

An aerial photograph of a coastal region, likely in Japan, featuring a long bridge spanning across a body of water. In the background, there are several islands and a mountain range under a clear sky. The water is a deep blue, and the overall scene is bright and scenic.

外国人動態調査事業 報告書

2025年1月

調査の全体概要



本調査報告書の概要を以下に示す。

目的と実施内容

本調査では仕様書に基づき「訪日外国人旅行者の動きを正確に把握し、課題点や問題点を把握するために、せとうち地域に滞在する訪日外国人旅行者の動態を分析」した。調査は以下の内容に分解し実施をした。

- ✓ せとうち地域のターゲット層のデータに基づく整理を行うために「ターゲット層の消費傾向と同定ロジックの整理」を行った。
- ✓ 続いて、現状のモデルルートにおける動態を確認するために、「モデルルートにおける外国人動態の調査」を行った
- ✓ さらに、せとうちエリア内での動態をデータに基づいて深掘りするため、「人流データを起点としたせとうちエリアの外国人動態調査」を実施した

報告内容の詳細・要約と資料について

内容	要約
ターゲット層のデータに基づく整理	外国人旅行者の消費動向から、ターゲット層の動態を確認するロジックを整理し、調査手法を決定した
モデルルートにおける外国人動態の調査	整理されたロジックに従い、人流データを用い、機構が作成しているモデルルート上の人流を確認した。結果として人流が少ない経路も含め動態を可視化した
人流データを起点としたせとうちエリアの外国人動態調査	ルートを仮定せず、今後の最適なルート提案のために、データに基づいた現状の動態把握および、せとうち7県におけるターミナル地・主要観光地からの前後移動と流入経路の特定、アジア人旅行者との差分を確認。また、消費データによる分析を行った。



ターゲット層の消費傾向と同定ロジックの整理

本調査で動態を確認するターゲット層の整理をデータに基づいて行い、動態を確認する手法を決定した。

調査全体像と結果の要約

- ✓ ターゲット層である高所得者層の定義の整理および選定の軸（可処分所得）の整理
- ✓ 観光庁のデータを用いて、ターゲット層と通常の旅行者の消費額や接触しているメディアを定量的に整理をし、そこから本ターゲットの動態を調査するために、「国籍別の動態・人流を調べ、そこから、高付加価値な消費を行う宿による動態の絞り込み」が有効であることをロジックとして示した
- ✓ クレジットカードデータ（日本人・アジア人）を利用した調査手法のバックデータとして、ターゲット層と日本人・アジア人の消費の相関を整理し、消費動向に大きな違いがなく、本決済データにおいても動態を確認できることを示した



ターゲット層の動態を推定するロジックの整理：まとめ

ここから示すバックデータを元にターゲット層の動態・人流を確認するための手法を以下のように整理する。

ロジックの整理

手法	内容	手法を採用する根拠
手法1：ターゲット層である高消費額層の訪問地を絞り込み、そこからのインバウンドの人流を調査する	星付きホテル、ミシュランキーホテルや、飲食などの高付加価値層が訪れるエリアからの人流を確認する	ターゲットとするインバウンド富裕層は、SNSやアプリも十分利用しており、かつ、消費額は一般よりやや高い傾向にあるため、 アプリデータを用い単価の高い場所の間の移動を確認することで動態が確認可能。(A,B)
手法2：手法1に加え、日本人・アジア人のクレジットカードの消費データを組み合わせて、精度を向上させる	日本人・アジア人のカード消費額を確認しながら、 手法1で絞り込んだ場所が本当に高消費額な場所かをチェックし精度向上を狙う。	日本人・アジア人と外国人旅行者の1泊当たりの単価は大きく異なるため、 消費額はほぼ同等であり日本人の消費を参考にした動態の確認が可能。(C)

根拠とするバックデータ

- A. ターゲットとする国・可処分所得での外国人旅行者の旅行消費額：所得分類が異なっても旅行消費額が大きく変わらない
- B. ターゲットとする外国人旅行者がよく見る情報源：所得分類にかかわらずSNS・動画サイトなどは十分活用されており、**旅行においてもアプリを十分活用していると推察**できる
- C. 旅行において、**外国人と日本人の一泊当たりの消費額はほぼ同等程度**



富裕層の移動を特定するロジックの整理：課題

インバウンド富裕層の動態を掴むために、以下の手順で調査手法の整理をする。現状の課題は、富裕層の動態を絞り込むための方法の確認であるが、**そのために「富裕層の定義、使っているツール、ターゲットのおさらい、特定ロジックの提案」の順で説明する。**

手順	内容
1、富裕層の定義	富裕層と超富裕層を含めターゲットを選定する
2、富裕層が使うツール/ホテルなどの整理	富裕層を捉えるための情報を整理
3、本事業でのターゲット	JNTOの資料を再確認しどのような人物像かチェック
4、富裕層人流特定ロジック	1～3を踏まえた上での方法の提案



富裕層を特定するロジックの整理：1、富裕層の定義

いわゆる高付加価値旅行層は着地型消費額100万円以上/人となる。また、今回の富裕層は一般論で言えば、**超富裕層ではない富裕層を想定**する。

地方におけるインバウンド富裕層

地方における高付加価値なインバウンド観光地づくりに向けたアクションプラン（概要）



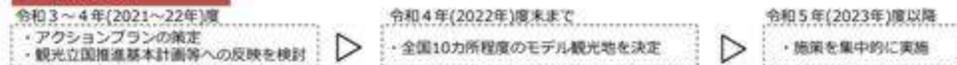
- 訪日外国人旅行者数は2019年に3千万人を超えていたが、消費額は4.8兆円（2020年目標8兆円）であり、取組の強化が不可欠。
- いわゆる高付加価値旅行層（着地消費額100万円以上/人）は、訪日旅行者全体の約1%（29万人）に過ぎないが、消費額は約11.5%（5,500億円）を占める。ただし、大都市圏での買物消費等が多く、地方での消費が少ない。

ウリ	ヤド	ヒト	コネ
→高付加価値旅行層にも訴求力のある魅力的コンテンツの発掘力・商品造り力の不足	→地方に上質なインバウンド宿泊施設が不足	→高付加価値旅行層のニーズを満たす人材（地方への送客、ガイド、ホスピタリティ等）が不足	→海外における有力な高付加価値旅行者誘客人脈へのコネクション力不足

主な取組の方向性（例）

- <ウリ・ヤド・ヒト共通>**
 - 各地域の観光地経営体制の整備に向けた支援
 - 地域のマスタープラン策定支援
 - 専門性のある人材の派遣・ノウハウ共有
 - 事業資金の確保に対する支援
- <コネ>**
 - JNTOの体制強化（専門組織の設置等）による海外セールスの強化等
- <ヒト>**
 - スキルアップ支援
 - 他業種人材の活用支援
- <その他>**
 - 高付加価値旅行層のニーズを踏まえた移動のシームレス化への対応等（プライベートジェット、スーパーヨットの運航に係る手続緩和等）

■今後の進め方



富裕層分類の一般論

	超富裕層	富裕層	一般
移動	個人・家族 プライバシー優先 プライベートジェット や貸切車両	小人数移動 ビジネスクラス以下 新幹線（グリーン車の 場合あり）	グループ移動 エコノミークラス Japan Rail Pass
宿泊	5つ星以上のホテル、 フロア貸切の場合あり 超高級旅館/旅館の離 れ等	星付き/外資系ブラン ドのホテル 高級旅館	主にビジネスホテル 旅館（大型）、民 宿・民泊
食事	ハイエンド	ハイエンド～カジュア ルまで	主にカジュアル

引用元：<https://www.mlit.go.jp/kankocho/content/001735388.pdf>

富裕層を特定するロジックの整理：

2、富裕層が使うツール/ホテルなどの整理



富裕層が利用するホテルはマリオット系列やミシュランキー系が多いと想定される。また、それらをアテンドする組織として、超富裕層を中心にコンシェルジェなども利用される。一方、JNTOのターゲットと擦り合わせれば、コンシェルジェ以外のWebやSNSの閲覧も想定できる。

富裕層旅行者が使うホテルのリスト：抜粋

星付きホテル (5つ星以上)	マリオット (リッツカールトンなど) ハイアット (グランドハイアットなど) ヒルトン (コンラッドなど) アコー (バンヤンツリーなど) 等
3ミシュランキーホテル	ブルガリホテル東京 パレスホテル東京 強羅花壇 (神奈川) アマネム (三重)
2ミシュランキーホテル	ザ・キャピトルホテル 東急 (東京) The Shinmonzen (京都) アマン京都 (京都) アマン東京 (東京) 庭園の宿 石亭 (広島) ベネッセハウス (香川)
1ミシュランキーホテル	Ryokan尾道西山(広島) Azumi Setoda(広島)

その他富裕層が使うツールなど

デジタルコンシェルジュサービス：The Preludeなど
OTA：一休.com、Relux
カード：Amexなど

※ただし、これらのデータは取得が難しい

富裕層を特定するロジックの整理：

2、富裕層が使うツール/ホテルなどの整理



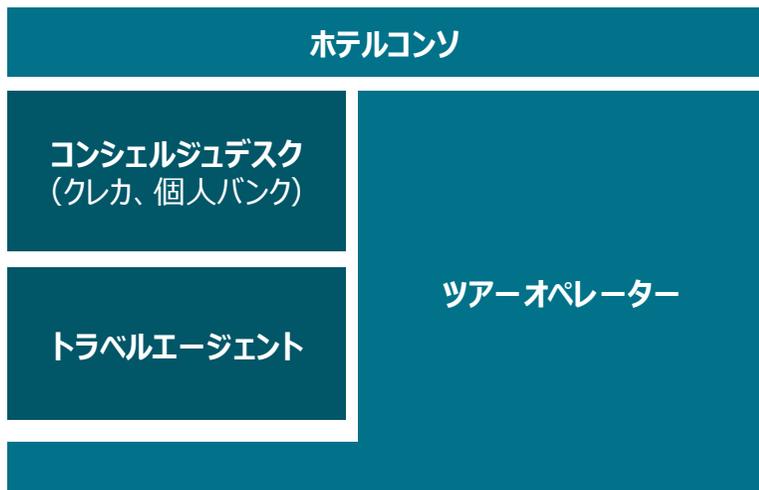
特に富裕層以上の旅になった場合、コンシェルジュやエージェント経由の旅も増える。その場合は、以下の各プレーヤーに訪問地などの情報・データが残っていくことになる。

※データの入手は難しい

富裕層旅行のカスタマージャーニーとプレーヤー

富裕層旅行者

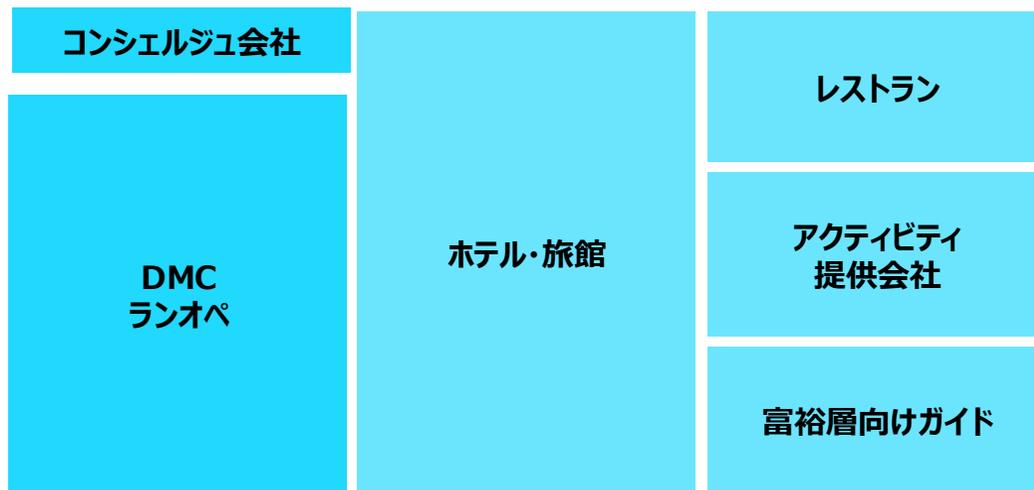
タビマエ



Tier1 : 窓口

Tier2 : 卸
ホールセール

タビナカ



Tier3 : 宿泊・アク
ティビティ手配

Tier4 : 宿泊/アク
ティビティ提供

Tier5 : 現地
コンテンツ提供



富裕層を特定するロジックの整理：3、本事業でのターゲット

あらためて今回のターゲットをおさらいする。**可処分所得ランキング**で考えれば、各世代で上位10~40%がメインターゲットとなる。**金融資産に照らせばアッパーマス+上位マス層以上がターゲットとなる。**

JNTOが設定をした「訪日マーケティング戦略 2023年6月」をもとに欧米豪ターゲット層を選定。

その中から重点ターゲット層に合わせた戦略を構築する。**※赤枠=せとうち重点ターゲット**

英国ターゲット層	仏ターゲット層	独ターゲット層	米国ターゲット層	豪州ターゲット層
A:20~30代 世帯可処分所得上位20% (1,250万円/年以上)	A:20~30代 FIT	A:訪日未経験者 20~30代 世帯可処分所得 下位80% (1,050万円/年未満) 一人旅行 夫婦・パートナー FIT	A:訪日経験者20~40代 世帯可処分所得 下位90% (2,150万円/年未満)	A:20~40代 夫婦・パートナー FIT
B:20~30代 世帯可処分所得上位20~80%(400~1,250万円/年)	B:40代以上 世帯可処分所得 下位70% (750万円/年未満) 夫婦・パートナー	B:訪日未経験者 40代以上 世帯可処分所得 下位80% (1,050万円/年未満) 一人旅行 夫婦・パートナー FIT	B:訪日未経験者20~40代 世帯可処分所得 下位90% (2,150万円/年未満)	B:30~40代 家族(子連れ)
C:50代以上 世帯可処分所得上位20% (1,250万円/年以上)	C:40代以上 世帯可処分所得 上位30% (750万円/年以上)	C:訪日未経験者 世帯可処分所得 上位20% (1,050万円/年以上)	C:訪日未経験者50代以上 世帯可処分所得 下位90% (2,150万円/年未満) 夫婦・パートナー、家族・親族	C:20~30代 一人旅行 FIT
D:50代以上 世帯可処分所得上位20~80%(400~1,250万円/年)		D:訪日経験者	D:世帯可処分所得 上位10% (2,150万円/年以上)	D:50代以上 世帯可処分所得上位 40% (1,000万円/年以上)

富裕層を特定するロジックの整理：3、本事業でのターゲット

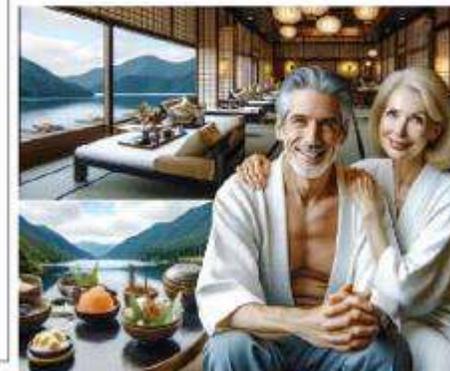


英国市場：可処分所得上位20%がターゲット層となる

3 ターゲット層（参考）英国市場



英国市場ターゲット層	せとうちエリアで訴求できるパッション 観光コンテンツ・アクティビティ	その他、ターゲット攻略のための 留意事項
<p>A: 20~30代 世帯可処分所得上位20% (1,250万円/年以上)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■豊かな自然 <ul style="list-style-type: none"> ・風景（多島美等） ・エコツアー（SDGs、サイクリング等） ■食・お酒 <ul style="list-style-type: none"> ・ローカルフード（地元食材、伝統料理、ご当地グルメ等） ・酒蔵訪問（飲み比べ、蔵人との交流等） ■リゾート <ul style="list-style-type: none"> ・ラグジュアリーホテル（地域性が特長的なもの） 	<ul style="list-style-type: none"> ・業界向けの情報発信及び人材育成を通じた関係者の訪日旅行の知識の向上が必要。 ・旅行情報源として多用されるオンライン媒体を中心として情報を発信。 ・せとうちの観光の魅力を訴求し、旅行者を地方誘客。
<p>C: 50代以上 世帯可処分所得 上位20% (1,250万円/年以上)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■食・お酒 <ul style="list-style-type: none"> ・ローカルフード（地元食材、伝統料理、ご当地グルメ等） ■暮らし体験・交流 <ul style="list-style-type: none"> ・伝統工芸品（各地工芸品・作家との交流等） ・伝統芸能（各地伝統芸能鑑賞・体験等） ・ローカル線（各地JR線、路面電車等） ■リゾート <ul style="list-style-type: none"> ・ラグジュアリーホテル（地域性が特長的なもの） ・歴史的な宿（登録有形文化財等） ・ウェルネスをテーマとした宿泊施設 	<ul style="list-style-type: none"> ・商談会などを通じて、旅行会社における高額商品を拡充。 ・有力な旅行会社や航空会社との連携強化による訪日旅行商品の販売を強化。 ・大手の新聞や旅行情報誌を旅行情報源として活用する傾向を踏まえた情報発信が効果的。



フランス市場：可処分所得上位30%がターゲット層となる

3 ターゲット層（参考）フランス市場

仏市場ターゲット層	せとうちエリアで訴求できるパッション 観光コンテンツ・アクティビティ	その他、ターゲット攻略のための 留意事項
<p>C:40代以上 世帯可処分所得 上位30% (750万円/年以上)</p>	<p>■ 伝統文化・芸能</p> <ul style="list-style-type: none"> ・庭園・花（各地庭園、花農園等） ・伝統行事（各地伝統行事） ・祭体験（各地祭り体験） ・歴史的な宿（築100年以上文化財宿、歴史的な遺産等） <p>■ 豊かな自然</p> <ul style="list-style-type: none"> ・サイクリング（等） ・温泉・湯治（各地温泉地、秘湯等） <p>■ 食</p> <ul style="list-style-type: none"> ・お酒（各地日本酒、ウイスキー、地ビール他） ・ローカルフード（地元食材、伝統料理、ご当地グルメ等） ・ミシュラン店（各地多種ジャンル） 	<ul style="list-style-type: none"> ・ガイドブックや旅行雑誌など、紙媒体でも情報収集を行う傾向。 ・高所得者層向け旅行を取り扱うコンソーシアムへのアプローチも重要。



富裕層を特定するロジックの整理： 3、本事業でのターゲット



ドイツ市場：可処分所得上位20%もしくは訪日経験者がターゲット層となる

3 ターゲット層（参考）ドイツ市場

独市場ターゲット層	せとうちエリアで訴求できるパッション 観光コンテンツ・アクティビティ	その他、ターゲット攻略のための 留意事項
<p>C: 訪日未経験者 世帯可処分所得 上位20% (1,050万円/年 以上)</p>	<p>■豊かな自然</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ハイキング（各地の山） ・風景（四季折々の自然風景） ・エコツアー（SDGs、サイクリング等） ・グランピング（各地海・山エリア×風景） <p>■食・お酒</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ローカルフード（地元食材、伝統料理、ご当地グルメ等） <p>■街並・有名な建築</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ラグジュアリーホテル（地域性が特長的なもの） ・遺跡・街並（各地：遺跡、重伝建街並み、商店街等） 	<ul style="list-style-type: none"> ・訪問希望エリアとして、東京に次いで“わからない”との回答が3割を占めており、東京以外の観光情報の発信が必要。 ・海外旅行の予約方法について、航空券は航空会社、宿泊はオンライン予約サイトが主流。
<p>D: 訪日経験者</p>	<p>■食・お酒</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ローカルフード（地元食材、伝統料理、ご当地グルメ等） ・酒蔵訪問（飲み比べ、蔵人との交流等） <p>■伝統文化・芸能</p> <ul style="list-style-type: none"> ・遺跡・街並（各地：遺跡、重伝建街並み、商店街等） ・美術館・現代アート（各地美術館、各地芸術祭、アートイベント等） 	<ul style="list-style-type: none"> ・地方への訪問意欲は他のターゲットに比べて高水準。 ・訪日旅行に対する意欲が高く、再訪日の可能性が高い。



富裕層を特定するロジックの整理： 3、本事業でのターゲット



米国市場：可処分所得上位10%、オーストラリア市場：可処分所得上位40%以上がターゲット層となる

3 ターゲット層（参考）米国市場／豪州市場

米国市場ターゲット層	せとうちエリアで訴求できるパッション 観光コンテンツ・アクティビティ	その他、ターゲット攻略のための 留意事項	
<p>D:世帯可処分所得 上位10% (2,150万円/年 以上)</p>	<p>■食・お酒 ・ローカルフード（地元食材、伝統料理、ご当地グルメ等） ・酒蔵訪問（飲み比べ、蔵人との交流等） ■伝統文化・芸能 ・遺跡・街並（各地：遺跡、重伝建街並み、商店街等） ・美術館・現代アート（各地美術館、各地芸術祭、アートイベント等）</p>	<p>・地方への訪問意欲は他のターゲットに比べて高水準。 ・訪日旅行に対する意欲が高く、再訪日の可能性が高い。</p>	
豪州市場ターゲット層	せとうちエリアで訴求できるパッション 観光コンテンツ・アクティビティ	その他、ターゲット攻略のための 留意事項	
<p>D:50代以上 世帯可処分所得上位 40% (1,000万円/年以上)</p>	<p>■食・お酒 ・ローカルフード（地元食材、伝統料理、ご当地グルメ等） ・ミシュラン店（各地多種ジャンル） ■歴史・遺跡 ・遺跡・街並（各地：遺跡、重伝建街並み、商店街等） ■豊かな自然 ・エコツアー（SDGs、サイクリング等） ・ラグジュアリーホテル（地域性が特長的なもの）</p>	<p>・旅行会社を通じた情報収集と旅行予約の割合が多く、BtoBの取組として商談会及び旅行会社招請を重視。</p>	

富裕層を特定するロジックの整理：バックデータ



外国人の動態調査において、ターゲット層とそうではない低可処分所得者層の消費額などの統計的な分布を確認し、その違いを明らかにする。**この違いを定量的に考察しながら、ロジックを組み立て、動態調査を行うことが重要**である。

統計的な確認方法

- ・観光庁が提供している「**インバウンド消費動向調査の個票データ**」で**収入/出費**を確認。回答数は約8,000。期間は2024/04~06のものを利用
- ・特に、ターゲット5カ国および比較国としての中国のデータを、**世帯年収10万ドル以上（およそ可処分所得1,000万円以上）とそれ以外で分布を確認**する

確認のポイント

- 1、**ターゲットである可処分所得上位40%とは？** = 各国の世帯年収10万ドル以上の回答数の分布が一致
以下では**世帯年収をベースに分析すれば、おおよそターゲット層である可処分所得上位30~40%程度と一致**
- 2、**世帯年収が多い世帯は、旅行前・旅行中の消費額が著しく異なる？** = 数十%程度の違い
交通費含めて、ターゲットとそれ以外で極端な差は存在しない。**高消費額のエリア間の人流を考慮することで十分動態把握可能。**
- 3、**ターゲットが参考にする旅行情報源が全く違う？** = 極端な差は存在しない
世帯年収上位でも、ほぼ同じメディアの情報源を使っていると想定して良い。**スマホアプリの利用も十分想定される。**

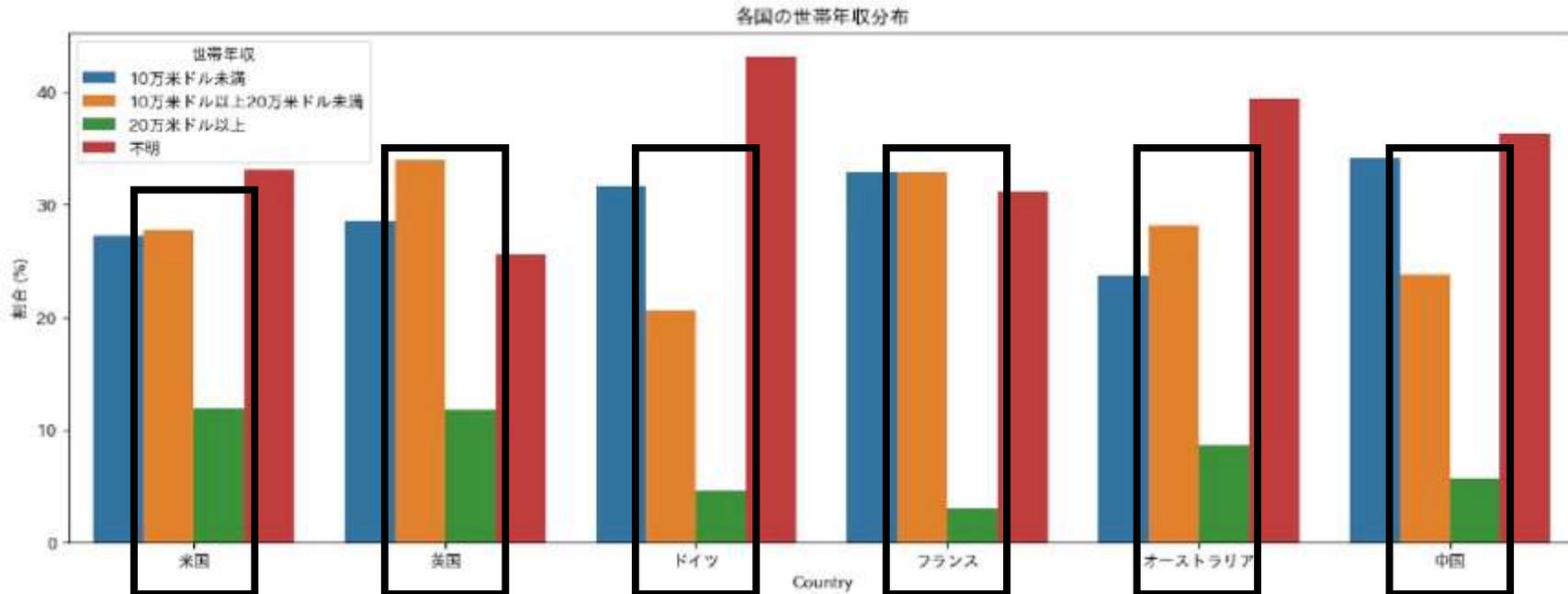
本分析については、観光庁「インバウンド消費動向調査」個票データより算出
引用元：https://www.mlit.go.jp/kankocho/news02_00016.html

富裕層を特定するロジックの整理：バックデータ



各国の世帯年収10万ドル以上の回答数の分布を確認すると、オレンジと緑の和であり、おおよそ上位30~40%程度を占めていることがわかる

回答者の各国別の年収別分布



富裕層を特定するロジックの整理：バックデータ



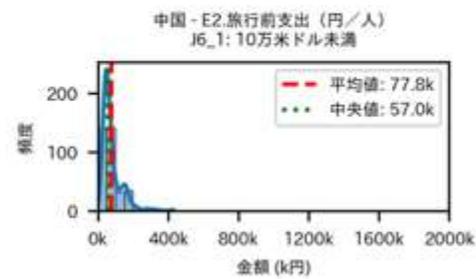
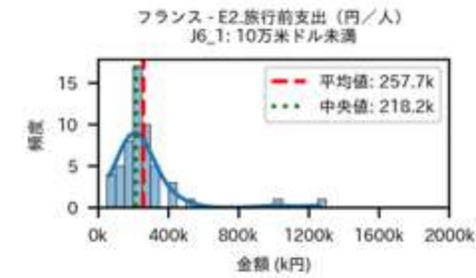
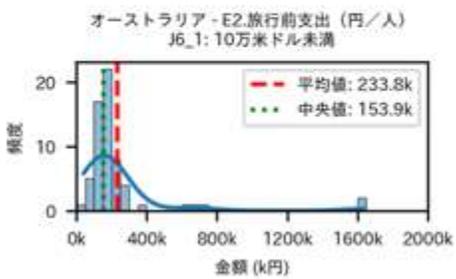
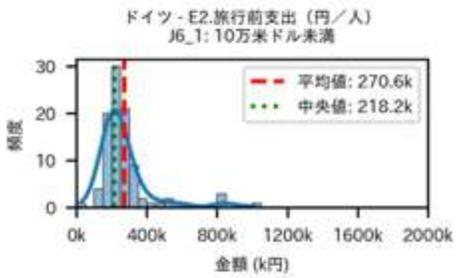
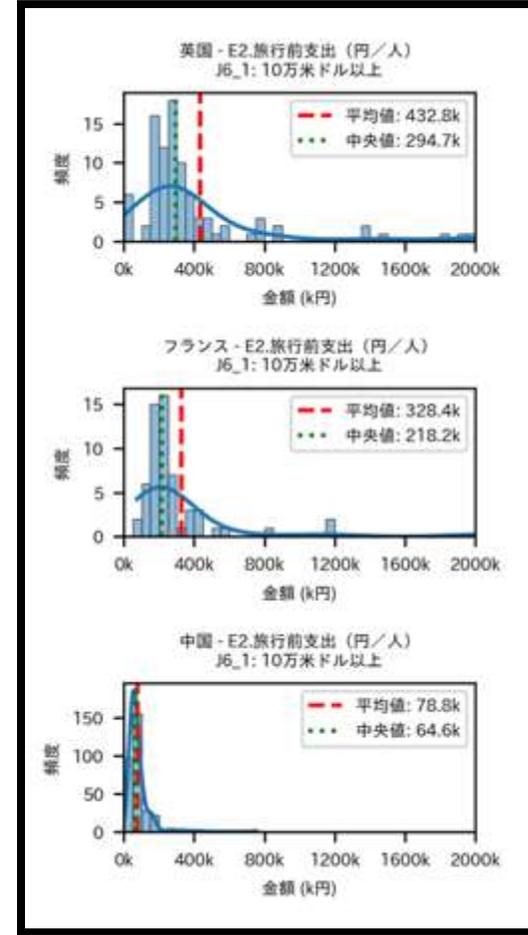
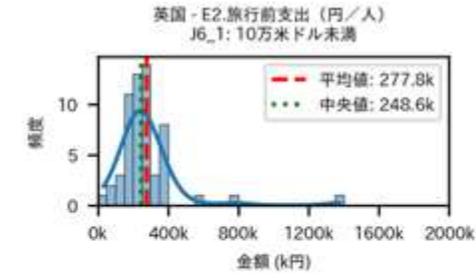
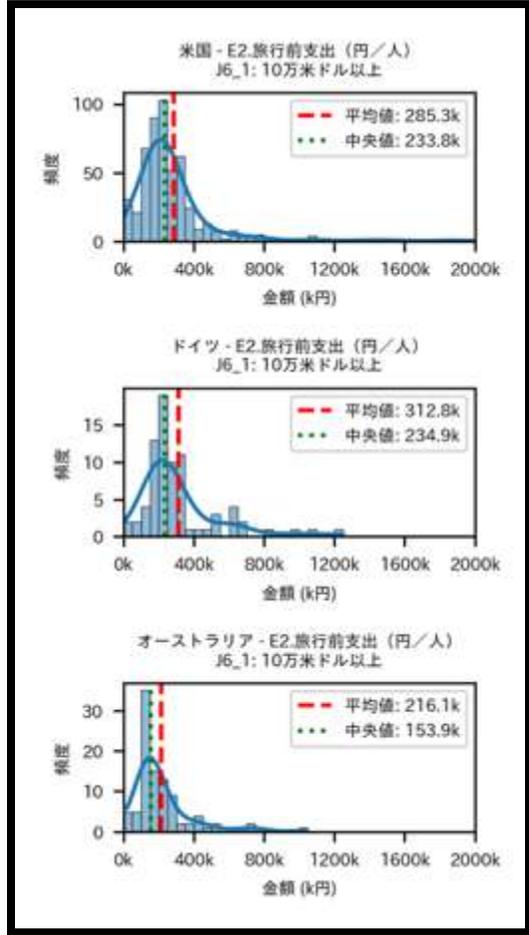
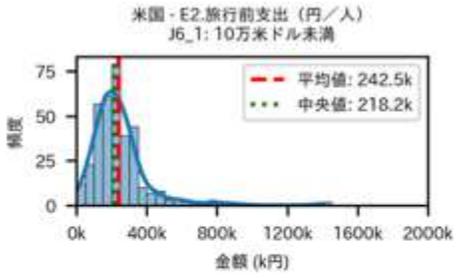
各国の旅行前の消費額を比較すると中央値で10~20%程度の差はあるが大きな差は存在しない。



比較

ターゲット層

ターゲット層



※各データをヒストグラム化し、フィッティングについてはカーネル密度推定によって行った

富裕層を特定するロジックの整理：バックデータ



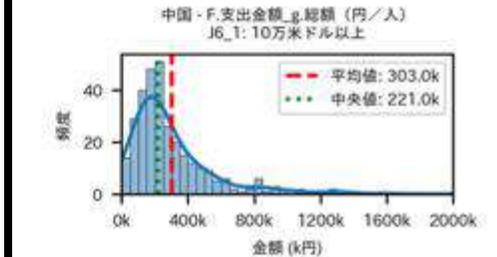
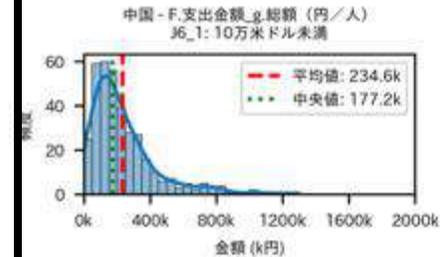
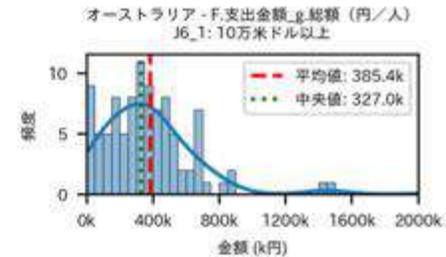
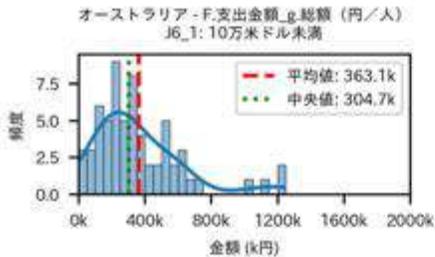
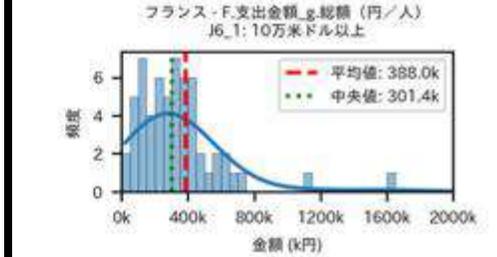
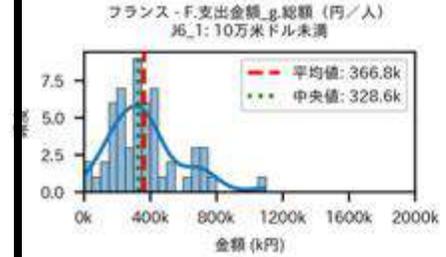
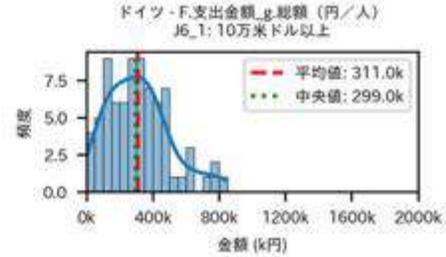
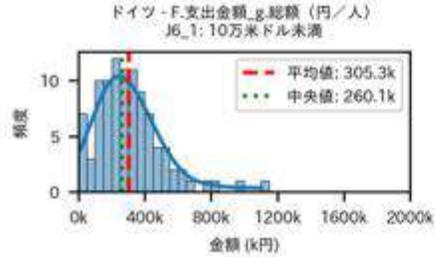
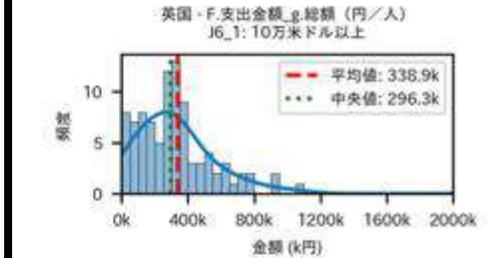
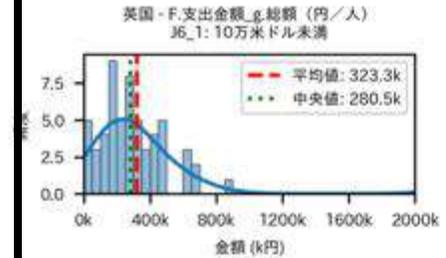
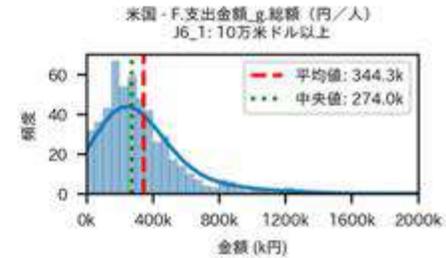
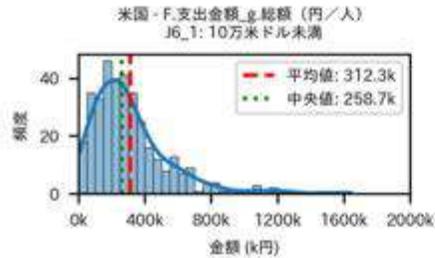
各国の旅行中の消費総額を比較すると中央値で10~20%程度の差はあるが大きな差は存在しない。



比較

ターゲット層

ターゲット層



※中国はやや消費額が少ない

富裕層を特定するロジックの整理：バックデータ

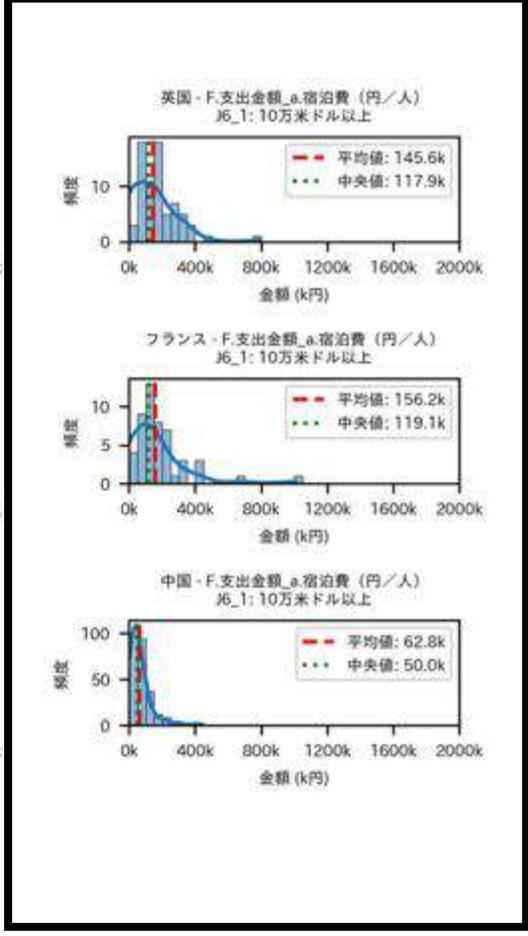
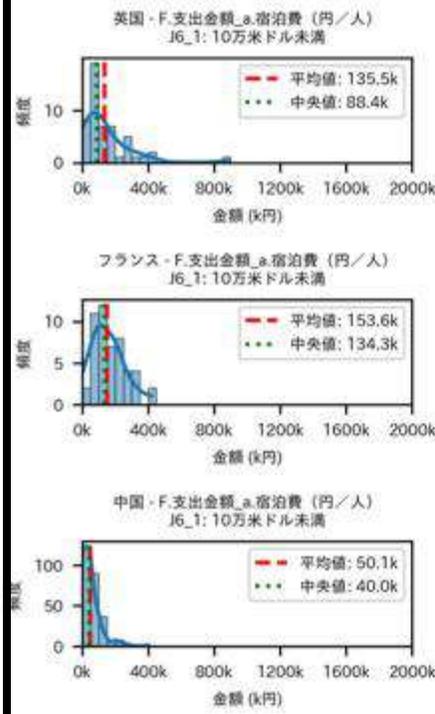
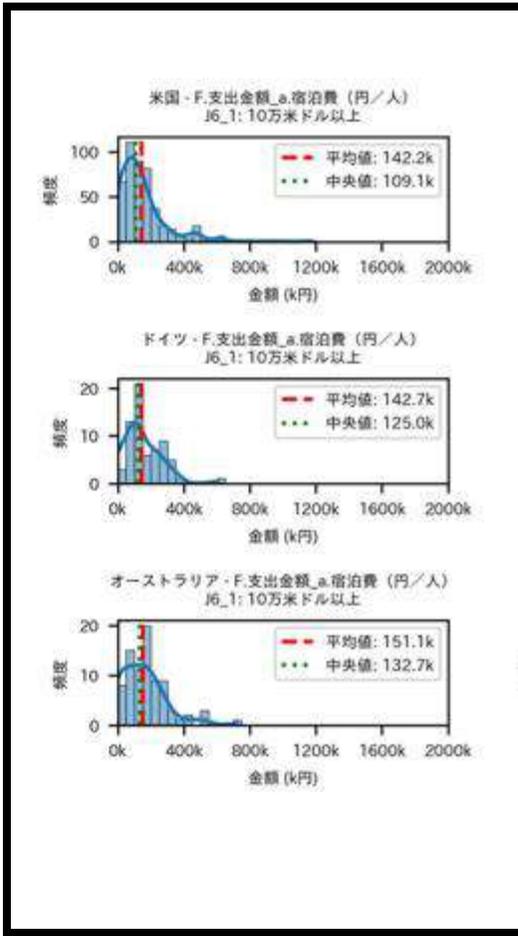
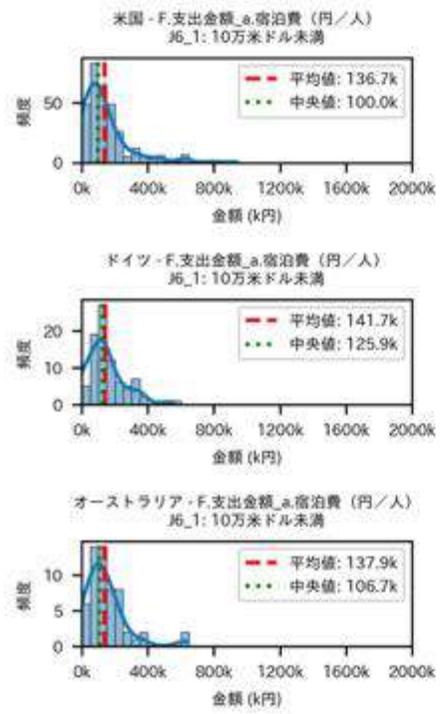


各国の旅行中の消費額のうち、宿泊費を比較すると中央値で10~30%程度の差はあるが大きな差は存在しない。



ターゲット層

ターゲット層



富裕層を特定するロジックの整理：バックデータ

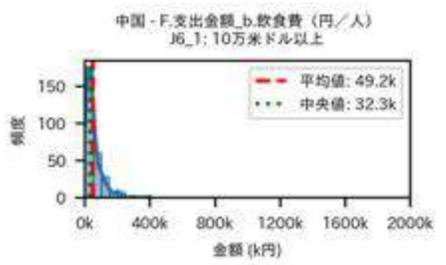
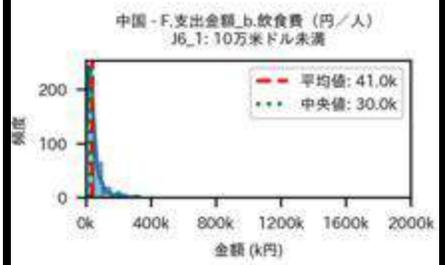
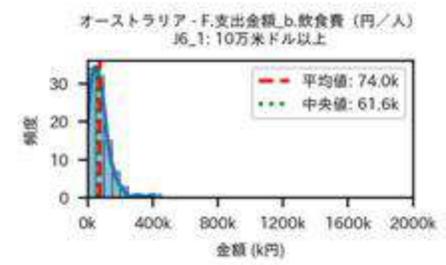
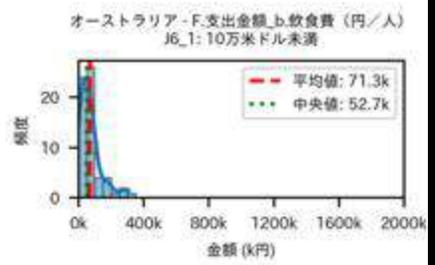
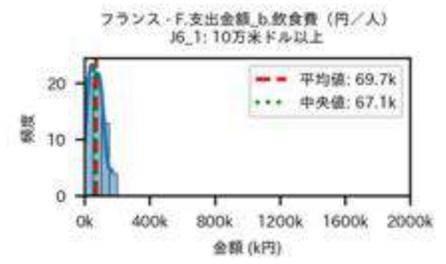
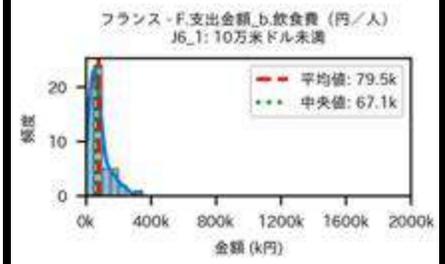
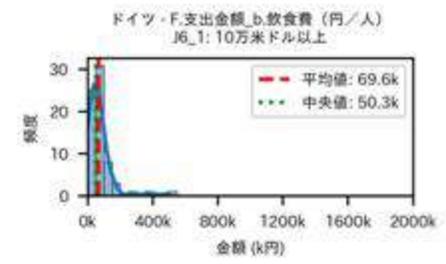
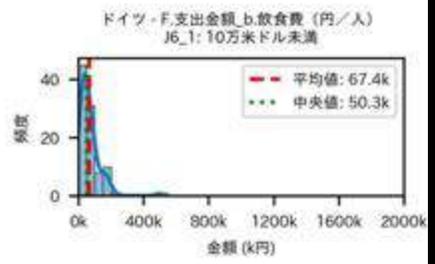
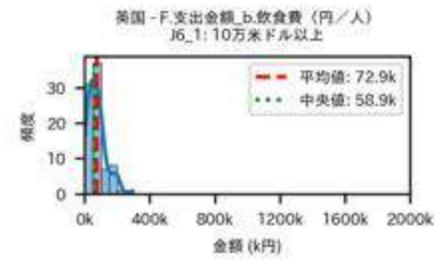
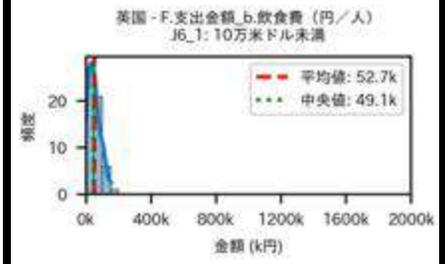
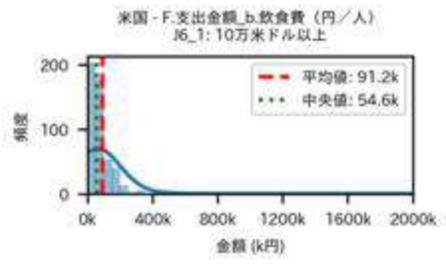
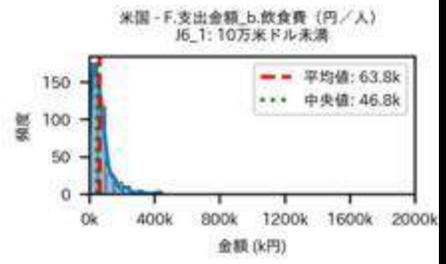


各国の旅行中の消費額のうち、飲食費を比較すると中央値で10~20%程度の差はあるが大きな差は存在しない。



ターゲット層

ターゲット層



富裕層を特定するロジックの整理：バックデータ



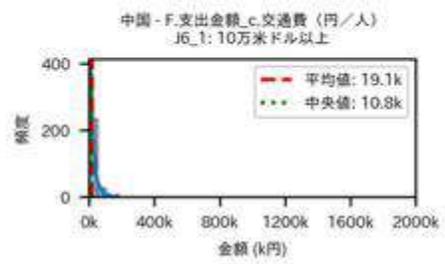
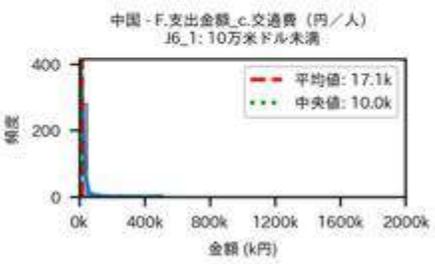
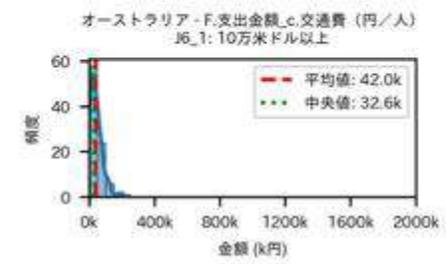
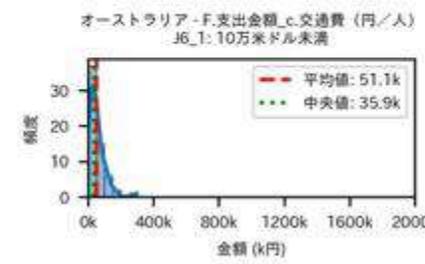
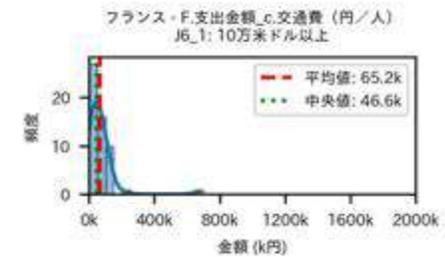
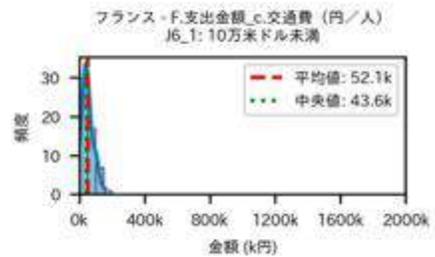
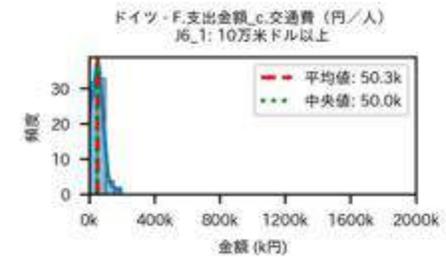
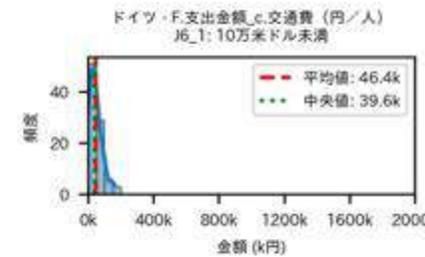
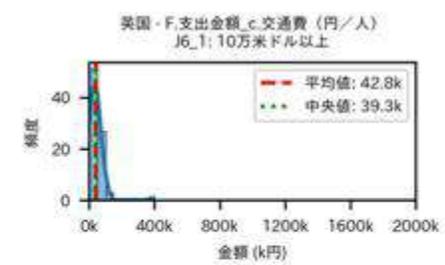
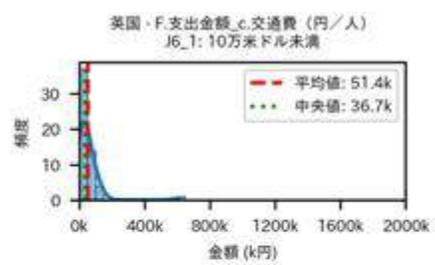
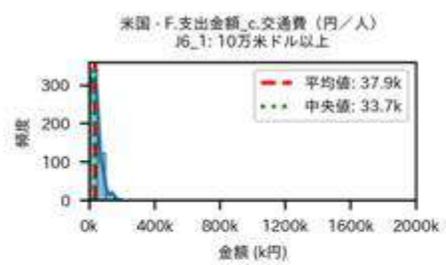
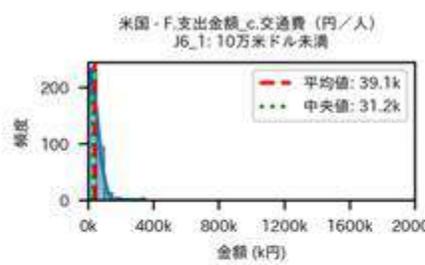
各国の旅行中の消費額のうち、交通費を比較すると中央値で10~20%程度の差はあるが大きな差は存在しない。



比較

ターゲット層

ターゲット層



富裕層を特定するロジックの整理：バックデータ



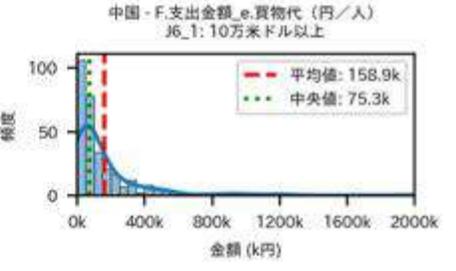
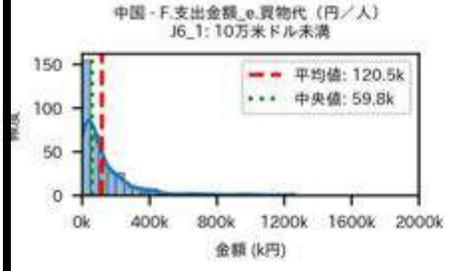
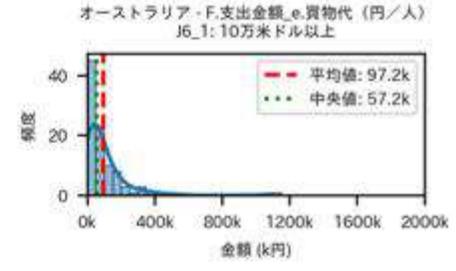
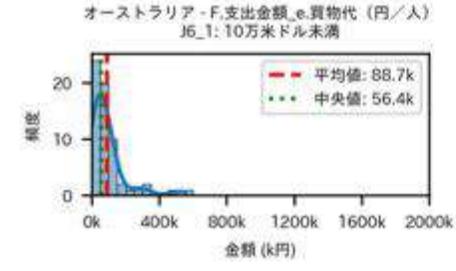
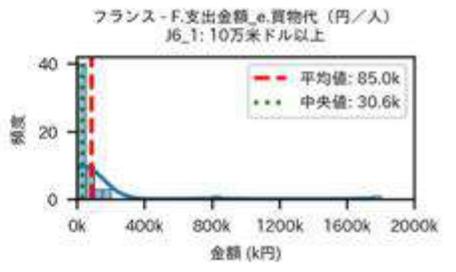
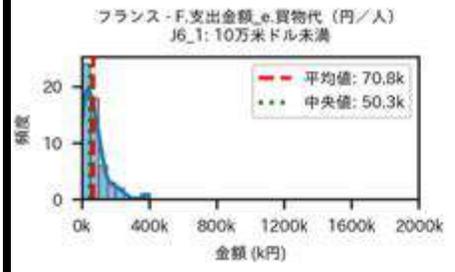
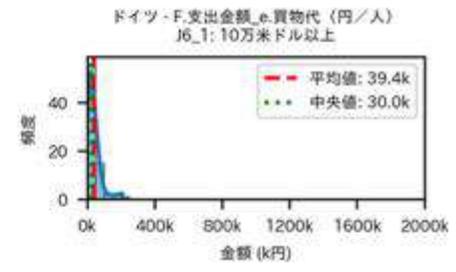
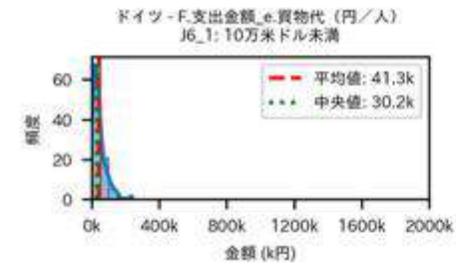
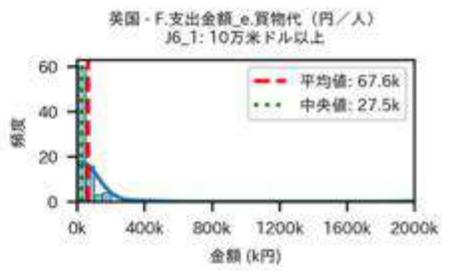
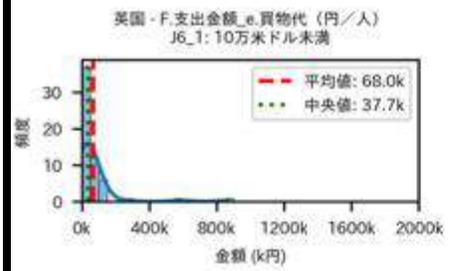
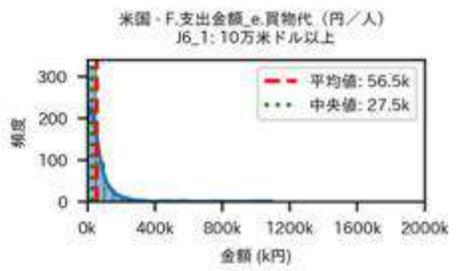
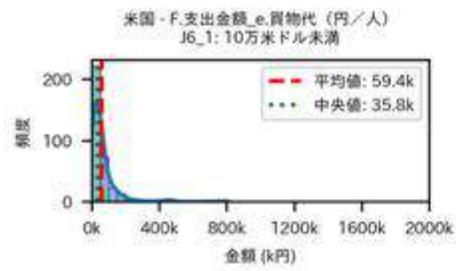
各国の旅行中の消費額のうち、買い物代を比較すると中央値で10~20%程度の差はあるが大きな差は存在しない。



比較

ターゲット層

ターゲット層



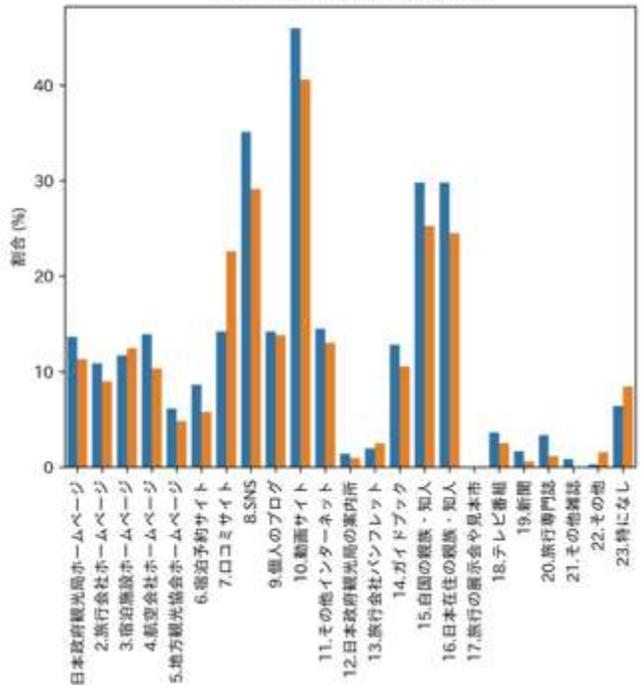
※中国は買い物代は多い

富裕層を特定するロジックの整理：バックデータ

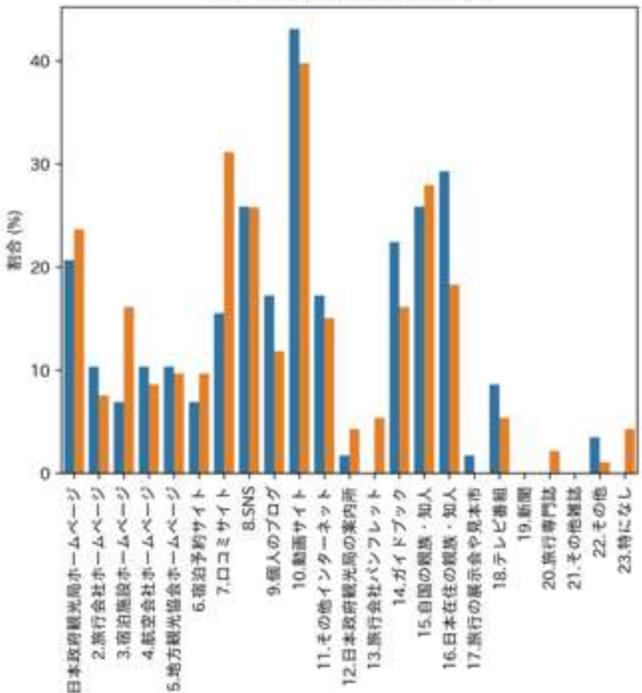


各国のターゲットとそれ以外での情報源の利用割合を確認すると、ほぼ同じ傾向にありSNS/アプリなども同程度利用されていると推察される

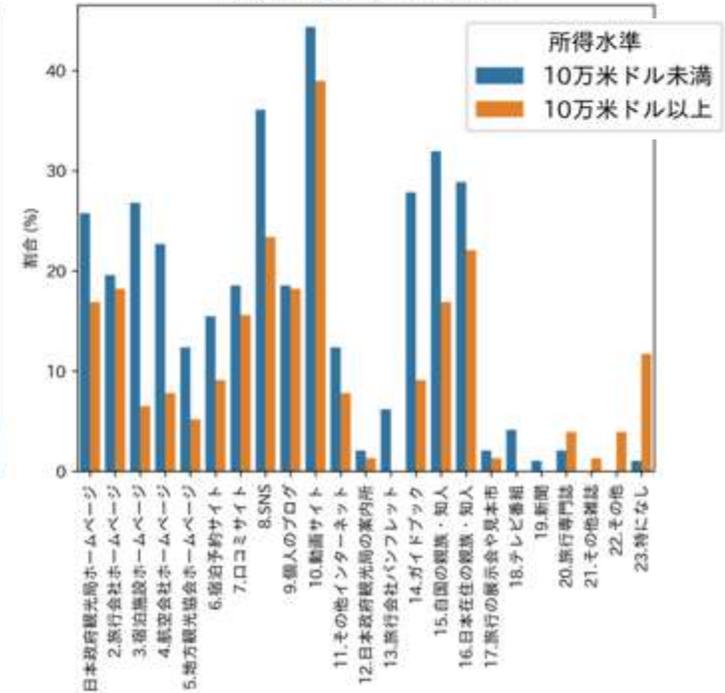
米国の所得水準別情報源利用割合



英国の所得水準別情報源利用割合



ドイツの所得水準別情報源利用割合



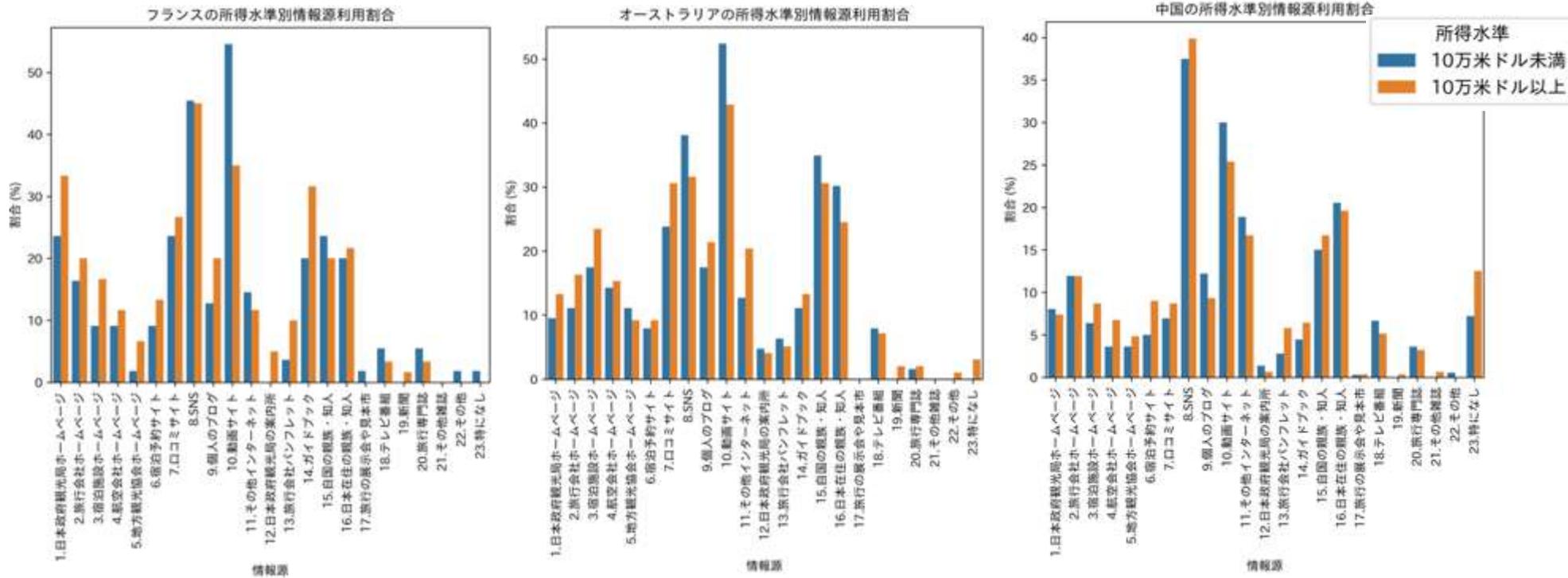
※高所得者はやや口コミサイトを多く利用する傾向

※高所得者はやや口コミサイトを多く利用する傾向

富裕層を特定するロジックの整理：バックデータ



各国のターゲットとそれ以外での情報源の利用割合を確認すると、ほぼ同じ傾向にありSNS/アプリなども同程度利用されていると推察される

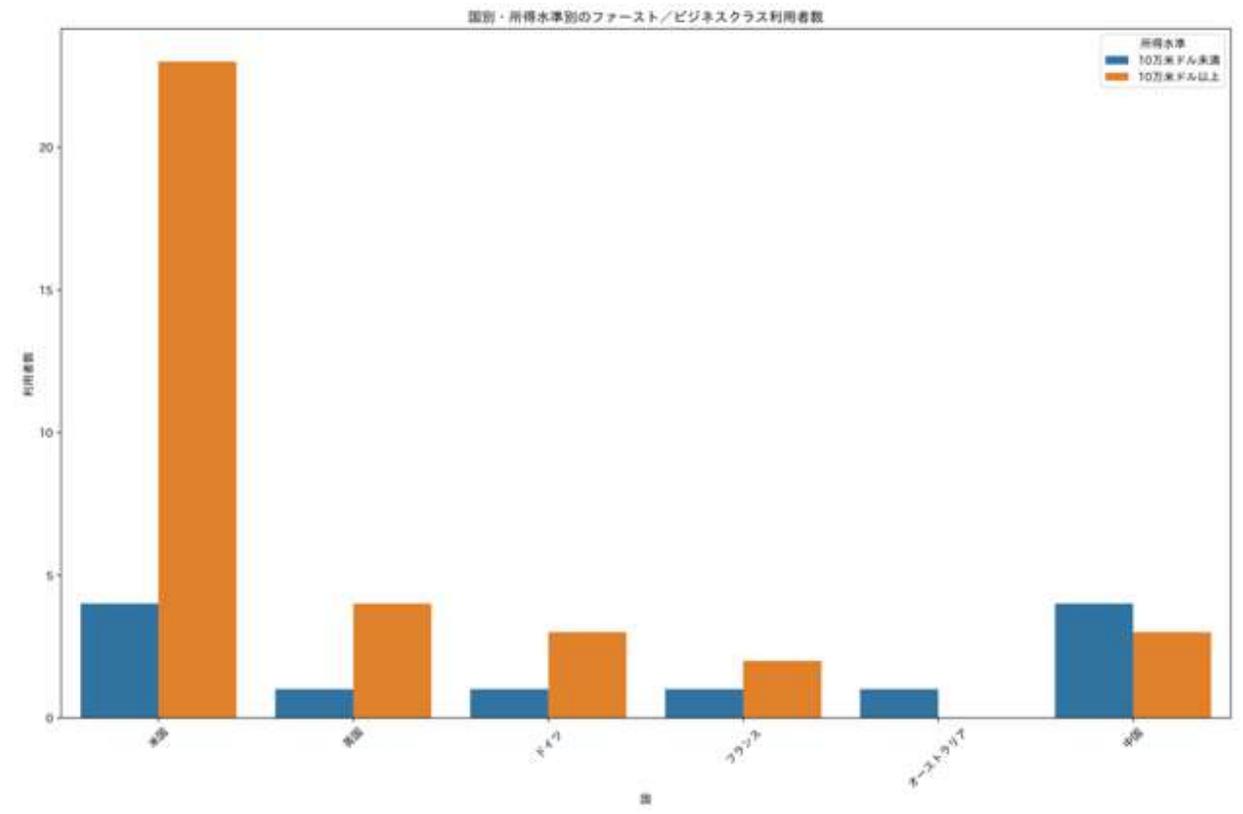
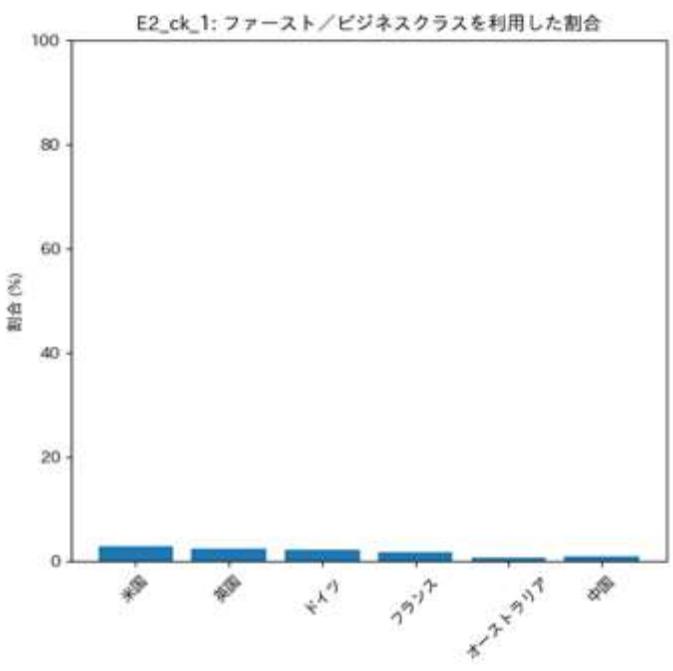


※高所得者はややガイドブックを多く利用する傾向



富裕層を特定するロジックの整理：バックデータ

ファースト/ビジネスクラスの利用は全体の2%程度となる。内訳は、10万米ドル以上の消費をしている旅行者の方が利用数が多い。結果として所得水準で見ても1%以下程度の高所得者層が利用しており、ビジネス・ファースト利用者はかなりのハイエンド旅行者と推察される。





富裕層を特定するロジックの整理：消費額から見た日本人との差

富裕層を特定するロジックの整理：消費額から見た日本人との差



日本人と訪日外国人の観光消費額の違いを可視化する。日本人の調査結果は、観光庁の旅行・観光消費動向調査結果を活用する。特に今回は「2024年4-6月期 集計表（速報）」を利用する。

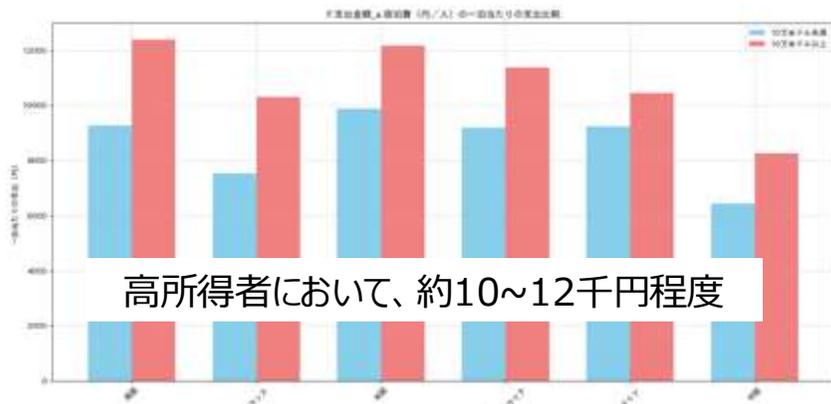
仮説

- ・日本人と外国人旅行者の消費額は大きく異なることはない。

仮説検証の観点

- ・1泊当たりの宿泊費などを比べることで、日本人と外国人旅行者での金額差が存在するかを確認

外国人旅行者の旅行消費額（宿泊費）



日本人の旅行消費額



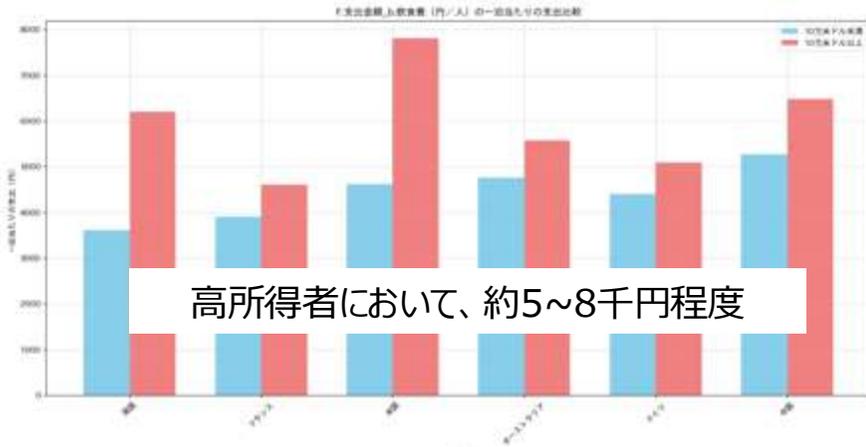
結論

- ・高所得な外国人旅行者においても1泊当たりの消費額は日本人とほぼ同等（低め）。消費総額は宿泊日数に大きく依存

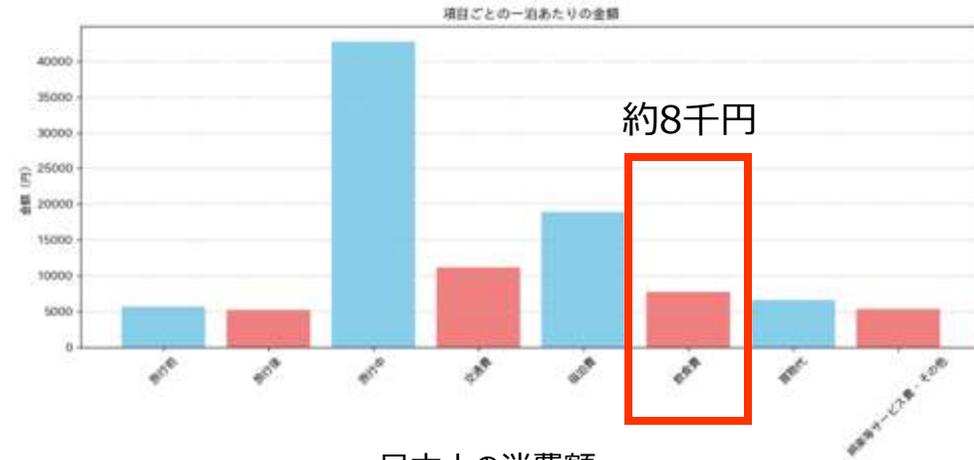
富裕層を特定するロジックの整理：消費額から見た日本人との差



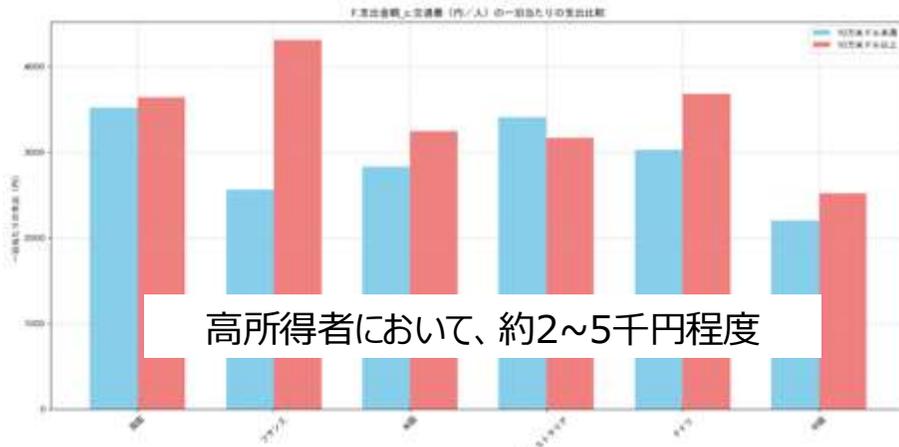
1 泊当たりの飲食費・交通費の比較



外国人旅行者の旅行消費額（飲食費）



日本人の消費額



外国人旅行者の旅行消費額（交通費）



日本人の消費額

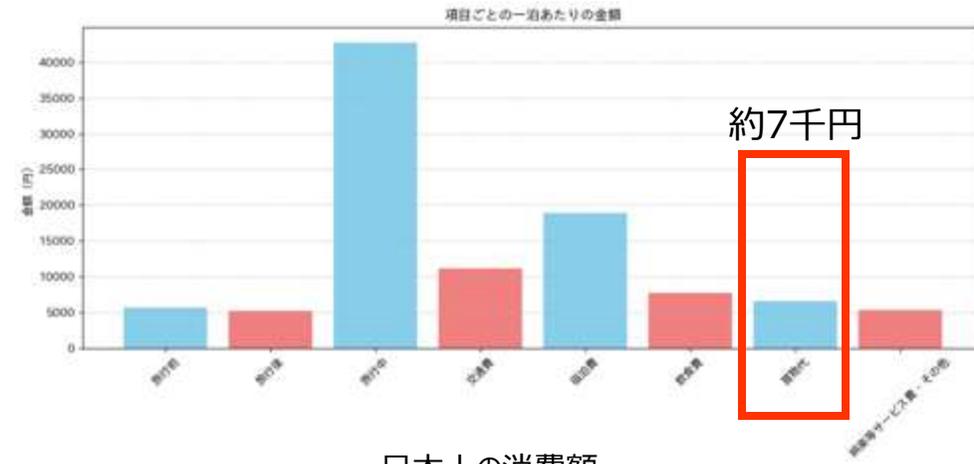
富裕層を特定するロジックの整理：消費額から見た日本人との差



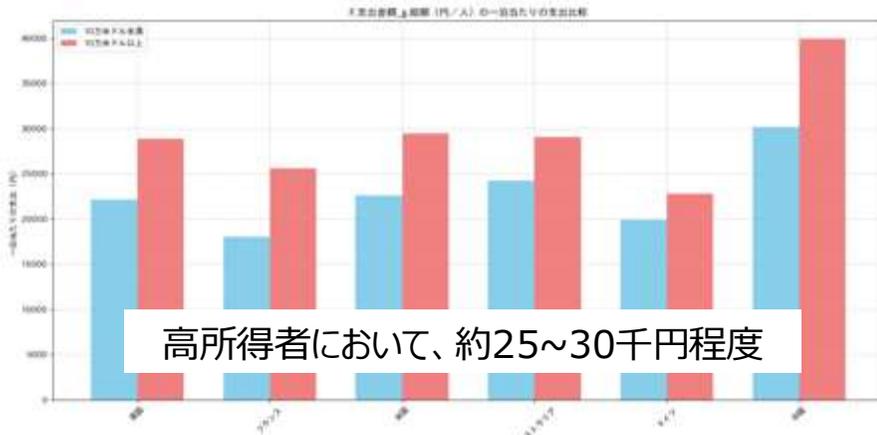
1 泊当たりの買物代・旅行中支出の比較



外国人旅行者の旅行消費額（買物代）

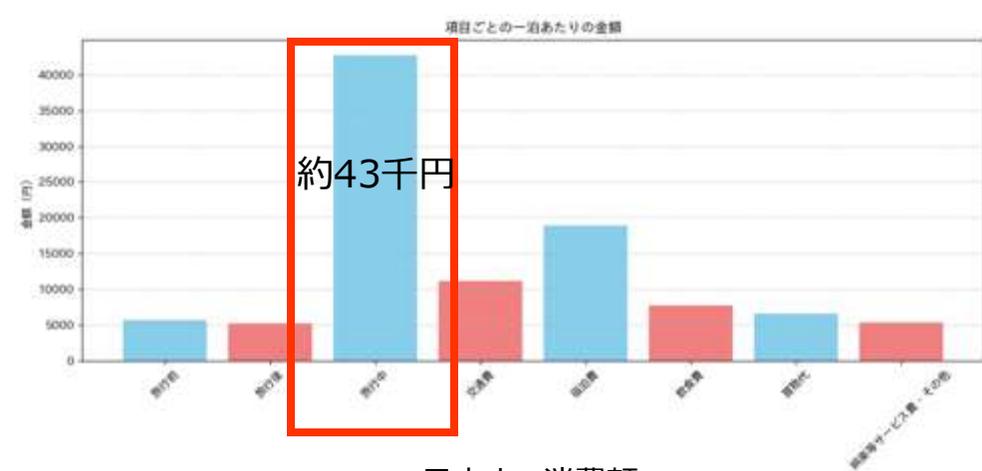


日本人の消費額



外国人旅行者の旅行消費額（旅行中支出）

※中国は今回のターゲットではない：宿泊日数が少ない



日本人の消費額

富裕層を特定するロジックの整理：消費額から見た日本人との差



各国の平均宿泊日数のバックデータは以下の通り

国名	宿泊日数
英国	12.7
フランス	17.1
米国	12.3
オーストラリア	14.5
ドイツ	14.9
中国	8.2
日本	1.63



モデルルートにおける外国人動態の調査



ここまでを選定した手法を用いて、モデルルートを用いて、ターゲット層の動態を確認した。

調査全体像と結果の要約

- ✓ 推定手法と動態の全体像の可視化手法を整理した
- ✓ Setouchi Journeysのルートを用いて、5カ国それぞれの旅行者に対する動態を調査・可視化した。モデルルート上での動態は国籍別の差分はあれど、人流が少ない箇所も存在することも判明した

※人流分析は訪日外国人向けアプリのGPSデータを元に行った

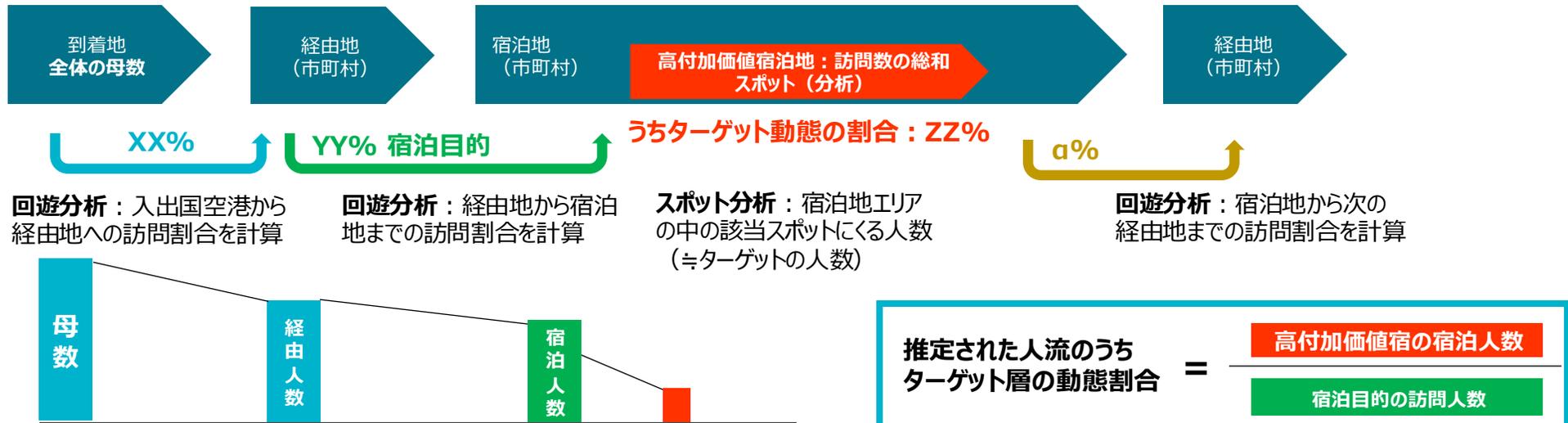
ルートの分析と高付加価値外国人旅行者動態の推定について



対象ルートにおいて、訪問地間の人流・動態データを分析する。特に高付加価値外国人が訪問する可能性が高い宿泊地および消費エリアの経由地への訪問割合を活用して動態を推定する。

分析のポイント

全体の人流を把握し、国籍別に本事業のターゲット旅行者の割合から動態を推定する。
ターゲット層の絞り込みのために、以下の方法でエリアを絞り込む
1、高単価の宿泊地（バックパッカーを除外） 2、高消費額エリア（宿泊地以外の高単価エリアの推定）



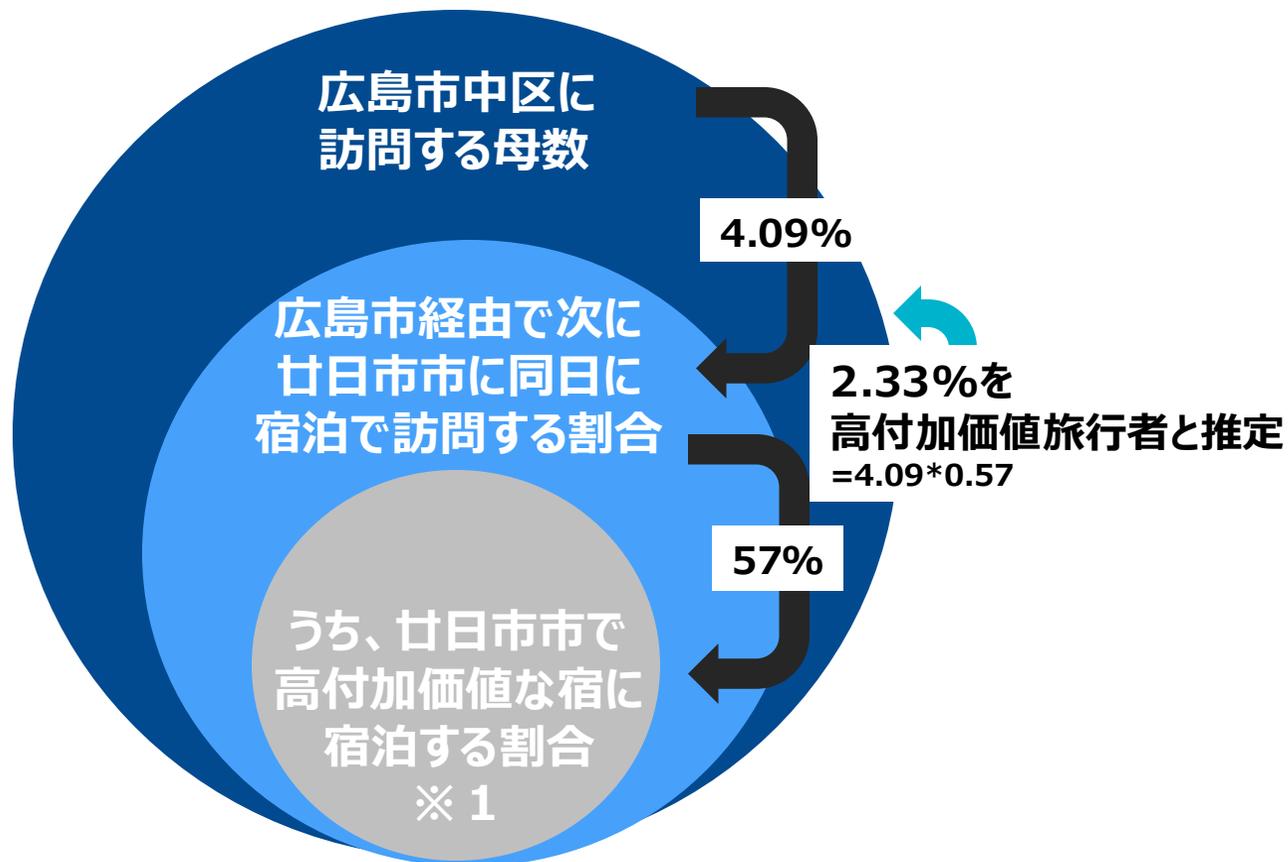
全体の人流のうちターゲット層の動態数

※動態の際には、次の目的地に対して、宿泊の有無を切り分け、かつ、同日訪問の人流に絞り込む

動態推定の際のポイント：割合を活用する



対象ルートにおいて、動態全体のスポットの間の訪問割合と宿泊など諸条件を組み合わせることで最終的に何%がたどり着いているであろうかを推定していく。米国からの旅行者で2024年1~6月のデータを参照すると以下の通りとなる。



広島市中区へのインバウンド観光客総数に対する入国空港割合

HND : 43.08%
NRT : 42.13%
KIX : 7.53%

入国空港	詳細 >
東京国際空港	7,639人(43.08%)
成田国際空港	7,470人(42.13%)
関西国際空港	1,335人(7.53%)
那覇空港	429人(2.42%)
屋久島空港	214人(1.21%)

出国空港	詳細 >
東京国際空港	10,083人(42.67%)
成田国際空港	9,420人(39.87%)
関西国際空港	2,815人(11.91%)
福岡空港	463人(1.96%)
那覇空港	328人(1.39%)

※ 1 : 各国籍の廿日市市に宿泊人数に対する高付加価値宿に滞在する人数で推定

※ 2 : 総数の推定が必要な場合は、JNTOの訪日外客統計（県単位）から県・市町滞在者の割合を推定することで算出は可能

引用元：<https://www.jnto.go.jp/statistics/data/visitors-statistics/>

高付加価値宿の選定：マスタープランに記載の宿



(参考) 高付加価値旅行に関する指標データ 「ヤド」



高付加価値旅行者を送客した宿泊施設

※赤字：頻繁に利用するホテル（出所：DMCヒアリング）

兵庫県

- ◆ 西村屋本館
- ◆ 丹波篠山NIPPONIA
- ◆ 有馬山麓 御所別荘
- ◆ 欽山
- ◆ 中の坊瑞苑
- ◆ 西村屋ホテル招月庭
- ◆ ホテルオークラ神戸
- ◆ グランドニッコー淡路
- ◆ ホテルアナガ
- ◆ 夢乃井庵夕やけこやけ
- ◆ 神戸北野ホテル
- ◆ ホテル・ラ・スイート神戸ハーバーランド

岡山県

- ◆ 旅館くらしき
- ◆ ANAクラウンプラザ岡山
- ◆ 三井ガーデンホテル岡山
- ◆ 季譜の里
- ◆ ダイヤモンド瀬戸内マリンホテル

広島県

- ◆ シェラトングランドホテル広島
- ◆ Azumi Setoda・yubune
- ◆ 厳島いろは
- ◆ 錦水館
- ◆ 岩窓
- ◆ 宮島グランドホテル有もと
- ◆ ヘラビスタ
- ◆ 庭園の宿石庭
- ◆ ヒルトン広島
- ◆ 宮島 わたなべ
- ◆ U2
- ◆ ホテル宮島別荘

山口県

- ◆ 大谷山荘
- ◆ 大谷山荘別邸 音信

徳島県

- ◆ ホテルリッジ

香川県

- ◆ ベネッセハウス
- ◆ 直島旅館 る露
- ◆ ことひら温泉琴参閣
- ◆ 琴平花壇
- ◆ 海音真理・島音真理

愛媛県

- ◆ 瀬戸内リゾート 青凧
- ◆ HOTEL LEPO CHAHAL
- ◆ TOBEオーベルジュリゾート

引用元：「せとうちエリア」における 高付加価値なインバウンド観光地づくり マスタープラン

<https://setouchitourism.or.jp/ja/wp-content/uploads/sites/2/2024/04/%E3%81%9B%E3%81%A8%E3%81%86%E3%81%A1%E3%82%A8%E3%83%AA%E3%82%A2%E3%83%9E%E3%82%B9%E3%82%B3%E3%83%97%E3%83%A9%E3%83%B3%E3%83%BC%E3%83%88%E3%85%A8%E4%BD%93%E7%89%88%E3%83%99.pdf>

高付加価値旅行者の現在数



観光庁が定義する高付加価値旅行者はせとうちエリアにおいて非常に少ない割合となっており、この旅行者の動態を直接かつ統計的に得る手段は現状ないと推察される。一方、今回のターゲット層であれば前述の統計データにあるようにある程度の母数を期待できると推察できる。

(参考) 高付加価値旅行に関する指標データ 「消費動向及び移動等動態」



平成29年～令和元年において「せとうち7県」を訪問した外国人について、1人1回当たりの旅行消費額※を集計すると、3年間の累計回答者数は12,079人であり、全国（101,857人）の11.9%を占めた。このうち、1人1回当たりの旅行消費額が3,000千円以上の“Tier1”に相当する回答者はおらず、1,000千円以上の“Tier2”に相当する回答者は52人（構成比0.4%）であった。

当機構が推進対象としている欧米豪5カ国（英国、ドイツ、フランス、米国、オーストラリア）をみると、「せとうち7県」を訪問した回答者は3,494人であり、このうち旅行消費額が1,000千円以上であったのは15人（同0.4%）であった。

単位：人

旅行消費額 (円)	英国	ドイツ	フランス	欧 州 の 他	米 国	カナ ダ	ラオ リ ア ス ト	韓 国	台 湾	香 港	中 国	ア ソ ジ の ア 他	そ の 他	計	欧米豪 5カ国
0 ～49,999	56	62	45	74	204	48	81	1,125	376	101	120	449	59	2,800	448
50,000 ～99,999	55	74	39	98	249	49	79	739	337	213	213	519	91	2,755	496
100,000 ～149,999	52	80	50	105	269	69	96	160	164	186	224	390	110	1,955	547
150,000 ～199,999	69	94	63	123	222	72	64	46	87	119	123	203	97	1,382	512
200,000 ～299,999	90	129	89	160	286	108	157	37	48	76	157	165	155	1,657	751
300,000 ～499,999	63	108	51	92	206	74	118	15	17	26	109	80	130	1,089	546
500,000 ～999,999	19	25	20	31	81	15	34	5	11	13	41	40	54	389	179
1,000,000 ～2,999,999	2	4	4	2	4	4	1	2	3	4	8	6	8	52	15
3,000,000 ～5,000,000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
合計	406	576	361	685	1,521	439	630	2,129	1,043	738	995	1,852	704	12,079	3,494

(出典) 国土交通省観光庁「訪日外国人消費動向調査」

動態調査結果：米国



顧客像

米国市場ターゲット層	せとうちエリアで訴求できるパッション 観光コンテンツ・アクティビティ	その他、ターゲット攻略のための 留意事項	参考情報 訪日外国人消費動向調査
D:世帯可処分所得 上位10% (2,150万円/年 以上)	<ul style="list-style-type: none"> ■食・お酒 <ul style="list-style-type: none"> ・ローカルフード（地元食材、伝統料理、ご当地グルメ等） ・酒蔵訪問（飲み比べ、蔵人との交流等） ■伝統文化・芸能 <ul style="list-style-type: none"> ・遺跡・街並（各地：遺跡、重伝建街並み、商店街等） ・美術館・現代アート（各地美術館、各地芸術祭、アートイベント等） 	<ul style="list-style-type: none"> ・地方への訪問意欲は他のターゲットに比べて高水準。 ・訪日旅行に対する意欲が高く、再訪日の可能性が高い。 	<p>【旅行支出】 単位：円/人 総額：290,813円/人</p>

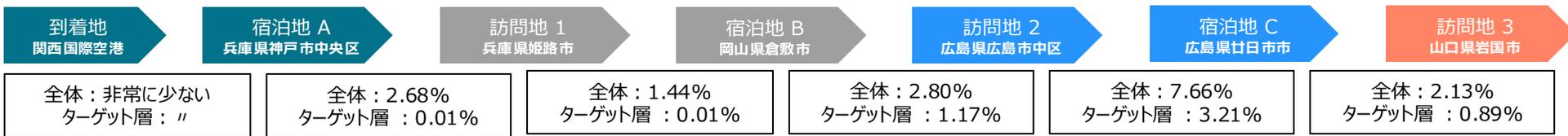


平均12.1泊

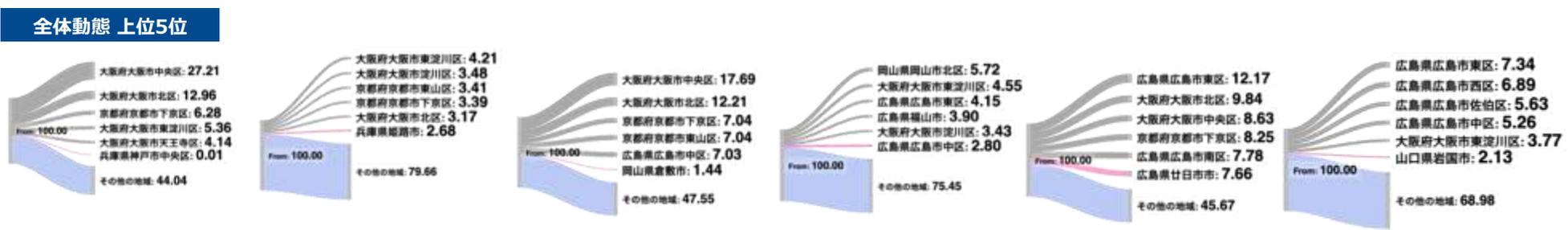
調査経路

周遊マップ

入込客数：13.6万人



動態分析

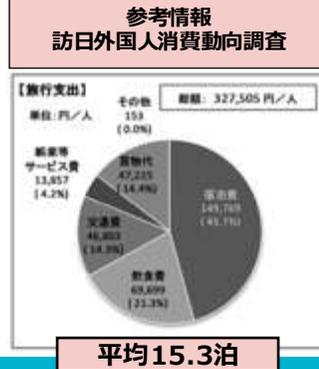


動態調査結果：英国



顧客像

英国市場ターゲット層	せとうちエリアで訴求できるパッション 観光コンテンツ・アクティビティ	その他、ターゲット攻略のための 留意事項
A: 20~30代 世帯可処分所得上位20% (1,250万円/年以上)	<ul style="list-style-type: none"> ■豊かな自然 <ul style="list-style-type: none"> ・風景（多島美等） ・エコツアー（SDGs、サイクリング等） ■食・お酒 <ul style="list-style-type: none"> ・ローカルフード（地元食材、伝統料理、ご当地グルメ等） ・酒蔵訪問（飲み比べ、蔵人との交流等） ■リゾート <ul style="list-style-type: none"> ・ラグジュアリーホテル（地域性が特長的なもの） 	<ul style="list-style-type: none"> ・業界向けの情報発信及び人材育成を通じた関係者の訪日旅行の知識の向上が必要。 ・旅行情報源として多用されるオンライン媒体を中心として情報を発信。 ・せとうちの観光の魅力を訴求し、旅行者を地方誘客。



調査経路

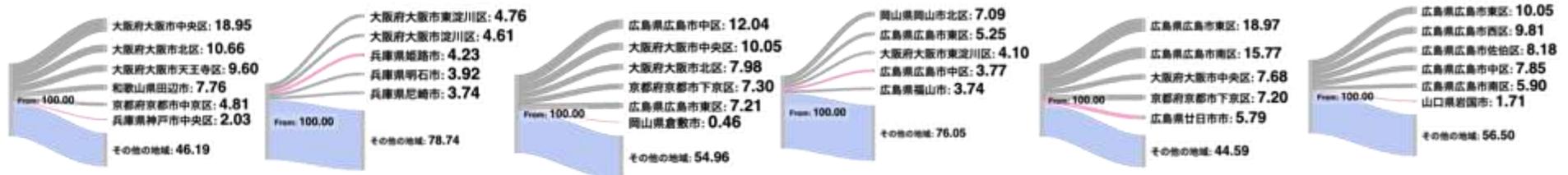


動態分析

入込客数：2.9万人



全体動態 上位5位

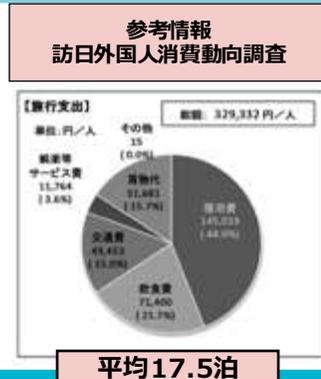


動態調査結果：仏



顧客像

仏市場ターゲット層	せとうちエリアで訴求できるパッション 観光コンテナー・アクティビティ	その他、ターゲット攻略のための 留意事項
C:40代以上 世帯可処分所得 上位30% (750万円/年以上)	<ul style="list-style-type: none"> ■ 伝統文化・芸術 <ul style="list-style-type: none"> ・庭園・花（各地庭園、花屋敷等） ・伝統行事（各地伝統行事） ・祭体験（各地祭り体験） ・歴史的伝説（築100年以上文化財館、歴史的な遺産等） ■ 豊かな自然 <ul style="list-style-type: none"> ・サイクリング（等） ・温泉・湯治（各地温泉地、地湯等） ■ 食 <ul style="list-style-type: none"> ・お酒（各地日本酒、ウイスキー、地ビール他） ・ローカルフード（地元食材、伝統料理、ご当地グルメ等） ・ミシュラン店（各地多種ジャンル） 	<ul style="list-style-type: none"> ・ガイドブックや旅行雑誌など、紙媒体でも情報収集を行う傾向。 ・高所得者層向け旅行を取り扱うコンベンションへのアプローチも重要。

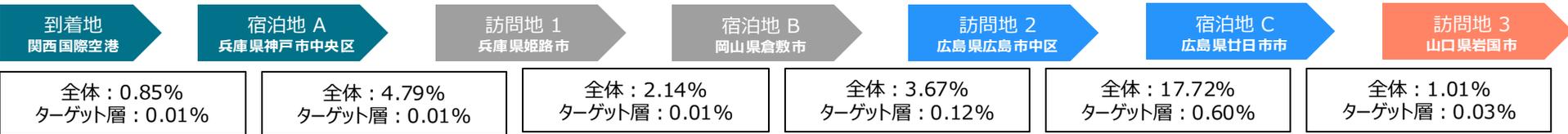


調査経路



動態分析

入込客数：3.7万人



動態調査結果：独



顧客像

独市場ターゲット層	せとうちエリアで訴求できるパッション 観光コンテンツ・アクティビティ	その他、ターゲット攻略のための 留意事項
<p>C:訪日未経験者 世帯可処分所得 上位20% (1,050万円/年 以上)</p>	<p>■豊かな自然</p> <ul style="list-style-type: none"> ハイキング（各地の山） 風景（四季折々の自然風景） エコツア（SDGs、サイクリング等） グランピング（各地海・山エリア×風景） <p>■食・お酒</p> <ul style="list-style-type: none"> ローカルフード（地元食材、伝統料理、ご当地グルメ等） <p>■街並・有名な建築</p> <ul style="list-style-type: none"> ラグジュアリーホテル（地域性が特長的なもの） 遺跡・街並（各地：遺跡、重伝建街並み、商店街等） 	<ul style="list-style-type: none"> ・訪問希望エリアとして、東京に次いで“わからない”との回答が3割を占めており、東京以外の観光情報の発信が必要。 ・海外旅行の予約方法について、航空券は航空会社、宿泊はオンライン予約サイトが主流。



調査経路

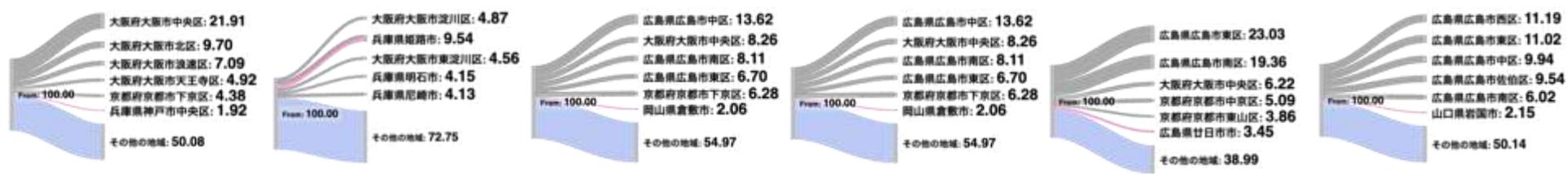


動態分析

入込客数：2.3万人



全体動態 上位5位

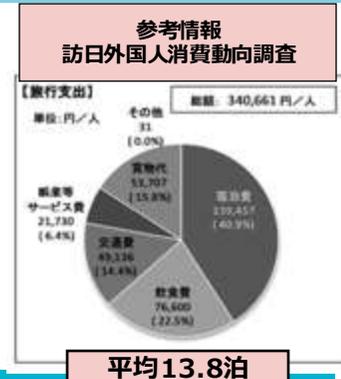


動態調査結果：豪州



顧客像

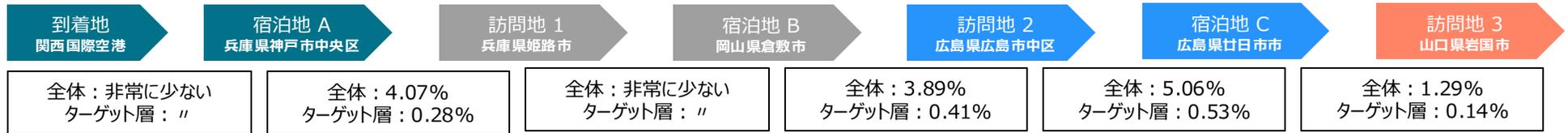
豪州市場ターゲット層	せとうちエリアで訴求できるパッション 観光コンテンツ・アクティビティ	その他、ターゲット攻略のための 留意事項
D:50代以上 世帯可処分所得上位 40% (1,000万円/年以上)	<ul style="list-style-type: none"> ■食・お酒 <ul style="list-style-type: none"> ・ローカルフード（地元食材、伝統料理、ご当地グルメ等） ・ミシュラン店（各地多種ジャンル） ■歴史・遺跡 <ul style="list-style-type: none"> ・遺跡・街並（各地：遺跡、重伝建街並み、商店街等） ■豊かな自然 <ul style="list-style-type: none"> ・エコツアー（SDGs、サイクリング等） ・ラグジュアリーホテル（地域性が特長的なもの） 	<ul style="list-style-type: none"> ・旅行会社を通じた情報収集と旅行予約の割合が多く、BtoBの取組として商談会及び旅行会社社招請を重視。



調査経路



入込客数：7.2万人



動態分析





人流データを起点としたせとうちエリアの外国人動態調査

調査の概略・手法・結果の要約



本調査ではルートを仮定せず、今後の最適なルート提案のために、データに基づいた現状の動向把握と、せとうちの各エリアの動態把握を行った。加えて、決済データを用いたせとうちエリアの消費・エリア動向を確認した。

調査全体像と結果の要約

- ✓ データに基づく高付加価値ルートの絞り込み
関西エリアからせとうちエリアへの流入・周遊の広がりを可視化した。結果として関西エリアからの引き込み、および、引き込んだ後のエリア内周遊（ターミナル地点と主要観光地）の組み合わせが現状のせとうちエリアでの周遊動態であることがわかった
- ✓ せとうちエリアの外国人旅行者の人流の基礎調査
ここまでの調査を踏まえ、せとうちエリアの外国人旅行者の人流についてターミナル地点と主要観光地の観点で整理した。結果として、7県の各エリアにおける旅行者の特性（リピーター・宿泊率）と周辺地周遊ルートを可視化し、それぞれのエリアごとの集客・周遊戦略の仮説を提案した
- ✓ 戦略的重点分析
 - ・山口・四国エリアにおいて、それぞれのエリアにおける流入経路の詳細を個別に確認し、それぞれの地域でどこからの経路の観光客を誘致するかの基礎データを準備した
 - ・高級宿泊施設周辺のエリア分析として、それぞれのエリアにおける交通手段や特性を整理した
 - ・アジア人旅行者との比較分析：ターゲット層とアジア人旅行者でそれぞれのスポットにおける動態の違いを可視化し、欧米豪の旅行者のさらなる拡大余地について可視化を行った
- ✓ 消費データの分析
 - ・決済データの観点でせとうちエリアにおける特性・分布を確認した。



データに基づく高付加価値ルート of 絞り込み

調査の方針

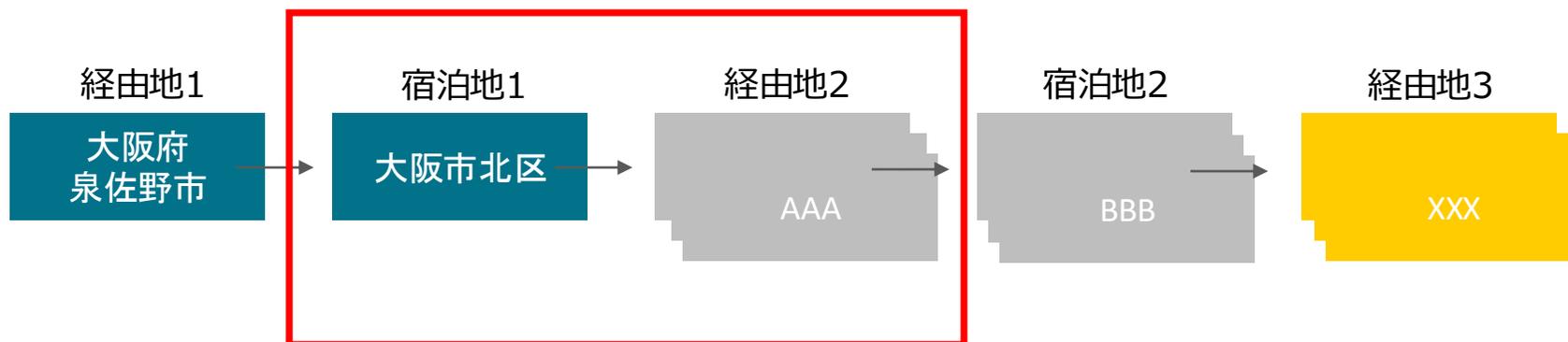
- データに基づいて人流量が多い経路を洗い出し、今後のルート提案に活用する
- 5カ国の人流量データの合計値で推定

調査ルートの説明

- Setouchi Journeysと同様に経由地・宿泊地のセットで人流を調査
- 人流の多い経路を中心に分析し、せとうちエリアへの遷移があればそこに着目をし、順次経路を確認する



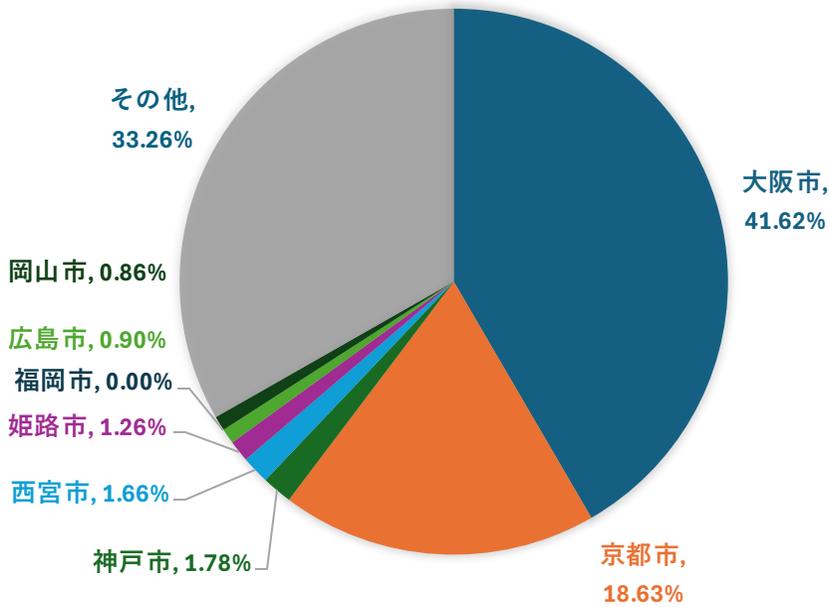
次にご説明するルート





初回宿泊地からの動態

初回の宿泊地（大阪市北区）からの動態においては、大阪・京都エリア近辺が中心。一方、割合は少ないが兵庫エリアへの動態も見られる。ここからせとうちエリアへの動態に繋げていくことが重要と考えられる。

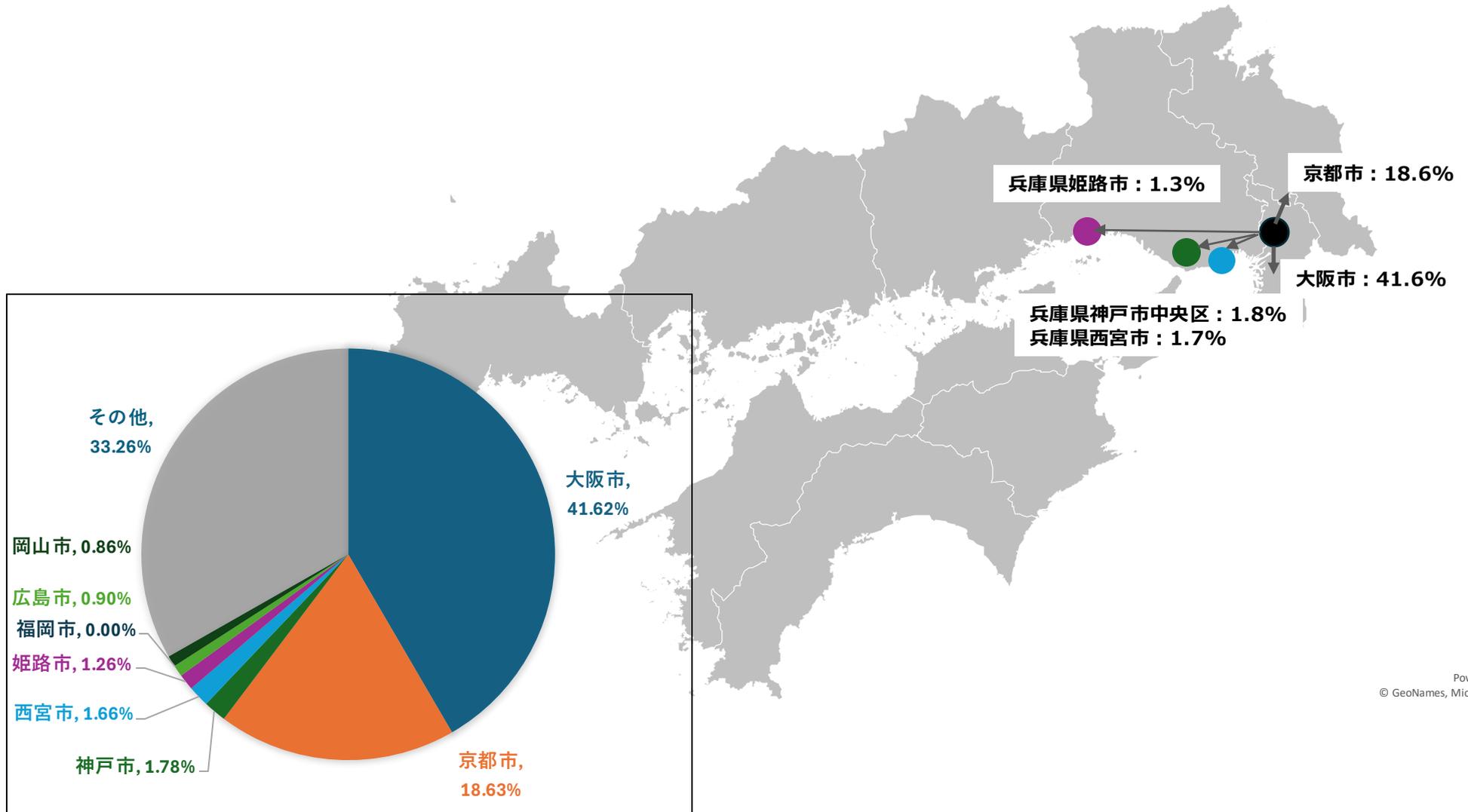


大阪市北区からの動態データ

後に訪れた都道府県/市区町村 (同日訪問のみ)	比率
大阪府 大阪市 中央区	8.02%
大阪府 大阪市 東淀川区	6.47%
大阪府 大阪市 天王寺区	4.02%
京都府 京都市 東山区	3.96%
京都府 京都市 下京区	3.95%
大阪府 高槻市	3.47%
大阪府 大阪市 淀川区	2.99%
大阪府 大阪市 浪速区	2.98%
大阪府 大阪市 都島区	2.97%
大阪府 大阪市 福島区	2.96%
大阪府 大阪市 西区	2.95%
京都府 京都市 南区	2.72%
大阪府 大阪市 城東区	2.64%
大阪府 茨木市	2.58%
大阪府 摂津市	2.39%
大阪府 吹田市	2.20%
大阪府 島本町	2.11%
京都府 大山崎町	2.02%
兵庫県 尼崎市	1.97%
京都府 京都市 中京区	1.89%
京都府 長岡京市	1.87%
大阪府 大阪市 港区	1.82%
兵庫県 神戸市 中央区	1.78%
京都府 向日市	1.75%
兵庫県 西宮市	1.66%
大阪府 大阪市 此花区	1.61%
京都府 京都市 伏見区	1.60%
京都府 京都市 山科区	1.41%
兵庫県 姫路市	1.26%

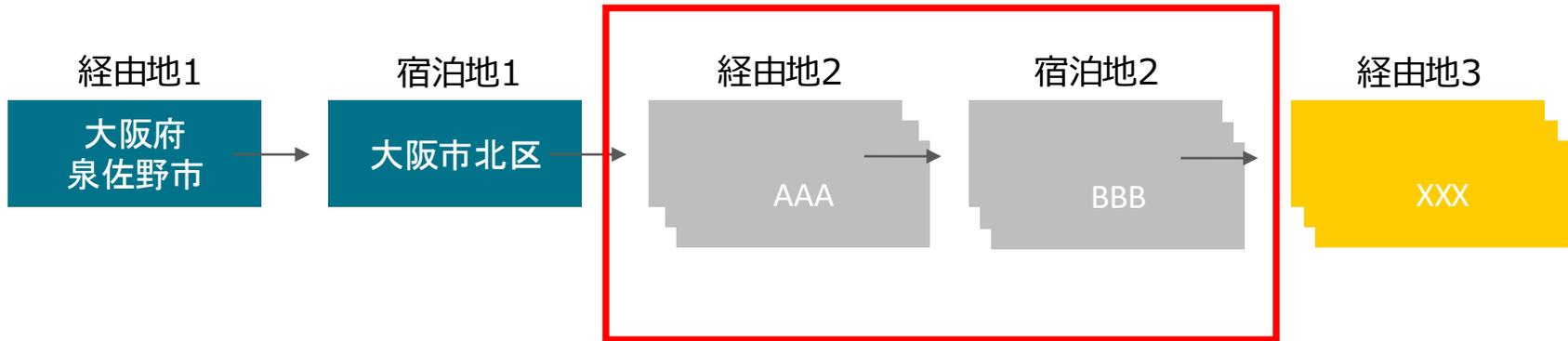
尼崎は関空からのリムジンバスと想定されるため割愛

大阪市北区宿泊後の経由地への動態



Powered by Bing
© GeoNames, Microsoft, Zenrin

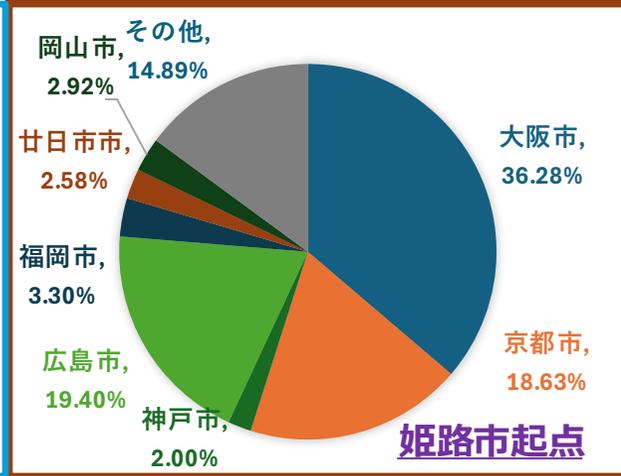
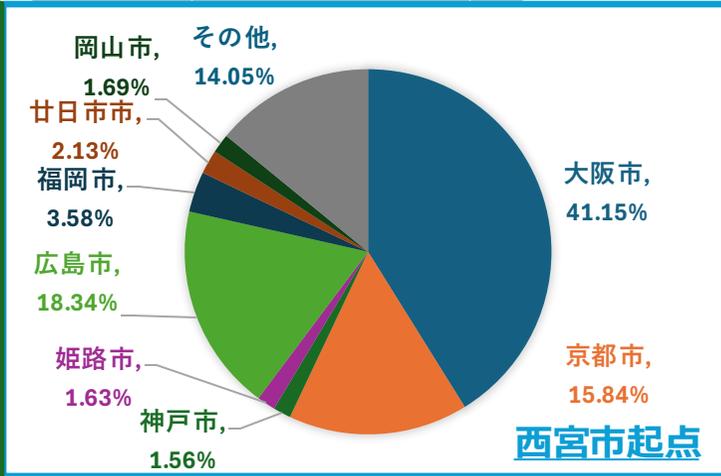
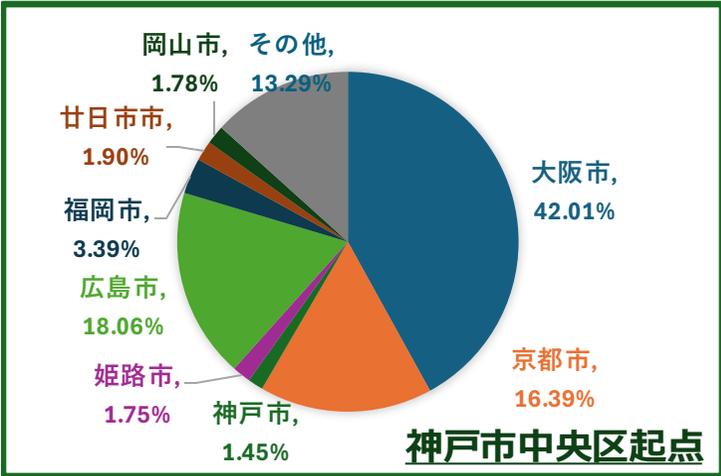
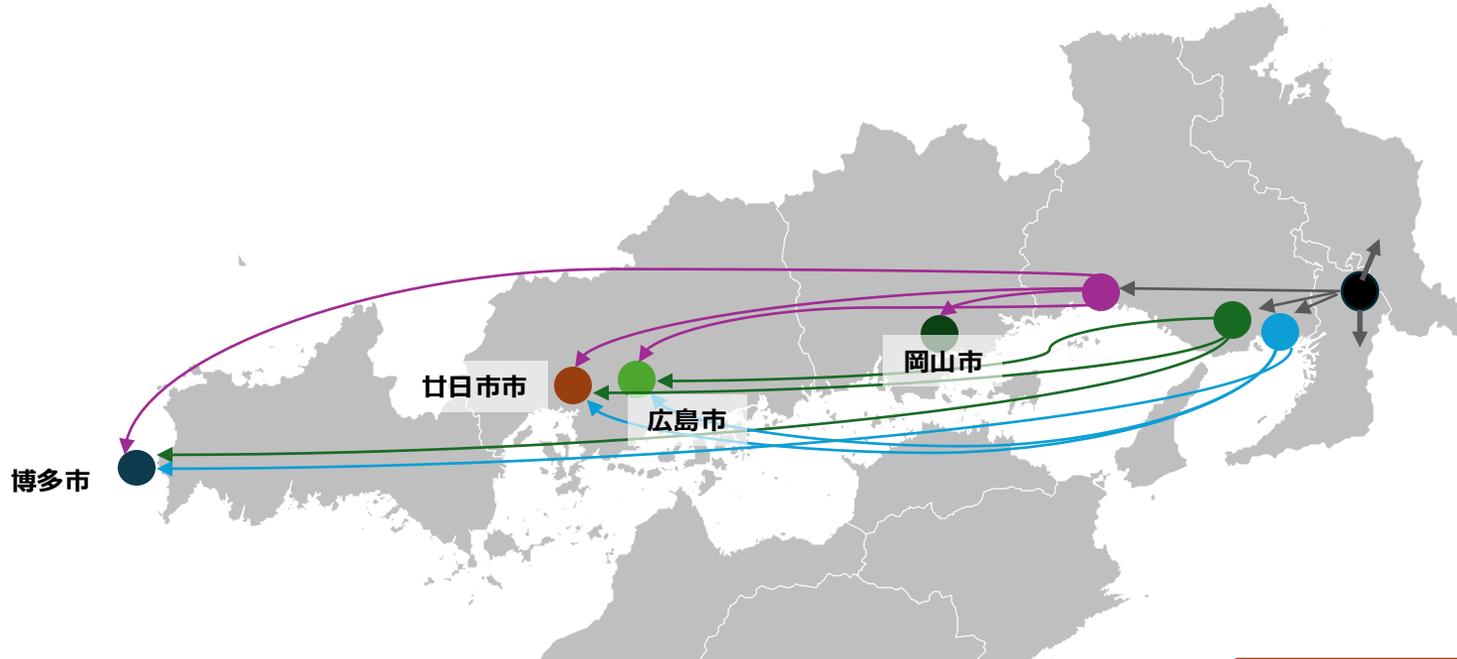
次にご説明するルート



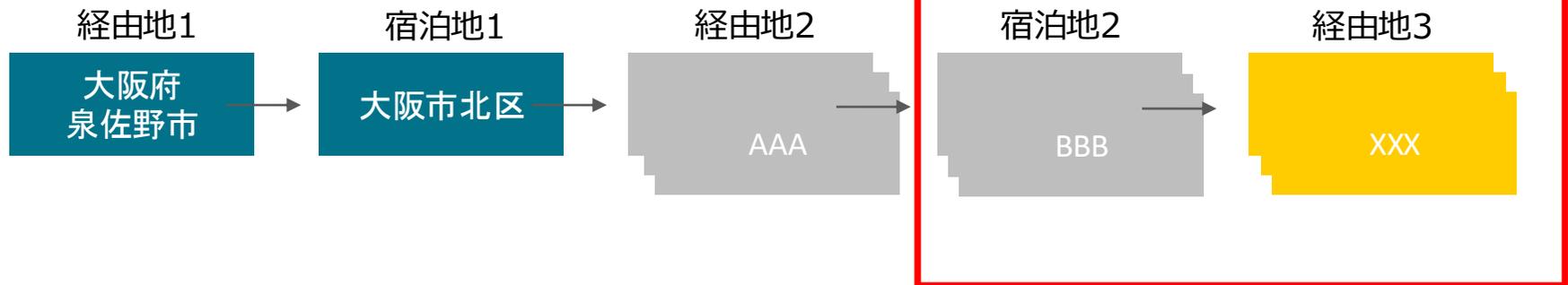
兵庫エリアからの宿泊目的地への動態



兵庫エリアの経由地から先の宿泊目的地を整理すると以下の通り。関西へ戻るルートが減り、広島市・廿日市市・岡山市・博多ルートが増える。地域の主要観光地への遷移が目立つことから、これから次の動態では県内・周辺エリアへの周遊が促進されると予想される。



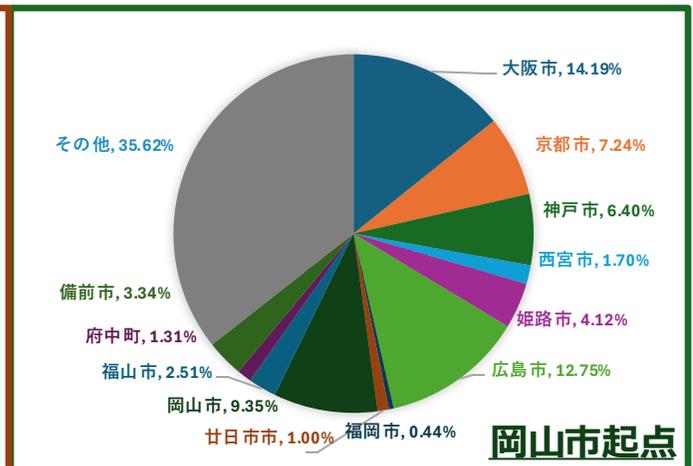
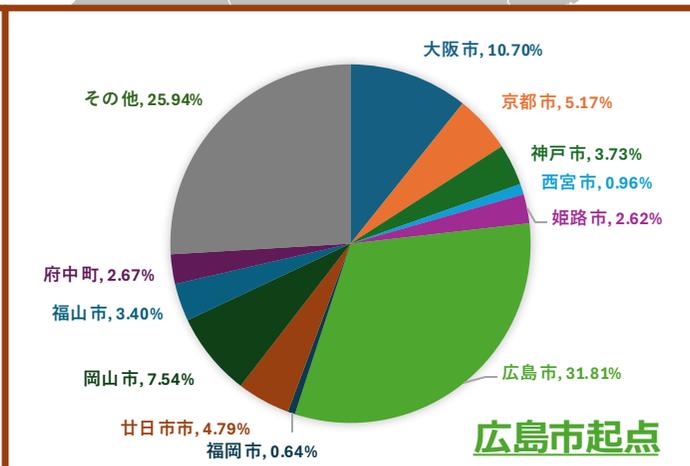
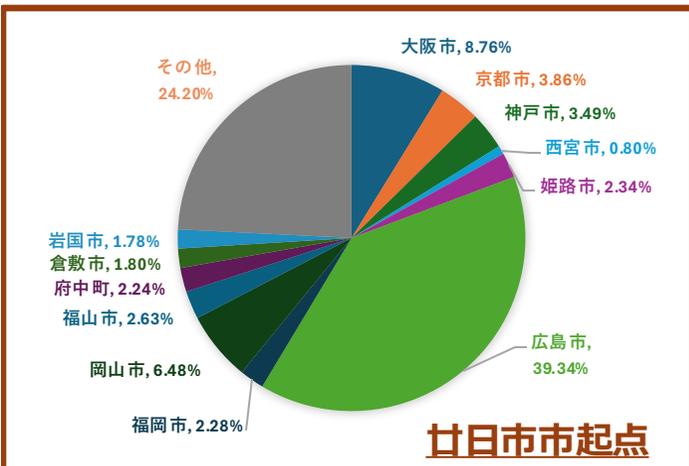
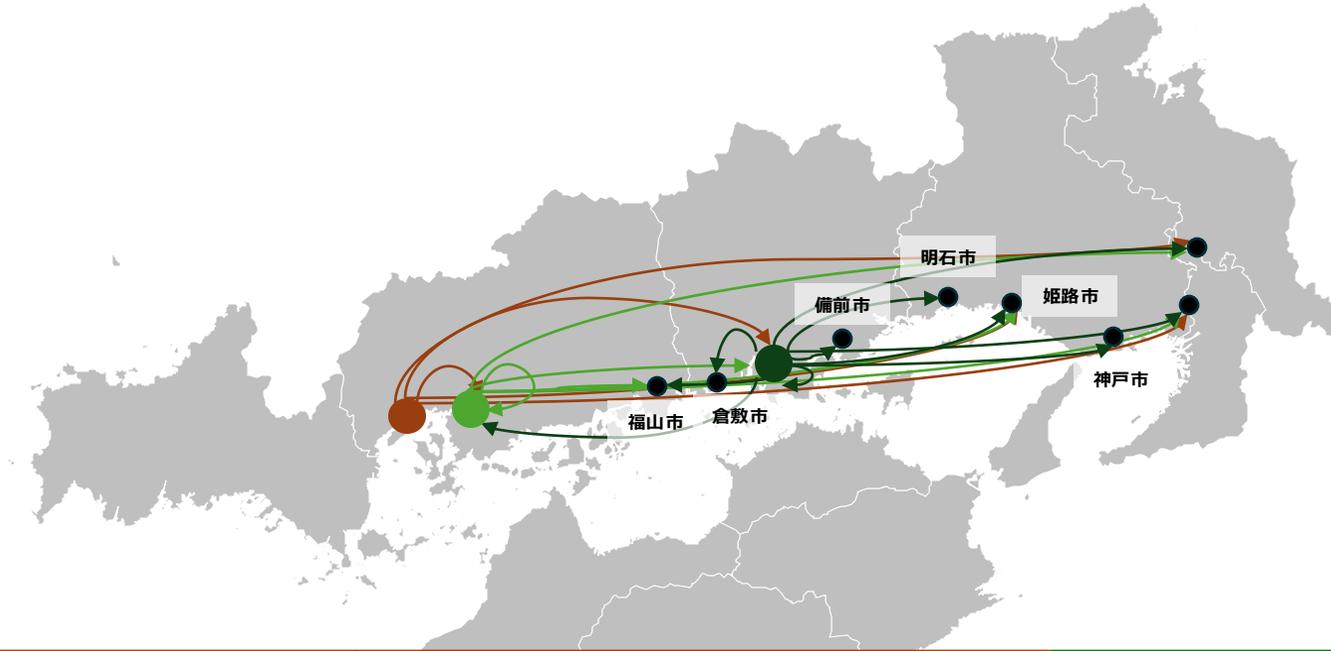
次にご説明するルート





主要宿泊地からのせとうちエリアへの観光経路目的の移動

各エリアに宿泊した旅行者の次の経由地として、各エリア周辺周遊と観光地への経路が増加。





アンケート結果からも、KIX出国者のうち、せとうちへの周遊は、北米観光客で兵庫11%、広島9%程度であり、全体の動態の中の1割程度しかない。この動態をいかに「増やし」、かつ、「せとうちエリアの周遊につなげる」かがマクロ視点のポイントになる

外国人旅行者の誘致に関する施策の企画立案、評価等のための基礎資料を得る貴重な機会

調査手法	調査員によるタブレットを使った対面式、調査員による対面調査方法をとることにより、回答の正確性の向上を図る。観光庁の実施の同区調査の設問と一部合わせることで、日本全体の数値との比較を行う。
調査場所	関西国際空港第1ターミナル4階出発エリア
設問数	40～50問
サンプル数	年間4回実施・1回につき15日間・1回1000サンプル以上 年間取得目標4000サンプル以上
調査実施言語	英語・繁体字・簡体字・韓国語
サンプル数	4000サンプル以上 中国1200、台湾・香港800、韓国1200 東南アジア500、欧米系300
分析手法	クロス集計による提供のほか、多変量解析を用いた統計的技法を合わせて示唆を得る。

3 | 日本滞在中の動向 | 日本での訪問先（国別 * 都道府県別）

今回の日本滞在中の訪問地、宿泊先について教えてください。

訪問先（都道府県）を国別に示した結果は、以下の通り。
 韓国人は、大阪府のみを訪問する割合も多いと考えられ、北米、欧州の旅行者は、大阪と京都をセットで訪問していると考えられる。

(n=2,122)

項目	全市場	中国	韓国	台湾	香港	東南アジア	北米	ヨーロッパ
大阪府	86%	80%	92%	92%	94%	81%	76%	77%
京都府	58%	55%	46%	66%	56%	56%	63%	80%
東京都	22%	35%	5%	7%	12%	28%	47%	50%
奈良県	20%	22%	9%	21%	16%	33%	22%	26%
兵庫県	11%	11%	7%	16%	9%	12%	11%	12%
広島県	4%	1%	0%	2%	2%	4%	9%	21%
神奈川県	4%	6%	8%	1%	2%	4%	7%	13%
滋賀県	3%	4%	1%	4%	3%	4%	1%	7%
和歌山県	3%	3%	1%	2%	3%	2%	2%	9%
北海道	3%	3%	1%	2%	1%	3%	4%	5%
千葉県	2%	4%	0%	1%	0%	4%	3%	4%
岡山県	2%	2%	1%	2%	2%	2%	3%	7%
静岡県	2%	3%	0%	0%	2%	3%	4%	8%
合計	2,122	633	459	285	130	273	135	118

※ 青枠が本調査で注目すべき数値

KIXへの入り込み客数について



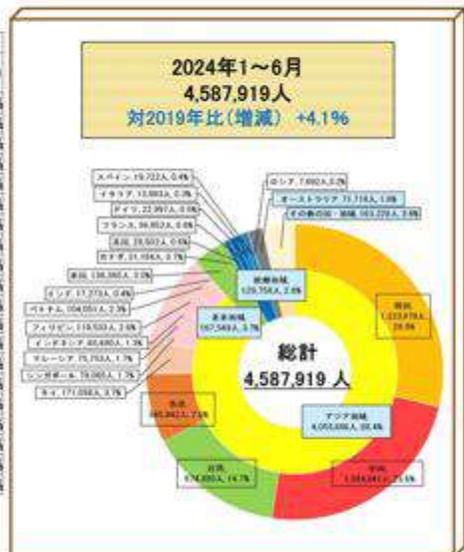
KIX単独・国籍別のデータは完全には公開されていないため、近畿運輸局の観光統計の入国者数の2024年1~6月の数値を利用

【別紙1-2】主要国・地域から近畿への外国人入国者数(2024年6月)



国・地域	2019年		伸率(%)	2024年		伸率(%)
	6月	6月		1月~6月	1月~6月	
韓国	159,500	199,027	+24.8%	1,057,493	1,323,879	+25.2%
中国	298,629	230,251	-22.9%	1,575,327	1,084,041	-31.2%
台湾	103,740	128,819	+24.2%	553,639	674,890	+21.9%
香港	60,560	71,739	+18.5%	308,103	345,442	+12.1%
タイ	14,367	15,659	+9.0%	159,683	171,059	+7.1%
シンガポール	12,220	15,643	+28.0%	47,974	79,065	+64.8%
マレーシア	8,061	6,692	-17.0%	73,410	75,753	+3.2%
インドネシア	11,006	9,942	-9.7%	44,252	60,680	+37.1%
フィリピン	15,341	19,401	+26.5%	88,116	119,533	+35.7%
ベトナム	11,442	15,139	+32.3%	76,119	104,051	+36.7%
インド	1,907	3,011	+57.9%	11,932	17,273	+44.8%
オーストラリア	7,024	10,883	+54.9%	51,719	71,718	+38.7%
米国	27,805	35,571	+27.9%	117,917	136,365	+15.6%
カナダ	5,193	6,550	+26.1%	27,444	31,184	+13.6%
英国	4,387	4,249	-3.1%	27,017	28,502	+5.5%
フランス	4,381	4,988	+13.9%	31,709	36,852	+16.2%
ドイツ	2,334	2,609	+11.8%	16,900	22,997	+36.1%
イタリア	1,853	2,535	+36.8%	11,024	13,993	+26.9%
スペイン	2,237	4,276	+91.1%	10,578	19,722	+86.4%
ロシア	1,134	1,170	+3.2%	3,609	7,692	+113.1%

※上記の表には船舶観光上陸を含まない
 ※左側の外国人入国者数とは、「関西空港、白浜空港、但馬空港、舞鶴港、大阪港、堺港、神戸港、姫路港、尾崎西宮芦屋港、東横瀬港、有田港、和歌山下津港」からの入国者数を指す



出典：法務省「出入国管理統計」及び近畿運輸局作成

【別紙1-3】港別外国人入国者数の推移(2024年6月)



空港名	2024年	2019年												合計
		1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	
全体	2,765,316	2,612,795	3,078,223	3,929,147	3,042,217	3,092,941	2,824,777	2,425,830	2,208,000	2,441,812	2,384,727	2,492,441	2,492,441	21,182,620
新千歳空港	183,326	174,624	119,052	82,616	86,914	117,238	189,385	129,238	82,580	101,286	99,467	182,617	182,617	765,371
羽田空港	424,936	450,057	555,055	546,888	530,242	522,150	375,238	330,730	328,180	369,464	346,829	359,405	359,405	3,029,728
成田空港	809,610	820,440	949,233	855,682	919,184	921,886	687,210	687,210	764,213	720,705	781,420	781,420	781,420	5,336,040
中部空港	116,824	115,288	117,064	129,924	133,080	141,820	167,830	156,212	136,068	149,804	144,424	147,191	147,191	754,100
関西空港	700,401	715,175	772,655	772,655	798,810	812,686	765,789	665,852	600,314	651,661	699,164	644,999	644,999	4,517,590
福岡空港	274,083	264,089	284,756	281,756	293,830	288,796	185,541	140,627	127,089	146,318	146,439	157,007	157,007	1,491,222
那覇空港	151,247	138,242	142,688	145,148	158,849	164,520	168,109	144,360	115,693	118,924	96,959	104,505	104,505	1,650,748
その他	193,459	175,339	183,847	192,193	167,848	170,696	194,169	158,989	133,244	139,872	141,740	125,292	125,292	1,053,280

※対2019年比増減の合計欄は1月~6月の対比

出典：法務省「出入国管理統計」及び近畿運輸局作成

引用元：<https://www.ttb.mlit.go.jp/kinki/content/000333425.pdf>

(注) 推計値についてKIXシェア 25%、期間半年を勘案すると、日本全体の総推計~3,669万人となりほぼ一致。



せとうちエリアの外国人旅行者の人流の基礎調査

人流の基礎調査の要約



ここまで見てきた既存ルートの可視化と、データに基づくルートの提案に続いて「せとうちエリアの外国人旅行者の人流の基礎調査」を行う。

目的と調査内容

この調査は、せとうちエリアにおける外国人観光客の動態を包括的に理解し、観光戦略の最適化を図ることを目的としています。具体的な調査目的は以下の3つの主要な観点に集中した：

全体的な人流把握

- 主要ターミナル地点からの観光客の移動パターン分析
- 主要観光スポットを起点とした観光客の行動範囲の把握
- 既存ルート調査では見えない全体的な動向の理解

戦略的重点分析

四国/山口県アクセス分析

- 四国/山口県への観光客流入ルートの詳細調査
- せとうちエリア全体の観光客増加に向けた戦略的アプローチの検討

高付加価値市場分析

- 高級宿泊施設周辺のエリア分析

アジア旅行者との比較分析

- アジアと欧米豪からの観光客ルートとの比較分析

この調査結果を、せとうちエリアのインバウンド観光における効果的な観光戦略の立案の基礎データとして活用することを想定

※調査は今までと同様に独・仏・英・米・豪の2024年1～6月の訪日データを用いて行った



全体的な人流把握：主要ターミナル地点からの観光客の 移動パターン分析

各県の主要ターミナル地の動態分析：目的と内容



ここまでに見てきたように、**他エリアからせとうちエリアへの流入を考える場合、主要なターミナル地へ流入させ、そこから各観光地へ分散させる必要がある。**そこで、**各県のターミナル地からの主要5カ国観光客の前後移動分析を行い、マクロなバックデータとして周遊観光の戦略策定情報として活用**を狙う。

ターミナル地の選定

※：本州エリアは新幹線の主要駅を選定、四国エリアは各県の流入の窓口となる地点を選定

兵庫県：兵庫県神戸市中央区（JR：新神戸駅）
岡山県：岡山県岡山市北区（JR：岡山駅）
広島県：広島県広島市南区（JR：広島駅）
山口県：山口県岩国市（JR：新岩国駅）
徳島県：徳島県鳴門市（淡路島からの流入経路）
香川県：香川県坂出市（瀬戸大橋からの流入経路）
愛媛県：愛媛県今治市（しまなみ海道からの流入経路）

調査方法

- ✓ 人流分析を用い、主要5カ国のデータを積算する形で、各地を経由した動態（滞在ではなくGPSの計測）から算出
- ✓ 同日訪問での前後移動動態を確認する

結果の要約

- ✓ 訪日観光客の特性として、**兵庫・岡山・広島・愛媛は初回訪問者が多く、新幹線などの王道ルートからの誘客が有効**と想定。一方、**山口・香川・徳島はリピーター比率が高く、せとうちエリア内でのクロスセル施策が効果的。**
- ✓ 地域別の周遊特性では、**兵庫**は近畿エリアからの周遊が中心で、**岡山・広島**は近畿や新幹線ルートからの来訪が目立つ。**山口**は広島・福岡/九州からの動線が強く、**愛媛・香川・徳島**は本州からの複数の周遊ルートを活用した誘客が重要。
- ✓ **各県のターミナル地点への誘客を起点に、県内および広域での周遊促進**が期待できる。

兵庫県：兵庫県神戸市中央区（JR：新神戸駅）



要約

新神戸駅周辺からは、大阪・京都への動態が多くを占めるが、一部、姫路・岡山・広島方面へも移動する。また宿泊目的で福岡への移動も確認できる。四国への動態は少ない。

本エリア経由観光客の入出国空港割合

東京国際空港	成田国際空港	関西国際空港	福岡国際空港	その他
40.8%	36.2%	20.8%	1.2%	1.0%

来訪している観光客の訪日レポート率

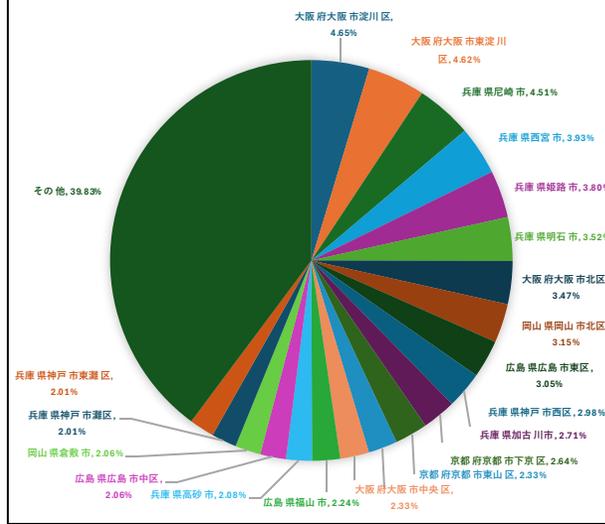
31.9%

主要な動態ルート

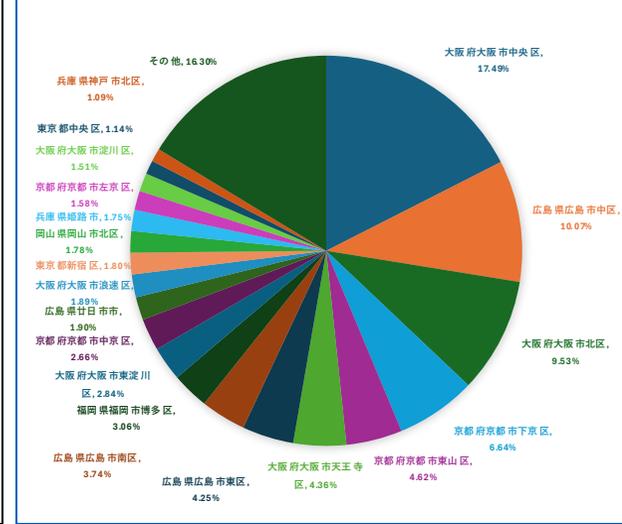


Power...
© GeoNames, Microsoft, Zenrin

前後移動動態



動態のうち、宿泊先への移動



大阪府大阪市淀川区	4.65%
大阪府大阪市東淀川区	4.62%
兵庫県尼崎市	4.51%
兵庫県西宮市	3.93%
兵庫県姫路市	3.80%
兵庫県明石市	3.52%
大阪府大阪市北区	3.47%
岡山県岡山市北区	3.15%
広島県広島市東区	3.05%
兵庫県神戸市西区	2.98%
兵庫県加古川市	2.71%
京都府京都市下京区	2.64%
京都府京都市東山区	2.33%
大阪府大阪市中央区	2.33%
広島県福山市	2.24%
兵庫県高砂市	2.08%
広島県広島市中区	2.06%
岡山県倉敷市	2.06%
兵庫県神戸市灘区	2.01%
兵庫県神戸市東灘区	2.01%
その他	39.83%

大阪府大阪市中央区	17.49%
広島県広島市中区	10.07%
大阪府大阪市北区	9.53%
京都府京都市下京区	6.64%
京都府京都市東山区	4.62%
大阪府大阪市天王寺区	4.36%
広島県広島市東区	4.25%
福岡県福岡市博多区	3.06%
大阪府大阪市東淀川区	2.84%
京都府京都市中京区	2.66%
広島県廿日市市	1.90%
大阪府大阪市浪速区	1.89%
東京都新宿区	1.80%
岡山県岡山市北区	1.78%
兵庫県姫路市	1.75%
京都府京都市左京区	1.58%
大阪府大阪市淀川区	1.51%
東京都中央区	1.14%
兵庫県神戸市北区	1.09%
その他	16.30%

岡山県：岡山県岡山市北区（JR：岡山駅）の動態



要約

岡山駅からは新神戸駅と比べて大阪・京都への動態が減り、倉敷・姫路・広島・廿日市への動態が増える。また高松/直島への移動動態も出現し、**四国へのターミナル**となっていると推察

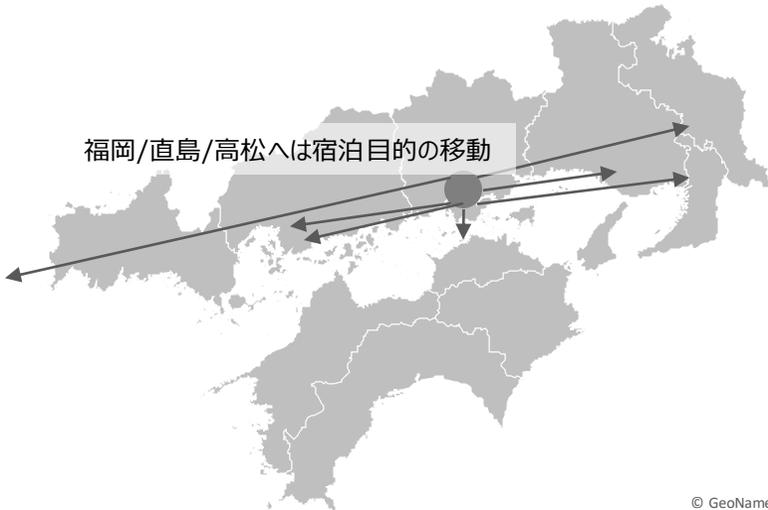
本エリア経由観光客の入出国空港割合

東京国際空港	成田国際空港	関西国際空港	福岡国際空港	その他
40.2%	36.7%	20.4%	2.0%	0.7%

来訪している観光客の訪日レポート率

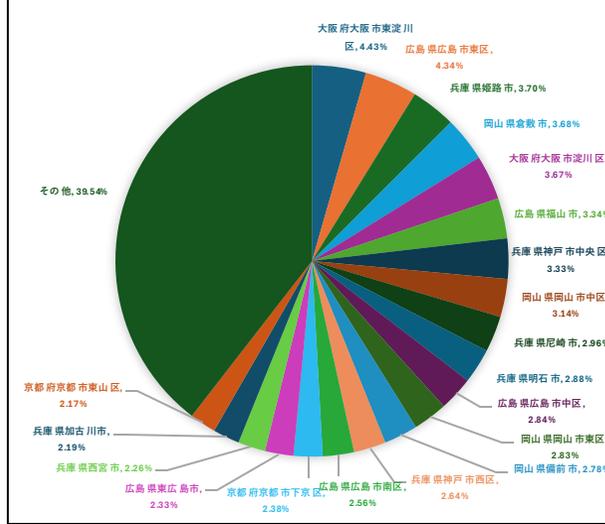
32.5%

主要な動態ルート

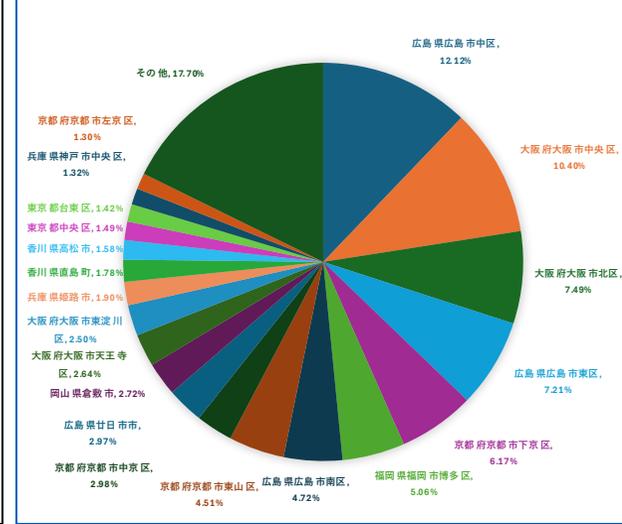


Powered by
© GeoNames, Microsoft, Zenrin

前後移動動態



動態のうち、宿泊先への移動



大阪府大阪市東淀川区	4.43%
広島県広島市東区	4.34%
兵庫県姫路市	3.70%
岡山県倉敷市	3.68%
大阪府大阪市淀川区	3.67%
広島県福山市	3.34%
兵庫県神戸市中央区	3.33%
岡山県岡山市中区	3.14%
兵庫県尼崎市	2.96%
兵庫県明石市	2.88%
広島県広島市中区	2.84%
岡山県岡山市東区	2.83%
岡山県備前市	2.78%
兵庫県神戸市西区	2.64%
広島県広島市南区	2.56%
京都府京都市下京区	2.38%
広島県東広島市	2.33%
兵庫県西宮市	2.26%
兵庫県加古川市	2.19%
京都府京都市東山区	2.17%
その他	39.54%

広島県広島市中区	12.12%
大阪府大阪市中央区	10.40%
大阪府大阪市北区	7.49%
広島県広島市東区	7.21%
京都府京都市下京区	6.17%
福岡県福岡市博多区	5.06%
広島県広島市南区	4.72%
京都府京都市東山区	4.51%
京都府京都市中京区	2.98%
広島県廿日市市	2.97%
岡山県倉敷市	2.72%
大阪府大阪市天王寺区	2.64%
大阪府大阪市東淀川区	2.50%
兵庫県姫路市	1.90%
香川県直島町	1.78%
香川県高松市	1.58%
東京都台東区	1.42%
東京都中央区	1.49%
兵庫県神戸市中央区	1.32%
京都府京都市左京区	1.30%
その他	17.70%

広島県広島市南区（JR：広島駅）の動態



要約

広島市内への周遊が多く、大阪・岡山・福山・廿日市・京都への動態も見られる。福岡・四国への動態は少ない。初回訪問者が多いことも特徴であり別地域と別のターゲティングが可能と推察。

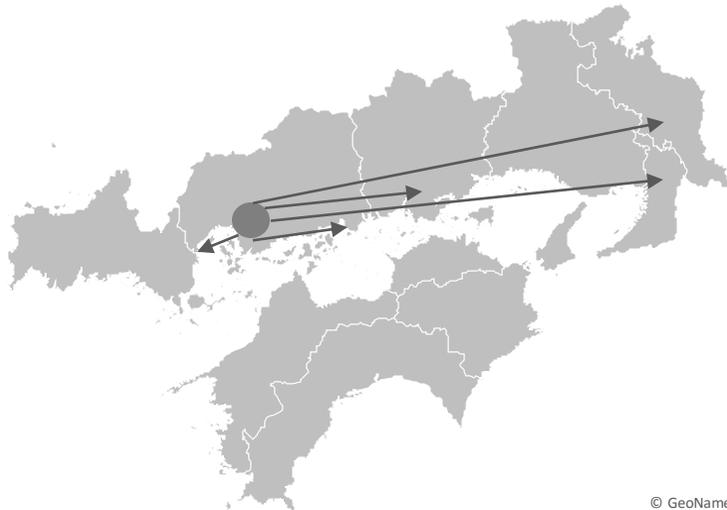
本エリア経由観光客の入出国空港割合

東京国際空港	成田国際空港	関西国際空港	福岡国際空港	その他
42.0%	36.2%	18.5%	2.5%	0.9%

来訪している観光客の訪日レポート率

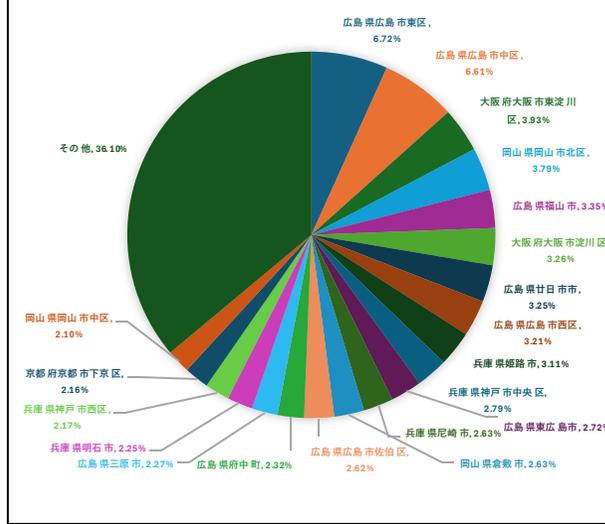
21.4%

主要な動態ルート



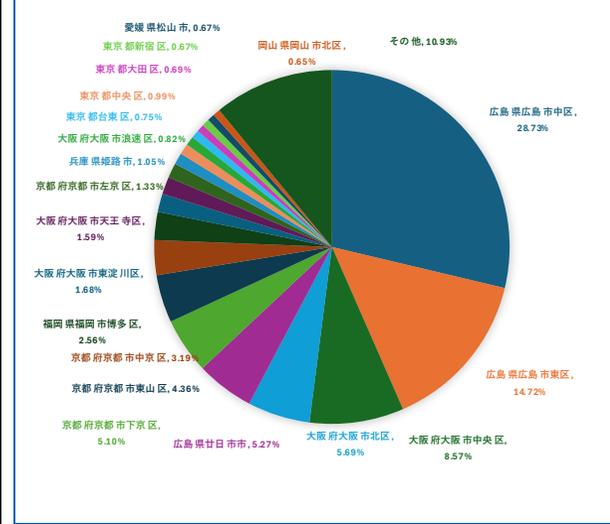
© GeoNames, Microsoft, Zenrin

前後移動動態



広島県広島市東区	6.72%
広島県広島市中区	6.61%
大阪府大阪市東淀川区	3.93%
岡山県岡山市北区	3.79%
広島県福山市	3.35%
大阪府大阪市淀川区	3.26%
広島県廿日市市	3.25%
広島県広島市西区	3.21%
兵庫県姫路市	3.11%
兵庫県神戸市中央区	2.79%
広島県東広島市	2.72%
兵庫県尼崎市	2.63%
岡山県倉敷市	2.63%
広島県広島市佐伯区	2.62%
広島県府中町	2.32%
広島県三原市	2.27%
兵庫県明石市	2.25%
兵庫県神戸市西区	2.17%
京都府京都市下京区	2.16%
岡山県岡山市中区	2.10%
その他	36.10%

動態のうち、宿泊先への移動



広島県広島市中区	28.73%
広島県広島市東区	14.72%
大阪府大阪市中央区	8.57%
大阪府大阪市北区	5.69%
広島県廿日市市	5.27%
京都府京都市下京区	5.10%
京都府京都市東山区	4.36%
京都府京都市中京区	3.19%
福岡県福岡市博多区	2.56%
大阪府大阪市東淀川区	1.68%
大阪府大阪市天王寺区	1.59%
京都府京都市左京区	1.33%
兵庫県姫路市	1.05%
東京都中央区	0.99%
大阪府大阪市浪速区	0.82%
東京都台東区	0.75%
東京都大田区	0.69%
東京都新宿区	0.67%
愛媛県松山市	0.67%
岡山県岡山市北区	0.65%
その他	10.93%

山口県：山口県岩国市（JR：新岩国駅）



要約

広島/山口県内での周遊だけでなく、福岡/熊本/長崎への宿泊目的移動が増える。大阪への移動は減少。関空経由が減り、福岡空港利用者が増える。リピート客の来訪が多い。

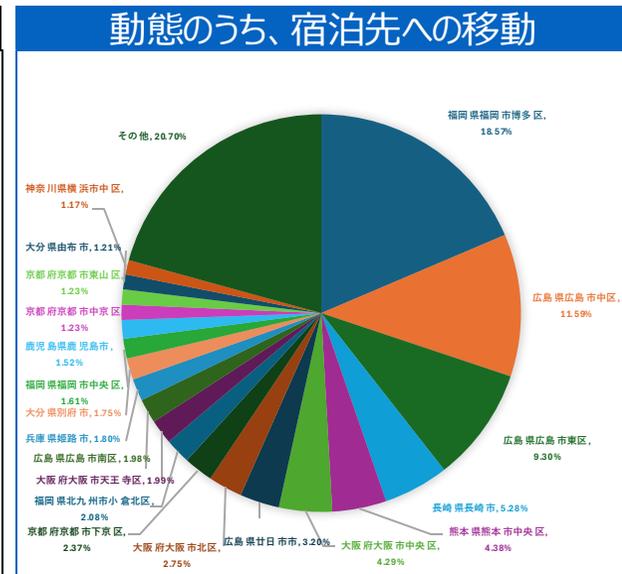
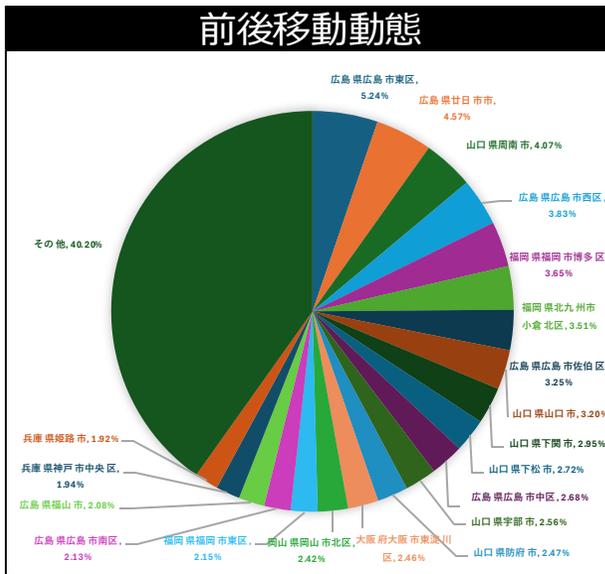
本エリア経由観光客の入出国空港割合

東京国際空港	成田国際空港	関西国際空港	福岡国際空港	その他
48.0%	33.9%	11.8%	5.2%	1.1%

来訪している観光客の訪日リピート率

51.6%

主要な動態ルート



広島県広島市東区	5.24%
広島県廿日市市	4.57%
山口県周南市	4.07%
広島県広島市西区	3.83%
福岡県福岡市博多区	3.65%
福岡県北九州市小倉北区	3.51%
広島県広島市佐伯区	3.25%
山口県山口市	3.20%
山口県下関市	2.95%
山口県下松市	2.72%
広島県広島市中区	2.68%
山口県宇部市	2.56%
山口県防府市	2.47%
大阪府大阪市東淀川区	2.46%
岡山県岡山市北区	2.42%
福岡県福岡市東区	2.15%
広島県広島市南区	2.13%
広島県福山市	2.08%
兵庫県神戸市中央区	1.94%
兵庫県姫路市	1.92%
その他	40.20%

福岡県福岡市博多区	18.57%
広島県広島市中区	11.59%
広島県広島市東区	9.30%
長崎県長崎市	5.28%
熊本県熊本市中央区	4.38%
大阪府大阪市中央区	4.29%
広島県廿日市市	3.20%
大阪府大阪市北区	2.75%
京都府京都市下京区	2.37%
福岡県北九州市小倉北区	2.08%
大阪府大阪市天王寺区	1.99%
広島県広島市南区	1.98%
兵庫県姫路市	1.80%
大分県別府市	1.75%
福岡県福岡市中央区	1.61%
鹿児島県鹿児島市	1.52%
京都府京都市中京区	1.23%
京都府京都市東山区	1.23%
大分県由布市	1.21%
神奈川県横浜市中区	1.17%
その他	20.70%



© GeoNames, Microsoft, Zenrin

※リピート率については米軍基地影響も想定。ただし本影響を差し引いても高い値の傾向は想定できる



徳島県：徳島県鳴門市（淡路島からの流入経路）の動態

要約

鳴門市の前後動態は徳島市側が多い。本州との経路は兵庫・淡路と、香川・岡山側のルートが存在。宿泊先は徳島・高松・岡山以外に関東や大阪・尾道も存在。訪日レポート客の来訪が多い。

本エリア経由観光客の入出国空港割合

東京国際空港	成田国際空港	関西国際空港	鹿児島空港	その他
42.9%	30.3%	22.1%	2.4%	2.2%

来訪している観光客の訪日レポート率

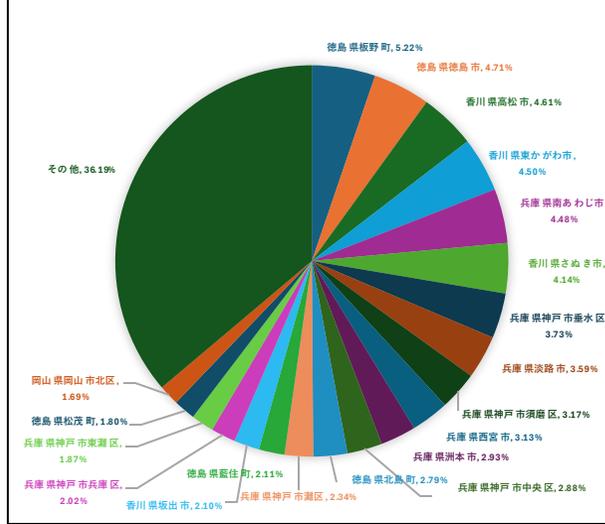
45.9%

主要な動態ルート

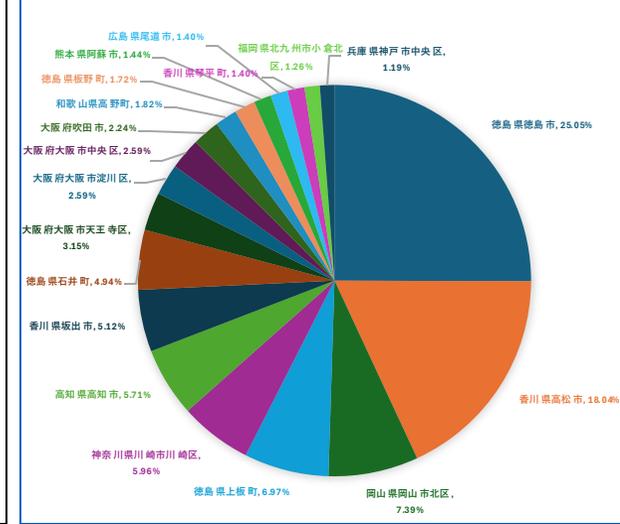


© GeoNames, Microsoft, Zenrin

前後移動動態



動態のうち、宿泊先への移動



徳島県板野町	5.22%
徳島県徳島市	4.71%
香川県高松市	4.61%
香川県東かがわ市	4.50%
兵庫県南あわじ市	4.48%
香川県さぬき市	4.14%
兵庫県神戸市垂水区	3.73%
兵庫県淡路市	3.59%
兵庫県神戸市須磨区	3.17%
兵庫県西宮市	3.13%
兵庫県洲本市	2.93%
兵庫県神戸市中央区	2.88%
徳島県北島町	2.79%
兵庫県神戸市灘区	2.34%
徳島県藍住町	2.11%
香川県坂出市	2.10%
兵庫県神戸市兵庫区	2.02%
徳島県松茂町	1.80%
岡山県岡山市北区	1.69%
その他	36.19%

徳島県徳島市	25.05%
香川県高松市	18.04%
岡山県岡山市北区	7.39%
徳島県上板町	6.97%
神奈川県川崎市川崎区	5.96%
高知県高知市	5.71%
香川県坂出市	5.12%
徳島県石井町	4.94%
大阪府大阪市天王寺区	3.15%
大阪府大阪市淀川区	2.59%
大阪府大阪市中央区	2.59%
大阪府吹田市	2.24%
和歌山県高野町	1.82%
徳島県板野町	1.72%
熊本県阿蘇市	1.44%
広島県尾道市	1.40%
香川県琴平町	1.40%
福岡県北九州市小倉北区	1.26%
兵庫県神戸市中央区	1.19%



香川県：香川県坂出市（瀬戸大橋からの流入経路）の動態

要約

岡山県からの動態がほとんどであり、特に倉敷経由(JR)が多い。香川県内の周遊がほとんど。宿泊先は高松・岡山・大阪・今治・徳島と続き、直島町も存在。来訪者のリピート観光客割合は高い

本エリア経由観光客の入出国空港割合

東京国際空港	成田国際空港	関西国際空港	福岡空港	その他
41.5%	37.8%	14.2%	4.5%	2.0%

来訪している観光客の訪日リピート率

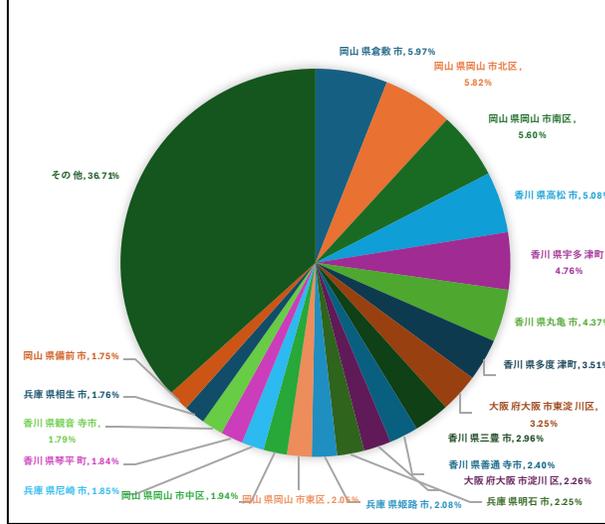
49.7%

主要な動態ルート



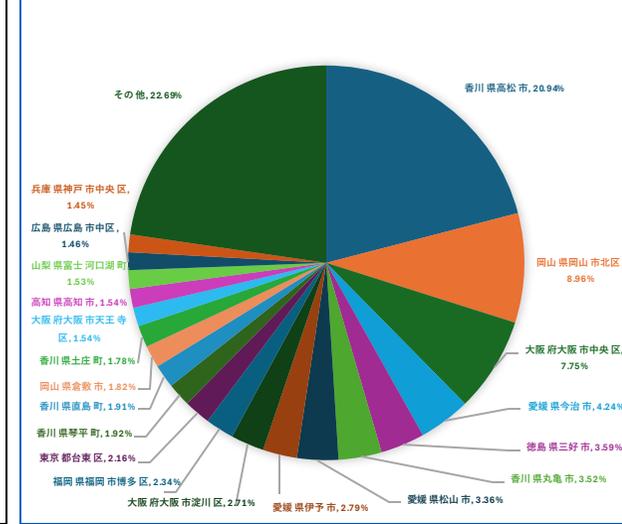
Power by GeoNames, Microsoft, Zenrin
© GeoNames, Microsoft, Zenrin

前後移動動態



岡山県倉敷市	5.97%
岡山県岡山市北区	5.82%
岡山県岡山市南区	5.60%
香川県高松市	5.08%
香川県宇多津町	4.76%
香川県丸亀市	4.37%
香川県多度津町	3.51%
大阪府大阪市東淀川区	3.25%
香川三豊市	2.96%
香川県善通寺市	2.40%
大阪府大阪市淀川区	2.26%
兵庫県明石市	2.25%
兵庫県姫路市	2.08%
岡山県岡山市東区	2.05%
岡山県岡山市中区	1.94%
兵庫県尼崎市	1.85%
香川県琴平町	1.84%
香川県観音寺市	1.79%
兵庫県相生市	1.76%
岡山県備前市	1.75%
その他	36.71%

動態のうち、宿泊先への移動



香川県高松市	20.94%
岡山県岡山市北区	8.96%
大阪府大阪市中央区	7.75%
愛媛県今治市	4.24%
徳島県三好市	3.59%
香川県丸亀市	3.52%
愛媛県松山市	3.36%
愛媛県伊予市	2.79%
大阪府大阪市淀川区	2.71%
福岡県福岡市博多区	2.34%
東京都台東区	2.16%
香川県琴平町	1.92%
香川県直島町	1.91%
岡山県倉敷市	1.82%
香川県土庄町	1.78%
大阪府大阪市天王寺区	1.54%
高知県高知市	1.54%
山梨県富士河口湖町	1.53%
広島県広島市中区	1.46%
兵庫県神戸市中央区	1.45%
その他	22.69%

愛媛県今治市（しまなみ海道からの流入経路）の動態



要約

松山市、尾道市からが多く、次いで愛媛/香川県内の周遊。宿泊先は松山・尾道・広島・高松の順だが、京都市も存在。来訪者のリピート者率割合は高くなく初回の観光者が多い傾向。

本エリア経由観光客の入出国空港割合

東京国際空港	成田国際空港	関西国際空港	福岡空港	その他
40.5%	32.3%	22.2%	4.1%	0.9%

来訪している観光客の訪日レポート率

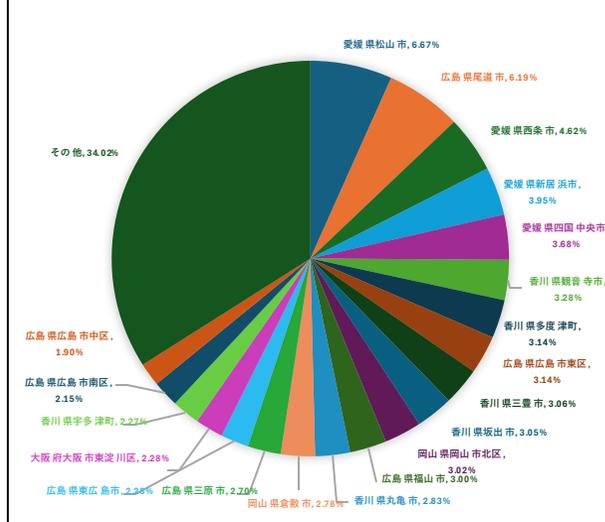
27.6%

主要な動態ルート

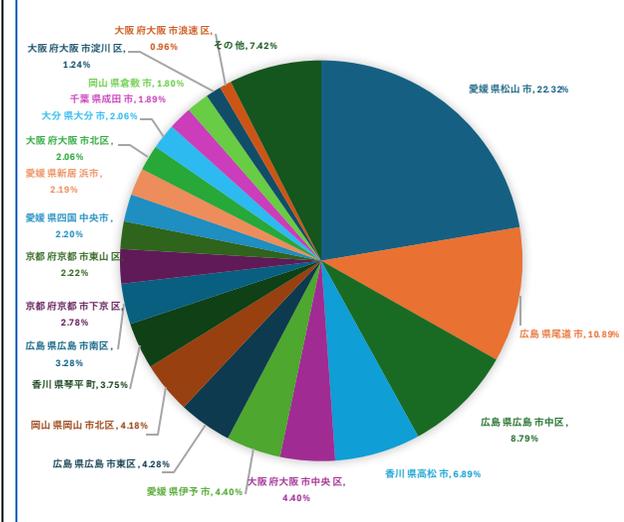


Powered by GeoNames, Microsoft, Zenrin

前後移動動態



動態のうち、宿泊先への移動



愛媛県松山市	6.67%
広島県尾道市	6.19%
愛媛県西条市	4.62%
愛媛県新居浜市	3.95%
愛媛県四国中央市	3.68%
香川県観音寺市	3.28%
香川県多度津町	3.14%
広島県広島市東区	3.14%
香川県三豊市	3.06%
香川県坂出市	3.05%
岡山県岡山市北区	3.02%
広島県福山市	3.00%
香川県丸亀市	2.83%
岡山県倉敷市	2.78%
広島県三原市	2.70%
広島県東広島市	2.28%
大阪府大阪市東淀川区	2.28%
香川県宇多津町	2.27%
広島県広島市南区	2.15%
広島県広島市中区	1.90%
その他	34.02%

愛媛県松山市	22.32%
広島県尾道市	10.89%
広島県広島市中区	8.79%
香川県高松市	6.89%
大阪府大阪市中央区	4.40%
愛媛県伊予市	4.40%
広島県広島市東区	4.28%
岡山県岡山市北区	4.18%
香川県琴平町	3.75%
広島県広島市南区	3.28%
京都府京都市下京区	2.78%
京都府京都市東山区	2.22%
愛媛県四国中央市	2.20%
愛媛県新居浜市	2.19%
大分県大分市	2.06%
千葉県成田市	1.89%
岡山県倉敷市	1.80%
大阪府大阪市淀川区	1.24%
大阪府大阪市浪速区	0.96%
その他	7.42%



全体的な人流把握：各県の主要観光スポットからの動態分析

各県の主要観光スポットからの動態分析：目的と内容



ここまでに見てきたように、**主要なターミナル地から主要観光地へ流入させ、そこから各観光地へ分散させる必要**がある。そこで、先ほどの調査に続き、**各県の主要観光地からの主要5カ国観光客の前後移動分析を行い、県内での周遊観光の戦略策定情報として活用を狙う。**

主要観光地の選定

兵庫県：兵庫県姫路市
岡山県：岡山県倉敷市
広島県：広島県廿日市市
山口県：山口県下関市
徳島県：徳島県徳島市
香川県：香川県高松市
愛媛県：愛媛県松山市

調査方法

- ✓ 人流分析を用い、主要5カ国のデータを積算する形で、人流分析を用いて各地に滞在/GPS測位した動態から算出
- ✓ 同日訪問での前後移動動態を確認する
- ✓ それぞれの観光地内での来訪者の分布（GPS測位データ）を用いてスポットの分析も行う
- ✓ 宿泊率を各エリアで推定する（宿泊推定数/滞在推定数 で計算を行う）

結果の要約

- ✓ **本州側では新幹線駅と観光地を結ぶ交通アクセスの整備状況が観光客の周遊行動に大きく影響**しており、倉敷や廿日市のように新幹線駅から離れた観光地では、そこからさらに遠方の観光地への周遊が限定的となっている。
- ✓ 一方、**四国・山口エリアは宿泊率とリピーター率が高く**、特に徳島・香川では顕著。四国に入った観光客は域内での宿泊を選択する傾向が強く、本州側とは異なり新幹線で関西方面へ戻るケースは少ない。
- ✓ **四国への入り口は、松山港、高松港、淡路島ルートなど複数存在し**、それぞれのルートから四国内の周遊につながっている。このような**分散型の導線設計**は、本州側の新幹線を軸とした観光戦略とは異なるアプローチとして重要。

主要観光スポット：兵庫県姫路市の動態



要約

初回の訪日観光客が多く、関西・中国（広島・岡山）どちらの動態も確認ができるエリア。ほぼJRで移動しており、広島・岡山側への引き込みをできるかが重要なポイントとなる。

本エリア経由観光客の入出国空港割合

東京国際空港	成田国際空港	関西国際空港	福岡空港	その他
40.7%	36.8%	19.8%	1.9%	0.6%

来訪者の訪日レポート率

29.2%

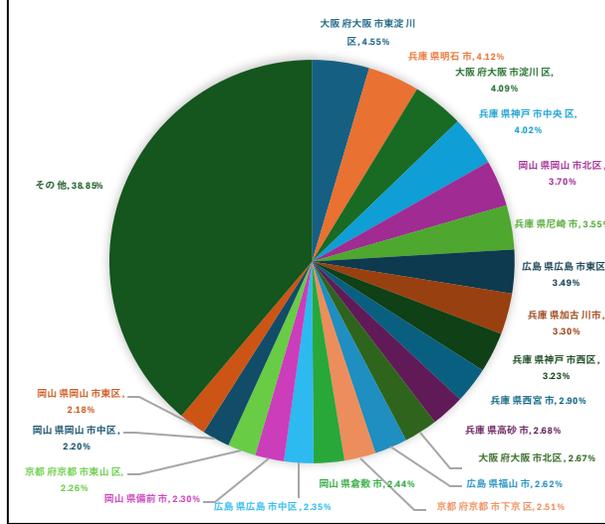
推定宿泊率

14.8%

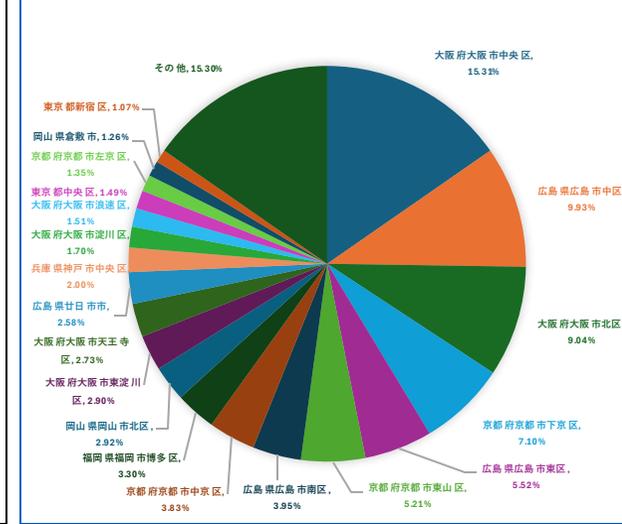
域内での来訪者の分布



前後移動動態



動態のうち、宿泊先への移動



大阪府大阪市東淀川区	4.55%
兵庫県明石市	4.12%
大阪府大阪市淀川区	4.09%
兵庫県神戸市中央区	4.02%
岡山県岡山市北区	3.70%
兵庫県尼崎市	3.55%
広島県広島市東区	3.49%
兵庫県加古川市	3.30%
兵庫県神戸市西区	3.23%
兵庫県西宮市	2.90%
兵庫県高砂市	2.68%
大阪府大阪市北区	2.67%
広島県福山市	2.62%
京都府京都市下京区	2.51%
岡山県倉敷市	2.44%
広島県広島市中区	2.35%
岡山県備前市	2.30%
京都府京都市東山区	2.26%
岡山県岡山市中区	2.20%
岡山県岡山市東区	2.18%
その他	38.85%

大阪府大阪市中央区	15.31%
広島県広島市中区	9.93%
大阪府大阪市北区	9.04%
京都府京都市下京区	7.10%
広島県広島市東区	5.52%
京都府京都市東山区	5.21%
広島県広島市南区	3.95%
京都府京都市中京区	3.83%
福岡県福岡市博多区	3.30%
岡山県岡山市北区	2.92%
大阪府大阪市東淀川区	2.90%
大阪府大阪市天王寺区	2.73%
広島県廿日市市	2.58%
兵庫県神戸市中央区	2.00%
大阪府大阪市淀川区	1.70%
大阪府大阪市浪速区	1.51%
東京都中央区	1.49%
京都府京都市左京区	1.35%
岡山県倉敷市	1.26%
東京都新宿区	1.07%
その他	15.30%

主要観光スポット：岡山県倉敷市の動態



要約

初回の訪日観光客が多く、中国（広島・岡山）エリアへの動態の入り口かつ、高松・直島への流入もある要所。一方、美観地区と山陽新幹線・香川側へいかに動態を繋ぐかがポイントと推察。

本エリア経由観光客の入出国空港割合

東京国際空港	成田国際空港	関西国際空港	福岡空港	その他
39.9%	36.4%	20.9%	2.2%	0.7%

来訪者の訪日レポート率

33.1%

推定宿泊率

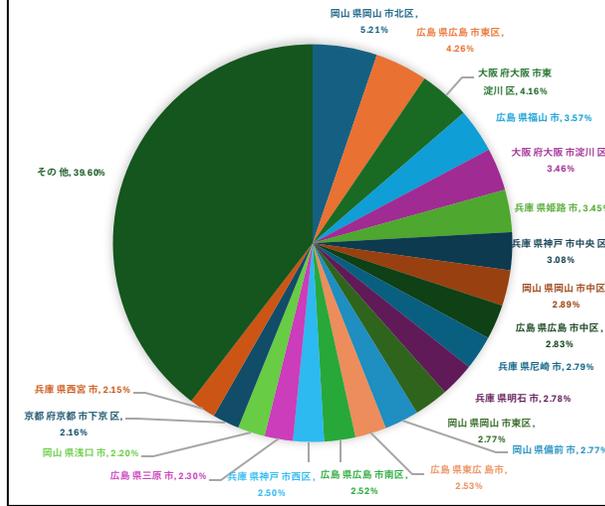
23.0%

域内での来訪者の分布

新幹線と在来線駅が離れているが倉敷駅への来訪は岡山からの在来線が多いと推察

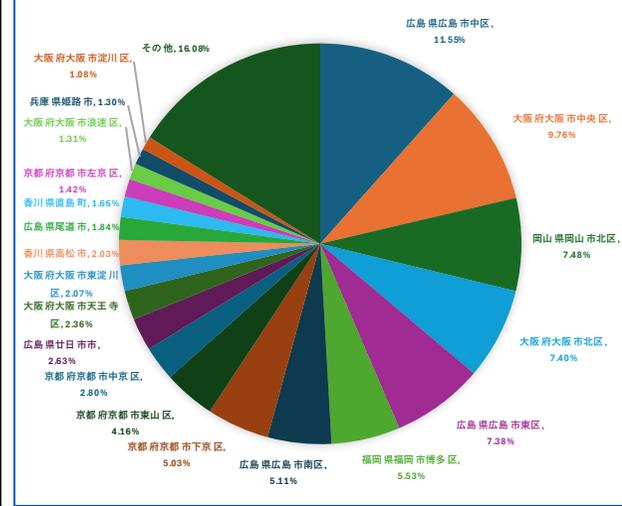


前後移動動態



岡山県岡山市北区	5.21%
広島県広島市東区	4.26%
大阪府大阪市東淀川区	4.16%
広島県福山市	3.57%
大阪府大阪市淀川区	3.46%
兵庫県姫路市	3.45%
兵庫県神戸市中央区	3.08%
岡山県岡山市中区	2.89%
広島県広島市中区	2.83%
兵庫県尼崎市	2.79%
兵庫県明石市	2.78%
岡山県岡山市東区	2.77%
岡山県備前市	2.77%
広島県東広島市	2.53%
岡山県三原市	2.30%
兵庫県神戸市西区	2.50%
岡山県浅口市	2.20%
京都府京都市下京区	2.16%
兵庫県西宮市	2.15%
その他	39.60%

動態のうち、宿泊先への移動



広島県広島市中区	11.55%
大阪府大阪市中央区	9.76%
岡山県岡山市北区	7.48%
大阪府大阪市北区	7.40%
広島県広島市東区	7.38%
福岡県福岡市博多区	5.53%
広島県広島市南区	5.11%
京都府京都市下京区	5.03%
京都府京都市東山区	4.16%
京都府京都市中京区	2.80%
広島県廿日市市	2.63%
大阪府大阪市天王寺区	2.36%
大阪府大阪市東淀川区	2.07%
香川県高松市	2.03%
広島県尾道市	1.84%
香川県直島町	1.66%
京都府京都市左京区	1.42%
大阪府大阪市浪速区	1.31%
兵庫県姫路市	1.30%
大阪府大阪市淀川区	1.08%
その他	16.08%

主要観光スポット：広島県廿日市市の動態



要約

初回の訪日観光客が多く、**広島市内への周遊の経路となる地域。**一方、山口側への動態が少ないため**岩国などへの引き込みが重要**と推察。

本エリア経由観光客の入出国空港割合

東京国際空港	成田国際空港	関西国際空港	福岡空港	その他
39.4%	37.9%	19.1%	2.8%	0.9%

来訪者の訪日レポート率

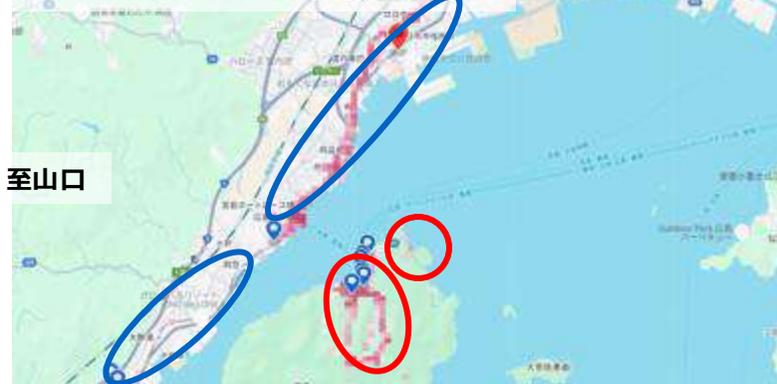
27.2%

推定宿泊率

15.3%

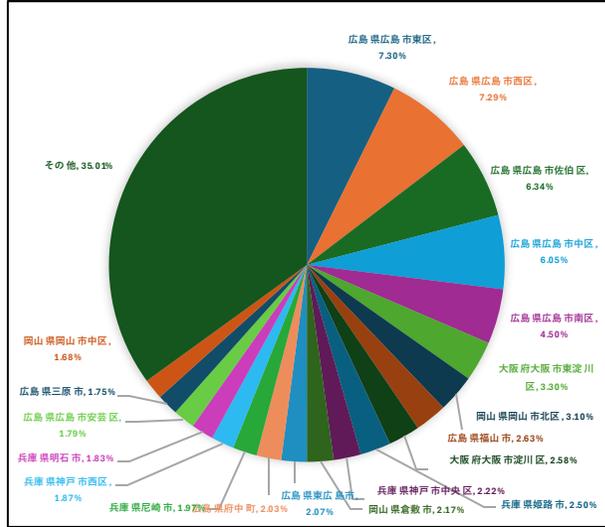
域内での来訪者の分布

ほぼJRで宮島へ来訪。宮島口以降の動態が**一気に減ることも特徴的**

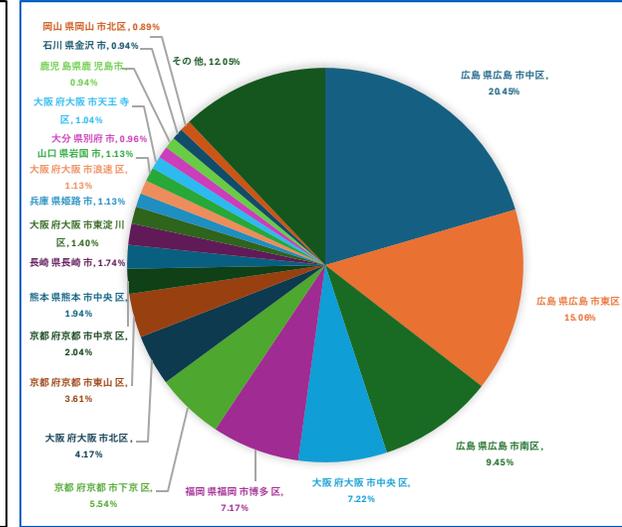


主要スポットから弥山側が動態の中心だが、東側の杉ノ浦側にも一部動態を確認

前後移動動態



動態のうち、宿泊先への移動



広島県広島市東区	7.30%
広島県広島市西区	7.29%
広島県広島市佐伯区	6.34%
広島県広島市中区	6.05%
広島県広島市南区	4.50%
大阪府大阪市東淀川区	3.30%
岡山県岡山市北区	3.10%
広島県福山市	2.63%
大阪府大阪市淀川区	2.58%
兵庫県姫路市	2.50%
兵庫県神戸市中央区	2.22%
岡山県倉敷市	2.17%
広島県東広島市	2.07%
広島県府中町	2.03%
兵庫県尼崎市	1.97%
兵庫県神戸市西区	1.87%
兵庫県明石市	1.83%
広島県広島市安芸区	1.79%
広島県三原市	1.75%
岡山県岡山市中区	1.68%
その他	35.01%

広島県広島市中区	20.45%
広島県広島市東区	15.06%
広島県広島市南区	9.45%
大阪府大阪市中央区	7.22%
福岡県福岡市博多区	7.17%
京都府京都市下京区	5.54%
大阪府大阪市北区	4.17%
京都府京都市東山区	3.61%
京都府京都市中京区	2.04%
熊本県熊本市中央区	1.94%
長崎県長崎市	1.74%
大阪府大阪市東淀川区	1.40%
兵庫県姫路市	1.13%
大阪府大阪市浪速区	1.13%
山口県岩国市	1.13%
大阪府大阪市天王寺区	1.04%
大分県別府市	0.96%
鹿児島県鹿児島市	0.94%
石川県金沢市	0.94%
岡山県岡山市北区	0.89%
その他	12.05%

主要観光スポット：山口県下関市の動態



要約

リピーターの訪日観光客が多く、福岡・山口への周遊の経路となる地域。宿泊先として福岡が選ばれており、九州への動態も多い。山口・広島側への引き込みが重要と推察。

本エリア経由観光客の入出国空港割合

東京国際空港	成田国際空港	関西国際空港	福岡空港	その他
45.4%	30.7%	11.5%	11.4%	1.0%

来訪者の訪日レポート率

43.5%

推定宿泊率

日帰りが大層

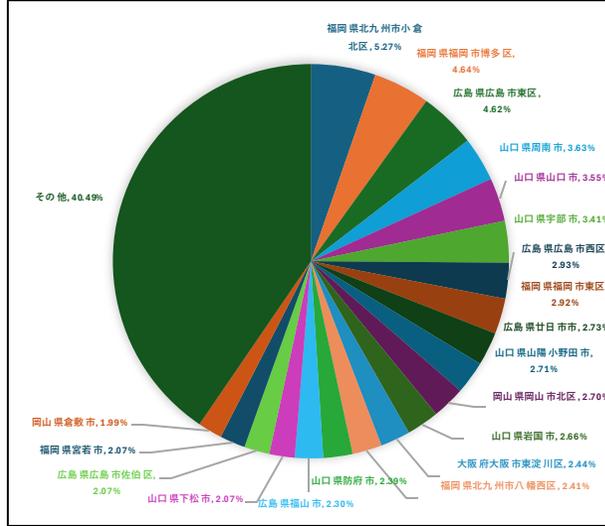
域内での来訪者の分布

新下関/JRでの移動が大半

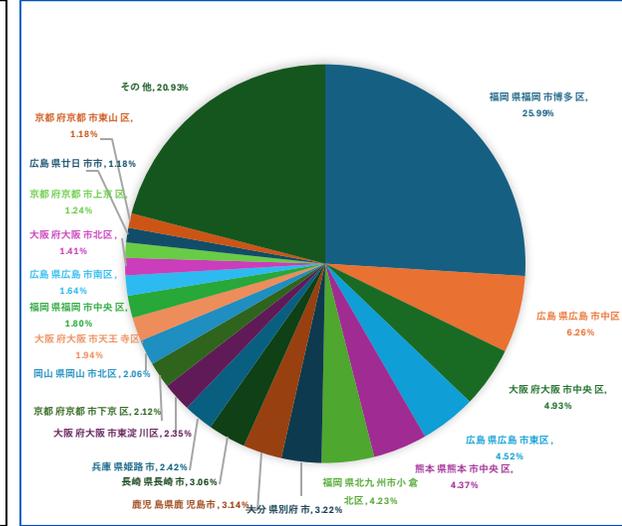


唐戸市場へは、山口からの2,9号線経由の車移動も確認

前後移動動態



動態のうち、宿泊先への移動



福岡県北九州市小倉北区	5.27%
福岡県福岡市博多区	4.64%
広島県広島市東区	4.62%
山口県周南市	3.63%
山口県山口市	3.55%
山口県宇部市	3.41%
広島県広島市西区	2.93%
福岡県福岡市東区	2.92%
広島県廿日市市	2.73%
山口県山陽小野田市	2.71%
岡山県岡山市北区	2.70%
山口県岩国市	2.66%
大阪府大阪市東淀川区	2.44%
福岡県北九州市八幡西区	2.41%
山口県防府市	2.39%
広島県福山市	2.30%
山口県下松市	2.07%
広島県広島市佐伯区	2.07%
福岡県宮若市	2.07%
岡山県倉敷市	1.99%
その他	40.49%

福岡県福岡市博多区	25.99%
広島県広島市中区	6.26%
大阪府大阪市中央区	4.93%
広島県広島市東区	4.52%
熊本県熊本市中央区	4.37%
福岡県北九州市小倉北区	4.23%
大分県別府市	3.22%
鹿児島県鹿児島市	3.14%
長崎県長崎市	3.06%
兵庫県姫路市	2.42%
大阪府大阪市東淀川区	2.35%
京都府京都市下京区	2.12%
岡山県岡山市北区	2.06%
大阪府大阪市天王寺区	1.94%
福岡県福岡市中央区	1.80%
広島県広島市南区	1.64%
大阪府大阪市北区	1.41%
京都府京都市上京区	1.24%
広島県廿日市市	1.18%
京都府京都市東山区	1.18%
その他	20.93%

主要観光スポット：徳島県徳島市の動態



要約

リピーターの訪日観光客が多い。淡路島経由の鳴門市、香川県との動態が多いと推察。高松市・徳島市での宿泊も多いのが特徴。高知市や、小松島市の動態から四国広域周遊の起点とも推察。

本エリア経由観光客の入出国空港割合

東京国際空港	成田国際空港	関西国際空港	鹿児島空港	その他
50.1%	31.0%	13.2%	2.9%	2.8%

来訪者の訪日レポート率

65.1%

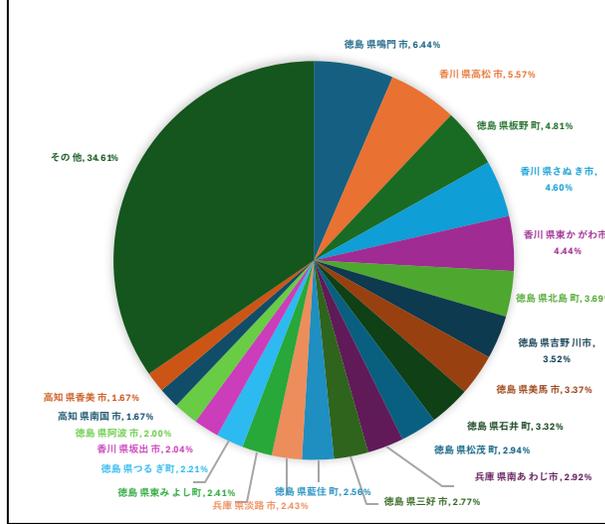
推定宿泊率

46.2%

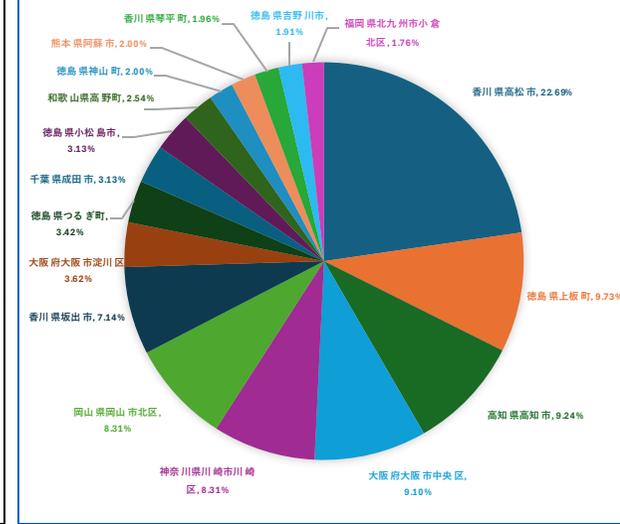
域内での来訪者の分布



前後移動動態



動態のうち、宿泊先への移動



徳島県鳴門市	6.44%
香川県高松市	5.57%
徳島県板野町	4.81%
香川県さぬき市	4.60%
香川県東かがわ市	4.44%
徳島県北島町	3.69%
徳島県吉野川市	3.52%
徳島県美馬市	3.37%
徳島県石井町	3.32%
徳島県松茂町	2.94%
兵庫県南あわじ市	2.92%
徳島県三好市	2.77%
徳島県藍住町	2.56%
兵庫県淡路市	2.43%
徳島県東みよし町	2.41%
徳島県つるぎ町	2.21%
香川県坂出市	2.04%
徳島県阿波市	2.00%
高知県南国市	1.67%
高知県香美市	1.67%
その他	34.61%

香川県高松市	22.69%
徳島県上板町	9.73%
高知県高知市	9.24%
大阪府大阪市中央区	9.10%
神奈川県川崎市川崎区	8.31%
岡山県岡山市北区	8.31%
香川県坂出市	7.14%
大阪府大阪市淀川区	3.62%
徳島県つるぎ町	3.42%
千葉県成田市	3.13%
徳島県小松島市	3.13%
和歌山県高野町	2.54%
徳島県神山町	2.00%
熊本県阿蘇市	2.00%
香川県琴平町	1.96%
徳島県吉野川市	1.91%
福岡県北九州市小倉北区	1.76%
香川県高松市	22.69%
徳島県上板町	9.73%
高知県高知市	9.24%
大阪府大阪市中央区	9.10%

主要観光スポット：香川県高松市の動態



要約

リピーターの訪日観光客が多く宿泊率も高い。しまなみ海道（坂出市）からだけでなく、直島などからの海路での流入もある。本州側と海路経由での四国周遊の起点と推察。

本エリア経由観光客の入出国空港割合

東京国際空港	成田国際空港	関西国際空港	福岡空港	その他
54.5%	25.1%	13.7%	3.4%	3.3%

来訪者の訪日レポート率

44.5%

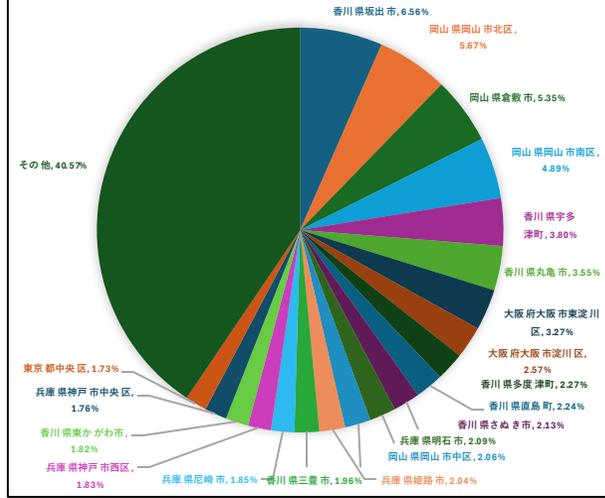
推定宿泊率

40.8%

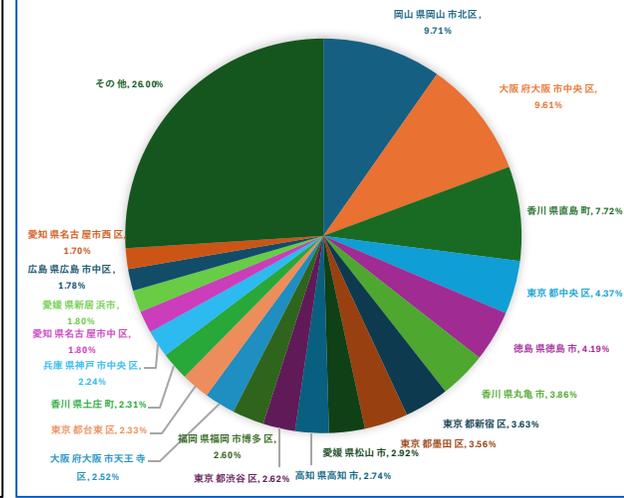
域内での来訪者の分布



前後移動動態



動態のうち、宿泊先への移動



香川県坂出市	6.56%
岡山県岡山市北区	5.67%
岡山県倉敷市	5.35%
岡山県岡山市南区	4.89%
香川県宇多津町	3.80%
香川県丸亀市	3.55%
大阪府大阪市東淀川区	3.27%
大阪府大阪市淀川区	2.57%
香川県多度津町	2.27%
香川県直島町	2.24%
香川県さぬき市	2.13%
兵庫県明石市	2.09%
岡山県岡山市中区	2.06%
兵庫県姫路市	2.04%
香川県三豊市	1.96%
兵庫県尼崎市	1.85%
兵庫県神戸市西区	1.83%
香川県東かがわ市	1.82%
兵庫県神戸市中央区	1.76%
東京都中央区	1.73%
その他	40.57%

岡山県岡山市北区	9.71%
大阪府大阪市中央区	9.61%
香川県直島町	7.72%
東京都中央区	4.37%
徳島県徳島市	4.19%
香川県丸亀市	3.86%
東京都新宿区	3.63%
東京都墨田区	3.56%
愛媛県松山市	2.92%
高知県高知市	2.74%
東京都渋谷区	2.62%
福岡県福岡市博多区	2.60%
大阪府大阪市天王寺区	2.52%
東京都台東区	2.33%
香川県土庄町	2.31%
兵庫県神戸市中央区	2.24%
愛知県名古屋市中区	1.80%
愛媛県新居浜市	1.80%
広島県広島市中区	1.78%
愛知県名古屋市中区	1.70%
その他	26.00%

主要観光スポット：愛媛県松山市の動態



要約

リピーターの訪日観光客が多い。JRでの今治(しまなみ海道) からだけでなく、呉・広島市・大分から松山港経由での流入もある。山陽新幹線ルートと直結できる海路の動態活用が重要と推察。

本エリア経由観光客の入出国空港割合

東京国際空港	成田国際空港	関西国際空港	松山空港	その他
43.9%	37.0%	12.1%	3.7%	3.3%

来訪者の訪日レポート率

49.0%

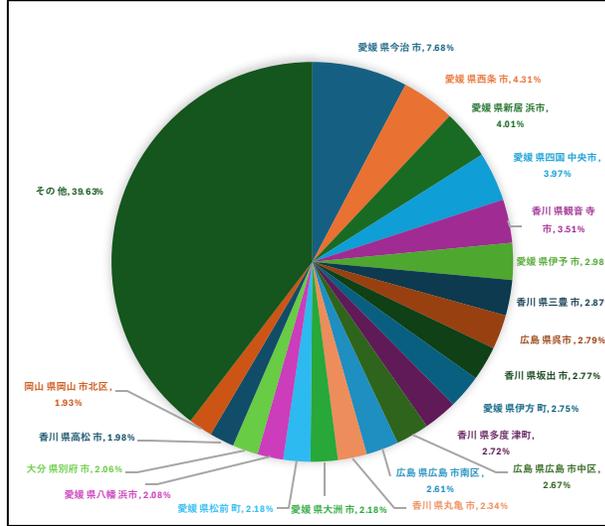
推定宿泊率

30.8%

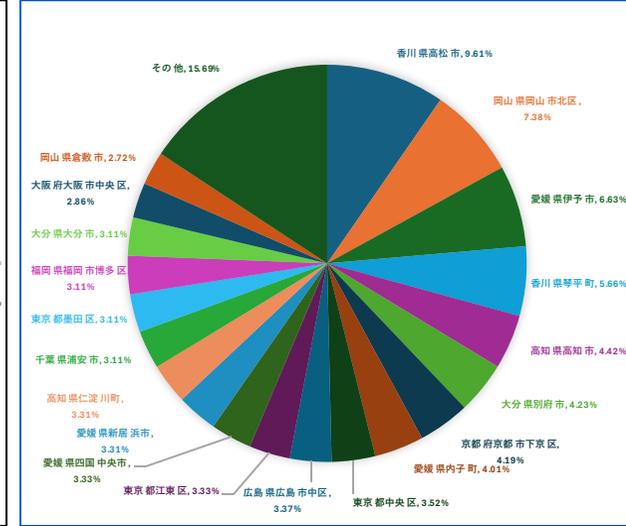
域内での来訪者の分布



前後移動動態



動態のうち、宿泊先への移動



愛媛県今治市	7.68%
愛媛県西条市	4.31%
愛媛県新居浜市	4.01%
愛媛県四国中央市	3.97%
香川県観音寺市	3.51%
愛媛県伊予市	2.98%
香川県三豊市	2.87%
広島県呉市	2.79%
香川県坂出市	2.77%
愛媛県伊方町	2.75%
香川県多度津町	2.72%
広島県広島市中区	2.67%
広島県広島市南区	2.61%
香川県丸亀市	2.34%
愛媛県大洲市	2.18%
愛媛県松前町	2.18%
愛媛県八幡浜市	2.08%
大分県別府市	2.06%
香川県高松市	1.98%
岡山県岡山市北区	1.93%
その他	39.63%

香川県高松市	9.61%
岡山県岡山市北区	7.38%
愛媛県伊予市	6.63%
香川県琴平町	5.66%
高知県高知市	4.42%
大分県別府市	4.23%
京都府京都市下京区	4.19%
愛媛県内子町	4.01%
東京都中央区	3.52%
広島県広島市中区	3.37%
東京都江東区	3.33%
愛媛県四国中央市	3.33%
愛媛県新居浜市	3.31%
高知県仁淀川町	3.31%
千葉県浦安市	3.11%
東京都墨田区	3.11%
福岡県福岡市博多区	3.11%
大分県大分市	3.11%
大阪府大阪市中央区	2.86%
岡山県倉敷市	2.72%
その他	15.69%



戦略的重点分析：四国/山口県アクセス分析

四国・山口エリアへの観光客流入ルート分析



以下では、せとうちエリアで重要な四国・山口への流入ルートについて深掘りした分析を行う

主要エリアの選定

- ✓ 山口・愛媛・香川・徳島における主要な流入経路周辺

調査方法

- ✓ 人流分析を用い、主要5カ国のデータを積算する形で、人流分析を用いて各地に滞在/GPS測位した動態から算出

徳島県への流入経路分析



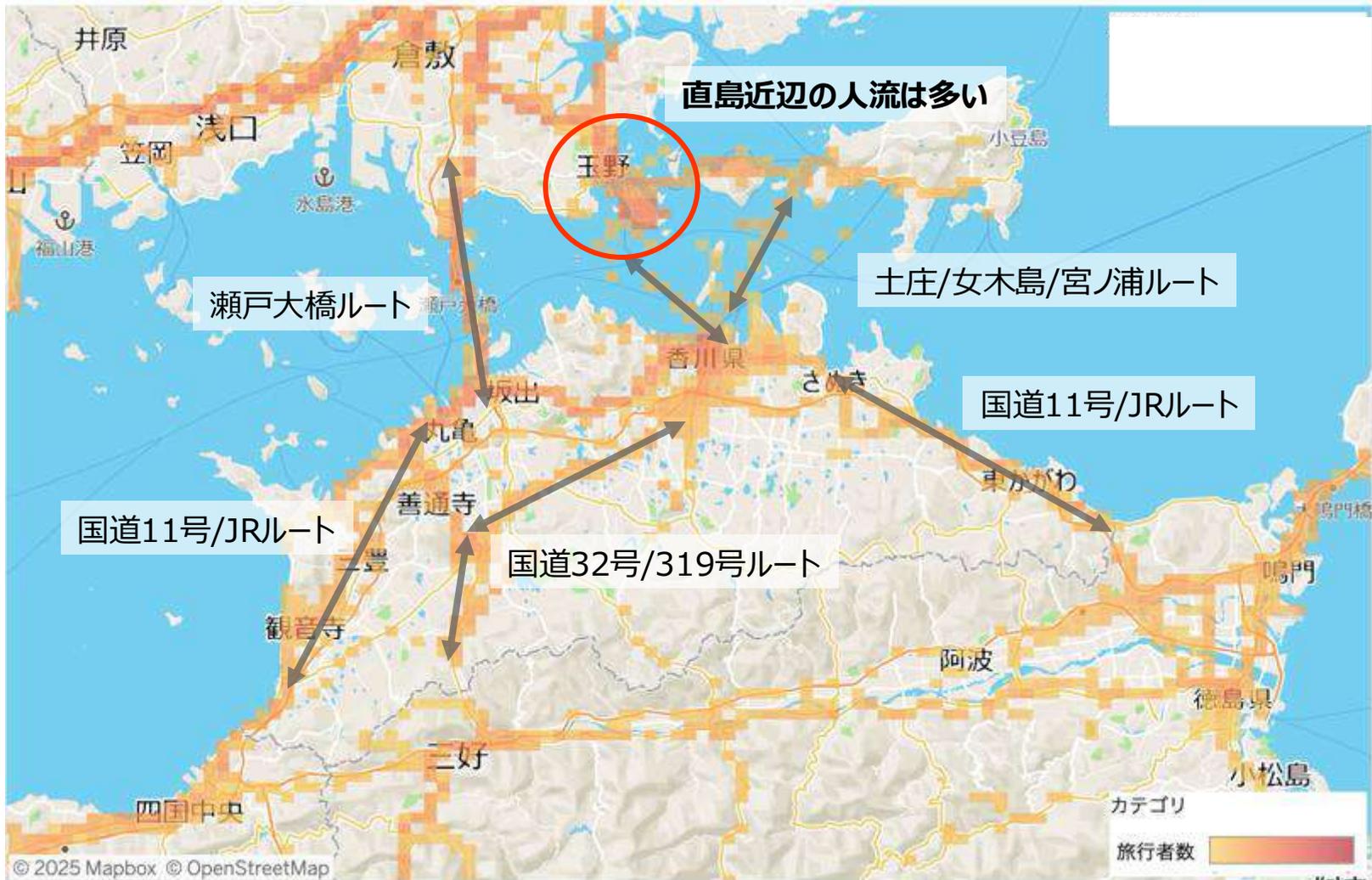
GPS測位データの分析から**主要なルートは、「高松自動車道・JR高徳線ルート」および「神戸淡路鳴門自動車道ルート」と推定される。**
ついで「徳島自動車道・JR徳島線ルート」が利用され、小松島付近までの人流が確認できる



香川県への流入経路分析



GPS測位データの分析から**主要なルートは、「瀬戸大橋ルート」と推定される**。一方、複数の有力なルートも想定され船を利用する「土庄/女木島/宮ノ浦ルート」や、高速道路ではなく国道を利用した「国道32号/319号ルート」の人流が確認できる



愛媛県への流入経路分析



GPS測位データの分析から**主要なルートは、「しまなみ海道ルート」と推定される**。一方、複数の有力なルートも想定され船を利用する「シーパセオ等ルート」や、香川からの流入経路の人流が確認できる





愛媛エリアへの流入経路における初回/リピーター分析

訪日初回ユーザーにおいては、シーパセオ/竹原から呉/へのルートの動態も確認できるが、リピーターにおいては減る傾向にある。一方、リピーターにおいては広島エリアにおける鞆の浦ルートも確認できるため。初回・リピーター訪問者それぞれに対する周辺周遊訴求アプローチを使い分けることが重要。

愛媛への流入/広島近辺の経路比較



初回訪日客



訪日2回目以降の観光客

山口県への流入経路分析



GPS測位データの分析から**主要なルートは、「新幹線/山陽自動車道ルート」**と推定される。多くは広島側からの流入と推察。沿岸沿いでは在来線の利用は少ない。一方、萩・島根側へは車・JRの利用の人流が確認できる

県道191号線ルート
萩へのルートでは、JRではなく車が多いと推定

JR山口線ルート
益田へはJR利用が多いと推定

新幹線/山陽自動車道ルート

北九州からの流入ルート
JR/自動車ルートが交差する。唐戸市場へは車利用が多い想定





戦略的重点分析：高付加価値市場分析・高級宿泊施設周辺の エリア分析

高付加価値宿泊施設周辺分析：兵庫 神戸市北区エリア：有馬温泉



有馬温泉近辺では、**新神戸側から鉄道を使った来訪がほとんどと推察**。温泉エリア内に測位データは分散しており、鉄道側からのさらなる流入の可能性があると推察。



推定宿泊率 20.9%

来訪者の訪日レポート率 35.9%

高付加価値宿泊施設周辺分析：広島 尾道市エリア



経路としては新幹線・新尾道もしくはJR尾道からの流入が多いと推察。一方、しまなみ海道側においては、とくにAzumi Setodaのあるエリア近辺での島沿岸周遊が多く、サイクリング客が多いと推察。**初回訪日来訪者が多いことも特徴。**



推定宿泊率 31.6%

来訪者の訪日レポート率 29.3%



戦略的重点分析：アジア人旅行者との比較分析

アジア旅行者との比較分析：広島・愛媛の流入ルート特性



広島・愛媛の流入ルート近辺においては、**欧米豪の観光客がシーパセオルート・国道33号線ルートを多く使っていることが確認され、アジアからの観光客との差分が確認できる。**（先ほど述べたように欧米豪についてはピーター層のシーパセオルート利用は少ない）



欧米豪からの旅行者の動態



アジアからの旅行者の動態

アジア旅行者との比較分析：兵庫・徳島の流入ルート特性



兵庫・徳島の流入ルート近辺においては、特に**アジア旅行者は船での来訪や移動を積極的に行っている**と推察。直島、小豆島近辺でも**同様の傾向**が見られる。また、**アジア旅行者は徳島の南部側への動態も比較的多く、将来的な欧米豪の来訪・誘客のヒントになる可能性**があると推察。



欧米豪からの旅行者の動態



アジアからの旅行者の動態

アジア旅行者との比較分析：玉野・直島・香川の流入ルート特性



玉野・直島・香川の流入ルート近辺においては、**直島・豊島においてはアジア・欧米豪の旅行者で差分は大きくないが**、小豆島は**アジア旅行者の島内周遊と高松との動態が多く**、欧米豪はまだまだ掘り起こしの可能性があるかと推察。



欧米豪からの旅行者の動態



アジアからの旅行者の動態



消費データの分析

消費データの分析：目的と内容



せとうちエリアの動態を調べるために消費データの観点からも調査を行う。ここでは各業種の消費額の観点から高付加価値旅行者が訪れている可能性のあるエリアの絞り込み、および、消費額で見た際のせとうちエリア内の特性を確認する。

調査方法

- ✓ クレジットカード決済情報について、基本的な特性を確認したのち、3業種ごとの一人当たりの消費額を確認する
- ✓ 地域別の傾向があるかを確認し高付加価値旅行者の訪問先の絞り込みを試みる

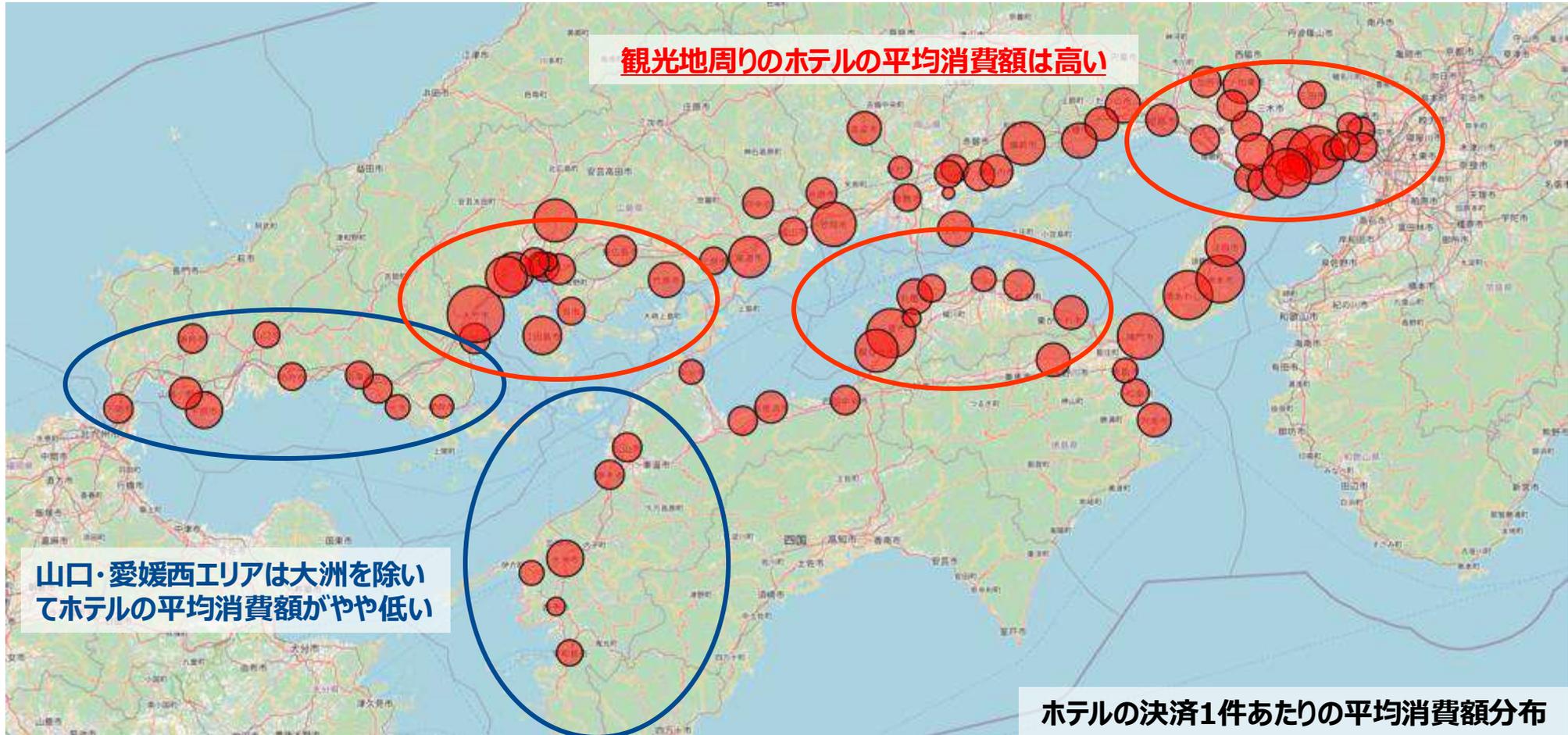
結果の要約

- ✓ ホテルの消費額：**観光人流と同様に観光地付近での消費額が大きい。山口・愛媛西部においては大洲を除き、消費額が現状小さいエリアが多い**
- ✓ 料理店の消費額：**ホテル消費額とほぼ同等の分布を示す。**
- ✓ 小売その他の消費額：観光エリアに限らず広く分散しており、絞り込みでの活用はしない

消費データの詳細：ホテルの決済1件あたりの平均消費額分布



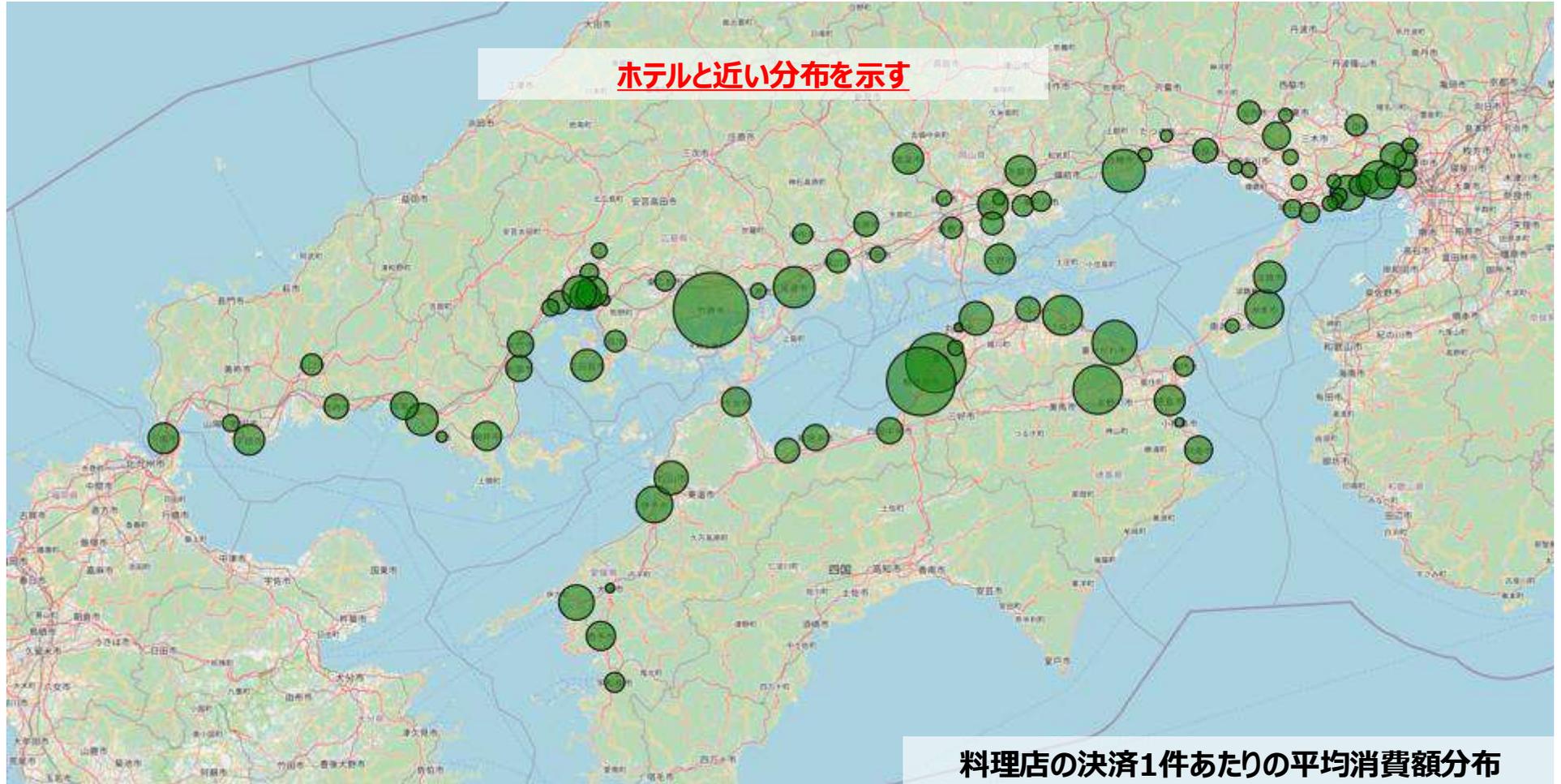
ホテルの平均消費額で見ると、大阪エリア周辺およびその他の観光地エリアが高くなっている。一方、山口・愛媛西エリアは比較的低い分布を示している。動態を拡大し、単価をアップすることで観光消費額拡大の可能性も示唆される。大竹市のように高級美術館と宿泊がセットになった地域では単価が向上する。



消費データの詳細：料理店の決済1件あたりの平均消費額分布



料理店の平均消費額で見ると、ホテルと同様の傾向が見られる。関西エリア周辺が高い消費となっている。



※竹原市、三豊市、観音寺市などは消費額が大きく見えるがこれは誤差である。地方部においてはクレジットカード決済が完全には進んでおらず、地域の一部高級料亭のみが対応しているケースが多く平均額が高く見積られる場合がある。

消費データの詳細：小売その他の決済1件あたりの平均消費額分布



小売その他の平均消費額で見ると、一部関西近郊、観光地周辺のエリアで高い消費が見られる以外は、せとうちエリアで平均的に分布している。地域差は少ないため、人流が各観光地に流れ込めば、観光客数は少なくとも、**単価はせとうちエリア全体で差をつけなくとも消費活動が行われる可能性がある。**

