

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。

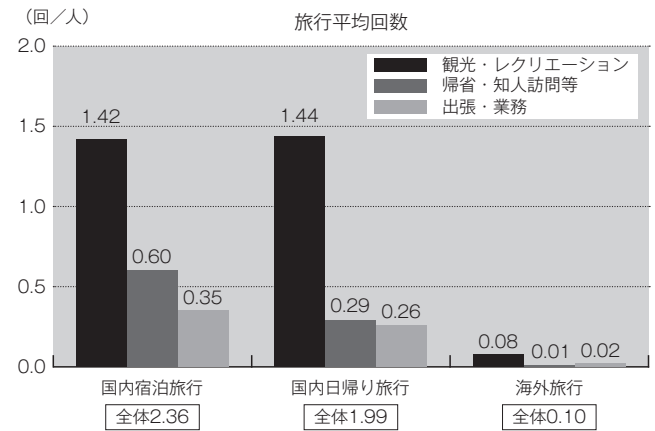
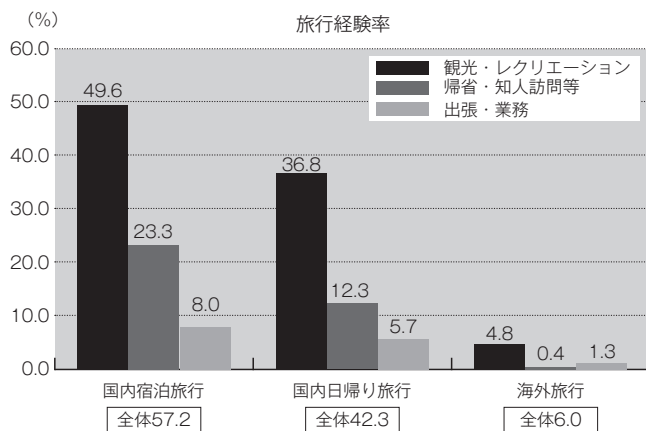
●延べ旅行者数

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

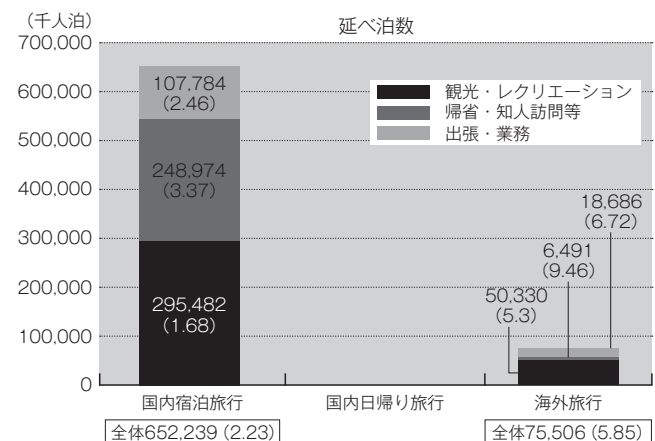
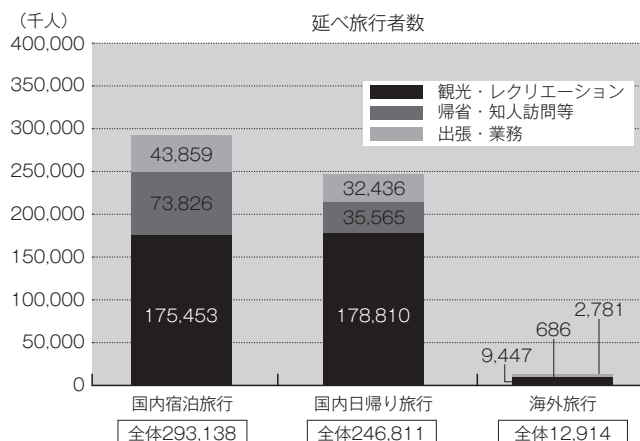
2024年の日本人の延べ泊数については、国内宿泊旅行全体では6億5,224万人泊、海外旅行全体では7,551万人泊であった。延べ旅行者数と比較して、「帰省」及び「出張」のシェアが増加、「観光」のシェアは減少する傾向にある(図I-1-2右)。

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。旅行会社のバ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）

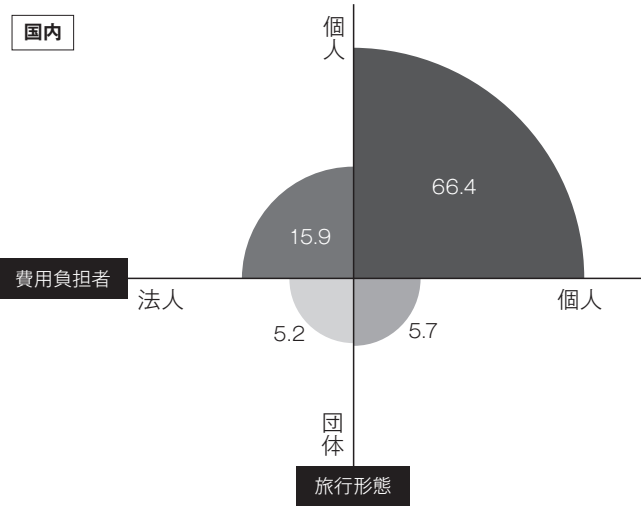
（単位：%）

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）

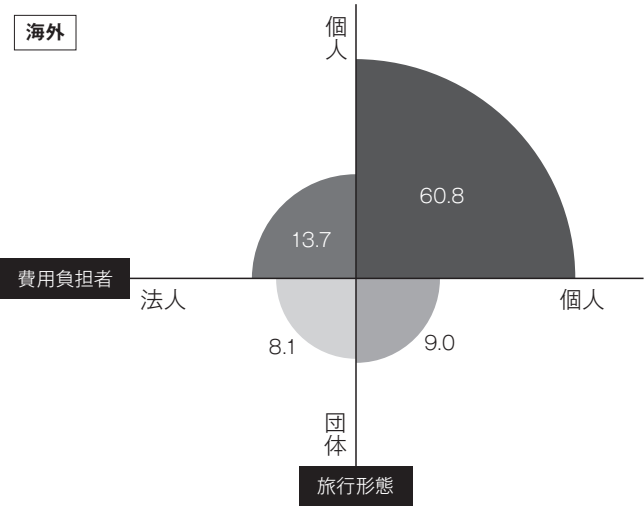
（単位：%）



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に家族旅行(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に家族旅行(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 親を連れて	末子が18歳以上 —
	※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に家族旅行(小中高生を含まない)	5.7	3.1
	小中高生の子どもと一緒に家族旅行(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」

旅行年報 2025

(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)

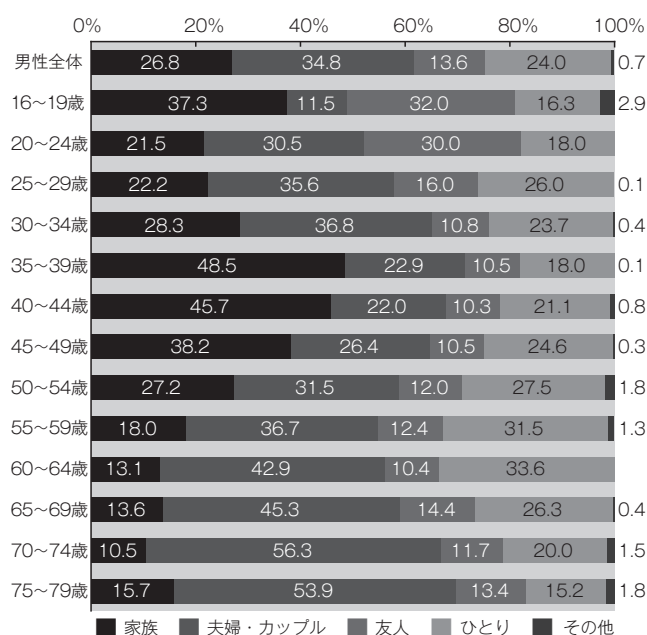
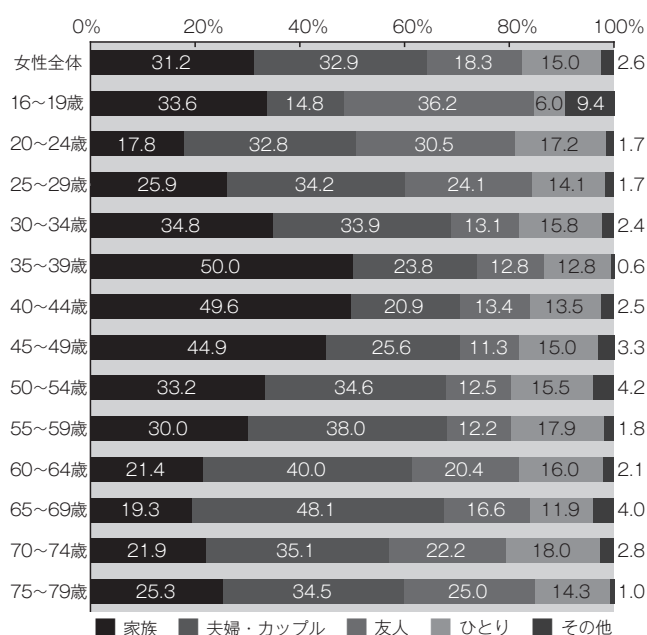


図 I -1-6 国内旅行における年代別同行者(女性)



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)

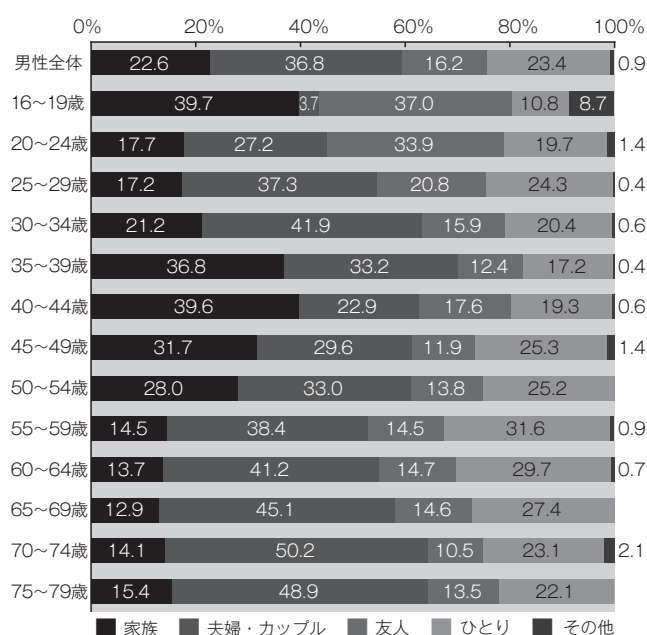
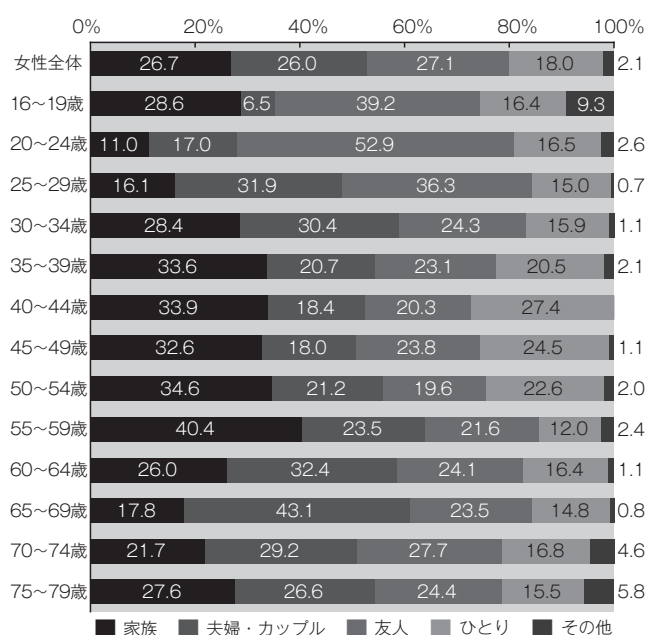


図 I -1-8 海外旅行における年代別同行者(女性)



資料:いずれも(公財)日本交通公社「JTBF旅行実態調査」