1	鵠沼海浜公園 HUG-RIDE PARK（神奈川県藤沢市）
6.1	神戸須磨シーワールドホテル（80室、兵庫県神戸市）
6.1	神戸須磨シーワールド（兵庫県神戸市）
6.6	東京ディズニーシー ファンタジースプリングス（千葉県浦安市）
6.12	キャプション by Hyatt なんば 大阪（167室、大阪府大阪市）
6.18	プリンス スマート イン 名古屋栄（245室、愛知県名古屋市）＊
6.30	カンデオホテルズ大阪枚方（139室、大阪府枚方市）
7.11	志摩グリーンアドベンチャー グランピングフィールド（17室、三重県志摩市）
7.18	NIPPONIA 佐渡相川 金山町（9室、新潟県佐渡市）
7.23	コートヤード・バイ・マリオット札幌（321室、北海道札幌市）
7.23	レクトーレ熱海桃山 SMART（13室、静岡県熱海市）
7.26	バンヤンツリー・東山 京都（52室、京都府京都市）
7.29	7c villa&winery（10室、山梨県富士河口湖町）
7.31	三井ガーデンホテル京都三条プレミア（185室、京都府京都市）
7.31	THE OSAKA STATION HOTEL, Autograph Collection（418室、大阪府大阪市）
8.1	Trail inn 彦根城（30室、滋賀県彦根市）
8.1	ひろしまスタジアムパーク（広島県広島市）
8.1	フォーシーズンズホテル大阪（175室、大阪府大阪市）
8.9	リブマックスリゾート ウポポイ白老温泉（60室、北海道白老町）
8.10	ゆるり箱根 with DOGS（12室、神奈川県箱根町）
9.4	ノボテル奈良（264室、奈良県奈良市）
9.5	界 奥飛騨（49室、岐阜県高山市）
9.6	キャノピー by ヒルトン大阪梅田（308室、大阪府大阪市）
9.6	グラングリーン大阪（大阪府大阪市）
9.9	seven x seven 石垣（121室、沖縄県石垣市）
9.12	ヒルトン京都（313室、京都府京都市）
9.14	日和ステイ京都鴨川（38室、京都府京都市）
9.30	三井ガーデンホテル銀座築地（183室、東京都中央区）

＊リニューアルまたはリブランド

月日	交通・運輸
1.10	吉祥航空 関西－上海（浦東）－海口線を新規開設
1.31	トキエア 新潟－札幌（丘珠）線を新規開設
2.1	スターラックス航空 函館－台北（桃園）線を新規開設
2.2	バティックエア・マレーシア 中部－高雄－クアラルンプール線を新規開設
2.2	ジェットスター航空 関西－ブリスベン線を新規開設
2.9	AirJapan 成田－バンコク（スワンナプーム）線を新規開設
2.11	九州中央道 山都中島西IC～山都通潤橋IC開通
2.22	AirJapan 成田－ソウル（仁川）線を新規開設
3.13	ZIPAIR 成田－バンクーバー線を新規開設
3.15	中央道 双葉SA（上り）先行オープン
3.16	JR東日本 山形新幹線 新車両E8系営業運転開始
3.16	JR西日本 北陸新幹線 金沢～敦賀開業
3.16	名古屋鉄道 河和線 新駅「加木屋中ノ池」開業
3.16	西日本鉄道 天神大牟田線 新駅「桜並木」開業
3.22	首都高速道路 6号三郷線（下り）加平PAリニューアルオープン
3.23	日本海沿岸東北自動車道 遊佐比子IC～遊佐鳥海IC開通
3.23	北大阪急行電鉄 南北線延伸線開業
3.30	JR四国 土讃線 須崎～日下開通100周年
3.31	日本航空 東京（羽田）－ドーハ線を新規開設
3.31	深圳航空 中部－深圳線を新規開設
3.31	ジェットスター・ジャパン 福岡－札幌（新千歳）線を新規開設
4.1	ジェットスター航空 関西－シドニー線を新規開設
4.2	タイ・エアアジア 那覇－バンコク（ドンムアン）線を新規開設
4.6	のと鉄道 令和6年能登半島地震による運転見合わせから全線運転再開
4.6	JR西日本 伯備線特急「やくも」新型車両273系運転開始
4.19	長崎自動車道 大村湾PA（上り）リニューアルオープン
4.21	「みなとオアシス小樽」（北海道小樽市・小樽港）を新規登録
4.23	東北自動車道 上河内SA（上り）リニューアルオープン
4.23	首都圏中央連絡自動車道 坂東PA（内回り）開業
4.23	サンスターライン 長崎県厳原港－韓国釜山港に「パンスター対馬リンク号」を就航
4.24	春秋航空 成田－石家荘線を新規開設
4.26	JR東日本 新駅ビル「JR青森駅東口ビル」開業
4.26	全日空 東京（羽田）－能登線の運航再開
4.26	AirJapan 成田－シンガポール線を新規開設
4.26	トキエア 新潟－仙台線を新規開設
5.1	ユナイテッド航空 東京（羽田）－グアム線を新規開設
5.11	JR西日本 神戸～大阪鉄道開業150周年
5.12	ベトジェットエア 広島－ハノイ線を新規開設
5.30	エアロK 成田－ソウル（仁川）線を新規開設
6.1	JR九州 日豊本線山之口駅新駅舎開業
6.15	東武鉄道 東武宇都宮線 野州大塚駅舎を「いちごカラー」に模様替え、副駅名を「いちご研究所前」に
6.15	JR西日本 381系特急「やくも」定期運行終了
6.28	アメリカン航空 東京（羽田）－ニューヨーク線を新規開設
7.1	吉祥航空 関西－無錫線を新規開設
7.14	「みなとオアシスくまもと」（熊本県熊本市・熊本港）を新規登録
7.18	ジンエアー 高松－ソウル（仁川）線を新規開設
7.19	イースター航空 那覇－ソウル（仁川）線を新規開設
7.25	相模鉄道 いずみ野線ゆめが丘駅直結の大規模複合商業施設「ゆめが丘ソラトス」開業
8.1	スプリング・ジャパン 成田－北京（首都）線を新規開設
8.10	「みなとオアシス#湧くで温泉津」（島根県大田市・温泉津港）を新規登録
9.1	スプリング・ジャパン 成田－大連線を新規開設
9.10	厦門航空 那覇－福州線を新規開設
9.14	ジンエアー 中部－釜山線を新規開設
9.18	アラスカ航空がハワイアン航空の買収を完了
9.20	厦門航空 中部－杭州線を新規開設
9.21	東海航空 成田－常州線を新規開設

月日	旅行業
1.15	阪急交通社、「サステナブルな海外旅行」5コースの販売開始
1.16	日本旅行、「楽天トラベル」でJR新幹線・特急と宿泊施設を組み合わせて予約できる「JR楽パック赤い風船」提供開始
1.17	ベルトラ、JTBと資本業務提携契約締結
1.22	JTB、公式TikTokスタート
1.31	KNT、オストメイトのための温泉日帰りツアー販売開始
1.31	HIS、車椅子利用者向け海外発地発着ツアー提供開始
2.1	HIS、東京・豊洲市場場外に海鮮バイキング店開業
2.8	JTB、韓国・ソウルでの米大リーグ開幕戦公式観戦券付きホスピタリティ・パッケージ独占販売を発表
2.21	JTB、香川県高松市と高松市中央卸売市場を中心とする地域活性化に向けた包括連携協定締結
2.22	HIS、（公財）横浜市スポーツ協会と企業健康経営の推進に関する包括連携協定締結
2.26	KNT-CT、アメリカ・ロサンゼルスで日本米の魅力を発信するおにぎり専門店を常設店舗化
2.29	JTB、「RQ旅館再生ファンド」へのLP出資を決定
3.7	阪急交通社、秋田県と包括連携協定締結
3.15	HIS、東京・豊洲にツーリストインフォメーションセンター開業
3.18	HIS、新規事業として新しい宿泊体験サイト「WOW+」オープン
3.25	HIS、静岡県富士市と地域活性化起業人制度による派遣に関する協定締結
3.25	HIS、外国船「バイキング・クルーズ」初便の貸切ツアー商品の販売を発表
4.1	阪急交通社、三重県に四日市営業所開設
4.11	JTBグループ、環境省推進の「エコ・ファースト企業」認定取得
4.22	KNT-CT、「チル」に特化したウェブメディア「Chill+」開設
4.22	日本旅行、北海道で民間宇宙開発を学ぶツアー販売開始
4.24	JR東びゅう、鉄道に特化した「びゅう鉄」ブランドの立ち上げを発表
4.25	JTB、山梨県笛吹市の「FUJIYAMAツインテラス」に観光交流拠点オープン
4.30	HIS、香川県東かがわ市と地域活性化起業人制度による派遣に関する協定締結
5.1	KNT、千葉県九十九里町と観光振興及び地域活性化に関する包括連携協定締結
5.1	東京トラベルパートナーズ、高齢者向けの参加型旅番組「旅介TV」の放送開始
5.13	JTB、地方自治体向け観光プロモーション支援サービス「AITでまちあげ」提供開始
5.17	JR東日本びゅうツーリズム＆セールス、ベルトラとの協業開始を発表
5.20	日本旅行、台湾の静宜大學と包括連携協定締結
5.28	JTB、国際環境認証団体の（一社）日本ブルーフラッグ協会と包括連携協定発表
5.30	公正取引委員会、青森県青森市での入札談合に関してJTB、東武トップツアーズ、名鉄観光サービス、日本旅行東北の4社に対し排除措置命令
5.30	ジャパネットツーリズム、高級クルーズ「バイキング・エデン」全船貸し切りで販売開始
5.31	JR東海ツアーズ、「IDOLiSH7」を起用した「OFF/旅キャンペーン」を5年ぶりに復活
6.3	JTB出資のつなぐと埼玉県さいたま市が基本協定締結
6.5	HIS、鳥取県とインバウンド観光推進に関する協定締結
6.12	日本旅行、長野県茅野市と共同開催でメタバース婚活実施を発表
6.20	JTBパブリッシング、ストリーミングテレビ「FAST」参画、旅行チャンネル「観るたび PRODUCED by るるぶ」配信開始
6.28	HIS、旗艦店の新宿本社営業所を「トラベルワンダーランド新宿」として移転、リニューアルオープン
6.28	JTB、InstagramでJTB店舗スタッフ公式アカウントを開設
7.1	ジャパネットグループ、宿泊予約「ゆこゆこ」の株式取得によりグループ化
7.1	JTB、テーブルクロスと連携し訪日客向け食体験コンテンツを販売開始
7.2	HIS、地方創生事業のプロデュースを手掛けるさとゆめと資本業務提携を締結
7.6	クラブツーリズム、「がんばろう！能登半島 復興応援ツアー」を販売開始
7.8	JTB台湾、台湾新北市と金山漫遊（DMC）、致理科大学と連携協定を締結
7.16	JTB、国連グローバル・コンパクト参加企業として登録
8.1	JTB、小豆島でエリア開発事業を開始
8.1	JTB、ANAと富裕層向け共創事業を開始。第1弾のプライベートジェット商品を販売開始
8.8	日本旅行、日タイサステナブルツーリズム推進プロジェクトを開始
8.8	日本旅行、アストロスケールと宇宙の環境問題に関するSTEAM教育プログラムの提供開始を発表
8.20	日本旅行、日産自動車と2社で発起人となり全14社で「GREEN JOURNEY推進委員会」を発足
8.21	HIS、静岡県熱海市とインバウンド観光推進に関する協定を締結
8.27	日本旅行と読売旅行、2社連携商品「あわら温泉まつり（11月）」実施を発表
8.28	JR東海ツアーズ、清水エスパルスとクラブパートナー契約を締結
8.29	日本旅行、JR西日本の観光列車「はなあかり」先行見学会を実施
9.2	ナビタイムジャパン、訪日客向けに露天風呂付き客室の温泉旅館に特化した検索・予約サイトを提供開始
9.2	HIS、三重県熊野市と地域活性化起業人制度による派遣に関する協定締を締結
9.3	日本旅行、日本の人材不足解消のためキルギスの大学とパートナーシップ協定を締結
9.4	東武トップツアーズ、グローバル・サステナブル・ツーリズム協議会（GSTC）に加盟
9.10	JTBGMT、訪日客向け「東京ナイトエンターテイメントバスツアー」を販売開始
9.11	クラブツーリズム、ウェブサイトを多言語対応し「YOKOSO JAPAN TOUR」を公開
9.13	日本旅行、JR西日本グループとともに福井県と訪日旅行者誘客促進等に関する連携協定を締結
9.19	JTBコミュニケーションデザイン、大阪・堂島浜に観光展望施設「WowUs（ワオアス）」を開業
9.24	日本旅行、誰もが行ける宇宙旅行の実現に向け将来宇宙輸送システムと業務提携契約を締結
9.27	HIS、グアム政府観光局と観光促進に関する協定を締結

（2024年10月～2025年6月）

月日	一般社会・海外情勢
10.1	石破茂氏を第102代首相に選出、石破内閣が発足
10.2	宮崎空港で第二次大戦中に米軍が投下した不発弾が爆発
10.4	東京都で全国初のカスタマーハラスメント防止条例が成立
10.5	石破首相が就任後初めての地方視察で能登半島を視察
10.11	日本原水爆被害者団体協議会がノーベル平和賞を受賞
10.15	第50回衆議院選挙公示
10.17	俳優の西田敏行さんが死去
10.27	衆院選の投開票。与党は過半数割れ
10.30	米大リーグのワールドシリーズでドジャースが優勝
11.3	横浜DeNAベイスターズが26年ぶり3度目のプロ野球日本一に
11.4	通信衛星「きらめき3号」を搭載したH3ロケット4号機の打ち上げ成功
11.6	米大統領選で共和党のドナルド・トランプ氏が勝利
11.7	福島第一原子力発電所で初のデブリ取り出しに成功
11.11	第2次石破内閣が発足
11.12	2050年に27都道府県で単身世帯が40%を超える見通しに
11.13	詩人の谷川俊太郎さんが死去
11.15	三笠宮百合子さまが逝去
11.16	石破首相がペルー・リマで中国の習近平国家主席と初会談
11.17	兵庫県知事選で失職した斎藤前知事が再選
12.1	日本維新の会の新代表に大阪府知事の吉村洋文氏を選出
12.3	韓国の尹錫悦大統領が戒厳令を宣布
12.5	「伝統的酒造り」をユネスコ無形文化遺産に登録決定
12.6	俳優・歌手の中山美穂さんが死去
12.8	サッカーのJ1リーグでヴィッセル神戸が2年連続の優勝
12.8	シリアで50年以上続いたアサド政権が崩壊
12.10	日本原水爆被害者団体協議会に、ノーベル平和賞を授与
12.19	読売新聞グループ本社代表取締役主筆の渡辺恒雄氏が死去
12.23	ホンダと日産自動車が経営統合に向けた協議開始を発表
1.3	アメリカのバイデン大統領が日本製鉄のUSスチール買収計画に中止命令
1.6	『SHOGUN 将軍』が米ゴールデングローブ賞を受賞。作品賞、主演男優賞等4冠
1.8	アメリカ・ロサンゼルス近郊の山火事被害拡大
1.14	三菱UFJ銀行の元行員を貸金庫から金塊約20kgを盗んだ疑いで逮捕
1.19	韓国の尹錫悦大統領を逮捕。現職大統領の逮捕は史上初
1.20	ドナルド・トランプ氏が第47代アメリカ合衆国大統領に就任
1.27	フジテレビの会見10時間超に。会長と社長の辞任を発表
1.28	埼玉県八潮市で道路陥没、トラックが転落
2.3	ソフトバンクグループとOpenAIが日本で合弁
2.7	米大リーグ・大谷翔平選手の元通訳・水原一平被告に実刑判決
2.8	石破首相とアメリカのトランプ大統領が初の首脳会談
2.13	ホンダと日産自動車が、経営統合に向けた協議を打ち切り
2.14	農林水産省が政府備蓄米の放出を発表
2.14	闇バイトで渡航したと見られる男子高校生をミャンマーで保護
2.23	天皇陛下の65歳の誕生日。5年ぶりに「宴会の儀」開催
2.26	岩手県大船渡市で山林火災が発生
2.27	日本の2024年の出生数が72万988人で過去最少
3.1	タレントのみのもんたさんが死去
3.7	石破首相が高額療養費制度の自己負担増を見送り
3.12	アメリカのトランプ政権が海外から輸入する鉄鋼・アルミニウムに対し25%の追加関税を発動
3.14	石破首相が、自民党1年生議員らに10万円分の商品券を配布
3.19	第三者調査委員会が兵庫県の斎藤知事のパワハラ認定
3.24	自衛隊の陸海空を一元的に指揮する統合作戦司令部が発足
3.24	スターバックス コーヒーが紙ストローを廃止、植物由来プラスチックストローに切り替え
3.25	東京地裁が世界平和統一家庭連合（旧統一教会）に解散命令
3.27	アメリカのトランプ大統領が、すべての輸入車に25%の追加関税を課すと発表
3.28	ミャンマーでマグニチュード7.7の地震、死者1600人超
4.3	アメリカのトランプ大統領が相互関税を発表、最大49%で日本は24%
4.6	中日本高速道路管内でETCのシステム障害
4.7	天皇皇后両陛下が太平洋戦争の激戦地、硫黄島を初訪問
4.13	2025年日本国際博覧会（大阪・関西万博）が開幕
4.14	日本の総人口1億2,380万2,000人に、14年連続減
4.15	知事公舎で倒れた岸本周平和歌山県知事が死去
4.17	赤澤経済再生担当相がアメリカのトランプ大統領と会談
4.21	第266代教皇のフランシスコが死去
4.27	石破首相が、ベトナム、フィリピンの2か国歴訪へ
5.2	証券口座の乗っ取り被害に補償、証券10社が表明
5.2	八潮市道路陥没事故で転落したトラックと遺体を発見
5.6	OpenAIが営利企業化を断念、非営利法人として存続へ
5.7	インド・パキスタン係争地で紛争拡大
5.9	新ローマ教皇にアメリカ出身のレオ14世を選出
5.13	日産自動車が2万人規模のリストラを発表
5.14	米中が4月以降に発動した追加関税を互いに90日間停止
5.18	TOEIC替え玉受験疑惑で中国籍の京都大学大学院生を逮捕
5.21	江藤農相を事実上の更迭、後任に小泉進次郎元環境相
5.31	備蓄米の店頭販売が始まる
6.3	プロ野球・読売巨人軍終身名誉監督の長嶋茂雄さんが死去
6.4	李在明氏が第21代韓国大統領に就任
6.4	2024年度の出生数が70万人を割り過去最低を更新
6.5	国土交通省、日本郵便のトラック事業許可を取り消す方針を通知
6.5	Nintendo Switch 2の発売開始
6.13	イスラエルがイランに軍事攻撃を開始
6.14	アメリカのトランプ大統領が日本製鉄のUSスチール買収計画を承認
6.18	G7サミット閉幕、ウクライナ支援で共同声明見送り
6.20	兵庫県の斎藤知事を公選法違反の疑いで書類送検
6.22	米軍がイランの核施設3か所を空爆
6.22	都議選で都民ファーストの会が第一党に。自民、惨敗
6.25	人気グループ・TOKIOがメンバーのコンプライアンス違反を受け解散を発表
6.28	和歌山の4頭のジャイアントパンダを中国へ返還
6.29	大阪・関西万博の来場者数が1,000万人を突破

月日	観光行政
10.1	文化庁、第79回「文化庁芸術祭」を開催。日本文化にふれることのできるイベント「おこしやす芸術祭 ～京から発信、日本文化に触れる～」を併催
10.11	観光庁、ユニバーサルツーリズムの普及・促進に関する事例集を作成
10.12	文化庁及び（独法）奈良文化財研究所、国宝キトラ古墳壁画及び国宝高松塚古墳壁画修理作業室を公開
10.25	環境省、「『福島、その先の環境へ。』ツアー2024」を実施
11.1	環境省、第8回「全国温泉地サミット」及び第6回「チーム新・湯治全国大会」を開催
11.8	観光庁、日本版持続可能な観光ガイドライン（JSTS-D）を活用した持続可能な観光マネジメント推進に向けた研修会を開催
11.13	初開催となるG7観光大臣会合に秋川観光庁長官が出席、イタリア・フィレンツェにてコミュニケを採択
11.14	「ベストツーリズムビレッジ」に新たに山形県西川町、鹿児島県天城町の2地域が認定
11.29	観光庁、観光地域づくり法人（DMO）等に向けた観光DXオンライン研修会を開催
12.5	「伝統的酒造り」がユネスコ無形文化遺産に登録
12.12	観光庁、在米国日本国大使公邸にて日米観光交流年記念イベントを開催
12.16	環境省、第18回「『チーム 新・湯治』セミナー～温泉旅館の女将が描く今後の温泉地の姿～」を開催
12.17	OECD観光委員会、「OECD諸国の観光動向と政策 2024年版」を公表
12.18	観光庁、第6回「観光地域づくり法人の機能強化に関する有識者会議」を開催
12.19	観光庁、「令和6年度観光危機管理セミナー」を開催
12.24	文化庁、2024年度における日本遺産の総括評価・継続審査の再審査結果を公表
12.25	観光庁及び文化庁、文化観光推進法に基づく拠点計画及び地域計画を認定
1.18	文化庁及び（独法）奈良文化財研究所、国宝キトラ古墳壁画及び国宝高松塚古墳壁画修理作業室を公開
1.19	観光庁、ASEAN+3観光大臣会合に高橋副大臣が出席
1.27	観光庁、第2回「サステナブルな旅アワード」の表彰式を開催
1.29	観光庁、「地域観光新発見事業」の成果発表会を開催
2.3	環境省、第20回「エコツーリズム大賞」を決定
2.8	観光庁、「地域活性化のための観光教育推進事業」の全国シンポジウムを開催
2.20	観光庁、日本・サウジアラビア王国外交関係樹立70周年を記念し、訪日観光PRを実施
2.27	観光庁、「ベジタリアン・ヴィーガン ムスリム LGBTQ 受入対応促進セミナー」を開催
2.28	環境省、第19回「『チーム 新・湯治』セミナー～外国人から見た日本の温泉文化～」を開催
3.4	観光庁、第7回「観光地域づくり法人の機能強化に関する有識者会議」を開催
3.8	環境省、「福島、その先の環境へ。」シンポジウム及び「ふたば、ふたたびツアー」を開催
3.10	観光庁、宿泊施設の経営改善・高付加価値化に関するウェビナーシリーズを開催
3.13	観光庁、宿泊事業者の経営改善に関するセミナーを開催
3.14	観光庁、「海外教育旅行シンポジウム2025」を開催
3.18	観光庁、旅館の魅力を伝えるプロモーション動画を作成
3.19	観光庁、福島県福島市を国際会議観光都市として認定
3.19	観光庁、「地方部における観光コンテンツの充実のためのローカルガイド人材の持続的な確保・育成に向けた有識者会議」の取りまとめを公表
3.19	国土交通省港湾局・観光庁、「護岸復旧と一体となった和倉温泉の地域観光再生支援プラン」を策定
3.24	外務省、（一社）日本旅行業協会及び観光庁、「もっと！海外へ 宣言」を発出
3.25	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」を改正
3.25	観光庁、Instagramで公式アカウントを開設
4.7	観光庁、「観光庁研修テキスト」を「通訳ガイドテキスト（初版）」へ名称変更のうえ発行
4.8	インド・デリーにおいて第4回「日印観光協議会」が開催
5.20	観光庁、観光地・観光産業における生成AIの適切かつ効果的な活用に向けた手引書を作成
5.22	観光庁、「地域一体となった観光地・観光産業の再生・高付加価値化事業の優良事例集」を作成
5.23	観光庁、総合旅行業務取扱管理者試験及び国内旅行業務取扱管理者試験の受験手数料を見直し
5.28	厚生労働省及び観光庁、「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」を更新
6.2	観光庁、第8回「観光地域づくり法人の機能強化に関する有識者会議」を開催
6.3	観光庁、第10回「日越観光協力委員会」を新潟県において開催
6.3	観光庁、「DMO全国会議」を開催
6.19	観光庁、第1回「国際競争力の高いスノーリゾート形成促進に向けた検討委員会」を開催
6.19	文化庁、「古墳壁画の保存活用に関する検討会」（第37回）を開催
6.20	観光庁、第1回「観光圏の機能強化に係る有識者会議」を開催
6.23	環境省、第5回「国立公園ならではの宿泊施設との連携方策検討会」を開催
6.26	厚生労働省及び観光庁、「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」を更新

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）
10.19	ご当地キャラ博in彦根2024（滋賀県彦根市）開催（～10.20）
10.24	ゆうばり国際ファンタスティック映画祭2024（北海道夕張市）開催（～10.27）
10.24	東京ラーメンフェスタ2024（東京都世田谷区）開催（～11.4）
10.25	第64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2024（広島県広島市）開催（～10.27）
10.28	第37回東京国際映画祭（東京都千代田区ほか）開催（～11.6）
10.28	NHK音楽祭2024（東京都渋谷区）開催（～12.1）
10.31	2024佐賀インターナショナルバルーンフェスタ（佐賀県佐賀市）開催（～11.4）［豪雨により一部イベント中止］
11.9	第19回那須ショートフィルムフェスティバル2024（栃木県那須町）開催（～11.17）
11.15	ニッポン全国物産展2024（東京都豊島区）開催（～11.17）
11.23	世界キャラクターさみっとin羽生2024（埼玉県羽生市）開催（～11.24）
12.2	秩父夜祭（埼玉県秩父市）開催（～12.3）
12.3	諸手船神事（島根県松江市）開催
12.15	世田谷のボロ市（東京都世田谷区）開催（～12.16／2025.1.15～1.16）
12.29	コミックマーケット105（東京都江東区）開催（～12.30）
1.1	高崎だるま市（群馬県高崎市）開催（～1.2）
1.6	東京消防出初式（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）
1.13	第39回白川郷ライトアップイベント（岐阜県白川村）開催（1.13／1.19／1.26／2.2）
1.24	第30回神戸ルミナリエ（兵庫県神戸市）開催（～2.2）
1.29	長崎ランタンフェスティバル（長崎県長崎市）開催（～2.12）
2.1	第35回河津桜まつり（静岡県河津町）開催（～2.28）［開花遅延のため3.9まで期間延長］
2.1	2025 千歳・支笏湖 氷濤まつり（北海道千歳市）開催（～2.24）
2.2	第70回伊豆大島 椿まつり（東京都大島町）開催（～3.16）
2.4	第75回さっぽろ雪まつり（北海道札幌市）開催（～2.11）
2.7	第62回なまはげ柴灯まつり（秋田県男鹿市）開催（～2.9）
3.1	第40回マイナビ東京ガールズコレクション2025 SPRING/SUMMER（東京都渋谷区）開催
3.2	東京マラソン2025（東京都新宿区、千代田区ほか）開催
3.2	KANSAI COLLECTION 2025 SPRING&SUMMER（大阪府大阪市）開催
3.14	東京・春・音楽祭2025（東京都台東区）開催（～4.20）
3.18	MLB東京シリーズ by ダッグンハイム（東京都文京区）開催（～3.19）
3.20	2025年 神保町さくらみちフェスティバル 春の古本まつり（東京都千代田区）開催（～3.23）
3.22	AnimeJapan 2025（東京都江東区）開催（～3.23）
3.28	第100回高田城址公園観桜会（新潟県上越市）開催（～4.13）
4.5	島ぜんぶでおーきな祭 沖縄国際文化祭（沖縄県那覇市、豊見城市）開催（～4.6）
4.13	大阪・関西万博（大阪府大阪市）開催（～10.13）
4.14	春の高山祭（岐阜県高山市）開催（～4.15）［雨天のため一部イベント中止］
4.16	弘前さくらまつり（青森県弘前市）開催（～5.5）
4.20	第30回宮崎国際音楽祭（宮崎県宮崎市、えびの市ほか）開催（～5.18）
4.20	第25回記念別府アルゲリッチ音楽祭（大分県別府市、大分市ほか）開催（～7.13）
4.25	砂の美術館第16期展示（鳥取県鳥取市）開催（～2026.1.4）
4.26	びわ湖の春 音楽祭2025（滋賀県大津市）開催（～4.27）
5.3	ラ・フォル・ジュルネ TOKYO 2025（東京都千代田区ほか）開催（～5.5）
5.3	2025ひろしまフラワーフェスティバル（広島県広島市）開催（～5.5）
5.3	第64回博多どんたく港まつり（福岡県福岡市）開催（～5.4）
5.15	葵祭（京都府京都市）開催
5.17	第41回仙台・青葉まつり（宮城県仙台市）開催（～5.18）［悪天候のため一部イベント中止］
5.31	第44回横浜開港祭（神奈川県横浜市）開催（～6.2）
6.1	貴船祭（京都府京都市）開催
6.4	第34回YOSAKOIソーラン祭り（北海道札幌市）開催（～6.8）
6.5	熱田神宮例祭（愛知県名古屋市）開催
6.13	東北四季の彩り＆東北絆まつり（大阪府大阪市）開催（～6.15）［東大阪・関西万博出展］
6.20	100万人のキャンドルナイト2025夏至（東京都港区）開催
6.27	東京アウトドアショー2025（千葉県千葉市）開催（～6.29）

月日	宿泊施設・観光施設等のオープン
10.1	STATION Ai(愛知県名古屋市)
10.2	ニンテンドーミュージアム(京都府宇治市)
10.5	ホテルたいよう農園西条(114室、愛媛県西条市)
10.7	トラベロッジ京都四条大宮(106室、京都府京都市)
10.14	長崎スタジアムシティ(長崎県長崎市)
11.1	Nazuna京都 東本願寺(7室、京都府京都市)
11.1	ロワジールホテル クラシックガーデン 京都三条(169室、京都府京都市)＊
11.1	Minn 梅田中崎町(8室、大阪府大阪市)
11.2	CREATIVE MUSEUM TOKYO(東京都中央区)
11.8	かなたのさと(20室、和歌山県和歌山市)
11.15	hotel nansui(33室、高知県高知市)＊
11.28	MONday Apart Premium 京都駅鴨川(22室、京都府京都市)
11.29	スマイルホテルさくらんぼ東根(96室、山形県東根市)＊
11.29	スマイルホテル米沢(100室、山形県米沢市)＊
11.29	GREENITY IWATA(55室、静岡県磐田市)＊
12.1	Minn 浅草蔵前 North(14室、東京都台東区)
12.1	IMMERSIVE JOURNEY(神奈川県横浜市)
12.1	アリストンホテル大分(239室、大分県大分市)＊
12.2	アパホテル＆リゾート〈大阪なんば駅前タワー〉(2,055室、大阪府大阪市)
12.10	ゆるり熱海 with DOGS(15室、静岡県熱海市)
12.11	変なホテルプレミア京都 五条烏丸(122室、京都府京都市)＊
12.11	トンキーコング・カントリー(大阪府大阪市)
12.13	ホテルインディゴ長崎グラバーストリート(66室、長崎県長崎市)
12.13	FAV LUX 鹿児島天文館(63室、鹿児島県鹿児島市)
12.15	ニッコースタイルニセコ HANAZONO(234室、北海道倶知安町)
12.16	YOTEL東京銀座(244室、東京都港区)
12.19	lyf渋谷東京(200室、東京都渋谷区)＊
12.19	ホテル ラ ヴィーニュ 白馬 by 温故知新(38室、長野県白馬村)
12.20	ダブルツリー byヒルトン東京有明(363室、東京都江東区)＊
1.13	湯守 ホテル大観(107室、岩手県盛岡市)＊
1.22	チームラボプラネッツ TOKYO DMM(東京都江東区)
1.25	おおの天空パークOSORA(福井県大野市)
1.29	ホリデイ・イン京都五条(183室、京都府京都市)＊
2.1	TAOYA川治(59室、栃木県日光市)
2.1	大江戸温泉物語Premium 山中グランドホテル(89室、石川県加賀市)＊
2.5	グランレクトーレ湯河原(55室、神奈川県湯河原町)
2.14	ダイワロイネットホテル秋田駅前(214室、秋田県秋田市)
2.14	TONES OSAKA(67室、大阪府大阪市)
3.1	札幌ホテル by グランベル(605室、北海道札幌市)
3.1	ロイヤルパインズホテル米沢(62室、山形県米沢市)＊
3.1	ローズウッド宮古島(55室、沖縄県宮古島市)
3.1	ANAクラウンプラザリゾート沖縄うるまヒルズ(123室、沖縄県うるま市)
3.17	GRAVITATE OSAKA(大阪府茨木市)
3.20	AWAJI EARTH MUSEUM(兵庫県淡路市)
3.20	奈良おもちゃ美術館(奈良県三郷町)
3.21	SHINRA YORO VALLEY(20室、千葉県大多喜町)
3.21	ホテル阪急グランレスパイア大阪(482室、大阪府大阪市)
3.22	こち亀記念館(東京都葛飾区)
3.24	ホテルグランヴィア広島サウスゲート(380室、広島県広島市)
3.25	ドーセット バイ アゴーラ 大阪堺(321室、大阪府堺市)
3.27	BATON SUITE 沖縄古宇利島(35室、沖縄県今帰仁村)
3.28	エスコンフィールドHOKKAIDOホテル　北広島駅前(158室、北海道北広島市)
3.30	鳥取県立美術館(鳥取県倉吉市)
4.1	暖雪 札幌(136室、北海道札幌市)
4.1	日和ホテル大阪住之江公園駅前(229室、大阪府大阪市)＊
4.3	ウォルドーフ・アストリア大阪(252室、大阪府大阪市)
4.4	GLION ARENA KOBE(兵庫県神戸市)
4.12	TAOYA和倉 (101室、石川県七尾市)＊
4.15	ホテル オリエンタル エクスプレス 鹿児島天文館(165室、鹿児島県鹿児島市)＊
4.18	THE BASEMENT HOTEL Osaka Honmachi(119室、大阪府大阪市)＊
4.24	オールドルーキーサウナホテル木更津金田(10室、千葉県木更津市)
4.24	ONE FUKUOKA HOTEL(41室、福岡県福岡市)
4.24	ザ・ゲートホテル福岡 by HULIC(171室、福岡県福岡市)
4.24	ANAホリデイ・イン東京ベイ(132室、東京都品川区)＊
4.25	ちきゅうの谷(神奈川県箱根町)
4.25	NIPPONIA HOTEL 伊勢河崎 商人町(8室、三重県伊勢市)
4.25	グランヴィリオホテル丹波篠山 和蔵(100室、兵庫県丹波篠山市)
4.26	HOTEL星取テラスせきがね(30室、鳥取県倉吉市)＊
4.30	ホテルリブマックス天童(73室、山形県天童市)＊
5.1	LED DAIBA STUDIO(東京都港区)
5.1	パティーナ大阪(221室、大阪府大阪市)
5.1	ラ・ジェント・ホテル沖縄那覇(257室、沖縄県那覇市)
5.10	ホテルクラウンヒルズ五井(120室、千葉県市原市)
5.15	Nazuna 箱根 宮ノ下(9室、神奈川県箱根町)
5.17	ホテルルートイン射水(222室、富山県射水市)
5.31	直島新美術館(香川県直島町)
6.21	ミッフィー・ワンダースクエア(ハウステンボス)(長崎県佐世保市)
6.21	スーパーホテルPremier阿蘇熊本空港(203室、熊本県大津町)
6.30	STITCH HOTEL Kyoto(16室、京都府京都市)＊

＊リニューアルまたはリブランド

月日	交通・運輸
10.12	西日本鉄道 天神大牟田線西鉄久留米駅ビル「レイリア久留米」開業
10.15	セブ・パシフィック航空 関西－セブ線を新規開設
10.20	「みなとオアシスそうま港」(福島県相馬市・相馬港)を新規登録
10.27	ユナイテッド航空 成田－セブ線を新規開設
10.27	中国東方航空 関西－武漢線を新規開設
10.27	グレーターベイ航空 米子－香港線を新規開設
11.2	タイ・ベトジェットエア 那覇－バンコク(スワンナプーム)線を新規開設
11.16	グレーターベイ航空 徳島－香港線を新規開設
11.20	天津航空 関西－貴陽線を新規開設
11.28	エアロK 札幌(新千歳)－清州線を新規開設
12.1	商船三井クルーズ 新型クルーズ船「MITSUI OCEAN FUJI」を就航
12.2	ジンエアー 成田－務安線を新規開設
12.2	スターラックス航空 成田－台中線を新規開設
12.2	ジンエアー 関西－務安線を新規開設
12.3	全日本空輸 東京(羽田)－ミラノ線を新規開設
12.3	福岡空港内際連絡バス専用道(国際線側)の供用開始
12.4	ピーチ・アビエーション 関西－シンガポール線を新規開設
12.7	グレーターベイ航空 仙台－香港線を新規開設
12.10	チェジュ航空 長崎－務安線を新規開設
12.12	大韓航空がアシアナ航空を子会社化
12.17	香港エクスプレス 静岡－香港線を新規開設
12.17	長竜航空 福岡－西安線を新規開設
12.18	九州自動車道 北熊本SA(上り線)がリニューアルオープン
12.18	長竜航空 成田－臨沂線を新規開設
12.18	香港航空 仙台－香港線を新規開設
12.19	イースター航空 熊本－釜山線を新規開設
12.19	イースター航空 那覇－釜山線を新規開設
12.27	海南航空 札幌(新千歳)－西安線を新規開設
12.28	北京首都航空 札幌(新千歳)－北京(大興)線を新規開設
1.7	海南航空 関西－深圳線を新規開設
1.16	セブ・パシフィック航空 札幌(新千歳)－マニラ線を新規開設
1.17	香港エクスプレス 仙台－香港線を新規開設
1.19	Osaka Metro(大阪メトロ) 中央線新駅「夢洲」開業
1.21	タイ・ライオン・エア 那覇－高雄－バンコク(ドンムアン)線を新規開設
1.31	全日本空輸 東京(羽田)－ストックホルム線を新規開設
1.31	エアロK 中部－清州線を新規開設
2.3	海南航空 成田－海口線を新規開設
2.6	エアロK 関西－ソウル(仁川)線を新規開設
2.12	全日本空輸 東京(羽田)－イスタンブール線を新規開設
3.2	山陰自動車道 出雲IC～出雲湖陵IC及び出雲湖陵IC～出雲多伎IC開通
3.4	ZIPAIR 成田－ヒューストン線を新規開設
3.7	東九州自動車道 宇佐IC～院内ICの一部が4車線化
3.14	首都高中央連絡自動車道 幸手IC～五霞ICが4車線化
3.15	JR東日本 越後線新駅「上所」開業
3.15	JR九州 日豊本線新駅「仙厳園」開業
3.19	羽田空港第2ターミナルの北側サテライトと本館を接続する連絡施設が供用開始
3.20	福岡空港第2滑走路の供用開始
3.21	JR西日本 東海道本線大阪駅「うめきたグリーンプレイス」開業
3.23	西九州自動車道 佐々IC～佐世保中央ICが4車線化
3.24	JR西日本 山陽本線広島駅新駅ビル「minamoa」開業
3.27	JR東日本「TAKANAWA GATEWAY CITY」のまちびらきを実施
3.27	関西国際空港第1ターミナルがグランドオープン
3.27	九州自動車道 北熊本SA(下り線)がリニューアルオープン
3.28	福岡空港国際線ターミナルビルがグランドオープン
3.29	東海環状自動車道 いなべIC～大安IC開通
3.29	「みなとオアシスさいき」(大分県佐伯市・佐伯港)を新規登録
3.30	フジドリームエアラインズ 札幌(新千歳)－新潟線及び札幌(新千歳)－福岡線を新規開設
3.30	トキエア 新潟－神戸線を新規開設
3.30	海南航空 関西－重慶線を新規開設
3.30	中国聯合航空 関西－北京(大興)線を新規開設
3.30	ジンエアー 福岡－釜山線を新規開設
3.31	エア・インディア 東京(羽田)－デリー線を新規開設
4.1	海南航空 関西－海口線を新規開設
4.2	タイガーエア台湾 大分－台北(桃園)線を新規開設
4.3	ジンエアー 石垣－ソウル(仁川)線を新規開設
4.10	ピーチ・アビエーション 中部－ソウル(金浦)線を新規開設
4.10	ピーチ・アビエーション 関西－ソウル(金浦)線を新規開設
4.18	神戸空港第2ターミナルビルがオープン、国際線が就航
4.18	エバー航空 神戸－台北(桃園)線を新規開設
4.18	吉祥航空 神戸－上海(浦東)線を新規開設
4.18	スターラックス航空 神戸－台北(桃園)線を新規開設
4.18	スターラックス航空 神戸－台中線を新規開設
4.18	大韓航空 神戸－ソウル(仁川)線を新規開設
4.19	吉祥航空 神戸－南京線を新規開設
4.24	ベトジェットエア 中部－ホーチミン線を新規開設
4.24	香港エクスプレス 小松－香港線を新規開設
4.25	ベトジェットエア 福岡－ホーチミン線を新規開設
4.29	「みなとオアシスいぶすき」(鹿児島県指宿市・指宿港)を新規登録
4.30	青島航空 中部－青島線を新規開設
5.1	ユナイテッド航空 成田－ウランバートル線を新規開設
5.13	ハワイアン航空 成田－シアトル線を新規開設
5.21	エアロK 帯広－清州線を新規開設
5.24	JR東日本 成田線下総松崎駅新駅舎開業
5.26	名古屋鉄道「名鉄名古屋駅再整備計画」の概要を決定
6.1	タイ・エアアジア 那覇－香港線を新規開設
6.3	九元航空 関西－臨沂線を新規開設
6.5	チェジュ航空 函館－ソウル(仁川)線を新規開設
6.15	タイ・エアアジア 札幌(新千歳)－台北(桃園)－チェンマイ線を新規開設
6.21	九元航空 関西－合肥線を新規開設

月日	旅行業
10.1	東武トップツアーズ、インバウンド向け着地型観光商品販売サイトを開設
10.1	日本旅行、日本語教育プログラム開発に向けZenkenと業務提携契約を締結
10.4	日本旅行、長野県茅野市とちのDMOと包括連携協定を締結
10.25	HIS、業績回復に伴う本社社屋の買い戻しを発表
10.31	日本旅行と読売旅行、2社連携商品「貸切バンダくろしお号ツアー(2月)」を発表
11.1	JTB、国際認証機関・Bureau VeritasからGSTCツアーオペレーター認証を取得
11.1	HIS、社内カンパニーとして旅行事業を統括する「HIS JAPAN」を設置
11.18	JTB、航空券の流通規格NDCを活用した「ルックJTB MySTYLE シンガポール」を発売
11.19	JTBGMT、訪日高所得者層向けの新ブランド「サンライズツアーブレミア」を立ち上げ。第1弾「富士山ヘリ遊覧ツアー」を販売開始
11.22	日本旅行、タイ・バンコクのトンロー日本市場に訪日誘客向けのアンテナショップを開設
11.22	日本旅行、女性用制服の着用義務の完全廃止(6月末)と回収後のアップサイクル実施を発表
12.2	JTB、「空飛ぶクルマ」を開発するSkyDriveと連携協定を締結
12.3	HIS、海外航空券とホテルを組み合わせる商品をブランド化した「AirZ」を販売開始
12.9	JTB、MLB東京シリーズ公式戦観戦券付きホスピタリティ・パッケージの先行抽選の応募を開始
12.23	日本旅行、大学向け危機管理サービス「大学110番」を提供開始
1.1	日本旅行、「グローバル人財活用推進チーム」、「Web事業部」を設置
1.1	東武トップツアーズ、「未来共創ラボ」、「地域創生・ソーシャルデザイン推進部」、「DX・Web3.0推進室」、「インバウンド事業推進部」を設置
1.6	東武トップツアーズ、宮城県、福島県、埼玉県、長野県、静岡県、京都府、岡山県で事業所を統合再編
1.6	クラブツーリズム、テレビ東京で新番組「教えて！ツアーの達人」を放送開始
1.10	KNT、ハワイでの「バリアフリービーチプロジェクト」参加の日本発着ツアーを販売開始
1.22	JTB、エアビーアンドビーと地方の空き家活用で連携協定を締結
1.24	KNT、大阪梅田に新店舗「LINKS UMEDA 店」を開業
1.29	JTB、7月開業の「ジャングリア沖縄」の運営会社とパートナーシップ契約を締結、先行販売開始
2.7	JTBパブリッシング、LINE公式アカウント「るるぶ＋AIチャット」を本格始動
2.10	日本旅行、ウズベキスタンの3大学と人材に関する協定を締結
2.12	JTB、地方の宿泊施設へ料理人の派遣、メニュー開発等を開始
2.17	JTB、岩手県と包括連携協定を締結
2.18	JTBるるぶトラベル、海外ホテルの予約サービスを開始
2.27	JTB、退職者との新たな関係性を構築する「JTBアルムナイネットワーク」を運用開始
3.-	リクルート、旅行情報誌『じゃらん』『じゃらんムックシリーズ』を3月発行をもって休刊
3.6	JTB、カスタマーハラスメントに対する基本方針を策定
3.9	JR東海、「わんわんエクスプレス」を試験運行(受付はJTB埼玉南支店)
3.10	東武トップツアーズ、首都圏外郭放水路を活用した防災ツーリズムへの本格的な取り組みを発表
3.21	日本旅行、ベトナムの2大学と人材に関する協定を締結
3.21	阪急交通社とナビタイムジャパン、共同運営の「NICHER TRAVEL」で他社やDMO主催ツアーの掲載開始
3.24	HIS、最大1万円を還元する「新パスポート取得サポートキャンペーン」を実施
3.27	JTB、米大リーグ・ドジャースとパートナーシップ契約を締結
3.27	ジャパネットツーリズム、ヨーロッパ拠点のMSCクルーズと5年間の業務提携契約を締結
3.31	JTBGMT、国際認証機関・Bureau VeritasからGSTCツアーオペレーター認証を取得
3.31	米ネット旅行予約「ホッパー」、三井住友カードと会員向け予約サイト「Vトリップ」を開始、旅行業に参入
4.1	阪急交通社、法人団体営業本部に教育旅行営業部を新設
4.1	JTB、NTTグループ2社と大阪・道頓堀に訪日客向けXR体験施設を開設
4.1	JTB、Jリーグとサポーティングカンパニー契約を締結。アウェイツーリズム推進へ
4.1	クラブツーリズム、「ひとり旅体験ツアー」を販売開始
4.2	JTB、インドから日本の宿泊業界への人材紹介・育成を目的として人材会社と協定書を締結
4.8	JTB、東京・JR新宿駅東口に海外旅行専門店「StudioJTB」を開業
4.8	東武トップツアーズ、和歌山県と防災に関する協定を締結
4.17	クラブツーリズム、夏休み・親子向け「能登で震災を学ぶ旅」を販売開始
4.23	KNT-CT、連結子会社KNTとBP間の会社分割(吸収分割)(7月)を発表(訪日事業をBPへ)
5.1	日本旅行、短期出張者支援サービス「出張110番」を提供開始
5.1	HIS、積立有給休暇制度等の新制度を導入
5.9	HIS、「イノゲート大阪」(大阪市)に関西地区最大の海外旅行専門店を開業
5.14	JTB、結婚相談所サービス「ふたり紬」を全国展開。高知県の店舗からトライアル開始
5.15	令和トラベル、旅行相談スペース「NEWTラウンジ渋谷」を開設
5.21	エアトリ、旅行代理店業のかもめを子会社化
5.22	JTB、CAMPFIREと「JTBクラウドファンディング」事業を開始
5.28	HIS、「HIS Travelキャンセル保険」を販売開始
5.29	日本旅行、損保ジャパンと宇宙ビジネスに関わる協定を締結
6.2	阪急交通社、福島県と包括連携協定を締結
6.6	HIS、SAFのCO_2削減価値を活用したスペインツアーを販売開始
6.10	JTB、小規模校向けに新たな修学旅行の手配サービスを開始
6.18	JTB、タビナカ予約「JTB BOKUN」がキャンセル料請求・回収業務の自動化「Payn」とシステム連携
6.18	日本旅行と読売旅行、2社連携商品「加賀温泉まつり(10月)」実施を発表
6.24	JTB、日立製作所と観光DX推進に向けての共創に合意

資料-2　付属統計表

年・月	経済関連指標														
	日経平均株価	百貨店・スーパー販売額				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	国内総生産（実質）（2015年基準）	
		百貨店		スーパー		消費支出		実収入						
			前年比		前年比		前年比		前年比					前年比
	円	億円	%	億円	%	円	%	円	%	%	倍	件	10億円	%
2022年度	27,276.89	56,739	14.2	152,173	1.0	3,874,091	3.7	7,440,143	1.9	2.6	1.31	6,880	551,983	1.3
2023年度	33,275.47	60,904	7.3	158,163	3.3	3,829,902	△1.1	7,318,855	△1.6	2.6	1.28	9,053	555,440	0.6
2024年度	38,548.54	63,227	3.8	162,316	2.7	3,955,182	3.3	7,672,460	4.8	2.5	1.19	10,144	559,870	0.8
2022暦年	27,255.72	55,070	12.3	151,533	1.2	3,847,529	3.6	7,411,846	2.0	2.6	1.28	6,428	548,864	0.9
2023暦年	30,669.41	59,557	8.1	156,492	3.9	3,825,057	△0.6	7,298,185	△1.5	2.6	1.30	8,690	556,487	1.4
2024暦年	38,359.89	63,282	6.3	160,530	2.6	3,901,645	2.0	7,633,859	4.6	2.5	1.21	10,006	557,445	0.2
2024.1～3	37,693.77	15,405	9.5	38,777	4.5	974,740	0.5	1,572,612	1.3	2.6	1.23	2319	139,658	△0.7
4～6	38,722.44	15,515	17.7	38,847	1.9	963,808	2.0	2,024,145	5.3	2.6	1.21	2612	135,582	△0.6
7～9	38,094.56	14,562	5.2	40,455	2.1	939,749	1.1	1,762,759	5.6	2.5	1.20	2483	138,472	0.8
10～12	38,928.80	17,801	2.1	42,550	2.2	1,023,348	4.3	2,274,343	5.6	2.5	1.19	2592	143,734	1.3
2025.1～3	38,448.35	15,350	△1.0	40,464	4.6	1,028,277	5.5	1,611,213	2.5	2.5	1.17	2457	142,083	1.7
2024.1	35,451.78	5,046	5.9	13,218	2.4	313,165	△5.4	497,383	0.3	2.5	1.24	701	－	－
2	37,785.25	4,739	13.5	12,282	5.5	307,765	3.0	561,495	0.7	2.6	1.23	712	－	－
3	39,844.28	5,609	9.6	13,277	5.8	353,810	4.1	513,734	3.0	2.6	1.23	906	－	－
4	38,750.52	4,870	8.3	12,684	0.7	345,020	3.2	566,457	2.3	2.6	1.23	783	－	－
5	38,557.95	5,149	13.7	13,022	0.9	318,560	2.2	500,231	6.4	2.6	1.21	1009	－	－
6	38,858.85	5,495	13.5	13,141	4.1	300,228	0.6	957,457	6.5	2.5	1.20	820	－	－
7	40,102.93	5,489	5.1	13,469	△0.4	312,568	2.0	694,483	8.9	2.6	1.20	953	－	－
8	36,873.31	4,434	3.4	14,231	4.9	318,764	2.3	574,334	5.6	2.5	1.19	723	－	－
9	37,307.44	4,639	1.7	12,755	1.8	308,417	△1.1	493,942	1.3	2.4	1.19	807	－	－
10	38,843.80	4,912	△1.3	12,982	△0.3	327,613	△0.9	580,675	3.7	2.5	1.20	909	－	－
11	38,645.63	5,658	2.8	13,318	3.6	316,535	4.9	514,409	4.1	2.5	1.19	841	－	－
12	39,296.98	7,230	2.2	16,250	3.0	379,200	8.7	1,179,259	7.2	2.5	1.18	842	－	－
2025.1	39,297.96	5,273	4.4	13,886	5.1	331,341	5.8	514,877	3.5	2.5	1.18	840	－	－
2	38,735.30	4,647	△2.0	12,659	3.4	313,977	2.0	571,993	1.9	2.4	1.16	764	－	－
3	37,311.78	5,430	△3.2	13,920	5.3	382,959	8.2	524,343	2.1	2.5	1.17	853	－	－
資料出所	日本経済新聞社	経済産業省				総務省統計局					厚生労働省	東京商工リサーチ	内閣府	

（注1）2015年7月より、「大型小売店販売額」は「百貨店・スーパー販売額」の名称に変更となっている。
（注2）有効求人倍率は新規学卒者を除きパートを含む。年度ならびに暦年の数値は実数、月ごとの数値は季節調整値。新季節指数が導入されたことにより、2023年12月以前の季節調整値は2024年1月に改定されている。
（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。
（注5）直近公表の過去値の修正に伴い、暦年・年度・四半期の数値を遡って修正している。

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				全日本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		前年比		前年比		前年比		前年比		前年比		前年比
	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%	%	%	%	%	%	%
2022年度	2,302,010	75.5	455,092	520.7	65,752	35.8	2,822,854	96.9	－	－	－	－	75.9	35.8
2023年度	2,355,743	2.3	1,071,672	135.5	205,469	212.5	3,632,885	28.7	－	－	－	－	79.9	5.3
2024年度	2,165,202	△8.1	1,295,931	20.9	215,642	5.0	3,676,774	1.2	－	－	－	－	80.9	1.3
2022暦年	2,038,785	90.9	311,629	388.2	34,304	△29.3	2,384,718	102.1	54.7	56.7	51.7	53.0	71.4	37.0
2023暦年	2,487,789	22.0	945,682	203.5	195,618	470.2	3,629,405	52.2	72.1	31.8	61.9	19.7	79.7	11.6
2024暦年	2,269,030	△8.8	1,266,073	33.9	207,410	6.0	3,742,513	3.1	72.9	1.1	62.8	1.5	81.0	1.6
2024.1～3	594,343	145.4	291,893	424.2	44,937	290.9	931,173	251.0	69.3	1.3	58.3	△2.7	78.5	1.2
4～6	520,560	△5.6	280,507	44.1	58,495	4.0	859,562	7.1	75.1	4.2	60.4	△1.5	78.5	△1.1
7～9	536,196	△6.7	357,653	18.7	41,994	△10.3	935,843	1.4	71.4	△0.7	66.0	3.8	80.7	1.1
10～12	617,931	△2.7	336,020	18.6	61,983	6.8	1,015,934	4.0	76.2	0.7	68.2	9.6	80.7	△2.0
2025.1～3	490,889	△17.4	321,716	10.2	53,492	19.0	866,097	△7.0	－	－	－	－	84.1	7.2
2024.1	140,589	10.9	72,683	86.5	10,438	46.8	223,709	29.4	61.7	1.8	50.5	0.0	71.2	1.3
2	173,232	7.9	102,306	79.7	11,057	43.6	286,595	27.0	70.4	3.5	58.8	△3.3	80.2	2.7
3	280,522	△36.2	116,904	66.0	23,442	22.5	420,868	△20.4	75.8	△1.2	65.5	△4.1	84.0	△0.1
4	158,155	0.2	84,207	54.2	23,962	57.1	266,323	13.6	75.6	3.0	63.2	1.9	71.2	△11.0
5	185,833	△6.9	96,347	47.8	19,396	38.3	301,577	6.2	75.5	6.6	60.7	△2.3	80.2	2.2
6	176,572	△9.0	99,953	33.6	15,137	△13.7	291,663	2.7	74.1	3.1	57.2	△4.3	84.0	5.8
7	173,560	△7.7	104,568	21.9	13,985	△44.3	292,114	1.1	72.7	2.8	62.8	3.0	82.6	5.9
8	178,047	△7.1	132,592	18.5	12,723	△29.8	323,362	1.8	70.0	△2.6	69.0	5.0	80.1	△0.4
9	184,589	△5.2	120,493	16.2	15,286	3.1	320,368	1.4	71.4	△2.2	66.2	3.4	79.4	△2.1
10	225,292	0.7	119,814	22.3	24,845	138.0	369,951	6.7	77.8	2.1	72.1	10.1	80.7	△3.2
11	217,224	△0.6	111,274	10.5	22,054	99.5	350,552	3.9	78.2	0.4	71.1	10.6	79.7	△5.7
12	175,415	△9.1	104,932	24.0	15,084	△35.7	295,431	1.0	72.6	△0.4	61.3	7.9	81.6	3.3
2025.1	132,469	△5.8	85,135	17.1	12,858	23.2	230,463	3.0	－	－	－	－	86.3	21.2
2	160,201	△7.5	110,743	8.2	13,567	22.7	284,511	△0.7	－	－	－	－	86.5	7.9
3	198,219	△29.3	125,838	7.6	27,067	15.5	351,123	△16.6	－	－	－	－	79.6	△5.2
資料出所	観光庁								（一社）日本ホテル協会				（一社）全日本ホテル連盟	

（注1）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、グループ企業内取引を相殺した取扱額で集計している。
（注2）主要旅行業者数は2023年1月現在、43社（2020年4月～2020年12月：47社、2021年1月～2021年4月：46社、2021年5月～2022年3月：45社、2022年4月～2022年11月：43社）。
（注3）直近公表の前年同月値の修正に伴い、暦年・年度・四半期の数値を遡って修正している。
（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み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	
		前年比		前年比		前年比		前年比		前年比		前年比		前年比
	千人	%	千人	%	千人	%	千人	%	千人	%	千人	%	千人	%
2022年度	7,884,632	11.7	4,763,596	4.1	3,121,037	25.6	295,482	51.3	13,168,852	12.1	7,222,800	6.7	5,946,047	19.4
2023年度	8,432,607	6.9	4,951,225	3.9	3,481,382	11.5	356,449	20.6	14,181,395	7.7	7,613,054	5.4	6,568,312	10.5
2024年度	8,672,626	2.8	5,038,834	1.8	3,633,793	4.4	385,931	8.3	14,704,703	3.7	7,851,758	3.1	6,852,926	4.3
2022暦年	7,647,778	9.8	4,718,641	3.5	2,929,137	21.8	265,950	44.4	12,763,608	10.1	7,125,183	5.8	5,638,419	16.0
2023暦年	8,319,751	8.8	4,899,383	3.8	3,420,368	16.8	345,882	30.1	13,987,563	9.6	7,519,328	5.5	6,468,219	14.7
2024暦年	8,631,223	3.7	5,023,280	2.5	3,607,944	5.5	379,676	9.8	14,605,029	4.4	7,797,847	3.7	6,807,157	5.2
2024.1～3	2,041,909	5.9	1,166,583	4.7	875,326	7.5	89,329	13.4	3,443,970	6.0	1,797,252	5.5	1,646,706	6.5
4～6	2,188,524	3.6	1,292,827	2.1	895,698	5.9	91,062	10.2	3,752,323	4.5	2,040,164	3.2	1,712,160	6.1
7～9	2,176,813	2.8	1,281,015	2.1	895,798	3.7	96,090	6.4	3,657,422	3.5	1,971,335	3.3	1,686,084	3.8
10～12	2,223,977	3.0	1,282,855	1.5	941,122	5.0	103,195	9.6	3,751,314	3.8	1,989,096	3.0	1,762,207	4.7
2024.1～3	2,083,312	2.0	1,182,137	1.3	901,175	3.0	95,584	7.0	3,543,644	2.9	1,851,163	3.0	1,692,475	2.8
2024.1	688,209	5.7	408,397	3.8	279,812	8.7	29,704	12.6	1,155,344	5.9	628,082	5.2	527,255	6.8
2	652,814	8.7	376,174	7.7	276,640	10.1	28,629	17.2	1,112,812	7.8	587,715	6.6	525,094	9.2
3	700,886	3.4	382,012	2.7	318,874	4.3	30,996	10.9	1,175,814	4.3	581,455	4.8	594,357	3.8
4	714,466	4.4	406,987	2.7	307,479	6.8	33,924	11.8	1,238,863	5.2	658,094	3.4	580,771	7.3
5	751,196	3.0	448,208	1.9	302,988	4.8	30,044	8.9	1,270,396	4.5	693,212	3.4	577,186	5.9
6	722,862	3.4	437,632	1.7	285,231	6.1	27,094	9.7	1,243,064	3.9	688,858	3.0	554,203	5.1
7	747,656	3.0	441,601	2.3	306,055	4.1	36,403	9.6	1,250,939	4.2	673,803	3.5	577,137	5.1
8	720,717	1.8	421,047	1.6	299,670	2.0	30,347	0.3	1,192,352	2.9	634,147	3.3	558,204	2.5
9	708,440	3.5	418,367	2.5	290,073	5.0	29,340	9.1	1,214,131	3.4	663,385	3.0	550,743	3.9
10	754,776	3.2	443,051	1.9	311,725	5.1	38,060	10.1	1,267,457	4.2	683,929	3.2	583,524	5.5
11	735,662	3.3	425,961	1.3	309,700	6.1	35,069	9.9	1,253,442	4.1	675,253	3.0	578,186	5.3
12	733,539	2.4	413,843	1.4	319,697	3.8	30,066	8.6	1,230,415	3.1	629,914	2.9	600,497	3.3
2025.1	710,656	3.3	414,949	1.6	295,707	5.7	32,910	10.8	1,202,477	4.1	648,009	3.2	554,467	5.2
2	649,116	△0.6	369,697	△1.7	279,419	1.0	29,910	4.5	1,127,040	1.3	599,774	2.1	527,266	0.4
3	723,540	3.2	397,491	4.1	326,049	2.3	32,764	5.7	1,214,127	3.3	603,380	3.8	610,742	2.8
資料出所	国土交通省													

（注）民鉄とはJR以外の鉄軌道事業者をいう。

年・月	旅行・観光関連産業（運輸業）													
	鉄道旅客人キロ						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	
		前年比		前年比		前年比		前年比		前年比		前年比		前年比
	千人キロ	%	千人キロ	%	千人キロ	%	千人	%	百万円	%	台（平均）／日	%	台（平均）／日	%
2022年度	126,194,282	55.2	73,172,152	75.4	55,473,058	23.9	3,764,780	18.5	819,651	22.3	5,047,557	7.5	2,780,594	6.4
2023年度	153,342,087	21.5	92,266,013	26.1	61,703,905	11.2	4,108,828	9.1	964,146	17.6	5,176,558	2.6	2,840,527	2.2
2024年度	160,375,974	4.6	97,596,776	5.8	64,395,138	4.4	4,265,157	3.8	1,021,522	6.0	5,256,586	1.5	2,866,769	0.9
2022暦年	113,466,700	49.3	64,341,274	68.9	52,257,349	20.4	3,578,967	15.6	770,947	18.6	4,704,439	0.8	2,615,391	0.7
2023暦年	149,044,376	31.4	89,189,137	38.6	60,789,817	16.3	4,055,827	13.3	935,987	21.4	5,168,097	9.9	2,841,374	8.6
2024暦年	158,871,316	6.6	96,404,788	8.1	63,903,817	5.1	4,239,745	4.5	1,011,948	8.1	5,237,494	1.3	2,855,375	0.5
2024.1～3	38,387,808	12.6	23,103,108	15.4	15,462,342	6.3	1,030,312	5.4	244,554	13.0	4,970,327	0.7	2,733,249	△0.1
4～6	37,837,509	6.2	22,779,472	7.6	16,092,505	6.5	1,068,193	5.5	254,518	8.8	5,181,025	1.4	2,829,082	0.3
7～9	40,044,738	2.9	24,095,031	3.2	15,777,073	3.3	1,045,108	3.1	249,859	5.8	5,397,901	2.1	2,922,121	0.2
10～12	42,601,261	5.5	26,427,177	7.3	16,571,897	4.5	1,096,132	4.1	263,018	5.4	5,400,725	2.1	2,937,047	1.6
2025.1～3	39,892,466	3.9	24,295,096	5.2	15,953,663	3.2	1,055,724	2.5	254,128	3.9	5,046,693	1.5	1,883,250	△31.1
2024.1	13,139,032	14.9	8,284,915	17.1	4,959,778	7.4	332,137	6.2	78,757	14.9	4,712,193	△11.3	2,611,670	△11.1
2	12,178,358	16.4	7,378,440	19.6	4,900,468	9.2	327,448	7.9	77,364	16.6	4,934,955	0.2	2,694,190	△1.4
3	13,070,418	7.3	7,439,753	9.7	5,602,096	3.0	370,727	2.7	88,433	8.5	5,263,832	15.0	2,893,887	13.9
4	14,645,075	7.9	9,477,065	9.4	5,476,028	7.7	363,096	6.3	86,656	9.8	5,194,880	1.4	2,857,623	△1.5
5	12,510,460	4.6	7,331,574	6.3	5,450,390	5.7	359,101	5.2	85,873	8.2	5,217,357	1.5	2,823,840	1.4
6	10,681,974	5.7	5,970,833	6.3	5,166,087	6.0	345,996	4.9	81,989	8.3	5,130,838	1.2	2,805,783	1.1
7	15,294,293	5.3	9,996,501	7.3	5,325,105	4.4	357,507	4.0	84,737	6.6	5,365,690	1.6	2,910,821	0.9
8	13,248,280	△1.6	7,557,473	△3.8	5,284,149	1.9	344,724	1.8	82,860	4.2	5,492,537	0.9	2,963,997	△0.1
9	11,502,165	5.1	6,541,057	5.9	5,167,819	3.6	342,877	3.6	82,261	6.7	5,335,476	0.9	2,891,544	△0.3
10	15,979,222	5.5	10,646,448	7.4	5,448,112	4.8	362,262	4.7	86,509	5.8	5,444,938	2.4	2,945,325	1.7
11	14,311,418	6.6	9,039,064	8.1	5,478,742	5.3	359,325	4.8	86,604	6.1	5,534,449	2.5	2,989,310	1.9
12	12,310,621	4.2	6,741,665	6.1	5,645,043	3.5	374,545	2.9	89,905	4.4	5,222,788	1.5	2,876,507	1.0
2025.1	14,144,748	7.7	9,039,344	9.1	5,216,028	5.2	346,764	4.4	83,339	5.8	4,864,874	3.2	2,686,725	2.9
2	12,412,609	1.9	7,586,415	2.8	4,958,093	1.2	328,342	0.3	78,854	1.9	4,954,960	0.4	2,742,017	1.8
3	13,335,109	2.0	7,669,337	3.1	5,779,542	3.2	380,618	2.7	91,935	4.0	5,320,244	1.1	2,907,733	0.5
資料出所	国土交通省						（一社）日本民営鉄道協会				（公財）高速道路調査会			

（注）民鉄とはJR以外の鉄軌道事業者をいう。

年・月	旅行・観光関連産業（運輸業）											
	貸切バス輸送人員		フェリー（自動車航送長距離航路）				航空（国内線）旅客数					
	全国		旅客		自動車				幹線		ローカル線	
		前年比		前年比		前年比		前年比		前年比		前年比
	千人	%	千人	%	千台	%	千人	%	千人	%	千人	%
2022年度	197,679	24.8	2,070	48.7	1,592	6.9	90,662	82.4	39,417	78.7	51,244	85.4
2023年度	226,733	14.7	2,455	18.6	1,643	3.2	104,805	15.6	44,852	13.8	59,953	17.0
2024年度	229,025	1.0	2,620	6.7	1,730	5.3	108,765	3.8	46,910	4.6	61,855	3.2
2022暦年	185,809	18.6	1,918	46.7	1,575	6.9	79,548	81.1	34,651	77.2	44,896	84.2
2023暦年	223,241	20.1	2,391	24.7	1,632	3.6	103,972	30.7	44,463	28.3	59,509	32.5
2024暦年	228,906	2.5	2,608	9.1	1,721	5.4	107,021	2.9	46,123	3.7	60,899	2.3
2024.1～3	49,309	7.6	558	13.1	381	2.8	25,074	3.4	11,057	3.7	14,017	3.3
4～6	60,829	2.7	622	5.9	431	5.7	24,716	△1.6	10,565	△0.4	14,151	△2.4
7～9	55,475	0.0	779	7.0	455	5.5	28,831	4.6	12,269	5.5	16,561	3.9
10～12	63,293	0.9	648	11.6	454	7.3	28,401	5.0	12,232	5.8	16,169	4.4
2025.1～3	49,428	0.2	571	2.3	390	2.4	26,817	7.0	11,844	7.1	14,973	6.8
2024.1	15,775	11.0	157	14.4	117	2.4	7,624	4.9	3,412	5.8	4,212	4.2
2	16,846	10.5	155	23.7	117	3.7	8,177	6.8	3,650	6.9	4,527	6.7
3	16,688	2.0	247	6.5	147	2.5	9,272	△0.5	3,995	△0.8	5,277	△0.2
4	18,397	7.9	206	9.8	146	6.8	7,808	△0.5	3,326	△0.8	4,482	△0.3
5	21,489	4.0	231	1.1	143	4.5	8,630	△2.4	3,630	△1.0	5,001	△3.4
6	20,943	△2.7	185	8.0	141	6.0	8,277	△1.8	3,609	0.5	4,668	△3.4
7	19,886	2.8	246	5.2	155	7.0	9,225	4.5	3,985	5.4	5,241	3.7
8	15,990	△1.5	299	3.2	145	2.0	10,208	3.8	4,247	5.2	5,961	2.9
9	19,599	△1.4	234	14.3	154	7.5	9,398	5.5	4,038	6.0	5,360	5.2
10	23,736	2.0	243	17.1	165	13.4	9,894	3.7	4,216	5.2	5,678	2.6
11	22,001	△0.3	219	10.0	150	7.4	9,492	5.1	4,019	6.1	5,473	4.4
12	17,556	0.9	186	6.8	140	0.7	9,015	6.3	3,997	6.3	5,018	6.3
2025.1	16,605	5.3	166	5.6	124	5.9	8,586	12.6	3,844	12.6	4,743	12.6
2	16,188	△3.9	154	△0.5	119	1.7	8,454	3.4	3,769	3.3	4,685	3.5
3	16,635	△0.3	252	1.9	147	0.0	9,776	5.4	4,231	5.9	5,545	5.1
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	
		前年比		前年比		前年比		前年比		前年比		前年比
	千人	%	千人	%	千人	%	千人	%	千人	%	千人	%
2022年度	30,111	85.4	31,662	107.8	61,772	96.3	4,350	85.4	4,214	411.4	11,109	547.4
2023年度	35,110	16.6	40,764	28.7	75,874	22.8	6,628	16.6	7,135	69.3	13,763	23.9
2024年度	36,127	2.9	44,055	8.1	80,182	5.7	7,585	16.6	8,073	13.1	15,657	13.8
2022暦年	26,604	83.8	26,096	87.9	52,700	85.8	3,249	361.5	3,095	372.5	6,344	366.8
2023暦年	34,401	29.3	40,756	56.2	75,157	42.6	6,353	95.5	6,705	116.7	15,603	145.9
2024暦年	35,363	2.8	42,997	5.5	78,360	4.3	7,231	13.8	7,771	15.9	15,002	△3.9
2024.1～3	8,465	9.1	9,672	0.1	18,138	4.1	1,674	19.7	1,825	30.8	3,498	△34.5
4～6	8,019	△6.6	9,781	1.1	17,800	△2.5	1,751	11.4	1,886	16.2	3,637	13.8
7～9	9,267	3.7	11,898	11.0	21,165	7.7	1,871	8.6	2,012	8.9	3,883	8.7
10～12	9,611	5.4	11,646	8.9	21,257	7.3	1,936	16.6	2,048	11.3	3,984	13.8
2025.1～3	9,230	9.0	10,730	10.9	19,960	10.0	2,027	21.1	2,127	16.6	4,154	18.7
2024.1	2,569	15.0	2,877	△4.0	5,446	4.1	529	15.9	597	31.8	1,126	△67.4
2	2,750	15.4	3,159	0.4	5,909	6.9	535	29.1	587	40.0	1,122	34.6
3	3,147	0.2	3,636	3.3	6,783	1.8	609	15.7	641	22.5	1,250	19.1
4	2,565	△0.7	3,068	△2.0	5,633	△1.4	564	10.9	618	17.4	1,182	14.2
5	2,801	△7.2	3,402	△0.2	6,203	△3.5	582	13.4	631	16.2	1,212	14.8
6	2,653	△11.1	3,311	5.7	5,964	△2.5	605	10.0	637	14.9	1,243	12.5
7	2,973	3.1	3760	10.7	6,733	7.2	636	7.4	675	8.7	1,311	8.1
8	3,284	3.2	4,269	9.0	7,553	6.4	640	7.9	700	8.2	1,340	8.1
9	3,011	4.8	3,869	13.5	6,880	9.5	594	10.5	638	10.0	1,232	10.3
10	3,316	4.8	4,041	8.1	7,357	6.6	630	12.8	676	10.6	1,306	11.7
11	3,246	4.6	3,914	8.9	7,161	6.9	642	16.2	664	11.3	1,306	13.6
12	3,049	6.9	3,690	9.7	6,739	8.4	664	20.9	707	12.2	1,371	16.2
2025.1	2,955	15.0	3,390	17.8	6,345	16.5	690	30.3	731	22.4	1,421	26.1
2	2,952	7.4	3,377	6.9	6,330	7.1	637	19.0	675	15.1	1,312	17.0
3	3,323	5.6	3,963	9.0	7,285	7.4	701	15.0	720	12.4	1,421	13.7
資料出所	各社月報											

年	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	
		前年比		前年比		前年比		前年比		前年比		前年比		前年比
	千人	%	千人	%	千人	%	万人	%	千人	%	万人	%	千人	%
2020年度	104,002	△43.9	76,593	△39.5	176,226	△9.2	−	−	81,347	△5.4	610	△29.1	554,345	△37.9
2021年度	117,996	13.5	78,039	1.9	210,735	19.6	−	−	89,694	10.3	750	23.0	542,463	△2.1
2022年度	156,990	33.0	109,858	40.8	226,738	7.6	−	−	91,290	1.8	650	△13.3	682,827	25.9
2023年度	175,725	11.9	120,706	9.9	204,069	△10.0	−	−	89,683	△1.8	600	△7.7	789,163	15.6
2024年度	−	−		△100.0		△100.0	−	−		△100.0	590	△1.7		△100.0
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	
		前年比		前年比		前年比		前年比		前年比		前年比
	人	%	人	%	人	%	人	%	人	%	人	%
2022年度	4,254,278	606.2	2,386,184	562.6	1,868,094	671.0	62,220	944.3	73,901	669.2	118,002	599.4
2023年度	10,986,310	158.2	5,557,711	132.9	5,428,599	190.6	181,188	191.2	218,515	195.7	329,138	178.9
2024年度	13,486,837	22.8	6,675,176	20.1	6,811,661	25.5	228,949	26.4	272,135	24.5	404,906	23.0
2022暦年	2,771,768	441.1	1,606,702	421.7	1,165,066	470.3	35,830	635.4	45,608	448.8	75,351	415.4
2023暦年	9,624,158	247.2	4,932,138	207.0	4,692,020	302.7	155,283	333.4	185,687	307.1	286,284	279.9
2024暦年	13,007,282	35.2	6,457,919	30.9	6,549,363	39.6	219,673	41.5	263,896	42.1	389,037	35.9
2024.1～3	3,037,254	81.3	1,522,404	69.8	1,514,850	94.6	54,279	91.3	64,186	104.7	90,867	89.3
4～6	2,760,705	42.4	1,413,724	36.6	1,346,981	49.0	48,213	54.7	53,967	51.6	81,509	45.8
7～9	3,698,494	19.4	1,796,318	18.0	1,902,176	20.8	51,980	19.0	70,854	22.5	110,275	19.7
10～12	3,510,829	20.5	1,725,473	16.8	1,785,356	24.4	65,201	25.2	74,889	23.0	106,386	17.9
2025.1～3	3,516,809	15.8	1,739,661	14.3	1,777,148	17.3	63,555	17.1	72,425	12.8	106,736	17.5
2024.1	838,581	89.3	452,027	77.4	386,554	105.2	14,797	119.6	16,367	127.2	23,823	107.9
2	978,884	82.0	494,743	68.2	484,141	98.7	15,665	74.0	21,244	96.5	30,451	89.6
3	1,219,789	75.7	575,634	65.4	644,155	86.0	23,817	88.5	26,575	99.1	36,593	78.6
4	888,767	58.7	458,778	50.1	429,989	68.9	16,080	78.6	16,357	68.4	25,848	66.2
5	941,709	39.4	475,953	31.2	465,756	48.9	16,988	51.0	19,345	46.0	28,005	42.4
6	930,229	32.3	478,993	30.6	451,236	34.1	15,145	38.7	18,265	44.5	27,656	33.6
7	1,048,823	17.6	524,836	17.2	523,987	18.0	12,558	8.7	19,527	19.1	30,852	17.6
8	1,437,126	19.7	681,555	18.7	755,571	20.5	17,593	24.1	26,523	24.6	43,277	21.2
9	1,212,545	20.7	589,927	17.7	622,618	23.6	21,829	21.7	24,804	23.0	36,146	19.8
10	1,148,502	22.5	562,728	17.1	585,774	28.2	23,267	33.0	23,874	30.6	35,879	18.1
11	1,175,117	14.4	577,410	10.7	597,707	18.3	24,085	16.4	25,158	14.5	35,535	13.0
12	1,187,210	25.2	585,335	23.2	601,875	27.3	17,849	28.5	25,857	25.4	34,972	23.0
2025.1	912,298	8.8	472,263	4.5	440,035	13.8	15,951	7.8	17,333	5.9	25,971	9.0
2	1,181,062	20.7	595,700	20.4	585,362	20.9	17,947	14.6	25,181	18.5	37,484	23.1
3	1,423,449	16.7	671,698	16.7	751,751	16.7	29,657	24.5	29,911	12.6	43,281	18.3
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	
		前年比		前年比		前年比		前年比		前年比		前年比		前年比
	人	%	人	%	人	%	人	%	人	%	人	%	人	%
2022年度	1,908,533	693.6	107,918	607.2	353,856	526.8	639,530	787.6	99,671	646.2	40,566	760.0	230,122	876.7
2023年度	4,826,978	152.9	322,036	198.4	1,059,863	199.5	1,930,119	201.8	316,276	217.3	134,697	232.0	775,049	236.8
2024年度	5,893,561	22.1	404,140	25.5	1,331,638	25.6	2,430,304	25.9	406,821	28.6	174,779	29.8	966,154	24.7
2022暦年	1,243,649	517.2	65,896	401.8	224,692	357.4	383,873	538.9	60,870	414.5	24,483	518.4	132,980	570.8
2023暦年	4,266,547	243.1	273,782	315.5	903,880	302.3	1,662,203	333.0	268,026	340.3	114,605	368.1	661,364	397.3
2024暦年	5,681,725	33.2	390,401	42.6	1,282,851	41.9	2,330,026	40.2	392,705	46.5	167,039	45.8	934,818	41.3
2024.1～3	1,302,047	75.6	95,137	102.9	303,020	106.1	547,611	95.8	91,182	112.4	37,683	114.2	218,354	108.6
4～6	1,197,475	39.5	81,969	55.3	271,585	51.3	487,762	48.4	83,234	60.6	36,018	57.9	202,138	51.7
7～9	1,657,915	18.8	105,085	23.5	355,919	23.3	655,818	22.9	110,239	26.7	47,306	25.6	248,796	18.8
10～12	1,524,288	19.9	108,210	21.6	352,327	22.0	638,835	22.8	108,050	25.3	46,032	26.0	265,530	24.0
2025.1～3	1,513,883	16.3	108,876	14.4	351,807	16.1	647,889	18.3	105,298	15.5	45,423	20.5	249,690	14.4
2024.1	352,346	95.6	23,264	117.9	79,757	119.6	139,661	121.8	21,931	127.9	8,948	134.2	55,207	140.4
2	430,620	74.6	32,083	100.7	96,284	101.5	175,426	88.9	29,184	106.8	12,057	101.1	68,890	110.5
3	519,081	64.9	39,790	96.8	126,979	101.8	232,524	87.7	40,067	108.8	16,678	114.5	94,257	92.4
4	387,584	54.7	23,872	63.0	89,051	75.6	152,453	71.6	25,356	82.5	10,535	79.7	64,047	82.0
5	407,667	37.2	27,004	43.2	90,982	45.1	170,469	45.2	29,533	53.1	12,743	49.8	71,854	49.7
6	402,224	29.4	31,093	61.3	91,552	38.6	164,840	34.6	28,345	52.0	12,740	50.8	66,237	32.3
7	465,277	17.1	28,930	19.9	100,039	22.5	183,175	21.7	29,690	23.6	12,799	24.3	67,230	15.8
8	639,614	19.1	39,837	25.8	141,564	23.6	252,123	23.5	44,215	28.2	18,748	24.2	97,350	22.1
9	553,024	20.0	36,318	23.9	114,316	23.6	220,520	23.2	36,334	27.4	15,759	28.2	84,216	17.7
10	497,311	22.3	34,920	23.3	113,814	24.0	205,102	25.8	36,547	33.4	15,401	33.3	85,101	22.6
11	503,315	13.5	37,641	16.7	118,652	16.3	215,944	17.0	34,724	13.8	14,819	13.6	91,607	15.7
12	523,662	24.3	35,649	25.4	119,861	26.4	217,789	26.2	36,779	29.9	15,812	32.6	88,822	35.6
2025.1	384,215	9.0	25,040	7.6	84,961	6.5	155,332	11.2	24,272	10.7	10,362	15.8	58,762	6.4
2	522,047	21.2	38,176	19.0	119,398	24.0	217,373	23.9	35,622	22.1	15,285	26.8	81,730	18.6
3	607,621	17.1	45,660	14.8	147,448	16.1	275,184	18.3	45,404	13.3	19,776	18.6	109,198	15.9
資料出所	法務省													

(注)出国者数は海外居住者を含む。

年・月	海外旅行動向															
	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	
		前年比		前年比		前年比		前年比		前年比		前年比		前年比		前年比
	人	%	人	%	人	%	人	%	人	%	人	%	人	%	人	%
2022年度	106,004	347.4	102,608	338.9	134,193	510.4	172,140	624.6	333,127	566.7	527,001	845.8	377,173	435.4	291,360	537.5
2023年度	214,474	102.3	208,979	103.7	338,787	152.5	453,509	163.5	793,815	138.3	1,513,803	187.2	857,124	127.2	824,027	182.8
2024年度	251,322	17.2	246,526	18.0	418,990	23.7	552,113	21.7	991,243	24.9	1,915,061	26.5	1,028,656	20.0	1,039,697	26.2
2022暦年	81,963	289.7	79,467	281.6	86,989	364.6	104,018	412.2	193,947	371.4	273,758	532.4	268,806	328.8	199,868	401.0
2023暦年	193,518	136.1	188,667	137.4	288,515	231.7	386,813	271.9	701,298	261.6	1,298,905	374.5	773,162	187.6	726,756	263.6
2024暦年	245,983	27.1	240,336	27.4	404,106	40.1	533,306	37.9	948,538	35.3	1,820,690	40.2	999,028	29.2	1,001,913	37.9
2024.1～3	51,409	68.8	49,825	68.8	104,061	93.5	141,840	88.8	248,840	59.2	488,526	78.5	214,105	64.5	202,473	92.5
4～6	43,773	35.9	43,051	36.5	39,367	40.0	52,366	45.3	167,212	46.6	326,580	47.5	239,280	35.9	239,386	47.8
7～9	91,831	14.2	89,294	14.0	158,890	17.5	212,476	16.2	284,858	23.1	521,582	23.2	267,320	18.2	275,190	21.9
10～12	58,970	16.9	58,166	18.0	101,788	42.5	126,624	36.4	247,628	24.1	484,002	27.2	278,323	15.6	284,864	21.8
2025.1～3	56,748	10.4	56,015	12.4	118,945	14.3	160,647	13.3	291,545	17.2	582,897	19.3	243,733	13.8	240,257	18.7
2024.1	18,113	45.8	17,521	44.2	24,825	70.4	29,408	69.0	55,342	92.9	93,649	109.3	70,934	73.1	63,935	96.9
2	13,745	108.7	13,194	110.0	20,361	114.4	27,418	101.1	108,484	80.0	186,134	79.8	71,451	67.0	66,545	101.4
3	19,551	70.9	19,110	72.5	58,875	98.1	85,014	92.7	85,014	26.2	208,743	66.5	71,720	54.6	71,993	81.4
4	17,632	42.2	17,129	40.0	15,508	38.5	20,720	49.2	55,117	62.9	102,764	68.1	77,683	49.2	78,845	67.8
5	13,494	35.3	13,399	37.6	11,366	52.1	16,147	54.9	55,933	40.5	111,846	48.0	78,617	28.2	79,673	45.5
6	12,647	28.5	12,523	31.1	12,493	32.3	15,499	32.3	56,162	38.9	111,970	32.2	82,980	32.4	80,868	34.2
7	31,145	12.5	30,278	11.4	51,141	14.9	65,813	12.9	60,624	23.5	118,097	17.8	79,883	18.5	79,725	19.3
8	45,365	14.4	43,938	14.9	86,989	19.0	112,655	17.5	112,061	25.6	191,706	22.0	88,581	18.1	96,595	23.2
9	15,321	17.4	15,078	16.6	20,760	18.1	34,008	18.9	112,173	20.4	211,779	27.5	98,856	18.1	98,870	22.9
10	16,021	21.8	15,800	21.5	25,947	53.4	34,190	46.3	77,534	26.6	164,518	33.6	94,637	16.7	96,128	25.6
11	14,484	5.9	14,771	9.4	27,514	46.8	35,944	43.2	83,258	14.4	174,174	20.4	94,736	9.5	96,637	15.3
12	28,465	20.6	27,595	21.2	48,327	35.1	56,490	27.3	86,836	32.6	145,310	29.0	88,950	21.4	92,099	25.3
2025.1	20,548	13.4	20,439	16.7	28,247	13.8	32,521	10.6	62,610	13.1	109,331	16.7	74,213	4.6	74,200	16.1
2	13,915	1.2	13,828	4.8	25,020	22.9	32,567	18.8	133,376	22.9	223,325	20.0	85,348	19.4	80,642	21.2
3	22,285	14.0	21,748	13.8	65,678	11.6	95,559	12.4	95,559	12.4	250,241	19.9	84,172	17.4	85,415	18.6
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	
		前年比		前年比		前年比		前年比		前年比		前年比		前年比		前年比
	人	%	人	%	人	%	人	%	人	%	人	%	人	%	人	%
2022年度	507,987	517.8	281,250	611.5	524,017	621.6	278,998	754.5	277,900	862.5	143,152	836.7	125,783	1,117.9	71,585	1,040.3
2023年度	1,098,958	116.3	756,990	169.2	1,164,965	122.3	847,545	203.8	684,172	146.2	521,674	264.4	374,888	198.0	302,072	322.0
2024年度	1,286,809	17.1	927,956	22.6	1,390,068	19.3	1,076,752	27.0	827,764	21.0	685,135	31.3	429,405	14.5	368,421	22.0
2022暦年	356,574	399.0	192,019	457.8	358,199	483.3	179,910	551.4	182,476	677.9	92,049	623.5	77,748	866.1	43,977	744.9
2023暦年	995,514	179.2	666,121	246.9	1,047,974	192.6	731,730	306.7	606,534	232.4	440,385	378.4	325,623	318.8	252,643	474.5
2024暦年	1,255,980	26.2	897,645	34.8	1,351,504	29.0	1,037,882	41.8	799,964	31.9	657,918	49.4	422,288	29.7	359,673	42.4
2024.1～3	281,338	58.1	191,681	90.1	308,042	61.2	224,918	106.2	183,294	73.5	136,880	146.2	100,787	95.6	78,707	168.8
4～6	294,141	32.1	187,690	43.9	316,627	34.8	228,536	50.6	198,661	39.0	170,155	61.5	114,663	36.3	99,217	51.7
7～9	341,320	16.2	276,364	18.1	358,998	18.8	286,979	23.2	199,138	18.8	158,036	25.5	93,963	9.4	82,255	15.0
10～12	339,181	12.6	241,910	20.4	367,837	15.0	297,449	25.0	218,871	15.0	192,847	25.6	112,875	8.5	99,494	15.1
2025.1～3	312,167	11.0	221,992	15.8	346,606	12.5	263,788	17.3	211,094	15.2	164,097	19.9	107,904	7.1	87,455	11.1
2024.1	93,005	66.3	57,578	85.1	100,000	70.5	63,026	116.8	57,919	95.3	39,163	173.0	31,889	129.7	22,274	216.2
2	87,321	53.5	53,572	98.3	99,544	59.1	69,741	111.7	61,202	64.6	43,673	142.5	32,635	77.9	23,864	160.5
3	101,012	55.1	80,531	88.7	108,498	55.4	92,151	95.7	64,173	65.3	54,044	132.6	36,263	87.9	32,569	149.1
4	94,761	43.4	62,331	59.6	101,888	48.0	70,979	72.5	62,645	55.8	49,847	93.6	33,544	59.7	27,374	91.3
5	97,139	25.7	62,437	43.7	106,865	28.4	79,578	49.7	69,388	34.6	63,089	60.0	43,151	34.6	39,587	50.2
6	102,241	28.9	62,922	31.2	107,874	30.2	77,979	35.8	66,628	30.4	57,219	42.4	37,968	22.2	32,256	30.3
7	104,400	16.4	80,829	17.4	107,696	18.8	78,023	22.8	60,681	18.7	46,258	25.2	29,266	6.6	24,964	13.0
8	125,080	16.3	121,713	18.0	129,030	19.0	111,928	23.8	65,201	20.2	50,532	27.4	29,248	9.1	26,504	10.7
9	111,840	15.8	73,822	19.3	122,272	18.7	97,028	22.8	73,256	17.6	61,246	24.2	35,449	12.0	30,787	20.9
10	112,886	12.4	75,550	23.1	122,105	14.3	96,826	29.4	74,107	15.9	67,500	27.3	39,491	6.1	35,262	11.0
11	116,308	8.4	77,162	14.6	125,847	10.2	99,672	17.3	75,717	7.8	65,574	18.6	39,546	2.8	33,773	10.2
12	109,987	17.7	89,198	23.5	119,885	21.1	100,951	29.2	69,047	22.9	59,773	32.3	33,838	19.3	30,459	26.7
2025.1	93,287	0.3	64,241	11.6	101,271	1.3	70,901	12.5	60,795	5.0	45,213	15.4	31,292	△1.9	23,189	4.1
2	103,398	18.4	64,953	21.2	121,112	21.7	86,561	24.1	76,084	24.3	55,587	27.3	37,447	14.7	27,899	16.9
3	115,482	14.3	92,798	15.2	124,223	14.5	106,326	15.4	74,215	15.6	63,297	17.1	39,165	8.0	36,367	11.7
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																
	日本からの海外旅行者数														円/ドルレート	国際収支統計 旅行収支・支払	
	韓国への旅行者数		中国への旅行者数		台湾への旅行者数		香港への旅行者数		シンガポールへの旅行者数		ハワイへの旅行者数		グアムへの旅行者数				
		前年比		前年比		前年比		前年比		前年比		前年比		前年比			前年比
	人	%	人	%	人	%	人	%	人	%	人	%	人	%	円	億円	%
2022年度	644,985	3,741.3	−	−	220,520	2,070.3	43,871	12,470.5	217,680	3,323.2	289,684	1,046.6	43,650	809.6	135.4	6,745	106.8
2023年度	2,628,711	307.6	−	−	1,140,810	417.3	460,799	950.3	482,920	121.8	645,523	122.8	172,535	295.3	144.5	18,956	181.0
2024年度	3,340,697	27.1	−	−	1,335,490	17.1	613,552	33.1	596,730	23.6	712,881	10.4	217,680	26.2	152.5	21,825	15.1
2022暦年	296,867	1,844.8	−	−	87,404	769.2	7,316	2,014.5	132,075	2,131.8	199,759	954.8	22,768	446.3	131.4	5,232	68.3
2023暦年	2,316,429	680.3	−	−	928,235	962.0	344,154	4,604.1	432,600	227.5	572,978	186.8	135,759	496.3	140.5	15,935	204.6
2024暦年	3,224,079	39.2	−	−	1,319,592	42.2	560,169	62.8	573,270	32.5	720,487	25.7	208,305	53.4	151.5	21,584	35.5
2024.1～3	665,893	88.3	−	−	348,913	155.9	153,230	318.8	137,880	57.5	171,539	73.3	58,624	168.3	148.5	5,419	126.0
4～6	766,106	50.7	−	−	260,879	38.7	114,243	62.0	105,450	37.6	155,022	34.5	37,605	138.8	155.8	4,565	70.8
7～9	877,070	21.0	−	−	295,288	12.1	134,481	27.3	190,790	21.7	195,461	16.1	56,423	18.5	149.2	5,953	6.1
10～12	915,010	25.5	−	−	414,512	21.8	158,215	20.3	139,150	24.7	198,466	4.3	55,653	10.1	152.4	5,650	7.5
2025.1～3	782,511	17.5	−	−	364,811	4.6	206,613	34.8	161,340	17.0	163,933	△4.4	67,999	16.0	152.5	5,660	4.4
2024.1	143,152	114.0	−	−	95,693	246.6	43,873	781.7	37,690	105.6	52,911	63.8	18,938	294.0	146.6	1,531	124.8
2	183,999	94.9	−	−	101,464	121.9	46,692	291.0	45,300	37.6	55,716	109.1	17,343	217.7	149.4	1,736	127.5
3	338,742	76.1	−	−	151,756	140.8	62,665	218.6	54,890	51.2	62,912	57.1	22,343	92.9	149.6	2,152	125.6
4	229,252	78.7	−	−	86,587	67.0	38,615	88.9	32,430	46.5	49,024	42.7	14,326	96.1	153.4	1,471	85.7
5	278,423	51.6	−	−	98,184	26.7	42,430	61.1	39,080	34.2	46,124	35.1	12,034	100.2	156.1	1,548	68.8
6	258,431	31.5	−	−	76,108	29.5	33,198	39.9	33,940	33.8	59,874	28.1	11,245	362.0	157.8	1,545	60.3
7	242,953	14.9	−	−	73,734	3.9	31,661	20.2	51,160	19.7	66,557	25.9	15,160	38.0	158.1	1,727	5.2
8	323,465	22.8	−	−	111,759	14.3	49,343	27.6	81,800	20.2	63,964	△0.3	26,137	10.9	146.2	2,277	5.9
9	310,652	24.2	−	−	109,795	15.9	53,477	31.8	57,830	25.7	64,940	26.5	15,126	15.7	143.4	1,948	7.2
10	323,266	26.7	−	−	116,692	19.6	46,364	26.4	51,820	36.1	66,957	11.5	14,381	20.9	149.6	1,862	9.3
11	341,198	22.6	−	−	145,000	20.9	54,389	6.6	44,330	7.1	60,684	△3.5	17,636	△3.8	153.7	1,889	2.8
12	250,546	27.9	−	−	152,820	24.3	57,462	31.3	43,000	33.8	70,825	5.1	23,636	16.4	153.7	1,898	10.8
2025.1	174,717	22.0	−	−	89,676	△6.3	52,051	18.6	40,050	6.3	54,296	2.6	19,612	3.6	156.5	1,512	△1.2
2	224,482	22.0	−	−	120,463	18.7	66,444	42.3	55,740	23.0	48,032	△13.8	20,920	20.6	152.0	1,894	9.1
3	383,312	13.2	−	−	154,672	1.9	88,118	40.6	65,550	19.4	61,605	△2.1	27,467	22.9	149.2	2,254	4.7
資料出所	各国政府観光局、各国統計局															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。

年・月	訪日旅行動向											
	訪日外国人旅行者数										国際収支統計 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			
		前年比		前年比		前年比		前年比		前年比		前年比
	人	%	人	%	人	%	人	%	人	%	億円	%
2022年度	8,522,047	2,940.2	6,789,509	3,834.0	575,400	891.0	850,865	2,686.6	250,800	4,173.3	20,112	287.1
2023年度	28,834,290	238.3	23,144,869	240.9	1,857,492	222.8	2,847,149	234.6	826,868	229.7	62,252	209.5
2024年度	38,849,540	34.7	31,381,611	35.6	2,475,293	33.3	3,662,251	28.6	1,107,835	34.0	87,816	41.1
2022暦年	3,832,110	1,458.6	3,001,292	1,895.2	304,505	482.9	392,009	1,394.1	101,921	1,957.8	11,472	121.0
2023暦年	25,066,350	554.1	19,984,902	565.9	1,663,432	446.3	2,583,678	559.1	696,251	583.1	54,212	373
2024暦年	36,870,148	47.1	29,752,855	48.9	2,390,258	43.7	3,478,768	34.6	1,040,961	49.5	82,756	52.7
2024.1～3	8,558,483	78.7	7,028,476	81.7	474,810	69.1	729,144	56.6	280,686	87.0	17,968	△99.1
4～6	9,223,939	55.8	7,340,939	61.1	631,217	42.8	960,827	31.2	238,307	49.0	21,703	68.9
7～9	9,098,470	36.6	7,404,263	38.2	635,094	32.0	810,687	26.2	201,693	37.0	19,759	40.7
10～12	9,989,256	29.9	7,979,177	28.6	649,137	41.2	978,110	31.5	320,275	34.0	23,326	34.2
2025.1～3	10,537,875	23.1	8,657,232	23.2	559,845	17.9	912,627	25.2	347,560	23.8	23,028	28.2
2024.1	2,688,478	79.5	2,302,455	82.2	87,424	46.2	171,728	56.2	114,639	98.9	5,479	79.9
2	2,788,224	89.0	2,394,282	91.3	115,267	72.5	191,688	75.7	73,798	76.7	5,770	92.7
3	3,081,781	69.6	2,331,739	72.3	272,119	76.5	365,728	48.3	92,249	82.1	6,719	72.8
4	3,043,003	56.1	2,372,776	63.0	262,917	42.6	294,929	27.3	92,163	43.6	7,185	69.9
5	3,040,294	60.1	2,414,749	65.5	215,712	47.4	316,132	34.1	75,689	61.0	7,157	73.8
6	3,140,642	51.5	2,553,414	55.7	152,588	37.3	349,766	32.1	70,455	44.3	7,361	63.5
7	3,292,602	41.9	2,696,910	45.5	207,253	26.2	317,037	27.3	56,369	35.2	7,156	45.7
8	2,933,381	36.0	2,435,468	37.1	202,943	31.6	234,661	26.9	47,660	48.2	6,346	39.1
9	2,872,487	31.5	2,271,885	31.6	224,898	38.3	258,989	24.3	97,664	33.0	6,257	36.8
10	3,312,193	31.6	2,516,336	29.6	299,702	45.0	367,097	31.9	103,731	45.9	7,857	36.4
11	3,187,175	30.6	2,558,465	29.4	208,816	40.4	310,465	32.0	90,776	34.6	7,468	34.6
12	3,489,888	27.6	2,904,376	27.0	140,619	34.9	300,548	30.6	125,768	25.3	8,001	31.7
2025.1	3,781,629	40.7	3,261,149	41.6	112,872	29.1	235,905	37.4	153,966	34.3	8,099	47.8
2	3,258,491	16.9	2,743,476	14.6	150,676	30.7	248,766	29.8	98,057	32.9	7,073	22.6
3	3,497,755	13.5	2,652,607	13.8	296,297	8.9	427,956	17.0	95,537	3.6	7,856	16.9
資料出所	日本政府観光局（JNTO）										財務省、日本銀行	

公益財団法人 日本交通公社

公益財団法人日本交通公社は、「観光文化の振興」に取り組む実践的学術研究機関として、観光を通じた豊かな社会の実現に貢献します

当財団は、1912年に外客誘致を目的としたジャパン・ツーリスト・ビューローとして誕生し、1963年に営業部門（現・株式会社JTB）を分離してからは研究・調査に特化した組織となり、2012年に公益財団法人へ移行、さらに2016年には文部科学省から学術研究機関の指定を受けました。

自主事業として、旅行・観光をさまざまな角度から研究する自主研究の推進を軸に、セミナー・シンポジウムの開催や書籍の出版を通じた研究成果の公表に加えて、旅行・観光関連の約7万冊の蔵書をもつ「旅の図書館」を運営しています。

また、日本では数少ない観光を専門とするシンクタンク・コンサルタントとして、国・地方公共団体・公的機関等からさまざまな業務を受託し、国や地方の観光振興の一翼を担っています。

〒107-0062　東京都港区南青山二丁目7番29号 日本交通公社ビル
代表TEL：03-5770-8350　zaidan_info@jtb.or.jp
最寄駅：東京メトロ銀座線、半蔵門線、都営大江戸線「青山一丁目駅」5番出口から徒歩3分

アクセス MAP





公益財団法人日本交通公社

旅の図書館 のご案内

LIBRARY OF TOURISM CULTURE

「旅の図書館」は、観光関連の学術誌や観光統計資料のほか、古書・稀覯書、ガイドブック、時刻表、機内誌、観光研究の専門図書、財団の刊行物・出版物等、観光研究の参考に資する図書約70,000冊を取りそろえた専門図書館です。

1978年、より文化的、専門的な旅行や観光に関する情報をご提供するため、当財団は「観光文化資料館」(1999年に「旅の図書館」に改称)を開設し、多くの方にご利用いただいてまいりました。

「観光はそれ自体が文化であり、その観光文化を向上させたい」という開設当初の理念を継承しつつ、2016年、移転を機に、「観光の研究や実務に役立つ図書館」をコンセプトとしてリニューアルオープンしました。

さまざまな文献から“研究の種”を、多くの参考事例から観光政策や観光地づくりの“現場に活かすヒント”を見つけてください。

【開館時間】月曜日～金曜日 10:30～17:00

【休 館 日】土曜日・日曜日・祝日・毎月第4水曜日・年末年始

※上記以外に、会議開催等による臨時休館もありますので、ご来館の前に旅の図書館のウェブサイトをご覧下さい。

【ご利用にあたって】

・旅の図書館のウェブサイトから事前にご来館の予約をお願いします。

・館内のご利用にあたっては、1F受付カウンターにてご利用の手続きをお願いします。
（ご利用の際はご本人確認ができる身分証明書を毎回ご提示いただきます。）

・本の館外貸し出しは行っておりません。





執筆者一覧（掲載順）

山田 雄一	公益財団法人日本交通公社 理事	この一年をふりかえって
山本 奏音	同 研究員	調査概要 Ⅰ-3　日本人の海外旅行
川村 竜之介	同 副主任研究員	Ⅰ-1　日本人の旅行市場の概況 Ⅰ-4　日本人の旅行に対する意識
五木田 玲子	同 上席主任研究員	Ⅰ-2　日本人の国内旅行
園部 容子	同 研究員	Ⅱ-1　訪日外国人の旅行動向
柿島 あかね	同 上席主任研究員	Ⅱ-2　訪日旅行に対する意識 Ⅱ-3　訪日旅行事業の現況 （2.訪日パッケージツアーの概況）
外山 昌樹	高崎経済大学 地域政策学部 観光政策学科 准教授	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）
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 資料-1　旅行年表（旅行業）
牧野 博明	公益財団法人日本交通公社 上席主任研究員	Ⅲ-2　運輸業 資料-1　旅行年表（交通・運輸）
後藤 伸一	同 主任研究員	Ⅲ-3　宿泊業
川口 雪衣	同 研究員	Ⅲ-4-1　集客交流施設 Ⅳ　都道府県別延べ宿泊者数及びうち外国人延べ宿泊者数 資料-1　旅行年表（旅行・観光地動向、イベント動向） 資料-1　旅行年表（宿泊施設・観光施設等のオープン）
守屋 邦彦	跡見学園女子大学 観光コミュニティ学部 観光デザイン学科 准教授	Ⅲ-4-2　MICE
石黒 侑介	北海道大学大学院 国際広報メディア・観光学院 准教授	Ⅳ-1-1　北海道
工藤 亜稀	公益財団法人日本交通公社 研究員	Ⅳ-1-2　東北
相澤 美穂子	松本大学 総合経営学部 観光ホスピタリティ学科 准教授	Ⅳ-1-3　関東
小川 直樹	公益財団法人日本交通公社 主任研究員	Ⅳ-2-1　中部
福永 香織	同 主任研究員	Ⅳ-2-2　近畿
蛯澤 俊典	同 主任研究員	Ⅳ-2-3　中国・四国
野間 恵子	一般社団法人九州観光機構	Ⅳ-2-4　九州
山口 佳枝	公益財団法人日本交通公社 事務担当マネージャー	Ⅳ-2-5　沖縄
小坂 典子	同 副主任研究員	Ⅳ-3-1　自然
山口 陽子	同 研究員	Ⅳ-3-2　歴史・文化 資料-2　付属統計表
岩崎 比奈子	武蔵野大学 グローバル学部 日本語コミュニケーション学科 准教授	Ⅳ-3-3　温泉
江﨑 貴昭	公益財団法人日本交通公社 副主任研究員	Ⅴ-1　国による観光政策 資料-1　旅行年表（観光行政）
後藤 健太郎	同 主任研究員	Ⅴ-2　都道府県による観光政策
岩野 温子	同 研究員	Ⅴ-3　主要市町村による観光政策
菅野 正洋	同 上席主任研究員	付記

旅行年報 2025

Annual Report on the Tourism Trends Survey

2025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：03-5770-8350
E-mail：jtbfbook@jtb.or.jp
ホームページ：https://www.jtb.or.jp

発行人：小林高広
編集人：小松田 淳

デザイン・作図・作表・制作・印刷：佐川印刷株式会社
表紙デザイン：BEAM（三宅 尚）
編集協力：株式会社ぶれす、成田美友
写真提供：ピクスタ
©2025 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編集室へご連絡下さい。
本書を許可なく複製することを禁じます。

ISSN 0911-4750

公益財団法人 日本交通公社

定価　本体3000円＋税