

物価高は？訪日客増はどう影響？

じやらん

2 観光国内宿泊旅行調査2025

16 生産者と変える食と観光の未来

26 「地域社会の巻き込み」から始めよう
カナダ Explore Edmonton

連載
32 マエストロの肖像
山下浩平
D&Aインナー/絵本作家

34 竹箸(熊本県)
Nostalgic but Innovative
ちよつと気になるおみやげ手帖

とーりまかし [torimacashi]

インドネシア語で「ありがとう」の意。

日頃からお世話になっっているクライアントのみなさまにありがとう、読者のみなさまにありがとう、そして私たちに知恵を提供してくれるすべてのみなさまにありがとう、という感謝の気持ちを込めて、この名前をつけました。ちなみに、じやらん「Jan」もインドネシア語で、「道」「プロセス」の意味です。「Jan Jan」で、「散歩する」「ブラブラ出かける」「旅行する」などの意味になります。

インバウンド増や物価高国内旅行にはどう影響？

「じやらん観光国内宿泊旅行調査」は、昨年度(今回は2024年4月~2025年3月)の1年間にわたった国内の宿泊旅行について、さま

調査概要	
調査名	じやらん観光国内宿泊旅行調査2025
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。
調査方法	インターネットによる調査
調査時期	2025年4月1日(火)~22日(火)
サンプル数	15,586件(旅行件数ベース30,016件)
集計・分析手法	はじめに2024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。

ざまな観点から実態を調べる調査。日本人による国内旅行の現在をデータで捉えることができるのが特徴だ。昨年度は、訪日旅行者数がコロナ禍前を超えて過去最高を記録、彼らが円安を背景に積極的な消費行動を取る一方で、国内では米の価格高騰をはじめとする物価高に悩まされた1年だった。そんな中で日本人はどんな旅行をしていたのか。「インバウンド」「物価高」など気になるキーワードも踏まえつつ読み解いていく。なお、本調査では前年度から調査方法を変更したため長期にわたる比較はできないが、前年度からの変化についてはしっかり確認しつつ、性・年代別など詳細な特徴も可能な限り詳しく見ていくこととする。

物価高は？
訪日客増はどう影響？

じやらん観光国内宿泊旅行調査2025

過去最高を記録したインバウンドに旅行業界の意識が向きがちなか、日本人による国内旅行にはどのような傾向が見られたのだろうか？昨年度の1年間に行われた宿泊旅行について広範囲なアンケートで探る『じやらん観光国内宿泊旅行調査』の結果について、数多くの客観的なデータを紹介しつつ分析していく。

イラスト=武曾安幸



性・年代別に見ると、男性では「ひとり旅」の割合が高く、とくに18〜29歳男性と50代男性では3割弱を占める。旅行実施率の高い18〜29歳の女性では「恋人との旅行」や「友人との旅行」が多く、複数人で行く旅行が好まれている様子が見られた。その他、30代〜40代では男女とも「小学生以下連れ親子旅行」、60代以上では「夫婦2人での旅行」が多く、また70代の女性では「友人との旅行」が

誰と旅行に行ったかを示す「同行者」(図2)で最も多かったのは「夫婦2人での旅行」で25・6%。次いで「ひとり旅」「友人との旅行」が続いた。前年度と比べて増加したのは、「ひとり旅」と「3世代家族旅行」。一方、「その他の家族旅行」(成人した子と親の旅行、兄弟姉妹での旅行など)は前年度と比べて4・2ポイント減少した。

18〜29歳、50代の男性では3割弱がひとり旅

旅行スタイル
50代男性の約3割がひとり旅
ひとり旅の約半数は素泊まり

男性に多いひとり旅は若年層から50代に拡大。宿泊タイプではシニア層を中心に1泊2食付きが多いが50代以上の素泊まりも増えつつある。

多く、前年度からの増加幅も大きい(表2)。これらの値と、1回の旅行あたりの平均宿泊数1・74泊から推計できる延べ宿泊旅行者数は1億2775万人回となり、前年度から2・2%の微減となった(表3)。

各年代の旅行者の割合では、18〜29歳が最も高く21・5%。一方で30代〜40代のシェアは低下(図1)。なお、より詳細な分析からは、この年代では主に独身・夫婦層の実施率低下が確認されている。

多くなど年代ごとに特色がある。

ひとり旅の約半数が素泊まり
若年層から上の世代にも広がる

宿泊旅行に使われた施設タイプは、最も多い順からビジネスホテル、リゾートホテル、旅館の順(表4)。一次交通(出発地から旅先の地域までの間で使用した交通手段)は自家用車が最多だが、前年度との比較では1・5ポイント減少している(表5)。

宿泊タイプ(図3)で最も多いのは「1泊2食付き」で全体の41・4%。ただし性・年代別で見ると、70代では男女ともに6割近くが1泊2食付きを選んでいる。一方で、18〜29歳では男性の3割強、女性の4割強が素泊まりを選ぶなど、年代による差が目立つ。同行者別に見ると、ひとり旅の半数近くが素泊まりであるほか、「恋人との旅行」「友人との旅行」でも3割強が素泊まり。いずれも18〜29歳に多い同行形態であり、同行形態と宿泊タイプを合わせた若年

図2 宿泊旅行の同行者(性・年代別) ※ベース:延べ宿泊旅行件数

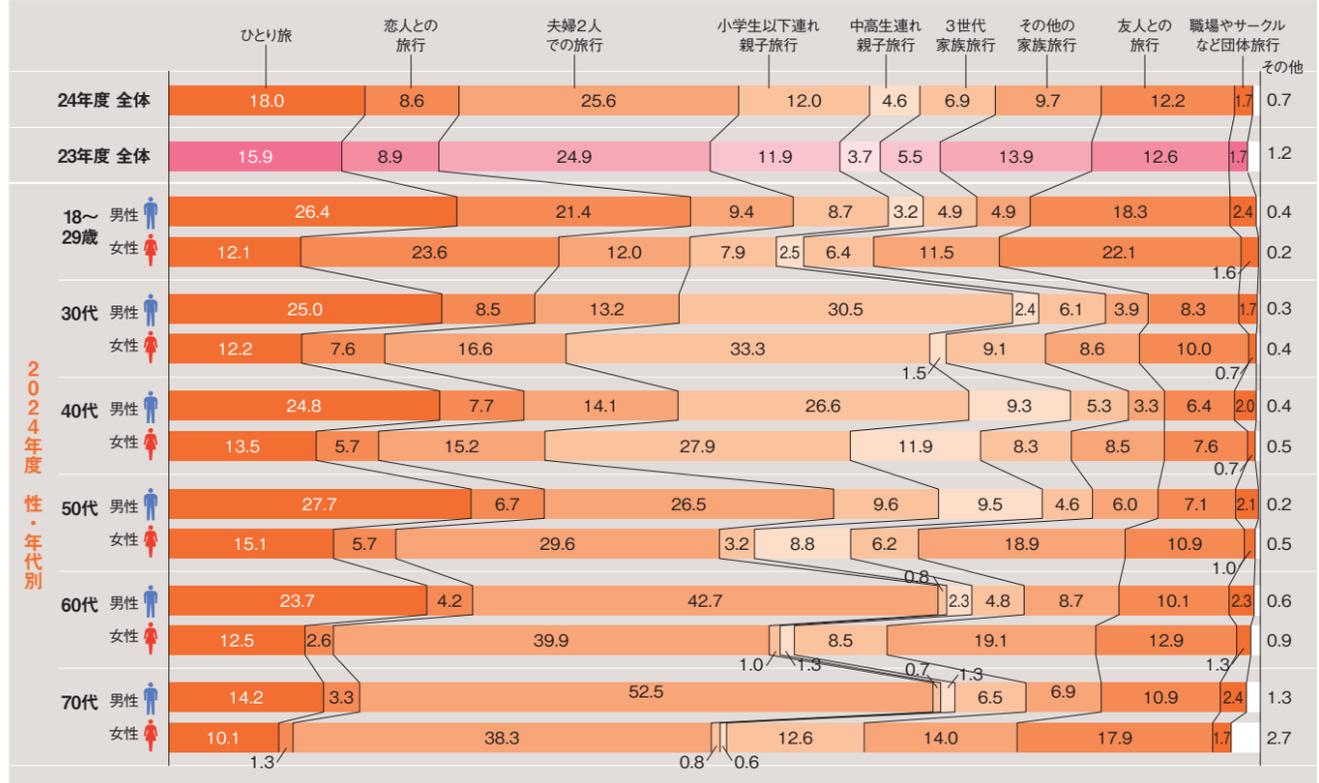


表1 宿泊旅行実施率(性・年代別)

	実施率(%)		
	2024年度	2023年度	前年度との差(ポイント)
全体	49.3	49.5	-0.2
18〜29歳 男性	52.2	55.7	-3.5
18〜29歳 女性	62.7	63.6	-0.9
30代 男性	49.9	53.3	-3.4
30代 女性	54.5	57.1	-2.6
40代 男性	46.2	48.4	-2.2
40代 女性	48.3	49.5	-1.2
50代 男性	45.5	42.5	3.0
50代 女性	42.9	43.8	-0.9
60代 男性	47.4	50.2	-2.8
60代 女性	48.7	48.1	0.6
70代 男性	50.4	45.4	5.0
70代 女性	46.6	42.3	4.3

表2 宿泊旅行実施者の年間平均旅行回数(性・年代別)

	年間平均旅行回数(回)		
	2024年度	2023年度	前年度との差(ポイント)
全体	2.76	2.80	-0.04
18〜29歳 男性	3.44	3.19	0.25
18〜29歳 女性	2.99	3.00	-0.01
30代 男性	2.47	2.67	-0.20
30代 女性	2.45	2.57	-0.12
40代 男性	2.68	2.60	0.08
40代 女性	2.37	2.49	-0.12
50代 男性	2.83	2.77	0.06
50代 女性	2.73	2.67	0.06
60代 男性	3.12	3.23	-0.11
60代 女性	2.82	2.85	-0.03
70代 男性	2.69	2.87	-0.18
70代 女性	2.49	2.62	-0.13

図1 延べ宿泊旅行者数の構成(推計値)

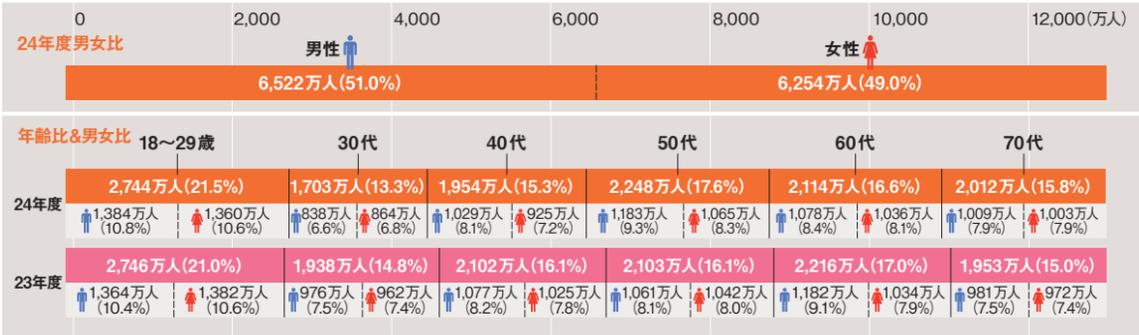


表3 延べ宿泊旅行者数の推計方法

	調査結果	推計値		
		A×B 実 延べ宿泊旅行者数(万人)	A×B×C 延べ宿泊旅行者数(万人回)	A×B×C×D 延べ宿泊泊数(万人泊)
2024年度 全国	18〜79歳 男女	9,382	12,775	22,308
2023年度 全国	18〜79歳 男女	9,427	13,060	22,739
2024年度 性・年代別	18〜29歳 男性	770	1,384	2,477
	18〜29歳 女性	726	1,360	2,285
	30代 男性	680	838	1,417
	30代 女性	647	864	1,383
	40代 男性	831	1,029	1,678
	40代 女性	807	925	1,471
	50代 男性	919	1,183	2,059
	50代 女性	909	1,065	1,832
	60代 男性	730	1,078	2,049
	60代 女性	755	1,036	1,886
	70代 男性	744	1,009	1,978
	70代 女性	865	1,003	1,796

層の旅の特徴と見ることもできそう
だ。ただし、前年度との比較では、50
代以上の世代でも総じて素泊まりが
増えている点には注目したい。

**食、温泉、宿のトップ3は不動
若年層はイベント・推し活旅も**

旅行の目的(図4)については「地
元の美味しいものを食べる」「温泉や
露天風呂に入る」「宿を楽しむ」のト
ップ3をはじめ、前年度から大きな
変化はない。性・年代別に見ると、60
代以上のシニア層では温泉、名所・

「観光施設に行く、遊ぶ」「その
他の体験・観光」を除く項目すべてで
平均金額が前年度より上昇している。
とくに値上がり幅が大きいのが、「エ
リア間や各エリア内の移動」と「ス
ポーツ観戦、コンサート、祭り」で、
いずれも1000円前後上昇。世の

**世の中全体の物価高の影響か
現地消費は全体的に上昇**



**宿・交通費等単価アップの影響か
国内旅行の市場規模は8兆円を突破**

全体では前年度比で約3%の拡大となった国内旅行市場。
宿泊にお金をかけるシニア層、現地での体験重視の若年男子など
性・年代別 同行者別のお金の使い方にも注目したい。

中全体の価格上昇を背景とした交通
費やチケット代の値上げによるもの
と考えられる(表6)。ちなみに、そ
れぞれの消費行動の実施率について

は性・年代別で一定の傾向が見られ
る。「直売所などで買い物をする」
「朝食を食べる」「昼食を食べる」「夕
食を食べる」などでは、総じて男性

表6 現地消費の詳細(複数回答)

消費内容	旅行中におこなった行動の割合(%)	そのうち、宿泊プラン・ツアー以外でおこなった消費行動(現地での追加消費行動)(%)		参考: 2023年度の平均金額(円)	追加消費額推計(億円)		追加消費額の差(億円) 24-23年度	
		平均回数(回)	平均金額(円)		24年度	23年度		
買い物	57.7	57.1	-	7,060	6,830	5,149	5,149	-0
移動	-	75.6	-	12,220	11,280	11,798	11,798	498
飲食								
朝食を食べる	69.5	27.4	1.8	1,590	1,410	1,043	1,043	137
昼食を食べる	71.9	66.8	2.0	2,180	2,040	3,834	3,834	96
喫茶・スイーツを食べる	31.9	30.5	1.8	1,520	1,370	1,088	11,692	7
夕食を食べる	74.7	49.7	1.9	4,110	4,020	4,979	4,979	-39
バーなどでお酒を飲む	7.4	6.5	1.4	5,760	5,200	748	748	60
体験・観光								
各種体験プログラムに参加	10.3	8.1	1.5	4,150	3,780	542	5,922	13
観光施設に行く、遊ぶ	24.5	20.2	1.5	6,050	6,060	2,162	5,922	-129
スポーツ・アウトドアを楽しむ	9.4	5.8	1.8	7,120	6,980	772	5,922	15
健康・美容(立ち寄り温泉、エステ・マッサージ)	7.4	6.3	1.5	2,470	2,290	285	5,922	14
スポーツ観戦、コンサート、祭り	11.7	9.3	1.4	9,650	8,600	1,603	5,922	270
その他の体験・観光	9.7	7.8	1.8	3,420	3,550	557	5,922	-61
何も実施しなかった	3.0	3.4						

総額 346百億円
総額 9百億円

図5 宿泊旅行にかけられた費用総額

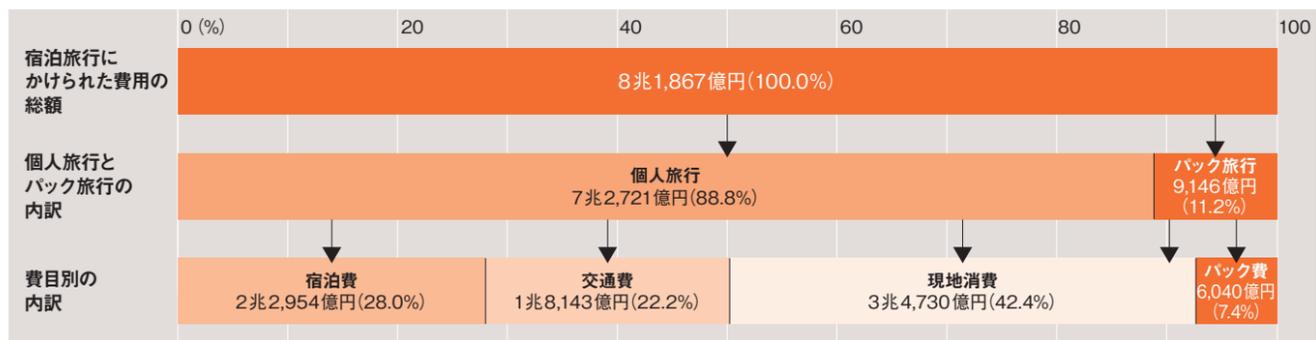
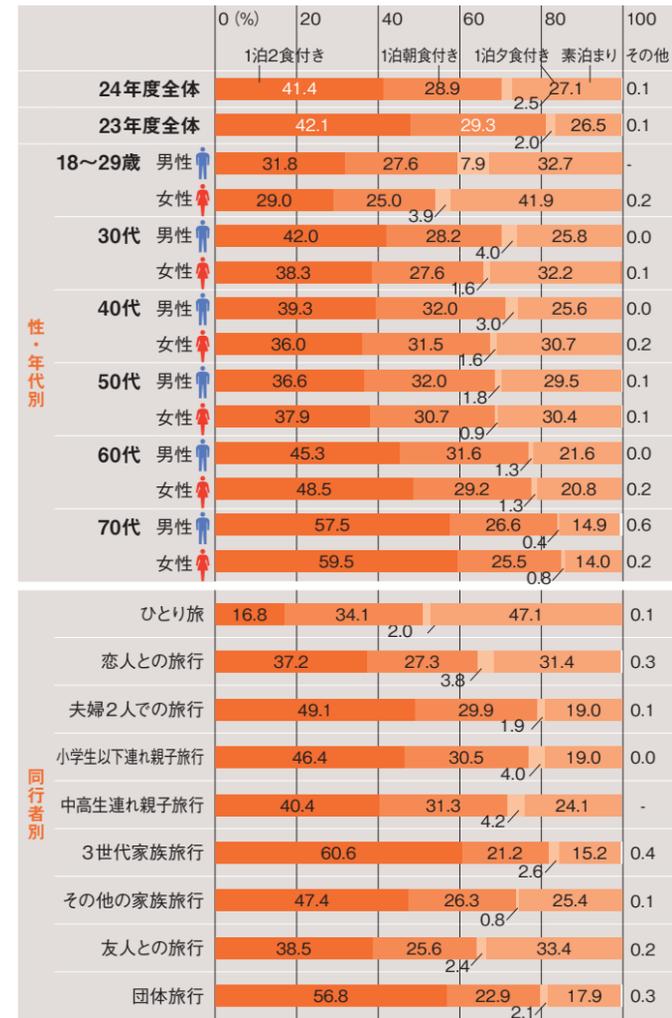


図3 宿泊タイプ(単一回答)

※ベース:「知人宅/車中泊・船中泊・列車泊/キャンプ・キャンピングカー/その他」以外の回答者



また、全体ではトップ10に入らな
かったものの、18〜29歳では「スポ
ーツ観戦や芸能鑑賞をする」も男女
双方で1割近くを占める。18〜29歳
女性では「趣味を満喫、推し活をす
る」も存在感を見せている。

旧跡、まちあるきのほか、今年度調
査から新設した「歴史文化を楽しむ」
の比率も高かった。一方、40代以下
の層ではテーマパークなど観光施設
系が目的となっているケースが多く、
ショッピングや宿そのものを目的と
する旅も多い。

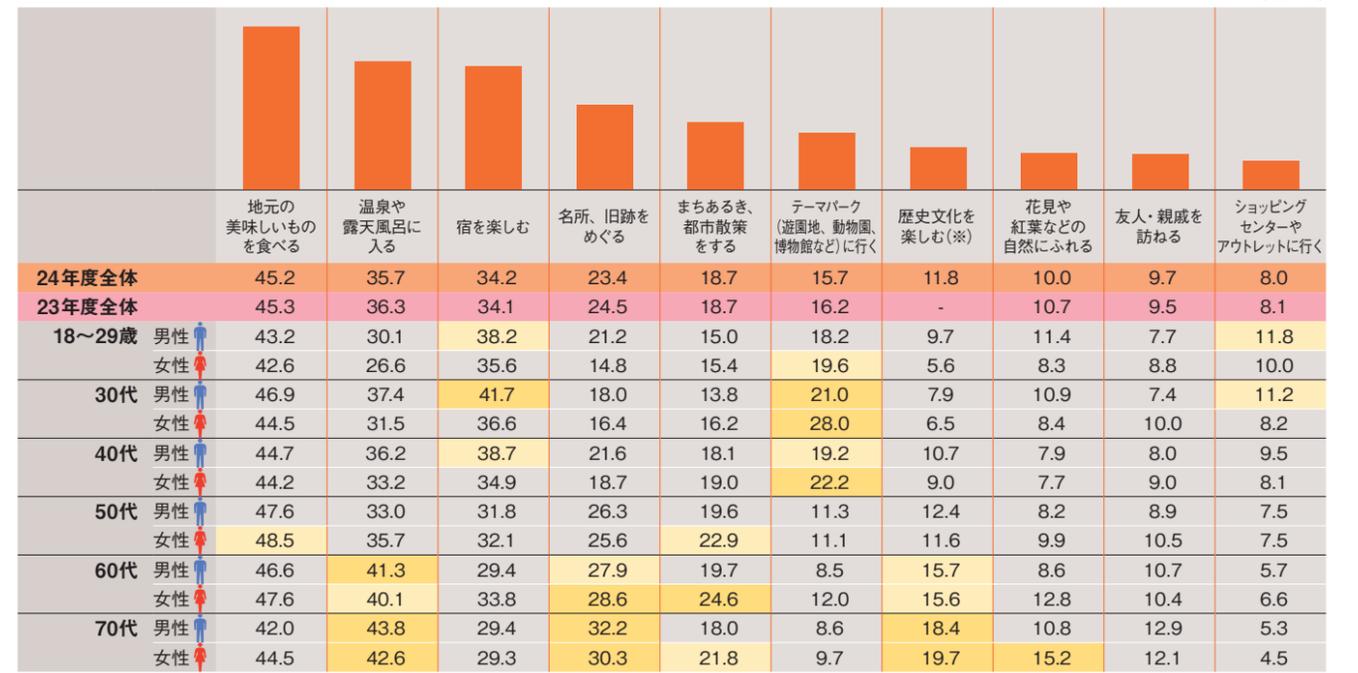
表5 目的地に着くまでに利用した
主な交通手段トップ3(単一回答)

1 自家用車	40.0%
2 新幹線・特急列車	22.6%
3 日本航空や全日空の飛行機	15.2%

表4 利用した宿泊施設のタイプ
トップ3(単一回答)

1 ビジネスホテル	26.0%
2 リゾートホテル	22.4%
3 旅館	19.1%

図4 宿泊旅行の目的(複数回答)



■全体より5ポイント以上高い項目 ■全体より3ポイント以上高い項目 ※今回新設した項目

表7 宿泊先都道府県別 1回の国内宿泊旅行にかかった費用(大人1人あたり) (単位:円)

	宿泊旅行の費用			個人旅行1泊あたり宿泊費		
	総額	宿+交通費	現地消費	24年度	23年度	差額
24年度 全体	64,100	37,000	27,100	13,600	12,800	800
北海道	90,100	51,500	38,600	12,600	11,900	700
青森県	73,100	44,600	28,500	11,400	10,800	600
岩手県	58,200	36,400	21,800	12,400	13,600	-1,200
宮城県	51,300	29,500	21,800	12,700	12,200	500
秋田県	67,100	43,900	23,200	11,600	12,500	-900
山形県	50,600	30,100	20,500	12,300	14,200	-1,900
福島県	43,900	25,800	18,100	12,800	12,800	0
栃木県	42,200	26,200	16,000	15,500	14,700	800
群馬県	39,900	26,200	13,700	15,200	14,400	800
茨城県	37,200	22,000	15,200	11,600	10,200	1,400
埼玉県	45,500	25,400	20,100	9,400	8,900	500
千葉県	69,700	38,500	31,200	18,500	15,800	2,700
東京都	75,900	41,000	34,900	12,000	10,800	1,200
神奈川県	54,400	32,600	21,800	14,900	14,700	200
山梨県	46,500	27,400	19,100	13,900	12,800	1,100
長野県	52,300	31,500	20,800	13,000	13,100	-100
新潟県	56,000	34,800	21,200	12,900	12,900	0
富山県	58,700	36,200	22,500	12,400	10,800	1,600
石川県	61,400	36,500	24,900	13,700	13,600	100
福井県	53,500	32,700	20,800	15,900	15,200	700
静岡県	45,600	28,200	17,400	16,300	14,900	1,400
岐阜県	46,700	29,300	17,400	15,700	13,400	2,300
愛知県	55,400	29,600	25,800	11,100	9,900	1,200
三重県	53,800	31,700	22,100	16,600	15,100	1,500
滋賀県	57,000	33,500	23,500	13,100	11,900	1,200
京都府	75,100	40,600	34,500	14,900	13,400	1,500
大阪府	69,900	35,200	34,700	10,500	10,500	0
兵庫県	54,800	32,400	22,400	16,000	15,600	400
奈良県	59,900	35,200	24,700	12,500	11,700	800
和歌山県	48,900	29,100	19,800	14,400	14,300	100
鳥取県	48,600	30,700	17,900	13,400	12,200	1,200
島根県	67,000	42,900	24,100	13,300	13,500	-200
岡山県	55,500	32,700	22,800	11,500	10,300	1,200
広島県	59,700	35,100	24,600	11,800	11,000	800
山口県	54,100	37,200	16,900	14,600	13,800	800
徳島県	56,500	35,900	20,600	16,300	12,900	3,400
香川県	51,400	30,500	20,900	11,200	10,700	500
愛媛県	56,100	33,500	22,600	12,000	13,700	-1,700
高知県	65,000	35,300	29,700	10,700	11,600	-900
福岡県	68,400	36,400	32,000	9,700	9,700	0
佐賀県	49,400	30,600	18,800	14,900	14,600	300
長崎県	71,500	41,900	29,600	14,600	13,800	800
熊本県	58,500	33,200	25,300	14,000	12,600	1,400
大分県	57,900	35,900	22,000	16,900	14,300	2,600
宮崎県	65,600	39,600	26,000	10,400	10,100	300
鹿児島県	79,500	47,400	32,100	11,200	11,900	-700
沖縄県	124,300	73,200	51,100	14,200	13,400	800

場で旅行をするなどして旅行費用を抑えようとしている傾向も読み取ることができている。

1泊あたりの宿泊費もほとんどの都道府県で上昇

地域ごとの価格上昇傾向を見るために、都道府県別にかげられた費用についても確認した(表7)。旅行総額が最も高いのは沖縄県で

12万4300円。1泊あたりの宿泊費を見るととくに突出した値ではないことから、総額の高さには現地までの交通費や滞在日数の長さが影響していると言えるだろう。現地消費額の高さについては、多くの人が実施しているアクティビティなどの費用も関係しているようだ。

一方、旅行総額が最も低いのは茨城県で3万7200円。理由として

は、首都圏からの旅行者が多く交通費が低く抑えられていることなども考えられる。

宿泊費用に限って見ると、個人旅行1泊あたりの平均値が最も高いのが千葉県で1万8500円、低いのは埼玉県での9400円だった。全体に、東京都や大阪府などの大都市圏では宿泊施設の価格帯も広いため平均値は低くなる傾向にある一方、

温泉旅館やリゾートホテルなどの宿泊施設が多い地域では宿泊単価が高くなる傾向にある。全体で見ると、前年度との差額は800円の増加。岩手県や山形県など一部で減少している以外は、全国的に増加傾向。中には2000円〜3000円台の増加となった県もあり、価格上昇による旅行控えが起らないか等、注視していく必要があるかもしれない。

図6 1回の宿泊旅行にかけられた費用(大人1人あたり)



より女性、若年層よりシニア層の実施率が高い。全体の実施率が最も高いのは「夕食を食べる」(74.7%)だが、18〜29歳男性では6割程度。背景には、夕食をビールとつまみ程度で軽く済ませるといったライフスタイルの変化もあるのかもしれない。そんな18〜29歳男性が他の層と比べてよく実施しているのが「各種体験プログラムに参加」や「スポーツ観戦、コンサート、祭り」。後者について

では18〜29歳女性でも実施率が高く、前項の「旅の目的」の傾向とも一致する。

宿+交通費の高いシニア層 現地消費額の高い若年男性

1回の宿泊旅行にかけられた費用(大人1人あたり)の平均は6万4100円。宿+交通費、現地消費、個人旅行1泊あたりの宿泊費といずれも上昇している(図6)。

性・年代別に見ると、宿+交通費が60代以上で高く、いずれも平均で4万円を超えている。現地消費が高いのは18〜29歳男性で、1回の旅行あたり3万円を超えたが、その中身が主に「体験」であることは前述の通りだ。旅行総額で見ると最も高いのは70代女性。全体に60代以上では宿+交通費が高く総額を押し上げる形となっているが、これは、1泊2食付きの旅が多く1泊あたりの宿泊

費が高いことに加え、旅行1回あたりの宿泊数が多めであることも影響していると思われる。

同行者別の費用を見ると、「小学生以下連れ親子旅行」の総額が他と比べて一段階低く、前年度(5万5000円)とほぼ同水準。性・年代別に見ると30代〜40代の旅行総額が比較的低いことも符合する。中でもとくに低いのが個人旅行の交通費であることから、若いファミリー層が近

表13 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
美味しい食べ物があった

全体平均	67.1%
第1位 高知県	82.6%
2 長崎県	80.5
3 山形県	79.8
4 広島県	78.4
5 北海道	77.5
6 石川県	77.1
7 香川県	76.3
8 熊本県	76.0
9 大分県	74.7
10 宮城県	74.6

「カツオ」人気の高知県がトップ

高知県は回答者の約4割が「カツオのたたき」を挙げるなどご当地食のイメージが確立。2位の長崎県は「ちゃんぽん」「佐世保バーガー」「皿うどん」、3位の山形県は「米沢牛」のほか「芋煮」など多様な郷土料理で評価された。

子供が楽しめるスポットや
施設・体験があった

全体平均	34.2%
第1位 千葉県	55.2%
2 沖縄県	48.1
3 大阪府	41.9
4 福井県	41.8
4 三重県	41.8
6 和歌山県	40.9
7 長崎県	39.8
8 香川県	38.8
8 大分県	38.8
10 山梨県	36.9

有名テーマパークで高評価の3府県

千葉県、大阪府、沖縄県は有名テーマパークで人気だが、アウトドア、動物園等も話題に上る。前年度トップ10圏外から入った香川県、山梨県では、自然スポットやうどん体験(香川県)、フルーツ狩り(山梨県)も人気。

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	46.9%
第1位 沖縄県	64.0%
2 大分県	55.3
3 北海道	54.6
4 鹿児島県	54.3
5 福島県	51.2
6 栃木県	50.9
7 千葉県	50.7
8 和歌山県	50.5
9 山梨県	50.4
10 三重県	50.2

スポーツ系体験のほか温泉やキャンプも

沖縄県のマリンスポーツ、大分県の温泉、地獄めぐりのように代表的な体験コンテンツで支持される地域もあるが、北海道のように温泉、スノーアクティビティ、野球観戦やキャンプなど幅広い体験が評価されている地域も。

魅力のある特産品や
土産物があった

全体平均	55.7%
第1位 沖縄県	68.6%
2 長崎県	66.7
3 鹿児島県	66.3
4 石川県	66.1
5 福井県	66.0
6 北海道	65.8
7 広島県	65.2
8 山形県	63.2
9 京都府	63.0
10 愛媛県	62.7

食品+工芸品で注目される沖縄県

1位の沖縄県は「ちんすこう」「紅芋タルト」などの菓子類に加え「海ぶどう」「もずく」「マンゴー」などの作物、「シーサー」「琉球ガラス」など工芸品も人気。5位の福井県は新幹線延伸がきっかけで高い評価を得た。

若者が楽しめるスポットや
施設・体験があった

全体平均	36.9%
第1位 千葉県	56.1%
2 沖縄県	53.3
3 大阪府	48.5
4 長崎県	41.5
5 北海道	40.4
6 福岡県	40.0
7 東京都	39.4
8 三重県	39.0
9 大分県	38.7
10 京都府	38.6

海、街、ライブなどが幅広く魅力に

トップ3はいずれも有名テーマパークが人気だが、千葉県ではショッピングモールや海、沖縄県ではマリンスポーツやビーチ歩き、海の見えるカフェなども人気。大阪府ではお笑いライブや野球観戦なども評価された。

地元の人の
ホスピタリティを感じた

全体平均	36.4%
第1位 沖縄県	55.3%
2 山形県	47.2
3 高知県	46.5
4 鹿児島県	45.6
5 福井県	43.7
6 北海道	41.2
7 長崎県	41.0
8 福島県	40.5
9 岐阜県	40.3
10 京都府	40.1
10 愛媛県	40.1

地元のひととの自然な会話も重要

沖縄県では宿泊施設やアクティビティのスタッフ、タクシー運転手や居酒屋店員など幅広い場で親しみやすさを感じたという声が多く。高知県では地元のひととの交流を挙げた人も多かった。

魅力的な
宿泊施設があった

全体平均	60.2%
第1位 沖縄県	71.8%
2 大分県	71.1
3 佐賀県	69.8
4 福島県	68.7
4 千葉県	68.7
6 和歌山県	68.6
7 熊本県	67.6
8 栃木県	67.2
9 長崎県	66.7
10 山梨県	66.2

リゾートや温泉人気の中、山梨県では…?

1位の沖縄県はラグジュアリーホテル、2位の大分県は別荘や由布院などの有名温泉宿が高い満足度の要因。全体にリゾートエリアや温泉を有するエリアが強い中で、10位の山梨県はキャンプ場やグランピング施設にも評価が集まった。

大人が楽しめるスポットや
施設・体験があった

全体平均	51.8%
第1位 沖縄県	63.6%
2 千葉県	61.4
3 三重県	59.2
4 長崎県	59.1
5 京都府	58.2
6 福井県	57.2
7 北海道	56.7
8 大分県	54.5
9 山梨県	53.6
10 大阪府	53.5
10 広島県	53.5

地域によって人気コンテンツはさまざま

テーマパークや海といった王道コンテンツのほか、沖縄県では居酒屋やショッピングセンター、千葉県では道の駅での買い物やお寺など幅広い施設や体験が評価の対象となっている。

現地で良い観光情報を
入手できた

全体平均	35.2%
第1位 沖縄県	52.9%
2 鹿児島県	45.6
3 山形県	43.6
4 高知県	43.2
5 北海道	43.0
6 京都府	42.6
7 山口県	42.4
8 長崎県	40.7
9 岡山県	40.1
10 鳥根県	39.5

「人を介した」「旬の」情報がカギ

タクシー運転手や地元の人など、人を介して穴場スポットなどを教えてもらった経験が評価につながって上位に入っているケースが多い。夜しか開催しないイベント情報など旬でお得な情報へのニーズも高かった。

表8 都道府県別の延べ宿泊旅行者数
トップ10(推計値)

都道府県	延べ宿泊旅行者数	増減数
第1位 東京都	1154万人	(7万人)
2 北海道	951万人	(29万人)
3 大阪府	766万人	(-34万人)
4 神奈川県	670万人	(-1万人)
5 静岡県	624万人	(-23万人)
6 千葉県	553万人	(-48万人)
7 長野県	547万人	(41万人)
8 京都府	518万人	(-28万人)
9 兵庫県	492万人	(13万人)
10 沖縄県	475万人	(-1万人)

表9 宿泊旅行者数増加率トップ10(推計値)

都道府県	2023年度→2024年度 増加率
第1位 茨城県	14.2%
2 岡山県	10.0%
3 新潟県	9.4%
4 岩手県	8.7%
5 長野県	8.2%
6 高知県	6.2%
7 富山県	6.0%
8 福井県	5.8%
9 奈良県	5.7%
10 北海道	3.1%

表10 宿泊旅行者数増加数トップ10(推計値)

都道府県	2023年度→2024年度 増加数
第1位 長野県	41万人
2 北海道	29万人
3 新潟県	24万人
4 茨城県	18万人
5 岩手県	15万人
6 岡山県	15万人
7 兵庫県	13万人
8 富山県	9万人
9 奈良県	8万人
10 東京都	7万人
10 福井県	7万人
10 高知県	7万人

表12 総合的な満足度の高い
都道府県ランキング

全体平均(前年度 85.8%)	84.1%
第1位 香川県	91.3%
2 沖縄県	89.4
3 長崎県	88.9
4 石川県	88.5
5 鳥取県	88.0
5 熊本県	88.0
5 大分県	88.0
8 山梨県	87.0
8 三重県	87.0
8 鹿児島県	87.0

旅行者数の上位6位までは前年度と同じ(表8)だが、旅行者数は北海道、長野県は増加し、大阪府、千葉県、京都府では減少。増加率では茨城県、岡山県、新潟県、岩手県が圏外からランキングインし(表9)、その結果、増加数でもこれらの県がトップ10入りした(表10)。インバウンド人気が高い有名観光府県で旅行者数が増え

有名観光地以外の地域での旅行者数が増え目立った1年

都道府県別



総合満足度1位は香川県
全体に旅行の分散化が進む

旅行者数トップ10には大きな変化はないが、有名観光地域への旅行者数は減少し国内旅行は分散化。その中で全体の満足度をどう上げるかが課題となりそう。

減り、総数では多くはない地域で旅行者数が伸びたという結果は、観光客の地方分散が進んだとポジティブに捉えることもできる。ブロック単位での増減(表11)でも、関東、関西など旅行者の多い旅先が減少傾向で、とくに関東・関東の減少幅が大きい。首都圏からの近場旅行が日帰り化した可能性があるが、コロナ禍の影響で増えつつある近場旅行がもとに戻ったとも考えられる。総合満足度では、前年度トップ10

圏外から大躍進した香川県が1位に(表12)。観光地としては規模の大きな地域ではないが、「食」や「子供が楽しめるスポット」への高い評価を背景に、ホスピタリティ満足度の向上と来訪者の地域志向の高まりによって総合満足度を上げたと考えられる。ただし、総合満足度の全体平均は前年度より下がっていて、トップ10圏内でもスコアを落としている県があるのは気になる。この点についてはP12以降で改めて検討する。

表11 23→24年度 居住ブロック別に見た宿泊先ブロック別の延べ旅行者数の増減数(単位:万人回)

	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
24年度 全体	951	1216	3330	1581	1501	2259	1300	1501	475
23年度 全体	922	1218	3397	1566	1544	2324	1320	1560	476
24年度-23年度	29	-2	-66	16	-44	-65	-20	-59	-1
北海道	9	4	19	-11	-2	-3	2	7	0
東北	2	-38	4	0	2	1	7	8	3
関東	16	73	-107	32	6	28	-33	-9	-7
甲信越・北陸	-4	-2	-14	19	13	4	15	2	-1
東海	8	-16	-16	-25	-16	-28	-2	-29	0
関西	-3	-14	28	-4	-23	-52	5	-29	1
中四国	-2	-7	5	-2	-11	-1	-42	10	7
九州	2	1	4	6	-13	-29	24	-26	-4
沖縄	0	-3	10	1	1	16	4	6	0

※ブロック別増減 -100万人以上

注目テーマ

満足度

総合満足度の低下傾向をどう見るか？ 下がる要因、上げるヒントを考える

全国的な総合満足度の低下は、国内旅行業界全体にとって気になる傾向。その背景を探るとともに、物価高やインバウンドの急増など、国内旅行に影響を与えそうなテーマに注目して分析を試みた。

Point 1 誰の満足度が下がっているのか？

ローカル志向の高い若年層男性で低下 旅行単価が影響している可能性も

地域と交流できる旅が失われているか？

本調査で言う「総合満足度」とは、訪れた旅行先について「とても満足」「やや満足」と回答した人の割合を示したものである。旅行者本人のリピーター化や周囲への推奨度とも関係する指標であり、高く保たれているのが理想的だ。今回、総合満足度が全国的にやや低下していたことから、その理由やとるべき対策を検討するべく分析を行った。

まず、どういった人の満足度が下がっているのかを探るため、性別・年代別の満足度を確認した。前年度と比較して最も満足度が下がっていたのは18〜29歳の男性で4・9ポイント減。70代の男性も3・3

ポイント減とやや低下幅が大きい（表14）。18〜29歳の男性は、地元の人との交流や、旅行先の風土・生活習慣の体験など、地域での体験・交流志向の高い層であることが分かっている。たとえば混雑等により本来のローカ

ル感が失われ、こうした体験・交流の機会が減ったことで満足度が下がった可能性はあるかもしれない。やや低価格帯の旅行で満足度が下がっている？

もう一つ別の視点として、旅行費用別の満足度も見てみた。1回の宿泊旅行にかけられた費用別の満足度は、概ねかけた費用が高いほど高い傾向にあるが、今回の調査では、前年度と比較してすべての層で低下し

ていた（表15）。とくに低下が目立つのは2万〜3万円未満の層。旅行費用総額の平均値は6万4100円なので（P7図4参照）、2万〜3万円未満の旅は比較的価格であり、近県への旅である可能性も高い。なお、旅行1回あたりの宿泊数別に見ると、宿泊数が多い方が満足度の低下は小さい（表16）。あくまで相関係数であり、宿泊数を伸ばせば満足度が上がるといった関係ではないが、指標として役立てることはできそう。

表14 性別・年代別・旅行先の総合満足度

	満足・計 (%)	満足・計前年度との差 (ポイント)
24年度 全体	84.1	-1.7
18〜29歳 男性	77.7	-4.9
女性	84.9	-2.7
30代 男性	82.6	-1.7
女性	87.4	-1.3
40代 男性	82.2	-1.6
女性	86.1	0.2
50代 男性	81.3	-1.0
女性	86.2	-1.8
60代 男性	86.3	1.5
女性	87.2	-1.9
70代 男性	81.0	-3.3
女性	86.8	-1.3

表15 宿泊費用総額別・旅行先の総合満足度

	満足・計 (%)	満足・計前年度との差 (ポイント)
24年度 全体	84.1	-1.7
1万円未満	70.0	-0.4
1万〜2万円未満	77.5	-2.0
2万〜3万円未満	81.4	-3.3
3万〜4万円未満	84.5	-1.0
4万〜5万円未満	84.8	-2.4
5万〜7万円未満	85.2	-2.1
7万〜10万円未満	87.2	-1.3
10万円以上	88.7	-0.4

表16 宿泊数別・旅行先の総合満足度

	満足・計 (%)	満足・計前年度との差 (ポイント)
24年度 全体	84.1	-1.7
1泊	82.4	-1.7
2泊	86.0	-2.1
3泊	85.9	-2.4
4泊	88.9	1.2
5泊	86.9	-1.3
6泊以上	92.9	2.1

Point 2 旅行費用増の影響は？

物価上昇率と比べても大きい旅行費用増 経済的要因で「行かない」人も微増

物価上昇を上回る価格上昇は実施率にも影響しかなない

本調査では、1回あたりの宿泊旅行にかけられた費用が前年度より上昇している点の特徴の一つとなっていた（P7）。社会全体で物価が上がる中、旅行費用の値上がりもある程度は受け入れられていると考えられる。実際、「費用をできるだけ抑えるよう意識した」人の割合が前年より減っている傾向も見られ、旅行に出かけた人々はそこまで節約志向が強いわけではないとも言える。

とはいえ、旅行費用の上昇率が物価全体の上昇率を上回っているのは気になる。総務省の発表する消費者物価指数では、前年度比の上昇率は3・0%。これに対し旅行費用は、総額で5・8%、宿泊費で6・3%上昇している（表17）。インバウンド需要により宿泊価格上昇に拍車がかかっている地域もあるだろう。

こうした価格上昇が、旅行全体の満足度にどのように影響しているのかには注意が必要だ。たとえば、今

回総合満足度が最も高かった香川県では、宿泊費の上昇幅が比較的小さく、コストパフォーマンスのよさが満足度の高さに寄与している可能性もある。逆に旅行者が「値上がりの割に体験の質が伴っていない」と感じれば満足度が低下するおそれもある。P12で紹介した「総額2〜3万円未満の旅の満足度低下」についてもこのことがヒントになるかもしれない。さらに注意すべきは、費用の上昇が旅行そのものを控える要因になりかねない点だ。調査では「旅行に行かなかった人」にその理由を尋ねた結果、30代〜50代女性を中心に「家計の制約で旅行にお金がかけれなかった」「将来が心配で支出を抑えたかった」を挙げた人が一定数見られた（表18）。実際、30代〜40代の独身・夫婦層では旅行の実施率が低下している（P4）、家計への影響が旅行に現れている可能性もある。

表17 消費者物価指数と旅行費用の比較

	総合指数	総額	宿泊費
消費者物価指数 (2020年度比)	109.5	64,100円	13,600円
前年度比上昇率	3.0%	5.8%	6.3%

※総務省発表 2020年基準消費者物価指数より2024年度平均

表18 この1年間に宿泊旅行に行かなかった理由（複数回答） ※ベース：宿泊旅行を実施しなかった人

	1位	2位	3位	4位	5位	6位	7位	8位		
	何となく旅行をしないまま過ぎた	旅行に興味なかった	家計の制約で旅行にお金かけられなかった	休みが取れなかった	将来が心配で支出を抑えたかった	一緒に行く人がいなかった	ペットがいた	旅行したい人とスケジュールが合わなかった	国内で行きたいと思う場所がなかった	自分の健康上の理由があった
24年度 全体	26.6	23.2	22.0	10.2	8.9	7.9	7.8	5.9	5.9	5.9
23年度 全体	27.2	21.7	20.4	10.8	7.9	7.3	8.5	6.0	5.6	5.4
18〜29歳 男性	33.1	31.2	11.1	9.2	5.0	7.6	1.8	4.0	6.5	1.7
女性	28.1	20.7	22.9	9.9	7.4	10.8	3.0	8.6	6.5	3.4
30代 男性	25.1	30.5	19.6	11.1	8.5	8.4	3.0	5.4	6.4	0.9
女性	25.1	18.7	26.7	11.5	10.2	4.5	6.9	4.9	3.5	4.7
40代 男性	24.0	31.5	20.6	12.9	7.7	7.5	3.2	5.7	3.8	3.4
女性	22.3	20.7	31.4	12.9	12.4	6.4	11.2	7.7	5.1	6.5
50代 男性	25.2	28.0	21.4	13.7	9.3	8.9	6.2	5.1	6.7	3.6
女性	25.9	21.9	25.4	12.2	8.8	6.1	12.1	6.0	6.6	5.6
60代 男性	25.8	23.1	20.3	11.7	10.0	9.1	9.6	6.1	7.1	6.5
女性	27.1	18.0	20.1	8.2	8.1	6.7	14.4	6.2	5.8	8.6
70代 男性	26.4	18.5	22.7	5.4	8.6	7.7	8.6	4.1	9.2	11.4
女性	31.5	14.1	20.7	2.4	10.6	11.4	10.4	6.8	3.8	12.9

■ 全体より3ポイント以上高い項目

調査結果から考える

これからの国内旅行アイデア集

地域の人が一堂に会して行う大ネタ出し会

ローカルコンテンツの開発にはまず地域に何があるかを知ることが重要。JRCの行う「GAP調査」のように、多様な関係者が集まって行う「ネタ出し会」を開催する。

期間限定のクーポン発行で低価格旅行を支援

経済的な理由で旅行を思いとどまっている人を動かす施策として、地域単位のクーポンを発行。オフシーズン、平日の在庫を活用して、ひとり旅の若者などを支援する。

インバウンドが好調な地域は「風評被害」にも対策を

混雑等で来訪者の満足度が低下しているポイントを正しく把握、改善するとともに、「混んでいそうだから行かない」という風評被害を起さないよう、正確な情報発信を行う。

今回の調査で、外国人旅行者の急増が国内宿泊旅行者の満足度に影響しているのを見ている。図7は、横軸に本調査の総合満足度、縦軸に外国人比率を取って各都道府県をプロットしたもののだが、両者の間には明確な関係は見られない。同じように外国人比率が高い地域で

地元の文化が観光資源として活かされていた香川県の例

全体まとめ

地域分散傾向をポジティブに捉え、「ローカルな体験」を活かす施策を

価格上昇やインバウンド影響の中、地方分散傾向が見えてきた今回の調査。国内旅行者の満足度を維持、向上しつつ、地域がこの流れを活かすには、ローカルなコンテンツの再発見がカギとなりそう。

表20 性・年代別体験・交流志向の強さ

	参加する・体験する	体験・交流志向								
		自ら主体的に参加する・体験すること	地域のために貢献できることを選ぶ	旅行先の風土や生活習慣を体験すること	環境に配慮した取り組みをする	地元の人と積極的に話しかけて情報を聞いたり交流する	暮らすように旅をする	将来の移住やライフスタイルの参考にしたりする	旅行者同士が交流・出会う宿を選ぶ	旅行先にふるさと納税をする
24年度 全体	(4,623)	31.1	27.8	27.6	27.0	25.8	24.3	23.2	19.8	18.7
23年度 全体	(4,623)	30.7	27.4	26.1	26.1	24.4	23.4	21.4	18.7	17.5
18~29歳 男性	(402)	45.6	43.5	46.6	47.7	47.4	42.7	47.0	36.0	39.7
女性	(455)	39.7	31.3	33.2	34.4	33.0	30.0	33.8	23.8	26.7
30代 男性	(339)	44.3	40.7	39.9	41.4	41.6	36.1	42.0	32.4	33.1
女性	(353)	31.7	23.7	25.4	22.6	21.1	20.2	18.8	14.6	14.8
40代 男性	(384)	36.6	33.3	33.6	32.5	32.3	28.8	31.1	24.9	25.5
女性	(390)	30.0	22.6	23.0	20.4	18.3	19.1	16.2	14.2	15.0
50代 男性	(418)	29.6	27.0	26.3	25.8	25.3	22.6	22.8	19.1	19.2
女性	(390)	24.7	22.0	20.2	19.6	16.1	17.0	12.9	11.9	10.5
60代 男性	(346)	26.6	25.7	23.7	22.0	21.2	21.6	18.5	17.3	14.5
女性	(367)	22.3	21.4	18.5	19.3	16.7	18.4	11.6	12.4	8.6
70代 男性	(375)	19.5	18.8	20.8	16.2	18.8	16.4	12.5	15.1	8.6
女性	(403)	21.6	22.8	19.4	20.4	16.8	18.2	10.2	15.5	6.5

全体より5ポイント以上高い項目 全体より5ポイント以上低い項目

表19 外国人比率の高い都道府県

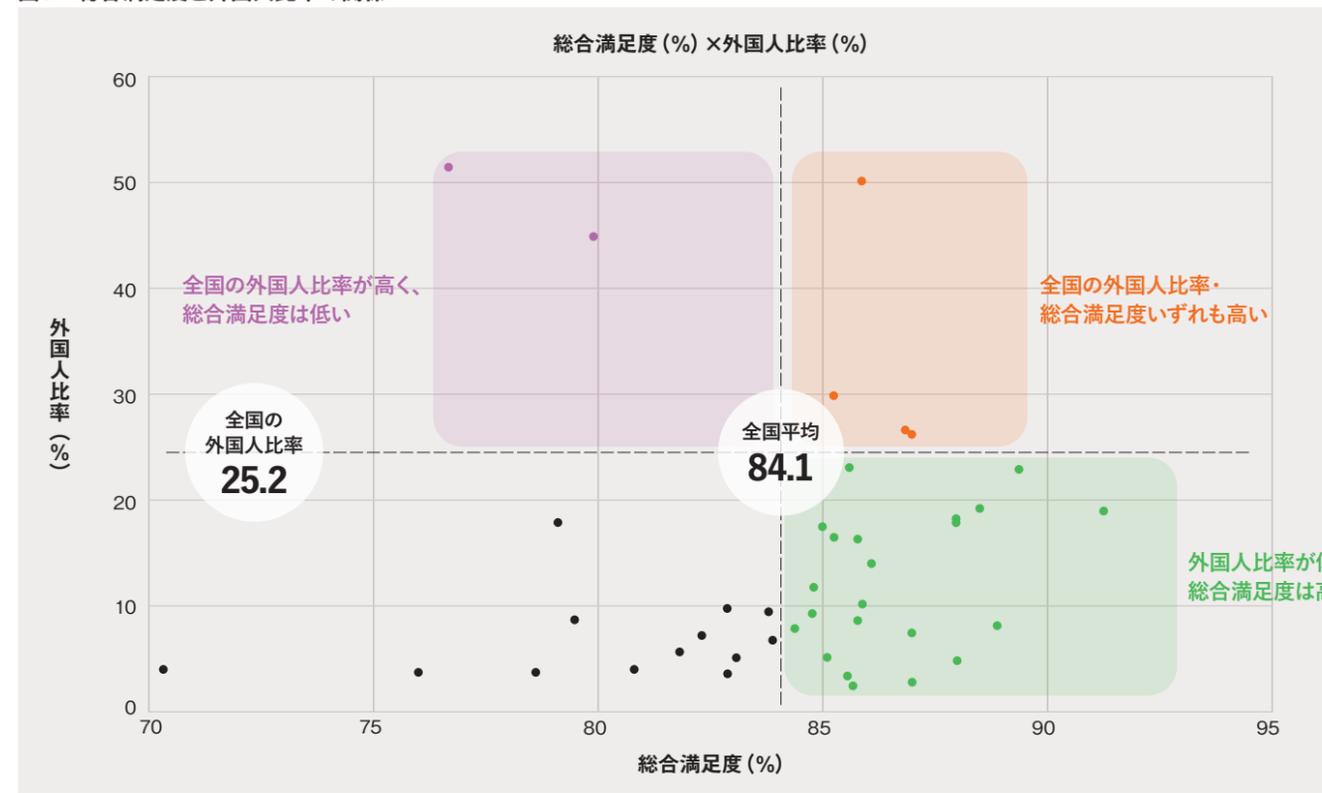
順位	都道府県	外国人比率 (%)
1	東京都	51.5%
2	京都府	50.1
3	大阪府	44.9
4	福岡県	29.9
5	岐阜県	26.5
6	山梨県	26.1
7	北海道	23.0
8	沖縄県	22.9
9	石川県	19.2
10	香川県	18.9

※外国人比率：観光庁宿泊統計2024年データよりじゃらんリサーチセンターにて算出

表8 (再掲) 都道府県別の延べ宿泊旅行者数トップ10 (推計値)

順位	都道府県	延べ宿泊旅行者数	増減数
1	東京都	1154万人	(7万人)
2	北海道	951万人	(29万人)
3	大阪府	766万人	(-34万人)
4	神奈川県	670万人	(-1万人)
5	静岡県	624万人	(-23万人)
6	千葉県	553万人	(-48万人)
7	長野県	547万人	(41万人)
8	京都府	518万人	(-28万人)
9	兵庫県	492万人	(13万人)
10	沖縄県	475万人	(-1万人)

図7 総合満足度と外国人比率の関係



※外国人比率：観光庁宿泊統計2024年データよりじゃらんリサーチセンターにて算出

Point 3・混雑・外国人比率の影響は？

外国人比率と満足度には相関はないが、「混んでいそう」で避けられる可能性も

外国人比率が低く満足度の高い地域が多いのは事実

JNTOのデータによると、2024年の訪日外客数は3687万人とコロナ禍前を上回った。こうした外国人旅行者の急増が国内宿泊旅行者の満足度に影響しているのを見ている。

図7は、横軸に本調査の総合満足度、縦軸に外国人比率を取って各都道府県をプロットしたもののだが、両者の間には明確な関係は見られない。同じように外国人比率が高い地域で

も、日本人満足度も高い地域(図の右上)もあれば、相対的に満足度の低い地域(図の左上)もある。ただし、外国人比率の低いエリアで高い満足度を獲得できている地域が多いということは言えそう。

また、データに表れていない事象として、外国人比率が多い地域に「混んでいそう」というイメージからその地域への旅行を控える可能性はあり得る。外国人比率の多い都道府県(表19)の中には、日本人旅行者が大きく減少している地域もある(表8・再掲)ことには注意が必要だ。