

国土交通政策研究 第 133 号

訪日外国人旅行者の国内訪問地域分布予測手法に関する
調査研究

2016 年 9 月

国土交通省 国土交通政策研究所

前主任研究官 坂井 志保

研究官 平田 篤郎

要旨

訪日外国人旅行者による消費を取り込み、日本各地の経済成長に繋げることは大きな注目を集めているが、目標達成に向けた取組を検討するには、まずは、果たしてどの国・地域の旅行者が、どの程度訪日経験があり、あるいはどのような旅行形態で、我が国のどの地域にどの程度訪れているのか、といった現状を把握した上で、的確な将来予測を行うことが望ましい。

そこで、本調査研究においては、訪日外国人旅行者の属性ごとに、訪日旅行者数の時系列変化やシェア等を整理した上で、国内訪問地域分布の傾向を分析し、実態を把握した。その上で、研究開始時点（2014年6月）で政府目標として掲げられていた「訪日外国人旅行者3000万人」に達する時代における国内訪問地域別入込者数を推計する予測モデルを検討し、将来予測を行った。

以下概要である。

1. 実態分析として、韓国・台湾・香港・中国・タイ・英国・米国・オーストラリアを対象として、訪日目的（観光目的／商用目的）、訪日経験（ビギナー／リピーター）、訪日形態（団体旅行／個人旅行）別に訪日外国人旅行者数の時系列変化等を整理するとともに、国内訪問地域分布の傾向分析を行った。分析の結果、国・地域によって訪問先の傾向が異なるほか、同じ国・地域であっても、訪日経験や訪日形態によって周遊の仕方が異なることが改めて確認された（例：中国からの訪問者は関東、中部、近畿運輸局ブロックへの訪問率が高いが、ビギナーは東京、大阪などの複数地域を広域的に周遊する割合が高い一方、リピーターは周遊範囲が狭まり、関東、大阪等特定の運輸局ブロック内に滞在する傾向が高い）。
2. 実態分析の結果を踏まえながら、訪日外国人旅行者3000万人をコントロールトータルとして、「国・地域ごとの訪日外国人旅行者数を予測するモデル」と、「国・地域ごと・属性ごとの国内訪問地域分布の傾向」を組み合わせ、訪日経験・訪日形態の構成率を外生的に与えることで、国内訪問地域の将来予測値を得るモデルの構築を試みた。当該モデルに基づき、現状ベースでの予測として、訪日外国人旅行者3000万人時代における都道府県別の宿泊者数・宿泊施設定員稼働率を予測した結果、東京、大阪等、特定地域への集中が進行することが確認された。
3. 地方分散を目的として、「東アジア」「東南アジア」「欧米」の3方面別に、国・地域シェアや訪日経験シェア等を操作する簡易的なシナリオを用意し、当該シナリオに基づいて都道府県別の宿泊施設定員稼働率及び地方部への訪問率の変化を予測した。その結果、シェアを変化させただけでは十分な効果が得られず、地方分散を図るためには、外国人旅行者の行動パターンを抜本的に変化させることが必要であることがわかった。

Abstract

It is getting big attention that the consumption by foreign tourists visiting Japan leads to economic growth. For the achievement, predicting precise future is expected, based on examining the current status, such as from which country the tourist come, with how much of visit experience to Japan, by which visit style, how often and to which specific area.

In order to grasp the details, this study analyzed the trend of share, variation in time-series and domestic visit area distribution that organized by attribute of foreign tourists. Then, a prediction model was developed for estimating the number of foreign tourists by domestic visit area in the time of "the foreign tourists reach 30 million", which was the goal of government as of June 2014.

Overview is as follows;

1. Targeting the tourists from Korea, Taiwan, Hong Kong, China, Thailand, UK, US and Australia, we organized the variation of the number of foreign tourists in time-series, according to purpose (sightseeing/business), visit style (group/individual) and visit experience to Japan (beginner/repeater) and performed the tendency analysis of domestic visit area distribution. As a result, it was reaffirmed the tendency of visit destination varies by tourists' country/area, but even from the same country, the way of the tour varied by the visit experience or visit style to Japan.

(e.g. : The tourists from China tend to visit to Kanto, Chubu, Kinki District Transport Bureau's blocks with high rate. While the beginners tend to make a tour widely in plural areas like Tokyo, Osaka, the repeaters tend to make a tour within narrow range and keep staying in the specific District Transport Bureau's block such as Kanto, Osaka)

2. Developed a model to predict the future value of domestic visit area, with 30 million of foreign tourists as a control total, by combining "a model for predicting the number of foreign tourists by country/area" and "a trend of domestic visit area distribution by country/area/attribute", plus by adding the component rate of visit experience/style. Based on the model, when predicting the number of guests and accommodations occupancy rate at each prefecture in the time of 30 million foreign tourists, centralization to specific area (such as Tokyo, Osaka) would be progressed.

3. For local decentralization, scenarios which manipulate the share of visit experience or country/area were provided for 3 areas, East Asia, South East Asia and US/Europe.

With these scenarios, the variations of accommodations occupancy rate at each prefecture and the visit rate to local area were predicted. As a result, only changing share was not enough to have effects, rather it is necessary to change drastically the behavior pattern of foreigner tourists to plan local decentralization.

目次

要旨

本編

第1章	調査研究の概要.....	1
1.1	調査研究の背景と目的	1
1.2	調査研究のフロー.....	2
第2章	実態分析.....	4
2.1	分析対象国・地域.....	4
2.2	分析項目.....	4
2.3	属性ごとの訪日旅行者数の時系列変化及びシェア等の整理	5
(1)	訪日目的（観光目的／商用目的：時系列変化）.....	5
(2)	訪日経験（ビギナー／リピーター：時系列変化）.....	7
(3)	訪日形態（団体旅行／個人旅行：時系列変化）.....	7
(4)	性年代別シェア.....	8
(5)	滞在日数.....	9
(6)	出入国空港別 出国者数 時系列変化.....	9
(7)	訪日旅行者数 月別変動.....	10
2.4	訪日外国人旅行者の国内訪問地域分布に関する分析.....	12
(1)	国・地域ごとの国内訪問地域の傾向.....	12
(2)	出国空港別分析（運輸局ブロックごとの訪問率）.....	14
(3)	訪日経験別分析.....	20
(4)	訪日形態別分析.....	29
(5)	性年代別分析.....	34
(6)	滞在日数別分析.....	39
第3章	予測モデル検討.....	44
3.1	モデルの全体構造.....	44
3.2	インバウンド総数予測モデル.....	45
(1)	モデルの概要.....	45

(2) モデルの算出式及び再現性検証.....	47
3.3 国内訪問地域分布の傾向.....	52
(1) 国内訪問地域分布基礎データの作成.....	52
(2) 妥当性検証.....	53
第4章 シナリオに基づく予測の実施.....	59
4.1 予測にあたっての前提条件.....	59
4.2 予測結果（交通サービス水準・魅力度関連指標は現状維持の場合）.....	59
(1) 3000万人時代における訪日外国人旅行者の構成予測.....	59
(2) 3000万人時代における訪日外国人旅行者の国内訪問地域分布.....	62
4.3 シナリオに基づく予測.....	65
(1) シナリオ検討の方針.....	65
(2) 3000万人時代における訪日外国人旅行者の属性別宿泊地域の分析.....	65
(3) シナリオに基づく試算.....	67
(4) シナリオに基づく予測まとめ.....	70
おわりに.....	72
謝辞.....	72
参考文献.....	73

図 1-1 近年の訪日外国人旅行者数推移	1
図 1-2 調査研究のフロー	2
図 2-1 国・地域ごとの訪日外国人旅行者数の訪日目的別推移	6
図 2-2 国・地域ごとの訪日経験別（ビギナー／リピーター）シェア 時系列変化	7
図 2-3 国・地域ごとの訪日形態別（団体旅行／個人旅行）シェア 時系列変化	8
図 2-4 国・地域ごとの性年代別シェア	8
図 2-5 国・地域ごとの滞在日数	9
図 2-6 空港別旅客数シェアの推移	9
図 2-7 TSCI 分析 概要	10
図 2-8 国・地域ごとの季節変動	11
図 2-9 国・地域ごとの平均訪問県数及び運輸局ブロックごとの訪問率	12
図 2-10 国内流動パターン割合（出国空港 - 訪問地の関係でパターンを整理）	13
図 2-11 訪日経験別の平均訪問県数及び訪問ルート割合（韓国）	22
図 2-12 訪日経験別の平均訪問県数及び訪問ルート割合（台湾）	22
図 2-13 訪日経験別の平均訪問県数及び訪問ルート割合（香港）	23
図 2-14 訪日経験別の平均訪問県数及び訪問ルート割合（中国）	23
図 2-15 訪日経験別の平均訪問県数及び訪問ルート割合（タイ）	24
図 2-16 訪日経験別の平均訪問県数及び訪問ルート割合（英国）	24
図 2-17 訪日経験別の平均訪問県数及び訪問ルート割合（米国）	25
図 2-18 訪日経験別の平均訪問県数及び訪問ルート割合（オーストラリア）	25
図 2-19 訪日形態別の平均訪問県数及び訪問ルート割合（韓国）	30
図 2-20 訪日形態別の平均訪問県数及び訪問ルート割合（台湾）	30
図 2-21 訪日形態別の平均訪問県数及び訪問ルート割合（香港）	31
図 2-22 訪日形態別の平均訪問県数及び訪問ルート割合（中国）	31
図 2-23 訪日形態別の平均訪問県数及び訪問ルート割合（タイ）	32
図 2-24 訪日形態別の平均訪問県数及び訪問ルート割合（英国）	32
図 2-25 訪日形態別の平均訪問県数及び訪問ルート割合（米国）	33
図 2-26 訪日形態別の平均訪問県数及び訪問ルート割合（オーストラリア）	33
図 2-27 性年代別の平均訪問県数及び訪問ルート割合（韓国）	34
図 2-28 性年代別の平均訪問県数及び訪問ルート割合（台湾）	35
図 2-29 性年代別の平均訪問県数及び訪問ルート割合（香港）	36
図 2-30 性年代別の平均訪問県数及び訪問ルート割合（中国）	36
図 2-31 性年代別の平均訪問県数及び訪問ルート割合（タイ）	37
図 2-32 性年代別の平均訪問県数及び訪問ルート割合（英国）	38
図 2-33 性年代別の平均訪問県数及び訪問ルート割合（米国）	38
図 2-34 性年代別の平均訪問県数及び訪問ルート割合（オーストラリア）	39
図 2-35 滞在日数別の平均訪問県数及び訪問ルート割合（韓国）	40

図 2-36 滞在日数別の平均訪問県数及び訪問ルート割合（台湾）	40
図 2-37 滞在日数別の平均訪問県数及び訪問ルート割合（香港）	41
図 2-38 滞在日数別の平均訪問県数及び訪問ルート割合（中国）	41
図 2-39 滞在日数別の平均訪問県数及び訪問ルート割合（タイ）	42
図 2-40 滞在日数別の平均訪問県数及び訪問ルート割合（英国）	42
図 2-41 滞在日数別の平均訪問県数及び訪問ルート割合（米国）	43
図 2-42 滞在日数別の平均訪問県数及び訪問ルート割合（オーストラリア）	43
図 3-1 予測モデルの全体構造	45
図 3-2 インバウンド総数予測モデル モデル構造	46
図 3-3 観光目的モデルの再現性（韓国、台湾、香港、中国、タイ）	49
図 3-4 商用目的モデルの再現性（韓国、台湾、香港、中国、タイ）	50
図 3-5 本調査研究のモデルを用いた 2015 年の訪日外国人旅行者数の再現結果と	51
図 3-6 国内訪問地域分布基礎データ 作成イメージ	52
図 3-7 サンプル数別 セル数累積シェア及び訪日外国人旅行者数の実績	54
図 3-8 宿泊旅行統計と国内訪問地域分布基礎データとの比較結果	56
図 3-9 モバイル空間統計 概要	57
図 3-10 モバイル空間統計と国内分布基礎データとの比較結果	57
図 3-11 モバイル空間統計と国内訪問地域分布基礎データとの比較結果（国・地域別）	58
図 4-1 検討した予測モデルを用いた訪日目的別の外国人旅行者数予測結果	60
図 4-2 検討した予測モデルを用いた外国人旅行者数の国・地域シェア予測結果	60
図 4-3 将来の訪日外国人旅行者数及び国・地域ごとシェア予測結果	61
図 4-4 シナリオ検討の流れ	65
図 4-5 訪日外国人旅行者の属性（国・地域、訪日経験、訪日形態）別 宿泊地域分析	66
図 4-6 中国・団体客の地方への誘導シナリオにおける訪問地域割合の前提	67
図 4-7 中国・団体客の地方誘導シナリオに基づく試算結果	67
図 4-8 東南アジア市場の拡大シナリオにおける訪問地域割合の前提	68
図 4-9 東南アジア市場の拡大シナリオに基づく試算結果	68
図 4-10 欧米市場の拡大及び地方への誘導シナリオにおける訪問地域割合の前提	69
図 4-11 欧米市場の拡大及び地方への誘導シナリオに基づく試算結果	69
図 4-12 シナリオ別の都道府県別宿泊者数および宿泊施設定員稼働率	70
図 4-13 シナリオ別の訪日外国人延べ宿泊者数の地域 4 区分シェア	71
表 1-1 訪日外国人旅行者の国内訪問地域分布に関する既存統計データ及び本調査研究に おける利用方法	3
表 2-1 分析対象とした国・地域一覧	4
表 2-2 分析項目一覧	5
表 2-3 国・地域ごとの国内訪問地域の傾向	13

表 2-4	出国空港別の運輸局ブロックごとの訪問率分析結果（韓国）	14
表 2-5	出国空港別の運輸局ブロックごとの訪問率分析結果（台湾）	15
表 2-6	出国空港別の運輸局ブロックごとの訪問率分析（香港）	16
表 2-7	出国空港別の運輸局ブロックごとの訪問率分析（中国）	16
表 2-8	出国空港別の運輸局ブロックごとの訪問率分析（タイ）	17
表 2-9	出国空港別の運輸局ブロックごとの訪問率分析（英国）	18
表 2-10	出国空港別の運輸局ブロックごとの訪問率分析（米国）	18
表 2-11	出国空港別の運輸局ブロックごとの訪問率分析（オーストラリア）	19
表 2-12	訪問ルートの変義	20
表 2-13	国・地域ごとのビギナー／リピーター変義	21
表 2-14	タイにおけるビギナー／リピーターの変義	21
表 2-15	訪日経験別の滞在日数ごとの国内訪問ルート割合（韓国）	26
表 2-16	訪日経験別の滞在日数ごとの国内訪問ルート割合（台湾）	26
表 2-17	訪日経験別の滞在日数ごとの国内訪問ルート割合（香港）	27
表 2-18	訪日経験別の滞在日数ごとの国内訪問ルート割合（中国）	27
表 2-19	訪日経験別の滞在日数ごとの国内訪問ルート割合（タイ）	28
表 2-20	訪日経験別の滞在日数ごとの国内訪問ルート割合（英国）	28
表 2-21	訪日経験別の滞在日数ごとの国内訪問ルート割合（米国）	29
表 2-22	訪日経験別の滞在日数ごとの国内訪問ルート割合（オーストラリア）	29
表 3-1	モデル構築に使用したデータ一覧	46
表 3-2	観光目的モデルの算出式	48
表 3-3	商用目的モデルの算出式	49
表 3-4	ゼロサンプルの発生状況（概況）	53
表 3-5	各種統計の前提条件比較	55
表 4-1	予測に当たっての前提条件（交通サービス水準・魅力度関連指標は現状維持）	59
表 4-2	将来予測に基づく 3000 万人時代の訪日外国人旅行者の都道府県宿泊者数	62
表 4-3	1340 万人時代及び 3000 万人時代における都道府県ごとの訪日外国人旅行者(宿泊者)数の格差に関するローレンツ曲線	63
表 4-4	将来予測に基づく 3000 万人時代の都道府県別 宿泊施設定員稼働率	64

第1章 調査研究の概要

1.1 調査研究の背景と目的

近年、訪日外国人旅行者数は増加の一途を辿っており、官民一体となったオールジャパンの取組により、史上初めて年間 1000 万人を突破した 2013 年からわずか 2 年後の 2015 年には、約 1974 万人もの外国人旅行者が我が国を訪れた（図 1-1）。

こうした訪日外国人旅行者の急増等を踏まえ、政府は従来掲げていた目標値¹を大幅に引き上げ、訪日外国人旅行者数の目標値を 2020 年 4000 万人、2030 年 6000 万人²とするなど、観光を「まさに「地方創生」の切り札、GDP600 兆円達成への成長戦略の柱³」と位置付け、「国を挙げて、観光を我が国の基幹産業へと成長させ、「観光先進国」という新たな挑戦に踏み切る⁴」という姿勢を打ち出している。

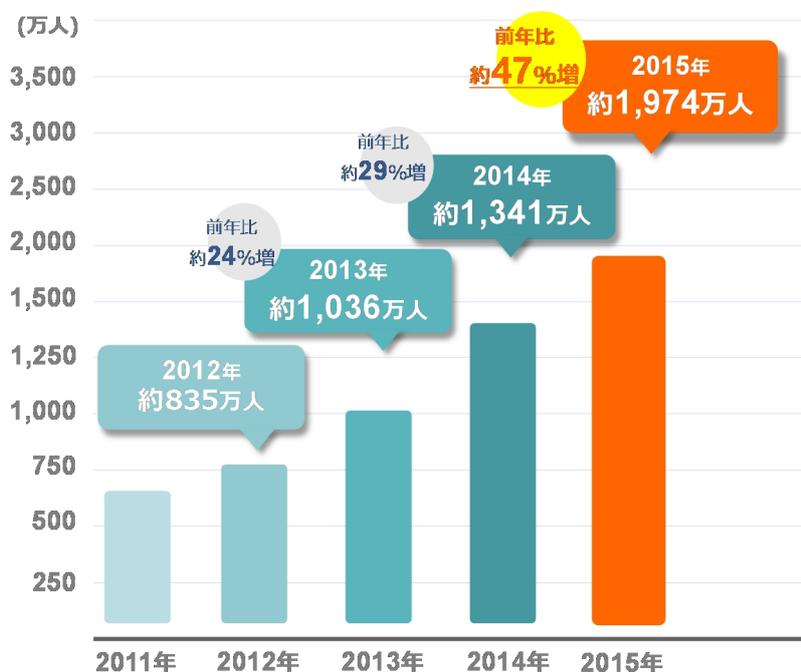


図 1-1 近年の訪日外国人旅行者数推移

出所：日本政府観光局(JNTO)「訪日外客数(2011年～2015年)」

このように、訪日外国人旅行者による消費を取り込み、日本各地の経済成長に繋げることは大きな注目を集めているが、目標達成に向けた取組を検討するには、まずは、果たしてどの国・地域の旅行者が、どの程度訪日経験があり、あるいはどのような旅行形態で、

¹ 従来目標値：2020 年 2000 万人、2030 年 3000 万人（観光立国推進閣僚会議「観光立国実現に向けたアクション・プログラム 2015」(平成 27 年 6 月))

² 明日の日本を支える観光ビジョン構想会議「明日の日本を支える観光ビジョン」(平成 28 年 3 月)
http://www.kantei.go.jp/jp/singi/kanko_vision/dai2/siryou3.pdf

³ 明日の日本を支える観光ビジョン構想会議、上掲

⁴ 明日の日本を支える観光ビジョン構想会議、上掲

我が国のどの地域にどの程度訪れているのか、といった現状を把握した上で、的確な将来予測を行う必要がある。

そこで、本調査研究では、研究開始時点（2014年6月）で政府が目標値として掲げていた「訪日外国人旅行者3000万人」⁵をベンチマークとして、訪日外国人旅行者が3000万人に達する時代（以下、「訪日3000万人時代」と記す。）の外国人旅行者の属性を推計した上で、国内訪問地域分布の予測手法を検討し、当該手法を用いて訪日3000万人時代の国内訪問地域分布予測を行うこととした。

1.2 調査研究のフロー

調査研究のフローを図1-2のとおり整理した。

はじめに、訪日外国人旅行者の出身国・地域、訪日経験（ビギナー/リピーター）、訪日形態（団体旅行/個人旅行）などの外国人旅行者の属性ごとに、訪日旅行者数の時系列変化やシェア等を整理した上で、国内訪問地域分布の傾向を分析し、実態を把握することとした（第2章）。

次に、交通量予測などで用いられる段階推計の手法を参考に、訪日3000万人時代における国・地域、訪日目的（観光目的/商用目的）ごとの外国人旅行者数を推計した上で、旅行者の属性から国内訪問地域別入込者数を推計する予測モデルを検討した（第3章）。

続いて、当該予測モデルを用い、現状ベースでの将来予測を行うとともに、宿泊施設の稼働状況に着目し、地方分散を目的として、訪日外国人旅行者の国内訪問地域分布のシナリオを検討し、当該シナリオに基づいた試算を行うこととした（第4章）。

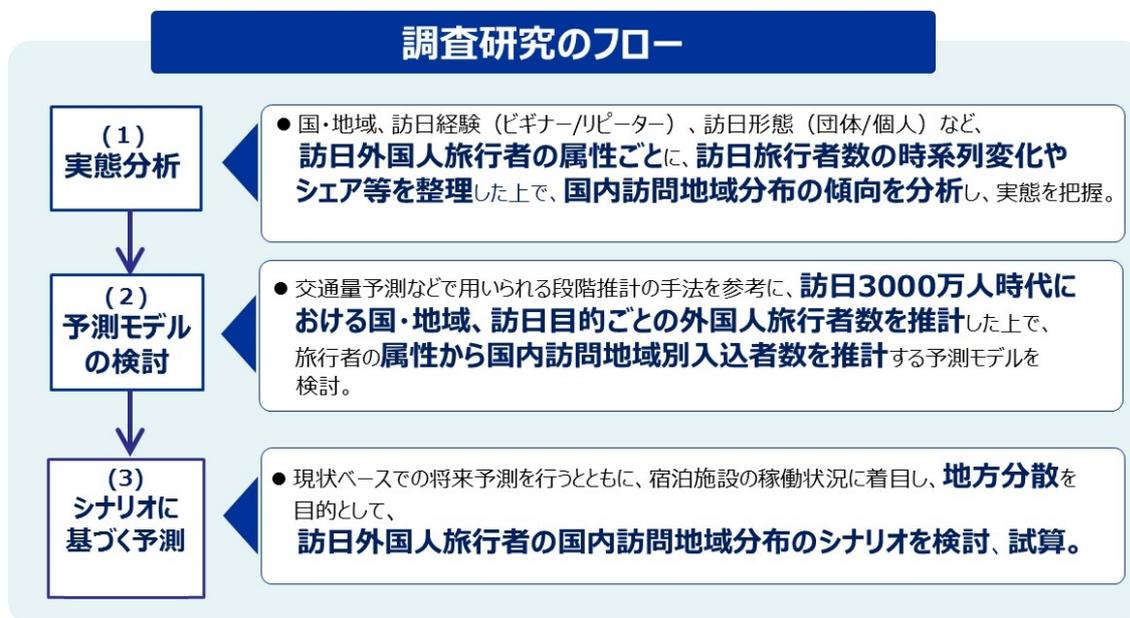


図 1-2 調査研究のフロー

⁵ 観光立国推進閣僚会議「観光立国実現に向けたアクション・プログラム2015」（平成27年6月）

なお、本調査研究の実施においては、多数の統計データを利用することが想定されたことから、特に訪日外国人旅行者の国内訪問地域分布に関する既存統計データについて、それぞれの特徴を整理し、予め用途を検討した上で、データを収集した（表 1-1）。

表 1-1 訪日外国人旅行者の国内訪問地域分布に関する既存統計データ及び本調査研究における利用方法

作成主体 統計名	調査項目						特徴（収集理由含む） 本調査研究での活用方法	採用
	数量	国・地域	訪日目的	訪日経験	訪日形態	訪問地域		
日本政府観光局 （JNTO） 訪日外客数			×	×	×	×	観光政策の基礎として活用され、訪日外国人旅行者数の目標値3000万人の定義とも整合する国・地域別、月別の訪日外国人旅行者数の実績値。出入国統計を加工して作成されている。旅行者の訪日目的、訪日回数、訪日形態等の質的属性は把握できないものの、観光政策に資する調査研究においては外せないデータ。速報値は翌月20日頃に公表される。 観光政策と整合する正確な統計データであり、速報性が高いことから、 予測基準年（2015暦年）の国・地域別総数補正（いわゆる「発射台補正」）に活用。	（発射台補正）
法務省 出入国管理統計 調査				×	×	×	入国/出国外国人旅行者の月、国・地域、港別総数の実績値。訪日回数、訪日形態等の質的属性は把握できないものの、長期時系列の国・地域、訪日目的別入国/出国者が把握可能。 総数が正確な統計データであり、 訪日外国人消費消費調査の拡大推計の母数として活用。 また、訪日外国人消費調査や国際航空旅客動態調査で 対象外の地方の空港出国者の実数把握 に活用。	
観光庁 訪日外国人消費 動向調査							観光政策の観点から、訪日目的、訪日回数、訪日形態、国内訪問地など 訪日外国人旅行者の属性に係る調査項目が充実。 近年調査規模が拡充されており、国際航空旅客動態調査に比べ、 四半期調査である点、サンプル数が多い点 で有益。ただし、調査対象が主要空港に限定されている点、拡大推計がなされていない点、旅行者の記憶に頼ったアンケートであり粒度・精度に限界がある点に課題。 主要空港出国者の基礎データとして活用。拡大係数は、出入国管理統計で補完推計。国内訪問地域分布の需要データとして活用。	
国土交通省航空 局 国際航空旅客動 態調査				×			航空政策の観点から、 国際線就航の全ての空港出国者が調査対象。国内訪問地域間の交通手段が把握可能な点 で有益。ただし、夏季ピーク、秋期オフピークの年2回調査である点、訪日経験等の質的属性が不足する点、旅行者の記憶に頼ったアンケートであり粒度・精度に限界がある点に課題。 訪日消費調査で対象外の地方空港の基礎データとして活用。	
観光庁 宿泊旅行統計調 査				×	×		全国全ての宿泊施設が対象の調査（一部拡大推計） で精度は高く、外国人は、 月、国・地域、都道府県別延べ宿泊者数を把握。 各地域への日帰り客や宿泊施設以外（知人宅・研修施設等）の宿泊客は把握できない点、属性は把握できない点に課題。 国内訪問地域分布の検証（都道府県別延べ宿泊者数の比較等）に活用。	
（株）ドコモ・インサイ トマーケティング モバイル空間統 計・訪日外国人版			×	×	×		約100万人以上の訪日外国人旅行者の 在圏地データが、自動的に取得され続け、更に出入国管理統計に整合するような国・地域、月別拡大推計もなされているモバイル・ビッグデータ。 旅行者の記憶に頼ったアンケートに比べて 粒度・精度とも正確。 国内訪問地域分布の検証（都道府県別延べ宿泊者数の比較等）に活用。	
各都道府県 共通基準による観 光入込客統計	×		×	×	×		観光地点で調査するため、 訪日外国人のサンプル数が少ない。 本調査では活用しない。	-

第2章 実態分析

2.1 分析対象国・地域

実態分析を行う対象国・地域については、直近の訪日外国人旅行者数のうち、上位4つの国・地域及び東南アジア・北米・欧州・オセアニア圏からそれぞれ1箇所ずつ選定し、合計8つの国・地域とした(表2-1)。

表 2-1 分析対象とした国・地域一覧

	2013年	2014年	2015年	
総数	10,363,904	13,413,467	19,737,400	東アジアは 全て対象 ← 上位 4つの国・地域
韓国	2,456,165	2,755,313	4,002,100	
台湾	2,210,821	2,829,821	3,677,100	東南アジア からはタイ
香港	745,881	925,975	1,524,300	
中国	1,314,437	2,409,158	4,993,800	タイ
タイ	453,642	657,570	796,700	
シンガポール	189,280	227,962	308,800	欧州からは 英国
マレーシア	176,521	249,521	305,500	
インドネシア	136,797	158,739	205,100	英国
フィリピン	108,351	184,204	268,300	
ベトナム	84,469	124,266	185,400	北米からは 米国
インド	75,095	87,967	103,200	
英国	191,798	220,060	258,500	米国
ドイツ	121,776	140,254	162,600	
フランス	154,892	178,570	214,300	オセアニア からは豪州
イタリア	67,228	80,531	103,200	
スペイン	44,461	60,542	77,200	豪州
ロシア	60,502	64,077	54,400	
米国	799,280	891,668	1,033,200	
カナダ	152,766	182,865	231,400	
オーストラリア	244,569	302,656	376,200	

出所: 日本政府観光局(JNTO)「国籍/月別 訪日外客数」(2016年1月時点)⁶

2.2 分析項目

国内訪問地域分布に影響を与えると想定される外国人旅行者の属性ごとに、訪日旅行者数の時系列変化やシェア等を整理した上で、国内における訪問地域分布の状況について分析を行った(表2-2)。

具体的には、訪日目的(観光目的/商用目的)、訪日経験(ビギナー/リピーター)、訪日形態(団体旅行/個人旅行)別に訪日外国人旅行者数の時系列変化を整理した。また、国・地域別の訪日外国人旅行者の性年代シェア及び滞在日数シェア(2014年時点)、空港別の出国者数シェアの時系列変化及び旅行者数の月別変動を整理した。更に、国内訪問地域分布の傾向に関する分析として、運輸局ブロックごとの訪問率、出国空港別の運輸局ブ

⁶ 2015年の数値は推計値。

ロックごとの訪問率、訪日経験別の訪問ルート分析・滞在日数との関係・活動内容との関係、訪日形態別の訪問ルート分析、性年代別の訪問ルート分析及び滞在日数別の訪問ルート分析を行った。

表 2-2 分析項目一覧

区分	分析項目	出所
訪日旅行者数の時系列変化・シェア等	①訪日目的 (観光目的/商用目的:時系列変化)	・訪日外国人消費動向調査 (観光庁) ・訪日外客訪問地調査 (日本政府観光局(JNTO))
	②訪日経験 (ビギナー/リピーター:時系列変化)	
	③訪日形態 (団体旅行/個人旅行:時系列変化)	
	④性別・年代(2014年時点 構成)	・訪日外国人消費動向調査 (観光庁)
	⑤滞在日数(2014年時点 構成)	
	⑥空港別 出入国者数(時系列変化)	・出入国管理統計調査 (法務省)
	⑦訪日旅行者数 月別変動	
国内訪問地域分布の傾向	①国・地域ごとの国内訪問地域の傾向(運輸局ブロック別の訪問率)	・訪日外国人消費動向調査 (観光庁)
	②出国空港別 運輸局ブロック別の訪問率	
	③訪日経験別 ・訪問ルート分析 ・滞在日数との関係 ⁷ ・活動内容との関係	
	④訪日形態別 訪問ルート分析	
	⑤性年代別 訪問ルート分析	
	⑥滞在日数別 訪問ルート分析	

2.3 属性ごとの訪日旅行者数の時系列変化及びシェア等の整理

(1) 訪日目的(観光目的/商用目的:時系列変化)⁸

訪日外国人旅行者の時系列変化を、目的別(観光目的/商用目的)に整理した(図 2-1)。

いずれの国・地域においても同様の傾向がみられ、商用目的の訪日外国人旅行者数は横ばいであるのに対して、観光目的の訪日外国人旅行者数は急増していることから、急激な変化が生じている観光目的の訪日外国人旅行者を対象として、より詳細に分析を行うこととした。

⁷ 訪日経験別の分析のうち、活動内容との関係に関する分析結果については、巻末 資料 1 に掲載。

⁸ 観光目的の訪日外国人旅行者数は、日本政府観光局(JNTO)「国籍/月別 訪日外客数」における「観光客」の値を用いた。また、商用目的の訪日外国人旅行者数は、同資料における「商用客」及び「その他客」の合計値を用いた。

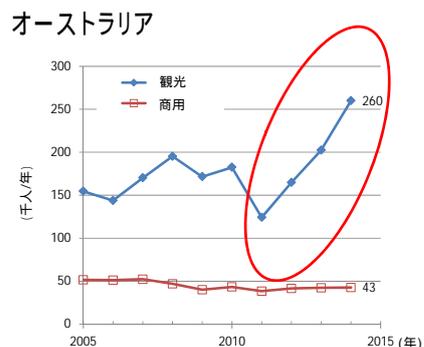
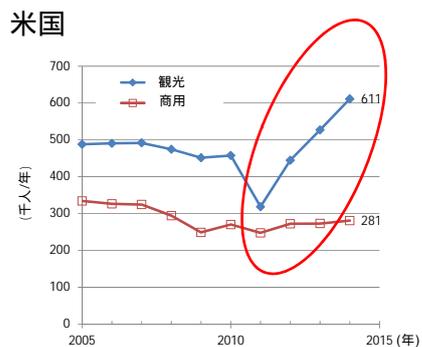
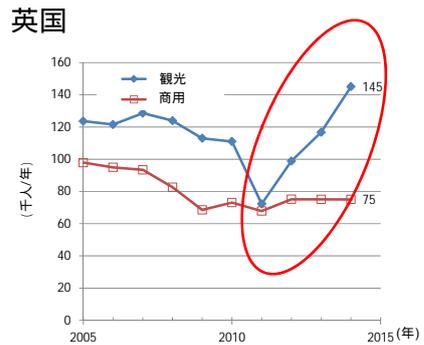
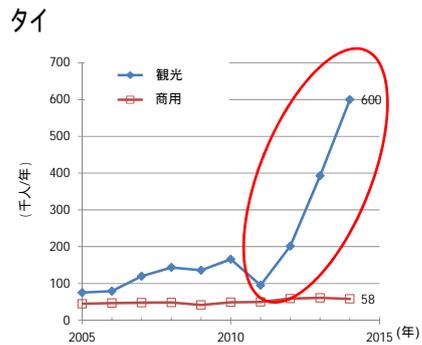
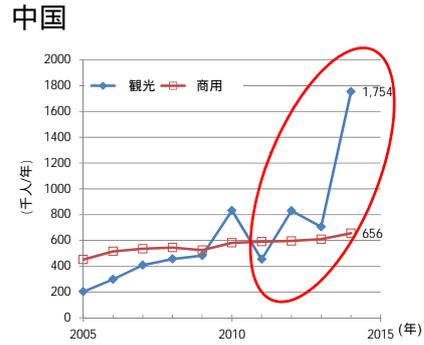
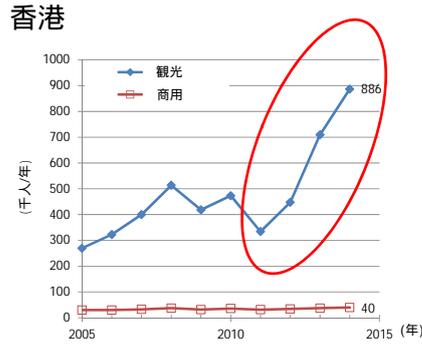
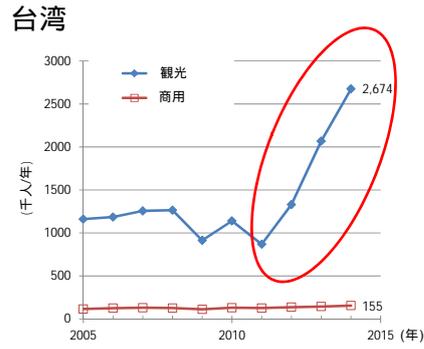
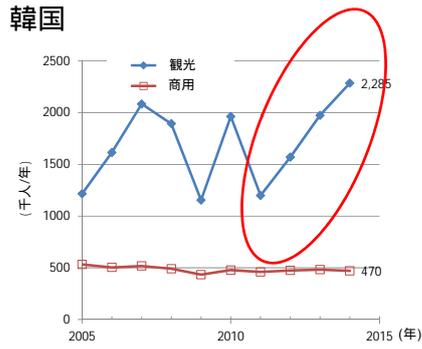


図 2-1 国・地域ごとの訪日外国人旅行者数の訪日目的別推移

出所: 日本政府観光局(JNTO)「国籍/月別 訪日外客数」(2004年~2014年)

(2) 訪日経験(ビギナー/リピーター:時系列変化)

訪日外国人旅行者の時系列変化を、訪日経験別(ビギナー/リピーター)に整理した(図2-2)。

2011年までは国・地域によってはリピーターの増加がみられるところがあるが、2011年以降は顕著な変化は生じていない。中国を除いた東アジアの3つの国・地域では、リピーターが訪日外国人旅行者数の60~80%を占める一方、英米豪及び中国においては、ビギナーのシェアが60%を超える結果となった。

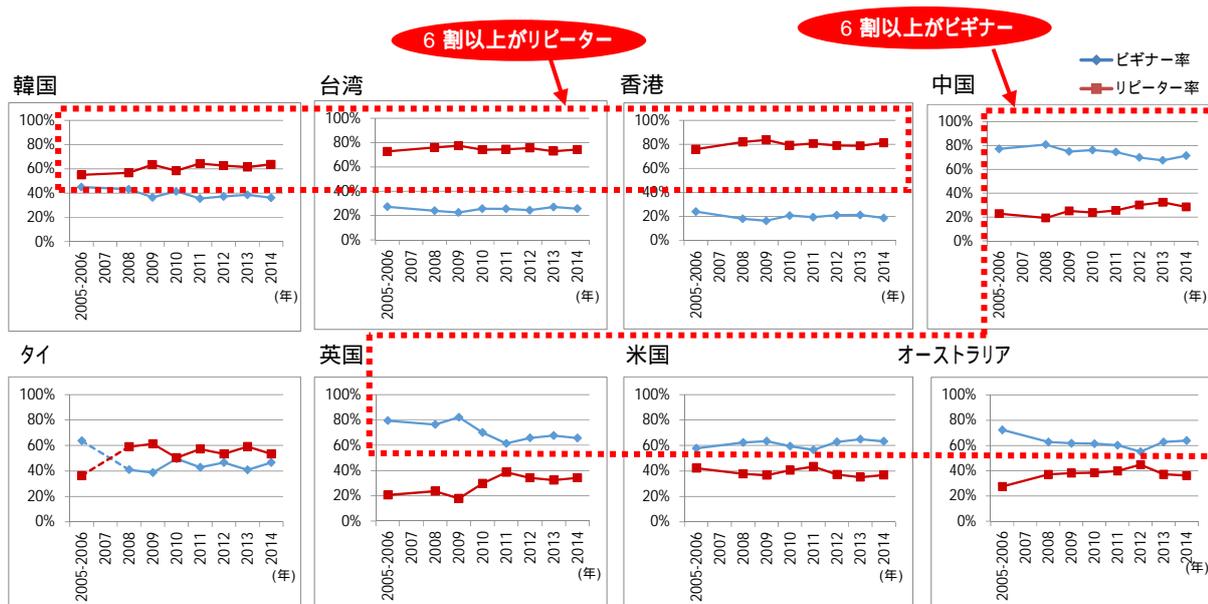


図 2-2 国・地域ごとの訪日経験別(ビギナー/リピーター)シェア 時系列変化⁹

出所: 日本政府観光局(JNTO)「JNTO 訪日外客訪問地調査 2005-2006」、「JNTO 訪日外客訪問地調査 2009」、観光庁「訪日外国人消費動向調査」(2010~2014)

(3) 訪日形態(団体旅行/個人旅行:時系列変化)

訪日外国人旅行者の時系列変化を、訪日形態別(団体旅行/個人旅行¹⁰)に整理した(図2-3)。

2010年から2014年にかけて、アジアでは個人旅行のシェアが増加傾向にあり、中国を除き、2014年時点で個人旅行のシェアがいずれも約60%を上回っている。

一方、英米豪は個人旅行のシェアがいずれも80%を上回る高水準で推移している。

⁹ 2007年分に関するデータは確認できていない。

¹⁰ 個人旅行は、「個人旅行向けパッケージ商品」及び「個別手配」を指す。

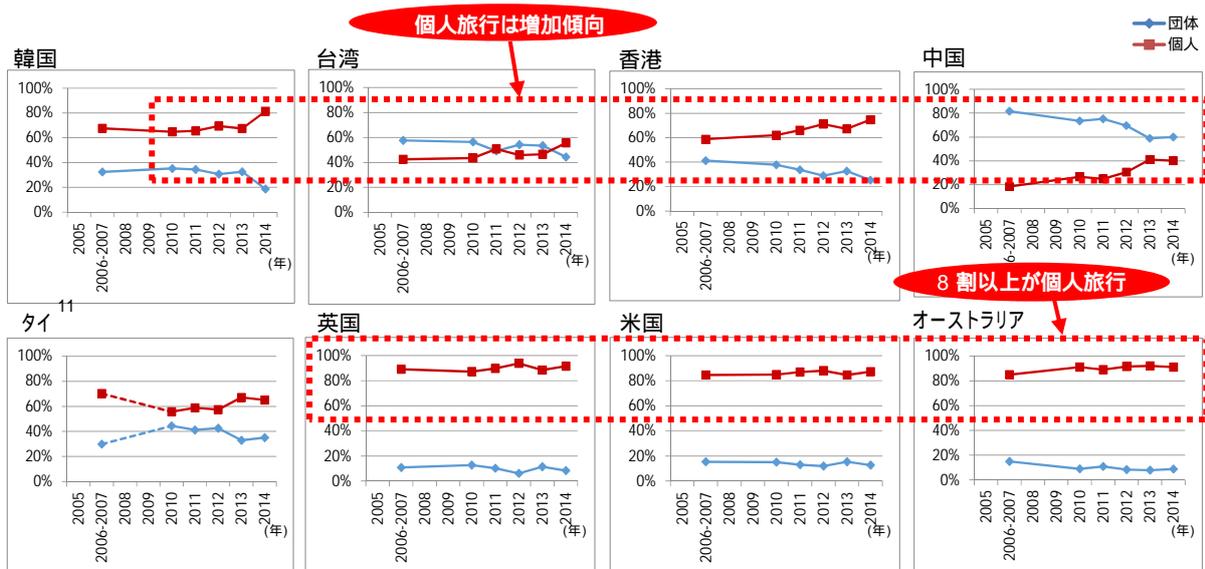


図 2-3 国・地域ごとの訪日形態別(団体旅行 / 個人旅行)シェア 時系列変化¹²

出所: 日本政府観光局(JNTO)「JNTO 訪日外客訪問地調査 2006-2007(訪問地調査編)」、観光庁「訪日外国人消費動向調査」(2010~2014)

(4) 性年代別シェア

訪日外国人旅行者について、国・地域ごとの性年代別シェアを整理した(図 2-4)。アジア圏は女性の割合がやや高く、20代・30代がボリュームゾーンとなっている。欧米豪は、男性の割合がやや高く、20代・30代がボリュームゾーンとなっている。

ボリュームゾーン

性年代	韓国	台湾	香港	中国	タイ	英国	米国	オーストラリア
サンプル数	3,855	3,486	1,202	3,882	449	287	523	408
男性小計	49.3	39.9	43.4	41.2	39.2	65.2	61.0	58.6
男性20歳未満	2.3	1.1	2.2	1.9	2.2	1.7	1.7	2.7
男性20代	15.7	9.4	9.4	10.6	11.4	18.5	21.0	21.3
男性30代	14.8	14.5	11.1	12.8	10.9	19.2	14.9	13.7
男性40代	8.1	8.1	11.7	8.2	7.6	11.1	7.5	7.4
男性50代	5.1	3.7	6.9	4.5	4.7	7.0	8.6	7.8
男性60代	2.4	2.3	1.9	2.6	2.2	5.6	3.6	4.9
男性70代以上	0.9	0.7	0.2	0.7	0.2	2.1	3.6	0.7
女性小計	50.2	59.7	55.7	58.4	58.8	34.8	39.0	41.4
女性20歳未満	1.4	1.7	2.2	3.0	3.3	0.7	2.7	2.5
女性20代	18.8	16.7	15.0	17.0	15.6	12.5	10.5	15.0
女性30代	14.6	19.2	15.7	17.3	19.2	8.7	9.4	7.1
女性40代	8.0	12.4	13.6	11.5	12.5	3.8	5.9	3.7
女性50代	5.2	6.9	7.8	7.1	5.3	4.9	4.2	7.4
女性60代	1.8	2.4	1.4	2.2	2.9	3.5	4.2	4.9
女性70代以上	0.4	0.4	0.0	0.3	0.0	0.7	2.1	1.0
不明	0.5	0.4	0.8	0.4	2.0	0.0	0.0	0.0

ボリュームゾーン

図 2-4 国・地域ごとの性年代別シェア

出所: 観光庁「2014 年訪日外国人消費動向調査」

¹¹ タイの 2005 年 2006 年はサンプル数が少ないため、参考扱い。

¹² 2005 年、2008 年、2009 年に関するデータは確認できていない。

(5) 滞在日数

訪日外国人旅行者について、国・地域ごとの滞在日数比較を行った（図 2-5）

アジア 4 つの国・地域のボリュームゾーンは 4～6 日間であり、韓国は他の国・地域と比べ、3 日間以内の割合が高い（37%）、7～13 日間、14～20 日間の割合は、遠方である英国（73%）、米国（65%）、豪州（76%）が高く、欧米圏はアジア圏と比較してより長期的に滞在する傾向が伺える。

滞在日数（7区分）	韓国	台湾	香港	中国	タイ	英国	米国	オーストラリア
3日間以内	37%	3%	2%	1%	4%	3%	7%	3%
4～6日間	56%	75%	67%	65%	57%	16%	21%	10%
7～13日間	6%	20%	29%	30%	31%	46%	46%	47%
14～20日間	1%	2%	1%	3%	6%	27%	19%	29%
21～27日間	0%	0%	0%	0%	0%	2%	3%	5%
28～90日間	0%	1%	0%	1%	1%	6%	3%	6%
91日以上1年未満	0%	0%	0%	0%	0%	1%	0%	0%

図 2-5 国・地域ごとの滞在日数

出所：観光庁「2014 年訪日外国人消費動向調査」

(6) 出入国空港別 出国者数 時系列変化

訪日外国人旅行者について、出入国空港別に出国者数の時系列変化を整理した（図 2-6）

羽田空港の再国際化（2010 年）等に伴い、成田空港から羽田空港への転換がみられるほか、東アジアでの需要増加や LCC 就航に伴い、首都圏空港全体のシェア低下とその他地方空港への転換がみられる。

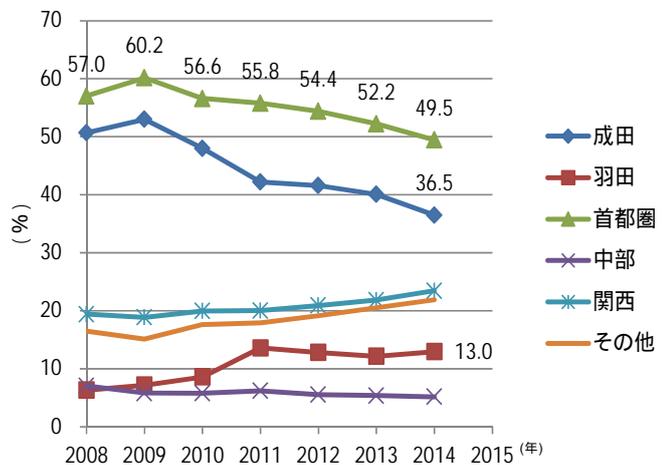


図 2-6 空港別旅客数シェアの推移 ¹³

出所：法務省入国管理局「出入国管理統計年報」

¹³ 港別に外国人入国者数を集計して算出。

(7) 訪日旅行者数 月別変動

旅客変動は、傾向変動 (Trend)、循環変動 (Cycle)、季節変動 (Seasonal)、不規則変動 (Irregular) に分離できる。そこで、TCSI 分析 (図 2-7) によって、国・地域ごとにこれらの 4 つの変動を分離し、季節変動について分析した (図 2-8)。

【TCSI分析】月別の時系列データの変動を次の4つの要素に分解し分析する手法

T: 傾向変動 (trend variation)	長期にわたる持続的な変化 ※
C: 循環変動 (cyclical variation)	周期的な変化 ※
S: 季節変動 (seasonal variation)	季節的な変化
I: 不規則変動 (irregular variation)	その他の突発事項等による変化

※ただし、T:傾向変動とC:循環変動とを明確に区分することは、変動の周期の違い等から難しいため、ここでは傾向変動と循環変動の2つを合わせて傾向変動とする。

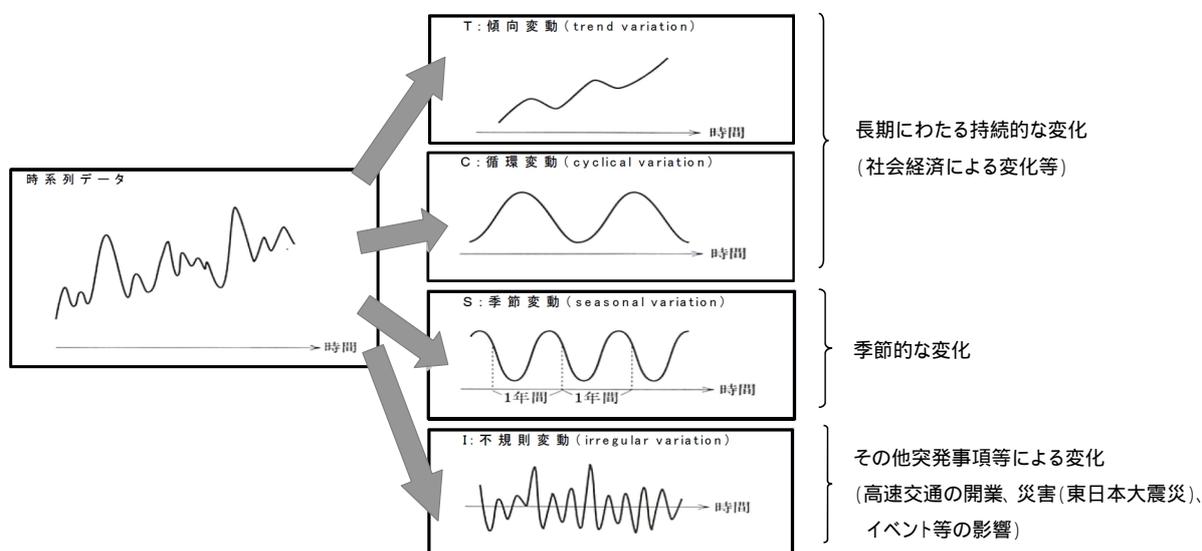


図 2-7 TCSI 分析 概要

東アジアの 4 つの国・地域は 7-8 月のシェアが高い結果となった。また、香港、中国は旧正月の影響で 2 月も比較的高い結果となった。なお、中国の国慶節(10 月)は、通常は 1 週間の休みであり、カレンダーの並びで中秋節とつながる場合には 2 週間の大型連休となるが、毎年大型連休となるわけではないこと等から、10 月の明確なシェア増加はみられなかった。

タイ・英国は 4 月、10 月のシェアが高く、米国は 7 月のシェアが比較的高い。また、オーストラリアは 1 月のシェアが高い。

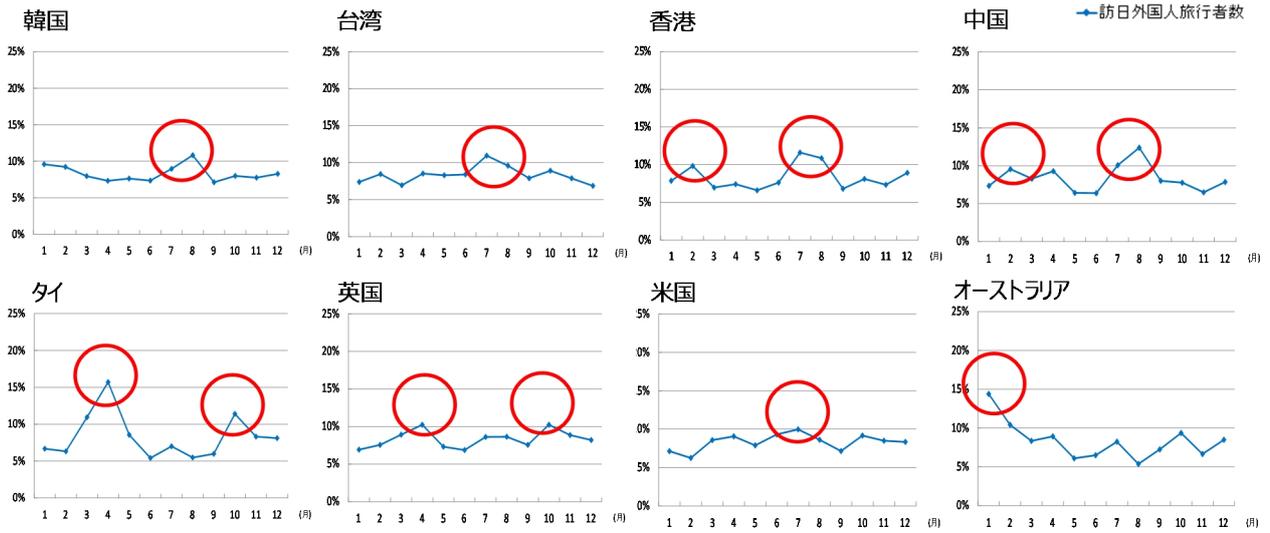


図 2-8 国・地域ごとの季節変動

出所：法務省入国管理局「出入国管理統計年報」（2007年～2014年）をもとに作成

2.4 訪日外国人旅行者の国内訪問地域分布に関する分析

(1) 国・地域ごとの国内訪問地域の傾向

訪日外国人旅行者の国内訪問地域分布を分析するにあたり、まず全体の傾向を把握するために、国・地域ごとの、運輸局ブロックごとの訪問率及び出国空港と訪問地との関係で流動パターンを分析した。

はじめに、国・地域ごとの平均訪問県数及び運輸局ブロックごとの訪問率を整理した(図 2-9)。平均訪問県数をみると、中国及び英米豪が他の国・地域と比較して多くの県を訪れている。運輸局ブロックごとの訪問率をみると、全体的に関東・近畿への訪問率が高く、また、国・地域ごとに特に以下の特徴がみられる。

国・地域区分	平均訪問 県数	訪問率[%]										
		北海道	東北	関東	北陸 信越	中部	近畿	中国	四国	九州	沖縄	不明
韓国	1.74	7.0	0.4	21.1	0.6	3.3	31.3	1.2	0.8	34.6	6.7	0.4
台湾	2.10	12.9	1.9	39.1	8.6	8.7	28.8	2.0	1.2	8.3	9.0	0.9
香港	1.91	14.1	1.1	36.9	7.0	10.3	32.7	1.8	0.7	6.7	12.6	0.5
中国	3.31	12.5	0.7	78.7	2.7	36.8	62.1	0.7	0.9	3.3	5.6	0.5
タイ	2.20	19.2	2.2	59.9	4.5	17.6	29.4	1.8	0.4	7.6	0.0	2.4
英国	3.02	5.9	4.5	94.1	16.4	13.6	51.9	20.9	2.1	4.5	0.7	2.4
米国	2.79	5.0	4.2	86.6	9.9	17.6	54.9	12.2	2.3	5.2	2.7	1.7
オーストラリア	3.08	12.0	2.9	83.3	19.1	15.9	62.5	21.1	2.7	4.7	1.0	1.0

図 2-9 国・地域ごとの平均訪問県数及び運輸局ブロックごとの訪問率

出所：観光庁「2014年訪日外国人消費動向調査」

- 韓国 : 九州の訪問率が高い。
- 台湾、香港 : 北海道・沖縄の訪問率が比較的高い。
- 中国 : 関東・中部・近畿の訪問率が高い。また、北海道の訪問率が比較的高い。
- タイ : 関東・北海道の訪問率が高い。
- 英国、米国 : 関東・北陸信越・近畿・中国の訪問率が高い。
- オーストラリア : 関東・近畿に次ぎ、北海道・北陸信越・中国の訪問率が高い。

続いて、国・地域ごとの国内流動パターンを整理した(図 2-10)。なお、流動パターンについては、出国空港と訪問地との関係で以下のとおり A～D までのパターンを定義した。

- A パターン : 出国空港所在都道府県のみ訪問
- B パターン : 出国空港所在運輸局ブロック内のみ訪問
- C パターン : 出国空港所在運輸局ブロック内外訪問
- D パターン : 出国空港所在運輸局ブロック外のみ訪問

分析結果をみると、韓国・台湾・香港は A パターン及び B パターンの割合が高く、出国空港所在の都道府県または運輸局ブロック内に滞在する傾向がみられる。

一方で、中国は C パターンの割合が高く、かつ、出入国空港不一致の割合が約 50%を

占めている。運輸局ブロックごとの訪問率をみると関東・中部・近畿の訪問率が高いことを踏まえると、例えば関東圏から入国し、関西圏から出国するような、ゴールデンルートを中心とした日本横断型の周遊が多いと考えられる。

英米豪は B パターン及び C パターンの割合が高く、かつ、出入国空港の一致率が高いことから、複数地域に広範囲に周遊し、入国した空港まで戻って出国するという傾向がみられる。

国・地域区分	国内流動パターン割合(合計) [%]					国内流動パターン割合(出入国空港一致) [%]					国内流動パターン割合(出入国空港不一致) [%]						
	A	B	C	D	不明	A	B	C	D	不明	A	B	C	D	不明		
	韓国	41.3	51.7	5.9	0.8	0.3	95.7	40.7	50.9	3.3	0.6	0.2	4.3	0.6	0.9	2.6	0.1
台湾	29.3	52.4	16.7	1.1	0.5	92.8	26.4	51.1	13.9	0.8	0.5	7.2	2.8	1.3	2.8	0.3	0.0
香港	32.3	46.8	18.6	2.1	0.2	90.7	31.4	45.1	12.8	1.2	0.2	9.3	0.9	1.7	5.7	0.9	0.0
中国	12.7	21.0	64.3	2.0	0.1	50.1	11.8	20.0	17.3	0.9	0.1	49.9	0.8	1.0	47.0	1.1	0.1
タイ	23.8	41.2	31.2	1.8	2.0	86.0	22.3	39.4	20.7	1.6	2.0	14.0	1.6	1.8	10.5	0.2	0.0
英国	4.5	34.1	58.9	2.1	0.3	84.7	3.8	30.7	48.4	1.4	0.3	15.3	0.7	3.5	10.5	0.7	0.0
米国	4.2	32.5	57.0	5.9	0.4	80.3	3.6	31.2	40.7	4.4	0.4	19.7	0.6	1.3	16.3	1.5	0.0
オーストラリア	3.4	21.1	67.9	7.4	0.2	79.9	3.2	19.9	50.2	6.6	0.0	20.1	0.2	1.2	17.6	0.7	0.2

図 2-10 国内流動パターン割合(出国空港 - 訪問地の関係でパターンを整理)

出所: 観光庁「2014年訪日外国人消費動向調査」

以上の分析結果を整理すると、下表のとおりとなる(表 2-3)。

表 2-3 国・地域ごとの国内訪問地域の傾向

国・地域	国内訪問地域分布 特徴(運輸局ブロック単位)	流動パターン
韓国	九州の訪問率が高い。	出国空港所在の都道府県または運輸局ブロック内に滞在
台湾	北海道、沖縄の訪問率が比較的高い。	
香港		
中国	関東・中部・近畿の訪問率が高い。また、北海道の訪問率が比較的高い。	ゴールデンルート(片道)
タイ	関東・北海道の訪問率が高い。	滞在型と周遊型が混在
英国	関東・北陸信越・近畿・中国の訪問率が高い。	複数地域への広範囲な周遊
米国	関東・北陸信越・近畿・中国の訪問率が高い。	
オーストラリア	関東・近畿に次ぎ、北海道・北陸信越・中国の訪問率が高い。	

(2) 出国空港別分析(運輸局ブロックごとの訪問率)

本報告書 2.4(1)で示した国内訪問地域の傾向について、更に詳細に分析を行うため、国・地域ごとに出国空港別の運輸局ブロックごとの訪問率及び流動パターンを分析した。

韓国

韓国からの旅行者について、出国空港別に運輸局ブロックごとの訪問率及び流動パターンを整理した(表 2-4)。

羽田空港、成田空港、関西国際空港、福岡空港の利用者は、A パターンと B パターンの合計が約 90%となっており、出国空港所在ブロック以内の周遊が大半を占める。

中部国際空港の利用者は、A パターンが約 60%であり、半数以上が出国空港所在都道府県のみを周遊している。また、新千歳空港、那覇空港の利用者は 90%以上が北海道、沖縄内の周遊である。

福岡空港の利用者は訪問県数が 2.09 県と比較的多く、B パターンが 60%を超えていることから、九州の複数県を周遊していると考えられる。

表 2-4 出国空港別の運輸局ブロックごとの訪問率分析結果(韓国)¹⁴

出国空港	サンプル数	訪問県数	訪問率[%]											国内流動パターン割合(合計)[%] ¹⁵				
			北海道	東北	関東	北陸信越	中部	近畿	中国	四国	九州	沖縄	A	B	C	D	不明	
羽田	238	1.41	2.9	0.4	95.0	0.8	3.8	1.3	0.0	0.4	0.8	2.1	55.9	32.4	5.9	5.0	0.8	
成田	536	1.52	1.3	0.7	98.9	0.9	1.3	5.2	0.2	0.0	0.6	0.4	2.6	87.9	8.0	0.9	0.6	
関西	1,134	1.96	0.1	0.0	3.8	0.5	1.7	99.6	1.4	0.5	1.1	0.1	36.2	55.3	7.8	0.4	0.4	
中部	92	1.39	1.1	0.0	2.2	10.9	96.7	8.7	0.0	0.0	1.1	0.0	58.7	19.6	18.5	3.3	0.0	
新千歳	253	1.02	100.0	0.0	0.4	0.0	0.0	0.8	0.0	0.0	0.8	0.0	98.8	0.0	1.2	0.0	0.0	
福岡	828	2.09	0.0	0.0	0.7	0.0	0.6	3.9	2.5	0.0	99.3	0.2	29.7	63.3	6.2	0.7	0.1	
那覇	250	1.00	0.0	0.0	0.0	0.0	0.4	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	99.2	0.0	0.4	0.0	0.4	
その他 ¹⁶	524	1.80	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	45.2	52.9	1.9	0.0	0.0	

出所:観光庁「2014 年訪日外国人消費動向調査」

¹⁴ 赤線は、有意差 95%で有意差が認められた区分を示す。

¹⁵ A : 出国空港所在都道府県のみ訪問、B : 出国空港所在ブロック内のみ訪問、C : 出国空港所在ブロック内外訪問、D : 出国空港所在ブロック外のみ訪問

¹⁶ 仙台空港、高松空港、広島空港、博多港

台湾

台湾からの旅行者について、出国空港別に運輸局ブロックごとの訪問率及び流動パターンを整理した（表 2-5）。

羽田空港、成田空港、関西国際空港の利用者は A パターン及び B パターンの合計が 70% を超えており、出国空港所在ブロック以内の周遊が大半を占める。

中部国際空港の利用者は C パターンが 70% を超えており、ブロックを跨がる流動が多い。北陸信越の訪問率も高いことから、北陸信越方面へ足を伸ばす形で周遊していると考えられる。

新千歳空港、那覇空港の利用者は A パターンが 100% に近い割合であり、ほぼ全ての利用者が北海道、沖縄内での周遊である。

福岡空港利用者は訪問県数が 3.12 県と最も多く、かつ B パターンが 80% を超えていることから、利用者の大半が九州の複数県を周遊していると考えられる。

表 2-5 出国空港別の運輸局ブロックごとの訪問率分析結果(台湾)¹⁷

出国空港	サンプル数	訪問県数	訪問率[%]											国内流動パターン割合(合計)[%]				
			北海道	東北	関東	北陸信越	中部	近畿	中国	四国	九州	沖縄	A	B	C	D	不明	
羽田	390	2.07	4.1	4.6	96.2	10.3	7.2	4.6	0.3	0.3	0.0	0.0	31.0	44.4	20.8	3.8	0.0	
成田	934	2.03	1.2	1.4	98.4	11.5	6.5	2.5	0.2	0.2	0.0	0.0	1.1	76.7	19.5	1.5	1.3	
関西	940	2.54	1.0	0.3	5.5	4.7	6.1	99.6	3.6	1.8	1.3	0.1	13.0	69.6	16.8	0.4	0.2	
中部	158	2.86	0.0	0.0	5.1	67.1	98.1	8.9	0.0	0.0	0.0	0.0	17.1	7.0	74.1	1.9	0.0	
新千歳	414	1.03	99.8	0.7	1.0	0.5	0.0	0.2	0.0	0.0	0.0	0.0	98.1	0.0	1.4	0.2	0.2	
福岡	277	3.12	0.0	0.4	0.4	0.4	0.0	0.7	4.7	0.4	100.0	0.4	8.7	85.9	5.4	0.0	0.0	
那覇	313	1.01	0.0	0.0	0.0	0.0	0.3	0.6	0.0	0.0	0.0	100.0	98.1	0.0	1.0	0.0	1.0	
その他	60	3.03	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6.7	58.3	31.7	1.7	1.7	

出所：観光庁「2014 年訪日外国人消費動向調査」

香港

香港からの旅行者について、出国空港別に運輸局ブロックごとの訪問率及び流動パターンを整理した（表 2-6）。

成田空港、関西国際空港の利用者は B パターンが 60% を超えており、出国空港所在ブロック内の周遊が多い。

中部国際空港の利用者は C パターンが約 70% であり、ブロックを跨いだ周遊が多く、北陸信越、近畿方面へ足を伸ばしている。

新千歳空港、那覇空港の利用者は A パターンが 100% に近い割合であり、ほぼ全ての利用者が北海道、沖縄内での周遊である。

福岡空港の利用者は訪問県数が 3 県と最も多く、B パターンが約 80% であることから、利用者の大半が九州の複数県を周遊していると考えられる。

¹⁷ 表で示されている赤線、国内流動パターン A～D 及び出国空港区分の「その他」の定義については、表 2-4(p.14)に準じる。

表 2-6 出国空港別の運輸局ブロックごとの訪問率分析(香港)¹⁸

出国空港	サンプル数	訪問県数	訪問率[%]											国内流動パターン割合(合計)[%]				
			北海道	東北	関東	北陸信越	中部	近畿	中国	四国	九州	沖縄	A	B	C	D	不明	
羽田	69	1.68	8.7	1.4	92.8	10.1	14.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	40.6	27.5	24.6	7.2	0.0
成田	363	1.78	5.8	3.3	96.4	11.0	8.3	5.8	0.0	0.0	0.0	0.3	1.1	69.7	25.3	3.6	0.3	0.3
関西	336	2.38	0.9	0.0	7.1	1.2	4.2	98.8	4.8	2.4	0.3	0.3	19.0	64.6	14.9	1.2	0.3	0.3
中部	72	2.81	5.6	0.0	4.2	45.8	95.8	40.3	0.0	0.0	0.0	0.0	9.7	18.1	68.1	4.2	0.0	0.0
新千歳	134	1.02	100.0	0.0	0.7	0.0	0.0	0.7	0.0	0.0	0.7	0.0	98.5	0.0	1.5	0.0	0.0	0.0
福岡	78	3.00	2.6	0.0	1.3	0.0	1.3	9.0	6.4	0.0	100.0	1.3	10.3	76.9	12.8	0.0	0.0	0.0
那覇	148	1.01	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.4	0.0	0.0	0.0	100.0	98.0	0.0	1.4	0.0	0.7	0.7
その他	2	5.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0

出所:観光庁「2014年訪日外国人消費動向調査」

中国

中国からの旅行者について、出国空港別に運輸局ブロックごとの訪問率及び流動パターンを整理した(表2-7)。

羽田空港はCパターンが約50%であり、近畿へと足を伸ばしているほか、北海道、中部へも若干の周遊がみられる。

成田空港、関西国際空港はCパターンが約70%、中部国際空港はCパターンが約90%となっており、関東～近畿(ゴールデンルート)の周遊が多くみられる。

新千歳空港、那覇空港はAパターンが90%を超えており、ほぼ全ての利用者がほぼ全ての利用者が北海道、沖縄内での周遊である。

表 2-7 出国空港別の運輸局ブロックごとの訪問率分析(中国)¹⁹

出国空港	サンプル数	訪問県数	訪問率[%]											国内流動パターン割合(合計)[%]				
			北海道	東北	関東	北陸信越	中部	近畿	中国	四国	九州	沖縄	A	B	C	D	不明	
羽田	197	2.43	13.2	1.5	96.4	5.1	10.7	33.0	0.0	0.0	1.0	1.5	23.9	21.3	51.3	3.6	0.0	0.0
成田	1,779	3.51	11.5	1.0	98.7	3.5	35.9	53.6	0.2	0.2	0.6	0.9	0.4	28.9	69.2	1.3	0.1	0.1
関西	1,114	3.74	5.6	0.0	71.5	2.2	42.5	98.5	0.6	0.4	0.6	0.4	4.7	19.7	74.1	1.5	0.0	0.0
中部	263	3.82	1.9	0.4	88.2	1.9	94.7	79.8	0.0	0.0	4.6	0.0	4.6	1.1	89.0	5.3	0.0	0.0
新千歳	189	1.15	100.0	0.0	7.4	0.0	0.5	5.3	0.5	0.0	0.0	0.0	91.0	0.0	9.0	0.0	0.0	0.0
福岡	98	3.85	0.0	0.0	45.9	3.1	37.8	45.9	1.0	0.0	95.9	4.1	14.3	29.6	52.0	2.0	2.0	2.0
那覇	191	1.08	0.5	0.0	1.6	0.0	2.1	1.6	0.0	0.0	1.6	100.0	94.2	0.0	5.8	0.0	0.0	0.0
その他	51	3.06	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	13.7	13.7	47.1	25.5	0.0	0.0

出所:観光庁「2014年訪日外国人消費動向調査」

¹⁸ 表で示されている赤線、国内流動パターンA～D及び出国空港区分の「その他」の定義については、表2-4(p.14)に準じる。

¹⁹ 表で示されている赤線、国内流動パターンA～D及び出国空港区分の「その他」の定義については、表2-4(p.14)に準じる。

タイ

タイからの旅行者について、出国空港別に運輸局ブロックごとの訪問率及び流動パターンを整理した（表 2-8）。

成田空港の利用者は B パターンが最も多い（約 50%）が、次いで C パターンが約 40% 程度を占めており、中部、近畿へ足を伸ばしている。関西国際空港の利用者は C パターンは約 30% 程度だが、一部の利用者は関東、近畿まで足を伸ばしている。

新千歳空港の利用者は A パターンが約 90% の割合であり、ほとんどの利用者が北海道内の周遊に留まっていることがわかる。

上記以外の空港については、サンプル数が少ない点に注意が必要だが、羽田空港及び中部国際空港の利用者は A パターン～C パターンの割合がいずれも 3 割前後程度であり、多様な周遊パターンが存在することが伺える。一方、福岡空港の利用者は約 70% が B パターンであり、利用者の大半が九州の複数県を周遊していると考えられる。

表 2-8 出国空港別の運輸局ブロックごとの訪問率分析(タイ)²⁰

出国空港	サンプル数	訪問県数	訪問率[%]											国内流動パターン割合(合計)[%]				
			北海道	東北	関東	北陸信越	中部	近畿	中国	四国	九州	沖縄	A	B	C	D	不明	
羽田	43	2.14	0.0	2.3	100.0	7.0	14.0	20.9	0.0	0.0	0.0	0.0	37.2	27.9	34.9	0.0	0.0	
成田	210	2.52	6.2	3.3	97.6	6.2	21.4	19.5	1.9	0.0	1.0	0.0	1.4	53.3	42.9	2.4	0.0	
関西	80	2.28	2.5	2.5	16.3	5.0	15.0	96.3	0.0	2.5	0.0	0.0	20.0	45.0	28.8	3.8	2.5	
中部	15	1.67	0.0	0.0	33.3	0.0	100.0	6.7	0.0	0.0	0.0	0.0	40.0	26.7	33.3	0.0	0.0	
新千歳	70	1.04	100.0	0.0	1.4	0.0	0.0	1.4	0.0	0.0	1.4	0.0	88.6	0.0	1.4	0.0	10.0	
福岡	31	2.77	3.2	0.0	6.5	0.0	3.2	9.7	12.9	0.0	100.0	0.0	12.9	67.7	19.4	0.0	0.0	
那覇		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
その他		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	

出所：観光庁「2014 年訪日外国人消費動向調査」

英国

英国からの旅行者について、出国空港別に運輸局ブロックごとの訪問率及び流動パターンを整理した（表 2-9）。

成田空港の利用者は C パターンが約 60% であり、ブロックを跨いだ流動が多く、関東から近畿や中国、北陸信越まで足を伸ばしている。また、B パターンも約 40% を占めており、関東周辺での周遊を行っている。

その他、サンプルが少ない点に注意が必要だが、関西国際空港の利用者は C パターンが約 80% であり、近畿から関東や中部、九州へ足を伸ばしている。また、羽田空港の利用者は C パターンが約 50% であり、成田空港の利用者と同様に関東から近畿や中国、北陸信越まで足を伸ばしている。

²⁰ 表で示されている赤線、国内流動パターン A～D 及び出国空港区分の「その他」の定義については、表 2-4(p.14)に準じる。

表 2-9 出国空港別の運輸局ブロックごとの訪問率分析(英国) ²¹

出国空港	サンプル数	訪問県数	訪問率[%]										国内流動パターン割合(合計) [%]				
			北海道	東北	関東	北陸信越	中部	近畿	中国	四国	九州	沖縄	A	B	C	D	不明
羽田	32	2.63	0.0	0.0	100.0	12.5	12.5	46.9	12.5	0.0	6.3	3.1	25.0	15.6	56.3	0.0	3.1
成田	230	3.00	6.1	4.3	97.8	17.4	13.0	48.7	20.0	2.2	2.6	0.0	0.9	39.1	57.8	2.2	0.0
関西	23	4.04	8.7	13.0	56.5	13.0	21.7	95.7	43.5	4.3	21.7	0.0	4.3	13.0	78.3	4.3	0.0
中部			-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
新千歳	1	1.00	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
福岡			-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
那覇	1	1.00	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
その他			-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

出所：観光庁「2014年訪日外国人消費動向調査」

米国

米国からの旅行者について、出国空港別に運輸局ブロックごとの訪問率及び流動パターンを整理した(表 2-10)。

サンプルが一定数確保されている成田空港及び関西国際空港の利用者をみると、Cパターンが最も多く約 60%を占め、主に関東～近畿を周遊している。

表 2-10 出国空港別の運輸局ブロックごとの訪問率分析(米国) ²²

出国空港	サンプル数	訪問県数	訪問率[%]										国内流動パターン割合(合計) [%]				
			北海道	東北	関東	北陸信越	中部	近畿	中国	四国	九州	沖縄	A	B	C	D	不明
羽田	4	1.50	0.0	0.0	100.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	25.0	25.0	0.0	0.0
成田	410	2.68	5.9	5.4	93.9	6.6	15.6	46.3	12.2	2.7	5.4	2.9	2.7	34.6	56.3	6.1	0.2
関西	99	3.29	1.0	0.0	62.6	23.2	23.2	94.9	14.1	1.0	2.0	1.0	6.1	25.3	62.6	5.1	1.0
中部	5	2.40	0.0	0.0	20.0	20.0	100.0	40.0	0.0	0.0	0.0	0.0	40.0	0.0	60.0	0.0	0.0
新千歳	1	1.00	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
福岡	3	2.67	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	33.3	0.0	66.7	33.3	0.0	0.0
那覇			-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
その他	1	4.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0

出所：観光庁「2014年訪日外国人消費動向調査」

²¹ 表で示されている赤線、国内流動パターン A～D 及び出国空港区分の「その他」の定義については、表 2-4(p.14)に準じる。

²² 表で示されている赤線、国内流動パターン A～D 及び出国空港区分の「その他」の定義については、表 2-4(p.14)に準じる。

オーストラリア

オーストラリアからの旅行者について、出国空港別に運輸局ブロックごとの訪問率及び流動パターンを整理した（表 2-11）。

米国と類似の傾向がみられ、サンプルが一定数確保されている成田空港及び関西国際空港をみると、Cパターンが最も多く約70%を占め、主に関東～近畿を周遊している。

表 2-11 出国空港別の運輸局ブロックごとの訪問率分析(オーストラリア)²³

出国空港	サンプル数	訪問県数	訪問率[%]										国内流動パターン割合(合計)[%]				
			北海道	東北	関東	北陸信越	中部	近畿	中国	四国	九州	沖縄	A	B	C	D	不明
羽田	3	3.33	0.0	0.0	100.0	66.7	33.3	66.7	33.3	0.0	0.0	0.0	33.3	0.0	66.7	0.0	0.0
成田	300	2.87	13.0	2.7	90.7	20.0	14.0	51.3	19.3	3.3	3.7	0.7	2.0	22.7	65.7	9.3	0.3
関西	92	3.54	4.3	4.3	64.1	14.1	17.4	97.8	26.1	1.1	4.3	2.2	3.3	19.6	75.0	2.2	0.0
中部	5	6.40	0.0	0.0	80.0	60.0	100.0	100.0	40.0	0.0	20.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0
新千歳	5	1.40	100.0	0.0	20.0	0.0	0.0	20.0	0.0	0.0	0.0	0.0	80.0	0.0	20.0	0.0	0.0
福岡	3	6.33	33.3	0.0	33.3	0.0	33.3	100.0	33.3	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0
那覇		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
その他		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

出所：観光庁「2014年訪日外国人消費動向調査」

²³ 表で示されている赤線、国内流動パターン A～D 及び出国空港区分の「その他」の定義については、表 2-4(p.14)に準じる。

(3) 訪日経験別分析

訪問ルートとの関係

訪日外国人旅行者の国内流動パターンは、日本への訪問回数が多い旅行者ほど、ゴールデンルート等有名な訪問地ではなく、それ以外の地域に訪問するのではないかという仮説のもと、国・地域ごとに、訪日経験別（ビギナー／リピーター）の訪問ルートの割合を分析した。

具体的には、訪日経験別（ビギナー／リピーター）に平均訪問県数の変化を分析したほか、OD ルートを以下のとおり定義した上で（表 2-12）、当該ルートへの訪問率を訪日経験別（ビギナー／リピーター）に分析し、流動の傾向をより詳細に把握することとした。

表 2-12 訪問ルートの定義²⁴

ルート名	定義
北海道ルート	「北海道運輸局ブロック」を必ず訪問し、「出国空港がある運輸局ブロック」を含めて合計で2ブロック以内を訪問するルート
東北ルート	「東北運輸局ブロック」を必ず訪問し、「出国空港がある運輸局ブロック」を含めて合計で2ブロック以内を訪問するルート
関東ルート	「関東運輸局ブロック」を必ず訪問し、「出国空港がある運輸局ブロック」を含めて合計で2ブロック以内を訪問するルート
北陸信越ルート	「北陸信越運輸局ブロック」を必ず訪問し、「出国空港がある運輸局ブロック」を含めて合計で2ブロック以内を訪問するルート
中部ルート	「中部運輸局ブロック」を必ず訪問し、「出国空港がある運輸局ブロック」を含めて合計で2ブロック以内を訪問するルート
近畿ルート	「近畿運輸局ブロック」を必ず訪問し、「出国空港がある運輸局ブロック」を含めて合計で2ブロック以内を訪問するルート
四国ルート	「四国運輸局ブロック」を必ず訪問し、「出国空港がある運輸局ブロック」を含めて合計で2ブロック以内を訪問するルート
九州ルート	「九州運輸局ブロック」を必ず訪問し、「出国空港がある運輸局ブロック」を含めて合計で2ブロック以内を訪問するルート
沖縄ルート	「沖縄運輸局ブロック」を必ず訪問し、「出国空港がある運輸局ブロック」と含めて合計で2ブロック以内を訪問するルート
ゴールデンルート_東名	以下の条件を満たす全てのルート ・ 東京都を訪問 かつ 静岡県、愛知県のいずれか又は両方を訪問 ・ 京都府、大阪府、広島県には訪問しない
ゴールデンルート_東阪	以下の条件を満たす全てのルート ・ 東京都を訪問 かつ 京都府、大阪府のいずれか又は両方を訪問 ・ 静岡県、愛知県、広島県には訪問しない
ゴールデンルート_東名阪	以下の条件を満たす全てのルート ・ 東京都を訪問 かつ 静岡県、愛知県のいずれか又は両方を訪問 かつ 京都府、大阪府のいずれか又は両方を訪問 ・ 広島県には訪問しない
ゴールデンルート_東阪広	以下の条件を満たす全てのルート ・ 東京都を訪問 かつ 京都府、大阪府のいずれか又は両方を訪問 かつ 広島県を訪問 ・ 静岡県、愛知県には訪問しない
ゴールデンルート_東名阪広	以下の条件を満たす全てのルート ・ 東京都を訪問 かつ 静岡県、愛知県のいずれか又は両方を訪問 かつ 京都府、大阪府のいずれか又は両方を訪問 かつ 広島県を訪問
昇龍道ルート	以下の条件を満たす全てのルート ・ 静岡県、愛知県、三重県のいずれか又は全てを訪問 かつ 長野県、岐阜県、滋賀県のいずれか又は全てを訪問 かつ 石川県、富山県、福井県のいずれか又は全てを訪問

なお、仮に訪日回数が 2 回目であったとしても、前回訪問から 10 年以上経過していた場合、初回訪問時と同様の行動となることも考えられることから、訪日回数と平均訪問県数の変化の関係に着目した。具体的には、訪日回数ごとの平均訪問県数について、統計的な有意差の有無を確認した上で、ビギナー／リピーターの区分を国・地域ごとに設定した（表 2-13）。ただし、タイについては、統計的に有意差が現れたのが訪日 5 回目以降であ

²⁴ ゴールデンルート東名、ゴールデンルート東阪には、中部ルート、近畿ルートが含まれる。また、上記定義に該当しないルートは、「その他ルート」として整理した。

り、「訪日5回目までビギナー扱い」とすることは考えにくいいため、ルート別の訪問率の違いを確認し、区分を設定した(表2-14)。

表 2-13 国・地域ごとのビギナー/リピーター定義²⁵

韓国				台湾				香港				中国			
訪日回数	サンプル数	平均訪問 票数	t検定のp 値												
~1回:ビギナー				~3回:ビギナー				~3回:ビギナー				~1回:ビギナー			
1回目	1,390	1.82	0.04	1回目	892	2.03	0.85	1回目	224	1.92	0.78	1回目	2,771	3.65	0.00
2回目	754	1.74	0.23	2回目	666	2.02	0.60	2回目	178	1.89	0.50	2回目	522	2.61	0.08
3回目	490	1.68	0.07	3回目	478	2.05	0.03	3回目	160	1.81	0.09	3回目	182	2.39	0.57
4回目	210	1.81	0.13	4回目	259	2.25	0.33	4回目	101	2.06	0.23	4回目	77	2.29	0.56
5回目	222	1.68	0.50	5回目	293	2.15	0.78	5回目	120	1.86	0.97	5回目	68	2.15	0.62
6-9回目	248	1.62	0.90	6-9回目	380	2.17	0.51	6-9回目	162	1.86	0.18	6-9回目	95	2.26	0.67
10-19回	293	1.61	0.83	10-19回	307	2.24	0.88	10-19回	167	2.02	0.09	10-19回	84	2.18	0.17
20回以上	236	1.63		20回以上	209	2.22		20回以上	88	1.81		20回以上	76	2.45	
2回~:リピーター				4回~:リピーター				4回~:リピーター				2回~:リピーター			
タイ				英国				米国				オーストラリア			
~2回:ビギナー				~2回:ビギナー				~2回:ビギナー				~2回:ビギナー			
1回目	209	2.10	0.08	1回目	188	3.23	0.48	1回目	330	2.77	0.28	1回目	260	3.33	0.34
2回目	81	2.36	0.11	2回目	40	2.98	0.26	2回目	90	2.57	0.06	2回目	72	3.10	0.05
3回目	39	1.97	0.21	3回目	18	2.33	0.82	3回目	27	3.48	0.72	3回目	30	2.30	0.73
4回目	27	2.37	0.40	4回目	8	2.50	0.81	4回目	11	3.18	0.48	4回目	10	2.50	0.52
5回目	29	2.07	0.06	5回目	5	2.80	0.65	5回目	15	2.60	0.23	5回目	11	2.09	0.62
6-9回目	33	2.76	0.20	6-9回目	13	2.46	0.09	6-9回目	23	3.35	0.06	6-9回目	16	1.81	0.79
10-19回	19	2.21	0.79	10-19回	5	4.00	0.07	10-19回	13	2.31	0.48	10-19回	5	2.00	1.00
20回以上	11	2.09		20回以上	9	1.33		20回以上	13	2.77		20回以上	3	2.00	
3回~:リピーター				3回~:リピーター				3回~:リピーター				3回~:リピーター			

出所:観光庁「2014年訪日外国人消費動向調査」

表 2-14 タイにおけるビギナー/リピーターの定義

訪日2回目と3回目で、統計的な有意差が最も多い(訪日5回目以降を除く) 訪日2回目までをビギナー、3回目以降をリピーターと定義

訪日回数	サンプル数	平均訪問 票数	訪問ルート割合[%]																
			北海道 ルート	東北 ルート	関東 ルート	北陸信越 ルート	中部 ルート	近畿 ルート	中国 ルート	四国 ルート	九州 ルート	沖縄 ルート	ゴールデン ルート 東名	ゴールデン ルート 東阪	ゴールデン ルート 東名阪	ゴールデン ルート 東名阪広	ゴールデン ルート 東名阪広	昇龍道 ルート	その他 ルート
総計	449	2.20	15.6	1.1	34.3	1.8	10.2	18.5	0.4	0.4	6.0	0.0	8.5	10.0	2.7	0.7	0.0	0.7	4.7
1回目	209	2.10	15.3	1.4	34.9	1.4	11.5	22.5	1.0	0.5	4.3	0.0	10.0	12.4	1.4	0.0	0.0	0.0	3.8
2回目	81	2.36	13.6	1.2	29.6	1.2	13.6	17.3	0.0	0.0	4.9	0.0	11.1	9.9	6.2	0.0	0.0	2.5	4.9
3回目	39	1.97	25.6	0.0	35.9	0.0	7.7	10.3	0.0	0.0	10.3	0.0	2.6	10.3	2.6	0.0	0.0	2.6	5.1
4回目	27	2.37	18.5	0.0	33.3	0.0	7.4	11.1	0.0	0.0	11.1	0.0	3.7	11.1	3.7	3.7	0.0	0.0	3.7
5回目	29	2.07	13.8	0.0	44.8	0.0	3.4	10.3	0.0	3.4	13.8	0.0	3.4	0.0	6.9	0.0	0.0	0.0	3.4
6-9回目	33	2.76	15.2	0.0	39.4	3.0	9.1	12.1	0.0	0.0	3.0	0.0	6.1	6.1	0.0	6.1	0.0	0.0	9.1
10-19回	19	2.21	15.8	5.3	31.6	10.5	0.0	10.5	0.0	0.0	10.5	0.0	10.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	5.3
20回以上	11	2.09	0.0	0.0	9.1	9.1	18.2	54.5	0.0	0.0	0.0	0.0	9.1	18.2	0.0	0.0	0.0	0.0	9.1
不明	1	1.00	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

出所:観光庁「2014年訪日外国人旅行者消費動向調査」

²⁵ 赤線は統計的に有意差がもっとも大きかった(t検定のp値が最も小さい)区分を示す。

(a) 韓国

韓国からの旅行者について、訪日経験（ビギナー／リピーター）別に平均訪問県数及び訪問ルート割合を整理した（図 2-11）。

ビギナーと比較して、リピーターは平均訪問県数がやや少ない。ルートを見ると、リピーターは北海道、近畿ルートの訪問率が低く、関東、九州ルートの訪問率が高い。

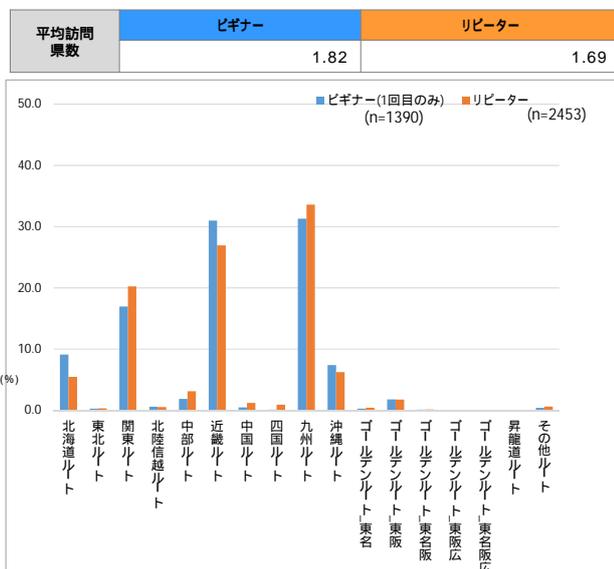


図 2-11 訪日経験別の平均訪問県数及び訪問ルート割合(韓国)

出所：観光庁「2014 年訪日外国人消費動向調査」

(b) 台湾

台湾からの旅行者について、訪日経験（ビギナー／リピーター）別に平均訪問県数及び訪問ルート割合を整理した（図 2-12）。

ビギナーと比較して、リピーターは平均訪問県数がやや多い。ルートを見ると、リピーターは北海道ルートの訪問率が約半分であり、訪問率が高い関東、近畿ルートの訪問率もやや低く、北陸信越、九州ルートの訪問率が高い。

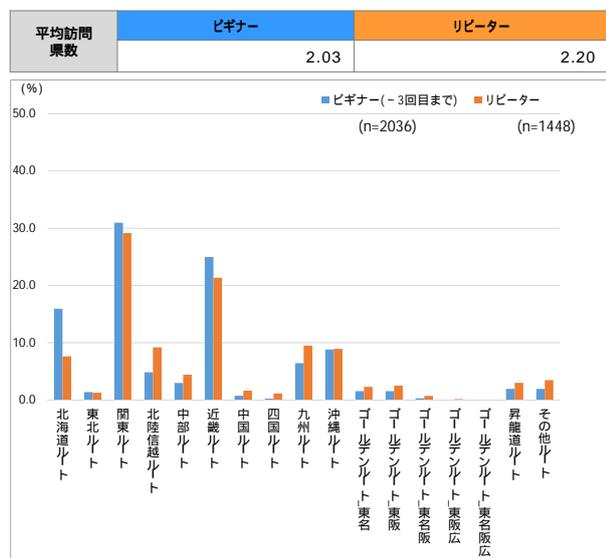


図 2-12 訪日経験別の平均訪問県数及び訪問ルート割合(台湾)

出所：観光庁「2014 年訪日外国人消費動向調査」

(c) 香港

香港からの旅行者について、訪日経験（ビギナー／リピーター）別に平均訪問県数及び訪問ルート割合を整理した（図 2-13）。

ビギナーとリピーターで、平均訪問県数に大きな差はない。ルートをみると、リピーターは近畿、沖縄ルートの訪問率が低い。一方、訪問率は低いが、北陸信越、中部、九州、ゴールデンルート（東名）の訪問率はリピーターの方が高い。

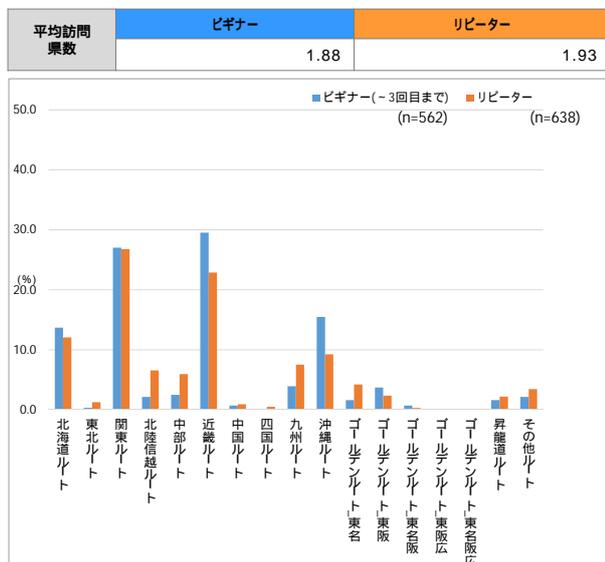


図 2-13 訪日経験別の平均訪問県数及び訪問ルート割合（香港）

出所：観光庁「2014年訪日外国人消費動向調査」

(d) 中国

中国からの旅行者について、訪日経験（ビギナー／リピーター）別に平均訪問県数及び訪問ルート割合を整理した（図 2-14）。

ビギナーと比較して、リピーターは平均訪問県数が大幅に少ない。ルートをみると、リピーターはゴールデンルート（東阪）の訪問率が約半分であり、ゴールデンルート（東名阪）の訪問率が約 70% 低く、関東ルートの訪問率が約 40% 高く、北海道ルートの訪問率が約 90% 高い。また、上記以外のルート（北陸信越、中部、近畿、中国、九州、沖縄）の訪問率がリピーターはやや高い。

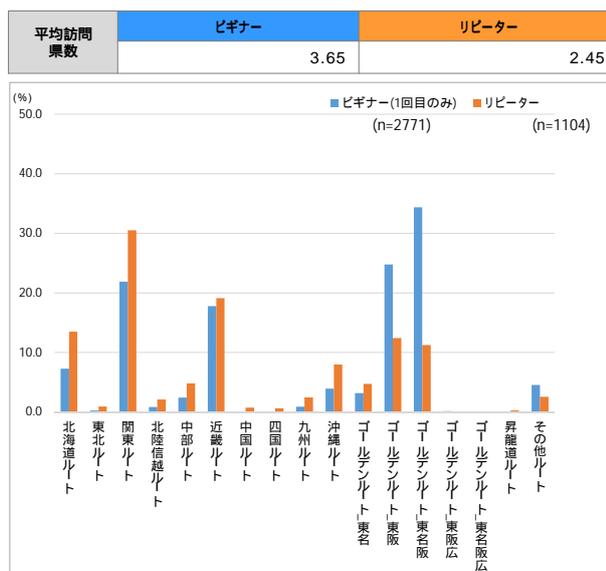


図 2-14 訪日経験別の平均訪問県数及び訪問ルート割合（中国）

出所：観光庁「2014年訪日外国人消費動向調査」

(e) タイ

タイからの旅行者について、訪日経験（ビギナー／リピーター）別に平均訪問県数及び訪問ルート割合を整理した（図 2-15）。

ビギナーとリピーターで、平均訪問県数に訪問県数に大きな変化は生じない。ルートを見ると、リピーターは中部、近畿、ゴールデンルート（東名、東阪）の訪問率が低く、北海道、関東、九州ルート（東名、東阪）の訪問率が高い。

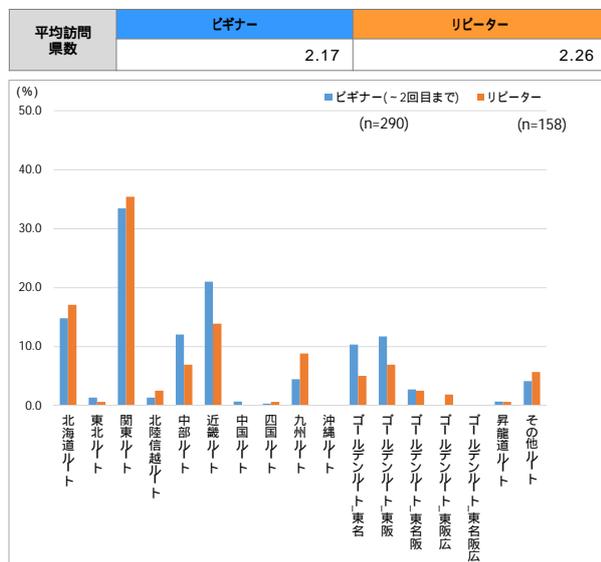


図 2-15 訪日経験別の平均訪問県数及び訪問ルート割合(タイ)

出所：観光庁「2014年訪日外国人消費動向調査」

(f) 英国

英国からの旅行者について、訪日経験（ビギナー／リピーター）別に平均訪問県数及び訪問ルート割合を整理した（図 2-16）²⁶。

ビギナーと比較して、リピーターは平均訪問県数が低い。ルートを見ると、リピーターは近畿及びゴールデンルート（東阪）が約 40% 低く、ゴールデンルート（東阪広）の訪問率が約 50% 低く、北海道、東北、関東、北陸信越、中国ルート（東名、東阪）の訪問率が高い。特に関東ルートは約 30% 高く、北陸信越ルートにいたっては約 900% 高い。

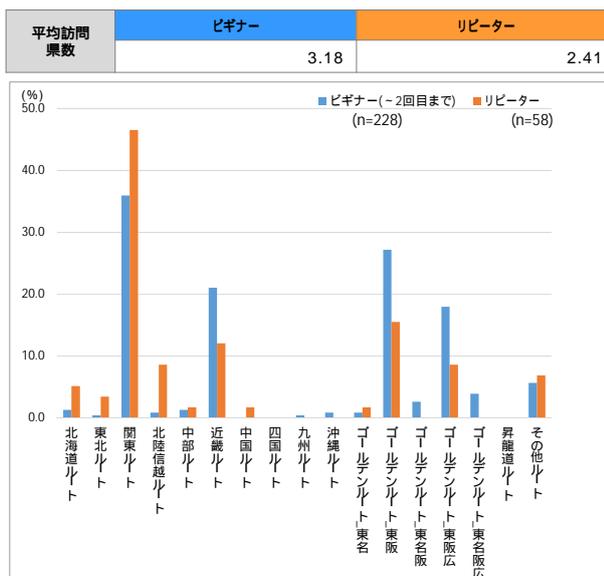


図 2-16 訪日経験別の平均訪問県数及び訪問ルート割合(英国)

出所：観光庁「2014年訪日外国人消費動向調査」

²⁶ リピーターはサンプル数が少ない点に注意が必要。

(g) 米国

米国からの旅行者について、訪日経験（ビギナー／リピーター）別に平均訪問県数及び訪問ルート割合を整理した（図 2-17）。

ビギナーと比較して、リピーターは平均訪問県数がやや高い。ルートを見ると、関東、近畿、ゴールデンルート（東阪、東名阪、東阪広）の訪問率が低く、北陸信越、中部、九州ルートの訪問率が高い。

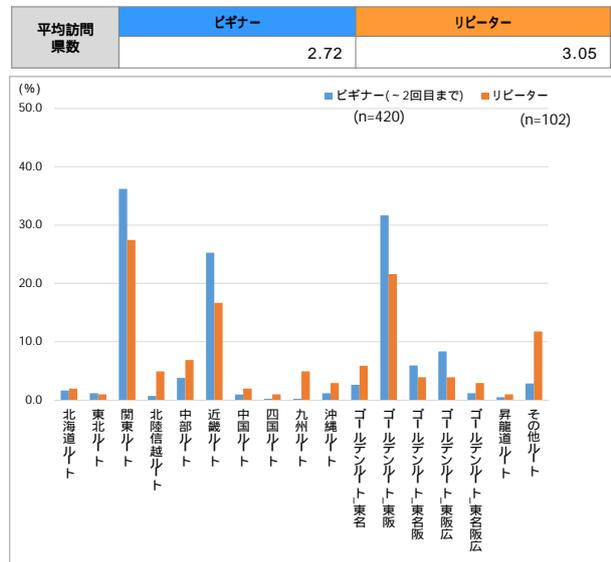


図 2-17 訪日経験別の平均訪問県数及び訪問ルート割合(米国)

出所：観光庁「2014年訪日外国人消費動向調査」

(h) オーストラリア

オーストラリアからの旅行者について、訪日経験（ビギナー／リピーター）別に平均訪問県数及び訪問ルート割合を整理した（図 2-18）²⁷。

ビギナーと比較して、リピーターは平均訪問県数が大幅に少ない。ルートを見ると、リピーターはゴールデンルート（東阪）の訪問率が約 50% 低く、ゴールデンルート（東阪広）の訪問率が約 90% 低い一方、北海道ルートが約 100%、北陸信越ルートが約 170% 高い。また、訪問率は低いですが、中部、九州、東北ルートの訪問率がリピーターで高い。

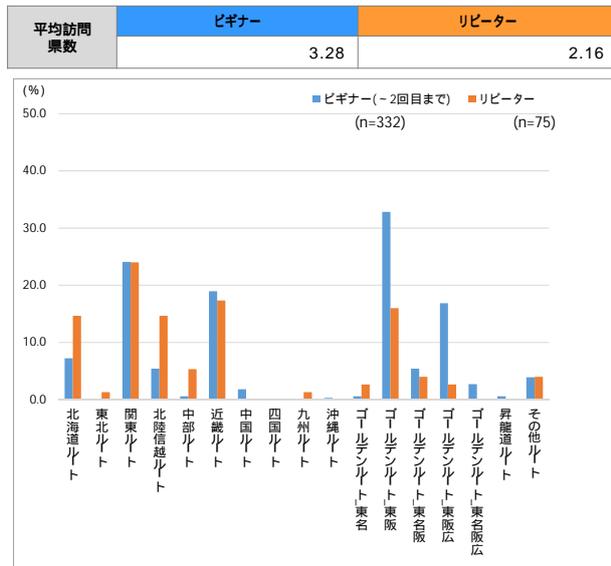


図 2-18 訪日経験別の平均訪問県数及び訪問ルート割合(オーストラリア)

出所：観光庁「2014年訪日外国人消費動向調査」

²⁷ リピーターはサンプル数が少ない点に注意が必要。

滞在日数との関係

国・地域別ごとに、訪日経験(ビギナー/リピーター)別の滞在日数を整理した。なお、国・地域ごとのビギナー・リピーターの定義については、表 2-13 の定義に準じた。

(a) 韓国

韓国からの旅行者について、訪日経験(ビギナー/リピーター)別に滞在日数ごとの訪問ルート割合を整理した(表 2-15)。

ビギナーと比較して、リピーターは全体的に 3 日以内滞在の割合が高い。特に、東北、四国、中国ルートにおける 3 日以内滞在の割合が高い。

表 2-15 訪日経験別の滞在日数ごとの国内訪問ルート割合(韓国)

訪日回数(2区分)	滞在日数(5区分)	サンプル数	訪問ルート割合[%]																
			北海道ルート	東北ルート	関東ルート	北陸信越ルート	中部ルート	近畿ルート	中国ルート	四国ルート	九州ルート	沖縄ルート	ゴールデンルート東名	ゴールデンルート東阪	ゴールデンルート東名阪	ゴールデンルート東阪広	ゴールデンルート東名阪広	昇龍道ルート	その他ルート
ビギナー(1回のみ)	3日以内	475	4.7	0.0	24.2	12.5	34.6	32.0	0.0	50.0	54.5	24.3	0.0	4.0	0.0	-	-	0.0	16.7
	4~6日間	836	93.7	100.0	61.4	75.0	46.2	62.6	100.0	0.0	43.9	72.8	50.0	32.0	100.0	-	-	100.0	83.3
	7~13日間	66	1.6	0.0	12.3	12.5	11.5	4.6	0.0	50.0	1.6	1.9	25.0	48.0	0.0	-	-	0.0	0.0
	14~20日間	10	0.0	0.0	1.3	0.0	3.8	0.7	0.0	0.0	0.0	1.0	25.0	16.0	0.0	-	-	0.0	0.0
	21日以上1年未満	3	0.0	0.0	0.8	0.0	3.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	-	-	0.0	0.0
リピーター	3日以内	950	11.2	62.5	29.0	15.4	36.4	33.4	20.0	73.9	56.8	26.8	9.1	11.6	0.0	0.0	-	0.0	13.3
	4~6日間	1315	85.8	25.0	59.0	69.2	49.4	59.8	56.7	21.7	39.1	69.9	63.6	32.6	50.0	0.0	-	100.0	46.7
	7~13日間	146	2.2	0.0	9.1	7.7	9.1	5.6	16.7	4.3	3.8	2.6	27.3	44.2	25.0	0.0	-	0.0	26.7
	14~20日間	15	0.0	12.5	0.8	0.0	0.0	0.8	0.0	0.0	0.2	0.7	0.0	7.0	100.0	-	-	0.0	0.0
	21日以上1年未満	27	0.7	0.0	2.2	7.7	5.2	0.5	6.7	0.0	0.1	0.0	0.0	4.7	25.0	0.0	-	0.0	13.3

出所:観光庁「2014年訪日外国人消費動向調査」

(b) 台湾

台湾からの旅行者について、訪日経験(ビギナー/リピーター)別に滞在日数ごとの訪問ルート割合を整理した(表 2-16)。

ビギナーと比較して、リピーターは全体的に 7~13 日間滞在の割合が高い。特に中国ルートにおける 7~13 日滞在の割合が高い。一方、東北ルートは 4~6 日間以内の割合が高く、短期化の傾向がみられる。

表 2-16 訪日経験別の滞在日数ごとの国内訪問ルート割合(台湾)

訪日回数(2区分)	滞在日数(5区分)	サンプル数	訪問ルート割合[%]																
			北海道ルート	東北ルート	関東ルート	北陸信越ルート	中部ルート	近畿ルート	中国ルート	四国ルート	九州ルート	沖縄ルート	ゴールデンルート東名	ゴールデンルート東阪	ゴールデンルート東名阪	ゴールデンルート東阪広	ゴールデンルート東名阪広	昇龍道ルート	その他ルート
ビギナー(-3回目まで)	3日以内	39	0.6	3.6	2.7	0.0	3.3	2.8	0.0	0.0	0.0	1.1	0.0	0.0	0.0	0.0	-	0.0	2.6
	4~6日間	1632	89.5	39.3	82.2	80.6	81.7	68.3	40.0	75.0	93.8	94.4	87.1	16.1	40.0	0.0	-	92.3	69.2
	7~13日間	330	8.3	53.6	13.7	18.4	15.0	26.6	40.0	25.0	6.2	4.5	12.9	51.6	60.0	0.0	-	7.7	25.6
	14~20日間	27	1.5	3.6	1.0	0.0	0.0	2.0	6.7	0.0	0.0	0.0	0.0	32.3	0.0	100.0	-	0.0	2.6
	21日以上1年未満	8	0.0	0.0	0.5	1.0	0.0	0.4	13.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	-	0.0	0.0
リピーター	3日以内	59	1.8	0.0	5.0	3.0	23.4	2.6	0.0	0.0	2.9	3.9	6.1	2.8	0.0	0.0	-	0.0	0.0
	4~6日間	982	70.9	50.0	67.1	69.9	59.4	66.3	26.1	68.8	80.3	86.8	63.6	19.4	20.0	0.0	-	79.1	52.0
	7~13日間	358	23.6	44.4	23.9	24.8	17.2	28.5	69.6	31.3	16.1	8.5	24.2	61.1	80.0	0.0	-	18.6	40.0
	14~20日間	32	2.7	5.6	2.6	2.3	0.0	1.6	4.3	0.0	0.7	0.8	3.0	8.3	0.0	0.0	-	2.3	6.0
	21日以上1年未満	17	0.9	0.0	1.4	0.0	0.0	1.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3.0	8.3	0.0	100.0	-	0.0	2.0

出所:観光庁「2014年訪日外国人消費動向調査」

(c) 香港

香港からの旅行者について、訪日経験（ビギナー／リピーター）別に滞在日数ごとの訪問ルート割合を整理した（表 2-17）。

ビギナーと比較して、リピーターは全体的に 7～13 日間滞在の割合が高いが、東北、関東、中国ルートは 4～6 日間以内の割合が高く、短期化の傾向がみられる。ただし、東北ルートは訪問率が低いことに注意が必要である。

表 2-17 訪日経験別の滞在日数ごとの国内訪問ルート割合（香港）

訪日回数（2区分）	滞在日数（5区分）	サンプル数	訪問ルート割合 [%]																
			北海道ルート	東北ルート	関東ルート	北陸信越ルート	中部ルート	近畿ルート	中国ルート	四国ルート	九州ルート	沖縄ルート	ゴールデンルート東名	ゴールデンルート東阪	ゴールデンルート東名阪	ゴールデンルート東阪広	ゴールデンルート東名阪広	昇龍道ルート	その他ルート
ビギナー（～3回目まで）	3日間以内	12	3.9	0.0	2.6	0.0	0.0	1.2	0.0	-	9.1	1.1	0.0	0.0	0.0	-	-	0.0	0.0
	4～6日間	403	88.8	0.0	69.1	83.3	85.7	71.1	0.0	-	77.3	83.9	100.0	28.6	50.0	-	-	100.0	50.0
	7～13日間	140	27.3	100.0	28.3	16.7	14.3	25.9	75.0	-	13.6	14.9	0.0	61.9	50.0	-	-	0.0	33.3
	14～20日間	5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.8	25.0	-	0.0	0.0	0.0	4.8	0.0	-	-	0.0	8.3
	21日以上1年未満	2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	-	0.0	0.0	0.0	4.8	0.0	-	-	0.0	8.3
リピーター	3日間以内	15	3.9	0.0	3.5	2.4	7.9	0.0	0.0	0.0	2.1	1.7	3.7	0.0	0.0	-	-	0.0	0.0
	4～6日間	400	46.8	12.5	71.3	52.4	63.2	71.2	50.0	33.3	58.3	74.6	63.0	20.0	50.0	-	-	71.4	31.8
	7～13日間	207	46.8	75.0	22.8	42.9	28.9	28.1	50.0	66.7	37.5	23.7	33.3	80.0	0.0	-	-	28.6	45.5
	14～20日間	13	1.3	12.5	2.3	0.0	0.0	0.7	0.0	0.0	2.1	0.0	0.0	0.0	50.0	-	-	0.0	18.2
	21日以上1年未満	3	1.3	0.0	0.0	2.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	-	-	0.0	4.5

出所：観光庁「2014年訪日外国人消費動向調査」

(d) 中国

中国からの旅行者について、訪日経験（ビギナー／リピーター）別に滞在日数ごとの訪問ルート割合を整理した（表 2-18）。

ビギナーと比較して、リピーターは全体的に 7～13 日間滞在の割合が高いが、中国、四国ルートは 4～6 日間以内の割合が高く、短期化の傾向がみられる。

表 2-18 訪日経験別の滞在日数ごとの国内訪問ルート割合（中国）

訪日回数（2区分）	滞在日数（5区分）	サンプル数	訪問ルート割合 [%]																
			北海道ルート	東北ルート	関東ルート	北陸信越ルート	中部ルート	近畿ルート	中国ルート	四国ルート	九州ルート	沖縄ルート	ゴールデンルート東名	ゴールデンルート東阪	ゴールデンルート東名阪	ゴールデンルート東阪広	ゴールデンルート東名阪広	昇龍道ルート	その他ルート
ビギナー（1回目のみ）	3日間以内	18	2.5	0.0	1.2	0.0	0.0	0.2	0.0	0.0	0.0	3.7	0.0	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.8
	4～6日間	1913	58.2	28.6	65.5	52.2	80.6	61.9	0.0	50.0	62.5	90.7	77.3	55.4	81.2	25.0	0.0	0.0	72.2
	7～13日間	789	38.3	57.1	29.9	43.5	17.9	35.5	50.0	0.0	12.5	4.6	20.5	40.5	18.0	25.0	0.0	0.0	25.4
	14～20日間	59	1.0	0.0	2.8	4.3	0.0	2.2	0.0	50.0	16.7	0.9	0.0	3.6	0.6	50.0	100.0	100.0	1.6
	21日以上1年未満	12	0.0	14.3	0.7	0.0	1.5	0.2	50.0	0.0	8.3	0.0	2.3	0.3	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0
リピーター	3日間以内	33	2.7	0.0	5.3	4.3	3.8	1.4	12.5	0.0	11.1	1.1	0.0	0.0	0.0	-	-	0.0	0.0
	4～6日間	623	52.3	10.0	57.9	43.5	64.2	47.9	25.0	57.1	59.3	83.0	61.5	38.7	66.9	-	-	33.3	35.7
	7～13日間	378	39.6	80.0	30.9	39.1	22.6	44.5	37.5	42.9	18.5	14.8	32.7	49.6	27.4	-	-	66.7	64.3
	14～20日間	44	4.0	10.0	4.5	13.0	5.7	4.3	0.0	3.7	1.1	1.9	9.5	1.6	-	-	-	0.0	0.0
	21日以上1年未満	26	1.3	0.0	1.5	0.0	3.8	1.9	25.0	0.0	7.4	0.0	3.8	2.2	4.0	-	-	0.0	0.0

出所：観光庁「2014年訪日外国人消費動向調査」

(e) タイ

タイからの旅行者について、訪日経験（ビギナー／リピーター）別に滞在日数ごとの訪問ルート割合を整理した（表 2-19）。

ビギナーと比較して、リピーターは全体的に 7～13 日間滞在の割合が高いが、北陸信越、

近畿ルート、ゴールデンルート（東名、東阪）では4～6日間以内の割合が高く、短期化の傾向がみられる。

表 2-19 訪日経験別の滞在日数ごとの国内訪問ルート割合(タイ)

訪日回数(2区分)	滞在日数(5区分)	サンプル数	訪問ルート 割合 [%]																
			北海道ルート	東北ルート	関東ルート	北陸信越ルート	中部ルート	近畿ルート	中国ルート	四国ルート	九州ルート	沖縄ルート	ゴールデンルート東名	ゴールデンルート東阪	ゴールデンルート東名阪	ゴールデンルート東阪広	群馬道ルート	その他ルート	
ビギナー(-2回目まで)	3日間以内	11	2.3	0.0	8.2	0.0	0.0	1.6	0.0	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-	-	0.0	8.3	
	4～6日間	173	86.0	100.0	58.8	0.0	62.9	44.3	100.0	0.0	76.9	-	73.3	23.5	37.5	-	50.0	75.0	
	7～13日間	84	11.6	0.0	23.7	50.0	28.6	49.2	0.0	100.0	15.4	-	23.3	67.6	50.0	-	-	50.0	8.3
	14～20日間	18	0.0	0.0	8.2	25.0	5.7	4.9	0.0	0.0	0.0	-	3.3	8.8	12.5	-	-	0.0	8.3
	21日以上1年未満	4	0.0	0.0	1.0	25.0	2.9	0.0	0.0	0.0	7.7	-	0.0	0.0	0.0	-	-	0.0	0.0
リピーター	3日間以内	7	3.7	0.0	7.1	0.0	9.1	0.0	0.0	0.0	0.0	-	0.0	0.0	0.0	-	0.0	11.1	
	4～6日間	85	66.7	0.0	53.6	25.0	54.5	59.1	-	0.0	71.4	-	76.0	36.4	25.0	0.0	-	0.0	33.3
	7～13日間	53	29.6	100.0	30.4	50.0	18.2	36.4	-	100.0	21.4	-	25.0	54.5	75.0	100.0	-	100.0	33.3
	14～20日間	10	0.0	0.0	7.1	25.0	9.1	4.5	-	0.0	7.1	-	0.0	0.0	0.0	0.0	-	0.0	22.2
	21日以上1年未満	3	0.0	0.0	1.8	0.0	9.1	0.0	-	0.0	0.0	-	0.0	9.1	0.0	0.0	-	0.0	0.0

出所:観光庁「2014年訪日外国人消費動向調査」

(f) 英国

英国からの旅行者について、訪日経験(ビギナー/リピーター)別に滞在日数ごとの訪問ルートの割合を整理した(表2-20)。

リピーターの各サンプル数が少なく、精度の高い比較が困難だが、関東ルートは4～6日間滞在の割合が高く、短期化する一方、近畿、ゴールデンルート(東阪)は14日～20日間の割合が高いなど長期化している。

表 2-20 訪日経験別の滞在日数ごとの国内訪問ルート割合(英国)

訪日回数(2区分)	滞在日数(5区分)	サンプル数	訪問ルート 割合 [%]																
			北海道ルート	東北ルート	関東ルート	北陸信越ルート	中部ルート	近畿ルート	中国ルート	四国ルート	九州ルート	沖縄ルート	ゴールデンルート東名	ゴールデンルート東阪	ゴールデンルート東名阪	ゴールデンルート東阪広	群馬道ルート	その他ルート	
ビギナー(-2回目まで)	3日間以内	4	0.0	0.0	4.9	0.0	0.0	0.0	-	-	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	-	0.0	
	4～6日間	34	33.3	0.0	32.9	0.0	66.7	6.3	-	-	0.0	50.0	100.0	3.2	0.0	0.0	-	0.0	
	7～13日間	108	0.0	100.0	54.9	100.0	33.3	72.9	-	-	0.0	0.0	64.5	33.3	26.8	33.3	-	15.4	
	14～20日間	61	66.7	0.0	4.9	0.0	0.0	16.7	-	-	100.0	50.0	0.0	24.2	66.7	56.1	33.3	-	46.2
	21日以上1年未満	21	0.0	0.0	2.4	0.0	0.0	4.2	-	-	0.0	0.0	0.0	8.1	0.0	17.1	33.3	-	38.5
リピーター	3日間以内	4	0.0	0.0	14.8	0.0	0.0	0.0	0.0	-	-	-	0.0	0.0	0.0	-	-	0.0	
	4～6日間	11	0.0	0.0	40.7	0.0	0.0	0.0	0.0	-	-	-	0.0	0.0	0.0	-	-	0.0	
	7～13日間	23	33.3	0.0	33.3	80.0	0.0	57.1	100.0	-	-	-	100.0	44.4	-	60.0	-	0.0	
	14～20日間	16	33.3	50.0	11.1	20.0	0.0	28.6	0.0	-	-	-	0.0	44.4	-	40.0	-	100.0	
	21日以上1年未満	4	33.3	50.0	0.0	100.0	14.3	0.0	-	-	-	-	0.0	11.1	-	0.0	-	0.0	

出所:観光庁「2014年訪日外国人消費動向調査」

(g) 米国

米国からの旅行者について、訪日経験(ビギナー/リピーター)別に滞在日数ごとの訪問ルートの割合を整理した(表2-21)。

リピーターの各サンプル数が少なく、精度の高い比較が困難だが、リピーターは全体的に4～6日間以内滞在の割合が高く、短期化の傾向がみられる一方、関東、九州ルートのみ、14～20日間以上滞在の割合が高い。

表 2-21 訪日経験別の滞在日数ごとの国内訪問ルート割合 (米国)

訪日回数(2区分)	滞在日数(5区分)	サンプル数	訪問ルート割合 [%]																
			北海道ルート	東北ルート	関東ルート	北陸信越ルート	中部ルート	近畿ルート	中国ルート	四国ルート	九州ルート	沖縄ルート	ゴールデンルート東名	ゴールデンルート東阪	ゴールデンルート東名阪	ゴールデンルート東阪広	ゴールデンルート東名阪広	昇龍道ルート	その他ルート
ビギナー(～2回目まで)	3日間以内	32	0.0	0.0	18.4	0.0	12.5	1.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	9.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	4～6日間	81	0.0	0.0	36.2	0.0	18.8	16.0	25.0	0.0	100.0	0.0	9.1	6.0	8.0	0.0	0.0	0.0	16.7
	7～13日間	202	71.4	80.0	39.5	100.0	43.8	58.5	75.0	100.0	0.0	40.0	63.6	62.4	44.0	42.9	40.0	100.0	41.7
	14～20日間	82	14.3	0.0	3.9	0.0	18.8	17.9	0.0	0.0	0.0	0.0	9.1	24.1	40.0	51.4	60.0	0.0	16.7
	21日以上1年未満	23	14.3	20.0	2.0	0.0	6.3	5.7	0.0	0.0	0.0	0.0	9.1	7.5	8.0	5.7	0.0	0.0	25.0
リピーター	3日間以内	7	0.0	0.0	21.4	0.0	0.0	5.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	4～6日間	28	50.0	0.0	35.7	40.0	71.4	41.2	0.0	0.0	40.0	33.3	50.0	13.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	7～13日間	36	50.0	100.0	28.6	60.0	28.6	47.1	50.0	0.0	0.0	33.3	50.0	54.5	25.0	25.0	66.7	100.0	16.7
	14～20日間	18	0.0	0.0	10.7	0.0	0.0	5.9	50.0	100.0	0.0	20.0	33.3	0.0	22.7	25.0	25.0	0.0	50.0
	21日以上1年未満	13	0.0	0.0	3.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	40.0	0.0	0.0	9.1	50.0	50.0	33.3	0.0	33.3

出所：観光庁「2014年訪日外国人消費動向調査」

(h) オーストラリア

オーストラリアからの旅行者について、訪日経験(ビギナー/リピーター)別に滞在日数ごとの訪問ルートの割合を整理した(表 2-22)。

リピーターの各サンプル数が少なく、精度の高い比較が困難だが、リピーターは全体的に14～20日間以上滞在の割合がやや高い一方、関東、北陸信越ルートは7～13日間以内での滞在の割合が高い。

表 2-22 訪日経験別の滞在日数ごとの国内訪問ルート割合 (オーストラリア)

訪日回数(2区分)	滞在日数(5区分)	サンプル数	訪問ルート割合 [%]																
			北海道ルート	東北ルート	関東ルート	北陸信越ルート	中部ルート	近畿ルート	中国ルート	四国ルート	九州ルート	沖縄ルート	ゴールデンルート東名	ゴールデンルート東阪	ゴールデンルート東名阪	ゴールデンルート東阪広	ゴールデンルート東名阪広	昇龍道ルート	その他ルート
ビギナー(～2回目まで)	3日間以内	10	0.0	-	8.8	0.0	0.0	4.8	0.0	-	-	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	4～6日間	30	8.3	-	28.8	0.0	0.0	7.9	0.0	-	-	0.0	0.0	3.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	7～13日間	155	70.8	-	46.3	61.1	100.0	61.9	66.7	-	-	100.0	100.0	45.9	50.0	33.9	44.4	0.0	23.1
	14～20日間	101	20.8	-	13.8	33.3	0.0	20.6	16.7	-	-	0.0	0.0	40.4	16.7	46.4	22.2	0.0	69.2
	21日以上1年未満	36	0.0	-	2.5	5.6	0.0	4.8	16.7	-	-	0.0	0.0	10.1	33.3	19.6	33.3	100.0	7.7
リピーター	3日間以内	4	0.0	0.0	22.2	0.0	0.0	0.0	-	-	0.0	-	0.0	0.0	0.0	0.0	-	-	0.0
	4～6日間	9	9.1	0.0	22.2	9.1	50.0	7.7	-	-	0.0	-	50.0	0.0	0.0	0.0	-	-	0.0
	7～13日間	37	36.4	100.0	44.4	81.8	50.0	69.2	-	-	0.0	-	50.0	33.3	33.3	50.0	-	-	33.3
	14～20日間	17	27.3	0.0	5.6	9.1	0.0	7.7	-	-	100.0	-	0.0	50.0	33.3	50.0	-	-	66.7
	21日以上1年未満	8	27.3	0.0	5.6	0.0	0.0	15.4	-	-	0.0	-	0.0	16.7	33.3	0.0	-	-	0.0

出所：観光庁「2014年訪日外国人消費動向調査」

(4) 訪日形態別分析

訪問ルートとの関係

訪日外国人旅行者の国内流動パターンは、旅行の形態によっても訪問先の傾向が異なるのではないかと仮説のもと(例えば、団体旅行であれば貸切バス等によってゴールデンルート等有名な訪問地を訪れると想定される一方、個人旅行では、認知度の低い地域を好んで訪問することも考えられる)国・地域ごとに、訪日形態別の訪問ルートの割合を整理した。

具体的には、訪日形態を「団体ツアー」「個人旅行向けパッケージ」「個別手配」の3つに区分した上で、平均訪問県数の変化を分析したほか、表 2-12 に準ずる訪問ルートへの訪問率を分析することとし、訪日旅行市場における個人旅行シェアの増加傾向を鑑み、団体ツアーの訪問率を基準として個人旅行向けパッケージ、個別手配との比較を行った。

(a) 韓国

韓国からの旅行者について、訪日形態（団体ツアー／個人旅行向けパッケージ／個別手配）別に平均訪問県数及び訪問ルート割合を整理した（図 2-19）。

団体ツアーと比較して、個人旅行（個人旅行向けパッケージ及び個別手配）の平均訪問県数は少ない。ルートを見ると、団体ツアーは九州ルートの訪問率が非常に高く（約 50%）次いで北海道、近畿ルートの訪問率が高い。個人旅行では、個人向けパッケージは団体旅行と訪問率が比較的似通っている一方、個別手配をみると団体旅行と比較して北海道ルートが約 85%低く、九州ルートは約 45%低い。また、関東ルートが約 1150%、近畿ルートが約 80%高いなど、団体旅行と大きく傾向が異なる。

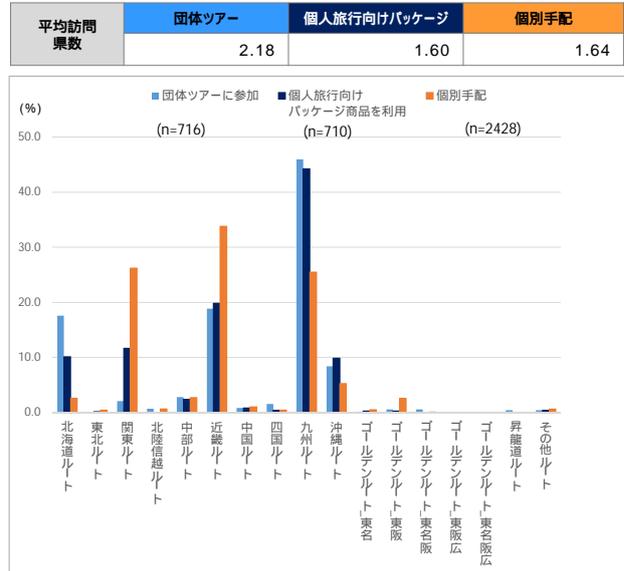


図 2-19 訪日形態別の平均訪問県数及び訪問ルート割合(韓国)

出所: 観光庁「2014 年訪日外国人消費動向調査」

(b) 台湾

台湾からの旅行者について、訪日形態（団体ツアー／個人旅行向けパッケージ／個別手配）別に平均訪問県数及び訪問ルート割合を整理した（図 2-20）。

団体ツアーと比較して、個人旅行（個人旅行向けパッケージ及び個別手配）の平均訪問県数は少ない。ルートを見ると、団体ツアーは北海道ルートの訪問率が最も高く（約 20%）次いで関東、近畿、九州、沖縄、北陸信越ルートで訪問率が 10%を超えるが、個人旅行では関東ルートが約 130%高く、近畿ルートが約 110%高い²⁸一方、その他のルートは概ね低くなる。

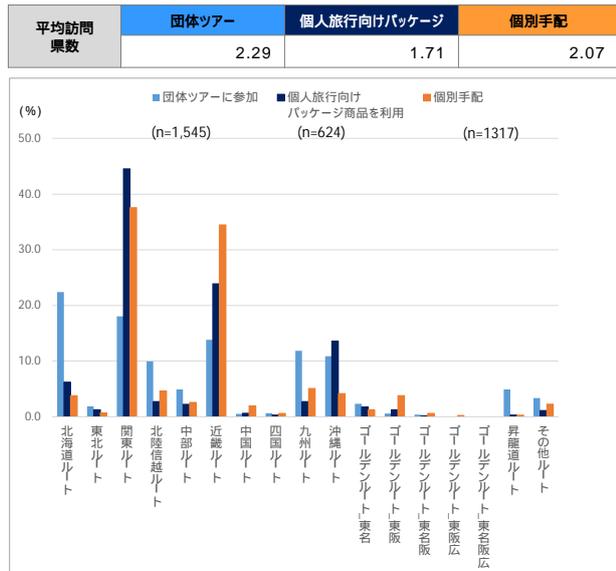


図 2-20 訪日形態別の平均訪問県数及び訪問ルート割合(台湾)

出所: 観光庁「2014 年訪日外国人消費動向調査」

²⁸ 団体旅行と比較した場合の、個人旅行向けパッケージ及び個別手配の増加率を平均して算出。

(c) 香港

台湾からの旅行者について、訪日形態（団体ツアー／個人旅行向けパッケージ／個別手配）別に平均訪問県数及び訪問ルート割合を整理した（図 2-21）。

団体ツアーと比較して、個人旅行（個人旅行向けパッケージ及び個別手配）の平均訪問県数はやや少ない。ルートを見ると、団体ツアーは北海道ルートへの訪問率が最も高く（約 25%）、次いで関東、近畿ルートの訪問率が高いが、個人旅行では北海道ルートへの訪問率が約 70% 低く²⁹、関東、近畿ルートの訪問率が高い。

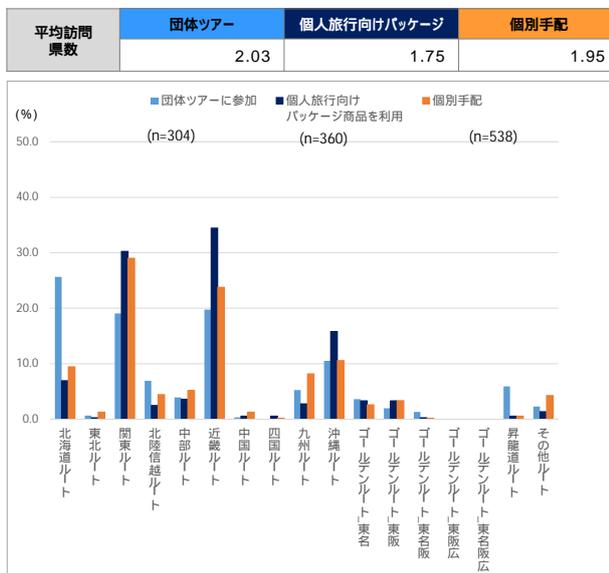


図 2-21 訪日形態別の平均訪問県数及び訪問ルート割合（香港）

出所：観光庁「2014 年訪日外国人消費動向調査」

(d) 中国

中国からの旅行者について、訪日形態（団体ツアー／個人旅行向けパッケージ／個別手配）別に平均訪問県数及び訪問ルート割合を整理した（図 2-22）。

団体ツアーと比較して、個人旅行（個人旅行向けパッケージ及び個別手配）の平均訪問県数は少ない。ルートを見ると、団体ツアーはゴールデンルート（東名阪）が非常に高い（約 45%）が、個人旅行では同ルートは約 90% 低く³⁰、関東、近畿ルートへ分散する。

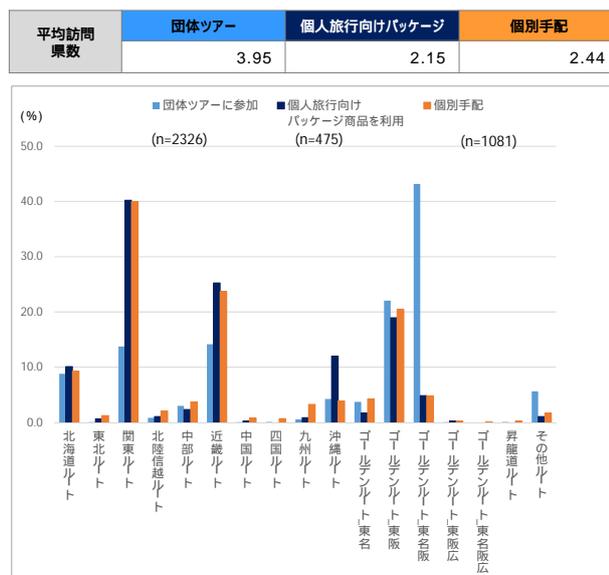


図 2-22 訪日形態別の平均訪問県数及び訪問ルート割合（中国）

出所：観光庁「2014 年訪日外国人消費動向調査」

²⁹ 団体旅行と比較した場合の、個人旅行向けパッケージ及び個別手配の減少率を平均して算出。

³⁰ 団体旅行と比較した場合の、個人旅行向けパッケージ及び個別手配の減少率を平均して算出。

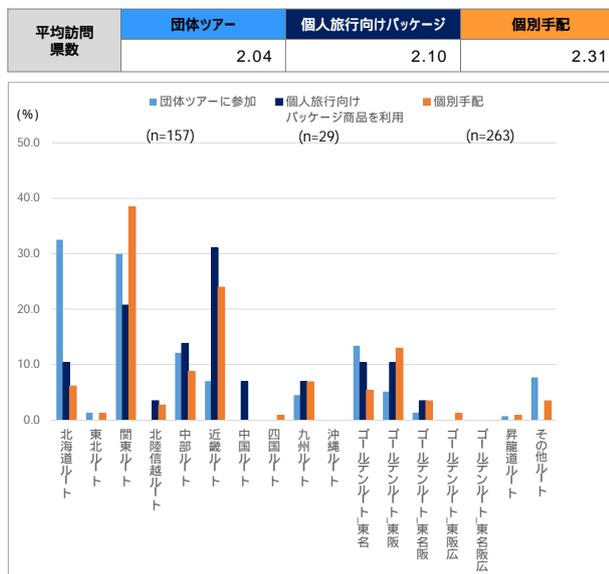
(e) タイ

タイからの旅行者について、訪日形態（団体ツアー／個人旅行向けパッケージ／個別手配）別に平均訪問県数及び訪問ルート割合を整理した（図 2-23）。

団体ツアーと比較して、個人旅行（個人旅行向けパッケージ及び個別手配）の平均訪問県数はやや多い。ルートを見ると、団体ツアーは、北海道、関東ルートの訪問率が高い（それぞれ約 30%）が、個人旅行では北海道ルートが約 75% 低く、近畿ルートの訪問率が約 300% 高い³¹。

図 2-23 訪日形態別の平均訪問県数及び訪問ルート割合(タイ)

出所：観光庁「2014 年訪日外国人消費動向調査」



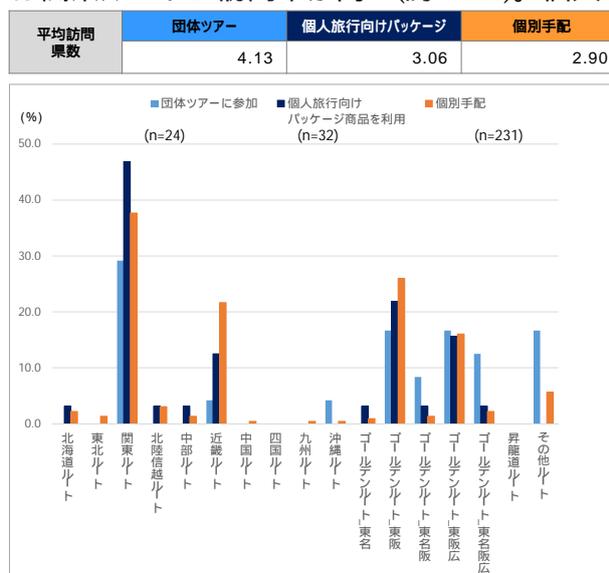
(f) 英国

英国からの旅行者について、訪日形態（団体ツアー／個人旅行向けパッケージ／個別手配）別に平均訪問県数及び訪問ルート割合を整理した（図 2-24）。

団体ツアーと比較して、個人旅行（個人旅行向けパッケージ及び個別手配）の平均訪問県数は少ない。ルートを見ると、団体ツアーは関東ルートの訪問率が高い（約 30%）。個人旅行では、ゴールデンルート（東名阪広）が約 75% 低く、近畿ルートの訪問率が約 300% 高く³²、それ以外の地方ルート（北海道、東北、北陸信越）も高い。また、旅行形態を問わず、ゴールデンルート（東名阪広）の一定の訪問がみられる。なお、サンプル数に偏りがある点に注意が必要である。

図 2-24 訪日形態別の平均訪問県数及び訪問ルート割合(英国)

出所：観光庁「2014 年訪日外国人消費動向調査」



³¹ 団体旅行と比較した場合の、個人旅行向けパッケージ及び個別手配の増減率を平均して算出。

³² 団体旅行と比較した場合の、個人旅行向けパッケージ及び個別手配の増減率を平均して算出。

(g) 米国

米国からの旅行者について、訪日形態（団体ツアー／個人旅行向けパッケージ／個別手配）別に平均訪問県数及び訪問ルート割合を整理した（図 2-25）。

団体ツアーと比較して、個人旅行（個人旅行向けパッケージ及び個別手配）の平均訪問県数は少ない。ルートを見ると、団体ツアーはゴールデンルート（東阪）の訪問率が非常に高い（約 45%）が、個人旅行では同ルートは約 50% 低く、関東ルートが約 30%、近畿ルートが約 200% 高い³³。なお、サンプル数に偏りがある点に注意が必要である。

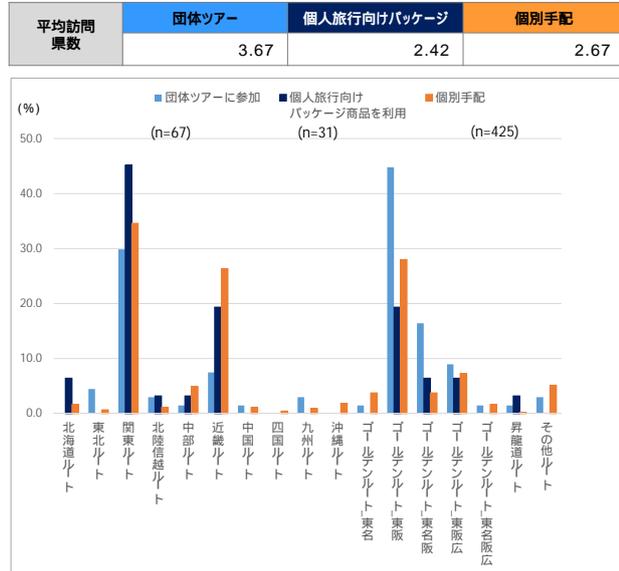


図 2-25 訪日形態別の平均訪問県数及び訪問ルート割合(米国)

出所：観光庁「2014 年訪日外国人消費動向調査」

(h) オーストラリア

オーストラリアからの旅行者について、訪日形態（団体ツアー／個人旅行向けパッケージ／個別手配）別に平均訪問県数及び訪問ルート割合を整理した（図 2-26）。

団体ツアーと比較して、個人旅行（個人旅行向けパッケージ及び個別手配）の平均訪問県数は少ない。旅行形態ごとの訪問率の高低にバラつきがあるが、いずれの旅行形態においてもゴールデンルート（東阪）の訪問率が高い。なお、サンプル数に偏りがある点に注意が必要である。

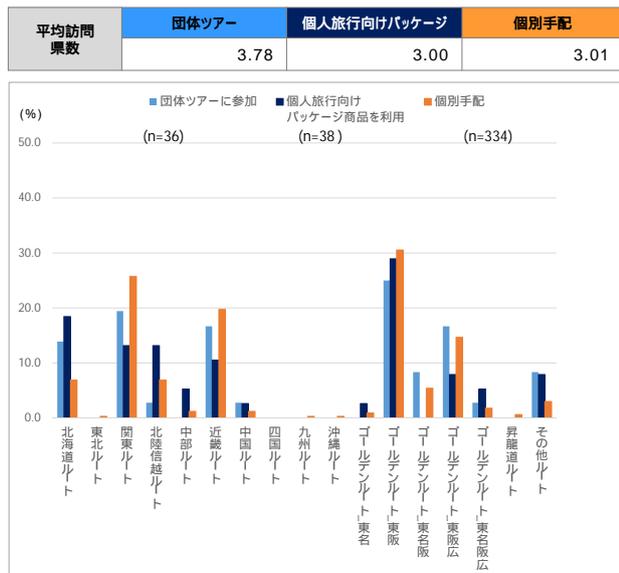


図 2-26 訪日形態別の平均訪問県数及び訪問ルート割合(オーストラリア)

出所：観光庁「2014 年訪日外国人消費動向調査」

³³ 団体旅行と比較した場合の、個人旅行向けパッケージ及び個別手配の増減率を平均して算出。

(5) 性年代別分析

訪問ルートとの関係

訪日外国人旅行者の国内流動パターンは、性年代によって嗜好が異なるのではないかと
いう仮説のもと、国・地域ごとに、性年代別の訪問ルートの割合を整理した。

具体的には、国・地域ごと及び性別ごとに、年代を「20代未満」「20代」「30代」「40代」「50代」「60代」「70代以上」の7つに区分した上で、平均訪問県数の変化を分析したほか、表 2-12 に準じて訪問ルートを定義した上で、当該ルートへの訪問率を分析した。

なお、平均訪問県数の変化に関しては、年代ごとの平均訪問県数を対象として t 検定を実施し、統計的な有意差が認められた区分を基準として分析を行った。

(a) 韓国

韓国からの旅行者について、性年代別に平均訪問県数及び訪問ルートの割合を整理した
(図 2-27)。

男女ともに、40代以上で平均訪問県数がやや上昇する³⁴。ルートをみると、男女ともに、
30代以下の年代は関東、近畿ルートの訪問率が高く、特に20歳未満女性は6割近くが近
畿ルートを訪問している。一方、40代以上の年代では同ルートの訪問率は低下し、九州、
北海道ルートの訪問率が上昇する。

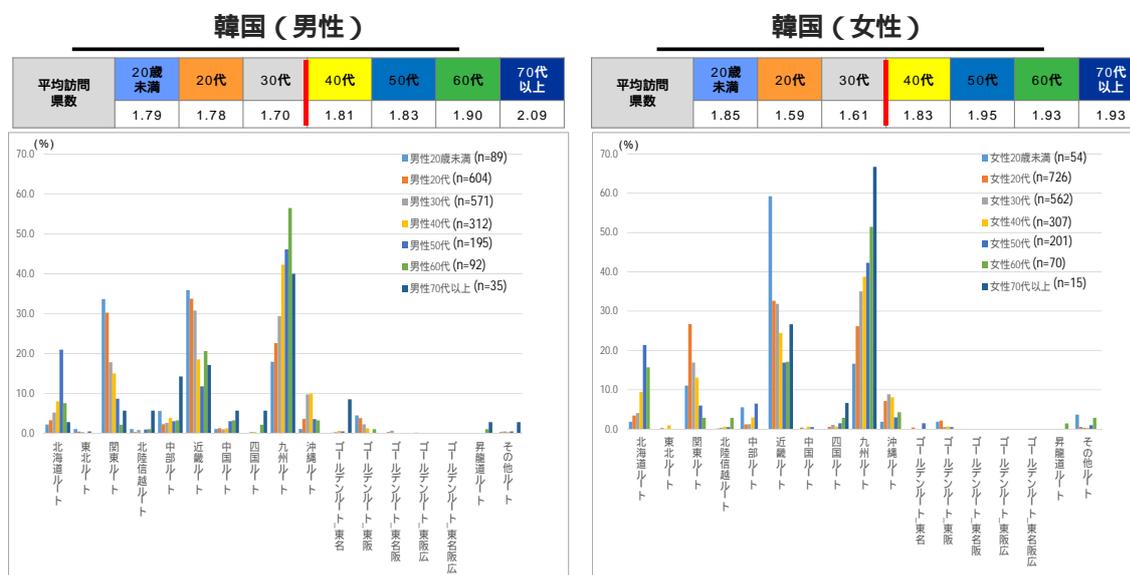


図 2-27 性年代別の平均訪問県数及び訪問ルート割合(韓国)³⁵

出所：観光庁「2014年訪日外国人消費動向調査」

³⁴ 有意差 95% で有意差が認められた区分で判定。

³⁵ 平均訪問県数について、赤線は有意差 95% で有意差が認められた区分を示す。

(b) 台湾

台湾からの旅行者について、性年代別に平均訪問県数及び訪問ルート割合を整理した(図 2-28)。

男性は 60 代以上、女性は 40 代以上で平均訪問県数が上昇する³⁶。ルートを見ると、30 代以下は関東、近畿ルートの訪問率が高い一方、40 代以上では同ルートの訪問率は低下し、北陸信越、昇龍道ルートの訪問率が上昇する。

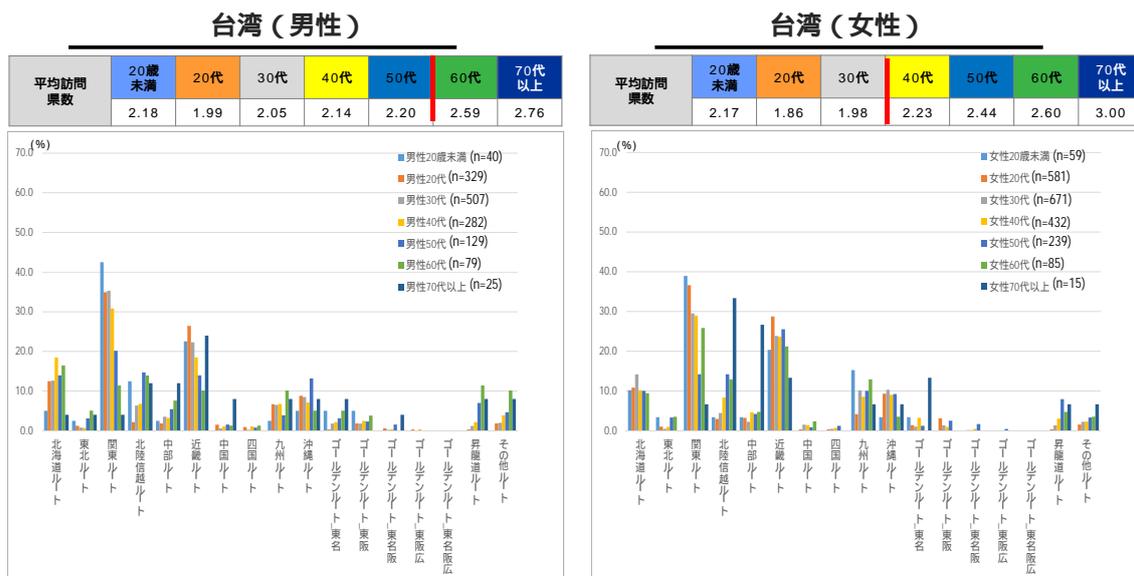


図 2-28 性年代別の平均訪問県数及び訪問ルート割合(台湾)³⁷

出所：観光庁「2014 年訪日外国人消費動向調査」

(c) 香港

香港からの旅行者について、性年代別に平均訪問県数及び訪問ルート割合を整理した(図 2-29)。

男性は、60 代以上で平均訪問県数が減少し、女性は 50 代以上で平均訪問県数が増加する³⁸。ルートを見ると、関東、近畿ルートにはどの年代でも高い割合で訪問している。また、男性は年代が上がるにつれて北海道へ訪問する傾向がみられる。なお、男性 70 代以上については、サンプル数が著しく少ない点に注意が必要である。

³⁶ 有意差 95% で有意差が認められた区分で判定。

³⁷ 平均訪問県数について、赤線は有意差 95% で有意差が認められた区分を示す。

³⁸ 有意差 95% で有意差が認められた区分で判定。

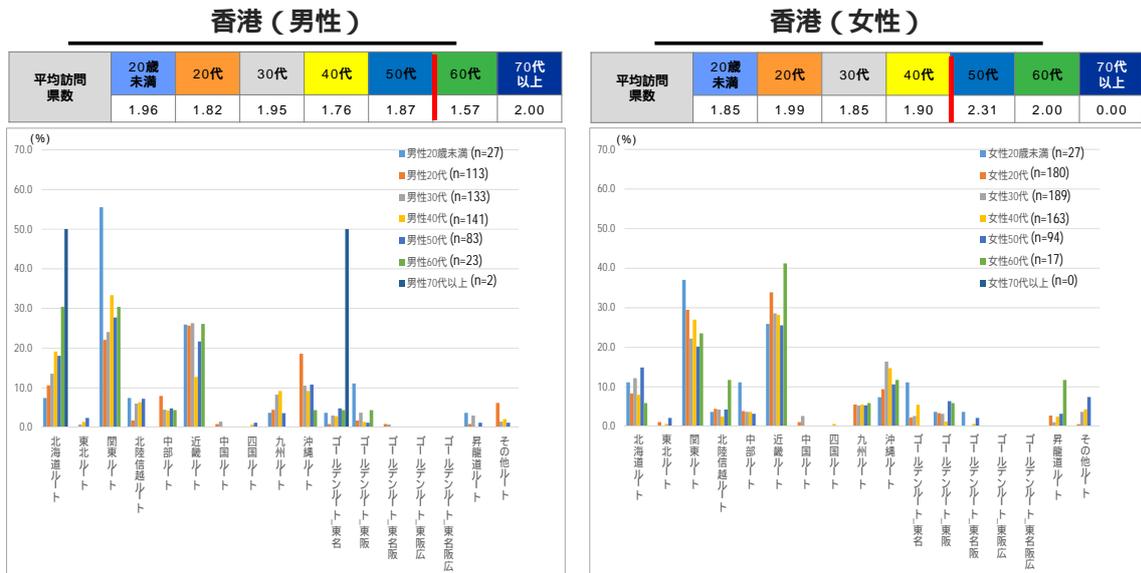


図 2-29 性年代別の平均訪問県数及び訪問ルート割合（香港）

出所：観光庁「2014年訪日外国人消費動向調査」

(d) 中国

中国からの旅行者について、性年代別に平均訪問県数及び訪問ルートの割合を整理した（図 2-30）。

男性は 60 代以上、女性は 40 代以上で平均訪問県数が増加する⁴⁰。ルートを見ると、若年層は関東ルートの訪問率が高く、また、男性 60 代、女性 30 代がゴールデンルート（東名阪）の訪問率が高い。

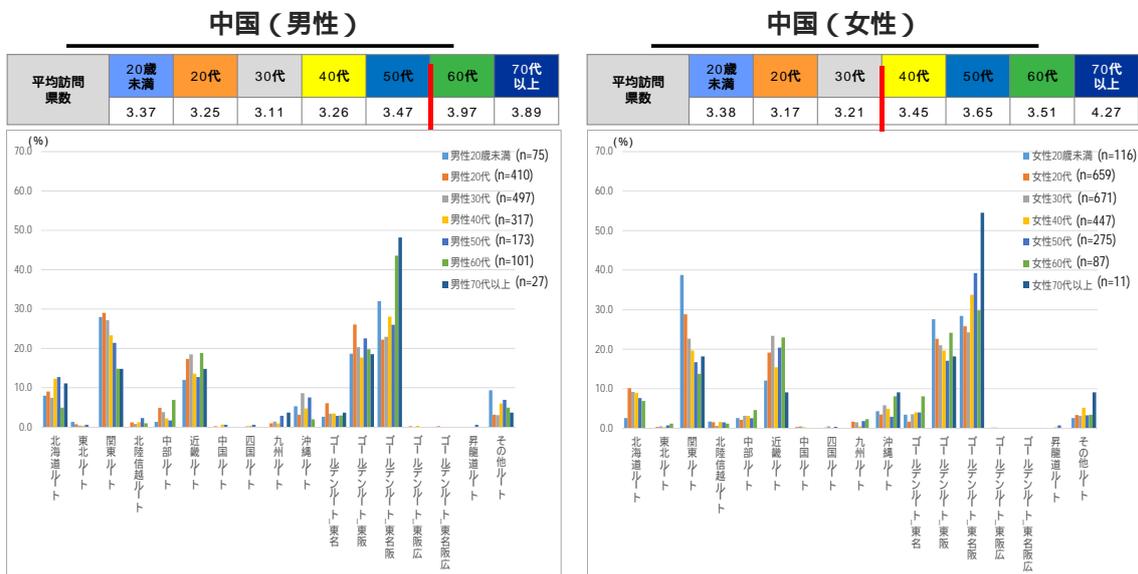


図 2-30 性年代別の平均訪問県数及び訪問ルート割合（中国）

出所：観光庁「2014年訪日外国人消費動向調査」

39 平均訪問県数について、赤線は有意差 95% で有意差が認められた区分を示す。

40 有意差 95% で有意差が認められた区分で判定。

41 平均訪問県数について、赤線は有意差 95% で有意差が認められた区分を示す。

(e) タイ

タイからの旅行者について、性年代別に平均訪問県数及び訪問ルート割合を整理した（図 2-31）。

男性は 50 代以上、女性は 40 代以上で平均訪問県数が減少する⁴²。ルートを見ると、男女ともに関東ルートの訪問率が高く、特に若年層の男性は関東ルートの訪問率が高い。一方、若年層の女性は近畿、関東、ゴールデンルート（東名、東阪）の訪問率が高いが、年代が上がるにつれ、関東、北海道ルートへ集中する。なお、各年代のサンプル数が少ない点に注意が必要である。

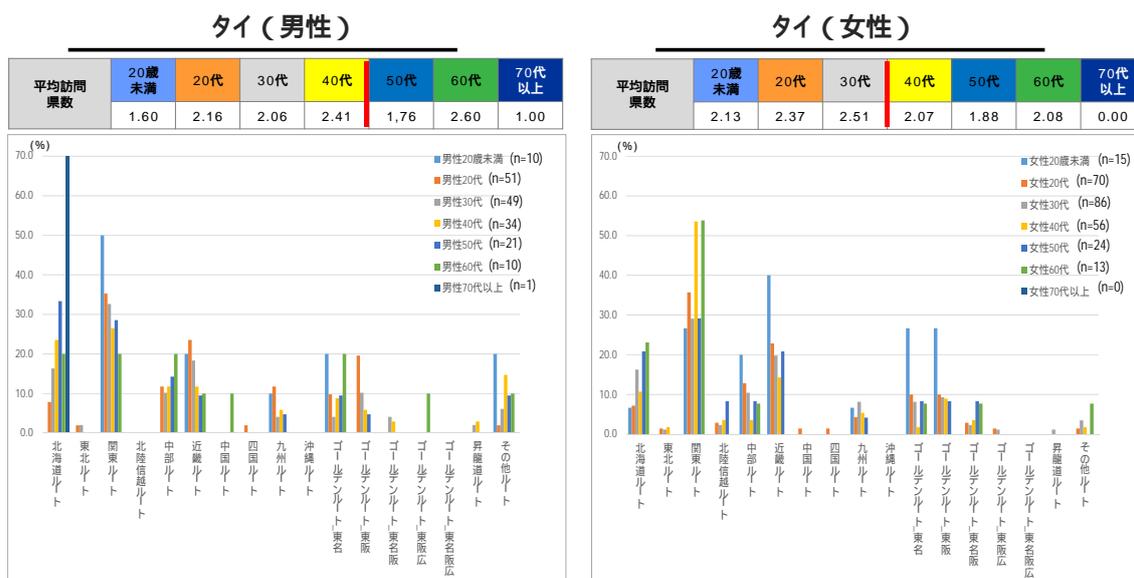


図 2-31 性年代別の平均訪問県数及び訪問ルート割合(タイ) ⁴³

出所：観光庁「2014 年訪日外国人消費動向調査」

(f) 英国

英国からの旅行者について、性年代別に平均訪問県数及び訪問ルート割合を整理した（図 2-32）。

男性は 40 代以上平均訪問県数が減少し、女性は 50 代以上で平均訪問県数が増加する⁴⁴。ルートを見ると、男女ともに全年代において、関東、ゴールデンルート（東阪）の訪問率が高い。なお、各年代のサンプル数が少ない点に注意が必要である。

⁴² 有意差 95% で有意差が認められた区分で判定。

⁴³ 平均訪問県数について、赤線は有意差 95% で有意差が認められた区分を示す。

⁴⁴ 有意差 95% で有意差が認められた区分で判定。

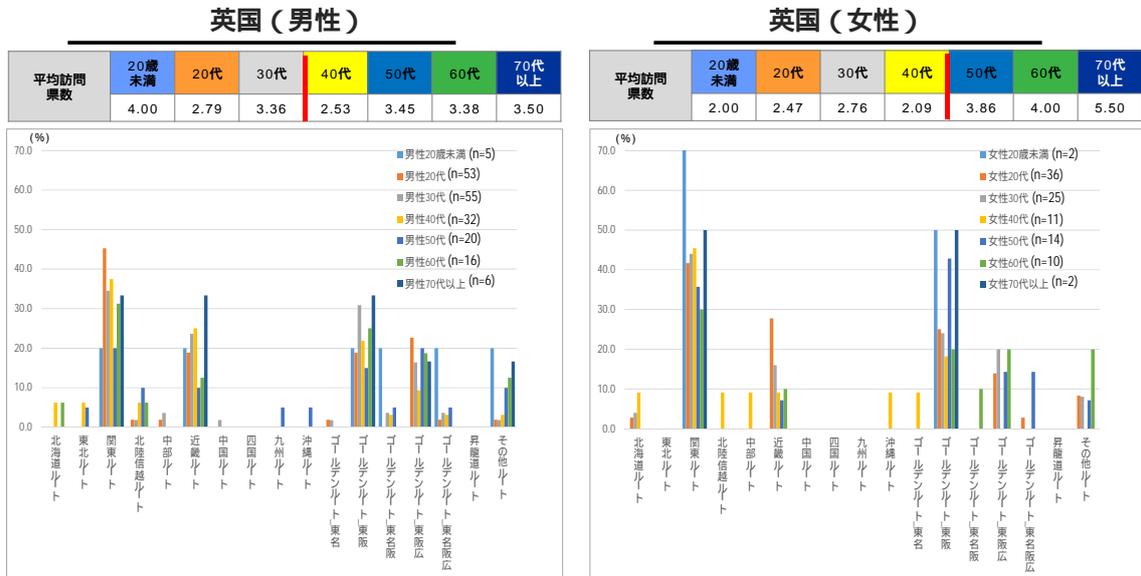


図 2-32 性年代別の平均訪問県数及び訪問ルート割合（英国）⁴⁵

出所：観光庁「2014年訪日外国人消費動向調査」

(g) 米国

米国からの旅行者について、性年代別に平均訪問県数及び訪問ルートの割合を整理した（図 2-33）。

男性、女性ともに60代以上で平均訪問県数が増加する⁴⁶。ルートを見ると、関東、近畿、ゴールデンルート（特に東阪）に集中傾向がみられる。なお、各年代のサンプル数が少ない点に注意が必要である。

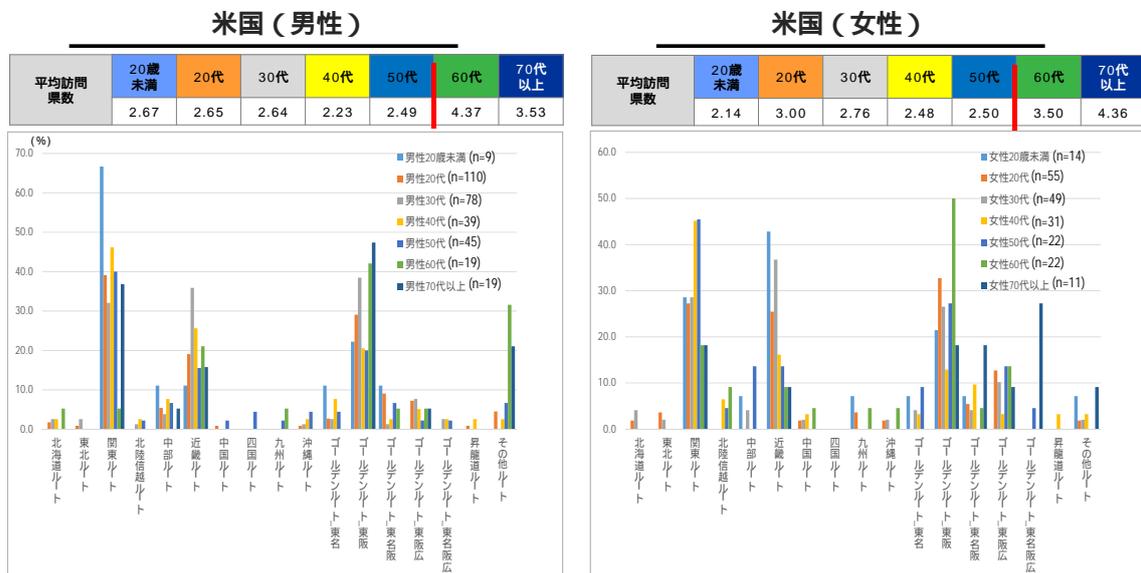


図 2-33 性年代別の平均訪問県数及び訪問ルート割合（米国）⁴⁷

出所：観光庁「2014年訪日外国人消費動向調査」

45 平均訪問県数について、赤線は有意差 95% で有意差が認められた区分を示す。

46 有意差 95% で有意差が認められた区分で判定。

47 平均訪問県数について、赤線は有意差 95% で有意差が認められた区分を示す。

(h) オーストラリア

オーストラリアからの旅行者について、性年代別に平均訪問県数及び訪問ルート割合を整理した(図 2-34)。

男性は 30 以上で平均訪問県数が減少し、女性は 40 代以上で平均訪問県数が増加する⁴⁸。ルートを見ると、関東、近畿、ゴールデンルート(特に東阪)に集中傾向がみられる一方、東北、四国、沖縄ルートへの訪問はほとんどみられない。また、男性は 20 歳未満から 40 代までの年代が一定程度北海道を訪問しているが、女性は男性ほど北海道を訪問しておらず、関東、近畿、中部ルートをより訪問している傾向がうかがえる。なお、各年代のサンプル数が少ない点に注意が必要である。

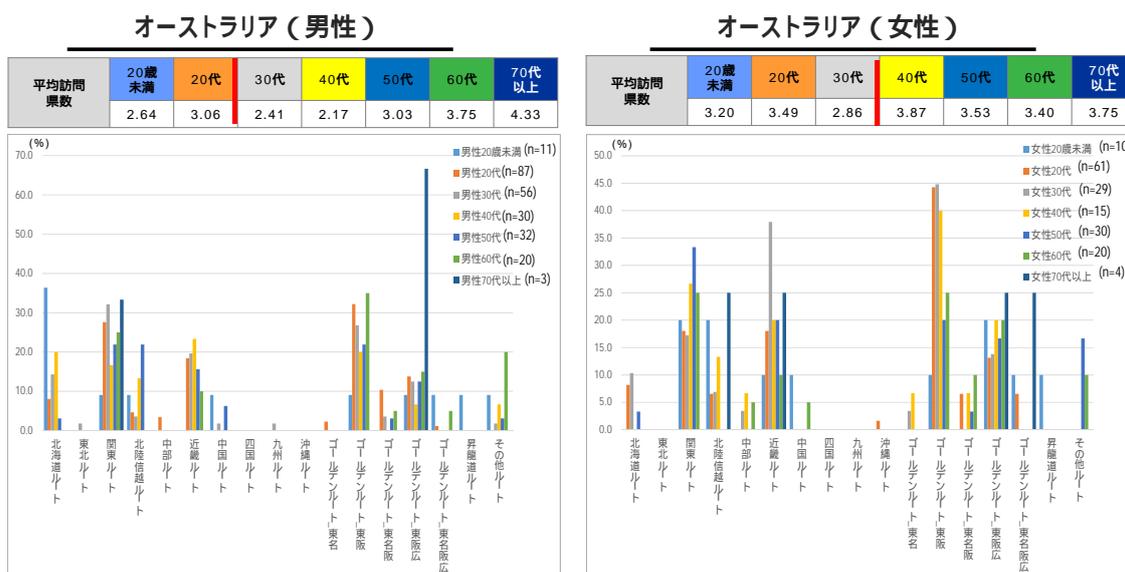


図 2-34 性年代別の平均訪問県数及び訪問ルート割合(オーストラリア)

出所:観光庁「2014年訪日外国人消費動向調査」

(6) 滞在日数別分析

訪問ルートとの関係

多くの訪問地を周遊するほど日本での滞在期間は長くなるので、滞在日数によって訪問地域分布が異なると想定される。そのため、国・地域ごとに、滞在日数別の国内訪問地域分布状況を分析した。

具体的には、国・地域ごとに、滞在日数を「3日間以内」「4～6日間」「7～13日間」「14～21日間」「21～27日間」「28～90日間」「90日間以上1年未満」の7つに区分した上で、それぞれの平均訪問県数を整理したほか、表 2-12 に準じて訪問ルートを定義し、当該ルートへの訪問率を分析した。

⁴⁸ 有意差 95% で有意差が認められた区分で判定。

韓国

韓国からの旅行者について、滞在日数別に平均訪問県数及び訪問ルート割合を整理した(図 2-35)。

滞在日数が3日以内のルートを見ると、九州ルートの訪問率が約半数である。最も人数が多い4~6日間では、九州ルートの訪問率は低く、北海道、関東、近畿ルートの訪問率が高くなる。

滞在日数	サンプル数	平均訪問県数	訪問ルート割合[%]															
			北海道ルート	東北ルート	関東ルート	北陸信越ルート	中部ルート	近畿ルート	中国ルート	四国ルート	九州ルート	沖縄ルート	ゴールデンルート 東名	ゴールデンルート 東阪	ゴールデンルート 東名阪	ゴールデンルート 東名阪広	昇龍道ルート	その他ルート
3日以内	1,431	1.60	1.5	0.3	14.0	0.2	2.6	25.2	0.4	1.3	49.5	4.7	0.1	0.4	0.0	0.0	0.0	0.2
4~6日間	2,156	1.76	10.9	0.3	20.4	0.7	2.3	31.0	1.1	0.2	23.8	8.5	0.4	1.0	0.2	0.0	0.0	0.6
7~13日間	212	2.27	2.4	0.0	34.9	0.9	4.7	26.9	2.4	0.9	17.9	2.8	1.9	14.6	0.5	0.0	0.0	1.9
14~20日間	25	2.16	0.0	4.0	28.0	0.0	4.0	32.0	0.0	0.0	8.0	8.0	4.0	28.0	0.0	4.0	0.0	0.0
21~27日間	9	2.44	0.0	0.0	44.4	0.0	11.1	11.1	22.2	0.0	0.0	0.0	0.0	11.1	0.0	0.0	0.0	11.1
28~90日間	19	2.11	5.3	0.0	42.1	5.3	21.1	10.5	0.0	0.0	5.3	0.0	0.0	5.3	5.3	0.0	0.0	0.0
91日以上1年未満	2	2.50	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0

図 2-35 滞在日数別の平均訪問県数及び訪問ルート割合(韓国)

出所:観光庁「2014年訪日外国人消費動向調査」

台湾

台湾からの旅行者について、滞在日数別に平均訪問県数及び訪問ルート割合を整理した(図 2-36)。

いずれの滞在日数においても関東、近畿ルートの訪問率が高い。最も人数が多い4~6日間では、関東、近畿ルートに次いで、北海道、沖縄ルートの訪問率が高い。

滞在日数	サンプル数	平均訪問県数	訪問ルート割合[%]															
			北海道ルート	東北ルート	関東ルート	北陸信越ルート	中部ルート	近畿ルート	中国ルート	四国ルート	九州ルート	沖縄ルート	ゴールデンルート 東名	ゴールデンルート 東阪	ゴールデンルート 東名阪	ゴールデンルート 東名阪広	昇龍道ルート	その他ルート
3日以内	98	1.27	4.1	1.0	38.8	4.1	17.3	22.4	0.0	0.0	4.1	7.1	2.0	1.0	0.0	0.0	0.0	1.0
4~6日間	2,616	2.01	14.1	0.8	30.6	6.6	3.3	21.1	0.5	0.5	8.9	10.7	1.8	0.5	0.2	0.0	0.0	2.7
7~13日間	688	2.47	7.7	3.3	27.2	7.4	2.9	32.4	3.2	0.9	4.4	2.8	1.7	5.5	1.6	0.0	0.0	4.4
14~20日間	59	3.00	13.6	3.4	28.8	5.1	0.0	25.4	3.4	0.0	1.7	1.7	1.7	22.0	0.0	1.7	0.0	6.8
21~27日間	6	2.50	0.0	0.0	16.7	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0
28~90日間	19	3.00	5.3	0.0	42.1	5.3	0.0	10.5	10.5	0.0	0.0	0.0	5.3	5.3	0.0	10.5	0.0	5.3
91日以上1年未満	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

図 2-36 滞在日数別の平均訪問県数及び訪問ルート割合(台湾)

出所:観光庁「2014年訪日外国人消費動向調査」

香港

香港からの訪日外国人旅行者について、滞在日数別に平均訪問県数及び訪問ルートの割合を整理した(図 2-37)。

いずれの滞在日数においても関東、近畿ルートの訪問率が高い。最も人数が多い4～6日間では、関東、近畿ルートに次いで、北海道、沖縄ルートの訪問率が高い。

滞在日数	サンプル数	平均訪問県数	訪問ルート割合[%]																
			北海道ルート	東北ルート	関東ルート	北陸信越ルート	中部ルート	近畿ルート	中国ルート	四国ルート	九州ルート	沖縄ルート	ゴールデンルート東名	ゴールデンルート東阪	ゴールデンルート東名阪	ゴールデンルート東阪広	ゴールデンルート東名阪広	昇龍道ルート	その他ルート
3日間以内	27	1.19	22.2	0.0	37.0	3.7	11.1	7.4	0.0	0.0	11.1	7.4	3.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
4～6日間	804	1.77	11.1	0.1	28.2	4.0	4.6	27.6	0.4	0.1	5.6	14.6	3.4	1.1	0.4	0.0	0.0	2.4	1.6
7～13日間	348	2.18	16.4	2.3	23.6	5.7	3.7	24.1	1.7	0.6	6.0	7.8	2.6	7.2	0.6	0.0	0.0	1.1	4.3
14～20日間	18	3.61	5.6	5.6	22.2	0.0	0.0	22.2	5.6	0.0	5.6	0.0	0.0	5.6	5.6	0.0	0.0	0.0	27.8
21～27日間	1	1.00	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
28～90日間	4	3.00	0.0	0.0	0.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0
91日以上1年未満	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

図 2-37 滞在日数別の平均訪問県数及び訪問ルート割合(香港)

出所:観光庁「2014年訪日外国人消費動向調査」

中国

中国からの旅行者について、滞在日数別に平均訪問県数及び訪問ルートの割合を整理した(図 2-38)。

いずれの滞在日数においてもゴールデンルート(東阪、東名阪)、関東、近畿ルートの訪問率が高い。最も人数が多い4～6日間をみると、ゴールデンルート(東名阪)の訪問率が高い。

滞在日数	サンプル数	平均訪問県数	訪問ルート割合[%]																
			北海道ルート	東北ルート	関東ルート	北陸信越ルート	中部ルート	近畿ルート	中国ルート	四国ルート	九州ルート	沖縄ルート	ゴールデンルート東名	ゴールデンルート東阪	ゴールデンルート東名阪	ゴールデンルート東阪広	ゴールデンルート東名阪広	昇龍道ルート	その他ルート
3日間以内	51	1.18	17.6	0.0	49.0	2.0	3.9	7.8	2.0	0.0	5.9	9.8	0.0	2.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.0
4～6日間	2,539	3.36	7.7	0.1	23.3	0.9	3.5	16.0	0.1	0.2	1.2	6.8	3.9	17.1	33.8	0.0	0.0	0.0	4.0
7～13日間	1,150	3.33	11.9	1.0	24.8	1.7	2.1	23.5	0.3	0.3	0.7	1.6	3.0	30.2	18.0	0.1	0.0	0.2	4.3
14～20日間	103	3.17	7.8	1.0	31.1	3.9	2.9	19.4	0.0	1.0	4.9	1.9	1.0	36.9	7.8	1.9	1.0	1.0	1.9
21～27日間	11	2.55	0.0	0.0	18.2	0.0	36.4	18.2	0.0	0.0	9.1	0.0	18.2	18.2	9.1	0.0	0.0	0.0	0.0
28～90日間	24	2.46	8.3	4.2	25.0	0.0	0.0	12.5	8.3	0.0	8.3	0.0	8.3	12.5	16.7	0.0	0.0	0.0	0.0
91日以上1年未満	4	2.25	0.0	0.0	25.0	0.0	0.0	0.0	25.0	0.0	25.0	0.0	0.0	0.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0

図 2-38 滞在日数別の平均訪問県数及び訪問ルート割合(中国)

出所:観光庁「2014年訪日外国人消費動向調査」

タイ

タイからの旅行者について、滞在日数別に平均訪問県数及び訪問ルート割合を整理した(図 2-39)。

最も人数が多い4~6日間では、関東、北海道、近畿ルートの順に訪問率が高い。滞在期間がより長期化すると、北海道ルートの訪問率は低くなり、近畿ルートの訪問率が高くなる。

滞在日数	サンプル数	平均訪問県数	訪問ルート割合[%]																
			北海道ルート	東北ルート	関東ルート	北陸信越ルート	中部ルート	近畿ルート	中国ルート	四国ルート	九州ルート	沖縄ルート	ゴールデンルート東名	ゴールデンルート東阪	ゴールデンルート東名阪	ゴールデンルート東名阪広	昇龍道ルート	その他ルート	
3日間以内	18	1.44	11.1	0.0	66.7	0.0	5.6	5.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	11.1
4~6日間	258	2.03	21.3	1.6	33.7	0.4	10.9	15.5	0.8	0.0	7.8	0.0	10.9	4.7	1.6	0.0	0.0	0.4	4.7
7~13日間	138	2.55	9.4	0.7	29.7	2.9	8.7	27.5	0.0	1.4	3.6	0.0	6.5	21.0	5.1	2.2	0.0	1.4	2.9
14~20日間	28	2.54	0.0	0.0	42.9	7.1	10.7	14.3	0.0	0.0	3.6	0.0	3.6	10.7	3.6	0.0	0.0	0.0	10.7
21~27日間	1	1.00	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
28~90日間	5	2.40	0.0	0.0	20.0	0.0	40.0	0.0	0.0	0.0	20.0	0.0	0.0	20.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
91日以上1年未満	1	1.00	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

図 2-39 滞在日数別の平均訪問県数及び訪問ルート割合(タイ)

出所:観光庁「2014年訪日外国人消費動向調査」

英国

英国からの旅行者について、滞在日数別に平均訪問県数及び訪問ルート割合を整理した(図 2-40)。

最も人数が多い7~13日間では、関東、近畿ルート、ゴールデンルート(東阪、東阪広)の訪問率が高い。滞在日数が長期化すると、個別ルートの訪問率は低くなり、ゴールデンルート(東阪、東阪広)の訪問率が高くなる。

滞在日数	サンプル数	平均訪問県数	訪問ルート割合[%]																
			北海道ルート	東北ルート	関東ルート	北陸信越ルート	中部ルート	近畿ルート	中国ルート	四国ルート	九州ルート	沖縄ルート	ゴールデンルート東名	ゴールデンルート東阪	ゴールデンルート東名阪	ゴールデンルート東名阪広	昇龍道ルート	その他ルート	
3日間以内	8	1.13	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
4~6日間	45	1.49	2.2	0.0	84.4	0.0	4.4	6.7	0.0	0.0	0.0	2.2	4.4	4.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
7~13日間	132	2.53	0.8	0.8	40.9	5.3	0.8	29.5	0.8	0.0	0.0	0.0	0.8	33.3	1.5	10.6	2.3	0.0	1.5
14~20日間	77	4.38	3.9	1.3	9.1	1.3	0.0	13.0	0.0	0.0	1.3	1.3	0.0	24.7	5.2	32.5	3.9	0.0	13.0
21~27日間	6	4.50	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	16.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	33.3	0.0	16.7	0.0	0.0	50.0
28~90日間	17	4.65	5.9	5.9	11.8	0.0	5.9	11.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	23.5	0.0	35.3	5.9	0.0	11.8
91日以上1年未満	2	7.50	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0

図 2-40 滞在日数別の平均訪問県数及び訪問ルート割合(英国)

出所:観光庁「2014年訪日外国人消費動向調査」

米国

米国からの旅行者について、滞在日数別に平均訪問県数及び訪問ルートの割合を整理した(図 2-41)。

最も人数が多い7~13日間では、ゴールデンルート(東阪)、関東、近畿ルートの訪問率が高い。滞在日数が長期化すると、関東ルートの訪問率が低くなり、ゴールデンルート(東阪)、近畿ルートに次いで、ゴールデンルート(東阪広、東名阪)の訪問率が高くなる。

滞在日数	サンプル数	平均訪問県数	訪問ルート割合[%]																	
			北海道ルート	東北ルート	関東ルート	北陸信越ルート	中部ルート	近畿ルート	中国ルート	四国ルート	九州ルート	沖縄ルート	ゴールデンルート東名	ゴールデンルート東阪	ゴールデンルート東名阪	ゴールデンルート東阪広	ゴールデンルート東名阪広	昇龍道ルート	その他ルート	
3日間以内	39	1.23	0.0	0.0	87.2	0.0	5.1	7.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
4~6日間	109	1.71	0.9	0.0	59.6	1.8	7.3	22.0	0.9	0.0	2.8	0.9	3.7	10.1	1.8	0.0	0.0	0.0	0.0	1.8
7~13日間	238	2.83	2.5	2.1	28.6	2.5	3.8	29.4	1.7	0.4	0.0	1.3	4.2	39.9	5.0	6.7	1.7	1.3	2.9	7.9
14~20日間	101	3.96	1.0	0.0	9.9	0.0	3.0	19.8	1.0	1.0	1.0	4.0	1.0	36.6	10.9	18.8	3.0	0.0	0.0	7.9
21~27日間	17	4.24	0.0	0.0	11.8	0.0	0.0	23.5	0.0	0.0	5.9	0.0	0.0	29.4	11.8	17.6	5.9	0.0	0.0	17.6
28~90日間	17	4.29	5.9	5.9	11.8	0.0	5.9	11.8	0.0	0.0	0.0	0.0	5.9	41.2	11.8	5.9	0.0	0.0	0.0	17.6
91日以上1年未満	2	2.00	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0

図 2-41 滞在日数別の平均訪問県数及び訪問ルート割合(米国)

出所:観光庁「2014年訪日外国人消費動向調査」

オーストラリア

オーストラリアからの旅行者について、滞在日数別に平均訪問県数及び訪問ルートの割合を整理した(図 2-42)。

最も人数が多い7~13日間では、ゴールデンルート(東阪)、関東、近畿ルートに次いで、北海道、北陸信越ルートの訪問率が高い。滞在日数がより長期化すると、個別ルートの訪問率は低くなり、ゴールデンルート(東阪、東名阪、東阪広)の訪問率が高くなる。

滞在日数	サンプル数	平均訪問県数	訪問ルート割合[%]																	
			北海道ルート	東北ルート	関東ルート	北陸信越ルート	中部ルート	近畿ルート	中国ルート	四国ルート	九州ルート	沖縄ルート	ゴールデンルート東名	ゴールデンルート東阪	ゴールデンルート東名阪	ゴールデンルート東阪広	ゴールデンルート東名阪広	昇龍道ルート	その他ルート	
3日間以内	14	1.14	0.0	0.0	78.6	0.0	0.0	21.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
4~6日間	39	1.38	7.7	0.0	69.2	2.6	5.1	15.4	0.0	0.0	0.0	0.0	2.6	10.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
7~13日間	192	2.67	10.9	0.5	23.4	10.4	2.1	25.0	2.1	0.0	0.0	0.5	1.6	28.1	5.2	10.4	2.1	0.0	2.1	9.2
14~20日間	119	3.85	6.7	0.0	10.1	5.9	0.0	11.8	0.8	0.0	0.8	0.0	0.0	42.9	3.4	22.7	1.7	0.0	0.0	9.2
21~27日間	20	5.30	10.0	0.0	5.0	0.0	0.0	10.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	30.0	15.0	25.0	10.0	10.0	5.0	5.0
28~90日間	24	4.54	4.2	0.0	8.3	4.2	0.0	12.5	4.2	0.0	0.0	0.0	0.0	29.2	16.7	25.0	4.2	0.0	0.0	0.0
91日以上1年未満	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

図 2-42 滞在日数別の平均訪問県数及び訪問ルート割合(オーストラリア)

出所:観光庁「2014年訪日外国人消費動向調査」

第3章 予測モデル検討

3.1 モデルの全体構造

第2章で述べた実態分析の結果を踏まえながら、予測モデルの構造を検討した(図3-1)。

具体的には、まず、第2章 2.4(1)国・地域ごとの国内訪問地域の傾向及び2.4(2)出国空港別分析から、国・地域ごとに国内訪問地域の傾向及び流動パターンが異なることが確認できた。また、更に、訪日経験(ビギナー/リピーター)や訪日形態(団体ツアー/個人旅行⁴⁹)によっても、訪問ルートに変化が生じることが確認できた。

そこで、これらの要素が表現可能なモデルを検討することとし、交通量予測などで用いられる段階推計の手法を参考に、訪日外国人旅行者3000万人をコントロールトータルとして、「国・地域ごとの訪日外国人旅行者数を予測するモデル」(以下、「インバウンド総数予測モデル」とする。)と、「国・地域ごと・属性ごとの国内訪問地域分布の傾向」を組み合わせて、訪日経験・訪日形態の構成率を外生的に与えることで、国内訪問地域の将来予測値を得るモデルの構築を試みた。

なお、第2章で実態分析を行った属性のうち、性年代については、一定の変化はみられるものの、サンプル数の不足が懸念されること、滞在日数別については、同様に一定の変化はみられるものの、滞在日数は旅行者の属性(国・地域や、訪日目的、訪日経験等)に従属する要素であり、アウトプットの指標として用いることが望ましいことから、これらの要素は予測モデルには含めないこととした。

インバウンド総数予測モデルについては、第2章 2.3(1)目的別訪問者数 時系列変化(観光目的/商用目的)の分析結果を踏まえ、訪日目的ごとの訪日外国人旅行者数を表現するモデルを検討した。

また、国・地域ごとの国内訪問地域分布の傾向については、既存統計を組み合わせで作成した基礎データに基づいて設定することとし、属性ごとの現在の行き先⁵⁰が将来においても維持されると仮定した上で、訪日経験、訪日形態等の属性シェアを変化させることによって将来の国内訪問地域分布を表現することとした。

⁴⁹ 個人旅行は、「個人旅行向けパッケージ商品」及び「個別手配」を指す。

⁵⁰ サンプル数の不足を補うとともに、マクロ的な傾向を捉えるために、直近5年間(2010年~2014年)の統計データをプールし、属性ごとの現在の行き先とした。

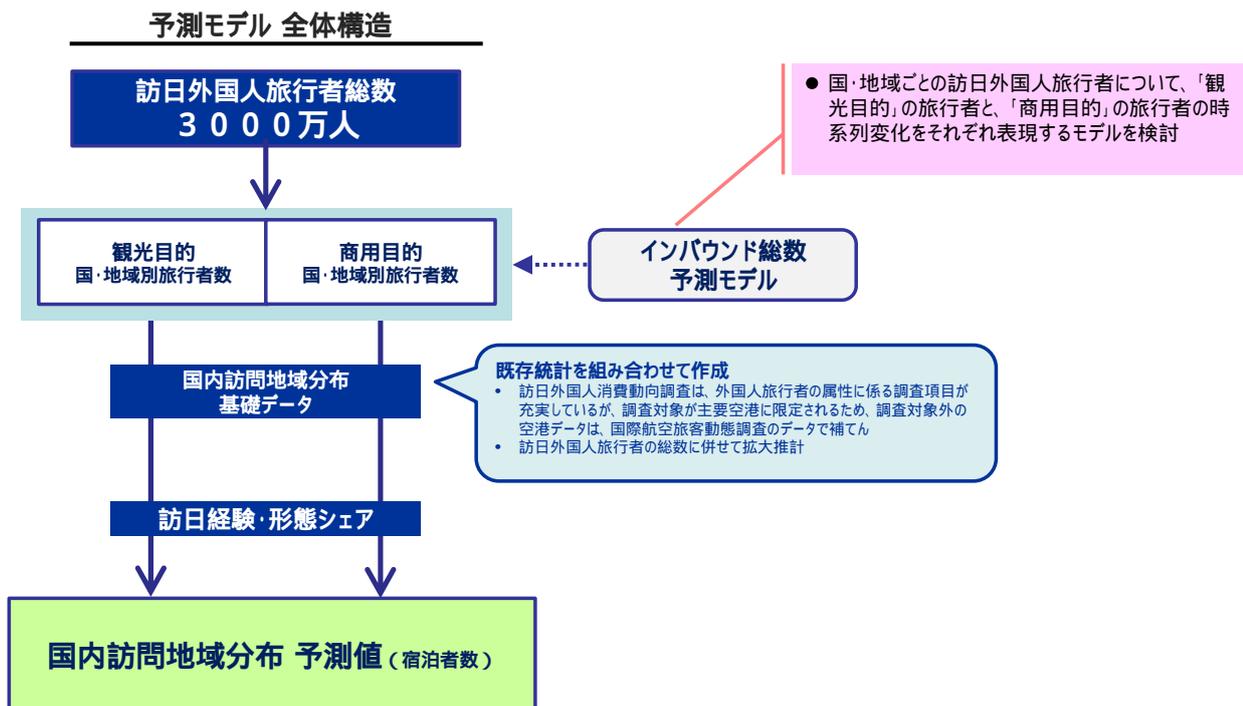


図 3-1 予測モデルの全体構造

3.2 インバウンド総数予測モデル

(1) モデルの概要

将来の国・地域別の訪日外国人旅行者数は、将来の発地国・地域の人口や、発地国・地域と日本との関係性等の影響を受ける。具体的には、発地国・地域の人口、所得水準や、日本円に対する各国・地域通貨の為替レート、査証発給要件、日本の魅力度等が影響するものと考えられる。そのため、インバウンド総数予測モデルについては、発地国・地域別の社会経済指標や日本側との関係性を説明変数とした多変量回帰モデルを検討することとした。なお、訪日目的（観光目的／商用目的）によって旅行の動機は異なり、訪日外国人旅行者数の増加率も異なることから、訪日目的別にモデルを分割することとした（図 3-2）。

観光目的モデルについては、説明変数として、「中・高所得者層人口」「所得水準（一人当たり実質 GDP）」「為替レート」「日本就航路線数」「査証（数次・免除）」「ネガティブ要素ダミー（東日本大震災、尖閣問題）」とともに、日本の魅力度を表現する指標として、「世界遺産登録数」「国・地域別インターネット普及率」「日本旅行」検索回数」を用いることとした。

また、商用目的モデルについては、ビジネスに影響する要因のみ着目し、説明変数として、「海外 GDP」「日本実質 GDP」「為替レート」「日本路線就航数」「ネガティブ要素ダミー（世界金融危機）」を用いることとした。

なお、モデル構築に用いたデータは表 3-1 のとおりであり、ビジットジャパン事業の重点市場である 20 カ国・地域⁵¹×10 時点（2005～2014 年）のデータを使用した。

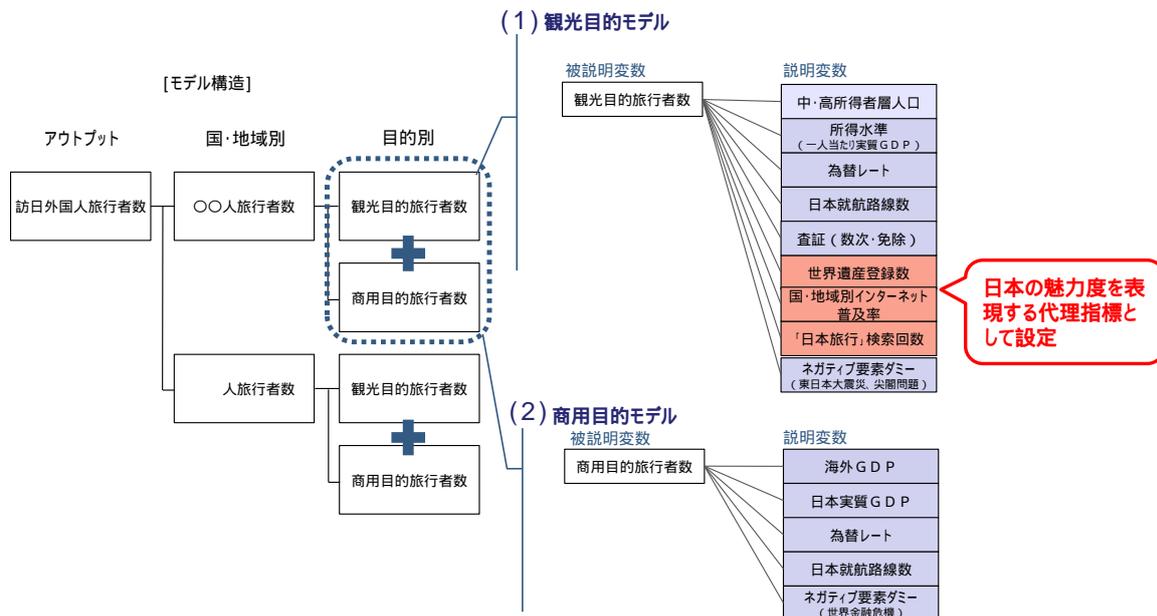


図 3-2 インバウンド総数予測モデル モデル構造

表 3-1 モデル構築に使用したデータ一覧

指標		出典等	備考
旅客流動	訪日外国人旅行者数	日本政府観光局 (JNTO) 「訪日外客数の動向」	日本居住者を含まず船舶含む
社会経済指標	1 人当たり GDP	IMF 「 World Economic Outlook Database」 2015 年 10 月	購買力平価ベースデフレータを 2005 年 = 1.00 で基準化して、PPPPC に乗算する。
	為替	IMF 「 World Economic Outlook Database」 2015 年 10 月	-
	人口	国連「World Population Prospects」 The 2015 Revision	-
	所得階層シェア	経済産業省「新中間層獲得戦略研究会」のモデルを用いて、1 人当たり GDP から設定	(モデルの推計値)
交通サービス水準	路線数	OAG 時刻表 (2004 年～2014 年)	-
	運賃水準	LCC シェア: OAG 時刻表 LCC の運賃水準は FSC の水準の半分と想定して、LCC シェアから運賃水準を設定。(FSC100%の場合に 100)	LCC シェアは座席数から設定 経路便含まず

⁵¹ 韓国、台湾、香港、中国、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、インド、英国、ドイツ、フランス、イタリア、スペイン、ロシア、米国、カナダ、オーストラリア

魅力 度関 連指 標	査証(数次・免除) ⁵²	外務省ウェブサイト (平成27年12月時点) http://www.mofa.go.jp/mofaj/press/release/index.html	-
	世界遺産登録数 ⁵³	文化庁ウェブサイト (平成27年12月時点) http://bunka.nii.ac.jp/special_content/world 林野庁ウェブサイト (平成27年12月時点) http://www.rinya.maff.go.jp/j/sin_riyou/sekaiisan/nihon_sekaiisan.html	-
	国・地域別インターネット普及率 ⁵⁴	ITU「Percentage of Individuals using the Internet」	-
	「日本旅行」検索数 ⁵⁵	Googleトレンド、百度指数(中国のみ)	現地語で検索

(2) モデルの算出式及び再現性検証

観光目的モデル

(a) モデルの算出式

モデル式は、国・地域別・時系列別のパネルデータを用いた乗法型の重回帰モデルとし、表3-2に示すとおりの算出式を構築した。

観光目的モデルの説明変数とする魅力度関連の指標は、多重共線性の問題を回避するため、1つの合成変数とした。その際、各変数の単位、ばらつきを整合させるため、変数毎平均0、分散1のデータに変換(標準化)し、非負条件を満たすために指数化した。その上で、3変数を乗算し、次元を合わせるために3分の1乗したものを日本の魅力度指標とした。

なお、新興の国・地域(中国・タイ)と先進の国・地域(韓国・台湾・香港)では、1人当たり実質GDPの係数が異なることを仮定⁵⁶して、パラメータ推定を行うこととした。

また、日本の魅力度指標は、訪日外国人旅行者数の上位であり、かつ、近年旅行者数が急増している韓国・台湾・香港・中国・タイを対象として説明変数に追加した。

⁵² 査証発給要件(数次・免除)に関する状況の整理結果については、巻末資料2に掲載。

⁵³ 世界遺産登録数に関するデータの整理結果については、巻末資料3に掲載。

⁵⁴ 国・地域別インターネット普及率に関するデータの整理結果については、巻末資料4に掲載。

⁵⁵ 「日本旅行」検索数に関するデータの整理結果については、巻末資料5に掲載。

⁵⁶ 1人当たり実質GDPの係数設定に関する考え方については、巻末資料6に掲載。

表 3-2 観光目的モデルの算出式

$$Q_{it} = POP_{it} \times \left\{ \prod_k x_{kit}^{\alpha_{ik}} \times \prod_l x_{lt}^{\beta_l} \times \gamma_i \right\}$$

$$\ln \left(\frac{Q_{it}}{POP_{it}} \right) = \alpha_{i1} \times \ln GDP_{kit} + \beta_2 \times \ln RATE_{it} + \beta_3 \times \ln ROSEN_{it} + \beta_4 \times \ln MIRYOKU_{it} + \beta_5 \times VISA1_{it} + \beta_6 \times VISA2_{it} + \beta_7$$

$$\times QUAKE_{t(=2011)} + \beta_8 \times SENKAKU_{i(=中国)t(=2012-14)} + \ln \gamma_i$$

- Q_{it} : t 年、i 国の訪日客数 [人/年]
 POP_{it} : t 年、i 国の中高所得階層人口 [人]
 GDP_{kit} : t 年、i 国の 1 人当たり実質 GDP。購買力平価ベース。
 国別に 2005 年の数値で除することにより、2005 年値 = 1.000 となるように基準化。
 $RATE_{it}$: t 年、i 国の為替レート [各国通貨/円]
 $ROSEN_{it}$: t 年、i 国 - 日本間の国際旅客直行便路線数
 $MIRYOKU_{it}$: t 年、i 国にとっての日本の魅力度指標 (3 指標の合成変数)
 $VISA1_{it}$: t 年、i 国の数次査証ダミー変数 (1 : 数次査証、0 : その他)
 $VISA2_{it}$: t 年、i 国の査証免除ダミー変数 (1 : 査証免除、0 : その他)
 $QUAKE_t$: 各国共通の東日本大震災ダミー変数 (1 : t=2011 年、0 : t=2011 年以外)
 $SENKAKU_{it}$: 2012-14 年の中国に固有の尖閣問題ダミー変数 (1 : 2012-14 年中国、0 : その他)
 i_1 : i 国固有の説明変数のパラメータ
 2 ~ 8 : 各国共通の k 番目の説明変数のパラメータ
 i : i 国固有の定数項パラメータ

日本の魅力度指標 (変数の合成化)

- $$MIRYOKU_{it} = \sqrt[3]{\exp(z_{1,t}) \times \exp(z_{2it}) \times \exp(z_{3it})}$$
- $MIRYOKU_{it}$: t 年、i 国にとっての日本の魅力度指標 (3 指標の合成変数)
 $z_{1,t}$: 標準化後の t 年の日本の世界遺産登録数
 z_{2it} : 標準化後の t 年、i 国のインターネット普及率
 z_{3it} : 標準化後の t 年、i 国のインターネット検索サイトでの「日本旅行」検索数指標

変数の標準化

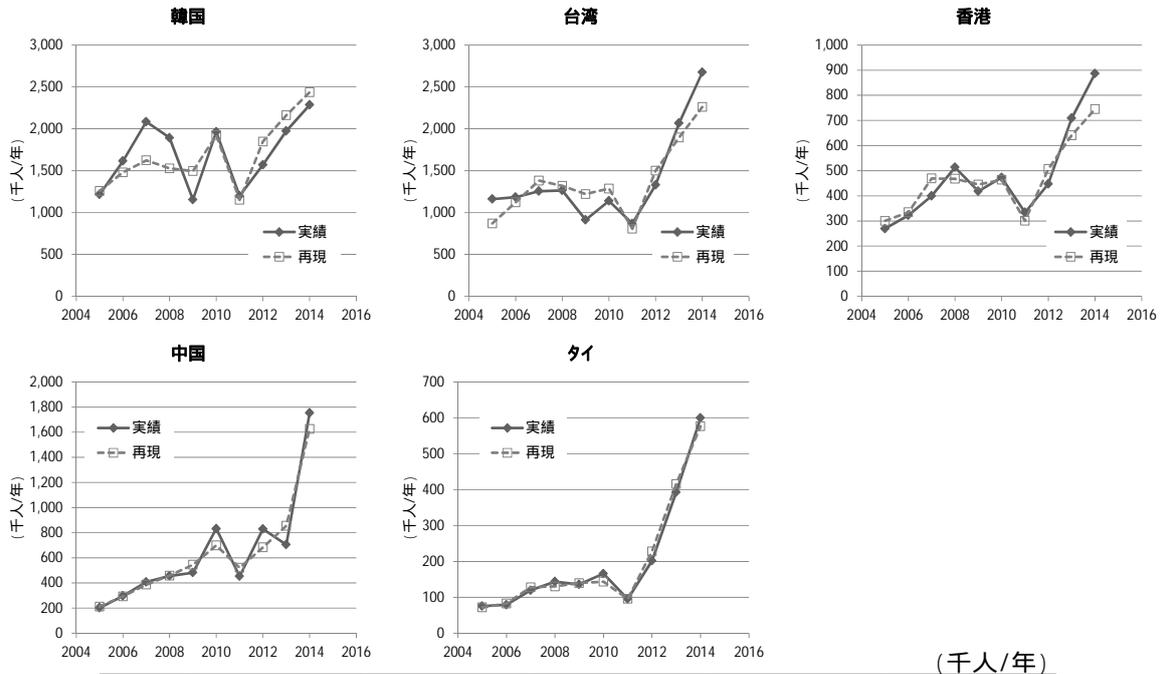
$$z_i = \frac{(x_i - \mu)}{\sigma}$$

- z_i : 標準化後のデータ
 x_i : 標準化前のデータ
 μ : データ x_i の平均
 σ : データ x_i の標準偏差

(b) モデルの再現性検証

2005 年 ~ 2014 年のデータを用いてパラメータ推定を行い、t 値が有意かつ決定係数が 0.99 のモデルを構築することができた。また、パラメータ推定に使用した期間における国・地域別の再現性は、韓国の一部期間 (2007 ~ 2009 年) を除き、比較的良好な結果となった。

検証結果の例として、アジアの 5 つの国・地域 (韓国、台湾、香港、中国、タイ) の実績及び再現結果を図 3-3 に示す。



年	韓国		台湾		香港		中国		タイ	
	実績	再現	実績	再現	実績	再現	実績	再現	実績	再現
2005	1,216	1,258	1,160	870	269	300	202	212	75	72
2006	1,615	1,480	1,184	1,123	322	334	297	293	79	83
2007	2,084	1,624	1,256	1,381	400	469	407	386	120	128
2008	1,893	1,528	1,264	1,319	513	468	456	458	144	131
2009	1,154	1,495	913	1,221	418	445	482	545	136	140
2010	1,963	1,924	1,139	1,287	473	464	832	699	166	144
2011	1,199	1,152	868	806	334	300	453	521	95	96
2012	1,569	1,848	1,329	1,500	447	507	829	683	202	228
2013	1,974	2,162	2,067	1,895	709	641	705	855	393	416
2014	2,285	2,437	2,674	2,260	886	745	1,754	1,626	600	577

図 3-3 観光目的モデルの再現性(韓国、台湾、香港、中国、タイ)

商用目的モデル

(a) モデルの算出式

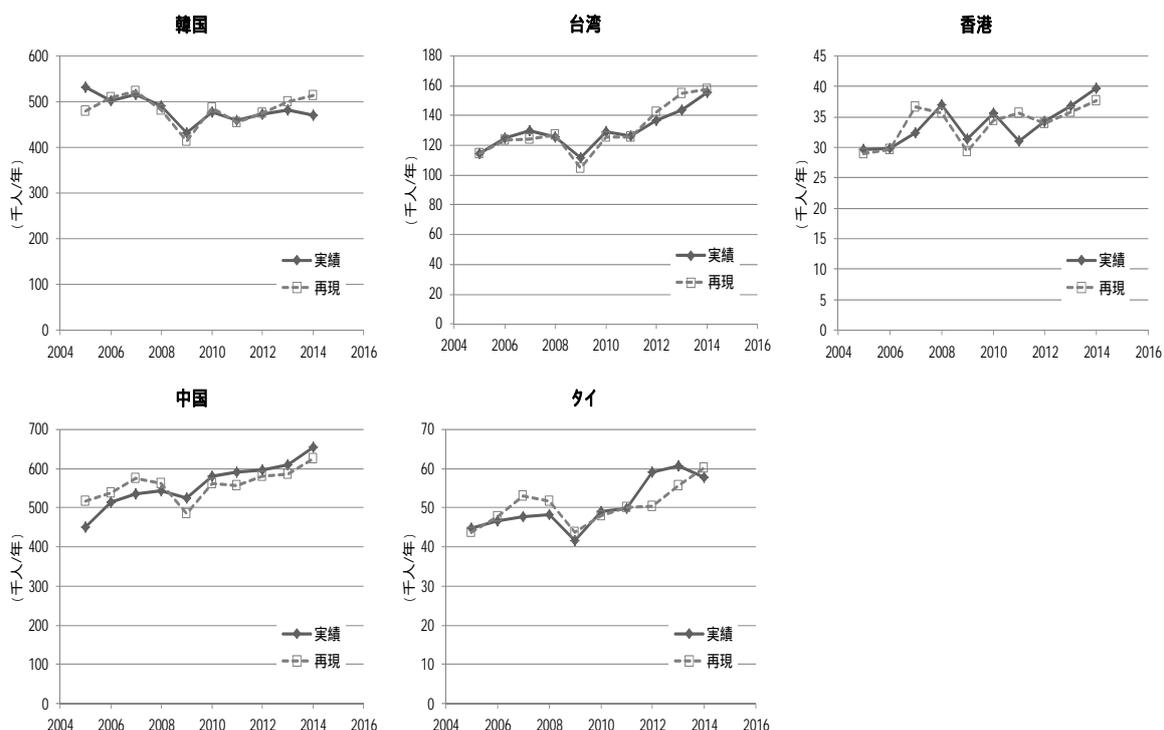
モデル式は、訪日目的モデルと同様に国・地域別・時系列別のパネルデータを用いた乗法型の重回帰モデルとした上で、商用に影響する要因にのみ着目し、海外実質 GDP 及び日本実質 GDP 等の限定した説明変数を候補として、表 3-3 に示す算出式を構築した。

表 3-3 商用目的モデルの算出式

$\ln(Q_{it}) = \alpha_1 \times \{\ln(JGDP_t) + \ln(FGDP_{it})\} + \alpha_2 \times \ln(RATE_{it}) + \alpha_3 \times \ln(ROSEN_{it}) + \alpha_4 \times \ln(RIEMANN_{t(=2009)}) + \ln \gamma_i$	
Q _{it}	: t 年, i 国の商用目的訪日客数 [人/年]
JGDP _t	: t 年の日本の実質 GDP, 購買力平価ベース。[米ドル/年]
FGDP _{it}	: t 年, i 国の実質 GDP, 購買力平価ベース。[米ドル/年]
RATE _{it}	: t 年, i 国の為替レート [各国通貨/円]
ROSEN _{it}	: t 年, i 国 - 日本間の国際旅客直行便路線数
RIEMANN _t	: 2009 年のリーマンショックダミー変数 (1 : 2009 年, 0 : その他)
1 ~ 4	: 各説明変数のパラメータ
i	: i 国固有の定数項パラメータ

(b) モデルの再現性検証

2005年～2014年のデータを用いてパラメータ推定を行い、t値が有意かつ決定係数が0.98のモデルを構築することができた。また、パラメータ推定に使用した期間(2005～2014年)の国・地域別の再現性は、いずれも比較的良好な結果となった。検証結果の例として、アジアの5つの国・地域(韓国、台湾、香港、中国、タイ)の実績及び再現結果を図3-4に示す。



(千人/年)

年	韓国		台湾		香港		中国		タイ	
	実績	再現	実績	再現	実績	再現	実績	再現	実績	再現
2005	531	481	114	114	30	29	451	518	45	44
2006	503	510	125	123	30	30	515	537	47	48
2007	516	522	130	124	32	37	535	574	48	53
2008	490	483	126	127	37	36	545	562	48	52
2009	433	413	111	105	31	29	524	485	42	44
2010	477	487	129	126	36	34	581	562	49	48
2011	459	455	126	126	31	36	590	555	50	50
2012	473	474	136	142	34	34	596	581	59	50
2013	482	500	144	155	37	36	610	587	61	56
2014	470	513	155	158	40	38	656	626	58	60

図 3-4 商用目的モデルの再現性(韓国、台湾、香港、中国、タイ)

2015 年データの再現性検証

第 3 章 3.2(2) 観光目的モデル及び同 商用目的モデルで示したモデルにより、直近の訪日外国人旅行者数急増を再現できるか検証するために、アジアの 5 つの地域を対象として、2015 年時点の各種説明変数データを用いて、訪日外国人旅行者数予測値を確認した(図 3-5)。

訪日外国人旅行者数(観光目的/商用目的をともに含む)の再現性は、最も再現性が高かったタイでは+3%の乖離に留まったものの、台湾では-9%、香港、中国、韓国ではいずれも-20%程度の乖離が生じる結果となった。

これにより、本モデルで推計する将来値には、±2 割程度の誤差が生じる可能性があることに留意する必要があることがわかった。

また、2015 年の急増要因には、本モデルで用いた説明変数では説明しきれない要素が影響している可能性があることから、本モデルの精緻化を検討する上では課題の一つと考えられる。

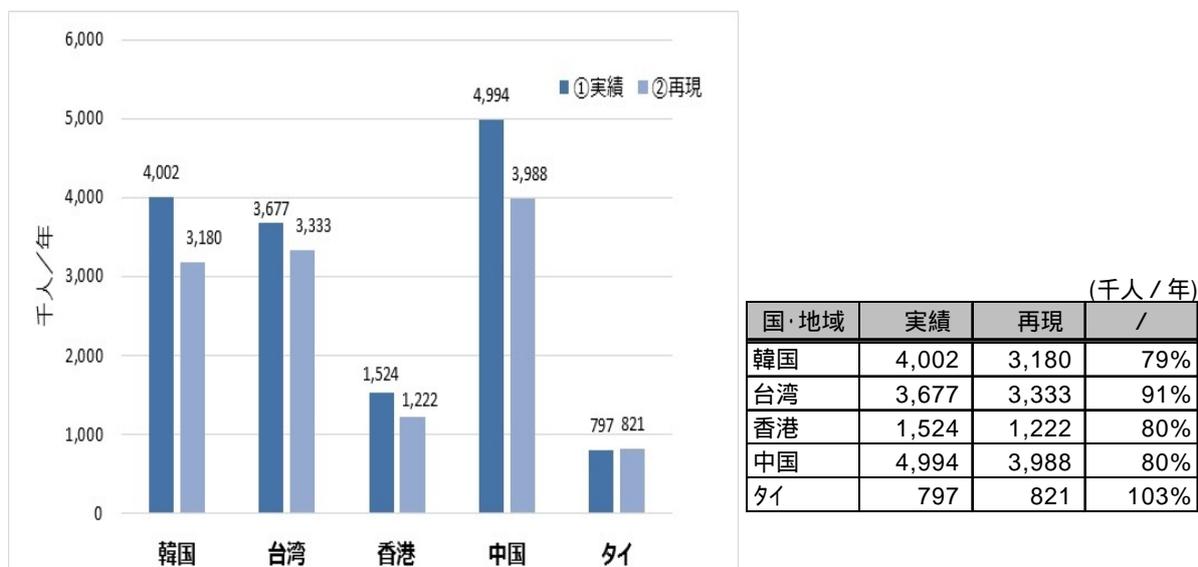


図 3-5 本調査研究のモデルを用いた 2015 年の訪日外国人旅行者数の再現結果と実績との比較(アジアの 5 つの国・地域)

3.3 国内訪問地域分布の傾向

(1) 国内訪問地域分布基礎データの作成

インバウンド総数予測モデルに続き、国内訪問地域分布を予測するため、訪日外国人消費動向調査等の既存統計を活用しつつ、出入国管理統計から得られる訪日外国人旅行者の総数に併せて拡大推計を行うことにより、国内訪問地域分布基礎データを作成し、当該データに基づいて、属性ごとの国内訪問地域分布の傾向を設定することとした（図 3-6）。

なお、訪日外国人消費動向調査は、外国人旅行者の属性に係る調査項目が充実しているが、国内訪問地域分布基礎データに活用する上では、調査対象が主要空港に限定される点、拡大推計がなされていない点等で課題がある。そこで、調査対象外の空港データは国際航空旅客動態調査のデータで補てんすることとした。



図 3-6 国内訪問地域分布基礎データ 作成イメージ

(2) 妥当性検証

出国実績がある一方、サンプル数がゼロとなるケース等の影響

既存統計を組み合わせていく過程で、特に地方空港において、出入国管理統計上では出国実績がある一方、訪日外国人消費動向調査・国際航空旅客動態調査のいずれかにおいてサンプルがゼロとなるケースが多数確認された（表 3-4）。各統計の 2010 年から 2014 年までデータをプールすることで、少数サンプル・ゼロサンプルの極小化を図った結果、東アジア（韓国、台湾、香港、中国）はどの空港でも概ねサンプルがとれているが、その他の国・地域は、特に地方空港でサンプルがとれていない。

表 3-4 ゼロサンプルの発生状況(概況) ⁵⁷

出国空港・海港	四半期	韓国	台湾	香港	中国	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	インド	英国	ドイツ	フランス	イタリア	スペイン	ロシア	米國	カナダ	オーストラリア	その他	合計
大分(空港)	01-03月期	0	-	-	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	0	0	0	0
大分(空港)	04-06月期	0	-	-	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	0	0	0	0
大分(空港)	07-09月期	125	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	0	0	0	125
大分(空港)	10-12月期	233	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	2	0	0	238
宮崎(空港)	01-03月期	0	0	0	0	0	-	-	0	0	0	-	-	-	-	-	-	-	0	0	0	0	0
宮崎(空港)	04-06月期	0	0	0	0	0	-	-	0	0	0	-	-	-	-	-	-	-	0	0	0	0	0
宮崎(空港)	07-09月期	222	245	2	18	0	7	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	1	0	1	2	500
宮崎(空港)	10-12月期	205	286	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	0	0	0	0	496
中津浦(空港)	01-03月期	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
中津浦(空港)	04-06月期	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
中津浦(空港)	07-09月期	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
中津浦(空港)	10-12月期	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
女満別(空港)	01-03月期	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
女満別(空港)	04-06月期	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
女満別(空港)	07-09月期	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	0	-	-	0
女満別(空港)	10-12月期	-	-	-	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
青森(空港)	01-03月期	0	0	-	0	0	0	0	0	0	0	-	-	0	0	-	0	0	0	0	0	0	0
青森(空港)	04-06月期	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-	-	0	0	-	0	0	0	0	0	0	0
青森(空港)	07-09月期	221	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	243
青森(空港)	10-12月期	258	0	0	10	7	0	0	2	1	0	-	-	-	-	-	0	0	19	0	0	0	297
花巻(空港)	01-03月期	-	0	0	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	0	0	0	0
花巻(空港)	04-06月期	0	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	0	0	0	0
花巻(空港)	07-09月期	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
花巻(空港)	10-12月期	-	0	0	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	0	-	-	0
富山(空港)	01-03月期	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
富山(空港)	04-06月期	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
富山(空港)	07-09月期	251	94	1	221	0	0	0	1	3	1	0	0	0	0	2	11	3	0	0	1	3	582
富山(空港)	10-12月期	280	99	0	193	5	1	0	0	1	0	0	0	0	1	193	-	16	5	0	0	1	602
福井(空港)	01-03月期	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
福井(空港)	04-06月期	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
福井(空港)	07-09月期	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
福井(空港)	10-12月期	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
松本(空港)	01-03月期	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
松本(空港)	04-06月期	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
松本(空港)	07-09月期	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
松本(空港)	10-12月期	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
白浜(空港)	01-03月期	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
白浜(空港)	04-06月期	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
白浜(空港)	07-09月期	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
白浜(空港)	10-12月期	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
鳥取(空港)	01-03月期	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	-	-	-	0
鳥取(空港)	04-06月期	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
鳥取(空港)	07-09月期	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
鳥取(空港)	10-12月期	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
出雲(空港)	01-03月期	-	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
出雲(空港)	04-06月期	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
出雲(空港)	07-09月期	0	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
出雲(空港)	10-12月期	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
岡山(空港)	01-03月期	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
岡山(空港)	04-06月期	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
岡山(空港)	07-09月期	170	87	3	459	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	7	4	3	5	781
岡山(空港)	10-12月期	243	53	2	388	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	10	1	1	0	2	518
福江(空港)	01-03月期	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
福江(空港)	04-06月期	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
福江(空港)	07-09月期	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
福江(空港)	10-12月期	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0

出所：法務省「出入国管理統計(2014年)」、観光庁「訪日外国人消費動向調査(2010～2014年)」

このため、ゼロサンプルの発生によるデータロスの影響を検証することとした。

具体的には、訪日外国人消費動向調査及び国際航空旅客動態調査の 2010 年～2014 年までのデータをプールした上で、各セル(国・地域、空海港、四半期単位)を 6 つに区分⁵⁸し、区分ごとのセル数の累積シェアと、各セルあたりの訪日外国人旅行者数の実績(出入国管理統計の値)シェアを比較し、ゼロサンプルの発生によるデータロスの影響度合いを確認した(図 3-7)。

各四半期とも、30 サンプル以上のセルの累積シェアは約 1 割程度だが、同セルにおける

⁵⁷ 赤セルはサンプルなし(実績 100 人超)、ピンクセルはサンプルなし(実績 100 人以下)、灰セルは実績なしをそれぞれ示す。

⁵⁸ 30 サンプル以上、20-29 サンプル、10-19 サンプル、1-9 サンプル、0 サンプル、(出国実績なし)に区分。

訪日外国人旅行者数（実績）の累積シェアは約 8 割以上であった。また、1-9 サンプルまで含めると、訪日外国人旅行者数（実績）の累積シェアは 9 割超となった。一方で、ゼロサンプルのセル自体は約 5 割以上存在したものの、同セルにおける訪日外国人の累積シェアは 1 割を下回っていることが確認された。

従って、ゼロサンプルが発生しているセルは全体の半数程度存在するが、当該セルにおける実際の訪日外国人旅行者数は全体の 1 割未満に留まっていることから、影響は限定的だと考えられる。

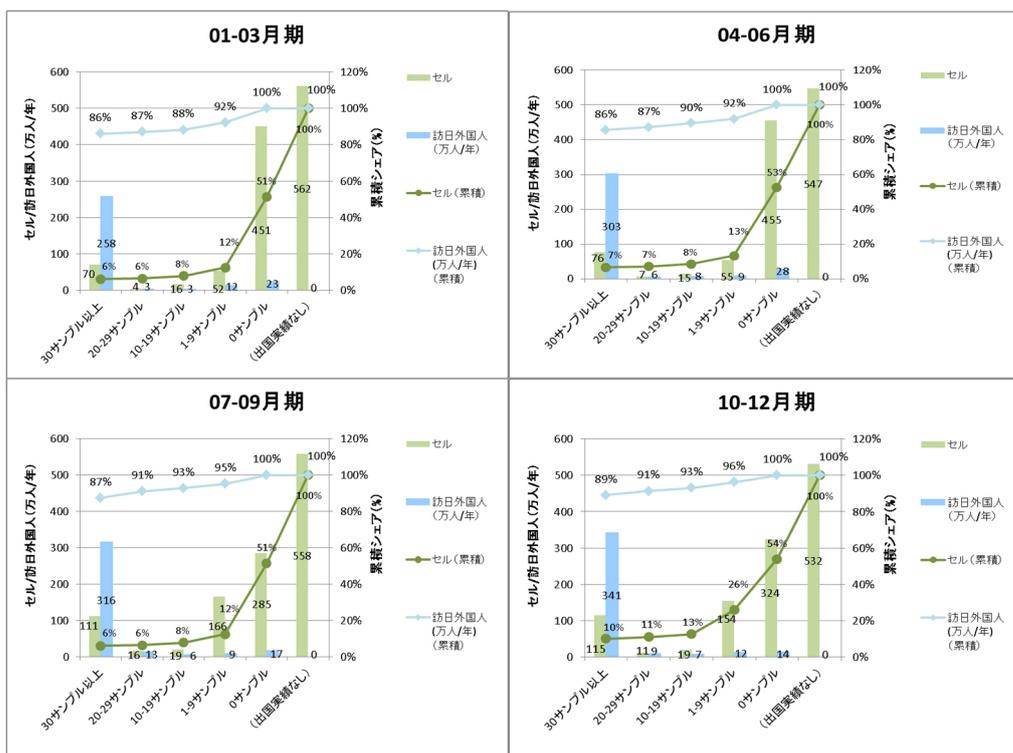


図 3-7 サンプル数別 セル数累積シェア及び訪日外国人旅行者数の実績

出所：観光庁「訪日外国人消費動向調査」（2010年～2014年）、航空局「国際航空旅客動態調査」（2010年～2014年）、法務省入国管理局「出入国管理統計」（2014年）

他の既存統計（宿泊旅行統計、モバイル・ビッグデータ）との比較

既存統計を用いて、今回作成した国内訪問地域分布基礎データの妥当性を確認した。妥当性の確認のために、実績を精度高く把握することができる宿泊旅行統計、モバイル・ビッグデータに基づく統計を活用することとした⁵⁹。

⁵⁹ 上記統計に加えて、法務省入国管理局「出入国管理統計」との比較も行った。詳細は巻末 資料 6 に掲載。

(a) 宿泊旅行統計との比較

宿泊旅行統計は外国人（国籍別）の宿泊について、従業者数 10 人以上の宿泊施設を全て対象としているため、精度が高い。一方、別荘・コンドミニウムや、親族・知人宅等への宿泊については対象外であるほか、永住者や家族滞在、留学等、長期滞在可能な在留資格を有する訪日外国人は含まれていない（表 3-5）。従って、作成した国内訪問地域分布データと宿泊旅行統計を単純に比較した場合、国内訪問地域分布基礎データの数値が過大となることが想定された。

表 3-5 各種統計の前提条件比較

	国際航空旅客動態調査	訪日外国人消費動向調査	宿泊旅行統計調査
調査主体	国土交通省航空局	国土交通省観光庁	国土交通省観光庁
調査周期	年 2 回	年 4 回	年 4 回
	ピーク時 8 月頃・オフピーク時 11 月頃各 1 週間	(四半期毎)	(四半期)
調査項目	国籍、日本への入国空港、 国内訪問地、宿泊日数、利 用交通機関等	国籍、日本への入国空港、国内訪 問地、宿泊日数、費目別消費額、 利用宿泊施設等	宿泊施設所在地別外国人宿泊者 数
対象宿泊 施設	-	0 宿泊せず / 1 ホテル（洋室中 心） / 2 旅館（和室中心） / 3 別荘・コンドミニウム / 4 学校の 寮・会社所有の宿泊施設 5 親族・知人宅 / 6 その他 <u>訪問地別に利用宿泊施設を把 握できない。</u>	統計法第 27 条に規定する 事業所 母集団データベース （総務省）をも とに、標本理論に基づき抽出された ホテル、旅館、簡易宿所、会社・団 体の宿泊所 など。 ホテル、旅館、簡易宿所、会社・ 団体の宿泊所以外の業種とされてい る宿泊施設を含まない。
対象者	-	永住者を含む在留資格を把握	国内に住所有の外国人を除外
国内訪問 地	国内訪問地を把握	国内訪問地を把握	(施設所在地)
調査手法	出国空港での調査員による聞 取り調査	出国空港での調査員による聞取り 調査	調査対象：従業者数 10 人以上の 宿泊施設は全施設で外国人宿泊 者数を調査、従業者数 9 人以下は 抽出調査

出所：国土交通省航空局「国際航空旅客動態調査」、観光庁「訪日外国人消費動向調査」、観光庁「宿泊旅行統計調査」

そこで、国内訪問地域データに含まれる対象宿泊施設の前提を宿泊旅行統計の前提にあわせて調整した⁶⁰ほか、宿泊日数が極端に長いサンプルの影響を取り除くために、対象者の滞在資格及び宿泊日数を絞り込んだ上で比較を行った（図 3-8）。

対象者の宿泊日数を絞り込まずに比較した場合、全国で 40.3%、東京都で 56.6%、大阪

⁶⁰ 「ホテル（洋室中心）」「旅館（和室中心）」「学校の寮・会社所有の宿泊施設」のみとした。

府で 36.4%の乖離が生じる結果が示された。一方、対象者の宿泊日数を絞り込んだ(宿泊数 14泊以下⁶¹)場合には、全国での乖離は 12%、東京都で 34%、大阪府で 21%となった。

一部地域について国内訪問地域分布基礎データがやや過大だが、オーダーや大小関係は概ね整合しているといえる。

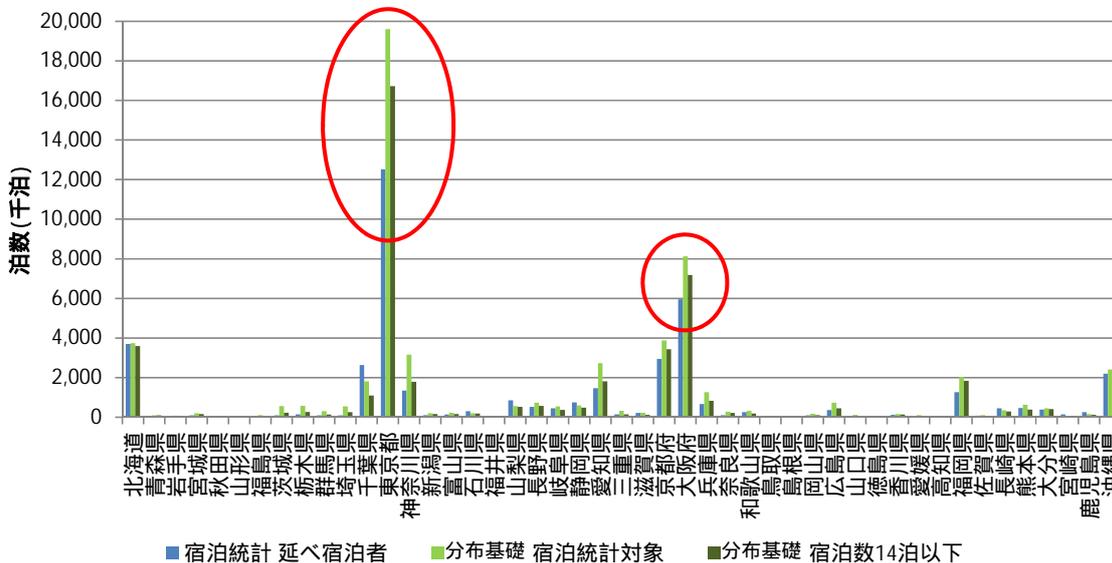


図 3-8 宿泊旅行統計と国内訪問地域分布基礎データとの比較結果⁶²

出所:観光庁「宿泊旅行統計」(2014年)、当研究所作成データ

(b) モバイル・ビッグデータとの比較

宿泊旅行統計を活用した検証に加えて、更に、モバイル・ビッグデータによる検証を行うこととした。検証にあたっては、今回、(株)NTTドコモインサイトマーケティングが提供するサービス「モバイル空間統計」を利用した。

「モバイル空間統計」は、各基地局で周期的に把握している携帯電話の台数に、国籍別港別の出国者数を加味することで人口を推計している(図 3-9)。訪日外国人旅行者については、約 250万台(2014年現在:ドコモ独自調べ)の運用データをもとに推計している。

⁶¹ 対数正規分布を用いて泊数の分布を確認した結果、14泊以下で95%出現(15泊以上は5%未満)となったことから、「14泊以下」を条件として宿泊数を絞り込んだ。分析結果の詳細は巻末資料7に掲載。

⁶² 国内訪問地域分布基礎データについては、対象宿泊施設を「ホテル(洋室中心)」「旅館(和室中心)」「学校の寮・会社所有の宿泊施設」のみとした。また、在留資格を絞り込む際は、「永住者」及び「トランジット」を除外対象とした。

また、国・地域別の宿泊者数についても同様に比較を行ったところ、中国、タイ、フィリピンなど、一部地域で国内訪問地域分布基礎データが過大となったが、オーダーや大小関係は概ね整合する結果となった（図 3-11）。

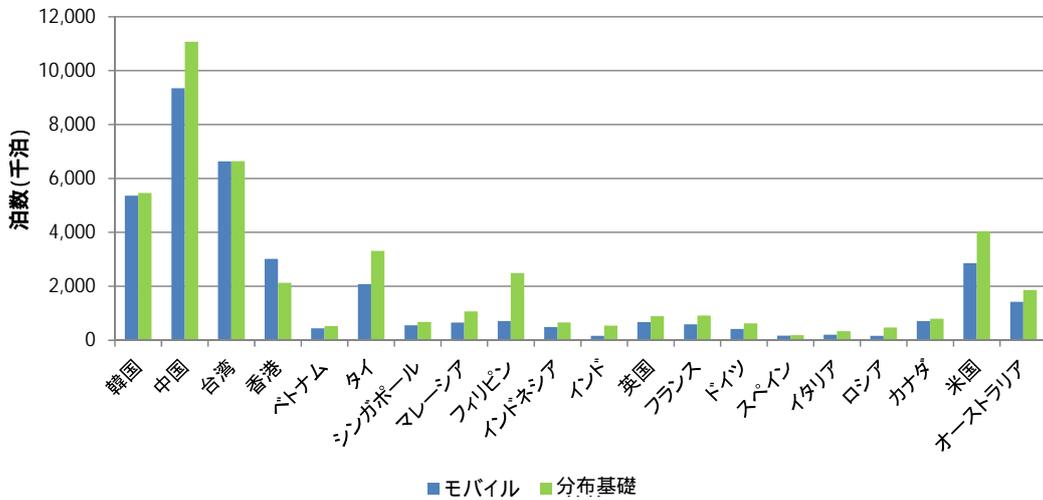


図 3-11 モバイル空間統計と国内訪問地域分布基礎データとの比較結果(国・地域別) ⁶⁴
 出所：(株)ドコモインサイトマーケティング「モバイル空間統計」(2014年)、当研究所作成データ

⁶⁴ 国内訪問地域分布基礎データについては、在留資格を「短期滞在」のみに限定。

第4章 シナリオに基づく予測の実施

第3章において検討した予測モデル及び国内訪問地域分布基礎データを活用し、訪日3000万人時代における外国人旅行者の国内訪問地域分布の予測を試みた。なお、本予測は、新たな観光施策の実施等については考慮せずに、表4-1に示す、路線数等の交通サービス水準や査証の発給等の魅力度関連指標は現状維持のままで行っている。

4.1 予測にあたっての前提条件

検討したモデルを使って、3000万人時代の旅行者数の構成を推計するために、実質GDP、為替レート、人口といった社会経済指標については、政府機関や国際機関で公表されている将来見通しに準じる設定とし、将来見通しが公表されていない交通サービス水準や、日本の魅力度関連の指標については、基本的に現状維持をベースとした(表4-1)。

なお、実際には、航空路線数や航空運賃水準(LCCシェア)等のサービス水準は、近距離アジア線を中心に向上する傾向にあるため、こうした国・地域の旅行者数を中心に、やや過小推計の方向となる点に留意が必要である。

表 4-1 予測に当たっての前提条件(交通サービス水準・魅力度関連指標は現状維持)

主な説明変数		設定根拠、考え方
社会経済指標	一人当たりGDP	~2020年: IMF「World Economic Outlook Database」2015年10月 2021年~: 一人当たりGDP成長率は上記の2015年から2020年の平均値
	為替	~2020年: IMF「World Economic Outlook Database」2015年10月 2021年~: 2020年度推計値で固定
	人口	国連「World Population Prospects, The2015 Revision」
	所得階層シェア	経済産業省「新中間層獲得戦略研究会」のモデルを用いて、一人当たりGDPから設定
交通サービス水準	路線数	現状
	運賃水準 (LCCシェア)	現状
魅力度関連指標	査証	現状
	世界遺産登録数	現状
	インターネット普及率	趨勢(100%が上限の成長率曲線)
	「日本旅行」検索数	現状

4.2 予測結果(交通サービス水準・魅力度関連指標は現状維持の場合)

(1) 3000万人時代における訪日外国人旅行者の構成予測

表4-1の前提に基づき、新たな観光施策の実施等を考慮せずに、現状の交通サービス水準と魅力度関連指標を用いて、3000万人時代における訪日目的(観光目的/商用目的)別外国人旅行者数を予測した(図4-1)。この結果、本予測において、訪日外国人旅行者が3000

万人前後となるのは、2020年約2570万人（観光約2190万人／商用約380万人）、2025年約3040万人（観光約2640万人／商用約400万人）と推計され、今後10年以内には3000万人を超える見通しとなった。

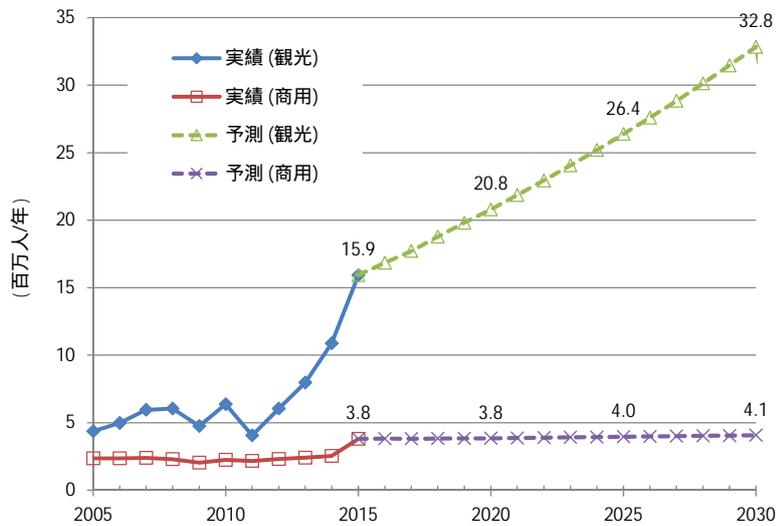


図 4-1 検討した予測モデルを用いた訪日目的別の外国人旅行者数予測結果 (交通サービス水準・魅力度関連指標は現状維持の場合)

具体的に国・地域のシェアをみると(図 4-2)、最も予測値が訪日 3000 万人に近い 2025 年においては、中国約 33%、韓国約 17%、台湾約 15%、香港約 7%、タイ約 6%等といった構成となっている。この予測値と 2015 年の実績値で比較すると、中国が 2015 年の約 25%から 2025 年で約 33%へと約 8 ポイント増加、タイが約 4%から約 6%へと約 2 ポイント増加する一方、韓国が約 20%から約 17%、台湾が約 19%から約 15%、香港が約 8%から約 7%に減少するなど、多くの国・地域のシェアが縮小する結果となった。

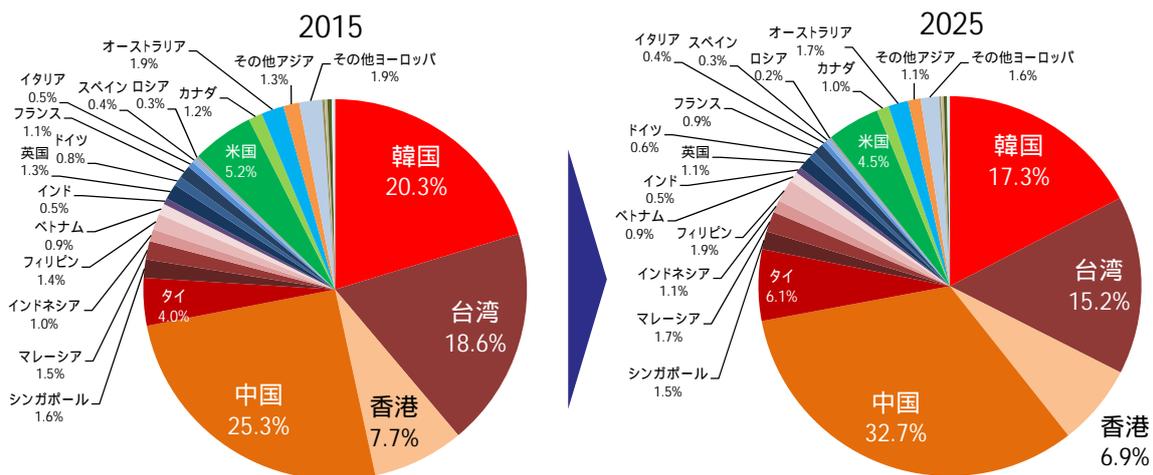


図 4-2 検討した予測モデルを用いた外国人旅行者数の国・地域シェア予測結果⁶⁵ (交通サービス水準・魅力度関連指標は現状維持の場合)

⁶⁵ 観光目的及び商用目的の外国人旅行者数予測値を合算している。

なお、予測結果の詳細は以下のとおりである（図 4-3）。

図 4-3 将来の訪日外国人旅行者数及び国・地域ごとシェア予測結果⁶⁶
 (交通サービス水準・魅力度関連指標は現状維持の場合)

	訪日外国人旅行者数(千人/年)				国・地域シェア(%)				国・地域 シェア 増減
	2015	2020	2025	2030	2015	2020	2025	2030	25-15
韓国	4,002	4,617	5,261	5,868	20.3	18.7	17.3	15.9	-2.9
台湾	3,677	4,143	4,601	4,995	18.6	16.8	15.2	13.5	-3.5
香港	1,524	1,798	2,090	2,356	7.7	7.3	6.9	6.4	-0.8
中国	4,994	7,329	9,906	13,111	25.3	29.7	32.7	35.5	7.4
タイ	797	1,250	1,842	2,538	4.0	5.1	6.1	6.9	2.0
シンガポール	309	377	466	576	1.6	1.5	1.5	1.6	-0.0
マレーシア	306	401	519	672	1.5	1.6	1.7	1.8	0.2
インドネシア	205	246	324	429	1.0	1.0	1.1	1.2	0.0
フィリピン	268	396	577	834	1.4	1.6	1.9	2.3	0.5
ベトナム	185	216	262	322	0.9	0.9	0.9	0.9	-0.1
インド	103	124	161	210	0.5	0.5	0.5	0.6	0.0
英国	259	295	338	388	1.3	1.2	1.1	1.1	-0.2
ドイツ	163	174	190	207	0.8	0.7	0.6	0.6	-0.2
フランス	214	238	269	305	1.1	1.0	0.9	0.8	-0.2
イタリア	103	111	122	133	0.5	0.5	0.4	0.4	-0.1
スペイン	77	89	105	123	0.4	0.4	0.3	0.3	-0.0
ロシア	54	59	64	70	0.3	0.2	0.2	0.2	-0.1
米国	1,033	1,160	1,355	1,587	5.2	4.7	4.5	4.3	-0.8
カナダ	231	262	307	359	1.2	1.1	1.0	1.0	-0.2
オーストラリア	376	426	510	608	1.9	1.7	1.7	1.6	-0.2
その他アジア	263	280	322	371	1.3	1.1	1.1	1.0	-0.3
その他ヨーロッパ	383	423	476	536	1.9	1.7	1.6	1.5	-0.4
アフリカ	36	38	43	49	0.2	0.2	0.1	0.1	-0.0
その他北アメリカ	47	55	67	81	0.2	0.2	0.2	0.2	-0.0
南アメリカ	71	74	84	96	0.4	0.3	0.3	0.3	-0.1
その他オセアニア	56	63	76	92	0.3	0.3	0.3	0.2	-0.0
合計	19,737	24,644	30,337	36,914	100.0	100.0	100.0	100.0	0.0

⁶⁶ 2015年の数値は実績値であり、1-10月の数値は暫定値、11-12月の数値は推計値である。

(2) 3000 万人時代における訪日外国人旅行者の国内訪問地域分布
都道府県別宿泊者数の予測

第 4 章 4.2(1)の予測結果と、第 3 章 3.3(1)で示した国内訪問地域分布基礎データを組み合わせ、3000 万人時代における訪日外国人旅行者の国内訪問地域分布を予測した(表 4-2)。

予測の前提として、訪日経験シェア(ビギナー/リピーター)、訪日形態シェア(団体/旅行個人旅行⁶⁷)については 2014 年時点と同等とした。また、国内訪問地域分布の単位については、経済波及効果が高い「滞在型観光客」の数を捉えることを目的として、訪問者数ではなく、宿泊者数を単位とすることとした。

宿泊者数を表現するにあたっては、第 3 章 3.3(2) (a)で示したように、国内訪問地域分布データと宿泊旅行統計を比較した結果、国内訪問地域分布データがやや過大であったことを考慮し、宿泊旅行統計に準ずる値を算出することとした。具体的には、訪日外国人旅行者が 3000 万人に到達した時点の国・地域シェアと、国内訪問地域分布基礎データを掛け合わせ、国内訪問地域分布データにおける都道府県ごとの宿泊者数及び拡大率(2014 年比)を算出した上で、当該拡大率を「宿泊旅行統計」統計値(2014 年)に適用して算出した。

宿泊者数の増加率について、1340 万人時代⁶⁸と 3000 万人時代で比較すると、埼玉県、新潟県、山梨県、島根県、福岡県、大分県で相対的に高い結果となった。

表 4-2 将来予測に基づく 3000 万人時代の訪日外国人旅行者の都道府県宿泊者数 ⁶⁹

	外国人延べ宿泊者数(千人泊/年)					外国人延べ宿泊者数(千人泊/年)			
	1340万人時代	3000万人時代	増分	増加率		1340万人時代	3000万人時代	増分	増加率
1 北海道	3,834	10,102	6,268	2.6	26 京都府	2,813	7,724	4,911	2.7
2 青森県	72	164	91	2.3	27 大阪府	6,086	17,297	11,211	2.8
3 岩手県	76	155	78	2.0	28 兵庫県	681	1,844	1,163	2.7
4 宮城県	115	308	193	2.7	29 奈良県	114	297	183	2.6
5 秋田県	40	83	43	2.1	30 和歌山県	282	677	395	2.4
6 山形県	47	105	58	2.2	31 鳥取県	56	115	59	2.0
7 福島県	41	98	57	2.4	32 島根県	28	94	66	3.4
8 茨城県	93	197	104	2.1	33 岡山県	108	267	159	2.5
9 栃木県	158	308	150	2.0	34 広島県	421	1,051	630	2.5
10 群馬県	111	207	96	1.9	35 山口県	55	139	83	2.5
11 埼玉県	99	293	194	3.0	36 徳島県	34	96	61	2.8
12 千葉県	2,651	6,725	4,074	2.5	37 香川県	127	255	128	2.0
13 東京都	12,779	32,294	19,515	2.5	38 愛媛県	62	158	97	2.6
14 神奈川県	1,425	3,295	1,871	2.3	39 高知県	38	85	48	2.3
15 新潟県	134	407	273	3.0	40 福岡県	1,327	4,265	2,938	3.2
16 富山県	133	226	93	1.7	41 佐賀県	91	241	151	2.7
17 石川県	337	960	623	2.8	42 長崎県	487	1,132	645	2.3
18 福井県	30	65	34	2.1	43 熊本県	474	1,120	646	2.4
19 山梨県	903	2,904	2,001	3.2	44 大分県	399	1,254	856	3.1
20 長野県	624	1,481	858	2.4	45 宮崎県	158	341	183	2.2
21 岐阜県	510	1,231	721	2.4	46 鹿児島県	263	589	326	2.2
22 静岡県	772	1,754	982	2.3	47 沖縄県	2,310	5,215	2,905	2.3
23 愛知県	1,452	3,868	2,416	2.7	全国	43,247	112,367	69,120	2.6
24 三重県	173	384	211	2.2					
25 滋賀県	226	496	269	2.2					

⁶⁷個人旅行は、「個人旅行向けパッケージ商品」及び「個別手配」を指す。

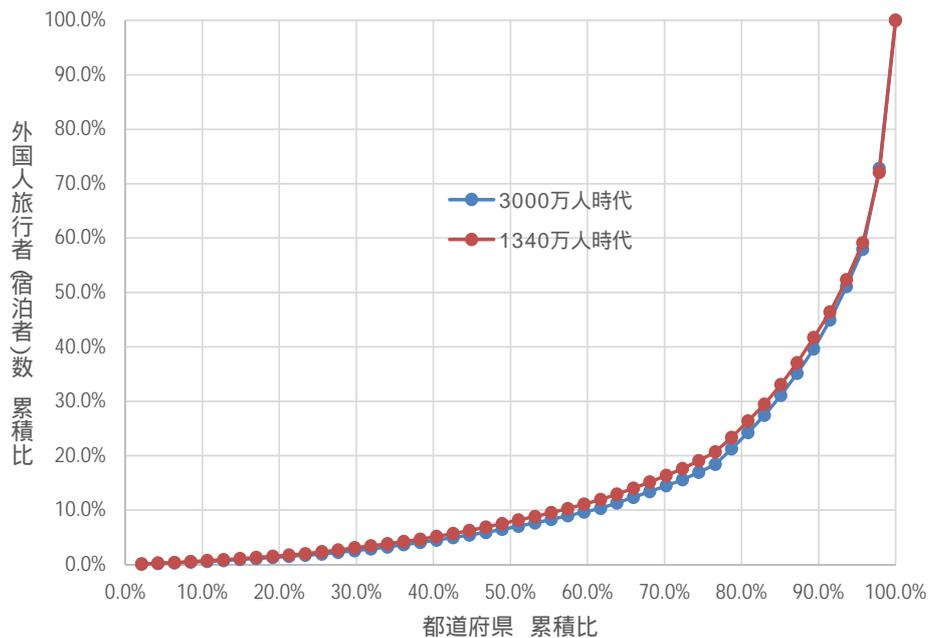
⁶⁸ 訪日外国人旅行者数が初めて 1341 万 1 千人に達した 2014 年を「1340 万人時代」と定義した。

⁶⁹ 交通サービス水準・魅力度関連指標は現状維持とした場合の予測。また、1340 万人時代の数値は観光庁「宿泊旅行統計」(2014 年)実績値(旅館、リゾートホテル、ビジネスホテル、シティホテル宿泊客を対象)、3000 万人時代の数値は予測モデルより都道府県毎の増加率を算出した上で、宿泊旅行統計(2014 年)統計値に当該拡大率を与えて算出。

また、都道府県間の訪日外国人旅行者数の格差を捉えるため、主に社会における所得分配の不平等さを図る指標であるジニ係数⁷⁰を用いて、1340 万人時代と 3000 万人時代の比較を行った。

その結果、1340 万人時代はジニ係数が「0.68」、3000 万人時代は「0.70」となり、若干上昇（＝格差が拡大）する結果となった。ジニ係数の算出に用いたローレンツ曲線については、表 4-3 のとおりである。

表 4-3 1340 万人時代及び 3000 万人時代における都道府県ごとの訪日外国人旅行者(宿泊者)数の格差に関するローレンツ曲線



都道府県別宿泊施設の定員稼働率

続いて、3000 万人時代において、どの程度の宿泊者数が受入可能であるのかを把握するため、都道府県別の受入可能延べ宿泊数及び日本人客の延べ宿泊者数は 2014 年時点の実績が維持されると仮定した上で、1340 万人時代⁷¹と 3000 万人時代で宿泊施設稼働率の比較を行った(表 4-4)。

本来であれば、この試算は客室稼働率で捉えたいところであるが、本予測において用いた国内訪問地域分布基礎データは宿泊者数をもとに算出していることから、これを活用するため宿泊施設の定員稼働率を用いて宿泊施設の稼働率を予測した。

⁷⁰ ジニ係数は、ローレンツ曲線と均等分配線によって囲まれる領域の面積と、均等分配線より下の領域の面積の比として定義される。ジニ係数のとる値の範囲は 0 から 1 で、係数の値が大きいほど、その集団における格差が大きい状態であるという評価になる。

⁷¹ 訪日外国人旅行者数が初めて 1341 万 1 千人に達した 2014 年を「1340 万人時代」と定義した。

その結果、千葉県・東京都・京都府・大阪府 が混雑の目安⁷²の 65%を超過すると予測され、次いで、北海道・神奈川県・山梨県・愛知県等の 11 道県で 50%を超過、東北地方や広島を除く中国地方、四国地方では、50%未満に留まる結果となった。

表 4-4 将来予測に基づく 3000 万人時代の都道府県別 宿泊施設定員稼働率 ⁷³

	外国人延べ宿泊者数 (千人泊/年)			延べ宿泊者数 (千人泊/年)		受け入れ可能延べ宿泊	定員稼働率 (%)	
	1340万人時代	3000万人時代	増分	1340万人時代	3000万人時代		1340万人時代	3000万人時代
1 北海道	3,834	10,102	6,268	30,092	36,359	66,870	45%	54%
2 青森県	72	164	91	4,391	4,482	12,342	36%	36%
3 岩手県	76	155	78	5,748	5,826	14,644	39%	40%
4 宮城県	115	308	193	9,500	9,693	20,982	45%	46%
5 秋田県	40	83	43	3,514	3,557	8,670	41%	41%
6 山形県	47	105	58	5,600	5,658	15,535	36%	36%
7 福島県	41	98	57	10,379	10,436	22,698	46%	46%
8 茨城県	93	197	104	5,309	5,414	13,208	40%	41%
9 栃木県	158	308	150	8,901	9,051	20,821	43%	43%
10 群馬県	111	207	96	8,196	8,293	18,692	44%	44%
11 埼玉県	99	293	194	3,943	4,137	8,796	45%	47%
12 千葉県	2,651	6,725	4,074	20,357	24,431	37,455	54%	65%
13 東京都	12,779	32,294	19,515	51,009	70,524	90,601	56%	78%
14 神奈川県	1,425	3,295	1,871	16,751	18,622	29,427	57%	63%
15 新潟県	134	407	273	9,272	9,545	25,631	36%	37%
16 富山県	133	226	93	3,259	3,353	8,179	40%	41%
17 石川県	337	960	623	7,057	7,680	15,399	46%	50%
18 福井県	30	65	34	3,531	3,565	10,500	34%	34%
19 山梨県	903	2,904	2,001	6,599	8,600	15,665	42%	55%
20 長野県	624	1,481	858	15,628	16,486	40,098	39%	41%
21 岐阜県	510	1,231	721	5,626	6,347	13,192	43%	48%
22 静岡県	772	1,754	982	19,301	20,283	45,121	43%	45%
23 愛知県	1,452	3,868	2,416	14,302	16,717	29,687	48%	56%
24 三重県	173	384	211	8,218	8,430	17,627	47%	48%
25 滋賀県	226	496	269	3,879	4,149	9,462	41%	44%
26 京都府	2,813	7,724	4,911	15,310	20,221	28,156	54%	72%
27 大阪府	6,086	17,297	11,211	26,891	38,102	42,050	64%	91%
28 兵庫県	681	1,844	1,163	12,416	13,579	26,458	47%	51%
29 奈良県	114	297	183	1,831	2,014	4,082	45%	49%
30 和歌山県	282	677	395	4,190	4,586	10,353	40%	44%
31 鳥取県	56	115	59	2,900	2,959	6,491	45%	46%
32 島根県	28	94	66	2,972	3,038	7,840	38%	39%
33 岡山県	108	267	159	5,090	5,249	12,822	40%	41%
34 広島県	421	1,051	630	7,835	8,465	15,631	50%	54%
35 山口県	55	139	83	4,302	4,386	10,578	41%	41%
36 徳島県	34	96	61	2,716	2,778	6,609	41%	42%
37 香川県	127	255	128	3,167	3,295	8,074	39%	41%
38 愛媛県	62	158	97	3,321	3,417	8,553	39%	40%
39 高知県	38	85	48	2,674	2,722	8,450	32%	32%
40 福岡県	1,327	4,265	2,938	14,527	17,464	29,258	50%	60%
41 佐賀県	91	241	151	2,641	2,791	6,593	40%	42%
42 長崎県	487	1,132	645	6,912	7,557	14,874	46%	51%
43 熊本県	474	1,120	646	6,472	7,118	14,069	46%	51%
44 大分県	399	1,254	856	5,863	6,718	12,731	46%	53%
45 宮崎県	158	341	183	3,336	3,519	8,937	37%	39%
46 鹿児島県	263	589	326	7,148	7,475	17,091	42%	44%
47 沖縄県	2,310	5,215	2,905	18,073	20,979	37,380	48%	56%
全国	43,247	112,367	69,120	440,948	510,068	948,383	46%	54%

(凡例) 3000万人時代の定員稼働率
 ≥65%以上 ≥50%以上 <50%未満

⁷² 定員稼働率及び客室稼働率の公的な適正値は存在しないが、一般的に「客室稼働率が 80%を超過すると予約が困難になる」とされ、「客室稼働率は定員稼働率に 15~20 程度上乗せした値に近い」とされている。

⁷³ 交通サービス水準・魅力度関連指標は現状維持とした場合の予測。1340 万人時代の数値は観光庁「宿泊旅行統計」(2014 年)実績値(旅館、リゾートホテル、ビジネスホテル、シティホテル宿泊客を対象) 3000 万人時代の数値は予測モデルより算出。

4.3 シナリオに基づく予測

(1) シナリオ検討の方針

前述までの予測結果からも、訪日経験（ビギナー／リピーター）、訪日形態（団体旅行／個人旅行⁷⁴）のシェアが近年ほぼ横ばいであることから、現状のトレンドでは3000万人時代においても特定地域への集中傾向は大きく変わらないことを確認した。そこで、インバウンドの「地方分散」を図ることを想定してシナリオを検討することとした（図4-4）。

具体的には、各都道府県にはそれぞれ地域固有の観光資源があるものの、それらを相対的に捉え、本調査研究において数値化することには限界があることなどから、まずは、現存する宿泊施設を有効活用する観点から、宿泊施設の定員稼働率が低い地域により誘客することを想定して目標値を宿泊施設定員稼働率65%⁷⁵と設定した。その上で、稼働率が低いと予想される地域に宿泊している国・地域を分析し、その分析結果に基づきシナリオを検討することとした。

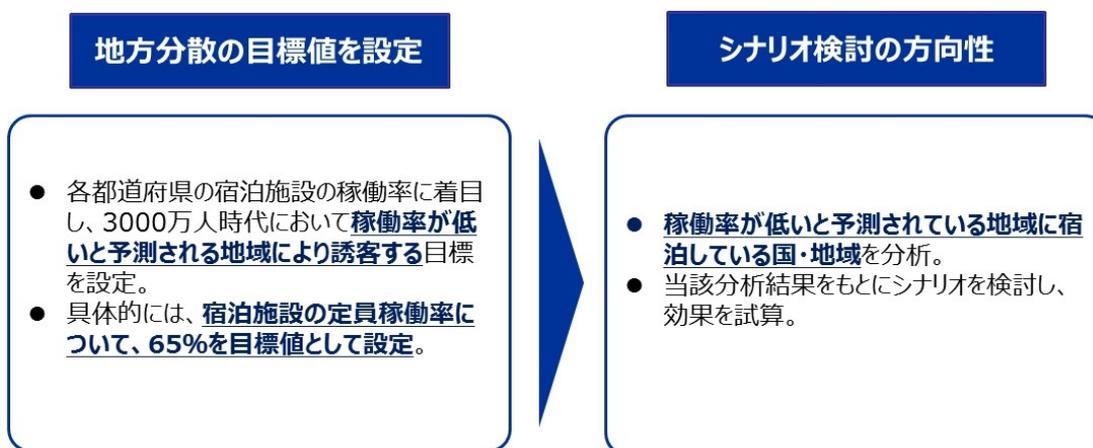


図 4-4 シナリオ検討の流れ

(2) 3000万人時代における訪日外国人旅行者の属性別宿泊地域の分析

まずは前述の第4章4.2(2)で示された予測結果を、「国・地域」「訪日経験（ビギナー／リピーター）」「訪日形態（団体旅行／個人旅行）」の3つの属性でさらに分析することとした（図4-5）。

具体的には、第4章4.2(2)で示された3000万人時代の各都道府県の宿泊施設の定員稼働率を3段階（65%以上、50%以上65%未満、50%未満）の地域に分け、上位20カ国・地域からの訪日外国人旅行者について、訪日経験（ビギナー／リピーター）、訪日形態（団体旅行／個人旅行）ごとに訪問地域を分析した。

⁷⁴ 個人旅行は、「個人旅行向けパッケージ商品」及び「個別手配」を指す。

⁷⁵ 定員稼働率及び客室稼働率の公的な適正値は存在しないが、一般的に「客室稼働率が80%を超過すると予約が困難になる」とされ、「客室稼働率は定員稼働率に15～20程度上乗せした値に近い」とされている。目標値については、定員稼働率を基準としつつ、客室稼働率が概ね80%となるような値とした。

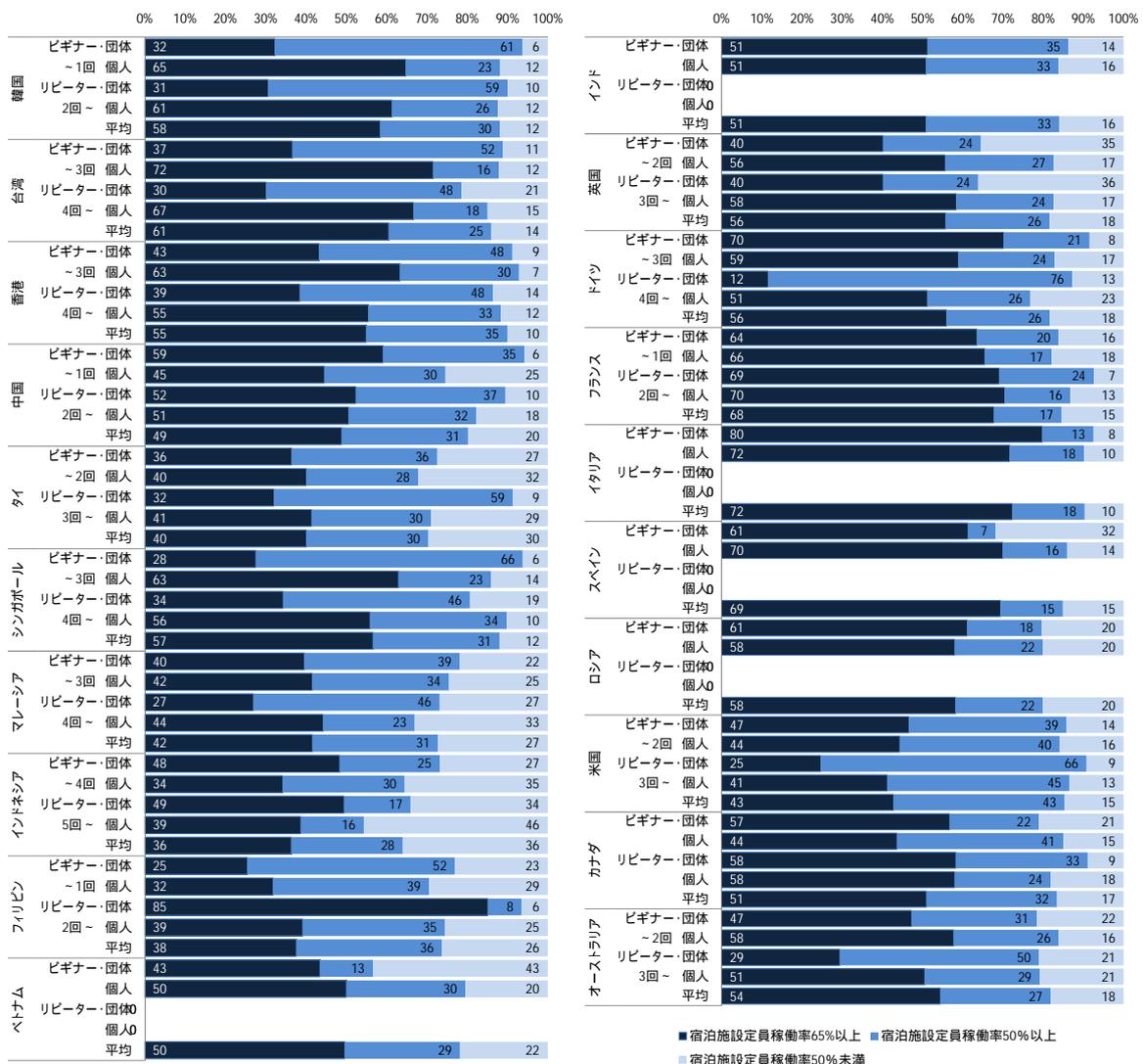


図 4-5 訪日外国人旅行者の属性(国・地域、訪日経験、訪日形態)別 宿泊地域分析 ⁷⁶

まず、最も稼働率が低い50%未満の地域への訪問率をみると、東アジア（韓国、台湾、香港、中国）は10～20%前後と低調だが、東南アジア諸国（タイ等）は概ね20%を超えており、訪問率が比較的高い。また、欧米をみると、英国（団体）では50%未満の地域への訪問率が高い。

続いて50%以上65%未満の地域への訪問率をみると、韓国、台湾、香港では、団体旅行者の50～65%帯の地域への訪問率が50～60%前後と非常に高いことが示された。

これらの結果に基づき、「東アジア」「東南アジア」「欧米」の3方面別にそれぞれシナリオを検討することとした。

⁷⁶ 旅行形態のうち、個人旅行については、サンプル数確保の観点から「パッケージ利用」と「個別手配」を合計したものを利用している。また、ビギナー・リピーターの定義は表2-13に示した考え方に基づき設定しているが、ベトナム、インド、イタリア、スペイン、ロシアについては適当なサンプル数を確保できなかったことから、ビギナーについては訪日1回目、リピーターについては訪日2回目以上の区分を用いることとした。

(3) シナリオに基づく試算

中国・団体客の地方誘導シナリオ

発地国・地域別に宿泊地域の分布状況をみると、前述のとおり、韓国・台湾・香港の団体客の宿泊施設定員稼働率が50%以上65%未満の地域への訪問率が50~60%前後と、中国の団体客と比較して高い。そこで、まず、東アジア方面におけるシナリオとして、宿泊施設定員稼働率が低い地域への訪問率が低い中国・団体客を、韓国・台湾・香港の団体客並みの訪問率に誘導することとした。

具体的には、中国・団体客(ビギナー/リピーター別)の地方3区分別訪問率が、韓国・台湾・香港の団体客(ビギナー/リピーター別)の地方3区分別訪問率の平均値と同じになる状況を想定した(図4-6)。例えば、中国・ビギナー・団体の場合、宿泊施設定員稼働率50%未満の地域への訪問率は、基本ケースでは5.8%であるが、本シナリオにおいては8.7%(約1.51倍)に増加させることとした。

年次	国籍	経験	形態	訪問地域割合(%)			計
				65%以上	50%以上	50%未満	
基本ケース	韓国	ビギナー	団体	32.3	61.4	6.3	100.0
		リピーター	団体	30.7	59.4	9.9	100.0
	台湾	ビギナー	団体	36.6	52.3	11.1	100.0
		リピーター	団体	30.2	48.4	21.4	100.0
	香港	ビギナー	団体	43.3	47.9	8.8	100.0
		リピーター	団体	38.5	47.9	13.6	100.0
3か国平均				37.4	53.9	8.7	100.0
				33.1	51.9	15.0	100.0
a 基本ケース	中国	ビギナー	団体	59.1	35.1	5.8	100.0
		リピーター	団体	52.4	37.1	10.5	100.0
b 中国・団体客の地方への誘導	中国	ビギナー	団体	37.4	53.9	8.7	100.0
		リピーター	団体	33.1	51.9	15.0	100.0
c (調整率) (=b/a)	中国	ビギナー	団体	0.633	1.536	1.511	1.000
		リピーター	団体	0.631	1.400	1.427	1.000

図 4-6 中国・団体客の地方への誘導シナリオにおける訪問地域割合の前提

結果としては、基本ケースでは混雑の目安となる宿泊施設定員稼働率が65%以上の千葉県の稼働率が65%未満に抑えられ、50%未満であった奈良県、石川県が50%を上回る等、若干の変化が生じた(図4-7)。

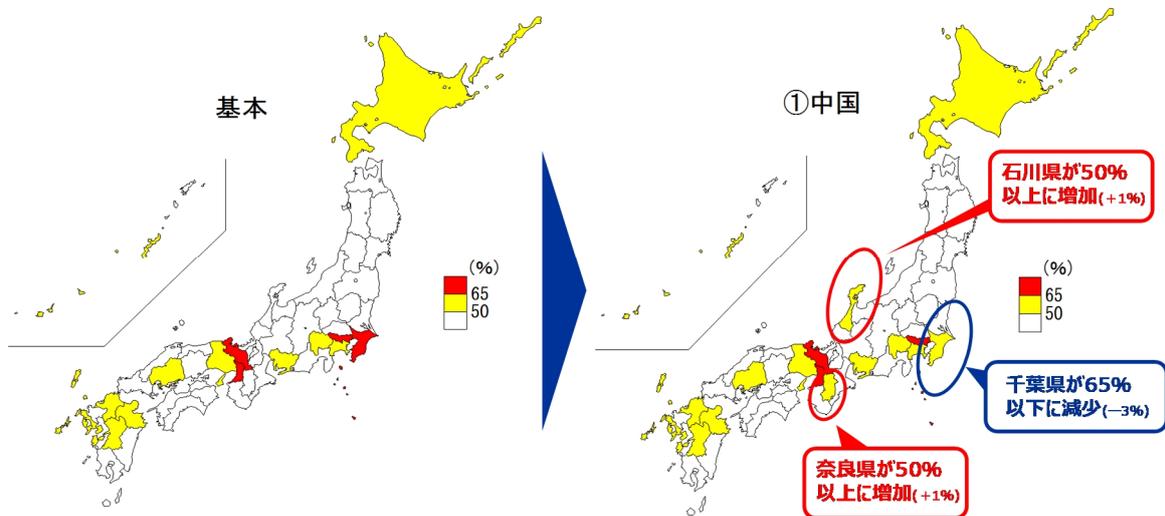


図 4-7 中国・団体客の地方誘導シナリオに基づく試算結果

東南アジア市場の拡大シナリオ

東南アジアについては、前述のとおり、宿泊施設定員稼働率が50%未満の地域への訪問率が概ね20%を超えており、他地域と比較して訪問率が高いことから、東南アジア方面におけるシナリオとして、東南アジア各国の訪日シェアを拡大させるシナリオを検討した。

具体的には、観光目的の訪日外国人旅行者総数に占める東南アジア各国（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）及びインドの訪日シェアが、2015年の10.7%から倍増にあたる21.3%、557万人に増加した状況を想定し、その分、東南アジア以外の市場はシェアを減少させることで調整した（図4-8）。例えば、観光目的の訪日外国人旅行者に占めるタイの国籍シェアは、2015年4.6%、3,000万人時代の基本ケースでは6.7%であるが、本シナリオにおいては9.1%まで増加させた。

図4-8 東南アジア市場の拡大シナリオにおける訪問地域割合の前提

観光	国籍	2015		基本ケース 3000万人時代		東南アジア市場の拡大 3000万人時代		訪日者数(万人)
		訪日者数(千人/年)	シェア(%)	訪日者数(千人/年)	シェア(%)	シェア(%)	訪日者数(千人/年)	
韓国	3,319	20.8%	4,500	17.3%	15.8%	4,111		
台湾	3,475	21.8%	4,343	16.6%	15.2%	3,967		
香港	1,459	9.2%	2,000	7.7%	7.0%	1,827		
中国	3,635	22.8%	8,375	32.1%	29.3%	7,652		
タイ	727	4.6%	1,750	6.7%	9.1%	2,379		
シンガポール	263	1.7%	414	1.6%	3.3%	861		
マレーシア	259	1.6%	465	1.8%	3.3%	850		
インドネシア	156	1.0%	272	1.0%	2.0%	510		
フィリピン	199	1.2%	498	1.9%	2.5%	651		
ベトナム	62	0.4%	134	0.5%	0.8%	202		
インド	34	0.2%	90	0.3%	0.4%	112		
米国	170	1.1%	244	0.9%	0.9%	223		
ドイツ	84	0.5%	108	0.4%	0.4%	98		
フランス	148	0.9%	198	0.8%	0.7%	181		
イタリア	72	0.5%	89	0.3%	0.3%	82		
スペイン	63	0.4%	89	0.3%	0.3%	81		
ロシア	35	0.2%	44	0.2%	0.2%	40		
米国	708	4.4%	1,010	3.9%	3.5%	923		
カナダ	192	1.2%	264	1.0%	0.9%	241		
オーストラリア	323	2.0%	451	1.7%	1.6%	412		
その他アジア	148	0.9%	205	0.8%	0.7%	187		
その他ヨーロッパ	256	1.6%	342	1.3%	1.2%	312		
アフリカ	14	0.1%	21	0.1%	0.1%	20		
その他北アメリカ	36	0.2%	55	0.2%	0.2%	50		
南アメリカ	52	0.3%	65	0.2%	0.2%	59		
その他オセアニア	42	0.3%	61	0.2%	0.2%	55		
全国籍	15,932	100.0%	26,086	100.0%	100.0%	26,086		
(東南アジア計)	1,699	10.7%	3,623	13.9%	21.3%	5,565		
(その他計)	14,233	89.3%	22,463	86.1%	78.7%	20,521		

商用	全国籍	3,805	-	3,914	-	-	-	3,914
	合計	19,737	-	30,000	-	-	-	30,000

結果としては、基本ケースと比較して、地域によっては宿泊施設定員稼働率が1%前後の増減となったが、目立った変化は生じなかった（図4-9）。

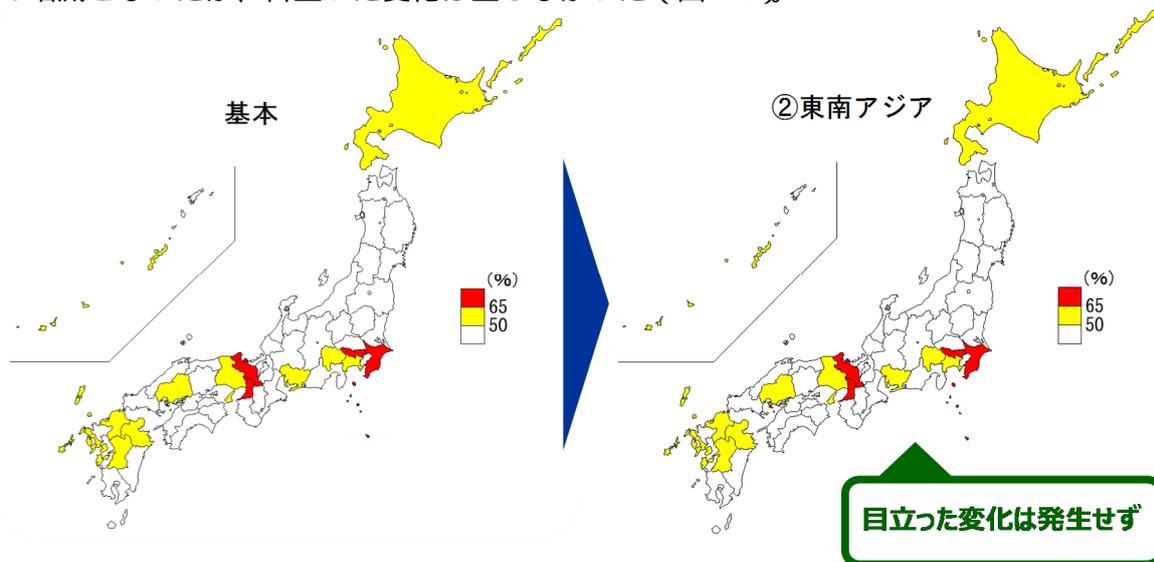


図4-9 東南アジア市場の拡大シナリオに基づく試算結果

欧米市場の拡大及び地方への誘導シナリオ

欧米については、宿泊施設定員稼働率が50%未満の地域への英国の団体客の訪問率が約35%と非常に高いことに着目し、最も大胆なシナリオとして、欧米各国の団体客の訪問地域の割合を英国の団体客並みにした上で、欧米市場全体のシェアを拡大させた。

具体的には、欧米各国（アメリカ、カナダ、ドイツ、フランス）からの団体客（ビギナー/リピーター別）の国内訪問地分布が、現状の英国・団体客（ビギナー/リピーター別）の訪問地分布と同じになると想定した。更に、観光目的の訪日外国人旅行者総数に占める欧米全体のシェアが、2015年の9.2%から倍増にあたる18.5%、482万人に増加させ、その分、欧米以外の市場はシェアを減少させることで調整することとした（図4-10）。

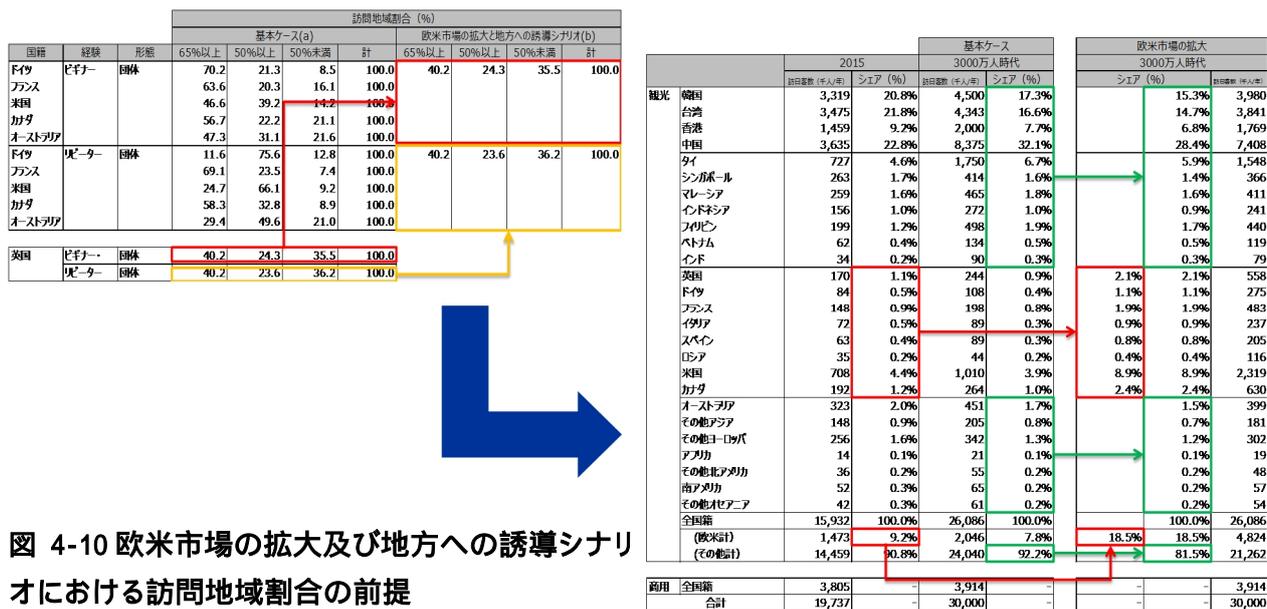


図 4-10 欧米市場の拡大及び地方への誘導シナリオにおける訪問地域割合の前提

結果としては、混雑の目安となる宿泊施設定員稼働率65%以上の地域をみると、千葉県が65%未満に抑えられ、奈良県、岐阜県、石川県が50%を上回る等、若干の変化が生じた(図4-11)。

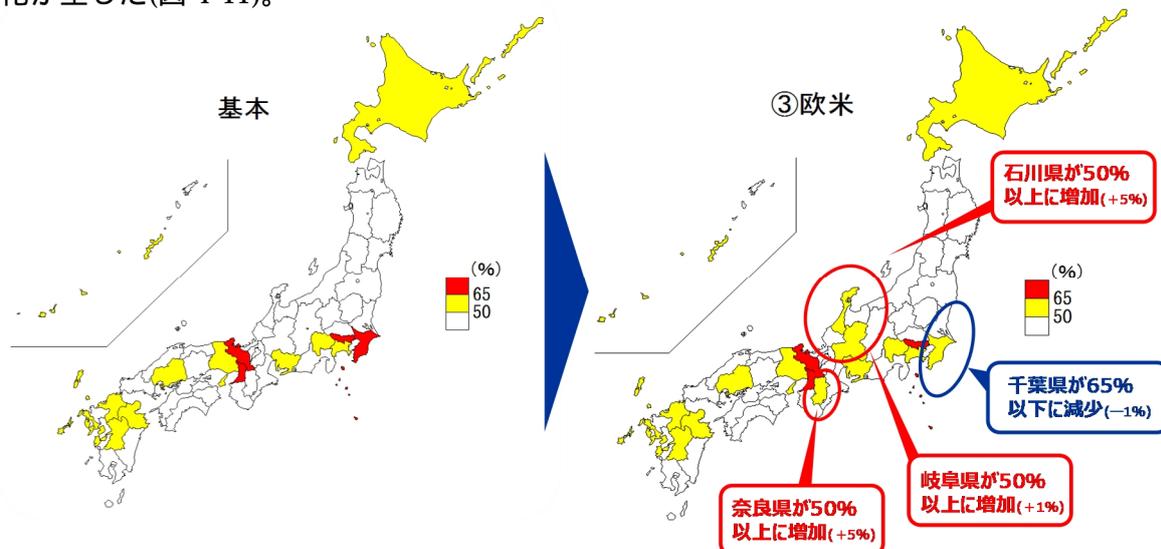


図 4-11 欧米市場の拡大及び地方への誘導シナリオに基づく試算結果

(4) シナリオに基づく予測まとめ

前述の(3)での試算結果から、3000 万人時代の都道府県別宿泊者数及び宿泊施設稼働率で見ると、「欧米市場の拡大及び地方への誘導シナリオ」において、宿泊施設の定員稼働率 50%未満の県が最も少なくなる結果となった(図 4-12)。

そのため、地方分散を図るためには、欧米からの旅行者に対して積極的に誘致していくことが有効であると考えられるが、全体として、大胆なシナリオを試みたものの、劇的な変化は生じなかった。属性ごとのサンプル数の不足や偏りが一部みられたことが影響している可能性はあるが、現在の国内訪問地域分布を前提としたシェアの変化のみでは不十分であることが確認された。

77

宿泊数：千人泊、稼働率：%

都道府県	基本		中国		東南アジア		欧米	
	宿泊数	稼働率	宿泊数	稼働率	宿泊数	稼働率	宿泊数	稼働率
北海道	13,786	54%	13,786	54%	14,326	55%	13,617	54%
青森県	1,057	36%	1,161	36%	1,095	36%	3,005	39%
岩手県	517	40%	572	40%	532	40%	1,787	42%
宮城県	2,455	46%	2,916	46%	2,562	46%	4,499	47%
秋田県	552	41%	641	41%	528	41%	1,152	42%
山形県	594	36%	709	37%	564	36%	856	37%
福島県	1,311	46%	1,423	46%	1,456	46%	1,600	46%
茨城県	5,012	41%	5,882	41%	5,033	41%	6,055	41%
栃木県	2,810	43%	3,207	44%	2,829	43%	3,587	44%
群馬県	2,013	44%	2,202	44%	2,170	44%	2,401	45%
埼玉県	11,272	47%	14,103	48%	11,157	47%	13,773	48%
千葉県	14,713	65%	12,155	62%	14,848	65%	14,265	65%
東京都	102,462	78%	88,483	73%	103,872	78%	105,290	79%
神奈川県	22,855	63%	22,855	63%	23,502	64%	24,884	64%
新潟県	2,342	37%	2,842	38%	2,585	37%	2,975	38%
富山県	939	41%	1,031	41%	1,035	41%	1,145	42%
石川県	1,617	50%	1,946	51%	1,606	50%	2,761	54%
福井県	631	34%	723	34%	675	34%	646	34%
山梨県	3,873	55%	3,873	55%	3,842	55%	3,720	54%
長野県	4,111	41%	4,623	42%	4,205	41%	6,188	43%
岐阜県	4,037	48%	4,262	49%	4,651	50%	5,024	50%
静岡県	4,087	45%	4,724	46%	4,290	45%	6,242	47%
愛知県	18,118	56%	18,118	56%	18,677	57%	18,115	56%
三重県	2,142	48%	2,510	48%	2,276	48%	2,650	48%
滋賀県	2,017	44%	2,292	45%	2,200	44%	2,518	45%
京都府	23,602	72%	19,788	67%	23,454	72%	24,556	73%
大阪府	53,462	91%	44,464	84%	52,817	90%	50,412	88%
兵庫県	12,072	51%	12,072	51%	11,635	51%	12,211	51%
奈良県	2,445	49%	2,802	50%	2,580	50%	4,174	54%
和歌山県	1,557	44%	1,806	45%	1,513	44%	2,281	47%
鳥取県	382	46%	425	46%	404	46%	924	48%
島根県	656	39%	826	39%	730	39%	684	39%
岡山県	2,068	41%	2,337	41%	2,451	41%	2,817	42%
広島県	5,418	54%	5,418	54%	5,743	55%	5,998	55%
山口県	1,752	41%	2,081	42%	1,746	41%	4,523	44%
徳島県	646	42%	801	42%	623	42%	896	43%
香川県	844	41%	933	41%	826	41%	1,539	43%
愛媛県	1,333	40%	1,489	40%	1,551	40%	2,687	42%
高知県	742	32%	825	32%	822	32%	907	32%
福岡県	21,847	60%	21,847	60%	20,869	59%	21,305	59%
佐賀県	795	42%	953	43%	800	42%	1,021	43%
長崎県	2,933	51%	2,933	51%	2,938	51%	3,577	52%
熊本県	2,383	51%	2,383	51%	2,518	51%	2,709	52%
大分県	4,927	53%	4,927	53%	5,727	54%	4,587	52%
宮崎県	361	39%	385	40%	392	40%	754	44%
鹿児島県	1,265	44%	1,463	44%	1,301	44%	2,065	46%
沖縄県	10,005	56%	10,005	56%	9,479	55%	12,595	60%
合計	376,818	54%	358,003	53%	381,433	54%	411,978	55%

図 4-12 シナリオ別の都道府県別宿泊者数および宿泊施設定員稼働率

77 以下を前提とした、訪日外国人旅行者数 3000 万人時代における国内訪問地域分布の予測結果。

訪日外国人旅行者総数の予測：交通サービス水準・魅力度関連指標は現状維持、国内訪問地域分布の予測：訪日経験シェア・訪日形態シェアは現状維持

また、訪日外国人旅行者の国内訪問地域分布の指標として、「明日の日本を支える観光ビジョン」(平成28年3月 明日の日本を支える観光ビジョン構想会議決定。以下、「観光ビジョン」と記す。)で掲げられた「地方部⁷⁸」の定義を参考に、全国を「首都圏(1都3県) / 近畿圏(2府2県) / 中部圏(3県) / 地方圏(1道35県)」の4地域に区分した上で、訪日外国人旅行者の延べ宿泊者数を確認した(図4-13)。その結果、地方圏のシェアは、基本ケースが31.4%であった一方、今回のシナリオで最も効果があった「欧米市場の拡大及び地方への誘導シナリオ」で36.0%まで増加する結果となった。

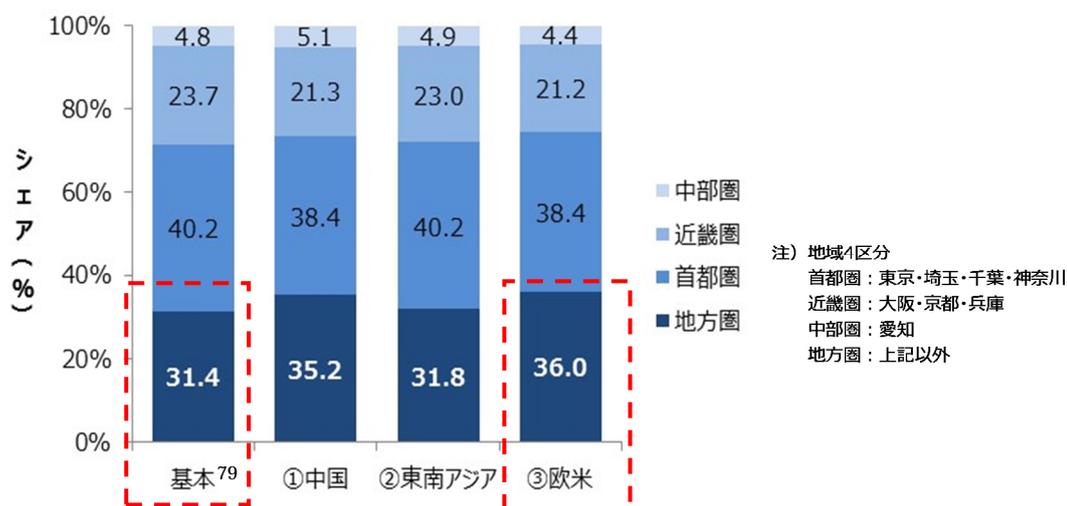


図 4-13 シナリオ別の訪日外国人延べ宿泊者数の地域4区分シェア

観光ビジョンで掲げられている「2020年地方部7000万人泊」の達成に向けて、同ビジョンにおいて地方部(三大都市圏以外)の外国人延べ宿泊者数の地方部比率を2020年には50%まで高めることを目指すとされている。

本モデルを用いた予測においては、これまで言及してきたとおり、新たな観光施策の実施等については考慮せずに、路線数等の交通サービス水準や査証の発給等の魅力度関連指標は現状維持のままで行っているものであるが、今回用いたシナリオの結果からも、現状の訪問地域分布を前提として国・地域やその他属性のシェアを変化させただけでは不十分であったことから、まさに観光ビジョンや「観光ビジョン実現プログラム2016」(平成28年5月 観光立国推進閣僚会議決定)で掲げられた様々な取組によって、外国人旅行者の行動パターンを抜本的に変化させることが期待される。

⁷⁸ 三大都市圏(埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、愛知県、京都府、大阪府、兵庫県)以外の地域を指す。

⁷⁹ 以下を前提とした、訪日外国人旅行者数3000万人時代における国内訪問地域分布の予測結果。

訪日外国人旅行者総数の予測：交通サービス水準・魅力度関連指標は現状維持、国内訪問地域分布の予測：訪日経験シェア・訪日形態シェアは現状維持

おわりに

観光ビジョンにも示されているように、観光が真に地方創生の切り札となるためには、外国人旅行者に、ゴールデンルートに代表される地域だけではなく、我が国には各地域にも魅力ある観光資源が存在していることを訴求し、全国各地への訪問を促進・拡大していくことが必要である。

そのためにはまず、果たしてどの国・地域の旅行者が、どの程度訪日経験があり、あるいはどのような旅行形態で、我が国のどの地域に訪れているのか、経年での変化も捉えつつ相対的に分析して現状を正しく把握することが重要であり、かつ、それを踏まえ、将来訪れるであろう訪日 3000 万人時代が一体どのような状況であるのかを明らかにする必要があるとの観点で、本調査研究に取り組んできた。

本調査研究においては、訪日 2000 万人に迫る約 1974 万人の外国人旅行者の実態までを分析に取り入れることは叶わなかったものの、これまでのトレンドを踏まえた上で、一定の仮定のもとに想定される訪日 3000 万人の姿を描くことができた。これまで漠然と想像されていた我々が目指す世界を、少しでも具体化することにつながったのであれば、調査研究に携わった者として大変嬉しく思う。

実際に予測を試みて感じることは、やはりこれまでの発想の延長線では、「観光立国」までの道のりは遠いということである。この意味において、観光ビジョンが『「観光先進国」という新たな挑戦に踏み切る覚悟』に触れ、その目標に向かって道標を示したことの意義は大きいのだということ、本調査研究を通じて改めて感じる。

本調査研究がインバウンドの取組にかかわる様々な方々の目に触れ、今後の取組に少しでも貢献できれば幸いである。

謝辞

本調査研究を進める上で、兵藤哲朗氏（東京海洋大学流通情報工学科 教授）、岡本直久氏（筑波大学システム情報系社会工学域 教授）、清水哲夫氏（首都大学東京大学院都市環境科学研究科観光科学域 教授）には調査研究全般にわたり非常に有益なご助言をいただいた。

ここに記して感謝の意を表したい。

参考文献

- 1 日本政府観光局 (JNTO):「国籍/月別 訪日外客数」
- 2 日本政府観光局 (JNTO):「JNTO 訪日外客訪問地調査 2005-2006」
- 3 日本政府観光局 (JNTO):「JNTO 訪日外客訪問地調査 2006 - 2007 (訪問地調査編)」
- 4 日本政府観光局 (JNTO):「JNTO 訪日外客訪問地調査 2009」
- 5 法務省入国管理局「出入国管理統計年報 (2007 年版 ~ 2014 年版)」
- 6 観光庁「訪日外国人消費動向調査 (2010 年版 ~ 2014 年版)」
- 7 観光庁「宿泊旅行統計 (2014 年版)」
- 8 国土交通省航空局「国際航空旅客動態調査 (2010 年版 ~ 2014 年版)」
- 9 IMF「World Economic Outlook Database」(2015 年 10 月)
- 10 United Nations「World Population Prospects」The 2015 Revision
- 11 OAG「全世界版航空時刻表」
- 12 外務省ホームページ (平成 27 年 12 月時点)
<http://www.mofa.go.jp/mofaj/press/release/index.html>
- 13 文化庁ホームページ (平成 27 年 12 月時点)
http://bunka.nii.ac.jp/special_content/world
- 14 林野庁ホームページ (平成 27 年 12 月時点)
http://www.rinya.maff.go.jp/j/sin_riyou/sekaiisan/nihon_sekaiisan.html
- 15 ITU「Percentage of Individuals using the Internet」
- 16 Google トレンド (平成 28 年 2 月時点)
<https://www.google.co.jp/trends/>
- 17 百度指数 (平成 28 年 2 月時点)
index.baidu.com/