

オーバーツーリズム対策に向けた 手ぶら観光推進に係る調査事業 調査結果報告

EYストラテジー・アンド・コンサルティング株式会社
2026年2月13日



The better the question. The better the answer. The better the world works.



Shape the future
with confidence

今回の調査事業の調査項目は以下の通り。本日の勉強会では、利用者視点に重点を置き、空港アンケート・モニターツアーを中心に調査結果を報告

調査項目	実施概要	主な調査内容
旅行導線分析	ビックデータを用いて、インバウンド観光客の旅行導線を分析。主要旅行導線を分類化	<ul style="list-style-type: none"> 民間および政府公表データを用いたインバウンド観光客の旅行導線の類型化 等
事業者調査	手ぶら観光サービスに取り組まれている事業者や自治体に対し、アンケートならびにインタビューを実施	<ul style="list-style-type: none"> サービス運営体制や事業における工夫点・課題 今後の事業展望や求める政策的支援 等
海外事例調査	手ぶら観光サービスの海外成功事例を、主にデスクトップ調査を通じて調査	<ul style="list-style-type: none"> 海外手ぶら観光の代表サービスの実績 シティチェックインの導入事例 等
本日までのご報告		
アンケート	インバウンド観光客約1,500名 を対象に、日本における手ぶら観光サービスの 実態調査アンケート を国内主要3空港で実施	<ul style="list-style-type: none"> サービスの利用実態・利用意向 サービスの利用満足度や改善点 サービス普及に向けた課題 等
モニターツアー	日本在住の外国人が参加者として、 手ぶら観光サービス利用のモニターツアー を、ゴールデンルート・関西ルートで実施	<ul style="list-style-type: none"> 参加者アンケート・座談会を通じた利用者生の声の取得 位置情報により、サービス利用における観光時間や移動範囲の変化計測 等

手ぶら観光サービス利用実態調査の結果を踏まえ、今後のサービスの普及や定着に向けたポイントをご説明いたします

	ポイント	概要
総論	① 利用者満足度の高さ	• 満足度に加え、再利用・推奨意向も高く、手ぶら観光サービスは観光客に高い体験価値を提供している
	② 潜在的な利用ニーズの高さ	• サービス利用意向者数と実利用者数との間には顕著な乖離が存在していることから、潜在的なニーズは高いと考えられる
サービスの普及・利用促進に向けた要諦	① 利用経験者からのサービスの拡散	• 知人・友人からの口コミを通じてサービスを知る観光客が最も多く、信頼できる相手からのリアルな体験価値の発信が重要
	② 事業者連携による旅マエ・旅ナカ周知の強化	• 旅行商品とのセット化などによる旅マエ発信や宿泊施設等からのレコメンドによる旅ナカ発信など、事業者連携による旅行動線上での情報周知が必要
	③ 利用メリットの具体化	• 観光に活用可能な時間の増加等、より具体的なメリットを提示することで訴求力を高める必要
	④ ニーズの可視化によるサービスのさらなる品質向上	• 利用者アンケートや未利用者をモニターとした調査を通じて改善点を把握することで、サービス品質をさらに向上させ、利用を促進する必要

サービス総論

①手ぶら観光サービスの利用者は全体の約3割であるが、満足度は約94%と非常に高く、利用者にとって利用価値の高いサービスであるといえる

手ぶら観光サービスの利用率



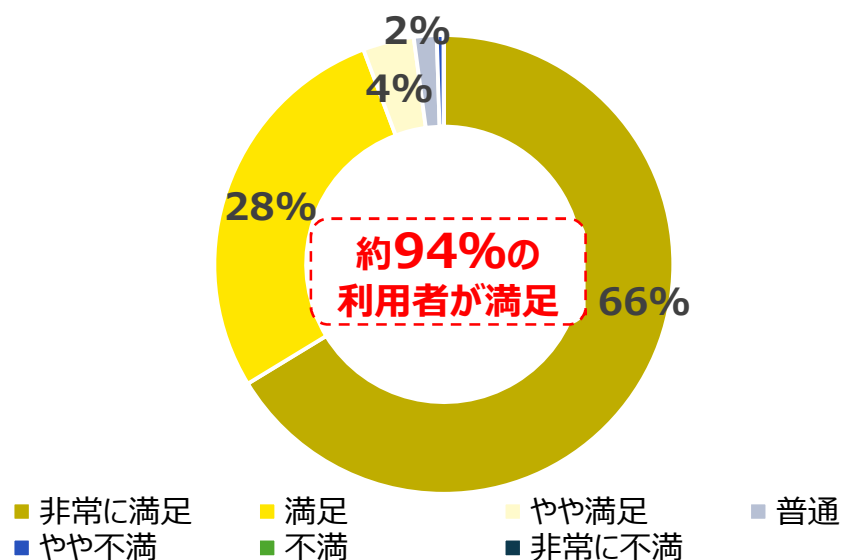
モニターツアー参加者の声



参加者A

“日本のサービス全般のクオリティの高さを知っていましたが、実際に体験してみて、その優れた点を改めて実感しました”

利用した手ぶら観光サービスの満足度



参加者B

“手ぶら観光サービスの存在を初めて知ったが、ここまで充実していることを知らなかった。全体的に、手ぶら配送サービスに対して非常に良い印象を持つようになりました”

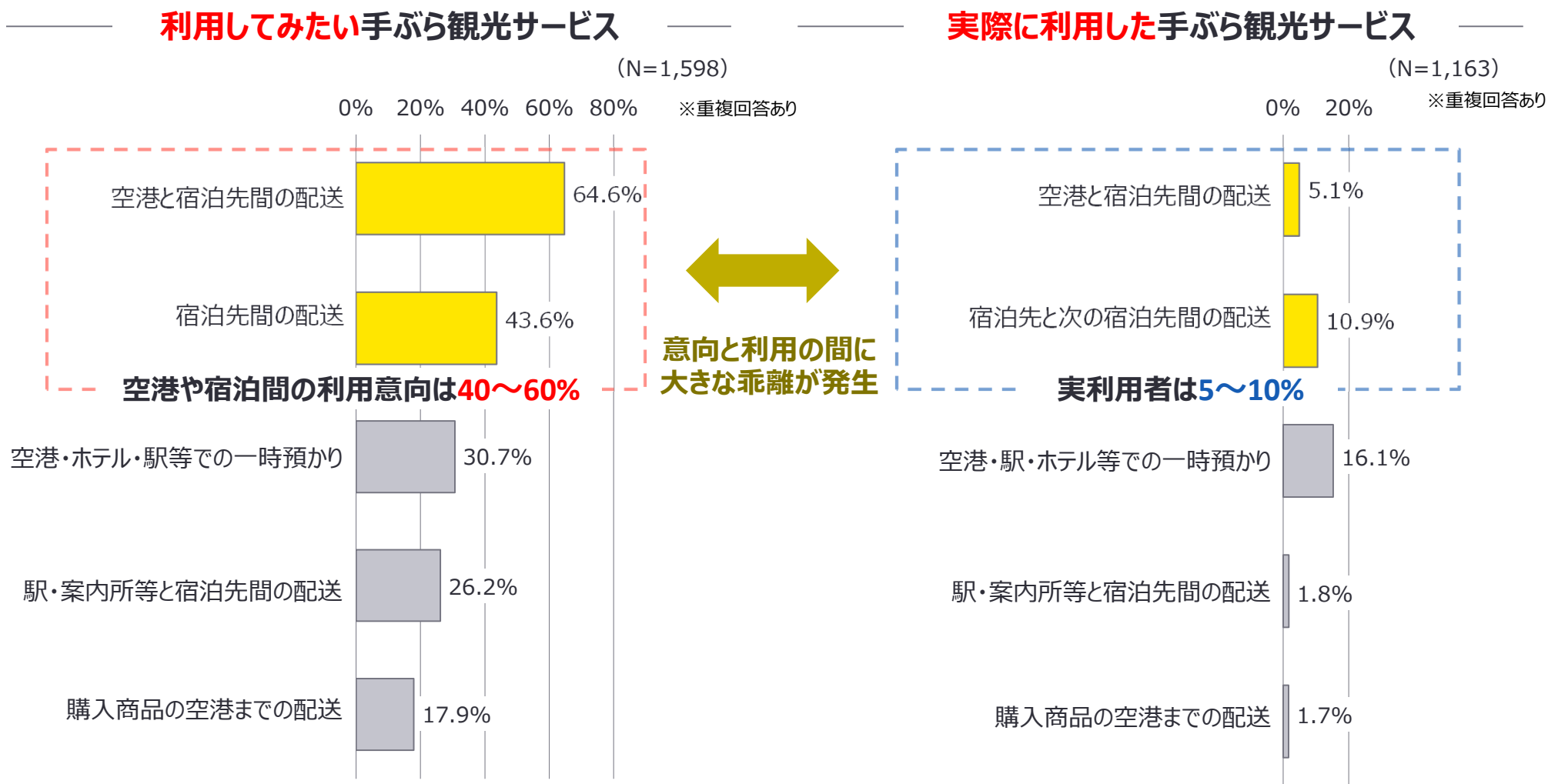


参加者C

“サービスの利用は大変満足度の高い体験でした。次の旅行の機会があったときも必ず利用しますし、友人にも是非勧めたいです。”

満足度は高く、再利用・推奨意向も確認されており、利用経験者には高い体験価値を提供している

②サービスの利用満足度や利用意向の高さに対し、実際の利用は低水準に留まっている状況

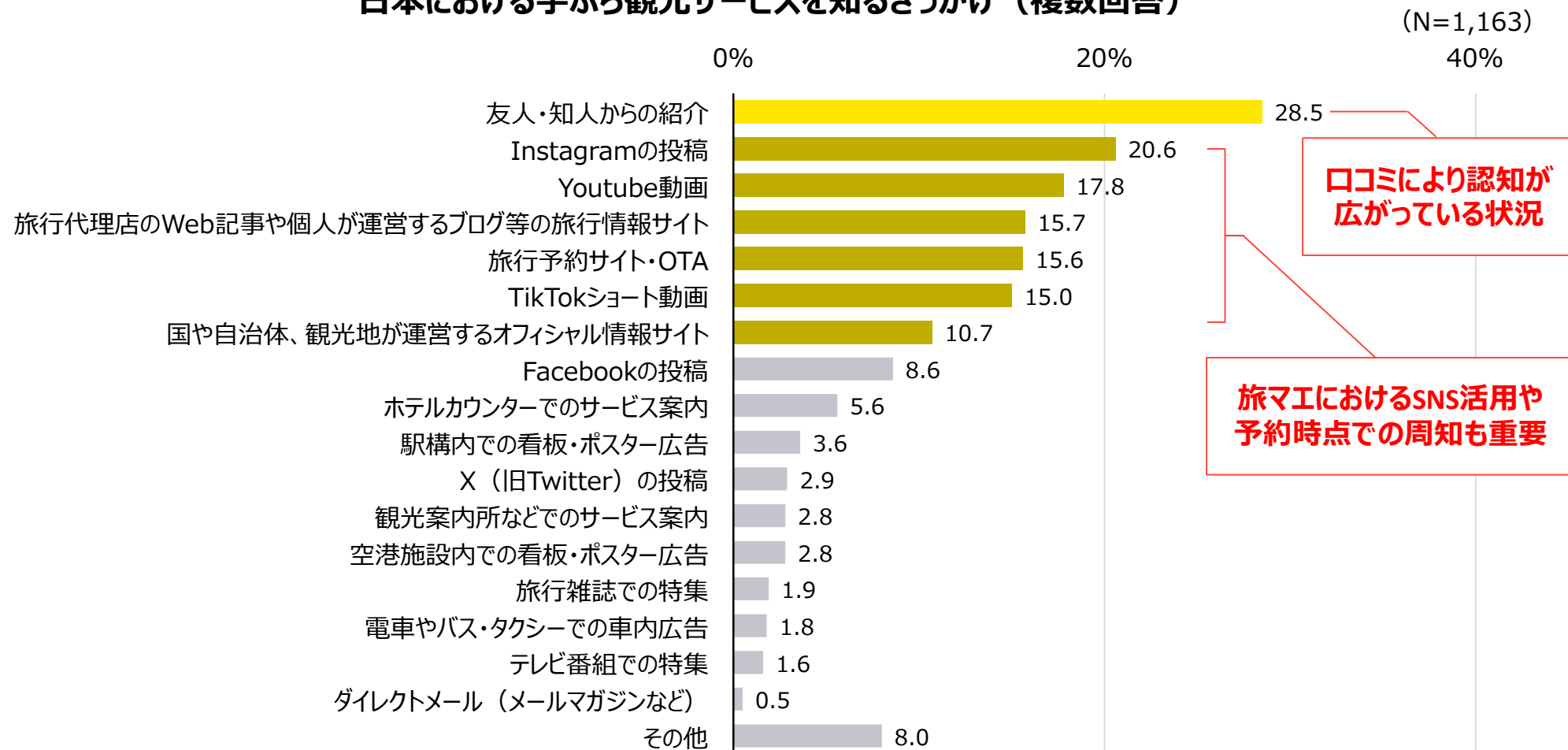


利用してみたいという意向は強いものの、実利用率は低水準に留まっている
 利用経験者の満足度は高いことから、未利用者に対する利用促進が課題

サービスの普及・利用促進に向けた要諦

①サービスの認知は、友人・知人からの紹介が圧倒的に多く、まずは“手ぶら観光サービスを利用した方”を増やすことで関係人口を拡大し、サービス自体の認知度を高めていくことが効果的

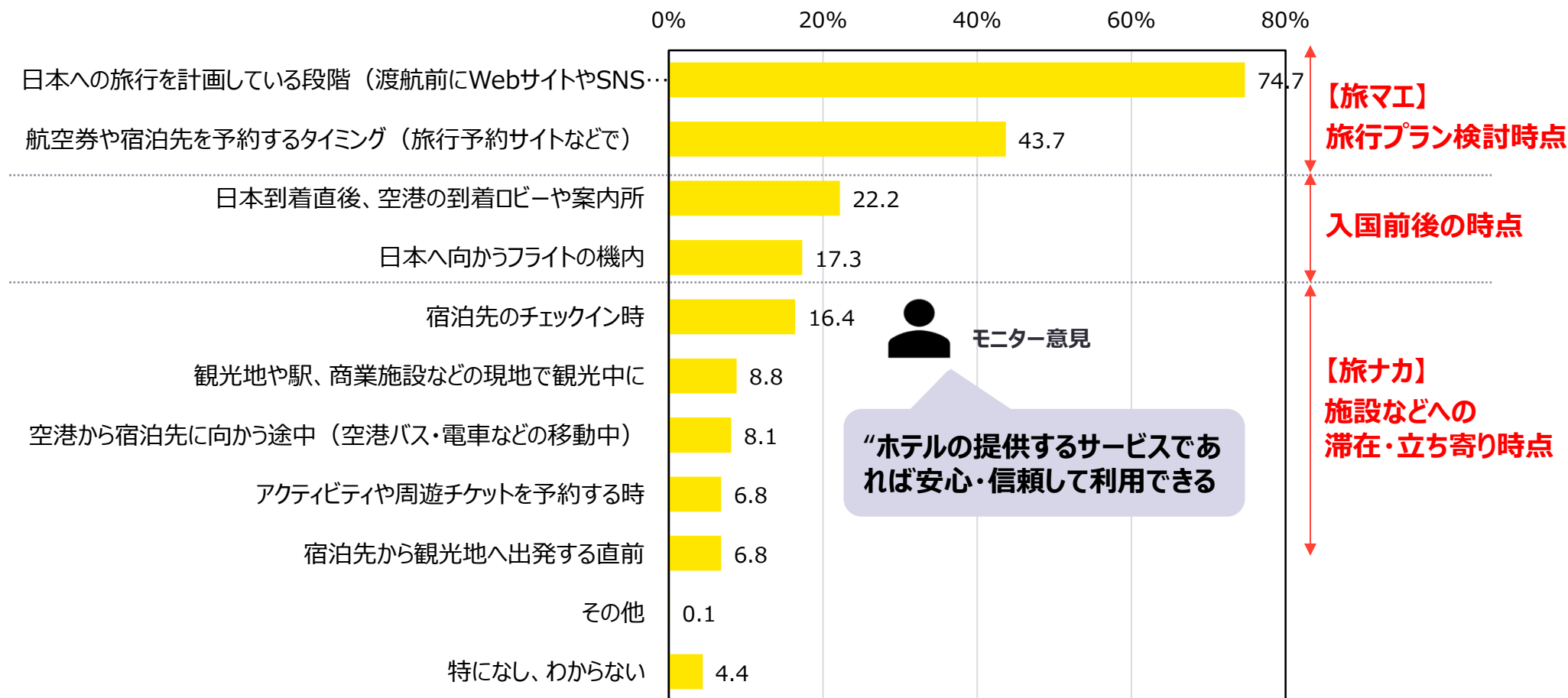
日本における手ぶら観光サービスを知るきっかけ（複数回答）



信頼できる相手からのリアルな体験談を聞くことにより、興味・関心を持ちやすくなると思料
サービス利用による観光体験の向上を、利用者目線から拡散してもらうことが重要

②サービス情報入手タイミングとしては旅マエのニーズが高い。宿泊施設などでの周知や対面案内は安心・信頼でき、わかりやすいとの意見も多く、旅ナカ拠点での情報発信も重要

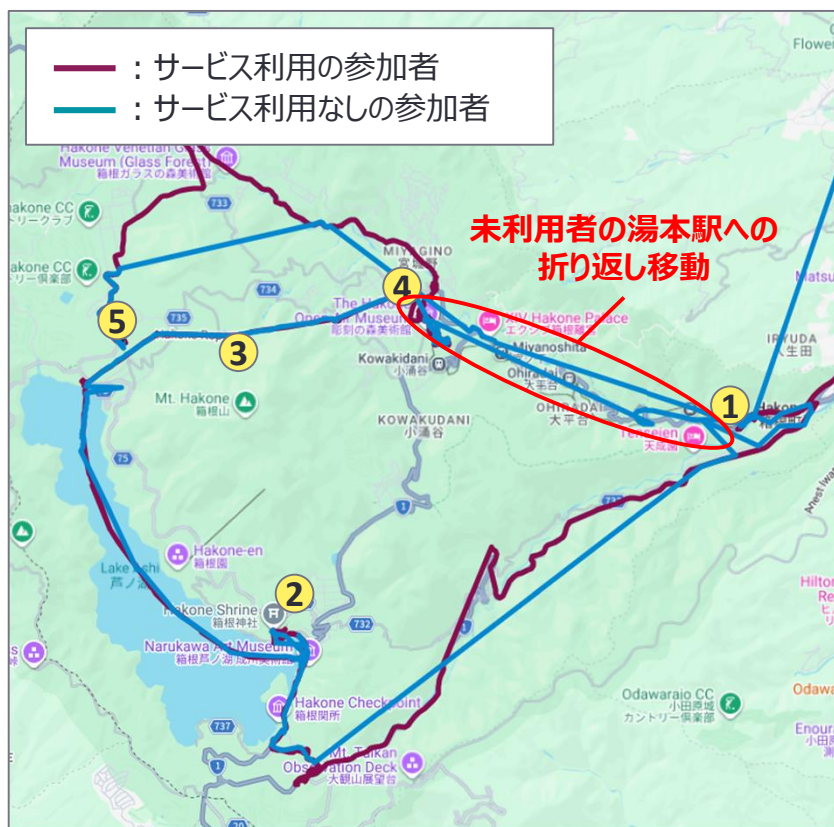
手ぶら観光サービスの利用案内が入手できると便利なタイミング



旅マエでは、予約サイトなど“旅行計画時に利用する媒体”と合わせた発信、旅ナカでは、宿泊施設等“滞在拠点”を通じた案内など、事業者間で連携し、旅行動線に沿った情報周知の設計が有効

③周知・PRにあたっては、抽象的なメリットだけでなく、観光時間の増加など”サービスの具体的な価値”を訴求することもポイント

手ぶら観光サービス利用による体験価値向上の一例（例：箱根）



※モニターツアーで収集した参加者のGPSデータにより分析

手ぶらサービス**利用**の参加者

時間	行程
① 10:20～11:33	箱根湯本駅到着・ 配送サービス利用
② 12:03～13:50	箱根神社・芦ノ湖クルーズ
③ 14:38～15:15	大涌谷 観光
④ 16:10～17:30	彫刻の森観光 バスで約50分 (ホテルに移動)
⑤ 18:18	ホテル（仙石原高原）到着
18:18～19:08	自由行動

手ぶらサービス**未利用**の参加者

時間	行程
① 10:20～11:33	箱根湯本駅到着（手荷物預入）
② 12:03～13:50	箱根神社・芦ノ湖クルーズ
③ 14:38～15:15	大涌谷 観光
④ 16:10～17:30	彫刻の森観光 バスで約50分 (箱根湯本駅に移動)
① 18:17～18:33	箱根湯本駅（手荷物受取） バスで約40分 (ホテルに移動)
⑤ 19:08	ホテル（仙石原高原）到着

有効観光時間
6時間17分

約**1時間**の差異

有効観光時間
5時間27分

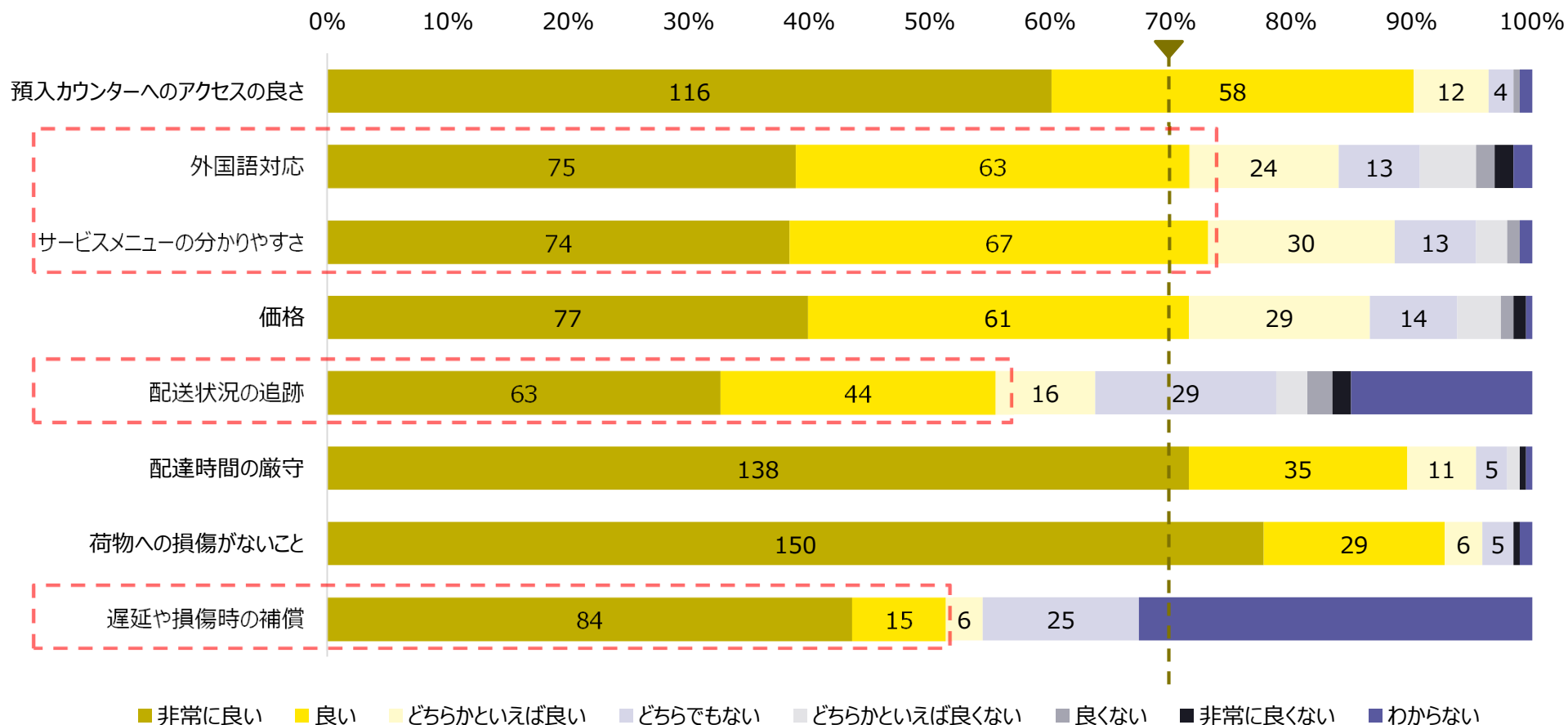
折り返し移動により
タイムロスが発生

単なる手ぶら観光サービスの周知にとどまらず、観光時間の増加など具体的な観光体験価値を可視化することで、サービスの訴求力が高まる

④どの項目についても高水準の満足度数である中で、サービス内容のわかりやすさ、補償、配送状況の追跡等については、引き続き改善の余地が挙げられる

日本の手ぶら観光サービスの各項目に対する評価

(N=193)



上記の改善点加え、サービス利用者へのアンケート調査やサービス未利用者を対象としたモニター調査などを活用し、個別の改善点を把握することが有効