じゃらん リサーチセンター

RECRUIT

観光振興セミナー2026

地域Meeting

～地域でつくる、地域のミライ～

日本人の最新国内旅行トレンド「じゃらん観光国内宿泊旅行調査2026」

じゃら宿2026

関東・甲信越Meeting②

2026年9月7日（月）

研究員　池内 摩耶

©Recruit Co., Ltd. All rights reserved.

1 2025年度 国内宿泊旅行の市場動向

2 テーマ別 都道府県魅力度・満足度ランキング

3 エリア別の動向・特徴

1 2025年度 国内宿泊旅行の市場動向

2 テーマ別 都道府県魅力度・満足度ランキング

3 エリア別の動向・特徴

日本人の観光目的の国内宿泊旅行について、

旅行者数・旅行費用・旅行目的・訪問先の評価などを多面的に把握する調査

観光宿泊旅行（出張・帰省・修学旅行などは除く）に特化

経済波及効果を把握できる質問項目設計（費用項目など）

上記内容を**都道府県単位で分析**（県別カルテ）
さらに都道府県よりもう一段階詳細な観光地単位で分析可能

2025年度（2025年4月～2026年3月）の動向の**最新版**

©Recruit Co., Ltd. All rights reserved.

調査概要

調査方法

- インターネット調査

調査対象

- 全国18～79歳の男女

調査時期

- 2026年4月1日（水）～21日（火）

調査内容

- 2025年4月～2026年3月の国内宿泊旅行（出張・帰省・修学旅行などを除く）

有効回答数

- 1万5548件（旅行件数ベース3万139件）

※集計・分析手法について

初めに令和6年10月1日現在人口推計（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・分析に当たり、推計された宿泊旅行者の母集団における都道府県、性・年代別構成比に基づいてウエイトバックを行い、構成比のずれを補正している。

©Recruit Co., Ltd. All rights reserved.

本調査では、国内宿泊旅行について、
市場規模、旅行者の旅のスタイル、旅行先での行動・消費、旅行先の評価などを把握。

市場規模

国内宿泊旅行市場が、どれくらいの規模で動いているか

- **実施率・延べ宿泊者数**
  市場の具体的な「厚み」を把握
- **費用総額**
  動いている規模を推計

旅のスタイル

どこへ、誰と、いつ、どのような形で旅行しているか

- **行き先・同行者・時期**
  誰が、どこへ、どのような形で旅行しているかを分析
- **宿泊形態**
  利用施設の傾向を把握

手配・費用

旅行をどう手配し、何にいくら使っているか

- **手配方法**
  どのチャネルで予約したかの実態
- **宿泊費・パック費**
  旅行者が何にいくら使い、どう手配されたかを把握

旅行目的・行動

旅行目的は何か、旅行先でどのように行動しているのか

- **旅行目的・交通手段**
  旅先で何を目的にどう過ごしているか
- **追加消費行動**
  旅先での過ごし方と金額をセットで把握

評価・今後意向

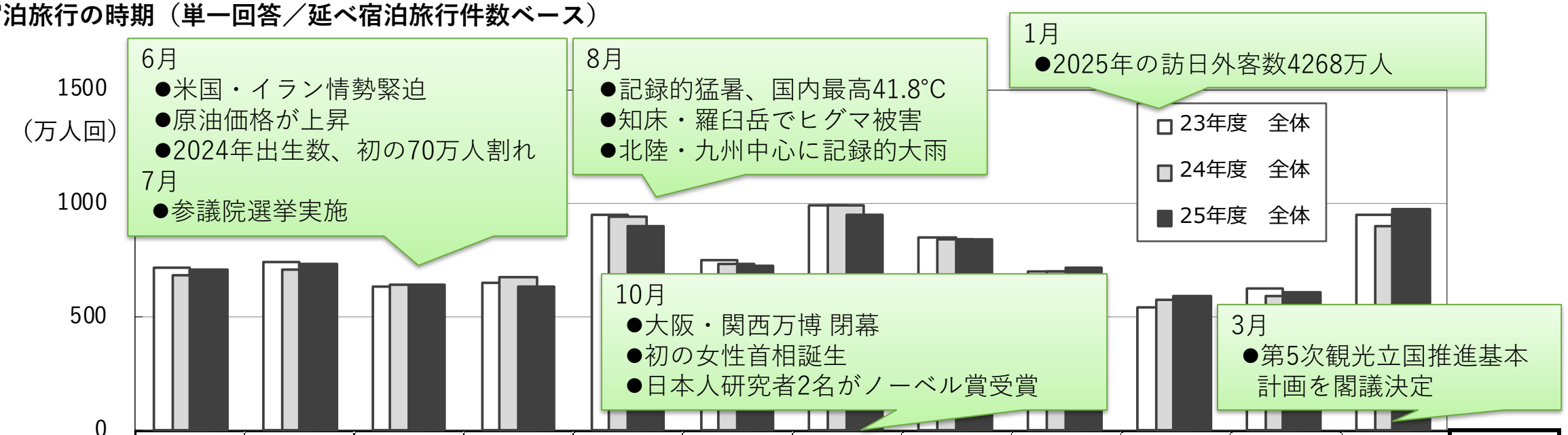
旅行先がどのように評価され、再訪・推奨につながっているか

- **来訪経験・NPS**
  評価が再訪意向や他者への推奨にどう繋がっているか
- **再訪・推奨意向**
  将来の需要を予測

©Recruit Co., Ltd. All rights reserved.

国内宿泊旅行の時期（件数）と1年間のトピックス

■ 国内宿泊旅行の時期（単一回答／延べ宿泊旅行件数ベース）



	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	計
25年度　全体	709	730	636	627	894	726	947	840	712	588	609	975	8993
24年度　全体	685	703	639	672	935	727	988	843	694	576	586	899	8945
23年度　全体	712	740	633	650	950	747	988	848	697	537	625	951	9076
24年度→25年度の各月の増減率（%）	3.6	3.9	▲ 0.5	▲ 6.8	▲ 4.3	▲ 0.1	▲ 4.2	▲ 0.3	2.6	2.1	3.9	8.4	0.5

4月
●大阪・関西万博開幕

5月
●備蓄米放出が話題に
●Anthropic「Claude 4」発表

2月
●ミラノ・コルティナ冬季五輪 開催

©Recruit Co., Ltd. All rights reserved.

国内宿泊旅行市場は、実施率・旅行者数が伸び悩み。延べ宿泊数は微増

2025年度は、宿泊旅行実施率が48.9％で前年度から0.4ポイント減少、
実宿泊旅行者数・延べ宿泊旅行者数は微減した一方、延べ宿泊数は微増。

■　延べ宿泊旅行者数　推計値

	R6年10月1日現在人口推計	調査結果			推計値		
	人口	宿泊旅行実施率	宿泊旅行実施者の年間平均旅行回数	宿泊旅行実施者の1回の旅行当たり平均宿泊数	実宿泊旅行者数	延べ宿泊旅行者数	延べ宿泊数
	（万人）<A>	（%）<B>	（回）<C>	（泊）<D>	（万人）A*B	（万人回）A*B*C	（万人泊）A*B*C*D
〔25年度〕全国18～79歳男女	9382	48.9	2.78	1.75	4589	12763	22372
前年度との差→		▲ 0.4	0.02	0.01	▲ 34	▲ 12	64
前年度比増減→					▲ 0.7%	▲ 0.1%	0.3%
〔24年度〕全国18～79歳男女	9382	49.3	2.76	1.74	4623	12775	22308
〔23年度〕全国18～79歳男女	9427	49.5	2.80	1.74	4670	13060	22739

※1　国内宿泊旅行：国内での宿泊を伴う旅行で、出張・帰省・修学旅行などを除く。ただし、友人・知人宅での宿泊、車中泊、キャンプなど宿泊施設を利用しない場合でも宿泊を伴う旅行であれば含める
※2　延べ宿泊旅行者数（万人回）：人口推計 × 宿泊旅行実施率 × 宿泊旅行実施者の年間平均旅行回数
※3　延べ宿泊数（万人泊）：延べ宿泊旅行者数 × 宿泊旅行実施者の1回の旅行当たり平均宿泊数
※　人口については次の統計値を用いて推計を行っている。ウエイトバック集計と同様に、都道府県、年齢、男女別人口より算出。
2025年度、2024年度：R6年10月1日現在人口推計　　2023年度：R5年10月1日現在人口推計　（総務省統計局）

©Recruit Co., Ltd. All rights reserved.

国内宿泊旅行実施率

■ 国内宿泊旅行の実施率（単一回答／1次調査全体）

【性・年代別】

前年度1.0ポイント以上増加

1.0ポイント以上減少

		実施率（%）			24年度→25年度の差（ポイント）	23年度→24年度の差（ポイント）
		25年度	24年度	23年度		
	全体	48.9	49.3	49.5	▲ 0.4	▲ 0.2
18～29歳	男性	53.0	52.2	55.7	0.8	▲ 3.5
	女性	61.8	62.7	63.6	▲ 0.9	▲ 0.9
30代	男性	49.1	49.9	53.3	▲ 0.8	▲ 3.4
	女性	53.4	54.5	57.1	▲ 1.1	▲ 2.6
40代	男性	45.7	46.2	48.4	▲ 0.5	▲ 2.2
	女性	47.1	48.3	49.5	▲ 1.2	▲ 1.2
50代	男性	44.4	45.5	42.5	▲ 1.1	3.0
	女性	45.3	42.9	43.8	2.4	▲ 0.9
60代	男性	51.2	47.4	50.2	3.8	▲ 2.8
	女性	48.7	48.7	48.1	0.0	0.6
70代	男性	48.0	50.4	45.4	▲ 2.4	5.0
	女性	43.4	46.6	42.3	▲ 3.2	4.3

【ライフステージ別】

		実施率（%）			24年度→25年度の差（ポイント）	23年度→24年度の差（ポイント）
		25年度	24年度	23年度		
全体		48.9	49.3	49.5	▲ 0.4	▲ 0.2
18～29歳	未婚・夫婦層	57.3	57.8	60.8	▲ 0.5	▲ 3.0
30代	未婚・夫婦層	46.2	46.8	51.1	▲ 0.6	▲ 4.3
18～29歳・30代	ファミリー層	58.3	57.3	57.8	1.0	▲ 0.5
40～50代	未婚・夫婦層	37.2	36.9	38.6	0.3	▲ 1.7
40代	ファミリー層	54.2	54.7	54.8	▲ 0.5	▲ 0.1
50代	ファミリー層	51.6	50.5	47.5	1.1	3.0
60代	全体	49.9	48.0	49.1	1.9	▲ 1.1
70代	全体	45.5	48.4	43.8	▲ 2.9	4.6

©Recruit Co., Ltd. All rights reserved.

国内宿泊旅行の年間平均回数

■ 国内宿泊旅行の年間平均回数（実数回答／国内宿泊旅行実施者）

【性・年代別】

前年度0.2ポイント以上増加

0.2ポイント以上減少

		年間平均旅行回数（回）			24年度→25年度の差	23年度→24年度の差
		25年度	24年度	23年度		
	全体	2.78	2.76	2.80	0.02	▲ 0.04
18～29歳	男性	3.02	3.44	3.19	▲ 0.42	0.25
	女性	2.86	2.99	3.00	▲ 0.13	▲ 0.01
30代	男性	2.72	2.47	2.67	0.25	▲ 0.20
	女性	2.65	2.45	2.57	0.20	▲ 0.12
40代	男性	2.56	2.68	2.60	▲ 0.12	0.08
	女性	2.33	2.37	2.49	▲ 0.04	▲ 0.12
50代	男性	2.87	2.83	2.77	0.04	0.06
	女性	2.54	2.73	2.67	▲ 0.19	0.06
60代	男性	3.28	3.12	3.23	0.16	▲ 0.11
	女性	2.92	2.82	2.85	0.10	▲ 0.03
70代	男性	3.00	2.69	2.87	0.31	▲ 0.18
	女性	2.61	2.49	2.62	0.12	▲ 0.13

【ライフステージ別】

		年間平均旅行回数（回）			24年度→25年度の差	23年度→24年度の差
		25年度	24年度	23年度		
全体		2.78	2.76	2.80	0.02	▲ 0.04
18～29歳	未婚・夫婦層	2.97	3.17	3.16	▲ 0.20	0.01
30代	未婚・夫婦層	2.89	2.70	2.93	0.19	▲ 0.23
18～29歳・30代	ファミリー層	2.50	2.50	2.36	0.00	0.14
40～50代	未婚・夫婦層	2.91	3.12	3.08	▲ 0.21	0.04
40代	ファミリー層	2.24	2.32	2.21	▲ 0.08	0.11
50代	ファミリー層	2.50	2.45	2.52	0.05	▲ 0.07
60代	全体	3.10	2.97	3.04	0.13	▲ 0.07
70代	全体	2.80	2.59	2.74	0.21	▲ 0.15

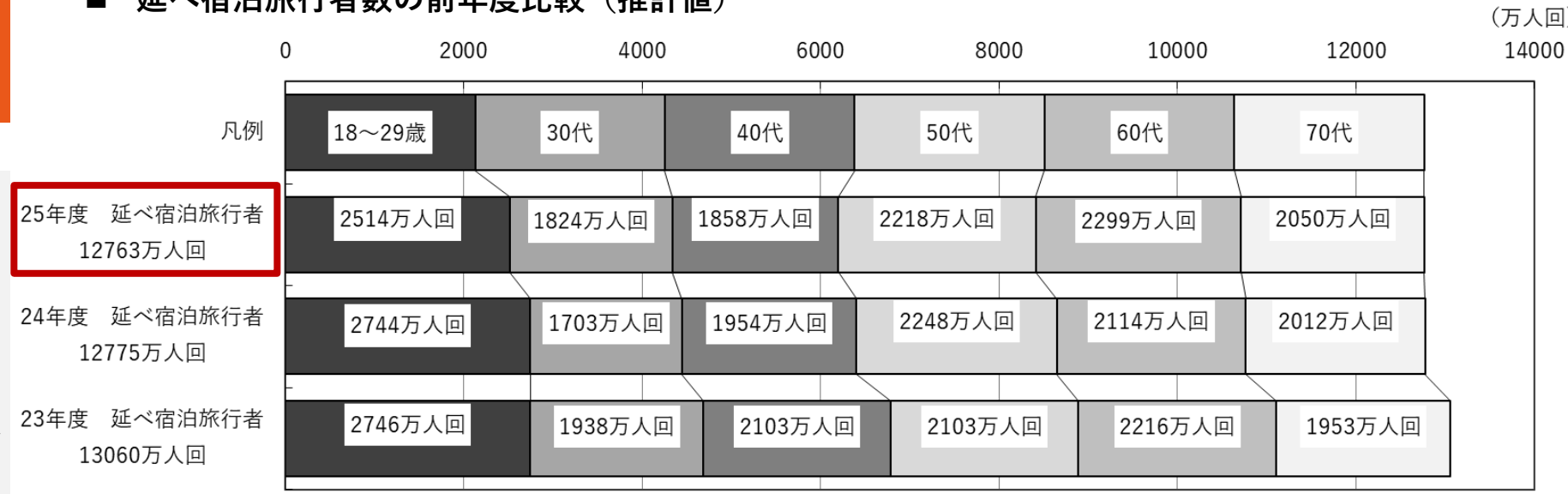
©Recruit Co., Ltd. All rights reserved.

延べ宿泊旅行者数、延べ宿泊数の推移とボリューム

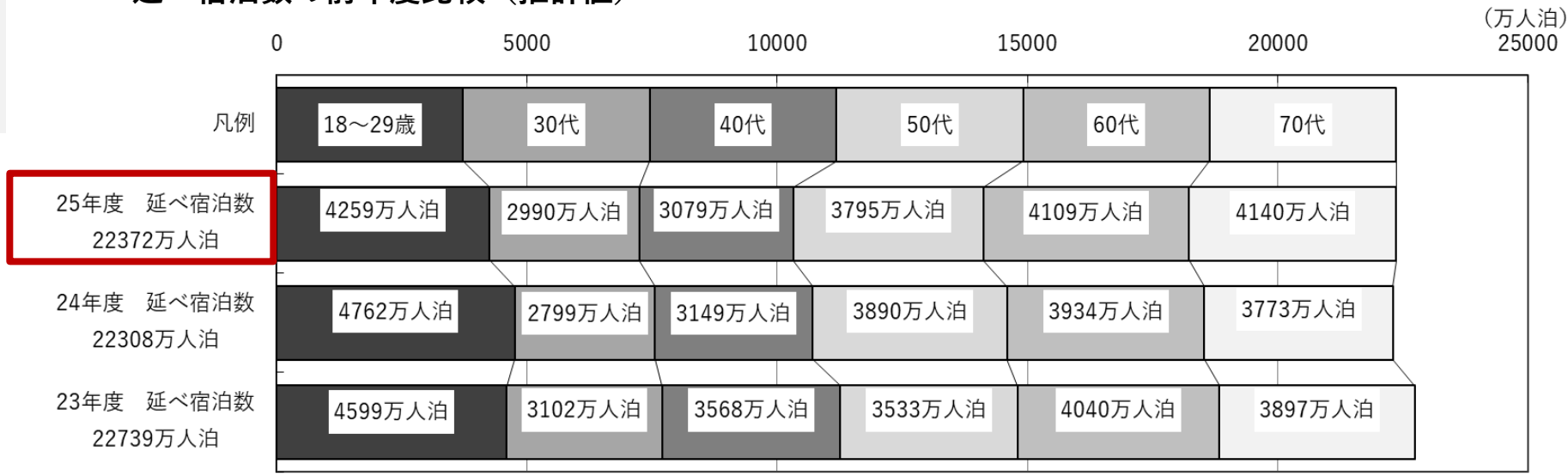
延べ宿泊旅行者数は微減一方、延べ宿泊数は微増

- 延べ宿泊旅行者数は1億2763万人回、前年度より▲0.1%。18～29歳のシェアが最も高く、19.7%を占める。
- 延べ宿泊数は2億2372万人泊で、前年度より0.3%増加。延べ宿泊旅行者数同様、18～29歳のシェアが最も高く、19.0%を占める。40～50代のシェアが減っている。

■ 延べ宿泊旅行者数の前年度比較（推計値）



■ 延べ宿泊数の前年度比較（推計値）



©Recruit Co., Ltd. All rights reserved.

大阪府・静岡県・福岡県などで延べ宿泊旅行者数が増加

延べ宿泊旅行者数が最も多かったのは東京都で1102万人。次いで北海道は975万人、大阪府は940万人。
前年比増加数が最も大きかったのは大阪府（+174万人）、次いで静岡県（+89万人）、福岡県（+32万人）。

■　都道府県別　延べ宿泊旅行者数（推計値）
※上位10都道府県

2025年度推計結果				2024年度	2023年度
順位	都道府県	推計値	（増減数）	推計値	推計値
全　国		12763万人	(-12万人)	12775万人	13060万人
1位	東京都	1102万人	(-52万人)	1154万人	1147万人
2位	北海道	975万人	(25万人)	951万人	922万人
3位	大阪府	940万人	(174万人)	766万人	800万人
4位	静岡県	713万人	(89万人)	624万人	647万人
5位	神奈川県	635万人	(-34万人)	670万人	671万人
6位	千葉県	558万人	(5万人)	553万人	601万人
7位	長野県	522万人	(-25万人)	547万人	506万人
8位	京都府	498万人	(-20万人)	518万人	546万人
9位	福岡県	493万人	(32万人)	462万人	494万人
10位	沖縄県	480万人	(5万人)	475万人	476万人

■ 都道府県別　延べ宿泊旅行者数　増加数／増加率（推計値）
※上位10都道府県

24年度→25年度 増加数	
1位	大阪府　174万人
2位	静岡県　89万人
3位	福岡県　32万人
4位	北海道　25万人
4位	福島県　25万人
6位	香川県　24万人
7位	埼玉県　23万人
8位	鳥取県　21万人
9位	佐賀県　19万人
10位	徳島県　18万人

24年度→25年度 増加率	
1位	徳島県　23.3%
2位	大阪府　22.8%
3位	佐賀県　22.0%
4位	鳥取県　20.2%
5位	香川県　17.6%
6位	埼玉県　16.1%
7位	静岡県　14.2%
8位	愛媛県　11.5%
9位	福島県　9.5%
10位	福岡県　6.8%

©Recruit Co., Ltd. All rights reserved.

大阪・関西万博を追い風に、関西が広域から旅行需要を獲得

- 宿泊先別では、関西ブロックが前年度比82万人回増と最も大きく伸長。関東をはじめ、九州や甲信越・北陸など幅広い地域から旅行者を取り込んだ。
- 一方、甲信越・北陸は関東からの旅行者減少が響き、105万人回減となった。

	単位（万人回）	宿泊先ブロック 北海道ブロック	東北ブロック	関東ブロック	甲信越・北陸ブロック	東海ブロック	関西ブロック	中四国ブロック	九州ブロック	沖縄ブロック
全体	25年度	975	1262	3293	1476	1561	2341	1314	1553	480
	24年度	951	1216	3330	1581	1501	2259	1300	1501	475
	23年度	922	1218	3397	1566	1544	2324	1320	1560	476
	25年度-24年度	25	46	-37	-105	60	82	14	52	5
（24年度との差）居住ブロック	北海道ブロック	-18	-2	-11	10	0	-9	-4	-7	0
	東北ブロック	-14	16	-30	-5	-3	4	-5	0	-3
	関東ブロック	12	9	34	-72	71	66	27	37	21
	甲信越・北陸ブロック	1	7	17	-26	-9	18	0	9	1
	東海ブロック	20	4	-23	-2	-18	5	-12	6	-2
	関西ブロック	2	0	-43	-5	4	-20	-30	2	0
	中四国ブロック	25	6	6	6	9	8	46	-2	-7
	九州ブロック	0	2	15	-16	1	20	-10	14	-3
	沖縄ブロック	-4	6	-1	5	5	-9	2	-8	-2

※全体増減/-100万人回以上：網かけ白文字　※セルごと増減　20万人以上増　20万人以上減

©Recruit Co., Ltd. All rights reserved.

国内宿泊旅行の同行者（単一回答／延べ宿泊旅行件数ベース）

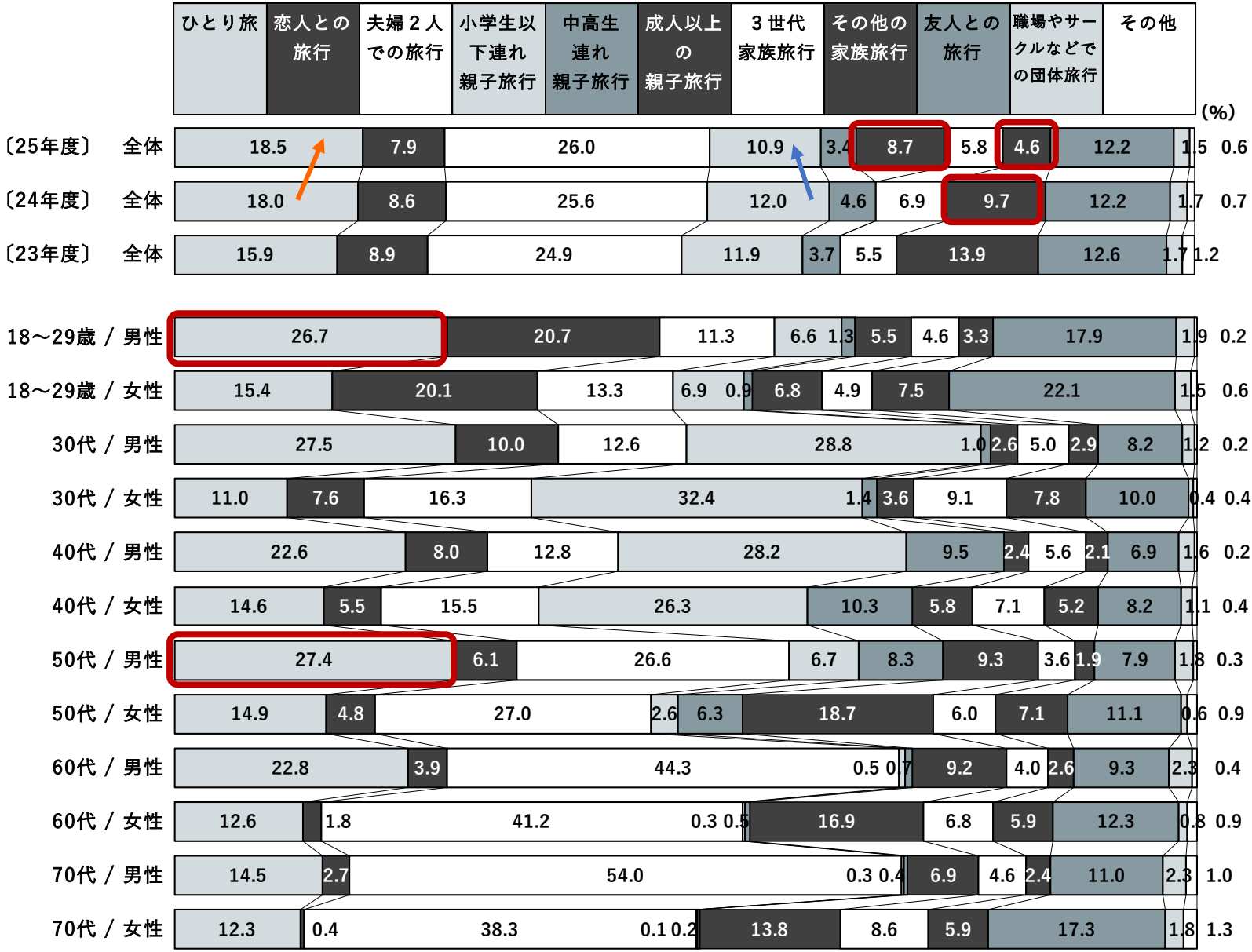
同行形態では夫婦旅行が最多
ひとり旅は微増、
小学生以下連れ旅行は微減

- 同行者は割合が高い順に
  ①「夫婦2人での旅行」　26.0%
  ②「ひとり旅」　18.5%
  ③「友人との旅行」　12.2%

- 2025年度から新たに追加した「成人以上の親子旅行」は8.7%と、これまで「その他の家族旅行」に含まれていた旅行形態の一部が可視化された。

- 前年度から、「ひとり旅」が0.5ポイント増加した一方、「小学生以下連れ親子旅行」は1.1ポイント減少。

- 「ひとり旅」は男性でシェアが高い。18歳～29歳男性では26.7%、50代の男性では27.4%を占める。



※25年度に「成人以上の親子旅行」を追加。実際の選択肢は「成人した子どもとの親子旅行」

©Recruit Co., Ltd. All rights reserved.

国内宿泊旅行の宿泊数（単一回答／延べ宿泊旅行件数ベース）

宿泊旅行は短日数中心、2泊は微増
シニア・ひとり旅は長め、
3世代・友人・団体は1泊が6割超

- 宿泊数は「1泊」が57.5％と過半数を占め、平均宿泊数は1.75泊と前年度からほぼ横ばい。前年度と比べると「2泊」が1.1ポイント増加し、3泊以上は0.9ポイント減少しており、宿泊旅行は引き続き短日数傾向が中心となっている。
- 性・年代別では60代・70代の平均宿泊数が多く、シニア層で長めの旅行傾向が見られる。
- 同行者別では、ひとり旅の平均宿泊数が2.05泊と多く、比較的長めの旅行になりやすい一方、3世代家族旅行・友人との旅行や団体旅行では1泊比率が高い。

単位（％）		1泊	2泊	3泊	4泊	5泊	6泊以上	前年度との差（ポイント） 1泊	2泊	3泊以上	平均宿泊数（泊） 25年度	24年度	23年度
25年度　全体		57.5	28.0	8.9	2.8	1.4	1.5	▲ 0.2	1.1	▲ 0.9	1.75	1.74	1.74
性・年代別	18～29歳 / 男性	52.6	30.6	10.7	3.8	1.4	0.9	0.2	0.4	▲ 0.6	1.76	1.79	1.72
	18～29歳 / 女性	60.3	28.0	8.1	1.7	1.2	0.8	1.7	0.1	▲ 1.7	1.63	1.68	1.63
	30代 / 男性	57.6	27.5	10.1	2.5	1.5	0.9	▲ 0.5	1.9	▲ 1.3	1.71	1.69	1.65
	30代 / 女性	63.6	25.0	7.2	2.1	1.1	1.0	0.1	▲ 0.8	0.7	1.57	1.60	1.55
	40代 / 男性	57.2	29.4	7.9	2.6	2.1	0.9	▲ 3.8	3.7	0.2	1.70	1.63	1.77
	40代 / 女性	61.3	26.7	7.4	2.3	1.4	0.8	▲ 2.1	1.5	0.5	1.61	1.59	1.62
	50代 / 男性	57.9	26.9	9.3	2.7	1.5	1.7	0.5	▲ 0.2	▲ 0.4	1.73	1.74	1.66
	50代 / 女性	59.8	26.7	8.6	2.2	1.1	1.6	0.6	▲ 0.1	▲ 0.5	1.69	1.72	1.70
	60代 / 男性	57.6	26.5	9.7	2.9	1.4	1.9	3.7	▲ 1.6	▲ 2.0	1.82	1.90	1.86
	60代 / 女性	55.6	29.1	10.2	2.6	1.2	1.3	▲ 1.5	3.0	▲ 1.5	1.75	1.82	1.78
	70代 / 男性	52.5	29.3	8.9	3.9	1.7	3.6	▲ 2.6	4.2	▲ 1.6	2.22	1.96	2.05
	70代 / 女性	54.3	29.9	8.0	4.0	1.5	2.3	0.5	1.5	▲ 1.9	1.80	1.79	1.94
同行者別	ひとり旅	55.9	26.1	9.2	3.4	2.1	3.3	1.2	0.9	▲ 2.1	2.05	1.95	2.01
	恋人との旅行	58.0	28.8	8.7	2.1	1.8	0.7	0.9	▲ 1.2	0.3	1.66	1.74	1.61
	夫婦２人での旅行	54.2	29.2	9.8	3.7	1.4	1.8	▲ 0.7	1.7	▲ 1.1	1.81	1.83	1.87
	小学生以下連れ親子旅行	58.6	27.8	9.1	2.4	1.3	0.8	▲ 3.0	2.7	0.3	1.63	1.62	1.61
	中高生連れ親子旅行	54.2	31.9	8.8	2.8	1.5	0.8	▲ 1.3	3.7	▲ 2.4	1.70	1.73	1.67
	成人以上の親子旅行	58.5	29.0	9.1	1.6	1.0	0.8	*	*	*	1.64	*	*
	３世代家族旅行	62.7	24.4	7.8	3.3	1.2	0.7	▲ 1.3	1.0	0.3	1.61	1.55	1.55
	その他の家族旅行	62.1	26.3	7.5	2.2	1.1	0.8	1.7	▲ 1.3	▲ 0.3	1.57	1.61	1.64
	友人との旅行	60.9	28.7	7.3	1.5	0.9	0.6	1.9	▲ 0.4	▲ 1.5	1.56	1.64	1.59
	団体旅行	62.9	26.0	8.2	1.7	0.8	0.4	▲ 1.3	1.7	▲ 0.5	1.54	1.53	1.55

凡例
白字　全体より3ポイント以上高い
太字　全体より3ポイント以上低い
白字　前年度より3ポイント以上高い
太字　前年度より3ポイント以上低い

※　団体旅行＝職場やサークルなどでの団体旅行
※　「成人以上の親子旅行」は25年度に追加

©Recruit Co., Ltd. All rights reserved.

国内宿泊旅行の目的（上位10項目）（複数回答／延べ宿泊旅行件数ベース）

旅の目的は、食・温泉・宿が中心

- 「地元の美味しいものを食べる」（43.7%）が最も高く、「温泉や露天風呂に入る」「宿を楽しむ」（ともに35.6%）が続く。前年度より「宿を楽しむ」は1.4ポイント増加、「地元の美味しいものを食べる」は1.5ポイント減少した。
- 同行者別では、恋人・夫婦・成人親子・3世代家族旅行で「地元の美味しいものを食べる」が全体より高い。小学生以下連れは「テーマパーク」、中高生連れは「ショッピングセンターやアウトレットに行く」、ひとり旅は「友人・親戚を訪ねる」が全体を上回る。

		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	名所、旧跡をめぐる	まちあるき、都市散策をする	テーマパーク（遊園地、動物園、博物館など）に行く	歴史文化を楽しむ	友人・親戚を訪ねる	花見や紅葉などの自然にふれる	ショッピングセンターやアウトレットに行く
25年度　全体		43.7	35.6	35.6	22.8	18.3	15.8	11.7	9.2	9.1	8.1
24年度　全体		45.2	35.7	34.2	23.4	18.7	15.7	11.8	9.7	10.0	8.0
23年度　全体		45.3	36.3	34.1	24.5	18.7	16.2	*	9.5	10.7	8.1
25年度 性・年代別	18～29歳 / 男性	39.5	33.4	39.9	20.8	14.9	18.2	9.2	8.1	10.2	10.4
	18～29歳 / 女性	39.8	24.2	35.3	14.2	15.4	19.2	5.8	7.9	6.8	9.1
	30代 / 男性	43.5	33.4	41.7	18.1	16.3	20.6	8.0	8.0	10.2	10.5
	30代 / 女性	42.9	30.8	38.6	15.7	15.5	27.8	6.4	7.9	8.0	8.3
	40代 / 男性	43.9	34.6	42.2	23.0	17.7	20.3	12.2	7.8	9.3	10.3
	40代 / 女性	44.2	33.2	35.1	17.6	20.1	22.7	9.4	7.0	6.5	9.7
	50代 / 男性	48.4	34.5	33.8	25.9	19.3	10.8	12.2	8.9	8.0	7.1
	50代 / 女性	46.3	35.4	34.2	24.5	21.9	12.6	12.9	10.0	8.3	7.3
	60代 / 男性	43.5	40.2	32.0	27.7	18.7	9.9	15.5	10.2	8.5	5.7
	60代 / 女性	47.0	39.2	34.6	26.5	20.9	12.7	15.5	10.5	10.2	6.3
	70代 / 男性	43.5	45.9	29.8	29.5	17.3	7.5	16.7	11.9	11.2	5.6
	70代 / 女性	42.1	44.5	31.0	29.9	21.3	9.0	16.8	12.0	12.2	7.2
25年度 同行者別	ひとり旅	30.9	19.5	22.6	20.5	20.1	7.6	11.0	16.8	7.2	6.6
	恋人との旅行	48.1	37.8	44.6	20.5	16.8	19.6	8.5	5.1	10.9	10.5
	夫婦２人での旅行	49.1	43.4	36.6	28.5	19.3	9.9	15.0	8.5	11.3	6.9
	小学生以下連れ親子旅	40.3	35.4	43.0	13.8	12.7	38.8	6.5	6.3	7.4	10.7
	中高生連れ親子旅行	44.2	34.7	35.6	24.0	18.7	24.4	11.3	7.0	7.2	13.6
	成人以上の親子旅行	48.3	39.7	39.4	25.6	21.9	14.5	14.2	6.4	7.8	9.7
	３世代家族旅行	48.5	48.5	49.8	17.5	14.5	25.4	9.3	6.8	9.4	7.8
	その他の家族旅行	46.2	38.6	39.7	24.7	18.5	14.0	12.2	8.0	10.3	7.4
	友人との旅行	45.9	33.1	31.3	22.8	19.4	13.6	11.3	9.3	8.8	7.3
	団体旅行	38.5	30.1	25.7	23.7	12.0	5.9	16.0	2.3	5.9	5.5

凡例　白字 25年度の全体より5ポイント以上高い　　太字 25年度の全体より5ポイント以上低い　　単位（%）

※　団体旅行＝職場やサークルなどでの団体旅行
※　「成人以上の親子旅行」は25年度に追加

©Recruit Co., Ltd. All rights reserved.

国内宿泊旅行の宿泊タイプ（単一回答／延べ宿泊旅行件数ベース）

「1泊2食つき」が41.8%で最多
シニア・3世代は食事つき、
若年女性・ひとり旅は素泊まり

- 宿泊タイプは「1泊2食つき」が41.8%で最も高く、「1泊朝食つき」29.0%、「素泊まり」26.7%が続く。前年度と比べると、「1泊2食つき」は0.4ポイント増加、「素泊まり」は0.4ポイント減少となった。
- 性・年代別では、60代・70代で「1泊2食つき」の割合が全体より高く、70代は男女とも約6割を占める。一方、18～29歳女性では「素泊まり」が43.2%で、同年代男性を上回る。
- 同行者別では、3世代家族旅行で「1泊2食つき」が63.9%と最も高く、前年度からも3.3ポイント増加。「素泊まり」はひとり旅では43.7%、友人との旅行では34.3%と、全体を大きく上回る。

単位（%）

			1泊2食つき	1泊朝食つき	1泊夕食つき	素泊まり	その他	前年度との差・抜粋（ポイント） 1泊2食つき	1泊朝食つき	1泊夕食つき	素泊まり	その他
	25年度　全体		41.8	29.0	2.4	26.7	0.1	0.4	0.1	▲ 0.1	▲ 0.4	0.0
性・年代別	18～29歳	男性	33.6	28.7	6.9	30.8	-	1.8	1.1	▲ 1.0	▲ 1.9	-
	18～29歳	女性	26.9	26.0	3.8	43.2	0.1	▲ 2.1	1.0	▲ 0.1	1.3	▲ 0.1
	30代	男性	38.7	28.5	5.0	27.7	0.0	▲ 3.3	0.3	1.0	1.9	0.0
	30代	女性	36.7	30.1	2.3	30.8	0.1	▲ 1.6	2.5	0.7	▲ 1.4	0.0
	40代	男性	42.0	30.3	3.3	24.3	0.1	2.7	▲ 1.7	0.3	▲ 1.3	0.1
	40代	女性	36.7	28.5	1.4	33.3	0.1	0.7	▲ 3.0	▲ 0.2	2.6	▲ 0.1
	50代	男性	37.7	33.2	1.4	27.6	0.1	1.1	1.2	▲ 0.4	▲ 1.9	0.0
	50代	女性	40.1	29.9	1.2	28.7	0.1	2.2	▲ 0.8	0.3	▲ 1.7	0.0
	60代	男性	47.5	29.5	1.0	21.7	0.2	2.2	▲ 2.1	▲ 0.3	0.1	0.2
	60代	女性	46.2	31.1	0.6	22.0	0.0	▲ 2.3	1.9	▲ 0.7	1.2	▲ 0.2
	70代	男性	59.9	25.8	0.7	13.3	0.2	2.4	▲ 0.8	0.3	▲ 1.6	▲ 0.4
	70代	女性	59.4	26.2	1.3	12.8	0.4	▲ 0.1	0.7	0.5	▲ 1.2	0.2
同行者別	ひとり旅		18.8	35.5	2.0	43.7	0.0	2.0	1.4	0.0	▲ 3.4	▲ 0.1
	恋人との旅行		38.1	28.0	3.5	30.3	0.1	0.9	0.7	▲ 0.3	▲ 1.1	▲ 0.2
	夫婦２人での旅行		50.4	28.5	2.0	19.0	0.1	1.3	▲ 1.4	0.1	0.0	0.0
	小学生以下連れ親子旅行		44.6	30.1	4.4	20.8	0.1	▲ 1.8	▲ 0.4	0.4	1.8	0.1
	中高生連れ親子旅行		41.2	31.0	3.2	24.5	0.1	0.8	▲ 0.3	▲ 1.0	0.4	0.1
	成人以上の親子旅行		45.2	28.1	2.4	24.1	0.2	*	*	*	*	*
	３世代家族旅行		63.9	20.8	1.7	13.3	0.3	3.3	▲ 0.4	▲ 0.9	▲ 1.9	▲ 0.1
	その他の家族旅行		46.0	29.5	1.1	23.3	0.2	▲ 1.4	3.2	0.3	▲ 2.1	0.1
	友人との旅行		38.9	24.6	2.1	34.3	0.1	0.4	▲ 1.0	▲ 0.3	0.9	▲ 0.1
	団体旅行		52.1	29.2	1.9	16.4	0.4	▲ 4.7	6.3	▲ 0.2	▲ 1.5	0.1

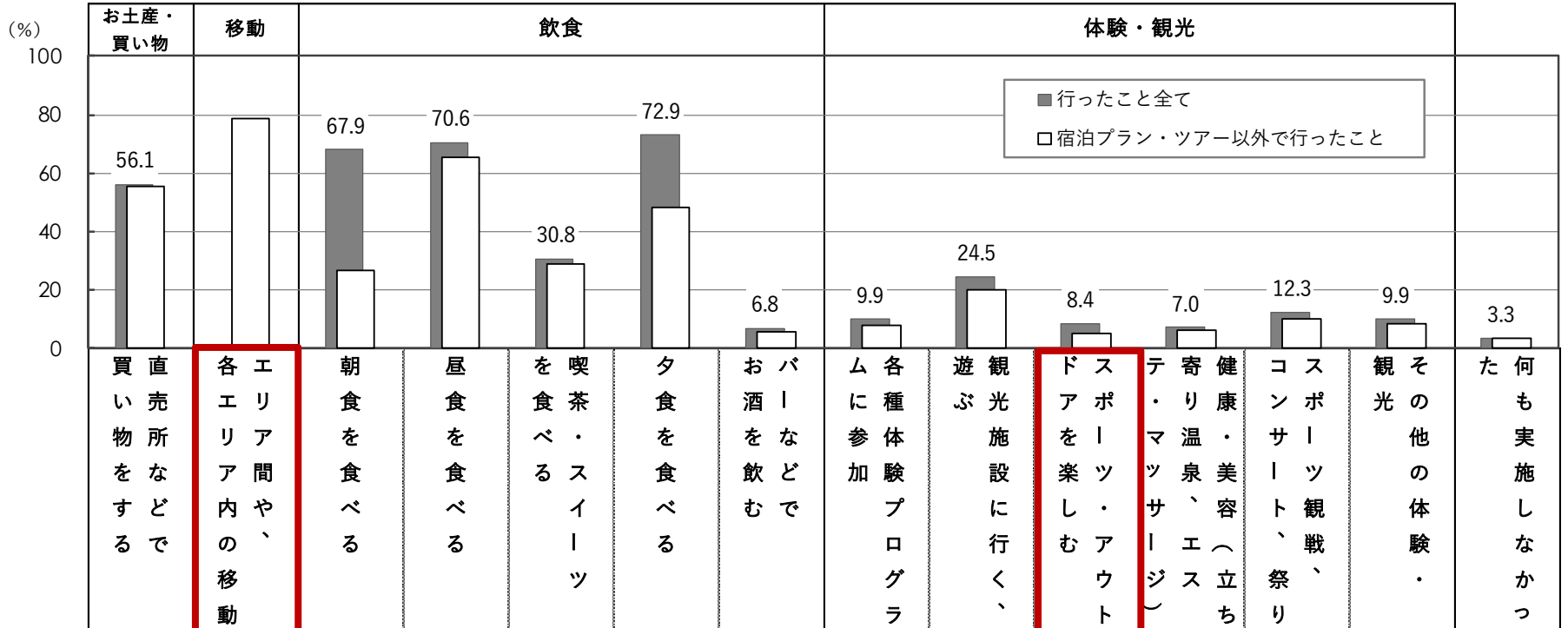
凡例　白字 全体より3ポイント以上高い　太字 全体より3ポイント以上低い　／　白字 前年度より3ポイント以上高い　太字 前年度より3ポイント以上低い

※ 団体旅行＝職場やサークルなどでの団体旅行
※ 「成人以上の親子旅行」は25年度に追加

©Recruit Co., Ltd. All rights reserved.

国内宿泊旅行　現地消費の詳細（追加消費行動、平均回数、平均金額／延べ宿泊旅行件数ベース）

- コンテンツごとの平均金額は、「喫茶・スイーツを食べる」を除く全ての項目で前年度より上昇。
- 特に「スポーツ・アウトドアを楽しむ」「エリア間や、各エリア内の移動」で平均金額の上昇幅が大きい。



25年度	買い物をする（直売所などで）	各エリア内の移動（エリア間や、）	朝食を食べる	昼食を食べる	を食べる（喫茶・スイーツ）	夕食を食べる	お酒を飲む（バーなどで）	ムに参加（各種体験プログラ）	遊ぶ（観光施設に行く、）	ドアを楽しむ（スポーツ・アウト	テ・マッサージ）（寄り温泉、エス（健康・美容へ立ち	コンサート、祭り（スポーツ観戦、	観光（その他の体験・	た（何も実施しなかっ
旅行中におこなったすべての行動（%）	56.1	–	67.9	70.6	30.8	72.9	6.8	9.9	24.5	8.4	7.0	12.3	9.9	3.3
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）（%）	55.7	78.6	26.7	65.2	29.1	48.1	5.6	7.9	19.8	5.1	6.0	10.1	8.2	3.6
平均回数（回）	–	–	1.8	2.0	1.8	1.9	1.4	1.5	1.5	1.8	1.5	1.4	1.8	
平均金額（円）	7,340	13,570	1,670	2,250	1,470	4,120	5,880	4,400	6,350	8,820	2,570	9,960	3,760	
参考：24年度の平均金額	7,060	12,220	1,590	2,180	1,520	4,110	5,760	4,150	6,050	7,120	2,470	9,650	3,420	
参考：23年度の平均金額	6,830	11,280	1,410	2,040	1,370	4,020	5,200	3,780	6,060	6,980	2,290	8,600	3,550	

※金額は十の位までの四捨五入

©Recruit Co., Ltd. All rights reserved.

旅行時に実施したこと①【体験・交流志向】【こだわり志向】【話題・ネタ志向】（実施した・計）

- 旅行先で実施したことでは、地域固有性を重視する項目が高い。
- 40代以下を中心に、地域貢献や地域文化に触れる旅行への関心が全体より高い。

		体験・交流志向									こだわり志向			話題・ネタ志向		
		自ら主体的に参加する・体験する	地域のためになること、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	環境に配慮した取り組みをしている地域・施設を選ぶ	地元の人に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なりそうな旅をする	旅行者同士が交流・出会える宿を選ぶ	旅行先にふるさと納税をする	そこにしかないものを見る・体験する	地域らしさを感じられるものを選ぶ	有名でなくても、自分なりにこだわったものを選ぶ	テレビや雑誌で人気、有名なものを選ぶ	ネタになる・映えることをする	人に勧められたものを選ぶ
25年度　全体		**29.7**	**25.5**	**25.2**	**23.3**	**23.0**	**23.0**	**19.6**	**18.2**	**15.0**	**52.6**	**49.9**	**46.6**	**25.9**	**25.5**	**24.5**
24年度　全体		**29.6**	**25.1**	**24.8**	**23.0**	**22.8**	**22.4**	**18.7**	**17.5**	**14.1**	**52.7**	**50.1**	**46.8**	**26.1**	**24.9**	**24.9**
23年度　全体		**28.6**	**24.5**	**24.2**	**21.8**	**21.7**	**21.2**	**17.1**	**16.2**	**13.6**	**53.6**	**50.2**	**46.9**	**25.9**	**24.6**	**23.9**
25年度 性・年代別	18～29歳 / 男性	**42.1**	**39.3**	**39.7**	**38.5**	**38.1**	**35.9**	**38.8**	**33.3**	**31.5**	54.4	51.4	**51.9**	**37.4**	**41.1**	**37.6**
	18～29歳 / 女性	**36.2**	29.7	28.6	26.9	26.0	**28.4**	**28.7**	**24.6**	**21.4**	54.5	48.1	48.0	**31.4**	**39.1**	**31.7**
	30代 / 男性	**38.7**	**36.6**	**34.3**	**34.1**	**33.7**	**31.0**	**33.1**	**30.5**	**27.2**	53.4	49.8	49.4	**35.2**	**34.9**	**34.1**
	30代 / 女性	31.6	21.7	25.9	20.5	21.3	21.3	18.4	17.4	15.8	53.9	47.8	48.5	25.4	26.3	26.4
	40代 / 男性	**37.5**	**32.1**	**32.2**	27.5	26.0	26.5	**27.2**	23.1	**23.4**	52.9	50.1	48.2	**31.2**	30.1	**29.6**
	40代 / 女性	31.2	23.4	24.5	20.3	20.1	20.5	16.8	13.8	12.1	55.4	51.6	45.9	26.6	24.1	22.7
	50代 / 男性	28.0	25.7	25.3	22.5	20.3	21.6	18.1	15.4	14.2	51.7	50.0	46.6	22.9	23.4	22.6
	50代 / 女性	24.3	18.1	17.9	16.0	16.8	19.1	10.1	10.6	7.7	54.0	50.3	47.7	23.4	20.2	18.7
	60代 / 男性	22.6	21.8	19.2	18.8	19.6	17.5	14.1	14.6	11.0	47.4	47.3	39.3	19.4	19.6	17.9
	60代 / 女性	21.2	19.2	15.7	17.9	19.1	17.2	9.3	10.7	5.9	54.2	**55.2**	46.6	21.4	16.2	18.6
	70代 / 男性	22.4	17.7	20.5	17.3	18.0	15.0	12.2	12.4	4.6	46.1	45.4	38.8	16.8	14.7	14.7
	70代 / 女性	19.7	19.4	17.4	19.3	16.4	20.2	7.3	11.9	3.8	52.1	52.4	47.2	18.1	13.0	18.0

凡例　**25年度の全体より5ポイント以上高い**　25年度の全体より5ポイント以上低い　　単位（%）

24年度との差	**0.1**	**0.4**	**0.4**	**0.3**	**0.2**	☀ **0.6**	☀ **0.9**	☀ **0.7**	☀ **0.9**	▲ 0.1	▲ 0.2	▲ 0.2	▲ 0.2	☀ **0.6**	▲ 0.4
23年度との差	**1.1**	**1.0**	**1.0**	**1.5**	**1.3**	**1.8**	**2.5**	**2.0**	**1.4**	▲ 1.0	▲ 0.3	▲ 0.3	0.0	0.9	0.6

単位（%）

☀ 前年度から0.5ポイント以上増加

☂ 0.5ポイント以上減少

※ 実施した・計：「意識して実施した」と「意識しなかったが、実施した」の計

©Recruit Co., Ltd. All rights reserved.

旅行時に実施したこと②【リピート志向】【欲張り志向】【節約志向】【事前準備志向】【その他】（実施した・計）

➢ リピート志向が微増。
コスパ・タイパ志向は
微減している。

		リピート志向			欲張り志向				節約志向		事前準備志向		その他		
		行ったことのある旅行先をくり返し選ぶ	昔行ったことのある旅行先を訪れる	何度も訪れている宿や飲食店を選ぶ	時間的に効率のよい旅行行程や行動をとる	今まで行ったことのない旅行先を選ぶ	旅行先でやりたいことがあれば、多少予算がオーバーしてもや	なるべく色々な場所をたくさん廻る	費用をできるだけ抑える	格安の宿を選ぶ	出発前に立ち寄り先などの計画をたてる	出発前に現地での飲食店や体験プログラムを予約する	旅先での旅行行動（飲食や体験プログラム等）は現地で決め	老舗・歴史のあるものを選ぶ	高級感のあるラグジュアリーな宿を選ぶ
25年度　全体		**38.8**	**36.9**	**35.5**	**54.6**	**41.7**	**41.0**	**38.1**	**50.1**	**40.3**	**64.9**	**32.5**	**55.3**	**33.3**	**26.5**
24年度　全体		**38.3**	**36.2**	**33.7**	**56.2**	**41.6**	**40.9**	**37.7**	**50.3**	**40.8**	**64.0**	**31.1**	**55.7**	**33.3**	**27.1**
23年度　全体		**37.9**	**36.0**	**33.0**	**56.5**	**41.4**	**41.5**	**38.9**	**50.9**	**40.2**	**65.5**	**30.8**	**56.0**	**32.0**	**26.3**
25年度 性・年代別	18～29歳 / 男性	41.4	42.0	44.4	53.1	47.7	48.7	49.9	52.5	51.3	58.5	40.6	57.0	40.2	35.6
	18～29歳 / 女性	34.6	32.9	34.4	52.4	48.3	49.4	46.3	54.5	50.3	63.5	40.2	57.3	30.8	29.6
	30代 / 男性	43.8	42.0	40.3	51.0	46.3	47.6	44.4	48.0	42.8	62.0	41.5	56.0	38.8	33.9
	30代 / 女性	34.8	33.7	34.1	52.8	41.8	45.2	40.0	50.9	41.5	70.9	40.0	55.7	28.4	26.3
	40代 / 男性	40.5	38.9	39.9	53.9	44.2	45.3	41.7	50.0	41.5	65.4	37.3	56.4	37.5	31.0
	40代 / 女性	36.6	35.3	34.6	57.1	42.1	42.2	39.0	52.8	41.6	69.1	33.2	56.2	29.5	25.3
	50代 / 男性	41.0	39.9	36.6	54.4	38.2	41.1	36.1	51.9	38.7	67.4	30.0	56.2	35.5	21.6
	50代 / 女性	34.7	31.0	31.0	56.8	41.0	37.2	34.2	48.6	37.3	66.7	27.4	54.9	30.2	21.2
	60代 / 男性	37.4	37.8	34.0	49.7	37.1	34.4	32.8	47.0	36.7	67.4	26.9	51.3	30.6	23.7
	60代 / 女性	39.2	33.2	31.1	61.2	39.6	33.8	30.7	46.4	32.5	68.3	28.9	56.4	32.1	23.6
	70代 / 男性	38.8	36.9	33.8	58.0	35.7	31.8	30.2	51.3	34.2	61.5	23.5	53.5	33.1	21.9
	70代 / 女性	43.7	40.6	31.6	54.9	36.9	33.8	30.1	46.4	32.3	58.3	20.2	52.0	33.3	24.4

凡例　25年度の全体より5ポイント以上高い　25年度の全体より5ポイント以上低い　単位（%）

24年度との差	☀ 0.5	☀ 0.7	☀ 1.8	🌧 ▲ 1.6	0.1	0.1	0.4	▲ 0.2	🌧 ▲ 0.5	☀ 0.9	☀ 1.4	▲ 0.4	0.0	🌧 ▲ 0.6
23年度との差	0.9	0.9	2.5	▲ 1.9	0.3	▲ 0.5	▲ 0.8	▲ 0.8	0.1	▲ 0.6	1.7	▲ 0.7	1.3	0.2

単位（%）

☀ 前年度から0.5ポイント以上増加

🌧 0.5ポイント以上減少

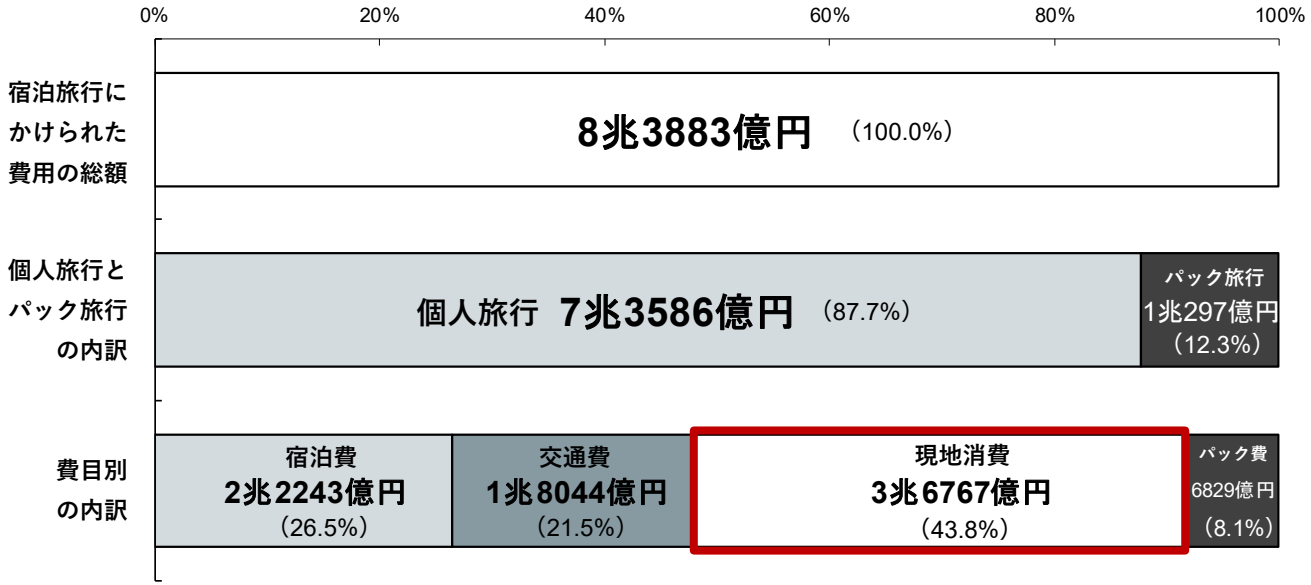
※ 実施した・計：「意識して実施した」と「意識しなかったが、実施した」の計

©Recruit Co., Ltd. All rights reserved.

旅行者数は微減も旅行費用総額は拡大。現地消費が市場を下支え。

旅行費用総額は、推計で8兆3883億円、前年度比＋2.5％となった。
費目別では現地消費が3兆6767億円と最も大きく、全体の43.8％を占めた。

■ 国内宿泊旅行にかけられた費用総額（推計値）



宿泊旅行にかけられた費用の総額（億円）		前年度比増減
25年度	8兆3883	2.5%
24年度	8兆1867	3.4%
23年度	7兆9172	－

＜全国の宿泊旅行費用総額の推計方法＞
①集計データより全国の性・年代別の個人旅行とパック旅行の延べ宿泊旅行者数を推計
②全国の性・年代・手配方法（個人orパック）別の旅行費用の平均値（単価）を算出
③全国の性・年代・手配方法別の延べ宿泊旅行者数に単価を乗じ、性・年代・手配方法別の費用総額を算出
④性・年代別の費用総額の結果を積み上げて全国の宿泊旅行費用総額を算出

©Recruit Co., Ltd. All rights reserved.

1回当たり旅行費用は上昇、特に現地消費が増加。

- 1回当たり旅行費用は6万5,700円で、前年度から1,600円増加。
- 宿泊＋交通費はほぼ横ばいの一方、現地消費は2万8,800円（前年度＋1,700円）に増加した。
- 性・年代別では18～29歳男性の現地消費が33,500円と最も高く、若年層の現地での支出が目立つ。

■ 国内宿泊旅行にかかった費用
（実数回答／延べ宿泊旅行件数ベース）

単位（円）

		全旅行者 総額	全旅行者 宿＋交通費	全旅行者 現地消費	個人旅行 1泊当たりの宿泊費
	25年度　全体	↑65,700	36,900	↑28,800	13,300
	24年度　全体	64,100	37,000	27,100	13,600
	23年度　全体	60,600	34,800	25,800	12,800
25年度 性・年代別	18～29歳 / 男性	64,800	31,300	33,500	11,100
	18～29歳 / 女性	59,900	31,800	28,100	12,200
	30代 / 男性	64,000	33,700	30,300	13,000
	30代 / 女性	62,500	33,700	28,800	14,200
	40代 / 男性	64,300	34,000	30,300	12,900
	40代 / 女性	64,100	35,000	29,100	14,100
	50代 / 男性	66,500	35,800	30,700	12,300
	50代 / 女性	64,400	37,500	26,900	13,600
	60代 / 男性	68,900	39,500	29,400	13,500
	60代 / 女性	71,400	43,200	28,200	14,900
	70代 / 男性	67,600	43,300	24,300	14,200
	70代 / 女性	70,500	44,700	25,800	14,700

↑ 前年度から上昇

単位（円）

		全旅行者 総額	全旅行者 宿＋交通費	全旅行者 現地消費	個人旅行 1泊当たりの宿泊費
25年度 同行者別	ひとり旅	66,000	35,900	30,100	9,100
	恋人との旅行	68,100	34,000	34,100	14,000
	夫婦２人での旅行	67,800	40,800	27,000	14,300
	小学生以下連れ親子旅行	59,800	30,900	28,900	13,700
	中高生連れ親子旅行	67,900	35,300	32,600	13,400
	成人以上の親子旅行	66,700	39,000	27,700	15,600
	３世代家族旅行	62,300	36,300	26,000	17,000
	その他の家族旅行	60,600	36,900	23,700	14,800
	友人との旅行	65,300	35,400	29,900	12,600
	団体旅行	75,900	44,100	31,800	15,700

※ 団体旅行＝職場やサークルなどでの団体旅行
※ 「成人以上の親子旅行」は25年度に追加

※ 各金額は、1回の国内宿泊旅行における大人1人当たりの金額。18歳未満の子ども連れで行った場合、全員でかかった金額を、同行した18歳以上の大人の人数で割っている
※ 現地消費は、旅行中に、現地で消費した費用の合計。お土産・買い物、飲食、体験・観光、移動などの中で、実施した行動の費用の合計を指す。ただし、宿泊プラン・ツアーに含まれていた費用は除く
※ 百の位までの四捨五入

©Recruit Co., Ltd. All rights reserved.

1 2025年度 国内宿泊旅行の市場動向

2 テーマ別 都道府県魅力度・満足度ランキング

3 エリア別の動向・特徴

テーマ別満足度項目一覧

11のテーマ別評価および総合満足度は、それぞれ5段階で聴取し、「とても満足」「やや満足」の合計を「満足・計」として都道府県別にランキング化。

66.5%	地元ならではのおいしい食べ物があった	
55.3%	魅力のある特産品や土産物があった	
60.5%	魅力的な宿泊施設があった	
35.0%	子どもが楽しめるスポットや施設・体験が多かった	
37.0%	若者が楽しめるスポットや施設・体験が多かった	
51.1%	大人が楽しめるスポットや施設・体験が多かった	
	総合満足度 旅行全体の満足度を評価する重要指標 **84.2%**	
	ご当地ならではの体験・アクティビティが楽しめた	47.8%
	地元の人のホスピタリティを感じた	37.2%
	現地で良い観光情報を入手できた	35.9%
	現地へのアクセスが良かった	52.6%
	エリア内の交通利便性が良かった	46.5%

※数値は、各テーマ別評価の全体平均

©Recruit Co., Ltd. All rights reserved.

テーマ別ランキング【地元ならではのおいしい食べ物があった】

■トップ10

25年度 順位		24年度
全体平均	66.5	67.1
1位 石川県	79.6	77.1
2位 香川県	78.6	76.3
3位 宮崎県	78.5	68.8
4位 宮城県	77.4	74.6
5位 富山県	77.3	74.5
6位 高知県	77.2	82.6
7位 長崎県	76.8	80.5
8位 北海道	75.4	77.5
9位 島根県	75.2	67.3
9位 愛媛県	75.2	72.2

※ 単一回答／「とても満足」「やや満足」と答えた人の割合　単位（%）

■関東・甲信越エリア（トップ10圏外）

14位 新潟県	74.2	71.8
28位 長野県	69.1	64.5
36位 神奈川県	63.0	64.6
37位 群馬県	62.2	58.6
39位 栃木県	59.7	60.7
40位 茨城県	59.3	53.7
41位 山梨県	59.2	65.6
45位 千葉県	47.7	49.2
46位 埼玉県	47.2	48.6
47位 東京都	43.8	44.2

都道府県	具体的な記述例
栃木県	湯葉、餃子、那須牛・栃木牛、そば、いちご、アイス・ソフトクリーム
群馬県	うどん・おっきりこみ、饅頭、そば、上州牛、こんにゃく
茨城県	魚介類、あんこう、干し芋、いも、海鮮丼、納豆
埼玉県	いも、味噌ポテト、うどん、そば、うなぎ、わらじかつ
千葉県	魚介類、テーマパークの食事、海鮮丼、落花生、アジ
東京都	もんじゃ焼き、ラーメン、寿司、そば、うなぎ、天ぷら
神奈川県	中華街、魚介類、しらす、そば、ラーメン、シュウマイ
山梨県	ほうとう、フルーツ、吉田うどん、甲州牛、ワイン、信玄餅
長野県	信州そば、おやき、野沢菜、りんご、信州牛、野菜、わさび
新潟県	魚介類、米、へぎそば、寿司、日本酒、鮭、かに

- 1位は石川県で、2023年度以来の1位返り咲きとなった。「海鮮・魚介類」「寿司・回転寿司」「のどぐろ」など、海の幸を中心とした食の魅力が評価された。

©Recruit Co., Ltd. All rights reserved.

テーマ別ランキング【魅力のある特産品や土産物があった】

■トップ10

25年度 順位		24年度
全体平均	55.3	55.7
1位 沖縄県	68.3	68.6
2位 石川県	65.3	66.1
3位 北海道	64.7	65.8
4位 福岡県	63.9	60.3
5位 香川県	63.7	58.2
6位 宮城県	62.0	59.8
7位 長崎県	61.8	66.7
8位 広島県	61.5	65.2
9位 京都府	61.4	63.0
10位 山口県	61.0	54.9
10位 高知県	61.0	61.1

※ 単一回答／「とても満足」「やや満足」と答えた人の割合　単位（%）

■関東・甲信越エリア（トップ10圏外）

21位 長野県	57.0	52.0
21位 新潟県	57.0	56.5
29位 山梨県	54.0	55.2
31位 群馬県	53.6	49.4
36位 千葉県	51.4	52.6
40位 栃木県	48.8	48.7
40位 神奈川県	48.8	52.3
43位 茨城県	48.5	43.4
46位 東京都	38.7	38.7
47位 埼玉県	37.8	40.4

関東・甲信越

都道府県	具体的な記述例
栃木県	湯葉、いちご、チーズケーキ、饅頭、餃子、道の駅、野菜
群馬県	饅頭・焼き饅頭、こんにゃく、プリン、うどん、野菜
茨城県	干し芋、魚介類、納豆、明太子、レンコン
埼玉県	味噌ポテト、煎餅、地酒、野菜、芋スイーツ
千葉県	テーマパーク、落花生、びわ、海産物、干物、道の駅
東京都	東京ばな奈、テーマパーク、東京駅、浅草、人形焼き
神奈川県	シュウマイ、かまぼこ、中華街、饅頭、銘菓、サブレ
山梨県	信玄餅、ほうとう、ワイン、フルーツ、桃、ぶどう
長野県	りんご・アップルパイ、そば、野沢菜、おやき、わさび、栗
新潟県	日本酒、笹団子、米菓、米、海産物、饅頭、金属加工品・食器

- 1位は2年連続で沖縄県。菓子類に加え、工芸品や海産物、泡盛など幅広い特産品が挙がった。2位の石川県は、食と工芸の両面で多様な品目が評価されている。上位県では、食品類だけでなく、地域らしさを感じられる工芸品・土産物も挙がる。

©Recruit Co., Ltd. All rights reserved.

テーマ別ランキング【魅力的な宿泊施設があった】

■トップ10

25年度 順位		24年度
全体平均	60.5	60.2
1位 沖縄県	72.5	71.8
2位 大分県	70.4	71.1
3位 山形県	69.6	62.5
3位 千葉県	69.6	68.7
5位 群馬県	67.9	61.2
6位 和歌山県	67.6	68.6
7位 福島県	67.4	68.7
8位 長崎県	67.1	66.7
9位 静岡県	66.7	65.6
10位 三重県	66.4	60.7

※ 単一回答／「とても満足」「やや満足」と答えた人の割合　単位（%）

■関東・甲信越エリア（トップ10圏外）

15位 長野県	63.9	57.7
17位 栃木県	63.7	67.2
20位 神奈川県	62.5	61.0
29位 新潟県	58.4	57.4
31位 山梨県	58.1	66.2
41位 茨城県	50.2	43.8
44位 東京都	49.3	49.7
46位 埼玉県	47.7	49.4

都道府県	具体的な記述例
栃木県	那須、鬼怒川、温泉、日光、塩原、リゾートホテル
群馬県	草津、伊香保、温泉、四万、水上、リゾートホテル、旅館
茨城県	大洗、ビジネスホテル、リゾートホテル、 グランピング・キャンプ場、温泉
埼玉県	ビジネスホテル、秩父、川越、シティホテル
千葉県	テーマパーク、ビジネスホテル、リゾートホテル、温泉、鴨川
東京都	ビジネスホテル、シティホテル、品川、お台場・有明、 東京駅・大手町、テーマパーク
神奈川県	横浜、箱根、ビジネスホテル、リゾートホテル、温泉
山梨県	石和、八ヶ岳・清里、山中湖、キャンプ・グランピング、甲府
長野県	リゾートホテル、蓼科・白樺湖、温泉、旅館、ビジネスホテル、 軽井沢
新潟県	月岡、湯沢・苗場、ビジネスホテル、温泉、旅館、瀬波

- 1位の沖縄県はリゾートホテル、2位の大分県、3位の山形県は温泉地の宿泊施設が支持を集めた。
- 関東・甲信越エリアでは、千葉県が3位に入り、テーマパークエリアのホテルやリゾートホテルが多く挙がったほか、群馬県も草津・伊香保など温泉地の宿泊施設が評価されている。

©Recruit Co., Ltd. All rights reserved.

テーマ別ランキング【子どもが楽しめるスポットや施設・体験があった】

■トップ10

25年度 順位		24年度
全体平均	35.0	34.2
1位 千葉県	56.1	55.2
2位 沖縄県	51.8	48.1
3位 福井県	42.7	41.8
4位 大阪府	42.6	41.9
5位 大分県	42.1	38.8
6位 和歌山県	38.3	40.9
7位 北海道	37.7	36.5
7位 長崎県	37.7	39.8
9位 三重県	36.9	41.8
10位 熊本県	35.2	36.2

※ 単一回答／「とても満足」「やや満足」と答えた人の割合　単位（%）

■関東・甲信越エリア（トップ10圏外）

13位 山梨県	34.9	36.9
14位 栃木県	34.7	34.8
16位 東京都	34.0	31.5
17位 埼玉県	33.9	29.5
25位 茨城県	31.7	29.2
25位 神奈川県	31.7	32.0
28位 群馬県	30.7	28.7
34位 長野県	27.7	27.1
42位 新潟県	25.3	25.5

都道府県	具体的な記述例
栃木県	テーマパーク・遊園地、動物園・牧場、プール、宿、博物館・美術館、釣り・釣り堀、温泉・足湯、鬼怒川、神社仏閣
群馬県	温泉・温泉街、湯畑・湯もみ、スキー場、宿、遊園地・テーマパーク、公園、道の駅、動物園・サファリパーク、神社仏閣
茨城県	水族館、キャンプ・グランピング、海浜公園
埼玉県	博物館、テーマパーク・遊園地、公園・広場、商業施設、鉄道
千葉県	テーマパーク、水族館、海・海水浴場、公園、プール、宿、牧場・乗馬、アウトレット・商業施設、遊園地、遊覧船・クルーズ
東京都	テーマパーク・遊園地、商業施設・デパート、博物館・科学館・美術館、動物園、水族館、公園・庭園、展望施設、お台場、浅草
神奈川県	テーマパーク・遊園地、水族館、博物館・美術館、みなとみらい、遊覧船・クルーズ、横浜中華街、公園、動物園、海・ビーチ
山梨県	富士山、テーマパーク・遊園地、宿、果物狩り・農業体験、公園、湖、水族館、乗馬、博物館・科学館、温泉
長野県	スキー場、宿、遊園地・リゾート施設、キャンプ場、アウトレット・商業施設、公園、湖・池、城、博物館・美術館、山・高原
新潟県	スキー場、宿、海・海水浴場、水族館、佐渡・たらい舟

➢ 1位の千葉県は、有名テーマパークを中心に、水族館や海・海水浴場が支持を集めた。福井県が新たにトップ3入りし、恐竜関連施設を挙げる人が多かった。

©Recruit Co., Ltd. All rights reserved.

テーマ別ランキング【大人が楽しめるスポットや施設・体験があった】

■トップ10

25年度 順位		24年度
全体平均	51.1	51.8
1位 沖縄県	65.4	63.6
2位 千葉県	60.7	61.4
3位 長崎県	59.0	59.1
4位 京都府	57.9	58.2
5位 三重県	57.7	59.2
6位 大阪府	56.7	53.5
7位 奈良県	55.8	51.7
8位 大分県	54.6	54.5
9位 北海道	54.3	56.7
10位 香川県	52.7	51.3

※ 単一回答／「とても満足」「やや満足」と答えた人の割合　単位（%）

■関東・甲信越エリア（トップ10圏外）

13位 長野県	51.1	48.2
15位 神奈川県	50.9	51.5
17位 群馬県	50.2	46.4
19位 東京都	49.6	50.1
30位 山梨県	47.2	53.6
34位 栃木県	46.2	48.7
44位 茨城県	41.8	43.4
45位 埼玉県	40.9	43.7
46位 新潟県	38.8	44.5

都道府県	具体的な記述例
栃木県	神社仏閣、テーマパーク、動物園・牧場、アウトレット・商業施設、博物館・美術館
群馬県	温泉・温泉街、湯畑・湯もみ、神社仏閣、湖・川、道の駅
茨城県	神社仏閣、海浜公園、水族館、滝、テーマパーク・遊園地
埼玉県	神社仏閣、川越、商業施設、飲食店・居酒屋、長瀞
千葉県	テーマパーク、アウトレット・商業施設、水族館、海・砂浜、宿、神社仏閣
東京都	テーマパーク、商業施設・デパート、都市散策、神社仏閣、博物館・美術館、タワー、飲食店・居酒屋、ライブ・観劇
神奈川県	都市散策、商業施設、神社仏閣、美術館、温泉、公園
山梨県	富士山・忍野八海・湖、宿、遊園地、温泉、飲食店・バー
長野県	山・高原・登山、神社仏閣、城、アウトレット・商業施設、美術館・博物館、温泉
新潟県	温泉、金山、神社仏閣、日本酒・酒蔵、宿、スキー場

- 1位の沖縄県は、海や水族館、テーマパーク、国際通りなど幅広い回答が挙がった。2位の千葉県はテーマパークが圧倒的に人気。3位の長崎県はテーマパークに加え、軍艦島や出島など歴史文化スポットも目立つ。

©Recruit Co., Ltd. All rights reserved.

テーマ別ランキング【地元の人のホスピタリティを感じた】

■トップ10

25年度 順位		24年度
全体平均	37.2	36.4
1位 沖縄県	56.5	55.3
2位 山形県	44.6	47.2
3位 青森県	44.2	37.7
4位 高知県	44.0	46.5
5位 大分県	42.5	38.3
6位 北海道	42.1	41.2
7位 鹿児島県	41.7	45.6
8位 熊本県	41.6	38.4
9位 秋田県	41.5	34.7
10位 徳島県	40.6	36.8
10位 長崎県	40.6	41.0

※ 単一回答／「とても満足」「やや満足」と答えた人の割合　単位（%）

■関東・甲信越エリア（トップ10圏外）

18位 長野県	38.6	34.0
25位 群馬県	37.0	29.5
27位 新潟県	36.6	35.4
33位 千葉県	33.9	33.3
35位 神奈川県	33.1	32.2
37位 茨城県	32.5	26.5
40位 埼玉県	32.0	29.4
43位 山梨県	31.4	38.2
44位 東京都	30.9	26.0
45位 栃木県	30.2	34.9

都道府県	具体的な記述例
栃木県	宿、店、道の駅、神社、動物園
群馬県	宿、草津、伊香保、店、温泉
茨城県	宿、店、道の駅
埼玉県	店、宿、長瀞
千葉県	テーマパーク、宿、道の駅、駅、店・商店街
東京都	宿、浅草、店、テーマパーク、駅
神奈川県	横浜・中華街、宿、箱根、店、鎌倉
山梨県	宿、店、道の駅、温泉、湖
長野県	宿、店、温泉、寺社、城、道の駅、軽井沢
新潟県	宿、店、道の駅、市場、温泉

- 1位の沖縄県は、宿泊施設や飲食店、アクティビティなどさまざまな場面で対応の良さが挙がった。2位の山形県は温泉地や宿泊施設での接客、3位の青森県は道の駅や祭り、移動中の会話など、旅先での交流が評価されている。

©Recruit Co., Ltd. All rights reserved.

テーマ別ランキング【ご当地ならではの体験・アクティビティが楽しめた】

■トップ10

25年度 順位		24年度
全体平均	47.8	46.9
1位 沖縄県	69.2	64.0
2位 大分県	57.0	55.3
3位 北海道	56.0	54.6
4位 千葉県	54.8	50.7
5位 山梨県	53.2	50.4
6位 青森県	53.1	48.3
7位 長野県	52.9	49.8
8位 愛媛県	51.1	48.9
9位 岐阜県	50.1	49.7
9位 鹿児島県	50.1	54.3

※ 単一回答／「とても満足」「やや満足」と答えた人の割合　単位（%）

■関東・甲信越エリア（トップ10圏外）

12位 群馬県	49.0	48.8
21位 栃木県	46.4	50.9
28位 神奈川県	44.8	42.4
30位 新潟県	44.5	44.4
39位 茨城県	42.3	40.7
43位 東京都	39.3	37.4
45位 埼玉県	38.3	37.6

都道府県	具体的な記述例
栃木県	温泉、テーマパーク、動物園・牧場、キャンプ・グランピング、川・ライン下り
群馬県	温泉・足湯、湯畑・湯もみ、スキー・スノボ、山・登山・ハイキング
茨城県	温泉、海・海水浴、滝、キャンプ・グランピング
埼玉県	温泉、川下り、スポーツ観戦、ハイキング・花見
千葉県	テーマパーク、温泉、水族館、海・海水浴、花摘み・果物狩り
東京都	テーマパーク、都市散策、温泉・スパ、ライブ・観劇、スポーツ観戦・野球場、タワー
神奈川県	温泉、横浜・中華街、箱根・大涌谷、遊覧船・クルーズ、海・海岸、遊園地
山梨県	温泉、富士山・山中湖・河口湖、登山・山・ハイキング、宿、遊園地、キャンプ・グランピング・BBQ
長野県	温泉、登山・山・ハイキング、スキー・スノボ、高原、城、神社仏閣
新潟県	温泉、スキー・スノボ、海・海水浴、たらい舟、花火

- 1位の沖縄県はマリンアクティビティが圧倒的人気。2位の大分県は地獄めぐりなど温泉地ならではの体験、3位の北海道は温泉やスノーアクティビティが挙がった。
- 関東・甲信越エリアでは、千葉県が4位に入り、テーマパークや海レジャーが多く、山梨県・長野県では自然を生かした体験が評価されている。

テーマ別ランキング【現地で良い観光情報を入手できた】

■トップ10

25年度 順位		24年度
全体平均	35.9	35.2
1位 沖縄県	52.8	52.9
2位 北海道	42.1	43.0
3位 長崎県	41.5	40.7
4位 京都府	41.4	42.6
5位 鳥取県	40.3	32.3
6位 高知県	40.0	43.2
7位 青森県	39.8	39.2
8位 奈良県	39.7	38.9
8位 広島県	39.7	38.6
10位 秋田県	39.6	30.3
10位 山形県	39.6	43.6

※ 単一回答／「とても満足」「やや満足」と答えた人の割合　単位（%）

■関東・甲信越エリア（トップ10圏外）

20位 長野県	37.5	31.4
24位 群馬県	34.8	29.3
35位 神奈川県	32.5	30.8
37位 栃木県	31.7	31.6
38位 千葉県	31.2	29.8
42位 新潟県	30.2	30.2
43位 東京都	29.3	27.5
45位 山梨県	28.3	33.3
46位 茨城県	25.0	28.2
47位 埼玉県	24.3	23.2

都道府県	具体的な記述例
栃木県	宿、観光案内所、道の駅、神社、温泉
群馬県	温泉、草津、宿、道の駅、観光案内所
茨城県	宿、道の駅、店
埼玉県	川越、宿、店
千葉県	テーマパーク、宿、ネット・SNS・アプリ、駅、道の駅
東京都	浅草、駅、テーマパーク、宿、ネット・SNS、観光案内所
神奈川県	箱根、横浜みなとみらい・中華街、宿、駅、江の島
山梨県	宿、店、湖、パンフレット、道の駅
長野県	観光案内所、宿、店、道の駅、寺社、パンフレット
新潟県	観光案内所、道の駅、宿、駅、温泉

- 宿泊施設や観光案内所、駅、道の駅など、現地で直接得られた情報に関する回答が多い。ホテルスタッフやガイド、地元の人など、人を介して得たおすすめ情報や、旬で具体的な現地情報が評価されている。

©Recruit Co., Ltd. All rights reserved.

総合満足度

■トップ10

25年度 順位		24年度		23年度	
全体平均	84.2		84.1		85.8
1位 香川県	89.2	1位	91.3	33位	84.9
2位 長崎県	88.7	3位	88.9	6位	89.1
3位 岐阜県	88.5	11位	86.9	22位	86.6
4位 石川県	88.3	4位	88.5	3位	90.1
5位 沖縄県	88.0	2位	89.4	9位	88.6
6位 長野県	87.7	27位	84.8	12位	88.2
6位 三重県	87.7	8位	87.0	13位	88.1
8位 宮城県	87.6	30位	84.4	24位	86.2
8位 高知県	87.6	34位	83.5	24位	86.2
10位 島根県	87.5	12位	86.8	10位	88.5

※ 単一回答／「とても満足」「やや満足」と答えた人の割合　単位（%）

■関東・甲信越エリア（トップ10圏外）

25年度 順位		24年度		23年度	
14位 山梨県	86.6	8位	87.0	15位	87.6
17位 新潟県	85.9	24位	85.1	28位	85.5
19位 栃木県	85.8	36位	82.9	19位	87.0
30位 群馬県	84.2	40位	80.8	30位	85.4
31位 千葉県	84.1	31位	84.1	11位	88.4
34位 神奈川県	83.0	25位	85.0	16位	87.3
44位 東京都	78.0	45位	76.7	42位	79.1
46位 埼玉県	74.2	47位	70.3	47位	75.1
47位 茨城県	72.8	46位	76.0	45位	78.2

- 1位は香川県で89.2%。前年度に続き2年連続で1位となった。2位は長崎県で、前年度3位から順位を上げ、3位には前年度11位の岐阜県がトップ3入りした。
- 全体平均は84.2%で、前年度からほぼ横ばい。
- 他トップ10圏内から、長野県、宮城県、高知県、島根県が新たにランクインした。
- 関東・甲信越エリアからは6位に長野県がランクインし、温泉や自然、食、宿泊施設などの評価が満足度につながっている。

©Recruit Co., Ltd. All rights reserved.

宿泊先都道府県のNPS®

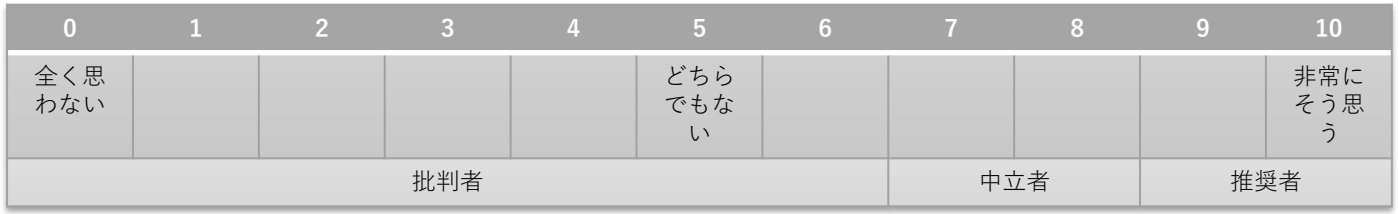
■トップ10

25年度 順位		24年度		23年度	
全体平均	11.1		11.0		14.4
1位 沖縄県	36.4	1位	35.7	1位	39.4
2位 北海道	24.7	4位	24.8	2位	27.0
3位 千葉県	22.0	8位	17.8	6位	24.1
3位 京都府	22.0	12位	16.2	12位	19.7
5位 大分県	21.7	2位	25.8	10位	21.7
6位 長崎県	20.3	5位	21.0	4位	24.6
7位 熊本県	18.9	10位	17.3	17位	16.0
8位 福岡県	18.0	13位	16.1	7位	23.7
9位 山形県	16.6	7位	20.2	36位	4.1
10位 島根県	15.8	14位	13.9	16位	16.2
10位 愛媛県	15.8	6位	20.3	11位	19.9

■関東・甲信越エリア（トップ10圏外）

25年度 順位		24年度		23年度	
12位 長野県	15.0	26位	8.1	22位	12.0
18位 神奈川県	11.7	18位	13.1	13位	18.3
23位 群馬県	9.5	34位	4.3	26位	11.1
26位 山梨県	8.2	33位	5.4	31位	8.5
31位 栃木県	6.0	37位	3.3	27位	10.4
36位 新潟県	2.2	41位	-2.7	38位	2.6
40位 東京都	-1.0	43位	-4.5	41位	0.5
45位 埼玉県	-8.3	46位	-10.1	47位	-6.4
46位 茨城県	-10.1	47位	-12.5	43位	-0.8

- 沖縄県はポイントを伸ばし、3年連続で1位を維持。北海道は4位から2位に上昇し、千葉県・京都府は同率3位にランクインした。
- 関東・甲信越エリアからは千葉県が3位にランクインし、前年度より順位・ポイントともに上昇。トップ10圏外では、長野県・群馬県が5ポイント以上上昇。



NPS®とは
- 「Net Promoter Score」の略で顧客ロイヤルティを測る指標
- 「商品やサービスを親しい人にどの程度おすすめしますか」の質問に対し「0-10の11段階」で回答を取得（本調査では「あなたはこの宿泊先エリアでの旅行を友人・知人におすすめしたいと思いますか」と質問）。推奨者から批判者を引いた数値をNPS®と定義

©Recruit Co., Ltd. All rights reserved.

今後行きたい都道府県

■トップ10

25年度 順位		24年度		23年度	
1位 北海道	27.2	1位	30.4	1位	31.2
2位 沖縄県	20.0	2位	20.7	2位	21.8
3位 東京都	9.6	3位	9.9	4位	10.2
4位 京都府	9.4	3位	9.9	3位	11.9
5位 福岡県	8.3	6位	7.8	6位	8.6
6位 大阪府	7.8	5位	9.6	5位	8.8
7位 長野県	6.3	7位	5.8	7位	5.8
8位 神奈川県	5.6	8位	5.4	8位	5.2
9位 静岡県	5.2	9位	4.8	9位	5.0
10位 長崎県	4.9	10位	4.6	13位	4.4
10位 鹿児島県	4.9	13位	4.2	10位	4.9

■関東・甲信越エリア（トップ10圏外）

25年度 順位		24年度		23年度	
13位 千葉県	4.3	12位	4.3	12位	4.5
20位 栃木県	3.1	21位	3.0	20位	3.1
23位 群馬県	2.9	22位	2.9	28位	2.5
31位 山梨県	2.5	27位	2.5	31位	2.4
33位 新潟県	2.4	32位	2.3	31位	2.4
44位 茨城県	1.2	44位	1.0	44位	1.1
46位 埼玉県	0.9	44位	1.0	45位	0.9

- 今後行きたいと思う都道府県は、上位の顔ぶれは前年度と大きく変わらず、1位は北海道、2位は沖縄県、3位は東京都、4位は京都府。いずれも前年度からスコアはやや低下。
- スコアを落とす地域が多い中、トップ10内では福岡県、長野県、神奈川県、静岡県、長崎県、鹿児島県のスコアは前年度から上昇している。

※ 3つまでの複数回答／国内宿泊旅行実施者　単位（%）

©Recruit Co., Ltd. All rights reserved.

旅行費用総額は増加。
しかし、市場は本当に拡大しているのか？

宿泊旅行実施率
24年度　49.3%
25年度　48.9%
▲0.4pt

延べ宿泊旅行者数
24年度　1億2775万人回
25年度　1億2763万人回
▲12万人回（▲0.1%）

旅行単価（人/回）
24年度　64,100円
25年度　65,700円
＋1,600円（＋2.5%）

国内宿泊旅行費用総額
24年度　8兆1867億円
25年度　8兆3883億円
＋2016億円（＋2.5%）

- **市場規模は過去最高水準へ：**
宿泊旅行費用総額は8兆3883億円に達し、金額面では市場規模が拡大している。

- **費用総額増加の背景は「単価上昇」：**
費用総額の増加は「人数」より、「**単価上昇（1人1回6.57万円）**」によって支えられている実態。

- **延べ旅行者数・実施率は伸び悩み：**
国内宿泊旅行実施率は48.9%で前年度から0.4ポイント低下。延べ宿泊旅行者数も1億2763万人回で、前年度から12万人回の微減。

➡では、単価上昇を“負担増”で終わらせず、旅行者にとって価値ある支出に変えるには？

©Recruit Co., Ltd. All rights reserved.

【満足度】
費用が上がる今、満足度が大切

“ご当地性”が、旅先の満足度をつくる

香川県のうどん、石川県の海鮮・地酒・工芸など、満足度上位県では地域ならではの食や文化が評価されている。
単価上昇を旅行者の負担に増で終わらせず、**満足度や支出への納得感を高める**ことが重要。

【現地消費】
旅行費用の中で高まる“現地消費”の存在感

旅先での支出を、地域価値につなげる

飲食・体験・移動・買い物など、**旅先での支出を地域ならではの魅力と結びつける**ことが、旅の満足度向上や地域での支出機会の拡大につながる。

【お得感】
旅行需要を細らせない

“お得感”を、旅に出るきっかけにする

約3割が、特典をきっかけに「これまで検討していなかった地域も旅行先として検討する」と回答(*1)。
クーポンや特典は、**旅行先選びを後押しするきっかけ**になり得る。

*1:じゃらんリサーチセンター「国内旅行検討プロセス・意識調査2026」

©Recruit Co., Ltd. All rights reserved.

観光振興セミナー2026

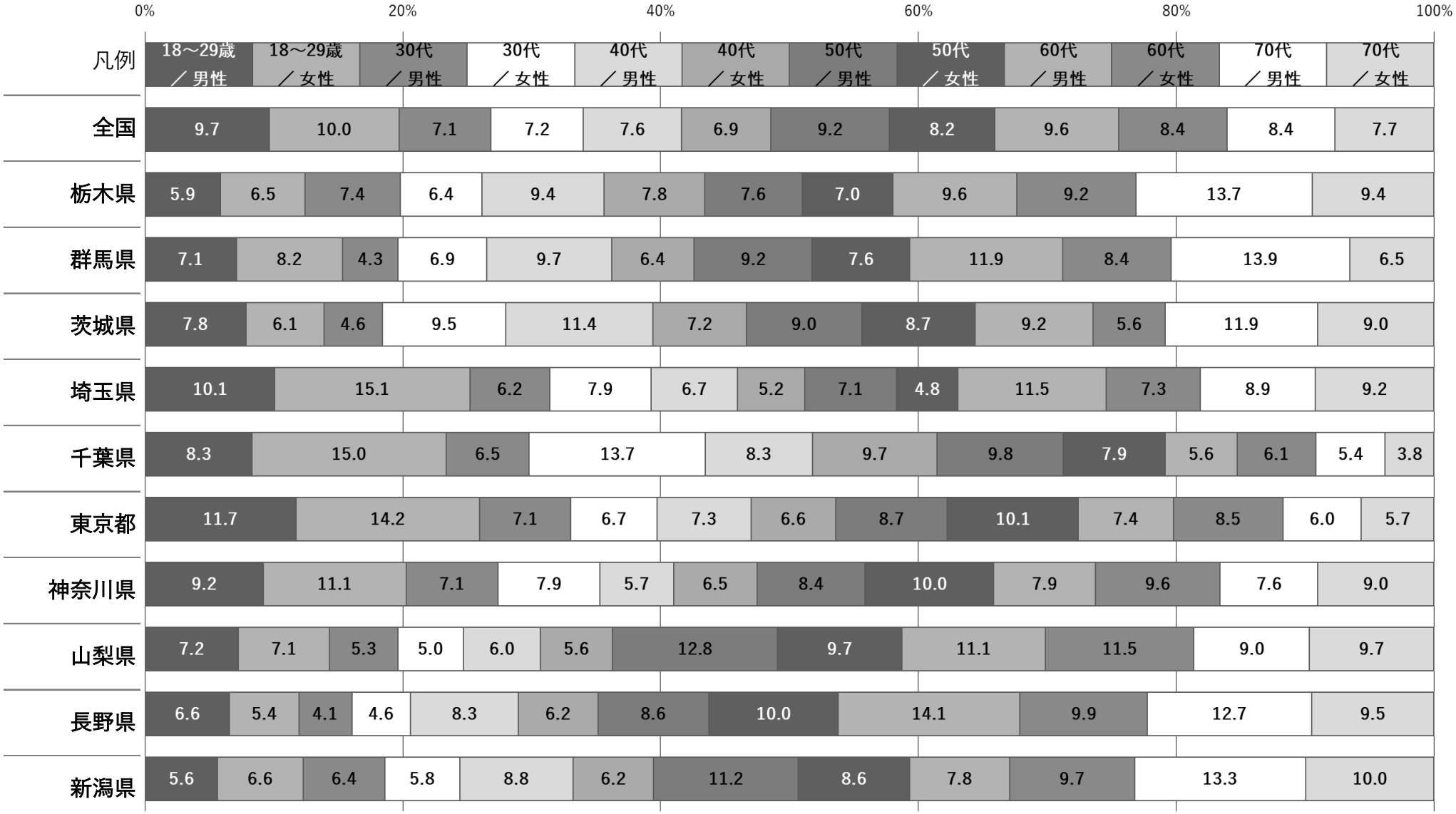
1 2025年度 国内宿泊旅行の市場動向

2 テーマ別 都道府県魅力度・満足度ランキング

3 エリア別の動向・特徴

都道府県別動向：性・年代構成

■ 宿泊先都道府県別の性・年代構成（単一回答／全ての宿泊旅行件数ベース）

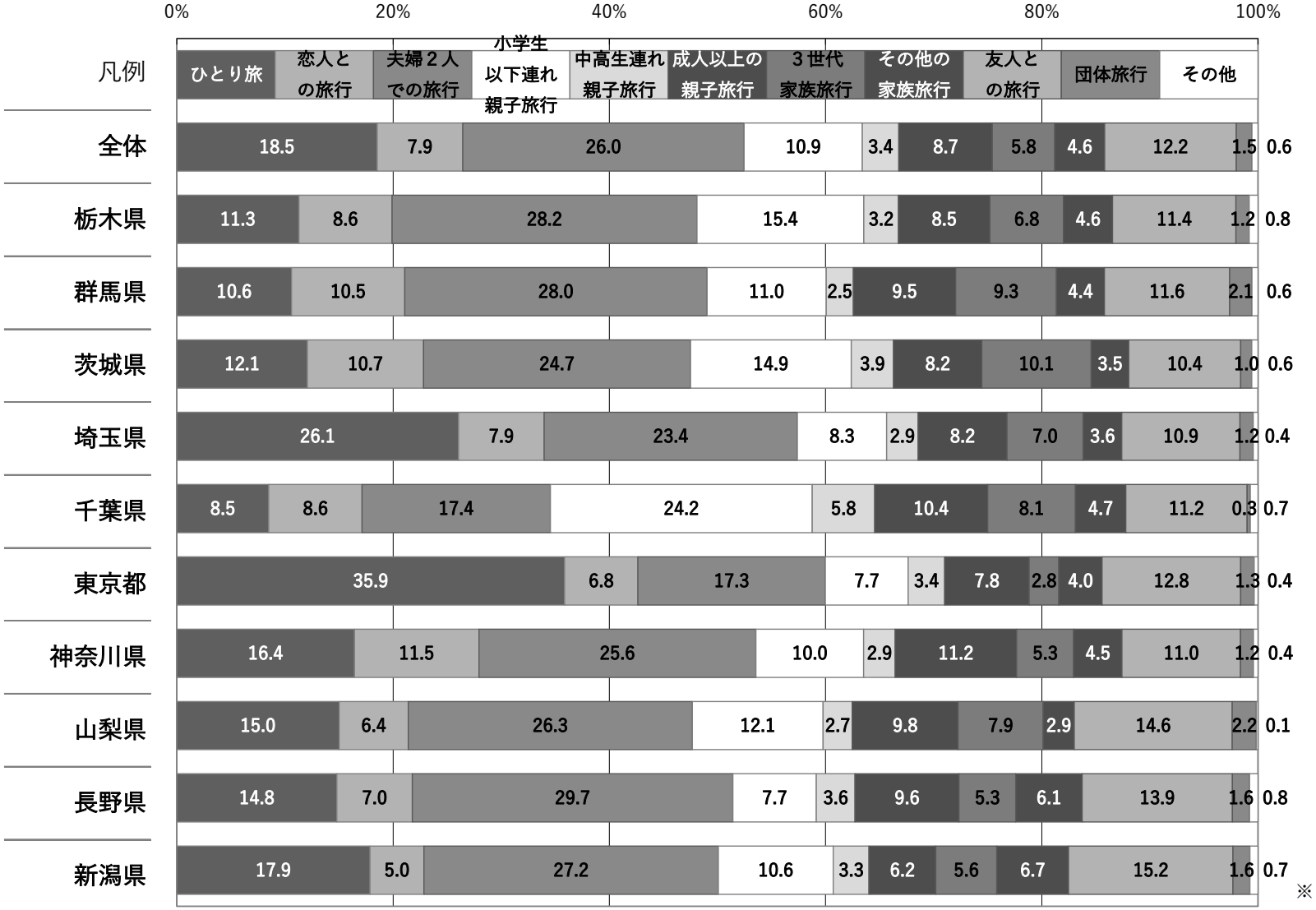


©Recruit Co., Ltd. All rights reserved.

都道府県別動向：同行形態

関東・甲信越

■ 宿泊先都道府県別の同行形態（単一回答／延べ宿泊旅行件数ベース）



※ 団体旅行＝職場やサークルなどでの団体旅行

©Recruit Co., Ltd. All rights reserved.

都道府県別動向：国内宿泊旅行目的トップ5（複数回答／延べ宿泊旅行件数ベース）

関東・甲信越

都道府県	1位	2位	3位	4位	5位
栃木県	温泉や露天風呂 67.7	宿 50.8	食 46.0	名所旧跡 22.4	テーマパーク 17.4
群馬県	温泉や露天風呂 77.7	宿 50.2	食 39.8	まちあるき 20.7	名所旧跡 18.2
茨城県	食 44.4	宿 38.4	温泉や露天風呂 38.1	名所旧跡 16.7	ﾃｰﾏﾊﾟｰｸ 11.8　友人・親戚 11.8
埼玉県	宿 28.0	温泉や露天風呂 24.8	友人・親戚 22.1	食 20.6	まちあるき 14.8
千葉県	テーマパーク 56.6	宿 33.2	食 21.3	温泉や露天風呂 19.1	ショッピング 8.2
東京都	まちあるき 20.4	スポーツ観戦、芸能鑑賞 20.0	テーマパーク 20.0	宿 18.9	友人・親戚 18.3
神奈川県	宿 41.7	温泉や露天風呂 39.0	食 35.4	まちあるき 21.0	名所旧跡 16.6
山梨県	宿 46.9	温泉や露天風呂 46.4	食 41.0	名所旧跡 19.6	自然観賞 16.3
長野県	食 47.5	温泉や露天風呂 47.2	宿 40.3	名所旧跡 22.8	まちあるき 19.2
新潟県	食 54.4	温泉や露天風呂 48.2	宿 33.0	名所旧跡 18.3	まちあるき 11.6

（%）

【略称】宿：宿を楽しむ／温泉や露天風呂：温泉や露天風呂に入る／食：地元のおいしいものを食べる／自然観賞：花見や紅葉などの自然にふれる／名所旧跡：名所、旧跡をめぐる／テーマパーク：テーマパーク（遊園地、動物園、博物館など）に行く／ショッピング：ショッピングセンターやアウトレットに行く／スポーツ観戦、芸能鑑賞：スポーツ観戦や芸能鑑賞（ライブ、フェスなど）をする／まちあるき：まちあるき、都市散策をする／友人・親戚：友人・親戚を訪ねる

©Recruit Co., Ltd. All rights reserved.

都道府県別動向：国内宿泊旅行にかかった費用

関東・甲信越

■ 国内宿泊旅行にかかった費用（実数回答／延べ宿泊旅行件数ベース）

単位（円）		全旅行者の総額	個人旅行			パック旅行のパック費
			宿泊費	交通費	現地消費	
全体	25年度	65,700	19,200	15,500	28,700	59,200
	24年度	64,100	19,700	15,500	27,000	55,500
	23年度	60,600	18,500	14,700	25,500	51,200
栃木県	25年度	44,200	18,600	7,500	16,300	40,200
	24年度	42,200	18,700	6,900	15,900	35,100
	23年度	43,100	18,300	7,100	17,100	41,500
群馬県	25年度	45,100	18,900	7,800	17,000	53,300
	24年度	39,900	18,900	6,700	13,200	36,300
	23年度	38,700	16,900	6,800	14,100	37,500
茨城県	25年度	45,700	13,400	9,700	21,700	40,900
	24年度	37,200	12,800	8,400	15,400	50,600
	23年度	38,700	12,700	7,800	18,400	18,900
埼玉県	25年度	51,000	14,900	13,600	22,700	13,900
	24年度	45,500	12,500	12,700	20,000	28,800
	23年度	44,100	11,700	11,000	21,100	22,800
千葉県	25年度	68,700	22,900	11,600	32,900	47,300
	24年度	69,700	25,900	11,500	30,600	57,100
	23年度	64,900	22,000	11,300	29,700	51,500

単位（円）		全旅行者の総額	個人旅行			パック旅行のパック費
			宿泊費	交通費	現地消費	
全体	25年度	65,700	19,200	15,500	28,700	59,200
	24年度	64,100	19,700	15,500	27,000	55,500
	23年度	60,600	18,500	14,700	25,500	51,200
東京都	25年度	75,000	16,200	20,900	37,200	47,900
	24年度	75,900	18,800	21,700	35,100	46,500
	23年度	70,500	16,200	20,500	33,200	40,200
神奈川県	25年度	54,400	19,900	11,200	22,600	31,300
	24年度	54,400	18,900	12,600	22,100	52,100
	23年度	51,000	18,500	11,300	20,700	31,600
山梨県	25年度	43,000	15,900	8,400	18,500	31,100
	24年度	46,500	18,700	7,800	18,800	49,200
	23年度	42,300	16,800	8,100	16,400	35,900
長野県	25年度	55,900	20,500	11,500	23,000	55,200
	24年度	52,300	19,000	10,100	20,800	56,900
	23年度	50,300	18,900	9,700	20,000	53,300
新潟県	25年度	53,000	17,500	10,700	23,900	56,600
	24年度	56,000	17,800	12,700	22,300	69,900
	23年度	49,700	18,200	11,100	18,600	43,200

※　百の位までの四捨五入

凡例　全体より5000円以上多い　全体より5000円以上少ない

©Recruit Co., Ltd. All rights reserved.

観光振興セミナー2026

地域Meeting

～地域でつくる、地域のミライ～

ご清聴いただきありがとうございました

本講演内容に関するお問い合わせは
各地域担当エリアプロデューサーに
お尋ねください

株式会社　リクルート
じゃらんリサーチセンター
jalan_rc@r.recruit.co.jp

【ご注意：本資料の転載・複製での利用について】
■本資料は、株式会社リクルート（じゃらんリサーチセンター）の著作物であり、著作権法に基づき保護されています。
■本資料の全文または一部を転載・複製する際は著作権者の許諾が必要です。
　事前に当社までご連絡ください。使用用途によって転載・複製をご遠慮頂く場合もございます、予めご了承ください。
※問い合わせ先
　[メディア・報道機関の皆様]株式会社リクルート　広報担当　https://www.recruit.co.jp/support/form/
　[その他企業・自治体・一般の皆様]じゃらんリサーチセンター事務局　E-mail：jalan_rc@r.recruit.co.jp
■本資料は当社が信頼できると判断した各種データに基づき作成されておりますが、
　その正確性、確実性を保証するものではありません。本資料を利用する場合にはお客様の判断で利用してください。
　また、資料に記載された内容は予告なしに変更されることもあります。

©Recruit Co., Ltd. All rights reserved.