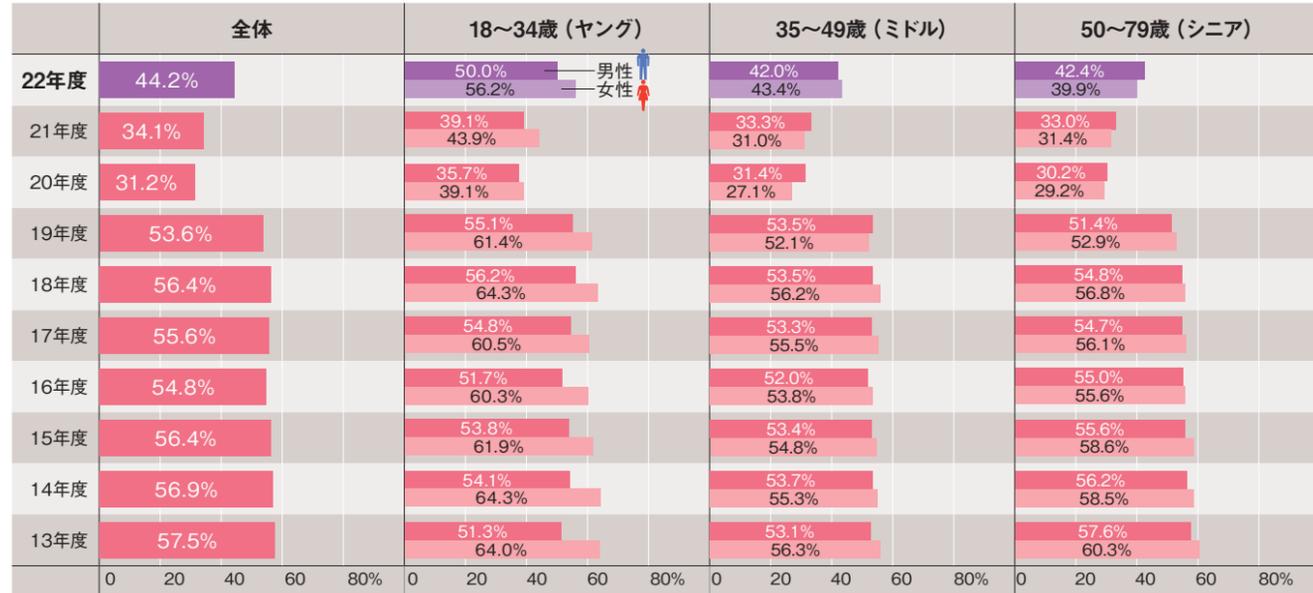
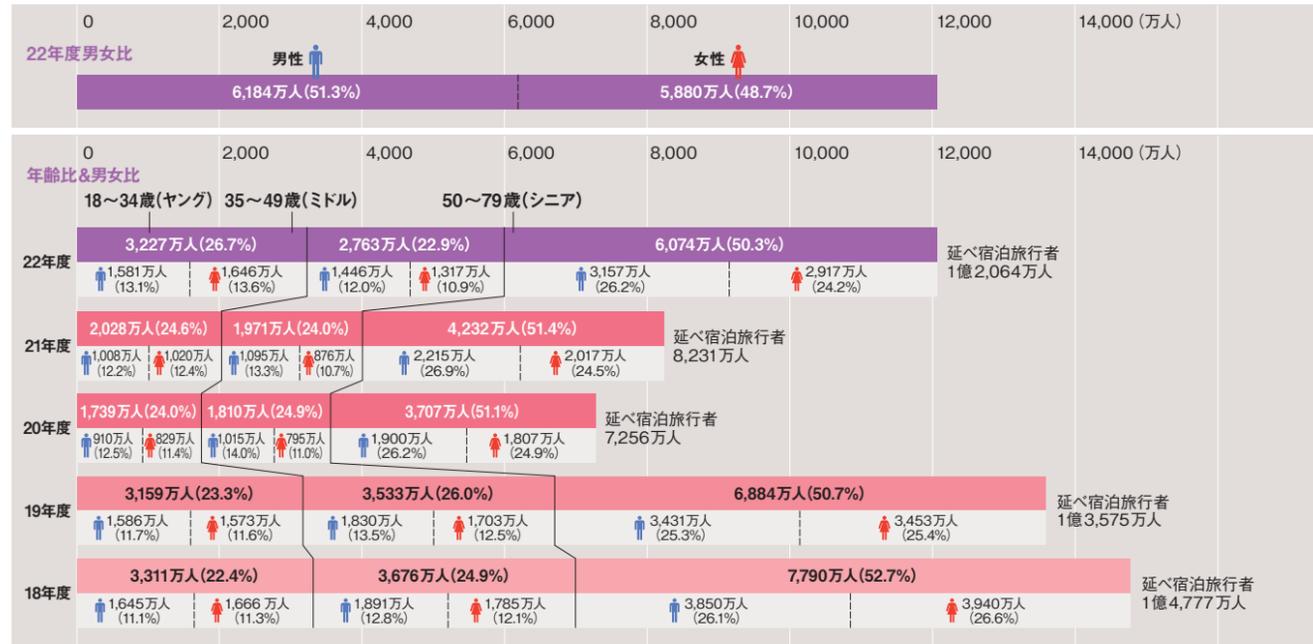


図2 宿泊旅行実施率の推移(性・年代別)



※22年度から18歳以上を対象とし、ヤング層の年齢区分は「18~34歳」に変更。21年度以前は20歳以上を対象としていたため、ヤング層の年齢区分は「20~34歳」であった

図3 延べ宿泊旅行者数の構成



※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

延べ宿泊数は3年ぶりに2億人を突破。2018年度と比較してマイナス16・5%まで持ち直した。

旅行人口の多いシニア女性の戻りが今後のカギとなる

宿泊旅行実施率について性・年代別に見たデータでも、全世代で宿泊旅行実施率が回復していることが分かる(図2)。とくにこの1年で目立つのがヤング/ミドル女性の回復で、ともに前年と比べて12ポイント以上伸びた。コロナ前の2018年度との比較で回復度が大きいのはヤング男性とヤング女性。ヤング男性はマイナス6・2ポイント、ヤング女性はマイナス8・1ポイントまで回復している。

一方で戻りの遅さが気になるのがシニア女性で、コロナ前に56・8%だった実施率はまだ4割未満。人口データ×宿泊旅行実施率×平均回数で推計した延べ宿泊旅行者数で見ると、ヤング男性、ヤング女性はほぼコロナ前の水準まで戻っているのに、対し、シニア女性ではまだコロナ前と比べて1000万人も少ない(図3)。今後は、もともと旅行人口が多かったこの層の回復具合が、旅行市場がコロナ前の状態に戻るかどうかを左右すると言えそうだ。

「じゃらん宿泊旅行調査2023」より

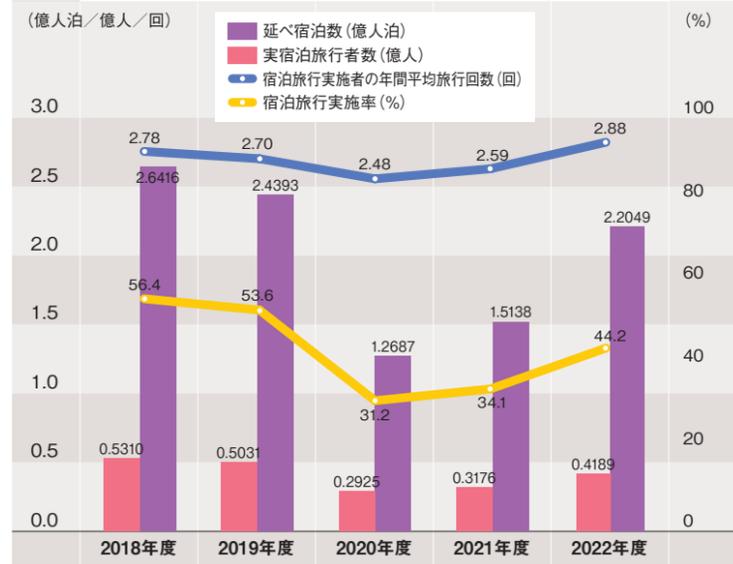
国内旅行のビフォー / アフター

コロナでどうなった?



コロナ禍による縮小から本格的な回復が見られた2022年度の旅行市場。定量データをもとに、コロナ禍から戻ったこと、戻らないこと、変わったことを整理する。

図1 全国の宿泊旅行の実態



こうした状況を踏まえつつ、2022年度全体の宿泊旅行実施率や年間平均旅行回数、そこから推定される延べ宿泊数などのデータを見ていこう(図1)。

1年間に宿泊旅行を実施した人の割合

宿泊旅行実施率は順調に回復。2・3月はコロナ前の水準に

最初に、今回の調査が対象としている2022年度(2022年4月~2023年3月)がどんな1年だったかを簡単に振り返っておこう。

コロナ禍の影響という点では、7月の第7波、10月~11月の第8波など1年を通じて感染者数は多かつたものの、2021年度ほどの行動制限はなく、旅行件数は全体的に回復した。とくに2023年の2月、3月については、コロナ以前の2018年度と比べてもほぼ全回復に近い状態となっている。2022年10月から2023年3月にかけて実施された全国旅行支援の影響もあるだろう。

旅行市場概観

「行く人は何度も行く」が市場を支える。若年層は回復、シニア女性は戻り遅く。実施率は若年層を中心に大きく回復、平均旅行回数は過去最高などポジティブな変化が多い中、今後の旅行市場を左右しかねない課題も残った。

調査概要	
調査名	じゃらん宿泊旅行調査2023
調査方法	インターネットによる調査
調査対象時期	2022年4月~2023年3月(調査実施は2023年4月)
調査内容	
昨年度1年間に実施したすべての宿泊旅行(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	15,572件(うち、同居家族モニター33件)
集計・分析手法について	
はじめに2022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。また、60歳以上の登録モニター数が少ない府県について、60歳以上の家族と同居している登録モニターに代理回答を実施、2次調査の調査対象として追加した。	

図6 宿泊タイプ(単一回答)

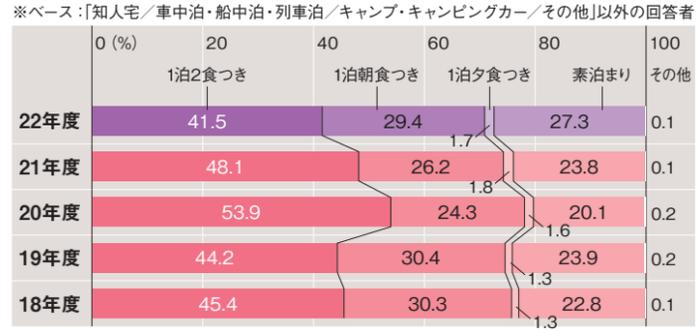
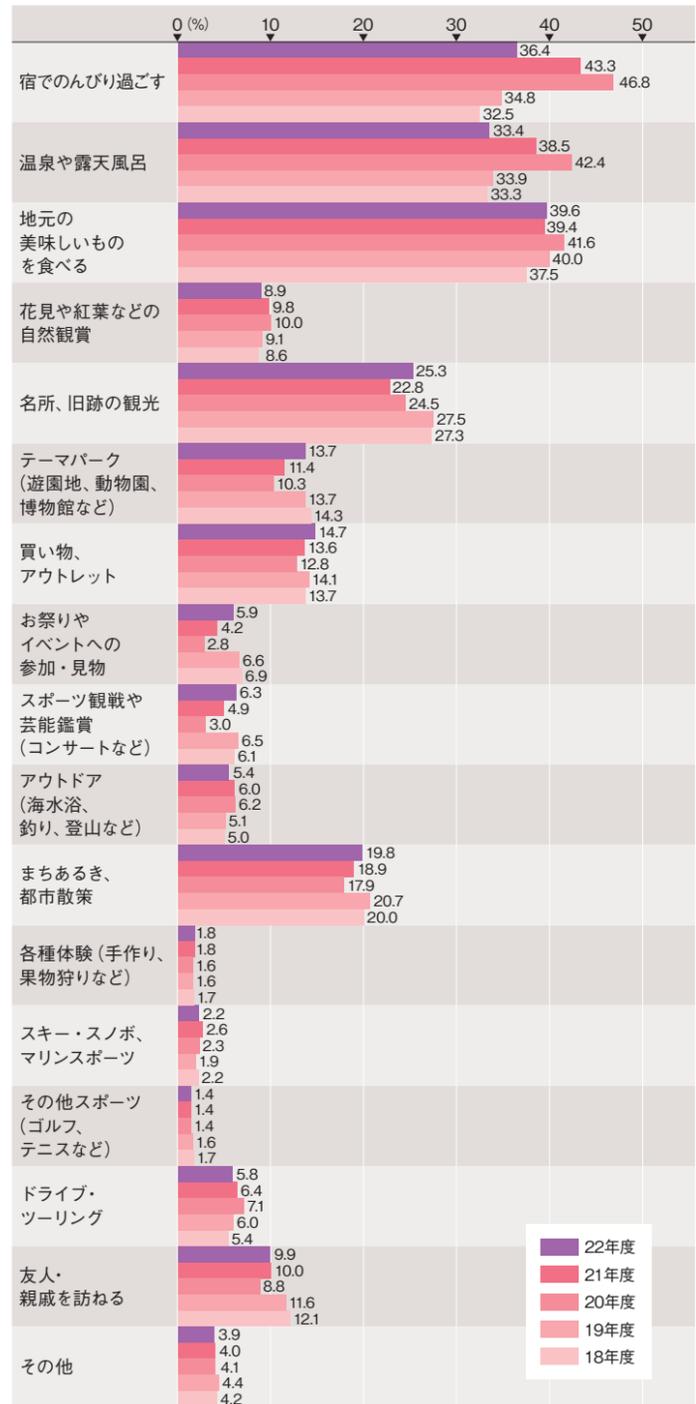


図7 宿泊旅行の目的(複数回答) ※ベース:延べ宿泊旅行件数



泊以上の超ロングステイが増えた前年度からはやや減少しているものの、コロナ前と比較しても増加傾向にあり、全体の平均泊数を押し上げている。なお、近場旅行がどうなったかを居住県内・県外旅行件数で見ると、前年度と比べて県外旅行が大きく増えたものの、県内旅行についても数としては微増していて、近場旅のニーズが減っているわけではな

いといえそうだ(図5)。コロナ後の変化といえば、宿泊タイプの変化も目立つ。コロナ禍中には旅館での滞在型旅行の増加を反映して1泊2食つきが増加したが、この傾向が戻りつつあると同時に、素泊まりの割合はコロナ前と比べても増加傾向にある(図6)。同様の傾向は旅の目的にも表れている。コロナ禍中に大きく伸びた「温泉」「宿」は減少、かわりに「名所旧跡」「テーマパーク」「買い物」「イベント」などアクティブな旅が回復した。そんな中で変わらずに強いのが「食」。温泉「宿」目的の減少に伴ってトップに返り咲き、改めて国内旅行における食の重要性を感じさせる結果となった(図7)。

表3 旅行1回あたりの宿泊数

	1泊	2泊	3泊	4泊	5泊	6泊以上	平均
22年度全体	58.1	24.6	10.1	3.1	1.6	2.4	1.82泊
21年度全体	60.7	22.5	9.5	3.1	1.6	2.6	1.83泊
20年度全体	63.6	21.1	8.9	2.7	1.4	2.3	1.75泊

図5 居住県内外の旅行件数の推移(推計値)



表1 宿泊施設のタイプトップ3(単一回答)

※ベース:宿泊旅行件数

	22年度	21年度	20年度
① ビジネスホテル	25.5%	22.1%	19.4%
② リゾートホテル	21.5%	22.0%	24.7%
③ 旅館	20.2%	23.5%	26.2%

表2 目的地までの主な交通手段トップ3(単一回答) ※ベース:宿泊旅行件数

	22年度	21年度	20年度
① 自家用車	42.1%	48.1%	53.9%
② 新幹線・特急列車	19.5%	16.2%	14.1%
③ 日本航空や全空の飛行機	14.7%	12.0%	11.0%

コロナ禍中には近場旅行が増え、泊数でも短期化傾向が見られたが、2022年度は2泊3日の旅が増加。1回の旅行あたりの宿泊数はほぼコロナ前と同様の分布に戻った(表3)。その中で注目は、6泊以上のロングステイが伸びていること。10

「素泊まり、長期旅行など新しい旅の傾向も」
 一次交通手段は、他人との接触が避けられるマイカーニーズが落ち着

「素泊まり、長期旅行など新しい旅の傾向も」
 コロナ禍中には近場旅行が増え、泊数でも短期化傾向が見られたが、2022年度は2泊3日の旅が増加。1回の旅行あたりの宿泊数はほぼコロナ前と同様の分布に戻った(表3)。その中で注目は、6泊以上のロングステイが伸びていること。10

滞在・おこもりからアクティブ旅へ回帰

旅のスタイル
 旅館人気↓
 ビジネスホテルへ揺り戻し
 滞在型旅から素泊まり傾向へ
 おこもり旅、自家用車利用などコロナ禍特有のスタイルはもとに戻る傾向。今回はとくにビジネスホテルや素泊まりの伸びが目立つ。

図4 宿泊旅行の同行者(単一回答) ※ベース:延べ宿泊旅行件数(単位:%)

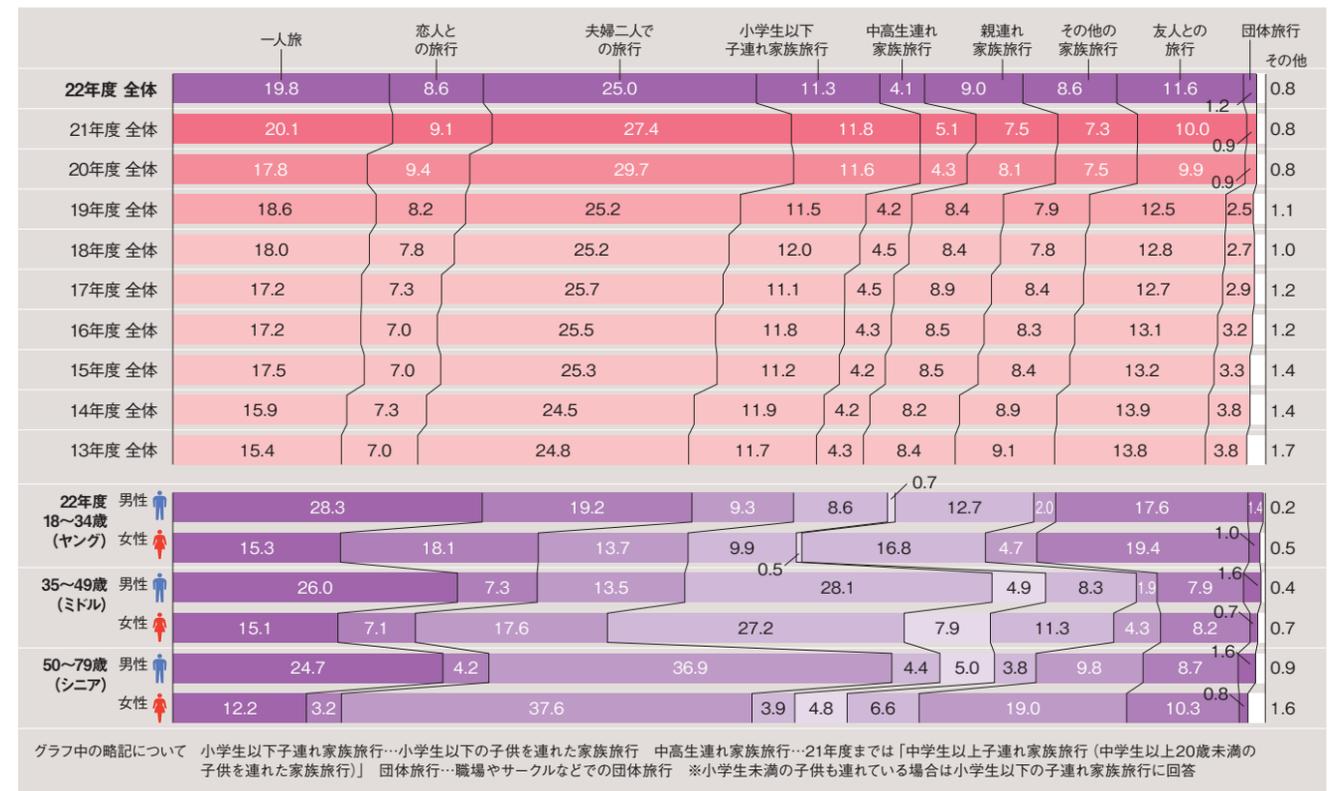


表5 都道府県別 延べ宿泊旅行者数ランキング

都道府県	推計値	2022年度←18年度 増減率
全国	1億2,064万人	-18.4%
第1位 東京都	1,131万人	-28.1%
第2位 北海道	898万人	-20.8%
第3位 大阪府	729万人	-9.9%
第4位 神奈川県	561万人	-20.5%
第5位 静岡県	558万人	-23.9%
第6位 京都府	555万人	-10.9%
第7位 長野県	487万人	-29.7%
第8位 千葉県	474万人	-23.4%
第9位 福岡県	468万人	-5.6%
第10位 沖縄県	454万人	-14.8%

表6 都道府県別 延べ宿泊旅行者数増減率ランキング

都道府県	推計値
第1位 大阪府	90.9%
第2位 東京都	74.8%
第3位 徳島県	69.8%
第4位 埼玉県	67.4%
第5位 石川県	65.7%
第6位 奈良県	63.6%
第7位 沖縄県	59.8%
第8位 福岡県	59.7%
第9位 愛知県	58.8%
第10位 千葉県	56.8%

その理由は20ページの表9にまとめられている。項目ごとのランキングとスコアを落とすことなく上がり続けている。県内旅行と県外旅行で比較すると県外旅行のほうが満足度が高いなど、遠方への旅の傾向は高い満足度につながる傾向はあるが、県内旅行に限ってもコロナ以前より満足度は上がっていて、全体に観光の質が上がっていることを感じさせる。

表8 総合的な満足度の高かった都道府県

都道府県	満足度
全体平均(前年度 84.6) →	85.5%
第1位 大分県	90.9%
第2位 鹿児島県	90.2
第3位 北海道	89.9
第4位 岩手県	89.3
第5位 京都府	88.8
第6位 長野県	88.3
第6位 石川県	88.3
第8位 長崎県	87.9
第9位 沖縄県	87.7
第10位 三重県	87.6

表7 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(21→22年度)

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
22年度	898	1,017	2,988	1,389	1,409	2,109	1,192	1,467	454
21年度	608	775	1,902	1,089	962	1,311	808	1,014	284
20年度	526	741	1,576	996	854	1,129	774	886	265
19年度	1,091	1,191	3,488	1,735	1,586	2,188	1,279	1,559	474
22年度-21年度	290	243	1,086	300	447	798	383	453	170
北海道	67	9	47	10	7	23	9	6	1
東北	27	43	108	20	10	33	8	15	7
関東	114	115	418	154	185	196	84	122	83
甲信越・北陸	6	16	85	-6	31	49	12	11	3
東海	11	8	130	34	103	100	57	33	20
関西	41	28	139	58	79	201	105	61	27
中四国	17	19	63	15	21	87	71	57	9
九州	10	7	86	11	11	101	35	137	4
沖縄	-2	-2	10	4	-1	9	2	11	16

※ブロック別増減+100万人以上：網掛け黒文字、-0万人以上：赤字

都道府県別 ランキング

宿泊旅行者数1位の東京都だが回復ペースはやや遅い

宿泊旅行者数の回復は西日本優位 大阪、福岡はコロナ前の9割に

宿泊旅行者数の戻りはまだこれからという地域もあるものの、全体の満足度は上がっていて、観光の質の向上が感じられる。

延べ宿泊旅行者数のランキングでは、コロナ禍による都心部への旅行の激減で順位を落とした東京都が、2021年度復活して以来2年連続の1位となった。ただし、回復はやや遅く、コロナ前の2018年度と比べるとまだ7割程度に留まっている(表5)。東京都への旅行者を発地別に見ると、全体に戻りが遅い中でも、とりわけ遠方からの集客が戻っ

ていないようだ。一方西日本の回復率は概ね好調で、大阪府や福岡県ではコロナ前の9割以上まで戻っている。前年度からの増加率で見ても、大阪府は90.9%と倍増に近い勢いを見せた(表6)。

満足度は全国的に上昇傾向 大分県が5年ぶり総合1位に

総合的な満足度でトップになったのは大分県。前年度から9ランク上げ、2018年度以来の1位に返り咲いた。その他上位10道府県はいずれも満足度9割前後で並び、僅差のランキングとなった(表8)。

ロックと沖縄ブロック以外への旅行ではすべて+100万人以上の増加となった。

表4 現地消費の詳細(追加消費行動、平均回数、平均金額)

消費行動	現地での追加消費行動 (%)					平均回数	平均金額 (円)		
	22年度	21年度	20年度	19年度	18年度		22年度	21年度	
買い物	58.7	57.1	61.2	61.2	61.3	-	7,820	7,260	
移動	76.5	74.0	70.1	74.4	75.1	-	9,010	8,760	
飲食	朝食を食べる	29.6	27.7	25.5	29.8	30.4	1.9	1,380	1,290
	昼食を食べる	66.9	64.9	66.6	70.2	70.2	2.1	1,860	1,800
喫茶・スイーツを食べる	32.5	31.2	31.5	34.1	33.5	1.9	1,350	1,330	
夕食を食べる	50.7	46.2	42.8	50.7	51.1	1.9	3,760	3,670	
バーなどでお酒を飲む	8.7	7.8	7.9	10.5	10.2	1.5	5,100	4,910	
各種体験プログラムに参加	8.4	8.5	8.4	8.2	8.0	1.6	4,110	4,140	
観光施設に行く、遊ぶ	20.7	17.8	16.7	20.9	22.6	1.7	5,150	4,670	
スポーツ・アウトドアを楽しむ	6.3	7.2	6.6	6.3	6.3	2.0	7,390	7,050	
健康・美容(立ち寄り温泉、エステ・マッサージ)	6.2	6.7	6.5	6.7	6.9	1.6	2,520	2,520	
スポーツ観戦コンサート、祭り	8.9	6.5	3.8	9.4	9.5	1.4	8,800	7,690	
その他の体験・観光	2.8	2.8	3.0	2.8	3.0	2.1	5,410	5,010	
何も実施しなかった	3.2	4.4	5.1	3.9	2.9	-	-	-	

※金額は10の位までの四捨五入 ※ツアー、宿泊プランにあらかじめ含まれていた内容以外での現地での追加消費の内訳。「主な宿泊エリア」と周遊した「その他エリア」での追加消費が含まれる

物価高の影響もあつてか、個人旅行の費用はコロナ前の水準を超え全項目で過去最高値に。滞在型旅行が増えたコロナ禍中には現地消費が減少したがそれも増加に転じた。パツ

ク旅行費用の減少は、沖縄、北海道など遠方への旅行が減った影響と考えられるが、宿泊旅行費用の総額ではコロナ前の9割近くまで回復(図8・9)。現地消費の詳細では移動、昼食、夕食、観光施設、スポーツ観戦・コンサート・祭りなどが戻り、アクティブな旅の復活を感じさせた(表4)。

図8 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

年度	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	
22年度	37,500円	24,900円 (39.9%)	62,400円	19,900円	16,000円	24,700円 (40.8%)	54,300円	27,000円 (33.3%)	81,200円	
21年度	34,200円	22,700円 (39.9%)	56,900円	19,000円	13,600円	22,200円 (40.5%)	56,300円	30,300円 (35.0%)	86,500円	
20年度	31,600円	20,200円 (39.0%)	51,800円	18,600円	11,000円	19,600円 (39.7%)	51,500円	26,300円 (33.8%)	77,800円	
19年度	35,700円	24,100円 (40.3%)	59,800円	17,500円	16,000円	23,900円 (41.6%)	55,500円	26,300円 (32.2%)	81,800円	
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	

※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

図9 宿泊旅行にかけられた費用総額

費用別の内訳	金額	前年比 (%)
宿泊旅行にかけられた費用の総額	7兆5,296億円 (100.0%)	60.8%
個人旅行とバック旅行の内訳	6兆6,771億円 (88.7%)	24.4%
バック旅行の内訳	8,525億円 (11.3%)	-53.6%
費用別の内訳		
宿泊費	2兆1,921億円 (29.1%)	-6.1%
交通費	1兆7,647億円 (23.4%)	14.8%
現地消費	3兆2,428億円 (39.9%)	
バック費	5,704億円 (7.6%)	

図10 旅行先での意識・行動
(単一回答/1回の旅行についてのみ)



高級感のあるラグジュアリーな宿を選ぶ



事前(出発前)に現地での飲食店や体験プログラムを予約する



※意識した・計=「意識して、実施した」「意識したが、実施しなかった」を合わせた割合
※実施した・計=「意識して、実施した」「意識しなかったが、実施した」を合わせた割合

図11 旅行に行かなかった理由
全23項目のうち、22年度の上位3位を抜粋
(複数回答/国内宿泊旅行非実施者のみ)*一次調査より



コロナ禍で起こったこと

- 旅行実施率減
- 旅の少人数化
- アクティビティの予約化
- おこもり旅
- 近場旅

コロナ禍中には移動の制限が呼びかけられたことから、そもそも旅行の実施率自体は大きく低下。旅行をするにしても、不特定多数の人との接触を避けるため、同行者は夫婦や恋人など最も身近な人に限られ、行き先も短時間で行ける近場が主流に。旅先ではあまり出歩かず、旅館やホテルに滞在してゆっくり過ごす人が増え、旅先でのアクティビティについても、人数制限などの関係で事前予約がないとできない場合が多くなった。

国内旅行のビフォー/アフターまとめ

『じゃらん宿泊旅行調査2023』に見られるたコロナ前後の変化のうち、気になる点をピックアップ。業界全体として今後の動向に注意したい。

コロナ禍から戻っていないこと

- シニア女性の旅行実施率
- 東日本の旅行者数

コロナ禍で最も国内旅行実施率が下がった層の一つがシニア女性。調査「新型コロナウイルス感染症による旅行価値観への影響」では、最も新型コロナウイルス感染症への恐怖心が強い層であることも判明している。基礎人口が多いこともあり、もともと旅行回数が多い層だったため、この層の戻りが遅いことは旅行市場に大きな影響を与えかねない。コロナ禍を機に旅行離れが進んでしまわないよう、特別な施策が必要な可能性もある。東日本の旅行者については「戻っていない」わけではないが、東海・西日本と比べて戻りが遅いことに注意したい。

コロナ禍から戻ったこと

- ヤングの旅行実施率
- 西日本への旅行者数
- 複数人での旅
- ホテルの宿泊率

ヤング層の旅行実施率は、もともと高い女性だけでなく男性でもかなり回復しているが、この層は二極化傾向も見られ、「行く人」の実施率アップが回復を支えている。西日本への旅行者の回復も目立ち、とくに大阪府と福岡県はコロナ前の9割まで戻った。グループサイズの比較的大きい複数人の旅は、コロナ禍で断たれた人間関係の回復を求める動きともいえそう。ホテル宿泊率の回復は、滞在型おこもり旅がコロナによる一時的な動きだったことを示唆している。

コロナ禍前後で変わったこと

- 旅行回数増
- 旅行費用増
- 旅行1回あたり宿泊数増
- 食が旅の目的に
- 素泊まり率アップ
- 格安志向
- 県内宿泊件数増
- アクティビティ予約の浸透
- 行かない理由=「興味がない」増

旅行回数の増加は明るい材料だが、割引施策などが影響した可能性も。旅行費用の増加は、今後の市場への影響や満足度の変化に気をつけたい。長期旅行ニーズの兆し(宿泊数増)、コスバ志向・現地食ニーズ(素泊まり率アップ)、格安志向(図10)などはコロナと無関係な傾向といえそうだが、県内宿泊件数増、アクティビティ予約の浸透(図10)などはコロナを機に定着する可能性がありそう。旅行に「興味がない」人の増加(とくにヤング男性、図11)はコロナで加速した可能性もある。

表9 項目別に見た評価の高い都道府県ランキング

地元ならではの美味しい食べ物が多かった

全体平均(前年度 62.0%) → 62.9%

順位	都道府県	評価率
第1位	石川県	78.3%
2	北海道	77.6
3	富山県	76.3
4	宮城県	75.3
5	香川県	73.2
5	福岡県	73.2
7	山形県	73.1
8	高知県	72.8
9	広島県	72.2
10	岩手県	72.1

石川県が2年ぶりに1位を奪還

石川県の「のどぐる」「寿司」、富山県の「白海老」や「ホタルイカ」など北陸の海鮮が人気。2位の北海道は海鮮+「ジンギスカン」「ラーメン」が好評で、これらは今や北海道の3大グルメと言えそう。

子供が楽しめるスポットや施設・体験が多かった

全体平均(前年度 26.0%) → 27.4%

順位	都道府県	評価率
第1位	千葉県	55.4%
2	沖縄県	44.0
3	和歌山県	40.3
4	栃木県	34.4
5	長崎県	34.3
6	大阪府	33.2
7	北海道	32.8
8	大分県	32.2
9	三重県	32.0
10	山梨県	30.8

15年連続不動のトップ3は今年も

1位の千葉県はテーマパークや水族館、景勝地のほか「電車の本数が多い」など利便性もポイント。2位の沖縄県は水族館やビーチに加え「シーサーづくり」などものづくり体験も人気。今回は大分県が圏外からランクインした。

ご当地ならではの体験・アクティビティが楽しめた

全体平均(前年度 35.3%) → 35.3%

順位	都道府県	評価率
第1位	沖縄県	56.8%
2	群馬県	46.3
3	大分県	45.1
4	北海道	44.7
5	鹿児島県	43.2
6	和歌山県	40.5
7	栃木県	40.4
7	千葉県	40.4
9	長崎県	39.9
10	山梨県	39.8

景勝地を活用したアクティビティが人気

大差の1位となった沖縄県については「歓迎ムード」、2位の群馬県は温泉やスキー、パラグライダーなどのアクティビティ。3位の大分県は温泉や「地獄めぐり」など。

魅力のある特産品や土産物が多かった

全体平均(前年度 50.9%) → 52.4%

順位	都道府県	評価率
第1位	北海道	67.1%
2	沖縄県	66.1
3	石川県	62.9
4	宮城県	62.7
4	京都府	62.7
6	福岡県	61.0
7	広島県	60.4
8	鹿児島県	59.9
9	秋田県	59.8
10	長崎県	59.4

北海道が初の1位を獲得

1位の北海道はミルクやじゃがいもを使用した菓子類、海産物、ラーメン、2位の沖縄県は菓子類やシーサーなどの工芸品、3位の石川県は海産物と日本酒、金箔製品などが人気。パリエーションの豊富さも魅力となるようだ。

若者が楽しめるスポットや施設・体験が多かった

全体平均(前年度 28.4%) → 31.0%

順位	都道府県	評価率
第1位	千葉県	52.8%
2	沖縄県	50.9
3	大阪府	43.7
4	東京都	36.5
5	北海道	36.4
6	福岡県	35.9
7	神奈川県	35.4
8	長崎県	34.5
9	和歌山県	33.5
10	大分県	32.4

買い物スポットの充実も高評価の理由に

千葉県は人気テーマパーク以外にスポーツ観戦やショッピングモールなどが高評価。沖縄県はマリンスポーツやショッピングエリア、水族館、大阪府はテーマパーク、お笑いや音楽のライブイベント、名所旧跡などが人気。

地元の人のホスピタリティを感じた

全体平均(前年度 28.3%) → 27.3%

順位	都道府県	評価率
第1位	沖縄県	46.0%
2	鹿児島県	38.0
3	北海道	37.1
3	富山県	37.1
5	秋田県	35.4
6	大分県	32.9
7	群馬県	30.9
8	山形県	30.6
9	岩手県	30.4
10	福島県	30.2

地方ならではの雰囲気や人との交流がカギ

18回連続で1位の沖縄県については「歓迎ムード」、2位の鹿児島県ではお店や宿の人の愛想のよさやゆったりとした雰囲気が評価されている。地元の人の人柄のほか、モノをもらう、会話するなどの交流が印象に残るようだ。

魅力的な宿泊施設が多かった

全体平均(前年度 50.2%) → 48.9%

順位	都道府県	評価率
第1位	大分県	66.4%
2	沖縄県	64.1
3	群馬県	58.6
4	北海道	57.4
5	京都府	56.7
6	和歌山県	55.9
7	山形県	55.0
8	静岡県	54.9
9	神奈川県	54.6
10	石川県	54.4

トップ3は前年度から変動なし

1位の大分県は温泉旅館やホテル、2位の沖縄県はリゾートホテルを中心に、特定の宿泊施設を評価するコメントが目立つ。圏外から6位にランクインした和歌山県では白浜温泉を中心に温泉旅館やホテルの名前が多く挙がった。

大人が楽しめるスポットや施設・体験が多かった

全体平均(前年度 40.2%) → 42.6%

順位	都道府県	評価率
第1位	千葉県	56.7%
2	沖縄県	55.1
3	京都府	53.7
4	長崎県	49.9
5	北海道	47.8
6	島根県	47.5
7	神奈川県	47.4
7	大分県	47.4
9	和歌山県	47.1
10	三重県	46.4

2位の沖縄県はナイトスポットでも高評価

千葉県は2015年度以来の1位。テーマパークやライブ会場、リゾートホテルなどが評価された。2位の沖縄県はビーチや水族館などの観光地に加えて居酒屋・バーや歴史的史跡など幅広い支持を得た。京都府は神社仏閣で人気。

現地で良い観光情報入手できた

全体平均(前年度 28.1%) → 27.9%

順位	都道府県	評価率
第1位	沖縄県	42.9%
2	北海道	37.5
3	京都府	35.4
4	奈良県	34.2
5	富山県	33.5
6	広島県	32.5
7	秋田県	31.6
8	鹿児島県	31.1
9	大分県	30.9
10	島根県	30.8

1位の沖縄県は地元住民情報への評価が高い

ホテルや案内所、パンフレットなどの情報源に加え、SNSやインターネット、地元住民、タクシー運転手などからの情報が評価されている。沖縄県の評価は住民からの情報が主。京都府は地図などツールの利便性を挙げる声も。