

『じゃらん宿泊旅行調査2019』から読み解く

# 日本人旅行最新トピックス

毎年1万5000人を対象に実施する『じゃらん宿泊旅行調査』。その調査結果をご紹介します。今年の特徴的な動きのいくつかをトピックスとして掘り下げてみたい。

### 本調査の概要

調査名	じゃらん宿泊旅行調査2019
調査方法	インターネットによる調査
調査期間	2018年4月～2019年3月 (調査実施は2019年4月)
調査内容	昨年度1年間に実施したすべての国内宿泊旅行(出張・帰省・修学旅行などを除く)の行き先と回数について、また1人最大3件までの個別宿泊旅行について、具体的な内容を調査した
サンプル数	15,559件
集計・分析手法について	はじめに平成30年10月1日現在の人口速報集計(総務省統計局発表)および1次調査結果を用いて、全国の宿泊旅行者の母集団を推計した。次に、2次調査の集計・分析にあたり、推計された宿泊旅行者の母集団における都道府県別、性・年代別構成比に基づいてウェイトバックを行い、構成比のずれを補正している。

図2 宿泊旅行実施率の推移(性・年代別)

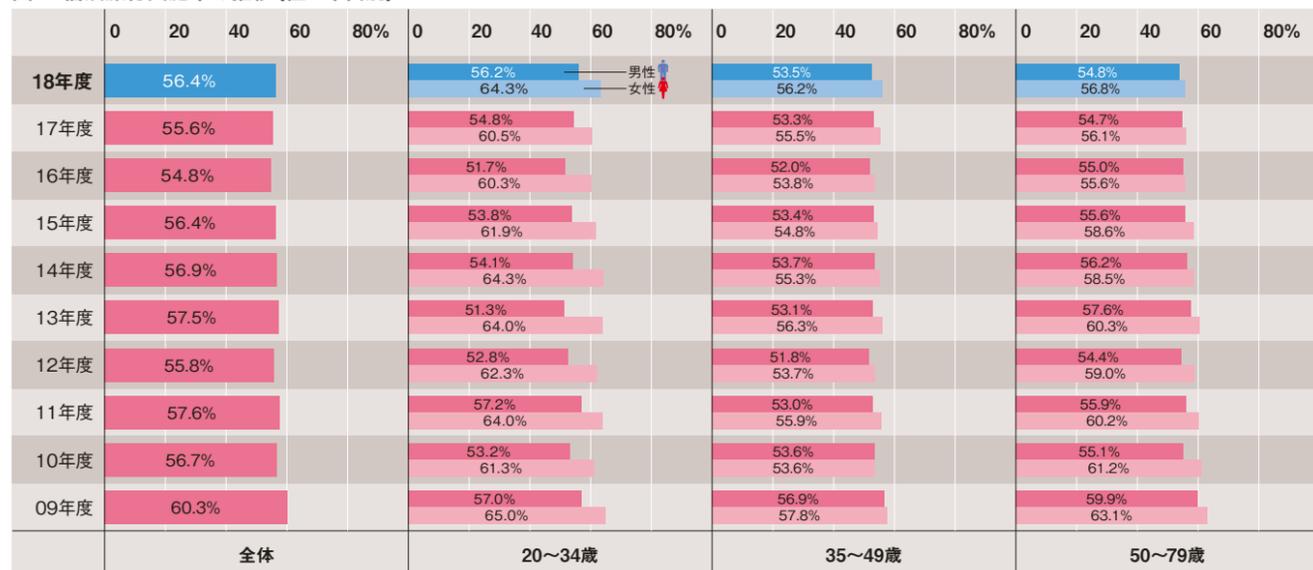
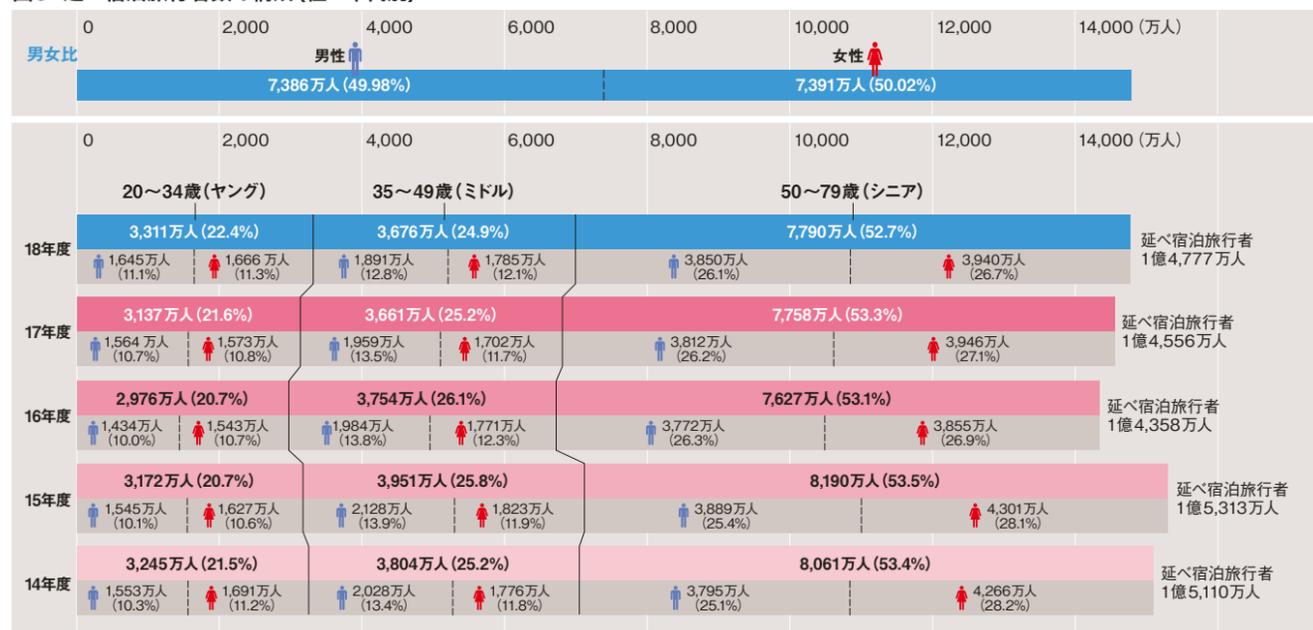


図3 延べ宿泊旅行者数の構成(性・年代別)

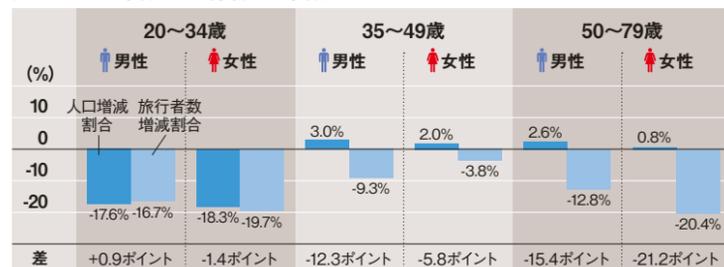


※推計値の算出は四捨五入していない実データで行ったため、見かけ上の計算が合わない場合がある

図5 年間平均旅行回数(性・年代別) (単位:回)



図4 人口の変化と旅行者数の変化 ※2008年度→2018年度



※人口増減割合については、2008年度は「H20年10月1日現在の人口推計」、2018年度は「H30年10月1日現在の人口推計」を使用  
※差は四捨五入前の数字で計算しているため、見た目と合わない場合がある

こうした変化は、この10年の人口の変化と旅行者数の変化の比較からも読み取れる(図4)。35歳以上では、男女ともすべて人口増に対して旅行者数は減。シニア女性に至ってはその差がマイナス21ポイントを超え、人口に対して大幅に旅行者が減っているのが分かる。

1年間に宿泊旅行を行った人の割合を表す宿泊旅行実施率は前年度比0.8ポイント増の56.4%。旅行1回あたりの平均宿泊数もやや伸び(図1)、延べ宿泊数は前年度比3%増と2年連続の増加となった(表1)。実施率は全体としては微増だが、20～34歳のヤング層では大きく伸びている(図2)。とくに女性は3.8ポイントの大幅増。結果、延べ宿泊旅行者数の構成でもヤング層が全体の22.4%とシェアを伸ばした(図3)。

図1 旅行1回あたりの平均宿泊数



表1 延べ宿泊旅行者数と延べ宿泊数の推計

	18年度	17年度	16年度	15年度	14年度
各年10月1日現在人口推計(万人)	9,408	9,438	9,475	9,498	9,520
宿泊旅行実施率(%)	56.4	55.6	54.8	56.4	56.9
実宿泊旅行者数(万人)	5,310	5,244	5,188	5,358	5,420
宿泊旅行実施者の年間平均旅行回数(回)	2.78	2.78	2.77	2.86	2.79
延べ宿泊旅行者数(万人回)	14,777	14,556	14,358	15,313	15,110
宿泊旅行実施者の1回の旅行あたり平均宿泊数(泊)	1.78	1.76	1.76	1.75	1.68
延べ宿泊数(万人泊)	26,416	25,646	25,308	26,903	25,397

※推計値(太字)の算出は四捨五入していない実データで行った

これに対しヤング層では、女性ではやや旅行者の方が減っているもののその差はわずか。男性では人口より旅行者数の減少が少ない。実質的には旅行者数が増えているのが分かる。ここでは紹介できなかったが、5年間の変化で見ると

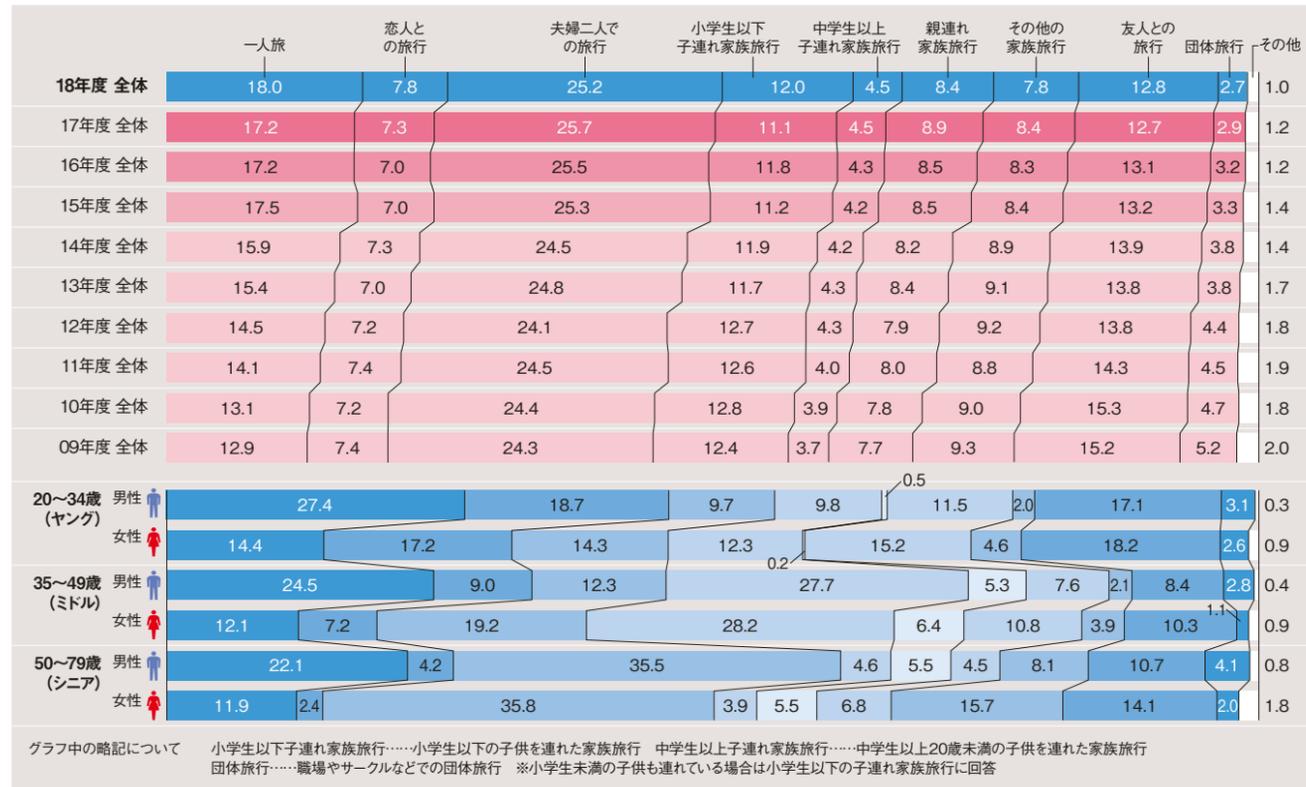
ヤング層男性では人口減に対し旅行者増に転じるなど、人口に対する旅行者増の傾向はより明らかになっている。年間平均旅行回数でもヤング層の伸びが目立つなど(図5)、新たな傾向を感じさせる結果となった。

### 旅行市場概観

実施率56.4%と今年も微増傾向。男女ともヤング層の伸びが目立つ

昨年以來、前年度比微増が続く宿泊旅行実施率。今年はずべての性・年代で増加となったが、とくに20～34歳ヤング層の大幅な伸びが全体を押し上げた。

図7 宿泊旅行の同行者 (単一回答) ※ベース: 宿泊旅行件数 (単位: %)



Topics 1 若者の旅

「気まま」男子と「計画的」女子。恋人とは国内旅行に行く場合が多い？

「旅行に行く若者」の特徴を知れば国内旅行の機会増につながる

前回あたりから増加傾向が見え始めたヤング層の旅だが、『じゃら宿泊旅行調査』以外のデータと合わせるとその傾向が鮮明になってくる。たとえば今回、20~34歳女性の旅行実施率は前年度比で3.8ポイント上昇したが(P17図2参照)、海外への出国率も4%上昇しているというデータがあり、国内外を問わず「旅行する人」が同じように増えている様子が見て取れる。またヤング層での「恋人との旅行」は男性で18.7%、女性で17.2%(図7参照)。調査にもよるが、この年代で恋人のいる割合はおおよそ2割から3割といわれていて、「恋人がいる若者の多くが国内旅行に行っている」という可能性もありそうだ。

なおじゃらんリサーチセンターでは、ヤング層の旅行意識、検討行動をより深く知るため、旅行によく行く(海外、国内とも年1回以上)20

代の男女を対象に、2019年3月、グループインタビューを実施した。集まった若年層旅行ヘビー層の共通点は、男女ともコミュニケーション力が高く、身なりもこざかしいわゆる「リア充」タイプが多かったこと。一方で、男性は行き先も含めて行き当たりばったり、情報収集は現地でのGoogleマップ検索のみという人も多いのに対し、女性は綿密に計画を立て、計画そのものを楽しむタイプが多いという違いも見られた。また、特に男性は「海外は一人旅、国内は恋人と」というように「同行者によってスタイルを変える」点も若年層旅行者に見られた特徴の一つ。たとえば同行者ごとにスタイルの違う旅行を提案するなどの方法で、旅行回数を増やすことにもつながりうるかもしれない。

「若年旅行者の検討行動」グループインタビューより

Q あなたにとって旅行とは？

- 「現実には忘れたいときがある。会社の電話が繋がらないところで思い切り羽を伸ばす」(男性/メーカー)
- 「自分のものの扱い方、人への態度が、日常から離れているので変わる気がする」(女性/公務員)

Q 旅行に行くきっかけは？

- 「行ったことのないところで食や文化を目的にする。飲み場で行き先、値段まで決める。宿泊先が決まれば、そこから先はLINE」(男性/IT)
- 「今月は休んでないと思ったら。急に決まるのは国内。夏と冬は絶対行く。毎年同じ時期、場所はあとから決める」(女性/不動産事務)

Q 同行者は？

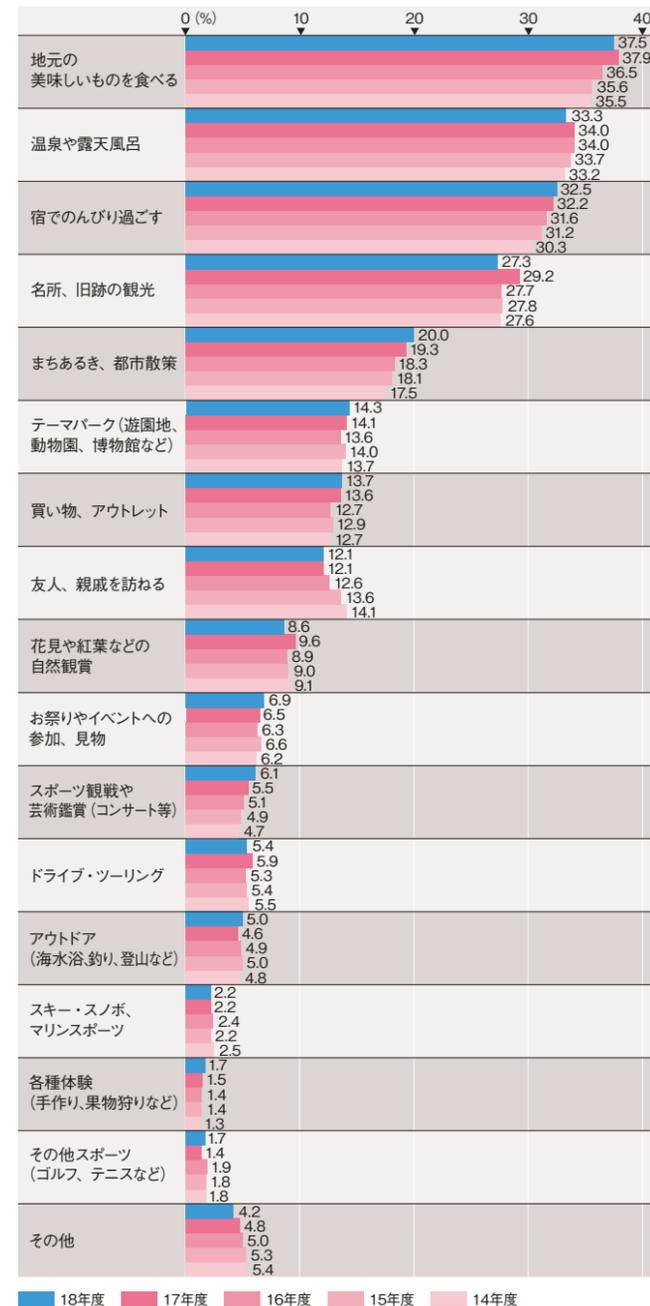
- 「国内は社会人になると彼女が多い。海外は一人で行くのが半分」(男性/IT)
- 「友達とも行くし、一人でも行く。国内は温泉旅行が多い。最近はず母とばかり」(女性/医療事務)

「名所、旧跡」の減少がやや目立つのは、これを目的とする旅行者の多いシニア層がシェアを落とした影響もありそうだ。一方で、絶対数は少ないが伸びている「お祭りやイベント」「スポーツ観戦」はヤング層で増えている様子が見られた。なお、10年前と比べて増加傾向にある項目に注目すると、「食」はヤング男性とシニア女性、「宿

「一人旅」が再び増加

宿泊施設については、前年度同様、ビジネスホテルが増え旅館が減る傾向。ビジネスホテルが旅館を抜いてトップとなってから、2年で2・9ポイントの差がつくまでになった(表2)。目的地までの交通手段についてもトップ3は前年度同様となった(表3)。

図6 宿泊旅行の目的 (複数回答) ※ベース: 宿泊旅行件数



旅の目的(図6)では、「食」「温泉や露天風呂」「宿でのんびり」というトップ3は今回も変わらず。「名所、旧跡」の減少がやや目立つのは、これを目的とする旅行者の多いシニア層がシェアを落とした影響もありそうだ。一方で、絶対数は少ないが伸びている「お祭りやイベント」「スポーツ観戦」はヤング層で増えている様子が見られた。なお、10年前と比べて増加傾向にある項目に注目すると、「食」はヤング男性とシニア女性、「宿

「一人旅」が再び増加。35歳~49歳男性を除き、全ての性・年代で前年度比増となった。シニア旅行者が減少し、ヤング旅行者が増加する中で、同行者や旅の目的など旅のスタイルもやや違った傾向を示した今回。一方で、子連れ旅行など王道の旅にも復権の兆しが見られた。

表2 宿泊施設のタイプ (単一回答) ※ベース: 宿泊旅行件数

	18年度	17年度	16年度
1 ビジネスホテル	23.9%	23.1%	22.7%
2 リゾートホテル	21.3%	21.4%	20.9%
3 旅館	21.0%	21.8%	22.8%

表3 目的地までの交通手段 (単一回答) ※ベース: 宿泊旅行件数

	18年度	17年度	16年度
1 自家用車	40.1%	39.9%	41.6%
2 新幹線・特急列車	20.5%	20.3%	19.9%
3 日本航空や全日空の飛行機	16.3%	16.8%	15.9%

旅のスタイル 「一人旅」や「恋人との旅行」が微増

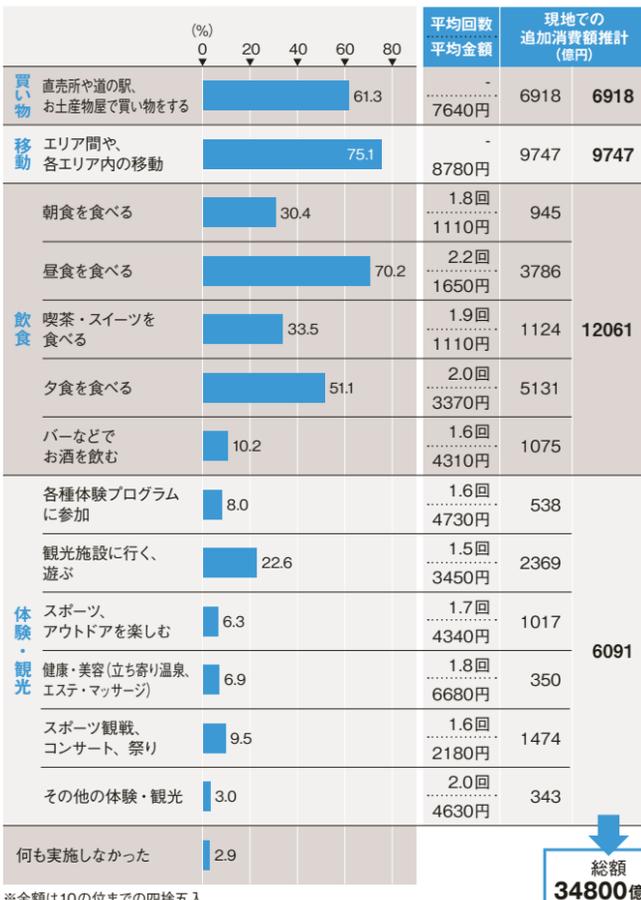
**旅の費用**  
市場規模は8兆6496億円。  
現地消費が約4割を占める

現地消費のトップ3は  
飲食、二次交通、買い物

今回の調査から現地消費については宿泊費、交通費以外の追加消費を積算する形に変更。旅行中の買い物、移動、飲食、体験・観光の消費額をすべて積み上げた総額

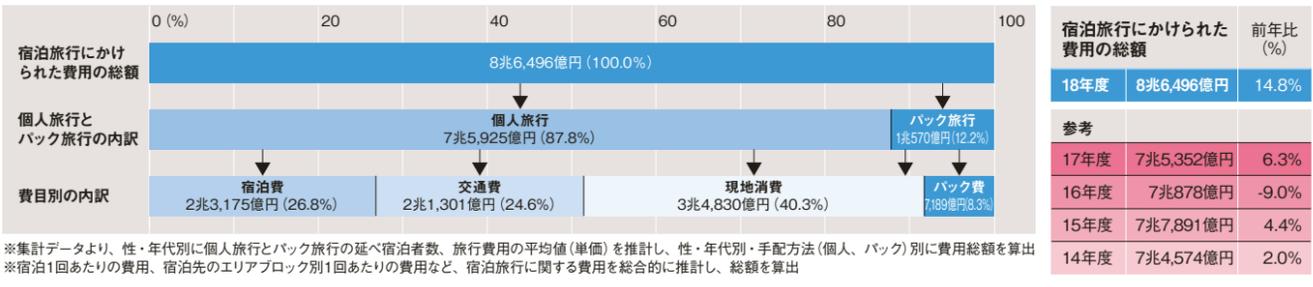
前年度までの総額との比較はできないが、費用総額推計市場規模は8兆円台となった。  
現地消費の質問方法の変更のため  
現地消費が費用総額の約4割となった(図8)。その内訳となるのが表4。飲食が約1・2兆円、主な宿泊地からそれ以外への移動(二次交通)が1兆円弱、買い物約7000億円を占めている。1回あたりの費用は図9に示した。

表4 現地支出の詳細(宿泊プラン・ツアー以外で行ったこと、複数回答)



※金額は10の位までの四捨五入

図8 宿泊旅行にかけられた費用総額



※集計データより、性・年代別に個人旅行とバック旅行の延べ宿泊者数、旅行費用の平均値(単価)を推計し、性・年代別・手配方法(個人、バック)別に費用総額を算出  
※宿泊1回あたりの費用、宿泊先のエリアブロック別1回あたりの費用など、宿泊旅行に関する費用を総合的に推計し、総額を算出

図9 1回の宿泊旅行にかかった費用(大人1人あたり) ※トリム1.0%平均 ※追加消費行動が有効回答

年次	全旅行者			個人旅行			バック旅行		
	宿泊+交通	現地消費	総額	宿泊費	交通費	現地消費	バック費	現地消費	総額
18年度	34,900円	23,600円 (40.3%)	58,500円	17,300円	15,900円	23,500円 (41.4%)	51,100円	24,100円 (32.0%)	75,300円
参考									
17年度	34,700円	16,900円	51,600円	17,000円	16,000円	16,200円	50,300円	22,700円	73,000円
16年度	33,000円	16,300円	49,300円	16,000円	15,400円	15,800円	46,500円	21,300円	67,800円
15年度	33,800円	17,000円	50,800円	16,500円	15,800円	16,600円	47,000円	20,900円	67,900円
14年度	32,800円	16,400円	49,200円	15,700円	15,400円	15,700円	46,600円	22,100円	68,600円

※今回より現地消費(昨年までは現地小遣い)の設問を変更し、トリム平均の処理も変更したため、経年比較はできない ※百の位までの四捨五入で示しているため、合計が合わない場合がある  
※トリム平均とは…… データ全体の上限と下限から一定の割合のデータをカットした残りのデータの平均のこと  
ここでは、全体の上下合計1.0%の範囲にあるデータをカットした。金額の高すぎる回答が平均値に大きな影響を与えることを避けるためである

**都道府県別旅行者数は上位に変動なし**

都道府県別の延べ宿泊旅行者数ランキング(表5)は上位16位まで前年度からの順位に変動はなし。トップ3の東京都、北海道、大阪府は、2年連続で前年度比でもプラスとなった。  
西日本豪雨による『ふっこう周遊割』が実施された影響もあってか、宿泊旅行者数増加率のトップとなったのは徳島県(表6)。阿波おどり開催をめぐり騒動のなか、宿泊旅行者数については4割近い増加となり、増加数でも6位に食い込んだ(表7)。2位の山口県は増加数でも7位、パンダ誕生で注目された3位の和歌山県も、増加数でも5位と健闘した。  
居住ブロック別にみた宿泊先ブロック別の延べ旅行者数(表8)では、関東ブロックへの旅行者が大幅に増えているが、うち約半分の65万人が千葉県への旅行者数増によるもの。有名テーマパークの周年イベントやリニエールの影響もありそうだ。東京都もプラス30万人と増加していて、関東への旅行者数増に寄与している。関東

**旅行者数ベスト10は例年通り。総合満足度では大分県が初のトップに**

宿泊旅行者数に変動はないが、増加率、増加数には被災地エリアで実施された『ふっこう割』の影響も。満足度の全体平均は上昇傾向で全国的なレベルアップが感じられる。

に次いで旅行者数の増えた北海道ブロックは北海道や東北といった域内、近隣からの観光に支えられた形。北海道胆振東部地震後の『ふっこう割』の効果もありそうだ。都道府県別増加数3位の大分県、5位の和歌山県に支えられた関西も好調。東北も、強みの域内観光に支えられる形で前年度比プラスをキープしている。

こうした都道府県別の旅行者数データはさまざまな形で応用もでき

**県別観光密度では神奈川県や京都府も上位に**

表5 都道府県別延べ宿泊旅行者数ランキング

順位	都道府県	推計値(万人)
1	東京都	1,573
2	北海道	1,134
3	大阪府	809
4	静岡県	733
5	神奈川県	705
6	長野県	693
7	京都府	623
8	千葉県	619
9	沖縄県	533
10	福岡県	496

表6 都道府県別延べ宿泊旅行者数増加率ランキング

順位	都道府県	推計値(%)
1	徳島県	37.9
2	山口県	16.5
3	和歌山県	15.0
4	富山県	11.8
4	千葉県	11.8
6	山梨県	7.7
7	茨城県	7.6
8	愛媛県	7.2
9	高知県	6.5
10	熊本県	6.4

表7 都道府県別延べ宿泊旅行者数増加数ランキング

順位	都道府県	推計値(万人)
1	北海道	68
2	千葉県	65
3	大阪府	34
4	東京都	32
5	和歌山県	31
6	徳島県	30
7	山口県	24
8	愛知県	21
9	宮城県	20
10	山梨県	19

表8 居住ブロック別にみた宿泊先ブロック別の延べ旅行者数の増減数(17年度→18年度) (単位:万人)

居住ブロック	宿泊先ブロック								
	北海道	東北	関東	甲信越・北陸	東海	関西	中四国	九州	沖縄
全体	1,134	1,294	3,931	1,842	1,705	2,424	1,424	1,616	533
17年度	1,066	1,269	3,795	1,856	1,742	2,378	1,433	1,621	540
16年度	988	1,230	3,790	1,905	1,725	2,281	1,428	1,691	449
18-17年度増減	68	25	135	-14	-37	46	-8	-5	-7
北海道	39	0	-4	3	8	2	9	7	-1
東北	51	39	19	-7	-12	10	-10	-7	-3
関東	-6	7	44	37	-24	50	-53	7	-25
甲信越・北陸	4	-8	14	-6	10	24	-4	-1	-4
東海	-9	-13	15	-19	-40	-21	38	-2	-5
関西	-12	-7	36	-22	7	-8	11	-2	11
中四国	-1	8	20	-1	2	-6	22	11	5
九州	0	-2	2	0	10	-13	-29	-24	-5
沖縄	0	0	-10	1	2	10	7	4	20

※ブロック別増減/  
-30万人以上:黄色の網掛け、  
+30万人以上:緑色の網掛け  
※全体増減/  
+100万人以上:水色の枠線

表11 項目別に見た評価の高い都道府県ランキング

地元ならではの おいしい食べ物が多かった都道府県		
全体平均(前年度 58.9%) → 60.9%		
第1位	石川県	77.9%
2	高知県	77.0
3	北海道	76.4
4	熊本県	76.2
5	沖縄県	75.1
6	香川県	74.3
7	富山県	72.8
8	宮城県	72.5
8	長崎県	72.5
10	和歌山県	72.0
魚介類で人気の石川県が2年連続1位		
上位3位は変わらず。4位の熊本県は、馬刺し、牛肉、ラーメンなど幅広い食でランクアップ。沖縄県、香川県もトップ10内で順位を上げた。「牛タン(料理)」人気の宮城県、「ちゃんぽん」の長崎県、「マグロ」など魚介類が支持された和歌山県が新たにランクイン。		
子供が楽しめるスポットや 施設・体験が多かった都道府県		
全体平均(前年度 23.7%) → 25.3%		
第1位	千葉県	54.1%
2	沖縄県	41.1
3	和歌山県	39.9
4	三重県	34.9
5	栃木県	32.1
6	大分県	31.8
7	大阪府	31.2
8	長崎県	31.0
9	鳥取県	27.8
10	北海道	27.2
10	山梨県	27.2
テーマパークに強い県が上位に		
千葉県が14年連続1位、ベスト3も変動なし。振り返りの5位栃木県では、具体的なテーマパーク名を挙げての評価が多く、新顔の9位鳥取県は「水木しげるロード」や海水浴、鳥取砂丘が評価された。		
地元の人のホスピタリティを 感じた都道府県		
全体平均(前年度 24.3%) → 24.8%		
第1位	沖縄県	47.1%
2	熊本県	33.9
3	青森県	33.2
3	鹿児島県	33.2
5	山形県	32.9
6	北海道	31.6
6	大分県	31.6
8	香川県	31.0
8	高知県	31.0
10	佐賀県	30.8
沖縄県が14連覇。西日本勢も健闘		
2位の熊本県ほか西日本の健闘が目立った今年。6位大分県では「観光地としてホスピタリティを感じた」と地域単位での評価も。10位佐賀県は「唐津くんち」や「パルーンフェスタ」など祭り・イベント関連の評価が高く、イベント=チャンスであると感じさせる。		

魅力のある特産品や土産物が 多かった都道府県		
全体平均(前年度 48.4%) → 50.6%		
第1位	沖縄県	69.9%
2	北海道	65.0
3	熊本県	63.7
4	石川県	63.6
5	長崎県	62.2
6	鹿児島県	61.5
7	京都府	61.4
8	宮城県	61.0
9	高知県	60.7
10	三重県	60.0
今年も1位の沖縄県。熊本県が急上昇		
沖縄県は14年連続1位。2位の北海道も変わらず。圏外からトップ3入りした熊本県は「くまモングッズ」人気を堅調。「さつまあげ」「かるかん」「芋焼酎」の鹿児島県、「ささかま」「ずんだ餅」「牛タン」の宮城県、「和菓子」が人気の三重県が新たに入った。		
若者が楽しめるスポットや 施設・体験が多かった都道府県		
全体平均(前年度 26.2%) → 27.9%		
第1位	千葉県	52.2%
2	沖縄県	51.0
3	大阪府	41.1
4	和歌山県	36.1
5	東京都	33.4
6	長崎県	31.3
7	大分県	30.9
8	北海道	30.1
9	福岡県	30.0
10	神奈川県	29.5
10	三重県	29.5
千葉県がトップに振り返り		
トップ3は2005年以来不動。4位和歌山県は白浜エリアのテーマパーク人気でランクアップ。7位大分県はテーマパークや温泉のほか、ホテル内アミューズメント施設も評価されてランクイン。		
現地で良い観光情報を 入手できた都道府県		
全体平均(前年度 27.0%) → 27.0%		
第1位	沖縄県	46.0%
2	北海道	36.1
2	京都府	36.1
4	青森県	35.5
5	鹿児島県	34.6
6	鳥取県	34.5
7	熊本県	34.3
8	富山県	33.7
8	愛媛県	33.7
10	長崎県	33.4
パンフ・案内書・人が評価のカギ		
ベスト3の顔ぶれは前年度と同じ。続く4位の青森県は前年度から4ランクアップした。全体に、パンフレットや観光案内所、地元への対応などを評価する意見が多く、京都府や鹿児島県では「ガイドの説明が良かった」とのコメントも見られた。		

魅力的な宿泊施設が 多かった都道府県		
全体平均(前年度 43.5%) → 44.4%		
第1位	大分県	64.0%
2	沖縄県	60.1
3	熊本県	57.3
4	和歌山県	56.8
5	群馬県	54.8
6	北海道	53.5
7	兵庫県	50.3
8	栃木県	50.2
9	三重県	49.6
10	愛媛県	49.4
4連覇の大分県ほか有名温泉地が並ぶ		
1位の大分県をはじめ有名温泉地を有する地域が上位に。トップ10に振り返り4位の和歌山県では「白浜温泉」、7位兵庫県では「城崎温泉」などの温泉地の名前が挙がった。一方、2位の沖縄県は個別のリゾートホテルの名称が挙がるケースが多い。		
大人が楽しめるスポットや 施設・体験が多かった都道府県		
全体平均(前年度 39.7%) → 42.0%		
第1位	沖縄県	57.9%
2	千葉県	55.4
3	奈良県	51.0
4	長崎県	49.4
5	京都府	48.6
6	三重県	47.7
7	和歌山県	47.2
8	大分県	46.8
9	広島県	45.4
10	石川県	44.6
沖縄県が3年連続1位。3位に奈良県		
ベスト6までの顔ぶれは前年度から変わらず。その中で3ランクアップした奈良県は、神社仏閣に加えて博物館も評価された。9位に入った広島県は圧倒的に神社が多いが、野球観戦体験を評価する声も多い。10位石川県は庭園や城下町などの街めぐりが人気だ。		
現地へのアクセスが よかった都道府県		
全体平均(前年度 48.0%) → 47.2%		
第1位	東京都	63.2%
2	大阪府	60.6
3	神奈川県	59.4
4	福岡県	59.1
5	京都府	56.7
6	兵庫県	53.5
7	愛知県	52.1
8	岡山県	49.0
9	栃木県	48.6
10	宮城県	48.4
大都市圏とその周辺地域が上位に		
上位7位までは前年度と変わらず、空港やターミナル駅を擁する大都市圏とその周辺の都府県が並ぶ。今年トップ10入りした岡山県と栃木県も、それぞれ関西、関東の大都市圏からのアクセスが比較的良好という特徴を備えている。		

表9 都道府県別観光密度ランキング

	面積あたりの旅行者数 (人回/km <sup>2</sup> )	
全国	391	
1	東京都	7,169
2	大阪府	4,244
3	神奈川県	2,919
4	沖縄県	2,338
5	京都府	1,351
6	千葉県	1,199
7	福岡県	995
8	静岡県	943
9	愛知県	807
10	石川県	755

※旅行者数は今回調査より、20~79歳男女による県別延泊旅行者数の2018年度推計結果  
※面積出典「H30年全国都道府県市区町村別面積調」国土地理院

規ランクインした「特産品・土産物」、「宿泊施設」で支持率が上昇した関西各県、西日本からのランキンが目立った「ホスピタリティ」、新規トップ10入りもあった「子供が楽しめるスポットや施設・体験」などの新たな動きに注目したい。

る。一例として算出して見たのが表9の観光密度だ。この数字は都道府県別の旅行者数をシンプルに面積で割ったものだが、観光客の増加による混雑度合いを大まかにつかむことができる。東京都、大阪府など旅行者の集中する大都市のほか、近年、旅行者の急増に悩む観光地、鎌倉を擁する神奈川県、インバウンドも含めた旅行者の増加によりさまざまな問題が報じられている京都府などが上位に並び、「過観光」「観光公害」などと呼ばれる問題の所在が浮き彫りになった。

他にも、旅行者数を客室数で割った「稼働率」(トップは京都府の172人回/室)や、旅行者数を在住人口で割った「交流人口率」(トップは沖縄県の5.2人回/人)などの数字は、今後の観光戦略や課題について考えていく上でヒントになるだろう。

**全体的に向上が見られた  
都道府県別満足度**

続いては都道府県別の魅力度ランキング。今回は、調査開始15年目にして初めて、大分県が総合満足度1位となった(表10)。前年度と比べると、最高値は1.1ポイント上昇し、全体平均も前年度から連続で上昇。日本各地で満足度が底上げされている様子も読み取れる。満足度はリピーター獲得とも大きな相関がある指標。他地域との比較の中で旅先として選ばれ、リピーターを獲得するためには、今後もより一層の工夫と努力が必要だといえそうだ。

その他、項目別の都道府県ランキングは表11のとおり。4県が新規

Topics 2 総合満足度

インバウンド対策も好影響？  
国内旅行総合満足度1位の大分県

機会を活かした意識醸成と  
地道なインフラ整備も奏功

初の総合満足度1位となった大分県。観光局長の阿部万寿夫さんは「総合1位は出来過ぎ」としつつもここ数年の施策の手応えを語る。「契機となったのは2013年、商標登録した『おんせん県おおいた』の標語のもと、大分=温泉イメージの普及、定着に着手したこと。2015年には『シンフロ』CMのブレイク、DESTINATIONキャンペーンの開催で県内関係者にまとまりが生まれ、さまざまな旅行商品も造成されました。こうした動きをそのとき限りにせず、2018年の国民文化祭・全国障害者芸術文化祭、六郷満山開山1300年祭、今年のラグビーW杯とつなげてきたことが実ったのでは。最近では観光事業者以外の県民にも『おんせん県』意識が定着してきたと感じます」

またこうした中、地道に進めてきたのがトイレ整備。県内の約500カ所を「おもてなし観光

トイレ」に選び、観光局長自らが「トイレ奉行」となって、普段のチェックや改修を推進、洋式化などの改修が必要だった約250カ所の整備を終えた。インフラ面、とくに水回りは、旅行者の印象に大きく影響する部分で、満足度アップに貢献した可能性は高い。

年間144万人(2018年)の外国人宿泊客を迎える同県では、観光事業者を対象にインバウンド向けの各種研修も行っている。「これまで9割がアジア系で立ち寄り先も集中していましたが、ラグビーW杯で欧米・大洋州からの旅行者増も予想され、立ち寄り先の幅も広がると見えています。そんな中で実施した研修でしたが、改めて感じるのは、おもてなしに外国人も日本人もいないということ。インバウンドをきっかけに原点に立ち返ったことも、今回の結果に生きたのかもしれないね」

表10 総合的な満足度の高かった都道府県

全体平均(前年度 82.8%) → 83.4%		
第1位	大分県	92.2%
2	沖縄県	90.6
3	北海道	89.1
4	三重県	88.8
4	和歌山県	88.8
6	長崎県	87.9
7	高知県	87.8
7	熊本県	87.8
9	広島県	87.1
10	青森県	87.0