＜ハローカラー印刷サービス＞のご案内

2019年度受験対策の下記セミナーの「切腹資料」、および、平成31年度（2019年度）「観光白書」（要旨版）、「観光庁研修テキスト」（令和元年最新版）を格安で印刷してお送りします。
コンビニで印刷すると、カラー印刷は1枚　50　円もします。＜ハローカラー印刷サービス＞の格安印刷サービスを是非ご利用ください。

●＜ハローカラー印刷サービス＞で販売中の資料
①＜日本歴史＞セミナー の「切腹資料」
②＜日本地理＞セミナー の「切腹資料」
③＜一般常識＞セミナー の「切腹資料」
④＜通訳案内の実務＞セミナー の「切腹資料」
⑤平成 31 年度（2019 年度）「観光白書」（要旨版）

●各資料の説明
①6 月 30 日開催の＜日本歴史＞セミナーの「切腹資料」（カラー、A4版 84 ページ）（1,500 円）
http://www.hello.ac/2019.6.30.pdf
（ご参考）動画：https://youtu.be/gec9HWCS0mw

②7 月 6 日開催の＜日本地理＞セミナーの「切腹資料」（カラー、A4版 82 ページ）（1,500 円）
http://www.hello.ac/2019.7.6.pdf
（ご参考）＜動画＞（その1）：https://youtu.be/ezXAqLrWSk8
（ご参考）＜動画＞（その2）：下記の（0:40～2:48)の時間帯をご覧ください。
https://youtu.be/tPXvP4yETwk

③7 月 21 日開催の＜一般常識＞セミナーの「切腹資料」（カラー、A4版 66 ページ）（1,500 円）
https://e9.wingmailer.com/wingmailer/cr.cgi?id=E741&c_no=4
（ご参考）＜動画＞：https://youtu.be/b2SazqzhZGk

④＜通訳案内の実務＞セミナー の「切腹資料」（カラー、A4版 44 ページ）（1,500 円）
http://www.hello.ac/2019.8.5.pdf

（ご参考）＜動画＞（前半）：https://youtu.be/OzaOG8U8Rlghttps://youtu.be/OzaOG8U8Rlg

⑤平成 31 年度（2019 年度）「観光白書」（要旨版）（カラー、A4版 69 ページ）（1,500 円）
https://www.mlit.go.jp/common/001294574.pdf

※過去 3 年間の出題実績から、「観光白書」は、平成 30 年度（2018 年度）ではなく、平成 31 年度（2019 年度）の内容から出題される可能性が高いです！

＜ハローカラー印刷サービス＞申込書

●申込書の件名と宛先

・件名：＜ハローカラー印刷サービス＞申込み（氏名）←必ず、氏名をお書きください。

・宛先：info@hello.ac

記

●通訳案内士資格：（該当する先頭に〇印をご記入ください）

（　）（　　語）（　　年度合格）

（　）（　　語）（　　年度受験予定）

（　）（特に受験の予定はない）

●2019 年度の受験科目：（該当する先頭に〇印をご記入ください）

・第１次筆記試験

（　）外国語（　　語）

（　）日本地理

（　）日本歴史

（　）一般常識

（　）通訳案内の実務

・第２次口述試験

（　）第２次口述試験のみ（　　語）

●氏名：

●住所：

●電話：

●メールアドレス：

●ハローとの関係：

●ご希望の「資料」の（　）に〇印をご記入ください。

（　）①6 月 30 日開催の＜日本歴史＞セミナーの「切腹資料」一式（1,500 円）

（　）②7 月 6 日開催の＜日本地理＞セミナーの「切腹資料」一式（1,500 円）

（　）③7 月 21 日開催の＜一般常識＞セミナーの「切腹資料」一式（1,500 円）

（　）④8 月 4 日開催の＜通訳案内の実務＞（1,500 円）

（　）⑤平成 31 年度（2019 年度）「観光白書」（要旨版）（1,500 円）

●合計金額：（　　円）

●振込み予定日（　　月　　日）

以上

参考資料

外国人に人気の日本の観光スポットランキング＜ベスト 30＞

世界最大級の旅行コミュニティサイト「トリップアドバイザー」が発表した「外国人に人気の日本観光スポットランキング」（2018 年）によると、ベスト 30 は以下の通りである。
これらは、ガイドラインにある「外国人観光旅客が多く訪れている、又は、外国人観光旅客の評価が高い観光資源」と言うことができるので、受験者としては、しっかり押さえておく必要がある。

1 位（1）伏見稲荷大社／京都府京都市（5 年連続第 1 位）
2 位（3）広島平和記念資料館(原爆ドーム、広島平和記念公園)／広島県広島市
3 位（4）宮島（厳島神社)／広島県廿日市市
4 位（5）東大寺／奈良県奈良市
5 位（7）新宿御苑／東京都新宿区
6 位（14）兼六園／石川県金沢市
7 位（10）高野山(奥之院)／和歌山県高野町
8 位（8）金閣寺／京都府京都市
9 位（9）箱根彫刻の森美術館／神奈川県箱根町
10 位（13）姫路城／兵庫県姫路市
11 位（30）三十三間堂／京都府京都市
12 位（11）奈良公園／奈良県奈良市
13 位（26）成田山 新勝寺／千葉県成田市
14 位（−）サムライ ミュージアム／東京都新宿区
15 位（−）白谷雲水峡／鹿児島県屋久島町
16 位（−）浅草寺／東京都台東区
17 位（−）日光東照宮／栃木県日光市
18 位（−）栗林公園／香川県高松市
19 位（25）両国国技館／東京都墨田区
20 位（12）永観堂禅林寺／京都府京都市
21 位（16）長谷寺／神奈川県鎌倉市
22 位（−）東京都庁舎／東京都新宿区
23 位（−）トヨタ産業技術記念館／愛知県名古屋市
24 位（−）白川郷合掌造り集落／岐阜県白川村
25 位（29）京都駅ビル／京都府京都市
26 位（−）立山黒部アルペンルート／富山県立山町
27 位（初）平等院／京都府宇治市
28 位（初）根津美術館／東京都港区
29 位（−）地獄谷野猿公苑／長野県山ノ内町
30 位（初）三千院／京都府京都市
※カッコ内は昨年順位、「初」はランキング初登場の意

以上

観光白書

平成 30 年度
観光の状況

令和元年度
観光施策

（要旨）

目次

第Ⅰ部　平成 30 年　観光の動向 4
　第１章 世界の観光の動向 4
　　第１節 世界のマクロ経済の概況..... 4
　　第２節 2018 年（平成 30 年）の世界の観光の状況..... 4
　第２章 日本の観光の動向 10
　　第１節 訪日旅行の状況 10
　　第２節 出国日本人数の状況 18
　　第３節 国内旅行の状況 19
　　第４節 宿泊旅行の状況 20
　　第５節 東日本大震災からの復興の状況..... 23
　　第６節 地域における観光の状況..... 24
　　第７節 地域における観光振興の取組..... 28

第Ⅱ部　すそ野が拡がる観光の経済効果..... 33
　第１章　訪日外国人旅行者の増加が我が国経済にもたらす影響 33
　　第１節　インバウンド消費の拡大に伴い重要性の高まる観光産業 33
　　第２節　地方を訪問する訪日外国人旅行者の増加とコト消費の動向 35
　　第３節　欧米豪観光客による地方訪問の状況..... 41
　　第４節　観光関連産業における雇用、賃金、生産性の動向 46
　　第５節　観光関連産業における投資の動向..... 50
　　第６節　各国における訪日旅行契機の消費の動向..... 53
　第２章　訪日外国人旅行者の増加が観光地に与える影響 57
　第３章　自然災害が旅行に与える影響..... 59

第Ⅲ部　平成 30 年度に講じた施策 63
　第１章　観光資源の魅力を極め、「地方創生」の礎に 63
　　第１節　魅力ある公的施設・インフラの大胆な公開・開放 63
　　第２節　文化財の観光資源としての開花..... 63
　　第３節　国立公園の「ナショナルパーク」としてのブランド化 63
　　第４節　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 63
　　第５節　滞在型農山漁村の確立・形成..... 63
　　第６節　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 63
　　第７節　新たな観光資源の開拓..... 63
　　第８節　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..... 63
　　第９節　広域観光周遊ルートの世界水準への改善..... 64
　　第 10 節　「観光立国ショーケース」の形成の推進..... 64
　　第 11 節　東北の観光復興 64
　第２章　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 64
　　第１節　観光関係の規制・制度の総合的な見直し..... 64
　　第２節　民泊サービスへの対応..... 64
　　第３節　産業界ニーズを踏まえた観光経営人材の育成・強化 64
　　第４節　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... 65
　　第５節　「世界水準の DMO」の形成・育成 65
　　第６節　「観光地再生・活性化ファンド」の継続的な展開 65
　　第７節　次世代の観光立国実現のための財源の活用 65
　　第８節　訪日プロモーションの戦略的高度化..... 65
　　第９節　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 65
　　第 10 節　MICE 誘致の促進..... 65
　　第 11 節　IR に係る法制上の措置の検討 65
　　第 12 節　ビザの戦略的緩和 65

第13節　訪日教育旅行の活性化 65
第14節　観光教育の充実 65
第15節　若者のアウトバウンド活性化 66
第３章 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 66
第１節　最先端技術を活用した革新的な出入国審査等の実現 66
第２節　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 66
第３節　キャッシュレス環境の飛躍的改善 66
第４節　通信環境の改善と誰もが一人歩きできる環境の実現 66
第５節　多言語対応による情報発信 66
第６節　急患等にも十分対応できる外国人患者受入体制の充実 66
第７節　「世界一安全な国、日本」の良好な治安等を体感できる環境 67
第８節　「地方創生回廊」の完備 67
第９節　地方空港のゲートウェイ機能強化と LCC 就航促進 67
第10節　クルーズ船受入の更なる拡充 67
第11節　公共交通利用環境の革新 67
第12節　休暇改革 68
第13節　オリパラに向けたユニバーサルデザインの推進 68

第Ⅳ部　令和元年度に講じようとする施策 69
第１章　外国人が真の意味で楽しめる仕様に変えるための環境整備 69
第１節　観光地 69
第２節　交通機関 69
第３節　文化財・国立公園 69
第４節　農泊 69
第２章　地域の新しい観光コンテンツの開発 69
第１節　文化財 69
第２節　国立公園 69
第３節　公的施設・インフラ 69
第４節　古民家や城泊・寺泊等 69
第５節　農泊 69
第６節　観光地・交通機関 69
第３章　日本政府観光局と地域（地方公共団体・観光地域づくり法人）の適切な役割分担と連携強化 69
第４章　地方誘客・消費拡大に資するその他主要政策 69
第１節　出入国の円滑化 69
第２節　ビザの戦略的緩和 69
第３節　空港 69
第４節　MICE・IR 69
第５節　持続可能な観光地域づくり 69
第６節　国際観光旅客税の活用 69
第７節　アウトバウンド・国内観光 69
第８節　東北の観光復興 69
第９節　「観光立国ショーケース」の形成の推進 69
第10節　観光統計 69

第Ⅰ部　平成 30 年　観光の動向

第1章　世界の観光の動向

第1節　世界のマクロ経済の概況

2018 年（平成 30 年）の世界経済は、2017 年（平成 29 年）に引き続き、緩やかに回復したが、回復の勢いは各国・地域間で差がみられた。

IMF[1]（国際通貨基金）によると、実質経済成長率は、世界全体では、2017 年（平成 29 年）は 3.8%、2018 年（平成 30 年）は 3.6%となった。

米国では、2017 年（平成 29 年）は 2.2%、2018 年（平成 30 年）は 2.9%と成長率に勢いがみられた。

EU[2]（欧州連合）では、2014 年（平成 26 年）以降、2%前後で推移しており、緩やかな景気回復が続いている。

中国では、2010 年（平成 22 年）に 10.6%であったが、2018 年（平成 30 年）では 6.6%となり、他の国・地域と比べれば、依然高い成長率であるものの、伸びは鈍化している。

ASEAN[3]（東南アジア諸国連合）の主要５箇国（インドネシア、マレーシア、フィリピン、タイ及びベトナム）では、2013 年（平成 25 年）以降は５%前後で推移しており、2018 年（平成 30 年）は 5.2%となった。

その他の新興国では、中南米カリブ海諸国は 2016 年（平成 28 年）に－0.6%となったが、2017 年（平成 29 年）にはプラスに転じ、2018 年（平成 30 年）は 1.0%となった。

中東・北アフリカでは、2009 年（平成 21 年）に 0.8%まで落ち込み、その後は 1.8%～5.3%の間で推移しており、2018 年（平成 30 年）は 1.4%となった。

サハラ以南アフリカは、2010 年（平成 22 年）の 7.1%以降、徐々に鈍化し、2016 年（平成 28 年）には 1.4%まで低下したが、2017 年（平成 29 年）には 2.9%と持ち直し、2018 年（平成 30 年）も引き続き 3.0%と伸びを維持している（図表Ⅰ-1）。

図表Ⅰ－１　主要国・地域の実質経済成長率の推移

（単位：%）

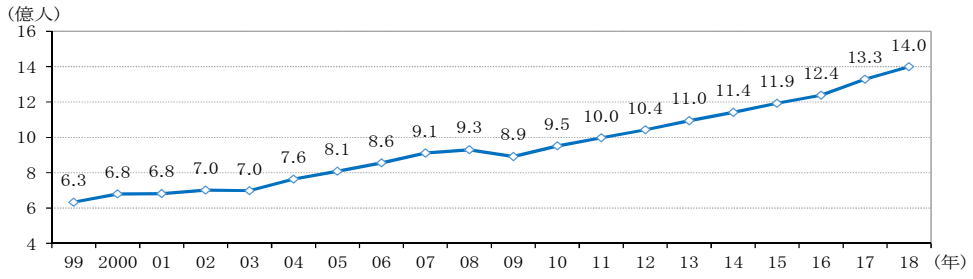
	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年
世界全体	−0.1	5.4	4.3	3.5	3.5	3.6	3.4	3.4	3.8	3.6
日本	−5.4	4.2	−0.1	1.5	2.0	0.4	1.2	0.6	1.9	0.8
米国	−2.5	2.6	1.6	2.2	1.8	2.5	2.9	1.6	2.2	2.9
EU（欧州連合）	−4.2	2.0	1.8	−0.3	0.3	1.9	2.4	2.1	2.7	2.1
中国	9.2	10.6	9.5	7.9	7.8	7.3	6.9	6.7	6.8	6.6
ASEAN（5カ国）	2.4	6.9	4.7	6.2	5.1	4.6	4.9	5.0	5.4	5.2
中南米カリブ海諸国	−2.0	6.1	4.6	2.9	2.9	1.3	0.3	−0.6	1.2	1.0
中東・北アフリカ	0.8	4.9	4.4	4.9	2.4	2.7	2.5	5.3	1.8	1.4
サハラ以南アフリカ	3.8	7.1	5.3	4.7	5.2	5.1	3.2	1.4	2.9	3.0

資料：IMF「World Economic Outlook Database, April 2019」に基づき観光庁作成

第2節　2018 年（平成 30 年）の世界の観光の状況

UNWTO[4]（国連世界観光機関）の 2019 年（平成 31 年）１月の発表では、2018 年（平成 30 年）の世界全体の国際観光客数は前年より約 7,400 万人増（対前年比 5.6%増）となり 14 億人に達した。2009 年（平成 21 年）はリーマンショックの影響から減少したが、それ以降は９年連続での増加となった（図表Ⅰ-2）。

図表Ⅰ－２　国際観光客数の推移

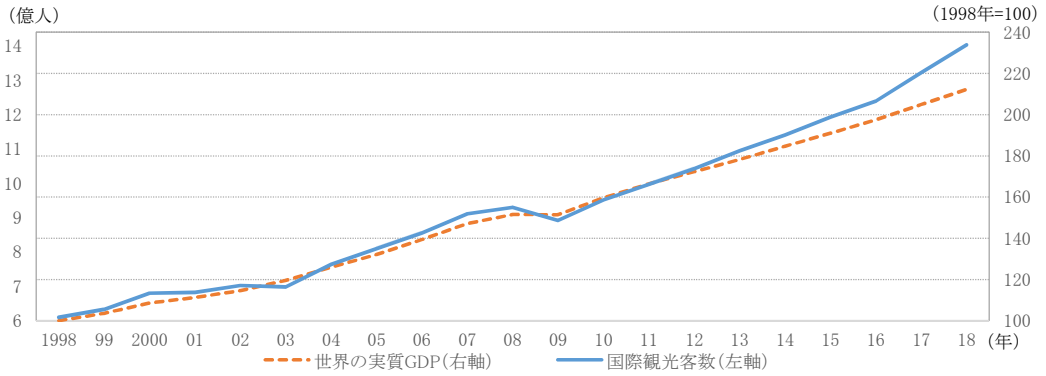


資料：UNWTO（国連世界観光機関）資料に基づき観光庁作成

国際観光客数と世界の実質 GDP は強い相関がみられるが、近年では国際観光客数の伸びが上回っている（図表Ⅰ-3）。

[1] International Monetary Fund の略
[2] European Union の略
[3] Association of South-East Asian Nations の略
[4] World Tourism Organization の略

図表Ⅰ－３　国際観光客数と世界の実質 GDP の推移



資料：UNWTO（国連世界観光機関）、IMF（国際通貨基金）資料に基づき観光庁作成

注１：世界の実質 GDP は、1998 年（平成 10 年）を 100 として指数化。

UNWTO（国連世界観光機関）の 2019 年（平成 31 年）１月の発表によると、欧州を訪れた国際観光客数は、2018 年（平成 30 年）では、前年から約 3,820 万人増加（対前年比 5.7%増）し、約７億 1,260 万人となった。

アジア太平洋を訪れた国際観光客数は、2018 年（平成 30 年）では、前年から約 1,960 万人増加（対前年比 6.1%増）し、約３億 4,260 万人となった。

米州を訪れた国際観光客数は、2018 年（平成 30 年）では、前年から約 610 万人増加（対前年比 2.9%増）し、約２億 1,720 万人となった（図表Ⅰ-４）。

図表Ⅰ－４　地域別国際観光客数（2018 年（平成 30 年））

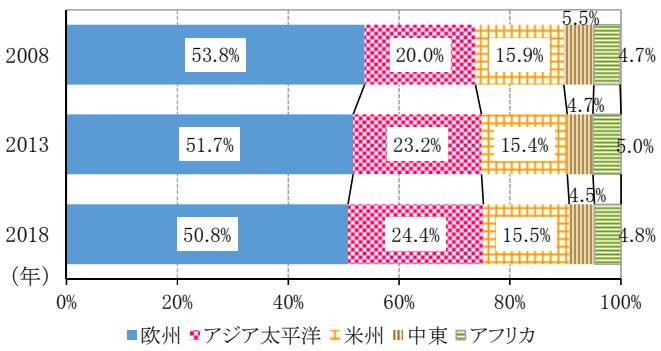
	国際観光受入数（単位：万人）	対前年増減数（単位：万人）	対前年伸び率
世界全体	140,300	7,400	5.6%
欧州	71,260	3,820	5.7%
アジア太平洋	34,260	1,960	6.1%
米州	21,720	610	2.9%
アフリカ	6,710	450	7.3%
中東	6,360	600	10.3%

資料：UNWTO（国連世界観光機関）資料に基づき観光庁作成

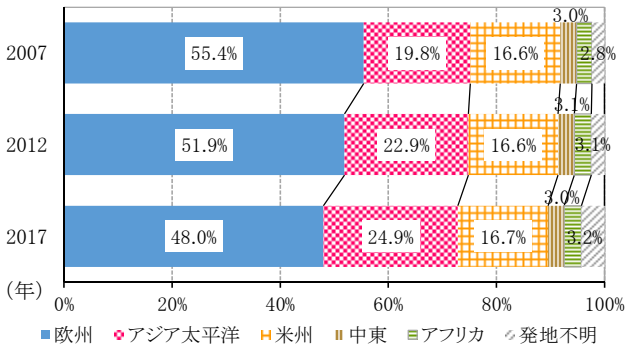
国際観光客数の地域別シェアは、到着地域別及び出発地域別ともに欧州が約半数を占めているが、過去 10 年でみると、アジア太平洋のシェア拡大にともない、欧州のシェアは減少傾向にある。（図表Ⅰ-５）。

図表Ⅰ－５　国際観光客数の地域別シェア

＜到着地域別＞



＜出発地域別＞



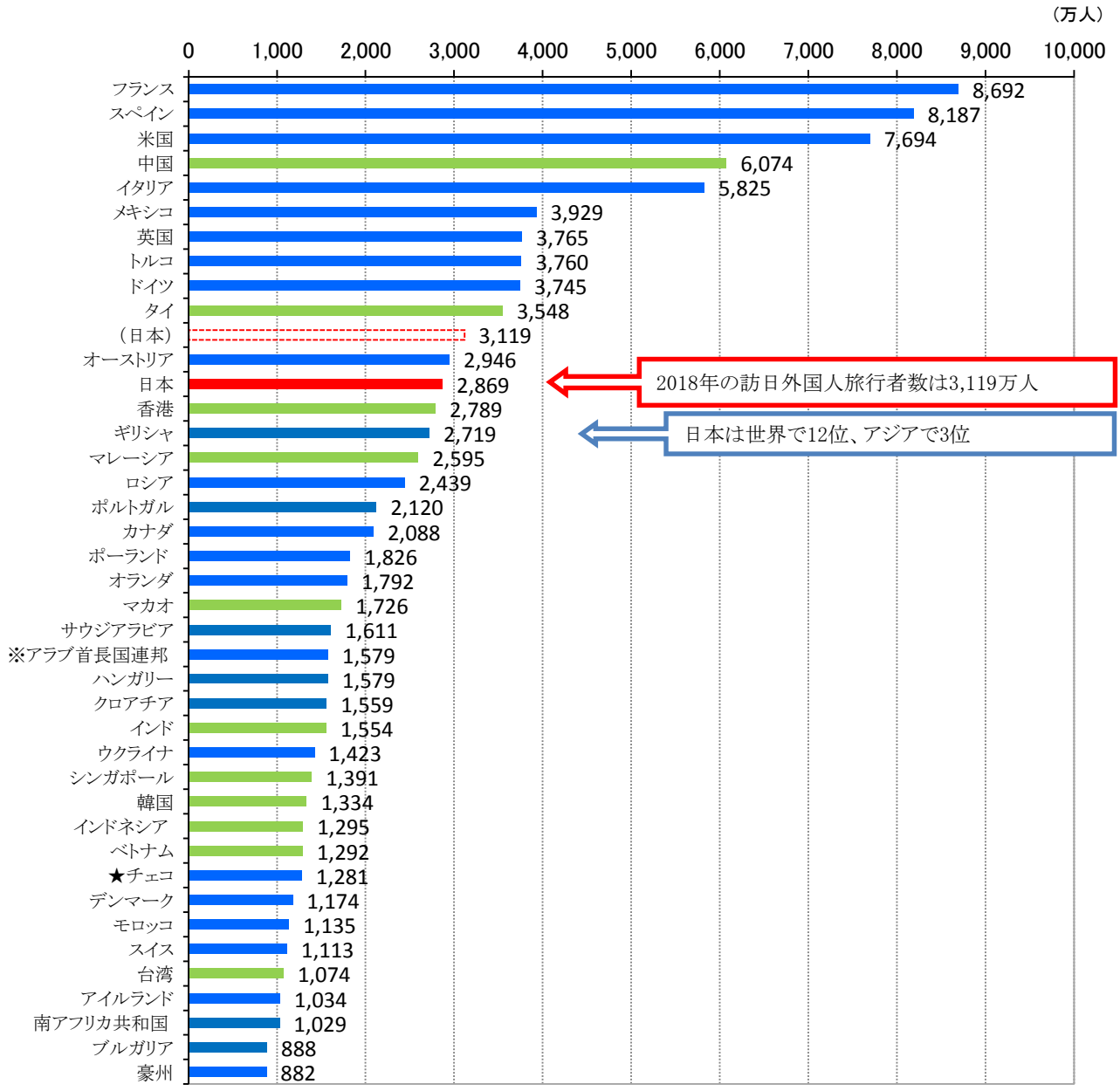
資料：UNWTO（国連世界観光機関）資料に基づき観光庁作成

外国人旅行者受入数については、国・地域ごとに異なる統計基準により算出されているため、比較する際には、統計基準の違いに注意する必要があるが、2017 年（平成 29 年）の外国人旅行者受入数は、フラン

スが 8,692 万人で前年に引き続き１位となり、スペインが 8,187 万人で２位、米国が 7,694 万人で３位であった。日本は 2016 年（平成 28 年）の 2,404 万人（16 位（アジアで５位））から 2,869 万人（12 位（アジアで３位））となり、人数の増加とともに順位を上げた。

なお、2018 年（平成 30 年）の訪日外国人旅行者数は、前年比 8.7%増の 3,119 万人であり、2017 年（平成 29 年）の外国人旅行者受入数ランキングでは 11 位に相当する（図表Ⅰ-6）。

図表Ⅰ－６　外国人旅行者受入数ランキング（2017 年（平成 29 年））



資料：UNWTO（国連世界観光機関）資料に基づき日本政府観光局作成

注１：本表の数値は 2019 年（平成 31 年）5 月時点の暫定値である。

注２：★印を付した国は、2017 年（平成 29 年）の数値が未発表であるため、2016 年（平成 28 年）の数値を採用した。

注３：アラブ首長国連邦は、ドバイのみの数値である。

注４：本表で採用した数値は、日本、ロシア、韓国、ベトナム、台湾、豪州を除き、原則的に１泊以上した外国人訪問者数である。

注５：外国人訪問者数は、数値が追って新たに発表されたり、さかのぼって更新されることがあるため、数値の採用時期によって、そのつど順位が変わり得る。

注６：外国人旅行者数は、各国・地域ごとに日本とは異なる統計基準により算出・公表されている場合があるため、これを比較する際には注意を要する。（例：外国籍乗員数（クルー数）について、日本の統計には含まれないが、フランス、スペイン、中国、韓国等の統計には含まれている。）

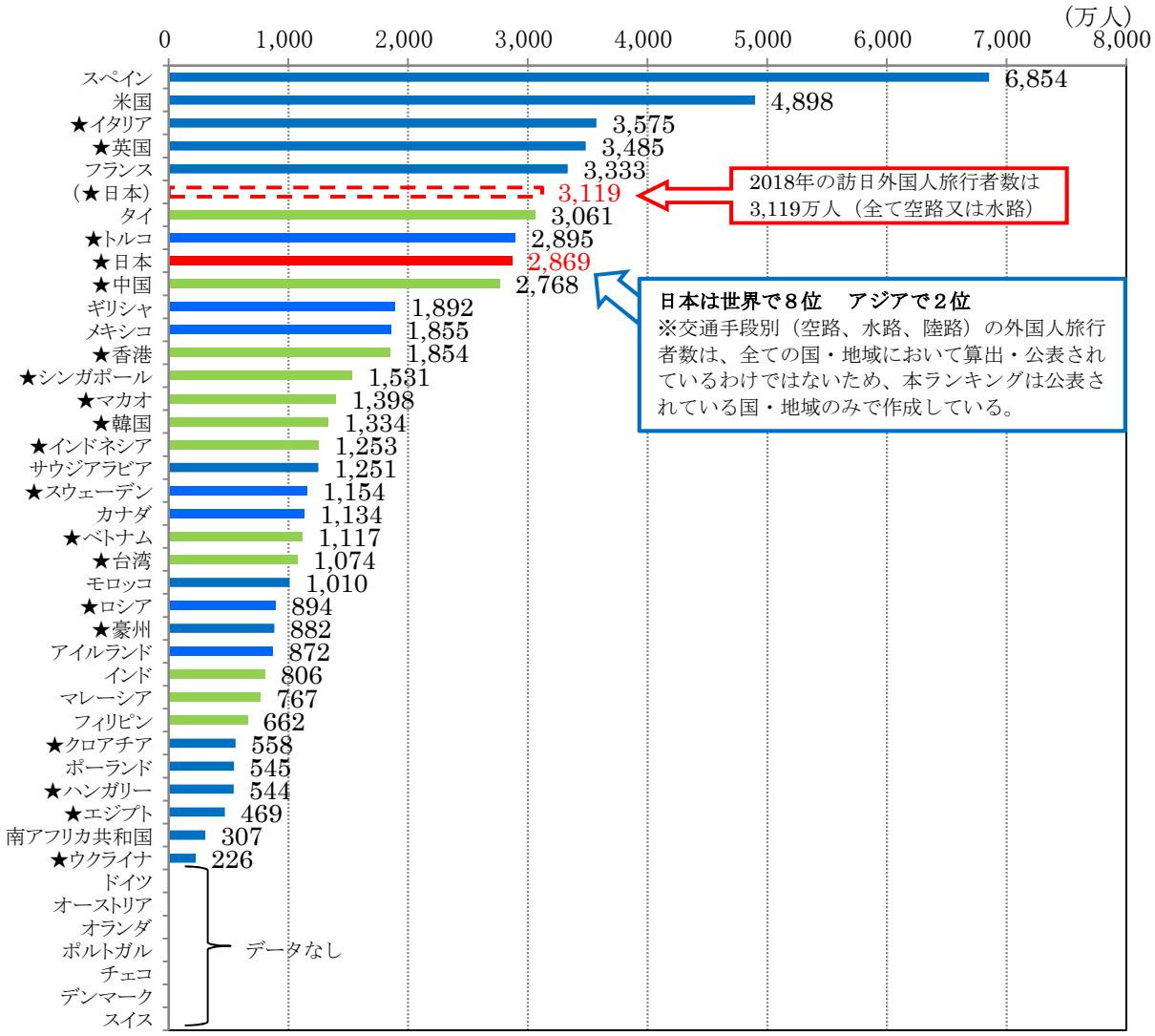
日本は島国であり、海外からの訪日は空路と水路に限られる。一方、欧州等多くの国が隣国と陸続きで鉄道、自動車等の陸路による入国も多いことから、我が国と同様の条件となるように空路又は水路による外国人旅行者受入数を比較したのが図表Ⅰ-7である。

2017年（平成29年）は、スペインが6,854万人で1位となり、米国が4,898万人で2位、イタリアが3,575万人で3位であった。日本は2,869万人（8位（アジアで2位））であり、2016年（平成28年）の2,404万人（7位（アジアで2位））から人数は増えたものの順位を下げた。

なお、2018年（平成30年）の訪日外国人旅行者数3,119万人は、2017年（平成29年）の空路又は水路による外国人旅行者受入数ランキングでは6位に相当する。

また、このランキングは、空路又は水路による外国人旅行者数が把握できない国・地域は含まれていない点に注意する必要がある。

図表Ⅰ－7　空路又は水路による外国人旅行者受入数ランキング（2017年（平成29年））



資料：UNWTO（国連世界観光機関）資料に基づき日本政府観光局作成

注1：外国人旅行者数は、各国・地域ごとに異なる統計基準により算出・公表されているため、これを厳密に比較する際には統計基準の違いに注意することが必要。

注2：本表の数値は2019年（平成31年）1月時点の値である。

注3：本表で採用した数値は、★印を付した国・地域を除き、原則的に1泊以上した外国人旅行者数である。

注4：本表の緑のグラフは、アジア地域に属する国・地域である。

注5：2017年（平成29年）の数値が未発表又は不明である国・地域については、統計発表のある直近年の数値を採用した。

注6：本表で採用した数値は、空路、水路、陸路の交通手段のうち、陸路（自動車等による入国）を除いた外国人旅行者数である。

注7：ドイツ、オーストリア、オランダ、ポルトガル、チェコ、デンマーク、スイスは、交通手段別のデータがないため、空路又は水路による外国人旅行者数は不明である。

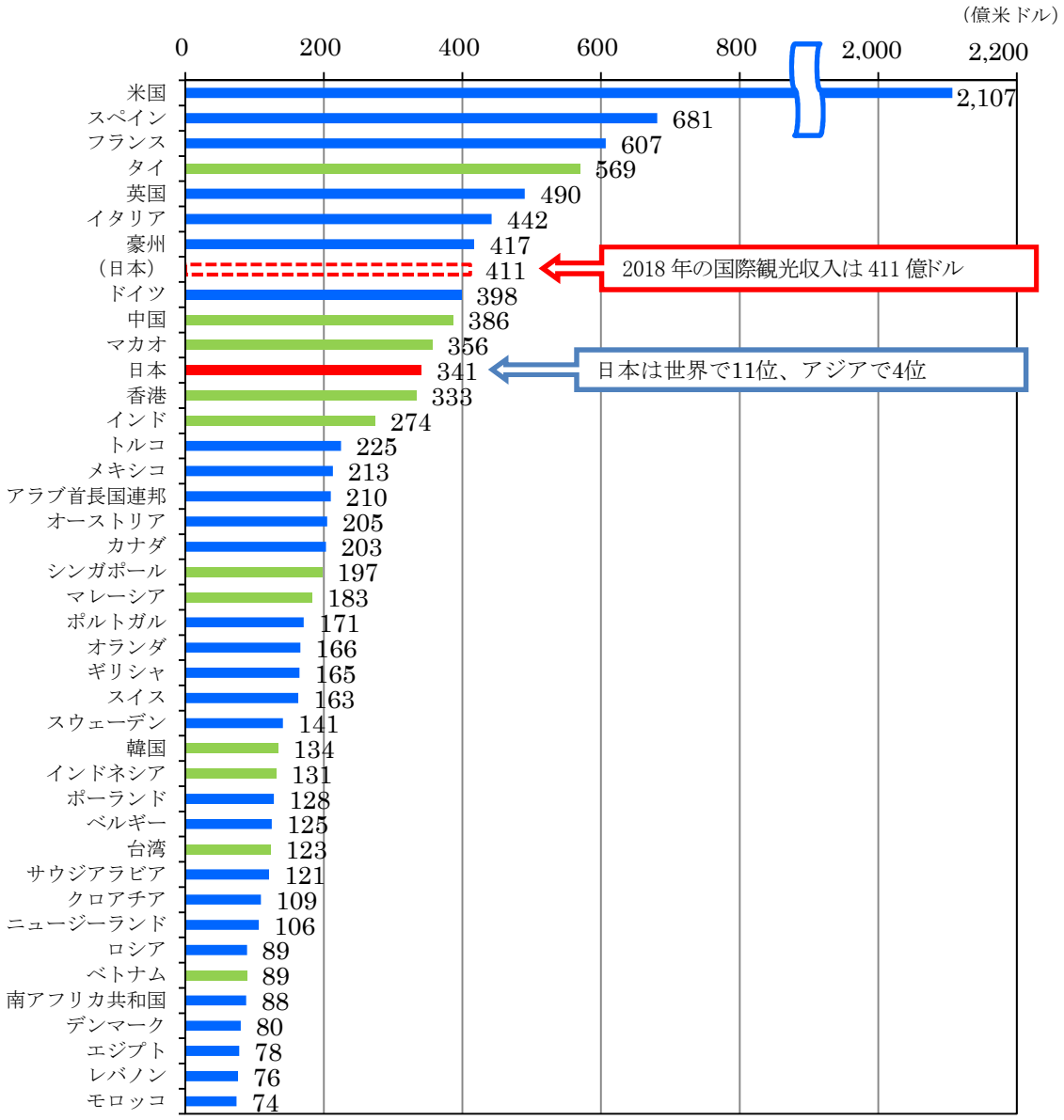
注8：外国人旅行者数は、数値が追って新たに発表されたり、さかのぼって更新されることがあるため、数値の採用時期によって、そのつど順位が変わり得る。

2017 年（平成 29 年）の各国・地域の国際観光収入については、米国が 2,107 億ドルで 1 位となり、スペインが 681 億ドルで 2 位、フランスが 607 億ドルで 3 位となった。

日本は 341 億ドル（11 位（アジアで 4 位））と、2016 年（平成 28 年）の 307 億ドル（11 位（アジアで 4 位））に比べて金額は増えたが同順位となっている。アジアについて見ると、タイが 569 億ドルで 1 位となった。

なお、2018 年（平成 30 年）の日本の国際観光収入は 411 億ドルであり、2017 年（平成 29 年）のランキングでは 8 位に相当する（図表Ⅰ-8）。

図表Ⅰ－8　国際観光収入ランキング（2017 年（平成 29 年））



資料：UNWTO（国連世界観光機関）、各国政府観光局資料に基づき日本政府観光局作成

注1：本表の数値は 2019 年（令和元年）5 月時点の暫定値である。

注2：本表の国際観光収入には、国際旅客運賃が含まれていない。

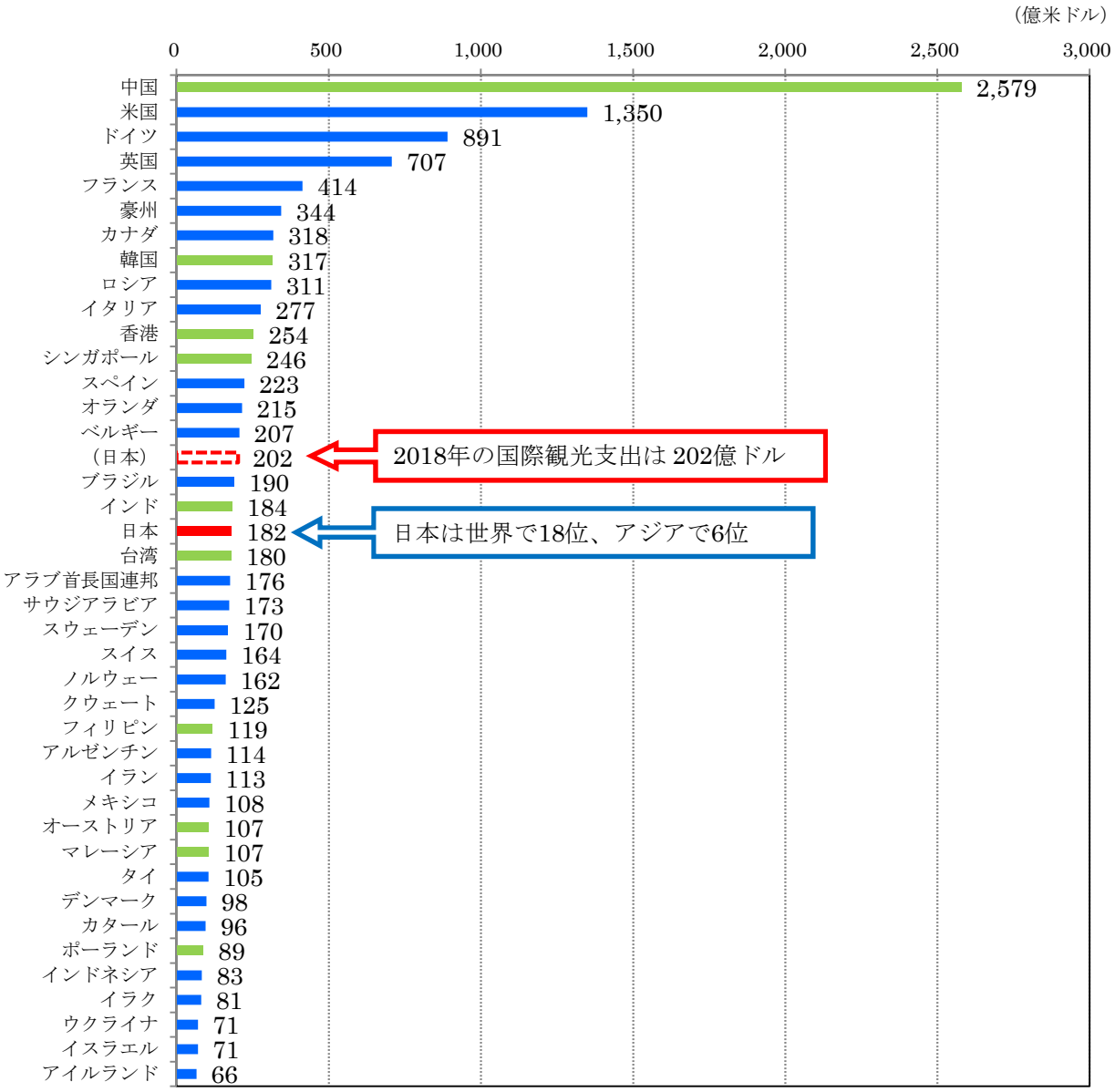
注3：国際観光収入は、数値が追って新たに発表されたり、さかのぼって更新されることがある。
また、国際観光収入を米ドルに換算する際、その時ごとに為替レートの影響を受け、数値が変動する。
そのため、数値の採用時期によって、そのつど順位が変わり得る。

2017年（平成29年）の各国・地域の国際観光支出については、中国が2,579億ドルで1位となり、米国が1,350億ドルで2位、ドイツが891億ドルで3位と、2016年（平成28年）と同順位となった。

日本は182億ドル（18位（アジアで6位））となり、2016年（平成28年）の185億ドル（16位（アジアで5位））から金額、順位ともに下げた。

なお、2018年（平成30年）の日本の国際観光支出は202億ドルとなり、2017年（平成29年）のランキングでは16位に相当する（図表Ⅰ-9）。

図表Ⅰ－9　国際観光支出ランキング（2017年（平成29年））



資料：UNWTO（国連世界観光機関）、各国政府観光局資料に基づき日本政府観光局作成

注1：本表の数値は2019年（令和元年）5月時点の暫定値である。

注2：本表の国際観光支出には、国際旅客運賃が含まれていない。

注3：国際観光支出は、数値が追って新たに発表されたり、さかのぼって更新されることがある。
また、国際観光支出を米ドルに換算する際、その時ごとに為替レートの影響を受け、数値が変動する。
そのため、数値の採用時期によって、そのつど順位が変わり得る。

第2章　日本の観光の動向

2018 年（平成 30 年）の日本経済は、内閣府「日本経済 2018-2019」（2019 年（平成 31 年）１月）によると、世界経済の緩やかな回復が続く中で、日本の輸出や生産は持ち直しが続き、企業収益は過去最高の水準となり、雇用・所得環境も改善し、緩やかな回復基調が続いている。また、民間企業設備投資やインバウンド需要の高まり等を踏まえた建設投資等国内需要も増加しており、好循環が進展している。

2018 年（平成 30 年）は、2016 年（平成 28 年）３月に「明日の日本を支える観光ビジョン構想会議」において掲げた目標の確実な達成に向け、2018 年（平成 30 年）６月に観光立国推進閣僚会議の第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）を決定し、既成概念にとらわれない大胆な施策を実行した１年であった。

一方、平成 30 年７月豪雨や９月の台風第 21 号上陸、平成 30 年北海道胆振東部地震等大規模な災害が相次ぎ、各観光地にも影響を及ぼした１年であった。

第1節　訪日旅行の状況

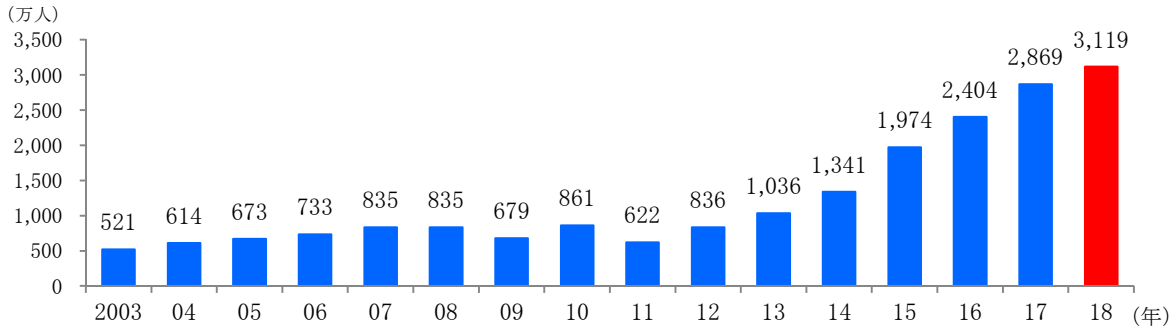
1　訪日旅行の状況

2018 年（平成 30 年）の訪日外国人旅行者数は、過去最高となる 3,119 万人（対前年比 8.7%増）となり、初めて 3,000 万人を突破した。

また、６年連続で過去最高を更新し、2020 年（令和２年）に 4,000 万人にするとの目標に向けて堅調に推移している（図表Ⅰ-10）。

このように、訪日外国人旅行者数が堅調に増加している要因としては、近隣アジア諸国を中心とした諸外国のアウトバウンドが増加する中、観光を地方創生の切り札、我が国の成長戦略の柱と位置付け、ビザ緩和や訪日外国人旅行者向け消費税免税制度の拡充等、これまでにない大胆な取組を国をあげて実行するとともに、CIQ[5]体制の充実や航空・鉄道・港湾等の交通ネットワークの充実、多言語表記をはじめとする受入環境整備等への関係者の協力、日本政府観光局をはじめとしたインバウンド関係者が連携して取り組んだプロモーション等の成果によるものと考えられる。

図表Ⅰ－10　訪日外国人旅行者数の推移



資料：日本政府観光局資料に基づき観光庁作成

国・地域別にみると、主要 20 市場[6]のうち香港を除く 19 市場において年間での過去最高を記録した。

アジアからの訪日外国人旅行者数は、2,637 万人で前年比 8.3%増となり、訪日外国人旅行者数全体に占める割合は 84.5%となった。年間を通じて、韓国やタイ等との間の航空便数の増加等が訪日需要を喚起したと考えられる。

東アジアでは、中国で 13.9%と２桁を超える伸び率となり 800 万人を超えるなど、中国、韓国、台湾、香港で 7.5%増の 2,288 万人となった。

東南アジアは、ASEAN（東南アジア諸国連合）の主要６箇国（タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナム）の訪日外国人旅行者数の合計が 333 万人となり、初めて 300 万人を超えた。またタイでは初めて 100 万人を突破した。

欧州からの訪日外国人旅行者数は 172 万人となり、このうち主要５箇国（英国、フランス、ドイツ、イタリア、スペイン）では 112 万人となった。

5　税関（customs）、出入国審査（immigration）、検疫（quarantine）の総称。

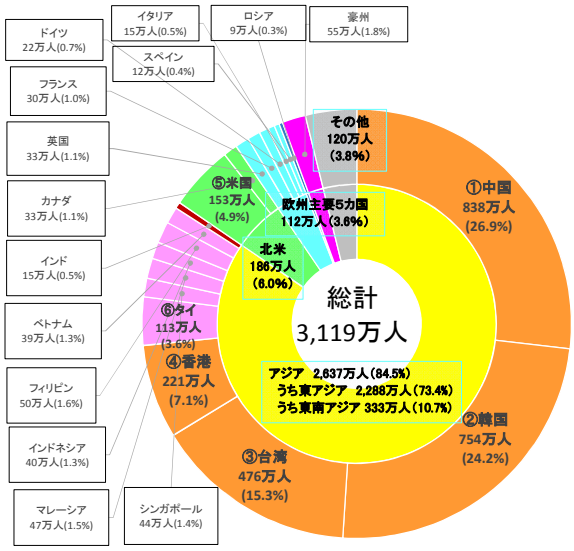
6　韓国、中国、台湾、香港、タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナム、インド、オーストラリア、米国、カナダ、英国、フランス、ドイツ、イタリア、ロシア、スペインの計 20 箇国･地域のことを指す（2019 年（平成 31 年）３月現在）。

北米からの訪日外国人旅行者数は 186 万人となり、このうち米国は 153 万人となり、初めて 150 万人を超えた。

オーストラリアからの訪日外国人旅行者数は 55 万人となった。

その他の地域では、南米が 10.5 万人、アフリカが 3.8 万人であった（図表Ⅰ-11）。

図表Ⅰ－11　訪日外国人旅行者の内訳（2018 年（平成 30 年））



資料：日本政府観光局資料に基づき観光庁作成
注１：（ ）内は、訪日外国人旅行者数全体に対するシェア。
注２：「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。
注３：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。

地域別の訪日外国人旅行者数のシェアの推移をみると、2018 年（平成 30 年）は、相次ぐ自然災害の影響により、特に東アジアにおいて、下半期に訪日外国人旅行者数の伸び率に鈍化傾向がみられたこと等から、東アジアのシェアが前年より 0.8%縮小した。一方、航空便の便数増加等により訪日外国人旅行者数が堅調に推移した東南アジアや、同年２月より旅行先としての日本の認知を広げるための「グローバルキャンペーン」を展開してきた欧米豪については、前年よりシェアが拡大している（図表Ⅰ－ 12）。

図表Ⅰ－12　地域別の訪日外国人旅行者数とシェアの推移

国・地域	2017 年		2018 年	
	訪日者数	シェア	訪日者数	シェア
アジア	2,434 万人	84.8%	**2,637 万人**	**84.5%**
東アジア	2,129 万人	74.2%	**2,288 万人**	**73.4%**
東南アジア	292 万人	10.2%	**333 万人**	**10.7%**
欧米豪	326 万人	11.4%	**363 万人**	**11.7%**
その他	110 万人	3.8%	**120 万人**	**3.8%**

資料：日本政府観光局

訪日外国人旅行者による日本国内における消費額は、2012 年（平成 24 年）以降急速に拡大し、2018 年（平成 30 年）は４兆 5,189 億円となった（図表Ⅰ- 13）。他方、訪日外国人旅行者１人当たりの旅行支出は、2018 年（平成 30 年）は 153,029 円となった。2020 年（令和２年）に訪日外国人旅行消費額を８兆円にするとの目標に向け、１人当たり旅行支出の増加が必要であり、そのためには、１人当たり旅行支出が比較的高い傾向にある欧米豪からの旅行者の掘り起こし、富裕層の獲得、体験型観光の充実等を通じた各観光地での滞在期間の長期化等が重要である。

図表Ⅰ－13　訪日外国人旅行者による消費の推移

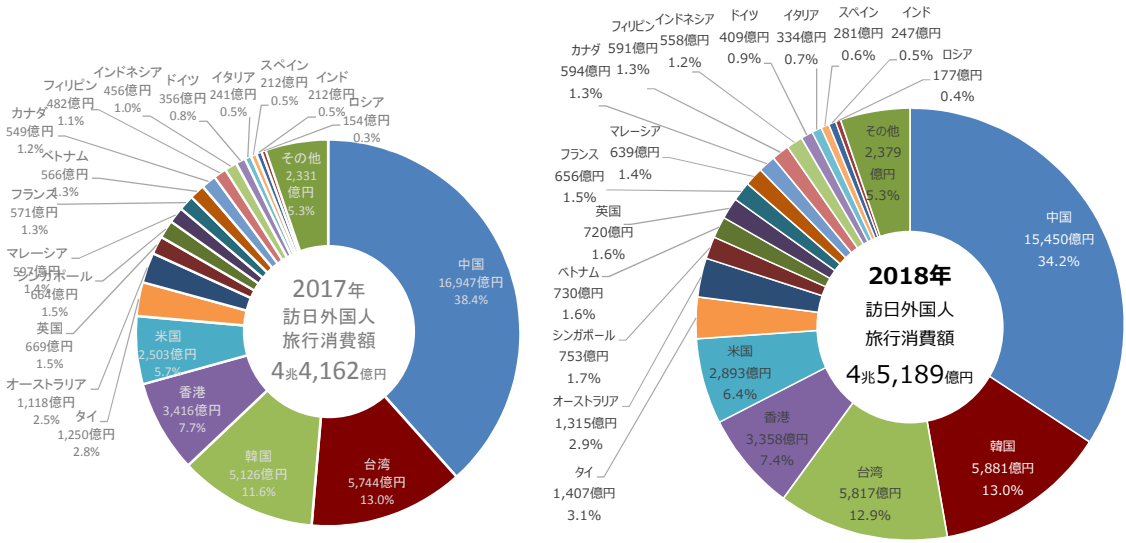
年	訪日外国人旅行消費額
2012年（平成24年）	1兆846億円
2013年（平成25年）	1兆4,167億円
2014年（平成26年）	2兆278億円
2015年（平成27年）	3兆4,771億円
2016年（平成28年）	3兆7,476億円
2017年（平成29年）	4兆4,162億円
2018年（平成30年）	**4兆5,189億円**

資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」
注１：従来は空港を利用する旅客を中心に調査を行っていたが、短期滞在の傾向があるクルーズ客の急増を踏まえ、2018 年（平成 30 年）からこうした旅客を対象とした調査も行い、調査結果に反映したところ。従来ベースの推計方法で 2018 年（平成 30 年）の旅行消費額を推計すると、４兆８千億円となる。

2018 年（平成 30 年）の訪日外国人旅行消費額を国籍・地域別にみると、中国が１兆 5,450 億円となり、総額の 34.2%を占めた。次いで、韓国 5,881 億円（13.0%）、台湾 5,817 億円（12,9%）、香港 3,358 億円（7.4%）、米国 2,893 億円（6.4%）の順となっており、これら上位５箇国・地域で総額の 73.9%を占めた（図表Ⅰ-14）。

2017 年（平成 29 年）と比較すると、調査手法の変更[7]の影響により、クルーズ客の消費額の算出方法に違いがあることには留意が必要だが、中国のシェアが 38.4%から 34.2%に縮小している。これは中国人１人当たりの買物消費額が、中国政府による国内消費促進等に向けた関税政策の影響もあり、減少傾向にあることを主な要因とするものである。他方、韓国や、欧米豪諸国については、前年よりシェアが拡大している。

図表Ⅰ－14　国籍・地域別の訪日外国人旅行消費額と構成比

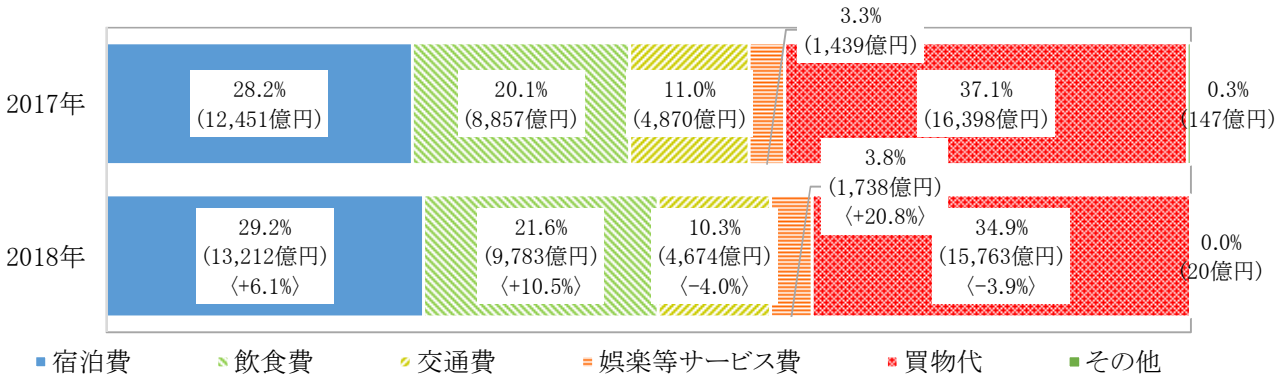


資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

2018 年（平成 30 年）の訪日外国人旅行消費額を費目別にみると、全体に占める割合では、買物代が 34.9%と最も高い割合となったが、前年（37.1%）に比べ縮小した。一方、宿泊費、飲食費、娯楽等サービス費は前年に比べ拡大し、前年比の伸び率では娯楽等サービス費の伸びが最も大きくなった（図表Ⅰ-15）。

[7] 従来は空港を利用する旅客を中心に調査を行っていたが、短期滞在の傾向があるクルーズ客の急増を踏まえ、2018 年（平成 30 年）からこうした旅客を対象とした調査も行い、調査結果に反映した。

図表Ⅰ－15　費目別にみる訪日外国人旅行消費額



資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」
注１：（　）内は費目別旅行消費額。
注２：〈　〉内は前年比の伸び率。
注３：2018 年（平成 30 年）より、サービス消費をより詳細に把握するため「娯楽サービス費」に「温泉・温浴施設・エステ・リラクゼーション」「マッサージ・医療費」等の費目を追加し「娯楽等サービス費」としたため、前年と単純比較はできない。

また、国籍・地域別に費目別旅行消費額をみると、買物代では、中国が依然として 8,110 億円と高い。次いで台湾、韓国、香港となっており、それぞれ 1,000 億円を超えている（図表Ⅰ-16）。

図表Ⅰ－16　国籍・地域別にみる費目別旅行消費額（2018 年（平成 30 年））

国籍・地域	総　額	訪日外国人旅行消費額（億円）					
		宿泊費	飲食費	交通費	娯楽サービス費	買物代	その他
全国籍・地域	**45,189**	13,212	9,783	4,674	1,738	15,763	20
韓国	5,881	1,880	1,502	575	295	1,626	4
台湾	5,817	1,585	1,275	614	228	2,115	1
香港	3,358	988	801	362	110	1,096	1
中国	15,450	3,100	2,619	1,094	521	8,110	6
タイ	1,407	416	313	170	50	456	2
シンガポール	753	275	180	87	28	182	0
マレーシア	639	208	141	76	30	184	0
インドネシア	558	189	115	83	22	149	0
フィリピン	591	149	143	69	29	200	1
ベトナム	730	216	170	73	23	247	1
インド	247	115	52	33	6	41	0
英国	720	327	182	108	27	76	0
ドイツ	409	180	101	60	13	54	0
フランス	656	260	173	102	22	99	0
イタリア	334	131	86	59	11	47	0
スペイン	281	110	74	50	9	39	0
ロシア	177	59	41	21	7	49	0
米国	2,893	1,240	764	412	119	358	1
カナダ	594	241	153	89	26	84	0
オーストラリア	1,315	537	319	189	88	181	1
その他	2,379	1,006	577	351	76	371	0

資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

2018 年（平成 30 年）の訪日外国人旅行者１人当たり旅行支出を費目別にみると、買物代が５万 1,256 円と最も高く、次いで宿泊費（４万 5,787 円）、飲食費（３万 3,748 円）の順となっている。

国籍・地域別にみると、宿泊費は、英国、オーストラリア、スペイン、イタリア、フランス、ドイツ、米国等の欧米豪の国々が上位を占めている。買物代では中国が 11 万 2,104 円となり、前年に引き続き最も高かった（図表Ⅰ-17）。

図表Ⅰ－17　国籍・地域別にみる訪日外国人旅行者１人当たり費目別旅行支出（2018 年（平成 30 年））

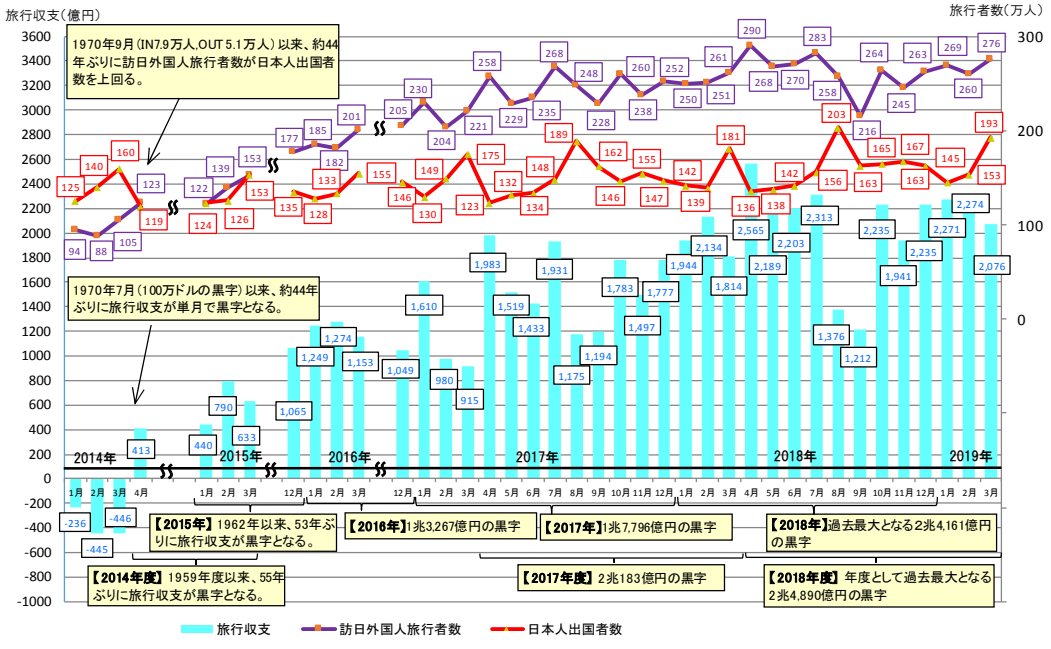
	国籍・地域	総額	前年比※	訪日外国人1人当たり旅行支出（円／人） 宿泊費	飲食費	交通費	娯楽等サービス費	買物代	その他	平均泊数
一般客	全国籍・地域	**153,029**	−0.6%	45,787	33,748	16,160	6,011	51,256	67	9.0
	韓国	78,084	+8.8%	24,974	19,961	7,636	3,917	21,549	47	4.4
	台湾	127,579	+1.4%	35,312	28,190	13,548	5,059	45,441	30	6.8
	香港	154,581	+1.0%	45,625	36,887	16,683	5,063	50,287	36	6.3
	中国	224,870	−2.4%	47,854	39,984	16,834	7,998	112,104	95	9.7
	タイ	124,421	−1.7%	36,836	27,740	15,033	4,416	40,248	149	8.8
	シンガポール	172,821	+5.2%	63,311	41,406	19,890	6,467	41,691	54	8.3
	マレーシア	137,612	+1.4%	44,950	30,400	16,371	6,466	39,422	3	10.2
	インドネシア	141,419	+9.3%	48,117	29,156	20,946	5,585	37,599	17	12.1
	フィリピン	121,921	+7.3%	31,448	30,074	14,459	6,077	39,596	268	24.6
	ベトナム	188,376	+2.8%	55,818	43,846	18,900	5,923	63,649	240	38.0
	インド	161,423	+2.5%	75,371	34,026	21,864	3,747	26,415	0	18.9
	英国	220,929	+2.6%	100,691	56,050	33,172	8,341	22,641	34	13.8
	ドイツ	191,736	+5.2%	84,555	47,536	28,333	5,974	25,250	87	13.9
	フランス	215,786	+1.6%	85,544	56,933	33,438	7,358	32,472	41	18.4
	イタリア	223,555	+16.8%	87,652	57,803	39,204	7,552	31,057	287	15.2
	スペイン	237,234	+11.6%	92,543	62,129	42,159	7,620	32,783	0	14.3
	ロシア	188,256	−5.5%	62,710	43,837	22,038	7,973	51,554	143	17.2
	米国	191,539	+5.2%	82,286	50,630	27,318	7,865	23,406	34	13.5
	カナダ	183,218	+2.1%	74,857	47,469	27,579	7,993	25,176	144	12.1
	オーストラリア	242,041	+7.2%	99,175	58,878	34,892	16,171	32,688	236	13.3
	その他	199,728	−6.1%	84,529	48,463	29,455	6,354	30,912	14	15.9
	クルーズ客	44,227	−	24	1,928	465	179	41,627	5	0.7

資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」
注１：2018 年（平成 30 年）より調査方法を変更したため、「前年比」は参考値。

こうした訪日旅行の好調な状況を背景に、国際収支における旅行収支は改善し、2015 年（平成 27 年）に暦年としては 1962 年（昭和 37 年）以来 53 年ぶりに黒字（１兆 902 億円）に転化した。2018 年（平成 30 年）は過去最大であった前年（１兆 7,796 億円）からさらに黒字幅を拡大し、初めて２兆円を超えて２兆 4,161 億円の黒字となった（図表Ⅰ-18）。

図表Ⅰ－18　旅行収支、訪日外国人旅行者数と日本人出国者数の推移

年	旅行収支（億円）
1996年	▲ 35,880
1997年	▲ 34,651
1998年	▲ 32,739
1999年	▲ 33,287
2000年	▲ 30,730
2001年	▲ 28,168
2002年	▲ 28,879
2003年	▲ 23,190
2004年	▲ 29,189
2005年	▲ 27,659
2006年	▲ 21,409
2007年	▲ 20,199
2008年	▲ 17,631
2009年	▲ 13,886
2010年	▲ 12,875
2011年	▲ 12,963
2012年	▲ 10,617
2013年	▲ 6,545
2014年	▲ 444
2015年	10,902
2016年	13,267
2017年	17,796
2018年	24,161

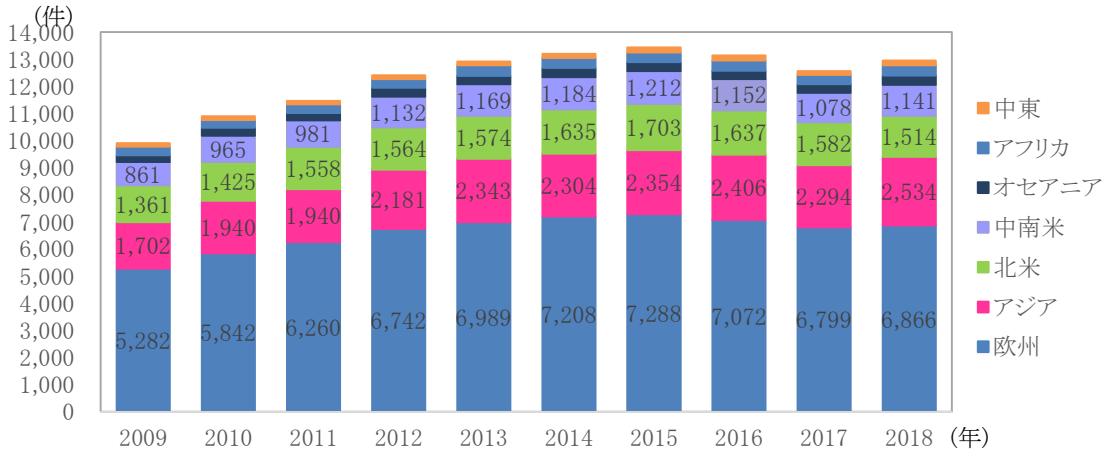


資料：旅行収支は財務省「国際収支統計」、訪日外国人旅行者数は日本政府観光局「訪日外客統計」、日本人出国者数は法務省「出入国管理統計」に基づき観光庁作成
注１：旅行収支における 2014 年（平成 26 年）１月～2018 年（平成 30 年）９月の値は年次改訂値、2018 年（平成 30 年）10 月～12 月の値は第２次速報値、2019 年（平成 31 年）１月～３月の値は速報値である。
注２：期間集計における数値は、それぞれ四捨五入しているため、端数において合計とは合致しない場合がある。

2　国際会議及び国際展示会の開催状況

国際会議関連団体及び事業者を会員とするICCA[8]（国際会議協会）の統計によれば、世界全体の国際会議の開催件数は増加傾向である。地域別の開催件数については、国際機関・学会の本部の多くが設置されている欧州が世界全体の約半数を占めており、前年比ではアジア、アフリカ、中東の開催件数の伸びが高い（図表Ⅰ－19）。

図表Ⅰ－19　世界及び地域別の国際会議開催件数の推移



資料：ICCA（国際会議協会）「ICCA Statistics report Worldwide 2008-2017」(2018年（平成30年）10月時点)、
「ICCA Statistics Report 2018」(2019年（令和元年）５月時点）に基づき観光庁作成
注１：本表の各地域は、UNWTO（国連世界観光機関）の区分に基づいている。
従って、イスラエル、トルコ、キプロス、コーカサス諸国、中央アジア諸国は「欧州」に、エジプトは「中東」に、
イランは「アジア」に、メキシコは「北米」にそれぞれ計上されている。

我が国の国際会議開催件数は、ICCA（国際会議協会）の統計によると、2018年（平成30年)は492件で世界第７位となっている（図表Ⅰ-20)。

図表Ⅰ－20　国別国際会議開催件数（2018年（平成30年））

順位	国名	件数
1	米国	947
2	ドイツ	642
3	スペイン	595
4	フランス	579
5	英国	574
6	イタリア	522
7	日本	492
8	中国	449
9	オランダ	355
10	カナダ	315
11	ポルトガル	306
12	韓国	273
13	オーストラリア	265
14	スウェーデン	257
15	ベルギー	252

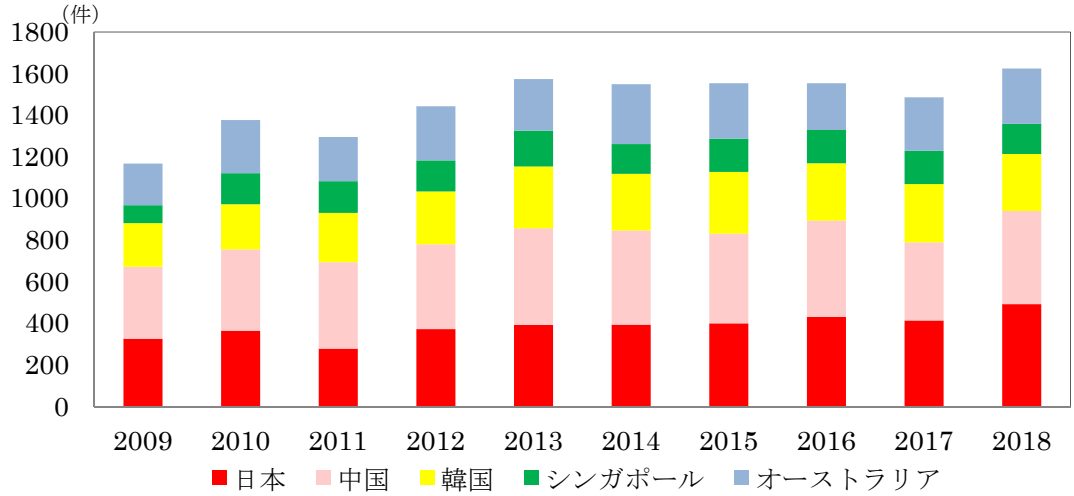
資料：ICCA（国際会議協会）「ICCA Statistics Report 2018」(2019年（令和元年）５月時点）に基づき観光庁作成

アジア大洋州地域における国際会議開催件数を国別にみると、この10年間、我が国を含む主要５箇国（日本、中国、韓国、シンガポール及びオーストラリア）の開催件数は増加傾向にあった。しかし、2017年（平成29年）は、急成長していた中国の開催件数が減少に転じたため、アジア大洋州主要５箇国の総開催件数を落とした。2018年（平成30年）は、日本と中国が大きく開催件数を伸ばしたものの、韓国、シンガポールは微減だった（

図表Ⅰ-**21**)。これにより、主要５箇国の総開催件数に占める我が国のシェアは30.3%となったが、他地域も成長を続けていることから、競争は激しくなっている（図表Ⅰ-23)。

8　International Congress and Convention Association の略

図表Ⅰ－21　アジア大洋州地域における主要国の国際会議開催件数
（2009年（平成21年）－2018年（平成30年））



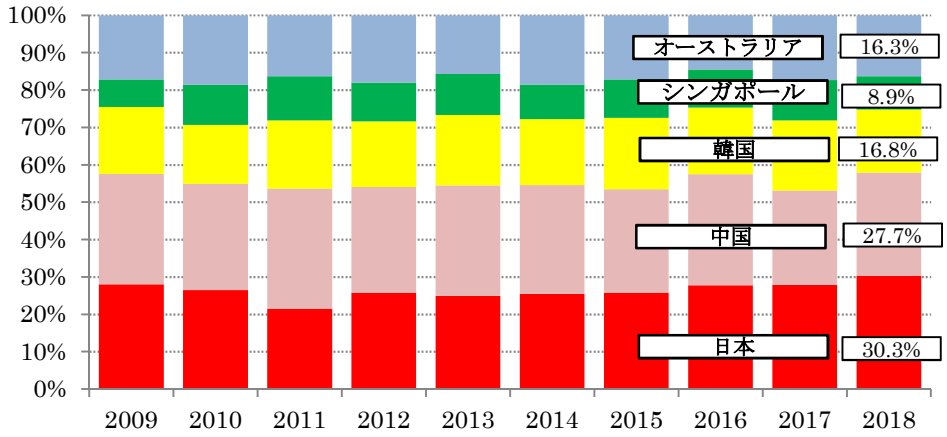
資料：ICCA（国際会議協会）「ICCA Statistics report Worldwide 2008-2017」（2018年（平成30年）10月時点）、「ICCA Statistics Report 2018」（2019年（令和元年）5月時点）に基づき観光庁作成

図表Ⅰ－22　アジア大洋州地域における国別国際会議開催件数（2018年（平成30年））

順位	国名	件数
1	日本	492
2	中国	449
3	韓国	273
4	オーストラリア	265
5	タイ	193

資料：ICCA（国際会議協会）「ICCA Statistics Report 2018」（2019年（令和元年）5月時点）に基づき観光庁作成

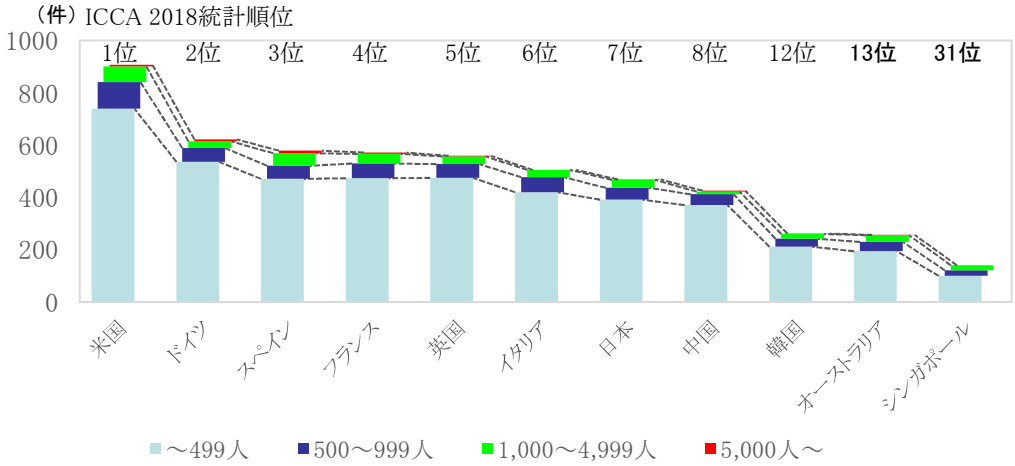
図表Ⅰ－23　アジア大洋州地域における主要国の国際会議開催件数に対する日本のシェア推移
（2009年（平成21年）－2018年（平成30年））



資料：ICCA（国際会議協会）「ICCA Statistics report Worldwide 2008-2017」（2018年（平成30年）10月時点）、「ICCA Statistics Report 2018」（2019年（令和元年）5月時点）に基づき観光庁作成

我が国は、2013年（平成25年）に閣議決定された「日本再興戦略」の中で、「2030年にはアジアNo.1の国際会議開催国として不動の地位を築く」という目標を設定しており、厳しさを増す市場の中で、国際会議の誘致力を強化していくことが求められている。欧米及びアジア大洋州の主要国における2018年（平成30年）の国際会議の規模別開催件数については、499人以下の中小規模の会議開催件数がおよそ８割を占めている。特に、日本、中国では前年からの増加率が高いため、競争の激しいアジア市場で我が国の目標を達成するためには、中小規模の国際会議を着実に誘致していくことがより一層必要となる。また、1,000人を超える大型国際会議は、世界全体でも開催件数は多くないが、経済波及効果が大きいことから、引き続き確実に誘致していくことが求められる（
図表Ⅰ-24）。

図表Ⅰ－24　欧米及びアジア大洋州地域主要国における国際会議の規模別開催件数（2018年（平成30年））

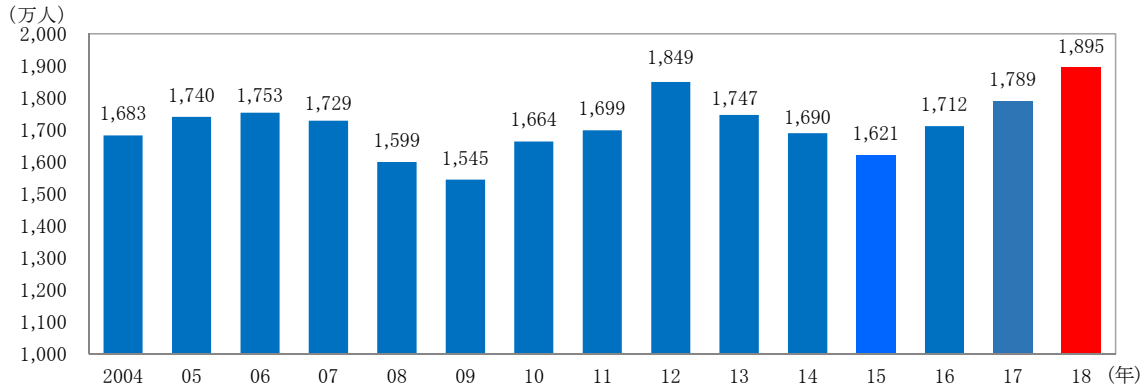


資料：ICCA（国際会議協会）統計に基づき観光庁作成
注１：2019年(令和元年) ５月時点
注２：開催規模不明は除く。

第2節　出国日本人数の状況

2018 年（平成 30 年）の出国日本人数は、1,895 万人（対前年比 6.0%増）で過去最高を記録した（図表 I - 25）。

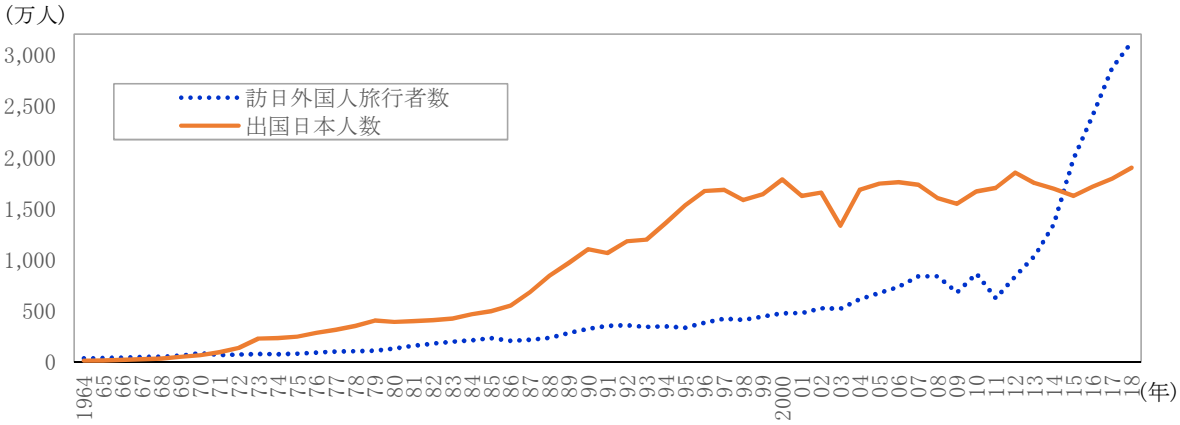
図表 I－ 25　出国日本人数の推移



資料：日本政府観光局資料に基づき観光庁作成

2018 年（平成 30 年）は出国日本人数が 1,895 万人、訪日外国人旅行者数は 3,119 万人となり、前年に引き続き、４年連続で訪日外国人旅行者数が出国日本人数を上回った（図表 I - 26）。

図表 I－ 26　訪日外国人旅行者数と出国日本人数の推移



資料：日本政府観光局資料に基づき観光庁作成

日本人出国者の訪問先については、2017 年（平成 29 年）は１位が米国、２位が中国、３位が韓国であった（図表 I - 27）。

図表 I－ 27　国・地域別　日本人訪問者数（上位５位）

順位	2013年		2014年		2015年		2016年		2017年	
	訪問先	訪問者数（人）	訪問先	訪問者数（人）	訪問先	訪問者数（人）	訪問先	訪問者数（人）	訪問先	訪問者数（人）
1	米国	3,730,287	米国	3,620,224	米国	3,792,997	米国	3,603,786	米国	3,595,607
2	中国	2,877,533	中国	2,717,600	中国	2,497,657	中国	2,587,440	中国	2,680,033
3	韓国	2,747,750	韓国	2,280,434	韓国	1,837,782	韓国	2,297,893	韓国	2,311,447
4	タイ	1,536,425	台湾	1,634,790	台湾	1,627,229	台湾	1,895,702	台湾	1,898,854
5	台湾	1,421,550	タイ	1,267,886	タイ	1,381,702	タイ	1,439,510	タイ	1,544,442

資料：日本政府観光局「2013 年～2017 年　各国・地域別　日本人訪問者数」に基づき観光庁作成

注１：米国の数値には、米国本国（全米 50 州とコロンビア特別区）への入国者のほか、北マリアナ諸島、グアム、米領サモア、プエルトリコ、米領バージン諸島等の地域への入域者が含まれる。

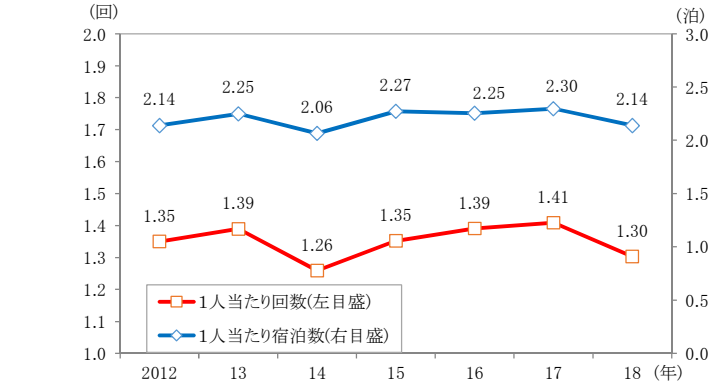
注２：各国の数値は、推計値から確定値への変更、統計基準の変更、数値の非整合性等の理由により、その都度、過去にさかのぼって変更されることがある。数値は、2019 年（平成 31 年）１月現在のものである。

観光先進国実現のためには、各国との相互交流を拡大・深化させることが重要であり、特に若者を対象としたアウトバウンドの促進等、旅行業界・関係省庁等と連携した旅行振興策の強化を図ることが求められる。

第3節　国内旅行の状況

2018 年（平成 30 年）においては、日本人の国民 1 人当たりの国内宿泊観光旅行の回数は 1.30 回、国民 1 人当たりの国内宿泊観光旅行の宿泊数は 2.14 泊であった（図表 I - 28）。

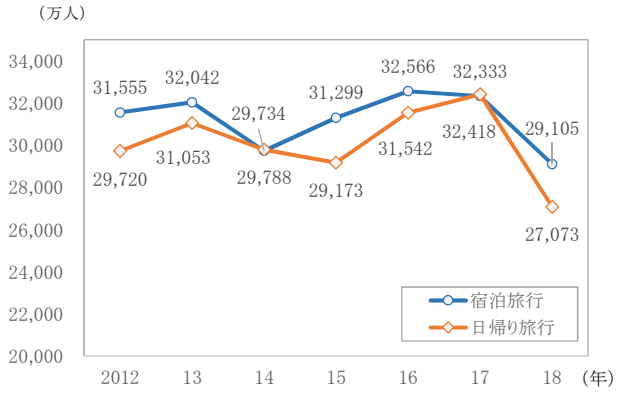
図表 I － 28　日本人国内宿泊観光旅行の回数及び宿泊数の推移



資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

2018 年（平成 30 年）に日本人で国内宿泊旅行に行った人数は延べ 2 億 9,105 万人、国内日帰り旅行は延べ 2 億 7,073 万人となった（図表 I - 29）。豪雨、地震等の災害が相次いだこと[9]や、台風や猛暑等の天候要因の影響等により、宿泊旅行、日帰り旅行ともに減少し、特に日帰り旅行の減少が大きかった（図表 I - 29）。

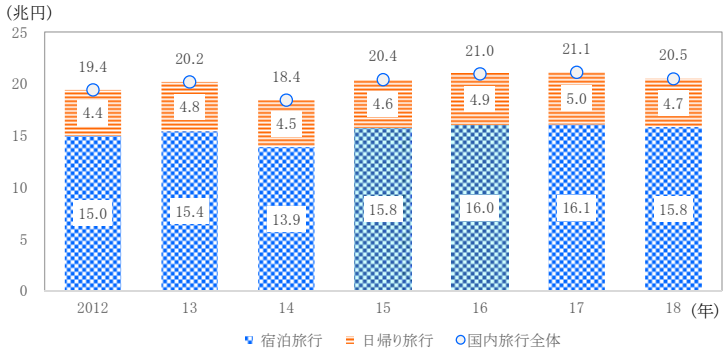
図表 I － 29　日本人国内宿泊旅行延べ人数、国内日帰り旅行延べ人数の推移



資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

2018 年（平成 30 年）の日本人国内旅行消費額については、宿泊旅行及び日帰り旅行ともに減少し、20.5 兆円（前年比 3.0%減）であった（図表 I - 30）。

図表 I － 30　日本人国内旅行消費額の推移

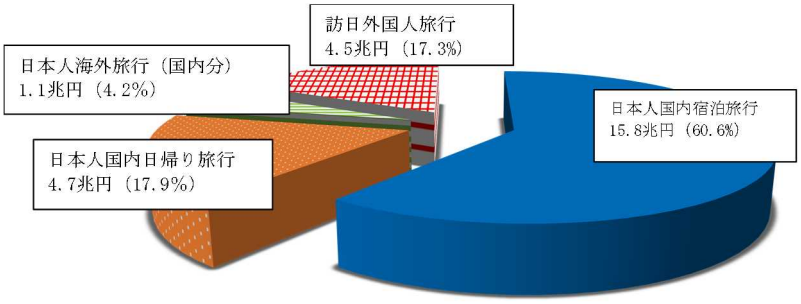


資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

9　2018 年（平成 30 年）に発生した主な自然災害が被災地での延べ宿泊者数に与えた影響については第Ⅱ部第 3 章に記載した。

2018 年（平成 30 年）の日本人及び訪日外国人旅行者による日本国内における旅行消費額は、26.1 兆円となった。訪日外国人旅行者による旅行消費額は２年連続で全体の 15%を超えた（図表Ⅰ-31）。

図表Ⅰ－ 31　日本国内における旅行消費額



（兆円）

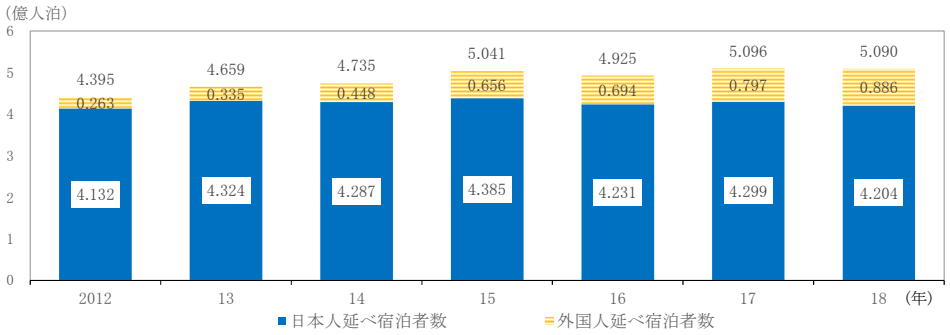
	2012年	13	14	15	16	17	18
日本人国内宿泊旅行	15.0	15.4	13.9	15.8	16.0	16.1	15.8
日本人国内日帰り旅行	4.4	4.8	4.5	4.6	4.9	5.0	4.7
日本人海外旅行（国内分）	1.3	1.2	1.1	1.0	1.1	1.2	1.1
訪日外国人旅行	1.1	1.4	2.0	3.5	3.7	4.4	4.5
合計	21.8	22.8	21.6	24.8	25.8	26.7	26.1

資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」及び「訪日外国人消費動向調査」より作成

第4節　宿泊旅行の状況

日本国内のホテル・旅館等における延べ宿泊者数は、2018 年（平成 30 年）は５億 902 万人泊（前年比 0.1%減）であった。そのうち、日本人延べ宿泊者数は４億 2,043 万人泊（前年比 2.2%減）、外国人延べ宿泊者数は 8,859 万人泊（前年比 11.2%増）であった（図表Ⅰ-32）。

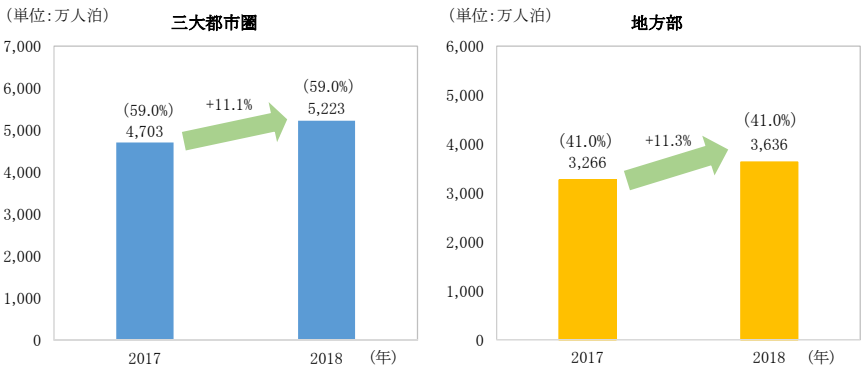
図表Ⅰ－ 32　日本人・外国人の延べ宿泊者数の推移



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」
注１：2018 年（平成 30 年）は速報値。
注２：各年のグラフの上に記載されている数字は、日本人と外国人の延べ宿泊者数の合計。

外国人延べ宿泊者数の対前年比を三大都市圏と地方部で比較すると、2018 年（平成 30 年）は三大都市圏で 11.1%増、地方部で 11.3%増となっており、地方部の伸びは三大都市圏と同水準であった。また、地方部のシェアが前年に引き続き４割を上回った（図表Ⅰ-33）。

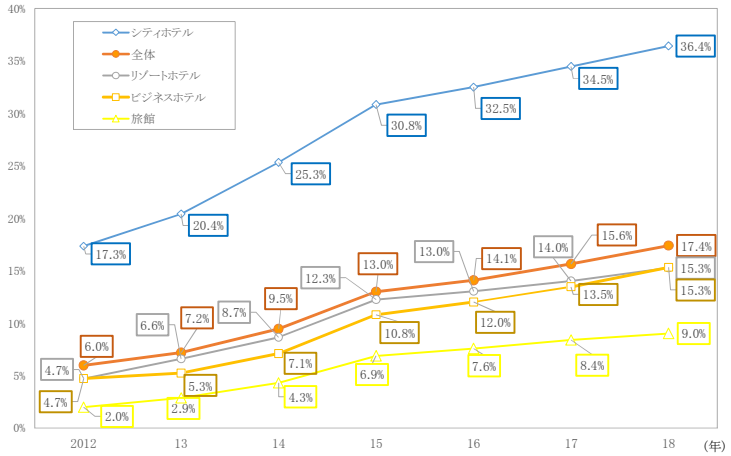
図表Ⅰ－ 33　三大都市圏及び地方部の外国人延べ宿泊者数の推移



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」
注１：2018 年（平成 30 年）は速報値。
注２：三大都市圏とは、「東京、神奈川、千葉、埼玉、愛知、大阪、京都、兵庫」の８都府県を、地方部とは、三大都市圏以外の道県をいう。
注３：（　）内は構成比を表している。

延べ宿泊者数全体に占める外国人の割合をみると 2018 年（平成 30 年）は 17.4%であった。
宿泊施設タイプ別では、特にシティホテルにおける外国人の割合が高く、2012 年（平成 24 年）は 17.3%であったが 2018 年（平成 30 年）には 36.4%にまで上昇した（図表 I - 34）。

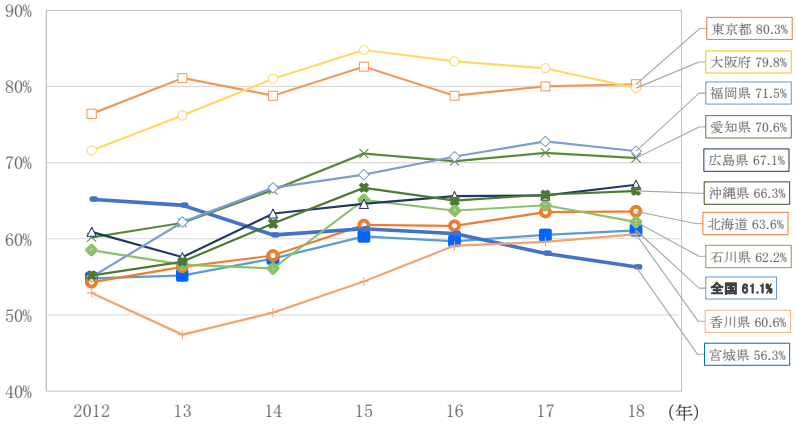
図表 I－ 34　宿泊施設タイプ別の外国人延べ宿泊者数の割合の推移



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」
注１：2018 年（平成 30 年）は速報値。

客室稼働率（全国）は 2015 年（平成 27 年）の 60.3%から 2016 年（平成 28 年）は 59.7%に減少したが、2017 年（平成 29 年）は 60.5%、2018 年（平成 30 年）は 61.1%となった。また、東京都と大阪府の客室稼働率は引き続き高い水準にあり、2018 年（平成 30 年）はそれぞれ 80.3%、79.8%となっている（図表 I - 35）。

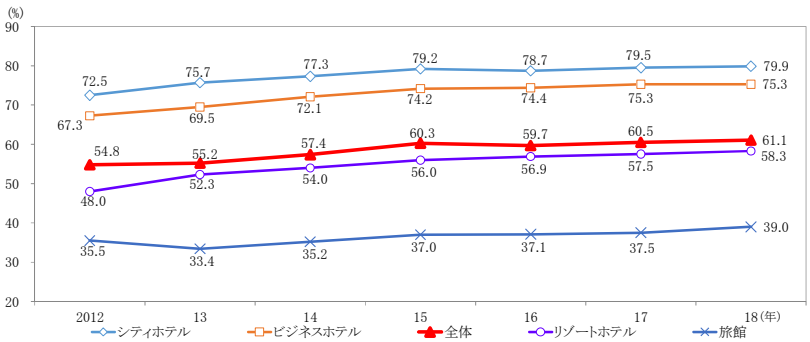
図表 I－ 35　客室稼働率の推移



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」
注１：2018 年（平成 30 年）の数値は速報値。

宿泊施設タイプ別の客室稼働率は、特に、シティホテル、ビジネスホテルが高い水準にあり、2018 年（平成 30 年）はそれぞれ 79.9%、75.3%となっている。
旅館は比較的低い水準ではあるが、近年は上昇傾向にある（図表 I - 36）。

図表 I－ 36　宿泊施設タイプ別の客室稼働率の推移



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」
注１：2018 年（平成 30 年）の数値は速報値。

また、客室稼働率が 80%を超えた都道府県は、シティホテル 10 箇所（2017 年（平成 29 年）：９箇所）、ビジネスホテル５箇所（同：３箇所）、リゾートホテルは２箇所（同：２箇所）であった（図表Ⅰ-37）。また、東京都では全体の稼働率が 80.3% と全国で最も高く、ビジネスホテル 84.8% 、旅館 57.5％も全国で最も高い値であった。（図表Ⅰ-37）

図表Ⅰ－ 37　都道府県別・宿泊施設タイプ別客室稼働率
2018 年（平成 30 年）

（%）

	宿泊施設タイプ					
	全体	旅館	リゾートホテル	ビジネスホテル	シティホテル	簡易宿所
全国	61.1	39.0	58.3	75.3	79.9	28.6
北海道	63.6	48.2	52.4	76.3	76.7	33.7
青森県	58.6	36.8	46.3	71.4	62.3	25.8
岩手県	53.2	36.0	44.9	71.2	67.9	42.7
宮城県	56.3	41.1	49.1	64.0	65.2	40.8
秋田県	48.7	35.6	42.8	68.4	72.4	20.9
山形県	51.0	39.3	33.4	69.9	69.8	12.3
福島県	47.5	40.9	51.5	64.6	65.3	11.0
茨城県	55.7	29.8	41.9	70.4	71.6	12.1
栃木県	53.0	42.1	53.0	71.7	65.8	19.1
群馬県	51.7	46.8	45.6	72.1	68.6	10.3
埼玉県	64.4	36.4	34.7	70.5	79.1	10.1
千葉県	69.1	36.4	82.8	71.6	82.3	22.5
東京都	80.3	57.5	65.8	84.8	84.7	51.5
神奈川県	67.5	43.8	71.8	81.7	84.6	42.6
新潟県	42.4	26.1	34.3	69.0	67.3	12.1
富山県	49.3	27.4	52.2	62.7	67.9	16.4
石川県	62.2	48.7	52.3	73.2	78.1	25.3
福井県	48.3	31.4	55.8	77.9	67.4	21.6
山梨県	45.1	40.8	55.5	73.8	68.1	21.2
長野県	37.1	27.9	39.4	70.7	73.4	13.8
岐阜県	50.2	36.6	54.7	68.0	79.2	25.0
静岡県	56.6	46.3	55.7	71.9	78.0	17.8
愛知県	70.6	35.5	53.9	78.1	78.9	39.0
三重県	55.0	40.9	49.1	71.7	75.1	9.6
滋賀県	50.9	35.9	57.0	64.4	74.7	17.2
京都府	65.5	39.9	48.9	81.7	82.7	31.0
大阪府	79.8	48.7	90.4	81.0	84.9	61.4
兵庫県	56.4	40.5	60.1	72.6	75.6	15.0
奈良県	44.7	32.2	67.2	63.8	68.0	18.7
和歌山県	45.5	37.3	54.8	66.7	72.7	24.3
鳥取県	56.9	40.5	43.7	67.4	81.4	27.7
島根県	56.1	39.0	43.6	73.2	73.0	24.8
岡山県	59.9	28.4	23.2	80.9	68.3	19.3
広島県	67.1	42.9	53.9	79.6	85.0	33.5
山口県	56.8	39.1	49.6	69.0	70.4	32.4
徳島県	51.0	32.9	54.3	68.6	59.3	22.3
香川県	60.6	48.0	65.9	69.8	67.1	26.8
愛媛県	57.8	48.1	72.9	71.9	70.8	8.8
高知県	47.7	31.3	44.8	64.9	71.8	13.3
福岡県	71.5	27.4	46.8	79.8	83.9	29.5
佐賀県	61.4	44.5	65.1	78.2	69.6	11.0
長崎県	58.1	46.1	59.8	75.3	70.7	16.7
熊本県	61.5	44.6	52.1	76.8	80.3	28.7
大分県	56.0	45.7	64.2	71.1	69.2	17.1
宮崎県	54.5	33.0	44.4	65.0	63.3	13.1
鹿児島県	57.5	46.8	50.8	70.8	72.2	23.1
沖縄県	66.3	35.4	74.1	77.9	82.1	29.5

資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

注１：2018 年（平成 30 年）の数値は速報値。

注２：宿泊施設タイプ別にみたとき、客室稼働率が最も大きかった都道府県を朱書きで示している。
また、客室稼働率が 90%を超えている都道府県は黄色、80%を超えている都道府県は青色で示している。

第5節　東日本大震災からの復興の状況

東日本大震災の被災地の１日も早い復興に向けて、国の総力を挙げて取り組んできた結果、発災からこれまでの８年間で、復興は大きく前進した。2019 年（平成 31 年）３月には、復旧工事を終えた JR 山田線の宮古～釜石間が三陸鉄道に運営移管の上、運転が再開され、これにより三陸鉄道リアス線の全線が開通した。

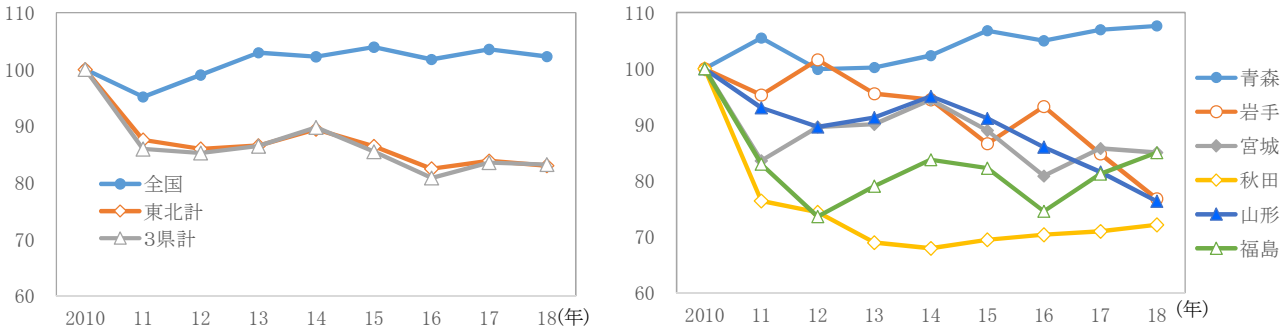
こうした中、全国、東北６県計（青森県、岩手県、宮城県、秋田県、山形県及び福島県）、そのうち被災の激しかった３県計（岩手県、宮城県及び福島県）及び東北各県の延べ宿泊者数について、東日本大震災発生以前の 2010 年（平成 22 年）を 100 として指数化して、東北地方における東日本大震災からの復興の進行状況を把握する。

１　観光客中心の宿泊施設の日本人延べ宿泊者数

観光客中心の宿泊施設における日本人延べ宿泊者数については、全国では、震災のあった 2011 年（平成 23 年）には 95.1 まで低下したが、翌年の 2012 年（平成 24 年）は 99.0 にまで回復し、それ以降は震災前の 2010 年（平成 22 年）の水準を上回っている。

これに対し、東北計、３県計は、2011 年（平成 23 年）に 80 台にまで低下し、2018 年（平成 30 年）では、それぞれ 83.0、83.2 と 80 台前半で推移している（図表Ⅰ-38）。

図表Ⅰ－ 38　観光客中心の宿泊施設の日本人延べ宿泊者数
（2010 年（平成 22 年）を 100 とした指数の推移）



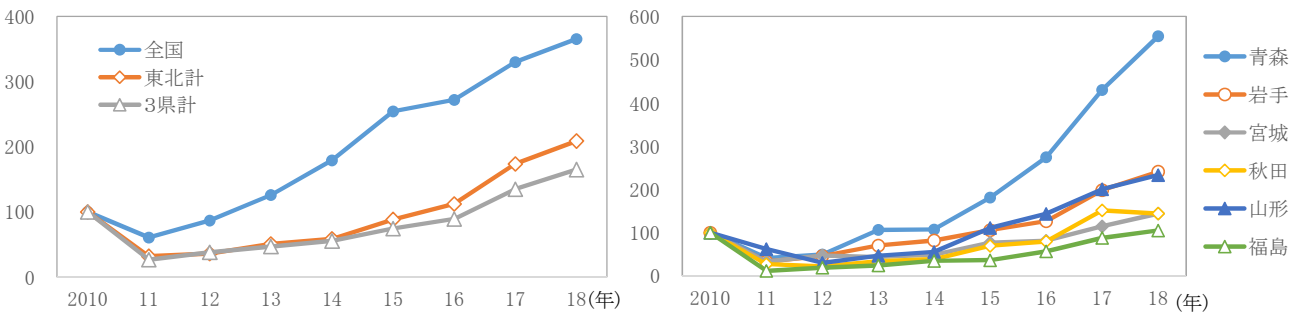
資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」
注１：従業員 10 人以上で観光目的の宿泊者が 50%以上の宿泊施設の実績を使用。
注２：2018 年（平成 30 年）の数値は速報値。

２　観光客中心の宿泊施設の外国人延べ宿泊者数

観光客中心の宿泊施設における外国人延べ宿泊者数については、全国では、震災のあった 2011 年（平成 23 年）に 60.5 まで低下したが、翌年から回復の兆しをみせ、2013 年（平成 25 年）に震災前の水準を超え、それ以降も上昇が続き、2018 年（平成 30 年）は 365.8 となった。

これに対し、東北計、３県計では、2011 年（平成 23 年）にそれぞれ 32.0、26.4 にまで大きく低下した。その後、東北計では 2016 年（平成 28 年）に、３県計では 2017 年（平成 29 年）に、震災前の水準を上回った。2018 年（平成 30 年）にはそれぞれ 208.8、165.2 と更に上昇している。東北計では、外国人延べ宿泊者数は、震災前の２倍を超える水準となっており、東日本大震災からの復興は、一歩一歩、着実に進んでいる。（図表Ⅰ-39）。

図表Ⅰ－ 39　観光客中心の宿泊施設の外国人延べ宿泊者数
（2010 年（平成 22 年）を 100 とした指数の推移）

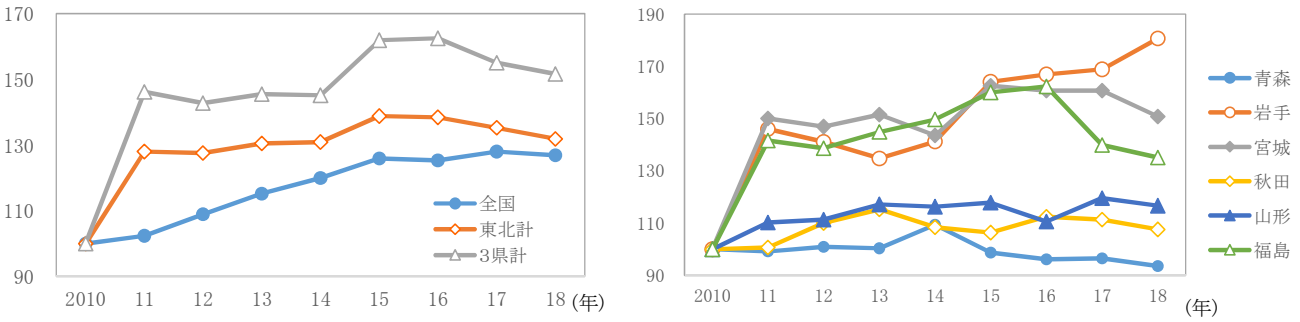


資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」
注１：従業員 10 人以上で観光目的の宿泊者が 50%以上の宿泊施設の実績を使用。
注２：2018 年（平成 30 年）の数値は速報値。

3　ビジネス客中心の宿泊施設の延べ宿泊者数

ビジネス客中心の宿泊施設における延べ宿泊者数について、全国では、震災のあった 2011 年（平成 23 年）も前年を上回り、上昇傾向は 2015 年（平成 27 年）まで継続、その後横ばいで推移している。東北計、3 県計は、2011 年（平成 23 年）に大きく上昇し、その後も高い水準で推移した。これは、被災の激しかった 3 県における復興関連の需要の影響と考えられる。2015 年（平成 27 年）には、それぞれ 138.8、161.9 まで上昇、2016 年（平成 28 年）はほぼ同水準であったが、2017 年（平成 29 年）以降は減少傾向にある（図表Ⅰ-40）。

図表Ⅰ－ 40　ビジネス客中心の宿泊施設の延べ宿泊者数
（2010 年（平成 22 年）を 100 とした指数の推移）



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

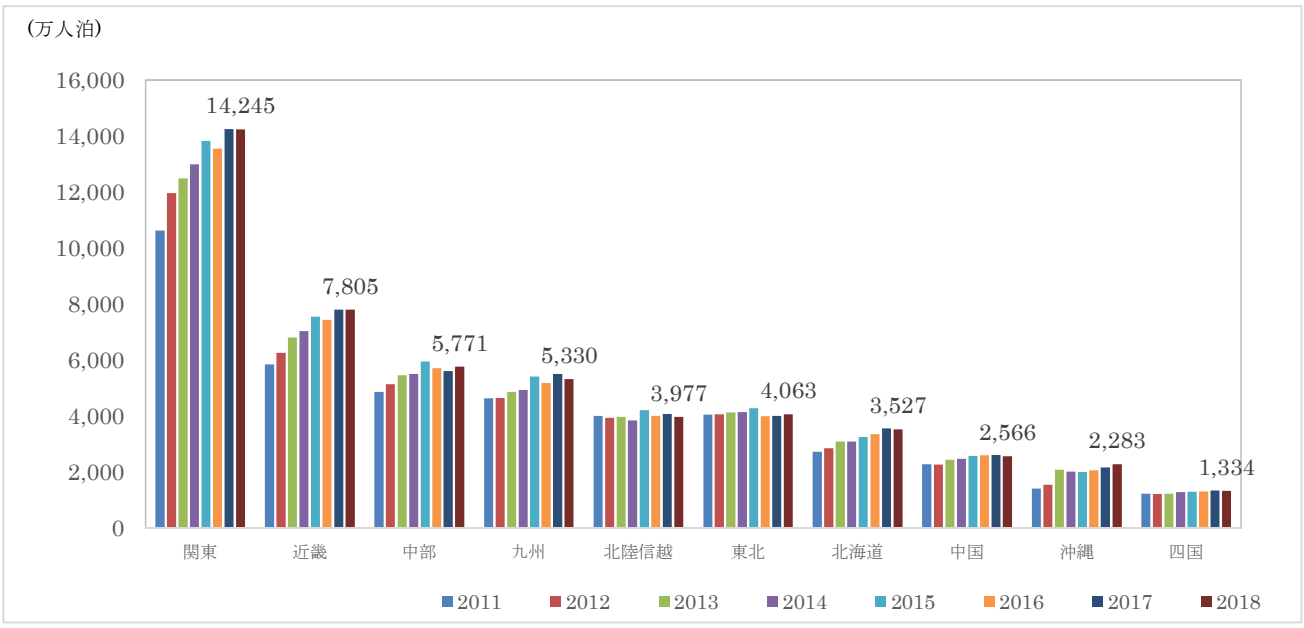
注１：従業員 10 人以上で観光目的の宿泊者が 50%未満の宿泊施設の実績を使用。

注２：2018 年（平成 30 年）の数値は速報値。

第6節　地域における観光の状況

2018 年（平成 30 年）の全国の延べ宿泊者数は、5 億 902 万人泊（前年比 0.1%減）となった。地方ブロック別では、関東地方が 1 億 4,245 万人泊（全体の 28.0%）、近畿地方が 7,805 万人泊（全体の 15.3%）、中部地方が 5,771 万人泊（全体の 11.0%）となり、当該 3 地方で全国の延べ宿泊者数の 5 割以上を占めた（図表Ⅰ-41）。

図表Ⅰ－ 41　地方ブロック別延べ宿泊者数



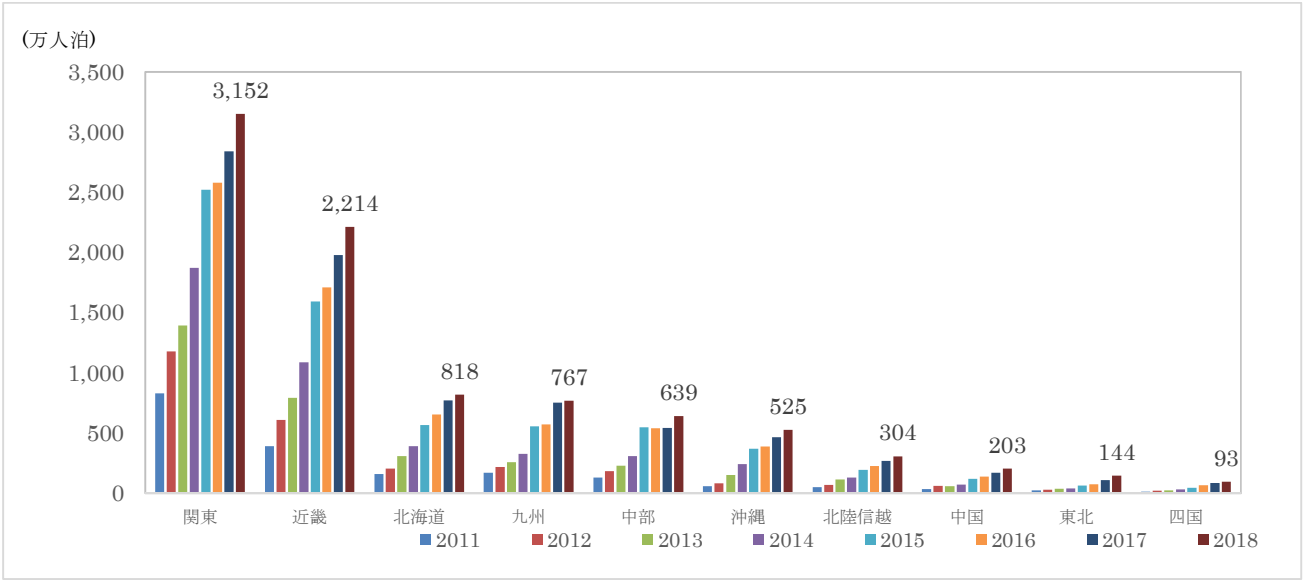
資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

注１：2018 年（平成 30 年）の数値は速報値。

このうち外国人延べ宿泊者数は、8,859 万人泊（前年比 11.2%増）となった。地方ブロック別では、関東地方が 3,152 万人泊（全体の 35.7%）で最も多く、次いで近畿地方が 2,214 万人泊（全体の 24.8%）であり、当該２地方で、全国の外国人延べ宿泊者数の 60.6%を占めた。

また、10 地方のうち８地方において、2011 年（平成 23 年）以降増加を続けており、2018 年（平成 30 年）の外国人延べ宿泊者数全体における地方部のシェアが、前年に引き続き４割を上回った。東北地方については 144 万人泊となり、2020 年（令和２年）に東北の訪日外国人延べ宿泊者数を 150 万人泊とする目標の達成が目前となっている。（図表Ⅰ-42）。

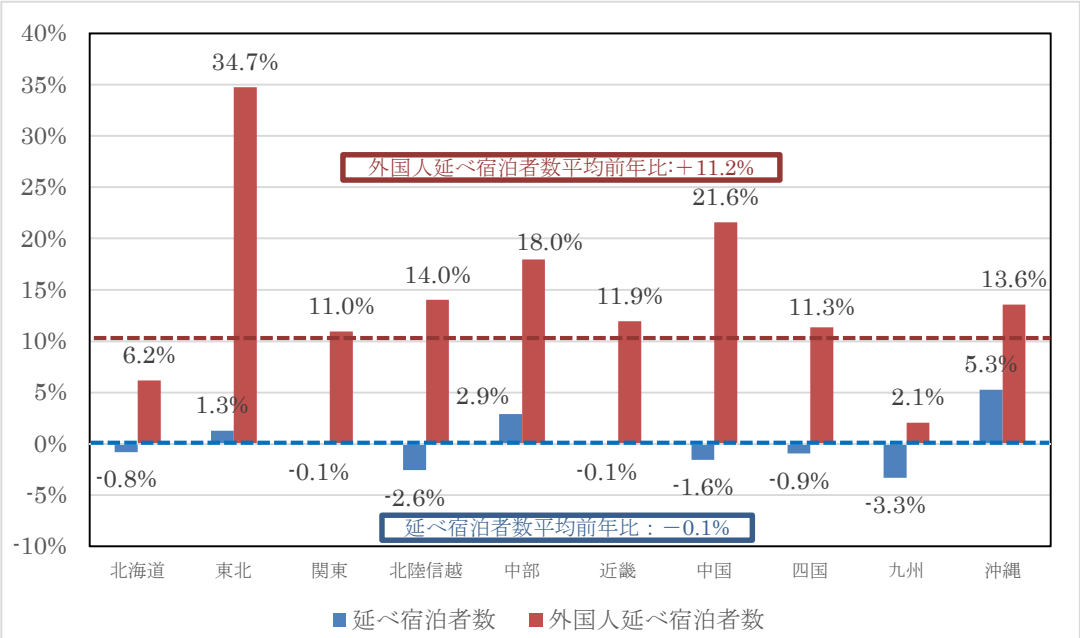
図表Ⅰ－ 42　地方ブロック別外国人延べ宿泊者数



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」
注１：2018 年（平成 30 年）の数値は速報値。

2018 年（平成 30 年）の延べ宿泊者数について、前年比でみると、東北、中部及び沖縄地方では増加となった。また、外国人延べ宿泊者数は、すべての地方で伸びており、特に東北及び中国地方の伸び率が高かった（図表Ⅰ-43）。

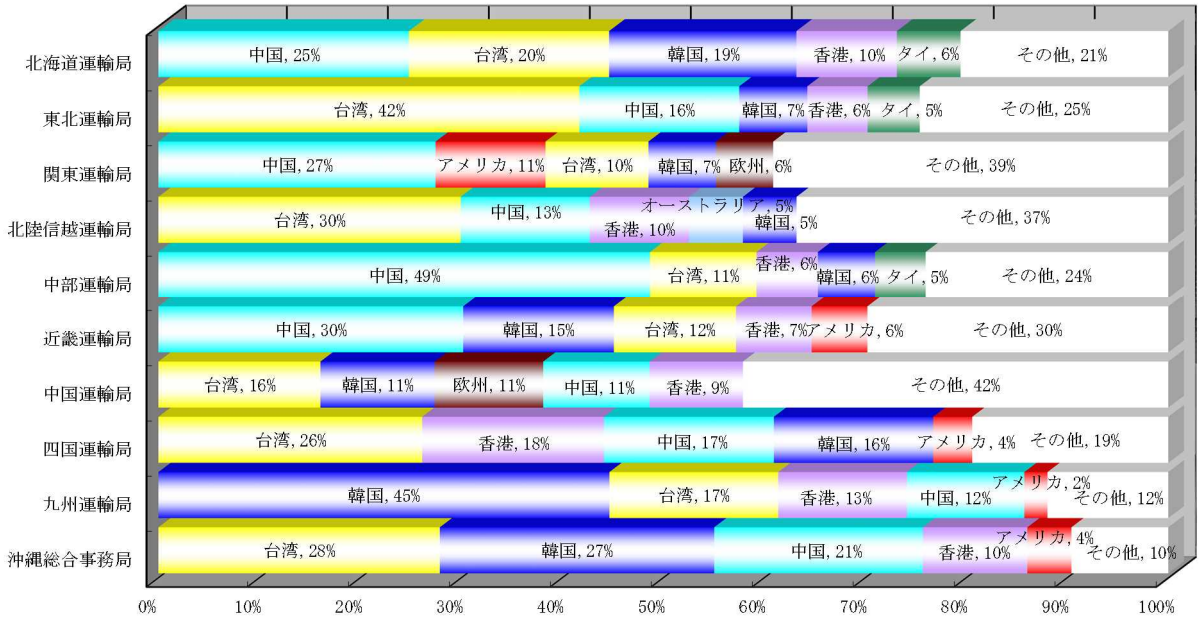
図表Ⅰ－ 43　延べ宿泊者数（全体）及び外国人延べ宿泊者数の地方ブロック別対前年比
2018 年（平成 30 年）



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」
注１：2017 年（平成 29 年）の確定値と 2018 年（平成 30 年）の速報値を比較した。

2018 年（平成 30 年）における地方ブロック別外国人延べ宿泊者について、国籍・地域別にみると、中国からの宿泊者が北海道・関東・中部・近畿の４地方で、韓国からの宿泊者が九州で、台湾からの宿泊者が東北・北陸信越・中国・四国・沖縄の５地方で最も高い比率を占めた（図表Ⅰ-44）。

図表Ⅰ－ 44　地方ブロック別外国人延べ宿泊者の国・地域別構成比
2018 年（平成 30 年）



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」
注１：2018 年（平成 30 年）の数値は速報値。
注２：欧州はドイツ・英国・フランス・ロシア・イタリア・スペインの６箇国

地方ごとの動向の分析は以下のとおりである。

１　北海道

2018 年（平成 30 年）９月に発生した台風第 21 号及び平成 30 年北海道胆振東部地震の影響もあり延べ宿泊者数全体としては微減となった。

外国人延べ宿泊者数については、地震の影響により９～11 月は大きく減少したものの、ふっこう割や日本政府観光局によるプロモーション等の「元気です 北海道／Welcome! HOKKAIDO, Japan.」キャンペーンの効果等により持ち直したことと、国際航空便の新規就航・増便により年間としては増加した。特にインドネシアの伸び率が顕著であった。

２　東北

2020 年（令和２年）に東北６県の外国人延べ宿泊者数[10]を 150 万人泊とする目標を掲げ、地方公共団体、観光関係機関等と連携し東北一体のプロモーション等の取組を推進してきたことや、各空港への国際航空路線増加等もあり、東北６県の外国人延べ宿泊者数[10]は 100 万人泊を超え過去最高となった。東北の宿泊者数のうち約４割を占める台湾は前年に引き続き好調であるが、前年比ではシンガポール、マレーシア及びベトナムの伸び率が大きく、一方で韓国は伸び悩んでいる。

３　関東

首都圏空港（羽田・成田）、茨城空港における国際航空便の新規就航や増便の効果によって、関東全体の外国人延べ宿泊者数が増加した。特に、千葉県、山梨県等においてインド、ベトナム等アジアの伸び率が顕著であった。また、2018 年（平成 30 年）に多く発生した自然災害については影響が少なく、外国人延べ宿泊者数が増加傾向であった。

10　本節において、「東北６県の外国人延べ宿泊者数」は、従業者数 10 人以上の宿泊施設の数値。

４　北陸信越

管内空港における国際空港便の増便やLCCの新規就航もあり台湾・中国からの外国人延べ宿泊者数が増えたほか、「グランド・サークル・プロジェクト」（北陸新幹線沿線地方公共団体等と連携したプロモーション）の効果もあり、東・東南アジアに加え、欧米からの外国人延べ宿泊者数も増え、外国人延べ宿泊者数は過去最高となった。

５　中部

中部国際空港における国際航空便の新規就航や増便による効果に加え、地方公共団体、観光関係機関等と連携した昇龍道プロジェクトの取組の推進による効果もあり、外国人延べ宿泊者数が増加した。特にタイ及び中国からの伸びの影響が大きかった。また、延べ宿泊者数全体についても増加した。

６　近畿

2018年（平成30年）は、地震、豪雨、台風等相次ぐ災害にみまわれ、台風第21号発生に伴う関西国際空港の被災による航空便の長期間にわたる欠航の影響により、一時期、外国人延べ宿泊者数が大幅に減少したが、関西国際空港の早期復旧及び東南アジア、中国路線の新規就航や増便等により、外国人延べ宿泊者数は昨年を上回る数字となった。また、日本人延べ宿泊者数は減少したが、延べ宿泊者数全体としては横ばいとなった。

７　中国

「平成30年7月豪雨」、度重なる台風の影響等により、延べ宿泊者数全体及び日本人延べ宿泊者数が減少した。

一方、外国人延べ宿泊者数は災害の影響は少なく、2017年（平成29年）10月から広島空港にシンガポール便が新たに就航したことや欧米豪からの宿泊者数の増加により、初めて200万人泊を突破した。

８　四国

上海～高松間の国際定期航空路線の増便や台湾からのチャーター便の運航等もあり、中国、台湾及び香港からの旅行者が増加し、外国人延べ宿泊者数は増加した。一方、日本人の延べ宿泊者数の減少により、延べ宿泊者数全体については減少した。

９　九州

延べ宿泊者数は、九州全体では減少したが、鹿児島県ではNHK大河ドラマ「西郷どん」放映による効果によって唯一増加となった。

外国人延べ宿泊者数については、九州全体で2.1%と微増であった。北部九州の各県（福岡、佐賀、長崎及び大分）で伸び悩む中、LCCの新規就航や増便等の影響によって、熊本県では香港からの宿泊者が、また南九州3県（熊本、宮崎及び鹿児島）では韓国からの宿泊者が大幅に増加となった。

１０　沖縄

麻しんや台風等の自然災害の影響はあったものの、日本人延べ宿泊者数については、おきなわ技能五輪・アビリンピックの開催、成田～石垣路線の新規就航、既存路線の増便があったこと等により、また、外国人延べ宿泊者数については、訪日旅行人気が継続していることに加え、沖縄発着航空路線の新規就航、既存路線の増便があったこと等により、共に前年を上回った。

第7節　地域における観光振興の取組

日本の各地域において、国内外からの観光客誘致や観光地域振興の取組が進められている。以下では、各地方ブロックにおける取組を紹介する。

１　北海道

○スマートフォン決済（アリペイ、ウィーチャットペイ）の導入

北海道を訪れる外国人延べ宿泊者数の約25%を占める中国人旅行者の多くは、自国内でスマートフォン決済を利用している。

このため、北海道運輸局では、スマートフォン決済を①観光地、②乗合バス、③医療機関で導入する実証実験を実施した。観光地は小樽市内の商業施設等において現金決済時との消費額の比較、乗合バスは道南バス株式会社で運賃支払いの利便性の向上、医療機関は JCHO 登別病院とニセコインターナショナルクリニックで医療費の未払い対策としての有効性について検証した。参画事業者の多くは実証実験終了後もスマートフォン決済を継続していることから、実験結果を広く周知し、全道的に展開する。

○アドベンチャートラベル人材育成に係る取組

アドベンチャートラベル（AT）は、①自然との関わり、②身体的活動、③異文化体験の３要素のうち２つの要素を含む旅行形態と定義づけられており、欧米を中心に急速に発展している。他方で、自然や文化等の魅力を訪日外国人旅行者向けに楽しくわかりやすく伝えることのできるガイドが不足している。

このため、北海道運輸局では、英語が堪能な学生にガイド体験会を実施し、ガイドという職業の魅力を伝え、さらに今後の施策検討のため、AT 先進地であるニュージーランドにおけるガイド産業・ガイド育成方法の調査を行った。今後は調査結果を北海道の AT 施策に生かしていく。

○大規模地震等に備えた訪日外国人旅行者への情報集約・提供方法に関する実証事業

平成 30 年北海道胆振東部地震では、避難所情報、交通情報等の必要な情報を迅速に提供できず、訪日外国人旅行者に不安を感じさせることとなった。

このため、北海道運輸局では、行政、日本政府観光局、交通事業者、宿泊事業者、旅行会社、報道機関、在札幌外国公館等の協力により、実効性のあるガイドラインを策定し、災害時に訪日外国人旅行者が必要とする災害の基本情報、避難所の開設情報、交通機関の運行情報、交通拠点の情報等を正確、迅速に提供する情報伝達の仕組みを構築した。今後も関係者との連携を強め、合同訓練を行うなど継続的な取組を行い、大規模災害の対応に備える。

２　東北

○「東北観光復興対策交付金」を活用した観光復興

東北のインバウンド観光については、東日本大震災に伴う風評の影響等により、伸び悩みが見られていたが、2018 年（平成 30 年）に東北６県の外国人延べ宿泊数は 121.4 万人泊となった。今後も 2020 年（令和２年）150 万人泊に向けて観光振興に引き続き取組を推進していく。

事業としては、東北の魅力である四季の PR 動画を活用し、米国、中国等対象 12 市場に対し、各市場の特性に合わせた東北の秋や冬の観光コンテンツの動画広告を実施するなど、更なる東北の認知度向上を図ることにより、来訪需要を喚起し、特設サイトへの誘導を行うなど誘客の動機付けにつなげた。

さらに、冬の観光コンテンツ造成を図り、東北ならではの祭り、食等の伝統文化とスノーアクティビティを組み合わせた着地型旅行商品造成等に取り組んだほか、Wi-Fi の整備、多言語表示の整備、キャッシュレス対応といった外国人の受入環境整備を図った。

○東北ファンの獲得に向けた新たな魅力の発信

台湾の学校教育関係者を招請し、震災遺構の視察や農家民泊、学校交流を行ったほか、教育旅行に関する意見交換会を実施するなど、東北における教育旅行の魅力を発信した。

また、ムスリムが多く、訪日旅行者が増加しているインドネシア市場に対して、新たな東北の魅力を発信した。具体的には、インドネシアのメディアを招請し、FIT 旅行者を意識した公共交通機関で移動できる観光スポットや、ムスリム対応の飲食店等、ムスリム旅行者が気軽に楽しめるスポットを取材していただき、FIT 旅行者への情報発信を行った。

これらの事業を通じて、新たな東北の魅力を発信し、東北の認知度向上と誘客促進を図った。

３　関東

○ラグビーワールドカップ 2019 日本大会関連観光プロモーション事業

2018 年（平成 30 年）10 月 27 日に日産スタジアムで開催されたキヤノンブレディスローカップ 2018 において、ラグビーワールドカップ 2019 日本大会の試合が行われる関東地域の５つの地方公共団体等と連携し、外国人観戦客向けの観光紹介ブースを出展した。

ブースでは、「日本酒＝SAKE」をテーマに埼玉県、東京都及び神奈川県の日本酒を用意し、日本酒の魅力を国内外に発信するアンバサダー「ミス日本酒（Miss SAKE）」の協力も得て、試飲を通じて観光地としての魅力を紹介した。

○関東観光まちづくりコンサルティング事業

2006 年度（平成 18 年度）から観光による交流人口の拡大を目的に地域と関東運輸局が一体となった観光まちづくりの取組を実施している。2018 年度（平成 30 年度）は神奈川県真鶴町において、2016 年度（平成 28 年度）に同事業を活用し策定したオリジナルの観光資源「真鶴ライフ」を中心とした観光グランドコンセプト「幸せをつくる真鶴時間」とその後の取組状況について現地を訪問してフォローアップを実施した。真鶴町では、グランドコンセプトのロゴマーク作成や町内への周知を図るとともに、観光グランドコンセプトを具体的に実現するためのアクションプランを作成し、観光によるまちづくりに取り組んだ。

４　北陸信越

○アドベンチャートラベルによるインバウンド需要の拡大

北陸信越運輸局では、長野県及び新潟県において通年型の観光地を目指すべく、長野・新潟スノーリゾートアライアンス実行委員会等と連携して、トレッキング、サイクリングを中心としたアドベンチャートラベル（AT）のグリーン期への拡大を進めている。一般社団法人長野県観光機構では、長野県を世界有数の山岳リゾートとすべく、2018 年（平成 30 年）６月に ATTA（Adventure Travel Trade Association）のスタッフを招請し、中山道や AT 関係者間のネットワーキングを目的とした「Adventure Connect」を開催した。また、北陸信越運輸局では、長野県と連携し、2018 年度（平成 30 年度）に外国人登山者ガイド養成事業（実証事業）を実施した。

AT 市場の旅行消費単価は一般的な旅行市場に比べ高く、今後の市場拡大も大いに期待される分野であり、今後は、AT のインバウンド需要の拡大を目的とした各種プロモーション（グリーン期専用サイトの構築、旅行会社招請、旅行博出展等）やコンテンツ造成（AT コンテンツ候補の収集・整理、海外 AT 専門家によるセミナー・ワークショップ開催、モニターツアー等）を実施するなど、北陸信越運輸局管内の AT 関連の取組を推進していくこととしている。

○災害時の外国人観光客対応セミナーの開催

新潟市では 2019 年（平成 31 年）３月４日、宿泊施設を対象に「災害時の外国人観光客対応セミナー」を実施した。今回のセミナーでは、2017 年度（平成 29 年度）の北陸信越運輸局実証事業で作成した「外国人旅行者のための避難誘導マニュアル」を活用するとともに、平成 28 年（2016 年）熊本地震を経験した宿泊施設の方を講師に招き、講演を行った。

今後は、地域住民や観光施設等にも避難誘導マニュアルの周知を図るとともに、災害時における日本人・外国人観光客への対応体制の整備について、民間事業者を加えた検討チームを立ち上げ、地域防災計画の改定に組み込む予定である。

５　中部

○「中部の観光は元気です！」発信プロジェクト

飛騨地域（高山市・下呂市・飛騨市・白川村）及び郡上市では、平成30年７月豪雨後も、観光地や観光施設は被害を受けておらず、高速バス等の利用による交通アクセスも確保できており、通常どおり観光を楽しめる状況にあったものの、JR高山線及び長良川鉄道の一部が運休となっていたこと等を背景として、風評による観光客の減少が見受けられたことから、これら地域への観光客の回復を加速するため、「中部の観光は元気です！」を発信するプロジェクトを開始、３箇国語（英語、中国語（繁体字）及び日本語）のチラシを作成し、訪日外国人旅行者・日本人旅行者への正確な情報発信を行い、風評被害の払拭を図った。

○多言語コミュニケーションをテーマに受入環境整備分科会の開催

訪日外国人旅行者が旅行中に最も困ったこととしてあげられる「施設等のスタッフとのコミュニケーショ

ンがとれない」との課題に対応するため、多言語コミュニケーションをテーマとした受入環境整備分科会を開催し約100名の参加があった。多言語コミュニケーション関連事業者等から、訪日外国人旅行者の増加を見据えた最新の翻訳機器、翻訳・通訳システム等が紹介された。翻訳機を導入する管内の交通事業者も増えてきており、今後とも関係者に導入を働きかけていく。

○アクセス改善のための実証事業を実施

飛騨地域を訪れる外国人旅行者は一部の訪問先に集中していることから、周遊性を向上させ、訪問先の分散・多様化を図るとともに、地域内での滞在時間を延ばし消費の拡大に繋げるための実証事業を実施した。事業では、地方公共団体、観光事業者、タクシー事業者、通訳案内士等、多様な関係者が参画した検討会を開催し、二次交通や多言語対応等の課題を把握するとともに、タクシーに通訳案内士が同乗し、見どころを案内する付加価値の高い着地型観光の商品化を目指し、外国人によるモデルコースのモニター調査を実施した。今後は飛騨地域の地方公共団体が主導し、タクシー事業者と通訳案内士が連携して旅行商品造成等についての情報交換を行うことができる体制の整備を行っていく。

６　近畿

○「関西ツーリズムグランドデザイン 2021」を策定

2018 年(平成 30 年)10 月、「広域連携 DMO」である一般財団法人関西観光本部が「関西ツーリズムグランドデザイン 2021 -The Exciting Journey, KANSAI-」を策定した。近畿運輸局の提案も踏まえた関西の「目指す姿」を定め、その実現に向け各取組主体と一般財団法人関西観光本部の適切な役割分担の下、2021 年(令和３年)までの期間で関西全体が取り組む５つの「重点テーマ」を決定した。

「重点テーマ」

(1) 基礎的データのリサーチ（関西全体に係るマーケティング基礎データの整備等）
(2)「二極集中」から広域周遊の拡大（京都市･大阪市からの“プラスワン･トリップ”の推進等）
(3)“する/みるスポーツ”の観光コンテンツ化（ニーズ･シーズのマッチング等）
(4) すべての人に優しい旅行環境の整備（キャッシュレス支払環境の整備支援等）
(5) 従来型にとらわれない、新たな情報発信（関西観光の新たなポータルサイトの構築等）

関西の「目指す姿」の実現に向け、近畿運輸局も各主体と積極的に連携協働、関与、支援を行う。

○「快適に観光できる度合」を見える化

世界では観光客の急増による影響が課題となる、いわゆるオーバーツーリズム[11]問題が生じている地域もあり、インバウンドの伸びが好調な日本においても、今後同様の事態が生じることが懸念される。

このため、京都市及び公益社団法人京都市観光協会、地域の皆様の協力の下、紅葉時期の京都市嵐山エリアにおいて、分散化に係る実証事業を実施した。

日本で初めて Wi-Fi アクセスデータを活用して観光需要を予測し、「観光快適度」の見える化を図ることを通じて、快適に観光できる時間帯への訪問や周辺エリアへの回遊を促すことを検証した。今まで比較的観光客の少なかった観光地から「ウェブサイトを見て空いていることを知って訪れてくれた方がいた」との声が聞かれ、周辺エリアへの回遊に一定の効果があったものと思われる。今後は京都市他地域を含む同様の課題がある地域への展開を検討する。

７　中国

○米子の街に灯りをともすプロジェクト

一般社団法人山陰インバウンド機構では、地域課題の解決を支援する取組として、鳥取県米子市において「米子の街に灯りをともすプロジェクト」を地元地方公共団体、観光協会、商工会議所等と協力して実施している。

米子空港の国際線拡大に伴い増加している米子駅周辺に宿泊する訪日外国人旅行者に対し、周遊アプリを通じて多言語による地元グルメや特典サービス等の情報を提供し、夜の街を楽しんでいただきながら地域の消費拡大を促そうとする取組である。アプリにより得られる動態データに基づき、効果的なプロモーションや誘客施策、インバウンド受入課題の解決等につなげていくことが計画されている。

---

[11] UNWTO（国連世界観光機関）は、2018 年（平成 30 年） 9 月に発行した「'Overtourism' ? - Understanding and Managing Urban Tourism Growth beyond Perceptions」において、オーバーツーリズムについて、以下の２つの定義を紹介している。

- 観光地やその観光地に暮らす住民の生活の質、及び／或いは訪れる観光客の体験の質に対して、観光が過度に与えるネガティブな影響。
- 訪問者が多すぎて、その地域での生活または経験の質が受け入れられないほど悪化したと、地元の住民や訪問者が感じている場所。

〇平成 30 年７月豪雨の風評払拭、観光客の回復に向けた情報発信活動

平成 30 年７月豪雨で中国地方各地では多くの土砂災害が発生した。観光地の直接被害は少なく、普段どおり営業しているにもかかわらず、風評等により観光客が大幅に減少した。

中国運輸局では、同年９月に特に観光への影響が大きかった広島県呉市において、関係地方公共団体、瀬戸内をベースに活動しているアイドルグループ STU48 と協力して「呉地域に来てクレ！観光 PR プロジェクト」を実施し、観光情報を広く発信した。

さらに、同年 11 月に国内在住の日本人、外国人インフルエンサーに中国地方を巡ってもらい、SNS、ウェブサイト等にて情報発信すると共に、岡山県倉敷市で風評被害払拭のためシンポジウムを開催した。

８　四国

〇四国八十八景プロジェクト

2020 年東京オリンピック・パラリンピック競技大会に向けて、四国を訪れる観光客の増加を図るため、2015 年（平成 27 年）から四国運輸局と四国地方整備局が中心となって、四国らしい風景や街並み等を四国八十八景として選定し、その魅力を広くプロモートしていく「四国八十八景プロジェクト」に取り組んでいる。

四国八十八景としてふさわしい景勝地の募集を 2015 年（平成 27 年）から 2017 年（平成 29 年）までに２回行い、地方公共団体等から 358 箇所の応募があり、2018 年（平成 30 年）６月に観光列車を含む八十八箇所を絶景の聖地として四国八十八景に選定した。

選定箇所の管理者には四国八十八景のシンボルマークがデザインされた PR 用幟旗とピンバッジを配布し認知度向上に取り組んだ。また 2018 年（平成 30 年）11 月 18 日～20 日の日程で、四国八十八景を体験するモニターツアーを実施し、参加者の SNS や企業の媒体を活用した情報発信を行い、更なる魅力向上を推し進めた。

〇訪日外国人旅行者の周遊動態・趣向分析調査事業

四国では、増加する訪日外国人旅行者を如何に四国に引き込むのか、そのためには何が必要かという点について、経験・現場感覚に基づく事業から、定量的なデータを基にした事業実施及び計画策定への脱却を図るため、大きく２つの調査事業を行った。

１つは、既存ターゲットである東アジアからの旅行者の更なる確保のため、GPS データを活用した周遊動態分析調査を実施し、昼・夜の滞在等について確認した。

もう１つは、新規ターゲットの獲得のため、米国、フランス、オーストラリア、タイ及びシンガポールに関する趣向分析調査を実施し、四国内の観光コンテンツと各国からの旅行者との親和性等について確認した。

また、四国４県のそれぞれで報告会を開催し、各地域における課題等について、有識者からの指摘及び外国人ならではの意見を交えて検討することで、各事業者等が行うべき方向性の整理、課題の明確化を図った。

９　九州

〇ラグビーW杯を契機とした欧米豪からの誘客促進に向けた九州運輸局の取組

■国際観光シンポジウムの開催

ラグビーワールドカップ 2019 日本大会、2020 年東京オリンピック・パラリンピック競技大会の開催により多くの訪日外国人旅行者が九州を訪問することが見込まれるこの機会を捉え、欧米豪から見た九州の認知度を高め、長期滞在が可能となる受入環境を整備するために「何が必要なのか」「九州の観光をこれからどのような転換を図っていくのか」をテーマとする国際観光シンポジウム「九州インバウンド・未来へのトライ！」を開催（2018 年（平成 30 年）９月７日福岡市）し、リレー形式による全国各地域の先進事例報告やラグビーワールドカップ 2019 日本大会アンバサダーによる講演、九州観光のキーパーソンによるパネルディスカッションを通じ、今後の九州観光に対する理解を深め、更なる連携強化と機運醸成を図った。

約 550 名の観光関係及び一般参加者アンケートからは、ラグビーワールドカップ 2019 日本大会が欧米豪に「九州を知ってもらう良い機会」となり、九州インバウンドの更なる発展につながることを期待する声が多かった一方で、「一過性のイベントとしないこと」「これからの取組が大事」といった意見も多く寄せられた。

■欧米豪をターゲットとした九州関心度等の基礎調査

九州の外国人入国者数は近年大幅に増加しているが、その約 97%が中国、韓国等アジアの地域からであり、欧米豪を始めとするアジア以外からの観光客は、ほとんど来ていないのが現状である。

このため、九州運輸局では、九州に対する認知度・関心度の把握と今後の受入対策を講じる上での基礎資料として活用することを目的に「旅行口コミサイトの投稿」「九州訪問前後の行動経路」「九州の観光コンテンツに対する関心度」等、欧米豪インバウンドの生の声について調査を実施した。

この調査概要について、国際観光シンポジウム第２弾として行った九州運輸コロキアム（2018 年（平成 30 年）11 月 30 日福岡市）において、地方公共団体、観光関係者等約 200 人に対して発表し、戦略策定のための資料の提供と誘客促進に向けた取組を行った。

１０　沖縄

○泡盛の酒蔵における訪日外国人旅行者受入体制整備モデルケース形成事業

伝統的な日本産酒類である泡盛を活用した酒蔵ツーリズムの推進及びそれを通じた訪日外国人旅行者の旅行消費額の増加、ひいては泡盛の販売量増加に資するため、泡盛の酒蔵において訪日外国人旅行者への対応ができるよう、訪日外国人旅行者受入体制のモデルケース構築についての取組を行った。

具体的には、訪日外国人旅行者への対応で最も課題となっている多言語対応について対応マニュアルや指差し確認ツールを作成するとともに、通訳案内士を対象とした泡盛の専門知識や用語を習得するための講習会、酒蔵関係者を対象とした外国人接遇スキルを習得するための講習会を開催した。また、当該対応マニュアル・ツール作成や講習会開催を踏まえ、訪日外国人旅行者向け酒蔵モニターツアーを実施して効果検証を行い、泡盛の酒蔵ツーリズムの課題の整理・対応策の検討を行った。

第Ⅱ部　すそ野が拡がる観光の経済効果

我が国を訪れる訪日外国人旅行者の数は、第Ⅰ部で示した通り、近年急速に増加している。その結果、日本国内において、訪日外国人旅行者による消費行動が活発化するようになり、こうした消費行動は、日本全体のマクロの消費動向にも相当のインパクトをもたらすようになってきている。

我が国は、観光立国の推進を経済成長の大きな鍵と捉え、観光を地方創生の切り札としており、その中で、訪日外国人旅行者による消費行動が、我が国経済に具体的にどのような影響をもたらしているか、また、それが地域の活性化にどのようにつながっているかについて、状況を把握することは、大変重要である。

観光白書においては、昨年（2018 年（平成 30 年））、観光が消費、輸出、投資等にもたらす影響について分析を行ったが、本年は、観光が地域経済に与える影響に焦点を当てながら、体験型観光等の「コト消費」の動向や、観光産業における雇用・賃金・生産性の推移、観光関連投資の動向、訪日旅行を契機とする日本製品の購入や日本食レストランの利用の状況、観光関連投資の動向、訪日外国人旅行者の増加が国内の観光地や日本人の国内旅行に与える影響、自然災害が旅行に与える影響等についても検証する。

第１章　訪日外国人旅行者の増加が我が国経済にもたらす影響

第１節　インバウンド消費の拡大に伴い重要性の高まる観光産業

（６年間で訪日外国人旅行者数は 3.7 倍、旅行消費額は 4.2 倍に拡大）

第Ⅰ部でも紹介した通り、近年の世界経済の持続的な回復や、アジア諸国の経済発展による所得向上等により、特に我が国の近隣諸国・地域において、アウトバウンドの旅行者数が大きく増加している。こうした中、政府においては、観光を我が国の成長戦略の柱、地方創生の切り札と位置付け、ビザの戦略的な緩和、外国人旅行者向け消費税免税制度の拡充等、様々な取組を矢継ぎ早に実行してきた。その結果、訪日外国人旅行者数は、2013 年（平成 25 年）以降、６年連続で過去最高を更新し続け、2018 年（平成 30 年）には 3,119 万人と、2012 年（平成 24 年）の 836 万人の 3.7 倍にまで拡大した。

また、訪日外国人旅行者数の増加に伴い、訪日外国人旅行者による旅行消費額も拡大を続け、2018 年（平成 30 年）には４兆 5,189 億円と、2012 年（平成 24 年）の１兆 846 億円の 4.2 倍に拡大した。

訪日外国人旅行消費額を主な費目別にみると、2012 年から 2018 年にかけて、宿泊費は 3,713 億円から１兆 3,212 億円と 3.6 倍に、飲食費は 2,229 億円から 9,783 億円と 4.4 倍に、交通費は 1,179 億円から 4,674 億円と 4.0 倍に、娯楽サービス費は 293 億円から 1,738 億円と 5.9 倍に、買物代は 3,406 億円から１兆 5,763 億円と 4.6 倍に、それぞれ拡大している。

図表Ⅱ-１　訪日外国人旅行者数及び旅行消費額の推移

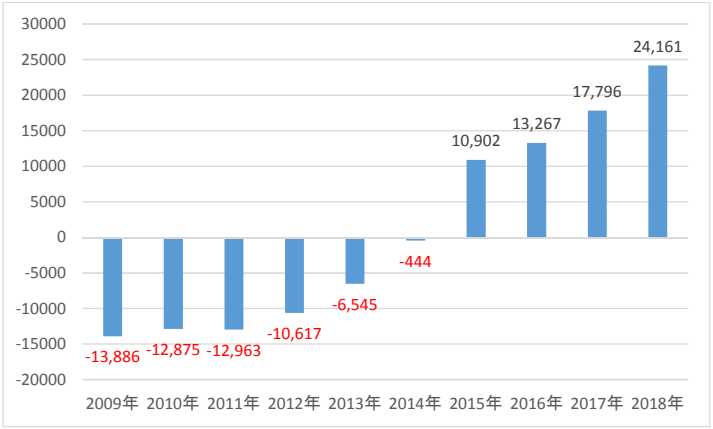
	2012年（平成24年）	2018年（平成30年）	増加幅	倍
訪日外国人旅行者数	（万人）836	（万人）3,119	（万人）2,283	3.7
訪日外国人旅行消費額	（億円）10,846	（億円）45,189	（億円）34,343	4.2
宿泊費	3,713	13,212	9,499	3.6
飲食費	2,229	9,783	7,554	4.4
交通費	1,179	4,674	3,495	4.0
娯楽サービス費	293	1,738	1,445	5.9
買物代	3,406	15,763	12,357	4.6

資料：日本政府観光局「訪日外客数」、観光庁「訪日外国人消費動向調査」

（サービス貿易で最大の赤字項目であった「旅行」が知財使用料に次ぐ黒字項目に変化）

このような訪日外国人旅行消費額の増加は、我が国の国際収支の状況にも変化をもたらしている。訪日外国人旅行者による日本国内での消費は、国際収支における「貿易・サービス収支」の一部である「旅行収支」の「収入」に当たり、日本人旅行者による海外での消費は「旅行収支」の「支出」に当たるが、我が国の旅行収支は、これまで長年の間、支出が収入を上回る赤字項目であった。ところが、近年の訪日外国人旅行消費額の増加に伴い、旅行収支は 2015 年（平成 27 年）には黒字に転じた。その後も黒字額は拡大を続け、2018 年（平成 30 年）には約 2.4 兆円の黒字となっている。

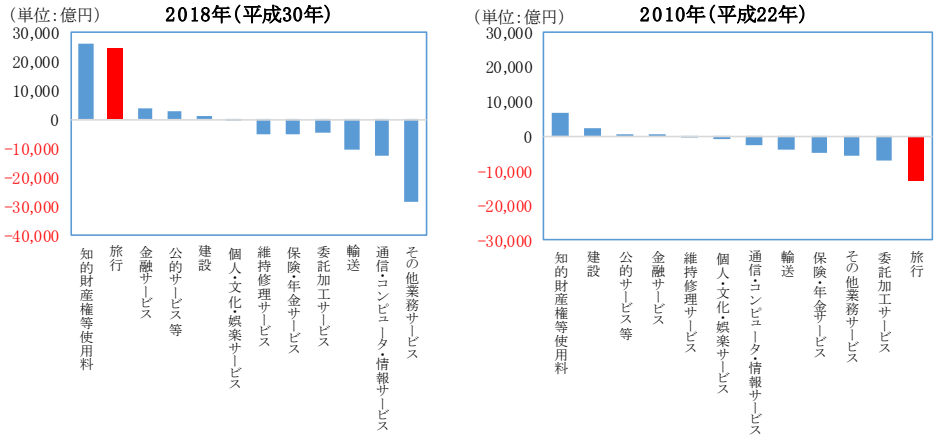
図表Ⅱ-２　旅行収支の推移



資料：財務省、日本銀行「国際収支統計」に基づき観光庁作成

旅行収支を含めたサービス収支の詳細をみると、2010 年（平成 22 年）にはサービス収支のうち最大の赤字項目であった旅行収支が、2018 年（平成 30 年）には、知的財産権等使用料に次ぐ黒字項目となっている。

図表Ⅱ-３　サービス収支の推移

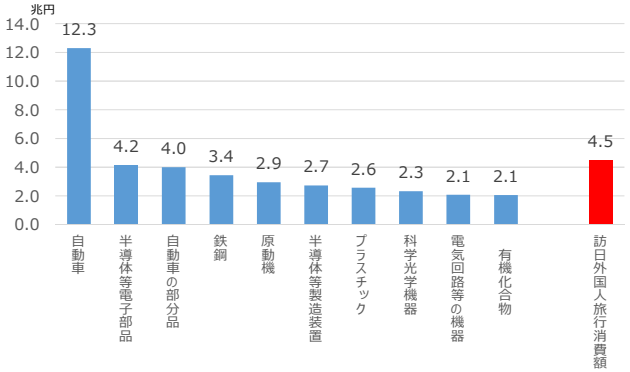


資料：財務省、日本銀行「国際収支統計」に基づき観光庁作成

（訪日外国人旅行消費額は半導体等電子部品の輸出額を上回る規模となっている）

また、貿易統計のデータを利用して、我が国における「モノ」の輸出額と、訪日外国人旅行消費額の規模感とを比較してみると、2018 年（平成 30 年）の訪日外国人旅行消費額の４兆 5,189 億円は、2018 年（平成 30 年）の最大の輸出品目[12]である自動車の輸出額（12 兆 3,072 億円）には及ばないものの、２番目の輸出品目である半導体等電子部品の輸出額（４兆 1,502 億円）を上回る規模となっており、観光は既に我が国の主要輸出産業の一つとなっているといえる。

図表Ⅱ-４　訪日外国人旅行消費額と製品別輸出額との比較（2018 年（平成 30 年））



資料：財務省「貿易統計」、観光庁「訪日外国人消費動向調査」に基づき観光庁作成

12　品目区分は財務省の報道発表による。

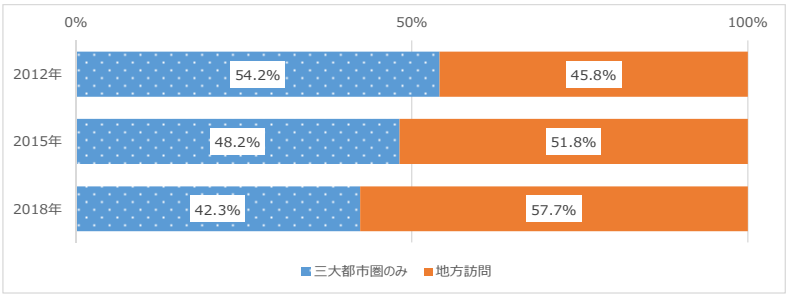
第２節　地方を訪問する訪日外国人旅行者の増加とコト消費の動向

（地方部を訪問する訪日外国人旅行者の割合が半数を超える）

我が国を訪れる訪日外国人旅行者は、その人数が増加しているのみならず、日本の国内における訪問先も年々多様化し、面的な広がりを見せている。こうした動きに伴い、訪問先を三大都市圏とそれ以外の地方部に分けた場合、地方部を訪れる訪日外国人旅行者の割合が年々高まっている。

観光庁の訪日外国人消費動向調査によると、2012 年（平成 24 年）に我が国を訪れた訪日外国人旅行者のうち、54.2%は三大都市圏のみを訪問先としていたが、その割合は 2015 年（平成 27 年）には 48.2%となり、地方部を訪れる訪日外国人旅行者の割合が、三大都市圏のみを訪れる割合を上回った。2018 年（平成 30 年）には、地方部を訪れる訪日外国人旅行者の割合は更に高まり、57.7%に達している。

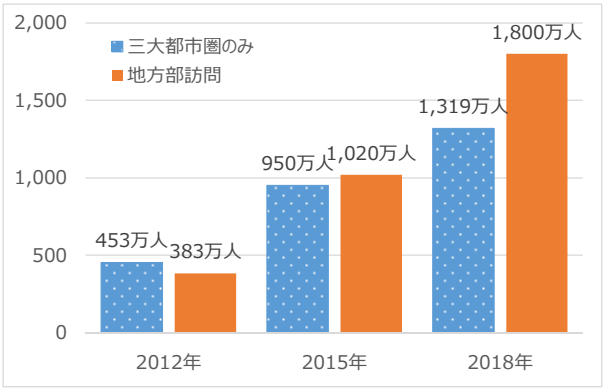
図表Ⅱ-５　訪日外国人旅行者の地方訪問率の推移



資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」、日本政府観光局「訪日外客数」に基づき観光庁作成
注１：三大都市圏とは、「東京、神奈川、千葉、埼玉、愛知、大阪、京都、兵庫」の８都府県を、地方部とは三大都市圏以外の道県をいう。

訪日外国人旅行者の訪問先について、人数で比較すると、2012 年（平成 24 年）には、都市部のみを訪問する訪日外国人旅行者の人数が 453 万人であったのに対し、地方部を訪問する人数は 383 万人と、都市部のみを訪問する人数を下回っていたが、その後、地方部を訪問する訪日外国人旅行者の人数が急速に増加し、2015 年（平成 27 年）には 1,020 万人と、2012 年（平成 24 年）の 2.7 倍となり、都市部のみを訪問する人数である 950 万人を上回った。2018 年（平成 30 年）には地方部を訪問する人数は 1,800 万人にまで増加し、三大都市圏のみを訪問する人数である 1,319 万人の 1.4 倍となった。

図表Ⅱ-６　訪問地別訪日外国人旅行者数の推移



資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」、日本政府観光局「訪日外客数」に基づき観光庁作成
注１：三大都市圏とは、「東京、神奈川、千葉、埼玉、愛知、大阪、京都、兵庫」の８都府県を、地方部とは三大都市圏以外の道県をいう。

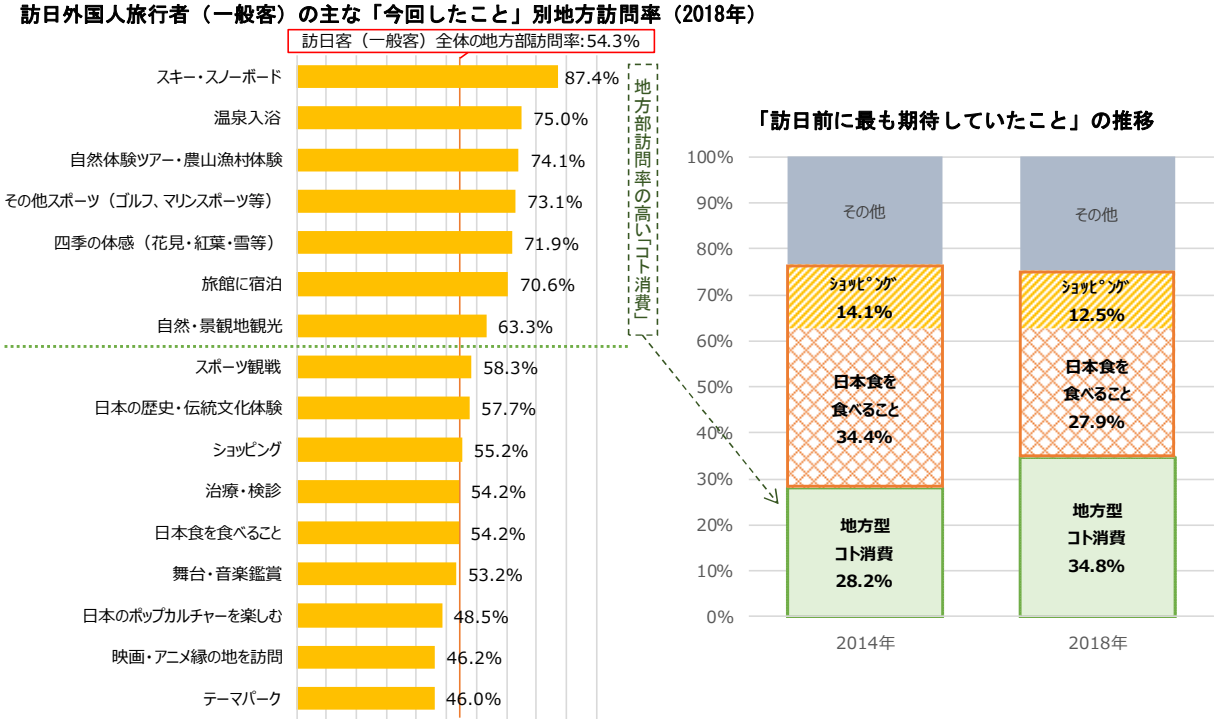
（訪日外国人旅行者の関心が多様化し、特に「地方型コト消費」への関心が高まっている）

このように、地方を訪れる訪日外国人旅行者が増加していることについては、その背景の一つとして、訪日外国人旅行者の関心が多様化し、様々な「コト消費」への関心が高まっていることが考えられる。

訪日外国人旅行者が「訪日前に最も期待していたこと」は、2014 年（平成 26 年）には「日本食を食べること」と「ショッピング」を合わせた割合が 48.5%と約半数を占めていたが、2018 年（平成 30 年）には 40.4%に減少しており、その分、訪日外国人旅行者の関心の対象が多様化していることがうかがえる。

「コト消費」を行う訪日外国人旅行者は、一般的に地方部への訪問率が高く、例えば「スキー・スノーボード」では 87.4%、「温泉入浴」では 75.0%と、全体平均の 54.3%を大きく上回っている。そこで、地方部訪問率が 60%を超えるコト消費を「地方型コト消費」とし、「訪日前に最も期待していたこと」が「地方型コト消費」であった訪日外国人旅行者の割合をみると、2014 年（平成 26 年）から 2018 年（平成 30 年）にかけて、28.2%から 34.8%へと増加しており、地方訪問につながりやすい「コト消費」への関心が特に高まっていることがわかる。

図表Ⅱ-７　訪日外国人旅行者による「コト消費」と地方訪問との関係

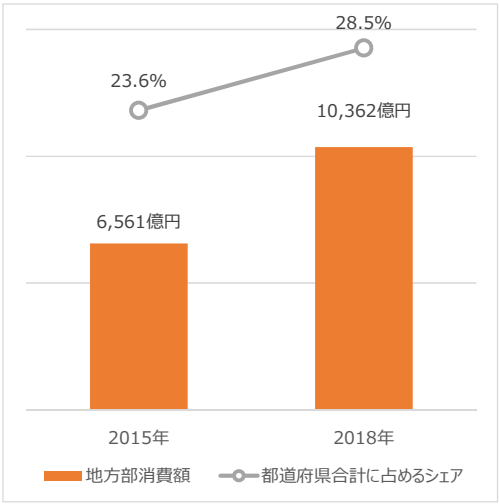


資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」に基づき観光庁作成
注１：三大都市圏とは、「東京、神奈川、千葉、埼玉、愛知、大阪、京都、兵庫」の８都府県を、地方部とは三大都市圏以外の道県をいう。
注２：それぞれの選択肢について、「今回したこと」として選んだ訪日外国人旅行者のうち、地方部を訪問した人の割合。
注３：「今回したこと」として選択した訪日外国人旅行者の地方部訪問率が 60%以上となる項目を「地方型コト消費」として分類した。

（地方部での訪日外国人旅行消費額は３年間で 1.6 倍に拡大）

地方部を訪れる訪日外国人旅行者の増加とともに、地方部における訪日外国人旅行消費額も増加しており、2015 年（平成 27 年）から 2018 年（平成 30 年）にかけて、6,561 億円から 1 兆 362 億円へと、３年間で 1.6 倍に拡大している。また、地方部での訪日外国人旅行消費額の都道府県合計に占めるシェアは、同期間で 23.6%から 28.5%へと約５ポイント上昇した。

図表Ⅱ-８　地方部における訪日外国人旅行消費額及びシェア



資料：日本政府観光局「訪日外客数」及び観光庁「訪日外国人消費動向調査」に基づき観光庁作成
注１：三大都市圏とは、「東京、神奈川、千葉、埼玉、愛知、大阪、京都、兵庫」の８都府県を、地方部とは三大都市圏以外の道県をいう。

（コト消費が地方部の都道府県への訪問率を大幅に引き上げている）

次に、「コト消費」が、具体的にどの都道府県への訪問率を高めるかを確認するため、各都道府県について、それぞれの「コト消費」の体験の有無別に算出した訪問率に基づき、体験した場合の訪問率が体験の有無に関わらない全体平均の何倍になるかを算出した。倍率が高いほど、その都道府県において、当該「コト消費」による訪日外国人旅行者の誘引力が高いことが示される。

その結果、「スキー・スノーボード」では、新潟県が最も高い 11.91 倍で、次いで長野県の 7.72 倍、山形県の 4.89 倍、北海道の 4.38 倍、岩手県の 3.92 倍の順となり、スノーリゾートが多く分布する地域が上位に挙がった。「四季の体感（花見・紅葉・雪等）」では、岩手県が最も高い 4.23 倍で、次いで青森県の 3.68 倍、秋田県の 3.64 倍、栃木県の 2.59 倍、山形県の 2.59 倍の順となり、上位の多くを東北地方の県が占めた。「自然体験ツアー・農山漁村体験」では、愛媛県が最も高い 3.36 倍で、次いで富山県の 3.17 倍、岐阜県の 3.09 倍、「温泉入浴」では、鹿児島県が最も高い 2.46 倍で、次いで大分県の 2.39 倍、岩手県の 2.34 倍、「旅館に宿泊」では、島根県が最も高い 2.53 倍で、次いで鳥取県の 2.42 倍、岐阜県の 2.42 倍、「その他スポーツ（ゴルフ・マリンスポーツ等）」では、鹿児島県が最も高い 5.30 倍で、次いで沖縄県、愛媛県の順となった。

図表Ⅱ-9　コト消費の誘引力の高い地域

スキー・スノーボード					四季の体感（花見・紅葉・雪等）					自然体験ツアー・農山漁村体験				
順位		倍率(A/B)	訪問率（%）		順位		倍率(A/B)	訪問率（%）		順位		倍率(A/B)	訪問率（%）	
			した人の平均(A)	全体平均(B)				した人の平均(A)	全体平均(B)				した人の平均(A)	全体平均(B)
1位	新潟県	11.91	6.90	0.58	1位	岩手県	4.23	1.09	0.26	1位	愛媛県	3.36	1.12	0.33
2位	長野県	7.72	22.43	2.91	2位	青森県	3.68	1.98	0.54	2位	富山県	3.17	3.09	0.98
3位	山形県	4.89	1.50	0.31	3位	秋田県	3.64	0.92	0.25	3位	岐阜県	3.09	8.34	2.70
4位	北海道	4.38	36.34	8.29	4位	栃木県	2.59	3.79	1.46	4位	石川県	3.07	5.78	1.88
5位	岩手県	3.92	1.01	0.26	5位	山形県	2.59	0.80	0.31	5位	広島県	2.79	8.62	3.08

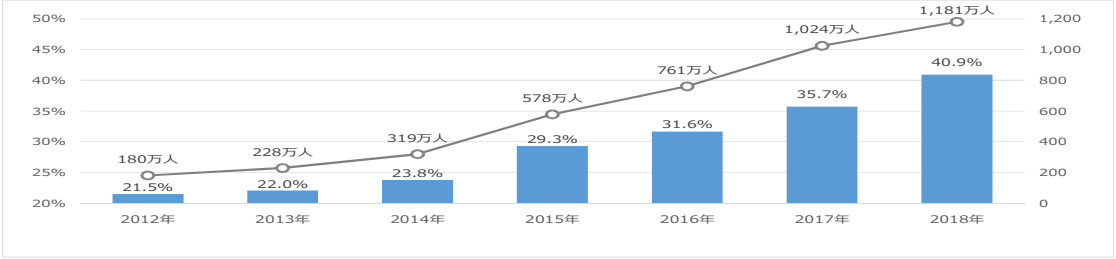
温泉入浴					旅館に宿泊					その他スポーツ（ゴルフ・マリンスポーツ等）				
順位		倍率(A/B)	訪問率（%）		順位		倍率(A/B)	訪問率（%）		順位		倍率(A/B)	訪問率（%）	
			した人の平均(A)	全体平均(B)				した人の平均(A)	全体平均(B)				した人の平均(A)	全体平均(B)
1位	鹿児島県	2.46	2.43	0.99	1位	島根県	2.53	0.31	0.12	1位	鹿児島県	5.30	5.25	0.99
2位	大分県	2.39	10.55	4.41	2位	鳥取県	2.42	0.62	0.26	2位	沖縄県	4.70	32.61	6.93
3位	岩手県	2.34	0.60	0.26	3位	岐阜県	2.42	6.53	2.70	3位	愛媛県	3.25	1.08	0.33
4位	富山県	2.30	2.24	0.98	4位	富山県	2.34	2.29	0.98	4位	秋田県	2.66	0.67	0.25
5位	宮崎県	2.23	1.02	0.45	5位	石川県	2.33	4.40	1.88	5位	高知県	2.65	0.50	0.19

資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」（2018 年（平成 30 年）全国調査）に基づき観光庁作成
注１：体験した場合の訪問率の全体の訪問率に対する倍率が大きい上位 5 位の都道府県。

（訪日外国人旅行者による「コト消費」は年々拡大）

「コト消費」が訪日外国人旅行者の消費額をどの程度高めるかについて、確認を行った。まず、訪日外国人消費動向調査の結果から、「コト消費」の要素が最も強い「娯楽サービス費」の購入率をみると、2012 年（平成 24 年）には 21.5%であったが、その後年々拡大し、2018 年（平成 30 年）には 40.9%と、６年間で 1.9 倍になっており、「コト消費」を楽しむ訪日外国人旅行者の増加傾向が読み取れる。

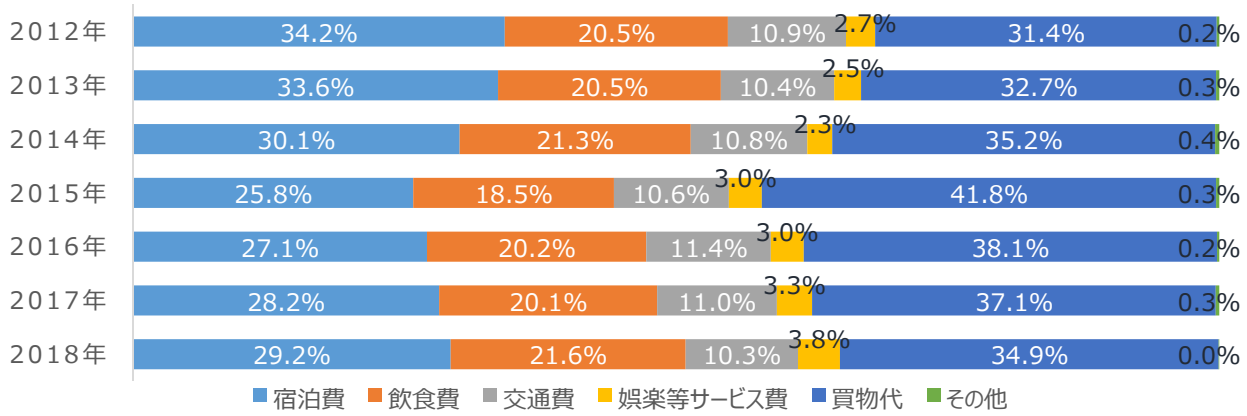
図表Ⅱ-10　娯楽サービス費購入率の推移



資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」、日本政府観光局「訪日外客数」に基づき観光庁作成
注１：2018 年（平成 30 年）より、サービス消費をより詳細に把握するため「娯楽サービス費」に「温泉・温浴施設・エステ・リラクゼーション」「マッサージ・医療費」等の費目を追加し「娯楽等サービス費」としたため、数値の比較には留意が必要である。

また、訪日外国人旅行消費額の費目別構成比の推移をみると、娯楽サービス費の割合は、2015 年（平成 27 年）以降４年連続で拡大し、2018 年（平成 30 年）には 3.8%となっている。

図表Ⅱ-11　訪日外国人旅行消費額費目別構成比の推移



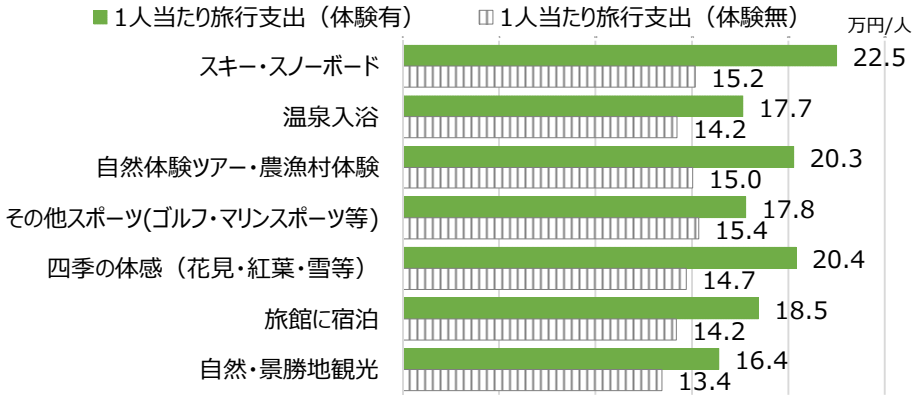
資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

注１：2018 年（平成 30 年）より、サービス消費をより詳細に把握するため「娯楽サービス費」に「温泉・温浴施設・エステ・リラクゼーション」「マッサージ・医療費」等の費目を追加し「娯楽等サービス費」としたため、数値の比較には留意が必要である。

（「コト消費」は訪日外国人旅行者の１人当たり消費単価を増加させている）

次に、それぞれの「コト消費」の体験の有無別に、訪日外国人旅行者１人当たりの消費単価を算出した。その結果、いずれの「コト消費」についても、体験した場合の消費単価がしなかった場合を上回った。「スキー・スノーボード」は、体験の有無による消費単価の差が特に大きく、体験した場合の消費単価は 22 万 5,056 円と、しなかった場合の 15 万 1,699 円より 7 万 3,356 円高かった。また、「自然体験ツアー・農漁村体験」を体験した場合の消費単価は 20 万 2,789 円と、しなかった場合の 15 万 397 円より 5 万 2,392 円高かった。さらに、「四季の体感（花見・紅葉・雪等）」を体験した場合の消費単価は 20 万 4,021 円と、しなかった場合の 14 万 7,122 円より 5 万 6,899 円高かった。

図表Ⅱ-12　主な「コト消費」の体験有無別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」（2018 年（平成 30 年））に基づき観光庁作成

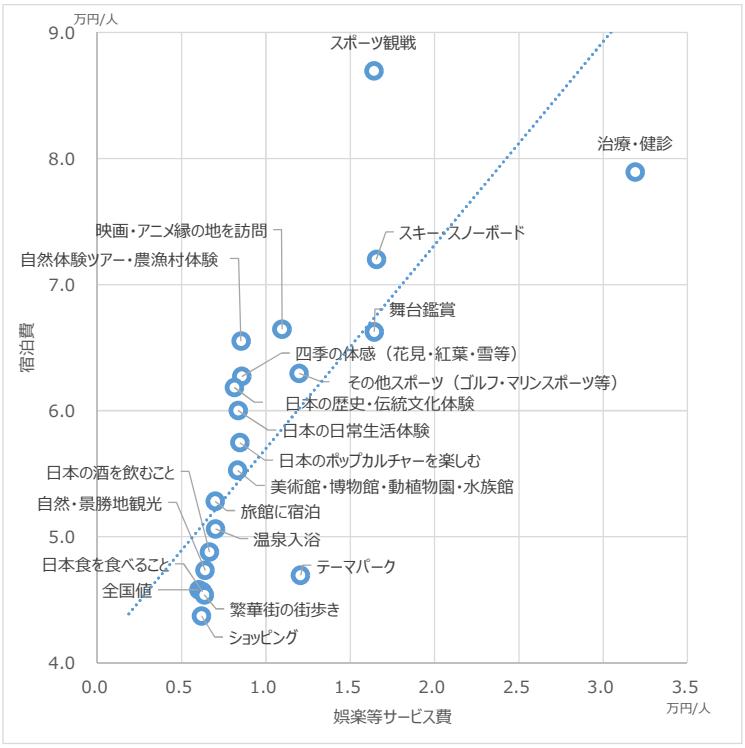
（「コト消費」は娯楽等サービス費以外の消費も増加させ、消費額全体を拡大させている）

「コト消費」による消費額の増加は、旅行消費額のうち、主に「娯楽等サービス費」において生じるが、他の宿泊費や交通費等でも、体験しない場合と比較して消費額が高めに出る傾向にある。これは、「コト消費」を行うに当たり、その場所での宿泊や、移動を必要とする場合が多いためであると考えられる。

そこで、体験した「コト消費」別に、訪日外国人旅行者１人当たりの「娯楽等サービス費」と「宿泊費」との関係を散布図により確認した。その結果、「コト消費」により「娯楽等サービス費」が増加すれば、「宿泊費」もそれに伴って増加する傾向があることが分かった。また、体験した「コト消費」別に、「娯楽等サービス費」と娯楽等サービス費を除いた１人当たり旅行支出との関係を散布図により確認すると、「コト消費」により「娯楽等サービス費」が増加すれば、それ以外の旅行支出も増加する傾向にあることが分かった。

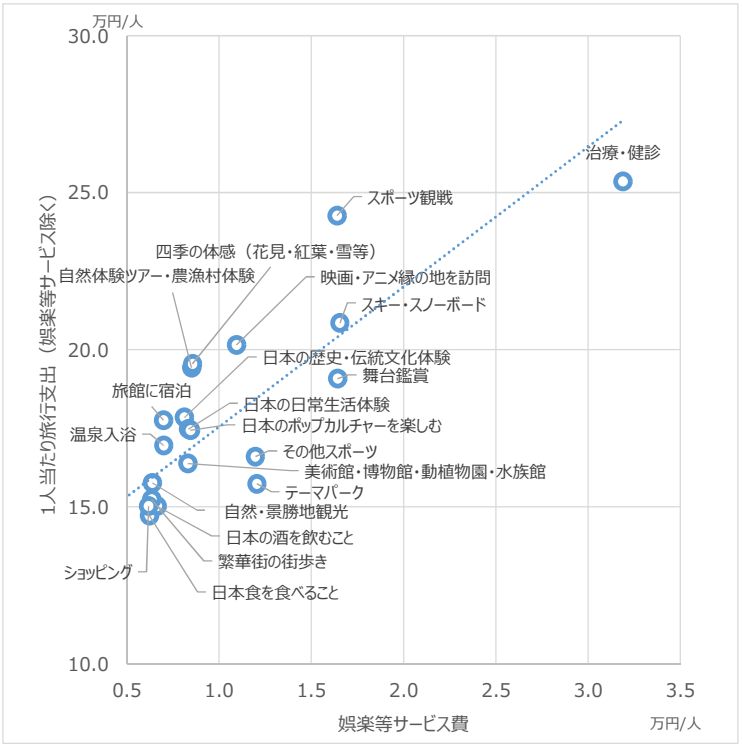
また、「スポーツ観戦」については、体験した人の「娯楽等サービス費」の支出が比較的多いことに加え、他の項目よりも、「宿泊費」や娯楽等サービス費を除いた１人当たり旅行支出が多い傾向もある。

図表Ⅱ-13　今回の訪日旅行中にしたこと別 娯楽等サービス費と宿泊費との関係



資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」（2018 年（平成 30 年））に基づき観光庁作成

図表Ⅱ-14　今回の訪日旅行中にしたこと別
娯楽等サービス費と１人当たり旅行支出（娯楽等サービス費を除く）との関係



資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」（2018 年（平成 30 年））に基づき観光庁作成

このように、「コト消費」は、娯楽等サービス費のみならず、他の費目の消費額を増加させることを通じて、訪日外国人旅行者による消費額全体を増加させる効果があると言える。

また、ラグビーワールドカップ 2019 日本大会や 2020 年東京オリンピック・パラリンピック競技大会については、旅行支出の多いスポーツ観戦者の訪日旅行の増加が見込まれることから、旅行消費拡大の好機となると考えられる。

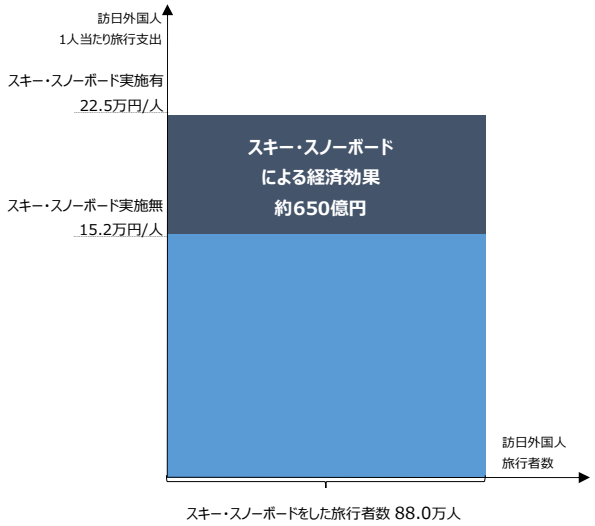
（訪日外国人旅行者によるスキー・スノーボードは年間 650 億円の経済効果をもたらしている）

このような、「コト消費」が訪日外国人旅行者の消費額を増加させる効果に着目し、我が国における「コト消費」の経済効果を推定するため、特に１人当たり旅行支出を増加させる効果の大きい「スキー・スノーボード」について、体験した旅行者とそれ以外の旅行者の１人当たり旅行支出の差を取り、その差がスキー・スノーボードを行うに伴う１人当たりの追加的な消費額と仮定し、その額にスキー・スノーボードを行った旅行者の人数を掛け合わせることにより、2018 年（平成 30 年）の１年間で発生した、訪日外国人旅行者によるスキー・スノーボード関連の消費額を算出した。

その結果、訪日外国人旅行者がスキー・スノーボードを行うことにより、2018 年（平成 30 年）には約 650 億円の経済効果がもたらされたものと推定される。

スキー・スノーボードのみならず、その他の「コト消費」についても、体験することにより１人当たり旅行支出が高まる傾向が強く、同様に訪日外国人旅行者による経済効果の引き上げが期待できる。

図表Ⅱ-15　スキー・スノーボードによる経済効果



資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」（2018 年（平成 30 年））、日本政府観光局「訪日外客数」に基づき観光庁作成
注１：「今回したこと」で「スキー・スノーボード」を選択した割合及び選択有無別単価を用いて試算した値。

以上のように、訪日外国人旅行者の訪問先は年々地方部へと広がる傾向にあり、観光消費が地域経済にもたらす影響も強まってきている。他方、その影響も地域によってばらつきがあり、更に大きく成長する余地のある地域が多く存在するとも言える。このため、他の観光先進国と比較して必ずしも高くない娯楽サービス消費額を一層拡大させるとともに、地方の魅力への認知度を更に高める取組を進めることが重要と考えられる。

第３節　欧米豪観光客による地方訪問の状況

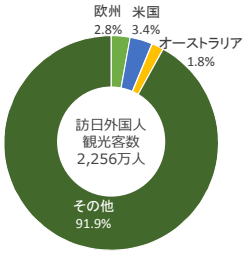
インバウンドの経済効果を更に拡大し、全国に波及させていくためには、これまで以上に幅広い国や地域からの訪日外国人旅行者数を確実に増加させるとともに、地方誘客を進めることが重要である。特に、１人当たり消費単価が全体平均を上回る欧米豪の各国において、新たな訪日需要を掘り起こすとともに、地方訪問を促進することが、今後の大きな課題となる。

このため、2018 年（平成 30 年）より観光庁が新たに開始した訪日外国人消費動向調査の地域調査の結果を活用して、地方を訪問している欧米豪の訪日外国人旅行者の特徴について分析を行った。

（欧米豪観光客は関東・近畿地方を多く訪問）

2018 年（平成 30 年）における観光・レジャー目的の訪日外国人（以下、訪日外国人観光客）は 2,256 万人で、このうち欧州が 2.8%、米国が 3.4%、オーストラリアが 1.8%と、全体の 8.1%を欧米豪が占める。

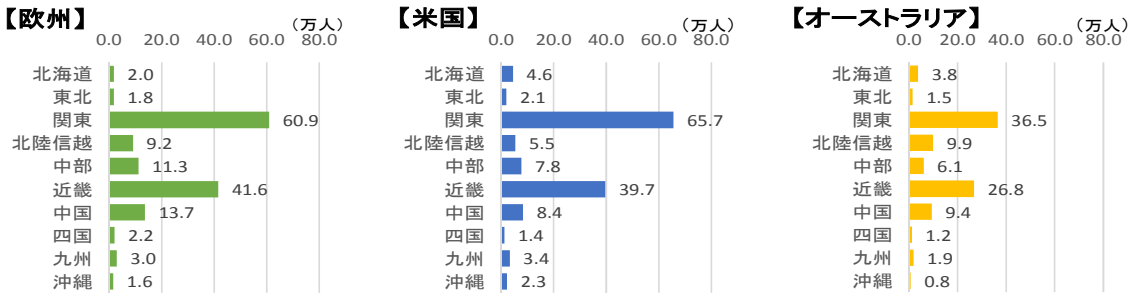
図表Ⅱ-16　国籍・地域別訪日外国人観光客数（一般客）（2018 年（平成 30 年））



資料：日本政府観光局（JNTO）「訪日外客数」及び観光庁「訪日外国人消費動向調査」より観光庁作成

訪問地別にみると、欧米豪いずれも関東や近畿地方への訪問者数が多い。スキー客が多いオーストラリアでは関東や近畿に加えて北陸信越地方への訪問者数も多い。一方、東北や四国、九州、沖縄地方への訪問者数は少なく、欧米豪合わせて各５～８万人程度である。

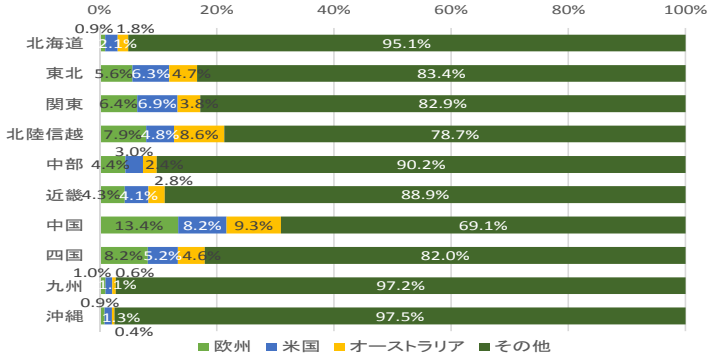
図表Ⅱ-17　訪問地別 訪日外国人観光客数（2018 年（平成 30 年））



資料：日本政府観光局（JNTO）「訪日外客数」及び観光庁「訪日外国人消費動向調査」より観光庁作成

訪問地別に、訪日外国人観光客数に占める欧米豪の割合をみると、中国地方で 30.9%と高く、次いで北陸信越地方（21.3%）、四国地方（18.0%）、関東地方（17.1%）、東北地方（16.6%）の順となっている。

図表Ⅱ-18　訪問地別観光客数構成比（2018 年（平成 30 年））

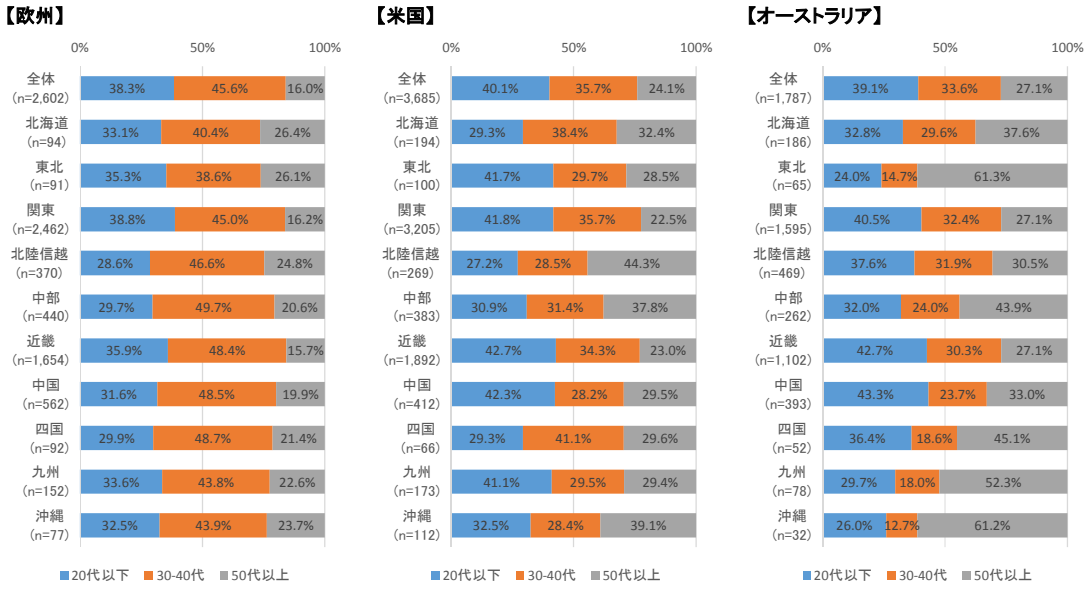


資料：日本政府観光局「訪日外客数」及び観光庁「訪日外国人消費動向調査」に基づき観光庁作成

（欧州は 30～40 代、米国とオーストラリアは 20 代以下が多い）

欧米豪の訪日外国人観光客の年代構成をみると、欧州は「30～40 代」が多い一方、米国とオーストラリアは「20 代以下」が多くなっている。訪問地別にみると、米国は、北海道や四国地方で「30～40 代」、北陸信越や沖縄地方で「50 代以上」が多い。オーストラリアは、東北や沖縄地方において「50 代以上」が目立つ一方、中国地方では「20 代以下」が多い。

図表Ⅱ-19　訪問地別訪日外国人観光客の年代別構成比（2018 年（平成 30 年））

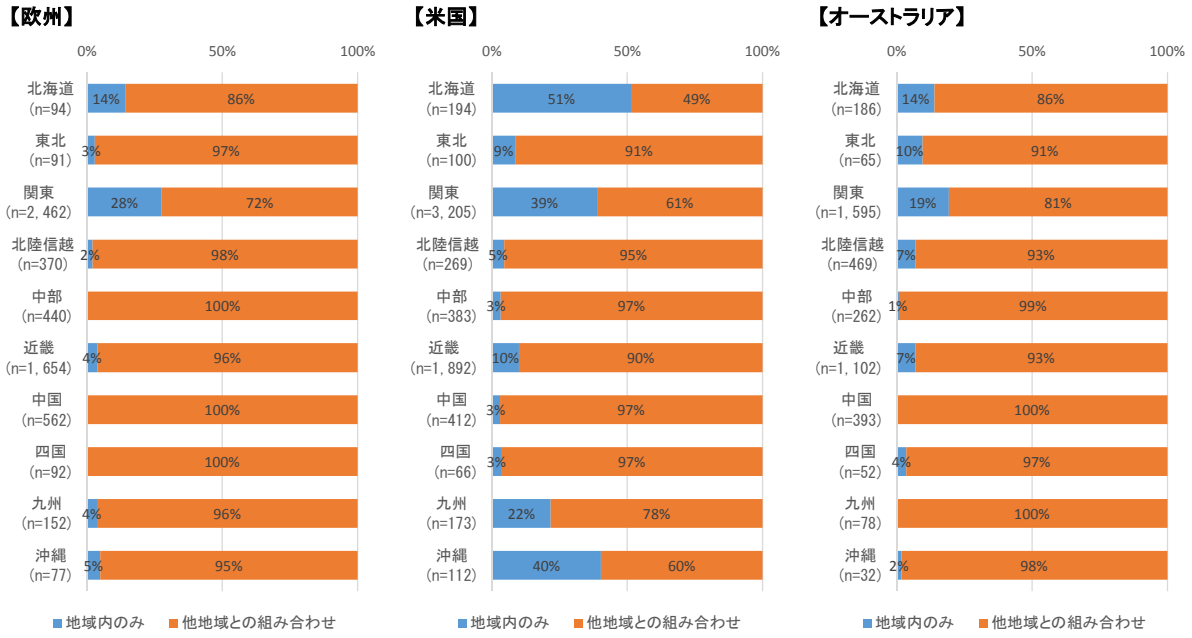


資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」に基づき観光庁作成

（多くが複数の地域を組み合わせて訪問）

訪問パターンをみると、欧州では北海道と関東地方を除くと、いずれの訪問地でもほとんどが他地域との組み合わせで訪問している。米国では北海道や関東地方に加え、沖縄地方でも４～５割程度が地域内のみの訪問者となっている。オーストラリアは他地域との組み合わせでの訪問が多いものの、北海道、東北及び関東地方では１～２割程度が地域内のみの訪問者となっている。

図表Ⅱ-20　訪問地別訪日外国人観光客の訪問パターン（2018 年（平成 30 年））

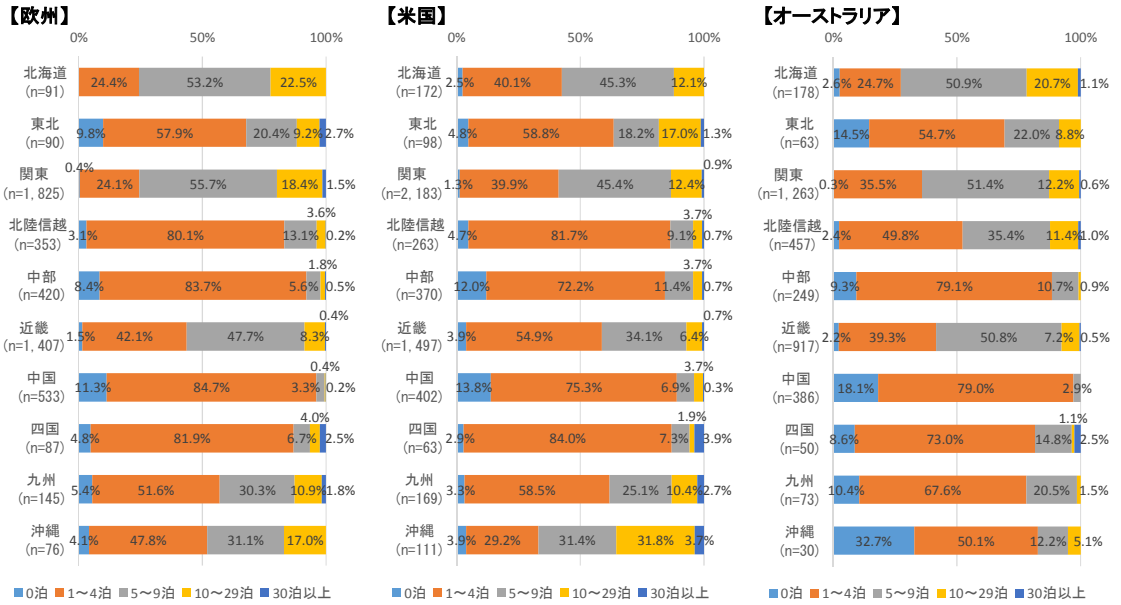


資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」に基づき観光庁作成

（北海道や関東、近畿地方での泊数が長い）

北海道、関東及び近畿地方では５泊以上の訪問者が多く泊数が長い。 欧州やオーストラリアの北海道訪問者は 10 泊以上が２割以上を占めている。 一方、中部、中国及び四国地方では４泊以下の短期滞在者が多く８割以上を占めている。北陸信越地方では、欧州と米国で４泊以下が８割以上を占める一方、オーストラリアでは５泊以上が約半数を占める。

図表Ⅱ-21　訪問地別訪日外国人観光客の泊数（2018 年（平成 30 年））

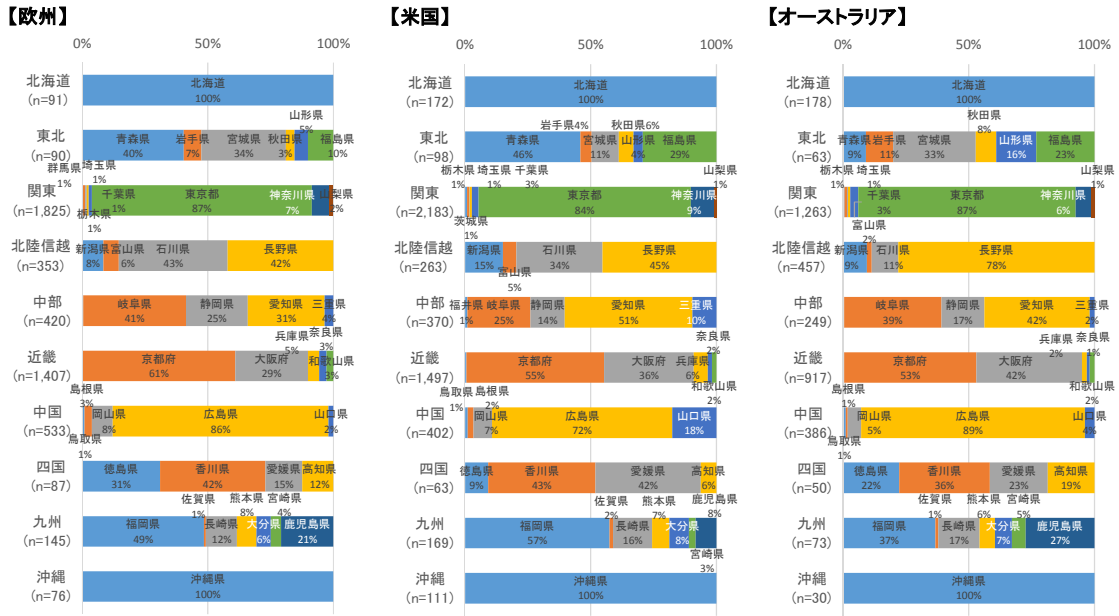


資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」に基づき観光庁作成

（近畿地方では大阪府より京都府の延べ泊数が多い）

各訪問地の都道府県別延べ泊数の構成比をみると、東北地方においては、欧州や米国で青森県の比率が高い。北陸信越地方においては、オーストラリアで長野県の比率が特に高い。近畿地方においては、欧米豪いずれにおいても大阪府より京都府の比率が高い。四国地方では香川県が約４割を占めるほか、欧州で徳島県、米国で愛媛県の比率が高い。

図表Ⅱ-22　訪問地別訪日外国人観光客の都道府県別延べ泊数構成比
（2018 年（平成 30 年））

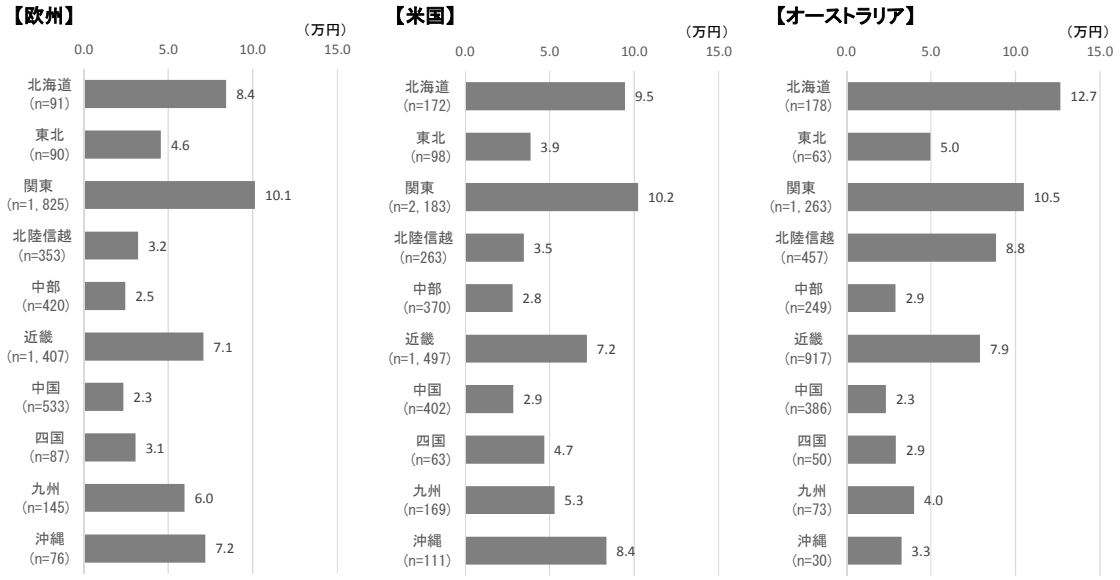


資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」に基づき観光庁作成

（旅行中支出は北海道・関東・近畿で高く、買物代は関東と近畿で高い）

旅行中支出は北海道、関東及び近畿地方で高い。 米国は沖縄地方での旅行中支出も 8.4 万円と高い。冬のスキー客が多いオーストラリアは北海道で 12.7 万円、北陸信越地方で 8.8 万円程度と高い。一方、中部や中国地方の旅行中支出は２～３万円程度と低い傾向にある。

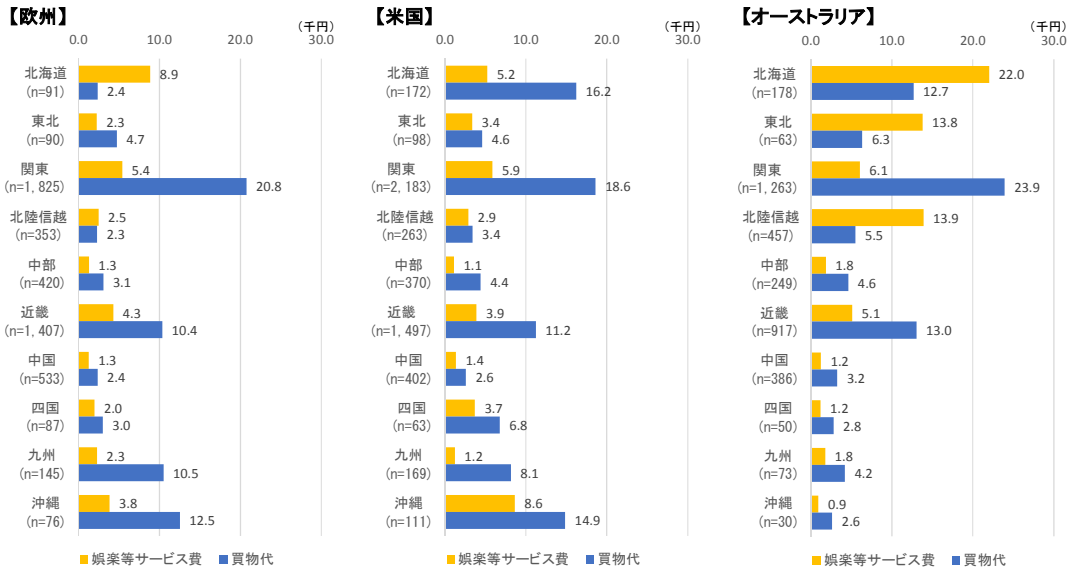
図表Ⅱ-23　訪問地別訪日外国人観光客の旅行中支出（2018 年（平成 30 年））



資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」に基づき観光庁作成

訪問地での娯楽等サービス費、買物代をみると、欧州や米国の娯楽等サービス費は北海道や関東地方で高いほか、米国は沖縄地方でも高い。冬のスキー客が多いオーストラリアでは北海道や東北、北陸信越地方の娯楽等サービス費が高い。買物代は欧米豪いずれも関東、近畿地方で高い。米国やオーストラリアでは北海道訪問者の買物代も高い。

図表Ⅱ-24　訪問地別訪日外国人観光客の娯楽等サービス費、買物代
（2018 年（平成 30 年））

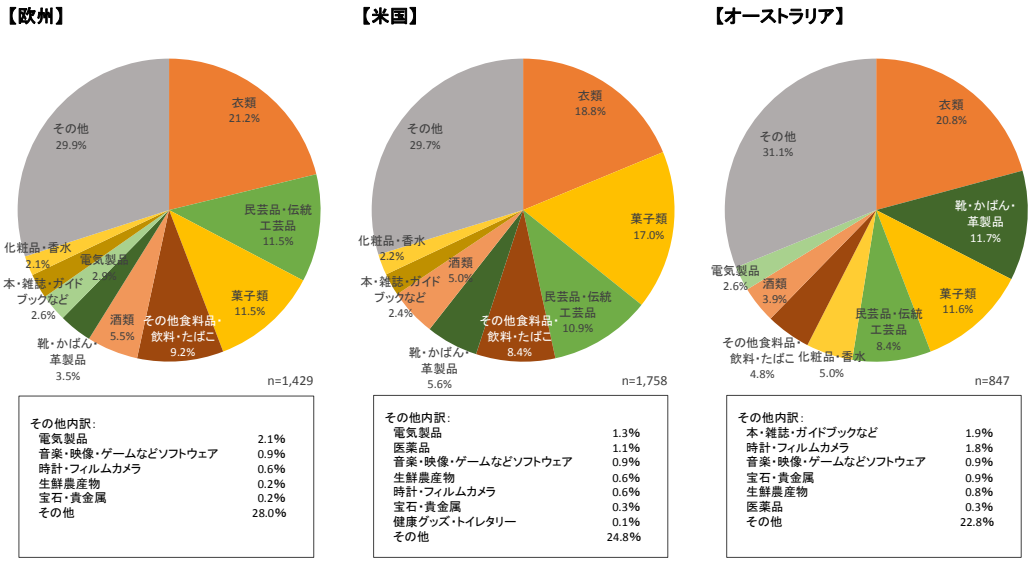


資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」に基づき観光庁作成

（欧米豪いずれも「衣類」の人気が高い）

最も満足した商品やサービスの構成比をみると、欧米豪いずれも「衣類」の人気が最も高く２割前後を占める。米国は２位の「菓子類」も 17.0%と高く、 １位の「衣類」と大差ない。オーストラリアは「靴・かばん・革製品」の人気も高く 11.7%となっている。 欧米豪いずれも「民芸品・伝統工芸品」が人気で、１割前後を占めている。

図表Ⅱ-25　訪日外国人観光客の満足した商品（2018 年（平成 30 年））

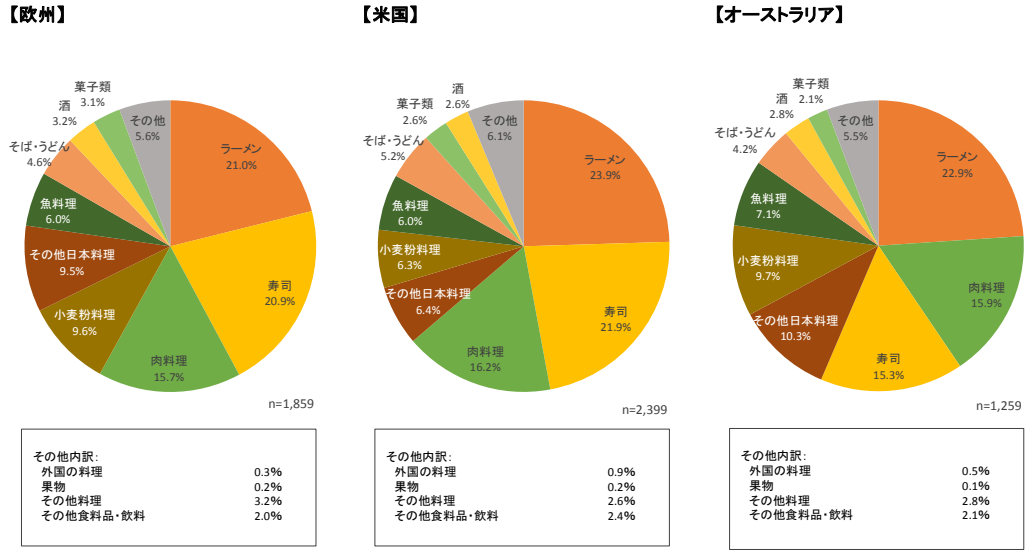


資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」に基づき観光庁作成

（最も満足した飲食は「ラーメン」「寿司」「肉料理」で５～６割を占める）

日本滞在中に最も満足した飲食の構成比をみると、欧米豪いずれも「ラーメン」の人気が最も高く、「ラーメン」「寿司」「肉料理」で５～６割程度を占めている。「寿司」は欧州と米国で２割以上と高いがオーストラリアでは 15%に留まる。

図表Ⅱ-26　訪日外国人観光客の満足した飲食（2018 年（平成 30 年））



資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」に基づき観光庁作成

以上みてきたように、欧米豪観光客の訪日旅行のパターンは必ずしも均一的ではないが、一定の割合で地方にも訪問し、多くが複数の地域をまたいだ旅行をしており、日本の幅広い地域が関心の対象となっていることがうかがえる。また、スキー等特定の目的により地方を訪問する傾向も見受けられ、更なる地方誘客のためには、地方に特有のレジャーや観光資源等への関心を高める取組の重要性が示唆される。

第４節　観光関連産業における雇用、賃金、生産性の動向

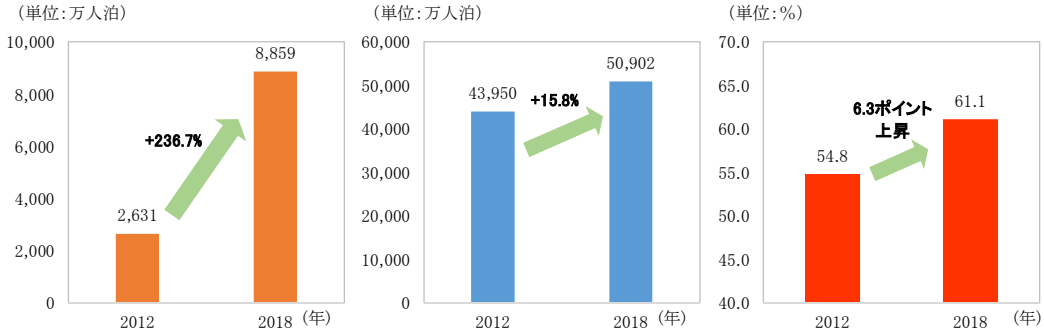
訪日外国人旅行客の増加に伴い、ホテル等の宿泊施設の稼働率が高まるなど、我が国の観光関連産業においては、様々な形での需要拡大の動きがあるものと考えられ、こうした動きは、各種の産業における雇用の拡大にもつながっているものと推察される。このため、本章では、特に宿泊業に着目して、訪日外国人旅行客の増加と、雇用、賃金や生産性の動向との関係について分析を行う。

（インバウンドの増加に伴い観光関連産業の雇用が増加）

観光庁の宿泊旅行統計調査によると、訪日外国人旅行者の増加に伴い、外国人の延べ宿泊者数は、2012 年（平成 24 年）から 2018 年（平成 30 年）にかけて、2,631 万人泊から 8,859 万人泊へと 3.4 倍に拡大し、日本人を含めた全体の延べ宿泊者数は、2012 年（平成 24 年）から 2018 年（平成 30 年）にかけて 15.8%増加した。客室稼働率も 2012 年（平成 24 年）から 2018 年（平成 30 年）にかけて、54.8%から 61.1%へと、6.3 ポイント上昇している。

図表Ⅱ-27　宿泊者数・客室稼働率の変化（2012 年（平成 24 年）→2018 年（平成 30 年））

（１）外国人延べ宿泊者数　　（２）延べ宿泊者数全体　　（３）客室稼働率



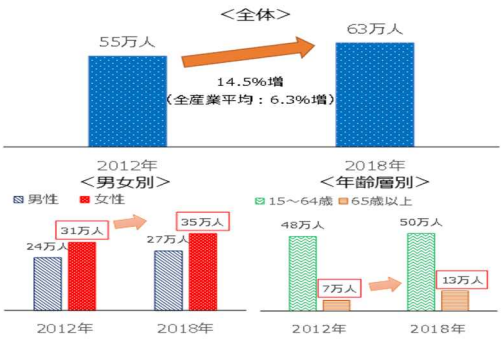
資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」
注１：2018 年（平成 30 年）は速報値

こうした動きを背景に、我が国の宿泊業における就業者数[13]は、総務省の労働力調査によると、2012 年（平成 24 年）の 55 万人から 2018 年（平成 30 年）の 63 万人へと、６年間で 14.5%増加した。宿泊業における就業者数を男女別にみると、男性 27 万人に対し女性 35 万人と女性の方が多く、女性比率では、全産業平均の 44.2%と比べ、宿泊業は 56.5%と高い。2012 年（平成 24 年）から 2018 年（平成 30 年）にかけて増加した就業者も、男性３万人に対し、女性は４万人と、１万人上回っている。

また、宿泊業における就業者数を年齢層別にみると、15～64 歳の年齢層が 50 万人であるのに対し、65 歳以上の年齢層が 13 万人で、全体に占める 65 歳以上の就業者の割合は 20.6%と、全産業の平均値である 12.9%と比べて高い。2012 年（平成 24 年）から 2018 年（平成 30 年）にかけて増加した就業者数を年齢層別にみると、15～64 歳が２万人であるのに対し、65 歳以上が６万人と大幅に上回っている。

このように、宿泊業は、訪日外国人旅行者の増加等を背景とする需要の増加に対し、女性や高齢者を中心とする雇用を拡大させることにより対応してきたことがうかがえる。

図表Ⅱ-28　宿泊業の就業者数の変化（2012 年（平成 24 年）→2018 年（平成 30 年））

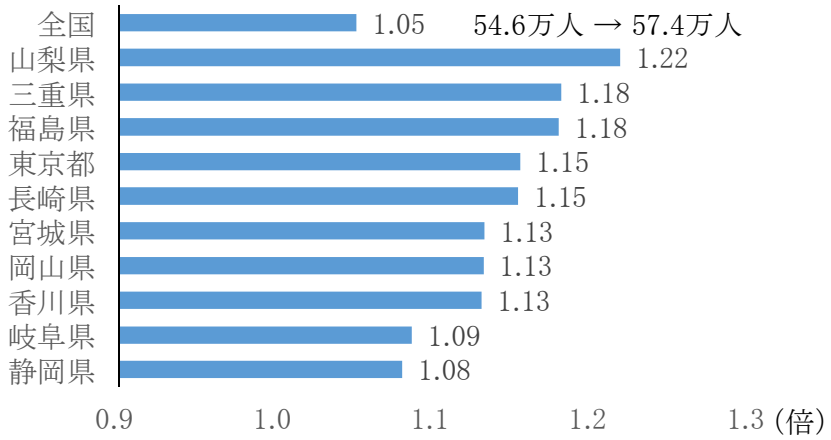


資料：総務省「労働力調査」より観光庁作成

13　総務省によると、「就業者」とは、「従業者」（調査週間中に賃金、諸手当、内職収入などの収入を伴う仕事（以下「仕事」という。）を１時間以上した者）と「休職者」（仕事を持ちながら、調査期間中に少しも仕事をしなかった者のうち、①雇用者で、給料・賃金の支払を受けている者又は受けることになっている者、または②自営業主で、自分の経営する事業を持ったままで、その仕事を休み始めてから 30 日にならない者）を合わせた者をいう。

また、宿泊業における雇用について、地域別の状況を確認するため、2018 年（平成 30 年）に公表された「平成 28 年経済センサス-活動調査」のデータをみると、宿泊業の常用雇用者[14]の人数は、2012 年（平成 24 年）から 2016 年（平成 28 年）にかけて、54.6 万人から 57.4 万人へと、４年間で５％増加しており、伸び率を都道府県別に比較すると、山梨県が 22%増と最も高く、次いで三重県（18%増）、福島県（18%増）、東京都（15%増）、長崎県（15%増）の順に高い伸びとなっている。

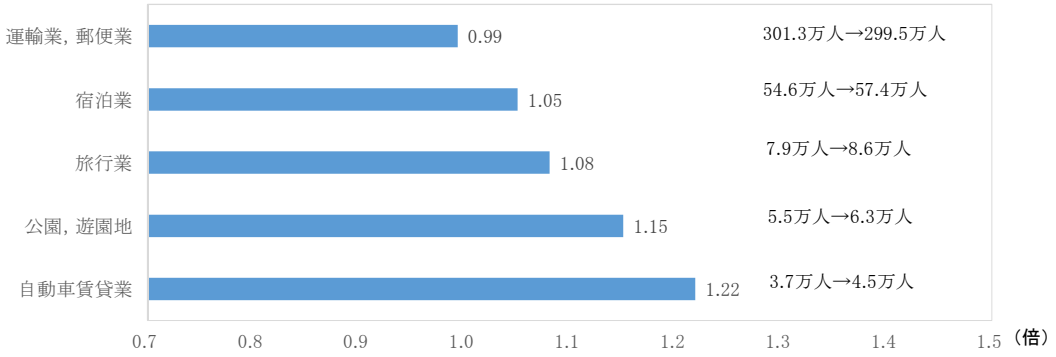
図表Ⅱ-29　宿泊業における常用雇用者数の変化（2012 年（平成 24 年）→2016 年（平成 28 年））



資料：総務省・経済産業省「平成 28 年経済センサス-活動調査」、「平成 24 年経済センサス-活動調査」より観光庁作成

さらに、「平成 28 年経済センサス-活動調査」により、宿泊業以外の観光関連産業[15]における雇用の状況について、同調査で集計が行われている業種に限って確認すると、2012 年（平成 24 年）から 2016 年（平成 28 年）にかけての常用雇用者数は、「運輸業・郵便業」では１％減少している一方、「旅行業」では８％増、テーマパーク等の「公園, 遊園地」では 15%増、「自動車賃貸業」では 22%増と、大きく伸びている。

図表Ⅱ-30　観光関連産業における雇用の変化（2012 年（平成 24 年）→2016 年（平成 28 年））



資料：総務省・経済産業省「平成 28 年経済センサス-活動調査」、「平成 24 年経済センサス-活動調査」に基づき観光庁作成

常用雇用者数が増加したそれぞれの観光関連産業について、2012 年（平成 24 年）から 2016 年（平成 28 年）までの伸び率を都道府県別に比較すると、「旅行業」では、熊本県で 59%増と最も高い伸びとなっており、次いで香川県（41%増）、宮崎県（33%増）、北海道（28%増）、宮城県（26%増）の順に高い伸びとなっている。

「公園, 遊園地」では、岩手県で 160%増と最も高い伸びとなっており、次いで大分県（137%増）、新潟県（125%増）、青森県（120%増）、香川県（99%増）の順に高い伸びとなっている。

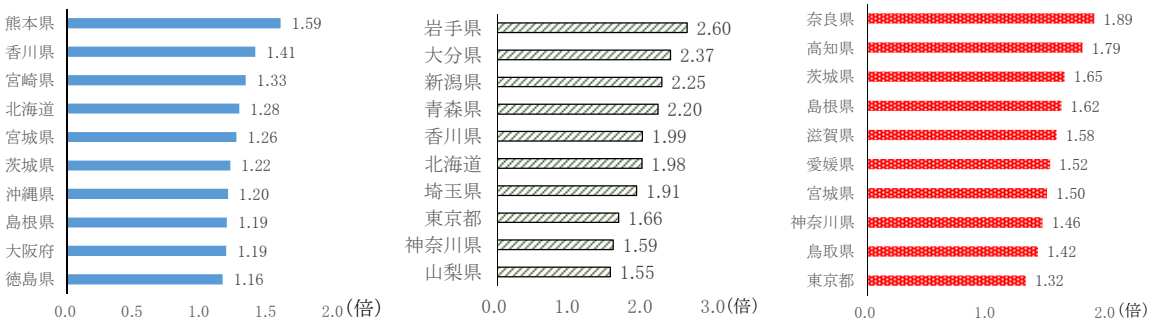
「自動車賃貸業」では、奈良県で 89%増と最も高い伸びとなっており、次いで高知県（79%増）、茨城県（65%増）、島根県（62%増）、滋賀県（58%増）の順に高い伸びとなっている。

14 総務省によると、事業所に常時雇用されている人（期間を定めずに雇用されている人または１ヶ月以上の期間を定めて雇用されている人）をいう。

15 経済産業省の「第３次産業活動指数」では、「観光関連産業」の指数を、「鉄道旅客運送業」、「道路旅客運送業」、「水運旅客運送業」、「航空旅客運送業」、「道路施設提供業」、「自動車レンタル業」、「宿泊業」、「旅行業」、「公園,遊園地」の各産業のデータを総合して作成している。

図表Ⅱ-31　観光関連産業における常用雇用者数の変化（都道府県別）
（2012年（平成24年）→2016年（平成28年））

（１）旅行業　　（２）公園, 遊園地　　（３）自動車賃貸業

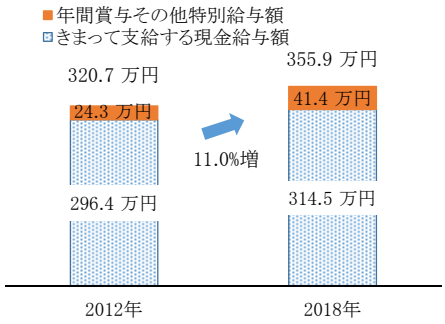


資料：総務省・経済産業省「平成28年経済センサス-活動調査」、「平成24年経済センサス-活動調査」に基づき観光庁作成

（宿泊業の賃金は人手不足や労働生産性の向上等を背景に上昇）

次に、外国人旅行者の増加が我が国の労働者の賃金に与える影響を検証するため、厚生労働省の賃金構造基本統計により、宿泊業における賃金の状況を確認した。その結果、2012年（平成24年）には、宿泊業における１人当たりの「きまって支給する現金給与額」が年間で296万４千円、「年間賞与その他特別給与額」が年間で24万３千円で、合計で320万７千円であったが、2018年（平成30年）には「きまって支給する現金給与額」が年間で314万５千円、「年間賞与その他特別給与額」が年間で41万４千円で、合計で355万９千円となり、合計でみると賃金は６年間で11.0%上昇している。このうち、特に「年間賞与その他特別給与額」の伸びが大きく、単独では51.3%上昇している。なお、全産業平均は、「きまって支給する現金給与」と「年間賞与その他特別給与額」との合計で497万２千円であり、依然として平均を下回っている。

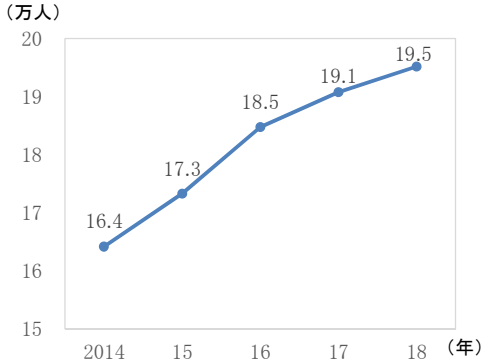
図表Ⅱ-32　宿泊業における賃金の変化（2012年（平成24年）→2018年（平成30年））



資料：厚生労働省「賃金構造基本統計」に基づき観光庁作成

また、厚生労働省の職業安定業務統計により、宿泊業の新規求人数の推移を確認すると、2014年（平成26年）の新規求人数は16.4万人であったが、その後右肩上がりに増加し、2018年（平成30年）には19.5万人と、４年間で18.9%増加した。

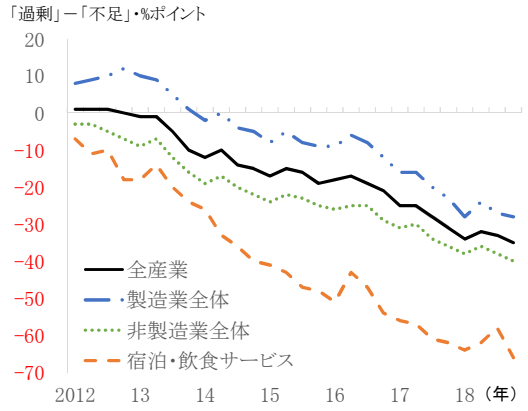
図表Ⅱ-33　宿泊業の新規求人数の推移



資料：厚生労働省「職業安定業務統計」に基づき観光庁作成

他方で、日本銀行の全国企業短期経済観測調査の雇用人員判断 DI により、人手不足の状況を確認すると、飲食サービス業を含む「宿泊・飲食サービス」ではあるが、2012 年（平成 24 年）以降、人手不足感が高まり続け、他の産業よりも更に人手不足感が強い産業であることがわかる。

図表Ⅱ-34　雇用人員判断 DI

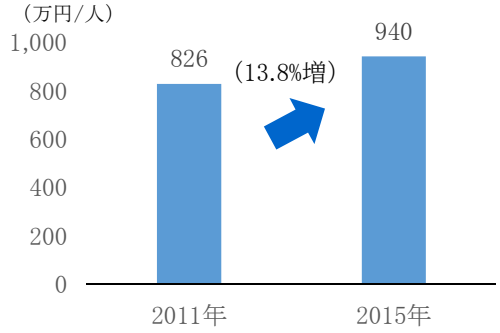


資料：日本銀行「全国企業短期経済観測調査」に基づき観光庁作成

こうしたことから、宿泊業においては、新規求人数が増加する中で、人手不足感が高まっており、労働力の需給がひっ迫している状況であることがうかがえる。先に述べた宿泊業における賃金の上昇傾向は、このような状況を背景としていることが推察される。

また、「平成 28 年経済センサス－活動調査」により、宿泊業の従業者数と売上高を確認し、従業者 1 人当たりの売上高を算出すると、2011 年（平成 23 年）には 1 人当たり 826 万円であったが、2015 年（平成 27 年）には 940 万円と、４年間で 13.8%増加しており、宿泊業における労働生産性が高まっていることがわかる。このことは、宿泊業が、人手不足の状況の中で限られた人員の生産性を高めることで、需要の増加に対応していることを示唆している。このような労働生産性の上昇も、労働力の需給ひっ迫とともに、宿泊業における賃金の上昇をもたらす要因となっていると考えられる。

図表Ⅱ-35　宿泊業の従業者 1 人当たりの売上金額



資料：総務省・経済産業省「平成 28 年経済センサス-活動調査」、「平成 24 年経済センサス-活動調査」に基づき観光庁作成

注：従業者数は 2012 年（平成 24 年）２月１日時点と 2016 年（平成 28 年）６月１日時点の数値を使用

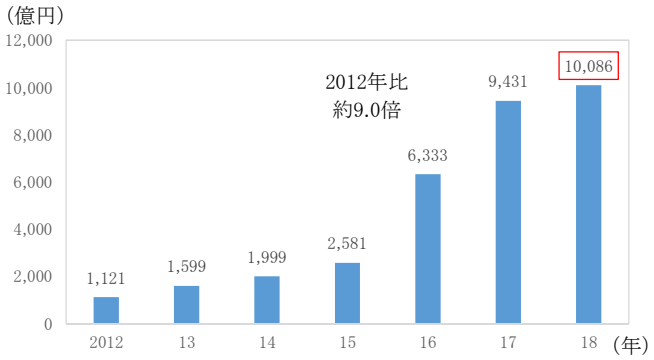
第５節　観光関連産業における投資の動向

本節では訪日外国人旅行者の増加に対応するための投資の動向を分析する。具体的には、宿泊業における投資動向を各種統計により確認するとともに、公開情報を収集し、製造業による工場建設等の投資の動向、外資系企業による観光関連産業への投資について主な事例を整理した。

（宿泊業の建築物工事予定額は約１兆円となり、６年で 9.0 倍）

建築物については、国土交通省「建築着工統計調査」において、ホテル、旅館等宿泊施設の建築物の着工棟数、着工床面積、工事費予定額が集計されている。これによると、宿泊業用建築物の工事予定額は、2012 年（平成 24 年）から 2018 年（平成 30 年）にかけて 1,121 億円から１兆 86 億円へと約９倍に増加している。

図表Ⅱ-36　宿泊業における建築物の工事予定額の推移（全国計）

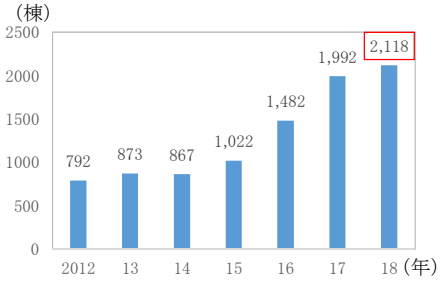


資料：国土交通省「建築着工統計調査」に基づき観光庁作成

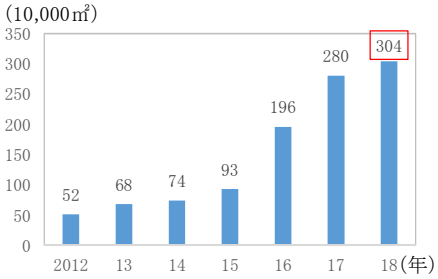
建築物の着工棟数及び床面積についても近年大きく増加しており、2018 年（平成 30 年）の着工棟数については、2012 年（平成 24 年）の約 2.7 倍、床面積については約 5.9 倍となっている。

図表Ⅱ-37　宿泊業における建築物の着工棟数及び床面積の推移（全国計）

（１）着工棟数



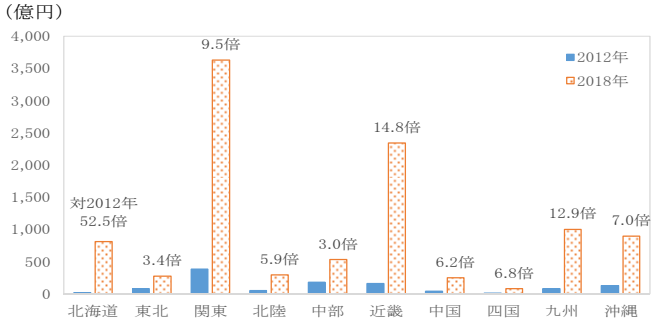
（２）床面積



資料：国土交通省「建築着工統計調査」に基づき観光庁作成

工事予定額を地方ブロック別にみると、全ての地方ブロックで伸びており、北海道、近畿、九州がそれぞれ 52.5 倍、14.8 倍、12.9 倍と２桁を超える伸びとなっているなど、地方においても投資が増加している。

図表Ⅱ-38　宿泊業における建築物の工事予定額の推移（地方ブロック別）



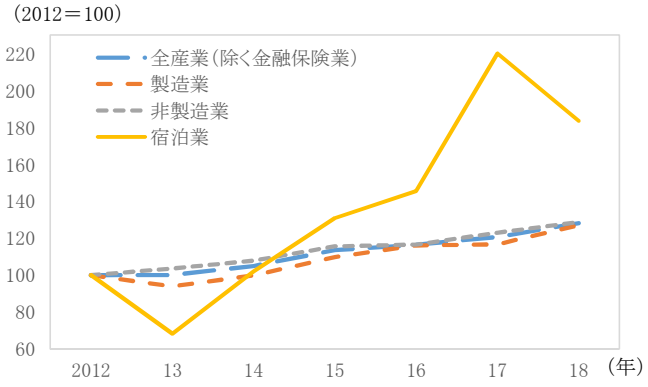
資料：国土交通省「建築着工統計調査」に基づき観光庁作成

（訪日客の増加に伴い宿泊業における設備投資が進んでいる）

財務省の「法人企業統計」により、宿泊業の設備投資の動向を確認すると、2012 年（平成 24 年）の設備投資額を 100 とした場合、2018 年（平成 30 年）は 184 と大幅に拡大しており、その拡大の勢いは他の産業と比べて非常に強い。

また、日本政策投資銀行の設備投資計画調査では、宿泊業を含むサービス業の設備投資は「訪日客が増加するなか、ホテルに加え、付加価値向上に向けたテーマパークの旺盛な投資により、４年連続で増加する」とされており[16]、近年の訪日外国人旅行者数の増加が宿泊業の投資の創出に貢献していることがみてとれる。

図表Ⅱ-39　宿泊業における設備投資推移



資料：財務省「法人企業統計」に基づき観光庁作成

（インバウンド需要は、宿泊業のみならず、幅広い業種、かつ全国各地で投資を創出）

観光庁において、2018 年（平成 30 年）１月から 2019 年（平成 31 年）４月までの新聞記事等により、訪日外国人旅行者やその消費の増加等に対応するため、宿泊業以外の企業で実施されている工場建設等の観光関連の投資案件に係る情報を収集した[17]。

製造業では、化学メーカー（化粧品等）、食品（製菓等）、日用品、部品・機械等、また、非製造業では、交通等の業種においても観光関連の投資が行われている。投資が行われる地域については、北海道から沖縄まで幅広い地域に広がっている。

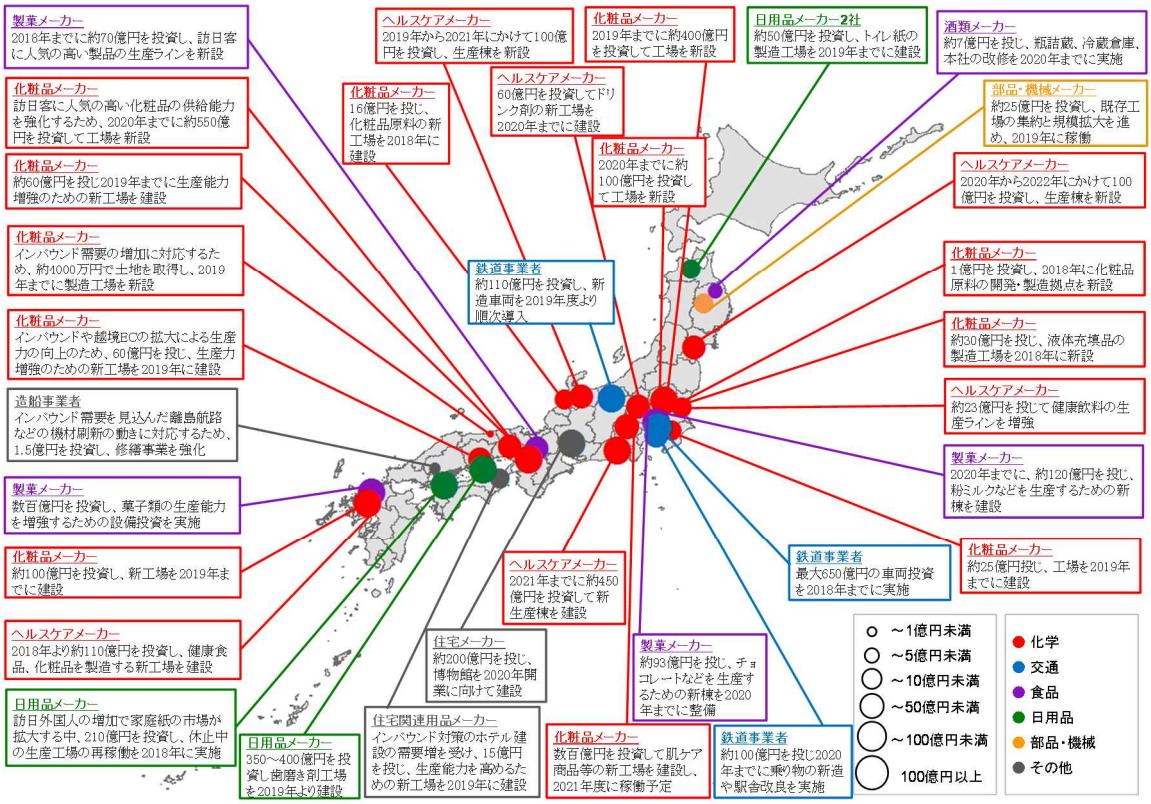
例えば、菓子類や食品を製造するメーカーでは、訪日客が帰国後に商品のリピーターとなり、海外での需要が高まっていることを背景に増産投資が実施されている。

また、化粧品メーカーでは、越境 EC の広がり等を背景として、日本で製品を増産し、中国等に輸出するため、日本各地で新工場、新生産棟等を建設するなど、投資が活発に行われている。

16 日本政策投資銀行「2017・2018・2019 年度　設備投資計画調査」（2018 年（平成 30 年）８月）。宿泊業を含むサービス業の設備投資について、2016 年度（平成 28 年度）7.7%、2017 年度（平成 29 年度）16.8%、2018 年度（平成 30 年度）23.8%と４年連続の増加が見込まれている。

17 投資案件の整理に当たっては、新聞記事、企業のプレスリリース、有価証券報告書を基に、投資目的として訪日外国人旅行者による需要増への対応を含む案件を抽出した。

図表Ⅱ-40　インバウンド対応投資の例



（観光関連産業への外国企業の参入が進む）

インバウンド消費が活性化する中で、宿泊施設やレジャー施設への需要の増加が外国企業にとってもビジネスチャンスとなっており、宿泊業をはじめとして外国企業の参入が増えている。

全国各地において、高級ホテル・長期滞在型ホテルの建設や、廃業したホテルの改修・建替等、富裕層を含む訪日外国人旅行者による幅広い宿泊需要に対応した投資が活発に行われている。

また、スキー場の運営に外国企業が参入するなど、リゾート開発も盛んである。例えば、新潟県では、韓国系企業が 2006 年（平成 18 年）に経営破たんしたスキー場を 2017 年（平成 29 年）に再生して営業している。

こういった観光関連産業への外国企業による参入は、地方の観光資源の再生や、新たな訪日需要の掘り起こしに貢献する役割を果たしていることがうかがえる。

図表Ⅱ-41　外国企業の参入の例

カテゴリー	参入企業	地域	時期（報道時点）	概要
不動産	シンガポール系企業	北海道（倶知安町）	2018年	シンガポール系企業が、スノーリゾートとして世界で知られる北海道倶知安町ひらふ地区に高級コンドミニアムを建設。2021年の完成を目指す。全190室で外資系などの開発が相次ぐ同地区で最大級。建設費は150億円規模とみられ、最高額のペントハウスは10億円程度で売り出す。
スキーリゾート	中国系企業	北海道（占冠村）	2015年	中国系企業が2015年にトマムの複合型リゾート施設を買収し、施設の整備を進めている。スキー場、ホテル、レストラン街などを備える総合リゾート施設で、訪日外国人の人気が高い。施設の運営管理は日系企業が担う。
スキーリゾート	海外投資家（共同投資）	岩手県（八幡平市等）	2016年	海外投資家が日本の投資会社との共同投資により、安比高原のスキー場などのリゾート施設やホテル等を運営する岩手県の企業を2016年に買収し、施設のリニューアル等により訪日外国人の誘客を図っている。
ホテル	中国系企業	静岡県（熱海市）	2018年	2001年に廃業し、長らく放置されていた熱海海岸の前に建つ大型ホテルを中国系企業が買収。2019年には総工費約100億円をかけ、全室スイートルームという熱海初の五つ星ホテルの開業が予定されている。
スキーリゾート	韓国系企業	新潟県（妙高市）	2018年	韓国系企業が、2006年に破綻したスキー場等のリゾート施設を買い取り再整備。全11コースのスキー場のほか、257室の高級ホテルも併設する。
ホテル	米国系企業	石川県（金沢市）	2017年	米高級ホテルチェーン大手は、日本で長期滞在型ホテルの運営を始めると発表。2020年に金沢市で第1弾を開業する。訪日外国人客が地方都市にも押し寄せており、北陸新幹線の開業で集客が見込める金沢に注目。20年までにブランド全体で10カ所増やす計画。
ホテル	米国系企業	大阪府（大阪市）	2018年	米国系企業と日本企業が大阪市に高級ホテルを2021年に開くと発表。背景にあるのは訪日客の増加が地方に波及し、東京五輪・パラリンピックの後も続くとの期待。
ホテル	英国系企業	大分県（別府市）	2017年	英国系ブランドの高級リゾートホテルが別府市進出。2019年夏に予定のホテル開業後も広大な敷地（約8万2千平方メートル）を生かして第2期、第3期と継続して開発を進める構想。欧米やアジアからの誘客に対応するため、英語が堪能な県内の外国人留学生を積極的に雇用する意向。
ホテル	米国系企業	沖縄県（伊良部島）	2017年	日系企業が米国系企業と共同で、沖縄県の伊良部島で2018年に開業する。訪日外国人旅行客が裾野の拡大をにらみ高級ホテルの展開を加速する。
ホテル	米国系企業	全国	2018年	米国系企業と日本企業は28日、地方の「道の駅」に併設したホテルを展開すると発表。体験型観光を求める訪日外国人らを取り込む。自治体と連携して各地に眠る食や文化など観光資源を深耕し、地域振興する狙いもある。

第６節　各国における訪日旅行契機の消費の動向

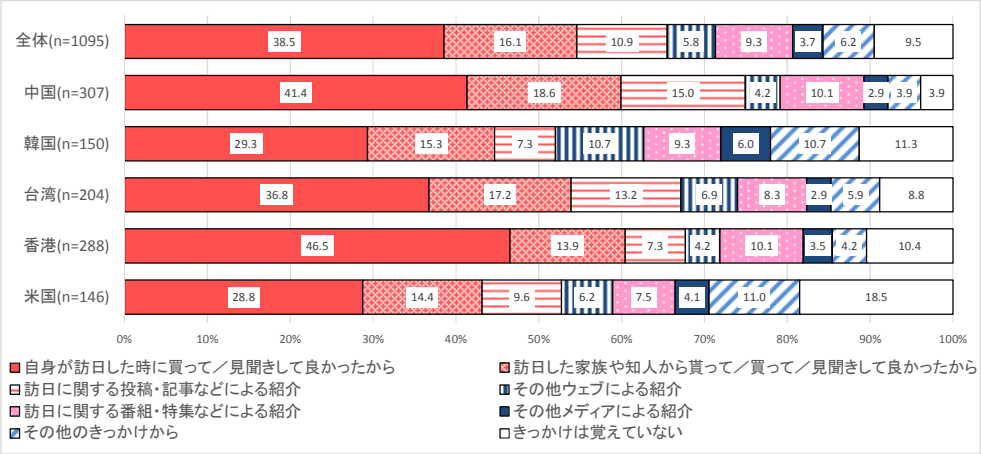
訪日外国人旅行客の増加は、日本国内における旅行消費額を増加させるのみならず、訪日旅行を契機として日本の商品やサービスの魅力を体感することにより、帰国後に日本の商品やサービスを購入・利用する動きを拡大させる効果もあるものと考えられる。こうした動きを確認するため、訪日観光が日本製品の購買や日本チェーンレストランの利用に与える影響について、観光庁において海外アンケート調査[18]を実施し、分析を行った。

（家族や知人の訪日も含めた訪日契機の日本製品の購入は食品等で５割前後）

日本製品を購入したきっかけ及び購入経路について、それぞれ国・地域別、品目別に集計した。ここでは、購入のきっかけとして、「自身が訪日した時に買って／見聞きして良かったから」とする割合（狭義の観光きっかけの割合）と、「訪日した家族や知人から貰って／買って／見聞きして良かったから」も含めた割合（広義の観光きっかけの割合）についてみていく。

まず、「農畜水産物（調整品を含む）」について、狭義の観光きっかけの割合は、全体でみると 38.5%となっており、国・地域別では香港の 46.5%が最も高い。また、広義の観光きっかけの割合をみると、全体では 54.6%となっており、国・地域別では香港の 60.4%が最も高い。

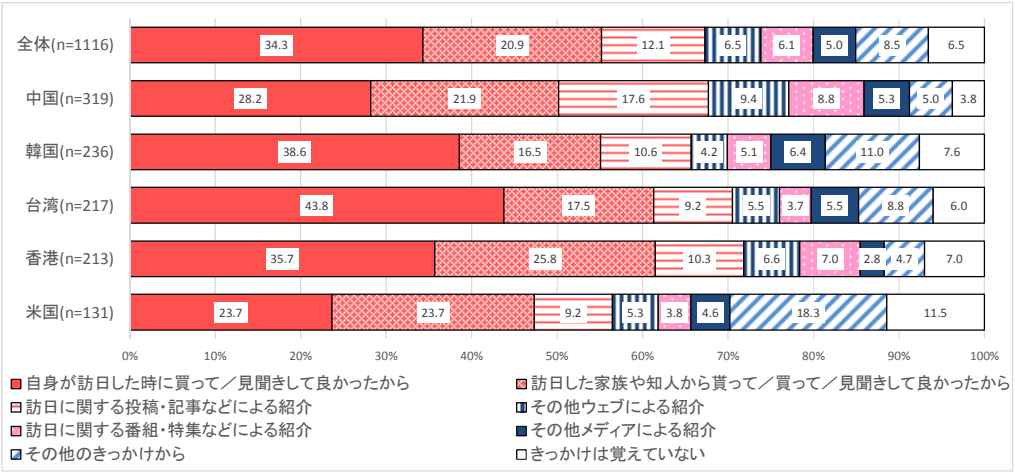
図表Ⅱ-42　購入のきっかけ（農畜水産物（調整品を含む））



資料：海外アンケート調査に基づき観光庁作成
注１：調査時点　2019 年（平成 31 年）２月

次に、「酒類」について、狭義の観光きっかけの割合は、全体でみると 34.3%となっており、国・地域別では台湾の 43.8%が最も高い。また、広義の観光きっかけの割合をみると、全体では 55.2%となっており、国・地域別では香港の 61.5%が最も高い。

図表Ⅱ-43　購入のきっかけ（酒類）



資料：海外アンケート調査に基づき観光庁作成
注１：調査時点　2019 年（平成 31 年）２月

[18] 訪日旅行者による旅行消費額が多い上位５箇国・地域（中国、台湾、韓国、香港、米国）を対象に、日本産製品を購入したきっかけ、購入経路、日本チェーンレストランの利用状況等を調査。

我が国の農林水産物・食品の輸出額は 2018 年（平成 30 年）には 9,068 億円に達しており、また、酒類（清酒、ウィスキー、ビール等）の輸出額は同年に 618 億円に達している。外国人観光客の多くは日本食や日本酒を求めて日本を訪れるが、これがきっかけとなって現地での日本産の農林水産物や日本酒の購入に繋がっており、こうした「好循環」をさらに伸ばしていくことが重要と考えられる。

（通販サイトで日本から日本製品を購入する割合は中国で最も高い）

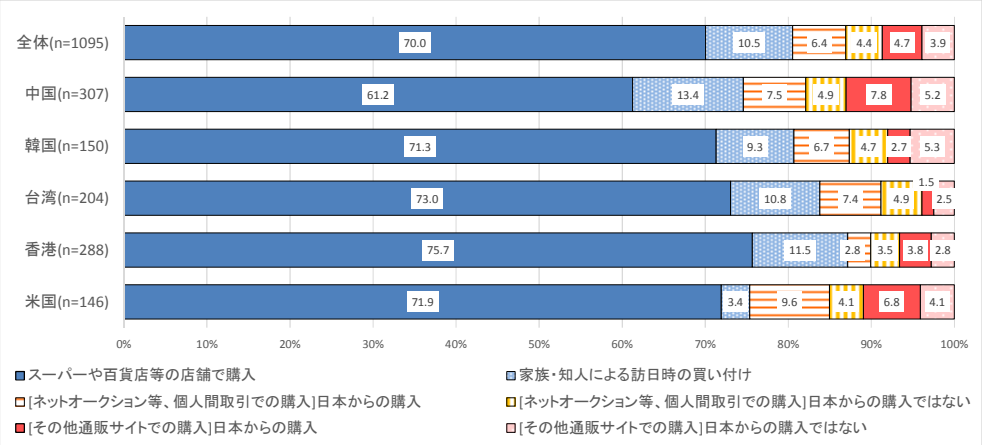
現地での「農畜水産物（調整品を含む）」の購入経路について、「スーパーや百貨店等の店舗で購入」の割合をみると、各国・地域での全体では 70.0%となっており、国・地域別では香港の 75.7%が最も高い。

「ネットオークション等、個人間取引での購入」（「日本からの購入」と「日本からの購入ではない」の合計）の割合をみると、全体では 10.8%となっており、国・地域別では米国の 13.7%が最も高い。

「その他通販サイトでの購入」（「日本からの購入」と「日本からの購入ではない」の合計）の割合をみると、全体では 8.7%となっており、国・地域別では中国の 13.0%が最も高い。

「その他通販サイトでの購入」のうち、「日本からの購入」の割合をみると、全体では 4.7%となっており、国・地域別では中国の 7.8%が最も高い。

図表Ⅱ-44　購入経路（農畜水産物（調整品を含む））



資料：海外アンケート調査に基づき観光庁作成
注１：調査時点　2019 年（平成 31 年）２月

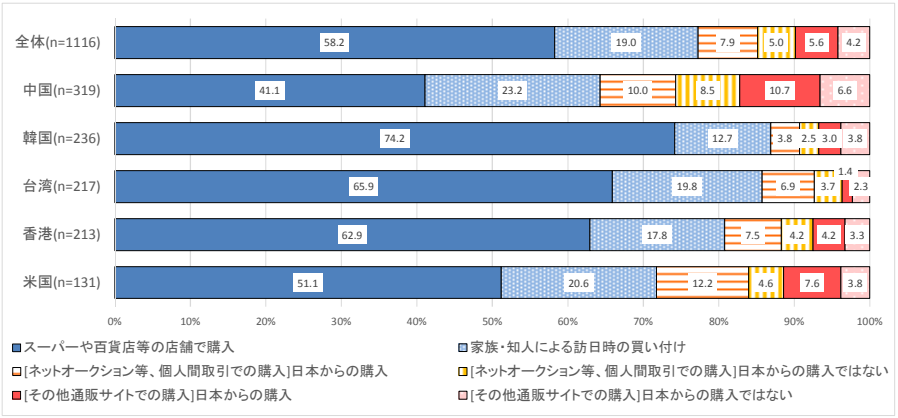
「酒類」について、「スーパーや百貨店等の店舗で購入」の割合をみると、全体では 58.2%となっており、国・地域別で韓国の 74.2%が最も高い。

「ネットオークション等、個人間取引での購入」（「日本からの購入」と「日本からの購入ではない」の合計）の割合をみると、全体では 12.9%となっており、国・地域別では中国の 18.5%が最も高い。

「その他通販サイトでの購入」（「日本からの購入」と「日本からの購入ではない」の合計）の割合をみると、全体では 9.9%となっており、国・地域別では中国の 17.2%が最も高い。

「その他通販サイトでの購入」のうち、「日本からの購入」の割合をみると、全体では 5.6%となっており、国・地域別では中国の 10.7%が最も高い。

図表Ⅱ-45　購入経路（酒類）

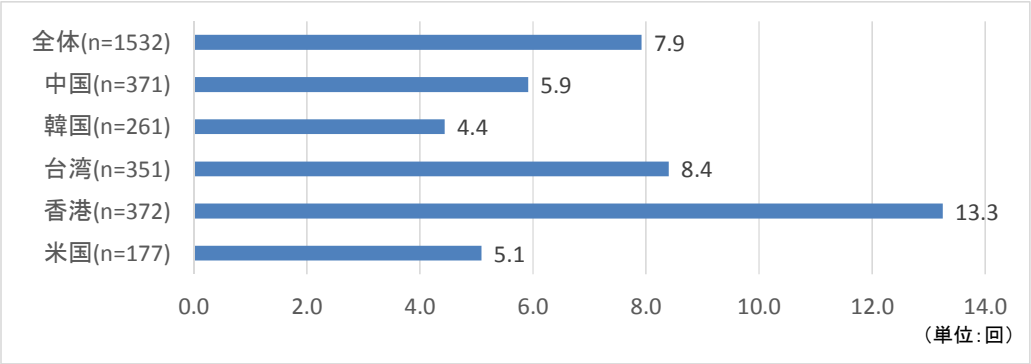


資料：海外アンケート調査に基づき観光庁作成
注１：調査時点　2019 年（平成 31 年）２月

（家族や知人の訪日も含めた訪日契機の日本チェーンレストランの利用は中国で６割弱）

海外に進出している日本のフランチャイズチェーンのレストラン（以下、「日本チェーンレストラン」という。）について、各国・地域における過去１年間での利用回数をみると、全体では 7.9 回となっており、国・地域別では香港の 13.3 回が最も多い。

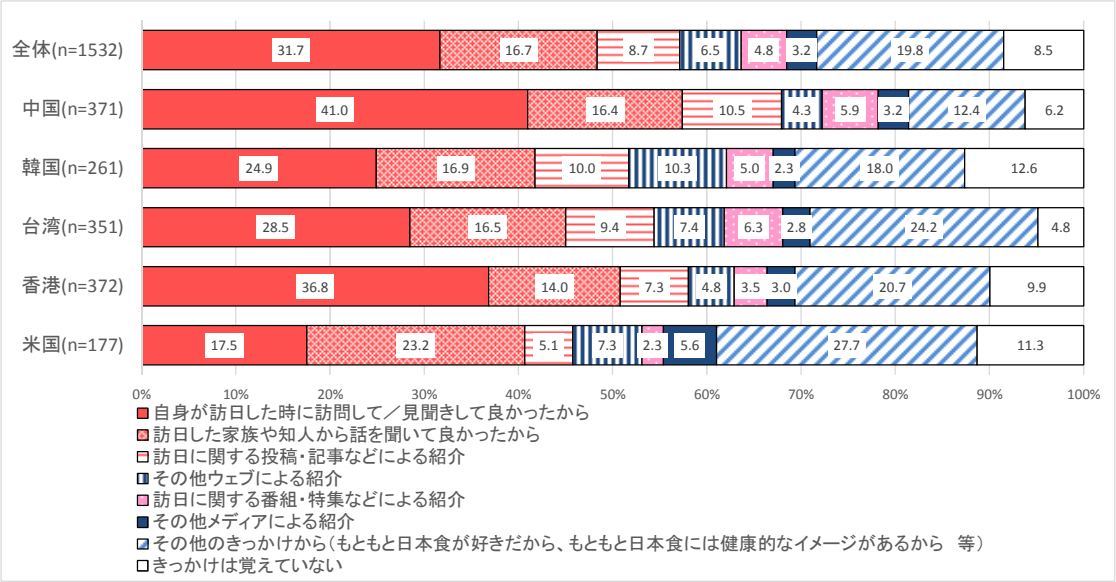
図表Ⅱ-46　過去１年間の日本チェーンレストランの利用回数



資料：海外アンケート調査に基づき観光庁作成
注１：調査時点　2019 年（平成 31 年）２月

次に、日本チェーンレストランを利用したきっかけについて、「自身が訪日した時に訪問して／見聞きして良かったから」とする割合（狭義の観光きっかけの割合）は、全体でみると 31.7%となっており、国・地域別では中国の 41.0%が最も高い。また、「訪日した家族や知人から見聞きして良かったから」も含めた割合（広義の観光きっかけの割合）をみると、全体では 48.4%となっており、国・地域別では中国の 57.4%が最も高い。

図表Ⅱ-47　日本チェーンレストランを利用したきっかけ



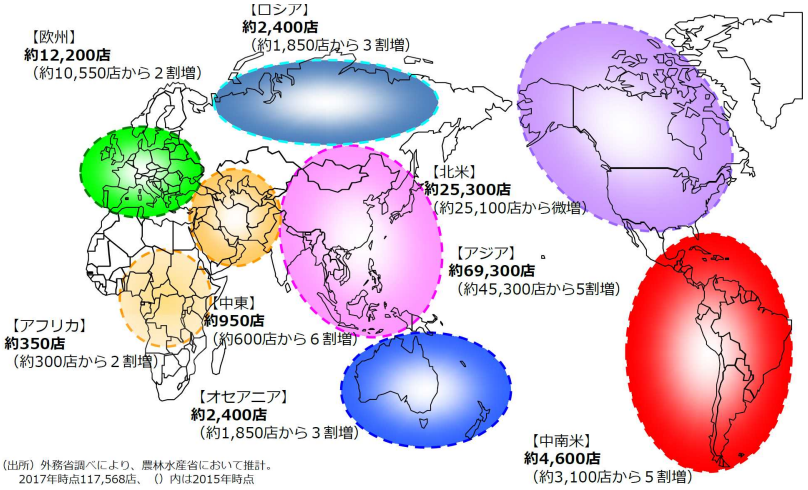
資料：海外アンケート調査に基づき観光庁作成
注１：調査時点　2019 年（平成 31 年）２月

農林水産省の調査[19]によると、海外における日本食レストランの数は拡大傾向にあり、2015 年（平成 27 年）から 2017 年（平成 29 年）にかけて、約 8.9 万店から約 11.8 万店へと約３割増加している。日本チェーンレストランはその一部ではあるが、仮に、日本国内のチェーンレストラン１店舗当たりの売上高[20]を基準に考えると、海外の日本食レストランの年間売上高は数兆円規模に上るものと見込まれる。

訪日旅行をきっかけとする日本チェーンレストランの利用の割合を考えると、訪日旅行は、海外での日本食レストランの利用を高めることを通じて、相当の経済的メリットをもたらしていることが推察される。

19 農林水産省「海外における日本食レストラン数」（平成 29 年）
20 （一社）日本フランチャイズチェーン協会「2017 年度『JFA フランチャイズチェーン統計調査』報告」によると、2017 年度（平成 29 年度）の外食業のチェーンの売上高は 4,193,933（百万円）、店舗数は 58,554。これらにより、１店舗当たりの売上高を算出すると、7,162 万５千円となる。

図表Ⅱ-48　海外における日本食レストランの数



以上の調査結果によれば、国籍・地域や対象となる商品によって程度は異なるものの、各国・地域における日本の食品等の購入については、およそ半数が本人もしくは家族・知人の訪日旅行がきっかけとなっていることが分かる。こうしたことから、インバウンドの増加は、我が国経済に対して、国内消費の増加という形だけではなく、輸出の増加という形でも貢献していることがうかがえる。また、中国をはじめとする各国・地域において、日本製品の購入の相当程度がインターネット経由で行われており、越境 EC 等の市場規模の拡大も相まって、日本製品の輸出増加がもたらされていることがうかがえる。さらに、日本チェーンのレストランについても、訪日旅行をきっかけに利用される状況が、日本製品の購入の場合と似通っており、インバウンドの増加が、日本チェーンの海外進出を促進する効果ももたらしている姿がみてとれる。

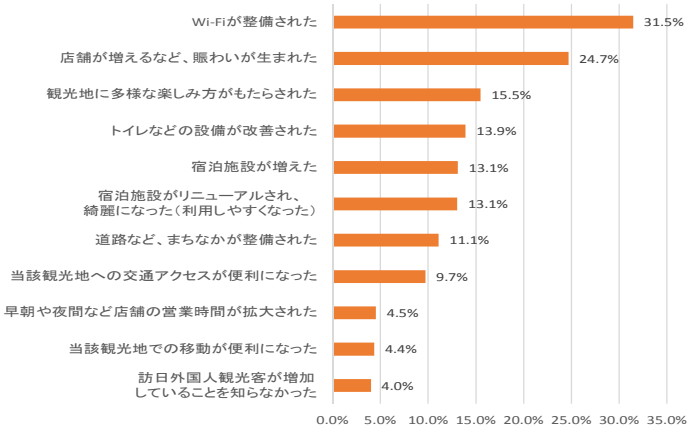
第２章　訪日外国人旅行者の増加が観光地に与える影響

訪日外国人旅行者の増加は、日本の観光地に賑わいをもたらし、国内消費を活性化する役割を果たしているが、日本人の国内旅行に対しては、観光地の混雑や、宿泊料金の上昇といったマイナス面があるとも指摘されている。そこで、訪日外国人旅行者の増加が国内の観光地や日本人の旅行にどのような影響を与えているかについて、観光庁において国内アンケート調査[21]を実施し、分析を行った。

（外国人旅行者の増加は観光地にWi-fi整備や賑わいの創出などの好影響をもたらしている）

調査の結果、訪日外国人旅行者の増加が観光地にもたらした好ましい影響については、「Wi-Fiが整備された」が31.5%と最も高かった。次いで、「店舗が増えるなど、賑わいが生まれた」（24.7%）、「観光地に多様な楽しみ方がもたらされた」（15.5%）、「トイレなどの設備が改善された」（13.9%）、「宿泊施設が増えた」（13.1%）の順となっている。

図表Ⅱ-49　訪日外国人旅行者の増加が観光地にもたらしたと思う好影響

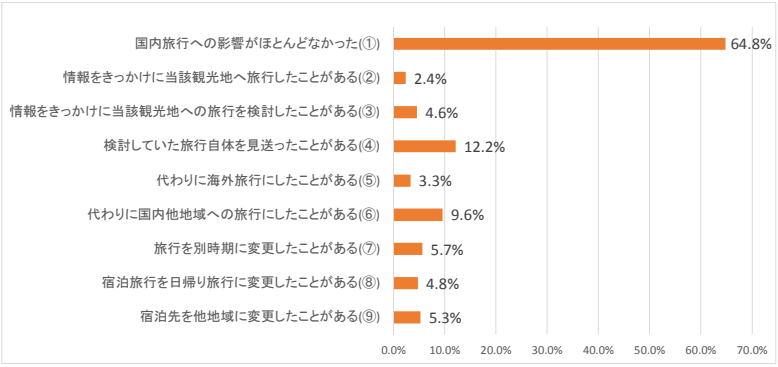


資料：国内アンケート調査に基づき観光庁作成
注１：調査時点　2019年（平成31年）２月

（訪日外国人旅行者の増加による国内旅行への影響は64.8%が「ほとんどなかった」）

観光地で訪日外国人旅行者が増加したという情報が旅行判断にどう影響したかを調査するため、「訪日外国人旅行者の増加やそれに伴う国内観光地の混雑や料金上昇等に関する情報を見聞きしたことで、直近１年以内に、旅行を計画する段階で当該観光地を検討対象から除外したことや、当該観光地への旅行計画を変更したことがあるか」との質問を行ったところ、「国内旅行への影響がほとんどなかった」という回答が64.8%と最も多かった。次いで、「検討していた旅行自体を見送ったことがある」（12.2%）、「代わりに国内他地域への旅行にしたことがある」（9.6%）、「旅行を別時期に変更したことがある」（5.7%）、「（当該地域に旅行したが）宿泊先を他地域に変更したことがある」（5.3%）の順となっている。

図表Ⅱ-50　観光地で訪日外国人旅行者が増加したという情報が旅行判断にどう影響したか

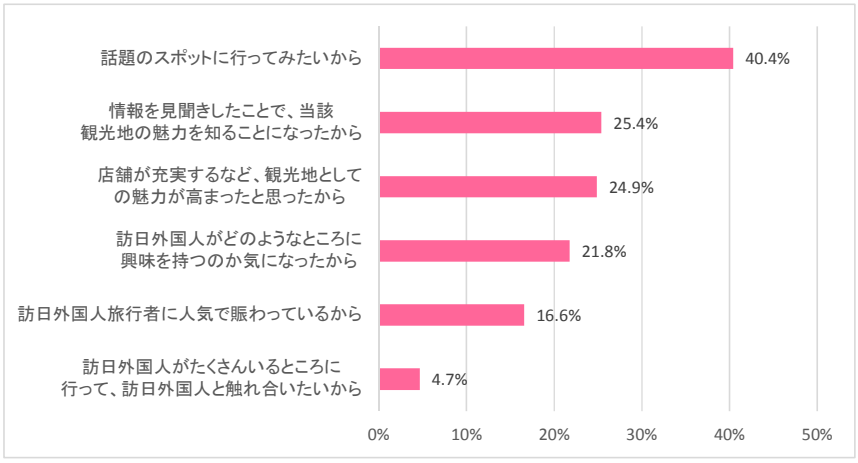


資料：国内アンケート調査に基づき観光庁作成
注１：調査時点　2019年（平成31年）２月

[21] 約１万人の日本人を対象に、過去１年間の国内旅行の状況、訪日外国人旅行者の増加がもたらす好ましい影響と好ましくない影響、訪日外国人旅行者の増加やそれに伴う国内観光地の混雑や料金上昇等に関する情報を見聞きしたことが自身の旅行に影響したかどうかなど調査し、何らかの影響があったと答えた方のうち1,000人を対象に、より詳細な内容を調査した。

また、当該観光地へ旅行したか旅行を検討した具体的な理由については、「話題のスポットに行ってみたいから」という回答が 40.4%と最も多かった。次いで、「情報を見聞きしたことで、当該観光地の魅力を知ることになったから」(25.4%)、「店舗が充実するなど、観光地としての魅力が高まったと思ったから」(24.9%)の順となっている。

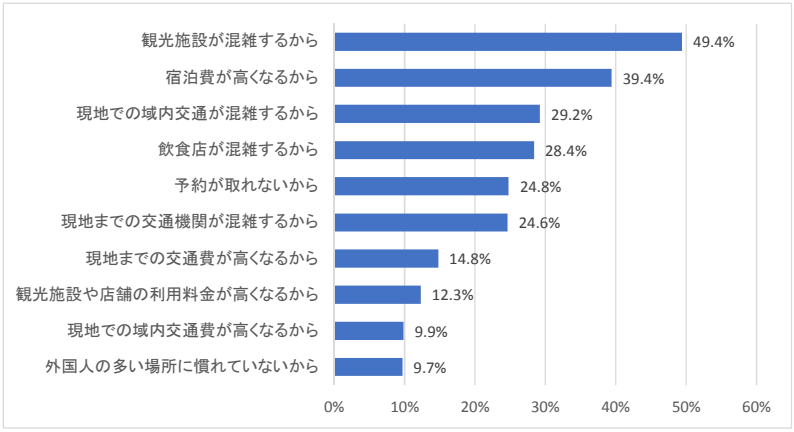
図表Ⅱ-51　訪日外国人旅行者が増加したという情報をきっかけに国内旅行をした又は検討した理由



資料：国内アンケート調査に基づき観光庁作成
注１：調査時点　2019 年（平成 31 年）２月
注２：「訪日外国人旅行者の増加やそれに伴う国内観光地の混雑や料金高騰等による影響があった」と答えた回答者（前の図表の選択肢①～⑧）の中から 1,000 人を抽出し、②、③のうち少なくとも１つを選択した回答者を対象に、当該項目について調査を行った。

他方、国内旅行を抑制した（検討していた旅行自体を見送った、代わりに海外旅行にした、宿泊旅行を日帰り旅行に変更した）具体的な理由については、「観光施設が混雑するから」という回答が 49.4%と最も多かった。次いで、「宿泊費が高くなるから」(39.4%)、「現地での域内交通が混雑するから」(29.2%)の順となっている。

図表Ⅱ-52　国内旅行を抑制した理由



資料：国内アンケート調査に基づき観光庁作成
注１：調査時点　2019 年（平成 31 年）２月
注２：「訪日外国人旅行者の増加やそれに伴う国内観光地の混雑や料金高騰等による影響があった」と答えた回答者（２つ前の図表の選択肢①～⑧）の中から、1,000 人を抽出し、④、⑤、⑧のうち少なくとも１つを選択した回答者を対象に、当該項目について調査を行った。

以上のように、外国人旅行者の増加は、観光地での混雑や宿泊料金の上昇といった国内旅行を抑制する影響も認められる一方で、環境整備や賑わいの創出といったメリットを観光地にもたらす面もあり、日本人の国内旅行のきっかけともなる場合もあることが分かる。外国人旅行者が増加している観光地においては、オフ期や周辺部への誘導等の観光客分散化策による混雑の緩和や、ゴミの持ち帰り等のマナー・ルール周知等の対策が求められるが、各地でこうした対策とともに、宿泊施設や二次交通等の整備が進められることが、外国人旅行者にとってより観光しやすい環境をもたらすのみならず、日本人にとってのデメリットを軽減し、観光地としての魅力を更に高め、国内旅行の一層の活性化にもつながることが期待される。

第３章　自然災害が旅行に与える影響

2018 年（平成 30 年）は、６月に「大阪府北部地震」、７月に「平成 30 年７月豪雨」、９月に「北海道胆振東部地震」と大きな災害が相次ぎ、交通インフラ等にも被害が及び、一時的に観光客の減少をもたらした。自然災害は、観光施設や、交通手段に被害をもたらすことにより、観光旅行の実施自体を困難にする場合もあるが、危険とのイメージがあるため念のため回避するというように、心理的な要因で旅行を抑制させている場合もあると考えられる。このような、自然災害が旅行の判断に与える様々な影響について、過去の事例や、アンケート調査の結果により分析を行った。

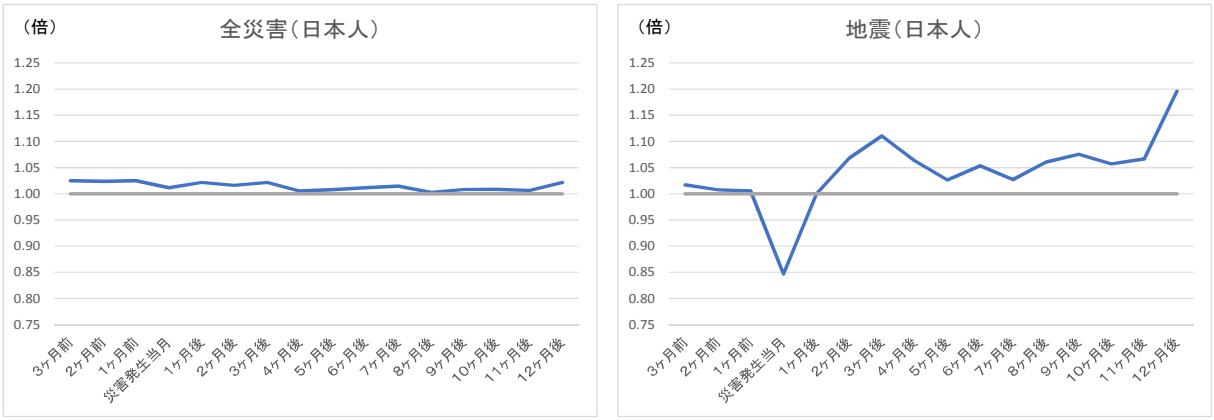
（地震災害の被災地では災害発生後に宿泊旅行者が減少する傾向がある）

自然災害の発生前後で、日本人と外国人の宿泊旅行にどのような影響がみられるかを分析するため、災害発生３箇月前から災害発生 12 箇月後までの、災害が発生した都道府県における日本人延べ宿泊者数と外国人延べ宿泊者数の前年同月比の推移を算出した。

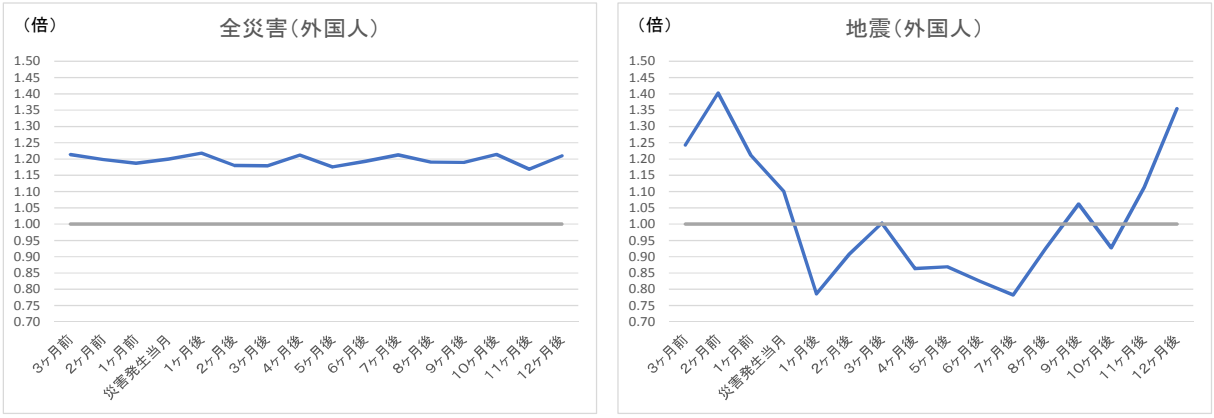
まず、2008 年（平成 20 年）４月から 2017 年（平成 29 年）までに発生した「特定非常災害」、「激甚災害」、「災害救助法適用災害」に該当する全ての災害について合計した結果をみると、日本人、外国人ともに、都道府県レベルの宿泊者数には、判別可能な程度の影響はなかった。

一方、地震のみについて合計した結果をみると、日本人、外国人ともに災害発生直後に延べ宿泊者数が大きく減少しており、日本人については早い段階で回復しているものの、外国人については災害発生後、約１年にわたり減少傾向が続いている。

図表Ⅱ-53　災害発生前後での被災地における延べ宿泊者数の前年同月比の推移（日本人）



図表Ⅱ-54　災害発生前後での被災地における延べ宿泊者数の前年同月比の推移（外国人）



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」、内閣府「防災白書」に基づき観光庁作成

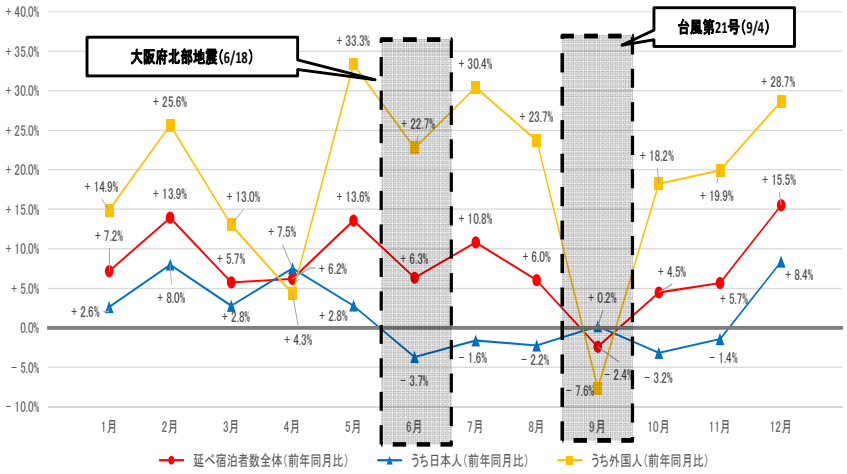
注１：「特定非常災害」、「激甚災害」、「災害救助法適用災害」のうち、2008 年（平成 20 年）４月～2017 年（平成 29 年）に発生した災害を対象として、被災した都道府県における災害発生月の３箇月前から 12 箇月後までの日本人延べ宿泊者数、外国人延べ宿泊者数の前年同月比を調べた（対象とした災害は、地震６件、豪雨等 112 件、豪雪等９件、噴火等２件、その他 48 件である。）。

注２：被災した都道府県について、「激甚災害（早期局激）」「激甚災害（年度末局激）」「災害救助法適用災害」については適用市町村の属する都道府県、その他は防災白書附属資料の「過去 5 年の激甚災害の適用実績」に「主な被災地」として記載されている都道府県とした。

注３：「宿泊旅行統計調査」の 2018 年（平成 30 年）の数値は速報値。

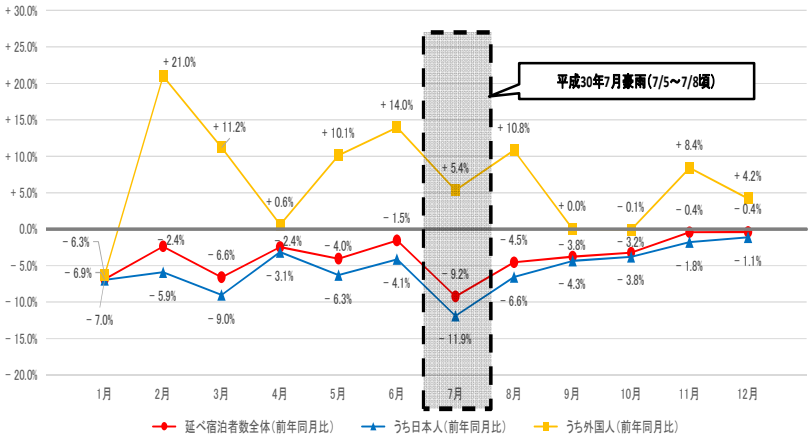
なお、2018 年（平成 30 年）に発生した「大阪府北部地震」、「台風第 21 号」、「平成 30 年 7 月豪雨」、「北海道胆振東部地震」については、災害後一時的に被災地での延べ宿泊者数が減少したものの、「ふっこう割」等の効果もあり、いずれも比較的短期間で回復がみられた。

図表Ⅱ-55　災害前後の大阪府における延べ宿泊者数（大阪府北部地震、台風第 21 号）



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」
注：2018 年（平成 30 年）の数値は速報値

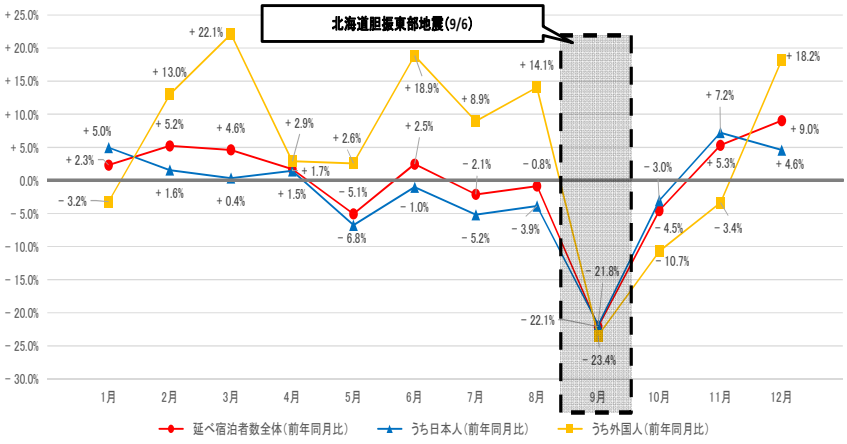
図表Ⅱ-56　災害前後の被災地域等 13 府県(※)における延べ宿泊者数（平成 30 年 7 月豪雨）



(※)岐阜県、京都府、兵庫県、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、福岡県の合計

資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」
注：2018 年（平成 30 年）の数値は速報値

図表Ⅱ-57　災害前後の北海道における延べ宿泊者数（北海道胆振東部地震）



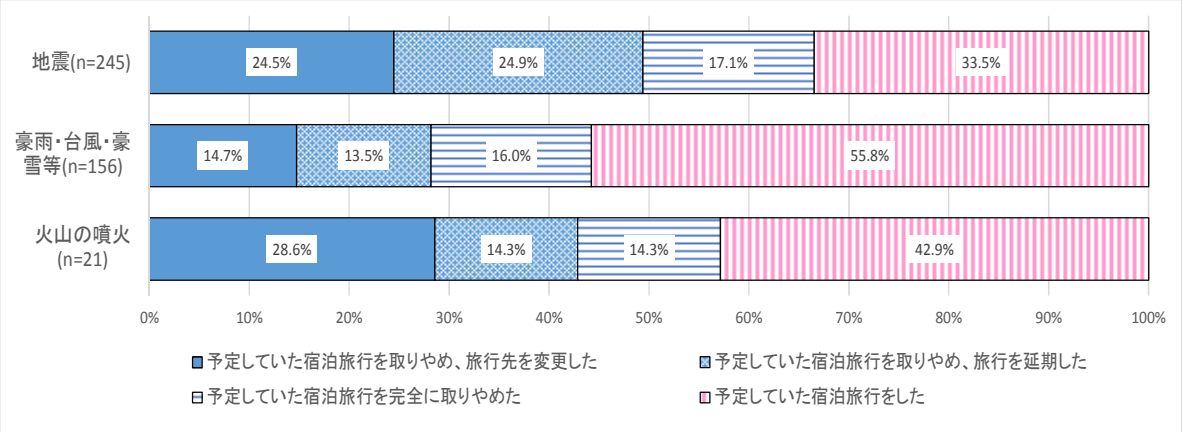
資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」
注：2018 年（平成 30 年）の数値は速報値

（災害の種類によって旅行計画への影響の仕方は異なる）

自然災害の発生が旅行判断に与える影響を分析するため、観光庁において日本国内でのアンケート調査を実施した。以下の調査結果については、宿泊旅行を予定していた国内の旅行先が自然災害の被害を受けた回答者を集計の対象にしたものである。

調査の結果、自然災害の発生が旅行計画に与えた影響については、いずれの災害の場合でも「予定していた宿泊旅行をした」が最も多くなっているが、その割合は、豪雨・台風・豪雪の場合が 55.8%であるのに対し、地震の場合は 33.5%と 20 ポイント以上も小さい。地震の場合は、自然災害の影響で、旅行を取りやめたり、旅行先の変更や旅行の延期をしたりした割合が全体の約３分の２を占めている。

図表Ⅱ-58　自然災害発生後にとった行動（災害種類別）

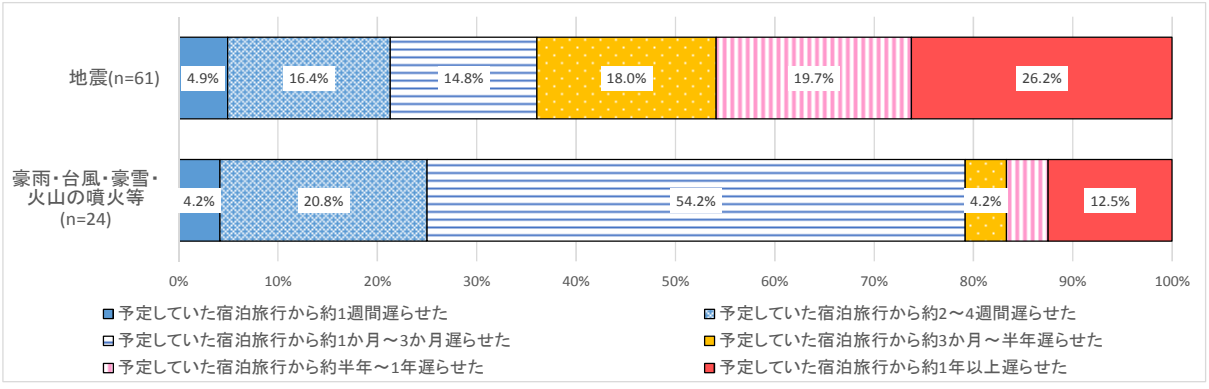


資料：国内アンケート調査に基づき観光庁作成
注１：調査時点　2019 年（平成 31 年）２月

次に、予定していた宿泊旅行を延期した期間については、地震の場合は「予定していた宿泊旅行から約１年以上遅らせた」が 26.2%と最も多く、次いで、「予定していた宿泊旅行から約半年～１年遅らせた」(19.7%)、「予定していた宿泊旅行から約３か月～半年遅らせた」(18.0%）の順となっており、比較的長期間となっている。

他方、豪雨・台風・豪雪・火山の噴火等の場合は「予定していた宿泊旅行から約１か月～３か月遅らせた」が 54.2%と最も多く半数以上を占めている。次いで、「予定していた宿泊旅行から約２～４週間遅らせた」(20.8%)、「予定していた宿泊旅行から約１年以上遅らせた」(12.5%）の順となっている。

図表Ⅱ-59　予定していた宿泊旅行を延期した期間（災害種類別）



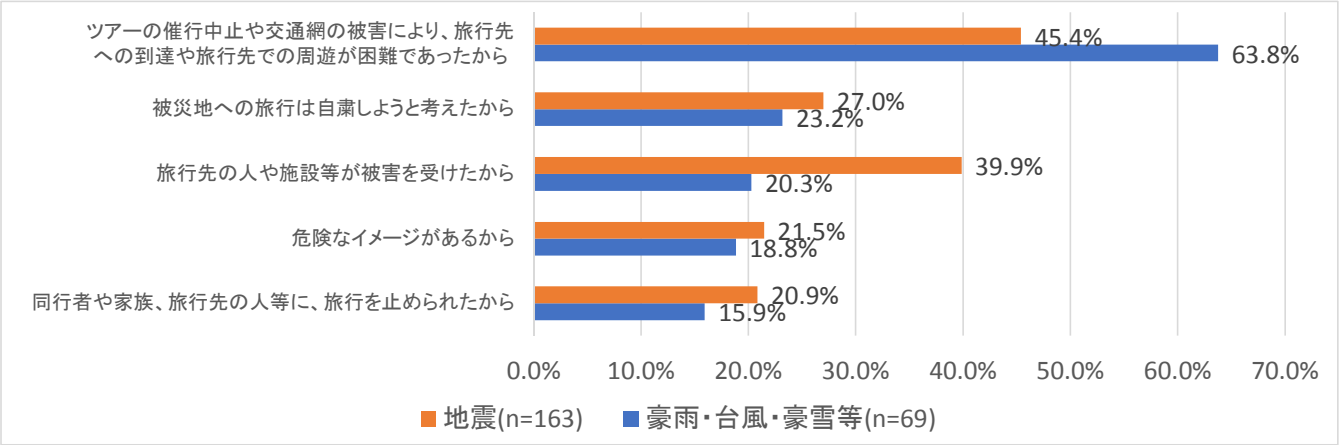
資料：国内アンケート調査に基づき観光庁作成
注１：調査時点　2019 年（平成 31 年）２月

旅行を取りやめたり、旅行先の変更や旅行の延期をしたりした理由については、地震の場合は「ツアーの催行中止や交通網の被害により、旅行先への到達や旅行先での周遊が困難であったから」が 45.4%と最も多く、次いで、「旅行先の人や施設等が被害を受けたから」(39.9%)、「被災地への旅行は自粛しようと考えたから」(27.0%) の順となっている。

豪雨・台風・豪雪等の場合は「ツアーの催行中止や交通網の被害により、旅行先への到達や旅行先での周遊が困難であったから」が 63.8%と最も多く、次いで、「被災地への旅行は自粛しようと考えたから」(23.2%)、「旅行先の人や施設等が被害を受けたから」(20.3%) の順となっている。

地震の場合と豪雨・台風・豪雪等の場合とを比較すると、地震の場合の方が、実際の被害状況以外の理由を挙げる割合が大きい。

図表Ⅱ-60　旅行を取りやめたり、旅行先の変更や旅行の延期をしたりした理由（災害種類別）



資料：国内アンケート調査に基づき観光庁作成
注１：調査時点　2019 年（平成 31 年）２月

以上みてきたように、災害の種類によって旅行判断への影響の仕方は異なり、特に地震については、旅行を抑制する影響が強く、影響の期間も長くなる傾向にある。また、実際の被害の状況のみならず、危険なイメージがあるといった主観的な理由により旅行を抑制するケースも一定程度存在する。このため、災害が生じた場合には、心理的な要因による旅行回避の動きが過度に広がらないことが重要と考えられる。

2018 年（平成 30 年）は「平成 30 年７月豪雨」、「平成 30 年台風第 21 号」、「平成 30 年北海道胆振東部地震」等大規模な災害が相次いで発生し、各観光地に影響を及ぼしたが、政府は、これら災害による風評被害等の影響を最小限に留めるべく、被災地における宿泊料金の低廉化等の支援や、訪日プロモーションの実施等により、風評被害の防止や観光需要の早期回復を図った。

また、災害発生時に外国人旅行者が情報を適切に入手できないという課題に対応するため、日本政府観光局のコールセンター（Japan Visitor Hotline)において 英語、中国語、韓国語できめ細かい相談対応ができる体制を確立したほか、日本政府観光局認定観光案内所に対して非常用電源や携帯電話充電機器の整備等を支援した。さらに日本政府観光局のウェブサイトや公式 SNS により、訪日外国人旅行者の出身国に応じた多言語でのきめ細かい災害関係情報の発信等、各国語できめ細かい相談ができる体制の確立や、スマホ等の充電環境の整備、SNS 等による災害関連情報の発信等、非常時における訪日外国人旅行者の安全・安心確保に向けた措置を講じた。

このような取組の効果もあり、被災地における観光客数は回復しているが、今後とも災害による影響を最小限に留め、安心して旅行できる環境を整備すべく、不断の改善措置を講じていくことが重要である。

第Ⅲ部　平成 30 年度に講じた施策

第１章　観光資源の魅力を極め、「地方創生」の礎に

第１節　魅力ある公的施設・インフラの大胆な公開・開放

１　我が国の歴史や伝統にあふれる公的施設の公開・開放
２　更なる公的施設・インフラの公開・開放の検討
３　地域振興に資する観光を通じたインフラの活用
４　公的施設の公開・開放についての情報発信

第２節　文化財の観光資源としての開花

１　「文化財活用・理解促進戦略プログラム 2020」の策定
２　文化庁の京都への移転
３　世界文化遺産の観光への活用
４　観光地域魅力創造の推進
５　文化芸術資源を活用した地域活性化

第３節　国立公園の「ナショナルパーク」としてのブランド化

１　美しい自然資源の観光資源としての利用促進
２　「国立公園満喫プロジェクト」の推進
３　観光地域魅力創造の推進

第４節　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

１　景観計画等の策定促進及び無電柱化の推進
２　国営公園の魅力的な景観等の活用
３　美しい自然・景観等の観光への活用
４　明治記念大磯邸園の整備の推進

第５節　滞在型農山漁村の確立・形成

１　美しい農山漁村において日本の自然や生活を体感し満喫してもらうための取組
２　農畜産物のお土産に関する動植物検疫の環境整備
３　インバウンドと農林水産物・食品の輸出の一体的推進
４　農業遺産の観光への活用
５　地域観光資源としてのジビエ料理・商品の情報発信の促進

第６節　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

１　人材
２　地方公共団体・情報発信
３　金融・公的支援
４　規制・制度改革

第７節　新たな観光資源の開拓

１　「楽しい国　日本」の実現に向けたコンテンツの育成
２　地域観光資源の多言語解説整備の支援
３　外国人に対するイベント情報の提供と参加の円滑化
４　美術館や博物館の観覧者の満足度向上
５　日本エンターテインメントの発信拠点の整備

第８節　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

１　地方における消費税免税店数の増加
２　商店街等に対する支援
３　ふるさと名物応援事業の推進

４　優れた地方産品等の活用による地方への誘客
５　伝統工芸品産地への訪日外国人旅行者の受入れ促進
６　地域の消費に係る統計の充実
７　保税売店の市中展開による買い物魅力の向上
８　ICT を活用したスマートシティの推進
９　消費や投資を促進する観光地高度化計画の策定の推進

第９節　広域観光周遊ルートの世界水準への改善
１　広域観光周遊ルートに対する専門家チーム（パラシュートチーム）の派遣
２　テーマ別観光ルートの推進
３　国、地方、民間等が連携した新たな協議会の設置
４　都市周遊ミニルートの選定
５　観光地における渋滞対策の強化
６　広域産業観光事業の実施
７　「観光ビジョン推進地方ブロック戦略会議」の設置・運営
８　ガーデンツーリズムの推進

第 10 節　「観光立国ショーケース」の形成の推進

第 11 節　東北の観光復興
１　東北６県の外国人宿泊者数の増加に向けた取組
２　復興観光拠点都市圏への重点的な支援
３　全世界を対象としたデスティネーション・キャンペーンの実施
４　「東北６県見るもの・食べもの・買いもの 100 選」の発信
５　東北観光復興対策交付金による重点的な支援
６　ホストタウンの推進及び海外への情報発信の支援
７　防災学習も含めた教育旅行の再興
８　仙台空港の LCC 拠点化の促進
９　「グリーン復興プロジェクト」の推進
10　新たな復興ビジネスモデルの支援

第２章　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

第１節　観光関係の規制・制度の総合的な見直し
１　通訳案内士
２　ランドオペレーター
３　宿泊業
４　旅行業
５　観光地再生・活性化ファンド（仮称）
６　通訳案内士・ガイドへのアクセシビリティの改善

第２節　民泊サービスへの対応
１　民泊サービスのルールづくりに向けた検討
２　国家戦略特区制度を活用した多様なニーズへの対応

第３節　産業界ニーズを踏まえた観光経営人材の育成・強化
１　観光産業の担い手の３層構造による育成
２　国家戦略特別区域制度を活用したクールジャパン・インバウンド外国専門人材の就労促進

第４節　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
１　旅館等に対する投資促進
２　宿泊産業事業者の人材育成
３　多様なニーズへの対応
４　宿泊施設整備の促進
５　海外 LCC 企業等の日本進出支援
６　宿泊施設のバリアフリー化促進

第５節　「世界水準の DMO」の形成・育成
１　「日本版 DMO 登録制度」の登録法人に対する支援
２　「世界水準の DMO」 の形成に向けた支援の実施

第６節　「観光地再生・活性化ファンド」の継続的な展開
１　観光まちづくりに関する投資ノウハウ・人材支援に関する機能の安定的・継続的提供

第７節　次世代の観光立国実現のための財源の活用

第８節　訪日プロモーションの戦略的高度化
１　オリパラ後も見据えた訪日プロモーションの取組
２　大規模国際競技大会の開催を活用した観光客の誘客
３　欧米豪を中心とした訪日層の拡大
４　日本各地の観光資源を活用した地方への誘客促進
５　スポーツツーリズム・ムーブメントの創出
６　日本政府観光局の機能強化
７　海外の旅行代理店販売員の人材育成支援
８　訪日外国人旅行者の満足度向上によるリピーターの拡大

第９節　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
１　インターネットを活用した取組
２　欧米豪を中心とする富裕層をターゲットとした旅行先としての日本のブランドイメージの確立
３　在外公館や放送コンテンツ等の活用による日本の魅力の発信
４　風評被害を最小限に抑えるプロモーション
５　観光分野における多国間枠組みへの貢献
６　二国間関係の強化による双方向交流の拡大
７　先住民族としてのアイヌ文化等の発信
８　外国メディア招へいや在京外国メディア記者向けプレスツアーを活用した情報発信
９　旅客船・フェリーの観光利用促進のための効果的な情報発信

第 10 節　MICE 誘致の促進
１　MICE 誘致促進に向けた支援体制の構築

第 11 節　IR に係る法制上の措置の検討

第 12 節　ビザの戦略的緩和

第 13 節　訪日教育旅行の活性化
１　地域における調整・相談窓口の構築及び地域の観光部局と教育部局の連携の促進
２　海外と地域をつなげる一元的な相談窓口の設置
３　訪日教育旅行に対する理解の促進
４　訪日教育旅行の地方への誘致

第 14 節　観光教育の充実

１　観光・旅に関する教育の充実に向けた取組
２　若者や学生の観光をテーマとした教育機会の充実

第 15 節　若者のアウトバウンド活性化
１　旅行費用軽減をはじめとする若年層の海外旅行促進
２　観光分野における多国間枠組みへの貢献
３　二国間関係の強化による双方向交流の拡大
４　旅行安全情報等に関する情報プラットフォームの構築

第３章 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

第１節　最先端技術を活用した革新的な出入国審査等の実現
１　世界初の出入国審査パッケージの導入、世界最高水準の技術の活用等の取組
２　FAST TRAVEL の推進
３　先進的な保安検査機器の導入
４　出入国審査ブース・CIQ 体制の充実
５　税関検査場電子申告ゲート等の整備
６　ファーストレーンの整備促進
７　乗客予約記録の分析・活用の高度化
８　CIQ 体制の強化による更なる円滑かつ厳格な出入国審査体制の実施（審査ブース端末の増設等）
９　出発国における事前スクリーニングによる渡航防止のための仕組みの導入
10　上陸審査等の合理化（ED カード及び在留資格認定証明書の電子化）

第２節　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
１　ボトルネックとなっている宿泊施設、観光バス乗降場等の整備促進
２　都市公園内に設置される民間施設からの収益を公園管理費に充当する仕組みの構築
３　都市公園内への観光案内所等の設置促進
４　会議施設等の整備や統一的な案内サイン、バリアフリー化等の整備への重点支援
５　日本の都市の魅力を海外に発信するシティ・フューチャー・ギャラリー（仮称）構想の推進
６　道路空間と観光の連携の推進

第３節　キャッシュレス環境の飛躍的改善
１　海外発行カード対応 ATM の設置促進
２　クレジットカード決済対応等の取組

第４節　通信環境の改善と誰もが一人歩きできる環境の実現
１　通信環境の飛躍的向上
２　誰もが一人歩きできる観光の実現等に向けた取組
３　観光案内拠点の充実
４　観光地の公衆トイレの洋式化
５　ムスリム対応の強化
６　訪日外国人旅行者の移動円滑化に資する情報の整備
７　「道の駅」の通信環境等の整備
８　受入環境向上に向けた調査の実施
９　ICT を活用したスマートシティの推進
10　地域における IoT/ICT を利用した観光クラウドシステムの普及展開
11　持続可能な観光地域づくりに向けた対策の強化

第５節　多言語対応による情報発信

第６節　急患等にも十分対応できる外国人患者受入体制の充実
１　「訪日外国人旅行者受入れ医療機関」等の更なる整備とその他の医療機関への周知の実施

２　訪日外国人旅行者に対する医療機関情報の提供強化
３　訪日外国人旅行者の保険加入促進

第７節　「世界一安全な国、日本」の良好な治安等を体感できる環境
１　交番等における訪日外国人旅行者対応の強化
２　救急活動時における多言語翻訳システムの活用促進
３　熱中症対応も含めた救急車利用ガイドの提供
４　気象情報の外国語での提供
５　多言語による情報伝達の優れた事例等の全国での共有
６　災害時の避難受入施設に関する体制強化
７　感染症対策の着実な実施
８　訪日外国人旅行者の国内における消費活動に係る相談体制の強化
９　外国人運転者にも分かりやすい道路標識の整備
10　プッシュ型の洪水情報の配信の推進
11　訪日外国人のレンタカー利用時における利便性の向上

第８節　「地方創生回廊」の完備
１　新幹線・高速道路等の高速交通網の活用
２　鉄道の観光資源としての魅力発信
３　訪日外国人旅行者のドライブツーリズムの促進
４　訪日外国人旅行者向け周遊ドライブパスの展開
５　「道の駅」を核とした地域振興
６　地方版図柄入りナンバープレートの導入による地域の魅力の発信
７　北海道において観光列車を運行させる外部事業者を公募するための仕組みの検討
８　ICT・AI を活用したエリア観光渋滞対策

第９節　地方空港のゲートウェイ機能強化と LCC 就航促進
１　複数空港の一体運営の推進
２　地方空港の着陸料軽減
３　首都圏空港の容量拡大
４　首都圏におけるビジネスジェットの受入環境の改善
５　地方空港の LCC・チャーター便の受入促進
６　新規誘致に係る日本政府観光局（JNTO）の協働プロモーション支援
７　空港におけるおもてなし環境・賑わいの創出
８　LCC ターミナル等の整備
９　高速バス・LCC 等の利用促進
10　海外 LCC 企業等の日本進出支援
11　空港アクセスの利便性向上
12　コンセッション方式等の活用の推進
13　国内管制空域の抜本的再編による管制処理容量の向上

第 10 節　クルーズ船受入の更なる拡充
１　「北東アジア海域をカリブ海のような世界的なクルーズ市場に」の実現に向けた取組

第 11 節　公共交通利用環境の革新
１　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た取組
２　手ぶら観光の推進
３　相互利用可能な交通系 IC カードの普及促進
４　安全対策を前提とした貸切バスの利用促進
５　訪日外国人旅行者のストレスフリーな交通利用環境の実現
６　新幹線の無料 Wi-Fi 環境等の整備促進
７　訪日外国人の移動に関するデータ（FF-Data）の整備

８　世界に誇るサイクリング環境の創出

第 12 節　休暇改革
１　働き方・休み方改革の推進
２　休暇取得の分散化等による観光需要の平準化
３　「海の日」を活用した観光需要拡大

第 13 節　オリパラに向けたユニバーサルデザインの推進
１　「ユニバーサルデザイン 2020」のとりまとめ
２　ユニバーサルデザインの街づくり
３　「心のバリアフリー」
４　ICT を活用した歩行者移動支援の普及促進
５　障害者の芸術・文化活動支援

第Ⅳ部　令和元年度に講じようとする施策

第１章　外国人が真の意味で楽しめる仕様に変えるための環境整備

第１節　観光地
第２節　交通機関
第３節　文化財・国立公園
第４節　農泊

第２章　地域の新しい観光コンテンツの開発

第１節　文化財
第２節　国立公園
第３節　公的施設・インフラ
第４節　古民家や城泊・寺泊等
第５節　農泊
第６節　観光地・交通機関

第３章　日本政府観光局と地域（地方公共団体・観光地域づくり法人）の適切な役割分担と連携強化

第４章　地方誘客・消費拡大に資するその他主要政策

第１節　出入国の円滑化
第２節　ビザの戦略的緩和
第３節　空港
第４節　MICE・IR
第５節　持続可能な観光地域づくり
第６節　国際観光旅客税の活用
第７節　アウトバウンド・国内観光
第８節　東北の観光復興
第９節　「観光立国ショーケース」の形成の推進
第 10 節　観光統計