旅行年報

Annual Report on the Tourism Trends Survey

2019

公益財団法人 日本交通公社

本書は、原則として2018年度（2018年4月～2019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き、年表など一部の項目については2019年6月までの情報を取り込みました。

旅行年報

Annual Report on the Tourism Trends Survey

2019

目次

はじめに……2

第Ⅰ編　日本人の旅行市場

「JTBF旅行実態調査」「JTBF旅行意識調査」について（調査概要）……8
Ⅰ－１　日本人の旅行市場の概況……9
Ⅰ－２　日本人の国内旅行……13
Ⅰ－３　日本人の海外旅行……37
Ⅰ－４　日本人の旅行に対する意識……57

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……83
Ⅱ－３　訪日旅行事業の現況……89

第Ⅲ編　観光産業

Ⅲ－１　旅行業……98
Ⅲ－２　運輸業……105
Ⅲ－３　宿泊業……122
Ⅲ－４　集客交流施設、MICE……127

第Ⅳ編　観光地

都道府県別延べ宿泊者数およびうち外国人延べ宿泊者数（2018年と2017年の比較）……138
Ⅳ－１　北海道……139
Ⅳ－２　東北……143
Ⅳ－３　関東……147
Ⅳ－４　中部……151
Ⅳ－５　近畿……155
Ⅳ－６　中国・四国……159
Ⅳ－７　九州……162
Ⅳ－８　沖縄……166
Ⅳ－９　自然……169
Ⅳ－10　歴史・文化……173
Ⅳ－11　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……191
Ⅴ－３　主要市町村による観光政策……196

付記

観光研究……203

資料編

資料－１　旅行年表……208
資料－２　付属統計表……212

はじめに

『旅行年報』は各種統計資料及び当財団の独自調査の結果をもとに、直近の旅行・観光市場の動向を概観する年次報告書として、1978年より発行を続けてきました。各年の旅行・観光市場を取り巻く概況を捉えるとともに、経年でみていただくことによって時代の変化を読み解くことのできる資料集としても編集しています。

本誌が観光政策や観光産業などの実務に関わる方や観光研究者をはじめ、観光に関わるより多くの皆様にご活用いただければ幸いです。

以下に、本誌『旅行年報2019』の内容をもとに2018年の旅行・観光市場の概況を記します。

1．旅行市場

＜日本人の旅行市場の概要＞

2018年の日本人旅行者数は、国内宿泊旅行は観光庁『旅行・観光消費動向調査』によると、2億9,105万人回（前年比10.0％減）で、前年を大幅に下回った。天候、災害の影響は大きいものの、2年連続の前年減という状況から、このデータに限れば国内旅行市場が低迷局面にあることを憂慮せざるを得ない。

一方で、海外旅行は法務省『出入国管理統計』によると、過去最高の1,895万人（6.0％増）となった。2019年に入ってからも毎月前年増を続けており、年間旅行者数2,000万人を上回る勢いである。70代以上の男女と、10代、20代、50代女性の伸び率が高い。いわゆる団塊の世代と、1980年代後半から90年代前半にかけての海外旅行ブームを牽引した世代とその子世代が、今日の海外旅行市場を賑わせている。

＜訪日外国人旅行市場の概要＞

日本政府観光局（JNTO）によると、2018年の訪日外国人旅行者数は3,119万人（8.7％増）であった。2012年以降続いた2桁増には及ばなかったものの、増加基調は力強い。一人あたり消費額は15.3万円と、2015年をピークに減額傾向にあるものの、旅行中の総消費額は4.5兆円と過去最高を更新した。この額は日本人旅行者を含めた日本国内での旅行消費額26.1兆円の17.3％を占める。

また、観光庁『訪日外国人消費動向調査』をもとにすると、訪日外国人の延べ宿泊者数（長期滞在者を含む）は28,168万人泊と推計される。これは『旅行・観光消費動向調査』をもとにした日本人国内旅行の総宿泊者数64,217万人泊の4割強に相当する。

＜国際観光における日本＞

UNWTO（国連世界観光機関）調べによる国際観光客到着数の日本のランキン

グは11位、国際観光収入は9位である。また、国際観光収入から国際観光支出を差し引いた額は209億USドル（前年比31.4％増）となった。この値は国際観光客到着者数3位である米国の703億USドルには及ばないものの、同世界1位のフランス195億USドル、同5位のイタリア192億USドルを上回り、日本は国際収支における超優良国となった。

一方で、国際観光支出額に目を向けると、1位は中国の2,773億USドル（世界の観光収入の約2割に相当）、2位の米国1,442億USドル、3位のドイツ942億USドルと続く。アジアでは、韓国が9位320億USドル、香港が11位265億USドル、そして日本は台湾の18位194億USドルを僅かに上回る、17位202億USドルである。

2018年の人口あたりの年間出国者数である出国率をみると、韓国55.5％（前年比4ポイント増）、台湾70.5％（4.1ポイント増）、中国11.6％（1.3ポイント増）、タイ13.2％（1.0ポイント増）とここにきて伸び幅は落ち着いてきたものの、この10数年で急速な増加をみせている。一方で、国際収支優良国の米国は16.3％（2017年値）、そして日本の出国率は14.9％と、アジア各国の勢いには及ばない。

前年もここで触れたが、経済成長の勢いだけでなく、国内デスティネーションの充実度が異なるので、このような比較は参考にとどまるものの、昨今の国際イベントなども刺激となり、今後の日本人の海外旅行意欲の盛り上がりに期待したい。

＜日本人の旅行意識＞

日本人の旅行意識のうち、旅行の阻害要因を10年前と比較すると、トップだった「家計の制約がある（37.5％）」は3位（27.2％）となり、かわって1位「仕事などで休暇がとれない（33.7％）」、2位「家族、友人等と休日が重ならない（31.4％）」となった。また、「景気の先行き不安で支出を控える（23.4％）」の選択率は大幅に減少し、5.0％にとどまった。リーマンショック後の景気低迷期との比較になるが、明らかに旅行の阻害要因は、家計・経済面から休日・休暇に変わった。

また、旅行の動機では、「日常生活から解放されるため」「保養、休養のため」といった逃避や休息を求めるものは減少し、「思い出をつくるため」「家族の親睦のため」といった前向きな動機の選択率が増加している。

旅行の阻害要因、動機はともに昨年の分析結果と同様の傾向になった。経済環境が低調な時期は「日常から逃れ休息のために旅行したいが、家計の状況や先行きへの不安から旅行を控えなければならない」が主要な意識となり、好調・安定期は「家族などとの思い出づくりのために旅行したいが、忙しくて休暇がとれない」という状況が増大する。

働き方改革が進む中でワーク・ライフ・バランスも見直されるようになってきた。これまで、旅行需要は家計と休日によると言ってきたが、このような古い需要モデルに、風穴が開くことを期待する。

２．観光産業

＜旅行業＞

2018年の旅行業者数は前年比0.9％の微増であった。その中で、いわゆる着地型旅行を扱う地域限定旅行業者数は、前年の22.0％増に続き、当年も38.9％増と大幅に増加した。主要旅行業者の取扱額をみると、海外旅行は前年比5.0％増、外国人旅行は12.9％増、国内旅行は1.6％減と、既述した年間旅行者数の傾向がそのまま反映される結果となった。なお、主要旅行業者の部門別取扱額のシェアは、国内旅行54.8％、海外旅行40.6％、外国人旅行4.6％であった。

＜宿泊業＞

2017年度の旅館軒数は前年度比2.2％減、ホテル軒数は同3.0％増であった。2018年の延べ宿泊者数はリゾートホテルが前年比7.7％増、ビジネスホテルが9.7％増、シティホテルが6.0％増であったのに対し、旅館は1.3％の微増にとどまった。外国人の延べ宿泊者数は20.9％増と好調を維持し、施設タイプ別には簡易宿所が75.6％増、ビジネスホテルも27.2％増と好調である。

＜運輸業＞

運輸業のうち鉄道旅客数は、JR定期外旅客、JR新幹線旅客、民鉄定期外旅客いずれも安定的に推移し、2012年度以降は増加傾向が続いている。航空旅客数は、幹線は微減だったものの、ローカル線は増加し、全体では前年度比1.7％増となった。LCCの旅客数は、2015年までは大幅増が続いたが、その後は横ばいである。日本を発着する国際航空旅客が大幅増を続ける中、とりわけLCCの旅客は好調で、シェアも拡大している。

2018年にクルーズ船で入国した外国人旅客数は、全体の7.9％に相当する245万人であった。2014年頃から急増傾向にあったが、過去最多となった2017年を僅かに下回った。

＜集客施設・MICE＞

遊園地・テーマパークの入場者数は、ここ数年間は横ばいだったが、売上高は増加を続け、2018年度は2000年の調査開始以降の最高値となった。MICEのうち、2018年に日本で開催された展示会数は前年比2.4％増となったが、大型催事の非開催年であったことから、出展者数は3.1％減、来場者数は8.0％減であった。

あらたな誘客装置としてIR（Integrated Resort：ホテル、テーマパーク、劇場、ショッピング・グルメモール、MICE施設などにカジノを含めた統合型リゾート）推進の目的や基本方針を定めたIR推進法が2016年12月に成立し、2018年7月に公布されたことを受け、関連の施行令が閣議決定された。具体的な要件が示されたことによって、誘致を目指す地方公共団体の動きが加速した。

３．観光地と観光政策の概観

＜国の観光政策＞

政府は2016年3月の『明日の日本を支える観光ビジョン』で設定した目標達成に向け、年度ごとに『観光ビジョン実現プログラム』を策定している。2018年度は、「魅力ある公的施設・インフラの更なる公開・開放」、「文化財の多言語解説の充実、VRの活用による魅力発信」、「国立公園のナショナルパークとしてのブランド化の更なる展開」、「ナイトタイム、ビーチの活用など新たな観光資源の開拓」など、既存の取り組みを加速させる施策、これまでにみられなかった具体的な推進策を提示した。

また、観光先進国実現に向けた観光基盤の拡充・強化を図るための恒久的な財源を確保するために、2019年1月より「国際観光旅客税」が導入された。新税を財源として485億円が新たに計上され、2019年度の観光政策全体の予算は711億円、2018年度の2倍以上に拡大する見込みとなった。国際観光旅客税の使途に関する基本方針では、「ストレスフリーで快適に旅行できる環境の整備」、「我が国の多様な魅力に関する情報の入手の容易化と観光産業の基幹産業化」、「地域固有の文化、自然等を活用した観光資源の整備等による地域での体験滞在の満足度の向上」の3つの分野に観光財源を充当することが示されている。

＜地域における観光振興の取り組み＞

都道府県や市町村の観光所管部署に対してJTBFが実施したアンケート調査によると、「インバウンドの拡大・振興は経済に良い影響を与えている」を積極的に肯定する比率（195頁及び200頁グラフの［6］と［7］に相当）は、都道府県76.9％、市町村56.7％である。また、「インバウンドの拡大・振興は文化等に良い影響を与えている」に対する答えは、都道府県56.7％に対し、市町村34.6％と、大きな開きがある。都道府県は、観光振興は地域の活性化において、経済面でも暮らしや文化の面でも好影響をもたらすと考えているのに対し、市町村ではあいまいな見方も多くみられる。

一方で「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が生じているか（いわゆるオーバーツーリズムの発生）」という問いには、都道府県の69.2％が強く否定（195頁グラフの［1］と［2］に相当）しているのに対し、市町村では50.0％にとどまっている。

概して、都道府県は観光振興に前向きな評価をするとともに観光の弊害には楽観的だが、市町村は誘客の効果と弊害を慎重に見極めようとしている。総論としては観光促進施策を評価するものの、観光振興による具体的な現象を丁寧にみると、効果の実感や弊害の面で課題が見え隠れする。

＜観光地マネジメントをめぐる動向＞

地域が主体となって観光振興を進めていくための財源確保が注目を集めてい

る。同アンケート調査の「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」という質問には、都道府県14.7%、市町村25.0%が強く肯定した（195頁及び200頁グラフの［6］と［7］に相当）。

具体的な動向をみると、世界的なスキーリゾートであるニセコエリアを抱える北海道倶知安町は2018年12月に宿泊税条例を制定した。修学旅行生などの一部を除き、町内の宿泊施設の宿泊者全員から、宿泊料金の2%の税金を徴収するものである。東京都や大阪府、京都市などが実施する定額制とは異なる、初の定率性宿泊税となった。また、大分県別府市は2018年6月に入湯税の引き上げを議決し、2019年4月から実施している。

これらは、いわゆる受益者負担による観光振興の安定財源確保を目指すものであり、導入を検討する地域が徐々に増えている。調査上の支持率は今のところ低いものの、成功事例が相次げば、この動きはさらに加速するだろう。

特定地域への立ち入りにあたり、任意の協力金を徴収しようという動きもみられる。沖縄県竹富町では「地域自然資産法」に基づき、環境保全事業や自然環境トラスト活動を目的として、来島者に300円の協力金（入域料）を求める制度を導入し、2019年9月から徴収を開始した。新潟県妙高市と環境省は、妙高山・火打山の登山者から、自然環境保全のための協力金を求める社会実験を2018年に実施した。実験期間中の協力率は75.1%であり、アンケート調査では「趣旨に賛同したから（61.7%）」「登山者として当然だと思ったから（52.3%）」という高い支持を得た。また、支払いの義務化については「原則登山者全員が支払うべき（58.1%）」「協力したい人が支払うべき（36.5%）」という結果を得た。

これらは管理者側、地域側の実情に応じたものだが、負担の意義と徴収金の使途に対する利用者意識を慎重に見極めることが重要である。

2015年にはSDGs（Sustainable Development Goals）が提唱され、2017年は「持続可能な観光国際年」として、様々な普及活動が行われてきた。ここであらためて、UNWTO（国連世界観光機関）による持続可能な観光の要件は(注)、1）環境資源の最適な活用、2）ホストコミュニティの社会文化的真正性の尊重、3）社会経済的な利益の提供、そして、4）ツーリストの高い満足度の維持と有意義な体験の保障、にまとめられる。このような世界的な運動論は誰もが受け入れやすいものだが、具体的には誰のどのような活動が目標達成につながるかを考えていきたい。地域主体の自律的な観光振興への取り組みに注目したい。

（寺崎竜雄：執筆者を代表して）

（注）「二神真美「観光分野における持続可能性指標開発の系譜」『観光文化』Vol.216、2013年、9～13頁」による「World Tourism Organization（2004）Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations; A Guidebook, p.7」の訳をもとにした筆者の解釈。

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）……8

Ⅰ-1　日本人の旅行市場の概況

1 旅行者数……9
●旅行平均回数 ●平均泊数 ●延べ旅行者数 ●延べ泊数
2 旅行市場区分（全体）……10
(1) 費用負担および旅行形態からみた旅行市場
3 旅行市場区分（観光レクリエーション）……11
(1) マーケットセグメント別の市場シェア
(2) 性・年代別にみる同行者別の市場シェア

Ⅰ-2　日本人の国内旅行

1 2018年の概況……13
(1) 国内旅行者の主要動向
(2) 主な要因
(3) 宿泊旅行者数の内訳（性・年代別／出発月別／居住地別）
2 着地別（都道府県別）の旅行動向……16
(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……30

Ⅰ-3　日本人の海外旅行

1 2018年の概況……37
(1) 日本人海外出国者の主要動向
(2) 主な要因
(3) 日本人海外出国者数の内訳（性・年代別／出発月別／居住地別）
2 旅行先（国・地域別）の旅行動向……40
(1) 国・地域別日本人海外出国者数
(2) 旅行先（国・地域）別旅行内容
3 マーケットセグメント（同行者×ライフステージ）別の旅行動向……51

Ⅰ-4　日本人の旅行に対する意識

1 行ってみたい旅行……57
(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
調査対象　：全国16～79歳の男女で、旅行を実施した人（調査会社のパネルより抽出）
調査方法　：ウェブ調査
調査項目　：主に旅行実態を調査
調査時期　：2018年5月実施（2018年1～3月期分の旅行内容）、2018年7月実施（同4～6月期の旅行内容）、
2018年10月実施（同7～9月期の旅行内容）、2019年1月実施（同10～12月期の旅行内容）
調査の対象とした旅行期間　：2018年1月～12月
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）	106	464	533	658	492	591	420	90	403	477	567	478	571	478	6,328
構成比（%）	1.7	7.3	8.4	10.4	7.8	9.3	6.6	1.4	6.4	7.5	9.0	7.6	9.0	7.6	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）	170	761	853	1,048	800	914	614	120	620	710	844	691	841	680	9,666
構成比（%）	1.8	7.9	8.8	10.8	8.3	9.5	6.4	1.2	6.4	7.3	8.7	7.1	8.7	7.0	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）	59	262	306	397	317	372	280	60	245	303	385	322	388	306	4,002
構成比（%）	1.5	6.5	7.6	9.9	7.9	9.3	7.0	1.5	6.1	7.6	9.6	8.0	9.7	7.6	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）	65	315	362	466	368	423	312	65	279	358	446	361	441	354	4,615
構成比（%）	1.4	6.8	7.8	10.1	8.0	9.2	6.8	1.4	6.0	7.8	9.7	7.8	9.6	7.7	100.0

※国勢調査時の人口（地域・性別・年代）に基づき、調査会社のモニターを割り当て。ただし、一部若年層および高齢層において不足した属性あり。
　トリップ数は標本の大きさに各月の旅行発生量（観光庁）を割り付けて重み付け。

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　：郵送自記調査
調査項目　：主に旅行に関する意識を調査
調査時期　：2019年5～6月実施
回答者属性：

2019年	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）	18	102	127	152	130	126	97	14	101	120	143	101	128	132	1,491
構成比（%）	1.2	6.8	8.5	10.2	8.7	8.5	6.5	0.9	6.8	8.0	9.6	6.8	8.6	8.9	100.0

※国勢調査時の人口に基づき、住宅地図データベースから世帯を抽出し、個人を割り当て。

本文では、Ⅰ−4「日本人の旅行に対する意識」、およびⅢ−1「旅行業」で使用。

Ⅰ-1　日本人の旅行市場の概況

1 旅行者数

日本人の旅行平均回数 国内宿泊旅行2.30回、国内日帰り旅行2.14回、海外旅行0.15回

日本人の旅行市場を「国内宿泊旅行」「国内日帰り旅行」「海外旅行」の3つに大きく分け、旅行者数を概観する。

●旅行平均回数

2018年の日本人の旅行平均回数は、国内宿泊旅行全体では2.30回/人、国内日帰り旅行全体では2.14回/人、海外旅行全体では0.15回/人であった。各旅行の観光、帰省、出張の内訳については、図Ⅰ-1-1左を参照。

●平均泊数

2018年の日本人の旅行における平均泊数は、国内宿泊旅行全体では2.21泊/人回、海外旅行全体では5.59泊/人回であった。各旅行の観光、帰省、出張の内訳については、図Ⅰ-1-1右を参照。

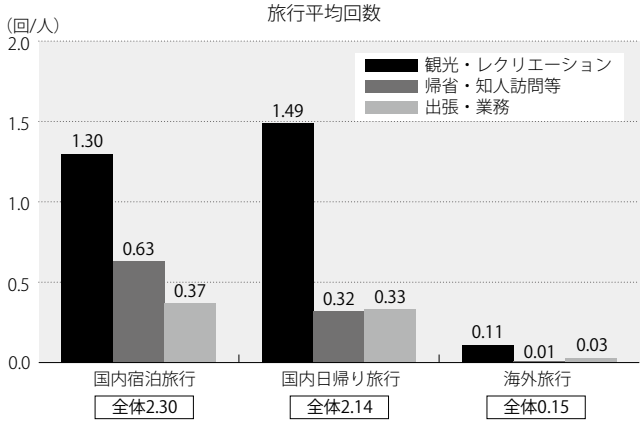
●延べ旅行者数

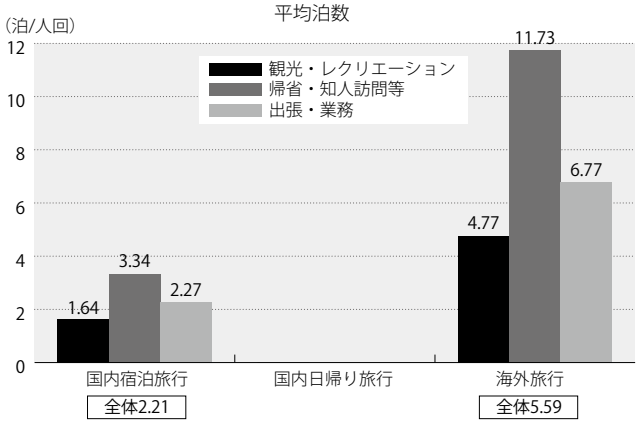
2018年の日本人の延べ旅行者数は、国内宿泊旅行全体では2億9,105万人回、国内日帰り旅行全体では2億7,073万人、海外旅行全体では1,891万人であった。いずれの旅行も、観光のシェアが5割から7割程度を占めた。また国内宿泊旅行のうち27.4%は帰省・知人訪問等、海外旅行のうち22.4%が出張・業務による旅行であった。（図Ⅰ-1-2左）。

●延べ泊数

2018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6億4,217万人泊、海外旅行全体では1億573万人泊であった。延べ旅行者数と比較して、帰省のシェアが増加、観光のシェアは減少する傾向にある。（図Ⅰ-1-2右）

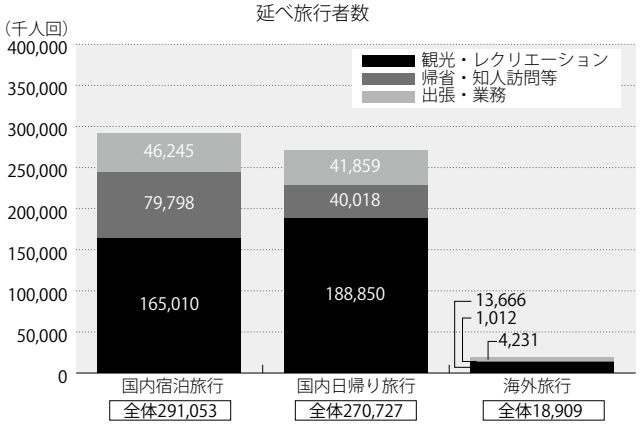
図Ⅰ-1-1　旅行平均回数および平均泊数（2018年）

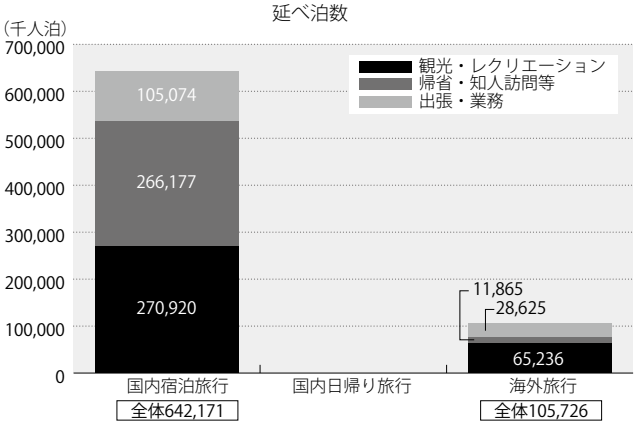




資料：いずれも観光庁「旅行・観光消費動向調査」をもとに（公財）日本交通公社作成

図Ⅰ-1-2　延べ旅行者数および宿泊者の延べ泊数（2018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

❷ 旅行市場区分（全体）
旅行全体の約半分が個人で実施する観光旅行

(1) 費用負担および旅行形態からみた旅行市場

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」「その他の旅行」の6種類に区分した。この6つの市場区分について、延べ旅行者数（単位：人回）をベースとしてそれぞれのシェアを算出すると、「個人で実施する観光旅行」が最も大きなシェアを占めていることが分かる。国内旅行では45.3%、海外旅行では41.6%が「個人で実施する観光旅行」であった。次点は国内・海外旅行ともに「出張や業務旅行」、第三位は「帰省や家事のための旅行」であった（表I-1-1）。

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

まず旅行の費用負担者として「個人負担」と「法人負担」を想定し、それぞれの占める割合を延べ旅行者数（単位：人回）ベースで算出した。国内旅行においては全体の66.3%が、海外旅行においては全体の60.9%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、海外旅行ともに、個人旅行が全体の7割から8割程度を占めた（表I-1-3）。

最後に、「費用負担者」と「旅行形態」の2つの軸によって、旅行市場を4つに区分した（図I-1-3、図I-1-4）。個人の費用負担によって行われる個人旅行が、国内旅行では62.4%、海外旅行では52.1%を占めた。

表I-1-1　旅行形態に着目した旅行市場区分シェア（2018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。	45.3	41.6
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）	17.1	10.5
組織が募集する団体旅行	町内、農協、郵便局、信金、宗教団体、サークルなどが募集する旅行。	3.9	8.7
出張や業務旅行	打合せや会議、視察目的の旅行。	22.0	21.5
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。	4.1	8.9
その他の旅行	上記のいずれにもあてはまらない旅行。	7.6	8.8

資料：（公財）日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

表I-1-2　旅行費用の負担者別にみるシェア（2018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	66.3	60.9
	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	26.1	30.4
	会社がらみの団体旅行		
その他の旅行		7.6	8.8

資料：（公財）日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

表I-1-3　旅行形態別にみるシェア（2018年）

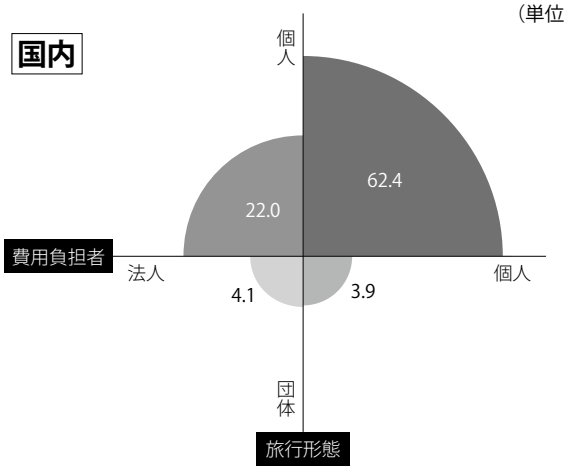
単位：（%）

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	84.4	73.6
	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	8.0	17.6
	会社がらみの団体旅行		
その他の旅行		7.6	8.8

資料：（公財）日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

図I-1-3　国内旅行の負担者別・旅行形態別のシェア（2018年）

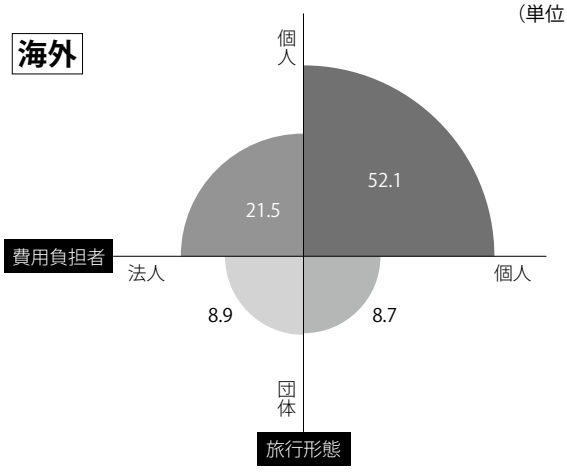
（単位：%）



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（2018年）

（単位：%）



資料：（公財）日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

3 旅行市場区分（観光レクリエーション）

夫婦・カップルの旅行シェアが最も高く約3割5分

(1) マーケットセグメント別の市場シェア

旅行は「誰と行くか」によって、内容が大きく左右される。特に家族旅行の場合、子どもの有無や年齢によって、旅行の内容は大きく変化する。そこで旅行マーケットのセグメンテーションとして、まず「旅行の同行者」を軸にして『家族旅行』『夫婦・カップル旅行』『友人旅行』『ひとり旅』に大きく区分し、さらにその旅行者の「ライフステージ（配偶者や子供の有無、子供の年齢）」を軸として、17のセグメント（3世代家族旅行は除く）に細分化した。（表Ⅰ-1-4）

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」のシェアが最も高かった。国内旅行においては「家族旅行」が、海外旅行においては「友人旅行」が、それぞれ次点となった。（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13～36ページ、海外旅行は37～56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）	子供連れ	乳幼児の子あり
	小中高生の子どもと一緒の家族旅行（乳幼児連れも含む）	子供連れ	小中高生の子あり
	18歳以上のみの家族旅行	子供連れ	末子が18歳以上
		親を連れて	－
	※内、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	子供なし
	子育て中の夫婦での旅行	夫婦で	末子が18歳未満
	子育て後の夫婦での旅行	夫婦で	末子が18歳以上
友人旅行	未婚男性による友人旅行	友人や知人と	未婚男性
	既婚男性による友人旅行（子どもなし）	友人や知人と	既婚男性・子供なし
	子育て中の男性による友人旅行	友人や知人と	末子が18歳未満
	子育て後の男性による友人旅行	友人や知人と	末子が18歳以上
	未婚女性による友人旅行	友人や知人と	未婚女性
	既婚女性による友人旅行（子どもなし）	友人や知人と	既婚女性・子供なし
	子育て中の女性による友人旅行	友人や知人と	末子が18歳未満
	子育て後の女性による友人旅行	友人や知人と	末子が18歳以上
ひとり旅	男性のひとり旅	自分ひとりで	男性
	女性のひとり旅	自分ひとりで	女性

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

資料：（公財）日本交通公社作成

表Ⅰ-1-5　観光レクリエーション旅行の市場区分別のシェア

マーケットセグメント		国内旅行	海外旅行
家族旅行		26.7	22.9
	乳幼児の子どもと一緒の家族旅行（小中高生を含まない）	5.2	3.4
	小中高生の子どもと一緒の家族旅行（乳幼児連れも含む）	12.0	8.2
	18歳以上のみの家族旅行	9.5	11.4
	※内、３世代家族旅行	7.5	4.8
夫婦・カップル旅行		36.1	33.0
	カップルでの旅行	8.7	5.4
	夫婦での旅行（子どもなし）	9.8	10.4
	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	15.5	15.0
友人旅行		18.7	23.4
	未婚男性による友人旅行	4.4	4.2
	既婚男性による友人旅行（子どもなし）	1.1	0.8
	子育て中の男性による友人旅行	0.9	0.7
	子育て後の男性による友人旅行	2.7	3.8
	未婚女性による友人旅行	4.1	6.0
	既婚女性による友人旅行（子どもなし）	1.2	1.7
	子育て中の女性による友人旅行	0.4	0.3
	子育て後の女性による友人旅行	3.9	5.9
ひとり旅		16.5	18.5
	男性のひとり旅	11.0	11.1
	女性のひとり旅	5.4	7.4
その他		2.1	2.2
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世代の旅行であり、家族旅行の3セグメントと重複する。
※16歳未満の旅行者はアンケート調査の対象となっていないため、上記シェアからは除外。

資料：（公財）日本交通公社作成「JTBF旅行実態調査」

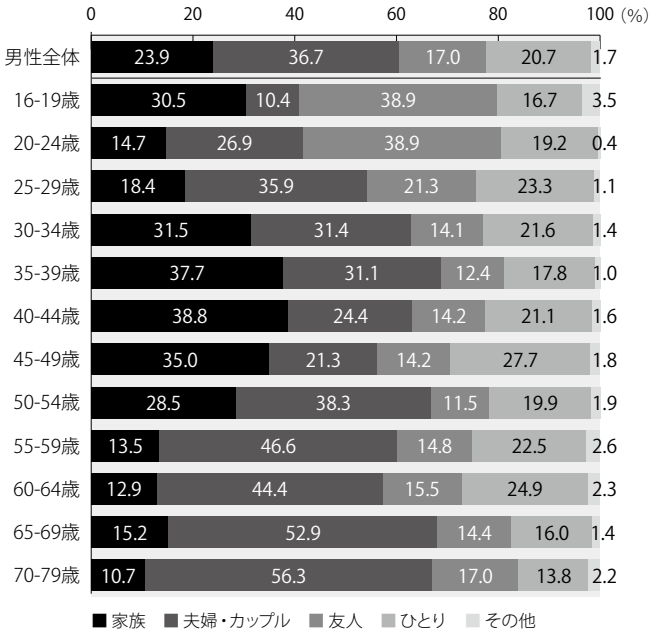
(2) 性・年代別にみる同行者別の市場シェア

同行者は、年代の移り変わりに伴って変化する。国内旅行についてみると、20歳未満では家族や友人との旅行が中心であるが、20代では家族旅行の割合が低下し、夫婦・カップル旅行の割合が増加する。30代では友人との旅行が減少し、家族旅行の割合が増加する。男女とも、30代から40代にかけて家族旅行が3割を占める。その後、家族旅行のシェアは減少、夫婦・カップル旅行が大きなシェアを占めるようになる。男性はひとり旅の割合が女性よりも高く、65歳未満までの各年代において2割程度を占める。女性は25歳以上の各年代において、30-34歳を除いて友人との旅行が男性よりも高い割合を占め、この傾向は50歳以上の各年代において顕著である。(図I-1-5、図I-1-7)。

海外旅行についても、基本的な傾向は国内旅行と同様である（図I-1-6、図I-1-8)。ただし、20-24歳では男女とも友人旅行の占める割合が高い。また女性は全体として友人旅行の割合が高く、特に65-79歳の年代において男性の同年代の2倍の比率を示すなど、一部に国内旅行とは異なる傾向も確認された。

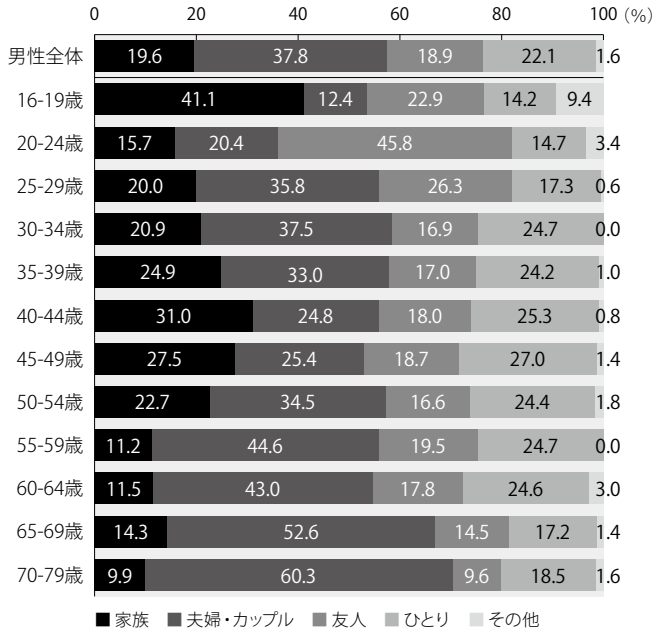
（那須 將）

図I-1-5　国内旅行における年代別同行者（男性）



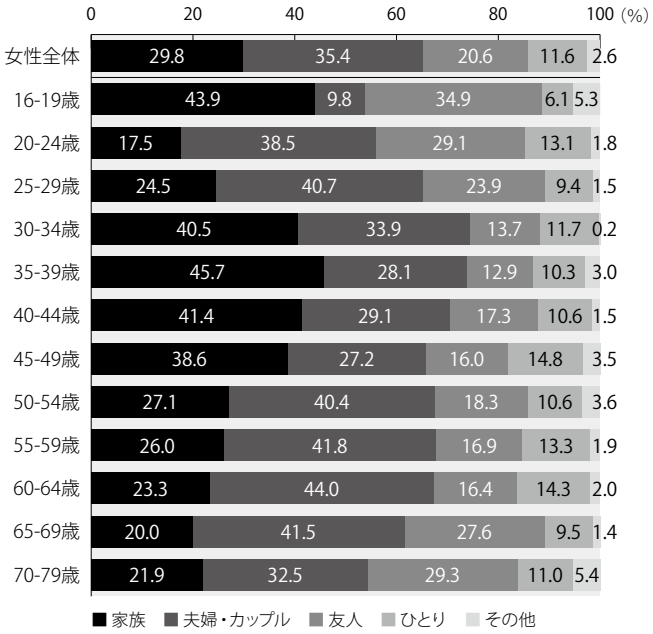
資料：(公財) 日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

図I-1-6　海外旅行における年代別同行者（男性）



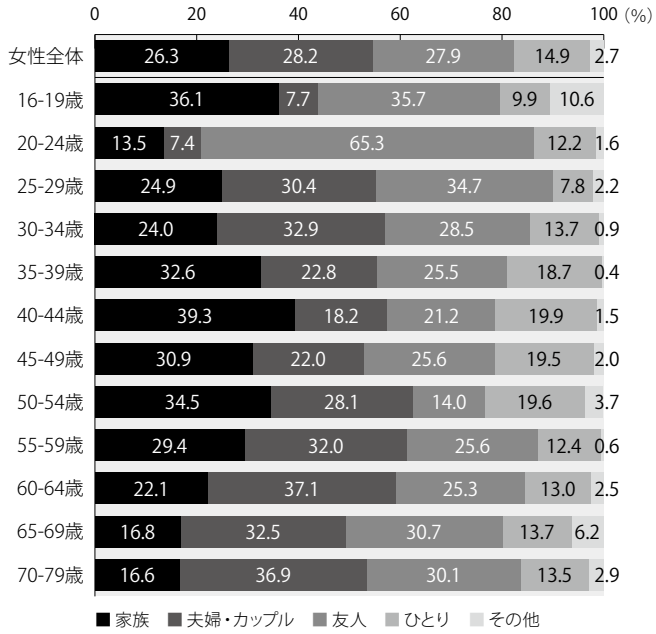
資料：(公財) 日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

図I-1-7　国内旅行における年代別同行者（女性）



資料：(公財) 日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

図I-1-8　海外旅行における年代別同行者（女性）



資料：(公財) 日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

Ⅰ-2 日本人の国内旅行

1 2018年の概況

観光、帰省・知人訪問、出張・業務、いずれも減少

(1) 国内旅行者の主要動向

観光庁の「旅行・観光消費動向調査」によると、2018年の宿泊をともなう国内延べ旅行者数は2億9,105万人回、前年比10.0%減となった。(表Ⅰ-2-1)。

目的別に見ても、観光・レクリエーション(以下、観光)の旅行者数は前年比7.6%減となり(図Ⅰ-2-1)、帰省・知人訪問など及び出張・業務の旅行者数もそれぞれ減少した(表Ⅰ-2-1)。宿泊旅行市場の5割以上のシェアを占める国内宿泊観光旅行では、延べ旅行者数は1億6,501万人回(前年1億7,862万人回)、国民1人当たりの平均旅行回数は1.30回/人(同1.41回/人)、国民1人当たりの平均宿泊数は2.14泊/人(同2.30泊/人)となり、1人当たりの平均旅行回数、平均宿泊数ともに、前年を下回った。

日帰り旅行についても減少に転じ、国内延べ日帰り旅行者数は前年比16.5%減の2億7,073万人回であった(表Ⅰ-2-1)。

(2) 主な要因

国内宿泊観光旅行者が減少した主な要因としては、2月の北陸・福井の豪雪、6月に発生した「大阪北部地震」、7月の西日本を中心に全国的に広い範囲で記録的な大雨となった「西日本豪雨」、9月に発生した「北海道胆振東部地震」、台風21号の浸水被害で関西国際空港の一時閉鎖など、豪雨や地震などの自然災害が相次いで発生したこと、7~8月の記録的な猛暑による外出控え、ゴールデンウィークの日並びが前年の5連休に比べると1日少なかったことなどが挙げられる。

2019年の見通しについては、1~3月の国内宿泊観光旅行における延べ旅行者数は、前年同期比0.8%減と同程度の傾向にある(観光庁「旅行・観光消費動向調査」速報)。

また、4月以降の動向については、5月の新天皇即位・改元にともなうゴールデンウィーク10連休、9~11月に日本で開催されるラグビーワールドカップなどの明るい見通しの一方で、10月から導入予定の消費税の10%への引き上げの影響なども懸念される。

表Ⅰ-2-1 日本人の国内旅行における延べ旅行者数の推移

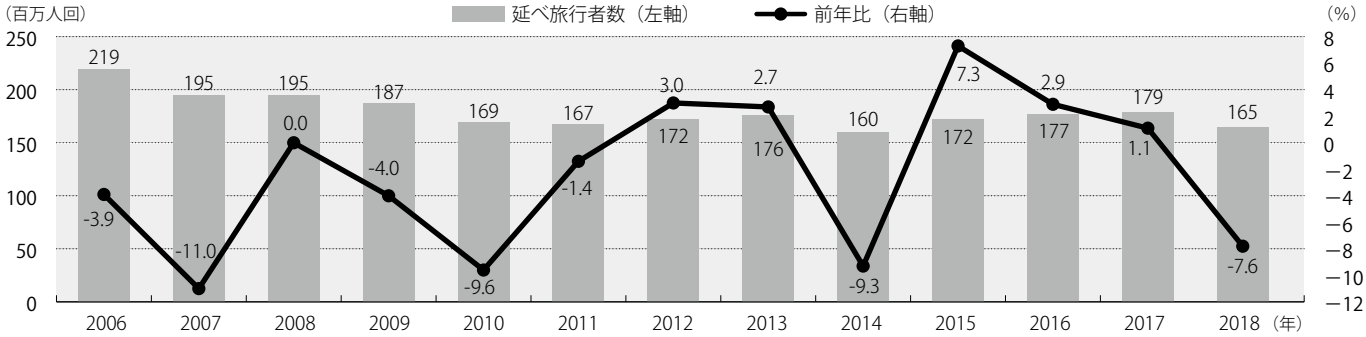
(単位:千人回)

	宿泊旅行		観光・レクリエーション		帰省・知人訪問等		出張・業務		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	
		前年比(%)		前年比(%)		前年比(%)		前年比(%)		前年比(%)		前年比(%)		前年比(%)		前年比(%)
2014年	297,343	△7.2	160,026	△9.3	86,385	△6.9	50,932	△0.6	297,878	△4.1	188,629	△8.6	47,692	△1.2	61,557	9.9
2015年	312,985	5.3	171,689	7.3	87,258	1.0	54,037	6.1	291,730	△2.1	193,702	2.7	42,823	△10.2	55,205	△10.3
2016年	325,658	4.0	176,670	2.9	93,222	6.8	55,766	3.2	315,422	8.1	208,799	7.8	51,131	19.4	55,491	0.5
2017年	323,328	△0.7	178,615	1.1	90,425	△3.0	54,288	△2.7	324,182	2.8	207,575	△0.6	52,774	3.2	63,833	15.0
2018年	291,052	△10.0	165,010	△7.6	79,798	△11.8	46,245	△14.8	270,727	△16.5	188,850	△9.0	40,018	△24.2	41,859	△34.4

(注)各年の値は年間確報による。それぞれの調査結果は観光庁ホームページより(2019年8月4日時点)。

資料:観光庁「旅行・観光消費動向調査」をもとに(公財)日本交通公社作成

図Ⅰ-2-1 日本人の国内宿泊観光・レクリエーションにおける延べ旅行者数の推移及び伸び率



資料:観光庁「旅行・観光消費動向調査」をもとに(公財)日本交通公社作成

(注)延べ旅行者数の値は、2005~2009年は国民1人当たりの旅行平均回数(回/人)に7月1日時点の推計人口(人)を乗じた値。
2010~2018年は観光庁確定値。

(3) 宿泊旅行者数の内訳

●性・年代別（表I-2-2、図I-2-2）

2018年の国内宿泊旅行全体を性・年代別にみると、男性20代、女性10代未満及び10代以外は、前年と比べて減少となった。目的別にみると、性別問わず、観光、帰省、出張、いずれの目的においても減少した。

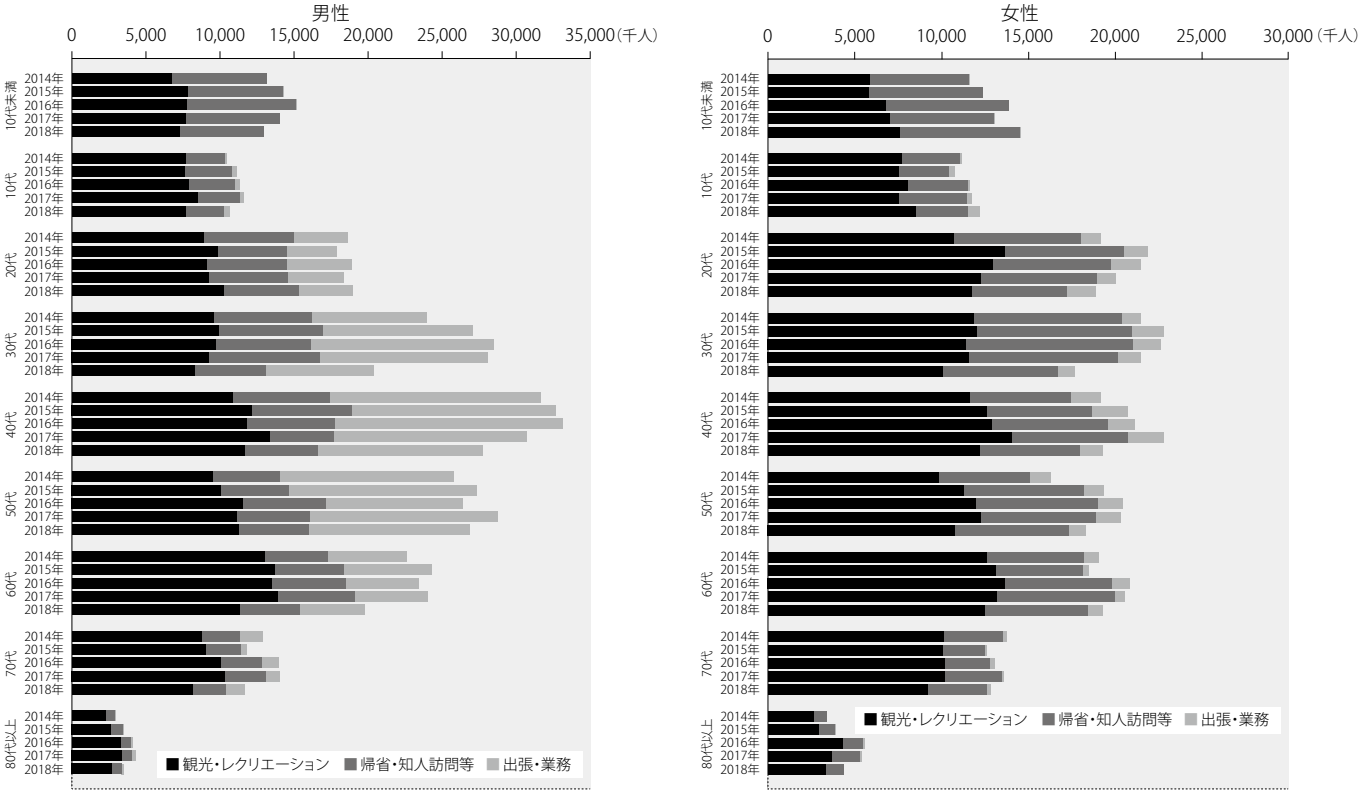
表I-2-2　性・年代別日本人国内宿泊旅行者数（2018年）

男性		年代									全体
		10代未満	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代	80代以上	
観光・レクリエーション	延べ旅行者数（千人）	7,285	7,692	10,308	8,323	11,706	11,323	11,380	8,158	2,722	78,897
	前年比（%）	△ 4.9	△ 9.5	11.7	△ 10.2	△ 12.5	1.5	△ 18.3	△ 21.2	△ 19.4	△ 9.2
	旅行平均回数（回/人）	1.41	1.32	1.59	1.11	1.23	1.42	1.36	1.19	0.69	1.28
帰省・知人訪問等	延べ旅行者数（千人）	5,727	2,588	5,103	4,864	4,993	4,760	4,041	2,266	637	34,979
	前年比（%）	△ 10.7	△ 9.6	△ 5.6	△ 35.2	15.0	△ 3.8	△ 22.4	△ 17.2	△ 6.2	△ 12.8
	旅行平均回数（回/人）	1.11	0.44	0.79	0.65	0.53	0.60	0.48	0.33	0.16	0.57
出張・業務	延べ旅行者数（千人）	11	424	3,654	7,321	11,165	10,868	4,413	1,309	176	39,343
	前年比（%）	–	66.9	△ 2.3	△ 35.7	△ 14.4	△ 14.6	△ 11.3	35.6	△ 26.7	△ 16.9
	旅行平均回数（回/人）	0.00	0.07	0.56	0.98	1.18	1.36	0.53	0.19	0.04	0.64
宿泊旅行全体	延べ旅行者数（千人）	13,023	10,704	19,065	20,508	27,864	26,952	19,834	11,734	3,534	153,219
	前年比（%）	△ 7.5	△ 7.8	3.8	△ 27.2	△ 9.5	△ 6.5	△ 17.7	△ 16.5	△ 17.7	△ 12.1
	旅行平均回数（回/人）	2.52	1.84	2.95	2.74	2.93	3.38	2.38	1.71	0.89	2.49
女性		**年代**									**全体**
		10代未満	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代	80代以上	
観光・レクリエーション	延べ旅行者数（千人）	7,592	8,548	11,770	10,100	12,248	10,808	12,512	9,212	3,323	86,114
	前年比（%）	8.3	13.1	△ 4.0	△ 12.9	△ 12.6	△ 11.8	△ 5.1	△ 9.8	△ 9.4	△ 6.2
	旅行平均回数（回/人）	1.54	1.54	1.92	1.39	1.32	1.36	1.43	1.14	0.47	1.32
帰省・知人訪問等	延べ旅行者数（千人）	6,953	3,024	5,467	6,646	5,736	6,557	5,951	3,424	1,062	44,819
	前年比（%）	14.5	△ 23.1	△ 18.3	△ 22.3	△ 14.7	△ 0.8	△ 12.8	5.2	△ 36.1	△ 10.9
	旅行平均回数（回/人）	1.41	0.55	0.89	0.92	0.62	0.82	0.68	0.42	0.15	0.69
出張・業務	延べ旅行者数（千人）	36	698	1,730	981	1,355	995	865	242	–	6,901
	前年比（%）	0.7	178.1	61.4	△ 26.3	△ 33.5	△ 32.3	58.1	68.1	–	△ 0.7
	旅行平均回数（回/人）	0.01	0.13	0.28	0.14	0.15	0.13	0.10	0.03	–	0.11
宿泊旅行全体	延べ旅行者数（千人）	14,581	12,270	18,967	17,728	19,338	18,360	19,328	12,877	4,384	137,834
	前年比（%）	11.3	4.5	△ 5.3	△ 17.5	△ 15.1	△ 9.7	△ 6.0	△ 5.4	△ 18.9	△ 7.5
	旅行平均回数（回/人）	2.96	2.21	3.10	2.45	2.08	2.31	2.20	1.59	0.62	2.12

（注1）各値は年間確報による。調査結果は観光庁ホームページより（2019年8月4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旅行における延べ旅行者数の推移



（注）図中のデータについては表Ⅰ-2-2注と同じ。

資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」をもとに（公財）日本交通公社作成

観光に絞って前年からの伸び率をみると、特に、男性60代以上で約2割減と大きく減少した。女性も、30～50代で1割以上減となった。シェアでみると、男性は40代、女性は60代が観光市場を牽引した。

●出発月別（表I-2-3、図I-2-3）

日本人の宿泊旅行における出発月別の延べ旅行者数をみると、1月以外は、前年同期と比べてマイナスとなった。

観光目的に絞ってみても、前年同期比増は1月及び12月のみにとどまった。減少率が最も大きいのは5月で18.0%減、次いで6月の13.1%減となった。減少した要因としては、5月は前年と比較して連休の日並びが悪かったことなどが挙げられる。

●居住地別（表I-2-3）

宿泊旅行全体についてみると、北海道、四国、沖縄以外は、前年比マイナスとなった。

日本の宿泊旅行市場全体の約3.5割のシェアを占める巨大マーケット、関東地方においては、観光目的が前年比4.0%減、知人訪問が同10.2%減、出張・業務が同8.5%減となり、宿泊全体では同6.4%減となった。

観光目的に絞ってみると、北海道、北陸信越、四国、沖縄以外はマイナスであった。特に、九州地方（前年比19.5%減）、中部地方（同16.2%減）の減少幅が大きい。

表I-2-3　出発月・居住地別日本人国内宿泊旅行者数（2018年）

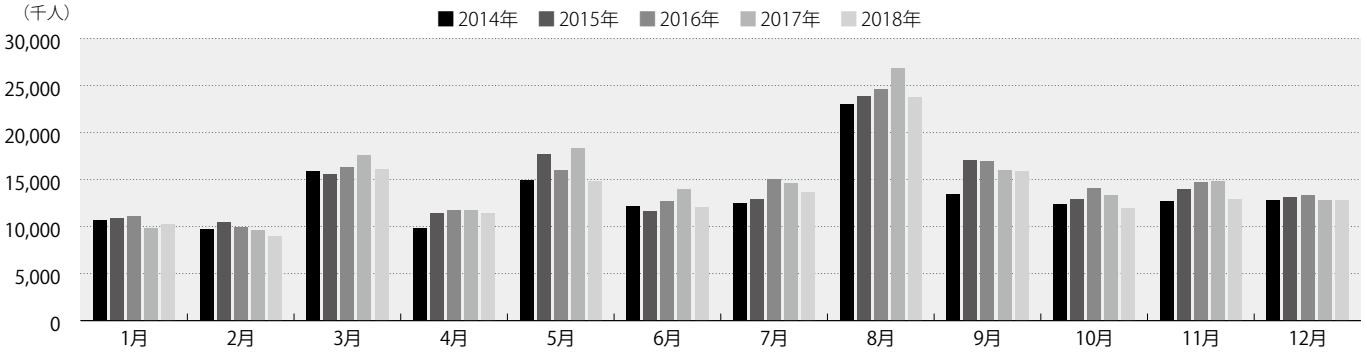
出発月		1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	全体
観光・レクリエーション	延べ旅行者数（千人）	10,324	9,000	16,155	11,426	14,904	12,106	13,675	23,869	15,833	11,989	12,933	12,796	165,010
	前年比（%）	4.4	△ 6.6	△ 7.3	△ 3.1	△ 18.0	△ 13.1	△ 6.0	△ 9.8	△ 0.3	△ 10.2	△ 12.4	0.4	△ 7.6
	旅行平均回数（回/人）	0.08	0.07	0.13	0.09	0.12	0.10	0.11	0.19	0.13	0.09	0.10	0.10	1.30
帰省・知人訪問等	延べ旅行者数（千人）	9,562	3,628	7,720	5,301	8,802	4,942	5,164	14,244	6,335	3,873	4,095	6,132	79,798
	前年比（%）	△ 5.0	△ 6.6	△ 11.6	△ 14.2	△ 11.0	△ 9.1	△ 6.3	△ 9.8	△ 0.3	△ 19.1	△ 26.9	△ 25.2	△ 11.8
	旅行平均回数（回/人）	0.08	0.03	0.06	0.04	0.07	0.04	0.04	0.11	0.05	0.03	0.03	0.05	0.63
出張・業務	延べ旅行者数（千人）	3,027	4,068	4,083	3,815	3,729	4,975	3,838	3,488	3,900	3,682	3,874	3,765	46,245
	前年比（%）	2.7	7.9	7.3	△ 5.8	△ 17.3	△ 14.3	△ 14.2	△ 9.8	△ 27.2	△ 25.2	△ 34.3	△ 22.7	△ 14.8
	旅行平均回数（回/人）	0.02	0.03	0.03	0.03	0.03	0.04	0.03	0.03	0.03	0.03	0.03	0.03	0.37
宿泊旅行全体	延べ旅行者数（千人）	22,913	16,696	27,958	20,542	27,435	22,023	22,677	41,601	26,068	19,545	20,902	22,693	291,052
	前年比（%）	0.1	△ 3.5	△ 6.7	△ 6.7	△ 15.8	△ 12.5	△ 7.6	△ 9.8	△ 5.5	△ 15.2	△ 20.4	△ 12.1	△ 10.0
	旅行平均回数（回/人）	0.18	0.13	0.22	0.16	0.22	0.17	0.18	0.33	0.21	0.15	0.17	0.18	2.30

居住地		北海道	東北	関東	北陸信越	中部	近畿	中国	四国	九州	沖縄	全体
観光・レクリエーション	延べ旅行者数（千人）	6,597	10,909	65,164	9,697	19,330	27,275	8,123	4,080	12,802	1,033	165,010
	前年比（%）	5.1	△ 7.9	△ 4.0	1.2	△ 16.2	△ 9.1	△ 12.4	6.4	△ 19.5	10.2	△ 7.6
	旅行平均回数（回/人）	0.28	0.29	0.32	0.49	0.28	0.29	0.25	0.22	0.23	0.20	0.30
帰省・知人訪問等	延べ旅行者数（千人）	4,342	6,039	29,741	3,310	9,875	11,456	4,395	2,655	7,551	433	79,798
	前年比（%）	3.9	△ 10.7	△ 10.2	△ 22.4	△ 4.0	△ 24.1	△ 3.3	△ 1.2	△ 16.3	△ 9.4	△ 11.8
	旅行平均回数（回/人）	0.13	0.15	0.13	0.10	0.11	0.08	0.13	0.11	0.09	0.03	0.11
出張・業務	延べ旅行者数（千人）	2,551	3,065	16,107	1,984	4,335	8,305	2,600	1,590	5,306	402	46,245
	前年比（%）	8.0	△ 12.6	△ 8.5	△ 23.8	△ 23.6	△ 28.1	△ 32.7	16.4	△ 2.1	18.6	△ 14.8
	旅行平均回数（回/人）	0.12	0.08	0.08	0.13	0.06	0.08	0.09	0.12	0.13	0.08	0.09
宿泊旅行全体	延べ旅行者数（千人）	13,489	20,013	111,012	14,991	33,540	47,037	15,119	8,325	25,659	1,867	291,052
	前年比（%）	5.2	△ 9.5	△ 6.4	△ 8.9	△ 14.1	△ 16.9	△ 14.5	5.6	△ 15.4	6.4	△ 10.0
	旅行平均回数（回/人）	0.54	0.52	0.53	0.72	0.44	0.45	0.47	0.46	0.44	0.30	0.50

（注）表中のデータについては表Ⅰ-2-2注と同じ。

資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」をもとに（公財）日本交通公社作成

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



（注）図中のデータについては表Ⅰ-2-2注と同じ。

資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」をもとに（公財）日本交通公社作成

2 着地別（都道府県別）の旅行動向

13道県で延べ宿泊者数減少

(1) 都道府県別国内宿泊者数

日本人延べ宿泊者数の年間合計をみると、47都道府県のうち34都府県において、延べ宿泊者数が前年より増加した。前年比15%以上増加したのは、神奈川、大阪、鳥取、香川、沖縄であった。

一方、日本人延べ宿泊者数が前年より減少したのは13道県あった。減少幅が1割を超えたのは、福岡、佐賀であった。

（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	2014年		2015年		2016年		2017年		2018年	
		前年比		前年比		前年比		前年比		前年比
北海道	27,088	△ 2.9	26,950	△ 0.5	27,000	0.2	27,247	0.9	26,974	△ 1.0
青森県	4,437	△ 5.5	4,887	10.1	4,846	△ 0.8	4,305	△ 11.2	4,710	9.4
岩手県	5,812	5.2	6,050	4.1	6,109	1.0	5,770	△ 5.6	5,840	1.2
宮城県	10,143	△ 9.7	10,630	4.8	9,566	△ 10.0	8,742	△ 8.6	10,003	14.4
秋田県	3,720	7.6	3,397	△ 8.7	3,333	△ 1.9	3,060	△ 8.2	3,382	10.5
山形県	5,850	8.5	5,898	0.8	5,356	△ 9.2	5,143	△ 4.0	5,268	2.4
福島県	11,017	2.9	11,417	3.6	10,120	△ 11.4	10,266	1.4	11,220	9.3
茨城県	5,369	6.0	5,540	3.2	5,384	△ 2.8	5,422	0.7	5,638	4.0
栃木県	9,423	△ 1.2	10,057	6.7	10,064	0.1	9,874	△ 1.9	9,146	△ 7.4
群馬県	8,481	△ 6.1	8,668	2.2	8,437	△ 2.7	8,539	1.2	8,016	△ 6.1
埼玉県	4,010	3.5	4,172	4.0	4,303	3.1	4,118	△ 4.3	4,682	13.7
千葉県	18,534	1.0	19,073	2.9	18,536	△ 2.8	19,462	5.0	21,470	10.3
東京都	41,064	△ 4.5	41,527	1.1	39,455	△ 5.0	39,080	△ 1.0	42,915	9.8
神奈川県	17,768	12.6	16,910	△ 4.8	16,585	△ 1.9	16,859	1.6	20,268	20.2
新潟県	9,472	△ 1.0	9,997	5.5	9,938	△ 0.6	9,949	0.1	9,366	△ 5.9
富山県	3,347	△ 9.2	3,783	13.0	3,186	△ 15.8	3,348	5.1	3,474	3.8
石川県	7,195	1.0	8,212	14.1	8,073	△ 1.7	7,801	△ 3.4	8,157	4.6
福井県	3,759	16.7	4,108	9.3	3,655	△ 11.0	3,516	△ 3.8	3,981	13.2
山梨県	6,622	2.9	7,174	8.3	6,982	△ 2.7	6,323	△ 9.4	6,652	5.2
長野県	17,237	△ 5.3	18,266	6.0	16,670	△ 8.7	16,878	1.2	16,798	△ 0.5
岐阜県	5,501	△ 2.2	5,847	6.3	5,371	△ 8.1	5,019	△ 6.6	5,367	6.9
静岡県	20,236	△ 0.6	20,790	2.7	19,667	△ 5.4	19,156	△ 2.6	20,068	4.8
愛知県	13,906	3.0	14,275	2.7	14,166	△ 0.8	14,925	5.4	14,160	△ 5.1
三重県	8,616	△ 9.8	9,067	5.2	8,953	△ 1.3	7,913	△ 11.6	8,560	8.2
滋賀県	4,398	11.5	4,916	11.8	4,350	△ 11.5	4,007	△ 7.9	4,419	10.3
京都府	13,696	△ 21.6	13,676	△ 0.1	13,047	△ 4.6	12,905	△ 1.1	14,183	9.9
大阪府	22,169	13.3	21,400	△ 3.5	21,002	△ 1.9	20,991	0.0	24,774	18.0
兵庫県	13,061	2.7	12,957	△ 0.8	12,639	△ 2.5	12,695	0.4	12,132	△ 4.4
奈良県	2,125	△ 8.2	2,294	8.0	2,214	△ 3.5	2,087	△ 5.8	2,134	2.2
和歌山県	4,172	△ 1.9	4,302	3.1	4,108	△ 4.5	4,342	5.7	4,548	4.7
鳥取県	2,984	△ 14.6	2,891	△ 3.1	2,889	△ 0.1	2,908	0.6	3,368	15.8
島根県	3,191	△ 2.0	3,375	5.7	3,408	1.0	3,202	△ 6.1	2,904	△ 9.3
岡山県	5,277	2.8	4,993	△ 5.4	5,065	1.4	5,043	△ 0.4	5,145	2.0
広島県	8,137	7.4	8,681	6.7	8,753	0.8	8,552	△ 2.3	8,662	1.3
山口県	4,433	2.3	4,738	6.9	4,571	△ 3.5	4,291	△ 6.1	4,229	△ 1.4
徳島県	2,833	27.4	2,257	△ 20.4	2,314	2.5	2,005	△ 13.3	2,108	5.1
香川県	3,320	△ 4.9	3,866	16.4	3,422	△ 11.5	3,005	△ 12.2	3,502	16.5
愛媛県	3,528	△ 0.1	3,667	3.9	3,895	6.2	4,288	10.1	4,020	△ 6.3
高知県	2,866	0.6	2,754	△ 3.9	2,746	△ 0.3	2,642	△ 3.8	2,935	11.1
福岡県	13,875	6.0	13,783	△ 0.7	13,802	0.1	14,868	7.7	13,365	△ 10.1
佐賀県	2,747	6.4	2,861	4.2	2,791	△ 2.5	2,626	△ 5.9	2,361	△ 10.1
長崎県	6,823	△ 0.1	7,800	14.3	6,658	△ 14.6	7,074	6.2	6,995	△ 1.1
熊本県	6,394	△ 3.7	6,416	0.3	6,756	5.3	6,810	0.8	7,040	3.4
大分県	5,701	△ 9.5	6,614	16.0	6,025	△ 8.9	5,686	△ 5.6	6,332	11.4
宮崎県	3,321	△ 7.2	3,590	8.1	3,398	△ 5.4	3,601	6.0	3,832	6.4
鹿児島県	7,268	2.3	7,557	4.0	6,721	△ 11.1	7,353	9.4	8,034	9.3
沖縄県	17,754	△ 8.0	16,379	△ 7.7	16,767	2.4	16,492	△ 1.6	20,590	24.8

（注）日本人延べ宿泊者数は、全延べ宿泊者数から外国人延べ宿泊者数を差し引いて集計した。

資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」より（公財）日本交通公社作成

(2) 都道府県別旅行内容

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

①旅行先とマーケットセグメント（表I-2-5）

全体的な傾向としては前年と比べて、『夫婦・カップルでの旅行』のシェアがやや高まった。都道府県別にみても、多くの都道府県で『夫婦・カップルでの旅行』の比率が最も高く、44道府県でトップシェアとなった。特に、「福井」を筆頭に北陸地方や、「鳥取」「島根」など中国地方でその傾向が強い。さらに詳しくみると、『カップル旅行』は「大阪」「高知」、『夫婦旅行（子どもなし）』は「山梨」「宮崎」、『夫婦旅行（子育て後）』は「富山」「福井」「鳥取」「島根」で、他地域に比べて高めのシェアとなっている。

『家族旅行』がトップシェアとなったのは、「千葉」「三重」であった。さらに詳しくみると、『子ども連れ家族旅行』は、東京ディズニーリゾートを有する「千葉」で特に高い値となった。また、『3世代の家族旅行』は「三重」で、全体の比率と比べて高い値を示した。

『友人や知人との旅行』についてみると、ライフステージ別では大きな差となっては表れなかったが、友人旅行全体でみると、「茨城」「奈良」「熊本」が全体に比べてやや高い傾向にあった。

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

②旅行先と居住地（表I-2-6）

全体的な傾向としては概ね前年と変わらない。旅行者の居住地については、全体でみると、人口の多い南関東が3割を占めており、近畿1.7割、東海及び九州・沖縄それぞれ1割と続く。都道府県別にみても、来訪者の居住地特性は都道府県ごとに異なるが、いずれの地域においても大都市居住者（南関東・近畿）と近隣居住者が重要なマーケットとなっている。

北海道・東北地方はいずれも当該エリア及び南関東在住の旅行者のシェアが高い。

関東及び甲信越地方においては、「東京」を除き南関東在住のシェアが最も高く、特に「栃木」「群馬」「山梨」では半数以上を占める。次点をみると、北関東は近隣居住者である北関東在住者の比率が高いが、南関東は近畿や東海、九州・沖縄在住のシェアが高い。「東京」はこれらの県とは異なる傾向を示し、全国各地から観光客が訪れている。

東海及び北陸地方では、東京と大阪という大都市に挟まれている立地の影響が表れる。関東地方に隣接する「静岡」では南関東からの旅行者が過半数を占めるが、近畿地方に隣接する「三重」「岐阜」では東海・近畿在住の旅行者が多い。

近畿地方のうち、「滋賀」「兵庫」「和歌山」は近隣居住者である近畿在住者の比重が大きい。一方、「京都」「大阪」「奈良」には南関東から多くの旅行者が訪れる。

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

九州地方は九州在住の旅行者が多い。「沖縄」は、南関東からの旅行者が3.5割を占める。

③旅行先と最も楽しみにしていたこと（表I-2-7）

全体的な傾向としては、前年と比べてより『おいしいものを食べること』の比率が高まった。全体的な傾向としては概ね前年と変わらず、旅行の楽しみのトップは『おいしいものを食べること』で約2割を占め、2番手は『温泉に入ること』で約1.5割であった。次いで、『自然景観を見ること』『文化的な名所（史跡、社寺仏閣など）を見ること』『観光・文化施設(水族館や美術館、テーマパークなど）を訪れること』となり、それぞれ約1割の比率であった。

最も楽しみにしていたことについて都道府県別にみると、1つの目的のシェアが4割を超えたのは「香川」の『おいしいものを食べること』、「群馬」「佐賀」「大分」の『温泉に入ること』、「京都」「奈良」「島根」の『文化的な名所を見ること』であった。一方、「宮城」「埼玉」「愛知」「岡山」などは特定の目的への集中が他都道府県に比べてみられず、分散傾向にあった。

『おいしいものを食べること』は、越前ガニや越前そばなどに代表される「福井」、讃岐うどんや骨付鳥に代表される「香川」、カツオのたたきや皿鉢料理に代表される「高知」で特徴的な楽しみであり、全体に比べ15ポイント以上高い。

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

『自然景観を見ること』は、「山梨」で3割を占め、かつ、全体に比べ15ポイント以上高い。

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

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

表I-2-5　旅行先別のマーケットセグメント（同行者×ライフステージ）

（単位：%）

同行者／旅行先	家族旅行					夫婦・カップルでの旅行					友人や知人との旅行									ひとり旅			その他	サンプル数
		子ども連れ										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		
全体	26.7	5.2	12.0	9.5	7.5	36.1	8.7	9.8	2.1	15.5	18.7	4.4	1.1	0.9	2.7	4.1	1.2	0.4	3.9	16.5	11.0	5.4	2.1	(9666)
前年	*25.8*	*5.3*	*10.6*	*9.9*	*7.8*	*34.3*	*7.6*	*9.6*	*1.7*	*15.3*	*20.5*	*4.6*	*0.9*	*1.2*	*2.9*	*4.4*	*1.4*	*0.4*	*4.7*	*17.4*	*11.6*	*5.9*	*2.0*	*(9692)*
北海道	24.9	4.7	10.5	9.8	9.4	38.6	10.7	11.0	3.0	14.0	16.5	5.0	0.9	1.2	2.4	2.9	1.1	0.2	2.9	17.9	12.3	5.6	2.1	(835)
青森県	23.8	4.8	13.1	5.8	10.0	35.4	6.8	5.6	3.0	20.0	17.6	7.3	0.0	1.0	1.1	2.5	0.0	0.0	5.7	20.7	17.7	3.0	2.4	(163)
岩手県	21.4	4.7	8.9	7.8	5.2	42.5	6.5	8.3	3.6	24.1	15.7	3.4	0.0	2.3	3.2	1.3	0.0	0.7	4.9	18.0	14.4	3.7	2.5	(187)
宮城県	29.0	7.1	10.8	11.1	11.7	36.8	8.9	11.4	2.1	14.5	13.5	3.2	0.6	0.7	1.5	2.3	1.7	0.7	2.8	18.5	11.8	6.7	2.2	(311)
秋田県	26.5	4.8	10.9	10.9	5.7	35.7	6.1	6.9	4.0	18.6	17.3	2.1	0.0	1.5	3.9	2.2	0.0	0.5	7.0	20.0	14.3	5.7	0.5	(161)
山形県	28.3	3.9	11.6	12.8	9.3	34.6	9.3	7.8	2.5	15.0	15.6	3.6	0.5	0.9	4.2	1.9	1.0	0.0	3.6	17.8	13.3	4.5	3.7	(188)
福島県	32.5	4.7	15.3	12.5	9.7	35.6	8.6	7.8	3.2	16.0	14.1	3.4	0.7	0.6	3.5	2.3	0.9	0.7	2.0	13.4	8.8	4.6	4.3	(272)
茨城県	23.3	5.0	10.6	7.7	9.0	31.6	8.9	4.8	3.5	14.3	25.2	4.0	5.3	0.8	2.6	6.8	1.8	0.8	3.1	18.5	15.2	3.3	1.5	(162)
栃木県	30.6	3.6	16.9	10.1	7.8	36.4	8.3	11.0	1.6	15.5	22.9	4.9	1.3	0.9	4.3	2.7	1.5	0.0	7.2	7.5	5.2	2.3	2.6	(318)
群馬県	28.0	2.8	14.9	10.3	9.1	39.8	10.0	7.7	2.7	19.3	19.6	6.1	2.0	0.6	2.4	1.8	0.9	1.0	4.9	11.5	9.9	1.6	1.2	(278)
埼玉県	24.6	5.7	9.9	9.1	10.1	29.1	7.9	5.0	2.3	14.0	18.0	5.7	0.9	0.0	2.6	2.6	2.1	0.0	4.2	26.4	17.0	9.4	1.9	(127)
千葉県	37.1	9.6	20.5	7.0	11.3	29.1	9.0	9.3	1.7	9.2	16.2	2.3	1.1	0.0	1.9	5.6	1.2	0.2	3.9	15.7	9.7	6.0	1.9	(413)
東京都	22.4	3.5	11.0	7.9	7.5	27.2	7.5	8.0	1.4	10.3	17.7	4.3	1.0	0.5	0.9	6.0	1.8	0.3	2.8	31.5	18.0	13.5	1.2	(1070)
神奈川県	28.3	5.9	10.5	11.9	8.8	36.2	12.0	9.5	1.8	12.9	17.4	4.4	2.1	0.7	1.8	3.5	1.6	0.3	3.0	15.4	10.6	4.8	2.7	(565)
新潟県	24.2	3.0	10.3	10.9	6.5	34.6	7.6	8.3	1.1	17.6	20.6	6.0	1.9	2.2	1.1	4.7	1.2	0.5	2.9	14.8	9.2	5.6	5.8	(253)
富山県	22.9	4.2	5.8	12.9	11.6	44.0	7.9	8.9	1.6	25.7	17.3	2.6	0.6	2.1	3.5	1.2	0.0	0.0	7.2	14.7	11.5	3.2	1.2	(168)
石川県	25.4	2.9	9.3	13.2	7.8	45.1	10.3	12.1	2.7	19.9	17.5	3.6	0.3	2.0	2.9	2.5	1.1	0.3	4.7	10.1	7.2	2.9	1.9	(273)
福井県	23.1	2.6	11.4	9.1	6.2	48.6	11.3	3.2	4.7	29.4	11.2	1.0	1.1	1.8	3.1	1.2	0.8	1.0	1.2	15.2	9.9	5.3	1.9	(102)
山梨県	27.8	6.5	14.1	7.2	10.6	44.6	6.6	15.3	1.5	21.3	19.0	5.6	1.3	0.0	3.2	4.2	0.9	0.0	3.9	6.2	4.3	1.9	2.4	(219)
長野県	24.4	3.7	10.6	10.1	7.2	41.6	6.3	12.3	1.6	21.4	21.5	4.0	0.8	0.3	2.3	3.6	0.9	0.6	8.9	10.8	7.9	2.8	1.7	(493)
岐阜県	26.7	3.5	12.3	10.9	6.1	43.2	10.4	9.6	3.9	19.3	19.9	7.0	2.7	0.0	1.7	2.6	2.2	0.0	3.7	7.7	5.2	2.5	2.6	(220)
静岡県	28.6	5.7	13.3	9.6	8.3	40.5	7.5	14.0	1.3	17.7	17.6	4.4	0.7	0.3	4.6	2.6	0.8	0.4	3.9	10.4	8.3	2.1	2.8	(539)
愛知県	30.8	5.8	15.7	9.2	8.7	32.7	9.8	5.9	3.5	13.5	13.6	4.5	0.4	0.4	0.4	3.6	1.3	0.3	2.7	22.0	14.3	7.7	1.0	(285)
三重県	36.4	9.1	17.6	9.6	14.3	32.1	8.6	10.0	1.6	11.9	19.2	3.3	0.9	1.3	3.7	4.4	1.9	0.5	3.2	11.9	7.0	4.9	0.5	(257)
滋賀県	25.2	4.7	10.9	9.5	5.0	40.2	6.9	9.0	0.0	24.3	17.3	6.3	1.1	1.5	2.3	1.5	0.0	0.0	4.6	15.4	10.6	4.7	2.0	(135)
京都府	24.2	3.0	10.9	10.3	7.2	38.4	9.0	9.7	2.5	17.1	19.6	5.1	0.5	1.1	2.7	5.0	0.7	0.5	4.0	15.2	8.8	6.4	2.7	(552)
大阪府	25.3	4.8	14.0	6.4	5.2	32.2	13.9	6.7	2.5	9.2	17.5	6.4	0.3	0.8	1.5	5.4	0.7	0.5	1.9	24.6	15.3	9.3	0.5	(585)
兵庫県	31.5	8.4	11.9	11.3	7.8	32.4	8.7	6.7	1.6	15.4	14.8	5.2	0.9	0.3	2.6	2.6	0.5	0.3	2.4	19.8	12.5	7.3	1.5	(391)
奈良県	22.7	2.9	8.2	11.7	6.6	34.5	3.3	4.2	2.9	24.1	25.0	5.8	0.0	0.0	6.5	5.1	2.3	0.0	5.3	17.1	12.7	4.4	0.7	(132)
和歌山県	29.7	4.2	16.6	8.9	12.0	31.2	5.7	10.8	1.6	13.1	22.2	3.7	2.3	0.5	4.7	2.5	1.0	0.0	7.6	15.3	10.5	4.8	1.7	(169)
鳥取県	25.5	5.5	10.5	9.6	7.4	47.6	6.1	8.5	3.3	29.7	12.1	2.9	0.0	0.6	1.4	3.6	0.8	0.8	2.1	12.3	9.5	2.9	2.5	(135)
島根県	23.4	3.3	7.5	12.6	6.9	49.5	8.6	13.1	0.0	27.8	11.6	1.4	0.0	0.0	1.3	4.6	0.8	0.8	2.7	14.8	11.2	3.5	0.7	(127)
岡山県	28.1	4.6	11.4	12.2	7.7	44.0	8.6	9.8	2.8	22.8	13.4	5.3	1.4	0.0	1.8	2.2	0.0	0.0	2.7	12.8	9.5	3.4	1.7	(161)
広島県	21.3	2.7	9.3	9.3	4.2	42.6	10.3	13.1	0.4	18.8	18.3	3.6	0.9	0.7	3.1	5.9	0.8	0.5	2.7	16.4	9.3	7.1	1.5	(235)
山口県	22.5	1.7	11.3	9.5	5.0	35.6	3.8	12.8	1.6	17.4	22.4	2.9	2.2	2.3	3.4	4.0	1.5	0.0	6.2	17.1	9.6	7.5	2.4	(117)
徳島県	19.6	5.9	8.7	5.0	3.1	40.0	9.5	6.6	1.0	22.9	18.6	6.1	2.2	1.0	1.1	2.3	0.0	0.0	5.9	21.0	16.8	4.2	0.8	(92)
香川県	27.6	4.4	11.2	12.0	7.0	36.1	9.1	8.6	0.0	18.4	20.8	3.3	2.2	2.2	2.2	5.5	1.5	0.6	3.3	14.9	11.1	3.8	0.6	(132)
愛媛県	21.2	3.0	7.5	10.7	4.4	46.0	12.1	13.4	1.3	19.2	15.5	6.2	0.7	0.7	0.8	4.4	0.7	0.0	2.1	16.7	14.9	1.8	0.7	(137)
高知県	23.3	2.6	12.2	8.5	6.0	45.3	15.2	5.3	1.6	23.2	15.1	3.9	0.0	1.9	2.1	4.5	1.6	0.0	1.1	16.4	12.7	3.7	0.0	(104)
福岡県	21.3	4.3	9.8	7.1	5.3	32.7	10.2	7.3	2.8	12.4	18.3	4.4	1.0	1.4	1.5	4.2	2.4	0.2	3.2	25.1	16.5	8.6	2.6	(375)
佐賀県	22.6	8.8	5.0	8.8	7.7	31.1	11.4	5.0	0.9	13.8	21.9	3.0	0.0	1.8	3.3	11.6	1.3	0.0	1.0	15.3	10.5	4.7	9.1	(88)
長崎県	29.0	5.1	10.9	13.0	6.0	36.7	7.2	10.2	0.5	18.9	14.7	5.3	1.8	0.0	2.3	2.4	0.7	0.0	2.1	17.1	10.9	6.3	2.5	(162)
熊本県	25.2	3.7	14.3	7.2	8.1	32.1	8.6	9.2	1.3	13.0	25.9	4.5	1.9	1.1	5.5	3.4	3.3	1.5	4.8	13.5	10.6	2.9	3.3	(190)
大分県	30.2	4.6	15.1	10.5	10.3	36.9	10.0	9.3	2.2	15.4	19.7	5.9	1.1	0.7	3.6	1.9	1.8	0.9	3.9	10.4	10.1	0.4	2.7	(252)
宮崎県	21.1	5.1	12.4	3.5	5.1	42.3	7.4	16.8	2.2	15.9	23.0	4.4	0.7	2.4	2.3	6.3	1.6	1.3	3.9	10.3	10.3	0.0	3.3	(118)
鹿児島県	23.4	2.8	10.2	10.4	6.1	35.3	8.4	8.3	2.0	16.6	23.4	4.7	1.3	1.8	4.3	4.1	1.5	1.6	4.1	15.3	13.0	2.3	2.7	(194)
沖縄県	29.0	7.1	13.9	8.0	11.5	31.5	7.1	11.6	2.1	10.7	23.5	8.0	2.2	1.6	3.1	4.1	0.6	0.8	3.2	14.2	11.3	2.9	1.7	(462)

（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。
※3世代家族旅行は、子どもの年齢にかかわらず3世代で行った旅行であり、家族旅行の3セグメントと重複する。
全体の比率より15ポイント以上大きい値　全体の比率より10ポイント以上大きい値　全体の比率より5ポイント以上大きい値

資料：（公財）日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

表I-2-6　旅行先（都道府県）別の旅行者居住地

（単位：%）

居住地／旅行先	北海道	北東北	南東北	北関東	南関東	甲信越	北陸	東海	近畿	中国	四国	九州・沖縄	サンプル数
		青森、岩手、秋田	宮城、山形、福島	茨城、群馬、栃木	埼玉、千葉、東京、神奈川	新潟、山梨、長野	富山、石川、福井	岐阜、静岡、愛知、三重	滋賀、京都、大阪、兵庫、奈良、和歌山	鳥取、島根、岡山、広島、山口	徳島、香川、愛媛、高知	福岡、佐賀、長崎、熊本、大分、宮崎、鹿児島、沖縄	
全体	4.3	3.2	4.4	5.2	28.9	3.8	2.6	11.7	16.5	5.0	2.8	11.6	(9666)
前年	*4.3*	*3.3*	*4.1*	*5.1*	*29.4*	*4.1*	*2.6*	*11.4*	*16.6*	*5.0*	*2.8*	*11.4*	*(9692)*
北海道	27.8	4.2	3.2	4.7	27.2	2.1	0.3	7.5	12.8	2.3	1.6	6.2	(835)
青森県	5.1	16.9	7.4	4.0	29.7	4.3	1.2	7.6	12.5	2.3	2.1	6.9	(163)
岩手県	4.4	27.0	17.9	4.7	19.6	4.8	0.0	7.7	8.2	1.1	1.6	2.9	(187)
宮城県	3.4	15.7	27.5	7.1	26.2	3.6	0.3	3.4	8.6	1.4	0.0	2.7	(311)
秋田県	2.9	9.8	8.5	10.3	30.4	6.3	1.4	8.5	13.1	2.4	1.4	5.0	(161)
山形県	2.5	5.9	21.9	13.4	30.7	4.8	1.0	4.9	9.3	1.5	1.5	2.7	(188)
福島県	0.3	3.4	26.3	14.5	38.3	4.3	0.3	4.6	4.8	0.3	0.4	2.4	(272)
茨城県	2.6	3.4	7.5	15.1	46.9	2.3	0.0	5.1	9.5	4.2	0.6	2.9	(162)
栃木県	2.2	2.2	8.6	17.6	51.8	4.2	0.3	5.1	4.3	0.9	0.4	2.5	(318)
群馬県	1.8	1.6	4.9	16.8	51.7	7.7	1.7	5.7	4.3	2.1	1.0	0.9	(278)
埼玉県	0.9	2.7	5.8	8.0	32.5	7.9	2.6	12.2	9.6	2.3	0.0	15.5	(127)
千葉県	2.9	2.4	5.2	7.4	35.0	4.4	2.4	10.2	15.2	3.2	2.0	9.6	(413)
東京都	6.4	7.0	8.1	3.7	8.0	6.0	3.7	13.6	17.6	5.5	3.2	17.3	(1070)
神奈川県	3.7	3.8	2.6	5.8	42.6	5.1	1.6	11.7	11.4	3.4	1.9	6.4	(565)
新潟県	2.7	3.9	3.8	10.0	41.1	16.1	2.3	8.8	6.7	0.8	0.7	3.0	(253)
富山県	2.0	2.5	1.7	6.9	25.6	4.8	10.6	14.5	20.4	2.2	1.8	6.9	(168)
石川県	1.4	2.3	1.0	4.6	27.8	5.3	11.8	14.3	23.4	1.7	0.7	5.8	(273)
福井県	3.5	2.2	1.5	5.6	17.7	4.3	5.2	25.4	26.8	0.9	0.0	6.9	(102)
山梨県	0.9	0.0	0.0	10.2	55.6	6.5	1.9	13.1	9.2	1.2	0.8	0.7	(219)
長野県	1.0	1.2	1.5	4.1	43.9	6.2	6.0	18.6	13.0	1.9	0.6	2.0	(493)
岐阜県	0.8	0.4	1.4	1.9	19.1	3.8	6.2	44.0	15.2	4.0	0.4	2.9	(220)
静岡県	0.9	0.8	1.2	4.8	53.8	2.5	1.5	23.5	7.1	1.0	1.0	1.9	(539)
愛知県	2.9	3.5	2.7	2.9	24.3	3.1	3.9	26.2	20.1	2.1	1.3	7.1	(285)
三重県	0.8	1.3	1.0	1.4	13.1	3.1	1.6	27.5	39.5	4.2	0.0	6.6	(257)
滋賀県	1.6	0.0	1.1	2.1	19.5	0.0	3.5	19.4	41.1	4.0	3.1	4.5	(135)
京都府	3.4	2.1	3.6	4.4	25.4	2.6	4.8	13.3	21.4	5.9	3.0	10.0	(552)
大阪府	4.1	1.4	3.3	3.6	27.2	4.3	2.7	13.8	8.8	9.9	6.1	14.8	(585)
兵庫県	1.8	2.3	0.6	2.2	16.8	1.2	3.0	7.3	40.2	10.4	5.7	8.5	(391)
奈良県	3.7	2.1	4.9	2.0	24.9	2.9	4.2	14.1	18.4	4.3	6.2	12.0	(132)
和歌山県	0.0	0.5	1.9	0.5	17.9	3.9	3.1	7.0	57.3	3.1	1.0	3.7	(169)
鳥取県	1.9	1.9	2.2	2.8	14.8	0.6	0.8	3.7	39.3	19.2	3.5	9.4	(135)
島根県	1.4	2.0	0.8	0.9	12.9	0.6	1.7	9.4	33.5	19.2	5.2	12.6	(127)
岡山県	2.4	1.0	3.3	1.7	13.5	3.2	1.0	7.2	34.3	16.8	6.2	9.5	(161)
広島県	2.4	1.9	3.0	1.8	16.5	1.5	1.0	9.2	22.9	15.8	7.3	16.6	(235)
山口県	0.0	2.2	0.0	3.7	13.4	0.7	0.7	6.0	18.2	27.7	1.7	25.7	(117)
徳島県	4.1	1.1	2.2	4.1	22.9	4.3	0.8	2.9	26.2	11.3	13.0	7.2	(92)
香川県	2.4	0.8	2.4	0.7	22.4	2.2	1.8	5.0	27.1	12.9	14.1	8.2	(132)
愛媛県	2.3	1.9	3.7	1.6	25.1	2.2	1.8	3.9	17.3	14.5	16.4	9.3	(137)
高知県	3.8	0.0	6.4	2.8	23.6	1.0	1.5	6.0	21.1	8.9	20.4	4.7	(104)
福岡県	3.0	0.4	1.6	1.7	19.2	2.6	1.7	3.5	13.6	8.6	1.3	42.9	(375)
佐賀県	1.4	2.8	0.9	2.2	6.5	5.8	0.0	2.8	15.4	5.8	1.8	54.6	(88)
長崎県	1.9	1.1	2.8	4.3	17.8	2.9	0.0	3.7	14.4	5.5	1.4	44.2	(162)
熊本県	0.0	0.5	2.2	2.8	16.1	1.4	0.9	4.1	8.3	9.2	1.1	53.4	(190)
大分県	0.0	0.4	1.6	1.1	9.6	0.4	1.6	2.7	13.1	11.5	2.1	56.0	(252)
宮崎県	1.4	2.1	0.9	2.8	13.5	2.9	1.6	7.9	13.7	4.6	1.0	47.8	(118)
鹿児島県	0.4	0.5	2.9	5.4	20.9	1.3	0.9	6.4	15.9	4.5	1.5	39.4	(194)
沖縄県	5.1	2.1	3.7	3.9	34.2	1.0	1.6	12.9	17.0	2.7	2.2	13.6	(462)

（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。

資料：（公財）日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

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

表I-2-7　旅行先（都道府県）別の最も楽しみにしていたこと

（単位：%）

楽しみ／旅行先	おいしいものを食べること	温泉に入ること	自然景観を見ること	文化的な名所を見ること	観光・文化施設を訪れること	スポーツやアウトドア活動を楽しむこと	芸術・音楽・スポーツなどの観劇・鑑賞・観戦	街や都市を訪れること	帰省・冠婚葬祭・親族や知人訪問	自然の豊かさを体験すること	買い物をすること	目当ての宿泊施設に泊まること	地域の祭りやイベント	地域の文化を体験すること	その他	サンプル数
全体	19.2	15.6	12.8	11.1	9.0	6.3	4.9	4.3	3.7	3.4	2.5	2.4	1.9	0.7	2.3	(9666)
前年	*17.9*	*14.5*	*12.2*	*11.7*	*9.7*	*7.0*	*4.5*	*4.1*	*4.2*	*3.3*	*2.9*	*2.7*	*2.2*	*0.8*	*2.3*	*(9692)*
北海道	28.3	14.6	19.7	6.8	4.5	5.9	2.4	4.9	1.6	4.2	1.8	1.2	1.7	0.2	2.2	(678)
青森県	11.7	21.5	24.0	12.4	9.9	3.2	0.0	1.5	0.0	7.1	2.2	2.8	1.3	2.4	0.0	(73)
岩手県	12.4	28.2	17.3	8.9	3.0	7.2	2.1	2.9	3.3	4.8	2.2	1.1	1.8	0.0	4.8	(86)
宮城県	15.6	13.9	13.1	12.7	5.6	5.7	7.2	5.5	5.0	3.4	2.4	3.3	2.6	0.5	3.4	(167)
秋田県	7.8	25.3	15.2	4.6	9.2	3.8	2.2	7.9	3.5	11.9	1.4	0.0	3.9	1.6	1.7	(55)
山形県	13.3	19.4	12.3	18.2	6.8	5.7	1.8	4.4	5.9	4.9	0.9	5.6	0.0	0.0	0.9	(87)
福島県	18.3	28.6	12.6	6.2	5.3	6.9	1.9	2.6	4.9	2.0	1.4	3.2	2.1	2.2	1.9	(174)
茨城県	20.6	5.2	19.1	8.9	6.7	17.3	3.9	0.0	7.8	1.0	0.0	1.0	4.2	2.0	2.3	(81)
栃木県	10.1	30.5	10.2	15.0	6.4	7.9	0.4	2.9	2.0	4.3	1.7	6.1	0.4	1.6	0.4	(222)
群馬県	7.8	52.7	8.5	3.2	3.4	9.6	0.6	0.4	1.6	2.1	0.6	4.1	3.5	1.4	0.4	(177)
埼玉県	12.4	6.5	12.6	6.5	4.8	12.4	1.6	9.0	15.4	10.1	3.5	1.7	0.0	0.0	3.4	(55)
千葉県	18.6	5.1	5.6	2.6	34.5	6.9	5.5	0.9	2.3	3.0	1.8	6.1	2.5	0.4	4.2	(258)
東京都	17.3	2.5	3.0	5.1	15.4	1.3	20.3	11.4	4.4	0.4	8.3	3.0	3.1	0.6	3.9	(678)
神奈川県	17.7	29.4	9.5	7.6	8.8	3.2	4.7	3.0	3.3	1.8	2.7	2.8	1.2	0.5	3.8	(347)
新潟県	15.9	17.9	13.6	3.5	2.6	17.8	5.2	2.8	6.4	3.7	0.7	1.0	4.5	0.7	3.8	(177)
富山県	20.6	14.5	22.4	12.2	6.3	9.6	0.0	3.0	3.3	3.4	0.0	0.0	0.0	2.4	2.3	(74)
石川県	31.8	17.6	9.0	15.9	5.7	2.6	1.5	2.8	4.4	2.7	0.8	1.7	0.0	0.6	2.9	(160)
福井県	34.4	19.4	11.8	5.4	9.0	3.6	5.0	0.0	6.3	0.0	0.0	2.3	0.0	2.8	0.0	(44)
山梨県	15.1	19.4	30.1	2.0	5.7	7.7	0.6	1.5	2.1	4.4	0.0	5.5	0.8	0.0	5.1	(134)
長野県	8.2	21.4	21.1	5.2	3.8	12.6	0.9	0.9	3.4	10.6	4.3	1.6	1.6	0.0	4.3	(332)
岐阜県	19.6	31.8	16.9	7.9	0.7	9.3	0.8	1.1	1.6	4.6	0.0	0.8	0.7	1.8	2.4	(116)
静岡県	21.3	30.6	12.9	4.4	4.7	7.4	2.1	2.2	2.0	3.3	1.7	4.3	1.3	0.0	1.8	(417)
愛知県	23.2	12.3	3.6	10.5	13.1	5.6	8.3	5.0	8.5	1.8	1.2	1.7	3.3	0.0	2.0	(169)
三重県	23.8	16.2	8.5	20.8	12.6	8.0	2.2	0.0	0.5	1.2	0.4	3.9	0.4	0.0	1.3	(185)
滋賀県	17.6	12.2	14.6	19.5	7.0	7.2	0.0	1.2	1.5	2.7	0.0	6.8	4.9	0.0	4.9	(67)
京都府	21.8	4.4	10.8	42.1	4.3	1.5	1.2	4.1	2.5	0.3	2.2	1.2	1.7	1.0	0.9	(322)
大阪府	27.9	2.0	2.3	3.8	22.3	2.8	13.8	8.1	7.1	0.5	4.3	1.4	0.8	0.0	2.9	(316)
兵庫県	27.5	22.9	7.4	4.2	8.0	3.4	3.0	6.0	4.9	1.6	3.8	2.2	2.2	0.0	2.9	(219)
奈良県	5.4	0.0	19.2	46.2	1.7	1.6	2.8	4.2	8.1	1.8	1.5	3.2	1.4	1.5	1.4	(57)
和歌山県	23.2	19.6	10.0	10.6	15.5	6.5	0.0	0.7	2.3	4.1	2.2	4.5	0.0	0.0	0.6	(121)
鳥取県	23.3	22.3	15.0	5.4	2.8	1.4	1.4	1.7	6.6	13.1	0.0	0.0	1.9	0.0	5.0	(54)
島根県	4.4	21.4	11.8	40.1	9.4	1.9	3.6	1.6	2.0	2.0	0.0	1.7	0.0	0.0	0.0	(47)
岡山県	15.9	15.5	16.0	8.5	9.8	2.7	1.2	2.9	2.8	2.0	7.5	3.3	1.6	3.1	7.2	(63)
広島県	15.5	7.2	10.7	23.3	4.7	9.3	5.5	7.1	7.5	0.6	3.8	3.5	0.6	0.6	0.0	(128)
山口県	24.8	9.8	22.6	18.7	4.7	3.2	3.1	1.2	3.6	2.0	3.3	1.4	0.0	0.0	1.5	(63)
徳島県	30.7	2.5	14.6	2.5	8.7	3.0	4.6	2.5	15.4	0.0	2.0	3.3	7.4	3.0	0.0	(38)
香川県	40.6	9.4	10.6	19.5	5.3	2.8	1.5	1.2	1.9	0.0	1.4	1.4	1.2	1.7	1.5	(64)
愛媛県	28.8	28.5	13.7	10.0	5.8	1.9	2.6	2.9	4.5	0.0	0.0	0.0	1.3	0.0	0.0	(60)
高知県	35.4	2.6	16.0	15.1	6.0	8.6	0.0	1.9	5.0	1.7	0.0	1.9	3.3	0.0	2.4	(47)
福岡県	27.1	9.3	7.6	10.0	4.8	5.7	7.0	7.2	6.5	1.9	7.4	1.1	2.3	0.4	1.6	(237)
佐賀県	13.5	52.9	11.5	8.4	0.0	2.1	2.7	0.0	3.7	0.0	0.0	0.0	5.1	0.0	0.0	(42)
長崎県	14.4	14.7	10.2	15.4	21.9	4.0	0.8	5.0	5.0	2.8	1.2	0.0	2.7	0.9	0.9	(93)
熊本県	13.6	30.8	13.6	12.0	9.5	4.9	1.0	2.8	4.9	1.5	0.7	2.6	2.0	0.0	0.0	(105)
大分県	18.9	48.0	6.0	4.1	6.6	3.5	0.0	1.9	2.0	3.7	1.8	1.6	0.0	0.0	1.9	(153)
宮崎県	24.2	9.4	21.5	7.4	5.2	11.0	4.1	3.5	5.4	0.0	0.0	3.9	3.0	0.0	1.5	(52)
鹿児島県	11.8	15.8	19.2	12.7	8.4	12.1	3.2	0.0	6.8	3.1	2.2	2.4	1.5	0.0	0.8	(123)
沖縄県	14.1	0.2	23.4	7.6	7.2	19.3	4.5	2.5	1.2	10.5	2.1	3.4	0.7	1.1	2.2	(371)

（注）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。
資料：（公財）日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

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

④旅行先での交通手段（表I-2-8）

全体的な傾向としては概ね前年と変わらないが、やや『路線バス』の比率が高まった。旅行先での主な交通手段をみると、全国的に『自家用車』を利用した旅行の割合が高い。特に、「山形」「福島」「栃木」「群馬」「福井」「山梨」「長野」「岐阜」「静岡」「三重」「鳥取」「香川」「熊本」「大分」では『自家用車』利用率が5割を超える。

一方、『列車』についてみると、公共交通機関が発達している「東京」「大阪」では6割以上が利用しており、両都府での『自家用車』利用率は、「東京」では1割、「大阪」では2割にとどまる。そのほか、東京に隣接する「埼玉」「千葉」「神奈川」や、大阪に隣接する「京都」「奈良」も、『列車』利用率が全体よりも10ポイント以上高く、かつ、『列車』利用率が『自家用車』利用率を上回る。そのほか「北海道」「愛知」「広島」「福岡」「長崎」も列車利用率が自家用車利用率を上回った。

『路線バス』については、「京都」や「石川」での利用率が高い。そのほか、「神奈川」「奈良」「徳島」「福岡」「長崎」においても、高い利用率であった。

『レンタカー』利用率は、北海道や北東北、九州・沖縄で高い比率となった。特に、「沖縄」では約6割が『レンタカー』を利用した。

『タクシー・ハイヤー』は、「東京」「石川」「京都」「奈良」「福岡」「長崎」「沖縄」において、多く利用された。

⑤旅行先と宿泊施設（表I-2-9）

全体的な傾向としては概ね前年と変わらない。旅行先で利用した主な宿泊施設をみると、全体で最も多い施設は『ホテル（60.3%）』となり、以下、『旅館（28.8%）』『実家・親戚・知人宅（7.2%）』『民宿・ペンション・ロッジ（4.1%）』と続く。

都道府県別にみると、35都道府県で『ホテル』の利用率が最も高くなっており、特に、「東京」「大阪」「沖縄」は8割を超え、全体と比べて15ポイント以上高い利用率となった。なお、「東京」「大阪」は『シティホテル』『ビジネスホテル』利用率がそれぞれ3.5～4割を占めるのに対し、「沖縄」は『リゾートホテル』利用率が6.5割を占める。そのほか、『リゾートホテル』については「千葉」、『シティホテル』については「京都」「徳島」の利用率の高さも顕著であった。

一方、『旅館』については、都道府県によるバラツキが大きい。利用率が5割を超えるのは、「山形」「群馬」「鳥取」「佐賀」「大分」の5県であり、これらの県では『旅館』利用率が『ホテル』利用率を上回った。

『実家・親戚・知人宅』の全体平均利用率は7.2%だが、「埼玉」において利用率が全体の比率よりも15ポイント以上上回った。

『民宿・ペンション・ロッジ』は、スポーツ合宿などの目的での旅行が多い「山梨」で利用率約1割となり、全体平均4.1%に比べてやや高い。

個人所有の宿泊施設である『別荘・リゾートマンション・会員制の宿泊施設』の利用率は全体平均で3.0%。「栃木」「神奈川」「新潟」「山梨」「長野」「静岡」「高知」での利用率が他地域に比べてやや高くなった。

⑥旅行先と宿泊数（表I-2-10）

旅行先での宿泊数の全体的な傾向としては概ね前年と変わらないが、やや『1泊』率が下がった。とはいえ、『1泊』が全体の5割、『1泊』と『2泊』をあわせると全体の8割を占めており、短期間の旅行が主流となっている。

都道府県別にみても、「北海道」「青森」「沖縄」を除く全ての都府県では、『1泊』の割合が最も高い。特に、「栃木」「滋賀」の1泊率は8割に迫る。

逆に、「北海道」「沖縄」は、ほかの都道府県に比べて宿泊数が顕著に長くなっており、3泊以上の割合がそれぞれ3.5割、6割を占める（全体の3泊以上の割合は20.8%）。平均宿泊数はそれぞれ2.35泊、2.90泊であった。

表Ⅰ-2-8　旅行先（都道府県）別の旅行先での交通手段（複数回答）

（単位：%）

旅行先＼交通手段	自家用車	列車	路線バス	レンタカー	タクシー・ハイヤー	貸切バス・定期観光バス	飛行機	観光客向けの巡回バスなど	船	レンタサイクル	その他	交通機関は利用しなかった	サンプル数
全体	37.7	28.7	14.2	13.3	9.6	7.8	7.6	3.9	2.6	1.4	1.8	6.9	(9666)
前年	*36.4*	*28.6*	*12.7*	*13.7*	*9.8*	*7.4*	*8.8*	*4.5*	*3.1*	*1.3*	*1.3*	*7.3*	*(9692)*
北海道	23.2	30.9	16.9	32.5	14.2	11.3	21.5	6.6	2.9	2.8	2.0	4.1	(835)
青森県	33.2	32.9	17.7	20.2	10.5	23.2	14.3	6.2	6.6	2.7	0.0	2.2	(163)
岩手県	45.4	22.2	9.8	21.0	6.3	13.7	9.0	3.5	4.5	1.4	0.4	7.0	(187)
宮城県	44.6	29.3	14.0	11.3	9.0	11.7	10.5	4.7	3.7	1.8	2.0	6.6	(311)
秋田県	34.1	26.5	12.5	20.6	7.5	21.4	11.1	7.5	4.1	2.4	0.0	7.4	(161)
山形県	50.2	22.9	14.0	17.0	5.5	14.0	9.2	4.4	3.3	1.5	0.4	3.8	(188)
福島県	53.9	16.2	5.5	12.9	6.9	9.2	6.5	4.1	1.6	1.2	0.0	13.1	(272)
茨城県	43.8	26.3	12.5	12.6	8.3	6.2	6.4	3.9	1.2	1.8	1.5	12.9	(162)
栃木県	54.8	17.2	11.1	8.7	5.4	7.5	2.8	3.4	0.3	1.5	0.3	9.8	(318)
群馬県	56.9	13.5	8.8	8.1	6.5	9.5	4.3	2.7	1.6	1.0	0.8	11.3	(278)
埼玉県	38.7	42.1	16.1	10.0	10.4	6.6	10.6	7.6	0.6	2.1	0.6	6.4	(127)
千葉県	36.3	40.9	13.4	7.7	5.6	6.4	7.3	6.1	2.0	1.3	2.3	10.0	(413)
東京都	11.3	68.0	18.6	7.5	17.1	6.7	13.4	4.1	2.1	0.9	3.5	1.8	(1070)
神奈川県	30.6	49.4	21.0	7.0	11.1	5.2	6.3	5.1	3.9	0.7	1.9	6.5	(565)
新潟県	47.4	20.5	11.1	9.1	8.5	14.1	6.9	3.8	4.9	0.0	1.9	5.5	(253)
富山県	36.9	24.9	14.6	17.0	12.5	18.7	9.1	7.1	1.2	2.5	4.3	3.6	(168)
石川県	34.4	22.8	24.2	14.7	19.3	13.9	6.1	10.1	1.8	3.8	3.7	4.5	(273)
福井県	51.0	20.0	8.6	10.8	9.5	19.2	9.3	4.9	2.9	3.6	1.1	4.3	(102)
山梨県	62.9	12.9	10.9	8.2	5.7	8.1	4.0	3.9	0.0	1.9	0.0	6.8	(219)
長野県	55.5	12.1	10.1	8.6	6.7	9.0	2.4	4.6	0.2	1.8	3.2	7.4	(493)
岐阜県	54.2	15.8	10.5	8.4	2.2	12.1	6.3	5.6	0.4	1.3	1.8	9.3	(220)
静岡県	54.2	17.7	11.1	8.6	5.8	4.1	3.3	4.1	1.9	0.5	1.7	10.6	(539)
愛知県	35.1	43.6	13.8	11.7	14.1	4.5	10.8	4.1	2.4	1.7	3.0	5.6	(285)
三重県	50.7	25.9	11.2	7.0	8.8	6.7	6.3	3.0	3.7	1.0	0.3	6.7	(257)
滋賀県	44.8	30.9	12.4	9.3	6.7	14.1	3.3	4.8	3.4	3.5	1.3	6.2	(135)
京都府	24.7	44.8	34.9	8.5	19.9	11.6	7.9	5.1	1.4	1.9	1.9	3.0	(552)
大阪府	20.3	61.7	19.1	9.2	13.1	5.4	11.2	3.4	2.4	1.0	3.5	2.6	(585)
兵庫県	41.7	33.7	14.5	8.5	10.1	6.7	7.3	4.9	3.6	1.6	2.0	8.6	(391)
奈良県	30.4	40.5	22.9	8.3	15.1	13.2	5.4	3.1	0.0	1.6	1.5	6.6	(132)
和歌山県	49.2	19.4	12.3	10.1	11.3	10.9	4.9	2.7	2.0	1.6	0.5	9.9	(169)
鳥取県	56.2	21.1	9.4	12.5	5.1	15.6	6.5	6.4	2.9	4.7	1.2	4.7	(135)
島根県	47.2	14.6	12.0	15.2	4.2	16.4	6.0	4.8	4.0	4.1	1.8	7.0	(127)
岡山県	43.1	29.0	13.5	10.4	10.5	12.0	9.6	3.6	3.9	1.3	4.1	5.9	(161)
広島県	32.6	38.5	19.1	10.4	13.1	10.4	5.7	4.3	10.9	2.6	2.5	5.3	(235)
山口県	46.6	15.9	12.5	17.4	7.7	12.6	8.9	6.4	6.1	2.6	2.1	5.3	(117)
徳島県	40.8	23.4	19.4	17.2	11.8	17.0	8.6	1.9	7.9	4.7	3.9	4.5	(92)
香川県	51.1	19.0	10.7	16.8	6.7	9.7	6.1	0.6	11.4	3.4	4.5	3.4	(132)
愛媛県	41.7	20.5	18.3	21.9	9.3	13.9	8.1	3.3	11.8	5.2	2.8	7.6	(137)
高知県	40.4	23.1	14.6	15.3	4.4	14.0	6.9	0.8	9.0	4.2	4.0	7.3	(104)
福岡県	28.5	39.9	22.6	16.8	16.7	9.1	18.6	4.2	5.2	1.0	2.6	3.7	(375)
佐賀県	42.3	20.8	5.0	19.5	3.3	15.3	9.2	2.3	6.9	0.0	0.9	8.8	(88)
長崎県	28.9	35.3	23.6	19.6	16.9	16.4	15.6	4.1	12.9	1.6	4.8	5.5	(162)
熊本県	50.3	16.1	12.5	26.1	9.2	8.9	10.1	0.5	2.4	0.4	1.1	4.0	(190)
大分県	52.6	20.9	8.4	15.4	10.3	8.4	8.8	4.9	3.5	2.0	0.9	6.9	(252)
宮崎県	36.6	30.1	11.0	29.4	10.1	13.2	21.4	5.6	6.0	0.7	0.0	2.2	(118)
鹿児島県	29.8	21.6	15.8	35.7	9.5	13.1	18.3	6.2	6.9	2.2	1.5	4.4	(194)
沖縄県	5.5	15.2	9.8	57.7	16.1	6.8	27.6	5.1	7.6	5.0	1.6	2.1	(462)

（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。

資料：（公財）日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

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

表Ⅰ-2-9 旅行先（都道府県）別の宿泊施設（複数回答）

（単位：%）

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	公共の宿	キャンプ・オートキャンプ	その他	サンプル数
		ビジネスホテル	リゾートホテル	シティホテル		旅館（比較的規模大）	旅館（比較的規模小）							
全体	60.3	22.8	22.5	19.0	28.8	17.8	11.8	7.2	4.1	3.0	1.7	1.6	1.8	(9666)
前年	*61.2*	*23.2*	*21.8*	*19.6*	*27.5*	*17.4*	*10.9*	*7.4*	*4.2*	*2.7*	*1.8*	*1.7*	*1.8*	*(9692)*
北海道	72.2	23.6	29.5	26.8	28.6	20.8	8.8	4.0	3.8	0.8	1.3	1.7	1.9	(678)
青森県	58.8	21.3	20.1	19.6	46.1	24.2	23.2	5.1	0.0	0.0	1.7	0.0	0.0	(73)
岩手県	56.6	21.5	27.4	11.8	33.4	20.6	12.8	3.8	4.8	0.0	2.7	1.2	1.0	(86)
宮城県	51.2	25.1	15.6	12.1	34.6	25.0	9.5	9.8	2.1	2.4	1.6	0.5	2.2	(167)
秋田県	41.7	15.2	14.3	13.6	48.2	28.2	21.9	2.2	5.3	0.0	5.4	3.3	5.2	(55)
山形県	29.9	16.7	9.0	7.3	61.7	31.0	30.8	7.7	2.9	0.0	3.1	3.1	0.0	(87)
福島県	40.7	14.0	22.7	5.6	45.2	29.7	16.5	10.2	2.9	0.5	1.3	1.6	0.0	(174)
茨城県	46.4	17.3	20.3	9.8	28.2	16.6	13.0	12.4	2.3	6.1	9.8	0.0	1.5	(81)
栃木県	36.7	9.7	23.4	3.6	41.7	24.5	17.6	5.9	6.9	6.7	3.5	0.9	0.4	(222)
群馬県	27.3	5.3	18.9	3.6	59.2	34.2	25.5	2.7	2.6	3.4	1.5	3.8	0.6	(177)
埼玉県	47.5	21.0	12.5	14.1	14.6	3.5	11.2	24.4	8.6	0.0	0.0	2.9	3.4	(55)
千葉県	72.7	14.8	41.8	17.1	11.6	4.6	7.3	8.0	2.8	3.4	0.9	1.0	0.7	(258)
東京都	81.3	39.1	8.9	36.8	3.4	1.9	1.4	11.4	1.2	0.5	1.2	0.4	2.4	(678)
神奈川県	48.8	16.7	18.2	14.1	30.2	16.7	13.7	8.9	3.6	6.7	1.6	0.5	1.9	(347)
新潟県	42.1	10.4	21.5	10.7	34.7	22.9	12.2	7.6	4.0	6.9	0.5	4.9	2.0	(177)
富山県	51.2	31.2	14.5	7.9	40.2	26.7	13.5	2.4	7.3	0.0	0.0	1.3	1.0	(74)
石川県	52.7	17.7	15.5	20.6	39.3	32.4	7.5	6.4	2.3	0.0	1.6	0.5	0.0	(160)
福井県	35.4	19.6	14.1	1.8	48.3	31.8	16.5	8.2	6.7	0.0	0.0	2.3	2.8	(44)
山梨県	34.8	10.6	15.4	9.5	37.2	22.9	14.9	1.2	9.3	9.9	0.0	6.6	2.6	(134)
長野県	39.9	7.5	27.8	5.3	32.2	19.6	12.8	6.7	8.8	10.6	2.4	2.4	3.1	(332)
岐阜県	33.1	10.2	16.9	6.0	47.8	28.4	19.5	5.2	6.5	3.3	0.7	3.9	2.1	(116)
静岡県	42.9	13.4	21.8	8.0	34.7	20.3	14.7	3.6	8.7	8.0	1.3	0.9	2.2	(417)
愛知県	60.2	35.8	11.5	13.3	15.9	7.6	8.4	16.8	3.7	1.3	0.6	1.0	1.7	(169)
三重県	49.6	11.5	29.2	8.9	39.0	22.5	16.5	3.5	3.0	4.1	1.2	3.7	0.4	(185)
滋賀県	58.7	17.4	25.2	17.4	21.0	10.7	10.2	7.0	2.8	5.1	1.4	4.1	0.0	(67)
京都府	67.3	23.5	10.7	34.3	21.4	9.8	11.6	7.2	2.6	3.7	0.0	0.0	0.9	(322)
大阪府	83.6	36.1	14.9	36.2	5.4	4.1	1.3	7.6	1.4	0.3	1.7	0.5	1.8	(316)
兵庫県	46.6	15.1	17.7	14.1	31.2	17.6	13.7	7.9	7.1	5.9	2.4	0.3	0.6	(219)
奈良県	46.7	17.2	4.7	24.8	30.0	11.8	18.2	12.1	5.1	1.4	0.0	3.3	2.8	(57)
和歌山県	49.1	8.7	36.2	4.2	41.4	27.9	13.6	2.6	5.2	4.1	0.7	2.6	1.0	(121)
鳥取県	27.7	15.5	10.2	10.2	59.8	39.1	20.7	8.5	4.0	0.0	1.7	2.9	0.0	(54)
島根県	36.7	17.9	5.8	13.0	47.9	15.5	32.3	8.5	2.2	3.4	3.8	3.8	0.0	(47)
岡山県	61.9	19.5	22.3	20.2	21.8	15.5	6.3	10.7	0.0	0.0	6.7	3.6	1.2	(63)
広島県	64.3	30.1	12.0	22.9	21.1	11.1	10.8	7.0	0.8	0.0	4.9	2.4	1.8	(128)
山口県	55.2	30.5	15.8	10.2	35.0	24.3	10.7	3.6	3.2	1.5	2.9	0.0	1.5	(63)
徳島県	69.3	15.8	20.2	35.6	12.5	4.7	7.8	17.7	0.0	0.0	0.0	0.0	3.0	(38)
香川県	56.5	23.8	11.4	22.7	25.5	15.5	10.0	6.1	1.5	0.0	9.7	3.6	2.4	(64)
愛媛県	58.3	19.4	19.7	19.2	33.0	12.6	20.4	3.1	0.0	0.0	8.2	1.4	0.0	(60)
高知県	66.2	36.4	7.9	23.9	12.5	12.5	0.0	12.4	5.5	7.0	1.8	0.0	0.0	(47)
福岡県	75.0	33.8	12.8	29.5	14.1	9.5	4.7	9.8	1.8	0.4	1.2	0.7	1.4	(237)
佐賀県	36.6	19.0	11.9	5.7	55.2	31.7	25.6	13.6	0.0	0.0	2.1	0.0	0.0	(42)
長崎県	66.3	25.7	24.9	21.1	27.4	18.3	9.1	6.8	3.5	3.5	3.0	1.1	0.0	(93)
熊本県	47.1	19.9	20.2	10.4	43.1	14.2	28.9	3.0	5.0	1.6	2.4	1.9	0.0	(105)
大分県	36.2	15.0	16.9	4.9	50.7	20.7	30.0	5.3	4.3	4.7	1.0	4.1	0.0	(153)
宮崎県	71.0	34.4	36.8	12.8	19.0	9.9	9.2	11.1	1.5	2.0	1.7	0.0	0.0	(52)
鹿児島県	63.7	26.1	30.1	9.8	25.3	18.0	8.0	9.9	6.1	0.6	2.8	0.7	1.4	(123)
沖縄県	90.2	15.2	65.6	17.1	3.2	1.9	2.2	0.9	5.5	1.5	0.5	0.4	1.0	(371)

（注）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。

資料：（公財）日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

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

表I-2-10 旅行先（都道府県）別の宿泊数

（単位：%）　（単位：泊）

宿泊数 / 旅行先	1泊	2泊	3泊	4泊	5泊以上	平均宿泊数	サンプル数
全体	49.3	29.9	12.4	3.9	4.5	1.88	(9666)
前年	*50.0*	*29.2*	*12.7*	*3.7*	*4.3*	*1.86*	*(9692)*
北海道	28.5	38.3	19.6	4.8	8.8	2.35	(678)
青森県	32.8	42.2	22.1	1.5	1.4	1.98	(73)
岩手県	62.4	27.2	6.3	0.0	4.2	1.57	(86)
宮城県	65.2	25.4	4.4	3.0	1.9	1.51	(167)
秋田県	39.3	35.8	13.0	0.0	11.9	2.16	(55)
山形県	51.2	34.9	7.8	4.0	2.1	1.73	(87)
福島県	62.9	29.4	3.9	0.5	3.3	1.54	(174)
茨城県	59.5	25.5	7.7	3.1	4.1	1.72	(81)
栃木県	77.7	15.6	5.1	1.2	0.4	1.32	(222)
群馬県	67.6	27.6	2.0	1.0	1.8	1.44	(177)
埼玉県	60.5	31.3	4.9	1.6	1.7	1.53	(55)
千葉県	68.3	20.5	6.2	1.7	3.3	1.53	(258)
東京都	48.7	30.0	13.4	2.8	5.1	1.90	(678)
神奈川県	66.1	24.0	6.1	2.0	1.8	1.50	(347)
新潟県	49.2	34.5	12.0	3.4	0.9	1.72	(177)
富山県	52.7	22.5	15.6	4.4	4.7	1.88	(74)
石川県	51.7	35.7	8.4	2.2	2.0	1.69	(160)
福井県	65.9	29.8	4.3	0.0	0.0	1.38	(44)
山梨県	69.0	20.5	9.1	0.6	0.8	1.44	(134)
長野県	56.8	29.8	8.3	2.1	3.0	1.68	(332)
岐阜県	74.2	17.8	3.4	3.9	0.7	1.39	(116)
静岡県	68.0	24.8	3.6	2.8	0.9	1.44	(417)
愛知県	66.1	22.9	5.8	0.7	4.4	1.61	(169)
三重県	70.7	23.1	4.8	1.0	0.4	1.37	(185)
滋賀県	77.1	11.5	7.8	1.3	2.3	1.43	(67)
京都府	54.7	31.4	7.9	3.1	2.9	1.71	(322)
大阪府	52.9	30.9	9.4	3.0	3.8	1.76	(316)
兵庫県	72.8	16.0	7.6	0.8	2.8	1.45	(219)
奈良県	61.0	23.5	10.5	1.7	3.4	1.68	(57)
和歌山県	65.0	28.1	5.5	0.7	0.7	1.44	(121)
鳥取県	69.9	19.1	4.6	2.1	4.4	1.54	(54)
島根県	61.5	16.0	14.2	2.2	6.1	1.77	(47)
岡山県	71.3	20.9	1.6	1.8	4.4	1.53	(63)
広島県	63.0	25.1	7.6	2.9	1.3	1.55	(128)
山口県	65.9	24.9	9.2	0.0	0.0	1.43	(63)
徳島県	61.4	23.4	2.4	7.1	5.7	1.79	(38)
香川県	59.2	28.7	9.7	2.5	0.0	1.55	(64)
愛媛県	58.2	20.6	12.2	5.9	3.1	1.82	(60)
高知県	66.3	15.7	9.3	5.3	3.3	1.64	(47)
福岡県	59.6	27.0	8.8	2.3	2.2	1.63	(237)
佐賀県	70.2	19.6	2.7	0.0	7.5	1.62	(42)
長崎県	50.2	30.7	12.5	4.2	2.3	1.82	(93)
熊本県	65.9	27.2	3.4	1.8	1.7	1.47	(105)
大分県	67.9	23.1	7.3	1.0	0.8	1.44	(153)
宮崎県	50.1	32.5	10.0	3.6	3.7	1.83	(52)
鹿児島県	41.2	35.9	11.8	7.6	3.5	1.99	(123)
沖縄県	6.9	34.7	35.3	14.1	9.0	2.90	(371)

（注）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。
全体の比率より15ポイント以上大きい値　全体の比率より10ポイント以上大きい値　全体の比率より5ポイント以上大きい値
平均宿泊数が全体平均値より0.5泊以上大きい値（平均宿泊数については、7泊以上は7泊と仮定して算出。）

資料：（公財）日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

⑦旅行先と現地で楽しんだ活動（表I-2-11）

全体でみると、前年同様、『自然や景勝地の訪問』を楽しんだ旅行者が最も多く、全体で約4割の旅行者が楽しんだ活動となった。全体として多い活動は、以下、『温泉』、『現地グルメ・名物料理』、『まち並み散策・まち歩き』、『歴史・文化的な名所の訪問』、『ショッピング・買い物』、『都市観光・都会見物』と続き、これらの活動実施率は2割を超えた。この順位は、前年と比べて『まち並み散策・まち歩き』と『歴史・文化的な名所の訪問』が入れ替わっただけで、ほかは変わらなかった。

最も多い活動である『自然や景勝地の訪問』が最多の活動となった県は9道県。トップになる県は多くはないが、いずれの都道府県においても人気の活動となっている。特に「島根」「鹿児島」「沖縄」では実施率が5割を超え、かつ、全体と比べて15ポイント以上高い。

次いで多い活動であった『温泉』が最多の活動となったのは22県。都道府県によって活動実施率は大きく異なり、特に「山形」「群馬」「岐阜」「大分」では、実施率が6割を超え、かつ、全体と比べて15ポイント以上高い。

『現地グルメ・名物料理』が最多の活動となったのは、「宮城」「石川」「愛知」「大阪」「広島」「山口」「香川」「高知」「福岡」の9府県であり、その活動実施率は4～5割であった。

『まち並み散策・まち歩き』は、最多の活動になった都道府県はなかったが、祇園や三年坂などのある「京都」、松江や津和野などのある「島根」で特に特徴的な活動であった。

『歴史・文化的な名所の訪問』は北陸、近畿、中国・四国、九州地方での実施率が高い活動であり、これが最多の活動となった地域は、世界文化遺産にも登録されている古都「京都」「奈良」、彦根城や延暦寺が立地する「滋賀」、出雲大社が立地する「島根」、平和公園や端島炭坑（軍艦島）などを有する「長崎」の5府県であった。特に、「京都」「奈良」「島根」では活動実施率が6割を超えた。

そのほかの活動で、都道府県によって特徴が顕著に表れたものは、以下の通りであった。『テーマパーク・レジャーランド』における「千葉」「大阪」、『家族や親戚、友人知人訪問』における「徳島」、『リゾート滞在（海浜）』における「沖縄」、『海水浴・マリンスポーツ』における「沖縄」、『果物狩り・農林漁業体験』における「山梨」。

また、現地ツアー・オプショナルツアー・体験プログラムの参加率は全体で13.7%となり、前年と比べて若干の増加となった。都道府県別にみると、特に、「沖縄」での参加率が33.5%と、突出して高い値となった。「青森」「宮崎」も全体の比率より5ポイント以上の高い参加率であった。

⑧旅行先と旅行費用（表I-2-12）

交通費や宿泊費、飲食代、土産代などを含めた旅行1回1人当たりの総費用について全体でみると、前年同様、『2万円以上3万円未満』のシェアが最も高くなった。

都道府県別にみると、東京近郊の「栃木」「山梨」、大阪近郊の「岐阜」のほか「鳥取」で、平均費用が3万円台前半～2万円台後半と低めの傾向にあった。要因としては、近隣からの旅行者が多いこと、それにともない宿泊数が短いことなどが考えられる。

一方、平均費用が高いのは「沖縄」「北海道」「東京」である。特に、「沖縄」については『10万円以上』のシェアが約4割を占めており、他都道府県と比べて圧倒的に高い水準となっている。これは、関東や近畿など自県から距離の離れた大都市圏が主要マーケットとなっていること、それにともなう交通費の高さや滞在日数の長さが影響しているものと考えられる。

⑨旅行先と満足度・再来訪意向（表I-2-13）

旅行先での満足度をみると、全体的な傾向としては概ね前年と変わらず、全体での最大シェアは『満足』であり、多くの都道府県において満足層（『大変満足』+『満足』+『やや満足』）が9.5割を占めた。“観光地における満足度調査で満足層が9割”というのは、決して高い水準ではなく、日本においては標準的な結果であるということが分かる。

『大変満足』に着目すると、都道府県によって違いがみられる。特に『大変満足』率が高かったのは「沖縄」「千葉」「徳島」であり、その値は3.5割を超えた。以下、「北海道」「高知」と続く。

また、都道府県別に、再来訪意向（「1年以内に当該地域を再び訪れたいですか。」）をみると、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。

『大変そう思う』に着目すると、「沖縄」での再来訪意向が4割を超えて特に高く、次いで「千葉」「高知」「茨城」「東京」「北海道」となった。

表I-2-11 旅行先（都道府県）別の現地活動（複数回答）

旅行先＼現地行動	自然や景勝地の訪問	温泉	現地グルメ・名物料理	まち並み散策・まち歩き	歴史・文化的な名所の訪問	ショッピング・買い物	都市観光・都会見物	観光施設・動物園・水族館	テーマパーク・レジャーランド	美術館・博物館	ドライブ	家族や親戚、友人知人訪問	祭り・イベント	芸術鑑賞（観劇、コンサート・ライブなど）	リゾート滞在（海浜）	季節の花見	写真・写生	リゾート滞在（高原）
全体	39.0	38.7	37.3	30.5	29.3	25.7	20.0	11.2	9.3	7.5	7.4	7.2	6.9	4.7	4.4	4.2	3.7	3.5
前年	*39.2*	*38.1*	*35.8*	*29.6*	*30.2*	*24.9*	*19.1*	*11.8*	*9.3*	*7.3*	*8.3*	*7.5*	*6.8*	*4.5*	*4.1*	*4.5*	*4.1*	*3.1*
北海道	49.4	47.2	47.2	31.0	21.4	27.5	22.7	13.5	4.0	5.6	10.7	5.7	9.5	2.9	2.7	6.4	4.8	5.0
青森県	43.4	49.3	35.0	33.8	38.8	21.8	18.7	7.8	3.2	3.9	2.8	2.7	5.6	6.9	2.1	6.3	4.2	2.7
岩手県	43.5	52.7	20.9	12.8	19.0	17.8	11.6	5.4	1.2	3.8	11.6	7.1	6.0	0.0	2.0	5.1	4.8	2.3
宮城県	35.3	35.6	37.4	34.8	24.9	26.8	23.3	10.6	4.6	3.4	0.5	9.0	6.6	4.8	0.0	2.5	1.8	2.0
秋田県	43.4	50.4	32.0	28.6	28.4	23.9	6.6	5.8	0.0	6.4	14.5	9.4	6.1	1.6	1.7	4.9	3.3	1.6
山形県	43.3	60.7	34.4	23.0	38.0	16.8	9.2	9.8	3.6	4.5	7.5	5.8	7.0	0.0	1.3	2.4	1.1	0.0
福島県	34.2	55.9	27.3	18.6	20.1	15.0	9.2	2.9	4.9	2.7	5.9	7.6	7.2	2.3	2.3	3.1	2.2	4.1
茨城県	40.1	38.2	27.8	28.9	20.4	13.7	16.0	11.2	8.2	2.2	11.2	10.1	6.4	3.2	5.2	5.6	0.0	0.0
栃木県	37.4	58.8	28.6	17.3	31.2	14.0	7.0	9.7	7.2	3.5	8.0	4.0	3.4	0.4	0.8	4.7	2.0	6.8
群馬県	41.3	68.8	30.6	30.6	20.0	16.5	11.4	6.3	2.9	2.4	5.6	4.9	4.7	1.0	0.4	2.8	2.5	3.7
埼玉県	31.3	22.4	28.1	23.1	15.6	24.1	8.8	5.5	5.2	6.5	3.7	21.1	3.2	1.7	1.6	7.8	1.5	3.0
千葉県	19.4	21.7	19.2	15.0	9.8	18.8	6.6	8.7	41.6	1.0	5.2	3.4	6.7	1.6	7.7	2.6	2.4	0.0
東京都	10.1	6.2	29.1	24.2	14.9	36.6	26.4	9.1	13.7	14.1	0.8	14.2	9.7	19.6	0.6	1.1	2.6	0.3
神奈川県	37.6	48.6	32.4	30.3	22.7	26.1	20.1	12.0	8.3	12.0	4.3	8.3	5.2	4.4	2.1	3.7	2.0	4.5
新潟県	32.7	46.9	32.7	20.6	19.9	17.4	12.2	5.1	2.1	2.5	6.9	9.3	7.1	4.3	3.1	5.5	1.2	5.0
富山県	49.8	45.1	29.7	21.3	26.4	20.9	20.9	10.2	1.0	5.5	2.4	7.0	4.8	1.0	4.5	3.4	3.8	4.7
石川県	45.6	45.0	48.5	42.0	41.3	26.2	29.3	9.3	2.7	17.1	5.5	5.9	4.4	3.4	2.6	1.8	3.1	0.6
福井県	34.5	56.4	39.0	27.8	36.5	16.2	17.6	2.2	4.6	7.0	7.0	8.5	13.7	2.2	0.0	1.8	1.9	0.0
山梨県	49.5	53.8	37.8	18.8	18.3	17.9	9.4	11.9	8.7	7.1	11.7	0.7	4.9	0.0	0.6	8.3	3.4	10.4
長野県	46.4	55.0	32.6	23.9	22.2	24.2	6.3	5.1	1.5	5.9	8.5	5.2	2.5	1.4	0.8	4.2	4.6	15.0
岐阜県	40.9	60.7	33.1	42.6	26.3	20.6	8.9	2.5	1.6	3.4	6.7	6.1	3.1	0.0	0.0	5.9	3.8	1.0
静岡県	41.5	55.4	36.8	23.6	19.2	20.2	10.8	10.7	5.9	6.1	8.7	3.4	3.4	2.1	4.8	5.9	2.1	3.7
愛知県	22.0	23.3	37.9	25.8	22.8	21.5	17.2	10.8	14.7	6.5	6.4	11.3	8.0	8.3	2.4	2.7	3.3	0.5
三重県	38.6	44.2	34.3	28.6	35.4	20.9	12.7	14.7	16.9	2.7	4.5	2.0	2.6	1.3	4.5	2.8	2.0	2.3
滋賀県	37.7	29.8	26.4	31.7	39.1	13.7	7.7	3.7	4.4	12.0	10.6	3.0	6.1	4.4	3.1	1.5	3.7	0.0
京都府	43.4	18.2	40.4	52.5	63.5	28.8	29.0	6.4	2.1	8.3	3.3	4.9	4.9	2.8	1.7	9.0	4.2	0.6
大阪府	10.1	5.7	37.5	28.3	15.7	33.4	22.7	11.9	27.0	4.9	1.7	10.5	5.2	9.9	2.0	0.8	1.8	1.3
兵庫県	28.6	46.5	39.3	30.2	20.6	27.9	16.8	9.5	6.2	3.1	8.4	7.5	4.4	1.4	3.7	5.0	3.7	3.0
奈良県	42.4	25.4	16.6	42.0	68.5	13.0	19.1	4.9	1.8	10.6	6.7	6.1	7.2	0.0	4.3	5.3	1.8	0.0
和歌山県	41.1	54.1	31.7	11.8	28.4	21.4	12.0	23.3	13.2	5.7	10.1	5.0	3.2	0.0	12.2	1.8	2.7	0.0
鳥取県	47.6	56.2	33.2	30.5	27.3	14.4	13.3	2.9	3.6	5.8	5.8	6.6	0.0	0.0	1.9	2.3	4.3	0.0
島根県	55.2	56.4	36.7	46.0	66.9	5.2	23.0	13.1	0.0	19.9	7.6	6.5	1.9	0.0	0.0	1.9	0.0	0.0
岡山県	42.8	36.2	19.4	41.3	37.0	21.4	21.9	9.0	4.4	8.1	8.3	9.0	7.0	1.6	0.0	3.0	2.0	1.8
広島県	35.1	18.4	42.0	31.4	40.0	25.3	21.0	6.3	0.6	9.3	2.2	5.8	7.2	3.1	3.9	1.4	2.4	0.6
山口県	41.4	39.6	47.7	38.3	38.1	36.3	19.5	16.8	6.4	2.7	5.2	3.6	2.5	1.2	2.7	2.0	1.8	2.0
徳島県	37.4	9.9	35.4	11.5	15.6	20.8	15.5	13.0	5.1	8.9	2.0	31.4	19.7	9.7	2.1	0.0	6.2	0.0
香川県	40.4	27.7	50.2	30.9	39.8	17.3	21.8	8.9	9.8	3.6	4.7	3.2	8.5	2.9	0.0	5.5	1.2	1.6
愛媛県	24.2	53.8	39.5	35.9	27.3	13.3	15.6	9.2	1.7	6.1	5.9	8.4	4.3	2.6	1.5	1.4	4.1	1.6
高知県	37.6	18.7	50.6	30.6	37.9	13.8	16.0	10.4	11.7	5.9	5.7	15.5	5.7	0.0	0.0	0.0	1.8	3.6
福岡県	18.7	21.2	40.3	28.4	19.6	35.4	22.0	9.6	4.9	6.1	2.3	8.5	8.6	7.2	2.8	0.4	0.7	1.2
佐賀県	22.7	58.4	31.3	16.9	33.7	15.3	4.3	2.1	5.8	8.8	2.7	5.1	9.6	0.0	0.0	2.7	0.0	0.0
長崎県	43.8	29.6	43.2	37.3	44.6	23.2	22.4	9.0	20.7	7.9	2.2	7.7	5.7	0.8	2.8	4.1	2.3	0.8
熊本県	39.4	56.4	44.6	18.0	23.4	28.1	17.5	3.8	11.0	4.2	8.7	8.9	2.2	2.8	0.9	5.0	7.7	2.6
大分県	44.5	70.9	38.5	32.1	16.2	19.4	9.6	16.5	4.8	3.1	6.3	2.3	4.2	0.6	2.1	1.9	3.4	2.7
宮崎県	46.6	39.9	35.7	23.8	28.9	16.0	20.1	1.6	7.0	1.7	14.0	11.2	1.7	4.2	10.9	3.7	0.0	2.0
鹿児島県	56.0	49.2	37.8	27.7	37.8	21.9	17.7	7.7	1.5	3.5	10.1	9.3	6.6	0.0	5.4	2.2	0.8	2.2
沖縄県	56.3	7.5	44.3	31.5	29.3	28.5	23.5	25.3	6.4	1.1	17.3	2.5	5.6	2.6	35.1	2.6	6.2	1.2

（注）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。
全体の比率より15ポイント以上大きい値　全体の比率より10ポイント以上大きい値　全体の比率より5ポイント以上大きい値

（単位：%）

世界遺産訪問	登山・トレッキング	海水浴・マリンスポーツ	スポーツ観戦	アウトドア体験（カヌー、乗馬体験、気球など）	ゴルフ	果物狩り・農林漁業体験	産業観光（工場見学、モノづくりの現場見学など）	スパ・エステ	生活文化体験（陶芸体験、そば打ち体験など）	スキー・スノーボード	サイクリング	野生動物観察（クジラ、鳥など）	マラソン・ジョギング	その他	現地ツアー・体験プログラム等への参加率	サンプル数	現地行動／旅行先
3.3	3.2	2.9	2.7	2.7	2.1	2.0	1.6	1.5	1.5	1.4	1.2	1.1	0.8	2.5	13.7	(9666)	全体
3.5	*3.2*	*3.0*	*3.0*	*2.4*	*2.5*	*1.6*	*1.5*	*1.7*	*1.3*	*1.4*	*1.2*	*1.1*	*1.0*	*2.2*	*12.3*	*(9692)*	*前年*
2.7	3.3	0.8	2.6	5.2	3.2	1.8	2.7	1.7	1.7	2.8	1.7	3.5	0.7	2.4	18.5	(678)	北海道
4.5	6.2	1.2	0.0	2.7	1.2	2.6	1.5	2.6	0.0	3.2	0.0	2.4	0.0	0.0	24.7	(73)	青森県
5.7	5.0	1.2	0.9	1.8	1.2	0.0	0.0	0.0	0.0	2.0	0.0	2.0	0.9	5.2	11.3	(86)	岩手県
0.5	2.7	1.5	5.0	0.0	0.0	0.0	2.8	1.1	1.3	0.5	1.2	0.6	1.8	2.8	13.6	(167)	宮城県
0.0	2.0	0.0	0.0	2.0	0.0	0.0	3.1	3.1	0.0	1.6	0.0	0.0	0.0	0.0	17.4	(55)	秋田県
0.0	4.9	1.8	1.8	1.8	0.0	3.9	1.1	0.0	0.0	3.9	0.0	1.3	0.0	0.9	3.2	(87)	山形県
0.0	2.7	0.9	1.0	0.9	2.2	2.3	1.4	1.0	0.7	2.9	1.0	0.6	0.5	3.5	5.9	(174)	福島県
0.0	3.0	3.5	1.9	1.3	7.7	5.6	0.0	0.0	0.0	0.0	1.9	0.0	2.4	3.0	10.8	(81)	茨城県
5.1	4.3	0.3	0.4	1.1	5.1	0.8	1.3	0.5	1.4	1.2	1.8	1.0	0.0	0.8	7.2	(222)	栃木県
2.2	4.8	0.6	0.5	2.9	3.4	5.7	1.9	1.5	0.5	4.1	2.8	1.0	0.0	0.4	10.5	(177)	群馬県
0.0	1.9	0.0	1.6	6.4	0.0	0.0	2.9	3.1	0.0	0.0	0.0	0.0	1.9	7.4	13.3	(55)	埼玉県
0.4	0.7	2.0	1.3	2.6	2.6	1.7	0.6	1.3	0.7	0.0	0.8	0.7	0.7	3.1	5.8	(258)	千葉県
1.0	1.1	0.5	3.7	0.6	0.8	0.1	1.2	2.4	0.4	0.2	0.1	0.5	0.3	2.4	10.0	(678)	東京都
1.0	0.8	0.5	2.3	1.3	1.4	0.8	1.3	1.4	2.1	0.0	0.6	0.9	0.3	2.5	9.2	(347)	神奈川県
1.5	1.9	5.6	0.9	2.1	1.8	1.3	2.0	0.7	1.1	11.3	0.6	1.6	0.6	3.6	14.1	(177)	新潟県
5.7	5.2	1.0	2.1	1.0	2.4	5.2	4.3	3.5	3.4	2.2	1.0	2.4	1.0	6.0	15.9	(74)	富山県
0.6	1.8	1.6	1.4	1.3	0.6	1.2	2.2	0.6	3.6	1.2	0.6	0.6	0.6	3.0	16.8	(160)	石川県
0.0	0.0	0.0	1.8	1.8	0.0	3.8	0.0	0.0	3.6	0.0	1.9	0.0	0.0	0.0	5.5	(44)	福井県
2.0	6.6	0.0	0.6	4.4	0.8	18.5	1.3	0.0	0.8	0.0	1.5	0.7	0.0	3.5	7.0	(134)	山梨県
1.1	11.7	0.0	1.3	1.1	1.8	3.7	1.4	0.4	1.3	6.6	1.4	1.8	1.5	2.0	10.6	(332)	長野県
2.8	5.1	0.0	0.8	3.7	3.0	0.0	0.0	1.7	1.7	2.5	0.8	0.0	0.0	3.5	1.4	(116)	岐阜県
1.4	3.1	5.2	1.7	1.4	1.5	2.4	0.4	1.0	1.0	0.0	1.0	0.0	0.0	3.0	9.1	(417)	静岡県
0.5	1.1	0.9	1.6	1.5	0.5	1.1	0.6	0.5	0.0	0.5	0.6	0.0	0.0	6.4	6.5	(169)	愛知県
3.4	1.8	2.7	2.6	2.1	4.3	1.9	0.6	1.9	0.5	0.0	0.5	0.0	0.0	2.5	9.3	(185)	三重県
4.7	6.3	0.0	1.4	4.8	0.0	1.7	0.0	0.0	0.0	1.3	0.0	1.5	1.5	5.2	4.5	(67)	滋賀県
11.3	0.3	1.0	0.3	0.5	0.5	0.5	0.9	0.0	1.8	0.0	0.9	0.3	0.6	1.3	11.4	(322)	京都府
1.4	0.9	0.8	7.0	0.9	1.5	0.3	1.0	0.9	0.9	0.3	0.8	0.6	0.8	1.8	10.0	(316)	大阪府
0.8	0.9	0.5	2.5	0.3	1.0	0.4	0.8	2.8	0.4	1.1	0.0	0.5	0.0	2.0	4.4	(219)	兵庫県
8.5	7.2	0.0	0.0	1.8	1.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.8	0.0	1.7	6.7	(57)	奈良県
5.7	1.7	6.2	1.0	2.6	1.0	0.0	0.6	1.7	1.0	0.0	0.0	1.5	0.0	3.7	5.7	(121)	和歌山県
0.0	5.8	0.0	0.0	4.5	0.0	2.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.1	0.0	6.0	8.9	(54)	鳥取県
1.6	1.9	3.4	0.0	4.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.2	2.4	0.0	0.0	6.3	(47)	島根県
3.4	0.0	1.6	1.2	1.6	1.4	1.2	1.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.5	11.8	(63)	岡山県
5.9	1.6	0.9	6.2	0.0	0.0	0.0	0.8	1.3	0.0	0.7	0.6	0.0	0.0	5.6	12.1	(128)	広島県
2.5	0.0	0.0	3.1	2.0	2.8	2.5	0.0	2.5	1.6	0.0	0.0	2.0	0.0	3.1	6.4	(63)	山口県
0.0	0.0	0.0	0.0	2.0	3.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.3	0.0	8.0	(38)	徳島県
0.0	3.0	0.0	0.0	3.8	0.0	1.5	3.8	0.0	5.8	0.0	0.0	0.0	1.3	0.0	18.1	(64)	香川県
1.6	2.6	0.0	0.0	2.8	0.0	0.0	0.0	1.6	0.0	0.0	3.5	1.5	0.0	0.0	8.4	(60)	愛媛県
4.6	0.0	5.3	0.0	2.6	0.0	1.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3.3	0.0	0.0	17.8	(47)	高知県
1.0	1.6	0.7	5.0	1.4	1.6	1.6	1.1	0.4	0.4	1.5	0.4	0.0	0.4	2.1	8.8	(237)	福岡県
0.0	0.0	0.0	5.4	0.0	0.0	3.7	0.0	6.2	2.2	0.0	0.0	0.0	0.0	2.1	11.9	(42)	佐賀県
8.4	2.2	1.1	2.2	2.5	1.0	0.9	2.0	0.0	2.9	0.0	0.8	0.8	0.0	2.2	15.6	(93)	長崎県
2.0	3.5	0.9	1.6	0.7	4.1	4.0	0.9	2.7	0.9	0.0	0.9	0.0	0.9	0.9	4.2	(105)	熊本県
0.6	0.6	1.2	0.0	2.2	0.0	0.6	0.6	2.2	0.0	0.6	0.0	0.0	1.0	2.4	11.7	(153)	大分県
0.0	1.5	1.5	8.0	5.9	3.8	0.0	0.0	1.6	1.8	0.0	0.0	4.9	0.0	1.5	19.3	(52)	宮崎県
2.9	4.7	8.1	0.8	6.5	2.5	0.0	4.2	2.2	1.3	0.0	0.0	2.7	0.8	1.5	18.7	(123)	鹿児島県
7.6	1.6	29.0	3.0	9.7	5.2	1.6	2.3	3.5	3.6	0.6	3.6	1.8	2.3	2.1	33.5	(371)	沖縄県

資料：（公財）日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

表Ⅰ-2-12 旅行先（都道府県）別の旅行費用価格帯

（単位：%）　（単位：円）

消費額／旅行先	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
全体	3.7	13.0	18.1	14.9	13.4	12.4	9.6	11.9	53,550	(9372)
前年	*3.7*	*13.5*	*17.4*	*14.5*	*12.4*	*13.3*	*9.6*	*11.5*	*53,058*	*(9305)*
北海道	3.3	7.8	11.9	13.1	11.5	15.2	13.1	20.9	68,711	(657)
青森県	1.2	13.5	9.6	12.7	19.6	18.3	11.8	12.0	56,401	(72)
岩手県	4.1	16.8	29.0	8.6	12.1	14.1	6.0	8.4	44,198	(85)
宮城県	7.7	18.3	19.6	16.6	14.9	8.8	4.2	5.9	39,521	(160)
秋田県	1.6	12.6	11.3	22.7	14.2	13.5	12.0	9.0	51,904	(54)
山形県	4.2	17.2	24.8	20.4	6.2	13.2	3.3	8.8	41,862	(85)
福島県	4.4	20.7	25.1	15.7	12.7	9.1	4.0	7.2	39,924	(172)
茨城県	10.0	28.6	15.1	16.4	2.3	9.8	6.3	6.4	40,826	(77)
栃木県	9.4	24.0	28.5	12.4	8.1	7.5	6.4	2.2	32,920	(219)
群馬県	3.4	17.3	31.1	16.4	13.2	4.7	6.0	3.7	37,663	(169)
埼玉県	6.7	19.5	29.2	13.0	13.6	7.0	3.0	5.1	36,904	(53)
千葉県	5.1	17.1	20.0	14.1	9.4	9.8	7.3	12.7	52,037	(246)
東京都	2.2	7.5	16.1	13.5	14.1	16.9	12.1	14.2	60,742	(656)
神奈川県	4.4	21.2	20.0	18.1	14.5	8.0	5.1	5.7	40,482	(337)
新潟県	6.1	15.2	15.2	19.5	14.9	14.6	3.0	7.2	43,294	(169)
富山県	4.2	12.7	10.3	20.5	16.0	10.0	11.6	11.1	51,456	(71)
石川県	5.0	18.3	13.5	14.9	12.3	13.1	9.7	11.6	52,986	(157)
福井県	2.1	16.4	29.2	17.5	8.2	6.0	9.5	8.1	42,752	(42)
山梨県	5.5	26.7	27.1	16.8	7.9	7.9	6.0	2.0	34,050	(134)
長野県	2.6	16.8	24.3	17.7	12.7	10.9	4.9	6.1	42,214	(319)
岐阜県	4.0	24.1	25.8	21.6	10.0	6.9	4.8	2.9	34,809	(116)
静岡県	5.1	18.3	24.4	14.6	14.4	9.6	6.4	3.9	39,144	(403)
愛知県	8.9	17.3	20.8	18.1	12.2	9.9	6.5	4.7	39,821	(167)
三重県	3.8	18.8	24.4	11.7	20.4	7.5	5.2	4.6	40,505	(178)
滋賀県	3.0	19.4	28.8	9.4	15.9	9.5	8.7	1.1	36,773	(65)
京都府	3.0	9.3	21.0	15.3	11.4	14.4	12.0	10.8	54,428	(314)
大阪府	2.4	7.9	19.0	21.2	14.2	14.2	9.1	8.7	51,219	(306)
兵庫県	5.2	15.0	24.5	15.4	14.7	7.3	9.9	3.3	40,673	(209)
奈良県	4.4	10.7	23.1	21.0	9.9	10.7	13.3	5.2	45,208	(56)
和歌山県	1.8	20.5	18.8	17.8	11.6	11.7	4.1	6.1	43,477	(112)
鳥取県	7.5	24.2	25.0	16.6	7.9	9.4	2.3	0.0	29,292	(50)
島根県	1.9	17.2	19.4	13.5	11.1	16.5	8.9	5.9	45,619	(44)
岡山県	8.8	15.4	23.8	13.3	12.3	6.7	11.0	5.8	42,607	(61)
広島県	7.9	8.2	22.9	17.0	15.4	12.4	6.6	6.7	44,601	(124)
山口県	3.5	11.0	19.6	20.7	23.2	7.5	7.4	5.6	44,174	(62)
徳島県	4.5	12.1	26.7	19.0	13.1	5.4	8.9	5.2	40,658	(36)
香川県	2.9	20.2	22.7	22.4	9.1	9.8	4.3	7.2	40,493	(64)
愛媛県	1.6	9.3	22.8	14.3	18.4	11.0	16.5	4.5	48,965	(59)
高知県	5.7	14.6	20.9	17.3	19.0	13.2	4.3	5.1	41,835	(47)
福岡県	3.2	14.2	19.6	16.0	16.0	11.7	6.0	9.1	46,987	(227)
佐賀県	5.1	34.3	16.8	15.3	6.0	10.1	3.7	6.4	40,649	(41)
長崎県	3.3	15.8	17.3	15.3	10.3	14.3	11.1	10.5	53,003	(91)
熊本県	3.4	23.1	19.6	16.7	9.1	13.4	7.7	7.0	44,131	(105)
大分県	9.0	14.5	23.0	15.9	12.1	10.4	5.8	6.1	40,609	(148)
宮崎県	2.4	12.7	17.7	16.8	10.5	18.6	7.8	10.1	52,432	(50)
鹿児島県	4.3	10.9	16.6	12.6	13.6	12.0	9.8	15.5	57,435	(117)
沖縄県	1.1	3.0	3.7	5.9	11.4	15.5	13.7	38.6	96,347	(345)

（注）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。　資料：（公財）日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

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

表I-2-13 旅行先（都道府県）別の満足度・再来訪意向

（単位：%）

満足度 / 旅行先	満足度								サンプル数
	大変満足	満足	やや満足	どちらでもない	やや不満	不満	大変不満	満足度指数	
全体	29.5	47.2	17.5	4.4	0.8	0.3	0.3	5.98	(9666)
前年	*28.6*	*46.8*	*19.0*	*4.5*	*0.7*	*0.1*	*0.3*	*5.97*	*(9692)*
北海道	34.9	43.9	13.8	6.0	0.3	0.7	0.4	6.03	(678)
青森県	30.5	38.3	28.3	2.9	0.0	0.0	0.0	5.96	(73)
岩手県	25.4	48.2	17.4	8.1	0.9	0.0	0.0	5.89	(86)
宮城県	28.3	40.7	22.2	5.6	1.7	0.5	0.9	5.83	(167)
秋田県	24.8	33.8	30.9	6.8	0.0	2.2	1.4	5.64	(55)
山形県	28.2	53.9	10.8	4.2	0.0	1.1	1.9	5.95	(87)
福島県	28.5	43.8	22.6	3.2	1.4	0.5	0.0	5.94	(174)
茨城県	32.4	33.1	19.7	8.8	3.9	1.0	1.2	5.74	(81)
栃木県	21.4	49.9	21.2	6.2	1.2	0.0	0.0	5.84	(222)
群馬県	25.0	52.4	17.4	4.8	0.4	0.0	0.0	5.97	(177)
埼玉県	17.8	43.3	33.3	5.7	0.0	0.0	0.0	5.73	(55)
千葉県	37.3	43.4	14.1	4.5	0.7	0.0	0.0	6.12	(258)
東京都	32.2	45.7	16.3	5.5	0.3	0.0	0.1	6.04	(678)
神奈川県	23.9	51.6	19.2	4.3	0.3	0.7	0.0	5.92	(347)
新潟県	25.0	47.0	18.3	7.3	2.4	0.0	0.0	5.85	(177)
富山県	25.3	45.9	20.4	6.7	0.0	1.7	0.0	5.85	(74)
石川県	28.0	50.7	18.5	2.9	0.0	0.0	0.0	6.04	(160)
福井県	16.6	55.1	23.6	4.7	0.0	0.0	0.0	5.84	(44)
山梨県	29.5	47.1	18.3	3.2	1.8	0.0	0.0	5.99	(134)
長野県	29.2	49.3	17.9	3.3	0.0	0.0	0.3	6.03	(332)
岐阜県	26.6	40.9	22.6	7.7	2.3	0.0	0.0	5.82	(116)
静岡県	28.5	46.4	20.1	3.8	1.0	0.0	0.2	5.97	(417)
愛知県	26.6	42.9	19.6	9.0	0.9	0.9	0.0	5.83	(169)
三重県	19.9	50.1	22.2	6.8	0.0	0.6	0.4	5.79	(185)
滋賀県	24.6	32.2	33.2	4.6	1.2	0.0	4.2	5.58	(67)
京都府	30.7	48.6	17.7	1.7	1.0	0.0	0.3	6.05	(322)
大阪府	30.4	45.9	16.7	5.4	0.7	0.5	0.3	5.97	(316)
兵庫県	23.4	53.5	18.4	4.7	0.0	0.0	0.0	5.96	(219)
奈良県	12.6	55.9	20.6	7.9	0.0	0.0	3.0	5.61	(57)
和歌山県	24.4	52.3	19.7	3.0	0.6	0.0	0.0	5.97	(121)
鳥取県	19.7	53.1	21.1	6.1	0.0	0.0	0.0	5.86	(54)
島根県	14.6	59.7	19.4	4.3	1.9	0.0	0.0	5.81	(47)
岡山県	19.1	45.6	22.8	8.5	4.0	0.0	0.0	5.67	(63)
広島県	21.4	59.8	14.7	2.7	1.4	0.0	0.0	5.97	(128)
山口県	19.2	60.3	13.7	3.9	0.0	1.5	1.5	5.84	(63)
徳島県	35.2	43.1	12.4	6.8	2.5	0.0	0.0	6.02	(38)
香川県	26.2	48.4	24.0	1.4	0.0	0.0	0.0	5.99	(64)
愛媛県	15.9	49.7	29.5	3.3	0.0	1.6	0.0	5.74	(60)
高知県	34.6	43.1	16.6	2.0	3.6	0.0	0.0	6.03	(47)
福岡県	20.9	50.5	20.0	8.1	0.5	0.0	0.0	5.83	(237)
佐賀県	22.0	39.1	21.8	14.9	2.1	0.0	0.0	5.64	(42)
長崎県	28.2	54.6	15.4	1.8	0.0	0.0	0.0	6.09	(93)
熊本県	21.1	53.6	18.2	4.3	2.7	0.0	0.0	5.86	(105)
大分県	31.1	46.6	15.9	4.8	0.6	0.0	1.1	5.98	(153)
宮崎県	33.3	50.5	7.4	3.4	2.0	1.5	2.0	5.97	(52)
鹿児島県	30.4	57.4	7.9	3.1	1.3	0.0	0.0	6.12	(123)
沖縄県	38.9	45.9	9.9	3.9	0.7	0.0	0.7	6.16	(371)

（単位：%）

再来訪意向 / 旅行先	再来訪意向（1年以内）								サンプル数
	大変そう思う	そう思う	やや思う	どちらでもない	あまり思わない	思わない	全く思わない	再来訪意向指数	
全体	27.5	34.5	18.6	11.8	4.4	2.2	1.0	5.58	(9666)
前年	*27.6*	*34.1*	*18.9*	*12.4*	*4.1*	*2.2*	*0.7*	*5.59*	*(9692)*
北海道	32.7	32.1	17.7	11.4	3.0	2.1	1.0	5.70	(678)
青森県	17.5	34.8	20.9	13.1	6.3	1.5	5.8	5.16	(73)
岩手県	18.3	37.0	21.1	14.5	5.2	2.5	1.4	5.35	(86)
宮城県	26.8	31.5	22.5	13.0	2.9	2.6	0.7	5.56	(167)
秋田県	23.5	29.2	23.2	18.8	0.0	3.9	1.4	5.40	(55)
山形県	22.6	26.1	21.4	16.6	8.4	1.8	2.9	5.21	(87)
福島県	25.8	31.4	22.2	14.2	3.8	2.2	0.5	5.53	(174)
茨城県	35.9	24.1	14.4	11.0	8.6	2.1	3.8	5.46	(81)
栃木県	18.3	32.2	22.0	14.4	10.0	2.7	0.4	5.25	(222)
群馬県	25.2	38.8	17.1	10.3	6.7	0.9	1.0	5.59	(177)
埼玉県	21.5	25.2	30.2	14.9	6.5	1.7	0.0	5.35	(55)
千葉県	37.8	27.4	16.8	11.1	3.1	2.7	1.1	5.73	(258)
東京都	34.7	37.2	14.8	9.2	2.8	0.8	0.5	5.87	(678)
神奈川県	21.4	37.3	24.4	12.0	2.5	1.8	0.6	5.55	(347)
新潟県	26.8	31.6	15.9	17.0	5.4	2.6	0.5	5.47	(177)
富山県	17.5	32.6	34.6	12.6	0.0	2.7	0.0	5.47	(74)
石川県	27.3	33.3	18.3	14.9	2.7	2.8	0.7	5.56	(160)
福井県	18.0	33.9	24.2	15.8	5.2	2.8	0.0	5.35	(44)
山梨県	25.5	35.0	19.1	15.0	3.4	2.0	0.0	5.58	(134)
長野県	29.7	33.6	19.5	10.0	3.4	2.1	1.8	5.63	(332)
岐阜県	26.6	28.1	20.6	14.8	7.1	2.9	0.0	5.44	(116)
静岡県	28.3	30.0	20.1	14.1	3.6	3.4	0.5	5.53	(417)
愛知県	24.7	35.1	20.0	10.6	6.5	3.1	0.0	5.51	(169)
三重県	21.4	35.7	22.9	12.3	4.3	2.8	0.6	5.47	(185)
滋賀県	15.2	38.8	21.7	16.4	0.0	1.1	6.7	5.22	(67)
京都府	31.1	36.7	17.6	7.0	4.1	1.9	1.7	5.71	(322)
大阪府	25.5	38.0	19.1	11.6	3.3	1.9	0.6	5.63	(316)
兵庫県	22.1	41.3	19.1	11.3	5.4	0.8	0.0	5.61	(219)
奈良県	15.0	41.4	16.6	13.7	6.7	4.9	1.7	5.23	(57)
和歌山県	18.0	33.3	21.9	17.0	5.2	3.4	1.3	5.26	(121)
鳥取県	20.5	35.1	13.6	22.7	3.7	4.4	0.0	5.33	(54)
島根県	14.1	19.5	34.7	21.6	4.1	3.8	2.2	4.98	(47)
岡山県	17.9	34.9	25.0	9.9	10.7	1.6	0.0	5.35	(63)
広島県	19.0	32.1	19.9	21.1	4.9	2.4	0.7	5.29	(128)
山口県	11.1	41.4	18.5	21.0	6.5	1.5	0.0	5.25	(63)
徳島県	31.4	38.8	4.5	17.5	5.0	2.7	0.0	5.66	(38)
香川県	26.3	30.3	22.3	17.1	4.1	0.0	0.0	5.58	(64)
愛媛県	18.9	42.7	15.6	13.5	2.6	5.2	1.6	5.40	(60)
高知県	37.7	31.0	20.6	2.0	6.8	1.9	0.0	5.85	(47)
福岡県	29.6	38.0	13.9	13.2	3.8	0.4	1.1	5.71	(237)
佐賀県	12.3	29.7	21.5	15.0	13.5	4.3	3.7	4.85	(42)
長崎県	18.4	39.9	19.7	13.1	4.5	3.2	1.1	5.40	(93)
熊本県	21.7	37.8	23.2	10.1	3.1	4.1	0.0	5.53	(105)
大分県	32.5	36.5	16.6	9.9	3.4	1.1	0.0	5.81	(153)
宮崎県	20.6	49.7	13.2	9.3	3.7	3.5	0.0	5.64	(52)
鹿児島県	21.6	40.3	12.1	17.6	3.7	1.3	3.4	5.41	(123)
沖縄県	44.4	31.9	11.4	5.8	2.9	1.8	1.8	5.97	(371)

（注）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。
（注）満足度指数：大変満足（7点）～大変不満（1点）までの7段階評価の平均値。再来訪意向指数：大変そう思う（7点）～全く思わない（1点）までの7段階評価の平均値。
全体の比率より15ポイント以上大きい値　全体の比率より10ポイント以上大きい値　全体の比率より5ポイント以上大きい値

資料：（公財）日本交通公社「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
同行者とライフステージで大きく異なる旅行動向

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

①マーケットセグメントと申し込み時期

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

『旅行の1か月前まで』と『旅行の1か月前を切ってから』の大きく2つに分けてその比率をみると、全てのセグメントにおいて『旅行の1か月前まで』の割合が高い。

前者の内、『3か月以上前』に申し込む比率が3.5割を超えたのは「小中高生の子どもと一緒の家族旅行」「3世代家族旅行」であり、これらのセグメントは早くから旅行を計画する傾向にある。

後者の『旅行の1か月前を切ってから』申し込む割合が4割を超えたのは「カップルでの旅行」「ひとり旅」であった。特に、「男性のひとり旅」は、『1週間未満』の割合が1.5割を超えており、他セグメントに比べ、直前に計画して旅行を申し込む傾向がみられる。

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
全体	0.9	6.4	20.9	37.4	15.2	11.3	2.7	2.9	0.9	1.3	(9244)
前年	*0.9*	*6.8*	*21.1*	*35.8*	*15.0*	*11.8*	*3.3*	*2.8*	*0.9*	*1.5*	*(9228)*
家族旅行	1.5	7.6	23.8	38.5	13.0	9.6	1.9	2.5	0.8	0.8	(2446)
乳幼児の子どもと一緒の家族旅行（小中高生を含まない）	2.7	6.7	22.4	36.9	14.8	9.4	1.4	2.5	1.4	1.8	(479)
小中高生の子どもと一緒の家族旅行（乳幼児連れも含む）	1.6	9.2	24.9	35.8	13.1	9.3	2.1	2.5	0.9	0.6	(1091)
18歳以上のみの家族旅行	0.7	6.2	23.1	42.7	11.9	10.1	1.8	2.4	0.5	0.5	(875)
※３世代家族旅行	2.8	10.6	30.9	33.9	11.1	7.2	1.0	1.5	0.6	0.3	(680)
夫婦・カップル旅行	0.5	5.2	19.2	37.4	16.6	12.3	3.5	3.3	0.9	0.9	(3391)
カップルでの旅行	1.0	5.3	16.9	36.8	17.8	14.0	2.6	3.1	1.4	1.1	(816)
夫婦での旅行（子どもなし）	0.6	7.4	19.0	36.2	15.6	12.4	3.2	3.7	1.1	0.8	(922)
子育て中の夫婦での旅行（末子が18歳未満）	0.9	6.8	21.2	33.7	19.3	9.9	4.3	1.5	0.9	1.5	(196)
子育て後の夫婦での旅行（末子が18歳以上）	0.2	3.7	20.4	39.0	16.1	11.7	4.2	3.5	0.5	0.9	(1457)
友人旅行	0.9	6.9	22.0	40.8	15.3	9.6	1.4	1.6	0.2	1.3	(1701)
未婚男性による友人旅行	1.2	5.6	19.0	37.8	17.0	12.7	1.8	2.8	0.7	1.5	(398)
既婚男性による友人旅行（子どもなし）	1.1	8.0	22.4	35.1	20.8	8.0	0.8	1.7	0.0	2.0	(100)
子育て中の男性による友人旅行（末子が18歳未満）	0.0	6.5	19.0	38.4	22.5	7.7	0.0	2.3	0.0	3.6	(84)
子育て後の男性による友人旅行（末子が18歳以上）	0.7	5.9	27.9	44.5	9.1	9.6	0.4	0.6	0.0	1.4	(244)
未婚女性による友人旅行	1.1	8.2	24.1	38.7	12.5	10.1	1.7	1.9	0.0	1.7	(375)
既婚女性による友人旅行（子どもなし）	1.6	5.5	21.0	44.0	14.3	11.5	1.4	0.7	0.0	0.0	(112)
子育て中の女性による友人旅行（末子が18歳未満）	0.0	22.5	9.6	41.1	8.1	7.2	0.0	7.8	0.0	3.6	(34)
子育て後の女性による友人旅行（末子が18歳以上）	0.6	6.4	21.3	45.0	18.4	6.1	1.9	0.2	0.0	0.0	(354)
ひとり旅	0.9	5.8	18.6	31.7	15.5	14.4	3.8	4.4	2.0	2.8	(1536)
男性のひとり旅	1.2	6.1	16.4	30.2	15.2	15.1	4.7	5.4	2.2	3.4	(1030)
女性のひとり旅	0.4	5.3	23.1	34.7	16.1	13.0	2.0	2.2	1.6	1.7	(506)

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

資料：（公財）日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

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

②マーケットセグメントと出発月・出発日

全体でみると、前年同様、『8月』出発の旅行が最も多く、『2月』出発の旅行が最も少ない。

「家族旅行」では、学校が夏休みとなる『8月』のシェアが他セグメントに比べて高く、中でも「小中高生の子どもと一緒の家族旅行」「3世代旅行」は2割を超える。

一方、「夫婦・カップル旅行」も基本的には『8月』が最も多いが、「子育て後の夫婦での旅行」は『8月』よりも『3月』『9月』出発のほうが多い。

「友人旅行」では、「未婚男性・女性による友人旅行」は『8月』出発が最多だが、他セグメントは最多出発月がバラついた。

なお、「ひとり旅」も『8月』出発が最も多い。

旅行の出発日については『月～木曜日』が3割と最多シェアを占め、前年と同傾向がみられた。政府と経済界が提唱・推進して2017年から実施された「プレミアムフライデー」の影響はほぼみられなかった。

出発日は出発月と比べてマーケットセグメントによる差が大きい。まず、「家族旅行」の出発日は、子どもの年齢に大きく左右される。特に、「小中高生の子どもと一緒の家族旅行」では休日出発が大半を占め、中でも『夏休み』のシェアが他セグメントに比べて大きい点が特徴である。

「子育て後の夫婦での旅行」「子育て後の友人旅行（男女）」「女性のひとり旅」では『月～木曜日』出発の旅行が多い。

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・祝祭日	月～木曜日	金曜日	
全体	6.2	5.5	9.8	6.9	9.0	7.3	8.3	14.5	9.6	7.3	7.8	7.8	10.1	4.6	4.4	19.6	15.9	31.1	14.2	(9666)
前年	*5.5*	*5.4*	*9.8*	*6.6*	*10.2*	*7.8*	*8.1*	*14.8*	*8.9*	*7.5*	*8.3*	*7.1*	*10.8*	*4.8*	*3.5*	*19.3*	*15.0*	*31.7*	*14.9*	*(9692)*
家族旅行	7.0	4.9	9.1	5.9	9.6	6.7	8.2	18.9	8.4	5.8	6.7	8.7	16.9	6.2	6.9	20.3	16.5	19.2	14.0	(2577)
乳幼児の子どもと一緒の家族旅行（小中高生を含まない）	7.7	7.1	8.6	4.3	8.5	6.8	7.2	15.4	10.7	6.6	9.0	8.2	14.9	4.9	5.5	21.2	19.9	19.7	14.0	(500)
小中高生の子どもと一緒の家族旅行（乳幼児連れも含む）	6.1	3.7	9.0	5.8	10.1	5.6	8.6	25.1	6.1	4.7	5.1	10.0	23.6	7.8	7.9	21.2	13.9	13.1	12.5	(1159)
18歳以上のみの家族旅行	7.7	5.3	9.6	6.7	9.4	8.1	8.3	13.0	10.0	6.8	7.6	7.4	9.7	4.8	6.3	18.6	18.0	26.7	16.0	(918)
※３世代家族旅行	6.9	4.6	8.3	4.8	9.7	5.6	9.1	23.7	8.0	4.9	6.3	8.1	21.9	6.9	6.8	19.3	16.3	13.7	15.1	(728)
夫婦・カップル旅行	6.3	5.3	10.0	7.9	9.3	7.4	8.5	12.7	9.9	7.4	7.9	7.2	7.8	4.4	3.5	18.7	16.0	35.9	13.7	(3487)
カップルでの旅行	6.9	5.3	9.3	5.4	9.6	7.6	8.1	16.4	8.6	6.7	7.4	8.8	9.6	6.5	4.0	22.6	16.9	25.2	15.2	(842)
夫婦での旅行(子どもなし)	7.0	4.7	8.4	8.9	10.4	7.3	8.1	13.5	9.7	7.1	7.7	7.3	9.6	5.6	5.4	21.6	15.9	28.0	13.9	(951)
子育て中の夫婦での旅行（末子が18歳未満）	5.7	6.0	8.1	7.5	12.9	7.4	8.2	12.5	6.8	8.4	10.2	6.2	10.1	4.1	3.2	23.4	19.3	24.8	15.1	(200)
子育て後の夫婦での旅行（末子が18歳以上）	5.7	5.6	11.7	8.7	8.0	7.5	9.1	10.1	11.3	7.9	8.1	6.5	5.3	2.5	2.0	14.1	15.2	48.4	12.5	(1495)
友人旅行	5.4	6.5	10.9	6.4	9.1	7.5	7.4	11.9	10.3	8.8	9.6	6.1	7.4	3.8	2.9	21.0	17.0	33.3	14.5	(1806)
未婚男性による友人旅行	5.9	6.6	8.0	6.3	9.4	6.8	6.2	17.5	10.1	6.6	8.3	8.2	13.5	7.3	5.6	22.2	18.2	21.9	11.3	(429)
既婚男性による友人旅行（子どもなし）	3.9	9.2	5.2	4.5	6.5	8.3	11.8	13.6	14.4	8.1	8.9	5.5	6.5	4.0	2.5	22.5	18.0	27.9	18.7	(104)
子育て中の男性による友人旅行（末子が18歳未満）	4.6	7.9	14.3	7.5	10.2	10.7	8.1	7.1	7.1	7.9	9.3	5.4	2.3	2.3	3.1	31.7	12.0	26.1	22.5	(88)
子育て後の男性による友人旅行（末子が18歳以上）	7.0	6.0	12.2	5.5	9.6	6.7	8.3	7.3	10.6	10.1	12.7	4.0	2.2	2.2	0.7	21.3	19.8	39.7	14.2	(258)
未婚女性による友人旅行	4.6	7.9	11.7	6.7	8.0	7.0	7.0	13.2	9.8	8.8	9.4	6.0	9.3	4.7	2.7	23.9	16.5	26.2	16.7	(393)
既婚女性による友人旅行（子どもなし）	6.8	4.3	12.0	8.6	12.2	9.2	4.3	7.9	8.3	9.6	10.3	6.4	6.1	1.9	2.8	24.1	20.8	29.7	14.6	(119)
子育て中の女性による友人旅行（末子が18歳未満）	4.5	4.8	2.5	2.6	12.5	10.9	2.8	17.5	10.4	15.0	8.5	7.9	13.1	0.0	2.6	16.2	20.8	27.7	19.6	(36)
子育て後の女性による友人旅行（末子が18歳以上）	4.7	5.0	13.8	6.7	8.9	7.7	8.6	8.7	11.2	9.9	9.2	5.5	3.4	1.3	1.9	13.0	13.7	54.1	12.6	(378)
ひとり旅	6.0	5.8	8.8	7.3	7.9	7.6	8.9	14.1	9.1	7.5	7.7	9.3	7.5	3.4	4.4	19.5	13.5	36.3	15.4	(1591)
男性のひとり旅	6.3	6.2	8.9	7.9	8.0	7.8	8.7	14.1	9.0	7.1	6.8	9.2	8.4	3.8	5.1	20.1	12.4	35.0	15.2	(1067)
女性のひとり旅	5.5	4.8	8.4	5.9	7.7	7.3	9.4	14.1	9.5	8.2	9.6	9.6	5.7	2.6	3.1	18.2	15.7	39.0	15.7	(523)

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

資料：（公財）日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

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

③マーケットセグメントと交通手段

●目的地までの主な交通手段

前年同様、「家族旅行」は『自家用車』利用率が圧倒的に高く、特に「18歳未満の子どもと一緒の家族旅行」は6割を占める。子どもが大きくなるにつれ、『自家用車』利用率が減少し、「3世代家族旅行」になると、再び『自家用車』利用率が高まる。

「夫婦・カップル旅行」も『自家用車』が最大シェアを占めるが、『列車』や『飛行機』の利用率が家族旅行よりも高い。

「友人旅行」は、男性は「既婚男性による友人旅行（子どもなし）」及び「子育て後の男性による友人旅行」は『自家用車』利用が最も多いが、それ以外のセグメントでは『列車』利用が最も多い。また、「既婚女性による友人旅行（子どもなし）」及び「子育て後の女性による友人旅行」の旅行では、『バス』利用も多くなっている。

「ひとり旅」では『列車』『飛行機』の利用率が他セグメントに比べ高く、『自家用車』利用は男性でも2割、女性では1割にとどまる。さらに、女性の『バス』利用率の高さも特徴として挙げられる。

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

（単位：%）

目的地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		
全体	40.1	33.7	6.4	26.3	21.3	5.0	23.2	17.8	5.4	6.7	2.6	2.3	0.3	1.0	(9666)
前年	*38.8*	*32.6*	*6.3*	*26.3*	*21.2*	*5.2*	*24.4*	*18.8*	*5.6*	*6.9*	*2.5*	*2.1*	*0.4*	*1.0*	*(9692)*
家族旅行	52.7	45.9	6.9	20.3	17.5	2.9	20.8	16.8	4.1	3.2	2.2	1.9	0.3	0.7	(2577)
乳幼児の子どもと一緒の家族旅行（小中高生を含まない）	58.9	50.2	8.7	19.4	17.3	2.1	17.1	12.1	5.1	0.8	3.0	2.8	0.2	0.7	(500)
小中高生の子どもと一緒の家族旅行（乳幼児連れも含む）	57.3	52.0	5.2	16.3	14.2	2.1	20.9	18.0	2.9	3.1	1.8	1.5	0.2	0.7	(1159)
18歳以上のみの家族旅行	43.6	35.7	7.9	25.9	21.6	4.3	22.8	17.8	5.1	4.7	2.2	1.8	0.3	0.8	(918)
※３世代家族旅行	50.9	44.5	6.4	20.4	18.0	2.3	23.5	19.0	4.5	2.0	3.0	2.7	0.3	0.3	(728)
夫婦・カップル旅行	47.4	39.5	7.9	22.9	18.7	4.2	21.2	16.4	4.9	5.0	2.7	2.4	0.3	0.8	(3487)
カップルでの旅行	41.1	35.2	5.9	28.0	21.4	6.6	21.6	15.1	6.5	4.1	5.1	4.6	0.5	0.1	(842)
夫婦での旅行(子どもなし)	46.0	39.8	6.2	23.4	19.7	3.7	22.7	17.3	5.4	4.3	2.6	2.3	0.3	1.0	(951)
子育て中の夫婦での旅行（末子が18歳未満）	43.4	38.7	4.7	23.1	16.5	6.7	26.7	18.9	7.8	3.1	3.7	3.7	0.0	0.0	(200)
子育て後の夫婦での旅行（末子が18歳以上）	52.4	41.9	10.5	19.7	16.9	2.8	19.3	16.1	3.2	6.1	1.2	1.0	0.3	1.2	(1495)
友人旅行	28.6	24.5	4.1	32.2	25.6	6.6	22.3	17.0	5.2	11.2	4.3	3.7	0.6	1.4	(1806)
未婚男性による友人旅行	27.7	23.0	4.7	28.5	21.1	7.4	24.0	16.9	7.2	10.6	7.2	6.4	0.7	1.9	(429)
既婚男性による友人旅行（子どもなし）	42.5	41.6	0.8	21.8	14.3	7.5	22.7	18.6	4.1	4.1	7.9	5.4	2.5	1.0	(104)
子育て中の男性による友人旅行（末子が18歳未満）	28.4	27.5	0.9	33.8	30.6	3.2	28.4	26.1	2.3	2.6	5.8	5.8	0.0	0.9	(88)
子育て後の男性による友人旅行（末子が18歳以上）	43.1	36.8	6.4	23.4	18.0	5.5	16.4	11.6	4.8	9.9	5.1	5.1	0.0	2.0	(258)
未婚女性による友人旅行	24.1	22.1	2.0	36.1	29.8	6.3	26.0	19.2	6.8	11.0	2.3	2.1	0.2	0.4	(393)
既婚女性による友人旅行（子どもなし）	24.0	19.7	4.3	37.5	32.2	5.3	19.9	13.4	6.5	11.8	4.4	3.1	1.3	2.4	(119)
子育て中の女性による友人旅行（末子が18歳未満）	19.4	17.3	2.1	38.9	28.9	10.0	33.7	27.2	6.5	2.4	5.6	2.1	3.5	0.0	(36)
子育て後の女性による友人旅行（末子が18歳以上）	22.9	17.0	5.9	38.6	31.1	7.5	18.3	16.3	2.1	17.6	0.9	0.7	0.2	1.6	(378)
ひとり旅	16.3	12.1	4.2	37.8	29.2	8.6	33.3	23.9	9.4	9.8	1.4	1.1	0.3	1.4	(1591)
男性のひとり旅	20.6	15.7	4.8	36.8	27.6	9.2	31.5	22.8	8.6	7.8	1.6	1.3	0.2	1.9	(1067)
女性のひとり旅	7.6	4.6	3.1	39.7	32.5	7.3	37.2	26.1	11.1	13.9	1.0	0.6	0.4	0.5	(523)

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

資料：（公財）日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

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

●旅行先での主な交通手段（複数回答）

前年同様、旅行先での主な交通手段では、目的地までの交通手段と同じく、「家族旅行」や「夫婦・カップル旅行」での『自家用車』利用率は4～5割と高く、特に、「小中高生の子どもと一緒の家族旅行」では、5.5割を占めた。

「友人旅行」では、ライフステージによって特徴は異なる。「未婚男性・女性による友人旅行」は3～4割が『列車』、2割が『路線バス』を利用しており、「子育て後の女性による友人旅行」は2割が『貸切バス・定期観光バス』を利用している。

「ひとり旅」においては、約半数が『列車』を、2割が『路線バス』を利用しており、他セグメントに比べて特徴的な交通手段となっている。

表Ⅰ-2-17 マーケットセグメント（同行者×ライフステージ）別の旅行先での主な交通手段（複数回答）

（単位：%）

旅行先での主な交通手段 ＼ マーケットセグメント	自家用車	列車	路線バス	レンタカー	タクシー・ハイヤー	貸切バス・定期観光バス	飛行機	観光客向けの巡回バスなど	船（フェリー、観光船、屋形船など）	レンタサイクル	その他	交通機関は利用しなかった	サンプル数
全体	37.7	28.7	14.2	13.3	9.6	7.8	7.6	3.9	2.6	1.4	1.8	6.9	(9666)
前年	*36.4*	*28.6*	*12.7*	*13.7*	*9.8*	*7.4*	*8.8*	*4.5*	*3.1*	*1.3*	*1.3*	*7.3*	*(9692)*
家族旅行	49.4	22.9	11.5	14.4	8.6	4.8	7.8	3.6	3.0	1.2	1.4	6.3	(2577)
乳幼児の子どもと一緒の家族旅行（小中高生を含まない）	51.4	22.1	11.3	17.8	7.5	3.1	7.6	3.3	3.9	0.8	0.4	7.6	(500)
小中高生の子どもと一緒の家族旅行（乳幼児連れも含む）	55.0	21.9	9.9	13.4	7.9	4.1	8.7	3.2	2.8	1.6	1.4	6.2	(1159)
18歳以上のみの家族旅行	41.2	24.7	13.5	13.8	10.2	6.6	6.9	4.2	2.8	0.8	2.0	5.6	(918)
※３世代家族旅行	50.3	21.8	11.0	17.3	11.2	5.0	10.9	5.2	3.3	2.0	1.2	5.4	(728)
夫婦・カップル旅行	43.6	24.0	12.1	13.5	8.6	7.7	7.4	3.9	2.8	1.1	1.4	6.3	(3487)
カップルでの旅行	38.1	33.4	15.5	17.4	9.4	2.8	10.7	5.7	2.4	1.5	1.0	5.5	(842)
夫婦での旅行(子どもなし)	42.6	25.7	10.7	16.7	7.3	6.2	7.6	2.2	2.8	0.8	0.9	7.1	(951)
子育て中の夫婦での旅行（末子が18歳未満）	41.0	23.9	10.7	19.0	9.2	6.0	16.4	3.4	1.4	3.5	0.4	4.1	(200)
子育て後の夫婦での旅行（末子が18歳以上）	47.7	17.6	11.2	8.5	8.9	11.7	4.2	4.1	3.2	0.7	2.2	6.6	(1495)
友人旅行	27.4	29.7	16.4	15.6	12.9	11.9	7.2	4.9	2.2	1.2	2.0	8.3	(1806)
未婚男性による友人旅行	27.3	33.9	19.2	24.5	9.6	11.0	5.9	5.4	1.9	2.4	0.4	7.8	(429)
既婚男性による友人旅行（子どもなし）	42.3	23.2	12.6	19.4	18.3	3.2	9.4	5.2	0.0	0.8	0.9	7.7	(104)
子育て中の男性による友人旅行（末子が18歳未満）	26.4	32.3	12.2	30.9	23.6	6.4	16.6	3.1	5.7	2.2	5.0	5.9	(88)
子育て後の男性による友人旅行（末子が18歳以上）	40.6	12.3	9.4	12.2	10.7	12.9	5.5	3.0	1.6	0.7	2.8	10.1	(258)
未婚女性による友人旅行	22.8	40.0	21.0	12.5	12.2	8.1	8.7	5.6	2.6	0.4	0.6	7.6	(393)
既婚女性による友人旅行（子どもなし）	22.0	36.4	15.5	15.0	14.5	2.5	7.0	2.0	0.9	1.7	2.8	11.6	(119)
子育て中の女性による友人旅行（末子が18歳未満）	17.2	35.1	18.1	23.6	37.5	10.0	3.5	9.3	4.3	3.1	3.1	8.0	(36)
子育て後の女性による友人旅行（末子が18歳以上）	22.3	24.8	15.5	5.9	12.1	22.9	5.7	6.0	2.4	0.3	3.7	8.2	(378)
ひとり旅	17.6	49.0	21.6	9.4	10.3	6.6	8.5	3.3	2.0	2.6	2.8	6.5	(1591)
男性のひとり旅	20.1	47.2	19.7	10.7	9.8	5.1	7.7	3.0	2.2	2.4	2.6	7.3	(1067)
女性のひとり旅	12.6	52.8	25.6	6.7	11.1	9.6	10.2	3.9	1.7	2.9	3.2	4.8	(523)

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

資料：（公財）日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

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

④マーケットセグメントと旅行で最も楽しみにしていたこと

同行者やライフステージによって、旅行での楽しみは異なる。

前年同様、多くのセグメントで『おいしいものを食べること』がトップシェアとなった。特に、「既婚男性・女性による友人旅行（子どもなし）」で高い値を示した。

『温泉に入ること』については、「18歳以上のみの家族旅行」「子育て中の夫婦での旅行」「子育て後の夫婦での旅行」でトップを占めた。

『自然観光』や『文化観光』はどのセグメントにおいてもトップシェアにはならないものの、比較的上位を占めた。

『観光・文化施設（水族館や美術館、テーマパークなど）を訪れること』がトップシェアとなったのは、「乳幼児の子どもと一緒の家族旅行」であった。

『スポーツやアウトドア活動を楽しむこと』は「男性による友人旅行」で、『芸術・音楽・スポーツなどの観劇・鑑賞・観戦』は「女性による友人旅行」及び「女性のひとり旅」で、特徴的な楽しみとなっている。特に、「子育て後の男性による友人旅行」では『スポーツやアウトドア活動』が、「女性のひとり旅」では『観劇・鑑賞・観戦』がトップシェアとなり、全体の比率より10ポイント以上高い値を示した。

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

（単位：%）

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	文化的な名所（史跡、寺社仏閣など）を見ること	観光・文化施設（水族館や美術館、テーマパークなど）を訪れること	スポーツやアウトドア活動を楽しむこと	芸術・音楽・スポーツなどの観劇・鑑賞・観戦	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	買い物をすること	目当ての宿泊施設に泊まること	地域の祭りやイベント	地域の文化を体験すること	その他	サンプル数
全体	19.2	15.6	12.8	11.1	9.0	6.3	4.9	4.3	3.7	3.4	2.5	2.4	1.9	0.7	2.3	(9666)
前年	*17.9*	*14.5*	*12.2*	*11.7*	*9.7*	*7.0*	*4.5*	*4.1*	*4.2*	*3.3*	*2.9*	*2.7*	*2.2*	*0.8*	*2.3*	*(9692)*
家族旅行	18.0	17.0	11.8	10.1	14.8	6.1	2.7	4.0	3.4	3.7	2.5	2.7	1.2	0.6	1.4	(2577)
乳幼児の子どもと一緒の家族旅行（小中高生を含まない）	18.7	14.8	10.1	5.7	23.9	5.1	1.4	3.5	4.6	3.6	1.5	3.7	1.2	0.2	2.1	(500)
小中高生の子どもと一緒の家族旅行（乳幼児連れも含む）	18.2	14.4	11.2	8.9	16.1	8.4	2.8	4.1	3.4	4.1	2.4	2.6	1.3	0.7	1.5	(1159)
18歳以上のみの家族旅行	17.3	21.6	13.4	14.0	8.3	3.8	3.4	4.1	2.8	3.2	3.0	2.3	1.0	0.8	1.0	(918)
※３世代家族旅行	18.4	15.0	13.8	8.6	17.4	7.1	2.1	2.9	2.7	3.7	2.6	2.4	1.1	0.8	1.2	(728)
夫婦・カップル旅行	20.6	19.5	14.5	11.6	7.1	3.9	2.9	4.2	2.9	3.3	2.6	2.7	2.0	0.5	1.7	(3487)
カップルでの旅行	24.1	17.4	11.6	10.0	10.2	4.2	1.9	5.0	2.0	2.2	4.1	3.3	1.6	1.0	1.5	(842)
夫婦での旅行(子どもなし)	21.8	17.9	14.2	10.6	8.5	4.4	3.7	3.6	3.3	3.3	2.6	1.7	1.9	0.5	1.9	(951)
子育て中の夫婦での旅行（末子が18歳未満）	16.6	20.6	16.3	12.4	5.8	4.4	3.5	6.1	2.6	4.9	1.4	1.1	3.3	0.6	0.4	(200)
子育て後の夫婦での旅行（末子が18歳以上）	18.4	21.6	16.1	13.1	4.6	3.3	2.9	3.8	3.1	3.6	1.9	3.3	2.1	0.3	2.0	(1495)
友人旅行	20.6	12.4	13.4	10.7	7.4	11.8	5.3	3.9	1.2	3.3	2.5	2.0	2.5	0.9	2.0	(1806)
未婚男性による友人旅行	19.6	8.4	13.0	11.6	8.0	14.8	3.0	4.8	1.1	3.6	3.5	1.4	3.8	0.9	2.6	(429)
既婚男性による友人旅行（子どもなし）	25.9	15.7	11.8	7.5	5.6	20.1	3.1	5.1	0.8	0.0	1.8	0.0	0.0	0.8	1.9	(104)
子育て中の男性による友人旅行（末子が18歳未満）	23.1	7.0	12.3	18.9	8.9	12.5	5.9	8.2	1.0	1.1	0.0	0.0	1.1	0.0	0.0	(88)
子育て後の男性による友人旅行（末子が18歳以上）	15.5	17.1	9.5	9.9	3.4	24.5	2.1	2.2	1.3	4.4	1.5	3.6	2.5	0.7	1.9	(258)
未婚女性による友人旅行	22.0	7.3	15.1	8.0	11.7	7.0	10.3	4.0	1.6	2.3	3.9	1.4	2.5	1.0	1.8	(393)
既婚女性による友人旅行（子どもなし）	26.5	14.2	9.4	7.0	6.5	5.0	10.1	4.9	0.0	4.6	3.5	0.9	3.2	0.9	3.4	(119)
子育て中の女性による友人旅行（末子が18歳未満）	26.0	13.8	12.5	7.2	10.7	2.1	2.2	0.0	0.0	4.3	6.5	7.2	0.0	4.4	3.1	(36)
子育て後の女性による友人旅行（末子が18歳以上）	19.5	18.9	17.0	13.4	5.1	5.5	4.0	2.8	1.7	4.0	0.5	2.9	2.2	0.8	1.7	(378)
ひとり旅	16.0	6.9	10.1	12.5	5.7	6.3	12.9	5.7	9.0	3.0	2.5	1.7	2.6	0.7	4.5	(1591)
男性のひとり旅	16.2	7.7	11.0	13.3	5.9	7.5	9.8	7.1	6.6	3.5	2.1	1.6	2.0	0.7	5.0	(1067)
女性のひとり旅	15.6	5.2	8.1	10.8	5.4	3.8	19.3	2.9	13.8	2.1	3.3	2.1	3.6	0.7	3.3	(523)

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

資料：（公財）日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

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

⑤マーケットセグメントと宿泊施設

前年同様、全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』は特に「ひとり旅」で、『リゾートホテル』は「家族旅行」で、特に高い利用率となっている。

『旅館』の利用率は「18歳以上のみの家族旅行」「3世代家族旅行」「子育て後の夫婦での旅行」「既婚男性による友人旅行（子どもなし）」「子育て後の女性による友人旅行」などのシニアを含む同行者で高い傾向がみられた。

なお、『実家・親戚・知人宅』は「ひとり旅」、とりわけ「女性のひとり旅」において、『民宿・ペンション・ロッジ』は「未婚男性による友人旅行」において、『キャンプ・オートキャンプ』は「既婚男性による友人旅行（子どもなし）」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：%）

宿泊施設／マーケットセグメント	ホテル	ビジネスホテル	リゾートホテル	シティホテル	旅館	旅館（比較的規模大）	旅館（比較的規模小）	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	公共の宿	キャンプ・オートキャンプ	その他	サンプル数
全体	60.3	22.8	22.5	19.0	28.8	17.8	11.8	7.2	4.1	3.0	1.7	1.6	1.8	(9666)
前年	*61.2*	*23.2*	*21.8*	*19.6*	*27.5*	*17.4*	*10.9*	*7.4*	*4.2*	*2.7*	*1.8*	*1.7*	*1.8*	*(9692)*
家族旅行	55.7	13.8	29.6	16.7	32.1	20.8	12.1	7.3	3.8	4.3	2.0	2.3	1.1	(2577)
乳幼児の子どもと一緒の家族旅行（小中高生を含まない）	54.7	12.2	32.8	13.3	31.7	18.8	13.4	8.2	3.8	6.7	1.3	2.1	0.4	(500)
小中高生の子どもと一緒の家族旅行（乳幼児連れも含む）	56.0	13.7	30.8	15.6	30.2	20.2	10.7	8.0	3.8	3.3	1.9	3.6	1.5	(1159)
18歳以上のみの家族旅行	55.9	14.9	26.4	19.9	34.7	22.6	13.1	6.0	3.9	4.3	2.6	0.9	1.0	(918)
※３世代家族旅行	56.1	13.1	34.3	15.2	36.3	24.1	13.0	4.8	4.2	6.6	1.6	2.2	0.9	(728)
夫婦・カップル旅行	60.1	19.7	24.7	20.2	33.8	20.7	14.3	5.0	3.4	3.3	1.5	1.3	1.4	(3487)
カップルでの旅行	68.0	25.7	23.8	23.8	31.3	17.9	14.5	3.4	3.3	1.5	0.4	1.8	0.5	(842)
夫婦での旅行(子どもなし)	61.0	23.4	23.1	19.3	31.5	17.6	14.5	4.6	4.6	3.2	1.4	1.8	0.8	(951)
子育て中の夫婦での旅行（末子が18歳未満）	63.9	18.9	28.0	21.5	33.1	20.9	14.5	4.6	3.9	3.1	0.4	0.0	0.0	(200)
子育て後の夫婦での旅行（末子が18歳以上）	54.6	14.1	25.7	18.5	36.7	24.1	14.0	6.2	2.6	4.5	2.3	0.9	2.4	(1495)
友人旅行	59.5	21.1	21.5	20.0	29.3	17.5	12.3	5.1	6.5	2.4	1.7	1.4	1.6	(1806)
未婚男性による友人旅行	59.5	26.4	16.3	22.6	24.4	13.0	11.7	7.4	10.5	2.1	1.4	1.2	1.6	(429)
既婚男性による友人旅行（子どもなし）	50.6	23.0	18.6	13.0	35.5	23.1	12.4	4.7	7.3	1.7	1.0	7.8	1.2	(104)
子育て中の男性による友人旅行（末子が18歳未満）	64.2	33.4	19.5	13.1	32.8	19.5	13.3	0.0	4.6	1.2	0.0	3.5	0.0	(88)
子育て後の男性による友人旅行（末子が18歳以上）	58.4	14.8	27.5	19.2	32.9	21.3	11.9	1.4	5.2	1.5	4.3	2.1	1.0	(258)
未婚女性による友人旅行	63.9	23.0	19.7	23.5	21.3	9.8	12.1	7.7	7.2	2.0	1.7	0.4	1.2	(393)
既婚女性による友人旅行（子どもなし）	61.0	31.8	15.7	13.5	27.8	16.0	12.5	4.1	5.9	0.7	2.3	0.9	1.9	(119)
子育て中の女性による友人旅行（末子が18歳未満）	53.9	18.6	26.0	17.1	39.7	28.0	15.2	11.9	0.0	0.0	2.2	2.1	0.0	(36)
子育て後の女性による友人旅行（末子が18歳以上）	56.9	11.2	27.9	20.0	37.7	25.3	13.0	3.5	3.3	4.9	0.8	0.2	2.7	(378)
ひとり旅	70.1	47.0	7.4	19.9	11.1	5.7	5.4	14.5	3.1	0.7	1.4	1.2	4.1	(1591)
男性のひとり旅	71.5	50.2	7.7	18.6	12.7	6.0	6.7	10.8	2.7	0.8	1.2	1.7	4.9	(1067)
女性のひとり旅	67.3	40.3	6.7	22.5	7.8	5.1	2.9	22.0	3.9	0.5	1.7	0.2	2.5	(523)

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

資料：（公財）日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

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

⑥マーケットセグメントと宿泊数

前年同様、「ひとり旅」の平均宿泊数が最も長く、2.11泊であった。「ひとり旅」の場合は、同行者連れの旅行に比べてスケジュール面の制約が緩いことが、平均宿泊数の長さに影響していると考えられる。

逆に、宿泊数が最も短い傾向にあるのは「友人旅行」であった。「友人旅行」では、それぞれ異なる勤め先や家庭の都合を持つ者が一緒に旅行することが、短い平均宿泊数の背景になっていると考えられる。さらに、宿泊数が短めの傾向にある「友人旅行」の中でも、「子育て後の男性による友人旅行」の宿泊数が最も短い。

（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
全体	49.3	29.9	12.4	3.9	4.5	1.88	(9666)
前年	*50.0*	*29.2*	*12.7*	*3.7*	*4.3*	*1.86*	*(9692)*
家族旅行	49.3	29.2	13.6	4.1	3.8	1.86	(2577)
乳幼児の子どもと一緒の家族旅行（小中高生を含まない）	50.2	26.2	13.8	5.5	4.3	1.91	(500)
小中高生の子どもと一緒の家族旅行（乳幼児連れも含む）	50.0	28.5	14.0	3.6	3.9	1.85	(1159)
18歳以上のみの家族旅行	47.8	31.7	13.0	4.0	3.5	1.86	(918)
※３世代家族旅行	43.7	29.0	18.9	3.8	4.6	1.99	(728)
夫婦・カップル旅行	48.7	30.6	12.5	3.9	4.4	1.88	(3487)
カップルでの旅行	52.0	29.3	11.2	3.8	3.8	1.81	(842)
夫婦での旅行（子どもなし）	50.2	29.1	13.3	4.0	3.4	1.84	(951)
子育て中の夫婦での旅行（末子が18歳未満）	36.5	34.1	19.0	5.1	5.3	2.11	(200)
子育て後の夫婦での旅行（末子が18歳以上）	47.5	31.8	11.8	3.8	5.2	1.92	(1495)
友人旅行	53.0	31.4	10.4	2.8	2.5	1.71	(1806)
未婚男性による友人旅行	47.1	32.0	13.2	4.3	3.3	1.86	(429)
既婚男性による友人旅行（子どもなし）	57.7	22.7	12.0	5.4	2.3	1.73	(104)
子育て中の男性による友人旅行（末子が18歳未満）	47.9	44.3	5.8	2.0	0.0	1.62	(88)
子育て後の男性による友人旅行（末子が18歳以上）	67.9	20.4	7.4	2.1	2.3	1.52	(258)
未婚女性による友人旅行	50.7	34.2	11.8	1.9	1.5	1.70	(393)
既婚女性による友人旅行（子どもなし）	53.3	34.4	9.2	1.5	1.6	1.64	(119)
子育て中の女性による友人旅行（末子が18歳未満）	50.6	38.8	5.0	0.0	5.6	1.75	(36)
子育て後の女性による友人旅行（末子が18歳以上）	51.7	32.9	9.6	2.6	3.1	1.73	(378)
ひとり旅	45.5	28.3	13.2	4.8	8.2	2.11	(1591)
男性のひとり旅	46.8	29.1	12.7	4.1	7.4	2.04	(1067)
女性のひとり旅	42.7	26.8	14.5	6.1	9.8	2.24	(523)

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

資料：（公財）日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

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

平均宿泊数が全体平均値より0.5泊以上大きい値（平均宿泊数については、7泊以上は7泊と仮定して算出。）

I-3 日本人の海外旅行

1 2018年の概況

2018年の日本人海外出国者数は3年連続の増加、過去最高の1,895万人となる

(1) 日本人海外出国者の主要動向（表I-3-1）

法務省の「出入国管理統計」によると、2018年の日本人海外出国者数は過去最高の1,895万人となった。2016年以降増加傾向が続き、前年比6.0%の増加となった。

なお、同出国者数と観光庁の「旅行・観光消費動向調査」から目的別の内訳を推計すると、観光・レクリエーションが1,370万人、帰省・知人訪問などが101万人、出張・業務が424万人となり、観光・レクリエーションの伸びが出国者数全体の伸びに寄与したとわかる。

(2) 主な要因

海外出国者数の回復・増加傾向の背景には、景気の穏やかな回復・安定状況に加えて、Low-cost carrier（LCC）を含めた海外航空路線の充実など、海外旅行をしやすい環境整備が進んだことが挙げられる。こうした環境のなかで、海外旅行がより身近なものとなり、若年層での渡航数も増加している。2016年にプラスに転じたボリューム層である東アジアへの渡航者数は増加傾向を維持し、更にその他諸国においてもプラスに転じ、全体としての出国者数の伸びにつながったといえる。

表I-3-1　日本人海外出国者数の推移

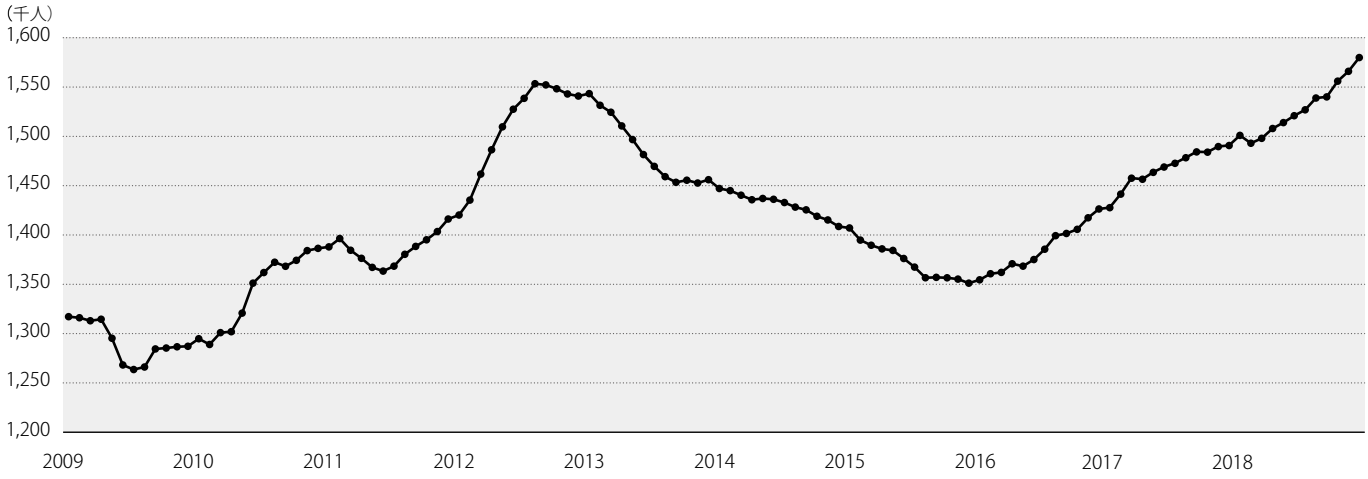
（単位：千人）

	出国者数		観光・レクリエーション		帰省・知人訪問等		出張・業務	
		前年比（%）		前年比（%）		前年比（%）		前年比（%）
2014年	16,903	△ 3.3	10,768	△ 7.1	1,484	△ 14.8	4,652	12.2
2015年	16,214	△ 4.1	10,853	0.8	1,728	16.5	3,633	△ 21.9
2016年	17,116	5.6	11,173	3.0	1,408	△ 18.5	4,535	24.8
2017年	17,889	4.5	11,581	3.6	1,949	38.4	4,359	△ 3.9
2018年	18,954	6.0	13,699	18.3	1,014	△ 48.0	4,241	△ 2.7

（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。

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

図I-3-1　日本人海外出国者（月別）の直近1年平均の推移



資料：法務省「出入国管理統計」をもとに（公財）日本交通公社作成

(3) 日本人海外出国者数の内訳

●性・年代別（表I-3-2、図I-3-2）

2018年の海外出国者数及び旅行平均回数は、全ての性・年代において前年を上回った。

出張・業務での渡航が多い男性・40～50代は例年と同様に最も出国者数が多い。一方で、20代の男女での伸び率が大きく、海外旅行に対して積極的になっていることがうかがえる。特に、女性・20代が顕著であり、一人当たりの旅行平均回数も全性・年代のなかで最も多い。また、前年に続き70代以上での出国者数も伸びているが、これはボリューム層である団塊の世代が70代に突入したことの影響が大きいと考えられる。

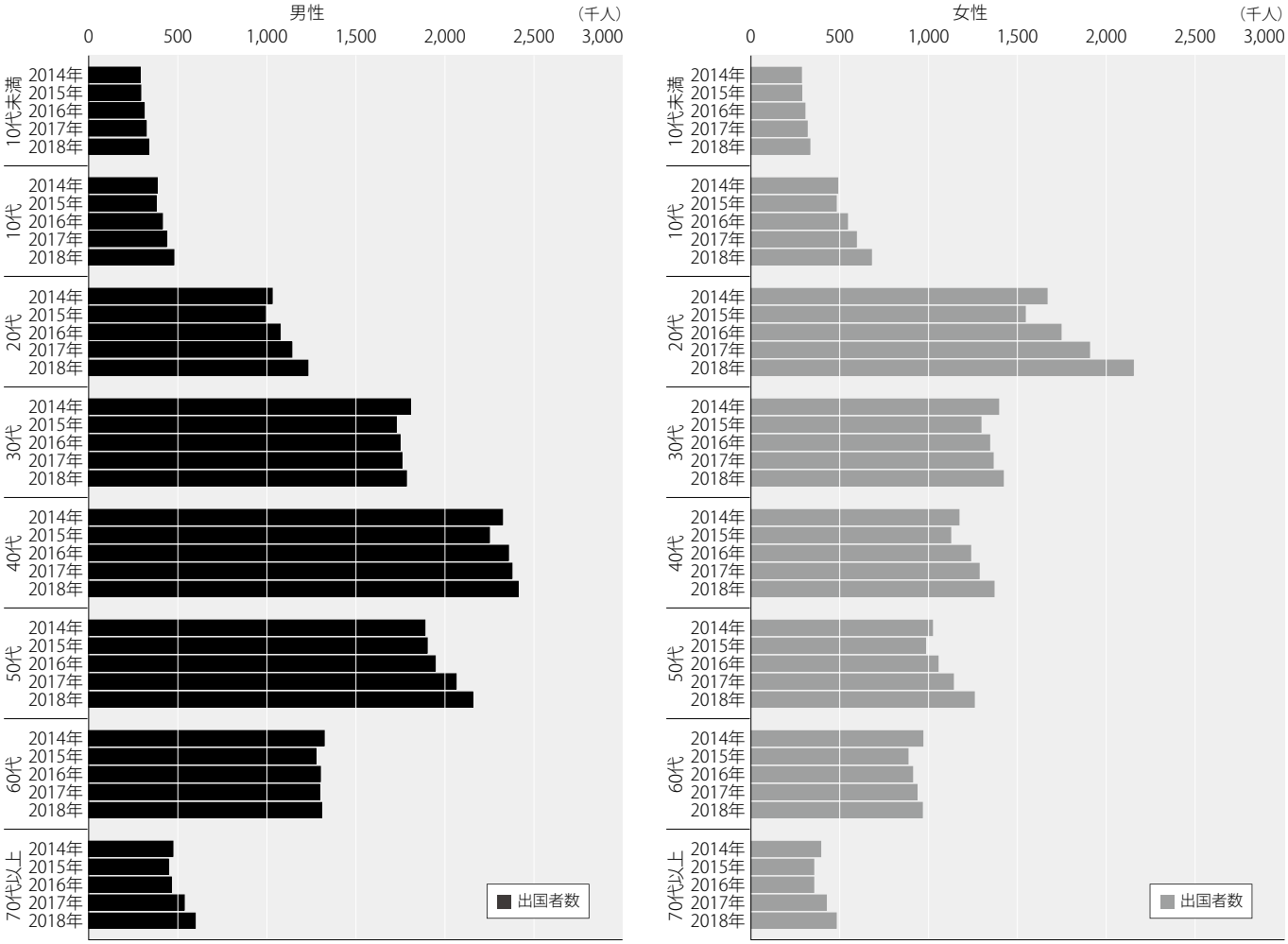
表I-3-2　性・年代別の日本人海外出国者数（2018年）

男性		年代								全体
		10代未満	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代以上	
出国者数	延べ出国者数（千人）	338	479	1,232	1,786	2,414	2,158	1,309	599	10,315
	前年比（%）	4.3	9.5	7.8	1.4	1.4	4.5	0.8	11.4	3.7
	旅行平均回数（回/人）	0.07	0.08	0.19	0.24	0.25	0.27	0.16	0.05	0.17
	前年比（%）	6.9	12.0	7.3	6.4	2.6	0.7	9.5	2.2	4.1

女性		年代								全体
		10代未満	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代以上	
出国者数	延べ出国者数（千人）	331	677	2,149	1,418	1,366	1,255	963	479	8,639
	前年比（%）	4.6	14.3	13.0	4.3	6.7	10.6	3.4	13.3	8.8
	旅行平均回数（回/人）	0.07	0.12	0.35	0.20	0.15	0.16	0.11	0.03	0.13
	前年比（%）	7.2	16.8	13.4	9.7	8.1	6.9	12.4	5.9	9.2

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・年代別の日本人海外出国者数の推移



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、図I-3-3）

海外出国者数を出発月別にみてみると、出国者全体では2月を除き前年同期と比べてプラスとなった。特に10月（12.8%）、12月（10.9%）、1月（9.9%）、4月（9.9%）11月（8.2%）の伸びが大きい。2月の落ち込みについては、後述のように観光・レクリエーション目的での渡航の減少が影響していると考えられる。

観光・レクリエーション目的では、2月及び4月で前年比マイナスとなったが、それ以外の月では大きな伸びとなった。特に12月（50%）、11月（39.2%）が顕著である。

一方で帰省・知人訪問などを目的とした出国者数は全体的に大きな減少（△48.0%）を見せたが、中でも8月（△86.3%）、7月（△82.7%）の夏季休暇に当たる時期での減少が大きいことが分かる。出張・業務を目的とした出国者数も全体としては前年比マイナスであるが、8月（56.1%）、4月（55.6%）においては大きな伸びを見せている。

●居住地別（表I-3-3）

居住地別でみると、全ての地域で前年を上回った。特に、沖縄（14.0%）、九州（12.6%）で前年比10%を超す値となった。両地域ともに観光・レクリエーションでの出国者数の伸びが寄与している。

観光・レクリエーション目的では北陸・信越（△1.5%）を除く、全地域で前年比プラスとなり、特に九州（52.2%）、沖縄（51.3%）、北海道（45.7%）での伸びが大きい。

その反面、帰省・知人訪問などの目的では、全地域で前年比マイナスとなっている。

出張・業務目的においても、北陸・信越（88.0%）、中国（54.4%）、関東（21.3%）で前年比プラスとなるものの、総じて前年比マイナスとなった。

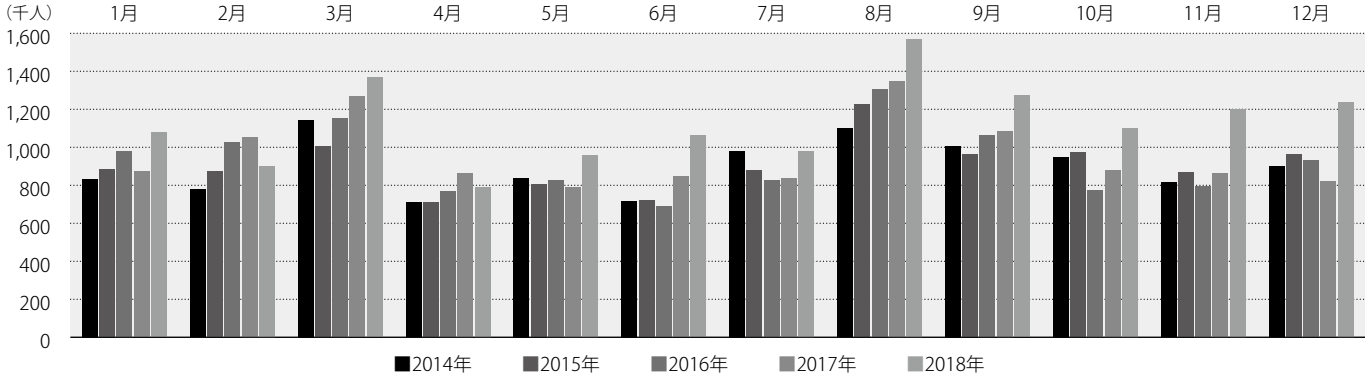
表I-3-3　出発月・居住地別の日本人海外出国者数（2018年）

出発月		1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	全体
出国者全体	延べ出国者数（千人）	1,424	1,391	1,807	1,357	1,384	1,422	1,558	2,033	1,630	1,646	1,673	1,629	18,954
	前年比（%）	9.9	△ 6.9	3.5	9.9	5.0	6.4	5.2	7.7	0.5	12.8	8.2	10.9	6.0
	旅行平均回数（回／人）	0.011	0.011	0.014	0.011	0.011	0.011	0.012	0.016	0.013	0.013	0.013	0.013	0.150
観光・レクリエーション	延べ出国者数（千人）	1,080	904	1,369	793	961	1,064	982	1,573	1,275	1,104	1,204	1,240	13,699
	前年比（%）	23.8	△ 14.4	7.9	△ 8.3	21.5	25.7	17.1	16.6	17.5	25.1	39.2	50.5	18.3
	旅行平均回数（回／人）	0.009	0.007	0.011	0.006	0.008	0.008	0.008	0.012	0.010	0.009	0.010	0.010	0.108
帰省・知人訪問等	延べ出国者数（千人）	174	129	94	128	71	82	39	36	67	35	79	81	1,014
	前年比（%）	27.0	37.1	△ 45.0	41.8	△ 64.8	△ 35.9	△ 82.7	△ 86.3	△ 59.1	△ 73.2	△ 55.1	△ 51.7	△ 48.0
	旅行平均回数（回／人）	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001	0.000	0.000	0.001	0.000	0.001	0.001	0.008
出張・業務	延べ出国者数（千人）	171	359	345	435	353	277	538	424	288	508	391	309	4,241
	前年比（%）	△ 40.1	4.3	12.3	55.6	8.2	△ 23.6	29.7	56.1	△ 23.0	13.6	△ 22.8	△ 35.6	△ 2.7
	旅行平均回数（回／人）	0.001	0.003	0.003	0.003	0.003	0.002	0.004	0.003	0.002	0.004	0.003	0.002	0.034

居住地		北海道	東北	関東	北陸・信越	中部	近畿	中国	四国	九州	沖縄	全体
出国者全体	延べ出国者数（千人）	348	451	8,854	502	2,120	3,390	600	251	1,188	146	18,954
	前年比（%）	6.1	5.5	5.2	4.6	5.5	6.8	7.0	7.5	12.6	14.0	6.0
	旅行平均回数（回／人）	0.066	0.052	0.200	0.077	0.135	0.165	0.082	0.067	0.092	0.101	0.150
観光・レクリエーション	延べ出国者数（千人）	288	375	5,644	394	1,726	2,737	497	190	875	121	13,699
	前年比（%）	45.7	38.3	3.0	△ 1.5	42.6	37.9	10.0	1.3	52.2	51.3	18.3
	旅行平均回数（回／人）	0.055	0.043	0.128	0.061	0.110	0.133	0.068	0.051	0.068	0.083	0.108
帰省・知人訪問等	延べ出国者数（千人）	32	24	535	17	20	147	13	17	134	12	1,014
	前年比（%）	△ 35.7	△ 51.1	△ 26.9	△ 47.0	△ 91.1	△ 67.0	△ 74.9	△ 63.6	△ 18.7	△ 62.8	△ 48.0
	旅行平均回数（回／人）	0.006	0.003	0.012	0.003	0.001	0.007	0.002	0.004	0.010	0.008	0.008
出張・業務	延べ出国者数（千人）	28	52	2,675	92	374	505	89	44	179	14	4,241
	前年比（%）	△ 65.2	△ 51.4	21.3	88.0	△ 34.4	△ 32.0	54.4		△ 43.1	△ 15.9	△ 2.7
	旅行平均回数（回／人）	0.005	0.006	0.061	0.014	0.024	0.025	0.012	0.012	0.014	0.010	0.034

（注）表中のデータについては表I-3-1注と同じ。　資料：法務省「出入国管理統計」及び観光庁「旅行・観光消費動向調査」及び総務省「人口推計」をもとに（公財）日本交通公社作成

図I-3-3　出発月別の日本人海外出国者数（観光・レクリエーションの推移）



（注）図中のデータについては表I-3-1注と同じ。　資料：法務省「出入国管理統計」及び観光庁「旅行・観光消費動向調査」及び総務省「人口推計」をもとに（公財）日本交通公社作成

❷ 旅行先（国・地域別）の旅行動向

多くの国・地域でプラス傾向、東アジアもプラスを維持

(1) 国・地域別日本人海外出国者数（表I-3-4）

日本政府観光局の公表データをもとに日本人の海外出国者数の近年の動向をみる。

主要な国・地域への2017年の日本人旅行者数をみると、一部の国・地域を除き多くの国・地域で前年比プラスとなった。

全体的にマイナス傾向が続いていたヨーロッパ諸国についてもイタリア・スペインを除く多くの国・地域でプラスに転じ、特にオーストリア、ベルギー、ロシア、フランス、クロアチアでは前年比15%以上の伸び率である。

2015年までマイナス傾向が続いていた東アジア諸国においても前年に続いてプラスの傾向を維持している。

表I-3-4　主要エリアへの日本人旅行者数

（単位：人、%）

訪問先		2013年	前年比%	2014年	前年比%	2015年	前年比%	2016年	前年比%	2017年	前年比%
アジア	中国	2,877,533	△18	2,717,600	△6	2,497,657	△8	2,587,440	4	2,680,033	4
	韓国	2,747,750	△22	2,280,434	△17	1,837,782	△19	2,297,893	25	2,311,447	1
	台湾	1,421,550	△1	1,634,790	15	1,627,229	△1	1,895,702	17	1,898,854	0
	タイ	1,536,425	12	1,267,886	△18	1,381,702	9	1,439,629	4	1,544,442	7
	香港	607,877	△22	636,432	5	632,959	△1	692,529	9	813,207	17
	シンガポール	832,845	10	824,741	△1	789,179	△4	783,863	△1	846,440	8
	ベトナム	604,050	5	647,956	7	671,379	4	740,592	10	798,119	8
	マレーシア	513,076	9	553,106	8	483,569	△13	413,768	△14	392,777	△5
	インドネシア	497,399	7	505,175	2	549,705	9	545,392	△1	573,310	5
	フィリピン	433,705	5	463,744	7	495,662	7	535,238	8	584,180	9
	マカオ	290,462	△27	299,741	3	282,138	△6	300,536	7	328,805	9
	インド	220,283	0	219,516	△0	207,415	△6	208,847	1	222,527	7
	カンボジア	206,932	15	215,788	4	193,330	△10	191,577	△1	203,373	6
	トルコ	159,675	△17	157,101	△2	92,228	△41	42,131	△54	46,157	10
オセアニア	グアム	893,118	△4	810,856	△9	773,019	△5	745,691	△4	620,547	△17
	豪州	324,320	△7	328,880	1	337,210	3	413,800	23	434,550	5
	北マリアナ諸島	141,747	△8	110,234	△22	80,832	△27	61,026	△25	50,944	△17
ヨーロッパ	ドイツ	711,529	△3	670,804	△6	647,243	△4	545,013	△16	584,871	7
	フランス	660,841	△7	776,870	18	682,121	△12	411,043	△40	484,293	18
	イタリア	454,465	29	423,202	△7	421,917	△0	403,879	△4	227,010	△44
	スペイン	385,005	8	475,054	23	607,099	28	463,420	△24	385,971	△17
	オーストリア	259,184	△1	245,306	△5	236,621	△4	208,710	△12	442,132	112
	スイス	286,681	△3	250,451	△13	226,198	△10	197,567	△13	208,248	5
	英国	225,000	△7	222,000	△1	194,000	△13	245,823	27	246,857	0
	オランダ	150,000	10	145,000	△3	136,000	△6	106,000	△22	117,000	10
	クロアチア	159,117	3	176,846	11	159,807	△10	120,971	△24	142,043	17
	チェコ	137,844	△3	124,969	△9	123,800	△1	105,771	△15	114,955	9
	ベルギー	112,278	0	111,939	△0	96,444	△14	50,253	△48	68,253	36
	フィンランド	106,769	16	102,154	△4	108,106	6	114,463	6	124,548	9
	ロシア	102,408	18	105,220	3	87,280	△17	84,631	△3	101,827	20
北中米	米国	3,730,287	1	3,620,224	△3	3,758,297	4	3,576,955	△5	3,595,607	1
	（ハワイ州）	1,518,517	4	1,511,739	△0	1,482,304	△2	1,487,979	0	1,587,781	7
	カナダ	224,858	△1	258,457	15	275,027	6	303,726	10	304,318	0
	メキシコ	97,226	14	107,366	10	118,739	11	132,976	12	151,043	14

資料：日本政府観光局（JNTO）公表データをもとに（公財）日本交通公社作成

（注1）米国の数値には、米国本土（全米50州とコロンビア特別区）への入国者のほか、北マリアナ諸島、グアム、米領サモア、プエルトリコ、米領バージン諸島などの地域への入域者が含まれる。
（注2）本表には国境到着者数、ホテル到着者数などの統計が混在しており、集計基準が異なるため、同一指標としての比較はできない。
（注3）2018年以降のデータは未公表のため2017年までのデータを掲載している。

(2) 旅行先（国・地域）別旅行内容

ここでは、観光・レクリエーションを目的とする海外旅行に絞り、日本人の海外旅行の実態を詳しくみていく。なお、分析に用いた表データは全て「**JTBF旅行実態調査**」による。

①旅行先とマーケットセグメント（表I-3-5）

同行者タイプについては、全体では『夫婦・カップル』が最も多く、次いで『友人・知人』、『家族』、『ひとり』の順となっている。『夫婦・カップル』の中でもシェアが高いのが『子育て後の夫婦』であり、全体の約15%を占めている。

『家族旅行』での旅行先は高い順に、グアム・サイパン（42.7%）、ハワイ（36.2%）、シンガポール（31.2%）となり、特に子供連れの場合には、グアム・サイパン、ハワイが旅行先として選択される割合が高い。

『夫婦・カップルでの旅行』ではほかのマーケットセグメントと比較して、ヨーロッパ諸国など比較的遠方の旅行先が選ばれやすく、中でも『子育て後の夫婦』においてその傾向が強い。一方、『夫婦旅行（子どもなし）』では、「南太平洋」「ハワイ」「グアム・サイパン」、『カップル』では「イギリス」「マレーシア」が旅行先として多く選ばれており、ライフステージによって異なる傾向となった。

『友人や知人との旅行』では、「南太平洋」「韓国」「台湾」が選ばれる割合が高く、特に「南太平洋」は『未婚の女性』による支持が強い。また、特徴的な傾向として、『子育て後の女性』に「カナダ」が、『子育て後の男性』に「中国」が選択される割合が高くなった。

『ひとり旅』では、男性では「タイ」「中国」「その他東南アジア」が、女性では顕著な傾向はみられないものの、「スペイン」「イギリス」「アメリカ本土」が旅行先として選ばれる割合が高くなった。

表I-3-5　旅行先別のマーケットセグメント（同行者×ライフステージ）

（単位：%）

同行者／旅行先	家族旅行					夫婦・カップルでの旅行					友人や知人との旅行									ひとり旅			その他	サンプル数
		子ども連れ										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		
全体	22.9	3.4	8.2	11.4	4.8	33.0	5.4	10.4	2.3	15.0	23.4	4.2	0.8	0.7	3.8	6.0	1.7	0.3	5.9	18.5	11.1	7.4	2.2	(4615)
前年	*20.8*	*3.2*	*6.8*	*10.8*	*4.8*	*32.6*	*5.1*	*10.4*	*2.2*	*14.9*	*24.1*	*4.1*	*0.8*	*1.8*	*3.4*	*6.8*	*1.6*	*0.9*	*4.8*	*20.5*	*13.2*	*7.2*	*2.1*	*(4584)*
韓国	21.6	1.7	7.0	12.9	3.6	23.6	7.2	5.7	2.8	7.9	34.2	4.7	1.0	1.3	4.0	11.0	3.2	0.8	8.2	18.9	11.4	7.5	1.7	(589)
中国	19.3	3.0	3.7	12.6	4.6	30.9	5.2	6.3	4.0	15.4	21.3	2.9	0.0	0.3	9.1	2.3	1.2	0.3	5.1	27.4	18.1	9.3	1.1	(284)
台湾	23.7	4.0	8.1	11.5	5.3	29.7	7.5	8.2	2.9	11.2	30.1	6.7	0.9	1.0	4.6	7.0	2.6	0.5	6.8	14.6	10.3	4.3	1.9	(655)
香港・マカオ	27.6	5.5	8.1	13.9	9.8	30.1	4.8	8.4	5.5	11.4	23.6	6.6	0.8	0.5	2.2	6.7	1.1	0.0	5.7	17.4	11.8	5.6	1.3	(270)
シンガポール	31.2	5.7	10.7	14.8	3.6	28.5	7.3	6.3	2.9	12.1	22.3	7.3	0.7	0.7	1.5	6.9	0.3	0.0	4.9	16.3	11.4	4.9	1.7	(216)
インドネシア	22.3	3.3	6.9	12.1	3.6	32.9	5.4	13.1	4.4	10.0	20.5	4.9	3.2	2.1	2.7	4.6	0.9	0.0	2.1	23.1	13.2	9.9	1.2	(122)
マレーシア	25.9	3.9	10.8	11.2	7.8	38.2	11.6	6.9	2.3	17.3	15.0	3.1	0.5	0.8	0.7	1.4	0.7	0.0	7.8	21.0	17.5	3.5	0.0	(109)
タイ	15.0	0.9	5.5	8.7	2.5	30.6	5.9	10.6	2.3	11.8	24.9	5.3	2.1	1.6	7.2	3.5	0.4	0.0	4.8	28.4	20.5	7.9	1.1	(349)
その他東南アジア	11.0	2.4	3.2	5.4	1.3	34.0	2.6	10.0	1.7	19.6	27.9	3.4	0.7	1.5	5.8	6.9	1.8	0.0	7.7	24.6	17.2	7.4	2.5	(289)
オーストラリア・ニュージーランド	27.5	4.7	11.3	11.5	4.2	37.6	6.5	13.3	2.2	15.5	17.5	2.3	0.0	0.0	2.0	5.3	0.4	0.0	7.4	12.6	7.9	4.7	4.9	(153)
南太平洋	14.2	0.0	0.0	14.2	7.8	39.6	0.0	39.6	0.0	0.0	35.4	4.4	0.0	0.0	0.0	19.7	4.4	6.9	0.0	10.9	6.4	4.4	0.0	(24)
ハワイ	36.2	6.8	15.3	14.1	11.9	39.9	5.3	17.1	2.4	15.0	13.3	3.4	0.5	0.0	2.3	3.2	0.6	0.0	3.3	8.4	4.4	4.1	2.1	(457)
グアム・サイパン	42.7	12.3	22.4	8.0	9.8	36.5	7.0	15.5	3.7	10.3	17.8	4.4	0.0	0.3	2.6	4.6	2.0	0.0	4.0	2.5	0.7	1.7	0.6	(181)
アメリカ本土	23.8	2.4	9.7	11.6	6.0	32.6	2.8	7.5	1.6	20.6	18.2	2.3	0.4	1.2	3.1	7.9	0.5	0.0	2.9	22.8	11.6	11.2	2.6	(273)
カナダ	22.8	5.9	7.9	8.9	10.6	33.8	8.0	9.2	0.0	16.5	21.9	1.6	0.0	0.0	1.5	1.8	0.0	0.0	17.0	20.4	10.9	9.5	1.1	(82)
フランス	24.0	2.2	5.8	16.0	2.1	38.1	10.2	9.1	2.0	16.9	12.9	2.8	0.5	0.0	0.8	3.5	1.6	0.0	3.8	23.0	13.6	9.4	1.9	(121)
イギリス	23.8	1.8	5.8	16.2	4.9	36.5	11.8	9.5	1.5	13.7	16.1	2.7	1.0	0.0	2.5	2.6	2.2	1.0	4.1	20.9	8.9	12.0	2.6	(82)
スペイン	14.8	1.1	3.7	10.0	0.0	41.8	8.5	14.4	5.5	13.4	21.4	1.1	0.0	0.0	1.1	8.8	1.4	0.0	9.0	20.1	7.7	12.4	1.8	(103)
イタリア	19.0	2.3	5.6	11.1	0.5	45.2	4.9	14.5	2.6	23.2	20.6	6.8	0.5	0.0	0.0	4.1	3.5	0.0	5.8	12.0	6.7	5.2	3.3	(144)
ドイツ	17.1	1.4	5.8	9.9	2.0	49.2	7.7	11.5	0.5	29.5	13.5	3.6	3.3	0.0	1.5	0.9	0.0	0.0	4.2	17.0	11.4	5.6	3.2	(114)
その他ヨーロッパ	16.1	1.3	3.2	11.6	1.7	48.6	1.9	13.4	0.4	32.9	12.9	1.4	1.3	0.0	0.9	2.6	0.7	0.0	6.1	19.5	10.2	9.3	2.9	(303)
その他	10.7	1.2	3.7	5.7	1.2	33.8	3.9	10.1	0.0	19.7	19.0	3.0	0.6	0.0	1.8	3.2	1.9	0.7	7.9	31.4	13.7	17.8	5.1	(170)

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

資料：（公財）日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

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

②旅行先と居住地（表I-3-6）

旅行者の居住地については、全体でみると、人口の多い南関東が約3割を占めており、近畿が2割弱、東海及び九州・沖縄が約1割といった傾向は国内旅行の割合とほぼ同様である。

一方、旅行先別にみた際の、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』居住者の割合が高いのは、距離の近さや福岡から海路が通じていることが影響していると推察される。

『南関東』では「マレーシア」「アメリカ本土」が全体よりも5ポイント以上大きく、『東海』では「中国」、『近畿』では「南太平洋」「イギリス」、『中国』では「南太平洋」、『九州・沖縄』では「韓国」「オーストラリア・ニュージーランド」となり、これらは前年とほぼ同様の傾向である。

表I-3-6　旅行先（国・地域）別の旅行者居住地

（単位：%）

旅行先＼居住地	北海道	北東北	南東北	北関東	南関東	甲信越	北陸	東海	近畿	中国	四国	九州・沖縄	サンプル数
		青森、岩手、秋田	宮城、山形、福島	茨城、群馬、栃木	埼玉、千葉、東京、神奈川	新潟、山梨、長野	富山、石川、福井	岐阜、静岡、愛知、三重	滋賀、京都、大阪、兵庫、奈良、和歌山	鳥取、島根、岡山、広島、山口	徳島、香川、愛媛、高知	福岡、佐賀、長崎、熊本、大分、宮崎、鹿児島、沖縄	
全体	4.1	3.0	4.0	5.6	29.5	3.6	2.6	11.1	17.0	4.7	3.0	11.6	(4,615)
前年	*4.3*	*3.1*	*4.1*	*5.5*	*29.3*	*3.8*	*2.3*	*11.5*	*16.4*	*5.3*	*2.6*	*11.9*	*(4,584)*
韓国	4.6	1.8	2.5	3.1	25.6	3.2	1.5	12.2	15.0	7.4	2.7	20.6	(589)
中国	4.1	4.1	1.3	5.8	28.1	4.2	1.4	17.9	12.6	8.1	3.8	8.7	(284)
台湾	3.4	3.5	3.4	4.8	26.5	3.3	2.5	10.4	18.2	6.4	3.0	14.6	(655)
香港・マカオ	4.7	5.0	3.3	1.4	33.4	4.5	1.0	9.2	22.0	3.2	0.0	12.2	(270)
シンガポール	5.6	5.6	5.1	7.2	28.4	2.7	1.7	10.2	15.4	3.5	2.4	12.2	(216)
インドネシア	3.6	2.9	6.9	3.7	32.5	4.8	1.6	10.0	16.0	3.8	4.0	10.2	(122)
マレーシア	6.0	0.7	5.8	6.0	38.3	4.1	1.2	11.2	17.5	2.6	3.0	3.6	(109)
タイ	4.7	2.1	3.0	7.5	28.3	3.9	3.4	13.6	17.1	4.8	1.5	10.0	(349)
その他東南アジア	4.8	3.3	3.9	4.9	25.1	6.5	2.8	13.1	17.4	3.4	2.9	12.0	(289)
オーストラリア・ニュージーランド	1.5	2.9	3.6	6.8	26.7	2.3	4.4	9.4	14.7	7.4	3.3	17.0	(153)
南太平洋	3.2	4.5	0.0	0.0	25.0	0.0	0.0	13.9	26.4	12.0	0.0	15.0	(24)
ハワイ	6.0	2.5	4.4	6.2	31.7	4.1	1.4	11.0	15.5	3.9	1.9	11.6	(457)
グアム・サイパン	4.1	4.4	5.8	7.1	31.6	1.3	2.9	12.5	18.4	4.4	2.4	5.1	(181)
アメリカ本土	6.7	1.7	3.2	4.7	35.2	1.8	1.4	6.3	15.2	5.1	4.6	14.2	(273)
カナダ	3.3	2.3	5.0	5.1	14.6	4.3	6.0	13.2	19.7	7.2	4.5	14.9	(82)
フランス	6.6	1.7	5.9	3.3	26.2	0.6	0.5	12.4	21.9	6.2	3.7	10.9	(121)
イギリス	5.7	4.1	1.9	8.2	29.5	0.0	3.7	6.4	24.6	4.4	0.0	11.4	(82)
スペイン	2.9	3.2	7.1	4.5	26.5	5.9	1.5	14.0	13.4	4.4	3.2	13.4	(103)
イタリア	4.1	5.2	5.6	6.0	24.9	3.9	1.8	12.2	15.2	4.2	2.7	14.3	(144)
ドイツ	8.2	1.9	6.3	3.1	22.9	2.7	2.7	11.9	17.9	7.1	3.2	12.2	(114)
その他ヨーロッパ	4.7	3.1	8.4	7.5	30.0	3.7	1.6	8.7	16.3	3.7	2.5	9.7	(303)
その他	2.0	2.1	6.2	9.2	28.3	5.1	3.4	13.6	12.5	4.9	1.7	11.1	(170)

（注）1回の旅行につき、複数の旅行先（国・地域）を訪問したデータを含む。
資料：（公財）日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

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

③旅行先と最も楽しみにしていたこと（表I-3-7）

最も楽しみにしていたことについては、旅行先によって大きく傾向が分かれる結果となった。全体でみると、『おいしいものを食べること』が最も多く18.9%、次いで『文化的な名所を見ること』（16.3%）、『自然景観を見ること』（12.1%）、『街や都市を訪れること』（11.8%）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、高い順に「台湾」（39.4%）、「韓国」（35.3%）、「香港・マカオ」（26.2%）と東アジアの国々が上位に挙がった。

『文化的な名所を見ること』では、「スペイン」（43.2%）、「イタリア」（42.8%）、「ドイツ」（33.2%）、「その他ヨーロッパ」（33.2%）、「その他東南アジア」（32.0%）、「中国」（28.1%）、「イギリス」（27.3%）とヨーロッパ諸国を中心に、東南アジア・中国が挙がるかたちとなった。

『自然景観を見ること』では、「オーストラリア・ニュージーランド」（32.4%）、「カナダ」（30.7%）、「南太平洋」（25.2%）が全体より10ポイント以上大きくなっている。

『街や都市を訪れること』では、「シンガポール」（24.6%）、「イギリス」（23.6%）、アメリカ本土（22.0%）が全体より10ポイント以上大きい。

その他、『スポーツやアウトドア活動を楽しむこと』での「グアム・サイパン」（31.1%）、『自然の豊かさを体験すること』での「南太平洋」（31.8%）が、全体よりも15ポイント以上大きい値となっている。

表I-3-7　旅行先（国・地域）別の最も楽しみにしていたこと

（単位：%）

楽しみ／旅行先	おいしいものを食べること	文化的な名所を見ること	自然景観を見ること	街や都市を訪れること	買い物をすること	観光・文化施設を訪れること	スポーツやアウトドア活動を楽しむこと	自然の豊かさを体験すること	エステ・スパ・マッサージを受けること	地域の文化を体験すること	帰省・冠婚葬祭関連・親族や知人訪問	芸術・音楽・スポーツなどの観劇・鑑賞・観戦	目当ての宿泊施設に泊まること	地域の祭りやイベントに参加・見物すること	その他	サンプル数
全体	18.9	16.3	12.1	11.8	8.5	7.7	6.3	3.9	2.5	2.5	2.4	2.3	2.2	1.4	1.1	(4,197)
前年	*18.1*	*16.2*	*13.2*	*12.2*	*7.5*	*7.1*	*6.0*	*4.6*	*2.5*	*2.4*	*2.3*	*2.0*	*1.9*	*1.0*	*3.1*	*(4,231)*
韓国	35.3	10.2	3.9	7.0	20.2	5.2	1.1	0.7	5.3	1.6	1.3	1.6	4.8	0.8	1.0	(639)
中国	11.4	28.1	17.8	12.5	4.6	6.4	3.4	1.8	0.9	0.9	5.6	4.9	1.3	0.6	0.0	(235)
台湾	39.4	18.2	6.3	9.6	4.3	9.2	2.0	0.5	1.2	1.6	1.0	2.7	1.3	1.0	1.6	(593)
香港・マカオ	26.2	12.1	5.1	17.6	6.0	17.5	1.5	1.8	1.2	3.2	1.5	2.5	0.0	3.4	0.5	(193)
シンガポール	9.1	13.8	7.0	24.6	6.1	22.5	3.0	0.9	0.0	4.9	0.7	1.5	2.1	3.2	0.6	(149)
インドネシア	8.7	9.6	11.8	10.7	4.6	5.8	7.5	10.1	0.0	5.4	0.0	5.8	7.9	9.0	3.2	(81)
マレーシア	13.7	22.1	7.6	15.5	5.8	4.2	9.5	6.4	1.6	1.2	1.5	2.7	3.2	3.7	1.3	(82)
タイ	22.4	18.8	7.7	10.5	6.2	1.4	13.8	2.7	0.0	0.3	2.5	3.3	6.6	1.1	2.5	(281)
その他東南アジア	6.7	32.0	15.2	9.3	4.7	2.0	7.7	4.5	0.0	5.7	3.5	3.9	3.5	1.2	0.4	(259)
オーストラリア・ニュージーランド	5.6	3.5	32.4	8.2	2.6	12.8	11.2	13.0	1.0	2.6	5.8	0.0	0.0	0.4	0.8	(149)
南太平洋	0.0	0.0	25.2	7.9	0.0	0.0	14.0	31.8	0.0	7.9	0.0	0.0	7.8	5.3	0.0	(13)
ハワイ	15.8	2.3	18.3	9.4	13.9	5.3	12.7	9.9	0.7	3.5	3.0	0.7	0.9	3.1	0.6	(444)
グアム・サイパン	6.2	2.5	15.0	2.0	19.9	2.8	31.1	7.9	0.4	3.6	3.6	0.4	2.1	1.4	0.9	(146)
アメリカ本土	6.2	3.5	15.2	22.0	7.6	16.8	3.8	3.3	7.1	3.5	8.3	1.0	0.0	0.6	1.2	(208)
カナダ	2.5	5.3	30.7	15.4	0.0	7.9	10.3	14.1	5.0	4.1	2.3	2.3	0.0	0.0	0.0	(43)
フランス	10.3	24.0	6.7	16.9	5.3	9.8	1.0	8.4	5.6	0.0	2.7	3.1	1.3	0.0	5.0	(72)
イギリス	2.3	27.3	6.2	23.6	5.9	12.9	0.8	3.7	12.9	1.0	1.4	0.0	0.0	0.0	2.0	(64)
スペイン	10.9	43.2	5.8	13.3	0.0	12.8	0.0	0.9	2.3	3.9	0.0	6.9	0.0	0.0	0.0	(59)
イタリア	13.9	42.8	4.7	15.0	3.0	7.3	4.5	1.2	6.8	0.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	(88)
ドイツ	4.9	33.2	2.8	21.6	3.2	6.9	5.5	2.9	3.7	0.0	0.0	6.2	2.3	0.0	6.9	(45)
その他ヨーロッパ	1.7	33.2	20.0	19.3	2.5	5.7	1.6	1.5	6.6	3.2	1.4	2.6	0.0	0.0	0.6	(204)
その他	3.5	24.4	33.3	8.3	1.4	3.9	8.1	6.9	2.1	2.5	0.0	4.2	1.0	0.0	0.4	(150)

（注）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。

資料：（公財）日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

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

④旅行先での交通手段（表I-3-8）

旅行先での主な交通手段をみると、全体では『飛行機』（47.6%）、『タクシー・ハイヤー』（30.6%）、『列車』（30.6%）、『貸切バス・定期観光バス』（21.8%）、『路線バス』（21.3%）の割合が高い。

旅行先別では、国・地域によって傾向が分かれており、『飛行機』は、島嶼地域の中では「オーストラリア・ニュージーランド」（64.2%）、また大陸の中では「スペイン」（61.2%）、「カナダ」（58.4%）で全体よりも10ポイント以上高い利用率となった。

『タクシー・ハイヤー』の利用は、「タイ」（50.0%）、「インドネシア」（42.7%）、「その他東南アジア」（39.3%）、「シンガポール」（36.4%）などの東南アジアで高い割合を占める。

『列車』は、ヨーロッパ諸国、及び台湾や韓国、香港・マカオなどで多く、利用率の高い順に「イギリス」（56.9%）、「フランス」（55.5%）、「スペイン」（53.1%）、「台湾」（45.3%）、「その他ヨーロッパ」（42.7%）、「ドイツ」（41.6%）、「韓国」（41.4%）、「イタリア」（40.7%）、「香港・マカオ」（39.8%）となる。

『貸切バス・定期観光バス』や『路線バス』についてもヨーロッパでの利用率が高く、特に前者は「イギリス」（44.9%）、「フランス」（32.2%）、「スペイン」（32.0%）、後者は「その他ヨーロッパ」（47.6%）、「イタリア」（45.3%）、「ドイツ」（39.7%）、「フランス」（31.8%）で全体よりも10ポイント以上大きい値である。

そのほか、『観光客向けの巡回バスなど』は「グアム・サイパン」（33.8%）、「ハワイ」（31.2%）で全体よりも15ポイント以上高い利用率である。

『船（フェリー、観光船など）』は、「ハワイ」「南太平洋」「オーストラリア・ニュージーランド」「グアム・サイパン」などの島嶼地域や、北米、イギリスで利用率が高くなった。

そのほか、『レンタカー』の利用率は、「カナダ」（26.5%）で最も高く、次いで「イタリア」（23.3%）、「南太平洋」（20.4%）、「その他ヨーロッパ」（20.1%）、「オーストラリア・ニュージーランド」（19.9%）となった。

表I-3-8　旅行先（国・地域）別の旅行先での交通手段（複数回答）

（単位：%）

旅行先＼交通手段	飛行機	タクシー・ハイヤー	列車	貸切バス・定期観光バス	路線バス	観光客向けの巡回バスなど	船（フェリー、観光船など）	レンタカー	レンタサイクル	交通機関は利用しなかった	その他	サンプル数
全体	47.6	30.6	30.6	21.8	21.3	11.1	9.7	9.2	3.8	1.7	1.1	(4,615)
前年	*46.8*	*31.6*	*29.2*	*20.4*	*20.2*	*10.8*	*9.6*	*8.9*	*1.5*	*1.4*	*4.5*	*(4,584)*
韓国	46.8	30.3	41.4	20.6	10.9	5.7	5.5	3.5	2.5	0.8	1.4	(705)
中国	54.9	19.2	25.5	14.8	29.9	5.5	11.0	7.6	2.0	1.7	0.8	(296)
台湾	43.3	33.5	45.3	25.2	18.9	6.9	7.4	4.6	3.9	2.8	1.0	(665)
香港・マカオ	43.6	29.2	39.8	30.4	15.2	11.2	8.4	18.0	2.8	2.5	0.0	(267)
シンガポール	51.9	36.4	30.6	17.1	11.9	13.3	12.0	4.9	3.4	1.9	0.5	(223)
インドネシア	41.7	42.7	7.0	8.1	10.9	15.0	11.8	8.5	3.7	3.9	3.2	(118)
マレーシア	50.5	30.9	26.8	18.3	21.4	11.0	9.1	5.8	2.1	2.7	2.4	(135)
タイ	45.1	50.0	28.3	18.1	12.8	7.6	6.3	11.1	6.3	1.6	1.4	(340)
その他東南アジア	47.9	39.3	11.1	12.1	29.7	7.9	1.0	13.1	5.2	0.4	1.9	(305)
オーストラリア・ニュージーランド	64.2	19.5	33.9	22.0	22.7	10.5	18.3	19.9	2.2	1.4	0.0	(164)
南太平洋	41.4	6.0	0.0	23.0	27.0	11.5	19.9	20.4	0.0	0.0	6.6	(16)
ハワイ	48.7	29.2	8.0	28.5	11.5	31.2	24.7	6.0	1.2	4.1	1.5	(471)
グアム・サイパン	51.5	28.0	7.5	20.0	14.0	33.8	17.7	4.7	0.0	4.8	0.0	(165)
アメリカ本土	55.5	30.4	26.8	23.0	18.2	10.9	23.1	11.9	7.8	2.4	1.0	(240)
カナダ	58.4	17.6	31.1	25.2	27.1	16.1	21.9	26.5	8.3	8.6	0.0	(61)
フランス	56.5	24.3	55.5	32.2	31.8	10.2	9.7	4.7	1.6	2.0	0.0	(141)
イギリス	41.9	35.3	56.9	44.9	30.1	15.9	19.7	17.1	2.5	3.0	0.0	(104)
スペイン	61.2	31.0	53.1	32.0	28.2	16.5	1.5	5.9	2.0	1.5	0.0	(97)
イタリア	48.5	26.4	40.7	19.8	45.3	6.9	5.5	23.3	4.3	0.8	0.9	(135)
ドイツ	52.3	19.8	41.6	27.4	39.7	10.4	10.1	11.5	3.3	1.0	1.0	(104)
その他ヨーロッパ	49.9	19.2	42.7	29.7	47.6	8.0	6.1	20.1	6.0	0.0	0.0	(267)
その他	61.2	24.0	22.2	13.3	46.8	7.4	5.8	16.0	6.8	0.0	1.7	(171)

（注）1回の旅行につき、複数の旅行先（国・地域）を訪問したデータを含む。
資料：（公財）日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

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

⑤旅行先と宿泊施設（表I-3-9）

旅行先で利用した主な宿泊施設をみると、全体では『ホテル』（96.3%）が大半である。その内訳は、『シティホテル』（44.2%）、『リゾートホテル』（38.6%）、『ビジネスホテル』（13.6%）の順となっている。

旅行先別にみてみると、『シティホテル』の利用率は多くの国・地域で総じて高い（30%以上）一方で、「南太平洋」「グアム・サイパン」「ハワイ」「インドネシア」では低く、これらの地域では『リゾートホテル』の利用率が高くなっている。『ビジネスホテル』については、ほとんどの国・地域で10%に満たない利用率であるが、東アジアやヨーロッパの一部（イタリア、スペイン）、アメリカ本土では、10%以上の利用率を示した。特に、「韓国」（25.7%）、「台湾」（19.5%）では高い値である。

そのほか、『別荘・リゾートマンション・会員制の宿泊施設』では「ハワイ」（8.6%）で全体よりも5ポイント以上、『ゲストハウス・ドミトリー』では「南太平洋」（18.7%）で全体よりも10ポイント以上大きい値となった。帰省や親戚・知人訪問を目的とした渡航が多い「アメリカ本土」「カナダ」では『実家・親戚・知人宅』の利用率が他国に比べて大きい値となった。

表I-3-9　旅行先（国・地域）別の宿泊施設（複数回答）

（単位：%）

旅行先＼宿泊施設	ホテル	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	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
全体	96.3	44.2	13.6	38.6	3.3	0.7	2.2	4.7	4.3	2.5	(4,197)
前年	*88.1*	*44.0*	*13.7*	*39.0*	*3.1*	*0.7*	*2.1*	*3.7*	*4.7*	*2.6*	*(4,231)*
韓国	87.5	50.1	25.7	11.6	1.1	0.3	0.4	6.3	2.6	1.9	(639)
中国	85.1	47.8	14.2	23.1	2.4	0.8	0.5	2.1	8.8	0.2	(235)
台湾	88.8	49.5	19.5	19.8	2.2	1.0	0.6	3.6	1.9	1.9	(593)
香港・マカオ	93.5	47.4	13.6	32.5	2.5	0.5	1.2	0.9	1.3	0.0	(193)
シンガポール	89.3	31.1	8.1	50.0	3.1	0.8	2.0	1.3	3.6	0.0	(149)
インドネシア	83.7	10.6	6.6	66.4	2.2	0.8	2.3	8.2	2.8	0.0	(81)
マレーシア	82.6	32.5	7.3	42.7	3.2	0.6	4.1	6.3	3.2	0.0	(82)
タイ	84.6	43.6	5.6	35.3	2.5	0.2	1.7	4.3	5.5	1.2	(281)
その他東南アジア	84.7	36.1	9.4	39.1	2.1	0.5	0.6	3.5	4.8	3.9	(259)
オーストラリア・ニュージーランド	78.7	32.2	5.4	41.1	2.7	0.6	2.3	4.6	6.9	4.3	(149)
南太平洋	62.0	0.0	4.8	57.2	6.9	0.0	0.0	18.7	4.8	7.5	(13)
ハワイ	84.9	10.1	2.1	72.7	1.2	0.0	8.6	3.0	0.9	1.3	(444)
グアム・サイパン	95.3	5.3	1.5	88.5	0.0	0.0	0.4	2.8	0.6	0.8	(146)
アメリカ本土	72.2	36.5	11.6	24.1	3.9	0.9	1.5	4.1	14.4	3.0	(208)
カナダ	70.3	35.5	7.8	27.1	7.9	2.0	2.0	7.0	9.5	1.2	(43)
フランス	75.9	39.7	9.8	26.5	2.2	0.7	3.8	7.9	6.4	3.1	(72)
イギリス	73.1	48.0	7.2	17.9	8.0	0.0	4.0	4.5	5.9	4.5	(64)
スペイン	74.3	42.8	11.3	20.2	4.8	0.8	1.8	9.5	5.6	3.2	(59)
イタリア	89.8	48.9	14.5	26.4	3.8	0.9	0.0	0.6	1.0	3.8	(88)
ドイツ	79.7	53.2	9.9	16.5	5.0	0.0	2.3	2.9	9.0	1.1	(45)
その他ヨーロッパ	83.3	47.8	9.9	25.6	6.3	0.0	1.9	3.3	1.1	4.1	(204)
その他	76.9	38.5	2.2	36.1	7.1	2.5	1.6	3.6	2.2	6.1	(150)

（注）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。

資料：（公財）日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

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

⑥旅行先と宿泊数（表I-3-10）

旅行先での宿泊数について全体でみると、『3泊』が最も多く（24.9%）、次いで『2泊』（17.6%）、『4泊』（15.3%）、『5泊』（11.1%）となっている。

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、アメリカ本土やカナダでは6泊以上の滞在が全体の50%以上を占めている。『10～13泊』では「カナダ」（16.4%）、「ドイツ」（14.2%）が、『8～9泊』では「イタリア」（21.9%）、「その他ヨーロッパ」（21.1%）、「スペイン」（18.3%）、「ドイツ」（16.4%）、「カナダ」（15.9%）、『7泊』では「イタリア」（23.8%）、「イギリス」（19.2%）、「その他ヨーロッパ」（18.5%）、「スペイン」（17.3%）が、全体よりも10ポイント以上大きい値である。

一方、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」「香港・マカオ」への旅行者のそれぞれ75%以上が『1～3泊』の滞在である。『2泊』の旅行では、「韓国」（45.7%）、「香港・マカオ」（31.7%）、「台湾」（30.5%）が全体よりも10ポイント以上大きい値となっている。

東南アジアや、オーストラリア・ニュージーランド、南太平洋、ハワイ、グアム・サイパンなどへの旅行では、『3～5泊』の滞在が多くなり、『3泊』では「グアム・サイパン」（44.9%）、「シンガポール」（44.0%）、「台湾」（42.1%）、「香港・マカオ」（41.2%）で全体の15ポイント以上、『4泊』では「その他東南アジア」（25.7%）、「タイ」（25.4%）で全体より10ポイント以上大きい値となっている。

表I-3-10 旅行先（国・地域）別の宿泊数

（単位：%）（単位：泊）

旅行先＼宿泊数	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
全体	3.6	17.6	24.9	15.3	11.1	7.4	7.1	5.6	3.6	1.9	0.7	1.3	5.0	(4,197)
前年	*3.6*	*15.9*	*23.4*	*16.3*	*12.0*	*7.3*	*7.9*	*6.8*	*3.4*	*1.5*	*0.5*	*1.4*	*5.0*	*(4,231)*
韓国	13.4	45.7	26.9	7.8	2.7	1.4	0.2	0.9	0.2	0.0	0.2	0.5	2.9	(639)
中国	3.8	21.4	33.7	16.0	7.4	4.9	5.0	3.1	1.6	1.2	0.9	1.0	4.1	(235)
台湾	5.1	30.5	42.1	12.7	4.0	1.7	0.9	0.8	1.1	0.6	0.3	0.3	3.1	(593)
香港・マカオ	3.4	31.7	41.2	14.1	3.3	3.0	1.2	0.5	1.1	0.5	0.0	0.0	2.9	(193)
シンガポール	4.6	20.2	44.0	14.5	8.4	5.1	0.4	0.8	1.0	1.0	0.0	0.0	3.7	(149)
インドネシア	0.0	7.9	25.1	22.0	16.3	6.5	2.3	7.0	3.0	4.3	1.6	4.0	5.8	(81)
マレーシア	0.7	8.7	26.6	20.6	18.1	7.1	7.7	6.5	1.2	0.8	0.0	2.0	5.7	(82)
タイ	0.6	8.8	25.2	25.4	12.2	7.1	6.7	3.7	4.1	2.1	1.0	3.1	6.1	(281)
その他東南アジア	0.8	6.9	22.5	25.7	12.6	7.6	7.5	9.0	3.2	1.3	0.0	2.9	5.2	(259)
オーストラリア・ニュージーランド	1.1	4.7	12.8	21.9	18.9	9.9	10.9	4.4	5.9	4.8	1.7	3.0	7.8	(149)
南太平洋	0.0	0.0	13.3	25.2	18.6	21.0	8.5	0.0	5.5	0.0	0.0	7.9	6.3	(13)
ハワイ	1.0	4.0	14.8	22.7	25.1	10.2	11.1	4.3	3.7	0.9	0.9	1.4	5.8	(444)
グアム・サイパン	0.0	18.1	44.9	17.9	7.3	4.7	3.8	1.0	1.5	0.0	0.0	1.0	3.7	(146)
アメリカ本土	0.7	2.8	9.4	12.7	18.4	13.1	14.7	13.2	8.1	2.5	1.0	3.5	7.4	(208)
カナダ	0.0	0.0	13.7	8.3	10.3	16.3	8.8	15.9	16.4	6.4	0.0	3.9	6.4	(43)
フランス	0.0	0.0	7.9	18.8	19.7	9.3	15.2	6.2	10.1	11.3	1.3	0.0	5.8	(72)
イギリス	0.0	3.1	15.4	10.4	12.5	13.3	19.2	6.5	6.9	11.8	1.0	0.0	6.6	(64)
スペイン	0.0	0.0	9.6	7.3	11.2	14.7	17.3	18.3	10.2	11.5	0.0	0.0	8.2	(59)
イタリア	0.0	0.0	1.8	7.6	16.4	13.3	23.8	21.9	12.2	0.8	2.1	0.0	7.3	(88)
ドイツ	2.3	2.9	14.8	10.5	6.1	15.8	10.2	16.4	14.2	3.7	0.0	3.2	6.2	(45)
その他ヨーロッパ	0.0	0.6	4.0	7.4	13.9	24.8	18.5	21.1	4.4	3.2	2.2	0.0	7.6	(204)
その他	0.0	1.0	7.2	9.7	16.3	13.3	18.1	13.9	12.6	4.9	2.0	1.0	7.0	(150)

（注）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。
資料：（公財）日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

全体の比率より15ポイント以上大きい値　全体の比率より10ポイント以上大きい値　全体の比率より5ポイント以上大きい値
平均宿泊数が全体平均値より0.5泊以上大きい値（平均宿泊数については、28泊以上は28泊と仮定して算出。）

⑦旅行先と旅行費用（表I-3-11）

交通費や宿泊費、飲食代、土産代などを含めた旅行1回1人当たりの総費用については、全体でみると、『20万円以上30万円未満』（14.7%）、及び『10万円以上15万円未満』（14.7%）の割合が最も高くなった。

平均費用（概数）でみると、ヨーロッパ諸国やアメリカ本土・カナダ、南太平洋、ハワイやオーストラリア・ニュージーランドで高くなる傾向にあり、高い順に「イギリス」「南太平洋」「ドイツ」「イタリア」「カナダ」「フランス」「アメリカ本土」「スペイン」「その他ヨーロッパ」「ハワイ」「オーストラリア・ニュージーランド」となる。『100万円以上』では「アメリカ本土」「イギリス」「南太平洋」で全体よりも5ポイント以上大きい値となっている。

一方、東アジアや東南アジア、グアム・サイパンでは比較的安価な旅行費用であり、20万円未満である割合が50%以上となっている。特に「韓国」「中国」「台湾」への旅行では80%以上が20万円未満である。

価格帯によるばらつきは、「ドイツ」「ハワイ」「フランス」「カナダ」「スペイン」で比較的小さく、「イタリア」「南太平洋」で特に大きい傾向である。

表I-3-11 旅行先（国・地域）別の旅行費用価格帯

（単位：%）（単位：円）

旅行先＼消費額	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
全体	1.8	5.9	9.1	12.3	14.7	13.1	14.7	9.3	4.8	3.3	2.2	1.2	0.7	0.7	2.4	229,549	(4,197)
前年	*1.8*	*5.2*	*9.6*	*12.0*	*15.4*	*12.2*	*15.9*	*9.0*	*5.1*	*3.5*	*1.8*	*1.6*	*0.8*	*0.7*	*2.2*	*230,439*	*(4,231)*
韓国	5.6	17.9	19.2	19.9	17.4	7.7	5.4	2.0	1.2	0.5	0.7	0.0	0.0	0.0	0.5	111,057	(639)
中国	3.4	9.7	13.7	19.6	23.1	11.1	11.3	1.4	2.5	1.3	0.4	0.8	0.4	0.0	0.0	142,436	(235)
台湾	2.1	9.7	17.8	26.3	16.8	11.2	5.3	4.5	0.5	0.2	0.9	0.4	0.2	0.4	0.6	130,573	(593)
香港・マカオ	0.5	5.6	20.4	16.8	16.0	14.5	10.8	3.3	2.5	2.7	1.2	0.8	0.3	0.0	1.0	166,476	(193)
シンガポール	1.6	2.4	4.5	11.8	23.9	19.1	13.8	9.6	3.3	1.8	0.8	0.0	0.0	0.8	2.4	207,685	(149)
インドネシア	1.1	5.2	10.1	7.9	12.8	15.2	23.4	8.4	2.8	1.8	1.3	4.4	1.2	0.0	0.0	220,311	(81)
マレーシア	0.7	0.0	15.6	20.0	14.0	16.8	18.0	5.0	2.5	0.8	0.0	0.8	0.0	0.7	0.7	170,880	(82)
タイ	1.7	4.0	4.9	14.2	22.5	22.3	14.0	10.1	2.5	1.0	0.3	0.8	0.0	0.0	0.4	184,462	(281)
その他東南アジア	1.0	1.5	5.0	11.2	24.5	16.7	19.3	9.6	4.5	3.1	0.7	0.5	0.3	0.4	0.9	215,415	(259)
オーストラリア・ニュージーランド	1.0	0.4	0.6	4.8	9.1	15.9	20.9	14.8	10.8	6.8	2.4	2.1	0.4	2.4	2.1	312,780	(149)
南太平洋	0.0	0.0	0.0	7.8	24.2	0.0	7.9	7.9	25.8	0.0	13.3	5.3	0.0	0.0	7.8	404,298	(13)
ハワイ	0.4	1.3	1.1	3.7	8.5	12.2	23.2	11.7	11.0	7.3	4.4	2.3	0.7	1.5	5.5	346,554	(444)
グアム・サイパン	0.4	2.5	7.8	8.2	21.6	18.7	14.9	6.7	4.9	2.6	2.7	0.7	1.5	0.0	3.3	237,643	(146)
アメリカ本土	0.3	1.0	2.5	1.3	5.5	13.4	23.8	16.0	9.1	7.5	4.3	1.2	0.6	2.0	8.0	372,399	(208)
カナダ	0.0	2.1	0.0	2.1	3.6	16.9	17.6	18.2	10.5	4.6	6.2	3.9	3.7	1.6	4.3	375,972	(43)
フランス	0.0	2.1	0.0	2.1	3.6	16.9	17.6	18.2	10.5	4.6	6.2	3.9	3.7	1.6	4.3	375,972	(72)
イギリス	0.0	0.0	4.9	1.4	7.3	5.9	16.0	25.9	1.4	11.9	8.1	3.5	2.5	3.1	8.0	435,945	(64)
スペイン	1.8	1.8	0.0	5.3	10.1	19.1	12.2	22.1	6.3	4.8	1.8	3.6	1.2	3.9	5.1	351,139	(59)
イタリア	0.0	0.0	0.0	0.0	1.8	8.4	22.1	30.3	14.7	7.8	3.8	3.1	0.8	2.4	1.4	379,147	(88)
ドイツ	4.6	2.6	1.4	0.0	2.7	15.3	20.9	8.1	8.6	8.9	10.3	3.2	2.3	2.7	4.6	384,196	(45)
その他ヨーロッパ	0.0	2.6	0.8	2.3	6.9	7.8	27.7	23.3	7.2	5.4	4.0	1.9	3.7	0.0	3.8	348,788	(204)
その他	0.0	0.0	1.4	0.6	7.6	17.3	23.8	15.2	5.2	7.2	7.5	2.8	2.6	0.8	5.5	372,018	(150)

（注）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。

資料：（公財）日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

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

⑧旅行先と現地で楽しんだ活動（表I-3-12）

現地で楽しんだ活動では、『まち並み散策 ・ まち歩き』（50.8%）、『ショッピング ・ 買い物』（49.4%）、『現地グルメ ・ 名物料理』（49.0%）、『自然や景勝地の訪問』（46.5%）、『歴史・文化的な名所の訪問』（45.2%）、『都市観光・都会見物』（45.0%）の割合が高くなり、旅行者の4割以上が現地で楽しんだとしている。

それぞれの活動について、楽しんだ旅行者の多い国 ・ 地域をみてみると、『まち並み散策・まち歩き』では「その他ヨーロッパ」（71.4%）、「スペイン」（68.3%）、「フランス」（66.9%）、「イタリア」（66.2%）、『ショッピング・買い物』では「ハワイ」（66.6%）、『自然や景勝地の訪問』では「カナダ」（77.4%）、「オーストラリア ・ ニュージーランド」（73.5%）、「スペイン」（71.6%）、「その他ヨーロッパ」（69.8%）、『歴史 ・ 文化的な名所の訪問』では「イタリア」（77.5%）、「その他ヨーロッパ」（76.0%）、「イギリス」（75.3%）、「フランス」（73.0%）、「スペイン」（66.9%）、「その他東南アジア」（61.9%）、『都市観光 ・ 都会見物』では「その他ヨーロッパ」（68.6%）、「イギリス」（66.5%）、「シンガポー

表I-3-12 旅行先（国・地域）別の現地活動（複数回答）

旅行先＼現地活動	まち並み散策・まち歩き	ショッピング・買い物	現地グルメ・名物料理	自然や景勝地の訪問	歴史・文化的な名所の訪問	都市観光・都会見物	世界遺産訪問	リゾート滞在（海浜）	美術館・博物館	観光施設・動物園・水族館	海水浴・マリンスポーツ	スパ・エステ	祭り・イベント	芸術鑑賞（観劇、コンサート・ライブなど）	家族や親戚、友人知人訪問	テーマパーク・レジャーランド	写真・写生	アウトドア体験（カヌー、乗馬体験、気球など）
全体	50.8	49.4	49.0	46.5	45.2	45.0	14.5	13.8	13.3	11.6	9.3	7.1	6.6	6.5	6.0	5.9	5.0	3.6
前年	*52.3*	*47.9*	*50.0*	*48.0*	*44.6*	*44.9*	*14.2*	*14.2*	*14.7*	*10.4*	*10.0*	*6.7*	*6.3*	*6.2*	*6.0*	*5.5*	*6.0*	*3.9*
韓国	42.2	58.8	58.0	24.3	35.4	32.0	4.2	1.9	3.9	6.6	0.0	13.2	4.3	7.2	3.3	4.0	4.6	0.6
中国	44.1	27.8	31.2	47.6	50.5	42.1	16.2	0.4	8.7	8.0	0.0	1.5	3.0	7.8	1.8	6.1	2.7	0.0
台湾	55.7	49.9	61.9	41.9	52.0	50.2	4.9	1.8	17.1	10.8	1.3	6.7	8.4	1.9	5.3	2.2	3.1	0.8
香港・マカオ	54.6	43.9	48.2	24.0	39.9	50.0	9.4	3.1	3.5	10.0	0.3	3.6	6.4	2.3	2.8	15.0	4.3	0.9
シンガポール	55.1	37.9	31.0	44.0	37.7	60.1	5.5	10.3	5.4	31.5	3.0	1.1	12.4	1.5	4.9	22.2	1.8	1.0
インドネシア	46.7	40.4	35.5	49.9	33.3	27.5	15.3	35.6	8.4	10.5	16.9	14.2	8.0	14.0	1.7	1.7	3.2	5.0
マレーシア	41.6	46.4	49.3	52.2	33.2	38.7	15.9	18.9	9.5	14.5	14.9	9.1	5.7	0.0	6.7	6.9	9.0	4.5
タイ	46.1	54.6	52.5	39.7	41.4	40.8	15.0	21.4	3.3	15.6	12.3	19.9	8.4	4.1	5.4	4.7	6.4	4.9
その他東南アジア	44.4	39.5	42.4	55.7	61.9	40.6	23.1	14.9	5.9	7.2	13.2	11.4	4.2	6.0	6.1	2.4	7.1	4.2
オーストラリア・ニュージーランド	54.5	43.7	38.8	73.5	34.1	51.3	19.6	19.5	11.1	21.2	15.8	1.5	7.8	3.1	7.8	6.5	8.4	5.6
南太平洋	25.3	25.1	12.5	54.3	0.0	12.5	0.0	69.0	0.0	7.5	27.9	5.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
ハワイ	51.9	66.6	57.0	57.7	28.3	36.8	2.0	51.7	2.5	15.6	32.7	7.0	7.9	2.8	7.5	6.5	2.9	8.9
グアム・サイパン	29.3	60.3	46.8	36.5	17.8	20.0	0.0	53.9	0.8	10.8	46.0	5.1	6.2	3.2	4.3	7.4	0.7	12.7
アメリカ本土	50.2	49.2	37.3	39.9	34.4	52.7	10.8	5.5	23.5	12.5	4.1	3.6	7.4	18.6	7.5	16.8	16.1	3.8
カナダ	62.0	55.3	50.4	77.4	50.1	55.0	22.0	5.0	22.1	29.8	5.2	2.7	7.3	9.0	15.6	8.1	18.2	11.4
フランス	66.9	44.9	48.9	51.1	73.0	58.1	41.0	9.7	51.1	12.0	2.4	2.3	6.8	13.7	14.0	3.5	8.3	2.3
イギリス	64.0	49.8	39.0	57.8	75.3	66.5	29.0	0.0	55.1	13.3	0.0	0.0	7.9	23.9	2.9	4.8	6.2	0.0
スペイン	68.3	43.1	56.1	71.6	66.9	58.6	41.4	5.4	50.6	11.9	1.1	0.0	8.4	16.9	6.1	0.0	6.7	0.0
イタリア	66.2	43.4	51.0	55.9	77.5	58.3	54.3	0.7	49.8	7.2	0.0	0.0	5.1	8.7	11.7	0.8	1.2	1.1
ドイツ	48.5	35.2	29.9	56.6	59.5	51.8	16.3	0.0	29.5	10.6	3.2	0.0	12.7	3.0	3.0	3.0	11.7	0.0
その他ヨーロッパ	71.4	45.4	45.0	69.8	76.0	68.6	45.7	5.2	36.7	6.1	2.9	0.8	4.8	17.7	11.6	2.3	3.1	4.2
その他	54.2	37.4	36.2	71.5	63.8	59.7	47.3	7.0	25.3	6.3	14.1	2.3	5.0	6.2	12.9	2.9	2.7	10.7

（注）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。
全体の比率より15ポイント以上大きい値　全体の比率より10ポイント以上大きい値　全体の比率より5ポイント以上大きい値

ル」(60.1%) で全体よりも15ポイント以上大きな値となっている。『現地グルメ・名物料理』については、顕著な傾向はみられないが、「台湾」(61.9%)、「韓国」(58.0%)、「ハワイ」(57.0%)、「スペイン」(56.1%) で比較的高い割合となっている。

そのほか、『リゾート滞在(海浜)』や『海水浴・マリンスポーツ』は「南太平洋」「ハワイ」「グラム・サイパン」において特に大きい値であり、『美術館・博物館』『芸術鑑賞(観劇、コンサート・ライブなど)』はヨーロッパ諸国が比較的高い値となった。

そのほかの特徴として、『観光施設・動物園・水族館』については「シンガポール」「カナダ」で全体よりも15ポイント以上大きい値である。

「カナダ」では『季節の花見』が全体より15ポイント以上、『ドライブ』が10ポイント以上となるほか、『マラソン・ジョギング』『生活文化体験』『観光産業』『リゾート体験(高原)』『野生動物観察』など、幅広い体験が提供されていることがわかる。「シンガポール」においては、観光施設・動物園・水族館、テーマパーク・レジャーランドなどの施設での楽しみを提供していることが読み取れる。

(単位:%)

登山・トレッキング	ドライブ	温泉	ゴルフ	季節の花見	野生動物観察(クジラ、鳥など)	リゾート滞在(高原)	産業観光(工場見学、モノづくりの現場見学など)	スポーツ観戦	生活文化体験(陶芸体験、そば打ち体験など)	サイクリング	マラソン・ジョギング	スキー・スノーボード	果物狩り・農林漁業体験	その他	現地ツアー・体験プログラム等の参加率	サンプル数	現地活動 / 旅行先
3.6	3.3	3.1	2.9	2.2	2.0	1.9	1.7	1.5	1.2	1.0	0.6	0.6	1.3	1.9	–	(4,197)	全体
3.6	*3.4*	*2.9*	*3.0*	*2.5*	*2.4*	*2.0*	*1.6*	*1.6*	*1.4*	*1.1*	*0.8*	*0.3*	*0.5*	*2.0*		*(4,231)*	*前年*
1.3	1.0	3.5	0.7	1.9	0.2	1.1	1.6	2.1	0.4	0.4	0.2	0.2	1.7	0.6	18.2	(639)	韓国
1.6	0.6	3.1	1.5	2.8	0.5	1.5	0.9	1.8	0.5	0.2	0.0	0.6	0.7	1.6	35.9	(235)	中国
1.0	1.2	7.1	0.9	2.1	0.6	0.6	0.8	2.4	1.5	0.3	0.2	0.4	0.6	1.6	30.9	(593)	台湾
2.9	0.3	3.0	0.7	0.0	0.5	0.5	0.0	1.0	0.3	0.8	0.5	0.0	2.6	0.7	35.8	(193)	香港・マカオ
0.0	1.0	5.6	1.2	3.6	2.0	2.5	1.3	1.6	0.5	1.3	0.0	0.0	0.0	0.5	40.4	(149)	シンガポール
2.0	1.6	2.4	3.6	2.8	2.1	5.2	0.8	0.8	2.1	0.8	0.8	0.8	0.0	7.1	35.3	(81)	インドネシア
4.1	2.4	3.3	4.3	1.8	5.5	6.0	0.0	2.3	0.8	0.0	1.5	0.8	0.0	1.3	27.1	(82)	マレーシア
0.0	2.9	1.4	9.2	1.6	1.3	1.1	0.7	0.9	1.0	2.0	0.3	0.4	1.6	0.3	32.0	(281)	タイ
2.9	1.5	1.1	1.2	0.0	3.2	3.9	0.2	1.8	0.4	0.4	0.0	1.2	2.6	3.3	39.1	(259)	その他東南アジア
7.5	6.1	2.5	7.8	6.2	9.4	4.7	3.5	1.5	0.4	0.0	2.1	1.5	2.0	3.9	49.5	(149)	オーストラリア・ニュージーランド
0.0	7.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	17.7	(13)	南太平洋
12.6	10.4	1.3	7.2	1.6	3.3	1.0	0.2	1.4	3.5	2.8	0.2	0.2	1.6	1.0	52.0	(444)	ハワイ
1.5	7.4	2.9	6.0	1.3	0.5	1.3	0.9	0.0	0.0	0.9	0.9	0.9	0.0	0.0	51.7	(146)	グアム・サイパン
4.9	8.1	1.7	5.6	1.3	1.6	1.2	10.2	0.5	1.4	2.2	1.4	1.7	1.2	2.0	32.5	(208)	アメリカ本土
10.8	16.2	5.0	5.2	18.4	11.7	10.3	7.7	2.7	7.7	2.7	10.2	2.7	0.0	5.5	40.3	(43)	カナダ
0.9	5.9	0.9	0.9	3.2	2.3	3.5	5.0	0.9	3.5	2.3	2.3	2.3	0.0	7.4	30.0	(72)	フランス
2.7	1.9	1.0	0.0	5.6	0.0	4.3	6.4	2.3	2.1	0.0	0.0	2.3	0.0	2.1	44.0	(64)	イギリス
1.1	1.1	1.6	0.0	2.7	0.0	0.0	1.8	1.1	1.6	2.3	0.0	1.1	0.9	1.1	24.0	(59)	スペイン
1.5	0.8	1.1	0.0	2.3	1.2	3.4	0.0	1.1	1.1	0.0	3.5	0.0	0.8	5.3	36.5	(88)	イタリア
3.5	5.9	2.3	0.0	0.0	0.0	0.0	5.6	0.0	2.3	3.2	2.3	0.0	0.0	5.9	33.1	(45)	ドイツ
5.1	1.4	1.6	0.0	3.9	0.3	3.4	1.0	1.3	0.0	0.3	0.7	0.5	3.0	2.4	34.3	(204)	その他ヨーロッパ
8.8	2.9	5.0	0.6	1.8	9.2	0.6	3.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.5	4.1	45.7	(150)	その他

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-3-13）

旅行先での満足度をみると、全体での最大シェアは『満足』であり、満足層（『大変満足』+『満足』+『やや満足』）の割合は94.3%となった。

『大変満足』の割合が最も高いのは、「ハワイ」（53.5%）であり、次いで「イギリス」（52.0%）、「フランス」（50.3%）となった。

また、満足度を指数化した得点でみてみると、最も指数が高かった国・地域も「ハワイ」（6.39）であり、次いで「スペイン」（6.28）、「オーストラリア・ニュージーランド」（6.26）、「イギリス」（6.26）となった。

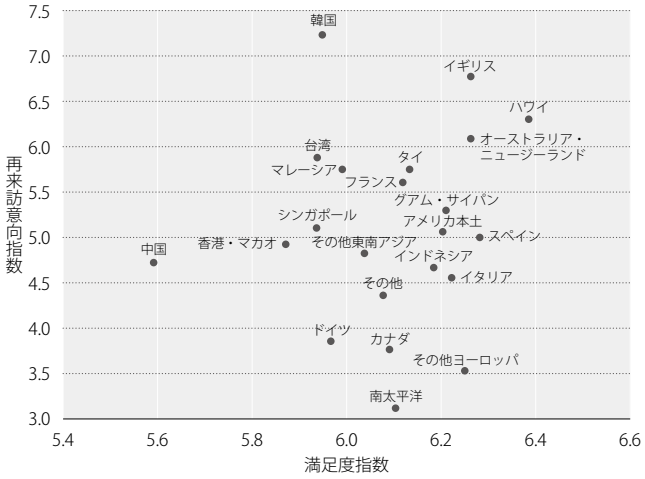
再来訪意向（1年以内に当該地域を再び訪れたいか）については、再来訪希望層（『大変そう思う』+『そう思う』+『やや思う』）は全体で76.2%となった。

『大変そう思う』の割合が最も高いのは、「ハワイ」（53.1%）であり、次いで「韓国」（51.5%）、「タイ」（39.6%）となった。

再来訪意向についても指数化した得点をみてみると、最も高いのは「韓国」（7.22）、次いで「イギリス」（6.77）、「ハワイ」（6.29）となった。

「ハワイ」「イギリス」「オーストラリア・ニュージーランド」などは、満足度と再来訪意向双方の値が大きいということが分かる。

図I-3-4　旅行先（国・地域）別の満足度・再来訪意向



表I-3-13 旅行先（国・地域）別の満足度・再来訪意向

（単位：%）

旅行先＼満足度	満足度 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
全体	38.6	41.1	14.6	4.0	0.9	0.3	0.5	6.10	(4,197)
前年	*38.4*	*39.7*	*15.7*	*4.4*	*1.2*	*0.4*	*0.2*	*6.08*	*(4,231)*
韓国	39.5	53.8	18.8	6.8	1.9	0.5	0.7	5.95	(528)
中国	22.3	42.8	24.8	6.7	1.2	0.3	0.3	5.59	(231)
台湾	33.5	44.5	16.4	4.4	0.6	0.0	0.5	5.99	(595)
香港・マカオ	27.5	35.3	18.4	4.7	1.2	1.4	0.0	5.87	(222)
シンガポール	29.0	44.9	15.0	2.4	1.6	0.6	0.0	5.94	(159)
インドネシア	36.9	29.6	8.3	9.4	0.0	0.0	0.7	6.19	(94)
マレーシア	30.7	42.7	31.1	11.4	1.0	0.0	1.9	5.94	(68)
タイ	36.5	44.4	12.5	2.9	1.1	0.0	0.3	6.13	(291)
その他東南アジア	35.9	39.2	19.7	3.5	0.6	0.0	0.0	6.04	(261)
オーストラリア・ニュージーランド	48.5	44.3	17.2	1.6	1.0	0.9	0.0	6.26	(133)
南太平洋	37.7	23.4	5.8	6.3	0.0	0.0	0.0	6.10	(17)
ハワイ	53.5	34.1	9.9	2.7	0.8	0.0	0.0	6.39	(439)
グアム・サイパン	40.9	36.1	7.0	2.5	0.0	0.6	2.0	6.21	(168)
アメリカ本土	48.3	28.9	9.7	2.3	0.4	0.5	0.0	6.20	(234)
カナダ	32.3	38.3	8.1	1.8	0.0	0.0	3.9	6.09	(50)
フランス	50.3	43.6	7.4	2.5	0.0	0.0	0.0	6.12	(66)
イギリス	52.0	44.5	15.8	11.3	2.0	0.0	0.0	6.26	(51)
スペイン	45.3	35.1	6.9	2.3	0.0	0.0	2.3	6.28	(63)
イタリア	43.4	33.0	6.2	0.0	0.0	0.9	0.0	6.22	(99)
ドイツ	37.6	21.0	9.4	3.9	0.0	0.0	2.1	5.97	(62)
その他ヨーロッパ	31.6	36.4	9.6	0.9	0.8	0.4	0.7	6.25	(250)
その他	40.2	45.5	12.3	2.7	1.3	0.0	0.0	6.08	(149)

（単位：%）

旅行先＼再来訪意向	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	全く思わない	再来訪意向指数	サンプル数
全体	34.1	26.0	16.1	11.6	6.3	4.2	1.6	5.50	(4,197)
前年	*32.1*	*28.0*	*16.9*	*12.6*	*5.9*	*3.1*	*1.4*	*5.53*	*(4,231)*
韓国	51.5	37.6	16.0	9.9	3.5	2.5	1.0	7.22	(639)
中国	16.0	22.9	18.2	18.2	15.2	4.8	3.1	4.71	(235)
台湾	35.8	31.1	16.7	8.9	3.8	2.6	1.1	5.74	(593)
香港・マカオ	31.0	22.2	15.4	10.4	5.6	2.0	1.8	4.92	(193)
シンガポール	22.8	29.7	21.5	9.2	6.8	3.3	0.0	5.09	(149)
インドネシア	35.9	15.1	11.2	8.4	7.4	4.4	2.5	4.65	(81)
マレーシア	23.4	27.1	21.0	29.1	7.8	5.3	5.0	5.87	(82)
タイ	39.6	28.6	16.2	7.9	2.7	1.5	1.3	5.74	(281)
その他東南アジア	22.7	21.6	16.4	13.5	11.5	9.8	3.4	4.82	(259)
オーストラリア・ニュージーランド	34.2	27.8	18.9	17.3	7.6	6.9	0.8	6.08	(149)
南太平洋	9.7	8.0	14.3	25.7	0.0	5.8	9.7	3.11	(13)
ハワイ	53.1	28.4	12.0	5.7	1.0	0.5	0.2	6.29	(444)
グアム・サイパン	36.0	29.7	11.3	7.6	2.7	1.3	0.6	5.28	(146)
アメリカ本土	33.7	21.8	13.6	11.5	5.2	4.3	0.0	5.05	(208)
カナダ	13.1	16.1	13.3	13.2	16.0	6.7	5.9	3.75	(43)
フランス	37.4	15.2	25.1	13.0	3.6	8.4	1.0	5.59	(72)
イギリス	35.5	33.7	20.8	23.8	5.4	4.5	2.0	6.77	(64)
スペイン	34.9	16.0	16.9	11.9	5.0	4.0	3.2	4.99	(59)
イタリア	28.3	18.8	17.1	5.3	9.3	4.2	0.5	4.55	(88)
ドイツ	20.9	17.7	11.3	11.0	9.0	0.0	4.2	3.84	(45)
その他ヨーロッパ	10.4	11.7	16.4	17.5	10.0	12.4	2.0	3.52	(204)
その他	14.8	10.6	18.0	23.4	18.6	11.3	5.1	4.35	(150)

（注）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。
（注）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）～全く思わない（1点）の7段階評価の平均値。
全体の比率より15ポイント以上大きい値　全体の比率より10ポイント以上大きい値　全体の比率より5ポイント以上大きい値

資料：（公財）日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

3 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、観光・レクリエーションを目的とする海外旅行に絞り、日本人の海外旅行の実態を詳しくみていく。なお、分析に用いた表データは全て「**JTBF旅行実態調査**」による。

①マーケットセグメントと申し込み時期（表I-3-14）

旅行の申し込み時期は、旅行の『3～5カ月前』（36.3%）、『1～2カ月前』（26.4%）が多く、合わせて全体の半分以上を占める。

マーケットセグメント別では、「家族旅行」において概ね申し込み時期が早く、「友人旅行」や「ひとり旅」では申し込み時期が出発日に近い傾向となった。

特徴的なものとして、「子育て中の女性による友人旅行」での『1年以上前』の割合が顕著に高くなった。また「子育て中の男性による友人旅行」でも『3～5カ月前』の割合が最も高くなっている。

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

（単位：%）

マーケットセグメント ＼ 申し込み時期	1年以上前	半年～1年前	3～5カ月前	1～2カ月前	3～4週間前	1～2週間前	4～6日前	2～3日前	出発前日	当日／出発後	サンプル数
全体	2.1	19.6	36.3	26.4	7.7	3.7	0.9	0.5	0.3	0.1	(4,615)
前年	*2.1*	*18.7*	*37.2*	*28.1*	*7.6*	*3.2*	*0.7*	*0.5*	*0.2*	*0.1*	*(4,584)*
家族旅行	3.94	27.7	46.5	29.1	8.1	2.1	1.1	0.8	0.4	0.1	(1,035)
乳幼児の子どもと一緒の家族旅行（小中高生を含まない）	3.9	21.7	36.3	22.6	5.7	1.0	2.5	0.0	0.4	0.0	(159)
小中高生の子どもと一緒の家族旅行（乳幼児連れも含む）	3.2	24.6	38.5	23.6	5.2	1.6	1.0	1.0	0.0	0.0	(364)
18歳以上のみの家族旅行	2.6	21.4	39.9	25.2	8.2	2.1	0.2	0.6	0.5	0.2	(512)
※3世代家族旅行	4.3	23.7	35.5	22.3	6.4	1.7	1.3	0.7	0.3	0.0	(224)
夫婦・カップル旅行	2.7	22.3	38.1	24.2	6.4	3.5	0.9	0.4	0.1	0.1	(1,527)
カップルでの旅行	4.1	20.7	27.0	28.9	8.6	8.0	2.9	0.7	0.6	0.5	(240)
夫婦での旅行(子どもなし)	2.3	24.4	35.9	25.8	5.4	2.5	0.8	0.3	0.0	0.0	(485)
子育て中の夫婦での旅行（末子が18歳未満）	2.4	19.0	26.4	19.9	10.6	13.0	2.9	1.2	0.0	0.0	(109)
子育て後の夫婦での旅行（末子が18歳以上）	2.5	22.0	45.3	22.1	5.7	1.2	0.0	0.2	0.0	0.0	(693)
友人旅行	0.9	17.9	34.9	30.0	8.7	3.6	0.4	0.3	0.1	0.0	(1,082)
未婚男性による友人旅行	0.9	14.6	30.8	30.8	13.1	4.9	0.0	1.3	0.3	0.0	(189)
既婚男性による友人旅行（子どもなし）	0.0	29.4	16.9	32.3	15.6	3.8	0.0	0.0	0.0	0.0	(38)
子育て中の男性による友人旅行（末子が18歳未満）	0.0	6.9	51.6	29.1	10.2	8.3	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）	0.9	16.5	35.8	28.8	7.2	7.2	2.0	0.0	0.0	0.0	(177)
未婚女性による友人旅行	0.8	19.6	33.7	30.4	8.1	3.8	0.0	0.4	0.0	0.0	(278)
既婚女性による友人旅行（子どもなし）	1.1	12.6	30.1	34.0	12.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	(82)
子育て中の女性による友人旅行（末子が18歳未満）	23.2	7.6	27.5	37.5	8.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	(12)
子育て後の女性による友人旅行（末子が18歳以上）	0.2	21.1	40.8	28.2	5.1	1.0	0.2	0.0	0.3	0.0	(277)
ひとり旅	1.4	14.5	31.0	28.2	10.5	6.8	1.5	1.1	1.1	0.0	(871)
男性のひとり旅	1.7	15.4	31.4	27.4	10.2	6.9	0.8	1.1	1.4	0.0	(520)
女性のひとり旅	0.9	13.2	30.3	29.4	11.0	6.7	2.5	1.1	0.7	0.0	(351)

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

資料：（公財）日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

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

②マーケットセグメントと出発月・出発日（表I-3-15）

「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」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。

一方で、子どもを伴わない「夫婦・カップル旅行」「友人旅行」では、職場の休みに影響されていることがうかがえる。特に「子育て中の男性による友人旅行」「子育て中の夫婦での旅行」では、『土曜日』『日曜・祝祭日』に旅行に出かける傾向が強い。

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

（単位：%）

マーケットセグメント ＼ 出発月・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・祝祭日	月～木曜日	金曜日	
全体	8.2	6.3	10.6	4.1	6.9	10.2	5.5	11.4	11.4	7.0	8.2	10.3	7.6	2.7	6.4	5.1	14.3	10.7	9.2	(4,615)
前年	*6.9*	*8.0*	*13.3*	*6.1*	*8.3*	*7.2*	*5.4*	*11.1*	*11.9*	*8.1*	*7.2*	*6.5*	*8.4*	*3.1*	*4.4*	*11.4*	*0.0*	*43.7*	*15.2*	*(4,584)*
家族旅行	8.3	6.5	11.8	3.7	6.7	9.9	5.8	15.9	9.9	4.9	7.0	11.8	14.7	4.0	10.6	7.0	18.7	16.0	11.7	(1,035)
乳幼児の子どもと一緒の家族旅行（小中高生を含まない）	7.4	9.7	9.3	4.8	6.9	9.9	6.1	11.9	6.7	6.4	8.9	10.3	7.2	2.7	7.8	6.4	13.1	18.8	6.8	(159)
小中高生の子どもと一緒の家族旅行（乳幼児連れも含む）	8.9	5.0	14.2	3.4	8.0	9.5	5.5	24.0	7.7	4.3	4.5	9.0	22.3	4.5	10.2	5.5	13.4	9.9	7.8	(364)
18歳以上のみの家族旅行	8.2	6.6	10.9	3.6	5.7	10.2	5.8	11.4	12.5	5.0	8.1	14.3	6.5	2.2	9.7	5.7	17.0	12.9	11.3	(512)
※３世代家族旅行	4.8	9.5	14.6	4.1	9.8	9.3	6.4	16.3	8.3	5.1	7.9	3.4	12.0	4.3	4.9	5.9	16.6	14.7	10.7	(224)
夫婦・カップル旅行	8.8	6.1	9.7	4.3	6.8	10.7	5.5	11.1	11.4	6.8	7.8	10.7	6.3	2.9	6.2	4.7	14.6	10.6	9.9	(1,527)
カップルでの旅行	8.6	6.8	7.5	4.1	7.6	9.1	4.9	18.8	9.4	4.8	7.9	14.2	8.7	5.0	7.7	5.0	20.0	10.7	15.0	(240)
夫婦での旅行（子どもなし）	8.1	7.7	10.7	4.7	6.2	11.0	5.9	10.5	11.3	6.5	6.6	9.6	6.3	2.9	7.0	5.0	13.5	12.5	8.5	(485)
子育て中の夫婦での旅行（末子が18歳未満）	8.1	6.2	2.9	6.9	7.6	6.7	7.2	10.7	12.2	7.4	9.8	10.4	8.2	6.7	3.9	13.1	24.2	8.4	11.1	(109)
子育て後の夫婦での旅行（末子が18歳以上）	9.5	4.7	11.0	3.7	6.7	11.8	5.3	8.8	12.1	7.5	8.4	10.4	5.1	1.6	5.4	3.0	11.9	9.7	8.9	(693)
友人旅行	7.3	6.6	12.3	3.3	6.8	10.6	5.1	9.8	12.6	8.3	9.2	7.9	7.1	1.7	3.6	5.7	15.0	10.2	9.4	(1,082)
未婚男性による友人旅行	9.3	6.1	12.3	4.0	6.3	8.9	3.1	13.1	14.8	7.8	6.9	9.3	10.3	2.8	7.5	8.3	16.4	11.2	8.1	(189)
既婚男性による友人旅行（子どもなし）	5.2	5.1	5.6	4.3	9.6	24.8	1.7	19.2	7.0	8.9	6.2	3.3	7.7	1.4	0.0	7.9	11.4	4.5	3.5	(38)
子育て中の男性による友人旅行（末子が18歳未満）	6.8	19.9	3.6	1.9	0.0	10.8	2.2	15.1	9.2	7.0	12.2	17.4	10.1	0.0	0.0	21.1	37.9	6.9	16.9	(29)
子育て後の男性による友人旅行（末子が18歳以上）	6.7	9.2	18.5	3.4	6.2	10.6	5.1	5.8	10.5	6.5	9.4	7.1	2.8	1.2	2.5	6.5	17.7	10.6	11.2	(177)
未婚女性による友人旅行	8.5	5.9	12.9	2.9	5.3	7.9	5.1	8.9	13.9	9.2	11.1	8.6	9.3	1.7	5.3	5.6	12.9	11.2	7.4	(278)
既婚女性による友人旅行（子どもなし）	4.8	4.7	6.4	4.6	10.0	11.5	6.3	5.3	11.4	12.3	4.3	12.3	6.9	1.8	0.0	7.7	15.7	12.7	8.0	(82)
子育て中の女性による友人旅行（末子が18歳未満）	0.0	0.0	17.6	4.5	7.6	8.7	10.8	12.1	22.2	0.0	0.0	21.0	5.4	7.6	21.0	0.0	19.9	5.4	19.9	(12)
子育て後の女性による友人旅行（末子が18歳以上）	6.4	5.6	11.0	2.9	8.3	12.5	6.6	10.5	12.0	8.0	10.7	4.5	5.1	1.2	1.2	1.2	12.2	8.8	11.1	(277)
ひとり旅	8.7	6.0	8.5	5.2	7.7	8.9	5.2	8.9	12.1	7.9	8.7	10.4	4.8	3.4	6.8	4.8	12.7	8.8	7.9	(871)
男性のひとり旅	9.4	5.6	8.9	4.6	8.4	9.2	5.9	9.0	13.1	7.1	7.7	9.4	4.5	4.1	6.5	5.7	14.2	9.3	8.5	(520)
女性のひとり旅	7.5	6.6	7.8	6.0	6.5	8.3	4.3	8.7	10.6	9.0	10.1	11.8	5.1	2.4	7.3	3.6	10.5	8.1	7.0	(351)

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

資料：（公財）日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

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

③マーケットセグメントと交通手段（表I-3-16）

旅行先での主な交通手段は、先にみたように全体では『飛行機』(47.6%)、『タクシー・ハイヤー』(30.6%)、『列車』(30.6%)、『貸切バス・定期観光バス』(21.8%)、『路線バス』(21.3%) の割合が高い。

マーケットセグメント別にみると、「友人旅行」において『タクシー・ハイヤー』の利用率が比較的高く、特に「子育て中の男性による友人旅行」「既婚男性による友人旅行（子どもなし）」で全体よりも15ポイント以上大きい値となっている。

「家族旅行」では『観光客向けの巡回バスなど』や『レンタカー』を利用する割合が比較的高く、特に子ども連れの場合や3世代での旅行でその傾向が強い。

「夫婦・カップル旅行」では全体的に顕著な傾向はみられないが、「子育て後の夫婦での旅行」では『貸切バス・定期観光バス』の利用率が高いことが目立つ。「ひとり旅」でも特に顕著な傾向はみられない。

表I-3-16 マーケットセグメント（同行者×ライフステージ）別の旅行先での主な交通手段（複数回答）

（単位：%）

旅行先での主な交通手段 / マーケットセグメント	飛行機	タクシー・ハイヤー	列車	路線バス	貸切バス・定期観光バス	観光客向けの巡回バスなど	レンタカー	船（フェリー・観光船など）	レンタサイクル	交通機関は利用しなかった	その他	サンプル数
全体	47.6	30.6	30.6	21.8	21.3	11.1	9.7	9.2	1.7	1.1	3.8	(4,615)
前年	*46.8*	*31.6*	*29.2*	*20.2*	*20.4*	*10.8*	*8.9*	*9.6*	*1.5*	*1.4*	*4.5*	*(4,584)*
家族旅行	46.6	32.4	29.9	22.2	18.0	16.3	15.3	7.0	1.8	1.2	3.7	(1,035)
乳幼児の子どもと一緒の家族旅行（小中高生を含まない）	43.1	34.3	24.5	23.4	10.1	21.1	26.5	5.2	2.2	0.0	0.6	(159)
小中高生の子どもと一緒の家族旅行（乳幼児連れも含む）	48.9	34.5	29.2	21.0	12.8	16.4	16.4	4.4	2.9	2.1	3.2	(364)
18歳以上のみの家族旅行	46.1	30.2	32.0	22.6	24.1	14.8	11.0	9.4	1.0	0.9	5.0	(512)
※３世代家族旅行	47.3	28.0	20.5	20.6	17.8	18.7	23.9	4.3	1.9	0.5	2.4	(224)
夫婦・カップル旅行	50.2	27.2	27.1	19.9	25.8	12.1	9.2	13.1	1.8	0.7	3.1	(1,527)
カップルでの旅行	53.7	34.4	37.7	20.6	10.5	13.2	16.5	6.9	4.0	1.0	2.8	(240)
夫婦での旅行(子どもなし)	48.5	29.5	29.3	24.6	18.7	14.1	10.8	11.9	1.7	1.2	1.7	(485)
子育て中の夫婦での旅行（末子が18歳未満）	57.6	25.1	23.6	25.1	9.5	11.4	12.8	11.3	4.3	0.0	0.8	(109)
子育て後の夫婦での旅行（末子が18歳以上）	49.1	23.4	22.4	15.4	38.7	10.4	5.1	16.4	0.7	0.2	4.6	(693)
友人旅行	44.5	38.4	35.1	20.9	21.6	10.1	7.7	7.1	1.3	0.9	3.3	(1,082)
未婚男性による友人旅行	44.3	41.5	47.4	26.7	17.8	11.3	11.4	8.9	4.1	0.6	2.1	(189)
既婚男性による友人旅行（子どもなし）	43.3	49.2	29.0	25.8	13.8	6.9	8.4	11.0	2.8	0.0	3.3	(38)
子育て中の男性による友人旅行（末子が18歳未満）	49.5	65.7	39.7	31.0	18.3	13.9	16.2	3.4	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）	42.4	40.3	21.3	16.4	24.7	7.2	11.0	7.6	1.1	1.3	1.7	(177)
未婚女性による友人旅行	52.1	36.7	43.0	20.1	12.1	10.4	5.2	4.0	0.8	0.8	3.7	(278)
既婚女性による友人旅行（子どもなし）	40.2	34.0	38.0	22.1	18.5	8.4	7.3	4.7	0.0	2.8	1.9	(82)
子育て中の女性による友人旅行（末子が18歳未満）	64.3	38.6	44.6	18.6	8.7	0.0	17.5	8.8	0.0	0.0	0.0	(12)
子育て後の女性による友人旅行（末子が18歳以上）	38.4	33.9	26.5	18.6	34.7	11.8	4.3	9.1	0.6	0.7	5.5	(277)
ひとり旅	47.7	24.6	32.2	26.0	15.2	5.1	6.4	7.1	2.0	2.1	5.4	(871)
男性のひとり旅	49.2	25.8	30.3	26.1	11.4	4.6	8.1	5.6	1.5	2.2	4.6	(520)
女性のひとり旅	45.5	22.9	35.0	26.0	20.9	5.8	3.8	9.3	2.8	1.9	6.6	(351)

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

資料：（公財）日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

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

④マーケットセグメントと旅行で最も楽しみにしていたこと（表I-3-17）

最も楽しみにしていたことをみると全体では、『おいしいものを食べること』（18.3%）が最も多く、次いで『文化的な名所を見ること』（16.6%）、『街や都市を訪れること』（12.4%）、『自然景観を見ること』（12.1%）、の順で10%を超える割合となっている。

「家族旅行」「夫婦・カップル旅行」「友人旅行」「ひとり旅」いずれも全体と比較して顕著な傾向はみられないが、「友人旅行」でやや『おいしいものを食べること』の割合が高くなる。より細分化したセグメントでみてみると違った特徴がみえてくる。

「家族旅行」の中でも「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」及び「3世代家族旅行」では、『観光・文化施設を訪れること』が、乳幼児連れ、3世代では『スポーツやアウトドア活動を楽しむこと』が全体よりも5ポイント以上大きい値となった。

「夫婦・カップル旅行」のうち、「カップルでの旅行」では『おいしいものを食べること』、「子育て中の夫婦での旅行」では『街や都市を訪れること』、「子育て後の夫婦での旅行」では『自然景観を見ること』が全体よりも5ポイント以上大きい値となっている。

「友人旅行」においては前述のように『おいしいものを食べること』の値がほかのセグメントと比較してやや大きくなるが、中でも「子育て中の女性による友人旅行」で顕著である。「子育て中の男性による友人旅行」や「既婚女性による友人旅行」では『文化的な名所を見ること』、また子どものいない女性による友人旅行（「未婚女性による友人旅行」「既婚女性による友人旅行」）では『買い物をすること』、「子育て後の男性による友人旅行」では『スポーツやアウトドア活動を楽しむこと』が全体よりも5ポイント以上大きい値となった。「子育て中の女性による友人旅行」では『エステ・スパ・マッサージを受けること』や『芸術・音楽・スポーツなどの観劇・鑑賞・観戦』などの割合も高く、前者は全体よりも10ポイント以上、後者は5ポイント以上大きい値である。

「ひとり旅」全体の傾向にほぼ準じ特に顕著な傾向はみられなかった。

表I-3-17 マーケットセグメント（同行者×ライフステージ）別の旅行で最も楽しみにしていたこと

（単位：%）

マーケットセグメント ＼ 最も楽しみにしていたこと	おいしいものを食べること	文化的な名所を見ること	街や都市を訪れること	自然景観を見ること	買い物をすること	観光・文化施設を訪れること	スポーツやアウトドア活動を楽しむこと	自然景観を見ること	芸術・音楽・スポーツなどの観劇・鑑賞・観戦	地域の文化を体験すること	帰省・冠婚葬祭関連・親族や知人訪問	エステ・スパ・マッサージを受けること	目当ての宿泊施設に泊まること	地域の祭りやイベント	その他	サンプル数
全体	18.3	16.6	12.4	12.1	8.2	7.8	6.0	4.0	2.5	2.4	2.4	2.1	1.3	1.2	2.4	(4,615)
前年	*17.6*	*16.6*	*12.4*	*13.3*	*7.2*	*7.1*	*5.9*	*4.5*	*2.2*	*2.4*	*2.2*	*2.5*	*1.8*	*1.0*	*3.2*	*(4,584)*
家族旅行	17.6	15.5	11.4	10.3	10.3	11.9	8.3	4.4	1.4	1.7	2.6	1.9	1.8	1.3	2.0	(1,035)
乳幼児の子どもと一緒の家族旅行（小中高生を含まない）	11.1	14.7	6.5	10.7	9.2	16.6	13.0	3.9	0.0	1.7	6.8	2.0	0.0	0.8	1.3	(159)
小中高生の子どもと一緒の家族旅行（乳幼児連れも含む）	18.4	13.5	9.3	9.0	11.9	13.0	10.2	7.3	1.8	2.4	1.2	1.7	1.7	0.9	1.9	(364)
18歳以上のみの家族旅行	19.1	17.2	14.3	11.1	9.6	9.6	5.5	2.5	1.5	1.2	2.2	2.0	2.5	1.7	2.3	(512)
※３世代家族旅行	12.6	10.8	10.1	10.3	8.4	14.7	15.1	6.5	0.8	1.0	3.3	2.0	0.5	1.9	1.7	(224)
夫婦・カップル旅行	16.6	17.8	14.0	15.6	6.1	7.0	4.8	5.2	2.4	2.3	2.2	1.1	1.7	0.8	2.1	(1,527)
カップルでの旅行	23.7	16.6	13.6	10.9	6.5	9.8	6.1	4.1	0.7	3.5	1.4	2.3	1.6	0.4	2.5	(240)
夫婦での旅行（子どもなし）	19.3	14.6	12.4	16.8	6.1	4.4	5.4	5.7	2.4	2.5	2.6	1.2	1.8	1.0	2.6	(485)
子育て中の夫婦での旅行（末子が18歳未満）	12.9	14.4	17.8	10.0	10.0	11.1	4.2	7.0	1.2	2.3	3.3	0.9	0.8	0.0	0.0	(109)
子育て後の夫婦での旅行（末子が18歳以上）	12.9	21.1	14.7	17.3	5.3	7.2	3.9	4.9	3.2	1.8	2.1	0.6	1.7	0.9	1.9	(693)
友人旅行	21.9	16.8	10.9	10.7	9.6	7.0	7.0	2.7	3.2	2.4	0.9	2.5	0.9	1.7	1.7	(1,082)
未婚男性による友人旅行	17.6	20.2	16.6	9.6	5.0	13.0	6.6	1.7	2.5	4.9	0.6	0.3	0.7	1.1	1.8	(189)
既婚男性による友人旅行（子どもなし）	13.3	19.5	9.0	15.2	11.8	4.2	11.0	2.8	0.0	6.6	3.8	0.0	0.0	0.0	3.5	(38)
子育て中の男性による友人旅行（末子が18歳未満）	27.4	22.4	10.7	11.0	8.9	3.3	10.3	0.0	4.1	4.6	3.3	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）	21.4	18.2	9.2	9.4	7.8	3.3	15.5	2.0	1.7	1.2	0.6	4.1	1.1	0.5	2.8	(177)
未婚女性による友人旅行	25.2	14.4	12.4	7.8	13.9	8.6	4.2	1.1	4.0	0.7	0.3	3.1	0.5	2.7	1.3	(278)
既婚女性による友人旅行（子どもなし）	24.3	23.1	5.7	4.0	13.4	3.2	3.4	3.7	4.4	3.4	2.3	2.3	0.0	0.0	0.8	(82)
子育て中の女性による友人旅行（末子が18歳未満）	46.9	8.8	10.5	0.0	9.9	0.0	0.0	8.7	7.6	0.0	0.0	12.1	0.0	0.0	0.0	(12)
子育て後の女性による友人旅行（末子が18歳以上）	20.5	13.6	8.4	17.2	8.3	6.0	5.0	4.9	3.6	2.0	0.7	2.7	1.9	2.7	1.6	(277)
ひとり旅	17.7	16.0	12.6	10.1	7.2	5.9	4.4	2.8	3.4	3.4	4.6	3.9	0.8	1.3	3.9	(871)
男性のひとり旅	20.9	15.6	14.6	10.5	5.0	6.3	4.8	2.7	1.3	3.0	3.9	3.5	1.2	1.6	3.5	(520)
女性のひとり旅	12.9	16.4	9.6	9.6	10.5	5.3	3.9	2.9	6.6	3.9	5.7	4.5	0.3	0.8	4.5	(351)

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

資料：（公財）日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

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

⑤マーケットセグメントと宿泊施設（表I-3-18）

ホテル宿泊の割合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』の利用傾向が全体よりも大きくなる。中でも、「小中高生の子どもと一緒の家族旅行（乳幼児連れも含む）」では、その値が全体よりも15ポイント以上大きい。また、「乳幼児の子どもと一緒の家族旅行」及び「3世代家族旅行」では『リゾートホテル』に加え、『ペンション・B&B・ロッジ』『別荘・リゾートマンション・会員制の宿泊施設』の利用が比較的多くなっている。

そのほか、施設タイプ別にみると、『シティホテル』は「子育て中の女性による友人旅行」、「子育て後の男性による友人旅行」、「子育て後の夫婦での旅行」での利用、『ビジネスホテル』については、「男性のひとり旅」「子育て中の女性による友人旅行」「子育て中の男性による友人旅行」「未婚男性による友人旅行」で利用する割合が高い。

『ゲストハウス・ドミトリー』は「友人旅行」や「ひとり旅」での利用が多く、特に「女性のひとり旅」「未婚男性による友人旅行」での利用割合が高くなっている。『ゲストハウス・ドミトリー』については全体としても前年からの伸び率が大きく、「友人旅行」（前年比約1.3%増）や「女性によるひとり旅」（前年比約1.7%増）にも幅広く利用されるようになっていることがうかがえる。

表I-3-18 マーケットセグメント（同行者×ライフステージ）別の宿泊施設（複数回答）

（単位：%）

宿泊施設 / マーケットセグメント	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	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
全体	87.4	43.1	13.3	38.3	3.8	0.9	2.3	5.0	4.7	2.7	(4,615)
前年	*88.0*	*44.4*	*14.7*	*38.8*	*3.6*	*1.0*	*2.2*	*4.3*	*4.8*	*2.7*	*(4,584)*
家族旅行	97.13	37.5	9.0	45.5	5.3	1.6	3.6	3.1	4.8	2.2	(1,035)
乳幼児の子どもと一緒の家族旅行（小中高生を含まない）	80.3	22.0	6.3	50.9	9.4	3.1	8.8	5.7	12.6	2.5	(159)
小中高生の子どもと一緒の家族旅行（乳幼児連れも含む）	102.9	34.3	6.3	54.4	3.6	0.8	1.6	2.2	3.8	1.1	(364)
18歳以上のみの家族旅行	98.3	44.5	11.7	37.5	5.3	1.8	3.3	2.9	3.1	2.9	(512)
※３世代家族旅行	88.7	27.2	9.8	48.7	10.3	4.0	8.0	4.0	5.4	1.8	(224)
夫婦・カップル旅行	104.6	44.7	10.3	47.7	3.3	0.8	2.8	1.8	2.8	3.5	(1,527)
カップルでの旅行	109.2	38.3	14.2	47.5	2.5	1.7	2.1	2.1	1.3	1.3	(240)
夫婦での旅行（子どもなし）	98.6	35.3	12.8	49.7	3.3	0.6	2.7	2.9	2.9	3.5	(485)
子育て中の夫婦での旅行（末子が18歳未満）	94.8	36.7	16.5	43.1	2.8	3.7	4.6	1.8	3.7	0.9	(109)
子育て後の夫婦での旅行（末子が18歳以上）	108.7	54.7	6.3	47.0	3.8	0.1	2.9	0.9	3.2	4.8	(693)
友人旅行	98.5	47.0	16.5	32.0	3.0	0.6	1.2	5.7	3.0	1.3	(1,082)
未婚男性による友人旅行	98.4	37.0	23.8	33.9	5.3	0.5	0.5	10.1	2.1	1.1	(189)
既婚男性による友人旅行（子どもなし）	107.0	52.6	21.1	23.7	2.6	0.0	0.0	2.6	2.6	0.0	(38)
子育て中の男性による友人旅行（末子が18歳未満）	101.3	34.5	24.1	37.9	6.9	3.4	3.4	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）	98.6	55.4	11.9	29.9	1.1	1.1	1.1	1.7	2.3	1.1	(177)
未婚女性による友人旅行	91.3	45.0	17.6	25.9	2.5	0.4	0.4	7.9	4.0	0.7	(278)
既婚女性による友人旅行（子どもなし）	95.4	47.6	23.2	25.6	0.0	0.0	0.0	2.4	2.4	0.0	(82)
子育て中の女性による友人旅行（末子が18歳未満）	130.8	66.7	25.0	16.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	(12)
子育て後の女性による友人旅行（末子が18歳以上）	103.8	50.2	9.7	41.2	3.6	0.7	2.9	5.4	4.0	2.9	(277)
ひとり旅	84.0	41.4	19.6	21.2	4.1	0.5	1.5	12.2	10.0	3.1	(871)
男性のひとり旅	88.9	41.7	25.6	19.6	3.8	0.2	1.5	9.6	8.3	1.9	(520)
女性のひとり旅	76.8	41.0	10.8	23.6	4.6	0.9	1.4	16.0	12.5	4.8	(351)

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

資料：（公財）日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

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

⑥マーケットセグメントと宿泊数（表I-3-19）

平均宿泊数が最も長いのは「女性のひとり旅」の6.99泊で、「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。次いで、「子育て後の夫婦旅行」が6.11泊、「乳幼児の子どもと一緒の家族旅行」が5.78泊と続いている。

全体と比較して、友人旅行では日数が少なくなる傾向にあり、約58%は3泊以下の宿泊数である。特に、「子育て中の女性による友人旅行」では約85%が3泊以下となっている。一方、友人旅行の中でも「子育て後の女性による友人旅行」「既婚男性による友人旅行」ではやや長期の旅行となる傾向にある。

（小坂典子）

表I-3-19 マーケットセグメント（同行者×ライフステージ）別の宿泊数

（単位：%）（単位：泊）

マーケットセグメント ＼ 宿泊数	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
全体	3.4	16.5	23.8	15.4	11.2	7.6	7.5	6.1	4.2	2.1	0.8	1.5	5.19	(4,615)
前年	*3.5*	*15.2*	*22.9*	*16.3*	*11.9*	*7.4*	*8.0*	*7.3*	*3.8*	*1.7*	*0.6*	*1.5*	*5.17*	*(4,584)*
家族旅行	3.43	16.6	25.2	19.4	12.4	7.1	7.5	4.2	3.2	1.3	0.5	1.5	4.96	(1,035)
乳幼児の子どもと一緒の家族旅行（小中高生を含まない）	3.3	11.1	21.9	23.0	11.0	5.0	8.5	2.6	5.4	1.2	1.1	4.3	5.78	(159)
小中高生の子どもと一緒の家族旅行（乳幼児連れも含む）	4.2	17.3	27.8	18.0	13.8	8.5	6.0	4.1	2.0	1.0	0.3	1.4	4.75	(364)
18歳以上のみの家族旅行	3.0	17.8	24.3	19.4	11.8	6.9	8.2	4.8	3.4	1.5	0.6	0.7	4.85	(512)
※３世代家族旅行	4.1	12.7	24.9	24.3	11.3	7.1	6.5	1.6	2.9	2.1	0.8	1.4	4.85	(224)
夫婦・カップル旅行	2.3	12.0	21.2	15.3	12.6	9.8	9.1	8.3	5.2	1.9	0.9	1.2	5.56	(1,527)
カップルでの旅行	5.5	21.4	27.4	16.3	10.9	4.7	3.3	4.9	5.5	1.9	0.3	1.6	4.90	(240)
夫婦での旅行(子どもなし)	2.4	9.7	20.3	18.3	14.4	8.8	10.0	7.0	3.5	2.4	1.4	0.6	5.42	(485)
子育て中の夫婦での旅行（末子が18歳未満）	1.8	23.3	26.8	14.3	14.0	5.4	5.0	1.7	2.0	0.0	1.2	0.6	4.07	(109)
子育て後の夫婦での旅行（末子が18歳以上）	1.1	8.5	18.8	13.1	11.7	13.0	11.2	11.4	6.8	1.8	0.8	1.6	6.11	(693)
友人旅行	4.1	24.4	29.6	14.1	9.3	5.9	4.0	4.4	2.3	1.5	0.2	0.1	4.03	(1,082)
未婚男性による友人旅行	2.3	29.3	28.3	22.1	5.9	4.4	4.3	4.4	1.0	0.0	0.0	0.0	3.69	(189)
既婚男性による友人旅行(子どもなし)	6.9	33.0	23.3	11.1	3.2	2.8	0.0	6.6	9.3	4.5	0.0	0.0	4.59	(38)
子育て中の男性による友人旅行（末子が18歳未満）	0.0	43.9	26.7	7.4	16.3	3.4	0.0	3.3	0.0	5.0	0.0	0.0	4.13	(29)
子育て後の男性による友人旅行（末子が18歳以上）	2.7	23.3	33.6	12.9	9.3	5.2	4.6	4.2	0.5	2.7	0.0	0.0	3.99	(177)
未婚女性による友人旅行	4.6	24.7	33.6	13.6	8.8	5.6	2.8	2.7	2.1	1.7	0.0	0.0	3.83	(278)
既婚女性による友人旅行(子どもなし)	5.6	29.8	26.3	13.2	4.8	7.0	3.1	3.5	0.8	0.0	0.0	0.0	3.23	(82)
子育て中の女性による友人旅行（末子が18歳未満）	13.0	40.3	32.0	0.0	10.5	0.0	0.0	8.7	0.0	0.0	0.0	0.0	3.16	(12)
子育て後の女性による友人旅行（末子が18歳以上）	5.0	15.9	25.8	11.9	13.4	8.2	6.1	6.2	4.5	1.1	0.7	0.2	4.67	(277)
ひとり旅	4.5	15.2	19.6	12.5	10.0	6.1	9.3	6.0	5.7	4.0	1.3	3.8	6.16	(871)
男性のひとり旅	5.5	16.5	23.3	12.7	9.7	4.6	9.0	4.8	4.9	3.4	1.4	2.6	5.60	(520)
女性のひとり旅	3.0	13.3	14.2	12.3	10.4	8.4	9.8	7.7	6.9	4.9	1.1	5.5	6.99	(351)

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

資料：（公財）日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

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

平均宿泊数が全体平均値より0.5泊以上大きい値（平均宿泊数については、28泊以上は28泊と仮定して算出。）

Ⅰ-4 日本人の旅行に対する意識

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、京都府
行ってみたい旅行先（海外）は、ハワイ、
イタリア、アメリカ合衆国本土
行ってみたい旅行タイプは温泉、自然、グルメ

ここでは、日本人の行ってみたい旅行について詳しくみていく。なお、ここで分析に用いたデータは、全て「JTBF旅行意識調査」に基づいている。

(1) 行ってみたい旅行先（国内旅行・海外旅行）

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

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

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

2018年の結果と比較すると、上位10位までの都道府県の顔ぶれに変更はなかった。昨年度順位を上げた長崎県（2017年10位）が、さらに順位を上げた。具体的には、五島列島やハウステンボス、軍艦島など様々なスポットの回答が見られた。また、最も順位を上げたのは、福島県（17年41位、18年39位）であった。

海外では、ハワイが最も高く、続いてイタリア、アメリカ合衆国本土となった。

表Ⅰ-4-1 行ってみたい旅行先

国内旅行

順位	2019年		2018年	
	地域名	合計ポイント	地域名	合計ポイント
1位	北海道	1,793	北海道	1,647
2位	沖縄県	1,335	沖縄県	1,204
3位	京都府	453	京都府	523
4位	東京都	332	東京都	284
5位	大阪府	312	大阪府	241
6位	長崎県	259	九州地方	230
7位	九州地方	240	鹿児島県	187
7位	石川県	240	石川県	171
9位	鹿児島県	215	長崎県	169
10位	千葉県	184	千葉県	164
11位	静岡県	173	長野県	148
12位	東北地方	170	東北地方	134
13位	福岡県	147	四国地方	132
14位	四国地方	141	静岡県	129
15位	三重県	140	広島県	111
16位	広島県	133	三重県	103
17位	神奈川県	118	島根県	100
18位	長野県	111	青森県	99
18位	島根県	111	大分県	98
20位	大分県	86	福岡県	92
20位	富山県	86	神奈川県	74
22位	和歌山県	85	和歌山県	71
23位	青森県	84	栃木県	69
24位	奈良県	81	熊本県	67
25位	福島県	75	兵庫県	62
26位	兵庫県	71	宮城県	60
27位	宮城県	66	奈良県	58
28位	山梨県	64	新潟県	57
29位	群馬県	61	富山県	56
30位	岐阜県	59	宮崎県	54

海外旅行

順位	2019年		2018年	
	地域名	合計ポイント	地域名	合計ポイント
1位	ハワイ	1,247	ハワイ	1,019
2位	イタリア	536	アメリカ合衆国本土	428
3位	アメリカ合衆国本土	458	イタリア	424
4位	フランス	338	オーストラリア	340
5位	オーストラリア	332	フランス	318
6位	台湾	313	台湾	268
7位	韓国	244	カナダ	238
8位	スペイン	243	イギリス	229
9位	グアム	240	グアム	215
10位	カナダ	206	韓国	206
11位	シンガポール	204	シンガポール	196
12位	スイス	175	スイス	189
13位	英国	166	スペイン	166
14位	ドイツ	132	ドイツ	158
15位	タイ	120	中国	117
16位	バリ	110	タイ	115
17位	ベトナム	106	ニュージーランド	102
18位	ヨーロッパ	104	ヨーロッパ	94
19位	ニュージーランド	81	バリ	72
20位	中国	67	エジプト	59
21位	フィンランド	61	トルコ	58
22位	香港	56	ベトナム	53
23位	トルコ	53	オーストリア	44
24位	ギリシャ	49	フィンランド	42
25位	マレーシア	45	ペルー	42
25位	オーストリア	45	インド	37
27位	エジプト	41	アラブ首長国連邦	34
28位	インド	40	ロシア	34
29位	ロシア	38	タヒチ	32
30位	オランダ	36	オランダ	30

資料：（公財）日本交通公社「JTBF旅行意識調査」

(2) 行ってみたい旅行タイプ

「今後1～2年の間に行ってみたい国内旅行及び海外旅行の旅行タイプ」として当てはまるものを選択肢一覧表（表I-4-2）から全て選んでもらった結果、行ってみたい旅行タイプ（複数回答）は、「温泉旅行」(49.8%)・「自然観光」(49.8%)、「グルメ」(42.3%)、「歴史・文化観光」(41.9%)、の順となった（図I-4-1）。

表I-4-3では、性・年代別にランキング形式で示している。男性では、どの年代でも「温泉旅行」の人気が高く、上位3位以内に挙がっている。50代以上では、「温泉旅行」に加え、「歴史・文化観光」が上位を占める。

女性では、20代から30代において「グルメ」と「テーマパーク」の人気が高く、回答者全体の5割以上が行ってみたいと回答している。これらの旅行タイプの希望率は年代が上がるにつれて少なくなり、「温泉旅行」の人気が高くなる。

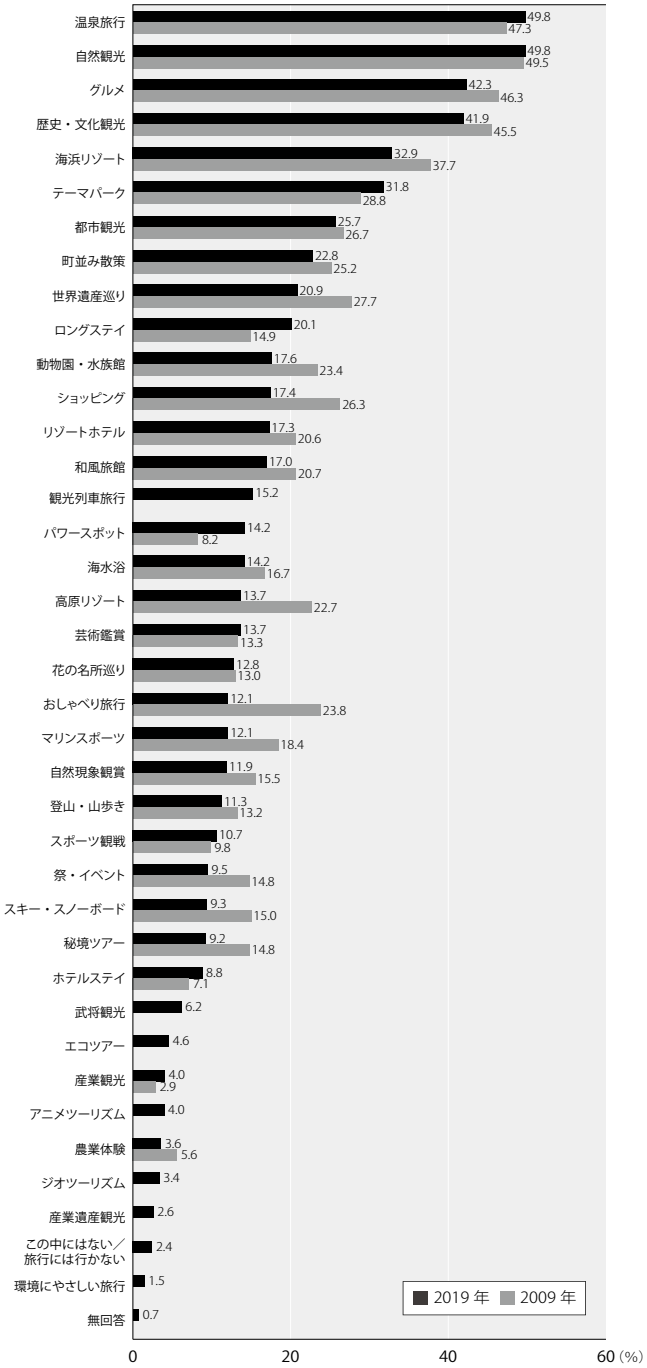
また、表I-4-3における性・年代別のランキングを、2019年と2009年で比較すると、全体でポイントを上げた「テーマパーク」については、男性の20代、50代、女性の20代、30代、50代で順位を上げている。また、全体で大きくポイントを下げた「世界遺産巡り」については、20代男性（2019年19位、2009年8位）で大きく順位を落としている。

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	祭やイベントを楽しむ旅行
8	テーマパーク	テーマパークや遊園地で楽しむ旅行
9	動物園・水族館	動物園や水族館で楽しむ旅行
10	グルメ	おいしいものを食べる旅行
11	スキー・スノーボード	スキーを楽しむ旅行
12	マリンスポーツ	マリンスポーツを楽しむ旅行
13	登山・山歩き	登山や山歩きを楽しむ旅行
14	海水浴	海水浴を楽しむ旅行
15	ショッピング	ショッピングを楽しむ旅行
16	芸術鑑賞	演劇、音楽、展覧会等を楽しむ旅行
17	スポーツ観戦	スポーツ観戦を楽しむ旅行
18	花の名所巡り	桜やハーブなどの花の名所を訪ねる旅行
19	自然現象観賞	珍しい自然現象を見に行く旅行
20	秘境ツアー	秘境を訪ねる旅行
21	町並み散策	美しい町並みを楽しむ旅行
22	リゾートホテル	リゾートホテルに泊まる旅行
23	和風旅館	落ち着いた和風旅館に泊まる旅行
24	おしゃべり旅行	仲間や家族と楽しく過ごす旅行 （みるもの、遊ぶものにはこだわらない）
25	世界遺産巡り	世界遺産を巡る旅行
26	ロングステイ	ロングステイを楽しむ旅行
27	パワースポット	神秘的な力・エネルギーの宿る場所を訪れる旅行
28	ホテルステイ	ホテルの旅館内での滞在そのものを主目的とした旅行
29	環境にやさしい旅行	旅行中に排出したCO2を減らすための料金負担など、環境に配慮した旅行
30	エコツアー	自然を楽しみ、自然や環境を学ぶ旅行
31	農業体験	農山漁村などの環境やふるさと体験を楽しむ旅行
32	産業観光	工場見学やものづくり現場の見学・体験を楽しむ旅行
33	産業遺産観光	鉱山や紡績場などかつて栄えた産業跡を訪れる旅行
34	武将観光	戦国武将にまつわる名所・旧跡を訪れる旅行
35	ジオツーリズム	地質や地形など地球科学的な現象に対する理解を深める旅行
36	アニメツーリズム	アニメマンガに関連する場所や施設、イベントを楽しむ旅行
37	観光列車旅行	内外装を凝らし、味覚を楽しみながら旅行が出来るなど、乗ること自体を目的にした列車旅行
38	この中にはない／旅行には行かない	

資料：（公財）日本交通公社「JTBF旅行意識調査」

図I-4-1　行ってみたい旅行タイプ（複数回答）



資料：（公財）日本交通公社「JTBF旅行意識調査」

表Ⅰ-4-3　性・年代別　行ってみたい旅行タイプ（複数回答）（単位：%）

男性20代

		2019年	2009年	
1位	自然観光	51.0	45.2	（ 1位 ）
2位	温泉旅行	39.2	31.8	（ 6位 ）
3位	海浜リゾート	37.3	40.1	（ 4位 ）
	グルメ	37.3	41.0	（ 3位 ）
5位	テーマパーク	35.3	29.0	（ 7位 ）
6位	歴史・文化観光	30.4	42.9	（ 2位 ）
	都市観光	30.4	35.5	（ 5位 ）
8位	ロングステイ	25.5	16.1	（ 19位 ）
9位	動物園・水族館	18.6	20.3	（ 14位 ）
10位	町並み散策	17.6	23.5	（ 13位 ）

女性20代

		2019年	2009年	
1位	グルメ	60.4	61.5	（ 2位 ）
2位	テーマパーク	59.4	50.0	（ 6位 ）
3位	温泉旅行	51.5	59.1	（ 3位 ）
4位	海浜リゾート	48.5	63.0	（ 1位 ）
5位	自然観光	37.6	52.4	（ 4位 ）
6位	歴史・文化観光	32.7	49.5	（ 7位 ）
	都市観光	32.7	42.8	（ 8位 ）
8位	動物園・水族館	30.7	42.8	（ 8位 ）
9位	ショッピング	29.7	51.0	（ 5位 ）
10位	ロングステイ	24.8	25.5	（ 18位 ）

男性30代

		2019年	2009年	
1位	温泉旅行	49.6	49.3	（ 3位 ）
2位	グルメ	48.0	51.7	（ 1位 ）
3位	海浜リゾート	41.7	50.2	（ 2位 ）
4位	自然観光	37.0	42.5	（ 5位 ）
	テーマパーク	37.0	45.9	（ 4位 ）
6位	歴史・文化観光	30.7	39.1	（ 6位 ）
7位	都市観光	25.2	32.9	（ 7位 ）
8位	海水浴	24.4	30.9	（ 9位 ）
9位	マリンスポーツ	18.1	26.6	（ 11位 ）
	スポーツ観戦	18.1	19.8	（ 19位 ）

女性30代

		2019年	2009年	
1位	テーマパーク	60.8	60.4	（ 2位 ）
2位	自然観光	58.3	42.7	（ 7位 ）
3位	グルメ	54.2	63.1	（ 1位 ）
4位	温泉旅行	53.3	54.2	（ 4位 ）
5位	海浜リゾート	48.3	55.1	（ 3位 ）
6位	歴史・文化観光	40.0	43.6	（ 6位 ）
7位	動物園・水族館	32.5	38.7	（ 8位 ）
8位	都市観光	31.7	32.4	（ 11位 ）
9位	リゾートホテル	30.8	34.2	（ 9位 ）
	海水浴	30.8	32.4	（ 11位 ）

男性40代

		2019年	2009年	
1位	自然観光	48.0	44.1	（ 3位 ）
2位	グルメ	45.4	40.2	（ 4位 ）
3位	温泉旅行	41.4	45.1	（ 1位 ）
4位	歴史・文化観光	39.5	37.7	（ 5位 ）
5位	海浜リゾート	38.8	45.1	（ 1位 ）
6位	テーマパーク	36.2	27.9	（ 6位 ）
7位	都市観光	23.0	21.6	（ 12位 ）
8位	動物園・水族館	19.1	21.1	（ 13位 ）
9位	世界遺産巡り	18.4	22.5	（ 8位 ）
	町並み散策	18.4	15.2	（ 19位 ）

女性40代

		2019年	2009年	
1位	グルメ	55.2	55.6	（ 1位 ）
2位	自然観光	49.0	45.9	（ 2位 ）
	歴史・文化観光	49.0	43.4	（ 5位 ）
4位	テーマパーク	48.3	44.4	（ 4位 ）
	温泉旅行	48.3	42.4	（ 6位 ）
6位	海浜リゾート	42.7	45.9	（ 2位 ）
7位	都市観光	35.7	27.8	（ 10位 ）
8位	パワースポット	28.0	11.7	（ 24位 ）
9位	動物園・水族館	25.9	22.0	（ 15位 ）
10位	ショッピング	24.5	37.6	（ 7位 ）

男性50代

		2019年	2009年	
1位	自然観光	50.8	57.3	（ 1位 ）
2位	温泉旅行	46.9	39.0	（ 4位 ）
3位	歴史・文化観光	43.1	46.9	（ 2位 ）
4位	グルメ	36.9	42.7	（ 3位 ）
5位	海浜リゾート	30.8	31.0	（ 5位 ）
6位	都市観光	24.6	23.9	（ 8位 ）
7位	テーマパーク	23.1	20.2	（ 10位 ）
8位	町並み散策	20.8	22.5	（ 9位 ）
9位	ロングステイ	19.2	15.5	（ 16位 ）
10位	世界遺産巡り	16.2	26.8	（ 6位 ）

女性50代

		2019年	2009年	
1位	温泉旅行	56.4	53.4	（ 2位 ）
2位	グルメ	52.5	51.5	（ 4位 ）
3位	歴史・文化観光	50.5	53.9	（ 1位 ）
4位	自然観光	43.6	53.4	（ 2位 ）
5位	テーマパーク	35.6	19.9	（ 15位 ）
6位	世界遺産巡り	34.7	33.0	（ 5位 ）
7位	海浜リゾート	33.7	31.1	（ 6位 ）
8位	町並み散策	31.7	30.6	（ 7位 ）
9位	芸術鑑賞	30.7	18.4	（ 17位 ）
10位	都市観光	28.7	24.8	（ 11位 ）

男性60代

		2019年	2009年	
1位	自然観光	55.6	57.4	（ 1位 ）
2位	温泉旅行	54.0	49.3	（ 3位 ）
3位	歴史・文化観光	47.6	49.8	（ 2位 ）
4位	グルメ	36.5	32.5	（ 4位 ）
5位	海浜リゾート	29.4	25.4	（ 5位 ）
6位	都市観光	21.4	18.2	（ 10位 ）
7位	ロングステイ	19.8	6.7	（ 24位 ）
8位	観光列車旅行	17.5	調査なし	
9位	世界遺産巡り	16.7	23.9	（ 6位 ）
10位	町並み散策	15.9	18.2	（ 10位 ）

女性60代

		2019年	2009年	
1位	自然観光	55.5	54.2	（ 1位 ）
2位	温泉旅行	53.1	49.0	（ 3位 ）
3位	歴史・文化観光	39.8	49.5	（ 2位 ）
4位	グルメ	32.0	37.0	（ 4位 ）
5位	世界遺産巡り	28.9	30.2	（ 5位 ）
6位	町並み散策	28.1	30.2	（ 5位 ）
7位	観光列車旅行	24.2	調査なし	
8位	リゾートホテル	23.4	13.5	（ 20位 ）
	花の名所巡り	23.4	20.8	（ 11位 ）
10位	海浜リゾート	21.1	15.1	（ 16位 ）

男性70代

		2019年	2009年	
1位	歴史・文化観光	60.8	46.6	（ 2位 ）
2位	自然観光	57.7	52.5	（ 1位 ）
3位	温泉旅行	51.5	45.8	（ 3位 ）
4位	町並み散策	32.0	12.7	（ 13位 ）
5位	和風旅館	23.7	16.9	（ 10位 ）
6位	グルメ	22.7	31.4	（ 4位 ）
7位	観光列車旅行	19.6	調査なし	
8位	都市観光	18.6	19.5	（ 7位 ）
9位	世界遺産巡り	17.5	22.9	（ 5位 ）
10位	自然現象鑑賞	16.5	13.6	（ 11位 ）

女性70代

		2019年	2009年	
1位	自然観光	59.8	50.8	（ 2位 ）
2位	温泉旅行	56.1	51.5	（ 1位 ）
3位	花の名所巡り	43.2	24.6	（ 8位 ）
4位	歴史・文化観光	42.4	43.8	（ 3位 ）
5位	町並み散策	32.6	26.9	（ 5位 ）
6位	観光列車旅行	30.3	調査なし	
7位	世界遺産巡り	27.3	26.9	（ 5位 ）
8位	グルメ	26.5	39.2	（ 4位 ）
9位	和風旅館	23.5	24.6	（ 8位 ）
10位	芸術鑑賞	22.0	20.8	（ 11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（または島別）に整理して集計した（表I-4-4、表I-4-5）。

自然観光では、「北海道」が最も多く、2位以下を大きく引き離す結果となっている。

歴史・文化観光では、「京都府」が圧倒的なシェアを占め1位となり、次いで「イタリア」が2位となっている。

海浜リゾートでは、「ハワイ」「沖縄県」の人気が高く、両者で7割を占める。

高原リゾートでは、「長野県」が半数近くを占め1位となっている。具体的な表記をみると、軽井沢や上高地など複数の地名がリゾートとして挙げられている。

都市観光では、「東京都」が最も多く、次いで「アメリカ合衆国」となっている。

温泉では、由布院や別府など著名な温泉地を有する「大分県」が最も多く、次いで草津を有する「群馬県」となっている。

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

テーマパークでは、2009年の調査では圧倒的な人気だった東京ディズニーリゾートが位置する「千葉県」を抜いて、ユニバーサル・スタジオ・ジャパンを有する「大阪府」が1位となっている。年々「千葉県」と「大阪府」のシェアの差が小さくなりつつあったが、今年初めて順位が逆転した。

動物園・水族館では、沖縄美ら海水族館を有する「沖縄県」が最も多く、次いで旭山動物園が位置する「北海道」となっている。2009年調査と比較すると、順位は逆転し、半数近くを占めていた「北海道」のシェアが縮小し、「沖縄県」のシェアが拡大していることがわかる。

グルメでは、「北海道」が他を大きく引き離して1位となっている。2009年調査と比較すると、海外の地域については、「台湾」の順位が大きく上昇している。

スキー・スノーボードでは、「北海道」が最も多く、2位は「長野県」、3位は「新潟県」が続く。

マリンスポーツでは、「沖縄県」が約4割を占め1位、2位以下は「ハワイ」「グアム」をはじめとした海外の旅行先が上位を占める結果となっている。

登山・山歩きでは、富士山を有する「静岡県」「山梨県」が上位を占めている。

海水浴では、「沖縄県」「ハワイ」の人気が高く、3位に「グアム」が続いている。

ショッピングでは、「ハワイ」が最も多く、次いで「韓国」となっている。3位の東京以外は海外の旅行先が上位を占めている。

芸術鑑賞では、「東京都」が最も多く、次いで「フランス」「イタリア」「アメリカ合衆国」「オーストリア」と海外の旅行先が上位を占めている。

スポーツ観戦では、「東京都」が最も多く、次いで「アメリカ合衆国」という結果となっている。

花の名所巡りでは、「北海道」が最も多く、2位以下に大きく差をつけている。2009年調査と比較すると、「京都府」のシェアが大きく減少している。

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

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

町並み散策は、「京都府」が最も多く、「イタリア」が2位となっている。2009年調査と比較すると、2015年に北陸新幹線が開通した「石川県」の順位が大きく上昇している。

リゾートホテルは、「沖縄県」「ハワイ」の人気が高く、3位以下と大きく差をつけている。

和風旅館では、「京都府」が最も多く、次いで「石川県」「神奈川県」となっている。

見るもの、遊ぶものにこだわらず、仲間や家族と楽しく過ごすおしゃべり旅行では、「北海道」が多い。

世界遺産巡りについては、世界遺産の登録数が最も多い「イタリア」が1位、次いで「フランス」という結果となっている。旅行先の上位は海外が占めている。

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

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

ホテルステイでは、「ハワイ」が最も多く、次いで「東京都」「北海道」となっている。2009年は国内の有名な温泉地を持つ県が占めていた。

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

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

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

エコツアーでは、知床を有する「北海道」が最も多い。

産業遺産観光では、富岡製糸場と絹産業遺産群を有する「群馬県」が最も多い。

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

表I-4-4　旅行タイプ別行ってみたい旅行先（2019年・2009年）（単位：%）一次ページにつづく

自然観光

2019年（回答数：742）			2009年（回答数：1,114）		
1位	北海道	22.4%	1位	北海道	25.0%
2位	沖縄県	8.0%	2位	沖縄県	7.9%
3位	ハワイ	7.0%	3位	鹿児島県	6.6%
4位	鹿児島県	5.4%	4位	カナダ	5.7%
5位	オーストラリア	4.7%	5位	ハワイ	4.5%

歴史・文化観光

2019年（回答数：625）			2009年（回答数：1,038）		
1位	京都府	24.0%	1位	京都府	28.2%
2位	イタリア	9.0%	2位	イタリア	12.8%
3位	奈良県	5.6%	3位	フランス	6.3%
4位	沖縄県	4.2%	4位	エジプト	3.8%
5位	フランス	3.8%	5位	奈良県	3.6%

海浜リゾート

2019年（回答数：490）			2009年（回答数：870）		
1位	ハワイ	38.0%	1位	沖縄県	32.8%
2位	沖縄県	33.1%	2位	ハワイ	30.1%
3位	グアム	5.1%	3位	インドネシア	3.6%
4位	バリ	4.5%	4位	グアム	3.4%
5位	静岡県	2.9%	5位	静岡県	3.0%

高原リゾート

2019年（回答数：204）			2009年（回答数：506）		
1位	長野県	48.5%	1位	長野県	47.0%
2位	栃木県、北海道	9.8%	2位	スイス	9.9%
			3位	北海道	8.7%
4位	山梨県	6.9%	4位	栃木県	6.3%
5位	スイス	3.4%	5位	静岡県	1.8%

都市観光

2019年（回答数：383）			2009年（回答数：611）		
1位	東京都	25.6%	1位	東京都	23.7%
2位	アメリカ合衆国	13.6%	2位	アメリカ合衆国	13.9%
3位	大阪府	7.6%	3位	イタリア	6.4%
4位	イタリア	6.0%	4位	フランス	5.7%
5位	京都府、シンガポール、フランス	3.7%	5位	神奈川県	4.6%

温泉旅行

2019年（回答数：742）			2009年（回答数：1,040）		
1位	大分県	16.4%	1位	大分県	15.4%
2位	群馬県	12.5%	2位	群馬県	10.6%
3位	静岡県	7.3%	3位	静岡県	8.7%
4位	神奈川県	6.7%	4位	北海道	7.6%
5位	九州地方	6.1%	5位	神奈川県	7.4%

祭・イベント

2019年（回答数：141）			2009年（回答数：332）		
1位	青森県	18.4%	1位	青森県	25.6%
2位	秋田県、大阪府、京都府、東北地方	5.0%	2位	京都府	9.9%
			3位	北海道	6.6%
			4位	東京都	6.3%
			5位	岐阜県	4.5%

テーマパーク

2019年（回答数：474）			2009年（回答数：671）		
1位	大阪府	38.2%	1位	千葉県	49.0%
2位	千葉県	36.5%	2位	東京都	15.5%
3位	東京都	8.4%	3位	大阪府	10.3%
4位	長崎県	5.9%		アメリカ合衆国	10.3%
5位	アメリカ合衆国	5.1%	5位	山梨県	2.1%

動物園・水族館

2019年（回答数：262）			2009年（回答数：530）		
1位	沖縄県	27.9%	1位	北海道	47.7%
2位	北海道	25.6%	2位	沖縄県	19.4%
3位	和歌山県	8.0%	3位	神奈川県	4.9%
4位	東京都	5.7%	4位	東京都	3.8%
5位	大阪府	5.0%	5位	大阪府	3.0%

グルメ

2019年（回答数：631）			2009年（回答数：1,019）		
1位	北海道	40.7%	1位	北海道	48.5%
2位	韓国	6.7%	2位	韓国	4.9%
3位	台湾	6.0%	3位	イタリア	4.3%
4位	福岡県	5.1%	4位	京都府、大阪府	3.5%
5位	イタリア	4.0%			

スキー・スノーボード

2019年（回答数：139）			2009年（回答数：350）		
1位	北海道	51.8%	1位	北海道	45.4%
2位	長野県	15.8%	2位	長野県	19.1%
3位	新潟県	10.8%	3位	カナダ	9.1%
4位	群馬県	3.6%	4位	新潟県	7.7%
5位	宮城県、山形県	2.9%	5位	スイス	4.6%

マリンスポーツ

2019年（回答数：180）			2009年（回答数：436）		
1位	沖縄県	42.2%	1位	沖縄県	50.2%
2位	ハワイ	28.3%	2位	ハワイ	21.3%
3位	グアム	7.8%	3位	グアム	6.4%
4位	オーストラリア、東京都	3.9%	4位	オーストラリア	4.1%
			5位	サイパン	2.3%

登山・山歩き

2019年（回答数：168）			2009年（回答数：293）		
1位	静岡県	29.2%	1位	静岡県	19.1%
2位	山梨県	28.0%	2位	長野県	17.1%
3位	長野県	19.6%	3位	鹿児島県	8.2%
4位	鹿児島県	7.1%	4位	スイス	6.5%
5位	岐阜県、スイス	6.0%	5位	中部地方	5.1%

海水浴

2019年（回答数：211）			2009年（回答数：382）		
1位	沖縄県	42.2%	1位	沖縄県	30.9%
2位	ハワイ	25.1%	2位	ハワイ	29.3%
3位	グアム	6.6%	3位	静岡県	6.3%
4位	静岡県	5.7%	4位	グアム	4.7%
5位	和歌山県	4.3%	5位	千葉県	4.5%

ショッピング

2019年（回答数：260）			2009年（回答数：605）		
1位	ハワイ	30.0%	1位	ハワイ	32.9%
2位	韓国	15.8%	2位	韓国	14.7%
3位	東京都	11.9%	3位	東京都	13.7%
4位	フランス	4.6%	4位	フランス	4.3%
5位	イタリア	4.2%	5位	イタリア	4.1%

芸術鑑賞

2019年（回答数：204）			2009年（回答数：296）		
1位	東京都	20.6%	1位	東京都	30.1%
2位	フランス	15.2%	2位	アメリカ合衆国	12.8%
3位	イタリア	8.3%	3位	フランス	12.2%
4位	アメリカ合衆国	8.3%	4位	オーストリア	7.8%
5位	オーストリア	7.8%	5位	イタリア	6.1%

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（2019年・2009年）（単位：%）一つづき

スポーツ観戦

2019年（回答数：159）			2009年（回答数：227）		
1位	東京都	22.6%	1位	アメリカ合衆国	25.6%
2位	アメリカ合衆国	21.4%	2位	東京都	11.9%
3位	スペイン	10.1%	3位	イギリス	7.9%
4位	イタリア	5.0%	4位	スペイン	7.5%
5位	イギリス、兵庫県	3.8%	5位	イタリア	6.2%

花の名所巡り

2019年（回答数：191）			2009年（回答数：278）		
1位	北海道	20.4%	1位	北海道	16.9%
2位	青森県	9.4%	2位	京都府	16.2%
3位	長崎県	7.3%	3位	青森県	12.2%
4位	茨城県、栃木県、福島県	3.1%	4位	奈良県	6.8%
			5位	長野県	4.0%

自然現象観賞

2019年（回答数：178）			2009年（回答数：343）		
1位	カナダ	11.8%	1位	アラスカ	12.5%
2位	北海道	10.1%	2位	カナダ	12.0%
3位	フィンランド	7.9%	3位	フィンランド	8.5%
4位	ハワイ	4.5%	4位	北海道	5.8%
5位	アラスカ、オーストラリア	3.4%	5位	沖縄県	5.0%

秘境ツアー

2019年（回答数：137）			2009年（回答数：329）		
1位	鹿児島県	9.5%	1位	鹿児島県	12.5%
2位	沖縄県	7.3%	2位	ペルー	11.2%
3位	ペルー	5.8%	3位	中国	8.5%
4位	北海道	5.1%	4位	北海道	5.5%
5位	ボリビア	3.6%	5位	中南米	4.6%

町並み散策

2019年（回答数：340）			2009年（回答数：563）		
1位	京都府	17.1%	1位	イタリア	17.6%
2位	イタリア	7.9%	2位	京都府	11.0%
3位	石川県	7.6%	3位	フランス	8.5%
4位	岡山県	4.7%	4位	ドイツ	6.0%
5位	ヨーロッパ	4.4%	5位	ヨーロッパ	5.7%

リゾートホテル

2019年（回答数：258）			2009年（回答数：473）		
1位	沖縄県	26.0%	1位	ハワイ	29.8%
2位	ハワイ	20.9%	2位	沖縄県	18.0%
3位	北海道	6.6%	3位	インドネシア	6.1%
4位	バリ	5.8%	4位	長野県	4.4%
5位	シンガポール	3.9%	5位	アラブ首長国連邦	4.2%

和風旅館

2019年（回答数：253）			2009年（回答数：446）		
1位	京都府	20.6%	1位	京都府	35.2%
2位	石川県	11.9%	2位	石川県	10.1%
3位	神奈川県	5.9%	3位	神奈川県	8.7%
4位	静岡県	4.7%	4位	静岡県	6.3%
5位	兵庫県	4.3%	5位	大分県	3.8%

おしゃべり旅行

2019年（回答数：180）			2009年（回答数：515）		
1位	北海道	6.7%	1位	ハワイ	11.7%
2位	神奈川県	6.1%	2位	沖縄県、北海道	8.7%
3位	東京都	5.0%			
4位	静岡県	4.4%	4位	東京都	4.9%
5位	千葉県	3.3%	5位	静岡県	3.9%

世界遺産巡り

2019年（回答数：311）			2009年（回答数：628）		
1位	イタリア	9.3%	1位	イタリア	15.8%
2位	フランス	8.0%	2位	エジプト	14.2%
3位	エジプト	7.4%	3位	ペルー	7.0%
4位	ペルー	5.1%	4位	ヨーロッパ	6.8%
5位	スペイン	4.8%	5位	フランス	5.1%

ロングステイ

2019年（回答数：300）			2009年（回答数：351）		
1位	ハワイ	27.3%	1位	ハワイ	19.9%
2位	沖縄県	8.0%	2位	アメリカ合衆国	9.7%
3位	アメリカ合衆国	7.0%	3位	オーストラリア	9.1%
4位	北海道	6.3%	4位	沖縄県	8.0%
5位	オーストラリア	5.0%	5位	フランス	5.4%

パワースポット

2019年（回答数：212）			2009年（回答数：184）		
1位	ハワイ	11.8%	1位	ハワイ	8.7%
2位	三重県	10.8%	2位	宮崎県、三重県	8.2%
3位	鹿児島県	6.6%			
4位	アメリカ合衆国	5.7%	4位	鹿児島県	7.6%
5位	オーストラリア、島根県	5.2%	5位	京都府	6.5%

ホテルステイ

2019年（回答数：131）			2009年（回答数：159）		
1位	ハワイ	14.5%	1位	大分県	6.9%
2位	東京都、北海道	6.9%	2位	神奈川県	6.3%
4位	アメリカ合衆国、沖縄県、長野県	4.6%	3位	群馬県、静岡県	5.7%
			5位	熊本県	5.0%

資料：（公財）日本交通公社「JTBF旅行意識調査」

表I-4-5　旅行タイプ別行ってみたい旅行先（2019年）（単位：%）

ジオツーリズム

2019年（回答数：50）		
1位	アイスランド	10.0%
2位	ハワイ、オーストラリア、熊本県	8.0%
5位	神奈川県、北海道	4.0%

アニメツーリズム

2019年（回答数：59）		
1位	東京都	25.4%
2位	静岡県	6.8%
3位	岐阜県、埼玉県	5.1%
5位	茨城県、神奈川県、京都府、群馬県、佐賀県、鳥取県	3.4%

観光列車旅行

2019年（回答数：226）		
1位	九州地方	37.2%
2位	北海道	9.3%
3位	東北地方	4.0%
4位	静岡県	3.5%
5位	熊本県、中国地方	2.7%

エコツアー

2019年（回答数：68）		
1位	北海道	14.7%
2位	オーストラリア、沖縄県	5.9%
4位	東京都、長野県	4.4%

産業遺産観光

2019年（回答数：39）		
1位	群馬県	25.6%
2位	島根県	17.9%
3位	長崎県	15.4%
4位	新潟県、九州地方	5.1%

武将観光

2019年（回答数：92）		
1位	長野県	13.0%
2位	山梨県	6.5%
3位	兵庫県、愛知県	5.4%
5位	石川県、岐阜県、京都府、宮城県	4.3%

資料：（公財）日本交通公社「JTBF旅行意識調査」

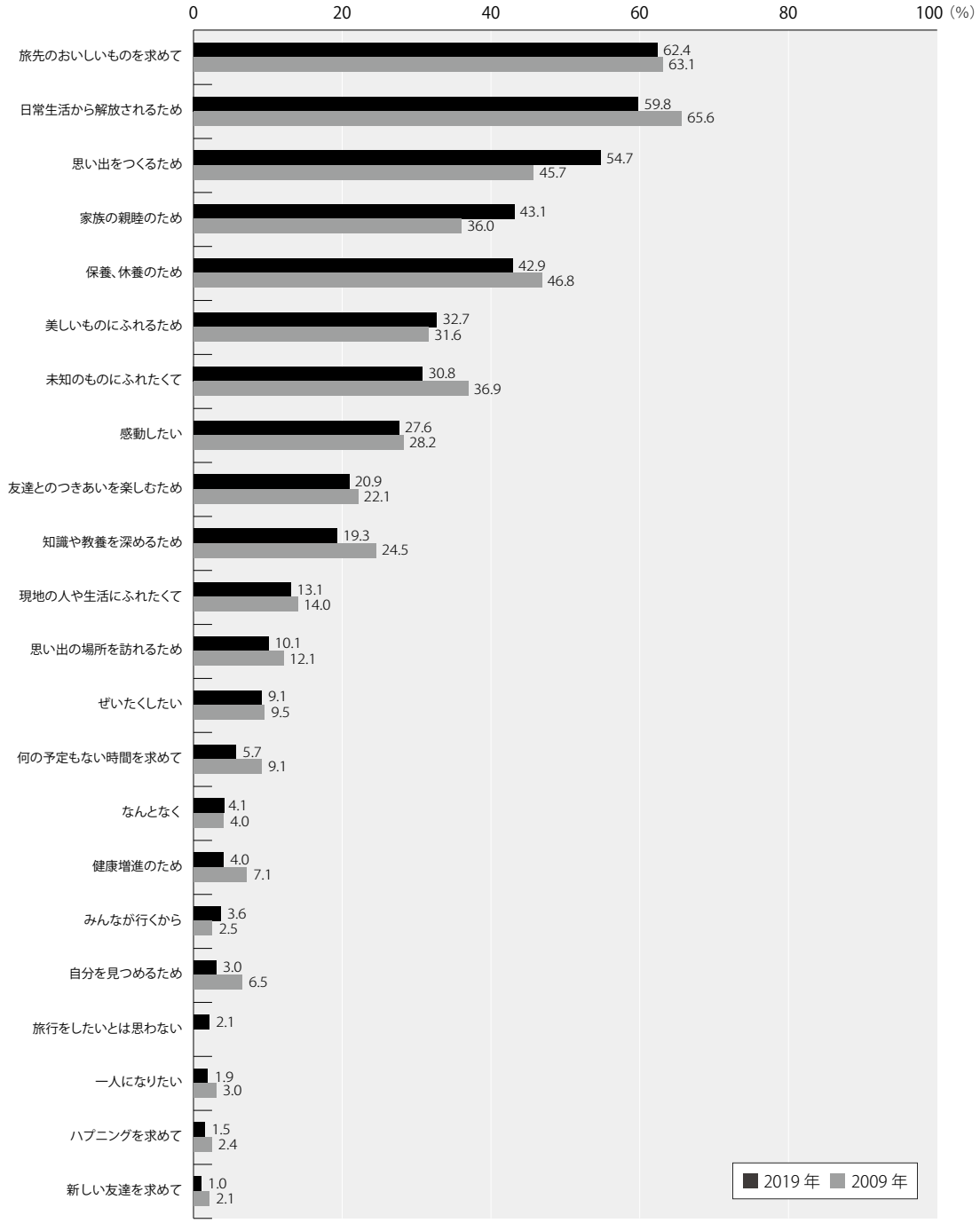
2 旅行の動機

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62.4%と最も多く、続いて「日常生活から解放されるため」59.8%、「思い出をつくるため」54.7%、「家族の親睦のため」が43.1%となった（図I-4-2）。2009年調査と比較すると、「日常生活から解放されるため」「保養、休養のため」のように癒しを求める理由が減少した一方で、「思い出をつくるため」「家族の親睦のため」などが増加した。

先に述べた上位3つの動機について、性・年代別に詳しくみると、「旅先のおいしいものを求めて」「日常生活から解放されるため」については、ほとんどの年代において上位3位に入っている（表I-4-6）。「思い出をつくるため」は、20代・30代・40代と比較的若い世代での主な動機となっていて、年代が上がるにつれて少なくなる。

図I-4-2　旅行の動機（複数回答）



資料：（公財）日本交通公社「JTBF旅行意識調査」

表Ⅰ-4-6　性・年代別　旅行の動機（複数回答）（単位：%）

男性20代

		2019年	2009年	
1位	思い出をつくるため	61.8	55.8	（ 2位）
2位	旅先のおいしいものを求めて	54.9	54.4	（ 3位）
3位	日常生活から解放されるため	53.9	57.1	（ 1位）
4位	保養、休養のため	42.2	34.1	（ 5位）
5位	未知のものにふれたくて	37.3	37.8	（ 4位）
	友達とのつきあいを楽しむため	37.3	34.1	（ 5位）
7位	美しいものにふれるため	27.5	24.4	（ 9位）
8位	感動したい	25.5	24.9	（ 8位）
9位	家族の親睦のため	21.6	19.4	（10位）
10位	知識や教養を深めるため	19.6	25.3	（ 7位）

男性30代

		2019年	2009年	
1位	旅先のおいしいものを求めて	63.0	63.8	（ 2位）
2位	思い出をつくるため	62.2	51.7	（ 3位）
3位	日常生活から解放されるため	60.6	64.3	（ 1位）
4位	家族の親睦のため	46.5	44.9	（ 5位）
5位	保養、休養のため	42.5	48.3	（ 4位）
6位	未知のものにふれたくて	32.3	32.4	（ 6位）
7位	美しいものにふれるため	26.8	22.7	（ 7位）
8位	知識や教養を深めるため	19.7	19.3	（ 9位）
9位	友達とのつきあいを楽しむため	17.3	10.1	（11位）
	感動したい	17.3	21.7	（ 8位）

男性40代

		2019年	2009年	
1位	日常生活から解放されるため	57.9	60.3	（ 1位）
	旅先のおいしいものを求めて	57.9	56.9	（ 2位）
3位	家族の親睦のため	56.6	48.5	（ 3位）
4位	思い出をつくるため	55.9	47.1	（ 5位）
5位	保養、休養のため	48.7	47.5	（ 4位）
6位	未知のものにふれたくて	30.3	34.8	（ 6位）
7位	美しいものにふれるため	25.7	26.5	（ 7位）
8位	知識や教養を深めるため	21.1	24.0	（ 8位）
9位	感動したい	20.4	24.0	（ 8位）
10位	友達とのつきあいを楽しむため	10.5	10.8	（11位）

男性50代

		2019年	2009年	
1位	日常生活から解放されるため	64.6	69.5	（ 1位）
2位	旅先のおいしいものを求めて	59.2	59.6	（ 2位）
3位	家族の親睦のため	50.8	43.2	（ 5位）
4位	保養、休養のため	45.4	54.0	（ 3位）
5位	思い出をつくるため	43.1	33.3	（ 6位）
6位	美しいものにふれるため	25.4	29.1	（ 7位）
7位	未知のものにふれたくて	23.8	44.6	（ 4位）
8位	感動したい	21.5	23.9	（ 9位）
9位	知識や教養を深めるため	15.4	25.8	（ 8位）
10位	思い出の場所を訪れるため	12.3	14.1	（12位）

男性60代

		2019年	2009年	
1位	旅先のおいしいものを求めて	60.3	59.8	（ 1位）
2位	日常生活から解放されるため	44.4	50.7	（ 2位）
3位	保養、休養のため	43.7	41.1	（ 3位）
4位	思い出をつくるため	42.1	35.4	（ 6位）
5位	家族の親睦のため	38.9	38.3	（ 5位）
6位	美しいものにふれるため	31.0	30.1	（ 8位）
7位	未知のものにふれたくて	28.6	40.2	（ 4位）
8位	感動したい	27.8	31.1	（ 7位）
9位	知識や教養を深めるため	19.8	22.5	（10位）
10位	思い出の場所を訪れるため	12.7	16.3	（12位）

男性70代

		2019年	2009年	
1位	旅先のおいしいものを求めて	52.6	50.8	（ 1位）
2位	家族の親睦のため	45.4	32.2	（ 4位）
3位	保養、休養のため	38.1	31.4	（ 6位）
4位	日常生活から解放されるため	37.1	40.7	（ 3位）
5位	未知のものにふれたくて	34.0	48.3	（ 2位）
6位	思い出をつくるため	33.0	28.0	（ 8位）
7位	美しいものにふれるため	28.9	30.5	（ 7位）
8位	友達とのつきあいを楽しむため	24.7	21.2	（ 9位）
	感動したい	24.7	18.6	（10位）
10位	思い出の場所を訪れるため	16.5	16.1	（12位）

女性20代

		2019年	2009年	
1位	思い出をつくるため	79.2	72.6	（ 2位）
2位	日常生活から解放されるため	68.3	76.0	（ 1位）
	旅先のおいしいものを求めて	68.3	74.0	（ 3位）
4位	保養、休養のため	45.5	46.6	（ 4位）
5位	未知のものにふれたくて	32.7	40.4	（ 6位）
6位	友達とのつきあいを楽しむため	29.7	29.8	（ 5位）
	美しいものにふれるため	29.7	36.5	（ 8位）
8位	家族の親睦のため	27.7	31.3	（ 9位）
9位	感動したい	25.7	34.1	（ 7位）
10位	ぜいたくしたい	23.8	19.2	（11位）

女性30代

		2019年	2009年	
1位	思い出をつくるため	83.3	64.4	（ 3位）
2位	日常生活から解放されるため	77.5	80.0	（ 1位）
	旅先のおいしいものを求めて	77.5	75.1	（ 4位）
4位	家族の親睦のため	65.0	49.3	（ 5位）
5位	保養、休養のため	49.2	58.2	（ 2位）
6位	美しいものにふれるため	36.7	32.4	（ 6位）
7位	未知のものにふれたくて	34.2	31.6	（ 7位）
	感動したい	34.2	28.9	（ 8位）
9位	知識や教養を深めるため	20.0	22.2	（10位）
10位	ぜいたくしたい	15.8	19.1	（11位）

女性40代

		2019年	2009年	
1位	日常生活から解放されるため	70.6	80.5	（ 1位）
2位	旅先のおいしいものを求めて	67.1	70.7	（ 2位）
3位	思い出をつくるため	62.9	48.3	（ 4位）
4位	家族の親睦のため	49.7	47.3	（ 5位）
5位	保養、休養のため	41.3	54.6	（ 3位）
6位	美しいものにふれるため	32.2	36.1	（ 6位）
7位	未知のものにふれたくて	23.8	28.8	（ 8位）
	感動したい	23.8	29.8	（ 7位）
9位	知識や教養を深めるため	16.8	18.5	（10位）
10位	友達とのつきあいを楽しむため	13.3	15.6	（ 9位）

女性50代

		2019年	2009年	
1位	日常生活から解放されるため	73.3	77.7	（ 1位）
2位	旅先のおいしいものを求めて	72.3	70.9	（ 2位）
3位	思い出をつくるため	55.4	34.5	（ 5位）
4位	保養、休養のため	52.5	58.3	（ 3位）
5位	家族の親睦のため	47.5	25.2	（ 7位）
6位	美しいものにふれるため	45.5	39.3	（ 6位）
7位	未知のものにふれたくて	40.6	27.7	（ 9位）
8位	感動したい	33.7	34.5	（ 8位）
9位	知識や教養を深めるため	27.7	30.6	（10位）
10位	現地の人や生活にふれたくて	18.8	15.0	（11位）

女性60代

		2019年	2009年	
1位	旅先のおいしいものを求めて	68.8	63.5	（ 2位）
2位	日常生活から解放されるため	60.9	67.2	（ 1位）
3位	保養、休養のため	43.0	42.7	（ 4位）
4位	感動したい	39.8	31.8	（ 6位）
5位	家族の親睦のため	39.1	25.0	（ 9位）
6位	美しいものにふれるため	38.3	39.6	（ 5位）
7位	思い出をつくるため	36.7	33.9	（ 8位）
8位	未知のものにふれたくて	30.5	40.6	（ 7位）
9位	友達とのつきあいを楽しむため	29.7	34.9	（ 3位）
10位	知識や教養を深めるため	18.8	26.0	（10位）

女性70代

		2019年	2009年	
1位	旅先のおいしいものを求めて	54.5	53.1	（ 3位）
2位	美しいものにふれるため	50.8	32.3	（ 7位）
3位	日常生活から解放されるため	49.2	47.7	（ 2位）
4位	思い出をつくるため	40.2	26.2	（ 8位）
5位	感動したい	38.6	36.9	（ 8位）
6位	友達とのつきあいを楽しむため	37.9	46.9	（ 1位）
7位	保養、休養のため	31.8	33.1	（ 4位）
8位	家族の親睦のため	30.3	23.1	（ 5位）
9位	未知のものにふれたくて	28.8	41.5	（ 6位）
10位	知識や教養を深めるため	25.8	29.2	（10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」

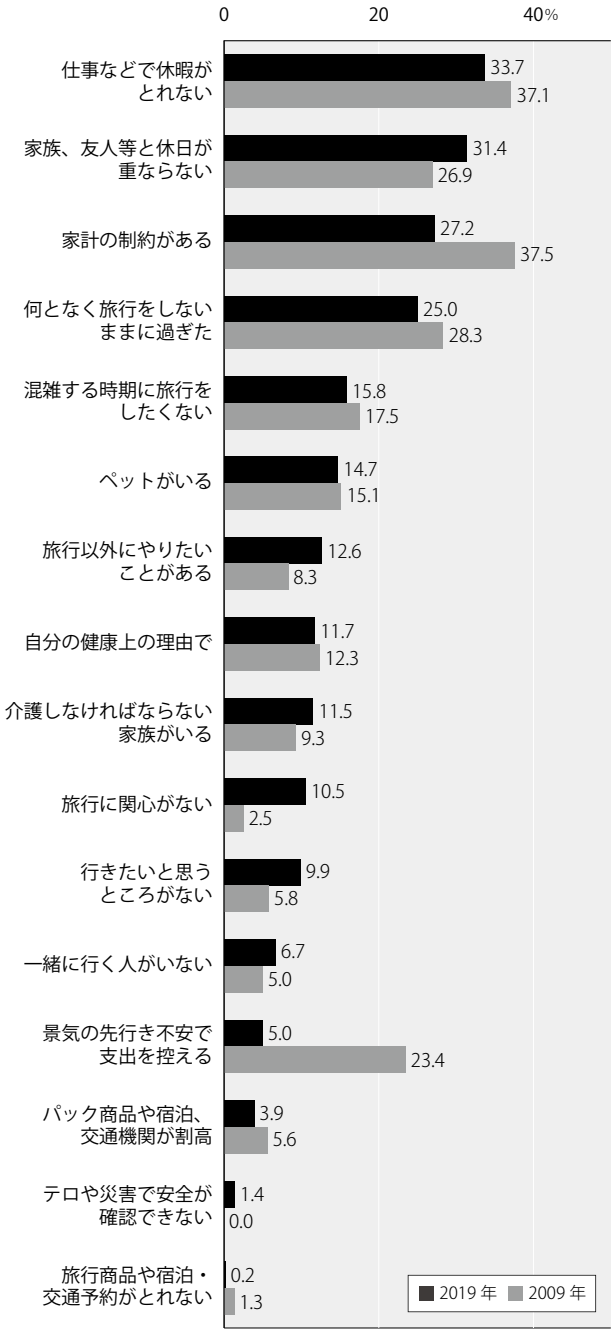
「2018年1月～12月中に国内または海外旅行に行かなかった人」に「行かなかった」理由として当てはまるものをあらかじめ用意した選択肢から全て選んでもらった。

その結果、旅行の阻害要因（複数回答）は、全体では「仕事などで休暇がとれない」が33.7%と最も多く、これに「家族、友人等と休日が重ならない」(31.4%)、「家計の制約がある」（27.2%）が続き、『休暇』と『支出』に関する理由が多く選ばれた。（図I-4-3）。2009年調査と比較すると、「家計の制約がある」や「景気の先行き不安で支出を控える」など『支出』に関する理由のシェアは減少した一方で、「旅行以外にやりたいことがある」や「行きたいと思うところがない」などそもそも旅行への関心が低いとされる選択肢のシェアがやや増加している。

また、ライフステージ別に旅行の阻害要因をみると、男性はライフステージにかかわらず、「仕事などで休暇がとれない」が上位に挙がっている。

（伊豆　菜津美）

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-4-7　ライフステージ別･旅行の阻害要因（単位:%）

男女・未婚

2019年			2009年		
1位	仕事などで休暇がとれない	41.0	1位	仕事などで休暇がとれない	37.1
2位	何となく旅行をしないままに過ぎた	28.2	2位	何となく旅行をしないままに過ぎた	30.8
3位	家族、友人等と休日が重ならない	27.4	3位	家族、友人等と休日が重ならない	28.9

男女・子供なし

2019年			2009年		
1位	仕事などで休暇がとれない	61.5	1位	仕事などで休暇がとれない	55.8
2位	家計の制約がある	42.3	2位	何となく旅行をしないままに過ぎた	44.2
3位	ペットがいる	38.5	3位	ペットがいる	34.9

男性子育て中

2019年			2009年		
1位	仕事などで休暇がとれない	37.3	1位	家計の制約がある	50.0
2位	家族、友人等と休日が重ならない	36.6	2位	仕事などで休暇がとれない	49.3
3位	家計の制約がある	31.3	3位	家族、友人等と休日が重ならない	28.4

男性子育て後

2019年			2009年		
1位	仕事などで休暇がとれない	34.4	1位	仕事などで休暇がとれない	37.3
2位	何となく旅行をしないままに過ぎた	26.2	2位	何となく旅行をしないままに過ぎた	30.4
3位	家計の制約がある	23.0	3位	家計の制約がある	29.4

女性子育て中

2019年			2009年		
1位	家族、友人等と休日が重ならない	45.7	1位	家計の制約がある	52.4
2位	家計の制約がある	32.9	2位	仕事などで休暇がとれない	35.8
3位	仕事などで休暇がとれない	27.9	3位	家族、友人等と休日が重ならない	33.7

女性子育て後

2019年			2009年		
1位	自分の健康上の理由で	31.9	1位	何となく旅行をしないままに過ぎた	27.5
2位	何となく旅行をしないままに過ぎた	30.6	2位	自分の健康上の理由で	26.8
3位	介護しなければならない家族がいる	23.6	3位	家計の制約がある	25.4

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 2018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 市場別にみる訪日旅行動向 …… 71
(1) 国籍・地域別にみる訪日旅行動向
①韓国 ②台湾 ③香港 ④中国 ⑤タイ ⑥米国
(2) 都道府県別にみる訪日旅行動向
3 世界の国際観光動向 …… 81
(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 …… 83
2 現地発着型のツアーの利用意向 …… 87

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 …… 89
(1) わが国旅行会社における訪日旅行事業の動向
(2) 訪日旅行商品開発の動き
(3) 受入態勢の拡充
2 訪日旅行商品の概況 …… 93
(1) 団体旅行商品の概況
(2) 出発国・地域別の旅行商品の特徴
(3) 地方ブロック別の旅行商品の特徴

Ⅱ-1　訪日外国人の旅行動向

1 2018 年の訪日旅行の概況

訪日外客数の伸びが鈍化傾向に
旅行消費額は 4 兆 5,189 億円と過去最高

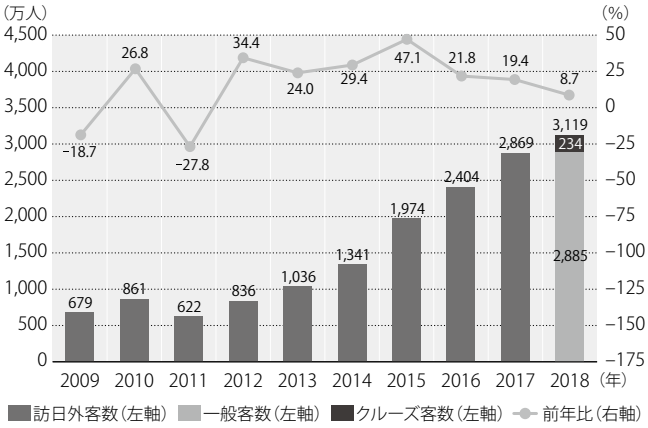
(1) 訪日外客数の動向

日本政府観光局（JNTO）によると、2018年の訪日外客数は3,119万人と過去最高を記録した。しかし前年からの伸び率は8.7%と、東日本大震災発生の翌年（2012年）以降続いていた2桁台の成長が、ストップする結果となった。6月から9月にかけて頻発した自然災害（大阪府北部地震、西日本豪雨、台風21号、北海道胆振東部地震）も影響しているとみられる（図Ⅱ-1-1）。

2018年において訪日外客数が増加した主因は、前年に引き続き近隣アジアからの訪日外客数の増加である。特に前年比21.8%の伸びを見せた中国の寄与度が大きい。東南アジアや欧米豪市場も堅調な伸びを見せた。一方、韓国や台湾の伸び率は1桁台と、前年に比べ鈍化傾向にある。更に香港やクルーズ客市場は前年比マイナスとなっており、市場によって傾向に違いが見え始めている。

訪日外国人旅行消費額は4.5兆円と過去最高を記録した。東アジアの存在感が大きく、韓国、台湾、香港、中国の4カ国・地域で全体の約2/3を占めている。観光庁「訪日外国人消費動向調査」では、2018年より一般客（クルーズ客以外の訪日外国人）とクルーズ客の旅行消費額を分けて公表している。それによると、2018年のクルーズ客の旅行消費額は約1千億円であり、訪日外国人全体の2%程度であった（表Ⅱ-1-1）。

図Ⅱ-1-1　訪日外客数の推移



資料：日本政府観光客（JNTO）「訪日外客数」

表Ⅱ-1-1　2018年における訪日外客数と訪日外国人旅行消費額

2018年		訪日外客数（人）	シェア（%）	前年比（%）	寄与度（%）	1人当たり旅行支出（円/人）	前年比（%）	訪日外国人旅行消費額（億円）	シェア（%）	前年比（%）
全体		31,191,856	100.0	8.7	8.7	−	−	45,189	100.0	2. 3
全国籍・地域		28,854,053	92.5	10.0	9.1	153,029	▲ 0.6	44,155	97.7	−
一般客	韓国	7,525,853	24.1	5.6	1.4	78,084	8.8	5,876	13.0	−
	台湾	4,487,436	14.4	4.4	0.7	127,579	1.4	5,725	12.7	−
	香港	2,165,311	6.9	▲ 0.8	▲ 0.1	154,581	1.0	3,347	7.4	−
	中国	6,476,719	20.8	21.8	4.0	224,870	▲ 2.4	14,564	32.2	−
	タイ	1,129,456	3.6	14.7	0.5	124,421	▲ 1.7	1,405	3.1	−
	シンガポール	435,029	1.4	8.7	0.1	172,821	5.2	752	1.7	−
	マレーシア	463,367	1.5	7.3	0.1	137,612	1.4	638	1.4	−
	インドネシア	393,754	1.3	13.0	0.2	141,419	9.3	557	1.2	−
	フィリピン	473,079	1.5	13.0	0.2	121,921	7.3	577	1.3	−
	ベトナム	387,199	1.2	25.9	0.3	188,376	2.8	729	1.6	−
	インド	152,495	0.5	15.1	0.1	161,423	2.5	246	0.5	−
	英国	324,679	1.0	7.2	0.1	220,929	2.6	717	1.6	−
	ドイツ	212,906	0.7	11.9	0.1	191,736	5.2	408	0.9	−
	フランス	303,952	1.0	13.4	0.1	215,786	1.6	656	1.5	−
	イタリア	149,273	0.5	19.3	0.1	223,555	16.8	334	0.7	−
	スペイン	118,378	0.4	18.9	0.1	237,234	11.6	281	0.6	−
	ロシア	93,599	0.3	22.0	0.1	188,256	▲ 5.5	176	0.4	−
	米国	1,507,362	4.8	10.9	0.5	191,539	5.2	2,887	6.4	−
	カナダ	322,487	1.0	8.2	0.1	183,218	2.1	591	1.3	−
	オーストラリア	541,870	1.7	11.3	0.2	242,041	7.2	1,312	2.9	−
	その他	1,189,849	3.8	9.4	0.4	199,728	▲ 6.1	2,376	5.3	−
クルーズ客		2,337,803	7.5	▲ 4.6	▲ 0.4	44,227	−	1,034	2.3	−

上位3ヶ国・地域（クルーズ客は除く）

資料：日本政府観光局（JNTO）「訪日外客数」、観光庁「訪日外国人消費動向調査」
（注）訪日外客数は暫定値を使用している。

(2) 客層の変化

観光庁「訪日外国人消費動向調査」によると、近年は観光・レジャー目的客の割合が増加傾向にあり、2018年は同割合が78.2%となった。

訪日経験回数は、2015年までは1回目の割合が増加していたが、2016年以降は2回目～9回目のリピーターが増加傾向にある。一方、10回以上のハードリピーター層の割合は2015年以降ほぼ横ばいで推移している。

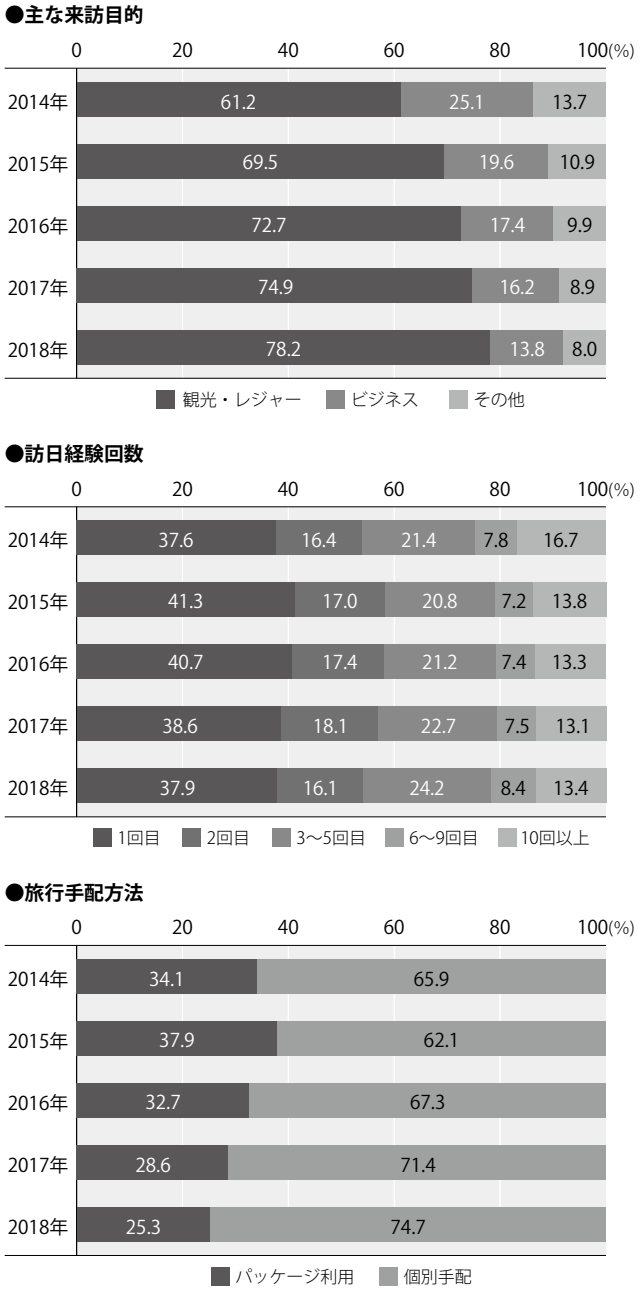
旅行手配方法は2015年までパッケージ利用率が増加傾向にあったが、2016年以降は個別手配率が増加し、2018年は74.7%となっている（図Ⅱ-1-2）。

(3) 旅行支出の動向

観光庁「訪日外国人消費動向調査」によると、一般客の1人当たり旅行支出は15.30万円と前年比マイナス0.6%となった。訪日中国人による爆買いが落ち着いた2016年以降、15万円台で大きな変化がなく推移している（図Ⅱ-1-3）。

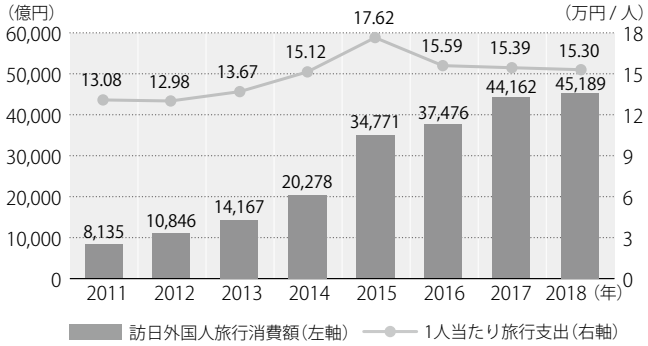
1人当たり旅行支出と買物代を費目別にみると、2017年から2018年にかけて宿泊費、飲食費、娯楽サービス費が増加している。一方、買物代は1人当たり約6千円の減少となっており、費目別にみると特に「電気製品・カメラ・時計」が前年比マイナス35%と減少幅が大きい（図Ⅱ-1-4、図Ⅱ-1-5）。

図Ⅱ-1-2　訪日外国人の客層変化



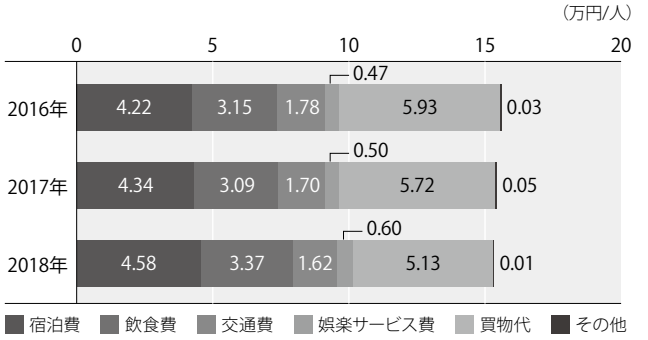
資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

図Ⅱ-1-3　訪日外国人旅行消費額の推移



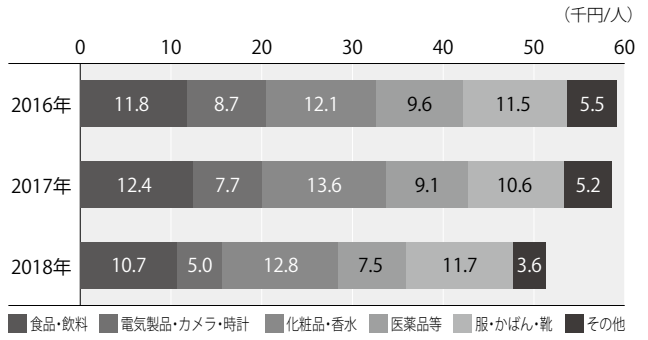
資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

図Ⅱ-1-4　費目別にみる訪日外国人1人当たり旅行支出（一般客）



資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

図Ⅱ-1-5　費目別にみる訪日外国人1人当たり買物代（一般客）



資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

(4) 日本人海外旅行との対比

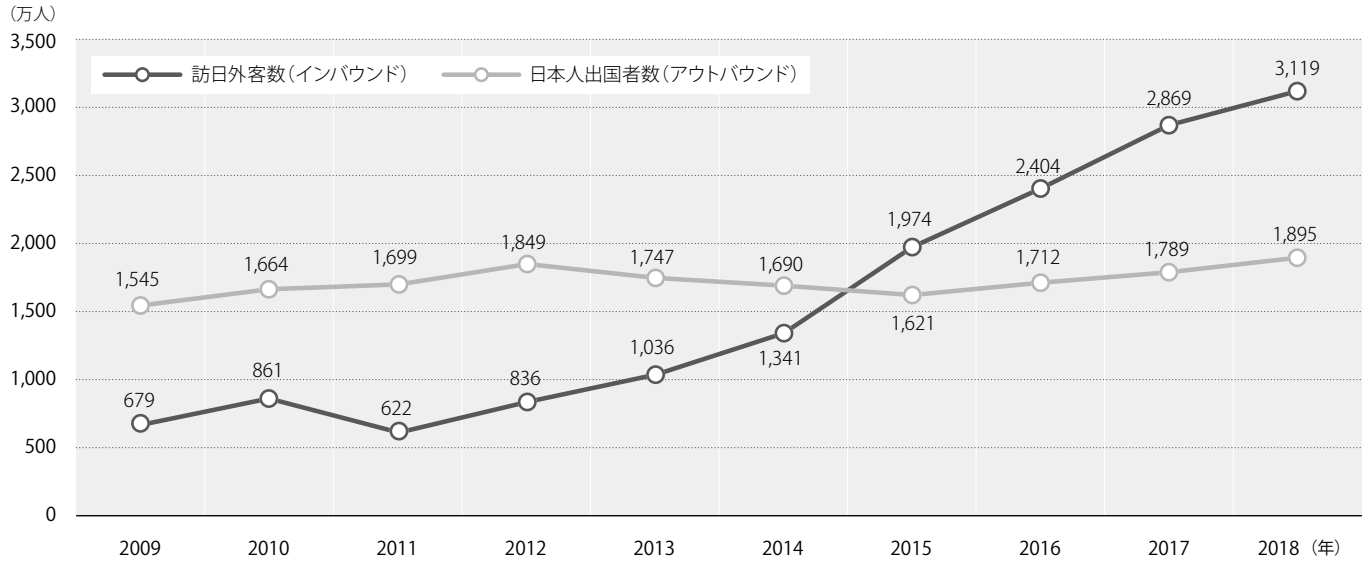
2015年以降、外国人の訪日旅行（インバウンド旅行）が日本人の海外旅行（アウトバウンド旅行）を人数、国際収支ともに上回る状況が続いている。

過去10年間の旅行者数の推移をみると、日本人の海外旅行者数に相当する「日本人出国者数」（法務省「出入国管理統計」）は1,500～2,000万人の間で推移しているが、2016年以降は微増傾向が続いている。訪日外国人旅行者数に相当する「訪日外客数」（日本政府観光局）は2011年を底に増加基調となり、2015年に日本人の海外旅行者数を上回る結果となった。2018年は更に差を広げ、日本人出国者数より訪日外客数がおよそ1,200万人以上多い状況となっている（図Ⅱ-1-6）。

人の動きだけでなく、経済取引の面でも同様の動きがみられる。財務省・日本銀行「国際収支統計」によると、10年前の2009年は旅行支払がおよそ2.4兆円に対して旅行受取がおよそ1.0兆円と2倍以上の開きがあったが、2014年には両者ともおよそ2兆円で並んだ。2015年以降は旅行受取が旅行支払を上回り、2018年にはその開きが約2.1倍に拡大している（図Ⅱ-1-7）。

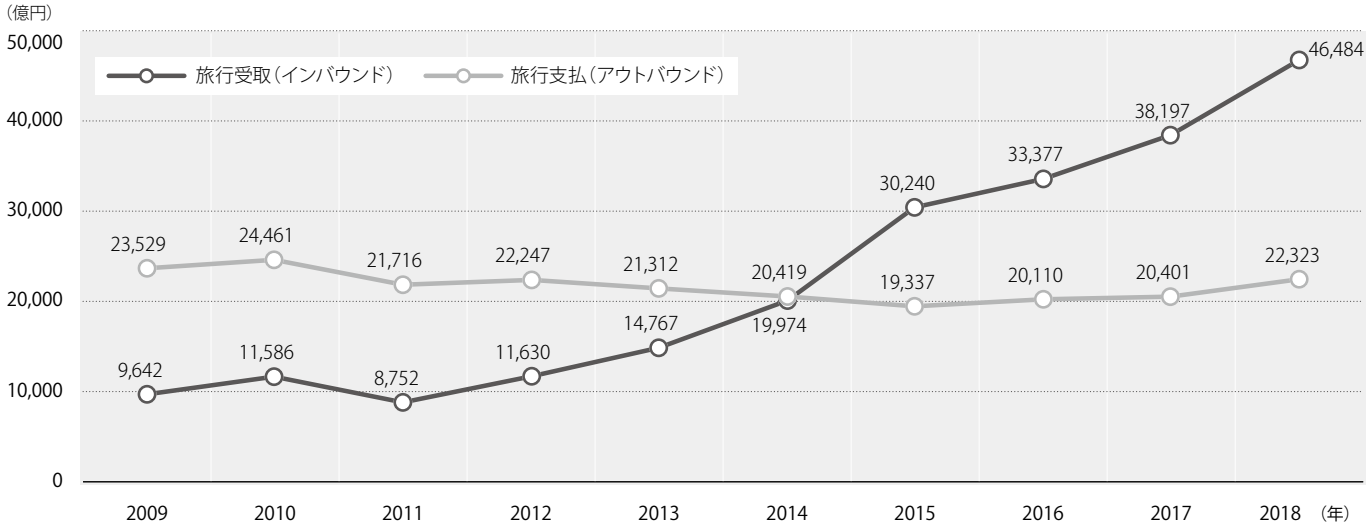
（川村 竜之介）

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（JNTO）「訪日外客数」

図Ⅱ-1-7　国際収支における旅行受取及び支払の推移



資料：財務省・日本銀行「国際収支統計」

2 市場別にみる訪日旅行動向

2018 年の訪日外客数は東アジアの伸び率が鈍化
中国の買物消費は引き続き好調

(1) 国籍・地域別にみる訪日旅行動向

訪日外客数を国籍・地域別にみると、2018年は多くの主要国・地域で前年を上回ったものの、東アジアでの伸び率鈍化が目立った。香港は前年比1.1%のマイナスへと転じた。

2019年上半期は香港に加え、韓国と台湾の伸び率もマイナスへと転じた。一方で中国は伸び率が2桁台の成長を維持している。欧米豪市場も堅調な伸びを見せており、2018年から2桁台の成長が続いている国も多い（表Ⅱ-1-2）。

2018年の1人当たり旅行支出（クルーズ客を除く）を国籍・地域別にみるとオーストラリア（24.2万円）や中国（22.5万円）が高い。欧米も全体的に高く、特に英国やフランス、イタリア、スペインでは20万円を超える。

オーストラリアは冬にスキーを楽しむ客層が多いことから、娯楽サービス費（スキー用品レンタル代など）が高くなっている。中国は買物代が高く、11.2万円と総額の約5割を占める。最も低いのは滞在期間の短い韓国（7.8万円）であり、いずれの費目（「その他」以外）もほかの国籍・地域に比べ低い（表Ⅱ-1-3）。

表Ⅱ-1-2　訪日外客数の推移（国籍・地域別）

（単位：万人）　（単位：%）

		2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019上期	2017/2016年比	2018/2017年比	19上期/18上期比
訪日外客数全体		834.7	835.1	679.0	861.1	621.9	835.8	1036.4	1341.3	1973.7	2404.0	2869.1	3119.2	1663.4	19.3	8.7	4.6
東アジア	韓国	①260.1	①238.2	①158.7	①244.0	①165.8	①204.3	①245.6	②275.5	②400.2	②509.0	②714.0	②753.9	②386.3	40.3	5.6	▲ 3.8
	台湾	②138.5	②139.0	②102.4	③126.8	③99.4	②146.6	②221.1	①283.0	③367.7	③416.8	③456.4	③475.7	③248.1	9.5	4.2	▲ 1.0
	香港	43.2	55.0	45.0	50.9	36.5	48.2	74.6	92.6	152.4	183.9	223.2	220.8	109.8	21.3	▲ 1.1	▲ 1.1
	中国	③94.2	③100.0	③100.6	②141.3	②104.3	③142.5	③131.4	③240.9	①499.4	①637.4	①735.6	①838.0	①453.3	15.4	13.9	11.7
東南アジア	タイ	16.7	19.2	17.8	21.5	14.5	26.1	45.4	65.8	79.7	90.2	98.7	113.2	68.4	9.5	14.7	12.7
	マレーシア	15.2	16.8	14.5	18.1	11.1	14.2	18.9	22.8	30.9	36.2	40.4	43.7	21.4	11.7	8.2	7.3
	シンガポール	10.1	10.6	9.0	11.5	8.2	13.0	17.7	25.0	30.5	39.4	44.0	46.8	23.8	11.5	6.6	0.7
	フィリピン	6.4	6.7	6.4	8.1	6.2	10.1	13.7	15.9	20.5	27.1	35.2	39.7	21.6	30.0	12.6	0.8
	インドネシア	9.0	8.2	7.1	7.7	6.3	8.5	10.8	18.4	26.8	34.8	42.4	50.4	29.5	21.9	18.8	7.1
	ベトナム	3.2	3.5	3.4	4.2	4.1	5.5	8.4	12.4	18.5	23.4	30.9	38.9	25.3	32.1	25.9	30.3
欧米・その他	インド	6.8	6.7	5.9	6.7	5.9	6.9	7.5	8.8	10.3	12.3	13.4	15.4	9.3	9.3	14.6	15.5
	英国	22.2	20.7	18.1	18.4	14.0	17.4	19.2	22.0	25.8	29.2	31.0	33.4	18.6	6.2	7.6	9.7
	フランス	13.8	14.8	14.1	15.1	9.5	13.0	15.5	17.9	21.4	25.3	26.9	30.5	16.0	6.0	13.5	7.4
	ドイツ	12.5	12.6	11.1	12.4	8.1	10.9	12.2	14.0	16.3	18.3	19.6	21.5	11.9	6.7	10.1	11.7
	イタリア	5.4	5.6	6.0	6.2	3.4	5.2	6.7	8.1	10.3	11.9	12.6	15.0	7.5	5.5	19.2	12.4
	スペイン	3.3	4.1	4.2	4.4	2.1	3.5	4.4	6.1	7.7	9.2	10.0	11.9	5.2	8.7	19.1	10.4
	ロシア	6.4	6.6	4.7	5.1	3.4	5.0	6.1	6.4	5.4	5.5	7.7	9.5	5.6	40.9	22.7	20.4
	米国	81.6	76.8	70.0	72.7	56.6	71.7	79.9	89.2	103.3	124.3	137.5	152.6	87.5	10.6	11.0	13.1
	カナダ	16.6	16.8	15.3	15.3	10.1	13.5	15.3	18.3	23.1	27.3	30.6	33.1	18.4	11.9	8.2	10.8
	オーストラリア	22.3	24.2	21.2	22.6	16.3	20.6	24.5	30.3	37.6	44.5	49.5	55.2	32.7	11.2	11.6	10.7
	その他	47.2	48.9	43.6	48.1	36.1	49.0	57.5	68.2	85.7	98.0	109.5	119.9	63.4	11.8	9.4	8.7
うちクルーズ客（再掲）		–	–	–	–	–	–	–	–	–	193.6	244.9	233.8	88.9	26.5	▲ 4.6	▲ 22.3

（注1）①②③は各年で旅行者数が多い国籍・地域の順位を示す。
（注2）訪日外客数は2017年までは確定値、2018年から2019年4月までは暫定値、2019年5-6月は推計値を使用している。

資料：日本政府観光局（JNTO）「訪日外客数」

表Ⅱ-1-3　費目別にみる訪日外国人1人当たり旅行支出と旅行消費額（一般客（クルーズ客以外の訪日外国人）、国籍・地域別、2018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	娯楽サービス費	買物代	その他	旅行消費額
全国籍・地域		153,029	45,787	33,748	16,160	6,011	51,256	67	44,155
東アジア	韓国	78,084	24,974	19,961	7,636	3,917	21,549	47	5,876
	台湾	127,579	35,312	28,190	13,548	5,059	45,441	30	5,725
	香港	154,581	45,625	36,887	16,683	5,063	50,287	36	3,347
	中国	224,870	47,854	39,984	16,834	7,998	112,104	95	14,564
東南アジア	タイ	124,421	36,836	27,740	15,033	4,416	40,248	149	1,405
	シンガポール	172,821	63,311	41,406	19,890	6,467	41,691	54	752
	マレーシア	137,612	44,950	30,400	16,371	6,466	39,422	3	638
	インドネシア	141,419	48,117	29,156	20,946	5,585	37,599	17	557
	フィリピン	121,921	31,448	30,074	14,459	6,077	39,596	268	577
	ベトナム	188,376	55,818	43,846	18,900	5,923	63,649	240	729
欧米・その他	インド	161,423	75,371	34,026	21,864	3,747	26,415	0	246
	英国	220,929	100,692	56,050	33,172	8,341	22,641	34	717
	ドイツ	191,736	84,555	47,536	28,333	5,974	25,250	87	408
	フランス	215,786	85,544	56,933	33,438	7,358	32,472	41	656
	イタリア	223,555	87,652	57,803	39,204	7,552	31,057	287	334
	スペイン	237,234	92,543	62,129	42,159	7,620	32,783	0	281
	ロシア	188,256	62,710	43,837	22,038	7,973	51,554	143	176
	米国	191,539	82,286	50,630	27,318	7,865	23,406	34	2,887
	カナダ	183,218	74,857	47,469	27,579	7,993	25,176	144	591
	オーストラリア	242,041	99,175	58,878	34,892	16,171	32,688	236	1,312
	その他	199,728	84,529	48,463	29,455	6,354	30,912	14	2,376

資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

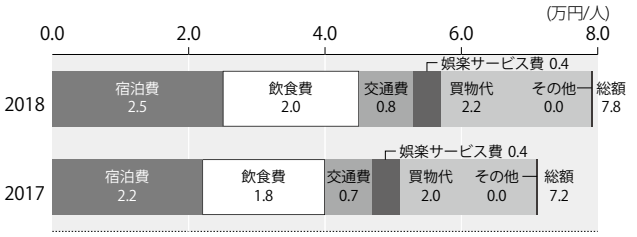
①韓国

2018年の韓国人出国者数は前年比8%増の2,870万人で、出国率は55.5%に達した（表Ⅱ-1-7）。2017年の方面別韓国人訪問者数をみると日本が最も多く、次いで中国やベトナムなどの近隣アジアが続く。ただし中国への出国者数は前年比マイナスとなっており、中国との関係悪化も影響しているとみられる（表Ⅱ-1-6）。2018年の訪日韓国人旅行者数は754万人で、前年比5.6%のプラスとなった。一方、出国者に占める訪日旅行者比率は26.3%と前年（26.9%）よりやや減少しており、近年続いていた上昇傾向がストップした（表Ⅱ-1-7）。

2018年の訪日韓国人の平均泊数は4.4泊で、ほかの国籍・地域に比べ短い。リピーター率は増加傾向にあり、2018年は7割を超えた（表Ⅱ-1-4）。

2018年の訪日韓国人旅行者1人当たり旅行支出はほかの国籍・地域の中で最も低い7.8万円であった。前年と比較すると6千円ほどのプラスで、費目別にみると「その他」以外の全ての費目で増加している（図Ⅱ-1-8）。為替レートに大きな変化はなく、為替による旅行支出への影響は小さいとみられる（表Ⅱ-1-7）。購入率が高い商品は菓子類で8割以上が購入している（表Ⅱ-1-5）。

図Ⅱ-1-8　訪日韓国人の1人当たり旅行支出



資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

表Ⅱ-1-5　費目別購入率及び購入者単価（韓国、2018年）

購入率順位	費目	購入率（%）	購入者単価（円/人）
1位	菓子類	82.5	6,003
2位	医薬品	43.0	5,948
3位	その他食料品・飲料・たばこ	36.3	4,580
4位	化粧品・香水	31.2	8,553
5位	酒類	29.5	5,090
6位	衣類	23.6	12,816
7位	健康グッズ・トイレタリー	12.8	6,276
8位	靴・かばん・革製品	9.8	12,462
9位	民芸品・伝統工芸品	4.9	4,279
10位	本･雑誌･ガイドブックなど	3.0	5,686

資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

表Ⅱ-1-6　アジア各国・地域への韓国人訪問者数

（単位：万人）

訪問先	基準	2012	2013	2014	2015	2016	2017
日本	NFV	204.3	245.6	275.5	400.2	509.0	714.0
台湾	RFV	25.9	35.1	52.8	65.9	88.4	105.5
香港	RFV	72.6	74.5	89.5	93.3	107.2	116.1
中国	NFV	407.0	396.9	418.2	444.4	477.5	386.4
タイ	NFT	115.3	129.2	110.9	135.9	145.0	170.9
シンガポール	RFV	44.5	47.2	53.7	57.7	56.7	63.1
マレーシア	NFV	28.4	27.5	38.6	42.1	44.4	48.5
インドネシア	RFT	32.9	35.1	35.2	37.6	38.7	–
フィリピン	RFT	103.1	116.6	117.5	134.0	147.5	160.8
ベトナム	RFV	70.1	74.9	84.8	111.3	154.4	241.5
カンボジア	RFT	41.1	43.5	42.4	39.5	35.7	34.5

資料：日本政府観光局（JNTO）「日本の国際観光統計（2017）」
（注）[N]国籍別統計、[R]居住地別統計／[F]国境到着者数／[V]日帰りを含む旅行者数、[T]宿泊を伴った旅行者数

表Ⅱ-1-4　訪日韓国人の旅行動向

	2017	2018	前年との差
訪日韓国人旅行者数（万人）	714	754	40
平均泊数（泊）	4.3	4.4	0.1
観光レジャー比率	81.6%	83.2%	1.6%
リピーター率	68.2%	71.2%	3.1%
ツアー利用率	17.4%	15.6%	▲1.9%

資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

表Ⅱ-1-7　韓国基本情報

	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2024
①人口（万人）＊1	4,819	4,955	4,994	5,020	5,043	5,075	5,102	5,125	*5,145*	*5,166*	*5,187*	*5,209*	*5,294*
②韓国人出国者数（万人）＊2	1,008	1,249	1,269	1,374	1,485	1,608	1,931	2,238	2,650	2,870	–	–	–
③出国率（%）　（②÷①）	20.9	25.2	25.4	27.4	29.4	31.7	37.9	43.7	51.5	55.5	–	–	–
④訪日韓国人旅行者数（万人）＊3	174.7	244.0	165.8	204.3	245.6	275.5	400.2	509.0	714.0	753.9	–	–	–
⑤出国者に占める訪日旅行者比率（%）（④÷②）	17.3	19.5	13.1	14.9	16.5	17.1	20.7	22.7	26.9	26.3	–	–	–
⑥為替レート（100円／韓国ウォン）＊1	10.8	7.6	7.2	7.1	8.9	10.0	10.7	9.4	9.9	10.0	9.6	–	–
⑦GDP成長率（%）＊1	3.9	6.5	3.7	2.3	2.9	3.3	2.8	2.9	*3.1*	*2.7*	*2.6*	*2.8*	*2.9*
⑧一人当たりGDP（米ドル）＊1	18,640	22,087	24,080	24,359	25,890	27,811	27,105	27,608	*29,750*	*31,346*	*31,937*	*33,491*	*40,631*

（注1）斜体は推計値。（注2）⑥為替レートの2019年の数値は2019年1～6月の平均値
資料：IMF（＊1）、KTO（＊2）、JNTO（＊3）

②台湾

台湾人出国者数と出国率は共に増加傾向が続いており、2018年の出国者数は1,664万人となった。出国者に占める訪日旅行者比率は前年比0.6%減の28.6%となっており、2011年以降続いていた上昇傾向がストップした（表Ⅱ-1-11）。方面別旅行先では、2015年以降日本が1位となっており、2018年は483万人と2位である中国と約65万人の差がついている（表Ⅱ-1-10）。2018年の訪日台湾人旅行者数は476万人となった（表Ⅱ-1-11）。

台湾はほかの国籍・地域と比較してツアー利用率が高いものの、近年は急激な個人旅行化が進行しており、2018年のツアー利用率は39.5%と4割を切った。リピーター率も高く、2018年は前年比0.7%ポイント増の82.4%であった（表Ⅱ-1-8）。

2018年の訪日台湾人旅行者の1人当たり旅行支出は12.8万円であった。費目別にみると、前年と比べて買物代が減少し、宿泊費や飲食費、娯楽サービス費が増加している（図Ⅱ-1-9）。

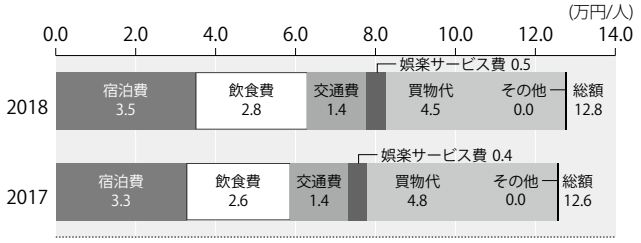
買物代のうち、購入率が高いのは「菓子類」のほか、「医薬品」や「衣類」などとなっている（表Ⅱ-1-9）。

表Ⅱ-1-8　訪日台湾人の旅行動向

	2017	2018	前年との差
訪日台湾人旅行者数（万人）	456	476	19
平均泊数（泊）	6.7	6.8	0.1
観光レジャー比率	84.0%	88.1%	4.1%
リピーター率	81.7%	82.4%	0.7%
ツアー利用率	47.2%	39.5%	▲7.6%

資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

図Ⅱ-1-9　訪日台湾人の1人当たり旅行支出



資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

表Ⅱ-1-9　費目別購入率及び購入者単価（台湾、2018年）

購入率順位	費目	購入率（%）	購入者単価（円/人）
1位	菓子類	73.6	8,899
2位	医薬品	56.9	14,473
3位	衣類	41.0	14,090
4位	その他食料品・飲料・たばこ	40.8	7,536
5位	化粧品・香水	40.7	13,835
6位	健康グッズ・トイレタリー	30.5	13,570
7位	靴・かばん・革製品	21.3	15,536
8位	酒類	17.8	5,440
9位	電気製品（デジタルカメラ／PC／家電等）	17.8	24,371
10位	生鮮農産物	16.3	3,626

資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

表Ⅱ-1-10　方面別台湾人旅行者数

	2014			2015			2016			2017			2018		
	国・地域	人数（万人）	前年比（%）	国・地域	人数（万人）	前年比（%）	国・地域	人数（万人）	前年比（%）	国・地域	人数（万人）	前年比（%）	国・地域	人数（万人）	前年比（%）
1位	中国	326.7	6.3	**日本**	**379.8**	**27.8**	**日本**	**429.5**	**13.1**	**日本**	**461.6**	**7.5**	**日本**	**482.6**	**4.6**
2位	**日本**	**297.2**	**26.7**	中国	340.4	4.2	中国	368.5	8.3	中国	392.8	6.6	中国	417.3	6.2
3位	香港	201.8	▲1.0	香港	200.8	▲0.5	香港	190.3	▲5.3	香港	177.3	▲6.8	香港	169.6	▲4.3
4位	韓国	62.7	20.9	タイ	60.0	43.0	韓国	80.8	61.7	韓国	88.9	9.9	韓国	108.7	22.3
5位	マカオ	49.3	▲4.2	マカオ	52.7	6.9	マカオ	59.9	13.6	マカオ	58.9	▲1.6	タイ	67.9	22.6

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

資料：台湾交通部観光局

表Ⅱ-1-11　台湾基本情報

	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2024
①人口（万人）＊1	2,277	2,316	2,323	2,332	2,337	2,343	2,349	2,354	*2,357*	*2,360*	*2,363*	*2,367*	*2,379*
②台湾人出国者数（万人）＊2	821	942	958	1,024	1,105	1,184	1,318	1,459	1,565	1,664	－	－	－
③出国率（%）　（②÷①）	36.0	40.6	41.3	43.9	47.3	50.5	56.1	62.0	66.4	70.5	－	－	－
④訪日台湾人旅行者数（万人）＊3	127.5	126.8	99.4	146.6	221.1	283.0	367.7	416.8	456.4	475.7	－	－	－
⑤出国者に占める訪日旅行者比率（%）（④÷②）	15.5	13.5	10.4	14.3	20.0	23.9	27.9	28.6	29.2	28.6	－	－	－
⑥為替レート（円／台湾ドル）＊1,＊4	3.4	2.8	2.7	2.7	3.3	3.5	3.8	3.4	3.7	3.7	3.6	－	－
⑦GDP成長率（%）＊1	5.4	10.6	3.8	2.1	2.2	4.0	0.8	*1.5*	3.1	*2.6*	*2.5*	*2.5*	*2.1*
⑧一人当たりGDP（米ドル）＊1	16,503	19,262	20,912	21,270	21,888	22,639	22,374	22,573	*24,390*	*24,971*	*25,448*	*26,777*	*33,786*

（注1）斜体は推計値。（注2）⑥為替レートの2019年の数値は2019年1～6月の平均値

資料：IMF（＊1）、台湾交通部観光局（＊2）、JNTO（＊3）、FRB（＊4）

③香港

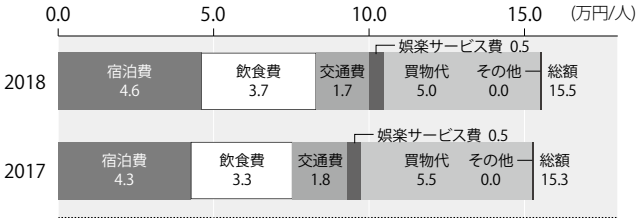
香港人出国者数は2016年まで増加傾向にあったが、2017年は前年比マイナスの9,134万人となった（表Ⅱ-1-15）。2017年においては、中国以外の訪問地では日本が最も多く223万人、次いで台湾が154万人となっている（表Ⅱ-1-14）。訪日香港人旅行者数は2017年に過去最高の223万人に達したものの、2018年は221万人と前年比1%のマイナスに転じた（表Ⅱ-1-15）。

訪日香港人の特徴は観光レジャー比率とリピーター率が高いことである。2018年の観光レジャー比率は92.9%、リピーター率は85.6%で、いずれも増加傾向にある。個人旅行化も進行しており、2018年のツアー利用率は前年から3.8%ポイント減の21.8%となった（表Ⅱ-1-12）。

訪日香港人の1人当たり旅行支出は15.5万円と前年に比べ大きな変化はみられない。費目別にみると買物代が減少し、その分宿泊費や飲食費が増加している。ほかの国籍・地域に比べて1泊あたりの滞在費（宿泊費・飲食費）が高い点が香港の特徴であるが、その傾向に変化はみられない（図Ⅱ-1-10）。

買物代は「衣類」の購入率が53.9%とほかの国籍・地域に比べ高い傾向にある（表Ⅱ-1-13）。

図Ⅱ-1-10　訪日香港人の1人当たり旅行支出



資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

表Ⅱ-1-13　費目別購入率及び購入者単価（香港、2018年）

購入率順位	費目	購入率（%）	購入者単価（円/人）
1位	菓子類	63.6	9,171
2位	衣類	53.9	21,696
3位	化粧品・香水	45.9	20,341
4位	医薬品	42.8	9,473
5位	その他食料品・飲料・たばこ	38.1	8,931
6位	靴・かばん・革製品	32.1	20,323
7位	生鮮農産物	20.5	4,031
8位	健康グッズ・トイレタリー	20.3	9,715
9位	酒類	15.0	7,288
10位	民芸品・伝統工芸品	6.5	12,262

資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

表Ⅱ-1-12　訪日香港人の旅行動向

	2017	2018	前年との差
訪日香港人旅行者数（万人）	223	221	−2
平均泊数（泊）	6.1	6.3	0.1
観光レジャー比率	87.7%	92.9%	5.2%
リピーター率	83.6%	85.6%	2.1%
ツアー利用率	25.5%	21.8%	▲3.8%

資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

表Ⅱ-1-14　アジア各国・地域への香港人訪問者数

（単位：万人）

訪問先	基準	2012	2013	2014	2015	2016	2017
日本	NFV	48.2	74.6	92.6	152.4	183.9	223.2
韓国	NFV	36.0	40.0	55.8	52.3	65.1	65.8
台湾	RFV	95.0	110.5	127.6	139.0	147.5	154.1
中国	NFV	7,871.3	7,688.5	7,613.2	7,944.8	−	−
タイ	NFT	60.5	69.4	55.9	70.8	69.0	82.1
シンガポール	RFV	47.2	54.0	63.1	61.0	53.8	46.6
マレーシア	NFV	−	0.1	0.1	0.1	−	−
インドネシア	RFT	8.2	9.5	9.5	9.4	10.1	−
フィリピン	RFT	11.9	12.6	11.4	12.2	11.6	11.1
ベトナム	RFV	1.3	1.0	1.5	−	3.5	4.8
カンボジア	RFT	0.8	0.9	1.0	1.5	1.6	1.3

資料：日本政府観光局（JNTO）「日本の国際観光統計（2017）」
（注）[N]国籍別統計、[R]居住地別統計／ [F]国境到着者数／ [V]日帰りを含む旅行者数、[T]宿泊を伴った旅行者数

表Ⅱ-1-15　香港基本情報

	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2024
①人口（万人）＊1	684	705	711	717	721	725	731	738	741	*748*	*755*	*762*	*780*
②香港人出国者数（万人）＊2	7,230	8,444	8,482	8,528	8,441	8,452	8,908	9,176	9,134	−	−	−	−
③出国率（%）　（②÷①）	1057.3	1197.4	1192.9	1189.2	1170.6	1165.3	1218.6	1243.9	1232.2	−	−	−	−
④訪日香港人旅行者数（万人）＊2	29.9	50.9	36.5	48.2	74.6	92.6	152.4	183.9	223.2	220.8	−	−	−
⑤出国者に占める訪日旅行者比率（%）（④÷②）	0.4	0.6	0.4	0.6	0.9	1.1	1.7	2.0	2.4	−	−	−	−
⑥為替レート（円／香港ドル）＊1,＊3	14.2	11.3	10.2	10.3	12.6	13.6	15.6	14.0	14.4	14.1	14.0	−	−
⑦GDP成長率（%）＊1	7.4	6.8	4.8	1.7	3.1	2.8	2.4	2.2	3.8	*3.0*	*2.7*	*3.0*	*3.0*
⑧一人当たりGDP（米ドル）＊1	26,552	32,422	34,951	36,620	38,230	40,182	42,322	43,496	46,091	*48,517*	*50,542*	*52,738*	*62,848*

（注1）斜体は推計値。（注2）⑥為替レートの2019年の数値は2019年1～6月の平均値
資料：IMF（＊1）、JNTO（＊2）、FRB（＊3）

④中国

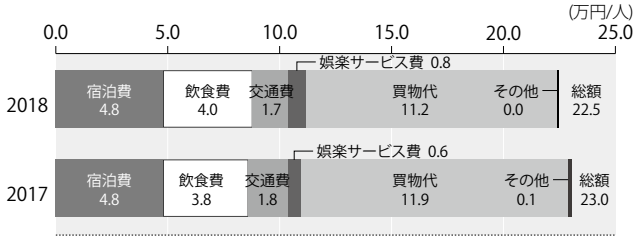
中国人出国者数は近年大幅な増加を続けており、2018年は前年比13%増の1億6,199万人となった。出国率はほかの東アジア諸国に比べて低いものの、年々上昇を続け2018年は11.6%に達している。出国者に占める訪日旅行者比率は2013年以降増加傾向にあったが、2018年は前年比横ばいとなり5.2%であった（表Ⅱ-1-19）。2017年における中国人出国者の訪問先は、香港に次いでタイ、日本の順で多い。2016年までは日本よりも韓国の方が訪問者数は多かったが、2017年に逆転した。これは中国政府が2017年3月より、韓国による米軍の高高度ミサイル防衛システム配備に対する報復措置として訪韓旅行商品への規制を行い、韓国への訪問者数が激減したことによる。このほか、ベトナムへの訪問者数も大きく増加している（表Ⅱ-1-18）。

2018年の訪日中国人旅行者数は838万人であり、そのシェアは訪日外国人全体の27%と最も大きい。近年は個人旅行化が進行しており、2018年のツアー利用率は39.6%と4割を切った。リピーター率も増加傾向にあったが、2018年は46.1%で前年比プラス0.5%ポイントの微増であった。かつては初めて訪日するツアー利用客が多かったが、2015年以降は個人旅行やリピーター客が増加する動きが続いている（表Ⅱ-1-16）。

2018年の訪日中国人旅行者の1人当たり旅行支出は22.5万円で前年から0.5万円の減少となった。為替レートについては2017年から2018年にかけて大きな変化はみられない。費目別にみると買物代が0.7万円減少しているが、依然として支出全体の約半分を占めている（図Ⅱ-1-11）。

買物代のうち特に人気なのは「化粧品・香水」で約8割が購入している。購入者単価も5.4万円と、ほかの国籍・地域に比べ高い（表Ⅱ-1-17）。

図Ⅱ-1-11　訪日中国人の1人当たり旅行支出



資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

表Ⅱ-1-17　費目別購入率及び購入者単価（中国、2018年）

購入率順位	費目	購入率（%）	購入者単価（円/人）
1位	化粧品・香水	79.5	54,224
2位	菓子類	70.1	10,431
3位	医薬品	49.0	23,490
4位	衣類	35.8	30,890
5位	その他食料品・飲料・たばこ	32.2	12,504
6位	靴・かばん・革製品	25.2	41,374
7位	健康グッズ・トイレタリー	22.5	24,876
8位	電気製品（デジタルカメラ／ PC ／家電等）	18.0	37,082
9位	酒類	13.1	11,230
10位	時計・フィルムカメラ	6.5	85,891

資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

表Ⅱ-1-16　訪日中国人の旅行動向

	2017	2018	前年との差
訪日中国人旅行者数（万人）	736	838	102
平均泊数（泊）	10.9	9.7	▲ 1.2
観光レジャー比率	77.1%	81.0%	3.9%
リピーター率	45.6%	46.1%	0.5%
ツアー利用率	43.1%	39.6%	▲3.5%

資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

表Ⅱ-1-18　アジア各国・地域への中国人訪問者数

（単位：万人）

訪問先	基準	2012	2013	2014	2015	2016	2017
日本	NFV	142.5	131.4	240.9	499.4	637.4	735.6
韓国	NFV	283.7	432.7	612.7	598.4	806.8	416.9
台湾	RFV	258.6	287.5	398.7	418.4	351.2	273.3
香港	RFV	1,511.0	1,709.0	1,907.7	1,799.7	1, 736.5	1,852.6
タイ	NFV	276.1	461.0	463.2	798.1	882.1	980.6
シンガポール	RFV	203.4	227.0	172.2	210.6	286.4	322.7
マレーシア	NFV	158.3	179.1	161.3	167.7	212.5	228.2
インドネシア	RFV	72.6	85.8	105.3	124.9	155.7	–
フィリピン	RFV	25.1	42.6	394.6	49.1	67.6	96.8
ベトナム	RFV	142.9	190.8	194.7	178.1	269.7	400.8
カンボジア	RFV	33.4	46.3	56.0	69.5	83.0	121.1

資料：日本政府観光局（JNTO）「日本の国際観光統計（2017）」
（注）[N]国籍別統計、[R]居住地別統計／ [F]国境到着者数／ [V]日帰りを含む旅行者数、[T]宿泊を伴った旅行者数

表Ⅱ-1-19　中国基本情報

	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2024
①人口（万人）＊1	130,756	134,091	134,735	135,404	136,072	136,782	137,462	138,271	*139,008*	*139,538*	*140,017*	*140,444*	*141,102*
②中国人出国者数（万人）＊2	3,103	5,739	7,025	8,318	9,819	11,659	12,786	13,513	14,273	16,199	–	–	–
③出国率（%）　（②÷①）	2.4	4.3	5.2	6.1	7.2	8.5	9.3	9.8	10.3	11.6	–	–	–
④訪日中国人旅行者数（万人）＊3	65.3	141.3	104.3	142.5	131.4	240.9	499.4	637.4	735.6	838.0	–	–	–
⑤出国者に占める訪日旅行者比率（%）（④÷②）	2.1	2.5	1.5	1.7	1.3	2.1	3.9	4.7	5.2	5.2	–	–	–
⑥為替レート（円／中国元）＊1	13.5	13.0	12.3	12.6	15.8	17.2	19.5	16.4	16.6	16.7	16.2	–	–
⑦GDP成長率（%）＊1	11.3	10.6	9.5	7.9	7.8	7.3	6.9	6.7	6.8	*6.6*	*6.3*	*6.1*	*5.5*
⑧一人当たりGDP（米ドル）＊1	1,766	4,524	5,583	6,329	7,081	7,702	8,167	8,116	*8,677*	*9,608*	*10,153*	*11,014*	*15,102*

（注1）斜体は推計値
（注2）②中国人出国者数は香港・マカオへの出国者を含むが、日帰りは含んでいない。（注3）⑥為替レートの2019年の数値は2019年1～6月の平均値
資料：IMF（＊1）、中国国家統計局（＊2）、JNTO（＊3）

⑤タイ

タイ人出国者数は増加傾向が続いており、2017年は9.3%増の896万人となった（表Ⅱ-1-23）。2017年におけるタイ人出国者のうち最も訪問者数の多い国・地域はマレーシア、次いで2位が日本であった。前年からの増加率では日本（9.5%増）よりも台湾（49.5%増）やベトナム（13.0%増）のほうが高い（表Ⅱ-1-22）。2017年の出国者に占める訪日旅行者比率は11.0%で、前年比横ばいとなっている（表Ⅱ-1-23）。

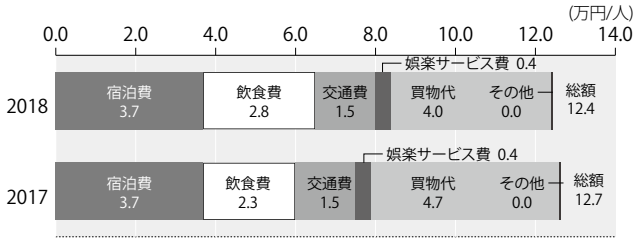
2018年の訪日タイ人旅行者数は113.2万人で前年比14.5%の増加となった。増加率は2017年まで鈍化傾向が続いていたが2018年は回復がみられた（表Ⅱ-1-23）。

旅行動向をみると、2018年は前年に比べリピーター率の減少とともにツアー利用率が上昇しており、初めて訪日するツアー利用客が増えたものとみられる（表Ⅱ-1-20）。

2018年の訪日タイ人旅行者の1人当たり旅行支出は12.4万円で、前年からの大きな変化はみられない。費目別では買物代が減少し、代わりに飲食費が増加している（図Ⅱ-1-12）。

買物代のうち人気なのは「菓子類」で7割以上が購入している。購入者単価も1.2万円と、ほかの国籍・地域と比べて高い（表Ⅱ-1-21）。

図Ⅱ-1-12　訪日タイ人の1人当たり旅行支出



資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

表Ⅱ-1-21　費目別購入率及び購入者単価（タイ、2018年）

購入率順位	費目	購入率（%）	購入者単価（円/人）
1位	菓子類	72.4	11,738
2位	靴・かばん・革製品	44.8	18,842
3位	化粧品・香水	43.7	14,590
4位	衣類	37.6	15,722
5位	その他食料品・飲料・たばこ	31.3	9,919
6位	酒類	14.2	6,457
7位	医薬品	12.5	7,280
8位	時計・フィルムカメラ	8.9	22,569
9位	生鮮農産物	7.5	5,676
10位	健康グッズ・トイレタリー	6.5	11,469

資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

表Ⅱ-1-20　訪日タイ人の旅行動向

	2017	2018	前年との差
訪日タイ人旅行者数（万人）	99	113	14
平均泊数（泊）	10.1	8.8	▲ 1.3
観光レジャー比率	72.6%	79.9%	7.3%
リピーター率	69.1%	67.1%	▲2.0%
ツアー利用率	25.5%	30.0%	4.5%

資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

表Ⅱ-1-22　アジア各国・地域へのタイ人訪問者数

（単位：万人）

訪問先	基準	2012	2013	2014	2015	2016	2017
日本	NFV	26.1	45.4	65.8	79.7	90.2	98.7
韓国	NFV	38.7	37.3	46.7	37.2	47.0	49.9
台湾	RFV	9.8	10.4	10.5	12.4	19.6	29.3
香港	RFV	38.9	42.7	39.5	41.1	45.5	43.0
中国	NFV	64.8	65.2	61.3	64.2	75.3	77.7
シンガポール	RFV	47.8	49.7	50.7	51.6	54.7	53.1
マレーシア	NFV	126.3	115.6	129.9	134.4	178.1	183.7
インドネシア	RFT	11.5	12.5	11.4	11.9	12.5	-
フィリピン	RFT	4.1	4.8	4.6	4.4	4.8	4.9
ベトナム	RFV	22.6	26.9	24.7	21.5	26.7	30.2
カンボジア	RFT	20.1	22.1	27.9	35.0	39.8	39.5

資料：日本政府観光局（JNTO）「日本の国際観光統計（2017）」
（注）[N]国籍別統計、[R]居住地別統計／ [F]国境到着者数／ [V]日帰りを含む旅行者数、[T]宿泊を伴った旅行者数

表Ⅱ-1-23　タイ基本情報

	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2024
①人口（万人）＊1	6,405	6,592	6,621	6,649	6,676	6,700	6,724	6,746	*6,765*	*6,779*	*6,791*	*6,802*	*6,826*
②タイ人出国者数（万人）＊2	305	534	540	572	597	644	679	820	896	-	–	–	–
③出国率（%）　（②÷①）	4.8	8.1	8.2	8.6	8.9	9.6	10.1	12.2	13.2	-	–	–	–
④訪日タイ人旅行者数（万人）＊2	12.0	21.5	14.5	26.1	45.4	65.8	79.7	90.2	98.7	113.2	–	–	–
⑤出国者に占める訪日旅行者比率（%）（④÷②）	3.9	4.0	2.7	4.6	7.6	10.2	11.7	11.0	11.0	–	–	–	–
⑥為替レート（円／バーツ）＊1	2.7	2.8	2.6	2.6	3.2	3.3	3.5	3.1	3.3	3.4	3.5	–	–
⑦GDP成長率（%）＊1	4.2	7.5	0.8	7.2	2.7	1.0	3.1	3.4	*4.0*	*4.1*	*3.5*	*3.5*	*3.6*
⑧一人当たりGDP（米ドル）＊1	2,956	5,175	5,601	5,979	6,296	6,080	5,968	6,114	*6,731*	*7,187*	*7,608*	*8,049*	*9,949*

（注1）斜体は推計値。（注2）②タイ人出国者数は日帰りを含んでいない。（注3）⑥為替レートの2019年の数値は2019年1～6月の平均値　　資料：IMF（＊1）、JNTO（＊2）

⑥米国

米国人出国者数は増加傾向にあり、2017年は前年から9.0%増の5,295万人となった（表Ⅱ-1-26）。方面別旅行先ではメキシコとカナダが長年トップの座を占めている。アジアでは1位が中国、2位が日本、3位がインドとなった。2016年まで2位はインドであったが、2017年は伸び率がマイナスへと転じたことで順位を下げた。2017年における日本の伸び率は17%と高く、米国人出国者数の増加率（9.0%）を超える（表Ⅱ-1-25）。2018年の訪日米国人旅行者数は153万人と過去最高を記録した（表Ⅱ-1-26）。

訪日米国人旅行者は従来業務目的客が多かったが、近年は観光レジャー比率が高まっており、2018年は5割を超えた。客層としては、リピーター率の減少とツアー利用率の増加がみられる（表Ⅱ-1-24）。

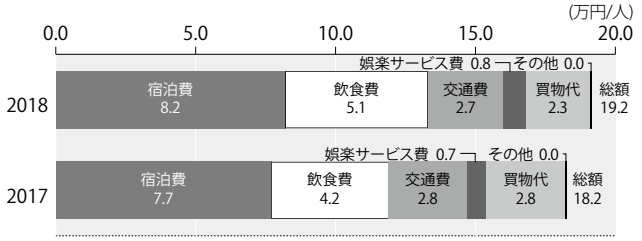
2018年の訪日米国人旅行者1人当たり旅行支出は19.2万円で、前年から1.0万円の増加となった。費目別では宿泊費の占める割合が高く、買物代が低い傾向にある。2018年は前年に比べ宿泊費と飲食費が増加し、買物代が減少した（図Ⅱ-1-13）。

表Ⅱ-1-24　訪日米国人の旅行動向

	2017	2018	前年との差
訪日米国人旅行者数（万人）	137	153	15
平均泊数（泊）	13.8	13.5	▲ 0.3
観光レジャー比率	47.1%	50.7%	3.6%
リピーター率	49.8%	47.1%	▲2.7%
ツアー利用率	9.0%	10.3%	1.3%

資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

図Ⅱ-1-13　訪日米国人の1人当たり旅行支出



資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

表Ⅱ-1-25　方面別米国人旅行者数

全体

2013				2014				2015				2016				2017			
	国・地域	人数（万人）	前年比（%）		国・地域	人数（万人）	前年比（%）		国・地域	人数（万人）	前年比（%）		国・地域	人数（万人）	前年比（%）		国・地域	人数（万人）	前年比（%）
1位	メキシコ（空路のみ）	621.9	8	1位	メキシコ（空路のみ）	693.1	11	1位	メキシコ（空路のみ）	799.4	15	1位	メキシコ（空路のみ）	893.4	12	1位	メキシコ（空路のみ）	981.1	10
2位	カナダ（空路のみ）	322.1	5	2位	カナダ（空路のみ）	341.0	6	2位	カナダ（空路のみ）	363.4	6	2位	カナダ（空路のみ）	451.6	17	2位	カナダ（空路のみ）	481.6	7
3位	英国	264.0	4	3位	英国	283.2	7	3位	英国	288.5	2	3位	英国	319.7	11	3位	英国	375.6	17
4位	フランス	200.2	▲ 1	4位	ドミニカ共和国	270.9	–	4位	ドミニカ共和国	278.7	3	4位	ドミニカ共和国	270.6	▲ 3	4位	ドミニカ共和国	272.1	1
5位	イタリア ジャマイカ	179.9	▲ 7 19	5位	フランス	212.4	6	5位	フランス	236.1	11	5位	イタリア	221.4	9	5位	フランス	264.5	21
11位	**日本**	**81.2**	**▲ 5**	**14位**	**日本**	**80.0**	**▲ 1**	**14位**	**日本**	**88.5**	**11**	**14位**	**日本**	**98.4**	**11**	**14位**	**日本**	**115.0**	**17**

アジア

2013				2014				2015				2016				2017			
	国・地域	人数（万人）	前年比（%）		国・地域	人数（万人）	前年比（%）		国・地域	人数（万人）	前年比（%）		国・地域	人数（万人）	前年比（%）		国・地域	人数（万人）	前年比（%）
1位	中国	113.2	▲ 1	1位	中国	113.9	1	1位	中国	121.3	7	1位	中国	130.0	7	1位	中国	138.0	6
2位	インド	104.5	11	2位	インド	107.7	3	2位	インド	108.2	0	2位	インド	119.5	10	**2位**	**日本**	**115.0**	**17**
3位	**日本**	**81.2**	**▲ 5**	**3位**	**日本**	**80.0**	**▲ 1**	**3位**	**日本**	**88.5**	**11**	**3位**	**日本**	**98.4**	**11**	3位	インド	111.1	▲ 7
4位	韓国	58.0	7	4位	フィリピン	70.8	22	4位	フィリピン	82.0	16	4位	フィリピン	91.4	11	4位	フィリピン	84.3	▲ 8
5位	フィリピン	58.0	▲ 3	5位	韓国	52.3	▲ 10	5位	香港	55.7	7	5位	香港	56.2	1	5位	香港	57.5	2

資料：U.S. Department of Commerce, International Trade Administration, National Travel & Tourism Office

表Ⅱ-1-26　米国基本情報

	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2024
①人口（万人）＊1	29,612	30,974	31,194	31,416	31,633	31,862	32,093	32,323	*32,533*	*32,735*	*32,956*	*33,181*	*34,098*
②米国人出国者数（万人）＊2	3,837	3,736	3,601	3,787	3,846	4,113	4,464	4,859	5,295	-	–	–	–
③出国率（%）　（②÷①）	13.0	12.1	11.5	12.1	12.2	12.9	13.9	15.0	16.3	-	–	–	–
④訪日米国人旅行者数（万人）＊3	82.2	72.7	56.6	71.7	79.9	89.2	103.3	124.3	137.5	152.6	–	–	–
⑤出国者に占める訪日旅行者比率（%）（④÷②）	2.1	1.9	1.6	1.9	2.1	2.2	2.3	2.6	2.6	–	–	–	–
⑥為替レート（円／米ドル）＊1	110.2	87.8	79.8	79.8	97.7	105.6	121.1	108.7	112.1	110.4	110.0	–	–
⑦GDP成長率（%）＊1	3.5	2.6	1.6	2.2	1.8	2.5	2.9	1.6	2.2	*2.9*	*2.3*	*1.9*	*1.6*
⑧一人当たりGDP（米ドル）＊1	44,026	48,403	49,826	51,556	53,061	54,993	56,770	57,877	*59,895*	*62,606*	*64,767*	*66,900*	*75,456*

資料：IMF（＊1）、U.S. Department of Commerce, International Trade Administration（＊2）、JNTO（＊3）

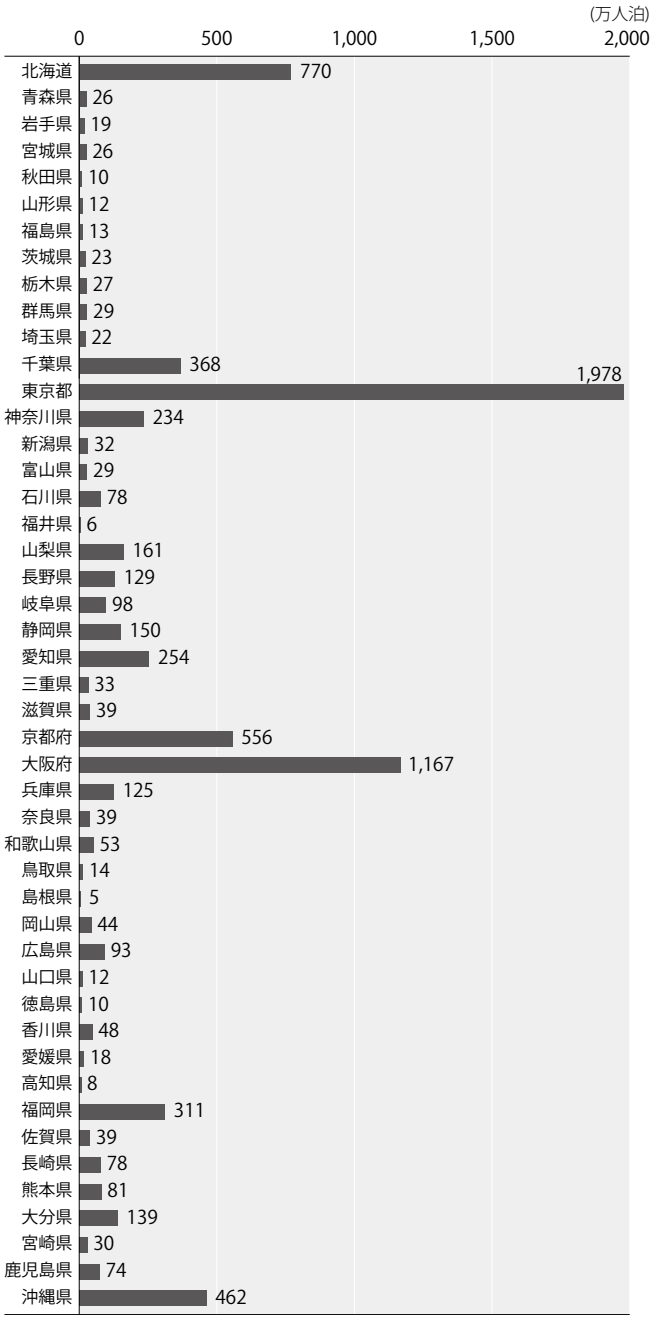
（注1）斜体は推計値。（注2）②米国人出国者数はメキシコやカナダへの陸路による出国者数を除いた数値、（注3）⑥為替レートの2019年の数値は2019年1～6月の平均値
（注4）出発地側の発表データであり、到着地側が公表している各国の到着者数とは一致しない。

(2) 都道府県別にみる訪日旅行動向

①延べ宿泊者数

観光庁「宿泊旅行統計調査」によると、2018年における訪日外国人の延べ宿泊者数は5億3,800万人泊であった。都道府県別にみると、東京都（1,978万人泊）と大阪府（1,167万人泊）が圧倒的に多く、次いで北海道、京都府、沖縄県と続く。千葉県や神奈川県、山梨県などの東京都周辺と、長野県や静岡県、愛知県などの中部地方も、100～300万人泊程度と多い。九州地方では福岡県が311万人泊、大分県が139万人泊と多い。一方、東北や北関東、山陰、四国地方は少なく、10万人泊に満たない県も存在する（図Ⅱ-1-14）。

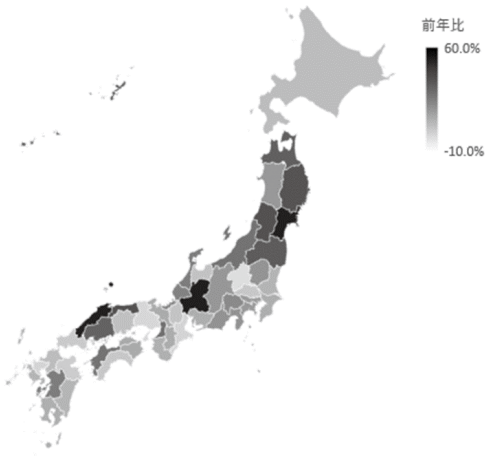
図Ⅱ-1-14　都道府県別訪日外国人延べ宿泊者数（2018年）



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

訪日外国人延べ宿泊者数の前年比を都道府県別にみると、群馬県以外の全ての都道府県でプラスとなった。地方部では特に東北地方や山陰地方、岐阜県、広島県、沖縄県などで高く、前年比プラス30～50%である。都市部では、東京都がプラス17%程度であるのに対し、大阪府はプラス30%と高い（図Ⅱ-1-15）。

図Ⅱ-1-15　都道府県別訪日外国人延べ宿泊者数の前年比



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

②クルーズ客数

船舶観光上陸許可を受けた外国人数（クルーズ客数）は九州や沖縄地方で多く、中でも博多港や長崎港、那覇港で特に多い。このほか長崎県内では佐世保港、沖縄県内では平良・石垣港も多い。

国籍・地域別では中国が190.3万人と全体の81%を占めている。台湾人クルーズ客はほとんどが沖縄県内で上陸しており、那覇港、平良港、石垣港を合わせると、台湾人クルーズ客全体の9割弱を占める（表Ⅱ-1-27）。

表Ⅱ-1-27　船舶観光上陸許可を受けた外国人数（2018年）

（単位：人）

国籍・地域 / 上陸港	全国籍・地域	韓国	台湾	香港	中国
日本全国	2,337,803	13,099	269,822	42,493	1,903,315
関門港	91,934	34	112	165	89,952
博多港	535,624	210	2,404	2,489	517,882
長崎港	472,383	517	6,864	1,863	449,378
佐世保港	183,965	19	256	253	180,622
八代港	94,896	54	396	247	92,334
鹿児島港	162,961	143	7,499	984	151,631
那覇港	498,656	3,361	132,300	32,824	295,480
平良港	93,322	14	27,664	2,055	55,274
石垣港	105,376	135	80,720	762	3,017
その他	98,686	8,612	11,607	851	67,745

資料：法務省「出入国管理統計」

③訪日観光客の国籍・地域比率

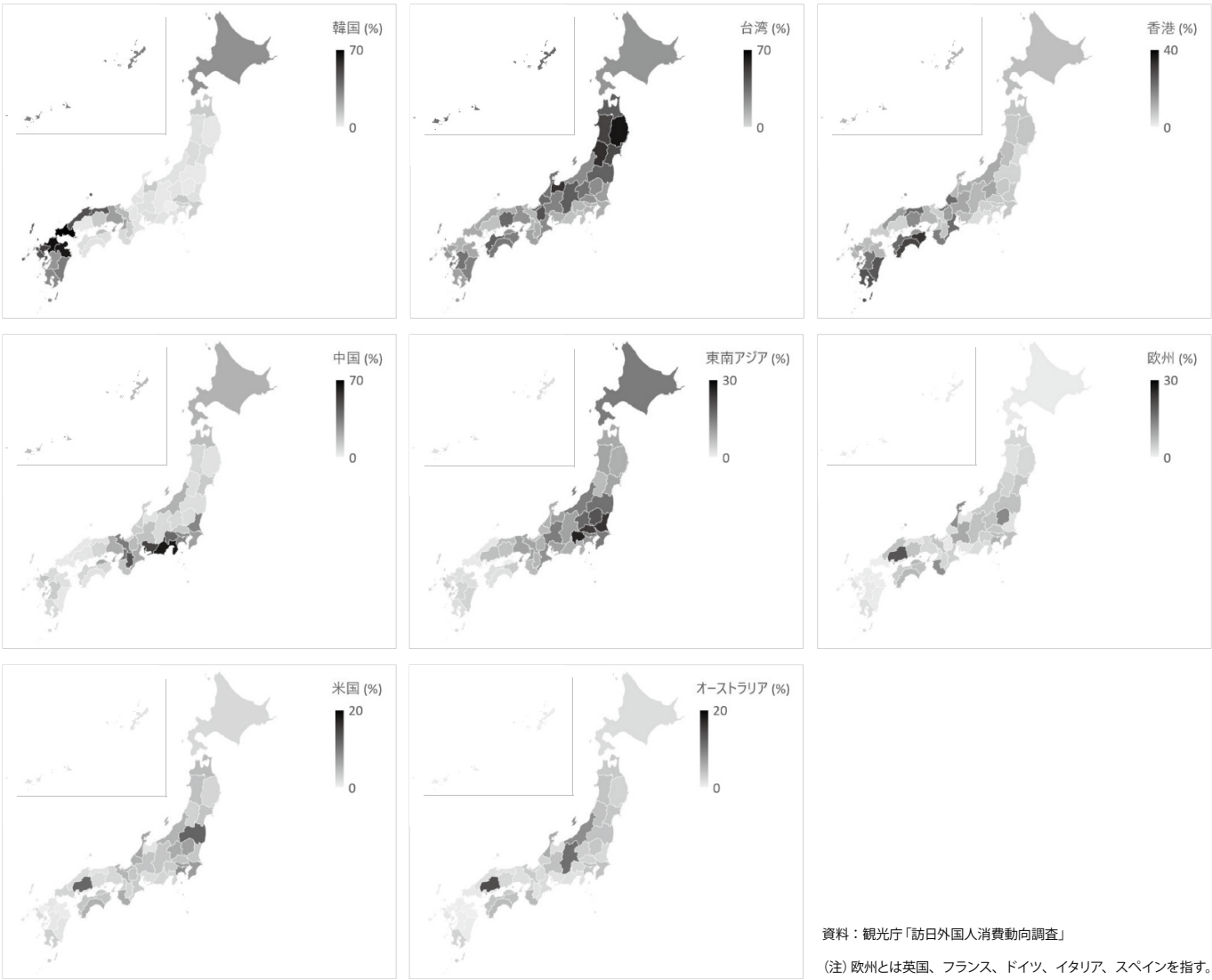
各都道府県を訪問する外国人観光客（観光・レジャー目的で訪れた訪日外国人。クルーズ客を除く）の国籍・地域別比率を示す。

東アジアは国籍・地域によって訪問地が大きく異なり、全国各地に分散している。韓国人比率は九州や山陰地方で高い傾向にある。特に福岡、大分、山口県における比率が高く、訪日外国人の6～7割を韓国人が占めている。また東日本においては北海道で比較的高い。台湾人比率は東北や北陸、甲信越地方で高い傾向がみられる。特に岩手県や山形県では6割前後と高い。香港人比率は四国地方や九州地方南部で高い傾向がみられ、2～3割程度を占めている。このほか、三重県や鳥取県などでも高い。中国人比率は山梨、静岡、愛知、奈良県と京都、大阪府などのゴールデンルート上で高い。静岡県では約6割を中国人が占める。

東南アジア人比率は、関東地方を中心に高い傾向がみられ、特に茨城県と埼玉、山梨県では約1/4を占めている。

欧米豪の比率は有名歴史観光地を抱える地方の都道府県において高い点が共通しており、栃木県（日光）、石川県（金沢）、広島県（宮島）などで高い。このうち広島県は特に高く欧米豪を合わせた訪問者の比率は5割弱に達する。このほか欧州人比率は和歌山県、米国人比率は福島県、オーストラリア人比率は新潟と長野県でも高い（図Ⅱ-1-16）。

図Ⅱ-1-16　都道府県別 訪日観光客の国籍・地域別比率（観光・レジャー目的客）



資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

（注）欧州とは英国、フランス、ドイツ、イタリア、スペインを指す。

④都道府県別 訪日観光客の平均泊数と旅行中支出

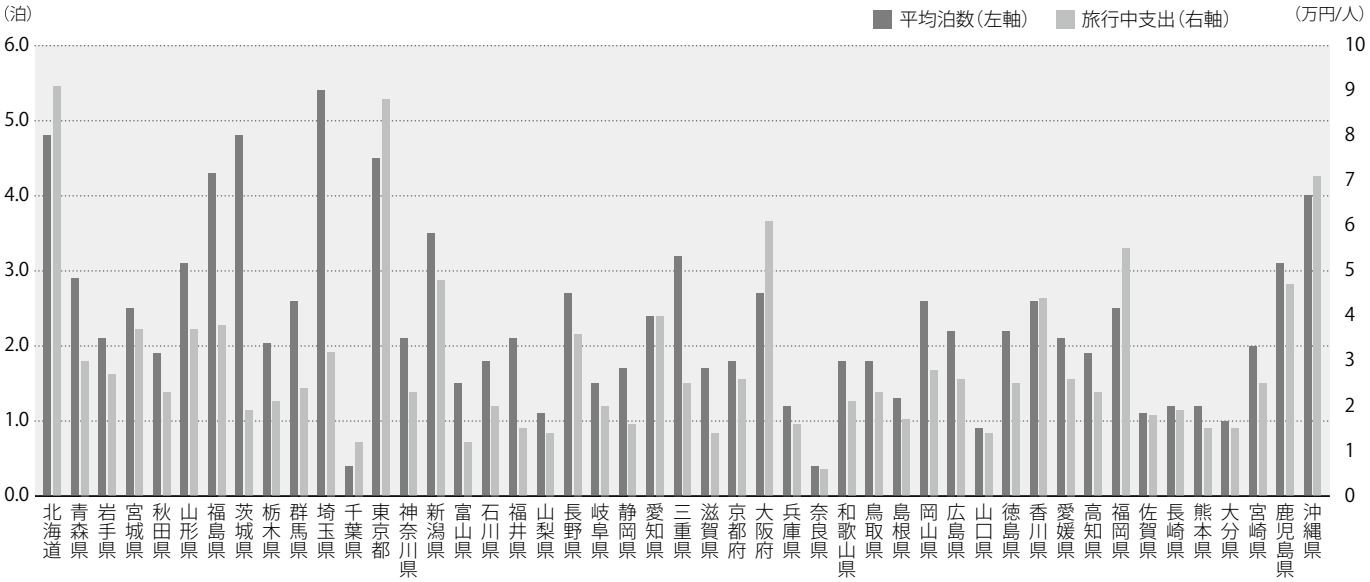
各都道府県を訪問する外国人観光客による、都道府県別の平均泊数と旅行中支出をみると、泊数の長さと旅行中支出は概ね連動していることがわかる。北海道や東京都、沖縄県は平均泊数が長く旅行中支出も高い。逆に、日帰り客の多い奈良県や、成田空港利用者が大半の千葉県は平均泊数が短く旅行中支出も低い。一方で、福島県、茨城県、埼玉県などは、平均泊数が長いにもかかわらず、旅行中支出は低い（図Ⅱ-1-17）。

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

旅行中支出を国籍・地域別にみると、東北地方では台湾、中部地方では香港、沖縄地方では中国が高い。それ以外の地方では、香港と中国がともに高い傾向にある（表Ⅱ-1-28）。

（川村竜之介）

図Ⅱ-1-17　都道府県別 訪日観光客の平均泊数・旅行中支出（2018年）



資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

表Ⅱ-1-28　国籍別地域ブロック別 訪日観光客の平均泊数・旅行中支出（2018年）

平均泊数　（単位：泊）

国籍・地域	全国籍・地域						
訪問地		韓国	台湾	香港	中国	タイ	米国
北海道	4.8	3.4	4.8	5.9	4.9	5.0	6.4
東北	4.7	3.9	4.4	4.7	3.5	3.5	6.5
関東	5.4	3.9	4.9	4.9	3.8	5.3	7.3
北陸信越	2.9	3.6	2.1	2.3	2.1	2.2	3.8
中部	2.7	3.7	2.5	3.4	2.1	2.3	3.1
近畿	4.2	3.4	4.5	4.4	3.3	3.9	5.5
中国	2.3	1.1	2.8	3.0	5.2	1.7	3.0
四国	3.5	2.7	3.8	4.0	3.0	－	4.9
九州	3.5	2.6	4.6	5.2	4.9	5.2	6.7
沖縄	4.0	3.1	4.1	4.6	4.2	－	12.0
（以下再掲）							
東京都	4.5	3.4	3.9	4.4	3.0	3.7	6.4
大阪府	2.7	2.9	2.7	3.1	2.1	3.1	3.0
京都府	1.8	0.6	1.7	1.4	1.3	1.0	3.5

資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

（注1）訪問地における泊数の平均値である。
（注2）地方区分は国土交通省地方運輸局の管轄都道府県に基づく。
（注3）サンプル数が少ない数値は非表示としている。

旅行中支出　（単位：万円／人）

国籍・地域	全国籍・地域						
訪問地		韓国	台湾	香港	中国	タイ	米国
北海道	9.1	6.7	7.5	12.8	13.0	7.5	9.6
東北	5.6	4.2	7.1	6.9	4.6	5.3	3.9
関東	10.0	6.4	8.3	11.6	12.6	8.3	9.8
北陸信越	3.5	2.7	2.1	4.2	3.9	2.6	3.5
中部	3.8	3.9	3.5	8.0	3.7	3.2	2.7
近畿	7.9	6.0	7.1	9.4	9.8	7.4	7.2
中国	2.8	1.7	3.7	5.2	6.4	2.2	2.9
四国	5.2	4.7	5.4	6.8	6.7	－	4.7
九州	6.6	5.0	7.8	11.7	13.9	8.2	5.1
沖縄	7.1	6.1	6.6	8.6	10.0	－	8.4
（以下再掲）							
東京都	8.8	5.5	6.8	10.2	11.0	6.6	9.0
大阪府	6.1	5.1	5.0	6.9	8.0	6.1	3.5
京都府	2.6	1.3	2.3	2.6	2.2	1.9	5.0

資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

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

3 世界の国際観光動向

世界の国際観光客到着数は前年比 5.4%増
中国発が国際観光支出の2割を占める

(1) インバウンド (到着地側) の動向

●国際観光客到着数

世界観光機関 (UNWTO)「Tourism Highlights」及び「World Tourism Barometer」によると、2018年における世界の国際観光客到着数 (International Tourist Arrivals) は14億100万人回 (前年比5.4%増) となり、過去最高を記録した (表Ⅱ-1-29)。リーマン・ショック (08年) 後の一時的な減少を除けば、2000年以降は増加基調にある (図Ⅱ-1-18)。

到着地域別にみると、2018年の国際観光客到着数はすべての地域において前年を上回った。中でも、イランやインドなどを含む南アジア地域で前年比19.4%増と高い伸びをみせた。日本を含む北東アジア地域は前年比6.1%増となり、世界全体の12.1%を占めた (表Ⅱ-1-29)。

2018年の国際観光客到着数を到着国・地域別にみると、フランス、スペイン、米国、中国、イタリアの順で多く、これら上位の顔ぶれに変化はみられない。6位のトルコは前年比21.7%増と高い伸びを示している。10位の英国は前年比3.5%減となった。

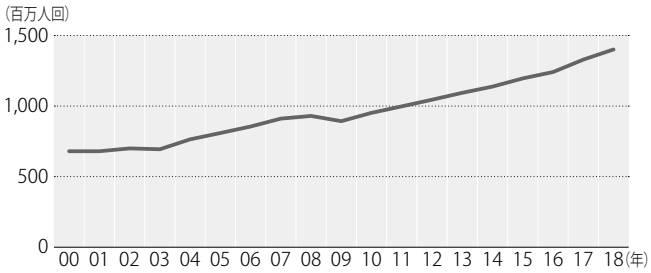
北東アジア地域では、2017年3月に中国当局が旅行会社に対し韓国への旅行商品販売を中止させた影響で、2017年の韓国の国際観光客到着数が大幅に減少したが、2018年は前年比15.1%増と回復の兆しをみせた。なお、韓国では2018年2月に平昌冬季オリンピックが開催されている。2018年に国際観光客到着数が3,000万人回を超えた日本は、順位を上げて11位となった (表Ⅱ-1-30)。

●国際観光収入

2018年の国際観光収入 (International Tourism Receipts) は世界全体で1兆4,510億USドル (前年比4.4%増) と推計される。到着地域別にみると、2018年の国際観光収入は国際観光客到着数と同様にすべての地域で前年を上回り、南アジア地域で前年比10.4%と高い伸びを示した(表Ⅱ-1-31)。

2018年の国際観光収入を到着国・地域別にみると、米国、スペイン、フランス、タイ、英国の順で高い。北東アジア地域では、2017年に中国、韓国、台湾で国際観光収入が前年に比べ減少したが、翌2018年はいずれも増加に転じた。日本は2017年に初のトップ10入りを果たし、2018年はさらに順位を上げ9位となった (表Ⅱ-1-32)。

図Ⅱ-1-18　国際観光客到着数の推移



資料：UNWTO「Tourism Highlights」

表Ⅱ-1-30　国際観光客到着数ランキング (到着国・地域別)

順位	到着国・地域	到着国・地域別 国際観光客到着数 (百万人回)				前年比 (%)		到着数調査方法
		2010	2016	2017	2018	17/16	18/17	
1位	フランス	77.6	82.7	86.9	89.4	5.1	2.9	TF
2位	スペイン	52.7	75.3	81.9	82.8	8.7	1.1	TF
3位	米国	60.0	76.4	76.9	79.6	0.7	3.5	TF
4位	中国	55.7	59.3	60.7	62.9	2.5	3.6	TF
5位	イタリア	43.6	52.4	58.3	62.1	11.2	6.7	TF
6位	トルコ	31.4	30.3	37.6	45.8	24.1	21.7	TF
7位	メキシコ	23.3	35.1	39.3	41.4	12.0	5.5	TF
8位	ドイツ	26.9	35.6	37.5	38.9	5.2	3.8	TCE
9位	タイ	15.9	32.5	35.5	38.3	9.1	7.9	TF
10位	英国	28.3	35.8	37.7	36.3	5.1	▲3.5	TF
(11位以下の主な北東アジアの国・地域)								
11位	日本	8.6	24.0	28.7	31.2	19.4	8.7	VF
14位	香港	20.1	26.6	27.9	29.3	5.0	4.9	TF
27位	韓国	8.8	17.2	13.3	15.3	▲22.7	15.1	VF
37位	台湾	5.6	10.7	10.7	11.1	0.5	3.0	VF

(注) 2018年は暫定値
TF　：国境での調査 (日帰りを除く)
VF　：国境での調査 (日帰りを含む)
TCE　：公共的観光施設での調査

資料：UNWTO「Tourism Highlights」

表Ⅱ-1-29　世界の国際観光客到着数 (到着地域別)

		到着地域別　国際観光客到着数 (百万人回)							シェア (%)	前年比 (%)	
		2000	2005	2010	2015	2016	2017	2018	2018	17/16	18/17
世界全体		680	809	952	1,195	1,241	1,329	1,401	100.0	7.0	5.4
到着地域	ヨーロッパ	392.9	453.1	486.4	604.5	619.7	673.3	710.0	50.7	8.6	5.5
	アジア太平洋	110.4	154.1	208.2	284.6	306.6	324.0	347.7	24.8	5.7	7.3
	北東アジア	58.4	85.9	111.5	142.1	154.3	159.5	169.2	12.1	3.4	6.1
	東南アジア	36.3	49.0	70.5	104.2	110.8	120.5	128.7	9.2	8.8	6.8
	オセアニア	9.6	10.9	11.5	14.3	15.6	16.6	17.0	1.2	6.1	2.8
	南アジア	6.1	8.3	14.7	24.0	25.9	27.5	32.8	2.3	6.2	19.4
	アメリカ	128.2	133.3	150.4	194.1	201.3	210.8	215.7	15.4	4.7	2.3
	アフリカ	26.2	34.8	50.4	53.5	57.8	62.7	67.1	4.8	8.5	7.0
	中東	22.4	34.0	56.1	58.3	55.5	57.7	60.5	4.3	4.1	4.7

(注) 2018年は暫定値

資料：UNWTO「Tourism Highlights」「World Tourism Barometer」

表Ⅱ-1-31　世界の国際観光収入（到着地域別）

		到着地域別国際観光収入（10億USドル）					シェア（%）	前年比（現地通貨基準）（%）		到着地域別国際観光客到着数（百万人回）	1人回当たり国際観光収入（USドル／人回）
		2010	2015	2016	2017	2018	2018	17/16	18/17	2018	
世界全体		975	1,222	1,246	1,346	1,451	100.0	5.2	4.4	1,401	1,040
到着地域	ヨーロッパ	422.8	468.8	469.4	519.5	570.5	39.3	7.5	4.9	710.0	800
	アジア太平洋	254.4	355.9	371.5	396.0	435.5	30.0	4.3	7.4	347.7	1,250
	北東アジア	123.0	167.1	169.5	168.1	188.4	13.0	▲1.5	8.9	169.2	1,110
	東南アジア	68.5	108.7	117.0	130.6	142.3	9.8	9.1	4.7	128.7	1,110
	オセアニア	42.8	48.1	51.7	57.4	61.1	4.2	6.1	6.9	17.0	3,590
	南アジア	20.1	32.1	33.3	39.9	43.6	3.0	13.9	10.4	32.8	1,330
	アメリカ	215.5	307.8	314.5	325.8	333.6	23.0	0.9	0.3	215.7	1,550
	アフリカ	30.4	31.5	32.2	36.4	38.4	2.6	7.7	1.6	67.1	570
	中東	52.2	58.0	58.8	68.4	73.0	5.0	14.6	4.2	60.5	1,210

（注）2018年は暫定値
1人回当たり国際観光収入は（公財）日本交通公社算出
資料：UNWTO「Tourism Highlights」「World Tourism Barometer」

（2）アウトバウンド（出発地側）の動向

出発地の国・地域別に世界の国際観光動向を概観する。国際観光客到着数の動きを出発地域別にみると、2018年は中東地域での伸びが目立つ。人数規模は約4千万人回と小さいが、2018年は前年比10.2%増となった（表Ⅱ-1-33）。

国際観光支出（International Tourism Expenditure）の出発国・地域別ランキングをみると、2018年も前年に引き続き中国が最も高く、2,773億USドル（前年比5.2%増）となった。中国の国際観光支出は世界全体のおよそ2割を占めており、2位の米国と比べても2倍近くの開きがあることから、世界の国際観光収入への中国の貢献度は極めて高いといえる。

2018年の国際観光支出で前年比10%前後の高い伸びを示した国は、フランスとオーストラリア、そしてロシアであった。一方、2018年に伸び悩んだ国はドイツや韓国であり、韓国は2017年に前年比16.3%増を記録したが2018年はその伸びが鈍化した。17位の日本は中国や韓国、香港に比べ順位は低いが、2018年の国際観光支出は前年比9.2%増となり、北東アジア地域内の他の国・地域に比べて高い伸びを示した（表Ⅱ-1-34）。

（川口 明子）

表Ⅱ-1-33　世界の国際観光客到着数（出発地域別）

		出発地域別国際観光客到着数（百万人回）			シェア（%）	前年比（%）	
		2000	2017	2018	2018	17/16	18/17
世界全体		680	1,329	1,401	100.0	7.0	5.4
出発地域	ヨーロッパ	396.4	636.6	672.3	48.0	7.4	5.6
	アジア太平洋	113.8	337.6	358.7	25.6	7.4	6.2
	アメリカ	130.6	227.3	235.0	16.8	7.4	3.4
	アフリカ	14.9	42.5	45.5	3.2	7.3	7.1
	中東	12.8	36.8	40.6	2.9	1.5	10.2
	出発地不明	12.0	47.7	49.0	3.5	–	–

（注）2018年は暫定値
資料：UNWTO「Tourism Highlights」

表Ⅱ-1-32　国際観光収入ランキング（到着国・地域別）

2018年順位	到着国・地域	到着国・地域別国際観光収入（10億USドル）				シェア（%）	国際観光客到着数（百万人回）	1人回当たり国際観光収入（USドル／人回）
		2010	2016	2017	2018	2018	2018	
1位	米国	137.0	206.9	210.7	214.5	14.8	79.6	2,690
2位	スペイン	54.6	60.5	68.1	73.8	5.1	82.8	890
3位	フランス	57.1	54.5	60.7	67.4	4.6	89. 4	750
4位	タイ	20.1	48.8	56.9	63.0	4.3	38.3	1,650
5位	英国	34.0	47.9	49.0	51.9	3.6	36.3	1,430
6位	イタリア	38.8	40.2	44.2	49.3	3.4	62.1	790
7位	オーストラリア	32.6	37.0	41.7	45.0	3.1	9.2	4,870
8位	ドイツ	34.7	37.5	39.8	43.0	3.0	38.9	1,110
9位	日本	13.2	30.7	34.1	41.1	2.8	31.2	1,320
10位	中国	45.8	44.4	38.6	40.4	2.8	62.9	640
（11位以下の主な北東アジアの国・地域）								
12位	香港	22.2	32.8	33.3	36.7	2.5	29.3	1,250
25位	韓国	10.3	17.3	13.4	15.3	1.1	15.3	1,000
29位	台湾	8.7	13.4	12.3	13.7	0.9	11.1	1,240

（注）2018年は暫定値
シェアおよび1人回当たり国際観光収入は（公財）日本交通公社算出
資料：UNWTO「Tourism Highlights」

表Ⅱ-1-34　国際観光支出ランキング（出発国・地域別）

順位	出発国・地域	国際観光支出（10億USドル）			シェア（%）	前年比（現地通貨基準）（%）	
		2010	2017	2018	2018	17/16	18/17
1位	中国	54.9	257.9	277.3	19.2	4.7	5.2
2位	米国	86.6	135.0	144.2	10.0	9.3	6.8
3位	ドイツ	78.1	89.1	94.2	6.5	9.4	1.2
4位	英国	62.8	70.7	75.8	5.2	1.4	3.4
5位	フランス	38.5	41.4	47.9	3.3	0.8	10.5
6位	オーストラリア	26.6	34.4	36.8	2.5	8.3	9.7
7位	ロシア	26.7	31.1	34.5	2.4	29.7	11.2
8位	カナダ	29.7	31.8	33.3	2.3	7.8	4.3
9位	韓国	18.8	31.7	32.0	2.2	16.3	0.9
10位	イタリア	27.1	27.7	30.1	2.1	8.9	3.8
（11位以下の主な北東アジアの国・地域）							
11位	香港	17.4	25.4	26.5	1.8	5.6	5.0
17位	日本	27.9	18.2	20.2	1.4	1.4	9.2
18位	台湾	9.4	18.0	19.4	1.3	8.7	7.8

（注）2018年は暫定値
シェアは（公財）日本交通公社算出
資料：UNWTO「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

欧米豪で訪日意向が上昇
韓国の地方訪問意向が減少

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地域を対象に調査（「DBJ・JTBFアジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査（2019年度版）」）を実施した。ここでは調査結果の一部を紹介する。調査の概要及び回答者属性は表Ⅱ-2-1の通り。

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（2019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	2019年6～7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歳～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：6,276人（韓国523、中国527、台湾508、香港492、タイ514、シンガポール524、マレーシア527、インドネシア519、イギリス535、アメリカ532、フランス537、オーストラリア538） ・訪日経験者：2,571人（韓国363、中国357、台湾387、香港410、タイ222、シンガポール236、マレーシア133、インドネシア135、イギリス55、アメリカ83、フランス88、オーストラリア102）

アジア8地域の中で最も訪日経験率が高いのは香港で、83.3%に上る（表Ⅱ-2-2）。次いで台湾、韓国、中国と続いている。東南アジア4地域の中では、シンガポールが45.0%と最も高い。欧米豪4地域の中では、オーストラリアが19.0%と最も高い（表Ⅱ-2-2）。訪日経験回数別にみると、アジア8地域の中で、香港、台湾、韓国、タイ、シンガポールは、訪日経験者におけるリピーター（訪日経験回数2回以上）の割合が半数超を占めている。

今後旅行したい国・地域について31の国・地域の中から複数回答式で尋ねたところ、日本が全体で1位となった（表Ⅱ-2-3）。韓国を除くアジアの7地域において日本は1位となっており、訪日意向の高さがうかがえる。欧米豪4地域では、日本はフランスにおいて2位（前年5位）、オーストラリアにおいて5位（前年7位）となっており、前年と比較して訪日意向が上昇傾向にあることを確認できる。

表Ⅱ-2-2 海外旅行経験者の訪日経験率と訪日経験回数

（単位：%）

調査地域↓	訪日経験率	訪日経験回数 1回目	訪日経験回数 2回目以上
全体	41.0	15.9	25.0
韓国	69.4	25.8	43.6
中国	67.7	35.3	32.4
台湾	76.2	17.3	58.9
香港	83.3	12.6	70.7
タイ	43.2	19.6	23.5
シンガポール	45.0	16.2	28.8
マレーシア	25.2	14.4	10.8
インドネシア	26.0	15.2	10.8
イギリス	10.3	7.3	3.0
アメリカ	15.6	7.0	8.6
フランス	16.4	11.0	5.4
オーストラリア	19.0	9.7	9.3

資料：「DBJ・JTBFアジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査（2019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】

（単位：%）

順位	今後旅行したい国・地域	全体	韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア	イギリス	アメリカ	フランス	オーストラリア
1	日本	49.4	29.6	①54.5	①70.7	①72.8	①49.4	①56.3	①55.2	①51.3	39.3	33.8	②39.7	42.8
2	オーストラリア	40.5	②43.2	②38.5	33.5	②46.7	19.8	③42.7	②46.7	③36.0	③47.9	①45.5	①44.3	－
3	ニュージーランド	38.6	③40.3	35.7	③35.6	39.0	③21.2	②48.5	③46.5	29.5	46.7	35.9	37.2	②46.1
4	アメリカ	31.3	31.9	30.0	28.1	21.5	12.5	37.6	22.4	20.0	①52.5	－	38.2	①46.8
5	韓国	30.3	－	27.9	②41.1	③45.5	②28.8	42.4	45.4	②38.0	17.0	15.8	15.1	19.1
6	スイス	30.0	40.0	28.5	27.8	29.7	17.5	40.1	33.4	21.8	31.0	35.0	18.1	37.2
7	イタリア	29.8	31.5	29.8	23.4	24.0	12.3	30.7	24.7	20.0	44.3	②42.1	30.9	42.0
8	フランス	29.7	34.0	③38.0	24.2	23.6	14.4	33.8	26.6	22.5	28.4	38.7	－	40.7
9	イギリス	29.2	30.0	29.6	20.7	29.5	17.5	34.7	28.3	23.9	－	③39.3	23.5	43.1
10	カナダ	29.1	35.9	24.7	20.9	20.7	7.2	36.3	17.6	14.3	②48.4	35.2	③39.5	②46.1
11	タイ	28.2	18.9	28.1	28.9	40.4	－	33.2	26.9	20.4	33.5	23.3	30.7	26.8
12	ハワイ	28.0	①47.6	35.1	29.3	25.0	9.5	27.1	20.7	12.7	37.2	－	27.2	35.9
13	シンガポール	25.2	29.1	31.5	28.7	36.6	③21.2	－	18.6	25.6	29.0	16.9	13.6	27.5
14	スペイン	25.1	33.5	22.2	20.3	22.6	7.2	29.8	20.7	15.2	34.4	36.3	23.8	34.0
15	香港	25.1	30.4	33.2	23.4	－	17.3	24.2	28.7	21.2	33.1	22.0	16.0	26.0

（注）①②③は各国・地域の上位1～3位を示している。

資料：「DBJ・JTBFアジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査（2019年度版）」

訪日旅行経験者を対象にこれまでの訪日旅行で訪問した日本の観光地61ヶ所について尋ねたところ、最も訪問率が高かったのは東京であった。大阪、京都、富士山がその次に続いており、前年までと同様、ゴールデンルート上にある地域の訪問率が高い傾向にある（表Ⅱ-2-4）。ゴールデンルート外では、北海道や沖縄への訪問率が比較的高い。なお、タイの訪日旅行経験者は、富士山への訪問率がほかの調査地域と比較して高くなっている。欧米豪の訪日旅行経験者に限ってみると、ゴールデンルート上にある地域と広島への訪問率が高くなっているが、それ以外の地域の訪問率は、前年と同様、アジアの訪日旅行経験者に比べて低めとなっている。

表Ⅱ-2-4　これまでの訪日旅行で訪問した観光地（複数回答　上位50地域まで掲載）【訪日旅行経験者のみ】

調査地域→	全体	韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア	イギリス	アメリカ	フランス	オーストラリア
回答数（人）	2,571	363	357	387	410	222	236	133	135	55	83	88	102
	選択率（%）												
東京	54.6	41.6	56.6	51.9	60.5	53.6	62.7	45.9	58.5	63.6	51.8	59.1	62.7
大阪	44.7	46.0	33.6	52.2	59.8	36.5	41.9	51.9	44.4	21.8	26.5	30.7	45.1
京都	42.7	36.4	38.1	52.2	50.7	36.5	44.9	46.6	40.7	34.5	18.1	44.3	41.2
富士山	28.6	8.8	41.7	18.9	30.0	46.8	33.5	27.1	40.0	29.1	19.3	29.5	27.5
北海道	23.4	11.8	25.5	34.4	30.0	23.9	27.5	26.3	24.4	1.8	13.3	5.7	7.8
奈良	22.5	17.1	19.6	34.6	36.3	12.2	22.0	22.6	11.1	10.9	7.2	15.9	12.7
関西	16.6	10.7	6.7	31.3	30.7	20.3	7.2	14.3	12.6	3.6	6.0	6.8	5.9
名古屋	16.3	7.7	24.9	18.6	24.6	14.0	9.7	15.8	18.5	5.5	9.6	8.0	11.8
札幌	16.1	12.7	6.7	27.4	24.9	15.3	18.6	12.8	11.1	1.8	8.4	10.2	7.8
神戸	16.0	12.7	12.9	24.5	24.6	9.9	13.6	13.5	10.4	1.8	8.4	17.0	14.7
沖縄	15.6	13.8	14.0	28.4	22.7	11.7	9.7	9.0	8.1	5.5	10.8	10.2	4.9
福岡／博多／小倉	12.8	25.9	9.0	13.4	22.0	7.2	6.8	3.0	5.9	3.6	2.4	8.0	4.9
横浜	12.6	9.9	11.2	15.5	14.9	13.1	8.5	7.5	17.8	14.5	14.5	11.4	12.7
九州	11.9	13.5	10.9	18.3	22.7	6.8	7.2	3.0	2.2	0.0	2.4	8.0	4.9
広島	8.6	4.7	7.3	5.2	10.0	7.7	7.6	4.5	15.6	12.7	19.3	17.0	16.7
箱根	8.5	5.0	4.2	11.9	15.9	9.0	12.3	2.3	1.5	10.9	4.8	8.0	3.9
函館	7.5	2.8	1.4	21.7	12.9	2.7	8.1	3.8	3.7	0.0	1.2	1.1	3.9
長崎	7.4	6.1	5.3	7.8	12.4	6.3	5.5	3.0	10.4	1.8	7.2	8.0	8.8
熊本／阿蘇	6.2	4.7	4.8	10.1	16.6	1.4	2.1	0.8	0.0	5.5	2.4	1.1	3.9
鹿児島	5.8	1.7	8.1	7.0	16.3	3.6	1.7	0.8	0.7	1.8	1.2	2.3	2.9
大分／別府／湯布院	5.8	12.1	2.2	8.0	10.7	2.3	3.8	0.0	0.0	1.8	1.2	4.5	2.0
軽井沢	4.6	0.0	2.2	12.7	10.5	1.4	2.1	2.3	2.2	0.0	0.0	2.3	2.0
日光	4.5	1.9	3.6	7.0	5.9	5.9	4.2	2.3	3.7	3.6	3.6	8.0	1.0
旭川／富良野	4.2	0.6	1.1	11.6	10.0	1.4	3.4	1.5	0.0	0.0	1.2	1.1	1.0
岡山	4.1	1.9	1.4	6.5	5.6	3.6	3.4	0.8	6.7	1.8	3.6	9.1	6.9
宮崎	4.0	2.2	6.4	3.9	8.8	3.2	2.1	1.5	0.7	1.8	1.2	3.4	2.0
飛騨／高山	4.0	0.6	2.0	11.9	8.3	0.9	3.8	0.8	0.0	1.8	0.0	1.1	0.0
仙台／松島	4.0	1.4	4.8	5.9	6.1	6.8	1.7	2.3	1.5	1.8	4.8	2.3	1.0
金沢	4.0	0.8	0.8	9.6	6.3	3.2	3.4	5.3	2.2	5.5	2.4	2.3	1.0
富山	3.7	0.8	7.0	5.4	5.4	3.2	1.3	1.5	3.7	1.8	3.6	0.0	3.9
四国	3.5	0.8	5.9	3.9	6.3	4.1	1.3	3.0	1.5	0.0	3.6	2.3	2.0
福島	3.4	3.3	2.0	3.4	2.2	5.9	2.1	1.5	7.4	1.8	6.0	4.5	5.9
立山／黒部	3.3	0.3	1.4	11.1	6.3	1.8	0.8	0.8	1.5	0.0	1.2	0.0	1.0
青森	2.9	1.7	2.2	6.7	4.9	2.3	1.3	0.8	0.7	0.0	3.6	2.3	0.0
佐賀	2.8	2.2	2.8	3.4	6.3	2.7	1.3	0.0	0.7	1.8	1.2	2.3	1.0
秋田／角館	2.3	1.4	3.1	5.2	3.2	0.9	0.4	1.5	0.7	1.8	1.2	2.3	0.0
東北	2.2	1.4	1.7	4.9	2.4	1.8	1.7	0.0	2.2	1.8	2.4	2.3	1.0
川越	2.2	0.0	0.8	5.2	3.7	1.4	1.3	2.3	0.7	1.8	1.2	4.5	2.0
倉敷	2.1	0.8	0.8	5.2	3.4	0.5	0.8	0.0	0.0	0.0	6.0	4.5	2.0
山口	1.9	1.4	2.0	1.0	1.5	5.0	1.3	0.8	4.4	0.0	1.2	3.4	2.0
鳥取	1.9	3.6	0.6	1.6	3.9	0.9	1.3	1.5	1.5	0.0	0.0	1.1	1.0
山形／蔵王	1.8	0.8	2.0	4.1	2.0	0.9	0.8	0.8	3.0	1.8	1.2	1.1	1.0
帯広／十勝	1.8	0.3	1.1	4.9	2.9	1.4	1.7	0.0	0.0	0.0	1.2	0.0	1.0
北陸	1.8	0.6	0.6	5.2	2.0	1.4	1.7	0.8	0.7	0.0	0.0	3.4	1.0
徳島	1.7	1.1	2.2	1.3	2.9	0.9	0.8	0.8	1.5	0.0	4.8	3.4	1.0
高松／香川	1.6	0.0	2.0	1.3	3.9	0.9	0.8	0.0	2.2	1.8	3.6	1.1	2.0
新潟／佐渡	1.5	0.3	1.4	2.8	1.2	0.9	1.7	1.5	0.7	1.8	3.6	1.1	2.0
知床／阿寒	1.4	0.3	0.6	4.4	2.4	0.0	0.0	0.0	2.2	0.0	1.2	2.3	1.0
松本／白馬	1.4	0.0	2.8	0.5	1.5	2.7	0.8	1.5	1.5	1.8	0.0	1.1	2.9
松山／道後	1.3	0.3	2.5	1.0	2.0	1.4	0.8	0.8	0.7	1.8	2.4	1.1	1.0

■全体の選択率より15%以上大きい値　■全体の選択率より10%以上大きい値　■全体の選択率より5%以上大きい値　資料：「DBJ・JTBFアジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査（2019年度版）」

日本国内で行ってみたい観光地を61の選択肢を示し複数回答式で尋ねたところ、最も訪問意向が高かったのは東京であった。前年までと同様、富士山、大阪、北海道、京都、沖縄への訪問意向が高く、ゴールデンルートと北海道、沖縄に人気が集中する傾向が続いている（表Ⅱ-2-5）。

調査地域別にみると、台湾と香港は、鹿児島や軽井沢、函館、立山／黒部、熊本／阿蘇など様々な地方観光地への訪問意向がほかの調査地域に比べて高くなっている。特に台湾は、青森や山形／蔵王といった、東北地方の観光地への訪問意向がほかの調査地域に比べて高めとなっている。韓国は福岡／博多／小倉、別府／湯布院など九州北部に加え、沖縄への訪問意向が全体平均よりもやや高くなっている。欧米豪4地域は、訪問経験地域に関する回答と同様、広島への訪問意向がアジア8地域に比べて高めとなっている。

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地域まで掲載）【海外旅行経験者】

調査地域→	全体	韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア	イギリス	アメリカ	フランス	オーストラリア
回答数（人）	5747	494	524	496	488	498	481	493	477	449	445	424	478
選択率（%）													
東京	44.1	37.0	41.2	38.5	39.1	39.0	40.3	44.4	50.3	52.3	45.6	47.2	55.6
富士山	41.0	22.1	46.0	39.7	34.8	41.4	46.8	46.2	43.8	44.5	38.2	40.3	47.9
大阪	32.6	32.0	35.1	39.7	40.6	32.3	39.1	38.5	36.9	18.7	17.5	25.2	32.4
京都	30.7	27.7	37.0	43.5	37.3	29.3	35.3	27.2	29.8	19.4	18.0	31.6	29.7
北海道	29.9	32.4	41.2	50.0	42.4	32.3	46.4	44.4	26.6	5.3	8.5	10.6	11.1
沖縄	20.6	25.7	23.5	39.1	32.8	19.1	25.8	20.7	11.9	9.4	14.2	11.8	10.0
札幌	18.7	37.0	13.0	32.3	31.8	21.9	22.0	16.6	18.0	4.2	7.9	6.8	9.4
名古屋	14.9	13.4	29.4	28.0	31.1	10.4	13.5	14.8	14.5	4.0	3.1	6.4	6.1
神戸	13.6	10.3	17.4	26.4	23.2	9.6	16.8	10.5	8.4	7.6	7.4	17.2	7.3
広島	12.2	5.7	7.6	10.5	11.9	10.2	11.9	8.3	11.1	16.3	15.7	14.4	24.1
奈良	11.4	9.3	23.7	30.4	23.8	9.4	10.6	6.9	2.7	2.0	2.2	6.6	5.4
横浜	10.6	8.7	13.5	13.9	14.3	11.6	11.2	7.5	14.3	8.2	6.5	7.8	9.0
長崎	10.0	7.1	7.8	13.3	15.2	9.4	7.5	5.3	10.3	11.8	10.3	10.8	11.9
九州	9.5	13.0	11.6	23.2	22.5	11.8	10.8	5.9	3.4	2.0	1.6	3.3	2.5
関西	9.5	7.9	9.9	24.6	21.3	13.5	9.8	8.5	7.8	1.8	2.7	2.4	1.5
福岡／博多／小倉	8.4	14.8	9.9	15.7	19.1	7.6	4.4	7.1	6.3	3.6	2.7	4.0	3.3
鹿児島	6.7	4.7	13.7	18.8	25.2	3.0	2.3	2.4	0.8	2.7	1.1	2.1	0.8
函館	6.5	5.9	3.6	27.2	17.2	2.8	8.3	3.7	2.5	0.9	1.6	1.7	1.5
箱根	6.2	5.1	6.3	19.0	17.0	4.0	7.3	2.4	2.5	2.2	2.2	2.6	2.3
福島	5.6	3.6	5.2	5.4	3.7	5.0	3.1	5.9	7.8	5.6	4.5	7.3	10.5
熊本／阿蘇	4.9	3.0	6.9	16.3	20.9	0.4	1.0	2.0	1.0	1.6	1.3	1.7	0.6
軽井沢	4.6	0.8	2.5	24.6	15.2	1.6	2.5	1.8	1.9	0.9	0.4	0.9	1.0
四国	4.5	2.2	5.0	11.5	15.4	3.0	2.3	2.6	1.9	2.4	1.3	3.5	2.3
宮崎	4.4	4.5	7.6	8.7	13.9	4.8	3.3	2.4	1.7	1.3	1.1	2.1	0.4
青森	4.4	4.3	2.7	20.0	13.7	0.8	2.3	0.6	1.5	0.9	1.6	1.9	1.7
立山／黒部	4.1	1.0	1.7	22.6	15.4	0.6	1.7	1.0	1.0	0.2	0.9	1.2	0.4
仙台／松島	3.8	2.6	7.4	11.1	7.8	5.0	1.2	2.2	0.8	0.9	1.6	3.1	0.4
岡山	3.8	2.0	2.1	7.1	9.8	2.8	4.2	2.8	3.6	2.2	2.9	4.0	1.5
旭川／富良野	3.6	1.6	2.3	13.7	12.1	1.6	3.7	0.8	1.9	1.6	1.3	1.9	0.4
大分／別府／湯布院	3.1	10.3	2.7	7.7	8.0	1.4	1.0	0.6	0.4	0.9	1.1	1.4	1.0
富山	3.1	1.6	7.8	4.8	7.0	1.6	2.1	2.6	1.9	1.6	1.8	2.1	1.5
飛騨／高山	3.1	1.0	1.5	12.3	11.1	2.0	2.1	0.8	1.0	1.1	0.7	1.2	1.5
金沢	3.0	0.8	1.3	9.3	8.4	2.2	2.3	1.0	2.9	1.3	1.1	3.3	2.1
佐賀	2.8	1.8	3.1	8.7	8.0	2.8	1.2	1.8	0.8	0.4	1.6	0.9	1.7
秋田／角館	2.8	1.2	6.3	6.3	8.4	1.6	1.2	1.4	1.7	1.1	1.1	1.2	0.8
日光	2.7	1.0	2.5	5.6	4.5	3.0	2.5	2.0	1.9	2.9	1.8	2.6	1.7
紀伊半島／高野山／熊野古道	2.6	0.8	3.1	6.0	2.9	1.4	1.7	1.8	1.0	3.3	2.0	4.2	2.5
山口	2.5	2.8	1.9	1.4	2.9	4.8	1.9	3.2	4.6	2.0	3.1	1.2	0.4
東北	2.5	2.0	2.1	10.5	3.3	1.6	1.5	1.2	1.5	1.3	2.2	0.9	1.7
鳥取	2.5	6.7	1.0	5.0	8.6	1.6	2.7	0.8	0.6	0.2	0.0	1.4	0.6
山形／蔵王	2.3	0.6	1.7	7.9	4.3	1.0	1.0	1.0	1.9	2.0	2.0	2.4	1.7
新潟／佐渡	2.1	1.4	2.9	6.0	4.9	1.0	2.5	0.8	1.3	0.2	0.9	2.4	1.0
徳島	2.1	1.4	2.5	3.4	5.5	0.8	1.7	1.2	1.5	1.6	1.1	2.6	2.3
福井	1.9	1.2	1.3	1.4	1.8	0.6	1.7	1.6	1.9	2.7	2.9	2.1	3.6
伊勢志摩／伊賀	1.8	1.4	2.7	4.8	5.9	0.6	0.4	0.4	0.2	0.9	0.9	2.1	0.8
岩手／平泉	1.7	1.4	2.9	4.8	4.5	2.2	1.2	0.6	0.4	0.0	0.9	0.9	0.4
高松／香川	1.7	1.0	1.9	3.4	4.7	0.8	1.5	1.0	1.0	2.0	0.9	1.7	0.8
高知	1.7	0.8	1.9	3.8	3.9	1.2	1.2	1.6	0.8	1.1	1.8	1.9	0.2
北陸	1.7	0.8	1.1	6.0	2.9	1.2	1.2	1.4	0.8	1.3	0.9	1.7	0.6
松本／白馬	1.7	1.0	3.6	2.4	2.0	1.2	0.8	0.8	1.7	1.3	1.3	1.9	1.5

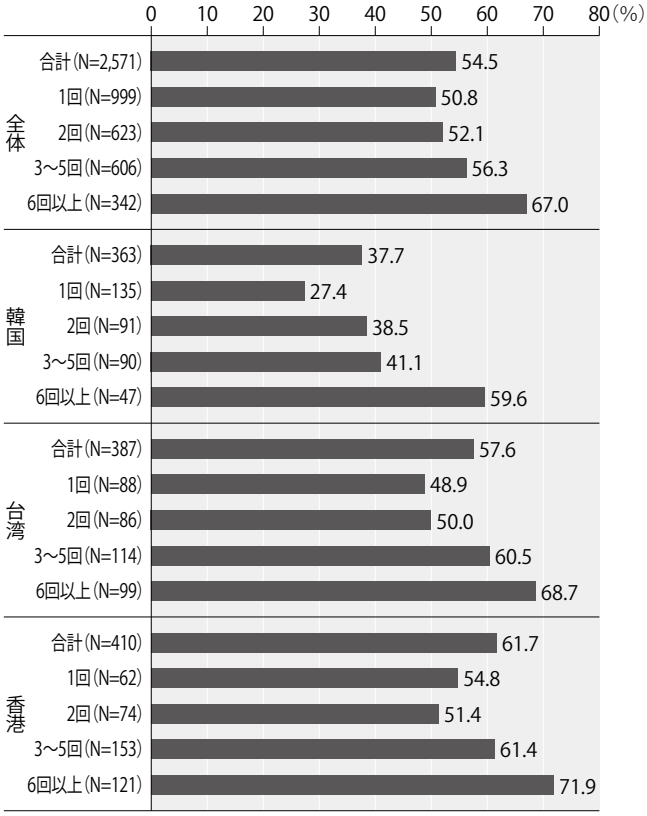
■全体の選択率より15%以上大きい値　■全体の選択率より10%以上大きい値　■全体の選択率より5%以上大きい値　資料：「DBJ・JTBFアジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査（2019年度版）」

訪日旅行経験者に日本の地方観光地（首都圏・都市部から離れた観光地）への訪問経験の有無を尋ねたところ、地方訪問経験率は全体の76.2%であり、前年の76.9%から大きく変わらない結果となった（表Ⅱ-2-6）

次に今後の地方観光地への訪問意向を尋ねたところ、「ぜひ旅行したい」「機会があれば旅行したい」を合わせると、訪問意向率は全体の93.3%を占めた（前年は93.4%）。調査地域別にみると、アジア8地域はいずれも9割以上と高い訪問意向となっている。一方、欧米豪4地域では、アジア8地域に比べてやや訪問意向が低い傾向となっている。「ぜひ旅行したい」に限ってみると、韓国、マレーシア、イギリスの意向がほかの調査地域と比較して低くなっている。

リピーターの割合が高い韓国、台湾、香港を対象に、地方観光地を「ぜひ旅行したい」と回答した比率（図Ⅱ-2-1）を見てみると、台湾と香港では前年に比べてやや高くなっている傾向が見られた。特に、香港の訪日回数6回以上のリピーターの「ぜひ旅行したい」比率は71.9%と、前年の61.5%に比べて10ポイント以上高くなっていた。その一方で、韓国では、「ぜひ旅行したい」比率は、訪日回数を問わず、前年に比べて低くなっている傾向が見られた。

図Ⅱ-2-1　地方へ「ぜひ旅行したい」比率（訪日回数別）【訪日旅行経験者のみ】



資料：「DBJ・JTBFアジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査（2019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）【訪日旅行経験者のみ】

調査地域→		全体	韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア	イギリス	アメリカ	フランス	オーストラリア
回答数（人）		2571	363	357	387	410	222	236	133	135	55	83	88	102
訪問経験有り（%）	以前旅行したことがあり、今後もぜひ旅行したい	40.6	21.8	40.6	46.0	48.8	40.1	41.5	35.3	54.1	34.5	41.0	47.7	38.2
	以前旅行したことがあり、今後も機会があれば旅行したい	30.1	36.1	35.3	34.1	21.5	31.1	28.8	37.6	25.9	25.5	24.1	19.3	23.5
	以前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	3.7	4.7	2.8	1.8	4.9	0.9	3.4	3.0	3.7	7.3	8.4	6.8	3.9
	以前旅行したことがあるが、今後は旅行しないと思う	1.9	1.9	0.6	0.8	0.5	0.0	3.0	3.8	0.7	7.3	6.0	6.8	6.9
	（小計）訪問経験有り	76.2	64.5	79.3	82.7	75.6	72.1	76.7	79.7	84.4	74.5	79.5	80.7	72.5
訪問経験なし（%）	旅行したことはないが、今後はぜひ訪れてみたい	14.0	16.0	14.0	11.6	12.9	20.3	12.7	12.8	13.3	9.1	14.5	13.6	13.7
	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	8.6	16.5	6.4	5.4	10.5	7.7	9.3	6.8	2.2	9.1	4.8	5.7	9.8
	旅行したことはなく、今後もあまり訪れたいと思わない	0.6	1.7	0.0	0.3	0.5	0.0	0.4	0.8	0.0	1.8	1.2	0.0	2.0
	旅行したことはなく、今後も訪れないと思う	0.6	1.4	0.3	0.0	0.5	0.0	0.8	0.0	0.0	5.5	0.0	0.0	2.0
	（小計）訪問経験なし	23.8	35.5	20.7	17.3	24.4	27.9	23.3	20.3	15.6	25.5	20.5	19.3	27.5
（小計）ぜひ旅行したい（%）		54.5	37.7	54.6	57.6	61.7	60.4	54.2	48.1	67.4	43.6	55.4	61.4	52.0
（小計）ぜひ＋機会があれば旅行したい（%）		93.3	90.4	96.4	97.2	93.7	99.1	92.4	92.5	95.6	78.2	84.3	86.4	85.3

資料：「DBJ・JTBFアジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査（2019年度版）」

2 現地発着型のツアーの利用意向

アジア・豪州では安心・安全を最重視
想定するツアー金額は中国・欧米豪で高い

近年、旅行先での体験ツアーやアクティビティといった「タビナカ」消費に注目が集まっている。そこで本年度の調査では、訪日旅行希望者を対象に、現地発着型のツアーの利用意向を尋ねた。なお、回答者がイメージする現地発着型のツアーの条件を揃えるため、「所要時間は半日程度とし、利用している宿泊施設またはその付近からの往復の送迎、食事（1回）、ガイドやインストラクターが含まれる」という仮定条件を提示して調査を行った。

日本滞在中に利用してみたいと思う現地発着型のツアーについては、全体で「日本文化体験・見学」の選択率が19.6%と最も高い結果となった（表Ⅱ-2-7）。国・地域別では、中国、香港、シンガポール、インドネシア、欧米豪で「日本文化体験・見学」の選択率が最も高くなっている。一方、台湾、タイ、マレーシアでは「自然ガイドツアー」の選択率が最も高い。韓国では「温泉体験ツアー」の選択率が最も高くなっている。全体で最も選択率の高い「日本文化体験・見学」の具体例として、トリップアドバイザーが発表している「外国人に人気の日本の体験・ツアーランキング2019」では着物を身につけて行う茶道体験や鎧を着て写真撮影を行う侍体験などが上位に紹介されている。

現地発着型のツアーを利用するにあたり重視する点については、利用希望者を対象に複数回答形式で尋ねた。全体では、「安心・安全に楽しむことができる」の選択率が48.2%と約5割の結果となった（表Ⅱ-2-8）。国・地域別では、アジア8地域とオーストラリアで「安心・安全に楽しむことができる」の選択率が最も高くなっている。一方、イギリス、アメリカ、フランスでは、それぞれ「専門的な知識を持つガイドの案内がある」「体験したい（見たい）ものを効率的に楽しめる」「地元の人しか知らない楽しみ方や魅力を体験できる」の選択率が最も高い。インドネシアでは「観光施設等で待ち時間なく入場できる」の選択率が2番目に高くなっている。

支払ってもよいと想定するツアー金額については、「日本滞在中に利用してみたいと思う現地発着型のツアーが、利用するにあたり重視する点を全て備えている場合、いくら支払ってもよいか」という質問形式で尋ねた。全体では、「50～59米ドル」の選択率が16.6%と最も高い結果となった（表Ⅱ-2-9）。国・地域別では、韓国、台湾、東南アジアで59米ドル以下の選択率が最も高くなっている。一方、中国、欧米豪では100米ドル以上の選択率が最も高い。アメリカでは「150～199米ドル」の選択率が2番目に高くなっている。また、中国・欧米豪では100米ドル以上を合算した選択率が4割以上とほかの国・地域と比較して高い。国・地域によって希望するツアー金額の価格帯が異なることがうかがえる。

（外山　昌樹・武智　玖海人）

表Ⅱ-2-7　日本滞在中に利用してみたいと思う現地発着型のツアー（単一回答）【訪日旅行希望者のみ】

（単位：%）

調査地域→	全体	韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア	イギリス	アメリカ	フランス	オーストラリア
回答数（人）	3098	155	287	359	358	254	295	291	266	210	180	213	230
日本文化体験・見学（例：和太鼓・茶道・芸奴・相撲・折り紙・和装）	19.6	②19.4	①22.6	②17.0	①14.0	10.2	①16.3	②18.6	①19.9	①31.4	①28.9	①18.3	①27.0
自然ガイドツアー（自然の中を専門ガイドが案内するツアー）	13.9	10.3	③10.8	①18.9	③12.0	①17.7	②15.3	①20.3	③16.9	6.7	5.6	②17.8	7.0
調理体験（例：寿司・そば・うどん・たこ焼き・弁当・菓子等の調理）	13.0	③13.5	②22.3	8.9	11.5	②15.0	10.5	③10.7	15.8	③10.5	③11.7	③15.5	③12.2
町並みガイドツアー（まちなかを専門ガイドが案内するツアー、社寺仏閣等のガイドも含まれる）	11.3	4.5	3.1	10.0	6.7	③14.2	8.8	10.3	②18.4	②15.7	②18.3	13.1	②17.0
温泉体験ツアー	9.7	①28.4	8.0	10.0	②13.1	7.1	③12.5	10.0	3.0	8.1	8.9	7.5	4.3
乗車・乗船体験（例：観光列車・観光船・クルーズ・川下り）	8.7	5.2	5.2	③10.3	9.5	13.4	8.1	9.6	7.5	③10.5	7.2	7.0	9.1
野外活動・見学（例：サイクリング・ゴルフ・スキー・登山・気球・スポーツ観戦）	5.2	3.2	6.3	6.7	4.5	6.3	5.8	4.8	5.6	3.8	2.8	4.2	6.5
手工業体験・見学（例：地域に伝わる手工業・酒蔵見学）	4.6	3.9	5.9	5.6	6.7	3.5	4.1	3.4	5.6	2.4	2.2	5.6	3.5
農業体験・見学（例：果物や野菜の収穫・田植え）	3.3	3.2	2.8	1.4	5.0	3.9	9.2	3.1	1.9	1.0	1.7	1.9	2.2
日用品・生活雑貨づくり（例：ハーバリウム・キャンドル・吹きガラス）	2.6	1.9	3.8	1.9	4.5	2.4	1.4	2.1	2.6	1.9	3.9	2.3	2.6
水上活動（例：ダイビング・ラフティング・カヌー・シュノーケル）	2.5	1.9	5.6	2.5	2.2	1.2	2.4	3.1	1.1	2.4	2.2	2.8	1.7
漁業体験・見学（例：釣り・水産加工品・海女体験）	2.3	0.6	3.1	1.1	2.8	4.7	2.0	2.7	1.5	1.0	4.4	0.5	2.2
その他	0.3	0.6	0.0	0.3	0.3	0.0	0.3	0.7	0.0	0.5	0.0	0.0	0.4
特に利用したい現地発着型ツアーはない	3.0	3.2	0.3	5.3	7.3	0.4	3.4	0.7	0.0	4.3	2.2	3.3	4.3

（注）①②③は各国・地域の上位1～3位を示している。

資料：「DBJ・JTBFアジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査（2019年度版）」

表Ⅱ-2-8　現地発着型のツアーを利用するにあたり重視する点（複数回答）【訪日旅行希望者のみ】

（単位：%）

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	イギリス	アメリカ	フランス	ｵｰｽﾄﾗﾘｱ
回答数（人）	3004	150	286	340	332	253	285	289	266	201	176	206	220
安心・安全に楽しむことができる	48.2	①48.0	①45.1	①54.7	①45.2	①56.5	①43.2	①53.6	①53.0	③46.3	③46.6	③35.0	①46.8
体験したい（見たい）ものを効率的に楽しめる	38.3	②44.0	30.4	38.5	③29.5	41.1	38.2	③45.0	35.3	②47.8	①50.0	28.2	41.4
地元の人しか知らない楽しみ方や魅力を体験できる（例： 夕日鑑賞に最適なスポットと時間帯等）	37.3	24.7	②34.6	②38.8	27.4	40.3	38.9	40.1	39.5	41.8	39.2	①40.3	41.4
ツアーのタイムスケジュールが適切である	35.3	18.7	30.8	33.8	28.9	③46.6	③40.0	②45.7	41.7	32.8	34.7	26.2	35.5
専門的な知識を持つガイドの案内がある	35.0	29.3	24.5	34.4	25.0	32.4	34.4	39.4	36.8	①49.8	②47.7	32.0	③42.7
食事の内容が魅力的である	33.6	③32.7	③31.1	32.9	27.4	②49.4	32.3	32.5	③43.6	26.9	33.0	33.0	27.3
個人ではできないことが体験できる（例： さっぽろ雪まつりの雪像解体・バックヤードツアー）	32.2	24.0	21.7	②38.8	25.9	17.8	②40.7	35.6	24.8	43.3	43.8	27.7	②45.0
母国語でサービスが提供される	31.9	26.7	21.3	34.7	②30.4	23.7	38.6	30.1	28.2	45.8	43.8	26.2	38.2
希望の日時に利用することができる	30.9	27.3	15.7	36.5	27.4	33.2	36.5	31.5	33.8	33.8	33.5	28.6	32.7
観光施設等で待ち時間なく入場できる（例： 美術館や博物館等の時間外営業の入場・ テーマパークや人気アトラクションの指定時間の入場）	30.0	22.0	23.1	26.8	21.1	36.8	29.1	31.1	②46.2	31.3	35.8	26.7	32.3
個人では入場（入域）が難しいエリアに入場（入域）できる（例：知床・小笠原の南島等）	29.9	16.7	16.8	27.4	22.6	24.9	37.2	31.8	25.2	43.3	43.2	②36.9	40.9
希望する行程や内容にアレンジすることができる	29.6	24.7	18.2	33.5	27.1	30.8	32.6	33.9	37.2	25.4	32.4	30.1	26.4
宿泊施設または現地発着ツアーの送迎集合場所から現地までの移動距離が短い	26.4	22.7	19.2	27.6	21.7	37.2	29.8	29.1	33.5	20.9	20.5	23.8	27.3
地元の人と交流できる	25.7	14.7	19.2	19.4	16.9	32.0	21.4	29.8	35.0	31.3	29.0	31.1	33.6
地域住民が利用する商店等での買い物ができる	25.5	11.3	18.5	23.5	18.1	32.0	29.1	31.8	33.8	27.4	26.1	22.3	28.2
観覧スペース・ 座席が確保できる（例：花火大会等での座席確保）	25.2	12.0	16.1	32.9	25.6	34.8	23.9	28.0	25.9	27.4	22.7	21.8	22.7
自分の家族やグループのみで楽しむことができる	23.9	28.7	14.3	20.6	14.2	29.2	27.4	33.6	30.8	21.9	24.4	24.3	22.3
自分の家族やグループ以外のツアー参加者と交流できる	16.4	10.0	11.2	14.4	10.5	19.8	15.4	18.7	23.3	21.9	19.9	18.4	15.9
その他	0.1	0.0	0.0	0.3	0.0	0.4	0.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
特に重視している点はない	0.7	2.0	0.0	0.9	0.9	0.4	0.7	1.0	1.1	0.5	0.6	0.5	0.0

（注）①②③は各国・地域の上位1～3位を示している。

資料：「DBJ・JTBFアジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査（2019年度版）」

表Ⅱ-2-9　支払ってもよいと想定するツアー金額（単一回答）【訪日旅行希望者のみ】

（単位：%）

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	イギリス	アメリカ	フランス	ｵｰｽﾄﾗﾘｱ
回答数（人）	2983	147	286	337	329	252	283	286	263	200	175	205	220
50米ドル未満	12.9	①23.8	6.3	②18.7	12.5	②11.9	②15.5	①23.4	②14.1	4.0	2.3	9.3	9.1
50-59米ドル	16.6	②17.7	7.7	①22.3	②14.3	①25.8	①17.3	②21.7	①22.4	11.5	6.9	③11.7	②13.6
60-69米ドル	11.3	12.2	7.3	③15.4	①19.1	②11.9	9.9	11.2	11.4	8.5	5.1	7.8	9.1
70-79米ドル	10.0	8.2	8.4	8.9	③13.7	8.7	12.4	③11.9	7.6	③12.0	②12.0	7.3	7.7
80-89米ドル	8.1	6.8	③9.1	7.1	9.1	9.1	7.8	7.7	6.1	②13.0	4.6	8.8	7.7
90-99米ドル	9.2	③15.0	②12.9	8.3	8.5	3.6	8.1	5.6	②14.1	8.0	5.7	10.2	③11.8
100-109米ドル	12.1	10.9	①16.4	9.2	9.1	11.1	③13.4	6.6	6.5	①20.0	①22.3	①12.2	①14.1
110-119米ドル	5.4	0.0	6.3	2.4	3.3	5.2	4.9	3.8	4.6	7.0	6.9	①12.2	10.5
120-129米ドル	3.4	2.7	4.5	1.8	2.1	3.2	2.1	2.8	1.9	4.5	6.9	5.9	4.5
130-139米ドル	2.8	0.7	6.3	1.5	4.3	0.8	1.1	0.3	1.1	5.0	5.1	3.9	4.5
140-149米ドル	2.5	1.4	7.0	1.8	1.5	2.4	1.4	1.7	2.3	2.0	4.6	3.4	1.4
150-199米ドル	3.3	0.0	5.6	1.5	1.8	2.8	2.1	1.7	3.4	3.0	②12.0	3.9	4.1
200米ドル以上	2.4	0.7	2.1	1.2	0.6	3.6	3.9	1.4	4.6	1.5	5.7	3.4	1.8

（注1）①②③は各国・地域の上位1～3位を示している。
（注2）実際の調査は、米ドルと各国・地域の現地通貨を併記して行った。

資料：「DBJ・JTBFアジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査（2019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
旅行業以外の事業者にもインバウンド事業が拡大

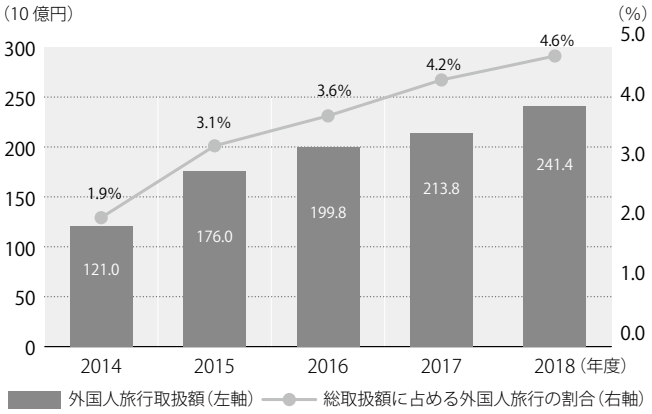
日本の国内旅行事業者が造成・販売した訪日旅行商品について、2018年度の特徴的な動向を記述する。

(1) わが国旅行会社における訪日旅行事業の動向

●外国人旅行取扱額

観光庁の「主要旅行業者の旅行取扱状況年度総計」によると、直近5年の外国人旅行取扱額と、総取扱額に占める外国人旅行の割合は年々増加傾向にある(図Ⅱ-3-1)。2018年度(速報値)の外国人旅行取扱額は2,414億円、総取扱額に占める割合は4.6%となった。前年度比では12.9%増となり、2012年度以降、連続して増加している。

図Ⅱ-3-1 外国人旅行取扱額とシェアの推移



資料:観光庁「主要旅行業者の旅行取扱状況年度総計」より(公財)日本交通公社作成
(注)2018年度は速報値

●主要旅行業者のインバウンド事業戦略

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)では、30カ国以上、55拠点を持つ欧米の富裕層を対象とした旅行会社Abercrombie & Kent(以下「A&K」)と包括的に訪日ランドオペレーター業務を引き受ける業務委託契約を2019年1月に締結した。

また、国際連合が2017年を「開発のための持続可能な観光の国際年」と定めたことを受け、サスティナブル・ツーリズムに関する取り組みが官民で進められている中、JTBGMTでは、サスティナブル・ツーリズム国際認証の取得に向けた取り組みを進めている。2019年2月には、グローバル・サスティナブル・ツーリズム協会(GSTC)の国際基準・推奨評価指標に則り、日本企業では初となるTravelife Partnerを取得した。Engaged(第一段階)、Partner(第二段階)を経て、Certificationを取得することでGSTCの国際基準を満たしたとみなされ、サスティナブル・ツーリズム国際認証の取得となる。

JTBでは、FITを主な対象とした交通の利便性向上を目的として、乗り降り自由な周遊型観光バス「SKY HOP BUS」の運行を東京で開始した。本バスの企画・営業は、日の丸自動車興業、京阪ホールディングスとの3社出資により2018年6月に新たに設立した「スカイホップマーケティングジャパン」が担う。

日本旅行では、訪日事業の拡大をねらい、海外の旅行会社の株式取得などが相次いだ。2018年6月には、オーストラリアにおける教育旅行や富裕層の取扱拡大を目的としてTailor Made Pty Ltdの株式の49.0%を取得した。2018年12月には、ヨーロッパ商品の品質向上、訪日旅行を含めたグローバルな事業展開を視野に入れ、Group Miki Holdings Limitedの株式を13.3%取得した。2019年1月には、東南アジア・東アジアからのFITを誘客するため、JR西日本イノベーションズとともにシンガポールの予約システム会社GOQUO PTE.LTD.へ共同出資し、資本業務提携を締結した。

H.I.S.グループでは、第三国におけるインバウンド事業展開に関する動きが見られた。H.I.S.の連結子会社であるH.I.S.ホテルホールディングスでは、トルコにおけるインバウンド事業の拡大・強化を目的として2018年8月にH.I.S. & DORAK CO., Ltd.を設立した。2018年9月には、米国におけるインバウンド事業の拡大・強化を目的としてHHH. USA. INC.を設立した。また、H.I.S.では、東アジアや東南アジアを中心とした体験型オプショナルツアー・プラットフォームを持つKKdayを運営するKKday.com International Company Limitedの株式を取得した。

このように、近年では、旅行中の「タビナカ」需要に着目したビジネスが増えており、現地体験ツアー予約サイトを運営するベルトラは、2018年12月東京証券取引所マザーズに上場した。

中国のオンライン旅行会社Ctripでは、増加する中国のFITの地方訪問促進を支援するため、自治体などとの連携協定が締結された。北海道観光振興機構(2018年9月)や横浜市(2018年11月)に加え、Ctrip傘下で民泊・宿泊予約プラットフォームの途家も2018年10月に魚沼市と連携協定を締結した。

(2) 訪日旅行商品開発の動き

●主要会社の訪日旅行商品開発

JTBでは、訪日外国人向けの商品JTBサンライズツアーの2019年（1～12月）の販売を2018年9月より開始した。プラン数は前年比5割増の1,286プランとなっている。2019年商品の特色は、国立公園関連の商品、人気パッケージツアーのカップルやハネムーナー向けのプラン、人気が高い富士山商品の拡充である。

はとバスでは、2019年1～6月期の訪日外国人向け商品を2018年11月に発表した。英語・中国語に対応した全37コースを展開する。特徴は、欧米富裕層や訪日リピーターを対象としていることである、高級バス「ピアニシモⅢ」を利用し、座禅体験、伝統工芸品の見学など、日本文化を体験できる商品となっている。

●訪日旅行保険商品の拡充

訪日外国人旅行者の増加に伴い、日本滞在中に病気やけがによる医療機関の利用が増えており、訪日旅行保険商品が拡充された。

ジェイアイ傷害火災保険は、同社の訪日外国人向けの海外旅行保険「おもてなし安心プラン」に加入した外国人に対して、徳洲会グループの提携病院10ヶ所で、費用を自己負担することなく、治療を受けることができるキャッシュレスメディカルサービスの提供を2018年11月に発表した。

沖縄ツーリストのレンタカー部門・OTSレンタカーは、大同火災海上保険と共同で開発した「One Two Support訪日旅行保険」を2019年1月より提供開始した。レンタカー損害補償に加え、レンタカーを利用するドライバー、同乗者の病気やけがによる医療費をサポートする。外国人旅行者向けの保険はレンタカー業界初となった。

●FIT向け地方訪問商品

近年、訪日市場では、FITが増えており、地方への訪問ニーズが高まる一方、二次交通の利便性向上には課題を残していた。2018年度はこうした課題を受け、地方へアクセスする交通を含む商品が多数販売された。

ANAセールスは、訪日外国人専用のダイナミックパッケージ「ANA Discover Japan Free & Easy」（欧米豪各国では「ANA Discover Japan Flight & Hotel」）の販売を2018年7月より開始した。日本国内のANA便と、宿泊施設を自由に組合せることが可能。

JR東日本とびゅうトラベルサービスでは、中国東方航空と連携し、新たな訪日外国人向けの商品「东日本铁道假期 新潟上越铁道自由行」の販売を2018年9月より開始した。中国東方航空の国際航空券（往復）に加え、JR EAST PASS（新潟・長野）、1泊以上の宿泊施設（新潟または東京）が含まれるプランを特別価格で提供する。

近年、東アジアを中心に人気がある観光列車の訪日前の指定席予約が可能となった。JR東日本では訪日外国人向けのインターネット指定席予約サービス「JR-EAST Train Reservation」の対象列車をリゾートしらかみやSLなど、13の観光列車に拡大した。

●周遊パスやICカードの提供

JAPAN BUS LINES協議会では、訪日外国人を対象としたバス乗り放題パス「JBLパス」の販売を2016年に開始していたが、2018年10月にリニューアルした。これまでの7日間券と14日間券に加え、3日間券、5日間券が新たに加わり、販売期間が通年に拡充された。

JR東日本では、訪日外国人旅行者向けICカード「Welcome Suica」の販売を開始した。短期利用者を想定しており、デポジットなしで28日間の利用が可能。

(3) 受入態勢の拡充

●案内所・訪日外国人旅行専門店舗

JTBでは2018年4月より福岡空港国際線ターミナルのリニューアルに伴い、訪日外国人旅行者を対象とした福岡空港グローバルカウンターをオープンした。各種交通、入場チケット、宿泊、オプショナルツアーなどの販売を行う。同じく福岡市で、2019年1月に、訪日外国人向けのチケット販売を行うTickets Todayを運営するロングプランニングが、福岡市観光案内所内にTickets Today FUKUOKA TENJINをオープンした。

海外では、JR東日本が2019年1月に台北でインバウンド拠点JAPAN RAIL CAFEを開業した。同店では、現地の創造旅行社股份有限公司と連携して、訪日外国人旅行者向けの鉄道パス類などを販売するカウンターの設置、日本の地方や食文化に関する情報発信を行う。同じく台北で、JTBが台湾の旗艦店舗を2018年4月にリニューアルオープンした。近年増加する台湾からの訪日リピーターを対象にJTBの支店と連携したオリジナルパッケージ商品などを取り扱う。

●決済方法に関する取り組み

中国人旅行者の決済利便性の向上を目的として、WeChatPayやアリペイの積極的な導入が引き続き行われた。これらの決済サービスは、これまで個別の企業や店舗単位で行われていたが、2018年度は中国人旅行者の受入環境整備と経済効果の向上をねらい、エリア単位で行われるようになってきたことが特徴である。

WeChatPayの導入事例では、カラオケボックスチェーン・ビッグエコーを運営する第一興商（2018年6月）や、居酒屋チェーン・庄やなどを運営する大庄（2018年7月）などが挙げられる。インバウンド市場の拡大に伴い、WeChatPayを導入する業種が拡大している。また、観光施設では、富士急行がWeChat内で富士急ハイランドのフリーパスチケットや富士芝桜まつりの入場券を購入できるサービスWeChatオンラインチケットを2018年4月に導入した。WeChat内に公式アカウントを開設し、ファストパスもオンライン販売する。

アリペイの導入事例では、東京メトロが2018年4月より上野

駅旅客案内所で訪日外国人旅行者向けにTokyo Subway Ticket及びGreater Tokyo Passのアリペイによる販売を開始した。また、九州への中国人旅行者の送客と消費拡大による九州の経済活性化を目的として、2018年7月にJR九州がアリババグループと提携を結んだ。この事業の一環として、旅行中におけるアリペイの利用環境整備による決済利便性強化と、アリペイ加盟店の集客サポートが掲げられており、JR九州のグループ会社を中心にアリペイ導入促進を支援する。2018年6月には、ぐるなびがアリペイとアクワイアリング契約を締結し、アリペイでの決済提供とアプリ内での飲食店情報を掲載するサービスの開始を発表した。これにより、ぐるなびは加盟店に対して送客から決済までの一貫したサービスの提供が可能となった。

そのほか、マツモトキヨシがアリペイ（2018年10月）とWeChatPay（2019年4月）を導入した。また、阪急阪神ホールディングスグループでは梅田のホテル・ショッピングセンターで、アリペイとWeChatPayを順次導入することが2018年10月に発表された。

●多言語化対応におけるAI活用

急増する訪日需要に対応するため、これまでにも多言語化対応が進められてきたが、2018年度はAIを活用した取り組みが増え始めた。

JTB、エムケイ、シャープはシャープ製のモバイル型コミュニケーションロボット・RoBoHoNを活用した旅行商品「京の『ロボ旅』タクシー」をエムケイより販売開始した。（設定期間は2018年10月～2019年3月）RoBoHoNがタクシーに同乗し、京都の観光情報、歴史、文化などを案内、英語・中国語にも対応している。

また、公共交通での利用者サービスにおいてもAIの活用が進んだ。成田国際空港（NAA）では、2018年4月よりトランジットツアー・Narita Transit & Stay Programの案内に、ビースポーク社が開発したAIチャットコンシェルジュ・Bebotを導入した。スマホのチャット機能を通じて、空港内のサービス案内、トランジットツアー情報を提供する。なお、Bebotは2018年4月に東京駅を中心とする東京ステーションシティでも導入されており、公共交通機関におけるAI化が進んでいる。

テレコムスクエアでは、2018年12月より、訪日外国人旅行者を対象としたWi-Fiレンタルサイト「Wi-Ho!®」のオプション商品として、AI自動翻訳機「ez：commu」の提供を開始した。クラウド上で翻訳することにより最新のボキャブラリーでの翻訳が可能となっており、32言語に対応している。

●手ぶら観光に関する取り組み

JTBでは、2018年12月に同社が運営する日本産農産物の越境ECサイト・J's Agriに関連して中部国際空港、関西国際空港で手ぶら観光の取り組みを開始した。中部国際空港ではJ's Agriで購入した商品を受け取ることができるサービスを開始しただけでなく、中部国際空港が展開する日本の農水畜産品オリジナルブランド・Centrair OISHII Premium SelectionのJ's Agri内での取り扱いも開始した。関西国際空港では、国際線のエリアゲート内に日本産農産物を販売する店舗・J's Agri Marketをオープンした。J's Agriで日本出国の7日前までに購入すると同所で検疫済みの商品を受け取ることができる。

JTB、パナソニック、ヤマトホールディングスの3社が提供する訪日外国人旅行者を対象とした手荷物配送サービス「LUGGAGE-FREE TRAVEL」が2018年12月から中国の大手オンラインゲーム会社・NetEase社のオンラインゲーム「荒野行動」との共同キャンペーンを実施した。

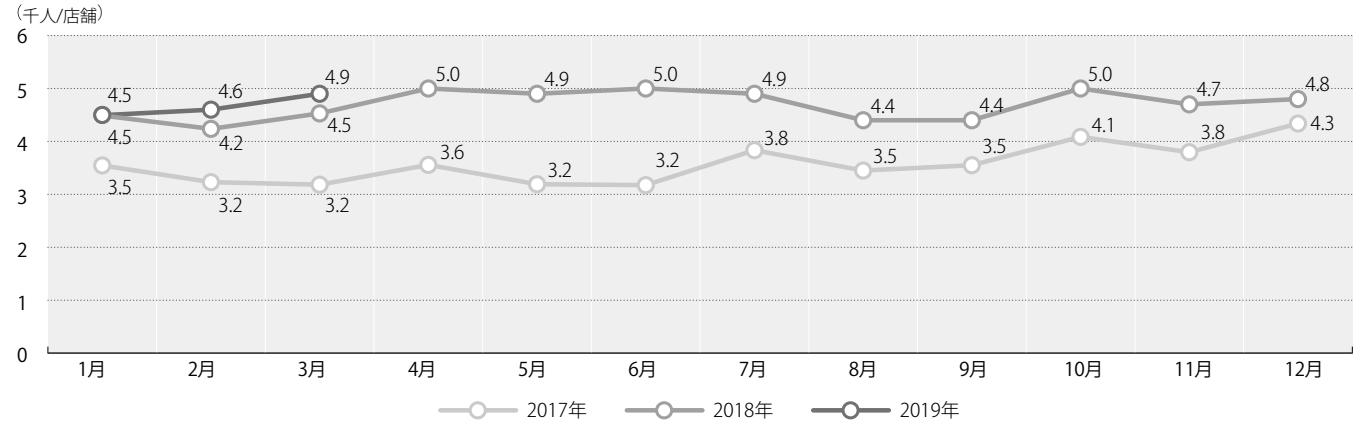
●免税店・免税サービスの拡充

昨年より国内の主要国際空港でオープンが相次いでいる到着時免税店は、2018年4月に中部国際空港の「Centrair Duty Free ARRIVAL SHOP」がオープンした。成田空港では2017年中に全ターミナルに、関西国際空港でも2018年4月に第1、第2ターミナルにオープンしている。

小売店の動向では、ラオックスが中国人旅行者を対象に、アリババが運営する旅行サイト「Fliggy」内に免税品予約販売店を開設した。これにより、中国人旅行者は訪日前に免税品を予約・購入し、訪日後にラオックスで商品を受け取ることができる。

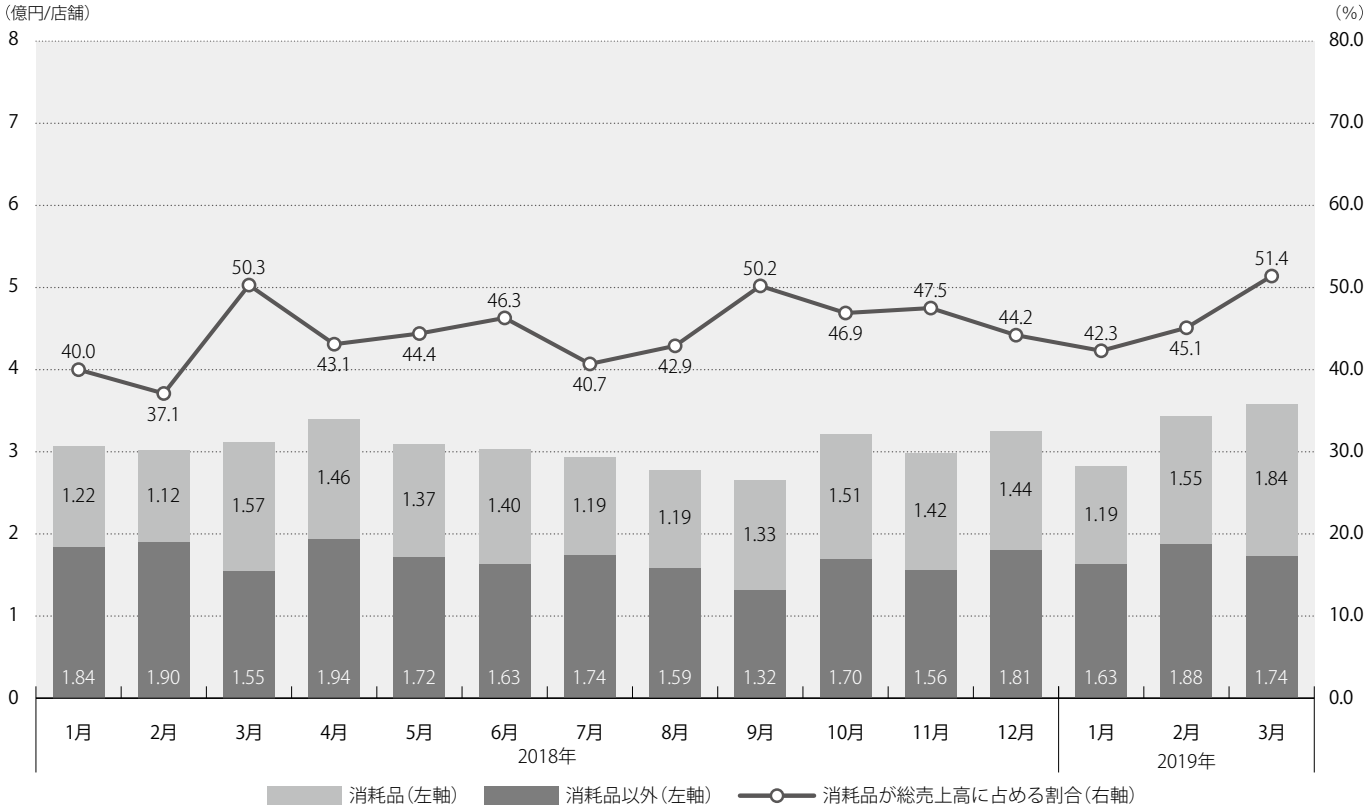
日本百貨店協会の資料によると、2018年の消費税免税を行っている百貨店1店舗当たりの免税購買客数は、4,000人～5,000人を推移しており、全ての月で前年同月を上回っている（図Ⅱ-3-2）。また、消費税免税を行っている百貨店における1店舗当たりの免税販売売上高の推移（図Ⅱ-3-3）のうち消耗品が総売上高に占める割合は4～5割を推移している。

図Ⅱ-3-2 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：日本百貨店協会「外国人観光客売上・来店動向【速報】」をもとに（公財）日本交通公社作成

図Ⅱ-3-3 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：日本百貨店協会「外国人観光客売上・来店動向【速報】」をもとに（公財）日本交通公社作成

2 訪日旅行商品の概況

関西方面（大阪府・京都府）の人気継続
訪問地が多様な台湾・香港

(1) 団体旅行商品の概況

団体旅行商品の利用率が高い台湾、香港、中国を調査対象として当財団が独自に実施した「訪日団体旅行商品調査」(※) の結果をもとに、これらの国・地域における2018年夏の訪日団体旅行商品の概要を整理する。

●団体旅行商品の訪問地

都道府県別訪問地ランキングを表Ⅱ-3-1に示す。台湾では北海道、大阪府、千葉県、香港では大阪府、東京都、兵庫県、中国では東京都、京都府、大阪府が上位3位となった。2017年同様、大阪府はいずれの国・地域においても上位3位以内に入る結果となった。

台湾発の訪日旅行商品は、福島県、高知県を除く都道府県への訪問が、香港発の訪日旅行商品では、全都道府県への訪問が確認された。台湾、香港の訪問地が特定の都道府県に集中することなく多様である傾向に2017年と大きな変化はなかった。

一方、中国発の訪日旅行商品は、大都市である東京都、大阪府、富士山を有する山梨県、静岡県、歴史的観光地である京都府や奈良県など、ゴールデンルート上にある都府県の訪問率が高い。また都道府県別に訪問率をみると、訪問のない県が12県あるのに対し、訪問率上位5位は約30%～60%の訪問率となっていることから、一部の都道府県への訪問が集中している（表Ⅱ-3-2）。

※（公財）日本交通公社「訪日団体旅行商品調査」調査概要

調査時期：2018年6月21日～29日
　　2018年7月20日～26日
調査対象：旅行会社8社（台湾3社、香港2社、中国3社）
有効商品数：【台湾】715商品
　　7月発：358商品／8月発：357商品
　　【香港】190商品
　　7月発：107商品／8月発：83商品
　　【中国】374商品
　　7月発：188商品／8月発：186商品
（7月と8月に同一の商品が販売されている場合は1商品とした）

表Ⅱ-3-1　都道府県別ランキング

	台湾		香港		中国	
1位	北海道	(156)	大阪府	(61)	東京都	(226)
2位	大阪府	(151)	東京都	(43)	京都府	(211)
3位	千葉県	(147)	兵庫県	(38)	大阪府	(202)
4位	京都府	(144)	千葉県	(34)	山梨県	(194)
5位	東京都	(139)	京都府	(29)	奈良県	(133)
6位	神奈川県	(100)	北海道	(25)	北海道	(90)
7位	奈良県	(99)	岐阜県	(23)	静岡県	(83)
8位	熊本県	(97)	愛知県	(23)	神奈川県	(76)
9位	福岡県	(95)	香川県	(23)	千葉県	(64)
10位	山梨県	(90)	徳島県	(22)	福岡県	(26)

資料：（公財）日本交通公社「訪日団体旅行商品調査」（2018年7・8月出発分）
※カッコ内の数字は商品数を示す

表Ⅱ-3-2　都道府県別団体旅行商品数と訪問率

		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	156	21.8%	25	13.2%	90	24.1%
東北	青森県	28	3.9%	3	1.6%	15	4.0%
	岩手県	25	3.5%	5	2.6%	2	0.5%
	宮城県	30	4.2%	5	2.6%	0	0.0%
	秋田県	32	4.5%	2	1.1%	2	0.5%
	山形県	9	1.3%	2	1.1%	9	2.4%
	福島県	0	0.0%	2	1.1%	0	0.0%
関東	茨城県	8	1.1%	7	3.7%	0	0.0%
	栃木県	4	0.6%	11	5.8%	2	0.5%
	群馬県	16	2.2%	6	3.2%	0	0.0%
	埼玉県	21	2.9%	13	6.8%	4	1.1%
	千葉県	147	20.6%	34	17.9%	64	17.1%
	東京都	139	19.4%	43	22.6%	226	60.4%
	神奈川県	100	14.0%	15	7.9%	76	20.3%
甲信越	山梨県	90	12.6%	21	11.1%	194	51.9%
	長野県	83	11.6%	21	11.1%	11	2.9%
	新潟県	8	1.1%	2	1.1%	0	0.0%
北陸	富山県	67	9.4%	19	10.0%	1	0.3%
	石川県	62	8.7%	16	8.4%	3	0.8%
	福井県	15	2.1%	6	3.2%	0	0.0%
東海	岐阜県	73	10.2%	23	12.1%	14	3.7%
	静岡県	65	9.1%	16	8.4%	83	22.2%
	愛知県	64	9.0%	23	12.1%	15	4.0%
	三重県	20	2.8%	14	7.4%	7	1.9%
近畿	滋賀県	46	6.4%	14	7.4%	0	0.0%
	京都府	144	20.1%	29	15.3%	211	56.4%
	大阪府	151	21.1%	61	32.1%	202	54.0%
	兵庫県	81	11.3%	38	20.0%	14	3.7%
	奈良県	99	13.8%	19	10.0%	133	35.6%
	和歌山県	27	3.8%	16	8.4%	8	2.1%
中国	鳥取県	1	0.1%	3	1.6%	0	0.0%
	島根県	1	0.1%	2	1.1%	0	0.0%
	岡山県	6	0.8%	17	8.9%	2	0.5%
	広島県	6	0.8%	7	3.7%	0	0.0%
	山口県	18	2.5%	3	1.6%	1	0.3%
四国	徳島県	11	1.5%	22	11.6%	4	1.1%
	香川県	13	1.8%	23	12.1%	3	0.8%
	愛媛県	13	1.8%	8	4.2%	0	0.0%
	高知県	0	0.0%	8	4.2%	1	0.3%
九州	福岡県	95	13.3%	19	10.0%	26	7.0%
	佐賀県	32	4.5%	14	7.4%	11	2.9%
	長崎県	40	5.6%	17	8.9%	17	4.5%
	熊本県	97	13.6%	12	6.3%	12	3.2%
	大分県	86	12.0%	15	7.9%	18	4.8%
	宮崎県	30	4.2%	15	7.9%	0	0.0%
	鹿児島県	38	5.3%	13	6.8%	6	1.6%
沖縄	沖縄県	34	4.8%	13	6.8%	20	5.3%
旅行商品数		715	—	190	—	374	—
調査旅行会社数		3社		2社		3社	

資料：（公財）日本交通公社「訪日団体旅行商品調査」（2018年7・8月出発分）

(2) 出発国・地域別の旅行商品の特徴

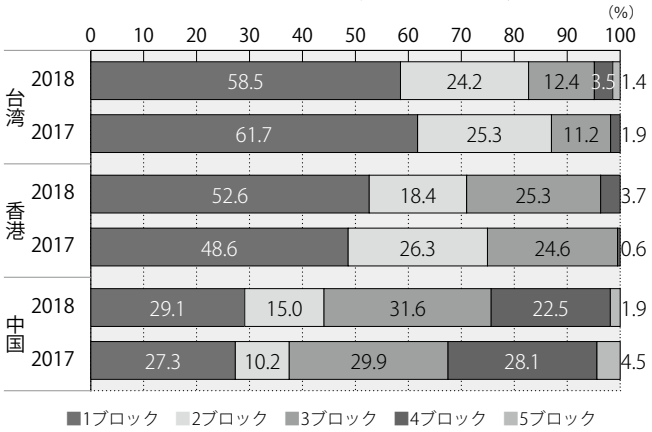
●台湾の団体旅行商品

台湾の団体旅行商品の旅程日数の平均は5.0日（2017年は5.0日）で昨年から変化はなかった。また、1旅行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1.7ブロックで、ブロック数別では、1ブロックのみ訪問する商品が約6割となっている（図Ⅱ-3-4）。訪問ブロック数別構成比は2017年から大きな変化は見られなかった。調査対象国の中で1ブロックのみ訪問する商品の割合が台湾では最も多く、1ブロックや1都道府県での滞在時間が長いため、多様な訪問地が見られることが特徴である。

特徴的なツアーでは、フジロックフェスティバル（新潟県）、北海道マラソン、洞爺湖ロングラン花火大会の花火鑑賞船（以上、北海道）など、イベント参加を主目的としたツアーや、ガイド付き富士登山、利尻島や礼文島での登山・ハイキングツアーなどが見られた。

訪問上位都道府県別にみると、1位の北海道では、札幌市、富良野・美瑛周辺、小樽市、登別市、函館市など、中国や香港の訪日旅行商品でも訪問が多い観光地に加え、これらの周辺市町村への訪問も多く、道内の訪問先が多様であることが特徴である。2位の大阪府では、大阪市の心斎橋、道頓堀、大阪城、ユニバーサル・スタジオ・ジャパンや、カップヌードルミュージアム大阪池田（池田市）、大阪府立狭山池博物館（狭山市）などの観光施設への訪問を中心に、大阪市以外にも訪問していることが特徴である。3位の千葉県は、東京ディズニーランド、東京ディズニーシーが主たる訪問地となるが、成田空港発着便を利用する商品では、空港付近のアウトレット、成田山新勝寺、ショッピングモールへの訪問が組み込まれている。4位の京都府は、京都市内のほかに、平等院鳳凰堂（宇治市）や、伊根の舟屋（伊根町）など、京都市以外への訪問も近年増えている。5位の東京都の主要な訪問地は、例年と大きな変化はないが、サンリオピューロランド（多摩市）、鬼太郎茶屋（調布市）などの観光施設の訪問を主目的として23区外の訪問も見られる。6位の神奈川県は、箱根町（箱根神社、芦ノ湖、大涌谷、星の王子さまミュージアム、箱根登山鉄道など）、鎌倉市（鶴岡八幡宮、鶴岡八幡宮小町通りなど）、横浜市（みなとみらい21、横浜赤レンガ倉庫、横浜アンパンマンこどもミュージアム）などが主要な訪問地となっている。7位の奈良県は、奈良市（東大寺、春日大社を含む奈良公園）、8位の熊本県は、熊本市（水前寺成趣園、熊本城、上通商店街など）や人吉市（青井阿蘇神社、球磨川下りなど）、阿蘇市に加え、台湾でも人気が高いキャラクターであるくまもんをデザインしたくまモン列車の乗車体験が含まれている。9位の福岡県は、福岡市を中心に、柳川市、太宰府市、北九州市が主要な訪問地である。10位の山梨県は例年と変化なく、富士山周辺（忍野八海、富士五湖、富士急ハイランドなど）のスポットに訪問する商品が多く、富士五湖周辺でのサイクリング体験なども見られた（表Ⅱ-3-3）。

図Ⅱ-3-4　訪問した地方ブロック数別の構成比



資料：（公財）日本交通公社「訪日団体旅行商品調査」（2017・2018年7・8月出発分）

表Ⅱ-3-3　台湾発の団体旅行商品の主な訪問地

順位	都道府県	主な訪問地
1位	北海道	札幌市、小樽市、登別市、函館市、富良野・美瑛周辺、洞爺湖周辺
2位	大阪府	大阪市（大阪市街、USJ）、池田市（カップヌードルミュージアム大阪池田）
3位	千葉県	浦安市（東京ディズニーリゾート）、成田市（成田山新勝寺等）
4位	京都府	京都市（清水寺周辺、伏見稲荷大社、八坂神社等）、宇治市、亀岡市、伊根町
5位	東京都	墨田区（東京スカイツリー）、台東区（浅草）、お台場周辺、多摩市（サンリオピューロランド）
6位	神奈川県	箱根町、横浜市（みなとみらい21、横浜赤レンガ倉庫、横浜アンパンマンこどもミュージアム）、鎌倉市
7位	奈良県	奈良市（奈良公園等）
8位	熊本県	熊本市（水前寺成趣園、熊本城等）、人吉市（球磨川下り）、阿蘇市（阿蘇）
9位	福岡県	福岡市、柳川市（柳川川下り）、太宰府市（太宰府天満宮）、北九州市（門司港）
10位	山梨県	富士山周辺（忍野八海、富士五湖、河口湖、富士急ハイランド等）

資料：（公財）日本交通公社「訪日団体旅行商品調査」（2018年7・8月出発分）

●香港の団体旅行商品

香港の団体旅行商品の旅程日数の平均は5.2日（2017年は5.1日）で昨年からの大きな変化はなかった。訪問した地方ブロック数の平均は1.8ブロックとなった。ブロック数別では1ブロックのみ訪問する商品が最も多く、2017年から4.0ポイント増加している。このようにひとつの地方ブロックをゆっくり楽しむ商品が多い傾向は台湾と共通しているが、一方で、3ブロックを周遊する商品では、台湾が1割程度であるのに対し、香港は3割程度となっており（図Ⅱ-3-4）、周遊型商品も一定程度販売されている。

訪問上位都道府県別では、1位の大阪府では、大阪市の難波、心斎橋、ユニバーサル・スタジオ・ジャパン、大阪城、関西国際空港発着便を利用する商品を中心にりんくうプレミアム・アウトレットの訪問が見られる。2位の東京都では、新宿、東京スカイツリー、お台場（レインボーブリッジ、DiverCity Tokyo Plazaなど）、浅草（浅草寺、仲見世商店街など）など、主要な観光スポットを中心に訪問する商品が多い。3位の兵庫県では、神戸市（神戸ハーバーランド、神戸アンパンマンこ

どもミュージアム&モール、六甲山など）が多く、4位の千葉県では、浦安市の東京ディズニーランド、東京ディズニーシー以外では、マザー牧場や鴨川シーワールドなどの観光施設や県内のアウトレットモールへの訪問が多い。5位の京都府は、京都市内以外では、宇治市への訪問も見られる。6位の北海道は、札幌市（狸小路商店街、白い恋人パークなど）、小樽市（小樽運河周辺、小樽オルゴール堂、北一硝子など）、登別市（登別マリンパークニクス、登別地獄谷、登別伊達時代村など）、函館市（函館山、五稜郭、金森赤レンガ倉庫など）、富良野・美瑛周辺（四季彩の丘、アルパカ牧場、白金青い池など）が主な訪問地である。7位の岐阜県では、高山市（さんまち通りの街並み）、白川村（白川郷）、飛騨市（飛騨古川の街並み）の訪問が中心である。また、郡上市での食品サンプル作り体験なども見られる。同じく7位の愛知県は、名古屋市街に加え、レゴランド・ジャパン、シーライフ名古屋など、家族向けの観光施設を訪問する商品が多い。同じく7位の香川県では、高松市（栗林公園、玉藻公園）、瀬戸大橋を渡り本州側へ移動する商品も多い。また、香港で人気のある日本食・うどんの手打ち体験が含まれていることも特徴的である。10位の徳島県は、昨年の7.4%から11.6%へと4.2ポイント上昇した。例年8月に徳島市で開催される阿波おどりや、三好市（大歩危・小歩危、祖谷渓）などが主な訪問地である（表Ⅱ-3-4）。

表Ⅱ-3-4 香港発の団体旅行商品と主な訪問地

順位	都道府県	主な訪問地
1位	大阪府	大阪市（難波、心斎橋、大阪城、USJ）、泉佐野市（りんくうプレミアム・アウトレット）
2位	東京都	新宿区、墨田区（東京スカイツリー）、台東区（浅草）、お台場周辺
3位	兵庫県	神戸市（神戸ハーバーランド、神戸アンパンマンこどもミュージアム＆モール、六甲山等）
4位	千葉県	浦安市（東京ディズニーリゾート）、富津市（マザー牧場）、鴨川市（鴨川シーワールド）
5位	京都府	京都市（清水寺周辺、伏見稲荷大社、八坂神社等）、宇治市
6位	北海道	札幌市、小樽市、登別市、函館市、富良野・美瑛周辺
7位	岐阜県	高山市（さんまち通りの街並み）、白川村（白川郷）、飛騨市（飛騨古川の街並み）
	愛知県	名古屋市（名古屋市街、レゴランド・ジャパン・リゾート、シーライフ名古屋等）
	香川県	高松市（栗林公園、玉藻公園）、坂出市（瀬戸大橋記念公園）
10位	徳島県	徳島市（阿波おどり）、三好市（大歩危・小歩危、祖谷渓）

資料：（公財）日本交通公社「訪日団体旅行商品調査」（2018年7・8月出発分）

●中国の団体旅行商品

中国の団体旅行商品の旅程日数の平均は6.1日（2017年は6.2日）で昨年からの大きな変化はなかった。また、訪問した地方ブロック数の平均は2.5ブロック、ブロック数別では3ブロック（31.6%）が最も多く、次いで1ブロック（29.1%）となっている。なお、1ブロックを訪問した商品の割合は18.6%（2016年）、27.3%（2017年）と、年々増加している。これまでは、一度の旅程で複数の地方ブロックを周遊する商品（例:ゴールデンルート周遊商品）が主流だったが、地方ブロック単位で周遊する商品が増え始めている（図Ⅱ-3-4）。

訪問上位都道府県別では、1位の東京都は、皇居、銀座、浅草（浅草寺、仲見世商店街など）、秋葉原（免税店など）、お台場（Diver City Tokyo Plaza、MEGAWEB、お台場海浜公園、日本科学未来館）が主な訪問地となった。2位の京都府は、表Ⅱ-3-5中の訪問地に加え、着物や茶道などの日本文化の体験が組み込まれている。2018年は、伊根の舟屋などがある伊根町への訪問が確認された。また伊根湾での遊覧船や嵯峨野のトロッコ列車などの乗船・乗車自体を楽しむ体験メニューも見られた。3位の大阪府は、大阪市内（大阪城、心斎橋、道頓堀、ユニバーサル・スタジオ・ジャパンなど）と泉佐野市のアウトレットを訪問する商品が多い。4位の山梨県は、富士山周辺の忍野八海、富士急ハイランド、富士の駅地震体験館、5位の奈良県は、奈良市の奈良公園、6位の北海道は、札幌市（北海道庁旧本庁舎、白い恋人パーク、大通公園、狸小路商店街など）、小樽市（小樽運河、北一硝子、小樽オルゴール堂など）、登別市（登別地獄谷、登別マリンパークニクスなど）、函館市（函館山、五稜郭、函館朝市など）富良野・美瑛周辺（ファーム富田、美瑛パッチワークの路、四季彩の丘、美瑛の丘など）、が主たる訪問地となった。7位の静岡県は、富士山周辺の御殿場市（御殿場プレミアム・アウトレット、御殿場平和公園）、伊豆市（修善寺温泉など）裾野市（富士山資料館など）が主要な訪問先となっている。8位の神奈川県は、横浜市（元町公園、横浜中華街、山下公園など）、箱根町（大涌谷、芦ノ湖、箱根神社など）、鎌倉市（鶴岡八幡宮、鎌倉高校など）が主たる訪問地となっている。9位の千葉県は、東京ディズニーランド・東京ディズニーシーのほか、香港の訪日旅行商品と同様、鴨川シーワールドやマザー牧場が主要な訪問地となった。10位の福岡県は、福岡市街のショッピングモールや免税店のほか、太宰府天満宮（太宰府市）、門司港（北九州市）などが主要な訪問地となっている（表Ⅱ-3-5）。

表Ⅱ-3-5 中国発の団体旅行商品の主な訪問地

順位	都道府県	主な訪問地
1位	東京都	千代田区（秋葉原、皇居周辺）、中央区（銀座）、台東区（浅草）、新宿区（都庁）、お台場周辺
2位	京都府	京都市（清水寺周辺、金閣寺、伏見稲荷大社、嵐山等）
3位	大阪府	大阪市（大阪城、心斎橋、道頓堀、USJ等）、泉佐野市（りんくうプレミアム・アウトレット）
4位	山梨県	富士山周辺（忍野八海、富士急ハイランド、富士の駅地震体験館）
5位	奈良県	奈良市（奈良公園）
6位	北海道	札幌市、小樽市、登別市、函館市、富良野・美瑛周辺
7位	静岡県	御殿場市（御殿場プレミアム・アウトレット、御殿場平和公園）、伊豆市（修善寺温泉等）
8位	神奈川県	横浜市（元町公園、横浜中華街、山下公園等）、箱根町、鎌倉市
9位	千葉県	浦安市（東京ディズニーリゾート）、富津市（マザー牧場）、鴨川市（鴨川シーワールド）
10位	福岡県	福岡市、太宰府市（太宰府天満宮）、北九州市（門司港）

資料：（公財）日本交通公社「訪日団体旅行商品調査」（2018年7・8月出発分）

(3) 地方ブロック別の旅行商品の特徴

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

●北海道

北海道はいずれの国・地域においても訪問率では上位10位に入る人気訪問地である。道内の主な立ち寄り先は全ての国・地域ともに小樽、札幌、富良野・美瑛、登別、函館などである。

北海道から本州の移動におけるフェリー（大洗～苫小牧間や青森～函館間など）の乗船体験や、くしろ湿原ノロッコ号の乗車体験のほか、道内の牧場でのエサやり体験なども組み込まれている。

●東北

東北への訪問率は台湾5.0%、香港3.7%、中国6.4%となっており、香港では11地方ブロック中、最も訪問率が低い。2017年との比較では、台湾（+2.4ポイント）と中国（+6.0ポイント）で訪問率が上昇した。主な訪問地は、青森県が弘前城（弘前市）、奥入瀬・十和田湖（十和田市）、宮城県が松島（松島町）、秋田県は角館（仙北市）などとなっている。

●関東

台湾、香港の訪問率が2～3割程度であるのに対し、中国では7割程度となっている。台湾が11地方ブロック中1位、香港が同3位、中国が同1位となっている。いずれの国・地域でも東京都、神奈川県、千葉県の3県の訪問率が高く、茨城県、栃木県、埼玉県、群馬県への訪問率は低いことから、域内の都県間で訪問率の偏りが大きいことが特徴である。

●甲信越・北陸・東海

甲信越・東海は、全ての国・地域で、富士山周辺の山梨県や静岡県の観光地を訪問する商品が多い。2018年は台湾（+3.3ポイント）、香港（+1.8ポイント）で岐阜県の訪問率が上昇した。

北陸の訪問率は台湾、香港で約1割程度、中国では1%以下となった。特に中国では11地方ブロック中10位（中国地方と同率10位）となった。2017年との比較では台湾（+4.7ポイント）や香港（+2.0ポイント）で訪問率が上昇した。主な訪問地は、富山県が立山黒部アルペンルート、石川県が兼六園（金沢市）、能登半島、福井県が東尋坊（坂井市）などである。

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

●近畿

台湾、中国では11地方ブロック中2位、香港では1位となっている。全ての国・地域で大阪府、京都府への訪問率が高く、滋賀県や和歌山県への訪問率が低い。近畿ではたこ焼き作り（大阪府）、握り寿司体験（大阪府・奈良県・京都府）などの海外でも人気のある日本食の調理体験が組み込まれている。

●中国・四国

中国地方を訪問する商品は台湾が3.5%、香港が12.1%、中国が0.8%となっている。台湾（11地方ブロック中10位）や中国（同北陸地方と同率10位）でほかの地方ブロックと比較して訪問率が低い。四国地方も台湾が2.1%、香港が12.6%、中国が1.1%となっており、中国地方と同様、台湾や中国で訪問率が低い。2017年との比較では、香港で+2.8ポイントとなっている。地方ブロック内の県別訪問率では、台湾では山口県が高く、錦帯橋（岩国市）や赤間神宮（下関市）を訪問し九州へ移動（またはその逆）する旅程が多い。また、香港では岡山県への訪問率が高く、県内での桃狩り体験が組み込まれている。

●九州・沖縄

2016年以降、台湾の九州への訪問率は約2割で安定している。2017年との比較では、香港は-8.6ポイント、中国は+4.6ポイントとなっている。特に香港では16年以降、九州への訪問率が年々低下している。地方ブロック内での県別訪問率では全ての国・地域で、九州南部（宮崎県や鹿児島県）の訪問率が低い。

沖縄県内の訪問地は、国際通り・首里城（那覇市）、万座毛（恩納村）、残波岬（読谷村）などに加え、沖縄美ら海水族館など観光施設への訪問も多い。近年では、泊いゆまち、糸満市お魚センター、道の駅かでなど、地域産業と関わりの深い商業施設への訪問も増加している。また、黒糖や塩の製造体験などが組み込まれている。

表Ⅱ-3-6 地方ブロック別の訪問率

（単位：%）

	台湾			香港			中国		
	2018	2017	2016	2018	2017	2016	2018	2017	2016
北海道	21.8	20.3	20.4	13.2	17.1	15.9	24.1	19.7	22.7
東北	5.0	2.6	2.8	3.7	8.5	4.0	6.4	0.4	0.9
関東	27.4	21.0	17.4	22.6	22.0	14.9	66.0	80.9	75.9
甲信越	23.9	23.4	18.0	20.5	18.3	13.4	51.9	63.5	58.0
北陸	11.2	6.5	9.3	11.1	9.1	7.0	0.8	0.9	0.2
東海	21.3	16.0	12.3	27.9	21.3	16.4	28.9	46.7	57.8
近畿	24.5	23.4	24.9	33.7	28.0	33.3	59.9	68.9	60.2
中国	3.5	10.3	9.8	12.1	20.1	19.4	0.8	0.5	1.1
四国	2.1	5.7	4.5	12.6	9.8	8.0	1.1	0.0	0.2
九州	19.7	19.9	18.3	15.8	24.4	28.9	7.8	3.2	6.4
沖縄	4.8	4.3	8.5	6.8	8.5	14.4	5.3	7.3	5.5

資料：（公財）日本交通公社「訪日団体旅行商品調査」（2016・2017・2018年7・8月出発分）

（柿島あかね）

第Ⅲ編 観光産業

Ⅲ-1 旅行業

1 旅行業の現況 …… 98
(1)旅行業者数 (2)主要旅行業者の取扱額 (3)大手旅行会社の売上高
2 旅行業界をめぐる動き …… 100
(1)組織再編や提携、新規参入などの動向 (2)流通・チャネルをめぐる動向 (3)旅行業法関連及び業界団体の動向
3 旅行商品をめぐる動き …… 102
(1)旅行商品の販売動向 (2)旅行商品の企画開発
4 旅行会社の利用 …… 103
(1)旅行計画の情報収集源 (2)旅行の予約によく使う方法

Ⅲ-2 運輸業

1 輸送量と交通事業の動向 …… 105
(1)国内旅客輸送の動向
2 鉄道交通 …… 106
(1)利用者の動向 (2)鉄道路線の動向
3 航空交通 …… 108
(1)利用者の動向 (2)航空路線の動向 (3)空港関連施設の動向 (4)航空関連政策の動向 (5)そのほかの動向
4 海上交通 …… 113
(1)利用者の動向 (2)航路・寄港の動向 (3)海上交通関連政策の動向
5 道路交通 …… 116
(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 …… 122
(1)供給動向 (2)宿泊者数 (3)客室稼働率及び定員稼働率
2 四半期別の利用動向 …… 123
(1)客室稼働率 (2)定員稼働率 (3)外国人宿泊者比率
3 2018年の話題 …… 125
(1)民泊をめぐる動き (2)外国人労働者の受け入れ (3)都市部での再開発プロジェクトや歴史的建造物のリノベーションなど多様な宿泊施設が開業

Ⅲ-4 集客交流施設、MICE

1 集客交流施設 …… 127
(1)集客交流施設の動向 (2)集客交流施設の整備動向
2 MICE …… 130
(1)MICEの現況 (2)MICEをめぐる動き (3)IRをめぐる動き

Ⅲ-1　旅行業

1 旅行業の現況

旅行業者総数は昨年に続き増加
主要旅行業者の取扱額は国内旅行市場で減少

(1) 旅行業者数

2019年5月1日現在の旅行業者総数（旅行業者と旅行業者代理業者の計）は10,458社（前年比0.7%増）で、2016年以降増加傾向が続いているが、伸び率はやや鈍化した（表Ⅲ-1-1）。

営業資格別にみると、第1種（海外・国内の募集型企画旅行の企画・実施が可能）が前年比0.4%増と3年ぶりに増加したほか、第2種（国内の募集型企画旅行の企画・実施が可能）も同1.4%増であったが、第3種（受注型企画旅行ならびに限定区域内での募集型企画旅行の企画・実施が可能）は同0.2%減となった。2013年に新設された地域限定旅行業は年々その数を増やし、2018年度も前年比33.5%増と大きな伸びが見られた。旅行業者代理業者は同4.4%減と、2012年以降8年連続の減少となった。

また、2018年1月より新たに制度化された「旅行サービス手配業」（ランドオペレーター業務を行う）の登録者数は同53.7%増の1,102社となった。

(2) 主要旅行業者の取扱額

観光庁の「主要旅行業者の旅行取扱状況速報」によると、2018年度の主要旅行業者49社の取扱額（ほか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5兆2,246億円（前年比1.6%増）※1であった。市場別では、国内旅行が2兆8,618億円（同1.6%減）、海外旅行は2兆1,215億円（同5.0%増）、外国人旅行（日本の旅行会社によるインバウンド旅行）は2,414億円（同12.9%増）であった（表Ⅲ-1-2）。

※1　2016年度以降総取扱額２位の「楽天」が2018年6月より、トラベル部門の業績開示をとりやめたため、同社の取扱額（2017年度の総取扱額は6,102億円）が含まれていない。

四半期別にみると、第1四半期（4-6月期）、第2四半期（7-9月）を中心とする国内旅行の前年割れが目立つ。6月の大阪北部地震、7月にかけての西日本豪雨、9月の台風と北海道胆振東部地震など自然災害が相次ぎ、国内・訪日旅行需要は大きく影響を受けたが、海外旅行は第4四半期を除き前年を上回った。外国人旅行も年間を通じて前年を上回ったが、その伸び率は鈍化しつつある（表Ⅲ-1-3）。

主要旅行業者49社について、各社の消費者への販売力（BtoC）を比較するため、ホールセール専門会社とみなされる3社を除外し可能な限り代売実績の重複を避け、対象46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。

2018年度の総取扱額では1位が「ジェイティービー（JTB）」（グループ12社計）で35.3%、昨年2位の「楽天」が情報非公開となったこともあり、2位は「エイチ・アイ・エス（HIS）」（グループ6社計）で11.5%、3位が「KNT-CTホールディングス」（グループ3社計）で10.3%となった（表Ⅲ-1-4）。

表Ⅲ-1-1　旅行業者数の推移

（単位：社、%）

（5月1日現在）			2015年 実数	2015年 前年比	2016年 実数	2016年 前年比	2017年 実数	2017年 前年比	2018年 実数	2018年 前年比	2019年 実数	2019年 前年比
総　数			9,884	△0.9	10,100	2.2	10,301	2.0	10,390	0.9	10,458	0.7
	旅行業		9,074	△0.8	9,321	2.7	9,551	2.5	9,684	1.4	9,783	1.0
		第1種	697	0.1	708	1.6	704	△0.6	688	△2.3	691	0.4
		第2種	2,776	△0.0	2,827	1.8	2,914	3.1	2,980	2.3	3,022	1.4
		第3種	5,524	△1.8	5,668	2.6	5,789	2.1	5,816	0.5	5,803	△0.2
		地域限定	77	71.1	118	53.2	144	22.0	200	38.9	267	33.5
	旅行業者代理業		810	△3.0	779	△3.8	750	△3.7	706	△5.9	675	△4.4
	旅行サービス手配業								717	―	1,102	53.7

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

表Ⅲ-1-2　主要旅行業者の取扱額

（単位：兆円、%）

	2017年度	2018年度	前年度比
海外旅行	2.02	2.12	5.0
外国人旅行	0.21	0.24	12.9
国内旅行	2.91	2.86	△1.6
合計	5.14	5.22	1.6

資料：観光庁「平成30年度主要旅行業者の取扱状況年度総計（速報）」より（公財）日本交通公社作成

表Ⅲ-1-3　主要旅行業者の取扱額の四半期別前年度比の増減

（単位：%）

	第1四半期（4～6月）	第2四半期（7～9月）	第3四半期（10～12月）	第4四半期（1～3月）
海外旅行	9.2	4.4	7.9	△1.0
外国人旅行	18.4	15.7	11.0	6.8
国内旅行	△0.5	△5.7	0.2	0.3
合計	4.0	△1.0	3.6	0.0

資料：観光庁「平成30年度主要旅行業者の取扱状況年度総計（速報）」より（公財）日本交通公社作成

表Ⅲ-1-4 主要旅行業者の取扱額上位10社とシェア

ー総取扱額ー

順位	2014年度	2015年度	2016年度	2017年度	2018年度	取扱額（百万円）	前年度比（%）	46社内シェア
1	JTB	JTB	JTB	JTB	JTB	1,693,223	98.3	35.3%
2	KNT	KNT	楽天	楽天	HIS	552,429	113.3	11.5%
3	HIS	楽天	KNT	KNT	KNT	495,440	100.8	10.3%
4	日本旅行	HIS	HIS	HIS	日本旅行	449,839	103.7	9.4%
5	楽天	日本旅行	日本旅行	日本旅行	阪急交通社	369,971	107.1	7.7%
6	阪急交通社	阪急交通社	阪急交通社	阪急交通社	東武トップツアーズ	135,398	97.2	2.8%
7	東武トップツアーズ	東武トップツアーズ	東武トップツアーズ	東武トップツアーズ	エボラブルアジア	117,471	117.8	2.5%
8	JR東海ツアーズ	JR東海ツアーズ	JTBビジネストラベルソリューションズ	JR東海ツアーズ	JR東海ツアーズ	97,053	98.1	2.0%
9	名鉄観光サービス	名鉄観光サービス	JR東海ツアーズ	名鉄観光サービス	名鉄観光サービス	92,927	102.8	1.9%
10	JTBビジネストラベルソリューションズ	JTBビジネストラベルソリューションズ	名鉄観光サービス	農協観光	農協観光	67,241	95.2	1.4%

ー国内旅行取扱額ー

順位	2014年度	2015年度	2016年度	2017年度	2018年度	取扱額（百万円）	前年度比（%）	46社内シェア
1	JTB	JTB	JTB	JTB	JTB	1,007,301	96.2	40.1%
2	楽天	楽天	楽天	楽天	KNT	308,373	97.7	12.3%
3	KNT	KNT	KNT	KNT	日本旅行	278,164	101.8	11.1%
4	日本旅行	日本旅行	日本旅行	日本旅行	阪急交通社	136,684	100.4	5.4%
5	阪急交通社	阪急交通社	阪急交通社	阪急交通社	東武トップツアーズ	95,231	94.3	3.8%
6	東武トップツアーズ	東武トップツアーズ	東武トップツアーズ	東武トップツアーズ	JR東海ツアーズ	93,544	97.2	3.7%
7	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	名鉄観光サービス	74,034	101.7	3.0%
8	名鉄観光サービス	名鉄観光サービス	名鉄観光サービス	名鉄観光サービス	エボラブルアジア	64,619	138.0	2.6%
9	農協観光	農協観光	農協観光	農協観光	HIS	58,279	102.0	2.3%
10	HIS	HIS	HIS	HIS	農協観光	58,222	94.4	2.3%

ー海外旅行取扱額ー

順位	2014年度	2015年度	2016年度	2017年度	2018年度	取扱額（百万円）	前年度比（%）	46社内シェア
1	JTB	JTB	JTB	JTB	JTB	593,421	100.6	29.1%
2	HIS	HIS	HIS	HIS	HIS	443,869	113.2	21.7%
3	阪急交通社	阪急交通社	阪急交通社	阪急交通社	阪急交通社	229,833	111.2	11.3%
4	KNT	KNT	KNT	KNT	KNT	163,209	105.6	8.0%
5	日本旅行	日本旅行	日本旅行	日本旅行	日本旅行	126,951	105.4	6.2%
6	JTBビジネストラベルソリューションズ	JTBビジネストラベルソリューションズ	JTBビジネストラベルソリューションズ	DeNAトラベル	エボラブルアジア	52,417	102.8	2.6%
7	日新航空サービス	日新航空サービス	DeNAトラベル	日新航空サービス	日新航空サービス	49,023	101.0	2.4%
8	日通旅行	エムオーツーリスト	日新航空サービス	楽天	エムオーツーリスト	38,683	97.8	1.9%
9	エムオーツーリスト	日通旅行	エムオーツーリスト	エムオーツーリスト	エヌオーイー	33,257	108.3	1.6%
10	東武トップツアーズ	東武トップツアーズ	楽天	日通旅行	日通旅行	32,430	95.3	1.6%

ー外国人旅行取扱額ー

順位	2014年度	2015年度	2016年度	2017年度	2018年度	取扱額（百万円）	前年度比（%）	46社内シェア
1	JTB	JTB	JTB	JTB	JTB	92,501	107.4	38.5%
2	日本旅行	日本旅行	日本旅行	日本旅行	HIS	50,281	131.0	20.9%
3	KNT	HIS	HIS	HIS	日本旅行	44,724	111.6	18.6%
4	HIS	KNT	KNT	KNT	KNT	23,858	113.3	9.9%
5	東武トップツアーズ	楽天	楽天	楽天	東武トップツアーズ	7,899	117.1	3.3%
6	楽天	東武トップツアーズ	東武トップツアーズ	東武トップツアーズ	阪急交通社	3,454	124.8	1.4%
7	阪急交通社	DeNAトラベル	阪急交通社	阪急交通社	東日観光	2,583	93.8	1.1%
8	農協観光	阪急交通社	東日観光	東日観光	名鉄観光サービス	2,490	124.0	1.0%
9	沖縄ツーリスト	農協観光	農協観光	名鉄観光サービス	びゅうトラベルサービス	2,430	244.6	1.0%
10	名鉄観光サービス	名鉄観光サービス	名鉄観光サービス	DeNAトラベル	JR東海ツアーズ	1,817	172.5	0.8%

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）日交通公社推計

（注1）シェアの分母は主要旅行業者49社（18年度掲載企業）から下記の3社を除外した取扱額の合計
ANAセールス、ジャルパック、ビッグホリデー
（注2）2018年度の「JTB」は以下12社の合計（社内取引を相殺した額で算出）（2014～16年度は15社、17年度は25社）
（株）JTB、（株）JTBグローバルマーケティング＆トラベル、（株）JTB沖縄、（株）JTB京阪トラベル、（株）PTS、（株）エイ・ビー・アイ、（株）JTBメディアリテーリング、（株）JTBグランドツアー＆サービス、（株）朝日旅行、（株）JTBビジネストラベルソリューションズ、（株）JTBガイアレック、（株）トラベルプラザインターナショナル
（注3）2018年度の「KNT」は以下13社の合計（社内取引を相殺した額で算出）（2014年度は9社、15～16年度は8社、17年度は11社）
クラブツーリズム（株）、（株）近畿日本ツーリスト北海道、（株）近畿日本ツーリスト東北、（株）近畿日本ツーリスト関東、（株）近畿日本ツーリスト首都圏、（株）近畿日本ツーリスト中部、（株）近畿日本ツーリスト関西、（株）近畿日本ツーリスト中国四国、（株）近畿日本ツーリスト九州、（株）近畿日本ツーリストコーポレートビジネス、（株）KNT-CTグローバルトラベル、（株）KNT-CTウエブトラベル、（株）ユナイテッドツアーズ
（注4）2018年度の「HIS」は以下6社の合計（社内取引を相殺した額で算出）（2016年度まで5社、17年度から6社）
（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）ミキ・ツーリスト
（注5）「阪急交通社」は以下3社の合計（社内取引を相殺した額で算出）
（株）阪急交通社、（株）阪急阪神ビジネストラベル、阪神トラベル・インターナショナル（株）
※2014年度は（株）阪急交通社、（株）阪急阪神ビジネストラベルの2社の合計（社内取引の相殺なし）
（注6）「東武トップツアーズ」の2014年度は東武トラベルとトップツアーの合計（2015年4月に合併）
（注7）「エボラブルアジア」の2018年4月分及び5月分取引額は、以下4社の合計（社内取引の相殺なし）。6月分以降は、4社内取引を相殺し合計したもの
（株）エボラブルアジア、（株）エアトリ（旧（株）DeNAトラベル）、（株）エヌズ・エンタ-プライズ、（株）東京マスターズ
（注8）「楽天」は、2018年度6月分よりトラベル部門の業績開示をとりやめた

(3) 大手旅行会社の売上高

大手の旅行会社5社（JTB、HIS、日本旅行、KNT、阪急交通社）の決算資料から旅行事業部門の売上高（取扱額）について前年と比較すると、2018年（度）は各社が前年比プラスとなった。

ただしJTBは最終決算として、主にシステム開発の中断や海外の事業会社の不振を理由とする151億円の赤字を発表している。決算資料によれば、旅行事業においては個人旅行部門での苦戦と課題が示されている。

HISは、近年傘下におさめた海外会社の寄与により海外旅行が好調で、売上高は過去最高となった。

各社とも国内旅行部門は自然災害による影響を受けたが、インバウンド旅行需要の増加と、海外での事業展開やOTAとの連携、地方創生への取り組み、MICE営業などにより全体の取扱を拡大した（表Ⅲ-1-5）。

表Ⅲ-1-5　大手旅行会社の売上高及び前年同期比

（単位：百万円）

	2014	2015	2016	2017	2018
JTB	1,202,682	1,207,515	1,169,145	1,143,128	1,152,502
HIS	468,551	476,174	465,772	536,826	651,303
日本旅行	416,868	417,026	411,968	420,413	429,766
KNT	433,432	424,930	396,004	405,172	411,821
阪急交通社	369,475	335,830	318,750	345,521	369,971

（単位：%）

	2014	2015	2016	2017	2018
JTB	2.1	0.4	△ 3.2	△ 2.2	0.8
HIS	8.6	1.6	△ 2.2	15.3	21.3
日本旅行	5.3	0.0	△ 1.2	2.0	2.2
KNT	△ 3.3	△ 2.0	−	2.3	1.6
阪急交通社	△ 8.8	△ 9.1	△ 5.1	8.4	7.1

資料：各社決算資料、ニュースリリース

（注1）「JTB」「HIS」「阪急交通社」は、（株）ジェイティービー、（株）エイチ・アイ・エス、阪急阪神ホールディングス（株）の連結業績のうち旅行事業部門の業績を記載

（注2）「KNT」はKNT-CTホールディングス（株）の連結業績を記載
2016年度の前年比は決算期の変更に伴い、単純比較ができないため、記載していない

（注3）各社の決算期間は下記の通り
JTB、KNT、阪急交通社：4月1日～3月31日
日本旅行：1月1日～12月31日
HIS：11月1日～10月31日

2 旅行業界をめぐる動き

異業種からの参入続く中、自治体との連携、店頭改革により新たな役割再構築へ

(1) 組織再編や提携、新規参入などの動向

（組織再編の動き）

JTBグループは、2018年4月、地域別・機能別の事業会社15社を本社に統合し、経営資源配置の最適化と迅速な意思決定により、時代や環境変化へ対応する経営改革に取り組んだ。同社はこれを「第三の創業」と位置づけ、従来型の旅行業モデルからソリューションビジネスへの転換を図るとしている。

法人事業だけでなく個人旅行事業にも力を入れ、ネット販売を強化する一方、店舗でのコンサルティングの質を高め、OTAに対抗できるリアルエージェントの存在価値発揮の方針が表明された。2018年度は最終赤字決算となったが、その要因のひとつである基幹システムの開発中止、切り替えは、価格変動型の商品造成を導入するためと説明された。

KNT-CTホールディングスも、2018年4月、大規模な組織改編を行い、個人旅行事業の再構築に取り組んでいる。中期経営計画の基本方針には、「Webファーストへの転換」とともに「近畿日本ツーリストとクラブツーリズムの一体化」をあげ、OTAにはない商品造成の強みとしてテーマ性の高いクラブツーリズムの旅行商品を活かしていく方針が示された。

また、KNTは2019年2月、オリンピック・パラリンピック競技大会の円滑な輸送業務運営を目的として「東京 2020 大会関係者バス輸送実施部」を設置した。

日本旅行は、2018年11月、15年ぶりに海外旅行事業組織を改編。海外旅行業務は原則全業務を子会社のフレックスインターナショナルツアーズ社へ委託し一元化した。

海外では、2018年6月、オーストラリアの現地旅行会社テイラーメイド社の株式を取得、2018年12月にはグループ・ミキ・ホールディングスの株式を取得し、グローバル展開を拡大する。2019年1月には本社にグローバル戦略推進本部を設置した。また、2025年に大阪・関西国際博覧会（大阪万博）の開催決定を受け、2019年2月、本社及び西日本営業本部に「万博推進室」を設置した。

HISは2018年度も引き続き積極的に海外展開を行い、2018年8月にはトルコで、翌9月にはアメリカでホテル開業のための子会社を設立、2019年1月にはカナダの旅行会社Red Label Vacations Inc.の子会社化を発表した。国内では、2019年4月、地方創生を担う専門部署として「パブリックビジネス推進室」を設置した。

国内OTAのエボラブルアジアは、2018年5月、DeNAトラベルを買収、2019年5月にはハワイ専門旅行会社を子会社化した。

（業務提携の動き）

●自治体等との連携協定

以前から旅行会社の社員やOBが地方自治体や観光協会に出向、移籍するなどして地域への誘客を支援するケースは少なくなかったが、近年、旅行業と自治体などが連携協定などを締結して地域活性化を図ろうとする動きが増え、2018年度は各社が盛んに乗り出した。

東武トップツアーズは、2018年7月、静岡県牧之原市と地域活性化に関する包括連携協定を締結、また2018年9月には、女性カメラサークル「カメラガールズ」（運営：（株）ビートル）との業務提携を発表、農村への誘客促進と農村活性化を目指している。2019年6月には、（一財）みなと総合研究財団と外国籍クルーズ船誘致を目的とする包括連携協定を結んだ。

KNTは2018年6月、観光振興支援のため埼玉県小鹿野町と、2019年5月には埼玉県深谷市と協定を締結した。

日本旅行は2019年2月、石川県羽咋市と包括連携協定を結び、観光振興や魅力発信、移住定住をはじめとする地域

の活性化などに資するとしている。

こうした動きの中には、海外OTAとの連携もある。

エクスペディアは、2018年7月に福岡市、同11月に沖縄県と、訪日客誘致のためのデータ分析などを通じた観光振興連携協定を結んだ（都市としては2017年9月の京都市、都道府県としては2018年4月の兵庫県が同社日本初）。

シートリップは2018年9月に北海道と、同11月に横浜市と、2019年6月には高知県と国際観光推進に関する協定を結んだ（2017年7月の大阪観光局が同社日本初）。

また観光交流の枠組みを超え、災害時の移動などに関連した提携として、JTBが2018年8月に大阪府・大阪市と結んだ「首都機能バックアップに向けた取り組みに関する連携協定」、KNT-CTホールディングスが2019年6月にNEXCO西日本と締結した「災害時における社員等の宿泊施設確保等の協力に関する協定」などもあげられる。

（新規参入動向）

異業種からの旅行業参入では、2018年6月、ウェディングのグッドラック・コーポレーションが第一種旅行業を取得したほか、同10月には、ゲーム事業や動画配信などを行なうDMMが「DMM TRAVEL」（第一種）を開始、2019年4月には女性誌「家庭画報」の世界文化社が「プレミアム旅行社」（第1種）を設立した。

また旅行業関連のビジネスとしては、大手SNS企業LINEが2018年6月、旅行比較サイト「LINEトラベル」を立ち上げ、9月には資本提携した「トラベルjp」とのサービス統合により「LINEトラベルjp」として、宿泊施設、航空券の予約を可能とした。2019年1月には、旅行会社250社の国内海外ツアーについても比較・予約できるサービス提供を開始。2019年5月には旅行キャンセル保険（宿泊などのキャンセル費用を補償）の販売を開始したほか、6月には「アソビュー」と連携し、位置情報や天気に応じた体験予約サービス「おでかけNOW」を開始、いわゆる“タビナカ”ニーズに応える新しいサービスを次々展開している。

2014年創業のタビナカ社（第3種）は、投資家からの資金調達によって日本語ガイド対応の海外現地ツアー予約サイトを急成長させ、2019年5月には、HISが2016年に設立したジャスタビ社を取得。これにより、沖縄や北海道の訪日旅行者向けのドライバー・ガイドマッチングサービスに進出する。

（倒産・撤退の動向）

東京商工リサーチによると、2018年度の旅行業者の倒産件数は前年より6件多い32件であった。過去20年間で最多は1998年の79件である。

また負債総額は、対前年21.1%減の23億円で、過去最少となった（過去最高は、1998年の440億円）。5億円以上の倒産はなく、小規模企業の倒産が多かった。

（2）流通・チャネルをめぐる動向

●旅行会社店舗における模索と多様な試み

インターネットの普及とOTAの成長により、旅行会社店舗のあり方が問われる中、来店を促す工夫からさらに踏みこんだ、相談の予約制や料金徴収の導入、無人化、モバイル決済など多様な試みが行われた一方、店舗営業を終了する動きも出てきている。

JTBが2019年4月から一部店舗における相談業務に関して来店客からの相談料の徴収を試験的に開始したニュースは大きく取り上げられ、関心を集めた。

対象は東京・渋谷の2店舗、北海道の2店舗、東北の8店舗の合計12店舗で、国内旅行30分2160円、海外旅行同5400円から。ただし本来、相談料金は標準旅行業約款で定義されており、旅行業務取扱料金表として以前から店頭に掲示されていたものである。成約を前提として慣習的に請求することはほとんどなかったが、ここへきてWeb販売にない価値の模索と再構築が始まったといえる。

JTBはほかに、2018年6月、福島県いわき市に事前予約制で遠隔地からのモニター接客を行う無人店舗を新設、2019年5月には東京都新宿区と神奈川県横浜市の店舗にリモート接客を行う「MY TRAVEL Remote Box」コーナーを設置するなど、対面サービスに関する様々な試みを行っている。

サービスの品質といえば、2018年11月、日本旅行がJCSI（日本版顧客満足度指数）調査（実施：日本生産性本部サービス産業生産性協議会）において、旅行業で初めて「顧客満足度1位」を獲得した。日本旅行では、2015年からコンシェルジュ・スタッフ認定制度として、高いレベルで顧客満足を提供できる店頭スタッフを育成・選出するプログラムを実施。2019年6月、4名が新たに認定され、計14名となった。

また日本旅行は、2019年5月、全国展開する総合旅行会社としては初めて、店頭決済にモバイル送金・決済サービス「LINE Pay」を導入した（対象は海外旅行商品）。

ほかには、近年クルーズ旅行を強化している阪急交通社が2019年5月、東京・新橋にクルーズ旅行専門カウンターを設けた「阪急クルーズサロン」をオープンした。12名のクルーズコンサルタントが常駐し、専門性の高い店舗販売を行う。

HISは19年6月、神奈川県横浜市に、キッズスペースやコミュニティイベントといったファミリー層が日常的に訪れる機会づくりに注力したユニークな店舗をオープンした。旅行相談は予約制を導入している。

またKNT クラブツーリズムは、2018年10月、テレビの旅番組と通販事業を開始し、店舗とは異なる新たなチャネルの開拓にも乗り出した。

JR東日本は、2019年6月、自社の旅行商品を販売する「びゅうプラザ」全店舗の営業を2022年3月で終了すると発表。

（3）旅行業法関連及び業界団体の動向

観光庁は、2018年12月、「Trip.com（トリップドットコム）」が在庫のない宿泊予約を「空販売」した問題で、同社の親会

社である中国大手OTAシートリップの日本法人シートリップ・ジャパン（第一種）に立ち入り検査を行なった。同法人は仕入れに関与していなかったため、法令遵守の伝達にとどまったが、その後観光庁HPにて、「海外OTAを利用する際はご注意ください!」と題する注意喚起情報を発出した。

業界団体の動向では、日本旅行業協会（JATA）が、2019年3月、若年層の海外旅行振興を目的に、「『ハタチの一歩』～20歳　初めての海外体験プロジェクト～」を開始した。これまでに海外渡航経験のない日本国籍を有する20歳が応募でき、200名のツアー費用とパスポート取得手数料が無料になる。

3 旅行商品をめぐる動き

旅行会社ならではのユニークな企画商品、“SNS 映え”の提供、SDGs 関連商品も

(1) 旅行商品の販売動向

(国内旅行)

（一社）日本旅行業協会（JATA）が会員各社を対象に実施している「JATA旅行市場動向調査」の方面別DI値（「良い」を選んだ割合（%）から「悪い」を選んだ割合（%）を引いて作成する景気動向指数）をみると、2018年度は年間を通じてマイナス基調で、唯一プラスで推移した方面は「東京（TDR・横浜含む）」のみである。「京阪神（京都・大阪・USJ）」も年末まではプラスであったが、2019年1～3月期にはマイナスへ転じ、同期は代わって「沖縄・奄美」がプラスに転じた。

(海外旅行)

「JATA旅行市場動向調査」によると、2018年度のDI値がほぼプラスで推移したのは前年に続き「アジア」と「ハワイ」で、一方、「韓国」「中国」は大きく低下し、低迷した。2019年の見通しもマイナス予想が大きくなっている。

(2) 旅行商品の企画開発

訪日外国人向けの旅行商品についてはⅡ章-3を参照。

●定番企画の独創的な充実

KNTクラブツーリズムは、1991年から国内で、出発時まで行き先や行程を明かさないミステリーツアーを実施してきたが、2018年度は海外ツアーで初めて実施し、好評を得た。また国内でも「フルーツ狩りミステリー」「女性限定ミステリー」などテーマや属性を細分化している。

日本旅行は、2019年4月、北海道大樹町で行なわれるロケット打ち上げ実験にあわせた応援ツアーを実施した。日本旅行が宇宙関連事業で業務提携契約を締結しているロケット開発会社が行なう打ち上げで、特設会場で見学できる。

HISは、2019年度の夏休みの家族旅行商品「かぞくでかいがい」の特典を充実させ、従来の「キャンセルサポート」に加え、旅行中の洗濯物を対象とする洗濯代行サービス「スマートトラベラー」を提供する。

●旅行のきっかけとなるSNSの活用

「インスタ映え」が流行語大賞に選ばれた2017年以降、旅行業界でもSNSでの発信を意識した企画が活発化した。

HISは2018年、旅好き女子のコミュニティ「タビジョ」を運営し、フォトジェニックな写真や動画を集め、11月には人気のインスタグラマーを店舗に迎えてハワイ旅行や写真の撮り方の相談ができるイベントなどを行った。

ANAセールスは2018年12月、写真から旅行先を見つけることができるモバイルウェブサービス「DOCOICO」を開始した。

いずれも、直感的に見つけた写真や動画を基に旅の目的地を決める若者を中心としたトレンドを踏まえたもの。2018年10月に実施されたJTB総合研究所の調査では、「SNSを見てその場所に行った」は2割を超え、3年連続で増加している。

●ツアーグランプリ2018

JATAを中心とする実行委員会が旅行会社の商品企画力とマーケティング力の向上、観光施策への寄与を目的に実施している「ツアーグランプリ2018」(25回目）では、国土交通大臣賞に、KNTクラブツーリズムの「絶景・秘境の旅Grande 25周年記念企画　癒しの楽園 南インド8日間」が選ばれた。インドが暑くなるオフ期を埋める商品として、南インドに特化した着眼点と710名の集客、ガイドや宿泊地を厳選し従来のインド商品から一歩踏み込んだ内容が評価された。

国内・訪日旅行部門の観光庁長官賞には、ワールド航空サービスの「日本旅百景スペシャルナイト『蝶々夫人の夜会』『ウィーンの調べ in 厳島神社』」、海外旅行部門の観光庁長官賞には、KNTクラブツーリズムの「グリーンラインを越えて北キプロスまで訪問　キプロス1ヵ国周遊6日間」が選ばれた。

個人では実現できない企画や現地との丁寧な打ち合わせに基づく旅行会社ならではの魅力が発揮されている。

●社会的な課題への対応

企業の社会的責任がますます問われる昨今、旅行会社にも社会的な課題への取り組みと情報発信が期待されている。

観光庁は2018年度のユニバーサルツーリズム促進業務の中で、旅行会社へのアンケート調査を実施した。障害者などの旅行のこれまでの取扱実績は、「ある」が52%、「ない」が48%。現在の取扱状況及び意向は、「取扱っている」が38%、「今後取扱いたい」が11%で約半数を占める一方、「現時点で取扱う予定はない」が38%と多く、二極化がみられた。

こうした中、KNT - CTホールディングスは、2019年3月、旅行業界で初めて東京都の「心のバリアフリー」サポート企業に登録され、「『心のバリアフリー』好事例企業」に選定された。「旅をあきらめない・夢をあきらめない」をテーマに20年以上にわたるユニバーサルツーリズムへの取り組みが評価された。

国連が2015年に採択した「SDGs（持続可能な開発目標）」、2017年の「開発のための持続可能な観光の国際年」

を意識した取り組みもみられるようになった。

2018年5月、中小旅行会社7社は一般社団法人JARTA（ジャルタ）を設立し、旅行会社としてSDGsを目指し、フェアで健全な地域づくりのための仕組み提案を目標としている。

訪日旅行を扱うJTBグローバルマーケティング&トラベルは、2019年3月、サスティナブル・ツーリズム国際認証取得への第一ステップとなる「Travelife Partner」を取得した。

2019年4月、東武トップツアーズは SDGsの取り組みとして、カンボジア発のブランド「SALASUSU（サラスースー）」の作り手に会いに行く工房見学ツアーを発売開始、日本旅行はNPOとの協働により、中高生が身近な食の課題を通じてSDGsを学び体験できる修学旅行ツアーの開始を発表した。

社会問題をツアーにして発信する(株)リディラバ（第2種）では、「売れ残り・食べ残しはどこへいくの?　膨大な廃棄食料のこれからを考えるツアー」(2018年3月)、「障害者の“働く”と“自立”の可能性に触れるツアー」(2018年6月、9月、12月、3月）などが実施された。

4 旅行会社の利用

20 代の旅行情報収集はネット検索と口コミ重視
海外旅行の予約は旅行会社で

「JTBF旅行意識調査」(郵送自記式調査。そのほか概要はP8参照）によると、旅行計画時の情報収集源や申し込み方法については次の通り。

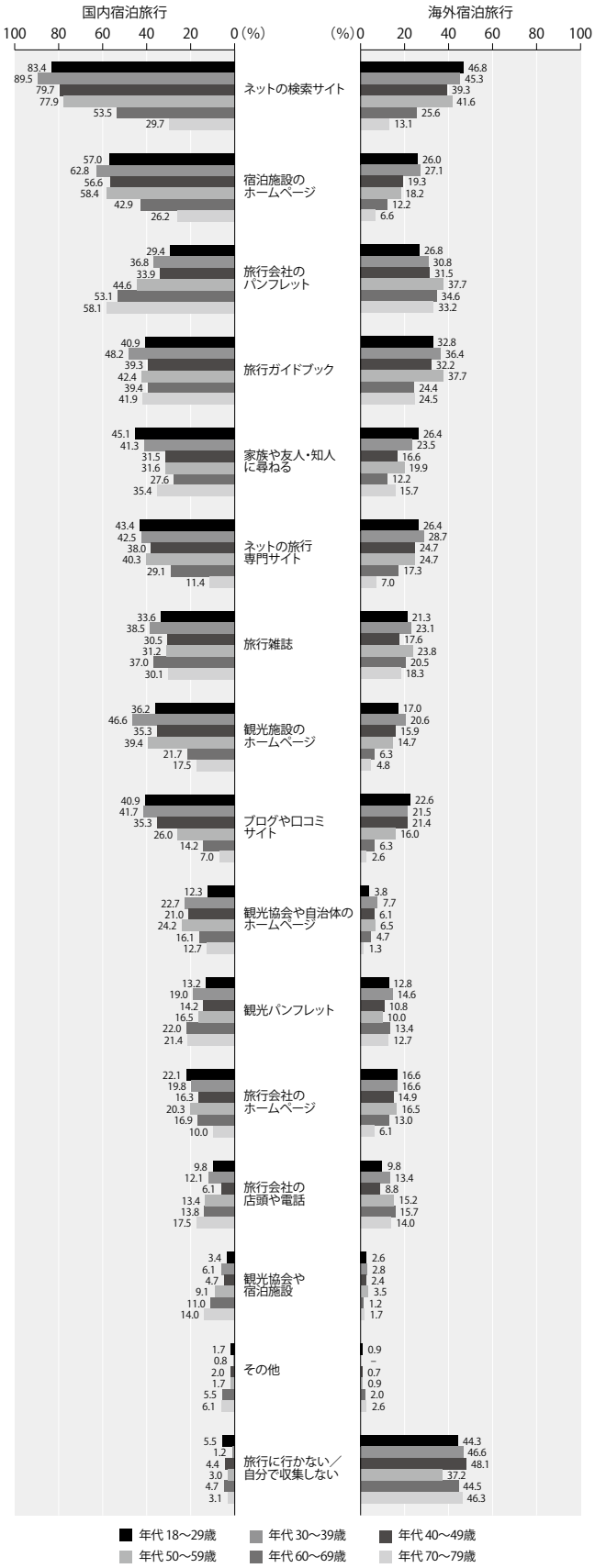
(1) 旅行計画の情報収集源

「観光レクリエーション旅行の計画を立てる際に、主にどのように情報を収集するか」について、国内・海外別にきくと、国内宿泊旅行の場合、「ネットの検索サイト」が69.5%と最も高く、「宿泊施設のホームページ」が51.0%、「旅行会社のパンフレット」が42.3%とこれに続く。海外旅行の場合でも、「ネットの検索サイト」35.5%が1位となったが、2位は「旅行会社のパンフレット」32.4%、3位は「旅行ガイドブック」31.3%、4位が「旅行雑誌」20.7%と、国内の専門家の情報がよく使われている。

また、それぞれ年代別に比較すると、18～50代がインターネット上で活発に情報を収集しているのに対し、60代以上では「旅行会社のパンフレット」「旅行会社の店頭や電話」がよく使われていることがわかる。

18～29歳の国内旅行では、4割が「ブログや口コミサイト」を利用し、「家族や友人・知人に尋ねる」も45.1%と、「旅行雑誌」や「旅行会社のパンフレット」よりも高い（図Ⅲ-1-1）。

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」

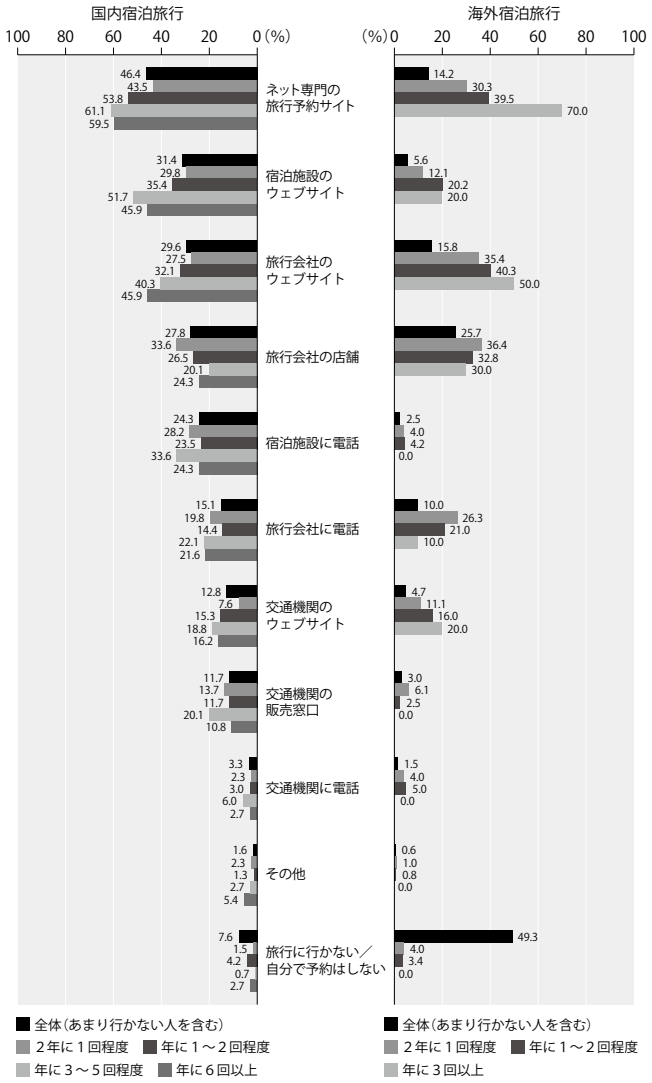
(2) 旅行の予約によく使う方法

「観光レクリエーション旅行で旅行を予約する際によく使う方法」については、国内旅行の場合、「ネット専門の旅行予約サイト」が46.4%で最も高く、「宿泊施設のウェブサイト」が31.4%、「旅行会社のウェブサイト」が29.6%、「旅行会社の店舗」が27.8%でこれに続いた。

しかし海外旅行では、「旅行会社の店舗」が25.7%で最も高く、「旅行会社のウェブサイト」が15.8%、「ネット専門の旅行予約サイト」が14.2%でこれに次いだ。

このうち、「旅行にはあまり行かない」人をのぞいて、日ごろの旅行頻度別にみると、国内・海外ともに、旅行によく行く人ほど、インターネット予約をよく使う傾向がみられる。旅慣れた人ほど、「旅行会社の店舗」利用は減るが、代わりに「旅行会社のウェブサイト」利用の予約は増えている(図Ⅲ-1-2)。

図Ⅲ-1-2　旅行の予約によく使う方法(複数回答)(旅行頻度別)



資料：(公財) 日本交通公社「JTBF旅行意識調査」

(久保田美穂子)

Ⅲ-2 運輸業

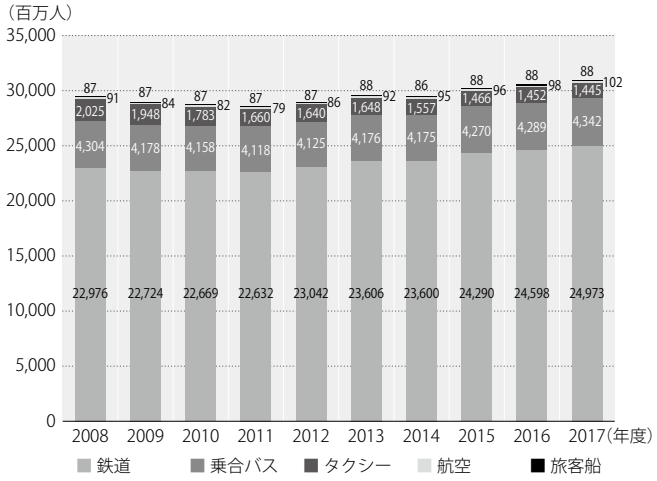
1 輸送量と交通事業の動向

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

(1) 国内旅客輸送の動向

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

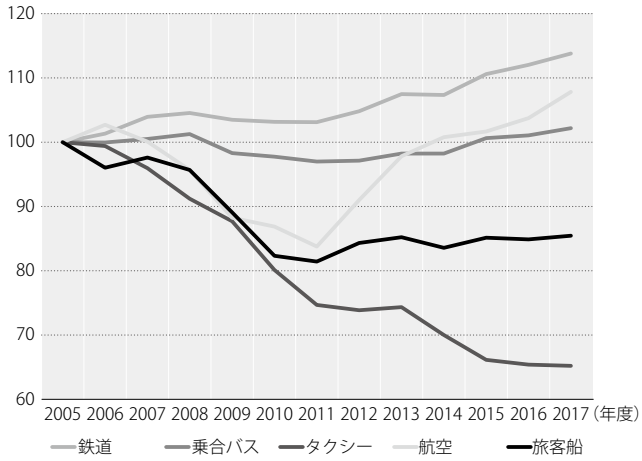
図Ⅲ-2-1-1　国内旅客輸送量（人ベース）の推移



資料：国土交通省「鉄道輸送統計」「自動車輸送統計」「海事レポート」「航空輸送統計」をもとに（公財）日本交通公社作成

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

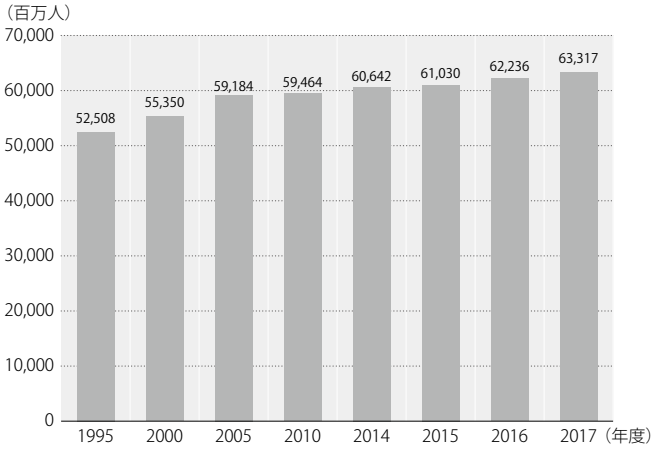
図Ⅲ-2-1-2　国内旅客輸送量（人ベース）の推移（2005年度を100とした場合の動き）



資料：国土交通省「鉄道輸送統計」「自動車輸送統計」「海事レポート」「航空輸送統計」をもとに（公財）日本交通公社作成

自家用車による旅客輸送量は過去10年以上にわたって、ほぼ横ばいで推移してきたが、2015年度から2017年度にかけては緩やかな増加が続いている（図Ⅲ-2-1-3）。

図Ⅲ-2-1-3　自家用車による国内旅客輸送量（人ベース）の推移



資料：国土交通省「自動車輸送統計」をもとに（公財）日本交通公社作成

2 鉄道交通

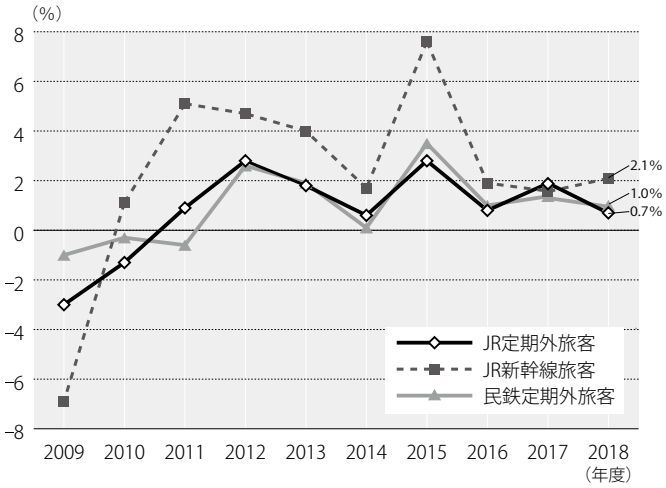
輸送人員は北海道新幹線を除いて好調が続く
2018年はMaaSへの取り組みが活発化

（1）利用者の動向

●年間旅客数（定期外、新幹線、民鉄）

2018年度の鉄道旅客数は、JRの定期外旅客が37億3,878万人（前年度比0.7%増）、JR新幹線旅客（定期・定期外合計）が3億8,625万人（同2.1%増）、JR以外の民鉄の定期外旅客が69億0,314万人（同1.0%増）であった。JR定期外旅客は2011年度以降、JR新幹線は2010年度以降、民鉄は2012年度以降、それぞれ増加傾向が続いている（図Ⅲ-2-2-1）。

図Ⅲ-2-2-1　鉄道旅客数の推移（前年度比）



資料：国土交通省「鉄道輸送統計」をもとに（公財）日本交通公社作成

JR新幹線の旅客数を路線別にみると（表Ⅲ-2-2-1）、2017年度は北海道線を除いていずれも前年度を上回っている。九州線は2016年度の熊本地震の影響の落ち込みから回復し、2015年度と比べてもプラスを記録した。北海道線は開業効果が一段落し、2017年度は前年を大きく下回った。

表Ⅲ-2-2-1　JR新幹線旅客数の推移（路線別）

年度、単位：千人

	2013	2014	2015	2016	2017	17/16
北海道線			102	2,113	1,667	▲21.1%
東北線	86,060	86,793	90,451	91,088	92,116	1.1%
上越線	37,313	39,195	42,961	43,058	43,633	1.3%
東海道線	154,817	157,369	162,968	167,724	169,974	1.3%
北陸線	10,152	12,017	31,842	30,745	30,892	0.5%
山陽線	67,898	68,109	72,059	72,534	74,449	2.6%
九州線	12,786	13,103	13,648	13,271	14,168	6.8%

資料：国土交通省「鉄道輸送統計」をもとに（公財）日本交通公社作成

（2）鉄道路線の動向

●JRおおさか東線の新大阪～放出駅間が開業

JR西日本は2019年3月16日におおさか東線の新大阪～放出（はなてん）駅間（11.2km）を開業し、新規開通区間に4つの新駅が開業となった。おおさか東線は放出～久宝寺駅間（9.2km）が2008年3月に開業しており、今回で全線が開業した。開業にともない、新大阪～奈良駅間を直通で結ぶ「直通快速」が新たに設けられ、大阪東部地域や奈良方面から新大阪駅への利便性が高まった。

●三陸鉄道リアス線開通

2011年の東日本大震災以降、不通となっていたJR山田線の宮古～釜石駅間が、JR東日本から三陸鉄道に移管されることとなり、2019年3月に運行を開始した。移管により久慈～盛駅間（163.0km）が「リアス線」としてひとつにつながり、日本一長い第三セクターの鉄道路線となった。

●JR東日本、東京メトロが新駅の名称を発表

JR東日本は2020年春に開業を予定している田町～品川駅間の新駅の名称を「高輪ゲートウェイ」とすることを2018年12月に発表した。

また同月、東京メトロは地下鉄日比谷線霞ケ関～神谷町駅間に建設中の新駅の名称を「虎ノ門ヒルズ」とすることを発表した。新駅は2020年開業を予定しており、2022年度に最終完成予定となっている。

●東京～北海道の所要時間が3時間台に短縮

JR北海道は、2019年3月のダイヤ改正から青函トンネル内の最高速度を従来の140km/hから160km/hとすることで、「はやぶさ」「はやて」の所要時間を最大4分短縮した。これにより東京～新函館北斗駅間が最短3時間58分で結ばれることとなった。

また、JR北海道は現在建設中の北海道新幹線の新函館北斗～札幌駅間を320km/hで走行可能にする工事を同社が負担して実施することについて、2019年5月に国土交通省に要請した。

●路線の廃止

JR北海道は、2019年4月1日付で、石勝線夕張支線・新夕張～夕張駅間（16.1km）を廃止した。また、2019年3月のダイヤ改正で根室線の直別、尺別、初田牛の3駅が廃止となった。さらに、札沼線（北海道医療大学～新十津川駅間（47.6km））の廃止届が国土交通省に提出され、2020年5月7日をもって廃止となる。

●路線・駅舎などの整備

西武鉄道は飯能駅のリニューアルを実施、2019年3月9日に竣工を迎えた。駅舎はフィンランドをテーマとしており、2018年11月に近隣にオープンした商業施設「メッツァ」との親和性が

高いデザインコンセプトとなっている。

JR九州は、2012年から行ってきた門司港駅の保存修理工事を終え、3月にグランドオープンした。門司港駅は1914年に建設され、国の重要文化財に指定されている。今回の保存修理工事で復原が行われ、開業当時の雰囲気を味わえる駅舎に生まれ変わった。

●観光列車などの運行

近年、観光列車が多くの観光客から人気を集めており、各社が相次いで運行を行っている。2018年度も各社が様々な観光列車が新たに運行を開始した（表Ⅲ-2-2-2）。沿線の食材を使った食事が楽しめるダイニング列車のほか、2019年2月に大井川鐵道が運行した「サイクルトレインおおいがわ」などがある。

表Ⅲ-2-2-2　観光列車などの主な動向（2018年4月～2019年6月）

年月	事業者名	内容
2018.4.1	JR東日本	「いろは」の運行を開始。内装は落ち着いた雰囲気の木目調。車内に大型荷物置き場やフリースペースを確保。荷物の多い訪日外国人客らの利便性、快適性に配慮している。
2018.4.18	長良川鉄道	「川風」の運行を開始。地元の旬の食材を使った弁当を楽しむ「弁当付き列車」や地酒が味わえる「ほろ酔い列車」として関～郡上八幡駅間を往復。
2018.4.18	JR東日本	「あきたクルーズ号」の運行を開始。寄港するクルーズ客船の乗船客を秋田市中心部まで輸送する列車。外観は「海」「港」「クルーズ船」をイメージ。
2018.7.1	JR西日本	「あめつち ～天地の初発のとき～」の運行を開始。内装に鳥取県や島根県の工芸品を取り入れ、「古くて新しい日本」を発見する旅を演出。
2019.2.23	大井川鐵道	特別臨時列車「サイクルトレイン おおいがわ」を運行。自転車を解体することなくそのまま車内に持ち込める。往路は新金谷～千頭駅間、復路では川根温泉笹間渡と家山に停車し、新金谷に戻る。
2019.3.2	若桜鉄道	若桜鉄道観光列車第2弾「八頭号」の運行を開始。1987年の開業時から走る車両「WT-3001」をリニューアル。八頭町特産の柿をイメージした赤褐色の車両。
2019.3.21	平成筑豊鉄道	「ことこと列車」の運行を開始。 水戸岡鋭治氏が車両デザインを担当。また、2018年「アジアのベストレストラン50」にランクインし、福岡で有名フランス料理店を営む福山剛氏が監修、沿線の食材を取り入れたフランス料理を提供するレストラン列車。
2019.3.23	西日本鉄道	観光列車「THE RAIL KITCHEN CHIKUGO」の運行を開始。6050形電車を改造した3両編成。窯を中心としたキッチンとダイニング車両で福岡県筑後地方の料理を楽しめる。
2019.4.6	あいの風とやま鉄道	「一万三千尺物語」の運行を開始。標高3,000mの立山連峰から深さ1,000mの富山湾の高低差4,000m（一万三千尺）をテーマとしたダイニング列車。車体には朝日に色づく立山連峰と富山湾がデザインされている。

資料：各社ホームページをもとに（公財）日本交通公社作成

●インバウンドへの主な対応

観光庁は訪日外国人旅行者の地方鉄道利用を促進するため、2018年12月から検討を進め、2019年3月に「外国人観光旅客を対象とした地方部における鉄道利用促進に向けたガイドライン」を公表した。

ガイドラインでは地方鉄道に対する外国人観光客のニーズ、地方鉄道事業者の類型化と類型に基づくマーケティング施策、具体的施策の推進に向けた関係者の役割と取り組み事項、国による支援策の方向性について示している。

●鉄道事業者のMaaSへの取り組み

JR東日本と東京急行電鉄株式会社（以下「東急電鉄」）は2018年9月に観光客が駅や空港からの二次交通をスマートフォンなどで検索・予約・決済し、目的地までシームレスに移動できる「2次交通統合型サービス（「観光型MaaS」）の提供で協働することを発表、2019年4月から伊豆エリアで実証実験を開始した。

また、小田急電鉄株式会社と株式会社ヴァル研究所は2019年4月に鉄道やバス、タクシーなどの交通データやフリーパス・割引優待などの電子チケットを提供するためのデータ基盤「MaaS Japan」を共同で開発することを発表した。小田急電鉄は2018年4月に発表した中期経営計画で「次世代モビリティを活用したネットワークの構築」を掲げ、MaaSの推進に取り組んでいる。その後、JR九州、遠州鉄道、日本航空、JapanTaxi、DeNAの5社が「MaaS Japan」への参画を発表した。

さらに2019年6月には近鉄グループホールディングス株式会社が伊勢志摩エリアの志摩地域において2019年秋から「志摩MaaS」の実証実験に取り組むことを発表した。

3 航空交通

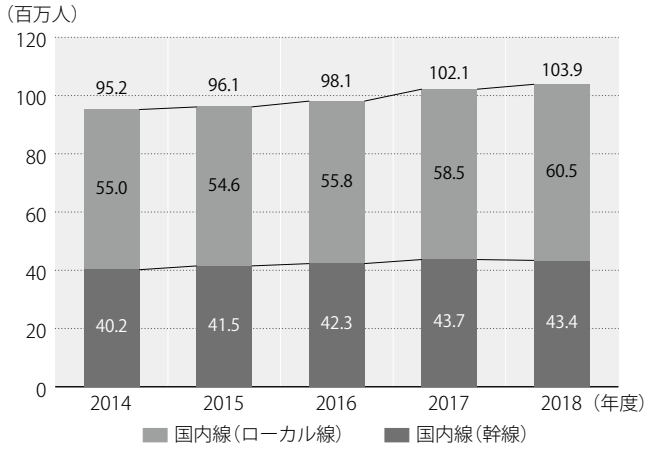
国内線、国際線ともに旅客数は増加
地方空港が国内線、国際線ともに好調
みやこ下地島空港が開業

(1) 利用者の動向

●国内航空旅客輸送量（旅客数）の動向

2018年度の国内線の旅客数は、前年度比1.7%増の1億390万人（図Ⅲ-2-3-1）。幹線がわずかに減少した一方、ローカル線は増加した。ローカル線は2016年度以降増加が続いている。

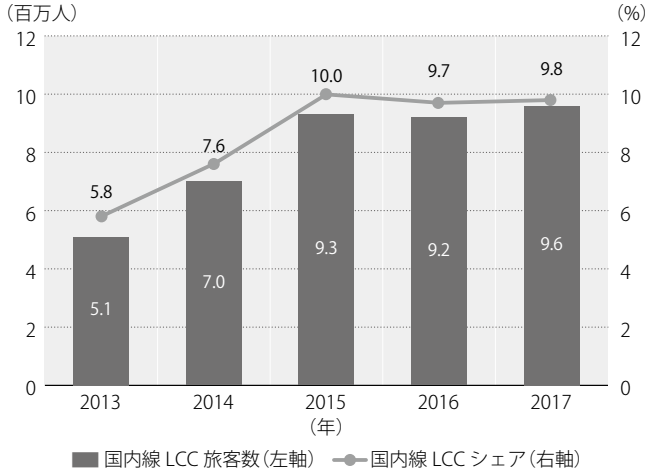
図Ⅲ-2-3-1　国内航空旅客輸送量（旅客数）の推移



資料：国土交通省「航空輸送統計」をもとに（公財）日本交通公社作成
（注）幹線：新千歳、羽田、成田、伊丹、関西、福岡、那覇の各空港を相互に結ぶ路線、
ローカル線：上記以外の路線

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

図Ⅲ-2-3-2　日本のLCC旅客数（国内線）の推移（暦年）



資料：国土交通省「交通政策白書」をもとに（公財）日本交通公社作成
（注）日本のLCCとはPeach Aviation（株）、バニラ・エア（株）、ジェットスター・ジャパン（株）、春秋航空日本（株）、エアアジア・ジャパン（株）を指す
（注）2018年8月時点のデータによる集計

2018年の乗降客数（国内線）上位15空港における利用者数をみると（表Ⅲ-2-3-1）、鹿児島空港が前年度比5.8%増で最も伸びたほか、仙台空港が同4.5%増、宮崎空港が同4.0%増と地方空港の増加が目立った。一方で、関西国際空港（以下関西空港）は2018年9月の台風被害が大きく影響したことから前年度比5.8%減となったほか、成田空港も同2.1%減だった。

表Ⅲ-2-3-1　空港別乗降客数（国内線）の推移（上位15空港）

年度、単位：百万人

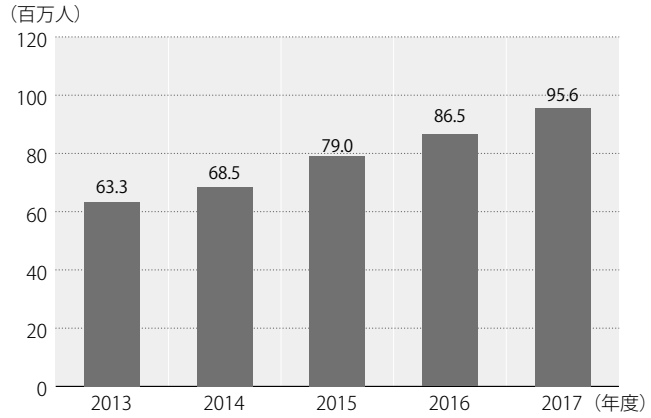
順位	空港	2013	2014	2015	2016	2017	2018	'18/'17
1	羽田	61.4	62.7	62.6	64.2	66.4	67.5	1.7%
2	新千歳	17.6	17.8	18.6	18.8	19.6	19.8	0.9%
3	福岡	16.1	16.3	16.7	17.1	17.6	17.9	1.5%
4	那覇	15.2	15.9	16.0	17.0	17.5	17.6	0.6%
5	伊丹	14.1	14.6	14.6	15.1	15.7	16.3	4.0%
6	成田	5.2	6.0	6.9	7.2	7.5	7.3	▲2.1%
7	関西	6.1	6.5	6.8	6.6	6.9	6.5	▲5.8%
8	中部	5.4	5.4	5.5	5.7	6.0	6.3	4.7%
9	鹿児島	5.0	5.0	5.1	5.2	5.4	5.7	5.8%
10	仙台	3.0	3.1	3.0	2.9	3.2	3.3	4.5%
11	熊本	3.0	3.1	3.2	2.9	3.2	3.3	2.1%
12	宮崎	2.8	2.8	2.9	3.0	3.1	3.2	4.0%
13	長崎	2.8	2.9	3.1	3.0	3.1	3.2	3.1%
14	神戸	2.4	2.4	2.5	2.8	3.1	3.2	1.7%
15	松山	2.6	2.8	2.8	2.9	3.0	3.1	1.8%
ー	上記以外	33.6	35.1	34.8	36.1	37.7	39.1	3.9%
合計		196.2	202.5	205.0	210.6	218.9	223.3	2.0%

資料：国土交通省「空港管理状況調書」、東京航空局「管内空港の利用概況集計表」、大阪航空局「管内空港の利用概況集計表（速報値）」をもとに（公財）日本交通公社作成

●国際航空旅客輸送量（旅客数）の動向

日本を発着する国際航空旅客数（本邦航空運送事業者と外国航空運送事業者の国際線旅客数の合計）はここ数年大幅な増加が続いており、2017年度は9,555万人と過去最高を記録した（図Ⅲ-2-3-3）。

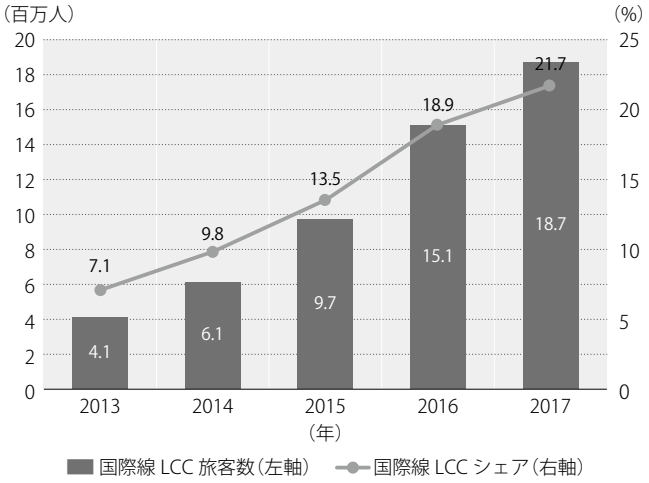
図Ⅲ-2-3-3　日本を発着する国際航空旅客輸送量（旅客数）の推移



資料：国土交通省「交通政策白書」をもとに（公財）日本交通公社作成

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

図Ⅲ-2-3-4　日本のLCC旅客数（国際線）の推移（暦年）



資料：国土交通省「交通政策白書」をもとに（公財）日本交通公社作成
（注）2018年8月時点のデータによる集計

2018年度の空港別国際線乗降客数（乗客+降客+通過客）の上位7空港における利用者数をみると（表Ⅲ-2-3-2）、いずれも前年度比でプラスを記録した。特に主要3空港（成田、関西、羽田）よりもそれ以外の4空港（福岡、中部、那覇、新千歳）の伸び率が高く、さらに上位7空港以外の地方空港の伸び率は前年度比16.0%増と大幅な伸びを示した。

表Ⅲ-2-3-2　空港別乗降客数（国際線）の推移（上位7空港）

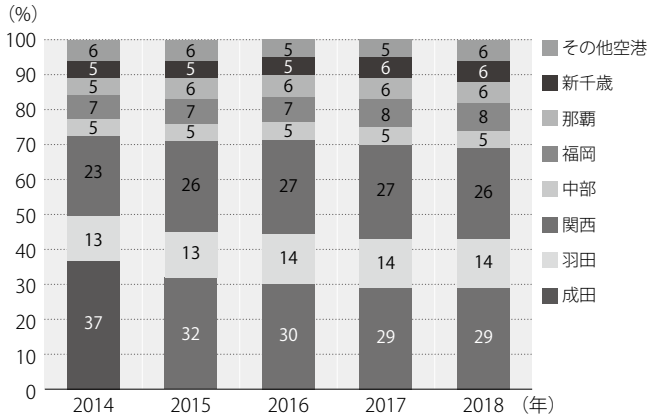
年度、単位：百万人

順位	空港	2013	2014	2015	2016	2017	2018	'18/'17
1	成田	27.9	26.7	28.5	30.0	31.5	33.9	7.7%
2	関西	11.9	13.4	17.2	19.0	21.8	22.8	4.3%
3	羽田	8.0	11.6	13.4	15.6	17.1	18.2	6.1%
4	福岡	3.2	3.7	4.6	5.2	6.3	6.9	9.2%
5	中部	4.3	4.4	4.9	5.2	5.5	6.1	9.5%
6	那覇	1.0	1.6	2.5	3.1	3.6	3.9	8.0%
7	新千歳	1.3	1.7	2.3	2.7	3.5	3.9	10.4%
–	上記以外	2.4	2.5	2.9	3.0	3.9	4.5	16.0%
合計		60.1	65.6	76.3	83.9	93.3	100.1	7.3%

資料：国土交通省「空港管理状況調書」、東京航空局「管内空港の利用概況集計表」、大阪航空局「管内空港の利用概況集計表（速報値）」をもとに（公財）日本交通公社作成

入国外国人数の空港別シェアの推移をみると（図Ⅲ-2-3-5）、成田空港のシェアが年々縮小し、2017、2018年は成田空港と関西空港のシェアがほぼ拮抗している。

図Ⅲ-2-3-5　空港別入国外国人数の推移（暦年）



資料：法務省「出入国管理統計」をもとに（公財）日本交通公社作成

（2）航空路線の動向

●国内線の動向

2018年3月にANAホールディングス株式会社はPeach Aviation株式会社（以下ピーチ）とバニラ・エア株式会社（以下バニラ・エア）の統合を発表、その後、バニラ・エアとしての運航は2019年10月をもって終了すると発表があった。統合に伴い、バニラ・エアからピーチへの段階的な移管が行われることとなった。

それ以外ではジェットスター・ジャパン株式会社（以下ジェットスター）の新規就航が目立つ（表Ⅲ-2-3-3）。

表Ⅲ-2-3-3　主な航空路線の動向（国内線）

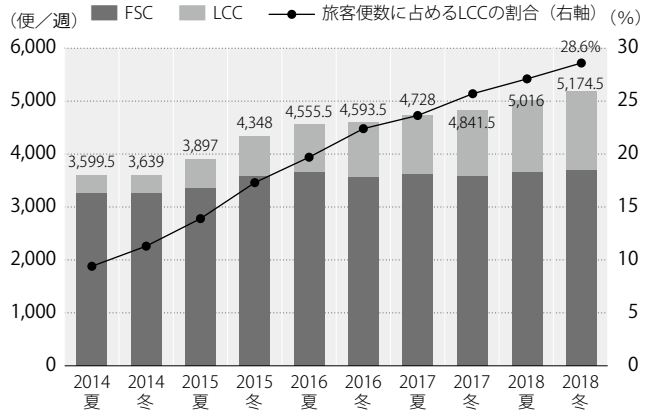
キャリア	年月	動向
ANA	2018.3.25	岡山＝新千歳線再開。
	2018.6.1	福岡＝宮古線再開。期間運航。
ソラシドエア	2018.10.28	中部＝鹿児島線新規開設。
フジドリームエアラインズ	2018.3.25	静岡＝出雲線新規開設。
	2018.4.20	仙台＝出雲線新規開設。
	2018.8.8	松本＝丘珠線新規開設。期間運航。
	2019.3.31	静岡＝北九州線新規開設。
ピーチ・アビエーション	2018.3.1	関西＝新潟線新規開設。
	2018.8.1	関西＝釧路線新規開設。
	2019.6.1	成田＝那覇線再開。
	2019.9.1	成田＝新千歳線再開。
	2019.10.1	成田＝奄美大島線バニラ・エアから移管。
ジェットスター・ジャパン	2018.9.6	成田＝長崎線新規開設。
	2018.10.27	熊本＝関西線再開。
	2018.12.19	高知＝成田線新規開設。
		高知＝関西線新規開設。
	2019.3.30	成田＝下地島線新規開設。
	2019.7.3	関西＝下地島線新規開設。
	2019.8.1	成田＝庄内線新規開設。

資料：各社ホームページなどをもとに（公財）日本交通公社作成

●国際線の動向

国際線定期便（旅客便）の運航便数は年々増加が続いており、2018年冬期は5,174.5便／週であった（図Ⅲ-2-3-6）。特にLCCの伸びが顕著で、2018年冬期における旅客便数全体に占めるLCC比率は28.6%に上った。

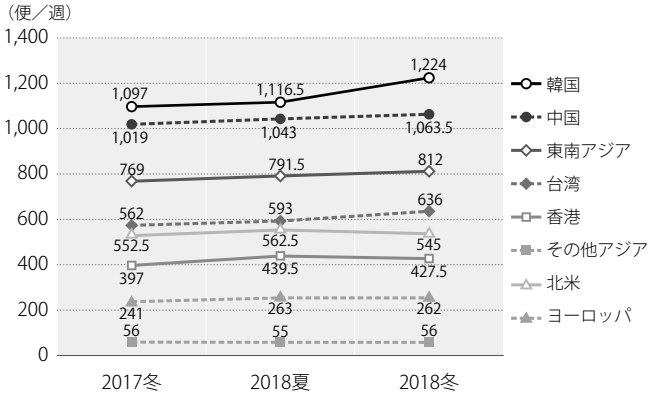
図Ⅲ-2-3-6　国際線定期便運航便数の推移（旅客便）



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

方面別ではアジアの伸びが顕著であり、中でも韓国が2018年冬期に大幅に増加したほか、中国、東南アジア、台湾も拡大を続けている（図Ⅲ-2-3-7）。

図Ⅲ-2-3-7　方面別国際線定期便運航便数（旅客便）



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

空港別では、関西空港の便数が大幅に増加しているほか、地方空港において便数が大幅に増えており、中でも那覇空港の増便が目立つ（表Ⅲ-2-3-4）。

表Ⅲ-2-3-4　空港別国際線定期便数（旅客便）

単位：便／週

空港		2017夏期	2017冬期	2018夏期	2018冬期
成田		1,610.5	1,621	1,672	1,651
羽田		758	775.5	783.5	790
関西		1,113.5	1,157.5	1,210.5	1,291
中部		348	326	327	340
地方		898	961.5	1,023	1,102.5
	福岡	328	346.5	370	372
	那覇	186	187	202	230
	新千歳	144	168	169	186.5
	その他	240	260	282	314
合計		4,728	4,841.5	5,016	5,174.5

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

国際線の航空路線の動向をみると、アジアを中心に新規就航が相次いだ（表Ⅲ-2-3-5）。ロイヤルブルネイ航空（ブルネイ）は1998年に関西＝バンダルスリブガワン線を運休して以来、21年ぶりの日本就航となった。また、マリンド・エア（マレーシア）は日本初就航となった。

表Ⅲ-2-3-5　主な航空路線の動向（国際線）

キャリア	年月	動向
JAL	2019.3.31	成田＝シアトル線新規開設。週7往復。
	2019.2.1	羽田＝マニラ線新規開設。週7往復。
ANA	2019.2.17	羽田＝ウィーン線新規開設。週7便。
スターフライヤー	2018.10.28	セントレア＝台北線新規開設。週7往復。
	2018.10.28	北九州＝台北線新規開設。週7往復。
ルフトハンザ航空	2019.3.31	関西＝ミュンヘン線新規開設。週7便。
ガルーダ・インドネシア航空	2019.3.23	セントレア＝ジャカルタ線新規開設。週4便。
中国国際航空	2019.2.1	関西＝杭州線新規開設。週4往復。
	2019.3.20	関西＝天津線新規開設。週4便。
中国東方航空	2019.3.31	関西＝太原線新規開設。週3便。
中国南方航空	2019.2.1	セントレア＝広州線新規開設。週2便。
	2019.3.31	セントレア＝ハルビン線新規開設。週2便。
天津航空	2019.3.31	セントレア＝天津線新規開設。週4便。
海南航空	2019.2.2	関西＝深セン線新規開設。週3便。
ベトナム航空	2018.10.28	関西＝ダナン線新規開設。週7往復。
マリンド・エア	2019.3.23	新千歳＝台北＝クアラルンプール線新規開設。週3便。
ロイヤルブルネイ航空	2019.3.15	成田＝バンダルスリブガワン線新規開設。週3便。
S7航空	2018.4.29	成田＝イルクーツク線新規開設。週2便。
	2018.6.2	成田＝ノヴォシビルスク線新規開設。週1便。
エアアジア・ジャパン	2019.2.1	セントレア＝台北線新規開設。週7往復。
春秋航空	2019.2.1	関西＝広州線新規開設。週7往復。
チェジュ航空	2018.10.30	鹿児島＝大邱線新規開設。週3便。
	2018.10.30	成田＝大邱線新規開設。週7往復。
タイ・エアアジアX	2018.10.30	セントレア＝バンコク線新規開設。週7往復。
エアアジアX	2019.1.30	関西＝台北線新規開設。週4往復。
ベトジェットエア	2018.11.8	関西＝ハノイ線新規開設。週7往復。
	2018.12.14	関西＝ホーチミン線新規開設。週7往復。
	2019.1.11	成田＝ハノイ線新規開設。週7往復。

資料：各社ホームページをもとに（公財）日本交通公社作成

(3) 空港関連施設の動向

①首都圏・地方空港の機能強化

●首都圏における取り組み（2020年までに約83万回、2020年以降約100万回）

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

具体的には、羽田空港については滑走路の使い方及び飛行経路を見直すことにより、最大で年間約3.9万回の発着回数の増加が可能との試算となる。また、成田空港については管制機能の高度化及び高速離脱誘導路の整備により約4万回の増加が見込まれる。

さらに2020年以降に向け、成田空港第3滑走路の整備などに関して、国、千葉県、周辺市町、空港会社の四者協議会は2018年3月に滑走路の増設などを含めた機能強化について合意し、確認書を締結した。この機能強化により年間発着枠が現在の30万回から50万回へと拡大が見込まれる。その後は合意事項について取り組みを進め、2019年2月にA滑走路の夜間飛行制限を従来の「6時～23時」から「6時～0時」へと延長を開始する時期を2019年冬ダイヤとすることで合意した。

表Ⅲ-2-3-6　首都圏空港の機能強化に関する取組方針

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

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

②地方における取り組み（福岡空港、那覇空港の滑走路増設、新千歳空港・那覇空港の駐機場や出入国審査場の拡張などを推進）

●地方空港の民営化に向けた動き

国や自治体が管理する空港の運営などを民間事業者に委託することを可能とする「民間の能力を活用した国管理空港等の運営等に関する法律（民活空港運営法）」が2013年7月に施行されたことを受け、国土交通省は空港運営の民間委託に関する検討を進め、2018年4月には高松空港が民営化された。国管理空港では仙台空港に続き2例目であり、規模の小さなローカル空港においては全国初の取り組みとなる。さらに、2019年4月には福岡空港が民営化された。また、北海道内7空港（うち3空港は地方管理空港）、熊本空港、広島空港においても民営化の検討が進んでいる。

地方管理空港では2018年4月に神戸空港、同年7月に鳥取空港、2019年4月に静岡空港と南紀白浜空港が民営化された。

●みやこ下地島空港ターミナルの開業

2019年3月30日、沖縄県宮古島市伊良部地区に「みやこ下地島空港ターミナル」が開業した。下地島空港については、沖縄県が利活用に取り組むため、2014年度に民間事業者から事業提案を募り、4つの利活用候補を選定するとともに、「下地島空港及び周辺用地の利活用基本方針」を策定、その後2017年3月に2つの事業者と基本合意書を締結していた。同施設については2つのうちの1事業者である三菱地所株式会社が「下地島空港における国際線等旅客施設整備・運営及びプライベート機受入事業」として整備を進めてきた。

開業日に合わせてジェットスター・ジャパンが成田=下地島線の運航を開始したほか、2019年7月からは同社により関西=下地島線が、また香港エクスプレス航空が、下地島=香港線の運行を開始した。

(4) 航空関連政策の動向

●オープンスカイ協定の締結

国の航空自由化（オープンスカイ）協定については、2019年6月現在で33カ国・地域と締結している（表Ⅲ-2-3-7）。2018年は新たな締結はなかった。

表Ⅲ-2-3-7　航空自由化（オープンスカイ）協定の締結相手国

年	相手国
2010年	アメリカ（10月）、韓国（12月）
2011年	シンガポール（1月）、マレーシア（2月）、香港（5月）、ベトナム（6月）、マカオ（7月）、インドネシア（8月）、カナダ（9月）、オーストラリア（9月）、ブルネイ（10月）、台湾（11月）
2012年	イギリス（1月）、ニュージーランド（2月）、スリランカ（3月）、フィンランド（6月）、フランス（7月）、中国（8月）、オランダ（8月）、スウェーデン（10月）、デンマーク（10月）、ノルウェー（10月）、タイ（11月）
2013年	スイス（7月）、フィリピン（9月）、ミャンマー（10月）
2014年	オーストリア（2月）、ラオス（2月）
2016年	スペイン（5月）、カンボジア（5月）、ポーランド（12月）
2017年	パプアニューギニア（4月）、インド（9月）

資料：国土交通省プレスリリースをもとに（公財）日本交通公社作成

●「訪日誘客支援空港」認定後のフォローアップ評価

国土交通省は、2017年7月に「訪日誘客支援空港」に認定した27空港に対し、認定後の取り組みに対するフォローアップ評価結果を公表した。評価は「S」(ほかの空港の模範となる、目標を一定水準以上達成かつ実績が著しく増加している)、「A」(概ね計画通りに取り組みを実施し、目標についても概ね達成できている)、「B」(概ね計画通りに取り組みを実施したが、目標については達成できていない点がある／計画通りに取り組みを実施できていない点があるが、目標については概ね達成できている)、「C」(特段の理由などなく計画した取り組みを実施せず、目標も達成できなかった)の基準で「訪日誘客支援空港の認定等に関する懇談会」の委員からの個別評価を集計。その合計点数に応じて評価を行い、「S」は4空港、「A」は10空港、「B」は10空港、「B-」は3空港となった(表Ⅲ-2-3-8)。

表Ⅲ-2-3-8 「訪日誘客支援空港」フォローアップ評価結果

評価	空港名
S	米子空港、松山空港、佐賀空港、熊本空港
A	青森空港、仙台空港、小松空港、岡山空港、高松空港、鹿児島空港、福島空港、宮崎空港、那覇空港、下地島空港
B	北海道6空港、茨城空港、新潟空港、静岡空港、広島空港、徳島空港、北九州空港、花巻空港、大分空港、松本空港
B–	南紀白浜空港、山口宇部空港、長崎空港

資料：国土交通省プレスリリースをもとに(公財)日本交通公社作成

●「顔認証ゲート」の導入

法務省入国管理局は、日本人の出入国手続きの合理化及び外国人出入国審査の対応拡充を目指し、「顔認証ゲート」の導入に向けた取り組みを進めている。2017年10月に日本人を対象として、羽田空港の入国審査場にて顔認証ゲートを導入したのを皮切りに、2018年6月以降、羽田空港出国審査場、成田空港、中部空港、関西空港、福岡空港に導入した。

外国人出国手続きにおいては2019年7月から羽田空港で運用を開始した。2019年度中には成田空港、関西空港、福岡空港、中部空港、新千歳空港での運用開始を予定している。

(5)そのほかの動向

●国内線利用客を対象とする空港施設使用料の徴収の拡大

国内線利用客からの旅客取扱施設利用料の徴収はすでに成田空港、羽田空港、中部空港、茨城空港、北九州空港で実施しているが、2018年10月からは新たに新千歳空港、仙台空港、伊丹空港、関西空港第1ターミナルの国内線で開始した。関西空港第2ターミナルの国内線はすでに導入済みであり、今回新たに第1ターミナル国内線が対象となった。

さらに2019年3月からは那覇空港の国内線でも開始され、国内線での旅客取扱施設利用料徴収の流れは拡大している。

4 海上交通

日本へのクルーズ船寄港回数は過去最高を記録
日本人クルーズ客は過去最高を更新する一方、
外国人クルーズ入国者数は微減

(1) 利用者の動向

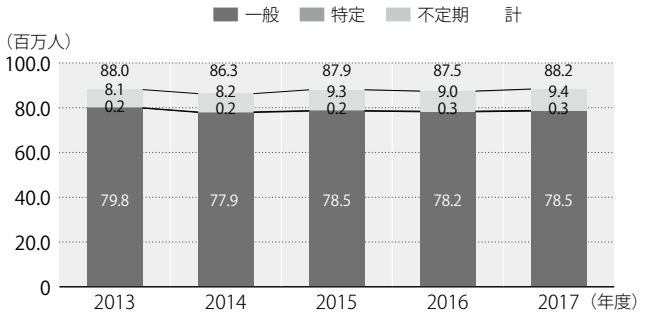
●国内旅客船の動向

2017年度の国内旅客船輸送人員は8,820万人で、前年度と比べて0.8%の増加となった（図Ⅲ-2-4-1）。

長距離フェリー航路では、2018年度の旅客輸送人員は約241万人（同0.9%増）で、2年連続で増加した（図Ⅲ-2-4-2）。

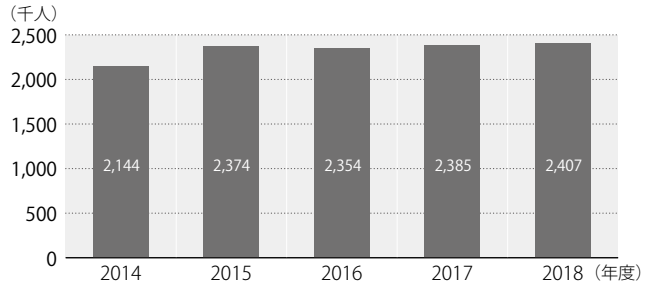
離島航路では、2017年度の旅客輸送人員は約4,395万人（同1.6%増）と3年連続で増加した（図Ⅲ-2-4-3）。

図Ⅲ-2-4-1　国内旅客船輸送人員の推移



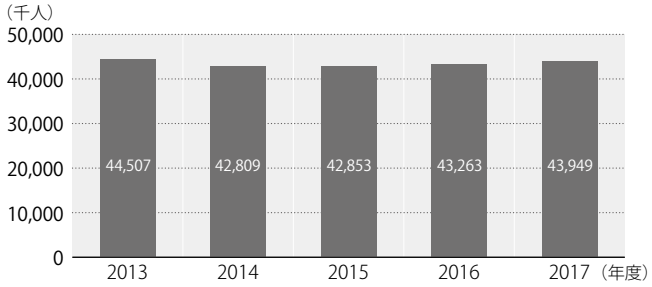
資料：国土交通省「海事レポート2019」をもとに（公財）日本交通公社作成

図Ⅲ-2-4-2　長距離フェリー航路の旅客輸送人員



資料：国土交通省「海事レポート2019」をもとに（公財）日本交通公社作成

図Ⅲ-2-4-3　離島航路の旅客輸送人員

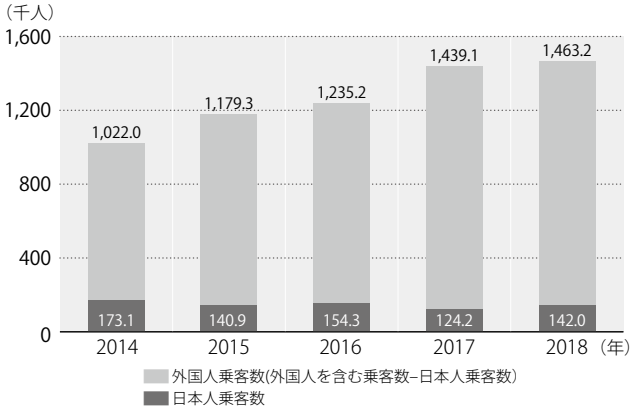


資料：国土交通省「海事レポート2019」をもとに（公財）日本交通公社作成

●外航旅客定期航路の動向

2018年の日本発着の外航旅客定期航路における日本人乗客数は14.2万人（前年比14.3%増）に上った（図Ⅲ-2-4-4）。外国人を含む乗客数は146.3万人で前年比1.7%増となり、2015年以降増加が続いている。

図Ⅲ-2-4-4　外客定期航路の乗客数の推移（暦年）

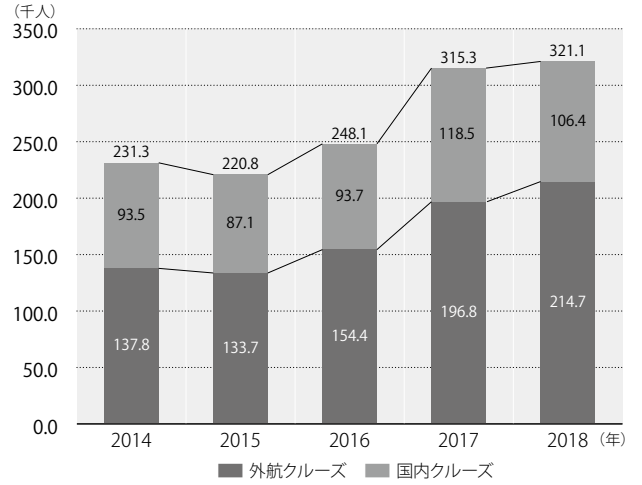


資料：国土交通省「2018年の我が国のクルーズ等の動向について」をもとに（公財）日本交通公社作成

●クルーズ船の日本人乗客の動向

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

図Ⅲ-2-4-5　日本人の外航・国内クルーズ乗客数（暦年）

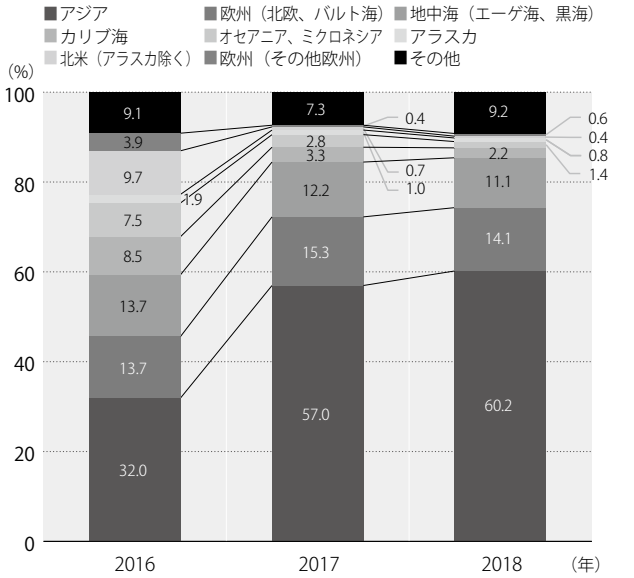


資料：国土交通省「2018年の我が国のクルーズ等の動向について」をもとに（公財）日本交通公社作成

日本人の外航クルーズ利用者の海域別のシェアをみると、「アジア」が129.3千人（シェア60.2%）と最多で、次いで「欧州（北欧、バルト海）」が30.3千人（同14.1%）、「地中海（エーゲ海、黒海）」が23.8千人（同11.1%）であった。欧州地域全体では55.4千人（同25.8%）、世界三大クルーズエリア（地中海、アラスカ、カリブ海）では30.3千人（同14.1%）であった。前年のシェアと比べると、「アジア」が3.2%増（17.1千人増）と拡大した一方で、「欧州（北欧、バルト海）」は1.2%減（0.2千人増）、

「北米（アラスカ除く）」は0.3%減（0.4千人減）、「カリブ海」は1.1%減（1.7千人減）、「オセアニア、ミクロネシア」は1.4%減（2.4千人減）、「地中海（エーゲ海、黒海）」は1.1%減（0.2千人減）となり、アジアへ集中する傾向が強まった（図Ⅲ-2-4-6）。

図Ⅲ-2-4-6　外航クルーズの海域別シェア（暦年）

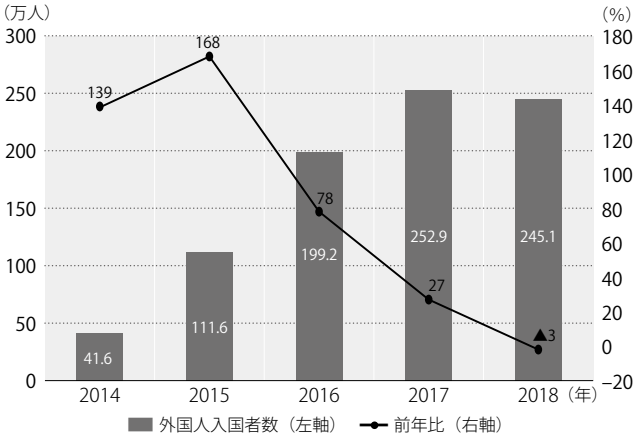


資料：国土交通省「2018年の我が国のクルーズ等の動向について」をもとに（公財）日本交通公社作成

●クルーズ船による外国人入国の動向

2018年にクルーズ船で日本に入国した外国人旅客数は約245.1万人（前年比3.1%減）となり、過去最多を記録した2017年をわずかに下回った（図Ⅲ-2-4-7）。

図Ⅲ-2-4-7　クルーズ船により入国した外国人旅客数（暦年）



資料：国土交通省「2018年の我が国港湾へのクルーズ船の寄港回数及び訪日クルーズ旅客数について（確報）」をもとに（公財）日本交通公社作成

●クルーズ客の消費額

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

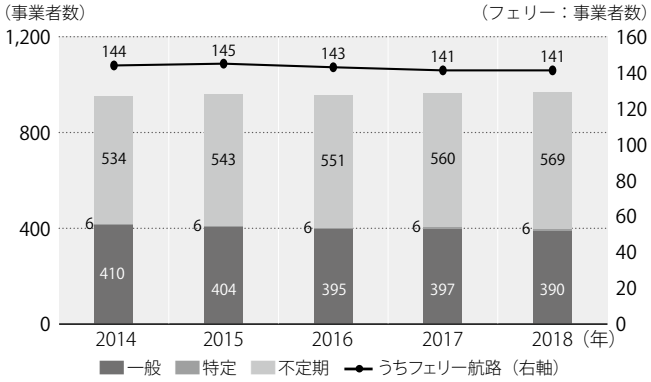
2018年（暦年）の訪日外国人クルーズ客の1人当たりの旅行中支出は44,227円であり、旅行消費額は1,034億円と推計される。費目別では「買物代」が973億円と大半を占めており、次いで「飲食費」が45億円となっている。

（2）航路・寄港の動向

●国内旅客船の航路動向

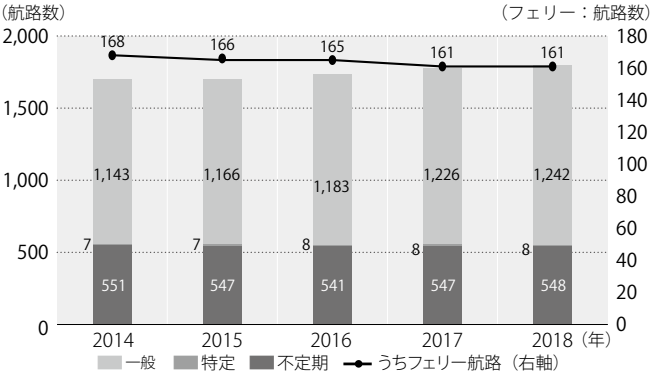
2018年4月1日現在、旅客船の事業者数は965件（前年比2件増）、航路数は1,798路線（同17路線増）となった（図Ⅲ-2-4-8及び図Ⅲ-2-4-9）。

図Ⅲ-2-4-8　旅客船事業者数の推移（暦年）



資料：国土交通省「海事レポート2019」をもとに（公財）日本交通公社作成

図Ⅲ-2-4-9　旅客船航路数の推移（暦年）



資料：国土交通省「海事レポート2019」をもとに（公財）日本交通公社作成

●クルーズ船の寄港動向

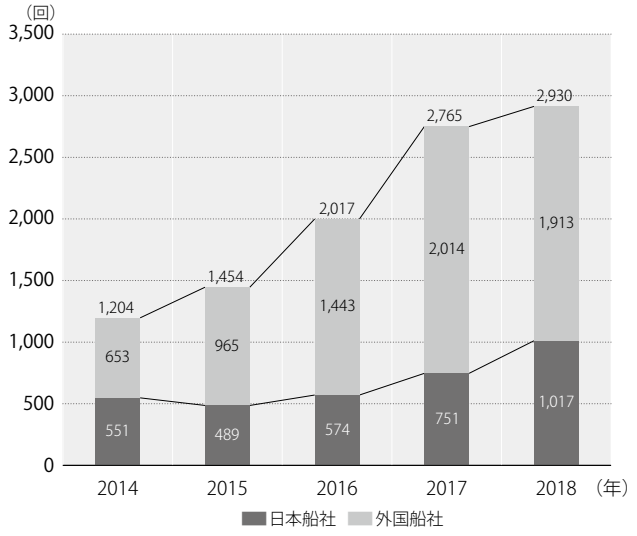
2018年における我が国港湾へのクルーズ船の寄港回数は合計2,930回となり、前年比165回増となった。港湾別にみると、博多港が279回（前年比16回減）で最多となり、次いで那覇港が243回（同7回増）、長崎港が220回（同5回増）であった。また、5位には初めて平良港（沖縄県宮古島市）が入った（前年5位は石垣）。

内訳をみると、外国船社運航のクルーズ船の寄港回数は1,913回で、前年比101回減となった。港湾別では、博多港が263回（前年比46回減）で最多となり、次いで那覇港が236回（同19回増）、長崎港が215回（同47回減）、平良港が142回（同13回増）、石垣港が105回（同24回減）であった。

日本船社運航のクルーズ船の寄港回数は1,017回で、前年

比266回増となった。港湾別では、ベラビスタマリーナ（広島県）が122回（前年比94回増）と大幅に増加し最多となり、次いで横浜港が98回（同23回減）、神戸港が70回（同3回減）、宮島港が62回（同43回増）であった。外国船社のクルーズ船において九州・沖縄が上位を占める一方で、日本船社のクルーズ船は大都市近郊に寄港する傾向がみられる（図Ⅲ-2-4-10及び表Ⅲ-2-4-1）。

図Ⅲ-2-4-10　クルーズ船の寄港回数の推移（暦年）



資料：国土交通省港湾局産業港湾課「2018年の我が国港湾へのクルーズ船の寄港回数及び訪日クルーズ旅客数について（確報）」をもとに（公財）日本交通公社作成

表Ⅲ-2-4-1　クルーズ船の寄港回数（2018年／暦年）

	合計		外国船社		日本船社	
	港湾名	回数	港湾名	回数	港湾名	回数
1位	博多	279	博多	263	ベラビスタマリーナ（広島県尾道市）	122
2位	那覇	243	那覇	236	横浜	98
3位	長崎	220	長崎	215	神戸	70
4位	横浜	168	平良	142	宮島	62
5位	平良	143	石垣	105	福山	48

資料：国土交通省港湾局産業港湾課「2018年の我が国港湾へのクルーズ船の寄港回数及び訪日クルーズ旅客数について（確報）」をもとに（公財）日本交通公社作成

（3）海上交通関連政策の動向

●「国際クルーズ旅客受入機能高度化事業」の採択

国土交通省は、訪日クルーズ旅客数500万人の実現に向けて、クルーズ旅客の利便性や安全性の向上及び物流機能の効率化を図るため、「国際クルーズ旅客受入機能高度化事業」に取り組んでいる。そのなかで、地方公共団体もしくは民間事業者が実施する港湾における屋根付き通路や移動式ボーディングブリッジの設置などへの補助について、2017年6月に公募（第1回募集分）を行い、24港29地区の事業を採択、その後は2017年11月に9港、2018年4月に20港、2019年5月に17港の事業実施を決定した。

●海事観光の推進

国土交通省は、2018年9月に海事局に「海事観光戦略実行推進本部」を設置し、2019年3月には観光先進国の実現に向けた海事観光の戦略的推進について、①海事分野の特性を生かした地方誘客・消費拡大への貢献、②海事観光分野における受入環境整備の更なる推進、③海事観光分野における多様な魅力の発信強化の3つの視点を定め、視点ごとに重点的な取り組み事項などについて取りまとめた。

●標準的なフェリー・旅客船航路情報フォーマットの作成

国土交通省はフェリー・旅客船事業者の航路情報のオープンデータ化の促進を図るため、2019年4月に「標準的なフェリー・旅客船航路情報フォーマット」及び「簡易入力支援ツール」などをホームページで公開した。これにより、コンテンツプロバイダ経路検索サイトによる航路情報の提供や多言語化対応を行い、地方自治体・DMOでの情報活用などに用いられることで利用者増加の効果が期待される。

5 道路交通

高速道路の利用交通量は全国的に前年を上回る
タクシーの事前確定運賃運用開始に向けてルール策定
自動運転システムの実現に向けての取り組みが進む

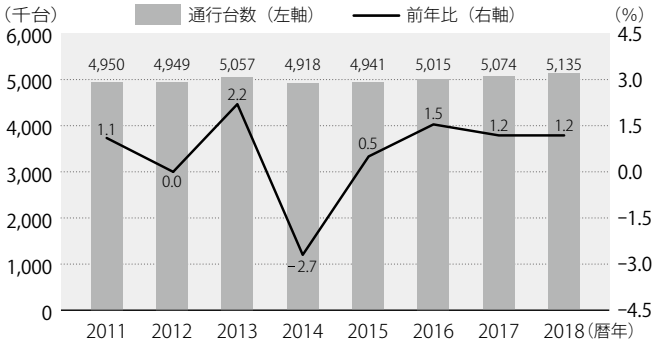
(1) 利用の動向

●高速道路の利用

・利用交通量の推移

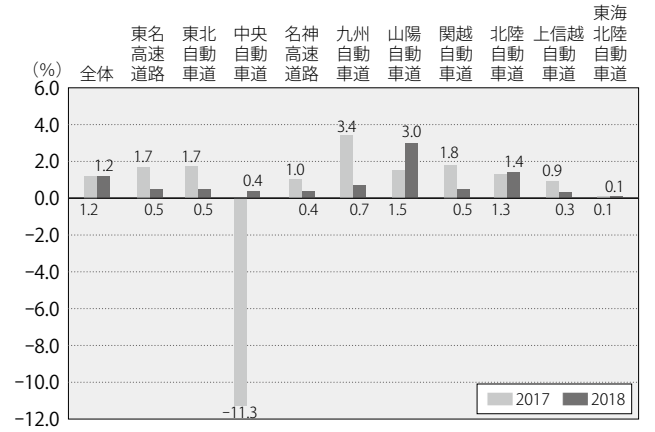
2018年（暦年）の高速道路通行台数は日平均で約514万台であり、前年比1.2%増であった（図Ⅲ-2-5-1）。主要路線ごとにみると、全ての路線で前年の通行台数を上回り、全体に増加の傾向を示した（図Ⅲ-2-5-2）。

図Ⅲ-2-5-1　高速道路の日平均利用交通量の推移（暦年）



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

図Ⅲ-2-5-2　主要高速道路の日平均利用交通量の前年比（暦年）

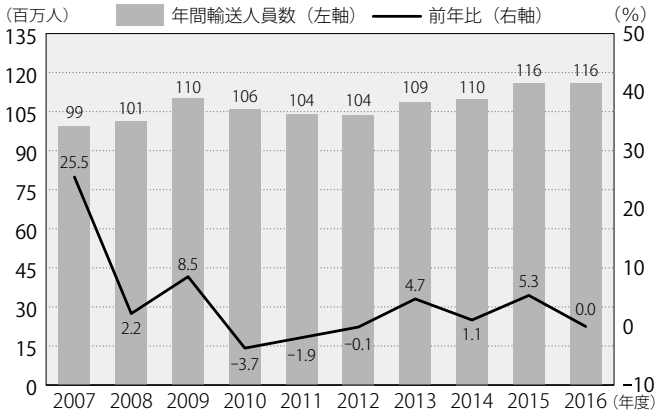


資料：公益財団法人高速道路調査会「高速道路と自動車　高速道路統計月報」をもとに（公財）日本交通公社作成

●高速バスの利用

（公社）日本バス協会の最新統計によると、2016年度の高速バス輸送人員は1億1千6百万人であり、過去最多を記録した（図Ⅲ-2-5-3）。

図Ⅲ-2-5-3　高速バスの年間輸送人員数の推移



資料：（公社）日本バス協会「2018年版日本のバス事業」をもとに（公財）日本交通公社作成

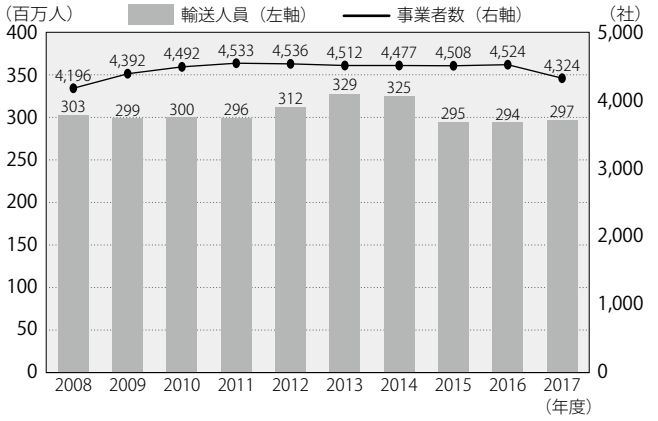
●貸切バスの利用

貸切バスの輸送人員数については、2013年度にピークを迎えた。2015年度以降はやや減少したものの横ばいで推移している（図Ⅲ-2-5-4）。

一方で、事業者数は2017年度に大きく減少した。国土交通省「令和元年版交通政策白書」によると、2016年に発生した軽井沢スキーバス事故を受け、「安全・安心な貸切バスの運行を実現するための総合的な対策」に基づいた2017年4月導入の事業許可更新制、同年8月の民間指定機関による巡回指導の開始などによって退出する事業者が相次いだことが影響している。

（公社）日本バス協会は一般貸切バス事業について、2017年度（対象事業者409社）は経常収支率が前年を3.0%下回り、赤字を計上した事業者は116社（28.4%）と公表した。

図Ⅲ-2-5-4　貸切バスの事業者数及び輸送人員数の推移



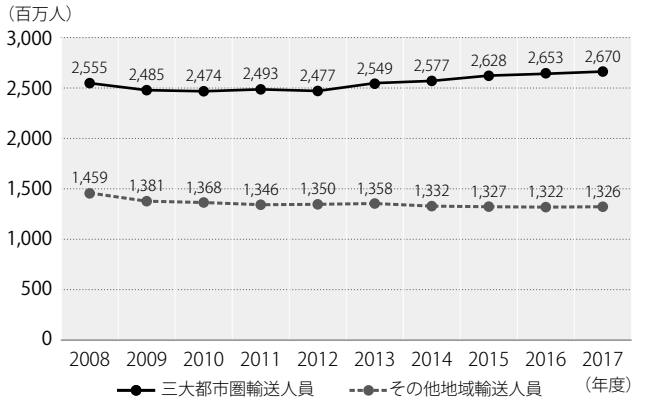
資料：国土交通省「交通政策白書」をもとに（公財）日本交通公社作成

●一般路線バスの利用

一般路線バスの輸送人員数は1970年前後をピークに減少が長期的に続いていたが、近年は下げ止まりの傾向を示している（図Ⅲ-2-5-5）。

三大都市圏とその他地域に分けてみると、三大都市圏では2013年度以降は回復傾向を示しているのに対し、その他地域ではゆるやかな減少傾向にある。

図Ⅲ-2-5-5　都市部・地方部別の一般路線バス輸送人員数の推移



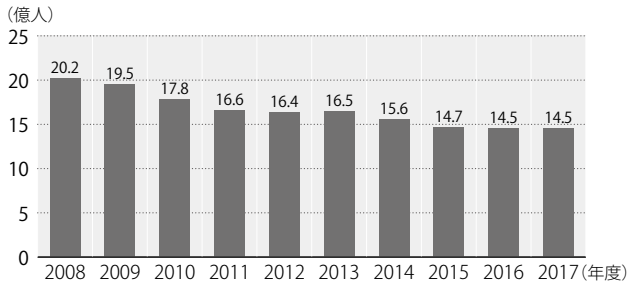
資料：国土交通省「交通政策白書」をもとに（公財）日本交通公社作成

注１：乗合バスの保有車両数が30以上のバス事業者のデータ
注２：三大都市圏とは、埼玉、千葉、東京、神奈川、愛知、三重、岐阜、大阪、京都、兵庫の集計値

●タクシーの利用

タクシーの輸送人員は減少傾向が続いているが、2015年度以降は減少幅が小さくなっている（図Ⅲ-2-5-6）。2017年度はほぼ前年度並みの水準で推移した。

図Ⅲ-2-5-6　タクシーの輸送人員の推移

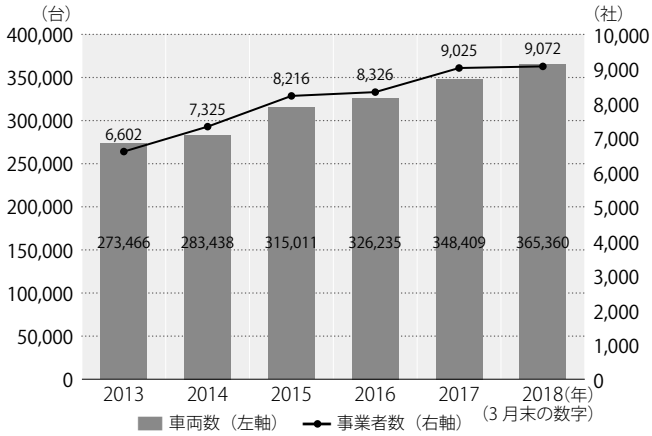


資料：国土交通省「自動車輸送統計年報」をもとに（公財）日本交通公社作成

●レンタカーの利用

2018年3月末時点のレンタカー事業者数（乗用車）は9,072社で前年度比0.5%増、車両数（乗用車）の合計は約36.5万台で前年比4.9%増であった（図Ⅲ-2-5-7）。

図Ⅲ-2-5-7　レンタカー（乗用車）事業者数及び車両数（乗用車）の推移



資料：国土交通省「レンタカー事業の現状について（事業者数及び車両数）」をもとに（公財）日本交通公社作成

●高速バス運行系統数

・運行系統数の推移と事業の状況

（公社）日本バス協会の最新統計によると、2016年3月末時点の高速バス運行系統数は延べ5,247本であり、前年比5.0%の増加であった（図Ⅲ-2-5-8）。運行系統数は2007年の急増後、2013年と2015年を除いて前年と比べ増加している。

図Ⅲ-2-5-8　高速バス運行系統数の推移

資料：（公社）日本バス協会「2018年版日本のバス事業」をもとに（公財）日本交通公社作成

(2) 高速道路の動向

●高速道路の整備

2019年3月末時点における高規格幹線道路の供用延長は11,906kmであり、1987年の高規格幹線道路網計画において示された整備目標に対する進捗率は85%となった。内訳は、高速自動車国道が9,053km（進捗率79%）、一般国道自動車専用道路が1,849km（同75%）であった（表Ⅲ-2-5-1）。

2018年4月から2019年3月までに開通した、主要な高規格幹線道路及び地域高規格道路は、表Ⅲ-2-5-2に示す通りであった。

表Ⅲ-2-5-1　高規格幹線道路の整備状況（2019年3月末時点）

区分	総延長	開通予定延長	進捗率
高規格幹線道路	約14,000km	11,906km	85%
高速自動車国道	11,520km	9,053km	79%
高速自動車国道のうち、高速自動車国道に並行する一般国道自動車専用道路	–	1,004km	87%
一般国道自動車専用道路（本四連絡道路を含む）	約2,480km	1,849km	75%

資料：国土交通省「平成31年度道路関係予算概要」をもとに（公財）日本交通公社作成

表Ⅲ-2-5-2　2018年4月～2019年3月に開通した主要な高規格幹線道路及び地域高規格道路

地方	路線名	No*	区間名等	区間	年月日	開通延長
北海道	日高自動車道	E63	–	日高門別IC～日高厚賀IC	2018.4.21	14.2km
	旭川十勝道路	–	富良野道路	北の峰IC～布部IC	2018.11.24	8.3km
	後志自動車道	E5A	–	余市IC～小樽JCT	2018.12.8	23.3km
	釧路外環状道路	E44	–	釧路東IC～釧路別保IC	2019.3.9	6.9km
	釧路中標津道路	E44	上別保道路	釧路町字上別保原野～川上郡標茶町字阿歴内	2019.3.9	6.6km
東北	東北中央自動車道	E13	–	大石田村山IC～尾花沢IC	2018.4.15	5.3km
		E13	–	東根IC～東根北IC	2019.3.23	4.3km
	新庄酒田道路	–	新庄古口道路	戸沢村津谷～古口	2018.7.15	2.2km
	三陸沿岸道路	E45	唐桑高田道路	陸前高田長部IC～陸前高田IC	2018.7.28	6.5km
		E45	吉浜釜石道路	吉浜IC～釜石南IC	2018.8.11	5.0km
		E45	釜石山田道路	大槌IC～山田南IC	2019.1.12	8.0km
		E45	歌津本吉道路	歌津IC～小泉海岸IC	2019.2.16	10.0km
		E45	本吉気仙沼道路	本吉津谷IC～大谷海岸IC	2019.2.16	4.0km
		E46	釜石道路	釜石南IC～釜石両石IC	2019.3.9	14.6km
		E45	唐桑高田道路	唐桑小原木IC～陸前高田長部IC	2019.3.21	3.5km
	東北横断自動車道釜石秋田線	E46	遠野道路	遠野住田IC～遠野IC	2019.3.3	11.0km
		E46	–	釜石JCT～釜石仙人峠IC	2019.3.9	6.0km
	上北自動車道	E4A	上北天間林道路	上北IC～七戸IC	2019.3.16	7.8km
	宮古盛岡横断道路	–	宮古西道路	宮古中央IC～宮古根市IC	2019.3.30	3.4km
関東	東京外環自動車道	C3	–	三郷南IC～高谷JCT	2018.6.2	15.5km
	北千葉道路	–	–	船形～押畑	2019.3.3	3.8km
	新東名高速道路	E1A	–	厚木南IC～伊勢原JCT	2019.3.17	4.0km
中部	中部横断自動車道	E52	–	八千穂高原IC～佐久南IC	2018.4.28	14.6km
		E52	–	新清水JCT～富沢IC	2019.3.10	20.7km
		E52	–	六郷IC～下部温泉早川IC	2019.3.10	8.4km
	伊豆縦貫自動車道	E70	天城北道路	大平IC～月ケ瀬IC	2019.1.26	5.1km
	三遠南信自動車道	E69	佐久間道路・三遠道路	佐久間川合IC～東栄IC	2019.3.2	6.9km
	新名神高速道路	E1A	–	新四日市JCT～亀山西JCT	2019.3.17	23.0km
	東海環状自動車道	C3	–	大安IC～東員IC	2019.3.17	6.4km
	上越魚沼地域振興快速道路	–	上越三和道路	寺IC～鶴町IC	2019.3.24	3.0km
中国	山陰自動車道	E9	多伎・朝山道路	出雲多伎IC～大田朝山IC	2019.3.17	9.0km
	美作岡山道路	–	佐伯長船線	熊山IC～瀬戸IC	2019.3.24	3.7km
		–	岡山吉井線	吉井IC～佐伯IC	2019.3.24	6.8km
四国	高知自動車道	E56	片坂バイパス	四万十町西IC～黒潮拳ノ川IC	2018.11.17	6.1km
九州	熊本天草幹線道路	–	三角大矢野道路	みすみIC～登立IC	2018.5.20	3.7km
	九州中央自動車道	E77	高千穂日之影道路	雲海橋交差点～日之影深角IC	2018.11.11	2.8km
		E77	–	小池高山IC～山都中島西IC	2018.12.16	10.8km
	西九州自動車道	E35	伊万里松浦道路	調川IC～松浦IC	2018.12.15	2.2km
	中九州横断道路	–	大野竹田道路	朝地IC～竹田IC	2019.1.19	6.0km
	南九州西回り自動車道	E3A	芦北出水道路	津奈木IC～水俣IC	2019.3.2	5.6km
	中津日田道路	–	三光本耶馬渓道路	中津IC～田口IC	2019.3.3	2.8km
	都城志布志道路	–	都城道路	横市IC～平塚IC	2019.3.17	2.8km
	北薩横断道路	–	泊野道路	さつま泊野IC～きららIC	2019.3.24	4.2km

*No列には高速道路ナンバリングを示した。

資料：国土交通省及び高速道路会社各社のプレスリリースなどをもとに（公財）日本交通公社作成

(3) 道路交通関連施設の動向

●高速道路の休憩施設

2018年4月から2019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-2-5-3に示す通りであった。

表Ⅲ-2-5-3　2018年4月～2019年3月に新規オープン・リニューアルした主な高速道路の休憩施設

施設名称			年月日	内容・特徴
九州自動車道	古賀SA	下り	2018.4.20	高速道路初出店のラーメン専門店「一蘭」と九州の高速道路初出店の「タリーズコーヒー」がオープン。買物エリアでは「ひよ子」の新しいサブレー「DOUX D'AMOUR（ドゥ・ダムール）」を高速道路で初めて販売。バリアフリー化を進めたほか、一般道から入場できるウェルカムゲートを設置。
常磐自動車道	東海PA	下り	2018.4.24	ショッピングコーナーを拡張し、フードコートでは客席数を増やしてリニューアルオープン。フードコートでは手作り感のあるメニューを提供。ショッピングコーナーでは「東海村おすすめセレクション」の商品を中心に取り揃えている。
関越自動車道	赤城高原SA	上り	2018.4.24	「ドラマチックエリア赤城高原（上り線）」としてグランドオープン。「かみつけ山麓テラス 風そよぐ木もれびマーケット」をコンセプトに、赤城・群馬・新潟などの特産品を取り揃えている。テラス席では赤城山麓の木々の匂いを楽しめる。
東名高速道路	牧之原SA	下り	2018.6.13	「駿河・遠州の旨いもの集合」をコンセプトに、定番人気のラーメンやどんぶりメニュー、またビジネスドライバー向けの惣菜カフェテリアなど、地元の食材を使用したフードコートへリニューアル。
小田原厚木道路	大磯PA	上り	2018.6.20	ショッピングコーナーを拡張し、地元で人気のお土産を豊富に取り扱う。またフードコートでは、カウンター席を設け、地域ブランド「箱根山麓豚」を使用したどんぶりメニューや地元で人気の洋菓子店の「生チョコソフト」などを提供。
東名高速道路	富士川SA	下り	2018.6.22	開業50周年を迎え、商業施設のリニューアルや一般道からも利用できる「ぷらっとパーク」の新設に続き、富士山の眺望や富士市街の美しい夜景を楽しめるテラスを新たにオープン。
中央自動車道	石川PA	上り	2018.6.29	改良工事でフードコートを増席し、「ファミリーマート」の増床をもってグランドオープン。ショッピングコーナー「Hachioji marche（ハチオウジマルシェ）」では周辺地域の商品やオリジナル商品の取り扱いをしている。
北陸自動車道	小矢部川SA	下り	2018.7.1	富山県高岡市金屋町に見られる伝統意匠「千本格子（さまのこ）」をイメージした建物にリニューアル。フードコートでは富山の海の幸を使用したどんぶりメニューを、ホテルが運営するレストランでは本格的な味を楽しめる。「ローソン」が北陸道初出店。
北関東自動車道	太田強戸PA	上下	2018.7.28	太田藪塚IC～太田桐生IC間に新規オープン。北関東道沿線の食材を取り入れたフードメニューを提供。ショッピングコーナーでは地元太田市や沿線地域の商品を販売。
道央自動車道	樽前SA	上下	2018.8.10	道内高速道路に「セブン-イレブン」が初出店。従来扱っているお弁当などの他に、地域のお土産品の販売も行う。
横浜新道	戸塚PA	上り	2018.8.22	戸塚PAは横浜新道唯一の休憩施設。「らあめん花月嵐」が新規出店した。
北関東自動車道	波志江PA	西行き	2018.9.11	24時間営業の「ローソン」が出店。店内にイートインコーナーを併設するとともに、群馬県のお土産品も取り揃える。
東北自動車道	都賀西方PA	下り	2018.12.19	施設面積を広げ、フードコートの客席数を増やし、ショッピングコーナーも拡張した。フードコートでは地元の食材を使用。ボリュームメニューも用意されており、男性からも好評。ショッピングコーナーでは地元栃木市の銘品を中心に、近隣地域の魅力ある商品を展開。
東北自動車道	鶴巣PA	下り	2019.3.8	フードコートは初出店の味噌らーめん専門店「田所商店」や「堂島カレー」がオープン。ベーカリーでは東北の食材を使用したオリジナルパンを販売。ショッピングコーナーではPA限定品や地元宮城の工芸品など幅広く取り扱う。
新名神高速道路	鈴鹿PA	上下	2019.3.17	商業施設『PIT SUZUKA（ピットスズカ）』が新規オープン。地元食材やご当地メニューを提供するフードコートのほか、「プロント」がベーカリーカフェとして高速道路で初出店。「セブン-イレブン」ほか9店舗がオープン。
東北自動車道	上河内SA	下り	2019.3.22	大谷石や鹿沼組子をイメージした内装とし、通路幅を広げた明るいイメージの空間。フードコートの座席数を増やし、新メニューを提供。

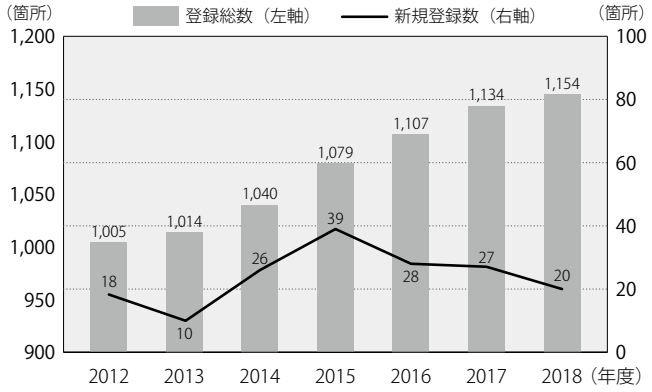
資料：高速道路株式会社各社のプレスリリースなどをもとに（公財）日本交通公社作成

●一般道路の休憩施設（道の駅）

・登録数の推移

2018年度中に20箇所の「道の駅」が登録され、2019年3月末時点で総数は1,154駅となった（図Ⅲ-2-5-9）。

図Ⅲ-2-5-9　「道の駅」登録数の推移



資料：国土交通省道路局「道の駅」登録一覧をもとに（公財）日本交通公社作成

●そのほかの道路及び交通に関する施策

・MaaSなど新たなモビリティサービスの推進

国土交通省はMaaS（“Mobility as a Service”の略。出発地から目的地までの移動ニーズに対して最適な移動手段をシームレスにひとつのアプリで提供するなど、移動を単なる手段としてではなく、利用者にとっての一元的なサービスとして捉える概念）などの新たなモビリティサービスを活用することで都市や地方の交通の諸課題を解決するため、2018年10月から「都市と地方の新たなモビリティサービス懇談会」を開催、2019年3月に中間とりまとめを発表した。

中間とりまとめでは、「日本版MaaS」の早期実現を目指すべきとしており、（1）事業者間のデータ連携の推進、（2）運賃・料金の柔軟化、キャッシュレス化、（3）まちづくり・インフラ整備との連携、（4）新型輸送サービスの推進、などの取り組み方針が示された。また、地域ごとに異なる課題に対応するために、「大都市型」「大都市近郊型」「地方都市型」「地方郊外・過疎地型」「観光地型」の5つの地域類型に分類し、それぞれに応じた取り組みの方向性がとりまとめられた。

・日本版MaaSの「先行モデル事業」として19事業を選定

経済産業省と国土交通省は2019年4月から新しいモビリティサービスの社会実装に挑戦する地域などを応援する事業「スマートモビリティチャレンジ」を開始、支援対象として28地域・事業を選定した（表Ⅲ-2-5-4）。

28地域・事業の内訳として、経済産業省は先駆的に新しいモビリティサービスの社会実装に取り組み、事業計画策定や効果分析などの「パイロット地域分析事業」を行うパイロット地域として13地域を選定し、国土交通省は新たなモビリティサービスの実証実験を支援し、地域の交通課題解決に向けたモデル構築を行うための「新モビリティサービス推進事業」の先行モデル事業として19事業を選定した。

表Ⅲ-2-5-4　スマートモビリティチャレンジ支援対象地域・事業

No.	市区町村（地域）	都道府県
1	阿寒地域	北海道
2	上士幌町	北海道
3	浪江町・南相馬市	福島県
4	会津若松市	福島県
5	新潟市	新潟県
6	日立市	茨城県
7	つくば市	茨城県
8	前橋市	群馬県
9	横須賀市	神奈川県
10	川崎市・箱根町	神奈川県
11	伊豆地域	静岡県
12	静岡市	静岡県
13	豊田市	愛知県
14	春日井市	愛知県
15	菰野町	三重県
16	志摩地域	三重県
17	永平寺町	福井県
18	大津市	滋賀県
19	南山城村	京都府
20	京丹後周辺地域	京都府
21	神戸市	兵庫県
22	山陰地域	鳥取・島根県
23	大田市	島根県
24	庄原市	広島県
25	瀬戸内地域	香川県
26	大分市	大分県
27	肝属郡3町	鹿児島県
28	八重山地域	沖縄県

資料：経済産業省、国土交通省ニュースリリースをもとに（公財）日本交通公社作成

：経済産業省・国土交通省採択事業
：経済産業省採択事業（パイロット地域分析事業）
：国土交通省採択事業（新モビリティサービス推進事業）

・グリーンスローモビリティ実証調査の実施

時速20km未満で公道を走る4人乗り以上の電動モビリティであるグリーンスローモビリティの普及推進に向けて環境省と国土交通省は連携事業として2018年度に全国5地域（福島県いわき市、三重県東員町、岡山県備前市、広島県福山市、熊本県天草市）で実証調査を行った。

・タクシーの事前確定運賃の運用ルールの策定

国土交通省は2019年4月にタクシーの事前確定運賃について本格運用ルールを策定した。同年7月から事前確定運賃の実施を希望する事業者からの認可申請の受付を開始し、10月に実施を認可する。

配車アプリなどにおいて、利用者が入力した乗車地点と降車地点との間の推計走行距離をもとに算定した運賃に、地方運輸局が定める係数を乗じて算定する。係数については直近年度の輸送実績をもとに曜日と時間帯ごとに定められ、毎年見直しが行われる。配車アプリなどにより利用者に対してタ

クシー運転者は走行予定ルートを示し、原則としてそのルート通りに運送を行う。事前に利用者と事業者との間で合意し、確定した運賃を支払う。

・自転車活用推進計画の策定

2017年5月に交通混雑の緩和、健康の増進、災害時における移動手段としての優位性など、複数の観点から自転車の活用を推進することを目的として自転車活用推進法が施行された。施行を受け、2017年8月には有識者会議が設置され、自転車活用推進計画策定のための議論を開始、2018年6月に「自動車活用推進計画」を策定した。

同計画では、地方公共団体での自転車活用推進計画策定の促進、サイクル・ツーリズムの推進のためのモデルルートの作成、シェアサイクル拡大に向けてサイクルポートを現行の倍となる約1,700か所とすることを目指すといった内容が盛り込まれた。

・公共交通機関におけるオープンデータ化の推進

国土交通省は2017年3月に「公共交通分野におけるオープンデータ推進に関する検討会」を設置、オープンデータ化における諸課題について検討を進め、同年5月に中間整理をとりまとめた。中間整理では当面の取り組みとして、①官民連携による実証実験、②運行情報（位置情報等）、移動制約者の移動に資する情報のオープンデータ化の検討、③地方部におけるオープンデータ化の推進、の3つを挙げた。それを受けて2018年度から取り組みを開始している。2019年3月には全国の公共交通機関を網羅した経路検索について、経路検索事業者に容易にデータの受渡を行うための時刻表・運行経路などの静的データフォーマットを改訂するとともに、バスの遅延情報や運行情報などの動的データにおいても標準的なフォーマットを定め、「標準的なバス情報フォーマット」に追加した。同フォーマットは2019年2月時点で全国90社に導入されている。

・自動運転システムの実現に向けた取り組み

自動運転の実現に向けて、国土交通省は2018年9月にレベル3（条件付自動運転）、レベル4（特定条件下における完全自動運転）の自動運転車が満たすべき要件についてガイドラインを公表した。また、同月に交通政策審議会の下に小委員会を設置し、自動運転車などの安全性を確保するための制度の検討を進め、「道路運送車両法の一部を改正する法律（改正道路運送車両法）」を2019年3月に閣議決定、国会で5月に可決、成立した。

自動運転の実現に向けた実証実験については、道の駅などを拠点とした長期間（1～2か月）の公道実証を2018年11月から実施、また、ニュータウンにおける実証実験を2019年2月に実施、トラックの隊列走行の後続車無人システムの実証実験を2019年1月より開始した。

・公共交通機関におけるインバウンド対応

2017年12月に観光立国推進閣僚会議で決定した「国際観光旅客税の使途に関する基本方針等について」などを踏まえ、観光基盤の拡充及び強化を図るための財源としての国際観光旅客税の税収の使途などを規定する「外国人観光旅客の旅行の容易化等の促進による国際観光の振興に関する法律の一部を改正する法律（改正国際観光振興法）」が2018年2月に閣議決定され、2018年4月の衆院本会議で可決、成立した。その後、観光庁は2018年10月に外国人観光旅客利便増進措置に関する基準及びガイドラインをとりまとめ、公表した。外国人観光旅客利便増進措置に関する基準においては、①外国語による情報提供（事故、災害などの発生に伴い、著しい運行の遅延その他の異常な状態が発生した場合の情報提供）、②インターネットを利用した観光に関する情報の閲覧を可能とするための措置、③座便式の水洗便所の設置、④クレジットカードによる支払を可能とする券売機等の設置、⑤交通系ICカード利用環境の整備、⑥荷物置き場の設置、⑦インターネットによる予約環境の整備、を講ずべき項目として挙げ、サービス水準を明確化した。また、上記以外の項目について望ましい取り組みの方向性をガイドラインで明示した。

公共交通事業者などは、外国人観光旅客の利用上重要なものとして選定した旅客施設・車両などを対象として、同措置の実施に努めることとされている。また、多数の外国人観光旅客の利用が見込まれる区間など（指定区間）については、実施計画の作成及び計画に基づく措置の実施が義務付けられることとなった。実施計画については、305の公共交通事業者などから提出があり、主要7国際空港へのアクセス路線についてはすでに概ね対応完了、新幹線については2019年度中に、主要都市部における路線と主要観光地へのアクセス路線については2020年度中に概ね対応完了が見込まれる。

（相澤美穂子）

Ⅲ-3 宿泊業

1 宿泊施設の供給動向と利用動向

宿泊者数が増加、客室稼働率と定員稼働率は昨年の水準を維持
外国人宿泊者数の大幅な伸びが続く

(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。

2017年度の旅館軒数は3万8,622軒、前年度より867軒減（前年度比2.2%減）、旅館客室数は68万8,342室、同3,620室減（同0.5%減）となった。ホテル軒数は1万402軒、同301軒増（同3.0%増）、ホテル客室数は90万7,500室、同3万7,690室増（同4.3%増）となった。簡易宿所軒数は3万2,451軒、同2,892軒増（同9.8%増）となった。旅館の軒数・客室数が減少率がやや縮小しているものの依然として減少しているのに対して、ホテルは軒数・客室数ともに伸び率が昨年よりもさらに拡大した。簡易宿所の軒数も約10%増と大きな伸びとなった。

10年前の2007年度と比較すると、旅館軒数は1万3,673軒減で26.1%減、ホテル軒数は960軒増で10.2%増、簡易宿所は9,563軒増で41.8%増となっている。

軒数および客室数をもとにした2017年度の1軒当たり平均室数は、旅館が17.82室（前年度より0.30室増）、ホテルが

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						簡易宿所	
	軒数（軒）	伸び率（%）	客室数（室）	伸び率（%）	1軒当たり平均室数（室）	増減（室）	軒数（軒）	伸び率（%）	客室数（室）	伸び率（%）	1軒当たり平均室数（室）	増減（室）	軒数（軒）	伸び率（%）
2007	52,295	△ 3.3	821,870	△ 2.4	15.72	0.13	9,442	3.0	765,482	6.2	81.07	2.39	22,888	1.4
2013	43,363	△3.1	735,271	△0.8	16.96	0.40	9,809	0.1	827,211	1.5	84.33	1.14	25,560	2.0
2014	41,899	△3.4	710,019	△3.4	16.95	△ 0.01	9,879	0.7	834,588	0.9	84.48	0.15	26,349	3.1
2015	40,661	△3.0	701,656	△1.2	17.26	0.31	9,967	0.9	846,332	1.4	84.91	0.43	27,169	3.1
2016	39,489	△2.9	691,962	△1.4	17.52	0.27	10,101	1.3	869,810	2.8	86.11	1.20	29,559	8.8
2017	38,622	△ 2.2	688,342	△ 0.5	17.82	0.30	10,402	3.0	907,500	4.3	87.24	1.13	32,451	9.8
2017/2007		△ 26.1		△ 16.2				10.2		18.6				41.8

資料：厚生労働省「衛生行政報告例（生活衛生関係）」をもとに（公財）日本交通公社作成

表Ⅲ-3-2 従業者数別（観光目的割合別）、宿泊施設タイプ別の宿泊者数、平均泊数、稼働率（2018年）

		延べ宿泊者数（万人泊）	前年比（%）	実宿泊者数（万人泊）	前年比（%）	1人1回当たり平均泊数（泊）	対前年増減（泊）	客室稼働率（%）	前年差（ポイント）	定員稼働率（%）	前年差（ポイント）
総数		53,800	8.0	40,390	7.6	1.33	0.01	61.2	0.4	40.8	0.5
従業者数0～9人		8,550	16.5	5,985	17.9	1.43	△ 0.02	33.6	2.2	19.5	1.5
	観光目的50%以上	4,647	27.5	3,503	26.1	1.33	0.01	23.4	2.8	15.2	2.0
	観光目的50%未満	3,889	5.4	2,473	7.8	1.57	△ 0.03	47.4	3.5	31.0	2.9
従業者数10～29人		15,140	4.7	11,250	4.3	1.35	0.01	68.7	0.1	47.3	△ 0.3
	観光目的50%以上	5,110	10.4	3,925	9.5	1.30	0.01	55.0	1.2	33.6	1.0
	観光目的50%未満	10,011	2.0	7,311	1.6	1.37	0.00	74.3	0.1	59.7	△ 1.1
従業者数30～99人		17,026	11.4	13,501	11.3	1.26	0.00	72.7	0.6	51.6	0.5
	観光目的50%以上	8,746	11.8	7,172	11.2	1.22	0.01	65.5	1.2	43.0	0.9
	観光目的50%未満	8,270	11.0	6,321	11.4	1.31	△ 0.00	78.1	0.4	65.5	△ 0.2
従業者数100人以上		13,084	2.7	9,653	1.1	1.36	0.02	75.9	0.3	56.6	0.2
	観光目的50%以上	9,575	3.2	7,147	1.3	1.34	0.02	72.8	0.0	53.2	0.4
	観光目的50%未満	3,508	1.4	2,507	0.6	1.40	0.01	82.3	1.1	68.6	△ 0.1
宿泊施設タイプ別	旅館	9,955	1.3	8,267	1.3	1.20	0.00	38.8	0.7	24.7	0.2
	リゾートホテル	7,793	7.7	6,034	6.9	1.29	0.01	58.3	0.5	43.0	0.5
	ビジネスホテル	23,209	9.7	17,112	9.6	1.36	0.00	75.5	0.1	63.2	△ 1.0
	シティホテル	8,450	6.0	5,891	5.2	1.43	0.01	80.2	0.8	66.6	△ 0.3
	簡易宿所	3,577	26.5	2,510	28.5	1.43	△ 0.02	30.2	2.6	17.9	1.8
	会社・団体の宿泊所	815	1.6	575	1.1	1.42	0.01	28.3	0.6	19.9	0.9
うち外国人宿泊者数		9,428	20.9	5,988	20.4	1.57	0.01				
宿泊施設タイプ別	旅館	908	12.5	718	11.1	1.26	0.02				
	リゾートホテル	1,187	16.4	828	14.8	1.43	0.02				
	ビジネスホテル	3,649	27.2	2,335	27.9	1.56	△ 0.01				
	シティホテル	3,042	10.9	1,724	10.1	1.76	0.01				
	簡易宿所	604	75.6	363	73.7	1.66	0.02				
	会社・団体の宿泊所	38	100.0	20	150.0	1.90	△ 0.48				

（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

87.24室（同1.13室増）となった。

(2) 宿泊者数

2018年の延べ宿泊者数、実宿泊者数、1人1回当たり平均泊数は、表Ⅲ-3-2のとおりである。

延べ宿泊者数は5億3,800万人泊、前年比8.0%増となった。実宿泊者数は4億390万人泊、同7.6%増となった。それぞれマイナスからプラスに転じた2017年の水準（1.2%増、0.5%増）から伸び率が拡大した。延べ宿泊者数を実宿泊者数で割った1人1回当たり平均泊数は1.33泊で、前年とほぼ同じ水準となった。

従業者数別にみると、延べ宿泊者数が2桁の伸びとなったのが、「従業者数0～9人」（16.5%増）と「従業者数30～99人」（11.4%増）であり、「従業者数100人以上」（2.7%増）と「従業者数10～29人」（4.7%増）は小幅な伸びとなった。実宿泊者数についても同様となった。1人1回当たり平均泊数は前年とほぼ同程度の水準であるが、いずれの施設規模でも「観光目的が50%未満」の施設の方が平均泊数はやや長くなっている。

宿泊施設タイプ別にみると、延べ宿泊者数はいずれもプラスの伸びとなり、特に「簡易宿所」は昨年に引き続き2桁増となって伸び率も拡大した（26.5%増、17年は14.3%増）。実宿泊者数についても同様に、「簡易宿所」が大きく伸びた（28.5%増、同10.8%増）。1人1回当たり平均泊数は、いずれも前年とほぼ同程度となったが、「簡易宿所」のみ微減となった。

外国人宿泊者数については、延べ宿泊者数が9,428万人泊で前年比20.9%増、実宿泊者数が5,988万人泊で同20.4%増となり、昨年に引き続き2桁の伸びで、かつ伸び率も拡大した（17年はそれぞれ12.4%増、10.3%増）。

宿泊施設タイプ別にみると、延べ宿泊者数・実宿泊者数ともに、全体に占める割合が小さい「会社・団体の宿泊所」と「簡易宿所」の高い伸び率が目を引くが、それら以外では「ビジネスホテル」が他のタイプを上回り、25%増を超える伸び率となった。1人1回当たり平均泊数については、「会社・団体の宿泊所」が昨年から0.48泊減となり、いずれのタイプも2泊以内の水準となった。

(3) 客室稼働率及び定員稼働率

2018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61.2%、前年比0.4ポイント増、定員稼働率は40.8%、同0.5ポイント増となった。

従業者数別にみると、客室稼働率・定員稼働率ともに規模が大きくなるほど稼働率は高い。特に「従業者数100人以上」で「観光目的が50%未満」の施設の客室稼働率は82.3%と非常に高くなっている。ただし、「従業員数0～9人」は他の施設規模よりも前年との差異が大きくなっている。

宿泊施設タイプ別にみると、傾向としては昨年と同様であり、「シティホテル」と「ビジネスホテル」の稼働率が高く、客室稼働率が75%以上、定員稼働率が60%以上となっている。

(4) 宿泊料（宿泊単価）

旅館およびホテルの1人当たり宿泊料売上を、施設タイプ・規模別にまとめたものが表Ⅲ-3-3である。

2017年の旅館の1人当たり宿泊料売上（1泊2食）は、小規模旅館は16,390円（前年比5.5%増）、中規模旅館は14,254円（同4.3%増）、大規模旅館は14,635円（同1.9%減）となった。大規模旅館がマイナスとなったが、ここ数年、単価の下落幅が縮小してきている。

ホテル（ルームチャージ）の宿泊料売上については、7,538円で39.2%増と大きく伸びた。

2 四半期別の利用動向

客室稼働率、定員稼働率、外国人宿泊者比率のいずれも年間を通して上昇

(1) 客室稼働率

2018年の客室稼働率を四半期別にまとめたものが表Ⅲ-3-4である。

最も高いのは「7～9月期」（64.4%、前年同期差0.6ポイント増）、最も低いのは「1～3月期」（57.8%、同0.9ポイント増）であることは昨年と同様だが、残りの二つの期は前年同期差で2ポイント～3ポイント弱伸びており、ほぼ年間を通じて約60%の水準を維持する形になった。

従業者数別に前年同期差をみると、「10～12月期」はいずれの施設規模においても、他の期よりも伸びが大きくなった。また、「従業員数0～9人」は年間を通じて稼働率が低いが、対前年差でみると他の施設規模を上回って伸びており、稼働率が向上した。

宿泊施設タイプ別にみると、「会社・団体の宿泊所」のみが対前年でマイナスとなった。「7～9月期」は年間で最も稼働率が高い期であるが、「旅館」と「簡易宿所」を除いた施設においては昨年の稼働率を下回った。

(2) 定員稼働率

2018年の定員稼働率を四半期別にまとめたものが表Ⅲ-3-5である。

最も高いのは「7～9月期」（44.8%、前年同期差0.5ポイント増）、最も低いのは「1～3月期」（38.1%、同1.5ポイント増）であることは昨年と同様だが、残りの二つの期でも前年同期差で約2ポイント伸びており、年間を通じて40～45%の水準となった。

従業者数別にみると、最も稼働率が高い「7～9月期」において、「従業員数0～9人」以外は昨年を下回った。「従業員数0～9人」は年間を通じて稼働率が低いが、ほとんどの期で他の施設規模と比較して対前年同期差が伸びている。

宿泊施設タイプ別にみると、「ビジネスホテル」と「シティホテル」、「会社・団体の宿泊所」が対前年差でマイナスとなるなど、タイプにより明暗が分かれた。いずれのタイプも、比較的稼働率が低い「1～3月期」と「4～6月期」は対前年同期差がプラ

スを維持しているのに対して、最も稼働率が高い「7～9月期」においては前年比でマイナスもしくは低い伸びとなった。

(3) 外国人宿泊者比率

2018年の外国人宿泊者比率を四半期別にまとめたものが表Ⅲ-3-6である。

年間では対前年1.9ポイント増の17.5%となり、これまで比較的比率が低かった「7～9月期」において2.2ポイント増と最も大きく伸びたことで、年間を通じて外国人宿泊者比率が16～19%を占めるようになった。

宿泊施設タイプ別にみると、すべての期において最も比率が高いのは「シティホテル」である。いずれのタイプもすべての期においてプラスの伸びとなり、特に「簡易宿所」が年間で4.7ポイント増と最も伸びている。

表Ⅲ-3-3 宿泊施設タイプ・規模別 宿泊客1人当たり宿泊料売上

（単位：円、%）

	旅館						ホテル	
	小旅館		中旅館		大旅館			
	単価	前年比	単価	前年比	単価	前年比	単価	前年比
2013	17,789	33.6	13,155	0.5	13,317	2.6	5,200	△ 12.4
2014	14,549	△ 18.2	13,496	2.6	13,720	3.0	7,194	38.3
2015	14,050	△ 3.4	14,271	5.7	16,587	20.9	7,935	10.3
2016	15,535	10.6	13,662	△ 4.3	14,919	△ 10.1	5,416	△ 31.7
2017	16,390	5.5	14,254	4.3	14,635	△ 1.9	7,538	39.2

資料：（一社）日本旅館協会「営業状況等統計調査」をもとに（公財）日本交通公社作成

（注）「旅館」は、宿泊料金に夕食・朝食を含む。「ホテル」は、ルームチャージでの販売。大旅館：客室数が100室以上、中旅館：客室数が31室以上99室以下、小旅館：客室数が30室以下。

表Ⅲ-3-4 2018年四半期別客室稼働率

		年計		1～3月期		4～6月期		7～9月期		10～12月期	
		客室稼働率（%）	前年差（ポイント）	客室稼働率（%）	前年同期差（ポイント）	客室稼働率（%）	前年同期差（ポイント）	客室稼働率（%）	前年同期差（ポイント）	客室稼働率（%）	前年同期差（ポイント）
全体		61.2	0.7	57.8	0.9	60.3	2.8	64.4	0.6	62.3	2.1
従業者数別	0～9人	33.6	5.3	29.7	1.4	32.4	2.8	38.4	2.4	33.7	3.2
	10～29人	68.7	△ 0.2	65.4	△ 0.1	67.8	0.2	71.7	△ 0.7	69.9	3.7
	30～99人	72.7	0.7	69.2	1.3	71.8	1.1	75.3	△ 0.1	74.5	5.2
	100人以上	75.9	0.1	73.6	1.6	75.4	1.1	77.5	△ 1.9	77.1	6.2
宿泊施設タイプ別	旅館	38.8	1.3	35.9	0.9	37.1	1.9	42.5	0.7	39.6	2.4
	リゾートホテル	58.3	0.8	56.6	1.5	55.7	2.2	63.3	△ 0.5	57.4	9.6
	ビジネスホテル	75.5	0.2	72.3	0.7	74.9	0.9	77.6	△ 0.3	76.9	3.1
	シティホテル	80.2	0.7	76.7	1.6	80.9	1.7	81.1	△ 1.3	81.8	5.2
	簡易宿所	30.2	2.2	26.9	2.4	29.1	2.2	36.3	1.7	28.6	4.0
	会社・団体の宿泊所	28.3	△ 1.1	24.0	△ 2.8	28.9	△ 0.6	31.4	△ 2.7	28.7	5.8

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

表Ⅲ-3-5 2018年四半期別定員稼働率

		年計		1～3月期		4～6月期		7～9月期		10～12月期	
		定員稼働率（%）	前年差（ポイント）	定員稼働率（%）	前年同期差（ポイント）	定員稼働率（%）	前年同期差（ポイント）	定員稼働率（%）	前年同期差（ポイント）	定員稼働率（%）	前年同期差（ポイント）
全体		40.8	0.7	38.1	1.5	39.3	2.4	44.8	0.5	40.5	1.9
従業者数別	0～9人	19.5	1.5	16.8	1.0	17.9	1.5	24.7	1.5	18.2	1.9
	10～29人	47.3	△ 0.4	44.3	△ 0.1	46.5	0.1	51.0	△ 1.7	47.3	0.7
	30～99人	51.6	0.6	48.5	1.0	50.1	1.0	55.4	△ 0.1	52.2	1.0
	100人以上	56.6	△ 0.2	55.3	1.1	54.9	0.3	59.7	△ 1.5	56.2	△ 0.3
宿泊施設タイプ別	旅館	24.7	0.5	22.8	0.5	22.9	0.7	28.3	0.1	24.7	0.9
	リゾートホテル	43.0	0.9	42.2	0.9	39.7	2.2	49.2	0.2	40.8	0.6
	ビジネスホテル	63.2	△ 0.5	60.6	0.4	62.7	0.1	65.5	△ 1.9	63.7	0.0
	シティホテル	66.6	△ 0.4	63.7	1.2	67.1	0.7	68.6	△ 2.3	66.6	△ 0.6
	簡易宿所	17.9	1.3	14.5	1.7	16.7	1.3	24.6	0.7	15.4	2.0
	会社・団体の宿泊所	19.9	△ 0.1	17.1	0.0	20.2	0.2	24.4	△ 1.1	17.5	0.3

資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」をもとに（公財）日本交通公社作成

表Ⅲ-3-6 2018年四半期別外国人宿泊者比率（延べ宿泊者数）

		年計		1～3月期		4～6月期		7～9月期		10～12月期	
		外国人比率（%）	前年差（ポイント）	外国人比率（%）	前年同期差（ポイント）	外国人比率（%）	前年同期差（ポイント）	外国人比率（%）	前年同期差（ポイント）	外国人比率（%）	前年同期差（ポイント）
全体		17.5	1.9	17.5	1.9	19.1	1.9	16.1	2.2	17.6	1.4
宿泊施設タイプ別	旅館	9.1	0.9	11.1	2.0	9.9	0.8	6.9	0.5	9.0	0.4
	リゾートホテル	15.2	1.1	16.8	1.9	18.0	1.4	11.7	1.2	15.3	0.0
	ビジネスホテル	15.7	2.2	14.5	1.9	16.4	2.2	16.0	2.6	15.8	1.8
	シティホテル	36.0	1.6	35.0	1.4	39.0	2.3	35.0	1.9	35.0	0.9
	簡易宿所	16.9	4.7	18.9	4.2	17.5	3.3	14.1	5.7	19.0	4.8
	会社・団体の宿泊所	4.7	2.3	4.0	1.7	4.0	1.9	5.6	3.2	4.8	2.2

資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」をもとに（公財）日本交通公社作成

3 2018年の話題

住宅宿泊事業法施行後の動き
異業種によるユニークな新規施設が開業

(1) 民泊をめぐる動き

2018年6月の住宅宿泊事業法（民泊新法）の施行から1年が経った2019年6月14日時点の住宅宿泊事業の届出件数は1万7,551件で、当初（2018年6月15日時点）の届出件数の2,210件から1年間で約8倍に増加した。観光庁は定期的に住宅宿泊事業の届出や登録状況、宿泊実績を集計し、「民泊制度ポータルサイト」で公開している。

都道府県別に届出件数をみると、都市部を有する東京都と大阪府、そして北海道と福岡県、沖縄県が多くなっている。ただし、こうした地域では1年間で事業を廃止した件数も多く、全国では1年間で1,023件が事業廃止している。

2019年5月に公開された2018年度（施行日以降）の宿泊実績をみると、全国における宿泊日数は87万4,136日、宿泊者数は98万9,235人、延べ宿泊者数は273万4,073人泊であった。

同日に発表された2019年2～3月の宿泊実績をみると、宿泊日数は、12～1月同期に比べて9.5%増の24万3,402日、届出住宅あたり19.4日であった。

その宿泊者を具体的にみると、日本国内の在住者が7万4,271人（全体に占める割合26.3%）、海外からの宿泊者が20万7,979人（同73.7%）となっている。さらに海外からの宿泊者を地域別にみると、東アジアが54.2%で最も多く、次いで東南アジアが18.0%、北米が12.4%であった。

こうした活発な民泊の利用状況を受けて、民泊事業に本格的に参入する民間企業もみられた。一棟貸し民泊サービスを展開するホームアウェイと日本航空は、2019年5月に戦略的パートナーシップを提携し、JALサイトを通じて国内外約200万軒のホームアウェイの物件を予約できるようになった。また、マリアット・インターナショナルは新ブランド「Homes & Villas by Marriott International」を立ち上げ、豪邸などのレンタル事業を開始した。このラグジュアリー市場へは、エアビーアンドビー（以下、エアビー）も新ブランドを立ち上げ、世界のユニークな高級宿泊施設を対象に、専門のアドバイザーによるオーダーメイドで旅行商品を造成するサービスを開始した。

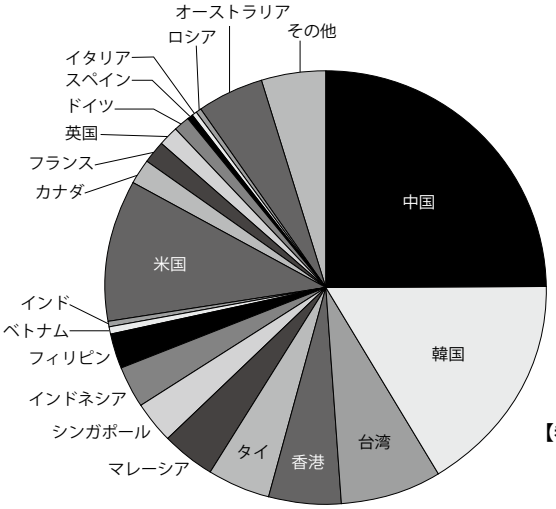
その一方で、違法民泊へ対応する動きもみられ、エアビーは新宿区と連携協定を締結し、エアビーが住宅宿泊事業者などホストへの法令遵守を啓発するほか、防災情報の提供、新宿区の観光・地域イベントの情報提供などを、新宿区と連携して行うとしている。

(2) 外国人労働者の受け入れ

昨今、全産業的に深刻化する人手不足の状況を受けて、2019年4月に出入国管理及び難民認定法が改正され、これにより新たな在留資格「特定技能」を創設された。これは、宿泊業を含めた、特に人材不足が深刻な14業種を対象として、一定の専門性・技能を有し日本語能力のある、即戦力となり得る外国人に日本での就労を認めるものである。

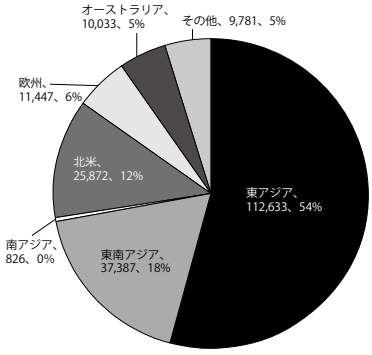
宿泊業界でも外国人材の受け入れに関心が高まっている。

図Ⅲ-3-1 海外からの宿泊者の国籍内訳（2019年2～3月）



順位	国籍（出身地）	宿泊者数(人)	シェア	順位	国籍（出身地）	宿泊者数(人)	シェア
1	中国	51,836	24.9%	11	フィリピン	5,467	2.6%
2	韓国	34,367	16.5%	12	カナダ	3,897	1.9%
3	米国	21,975	10.6%	13	フランス	3,463	1.7%
4	台湾	15,426	7.4%	14	英国	3,230	1.6%
5	香港	11,004	5.3%	15	ドイツ	2,304	1.1%
6	オーストラリア	10,033	4.8%	16	ベトナム	1,154	0.6%
7	タイ	9,574	4.6%	17	スペイン	878	0.4%
8	マレーシア	8,278	4.0%	18	インド	826	0.4%
9	シンガポール	6,503	3.1%	19	ロシア	799	0.4%
10	インドネシア	6,411	3.1%	20	イタリア	773	0.4%
					その他	9,781	4.7%

【参考】海外からの宿泊者の地域別分布



資料：観光庁「住宅宿泊事業の宿泊実績について」

日本旅館協会、全国旅館ホテル生活衛生同業組合連合会、日本ホテル協会、全日本シティホテル連盟は共同で「宿泊業技能試験センター」を設立、宿泊業の特定技能在留資格取得に必要な評価試験を実施する機関として、2018年9月に法人登記を行った。

(3) 都市部での再開発プロジェクトや歴史的建造物のリノベーションなど多様な宿泊施設が開業

2018年度も、東京都心や外国人旅行者の宿泊需要が旺盛な京都市中心部などの都市部を中心に、個性的な施設が開業した（表Ⅲ-3-7）。ターゲットとして外国人旅行者や女性等を明確に想定し、そこにアートやオーガニック等の“尖ったコンセプト”を打ち出している施設もみられる。

こうした新規の大規模開発の中で開業する宿泊施設がある一方で、歴史的建造物やその地域に古くから残る建物を宿泊施設としてリノベーションし、活用する事例もみられた。一つひとつの施設がそれほど大きくない場合は、町内に点在するいくつかの棟を一つの宿泊施設として見立てる「分散型宿泊施設」の形態もみられるようになってきた。こうした個性的な宿泊施設では、建物の内装や運営に明確なコンセプトを設定し、提供する食事や滞在プログラムの内容も、そのコンセプトを共有できる飲食店や地元の寺社と組むなど、宿泊者を受け入れる地域全体で、滞在の価値を提供しようという工夫がみられる。

（岩崎比奈子）

表Ⅲ-3-7 東京都心と京都市内に開業した主な新規開業施設の概要

施設名	所在地	概　要	開業年月
渋谷ストリーム エクセルホテル東急	東京都渋谷区	東横線と東京メトロ副都心線の相互直通運転開始により利用されなくなった旧東横線渋谷駅のホ―ムや線路跡地等を活用した再開発プロジェクトの一つとして開業。	2018年9月
MUSTARD HOTEL	東京都渋谷区	東横線の渋谷～代官山エリアの再開発プロジェクト「渋谷ブリッジ」内に開業。ホテル内のカフェは宿泊者だけでなく地域住民やオフィスワーカー、こども園の利用者など多様な人々が利用する空間となる。	2018年9月
スーパーホテルPremier銀座	東京都中央区	Natural，organic，smart をコンセプトとしたホテル。 東京の中心部にて奥湯河原の源泉から温泉を直送。銀座で唯一の天然温泉を提供する。	2018年10月
プルマン東京田町	東京都港区	JR田町駅直結エリアの開発プロジェクトとして開業。当エリアにはオフィスや商業施設などが整備される。「ブルマン」ブランドは日本初進出。	2018年10月
ENSO ANGO（エンソウ・アンゴ）	京都府京都市	町内に立地する5つの棟で一つのホテルとする「分散型ホテル」。世界的なアーティストが各棟のアートを担当している。地元京都の生活環境を守りながら、暮らすように旅を楽しんでもらうことを目指す。	2018年10月
ザ ロイヤルパーク キャンバス銀座8（エイト）	東京都中央区	宿泊客が自由に利用できるラウンジやプライベートキッチン、スタッフ厳選のレコードを自由に聴くことができるミュージック・ライブラリー、フィットネスジムといった付帯施設が充実している。客室の1部には、「GINZA MODERN」をテーマにした同ホテルのコンセプトルームも設置。	2019年3月
MUJI HOTEL GINZA	東京都中央区	無印良品の思想を体験できるホテルとして、コンセプトや内装デザインを良品計画が監修。無印良品の家具やアメニティグッズをそろえる。ホテルの低層階に、無印良品の旗艦店舗が入居する。	2019年4月
京都悠洛ホテルMギャラリー	京都府京都市	フランスのホテルチェーン・アコーが「究極の女性向けホテル」として展開する「Mギャラリー」シリーズ。日本では初展開。富裕層にも人気の京都に開業。	2019年4月

資料：新聞・雑誌記事などをもとに（公財）日本交通公社作成

表Ⅲ-3-8 歴史的建造物等をリノベーションして開業した主な施設の概要

施設名	所在地	概　要
ゲストハウス Glam lodge（グラム ロッジ）	大阪府大阪市	木造2階建て、築70年の集合住宅がリノベーションされた複合施設内にレストラン等とともにオープン（2018年2月）。
佐原商家町ホテル NIPPONIA	千葉県香取市	明治後期から昭和初期の古民家をリノベーション。築100年以上の商家を含む3つの建物が一つのホテルとして開業（2018年3月）。
松林庵	京都府京都市	総本山仁和寺が境内の旧家屋「松林庵」（木造2階建て）を高級宿坊としてリノベーション。2018年4月から宿泊希望者の受け入れを開始した。
そわか（SOWAKA）	京都府京都市	元老舗料亭の数寄屋建築をリノベーションし、新たに小規模高級宿泊施設として開業（2019年3月）。地元の有名寺社と組んで貸切拝観プラン等も提供。

資料：新聞・雑誌記事などをもとに（公財）日本交通公社作成

Ⅲ-4 集客交流施設、MICE

1 集客交流施設

2020年に向け開業が続く大規模施設
ダイナミックプライシング導入が始まるテーマパーク

(1) 集客交流施設の動向

●遊園地・テーマパークなどの動向

2018年度の遊園地･テーマパークの売上高は7,213億円（前年度比5.3%増）、入場者数は8,006万人（前年度比2.6%増）であり、売上高は2000年の調査開始以降最高値、入場者数は3年ぶりに前年を上回った。従業者数も41,308人（前年度比3.3%増）と前年を上回った（表Ⅲ-4-1-1）。

主要施設の入場者数は、ハウステンボス、東京スカイツリーなど前年度から減少となった施設もあるが、東京ディズニーランド・ディズニーシー、ナガシマリゾート、鈴鹿サーキットなどでは2か年連続での対前年増となった。（表Ⅲ-4-1-2）。

●主要テーマパークの主な動向

＜東京ディズニーリゾート＞

2018年度の入場者数は、前年比8.2%増の3,256万人となり、前年と比較して246万人の増加となった。2018年は開園35周年のイベントなどの開催などにより過去最高の入場者数を記録した。そのほか、2018年7月に混雑・待ち時間解消に向け公式アプリ「東京ディズニーリゾート®・アプリ」をリリース、2018年11月には一部施設･商品で電子マネー利用が可能となった。さらに2019年7月には公式アプリによるファストパス対応を開始した。今後、ITを活用した利便性向上とともに、アプリ利用者などの来場者行動データ分析などによる高い利便性、満足度の実現を図るとしている。

＜ユニバーサル・スタジオ・ジャパン＞

2019年1月より入場券の変動価格料金制（ダイナミックプライシング）を導入した。「多様なゲストのニーズへの対応と繁閑差の平準化、パーク体験価値の向上」を目的とし、入場者で混雑する時期には高く、閑散期には安い入場料となり、個人

表Ⅲ-4-1-1 遊園地・テーマパークの売上高などの推移

	売上高（百万円）	前年度比（%）	入場者数（人）	前年度比（%）	従業者数（人）	前年度比（%）
2014年度	629,103	6.8	80,215,781	3.8	36,946	2.9
2015年度	653,680	3.9	81,188,854	1.2	38,868	5.2
2016年度	665,011	1.7	80,346,541	△1.0	39,788	2.4
2017年度	685,186	3.0	78,026,318	△2.9	39,978	0.5
2018年度	721,340	5.3	80,055,894	2.6	41,308	3.3

※1）2016年1月より一部数値に変更が生じたため、以前の数値と不連続が生じており、伸び率はこれを調整した。
※2）2015年1月より調査対象の見直しを行ったため、以前の数値と不連続が生じており、伸び率はこれを調整した。
資料：経済産業省「特定サービス産業動態統計調査」

表Ⅲ-4-1-2 主要施設の入場者数の推移

（単位：万人）

施設名	開業年	2014年度	2015年度	2016年度	2017年度	2018年度
東京ディズニーランド・ディズニーシー（千葉県浦安市）	1983/2001	3,138	3,019	3,000	3,010	3,256
ユニバーサル・スタジオ・ジャパン（大阪府大阪市）※1	2001	1,270	1,390	1,460	―	–
ナガシマリゾート（三重県桑名市）※2	1964	1,505	1,515	1,510	1,530	1,550
ハウステンボス（長崎県佐世保市）	1992	290	307	280	280	263
鈴鹿サーキット（三重県鈴鹿市）	1963	199	208	201	204	206
東京スカイツリー（東京都墨田区）	2012	531	479	449	444	427
東京都恩賜上野動物園（東京都台東区）	1882	369	397	397	441	496
沖縄美ら海水族館（沖縄県本部町）	2002	323	341	363	378	372
名古屋市東山動植物園（愛知県名古屋市）	1937	227	258	241	260	254
旭川市旭山動物園（北海道旭川市）	1967	165	152	143	143	137
金沢21世紀美術館（石川県金沢市）	2004	176	237	255	237	258
国立新美術館（東京都港区）	2007	262	229	285	283	261
国立科学博物館（東京都台東区）※3	1877	174	221	247	288	267
広島平和記念資料館（広島県広島市）	1955	131	150	174	168	152
首里城（沖縄県那覇市）	1992	181	188	189	181	177
兼六園（石川県金沢市）	1874	204	309	291	280	275
グラバー園（長崎県長崎市）	1974	104	122	99	100	95

※1）2017年より入場者数非公開
※2）2014年度よりアウトレット施設を含んだ人数
※3）筑波実験植物園と自然教育園を含む
資料：新聞・雑誌記事及び聞き取り調査により（公財）日本交通公社作成

向け1デイ・スタジオ・パスは7,400円、8,200円、8,700円、8,900円といった価格帯が用意された。海外テーマパークでは一般的に見られる料金体系であるが国内大手テーマパークでは初の試みとなる。

新規アトラクションとしては2018年5月からプロジェクションマッピング（全長約600m）と音楽、照明などがシンクロする新技術「ショー・オーケストレーション」によるパレード「ユニバーサル・スペクタクル・ナイトパレード ～ベスト・オブ・ハリウッド～」が開始された。

＜ハウステンボス＞

2018年度の入場者数は前年比3.6%減の263万人と、開業25周年であった2017年度からの反動減となった。

経営面では、2018年7月に長崎県大村湾の無人島・長島に新アトラクション「JURASSIC ISLAND（ジュラシックアイランド）」をオープンした。ハウステンボスから専用船で片道40分をかけて上陸、AR（拡張現実）を活用したスコープ付きの武器を手に恐竜ハンティングや宝探しが楽しめる。料金はパーク入場料のほかに2,100円としている。また、同年10月には冬のイベント「光の大国」の目玉として「光と噴水と音楽のショー『ウォーターマジック』」「光と音楽の運河パレードショー」を新たに開始した。

そのほか、2018年5月「変なホテルハウステンボス」内に無人コンビニエンスストア「スマート・コンビニ」、同年7月に世界初のロボットたこ焼き店「OctoChef（オクトシェフ）」が相次いでオープン。さらに、2019年2月には再生可能エネルギーに特化した電力販売「変なエネ」の開始など、物販、レストラン、売電などエネルギー関連の実験的事業が開始された。

＜レゴランド®・ジャパン・リゾート＞

開業から1年が経過したレゴランドでは、2018年4月に「見て、さわって、学んで」体験できる水族館「シーライフ名古屋」、「レゴランド®・ジャパン・ホテル」が隣接地に相次いでオープン。レゴランド®・ジャパンと合わせて「レゴランド®・ジャパン・リゾート」としてグランドオープンとなった。2019年7月には初のパーク拡張でもある新エリア「レゴ®ニンジャゴー・ワールド」をオープンした。

料金体系では、愛知県・岐阜県・三重県・静岡県の東海地方在住者限定の「ホームタウン1DAYパスポート」の発売（期間限定）や、繁忙期と閑散期に合わせた価格設定（ダイナミックプライシング）を導入したパスポートの一新などを行っている。

(2) 集客交流施設の整備動向（表Ⅲ-4-1-3）

●テーマパーク

＜メッツァ・ムーミンバレーパーク＞

2019年3月に「ムーミンバレーパーク」がオープンした。同施設はムーミンの世界観を再現した常設施設としては世界初のテーマパークであり、2018年11月に先行オープンした「メッツァビレッジ」（メッツァはフィンランド語で「森」の意）と合わせ、「メッツァ」としてグランドオープンした。人口湖である宮沢湖畔を囲むように無料ゾーンである「メッツァビレッジ」と有料ゾーンである「ムーミンバレーパーク」が配置され、年間100万人の入場者目標に対し、2019年7月に早くも100万人の来場を達成した。

地方創生を強く意識した運営もなされ、運営会社である（株）ムーミン物語は埼玉県、飯能市、大学など教育機関、地域組織などと地方創生に関する協定や協力関係を構築し、「メッツァビレッジ」には北欧雑貨類・飲食店とともに地元埼玉県や飯能市の産品・飲食が提供されている。さらに、同施設を誘致した飯能市でもふるさと納税として「ムーミン基金」を開設し、施設周辺の交通インフラ整備、市内の観光地との連携強化など、観光地として魅力のあるまちづくりに活用するとしている。

●複合施設

＜渋谷ストリーム＞

東京急行電鉄株式会社を中心に実施される、渋谷駅周辺地区における再開発事業のひとつ、旧東横線渋谷駅のホーム及び線路跡地を利用した「旧渋谷駅南街区プロジェクト」における大規模複合施設。地上35階、地下4階に渋谷エリア最大級の面積となるオフィス、30店舗が出店する商業ゾーン、177室のホテル、約700名収容のホールなどからなる。近接する複合施設「渋谷ブリッジ」、官民連携による渋谷川再生、遊歩道整備などと連携し、渋谷駅南側エリアの魅力を高める施設として期待される。

＜日本橋室町三井タワー＞

三井不動産株式会社が進める「日本橋再生計画第2ステージ」の旗艦プロジェクト「日本橋室町三井タワー」が2019年3月に竣工した。延床面積約168,000㎡、地上26階、地下3階建ての大規模複合ビルで、オフィス、商業、大規模大屋根広場、ホール&カンファレンス、テナント企業向け会員制施設（ラウンジ、貸会議室、フィットネスなど）によって構成され、日本橋エリアの核を北へ広げる、神田駅、東京駅エリアと日本橋をつなぐ新たな拠点と位置づけられる。また、エリア全体で環境性能と都市防災力を強化するなど、日本初の都心型スマートシティ実現を企図し、日本初の既存物件を含む開発区域外周辺エリアへの電気、熱を供給するエネルギー供給プラントが整備された。

＜なんばスカイオ＞

南海電気鉄道株式会社が旧南海会館ビル跡地に建設した地上31階、地下2階の複合高層ビル。難波駅周辺エリアのにぎわい創出や南北方向の回遊性強化を図ること目指した「南海ターミナルビル」を中心とした「なんばターミナル再生計画」の基幹プロジェクト。大規模オフィス、商業施設、ホテル以外にも、関西国際空港に直結する玄関口・国際交流拠点として、都市型コンベンションホール、米国発のシェアリングオフィス、海外からの医療ツーリズム対応も見据えた先端・予防医療に対応した大型クリニックなどが整備されている。

●その他

＜豊洲市場＞

2018年10月、築地市場から83年ぶりに移転した豊洲市場は水産・青果などの卸売以外にも見学通路・デッキ・ギャラリーや飲食・物販店舗、近隣公園と一体的に整備された屋上緑化広場など、訪日外国人観光客を含めた観光客などによる地域のにぎわいを創出する役割も担う施設として整備された。

2023年開業を目標とする千客万来施設整備事業（万葉倶楽部株式会社）では、江戸の街並みを再現したオープンモール、温泉・ホテルなどが計画されている。また、開業までの期間には事業用地を活用した「豊洲市場Oishii（おいしい）土曜マルシェ」など、賑わい創出イベントが実施されている。

＜クールジャパンパーク大阪＞

2019年2月、大阪城公園に劇場型文化集客施設「COOL JAPAN PARK OSAKA（クールジャパンパーク大阪）が開業した。大阪城公園は2015年から民間事業者による公園全体の総合的・戦略的一体管理を行うパークマネジメント事業（PMO事業）に取り組んでおり、同施設はそのひとつとして「クールジャパンパーク大阪株式会社」が運営する。同社は訪日外国人観光客を対象としたツアーの形成やアジア各国での販売・告知の強化、ナイトエンタテインメントの提供、多言語化対応などによるインバウンド消費拡大や将来のエンタテインメント産業を担う人材の育成など、多角的な運営を担う。

（中野　文彦）

表Ⅲ-4-1-3　2018年度にオープンあるいはリニューアルなどを行った主な集客交流施設

施設名	所在地	整備主体	事業費（約）	開設日	施設内容
高知県立坂本龍馬記念館	高知県 高知市	公益財団法人高知県文化財団	26億円	2018.4	本館を改修、新館増築し、リニューアルオープン。本館は「龍馬と遊ぶ」をテーマに体験や動画等による親しみやすい展示、新館は「龍馬と心通わす」をテーマに常設・企画展示が中心。
未病バレー「ビオトピア」	神奈川県 大井町	株式会社ブルックスホールディングス	非公表	2018.4	「県西地域活性化プロジェクト」に基づく「未病の戦略的エリア」の拠点施設。未病（病気未満）をテーマに森林セラピー、ワークショップ、レストラン・ショップ、キャンプ・BBQ、イベント施設等が整備された体験型施設。
阪神梅田本店	大阪府 大阪市	株式会社阪急阪神百貨店	530億円	2018.6	建替工事中である阪神梅田本店の第Ⅰ期棟が先行オープン（グランドオープンは2021年秋予定）。地上9階、地下1階、売り場面積は2.7万㎡。
森ビル デジタルアートミュージアム：エプソン チームラボ ボーダレス	東京都 江東区	森ビル・チームラボ有限責任事業組合	非公表	2018.6	お台場の複合商業施設「パレットタウン」敷地内に、世界最大規模となるデジタルアートミュージアムとしてオープン。開業から1年で230万人の入場者。半数は訪日外国人。
上越市立水族博物館うみがたり	新潟県 上越市	株式会社横浜八景島	113億円	2018.6	上越市立水族博物館の老朽化に伴う移転・新築。飼育数世界一のマゼランペンギンのほか、日本海と水槽が一体となって見える「日本海テラス」の夕日等地域性を重視した設計。
LOGOS LAND	京都府 城陽市	株式会社ロゴスコーポレーション	3.4億円	2018.6	市営宿泊施設「アイリスイン城陽」の老朽化による再生を目指し、総合アウトドアレジャー施設としてオープン。第一期として全天候型キャンプスタイル対応のホテルやアウトドア料理レストラン等、第二期は2019年春以降予定でショップ、カフェ、BBQスペースやグランピング等を展開予定。
鉄道博物館新館	埼玉県 さいたま市	公益財団法人東日本鉄道文化財団	83億円	2018.7	2017年から進められた全館リニューアルの集大成として新館オープン。「仕事ステーション」のシミュレーターや実物大モックアップ等体験展示が充実。
チームラボプラネッツ TOKYO DMM.com	東京都 江東区	株式会社PLANETS	非公表	2018.7	アートコレクティブ・チームラボによる、巨大な4つの作品空間を中心とした計7つの作品空間による「水に入るミュージアム」。 2020年秋までの限定オープン。
渋谷ストリーム	東京都 渋谷区	東京急行電鉄株式会社	700億円	2018.9	渋谷駅南側エリアである、旧東横線渋谷駅のホーム及び線路跡地等を、官民連携による渋谷川及び水辺空間の再生・整備を含め再開発。
さっぽろ創世スクエア札幌市民交流プラザ	北海道 札幌市	札幌創世1.1.1区北1西1地区市街地再開発組合	780億円	2018,10	大通公園と創成川が交差する札幌中心部「創世1.1.1区（そうせいさんく）」の再開発事業。オペラ公演にも対応可能な札幌文化芸術劇場（hitaru）、札幌文化芸術センター（SCARTS）、ビジネス利用も可能な札幌市図書・情報館、オフィス、商業施設等による複合施設。
豊洲市場	東京都 江東区	東京都	6,000億円	2018,10	水産・青果等の卸売以外にも見学通路・デッキ・ギャラリーや飲食・物販店舗、近隣公園と一体的に整備された屋上緑化広場等、訪日外国人観光客を含めた観光による地域のにぎわいを創出する役割も担う施設として整備。
フライト・オブ・ドリームズ	愛知県 常滑市	中部国際空港株式会社	非公表	2018,10	ボーイング787初号機の展示をメインとした複合商業施設。、9つの体験型コンテンツのうち6つをチームラボがプロデュース。ゲイトウェイとしての空港にディスティネーションとしての機能を付加。
なんばスカイオ	大阪府 大阪市	南海電気鉄道株式会社	440億円	2018,10	旧南海会館ビル跡地に建設した地上31階、地下2階の複合高層ビル。オフィス、商業施設、ホテル、都市型コンベンションホール、シェアリングオフィス、大型クリニック等が整備。
日本平夢テラス	静岡県 静岡市	ASC日本平グループ	17億円	2018,11	富士山、清水港等のパノラマビューを楽しむ展望施設。株式会社 隈研吾建築都市設計事務所による、県産木材をふんだんに使った設計。
メッツァビレッジ	埼玉県 飯能市	株式会社ムーミン物語	150億円（ムーミンバレーパーク含む）	2018,11	「ムーミンバレーパーク」に先行してオープンした入場無料の商業ゾーン。北欧のライフスタイル体験、地元食材を用いた飲食店や特産品の購入もできる。
犬吠テラステラス	千葉県 銚子市	株式会社大勝	3億円	2019.1	東日本大震災後に事業停止した宴会場兼土産物店「みさき亭」跡地を改修。マルシェ、展望テラス、カフェ等による犬吠埼地域活性化、観光振興、地域の情報発信拠点。
クールジャパンパーク大阪	大阪府 大阪市	クールジャパンパーク大阪株式会社	非公表	2019.2	大阪城公園に開設した劇場型文化集客施設。キャパシティの異なる３つのホールで様々なジャンルのエンタテインメントの上演を行う。
ムーミンバレーパーク	埼玉県 飯能市	株式会社ムーミン物語	150億円（メッツァビレッジ含む）	2019.3	フィンランドの作家トーベ・ヤンソンの小説と絵本「ムーミン・シリーズ」の世界観を再現したテーマパーク。2018年11月オープンの「メッツァビレッジ」と合わせてグランドオープンとなった。
日本橋室町三井タワー	東京都 中央区	三井不動産株式会社	1,265億円	2019.3	「日本橋再生計画第2ステージ」の旗艦プロジェクト。オフィス、商業、大規模大屋根広場、ホール＆カンファレンス、テナント企業向け会員制施設（ラウンジ、貸会議室、フィットネス等）によって構成される。

資料：新聞・雑誌記事及び各種資料により（公財）日本交通公社作成

2 MICE

国際会議開催件数は3,313件で前年比6.2%増
東京の国際会議開催件数は
アジア・オセアニア・中近東地域で4位に
IR推進法施行令が公布

※MICE：企業などの会議（Meeting）、企業などの行う報奨・研修旅行（Incentive Travel）、国際機関・団体・学会などが行う会議（Convention）、展示会・見本市／イベント（Exhibition/Event）の頭文字。概念としては外国人参加者の有無は問わない。

(1) MICEの現況

①ミーティング（M）、インセンティブ（I）の現況

ミーティング、インセンティブ分野は、統計データも未整備であり、各分野の全体的な現況把握は困難である。そこで、各都市のコンベンションビューローなどによる発表や事業報告などにみられる、日本へのインセンティブ旅行の実施例を整理する。

札幌には、2019年1月に韓国の卸売会社から700名がインセンティブツアーで訪れ、地元のジュニアジャズスクールによるディナーイベントのオープニングアクトなどの歓迎が行われた。

名古屋には、2019年3月にフィリピンの保険会社から約1,000名がインセンティブツアーで訪れ、2泊3日の名古屋観光の中でのガラディナーで、津軽三味線&和太鼓の演奏などの歓迎が行われた。

大阪、兵庫には、2018年4月にタイの製鉄会社から95名がインセンティブツアーで訪れた。同ツアーは関西国際空港に到着後、神戸～淡路～姫路～豊岡～姫路を周遊し、大阪に戻る6泊7日の行程であった。出石皿そばの昼食や出石城下町散策などが行われた豊岡には、2019年2月にもタイのホームセンター経営会社から64名がインセンティブツアーで訪れた。同ツアーは2泊3日で城崎を訪れ、半数が城崎の旅館に2泊、半数が城崎と神鍋高原の民宿に1泊ずつ宿泊するスタイルで、特に神鍋高原では、旅館やホテルとは異なる家庭的なおもてなしや、タイでは体験することができない雪遊びを楽しんだ。

そのほか、大阪には香港の保険会社から160名、神戸には香港の製薬会社から80名、沖縄にはベトナムの不動産などの会社から288名のインセンティブツアーがそれぞれ訪れた。

②コンベンション（C）の現況

コンベンション分野は、国際会議の統計データが整備されているため、このデータをもとに現況を整理する（国内会議〔外国人参加者数が基準に満たない会議など〕の統計データは未整備）。

●国際会議の開催件数、参加者数の状況

日本政府観光局（JNTO）の国際会議選定基準に基づき集計された、2017年に我が国で開催された国際会議（2018年数値は未発表）の件数は3,313件（前年比6.2%、192件増）、参加者総数は1,725,927人（前年比7.3%、136,579人減）となった。参加者数の内訳は、国内参加者が1,539,279人（全体の89.2%）、外国人参加者が186,648人（同10.8%）であり、外国人参加者の構成比が昨年より0.8ポイント減少した（表Ⅲ-4-2-1）。

月別では、件数では11月が446件で最も多く、参加者数では9月が214,523人で最も多かった。時期としては秋（9～11月）の開催が多く、この3カ月で件数、参加者数とも35～36%を占めている（表Ⅲ-4-2-2）。

表Ⅲ-4-2-1　国際会議の開催件数・参加者数の推移

	開催件数（件）	参加人数（人）				
		総数	うち国内	構成比（%）	うち外国人	構成比（%）
2013年	2,427	1,428,592	1,292,039	90.4	136,553	9.6
2014年	2,590	1,995,336	1,816,603	91.0	178,733	9.0
2015年	2,847	1,766,798	1,591,765	90.1	175,033	9.9
2016年	3,121	1,862,506	1,646,380	88.4	216,126	11.6
2017年	3,313	1,725,927	1,539,279	89.2	186,648	10.8

資料：日本政府観光局（JNTO）「国際会議統計」をもとに（公財）日本交通公社作成
（注）2016年の総数、外国人参加者数は出典元の訂正を反映

表Ⅲ-4-2-2　月別の国際会議開催件数・参加者数（2017年）

	件数（件）	構成比（%）	前年差（ポイント）	参加人数（人）	構成比（%）	前年差（ポイント）
1月	164	5.0	△1.0	43,413	2.5	△1.2
2月	239	7.2	0.6	84,912	4.9	0.0
3月	338	10.2	0.6	155,663	9.0	0.7
4月	159	4.8	0.3	143,509	8.3	△0.7
5月	224	6.8	△0.3	166,462	9.6	△1.1
6月	270	8.1	△0.4	199,733	11.6	0.4
7月	281	8.5	△0.9	152,474	8.8	1.9
8月	241	7.3	1.0	83,475	4.8	0.6
9月	368	11.1	0.2	214,523	12.4	0.7
10月	354	10.7	△2.0	208,697	12.1	△0.1
11月	446	13.5	1.7	191,521	11.1	△0.3
12月	229	6.9	0.1	81,545	4.7	△0.8
合計	3,313	100.0	－	1,725,927	100.0	－

資料：日本政府観光局（JNTO）「国際会議統計」をもとに（公財）日本交通公社作成
（注）構成比は四捨五入により合計100%にならない場合がある

●分野別、規模別の国際会議開催状況

分野別では、「科学・技術・自然」が1,415件（全体の42.7%）で、昨年までと同様他分野と比較して非常に多い。以下「医学」（589件、全体の17.8%）、「芸術・文化・教育」（396件、同12.0%）と続く。構成比の前年比較では「社会」が2.0ポイントと大きく増加している。その他では「芸術・文化・教育」が0.9ポイント増加している。一方で減少が大きかったのは、「科学・技術・自然」（3.0ポイント減）、「社交・親善」（0.9ポイント減）、「医学」（0.8ポイント減）であった。

規模別では、「100人未満」が最も多く1,170件、次いで「100～199人」が859件で、これら200人未満の規模の国際会議で全体の61.2%を占めている。前年の同構成比は57.7%であり、昨年からは3.5ポイント増加している。構成比の前年差を

みると、増加しているのは「100人未満」の3.7ポイント増、及び「1,000～1,999人」の0.8ポイント増のみとなっている（表Ⅲ-4-2-3）。

国際会議の規模と外国人参加者数の関係をみると、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350件（前年比18.6%、80件減）、外国人参加者数は108,851人（前年比23.5%、33,469人減）であった。（表Ⅲ-4-2-4）。

●都市別の国際会議開催状況

都市別の開催件数は、東京（23区）が608件と昨年同様最も多いが、2位は神戸市の405件で、昨年の4位からランクアップした。3位は京都市の306件で、昨年から28件増加したものの順位は変動しなかった。以下、4位に福岡市（296件）、5位に名古屋市（183件）と続き、上位10都市の顔ぶれに変化はなかった。参加者数でみると、東京（23区）が260,624人と件数同様最も多かった（表Ⅲ-4-2-5）。

●会場別の国際会議開催状況

会場別では、神戸大学が196件と最も多く、昨年の5位から大きくランクアップした。2位は京都大学の154件で、昨年の3位（117件）から1ランクアップした。以下、3位に名古屋大学（119件）、4位に九州大学（109件）、5位にパシフィコ横浜（100件）と続く。

参加者数は昨年同様パシフィコ横浜が220,029人と最も多いが、昨年の283,564人から約6万人強の減少となった。2位は幕張メッセで108,166人、3位は福岡国際会議場で76,246人となっている。開催件数では上位10会場のうち大学・研究機関が9つを占めるが、参加者数では上位10会場のうち神戸ポートピアホテル以外の9つが会議場施設であり、大学・研究機関では小規模の国際会議が、会議場施設では中・大型の国際会議が多く開かれていることが窺える（表Ⅲ-4-2-6）。

●国際的にみた日本のコンベンションの開催状況

ICCA（国際会議協会：International Congress and Convention Association）が発表した、2018年に世界で開催された国際会議数の統計によれば、世界全体の開催数は12,937件（前年比379件増）であった。このうち日本での開催

表Ⅲ-4-2-3　分野別・規模別の国際会議開催件数

（分野別）

	2017年		
	件数（件）	構成比（%）	前年差（ポイント）
政治・経済・法律	361	10.9	0.7
科学・技術・自然	1,415	42.7	△3.0
医学	589	17.8	△0.8
産業	124	3.7	△0.1
芸術・文化・教育	396	12.0	0.9
社会	260	7.9	2.0
運輸・観光	34	1.0	0.6
社交・親善	46	1.4	△0.9
宗教	9	0.3	△0.0
スポーツ	29	0.9	0.3
その他	50	1.5	0.2
合計	3,313	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）

	2017年		
	件数（件）	構成比（%）	前年差（ポイント）
100人未満	1,170	35.3	3.7
100～199人	859	25.9	△0.1
200～299人	380	11.5	△1.0
300～399人	181	5.5	△1.0
400～499人	109	3.3	△0.4
500～999人	240	7.2	△1.2
1,000～1,999人	178	5.4	0.8
2,000人以上	196	5.9	△0.6
合計	3,313	100.0	–

資料：両表とも日本政府観光局（JNTO）「国際会議統計」をもとに（公財）日本交通公社作成

表Ⅲ-4-2-4　中・大型国際会議の外国人参加者数

	開催件数（件）			外国人参加者数（人）		
	総数	うち中・大型国際会議	構成比（%）	総数	うち中・大型国際会議	構成比（%）
2013年	2,427	350	14.4	136,553	82,307	60.3
2014年	2,590	377	14.6	178,733	117,031	65.5
2015年	2,847	406	14.3	175,033	111,171	63.5
2016年	3,121	430	13.8	216,126	142,320	65.9
2017年	3,313	350	10.6	186,648	108,851	58.3

※中・大型会議：参加者総数300人以上かつ外国人参加者数が50人以上の会議
資料：日本政府観光局（JNTO）「国際会議統計」をもとに（公財）日本交通公社作成
（注）2016年の総数、外国人参加者数は出典元の訂正を反映

表Ⅲ-4-2-5　都市別の国際会議開催件数

2016年				2017年			
順位（件数）	都市	件数（件）	参加者数（人）	順位（件数）	都市	件数（件）	参加者数（人）
1	東京（23区）	574	302,269	1	東京（23区）	608	260,624
2	福岡市	383	193,591	2	神戸市	405	106,253
3	京都市	278	202,996	3	京都市	306	140,253
4	神戸市	260	101,389	4	福岡市	296	151,029
5	名古屋市	203	99,663	5	名古屋市	183	90,215
6	横浜市	189	313,240	6	横浜市	176	249,414
7	大阪市	180	130,577	7	大阪市	139	101,536
8	仙台市	115	92,141	8	北九州市	134	40,031
8	札幌市	115	63,183	9	仙台市	120	83,035
10	北九州市	105	43,941	10	札幌市	116	53,513

（注）2016年の横浜市の参加者数は出典元の訂正を反映

資料：日本政府観光局（JNTO）「国際会議統計」をもとに（公財）日本交通公社作成

件数は449件（前年比78件増）であり、昨年の過去最高の開催件数を更新した（※1回限り開催の会議が除外されるなど、前述のJNTOによる統計とは選定基準が異なるため開催件数も異なる）。世界の中での順位としては、昨年同様にアジア・太平洋地域で1位、世界で7位であった。

都市別にみると、アジア・オセアニア・中東地域のトップは昨年までと同様シンガポールで145件（世界第8位）であった。アジア・太平洋地域のトップ10に入ったのは国内では東京（4位）のみで、件数は123件（世界13位）であった。2018年は開催件数100件を超える都市がシンガポール、バンコク、香港、東京、ソウル、台北の6つであり、バンコクが昨年から25件増加し順位を2つ上げた。一方、ソウルは昨年から20件減少し順位を3つ下げた。（表Ⅲ-4-2-7）。

③エキシビション（E）の現況

●展示会の開催件数・出展小間数・参加者数の状況

2018年に我が国で開催された展示会の件数は763件（前年比2.4%、18件増）であった。また、出展者数122,551社・団体（前年比3.1%、3,881社・団体減）、出展小間数149,175小間（前年比14.1%、24,396小間減）、来場者数13,309,251人（前年比8.0%、1,158,562人減）と、開催件数以外は前年を下回った。2018年は隔年開催である大型催事「東京モーターショー」（来場者数約77万人）の非開催年であることが来場者数の減少に影響しているものと考えられる。

なお、開催件数以外の減少については、全体の規模縮小ではなく非公開の展示会が増加しているためであり、株式会社ピーオーピーによる推計出展総面積は昨年とほぼ同様の推計値となっていることから、全国における展示会の全体規模の推移は概ね横ばいと考えられる（表Ⅲ-4-2-8）。

月別では、2月が件数（93件）、出展者数（17,218社・団体）で、5月が来場者数（1,788,168人）で、11月が出展小間数（20,981小間）でそれぞれ最も多くなっている。また全ての項目で8月、12月が少ないが、これは本統計が商談性の高い展示会、すなわちビジネスパーソンの来場者が多い展示会を対象としていることが理由と考えられる（表Ⅲ-4-2-9）。

●2018年に開催された主な展示会

2018年に開催された展示会で最も来場者数が多かったのは「東京オートサロン2018」（会場：幕張メッセ）の319,030人で、次いで来場者数が多かったのは「東京ゲームショウ2018」（会場：幕張メッセ）の298,690人であった。

表Ⅲ-4-2-6　会場別の国際会議開催件数・参加者数

（件数）

2016年			2017年		
順位	会場	件数（件）	順位	会場	件数（件）
1	九州大学	162	1	神戸大学	196
2	名古屋大学	128	2	京都大学	154
3	京都大学	117	3	名古屋大学	119
4	パシフィコ横浜	91	4	九州大学	109
5	神戸大学	84	5	パシフィコ横浜	100
6	東京大学	77	6	理化学研究所	88
7	東北大学	72	7	大阪大学	77
8	大阪大学	61	8	東北大学	75
9	大阪府立国際会議場	55	9	東京大学	67
10	理化学研究所	53	10	国際連合大学	64

（注）2016年の横浜市の参加者数は出典元の訂正を反映

（参加者数）

2016年			2017年		
順位	会場	参加者数（人）	順位	会場	参加者数（人）
1	パシフィコ横浜	283,564	1	パシフィコ横浜	220,029
2	国立京都国際会館	142,105	2	幕張メッセ	108,166
3	東京ビッグサイト	95,094	3	福岡国際会議場	76,246
4	大阪府立国際会議場	83,454	4	東京国際フォーラム	70,033
5	福岡国際会議場	67,870	5	国立京都国際会館	69,334
6	仙台国際センター	66,969	6	仙台国際センター	68,339
7	神戸ポートピアホテル	61,558	7	大阪府立国際会議場	67,850
8	神戸国際展示場	58,414	8	名古屋国際会議場	55,462
9	神戸国際会議場	56,955	9	神戸国際会議場	50,521
10	名古屋国際会議場	55,238	10	神戸ポートピアホテル	46,389

資料：両表とも日本政府観光局（JNTO）「国際会議観光統計」をもとに（公財）日本交通公社作成

表Ⅲ-4-2-7　アジア・オセアニア・中東地域の都市別国際会議開催件数（順位上位の都市）

	2016年			2017年			2018年		
順位	都市名	件数（件）	世界順位	都市名	件数（件）	世界順位	都市名	件数（件）	世界順位
1	シンガポール	151	6	シンガポール	160	6	シンガポール	145	8
2	ソウル	137	10	ソウル	142	10	バンコク	135	10
3	バンコク	121	12	香港	119	13	香港	129	12
4	北京	113	15	バンコク	110	17	東京	123	13
5	香港	99	19	東京	101	18	ソウル	122	15
6	東京	95	21	北京	81	25	台北	100	20
7	台北	83	24	シドニー	76	26	北京	93	22
8	上海	79	25	台北	76	26	シドニー	87	25
9	クアラルンプール	68	32	メルボルン	67	35	上海	82	28
10	シドニー	61	41	クアラルンプール	65	38	クアラルンプール	68	34

資料：日本政府観光局（JNTO）発表資料およびICCA発表資料をもとに（公財）日本交通公社作成

最も出展者数が多かったのは「FOODEX JAPAN 2018-第43回国際食品・飲料展」（会場：幕張メッセ）の3,466社・団体であった。以下、「日本ものづくりワールド2018（会場：東京ビッグサイト／2,522社・団体）、「第86回東京インターナショナル・ギフト・ショー秋2018」（会場：東京ビッグサイト／2,253社・団体）、「第52回スーパーマーケット・トレードショー2018」（会場：幕張メッセ／2,197社・団体）と続く。出展者数が2,000社・団体を超えた展示会が2016年3つ、2017年6つであったが、2018年は4つに減少した。

●第三者認証を取得した展示会

日本では、2012年4月から「展示会データ認証制度」（2017年9月に「展示会統計に係る第三者認証制度」から名称変更）が導入されている。本制度は、展示会の「来場者数」または「来場数」、「出展数」、及び「出展面積」について、展示会統計に係る認証制度のガイドラインで定めた定義と指標に基づき、展示会統計情報に利用可能な展示会として、独立行政法人日本貿易振興機構、大規模展示場連絡会、一般社団法人日本展示会協会を構成員とする日本展示会認証協議会（JECC）が認証するものである。2018年に認証された展示会は15件で、2019年6月末現在では合計85件の展示会が認証を取得している。

(2) MICEをめぐる動き

①国などの動き

●MICE国際競争力強化に向けた方針策定

2018年7月、MICE国際競争力強化委員会の提言が策定され、その中で官民挙げて目指すべきMICE全体目標が「2030年のMICE関連訪日外国人消費相当額：8,000億円（2020年の同相当額：3,000億円）」と示された。また、MICE推進関係府省連絡会議により「関係府省MICE支援アクションプラン2018」も策定された。同プランでは「政府一体となった総力を挙げた取組」、「開催地としての魅力向上支援」、「誘致力の更なる強化」、「関係府省施策におけるMICE活用強化」の4つの考え方をもとに、主要施策が示されている（表Ⅲ-4-2-10）。

表Ⅲ-4-2-8　展示会の開催件数・出展者数・出展小間数・来場者数の推移

	開催件数（件）	前年比（%）	出展者数（社・団体）	前年比（%）	出展小間数（小間）	前年比（%）	来場者数（人）	前年比（%）
2016年	681	△ 1.2	118,732	△ 0.8	127,582	△ 5.2	12,709,814	△ 14.2
2017年	745	9.4	126,432	6.5	173,571	36.0	14,467,813	13.8
2018年	763	2.4	122,551	△ 3.1	149,175	△ 14.1	13,309,251	△ 8.0

資料：（株）ピーオーピー「Event Biz.」をもとに（公財）日本交通公社作成

（注）調査基準
①主催事務局への電話調査もしくはHPによる実数把握が可能なもの　※小間数は非公開のものを除く
②商談性の高い展示会　③一般来場者をターゲットにするイベントにおいても事務局が出展者への営業活動を展開しているもの
④関係者のみの来場者のため数値を公表しない展示会でも聞き取りが可能なもの　⑤企業単独のプライベートショーは除く

表Ⅲ-4-2-9　月別の展示会開催件数・出展者数・出展小間数・来場者数（2018年）

	開催件数（件）	構成比（%）	前年差（ポイント）	出展者数（社・団体）	構成比（%）	前年差（ポイント）	出展小間数（小間）	構成比（%）	前年差（ポイント）	来場者数（人）	構成比（%）	前年差（ポイント）
1月	62	8.1	3.0	9,515	7.8	2.8	10,011	6.7	2.4	954,906	7.2	2.5
2月	93	12.2	1.7	17,218	14.0	1.9	20,583	13.8	△ 1.2	1,730,727	13.0	1.9
3月	40	5.2	△ 0.3	9,895	8.1	△ 0.2	13,512	9.1	0.7	1,310,180	9.8	0.9
4月	89	11.7	△ 0.6	11,444	9.3	1.1	12,231	8.2	0.0	1,317,137	9.9	△ 1.7
5月	80	10.5	1.0	10,259	8.4	△ 3.1	12,647	8.5	△ 1.6	1,788,168	13.4	2.4
6月	67	8.8	△ 1.3	10,429	8.5	△ 0.6	14,900	10.0	△ 3.1	1,035,959	7.8	△ 0.6
7月	69	9.0	△ 0.1	7,781	6.3	0.8	8,046	5.4	2.1	685,368	5.1	1.2
8月	19	2.5	△ 1.0	3,666	3.0	△ 2.8	4,562	3.1	△ 1.9	380,935	2.9	△ 0.6
9月	70	9.2	△ 0.1	10,437	8.5	△ 1.2	13,154	8.8	△ 1.3	1,550,534	11.7	1.6
10月	87	11.4	△ 0.9	14,937	12.2	△ 0.1	14,561	9.8	△ 0.0	1,402,462	10.5	△ 2.1
11月	64	8.4	△ 2.5	12,596	10.3	△ 0.4	20,981	14.1	3.3	837,272	6.3	△ 2.6
12月	23	3.0	1.0	4,374	3.6	1.5	3,987	2.7	0.6	315,603	2.4	△ 1.8
合計	763	100.0	−	122,551	100.0	−	149,175	100.0	−	13,309,251	100.0	−

（注）構成比は四捨五入により合計100%にならない場合がある

資料：（株）ピーオーピー「Event Biz.」をもとに（公財）日本交通公社作成

表Ⅲ-4-2-10　関係府省MICE支援アクションプラン2018の主要施策

(1) 政府横断的な総力を挙げた誘致・開催推進体制の構築	
	○国際会議の誘致に向けた円滑な支援体制の構築 ○MICE推進関係府省連絡会議の活用 ・グローバルMICE都市・都市力強化対策本部を活用した課題の抽出・検討 ・MICE誘致活動実施者に対する利用可能な補助・支援制度（コンベンションビューローによるものを含む）の周知推進 ・文化財及び国立施設のユニークベニュー利用・視察受入先拡充等 ・関係府省連絡会議体制強化 ・MICE相談ワンストップ窓口の役割明確化
(2) 開催地としての魅力向上	
	○国が開催に関わる会議におけるユニークベニューの積極的活用 ○国立施設の円滑な利用に向けた取組
(3) 誘致力の更なる強化	
	○JNTO・JETRO・在外公館等の連携による海外広報強化 ○国際会議の誘致支援に向けた日本学術会議との連携 ○留学生OB人材へのアプローチの強化
(4) 関係府省施策におけるMICE活用強化	
	○展示会分野でのビジネスインバウンド促進 ○農産品輸出促進に向けたMICE活用強化 ○地域の文化・歴史的資源を活用した「地域の魅力向上」を目的とした広報強化 ○「スポーツMICE」の促進
その他個別施策	
	○MICE施設の運営等におけるコンセッション方式の導入促進

資料：同アクションプランをもとに（公財）日本交通公社作成

●コンベンションビューローの機能高度化を支援

観光庁は2018年3月、コンベンションビューローの更なる機能高度化を目的として、グローバルMICE都市とそれ以外の都市のコンベンションビューローのそれぞれを対象とした支援事業の公募を開始した。グローバルMICE推進都市には、「ローカルホストサポーティングスキル強化事業」として、支援対象都市に対して海外の国際協会などの有識者を招聘し、コンベンションビューローなどの海外協会やローカルホストとのネゴシエイト力、コミュニケーション能力強化などの支援を行った。グローバルMICE推進都市以外の都市に「マーケティング機能高度化支援事業」として、支援対象都市に対して海外有識者を派遣し、自都市の地域資源の分析などのトレーニングやコンサルティングなどの支援を行った。

●ユニークベニュー利用促進に向けたモデル事業開始

観光庁は2018年3月、ユニークベニュー開発を促し、ユニークベニューの質の向上を図ることなどを目的とした「ユニークベニュー利用促進に向けた地域連携モデル構築事業」の公募を開始した。同事業は、コンベンションビューロー・自治体を中心に、同一エリア内のMICE推進やユニークベニュー開発を目的に組成された（あるいは組成される見込みの）ネットワーク組織を支援対象とするもので、幅広い関係者が一体となってユニークベニュー開発に取り組む地域を対象とした「モデルイベントの開催（ユニークベニューを利用したMICEイベントの開催、これに付随した効果検証等）」、「ユニークベニュー普及啓発・情報発信（地域の関係者を対象としたセミナーの開催、プロモーションツール作成、マーケティング調査等）」、「事業の実施にあたって必要な会議の開催」、「その他、観光庁が必要と認める事業」に対して支援がなされる。2018年8月、大阪府泉佐野市、群馬県、広島県広島市の3地域が採択された。

●「MICEアンバサダー」に12名を新規認定

JNTOは2018年3月に7名を、同年9月に6名をそれぞれ「MICEアンバサダー」として認定した。MICEアンバサダーとは、国内外に強い影響力を持ち、それぞれの分野の国際会議誘致活動や日本国内における国際会議開催の意義についての普及・啓発活動に加え、会議開催地としての日本の魅力を海外に向けて発信する広報活動に寄与する方々のことである。2013年に観光庁事業として開始されて以来、これまでに計61名が認定された。MICEアンバサダーの活躍により、2018年には、「アジア太平洋てんかん学会（参加予定人数2,600名、うち外国人1,800名）」、「SPIE Astronomical Telescopes + Instrumentation 2020（参加予定人数2,300名、うち外国人2,000名）」、「世界カイロプラクティック連合世界大会（参加予定人数1,000名、うち外国人500名）」、「IEEE原子核科学シンポジウムと医用イメージングに関する国際会議（参加予定人数2,200名、うち外国人1,850名）」、「世界計算力学会議（参加予定人数3,500名、うち外国人2,500名）」、「第20回システムバイオロジー国際会議（参加予定人数600名、うち外国人300名）」、「第60回IEEE国際応用磁気会議（参加予定人数1,500名、うち外国人500名）」、「第24回国際マイコプラズマ学会（参加予定人数800名、うち外国人500名）」といった大型会議の日本への誘致が成功した。

●「JAPAN Best Incentive Travel Awards」受賞案件3件を決定

JNTOは2016年度より、日本を訪れるインセンティブツアーの表彰制度「JAPAN Incentive Travel Awards」をスタートしており、第3回となる2018年度は世界各国からの応募総数79件（2017年度に実施された100人泊以上の旅行が条件）の中から3件が決定した。大賞となった「粉雪舞う 東北函館」は、自動車メーカーの販売成績優秀者を対象としたツアーで、冬の東北・北海道の良さを参加者が心ゆくまで満喫できるプログラムにより、地域・参加者の双方にとって効果的であったことなどが評価された。また、「Tungaloy India Pvt. Ltd.」は、インド発の斬新なコースであることが、「TOP ACHIEVERS OKINAWA TOUR 2017」は、都市プラスリゾートといった今後日本が誘致したいインセンティブ旅行の好事例であることなどがそれぞれ評価された（表Ⅲ-4-2-11）。

表Ⅲ-4-2-11 「JAPAN Best Incentive Travel Awards 2018」受賞案件の概要

大賞	
受賞者	康福旅行社（可楽旅遊）（台湾）
イベント名	粉雪舞う 東北函館
旅程概要	（5日間495名） （台湾）～仙台～蔵王～八幡平～十和田～奥入瀬～函館～（台湾）
企画賞	
受賞者	Kulin Kumar Holidays Pvt. Ltd.（インド）
イベント名	Tungaloy India Pvt. Ltd.
旅程概要	（8日間53名） （インド）～東京～富士山～東京～いわき市（※本社訪問、2泊）～軽井沢～立山～東京～（インド）
貢献賞	
受賞者	JTB Australia Pty Ltd（オーストラリア）
イベント名	TOP ACHIEVERS OKINAWA TOUR 2017
旅程概要	（10日間 67名） （オーストラリア）～東京（2泊）～沖縄（5泊）～東京～（オーストラリア）

資料：JNTO発表資料より（公財）日本交通公社作成

●第1回「MICE開催地・日本の魅力フォト・動画コンテスト」が開催

JNTOは、MICE開催地としての日本の魅力の発信を目的に、「知のネットワーク部門（日本に世界をリードする学術や産業の知識と人材が集まり、『New idea』が生まれる様子が表現された作品）」、「ユニークな文化部門（日本の生活習慣や文化、地域の多様性によって感性や知性が刺激され、新しい発想や視点「New idea」が生まれることが表現された作品）」、「プロフェッショナルなおもてなし部門（日本の長年の経験やホスピタリティ精神が表現された作品。また、日本各地における治安の良さや街や施設の清潔さが表現された作品）」のフォト3部門と、「動画部門（フォト3部門のうち1つ以上を表した作品）」の計4部門を対象としたフォト・動画コンテストを開催した。2019年2月に応募総数1,227作品から最優秀賞「大分県杵築市奈多八幡宮（佐藤珠華氏）」をはじめ、各部門優秀賞が発表され、結果発表ページで公表されるとともに、表彰式がIME2019（第28回国際MICEエキスポ）において行われた。

②業界（企業）等の動き

●イベント消費規模は17兆3,510億円に

2019年6月、一般社団法人日本イベント産業振興協会（JACE）は、2018年（1月～12月）におけるイベント消費規模が17兆3,510億円（推計値。前年比4.2%増）だったと発表した。この推計値は、イベントに関する各フェーズでの支出（イベントに出発する前の支出、会場までの往復交通費、宿泊費、イベント会場での支出、イベント会場への往復途中や会場外での支出、イベント後の支出）を合わせた数字である。

カテゴリー別にみると、最も消費規模が大きいのは「興業イベント」の6兆2,673億円（前年比10.3%増）で、以下、「フェスティバル」（2兆8,048億円、前年比6.7%増）、「文化イベント」（2兆5,171億円、前年比1.2%増）、「会議イベント」（2兆3,069億円、前年比3.0%減）、「スポーツイベント」（1兆6,325億円、前年比4.1%増）、「見本市・展示会」（1兆3,402億円、前年比1.6%減）、「販促イベント」（4,585億円、前年比0.8%増）、「博覧会」（237億円、前年比62.9%減）であった。

●「VISIT JAPAN トラベル&MICEマート2018」の開催

2018年9月20日～22日、東京ビッグサイトで日本最大のインバウンド商談会「VISIT JAPAN トラベル&MICEマート2018（VJTM2018）」が開催された。例年同様、同時期に開催される「ツーリズムEXPOジャパン」と連携して開催され、商談会には海外バイヤー324社、海外MICEバイヤー29社、国内MICEセラー30社・団体などが参加した。商談会のほかにも、交流会やファムトリップなどが開催された。

●「UFI Asia-Pacific Conference 2019」の開催

2019年3月14～15日、UFI（The Global Association of the Exhibition Industry：国際見本市連盟）は株式会社東京ビッグサイトと共催で、「UFI Asia-Pacific Conference 2019」を日本で初開催した。同会議は、世界各国のUFI会員及び展示会産業関係者を対象にアジア太平洋地域で毎年開催されており、展示会産業の課題、最新の動向などについて情報・意見を交換し、業界関係者とのネットワーキングを形成する場となっている。東京ビッグサイトで開催された今回の会議は、「FACING THE FUTURE」をテーマに、日本、シンガポール、イギリス、中国、アメリカなどからのスピーカーが、各国の展示会の状況やデジタルの発展による展示会への影響などについて講演・議論を行った。

③各都市での動き

●MICE施設の整備が各都市で進む

高崎では2020年春の開業に向け「Gメッセ群馬」（屋内外展示スペース3万㎡）の建設が進められているが、2018年12月、シンボルマークを含むロゴマークが決定した。シンボルマークはしなやかに織られた絹織物をモチーフとし、Gメッセ群馬が世界につながるゲートや交流拠点として変化を遂げながら、発展していく様子が表現されている。

宇都宮では2019年1月、宇都宮駅東口地区整備事業に係る事業契約について、施設の整備・所有を担う「うつのみやシンフォニー」の構成員13社と事業契約を締結した。今後、2022年8月予定のまちびらき（コンベンション施設などの供用開始）に向け事業が推進される。

東京では、2020年9月にリニューアルオープン予定で都立産業貿易センター浜松町館（貸展示室4室（約1,530㎡/室、合計約6,120㎡）のほか、貸会議室3室）の整備が進められており、2019年3月下旬より利用申込受付が開始された。

愛知では、国際空港直結の展示場である愛知県国際展示場の整備が進められており、2018年9月には愛称「Aichi Sky Expo（アイチ スカイ エキスポ）」及びロゴマークが決定した。同愛称は展示場が国際空港に直結し、海外との交流拠点となることが期待されることから、海外の方にも分かりやすい英語表記とし、将来に向かって羽ばたいていくイメージを持ってもらえるよう「Sky」を採用するとともに、展示会の意味として国際

的にも浸透し海外の展示場の名称にも事例がある「Expo」を採用している。同施設は2019年8月30日の開業予定である。

京都では、2018年9月に国立京都国際会館ニューホールが完成、竣工した。同ホールは2,000㎡の多目的ホールで、隣接する既存のイベントホール（3,000㎡）との同時利用で4,000名規模の大型催事が1つのゾーンで開催可能となった。

大阪では、2019年2月に「大阪IR基本構想（案）」が取りまとめられ、その中でMICE関連の施設は、国際会議場が12,000人対応、展示場が10万㎡、宿泊施設が3,000室とされた。

福岡では、2018年9月に福岡市第2期展示場など整備事業の事業者公募の落札者を、株式会社九電工を代表とするグループに決定した。同事業では約5,000㎡の展示室、約1,000㎡のホワイエのほか会議室などを備えた第2期展示場に加え、地上5階建、駐車台数約800台の立体駐車場が整備される。2020年5月に立体駐車場が、2021年4月に第2期展示場がそれぞれ供用開始予定となっている。

●北海道胆振東部地震を受け札幌国際プラザが災害多言語支援センターを設置

札幌国際プラザは2013年から札幌市と「災害多言語支援センター設営・運営に関する協定」を締結しており、やさしい日本語と多言語による災害情報発信、外国人の相談対応窓口、避難所巡回による外国人の情報把握ほか外国人支援に必要なことを行うこととされている。この協定に基づき、2018年9月に北海道胆振東部地震が発生した際、災害多言語支援センターとして宿泊できる場所や避難所、空路・鉄路の復旧再開の状況、千歳空港へのアクセス・道内移動などの交通手段などの問合せに対応するなどの活動を行った。

●パシフィコ横浜でのMICE開催による経済波及効果を調査

パシフィコ横浜は2017年度に開催されたMICEによる経済波及効果測定調査を実施し、その結果を2019年3月に発表した。MICEによる全国への経済波及効果は約2,310億円と前回（2012年度）調査より約12%の増加となった一方、横浜市への経済波及効果は約860億円と前回調査より約2%の減少となった。この減少は、分析に2011年産業連関表（確報）を用いていることから東日本大震災の影響や、市内ホテルの高稼働に起因すると思われるMICE参加者の宿泊率低下などが要因と想定されている。また、横浜市民が感じる「パシフィコ横浜の価値（同施設が市内に存在することで、市民が時間をかけて市外まで出かけずに、低コストで高頻度に様々なMICEに参加できるという価値）」は約42億円と前回調査より約20%増加となった。

●国立京都国際会館で紙ストローの提供を開始

国立京都国際会館では、2019年5月より施設内レストランにおいて再利用が困難なプラスチック製ストローの使用をやめ、紙製のストローの提供を始めた。これは、同施設が1997年に「地球温暖化防止京都会議（COP3）」が開催され「京都議定書」が誕生した地であることをはじめ、多くの地球環境に関連する会議の舞台となったこと、また京都市が全国市区・サステナブル度・SDGs先進度調査（日本経済新聞社）において全国1位となっていることなどを背景としている。

(3) IRをめぐる動き

●IR推進法施行令が公布、各地で議論活発に

ホテルやテーマパーク、劇場、ショッピング・グルメモール、MICE施設などにカジノを含んだ複合施設である統合型リゾート（Integrated Resort：IR）推進の目的や基本方針を定めた「特定複合観光施設区域の整備の推進に関する法律（以下、IR推進法）」が2016年12月成立、2018年7月に公布されたことを受け、「特定複合観光施設区域整備法施行令」が2019年3月、閣議決定された。同施行令では、国際会議場施設及び展示など施設をはじめ、国内における観光旅行の促進に資する施設、宿泊施設の各基準や、我が国の観光の魅力の増進に資する施設の要件、専らカジノ行為の用に供される部分の床面積の上限などが示された（表Ⅲ-4-2-12）。

また、2018年7月に国や自治体が公営ギャンブルやパチンコを対象として依存症対策に努め、事業者がそれに協力することなどが明記された「ギャンブル等依存症対策基本法案」が成立したことを受け、2019年4月に「ギャンブル等依存症対策推進基本計画」が閣議決定された。同計画では、競馬や競輪などの公営ギャンブルやパチンコの事業者などにおける取り組みとして、広告宣伝に関する指針の作成や、施設内の現金自動預払機（ATM）撤去や顔認証システムによる依存症患者の入場制限の検討などが示された。

特定複合観光施設区域整備法（IR整備法）では、認定区域の上限は3となっており、2019年7月末時点では、苫小牧市、横浜市、千葉市、大阪府・大阪市、和歌山県、長崎県などで議論が活発になっている。

表Ⅲ-4-2-12　特定複合観光施設区域整備法施行令のポイント

国際会議場施設の基準	・主として国際会議の用に供する室のうち、最大の室の収容人員（最大国際会議室収容人員）が概ね1,000人以上。 ・かつ、主として国際会議の用に供する全ての室の収容人員の合計が、最大国際会議収容人員の2倍以上。
展示等施設の基準	・最大国際会議室収容人員の区分に応じ、主として展示会、見本市その他の催しの用に供する全ての室の床面積の合計がそれぞれ以下の面積以上。 （概ね1,000人以上～3,000人未満）概ね12万㎡ （概ね3,000人以上～6,000人未満）概ね6万㎡ （概ね6,000人以上）概ね2万㎡
国内における観光旅行の促進に資する施設の基準	・適切な規模の対面による情報提供及びサービスの手配のための設備、並びに適当な規模の待合用の設備を有すること。 ・観光案内や旅客の運送、予約、料金支払等の業務を行う機能を有し、これらを複数の外国語で行うことができること。
宿泊施設の基準	・全ての客室の床面積の合計が概ね10万㎡以上であること。 ・以下の事項が、国内外の宿泊施設における客室の実情を踏まえ、利用者の需要の高度化及び多様化を勘案して適切なものであること。 －客室のうち最小のものの床面積 －独立的に区画されたそれぞれ一以上の居間及び寝室を有する客室（スイートルーム）のうち最小のものの床面積 －客室の総数に占めるスイートルームの割合
我が国の観光の魅力の増進に資する施設の要件	・劇場、演芸場、音楽堂、競技場、映画館、博物館、美術館、レストランその他の施設
専らカジノ行為の用に供される部分の床面積の上限	・特定複合観光施設の床面積の合計の3%。

資料：「特定複合観光施設区域整備法施行令」より（公財）日本交通公社作成

（守屋邦彦）

第Ⅳ編 観光地

都道府県別延べ宿泊者数およびうち外国人延べ宿泊者数（2018年と2017年の比較）…… 138

Ⅳ-１ 北海道 …… 139

⑴平成30年北海道胆振東部地震の発生 ⑵都道府県レベルの旅行者動向 ⑶観光地の主要な動き ⑷市町村の動き

Ⅳ-２ 東北 …… 143

⑴都道府県レベルの旅行者動向 ⑵観光地の主要な動き

Ⅳ-３ 関東 …… 147

⑴都道府県レベルの旅行者動向 ⑵観光地の主要な動き

Ⅳ-４ 中部 …… 151

⑴都道府県レベルの旅行者動向 ⑵観光地の主要な動き

Ⅳ-５ 近畿 …… 155

⑴都道府県レベルの旅行者動向 ⑵観光地の主要な動き

Ⅳ-６ 中国・四国 …… 159

⑴都道府県レベルの旅行者動向 ⑵観光地の主要な動き

Ⅳ-７ 九州 …… 162

⑴都道府県レベルの旅行者動向 ⑵観光地の主要な動き

Ⅳ-８ 沖縄 …… 166

⑴都道府県レベルの旅行者動向 ⑵観光地の主要な動き ⑶訪日客増加による県民生活への影響

Ⅳ-９ 自然 …… 169

1.自然公園法に基づく公園に関する動向 2.エコツーリズム推進法に基づく動向 3.世界自然遺産の動向 4.その他

Ⅳ-10 歴史・文化 …… 173

1.文化財保護法に基づく動向 2.文化財活用に向けた動向 3.世界文化遺産、ユネスコ無形文化遺産に関する動向

Ⅳ-11 温泉 …… 180

1.温泉地利用状況 2.温泉地活性化に向けた動向 3.国民保養温泉地に関する動向 4.温泉に関する評価 5.その他の動向

地域区分（北海道、沖縄県を除く）は以下のとおりです。

東　　北：青森県、岩手県、宮城県、秋田県、山形県、福島県
関　　東：茨城県、栃木県、群馬県、埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、山梨県、新潟県
中　　部：富山県、石川県、福井県、長野県、岐阜県、静岡県、愛知県、三重県
近　　畿：滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県、和歌山県
中国・四国：鳥取県、島根県、岡山県、広島県、山口県、徳島県、香川県、愛媛県、高知県
九　　州：福岡県、佐賀県、長崎県、熊本県、大分県、宮崎県、鹿児島県

都道府県別延べ宿泊者数およびうち外国人延べ宿泊者数（2018年と2017年の比較）

各都道府県の延べ宿泊者数および外国人延べ宿泊者数の経年推移については、地域ごとのグラフを参照。

都道府県名		2017	2018	（前年比）
北海道	延べ宿泊者数	35,556,950	35,308,590	△0.7%
	うち外国人延べ宿泊者数	7,702,470	8,335,030	8.2%
都道府県名		**2017**	**2018**	**（前年比）**
青森県	延べ宿泊者数	4,624,260	5,058,910	9.4%
	うち外国人延べ宿泊者数	260,330	349,050	34.1%
岩手県	延べ宿泊者数	6,075,910	6,098,790	0.4%
	うち外国人延べ宿泊者数	187,930	258,920	37.8%
宮城県	延べ宿泊者数	9,980,830	10,405,390	4.3%
	うち外国人延べ宿泊者数	264,470	402,110	52.0%
秋田県	延べ宿泊者数	3,346,180	3,505,130	4.8%
	うち外国人延べ宿泊者数	104,660	123,430	17.9%
山形県	延べ宿泊者数	5,242,180	5,431,360	3.6%
	うち外国人延べ宿泊者数	117,860	163,460	38.7%
福島県	延べ宿泊者数	10,858,410	11,396,360	5.0%
	うち外国人延べ宿泊者数	130,300	176,360	35.3%
東北計		**2017**	**2018**	**（前年比）**
	延べ宿泊者数	40,127,770	41,895,940	4.4%
	うち外国人延べ宿泊者数	1,065,550	1,473,330	38.3%
茨城県	延べ宿泊者数	5,614,360	5,892,150	4.9%
	うち外国人延べ宿泊者数	230,690	254,190	10.2%
栃木県	延べ宿泊者数	10,224,250	9,469,560	△7.4%
	うち外国人延べ宿泊者数	271,810	323,390	19.0%
群馬県	延べ宿泊者数	8,756,660	8,305,480	△5.2%
	うち外国人延べ宿泊者数	291,460	289,400	△0.7%
埼玉県	延べ宿泊者数	4,590,130	4,912,890	7.0%
	うち外国人延べ宿泊者数	219,440	230,470	5.0%
千葉県	延べ宿泊者数	24,636,500	25,586,050	3.9%
	うち外国人延べ宿泊者数	3,675,180	4,115,770	12.0%
東京都	延べ宿泊者数	59,949,670	66,109,060	10.3%
	うち外国人延べ宿泊者数	19,775,890	23,194,530	17.3%
神奈川県	延べ宿泊者数	20,756,330	23,021,940	10.9%
	うち外国人延べ宿泊者数	2,336,510	2,753,800	17.9%
山梨県	延べ宿泊者数	8,024,260	8,612,760	7.3%
	うち外国人延べ宿泊者数	1,608,760	1,961,210	21.9%
新潟県	延べ宿泊者数	10,202,050	9,770,880	△4.2%
	うち外国人延べ宿泊者数	315,400	404,890	28.4%
関東＋山梨＋新潟計		**2017**	**2018**	**（前年比）**
	延べ宿泊者数	152,754,210	161,680,770	5.8%
	うち外国人延べ宿泊者数	28,725,140	33,527,650	16.7%
富山県	延べ宿泊者数	3,895,490	3,780,400	△3.0%
	うち外国人延べ宿泊者数	287,720	306,200	6.4%
石川県	延べ宿泊者数	8,736,680	9,130,810	4.5%
	うち外国人延べ宿泊者数	777,240	973,950	25.3%
福井県	延べ宿泊者数	3,586,770	4,056,940	13.1%
	うち外国人延べ宿泊者数	61,160	75,860	24.0%
長野県	延べ宿泊者数	17,989,080	18,324,790	1.9%
	うち外国人延べ宿泊者数	1,289,960	1,527,160	18.4%
岐阜県	延べ宿泊者数	6,205,370	6,851,630	10.4%
	うち外国人延べ宿泊者数	975,060	1,484,320	52.2%
静岡県	延べ宿泊者数	20,778,710	21,861,980	5.2%
	うち外国人延べ宿泊者数	1,501,920	1,793,750	19.4%
愛知県	延べ宿泊者数	17,189,390	17,009,840	△1.0%
	うち外国人延べ宿泊者数	2,542,860	2,850,230	12.1%
三重県	延べ宿泊者数	8,319,100	8,900,660	7.0%
	うち外国人延べ宿泊者数	334,230	340,580	1.9%
中部＋三重計		**2017**	**2018**	**（前年比）**
	延べ宿泊者数	86,700,590	89,917,050	3.7%
	うち外国人延べ宿泊者数	7,770,150	9,352,050	20.4%

都道府県名		2017	2018	（前年比）
滋賀県	延べ宿泊者数	4,649,630	4,831,460	3.9%
	うち外国人延べ宿泊者数	388,580	412,510	6.2%
京都府	延べ宿泊者数	18,921,720	20,450,740	8.1%
	うち外国人延べ宿泊者数	5,556,380	6,267,750	12.8%
大阪府	延べ宿泊者数	33,212,480	39,897,970	20.1%
	うち外国人延べ宿泊者数	11,672,040	15,124,140	29.6%
兵庫県	延べ宿泊者数	13,800,590	13,392,000	△3.0%
	うち外国人延べ宿泊者数	1,248,220	1,259,930	0.9%
奈良県	延べ宿泊者数	2,654,380	2,572,170	△3.1%
	うち外国人延べ宿泊者数	389,440	438,670	12.6%
和歌山県	延べ宿泊者数	4,862,960	5,131,910	5.5%
	うち外国人延べ宿泊者数	525,050	584,350	11.3%
近畿計		**2017**	**2018**	**（前年比）**
	延べ宿泊者数	78,101,760	86,276,250	10.5%
	うち外国人延べ宿泊者数	19,779,710	24,087,350	21.8%
鳥取県	延べ宿泊者数	2,991,700	3,562,640	19.1%
	うち外国人延べ宿泊者数	140,530	194,730	38.6%
島根県	延べ宿泊者数	3,186,890	2,976,410	△6.6%
	うち外国人延べ宿泊者数	47,860	72,740	52.0%
岡山県	延べ宿泊者数	5,825,430	5,614,880	△3.6%
	うち外国人延べ宿泊者数	438,970	469,460	6.9%
広島県	延べ宿泊者数	9,629,230	9,899,270	2.8%
	うち外国人延べ宿泊者数	927,890	1,237,170	33.3%
山口県	延べ宿泊者数	4,440,630	4,351,960	△2.0%
	うち外国人延べ宿泊者数	117,330	122,630	4.5%
徳島県	延べ宿泊者数	2,298,150	2,223,980	△3.2%
	うち外国人延べ宿泊者数	102,810	116,230	13.1%
香川県	延べ宿泊者数	3,758,400	4,048,330	7.7%
	うち外国人延べ宿泊者数	482,300	546,100	13.2%
愛媛県	延べ宿泊者数	4,700,800	4,249,750	△9.6%
	うち外国人延べ宿泊者数	178,590	229,530	28.5%
高知県	延べ宿泊者数	2,714,490	3,014,560	11.1%
	うち外国人延べ宿泊者数	75,410	79,160	5.0%
中四国計		**2017**	**2018**	**（前年比）**
	延べ宿泊者数	39,545,720	39,941,780	1.0%
	うち外国人延べ宿泊者数	2,511,690	3,067,750	22.1%
福岡県	延べ宿泊者数	17,001,170	16,731,560	△1.6%
	うち外国人延べ宿泊者数	3,112,070	3,366,510	8.2%
佐賀県	延べ宿泊者数	2,973,270	2,752,990	△7.4%
	うち外国人延べ宿泊者数	385,250	391,900	1.7%
長崎県	延べ宿泊者数	7,719,200	7,855,080	1.8%
	うち外国人延べ宿泊者数	779,250	860,090	10.4%
熊本県	延べ宿泊者数	7,898,550	8,053,190	2.0%
	うち外国人延べ宿泊者数	807,750	1,013,020	25.4%
大分県	延べ宿泊者数	7,350,280	7,774,300	5.8%
	うち外国人延べ宿泊者数	1,386,930	1,442,210	4.0%
宮崎県	延べ宿泊者数	4,194,130	4,158,780	△0.8%
	うち外国人延べ宿泊者数	296,670	326,530	10.1%
鹿児島県	延べ宿泊者数	7,986,670	8,864,320	11.0%
	うち外国人延べ宿泊者数	744,180	830,540	11.6%
九州計		**2017**	**2018**	**（前年比）**
	延べ宿泊者数	55,123,270	56,190,220	1.9%
	うち外国人延べ宿泊者数	7,512,100	8,230,800	9.6%
都道府県名		**2017**	**2018**	**（前年比）**
沖縄県	延べ宿泊者数	21,686,570	26,790,920	23.5%
	うち外国人延べ宿泊者数	4,623,800	6,201,270	34.1%

全国計	2017	2018	（前年比）
延べ宿泊者数	509,596,860	538,001,500	5.6%
うち外国人延べ宿泊者数	79,690,590	94,275,240	18.3%

資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」（2019年6月28日）をもとに（公財）日本交通公社作成

Ⅳ-1 北海道

胆振東部地震により延べ宿泊者数が8年ぶりに前年割れ
北海道新幹線の新駅構想の具体的検討開始
倶知安町で全国初の定率宿泊税導入が決定

(1) 平成30年北海道胆振東部地震の発生

2018年9月6日、胆振地方の中東部を震源とするマグニチュード6.7の地震が発生した。厚真町で最大震度7、安平町、むかわ町で震度6強を記録したほか、道央、道南を中心に広い地域で強い揺れを観測し、死者42名、住家被害は全壊462棟、半壊1,570棟に達するなど、多方面に甚大な被害が生じた。また震源に近い北海道電力苫東厚真発電所が停止した上、送電線故障に伴う水力発電所の停止も重なったことで、道内全域約295万戸が停電する国内初のエリア全域停電「ブラックアウト」が発生した。

道内で最大の離発着便数を有する新千歳空港は、停電と空港ターミナルビル内の設備の破損により閉鎖を余儀なくされ、9月6日は全発着便が欠航となった。道内のそのほかの空港は直接的な被害こそまぬがれたものの、最終的に震災発生後の5日間で、全道で計229便が欠航した。また、観光施設の損壊やホテルなどの予約キャンセル、風評被害などの影響から、観光消費影響額は推計で約356億円まで拡大した。

表Ⅳ-1-1 平成30年胆振東部地震による観光への被害概要

観光施設		
	建物	3件、160百万円
	設備等	51件、17百万円
	商品等	175件、48百万円
	その他	37件、28百万円
キャンセル		
	宿泊施設	1,149千人泊、14,027百万円
	観光・体験施設	210千人、920百万円
	フェリー・遊覧船	33千人、53百万円
	観光バス	9千台、795百万円
	レンタカー	38千台、703百万円
航空便の欠航		
	全日空	96便
	日本航空	55便
	その他	78便
JRの運休		
	在来線	6,660本（節電協力の228本を含む）
	新幹線	39本

資料：北海道、観光被害対策連絡会「平成30年北海道胆振東部地震における観光被害等について」、国土交通省「平成30年北海道胆振東部地震における被害状況等について（第28報）」、北海道旅客鉄道株式会社「台風21号および北海道胆振東部地震による復旧費用・減収額等について」に基づき（公財）日本交通公社作成

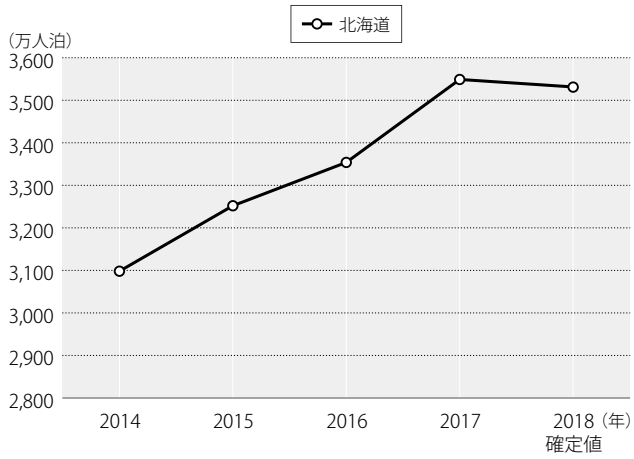
こうした事態を受け、国は、北海道、公益社団法人北海道観光振興機構と連携して「北海道ふっこう割」事業を実施し、北海道全域の旅行商品と宿泊に対する補助を行ったほか、民間事業者や道内の一部自治体でも独自に割引などを行う取り組みが拡大した。

(2) 都道府県レベルの旅行者動向

観光庁「宿泊旅行統計」によると2018年1月から12月の北海道の延べ宿泊者数は、3,531万人泊となり、前年から0.7%の微減を記録した。年間の延べ宿泊者数が前年を下回るのは2010年以来8年ぶりであり、ここ数年の堅調な推移に地震が水を差す形となった。また、減少率こそ2018年に前年比でマイナスを記録した16の道県のうち最小であるものの、延べ宿泊者数では大阪府に抜かれ第3位となった。

一方、外国人延べ宿泊者数は前年比プラス8.2%の834万人泊を記録した。軒並み2桁の増加率となった他の都府県に比べ小幅な成長に留まったものの、都道府県別の順位で東京都、大阪府に次ぐ第3位を維持した。

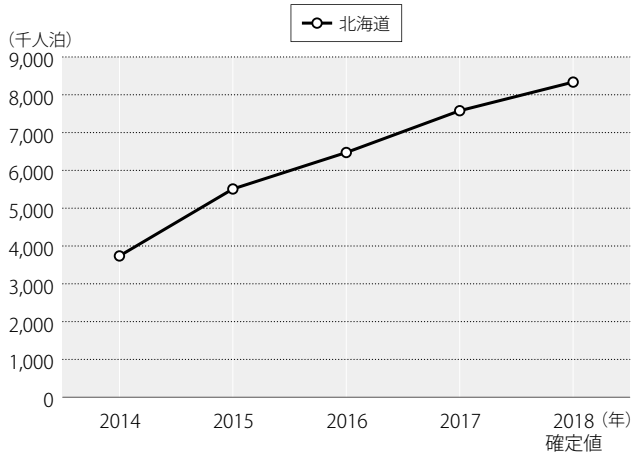
図Ⅳ-1-1 延べ宿泊者数の推移（北海道）



都道府県名	2014	2015	2016	2017	2018
北海道	3,098	3,259	3,355	3,556	3,531

単位：万人泊
資料：観光庁「平成30年宿泊旅行統計調査」をもとに（公財）日本交通公社作成

図Ⅳ-1-2 外国人延べ宿泊者数の推移（北海道）



都道府県名	2014	2015	2016	2017	2018
北海道	3,891	5,641	6,554	7,702	8,335

単位：千人泊
資料：観光庁「平成30年宿泊旅行統計調査」をもとに（公財）日本交通公社作成

一方、北海道の「観光入込客数調査」（北海道庁）によると、2018年の延べ宿泊者数は対前年でプラス2.2%の3,725万人泊となり、ここ数年に比べやや伸びが鈍化した。なお、外国人の延べ宿泊者数は対前年プラス14.5%の8,195千人泊を記録し、前年とほぼ同じ水準の成長となった。

圏域別では、道南、オホーツク、釧路・根室の3圏域が震災やここ数年続いた成長の反動の影響から対前年を割り込む結果となった。なお、9月に発生した震災によって6圏域全てが同月以降は対前年でマイナスとなったものの、オホーツク圏域と釧路・根室圏域以外は11月に月別対前年でプラスに転じており、2019年以降の影響は限定的なものに留まると見込まれる。

また、外国人の延べ宿泊者数は、アジアを中心とした航空路線の拡大によって2017年に続き対前年で2桁の成長となった。国籍別では、北海道人気の続く中国が対前年21.4%の成長を見せ、国籍別で台湾を抜いて1位となった。またここ数年の新規就航に続き、2018年にイースター航空の新千歳―清州線、エアソウルの仁川―新千歳線が就航した韓国も対前年13.7%のプラスとなったほか、タイも新規就航と増便が後押しし対前年プラス39.9%となった。

表Ⅳ-1-2 道内の圏域別延べ宿泊者数の増減

	2017年	2018年	前年比増減
北海道	3,644	3,725	2.2
道央圏域	2,078	2,170	4.5
道南圏域	500	489	▲2.1
道北圏域	462	469	1.4
オホーツク圏域	187	182	▲2.9
十勝圏域	211	212	0.5
釧路・根室圏域	207	204	▲1.4

単位：万人泊、%
資料：北海道「観光入込客数調査」をもとに（公財）日本交通公社作成

表Ⅳ-1-3 道内の国籍・地域別延べ宿泊者数の増減

	2017年	2018年	前年比増減
全国籍	7,158	8,195	14.5
中国	1,615	1,960	21.4
台湾	1,708	1,782	4.3
韓国	1,142	1,299	13.7
香港	759	791	4.3
タイ	367	513	39.9
シンガポール	372	411	10.4
マレーシア	262	294	12.5
オーストラリア	231	254	9.9
アメリカ	150	187	15.1
インドネシア	75	110	48.0
その他	477	593	24.2

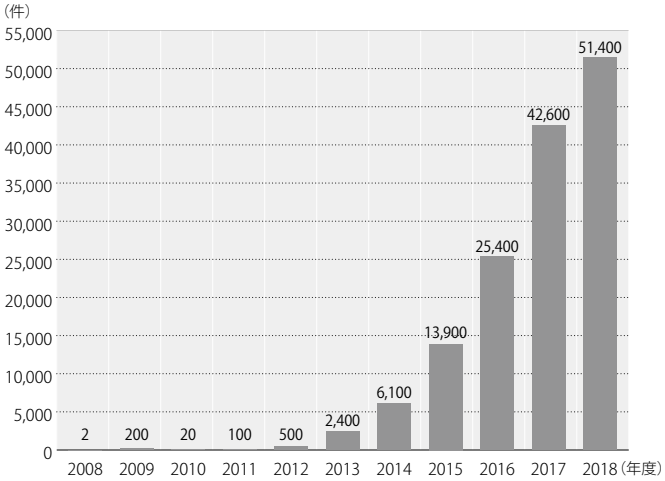
単位：千人泊、%
資料：北海道「観光入込客数調査」をもとに（公財）日本交通公社作成

(3) 観光地の主要な動き

●外国人旅行者による高速道路の利用拡大

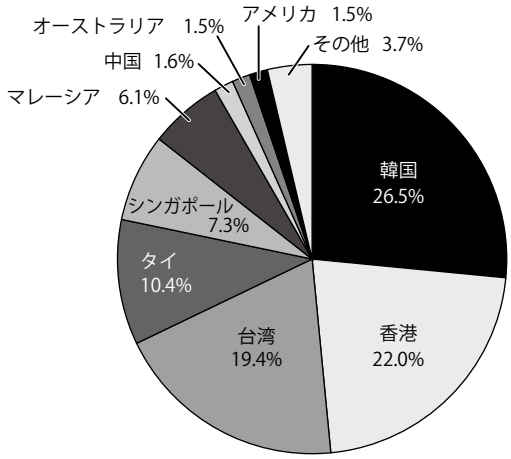
東日本高速道路株式会社によれば、同社が販売する訪日外国人限定の高速道路乗り放題パス「Hokkaido Expressway Pass」の販売実績は18年度の42,600件から51,400件に増加し、レンタカーを利用し道内を周遊する訪日外国人旅行者の増加をうかがわせる結果となった。国籍別販売実績では17年度と同様、韓国が26.5%を占め第1位となり、次いで香港が22.0%、台湾19.4%となった。またタイは17年度の6.4%から10.4%へとシェアがほぼ倍増した。

図Ⅳ-1-3「Hokkaido Expressway Pass」の販売実績



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

図Ⅳ-1-4「Hokkaido Expressway Pass」国・地域別販売実績



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

●大規模災害発生時のガイドラインを整備

2018年9月の平成30年北海道胆振東部地震の発生時に訪日外国人旅行者に対する情報提供が効率的に行えなかったことを踏まえ、北海道運輸局は災害や被害の状況、交通機関の運行情報などを一元的に提供するためのガイドラインを全国に先駆けて整備した。整備にあたり、運輸局では北海道や札幌市をはじめ、宿泊、旅行、交通の各事業者、メディア各社、大学など20機関で構成する検討会議を設置して議論を行ったほか、札幌市内での検証訓練などを行った。

表Ⅳ-1-4 大規模地震などに備えた外国人観光客への情報集約・提供方法に関するガイドライン概要

ポイント	・札幌市近郊を中心とした圏域 ・外国人観光客に必要度の高い情報を提供 ・必要最小限の情報を一覧で確認可能 ・多言語対応 ・停電や通信手段の停止も想定
連携する関係機関	行政機関、交通事業者、交通拠点、宿泊事業者・宿泊団体、観光協会、観光案内所、コールセンター、大手旅行会社、在札幌領事館、マスメディアなど
対象エリア	札幌市を中心とする圏域を外国人観光客集中エリアとして設定
情報の内容	・災害に関する基本情報(災害規模、被害状況等) ・交通機関に関する情報(運行・運休状況、再開見通し等) ・交通拠点に関する情報(主要駅・空港などの被災状況等) ・避難所等に関する情報(開設状況、電源、多言語対応等) ・外国人観光客向け対応機関や相談窓口情報(開設状況、場所等)
情報伝達の手順	①道内で震度5強以上の地震が発生、地震等の災害発生により、外国人観光客の移動等が困難となる恐れがある、気象情報など事前情報に基づき、外国人観光客の移動等が困難となる恐れがある際に北海道運輸局長が災害情報伝達システム開始の要請 ②メーリングリストでテンプレートを送受信し情報を収集（インターネット不通の場合はFAXや電話） ③北海道運輸局と北海道観光振興機構が連携して情報を集約・発信

資料：北海道運輸局「大規模地震等に備えた外国人観光客への情報集約・提供方法に関する実証事業」に基づき（公財）日本交通公社作成

●北海道新幹線の新駅構想進む

北海道新幹線の未開業区間である新函館北斗―札幌間について、各駅舎の具体的な構想や整備計画の策定に向けた議論が開始された。複数のホーム位置案が検討されてきた札幌駅については、現在の在来線ホームから東側にずらす「修正東側案」に決まり、札幌市などが周辺のまちづくりの見直しに着手した。また、新八雲、長万部、倶知安、新小樽の4駅については、地元自治体や有識者を交えた「新幹線駅を核とするインバウンド等対応策検討協議会」が設立され、成長が見込まれる訪日外国人旅行者による利用や駅を核としたまちづくりの推進に向けた議論が始まった。

●NEXCO東日本、後志自動車道 余市IC ～小樽JCT開通

2018年12月、後志自動車道の余市IC ～小樽JCT間の23.3㎞が開通した。後志自動車道は、北海道横断自動車道の構成道路で、最終的には小樽～倶知安間の62.4㎞が整備される。余市IC ～小樽JCT間の開通によって札幌中心部から余市間の所要時間が19分短縮され、札幌からニセコエリアへのアクセスも向上した。

●ピーチが釧路空港に新規就航

ピーチ（Peach Aviation）は2018年8月、関西国際空港～釧路空港線の運航を開始した。国内LCC（格安航空会社）では初の道東路線となり毎日1往復2便で通年運航を行う。同社の利用客の多くを占める20代から30年代の女性の道東エリアへの誘客促進が期待される。

●新規ホテルの開業

インバウンド市場の成長を軸とした宿泊需要の伸びを背景に、宿泊施設の新規開業が2018年も相次いだ。札幌ではJR東日本が「ホテルメッツ札幌」を札幌駅北口に、東急不動産系でホテル事業を手がける東急ステイは大通地区に「東急ステイ札幌」をそれぞれ開業した。また、星野リゾートは旭川の旭川グランドホテルを都市型ホテル「OMO7旭川」に改称し開業した。さらに野口観光は伊達市の北湯沢温泉の宿泊施設「きたゆざわ森のソラニワ」を、アスレチックなどの体験施設を備えた家族層向けに改修し、リニューアルオープンした。

●日本遺産に「上川のアイヌ文化」

2018年5月、文化庁は「日本遺産」の今年度の認定結果を発表し、旭川市や富良野市など大雪山系周辺の上川、十勝地域の2市10町が申請していた「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」が選ばれた。道内では江差町の「ニシンの繁栄が息づく町」、松前町や函館市などの「北前船寄港地・船主集落」に続く3件目の認定となった。

(4) 市町村の動き

●札幌市都心再開発進む

2018年10月、市内を東西に走る大通と南北に走る創生川が交差する中心部で、官民が手掛ける大型複合施設「さっぽろ創世スクエア」がオープンした。「札幌文化芸術劇場hitaru」、「札幌文化芸術交流センター SCARTS」、「札幌市図書・情報館」などの市民向けの施設に加え、オフィス、駐車場からなる地上28階建てで、市が進める創世1.1.1区（そうせいさんく）構想の中核施設として新たな賑わいを生み出すことが期待されている。

また、札幌駅周辺でも、新幹線ホーム位置が決まったことで再開発の機運が高まり、構想が一気に具体化した。札幌駅の南側の市有地には民間資金で高層ビルが建設され、隣接する商業施設「札幌エスタ」の建て替えに合わせバスター

ミナルを再整備する構想があるほか、新幹線ホームが近い創成川東地区では、店舗や飲食店の入るオフィスビルやマンションの整備計画が浮上している。

さらに、中央区の中島公園の隣接エリアでは、市が大規模なMICE施設の25年度完成を目指すことを決定した。

●美瑛町の白金エリアの再整備

美瑛町では2018年10月、青い池を中心とする白金エリアの観光客の増加に対応するために整備した新しい駐車場の供与を開始した。また、これに先立ち、同年5月には町内2つ目の道の駅となる「びえい『白金ビルケ』」が開業した。同エリアの開発を一体的に進めることで、十勝岳を核とした山岳エリアと市街地をつなぐ連携拠点を整備するとともに、交通環境の改善によって混雑緩和や利便性向上を進める。

●池田町ワイン城リニューアル構想固まる

日本で初めての自治体ワイナリーとして知られる池田町ブドウ・ブドウ酒研究所は、製造拠点であるワイン城のリニューアル構想を発表した。施設の老朽化に伴う耐震工事に合わせ、製造工程の見学エリアやワインなどの販売エリアを拡充、改装する。またリニューアルに合わせ従来の複数テナントによる運営から、レストラン事業、ワインなどの物販事業、施設見学のガイド事業を一体的に担う組織による運営へと移行することも合わせて決定した。全面開業は2020年4月を予定している。

図Ⅳ-1-5 ワイン城のリニューアル・イメージ

写真：池田町／宮城島崇人建築設計事務所

●阿寒DMOが体験型観光に力

日本版DMOであるNPO法人阿寒観光協会まちづくり推進機構は2018年4月、JTBや日本政策投資銀行などからの出資を募り、阿寒アドベンチャーツーリズム株式会社を設立した。また、同社による事業の第1弾として、阿寒湖アイヌシアターを改装し、阿寒アイヌ工芸協同組合と共同でアイヌ文化の舞踊に映像や音響、照明など最新のデジタルアート技術を組み合わせた新プログラム・阿寒ユーカラ「ロストカムイ」の上演を2019年3月より開始した。

図Ⅳ-1-6 ロストカムイ

写真：阿寒観光協会まちづくり推進機構

●倶知安町で国内初の定率宿泊税導入

2018年12月、世界的なスキーリゾートであるニセコエリアを抱える倶知安町で宿泊税条例が成立した。2019年4月には総務省が同意したことで、同年11月から条例が施行される。修学旅行生などの一部を除き、ホテルや旅館、ペンション、簡易宿所などのほか、民泊への宿泊者も含めた全ての宿泊者を納税義務者とし、宿泊施設の経営者が代理徴収する。税額は、1人、1部屋または1棟の宿泊料金の2%と定められており、これまで東京都や大阪府などが採用してきた定額制とは異なる定率性の初の導入事例となった。

なお、北海道が同じく宿泊税の導入を検討しているほか、道内では札幌市、函館市なども導入に向けた議論を開始している。

●えりも町で昆布漁船の「コンブボート・クルーズ」開始

日高昆布の産地として知られるえりも町で、2018年11月、コンブ漁船で襟裳岬の周辺海域を巡る「コンブボート・クルーズ」事業が開始された。えりも観光協会が漁業協同組合との調整を経て企画化し、漁業者の有志数名で事業を開始した。珍しいゼニガタアザラシを間近で見られる自然アクティビティとして脚光を浴びただけでなく、地域における観光と漁業の連携や生業である漁業への理解促進の取り組みとして道内で注目されている。

●夕張支線が平成最後の廃線

JR北海道の石勝線夕張支線（新夕張―夕張間）が2018年3月末をもって廃線となった。道内屈指の産炭地である夕張市で石炭や労働者の輸送を支えた路線だったが、炭鉱の閉鎖による人口減少などにより利用者数も減少し、2018年3月にJR北海道と夕張市との間で廃線が合意されていた。なお、同線の廃線は全国のJRで平成最後の廃線となった。

（石黒侑介）

Ⅳ-2 東北

訪日外国人は全国1位の伸び率、特に宮城県・青森県が好調
仙台国際空港の旅客数が2年連続で過去最高を記録
みちのく潮風トレイル開通

(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、2018年1月～12月の東北地方の延べ宿泊者数は4,190万人泊となり、前年比4.4%の増加となった（図Ⅳ-2-1）。東日本大震災以降、2015年までは順調に増加を続け、2016年に前年を下回っていたが、2017年から2年続けて前年を上回る結果となった。

県別にみると、青森県が9.4%増、岩手県が0.4%増、宮城県が4.3%増、秋田県が4.8%増、山形県が3.6%増、福島県が5.0%増と全県で増加となった。

外国人延べ宿泊者数は、147万人泊となり過去最高を更新した（図Ⅳ-2-2）。前年比38.3%増の大幅な伸び率は地方ブロック別でも1位となった。

県別では青森県が34.1%増、岩手県が37.8%増、宮城県が52.0%増、秋田県が17.9%増、山形県が38.7%増、福島県が35.3%増となった。特にチャーター便を含めた国際航空便の増加や、リピーターの増加、複数県を周遊する広域ルートの定着などが誘客を下支えしたとみられている。

なお、2018年度の仙台国際空港の旅客数は過去最高の361万人（速報値）となり2年連続で過去最高を記録したほか、2018年の東北管内港湾のクルーズ船寄港実績も80隻（日本船籍50隻、外国船籍30隻）と過去最高を記録した。

(2) 観光地の主要な動き

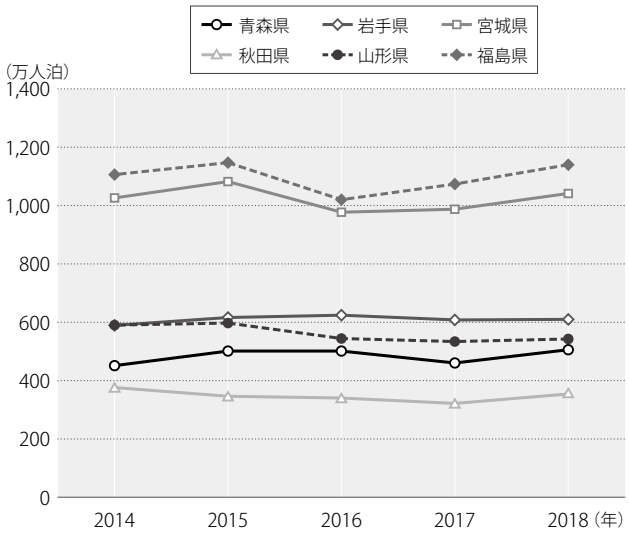
①地方・都道府県レベル

●東北の夏まつりの動向

東北各県の代表的な夏まつり（6件）が、8月1日～8日にそれぞれ2～6日間の会期で開催された。天候にも比較的恵まれ、来場者数は、合計で872万人（前年比2.2%増）と前年を上回った（表Ⅳ-2-1）。特に福島わらじまつりは前年比3.6%増、仙台七夕まつりは前年比13.4%増となった。夏まつりの期間において外国人旅行者が複数県を周遊する割合も増加している。

また、東日本大震災をきっかけに開催された「東北六魂祭」を継承した「東北絆まつり」は、毎年、東北の各県で開催されている（表Ⅳ-2-2）。2019年は福島市で2日間（6月1～2日）にわたって開催され、31万人の来場者で賑わった。

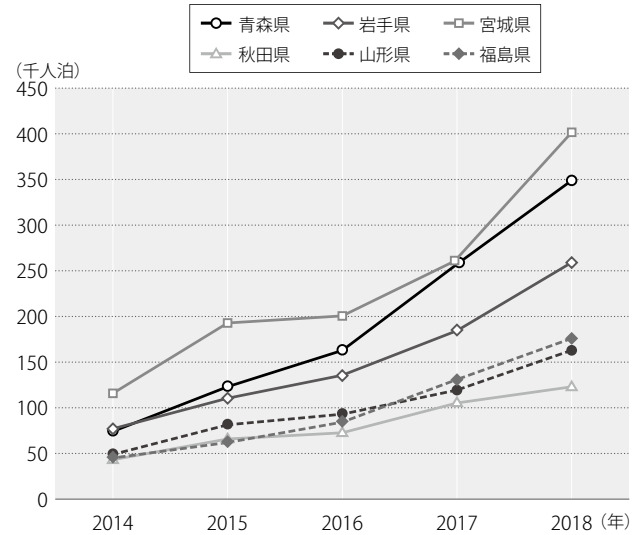
図Ⅳ-2-1 延べ宿泊者数の推移（東北）



	2014	2015	2016	2017	2018
青森県	451	501	501	462	506
岩手県	589	616	624	608	610
宮城県	1,026	1,082	977	998	1,041
秋田県	376	346	340	335	351
山形県	590	597	544	524	543
福島県	1,106	1,147	1,020	1,086	1,140

単位：万人泊
資料：観光庁「平成30年宿泊旅行統計調査」をもとに（公財）日本交通公社作成

図Ⅳ-2-2 外国人延べ宿泊者数の推移（東北）



	2014	2015	2016	2017	2018
青森県	74	119	160	260	349
岩手県	77	106	132	188	259
宮城県	117	191	199	264	402
秋田県	42	60	67	105	123
山形県	48	76	88	118	163
福島県	44	56	79	130	176

単位：千人泊
資料：観光庁「平成30年宿泊旅行統計調査」をもとに（公財）日本交通公社作成

表Ⅳ-2-1　東北夏まつりの来場者数

祭事名	開催地	来場者数								
		2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年
青森ねぶた祭	青森県青森市	297万人	266万人	282万人	285万人	259万人	269万人	276万人	282万人	280万人
盛岡さんさ踊り	岩手県盛岡市	135万人	136万人	122万人	130万人	137万人	139万人	126万人	134万人	133万人
仙台七夕まつり	宮城県仙台市	236万人	203万人	200万人	206万人	204万人	218万人	228万人	179万人	203万人
秋田竿燈まつり	秋田県秋田市	135万人	130万人	139万人	141万人	126万人	140万人	132万人	131万人	130万人
山形花笠まつり	山形県山形市	100万人	91万人	100万人	90万人	63万人	98万人	100万人	99万人	97万人
福島わらじまつり	福島県福島市	28万人	23万人	25万人	24万人	25万人	26万人	26万人	28万人	29万人

資料：各種資料をもとに（公財）日本交通公社作成

表Ⅳ-2-2　東北六魂祭、東北絆まつりの開催概要

	東北六魂祭						東北絆まつり		
	2011年度	2012年度	2013年度	2014年度	2015年度	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度
開催地	宮城県仙台市	岩手県盛岡市	福島県福島市	山形県山形市	秋田県秋田市	青森県青森市	宮城県仙台市	岩手県盛岡市	福島県福島市
開催日程	7月16日（土） 17日（日）	5月26日（土） 27日（日）	6月1日（土） 2日（日）	5月24日（土） 25日（日）	5月30日（土） 31日（日）	6月25日（土） 26日（日）	6月10日（土） 11日（日）	6月2日（土） 3日（日）	6月1日（土） 2日（日）
来場者数	約37万人	約24万人	約25万人	約26万人	約26万人	約27万人	約45万人	約30万人	約31万人
経済効果	約103億円	約22億円	約37億円	約25億円	約31億円	約29億円	約44億円	データ無し	約42億円

資料：各種資料をもとに（公財）日本交通公社作成

●観光客の受入環境整備、計画策定

・みちのく潮風トレイル、宮城オルレの整備

2019年3月には、青森県八戸市「蕪島」から福島県相馬市「松川浦」までをつなぐ「みちのく潮風トレイル」が整備された。東北太平洋沿岸ならではの断崖やリアス海岸、山や里などの美しい景観に富み、トレイルを歩きながらその土地ならではの暮らしや文化に触れられる点を特徴としている。公式サイトでは7つのモデルコースと28のルート情報が紹介されている。

また、宮城県は、社団法人済州オルレとオルレ協定を締結し、九州オルレやモンゴルオルレに続く姉妹道となる「宮城オルレ」を整備した。2018年10月には気仙沼・唐桑コース（唐桑半島ビジターセンター～巨釜･半造）、奥松島コース（セルコホームあおみな～奥松島・宮戸島を一巡り）を整備。2019年5月末には宮城オルレ全体の利用者数が1万人を突破した。2019年9月には大崎・鳴子温泉コースが新たにオープン予定となっている。

・青森県観光戦略の策定

青森県観光国際戦略推進本部は2019年3月に「青森県観光戦略」を策定。投資を呼び込む基幹産業への成長、幸せを共に感じることができる地域の形成、世界から選ばれる青森を目標像に掲げ、2023年には延べ宿泊者数550万人泊、外国人延べ宿泊者数50万人泊などを目標に掲げている。

・みちのく岩手観光立県第3期基本計画を策定

岩手県は、2019年3月に「みちのく岩手観光立県第3期基本計画」を策定。地域経済に好循環をもたらす総合産業としての観光産業の振興による観光立県の実現に向け、2023年度までに実施する4つの施策（「観光で稼ぐ」地域づくりの推進、質の高い旅行商品の開発・売込み、外国人観光客の誘客拡大、売れる観光地をつくる体制の整備促進）を掲げている。

・ふくしまグリーン復興構想の策定

福島復興の新たなステージに向けた支援方針「福島再生・未来志向プロジェクト」（環境省）の一環として、福島県と環境省が共同で、福島県内の自然資源活用による復興に向けた取り組みの基本的方向性を示した「ふくしまグリーン復興構想」（2019年4月）を取りまとめた。同構想では国立公園・国定公園の魅力向上、環境変化を踏まえた県立自然公園の見直し、国立公園・国定公園を中心に福島県内を広く周遊する仕組みづくりなどが柱として据えられた。

●旅行者の誘客、商品開発

・「冬の東北観光宣言」

2018年2月に国連世界観光機関（UNWTO）により開催された「雪と文化の世界観光会議」を契機に冬の東北6県に共通する「雪」や「冬まつり」などを生かしたスノーツーリズムの推進により、東北全体の観光ブランド化を図る「雪と文化をテーマとした東北観光プロモーション会議」が2019年2月に山形県天童市で開催された。冬の絶景や雪体験、温泉、冬の食などを活用し、東北一体でインバウンド拡大を目指す「冬の東北観光宣言」を行った。

・JR東日本とANAの連携による東北観光復興の推進

JR東日本とANAは東北の観光復興実現に向け、両社が持つネットワークやサービスの連携により、陸路と空路のシームレス化を図る取り組みを実施した。

国内向け「ANA SUPER VALUE 75 & JRきっぷ AKITA」の発売、訪日旅行専用ダイナミックパッケージ「ANA Discover Japan Free & Easy」とJR東日本のフリーきっぷのセット発売をはじめ、両社のWebサイトの連携、二次交通の強化、ANA訪日外国人向け多言語情報サイト「Japan Travel Planner」での東北地方の観光情報発信、海外の旅行博での共同ブースの出展、JR東日本海外発信拠点「JAPAN RAIL CAFE」での

共同告知展開などをおこなった。

・ナイトタイム・モーニングエコノミーサイト「TOHOKU DISH.COM」を公開

東北観光推進機構はインバウンドの観光消費拡大をねらいとしてナイトタイム、モーニングタイムにおける商品を造成し、ガイド付きの居酒屋めぐりや朝市ツアーなどを掲載したパンフレットを作成。さらに4カ国語のWebページ「TOHOKU DISH.COM」を2019年1月に公開した。

・JAPAN ブランド「東北“郷土の膳”」プロモーション事業

東北経済産業局は2004年から「JAPAN ブランド育成支援事業」において個別企業の海外展開を支援。2018年度はJR東日本企画と連携し、同事業において海外販路を拡大してきた食材や器、日本酒などを組み合わせ、一体的にプロモーションする「東北“郷土の膳（KYODO ZEN）”」事業を実施し、東京、台湾、シンガポールでプロモーションをおこなった。

・東北デスティネーションキャンペーン実施決定

東日本大震災発生から10年の節目に当たる2021年に、半年間（4～9月）にわたって東北デスティネーションキャンペーンが実施されることが決定した。東北6県でのデスティネーションキャンペーンは36年ぶり2度目となり、震災からの復興をアピールするとともに、広域での観光基盤整備やインバウンドを含めた交流人口の拡大を図る。2019年7月には東北各県やJR東日本で構成される「東北デスティネーションキャンペーン推進協議会」が発足した。

・三陸防災復興プロジェクト2019の開催

2019年6月1日から8月7日までの68日間にわたり、復興まちづくりに力強く取り組み、新しい三陸の創造に向けて歩みを進める地域の姿を発信することを目的に「三陸防災復興プロジェクト2019」が開催された。2018年8月には岩手県釜石市でプレイベントを実施し、9月にはツーリズムEXPOジャパンに出展した。

2019年の開催期間中は岩手県沿岸部の13市町村を会場に、NPO、企業、地域、学校等との連携を図りながら各催事を展開。オープニングセレモニーや「三陸防災復興シンポジウム2019」を皮切りに、「いわて絆まつりin宮古2019」（7月13～14日）や、「さんりく音楽祭2019」（6月22日～8月4日）が開催されたほか、「いわて HAMA-MESHIプロジェクト」「美味ぇがすと三陸－Gastororomy SANRIKU－構想」や「三陸ジオパークフォトロゲイニングフェスティバル」「さんりく文化芸術祭2019」「三陸プレミアムランチ列車」「いわて三陸学びの旅」などが行なわれた。

・秋田港ターミナルオープン

秋田県は2019年4月、東北で初となるクルーズターミナルを秋田港中島埠頭に整備した。案内所、土産物販売、休憩スペースなどを兼ね備えるほか、ターミナル前にはクルーズ船客をもてなすためのイベントをおこなうフリースペースや、シャトルバス、タクシー乗り場につながる屋根付き遊歩道も設けた。

②広域・市町村レベル

●無形文化遺産の登録、日本遺産の認定

・「来訪神：仮面・仮装の神々」ユネスコ無形文化遺産登録

第13回ユネスコ無形文化遺産保護条約政府間委員会で、男鹿のナマハゲ（秋田県男鹿市）、遊佐の小正月行事アマハゲ（山形県遊佐町）、米川の水かぶり（宮城県登米市）、吉浜のスネカ（岩手県大船渡市）を含む全国の行事10件が「来訪神：仮面・仮装の神々」としてユネスコ無形文化遺産に登録された。当初、単独で「男鹿のナマハゲ」の登録を目指したが、2009年に登録された「甑島のトシドン」（鹿児島県薩摩川内市）との類似性を指摘されたことをふまえ、他の国指定重要無形民俗文化財を構成要素としてグループ化し拡張提案していた。

・日本遺産への認定

2018年4月に「サムライゆかりのシルク日本近代化の原風景に出会うまち鶴岡へ」（山形県鶴岡市）、5月には「山寺が支えた紅花文化」（山形県内4市3町）、2019年5月には「みちのくGOLD浪漫―黄金の国ジパング、産金はじまりの地をたどる―」（宮城県気仙沼市、南三陸町、涌谷町と岩手県平泉町、陸前高田市）が新たに日本遺産に認定された。また全国11市町で構成する「荒波を超えた男たちの夢が紡いだ異空間～北前船寄港地・船主集落～」（2017年4月認定）に新たに青森県野辺地町、秋田県にかほ市、男鹿市、能代市、由利本荘市が追加認定された。

●交通アクセス

・東北中央自動車道

2018年4月には大石田村山IC－尾花沢ICが開通し、2019年3月には東根IC－東根北ICが、さらに4月には南陽高畠ICから山形上山ICまでの24.4kmが開通。山形県、宮城県、福島県をつなぐ周遊ルートが完成した。4月には連続する2日間もしくは3日間、高速道路が定額で乗り放題になる東北観光フリーパスが発売された。

・三陸鉄道リアス線の開通

2019年3月、東日本大震災の影響で運休していたJR山田線（宮古－釜石間）が復旧。三陸鉄道に移管されたことにより、盛駅から久慈駅間163kmが三陸鉄道リアス線として開通し、国内の第三セクター鉄道として最長距離となった。また、新たに払川駅、八木沢・宮古短大駅が開業した。

・只見線の利用促進

2021年度の全線運行再開を目指す只見線は、利用者数の増加と只見線を活用した地域振興を図るため、只見線利活用計画を策定。アクションプログラムに基づき、2018年度から学習列車の運行やガイドブックの作成、只見線関連商品の開発、只見線沿線の景観整備、道の駅や観光周遊バスと連

携した二次交通の整備などに取り組んでいる。2019年5月には福島県、会津若松市、魚沼市、只見町、会津坂下町、柳津町、会津美里町、三島町、金山町と観光、商工団体など計28団体で構成される只見線利活用推進協議会を設立。情報発信や誘客策を強化する。

●観光客の受入環境整備

・三内丸山遺跡センターの開館

国の特別史跡である三内丸山遺跡は、展示施設である「縄文時遊館」とともに三内丸山遺跡センターとして2019年4月にオープンした。世界文化遺産登録を目指す「北海道・北東北の縄文遺跡群」の中核として位置づけられており、空調が整備された企画展示室では国宝級の資料展示が可能となった。従来は無料で開放されていたが、施設の増設や遺跡管理などのために有料化（一般410円）された。

・キャッシュレス決済の導入支援

2020年東京オリンピック・パラリンピックを活用した地域活性化推進首長連合は、ワンテーブルとラカラジャパンの協力の元、2019年1月に「インバウンド×キャッシュレス地域経済活性化最先端モデル事業」を実施し、10市町村を選定。東北では山形県山形市、福島県郡山市が選定され、キャッシュレス決済に必要な端末機やQRコードなどをはじめとする、決済ツールが無償提供された。

また、2019年2月、岩手銀行は、凸版印刷と連携し、県内及び近隣地域の観光事業者に対し、Alipay、Wechat Payなどのキャッシュレス決済の導入を支援する取り組みを実施した。

・相次ぐ道の駅の新規整備

2018年度以降、新たに整備された東北の道の駅は表Ⅳ-2-3の通りである。地域防災拠点としての機能に加え、駅の近隣に設置するなど、自家用車以外でも来訪しやすいロケーションを意識したものや、スポーツ施設や複合観光施設、美術館などを併設したものもある。

道の駅おおゆ（秋田県鹿角市）は地域住民が一体となって策定した「（仮称）湯の駅おおゆ整備基本構想及び基本計画」をもとに整備。建物・空間が隈研吾建築都市設計事務所により設計され、「縁が輪になる、大湯のえんがわ」をコンセプトに、大湯えんがわカフェ、大湯えんがわショップ、観光案内所、研修室、大湯えんがわラボ、大湯えんがわ市スペース、ステージ、足湯、ビオトープなどから構成されている。

また、2019年3月には「道の駅しちのへ」（青森県七戸町）が地方創生の核となる特に優れた企画を国土交通省が選定・支援する「重点道の駅」に選定された。主な特徴として地域DMOと連携した滞在型インバウンド観光等の商品開発、農業体験や民泊ができる旅行商品の開発による「七戸ブランド」の販路拡大、子育て世代、若い世代の交流環境づくり、就業機会の創出などを掲げている。

道の駅や設置自治体が加盟する「東北道の駅連絡会」では、地域連携活動の事例発表会を実施。地域の特産品を生かした商品展開などに力を入れている「道の駅うご　端縫いの郷」（秋田県羽後町）が大賞に輝いた。

また、西会津・奥会津地域の道の駅6駅は2018年11月に未来と地域づくりを考える道の駅「西・奥会津ネットワーク」シンポジウムを開催し、観光振興や防災力向上に向けて連携強化を図る「西・奥会津ネットワーク宣言」を採択した。

表Ⅳ-2-3　東北における道の駅の整備状況　（2018.1～2019.7）

名称	所在地	開業年月	運営主体	主な施設
道の駅しちのへ	青森県七戸町	2018.1 ※リニューアル	（株）七戸物産協会	特産品コーナー、レストラン、多目的ホール、農産物直売所、花卉展示館など。鷹山宇一記念美術館併設。JR七戸十和田駅徒歩５分 ※道路・観光情報館の新設、駐車場の拡張など
道の駅米沢	山形県米沢市	2018.4	（株）アクセスよねざわ	総合観光案内所、農産物直売所、加工所、特産品販売所など
道の駅むろね	岩手県一関市	2018.4	室根産地直売協同組合	農産物産直所、海産物販売所、食堂、軽食コーナー、交流展示室、休憩所など
道の駅おおゆ	秋田県鹿角市	2018.4	ノリット・ジャポン（株）	隈研吾氏による建築設計。大湯えんがわショップ、観光案内所、研修室、大湯えんがわカフェ、大湯えんがわラボ、足湯など
道の駅おがなまはげの里オガーレ	秋田県男鹿市	2018.7	（株）おが	地域特産物販売、レストラン、軽食機能を備えた複合観光施設「オガーレ」併設
道の駅ふたつい	秋田県能代市	2018.7 ※移転リニューアル	（株）道の駅ふたつい	産直・物販コーナー、歴史・民俗資料コーナー、キッズコーナー、レストランなど。河川防災ステーション併設。
道の駅かくだ	宮城県角田市	2019.4	（株）まちづくり角田	直売所、農産物加工室、フードコート、グリーンツーリズム広報室など。「かくだスポーツビレッジ」隣接。
道の駅おおさき	宮城県大崎市	2019.7	（株）おてんとさん	総合案内所、産直市場、コミュニティカフェ、休憩コーナーなど

資料：農林水産省ホームページをもとに（公財）日本交通公社作成

・観光地域づくり法人（DMO）の登録

2018年度から2019年8月にかけては（公社）青森県観光連盟、（一社）世界遺産平泉・一関DMO、おもてなし山形（株）、（一財）VISITはちのへ、（株）インアウトバウンド仙台・松島の5件が地域連携DMOとして、（一社）気仙沼地域戦略、（株）八幡平DMO、（株）かづの観光物産公社、（一社）宮古観光文化交流協会、（株）かまいしDMCの5件が地域DMOとして登録された。

また、秋田犬ツーリズム（秋田県大館市）、八幡平DMO（岩手県八幡平市）、十和田奥入瀬観光機構（青森県十和田市）は、国内外からの誘客のための「北東北DMO連携会議」を2019年5月に立ち上げた。同会議により共通課題の洗い出しや課題解決に向けた情報交換を行うほか、重点項目として、DMO間の緩やかな連携、周遊ルート構築に向けたリアル（現実）とバーチャル（仮想）での連携、地域資源の共有化・情報ネットワーク化、マーケティング対象の絞り込みと共有化、シンポジウム開催などを挙げている。　（福永香織）

Ⅳ-3 関東

インバウンドは引き続き好調。
オリンピック、ラグビーワールドカップ2019(TM) など
大きなスポーツイベントが続く。

(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、2018年1～12月の関東地方1都8県の延べ宿泊者数は1億6,168万人泊。前年比5.8%増と、全体では引き続き好調に推移している（図Ⅳ-3-1）。都県別では栃木県が前年比7.4%減、群馬県が同5.2%減、新潟県が同4.2%減となったが、ほか1都5県は増加し、特に神奈川県が10.9%増、東京都が10.3%増と昨年に続き2ケタの増加となった。

外国人延べ宿泊者数は前年比16.7%増の3,353万人泊で、こちらも関東全体では、前年同様2ケタの増加となった（図Ⅳ-3-2）。都県別にみると、2017年に前年比36.0%増だった群馬県が2018年は同0.7%減、同じく29.5%増だった埼玉県は同5.0%増と動きが少なかった一方、栃木県は7.7%増から19.0%増、茨城県は2.7%増から10.2%増と、北関東エリアで増減の振れ幅が大きい。山梨県が17.3%増から21.9%増、新潟県が18.1%増から28.4%増など、関東全体では好調だった。

(2) 観光地の主要な動き

①地方・都道府県レベル

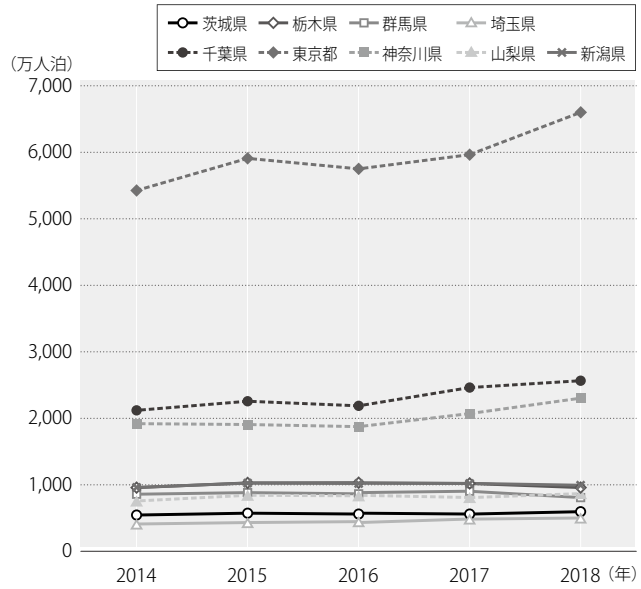
●築地市場の移転と跡地活用（東京都）

2016年11月に移転が予定されていた築地市場（1935年開場、中央区）が、2018年10月にようやく閉場、数日後に江東区に移転、「豊洲市場」が新たに開場した。

豊洲市場は、事業者と見学者の動線を明確に分断し、2階に見学ルートが整備されたほか、多様な飲食店も営業している。築地市場で人気が高かったマグロの卸売場については、見学者デッキが2019年1月から一般見学者の受け入れを開始した。受け入れ可能人数は1日当たり120名までで、インターネットでの事前申込が必要となり、各月の受付期間が決まっている。ちなみに築地市場では、マグロの競りは先着順で観賞することができた。

築地市場の跡地23ヘクタールは、2020年の東京オリンピック・

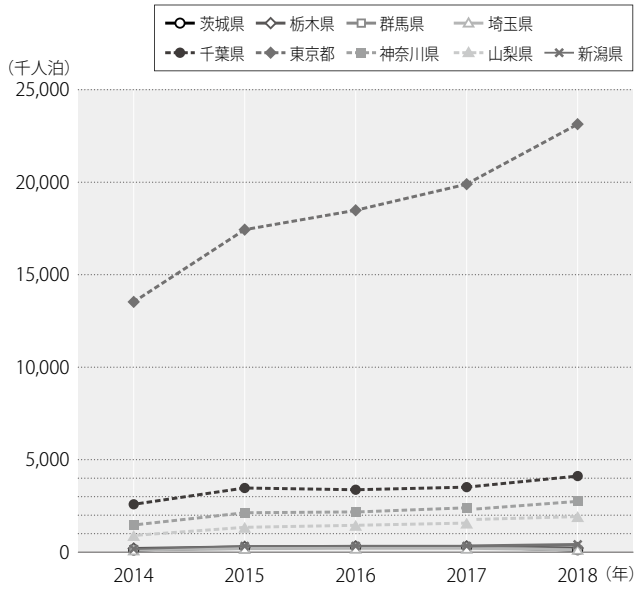
図Ⅳ-3-1 延べ宿泊者数の推移（関東）



	2014	2015	2016	2017	2018
茨城県	546	574	561	561	589
栃木県	958	1,029	1,032	1,022	947
群馬県	859	883	865	876	831
埼玉県	411	433	447	459	491
千葉県	2,120	2,257	2,188	2,464	2,559
東京都	5,426	5,909	5,751	5,995	6,611
神奈川県	1,920	1,907	1,875	2,076	2,302
山梨県	757	843	835	802	861
新潟県	961	1,026	1,020	1,020	977

単位：万人泊
資料：観光庁「平成30年宿泊旅行統計調査」をもとに（公財）日本交通公社作成

図Ⅳ-3-2 外国人延べ宿泊者数の推移（関東）



	2014	2015	2016	2017	2018
茨城県	94	201	225	231	254
栃木県	159	232	252	272	323
群馬県	112	160	214	291	289
埼玉県	99	159	170	219	230
千葉県	2,667	3,500	3,345	3,675	4,116
東京都	13,195	17,561	18,060	19,776	23,195
神奈川県	1,433	2,156	2,161	2,337	2,754
山梨県	949	1,252	1,371	1,609	1,961
新潟県	136	263	267	315	405

単位：千人泊
資料：観光庁「平成30年宿泊旅行統計調査」をもとに（公財）日本交通公社作成

パラリンピック期間中は選手らの輸送拠点として使われる予定で、都はその後の活用について検討を進め、2019年3月末に「築地まちづくり方針」を発表した。4つのエリアに分け、2040年代にかけて段階的に整備していく方針である。4エリアのうち、最も広い「交流促進ゾーン」に大規模集客・交流施設を設置するほか、「おもてなしゾーン」には、国際会議場やホテルなどMICE関連施設を整備していく計画である。

●東京オリンピック・パラリンピック　ボランティア募集（東京都、千葉県、埼玉県ほか）

2020年の東京オリンピック・パラリンピック（以下、東京2020）に向け、2018年度に都市ボランティアと大会ボランティアの募集が行われた。都市ボランティアは、競技会場を有する自治体（都道県、市町）が運営主体で、国内外からの旅行者に対する観光・交通案内及び競技会場最寄駅周辺における観客案内などを行う。大会ボランティアは、東京2020組織委員会が運営主体で、競技会場、選手村などの大会関係施設における観客サービス、競技運営のサポート、メディアのサポートなどを行う。

多くの競技会場を有する東京都は、2018年9～12月にかけて都市ボランティア（2万人程度）の募集を行い、3万6000人を超える応募があった。2019年2～7月に面談・説明会などを実施、2019年10月～2020年2月頃に共通研修、2020年4月から役割別研修・リーダーシップ研修、2020年6月から配置場所別研修を行う予定である。

東京2020組織委員会が募集した大会ボランティア（8万人）への応募者数は、20万5千人であった。

●「さいたまつりガイドブック」発行（埼玉県）

埼玉県では、県内の様々な「まつり」を通して県の魅力を発信する「埼玉のまつり広報事業」を展開しており、県内のまつりの魅力を一冊にまとめたガイドブックを2018年4月末に完成させた。全20ページの冊子の中で、ユネスコ無形文化遺産に登録された「川越まつり」や「秩父夜祭」をはじめ、全部で29のまつりを、“踊るまつり”や“空のまつり”といったジャンルごとに紹介している。

県内のまつり会場や各種イベント会場（プロスポーツの試合を含む）で配布したほか、ウェブサイトも開設した。

●新たな「かながわの名産100選」（神奈川県）

「かながわの名産100選」は、神奈川県の伝統と風土に培われた物産（工芸品、加工食品、農林水産品など）について、県民や各団体などからの推薦を受け、1985年に初めて選定が行われ、2006年に再選定した。この再選定から10年以上経過し、観光客のニーズも変化していることなどを踏まえ、2019年2月に新たな「かながわの名産100選」を選定した。インバウンドを意識した商品や地元で人気のご当地グルメなど、工芸品11品目、加工食品56品目、農林水産品33品目を、県の魅力を具現化した観光資源としてPRに活用している。

●ロボット共生社会推進事業「江の島自動運転バス」実証実験（神奈川県）

神奈川県では、「さがみロボット産業特区」の取組を中心に、「ロボットと共生する社会」の実現に向けた取組を推進している。

この取り組みの一環として、2018年9月のセーリング・ワールドカップシリーズ江の島大会の開催に合わせ、民間企業3社の協力のもと、日本有数の観光地である江の島の公道において、11日間の自動運転バス実証実験を行った。

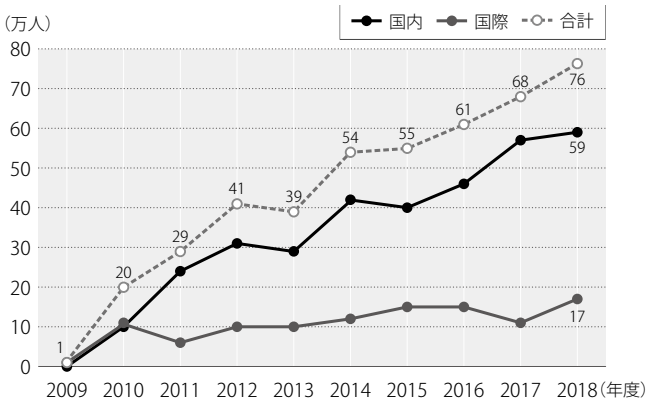
バス車両は、「限定条件の下で、システムが全ての運転タスクを実施し、システムが要請したときのみドライバーが対応する」という自動運転レベル3相当で、片道約1kmのルートを走行。期間中に約500人が乗車した。

同事業に協力した民間企業3社による「実施報告レポート」によると、今回の実験では路上駐車が多く、手動での回避が必要な場面が多数あったことなどが、観光地における自動運転の課題として指摘されたが、交通渋滞の緩和に繋がる可能性も報告された。

●茨城空港利用者　2018年度に過去最高（茨城県）

茨城空港（小美玉市）は首都圏唯一の地方空港であり、2009年度末（2010年3月11日）に開港、2018年度で10年目を迎えた。2018年度の利用者（旅客）数は、前年度比1.7%増の76万人と、過去最高を更新した（国内線、国際線とも）。

図Ⅳ-3-3　茨城空港利用者数の推移



注：2009年度は3/11～3/31のみ　　資料：茨城空港HP

国内線は59万人（3・7%増）で、定期便は4路線、1日計6往復で前年と同じだったが搭乗率が向上し、チャーター便も過去最多であった。

国際線は撤退が相次ぎ、2017年度は1路線となったが、2018年度は台湾便と韓国便が就航し、既存の上海便と合わせて定期便が計3路線に増え、利用者数は17万人（54・9%増）だった。県国際観光課によると、国際線の好調を受け、海外からの茨城県周遊ツアー（成田空港など含む）は2018年度に3,442本（26・5%増）と、過去最高を記録した。

●温泉をユネスコ無形文化遺産に　群馬で協議会発足（群馬県）

2018年12月、「温泉文化ユネスコ無形文化遺産登録推進協議会」が群馬県で発足した。

ユネスコの無形文化遺産は、伝統芸能や行事などが対象

であり、日本では、和食や歌舞伎など21件が登録されている。温泉地には歌や踊り、料理など地域の伝統文化も多く残っており、これらを「温泉文化」と名付け、それを世界に発信して外国人観光客の増加や地域経済の発展につなげることを目的とした協議会である。

群馬県には草津、伊香保、みなかみなど温泉地が多く、まず県内の関係者で連携して温泉文化の定義などを整理し、2019年6月に開かれた日本温泉協会の総会で、登録に向けて協力することが満場一致で承認された。

●「元気やまなし産業ビジョン」策定（山梨県）

山梨県では、人口減少やICTの飛躍的な進化を踏まえ、県内事業者の今後の事業展開の羅針盤としてもらう「元気やまなし産業ビジョン」を2018年8月に策定した。

2027年に予定されているリニア中央新幹線の開業や、中部横断自動車道の山梨・静岡間の開通（2019年）により、同県は東京・大阪間という（国土の）横軸と、新潟・静岡間という縦軸が交わる「クロスポイント（交差点）」と位置づけられる。こうした交通インフラの発展が「ヒト」「モノ」「情報」の往来の活発化に結び付き、同県の産業発展に寄与することが期待されていることから、産業振興の羅針盤として同ビジョンが策定された。

このビジョンでは、県の産業振興の3方針（「モノづくり、ヒトづくりの強化」「やまなしブランドの確立・国内外への展開」「近い・速いを活かした産業振興」）を示し、方針ごとに具体的な取り組みを提案した。

②広域・市町村レベル

●ラグビーワールドカップ2019（TM）日本大会に向けたハード整備とソフト展開（埼玉県、東京都、神奈川県）

2019年9月20日から11月2日にかけて開催される「ラグビーワールドカップ2019（TM）日本大会」の会場は全国12都市にまたがり、関東地方では熊谷ラグビー場（埼玉県熊谷市）、東京スタジアム（東京都調布市）、横浜国際総合競技場（神奈川県横浜市）が会場となる。

世界規模のイベント開催に向け、熊谷ラグビー場では新スタンド設置により座席数を約9千席から約2万4千席まで増設したほか、ピッチをかさ上げして客席との距離感を縮める、ナイター設備を強化するなどの大規模改修工事に約124億円が投じられ、2018年8月に完了した。

また、2018年5月には関東地方の各開催都市でも開幕500日前イベントとしてラグビーの体験やラグビーにゆかりの深い関係者をゲストに招いたトークショーなどがそれぞれ催されるなど、ワールドカップ開催に向けての機運醸成が進んだ。

●外環道（埼玉県三郷南IC～千葉県高谷JCT）が開通

東京外かく環状道路は、都心から約15kmの地域を環状に結ぶ高規格幹線道路で、高速道路（東京外環自動車道）及びこれと併走する国道298号とで構成される。東京外環自動車道・和光IC～三郷JCT間の開通（1992年11月）により東北自動車道と常磐自動車道が、和光IC～大泉JCT間の開通（1994年3月）により関越自動車道が外環道経由で接続され、三郷JCT～三郷南IC（2005年11月）、さらに三郷南IC～高谷JCT間15.5km（2018年6月）の開通により京葉道路と東関東自動車道も同様に接続された。

都心からの放射状道路網が接続されたことで都心部を経由せずに首都圏内の各方面を相互に行き来することが可能となり、都心部の首都高速道路の渋滞緩和のほか、広域的な物流の効率化や観光流動の促進などの効果が見込まれる。

●「富士山ハザードマップ」の改定作業（神奈川県、山梨県、静岡県）

2018年夏期の富士山登山者数は約20万8千人であった（8合目で開山日から9月10日まで計測。吉田、須走、御殿場、富士宮ルートの合計。2017年は約28万5千人）。「富士山ハザードマップ」は、多くの観光客や登山者が訪れる富士山直下で2000年10月～2001年5月頃に低周波地震が多発したことを契機として、富士山火山防災対策協議会及び富士山ハザードマップ検討委員会（事務局：内閣府・総務省消防庁・国土交通省）が2004年6月に策定した。前提となる想定火口範囲を設定し、溶岩流、火砕流・火砕サージ、融雪型火山泥流、降灰、噴石、土石流の各現象について影響が及ぶ可能性のある範囲を示したものである。

しかし、新たな火口の存在判明や詳細な地形データの整備など、策定後に得られた科学的知見から、想定火口範囲や溶岩流などの火山現象の想定影響範囲が拡大する可能性が指摘されたことを受け、富士山火山防災対策協議会作業部会が設置（2015年度～）されるとともに、同ハザードマップの改定及び噴火警戒レベルの運用に関する検討が行われた。その結果、ハザードマップ改定を実施することが決定し、2018年度より改定に向けたシミュレーションが進められ、2020年度には改訂版ハザードマップが策定される予定である。

●埼玉県飯能市に「ムーミン」の世界を体験できる観光拠点が誕生

「あけぼの子どもの森公園」（埼玉県飯能市）は1997年に「自然との共生・自我と自由の尊重」を基本理念として開園し、ムーミンキャラクターズ社会長ソフィア・ヤンソン氏（「ムーミン」作者のトーベ・ヤンソン氏の姪）の了承を得て2017年6月「トーベ・ヤンソンあけぼの子どもの森公園」と改称した。これと前後して2015年6月、フィンランド以外では初となるムーミンのテーマパークが同市にオープンすることを発表、無料エリアの「メッツァビレッジ」が2018年11月、有料エリアの「ムーミンバレーパーク」が2019年3月、同市内の宮沢湖湖畔に開業した。

前者では北欧ブランド雑貨や地元野菜、工芸品などのショッピングや北欧風の飲食を楽しめるほか、ものづくりやアートのワークショップなどが用意される。後者はムーミンの物語を追体験できる4つのエリアで構成され、エントランス部に位置してムーミンの物語の世界へと誘う「はじまりの入り江エリア」、物語の世界を忠実に再現し、原作の世界観の魅力に触れるメインエリアの「ムーミン谷エリア」、フィンランド語で「体験」を意味し、多彩な体験が可能な「コケムス」、屋外で思いきり体を

動かせる「おさびし山エリア」と、4エリアそれぞれの魅力を楽しむことができる。

また、施設を運営する株式会社ムーミン物語は2018年6月、埼玉県との間で観光分野における連携協定を締結、海外旅行博（香港、台湾、タイ）での共同プロモーション、メッツァビレッジ催事スペースを活用した県の産業や観光のPR、国内外旅行会社への県内主要観光地とメッツァを巡る周遊ルートの企画販売の相互働きかけなどに取り組んでいる。

●渡良瀬遊水地の観光地化推進計画を策定（栃木県小山市）

渡良瀬遊水地は栃木県、群馬県、埼玉県、茨城県の4県にまたがる約33㎢の面積を占める大規模な湿地で、2012年に「特に水鳥の生息地として国際的に重要な湿地に関する条約（ラムサール条約）」登録湿地となった。

同湿地の左岸の一部をなす栃木県小山市では2014年に「渡良瀬遊水地関連振興5カ年計画」を策定し、その中で渡良瀬遊水地の「賢明な活用」の3本柱として「治水機能確保を最優先としたエコミュージアム化」「環境にやさしい農業を中心とした地場産業の推進」「トキ・コウノトリの野生復帰」を掲げ、あわせて「おもてなし環境の向上による観光客の受入促進」をうたっている。

同計画の次期計画として位置づけられた「小山市渡良瀬遊水地観光地化推進5カ年計画」（2018年3月）は、遊水地と関連地域の自然環境や伝統文化、地場産業などの魅力をわかりやすく伝え、観光地化を図ることを目的とした。そのために「来る」「見る・体験する（学ぶ・つくる）」「食べる・泊まる」「買う」「交流する・PR」の5つの視点を設定し、これらに基づく主な取り組み事業（9つの施策項目と35の取り組み）を提示した。また、対象となるターゲットを「都会の親子連れ」「教育旅行」「『ナチュラリスト』の大人」「外国人観光客」に絞り、受入環境整備の強化については「おもてなし環境」「インバウンド対応」「ガイド育成・ガイド協会との連携」「CSRや市民参加型の活動環境」「関係団体・周辺自治体との連携」を掲げている。

同地の自然環境や伝統文化、地場産業を季節ごとにまとめた「渡良瀬遊水地周辺地域歳時記」を作成し、エコ・アグリツアーを積極的に推進することとしている。

図Ⅳ-3-4 渡良瀬遊水地観光地化推進5ヵ年計画 主な取組

施策項目	主な取組（一部抜粋）
ネットワークの形成	・アクセスルート及び周辺道路整備 ・サイクリングロード・フットパスの整備・活用 ・レンタサイクル・シェアサイクル活用、サイクルステーション設置
観光拠点の形成	・エコミュージアムの整備 ・コウノトリ・トキの野生復帰（営巣環境採餌環境の整備）
自然の再生・景観の形成	・湿地保全活動の推進 ・ビューポイント整備（絶景・展望ポイントづくり）
アクティビティの充実	・エコツーリズムの推進（ガイドツアー、周遊コース等） ・遊び場の創出 ・生産体験プログラムの提供（米・野菜等収穫体験等）
学習環境の充実	・環境学習の場の提供
食・泊場所の充実	・ラムサールふゆみずたんぼ米・生井っ子の生産・PR ・おやまブランド・郷土料理の提供 ・農泊・民泊（空き家の活用）等の多様な宿泊環境の充実
特産物の商品化	・ヨシ活用製品の商品化 ・桑の葉・実及び繭を使用した土産物の販売
交通・イベントの充実	・自然学習研修・体験・交流施設の整備検討 ・季節・年間の各種イベント充実（ヨシ焼き、田んぼアート、ふゆみずたんぼオーナー制、ツールド・おやま等）
PR・情報の発信	・インターネット等多様な情報媒体の活用（HP、SNS等）

資料：小山市「渡良瀬遊水地観光地化推進5ヵ年計画」をもとに（公財）日本交通公社作成

●万代島地区のにぎわい創出ビジョン策定（新潟県、新潟市）

新潟県と新潟市は2018年7月に策定した「新潟都心の都市デザイン」を踏まえ、新潟開港150周年を契機とした新潟西港万代島地区のさらなるにぎわい創出のため、2019年3月「万代島地区将来ビジョン」を策定した。

もともと信濃川の中州であった万代島地区は埋め立てによって信濃川右岸と陸続きになり、新潟西港の一部として水産施設や港湾施設が配置されてきたが、貨物港としての意義が縮小し、近年では国際コンベンションセンター「朱鷺メッセ」や市民市場「ピアBandai」、「万代島多目的広場」など、ハード面での都市開発とともに、それらの空間を活用した交流人口の拡大などソフト面での地域活性化の取り組みが進められてきた。同ビジョンでは、こうした万代島地区の課題を、「アクセス機能の強化」「みなと景観づくり」「にぎわい空間と憩い空間づくり」「情報発信と人の誘導」の4点に整理している。これらの課題を解決する新たな万代島地区のコンセプトとして「人々が集い、にぎわいと新しい価値を創造する“万代島”」をかかげ、短期（5年）・中期（15年）・長期（30年）のスパンでめざすべき姿を段階的に提示した。短期では、入り江を挟んだにぎわい施設間や駅とのアクセス性向上、みなとらしい景観演出による来訪者の誘引、水辺空間への出店増によるにぎわい創出、わかりやすい情報発信による認知度とアクセシビリティの向上がうたわれた。

（朝倉はるみ　堀木美告）

Ⅳ-4 中部

外国人延べ宿泊者数は全県で増加傾向
地方・都道府県レベルでは官民連携による誘客施策
市町村レベルで観光客のコントロール施策も

(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、2018年1月～12月の中部地方の延べ宿泊者数は8,992万人泊となり、前年比3.7%増となった（図Ⅳ-4-1）。2015年以降、2年ぶりに増加に転じた。

県別にみると、延べ宿泊者数が最も多いのは静岡県であり、次点には長野県、三番手には愛知県が続いた。静岡県が2,000万人泊を、長野県と愛知県が1,500万人泊を上回り、上位3県の延べ宿泊者数が中部地方全体の63.6%を占めた。以上の傾向は2014年から2018年まで同様であった。石川県、福井県、長野県、岐阜県、静岡県、三重県の延べ宿泊者数は、それぞれ前年比4.5%、13.1%、1.9%、10.4%、5.2%、7.0%の増加であった。一方、富山県と愛知県の延べ宿泊者数は、それぞれ前年比3.0%、1.0%の減少となった。

延べ宿泊者数について、2014年から2018年までの伸び率が最も大きいのは石川県であり、2018年の数値は2014年比で21.1%増となった。同じく2014年比で、岐阜県は12.4%、愛知県は10.5%の増加となった。

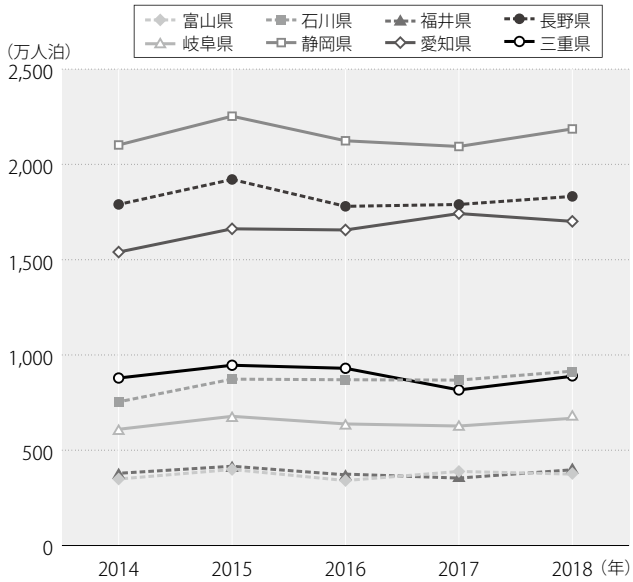
中部地方における外国人の延べ宿泊者数は935万人泊となり、前年比20.4%増となった（図Ⅳ-4-2）。2016年、2017年には前年比増加率が一桁台に落ち着いたものの、2018年は再び伸長し、2014年の28.1%に次ぐ増加率を示した。

県別にみると、外国人延べ宿泊者数が最も多いのは愛知県であり、次点には静岡県、三番手には長野県が続いた。上位3県の序列は2014年以降変化していないものの、岐阜県は2018年の外国人延べ宿泊者数が前年比52.2%の増加となり、長野県との差を4.3万人泊まで縮めた。そのほか各県の前年比増加率は、富山県が6.4%、石川県が25.3%、福井県が24.0%、長野県が18.4%、静岡県が19.4%、愛知県が12.1%、三重県が1.9%であった。

外国人延べ宿泊者数について、2014年から2018年までの伸び率が最も大きいのは石川県で、2018年の数値は2014年比で179.6%増となった。同じく2014年比で、岐阜県は148.3%、福井県は140.6%、長野県は131.2%の増加となった。

岐阜県は2018年の延べ宿泊者が前年比10.4%増、外国人延べ宿泊者数が前年比52.2%増となり、いずれも顕著な伸長を記録した。2014年比では延べ宿泊者が12.4%増、外国人延べ宿泊者数が148.3%増となり、中期的にも堅調な増加を示した。岐阜県の観光振興プランでは、2013年から2018年ま

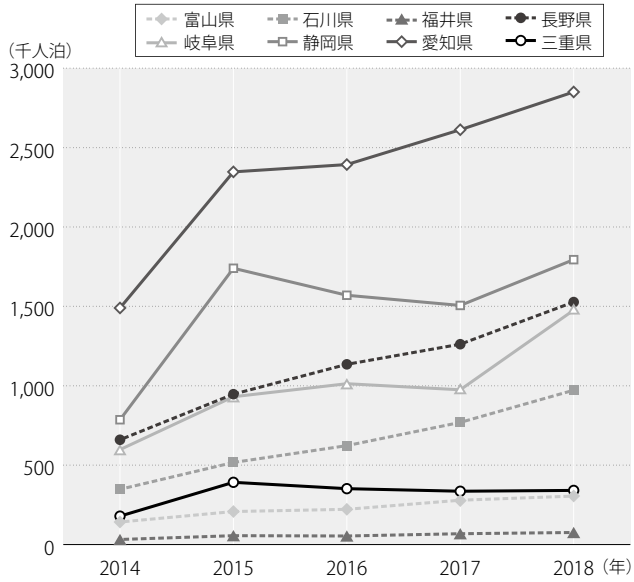
図Ⅳ-4-1 延べ宿泊者数の推移（中部）



	2014	2015	2016	2017	2018
富山県	349	399	341	390	378
石川県	754	873	870	874	913
福井県	379	416	371	359	406
長野県	1,790	1,921	1,780	1,799	1,832
岐阜県	610	678	638	621	685
静岡県	2,102	2,253	2,124	2,078	2,186
愛知県	1,540	1,662	1,656	1,719	1,701
三重県	879	946	930	832	890

単位：万人泊
資料：観光庁「平成30年宿泊旅行統計調査」をもとに（公財）日本交通公社作成

図Ⅳ-4-2 外国人延べ宿泊者数の推移（中部）



	2014	2015	2016	2017	2018
富山県	142	208	222	288	306
石川県	348	517	623	777	974
福井県	32	56	54	61	76
長野県	660	947	1,135	1,290	1,527
岐阜県	598	931	1,013	975	1,484
静岡県	786	1,740	1,570	1,502	1,794
愛知県	1,490	2,347	2,393	2,543	2,850
三重県	179	392	352	334	341

単位：千人泊
資料：観光庁「平成30年宿泊旅行統計調査」をもとに（公財）日本交通公社作成

での期間が「宿泊滞在観光への本格展開」のステージとして位置づけられており、一定の施策効果が現れているとみられる。18年7月には岐阜乗合自動車株式会社（岐阜バス）が新路線として「高速名古屋郡上八幡線」を開設した。

(2) 観光地の主要な動き

①地方・都道府県レベル

●民泊の実施制限区域などを定める条例を施行

2018年6月15日、住宅宿泊事業法が施行された。同法の規定に基づき、複数の自治体では独自の条例などを制定し、住宅宿泊事業（いわゆる民泊）の実施を制限する区域・期間などの詳細を定めた。

2019年4月1日時点で、中部地域において条例を制定した自治体は、長野県、静岡県、岐阜県、三重県、金沢市、名古屋市である。ただし岐阜県は条例による区域・期間の制限を行わず、行為規制のみを行う。

●黒部ルートの一般開放に向けた協定を締結（富山県）

2018年10月17日、富山県と関西電力は「黒部ルートの一般開放・旅行商品化に関する協定」を締結した。協定により、関西電力は5年を目途に黒部ルートの安全対策工事を実施するとともに、工事完了後に黒部ルートを一般開放し、自社が主催する見学会を廃止すること、一般開放後に黒部ルートの旅行商品化を行い、富山県は旅行商品の企画及び運営について責任を負うことが決定された。

黒部ルートとは、黒部峡谷鉄道欅平駅（黒部市）から黒部ダム（立山町）に至る経路であり、黒部ダム付近で立山黒部アルペンルートと接続する。黒部ダムの管理・物資輸送ルートとして、関西電力が業務用のトロッコ列車、インクラインなどを敷設しているが、通常、旅客は乗車できない。

協定締結に至る経緯を整理すると、関西電力は1996年以降、例年6月から11月にかけて、黒部ルートの公募見学会を実施してきた。受入規模は年間2,000人程度（各回定員30人×年間34日×2回／日、2014年度実績）、参加の可否は抽選に拠り、費用は無料であった。

一方の富山県は黒部ルートを魅力ある山岳観光ルートととらえ、2015年には関係者との連携により「黒部峡谷パノラマ展望ツアー」を催行するなど、旅行商品化に向けた取り組みを進めてきた。あわせて、富山県は関西電力に対して黒部ルートにおける観光客の受入拡大を求め、県が設置する「『立山黒部』世界ブランド化推進会議」「『立山黒部』の保全と利用を考える検討会」などにおいて、議論を行ってきた。

協定では一般開放後の観光客受入規模として、年間8,000人から10,000人が見込まれている。富山県は一般開放後の旅行商品化について、2024年度から実施し、運賃を徴収せず保険料・ガイド料などのみを徴収する形式での有料化を検討している。

なお、協定では一般開放・旅行商品化開始までの措置として、2019年度に関西電力が実施する黒部ルート見学会の日程に、土日祝日を設定することが定められた。決定を受けて、2019年度には従来の日程（平日34日間）に加え、7月から9月までの土日、計4日間に見学会が開催された。

●羽田-能登線が搭乗率69.2%を達成（石川県）

2018年7月6日、石川県は前年7月7日からの1年間において、羽田空港-能登空港線の搭乗率が69.2%であったことを発表した。同年9月4日、羽田-能登線の運送事業者である全日本空輸株式会社（ANA）役員などが石川県知事を表敬訪問し、販売促進協力金22,764千円の目録を贈呈した。

能登空港は石川県が設置・運営する第3種空港であり、2003年7月の開港から2019年9月現在まで、定期路線は1日2便の羽田-能登線のみである。

開港時、石川県は2便目の確保を目的として、「搭乗率保証制度」によりANAに対して一定の搭乗率を保証した。この制度は航空会社と地域が共同で利用促進に努めるための仕組みであり、一定期間内の搭乗率が目標搭乗率を下回った場合は地域が航空会社に対して保証金を、上回った場合は航空会社が地域に対して販売促進協力金を、それぞれ支払うことを定める。羽田-能登線においては、使用機材の変更や特別枠の設定などによる調整を経て、現在は搭乗率が58%から66%の範囲を超えた場合に、保証金または販売促進協力金を支払うことが定められている。

石川県企画振興部は能登空港の利用促進に取り組んでおり、平成30年度当初予算では「安定需要の確保に向けた利用促進活動の展開」に168,500千円を、「利用者の利便性の向上」に2,710千円を、それぞれ計上した。具体策として、首都圏からの需要拡大を目的とした旅行商品の造成、誘客キャンペーン、新規需要開拓と、地域住民の利用促進を目的とした啓発事業、賑わいの創出などが展開された。施策の効果について、石川県は平成29年度目標管理型行政経営システム行政経営シートにおいて「のと里山空港需要拡大等強化事業」の有効性をA評価（効果が高い）とし、平成30年度以降も取り組みを拡大するとしている。

羽田-能登線における利用者数と搭乗率の推移は、図Ⅳ-4-1に示す通りである。15年目には開港以来最大の利用者数と2番目の搭乗率を記録した。内訳をみると首都圏などの利用者数の増加が顕著であり、首都圏からの需要拡大施策が奏功したと考えられる。一方で地元の利用者数は全体として減少傾向にあり、15年目には開港初年の半数を割ったことから、地域住民の利用促進を目的とした施策の効果は限定的とみられる。

●長野県インバウンド推進協議会の設立（長野県）

2019年2月28日、長野県観光部観光誘客課国際観光推進室は長野県インバウンド推進協議会を設立し、当日までに企業などからなる301団体が加入した。協議会は「インバウンド施策をオール長野でスピード感を持って実施する体制を整える」ことを目的とし、宿泊業、飲食業、交通事業者、索道事

業者などの民間企業、観光協会、DMOなどの会員により構成される。協議会は今後の具体的な事業として、商品造成事業、まちづくり・交通事業、海外プロモーション事業、受入環境整備事業などを行うとしている。

●愛知デスティネーションキャンペーン（愛知県）

2018年10月から12月にかけて、愛知デスティネーションキャンペーンが開催された。「未来クリエイター愛知　～想像を超える旅へ。」をテーマとして、愛知県大型観光キャンペーン実施協議会が、全国のJRグループとの連携により実施した。期間中、全国のJR駅におけるポスターの掲示、私鉄を含む愛知県内の鉄道路線とバス路線に乗車可能な特別きっぷの販売、名古屋城本丸御殿における「竹林豹虎図」の特別展示、個人向け周遊バスの運行、ガイドツアーの催行などが行われた。

●三重県とアソビューが包括協定を締結（三重県）

2018年3月17日、三重県とアソビュー株式会社は「『体験』と『観光』をキーワードにした地域活性化と県民生活の質の向上に資すること」を目的とする、連携と協力に関する包括協定を締結した。協定内容には、観光地経営の推進、農村漁村振興の活性化、ICT・ビッグデータを活用した地域の魅力発信などが含まれる。

アソビュー株式会社は協定の締結について、自社のソリューションを活用して、商品造成やプロモーション支援など、県内サービスの一層の向上を目指し、幅広く県と連携しながら地域の活性化に取り組むとした。

②広域・市区町村レベル

●民間施設直結スマートICの事業化を決定（三重県多気町）

2018年8月10日、国土交通省は三重県多気町における民間施設直結スマートインターチェンジの新規事業化を決定した。同23日、国土交通大臣から多気町長へ連結許可証が交付された。本事業は2017年7月に国交省により具体化された、「民間施設直結スマートインターチェンジ制度」が適用される最初の事例となる。

民間施設直結スマートインターチェンジ制度は、民間企業がその発意と負担により、高速道路から民間施設に直結するスマートICを整備するための制度である。対象となる民間施設は、大規模商業施設、工業団地、物流施設などが想定されている。民間企業は市町村を通じて国交省に整備方針を提示し、国交省はこれを審査・認定する。認定後、民間企業は接続する道路管理者、高速道路会社などとの協定に基づき、スマートIC内の直結路などの整備や維持管理費用を負担する。整備されるスマートICには、直結する民間施設名を用いた名称を付けることができる。

当該ICは伊勢自動車道（E23）に、名古屋方面出口のみを有する1/4スマートICとして整備される見込み。接続する民間施設「アクアイグニス多気」は2020年に、産直市場・宿泊・薬草温浴施設などを備えた滞在型複合施設として開業を予定している。事業主は「三重故郷創生プロジェクト」であり、イオンタウン、ファーストブラザーズ、ロート製薬などが出資する合同会社である。同施設では民間企業が行政や大学と連携し、地方創生を目指すとしている。

●入村制限を伴うイベント運営を実施（岐阜県白川村）

白川郷観光協会は、村内荻町集落内で2019年1月から2月にかけて行われた夜間ライトアップイベント「白川郷ライトアップ」を、完全予約制により実施した。

完全予約制の導入は、2018年以前より顕在化していたイベント当日の問題（アクセス道路の渋滞、違法駐車、村内の混雑など）を踏まえて決定された。イベントの実施に先立って、

表Ⅳ-4-1　羽田-能登線の利用者数と搭乗率の推移

年次	対象期間		利用者数（席）	搭乗率	利用者数内訳				保証金（県→ANA）（千円）	販売促進協力金（ANA→県）（千円）
					地元		首都圏等			
	自	至			利用者数（席）	構成比	利用者数（席）	構成比		
01年目	03/07/07	04/07/06	151,015	79.5%	56,242	37.2%	94,773	62.8%	－	97,330
02年目	04/07/07	05/07/06	155,623	64.6%	52,395	33.7%	103,228	66.3%	－	15,989
03年目	05/07/07	06/07/06	160,052	66.5%	48,991	30.6%	111,061	69.4%	－	20,000
04年目	06/07/07	07/07/06	156,945	65.1%	45,384	28.9%	111,561	71.1%	－	－
05年目	07/07/07	08/07/06	158,558	65.4%	36,039	22.7%	122,519	77.3%	－	－
06年目	08/07/07	09/07/06	150,365	62.3%	32,127	21.4%	118,238	78.6%	－	－
07年目	09/07/07	10/07/06	149,010	62.3%	33,426	22.4%	115,584	77.6%	－	－
08年目	10/07/07	11/07/06	132,698	55.8%	30,932	23.3%	101,766	76.7%	※震災により適用除外	
09年目	11/07/07	12/07/06	149,117	62.0%	32,526	21.8%	116,591	78.2%	－	－
10年目	12/07/07	13/07/06	150,542	63.2%	35,041	23.3%	115,501	76.7%	－	－
11年目	13/07/07	14/07/06	147,129	62.7%	33,356	22.7%	113,773	77.3%	－	－
12年目	14/07/07	15/07/06	150,712	63.6%	31,428	20.9%	119,284	79.1%	－	－
13年目	15/07/07	16/07/06	152,834	63.7%	29,622	19.4%	123,212	80.6%	－	－
14年目	16/07/07	17/07/06	157,611	65.6%	28,319	18.0%	129,292	82.0%	－	－
15年目	17/07/07	18/07/06	162,903	69.2%	26,720	16.4%	136,183	83.6%	－	22,764

能登空港「のと里山空港1年目～15年目の搭乗率」をもとに（公財）日本交通公社作成

白川郷観光協会は導入の経緯、白川郷が目指す姿などを2018年7月に告知し、予約手続きを2018年8月から開始した。イベント当日は村内指定施設への宿泊・村内の駐車場・ツアーバス・公共バスのいずれかの予約手続きを完了した観光客のみ入村を認め、それ以外は入村を制限した。村内の展望台に移動するためのシャトルバスについても、同様に予約制を採用した。応募多数の場合、抽選により当選者を決定した。

イベント終了後、白川郷観光協会ならびに運営に参加した関係企業は、完全予約制の導入によって従前発生していたトラブルの大部分を解消でき、イベント収益は改善、村内の飲食や物販の売上げは例年並みであったことを発表した。白川郷観光協会は2020年にも完全予約制を継続することとし、2019年8月にWebサイト上で予約の受付を実施した。

●白馬エリアの訪日外国人旅行者数が過去最高を記録（長野県大町市・白馬村・小谷村）

2018年6月6日、HAKUBA VALLEY索道事業者プロモーションボード（以下、HVPB）は、2017-18年シーズンにHAKUBA VALLEYを訪れた外国人スキー客数が330千人を突破し、過去最高値を記録したと発表した。総来場者数は約1,555千人であり、全体の約21%を外国人旅行者が占めた。

HAKUBA VALLEYは長野県大町市、白馬村、小谷村に位置する10のスキー場からなるスノーリゾートの名称である。2016年、各スキー場を運営する事業者が合同でHVPBを設立し、共通チケットとゲートシステムの導入、二次交通の整備、プロモーションなどの事業を推進してきた。

HVPBは今後も観光需要の活性化とさらなる拡大、地方創生の実現に取り組むとしている。

●都市型ワイン醸造所併設の飲食店を開業（石川県金沢市）

2018年10月11日、株式会社金沢ワイナリーは、金沢市尾張町にワイン醸造所を併設した飲食施設を開業した。施設は町屋を改修した2階建てとなっている。1階の醸造所では市内で栽培されたブドウを原料にワインを醸造し、2階のフレンチレストランで提供するほか、百貨店などへの出荷を予定している。

●民泊規制をめぐる動向（長野県軽井沢町）

2018年6月15日、長野県は「長野県住宅宿泊事業の適正な実施に関する条例（以下、条例）」及び「長野県住宅宿泊事業の適正な実施に関する条例施行規則（以下、規則）」を施行し、県内で住宅宿泊事業（いわゆる民泊）の実施を制限する区域と期間の詳細を定めた。条例と規則により、軽井沢町内の住宅宿泊事業は、繁忙期にあたる5月、7月、8月、9月においては全町で規制される。それ以外の期間においては町域の約9割で、原則として休日を除く月曜日から金曜日まで規制される。

軽井沢町は2016年4月に行われた旅館業法施行令の改正に先立って、同年3月に「民泊施設等の取扱基準」を発出し、町内全域において民泊施設ならびにカプセルホテルなどの施設の設置を認めない指針を示した。さらに長野県が2017年度中に行った聞き取り調査などにおいて、軽井沢町は県に対して、条例による町内全域・通年での民泊規制を求めていた。一方、厚生労働省と国土交通省は2017年12月に発出した住宅宿泊事業法施行要領において、「条例によって年間全ての期間において住宅宿泊事業の実施を一律に制限し、年中制限することや、都道府県などの全域を一体として一律に制限することなどは、本法の目的を逸脱するものであり、適切ではない」との指針を示していた。

●チャオ御岳が冬季営業せず（岐阜県高山市）

2018年12月10日、チャオ御岳マウントリゾートの運営会社である飛騨森林都市企画株式会社（以下、運営会社）は、2018-19年シーズンのスキー場営業を延期すると発表した。運営会社は延期の理由として、2018年7月から10月に発生した集中豪雨や台風によるスキー場施設の損害と、入込数の減少による収益の悪化を挙げた。運営会社は運営体制の見直しを行った上で、3月以降の春季営業と夏季の高地トレーニング事業を軸に、経営体制を再構築するとした。

その後2019年9月までチャオ御岳マウントリゾートの営業は再開されていない。公式WebサイトならびにSNSの更新は、2018年12月17日以降停止している。

1998年、JR東海と周辺自治体は共同出資により運営会社を設立し、チャオ御岳スノーリゾートを開業した。2013年、同社の筆頭株主であったJR東海は、株式を株式会社マックアースに売却し、運営から撤退した。2017-18年シーズンの営業は短縮され、2018年1月から3月中旬までの土日祝日営業となった。2018年5月、マックアースは運営会社の株式を有限会社優福屋に譲渡し、運営から撤退した。

●中部国際空港に複合商業施設を開業（愛知県常滑市）

2018年10月12日、中部国際空港株式会社は空港島内に、複合商業施設 FLIGHT OF DREAMS を開業した。中部国際空港がボーイング社から寄贈を受けた「ボーイング787ドリームライナー」試験機1号機の屋内展示をメインとする施設であり、展示エリアではチームラボ株式会社によるメニューを含む、計9種の体験型コンテンツが提供されている。そのほか、グッズ販売店、フードコートなどが併設される。展示エリアのみ入場有料。2019年3月から、新たに展示機体の夜間ライトアップが開始された。

中部国際空港島では、2019年8月末に愛知県国際展示場（Aichi Sky Expo）が開業し、同年9月には新ターミナルの供用が開始される。FLIGHT OF DREAMSを含む3施設はいずれも空港島南部に立地し、施設間を接続する空中回廊の設置が予定されている。

（那須　將）

Ⅳ-5 近畿

台風からの復興キャンペーンを関西全域で展開
世界遺産登録25周年事業を斑鳩町・姫路市で実施

(1) 都道府県レベルの旅行者動向

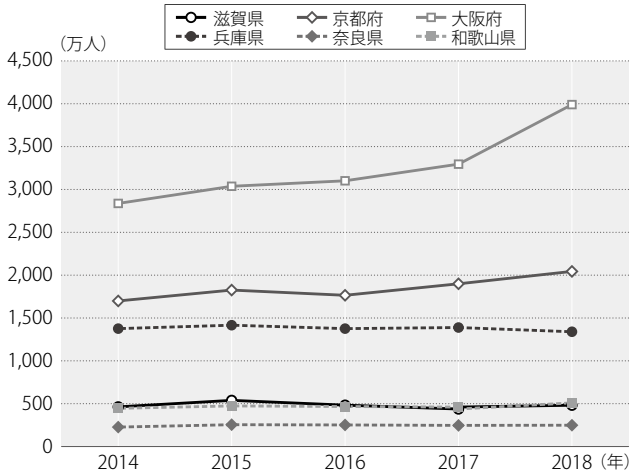
①宿泊者数の動向

観光庁「宿泊旅行統計調査」によると、2018年1月～12月の近畿地方の延べ宿泊者数は8,628万人泊と過去5年間で最大となり、前年比では10.5%の増加となった（図Ⅳ-5-1）。府県別にみると、京都府や大阪府、和歌山県では過去5年間で最も多くなった。前年比をみると、大阪府で前年比20.1%増、京都府で8.1%増、和歌山県で5.5%増、滋賀県で3.9%増と前年を上回ったが、兵庫県では3.0%減、奈良県では3.1%減を記録し、近畿圏内で明暗が分かれるかたちとなった。

外国人延べ宿泊者数については、近畿地方全体で2,409万人泊で前年比21.8%増となり、昨年に続き過去最大、初めて2000万人泊を超えた（図Ⅳ-5-2）。府県別にみると、滋賀県を除く2府3県で過去最大を記録した。前年比をみると、大阪府で前年比29.6%増、京都府で前年比12.8%増、奈良県で12.6%増、和歌山県で11.3%増と1割以上伸び、滋賀県も6.2%増となった。一方、兵庫県は0.9%増とほぼ横ばいであった。

延べ宿泊者数と外国人延べ宿泊者数の増加率の関係を府県別にみると、滋賀県や京都府、大阪府、和歌山県はその符号が一致しているが、兵庫県と奈良県では延べ宿泊者数の増加率はマイナスだが外国人延べ宿泊者数はプラスであった。

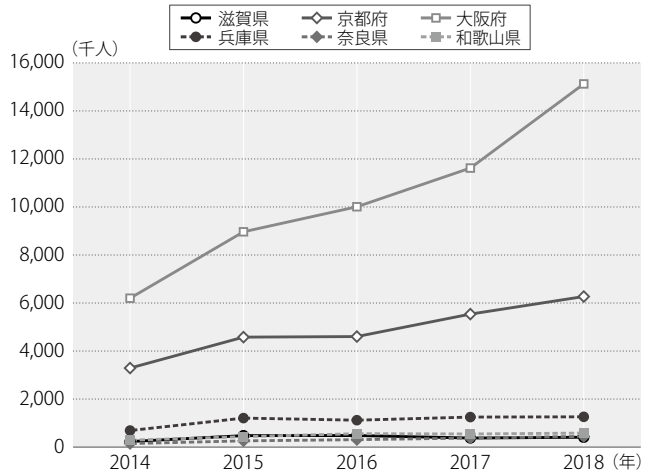
図Ⅳ-5-1 延べ宿泊者数の推移（近畿）



	2014	2015	2016	2017	2018
滋賀県	463	539	483	465	483
京都府	1,699	1,826	1,765	1,892	2,045
大阪府	2,837	3,037	3,101	3,321	3,990
兵庫県	1,376	1,416	1,376	1,380	1,339
奈良県	227	255	252	265	257
和歌山県	446	474	467	486	513

資料：観光庁「平成30年宿泊旅行統計調査」をもとに（公財）日本交通公社作成

図Ⅳ-5-2 外国人延べ宿泊者数の推移（近畿）



	2014	2015	2016	2017	2018
滋賀県	231	477	481	389	413
京都府	3,291	4,579	4,603	5,556	6,268
大阪府	6,200	8,966	10,009	11,672	15,124
兵庫県	698	1,207	1,120	1,248	1,260
奈良県	145	259	308	389	439
和歌山県	285	435	557	525	584

資料：観光庁「平成30年宿泊旅行統計調査」をもとに（公財）日本交通公社作成

②関西国際空港の利用動向

関西国際空港の運営を行っている関西エアポート株式会社が2019年1月に発表した利用状況（速報値）によると、2018年の国際線と国内線を合わせた航空旅客数は2,894万人となり、前年比3.4%増で2017年に続き過去最大を記録した（表Ⅳ-5-1）。また、国際線の外国人旅客のみで初めて1,500万人を突破した。関西国際空港は2018年9月に台風の被害を受け、一時的に空港閉鎖となったものの、インバウンド需要の堅調な増加に支えられ、利用者数も増加した。

表Ⅳ-5-1 関西国際空港の発着回数と旅客数

		2017年（確定値）	2018年（速報値）	前年比
発着回数		185,174	187,114	1.0%
国際線		135,360	140,232	3.6%
	旅客便	119,379	124,715	4.5%
	貨物便	13,866	13,899	0.2%
	その他	2,115	1,618	−23.5%
国内線		49,814	46,882	−5.9%
	旅客便	47,199	44,537	−5.6%
	貨物便	992	574	−42.1%
	その他	1,623	1,771	9.1%
旅客数		27,987,564	28,936,050	3.4%
国際線		21,138,928	22,434,631	6.1%
	日本人	6,618,382	6,967,646	5.3%
	外国人	14,319,650	15,280,463	6.7%
	通過旅客	200,896	186,522	−7.2%
国内線		6,848,636	6,501,419	−5.1%

注：航空機発着回数のその他には「空輸機・燃油給油機・プライベート機・特別機・回転翼機等を含む
出典：関西エアポート株式会社

(2) 観光地の主要な動き

①地方・都道府県レベル

●ウェルカム・関西・ジャパンキャンペーンの実施

2018年9月に発生した台風21号やこれに伴う関西国際空港の被災による影響からのインバウンド需要回復を目指し、国は9月下旬から韓国や中国の大型連休期間を挟んだ1ヶ月程度を集中キャンペーン期間と位置づけ、関係団体や事業者の協力を呼びかけた。多くの団体や事業者の協力を得て、133の取り組みを盛り込んだ「関西インバウンド観光リバイバルプラン」が取りまとめられ、本プランに従って9月21日から1ヶ月間、ウェルカム・関西・ジャパンキャンペーンを実施した。キャンペーン中は、①関空の復旧状況や元気な関西の状況についてのきめ細かい情報発信、②航空会社や旅行会社などによる割引商品の設定、③関西地区の公共交通事業者による利用促進活動、④関西地区の観光施設などによる割引キャンペーンといったプログラムが実施された。

●広域連携DMO関西観光本部による観光振興ビジョン

2017年に観光庁に広域連携DMOとして登録された関西観光本部（福井県、三重県、滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県、和歌山県、鳥取県、徳島県の関西2府8県を対象エリアとする）は、2018年10月に関西で観光振興に取り組む主体（民間事業者、行政、DMOなど）とともに目指していく関西の観光振興の将来ビジョンや重点的な取り組みテーマについて、「関西ツーリズムグランドデザイン2021 -The Exciting Journey, KANSAI-」として取りまとめた。2021年に関西広域を会場に国際的スポーツ大会「ワールドマスターズゲームズ関西」が開催されることを踏まえて、2021年までに取り組むべきことが5点まとめられている。

●災害時の訪日外国人旅行者に対する情報提供などの対応に関する検証・調査の実施

2018年6月の大阪北部を震源とする地震や9月の台風21号発生時に、訪日外国人旅行者への情報提供が十分でなかったことを踏まえ、近畿運輸局では検討会を設置し、災害時の訪日外国人旅行者に対する情報提供などについて検討を進めてきた。検討の結果、今後の方向性として「多重化」と「ハブ化」の必要性が結論づけられた。多重化とは、災害時に様々な情報提供手段を用意することを意味し、ハブ化とは、災害時の情報を一元的に取りまとめることを意味する。

●京都府観光総合戦略の策定

京都市域外の京都府への観光需要の拡大を目標に、京都府では2018年6月に知事を本部長とした「観光戦略総合推進本部」を設置し、新しい時代の京都府観光のあり方についてエビデンス（科学的根拠）をもとに総合的に検討を行い、新たな総合戦略の策定に取り組んだ。この戦略は、長期的には本格的な人口減少時代を迎える2040年頃の観光地域づくりの将来像を目指し、2030年頃までの中期的な取り組み方針とそれを実現するための2022年頃を目指した重点プログラムから構成されている。

●京都府優良宿泊事業地域連携支援事業費補助金の新設

京都府では、府内への宿泊誘致を図り、地域交流人口の拡大や観光消費額の増加につなげるために小規模な宿泊事業者が地域と連携して行う、地域資源を生かした取り組みを支援するための補助金を2019年3月に新たに設けた。京都市を除く京都府内で、旅館業法の許可を得た簡易宿所事業者及び京都府認証優良住宅宿泊施設の認証を受けた住宅宿泊事業者を対象に、以下の経費を補助対象とするものである（表Ⅳ-5-2）。

表Ⅳ-5-2 京都府優良宿泊事業地域連携支援事業費補助金

1. 地域の食材・産品、商店等の積極的な利用
（ア）地域食材を使用した食事メニューの開発に要する経費
（イ）宿泊施設と地域の飲食店の連携に係る経費
（ウ）地元工芸品を客室等で使用する場合の物品費
（エ）土産品等として展示するためのスペース設置費
（オ）その他知事が特に必要と認める経費
2. 観光客向けの体験プログラム等の造成・販売、PR等の充実強化
（ア）ホームページに、体験プログラムの予約機能を付与するための経費 ※宿泊予約と体験プログラムの予約を同時に受け付けるためのホームページを新たに開設するための経費を含む
（イ）体験プログラム実施に係る用具等の賃貸・購入経費
（ウ）宿泊者と地域住民との交流を図る機会の創出に要する経費
（エ）ガイド人材の養成に要する経費
（オ）体験プログラムのパンフレットなど広報資材作成に要する経費
（カ）その他知事が特に必要と認める経費

資料：京都府HPより筆者作成

●大阪IR基本構想（案）の発表

大阪府では、2017年3月よりIR推進会議において大阪・夢洲地区への統合型リゾート（IR）の誘致に向けた検討を行ってきた。2019年2月の会議にて、大阪IR基本構想（案）が発表された。基本構想（案）によると、想定事業モデルとして、万博会場に隣接した敷地約60haで投資規模9,300億円、施設規模の総延床面積100万㎡が示されている。年間延べ来場者数は2,480万人で、そのうちゲーミング施設で590万人を想定。年間売上は4,800億円で、うちゲーミング施設での売り上げを3,800億円と想定している。基本構想案にはギャンブルなどの依存症や治安などの懸念事項への対策も盛り込まれている。

●和歌山県医療観光研究会による検討

和歌山県では、外国人観光客が急増する中、高度医療、健康診断、健康増進などを希望する外国人を対象に、医療と観光を組み合わせた新たな誘客の可能性を研究することを目的として、2018年6月から医療観光研究会を設置し、①近隣国、途上国富裕層における医療需要、②日本、本県における将来的な医療需要と供給、③国内外の医療観光実施状況、④医療観光を実施する場合に必要となるインフラについて検討を進めてきた。6回の会議を経て、2019年3月に「和歌山県医療観光研究会とりまとめ～和歌山の医療観光推進に向けて～」を発表した。海外では、医療観光が地域医療に悪影響を及ぼしている例もあることから、地域医療に影響を及ぼさないことを大前提とした上で、医療観光を推進するための具体策が盛り込まれた。

●兵庫県政150周年事業の実施

1868年に兵庫県が成立してから150周年の節目を迎え、県民全体でふるさとの歩みを振り返り、未来の兵庫を考えるための様々な記念事業が2018年度に県内各地で実施された。全体テーマを「兵庫の未来を創る～創造と共生の舞台・兵庫の実現を目指して～」、サブテーマを「五国の魅力を磨く」「交流の輪を拡げる」とし、全県事業29、地域事業70の計99事業が行われた。

●南紀白浜空港マスタープランの策定

2018年5月に株式会社南紀白浜エアポートは「南紀白浜空港マスタープラン」を発表した。マスタープランでは、リゾート地の小さな空港、街から5分の地域密着空港であるという特徴から「国内外からのお客様が到着した瞬間に上質な非日常感に心躍らせる空港」「地元の人々や非航空観光客が自然と集い、一日中活気に満ち溢れた地域拠点」「職員全員がコンシェルジュとしてお客様一人一人に寄り添う空港」を目標とし、10年後には旅客数目標25万人、20年後には30万人（現状、13万人）を実現すべく航空ネットワークの拡充を図ることなどが盛り込まれている。

②市町村レベル

●京都観光振興計画2020+1の策定

京都市は2014年に京都観光振興計画を策定したが、計画時の目標である「外国人宿泊客数年間300万人」や「観光消費額年間1兆円」などの目標を、計画期間を大幅に前倒しして達成した。一方、計画策定後に外国人観光客の急激な増加などによるマナーや混雑の問題、民泊問題などの新たな課題、宿泊税制度の導入などの新たな環境の変化が生じた。そこで、京都市では現計画に係る取り組みの追加・充実及び目標の修正を行い、「京都観光振興計画2020+1」としてとりまとめた。

具体的には、新たに27事業を追加した。また、計画の目標数値として、観光客の増加から延べ宿泊者数の増加や観光消費額単価の向上を重視し、年間観光消費額の目標を上方修正した。

●京都らしい宿泊施設表彰

京都市では、2016年10月に「京都市宿泊施設拡充・誘致方針」を策定し、観光立国・日本をリードする安心安全で地域と調和した宿泊観光の向上に取り組んでいる。2017年度に、上質な宿泊施設の開業やサービス向上の促進を目的に「京都らしい宿泊施設表彰」を創設した。2017年度は、伝統文化を維持・継承し、京都の宿泊環境の向上のみならず京都に伝わる日本の文化・心の継承発展に寄与している「旅館」を募集対象とし、2018年5月に70軒が表彰対象として選ばれた。

●京都市で宿泊税の導入

京都市では、国際文化観光都市としての魅力を高め、観光の振興を図るため、2017年9月の市議会にて京都市宿泊税条例案が提案され、その後、可決された。2018年2月に総務大臣の同意を得て2018年10月1日より条例が施行された。

宿泊税は、住む人にも訪れる人にも京都の品格や魅力を実感できる取り組みの推進（文化財保護や歴史的景観の保全、快適な歩行空間の創出、観光や文化の担い手の育成）や入洛客の増加といった観光を取り巻く情勢の変化に対する受入環境の整備（入洛客の安心安全の確保、観光案内標識の整備，観光地トイレの拡充）、京都の魅力の国内外への情報発信の強化のほか、「京町家の保存・継承」や「道路の渋滞や公共交通機関の混雑対策」、「違法民泊の適正化」などの目的に使われることが予定されている（表Ⅳ-5-3）。

表Ⅳ-5-3 京都市の宿泊税概要

目的
国際文化観光都市としての魅力を高め、観光の振興を図る
納税義務者
・旅館業法に定める旅館業を営む施設への宿泊者 ・住宅宿泊事業法に基づく住宅宿泊事業を営む施設への宿泊者
課税客体
・旅館業法に定める旅館業を営む施設への宿泊行為 ・住宅宿泊事業法に基づく住宅宿泊事業を営む施設への宿泊行為
税率
宿泊者1人1泊につき、宿泊料金が 2万円未満のもの　200円 2万円以上5万円未満のもの　500円 5万円以上のもの　1,000円 ※修学旅行その他学校行事に参加する者及びその引率者は課税免除
納入方法
宿泊施設の経営者が、納税義務者である当該宿泊施設における宿泊者から税金を徴収し、納入

資料：京都市「京都市宿泊税条例」

●桂離宮の参観料の有料化

2018年11月より京都市の桂離宮は参観料を1回につき1,000円（高校生や障害者などを除く）徴収することとした。京都御所や桂離宮などの「皇室用財産」で参観が有料化される初めての例である。観光ビジョン実現プログラム2017において、「公的施設の公開拡大に伴う、維持管理費用の増大への対応と、更なるサービス水準の向上を図るための料金水準のあり方」について検討するとされており、これを踏まえて、宮内庁では桂離宮参観に係る関係経費を賄い、サービス水準の向上を図るために参観料の徴収を決定したものである。また、1回当たりの定員や1日当たりの総回数を見直した（表Ⅳ-5-4）。

表Ⅳ-5-4 桂離宮の参観料有料化

	2018年10月以前	2018年11月以降
1回当たりの定員	35人	20人
1日当たりの総回数	6回	24回
1日当たりの総定員（当日受付数）	210人（60人）	480人（140人）
1日当たりの英語による外国人専用の回数	－	5回（100人）
参観できる年齢	18歳以上	12歳以上（小学生は除く）

宮内庁HPより筆者作成

●舞鶴ミュージックコミッションの設置

2018年5月に、舞鶴市、舞鶴商工会議所、一般社団法人京都府北部地域連携都市圏振興社舞鶴地域本部（舞鶴観光協会）、公益財団法人舞鶴市文化事業団を構成団体とし、コンサートやフェスなどの音楽イベントや、ミュージックビデオなどの撮影、また、楽器練習などの合宿、ミュージシャンの活動などを市外から誘致するための活動を行う舞鶴ミュージックコミッションが設立された。音楽に特化したコミッションの設立はこれが全国初である。

●太陽の塔の内部公開

岡本太郎がデザインし、1970年に開催された日本万国博覧会のシンボルゾーンに建設された太陽の塔は、「太陽の塔 内部再生」事業によって、塔の耐震工事とともに内部に展示されていた「生命の樹」や第4の顔である「地底の太陽」が復元され、2018年3月に一般公開された。

●星野リゾートによる旧奈良監獄のホテル運営実施の決定

2016年12月に法務省は「（仮称）旧奈良監獄の保存及び活用に係る公共施設等運営事業」の実施を決定し、2017年1月より事業者を募集してきた。2017年5月にソラーレホテルズアンドリゾーツ株式会社（東京都港区）を代表企業とするコンソーシアム（旧奈良監獄保存活用株式会社）が事業者として選定された。2019年3月に法務省は、旧奈良監獄保存活用株式会社に対し、株式会社星野リゾートを協力として追加し、付帯事業であるホテル運営を実施することを承認した。星野リゾートは2021年度内の事業運営を目指している。

●法隆寺近くの町有地に宿泊施設を誘致

斑鳩町は、法隆寺に近い町有地を活用してまちあるき拠点施設となる宿泊施設を誘致し、町の宿泊環境を整えた上、町の農産物や食品・加工品などを販売するマルシェ、観光バスや乗用車などのための駐車場を整備・運営する民間事業者を公募した。その結果、全国でホテル運営を手がける株式会社呉竹荘が選定され、物販や飲食施設などを併設した「法隆寺パークホテル」を建設することとなり、2021年の開業を目指している。

●唐古・鍵遺跡史跡公園のオープン

1999年に国の史跡に登録された奈良県田原本町にある唐古・鍵遺跡は、2018年4月に唐古・鍵遺跡史跡公園としてオープンし、弥生時代の風景が再現され、生活が体験できるようになった。また、史跡公園に隣接して道の駅「レスティ唐古・鍵」も開業した。道の駅には、出土品の展示スペースや展望スペースも設けられている。

●世界遺産登録25周年記念事業の実施

1993年に日本で最初の世界遺産登録がなされた法隆寺地域の仏教建造物（奈良県斑鳩町）と姫路城（兵庫県姫路市）は、2018年に登録25周年を迎えた。2018年は、斑鳩町と姫路市で様々な記念事業が実施された。

斑鳩町では、聖徳太子の聖地・斑鳩の魅力を伝えるため、東京都で全5回のセミナーを開催した。また、12月には参道のライトアップが実施された。

姫路市では、復刻縦覧券の配布や城郭市民セミナー（全8回）、姫路城の文化的価値の発信と滞在型観光を推進するための姫路城を舞台としたナイトイベント「姫路城　光の庭 Castle of Light」、「黒田官兵衛フォーラム」、姫路市埋蔵文化財センターにおける特別展示「白鷺飛翔―姫路城築城前夜―」などが開催された。また、世界遺産としての姫路城の魅力を紹介する公式ガイドブックも発行された。そのほか、播磨広域連携協議会など主催による姫路城世界遺産登録25周年記念シンポジウム「姫路城―人類の遺産を生かす―」が開催された。

●高野山観光情報センターがオープン

高野山観光の新しい拠点として「高野山観光情報センター」が2019年7月にオープンした。この施設は、高野霊木を使った木造2階建ての和風建築で、インフォメーションセンターやツーリズムビューローのような機能に加え、高野町の「観光・文化の発信基地」の面を併せ持つ。

●黒壁30周年記念事業の実施

滋賀県長浜市の黒壁スクエアは2018年7月に開業30周年を迎えた。これを記念して、「黒壁三十祭」が実施され、「滋賀×ガラス展」や「ガラスのお雛様展」、「欧州ガラス展2019」「暮らしに寄り添う日本のガラス展」といったガラスにちなんだイベントや、「黒壁まちなか映画祭」など1年を通して様々なイベントが実施された。

●琵琶湖博物館の第2期リニューアル

琵琶湖博物館は、2014年度から2020年度までを3期に分けてリニューアルを行ってきた。2018年には第2期として交流空間を中心にリニューアルした。具体的には、春にミュージアムショップとレストラン、夏に「ディスカバリールーム」のリニューアルと「おとなのディスカバリー」の新設、秋に屋外施設の空中遊歩道「樹冠トレイル」の整備を行った。

●国営明石海峡公園淡路地区海岸ゾーンの整備決定

国営明石海峡公園事務所では、2017年度に改定した「国営明石海峡公園基本計画」に基づき、未開園区域を含む淡路地区海岸ゾーンを整備することとした。海岸ゾーンはアウトドア・ベース、シースケープ・フィールド、シースケープ・ラウンジにゾーニングされる。特に海辺の散歩とショッピングを楽しめるエリアとするシースケープ・ラウンジは、民間活力の導入により海の眺望をテーマにしたカフェなどの整備を行う。これにあたっては、都市公園の質の向上、公園利用者の利便性の向上を図る、公募設置管理制度（Park-PFI）を活用することとなり、2018年10月より事業者の公募を実施し、2019年5月に公募設置など予定者を選定した。国営公園にPark-PFI事業が適用されるのは本例が初めてである。

（西川亮）

Ⅳ-6 中国・四国

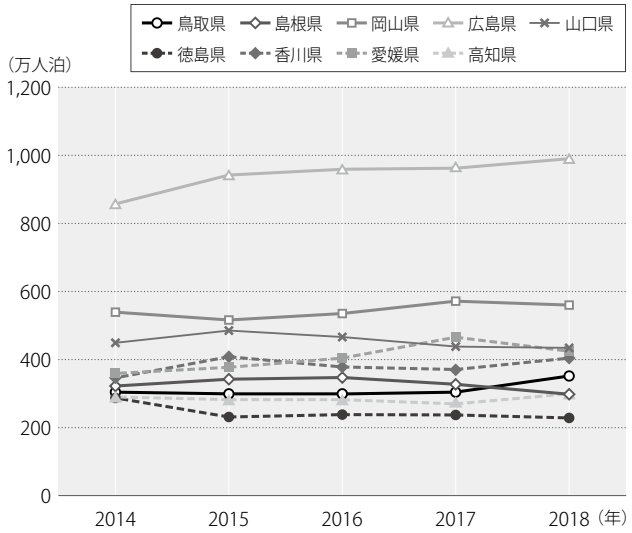
平成30年7月豪雨の影響あるも年間では延べ宿泊者数は増加
需要回復のためのプロモーションに注力の動き
観光施設の新規オープンやリニューアルも活発化

(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、2018年1～12月の中国・四国全体の延べ宿泊者数は3,994万人泊となり、前年比で1.0%の増加であった。

県別にみると、延べ宿泊者数が増加した県は、鳥取県（前年比19.1%増）、高知県（同11.1%増）、香川県（同7.7%増）、広島県（同2.8%増）の4県であった。一方、減少した県は、愛媛県（前年比9.6%減）、島根県（同6.6%減）、岡山県（同3.6%減）、徳島県（同3.2%減）、山口県（同2.0%減）であった（図Ⅳ-6-1）。

図Ⅳ-6-1 延べ宿泊者数の推移（中国・四国）



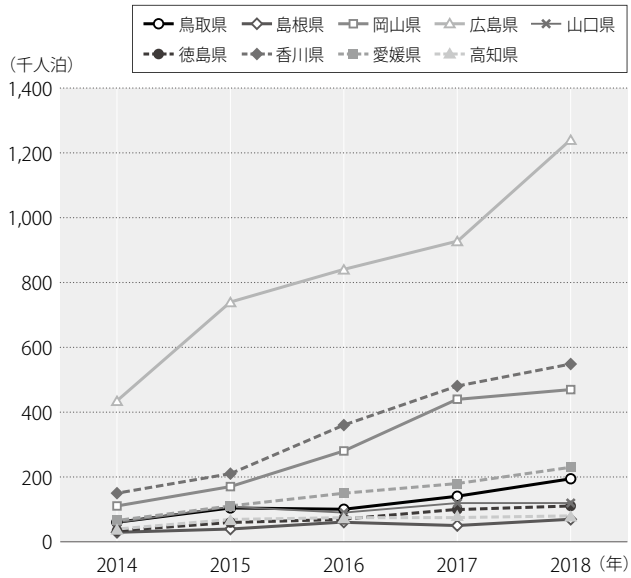
鳥取県	304	299	299	299	356
島根県	322	342	347	319	298
岡山県	539	516	535	583	561
広島県	857	942	959	963	990
山口県	449	485	466	444	435
徳島県	287	231	238	230	222
香川県	346	408	378	376	405
愛媛県	359	377	404	470	425
高知県	290	282	282	271	301

単位：万人泊
資料：観光庁「平成30年宿泊旅行統計調査」をもとに（公財）日本交通公社作成

2018年1～12月の中国・四国全体の外国人延べ宿泊者数は307万人泊となり、前年比で22.1%の増加と高い伸び率を示した。

県別にみても、中国・四国地方の全ての県において前年比プラスとなり、伸び率の高い順に、島根県（前年比52.0%増）、鳥取県（同38.6%増）、広島県（同33.3%増）、愛媛県（同28.5%増）、香川県（同13.2%増）、徳島県（同13.1%増）、岡山県（同6.9%増）、高知県（同5.0%増）、山口県（同4.5%増）であった（図Ⅳ-6-2）。

図Ⅳ-6-2 外国人延べ宿泊者数の推移（中国・四国）

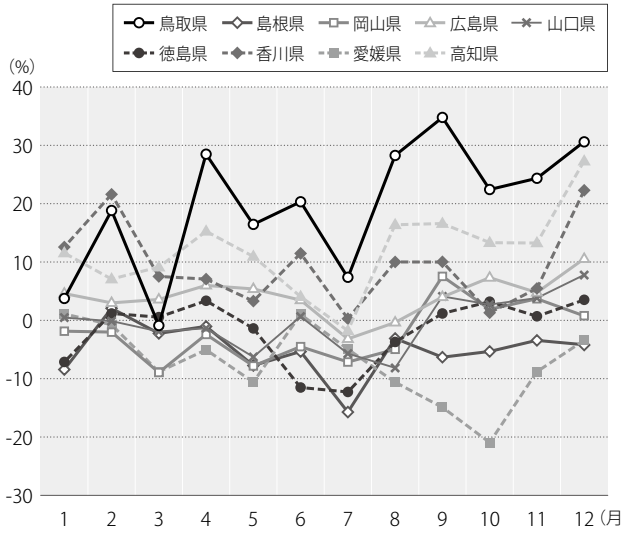


鳥取県	59	103	100	141	195
島根県	28	43	58	48	73
岡山県	111	171	282	439	469
広島県	435	741	840	928	1,237
山口県	57	109	93	117	123
徳島県	36	58	69	103	116
香川県	143	210	358	482	546
愛媛県	64	107	147	179	230
高知県	39	66	75	75	79

単位：千人泊
資料：観光庁「平成30年宿泊旅行統計調査」をもとに（公財）日本交通公社作成

県別の動向を月単位でみると、平成30年7月豪雨が発生した2018年7月の延べ宿泊者数は、鳥取県で前年比6.3%のプラスになったものの、それ以外の各県では軒並み前年比マイナスとなった。特に、島根県で前年比17.4%減、徳島県で同13.9%減、岡山県で同8.6%減、愛媛県で同6.4%減となるなど落ち込みが大きかった。その後、年の後半にかけても、愛媛県や島根県では前年比マイナスとなる月が続いた（図Ⅳ-6-3）。

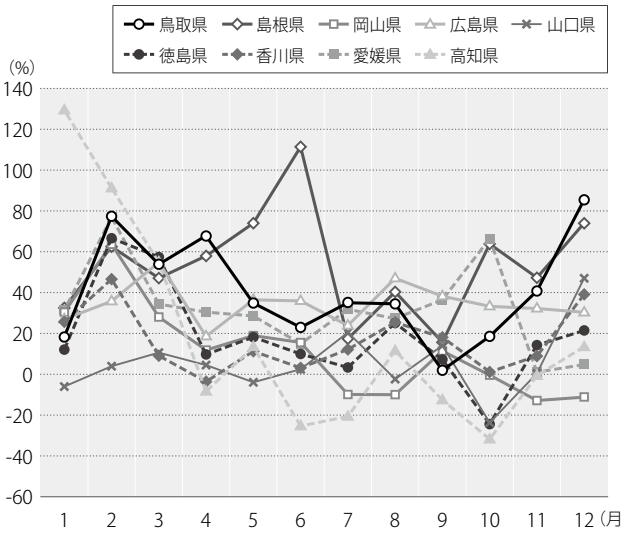
図Ⅳ-6-3 月別延べ宿泊者数の前年比（中国・四国）



資料：観光庁「平成30年宿泊旅行統計調査」をもとに（公財）日本交通公社作成

一方、2018年7月の外国人延べ宿泊者数については、岡山県で前年比10.3%減、高知県で同21.0%減となっているほかは、前年比プラスとなった（図Ⅳ-6-4）。

図Ⅳ-6-4 月別外国人延べ宿泊者数の前年比（中国・四国）



資料：観光庁「平成30年宿泊旅行統計調査」をもとに（公財）日本交通公社作成

（2）観光地の主要な動き

①地方・都道府県レベル

●平成30年7月豪雨の影響と対応

2018年7月上旬、台風第7号から変わった温帯低気圧が、本州付近に停滞していた梅雨前線と一体化し、暖かく湿った空気が継続して流れ込んだ影響で、前線の活動が非常に活発となった。このことで西日本を中心に広い範囲で記録的な大雨となり、各地で河川の氾濫や土砂災害が相次ぎ、死者・行方不明者が多数となる甚大な被害となった。また、電気、水道などのライフラインの被害のほか、道路、鉄道などの交通インフラにも甚大な被害が発生した。

中国・四国地方における観光面での直接的な被害は、一部で道路の通行止めや電車の運休が発生したものの、厳島神社、原爆ドームといった世界遺産や、直島、道後温泉、栗林公園、鳴門渦潮などエリア内の主な観光地・観光資源では大きな影響はなく、交通インフラも復旧作業が進められた。

一方、前述したように、7月以降に需要の落ち込みが発生したが、これに対して、中国･四国地方の9県（広島県、鳥取県、島根県、岡山県、山口県、徳島県、香川県、愛媛県、高知県）及び3つのDMO（せとうち観光推進機構、山陰インバウンド機構、四国ツーリズム創造機構）は、2018年12月より「元気です！中・四国」をキャッチフレーズに「中国・四国9県連携復興プロモーション」を実施した。

このプロモーションでは、「鍋」や「温泉」など冬の観光をテーマに、中国・四国の様々なベストナインを発表する「#中国・四国　冬のベストナイン」や、中国・四国地方の観光相談の窓口として2019年1月末までの期間限定で「ひろしまブランドショップTAU」内に中国・四国9県観光ツアーデスクを開設するなどの取り組みが行われた。

●せとうちDMOがマーケティング・エージェンシーを強化

せとうちDMO（（一社）せとうち観光推進機構及び（株）瀬戸内ブランドコーポレーション）では、欧米向けインバウンドプロモーションの強化のため、海外の政府観光局やDMOをクライアントに持つ旅行業界に精通したマーケティング会社（エージェンシー）をフランスに設置した。同様の取り組みはすでにイギリス、ドイツ、アメリカでも展開しており、フランスへの設置により4市場を横断したマーケティング活動を開始する。

上記以外にも、同DMOではマーケティングと商品開発の両面から活発な活動を行っている。マーケティング面では、2017年12月に立ち上げたウェブサイト「SETOUCHI TRIP」を活用し、海外に向けた動画コンテンツの配信や、WEB、SNSへの広告・記事を掲載し、その閲覧結果を分析・検証することで成果の「見える化」を香川県などと連携しながら推進した。また、商品開発の面では、「プロダクト開発戦略策定事業」を実施し、滞在コンテンツの開発状況について現状を調査するとともに、地域として取り組むべき事業戦略案の検討と、地域の観光資源の商品化について具体的な手法を確立した。

●サイクリングしまなみ2018開催

2018年10月に、瀬戸内しまなみ海道及びその周辺地域を会場として、国際サイクリング大会「サイクリングしまなみ2018」が開催された。この大会は、タイムを競うレースではなく、世界有数のサイクリングコースとなっているしまなみ海道を舞台にサイクリングを楽しむことを主眼に置くイベントであり、高速道路を規制して行われる日本唯一のサイクリング大会となっている。大会では、瀬戸内しまなみ海道の魅力を堪能できる7つのコース設定がなされ、国内外から7,000人超のサイクリストが参加した。

●星空を観光資源とする「星取県」の取り組み進む

鳥取県は大都市地域に比べて清浄な大気環境を有し、また人工光が少ない暗い夜空であることから、すっきりと晴れた

日の夜には、県内随所で天の川を眺めることができる。県内では、この星空を活かした取り組みが行われている。

鳥取県では、2018年4月に鳥取市佐治町、同年6月に日南町を星空保全地域に指定し、星空保全照明基準を設定するとともに、星空保全地域振興補助金によって、保全地域で実施される地域振興事業を支援した。

②広域・市町村レベル

●水木しげるロードのリニューアル

JR境港駅から続く約800mの通りに177体の妖怪ブロンズ像が立ち並ぶ水木しげるロードは、1993年7月に誕生してから25周年となる2018年7月にリニューアルした。懐かしい昭和レトロな街並みはそのままに、歩道を拡げ休憩所を増やすとともに、妖怪ブロンズ像をゾーン分けし、すべて再配置した。

夜には、新たに全線に妖怪の影絵の照明が投射されるとともに、ブロンズ像のライトアップが施され、来訪者がいつでも快適に楽しめるようになっている。同年12月には、来訪者数が5年ぶりに年間270万人を突破した。

●鳥取砂丘にビジターセンターオープン

2018年10月、鳥取砂丘の入り口近くに鳥取砂丘ビジターセンターがオープンした。

施設内には、自然の造形としての砂丘の美しさや生きものの生命力を伝えるゾーン、映像で砂丘の魅力を臨場感豊かに伝えていくコーナー、鳥取砂丘のなりたちや特徴、植物や動物、砂丘と人々の営みを学べるゾーンなどがあり、これらを巡ることで、鳥取砂丘への関心と理解を深め、砂丘を歩くフィールドツアーへの期待感を高めるように構成されている。

●足立美術館の外国人観光客からの人気続く

日本庭園と横山大観コレクションで知られる、安来市の足立美術館の2018年度の訪日外国人客の入館者数は7年連続で過去最多を更新した。また、国内客を含む総入館者数も過去2番目の多さだった。

また、アメリカの日本庭園専門誌『The Journal of Japanese Gardening』が、全国の日本庭園900か所以上を対象に実施した「2018年日本庭園ランキング」が発表され、同館の庭園が16年連続で日本一に選ばれた。

●広島平和記念資料館のリニューアルオープン

広島市の広島平和記念資料館では、原爆の非人道性や原爆被害の凄惨さを伝えていくため、2011年度から本館と東館を合わせた常設展示の全面的な更新を行っていたが、本館の展示整備が完了し、2019年4月にリニューアルオープンした。これにより常設展示の整備は完了し、2017年4月に先行してリニューアルオープンしていた東館と合わせ、全ての常設展示を観覧できるようになった。

●多目的空間「LOG」オープン

ディスカバーリンクせとうちは、インドの建築集団であるスタジオ・ムンバイ・アーキテクツと共同で、尾道市の千光寺につながる坂道の途中のアパートメントを、ダイニングやカフェ、バー、ショップ、ギャラリー、ガーデンなどを備えた宿泊施設「LOG（ログ）- Lantern Onomichi Garden-」として再整備し、2018年12月にオープンした。

施設は、手漉きの和紙などの自然の素材を取り入れ、尾道の歴史や文化、自然・景観と調和のとれた空間となっている。

●尾道駅の駅舎の建て替え完了

せとうちエリアを周遊する観光客の新たな拠点として、建て替え工事が行われていた尾道駅舎が、2019年3月に完成した。尾道の土産を取り扱うコンビニエンスストアや、サイクリストや海外からの旅行者をターゲットにしたホステルタイプの宿泊施設、レンタサイクル&カフェなどが出店している。

●山口ゆめ花博開催

2018年の9月から11月の52日間にわたり、明治150年プロジェクト「やまぐち未来維新」の中核イベントとして、「山口ゆめ花博」が山口市内の山口きらら博記念公園を会場として開催された。

様々な年代の来場者が山口の魅力を体験できるよう、会期中には2,000を超えるイベントが実施され、延べ136万人の来場者があった。

●道後REBORNプロジェクトがスタート

松山市の道後温泉では、2019年1月より重要文化財である道後温泉本館を、公衆浴場として営業しながら保存修理を行う工事に着手した。合わせて故手塚治虫氏のライフワークである「火の鳥」とコラボレーションした「道後REBORNプロジェクト」をスタートさせ、オリジナルアニメーションの制作や、同年4月からはアニメと連動したプロジェクションマッピング、同年7月からは、工事仮設物に「火の鳥」のラッピングアートを行うなどの取り組みを行っている。

●新足摺海洋館の愛称決定

土佐清水市の高知県立足摺海洋館は「土佐の海と黒潮の魚たち」をテーマとして、黒潮が迫る沿岸の魚類や、磯の潮だまりに住む無脊椎動物などの展示を行っており、開館以来300万人を超える来場者があるが、さらに魅力あふれる施設になるよう2020年夏の開館を目指し建て替えに向けた準備を進めている。

高知県では、親しみを持って利用してもらうため愛称を募集し、2019年1月に愛称を「SATOUMI」に決定した。

●むろと廃校水族館オープン

2018年4月に、廃校になった小学校を改装した「むろと廃校水族館」が室戸市内にオープンした。

屋外の25メートルプールを水槽に使った展示のほか、地元の漁師らが提供した魚やカメなど約1,000匹を観察できる。同年8月には、2018年度の目標の来館者数4万人に達した。

●坂本龍馬記念館のリニューアルオープン

高知市の高知県立坂本龍馬記念館は、約1年間の休館を経て2018年4月にリニューアルオープンした。同館は、2017年から2か年にわたり開催された「志国高知幕末維新博」第2幕のメイン会場でリニューアルオープン後の来館者数は順調に推移し、2019年3月には、2018年度の目標の20万人に達した。

（菅野正洋）

Ⅳ-7　九州

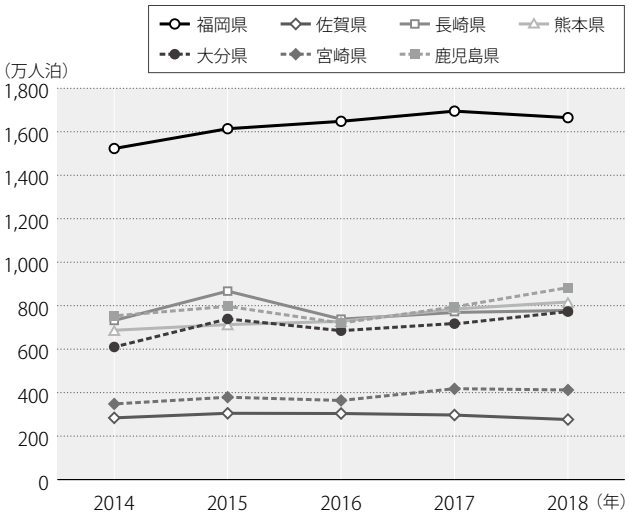
（一社）九州観光推進機構がフランスにレップを設置
「長崎と天草地方の潜伏キリシタン関連遺産」が
世界文化遺産に登録
別府市で入湯税の引き上げ（施行：2019年4月より）

（1）都道府県レベルの旅行者動向

観光庁「宿泊旅行統計」によると2018年1月から12月の九州各県の延べ宿泊者数について、九州全体では5,619万人泊となり、前年比1.9%増となった（図Ⅳ-7-1）。延べ宿泊者数が増加したのは、長崎県（前年比1.8%増）、熊本県（同2.0%増）、大分県（同5.8%増）、鹿児島県（同11.0%増）となった。

一方で、延べ宿泊者数が減少したのは、福岡県（前年比1.6%減）、佐賀県（同7.4%減）、宮崎県（同0.8%減）となった。

図Ⅳ-7-1　延べ宿泊者数の推移（九州）



	2014	2015	2016	2017	2018
福岡県	1,523	1,614	1,648	1,700	1,673
佐賀県	284	305	304	297	275
長崎県	732	867	738	772	786
熊本県	687	713	728	790	805
大分県	610	739	685	735	777
宮崎県	348	379	364	419	416
鹿児島県	753	797	720	799	886

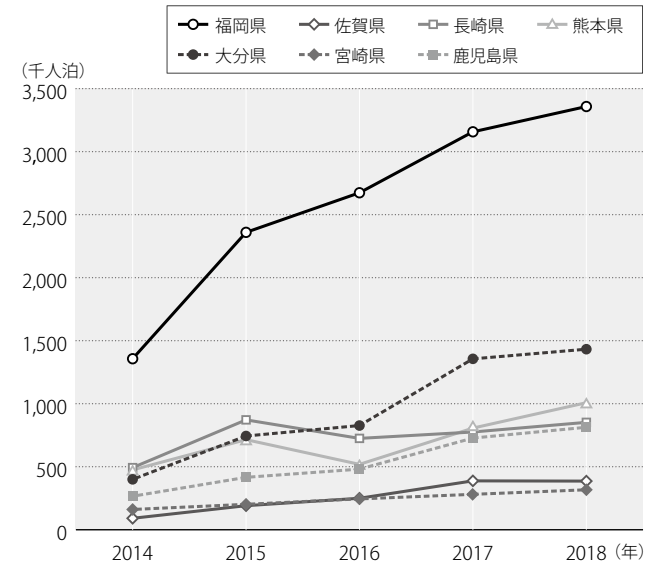
単位：万人泊
資料：観光庁「平成30年宿泊旅行統計調査」をもとに（公財）日本交通公社作成

外国人延べ宿泊者数については、九州全体では823万人泊となり、前年比9.6%増となった（図Ⅳ-7-2）。

外国人延べ宿泊者数が増加したのは、福岡県（前年比8.2%増）、佐賀県（同1.7%増）、長崎県（同10.4%増）、熊本県（同25.4%増）、大分県（同4.0%増）、宮崎県（同10.1%増）、鹿児島県（同11.6%増）となり、九州全県で前年比増となった。

なお、熊本県は、日本人延べ宿泊者数の減少に比べて、外国人延べ宿泊者数の増加が上回ったことから、全体の延べ宿泊者数は前年比増となった。

図Ⅳ-7-2　外国人延べ宿泊者数の推移（九州）



	2014	2015	2016	2017	2018
福岡県	1,357	2,360	2,674	3,112	3,367
佐賀県	91	191	250	385	392
長崎県	493	872	725	779	860
熊本県	475	715	519	808	1,013
大分県	400	774	827	1,387	1,442
宮崎県	161	202	245	297	327
鹿児島県	266	416	481	744	831

単位：千人泊
資料：観光庁「平成30年宿泊旅行統計調査」をもとに（公財）日本交通公社作成

（2）観光地の主要な動き

①地方・都道府県レベル

●（一社）九州観光推進機構がフランスにレップを設置

一般社団法人九州観光推進機構は、九州で10試合が開催されるラグビーワールドカップ2019™を契機とする欧米豪からのインバウンド拡大を見据え、2018年3月より、フランスに現地レプレゼンタティブ（以下、レップ）を設置した。2018年度のレップ業務としては、戦略的プロモーション実施のためのマーケティング及び実践を行った。マーケティングでは、九州がフランスのどのセグメントに、どのような素材を、どのようにプロモーションすることが有効なのかレップによる独自調査を元に検討しながら、フランス国内の旅行会社やメディアなどに対するプロモーションを行った。また、フランス語のインスタグラムを開設し、九州の魅力を発信している。

●「ふくおか観光地域リーダー共創塾」の開講

福岡県は、2018年度（2018年10月～2019年3月、全6回）に、魅力ある観光地域づくりをする「観光人材」を育成することを目的として、「ふくおか観光地域リーダー共創塾」を開講した。福岡県内各地の市町や観光協会から13名が受講し、地域の現状分析や課題の抽出、解決に向けた戦略や具体的プロジェ

クトの検討を進めた。最終回には塾生により12の新プロジェクトが発表され、各地でそれらが進められていく予定である。

●肥前さが幕末維新博覧会の開催

佐賀県は、明治維新150年を契機に、佐賀の偉人や偉業を成し遂げた先人の志を未来につないでいくため「肥前さが幕末維新博覧会」(以下、維新博)を2018年3月17日～2019年1月14日までの304日間開催した。

メインエリアを佐賀市内(メインパビリオン「幕末維新記念館」、市村記念体育館、県立博物館・美術館、佐賀城本丸歴史館、徴古館など)、サテライトを唐津市内(旧唐津銀行)・鳥栖市内(中冨記念くすり博物館)として、幕末維新期をテーマに佐賀の歴史、食、文化、アートなどを体験できる博覧会となった。

メインパビリオンの「幕末維新記念館」では、デジタルサイネージやプロジェクションマッピング、360度サラウンドなどの最新技術、パフォーマーなどによる演出で幕末維新期の佐賀の偉人や偉業を紹介した。なお、維新博の博覧会関連施設(16施設)及びイベントなどへの総来場者数は224万人で目標としていた100万人を大きく上回った。

また、維新博開催をきっかけに佐賀県・長崎県の観光客誘致につなげるための取り組みとして、佐賀県、長崎県、NEXCO西日本九州支社は、佐賀県・長崎県の高速道路が定額で乗り放題となり、観光施設などの割引・サービスをセットにした「佐賀・長崎ドライブパス」を2018年3月～7月の期間限定で販売した。

●「長崎と天草地方の潜伏キリシタン関連遺産」が世界遺産に登録

2018年7月に、「長崎と天草地方の潜伏キリシタン関連遺産」(以下、潜伏キリシタン関連遺産)が、世界文化遺産に登録された。潜伏キリシタン関連遺産は、17～19世紀のキリスト教禁教期において、密かにキリスト教由来の信仰を続けようとした「潜伏キリシタン」が、信仰を継続する中で育んだ独特の宗教的伝統や信仰組織単位で形成した集落など12の資産で構成されている。「祈りの場」である教会堂は、HPなどで見学マナーの啓発や訪問時の事前連絡の周知につとめている。また、潜伏キリシタンの歴史などを伝えるため、2018年4月には、大浦天主堂(長崎市)の敷地内にある旧羅典(ラテン)神学校と、旧長崎大司教館の2棟を改装し、「キリシタン博物館」が開設された。12月には、五島市久賀島に、潜伏キリシタンの子孫などにより「潜伏キリシタン資料館」が開設された。

●大分県・ANA・Airbnbが農村民泊・体験推進で連携

2018年11月、大分県、全日本空輸株式会社(以下、ANA)及びAirbnb Japan株式会社(以下、Airbnb Japan)は、大分県の豊かな観光資源を味わうことができる宿泊施設や体験プログラムの受入態勢整備及び国内外からの旅行者に対する情報発信を通じて、旅行者の来訪促進に取り組み、交流人口の増加を通じた地域活性化を目的に協働するため、覚書を締結した。

提携の内容としては、農村民泊や体験プログラムの受入態勢整備及び情報発信の実施、日本国内外の潜在的旅行者に対するマーケティング、誘客キャンペーンの実施、そのほか大分県滞在を促進するための課題抽出、三者のネットワークを活かした施策実施などが定められた。

具体的な取り組みとしては、農村民泊家庭に対するAirbnb登録セミナーの実施やANAの各種ツールを活用したANAマイレージクラブ会員や搭乗者へのアプローチ、Airbnbへの体験プログラムの掲載による大分県の魅力発信などが行われる。

●世界初、「世界温泉サミット」の開催

2018年5月、別府市において、国内外の温泉自治体のトップや経営者、研究者などが集まり、世界初となる温泉の世界サミットである「おんせん県おおいた♨世界温泉地サミット」を開催した。サミットには、世界16か国17地域から1,039名(うち海外からの参加者86名)が参加。「世界の温泉地が拓く地域発展の可能性」をテーマとし、「観光」「医療・健康・美容」「エネルギー」の3つの分科会で議論を深めた。

最終日には、今後も世界の温泉地のリーダーが継続的な情報共有や議論を行うため、サミットの開催を継続していくことが宣言された。

●霧島錦江湾国立公園に「雄川の滝」が編入

2018年8月に、霧島錦江湾国立公園に「雄川の滝」及びその下流の渓谷が編入された。雄川の滝は、2018年のNHK大河ドラマ「西郷どん」のオープニングに使用されメディア露出が増加、2017年に木製の展望用デッキ、2018年にカフェが整備され、佐多岬でも2019年3月に佐多岬公園の整備工事が完了し、錦江湾地域の整備が進んだ。2018年4月からは、佐多岬と雄川の滝をめぐり、佐多岬コンシェルジュが同乗し観光案内をする観光周遊バスが1日1本運行されている。

●JR九州とアリババが戦略的連携を締結

2018年7月に、九州旅客鉄道株式会社(以下、JR九州)とアリババグループ(阿里巴巴集団)が戦略的提携を締結した。

2023年度に中国から九州へ100万人(うち、アリババグループからは50万人)送客することを目標としており、アリババグループの旅行サイト「Fliggy」の活用や九州内での「Alipay」の利用環境整備に取り組む。

「Fliggy」の活用策としては、「Fliggy」が出店企業と協働で、九州の魅力的な観光スポットを結ぶモデルルートを造成し、パッケージ旅行商品や、交通チケット、宿泊などの商品を販売する。そして、JR九州が地域企業へのAlipay導入支援、アリババがAlipay利用環境整備による決済利便性強化やAlipay加盟店の集客サポートを行う。

●日本初の国際航路における国内旅客混乗便の運行開始

JR九州高速船株式会社は、2018年7月より、博多港(福岡県)と釜山港(韓国)間の国際旅客を運ぶ高速船「ビートル」の一部便を、博多港(福岡県)と比田勝港(長崎県)間の国内旅客も運ぶ旅客混乗便として運行を開始した。

旅客混乗便の全乗船者には、国内便(博多港～比田勝港)・国際便(博多港～釜山港)を問わず公的機関が発行した写真付きの身分証明書(パスポート、運転免許証、国境

離島島民割引カードなど）の所持が義務付けられた。また、混乗による不法入国などを防ぐため、船内座席の一部をカーテンで仕切り国際旅客と国内旅客の区分を行うほか監視カメラが設置されている。

この旅客混乗便については、「混乗航路」の利用促進に向け、対馬、九州、韓国南部を結ぶ広域的な観光交流の推進を目的として、対馬市・九州郵船株式会社・JR九州高速船・九州旅客鉄道株式会社の4者で「国内混乗便を活用した観光交流に関する連携協定」が締結された。

●スマートフォンを活用したキャッシュレスや周遊の促進

日本ユニシス株式会社、株式会社くまもとDMC、西日本電信電話株式会社長崎支店、一般社団法人長崎国際観光コンベンション協会は、経済産業省の「IoTを活用した新市場創出促進事業費補助金」の採択を受け、2018年9月より、スマートフォン完結型プラットフォーム「つながろう!九州」実証事業を実施した。この事業は、2017年度に熊本県および長崎市で行った事業を九州全域に拡大したもので、県域を越えて利用可能なデジタル周遊パスの販売やキャッシュレス決済の整備を行った。

本事業で実験したスマートフォンサービス「Japan Local City Card®」の主な機能は、①専用の決裁端末が不要で、「Alipay」でも支払いが可能なスマホ完結型決済サービス（ご当地プリペイドマネー）、②「デジタル周遊パス」、③周遊パスで入場できる観光施設や決済サービス加盟店、クーポンの配信、④スマホ完結型決済サービスへのクレジットカードチャージの4つで、これらのサービスを利用した訪日外国人の周遊・移動・決済などの観光関連データを地域のマーケティングに活用していく。

②広域・市町村レベル

●屋台でスマホ決済の実証実験実施

2018年6月～2019年3月まで、福岡市では、キャッシュレスの実証実験を実施した。この実証実験で、公共施設では福岡市動植物園や福岡市博物館、福岡アジア美術館、福岡タワーにおいてキャッシュレス決済の体験イベント（期間限定でキャッシュレス支払いに対してキャッシュバックなどのインセンティブを実施）を行い、民間施設ではタクシーやドラッグストア、飲食店、小売店などのキャッシュレス決済の導入を進めた。

2018年8月からは、福岡市内の屋台での実証実験を行った。事業実施前からキャッシュレスに取り組んでいる事業者含め、本事業で計33の屋台（福岡市内の屋台数99軒　2019年3月1日現在/福岡市経済観光文化局調べ*1）でスマホ決済が可能となった。

*1 出典：福岡市公式シティガイド
https://yokanavi.com/yatai/

●有田焼卸団地に宿泊施設とレストランがオープン

有田焼卸団地協同組合は、卸団地「アリタセラ」内に、2018年4月、宿泊施設とレストランから成る「arita huis（アリタハウス）」をオープンさせた。有田焼は、2016年に創業400年を迎え、「ARITA EPISODE2」として、オランダとの連携によるプラットフォーム形成プロジェクトを実施している。アリタハウスは、オランダとの連携により有田との交流を推進している海外のクリエイターらが長期滞在するレジデンス機能も有している。

●嬉野茶を活用したツーリズムの推進

嬉野市は、茶を学ぶ施設として、うれしの茶交流館「チャオシル」を2018年4月1日にオープンさせた。この施設では、嬉野茶の歴史を学べるだけでなく、茶摘みや手もみ体験、茶の淹れ方教室など様々なプログラムが用意されている。

また、嬉野市では、2016年より嬉野で継承されている嬉野茶、肥前吉田焼、温泉の3つの文化を融合させ、時代に合った切り口で後世に伝えるプロジェクト「嬉野茶時（うれしのちゃどき）」に取り組んでいる。このプロジェクトは、嬉野の旅館や茶農家、茶師、肥前吉田焼の陶芸家など嬉野に居住する30～40代の若い世代で構成されており、「食す」「飲む」「買う」「観る」「香る」「巡る」の体験ができる様々なイベントを実施している。

例えば、2017年からは「茶花（ちゃばな）プロジェクト」として、茶園の中に「茶を愉しむ空間（茶花）」の設置に取り組んでおり、2019年7月現在4つの茶室が完成しており、茶農家によるティーセレモニーを体験できる。

●伊王島のリニューアルとISLAND LUMINAの活用

2018年4月に、株式会社 KPG HOTEL&RESORTが運営する長崎市内の宿泊施設「やすらぎ伊王島」が「i+Land nagasaki（アイランド ナガサキ）」に名称変更し、エンターテインメントリゾートとしてリニューアルされた。既存の宿泊施設のリニューアルだけでなく、新しくコテージエリアを整備、サップやシーカヤックなどのマリンアクティビティやサイクリング、BBQなどの各種アクティビティも充実させた。

さらに、リニューアルにあわせて、4月1日には、カナダのデジタルアート集団「MOMENT FACTORY」が手掛けた体験型マルチメディア・ナイトウォーク「ISLAND LUMINA」がオープンした。ISLAND LUMINAは、約800mの森の中を歩きながら、最先端技術の光と映像のデジタルアートの世界を体感するもので、伊王島の自然や歴史、伝説などをモチーフとしたオリジナルのプログラムである。

同年12月には、一般社団法人長崎国際観光コンベンション協会、長崎市、株式会社KPG HOTEL&RESORT、公益財団法人ながさき地域政策研究所などにより、観光庁の「最先端観光コンテンツインキュベーター事業」を活用し、ISLAND LUMINAと宿泊や飲食の掛け合わせによる長崎市内の回遊性向上や消費拡大を図る事業モデルの検証を行った。市内のシティホテルやビジネスホテルと連携した宿泊パックや飲食施設と連携したミールクーポンサービス、伊王島までの定期航路とのセット商品の販売などを実施し、ナイトライフの魅力向上に取り組んだ。

●小学校跡地を活用したグランピング施設

五島市では、2018年9月、藤田観光株式会社とデンマーク

のアウトドア・メーカーであるノルディスク、株式会社ノルディスクジャパンが業務提携を行い「Nordisk Village Goto Islands（ノルディスクヴィレッジ ゴトウ アイランズ）」を開業させた。この施設は、旧田尾小学校の校舎をフロントやカフェレストラン、宿泊施設として改装し、グラウンド部分には、ノルディスク社のテントを10棟配置している。Nordisk Villageは「そこでしかできない体験」をコンセプトとしており、一般社団法人田尾フラットや株式会社wondertrunk&co.との協力により、島の食材を活かしたレストランやアクティビティを提供している。レストランは、食事のみの利用も可能となっている。

なお、一般社団法人田尾フラットは、地元の住民や民間事業者、行政が連携し立ち上げた「田尾フラット協議会」を前身としており、旧田尾小学校の活用（Nordisk Village Goto Islands）や地域産品の開発・販売、島の暮らしを体験できるアクティビティの開発などに取り組んでいる。

●JR肥薩線の歴史的建築物を活用したレストラン・ホテル

2018年9月、JR肥薩線の無人駅、大畑駅（おこばえき）に旧保線詰所をリノベーションしたフレンチレストランがオープンした。この事業は、2017年8月に人吉市、株式会社肥後銀行、JR九州、株式会社NOTEにより締結された「人吉市における歴史的建築物活用に関する連携協定」に基づいて実施された。株式会社NOTEの実務担当として、株式会社NOTE人吉球磨が経営し、関連会社の株式会社クラシックレールウェイホテルが運営を行っている。

また、この事業の一環として、2019年8月には、JR肥薩線矢岳駅（やたけえき）の旧国鉄駅長宿舎が1棟貸の宿泊施設としてリノベーションされた。宿泊者は、人吉駅でチェックインした後、JR九州のD&S列車「いさぶろう」で宿泊施設のある矢岳駅に移動。夕食は前述の大畑駅のレストランにてプライベートディナーを楽しむ、というようにJR肥薩線沿線エリア一帯の施設を活用して滞在する施設となっている。

●由布市ツーリストインフォメーションセンターの設置

2018年4月に、JR由布院駅に隣接して建設された「由布市ツーリストインフォメーションセンター」（以下、TIC）が開設された。TICは、一般社団法人由布市まちづくり観光局により運営（指定管理）されており、1階は外国人観光案内所を含む観光案内所、2階には由布岳を望む展望デッキと「旅の図書館」が設置された。「旅の図書館」には、当財団より、旅に関する図書約1,500冊が由布市に寄贈された。

●別府市入湯税の引き上げ

別府市は、2018年6月に、2019年4月1日より入湯税を引き上げることを市議会にて議決した（表Ⅳ-7-1）。

入湯税引き上げの目的としては、観光予算を安定的な財源として確保することにより、観光産業を推進することとしており、宿泊料金または飲食料金が6,001円以上50,000円以下の場合は100円引き上げ、50,001円以上の場合は350円引き上げる。

表Ⅳ-7-1　別府市入湯税率

宿泊料金または飲食料金が	金額	
	改正後	改正前
1,500円以上2,000円以下	50円	50円
2,001円以上4,500円以下	100円	100円
4,501円以上6,000円以下	150円	150円
6,001円以上50,000円以下	250円	150円
50,001円以上	500円	150円

資料：別府市公表資料をもとに（公財）日本交通公社作成

●別府市旅館ホテル組合連合会とAirbnbが覚書を締結

2018年8月、別府市旅館ホテル組合連合会とAirbnb Japanは、別府の旅行客増大のための観光促進施策を推進することを目的とした覚書を締結した。

この提携により、Airbnb Japanは別府の宿泊施設を中心とするAirbnbホストに対して、Airbnbを含む新たなインターネット・プラットフォームへの適応を促進するための基本的なトレーニングなどを提供する。また、別府市旅館ホテル組合連合会とAirbnb Japanはマーケティングやキャンペーンを通じて、別府の観光に関する取り組みを進めることとしている。

●九州電力のインフラを活用したインフラツーリズムの推進

九州電力株式会社（以下、九電）と株式会社JTB（以下、JTB）は、2018年11月に、宮崎県耳川水系のダムを巡る体験ツアーを実施した。耳川水系のダムは、日本初の大規模アーチ式ダムである上椎葉ダムや、国の登録有形文化財で、経済産業省の近代化産業遺産にも認定されている塚原ダムなどを巡った。このツアーでは、通常、一般客が見学できないダムや発電所内を九電の職員が案内し、ダムの巡視点検作業を体験できる「キャットウォーク」の歩行体験、工事中のダム見学、ダム巡視点検通路でのドローンによる記念撮影などを実施した。

2019年3月には、九電、JTB、宮崎交通株式会社、株式会社ソラシドエアの4社が連携し、宮崎県の活性化を目的としてダムや発電所などの電力インフラを活用したインフラツーリズムの推進を発表した。2019年度には、宮崎及び東京発着のインフラツアーを6回募集する予定である。

●鹿児島初のオープントップバスの導入

2018年8月から、九州みやび観光株式会社により、鹿児島初の2階建てオープントップバス「かごんまそらバス」が運行されている。市内周遊を中心に5コースが設定されており、桜島フェリーを使って、桜島を巡る桜島・錦江湾コースもある。このコースでは、降灰時のためにゴーグル・マスクを用意しており、桜島ならではの体験ができる。

（一般社団法人九州観光推進機構 野間恵子）

Ⅳ-8 沖縄

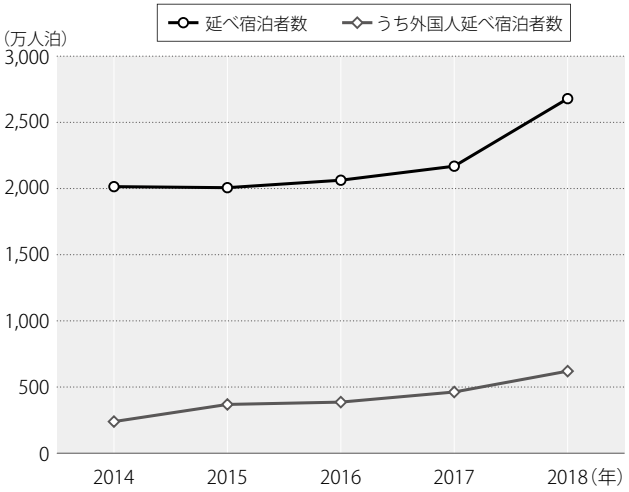
入域観光客数は984.2万人(暦年)で過去最多
1人当たり観光消費額は横ばいで推移

(1) 都道府県レベルの旅行者動向

観光庁「宿泊旅行統計調査」によると2018年1月～12月の沖縄の延べ宿泊者数は2,679万人泊となり、前年比23.5%増（510万人泊増）となった（図Ⅳ-8-1）。

一方、外国人延べ宿泊者数は620万人泊となり、前年比34.1%増（158万人泊増）で、延べ宿泊者数・外国人延べ宿泊者数のいずれも2桁の増加率となった。

図Ⅳ-8-1 延べ宿泊者数の推移（沖縄）



	2014	2015	2016	2017	2018
延べ宿泊者数	2,014	2,006	2,063	2,169	2,679
うち外国人延べ宿泊者数	239	368	386	462	620

単位：万人泊
資料：観光庁「平成30年宿泊旅行統計調査」をもとに（公財）日本交通公社作成

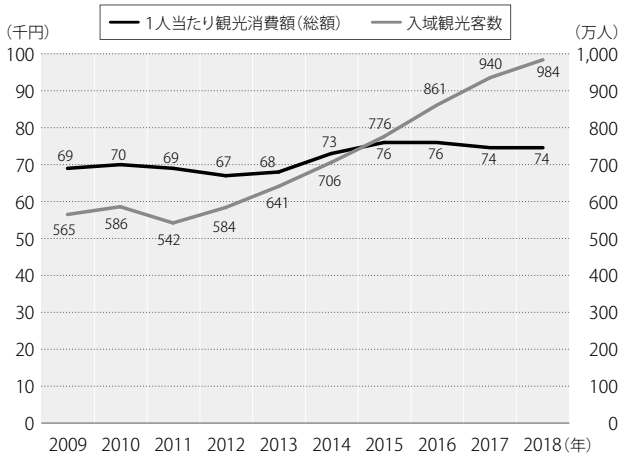
沖縄県が推計している「入域観光客数（含ビジネス客）」は、2018年（暦年）で984万2千人となり、前年比4.7%増（44.6万人増）と過去最多となった。ただし増加率は、2014年から2016年にかけて3年連続で前年比10%以上の伸びを示したものの、2018年は昨年に引き続き1桁の増加率に留まった（図Ⅳ-8-2）。

入域観光客数のうち、国内客は693万9千人（前年比1.2%増）、外国人客は290万4千人（同14.2%増）だった（図Ⅳ-8-3）。外国人客比率は拡大し続けており、2018年は29.5%と観光客全体の約3割を占めるまでになった。国籍別にみると、台湾89万0千人（前年比13.0%増）、中国63万2千人（同25.5%増）、韓国55万6千人（同6.2%増）、香港24万2千人（同5.6%減）、そのほか58万4千人（同23.9%増）で、中国の伸び率が最も大きく、初の60万人台となった。一方、香港は過去最高であった2017年を下回り、入域観光客数が減少に転じた。

観光客1人当たり圏内消費額は、73,673円となり、前年比0.4%減（同272円減）となった。

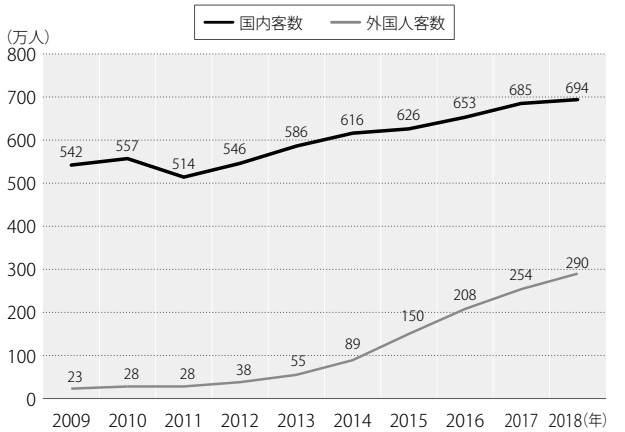
離島の動向をみると、沖縄県八重山事務所が公表している八重山地域の入域観光客数は、2018年（暦年）が138万0千人（前年比0.5%減）となりほぼ横ばい、一方、宮古島市が公表している宮古島の観光客数は111万人となり、前年比19.5%増（18万人増）と好調に推移した（図Ⅳ-8-4）。

図Ⅳ-8-2 入域観光客数と1人当たり観光消費額の推移



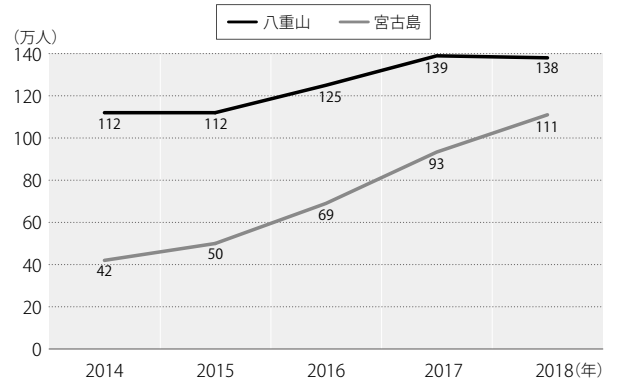
資料：沖縄県「観光統計実態調査」をもとに（公財）日本交通公社作成

図Ⅳ-8-3 国内客数と外国人客数の推移



資料：沖縄県「入域観光客統計概況」をもとに（公財）日本交通公社作成

図Ⅳ-8-4 八重山地域及び宮古島の入域観光客数の推移



資料：沖縄県「八重山入域観光客数統計概況（推計）」及び宮古島市「宮古の入域観光客数」をもとに（公財）日本交通公社作成

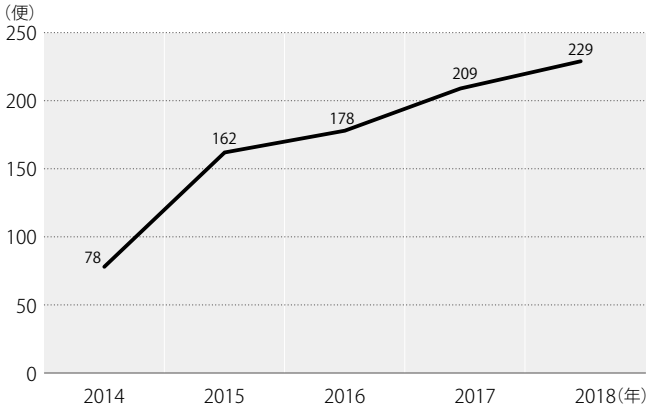
(2) 観光地の主要な動き

外国人客の増加に伴う入域観光客数の拡大を受けて、2018年も国際線の増便、宿泊施設及び商業施設などのオープンが相次いだ。

●国際線の増便

調査月が異なるため単純比較はできないものの、2018年6月1日時点の那覇空港及び新石垣空港の週当たりの便数は229便で、前年（2017年6月1日時点）に比べ9.6%増（20便増）となった（図Ⅳ-8-5）。主な内訳は、台北65便（提供座席数14,428席、石垣便を含む）、ソウル49便（同10,290席）、香港33便（同8,959席、石垣便を含む）、上海21便（同4,774席）、バンコク7便（同1,260席）などとなっている。

図Ⅳ-8-5 那覇空港及び新石垣空港（南ぬ島石垣空港）における国際線（直行便）の便数（週当たり）の推移



資料：沖縄県「観光要覧」をもとに(公財)日本交通公社作成
※ 2014年は4/1、2015年は9/1、2016年は8/1、2017年以降は6/1現在の便数を掲載。
※ 提供座席数は主な使用機材より独自に推計したもの。使用機材の変更などにより実際の提供座席数とは異なる可能性がある。

●宿泊施設の開業

2018年から2019年にかけてオープンした主な宿泊施設（名称変更などによるリニューアルオープンを含む）を表Ⅳ-8-1に示す。

外国人観光客を始めとした宿泊需要の高まりを受けて、那覇市内に「ティサージホテル那覇」（2018年4月）、「ノボテル沖縄那覇（旧沖縄都ホテル）」（同年9月）、「スマートコンド泊」（同年11月）、「グリーンリッチホテル那覇」（2019年3月）など、コンドミニアムタイプも含めたシティ・ビジネスホテルの開業が相次いだ。また、2018年5月開業の「ワイズキャビン&ホテル那覇国際通り」に続き、「グランドキャビンホテル那覇小禄」（2019年2月）が開業するなど、那覇市を中心にカプセルホテルタイプのホテルの開業も相次いでいる。

一方、那覇市以外の本島中北部、そして離島地域においても、引き続き多くの宿泊施設が開業しており、特に2018年から2019年は本島西海岸において、「ハイアットリージェンシー瀬良垣アイランド沖縄」（2018年8月）、「ハレクラニ沖縄」（2019年7月）など、外資系で300室以上を擁する大型のリゾートホテルが相次いで開業したことが特徴的であった。

表Ⅳ-8-1 2018年から2019年にかけてオープンした主な宿泊施設

年 月	宿泊施設名	所在地	室数
2018年1月	HOTEL LOCUS	宮古島市	100室
1月	リンケンズホテル（リオープン）	北谷町	25室
3月	HOTEL Mr. KINJO IN MINAMIUEBARU	中城村	24室
4月	ティサージホテル那覇	那覇市	132室
5月	ワイズキャビン＆ホテル那覇国際通り	那覇市	188室
6月	ラ・ジェント・ホテル沖縄北谷	北谷町	139室
6月	ダブルツリー by ヒルトン沖縄北谷リゾート	北谷町	160室
7月	ザ・ひらまつ ホテルズ＆リゾーツ 宜野座	宜野座村	18室
7月	HOTEL Mr. KINJO IN FUTENMA	宜野湾市	21室
8月	ハイアットリージェンシー瀬良垣アイランド沖縄	恩納村	344室
9月	ノボテル沖縄那覇（旧沖縄都ホテル）	那覇市	328室
10月	Fスタイル・コンドミニアムナゴリゾート リエッタ中山	名護市	40室
11月	スマートコンド泊	那覇市	25室
12月	イラフSUI ラグジュアリーコレクションホテル沖縄宮古	宮古島市	58室
2019年2月	グランドキャビンホテル那覇小禄	那覇市	150室
3月	グリーンリッチホテル那覇	那覇市	165室
4月	アラマハイナ コンドホテル	本部町	100室
5月	U-MUI Forest Villa Okinawa YAMADA GUSUKU	恩納村	18室
5月	the rescape	宮古島市	41室
6月	GLAMDAY STYLE HOTEL&RESORT OKINAWA YOMITAN	読谷村	54室
7月	ハレクラニ沖縄	恩納村	360室
7月	ホテルシギラミラージュ	宮古島市	160室
7月	フサキビーチリゾートホテル＆ヴィラズ「ノースウイング」（リニューアル）	石垣市	150室

資料：新聞記事やホームページなどをもとに（公財）日本交通公社作成

●観光関連施設の開業

2018年から2019年にかけてオープンした主な商業施設・アミューズメント施設などを始めとした観光関連施設を表Ⅳ-8-2に示す。

2018年3月には沖縄市に「エイサー会館」が開業、沖縄の伝統芸能であるエイサー（旧盆に行われる先祖供養の伝統行事・本土の盆踊りにあたるもの）の歴史と文化を楽しみながら学べる体験型の施設となっている。沖縄県内のみならず、国内外の観光客に向けてエイサーの魅力を発信する施設として、雨天時に楽しめるスポットのひとつにもなっている。

また、商業施設「那覇オーパ」（2018年10月）、「琉球王国市場」（同年12月）、「オキナワ ハナサキマルシェ」（2019年3月）「サンエー浦添西海岸 PARCO CITY」（同年6月）が相次いで開業。沖縄及び日本の食や文化を売りにしたテナントを多く擁しており、増加する外国人観光客の旺盛な購買ニーズに対応した形だ。

一方、「食を通じてうるまを元気に」をコンセプトとした施設「うるマルシェ」は2018年11月開業、うるま市を中心に沖縄県内各地の農家から届いた新鮮な野菜、沖縄近海で捕れた魚、畜産家が育てた食肉が並び、多くの地元客で賑わっている。同施設では、地域の食材を活用した食事を提供する期間限定のお試し出店が可能な「チャレンジブース」も設けており、同ブースか

ら誕生した商品が話題を呼び、メディアでの紹介やSNSでの拡散などを通じて、地元客のみならず観光客も多く集まる状況が生まれている。生産者、直売所、地元客、観光客がつながることで、地元の活性化に直結する事例として今後も活用が期待される。

表Ⅳ-8-2 2018年から2019年にかけてオープンした主な観光関連施設・アミューズメント施設

年月	施設名	所在地	概要
2018年2月	グラン・ブルーチャペル・カヌチャベイ	名護市	カヌチャリゾート内に新設されたウェディング施設。ガラス張りのチャペルからは海を一望することができる。
3月	ABLOうるま	うるま市	うるま市にオープンした複合商業施設。総敷地面積4万㎡にスーパーマーケット、レストラン、アパレル、DIYショップ等が入る。
3月	エイサー会館	沖縄市	沖縄の伝統芸能であるエイサーの歴史と文化を楽しみながら学べる体験型施設。無料ゾーンと有料ゾーンの2フロアに分かれる。
4月	沖縄石の文化博物館	国頭村	沖縄の石をテーマにした博物館。県内各市町村の岩石標本などの展示から沖縄の島々の地史的な成り立ちを学ぶことができる。
4月	道の駅ぎのざ	宜野座村	沖縄本島東海岸唯一の道の駅として、2018年リニューアルオープン。大型遊具を新規整備した他、カヌー艇庫など体験基地としても機能。
9月	瀬良垣島教会	恩納村	ハイアットリージェンシー瀬良垣アイランド沖縄に併設されたデザイナーズチャペル。温もりのある木組み調の建物が特徴。
10月	那覇オーパ	那覇市	那覇バスターミナルと併せた再開発地区にオープンした大型複合商業施設。オーパは2013年の閉店以来、沖縄へ5年ぶりの再進出。
11月	うるマルシェ	うるま市	うるま市を中心とした沖縄県内の農水産物の直売所。直売所以外にレストラン、フードコート、イベントスペース等を備える。
12月	琉球王国市場	那覇市	国際通りの旧沖縄三越百貨店跡にオープンした、食をテーマにした商業施設。飲食店を中心に約50店舗が出店。
2019年1月	「白の教会」（リニューアル）	本部町	ホテルオリオンモトブリゾート＆スパに併設されたデザイナーズチャペル。幸せの木“ふくぎ”をモチーフにデザインされた。
1月	奏の教会／葵の教会	宮古島市	宮古島・シギラリゾートに同時オープンした教会。シギラビーチが目の前に広がる絶景が魅力となっている。
3月	オキナワ ハナサキマルシェ	本部町	本部町 ・ アラマハイナ コンドホテルに併設された複合商業施設。レストラン、カフェ、フードコートなどが出店。
6月	サンエー浦添西海岸 PARCO CITY	浦添市	浦添市に開業した大型商業施設。店舗面積約6万㎡、駐車場台数約4,000の建物に県内外から約250のテナントが入る。

資料：新聞記事やホームページ等をもとに（公財）日本交通公社作成

(3) 訪日客増加による県民生活への影響

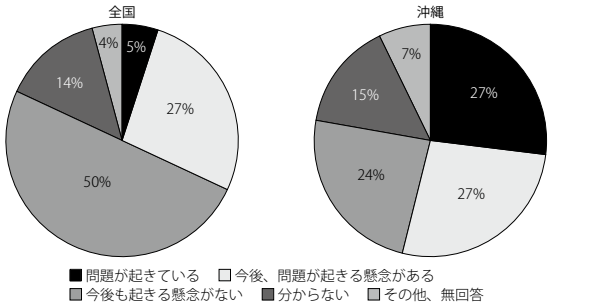
2019年5月、沖縄タイムス紙面に「沖縄県那覇市牧志の「国際通り屋台村」の周辺住民から、客の声がうるさいとの苦情が寄せられている。市によると同地域は商業地域で、客の声がうるさいという騒音トラブルはこれまでに例がない。」との記事が掲載された（『沖縄タイムス』2019.5.20）。6年連続で入域観光客数が過去最多を記録し、入域観光客数1,000万人・外国人客数300万人が間近に迫る中、急激な観光客数の増加と県民生活との関係に注目が集まっている。

共同通信社が2019年5～7月に全国の市町村を対象に実施したアンケートでは、回答した1733市区町村のうち、日本を訪れる外国人旅行者の増加による住民生活への影響について、5%にあたる93市区町村は既に「問題が起きている」、27%の465市区町村は「今後、問題が起きる可能性がある」と回答、半数50%の860市町村は「今後も起きる懸念がない」とした。そのうち、沖縄県内に限って見てみると、「問題が起きている」と回答した市町村が27%・11市町村にのぼる一方、「今後も起きる懸念がない」とした市町村は24%・10市町村に留まり、各自治体でいわゆる“オーバーツーリズム”に対する認識・意識が全国よりも高まっていることが確認された。

一方、沖縄県民の意識はというと、外国人観光客の来訪について、自身の居住地域及び沖縄県全体のいずれにおいても「賛成」と「やや賛成」の合計が過半数となっており、「やや反対」と「反対」の合計も概ね1割以下に収まっていることから、現時点で大きな拒否反応は出ていないと言える（沖縄県「沖縄観光に関する県民意識調査」2018年1～3月実施）。ただし同調査では、沖縄の発展に観光が重要な役割を果たしているかとの問いに、「とても思う」「やや思う」が合わせて86.4%と多数を占めている一方、観光が発展すると自分の生活も豊かになると思うかについては、「とても思う」「やや思う」と合わせて29.1%に留まり、観光の果たす役割が多くの人に理解されている反面、生活の豊かさにはつながっていないと考える人が多いことが課題として浮き彫りとなった。

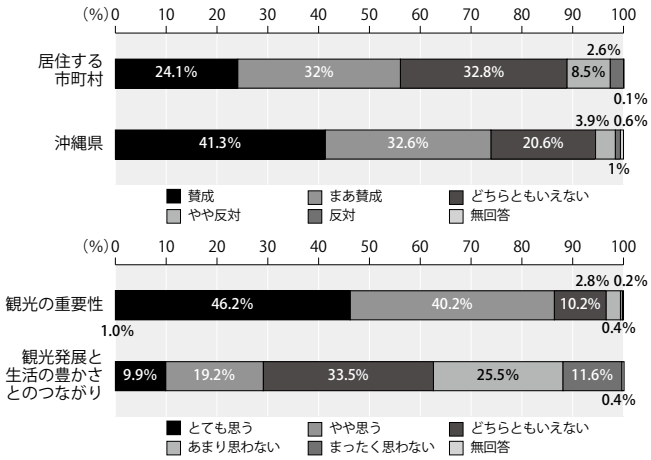
こうした状況を踏まえて、沖縄県では、引き続き沖縄観光に関する県民意識調査を実施して、状況に変化がないか注視していく他、沖縄観光コンベンションビューロー（OCVB）とも連携して、観光振興の促進に向けて県民の理解を深めていくこととしている。

図Ⅳ-8-6 外国人客の増加による生活への影響



資料：共同通信社「全国自治体アンケート」をもとに（公財）日本交通公社作成

図Ⅳ-8-7 外国人客の増加に対する県民の意識



資料：沖縄県「沖縄観光に関する県民意識調査」をもとに(公財)日本交通公社作成

（中島 泰）

Ⅳ-9 自然

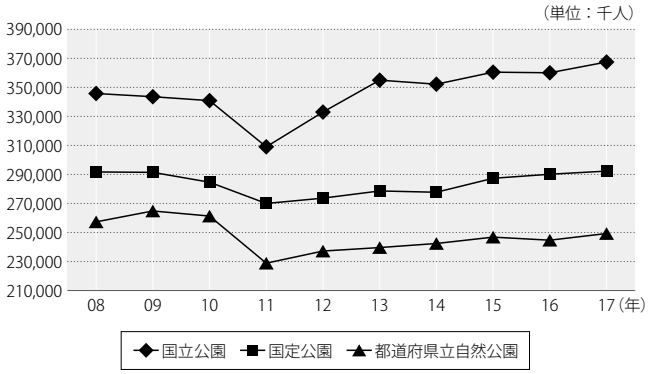
国立公園でのインバウンドの拡大
多様な宿泊体験の提供、入域料の導入を検討

1. 自然公園法に基づく公園に関する動向

①利用者の推移

2017年の自然公園全体の利用者数は9億908万人（前年比100.6%）でほぼ横ばいであった（図Ⅳ-9-1）。これを公園種別に見ると国立公園（34ヶ所）は3億6,747万人（同102.3%）、国定公園（56ヶ所）は2億9,231万人（前年比100.7%）、都道府県立自然公園（311ヶ所）は2億4,929万人（前年比101.6%）であった（図Ⅳ-9-1）。個別の国立公園ごとにみると、10%以上の増減があったのは、釧路湿原国立公園（前年比122%）、小笠原国立公園（同133%）、白山国立公園（同132%）、阿蘇くじゅう国立公園（同119%）、屋久島国立公園（同113%）、となった。

図Ⅳ-9-1 自然公園の利用推移（2008-2017年、10年間）



資料：自然公園等利用者数調（環境省）をもとに（公財）日本交通公社作成

国立公園に関しては、訪日外国人利用者数の推計も行われている。環境省によると、2017年の外国人利用者数は6,001千人であった（表Ⅳ-9-1）。そのうち、最も多い国立公園は、富士箱根伊豆国立公園の2,580千人、次に阿蘇くじゅう国立公園の926千人、支笏洞爺国立公園の901千人であった。

表Ⅳ-9-1 国立公園の訪日外国人利用者数（2017年、上位10）

（単位：千人）

順位※2	国立公園名	16年	17年	18年
1	富士箱根伊豆国立公園	2,577	2,580	2,991
2	阿蘇くじゅう国立公園	675	926	1,034
3	支笏洞爺国立公園	827	901	1,068
4	瀬戸内海国立公園	310	387	676
5	中部山岳国立公園	351	382	376
6	上信越高原国立公園	265	322	341
7	日光国立公園	241	271	304
8	霧島錦江湾国立公園	79	129	142
9	伊勢志摩国立公園	61	76	49
10	吉野熊野国立公園	59	67	63
合計（推計実利用者数）		5,457	6,001	6,940
訪日外客数全体※1		24,039	28,691	31,192

※1　出典：日本政府観光局「訪日外客数」
※2　2017年度上位10位以内にあった各国立公園
資料：国立公園訪日外国人利用者数の推計について（環境省）をもとに（公財）日本交通公社作成

②公園区域及び公園計画の変更

●やんばる国立公園―返還地の大半を編入

2018年5月28日付で中央環境審議会より答申を受け、6月29日付でやんばる国立公園の公園区域及び公園計画の変更が官報で告示された。

国立公園として一体的に風致景観の維持及び適正な利用の増進を図る必要性がある区域として、返還地（同国立公園に隣接するアメリカ軍北部訓練場の一部）の大半を含む脊梁山地を中心にした約3,700haが公園区域に編入された。同公園区域の編入や森林ツーリズムの推進に向けた地域の動き等を踏まえ、適切な保護規制計画及び利用施設計画（園地や歩道）が追加された。

●霧島錦江湾国立公園―雄川の滝を編入

2018年7月3日付けで中央環境審議会より答申を受け、8月10日付けで霧島錦江湾国立公園の公園区域及び公園計画の変更が官報で告示された。

2016年に開始した「国立公園満喫プロジェクト」（後述③参照）の取り組みを先行的・集中的に進める公園の一つとして同公園が選定されたことを受け、地域協議会において策定した「ステップアッププログラム2020」に基づく施策を推進するため、霧島地域及び錦江湾地域において、公園計画の変更が行われた。

今回の変更では、錦江湾地域において、大隅南部県立自然公園の一部である「雄川の滝」及びその下流の渓谷が公園区域に編入された。

●瀬戸内海国立公園―六甲山及び摩耶山に集団施設地区を追加

同じく2018年7月3日付で中央環境審議会より答申を受け、8月13日付で瀬戸内海国立公園の公園区域及び公園計画の変更が官報で告示された。

瀬戸内海国立公園六甲地域は古くから関西における避暑地、保養地として親しまれてきたが、近年は企業の保養所や別荘が利用されず遊休化し、老朽化した施設が風致を害するなどの課題が生じており、地元自治体や民間事業者が六甲山の活性化に向けた取り組みを進めていた。大都市の近郊にありながら豊かな自然が保全されているという最大の特徴を活かし、質の高いサービスの提供が行われるよう、適正な利用の推進が急務となっていた。

今回は、同地域を取り巻くこれらの情勢変化を踏まえ、六甲山らしい公園利用を推進するため、六甲山及び摩耶山に集団施設地区を追加するほか、利用施設の整理や地種区分の変更など、必要な見直しが行われた。

●上信越高原国立公園―志賀高原地域の公園計画の変更

2018年11月12日付で中央環境審議会より答申を受け、2019

年1月31日付で上信越高原国立公園志賀高原地域の公園計画の変更が官報で告示された。

1949年の指定以来、公園区域及び公園計画の全般的な見直しが行われていなかった志賀高原地域について、自然的及び社会的状況の変化を踏まえ、本地域の風致景観の保全と適正な利用の増進を図るため、大半の普通地域を特別地域として指定する等、保護規制計画と利用施設計画の抜本的な見直しが行われた。

③国立公園満喫プロジェクト有識者会議

環境省は、2016年3月30日に政府がとりまとめた「明日の日本を支える観光ビジョン」に基づき、日本の国立公園を世界水準の「ナショナルパーク」としてのブランド化を図ることを目標に、「国立公園満喫プロジェクト」を実施している。

2018年は、計3回の有識者会議が開催された（表Ⅳ-9-2）。第7回，第8回会議では、同プロジェクトの中間評価についての議論が行われ、7月30日付で評価結果が公表された。それを受けて、第9回会議では、2020年までの年次計画を含む同プロジェクトの今後の進め方と今後の予定について議論が行われ、9月3日に公表された。その内容は、以下の通りである（表Ⅳ-9-3）。

表Ⅳ-9-2 有識者会議の概要（資料）

第7回（3月12日（月））
1-1 国立公園満喫プロジェクト先行8公園を中心とした取組状況と今後の予定 1-2 国立公園満喫プロジェクト工程表 2-1 国立公園満喫プロジェクトの中間評価について 2-2 中間評価に関わる各種調査の結果について 2-3 国立公園満喫プロジェクトを進める上での考え方
第8回（6月29日（金））
1 中間評価の流れ 2-1 有識者会議委員による先行8公園視察 2-2 先行8公園における中間評価（自己評価） 3-1 国立公園満喫プロジェクト 中間評価（案） 3-2 先行8公園以外の公園での主な取組
第9回（8月7日（火））
1-1 国立公園満喫プロジェクトの今後の進め方（案）概要版 1-2 国立公園満喫プロジェクトの今後の進め方（案） 2 国立公園満喫プロジェクト先行8公園を中心とした取り組み状況と今後の予定

資料：環境省資料より（公財）日本交通公社作成

表Ⅳ-9-3 国立公園満喫プロジェクトの今後の進め方〈構成〉

1．国立公園満喫プロジェクトの今後の方向性
ー日本の国立公園の特徴とインバウンド ー基本的な視点（最大の魅力は自然そのもの／暮らしや文化とともにある国立公園／体積で考える／多様なニーズに対応した楽しい国立公園／広域的な視点で考える／利用者目線から現場を改善する／サステナビリティの視点を取り入れる）
2．国立公園満喫プロジェクトの指標と目標
ー訪日外国人国立公園利用者数 ー質の指標（国立公園での訪日外国人旅行消費額（円）／国立公園周辺外国人延べ宿泊者数（泊）／国立公園での外国人リピーター率（%）／先行8公園での満足度（%）（「大変満足」の割合））
3．国立公園満喫プロジェクトの枠組み
4．テーマ別の取組
ー民間活用によるサービス向上（多様な宿泊体験の提供・公共施設の民間開放・民間事業者との連携）／受入環境の整備（コンテンツの磨き上げ・受入体制強化／引き算の景観改善／基盤整備／人材育成／利用者負担による保全の仕組み作り）／プロモーション／関係省庁や地域との連携／体制強化／質の指標の活用／全国展開

資料：環境省資料より（公財）日本交通公社作成

④国立公園の宿舎事業のあり方

先の「国立公園満喫プロジェクト」においては、地域資源の新たな魅力や価値を創出し、地域の活性化につなげていくため、国立公園の豊かな自然やそこに根ざした地域の文化をより深く満喫してもらうような滞在を増やしていくことが重要であり、高付加価値で多様な宿泊体験を提供していくことが課題となっている。

同課題への対応を検討することを契機として、特に自然公園法に基づく宿舎事業という観点から国立公園の利用者のニーズの変化や社会情勢の変化も踏まえ、現在直面している様々な課題についても併せて検討し、国立公園の宿舎事業のあり方について、今後の施策の方向性及び可能な範囲で具体的な対応策を示すことを目的として、検討会が開催された。

2018年には、8名の有識者からなる検討会での議論（3回）を踏まえて、環境省は「国立公園の宿舎事業のあり方について」をとりまとめた（表Ⅳ-9-4）。

表Ⅳ-9-4 国立公園の宿舎事業のあり方について

基本的な考え方
（1）国立公園の宿舎事業の役割 自然公園法に基づき、事業者は国に代わって国立公園の非日常の風景の中での宿泊を公平に提供。保護された自然環境の中で事業を行う者として、自然環境の保全と地域の将来像に責任をもった事業の実施が必要。また、宿泊機能だけでなく自然や地域文化を満喫するアクティビティや情報の提供を行う拠点としての役割も求められる。 **（2）管理経営に求められる基本的な考え方** 宿舎事業の管理経営における基本的な事項について整理。 ー国立公園の自然環境の保全への貢献／その土地にふさわしい本物の体験ができるアクティビティの充実／持続可能性を考慮した環境対策の推進／地産地消による地域社会の持続性への貢献
目指す方向性
（1）国立公園の魅力を発信する新たな宿泊体験の提供 自然や文化への理解が深く、その土地にふさわしい本物の体験に価値を感じる旅行者に向けた宿泊施設は、小規模で風景と調和し、徹底した環境の取組が求められる。これらが事業としても持続可能であるためには、高付加価値なサービスとしていくことが必要。 ①新たな宿泊体験のイメージ（【小規模で高付加価値なホテル】【グランピング】【再生古民家】） ②国立公園の魅力を発信する新たな宿泊体験の充実に向けた対応 （2）既存エリア・施設の再生・上質化 既存の開発エリアや施設では定期的な設備投資等により質を維持しつつ、劣化した施設の再生と上質化により、増加する訪日外国人旅行者等の新たな利用者ニーズに対応。 ①集団施設地区等の再生／②新たな廃屋化の防止／③多様化する経営手法への対応（【所有・経営・運営の分離】【分譲型ホテルの課題】）

資料：環境省資料より（公財）日本交通公社作成

2. エコツーリズム推進法に基づく動向

①エコツーリズム推進全体構想の認定

2018年4月6日付で認定されたエコツーリズム推進全体構想は2件、9月10日付で認定されたエコツーリズム推進全体構想は1件（表Ⅳ-9-5）であり、これにより全体構想の認定は全国で15件となった。

表Ⅳ-9-5 エコツーリズム推進全体構想の概要

檜原村エコツーリズム推進全体構想（平成30年4月）	
協議会名	：檜原村エコツーリズム推進協議会
推進する地域	：東京都檜原村全域
エコツアー	：【基本的な考え方】面積の80%が秩父多摩甲斐国立公園内にあり、周囲を標高1,000mの山稜に囲まれた豊かな自然環境や、自然との関わりから生まれた村の歴史、文化資源を持続的に保全し、その積極的な活用を通じて活力ある観光地域づくりの実現を図る【ツアー内容】貴重な植生、巨樹、野草などを楽しむエコツアー /四季折々の滝を巡るエコツアー /川や沢を使ったエコツアー /祭りや伝統芸能を体験するエコツアー
下呂市エコツーリズム推進全体構想（平成30年4月）	
協議会名	：下呂市エコツーリズム推進協議会
推進する地域	：岐阜県下呂市全域
エコツアー	：【基本的な考え方】市内の標高差2,800m、温帯から冷温帯への移行帯の森など多様性のある豊かな自然を有する下呂市で、平成28年1月に策定した「下呂市まち・ひと・しごと創生総合戦略」において掲げたDMOの確立や滞在型観光地づくりを進め、持続可能な地域づくりを実現する【ツアー内容】御嶽山麓の滝を活用したツアー（のんびりハイキング、カフェトレッキング、シャワークライミング、冬の滝めぐり）/里地里山を活用したツアー（いやしの里竹原めぐり、馬瀬里山ミュージアム ガイドツアー）/飛騨街道を活用したツアー（萩原宿歴史探訪ツアー、筋骨めぐり）など
赤城山エコツーリズム推進全体構想（平成30年9月）	
協議会名	：赤城山エコツーリズム推進協議会
推進する地域	：群馬県赤城山頂の大沼を囲む外輪山（前橋市域）、南麓に広がる荒山、鍋割山
エコツアー	：【基本的な考え方】都心から約2時間の位置にある赤城山は貴重な植物が豊富にある覚満淵などの自然資源や、赤城神社や句碑の道などの歴史・文化に恵まれている。これら自然観光資源の一層の保全と同時に、体験の機会を提供するなど活用することにより、さらなる地域振興及び持続可能な地域形成を目的とする【ツアー内容】赤城山覚満淵自然観察会 / 赤城山白樺牧場ツツジ散策ツアー / スターウオッチング / 赤城山スノーシューハイキング

資料：環境省ホームページより（公財）日本交通公社作成

3. 世界自然遺産の動向

①世界自然遺産小笠原諸島管理計画の改定

環境省、林野庁、文化庁、東京都及び小笠原村は、2010年1月に「世界自然遺産推薦地小笠原諸島管理計画」を策定し、同計画に基づいて、小笠原諸島世界自然遺産地域の保全管理を行ってきた。

近年、小笠原諸島をめぐっては、新たな地域への外来種の侵入に伴い、総合的な外来種対策の見直しが必要となっている一方で、特定の外来種対策の進展に伴い、固有種の回復が確認されるなど、現行計画の策定から8年の間に、世界自然遺産登録もはさみ、様々な状況の変化が見られる。このため、新たな知見や状況の変化を踏まえて現行計画を見直し、2018年3月に「世界自然遺産小笠原諸島管理計画」を策定した。

②「奄美大島、徳之島、沖縄島北部及び西表島」の再推薦

日本政府は、2017年に「奄美大島、徳之島、沖縄島北部及び西表島」（鹿児島、沖縄）を国連教育科学文化機関（ユネスコ）に対して世界自然遺産として正式推薦したが、2018年5月に国際自然保護連合（IUCN）から世界遺産一覧表への「記載を延期」することが適当と勧告された。それを受けて、6月に一度推薦を取り下げ、関係行政機関や地域関係者と連携し、有識者の意見を伺いながら、再推薦に向けた準備を進めた。

そして2018年11月に日本政府は、世界遺産条約に基づく2020年の世界遺産委員会における世界遺産登録審査に向けて、「奄美大島、徳之島、沖縄島北部及び西表島」世界自然遺産候補地を改めて今年度の推薦候補とすることを明らかにした。

4. その他

①日本ジオパークの動向

2018年に第34回日本ジオパーク委員会が開催された。現地調査の上、ユネスコ世界ジオパーク国内再認定、日本ジオパーク新規認定及び再認定の審査が行われた。また、2017年夏に実施されたユネスコ世界ジオパーク再認定審査の結果が判明した。その結果は、以下の通り（表Ⅳ-9-6）。

ユネスコ世界ジオパークにおいては、3件が再認定、1件が条件付き再認定、新規認定が1件となった。伊豆半島は国内で9 番目のユネスコ世界ジオパークとなった。

日本ジオパークは、新規認定1件、再認定2件、条件付き再認定1件、認定見送り1件だった。結果、日本ジオパークは44 地域となった（ユネスコ世界ジオパーク 9 地域を含む）。

表Ⅳ-9-6 ジオパークの認定審査結果

ユネスコ世界ジオパーク	
再認定	糸魚川ユネスコ世界ジオパーク／隠岐ユネスコ世界ジオパーク／島原半島ユネスコ世界ジオパーク
条件付き再認定	洞爺湖有珠山ユネスコ世界ジオパーク（二年間の条件つき）
新規認定	伊豆半島ユネスコ世界ジオパーク
ユネスコ世界ジオパーク国内再認定及び日本ジオパーク新規認定	
再認定	洞爺湖有珠山ユネスコ世界ジオパーク／室戸ユネスコ世界ジオパーク
条件付き再認定	アポイ岳ユネスコ世界ジオパーク
新規認定	萩ジオパーク
認定見送り	土佐清水

資料：日本ジオパークネットワーク公式ホームページより（公財）日本交通公社作成

②竹富町における入域料導入に向けた検討

竹富町では、「地域自然資産法（正式名称：地域自然資産区域における自然環境の保全及び持続可能な利用の推進に関する法律（2014年6月制定、2015年4月施行）」に基づく「竹富島地域自然資産協議会」を2017年9月に発足し、2019年4月の入域料導入を目指し、本格的に検討を開始した。同法に基づき、地域自然資産区域内で自然環境の保全及びその持続可能な利用を推進するために実施する事業であって、区域内に立ち入る者から収受する料金をその経費に充てる「地域自然環境保全等事業」や、都道府県又は市町村が、自然環境トラスト活動を促進する「自然環境トラスト活動促進事業」等を「地域計画」として定める予定である。

2018年5月までに計4回の協議会を開催。第4回協議会では「竹富島地域自然資産地域計画（案）」が承認され、委員長から町長に答申された。竹富島へ入島した観光客から任意の協力金300円の徴収を想定。2019年4月の導入に向けて、

活動主体となる新設法人の設立と船舶会社との料金徴収に関する調整が進められた。新設法人「一般財団法人竹富島地域自然資産財団」は2019年5月に設立。他方、船舶との調整は難航し、決裂した。同年8月7日には、第1回竹富島地域自然資産運営協議会が開催され、入域料の徴収業務を竹富島地域自然資産財団に委託し、券売機で徴収することが承認された。計画原案の変更が行われ、それを受けて、竹富町は、令和元年8月に「竹富島地域自然資産地域計画」を策定。9月1日から徴収を開始した。

③妙高山・火打山での自然環境保全に向けた社会実験の実施

妙高山・火打山の美しい自然を保全し、次の世代に継承していくため、自然環境保全にかかる500円の協力金を、登山者に任意でお願いする社会実験を環境省と妙高市が協力して実施した。期間は2018年10月1日（月）から21日（日）まで。笹ヶ峰、燕温泉、新赤倉登山口の3箇所の登山口にて行われた。入域料は妙高山・火打山の登山道整備やライチョウ保護のために役立てられる。同社会実験の結果は以下の通り（表Ⅳ-9-7）。

協力率75.1%という一成果が得られたことを受けて、入域料の本格導入に向けて、2019年度に登山シーズンを通じた社会実験を実施する（実施期間：2019年7月1日～10月31日）。

表Ⅳ-9-7　妙高戸隠連山国立公園（妙高山・火打山）における入域料等に関する社会実験の概要

実施期間	2018年10月１日（月）～10月21日（日） 5:00～17:00（一部 8:00～16:00）
実施箇所	新潟県妙高市　妙高山・火打山の３つの登山口（笹ヶ峰登山口、燕温泉登山口、新赤倉登山口）
社会実験の結果①	自然環境保全協力金について ・各登山口に係員を配置し、自然環境保全に係る協力金（500円）の寄付を依頼（一部、募金箱の配置のみ）。 【協力者数】2,963人（登山者以外の協力者も含む） 【金　　額】1,460,277円（500円以外の金額も受付） 【協 力 率】75.1%（登山者数3,459人、協力者数2,963人）
社会実験の結果②	アンケート調査について ・下山された方に、自然環境や登山道に関するアンケート調査を実施 【対象者数】2,837人 【回 収 数】1,486人 【回 収 率】52.4% ＜今回の社会実験について＞ 【社会実験の認知度】来る前から知っていた（35.6%）、道中で知った（4.9%）、登山口で初めて知った（58.9%）、無回答（0.6%）［単一回答］ 【協力金の支払い状況】支払った（83.4%）、支払わなかった（15.3%）、無回答（1.2%）［単一回答］ ※実際の協力率は75.1%であったため、回答は実際よりも支払った人の回答に偏りがある。 【支払った理由※上位5つ】趣旨に賛同したから（61.7%）、登山者として当然だと思ったから（52.3%）、受付の係員がいたから（15.3%）、記念品がもらえるから（5.2%）、強制だと思ったから（4.4%） ＜今後の妙高山・火打山における協力金制度の導入について＞ 【協力金の支払い義務】原則登山者全員が支払うべき（58.1%）、協力したい人が支払うべき（36.5%）、支払う必要はない（0.7%）、無回答（4.7%）［単一回答］ 【支払ってもよいと思う金額】500円（59.0%）、1000円（15.2%）、300円（13.5%）［単一回答］※上位3つのみ

資料：環境省及び妙高市ホームページより（公財）日本交通公社作成

（後藤　健太郎）

Ⅳ-10 歴史・文化

文化財の観光活用に向けた取り組み支援が加速
世界文化遺産、ユネスコ無形文化遺産の新規登録

1. 文化財保護法に基づく動向

(1) 選定・登録状況

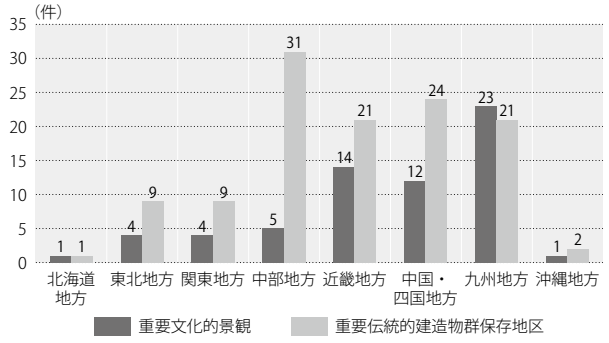
文化財保護法の対象となる文化財の類型のうち、観光との関連が強い「文化的景観」(地域における人々の生活又は生業及び当該地域の風土により形成された景観地)と「伝統的建造物群」(宿場町、城下町、農漁村など)については、2019年3月31日現在、「重要文化的景観」64件、「重要伝統的建造物群保存地区」118地区が選定されている(地方ブロックごとの選定件数は図Ⅳ-10-1参照)。

2018年度は、「重要文化的景観」として3件、「重要伝統的建造物群保存地区」として1件が新たに選定された(表Ⅳ-10-1)。

「伊庭内湖の農村景観」は、「琵琶湖とその水辺景観−祈りと暮らしの水遺産」の構成文化財として、2015年に日本遺産に登録されている。東近江市では、2017年3月に策定した「東近江市歴史文化基本構想」において、伊庭内湖の農村景観を「水辺の文化関連保存活用区域」と位置づけ、重要な観光資源のひとつとしている。同じく日本遺産構成文化財である五個荘金堂伝統的建造物群保存地区(国の重要伝統的建造物群保存地区)とともに、2地区連携によるまちなみ散策コースの策定などを行うとしている。

喜多方市小田付地区の取り組みの経緯については、表Ⅳ-10-2の通りである。

図Ⅳ-10-1 地方ブロックごとの選定件数
(重要文化的景観、重要伝統的建造物群保存地区)(2019年3月31日現在)



※地域区分はp.137参照　　資料:文化庁資料より(公財)日本交通公社作成

表Ⅳ-10-2 喜多方市小田付の取り組み経緯

喜多方市小田付	
1975年	蔵の写真展をきっかけに「蔵のまち」のキャッチコピーが定着、観光客が激増 蔵の内部公開、ボランティアガイド、土産品販売、馬車の運行など、様々な来訪者向けサービスが開始
1979年	小田付地区の一部を含む伝統的建造物群保存調査が実施されるが、伝統的な建物の保存は近代的な都市発展に逆行するという考え方も強く、町並み保存の取り組みは下火に
2003年	小田付地区住民が中心となり、町並み保存・再活用による町の活性化を目的として「会津北方小田付郷町衆会」を結成、講演会、蔵再生・活用のためのワークショップ、ライトアップなど試行的な取り組みを実施
2013年	小田付地区住民代表より、伝建地区指定を目指した調査実施要望書提出 「小田付地区まちづくり整備計画」(街路整備中心)を受け、地区住民、行政、学校等で構成する「小田付まちづくり協議会」発足
2014年	東京藝術大学による保存対策予備調査実施
2015年	小田付地区伝統的建造物群保存対策調査実施
2016年	高校生とともに古写真を収集、収集した古写真の写真展開催 「喜多方市伝統的建造物群保存地区保存条例」公布
2017年	喜多方市伝統的建造物群保存地区保存審議会発足、保存地区・保存計画決定

資料:『月刊文化財』(659号)、文化庁資料より(公財)日本交通公社作成

表Ⅳ-10-1 2018年度に新規選定された重要文化的景観・重要伝統的建造物群保存地区

種別	文化財名	所在地	概要	選定年月日
重要文化的景観	伊庭内湖の農村景観	滋賀県東近江市	琵琶湖岸の内湖に面した三角州において、石積みの水路網及び岸建ちの建造物が特徴的な集落、それを取り囲む農地・山林からなる農村景観で、琵琶湖岸における水の利用及び居住のあり方を伝える文化的景観	2018年10月15日
	北大東島の燐鉱山由来の文化的景観	沖縄県北大東村	燐鉱採掘関連の生産施設、生活関連施設等からなり、日本列島南方の特殊な風土によって形成された離島において、大正〜戦後直後にかけて行われていた燐鉱採掘、及びその後の産業変遷を伝える文化的景観	2018年10月15日
	宇和海狩浜の段畑と農漁村景観	愛媛県西予市	海、居住地、石灰岩の石垣で築かれた段畑、山林が連なる景観地で、黒潮の影響を受ける愛媛県南西部のリアス海岸における土地利用、風土に根差した斜面地農業の展開を伝える文化的景観	2019年2月26日
重要伝統的建造物群保存地区	喜多方市小田付	福島県喜多方市	天正年間の町割と市立に始まり、在郷町・醸造町として発展した蔵の町並み	2018年8月17日

資料:文化庁資料より(公財)日本交通公社作成

2. 文化財活用に向けた動向

(1)「文化財の総合的な活用による観光戦略実行プランの推進」など

①基本方針

「明日の日本を支える観光ビジョン」で目標のひとつとして掲げられた「文化財の観光資源としての開花」を実現するべく、文化庁では2016年4月に「文化財活用・理解促進戦略プログラム2020（以下、「プログラム2020」）」を策定した。「プログラム2020」では、文化財の観光資源としての魅力を向上させる取り組みを1,000事業程度実施するとともに、日本遺産をはじめ、文化財を中核とする観光拠点を全国で200箇所程度整備することを目標に掲げている。

2018年度は、それまでの「文化財総合活用・観光振興戦略プラン」を、「文化財の総合的な活用による観光戦略実行プランの推進（以下、実行プラン）」に改め、2020年までの目標達成に向けて支援を拡充し、地域の文化財の一体的・面的な整備、観光資源としての価値を高める美装化、観光コンテンツとしての質の向上（解説の充実・多言語化）など、9つの事業を実施した（表Ⅳ-10-3）。

表Ⅳ-10-3　文化財の総合的な活用による観光戦略実行プランの推進

事業概要	明日の日本を支える観光ビジョンにおいて掲げられた「文化財の観光資源としての開花」を目標として、文化財を中核とする観光拠点の整備や、当該拠点等において実施される文化財等の観光資源としての魅力を向上させる取り組みへの支援を充実させる。

各事業名	各事業内容	2018年度予算（前年度予算との差）
1. 文化財を通じた歴史体感プロジェクト 歴史活き活き！史跡等総合活用整備事業	歴史的に由緒ある史跡等について、損傷、老朽化が著しく進んでいる箇所の修復を行うとともに、往時の姿をしのばせる歴史的建造物の復元、ガイダンス施設の設置等一体的な整備を支援することで、魅力ある環境を創り出し、観光客の長時間滞在につなげる。 ●補助対象：文化財の所有者、管理団体（補助率：原則50%）　●補助件数：450件程度	6,550百万円 （28百万円）
2. 地域の美術館・歴史博物館を中核とした文化クラスター形成事業	美術館・歴史博物館を中核とした文化クラスター創出に向けた地域文化資源の面的・一体的整備、新たな事業創出、地域へのアウトリーチ活動、人材育成等、美術館・歴史博物館を活用・強化する取り組みを支援することによって、美術館・歴史博物館が地域の核として文化の発信を牽引し、文化芸術立国の実現に資することを目指す。	1,248百万円 （新規）
Ⅰ．地域の美術館・歴史博物館クラスター形成支援事業	地域の文化財の魅力発信、地域振興、観光振興、多言語化による国際発信、ユニークベニューの促進など、美術館・歴史博物館を中核とした、関係機関との連携による文化クラスター（文化集積地区）創出に向けた地域文化資源の面的・一体的整備のための取り組みを支援する。 ●補助件数：20件程度	584百万円 （新規）
Ⅱ．地域と共働した美術館・歴史博物館創造活動支援事業	博物館が核となって実施する地域文化の発信、子供や高齢者などあらゆる者が参加できるプログラム、学校教育などとの連携によるアウトリーチ活動、新たな機能の創造等を支援する。 ●補助件数：50件程度	329百万円 （新規）
Ⅲ．美術館・歴史博物館重点分野推進支援事業	我が国の文化芸術の振興に係る諸課題のうち、美術館･歴史博物館に関わる緊急的かつ重点的な分野等の取り組みを支援する。 ●補助件数：2件程度	330百万円 （新規）
3. 観光拠点形成重点支援事業※	文化財を中核とする観光拠点の整備を推進し、地域経済の活性化、文化財の価値の発信・継承につなげるため、歴史文化基本構想策定地域や、他の地域のモデルとなる優良な取り組みに対する支援を実施する。	361百万円 （10百万円）
Ⅰ．歴史文化基本構想を活用した観光拠点づくり事業	歴史文化基本構想策定地域において、当該構想に基づき実施される情報発信、人材育成、普及啓発、公開活用に資する設備整備等（古民家の活用に資する改修を含む）を支援。 ●補助対象：申請地方公共団体等で構成される協議会（補助率：定額）　●補助件数：16件程度	160百万円 （△90万円）
Ⅱ．優良モデル創出事業	特に優良な観光拠点形成の事例を創出するため、他省庁とも連携して、周辺環境を含めた文化財群の面的・一体的な整備を重点的に支援。文化庁は国指定等文化財の活用に資する修理・整備等を支援。 ●補助対象：市町村等（補助率：原則50%）　●補助件数：4件程度	200百万円 （100万円）
4. 日本遺産魅力発信推進事業	日本遺産の認定を推進するとともに、認定された地域の文化財群を総合的に整備・活用し、国内外に戦略的に発信する取り組みを支援することにより、地域の活性化・観光振興を図る。	1,336百万円 （△14百万円）
Ⅰ．日本遺産魅力発信推進事業	日本遺産認定地域において実施される情報発信、人材育成、普及啓発、調査研究、公開活用のための整備に係る事業等を補助する。 ●補助対象：申請地方公共団体等で構成される協議会（補助率：定額）　●補助件数：50件程度	1,208百万円 （△75百万円）
Ⅱ．日本遺産プロモーション事業	民間企業やメディアを巻き込んだイベントを開催するとともに、認定地域が抱えている課題に対応するための専門家派遣事業を実施する。	120百万円 （63百万円）
5. 文化遺産総合活用推進事業	伝統行事・伝統芸能の公開、後継者養成、古典に親しむ活動など、地域の文化遺産を活用した特色ある総合的な取り組みを支援することにより、文化振興・地域活性化を図る。	1,873百万円 （△36百万円）
Ⅰ．地域文化遺産活性化事業 Ⅱ．世界文化遺産活性化事業	【Ⅰ. 地域文化遺産活性化事業】地域の文化遺産に関する情報発信、人材育成、普及活動、後継者養成、記録作成等に対して支援する。 【Ⅱ. 世界文化遺産活性化事業】登録された世界文化遺産を活用して地域の活性化を図るため、情報発信、人材育成、普及啓発、調査研究に対して支援する。 ●補助対象：文化団体や地方公共団体等で構成される実行委員会（補助率：定額）　●補助件数：375件程度	1,572百万円 （△33百万円）
Ⅲ．文化財保存活用地域計画等作成支援事業※	文化財を中核とする観光拠点形成のベースとなる「文化財保存活用地域計画」や「歴史文化基本構想」の策定及び改訂を行うための調査研究・体制整備等の取り組みを支援する。 ●補助対象：地方公共団体（補助率：定額）　●補助件数：70件程度	256百万円 （0円）
Ⅳ．日本の歴史・伝統文化情報発信推進事業※	地域の観光資源である文化財について、外国人旅行者のニーズに合わせた正確で分かりやすい解説の作成や情報発信を行うとともに、情報の多言語化を図る体制を整備するためのモデル事業を支援する。 ●補助対象：観光立国ショーケースに選定された地方公共団体（補助率：定額）　●補助件数：3件程度	27百万円 （△3百万円）
6. 日本の美再発見！文化財美術工芸品魅力開花推進事業	国宝・重要文化財（美術工芸品）のカビ、サビ、埃等の除去や、表具・縁の打ち直しなど、外観を健全で美しい状態に回復し、観光資源としての魅力を向上させる事業（美装化）を支援する。 ●支援対象：文化財の所有者、管理団体（補助率：原則50%）　●補助件数：40件程度	80百万円 （新規）
7. 美しい日本探訪のための文化財建造物魅力向上促進事業	重要文化財（建造物）及び登録有形文化財（建造物）の外観、内装（公開部分）を美しく保ち、観光資源としての魅力を向上させる事業（美装化）を支援する。 ●補助対象：文化財の所有者、管理団体（補助率：原則50%）　●補助件数：90件程度	305百万円 （0円）
8. 地域活性化のための特色ある文化財調査・活用事業	まとまって一箇所に伝存する絵画、彫刻、工芸品、古文書等を対象に、1点ずつ法量・品質形状・内容を調査・記録し、全体として歴史的価値づけを行うことを通じて貴重な歴史資料群としての文化財の散失を防ぐとともに、保存・活用（地元博物館での企画展示やWEBによる公開等）に供する。 ●補助対象：地方公共団体（補助率：原則50%）　●補助件数：10件程度	15百万円 （新規）
9. 地域の特色ある埋蔵文化財活用事業	出土した埋蔵文化財を積極的・総合的に公開活用するために行う展示、講演会等に係る事業や、埋蔵文化財の調査・整理・公開拠点となる施設の設備整備等について支援し、両者の一体的な運用を図ることによって、地域の活性化・観光振興を図る。 ●補助対象：地方公共団体（補助率：原則50%）　●補助件数：230件程度	565百万円 （0円）

※2017年4月から先行的に京都に移転して業務を開始している、文化庁地域文化創生本部の担当業務。
※このほか、国際観光旅客税を活用した「文化財多言語解説整備事業」（500百万円）を実施。

資料：文化庁資料より（公財）日本交通公社作成

②歴史文化基本構想・文化財保存活用地域計画

地域に存在する文化財を、指定・未指定にかかわらず幅広く捉えて的確に把握し、文化財をその周辺環境まで含めて、総合的に保存・活用するための構想である「歴史文化基本構想（以下、基本構想）」は、各地方公共団体の文化財保護行政に関するマスタープランの役割を果たすこと、また、文化財を生かした地域づくりに資することが期待されている。「プログラム2020」では、基本構想の策定が、文化財を中核とする観光拠点整備の基盤のひとつとして位置づけられている。

2018年度の文化財保護法の改正に伴い、市町村が作成する「文化財保存活用地域計画（以下、地域計画）」の国による認定が制度化された。地域計画は、基本構想を実効的に発展させ法律に位置づけたものであり、各市町村が目指す目標や中長期的に取り組む具体的な内容を記載した、当該市町村における文化財の保存・活用に関する基本的なアクションプランとされている。2019年3月に策定された「文化財保護法に基づく文化財保存活用大綱・文化財保存活用地域計画・保存活用計画の策定等に関する指針」では、策定済みの基本構想に必要な内容を盛り込んだ上で、地域計画への移行が可能とされている。

2019年3月31日現在、108件の基本構想が策定されている。

基本構想や地域計画については、「実行プラン」の「文化遺産総合活用推進事業」内において「文化財保存活用地域計画等作成支援事業」を実施し、地域計画や基本構想の策定、及び改訂に対する支援を引き続き実施した（2018年度の採択件数は、歴史文化基本構想策定事業・改訂事業56件、文化財保存活用地域計画作成事業5件）。

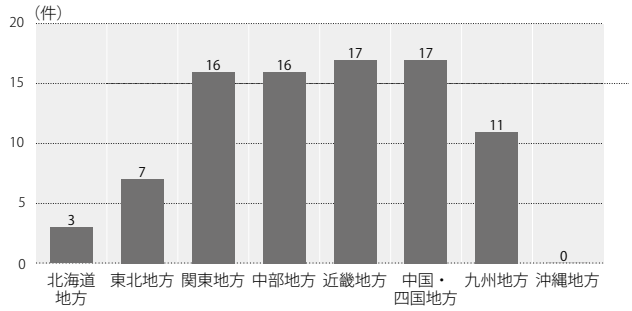
また、2017年度に引き続き「観光拠点形成重点支援事業」を実施し、基本構想を活用した観光拠点づくりに資する事業（情報発信、人材育成、普及啓発、公開活用に資する設備整備など）に対する支援を行った（2018年度の採択件数は19件）。まちあるきにも使えるパンフレットの作成、ホームページの多言語化、VRを活用した文化財周遊アプリの導入、面的な案内を目的とした観光ガイド養成講座の実施、地場産業事業者と連携した体験プログラムづくり、モニターツアーの実施、町屋の宿泊施設としての整備などが行われた。

③日本遺産

「日本遺産（Japan Heritage）」は、地域の歴史的魅力や特色を通じて、我が国の文化・伝統を語るストーリーを「日本遺産（Japan Heritage）」として文化庁が認定するもので、ストーリーを語る上で不可欠な、魅力ある有形・無形の文化財群を地域が主体となって総合的に整備・活用し、国内外に戦略的に発信することにより、地域の活性化を図ることを目的としている。「プログラム2020」に掲げる文化財を中核とする観光拠点の代表例と位置づけられている。

2018年度は、新たに13件が認定され（表Ⅳ-10-4）、2019年3月31日現在、67件のストーリーが認定されている（地方ブロックごとの選定件数は図Ⅳ-10-2）。

図Ⅳ-10-2　地方ブロックごとの日本遺産認定件数（2019年3月31日現在）



資料：文化庁資料より（公財）日本交通公社作成

※地域区分はp.137参照
※複数地域にまたがるものがあるため、地方別の合計は認定件数と合致しない。

表Ⅳ-10-4　2018年度に新規認定された日本遺産（2018年5月24日認定）

都道府県	申請者（◎は代表自治体）	ストーリーのタイトル
北海道	◎上川町、旭川市、富良野市、愛別町、上士幌町、上富良野町、鹿追町、士幌町、新得町、当麻町、東川町、比布町	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～
山形県	◎山形県（山形市、寒河江市、天童市、尾花沢市、山辺町、中山町、河北町）	山寺が支えた紅花文化
栃木県	宇都宮市	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	◎那須塩原市、矢板市、大田原市、那須町	明治貴族が描いた未来～那須野が原開拓浪漫譚～
富山県	南砺市	宮大工の鑿一丁から生まれた木彫刻美術館・井波
山梨県	◎山梨県（山梨市、笛吹市、甲州市）	葡萄畑が織りなす風景－山梨県峡東地域－
長野県・山梨県	◎長野県（茅野市、富士見町、原村、諏訪市、岡谷市、下諏訪町、長和町、川上村）、山梨県（甲府市、北杜市、韮崎市、南アルプス市、笛吹市、甲州市）	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	静岡県（◎三島市、函南町）、神奈川県（小田原市、箱根町）	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	広川町	「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	◎岡山市、倉敷市、総社市、赤磐市	「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	福山市	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～
大分県	◎豊後高田市、国東市	鬼が仏になった里「くにさき」
宮崎県	◎西都市、宮崎市、新富町	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－

資料：文化庁資料より（公財）日本交通公社作成

日本遺産については「実行プラン」内で「日本遺産魅力発信推進事業」「日本遺産プロモーション事業」を実施し、日本遺産認定後に行う情報発信、人材育成、普及啓発、調査研究、公開活用のための整備などの事業に対して認定後3年を目途として財政支援を行うとともに、各認定地域が抱える個別の課題に対して指導・助言を行う日本遺産プロデューサーの派遣などを行っている。

2018年10月から、文化庁とTBSテレビのタイアップ企画として、テレビ番組「じょんのび日本遺産」(毎週日曜日6:00～）の放送が始まった。「じょんのび」とは、「ゆったり、のんびり」という意味の新潟地方の方言。外国出身タレントを旅人として起用し、日本各地の日本遺産を紹介している。

④歴史的風致維持向上計画

「地域における歴史的風致の維持及び向上に関する法律」（愛称：歴史まちづくり法）は、現代社会において失われつつある地域の歴史的な風情、情緒を活かしたまちづくりを支援するもので、文化庁、農林水産省、国土交通省の共管となっている。市町村が作成した「歴史的風致維持向上計画」に対して国の認定がなされると、歴史まちづくり法に基づく様々な特別の措置や国による支援が受けられるようになる。

2018年度は、伊豆の国市（静岡県）、横手市（秋田県）、下田市（静岡県）、盛岡市（岩手県）、高野町（和歌山県）、基山町（佐賀県）、鹿島市（佐賀県）、香取市（千葉県）、下野市（栃木県）、栃木市（栃木県）の10件が新たに認定され、2019年3月31日現在、76件が認定されている。

(2) 文化財保護法改正に伴う動き

過疎化・少子高齢化などの社会状況の変化を背景に、各地の文化財の滅失・散逸などの防止が緊急の課題となる中、未指定を含めた有形・無形の文化財をまちづくりに活かしつつ、地域社会総がかりで継承に取り組んでいく体制を整備することを目的に、2018年6月に文化財保護法が改正された。

2019年3月には「文化財保護法に基づく文化財保存活用大綱・文化財保存活用地域計画・保存活用計画の策定等に関する指針」が策定され、法律改正により新たに制度化された、都道府県による文化財保存活用大綱の策定、市町村が作成する文化財保存活用地域計画及び国指定等文化財の所有者などが作成する保存活用計画の文化庁長官による認定、市町村による文化財保存活用支援団体の指定などに関して、基本的な考え方や具体的な記載事項、留意事項などが示された。

今回の法改正をめぐっては、慎重な議論を求める学術団体などからのコメント発表や、文化財の保存と活用をテーマにしたシンポジウム開催などがみられた（表Ⅳ-10-5、6）。

表Ⅳ-10-5　文化財保護法改正をめぐる学術団体などからのパブリックコメント・声明など（抜粋）

日付	名称	団体
2017年9月27日	「文化審議会文化財分科会企画調査会 中間まとめ」に対する意見	明日の京都 文化遺産プラットフォーム
2017年9月27日	文化審議会文化財分科会企画調査会中間まとめに対する学会からの意見	文化財保存修復学会
2017年9月28日	「文化審議会文化財分科会企画調査会中間まとめに関する意見募集」へのパブリックコメント	日本考古学協会
2017年9月29日	文化審議会文化財分科会企画調査会中間まとめに関する意見	日本文化財科学会
2017年10月6日	文化財保護法の改定に対し、より慎重な議論を求める声明	日本歴史学協会、地方史研究協議会、歴史教育者協議会、立正大学史学会、内陸アジア史学会、信濃史学会、東北史学会、ジェンダー史学会、京都民科歴史部会、広島西洋史学研究会、東京歴史科学研究会、広島史学研究会、日本考古学協会埋蔵文化財保護対策委員会、中国四国歴史学地理学協会、東海大学史学会、歴史学研究会、秋田近代史研究会、日本史研究会、交通史学会、文化財保存全国協議会、総合女性史学会、大阪歴史学会、関東近世史研究会、日本風俗史学会、千葉歴史学会、歴史科学協議会、専修大学歴史学会
2017年10月12日	文化財保護法改定に向けた動きに対する声明	地方史研究協議会
2018年2月25日	文化財保護法改定に対する要望書	地方史研究協議会
2018年3月8日	文化審議会による「文化財の確実な継承に向けたこれからの時代にふさわしい保存と活用の在り方について（第一次答申）」についての意見	日本考古学協会
2018年10月5日	文化財保護法及び地方教育行政の組織及び運営に関する法律の改正についての意見	日本考古学協会
2018年12月12日	文化財保護法改正に対するパブリックコメントの発信について	日本歴史学協会

資料：各団体ウェブサイトより（公財）日本交通公社作成

表Ⅳ-10-6　文化財保護法改正をめぐる学術団体などによるシンポジウム開催など（抜粋）

日付	名称	団体
2018年5月27日	第84回総会 セッション10「文化財保護法の改正と遺跡の保存活用」	日本考古学協会
2018年6月30日	第37回研究大会 ポスト2020の文化観光と展示	日本展示学会
2018年11月17日	博物館と文化財の危機―その商品化、観光化を考える（人文研アカデミー）	京都大学人文科学研究所
2019年3月10日	美術館・博物館における文化財の「活用」を考える（美術史学会東西合同シンポジウム）	美術史学会（美術館博物館委員会）

資料：各団体ウェブサイトより（公財）日本交通公社作成

(3) 文化庁の組織改編

2017年に「文化芸術振興基本法」を改正して成立した「文化芸術基本法」では、観光、まちづくり、国際交流、福祉、教育、産業等、文化芸術に関連する各分野との有機的な連携、及び文化芸術により生み出される様々な価値を文化芸術の継承、発展及び創造に活用することが、基本理念として盛り込まれた。

この流れを受けて、新たに各省横断で設置された「文化芸術推進会議」の開催、政府全体の文化芸術に関する基本計画である「文化芸術推進基本計画（2018年3月第1期計画策定）」、「文化経済戦略（2017年12月策定、2018年8月アクションプラン策定）」の取りまとめなどを文化庁が行うこととなった。2018年10月には文化庁組織が改編された。目的に応じた分野横断的な組織再編を行うことで、政策課題への柔軟かつ機動的な対応の実現を図るとしている。

(4) 文化財活用センター発足

2018年7月、文化財公開・活用のナショナルセンターとして、独立行政法人国立文化財機構本部に文化財活用センターが発足した。文化財の継承のために、国内外の多くの人に文化財に親しむ機会を提供することをミッションに掲げ、文化財の保存と活用の両立に留意しつつ、「文化財に親しむためのコンテンツの開発とモデル事業の推進」、「国立博物館の所蔵品の貸与促進とそれに関わる助言」、「文化財の保存環境に関する相談・助言・支援」、「文化財のデジタル資源化の推進と国内外への情報発信」を行っている。

3. 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

①「長崎と天草地方の潜伏キリシタン関連遺産」の世界遺産登録

2018年6月24日～7月4日にかけてバーレーン王国のマナーマで開催された第42回世界遺産委員会において、「長崎と天草地方の潜伏キリシタン関連遺産」が、新たに世界遺産一覧表に記載された。

本資産は、全12件の構成資産からなっている（表Ⅳ-10-7）。世界遺産に登録されるためには、申請案件が「顕著な普遍的価値（Outstanding Universal Value、OUV）」を備えている必要があるが（表Ⅳ-10-8）、本資産は評価基準（iii）を満たしていると決議された。17世紀から19世紀の2世紀以上にわたる日本の禁教期に密かに信仰を継承した潜伏キリシタンが育んだ、独特の宗教的伝統を物語る証拠であることが評価されている。

表Ⅳ-10-7　「長崎と天草地方の潜伏キリシタン関連遺産」の構成資産

No.	名称	所在地
1	原城跡	南島原市
2	平戸の聖地と集落（春日集落と安満岳）	平戸市
3	平戸の聖地と集落（中江ノ島）	平戸市
4	天草の﨑津集落	天草市
5	外海の出津集落	長崎市
6	外海の大野集落	長崎市
7	黒島の集落	佐世保市
8	野崎島の集落跡	北松浦郡小値賀町
9	頭ヶ島の集落	南松浦郡新上五島町
10	久賀島の集落	五島市
11	奈留島の江上集落（江上天主堂とその周辺）	五島市
12	大浦天主堂	長崎市

資料：文化庁資料より（公財）日本交通公社作成

表Ⅳ-10-8　顕著な普遍的価値の評価基準（「世界遺産条約履行のための作業指針」より）

(i)	人間の創造的才能を表す傑作である。
(ii)	建築、科学技術、記念碑、都市計画、景観設計の発展に重要な影響を与えた、ある期間にわたる価値観の交流又はある文化圏内での価値観の交流を示すものである。
(iii)	現存するか消滅しているかにかかわらず、ある文化的伝統又は文明の存在を伝承する物証として無二の存在（少なくとも希有な存在）である。
(iv)	歴史上の重要な段階を物語る建築物、その集合体、科学技術の集合体、あるいは景観を代表する顕著な見本である。
(v)	あるひとつの文化（または複数の文化）を特徴づけるような伝統的居住形態若しくは陸上・海上の土地利用形態を代表する顕著な見本である。又は、人類と環境とのふれあいを代表する顕著な見本である。（特に不可逆的な変化によりその存続が危ぶまれているもの）
(vi)	顕著な普遍的価値を有する出来事（行事）、生きた伝統、思想、信仰、芸術的作品、あるいは文学的作品と直接または実質的関連がある（この基準は他の基準とあわせて用いられることが望ましい）。
(vii)	最上級の自然現象、又は、類まれな自然美・美的価値を有する地域を包含する。
(viii)	生命進化の記録や、地形形成における重要な進行中の地質学的過程、あるいは重要な地形学的又は自然地理学的特徴といった、地球の歴史の主要な段階を代表する顕著な見本である。
(ix)	陸上・淡水域・沿岸・海洋の生態系や動植物群集の進化、発展において、重要な進行中の生態学的過程又は生物学的過程を代表する顕著な見本である。
(x)	学術上又は保全上顕著な普遍的価値を有する絶滅のおそれのある種の生息地など、生物多様性の生息域内保全にとって最も重要な自然の生息地を包含する。

資料：文化庁資料より（公財）日本交通公社作成

本資産は、2015年1月の推薦書提出後、2016年1月に提出されたICOMOSからの中間報告において、「禁教・潜伏期」に焦点をあてた内容に見直すべきであるなどとの指摘を受けたため、一度推薦を取り下げたという経緯がある。ICOMOSからの指摘を受けて推薦書の見直し作業が進められ、禁教期に焦点を絞るという観点から、構成資産が14件から12件に絞り込まれたほか、以前は教会堂単体で構成資産としていたのを、教会堂を含む集落全体として捉え直した。

本資産の世界遺産登録により、2019年3月31日現在、日本国内の世界遺産数は全22件（文化遺産18件、自然遺産4件）となった。

世界遺産委員会の決議文では、「各構成資産の物理的・社会的状況に基づく制約を十分考慮した上で、『収容力（carrying capacity）』及び望ましい観光の管理について検討すること」という追加的勧告が指摘された。

教会は現在も使われている「祈りの場」であり、教会行事により見学できない場合や、一度に多くの見学者を受け入れられない場合もあるため、本資産の構成資産となっている8つの教会及び田平天主堂では、事前連絡制度を実施している。

新上五島町観光商工課では、2018年4月より頭ヶ島天主堂のある白浜地区への入場にあたり、上五島空港でシャトルバスに乗り換えてから入場する、頭ヶ島パーク&ライドを導入した。入場者数及び車輌数の制限を行うことで、騒音軽減、排気ガス抑制につなげ、「頭ヶ島の集落」の祈りの場としての環境を保全し、来場者の安全面の確保を図ることを目的としている。

また、2018年5月より（一社）新上五島町観光物産協会では、

各教会堂の周辺環境整備、維持管理、修理などの費用の一部にあてるため、教会保全協力金の取扱を開始した。協力金は一口1,000円とし、協力者には返礼品として「五島巡礼手帳」、地図、収納ケースのセットを配布している。「五島巡礼手帳」は、各教会備え付けのスタンプを押せるスタンプ帳となっており、全てのスタンプを集めるとカトリック長崎大司教区司祭より巡礼証明書が発行される。

②「明治日本の産業革命遺産」「ル・コルビュジエの建築作品」に対する保全状況審査

「明治日本の産業革命遺産」に対しては、端島炭坑（軍艦島）の保全措置に係わる計画策定について評価された一方、保全対象明確化のための調査実施、アクションプラン策定などが勧告された。保全措置、来訪者管理戦略、インタープリテーションの検討内容を示す報告を、2019年12月までに提出することが求められた。

「ル・コルビュジエの建築作品」に対しては、保存・修復・開発事業に関する検討の枠組み構築、各構成資産における修復アーカイブの作成、遺産影響評価への着手などが評価された一方、複数国にまたがる構成資産全体を配慮した遺産影響評価の実施などの課題が指摘された。2020年12月までに、保全状況の更新内容や課題への対応に関して報告することが求められた。

③各世界文化遺産の取り組み

世界文化遺産に対しても、「実行プラン」内において補助事業「世界文化遺産活性化事業」が実施されている。2018年度は11件の世界文化遺産で取り組みが行われ（採択事業数は13件）、各世界遺産センターで放映するガイダンス映像の作成、ガイド養成講座の開催、外国語対応を目的としたガイドブック・マップ・パンフレット・WEBサイトの作成、モニタリング指標の検討などが行われた。

2018年は、「法隆寺地域の仏教建造物」「姫路城」が登録25周年、「古都奈良の文化財」が登録20周年、「富士山―信仰の対象と芸術の源泉」が登録5周年、「『神宿る島』宗像・沖ノ島と関連遺産群」が登録1周年を迎え、それぞれセミナーやシンポジウムなどが開催された。

文化庁は、国内の世界文化遺産の保存・管理などの状況について把握するため、世界文化遺産が所在する都道府県に対し、毎年「世界遺産一覧表記載資産保全状況報告書」の提出を求めている。同報告書で報告された各資産の予算措置状況は表Ⅳ-10-9の通りとなっている。

表Ⅳ-10-9　世界文化遺産の予算措置状況（予算額）

（千円）

資産名	2014年度	2015年度	2016年度	2017年度	2018年度	
法隆寺地域の仏教建造物	98,069	70,523	83,550	176,910	93,314	
姫路城	173,216	38,142	39,605	22,404	31,460	
古都京都の文化財（京都市、宇治市、大津市）	3,198,448	3,185,303	3,427,116	4,164,398	3,062,252	※1
白川郷・五箇山の合掌造り集落	158,308	154,599	141,467	143,160	163,922	
原爆ドーム	49,391	47,693	10,593	882	68,065	
厳島神社	64,672	24,866	6,573	13,302	3,188	
古都奈良の文化財	111,047	206,256	483,957	100,270	150,019	
日光の社寺	7,679	6,465	7,606	9,072	12,299	
琉球王国のグスク及び関連遺産群	912,518	893,125	927,311	1,107,091	1,042,020	
紀伊山地の霊場と参詣道	583,569					※2
石見銀山遺跡とその文化的景観	387,370	524,356	459,456	511,682	422,793	
平泉―仏国土（浄土）を表す建築・庭園及び考古学的遺跡群―	167,895	285,304	263,130	412,786	264,580	
富士山―信仰の対象と芸術の源泉	22,528	25,649	19,041	21,983	23,994	
富岡製糸場と絹産業遺産群	1,222,334	1,536,749	964,179	869,275	1,243,066	
明治日本の産業革命遺産　製鉄・製鋼、造船、石炭産業	167,250	296,430	151,796	112,660	90,531	※3
ル・コルビュジエの建築作品―近代建築運動への顕著な貢献―（国立西洋美術館）	24,243	57,208	158,287	58,144	51,351	
「神宿る島」宗像・沖ノ島と関連遺産群	329,917	186,000	248,103	283,116	–	
長崎と天草地方の潜伏キリシタン関連遺産	710,492	1,329,228	696,635	706,979	1,143,830	

資料：文化庁資料より（公財）日本交通公社作成

※1 世界遺産以外の文化財を含む文化財保護措置の予算額
※2 2014年度から2018年度までの5か年度の予算額の合計、コア及びバッファに関する保存管理事業に限定
※3 このほか、各自治体の関係部局による予算措置あり

④我が国の暫定一覧表記載文化遺産

2019年3月31日時点の我が国の暫定一覧表記載文化遺産は、全7件となっている（表Ⅳ-10-10）。

2018年7月、文化審議会は暫定リストのうち「北海道・北東北を中心とした縄文遺跡群」を世界文化遺産に推薦することを正式に決定したが、ユネスコが世界遺産への推薦枠を2020年の登録審査から1国1件に限定しているなか、2018年度は自然遺産（「奄美大島、徳之島、沖縄島北部及び西表島」）を推薦資産とする政府決定が発表された。2019年1月、文化審議会では2018年度の選定結果を2019年度に引き継ぐことを決定し、2021年の登録を目指している。

表Ⅳ-10-10　我が国の暫定一覧表記載文化遺産

NO.	遺産名	所在地	記載年	
1	古都鎌倉の寺院・神社ほか	神奈川県	1992	
2	彦根城	滋賀県	1992	
3	飛鳥・藤原の宮都とその関連資産群	奈良県	2007	
4	北海道・北東北を中心とした縄文遺跡群	北海道・青森県・岩手県・秋田県	2009	
5	金を中心とする佐渡鉱山の遺産群	新潟県	2010	
6	百舌鳥・古市古墳群	大阪府	2010	※2019年登録
7	平泉―仏国土（浄土）を表す建築・庭園及び考古学的遺跡群―	岩手県	2012	※拡張

資料：文化庁資料より（公財）日本交通公社作成

(2) ユネスコ無形文化遺産

①「来訪神：仮面・仮装の神々」のユネスコ無形文化遺産登録

2018年11月29日、モーリシャスのポートルイスで開催された無形文化遺産保護条約第13回政府間委員会において、「来訪神：仮面・仮装の神々」が「人類の無形文化遺産の代表的な一覧表」に登録された。

既に登録されていた「甑島のトシドン」の拡張提案という形で、国指定重要無形民俗文化財の10件を構成要素としてグループ化して登録されたものである。2016年3月の提案書提出後、無形文化遺産の登録がない国などからの提案を優先して審査することを定めた条約運用指示書の規定に基づき、審査が先送りされていた。

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した条約で、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に重きが置かれている。

2019年3月31日現在、日本国内の無形文化遺産は21件となっている。

②「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」の審査先送り

2018年3月に提案をした「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」については、条約運用指示書の規定に基づき、審査が先送りされた。

（門脇茉海）

Ⅳ-11　温泉

チーム新・湯治の立ち上げ
第3回全国温泉地サミット・世界温泉地サミットの開催

1. 温泉地利用状況

①2017年度の温泉利用状況

環境省の「温泉利用状況」によると、2017年度（2018年3月末現在）、温泉地を有する市町村は1,454団体（前年度比0.3%増）、温泉地数（宿泊施設のある温泉地）は全国で2,983ヵ所（同1.8%減）であった（表Ⅳ-11-1）。

源泉総数は27,297ヵ所（同0.5%減）で、このうち利用源泉数が17,207ヵ所（自噴4,172ヵ所、動力13,035ヵ所）となっている。前年度に比べて自噴が1.3%の増加、動力が0.5%の減少となった。

宿泊施設数は12,860軒（同1.1%減）、収容定員は1,344,954人（同0.7%減）と、それぞれ前年度を下回った。年度延べ宿泊利用人員は130,567,782人と439,970人の増加となった。

温泉法（昭和23年法律第125号）に基づき環境大臣が指定した「国民保養温泉地」の年度延べ宿泊利用人員は、9,222,137人（同4.0%増）であった。

温泉地数を都道府県別にみると、北海道が244ヵ所と最も多く、以下、長野県215ヵ所、新潟県145ヵ所、青森県129ヵ所、福島県136ヵ所と続き、東日本が上位を占めている。源泉数では、大分県が4,418ヵ所と突出しており、以下、鹿児島県2,753ヵ所、静岡県2,249ヵ所、北海道2,139ヵ所、熊本県1,346ヵ所、青森県1,071ヵ所と続く。

②2017年度入湯税額

総務省の「入湯税に関する調」によると、2017年度の課税市町村数は981市町村（前年度比0.6%増）、入湯客数は189,783,979人（同1.1%増）、入湯税額（収入済額）は約226億8,854万円（同1.2%増）であった。

税率採用状況をみると、898団体（全市町村に占める割合91.6%）で150円の標準税率が採用されている（表Ⅳ-11-2）。

150円を超える税率を適用している市町村は4団体で、湯郷温泉（岡山県美作市）・箕面温泉（大阪府箕面市）では200円、長島温泉（三重県桑名市）の一部ホテル・旅館では210円、阿寒湖温泉（北海道釧路市）の一部ホテル・旅館では250円が徴収されている。

2. 温泉地活性化に向けた動向

①「新・湯治推進プラン」に基づく環境省ロードマップの策定

2017年7月、環境省自然環境局温泉地保護利用推進室が開催した「自然等の地域資源を活かした温泉地の活性化に関する有識者会議」において、現代のライフスタイルに合った温泉地の過ごし方「新・湯治」が提言された。同提言中の「新・湯治推進プラン」実現のために、2018年度には、環境省が実施する事業などのロードマップ（2018～2022年度（5年

表Ⅳ-11-1　温泉利用状況の経年変化

年度	市町村数	温泉地数 ※1	計	A 利用源泉数		B 未利用源泉数		宿泊施設数	収容定員	年度延べ宿泊利用人員 ※2	温泉利用の公衆浴場数	国民保養温泉地年度延べ宿泊利用人員※2
				自噴	動力	自噴	動力					
2008	1,470	3,133	28,033	4,874	13,997	3,149	6,013	14,787	1,415,597	132,677,295	7,913	10,498,930
2009	1,445	3,170	27,825	4,711	13,930	3,225	5,959	14,294	1,407,164	127,929,516	7,913	10,479,554
2010	1,440	3,185	27,671	4,460	13,476	3,325	6,410	14,052	1,411,884	124,925,272	7,902	9,563,332
2011	1,436	3,108	27,532	4,413	13,396	3,296	6,426	13,754	1,394,107	120,061,329	7,717	8,976,989
2012	1,436	3,085	27,221	4,286	13,354	3,232	6,346	13,521	1,373,508	124,695,579	7,771	8,823,770
2013	1,439	3,098	27,405	4,260	13,394	3,348	6,403	13,358	1,377,387	126,422,229	7,816	8,951,999
2014	1,434	3,088	27,367	4,142	13,181	3,484	6,560	13,278	1,377,591	127,974,837	7,883	8,726,377
2015	1,461	3,084	27,213	4,075	13,081	3,530	6,527	13,108	1,371,063	132,064,038	7,864	8,856,161
2016	1,449	3,038	27,421	4,117	13,100	3,549	6,655	13,008	1,354,607	130,127,812	7,898	8,870,292
2017	1,454	2,983	27,297	4,172	13,035	3,453	6,637	12,860	1,344,954	130,567,782	7,935	9,222,137

※1　温泉地数は宿泊施設のある場所を計上。
※2　宿泊利用人員は参考数値。
資料：環境省「温泉利用状況」よりJTBF作成

表Ⅳ-11-2　入湯税の税率採用状況（2017年度）

税率（円）	20	40	50	70	80	100	120	130	150（標準）	200	210	250	合計
市町村数	1	5	13	3	3	49	2	3	898	2	1	1	981
構成比（%）	0.1	0.5	1.3	0.3	0.3	5.0	0.2	0.3	91.6	0.2	0.1	0.1	100.0

※1　市町村数は、2017年度中に入湯税の現年度調定済額があった団体の数である。
※2　標準とする税率のほかに不均一課税を行っている場合には、標準とする税率採用団体として計上している。
※3　東京都特別区は、23区をそれぞれ1団体として計上している。
資料：総務省「入湯税の概要」より」（公財）日本交通公社作成

間））が策定された（表Ⅳ-11-3）。

同ロードマップに基づき、2018年度には、「チーム新・湯治」が立ち上げられた。この取り組みは、温泉地を中心とした自治体、団体、企業などによる多様なネットワークづくりを目指すもので、同ネットワークを通じて、温泉地において多種多様な連携が生まれ、これまでになかった新しい取り組み、展開につながることが期待される。2019年5月31日現在、239件のチーム員が参加。また、チーム員を主な対象とした「チーム新・湯治」セミナーが2019年6月までに4回開催された（表Ⅳ-11-4）。

また、2018年度には、全国「新・湯治」効果測定調査プロジェクトが実施された。温泉地で過ごすことによるリフレッシュ効果などを把握する調査を全国で実施し、結果を温泉地のPRなどに活用することを目指すもので、環境省が作成する統一フォーマット（調査票）を活用して、参加した全国の温泉地で実施された。

表Ⅳ-11-4　「チーム新・湯治」セミナーのテーマ

第1回	温泉地でイマドキの湯治を考える（2018年12月5日）
第2回	温泉地を『リフレッシュできる環境』に再生する（2019年1月25日）
第3回	温泉地×企業で、新しいスタイルの滞在を創出する（2019年3月6日）
第4回	全国『新・湯治』効果測定調査プロジェクト結果報告（2019年6月4日）
その他	NPO法人健康と温泉フォーラムと共催で、新潟県阿賀野市において新・湯治セミナーを開催（2018年10月19日）

資料：環境省HPより（公財）日本交通公社作成

②第3回全国温泉地サミット・世界温泉地サミットの開催

環境省（温泉地保護利用推進室）が主催する「全国温泉地サミット」（全国温泉地自治体首脳会議）が、2018年度は大分県別府市で開催される「おんせん県おおいた 世界温泉地サミット」と合わせて開催された。

第3回全国温泉地サミット（5月25日（金））には、全国60の自治体から170名（うち市町村長は20名）が出席し、活発な議論が交わされた。環境省からは「新・湯治」の推進について説明がなされ、自治体及び「チーム新・湯治」チーム員参加団体からは取り組み内容が紹介された。

世界温泉地サミット（5月26日（土）、27日（日））は、温泉資源や地域発展の可能性について、情報交換や議論を行う世界初の温泉に関する国際会議で、「世界の温泉地が拓く地域発展の可能性～温泉がつなぐ地域資源の多様な活用方法～」をテーマに開催された。16カ国17地域から参加があり、国内外の温泉地のリーダーや研究者などが参加し、基調講演と事例発表が行われた後、「観光」「医療・健康・美容」「エネルギー」の3分科会で議論がなされた。サミットの最後には、その成果として世界温泉地サミット宣言が採択された。

3.国民保養温泉地に関する動向

●指定状況

環境省では、国民保養温泉地の選定基準を2012年7月に改訂し、「国民保養温泉地計画」の見直しを5年毎に行うこととしている。2018年6月末時点で96箇所指定されていた国民温泉保養地は、見直しの結果、79箇所の指定となった（2019年5月現在）。なお、2018年度には、湯野浜温泉国民保養温泉地（山

表Ⅳ-11-3　「新・湯治推進プラン」実現に向けた環境省ロードマップ（2018-2022年度）

	2018	2019	2020	2021	2022
1「チーム新・湯治」の活動を展開します。 「新・湯治」の考えを共有する地域、自治体、団体等を「チーム新・湯治」として緩やかにネットワークでつなぎ、互いに情報・意見交換するとともに、温泉地と企業等のマッチングを促進します。	温泉サミット	「チーム新・湯治」の活動を展開			
2 全国「新・湯治」効果測定調査プロジェクトを実施します。 温泉地で過ごすことによるリフレッシュ効果等を把握する調査を全国で実施し、結果を温泉地のPR等に活用します。		効果測定調査プロジェクト実施		第２弾の実施（仮）	
3 温泉熱の有効活用を進めます。 温泉熱の有効活用は、温暖化対策や地域経済の安定に重要ですが、活用が進んでいるとは言えません。ガイドラインなどのツールを作成して普及を図るとともに、補助事業の効果的な運用を行います。	ガイドライン作成		普及活動		
		補助事業の効果的な運用			
4 国民保養温泉地の活用方法を検討します。 国民保養温泉地は、国民の保養・休養の場として環境省が指定している温泉地であり、「新・湯治推進プラン」の中核的な役割を担うことが求められます。国民保養温泉地の社会的な意義を改めて見直し、その向上に努めます。		国民保養温泉地の活用推進方策検討			
		計画見直し作業			
5 インバウンド対策を推進します。 外国人旅行者のニーズが多様化する中で、温泉地への旅行者も増加傾向にあります。「チーム新・湯治」では、インバウンドをテーマとしたセミナーの開催などにより情報提供を行います。		国立公園満喫プロジェクトとの連携			
		効能等の多言語情報の公表、セミナーなどの実施			

資料：環境省HPより（公財）日本交通公社作成

形県鶴岡市)、みなかみ町国民保養温泉地（群馬県みなかみ町）が新たに指定されている。各温泉地の国民保養温泉地計画は表Ⅳ-11-5の通りである。

●ガストロノミーツーリズム推進への取り組み

2018年7月、鳴子温泉郷（宮城県大崎市）で開催された国民保養温泉地協議会の総会にて、2018年度事業計画案などが審議・承認された。2018年度事業においては、ONSEN・ガストロノミーツーリズム推進機構との連携により、国民保養温泉地におけるガストロノミーツーリズムの推進に取り組む方針だ。

4.温泉に関する評価

●にっぽんの温泉100選

旅行会社社員などが選んだ温泉地ランキング「第32回にっぽんの温泉100選（2018年度）」(主催：株式会社観光経済新聞社）では、「草津温泉」(群馬県草津町）が16年連続で1位となった。2位は「別府八湯」(大分県別府市、前年3位)、3位は「下呂温泉」(岐阜県下呂市、前年2位）であった（表Ⅳ-11-6)。

●温泉総選挙

2017年度に引き続き、「温泉総選挙2018」(主催：旅して日本プロジェクト、後援：環境省・観光庁・内閣府・総務省・経済産業省）が実施された。本事業は、投票を通じて温泉地の様々な情報を発信し、来訪者を増やすことを目的としている。2016年度までは温泉総選挙選考委員会（環境省・日本温泉協会・日本温泉気候物理医学会などから構成される）により全ての賞が選定されていたが、2017年度以降は一般からの投票も募っている。

表Ⅳ-11-5　湯野浜温泉、みなかみ町国民保養温泉地 国民保養温泉地計画の概要

■湯野浜温泉（山形県鶴岡市）	
概要	山形県の西部、庄内地方にある鶴岡市の北西部に位置し、日本海に面する約38.90 haの区域である。日本有数の砂丘地である庄内砂丘と黒松林の白砂青松の景観が特長の温泉地である。
特徴	庄内海浜県立自然公園の中心に位置している。鶴岡市、酒田市の両市街地に近く、また、「おいしい庄内空港」に近接しているため、東京からのアクセスが良い温泉地である。（羽田空港から庄内空港までは約50分。庄内空港から湯野浜温泉まで自動車で約10分。）
温泉の状況	【主な泉質】ナトリウム・カルシウム－塩化物泉。日本海のミネラルをふんだんに含んでいる。無色透明で湯量が豊富。
今後の方針	中高年の健康増進と余暇活動の充実に役立つ温泉地づくりを行うとともに、環境の保全に努めながら、周辺の自然・歴史・文化・食文化を活かした多様なプログラムを楽しみ、地域の人や訪問者とふれあい、心身ともに元気になる場としての機能、それらを統合した持続的発展が可能な温泉地づくりを進めていく。
■みなかみ町国民保養温泉地（群馬県みなかみ町）	
概要	群馬県の北東部、新潟県との境に位置する。谷川岳を代表とする中央分水嶺である三国山脈が連なり、また、この地を水源とする利根川が町を貫流し、本町南部中央部で西から合流する赤谷川を併せて太平洋に注ぎ込んでいる。町の北側の山岳地帯は上信越高原国立公園に指定されており、豊かな自然環境に恵まれ、豊富な水資源は首都圏の「水がめ」として重要な機能を果たしている。温泉資源にも恵まれ、みなかみ町の温泉地は「みなかみ18湯」と総称されるように多くの温泉地が存在している。
特徴	2005年10月に月夜野町・水上町・新治村の2町1村が合併した町。国民保養温泉地計画策定にあたり、上牧・奈女沢温泉と湯宿・川古・法師温泉という従来の２ヵ所の国民保養温泉地を併せ、さらに旧新治村の猿ヶ京温泉（2.19㎢）を新たに加えて、改めて「みなかみ町国民保養温泉地」（5.47㎢）として計画した。 各温泉地の源泉数は24本を数え、うち自然湧出・自噴泉は10本、総湧出量は毎分1600ℓを超える。加えて古くから湯治・保養客を受け入れてきた伝統があり、「療養泉」としての効果が十分に期待できる。
温泉の状況	［主な泉質］海底の隆起により海水成分を含んだ緑色凝灰岩（グリーンタフ）を通して湧き出したもの。泉質は主に硫酸塩泉を特徴とし、無色透明。
今後の方針	豊かな自然環境と豊富な温泉資源を活用し、従来取り組んでいる健康づくりをテーマに、保養・療養型の温泉地づくりを目指す。

資料：環境省HP、日本温泉協会HPより（公財）日本交通公社作成

表Ⅳ-11-6　にっぽんの温泉100選ランキング

2018年	2017年	温泉地	所在地
1	1	草津	群馬県草津町
2	3	別府八湯	大分県別府市
3	2	下呂	岐阜県下呂市
4	4	指宿	鹿児島県指宿市
5	6	道後	愛媛県松山市
6	5	有馬	兵庫県神戸市
7	8	登別	北海道登別市
8	11	和倉	石川県七尾市
9	7	由布院	大分県由布市
10	10	城崎	兵庫県豊岡市

資料：観光経済新聞HPより（公財）日本交通公社作成

表Ⅳ-11-7　温泉総選挙2018　受賞温泉地

賞		温泉地	所在地
部門賞（一般投票）※1位のみ	リフレッシュ部門	ぬかびら源泉郷	北海道河東郡上士幌町
	うる肌部門	油谷湾温泉	山口県長門市
	スポーツ・レジャー部門	野沢温泉	長野県下高井郡野沢温泉村
	健康増進部門	高湯温泉	福島県福島市
	ファミリー部門	やどり温泉いやしの湯	和歌山県橋本市
	歴史・文化部門	島原半島 雲仙温泉郷	長崎県島原市／雲仙市／南島原市
	女子旅部門	四万温泉	群馬県吾妻郡中之条町
	外国人おもてなし部門	大歩危・祖谷温泉郷	徳島県三好市
	絶景部門	層雲峡温泉	北海道上川郡上川町
省庁賞	環境大臣賞	湯原温泉郷	岡山県真庭市
	地方創生担当大臣賞	長者温泉	新潟県糸魚川市
	総務大臣賞	南紀勝浦温泉	和歌山県東牟婁郡那智勝浦町
	観光庁長官賞	大歩危・祖谷温泉郷	徳島県三好市
審査員特別賞	おもてなし賞	嬉野温泉	佐賀県嬉野市
	クールジャパン賞	伊香保温泉	群馬県渋川市
	COOL CHOICE賞（自治体部門）	湯の鶴温泉	熊本県水俣市
	COOL CHOICE賞（企業部門）	やどり温泉いやしの湯	和歌山県橋本市
	湯もてなし健康入浴賞	山代温泉	石川県加賀市
		いわき湯本温泉	福島県いわき市
		信州秋山郷	長野県下水内郡栄村
		十勝川温泉	北海道河東郡音更町
		豊富温泉	北海道天塩郡豊富町
		原鶴温泉	福岡県朝倉市
		柵口温泉	新潟県糸魚川市

資料：温泉総選挙2018「温泉総選挙2018　最終結果発表」よりJTBF作成

2018年度は、120温泉地（前年度より44.6%増）からの応募があった。各温泉地が9部門のうち3部門を選んでエントリーし、一般からの投票（116万票）により各部門賞が決定。さらに各部門1位～5位から、温泉総選挙選考委員会が省庁賞（4賞）・特別賞を選出した（表Ⅳ-11-7）。

5. その他の動向

①温泉地及び温泉施設の整備

●道後REBORNプロジェクトの開始

道後温泉（愛媛県松山市）の道後温泉本館では、明治の改築より125年を経た2019年1月、保存修理工事を開始した。工事期間中も営業を続けるとともに、道後温泉本館の持つ文化的・歴史的意義を伝えることを目的としたPR事業「道後REBORNプロジェクト」を実施する。

本事業では株式会社手塚プロダクションと連携し、故手塚治虫氏のライフワークである「火の鳥」のキャラクターをシンボルとして起用した。施設周辺をオブジェやライトアップなどで演出するほか、株式会社手塚プロダクション制作によるオリジナルアニメーションの配信、アニメーションと連携したプロジェクションマッピングなどを実施している。「永遠の生命の象徴」である「火の鳥」とのコラボレーションにより、歴史ある道後温泉の魅力を発信していく。

●山中温泉　廃旅館跡地の整備

2018年9月、山中温泉薬師町（石川県加賀市）では、旅館「百峰閣」の跡地に展望広場が完成した。「百峰閣」は2012年に廃業した後、施設の老朽化により外壁が剥落し危険であったことから、市が解体し整備を進めていた。

高台に設けられた展望広場からは温泉街や周辺の山々、東山神社などが一望できる。広場の愛称は公募により「山中節の見られる丘」に決定し、当地に伝わる民謡「山中節」に歌われる景色を望める場所として、市民や観光客への周知を図っている。

②地域における特徴的な取り組み

●由布院温泉観光基本計画の改訂

一般社団法人由布院温泉観光協会と由布院温泉旅館組合は、1996年に策定して以来、初めて由布院温泉観光基本計画の改訂を行った。本計画は、由布市の観光に関する行政計画「由布市観光基本計画」における、由布院地域の観光の具体的な方向性を示すものとして位置づけられる。

外国人観光客及び日帰り客の増加、宿泊施設や商業施設への外部資本の参入など、由布院地域を取り巻く環境の変化や影響を踏まえ、「豊かな暮らしと交流が共存する滞在型保養温泉村」を計画のコンセプトとした。「由布院の理念を理解し、共感してくれる人」を主要ターゲットに据え、食や宿の魅力を活かしたプログラムの開発や地域連携の促進等に取り組むほか、開発の指針については「宿泊施設や物販・飲食施設などの観光関連施設を、地域に溶け込めるよう開発規模を3000㎡以下とする」「宿泊施設の規模を15室程度（最大30室程度）とする」などの具体的な数値を示し、持続可能な形での発展を目指す。

●別府温泉の「保護地域」拡大

2018年7月、別府市（大分県）では、同年12月より温泉の新たな掘削を規制する「温泉保護地域」を拡大する。大分県環境審議会温泉部会が、温度低下や蒸気量の減衰など、温泉資源減少の兆候がみられることを受け、内規を変更した。これまでは別府市南部・北部の一部が対象だったが、変更後は市内のほぼ全域が保護区域となる。

2019年度からは、減衰傾向にあるとみられる別府市の温泉資源の実態を把握するため、市内の全源泉約2300ヵ所を対象とした調査を大分県と別府市が進めている。

●温泉文化ユネスコ無形文化遺産登録推進協議会の発足

国連教育科学文化機関（ユネスコ）無形文化遺産への「温泉文化」登録を目指す協議会「温泉文化ユネスコ無形文化遺産登録推進協議会」が、群馬県において2018年12月に発足した。群馬県温泉協会、草津温泉観光協会、県旅館ホテル生活衛生同業組合理事長、県観光物産国際協会、日本温泉文化研究会で構成される。

ユネスコ無形文化遺産は伝統芸能や行事などが対象であり、日本からは能楽や歌舞伎、和食など、21件が既に登録されている。同協議会は、温泉地に残る歌や踊り、料理などの伝統文化を「温泉文化」と名付け、温泉文化を世界に発信して外国人観光客の増加や地域経済の発展につなげることを目指している。

2019年6月開催の日本温泉協会会員総会においては、同協議会の活動に協力することが満場一致で承認された。両会が連携し、今後も登録運動を拡大していく。

（磯貝友希）

第Ⅴ編 観光政策

Ⅴ-1 国による観光政策

(1) 政府の観光政策の概観……186
●観光ビジョン実現プログラム ●観光庁関連予算
(2) 各府省庁による観光政策……187
① 観光資源の魅力を極め、「地方創生」の礎に(視点1)……187
② 観光産業を革新し、国際競争力を高め、我が国の基幹産業に(視点2)……189
③ すべての旅行者が、ストレスなく快適に観光を満喫できる環境に(視点3)……190

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……191
(2) 都道府県における政策・施策……192
(3) 市町村との役割分担……194
(4) 観光が地域に与える影響……195

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……196
(2) 主要市町村における政策・施策……198
(3) 都道府県との役割分担……199
(4) 観光が地域に与える影響……199
(5) 都道府県に対する調査結果との比較……200

V-1　国による観光政策

・「観光ビジョン」及び「観光ビジョン実現プログラム」に基づき、各府省庁で横断的に観光関連施策を実施。
・国際観光旅客税の徴収が2019年1月より開始。まずは緊急性の高い施策に活用。

(1) 政府の観光政策の概観

●観光ビジョン実現プログラム

政府は、「明日の日本を支える観光ビジョン構想会議」(2016年3月) で掲げられた目標の確実な達成に向け、短期的 (1年間) な行動計画として、各年度の「観光ビジョン実現プログラム」を策定している。2018年度は、6月に開催された観光立国推進閣僚会議第9回会合において、「観光ビジョン実現プログラム2018」(観光ビジョンの実現に向けたアクション・プログラム2018) が決定された (表V-1-1)。

また、2019年6月14日には、2019年度の行動計画として「観光ビジョン実現プログラム2019」が策定されている。

表V-1-1　2018年度に講じた施策について

視点1. 観光資源の魅力を極め、「地方創生」の礎に	・魅力ある公的施設・インフラの大胆な公開・開放 ・文化財の観光資源としての開花 ・国立公園の「ナショナルパーク」としてのブランド化 ・景観の優れた観光資産の保全・活用による観光地の魅力向上 ・滞在型農山漁村の確立・形成 ・古民家等の歴史的資源を活用した観光まちづくりの推進 ・新たな観光資源の開拓 ・地方の商店街等における観光需要の獲得・伝統工芸品等の消費拡大 ・広域観光周遊ルートの世界水準への改善 ・「観光立国ショーケース」の形成の推進 ・東北の観光復興
視点2. 観光産業を革新し、国際競争力を高め、我が国の基幹産業に	・観光関係の規制・制度の総合的な見直し ・民泊サービスへの対応 ・産業界ニーズを踏まえた観光経営人材の育成・強化 ・宿泊施設不足の早急な解消及び多様なニーズに合わせた宿泊施設の提供 ・「世界水準のDMO」の形成・育成 ・「観光地再生・活性化ファンド」の継続的な展開 ・次世代の観光立国実現のための財源の活用 ・訪日プロモーションの戦略的高度化 ・インバウンド観光促進のための多様な魅力の対外発信強化 ・MICE誘致の促進 ・IRに係る法制上の措置の検討 ・ビザの戦略的緩和 ・訪日教育旅行の活性化 ・観光教育の充実 ・若者のアウトバウンド活性化
視点3. すべての旅行者が、ストレスなく快適に観光を満喫できる環境に	・最先端技術を活用した革新的な出入国審査等の実現 ・民間のまちづくり活動等による「観光・まち一体再生」の推進 ・キャッシュレス環境の飛躍的改善 (海外発行カード対応ATMの設置促進を含む) ・通信環境の改善と誰もが一人歩きできる環境の実現 ・多言語対応による情報発信 ・急患等にも十分対応できる外国人患者受入体制の充実 ・「世界一安全な国、日本」の良好な治安等を体感できる環境整備 ・「地方創生回廊」の完備 ・地方空港のゲートウェイ機能強化とLCC 就航促進 ・クルーズ船受入の更なる拡充 ・公共交通利用環境の革新 ・休暇改革 ・オリパラに向けたユニバーサルデザインの推進

資料：観光庁「令和元年版観光白書」をもとに (公財) 日本交通公社作成

●観光庁関連予算

2018年度の観光庁予算は、293.7億円 (前年比15%増) であった。内訳は、「訪日プロモーションの抜本改革と観光産業の基幹産業化」が107.7億円 (前年比15%増)、「『楽しい国日本』の実現に向けた観光資源の開拓・魅力向上」が27.5億円 (前年比23%増)、「世界最高水準の快適な旅行環境の実現」が98.5億円 (前年比14%増) となっている。

さらに、2018年12月に成立した第2次補正予算では、「非常時の外国人旅行者の安全・安心確保のための緊急対策」に3.0億円、「宿泊施設バリアフリー化促進事業」に2.7億円が計上された。

また、2019年1月7日より導入された国際観光旅客税により、観光政策の財源は大きく拡大している。2018年度予算では、2019年1月から3月までの3ヶ月間で32.5億円が国際観光旅客財源から計上された。年度を通じた徴収が始まる2019年度の予算では、年間485.0億円が国際観光旅客財源から計上され、これにより2019年度の観光政策全体の予算も711.0億円と、2018年度の2倍以上に拡大する見込みである。

また、税制の改変に伴い2017年12月に決定された国際観光旅客税の使途に関する基本方針等 (2018年12月に一部変更) では、「1.ストレスフリーで快適に旅行できる環境の整備」「2.我が国の多様な魅力に関する情報の入手の容易化と観光産業の基幹産業化」「3.地域固有の文化、自然等を活用した観光資源の整備等による地域での体験滞在の満足度向上」という大きく3つの分野に対し、新たな財源を充当することが盛り込まれた (表V-1-2)。2018年度の使途については、顔認証ゲートや税関検査場電子申告ゲートの整備など緊急性の高い施策に活用されたが、2019年度ではICTを活用したプロモーションに加え、訪日外国人観光客対応のための受入環境整備等にも幅広く活用される予定である (表V-1-3)。

表V-1-2　国際観光旅客税の使途に関する基本方針

観光財源を充当する3つの分野	①ストレスフリーで快適に旅行できる環境の整備
	②我が国の多様な魅力に関する情報の入手の容易化 観光産業～基盤産業化
	③地域固有の文化、自然等を活用した観光資源の整備等による地域での体験滞在の満足度向上
観光財源を充当する施策に対する基本的な考え方	①受益と負担の関係から負担者の納得が得られること
	②先進性が高く費用対効果が高い取り組みであること
	③地方創生をはじめとする我が国が直面する重要な政策課題に合致すること
使途の適正性の確保	観光財源の使途の適正性を確保する観点から、受益と負担の関係が不明確な国家公務員の人件費や国際機関分担金などの経費には充てないこととする
第三者によるチェック	無駄遣いを防止し、使途の透明性を確保する仕組みとして、行政事業レビューを最大限活用し、第三者の視点から適切なPDCAサイクルの循環を図る

資料：観光庁ウェブサイトをもとに (公財) 日本交通公社作成

表V-1-3　2019年度の国際観光旅客税を財源とした施策に対する予算額

（単位：100万円）

		2019年度予算
1．ストレスフリーで快適に旅行できる環境の整備		**22,375**
	円滑な出入国の環境整備	7,063
	円滑な通関等の環境整備	3,011
	FAST TRAVELの推進	3,500
	公共交通利用環境の革新等	5,500
	ICT等を活用した多言語対応等による観光地の「まちあるき」の満足度向上	3,050
	旅行安全情報共有プラットフォームを通じた旅行者の安全の確保	251
2．我が国の多様な魅力に関する情報の入手の容易化と観光産業の基幹産業化		**5,149**
	ICTの活用等による先進的プロモーションの実施	5,149
3．地域固有の文化、自然等を活用した観光資源の整備等による地域での体験滞在の満足度向上		**20,976**
	インフラを始めとした地域資源を活用したコンテンツの造成等	1,300
	最先端観光コンテンツ インキュベーター事業	1,300
	地域の観光戦略推進の核となるDMOの改革	2,296
	地域観光資源の多言語解説整備支援事業	1,000
	文化資源(文化財等)を活用したインバウンドのための環境整備	10,000
	国立公園のインバウンドに向けた環境整備	5,080
合計		**48,500**

資料：平成30年度及び平成31年度「観光庁関係予算決定概要」をもとに（公財）日本交通公社が作成

※2018年度予算では、文化資源（文化財等）と国立公園のインバウンドに向けた環境整備は同一項目として計上されている。

(2) 各府省庁による観光政策

以下、観光ビジョンで掲げられた3つの視点ごとに、2018年度の各府省庁の（主に新規に始まった）取り組みを概観していく。

①観光資源の魅力を極め、「地方創生」の礎に（視点1）

●魅力ある公的施設・インフラの大胆な公開・開放

昨年度から引き続き、赤坂迎賓館及び京都迎賓館の一般公開を接遇に支障のない範囲で実施した。赤坂迎賓館では、観光の呼び水となるカフェ及び休憩機能等を有する施設の整備が進められており、2018年10月には建設工事に着手している。京都迎賓館では、端午の節句に合わせた特別展や紅葉シーズン中の夜間公開を実施するなど、一般公開の取り組みを充実させた。また、スマートフォン用参観アプリの本格運用を同年10月から開始した。またこれらサービス向上を受けて、両施設とも参観料の改定が行われた。そのほかにも、総理大臣官邸、皇居、京都御所、御料牧場など全国にある公的施設においても、ウェブサイトの多言語化やPR動画の作成、見学会の有料化などが実施された。

●文化財の観光資源としての開花

2018年度は日本遺産として新たに13件が認定され（表V-1-4）、これまでに認定された日本遺産は67件になった。また、第196回通常国会にて「文化財保護法及び地方教育行政の組織及び運営に関する法律の一部を改正する法律（平成30年法律第42号）」が成立し、2019年4月の施行に向けて国の指針の策定等を行った。

表V-1-4　2018年度「日本遺産（Japan Heritage）」認定一覧

申請者（◎印は代表自治体）	ストーリーのタイトル
◎上川町、旭川市、富良野市、愛別町、上士幌町、上富良野町、鹿追町、士幌町、新得町、当麻町、東川町、比布町	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～
◎山形県（山形市、寒河江市、天童市、尾花沢市、山辺町、中山町、河北町）	山寺が支えた紅花文化
宇都宮市	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～
◎那須塩原市、矢板市、大田原市、那須町	明治貴族が描いた未来 ～那須野が原開拓浪漫譚～
南砺市	宮大工の鑿一丁から生まれた木彫刻美術館・井波
◎山梨県（山梨市、笛吹市、甲州市）	葡萄畑が織りなす風景―山梨県峡東地域―
◎長野県（茅野市、富士見町、原村、諏訪市、岡谷市、下諏訪町、長和町、川上村）、山梨県（甲府市、北杜市、韮崎市、南アルプス市、笛吹市、甲州市）	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（◎三島市、函南町）、神奈川県（小田原市、箱根町）	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
広川町	「百世の安堵」～津波と復興の記憶が生きる広川の防災遺産～
◎岡山市、倉敷市、総社市、赤磐市	「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～
福山市	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～
◎豊後高田市、国東市	鬼が仏になった里「くにさき」
◎西都市、宮崎市、新富町	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―

資料：文化庁ウェブサイトをもとに（公財）日本交通公社作成

●国立公園の「ナショナルパーク」としてのブランド化

2018年4月に国立公園管理事務所を4箇所新設し、民間から国立公園利用企画官を配置した。また、自然公園等施設技術指針等をもとに、標識デザインの統一やトイレのユニバーサルデザイン化などハード面の整備を進めるとともに、ビーコンと連動したスマートフォンアプリによる多言語解説など、ICTを用いた情報発信の環境整備が進められた。

●景観の優れた観光資産の保全・活用による観光地の魅力向上

景観計画策定の促進に向けた都道府県単位のセミナーの開催や、2017年3月に指定された「景観まちづくり刷新モデル地区」10地域への集中支援が引き続き行われた。また、2018年4月に策定された無電柱化推進計画に基づき、低コスト手法による無電柱化の実証実験や、森林景観の活用や離島・半島地域の観光振興等の取り組みに対する支援が行われた。

●滞在型農山漁村の確立・形成

2018年度には、農泊地域として新たに147地域が採択され、累計352地域となった。同9月にはこれらの支援地域の情報を

集約・発信する「農泊ポータルサイト」及び農泊地域と料理人をつなぐプラットフォーム「サトChef」が開設された。

また地域観光資源としてのジビエ料理・商品の情報発信を目的として、同年5月に国産ジビエ認証制度の制定・運用が開始され、食肉処理施設の設置を行ったほか、同年7月にはジビエ専用ポータルサイト「ジビエト」を開設した。

●古民家等の歴史的資源を活用した観光まちづくりの推進

古民家等を再生及び活用する取り組みについて、2020年までに全国200地域で展開されることを目標とし、「人材」「地方公共団体・情報発信」「金融・公的支援」「規制・制度改革」の4つの面から支援が行われた（表V-1-5）。

表V-1-5　古民家等の歴史的資源を活用した観光まちづくりの推進のため取り組まれた施策

人材	ワンストップ窓口における取り組み
	歴史的資源を活用した観光まちづくりの人材育成
地方公共団体・情報発信	地方公共団体等への情報発信
	歴史的資源を活用した観光まちづくりに取り組む地域が抱える障害の把握や解決策の検討
	歴史的資源を活用した観光まちづくりに取り組む地域間による相互の取組内容の共有
	海外への情報発信
金融・公的支援	株式会社地域経済活性化支援機構の有する投資ノウハウ・人材支援に関する機能の活用
	地域金融機関による融資等の促進
	クラウドファンディングによる資金調達の促進
	小規模不動産特定共同事業の普及・啓発
	ふるさと納税の活用の促進
	地域密着型企業の起業支援
	重要伝統的建造物群保存地区の建造物の宿泊施設等への活用
	農泊実施民間組織等への支援
	制度及び支援方策の改善・充実
	投資ノウハウ・人材支援を安定的・継続的に提供するための体制整備
規制・制度改革	歴史的建造物を建築基準法の適用除外にするための条例制定を促すための説明会
	地域の実情に応じた都市計画法の用途変更に向けた自治体への周知
	古民家等に関する消防用設備等の合理的な運用に向けた自治体への周知
	改正された旅館業法の円滑な施行に向けた自治体への周知
	ワンストップ窓口に寄せられた相談内容をもとにした規制制度の改善に関する検討

資料：観光庁ウェブサイトをもとに（公財）日本交通公社作成

●新たな観光資源の開拓

「楽しい国 日本」の実現に向けた取り組みとして、地域固有の自然、生活・文化、祭り、温泉などのコンテンツの充実を図るため、地域と旅行会社のマッチング相談会や体験型コンテンツ造成に向けた調査事業等が進められた。また、VR・AR等の最新技術を用いた観光や観戦体験等に関するモデル事業等が実施された。

●広域観光周遊ルートの世界水準への改善

訪日外国人旅行者の地方誘客を目的とした広域観光周遊ルートの環境整備やプロモーションに対する支援を実施。具体的には、2017年度に実施された「広域観光周遊ルートに関する専門家派遣事業」の事例集の作成、テーマ別観光ルートの推進、国・地方・民間等が連携した新たな協議会の設置、都市周遊ミニルートの選定、観光地における渋滞対策の強化など。このうちテーマ別観光ルートの推進では、2018年度に新たに4テーマが選定され、昨年度からの継続テーマと合わせ17のテーマ別観光について、観光資源の磨き上げや情報発信の強化に対する支援が行われた（表V-1-6、表V-1-7）。

表V-1-6「テーマ別観光による地方誘客事業」で選定されたテーマ

継続テーマ（3年目）	エコツーリズム
	街道観光
	酒蔵ツーリズム
	社寺観光　巡礼の旅
	明治日本の産業革命遺産
	ロケツーリズム
継続テーマ（2年目）	アニメツーリズム
	古民家等の歴史的資源
	サイクルツーリズム
	全国ご当地マラソン
	日本巡礼文化発祥の道
	忍者ツーリズム
	百年料亭
新規テーマ	Industrial Study Tourism（産業訪問）
	ONSEN・ガストロノミーツーリズム
	郷土食探訪～フードツーリズム～
	宙ツーリズム

資料：観光庁ウェブサイトをもとに（公財）日本交通公社作成

表V-1-7　2018年新規に選定された4つのテーマ別観光概要

テーマ	協議会名	概要
Industrial Study Tourism（産業訪問）	全国産業観光推進協議会（公社）日本観光振興協会	海外からのビジネスに繋がる産業観光の視察旅行やMICE誘致を促進するため、受入の実態調査を行い、産業観光のワンストップサービス化に向けてデータベースの構築に着手する。また、受入の体制整備や課題整理のためモニターツアーを実施する。
ONSEN・ガストロノミーツーリズム	ONSEN・ガストロノミーツーリズム推進機構ネットワーク（一社）ONSEN・ガストロノミーツーリズム推進機構	「ONSEN・ガストロノミーツーリズム」の認知度向上と誘客を図る有効な方法を検討するため、マーケティング調査を実施し、その結果を活用しながら、シンポジウムやPRを行う。また、外国人観光客獲得のため、調査事業やサイトの多言語化を行う。
郷土食探訪～フードツーリズム～	日本フードツーリズム連携協議会（一社）日本フードツーリズム協会	フードツーリズムを先進的に推進する地域をエリア認定し、その地域においてモニターツアーや実証実験を行う。また、認証エリアの一体的なPR活動や、各地でフードツーリズムに従事する人材のネットワーク化を図り、ノウハウの共有を図る。
宙ツーリズム	宙ツーリズム推進協議会（同）科学成果普及機構	空や星・宇宙など多岐にわたる「宙ツーリズム」に対する観光客のニーズや課題抽出のため、マーケティング調査を実施する。また、星空を解説する人材の活用やシンポジウムの実施、PR活動を行い、機運の醸成や認知度向上を図る。

資料：観光庁ウェブサイトをもとに（公財）日本交通公社作成

●東北の観光復興

昨年度に引き続き、東北へ訪日外国人を呼び込むため、受入環境整備やプロモーションなどへの支援を行った。特に、重点的な支援として宮城県と仙台市周辺の6市3町の連名によって策定された「仙台・松島復興観光拠点都市圏形成推進計画」について、滞在プログラムの充実や民泊の活用に対する支援が実施された。

また、「グリーン復興プロジェクト」では、長距離自然歩道「みちのく潮風トレイル」の整備を進め、全線900kmのうち、752kmの区間が開通した（2019年6月9日全線開通）。

②観光産業を革新し、国際競争力を高め、我が国の基幹産業に（視点2）

●観光関係の規制・制度の総合的な見直し

「通訳案内士法及び旅行業法の一部を改正する法律」が2018年1月に改正された影響を受けて、有資格者以外によるガイドサービスなど新たなビジネスが創出されている。また、2018年6月の「住宅宿泊事業法」施行を受けて、住宅宿泊事業を営む者に係る届出制度並びに住宅宿泊管理業を営む者及び住宅宿泊仲介業を営む者に係る登録制度の運用が開始された。

●産業界ニーズを踏まえた観光経営人材の育成・強化

2018年4月から、一橋大学及び京都大学で「観光MBA」が開学された。また、社会人の学び直しを目的として、宿泊業のグローバル化に対応した観光人材の育成に関する教育プログラムの開発・実証が取り組まれるなど、産業界のニーズに対応した人材の育成が進められた。

●「世界水準のDMO」の形成・育成

日本版DMOの登録数は2019年3月時点で237法人となった。2018年度は、訪日外国人旅行者の地方誘致を目的とするビッグデータの活用支援や、人材支援、財政金融支援が実施された。このうち人材支援では、DMO人材育成に関するプログラムの修了者を「DMOネット」へ掲載することで、育成された人材の可視化や、他地域や他DMOとのマッチングへの活用が期待されている。

●訪日プロモーションの戦略的高度化

欧米豪を対象としたプロモーションとして、日本政府観光局と現地コンサル会社や現地PR会社が連携し、訴求性の高い内容について情報発信を行ったほか、「Enjoy my Japan グローバルキャンペーン」対象地域の拡大や、冬期スノー体験及び夏期ハイキングの魅力発信のため、動画制作とオンライン広告事業などが実施された。アジアに向けた取り組みとしては、日本政府観光局が、タイ及びシンガポールを対象としたヒアリングやウェブ調査を実施し、調査結果をプロモーションに反映させたほか、東アジアを対象にリピーター拡大を目的としたロイヤルカスタマー制度（仮称）の創設に向けた検討がなされた。

また、オリパラなどを契機とした訪日プロモーションとして、ラグビーワールドカップ2019日本大会開催地周辺の魅力発信や、大分国際車いすマラソン及び東京マラソンにおける海外パラリンピック選手を起用したメディア招請事業などが実施された。さらに、スポーツ文化ツーリズムの先進事例を紹介する「スポーツ文化ツーリズムアワード2018」では、全国から5つの取り組みについて表彰が行われた（表V-1-8）。

表V-1-8　スポーツ文化ツーリズムアワード2018の受賞団体と内容

マイスター部門	（一社）日本スポーツ雪かき連盟	国際スポーツ雪かき選手権
	NPO法人きらり水源村	カヤックで農業用水路を下る！「イデベンチャー」
	（一社）ルーツ・スポーツ・ジャパン	地域の魅力・文化を引き出しサイクルツーリズムで通年誘客を実現するツール・ド・ニッポン
チャレンジ部門	（一社）山形バリアフリー観光ツアーセンター	世界一自由な空へ　つばさに乗って行こう　南陽は空もバリアフリー空飛ぶ車椅子体験
	株式会社サムライプロデュース	十勝ナイトリバークルージング

資料：観光庁ウェブサイトをもとに（公財）日本交通公社作成

●インバウンド観光促進のための多様な魅力の対外発信強化

日本政府観光局のDMP（データマネジメントプラットフォーム）に蓄積されたデータと外部事業者からのデータを組み合わせることで、外国人潜在顧客ニーズの定量的な分析を行った。さらに、特定のセグメントに対して影響力を持つインフルエンサーと連携し、SNSを通じて日本の魅力を発信するなど、インターネットを活用した対外発信の強化が行われた。

●MICE誘致の促進

2018年9月にグローバルMICE都市を対象として「ローカルホストサポーティングスキル強化事業」を開始し、海外有識者によるトレーニングや誘致のための戦略策定を支援した。また、グローバルMICE都市以外の都市に対しても、「マーケティング機能高度化支援事業」による支援を新たに開始した。

●ビザの戦略的緩和

2018年度は、フィリピン、ロシア、インド、中国などに対してビザ発給要件の緩和や数次ビザの導入が実施された。またビザの緩和に伴って、旅行会社などと連携した情報発信など、効果的なプロモーションを実施した（表V-1-9）。

表V-1-9　2018年度に実施されたビザの緩和

開始日	国名	緩和・措置
2018年8月1日	太平洋島嶼国	数次ビザ導入（30日・3年）
	フィリピン	商用目的、文化人・知識人数次ビザの緩和（90日・10年） （最長有効期間10年への延長、発給対象者の拡大等）
	サウジアラビア	商用目的、文化人・知識人数次ビザの緩和（90日・5年） （最長有効期間5年への延長、発給対象者の拡大等）
2018年10月1日	セントビンセント、エクアドル	商用目的、文化人・知識人数次ビザの緩和（90日・5年） （最長有効期間5年への延長、発給対象者の拡大等）
	アゼルバイジャン、アルメニア、ジョージア	数次ビザ導入（30日・3年）
	ロシア	団体観光パッケージツアー参加者用短期滞在一次査証の導入 （15日又は30日）
2019年1月1日	中国	①一部大学生・卒業生の個人観光一次ビザ申請手続き簡素化の対象校拡大（30日）（75校から1243校に拡大） ②数次ビザの発給対象者の拡大（90日・3年）（過去3年に2回以上の訪日歴に対し、経済力証明書の提出を免除）
	インド	①数次ビザの発給対象者の拡大（90日・5年）（過去3年に2回以上の訪日暦に対し、他の要件なしに数次ビザを発給） ②数次ビザの申請書類の簡素化（原則として納税証明書のみで渡航支弁能力を証明可）
	香港、マカオ	香港DI・マカオ旅行証所持者に対する数次ビザの導入 ①商用目的／文化人・知識人向けの数次ビザ（90日・5年） ②親族訪問目的等数次ビザ（90日・3年） ③一般短期数次ビザ（90日・3年）
	セントクリストファー・ネーヴィス	商用目的、文化人・知識人数次ビザの緩和（90日・5年） （最長有効期間5年への延長、発給対象者の拡大等）
2019年2月1日	コロンビア	①数次ビザ導入（90日・3年） ②商用目的、文化人・知識人数次ビザの緩和（90日・5年） （最長有効期間5年への延長、発給対象者の拡大等）

資料：外務省ウェブサイトをもとに（公財）日本交通公社作成

③すべての旅行者が、ストレスなく快適に観光を満喫できる環境に（視点3）

●最先端技術を活用した革新的な出入国審査などの実現

バイオカートや自動化ゲートの運用実験が行われ、利用状況を踏まえて今後の拡大が検討されている。また国内主要空港では日本人を対象とした顔認証ゲートによる出帰国手続きの運用が開始された。

●キャッシュレス環境の飛躍的改善

クレジットカード決済端末の普及支援として、地域・まちなか商業活性化支援事業を活用。クレジットカード利用に係るセキュリティ対策の強化や、北海道及び長野県ではキャッシュレス決済端末の導入に関する実証実験が行われた。

●通信環境の改善と誰もが一人歩きできる環境の実現

防災などに資するWi-Fi環境整備や、シームレスなWi-Fi接続の実現に向けた取り組みが行われた。また、複数国からの国際便が就航する空港や主要な観光地を中心に、プリペイドSIMの販売拠点の充実を図り、日本政府観光局のウェブサイトからこれらの提供場所の周知を行った。

●「世界一安全な国、日本」の良好な治安などを体感できる環境

各都道府県警や消防庁において、外国人対応が可能な職員を配備したほか、電話通訳センターや多言語音声翻訳アプリを介し、訪日外国人旅行者などとのコミュニケーションの強化が図られた。また国土交通省では防災情報提供ツールを一元化し、スマートフォンなどからアクセスできる防災ポータルで情報発信を行うとともに、サイトの多言語対応を進めた。

●「地方創生回廊」の完備

訪日外国人旅行者の地方への誘致を目的として、鉄道では外国人旅行者向けICカードの導入や、「ジャパン・レール・パス」の販売箇所拡大が進められた。また高速道路では、全都道府県においてナンバリングを用いた標識の整備や、外国人を対象とした全国周遊定額パスの商品化などが行われた。

●地方空港のゲートウェイ機能強化とLCC就航促進

昨年度までに引き続き、2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会に向けた発着容量の拡大を見据え、訪日外国人観光客の受入に係る空港整備が各地で進められた。このうち羽田空港では、国内線第2ターミナルビルを国際線施設へ移行するための整備が行われている。

●公共交通利用環境の革新

訪日外国人旅行者が安心して利用できる公共交通利用環境の実現に向けて、鉄道では新幹線のインターネット予約システムの整備、タクシー業界では配車アプリを海外システムと連携させるなどの取り組みが進められた。

●休暇改革

2018年7月に「働き方改革を推進するための関係法律の整備に関する法律」が公布された（2019年4月施行）。また、「キッズウィーク」の周知に関する取り組みとして、シンポジウムの開催やロゴマークの作成が行われた。さらに全国9箇所の地域を選定し、「地域における休み方協議会（仮称）」の活動支援として、学校休業日に合わせた年次有給休暇の取得促進に対する地域産業界などへの協力要請や、休みとなる子どもの受け皿になるイベントなどの試行事業のサポートなど、休暇取得の分散化による観光需要の平準化が試みられた。

●オリパラに向けたユニバーサルデザインの推進

2018年5月に「高齢者、障害者などの移動等の円滑化の促進に関する法律の一部を改正する法律」が成立した。これにより、道路、鉄道、空港等のバリアフリー化推進やICTを活用した歩行者移動支援の普及促進等が行われた。

（工藤亜稀）

V-2 都道府県による観光政策

観光行政を担当する職員の平均人数は約5人増加
予算平均額では全体予算の約四分の一がプロモーション予算
昨年度に比べオーバーツーリズムが発生していると
回答した割合は若干増加

当財団では、自主研究として地方公共団体を対象とする観光政策に関するアンケート調査を2014年度から継続的に実施している。2019年度は、2018年度から引き続き、都道府県と市町村で可能な限り統一した調査票を用いて実施した。主な調査項目としては、各都道府県における観光行政に関わる基盤整備の状況（職員数、予算、職員の知識・技能）、2018年度および2019年度の観光政策・重点施策、市町村との役割分担、観光が地域に与える影響（経済的影響、文化的影響、インバウンド、民泊、オーバーツーリズム、観光客を含む受益者負担）等を設定した。その調査結果の一部を紹介する*。

* 2019年8月末時点までに回答を得た42都道府県（回答率89%）の集計結果。なお、記載したデータは速報値であり、今後の精査次第で最終的な結果が異なる可能性がある。

(1) 都道府県の観光行政に関わる基盤整備の状況

都道府県内に設置されている観光担当部署の職員数・予算・職員の知識・技能について、その実数（職員数・予算のみ）と過不足に関する感覚を尋ねた。職員数は71.8%の都道府県が「不足している」（7段階中1,2,3を選択した人の割合、以下同じ）と回答しているのに対して、予算や求められる知識・技能に関しては「不足している」とした都道府県はそれぞれ33.3%、9.8%であった。観光担当部署としては人員の不足が最も切実な問題であると考えられる。以下、詳しくみていく。

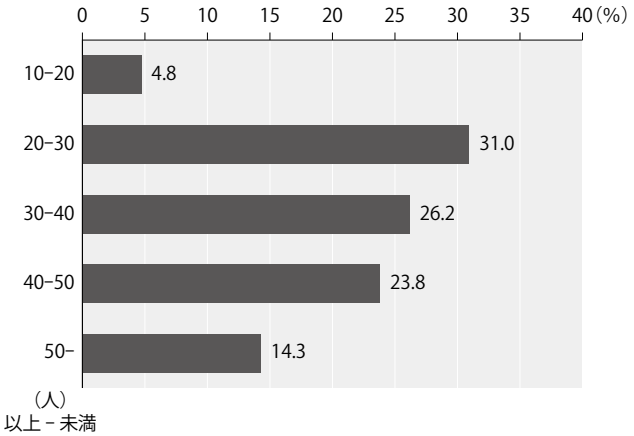
①観光担当部署の職員数

各都道府県において観光行政を担当する職員の平均人数は37人、中央値は36人である（図V-2-1）。

図V-2-1は職員数の分布を示しており、20人以上30人未満が最も多く（31.0%）、次いで30人以上40人未満となっている（26.2%）。50人以上の職員が在籍する都道府県も14.3%存在する。

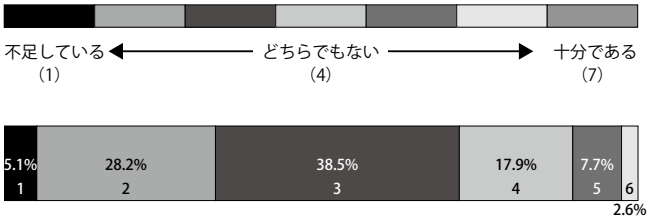
業務の量に比較して、人員が十分であったかどうかを尋ねたところ、71.8%の都道府県が「不足している」と答え、「十分である」（7段階中5,6,7を選択した人の割合、以下同じ）と回答した都道府県は10.3%にとどまった（図V-2-2）。2018年度から職員の平均人数はやや上昇したにもかかわらず人員は不足していると感じると答えた都道府県の割合は上昇した。

図V-2-1 観光担当部署の職員数（n=42）



出所：「観光政策に関するアンケート調査（2019）」〔（公財）日本交通公社〕
*役職や雇用形態による加重なし。出向受入中の人数を含み、出向中の人数を含まない

図V-2-2 観光担当部署の職員数に関する不足感（n=39）



出所：「観光政策に関するアンケート調査（2019）」〔（公財）日本交通公社〕

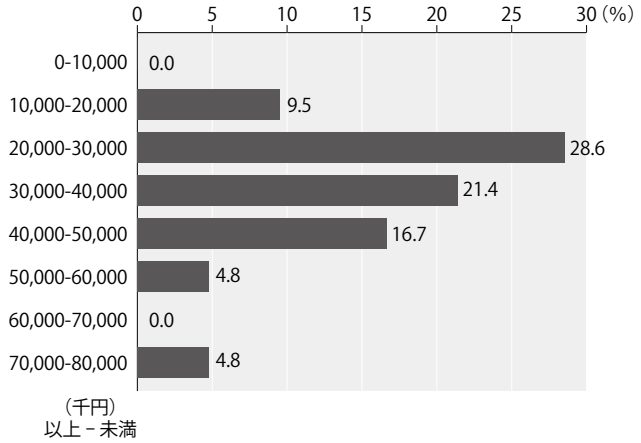
②観光担当部署の予算

各都道府県の観光担当部署に対して執行された2019年度予算の平均額は2,711,589千円、中央値は1,100,420千円である。2018年度の予算平均額1,608,995千円に比べ大きく増えているが、これは一部の都道府県において、大型観光関連施設整備に関する予算が含まれたためである。

一般に予算額は職員数に比例すると考えられることから、職員数と予算の両方について回答を得た都道府県のデータをもとに、職員1人あたりの予算額を算出した。その結果、平均額は62,145千円/人、中央値は33,811千円/人であった（図V-2-3）。20,000千円/人以上30,000千円/人未満が最多（28.6%）の一方で、一人当たりの予算額が70,000千円/人を超えている都道府県も一定数存在し（4.8%）、都道府県ごとに予算額は大きく変わることが分かる。

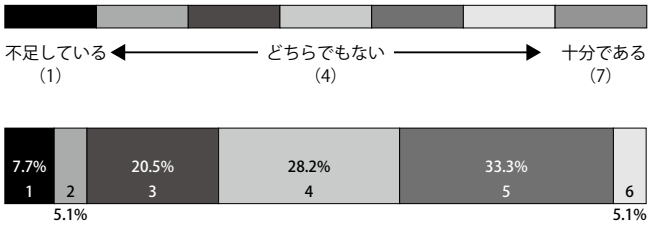
また、観光担当部署に与えられた業務の量に比較して、予算が十分であったかどうかを尋ねたところ、33.3%の都道府県が「不足している」、28.2%の都道府県が「どちらでもない」、38.5%の都道府県が「十分である」と回答した（図V-2-4）。不足感に関しては、2018年度の調査結果とほぼ同様の結果であった。

図V-2-3 観光担当部署の1人当たりの予算額（n=42）



出所：「観光政策に関するアンケート調査（2019）」〔（公財）日本交通公社〕
*役職や雇用形態による加重なし。出向受入中の人数を含み、出向中の人数を含まない

図V-2-4 観光担当部署の予算額に関する不足感（n=39）



出所：「観光政策に関するアンケート調査（2019）」〔（公財）日本交通公社〕

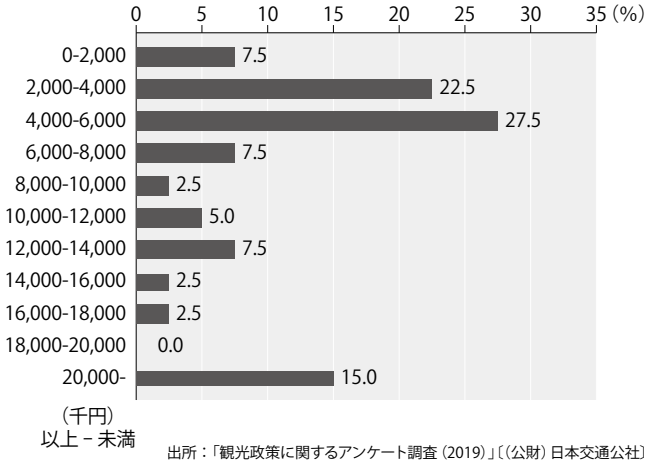
さらに予算の中で、国内・海外に関するプロモーション予算についても尋ねたところ、2019年度国内プロモーション予算の平均額は390,606千円、中央値は208,679千円であり、海外プロモーション予算の平均額は310,797千円、中央値は158,115千円であった。職員1人あたりの国内・海外に関するプロモーション予算額を算出したところ、2019年度国内プロモーション予算の平均額は10,589千円、中央値は5,604千円であり、海外プロモーション予算の平均額は8,847千円、中央値は4,383千円であった。国内プロモーションに関しては1人当たり4,000千円/人以上6,000千円未満が最多（27.5%）、海外プロモーションに関しては1人当たり2,000千円/人以上4,000千円/人未満が最多（32.5%）となった（図V-2-5、図V-2-6）。

また、全体予算に占める国内・海外に関するプロモーション予算について、平均割合はそれぞれ14.4%、11.5%、合計で全体予算の25.9%がプロモーションに充てられている。

③観光担当部署で求められる知識・技能

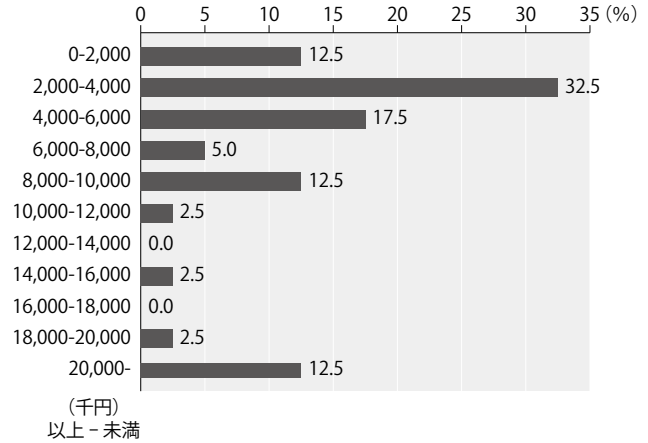
観光担当部署に与えられた業務の難易度に比較して、職員の知識・技能が十分であったかどうかを尋ねたところ、「不足している」と答えた都道府県は9.8%にとどまった（図V-2-7）。職員数や予算と比較すると、職員の能力・知識・技能について、十分であると考える都道府県が多いことが分かる。2018年度の調査結果と比べて、ほぼ同様の結果だった。

図V-2-5 観光担当部署の1人当たりの国内プロモーション予算額（n=40）



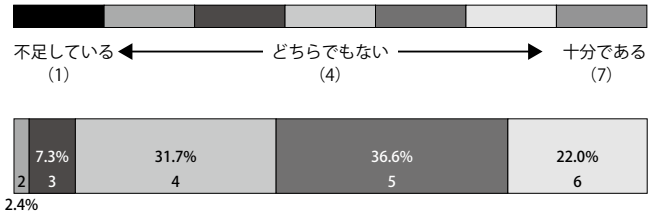
出所：「観光政策に関するアンケート調査（2019）」〔（公財）日本交通公社〕

図V-2-6 観光担当部署の1人当たりの海外プロモーション予算額（n=40）



出所：「観光政策に関するアンケート調査（2019）」〔（公財）日本交通公社〕

図V-2-7 観光担当部署で求められる知識・技能に関する不足感（n=39）



出所：「観光政策に関するアンケート調査（2019）」〔（公財）日本交通公社〕

（2）都道府県における政策・施策

①2018年度の観光政策・重点施策

2018年度に都道府県が実施した事業及び、国際観光の振興に関する事業について、3つ選択した上で、自由記述で各分野における取り組みの概要と成果を回答していただいた。

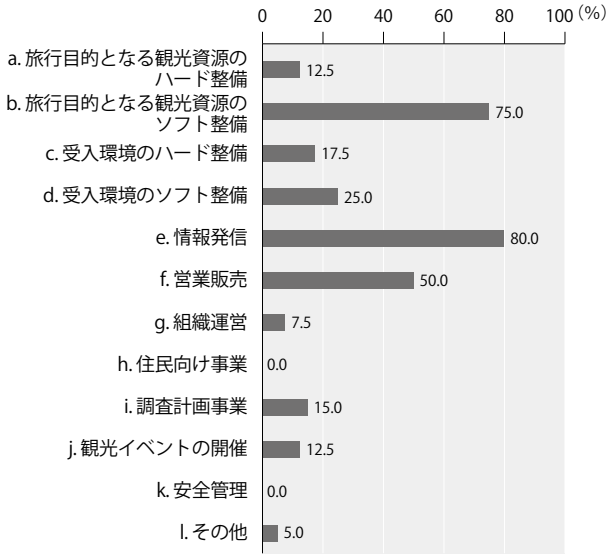
図V-2-8は都道府県が2018年度に実施した代表的な事業分野を示しており、最も多く選択された事業分野は「e. 情報発信」であった（80.0%）。具体的には「Webサイトの作成」「旅行博等への出展」「ポスター・チラシ・動画の作成」等の取り組みが挙げられる。

2番目に多く選択された事業分野は「b. 旅行目的となる観光資源のソフト整備」であった（75.0%）。

3番目に多く選択された事業分野は「f. 営業販売」であった（50.0%）。具体的には「トップセールス」「販路開拓」「FAM Tripの実施」「MICEや修学旅行の誘致」等の取り組みが挙げられる。なお「h. 住民向け事業」や「k. 安全管理」を代表的な事業分野として選択した都道府県はなかった。

これらの結果は、2018年度の調査結果と比べてほぼ同様の結果であった。最も重要な取り組み（1つ）として選ばれていた割合が高い選択肢は「b. 旅行目的となる観光資源のソフト整備」であり、「e. 情報発信」と合わせて、この2つの取り組みは、ほぼ全ての都道府県が取り組んでいる。

図V-2-8 2018年度に実施した代表的な事業分野（3つ選択して回答、n=40）



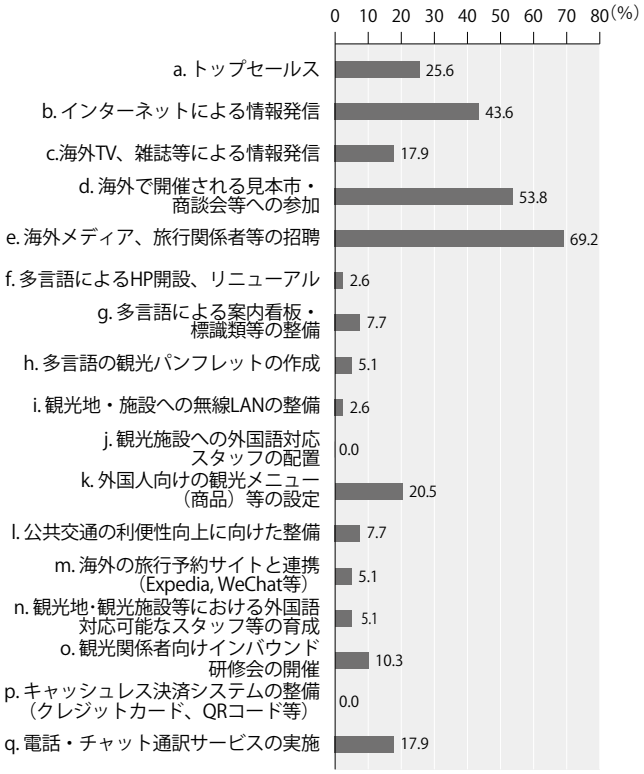
出所：「観光政策に関するアンケート調査（2019）」〔（公財）日本交通公社〕

また、図V-2-9は都道府県が2018年度に実施した代表的な国際観光に関連した事業分野を示しているが、最も多く選択された事業分野は「e. 海外メディア、旅行関係者等の招聘」であった（69.2%）。2番目、3番目に多く選択された事業分野は、それぞれ「d. 海外で開催される見本市・商談会等への参加」（53.8%）、「b. インターネットによる情報発信」（43.6%）であった。4番目、5番目に多く選択された事業は、「a. トップセールス」、「k. 外国人向けの観光メニュー（商品）等の設定」だが、それぞれ選択したのは25.6%、20.5%の都道府県と、上位3つの事業分野とは大きな差がある。

国内での事業と同様に、国際観光に関連した事業分野でも、情報発信や営業開発等に関連したものが代表的な事業とした割合が高かった。また、最も重要な取り組み（1つ）として選ばれていた割合が高い選択肢は「d. 海外で開催される見本市・商談会等への参加」であった。

情報発信や営業開発に関する事業を選択する割合が高いという点は、2018年度の調査結果とほぼ同様の傾向である。「j. 観光施設への外国語対応スタッフの配置」「p. キャッシュレス決済システムの整備（クレジットカード、QRコード等）」に関して、実施した代表的な事業と選択した都道府県はなかった。

図V-2-9 2018年度に実施した代表的な国際観光に関連した事業分野（3つ選択して回答、n=39）



出所：「観光政策に関するアンケート調査（2019）」〔（公財）日本交通公社〕

②2019年度に重点的に取り組む事業分野

2019年度に都道府県が重点的に取り組む事業及び、国際観光の振興に関する事業について、それぞれ代表的なものを3つ選択した上で、自由記述で各分野において実施する事業の名称、概要および目標を回答していただいた。

図V-2-10は、都道府県が2019年度に重点的に取り組む代表的な事業を示しており、最も多く選択された事業分野は「e. 情報発信」であった（85.0%）。2番目、3番目に多く選択された事業分野は、それぞれ「b. 旅行目的となる観光資源のソフト整備」（72.5%）、「f. 営業販売」（42.5%）であった。

これらの順序は2018年度に実施した代表的事業と変わらない。また、最も重要な取り組み（1つ）は「b. 旅行目的となる観光資源のソフト整備」が最も多かった。「h. 住民向け事業」「k. 安全管理」に関しては、2019年度も重点的に取り組むと回答した都道府県は少なかった。

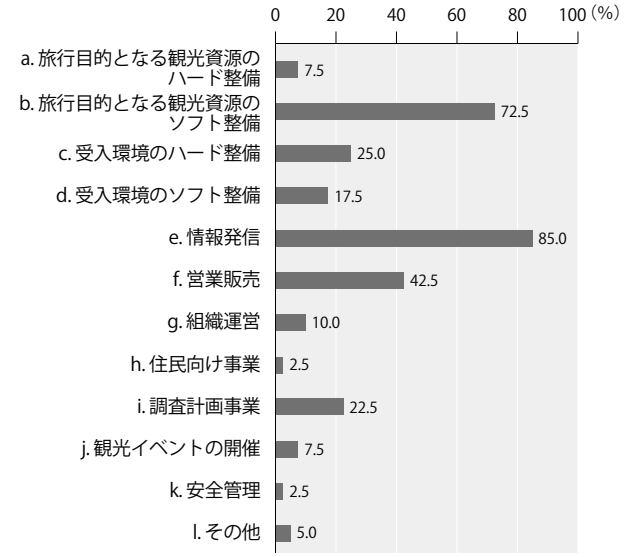
また、図V-2-11は、都道府県が2019年度に重点的に取り組む国際観光に関連した事業分野を示しており、最も多く選択された事業分野は「e. 海外メディア、旅行関係者等の招聘」（63.2%）。2番目、3番目に多く選択された事業分野は、それぞれ「b. インターネットによる情報発信」（50.0%）、「d. 海外で開催される見本市・商談会等への参加」（39.5%）であった。

これらの順序は2018年度に実施した代表的な国際観光に

関連した事業分野と比べると、「b. インターネットによる情報発信」、「d. 海外で開催される見本市・商談会等への参加」が入れ替わった。また、最も重要な取り組み（1つ）として選ばれた割合が高い選択肢は「b. インターネットによる情報発信」であった。

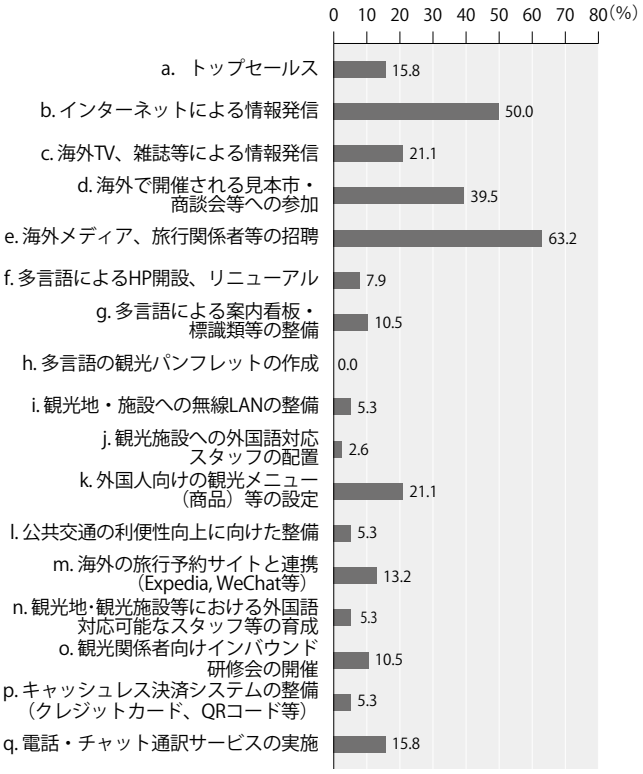
「h. 多言語の観光パンフレットの作成」に関しては、2019年度の重点的な事業として選択した都道府県はなかった。

図V-2-10　2019年度に重点的に取り組む事業分野（3つ選択して回答、n=40）



出所：「観光政策に関するアンケート調査（2019）」〔（公財）日本交通公社〕

図V-2-11　2019年度に重点的に取り組む国際観光に関連した事業分野（3つ選択して回答、n=38）



出所：「観光政策に関するアンケート調査（2019）」〔（公財）日本交通公社〕

(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について、3つ選択した上で、自由記述で連携や役割分担について課題等を回答していただいた。

図V-2-12は、都道府県が市町村に主導的な役割を期待する事業分野を示しており、最も多く選択された事業分野は「c. 受入環境のハード整備」であった（66.7%）。具体的には「駐車場やトイレの整備」「二次交通の改善」「Wi-Fi環境の導入」等の取り組みが挙げられる。

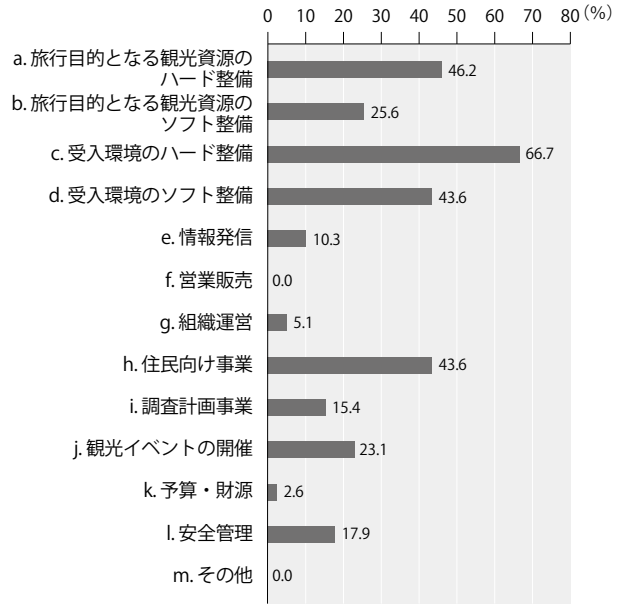
2番目に多く選択された事業分野は「a. 旅行目的となる観光資源のハード整備」であった（46.2%）。具体的には「自然物の保全や維持管理」「観光施設の建設運営」等の取り組みが挙げられる。

3番目に多く選択された事業分野は同率で「d. 受入環境のソフト整備」と「h. 住民向け事業」であった（43.6%）。「d. 受入環境のソフト整備」とは、「標識やメニューの多言語化」「ガイドの育成」「待遇改善」等が、「h. 住民向け事業」とは「理解促進のための広報や説明会の開催」「観光を体験する機会の創出」等の取り組みが挙げられる。

以上より、都道府県は市町村に対して、ハード整備を中心に、主導的な役割を期待していることが分かる。

一方で「e. 情報発信」や「f. 営業販売」、「g. 組織運営」「k. 予算・財源」等は市町村に主導的な役割を期待する事業分野として選択されている割合は低い（それぞれ、10.3%、0.0%、5.1%、2.6%）。特に、「e. 情報発信」や「f. 営業販売」は、(2) でみてきたように、都道府県の代表的な事業として挙げられている割合が多く、市町村ではなく都道府県が主導的な役割を果たすと考えられている可能性が高いであろう。

図V-2-12　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、n=39）



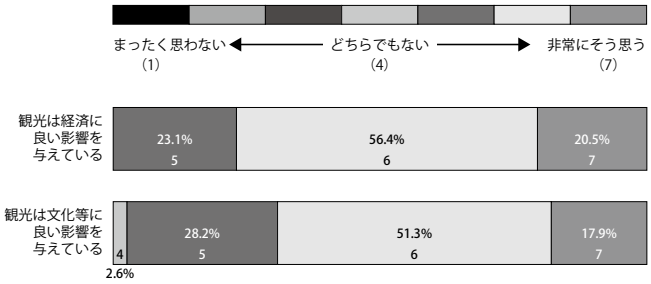
出所：「観光政策に関するアンケート調査（2019）」〔（公財）日本交通公社〕

(4) 観光が地域に与える影響

①総合評価

観光が地域に与える影響について、経済的な影響、文化的な影響の2つに分け、それぞれに良い影響を与えているかについて聞いたところ、経済的な影響、文化的な影響について、それぞれ100%、97.4%の都道府県が「そう思う」と回答した（図V-2-13）。2018年度の調査結果と同様、④でも見ていくように、オーバーツーリズムが生じているという認識を持つ都道府県は非常に少なく、現状、観光が与える影響はポジティブなものが中心と判断されていると考えられる。

図V-2-13　観光が地域の経済･文化等に与える影響（n=39）

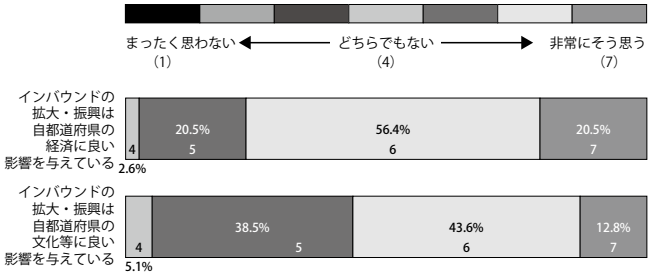


出所：「観光政策に関するアンケート調査（2019）」〔（公財）日本交通公社〕

②インバウンドの拡大・振興

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どうかについては、97.4%の都道府県が「そう思う」と回答し、2018年度の調査結果とほぼ同様となった（図V-2-14）。また、文化的影響についても、同様に「そう思う」と回答した都道府県は、94.9%と非常に高い割合となった。

図V-2-14　インバウンドの拡大･振興が与える影響（n=39）

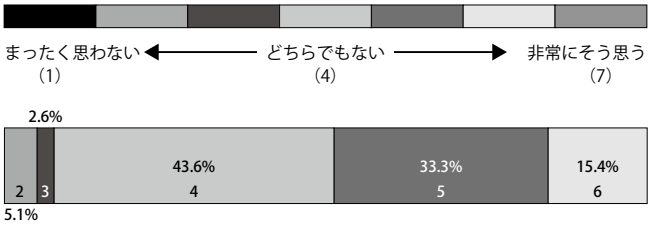


出所：「観光政策に関するアンケート調査（2019）」〔（公財）日本交通公社〕

③民泊

民泊が自都道府県にとって必要であるかについて、43.6%の都道府県が「どちらでもない」、48.7%が「そう思う」と回答し（図V-2-15）、2018年度の調査結果と比べて、民泊は必要であると考えている都道府県は、少し増えた。

図V-2-15　民泊の必要性（n=39）

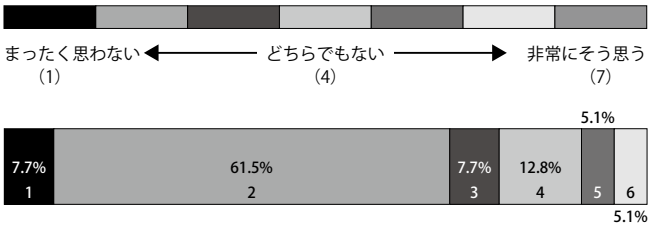


出所：「観光政策に関するアンケート調査（2019）」〔（公財）日本交通公社〕

④オーバーツーリズム

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が生じているかについては、「そう思う」と回答する都道府県は10.3%であり、依然として低い割合ではあるが、2018年度と比べると、オーバーツーリズムが発生していると回答した割合は増えた。（図V-2-16）。

図V-2-16　オーバーツーリズムの発生（n=39）

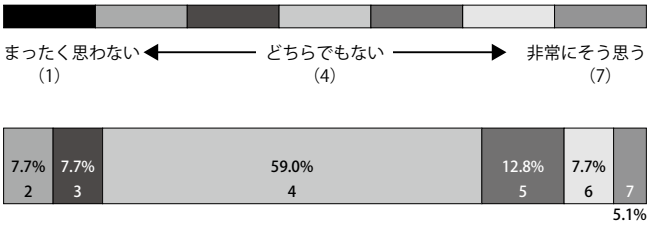


出所：「観光政策に関するアンケート調査（2019）」〔（公財）日本交通公社〕

⑤観光客を含めた受益者負担

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、59.0%の都道府県が「どちらでもない」と回答した（図V-2-17）。また、「そう思う」、「そう思わない」と回答した都道府県は、それぞれ25.6%、15.4%で、2018年度の調査結果とほぼ変わらない。

図V-2-17　観光客を含めた受益者負担の必要性（n=39）



出所：「観光政策に関するアンケート調査（2019）」〔（公財）日本交通公社〕

（池知貴大）

V-3 主要市町村による観光政策

インバウンドは地域の文化、経済の両面に好影響と評価
受益者負担については積極的な傾向
観光担当部署職員数の不足感は継続

当財団では、自主研究として地方公共団体を対象とする観光政策に関するアンケート調査を2014年度から継続的に実施している。2019年度は、2018年度から引き続き、都道府県と市町村で可能な限り統一した調査票を用いて実施した。

市町村を対象とする調査については、各地の観光動向を勘案し、政令指定都市20市を含む180市町村を対象として選定した。

主な調査項目としては、各市町村における観光行政に関わる基盤整備の状況（職員数、予算、職員の知識・技能）、2018年度および2019年度の観光政策・重点施策、都道府県との役割分担、観光が地域に与える影響（経済的影響、文化的影響、インバウンド、民泊、オーバーツーリズム、観光客を含む受益者負担）等を設定した。ここでは、アンケート調査結果の一部を紹介する*。

＊　2019年8月末時点までに回答を得た105市町村（回答率58.3%）の集計結果。なお、記載したデータは速報値であり、今後の精査次第で最終的な結果が異なる可能性がある。

(1) 主要市町村の観光行政に関わる基盤整備の状況

主要市町村に設置されている観光担当部署の職員数・予算・職員の知識・技能について、その実数（職員数・予算のみ）と過不足に関する感覚を尋ねた。また、予算の中でも特に、国内・海外それぞれに向けたプロモーション事業費について回答を求めた。

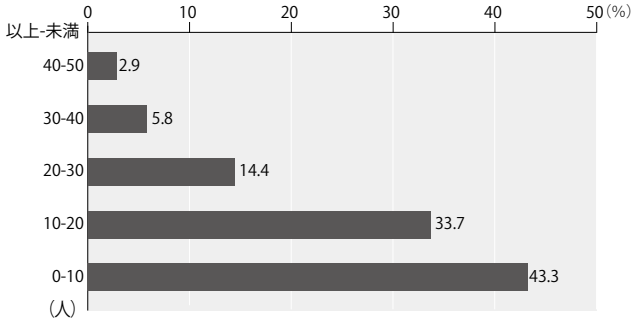
①観光担当部署の職員数

観光担当部署に在籍する職員数について、政令指定都市13市を含む105市町村から回答を得た。職員数の平均値は14.1人、中央値は11.0人であり、昨年から大きな増減は見られなかった。

職員数の分布は図V-3-1に示す通りである。10人未満が45市町村（43.3%）と最も多く、10人以上20人未満が35市町村（33.7%）、20人以上30人未満が15市町村（14.4%）、30人以上が9市町村（8.7%）であった。このうち政令指定都市についてみると、回答を得た13市のうち10人未満の自治体は無く、10人以上20人未満が5市、20人以上30人未満が3市、30人以上40人未満が2市、40人以上が3市であった。

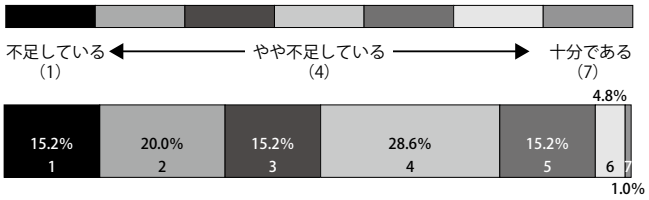
続いて、観光担当部署における業務の量や難易度と比較した職員数の過不足度について、「不足している」を1、「やや不足している」を4、「十分である」を7とした7段階による評価を求めた。結果は図V-3-2に示す通りである。1～3を選んだ自治体が53市町村（50.5%）、4を選んだ自治体が30市町村（28.6%）、5～7を選んだ自治体が22市町村（21.0%）であった。この結果は2018年度の調査と同様の傾向を示しており、観光担当部署での人員不足は引き続き重要な課題であることがわかる。また、政令指定都市のみを見てみても、6市が1～3を、5市が4を、2市が5～7を選択しており、そのほかの市町村と同様に職員の不足を感じていることがうかがえる。

図V-3-1　観光担当部署の職員数（n=104）



出所：「観光政策に関するアンケート調査（2019）」（公財）日本交通公社
*役職や雇用形態による加重なし。出向受入中の人数を含み、出向中の人数を含まない

図V-3-2　観光担当部署の職員数に関する不足感（n=105）



出所：「観光政策に関するアンケート調査（2019）」（公財）日本交通公社

②観光担当部署の予算

各市町村の観光担当部署に対して執行された2019年度の平均予算額は541,421千円、中央値は402,596千円であった。

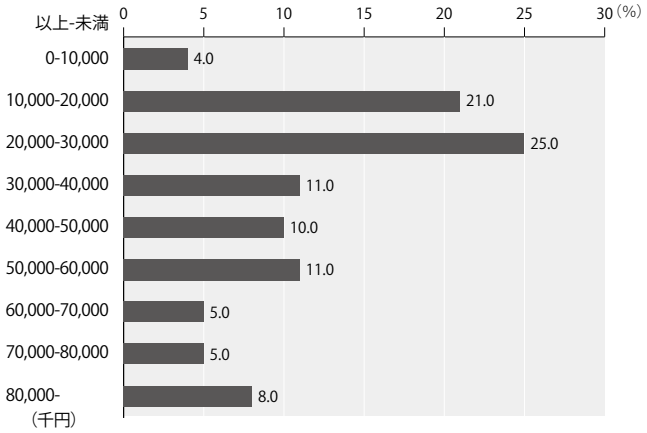
一般に予算額は職員数に比例すると考えられることから、職員数と予算額の両方について回答を得た100市町村（政令指定都市13市を含む）について、職員一人当たりの予算額を算出した。その結果、平均値は39,038千円／人、中央値は30,409千円／人であった。職員一人当たりの予算額の分布は図V-3-3に示す通りである。20,000千円／人以上30,000千円／人未満が25市町村（25.0%）と最も多く、次いで10,000千円／人以上20,000千円／人未満が21市町村（21.0%）という結果となった。このうち政令指定都市13市の平均値は45,557千円／人、中央値は46,241千円／人であり、そのほかの市町村と比較してやや多い傾向にある。一方、分布に

ついては30,000千円／人未満が4市、30,000千円／人以上60,000千円／人未満が6市、60,000千円／人以上が3市と幅広く分布しており、政令指定都市が必ずしも潤沢な観光予算を有するわけではないと言える。

また、観光担当部署における業務量と比較した予算の過不足度について、職員数と同様に7段階で質問した。結果は図V-3-4に示す通りである。1～3を選んだ自治体が40市町村（38.1%）、4を選んだ自治体が32市町村（30.5%）、5～7を選んだ自治体が33市町村（31.4%）であった。この結果を見ると、全体として予算が十分であるとは言えず不足を感じている自治体が多い一方で、一部の自治体では業務量に対して十分な予算を有していることがわかる。

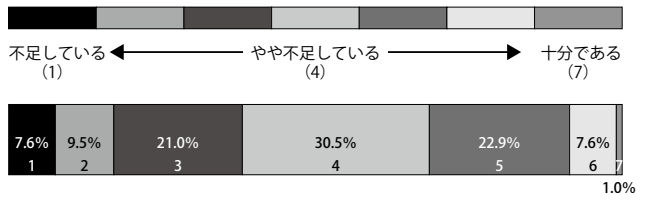
政令指定都市についてみると、1～3を選んだ自治体が4市、4を選んだ自治体が4市、5～7を選んだ自治体が5市であり、業務量に対する予算の過不足度についても、そのほかの市町村と比較して政令指定都市が必ずしも充足しているわけではないことがわかる。

図V-3-3 観光担当部署の一人当たりの予算額（n=100）



出所：「観光政策に関するアンケート調査（2019）」（公財）日本交通公社
*役職や雇用形態による加重なし。出向受入中の人数を含み、出向中の人数を含まない

図V-3-4 観光担当部署の予算額に関する不足感（n=105）



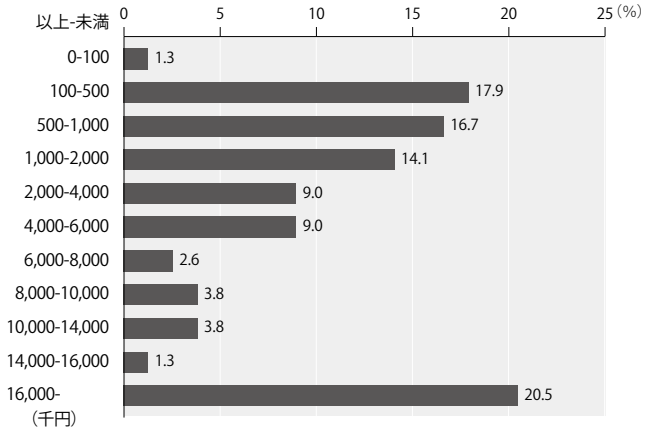
出所：「観光政策に関するアンケート調査（2019）」（公財）日本交通公社

さらに、予算の中で国内・海外向けのプロモーション事業予算についてそれぞれ回答を求めた。その結果、2019年度国内プロモーション予算額の平均値は110,637千円、中央値は25,937千円、2019年度海外向けプロモーション予算額の平均値は32,357千円、中央値は8,500千円であった。このことから、国内向けプロモーションと海外向けプロモーションの予算額の比率は全体として3:1程度であると考えられる。

次に、それぞれのプロモーション予算額と職員数双方について回答した市町村を対象に、職員一人当たりの金額について算出したところ、2019年度国内向けプロモーション予算額の平均値は9,347千円／人、中央値は1,963千円／人であり、2019年度海外向けプロモーション予算額の平均値は1,800千円、中央値は743千円／人であった。

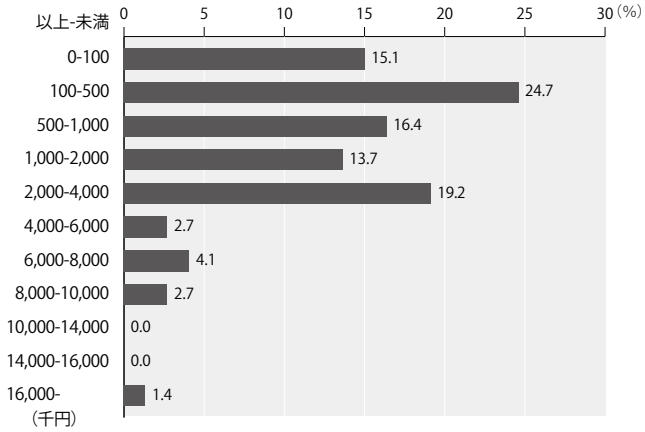
職員一人当たりの予算額の分布は図V-3-5と図V-3-6にそれぞれ示す通りである。国内向けプロモーションでは、16,000千円／人以上の予算を有する市町村が20%を超えている一方で、半数の自治体が2,000千円／人以下という比較的小規模な予算内で事業を行っていることがわかる。対して、海外向けプロモーションでは、職員一人当たり100千円以上500千円未満の自治体が最も多く18市町村（24.7%）あり、4,000千円以上の予算を有する自治体は8市町村（11.0%）であった。

図V-3-5 観光担当部署の一人当たりの国内プロモーション予算額（n=78）



出所：「観光政策に関するアンケート調査（2019）」（公財）日本交通公社

図V-3-6 観光担当部署の一人当たりの海外プロモーション予算額（n=73）



出所：「観光政策に関するアンケート調査（2019）」（公財）日本交通公社

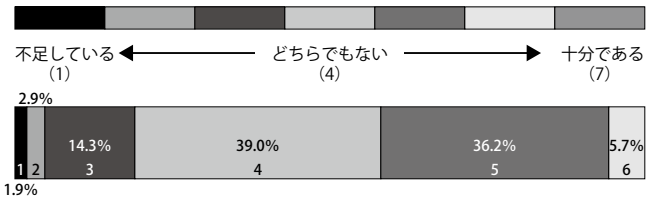
③観光担当部署で求められる技能・知識

観光担当部署における業務の量と比較した、職員の能力・知識・技能が十分であるか質問し、同様に7段階で評価を求めた。結果は図V-3-7に示す通りである。1～3を選ん

だ自治体が20市町村（19.0%）、4を選んだ自治体が41市町村（39.0%）、5～7を選んだ自治体が44市町村（41.9%）であった。この結果から、全体として職員の技能・知識に対する不足を感じている自治体が多いものの、職員数や予算の不足感と比較するとその程度は小さいものと考えられる。

政令指定都市についてみてみると、1～3を選択したのが1市、4を選択したのが6市、5～7を選択したのが6市であり、業務に対する職員の能力・知識・技術の不足感に関しては、そのほかの市町村と比較して政令指定都市では少ない傾向にあることがわかる。

図V-3-7　観光担当部署で求められる技能・知識に関する不足感（n=105）



出所：「観光政策に関するアンケート調査（2019）」（公財）日本交通公社

(2) 主要市町村における政策・施策

①2018年度の観光政策・重点施策

2018年度に市町村が実施した事業について、12の分野のうち代表的なものを3つ選択した上で、特に今年度新たに始めた取り組みについて自由記述による回答を求めた。

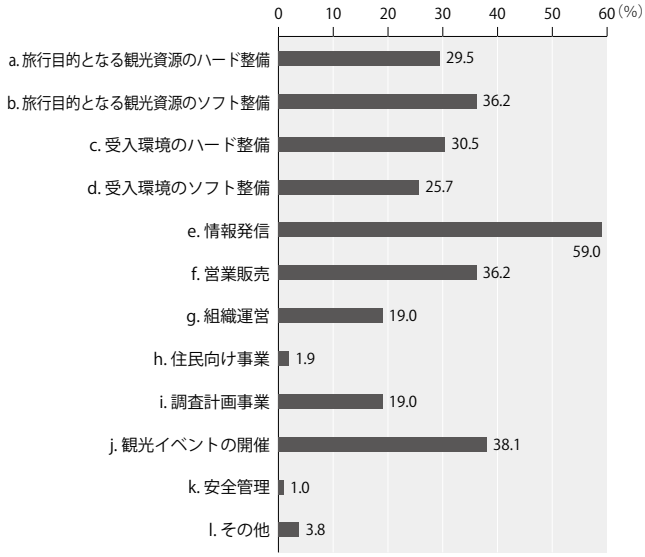
結果は図V-3-8に示す通りである。最も多かったのは「e. 情報発信」で62市町村（59.0%）が選択し、「j. 観光イベントの開催」が40市町村（38.1%）、「b. 旅行目的となる観光資源のソフト整備」および「f. 営業販売」がそれぞれ38市町村（36.2%）と続く。また、今年度新たに始めた取り組みについては、「インバウンド客を意識したWEBプロモーションの強化」、「ガストロノミーツアー等体験プログラムの開発」、「DMOおよびDMO候補法人の設立」等が挙げられた。

昨年度の調査結果と比較すると、全体の傾向は同様であるが、「b. 旅行目的となる観光資源のソフト整備」が「a. 旅行目的となる観光資源のハード整備」を上回った点が異なっている。このことから、ハード整備がある程度整った自治体では、旅行商品や体験プランの開発等、ソフト整備に事業を移行していることが予想される。一方で、受入環境の整備については、依然としてソフト面よりもハード面での整備がより重視されていると考えられる。

政令指定都市についてみると、最も多く選択された分野は「e. 情報発信」で、9市が事業を実施した。さらに「b. 旅行目的となる観光資源のソフト整備」を7市が、「f. 営業販売」を6市が選択した。そのほかの市町村と比較すると、全体の傾向は同様であるが、観光資源の整備に関してはハード面よりもソフト面を重視する自治体の割合が高いことがわかる。

また、今回の調査では「h. 住民向け事業」を重要な施策として選択する自治体はほとんど見られなかったが、自由記述欄では「地域住民が自ら考えた観光振興計画の策定」を行っている自治体や、「農林業の景観が基礎となり観光振興につながっていることを、住民へ認識してもらうことが課題」と述べている自治体、「住民が観光客を歓迎する意識が低く、街づくりが人を呼ぶという意識が低いことが課題」である自治体など、地域住民の暮らしと調和した観光まちづくりへの課題が多く見受けられた。

図V-3-8　2018年度に実施した代表的な事業分野（3つ選択して回答、n=105）



出所：「観光政策に関するアンケート調査（2019）」（公財）日本交通公社

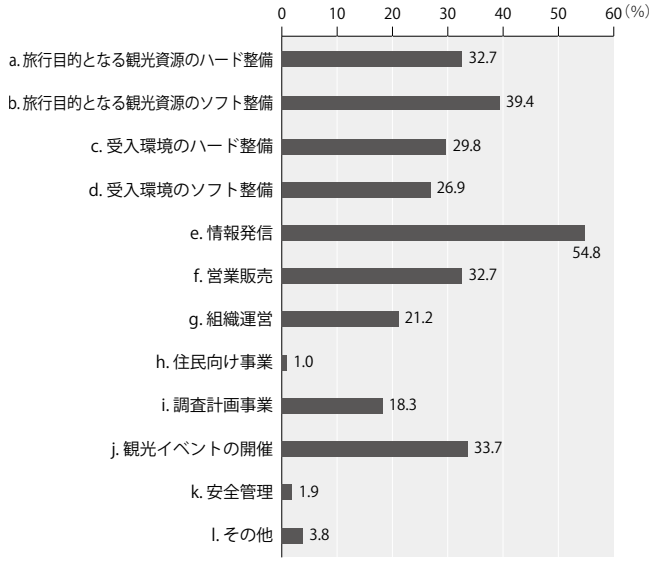
②2019年度に重点的に取り組む事業分野

2019年度に市町村が重点的に取り組む事業について、12の分野から代表的なものを3つ選択した上で、具体的な取り組み内容や目標について自由記述で回答を求めた。

結果は図V-3-9に示す通りである。最も多かったのは「e. 情報発信」で57市町村（54.8%）が選択し、「b. 旅行目的となる観光資源のソフト整備」が41市町村（39.4%）、「j. 観光イベントの開催」が35市町村（33.7%）と続く。この結果については、前出の2018年度に実施された重点施策と大きな違いは見られなかった。具体的な取り組み内容としては、「東京オリンピックやラグビーワールドカップを契機としたプロモーション」、「DMOの設立・運営」、「インバウンド向けWEBプロモーションの強化」、「海外旅行博への出展」、「観光デジタルマーケティングの取組」等が挙げられた。

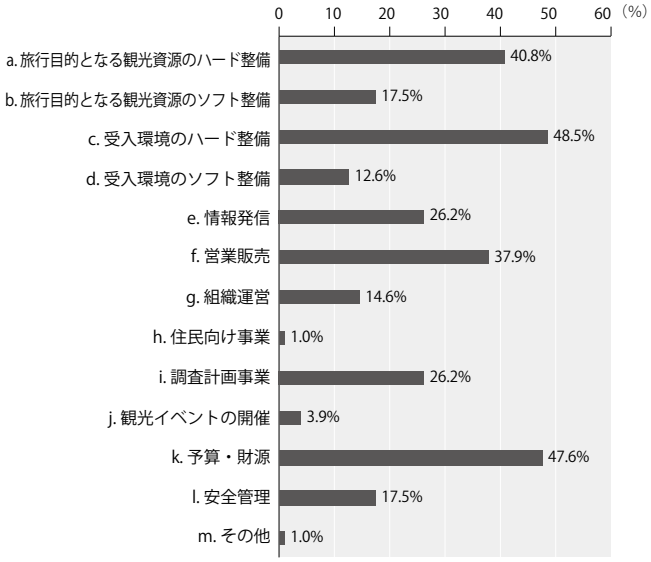
政令指定都市についてみると、最も多く選択された分野は「e. 情報発信」および「f. 営業販売」でそれぞれ7市が選択した。次に多かった分野は「b. 旅行目的となる観光資源のソフト整備」および「d. 受入環境のソフト整備」であり、それぞれ5市が選択した。

図V-3-9 2019年度に重点的に取り組む事業分野（3つ選択して回答、n=104）



出所：「観光政策に関するアンケート調査（2019）」（公財）日本交通公社

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、n=103）



出所：「観光政策に関するアンケート調査（2019）」（公財）日本交通公社

(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ものを3つ選択した上で、連携や役割分担に関する課題等について自由記述による回答を求めた。

結果は図V-3-10に示す通りである。最も多かったのは、「c.受入環境のハード整備」で50市町村（48.5%）が選択した。次いで、「k. 予算・財源」を49市町村（47.6%）、「a. 旅行目的となる観光資源のハード整備」を42市町村（40.8%）が選択した。自由記述によって回答を求めた都道府県との連携や役割分担に関する課題としては、「都道府県内の他自治体と必ずしも観光客のターゲット層が同じではないこと」、「広域連携をする際の情報共有の困難さ」、「広域で大枠の合意形成ができても事業実施の段階で利害が合わない」、「自治体の担当が頻繁に変わることによる作業効率の悪さ」等が挙げられた。

また、昨年度の調査では都道府県に主導的な役割を期待する事業について「k. 予算・財源」を選んだ自治体が73.8%で最も多い回答であったが、今年度の調査では全体の47.6%にとどまった。この背景としては、2018年より宿泊税の導入に関する議論等が各地で進められていることや、2019年1月に国際観光旅客税が導入されたことなど、財源に関する話題が活発になっていることなども考えられる。

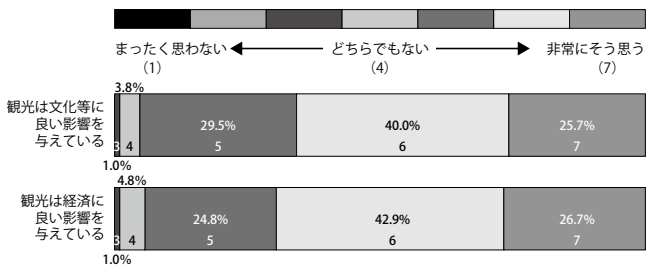
(4) 観光が地域に与える影響

①総合評価

観光が市町村に与える影響について、経済的観点および文化的観点から評価を求めた。具体的には、「観光は自市町村の経済に良い影響を与えている」、「観光は自市町村の文化の振興・賑わいの形成・交流人口の増大・愛着や誇りの情勢に良い影響を与えている」という項目に対し、「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。

結果は図V-3-11に示す通りである。経済的、文化的観点の双方に対して、1および2を選択した自治体はなく、3を選択した自治体は1市であった。また5～7を選択した自治体は、経済的観点による評価では99市町村（94.3%）、文化的観点による評価では100市町村（95.2%）であった。この結果より、観光が地域に与える影響は双方の観点からポジティブに評価されており、また両者の間で評価にほとんど差がないことがわかった。

図V-3-11 観光が地域の経済･文化等に与える影響（n=105）

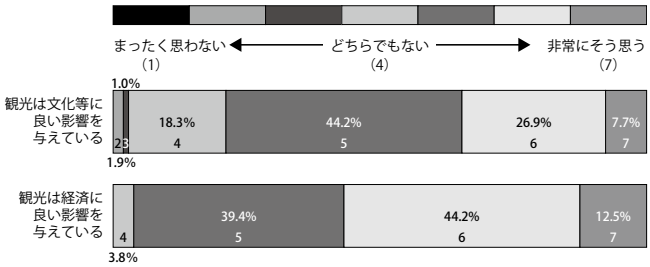


出所：「観光政策に関するアンケート調査（2019）」（公財）日本交通公社

②インバウンドの拡大・振興

インバウンドの拡大・振興が市町村に与える影響について、上述の総合評価と同様に、経済的観点および文化的観点から7段階で評価を求めた。結果は図V-3-12に示す通りである。経済的観点による評価では、1～3を選んだ自治体はなく、4を選んだ自治体は4市町村（3.8%）、5～7を選んだ自治体は100市町村（96.2%）であった。他方、文化的観点による評価では、1～3を選んだ自治体は3市町村（2.9%）、4を選んだ自治体は19市町村（18.3%）、5～7を選んだ自治体は82市町村（78.8%）であった。両者を比較すると、どちらも全体としてポジティブな影響があると評価されているものの、経済的観点による影響がより大きいことがわかる。

図V-3-12　インバウンドの拡大・振興が地域の経済・文化等に与える影響（n=104）

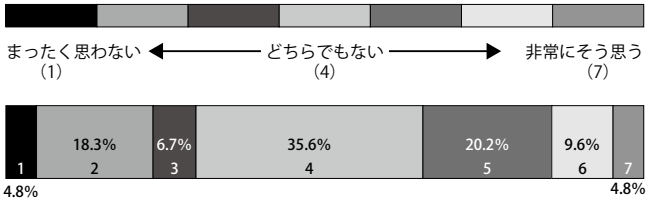


出所：「観光政策に関するアンケート調査（2019）」（公財）日本交通公社

③民泊

「民泊が自市町村にとって必要である」という項目に対し、同様に7段階での評価を求めた。結果は図V-3-13に示す通りである。1～3を選んだ自治体は31市町村（29.8%）、4を選んだ自治体は37市町村（35.6%）、5～7を選んだ自治体は36市町村（34.6%）と、民泊に対する評価については、自治体によってばらつきがあることがわかった。また、民泊が必要であると回答している自治体の中には、違法民泊を取り締まるチームや実働部隊を設置するなど、独自の取り組みを行っている自治体があることが自由記述欄の回答から見受けられた。

図V-3-13　民泊の必要性（n=104）

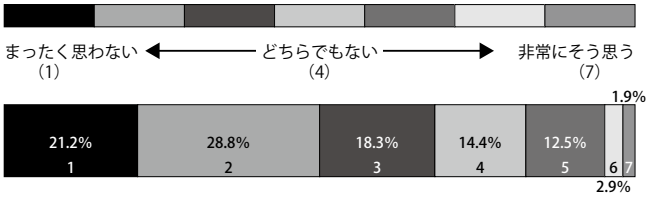


出所：「観光政策に関するアンケート調査（2019）」（公財）日本交通公社

④オーバーツーリズムに対する評価

「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が生じている」という項目に対し、同様に7段階での評価を求めた。結果は図V-3-14に示す通りである。1～3を選んだ自治体は71市町村（68.3%）、4を選んだ自治体は15市町村（14.4%）、5～7を選んだ自治体は18市町村（17.3%）であった。この結果から、昨年までの傾向と同様に、全体としてオーバーツーリズムによる実質的な負の影響を受けている自治体は少ないことがわかった。しかし、自由記述欄では「観光ハイシーズンの交通渋滞等について、地域住民と話し合いの場を設けている」「観光事業者とその他の市民との間で、観光客受け入れの姿勢について認識の違いがある」という声も見受けられ、一部の自治体ではオーバーツーリズム対策が喫緊の課題となっていることが明らかとなった。

図V-3-14　オーバーツーリズムの発生（n=104）

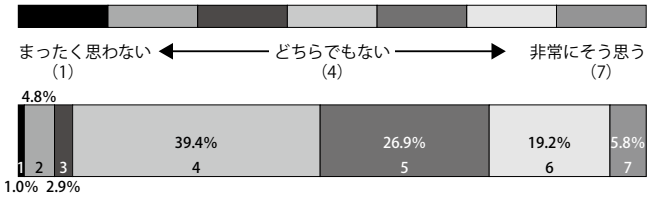


出所：「観光政策に関するアンケート調査（2019）」（公財）日本交通公社

⑤観光客を含めた受益者負担

「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」という項目に対して、同様に7段階での評価を求めた。結果は図V-3-15に示す通りである。1～3を選んだ自治体は9市町村（8.7%）、4を選んだ自治体は41市町村（39.4%）、5～7を選んだ自治体は54市町村（51.9%）であり、昨年の結果と同様に、観光客を含めた受益者負担の導入については、全体として積極的な傾向が見られる。

図V-3-15　観光客を含めた受益者負担の必要性（n=104）



出所：「観光政策に関するアンケート調査（2019）」（公財）日本交通公社

(5) 都道府県に対する調査結果との比較

本書前項で取り上げた都道府県に対する調査と、本項で取り上げた主要市町村に対する調査は、一部を除き設問の構成を統一し比較可能な形式となっている。以下、比較結果の一部を紹介する。

①実施した代表的な事業分野

都道府県が2018年度に実施した重点施策のうち、最も多く回答を得た分野は「情報発信」（85.0%）、次いで「旅行目的となる観光資源のソフト整備」（75.0%）であり、ほとんどの

都道府県がこの2つの分野を重視していることがわかる（図V-2-8）。一方、市町村が2018年度に実施した重点施策のうち、最も多く回答を得た分野は「情報発信」（59.0%）であり、「観光イベントの開催」（38.1%）、「旅行目的となる観光資源のソフト整備」（36.2%）、「営業販売」（36.2%）と続く（図V-3-8）。この結果から、全国的に都道府県の役割は共通しており、広域プロモーションや周遊ルートの整備等を担っていると考えられるが、市町村単位ではそれぞれの自治体の方針により重視する施策にばらつきがあることがわかる。

②主導的な役割を果たすことを期待する事業分野

都道府県が市町村に対して主導的な役割を担うことを期待する事業分野として、最も多く選択されたものは「受入環境のハード整備」（66.7%）であり、次いで「旅行目的となる観光資源のハード整備」（46.2%）であった（図V-2-12）。一方、市町村が都道府県に対して主導的な役割を担うことを期待する事業分野として、最も多く選択されたものは「受入環境のハード整備」（48.5%）、次いで「予算・財源」（47.6%）、「旅行目的となる観光資源のハード整備」（40.8%）であった（図V-3-10）。この結果から、「受入環境のハード整備」および「旅行目的となる観光資源のハード整備」について、都道府県と市町村の双方が、もう一方に主導的な役割を担うことを期待していることがわかる。ハード整備に関しては市町村単位で事業を実施することを基本としながらも、複数の自治体を横断する二次交通の整備等は都道府県が担当するなど、適切な役割分担と効率的な予算の分配が行われることが期待される。

③民泊および受益者負担の必要性に対する評価

また、都道府県と市町村で回答の傾向が異なった項目として、「民泊の必要性」と「観光を含めた受益者負担の必要性」に対する評価が挙げられる。具体的には、民泊の必要性に対して、都道府県では7段階評価のうち7.7%が1～3を、48.7%が5～7を選択しているのに対し（図V-2-15）、市町村では29.8%が1～3を、34.6%が5～7を選択した（図V-3-13）。この結果から、都道府県の方が民泊の推進に積極的である一方、違法民泊の取り締まりや騒音・ゴミ問題など、実際に現場での対処を求められる市町村ではやや消極的な傾向にあると考えられる。

一方、観光客を含めた受益者負担の必要性に対しては、7段階評価のうち5～7を選択した割合について、都道府県では25.6%（図V-2-17）、市町村では51.9%であった（図V-3-15）。この結果から、観光客の増加に対応する行政サービスを直接的に担う市町村の方が、都道府県よりも受益者負担制度の導入による新たな財源の確保に積極的であると考えられる。

（工藤　亜稀）

付記

観光研究

ここでは、わが国の観光の発展に寄与する学術面での「観光研究の動き」を概観する。

(1) 日本国内の観光関連学会

データベース「学会名鑑」(日本学術会議、公益財団法人日本学術協力財団、国立研究開発法人科学技術振興機構)によると、2019年8月現在、国内主要学術団体(2038件)のうち、学会名称に「観光」「ツーリズム」「旅行」「リゾート」「余暇」「レジャー」「レクリエーション」「ホスピタリティ」のいずれかの語を含む学会(以下「国内の観光関連学会」)は、合計で12団体である(表 付記-1)。

2018年度には、コンテンツツーリズム学会(2011年設立)が、新たに日本学術会議協力学術研究団体に指定されている(2019年3月28日付)。同学会は、コンテンツツーリズムとは「地域に『コンテンツを通じて醸成された地域固有のイメージ』としての『物語性』『テーマ性』を付加し、その物語性を観光資源として活用すること」であるとして、コンテンツを活用した観光振興及び地域活性化の研究と実践のための活動を行っている。

この他、「学会名鑑」には掲載されていないものの、観光関連の学会活動を行っている団体には、日本旅行医学会(2002年設立)、日本環太平洋観光学会(2007年)、ものがたり観光行動学会(2009年)、国際観光医療学会(2010年)、長期滞在型・ロングステイ観光学会(2016年)などがある。

①全国大会

主な国内の観光関連学会の大会テーマは、「都市観光の展望と課題」(日本観光学会)、「レジャー・レクリエーションのデスティネーション(目的地)づくり」(日本レジャー・レクリエーション学会)、「余暇ツーリズムと地域興隆」(余暇ツーリズム学会)、「スポーツと観光」(日本国際観光学会)、「自然環境共生とホスピタリティ・マネジメント」(日本ホスピタリティ・マネジメント学会)、「観光をめぐる新しい動向と観光ホスピタリティ教育」(日本観光ホスピタリティ教育学会)などであった。

②機関誌・学会誌

各学会が発行する機関誌・学会誌は合計13誌である。2018年度に発行された機関誌・学会誌の中で特集テーマが設定されていたものとしては、「観光の経済効果と地域財源の確保」(日本観光研究学会)、「おみやげは越えていく−オーセンティシティ・ローカリティ・コモディティ」「デジタルテクノロジーとツーリズムの関係性を問う」(観光学術学会)、「急増するインバウンドと観光情報」(観光情報学会)などがあった。

(2) 大学・大学院

「観光」「ツーリズム」「ホスピタリティ」のいずれかの語を含む学部、学科を有する大学は43、大学院は9存在している(表 付記-2)。2018年度は、琉球大学が観光産業科学部(観光科学科、産業経営学科)を、国際地域創造学部国際地域創造学科の1学科へと改組した。一方、首都大学東京は、都市環境学部自然・文化ツーリズムコースを観光科学科へと改組し、1年生から学部学生を受け入れるようになった。

観光産業における人材育成が課題となっているなか、観光庁では、宿泊業をはじめとした地域の観光産業の経営力強化や生産性向上を目指して、全国10大学にて「社会人向け講座」(募集人員各大学20名程度、受講料原則無料)を開講した(表 付記-3)。また東京都も東洋大学と連携して、インバウンド振興にあたり地域や企業でリーダーの役割を担う人材の育成を目的に、「観光経営人材育成講座」(定員30名、受講料無料)を開講した。

(3) 科学研究費助成事業における観光学の扱い

2018年度の科学研究費助成事業(以下、科研費)「観光学関連」(小区分80020)における新規採択件数は79件、研究種目の内訳は若手研究17件、基盤研究(B)8件、基盤研究(C)54件であった。今後、配分される科研費の合計は3億5,607万円となっている。

研究のキーワードとしては、観光(11)、インバウンド(5)、DMO(4)、地域振興(3)、文化遺産(3)、観光地経営(3)、観光政策(3)、観光資源(3)などが多く設定されている。

新規採択件数を研究機関別にみると、3件採択された大学は、北海道大学(総配布額22,100千円)、首都大学東京(同11,960千円)、立命館アジア太平洋大学(同25,090千円)であり、2件で和歌山大学、高崎経済大学、奈良県立大学、帝京大学、東海大学、日本大学、名城大学、日本交通公社が続く。

(吉澤清良)

表 付記-2 日本の観光関連大学・大学院の数

	大学	学部	学科	大学院
2018年度	43	16	45	9
2017年度	42	17	44	9
2016年度	44	17	46	9

(注)大学の場合は学部・学科名に、大学院の場合は研究科・専攻名に「観光」「ツーリズム」「ホスピタリティ」という言葉を含むもののみをカウント。
資料:文部科学省「年度別開設大学等一覧」、各大学サイトより(公財)日本交通公社作成

表 付記-1 国内の観光関連学会の概要　（設立年順）

	学会名・会員数	会長、本部/事務局、支部	活動内容	学会誌（機関誌）、大会論文集
1	日本観光学会 Japan Academic Society of Tourism（JAST） ○正会員　205名 ○準会員（大学院生）　28名 ○賛助会員　1名 （2019年7月現在）	【会長】 神頭広好（愛知大学） 【本部/事務局】 青山学院大学社会情報学部 長橋研究室内 【支部】 東北・北海道支部、関東支部、中部支部、関西・中四国支部、九州・沖縄支部	○全国大会の開催（年1回、研究報告、シンポジウム、学会総会等） （2018年度第112回全国大会テーマ：都市観光の展望と課題） ○支部会（研究発表会、支部総会）の開催 ○第2回学生観光プレゼン大会（関東支部主催） ○機関誌の発行（『日本観光学会誌』、年1回） ○学会賞の授与	【学会誌】 『日本観光学会誌』 （1996年～、年１回） （前身『日本観光学会研究報告』1961～1995年） （2018年度：第59号　論文4本、研究ノート2本、編集委員会寄稿1本、書評2本） 【大会論文集】 『研究発表要旨集』 （年1回）
2	日本レジャー・レクリエーション学会 Japan society of Leisure and Recreation Studies（JSLRS） ○正会員　296名 ○購読会員　22団体 （2019年3月現在）	【会長】 坂口正治（東洋大学） 【本部/事務局】 早稲田大学　前橋明研究室内 【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） （2018年度第48回学会大会テーマ：レジャー・レクリエーションのデスティネーション（目的地）づくり） ○研究会・講演会等の開催 ○機関誌の発行（『レジャー・レクリエーション研究』） ○学会ニュースの発行（年2～3回） ○学会賞の授与（日本レジャー・レクリエーション学会賞（学会賞、研究奨励賞、支援実践奨励賞、貢献賞）、2007年～） ○研究の助成（研究助成金制度、2011年～） ○内外の諸団体との連絡と情報の交換（世界レジャー機関、全米レクリエーション公園協会との情報交換、ホームページのリンク等）	【学会誌】 『レジャー・レクリエーション研究』 （1992年～、年2回） （前身『レクリエーション研究』1965～1991年） （2018年度：第85号　原著2本、研究資料1本／第86号　第48回学会発表論文集／第87号　原著2本、第48回学会大会基調講演1本、シンポジウム5本） 【大会論文集】 なし（学会誌に発表要旨を掲載）
3	余暇ツーリズム学会 The Association for Leisure and Tourism Studies ○研究者　141名 ○実務家　77名 ○大学院生　38名 ○賛助会員　7名 （2019年8月現在）	【会長】 長谷川惠一（早稲田大学） 【本部/事務局】 早稲田大学商学学術院　長谷川惠一研究室内 【支部】 関東支部、九州支部	○学会大会の開催（年1回、自由論題報告、会員総会、統一論題報告・討論等） （2018年度第6回全国大会テーマ：余暇ツーリズムと地域興隆） ※2012年6月、日本余暇学会とツーリズム学会の統合後、第6回目の開催 ○支部大会の開催（年1～2回、研究発表等） ○研究部会の開催（ライフスタイル研究部会、観光地域ストーリー研究部会、ヘルス・スポーツツーリズム研究部会、飲料サービス研究部会、レジャー・スタディーズ研究部会、エンタテインメント・ツーリズム研究部会、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） ○学会誌の発行（『余暇ツーリズム学会誌』） ○ニュースレターの発行（年数回） ○図書の編集（『余暇学を学ぶ人のために』『余暇事業論ー多様化する余暇事業の未来予測』等、合計4冊） ○受託研究 ○会員の研究活動支援 ○学会賞の授与（2016年～）	【学会誌】 『余暇ツーリズム学会誌』 （前身『余暇学研究』1998～2013年） （2014年3月～、年1回） （2018年度：第6号　論文7本、研究ノート2本、特別寄稿論文（統一論題）3本） 【大会論文集】 『余暇ツーリズム学会大会研究報告予稿集』 （2013年～、年1回）
4	日本観光研究学会 Japan Institute of Tourism Research（JITR） ○正会員　1,033名 ○準会員　8名 ○名誉会員　9名 ○賛助会員　6団体 ○特別会員　8団体 （2019年7月現在）	【会長】 下村彰男（東京大学大学院） 【本部/事務局】 豊島区西池袋4-16-19 コンフォルト池袋106 【支部】 関西支部（2003年7月設立）、九州・韓国南部支部（2007年4月設立）、東北支部（2015年3月設立）	○全国大会の開催（年1回、講演会、シンポジウム、研究発表等） （2018年度第33回全国大会シンポジウムテーマ：場所の記憶を歩く ～日常風景の観光化～） ○総会の開催（年1回、講演、学会賞表彰、シンポジウム） ○研究分科会の設置、助成 ○研究懇話会（年2回、1月と7月）の開催 ○支部の活動 ○機関誌の発行（『観光研究』） ○観光学全集の発行 ○会務報告の発行（『会務報告』、年2回） ○メールニュースの配信 ○特別研究の助成 ○学会賞の授与（論文奨励賞、観光著作賞、2007年度～） ○優秀論文賞の授与 ○図書の監修（『観光学全集』全10巻予定） ○観光研究に関する外国諸団体との交流　　等	【学会誌】 『観光研究』 （1987年～、年2回） （2018年度：Vol.30 No.1　論文2本、資料1本、論説1本、学会活動報告／Vol.30 No.2　論文4本、研究ノート1本、特集「観光の経済効果と地域財源の確保」5本、学会活動報告） 【大会論文集】 『全国大会学術論文集』 （1986年～、年1回）
5	日本国際観光学会 Japan Foundation for International Tourism（JAFIT） ○正会員　375名 ○学生会員　36名 ○名誉会員　2名 ○賛助会員　2団体 （2019年7月現在）	【会長】 島川崇（東洋大学） 【本部/事務局】 渋谷区神宮前6-19-3 東邦ビル5階 Tel：03-3400-1630 【支部】 なし	○全国大会の開催（年1回、基調講演、研究発表等） （2018年度第22回全国大会テーマ：スポーツと観光） ○例会の開催（研究発表、講演、年5回） ○論文集の発行（『日本国際観光学会論文集』） ○産学協同セミナー「ツーリズム・フォーラム」の開催（年6回、2003年～） ○自由論集の発行（年１回） ○国内外でのシンポジウム開催 ○国際観光研修旅行の実施 ○教科書・学術書の出版 ○懸賞論文の実施（太田記念国際観光懸賞論文） ○国際観光に関する学術調査及び研究 ○内外の企業、団体、個人からの委託研究 ○関連学会、協会との連絡及び交流	【学会誌】 『日本国際観光学会論文集』 （1993年～、年1回） （2018年度：第26号　論文14本、研究ノート9本、旅工房・日本国際観光学会助成研究プロジェクト報告1本） 【大会論文集】 『全国大会梗概集』 （2001年～、年1回発行）
6	日本ホスピタリティ・マネジメント学会 Japan Academic Society of Hospitality Management(JASH) ○正会員　261名 ○学生会員　3名 ○名誉会員　6名 （2019年9月現在）	【会長】 山本壽夫（日本大学） 【本部/事務局】 日本大学　山本壽夫研究室内 【支部】 関東支部、関西支部、九州支部	○全国大会の開催（年1回、研究発表、年次総会、基調講演、パネルディスカッション等） （2018年度第27回全国大会テーマ：自然環境共生とホスピタリティ・マネジメント） ○研究専門部会の開催（適宜） ○研究発表会（各支部それぞれ年2回） ○学会誌の発行（『HOSPITALITY』『International Journal of Japan Academic Society of Hospitality Management』） ○図書・報告等の発行 ○学会賞の授与（日本ホスピタリティ・マネジメント学会大賞等） ○内外の学会、その他関連団体との連絡	【学会誌】 『HOSPITALITY』 （1993年～2012年度：年1回、2013～2015年度：年2回、2016年度～：年1回） （2018年度：第29号　論文9本、研究ノート1本） 『International Journal of Japan Academic Society of Hospitality Management』 （2012年～、年1回（2013年は年2本）） （2018年度：Vol.5 No.1　論文2本） 【大会論文集】 なし

	学会名・会員数	会長、本部/事務局、支部	活動内容	学会誌（機関誌）、大会論文集
7	総合観光学会 The Japan Society for Interdisciplinary Tourism Studies ○正会員　195名 ○学生会員　43名 ○法人会員　5団体 （2019年3月現在）	【会長】 山下晋司（帝京平成大学） 【本部/事務局】 日本大学 商学部内 【支部】 なし	○全国学術研究大会の開催（年2回、研究発表、シンポジウム、特別講演、自由論題報告、パネルディスカッション、視察研究等） ○学会誌の発行（『総合観光研究』） ○会報の発行 ○海外の研究者との交流 ○研究成果を著書として発刊 ○観光関連の文献・データの収集	【学会誌】 『総合観光研究』 （2002年～、年1回） 【大会論文集】 なし
8	観光まちづくり学会 The Society of Tourism and Community Design ○正会員　113名 ○学生会員　4名 ○法人会員　3団体 ○名誉会員　6名 （2019年9月末現在）	【会長】 細野昌和（北海商科大学） 【本部/事務局】 （一社）岩手県土木技術センター内 【支部】 北海道支部（2008年～）	○役員会、総会の開催 ○研究大会の開催（年1回、基調講演、研究発表、会員総会等） （2018年度第17回研究発表会基調講演テーマ：日伯交流に見るブラジルのまちづくりの課題と展望について） ○講演会、講習会の開催 ○調査研究、視察会の開催 ○学会誌の発行（『観光まちづくり学会誌』） ○学会賞の授与（学術論文賞・優秀発表賞）	【学会誌】 『観光まちづくり学会誌』 （2003年～、年1回） （2018年度：第16号　論文2本、報告2本） 【大会論文集】 なし（学会誌及び学会ホームページに掲載）
9	日本観光ホスピタリティ教育学会 The Japanese Society of Tourism and Hospitarity Educators（JSTHE） ○正会員　159名 ○準会員　16名 ○特別会員　1団体 ○名誉会員　4名 （2019年8月現在）	【会長】 小畑力人（大阪初芝学園） 【本部/事務局】 杏林大学外国語学部内 【支部】 なし	○全国大会の開催（年1回、講演、事例報告、教育実践報告・研究教育論文発表、ワークショップ等） （2018年度第18回全国大会テーマ：観光をめぐる新しい動向と観光ホスピタリティ教育） ○総会・シンポジウムの開催（年1回） ○研究会の開催（年1～3回） ○機関誌の発行（『観光ホスピタリティ教育』） ○学術論文集の発行（『全国大会論文集』） ○学会報の発行（年3回程度）	【学会誌】 『観光ホスピタリティ教育』 （2006年～、年1回） （2018年度：第12号　論文1本、教育実践報告1本、書評3本、全国大会報告、総会報告） 【大会論文集】 『全国大会論文集』 （年1回）
10	観光情報学会 Society for Tourism Informatics ○正会員　171名 ○賛助会員　41名 ○団体会員　5団体 （2019年7月現在）	【会長】 大薮多可志（日本海国際交流センター） 【本部/事務局】 北海道大学大学院情報科学研究科内 【支部】 なし	○全国大会の開催（年1回、基調講演、パネル討論、学術講演セッション、総会等） （2018年度第15回全国大会基調講演テーマ：観光地経営におけるDMOの果たすべきマネジメント機能） ○研究発表会の開催（年2回、研究発表、エクスカーション） ○観光情報学研究会の開催（さっぽろ、はこだて、かが・のと、たいせつカムイ、ちゅうしこく、いわて、オホーツク圏、とうかい、きゅうしゅう、さんいんさんよう） ○学会誌の発行（『観光と情報』） ○賞の授与（大会優秀賞、大会奨励賞、研究発表会優秀賞、研究発表会奨励賞、功労賞） ○メールニュースの配信 ○情報提供事業、コンサルティング、活動支援　　等	【学会誌】 『観光と情報』 （2005年度～、年1回） （2018年度：第14巻　学術研究論文6本、特集記事3本） 【大会論文集】 『全国大会講演予稿集』 （2004年度～、年1回） 『研究発表会講演論文集』 （2009年度～、年2回）
11	コンテンツツーリズム学会 THE ACADEMY OF CONTENTS TOURISM（ACT） ○正会員　108名 ○学生会員(大学院生)　18名 （2019年3月現在）	【会長】 増淵敏之（法政大学） 【本部/事務局】 〒102-0073 東京都千代田区九段北3-3-9 法政大学大学院政策創造研究科 増淵敏之研究室内 【支部】 なし	○論文発表大会（年1回、特別講演、論文発表、講評等） （2018年度第6回全国大会特別講演テーマ：私たちのミライチケット～『ラブライブ！サンシャイン！！』と一緒に輝きたい～） ○学会論文集の発行（『コンテンツツーリズム学会論文集』） ○シンポジウムの開催（年1回）（2018年度基調講演テーマ：コンテンツツーリズムとテレビ～テレ東流ハンデを武器にする旅番組～／パネルディスカッションテーマ：コンテンツツーリズムとテレビ） ○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） （2018年度：論文2本、研究ノート3本） 【大会論文集】 なし
12	観光学術学会 Japan Society for Tourism Studies(JSTS) ○正会員（一般）　346名 ○正会員（院生）　80名 ○正会員（シニア）　2名 ○準会員　2名 ○名誉会員　1名 （2019年7月現在）	【会長】 橋本和也（京都文教大学） 【本部/事務局】 （有）CR-ASSIST（大阪府） 【支部】 なし	○全国大会の開催（年1回、基調講演、フォーラム、大学院生育成セミナー、学生ポスターセッション、一般研究発表等） （2018年度第7回全国大会シンポジウムテーマ：デジタルデバイスがツーリズムにもたらすものを展望する） ○研究集会の開催（2018年度第6回研究集会テーマ：伝統芸能と観光） ○機関誌の発行（『観光学評論』） ○学会賞の授与（著作賞、論文賞、教育・啓蒙著作賞など8種、2013年度～） ○図書等の刊行 ○観光学の研究調査 ○国内外の学術団体、学会との連絡・交流	【学会誌】 『観光学評論』 （2012年度～、年1回／2013年度～、年2回） （2018年 度：vol.7 No.1　特 集 論 文5本、書 評1本／ vol.6 No.2　萌芽論文1本、特集論文4本、書評1本） 【大会論文集】 『全国大会発表要旨集』 （2012年度～、年1回）

（注）データベース「学会名鑑」（日本学術会議、公益財団法人日本学術協力財団、国立研究開発法人科学技術振興機構、http://gakkai.jst.go.jp/gakkai/）に収録されている国内の主要学術団体（2,038件）のうち、学会名称に「観光」「ツーリズム」「旅行」「リゾート」「余暇」「レジャー」「レクリエーション」「ホスピタリティ」のいずれかの語が含まれる学会を「国内の観光関連学会」として抽出した。
資料：データベース「学会名鑑」、各学会ホームページ、各学会への聞き取り調査から（公財）日本交通公社作成（2019年9月現在）

表 付記-3 地域の観光産業を担う中核人材育成講座のテーマ（2018年度）

大学	講座テーマ
青森大学	自然資源を活かした体験型観光商品開発セミナー
明海大学	宿泊施設に従事するミドルマネジメント層育成プログラム
東洋大学	ホスピタリティ産業における女性活躍と組織づくり講座
横浜商科大学	MICE ビジネス中核人材育成講座
信州大学	山岳観光資源を活かしたユニバーサルツーリズム推進人材育成事業
神戸山手大学	ツーリズムプロデューサー養成課程
鹿児島大学	世界自然遺産によるエコツアー DMO 形成のための中核人材育成プログラム
小樽商科大学	観光産業の中核を担う経営人材育成講座
和歌山大学	観光カリスマ講座
大分大学	宿泊業のイノベーションと経営課題

資料：観光庁ホームページより（公財）日本交通公社作成

表 付記-5 科研費「観光学関連」の採択件数の上位研究機関（2018年度）

研究機関	採択件数	総配布額（千円）
北海道大学	3	22,100
首都大学東京	3	11,960
立命館アジア太平洋大学	3	25,090
和歌山大学	2	8,320
高崎経済大学	2	8,190
奈良県立大学	2	3,510
帝京大学	2	8,060
東海大学	2	5,850
日本大学	2	8,710
名城大学	2	8,450
公益財団法人日本交通公社	2	8,450

（注）審査区分において「小区分80020：観光学関連」、また研究期間の開始年度が2018年度のものを対象としている。
資料：科学研究費助成事業データベースより（公財）日本交通公社作成

表 付記-4 科研費「観光学関連」の新規採択研究課題（2018年度～）

研究課題	研究種目	代表研究機関
コンテンツツーリズムにおけるコト-モノ-ヒトの相互作用に関する実態調査研究	若手研究	大手前大学
旅行費用法に基づく仮想行動法による観光地全体のレクリエーション価値の計測の精緻化	若手研究	名城大学
観光分野における起業家の育成と支援に関する研究	若手研究	静岡英和学院大学
リアルタイムの情報提供による自律的な不便益回避と観光行動の誘発に関する実証研究	若手研究	東洋大学
ポリネシア・ツバルにおける気候変動ツーリズムと観光経験	若手研究	東京経済大学
地域の観光施策立案・評価に向けた統計データ分析に関する研究	若手研究	東海大学
イスラミック・ツーリズムにおける観光経験のコンテクスト・プラクティスをめぐる研究	若手研究	高崎経済大学
多層ネットワーク構造形成によるフード・ツーリズムの持続性に関する研究	若手研究	秀明大学
近現代の比叡山におけるツーリズム空間化による教団システムの変容	若手研究	名桜大学
価値共創の視点からの移住・定住促進に関する研究	若手研究	奈良県立大学
開発途上国における観光者の問題視される行動に関する研究	若手研究	奈良県立大学
宗教的聖地における聖性イメージとマネジメントに関する研究	若手研究	大阪府立大学
郷土菓子の「真正性」と農村ツーリズム振興：日仏比較から	若手研究	大阪市立大学
観光政策立案実践の為に自治体職員に必要となる専門スキル把握と教育プログラムの提案	若手研究	首都大学東京
周辺地域における海岸観光地の存立基盤と適正利用に関する比較研究	若手研究	首都大学東京
台湾の農村地域における観光資源の利用実態の解明に向けたビッグデータによる空間分析	若手研究	総合地球環境学研究所
観光協会のDMO化に関する組織論的研究	若手研究	北海道大学
The opportunity development for the role of Japanese food overseas as an ambassador for tourism marketing	基盤研究(B)	立命館アジア太平洋大学
Uncovering the black-box of educational dark tourism: Comparative analysis of the mechanisms of packaging and perceiving of war narratives through war heritage sites between former enemies	基盤研究(B)	立命館アジア太平洋大学
持続的なまちづくりの視点からみた負の現地遺構の保存活用に関する研究	基盤研究(B)	長崎大学
サステナブルツーリズムによるSDGsの推進：レジリエンスを基盤として	基盤研究(B)	和歌山大学
観光地域における資源戦略のための地域資源の高度利用プロセスの研究	基盤研究(B)	北陸先端科学技術大学院大学
伝統工芸品の魅力を発信する多感覚融合ICTシステムの開発	基盤研究(B)	宇都宮大学
「観光の組織化」と地域構造変容のダイナミズムに基づく次世代観光戦略の構築	基盤研究(B)	山形大学
拡張精緻化見込モデルによる東アジア・インバウンド観光者の情報消費行動研究	基盤研究(B)	北海道大学
センサーデータと深層学習を活用した車いす観光のための最適経路導出	基盤研究(C)	苫小牧工業高等専門学校
説得的コミュニケーションによる外国人観光客の普及啓発―地獄谷野猿公苑の事例研究	基盤研究(C)	立命館アジア太平洋大学
道に焦点を当てた、トルコ地中海地方の観光の発展と変容に関する社会人類学的研究	基盤研究(C)	福岡女学院大学
ワインツーリズムの空間的展開と地域の変容に関する総合的研究―スペインを事例にして	基盤研究(C)	久留米大学
観光と社会空間の再構築に関する文化人類学的研究　―長島をめぐって―	基盤研究(C)	就実大学
サービス人材の業務能力と問題解決スタイルが顧客価値に与える影響：旅館を中心に	基盤研究(C)	帝塚山大学
ガストロノミーを資源としたフードトレイルのマネジメントと創造性の研究	基盤研究(C)	大阪成蹊大学
持続可能な観光と国際認証の有効性に関する多面的分析	基盤研究(C)	名城大学
高齢化社会におけるバリアフリー観光推進のための観光地内協力関係の構築に関する研究	基盤研究(C)	岐阜聖徳学園大学
訪日外国人旅行者との対話モデルの構築：対話原理に基づく意味共有と価値創造の体系化	基盤研究(C)	日本女子大学
東日本におけるクルーズ観光活性化のための新たな寄港地選定と誘致方策の検討	基盤研究(C)	日本大学
世界遺産登録が地域社会に及ぼす影響に関する事例研究――まなざしと再帰性から	基盤研究(C)	日本大学
多文化ネットワークによる地域活性化とインバウンド観光振興に関する社会学的研究	基盤研究(C)	東海大学
歴史的建造物の再生に関わるステークホルダーの構造的関係～自立的運用モデルの構築～	基盤研究(C)	帝京大学
「こだわり」の旅が自分らしさの感覚に与える影響：「フォトジェニックな旅」の効果	基盤研究(C)	帝京大学
ペーパートレイル：高齢化、健康志向時代における自然歩道システムの役割とその再構築	基盤研究(C)	大正大学
欧州における日本のポップカルチャー・イベントの形成・発展プロセスに関する研究	基盤研究(C)	青山学院大学
外国人人材を活用した日本のインバウンド観光の持続的発展に関する研究	基盤研究(C)	城西国際大学
個人旅行客の受け入れによる農家民泊経営モデルの構築	基盤研究(C)	千葉商科大学
マルチステークホルダーの視点に基づく観光地競争力構築の有効性と限界に関する研究	基盤研究(C)	東北学院大学
観光過疎地域における地域ポテンシャルの発掘手法に関する研究	基盤研究(C)	札幌国際大学
人の観光にかかる意思決定構造のモデル化とローカル・リビングヘリテージの維持・保全	基盤研究(C)	滋賀県立大学
実際の観光地におけるキャプション評価法を用いた中国人による観光資源の認識構造	基盤研究(C)	広島大学
学際的アプローチによる相互利益に配慮したボランティア・ツーリズムに関する研究	基盤研究(C)	和歌山大学
独墺の観光事業に見る「ロマンティック・イメージ」形成についての文化史的研究	基盤研究(C)	横浜国立大学
観光地経営におけるDMOとステークホルダーの関係性マネジメント	基盤研究(C)	群馬大学
法的視点を通した民泊制度の再評価	基盤研究(C)	福島大学
The role of intra-cultural and cross-cultural tourist-tourist interactions in the tourism service encounter	基盤研究(C)	小樽商科大学
地方創生と働き方改革時代における 旅館業界の人材確保・育成に関する研究	基盤研究(C)	公益財団法人日本交通公社
観光地におけるサービス経済社会に適した持続力ある多種間連携形成のあり方	基盤研究(C)	公益財団法人日本交通公社
ワインツーリズム推進策の国際比較的見地からの政策人類学的な分析	基盤研究(C)	国立民族学博物館
ダークツーリズムを援用した災害記憶ならびに復興記憶の継承手法確立	基盤研究(C)	熊本学園大学
民俗芸能のグローカル化と実践的観光活用に関する研究	基盤研究(C)	筑紫女学園大学
高関与旅行者における意思決定プロセスのモデル化―アニメ聖地巡礼を事例としてー	基盤研究(C)	関東学院大学
観光地における街路修景と生活基盤の質的向上に向けた街区整備手法の評価	基盤研究(C)	広島工業大学
観光政策と文化政策の政策統合に関する国際比較研究―文化観光に着目して―	基盤研究(C)	摂南大学
ツーリズムクラスター形成を促す地域エコシステムとしてのDMOの理論的・実証的研究	基盤研究(C)	近畿大学
デスティネーション・ブランディングにおけるDMOモデルの研究	基盤研究(C)	関西大学
地域における観光人材戦略の構築と理論化	基盤研究(C)	京都文教大学
現代アートの「異化効果」に注目した、アートツーリズムによる認知構造転換の実証分析	基盤研究(C)	京都産業大学
観光倫理教育の深化に向けた哲学的・倫理学的基礎研究	基盤研究(C)	京都外国語大学
ネット社会におけるインバウンド観光客・定住者を意識した文化伝達の言語表現	基盤研究(C)	中央大学
ESDに立脚する小中高一貫した観光教育のカリキュラムの構築	基盤研究(C)	玉川大学
東アジアにおけるボーダーレス観光推進に向けたフレームワークの構築に関する研 究	基盤研究(C)	杏林大学
コンテンツツーリズムにおける歴史像の構築と歴史系博物館の役割に関する実証的研究	基盤研究(C)	桜美林大学
行動論的分析を基軸とした新たな観光まちづくり手法に関する実践的研究	基盤研究(C)	山口県立大学
都市近郊における散策路事業の成立構造・計画思潮の変遷と縮退時代における活用可能性	基盤研究(C)	首都大学東京
小規模旅館業の労働生産性向上に資する実証的研究	基盤研究(C)	高崎経済大学
アニメコンテンツをめぐる製作者・地域・ファンの関係の持続性に関する総合的研究	基盤研究(C)	愛媛大学
アートツーリズムのエスノグラフィー：地方国際芸術祭の深化と拡充の理論化に向けて	基盤研究(C)	追手門学院大学
地域ブランド評価による地域性の比較に関する研究	基盤研究(C)	鳥取大学
アクターネットワーク理論を用いた名古屋大都市圏の観光農園の展開過程に関する研究	基盤研究(C)	岐阜大学
主観的・探求的価値に基づく地域遺産の価値整理と観光魅力化に関する手法の体系化	基盤研究(C)	東京工業大学
デスティネーション経験価値マ ーケティングの理論と手法の構築	基盤研究(C)	北海道大学

（注）審査区分において「小区分80020：観光学関連」、また研究期間の開始年度が2018年度のものを対象としている。
資料：科学研究費助成事業データベースより（公財）日本交通公社作成

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

（2018年1月～9月）

月日	一般社会・海外情勢
1.16	2017年の訪日外国人旅行者数は累計2869万900人、前年比19.3％増で最高記録を更新。日本政府観光局（JNTO）発表
1.16	第158回芥川賞は石井遊佳氏の「百年泥」と若竹千佐子氏の「おらおらでひとりいぐも」、直木賞は門井慶喜氏の「銀河鉄道の父」
1.21	張本智和選手、14歳で卓球の全日本選手権史上最年少優勝
1.22	東京都心、積雪23cm。20cm超は4年ぶり
1.23	草津白根山噴火
1.26	580億円相当の仮想通貨、不正アクセスにより流出
2.1	将棋の藤井聡太四段、五段に昇段
2.6	北陸西部を中心に記録的大雪。福井市で7日に積雪147cm
2.9	平昌オリンピック冬季競技大会開幕。2月25日まで
2.13	将棋棋士の羽生善治氏と、囲碁棋士の井山裕太氏に国民栄誉賞
2.17	藤井聡太五段、六段に昇段
3.4	辻一弘氏、第90回アカデミー賞のメーキャップ＆ヘアスタイリング部門賞を受賞。「ウィンストン・チャーチル　ヒトラーから世界を救った男」で
3.9	平昌パラリンピック冬季競技大会開幕。3月18日まで
3.9	静岡県わさび栽培地域「静岡水わさびの伝統栽培」と徳島県にし阿波地域の「にし阿波の傾斜地農耕システム」が世界農業遺産に
3.11	東日本大震災から7年
3.28	沖縄県を訪問中の天皇、皇后両陛下、初めて与那国島をご訪問
4.1	大阪市営地下鉄、「大阪市高速電気軌道株式会社」として営業開始
4.5	明石海峡大橋、開通20周年
4.9	サッカー日本代表監督に西野朗氏。バヒド・ハリルホジッチ氏を解任
4.10	瀬戸大橋、開通30年
4.11	国際観光旅客税法成立。出国税1000円。2019年1月7日から
4.14	熊本地震発生から2年
4.17	伊豆半島、ユネスコ世界ジオパークに認定
4.19	宮崎、鹿児島県境の霧島連山・硫黄山が噴火。250年ぶり
4.19	スワジランド王国、国名をエスワティニ王国に変更
5.4	4月1日時点の14歳以下の推計人口は1553万人。37年連続の減少。総務省発表
5.16	厚生労働省、大阪大学が申請していたiPS細胞を使った心臓病の臨床研究計画を条件付きで了承
5.18	将棋の藤井聡太六段、七段に昇段
5.19	是枝裕和監督の「万引き家族」、第71回カンヌ国際映画祭でパルムドール受賞
5.24	アンドレス・イニエスタ、J1神戸入団
5.28	EU、使い捨てプラスチック製品の使用を禁止する法案提出
6.1	羽生結弦選手に国民栄誉賞。表彰式は7月2日
6.1	地方大学振興法公布。東京23区にある大学の定員増を原則10年間禁止
6.3	国際宇宙ステーション（ISS）に滞在していた金井宣茂さんと米国、ロシアの計3飛行士がソユーズ宇宙船で地球に帰還。5ヶ月半ぶり
6.12	日本郵便とJR東日本「地域・社会活性化のための協定」を締結。過疎地の駅舎に地域の郵便局を移し一体運営
6.13	「海の日」「体育の日」「山の日」の3つの祝日をを東京五輪の開・閉会式の前後に移す「平成三十二年東京オリンピック競技大会・東京パラリンピック競技大会特別措置法の一部を改正する法律」が成立。2020年限り
6.13	成人年齢を20歳から18歳に引き下げる改正民法が成立。2022年4月1日施行
6.14	福島第二原発、廃炉へ。東京電力が表明
6.17	第86回ル・マン24時間レース、トヨタ初制覇
6.26	小笠原諸島返還50年
6.27	2014年12月に打ち上げられた、小惑星探査機「はやぶさ2」、地球から約3億km離れた小惑星リュウグウ上空約20kmに、1302日間、32億kmの飛行を経て到着
6.28	サッカーワールドカップ、日本が決勝トーナメント進出
6.30	「長崎と天草地方の潜伏キリシタン関連遺産」、世界文化遺産へ登録決定
7.2	サッカーワールドカップ決勝トーナメント1回戦、日本2-3ベルギー
7.7	平成30年7月豪雨。西日本を中心に1府13県で甚大な被害
7.10	タイのタムルアン洞窟で少年ら13人全員救助
7.18	159回芥川賞に高橋弘希さんの「送り火」、直木賞に島本理生さんの「ファーストラヴ」
7.18	受動喫煙対策法成立。2020年4月施行
7.20	統合型リゾート（IR）実施法成立
7.23	熊谷市で41.1度を記録。国内観測史上最高気温
7.26	サッカー日本代表監督に森保一氏
8.6	73回原爆死没者慰霊式・平和祈念式
8.9	長崎原爆犠牲者慰霊平和祈念式典
8.15	全国戦没者追悼式
8.18	第18回アジア競技大会、ジャカルタで開幕。9月2日まで
9.6	平成30年北海道胆振東部地震
9.8	大坂なおみ、テニスの全米オープン女子シングルスで優勝

月日	観光行政
1.1	外務省、インドに対し数次ビザの発給要件の緩和と申請手続きを簡素化
1.1	外務省、ウクライナに対し数次ビザの発給要件の緩和と申請手続きを簡素化
1.1	外務省、モルドバ及びベラルーシに対し、商用目的、文化人・知識人数次ビザを緩和
1.4	「改正通訳案内士法」が施行、通訳案内士の名称が「全国通訳案内士」に変更
1.4	「通訳案内士法及び旅行業法の一部を改正する法律」において、旅行サービス手配業者の登録制度が創設
1.18	観光庁、第5回「『楽しい国 日本』の実現に向けた観光資源活性化に関する検討会議」開催
1.31	厚生労働省、「旅館業法」改正
2.2	「外国人観光旅客の旅行の容易化等の促進による国際観光の振興に関する法律の一部を改正する法律案」を閣議決定
2.5	観光庁、第6回「『楽しい国 日本』の実現に向けた観光資源活性化に関する検討会議」開催
2.6	観光庁と日本政府観光局（JNTO）、全世界規模での訪日促進のための「Enjoy my Japan グローバルキャンペーン」を開始
2.27	鹿児島港を「『官民連携による国際クルーズ拠点』を形成する港湾」に追加で選定
3.2	観光庁、第2回「若者のアウトバウンド活性化に関する検討会」開催
3.13	観光庁、第7回「『楽しい国 日本』の実現に向けた観光資源活性化に関する検討会議」開催
3.16	国土交通省、「歴史的建築物の活用に向けた条例整備ガイドライン」を策定
3.29	観光庁、第3回「若者のアウトバウンド活性化に関する検討会」開催
3.30	観光庁、「日本版DMO」の第2弾登録及び「日本版DMO候補法人」の第12弾登録を実施
3.30	「日本版DMO」形成・確立に係る手引き」を改訂
3.31	観光庁、「ユニークベニュー利用促進に向けた地域連携モデル構築事業」公募開始
4.9	観光庁長官、広島県及び香川県における「地域通訳案内士」新設に同意
4.10	「国際観光振興法」が衆議院で成立
4.11	「国際観光旅客税法」が参議院で成立
4.13	観光庁、「標準住宅宿泊仲介業約款」を公示
4.16	文化庁、第2期 第1回「文化審議会世界文化遺産部会」開催
5.8	第11回「特定複合観光施設区域整備推進会議」開催
5.9	観光庁、「テーマ別観光による地方誘客事業」で新規に4件選定
5.21	厚生労働省、第1回「違法民泊対策関係省庁連絡会議」開催
5.22	観光庁、「訪日ムスリム旅行者対応のためのアクション・プラン」を策定
5.24	文化庁、「日本遺産」13件を新たに認定
5.31	文化庁、第2期 第2回「文化審議会世界文化遺産部会」開催
6.6	観光庁、第2回「グローバルMICE都市・都市力強化対策本部」開催
6.12	観光庁、「観光ビジョン実現プログラム2018」（観光ビジョンの実現に向けたアクション・プログラム2018）を策定
6.15	観光庁、第4回「若者のアウトバウンド活性化に関する検討会」開催
6.15	「住宅宿泊事業法」施行
6.18	文化庁、第2期 第3回「文化審議会世界文化遺産部会」開催
6.27	観光庁、第1回「外国人観光旅客利便増進措置に関する検討会」開催
7.6	「働き方改革を推進するための関係法律の整備に関する法律」公布
7.11	観光庁、第2回「外国人観光旅客利便増進措置に関する検討会」開催
7.19	文化庁、第2期 第4回「文化審議会世界文化遺産部会」開催
7.27	「特定複合観光施設区域整備法施行令」公布
7.30	「MICE 国際競争力強化委員会 提言」及び「関係府省MICE支援アクションプラン2018」策定
7.31	観光庁、「日本版DMO」の第3弾登録及び「日本版DMO候補法人」の第13弾登録を実施
8.1	観光庁、「スノーリゾート地域の活性化に向けたアクションプログラム2018」策定
8.1	観光庁、第3回「外国人観光旅客利便増進措置に関する検討会」開催
8.1	外務省、サウジアラビアに対し商用目的、文化人・知識人数次ビザを緩和
8.1	外務省、フィリピンに対し商用目的、文化人・知識人数次ビザを緩和
8.1	外務省、太平洋島嶼国12カ国に対し数次ビザ導入
8.13	観光庁、「ユニークベニュー利用促進に向けた地域連携モデル構築事業」の地域を決定
8.29	観光庁、「宿泊施設におけるバリアフリー情報発信のためのマニュアル」作成
9.21	観光庁、「関西インバウンド観光リバイバルプラン」策定
9.28	非常時の外国人旅行者の安全・安心確保のための緊急対策」決定

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	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）
1.20	第44回全国スイーツマラソンin東京（東京都江東区）開催
2.5	第69回さっぽろ雪まつり（北海道札幌市）開催（～2.12）
2.9	なまはげ紫灯まつり（秋田県男鹿市）開催（～2.11）
2.16	長崎ランタンフェスティバル（長崎県長崎市）開催（～3.4）
2.25	第45回全国スイーツマラソンin大阪（大阪府大阪市）開催
2.25	第12回東京マラソン2018（東京都新宿区、千代田区ほか）開催
3.4	第1回ぐんまスイーツマラソンin高崎（群馬県高崎市）開催
3.15	ゆうばり国際ファンタスティック映画祭2018（北海道夕張市）開催（～3.19）
3.16	東京・春・音楽祭－東京のオペラの森2018（東京都台東区）開催（～4.15）
3.17	TOKYO OUTDOOR WEEKEND 2018（東京都江東区）開催（～3.18）
3.22	AnimeJapan 2018（東京都江東区）開催（～3.25）
3.31	第26回 東京ガールズコレクション2018SPRING／SUMMER（神奈川県横浜市）開催
4.6	第93回高田城百万人観桜会（新潟県上越市）開催（～4.22）
4.14	砂の美術館第11期展（鳥取県鳥取市）開催（～2019.1.6）
4.19	第10回沖縄国際映画祭（沖縄県宜野湾市、那覇市ほか）開催（～4.22）
4.21	弘前さくらまつり（青森県弘前市）開催（～5.6）
4.28	第23回宮崎国際音楽祭（宮崎県宮崎市、門川町ほか）開催（～5.13）
5.3	近江の春びわ湖クラシック音楽祭2018（滋賀県大津市）開催（～5.5）
5.3	博多どんたく（福岡県福岡市）開催（～5.4）
5.3	2018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	ラ・フォル・ジュルネTOKYO2018（東京都千代田区、豊島区）開催（～5.5）
5.6	第20回別府アルゲリッチ音楽祭（大分県別府市、大分市）開催（～6.8）
5.12	神田祭（東京都千代田区）開催。15日まで
5.17	三社祭（東京都台東区）開催。20日まで
6.2	東北絆まつり（岩手県盛岡市）開催（～6.3）
6.3	第6回秋田リレーマラソン&スイーツマラソン（秋田県秋田市）
6.6	第27回YOSAKOIソーラン祭り（北海道札幌市）開催（～6.10）
6.16	100万人のキャンドルナイト＠増上寺2018（東京都港区）
7.1	博多祇園山笠（福岡県福岡市）開催（～7.15）
7.14	祇園祭宵山（京都府京都市）開催（～7.16）
7.14	郡上おどり（岐阜県郡上市）開催（～9.8。徹夜おどりは8月13～8月16日）
7.19	第39回霧島国際音楽祭（鹿児島県霧島市、鹿児島市）開催（～8.5）
7.24	天神祭（大阪府大阪市）開催（～7.25）
7.27	FUJI ROCK FESTIVAL '18（新潟県湯沢町苗場スキー場）開催（～7.29）
8.1	盛岡さんさ踊り（～8.4、岩手県盛岡市）
8.2	青森ねぶた祭（青森県青森市）開催（～8.7）
8.3	秋田竿燈まつり（秋田県秋田市）開催（～8.6）
8.4	ROCK IN JAPAN FESTIVAL 2018（茨城県ひたちなか市）開催（～8.5／8.11～8.12）
8.6	仙台七夕まつり（宮城県仙台市）開催（～8.8）
8.9	よさこい祭り（高知県高知市）開催（～8.12）
8.12	徳島市阿波おどり（徳島県徳島市）開催（～8.15）
8.10	RISING SUN ROCK FESTIVAL 2018 in EZO（北海道小樽市）開催（～8.11）
8.11	富士山河口湖音楽祭2018（山梨県南都留郡）開催（～8.19）
8.16	大文字の送り火（京都市）
8.18	2018セイジ・オザワ　松本フェスティバル（OMF）（長野県松本市）開催（～9.7）
8.17	第39回草津夏期国際音楽アカデミー＆フェスティヴァル（群馬県吾妻郡）開催（～8.30）
8.31	沖縄全島エイサーまつり（～9.2、沖縄市）
9.1	北海道ブックフェス2018（北海道札幌市・江別）開催（～9.30）
9.1	26th Sunset Live 2018（福岡県糸島市）開催（～9.2）
9.1	第27回 東京ガールズコレクション2018AUTUMN／WINTER（埼玉県さいたま市）開催
9.1	越中おわら風の盆（富山県富山市）（～9.3）
9.8	六甲ミーツ・アート 芸術散歩2018（兵庫県神戸市）開催（～11.25）
9.15	岸和田だんじり祭（大阪府岸和田市）開催（～9.16）
9.20	東京ゲームショウ2018（千葉県千葉市）開催（～9.23）
9.27	NHK音楽祭2018（東京都渋谷区）開催（10.1／11.8／2019.3.21）

月日	宿泊施設・観光施設等のオープン
1.22	ハイアット セントリック 銀座東京（164室、東京都中央区）
1.22	大規模複合施設「東京銀座朝日ビルディング」（東京都中央区）
1.29	ザ・ビー札幌すすきの（226室、北海道札幌市）
2.1	ホテルマイステイズプレミア成田（711室、千葉県成田市）
2.1	変なホテル東京　銀座（98室、東京都中央区）
2.3	複合施設「周南市徳山駅前賑わい交流施設」（山口県周南市）。「徳山駅前図書館」も併設
2.9	hotel koe Tokyo（10室、東京都渋谷区）
2.26	芦屋ベイコート倶楽部（201室、兵庫県芦屋市）
3.1	ホテルミュッセ銀座名鉄（223室、東京都中央区）
3.1	スマイルホテルプレミアム札幌すすきの（284室、北海道札幌市）
3.1	ユニゾイン新大阪（225室、大阪府大阪市）
3.7	複合商業施設「ABLOうるま」（沖縄県うるま市）
3.8	Welina Hotel梅田（206室、大阪府大阪市）
3.15	The Millennials Shibuya（120室、東京都渋谷区）
3.20	アパホテル＆リゾート西新宿五丁目駅タワー（710室、東京都渋谷区）
3.23	ホテルモントレ姫路（274室、兵庫県姫路市）
3.24	平城京跡歴史公園（奈良県奈良市）
3.24	観光交流施設「朱雀門ひろば」（奈良県奈良市）
3.28	エスペリアホテル博多（287室、福岡県福岡市）
3.29	アートホテル大阪ベイタワー（464室、大阪府大阪市）
3.29	大規模複合施設「東京ミッドタウン日比谷」（東京都千代田区）
3.29	大型飲食施設「金シャチ横丁」（愛知県名古屋市）
3.30	コンフォートスイーツ東京ベイ（312室、千葉県浦安市）
4.1	ホテルインターゲート東京　京橋（200室、東京都中央区）
4.3	ホテルユニゾ大阪梅田（220室、大阪府大阪市）
4.9	ホテルルートイン仙台東（276室、宮城県仙台市）
4.10	ユニゾインエクスプレス盛岡（259室、岩手県盛岡市）
4.21	高知県立坂本龍馬記念館（高知県高知市）
4.27	東横INN富山駅新幹線口2（313室、富山県富山市）
4.28	未病バレー「ビオトピア」（神奈川県大井町）
4.28	星野リゾートOMO7旭川（237室、北海道旭川市）
4.28	相鉄フレッサイン大阪淀屋橋（243室、大阪府大阪市）
4.28	レゴランド・ジャパン・ホテル（252室、愛知県名古屋市）
5.1	東京ベイ東急ホテル（638室、千葉県浦安市）
5.1	ホテルマイステイズ函館五稜郭（208室、北海道函館市）
5.1	ホテルビスタ金沢（213室、石川県金沢市）
5.7	ビオテラス　オルガニカ箱根（7室、神奈川県箱根町）
5.9	星野リゾート　OMO 5　東京大塚（125室、東京都豊島区）
5.9	アパホテル　東梅田南森町駅前（240室、大阪市）
5.16	東横INN京浜東北線王子駅北口（221室、東京都北区）
5.17	ダイワロイヤルホテルD-CITY大阪東天満（223室、大阪市）
5.22	東横INN松戸駅東口（206室、千葉県松戸市）
5.22	R＆Bホテル博多駅前第2（283室、福岡県福岡市）
6.1	ラ・ジェント・ホテル沖縄北谷（188室、沖縄県北谷町）
6.1	阪神百貨店梅田本店（大阪府大阪市）
6.6	ホテルヴィスキオ大阪by GRABVIA（400室、大阪府大阪市）
6.9	ダイワロイヤルホテルグランデ京都（272室、京都市）
6.21	リッチモンドホテル姫路（216室、兵庫県姫路市）
6.21	森ビル デジタルアート ミュージアム：エプソン チームラボ ボーダレス（東京都江東区）
6.22	東横INN新富士駅南口（454室、静岡県富士市）
6.26	新・上越市立水族博物館 うみがたり（新潟県上越市）
6.27	ホテルWBF東京浅草（216室、東京都台東区）
6.29	三井ガーデンホテル五反田（370室、東京都品川区）
6.30	LOGOS LAND（京都府城陽市）
7.5	鉄道博物館新館（埼玉県さいたま市）
7.7	チームラボ プラネッツ TOKYO DMM.com（東京都江東区）
7.13	変なホテル東京　浅草橋（145室、東京都台東区）
7.15	ホテル ユニバーサル ポート ヴィータ（428室、大阪市）
7.20	ルグラン軽井沢ホテル＆リゾート（58室、長野県軽井沢町）
7.21	食のテーマパーク　道の駅　なんぶ（山梨県南部町）
7.24	ダイワロイネットホテル千葉中央（204室、千葉県千葉市）
8.1	箱根本箱（18室、神奈川県箱根町）
8.1	PEANUTS　HOTEL（18室、兵庫県神戸市）
8.1	ホテルリソル京都　四条室町（105室、京都府京都市）
8.1	ヴィアイン名古屋駅前椿町（249室、愛知県名古屋市）
8.1	ホテルビスタ広島（228室、広島県広島市）
8.1	Theatel Haneda（シアテル羽田）（16室、東京都大田区）
8.21	ハイアット リージェンシー 瀬良垣アイランド 沖縄（344室、沖縄県恩納村）
8.27	ホテルモントレ ル・フレール大阪（345室、大阪市）
9.4	アパホテル　名古屋栄北（350室、愛知県名古屋市）
9.5	ヴィアイン飯田橋後楽園（295室、東京都新宿区）
9.13	ノボテル沖縄那覇（328室、沖縄県那覇市）
9.13	マスタードホテル渋谷（76室、東京都渋谷区）
9.13	渋谷ストリームエクセルホテル東急（177室、東京都渋谷区）
9.13	三井ガーデンホテル日本橋プレミア（264室、東京都中央区）
9.13	渋谷ストリーム（東京都渋谷区）
9.19	SHONAI HOTEL SUIDEN TERRASSE（143室、山形県鶴岡市）
9.19	ホテルユニゾ博多駅博多口（217室、福岡県福岡市）
9.25	クロスホテル京都（301室、京都府京都市）

月日	交通・運輸
1.6	JR東日本、サイクルトレイン「B.B.BASE」の運行を開始
1.18	タイガーエア台湾、小松＝台北線を新規開設
1.23	長良川鉄道、「舞妓列車」を運行
1.28	新東名高速道路 海老名南JCT ～厚木南IC間約2kmが開通
2.3	東関東自動車道 鉾田IC ～茨城空港北IC間8.8kmが開通
2.10	北陸自動車道下り越中境PAがオープン
2.22	京王電鉄、帰宅時間帯において、有料座席指定「京王ライナー」の運行を開始
3.1	北陸自動車道上り越中境PAがオープン
3.4	若桜鉄道、「昭和」の運行を開始
3.10	西武鉄道、帰宅時間帯において、有料座席指定列車「拝島ライナー」の運行を開始
3.10	東北中央自動車道 相馬玉野IC ～霊山IC間17.0kmが開通
3.11	三遠南信自動車道 龍江IC ～飯田上久堅・喬木富田IC間22.1kmが開通
3.11	東九州自動車道 日南北郷IC ～日南東郷IC間9.0kmが開通
3.17	小田急電鉄、小田原線（東北沢-世田谷代田間）の複々線化工事完了を受け、新たなダイヤでの運行を開始
3.18	新名神高速道路 川西IC ～神戸JCT間16.9kmが開通
3.18	山陰自動車道 大田朝山IC ～大田中央・三瓶山IC間6.3kmが開通
3.21	日本海沿岸東北自動車道 大館能代空港IC ～鷹巣IC間1.7kmが開通
3.21	三陸自動車道 田老真崎海岸IC ～田老北IC間4.0kmが開通
3.21	叡山電鉄、新しい観光列車「ひえい」の運行を開始
3.25	バニラ・エア、福岡＝台北線を新規開設
3.25	三陸沿岸道路 大谷海岸IC ～気仙沼中央IC間7.1kmが開通
3.27	タイガーエア台湾、旭川＝台北線を新規開設
3.27	ジェットスター・アジア航空、関西＝クラーク線を新規開設
3.29	国土交通省、ドローンの目視外飛行に関する要件をとりまとめ。ドローン配送に道
3.31	西九州自動車道 南波多谷口IC ～伊万里東府招IC間5.3kmが開通
4.1	大阪市の地下鉄や新交通システムなどが「大阪市高速電気鉄道株式会社」（大阪メトロ）に引き継がれて運営を開始
4.1	神戸空港が民営化、関西空港、伊丹空港を含めた3空港一体での管理・運営を開始
4.1	高松空港が民営化
4.1	JR東日本、「いろは」の運行を開始
4.1	JR西日本、三江線（江津-三次間）を廃止
4.10	富士山静岡空港が、増築した国内線ターミナルビルの供用を開始
4.1	瀬戸大橋が開通30年。明石海峡大橋も20年（4月5日）
4.11	タイ・エアアジアX、新千歳＝バンコク線を新規開設
4.15	JR東日本、新潟駅の第1期高架化工事の完了を受け、新たなホームの運用を開始
4.18	長良川鉄道、「川風」の運行を開始
4.18	JR東日本、「あきたクルーズ号」の運行を開始
4.24	京葉道路、京葉市川PAオープン
4.26	ピーチアビエーション、那覇＝高雄線を新規開設
4.29	S7航空、成田＝イルクーツク線を新規開設
4.30	チェジュ航空、関西＝務安線を新規開設
5.2	インドネシア・エアアジアX、成田＝ジャカルタ線を新規開設
5.8	イースター航空、新千歳＝釜山線を新規開設
5.20	香港エクスプレス、熊本＝香港線を新規開設
5.31	ティーウェイ航空、中部＝ソウル線を新規開設
6.1	ノックスクート、成田＝バンコク線を新規開設
6.2	東京外環道、三郷南IC ～高谷JCT間15.5kmが開通
6.2	エア・カナダ、成田＝モントリオール線を新規開設
6.2	S7航空、成田＝ノヴォシビルスク線を新規開設
6.14	マンダリン航空、成田＝台中線を新規開設
6.15	関西エアポート株式会社は、ビジネスジェット専用施設「Premium Gate 玉響（たまゆら）」をオープン
6.21	エアプサン、中部＝釜山線を新規開設
7.1	タイガーエア台湾、中部＝高雄線を新規開設
7.1	JR西日本「あめつち ～天地の初発のとき～」の運行を開始。内装に鳥取県や島根県の工芸品を採り入れ、「古くて新しい日本」を発見する旅を演出
7.3	フィジーエアウェイズ、成田=ナンディ線を新規開設
7.21	チェジュ航空、関西＝グアム線を新規開設
8.27	ZMPと日の丸交通、一般客を乗せた自動運転タクシーの実証実験。東京都千代田区大手町と港区六本木の約5.3kmで
9.4	台風21号の影響でタンカーが関西国際空港連絡橋に衝突。JR関西空港線・南海空港線の一部が不通。9月18日、20日に運転再開
9.6	JR北海道、胆震東部地震により全線で終日運転を見合わせ
9.21	関空、17日ぶり全面再開。台風21号の影響
9.30	JR東日本、台風24号の上陸に備え首都圏路線の計画運休を初めて実施

月日	旅行業
1.1	JTB、社名を「ジェイティービー」から「JTB」へ
1.4	通訳案内士法及び旅行業法の一部を改正する法律施行
1.9	KNT、姫路城の管理運営受託。3月1日から
1.9	リクルートHD、東南アジアの旅行事業3社を譲渡を発表
1.9	ぴゅうトラベル、JALと共同出資の台湾旅行会社の出資比率引き上げ
1.10	ANAセールス、海外ツアーの予約システム刷新
1.25	JTB、新ブランド「ダイナミックJTB」販売開始
2.6	HIS、パソナと地域通訳案内士育成プログラム開始を発表
2.8	JAL、民泊の百戦練磨と資本提携
2.15	HIS、格安SIMの「HISモバイル」設立
2.19	美容情報メディア「オーエス」、上海春秋国際旅行社との業務提携により中国人観光客向け美容体験ツアー販売
2.22	無料スマホ貸出handy、ホテル系システム会社等と提携、旅行プラットフォームへ
2.22	プライスラインが「ブッキング・ホールディングス」に社名変更
2.22	JTB・ナビタイム・マイクロソフトが外国人旅行者向けアプリJAPAN Trip Navigatorを提供開始
2.27	Airbnb、「体験」サービス提供のエリアと分野拡大を発表
3.7	楽天LIFULL STAY、韓国の宿泊サイト運営Yanoljaと提携
3.12	東京トラベルパートナーズ、介護施設向け少人数制旅行サービス「旅介」開始
3.15	日本旅行、外国人向けバスツアー会社DOA JAPANに資本参加
3.23	ANAセールス、旅行に参加しない「VR同行者」向けサービスANA VIRTUAL TRIP販売開始
3.26	観光庁、「旅行業編」含む事業者向けユニバーサルツーリズム推進のための接遇マニュアル3編を作成
3.29	阪急交通社、個人旅行者向け海外旅行専用サイト「旅コーデ」公開
4.1	タイヘイ社、東日観光やタビックスなど傘下の4旅行会社を再編
4.4	ハワイ島で旅行会社7社がバスの共同運行開始
4.5	トラベルコ、ダイナミックパッケージでDeNAトラベルと連携
4.6	JTBとアソビュー、多言語対応の自治体向け観光商品販売管理システム「エリアゲートグローバル」共同開発
4.9	たびゲーター、旅行情報サイト「トラベルバリュー」で国内ツアー検索サービス開始
4.19	JTBとセブンイレブン、民泊チェックインサービス「フロントデスク24」を共同開発、6月からセブン店舗設置開始
4.25	「ベストワンクルーズ」運営のベストワンドットコム、東証マザーズ上場
4.27	広島のインバウンド旅行社GKS.com、LCC春秋と提携し中華圏特化型宿泊サイト「宿日家」公開
5.7	HIS、「H.I.S.エネルギーホールディングス」設立
5.11	ブッキングドットコム、日本でアクティビティ予約「ブッキングエクスペリエンス」開始
5.14	エボラブルアジア、DeNAトラベルを買収
5.16	ブッキングドットコム、日本の寺社宿泊を扱う「テラハク」と提携
5.18	KNT、公式サイトリニューアル
5.21	Airbnbとファミリーマート、民泊サポート事業について業務提携
5.22	第3種旅行業ホットスプリング、LINEチャット利用の「ズボラ旅」開始
6.12	ミキツーリスト、BtoBの現地ツアー予約手配サイト開設
6.15	JTB、いわき市に遠隔地からモニター接客の無人店舗新設
6.15	楽天LIFULL STAY、民泊予約サイト「Vacation STAY」公開
6.20	HIS、労働基準法違反で罰金納付
6.22	ウェディングのグッドラック・コーポレーション、第1種旅行業取得とリゾートウェディング渡航手配事業開始を発表
6.27	KNT、埼玉県小鹿野町と観光振興支援で協定締結
6.28	バンク社、旅行代金後払いアプリ「TRAVEL Now」開始
6.28	LINE、「LINEトラベル」開始
6.28	JTB、サイト刷新、2種類の会員組織を統合
7.6	ANAセールス、アソビューと連携、サイトでタビナカ体験プラン掲載開始
7.6	HIS法人旅行営業本部、企業の海外進出支援サービス開始
7.9	ホットスプリング、「ズボラ旅」でコンビニ後払い対応開始（19年2月末中止）
7.9	エクスペディア、福岡市と訪日客誘致のデータ分析等に関し連携協定締結
7.24	楽天LIFULLSTAY、アゴダと業務提携
8.2	JTB、大阪府・大阪市と災害時の拠点移動支援で連携協定
8.20	JTB、九州12店舗でVR接客実験開始
8.29	KNTクラブツーリズム、10月1日からのテレビ東京でテーマ旅行の通販開始を発表
8.30	HIS、トルコでホテル開業のため子会社設立
9.5	中国最大OTAシートリップ、飲食店予約サービス開始
9.12	出張・経費管理業務のコンカー社、危機管理ツール提供開始で日本市場拡大へ
9.17	JTB、コミュニケーションロボット「ロボホン」活用の訪日客向けタクシー商品発表
9.21	ウィラー、空き時間活用の「ツーリストタクシー」提供開始

（2018年10月～2019年6月）

月日	一般社会・海外情勢
10.1	ノーベル生理学・医学賞に本庶佑・京都大特別教授ら
10.6	築地市場、最後の市。83年の歴史に幕
10.6	インドネシア2018アジアパラ競技大会開幕（13日まで）
10.9	経団連、就活ルール撤廃を表明。2021年春入社から
10.21	福原愛選手、引退表明
11.10	鹿島アントラーズ、サッカーアジアチャンピオンズリーグ初制覇
11.12	大谷翔平選手,米大リーグの2018年シーズン最優秀新人（新人王）に
11.23	2025年国際博覧会（万博）の開催地が大阪に決定。1970年以来55年ぶり
11.29	「来訪神：仮面・仮装の神々」ユネスコ無形文化遺産登録
12.3	「ユーキャン新語・流行語大賞2018」に「そだねー」
12.6	改正水道法成立。民間企業参入に道
12.8	改正出入国管理・難民認定法（入管難民法）成立。2019年4月1日から
12.8	天皇陛下即位の5月1日と「即位礼正殿（そくいれいせいでん）の儀」が行われる10月22日が祝日に。参院本会議で可決、成立
12.12	「今年の漢字」は「災」。日本漢字能力検定協会が発表
12.16	卓球グランドファイナル男子シングルスで張本智和が、同大会シングルス史上最年少優勝。15歳。女子ダブルスは伊藤美誠、早田ひな組が優勝
12.18	政府、2018年の訪日観光客3000万人超えを発表
12.23	天皇陛下85歳の誕生日
12.26	政府、国際捕鯨委員会（IWC）脱退を発表
1.7	「国際観光旅客税（出国税）」徴収始まる。一人1000円。日本人、外国人問わず2歳以上。航空券等に上乗せ
1.8	吉田沙保里選手、引退を表明
1.16	第160回芥川賞は上田岳弘氏の「ニムロッド」と町屋良平氏の「1R1分34秒」、直木賞は真藤順丈氏の「宝島」
1.16	2018年の訪日外国人客数（推計値）は3119万1900人。前年比8.7%増。日本政府観光局（JNTO）が発表
1.17	阪神淡路大震災から24年
1.26	大坂なおみ選手、全豪オープン女子シングルス優勝。世界ランキング1位も確定
1.27	嵐、2020年いっぱいでグループ活動休止を発表
2.1	日本と欧州連合（EU）の経済連携協定（EPA）が発効
2.2	細田守監督の『未来のミライ』が、第46回アニー賞最優秀インディペンデント・アニメーション映画賞受賞
2.12	マケドニア、国名を「北マケドニア」に
2.22	探査機「はやぶさ2」が小惑星「りゅうぐう」への着陸に成功
2.22	プレミアムフライデー―開始から2年
2.27	羽田空港の乗降客数が8733万と過去最高に。2018年。前年から200万人増。国際線が1796万人とインバウンド好調
3.5	政府、NHKによるTV番組のインターネット同時配信を可能にする放送法改正案を閣議決定
3.5	2019年の米プリツカー賞に磯崎新氏
3.11	東日本大震災から8年
3.21	イチロー選手、現役引退を表明
3.30	アメリカ、世界最大の産油国に。アメリカのエネルギー情報局（EIA）が2018年の統計を発表
4.1	新元号は「令和」。政府、閣議決定。出典は「万葉集」
4.1	仲邑菫さん、プロ棋士に。10歳0か月
4.5	探査機はやぶさ2、小惑星リュウグウで人工クレーター作製に成功
4.9	政府、2024年に紙幣デザイン刷新を発表。1万円札渋沢栄一、5000円札津田梅子、1000円札北里柴三郎
4.10	福島県大熊町の全域に出されていた避難指示の一部が解除
4.10	国際共同研究プロジェクト「イベント・ホライズン・テレスコープ（EHT）」、ブラックホール撮影に成功と発表。史上初
4.30	天皇陛下、御退位。平成最後の日
5.1	新天皇陛下、御即位。令和最初の日
5.4	北海道の「インターステラテクノロジズ」、小型観測ロケット「MOMO」3号機の打ち上げに成功
5.9	東京オリンピック、チケットの申込受付開始
5.10	改正子ども・子育て支援法成立。10月1日から。大学等修学支援法も成立。2020年4月から
5.15	改正健保法、参院本会議で可決、成立。マイナンバーカードが健康保険証として利用可能に。2021年3月から
5.26	東名高速道路、全線開通から50年
5.29	気象庁、防災気象情報に5段階レベルの公表の運用開始
5.31	食品ロスの削減推進に関する法律（食品ロス削減推進法）公布
6.1	新しいふるさと納税制度開始
6.3	政府、スーパー、コンビニなどでのレジ袋無償配布を一律に禁じる法令を制定する方針を表明。2020年4月有料化へ
6.7	サニブラウン・ハキーム選手（フロリダ大）、男子100mで9秒97の日本新。全米大学選手権で。
6.20	ゴンザガ大の八村塁選手が1巡目9位でウィザーズから指名。米プロバスケットボール協会（NBA）ドラフト会議
6.21	2018年の地方での訪日客の消費額1兆円超。21日公表の観光白書で
6.24	ヨーロッパ全土で猛暑。広範囲で40度超

月日	観光行政
10.1	外務省、ロシアに対し団体観光パッケージツアー参加者用短期滞在一次査証を導入
10.1	外務省、アゼルバイジャン、アルメニア、ジョージアに対し数次ビザ導入
10.1	外務省、セントビンセント、エクアドルに対し商用目的、文化人・知識人数次ビザを緩和
10.3	観光庁、「スノーリゾート地域の活性化推進会議」におけるモデル事業実施者を募集
10.17	農林水産省、「ディスカバー農山漁村の宝」（第5回選定）の優良事例を選定
10.17	観光庁、「国際観光の振興を図るための基本方針」を策定
10.24	国土交通省、「みんなが使いやすい空港旅客施設計画資料」改定
11.5	第12回「特定複合観光施設区域整備推進会議」開催
11.7	観光庁、第1回「世界水準のDMOのあり方に関する検討会」開催
11.12	厚生労働省、第2回「違法民泊対策関係省庁連絡会議」開催
11.14	観光庁、第3回「グローバルMICE都市・都市力強化対策本部」開催
11.19	第13回「特定複合観光施設区域整備推進会議」開催
11.28	観光庁、第2回「世界水準のDMOのあり方に関する検討会」開催
11.28	観光庁、「日本の魅力発信に向けたクルーズ着地型観光の充実のための検討会」開催
12.4	第14回「特定複合観光施設区域整備推進会議」開催
12.13	観光庁、第3回「世界水準のDMOのあり方に関する検討会」開催
12.20	観光庁、「外国人観光旅客を対象とした地方部における鉄道利用促進に向けた検討会」開催
12.20	観光庁、第4回「世界水準のDMOのあり方に関する検討会」開催
12.21	観光庁、「日本版DMO」の第4弾登録及び「日本版DMO候補法人」の第14弾登録を実施
12.21	国土交通省、「国際観光旅客税の使途に関する基本方針等」を一部変更
1.1	外務省、セントクリストファー・ネーヴィスに対し商用目的、文化人・知識人数次ビザの緩和
1.1	外務省、香港、マカオに対し香港DI・マカオ旅行証所持者に対する数次ビザの導入
1.1	外務省、インドに対し数次ビザの発給要件の緩和と申請手続きを簡素化
1.1	外務省、中国に対し数次ビザの発給要件の緩和と一部大学生・卒業生の個人観光一次ビザ申請手続きを簡素化
1.7	「国際観光旅客税法」施行
1.23	文化庁、第2期 第5回「文化審議会世界文化遺産部会」開催
1.24	観光庁、第1回「若者のアウトバウンド推進実行会議」開催
1.28	観光庁、第1回「日本旅館の生産性向上・インバウンド対応の強化等を加速するための新たなビジネスモデルのあり方等に関する検討会」を開催
1.29	観光庁、第2回「日本の魅力発信に向けたクルーズ着地型観光の充実のための検討会」開催
2.1	外務省、コロンビアに対し商用目的、文化人・知識人数次ビザの緩和と数次ビザ導入
2.6	観光庁、第5回「世界水準のDMOのあり方に関する検討会」開催
2.25	観光庁、「ユニークベニューシンポジウム」開催
2.28	観光庁、第6回「世界水準のDMOのあり方に関する検討会」開催
3.13	観光庁、第7回「世界水準のDMOのあり方に関する検討会」開催
3.18	厚生労働省、第3回「違法民泊対策関係省庁連絡会議」開催
3.19	観光庁、第3回「日本の魅力発信に向けたクルーズ着地型観光の充実のための検討会」開催
3.27	観光庁、「外国人観光旅客を対象とした地方部における鉄道利用促進に向けたガイドライン」を公表
3.29	観光庁、「日本版DMO」の第5弾登録及び「日本版DMO候補法人」の第15弾登録を実施
3.29	「国際文化交流の祭典の実施の推進に関する基本計画」が閣議決定
4.1	「文化財保護法及び地方教育行政の組織及び運営に関する法律の一部を改正する法律」施行
4.1	外務省、カタールにに対し商用目的、文化人・知識人数次ビザの緩和と数次ビザ導入
4.1	「出入国管理及び難民認定法及び法務省設置法の一部を改正する法律」施行により、宿泊業も特定産業分野に指定された
4.1	「働き方改革を推進するための関係法律の整備に関する法律」施行
4.3	観光庁監修の災害時情報提供アプリ「Safety tips」を公開
4.5	観光庁、第2回「日本旅館の生産性向上・インバウンド対応の強化等を加速するための新たなビジネスモデルのあり方等に関する検討会」を開催
4.9	観光庁、第3回「日本旅館の生産性向上・インバウンド対応の強化等を加速するための新たなビジネスモデルのあり方等に関する検討会」を開催
4.11	国土交通省、「ガーデンツーリズム」登録制度を創設
5.20	文化庁、「日本遺産」16件を新たに認定
5.20	文化庁、第3期 第1回「文化審議会世界文化遺産部会」開催
5.22	観光庁、「テーマ別観光による地方誘客事業」に9件を継続選定
5.29	観光庁、第4回「グローバルMICE都市・都市力強化対策本部」開催
6.14	新たに5地域で「地域通訳案内士育成等計画」を策定
6.14	観光庁、「観光ビジョン実現プログラム2019」策定
6.20	文化庁、第3期 第2回「文化審議会世界文化遺産部会」開催
6.19	（株）地域経済活性化支援機構が「観光遺産産業化ファンド」の設立
6.26	観光庁、第4回「日本旅館の生産性向上・インバウンド対応の強化等を加速するための新たなビジネスモデルのあり方等に関する検討会」を開催

月日	旅行・観光地動向、イベント動向
10.1	アート県庁プロジェクト　夜空のタイムトラベル（佐賀県佐賀市）開催（～2019.3.31）
10.6	ベップ・アート・マンス 2018（大分県別府市）開催（～11.25）
10.7	長崎くんち（長崎県長崎市）開催（～10.9）
10.13	長野県JAバンクゆめこまちPresents 第2回スイーツマラソンin長野（長野県長野市）開催
10.20	ご当地キャラ博in彦根2018（滋賀県彦根市）開催（～10.21）
10.25	東京ラーメンショー2018　第1幕（東京都世田谷区）（～10.30）
10.26	第59回東京名物神田古本まつり（東京都千代田区）開催（～11.4）
10.27	ひろしまフードフェスティバル2018（広島県広島市）開催（～10.28）
10.28	第31回東京国際映画祭（東京都港区ほか）開催（～11.3）
10.31	佐賀インターナショナルバルーンフェスタ2018（佐賀県佐賀市）（～11.4）
10.31	東京ラーメンショー2018　第2幕（東京都世田谷区）（～11.4）
11.10	第13回那須ショートフィルムフェスティバル2018（栃木県那須町）開催（～11.18）
11.16	ニッポン全国物産展2018（東京都豊島区）（～11.18）
11.18	出雲大社神在祭（島根県出雲市）開催（～11.24）
11.23	第49回全国スイーツマラソンin愛知（愛知県長久手市）開催
11.24	世界キャラクターさみっとin羽生2018（埼玉県羽生市）開催（～11.25）
12.7	第24回神戸ルミナリエ（兵庫県神戸市）開催（～12.16）
12.15	ボロ市（東京都世田谷区）開催（～12.16／1.15～1.16）
1.1	高崎だるま市（群馬県高崎市）開催（～1.2）
1.6	部分日食が全国で観測される
1.6	出初式（東京都江東区）開催
1.6	少林山七草大祭だるま市（群馬県高崎市）開催（～1.7）
1.19	第50回全国スイーツマラソンin東京（東京都江東区）開催
2.4	第70回さっぽろ雪まつり（北海道札幌市）開催（～2.11）
2.5	長崎ランタンフェスティバル（長崎県長崎市）開催（～2.19）
2.24	くまファンラン×スイーツマラソンin大阪（大阪府大阪市）開催
3.3	第13回東京マラソン2019（東京都新宿区、千代田区ほか）開催
3.3	RSKテレビ60周年 香川スイーツマラソン2019 inいくしま（香川県高松市）開催
3.7	ゆうぱり国際ファンタスティック映画祭2019（北海道夕張市）開催（～3.10）
3.15	東京・春・音楽祭2019（東京都台東区）開催（～4.14）
3.16	TOKYO OUTDOOR WEEKEND 2019（東京都江東区）開催（～3.17）
3.23	AnimeJapan 2019（東京都江東区）開催（～3.26）
3.26	特別展「国宝 東寺―空海と仏像曼荼羅」（東京都台東区、東京国立博物館）開催（～6.2）
3.30	第28回東京ガールズコレクション2019 SPRING／SUMMER（神奈川県横浜市）開催
4.1	第94回高田城百万人観桜会（新潟県上越市）開催（～4.15）
4.13	砂の美術館第12期展（鳥取県鳥取市）開催（～2020.1.5）
4.18	第11回沖縄国際映画祭（沖縄県宜野湾市、那覇市ほか）開催（～4.21）
4.20	弘前さくらまつり（青森県弘前市）開催（～5.6）
4.26	瀬戸内国際芸術祭2019（香川県直島、豊島ほか）開催（～5.26、7.19～8.25、9.28～11.4）
4.27	近江の春びわ湖クラシック音楽祭2019（滋賀県大津市）開催（～4.28）
4.27	新天皇御即位の5月1日が祝日となり2019年のゴールデンウィークは10連休（～5.6）
4.28	第24回宮崎国際音楽祭（宮崎県宮崎市、串間市ほか）開催（～5.19）
5.3	博多どんたく（福岡県福岡市）開催（～5.4）
5.3	ひろしまフラワーフェスティバル2019（広島県広島市）開催（～5.5）
5.3	ラ・フォル・ジュルネTOKYO2019（東京都千代田区）開催（～5.5）
5.7	第21回別府アルゲリッチ音楽祭（大分県別府市、大分市）開催（～6.2）
5.15	神田祭（東京都千代田区）開催
5.16	まんパク2019（東京都立川市）開催（～6.3）
6.1	東北絆まつり（福島市）開催（～6.2）
6.2	第7回秋田リレーマラソン&スイーツマラソン（秋田県秋田市）開催
6.5	第28回YOSAKOIソーラン祭り（北海道札幌市）開催（～6.9）
6.14	南米サッカー連盟主催「コパ・アメリカ」（ブラジル）開催（～7.7）
6.15	100万人のキャンドルナイト＠2019増上寺（東京都港区）

月日	宿泊施設・観光施設等のオープン
10.1	ホテルリソルトリニティ京都　御池麩屋町（180室、京都市）
10.1	ふふ 河口湖（32室、山梨県富士河口湖町）
10.1	ダイワロイネットホテル東京有明（368室、東京都江東区）
10.1	プルマン東京田町（143室、東京都港区）
10.7	札幌創生スクエア札幌市民交流プラザ（北海道札幌市）
10.11	ホテル四季の館那須（30室、栃木県那須市）
10.11	豊洲市場（東京都江東区）
10.12	フライト・オブ・ドリームズ（愛知県常滑市）
10.12	アパホテル　TKP仙台駅北（306室、宮城県仙台市）
10.15	ENSO ANGO（206室、京都府京都市）
10.17	なんばスカイオ（大阪府大阪市）
10.17	ベッセルホテルカンパーナ名古屋（233室、愛知県名古屋市）
10.23	ダイワロイネットホテル青森（218室、青森県青森市）
10.23	アパホテル　浅草駅前（306室、東京都台東区）
11.1	フォーポイントバイシェラトン名古屋　中部国際空港（319室、愛知県常滑市）
11.1	NOHGA HOTEL UENO（130室　東京都台東区）
11.1	道の駅　南信州　うるぎ（長野県売木村）
11.3	日本平夢テラス（静岡県静岡市）
11.9	メッツァビレッジ（埼玉県飯能市）
11.21	商業施設「MARK IS 福岡ももち」（福岡県福岡市）
11.23	道の駅　たるみずはまびら（鹿児島県垂水市）
11.23	Luxury hotel SOWAKA（23室、京都府京都市）
12.1	スカイニセコ（129室、北海道倶知安町）
12.1	ホテル京阪　京都八条口（234室、京都府京都市）
12.1	トーセイホテル　ココネ上野（126室、東京都台東区）
12.11	入場料のある書店「文喫」（東京都港区）
12.13	BOOK AND BED TOKYO SHINSAIBASHI（47室、大阪市中央区）。泊まれる本屋
12.14	ホテル京阪　築地銀座グランデ（297室、東京都中央区）
12.15	沖縄県立図書館　移転、オープン（沖縄県那覇市）
12.19	コニカミノルタプラネタリアTOKYO（東京都千代田区）
12.21	星野リゾート界　伊東（30室、静岡県伊東市）
12.22	道の駅　崎津（熊本県天草市）
1.1	犬吠テラステラス（千葉県銚子市）
1.15	ホテルインターゲート広島（233室、広島県広島市）
1.17	変なホテル福岡　博多（102室、福岡県福岡市）
1.18	ホテルJALシティ名古屋 錦（216室、愛知県名古屋市）
1.29	さきしまコスモタワーホテル（109室。2020年に371室に。大阪市住之江区）
1.29	THE THOUSAND KYOTO（222室、京都府京都市）
1.29	銀座キャピタルホテル萌木（136室、東京都中央区）
1.30	西鉄ホテル　クルーム　名古屋（242室、愛知県名古屋市）
2.1	「福岡タワー」リニューアルオープン（福岡県福岡市）
2.1	Nazuna 京都 御所（7室、京都府京都市）
2.1	JR東日本ホテルメッツ札幌（206室、北海道札幌市）
2.5	星野リゾートBEB5軽井沢（72室、長野県軽井沢町）
2.11	都シティ　東京高輪（199室、東京都港区）
2.15	Hamacho Hotel Tokyo（170室、東京都中央区）
2.23	クールジャパンパーク大阪（大阪府大阪市）
2.27	ダイワロイネットホテル大阪心斎橋（206室、大阪市）
3.8	御宿　結の庄（66室、岐阜県白川村）
3.10	門司港駅が創業当時の駅舎にリニューアル（福岡県北九州市）
3.14	変なホテル大阪西心斎橋アメリカ村（100室、大阪市中央区）
3.15	アソビル（エンタテイメントビル、横浜市西区）
3.16	ヴィアイン心斎橋（224室、大阪府大阪市）
3.16	ムーミンバレーパーク（埼玉県飯能市）
3.19	アパホテルプライド〈国会議事堂前駅前〉（500室、東京都千代田区）
3.28	日本橋室町三井タワー（東京都中央区）
4.1	ダイワロイヤルホテルD-CITY　名古屋伏見（233室、愛知県名古屋市）
4.3	レム東京東橋（272室、東京都中央区）
4.4	MUJI HOTEL GINZA（79室、東京都中央区）。無印良品銀座、MUJI Dinerも同時オープン
4.5	甲府市武田氏館跡歴史館（信玄ミュージアム。山梨県甲府市）
4.9	オリエンタルホテル福岡博多ステーション（221室、福岡市）
4.19	大江戸温泉物語TAOYA 志摩（123室、三重県南鳥羽市）
4.27	道の駅　いくさかの郷（長野県生坂村）
4.27	湯けむりの宿　雪の花（86室、新潟県湯沢町）
5.1	センチュリーマリーナ函館（286室、北海道函館市）
5.1	しこつ湖鶴雅別荘　碧の座（25室　北海道千歳市）
5.1	リッチモンドホテルプレミア京都駅前（208室、京都市）
5.8	ONSEN RYOKAN YUEN SHINJUKU（193室、東京都新宿区）
5.8	大館市観光交流施設「秋田犬の里」（秋田県大館市）
5.15	ホテル阪神アネックス大阪（254室、大阪府大阪市）
5.15	相鉄フレッサイン　神戸三宮（271室、兵庫県神戸市）
5.18	ザ・ビー 大阪 御堂筋（306室、大阪府大阪市）
5.24	京王プレリアホテル　札幌（359室、北海道札幌市）
5.30	ホテルヴィスキオ京都 by GRANVIA（423室、京都市南区）
5.30	ヴィアイン京都八条口（468室、京都府京都市）
6.1	ベッセルホテルカンパーナすすきの（296室、北海道札幌市）
6.1	道の駅　しろいし（佐賀県白石町）
6.7	ザ・ロイヤルパーク キャンバス 大阪北浜（238室、大阪市）
6.22	THEATRE E9 KYOTO（京都市南区）。約100席の劇場
6.27	東横INN大阪阪急十三駅西口2（232室、大阪府大阪市）
6.27	三井ガーデンホテル福岡祇園（300室、福岡県福岡市）
6.27	サンエー浦添西海岸 PARCO CITY（沖縄県浦添市）。大型商業施設

月日	交通・運輸
10.1	ノックスクート、関西＝バンコク線を新規開設
10.28	ベトナム航空、関西＝ダナン線を新規開設
10.28	エミレーツ航空、関西＝ドバイ線を新規開設
10.28	チェジュ航空、成田＝大邱線を新規開設
10.28	スターフライヤー、中部＝台北線を新規開設
10.30	エアアジアX、中部＝バンコク線を新規開設
11.3	舞鶴若狭自動車道 綾部PA ～舞鶴西IC間4.7kmが4車線化
11.8	ベトジェットエア、関西＝ハノイ線を新規開設
11.22	旭川空港、国際線ターミナル開業
11.25	春秋航空、関西＝大連線を新規開設
11.30	四川航空、関西＝西安線を新規開設
12.7	フィリピン航空、新千歳＝マニラ線を開設
12.7	タイ・ライオンエア、成田＝バンコク線を新規開設
12.8	後志自動車道 余市IC ～小樽JCT間23.3kmが開通
12.14	ベトジェットエア、関西＝ホーチミン線を新規開設
1.11	ベトジェットエア、成田＝ハノイ線を新規開設
1.30	エアアジアX、関西＝台北線を新規開設
2.1	中国国際航空、関西＝杭州線を新規開設
2.1	JAL、羽田＝マニラ線を新規開設
2.1	春秋航空、関西＝広州線を新規開設
2.1	エアアジア・ジャパン、中部＝台北線を新規開設
2.15	タイ・ライオンエア、福岡＝バンコク線を新規開設
2.17	ANA、羽田＝ウィーン線を新規開設
2.23	大井川鐵道、特別臨時列車「サイクルトレイン おおいがわ」運行。自転車を解体することなくそのまま車内に持ち込める
2.28	海南航空、関西＝海口線を新規開設
3.1	エアアジアX、福岡＝クアラルンプール線を新規開設
3.2	若桜鉄道、若桜鉄道観光列車第2弾「八頭号」の運行を開始。昭和62年の開業時から走る車両「WT-3001」をリニューアル
3.8	高松自動車道、鳴門IC ～高松市境間の全線で4車線化工事が完成
3.8	タイ・ライオンエア、中部＝バンコク線を新規開設
3.10	中部横断自動車道、新清水JCT ～富沢IC間21kmが開通
3.15	ロイヤルブルネイ航空、成田＝バンダルスリブガワン線を新規開設
3.15	運転免許証の有効期限記載、西暦併記に。まずは警視庁から
3.17	新東名高速道路 厚木南IC ～伊勢原JCT間4kmが開通
3.17	新名神高速道路 新四日市JCT ～亀山西JCT間23kmが開通
3.17	東海環状自動車道 大安IC ～東員IC間6.4kmが開通
3.17	新名神高速道路 鈴鹿PAがオープン
3.20	東海北陸自動車道 高鷲IC ～ひるがの高原SA間7kmが開通。これにより白鳥IC ～飛騨清見IC間41kmの4車線化工事が完成
3.21	平成筑豊鉄道、「ことこと列車」の運行を開始。沿線の食材を取り入れたフランス料理を提供するレストラン列車
3.23	マリンド・エア、新千歳＝クアラルンプール線を新規開設
3.23	ガルーダ・インドネシア航空、中部＝ジャカルタ線を新規開設
3.23	西日本鉄道、観光列車「THE RAIL KITCHEN CHIKUGO」の運行を開始。キッチン、ダイニング車両など3両編成
3.28	タイ・ライオンエア、関西＝バンコク線を新規開設
3.31	ルフトハンザ航空、関西＝ミュンヘン線を新規開設
3.31	ティーウェイ航空、新千歳＝大邱線を新規開設
3.31	チェジュ航空、成田＝務安線を新規開設
3.31	JAL、成田＝シアトル線を新規開設
3.31	天津航空、中部＝天津線、中部＝ハルビン線、中部＝長春線、中部＝大連線を新規開設
4.1	ブリティッシュ・エアウェイズ、関西＝ロンドン線を20年ぶりに再開設
4.2	デルタ航空、関西＝シアトル線を新規開設
4.6	あいの風とやま鉄道、「一万三千尺物語」を運行。立山連峰から富山湾の深海までの高低差4,000m（一万三千尺）をテーマとしたダイニング列車
4.8	ティーウェイ航空、中部＝済州線を新規開設
4.9	上海航空、中部＝広州線を新規開設
4.9	中国東方航空、中部＝西安線を新規開設
4.13	東北中央自動車道 南陽高畠IC ～山形上山IC間24.4kmが開通
4.17	春秋航空、関西＝合肥、関西＝鄭州線を新規開設
4.25	ピーチアビエーション、新千歳＝ソウル線を新規開設
4.25	Spring Japan、成田＝寧波線を新規開設
5.3	チェジュ航空、新千歳＝釜山線を新規開設
5.5	春秋航空、中部＝深圳線を新規開設
5.10	JR東日本、日立製作所、川崎重工業とともに開発・製造を進めていた新幹線試験車両「E956」、愛称「ALFA-X」の試験運転を開始
5.13	山東航空、中部＝青島線を新規開設
5.14	山東航空、中部＝済南線を新規開設
5.26	東名高速道路、全通50年。東海道新幹線より5年遅れて
6.6	エバー航空、中部＝台北線を7年ぶりに開設
6.15	吉祥航空、中部＝南京線を新規開設

月日	旅行業
10.1	DMM.com、旅行事業「DMM TRAVEL」（第一種）開始
10.2	クロステック社、地球の歩き方T&Eを買収、留学・旅行業参入
10.25	KNTクラブツーリズム、女性限定の新ブランド「fufufu」立ち上げ
10.25	KNT、三宅島で自動運転車の観光モニターツアー実施
10.29	JTBパブリッシング、レストランやレジャー施設のチケット購入ECサイト「るるぶモール」開設
11.1	日本旅行、海外旅行事業組織を改編、子会社へ一元化
11.1	JTB、Airbnbと業務提携
11.7	ナビタイムトラベル、国内の宿泊単品商品予約開始
11.8	JTB、アゴダと包括的業務提携で連携強化
11.16	JTB、バドミントンリーグ冠協賛を発表
11.28	KNT首都圏、KNT神奈川（旧相鉄観光）合併を発表
11.28	JTB、現地発着型の欧州バスツアー「ランドクルーズ（19年4月から運行）」販売開始
11.29	シートリップグループのトリップドットコム、日本人旅行者向けのコールセンター開設
11.29	エクスペディア、沖縄県と連携協定し、ビッグデータ活用のインバウンド誘致プロジェクト開始
11.29	JALグループ香港法人、訪日農泊促進のため百戦錬磨の販売総代理店へ
12.6	観光庁、「空販売問題」でトリップドットコム親会社シートリップの日本法人に立入り検査
12.14	JTB、空きスペースレンタル事業「スペースマーケット」と資本提携、全国の遊休空間活用でMICE推進と地域活性化
12.14	ANAセールス、写真から旅行先を見つける「DOCOICO」開始
12.21	ホテルズドットコム、荷物預かりサービスのStasher（スタシャー）と独占的提携
12.21	日本旅行、ミキ・トラベル持株会社の株式13.3％取得
12.25	各国の体験アクティビティを扱うベルトラ、東証マザーズ上場
1.7	JTB、ジャパンタイムズと提携し、訪日スポーツ観戦客向けプロモーション事業開始
1.10	HIS、カナダの旅行業Red Label Vacations買収
1.16	ブッキングドットコム、日本でフェリー宿泊の予約販売開始
1.17	LINEトラベルjp、国内・海外ツアーの検索比較も開始
2.1	日本旅行、本社と西日本営業本部に「万博推進室」設置
2.1	KNT首都圏、「東京2020大会関係者バス輸送実施部」新設
2.5	京王観光、JR乗車券の不正行為でJR券発券停止処分
2.6	HIS、キャンセル保険を販売開始
2.13	ベルトラ、東京トラベルパートナーズと提携し、バリアフリーツアーの販売開始
2.17	KNT、東京有明で「ARボルダリング」の新施設の営業開始
3.7	JTBグローバルマーケティング＆トラベル、「持続可能な観光」の国際認証「Travelife」取得
3.11	はとバス、初めて男性バスガイド採用
3.22	JTB、観光型Maasへの本格的な取り組みを狙い、配車サービス提供企業「未来シェア」と資本業務提携
3.30	日本旅行、業務提携する宇宙専門企業のロケット打ち上げ応援ツアー販売開始
4.1	「家庭画報」の世界文化社が第一種旅行業「プレミアム旅行社」設立
4.1	HIS、地方創生を担う専門部署「パブリックビジネス推進室」設立
4.8	トッパントラベルサービス、北米のトラベルリーダーズネットワークと業務提携
4.10	宿泊予約の一休、高級バスツアー「旅学人」取扱開始
4.12	シートリップ、JR東日本と戦略的提携。東北・東日本の鉄道パスを訪日客へ
4.23	ホットスプリング「ズボラ旅」、海外旅行取扱い開始
5.7	JTB、新宿の店舗でも遠隔リモート接客開始
5.10	タビナカ社、HIS子会社のジャスタビを子会社化
5.21	タビナカ社、ハワイの現地ツアー会社Wakeboard School Hawaiiを子会社化
5.27	日本旅行、国内全店舗でモバイル決済サービス「LINE Pay」導入
5.25	JTB連結決算、2009年度以来となる最終赤字
5.30	エボラブルアジア、ハワイ専門旅行会社「セブンフォーセブンエンタープライズ」子会社化
6.6	日本旅行、西日本新聞社と包括業務提携
6.12	エボラブルアジア「エアトリ」で、「後から決済」の選択肢に「モノ払い」導入
6.14	東武トップツアーズ、みなと総合研究財団と包括連携協定し、外国籍クルーズ船誘致等で地域活性化促進
6.15	JTB、東京2020オリンピック観戦＆クルーズ船宿泊ツアーの抽選エントリー開始
6.24	シートリップ、高知県と国際観光推進に関する協定締結
6.27	LINEトラベルjp、位置情報や天候に応じた情報サービス「おでかけNOW」開始
6.28	HIS、キッズルームやライブラリー併設「たまプラーザ営業所」オープン。旅行相談は予約制

資料-2　付属統計表

年・月	経済関連指標													
	日経平均株価	大型小売店販売額				家計消費支出・収入（二人以上、勤労者世帯）				完全失業率（季節調整値）	有効求人倍率	企業倒産	国内総生産（実質）（2005年基準）	
		百貨店		スーパー		消費支出		実収入						
	円	億円	前年比	億円	前年比	円	前年比	円	前年比		倍	件	10億円	前年比
			%		%		%		%	%				%
2016年度	17,519.95	65,610	△ 3.4	129,653	△ 1.4	3,712,808	△ 1.4	6,330,736	0.6	3.0	1.39	8,381	521,986	0.9
2017年度	20,984.18	65,354	△ 0.4	130,898	1.0	3,756,206	1.2	6,434,930	1.6	2.7	1.54	8,367	531,818	1.9
2018年度	21,972.86	63,964	△ 2.1	131,518	0.5	3,819,397	1.7	6,783,248	5.4	2.4	1.62	8,111	535,472	0.7
2016暦年	16,921.92	65,976	△ 3.3	130,002	△ 1.7	3,715,093	△ 1.8	6,323,679	0.2	3.1	1.36	8,446	520,081	0.6
2017暦年	20,202.81	65,529	△ 0.7	130,497	0.4	3,756,689	1.1	6,405,845	1.3	2.8	1.50	8,405	530,084	1.9
2018暦年	22,314.56	64,434	△ 1.7	131,609	0.9	3,783,768	0.7	6,704,612	4.7	2.4	1.61	8,235	534,237	0.8
2018.1～3	22,366.47	16,069	△ 1.1	31,704	1.3	941,834	△ 0.1	1,399,794	2.1	2.5	1.59	2,041	134,590	1.3
4～6	22,340.57	15,280	0.1	31,979	0.3	939,319	△ 0.3	1,743,175	7.0	2.4	1.61	2,107	130,890	1.5
7～9	22,654.16	14,733	△ 4.0	33,155	2.2	932,622	3.0	1,563,642	2.8	2.4	1.62	2,017	132,048	0.1
10～12	21,897.02	18,353	△ 1.8	34,771	△ 0.2	969,993	0.3	1,998,001	6.0	2.4	1.62	2,070	136,709	0.3
2019.1～3	20,999.68	15,599	△ 2.9	31,613	△ 0.3	977,463	3.8	1,478,430	5.6	2.4	1.63	1,917	135,826	0.9
2018.1	23,712.21	5,659	△ 1.4	11,167	1.5	317,659	3.4	442,129	0.2	2.4	1.59	635	－	－
2	21,991.68	4,702	△ 1.5	9,863	1.5	289,177	△ 3.0	503,989	4.1	2.5	1.59	617	－	－
3	21,395.51	5,708	△ 0.4	10,673	0.9	334,998	△ 0.6	453,676	1.8	2.5	1.59	789	－	－
4	21868.79	5,005	0.2	10,560	△ 0.3	334,967	1.5	495,370	4.9	2.5	1.59	650	－	－
5	22590.05	4,944	△ 2.5	10,721	△ 0.8	312,354	△ 0.9	439,089	4.1	2.3	1.61	767	－	－
6	22562.88	5,331	2.6	10,699	1.9	291,998	△ 1.6	808,716	10.0	2.5	1.61	690	－	－
7	22309.06	5,617	△ 6.5	11,384	1.9	310,031	0.4	605,746	1.3	2.5	1.62	702	－	－
8	22494.14	4,515	△ 0.8	11,236	1.2	319,939	6.1	510,437	5.2	2.4	1.63	694	－	－
9	23159.29	4,600	△ 3.8	10,535	3.4	302,652	2.5	447,459	2.3	2.4	1.63	621	－	－
10	22690.78	5,159	△ 0.1	10,703	△ 0.2	315,433	0.5	515,729	2.9	2.4	1.62	730	－	－
11	21967.87	5,789	△ 2.3	10,648	△ 1.3	303,516	0.8	455,644	2.8	2.5	1.63	718	－	－
12	21032.42	7,405	△ 2.5	13,420	0.7	351,044	△ 0.3	1,026,628	9.1	2.4	1.63	622	－	－
2019.1	20460.51	5,380	△ 4.9	10,941	△ 2.0	325,768	2.6	471,124	6.6	2.5	1.63	666	－	－
2	21123.64	4,600	△ 2.2	9,746	△ 1.2	302,753	4.7	526,271	4.4	2.3	1.63	589	－	－
3	21414.88	5,619	△ 1.6	10,926	2.4	348,942	4.2	481,035	6.0	2.5	1.63	662	－	－
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。
（注3）企業倒産は、負債総額1,000万円以上の件数。
（注4）国内総生産の四半期は原系列の値。

年・月	旅行・観光関連産業（旅行業・宿泊業）													
	主要旅行業者総取扱額								全国ホテル客室利用率				シティホテル連盟加盟施設稼働率	
	国内旅行		海外旅行		外国人旅行		総　額		都市ホテル		リゾートホテル			
	百万円	前年比	百万円	前年比	百万円	前年比	百万円	前年比	%	前年比	%	前年比	%	前年比
		%		%		%		%		%		%		%
2016年度	3,404,033	△ 1.1	1,931,660	△ 7.5	199,821	13.2	5,535,514	△ 3.0	－	－	－	－	81.7	△ 0.5
2017年度	2,988,869	△ 12.2	2,026,034	4.9	215,522	7.9	5,230,425	△ 5.5	－	－	－	－	82.9	1.5
2018年度	2,861,093	△ 4.3	2,122,268	4.7	241,631	12.1	5,224,992	△ 0.1	－	－	－	－	82.9	0.0
2016暦年	3,413,056	△ 5.1	1,923,941	△ 8.2	190,163	14.1	5,527,159	△ 5.7	80.4	△ 2.7	69.0	2.2	81.1	△ 1.9
2017暦年	3,115,100	△ 8.7	2,002,207	4.1	211,299	11.1	5,328,605	△ 3.6	81.2	1.0	68.3	△ 1.0	82.9	2.3
2018暦年	2,857,222	△ 8.3	2,127,849	6.3	238,187	12.7	5,223,258	△ 2.0	82.0	1.0	68.7	0.6	83.0	0.1
2018.1～3	640,269	△ 16.5	501,159	3.2	53,036	3.2	1,194,464	△ 8.2	77.6	1.8	64.8	0.7	80.3	△ 0.2
4～6	691,565	△ 11.4	490,488	7.9	66,170	7.9	1,248,224	△ 3.4	82.9	2.2	68.4	1.1	82.2	0.9
7～9	759,635	△ 5.3	595,928	4.5	54,051	16.5	1,409,615	△ 1.8	83.3	0.4	73.8	△ 0.4	84.2	△ 0.6
10～12	765,752	△ 0.1	540,273	8.0	64,929	11.0	1,370,955	2.3	84.4	0.3	68.4	1.1	85.2	0.1
2019.1～3	644,140	0.6	495,578	△ 1.1	56,480	6.5	1,196,199	△ 0.8	－	－	－	－	80.2	△ 0.1
2018.1	181,253	－	140,913	－	12,980	－	335,146	－	70.4	0.9	58.4	△ 1.7	72.8	△ 0.3
2	203,478	－	163,793	－	14,888	－	382,159	－	80.7	4.3	67.6	3.0	83.3	0.1
3	255,538	－	196,452	－	25,168	－	477,159	－	81.8	0.4	68.5	0.4	84.7	△ 0.4
4	212,737	－	147,390	－	26,258	－	386,385	－	85.1	0.8	70.0	1.2	86.2	2.9
5	244,657	－	163,615	－	21,286	－	429,559	－	81.6	2.1	68.4	△ 1.3	80.4	0.0
6	234,171	－	179,483	－	18,626	－	432,279	4. 1	82.0	3.8	66.7	3.6	80.1	△ 0.1
7	241,242	△ 4.8	181,868	6.3	17,929	15.3	441,038	0.2	82.9	1.0	70.1	0.6	82.7	△ 1.1
8	288,944	△ 2.8	223,575	4.6	17,647	23.6	530,166	0.9	85.8	2.0	80.9	0.5	86.9	0.9
9	229,450	△ 8.6	190,485	2.7	18,476	11.5	438,411	△ 3.2	81.1	△ 1.9	70.3	△ 2.5	82.9	△ 1.7
10	270,343	△ 1.6	194,318	10.2	23,883	10.4	488,544	3.3	85.8	△ 0.1	72.8	0.7	86.3	△ 0.9
11	274,758	0.6	179,766	5.1	22,140	14.0	476,665	2.8	87.3	1.4	70.3	△ 0.6	87.6	0.5
12	220,651	1.0	166,189	8.8	18,906	8.6	405,746	4.4	80.2	△ 0.5	62.0	3.7	81.6	0.7
2019.1	184,239	1.6	141,114	0.1	13,289	2.4	338,643	1.0	－	－	－	－	72.9	0.1
2	204,743	0.6	165,698	1.2	15,787	6.0	386,228	1.1	－	－	－	－	82.7	△ 0.7
3	255,158	△ 0.1	188,767	△ 3.9	27,403	8.9	471,328	△ 1.2	－	－	－	－	84.9	0.2
資料出所	観光庁								（一社）日本ホテル協会				（一社）全日本シティホテル連盟	

（注1）2016年4月分より主要旅行業者はＪＴＢグループ等のグループ企業を1社とみなした50社とし、これに伴い取扱額もグループ企業内取引を相殺して集計している。
（注2）主要旅行業者数は現在49社。2015年4月～2016年3月は49社、2016年4月～9月は50社、2016年10月～2017年3月は49社、2017年4月～2018年5月は50社。
（注3）直近公表の前年同月値の修正に伴い、暦年・年度・四半期の数値も修正している。
（注4）暦年・年度・四半期の原数値は、四捨五入により各月の積上げ値と必ずしも一致しない。

年・月	旅行・観光関連産業（運輸業）													
	ＪＲ旅客数						新幹線旅客数		民鉄旅客数					
			定期		定期外						定期		定期外	
	千 人	前年比	千人	前年比	千人	前年比	千人	前年比	千人	前年比	千人	前年比	千人	前年比
		%		%		%		%		%		%		%
2016年度	9,392,177	0.9	5,728,690	1.0	3,663,487	0.8	372,663	1.9	15,206,185	1.5	8,461,622	1.8	6,744,566	1.1
2017年度	9,488,030	1.0	5,773,827	0.8	3,714,203	1.4	378,449	1.6	15,484,578	1.8	8,646,724	2.2	6,837,839	1.4
2018年度	9,555,915	0.7	5,817,136	0.8	3,738,779	0.7	386,249	2.1	15,713,414	1.5	8,810,259	1.9	6,903,141	1.0
2016暦年	9,387,719	1.3	5,735,071	1.6	3,652,648	0.9	369,690	1.8	15,161,855	1.8	8,432,626	2.0	6,729,232	1.6
2017暦年	9,466,876	0.8	5,761,695	0.5	3,705,181	1.4	377,205	2.0	15,425,026	1.7	8,605,594	2.1	6,819,426	1.3
2018暦年	9,533,209	0.7	5,805,936	0.8	3,727,273	0.6	384,086	1.8	15,655,141	1.5	8,766,896	1.9	6,888,223	1.0
2018.1～3	2,272,836	0.9	1,361,450	0.9	911,386	1.0	90,762	1.4	3,756,932	1.6	2,073,206	2.0	1,683,717	1.1
4～6	2,417,997	0.6	1,490,444	0.7	927,553	0.5	92,947	1.7	4,010,239	1.4	2,282,302	2.0	1,727,933	0.6
7～9	2,410,612	△ 0.1	1,480,018	0.7	930,594	△ 1.2	99,701	1.5	3,929,371	1.0	2,217,234	1.7	1,712,137	0.1
10～12	2,431,764	1.3	1,474,024	0.8	957,740	2.1	100,676	2.7	3,958,599	1.9	2,194,154	1.8	1,764,436	2.2
2019.1～3	2,295,542	1.0	1,372,650	0.8	922,892	1.3	92,925	2.4	3,815,205	1.6	2,116,569	2.1	1,698,635	0.9
2018.1	778,083	0.7	481,665	0.8	296,418	0.4	32,028	1.6	1,271,736	1.4	722,330	1.8	549,402	0.9
2	706,506	0.8	428,552	1.1	277,954	0.4	28,365	2.0	1,193,103	1.2	676,182	1.9	516,920	0.2
3	788,247	1.3	451,233	0.8	337,014	2.0	30,369	0.6	1,292,093	2.2	674,694	2.4	617,395	2.1
4	792,458	0.8	472,306	0.6	320,152	1.2	34,970	3.0	1,323,018	1.3	738,597	2.0	584,422	0.5
5	828,548	0.5	515,340	0.7	313,208	0.0	30,744	1.2	1,356,461	1.4	774,371	1.9	582,089	0.7
6	796,991	0.7	502,798	0.9	294,193	0.4	27,233	0.7	1,330,760	1.4	769,334	2.0	561,422	0.7
7	816,413	△ 0.8	507,739	0.9	308,674	△ 3.5	36,526	0.3	1,322,928	0.9	749,240	2.1	573,687	△ 0.6
8	818,430	0.5	491,646	0.8	326,784	0.0	34,298	2.2	1,308,382	1.5	717,369	1.6	591,018	1.5
9	775,769	0.2	480,633	0.4	295,136	△ 0.1	28,877	2.1	1,298,061	0.6	750,625	1.5	547,432	△ 0.5
10	822,513	1.8	506,455	0.8	316,058	3.4	37,183	1.9	1,343,122	2.6	761,208	2.2	581,912	3.2
11	803,104	1.1	489,221	0.8	313,883	1.6	34,181	4.0	1,328,461	1.9	748,962	1.6	579,493	2.4
12	806,147	0.9	478,348	0.6	327,799	1.5	29,312	2.2	1,287,016	1.3	683,984	1.6	603,031	1.0
2019.1	782,527	0.6	483,999	0.5	298,528	0.7	32,645	1.9	1,283,655	0.9	733,494	1.5	550,161	0.1
2	714,283	1.1	431,841	0.8	282,442	1.6	28,906	1.9	1,215,684	1.9	689,169	1.9	526,515	1.9
3	798,732	1.3	456,810	1.2	341,922	1.5	31,374	3.3	1,315,866	1.8	693,906	2.8	621,959	0.7
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	
	千人キロ	前年比	千人キロ	前年比	千人キロ	前年比	千人	前年比	百万円	前年比	台（平均）/日	前年比	台（平均）/日	前年比
		%		%		%		%		%		%		%
2016年度	159,762,472	1.3	95,416,293	2.3	63,681,365	0.6	4,204,434	0.9	933,079	1.1	5,034,847	1.6	2,586,204	2.4
2017年度	162,387,933	1.6	97,089,285	1.8	64,624,679	1.5	4,266,230	1.5	949,046	1.7	5,066,208	0.6	2,624,708	1.5
2018年度	164,493,137	1.3	99,226,746	2.2	65,064,983	0.7	4,308,540	1.0	958,977	1.0	5,171,881	2.1	2,717,609	3.5
2016暦年	159,102,203	1.5	94,803,027	2.8	63,503,774	0.9	4,196,688	1.3	930,309	1.4	5,012,814	1.5	2,567,869	2.4
2017暦年	161,785,825	1.7	96,645,266	1.9	64,478,643	1.5	4,252,807	1.3	946,079	1.7	5,071,847	1.2	2,628,853	2.4
2018暦年	163,750,170	1.2	98,601,757	2.0	64,893,800	0.6	4,297,814	1.1	955,485	1.0	5,132,670	1.2	2,684,499	2.1
2018.1～3	39,133,799	1.6	23,141,509	2.0	15,868,734	0.9	1,053,087	1.3	234,170	1.3	4,845,585	△ 0.5	2,520,971	△ 0.7
4～6	39,626,378	1.1	23,722,208	1.7	16,268,597	△ 0.0	1,079,808	0.6	239,586	0.5	5,070,815	1.3	2,680,744	2.9
7～9	42,182,998	△ 0.1	25,673,157	1.7	16,157,189	△ 0.6	1,064,350	0.1	236,710	△ 0.3	5,328,113	0.5	2,765,088	1.0
10～12	42,806,995	2.4	26,064,883	2.7	16,599,280	2.3	1,100,569	2.3	245,018	2.5	5,286,167	3.4	2,771,194	5.2
2019.1～3	39,876,766	1.9	23,766,498	2.7	16,039,917	1.1	1,063,813	1.0	237,663	1.5	5,002,430	3.2	2,653,409	5.3
2018.1	13,971,272	1.7	8,767,035	2.5	5,191,662	0.9	344,943	1.1	77,077	1.3	4,535,261	△ 1.3	2,358,583	△ 1.7
2	11,997,959	1.8	7,150,366	2.5	4,829,593	0.0	322,188	0.4	71,326	0.3	4,765,566	△ 0.5	2,482,071	△ 0.7
3	13,164,568	1.2	7,224,108	0.8	5,847,479	1.7	385,956	2.3	85,766	2.1	5,235,928	0.3	2,722,258	0.3
4	15,538,964	2.6	9,903,809	3.1	5,541,444	0.7	366,669	0.4	81,717	0.8	5,109,308	2.3	2,702,552	5.3
5	13,114,285	0.0	7,676,394	1.1	5,508,217	△ 1.0	362,870	0.5	80,841	△ 0.2	5,066,979	△ 0.3	2,680,900	1.8
6	10,973,129	0.2	6,142,005	0.1	5,218,936	0.2	350,269	0.8	77,028	0.7	5,036,157	1.9	2,658,780	4.0
7	15,666,831	△ 1.7	10,167,993	0.4	5,313,320	△ 1.8	355,882	△ 1.0	78,330	△ 1.5	5,175,942	△ 0.3	2,697,863	0.8
8	14,952,582	0.7	8,861,468	2.2	5,671,548	0.8	365,202	1.4	82,315	1.1	5,677,735	2.0	2,928,615	3.0
9	11,563,585	1.1	6,643,696	3.3	5,172,321	△ 0.8	343,266	△ 0.1	76,065	△ 0.7	5,130,663	△ 0.2	2,668,787	1.4
10	16,058,783	1.9	10,423,971	1.1	5,449,931	3.9	362,535	3.6	80,259	4.0	5,323,074	5.9	2,776,287	8.6
11	14,244,984	3.1	8,862,157	4.8	5,493,439	2.1	360,890	2.3	80,857	2.5	5,423,251	3.1	2,825,792	4.7
12	12,503,228	2.1	6,778,755	2.5	5,655,910	0.9	377,144	1.0	83,903	1.2	5,112,176	1.2	2,711,502	3.1
2019.1	14,210,196	1.7	9,004,590	2.7	5,192,661	0.0	345,438	0.1	77,191	0.1	4,743,707	4.6	2,524,302	7.0
2	12,207,423	1.7	7,317,701	2.3	4,920,912	1.9	328,064	1.8	72,853	2.1	4,934,314	3.5	2,610,700	5.2
3	13,459,147	2.2	7,444,207	3.0	5,926,344	1.3	390,311	1.1	87,619	2.2	5,329,268	1.8	2,825,225	3.8
資料出所	国土交通省						（一社）日本民営鉄道協会				（公財）高速道路調査会			

（注）民鉄とはJR以外の鉄軌道事業者をいう。

年・月	旅行・観光関連産業（運輸業）											
	貸切バス輸送人員		フェリー（自動車航送長距離航路）				航空（国内線）旅客数					
	全国		旅客		自動車				幹線		ローカル線	
	千人	前年比	千人	前年比	千台	前年比	千人	前年比	千人	前年比	千人	前年比
		%		%		%		%		%		%
2016年度	294,437	△ 0.3	2,354	△ 0.5	1,535	4.8	98,124	2.1	42,296	1.9	55,828	2.3
2017年度	297,317	1.0	2,385	1.3	1,569	2.2	102,119	4.1	43,655	3.2	58,464	4.7
2018年度	298,034	0.2	2,388	0.1	1,586	1.1	103,903	1.7	43,436	△ 0.5	60,466	3.4
2016暦年	294,844	△ 1.9	2,341	0.7	1,508	3.0	97,203	1.4	41,855	1.3	55,349	1.4
2017暦年	296,687	0.6	2,407	2.9	1,574	4.4	101,755	4.7	43,553	4.1	58,202	5.2
2018暦年	298,458	0.6	2,352	△ 2.3	1,578	0.2	102,999	1.2	43,351	△ 0.5	59,648	2.5
2018.1～3	64,360	1.0	488	△ 4.5	354	△ 1.5	24,327	1.5	10,704	1.0	13,623	2.0
4～6	79,644	0.7	549	△ 5.2	387	△ 0.8	24,741	2.9	10,393	1.8	14,348	3.7
7～9	74,185	0.5	772	△ 1.7	421	△ 1.6	27,262	△ 2.0	11,158	△ 4.9	16,103	0.2
10～12	80,269	0.3	544	2.2	416	4.9	26,670	2.8	11,096	0.8	15,574	4.3
2019.1～3	63,936	△ 0.7	523	7.2	363	2.4	25,230	3.7	10,789	0.8	14,441	6.0
2018.1	20,563	1.6	149	1.0	111	0.2	7,705	1.0	3,424	△ 0.6	4,281	2.3
2	21,296	△ 0.1	123	1.3	108	△ 2.0	7,633	3.3	3,410	3.5	4,222	3.2
3	22,501	1.4	216	△ 10.7	136	△ 2.4	8,989	0.5	3,870	0.2	5,120	0.7
4	23,955	0.5	187	△ 2.5	131	△ 1.5	7,933	5.2	3,369	4.6	4,565	5.7
5	27,830	1.0	202	△ 9.8	128	△ 0.7	8,508	0.9	3,507	△ 0.1	5,000	1.6
6	27,859	0.8	160	△ 1.9	127	△ 0.2	8,300	2.8	3,517	1.2	4,783	4.0
7	26,101	0.9	232	△ 5.1	141	0.1	8,649	△ 0.9	3,637	△ 2.2	5,012	△ 0.0
8	23,745	4.1	345	△ 1.5	147	△ 0.1	10,226	1.0	4,142	△ 0.8	6,084	2.3
9	24,339	△ 3.3	195	2.1	133	△ 4.9	8,386	△ 6.4	3,380	△ 12.0	5,007	△ 2.1
10	30,054	0.6	188	4.7	151	10.6	9,150	1.4	3,744	△ 1.4	5,406	3.5
11	28,756	1.4	186	△ 1.4	134	1.7	9,112	2.9	3,737	1.0	5,375	4.3
12	21,459	△ 1.6	170	3.5	131	2.1	8,408	4.3	3,615	3.0	4,793	5.3
2019.1	20,598	0.2	150	0.8	112	1.4	8,030	4.2	3,495	2.1	4,535	5.9
2	21,358	0.3	132	6.7	111	3.4	7,841	2.7	3,385	△ 0.7	4,456	5.5
3	21,980	△ 2.3	241	11.9	139	2.4	9,359	4.1	3,909	1.0	5,450	6.5
資料出所	国土交通省											

年・月	旅行・観光関連産業（運輸業）											
	航空（国内線）大手２グループ旅客数						航空（国際線）大手２グループ旅客数					
	JALグループ		ANAグループ		2グループ計		JALグループ		ANAグループ		2グループ計	
	千人	前年比	千人	前年比	千人	前年比	千人	前年比	千人	前年比	千人	前年比
		%		%		%		%		%		%
2016年度	32,570	1.4	38,665	0.6	71,236	1.0	8,395	△ 0.8	9,119	11.6	17,514	5.3
2017年度	34,033	4.5	39,785	2.9	73,818	3.6	8,585	2.3	9,741	6.8	18,326	4.6
2018年度	34,860	2.4	39,813	0.1	74,672	1.2	9,128	6.3	10,093	3.6	19,222	4.9
2016暦年	32,360	1.4	38,460	△ 0.7	70,820	0.2	8,294	3.0	8,865	12.2	17,158	7.6
2017暦年	33,867	4.7	39,749	3.4	73,616	3.9	8,489	2.4	9,607	8.4	18,096	5.5
2018暦年	34,552	2.0	39,679	△ 0.2	74,231	0.8	9,084	7.0	10,144	5.6	19,229	6.3
2018.1～3	8,114	2.1	9,316	0.4	17,430	1.2	2,212	4.6	2,502	5.6	4,714	5.1
4～6	8,297	2.8	9,601	3.1	17,898	2.9	2,252	10.5	2,509	11.7	4,761	11.1
7～9	9,111	0.1	10,519	△ 4.2	19,630	△ 2.3	2,354	8.4	2,664	5.9	5,018	7.1
10～12	9,030	3.2	10,243	0.7	19,273	1.9	2,268	4.8	2,469	△ 0.3	4,737	2.1
2019.1～3	8,422	3.8	9,449	1.4	17,871	2.5	2,255	2.0	2,451	△ 2.0	4,706	△ 0.2
2018.1	2,585	2.0	2,969	△ 0.6	5,554	0.6	719	1.7	819	1.8	1,538	1.7
2	2,559	4.1	2,907	2.7	5,465	3.3	699	4.9	795	7.5	1,494	6.3
3	2,970	0.5	3,440	△ 0.7	6,410	△ 0.1	793	7.0	888	7.8	1,681	7.4
4	2,647	4.2	3,053	5.9	5,701	5.1	740	9.0	848	9.8	1,587	9.4
5	2,837	1.3	3,323	0.8	6,160	1.0	746	10.6	820	10.3	1,566	10.4
6	2,813	3.0	3,225	2.8	6,037	2.9	766	11.8	842	15.1	1,607	13.5
7	2,908	0.9	3,280	△ 2.7	6,187	△ 1.0	785	9.6	906	9.7	1,691	9.7
8	3,366	4.1	4,001	△ 2.7	7,366	0.3	819	9.3	939	4.8	1,758	6.8
9	2,838	△ 5.0	3,238	△ 7.5	6,076	△ 6.3	749	6.1	819	3.3	1,568	4.6
10	3,082	1.7	3,545	△ 0.8	6,626	0.4	767	4.8	831	2.1	1,598	3.4
11	3,116	3.4	3,500	1.1	6,616	2.2	754	5.2	806	△ 0.8	1,560	2.0
12	2,832	4.7	3,199	2.1	6,031	3.3	746	4.4	832	△ 2.0	1,578	0.9
2019.1	2,713	4.9	3,002	1.1	5,715	2.9	752	4.5	815	△ 0.5	1,566	1.9
2	2,637	3.1	2,925	0.6	5,562	1.8	712	1.8	761	△ 4.2	1,473	△ 1.4
3	3,072	3.4	3,522	2.4	6,594	2.9	792	△ 0.2	875	△ 1.5	1,667	△ 0.9
資料出所	各社月報											

（注）JALグループの国際線旅客数については、2016年度よりコードシェアによる他社販売分も含む。

年度	国内旅行動向													
	温泉入湯客数		温泉地延べ宿泊利用者数		特殊索道旅客数		水浴場延べ利用者数		ゴルフ場延べ利用者数		オートキャンプ参加人口		自然公園利用者数	
	千人	前年比	千人	前年比	千人	前年比	万人	前年比	千人	前年比	万人	前年比	千人	前年比
		%		%		%		%		%		%		%
2014年度	187,386	0.3	128,012	1.3	295,151	1.4	2,592	△ 20.2	86,505	△ 0.3	780	4.0	872,336	△ 0.1
2015年度	191,347	2.1	132,064	3.2	242,071	△ 18.0	2,769	6.8	87,753	1.4	810	3.8	899,144	3.1
2016年度	187,795	△ 1.9	130,128	△ 1.5	253,153	4.6	2,779	0.4	85,780	△ 2.2	830	2.5	895,010	△ 0.5
2017年度	189,784	1.1	130,568	0.3	263,289	4.0	2,301	△ 17.2	85,538	△ 0.3	840	1.2	909,082	1.6
2018年度	–	–	–	–	–	–	2,225	△ 3.4	–	–	850	1.2	–	–
資料出所	総務省自治税務局		環境省自然環境局		国土交通省		環境省水・大気環境局		(一社) 日本ゴルフ場経営者協会		(一社) 日本オートキャンプ協会		環境省自然環境局	

(注1) 特殊索道旅客数は当年度12月から3月まで (スキーシーズン) の数値。
(注2) 水浴場延べ利用者数は年間入込１万人以上の水浴場を対象としている。
(注3) ゴルフ場延べ利用者数は当年３月から翌年２月までの値、オートキャンプ参加人口は暦年の数値。

年・月	海外旅行動向											
	出国者総数						出国者数 (地域別)					
			男性		女性		北海道		東 北		北関東	
	人	前年比	人	前年比	人	前年比	人	前年比	人	前年比	人	前年比
		%		%		%		%		%		%
2016年度	17,492,284	7.0	9,760,235	4.6	7,732,049	10.2	316,418	9.9	424,116	6.9	632,294	6.0
2017年度	17,976,730	2.8	9,983,076	2.3	7,993,654	3.4	331,292	4.7	429,031	1.2	636,490	0.7
2018年度	19,249,587	7.1	10,395,301	4.1	8,854,286	10.8	352,534	6.4	454,993	6.1	673,774	5.9
2016暦年	17,116,320	5.6	9,628,387	3.8	7,487,933	7.9	308,793	9.2	414,509	4.1	620,172	4.4
2017暦年	17,889,292	4.5	9,949,214	3.3	7,940,078	6.0	328,073	6.2	427,358	3.1	637,780	2.8
2018暦年	18,954,031	6.0	10,315,429	3.7	8,638,602	8.8	347,967	6.1	451,070	5.5	664,478	4.2
2018.1～3	4,621,308	1.9	2,510,640	1.4	2,110,668	2.6	95,982	3.5	116,952	1.5	163,550	△ 0.8
4～6	4,162,175	7.0	2,384,361	4.8	1,777,814	10.2	79,049	9.1	97,310	6.1	146,656	3.2
7～9	5,221,503	4.6	2,738,732	2.4	2,482,771	7.2	77,263	0.3	114,856	7.7	180,625	5.8
10～12	4,949,045	10.6	2,681,696	6.3	2,267,349	16.1	95,673	11.5	121,952	7.3	173,647	8.5
2019.1～3	4,916,864	6.4	2,590,512	3.2	2,326,352	10.2	100,549	4.8	120,875	3.4	172,846	5.7
2018.1	1,423,727	9.9	811,544	10.8	612,183	8.8	31,637	10.8	34,950	9.6	48,433	6.9
2	1,390,518	△ 6.9	762,576	△ 7.6	627,942	△ 6.0	26,318	△ 3.0	37,131	△ 6.6	51,058	△ 9.5
3	1,807,063	3.5	936,520	1.9	870,543	5.3	38,027	2.5	44,871	2.9	64,059	1.6
4	1,356,679	9.9	782,854	7.7	573,825	13.0	27,644	13.6	30,780	7.2	46,595	5.1
5	1,383,847	5.0	784,245	2.2	599,602	9.0	26,622	6.3	33,082	6.3	48,881	2.2
6	1,421,649	6.4	817,262	4.7	604,387	8.7	24,783	7.3	33,448	4.8	51,180	2.4
7	1,557,980	5.2	858,295	2.9	699,685	8.3	21,551	1.3	35,456	10.2	53,748	5.0
8	2,033,435	7.7	1,014,006	4.6	1,019,429	10.9	26,031	4.7	39,741	7.1	68,244	6.8
9	1,630,088	0.5	866,431	△ 0.6	763,657	1.7	29,681	△ 4.0	39,659	6.1	58,633	5.3
10	1,646,230	12.8	901,550	8.0	744,680	19.3	32,559	16.2	39,201	11.3	58,794	11.9
11	1,673,465	8.2	923,004	3.6	750,461	14.4	35,785	8.3	44,849	5.5	59,931	4.0
12	1,629,350	10.9	857,142	7.6	772,208	14.8	27,329	10.7	37,902	5.5	54,922	10.1
2019.1	1,452,157	2.0	808,168	△ 0.4	643,989	5.2	31,747	0.3	34,124	△ 2.4	49,771	2.8
2	1,534,792	10.4	816,131	7.0	718,661	14.4	27,587	4.8	40,188	8.2	55,438	8.6
3	1,929,915	6.8	966,213	3.2	963,702	10.7	41,215	8.4	46,563	3.8	67,637	5.6
資料出所	法務省											

(注) 出国者数は海外居住者を含む。

年・月	海外旅行動向													
	出国者数 (地域別)													
	首都圏		甲信越・北陸		東海		近畿		中国		四国		九州・沖縄	
	人	前年比	人	前年比	人	前年比	人	前年比	人	前年比	人	前年比	人	前年比
		%		%		%		%		%		%		%
2016年度	7,530,622	6.5	604,480	5.7	1,911,774	5.3	3,105,479	8.4	547,150	6.9	227,414	5.9	1,148,211	13.0
2017年度	7,730,728	2.7	625,570	3.5	1,950,827	2.0	3,201,255	3.1	564,602	3.2	236,223	3.9	1,190,164	3.7
2018年度	8,208,562	6.2	656,031	4.9	2,088,993	7.1	3,463,332	8.2	609,386	7.9	238,289	0.9	1,204,719	1.2
2016暦年	7,371,218	5.2	593,037	3.7	1,877,248	4.0	3,032,214	6.9	533,703	4.4	223,141	3.8	1,108,770	10.1
2017暦年	7,701,858	4.5	622,072	4.9	1,946,030	3.7	3,174,352	4.7	560,940	5.1	233,767	4.8	1,182,496	6.6
2018暦年	8,108,953	5.3	649,610		2,053,609	5.5	3,389,707	6.8	600,282	7.0	251,377	7.5	1,333,733	12.8
2018.1～3	1,940,168	1.5	169,384	2.1	503,356	1.0	843,027	3.3	145,137	2.6	60,522	4.2	310,478	2.5
4～6	1,743,142	5.6	140,942	1.8	463,292	6.1	745,648	10.4	135,995	9.6	56,576	7.3	292,997	15.6
7～9	2,349,170	5.4	164,606	4.8	551,881	4.4	890,827	0.7	157,938	4.5	66,533	4.6	354,225	12.8
10～12	2,076,473	8.7	174,678	8.7	535,080	11.0	910,205	14.1	161,212	11.8	67,746	14.1	376,033	20.5
2019.1～3	2,039,777	5.1	175,805	3.8	538,740	7.0	916,652	8.7	154,241	6.3	65,711	8.6	350,622	12.9
2018.1	588,651	9.6	48,515	10.8	152,302	11.2	253,242	12.5	41,934	9.9	17,275	11.9	87,750	11.3
2	602,131	△ 5.8	52,101	△ 8.2	148,720	△ 9.7	246,002	△ 7.3	42,445	△ 9.9	18,042	△ 6.9	89,695	△ 9.9
3	749,386	2.0	68,768	5.2	202,334	2.7	343,783	5.6	60,758	8.1	25,205	8.4	133,033	6.9
4	570,756	9.9	44,033	4.3	151,590	7.4	236,393	13.1	43,504	10.2	17,530	13.4	91,640	18.9
5	572,326	2.3	47,873	△ 2.1	152,595	4.0	255,229	9.5	46,555	11.4	19,764	9.8	100,144	15.9
6	600,060	5.1	49,036	3.6	159,107	7.0	254,026	8.8	45,936	7.4	19,282	0.1	101,213	12.4
7	683,904	4.6	49,213	5.3	163,151	4.6	277,445	6.5	45,651	1.8	19,903	7.6	100,924	11.9
8	894,550	5.9	60,277	6.5	218,590	6.2	374,029	11.8	62,607	10.7	26,630	13.5	134,537	16.3
9	770,716	5.4	55,116	2.6	170,140	1.8	239,353	△ 17.5	49,680	△ 0.2	20,000	△ 7.6	118,764	9.8
10	694,883	11.3	56,627	8.8	174,639	12.0	296,014	16.6	53,481	14.3	21,344	15.5	123,929	24.2
11	693,386	5.4	62,279	7.4	180,114	9.3	307,700	12.8	53,491	9.6	23,679	12.5	127,951	17.6
12	688,204	9.5	55,772	10.1	180,327	11.7	306,491	13.0	54,240	11.5	22,723	14.6	124,153	19.8
2019.1	595,531	1.2	48,142	△ 0.8	152,752	0.3	261,499	3.3	43,057	2.7	18,595	7.6	96,742	10.2
2	653,626	8.6	56,728	8.9	169,426	13.9	280,196	13.9	47,463	11.8	19,847	10.0	104,331	16.3
3	790,620	5.5	70,935	3.2	216,562	7.0	374,957	9.1	63,721	4.9	27,269	8.2	149,549	12.4
資料出所	法務省													

(注) 出国者数は海外居住者を含む。

年・月	海外旅行動向															
	出国者数（性・年齢別）															
	10代未満男性		10代未満女性		10代男性		10代女性		20代男性		20代女性		30代男性		30代女性	
	人	前年比	人	前年比	人	前年比	人	前年比	人	前年比	人	前年比	人	前年比	人	前年比
		%		%		%		%		%		%		%		%
2016年度	317,524	7.2	308,843	7.4	427,044	10.9	571,401	16.6	1,105,677	9.1	1,833,122	16.6	1,760,462	1.8	1,362,094	5.2
2017年度	326,183	2.7	318,054	3.0	444,482	4.1	605,450	6.0	1,163,189	5.2	1,933,265	5.5	1,757,288	△ 0.2	1,353,088	△ 0.7
2018年度	343,024	5.2	336,285	5.7	491,324	10.5	708,819	17.1	1,261,282	8.4	2,237,946	15.8	1,788,366	1.8	1,435,927	6.1
2016暦年	312,098	6.6	303,102	6.3	414,489	9.2	542,401	13.3	1,076,550	8.3	1,742,647	13.0	1,750,659	1.2	1,341,455	3.8
2017暦年	324,669	4.0	316,410	4.4	437,036	5.4	592,067	9.2	1,143,372	6.2	1,901,709	9.1	1,761,995	0.6	1,359,813	1.4
2018暦年	338,214	4.2	331,028	4.6	478,602	9.5	676,827	14.3	1,232,274	7.8	2,148,940	13.0	1,786,075	1.4	1,418,082	4.3
2018.1～3	71,725	2.2	69,680	2.4	124,742	6.3	181,550	8.0	381,140	5.5	653,668	5.1	402,195	△ 1.2	302,825	△ 2.2
4～6	60,117	0.6	58,927	2.7	43,973	4.3	61,118	14.4	211,750	8.3	354,299	18.7	445,426	2.7	332,969	6.1
7～9	129,867	3.6	127,313	3.9	176,316	9.9	262,045	14.9	341,218	6.9	599,671	11.7	462,221	0.5	397,633	2.7
10～12	76,505	10.3	75,108	9.7	133,571	14.0	172,114	20.9	298,166	11.5	541,302	21.9	476,233	3.2	384,655	10.1
2019.1～3	76,535	6.7	74,937	7.5	137,464	10.2	213,542	17.6	410,148	7.6	742,674	13.6	404,486	0.6	320,670	5.9
2018.1	25,729	△ 6.9	25,071	△ 5.2	29,386	6.5	37,759	11.1	80,542	14.0	140,003	14.7	142,343	7.5	108,351	1.9
2	16,896	14.8	16,313	14.6	22,137	6.3	31,910	△ 0.6	144,040	0.5	242,356	△ 3.9	124,564	△ 9.4	91,309	△ 7.8
3	29,100	4.4	28,296	3.4	73,219	6.3	111,881	9.6	156,558	6.2	271,309	9.4	135,288	△ 1.2	103,165	△ 1.0
4	25,327	2.5	24,718	5.7	18,037	4.4	25,590	18.4	68,150	12.0	110,980	22.5	145,703	6.4	109,953	10.0
5	17,562	△ 5.0	17,220	△ 3.0	13,025	0.1	18,057	7.6	68,245	1.7	118,569	13.3	143,625	△ 1.8	109,768	3.1
6	17,228	4.0	16,989	4.5	12,911	8.8	17,471	16.3	75,355	11.5	124,750	20.9	156,098	3.6	113,248	5.3
7	44,230	1.5	43,601	1.3	54,205	8.3	75,674	10.1	76,083	7.5	132,348	15.8	148,449	0.9	118,354	4.6
8	66,099	5.4	64,790	6.2	101,470	11.4	147,066	18.3	134,505	8.6	232,732	14.3	150,834	1.7	144,399	4.5
9	19,538	3.0	18,922	2.2	20,641	7.0	39,305	12.1	130,630	4.9	234,591	7.0	162,938	△ 1.1	134,880	△ 0.6
10	20,756	10.1	20,417	8.9	34,769	13.9	46,312	27.0	95,346	13.9	181,029	27.6	166,550	5.0	129,964	12.5
11	19,753	8.1	19,244	7.9	38,183	10.7	47,483	21.5	101,427	7.0	187,422	18.8	165,695	0.0	127,373	7.1
12	35,996	11.6	35,447	11.3	60,619	16.2	78,319	17.2	101,393	14.0	172,851	19.7	143,988	5.2	127,318	10.9
2019.1	27,596	7.3	26,489	5.7	30,845	5.0	40,296	6.7	84,175	4.5	157,085	12.2	139,521	△ 2.0	111,667	3.1
2	17,530	3.8	16,931	3.8	24,268	9.6	39,839	24.8	159,953	11.0	284,199	17.3	129,001	3.6	99,100	8.5
3	31,409	7.9	31,517	11.4	82,351	12.5	133,407	19.2	166,020	6.0	301,390	11.1	135,964	0.5	109,903	6.5
資料出所	法務省															

（注）出国者数は海外居住者を含む。

年・月	海外旅行動向															
	出国者数（性・年齢別）															
	40代男性		40代女性		50代男性		50代女性		60代男性		60代女性		70代以上男性		70代以上女性	
	人	前年比	人	前年比	人	前年比	人	前年比	人	前年比	人	前年比	人	前年比	人	前年比
		%		%		%		%		%		%		%		%
2016年度	2,374,107	4.6	1,263,309	10.6	1,982,068	3.8	1,087,261	9.8	1,307,468	2.3	924,212	4.7	485,809	8.0	381,807	8.2
2017年度	2,375,161	0.0	1,282,308	1.5	2,076,879	4.8	1,143,860	5.2	1,291,698	△ 1.2	925,781	0.2	548,736	13.0	431,848	13.1
2018年度	2,420,440	1.9	1,393,598	8.7	2,174,903	4.7	1,286,997	12.5	1,307,372	1.2	964,928	4.2	608,590	10.9	489,786	13.4
2016暦年	2,359,655	4.8	1,234,674	10.0	1,947,840	2.4	1,051,351	7.1	1,302,418	1.9	908,357	2.9	464,602	3.8	363,946	3.2
2017暦年	2,380,616	0.9	1,280,344	3.7	2,065,324	6.0	1,135,109	8.0	1,299,271	△ 0.2	931,623	2.6	537,471	15.7	423,003	16.2
2018暦年	2,414,273	1.4	1,365,970	6.7	2,157,847	4.5	1,255,371	10.6	1,309,351	0.8	963,189	3.4	598,793	11.4	479,195	13.3
2018.1～3	559,938	△ 1.0	301,721	0.7	507,796	2.3	276,645	3.3	314,277	△ 2.4	214,403	△ 2.7	148,827	8.2	110,176	8.7
4～6	590,458	3.0	285,397	7.7	526,980	6.5	287,879	11.9	340,234	2.4	262,880	4.5	165,423	14.6	134,345	15.2
7～9	634,003	0.1	425,349	5.6	557,438	2.7	343,995	7.9	308,186	△ 1.4	219,429	△ 0.1	129,483	6.3	107,336	7.4
10～12	629,874	3.5	353,503	13.1	565,633	6.4	346,852	19.1	346,654	4.3	266,477	11.0	155,060	16.0	127,338	21.2
2019.1～3	566,105	1.1	329,349	9.2	524,852	3.4	308,271	11.4	312,298	△ 0.6	216,142	0.8	158,624	6.6	120,767	9.6
2018.1	196,365	10.4	101,435	6.7	176,021	14.2	89,171	10.6	109,178	9.2	73,546	7.7	51,980	23.4	36,847	23.2
2	164,019	△ 11.9	76,649	△ 6.9	153,124	△ 7.8	79,311	△ 5.5	94,496	△ 13.8	60,229	△ 16.1	43,300	△ 8.6	29,865	△ 7.7
3	199,554	△ 0.9	123,637	1.0	178,651	1.4	108,163	4.7	110,603	△ 1.4	80,628	0.5	53,547	11.3	43,464	11.2
4	193,920	5.9	98,355	11.0	173,131	9.2	90,024	14.4	108,936	4.7	76,685	5.5	49,650	17.1	37,520	16.5
5	193,311	0.1	92,903	5.8	175,493	4.2	99,114	13.1	115,410	3.1	94,341	7.9	57,574	16.4	49,630	19.5
6	203,227	3.2	94,139	6.2	178,356	6.2	98,741	8.7	115,888	△ 0.4	91,854	0.4	58,199	10.9	47,195	10.1
7	207,987	1.0	126,271	7.0	180,680	4.0	98,266	11.4	102,578	0.3	70,420	1.9	44,083	7.8	34,751	9.1
8	226,577	1.9	190,289	8.5	196,215	4.2	134,166	11.8	98,191	2.0	70,115	7.6	40,115	11.4	35,872	14.8
9	199,439	△ 2.6	108,789	△ 0.7	180,543	0.0	111,563	0.8	107,417	△ 5.8	78,894	△ 7.7	45,285	0.9	36,713	△ 0.4
10	215,714	5.4	109,416	16.6	192,446	8.1	114,064	22.6	120,277	6.2	96,551	11.8	55,692	17.8	46,927	22.8
11	217,957	1.2	112,383	11.2	197,414	3.8	118,195	17.6	125,949	2.4	94,213	10.8	56,626	15.9	44,148	22.3
12	196,203	4.0	131,704	11.9	175,773	7.5	114,593	17.4	100,428	4.3	75,713	10.3	42,742	13.7	36,263	17.7
2019.1	191,525	△ 2.5	104,672	3.2	176,982	0.5	95,907	7.6	104,479	△ 4.3	70,068	△ 4.7	53,045	2.0	37,805	2.6
2	172,190	5.0	85,503	11.6	163,494	6.8	91,264	15.1	99,293	5.1	65,628	9.0	50,402	16.4	36,197	21.2
3	202,390	1.4	139,174	12.6	184,376	3.2	121,100	12.0	108,526	△ 1.9	80,446	△ 0.2	55,177	3.0	46,765	7.6
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		台湾へ		香港へ		シンガポールへ		ハワイへ		グアムへ				
	人	前年比	人	前年比	人	前年比	人	前年比	人	前年比	人	前年比	人	前年比	円	億円	前年比
		%		%		%		%		%		%		%			%
2016年度	2,406,560	30.6	−	−	1,896,233	10.9	1,147,675	7.7	785,162	△ 1.3	1,514,146	1.9	714,700	△ 5.9	108.4	20,568	6.4
2017年度	2,326,875	△ 3.3	−	−	1,915,651	1.0	1,236,883	7.8	799,830	1.9	1,560,225	3.0	587,755	△ 17.8	110.8	20,312	△ 1.2
2018年度	3,113,572	33.8	−	−	1,983,935	3.6	1,320,465	6.8	834,590	4.3	1,579,862	1.3	602,532	2.5	110.9	22,998	13.2
2016暦年	2,297,893	25.0	-	-	1,895,702	16.5	1,092,329	4.1	783,863	△ 0.7	1,487,978	0.4	745,691	△ 3.5	108.8	20,109	4.0
2017暦年	2,311,447	0.6	−	−	1,898,854	0.2	1,230,010	12.6	792,813	1.1	1,561,262	4.9	620,547	△ 16.8	112.2	20,384	1.4
2018暦年	2,948,527	27.6	−	−	1,969,151	3.7	1,287,773	4.7	829,634	4.6	1,571,298	0.6	562,748	△ 9.3	110.4	22,323	9.5
2018.1〜3	629,800	2.5	−	−	492,132	3.5	326,645	2.1	215,341	3.4	382,665	△ 0.3	149,985	△ 17.9	108.2	5,181	△ 1.4
4〜6	676,376	37.2	−	−	412,212	△ 0.6	289,406	10.0	157,139	2.6	363,919	2.8	111,610	△ 23.5	109.1	5,038	12.0
7〜9	793,384	28.5	−	−	479,642	2.5	313,115	△ 3.5	245,649	7.8	429,375	△ 1.1	140,370	△ 14.4	111.4	6,235	11.5
10〜12	848,967	44.7	−	−	585,165	8.2	358,607	11.2	211,505	4.0	395,339	1.5	160,783	25.8	112.9	5,869	16.4
2019.1〜3	794,845	26.2	−	−	506,916	3.0	359,337	10.0	220,297	2.3	391,229	2.2	189,769	26.5	110.2	5,856	13.0
2018.1	167,083	7.9	−	−	161,912	25.1	105,771	22.8	64,087	20.1	118,767	△ 3.7	41,435	△ 27.4	110.8	1,610	5.6
2	168,241	△ 9.1	−	−	124,290	△ 16.1	76,165	△ 25.8	68,191	△ 6.1	124,648	0.9	46,937	△ 13.6	107.8	1,570	△ 8.9
3	294,476	7.3	−	−	205,930	4.1	144,709	10.4	83,063	0.9	139,250	1.8	61,613	△ 13.7	106.0	2,001	△ 0.1
4	213,853	29.0	−	−	127,138	0.3	90,170	15.0	50,253	8.7	112,734	2.9	39,934	△ 19.9	107.4	1,630	14.5
5	227,230	42.6	−	−	150,928	3.2	105,494	7.8	53,474	△ 1.0	120,729	2.3	36,575	△ 22.4	109.7	1,679	10.2
6	235,293	40.2	−	−	134,146	△ 5.5	93,742	7.9	53,412	0.9	130,456	3.2	35,101	△ 28.3	110.0	1,730	11.5
7	230,512	35.1	−	−	129,363	△ 1.4	87,439	2.0	68,145	7.8	138,060	1.3	40,163	△ 22.5	111.4	1,872	11.6
8	315,025	38.9	−	−	187,176	8.7	119,194	△ 1.5	100,491	5.9	159,395	△ 0.6	61,307	△ 10.3	111.1	2,393	15.0
9	247,847	12.7	−	−	163,103	△ 0.8	106,482	△ 9.7	77,013	10.4	131,920	△ 4.0	38,900	△ 11.3	111.9	1,969	7.3
10	290,468	61.7	−	−	181,797	13.4	103,692	10.4	74,014	14.5	130,809	△ 3.0	43,013	24.7	112.8	1,966	18.4
11	299,978	40.5	−	−	203,270	5.3	128,720	8.2	73,761	△ 2.0	133,521	3.1	55,733	25.7	113.4	1,982	14.1
12	258,521	33.5	−	−	200,098	6.7	126,195	15.2	63,730	0.3	131,009	4.7	62,037	26.7	112.5	1,921	16.9
2019.1	206,526	23.6	−	−	146,184	△ 9.7	112,565	6.4	66,397	3.6	125,504	5.7	58,021	40.0	109.0	1,746	8.4
2	213,200	26.7	−	−	144,923	16.6	92,186	21.0	69,871	2.5	125,984	1.1	58,774	25.2	110.4	1,836	16.9
3	375,119	27.4	−	−	215,809	4.8	154,586	6.8	84,029	1.2	139,741	0.4	72,974	18.4	111.2	2,275	13.7
資料出所	各国政府観光局														財務省・日本銀行		

（注）台湾、香港、シンガポール、グアムは居住地基準、その他の国は国籍基準の数値。

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			
	人	前年比	人	前年比	人	前年比	人	前年比	人	前年比	億円	前年比
		%		%		%		%		%		%
2016年度	24,823,983	16.2	21,149,050	16.7	1,426,637	9.7	1,615,103	18.3	516,008	12.9	33,668	5.1
2017年度	29,772,632	19.9	25,680,644	21.4	1,569,875	10.0	1,798,677	11.4	587,604	13.9	40,301	19.7
2018年度	31,626,991	6.2	27,107,992	5.6	1,742,888	11.0	1,992,866	10.8	641,840	9.2	47,264	17.3
2016暦年	24,039,700	21.8	20,428,866	22.7	1,421,934	14.2	1,570,420	19.8	505,638	17.9	33,374	10.4
2017暦年	28,691,073	19.3	24,716,396	21.0	1,525,662	7.3	1,756,732	11.9	564,527	11.6	38,197	14.5
2018暦年	31,191,856	8.7	26,757,917	8.3	1,720,064	12.7	1,939,719	10.4	630,527	11.7	46,277	21.2
2018.1〜3	7,618,662	16.5	6,627,577	17.0	355,237	14.2	419,298	11.1	181,115	14.6	10,867	24.0
4〜6	8,280,401	14.7	7,055,921	15.3	475,012	12.3	558,915	10.4	152,511	10.5	11,994	27.1
7〜9	7,569,656	1.8	6,502,935	0.4	454,698	13.2	452,895	9.3	124,304	9.7	11,137	12.5
10〜12	7,723,137	3.1	6,571,484	1.8	435,117	11.5	508,611	10.9	172,597	11.2	12,279	21.6
2019.1〜3	8,053,797	5.7	6,977,652	5.3	378,061	6.4	472,445	12.7	192,428	6.2	11,854	9.1
2018.1	2,501,409	9.0	2,207,383	9.3	88,178	3.3	117,242	2.3	77,181	14.4	3,481	11.0
2	2,509,297	23.3	2,247,213	24.5	95,441	16.2	106,792	11.1	50,474	10.5	3,631	34.1
3	2,607,956	18.2	2,172,981	18.2	171,618	19.6	195,264	17.2	53,460	19.2	3,754	28.6
4	2,900,718	12.5	2,431,001	14.3	200,685	4.4	187,845	2.2	65,496	3.7	4,194	23.1
5	2,675,052	16.6	2,283,887	16.7	154,283	18.9	178,730	12.9	45,627	21.7	3,868	27.0
6	2,704,631	15.3	2,341,033	15.0	120,044	19.1	192,340	17.1	41,388	10.8	3,933	31.8
7	2,832,040	5.6	2,430,752	4.6	164,450	13.6	184,283	12.0	39,879	9.4	4,185	16.0
8	2,578,021	4.1	2,255,148	2.8	151,104	17.2	133,867	11.2	28,413	9.3	3,770	15.8
9	2,159,595	△ 5.3	1,817,035	△ 7.3	139,144	8.8	134,745	4.1	56,012	10.2	3,182	5.0
10	2,640,610	1.8	2,191,009	△ 0.5	193,044	13.2	186,183	14.2	55,506	20.6	4,201	21.9
11	2,450,751	3.1	2,094,808	1.8	138,605	15.7	161,190	10.4	45,580	1.7	3,923	21.3
12	2,631,776	4.4	2,285,667	4.0	103,468	3.6	161,238	7.9	71,511	11.1	4,156	21.5
2019.1	2,689,339	7.5	2,366,944	7.2	92,337	4.7	130,340	11.2	89,476	15.9	3,924	12.7
2	2,604,322	3.8	2,323,258	3.4	99,499	4.3	120,332	12.7	52,965	4.9	3,833	5.6
3	2,760,136	5.8	2,287,450	5.3	186,225	8.5	221,773	13.6	49,987	△ 6.5	4,098	9.2
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

組織のミッションである観光文化の振興のため、旅行・観光に関する独自の視点に立った自主研究や自主事業（地域協働事業など）に取り組み、旅行者や観光地の動向に関するデータの収集・分析、セミナー・シンポジウムを通じた研究成果の公表、書籍の出版に加えて、「旅の図書館」の運営などに務めています。

また、我が国では数少ない旅行・観光分野を専門とする調査研究機関として、国・地方公共団体・公的機関等からも様々な調査研究業務を受託し、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　FAX：03-5770-8358
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

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他、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・出版物など観光研究の参考に資する図書約60,000冊をとりそろえた専門図書館です。

1978年（昭和53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。

様々な文献から“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HPをご覧下さい。

【ご利用にあたって】

・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。
（B 1Fメインライブラリー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）

寺崎竜雄	公益財団法人日本交通公社 理事	はじめに
那須　將	同 研究員	I-1日本人の旅行市場の概況、Ⅳ-4中部
五木田玲子	同 主任研究員	I-2日本人の国内旅行
小坂典子	同 研究員	I-3日本人の海外旅行
伊豆菜津美	同 副主任研究員	I-4日本人の旅行に対する意識
川村竜之介	同 副主任研究員	Ⅱ-1訪日外国人の旅行動向
川口明子	同 上席主任研究員	Ⅱ-1訪日外国人の旅行動向
外山昌樹	同 主任研究員	Ⅱ-2訪日旅行に対する意識
武智玖海人	同 研究員	Ⅱ-2訪日旅行に対する意識
柿島あかね	同 主任研究員	Ⅱ-3訪日旅行事業の現況
久保田美穂子	亜細亜大学 経営学部 ホスピタリティ・マネジメント学科 准教授	Ⅲ-1旅行業
相澤美穂子	公益財団法人日本交通公社 上席主任研究員	Ⅲ-2運輸業
岩崎比奈子	同 上席主任研究員	Ⅲ-3宿泊業
中野文彦	同 上席主任研究員	Ⅲ-4集客交流施設
守屋邦彦	同 上席主任研究員	Ⅲ-4MICE
石黒侑介	北海道大学 観光学高等研究センター 大学院 国際広報メディア・観光学院 准教授	Ⅳ-1北海道
福永香織	公益財団法人日本交通公社 主任研究員	Ⅳ-2東北
朝倉はるみ	淑徳大学 経営学部 観光経営学科 教授	Ⅳ-3関東
堀木美告	淑徳大学 経営学部 観光経営学科 准教授	Ⅳ-3関東
西川　亮	立教大学 観光学部 観光学科 助教	Ⅳ-5近畿
菅野正洋	公益財団法人日本交通公社 上席主任研究員	Ⅳ-6中国・四国
野間恵子	一般社団法人九州観光推進機構 企画部	Ⅳ-7九州
中島　泰	公益財団法人日本交通公社 上席主任研究員	Ⅳ-8沖縄
後藤健太郎	同 主任研究員	Ⅳ-9自然
門脇茉海	同 副主任研究員	Ⅳ-10歴史・文化
磯貝友希	同 研究員	Ⅳ-11温泉
工藤亜稀	同 研究員	V-1国による観光政策、V-3主要市町村による観光政策
池知貴大	同 研究員	V-2都道府県による観光政策
吉澤清良	同 主席研究員	付記
泉　佳奈	同	付属統計表

旅行年報 2019

Annual Report on the Tourism Trends Survey

2019年10月発行

発　行：公益財団法人 日本交通公社
〒107-0062　東京都港区南青山二丁目7番29号　日本交通公社ビル
TEL：03-5770-8360（観光文化情報センター）
E-mail：jtbfbook@jtb.or.jp

発行人：末永安生
編集人：有沢徹郎

デザイン・制作・印刷：株式会社 カントー
編集協力：株式会社 ぷれす
Ⓒ2019 公益財団法人日本交通公社

本書の内容についてのご意見・お問い合わせは観光文化情報センターへご連絡下さい。
本書を許可なく複製することを禁じます。許諾については観光文化情報センターにお問い合わせ下さい。
※本書のご注文はオンライン書店（Amazon.co.jp）へ。
POD（プリント・オン・デマンド）で発行しています。

ISBN 978-4-86631-342-9　　ISSN 0911-4750

公益財団法人 日本交通公社