

2 訪日旅行商品の概況

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

(1) 団体旅行商品の概況

団体旅行商品の利用率が高い台湾、香港、中国を調査対象として当財団が独自に実施した「訪日団体旅行商品調査」^(※)の結果をもとに、これらの国・地域における2017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「大阪府」「北海道」「京都府」、香港では「東京都」「大阪府」「千葉県」、中国では「東京都」「京都府」「大阪府」が上位3位となった。2015年、2016年に引き続き、「大阪府」はいずれの国・地域においても上位3位以内に入る結果となった。台湾発の訪日旅行商品では、福島県、茨城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。両者に共通する特徴として、大都市やゴールデンルートのみならず、地方部を訪問する商品が多数造成されている点が挙げられる。

一方、中国発の訪日旅行商品は、大都市である東京都、大阪府、富士山を有する山梨県、静岡県、歴史的観光地である京都府や奈良県など、ゴールデンルート上にある都道府県への訪問率が高い。また都道府県別の訪問率をみると、訪問がなかった県が10県あるのに対し、訪問率上位5位は30%～70%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：2017年6月19日～21日、2017年7月18日～19日
調査対象：旅行会社9社（台湾3社、香港2社、中国4社）
有効商品数：【台湾】582商品／7月発：299商品／8月発：283商品
【香港】175商品／7月発：96商品／8月発：79商品
【中国】491商品／7月発：283商品／8月発：208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	大阪府(123)	東京都(46)	東京都(331)
2位	北海道(118)	大阪府(43)	京都府(293)
3位	京都府(114)	千葉県(35)	大阪府(289)
4位	東京都(112)	愛知県(31)	山梨県(256)
5位	福岡県(103)	北海道(26)	静岡県(150)
6位	千葉県(101)	京都府(23)	奈良県(143)
7位	神奈川県(86)	沖縄県(21) 三重県(21)	北海道(121)
8位	大分県(81)		千葉県(97)
9位	山梨県(80)	兵庫県(20) 静岡県(20)	神奈川県(53)
10位	兵庫県(80)		長崎県(45)

資料：(公財)日本交通公社「訪日団体旅行商品調査」(2017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

地方 ブロック	都道府県	台湾		香港		中国	
		商品数	訪問率	商品数	訪問率	商品数	訪問率
北海道	北海道	118	20.3%	26	14.9%	121	24.6%
	青森県	12	2.1%	9	5.1%	13	2.6%
	岩手県	12	2.1%	13	7.4%	0	0.0%
	宮城県	14	2.4%	9	5.1%	0	0.0%
	秋田県	12	2.1%	3	1.7%	1	0.2%
東北	山形県	8	1.4%	2	1.1%	0	0.0%
	福島県	0	0.0%	4	2.3%	0	0.0%
	茨城県	0	0.0%	7	4.0%	0	0.0%
	栃木県	1	0.2%	12	6.9%	2	0.4%
	群馬県	12	2.1%	8	4.6%	1	0.2%
	埼玉県	19	3.3%	8	4.6%	5	1.0%
	千葉県	101	17.4%	35	20.0%	97	19.8%
	東京都	112	19.2%	46	26.3%	331	67.4%
	神奈川県	86	14.8%	17	9.7%	53	10.8%
	山梨県	80	13.7%	18	10.3%	256	52.1%
甲信越	長野県	53	9.1%	14	8.0%	33	6.7%
	新潟県	7	1.2%	4	2.3%	3	0.6%
北陸	富山県	38	6.5%	12	6.9%	4	0.8%
	石川県	27	4.6%	9	5.1%	8	1.6%
	福井県	9	1.5%	7	4.0%	1	0.2%
東海	岐阜県	40	6.9%	18	10.3%	26	5.3%
	静岡県	48	8.2%	20	11.4%	150	30.5%
	愛知県	31	5.3%	31	17.7%	44	9.0%
	三重県	7	1.2%	21	12.0%	23	4.7%
	滋賀県	29	5.0%	7	4.0%	2	0.4%
近畿	京都府	114	19.6%	23	13.1%	293	59.7%
	大阪府	123	21.1%	43	24.6%	289	58.9%
	兵庫県	80	13.7%	20	11.4%	16	3.3%
	奈良県	78	13.4%	16	9.1%	143	29.1%
	和歌山県	28	4.8%	13	7.4%	5	1.0%
	鳥取県	3	0.5%	3	1.7%	0	0.0%
	島根県	4	0.7%	2	1.1%	0	0.0%
中国	岡山県	23	4.0%	9	5.1%	7	1.4%
	広島県	8	1.4%	7	4.0%	1	0.2%
	山口県	37	6.4%	4	2.3%	1	0.2%
	徳島県	21	3.6%	13	7.4%	5	1.0%
	香川県	27	4.6%	13	7.4%	6	1.2%
四国	愛媛県	25	4.3%	8	4.6%	6	1.2%
	高知県	2	0.3%	8	4.6%	0	0.0%
九州	福岡県	103	17.7%	17	9.7%	22	4.5%
	佐賀県	31	5.3%	11	6.3%	18	3.7%
	長崎県	40	6.9%	14	8.0%	45	9.2%
	熊本県	61	10.5%	12	6.9%	10	2.0%
	大分県	81	13.9%	10	5.7%	15	3.1%
	宮崎県	22	3.8%	10	5.7%	0	0.0%
	鹿児島県	30	5.2%	7	4.0%	0	0.0%
	沖縄県	25	4.3%	21	12.0%	28	5.7%
旅行商品数		582	—	175	—	491	—
調査旅行会社数		3社		2社		4社	

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

(2) 出発国・地域別の旅行商品の特徵

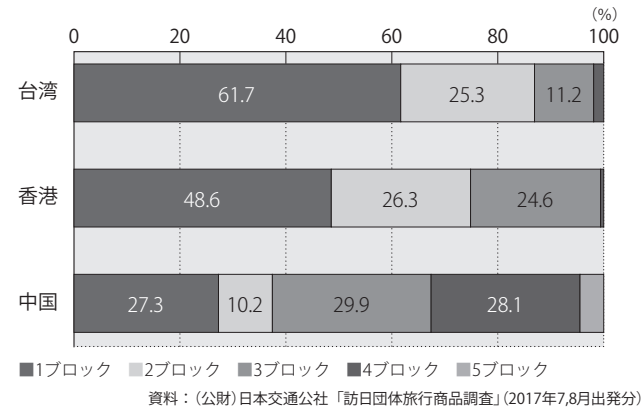
●台湾の団体旅行商品

台湾の団体旅行商品の旅程日数の平均は5.0日（2016年は5.0日）で昨年から変化はなかった。また、1旅行商品あたりの訪問した地方ブロック（北海道、東北、関東、甲信越、北陸、東海、近畿、中国、四国、九州、沖縄の11ブロック）数の平均は1.5ブロックで、ブロック数別では1ブロックのみ訪問する商品が6割以上となっている（図Ⅱ-3-4）。1ブロックや1都道府県での滞在時間が長いため、香港や中国に比べ訪問地の種類が豊富である点が特徴である。

特徴的なツアーでは、しまなみ海道でのサイクリングツアー、富士山や屋久島の登山、キャンピングカーで北海道をめぐる商品、台湾出身の野球選手が出場する試合を観戦する商品などがある。

訪問上位都道府県別にみると、1位の大阪府では、心斎橋、道頓堀、大阪城などの大阪市街、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などの観光施設への訪問が多い。また、大阪ならではの体験プログラムとしてのこ焼きづくりを組み込む商品もみられる。2位の北海道では、道内の主要な観光地である札幌、富良野・美瑛、小樽、登別、函館への訪問は2016年に引き続き多いが、2017年度の商品では、昭和新山を含む洞爺湖周辺を訪問する商品も多くみられた。3位の京都では京都市内の著名な社寺仏閣を訪問する商品のほかに、平等院鳳凰堂がある宇治市や、トロッコ列車や保津川下りなどで亀岡市を訪問する商品も増えてきている。また、茶道や着物など日本文化を体験できる商品が多いことも特徴である。4位の東京都は、主要な訪問地に例年と大きな変化はないが、すみだ北斎美術館、国立新美術館などの美術館への訪問を含む商品が増えてきていることが特徴である。第5位の福岡県は、太宰府観光列車「旅人-たびと-」を利用し太宰府天満宮を訪問する商品や、ビール工場、ラーメン工場など、県内の産業と関わりのある工場見学が行程に組み込まれている商品がある。第6位の千葉県は2016年に引き続き東京ディズニーランド、東京ディズニーシーが県内の主要な訪問地となっている。また、成田発着便を利用している商品では、成田市のショッピングモールなどに立ち寄るケースも見受けられる。第7位の神奈川県は箱根（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（鶴岡八幡宮、小町通りなど）、横浜（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&モール）などが主要な訪問地となっている。このほかに「川崎市藤子・F・不二雄ミュージアム」も主要な観光スポットとなっている。8位の大分県は由布院温泉や別府温泉など温泉地が目立っている。9位の山梨県は富士山周辺（忍野八海、富士五湖、河口湖ハーブ館、八木崎公園、富士急ハイランドなど）のスポットを訪問する商品が多い。また、桃やぶどうをはじめとする果物の産地であることから、果物狩り体験を組み込む商品も目立つ。同じく9位の兵庫県は神戸市内のほかに姫路城、竹田城跡、出石城など城跡への訪問もみられた（表Ⅱ-3-3）。

図Ⅱ-3-4 訪問した地方ブロック数別の構成比



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	大阪府	大阪市街（心斎橋、大阪城、難波等）、ユニバーサル・スタジオ・ジャパン
2位	北海道	札幌、富良野・美瑛、小樽、登別、函館、洞爺湖周辺
3位	京都府	京都市内（清水寺、伏見稲荷大社、金閣寺、八坂神社等）、宇治市、亀岡市
4位	東京都	東京スカイツリー、浅草、お台場、サンリオピューロランド
5位	福岡県	大宰府天満宮、福岡市街（キャナルシティ博多、福岡タワー等）、柳川、門司港
6位	千葉県	東京ディズニーランド、東京ディズニーシー
7位	神奈川県	箱根、川崎市藤子・F・不二雄ミュージアム、鎌倉、横浜市街（みなとみらい21等）
8位	大分県	由布院温泉、別府温泉、サンリオキャラクターパークハーモニーランド
9位	山梨県	富士山周辺、富士急ハイランド、石和温泉
	兵庫県	神戸市内（神戸ハーバーランド、有馬温泉、北野異人館街等）

資料：（公財）日本交通公社「訪日団体旅行商品調査」（2017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5.1日（2016年は5.1日）で昨年からの変化はなかった。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い点では台湾と共通しているが、3ブロック周遊する商品でみると、台湾が1割程度であるのに対し、香港は2割程度となっており（図Ⅱ-3-4）、広範囲な周遊旅行も販売されている。また、香港の団体旅行商品は果物狩りや釣り体験など収穫体験が含まれる商品が多い。

訪問上位都道府県別では、1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、Diver City 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。2位の大阪府では、大阪市内（難波、心斎橋、ユニバーサル・スタジオ・ジャパン、大阪城）を中心に関西国際空港発着便を利用する商品においてりんくうプレミアム・アウトレットへの訪問がみられる。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以外では、マザー牧場や鴨川シーワールドなど、観光施設へ

の訪問が多いことも特徴的である。4位の愛知県は2016年には10位圏外だったにもかかわらず、2017年は4位へと急浮上した。2017年4月に開業した「レゴランド・ジャパン」を訪問する商品が多い。5位の北海道は小樽（小樽運河周辺、小樽オルゴール堂、北一硝子など）、札幌（狸小路商店街、白い恋人パークなど）、富良野・美瑛（四季彩の丘、アルパカ牧場、白金青い池など）、登別（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）が多い。6位の京都府は宮津市の天橋立、籠神社のほか、京都市内の著名なスポットを訪問する商品がみられた。7位の沖縄県は、那覇市内のほかに、沖縄美ら海水族館、ナゴパイナップルパーク、おきなわワールドなど、観光施設への訪問が多いことが特徴的である。そのほか、雪塩製塩所や泡盛酒造所の見学など、沖縄県の産業に関連した工場見学もみられる。同じく7位の三重県は三井アウトレットパークジャズドリーム長島のほか、伊賀流忍者博物館や忍者列車、伊勢神宮を訪問する商品などもみられる。9位の兵庫県は姫路市の太陽公園や神戸市内の主要スポット（六甲山周辺、神戸港周辺など）が多くみられる。同じく9位の静岡県は富士山の眺望を楽しむことができ、団体バスの駐車場も確保されている御殿場平和公園や御殿場プレミアム・アウトレットが主な訪問地となった。（表Ⅱ-3-4）。

表Ⅱ-3-4 香港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	新宿、東京スカイツリー、お台場、浅草、サンリオピューロランド
2位	大阪府	大阪市街（心斎橋、難波、大阪城等）、ユニバーサル・スタジオ・ジャパン
3位	千葉県	東京ディズニーランド、東京ディズニーシー
4位	愛知県	レゴランド・ジャパン、名古屋市内（栄町商店街、名古屋城等）
5位	北海道	小樽、札幌、富良野・美瑛、登別
6位	京都府	籠神社、京都市内（渡月橋、金閣寺、嵐山、清水寺、西陣織会館、伏見稲荷大社）
7位	沖縄県	那覇市内（首里城周辺、国際通り等）、沖縄美ら海水族館、ナゴパイナップルパーク
	三重県	伊勢神宮、伊賀流忍者博物館、ミキモト真珠島、ナガシマスパーランド
9位	兵庫県	太陽公園、神戸市内（神戸ハーバーランド、六甲山等）
	静岡県	御殿場平和公園、御殿場プレミアム・アウトレット、三島スカイウォーク

資料：（公財）日本交通公社「訪日団体旅行商品調査」（2017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6.2日（2016年は6.0日）で昨年からの大きな変化はなかった。また、訪問した地方ブロック数の平均は2.7ブロック、ブロック数別では3ブロック、4ブロックがそれぞれ3割程度となっているが、2016年は訪問した地方ブロックが1ブロックだった商品が18.6%であったのに対し、2017年は27.3%と3割程度まで拡大した。台湾や香港と比べ、1旅行商品あたりの訪問ブロック数が多いのが特徴だが、台湾や香港のように、1旅行商品あたりの訪問ブロック数

が少ない商品も増えてきている（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位の京都府は表中の訪問地に加え、寿司握り体験など、日本文化を体験できるメニューも目立つ。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）が主要な訪問スポットとなっている。大阪市内以外では、吹田市の万博記念公園や池田市のカップヌードルミュージアム大阪池田などを訪問する商品もみられた。4位の山梨県、5位の静岡県はいずれも富士山周辺の観光施設を訪問しており、なかでも山梨県の忍野八海、富士急ハイランド、富士の駅地震体験館や、静岡県の御殿場プレミアム・アウトレット、御殿場平和公園などが主要な訪問先となっている。6位の奈良県は春日大社や東大寺が主たる訪問地である。7位の北海道は小樽（小樽運河、北一硝子、小樽オルゴール堂など）、富良野・美瑛（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）、札幌（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）、登別（登別地獄谷、登別マリンパークニクスなど）、函館（函館山、五稜郭、函館朝市など）が主たる訪問地となった。8位の千葉県は東京ディズニーランドのほか、香港の訪日旅行商品と同様、マザー牧場や鴨川シーワールドが主要な訪問地となった。9位の神奈川県は台湾と同じく横浜（元町公園、横浜中華街、山下公園など）、箱根（大涌谷、芦ノ湖、箱根神社など）、鎌倉（鶴岡八幡宮、鎌倉高校など）が主たる訪問地となっている。10位の長崎県は長崎市内（長崎平和公園、長崎新地中華街、出島、眼鏡橋など）やハウステンボスが主要な訪問地となった（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	皇居、銀座、浅草、秋葉原、お台場、新宿、都庁、東京スカイツリー
2位	京都府	京都市内（祇園、金閣寺、清水寺、八坂神社、伏見稲荷大社、平安神宮等）
3位	大阪府	大阪市街（大阪城、心斎橋、道頓堀、あべのハルカス等）、ユニバーサル・スタジオ・ジャパン
4位	山梨県	忍野八海、富士急ハイランド、富士の駅地震体験館、河口湖、八木崎公園
5位	静岡県	御殿場プレミアム・アウトレット、御殿場平和公園、修善寺温泉、ぐりんぱ
6位	奈良県	奈良公園、春日大社、東大寺、唐招提寺
7位	北海道	小樽、富良野・美瑛、洞爺湖周辺、札幌、登別、函館
8位	千葉県	東京ディズニーランド、東京ディズニーシー、マザー牧場、鴨川シーワールド
9位	神奈川県	横浜市街（元町公園、横浜中華街、山下公園等）、箱根（大涌谷、芦ノ湖等）
10位	長崎県	長崎市内（長崎平和公園、長崎新地中華街等）、ハウステンボス、雲仙

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

(3) 地方ブロック別の旅行商品の特徵

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の特徵は以下の通り。

表Ⅱ-3-6 地方ブロック別の訪問率

(単位：％)

	台湾			香港			中国		
	2017	2016	2015	2017	2016	2015	2017	2016	2015
北海道	20.3	20.4	17.5	14.9	17.1	15.9	24.6	19.7	22.7
東北	2.6	2.8	3.5	9.7	8.5	4.0	2.6	0.4	0.9
関東	21.0	17.4	21.7	27.4	22.0	14.9	68.0	80.9	75.9
甲信越	23.4	18.0	22.4	17.7	18.3	13.4	53.8	63.5	58.0
北陸	6.5	9.3	9.1	8.0	9.1	7.0	1.6	0.9	0.2
東海	16.0	12.3	13.4	30.3	21.3	16.4	39.1	46.7	57.8
近畿	23.4	24.9	21.1	27.4	28.0	33.3	63.3	68.9	60.2
中国	10.3	9.8	7.1	8.6	20.1	19.4	1.4	0.5	1.1
四国	5.7	4.5	1.8	8.6	9.8	8.0	1.2	0.0	0.2
九州	19.9	18.3	14.6	12.6	24.4	28.9	10.8	3.2	6.4
沖縄	4.3	8.5	6.1	12.0	8.5	14.4	5.7	7.3	5.5

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

●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2015年、2016年に引き続き、小樽、札幌、富良野・美瑛、登別、函館となっていたが、2017年は台湾や中国を中心に洞爺湖周辺への訪問も多くみられた。

●東北

東北への訪問率は台湾2.6%、香港9.7%、中国2.6%となった。台湾では11の地方ブロック中最も低い訪問率となった。一方、香港や中国では年々訪問率が上昇傾向にある。いずれの国・地域においても奥入瀬渓流や十和田湖が主たる訪問地となっており、盛岡手づくり村での煎餅作り体験や帆立小屋での釣り体験なども組み込まれている。

●関東

台湾、香港の訪問率が2～3割であるのに対し、中国では約7割となっており、中国の訪問率が高い。いずれの国・地域でも東京、神奈川、千葉の3県を訪問する商品が多く、東京では新宿、お台場、浅草、銀座が、神奈川県では横浜、箱根、鎌倉が主たる訪問地となっている。千葉では東京ディズニーランド、東京ディズニーシーや空港に近い成田周辺のショッピングセンターやアウトレットモールが主な訪問地となっている。一方で、茨城、栃木、埼玉、群馬への訪問率は極めて低く、域内の都県間で訪問率の偏りが大きい。

●甲信越・北陸・東海

甲信越の訪問率を見ると、台湾、香港では2割程度、中国では5割以上の訪問率となっている。台湾では近畿と並んで最も訪問率が高い。東海の訪問率をみると、台湾2割、香港3割、中国4割となっている。香港では、最も訪問率が高い。甲信越、東海地方では、富士山訪問を中心に周辺の山梨県や静岡県観光地を訪問する商品が多い。富士山関連では忍野八海、御殿場平和公園、御殿場プレミアム・アウトレット、河口湖周辺への訪問が多い。北陸はいずれの国・地域でも訪問率が10%に満たない。特に香港では11地方ブロック中最も低い訪問率となった。

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

●近畿

全ての国・地域で大阪府、京都府への訪問率が高く、滋賀県や和歌山県への訪問率が低い。台湾では、11地方ブロック中、甲信越と並んで最も訪問率が高い。台湾の旅行商品では、滋賀県の琵琶湖や滋賀県長浜市の黒壁スクエアを訪問している。また、台湾、香港の旅行商品では、訪日外国人にも人気の高い和歌山電鐵のたま駅長（猫）がいる貴志駅を訪問する商品や、黒潮市場、和歌山城、白浜周辺（千畳敷、円月島、三段壁）、那智の滝など、訪問地のバリエーションが豊富な点が特徴である。

●中国・四国

台湾、香港の訪問率は5～10%程度、中国発の旅行商品では中国地方が1.4%、四国地方が1.2%と特に低くなっている。台湾、香港では、福岡から関門橋を通過して山口県を訪問する九州北部と組み合わせた行程や、香川県内を観光した後、岡山県内を訪問する行程が多い。

●九州

台湾は昨年とほぼ同程度（2割程度）の訪問率となったが、香港は-11.8ポイント、中国は+7.6ポイントとなり変化がみられた。昨年よりも訪問率が上昇した中国では、長崎県や福岡県への訪問が中心で、南部の宮崎県や鹿児島県への訪問はみられない点が特徴である。

●沖縄

香港の訪問率が高い。主な訪問地は那覇市内（首里城周辺、波上宮、国際通りなど）、美浜アメリカビレッジ、ピオスの丘、海洋博公園（美ら海水族館を含む）、OKINAWAフルーツランドなどで、ほかの地方ブロックと比較してテーマパークへの訪問率が高い点が特徴である。

(柿島あかね)