

第1章 観光を取り巻く環境

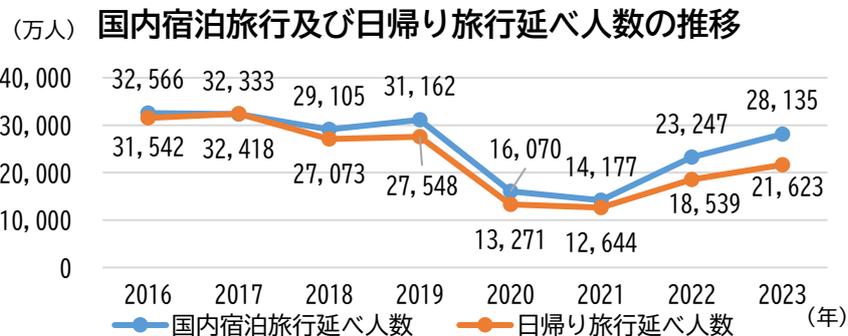
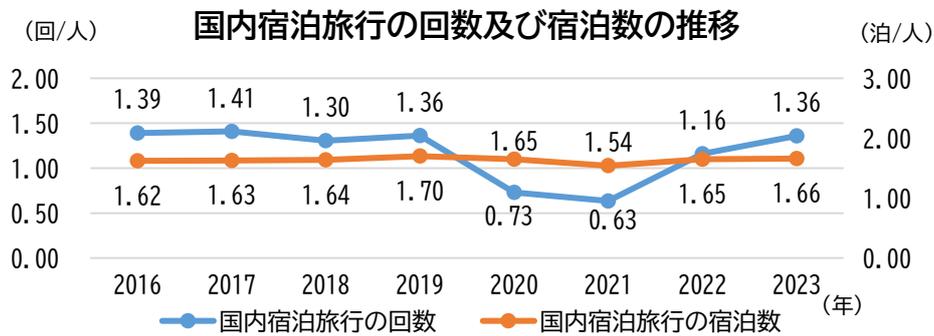
1 日本全体の観光動向

(1) 日本人旅行者の動向

① 国内旅行

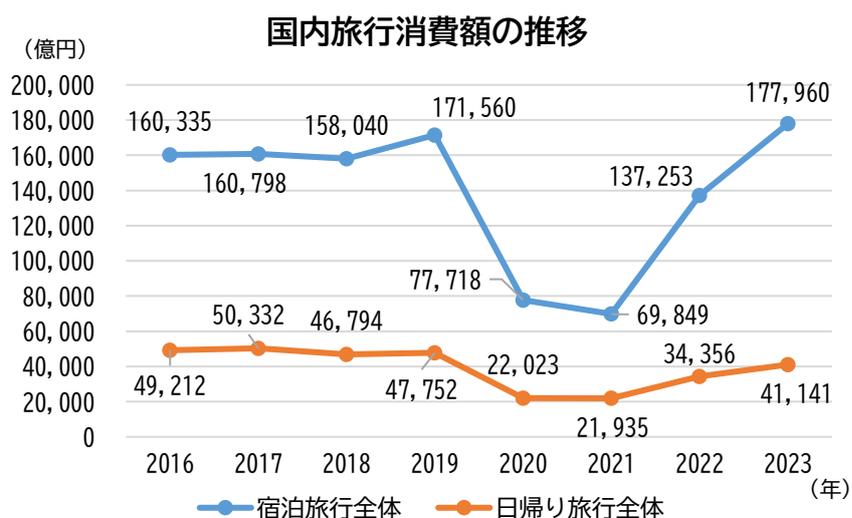
2023年（令和5年）における国民1人当たりの宿泊観光旅行の回数は1.36回、国民1人当たりの国内宿泊観光旅行の宿泊数は1.66泊であった。宿泊数はほぼ横ばい状態である一方で、旅行の回数は新型コロナウイルスの影響により2020年（令和2年）から減少したが、同年にはまん延防止等重点措置が全面解除、全国旅行支援が開始され、2023年（令和5年）5月には新型コロナウイルス感染症が5類に移行されたことなどにより、コロナ禍以前の水準に回復してきている。

2023年（令和5年）の国内宿泊旅行者数は延べ2億8,105万人（対前年比20.9%増）となった。大きく落ち込んだ2020年（令和2年）、2021年（令和3年）から増加しているが、コロナ禍以前の水準には至っていない。また、国内日帰り旅行は延べ2億1,628万人（対前年比16.7%増）であり、宿泊旅行者数の戻りに比べて日帰り旅行者数の回復が鈍化していることが分かる。



出典：観光庁「旅行・観光消費動向調査」（2016年～2023年）

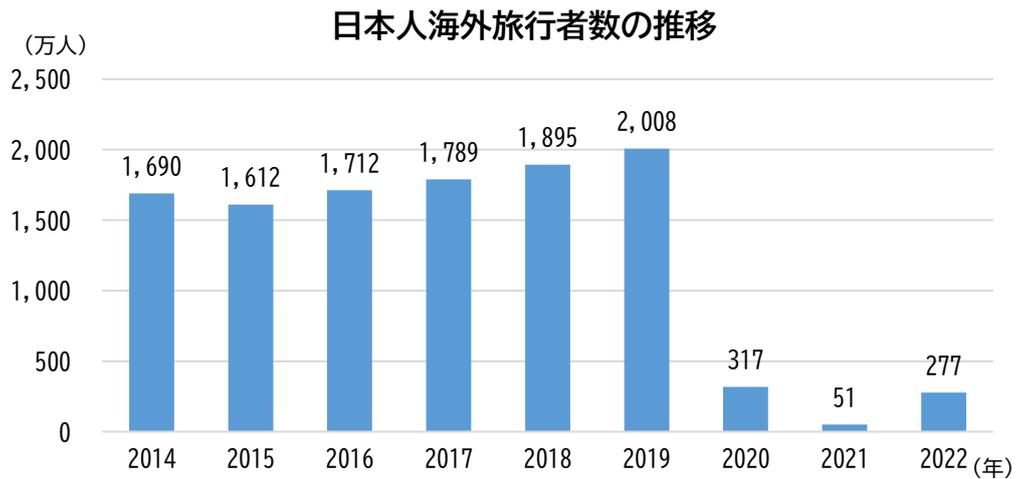
消費額を見ると、2023年（令和5年）の日本人国内旅行消費額は宿泊旅行が17.8兆円、日帰り旅行が4.1兆円、合わせて21.9兆円（対前年比27.5%増）であった。消費額単価についても、総額と同様に、コロナ禍に旅行を制限された反動もあり、コロナ禍以前の数字を上回っており、増加傾向がみられる。人口減少下にある日本社会においては、量から質への転換に向け、消費額単価のさらなる増加が必要である。



出典：観光庁「旅行・観光消費動向調査」（2016年～2023年）

② 海外旅行

日本人の海外旅行者数は、2016年（平成28年）から増加に転じ、以降は毎年増加し続けてきた。しかし、新型コロナウイルスの影響により、2020年（令和2年）からは大幅に減少し、以降も円安による物価高も相まって、国内旅行に比べて回復に苦戦している。

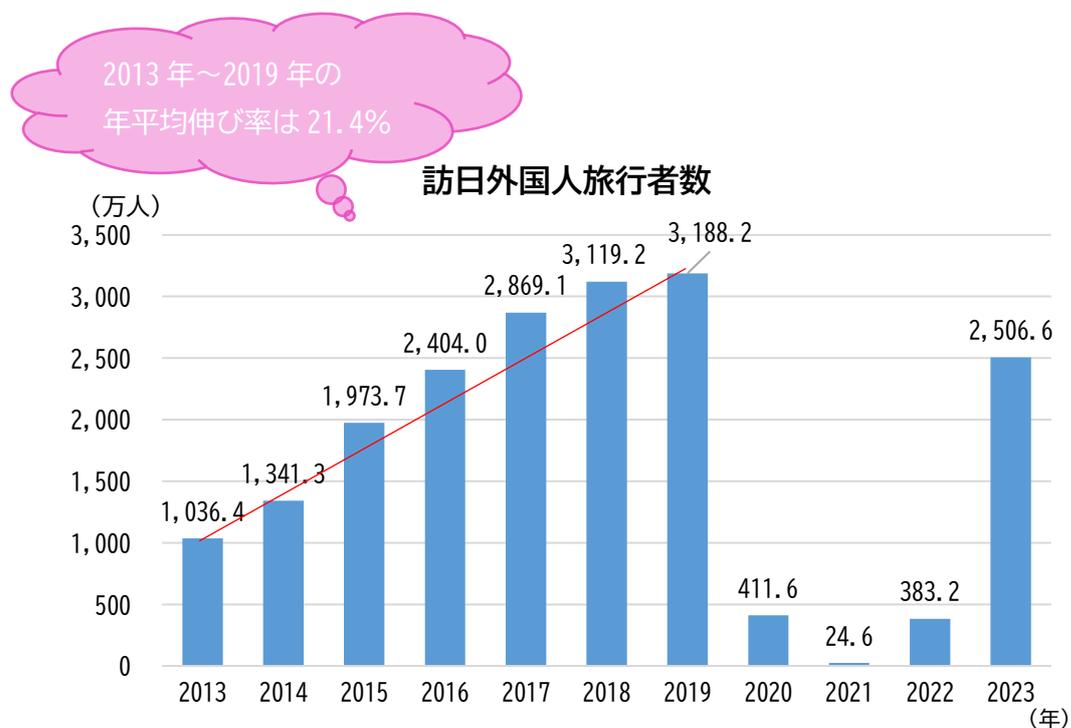


出典：観光庁「令和5年版観光白書」（日本政府観光局資料に基づき観光庁作成）

(2) 訪日外国人旅行者の動向

① 訪日外国人旅行者の推移

訪日外国人旅行者数は、新型コロナウイルス感染症拡大前の2019年(令和元年)までは毎年着実に増加を続け、2013年(平成25年)から2019年(令和元年)までの年平均伸び率は21.4%であった。新型コロナウイルスの影響により2020年(令和2年)には大幅に減少したが、2022年(令和4年)10月の入国制限解除以降は回復を見せ、2023年(令和5年)は対2019年比78.6%となっている。2024年(令和6年)3月の推計値では単月として初めて300万を超え、さらに2025年(令和7年)には大阪・関西で国際博覧会が開催されることから、訪日外国人においては今後益々の増加が期待される。



出典：日本政府観光局（JNTO）「訪日外客数（総数）」（2013年～2023年）

訪日外国人旅行者の日本国内消費額も旅行者数同様、新型コロナウイルス感染症拡大前の2019年（令和元年）までは順調に増加している。2020年（令和2年）には大幅に減少したが、その後、コロナ禍に旅行できなかった反動や円安による割安感、日本国内の物価の上昇もあり、2023年（令和5年）には5兆3,065億円（対2019年比10.2%）と、コロナ禍以前の数字を上回る結果となった。また、訪日外国人旅行者1人当たりの旅行支出についても、2022年からコロナ禍以前の数字を大きく上回っている。



出典：観光庁「訪日外国人消費動向調査」（2016年～2023年）

※2020年～2022年は試算値



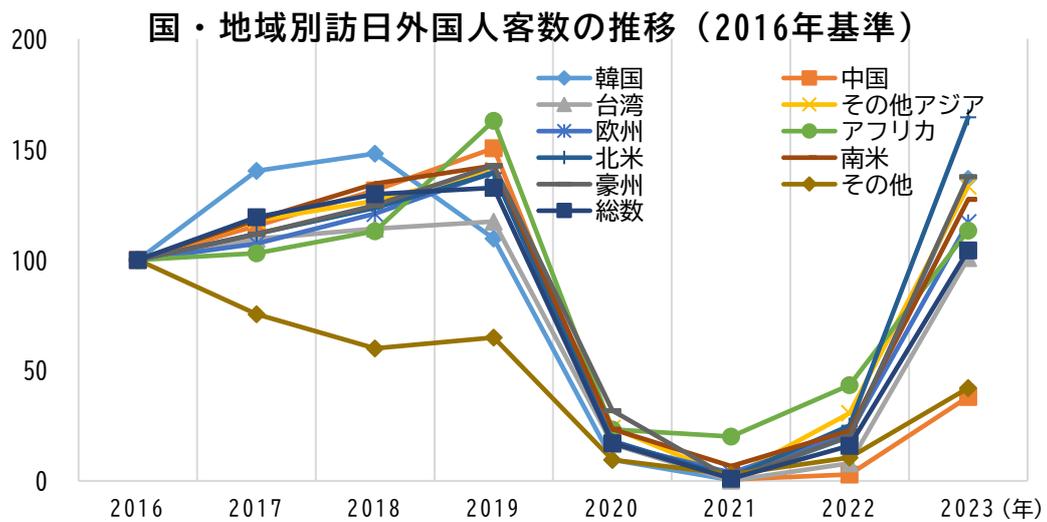
※パッケージツアー参加費内訳含む

出典：観光庁「訪日外国人消費動向調査」（2016年～2023年）

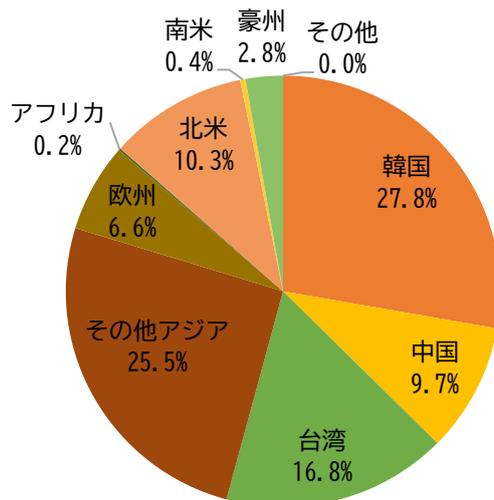
※2020年は試算値、2021年は調査なし

② 国・地域別訪日外国人旅行者の推移

2016年（平成28年）を100とし、2023年（令和5年）までの国・地域別の訪日外国人客数の推移を見ると、2022年（令和4年）から2023年（令和5年）にかけての北米の伸びが著しい他、アフリカやオーストラリアも好調に増加している。一方で、原発処理水海洋放出の影響もあり、中国からの訪日旅行の戻りが低調となっている。



国・地域別訪日外国人客数の割合（2023年）



出典：日本政府観光局（JNTO）「国籍別/目的別 訪日外客数」（2016年～2023年）

③ 訪日外国人旅行者の行動

訪日旅行において、国・地域を問わず「日本食を食べる」が最も多い行動となっている。2番目以降の行動に関しては、中国や台湾、タイなどのアジア地域では「ショッピング」の割合が高いのに対して、欧米豪では、「日本の歴史・伝統文化体験」や「日本の日常生活体験」など、日本文化体験がアジア諸国に比べて人気である。

2023年 国・地域別訪日旅行に関する意識【今回したこと（複数回答）】

今回したこと	全体	韓国	台湾	中国	タイ	インドネシア	英国
1 日本食を食べること	98.0	98.8	96.2	96.0	98.6	98.8	99.6
2 ショッピング	86.7	83.1	88.1	88.1	88.0	90.3	85.7
3 繁華街の街歩き	78.0	73.1	77.2	79.9	66.9	89.2	83.9
4 自然・景勝地観光	68.1	50.6	75.3	73.7	67.9	76.3	87.1
5 日本の酒を飲むこと（日本酒・焼酎等）	51.0	62.7	36.8	33.3	35.6	29.1	78.3
6 美術館・博物館・動植物園・水族館	35.3	15.7	34.1	33.3	32.1	40.9	75.3
7 日本の歴史・伝統文化体験	32.5	11.7	26.8	23.8	29.0	49.3	82.1
8 温泉入浴	31.0	27.7	34.8	26.1	32.2	15.9	35.5
9 テーマパーク	29.0	25.1	31.9	30.7	30.2	41.5	27.3
10 日本の日常生活体験	26.4	15.0	26.1	20.3	23.1	30.8	53.2
11 旅館に宿泊	25.0	21.4	28.5	22.3	22.1	12.7	34.3
12 日本のポップカルチャーを楽しむ	17.9	13.2	18.0	19.0	14.5	12.2	28.0
13 四季の体感（花見・紅葉・雪等）	14.9	5.2	19.7	9.7	24.6	21.9	25.2
14 自然体験ツアー・農漁村体験	9.4	1.9	11.0	5.8	20.3	9.9	17.9
15 映画・アニメ縁の地を訪問	8.2	7.5	5.0	10.1	8.1	4.7	8.1
16 舞台・音楽鑑賞	3.7	2.3	2.6	8.9	3.4	5.2	6.1
17 スキー・スノーボード	2.4	0.3	3.4	0.2	5.9	3.8	4.2
18 スポーツ観戦（相撲・サッカー等）	1.9	0.8	1.5	1.4	2.3	1.6	6.1
19 その他スポーツ（ゴルフ等）	1.7	1.7	1.4	1.2	1.7	0.3	2.2
20 治療・健診	0.5	0.2	0.4	0.6	0.5	0.1	0.8
21 上記には当てはまるものがない	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
今回したこと	ドイツ	フランス	イタリア	スペイン	ロシア	米国	オーストラリア
1 日本食を食べること	99.5	99.8	100.0	100.0	100.0	99.6	99.2
2 ショッピング	82.9	87.7	86.3	83.8	92.9	86.6	88.2
3 繁華街の街歩き	87.8	85.3	89.7	82.9	90.6	86.5	88.8
4 自然・景勝地観光	81.9	84.7	84.1	88.1	61.8	77.7	86.8
5 日本の酒を飲むこと（日本酒・焼酎等）	67.8	63.8	73.3	62.2	26.0	70.7	71.8
6 美術館・博物館・動植物園・水族館	65.4	67.5	70.0	70.9	50.7	62.1	67.6
7 日本の歴史・伝統文化体験	79.0	79.1	78.7	86.4	75.3	73.2	74.7
8 温泉入浴	40.2	43.1	39.2	49.1	35.7	28.6	34.9
9 テーマパーク	23.5	27.6	16.5	24.8	24.7	26.5	38.4
10 日本の日常生活体験	50.9	53.4	49.1	54.1	31.4	51.2	51.7
11 旅館に宿泊	32.1	39.6	46.6	47.5	31.6	27.2	30.9
12 日本のポップカルチャーを楽しむ	26.9	33.4	32.1	36.3	22.0	30.1	30.6
13 四季の体感（花見・紅葉・雪等）	22.3	21.7	20.5	21.5	22.9	19.3	27.4
14 自然体験ツアー・農漁村体験	16.8	11.4	9.8	25.6	7.2	15.5	21.7
15 映画・アニメ縁の地を訪問	13.4	15.9	10.9	20.6	9.8	15.1	13.0
16 舞台・音楽鑑賞	4.1	4.4	6.0	6.9	20.8	6.5	5.2
17 スキー・スノーボード	2.5	0.8	0.8	1.3	0.0	2.2	13.9
18 スポーツ観戦（相撲・サッカー等）	3.2	4.5	2.5	6.1	0.0	5.0	8.0
19 その他スポーツ（ゴルフ等）	2.4	3.6	1.3	4.6	4.7	2.4	3.5
20 治療・健診	2.0	0.4	1.2	1.8	17.2	0.6	1.2
21 上記には当てはまるものがない	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

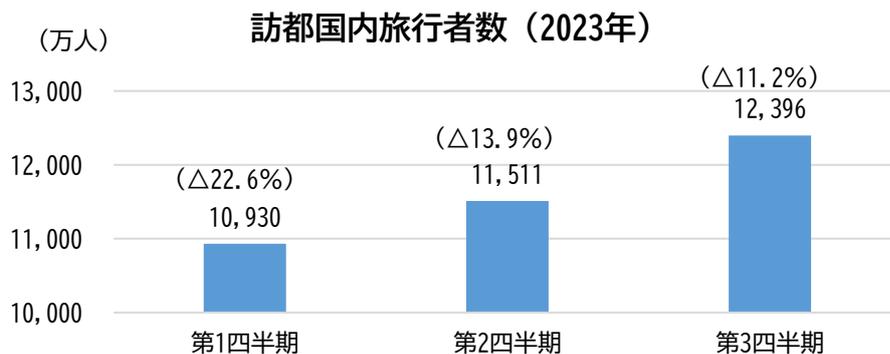
出典：観光庁「訪日外国人消費動向調査」（2023年）

2. 東京都の観光動向

(1) 訪都日本人旅行者の動向

① 訪都日本人旅行者数と消費額の推移

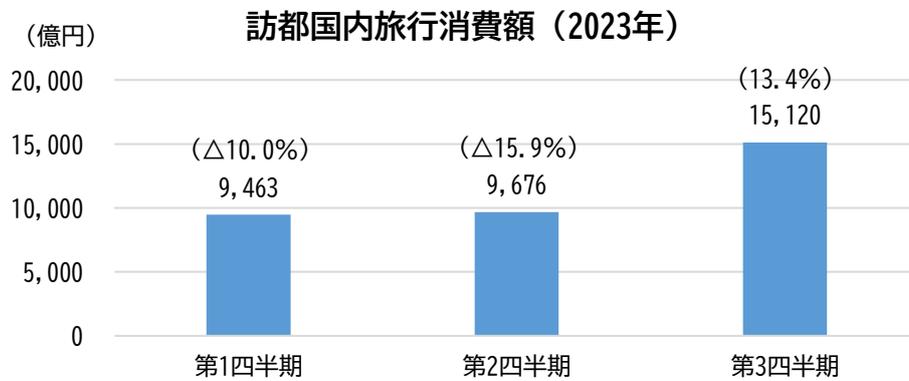
日本人旅行者数の推移を見ると、コロナ禍以前の2019年（令和元年）までは緩やかに増加傾向にある。コロナ禍以降の2023年（令和5年）は、旅行者数・消費額ともに徐々に伸びてきており、旅行者数は依然として2019年（令和元年）の値を下回っているものの、消費額は第3四半期において2019年（令和元年）の値を上回る結果となっている。



※（ ）内の割合は対2019年同四半期増減率

出典：東京都産業労働局「東京都観光客数等実態調査」（2016年～2023年）

※2021年は調査なし、2023年は速報値



※ () 内の割合は対 2019 年同四半期増減率

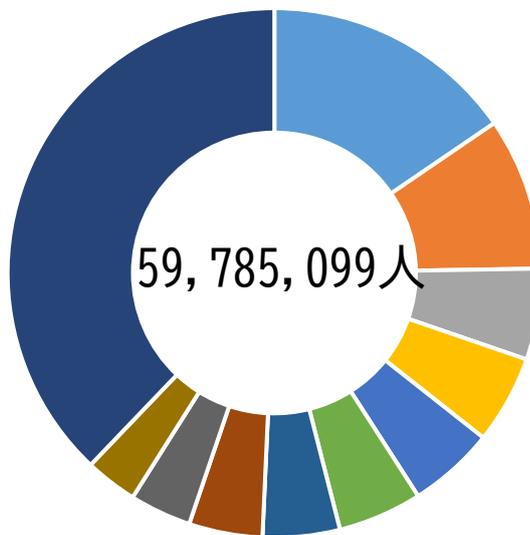
出典：東京都産業労働局「東京都観光客数等実態調査」(2016年～2023年)

※2021年は調査なし、2023年は速報値

② 訪都日本人旅行者（宿泊者）の居住地

訪都日本人旅行者(宿泊者)の居住地を見ると、東京都が900万人を超えて15%、次いで大阪府が550万人を超えて9%を占めている。東京は首都として経済及び文化の中心的な役割を果たしていることもあり、全国各地から多く旅行者が宿泊している。地理的に隣接している県在住の宿泊者も、8位神奈川県、9位埼玉県、10位千葉県と多くランクインしている。

居住都道府県別の延べ宿泊者数（日本人）の構成割合（2022年）



- 1位 東京都 (9,217,772人, 15.4%)
- 2位 大阪府 (5,567,652人, 9.3%)
- 3位 広島県 (3,321,232人, 5.6%)
- 4位 福岡県 (3,223,355人, 5.4%)
- 5位 愛知県 (3,143,766人, 5.3%)
- 6位 兵庫県 (3,049,900人, 5.1%)
- 7位 北海道 (2,789,939人, 4.7%)
- 8位 神奈川県 (2,666,938人, 4.5%)
- 9位 埼玉県 (2,236,304人, 3.7%)
- 10位 千葉県 (1,904,053人, 3.2%)
- その他 (22,664,188人, 37.9%)

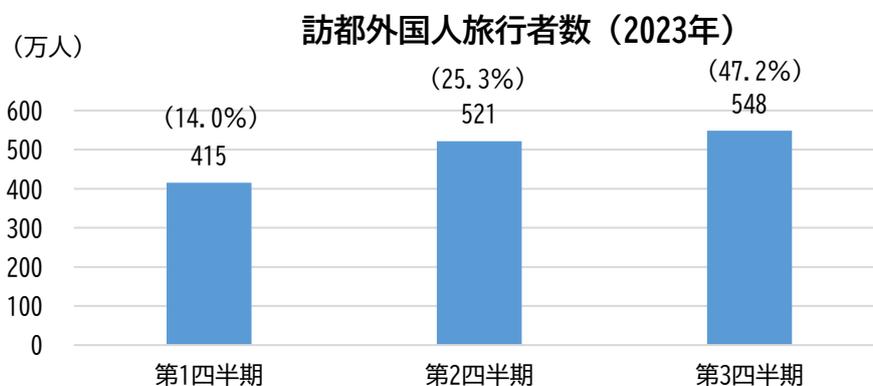
出典：RESAS（2022年データ）
データ提供元：観光予報プラットフォーム推進協議会
「観光予報プラットフォーム」

※地域経済分析システム（RESAS）とは、産業構造や人口動態、人の流れなどの官民ビッグデータを集約し、可視化するシステムである。地方創生の様々な取り組みを情報面から支援するために、経済産業省と内閣官房（まち・ひと・しごと創生本部事務局）が提供している（出典：RESAS）。

(2) 訪都外国人旅行者の動向

① 訪都外国人旅行者数と消費額の推移

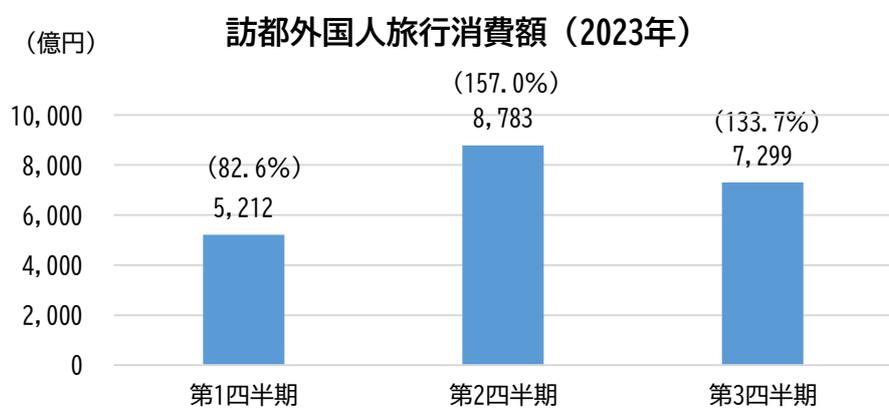
2019年（令和元年）まで訪都外国人旅行者数および消費額は、訪都日本人旅行者に比べて大きく伸びを見せ、コロナ禍は一時的に減少したものの、2023年（令和5年）第3四半期には2019年比で訪都外国人旅行者数が47.2%増、消費額は133.7%増とコロナ禍以前の数字を大きく上回っている。



※（ ）内の割合は対2019年同四半期増減率

出典：東京都産業労働局「東京都観光客数等実態調査」（2016年～2023年）

※2021年は調査なし、2023年は速報値



※ () 内の割合は対 2019 年同四半期増減率

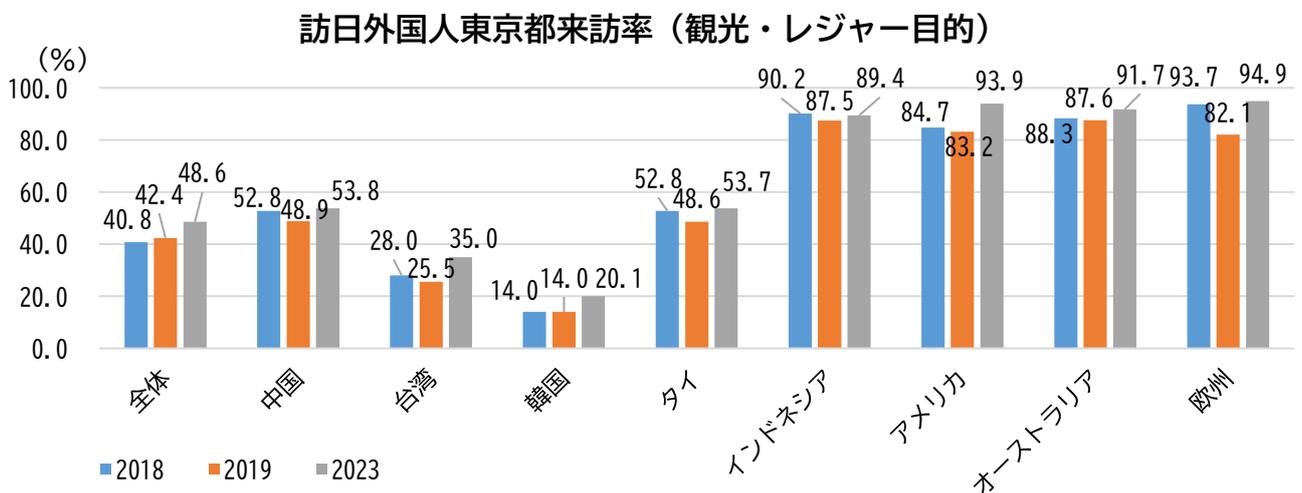
出典：東京都産業労働局「東京都観光客数等実態調査」(2016年～2023年)

※2021年は調査なし、2023年は速報値

② 訪日外国人旅行者の東京都来訪率

訪日外国人旅行者の東京都への来訪率を見ると、観光・レジャー目的での来訪が欧米豪地域では9割近い値を推移している。滞在時間が長く、消費額が比較的多いこれらの国・地域からの来訪者の経済効果は大きい。

一方で、中国や台湾、韓国といったアジア諸国においては、団体旅行から個人旅行へシフトし、地方都市への分散化が進んでいることもあり、東京都への来訪率は横ばい状態である。しかしながら、近年、訪日旅行者数が著しく増加しているインドネシアにおいては東京都への来訪率は高い。欧米圏に比べて来訪率は低いものの、東京都に最も多く訪れているのはこれらアジア諸国の人々であり、アジア諸国の動向には今後も注目が必要である。

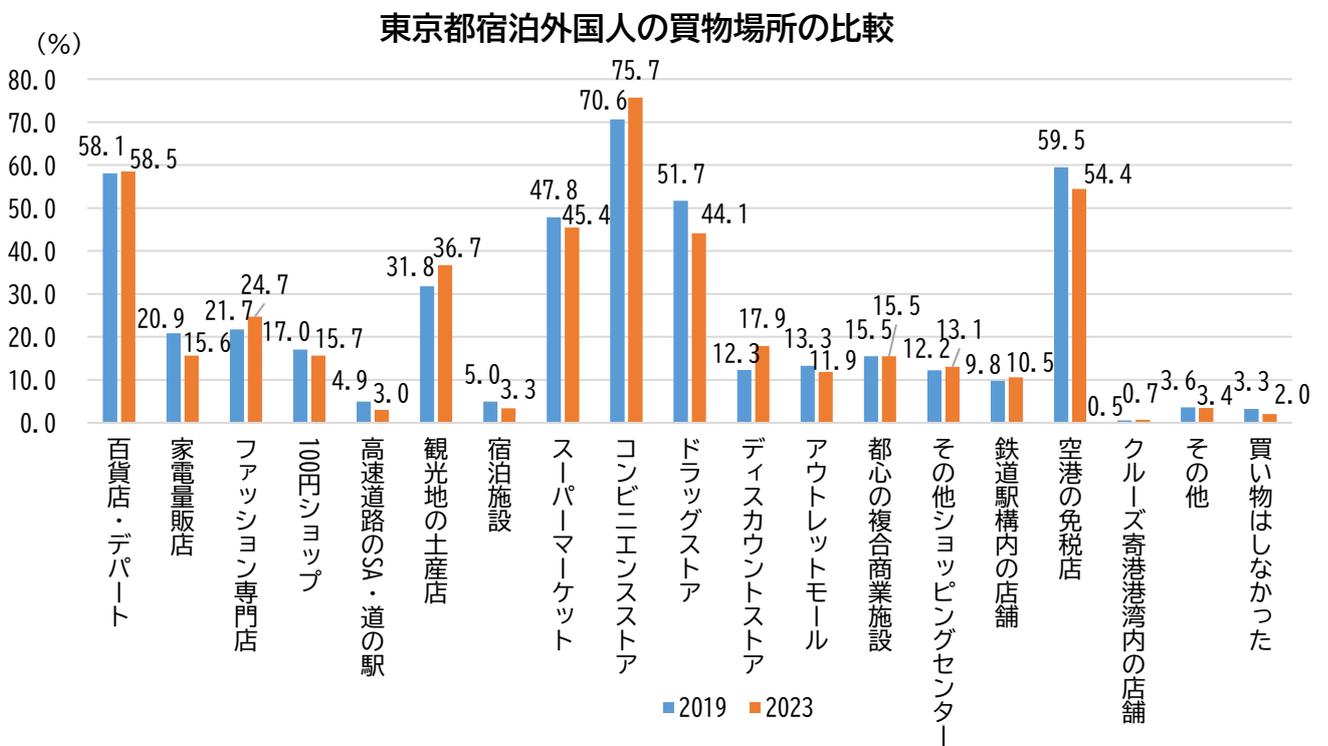


出典：観光庁「訪日外国人消費動向調査」（2018年・2019年、2023年）

※2020年～2022年は該当調査なし

③ 訪都外国人旅行者の東京都内での行動

都内には商業施設が多数存在し、前述の訪日外国人旅行者の行動で記したように、多くの訪日外国人旅行者がショッピングを楽しんでいる。都内での買物場所を2019年（令和元年）と2023年（令和5年）で比較すると、どちらもコンビニエンスストアが最も多い買物場所となっており、その割合も増加している。他にも、観光地の土産店やディスカウントストアが数字を伸ばしている一方で、家電量販店、ドラッグストア、空港の免税店の割合が減少している。日本人の日常生活に根差した買物場所が人気を集めていることが伺える。

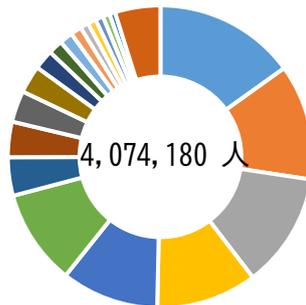


出典：観光庁「訪日外国人消費動向調査」（2019年、2023年）

④ 訪都外国人旅行者の周遊状況

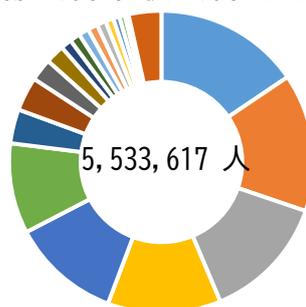
観光・レジャー目的の訪都外国人旅行者の直前、直後の滞在地域を見ると、どちらも京都府が1位となっており、他にもゴールデンルートである東京・大阪間の周遊が上位を占めている。また、神奈川県、千葉県、埼玉県と近隣地域間の移動も多いことが分かる。しかし、20位以内には遠方の地域も多くランクインしており、多くの訪日外国人が東京都を起点として、日本国内を周遊していると考えられる。

東京都の滞在直前に滞在した地域



- | | |
|---------------------------|--------------------------|
| 1位 京都府 (612,960人, 15.0%) | 2位 大阪府 (503,418人, 12.4%) |
| 3位 山梨県 (499,051人, 12.2%) | 4位 千葉県 (435,480人, 10.7%) |
| 5位 神奈川県 (421,070人, 10.3%) | 6位 静岡県 (414,801人, 10.2%) |
| 7位 長野県 (167,148人, 4.1%) | 8位 北海道 (154,121人, 3.8%) |
| 9位 愛知県 (136,700人, 3.4%) | 10位 奈良県 (120,081人, 2.9%) |
| 11位 広島県 (85,799人, 2.1%) | 12位 栃木県 (62,274人, 1.5%) |
| 13位 岐阜県 (57,482人, 1.4%) | 14位 埼玉県 (47,185人, 1.2%) |
| 15位 新潟県 (36,335人, 0.9%) | 16位 兵庫県 (35,823人, 0.9%) |
| 17位 石川県 (34,022人, 0.8%) | 18位 宮城県 (29,752人, 0.7%) |
| 19位 群馬県 (24,652人, 0.6%) | その他 (196,026人, 4.8%) |

東京都の滞在直後に滞在した地域



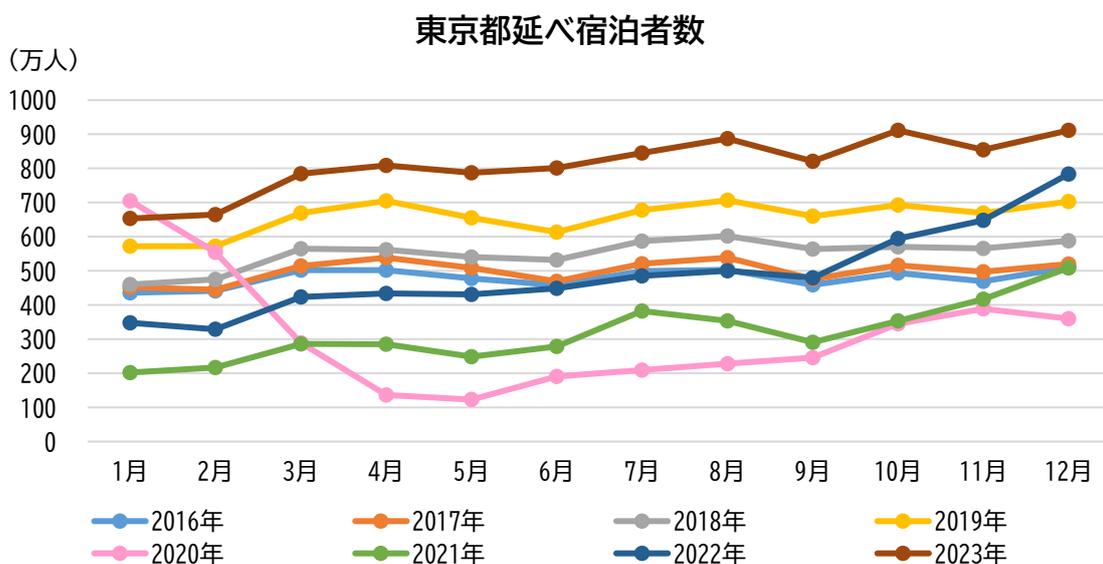
- | | |
|--------------------------|---------------------------|
| 1位 京都府 (858,060人, 15.5%) | 2位 神奈川県 (816,232人, 14.8%) |
| 3位 千葉県 (743,389人, 13.4%) | 4位 山梨県 (665,683人, 12.0%) |
| 5位 大阪府 (652,534人, 11.6%) | 6位 静岡県 (534,348人, 9.7%) |
| 7位 愛知県 (201,800人, 3.6%) | 8位 長野県 (200,496人, 3.6%) |
| 9位 北海道 (131,845人, 2.4%) | 10位 栃木県 (112,305人, 2.0%) |
| 11位 広島県 (64,325人, 1.2%) | 12位 岐阜県 (60,889人, 1.1%) |
| 13位 新潟県 (59,788人, 1.1%) | 14位 埼玉県 (58,212人, 1.1%) |
| 15位 石川県 (53,353人, 1.0%) | 16位 奈良県 (46,902人, 0.8%) |
| 17位 宮城県 (36,690人, 0.7%) | 18位 群馬県 (32,563人, 0.6%) |
| 19位 茨城県 (21,931人, 0.4%) | その他 (192,272人, 3.5%) |

出典：RESAS（2019年データ）
 データ提供元：国土交通省「FF-Data（訪日外国人流動データ）」

(3) 東京都内宿泊施設の状況

① 都内宿泊者の推移

都内の宿泊者数の月別推移を見ると、新型コロナウイルスの影響により、2020年（令和元年）は大きく落ち込んでいるものの、2023年（令和5年）はコロナ禍以前の数字を大きく上回っており、1年間で1億人泊に迫る結果となっている。例年8月以降、特に10月と12月は比較的多い傾向にある。



(万人)

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	年計
2016年	435.9	441.2	501.9	501.9	477.8	458.4	499.4	502.9	459.2	493.4	469.0	510.3	5,751.5
2017年	451.8	444.8	514.5	538.5	508.2	469.3	520.9	538.3	476.1	515.9	496.9	519.8	5,995.0
2018年	460.0	475.1	564.8	561.7	540.6	531.8	586.8	601.8	563.6	570.7	565.7	588.3	6,610.9
2019年	572.0	572.2	669.1	705.3	655.6	613.8	677.9	706.7	659.7	693.3	669.7	702.9	7,898.2
2020年	704.9	554.7	289.1	136.5	122.9	190.3	209.7	228.3	245.5	345.1	388.9	360.4	3,776.3
2021年	202.1	216.6	286.4	285.1	248.5	278.6	382.5	353.5	290.7	353.8	417.2	509.0	3,824.0
2022年	348.0	328.8	423.2	433.9	430.8	449.0	484.9	499.8	479.6	594.3	647.5	783.9	5,903.7
2023年	653.3	664.6	784.9	808.9	787.5	801.5	845.5	886.9	820.8	911.2	854.3	911.4	9,730.8

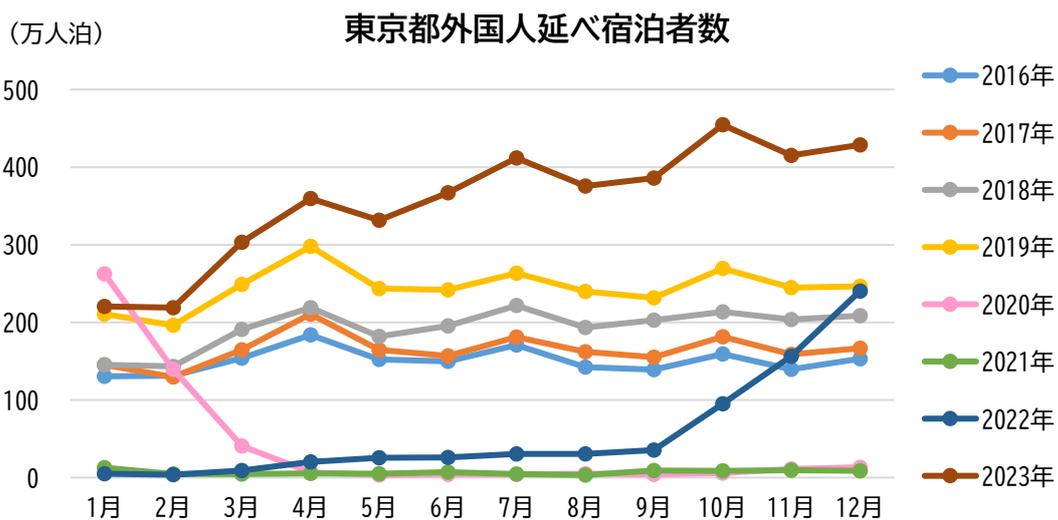
出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」（2016年～2023年）

② 訪都外国人旅行者の東京都内宿泊

訪都外国人旅行者の宿泊も、コロナ禍を除けば年々増加しており、2023年（令和5年）では延べ人数で約4000万人泊、最も多い10月は455万人泊と、コロナ禍に旅行できなかった反動もあり、コロナ禍以前の数字を大きく上回る結果になっている。

訪都外国人旅行者の日本滞在日数は、コロナ禍以前の2019年（令和元年）までは4～6日間の滞在が最も多いが、2023年（令和5年）は7～13日間の滞在が、4～6日間の数字を上回った。14～20日間の滞在もコロナ禍以前に比べて増加しており、コロナ禍以降滞在日数の長期化の傾向を見せている。

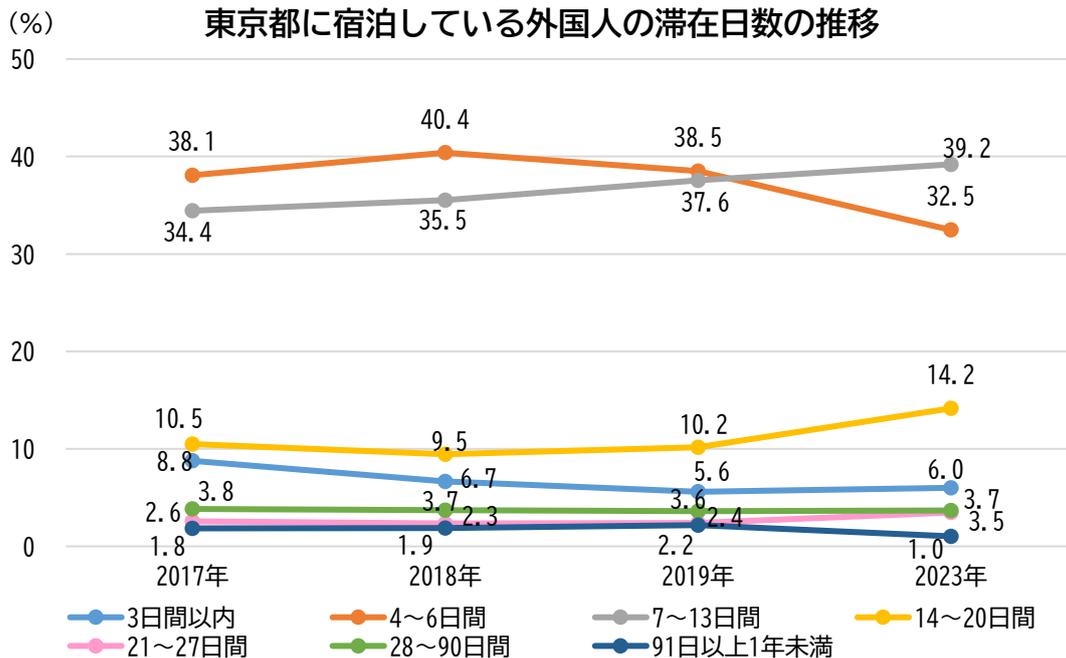
東京都宿泊外国人の宿泊施設タイプ別の宿泊割合について、2019年（令和元年）と2023年（令和5年）を比較すると、ホテルが最も多く、増加もしている一方で、和室を中心とした旅館への宿泊が減少している。



(万人泊)

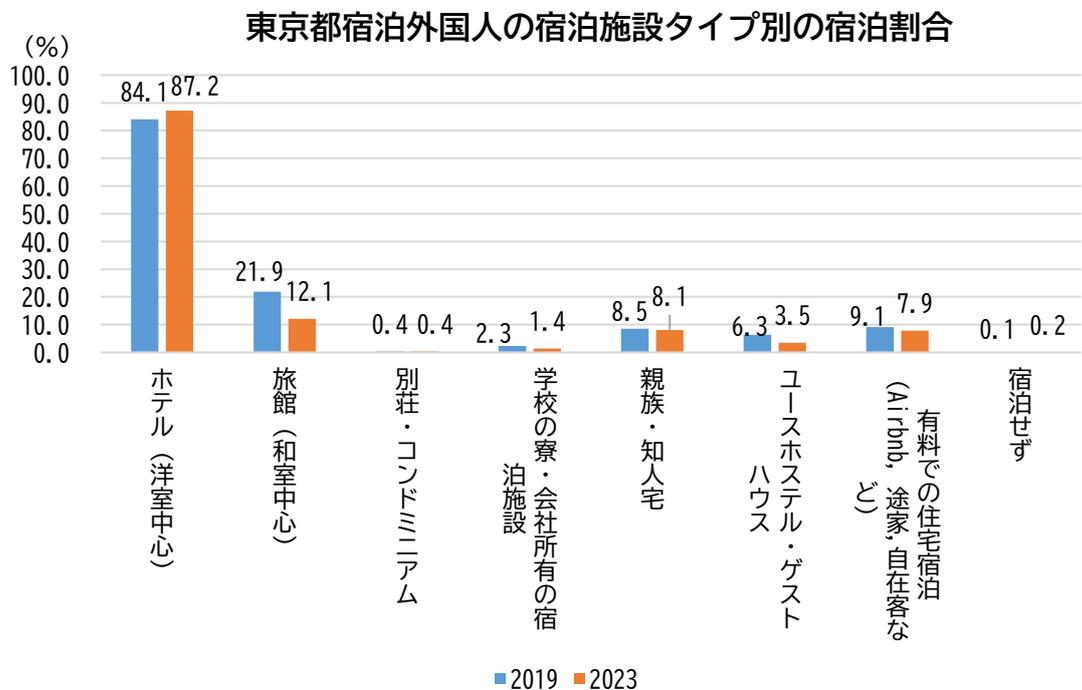
	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	年計
2016年	130.5	131.3	153.8	183.8	152.3	149.9	170.7	142.6	139.2	159.3	139.7	153.0	1,806.0
2017年	145.2	129.5	164.8	210.7	164.8	157.0	181.2	162.0	155.1	181.6	158.9	166.7	1,977.6
2018年	145.3	143.4	191.0	218.9	182.0	195.3	221.6	193.5	202.9	213.7	203.5	208.6	2,319.7
2019年	210.6	196.2	249.1	297.8	243.5	242.0	263.5	239.9	231.6	269.7	244.8	246.4	2,935.1
2020年	262.6	139.5	40.6	6.6	3.4	4.2	4.0	4.9	4.2	5.9	11.2	13.2	500.3
2021年	12.8	4.4	4.7	5.4	5.2	6.9	4.5	3.3	9.0	8.9	9.7	8.8	83.6
2022年	5.2	3.7	9.2	20.1	25.4	25.9	30.4	30.5	35.4	95.1	156.5	240.3	677.7
2023年	220.5	219.0	303.3	359.5	331.8	367.1	411.7	375.6	386.0	454.5	415.2	428.6	4,272.8

出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」（2016年～2023年）



出典：観光庁「訪日外国人消費動向調査」(2017年～2019年、2023年)

※2020年～2022年は該当調査なし

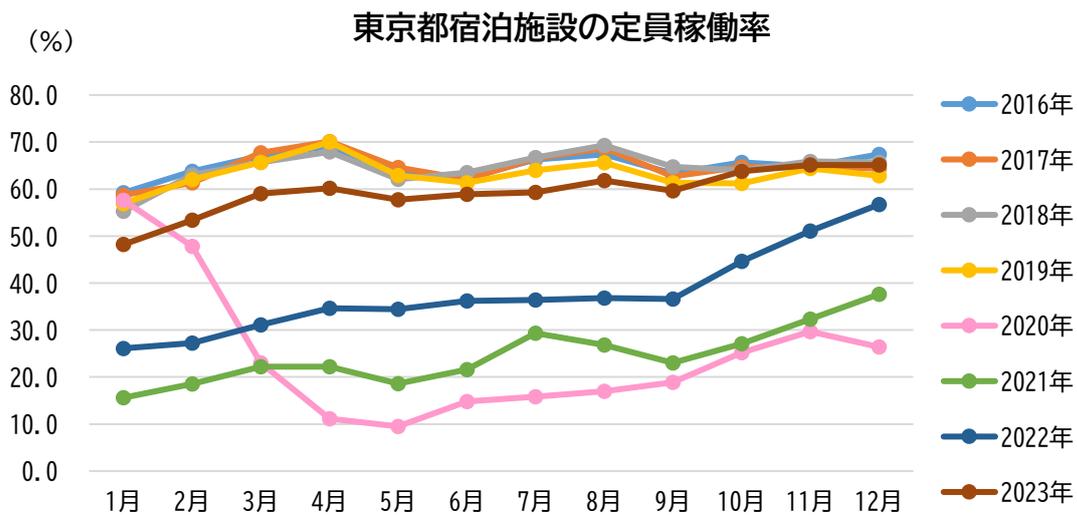


出典：観光庁「訪日外国人消費動向調査」(2019年、2023年)

※複数回答

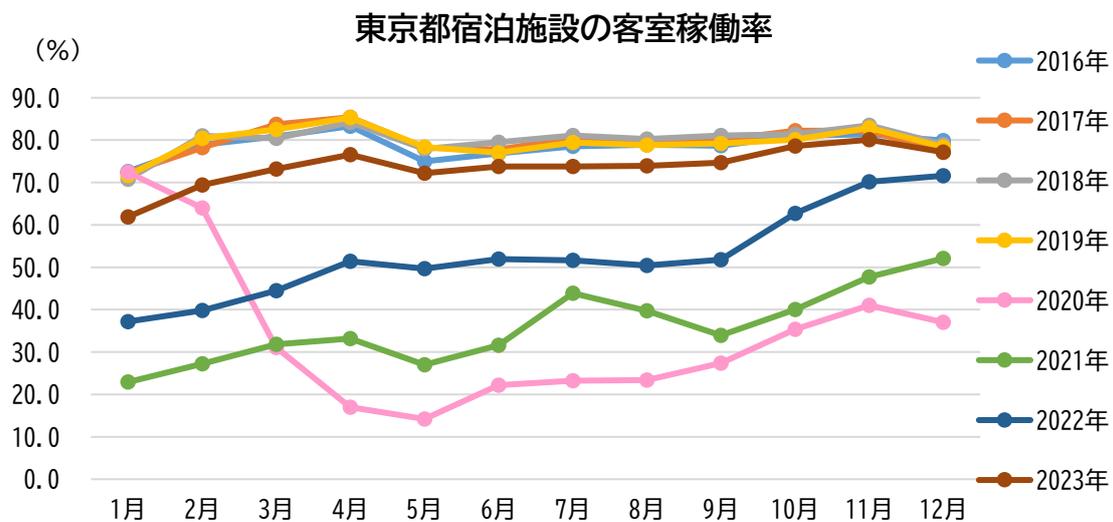
③ 東京都内宿泊施設の稼働率

都内宿泊施設の定員稼働率及び客室稼働率を見ると、新型コロナウイルスの影響があった2020年（令和2年）～2022年（令和4年）以外の年に関しては大きな変化は見られず、定員稼働率においては60%前後、客室稼働率においては75%前後で推移している。



	(%)												
	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	年計
2016年	59.2	63.8	67.0	69.1	63.6	62.3	66.3	67.4	63.3	65.7	64.8	67.4	65.0
2017年	58.7	61.3	67.7	70.1	64.6	62.1	66.5	68.7	62.7	64.7	64.6	64.4	64.9
2018年	55.3	63.0	65.7	67.9	62.1	63.5	66.7	69.3	64.7	64.0	65.9	65.7	64.5
2019年	56.9	62.0	65.7	70.0	62.9	61.3	64.0	65.6	61.3	61.2	64.4	62.8	63.2
2020年	57.6	47.8	23.0	11.1	9.5	14.8	15.8	17.0	18.9	25.2	29.7	26.4	24.4
2021年	15.6	18.5	22.2	22.2	18.6	21.6	29.3	26.8	23.0	27.1	32.3	37.6	24.7
2022年	26.1	27.2	31.1	34.6	34.4	36.2	36.4	36.8	36.6	44.6	51.1	56.7	37.8
2023年	48.2	53.4	59.0	60.2	57.7	58.9	59.3	61.8	59.6	63.8	65.1	65.1	59.4

出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」（2016年～2023年）



(%)

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	年計
2016年	72.6	78.9	80.9	83.3	75.0	76.9	78.5	78.9	78.7	81.0	81.4	79.9	78.8
2017年	72.3	78.2	83.7	85.4	78.2	77.8	80.6	79.6	80.0	82.2	82.2	77.1	80.0
2018年	70.8	81.0	80.4	84.2	77.9	79.5	81.1	80.3	81.1	81.4	83.5	79.0	80.0
2019年	71.7	80.4	82.5	85.3	78.4	77.0	79.4	78.8	79.2	80.1	82.9	78.4	79.5
2020年	72.4	64.0	31.1	17.0	14.2	22.2	23.2	23.4	27.4	35.4	41.0	37.0	33.6
2021年	22.9	27.2	31.8	33.2	27.0	31.6	43.9	39.7	33.9	40.0	47.7	52.1	36.0
2022年	37.2	39.8	44.5	51.4	49.7	51.9	51.6	50.4	51.8	62.7	70.2	71.6	52.8
2023年	61.9	69.4	73.2	76.6	72.2	73.8	73.8	73.9	74.7	78.6	80.1	77.2	73.8

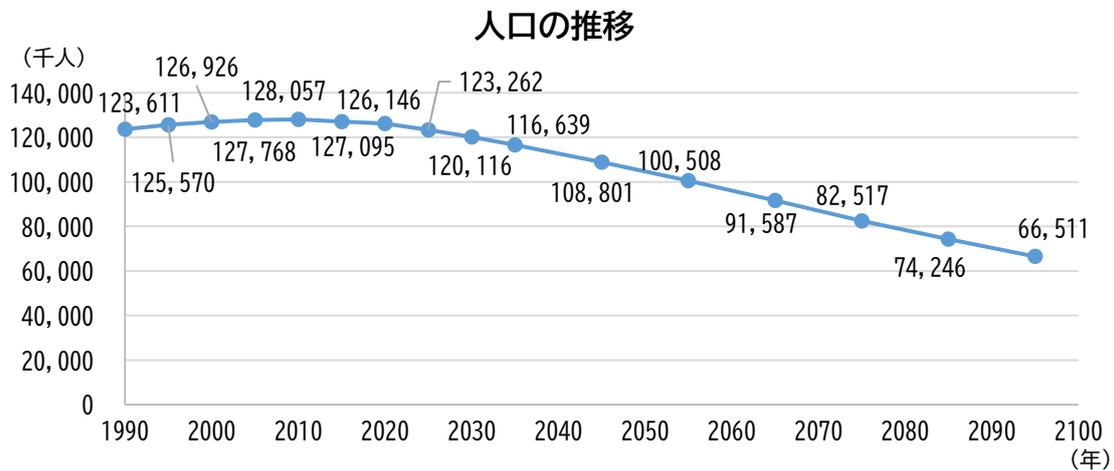
出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」(2016年～2023年)

3 観光需要に関する社会的変化

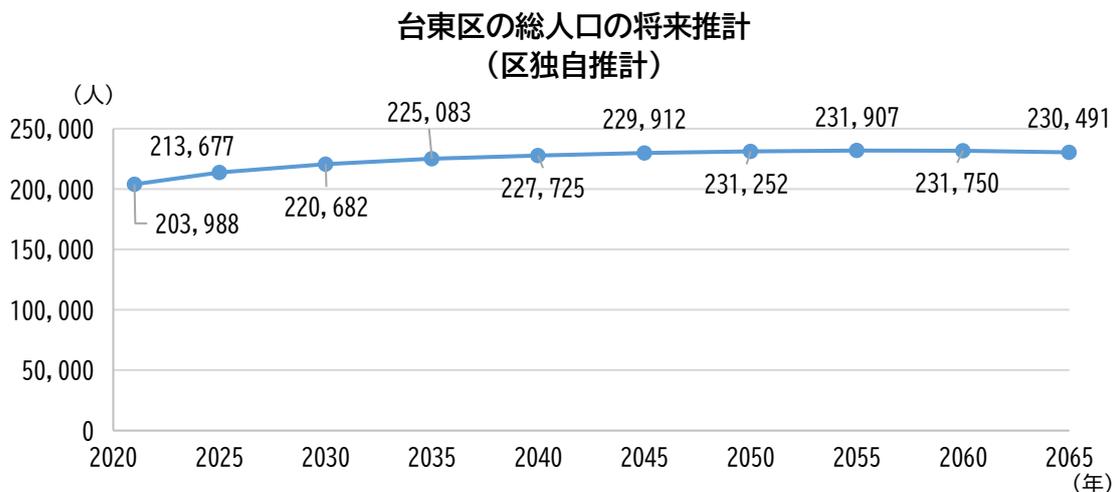
(1) 日本における人口減少

日本は少子高齢化による人口減少社会にあり、約 30 年後の 2056 年には 1 億人を割ると予想され、多くの地域で人口減少による地域経済の疲弊が懸念されている。

人口過密地域である東京都においては、他地域のような著しい人口減少は見られないが、年少人口や生産年齢人口が減少し、老年人口が急激に増加していくことが予測されている。国の人口推計において、台東区の生産年齢人口は東京都全体よりも減少度合いが緩やかであるが、2035 年頃から減少していく予測となっている。また、台東区独自の人口推計においても、2055 年の 23.2 万人をピークに減少していくことが予測されている。

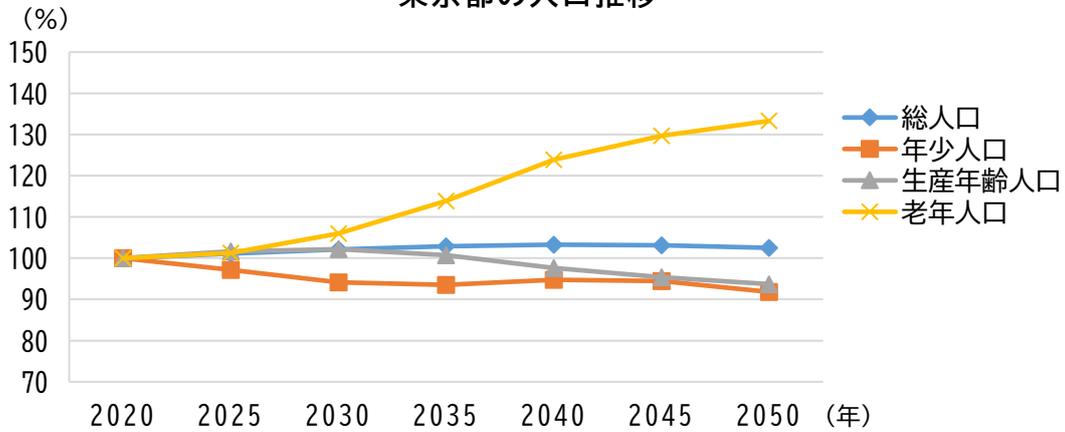


出典：総務省統計局「日本の統計 2024」

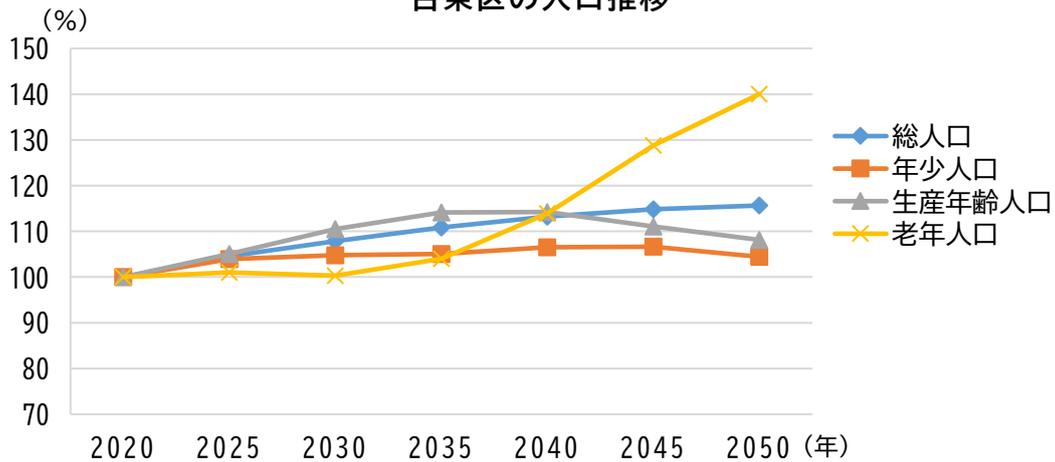


出典：台東区「台東区の将来人口推計について」(2022年3月)

2020年を100とした場合の
東京都の人口推移



2020年を100とした場合の
台東区の人口推移



出典：国立社会保障・人口問題研究所

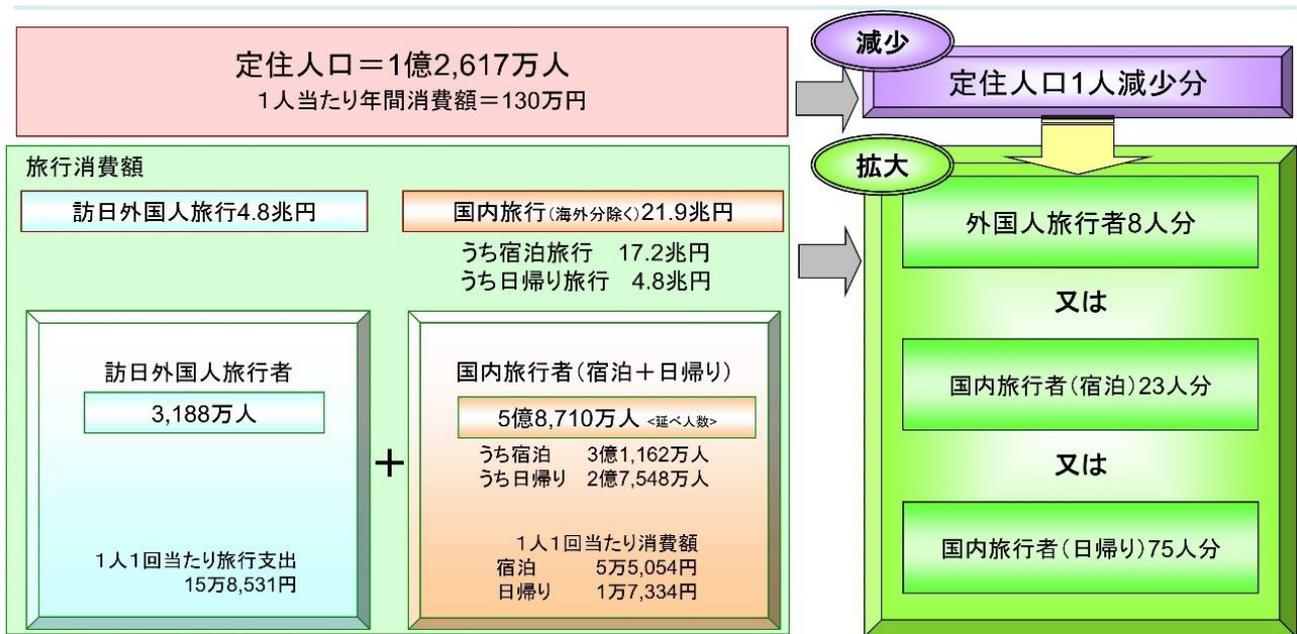
「日本の地域別将来推計人口（令和5（2023）年推計）」

（2）交流人口、関係人口増加による地域活性化

人口減少社会にある我が国においては、急速な成長を遂げるアジアをはじめとした世界の観光需要を取り込むことによる交流人口の拡大が、我が国の経済に力強い成長をもたらすと期待されている。観光は関連する産業も幅広く、地域経済への波及効果が期待され、台東区においても交流人口の拡大による地域経済の活性化は大変重要であるといえる。

観光による交流人口の拡大に積極的に取り組む自治体が全国的に増えており、人口減少社会にある中、限られた観光需要の地域間争奪戦が激化することが予想される。

観光交流人口増大の経済効果 (2019年)



定住人口は2019年10月1日現在人口推計(総務省)、定住人口1人当たり年間消費額は2019年家計調査(総務省)による。
旅行消費額の訪日外国人旅行は訪日外国人消費動向調査(2019年)より算出、国内旅行は旅行・観光消費動向調査(2019年)より算出。
訪日外国人旅行者は日本政府観光局(2019年)発表数値、国内旅行者は旅行・観光消費動向調査(2019年)より算出。
訪日外国人旅行者1人1回当たり消費額は訪日外国人消費動向調査(2019年)、国内旅行者(宿泊/日帰り)1人1回当たり消費額は旅行・観光消費動向調査(2019年)より算出。
定住人口1人減少分に相当する旅行者人数は、定住人口1人当たり年間消費額を訪日外国人旅行者又は国内旅行者1人1回当たり消費額で除したものである。(※観光庁資料)

出典：観光庁

(3) SDGs や環境に配慮した取り組みへの意識の高まり

2015年にSDGsが国連サミットで採択され、達成目標の2030年に迫りつつある中、観光においても持続可能性が問われている。「住んでよし、訪れてよし」の観光地域づくりを実現するため、観光客と地域住民双方に配慮した中長期的な観光地マネジメントを行うことができるよう、観光庁は2020年に「日本版持続可能な観光ガイドライン」を策定した。アフターコロナにおいて観光業界ではオーバーツーリズムや人材不足が課題となっている中、今後我が国の観光地域づくりにおいては、観光客の受入環境整備や災害に備えた危機管理と併せて、観光を地域経済の活発化や自然環境・文化資源の保護などに繋げ、地域が観光による恩恵を実感できるようにしていく必要がある。

GSTC-Dの概要

観光地向けに開発された指標GSTC-Dは、4つの分野、合計38の大項目・174の小項目が設定されている。各分野と、掲げられた項目の例は次のとおり。

A. 持続可能なマネジメント

例)

現行のデスティネーション戦略・取組を公表していること。(A2.a)

リスクや危機管理について、地域内で情報を共有し、訓練を実施していること。(A11.d)

B. 社会経済のサステナビリティ

例)

経済データの収集についての取組を行っていること。(B1.a)

地域の観光事業者による農産物等の地域特産物の購入やサービスの利用を推奨する取組があること。(B3.c)

C. 文化的サステナビリティ

例)

文化資産の修復や保全の取組があること。(C1.b)

文化的な場所やその周辺で、観光による負荷に関する取組があること。(C6.b)

D. 環境のサステナビリティ

例)

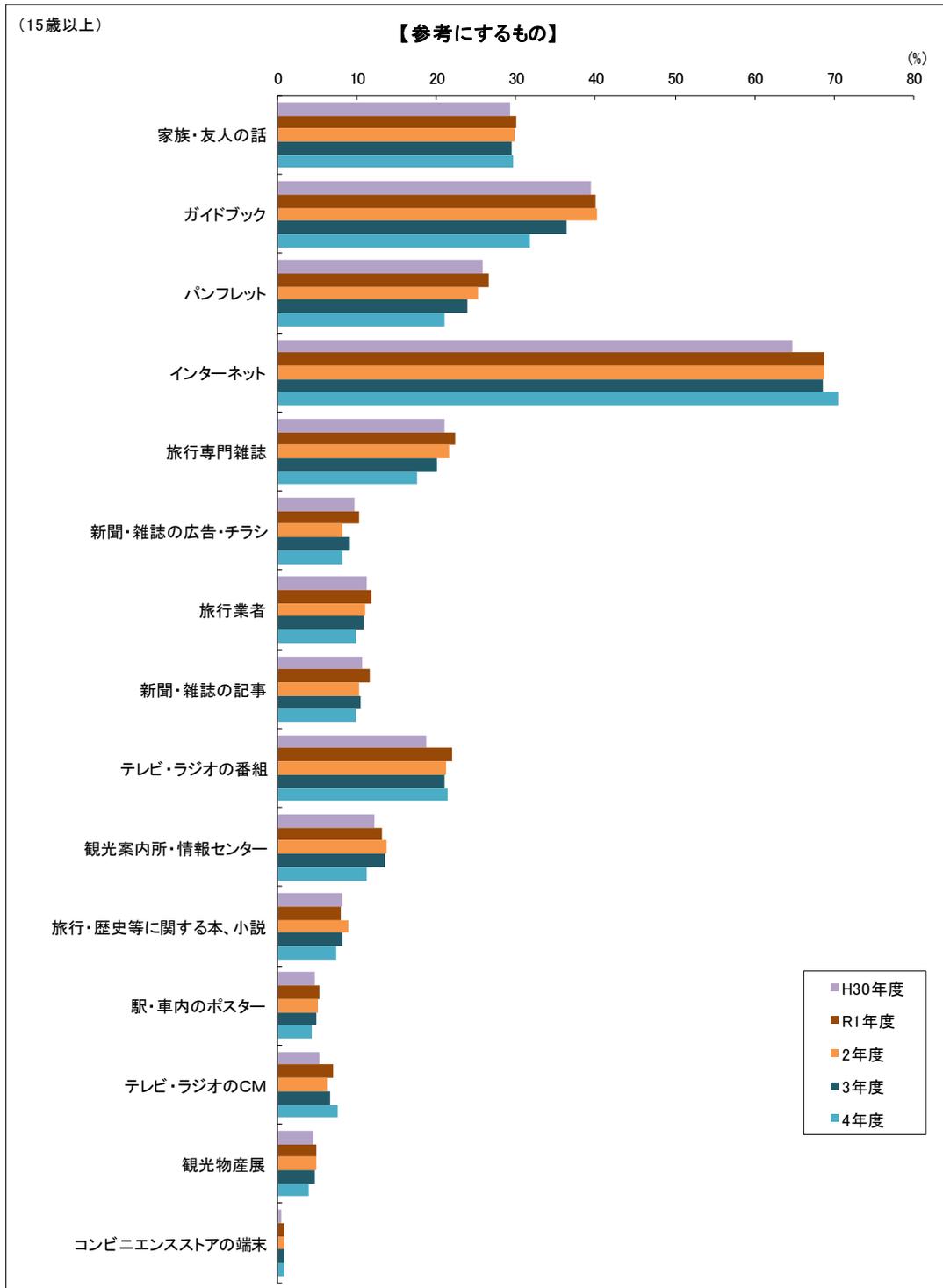
自然的な場所における来訪者管理について、ツアーオペレーターやガイドに向けた行動基準等があること。(D2.d)

エネルギー消費量の目標を公表し、促進していること。(D5.a)

出典：観光庁「日本版持続可能な観光ガイドライン」

(4) 旅行に関する情報収集方法の変化

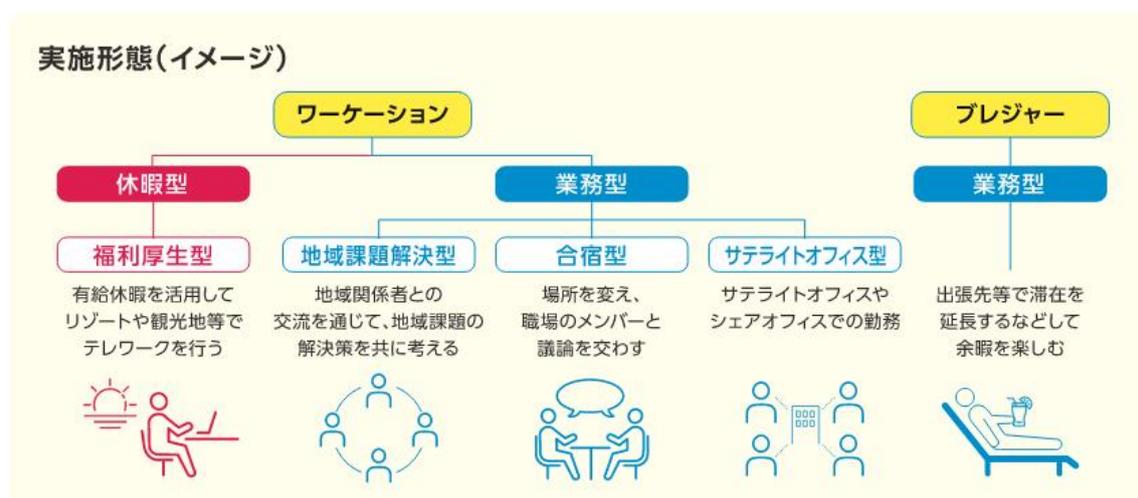
旅行の際に参考にする情報源として、従来はガイドブックやパンフレットなどの紙媒体が中心であったが、インターネットやスマートフォンの普及により、ネット上やSNSから情報を得る人が増えている。この傾向は特に若い世代に顕著であり、この流れを受けて観光情報を発信する側も、ホームページ情報の充実化やSNSでの情報発信の強化に注力している。また、ネット上から得られる情報の中でも、以前は観光地や施設の公式サイト等が主流だったのに加えて、最近では実際に訪れた観光客の口コミや、SNSを通じた新鮮かつ利用者目線の情報が手軽に入手できるようになっている。



出典：(公社)日本観光振興協会「令和5年度版 観光の実態と志向」

(5) 働き方改革による新しい観光スタイル

従来の日本の働き方として、特定の時期に一齐に休暇取得する、大型連休を取得しにくい、といった特徴がある。このため、旅行需要が特定の時期や場所に集中しやすく、宿泊日数が短い傾向にあり、観光地や交通機関における混雑を解消しつつ、より多くの旅行機会の創出を図る旅行需要の分散化が我が国の観光の大きな課題となっている。昨今、働き方改革の推進や、コロナ禍を経てテレワークが浸透する中で、場所にとらわれない柔軟な働き方が可能となってきている。そのような中、働き手が職場や自宅を離れ、仕事しながら余暇も過ごせるような「ワーケーション」や「ブレジャー」が新たな観光のスタイルとして注目を浴びている。仕事と休暇を組み合わせることで、日常にない気付きや学び、交流が得られ、新たな価値創出や地域・社会の課題に取り組むきっかけとなるといった効果も出てきている。



出典：観光庁