

「観光白書」と 「新時代のインバウンド拡大アクションプラン」 を読み解く

令和6年8月
観光庁観光戦略課長
河田 敦弥

0. 観光庁について

1. 観光の意義

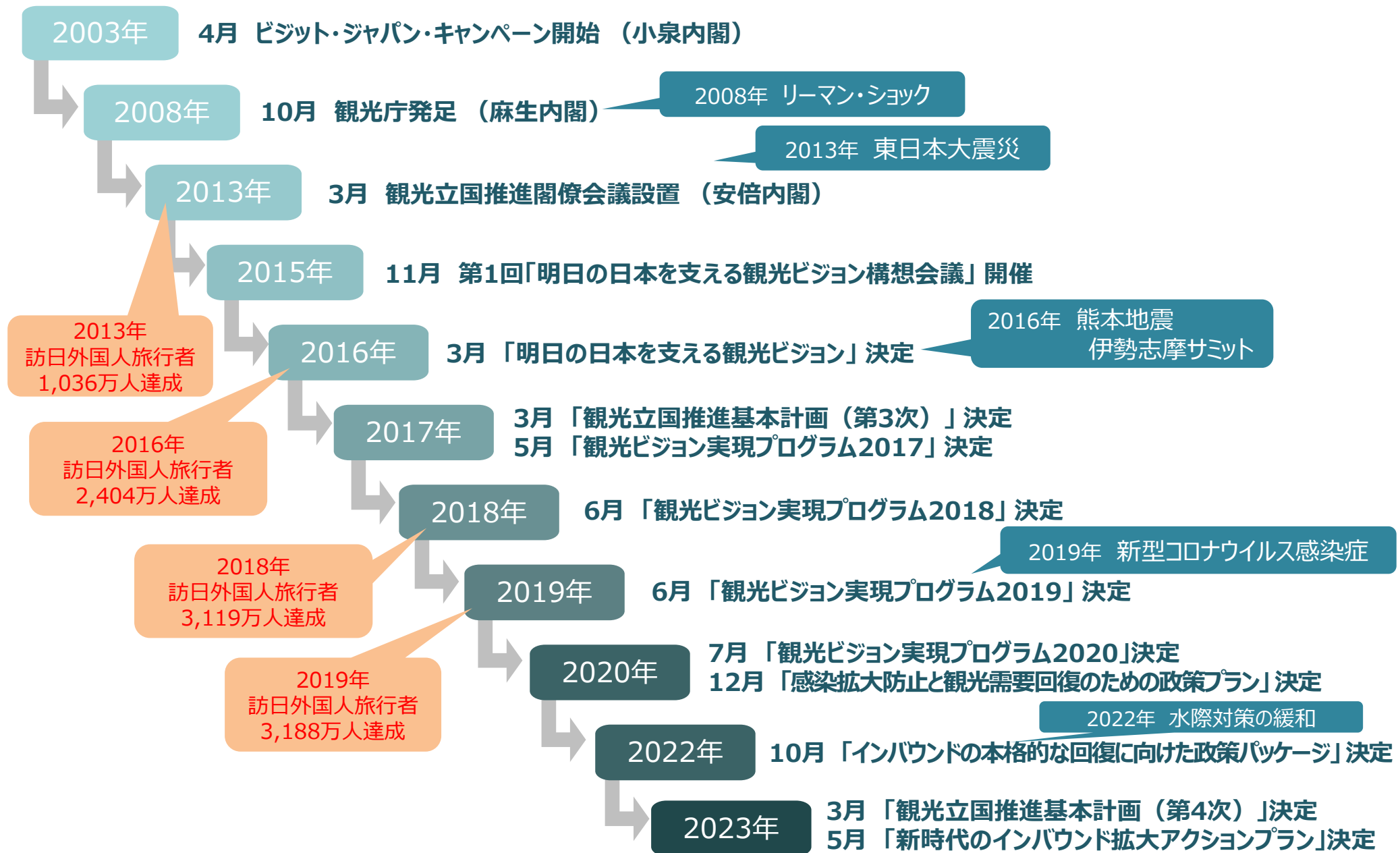
2. コロナの影響と直近の状況

3. 観光政策の方向性

4. 令和6年版観光白書について

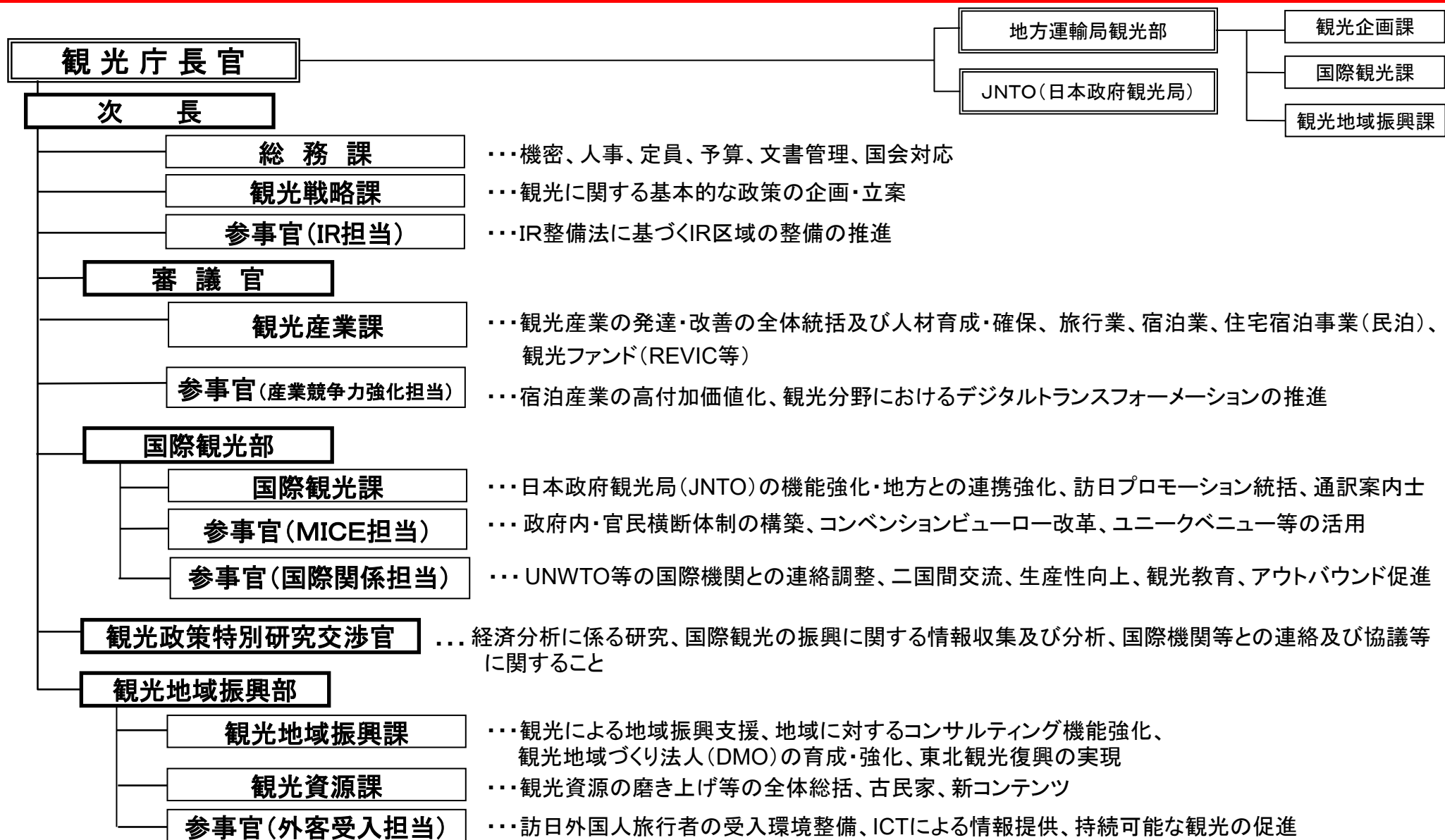
0. 観光庁について

過去20年の歴史





観光庁の概要



1. 観光の意義

我が国にとっての観光の意義

成長戦略の柱

急速な成長を遂げるアジアをはじめとする世界の国際観光需要を取り込むことによって、日本の力強い経済を取り戻す。



＜訪日客で賑わう百貨店
（銀座・三越）＞



＜訪日客で賑わう大型商業施設
（鳥取県・境港市）＞

地方創生の鍵

人口減少・少子高齢化が進展する中、国内外からの交流人口の拡大や旅行消費によって地域の活力を維持し、社会を発展させる。



＜中国・韓国の旅行者でにぎわう
地方空港（富士山静岡空港）＞

国際社会での日本の地位向上

諸外国との双方向の交流を通して、国際相互理解を深め、我が国に対する信頼と共感を強化する。国際社会での日本の地位を確固たるものとするために、極めて重要。



＜茶道体験をする外国人旅行者＞

自らの文化・地域への誇り

観光で国を開き、外国の人々に日本文化や日本人の本質に触れて貰うことを通じて、日本人自らも、その価値を再認識し、自らの文化や地域を誇りに思う。



＜仙台七夕祭り＞

日本人1人当たり
年間消費額
135万円

定住人口が
1人減ると

**消費額
135万円減**

交流人口に
置き換えると

...



訪日外国人旅行者
消費額: 21.3万円/人

約6人分



国内旅行者(宿泊)
消費額: 6.3万円/人

約21人分

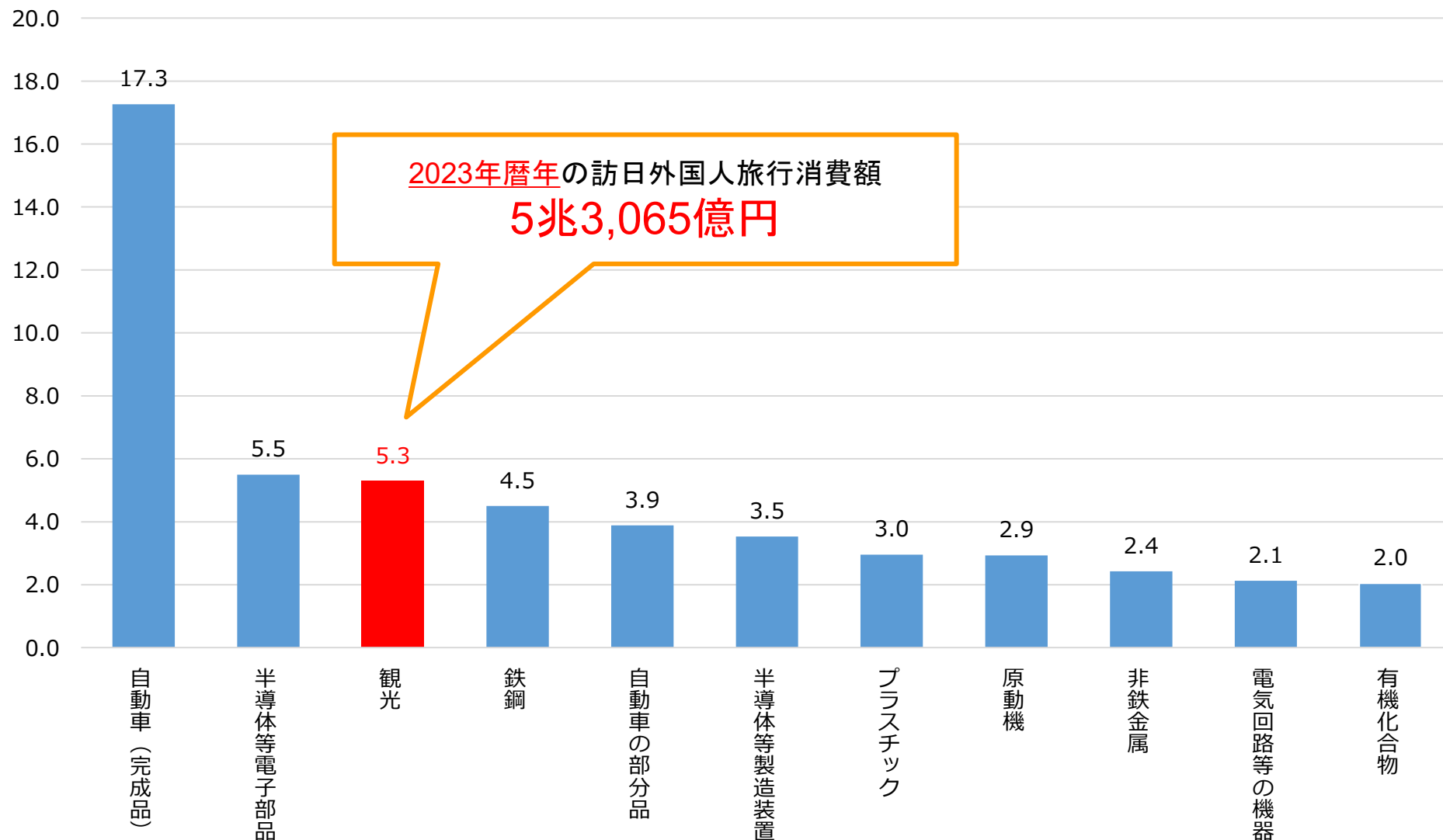


国内旅行者(日帰り)
消費額: 1.9万円/人

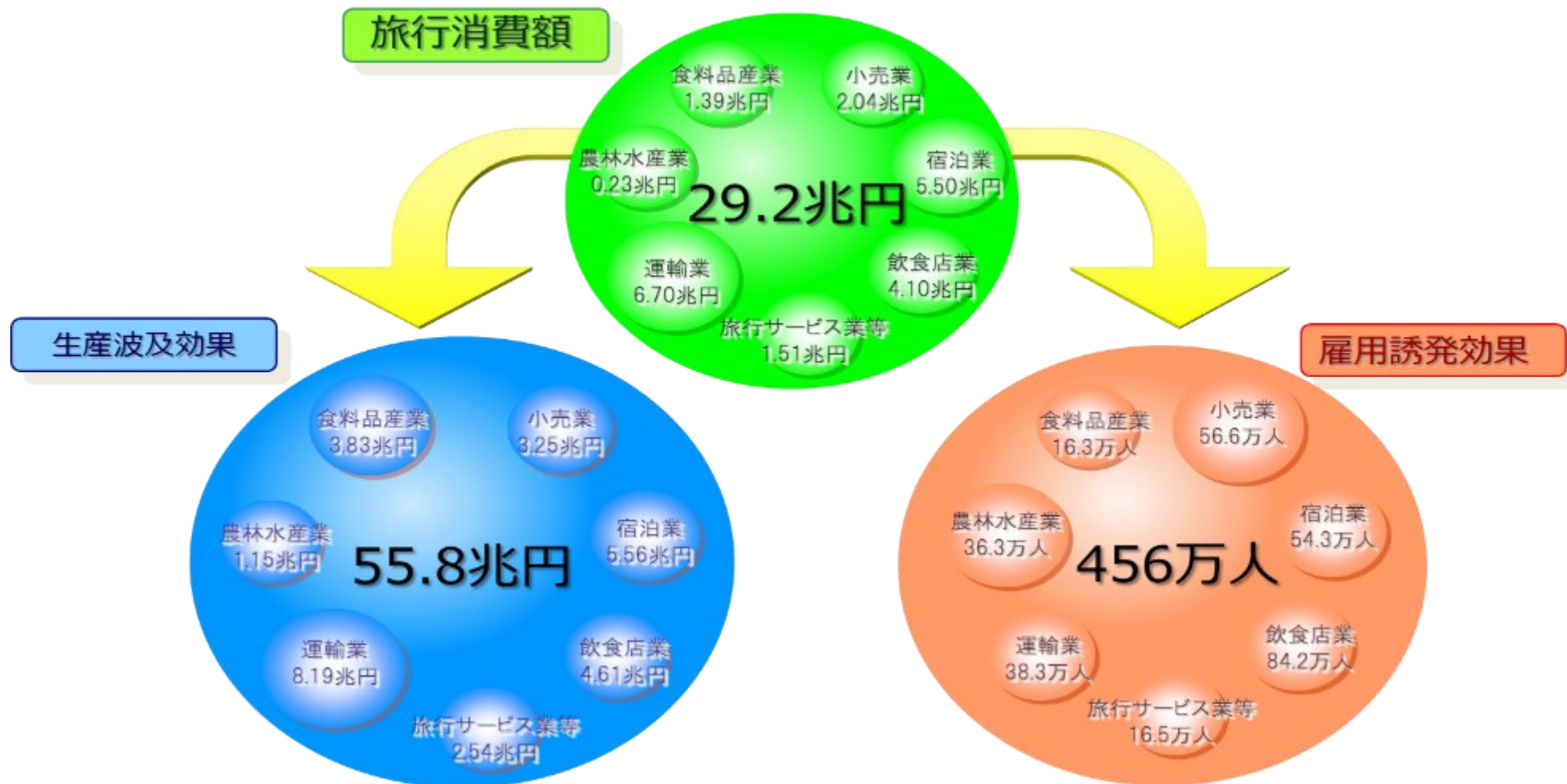
約71人分

訪日外国人旅行消費額の製品別輸出額との比較

(単位：兆円)



資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」、財務省「貿易統計」に基づき観光庁作成
注：製品別輸出額は速報値であることに留意。



◆生産波及効果

新たな需要が生じた際に、結果として産業全体にどれだけの効果が生じたのかを示したもの。(例えば、旅行・観光消費によってこれらに原材料(中間財)を納めた業者の売上や当該業者に勤務する従業員の給与が増加することによってもたらされる産業全体の新たな生産を含めたもの)

※旅行消費額については、

- ・ 日本人国内旅行(宿泊旅行および日帰り旅行)、日本人海外旅行の国内消費分および、訪日外国人の旅行等による消費額の合計。
- ・ 国際基準(UNWTO)に則り算出。

「住んでよし、訪れてよし」の観光地域づくり

旅行者に、地域の文化や生業等に触れてもらうことで、地域住民も、その価値を再認識し、自らの地域等を誇りに感じる

→ 地域の更なる魅力向上を通じて、旅行者・地域住民の双方の好循環を実現

旅行者

観光等で地域を訪問

地域の魅力向上による更なる誘客

「住んでよし、訪れてよし」の観光地域

地域住民

地域における当たり前の日常

- ・自然、風景、歴史・文化、街並み
- ・郷土料理
- ・農業、漁業など地域で営まれてきた生業

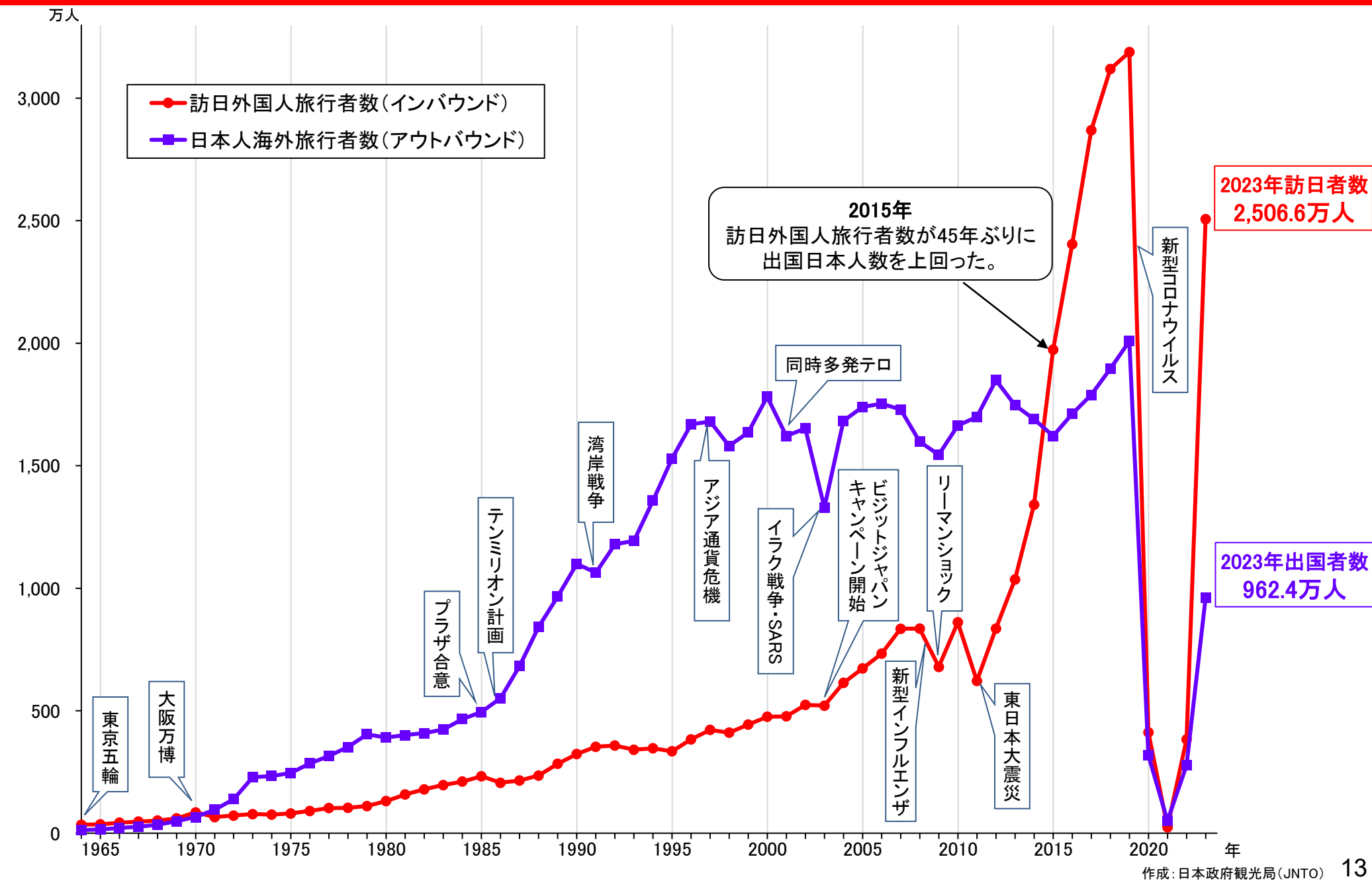
非日常の体験・感動
相互交流・理解
⇒ 意識の変化

自らの文化・地域への誇り

- ・地域の良さ・特別さの再認識
- ・地域への誇り、幸福感の実感
- ・地域の環境、文化・生業等の維持・保全
- ・地域関係者の所得向上・住民福祉の向上

2. コロナの影響と直近の状況

訪日外国人旅行者数と出国日本人数の推移(1964年～2023年)



国内全体の旅行消費

2019年（令和元年）：27.9兆円

2021年（令和3年）：9.4兆円

2023年（令和5年）：28.1兆円

インバウンド旅行
4.8兆円

▲約5兆円

インバウンド旅行
0.1兆円

+5兆円超

インバウンド旅行
5.3兆円

その他
1.2兆円（4.3%）

(17.2%)

(78.5%)

日本人国内旅行
21.9兆円

▲10兆円超

その他
0.1兆円（1.2%）

(97.5%)

日本人国内旅行
9.2兆円

+10兆円超

その他
0.9兆円（3.1%）

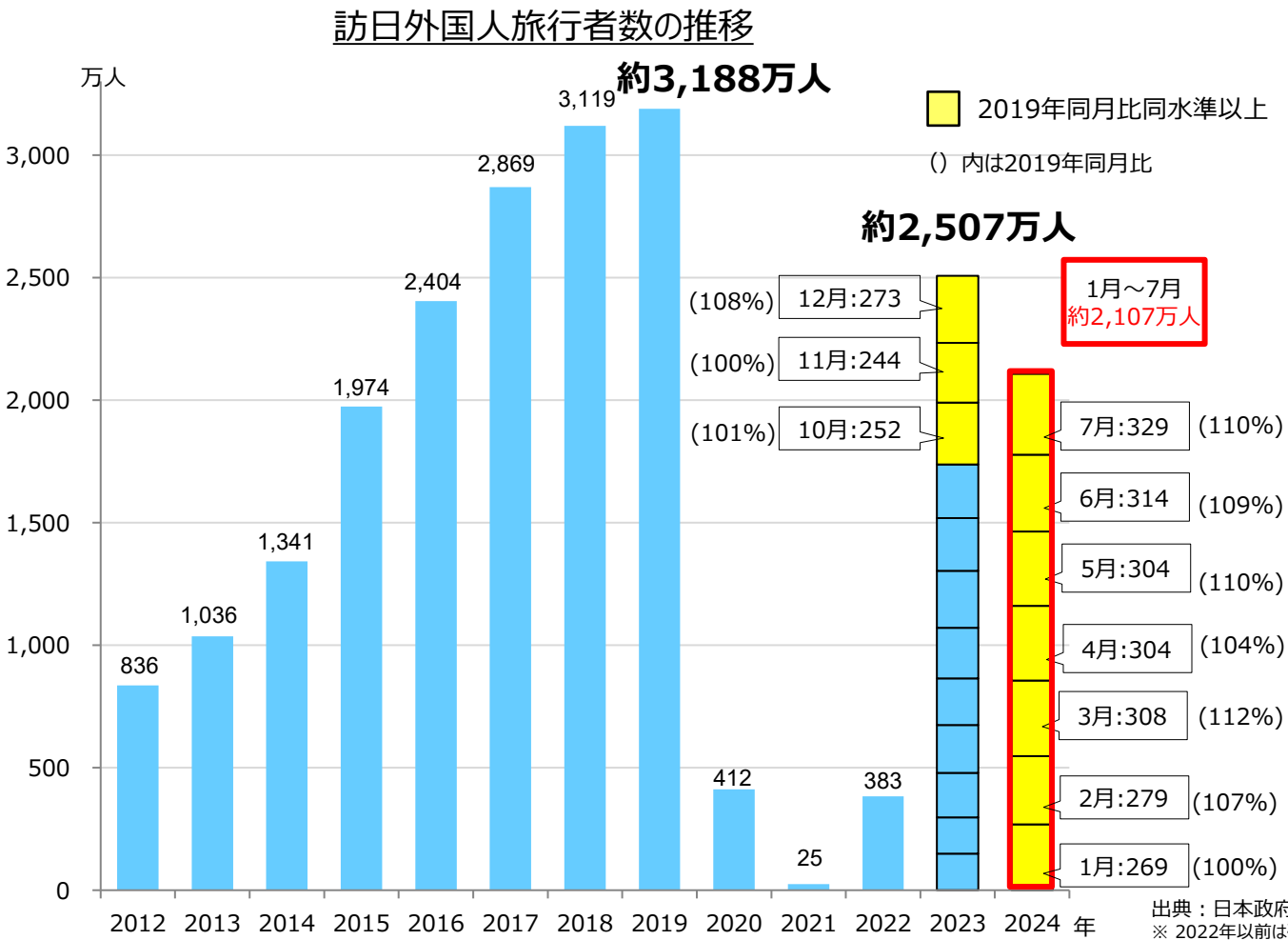
(18.9%)

(78.0%)

日本人国内旅行
21.9兆円

インバウンドの状況(旅行者数)

- **2024年7月**の訪日外国人旅行者数は、**約329万人**と単月として過去最高。
- コロナ前2019年同月比110%の回復となり、**昨年10月より10ヶ月連続で単月ではコロナ前の水準を回復**。
- **1月～7月の累計は2,106万9,900人**となり、**2019年と比較すると107%の回復**となった。

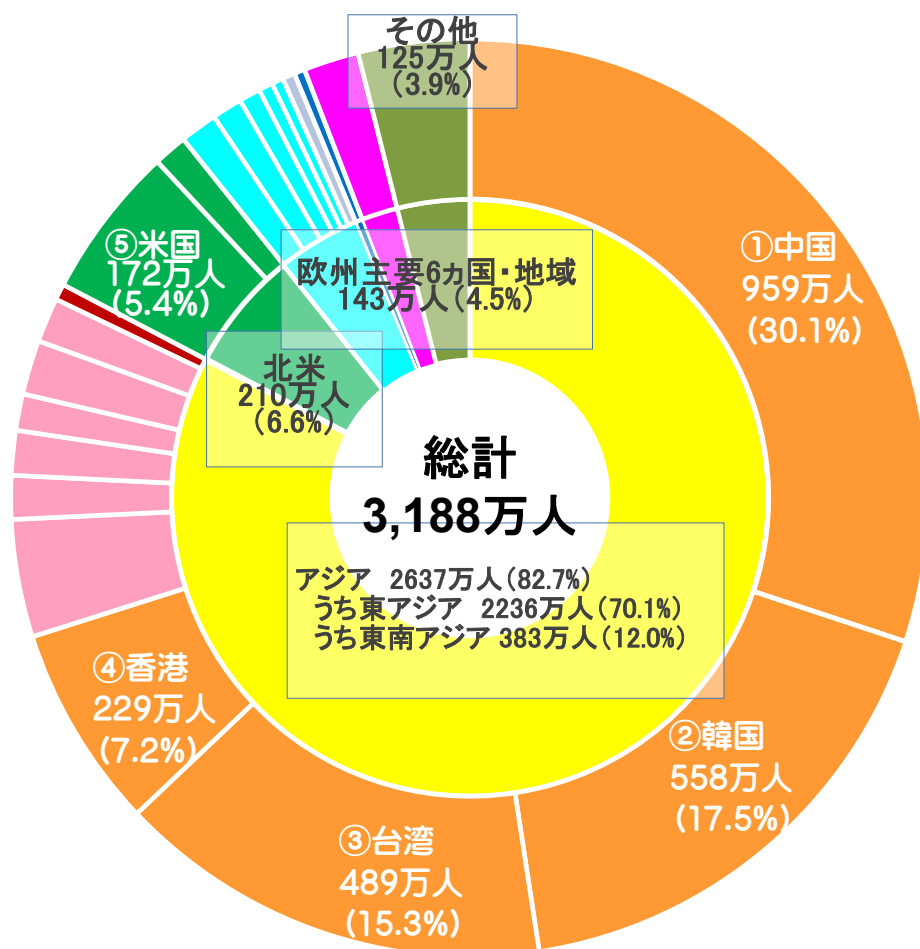


国・地域別訪日者数上位

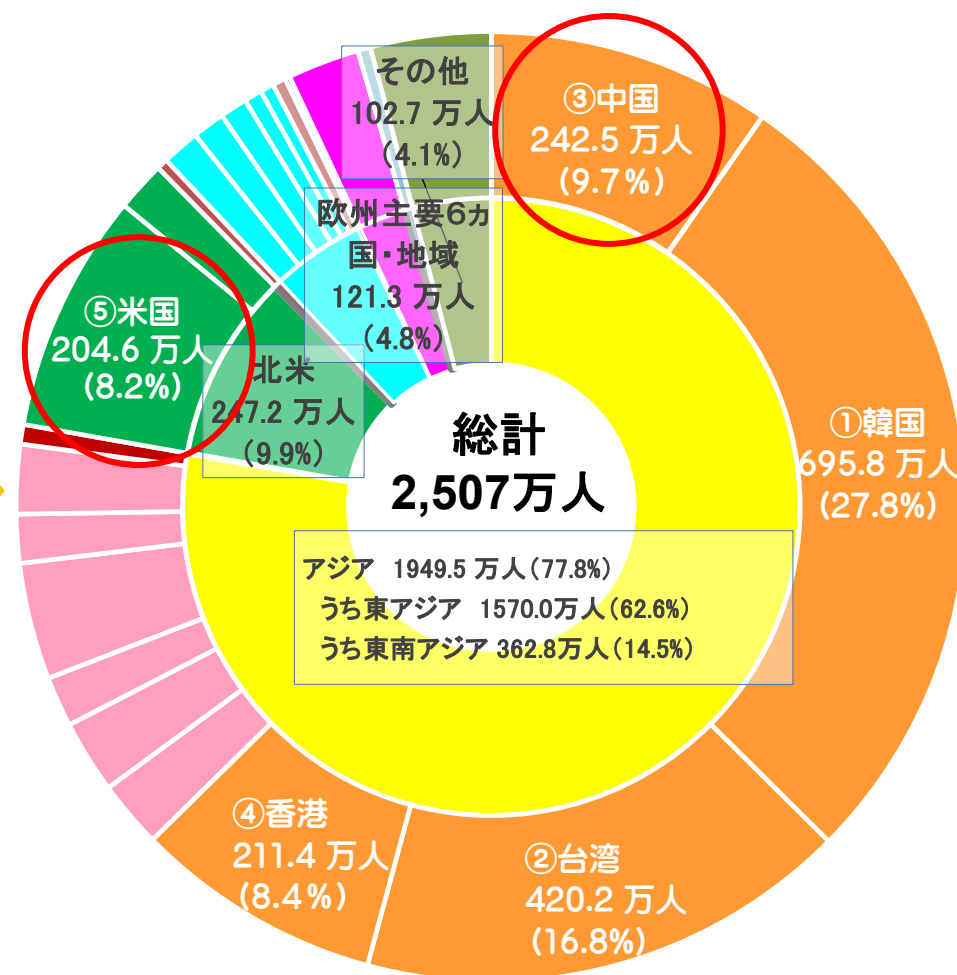
	2024年7月 (2019年同月比)
①中国	78万人 (74%)
②韓国	76万人 (135%)
③台湾	57万人 (125%)
④香港	28万人 (129%)
⑤米国	25万人 (160%)

国・地域別の訪日外国人旅行者数及び割合

【2019年確定値】



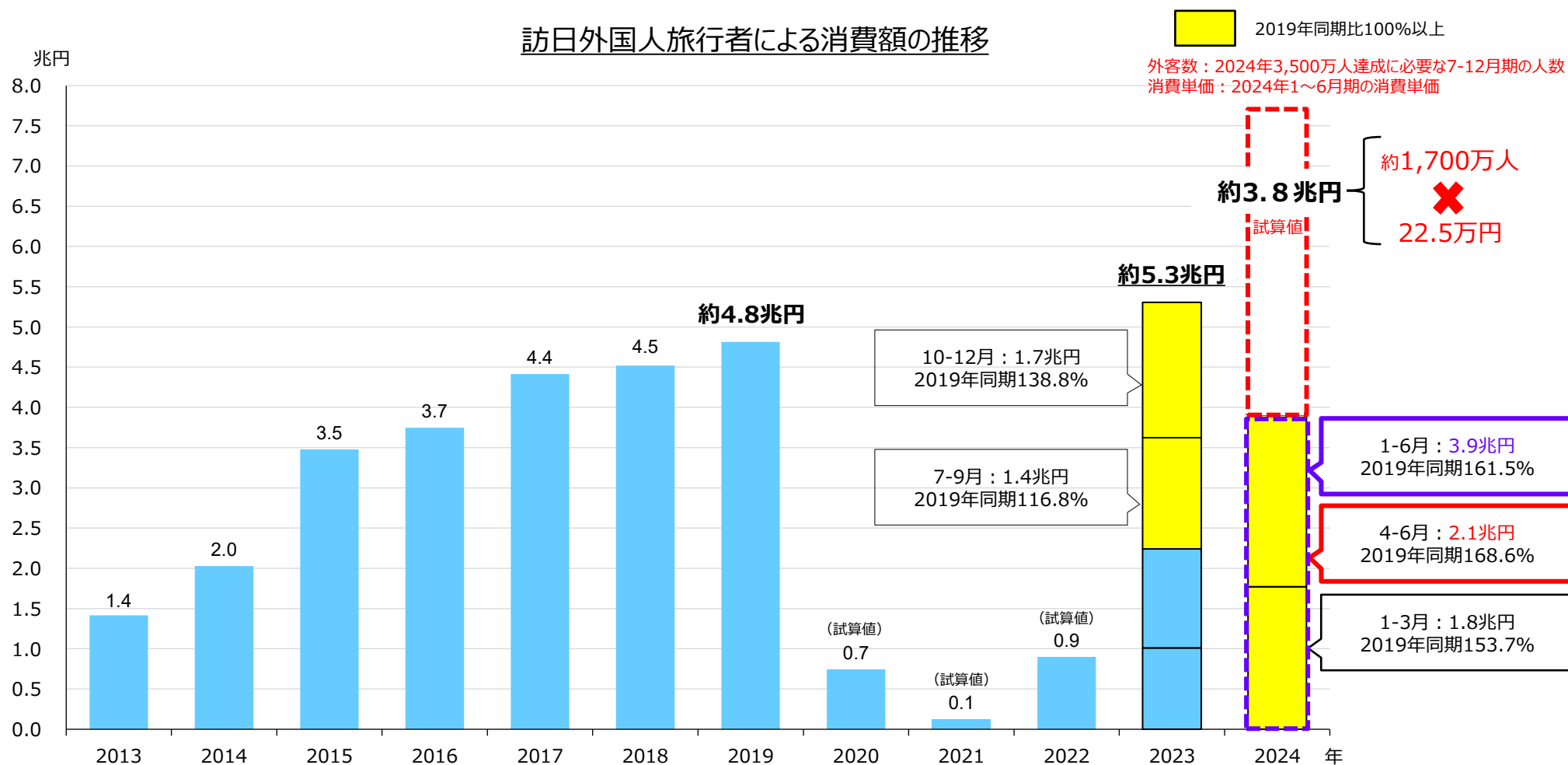
【2023年暫定値】



※ ①～⑤は訪日重点市場(上記23市場)のうち訪日外国人旅行者数上位5位の国・地域※ ()内は、訪日外国人旅行者数全体に対するシェア
 ※ その他には、アジア、欧州等各地域の国であっても記載のない国・地域が含まれる。
 ※ 数値は、それぞれ四捨五入によっているため、端数において合計とは合致しない場合がある。
 ※ 日本政府観光局(JNTO)資料より観光庁作成

インバウンドの状況(消費額)

- **2024年4－6月期**の訪日外国人消費額は、**約2.1兆円**と四半期として過去最高。
1人当たりの旅行支出は23万9千円。
- **2024年上半期のペースが下半期も続けば、2024年は8兆円も視野に入る。**

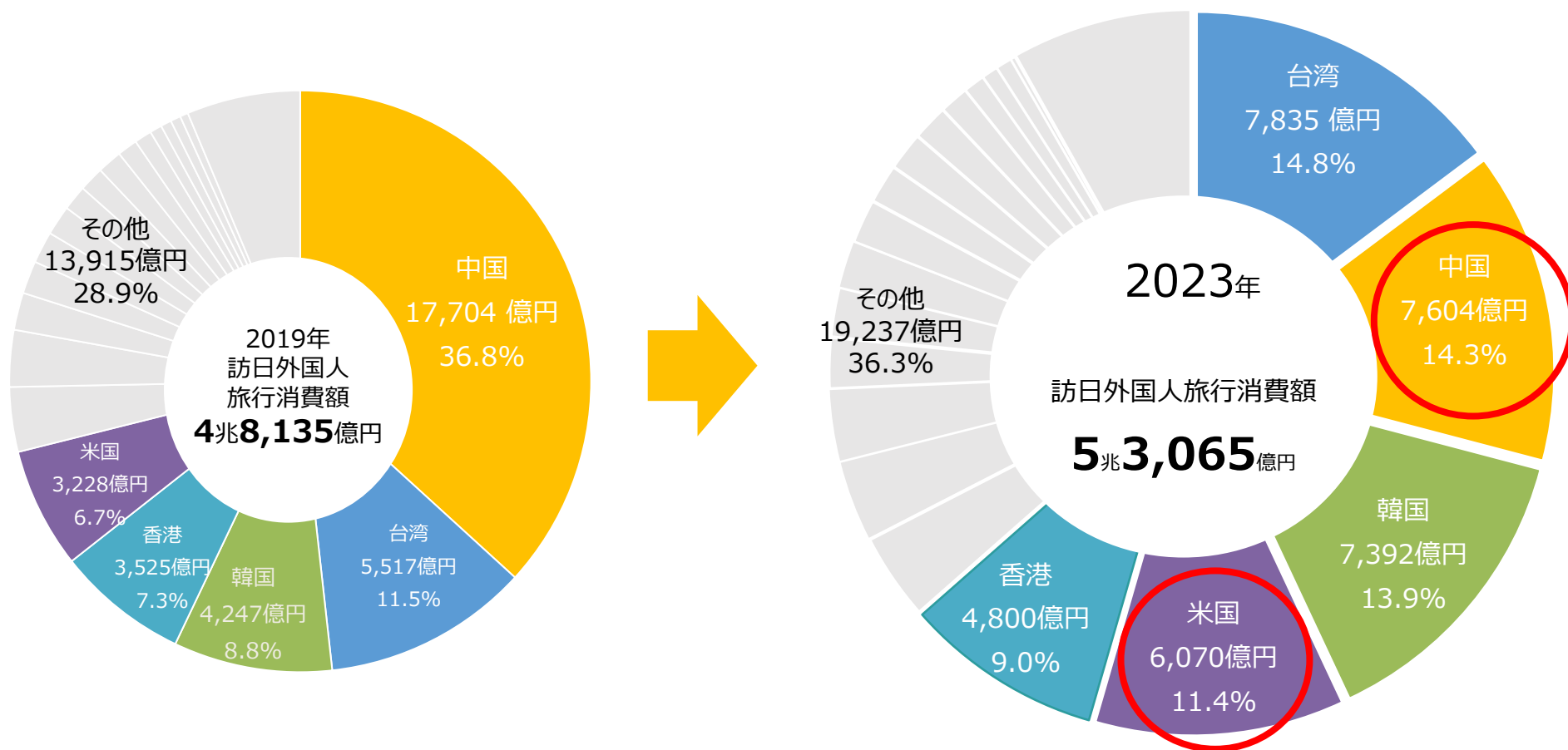


出典：「訪日外国人消費動向調査」および「インバウンド消費動向調査」より算出

2019年・2023年の国籍別訪日外国人消費額

○消費額上位5か国・地域の**構成比**をみると、**中国**は、2019年は全体の約40%であったのに対し、**2023年には約15%まで減少**。**米国**は、2019年は全体の約7%であったが、**2023年は約2倍（約12%）に増加**。

国籍・地域別訪日外国人消費額



訪日消費額に関する最近の報道ぶり

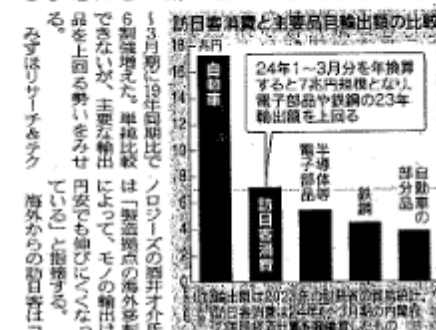
日本経済新聞
(東京/Tokyo)
20240626(水)

日本経済を支える柱になってきた。2002年には年換算で名目GDPが10年と10年で5割に落ちた。主要品目の輸出額と比べると自動車に突如として陥り込む見方は、海外のサービスにシフトしつつ国内総生産（GDP）統計で訪日客の消費額を細かく算する「非居住者消費」が国内での直接購入を占める。新型コロナウイルスの発生後、新型コロナウイルスの発生後、23年4～6月期の日本経済は年換算で4・6割落ちた。23年4～6月期の日本経済は年換算で4・6割落ちた。

訪日消費7兆円
車に次ぐ産業に

10年で5倍「輸出額」半導体・鉄鋼超え

日本経済は占領の訪日
宮内省の存在は高ま
る。7・2米日「四規
條」を日本の島に提出
と比喩して、獨逸に
3米日だつた自動車の半
分以下ではあるが、2位
の専任筆子部品 5
・5米日、や8位部品
(4・5米日)を上回る。
10年と戦前の輸出額は
自動車と鉄道の輸出入
は倍増して、半導体は車
子部品は、何れと伸び
た。戦前を清算して1・1



ロハ蘭領を上回る。日本
政府観光局が公使を訪
ねたのは24年3月、日本
として初めて300万人
を要するとして、5月まで
3ヵ月連続で300万人
を翻えた。

ロハ蘭領に比した海
軍額の回復も海外から
賞讃、観光客も増加し、
23年10・12月期の主要国
のインバウンド消費額は
19年の同月と比べると
は38・8%増えた。ス
ペインの30・7%増、イ
タリアの16・5%増を上
回る。

一人あたりの平均消費
支出10年と比べ、23年
は約増えた。平均宿泊
日数も6・2泊から7泊

円安の進行で、観光客
から消費基盤に近づい
ている面はある。一方で、
消費の内訳には変化が
見られる。19年と比べて最
目別にみると、買物代
が減少で、宿泊費・飲食
費、交通費などが目立っ
て増えている。サービス
業がうかがえる。

初日客を受け入れる観
光インフラが成長は鈍い
という点に課題は残し
ており、人手不足が主
としてあげられる。ホテ
ルや交通では人手不足が
深刻だ。観光地での「
パーツーリズム」も課題
される。さらなる成長に
は地産地消を軸と、観光
の仕組みが求められる。

百貨店売上高
5月は14.4%増
免税は3・3倍

日本百貨店協会が24日発表した5月の全国百貨店売上高（既存店ベース）は、前年同月比14・4%増の4692億円で、27カ月連続

産経新聞
(東京/Tokyo)
1C 面
20240625 (火)

で伸びた。訪日客の増加や、富裕層による高額品の購入が牽引した。免税売上高は約3・3倍の718億円、3カ月連続で過去最高を更新した。

協会の担当者は訪日客効果について「当面は同様の水準で推移するのではないかとこの見方を示した。中国人の購買意欲の強さが目立ち、売り上げと1人当たりの購買単価を引き上げた。商品別では富裕層向け催事の好調により、高額品の美術、宝飾、貴金属も36・7%増となり、堅調さが目立った。

主要10都市の合計は訪日客効果もあり、19・4%増だった。特に京都、大阪、福岡の3都市が20%を超える伸びを記録した。

免税売上高、3ヵ月連続で最高

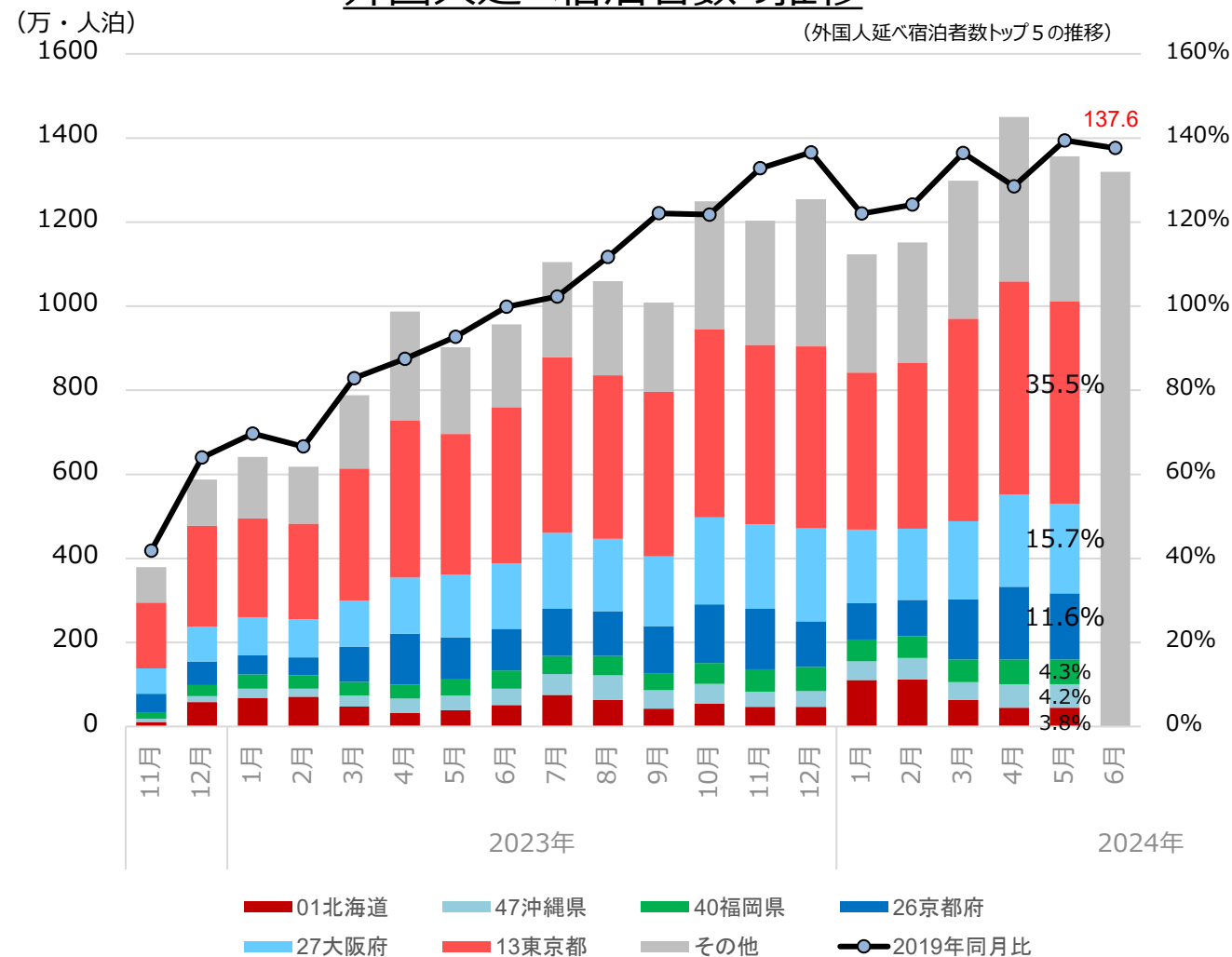
日本百貨店協会(東京・中丸)が24日発表した5月の百貨店の免税売上高は、既存店ベースで前年同月比3・3倍の718億円だった。2014年10月に現行の統計が始まって以来の最高額を3カ月連続で更新した。5月初旬に労働節に伴う大型連休があった中国からの来店客が増えた。国内客も含めた売上高全体は14・4%増の4692億円だった。

日本経済新聞
(東京/Tokyo)
15 面
20240625 (火)

インバウンドの回復状況(延べ宿泊者数)

- 2024年6月の外国人延べ宿泊者数は**1,319万人泊**で、**コロナ前以上に回復**（2019年同月比137.6%）
- 他方、観光需要の回復状況は**宿泊先地域によって偏在傾向**が見られ、**三大都市圏のみで約7割**（71.9%）

外国人延べ宿泊者数の推移



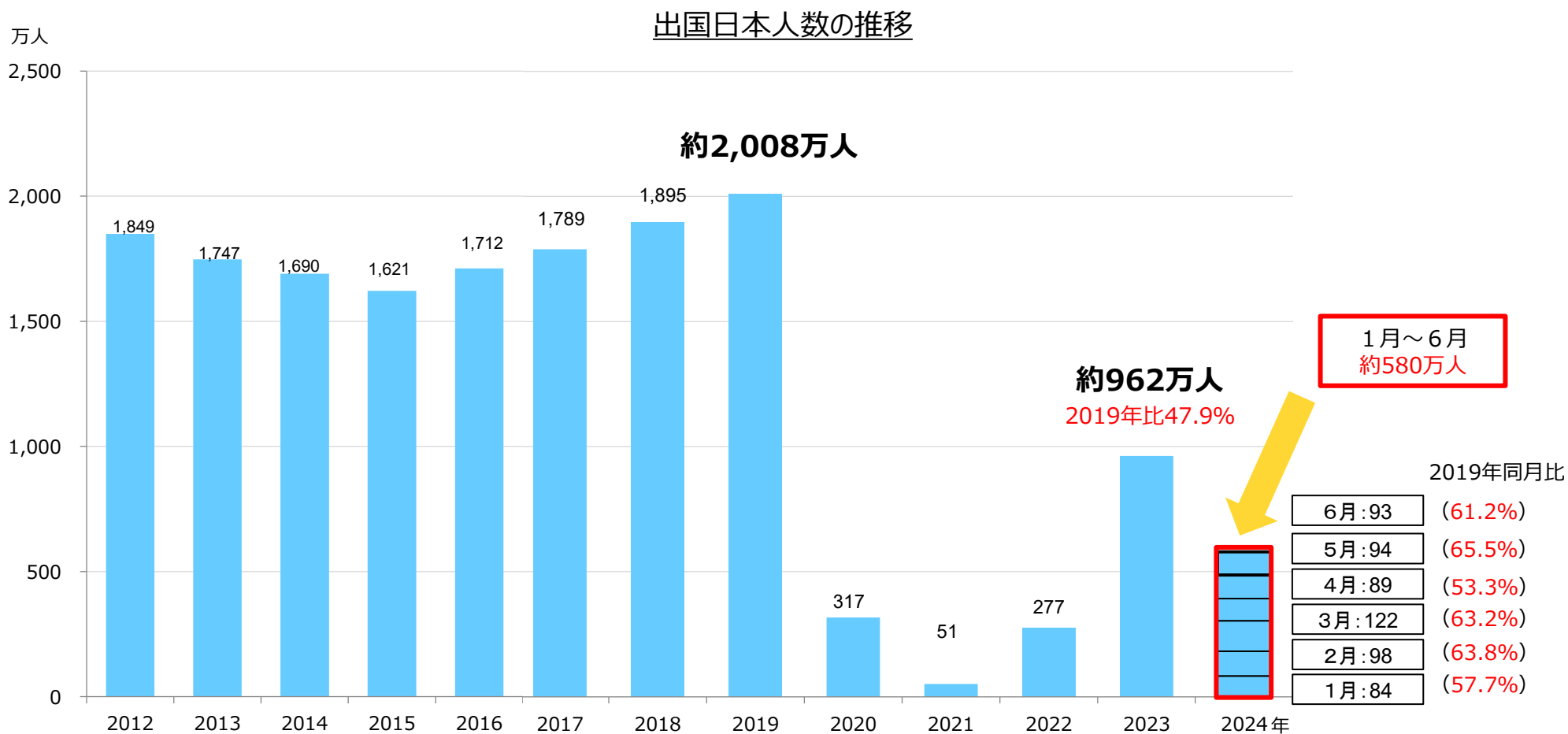
都道府県別外国人延べ宿泊者数（2024年5月）

※三大都市圏 トップ5		
	シェア	延べ宿泊者数
東京都	35.5%	481.9 万人泊
大阪府	15.7%	212.6 万人泊
京都府	11.6%	157.2 万人泊
神奈川県	3.3%	45.0 万人泊
千葉県	2.3%	31.4 万人泊

地方部 トップ5		
	シェア	延べ宿泊者数
福岡県	4.3%	59.0 万人泊
沖縄県	4.2%	56.9 万人泊
北海道	3.8%	51.8 万人泊
石川県	1.8%	23.9 万人泊
広島県	1.5%	19.9 万人泊

アウトバウンドの状況

- 2019年に過去最高2,000万人超を記録するも、新型コロナの影響により2020年以降大幅な落ち込み。
- **2024年6月**の出国日本人数は**約93万人**と、コロナ前2019年同月比で**61.2%**。

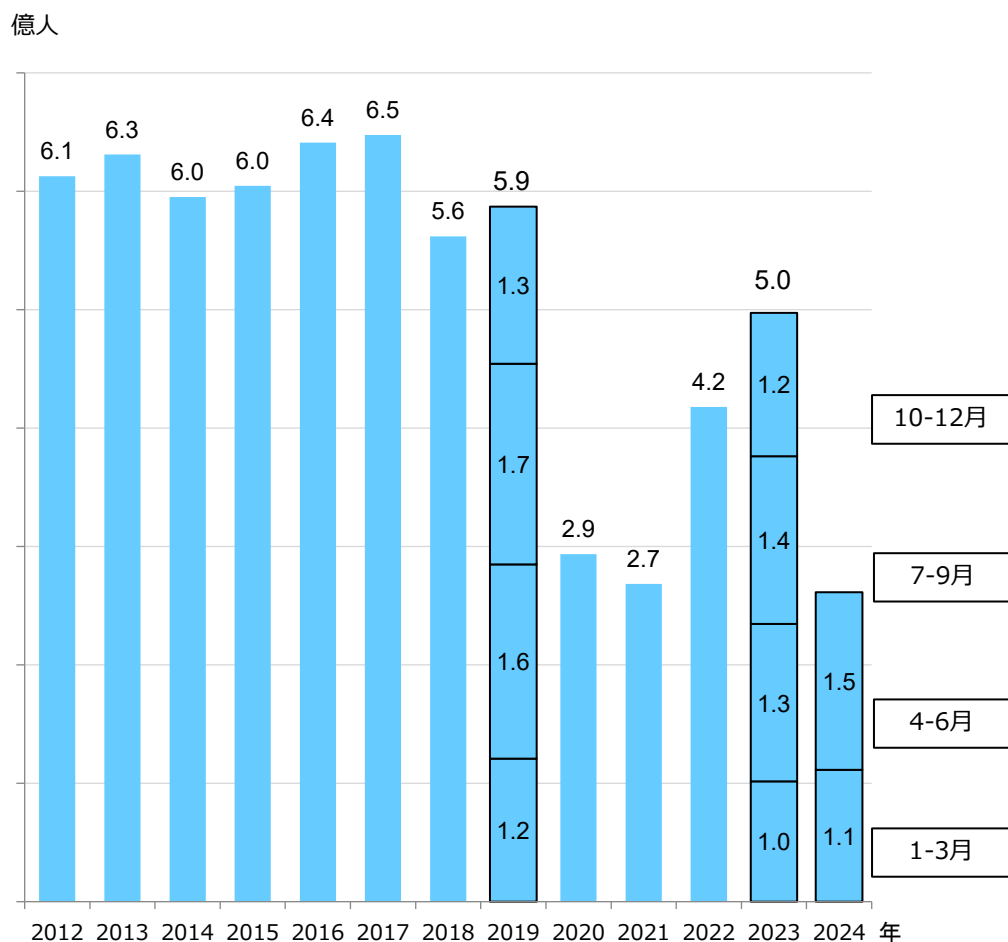


出典：日本政府観光局（JNTO） ※ 2022年以前は確定値、2023年および2024年1～5月の値は暫定値、2024年6月の値は推計値

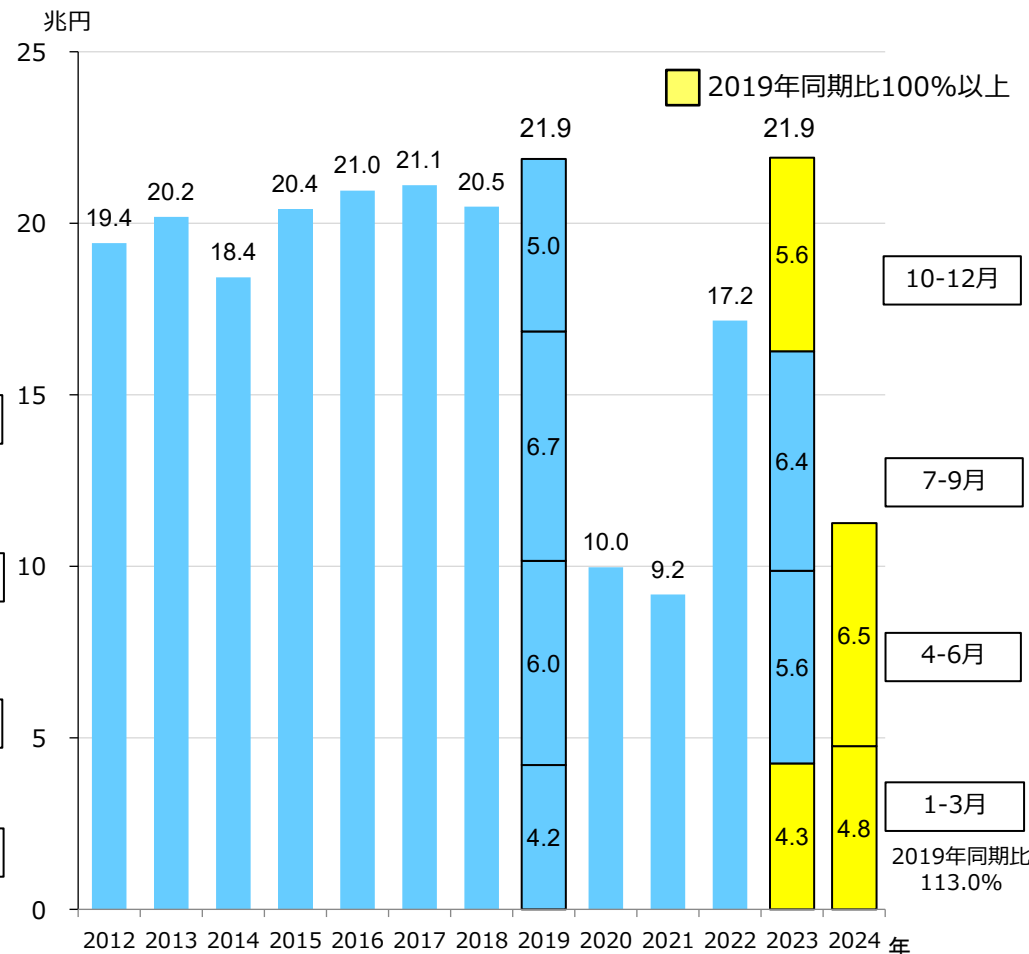
国内旅行の状況

- **2024年4-6月期**の国内旅行消費額は、**約6.5兆円**と第2四半期（4-6月期）の消費額として**過去最高**。
- 国内旅行者一人当たりの旅行支出は、2019年同期比で21.5%増。(2019年4-6月:約3.7万円、今期:約4.4万円)

日本人国内延べ旅行者数の推移



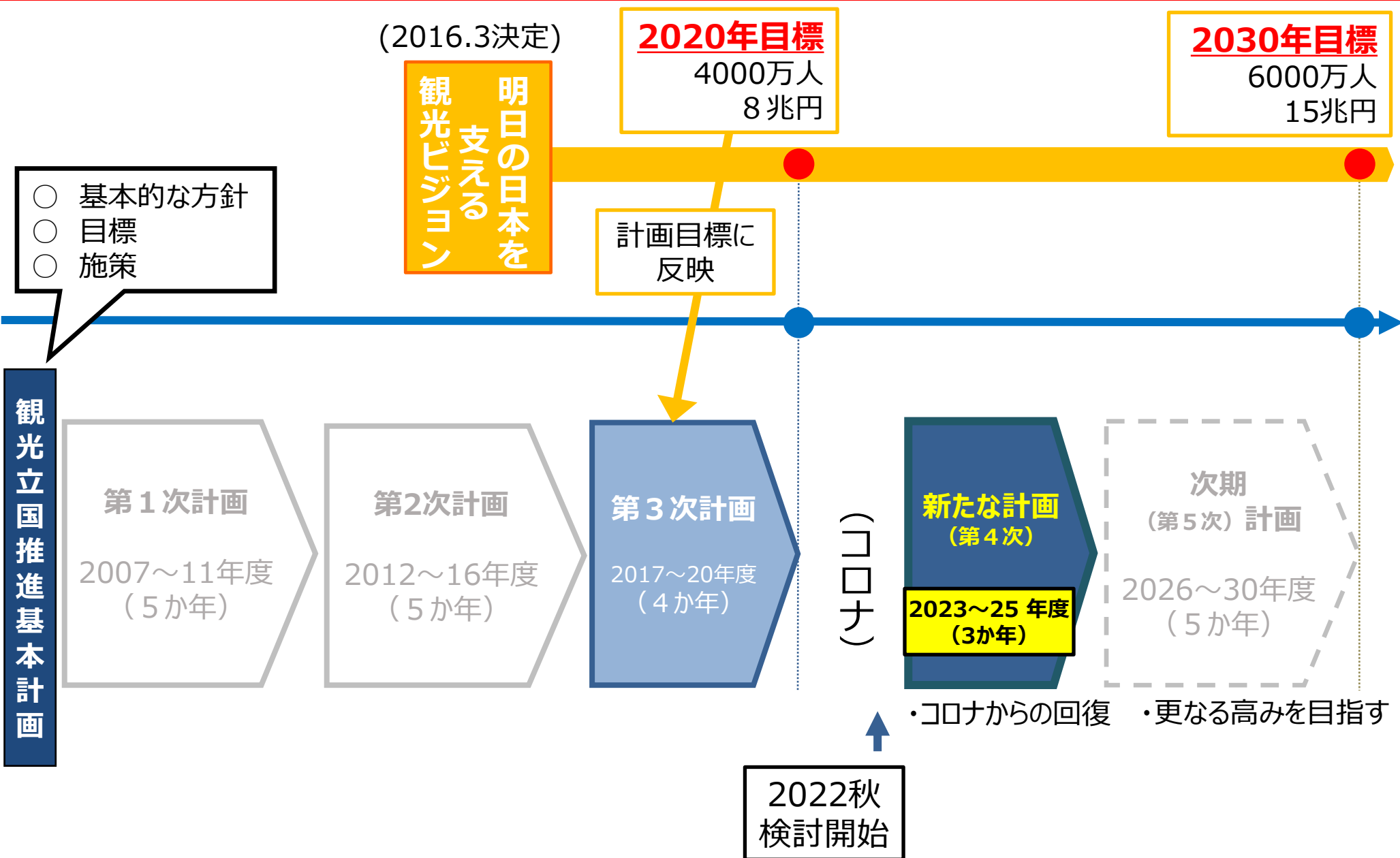
日本人国内旅行消費額の推移



出典：観光庁「旅行・観光消費動向調査」※2024年1-3月期は速報値

3. 観光政策の方向性

観光立国推進基本計画（観光ビジョンとの関係）



観光立国推進基本計画(第4次)について(基本的な方針)

計画期間：令和5～7年度
(2023～2025年度)

- 観光はコロナ禍を経ても**成長戦略の柱**、**地域活性化の切り札**。国際相互理解・国際平和にも重要な役割。
- コロナによる変化やこれまでの課題を踏まえ、**2025年(万博開催)に向け**、我が国の観光を持続可能な形で復活させる。
- 「**持続可能な観光**」「**消費額拡大**」「**地方誘客促進**」をキーワードに、全国津々浦々に観光の恩恵を行きわたらせる。

取り組む3つの戦略

持続可能な観光地域づくり戦略

- 観光地・観光産業の再生・高付加価値化
- 観光DX、観光人材の育成・確保
- 自然、文化の保全と観光の両立等、持続可能な観光地域づくり

インバウンド回復戦略

- コンテンツ整備、受入環境整備
- 高付加価値なインバウンドの誘致
- アウトバウンド・国際相互交流の促進

国内交流拡大戦略

- 国内需要喚起
- ワークेशन、第2のふるさとづくり
- 国内旅行需要の平準化

目指す2025年の姿

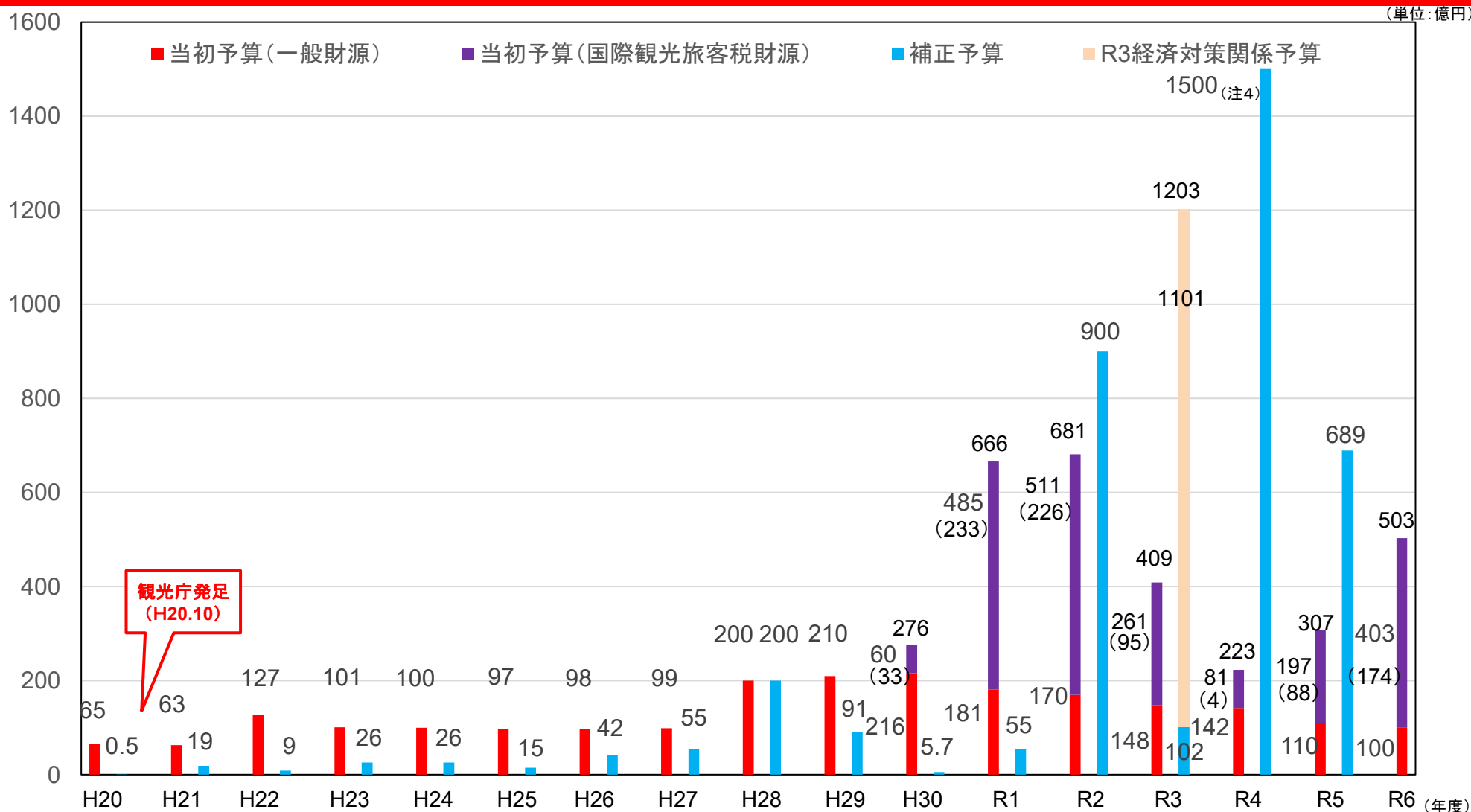
※個別の施策については、主な内容を記載

- 活力に満ちた**地域社会**の実現に向け、**地域の社会・経済に好循環**を生む「**持続可能な観光地域づくり**」が全国各地で進められ、**観光の質の向上**、**観光産業の収益力・生産性の向上**、**交流人口・関係人口の拡大**がコロナ前より進んだ形で観光が復活している
- 万博の開催地である我が国が**世界的潮流を捉えた観光地**として脚光を浴び、「**持続可能な観光**」の**先進地**としても注目されている

主な政府目標の達成状況

	明日の日本を支える 観光ビジョン	観光立国推進基本計画		2023年実績
	2030年目標	2025年目標	早期達成目標	
持続可能な観光地域づくり に取り組む地域数		100地域		31地域 (2023/11/29時点)
訪日外国人旅行者数	6000万人	2019年水準超え (3188万人)		2506.6万人
訪日外国人旅行消費額	15兆円		5兆円	5.3兆円
訪日外国人旅行消費単価	(25万円)	20万円		21.3万円
訪日外国人旅行者 1人当たり地方部宿泊数		2泊		1.27泊
訪日外国人旅行者の 地方部延べ宿泊者数	1億3000万人泊			3190.9万人泊
日本人の海外旅行者数		2019年水準超え (2008万人)		962.4万人
日本人国内旅行消費額	22兆円	22兆円	20兆円	21.9兆円

観光庁予算の推移



(注1) 国際観光旅客税財源については以下のとおりとしている。

・H30年度に限り、観光庁一括計上ではなく、各省庁計上としており、上記額(60億円)には、各省庁計上分も含む。

・R元年度以降については、上記のほか、宮内庁計上分(三の丸尚蔵館及びR6年度からは皇居東御苑大手休憩所(仮称)の整備)も、国際観光旅客税財源を充当。

(R元: 15億円、R2: 29億円、R3: 39億円、R4: 9億円、R5: 3億円、R6: 37億円)

・観光庁分に関しては括弧書きにて表記。

(注2) 上記のほか、R2年度1次補正予算・3次補正予算、R3年度経済対策関係予算には、Go Toトラベル事業も計上。

(注3) R4年度以降はデジタル庁一括計上分も含む。

(注4) このほか、R5年度以降に支出予定の国庫債務負担行為として500億円を確保。(R5年度補正予算に200億円を計上。)

令和6年度 観光庁予算主要事項①

令和6年度当初予算：約540億円（うち旅客税財源440億円）
令和5年度補正予算：約689億円

急速なインバウンド回復に対応するため、地方への誘客を促進する日本各地のコンテンツ造成や受入体制を強化。併せて、観光を稼げる産業とするため、高付加価値化や観光資源の収益化、生産性の向上を図る。

地方を中心としたインバウンド誘客の戦略的取組

○特別な体験の提供・全国の観光資源の磨き上げ

- 観光資源を早朝夜間や**未公開・非混雑エリア**等の活用と組み合わせ、これまでにないインバウンド需要を創出し、**期間限定**の特別な体験を提供
(例：姫路城夜間占有ツアー、東博の夜間音楽会)
- 官民が連携**して古民家等の歴史的資源を**観光まちづくり**の核として再生・活用する地域を拡大。民間投資を促し、**収益性高く自立した地域経営**の確立を目指す
(例：津山市城東（町屋街・重伝建地区）の魅力向上)
- 国際競争力**の高いスノーリゾート形成のため、**索道の合理的な統廃合**による持続的な収益性の確保や、**スノーエスカレーターの導入**による初心者向けコースの利便性の向上を支援（例：白馬、札幌）
- 自治体や民間事業者が行う、**各地の食材や食文化に触れる**ガストロノミーツーリズムに向けた戦略策定や、専門家による伴走支援、販路形成を支援（例：余市のワイン・ウィスキー、中央アルプスのジビエ料理）



○訪日プロモーション・多言語解説整備

- 万博を契機とした各地への誘客促進**や旅行者の最新のニーズ・趣向をデジタル技術を活用してリアルタイムで捉える**デジタルマーケティング**の活用
- 世界遺産等における未整備構成資産や周辺の文化観光資源等の**多言語解説文作成を加速**（例：石見銀山、明治日本の産業革命遺産等）



○高付加価値旅行者への訴求

全国11か所のモデル観光地において、推進体制の強化、コンテンツの創出、宿泊施設や移動環境の改善に向けた事業計画の策定、ホスピタリティ人材の海外派遣、富裕層を顧客に持つ旅行会社の招請を実施



R5.3

全国11か所の
モデル観光地
選定



R5年度中

・コアバリュー特定
・推進体制の整備
・マスタープラン作成



R6年度以降

マスタープランに
基づく検討の具体化、
取組の実施

○公共交通の対応力増強

- 車両の大型化**や**観光車両**等の購入・改良
- 多言語対応、デジタルを活用した混雑状況の可視化



連節バス

○MICE誘致機能の強化

- オンライン併用開催やペーパーレス化に対応するため、**MICE施設における無線LAN等の整備**を促進
- 国際会議における**ユニークベニューの活用**や**海外のMICE見本市**への出展支援
- 研究者と会議運営会社とのマッチングや国際会議誘致のための協議会の開催等、**大学とコンベンションビューローが連携した取組の促進**



MICE見本市

地方を中心としたインバウンド誘客の戦略的取組（続き）

○空港におけるスマートレーンの整備支援等によるFAST TRAVELの推進

- 訪日旅客数の多い主要空港において、**X線検査機器にも補助を拡充**し、保安検査要員の深刻な人手不足や混雑に対応
- グランドハンドリング作業員の作業の効率化や省人化を図る**先進機器導入を支援**し、訪日外国人の出入国時間を短縮



持続可能な観光地域づくり

○持続可能な観光

- 観光地のGX化や地域の自然・文化・生業等の保全・活用の推進**等、地域の持続可能性の向上に資するモデル実証
- 受入環境の増強、需要の管理・分散やマナー違反行為の防止・抑制等による**オーバーツーリズムの未然防止・抑制**（先駆モデルとなる全国約20地域等）



○人材の育成・確保

- 人材活用に向けた**設備投資・セミナー**等支援
- 泊食分離・バックヤード連携の促進
- 経営の高度化に向けた教育プログラムの開発・提供
- 外国語人材確保のためのマッチングイベントの実施等



○観光地・観光産業の再生・高付加価値化

地域一体となった**面的な宿泊施設の改修、廃屋撤去**等による観光地の再生・高付加価値化を引き続き推進

○観光DX・受入環境整備

- 地域の宿泊・体験・交通等の予約・決済データを集約し、需要の平準化やマーケティングに活用
- 観光施設等における近距離移動支援モビリティの導入を支援

国内交流拡大

○新たな交流市場の開拓

- 「自分のスキルを活かしたい」「地域運営に携わりたい」等のニーズに着目した来訪機会を創出するモデルの構築により、**第2のふるさとづくり**を一層促進
- 子育て世代や**デジタルノマド**をターゲットにした**ワーケーション**の普及・定着



- 観光施設のバリアフリー情報の精度向上・充実による**ユニバーサルツーリズムの促進**



4.令和6年版観光白書について

令和6年版観光白書の構成

観光白書は観光立国推進基本法第8条※に基づき毎年国会に提出。以下の三部で構成。

※観光立国推進基本法(平成十八年法律第百十七号)(抄)
(年次報告等)

第八条 政府は、毎年、国会に、観光の状況及び政府が観光立国の実現に関して講じた施策に関する報告を提出しなければならない。

2 政府は、毎年、交通政策審議会の意見を聴いて、前項の報告に係る観光の状況を考慮して講じようとする施策を明らかにした文書を作成し、これを国会に提出しなければならない。

第Ⅰ部 令和5年 観光の動向

第1章 世界の観光の動向

第2章 日本の観光の動向

第3章 インバウンドの地方誘客と消費拡大に向けて（テーマ章）

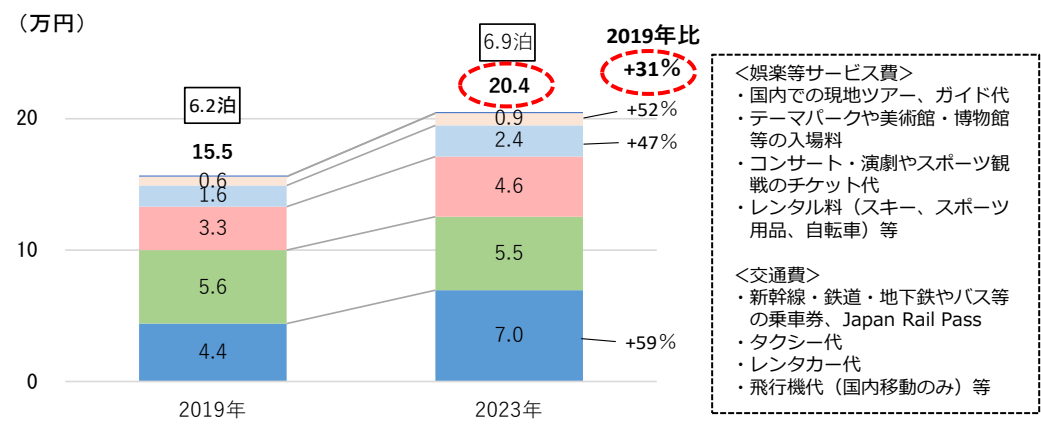
- 1 インバウンド観光の現状と課題
- 2 地方部におけるインバウンド観光の動向と地域の実践事例
- 3 訪日外国人旅行者の地方誘客と消費拡大に向けて

第Ⅱ部 令和5年度に講じた施策 / 第Ⅲ部 令和6年度に講じようとする施策

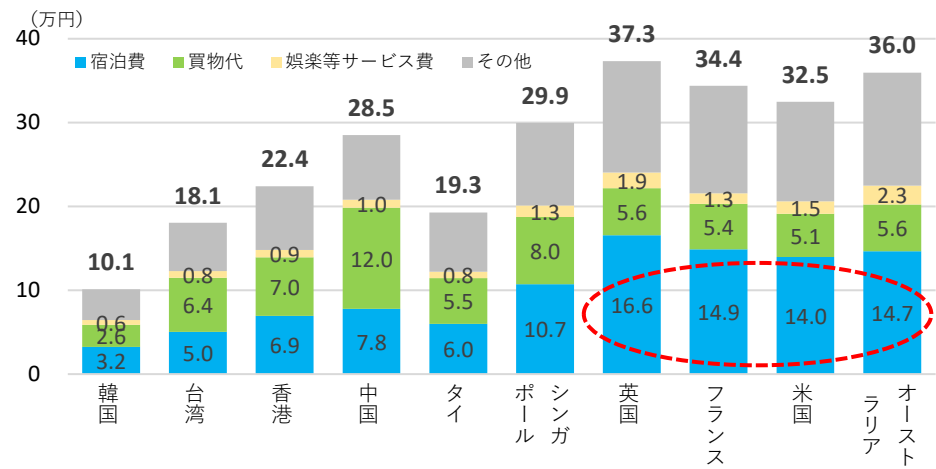
訪日外国人旅行者の消費動向

- 2023年の観光・レジャー目的の訪日外国人旅行者一人当たり旅行支出（消費単価）は2019年比で約3割増。特に宿泊費、娯楽等サービス費、交通費が大きく増加し、体験消費を含むコト消費の成長の兆しがみられる。
- 宿泊費については、長く滞在する傾向にある欧米豪において高く、全体の消費単価を押し上げ。
- 娯楽等サービス費をみると、アジア客はテーマパーク、欧米客は美術館・博物館等への支出割合が高いなど国籍・地域毎に異なる傾向。
- 娯楽等サービス費の割合は米国と比べ依然低く、地域の魅力を生かした高付加価値な体験ツアー造成等により更なる成長の余地がある。

（図表 I -42）消費単価及び平均泊数（全国籍・地域）

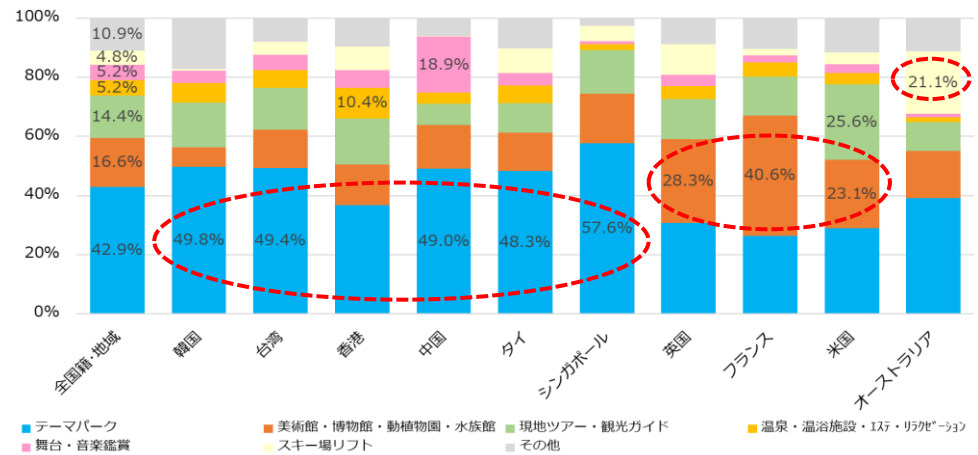


（図表 I -44）国籍・地域別消費単価（2023年）

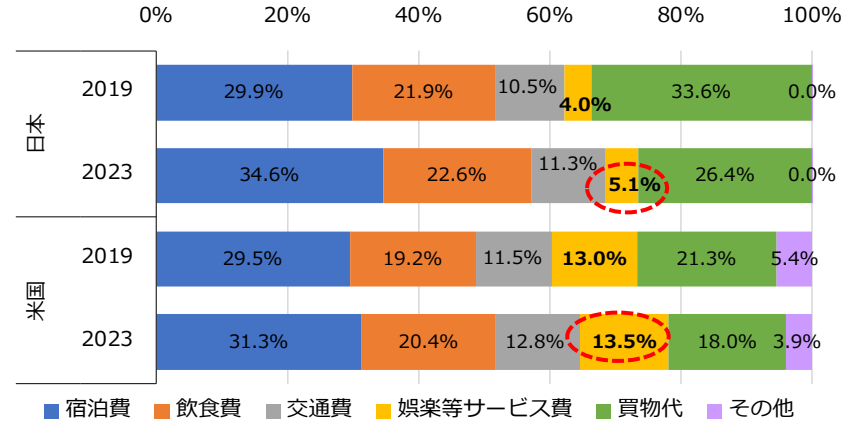


資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」（観光・レジャー目的、2023年）により作成。

（図表 I -45）国籍・地域別の娯楽等サービス費の構成比（2023年）



（図表 I -46）日本・米国におけるインバウンド消費単価に占める費目別割合

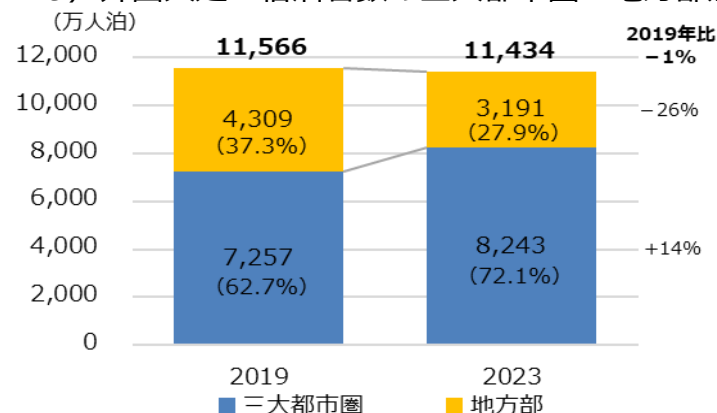


資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」、米国国際貿易局資料に基づき観光庁作成。
注1：米国は娯楽等サービス費として「Entertainment and Recreation」及び「Medical Services」の合計、交通費として「Additional Air Transportation」及び「Ground Transportation」の合計を使用。

訪日外国人旅行者の地方誘客の状況

- 外国人延べ宿泊者数の約7割が三大都市圏に集中し、訪日外国人旅行消費額も東京都、大阪府、京都が顕著に高いなどインバウンド需要は地域によって偏在傾向。
- 世界の旅行者は、持続可能な観光や地域への貢献等に対する関心が高い。日本食、ショッピング等に加え、日本の伝統文化や日常の暮らしへの関心も高まっている。地方誘客の促進に向け、地域ならではの観光資源を生かした魅力の向上や発信が必要。

(図表 I -49) 外国人延べ宿泊者数の三大都市圏・地方部別割合

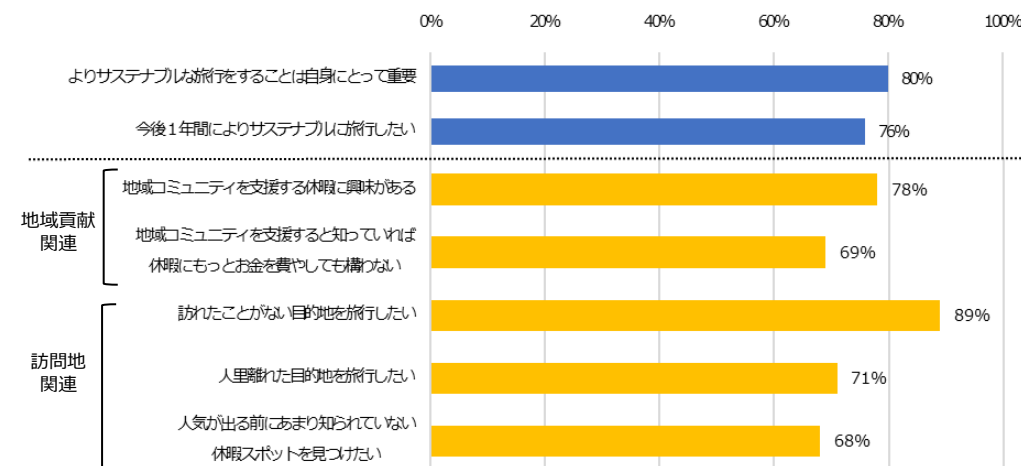


資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

注1：2023年は速報値。

注2：三大都市圏は、東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県、愛知県、大阪府、京都府及び兵庫県の8都府県、地方部は、三大都市圏以外の道県。

(図表 I -38) 世界の旅行者の旅行志向に関するアンケート結果

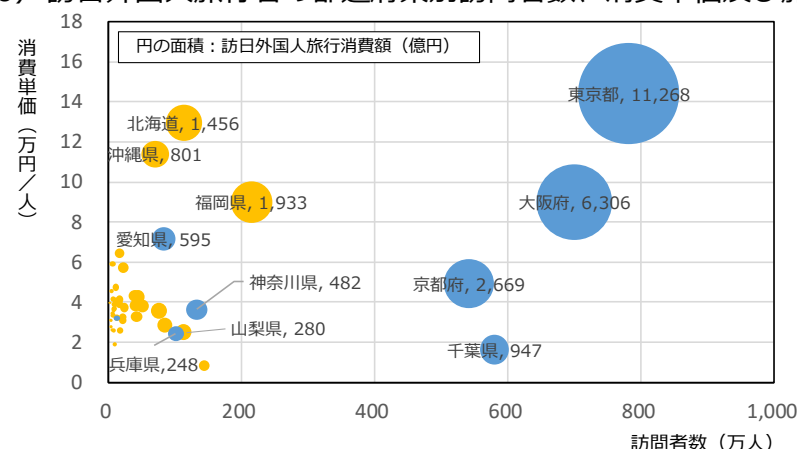


資料：Booking.com「Sustainable Travel Report 2023」及びAmerican Express Travel「2023 Global Travel Trends Report」に基づき観光庁作成。

注1：「Sustainable Travel Report 2023」は世界の35か国・地域の33,228人を対象として2023年2月に調査実施。

注2：「2023 Global Travel Trends Report」は日米豪等7か国の年1回以上飛行機を利用して旅行をする人を対象として2023年2月に調査実施。

(図表 I -50) 訪日外国人旅行者の都道府県別訪問者数、消費単価及び旅行消費額



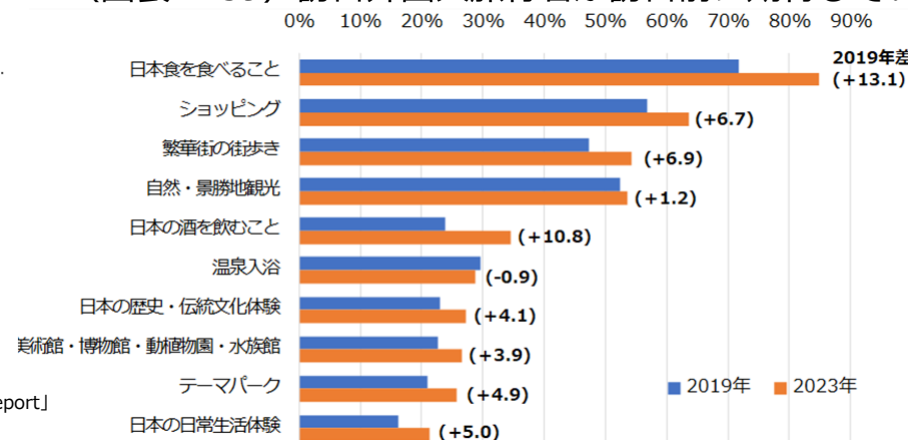
資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」地域調査（観光・レジャー目的、2023年4-12月期（参考値））により作成。

注1：「訪日外国人消費動向調査」では、訪日外国人全体及び国籍・地域別の消費動向を把握するための「全国調査」とは別に、訪問都道府県別の消費動向を把握するための「地域調査」を実施。訪日外国人全体の日本国内における消費額である「訪日外国人旅行消費額」は「全国調査」から推計したもの。

注2：「地域調査」は、新型コロナウイルス感染症の影響により2020年4-6月期～2023年1-3月期は調査を中止したため、2023年暦年データは同年1-3月期データを含まない。

注3：「訪問者数」は、各都道府県に宿泊を伴って訪問する場合のみならず、**日帰りで訪問する場合を含む**。「消費単価」は、各都道府県への訪問者（日帰りでの訪問を含む。）の各都道府県における一人当たり旅行支出。

(図表 I -39) 訪日外国人旅行者が訪日前に期待していたこと

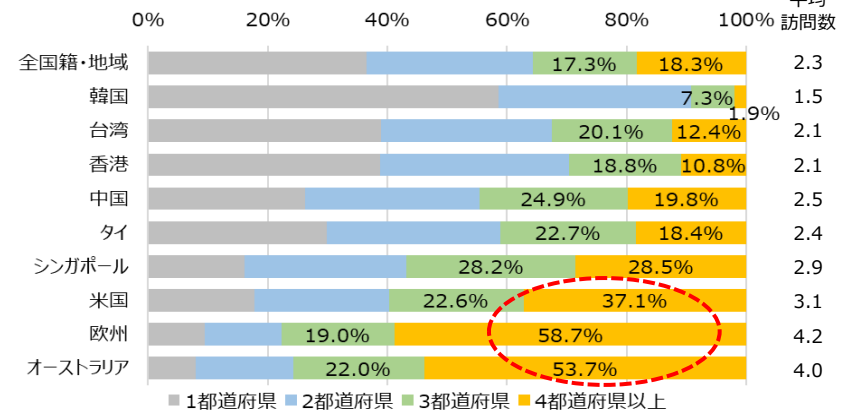


資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」（観光・レジャー目的、2019年及び2023年）により作成。

地方部におけるインバウンド観光の動向（三大都市圏との比較）

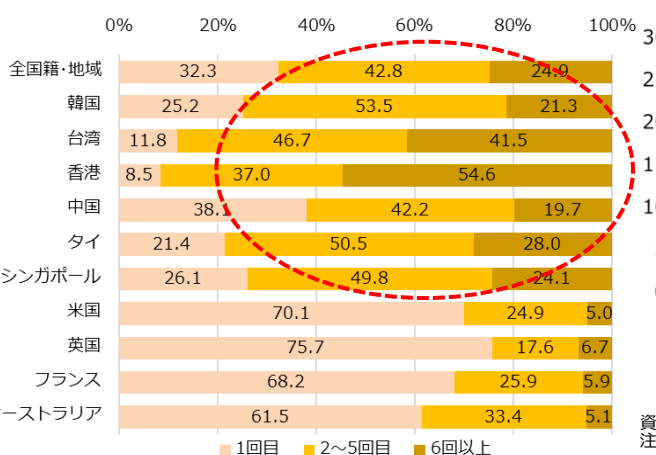
- 日本での滞在期間が長い欧米豪客ほど多くの都道府県を訪問。
- **地方部訪問者**（地方部に日帰りで訪問する場合を含む）は、訪日外国人旅行者全体の約5割。アジアの旅行者は、訪日リピーター割合が高く、**地方部のみ訪問する割合も高い**。他方、**欧州や豪等の旅行者は、三大都市圏及び地方部の両方を訪問する割合が高い**。
- ※欧米豪客は、地方部への直行便の制約から、訪日旅行の目的地が地方部の場合でも入国・出国前後は三大都市圏を訪問する必要がある点に留意。
- **地方部のみ訪問した旅行者の平均泊数は4.2泊、消費単価は13.0万円**。三大都市圏及び地方部両方を訪問した旅行者のうち、地方部**宿泊**旅行者の地方部での単価は約7万円と地方**日帰り**旅行者の約11倍。地方部での「滞在」促進による地方部における消費誘発効果が大きい。

（図表 I -53）国籍・地域別訪問都道府県数（2023年）



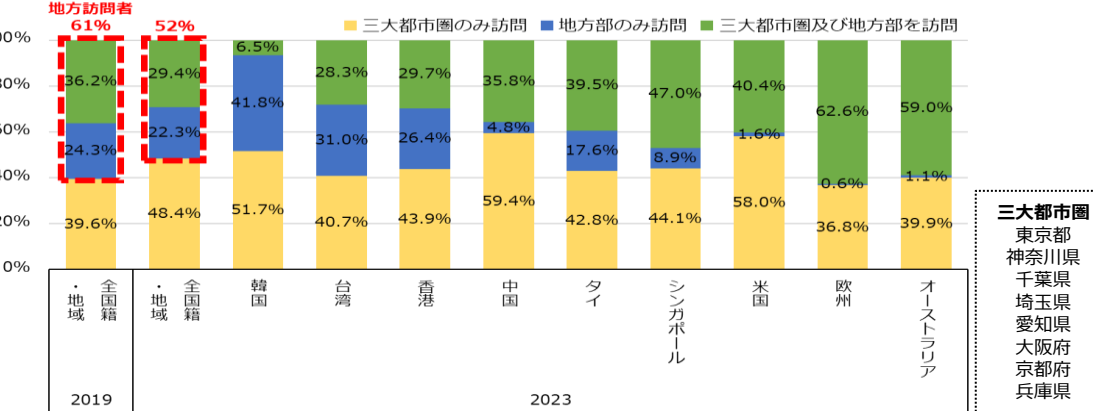
資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」個票データ（観光・レジャー目的、2023年）により作成。
 注1：「訪問都道府県」は、各都道府県に宿泊を伴って訪問する場合のみならず、**日帰りで訪問する場合を含む**。
 注2：欧州は英国、ドイツ、フランス、ロシア、イタリア及びスペインの合計。

（図表 I -55）国籍・地域別訪日回数（2023年）



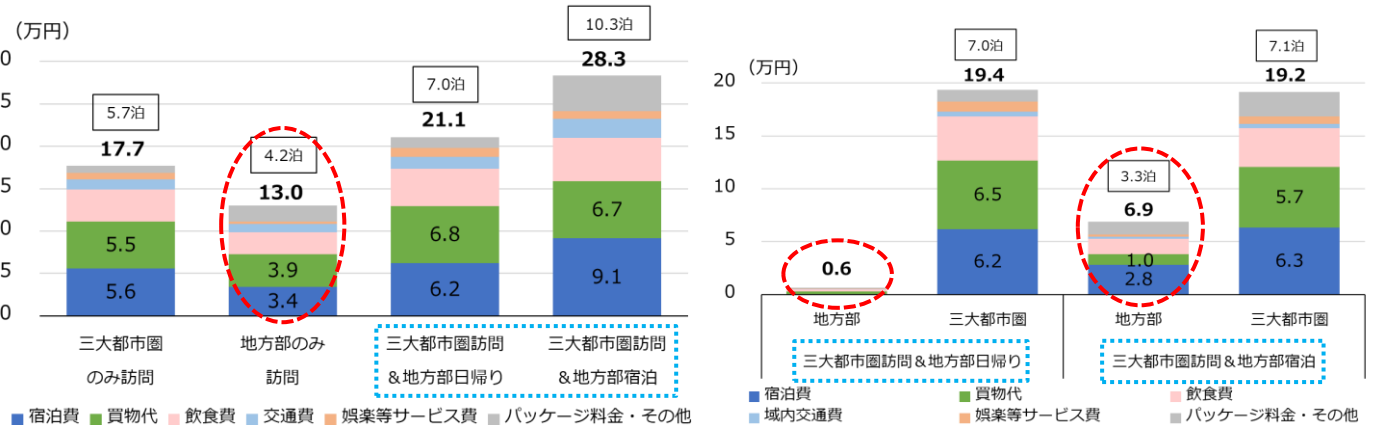
資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」（観光・レジャー目的、2023年）により作成。

（図表 I -54）三大都市圏及び地方部の訪問パターン別構成割合



資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」地域調査個票データ（観光・レジャー目的、2019年4-12月期及び2023年4-12月期（参考値））により作成。
 注1：「訪問」は、三大都市圏や地方部に宿泊を伴って訪問する場合のみならず、**日帰りで訪問する場合を含む**。

（図表 I -56）訪問パターン別消費単価及び平均泊数（全国籍・地域、2023年）

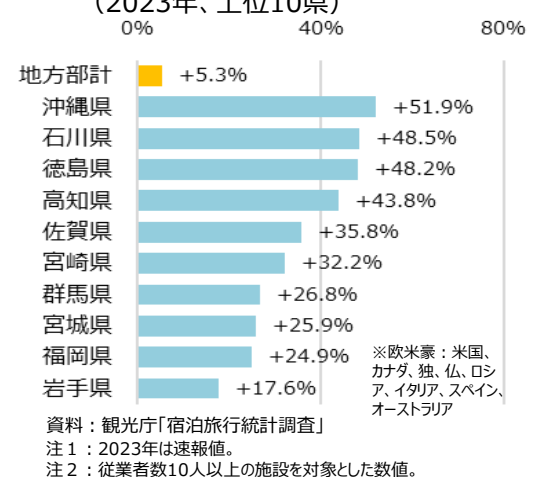
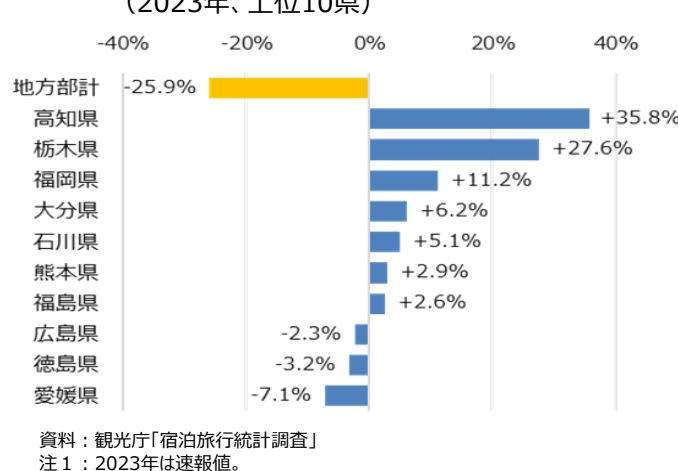
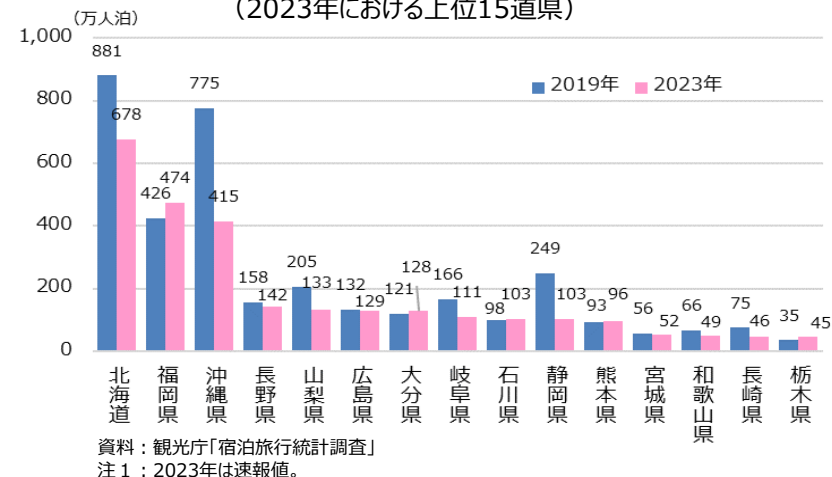


資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」地域調査個票データ（観光・レジャー目的、2023年4-12月期（参考値））により作成。
 注1：「訪日外国人消費動向調査」では、訪日外国人全体及び国籍・地域別の消費動向を把握するための「全国調査」とは別に、訪問都道府県別の消費動向を把握するための「地域調査」を実施。
 注2：「地域調査」は、新型コロナウイルス感染症の影響により2020年4-6月期～2023年1-3月期は調査を中止したため、2023年暦年データは同年1-3月期データを含まない。
 注3：「訪問」は、三大都市圏や地方部に宿泊を伴って訪問する場合のみならず、**日帰りで訪問する場合を含む**。なお、2023年4-12月の訪日外国人旅行者（観光・レジャー目的）全体に占める日帰り旅行者の割合は0.1%。

地方部におけるインバウンド観光の動向（道県別の状況）

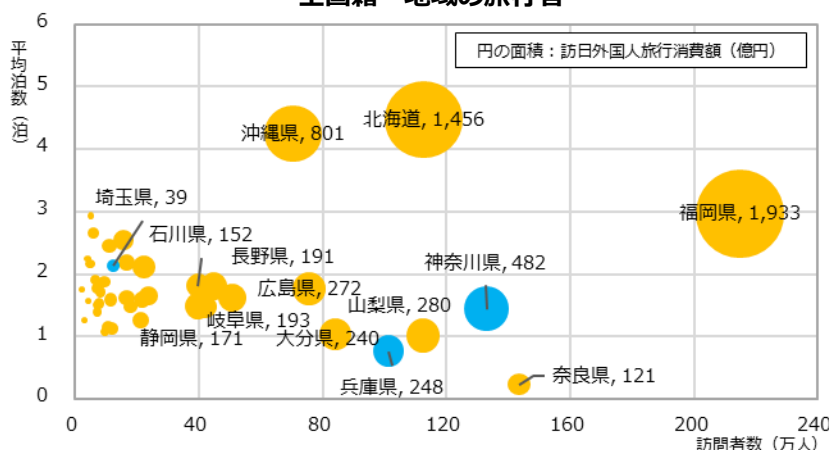
- 地方部の道県別の状況を見ると、**外国人延べ宿泊者数、旅行消費額**はともに北海道、福岡県及び沖縄県に集中。
- コロナ前と比べると、外国人延べ宿泊者数は高知県、栃木県、九州各県等で増加しており、欧米豪客に絞ると沖縄県、石川県や四国各県の増加率が高いなど、**県別に誘客状況や回復度合いは異なる**。

（図表 I -57）地方部における道県別外国人延べ宿泊者数（図表 I -58）外国人延べ宿泊者数の2019年比（図表 I -60）欧米豪延べ宿泊者数の2019年比（2023年、上位10県）

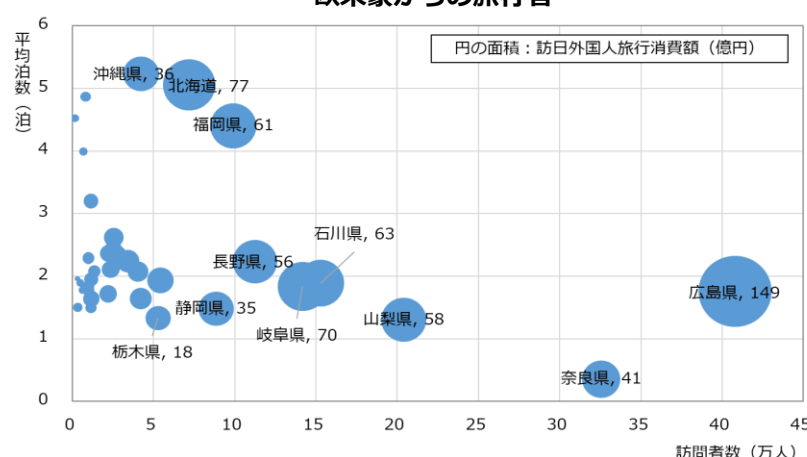


（図表 I -61）地方部における訪日外国人旅行者の道県別訪問者数、平均泊数及び消費額（2023年）

全国籍・地域の旅行者



欧米豪からの旅行者



資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」地域調査個票データ（観光・レジャー目的、2023年4-12月期（参考値））により作成。
 注1：「訪日外国人消費動向調査」では、訪日外国人全体及び国籍・地域別の消費動向を把握するための「全国調査」とは別に、訪問都道府県別の消費動向を把握するための「地域調査」を実施しており、両者の調査設計等は異なる。訪日外国人全体の日本国内における消費額である「訪日外国人旅行消費額」は「全国調査」から推計したもの。「地域調査」については、新型コロナウイルス感染症の影響により2020年4-6月期から2023年1-3月期は調査を中止したため、2023年暦年データは同年1-3月期データを含まない。
 注2：「訪問者数」は、各道県に宿泊を伴って訪問する場合のみならず、**日帰り訪問する場合を含む**。「平均泊数」は、各道県への訪問者（日帰りでの訪問を含む。）の各道県における平均泊数。日帰りでの訪問者は0泊としている。
 注3：左図（全国籍・地域）は、地方部の道県に加え、三大都市圏の一部の県（神奈川県、兵庫県及び埼玉県）についても参考に掲載。右図の欧米豪は、英国、ドイツ、フランス、ロシア、イタリア、スペイン、米国及びオーストラリアの合計。