

第1回みえインバウンド誘客計画検討有識者会議 議事次第

日時:令和7年10月30日(木)
15時00分~16時50分頃
場所:ホテルグリーンパーク津
木犀の間(ハイブリッド形式)

1 開会

2 議事

- 日本のインバウンドの現状についての説明（観光庁）
- 日本のインバウンド誘客に向けた取組についての説明（JNTO）
- 三重県のインバウンドの現状・課題についての説明（三重県）
- 質疑応答

～休憩～

- 知事挨拶
- 意見交換

3 閉会

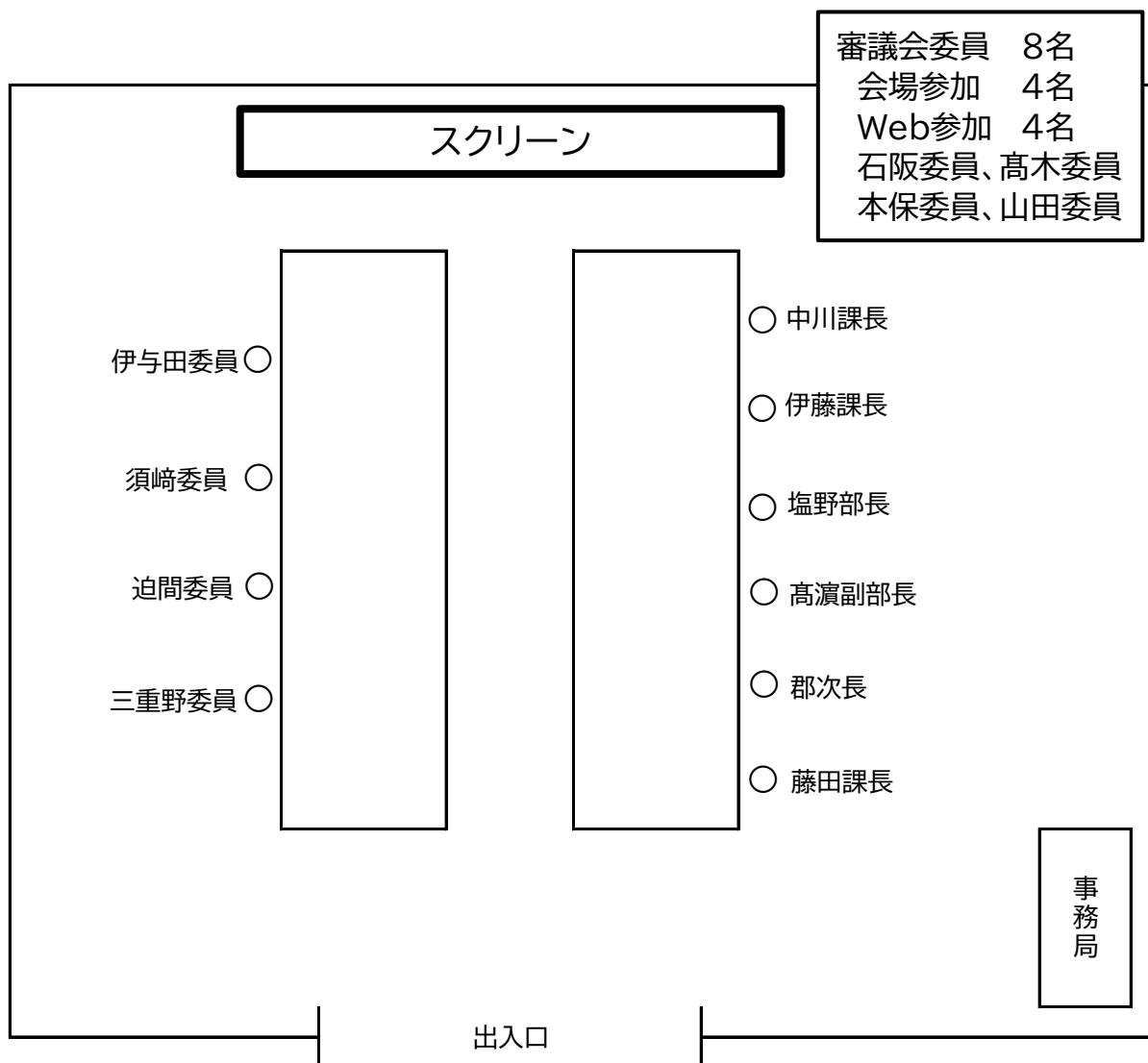
第1回みえインバウンド誘客計画検討有識者会議 出席者名簿

【敬称略/50音順】

	氏名	所属・役職名	備考
1	石阪 督規	埼玉大学 教授	Web参加
2	伊与田 美歴	独立行政法人国際観光振興機構 理事	会場参加
3	柴原 昇 (迫間 優子 代理出席)	公益社団法人三重県観光連盟インバウンド委員会 委員長 (同 副委員長)	会場参加
4	須崎 充博	公益社団法人伊勢志摩観光コンベンション機構 専務理事	会場参加
5	高木 俊道	三重県旅館ホテル生活衛生同業組合 青年部長	Web参加
6	本保 芳明	一般財団法人アジア太平洋観光交流センター 理事長	Web参加
7	三重野 真代	武蔵野大学経営学部 特任教授	会場参加
8	山田 桂一郎	JTIC.SWISS 代表(スイスツエルマット観光局) 和歌山大学観光学部客員教授	Web参加

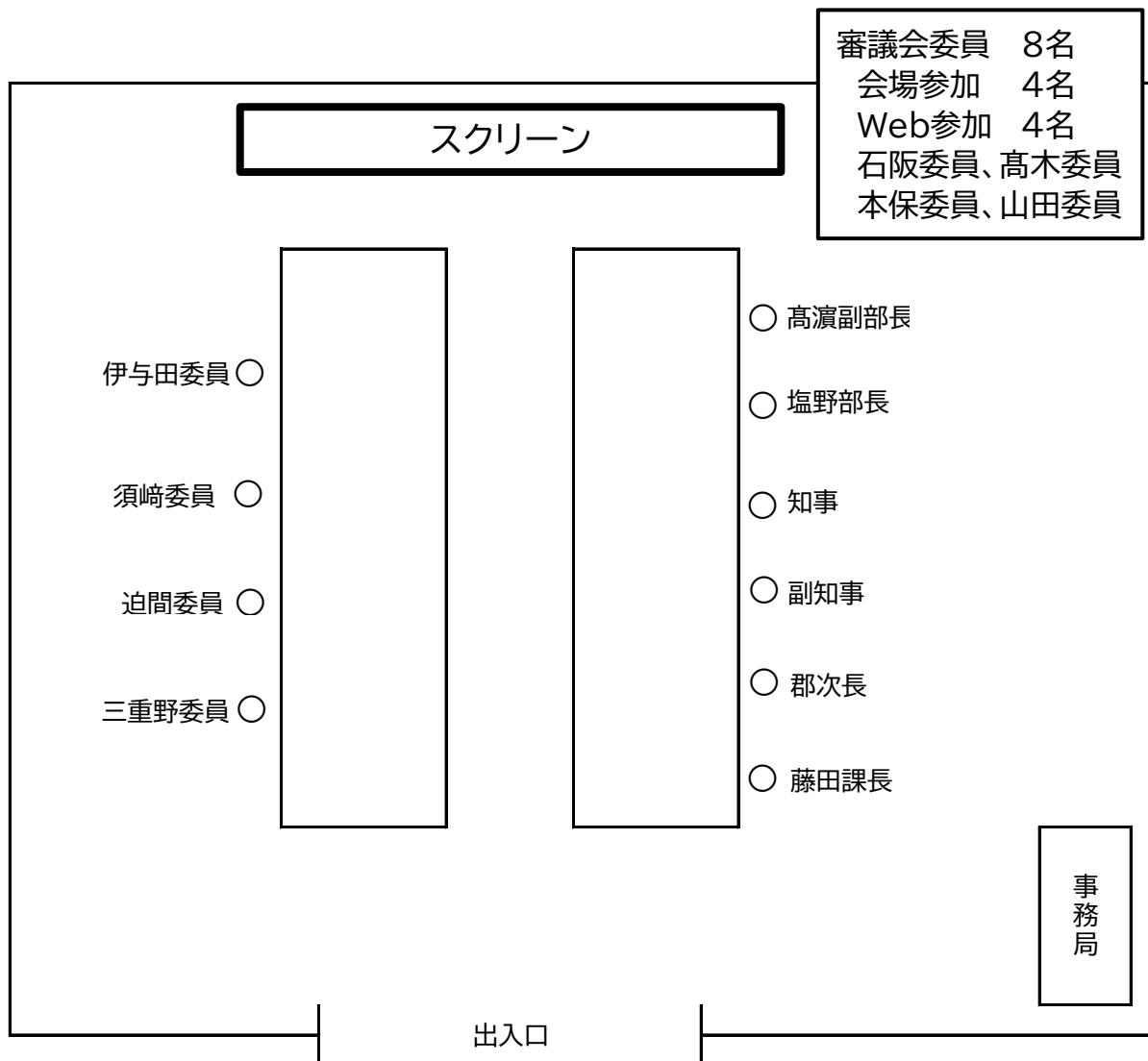
第1回みえインバウンド誘客計画検討有識者会議 配席図 資料説明(前半)

場所: ホテルグリーンパーク津
木犀の間
時間: 15:00~16:00頃



第1回みえインバウンド誘客計画検討有識者会議 配席図 意見交換(後半)

場所: ホテルグリーンパーク津
木犀の間
時間: 16:10頃~16:50頃



第1回みえインバウンド誘客計画検討有識者会議 進行シナリオ

時間	項目
15:00-15:05	開会 【部長挨拶（2分程度）】 会長の選任
15:05-15:25	資料説明（観光庁）
15:25-15:40	資料説明（J N T O）
15:40-15:50	資料説明（三重県）
15:50-16:00	質疑応答
16:00-16:10	休憩
16:10-16:13	【知事挨拶（3分程度）】
16:15-16:48	意見交換
16:48-16:50	閉会

日本のインバウンドの現状について

令和7年10月30日(木)
第1回みえインバウンド誘客計画検討有識者会議

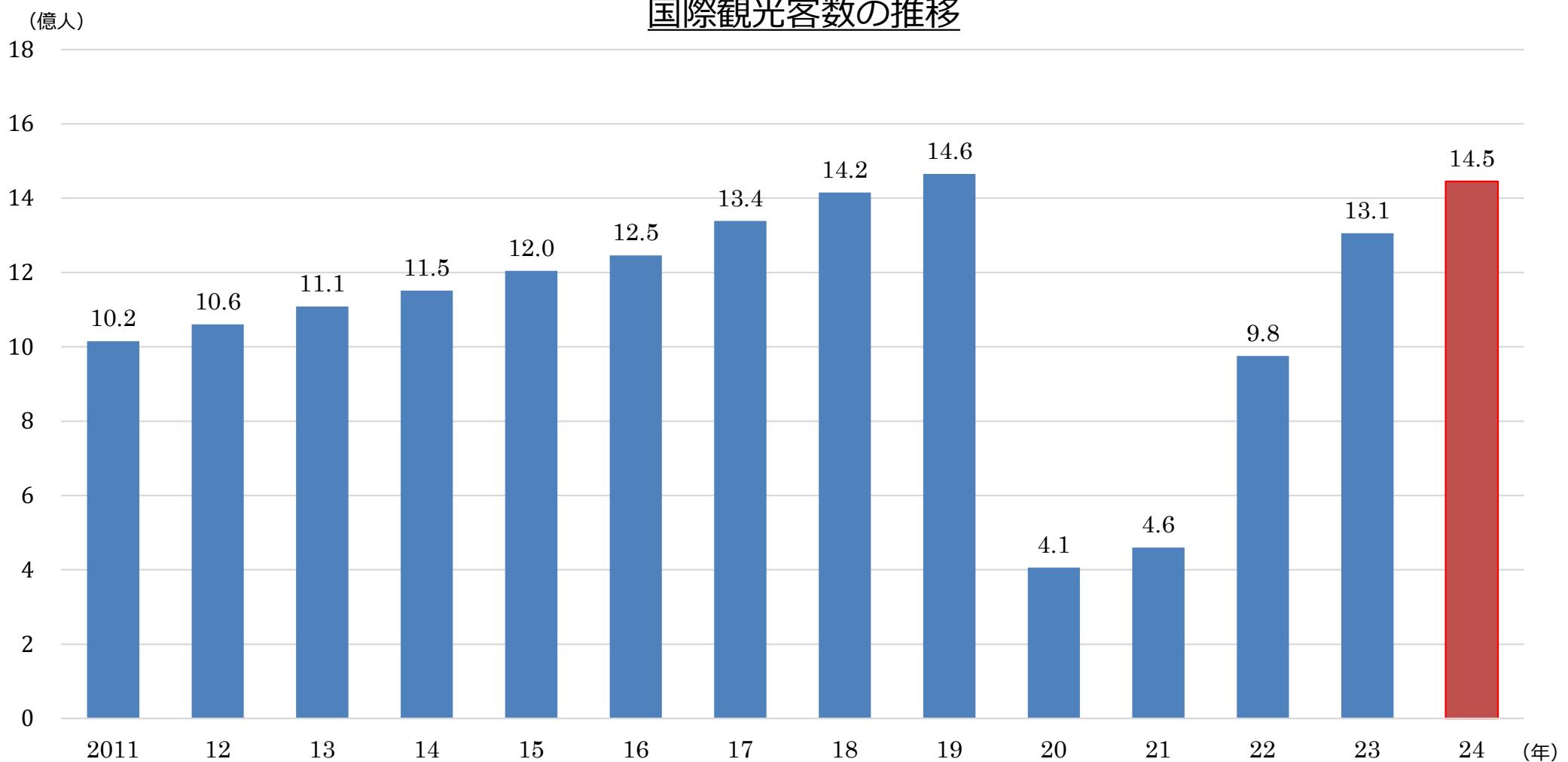
観光庁国際観光課 齋藤 喬



① インバウンドの現状と取組み

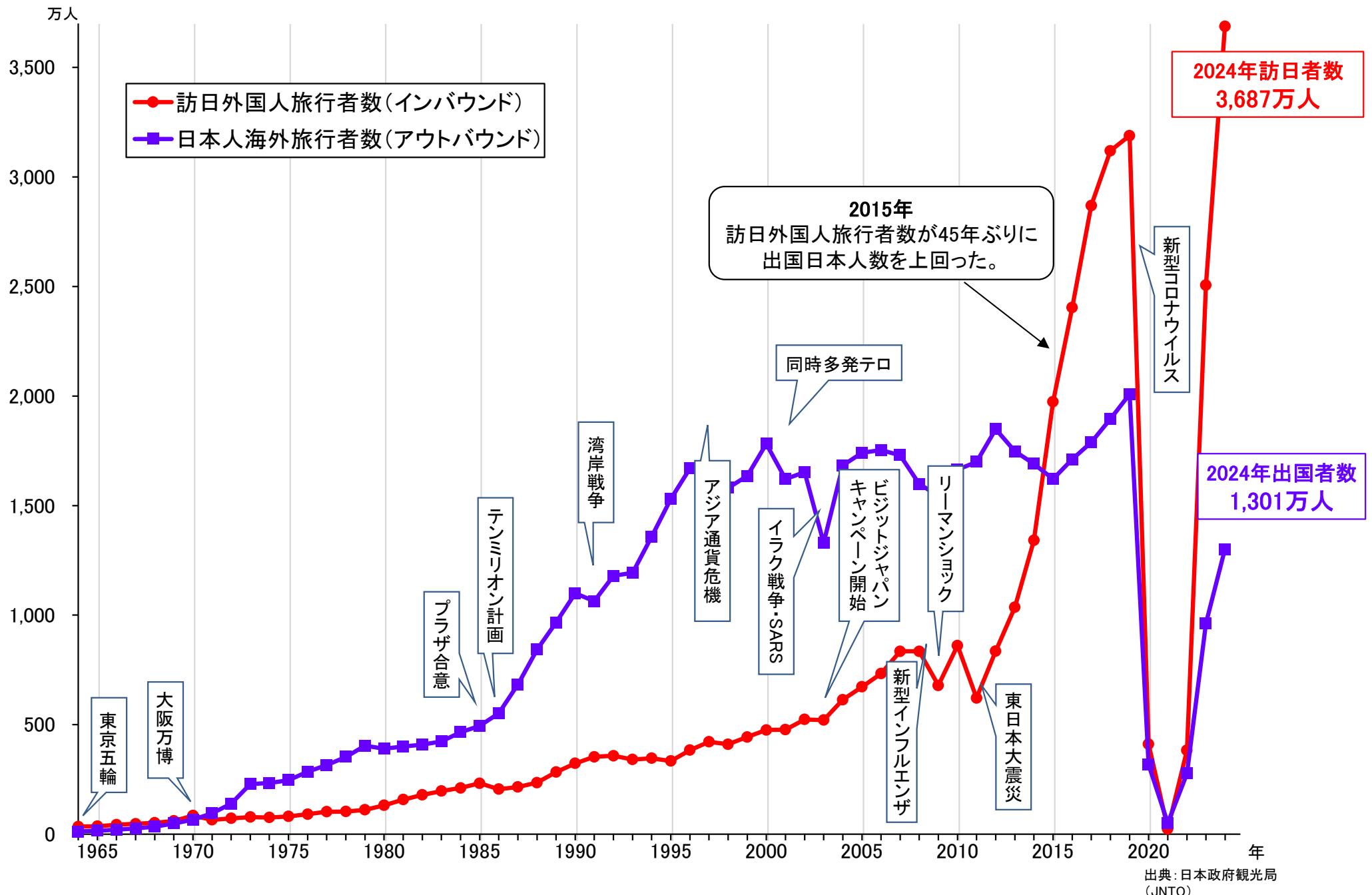
世界の観光の動向

- 世界観光機関(UN Tourism)によると、2024年の国際観光客数は**14億4,500万人**(前年比10.7%増、2019年比1.3%減)となり、コロナ前の2019年水準まで回復。



資料：世界観光機関（UN Tourism）「Tourism Dashboard」（2025年1月時点）に基づき観光庁作成。
注1：International Tourist Arrivals の数値。

訪日外国人旅行者数と出国日本人数の推移



外国人観光客受入数(国別/2019・2024年の比較)

- 国別の外国人観光客受入数における日本の順位について、コロナ前は10位圏外(12位)であったが、
2024年8位に浮上。(アジアの中では1位)

<u>2019年</u>	国名	受入数(万人)	<u>2024年</u>	国名	受入数(万人)／人口(万人)
1	フランス	9,091	1	フランス	10,200／6,490
2	スペイン	8,351	2	スペイン	9,376／4,750
3	アメリカ	7,944	3	アメリカ	7,239／34,180
4	中国	6,573	4	トルコ	6,058／8,630
5	イタリア	6,451	5	イタリア	5,784／5,870
6	トルコ	5,119	6	メキシコ	4,504／12,940
7	メキシコ	4,502	7	ドイツ	3,750／8,330
8	タイ	3,992	8	日本	3,687／12,260
9	ドイツ	3,956	9	ギリシャ	3,595／1,030
10	イギリス	3,942	10	タイ	3,555／7,190

※2019年、日本の外国人観光客受入数は3,188万人で第12位

※中国、イギリスの実績は2025/4/4時点では未公表。

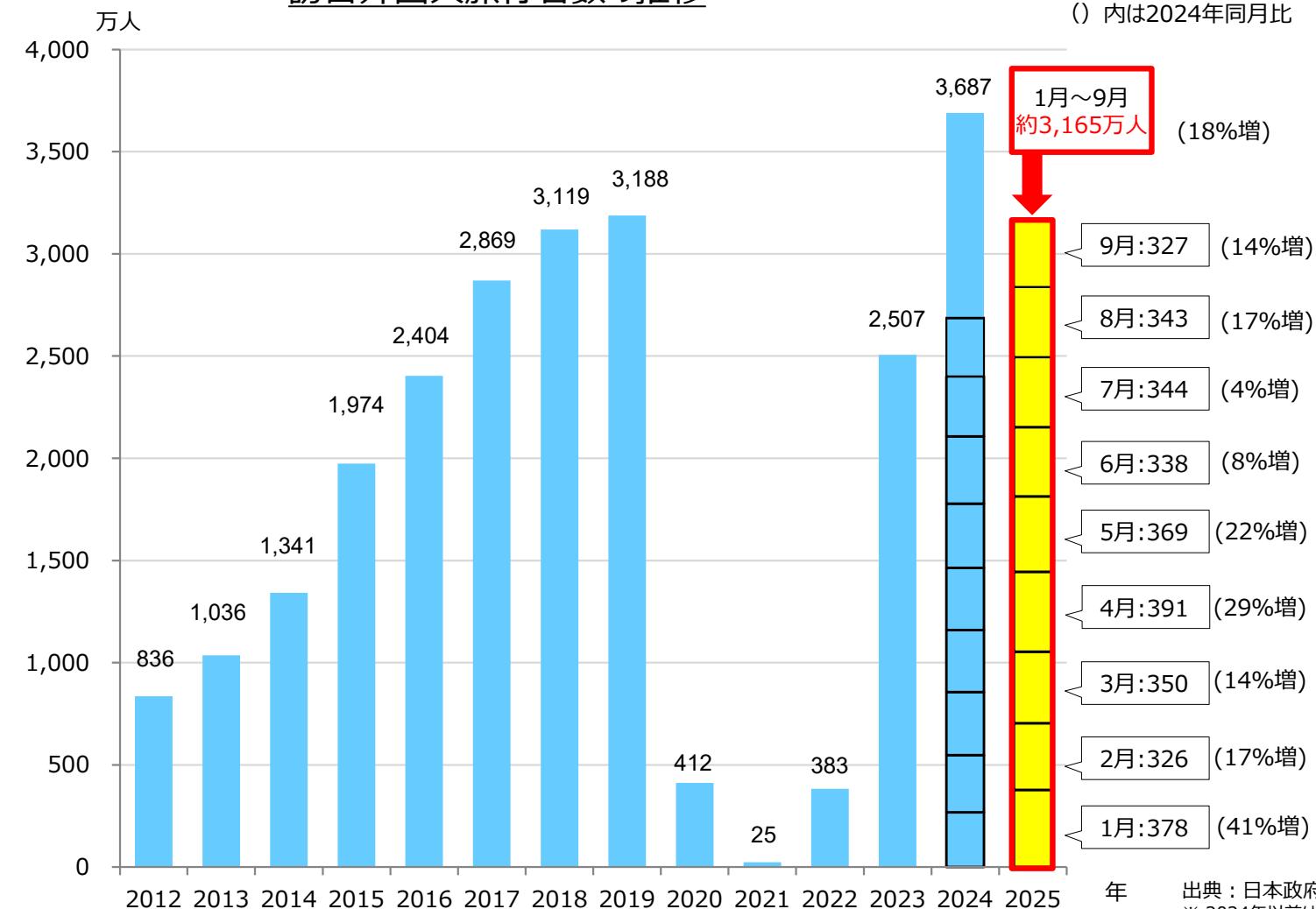
※人口は、出典先が100万人単位のところ、万人単位に換算して表記しているため、概算。

(出典)UN Tourism (Global and regional tourism performance)
UNFPA「世界人口白書2024」に基づき観光庁作成

インバウンドの状況(旅行者数)

- 2025年9月の訪日外国人旅行者数は約327万人（2024年比13.7%増）となり、9月として過去最高となった。
- 韓国、台湾、米国からの訪日者数は9月として過去最高となった。
- 2025年1月～9月の総数は約3,165万人（2024年比17.7%増）となり、過去最速で3,000万人を突破した。

訪日外国人旅行者数の推移



国・地域別訪日者数上位

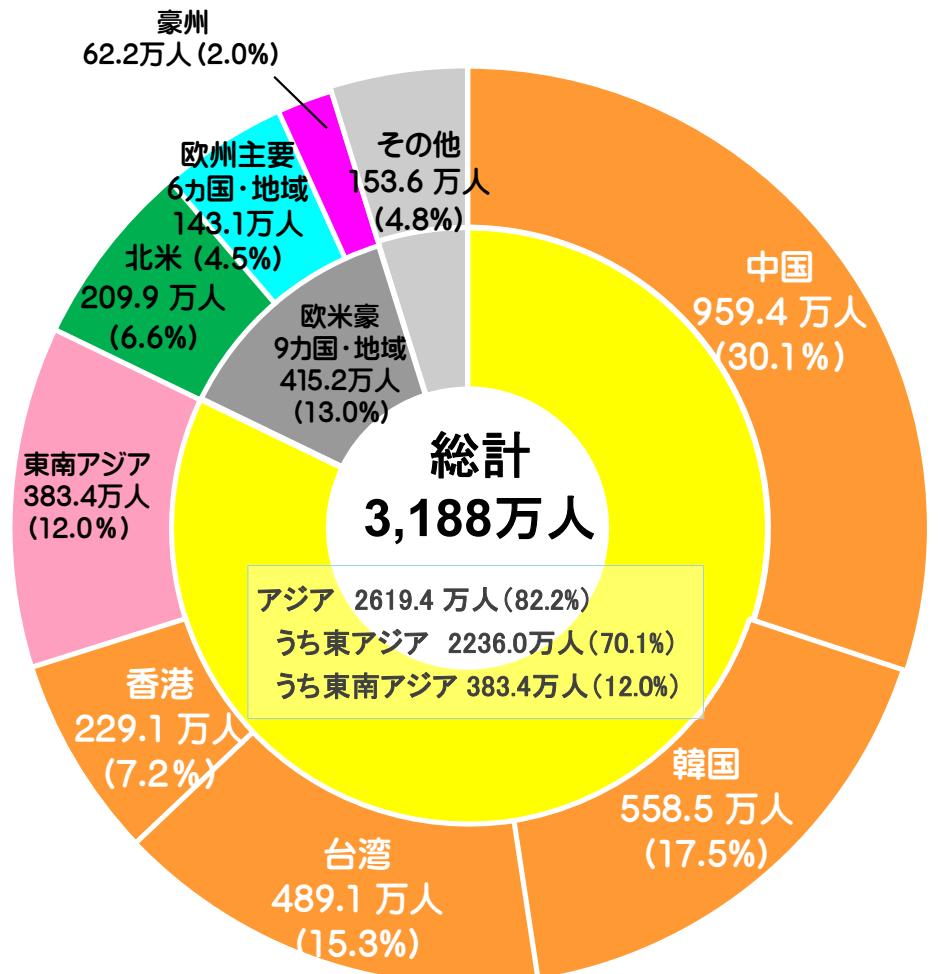
	2025年9月 (2024年同月比)
①中国	78万人 (19%増)
②韓国	67万人 (2%増)
③台湾	53万人 (12%増)
④米国	22万人 (17%増)
⑤香港	15万人 (12%減)

出典：日本政府観光局（JNTO）
※ 2024年以前は確定値、2025年1～7月の値は暫定値、2025年8～9月の値は推計値

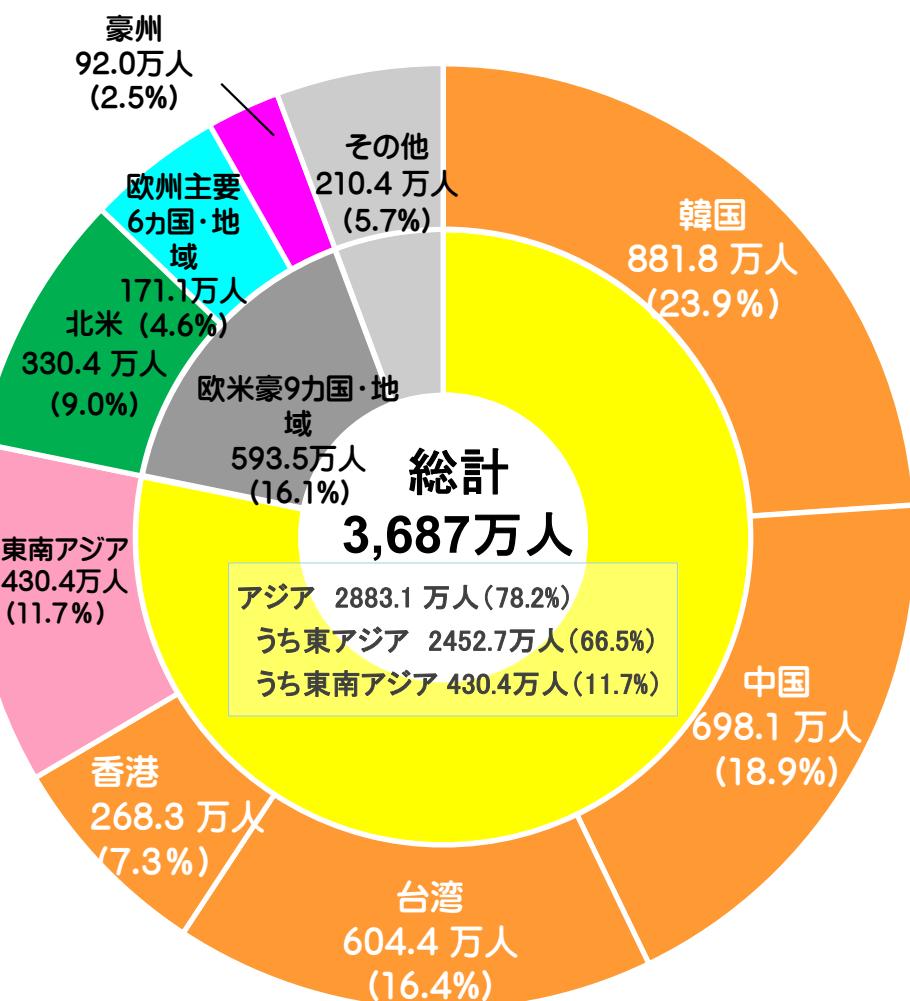
国・地域別の訪日インバウンド数及び割合

- 2024年は、韓国(+58%)や台湾(+24%)、アメリカ(+58%)やオーストラリア(+48%)の伸び率が顕著。

[2019年確定値]



[2024年確定値]



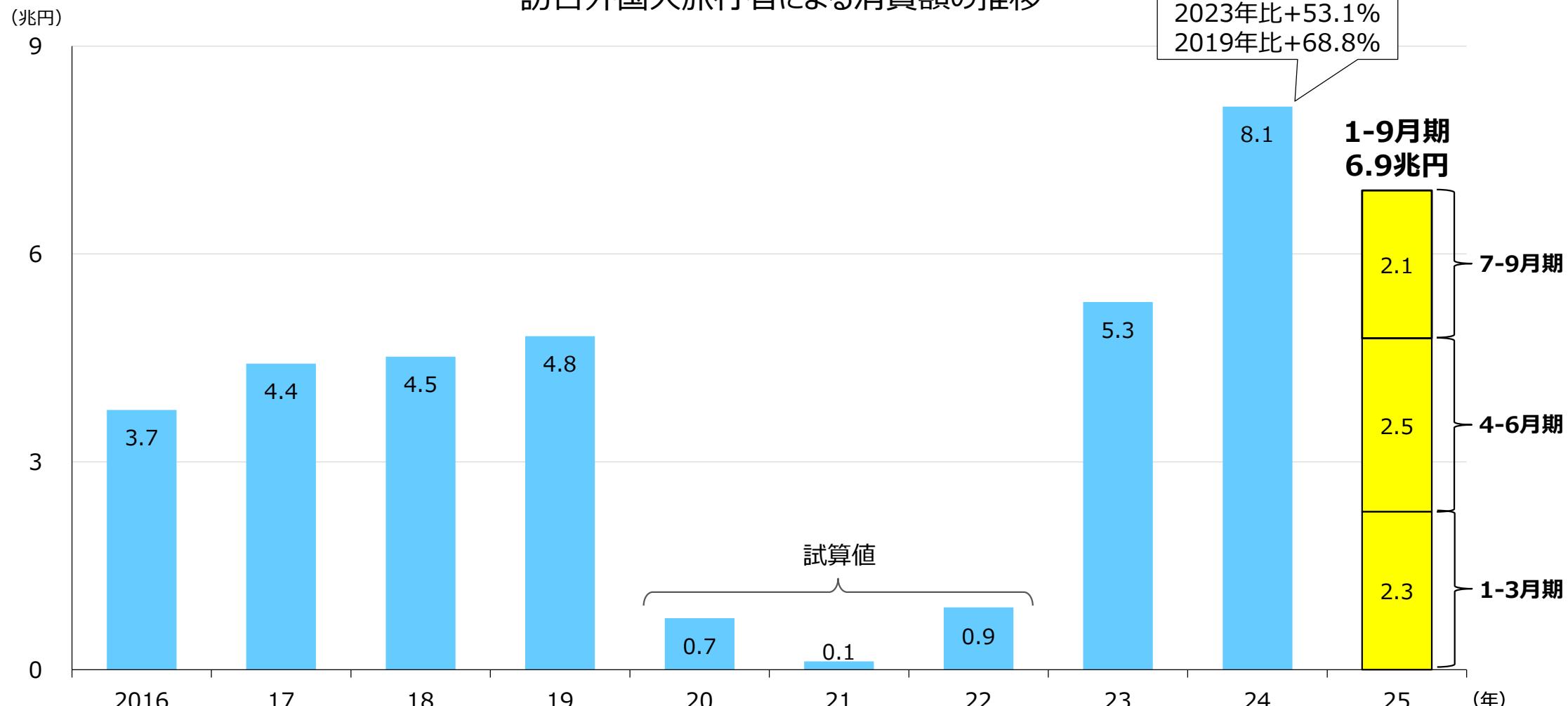
※ その他には、アジア、欧州等各地域の国であっても記載のない国・地域が含まれる。

※ 日本政府観光局(JNTO)資料より観光庁作成

インバウンドの状況(消費額)

- 2025年7-9月期：消費額 **2.1兆円**（前年同期比11.1%増）
：一人当たりの旅行支出 **21.9万円**（前年同期比0.2%減）
- 2025年1-9月期：消費額 **6.9兆円**（前年同期比18.6%増）

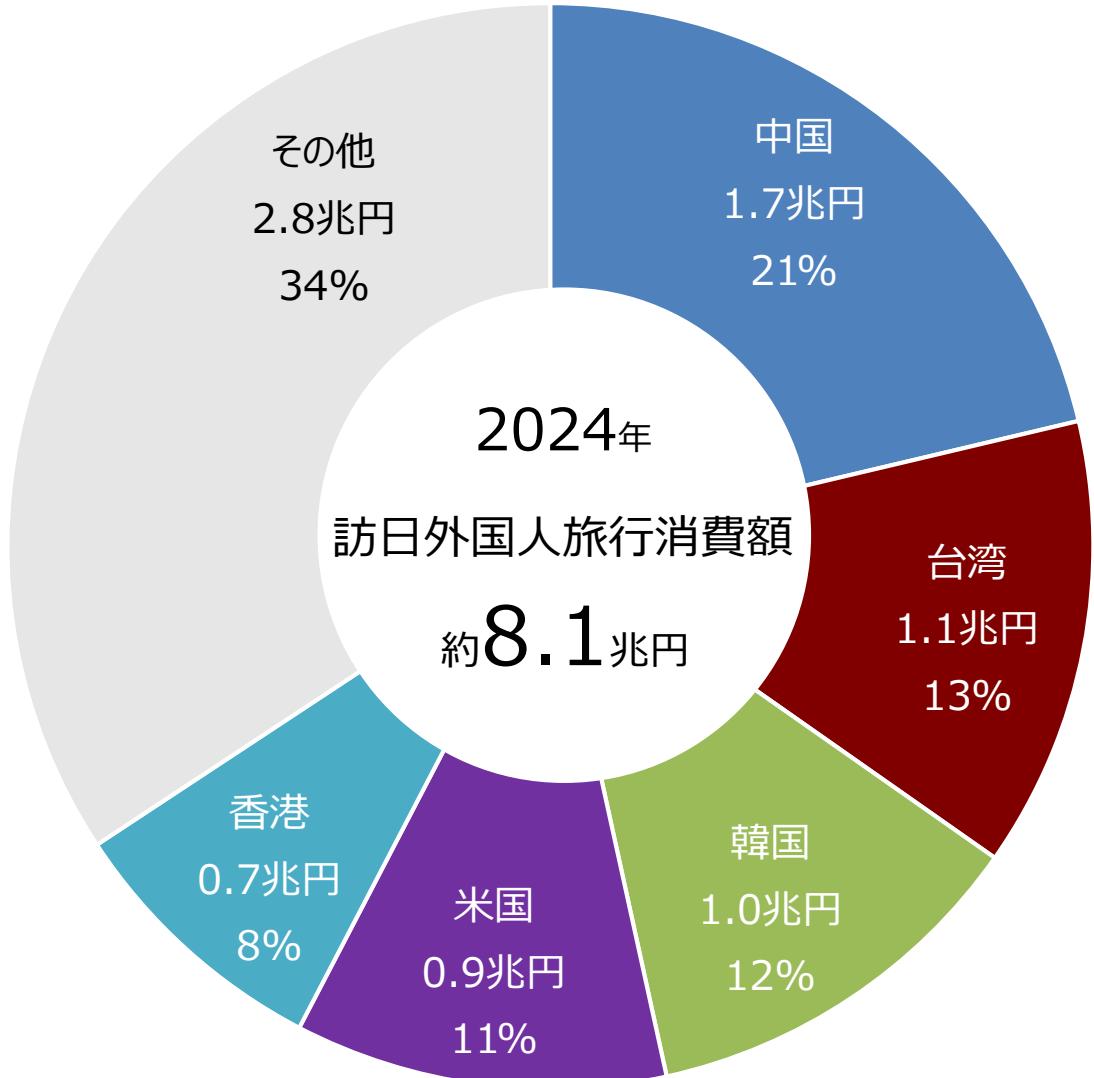
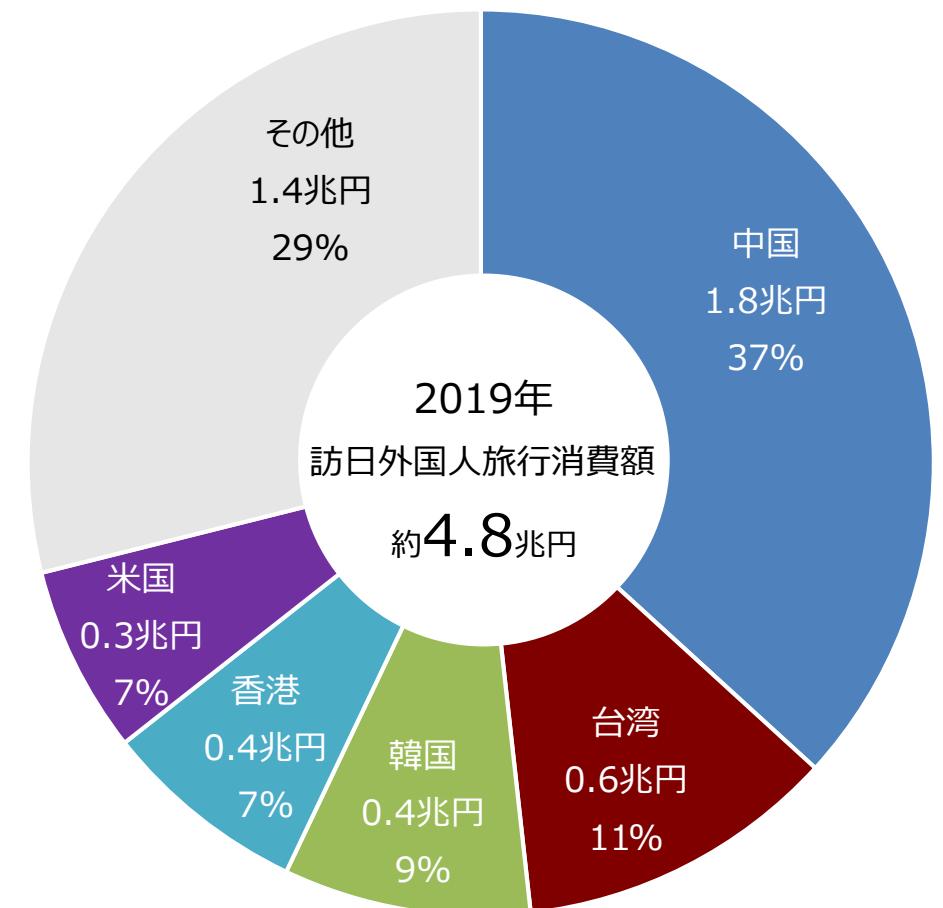
訪日外国人旅行者による消費額の推移



出典：観光庁「訪日外国人消費動向調査」及び「インバウンド消費動向調査」
2025年1-9月期は速報値

国籍・地域別の訪日インバウンドの消費額と割合

国籍・地域別 訪日外国人旅行消費額(2019年、2024年)



出典：観光庁「訪日外国人消費動向調査」及び「インバウンド消費動向調査」

観光がもたらす経済効果(2024年)

日本人 1人当たり
年間消費額
139万円

定住人口が
1人減ると
**消費額
139万円減**
交流人口に
置き換えると
・ ・ ・



訪日外国人旅行者
消費額: 22.7万円/人

約6人分



国内旅行者(宿泊)
消費額: 6.9万円/人

約20人分



国内旅行者(日帰り)
消費額: 1.9万円/人

約71人分

製品別輸出額との比較

(単位：兆円)



資料: 観光庁「インバウンド消費動向調査(旧訪日外国人消費動向調査)」、財務省「貿易統計」に基づき観光庁作成

国内全体の旅行消費に占めるインバウンド消費の割合

2019年（令和元年）：27.9兆円

2021年（令和3年）：9.4兆円

2024年（令和6年）：34.3兆円

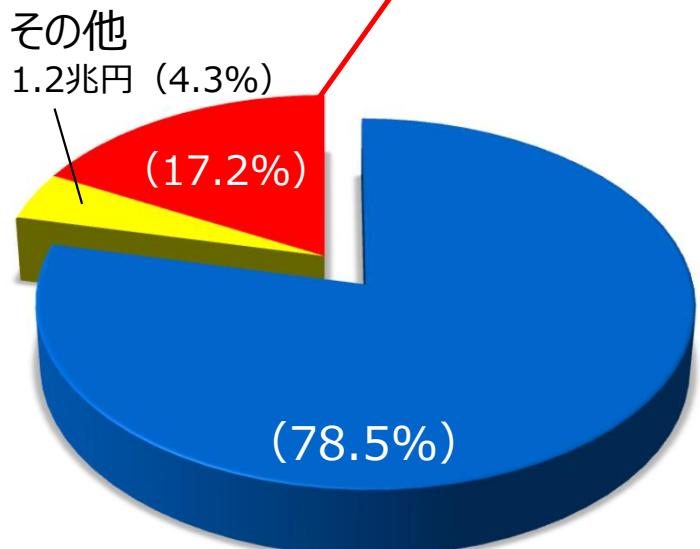
**インバウンド旅行
4.8兆円**

▲約5兆円

**インバウンド旅行
0.1兆円**

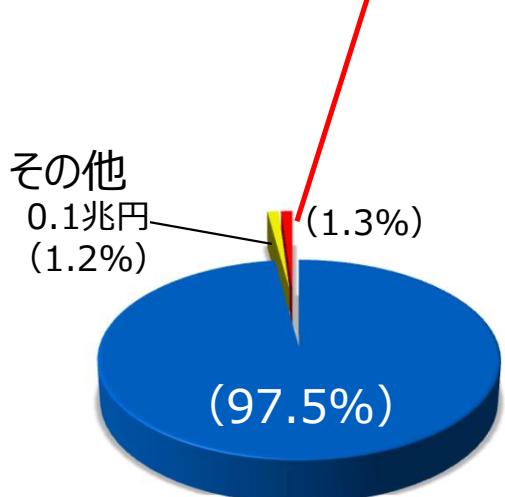
+約8兆円

**インバウンド旅行
8.1兆円**



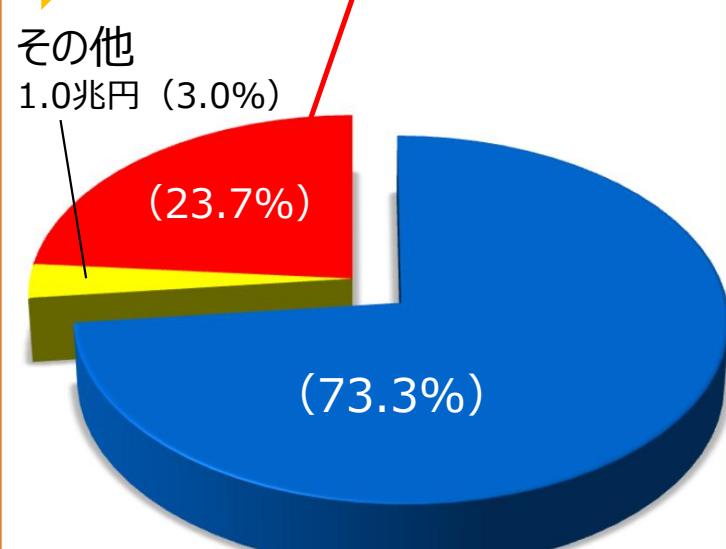
**日本人国内旅行
21.9兆円**

▲10兆円超



**日本人国内旅行
9.2兆円**

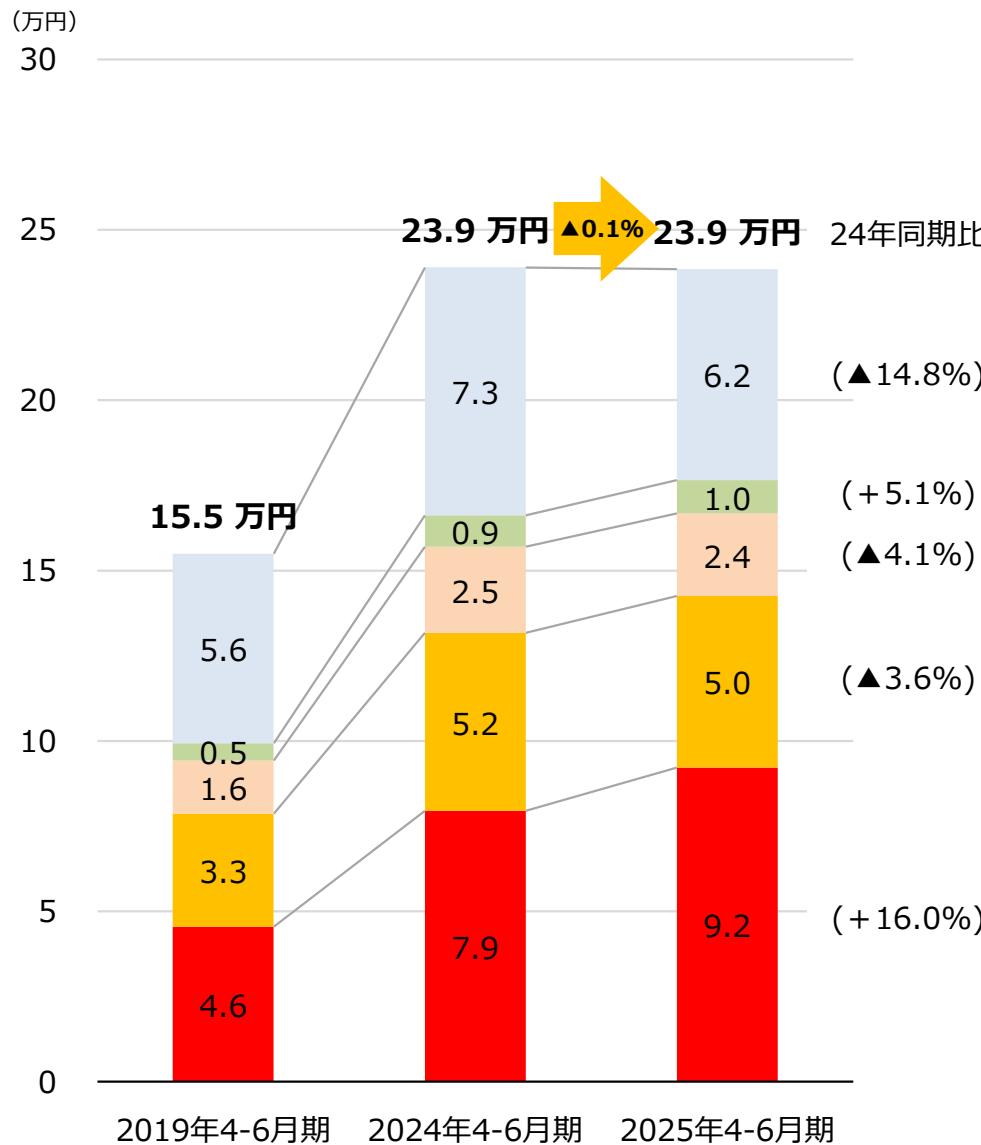
+15兆円超



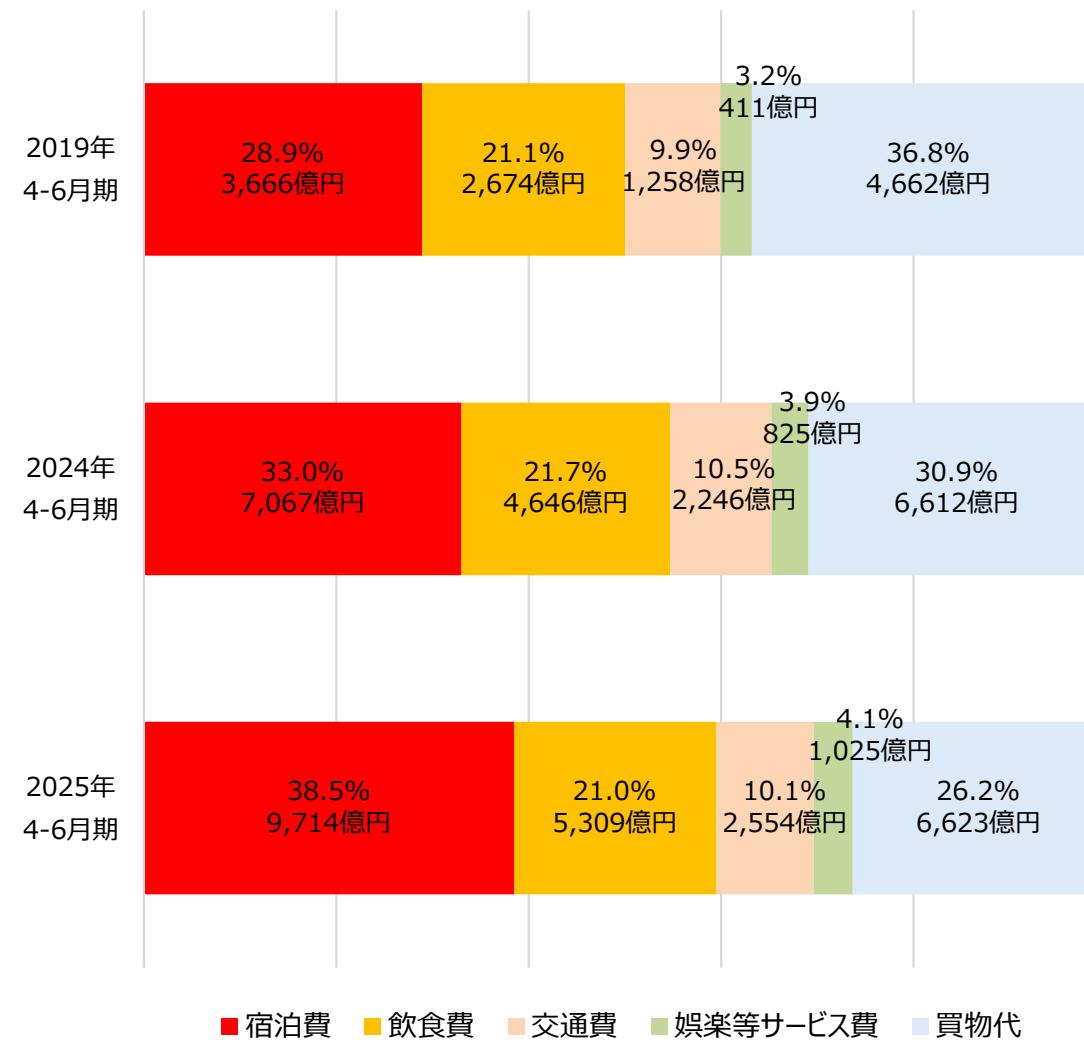
**日本人国内旅行
25.2兆円**

訪日インバウンドによる消費の変化

訪日外国人 1人当たり費目別旅行支出



訪日外国人旅行消費額の費目別構成比

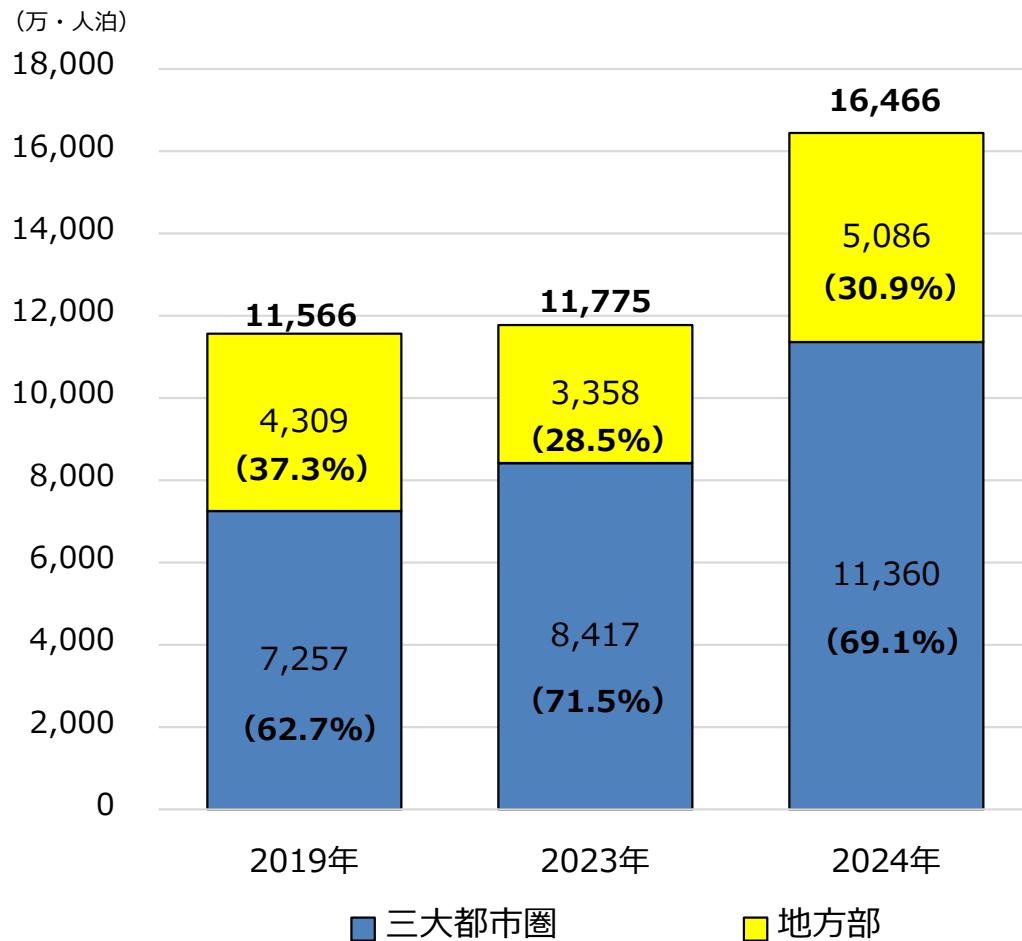


出典：観光庁「訪日外国人消費動向調査」及び「インバウンド消費動向調査」
2025年4-6月期は速報値

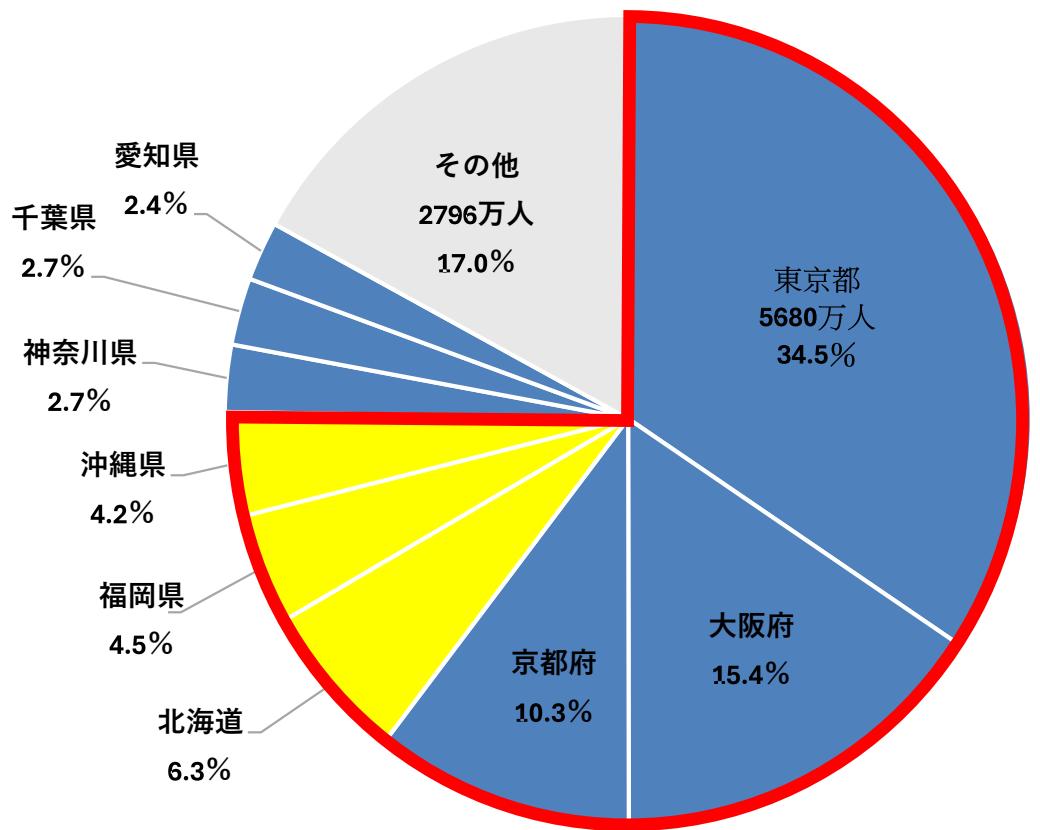
訪日インバウンドの都市部への集中

- インバウンドの宿泊先の約7割は三大都市圏に集中。
- また、東京都・大阪府・京都府・北海道・福岡県・沖縄県の上位6都道府県に約75%が集中。
- ⇒ 2024年における三大都市圏等への偏在傾向は、2023年より改善しているものの、コロナ前よりも強まっており、引き続き、**地方誘客の取組が重要**。

外国人延べ宿泊者数の比較



外国人延べ宿泊者数 都道府県別割合 (2024年)

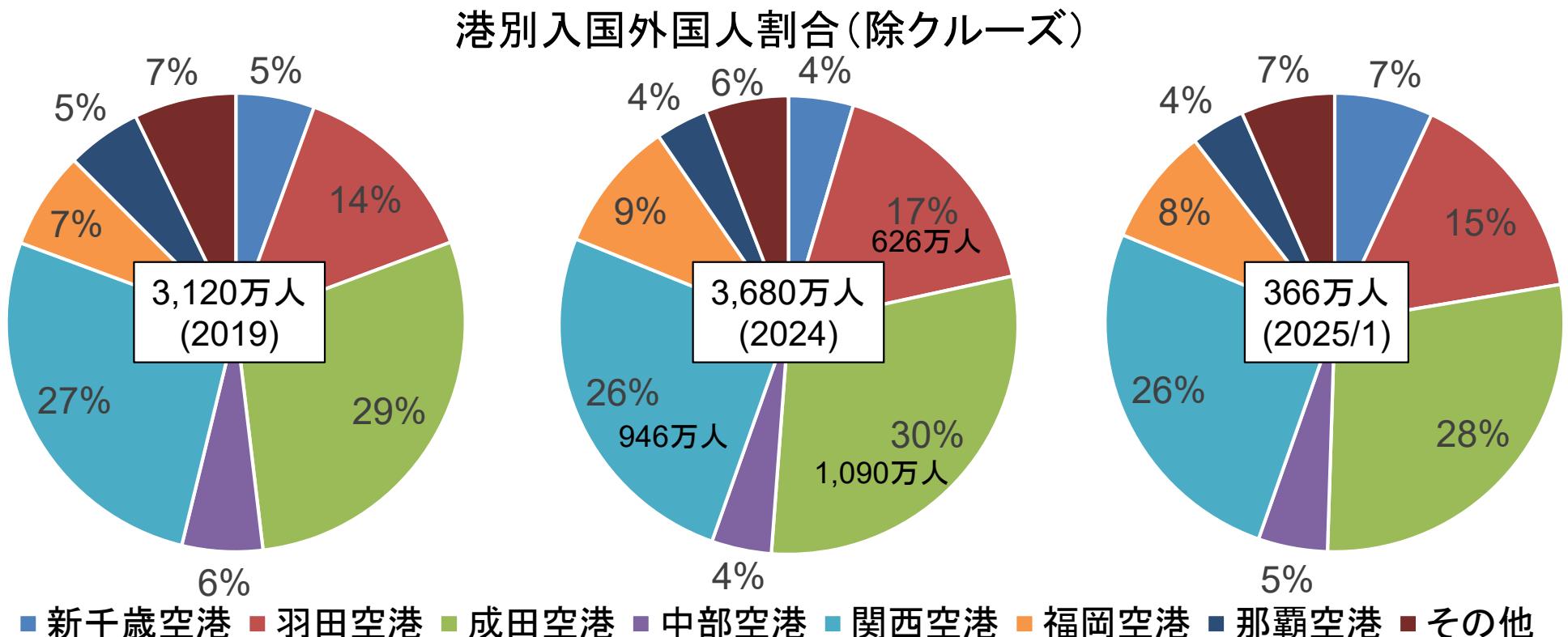


※三大都市圏：埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、愛知県、京都府、大阪府、兵庫県

出典：宿泊旅行統計調査（2024年 確定値）

訪日旅行のゲートウェイ

- 現状、インバウンドの7割強は成田、関空、羽田の3空港から入国、東日本、西日本でほぼ1:1。
- 出入国円滑化等の取組を引き続き進めつつ、**成田空港機能強化の着実な推進とともに、地方分散の観点からも関空の発着枠増効果の早期発現や地方空港の受入強化が不可欠。**



令和8年度 観光庁関係予算概算要求 主要事項

一般財源 令和8年度概算要求額107億円（前年度予算額89億円）

1. 持続可能な観光地域づくり 要求額23億円（1.46倍）

- 地域一体となった持続可能な観光地経営の推進
 - ・オーバーツーリズムの未然防止・抑制や「観光の足」の確保



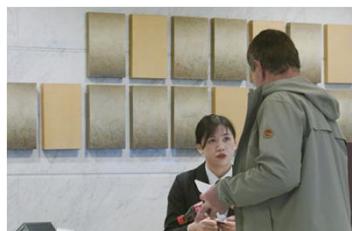
受入環境の整備・増強

- 能登半島地震からの復興に向けた観光再生支援
 - ・コンテンツ造成の支援やWEBでの魅力発信



コンテンツ造成

- 観光地・観光産業の人材不足対策
 - ・生産性向上のための自動チェックイン機などの設備投資への支援
 - ・外国人材確保のためのジョブフェアなどのPR活動



外国人材の確保・定着

- 通訳ガイド制度の充実・強化
 - ・新人に対する研修プログラムの構築
- 健全な民泊サービスの普及
 - ・コールセンターの運営

2. 地方を中心としたインバウンド誘客 要求額69億円（1.12倍）

- 地域周遊・長期滞在の促進
 - ・マーケティング調査、戦略作成、コンテンツ造成やガイド育成



旅行者の地域周遊の促進

- MICE誘致の促進
 - ・施設へのコンセッション方式の導入調査

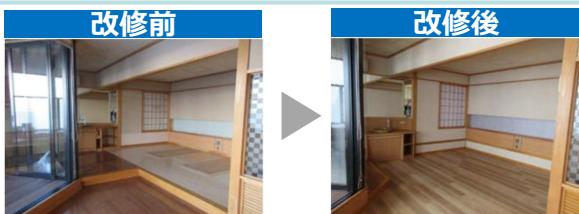
- 海外教育旅行を通じた若者の国際交流の促進
 - ・教育機関と旅行業者が連携した教育旅行プログラムの開発

3. 国内交流拡大 要求額 7 億円（1.79倍）

- ユニバーサルツーリズムの促進
 - ・モデルツアーの実施やバリアフリー化への施設整備



ユニバーサルツーリズムのモデルツアー



段差を解消し高齢者等を移動しやすくするための客室改修

- 新たな交流市場の創出（第2のふるさとづくり）
 - ・モデル事業の実施

この他、経済財政運営と改革の基本方針2025等に基づき、受益と負担の適正なあり方、訪日旅行需要や日本人出国者への影響を勘案しつつ、観光施策を充実・強化するために必要な財源確保策についての必要な検討を行い、所要の措置を講じる。

国際観光旅客税を活用したより高次元な観光施策の展開

旅客税財源 令和8年度概算要求額700億円（前年度予算額490億円）

- 国際観光旅客税を活用した施策については、国際観光振興法及び「国際観光旅客税の使途に関する基本方針等について」（令和6年12月27日観光立国推進閣僚会議決定）に基づき、ストレスフリーで快適に旅行できる環境の整備、我が国の多様な魅力に関する情報の入手の容易化、地域固有の文化、自然等を活用した観光資源の整備等による地域での体験滞在の満足度向上、に係る施策であって、受益と負担の関係から負担者の納得が得られるもの、先進性が高く費用対効果が高い取り組み、地方創生をはじめとする我が国が直面する重要な政策課題に合致するもの、に充当されることとされている。
- 概算要求時点では要求額のみ示し、具体的な事業については、上記の考え方に基づき予算編成過程において検討され、民間有識者の意見も踏まえ、観光立国推進閣僚会議（本部長：総理）において決定される。

（以下は令和7年度事業の例示）

1. ストレスフリーで快適に旅行できる環境の整備

- 最先端技術を活用した革新的な出入国審査等の実現
- 観光地の面的な受入環境整備（多言語化・Wi-Fi 等）
- ゲートウェイとなる空港・港湾から観光地までの公共交通利用環境の整備



入管・税関手続における
共同キオスクの導入



保安検査における
スマートレーンの導入促進

2. 我が国の多様な魅力に関する情報の入手の容易化

- 戦略的な訪日プロモーションの実施
- MICEの誘致・開催促進



ウェブサイト・SNS等による情報発信



海外MICE見本市における日本ブース

3. 地域固有の文化、自然等を活用した観光資源の整備等による地域での体験滞在の満足度向上

- 世界に誇る観光地を形成するための観光地域づくり法人（DMO）の体制整備
- 国際競争力の高いスノーリゾートの形成促進
- 歴史的資源を活用した観光まちづくりの推進
- ローカルガイド人材の持続的な確保・育成
- 文化財資源を活用したインバウンドのための環境整備
- 国立公園等のインバウンドに向けた環境整備



文化資源の活用



国立公園の環境整備



スノーリゾートの形成促進



面向的に整備された歴史的街並み

この他、経済財政運営と改革の基本方針2025等に基づき、受益と負担の適正なあり方、訪日旅行需要や日本人出国者への影響を勘案しつつ、観光施策を充実・強化するために必要となる財源確保策についての必要な検討を行い、所要の措置を講じる。

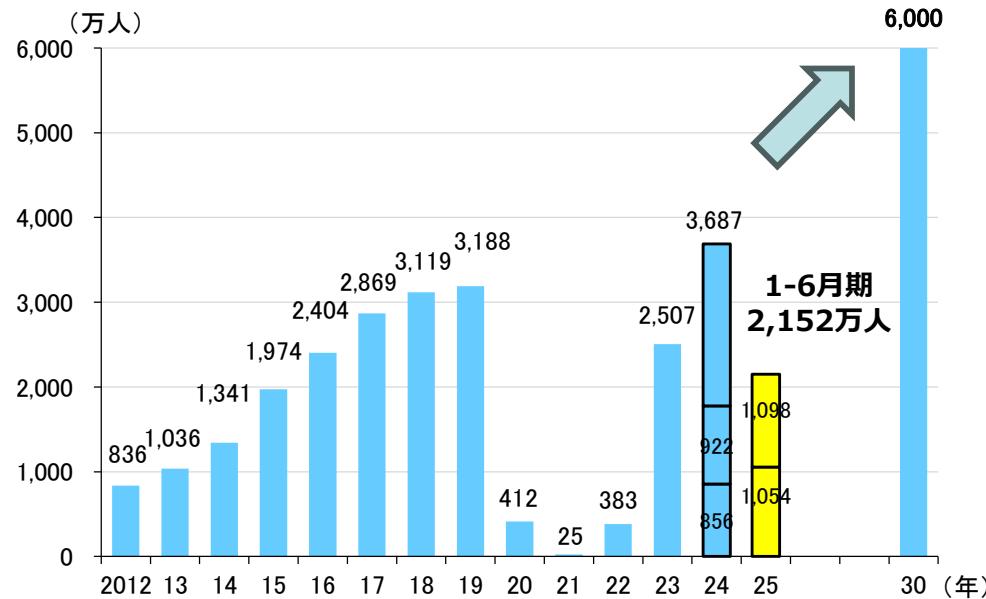
観光施策を充実・強化するために必要となる財源確保策の検討

令和8年度税制改正要望

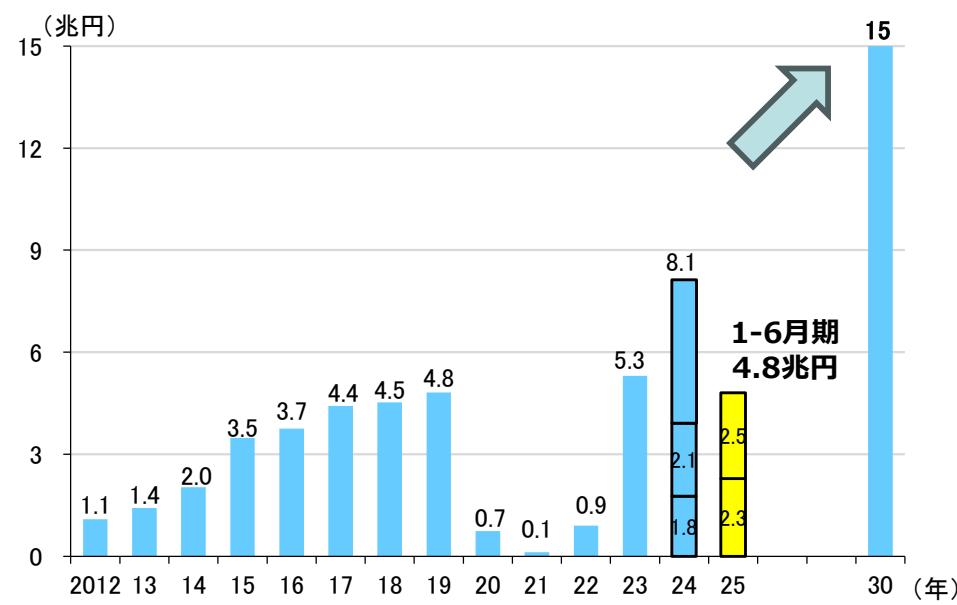
観光施策を充実・強化するために必要となる財源確保策について必要な検討を行い、所要の措置を講じることで、2030年訪日外国人旅行者数6,000万人・訪日外国人旅行消費額15兆円の実現を目指す。

施策の背景

○ 訪日外国人旅行者数の推移



○ 訪日外国人旅行消費額の推移



○ 経済財政運営と改革の基本方針2025(令和7年6月13日閣議決定)

2030年訪日外国人旅行者数6,000万人・消費額15兆円を目指し、地方誘客の促進に向けた、(中略)など、インバウンド拡大に係る取組を進める。

持続可能な観光地域づくりに向け、(中略)を含む国内交流市場拡大に係る取組を進める。

これらの観光施策を充実・強化するために、(中略)必要となる国の財源確保策について、具体的検討を行う。

要望の概要

○ 経済財政運営と改革の基本方針2025等に基づき、受益と負担の適正なあり方、訪日旅行需要や日本人出国者への影響を勘案しつつ、観光施策を充実・強化するために必要となる財源確保策について必要な検討を行い、所要の措置を講じる。

② 観光立国推進基本計画の改定

観光立国推進基本計画(第4次)について(基本的な方針)

計画期間：令和5～7年度
(2023～2025年度)

- 観光はコロナ禍を経ても**成長戦略の柱**、**地域活性化**の切り札。国際相互理解・国際平和にも重要な役割。
- コロナによる変化やこれまでの課題を踏まえ、**2025年(万博開催)**に向け、**我が国の観光を持続可能な形で復活させる**。
- 「**持続可能な観光**」「**消費額拡大**」「**地方誘客促進**」をキーワードに、全国津々浦々に観光の恩恵を行きわたらせる。

取り組む3つの戦略

持続可能な観光地域づくり戦略

- 観光地・観光産業の再生・高付加価値化
- 観光DX、観光人材の育成・確保
- 自然、文化の保全と観光の両立等、**持続可能な観光地域づくり**

インバウンド回復戦略

- コンテンツ整備、受入環境整備
- 高付加価値なインバウンドの誘致
- アウトバウンド・国際相互交流の促進

国内交流拡大戦略

- 国内需要喚起
- ワーケーション、第2のふるさとづくり
- 国内旅行需要の平準化

目指す2025年の姿

※個別の施策については、主な内容を記載

- 活力に満ちた地域社会の実現に向け、**地域の社会・経済に好循環**を生む「**持続可能な観光地域づくり**」が全国各地で進められ、**観光の質の向上**、**観光産業の収益力・生産性の向上**、**交流人口・関係人口の拡大**がコロナ前より進んだ形で観光が復活している
- 万博の開催地である我が国が**世界的潮流**を捉えた観光地として脚光を浴び、「**持続可能な観光**」の先進地としても注目されている

主な政府目標の達成状況

観光立国推進基本計画
(2023~2025)

2024年実績

明日の日本を支える
観光ビジョン
2030年目標

※2016年3月に策定

訪日外国人旅行者数

2019年水準超え
(3,188万人)

3,700万人

6,000万
人

訪日外国人旅行消費額

5兆円

8兆円

15兆円

訪日外国人旅行消費単価

20万円

22.7万円

25万円

訪日外国人旅行者
1人当たり地方部宿泊数

2泊

1.38泊

2.17泊
(1億3,000万人泊)

日本人の海外旅行者数

2019年水準超え
(2,008万人)

1,300万人

-

日本人の地方部延べ宿泊者数

3.2億人泊

3.0億人泊

-

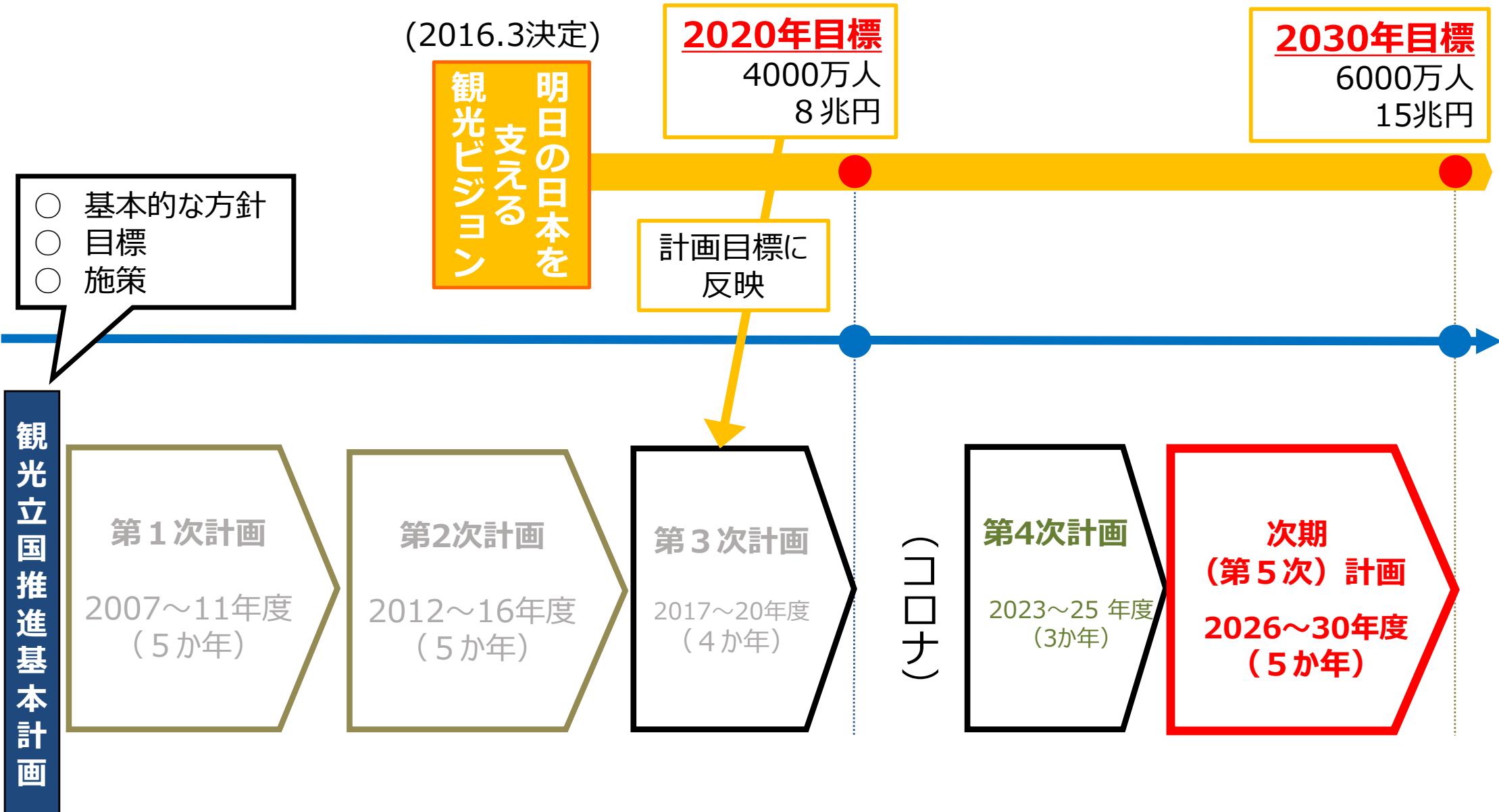
日本人国内旅行消費額

22兆円

25兆円

22兆円

観光立国推進基本計画の改定について



観光分科会における計画のあり方に係る意見

- インバウンド観光客に対する国民の雰囲気が少しづつ変わりつつある。
だからこそ、インバウンドを呼び込むことで日本経済に良い影響があることを強調し、観光の意義を説明していく必要がある。
- 地域住民の満足度向上に重きを置いたうえで、観光振興が経済的な裨益や地方創生に加えて、社会的な側面からも意義があることを明確化すべき。
- 観光を取り巻く外部環境がどうなっているのか、5年後・10年後にはそれがどのように変わっていくのか、今後目指す姿はどのようなもので、そのためにどのような戦略をとるかという流れが戦略を考える上での基本。
- 取り組むべき課題・施策について、メリハリ・優先順位を付けることが重要。

新たな基本計画策定に向けた基本的な考え方（案）

第53回交通政策審議会観光分科会（令和7年10月27日）資料1「新たな観光立国推進基本計画の方向性について」より抜粋

- ・ 今回の基本計画の策定にあたっては、まず大前提として、観光客の集中により生活の質が低下しているなどの地域住民の声が一部にある現状を真摯に受け止め、これらに対する効果的な対策を講ぜずして更なる観光客の受入れに関する国民の理解は得られないという強い危機意識の下で、新たな基本計画の策定に取り組むべきである。
- ・ 一方、少子高齢化・人口減少、都市部への人口流入が進み、地方の稼ぐ力が低下している中、観光産業は今や日本第2位の輸出産業に急成長しており、地域の活性化・日本経済の発展に不可欠な産業となっている。現在国が掲げている2030年インバウンド6,000万人、15兆円消費をはじめ、観光立国の実現を目指していくためには、こうした観光の意義についても国民の理解を得る不断の努力が必要である。
- ・ こうした考え方の下、新たな基本計画においては、地方誘客の一層の促進、オーバーツーリズム対策の推進など、観光客の受入れと地域住民の生活の質の確保との両立のための施策により重点を置くべきである。併せて、地方誘客の促進のための交通ネットワークの基盤強化や観光まちづくりなどとも相まって、観光が地域住民に裨益していく姿、観光地の持続的な発展につながっていく姿を示していくべきである。

【受入環境・オーバーツーリズム】

- オーバーツーリズムは、受け入れ側の日本人の心証悪化と旅行者の満足度に直結する。「住んでよし」「訪れてよし」の持続可能な観光を実現する観点から、訪日外国人・日本人の双方とのコミュニケーションが不可欠。
- 地域によってはマナー違反が問題化してきている。地域住民などとの間でトラブルが起きないよう、旅行者の心構えとしてのツーリストシップが重要。

第53回交通政策審議会観光分科会(令和7年10月27日)資料1「新たな観光立国推進基本計画の方向性について」より抜粋

【地方誘客】

- 地方誘客の取組の一層の促進が重要であり、併せて交通手段や担い手の確保が不可欠。
- 国内全体での旅行消費額が、どの程度のお金が地域に落ちているかという視点を持つべき。
- 訪日客数6,000万人目標を目指して急進的に呼び込むよりも、時間かけてでも地方誘客を進めていくことで、将来的には根強い訪日需要を生み出すことができるだろう。

【国内交流活性化】

- 国内旅行需要の維持・宿泊業の生産性向上という観点から、休暇分散による旅行需要の平準化が重要。
- 国内旅行需要平準化の手段として、ラーケーションの推進に産学連携で取り組んでいく必要があるのではないか。

第53回交通政策審議会観光分科会(令和7年10月27日)資料1「新たな観光立国推進基本計画の方向性について」より抜粋

【アウトバウンド】

- インバウンドとアウトバウンドとの相互性は、観光以外の航空ビジネスの継続性や国際交流等の観点からも、引き続き非常に重要。インバウンドとアウトバウンドはセットで考えるべき。
- アウトバウンドは、コロナ前に比べて6割程度の回復にとどまっている。インバウンドとアウトバウンドのシナジー効果をどうつくるか。

【観光地・観光産業の強靭化】

- インバウンド6,000万人は目指すべき目標として取り組みながらも、リピーターの確保を含めて達成後どのように維持していくかということに、政策の目線・視点を切り替えていくべき。
- 観光産業における生産性・労働条件の向上、人手不足対策が重要。
- 近年進んでいるAI・DXを用いた効率化により労働生産性を上げ、付加価値を生み出し、価格を上げることが重要。
- 観光立国とは強い観光産業を育てるこであって、インバウンドだけを増やすということではない。公的なサポートはいずれも産業を強くするためのサポートであって、健全な競争環境を阻害しないようにするという視点が重要。

第5次観光立国推進基本計画の柱立ての方向性（案）

第53回交通政策審議会観光分科会（令和7年10月27日）資料1「新たな観光立国推進基本計画の方向性について」より抜粋

第4次観光立国推進基本計画

- ・観光の質の向上、
 - ・観光産業の収益力・生産性の向上、
 - ・交流人口・関係人口の拡大
- により、コロナ前より進んだ形で観光が復活

持続可能な観光

消費額拡大

地方誘客促進

持続可能な観光地域づくり戦略

- ・観光地・観光産業の再生・高付加価値化
- ・観光DX、観光人材の育成確保
- ・持続可能な観光地域づくりのための体制整備 等

インバウンド回復戦略

- ・コンテンツ整備、受入環境整備
- ・高付加価値なインバウンドの誘致
- ・アウトバウンド、国際相互交流の促進

国内交流拡大戦略

- ・国内需要喚起
- ・ワーケーション、第2のふるさとづくり
- ・国内旅行需要の平準化

第5次観光立国推進基本計画（案）

目指す姿
(案)

- ・地域住民と観光客双方の満足度の向上
 - ・交流人口・関係人口の拡大、国際相互理解の促進
 - ・「働いてよし」の観光産業の実現
- により、日本の魅力・活力を次世代にも持続的に継承・発展させる観光

施策の方向性
(案)

観光の持続的な発展

消費額拡大

地方誘客促進

観光と交通・まちづくりとの連携強化

新技術の活用・本格展開

施策の柱
(案)

インバウンドの受入れと住民生活の質の確保との両立

- ・地方誘客を進めるための広域的な体制、コンテンツ等の整備
- ・交通ネットワーク・宿泊施設等の基盤強化
- ・局所的・地域的に生じているオーバーツーリズムへの効果的な対策 等

国内交流・アウトバウンドの拡大

- ・ワーケーションの推進など休暇の分散・平準化
- ・第2のふるさとづくり、二地域居住との連携
- ・国内・海外旅行の需要喚起に向けた機運醸成 等

観光地・観光産業の強靭化

- ・観光DX、省力化投資等による生産性向上
- ・健全な競争環境の整備（民泊の適切な運営等）
- ・ユニバーサルツーリズムなど多様なニーズへの対応 等

インバウンド観光をめぐる最近の動向と JNTOの取り組みについて

2025年10月30日（木）

日本政府観光局（JNTO）理事 伊与田 美歴



インバウンド観光をめぐる最近の動向

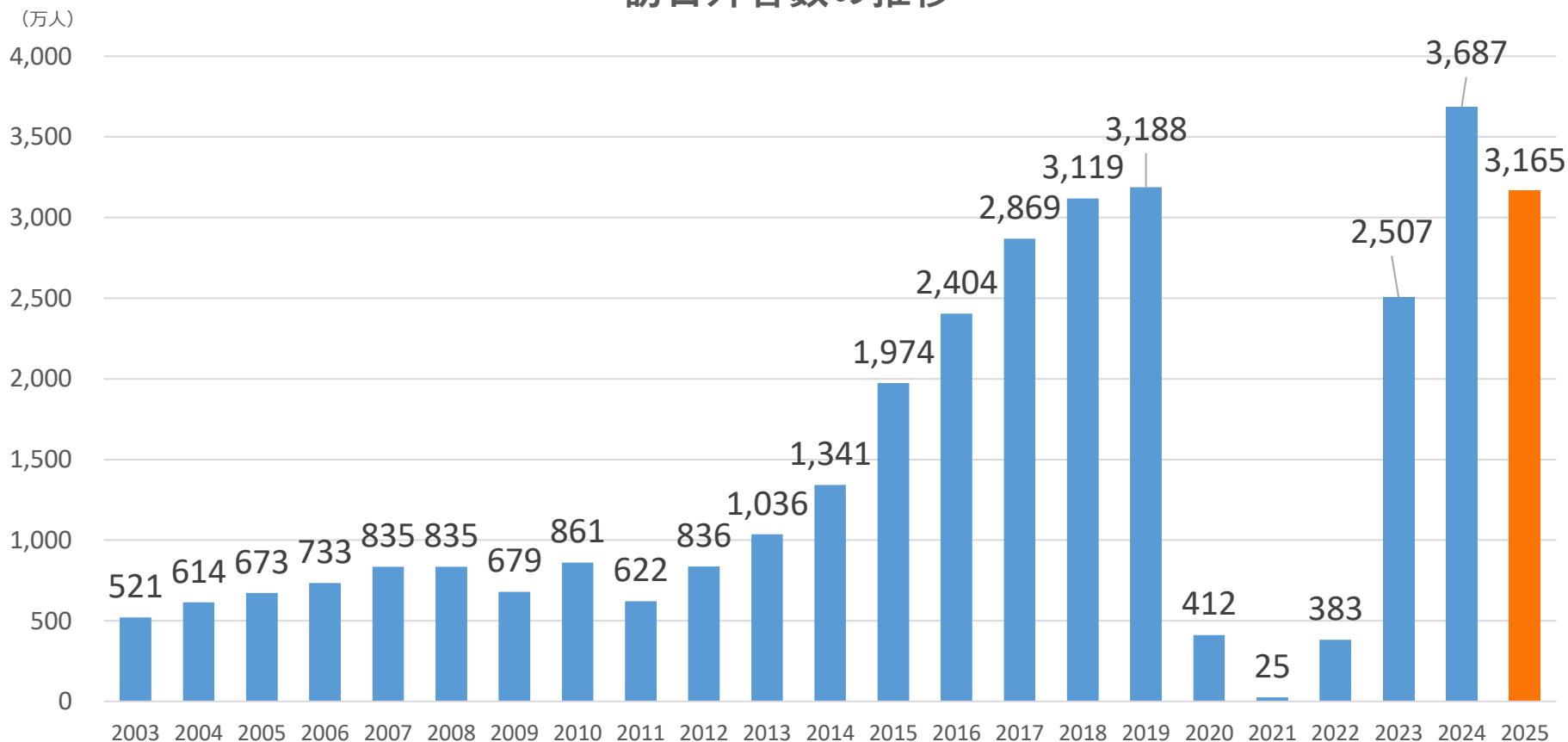
- 1964年、訪日外国人旅行者の来訪促進のために政府により設置された独立行政法人。本部は東京、世界26都市に海外事務所を構える。
- インバウンドマーケティングの調査・戦略策定、全世界に対する情報発信、旅行会社・航空会社による訪日商品造成支援、MICE誘致、自治体・DMO等のインバウンド業務支援・コンサルティングを実施。

日本政府観光局のネットワーク



- 2024年は過去最高であった2019年の31,882,049人を約500万人上回り、年間過去最高を更新した。
- 2025年9月までの累計では31,650,500人となり、過去最速で3,000万人を突破した。

訪日外客数の推移



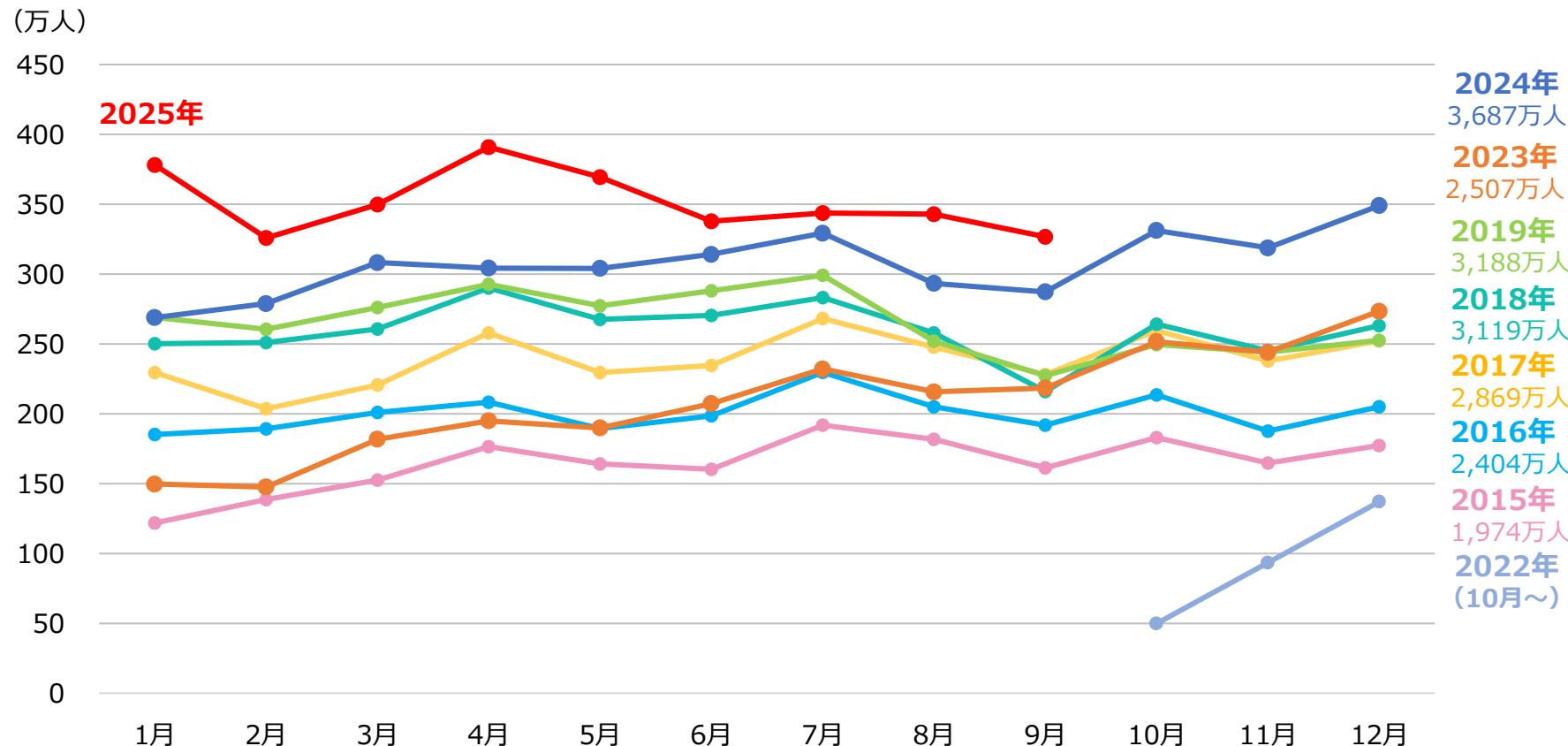
出典：JNTO 訪日外客統計 <https://www.jnto.go.jp/statistics/data/visitors-statistics/> 2024年までの値は確定値、2025年1月～2025年7月の値は暫定値、2025年8月～9月の値は推計値

訪日外客数の推移 月別 (2015- 2025)

JNTO

日本政府観光局

- 訪日外客数は2024年2月以降、20か月連続で同月過去最高を記録している。



出典：JNTO 訪日外客統計 <https://www.jnto.go.jp/statistics/data/visitors-statistics/>
2024年までの値は確定値、2025年1月～2025年7月の値は暫定値、2025年8月～9月の値は推計値

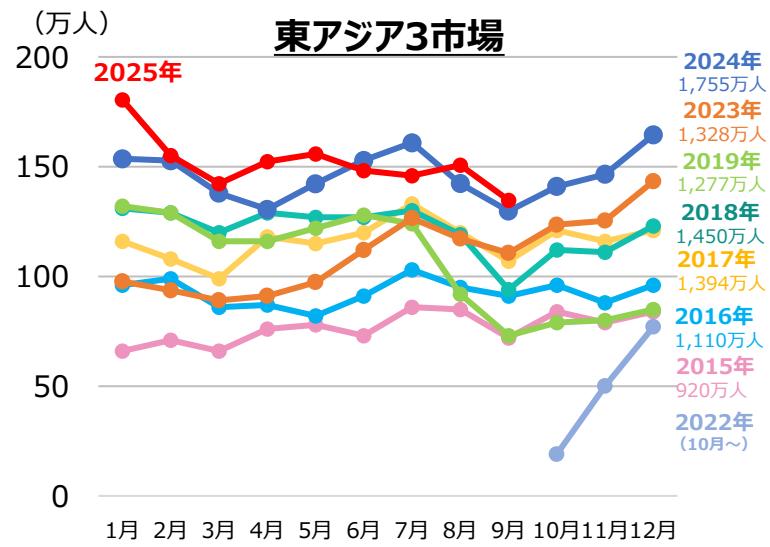
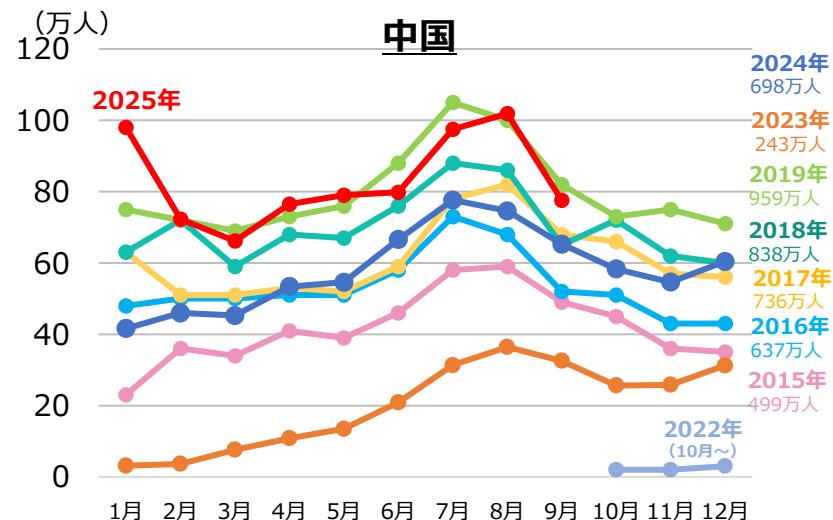


Japan. Endless Discovery.

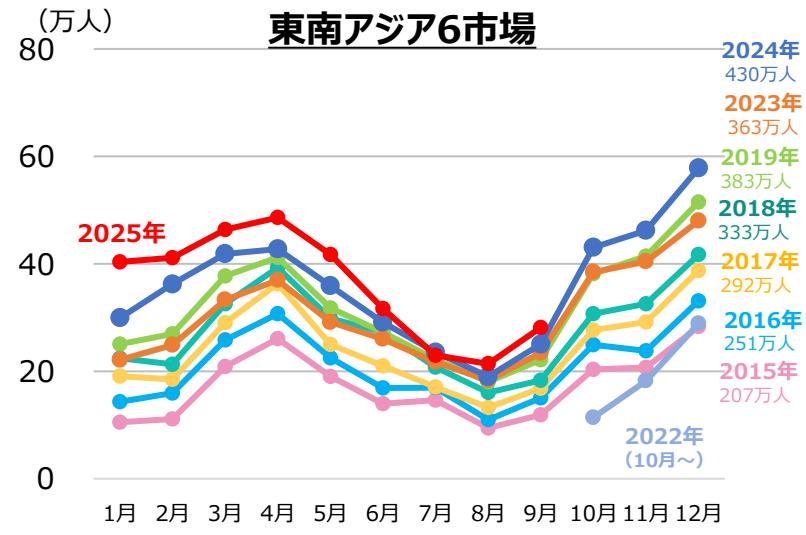
- 中国は2019年を上回る月もあり、回復基調にある。
- 東アジア3市場および東南アジア6市場は、多くの月で2024年同月を上回る水準で推移している。

2024年までの値は確定値、2025年1月～2025年7月の値は暫定値、2025年8月～9月の値は推計値

出典：JNTO 訪日外客統計 <https://www.jnto.go.jp/statistics/data/visitors-statistics/>



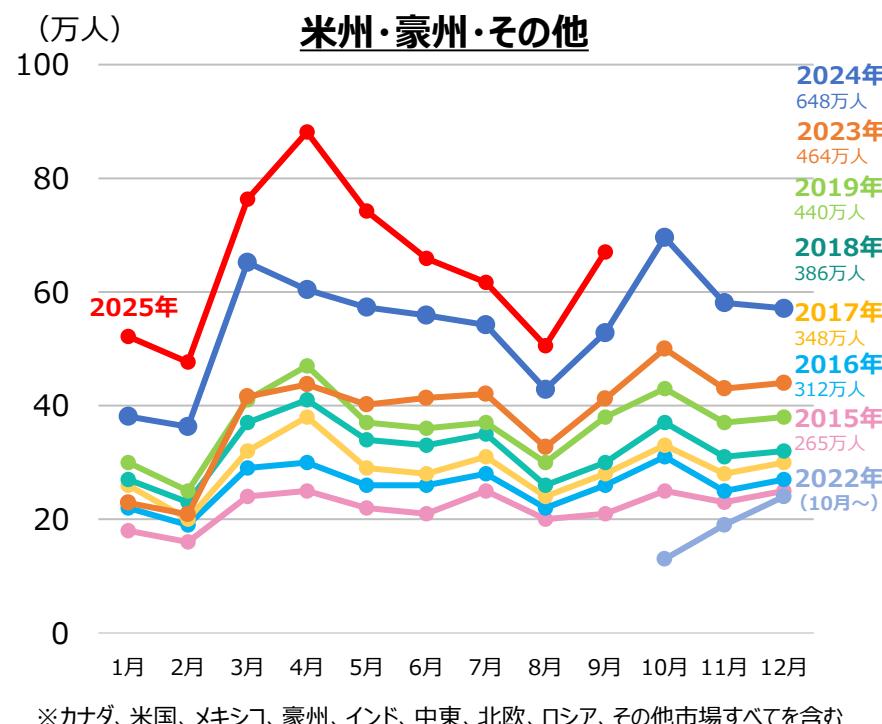
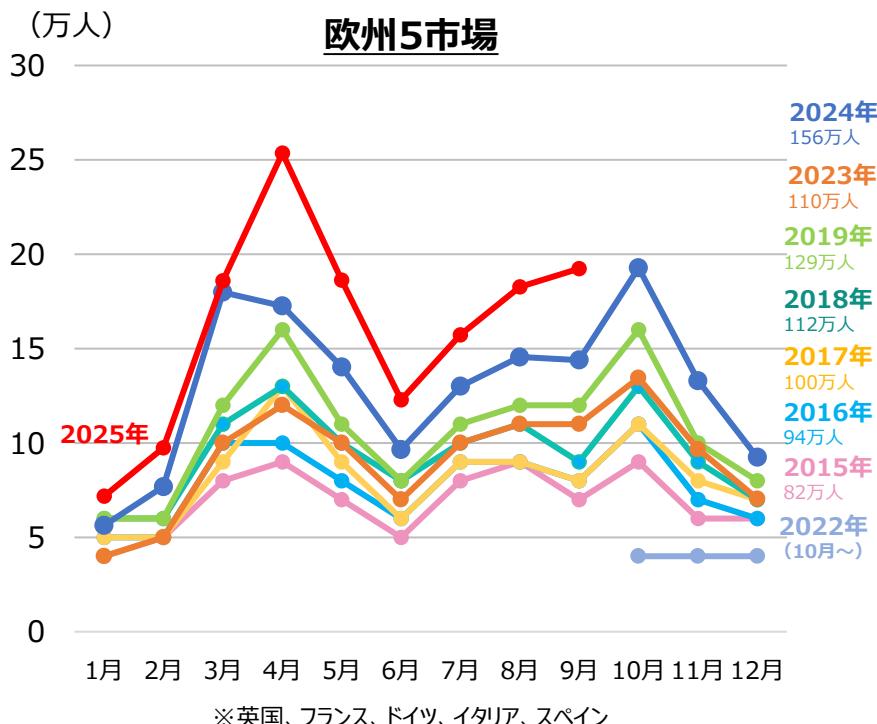
※韓国、台湾、香港



※タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナム



- 欧州5市場と米州・豪州・その他の市場は、2024年同月を上回る水準で推移している。



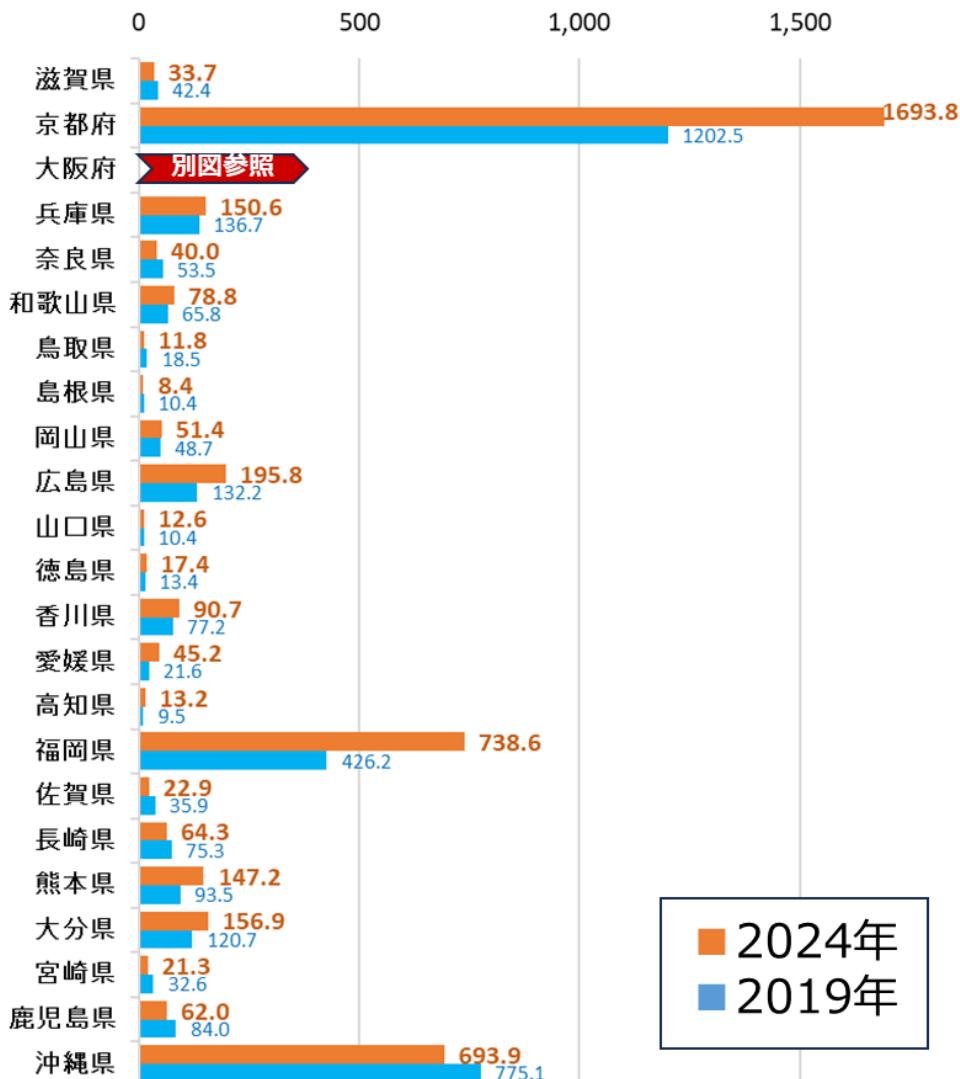
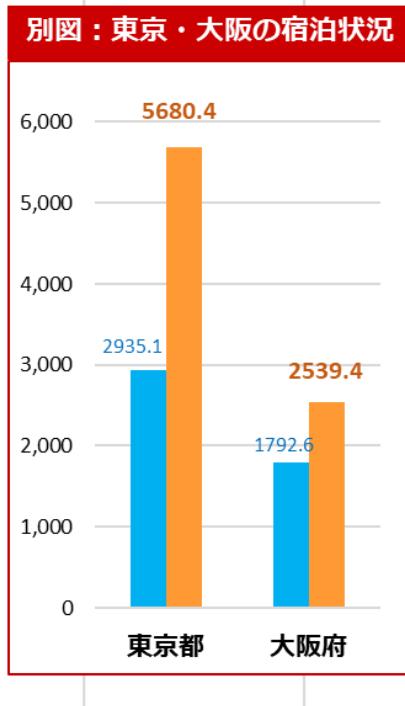
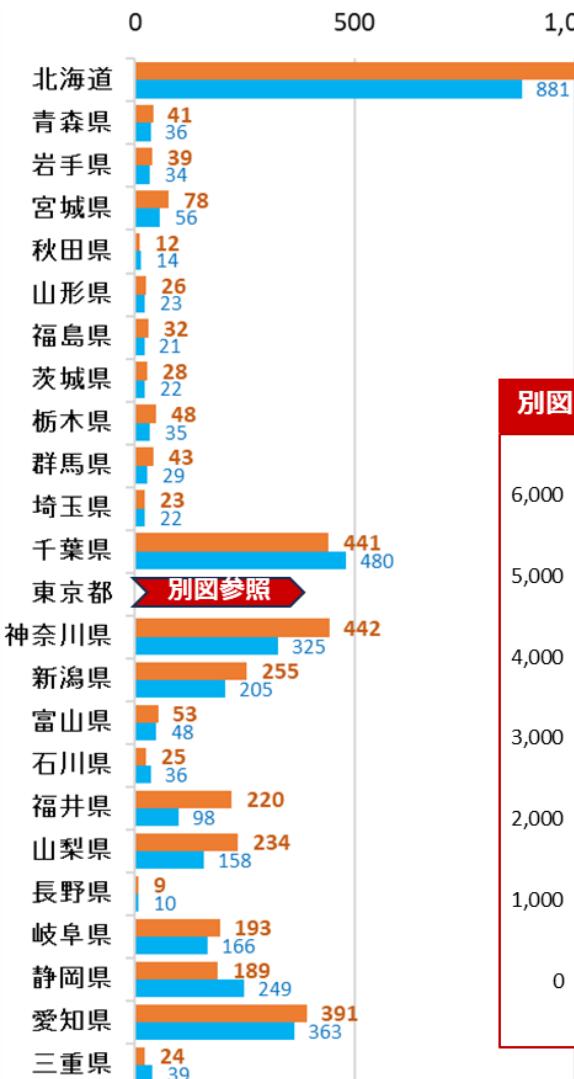
2024年までの値は確定値、2025年1月～2025年7月の値は暫定値、2025年8月～9月の値は推計値

出典：JNTO 訪日外客統計 <https://www.jnto.go.jp/statistics/data/visitors-statistics/>

都道府県別の宿泊状況（2019年・2024年）

JNTO

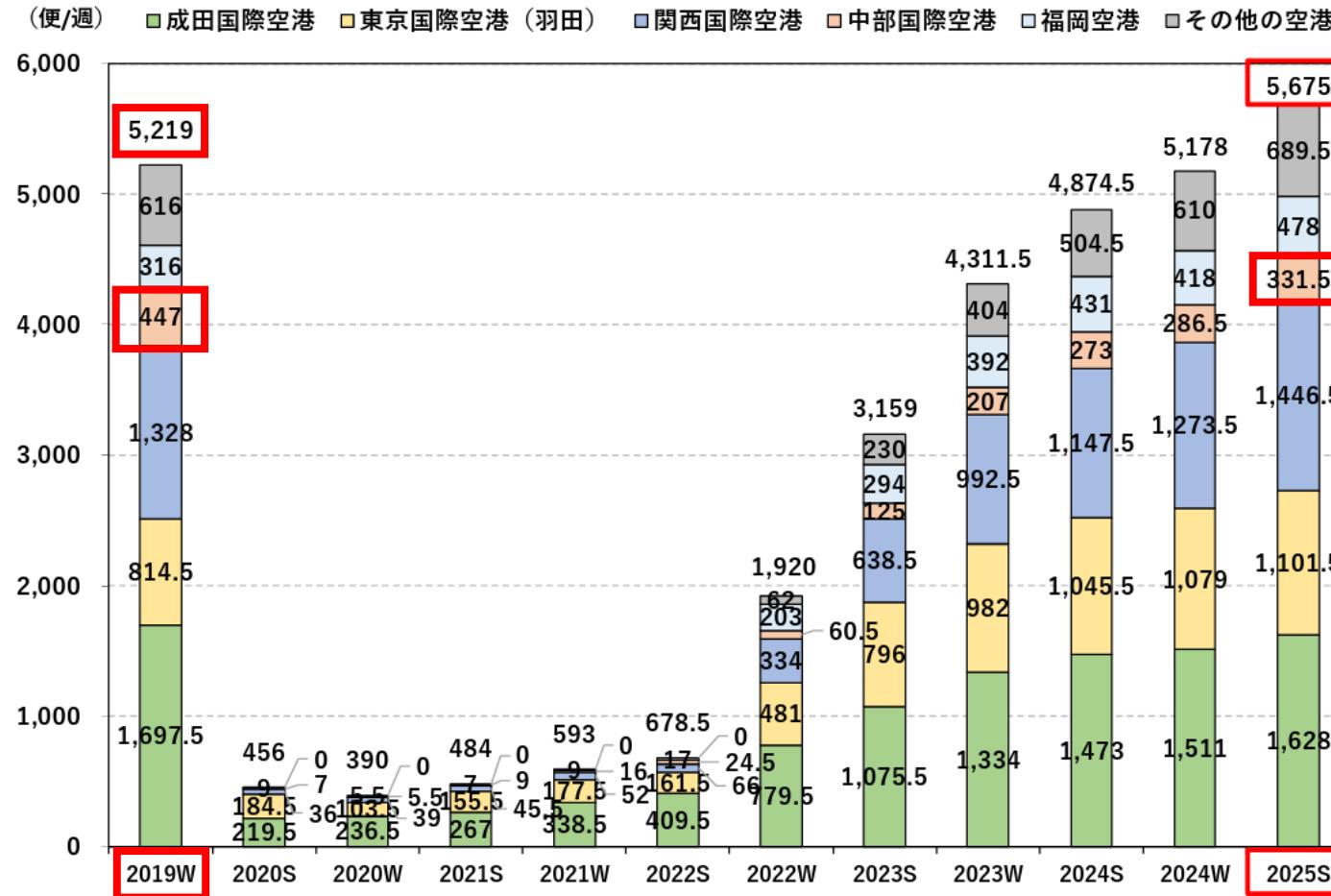
日本政府観光局



※観光庁「宿泊旅行統計調査」を基にJNTOが作成

空港別 国際旅客定期便の便数の推移

- 全国の2025年夏期の国際旅客定期便は、2019年冬期の便数を上回った。
- 中部国際空港は2019年水準には届かないものの、順調に便数が回復しつつある。



※いずれも各期の当初時点での第1週目の計画便数の値。

出典：国土交通省 方面別の国際旅客定期便の便数の推移 <https://www.mlit.go.jp/koku/content/001882014.pdf>



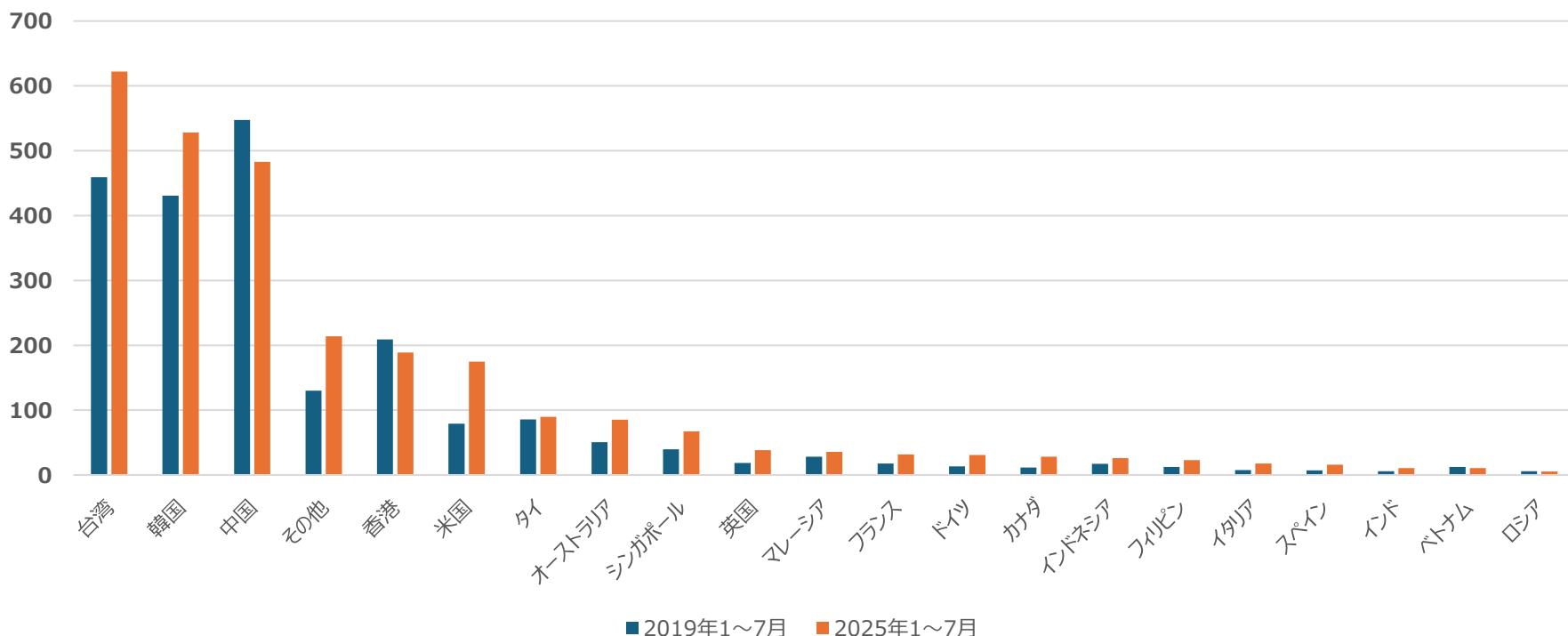
地方部における国籍別延べ宿泊者数（2025年1～7月）

JNTO

日本政府観光局

- ・ 台湾、韓国では2019年同期を上回り、回復が遅れていた中国においても2019年同期比90%程度まで回復している。
- ・ 欧米豪や東南アジア各市場では2019年を上回っており、特に米国では2019年同期比200%を超え大きく増加している。

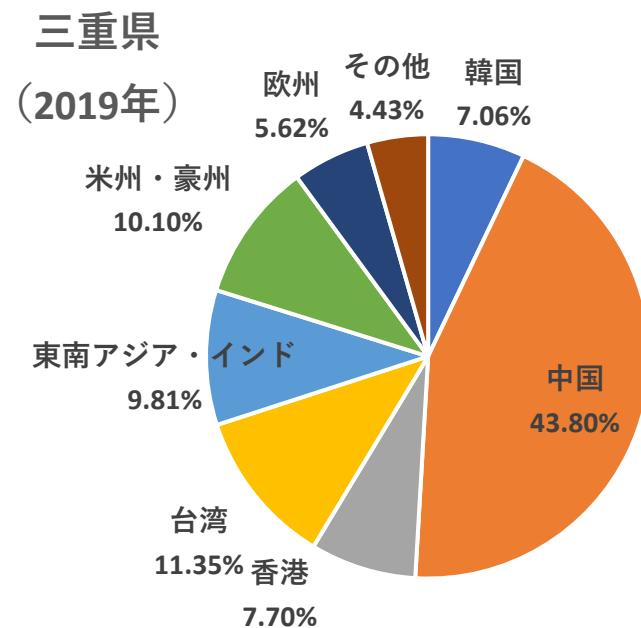
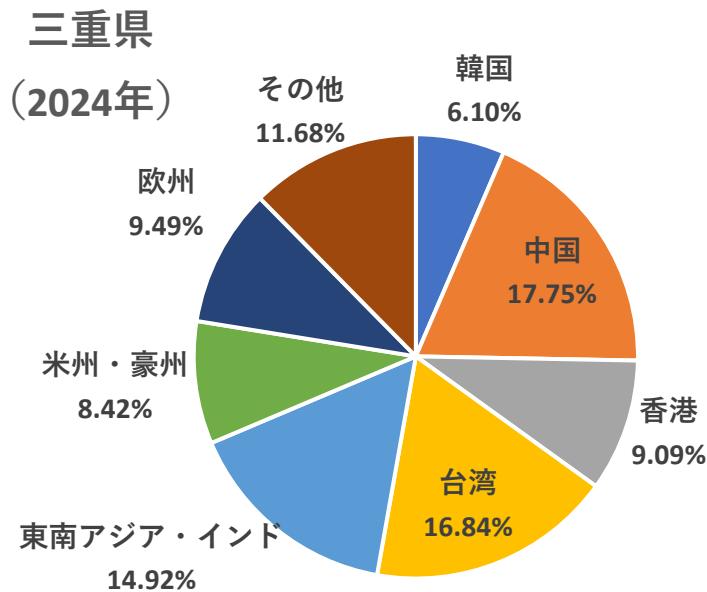
地方部における国籍別延べ宿泊者数 2019年同期比



*地方部：三大都市圏（埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、愛知県、京都府、大阪府、兵庫県）以外の都道府県
※その他にはメキシコ、中東地域、北欧地域も含む

出典：観光庁 宿泊旅行統計調査に基づきJNTO作成 <https://www.mlit.go.jp/kankochosiryou/toukei/shukuhakutoukei.html>

- 2019年は中国が4割、東アジアで7割近くを占めていた。
- 2024年は中国の割合が大きく減少し、台湾、東南アジア・インド、欧州の割合が増えた。



出典：観光庁 宿泊旅行統計調査に基づきJNTO作成 ※数値は四捨五入しており、必ずしも100%にはならない
<https://www.mlit.go.jp/kankochosiryou/toukei/shukuhakutoukei.html>

中部国際空港の国際旅客便数の推移（夏ダイヤ）



日本政府観光局

- 韓国・ベトナム路線はコロナ前を上回り、台湾・香港・シンガポール路線はコロナ前と同程度まで回復。
- 中国・タイ・フィンランド路線は2024年から2025年にかけて回復。

※矢印は2024年夏期との比較

就航都市	2019年夏期	2024年夏期	2025年夏期
韓国	3都市 76便	2都市 70便	3都市 84便 ↑
ベトナム	2都市 14便	2都市 16便	2都市 23便 ↑
台湾・香港	3都市 86便	3都市 68便	4都市 83便 ↑
シンガポール	1都市 7便	1都市 7便	1都市 7便 →
中国	19都市 169便	10都市 109便	12都市 115便 ↑
タイ	1都市 31便	1都市 11便	1都市 15便 ↑
フィリピン	2都市 24便	1都市 21便	1都市 14便 ↓
インドネシア	1都市 4便	—	—
マレーシア	—	1都市 6便	1都市 4便 ↓
北米	1都市 7便	—	—
ドイツ	1都市 5便	—	—
フィンランド	1都市 7便	1都市 2便	1都市 3便 ↑
中東	1都市 7便	—	—
ビーチリゾート	2都市 26都市	2都市 11便	2都市 9便 ↓
合計	38都市 週463便	24都市 週321便	28都市 週357便 ↑

・いずれの時期も実績（ピーク）値。

・ビーチリゾートは、グアム・ホノルル

出典：中部国際空港株式会社 中部国際空港 2025年冬ダイヤ（期初計画）ほか

https://www.centrair.jp/corporate/newsroom/_icsFiles/afieldfile/2025/10/24/JP_2025_winter_schedule_web.pdf



Japan. Endless Discovery.

三重県を含むツアー一例



日本政府観光局

台湾 雄獅旅遊社

“名古屋紅葉／朝聖之路／伊勢神宮”
名古屋の紅葉／巡礼の道／伊勢神宮
6日／39,900台湾元 (約19万円)

フランス Japan Experience社

“Nature et Traditions”
自然と伝統
15日／1,690ユーロ (約27万円)

米国 REMOTE LANDS社

“Spiritual Japan: A Sacred Journey Through the Path of Prayer”
スピリチュアル・ジャパン祈りの道を往く神聖な旅
10日／40,900米ドル (615万円)

1	桃園発、セントレア着
2	御在所ロープウェイ、VISION、ミキモト真珠島
3	夫婦岩、伊勢神宮、鬼ヶ城
4	熊野那智大社、那智山青岸渡寺、熊野古道、那智の滝、太地町立くじらの博物館
5	賢島エスパニーヤクルーズ、海女小屋、名古屋
6	セントレア発、桃園着

1	パリ発、羽田/成田着
2-4	東京
5	日光
6-10	京都
11	奈良
12	伊勢（伊勢神宮）
13	鳥羽（ミキモト真珠島、海女）
14	二見（夫婦岩）、大阪
15	大阪
15	関空発、パリ着

1-3	京都
4	高野山
5	熊野古道
6	那智勝浦
7	尾鷲（伊勢路、花の窟神社）
8	伊勢志摩（馬越峠）
9	鳥羽（ミキモト真珠島、海女）
10	セントレア発 羽田/成田経由 帰国

<https://travel.liontravel.com/detail?NormGroupID=13a91d9b-7e32-40a8-bbe2-814e07f52960&Platform=APP&GroupID=25JPN11CIA-T>

<https://www.japan-experience.com/fr/circuits/liberte/nature-et-traditions>

<https://www.remotelands.com/itinerary/spiritual-japan-a-sacred-journey-through-the-path-of-prayer>



Japan. Endless Discovery.

JNTOの取り組みについて

- 第4次観光立国推進基本計画を踏まえ、持続可能な観光・消費額拡大・地方誘客促進の実現に向けて、きめ細やかにプロモーションを展開するための戦略を策定（2023－2025年度）
- 観光庁、JNTO、地方運輸局、DMO/地方自治体等間で本戦略を共有し、各主体が政府目標達成のための効果的かつ効率的な施策を展開。
- 第5次観光立国推進基本計画を踏まえ、2026－2030年度の戦略を策定予定。

持続可能な観光の推進を念頭に、各戦略に紐づく事業を展開

市場別

市場別マーケティング戦略

**市場
横断**

市場横断マーケティング戦略

**高付加価値
旅行**

**アドベンチャー
トラベル**

**大阪・関西
万博**

**MICE
マーケティング
戦略**

ショート
ホール
・
ミドル
ホール



ロング
ホール

訪日経験者が多い

成熟度 高

① 東アジア（中国以外）

東南アジア（シンガポール）

- リピーターへの更なる取組・航空会社との連携強化による地方誘客、消費額拡大

未訪日・訪日経験

者が混在

成熟度 中

② 東アジア（中国）

- 沿岸部のリピーターの取込み、内陸部の新規訪日層の開拓と地方誘客の促進
- 高所得者層の誘客強化による消費額拡大

未訪日者が多い

成熟度 中～低

③ 東南アジア

（シンガポール以外）

- リピーター・新規訪日層の両方を視野に入れた幅広い誘客の展開と地方誘客の促進
- 訴求力の高いコンテンツ発信による新規訪日層の開拓

未訪日・訪日経験

者が混在

成熟度 中

④ 米国・オーストラリア

- リピーター・新規訪日層の両方を視野に入れた幅広い誘客の展開
- 特に市場規模の大きい米国における高所得者層の誘客強化による消費額拡大

未訪日者が多い

成熟度 やや低

⑤ 欧州・カナダ

- 訪日旅行無認知層の取込みによる新規訪日層の開拓
- 滞在日数が長い傾向を踏まえ、地方部の認知度向上によりゴールデンルート+aの地方誘客を強化
- サステナブル・ツーリズムに高い関心がある点を考慮

未訪日者が多い

成熟度 低

⑥ 新たな市場

（中東地域、メキシコ、北欧地域*）

- 訴求力の高いコンテンツ発信による新規訪日層の開拓
- 新規事務所を拠点とした現地旅行業界との関係構築

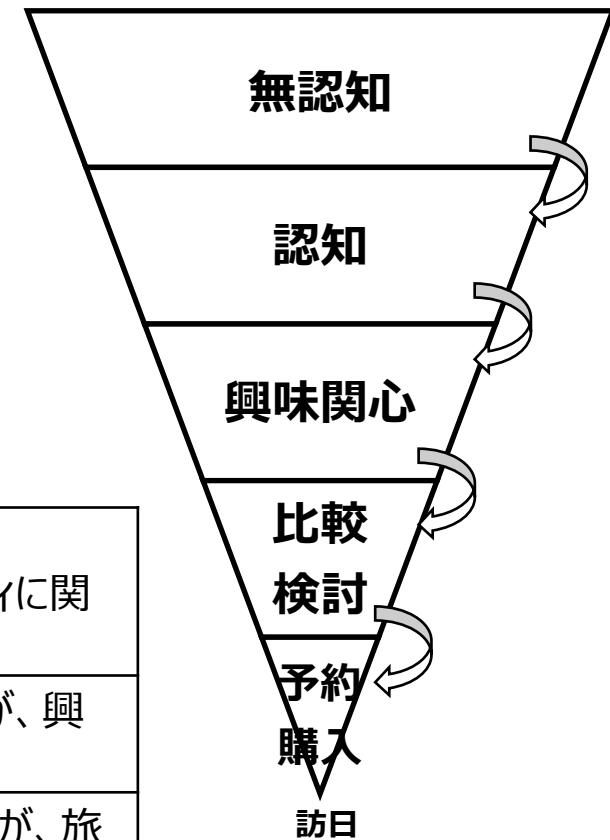
*2023年度より、新たに北欧地域（スウェーデン、デンマーク、ノルウェー、フィンランド）を重点市場化。

○海外旅行実施者は、一般的に訪日までに右のような検討・行動のステップを踏むと想定。

○JNTOでは、これを「訪日ファネル※」と呼び、事業を行う際にどの層からどの層への転移を狙うかを明確にして事業を実施。

○事業に当たり、各国の状況をアンケート調査で分析。

※ファネルとは「漏斗（ろうと）」の意味。マーケティングでは「カスタマージャーニーマップ」ともいう。



それぞれの段階における旅行者の状況

無認知	<ul style="list-style-type: none"> ・日本についてまったく知らない ・日本については知っているが観光地またはアクティビティに関する情報は見たり聞いたりしたことはない
認知	<ul style="list-style-type: none"> ・日本の観光地またはアクティビティについて知っているが、興味はない
興味関心	<ul style="list-style-type: none"> ・日本の観光地またはアクティビティについて興味はあるが、旅行プランは検討していない
比較検討	<ul style="list-style-type: none"> ・訪日旅行について航空券/ホテルを検索、もしくは、他国と比較しながら、旅行プランを比較検討

- ・ 訪日旅行の想起率向上と旅行者の方への誘致を目的に、会場の様子をオンラインでライブ配信するハイブリット方式の一般消費者向けイベントを重慶市で開催（7月19日）。
- ・ 重慶市と直行便の多い関西エリア伝統文化・自然・温泉を主なテーマとして、各地の魅力を紹介。会場では、同地域産の日本酒や伊勢茶を振舞った。
- ・ ライブ配信では、熊野古道の映像に「映え写真を撮りに行きたい」、松阪牛のグルメ紹介に「食べたくなってきた」「よだれが出そう」などのコメントがついたり、コメントに対してGoodボタンが連打されたりと好反応が寄せられ、視聴者数は41.2万人に達した。



会場の様子 熱心に説明に聞き入る参加者



ライブ配信画面ではリアルタイムでコメントが反映され、これに呼応するライブ感が好評。

Learn about the process of creating pearls and make your own piece of pearl jewelry when visiting the Ise-Shima area

Mie Prefecture



Experience crafting a one-of-a-kind pearl accessory and learn about the techniques used to grow these lustrous gems.

The Shima area in Mie Prefecture is the birthplace of Japan's pearl cultivation, thanks to the legacy of Kokichi Mikimoto. The first person ever to successfully cultivate pearls, he began his work in his hometown of Ise-Shima in 1893. Due to the combination of abundant ocean resources and time-honored techniques, Shima pearls are known worldwide for their quality.

During this experience, participants will visit a pearl farm to learn about the cultivation techniques in person while talking with artisans. They'll also have the chance to collect pearls from oysters and the very rare opportunity to seed oysters, learning just how difficult the process of pearl cultivation truly is.

Each pair of participants will collect pearls from a single net (32 oysters), then use their favorite pearls to make an accessory.



ドバイ事務所 Instagram (9月27日投稿)

大阪からタクシーで行ける周遊ルートのモデルとして、三重県を紹介

- ・松阪市 射和文庫（竹川邸）茶会体験
- ・伊勢市 おかげ横丁
- ・志摩市 アマネム
- ・志摩市 真珠採り体験

https://www.instagram.com/p/DPGZG2-iLTB/?img_index=4

JNTO公式グローバルサイト

Create Pearl Accessories in Mie

志摩市で体験できる真珠採り体験と、その真珠を使ったアクセサリー製作を紹介

<https://www.japan.travel/en/japans-local-treasures/create-pearl-accessories-mie-2024/>



visijapanne ● フォローする
Mie Prefecture

أوكاغي يوكوتشو (الصورة 5) اليوم (3)
استمتعوا بتناول الوجبات الخفيفة والبحث عن الهدايا التذكارية أثناء تحولكم في شوارع اليابان الساحرة. أجزاء من ساحة بالحاجة وشيكابا، واسعة من المنتجات السفرة.
<https://www.japan.travel/ar/spot/107/>

أمانبيو (الصورة 4) اليوم الثاني / حوالي 40 دقيقة من (3)
يقع هذا المنتج الفاخر في أحضن الطبيعة الجبلية لمنطقة إيسوب، شيماء الوطني. جمع عرقه عبارة عن أحذية أو ملابس واسعة، نظر كل منها على حلبة أبو وأغاثة، بالإضافة إلى بناء الملاهي الساخنة الطبيعية.
<https://www.aman.com/resorts/amanemu>

تجربة صيد اللؤلؤة (الصورة 6) اليوم الثالث / 40 دقيقة من (4)، حوالي 3 ساعات 30 دقيقة إلى، محطة أوساكا

いいね！37件
9月27日

ログインすると「いいね！」やコメントができます。





台湾市場向け 訪日旅行商品コンテスト

三重県を含む行程の商品が受賞。
今後、共同広告やメディア露出が行われる予定。

晴日旅行社 (GOODAY TOURS)

熊野古道東回り巡礼路 6日間

https://www.visit-japan.jp/agency/contest_2025/



韓国市場向け 日本のお勧め小都市60選

日韓国交正常化60周年の訪日プロモーション事業の一環として、「日本のお勧め小都市60選」のうち先行47都市を選定し、特設サイトを公開。

三重県からは伊勢市が選定。

<https://www.jnto.go.jp/news/press/20251016.html>

- 世界最大規模の高付加価値旅行商談会であるILT M (Asia Pacific、North America、Cannes)に出展
- 民間事業者(DMC、宿泊施設、交通事業者等)のほか、DMO・自治体とビジットジャパンブースを出展。コネ強化と訪日旅行の取扱い拡大を目指して、海外旅行会社と商談を実施。

<ILT M Asia Pacific>

アジア・オセアニア中心のバイヤーが参加

【日程】2025年6月30日(月)～7月3日(木)

【場所】シンガポール

【共同出展団体数】25団体

【うち、モデル観光地】7地域*

*八幡平DMO、富山県、高付加価値なインバウンド観光地づくり推進委員会（北陸）、伊勢志摩観光コンベンション協会、九州ボルケーノツーリズム協議会、瀬戸内ブランドコーポレーション、鳥取県



<ILT M Cannes>

欧州・米国中心のバイヤーが参加

【日程】2025年12月1日(月)～4日(木)

【場所】フランス・カンヌ

【共同出展団体数】30団体

【うち、モデル観光地】8地域*

*ライドエクスペリエンス（那須）、高付加価値なインバウンド観光地づくり推進委員会（北陸）、松本高山高付加価値な観光地づくり推進協議会、伊勢志摩観光コンベンション協会、奈良県ビズターズビューロー、瀬戸内ブランドコーポレーション、鳥取県、沖縄・奄美エリア高付加価値なインバウンド観光地づくり推進委員会

- モデル観光地への誘客を目指し、以下地域の旅行会社を招請。各地の観光資源の視察、体験ツアーを実施

訪問地	市場	時期	招請人数	招請テーマ
沖縄本島、宮古島	香港	10/14-19	3社3名	琉球の風とともに、心と体を整えるウェルネスステイ 美ら海水族館での特別体験、首里城ウォーク、Rosewood宮古島など
富士、箱根、伊豆	韓国	10/26-30	6社6名	自然の中で味わうリラクゼーションの旅 MOA美術館、富士山ワイナリー、富士スピードウェイホテルなど
せとうち	中国	12/11-17	9社9名	せとうちの自然と文化を親子で探求する旅 ベネッセハウス、しまなみサイクリング、TOBEオーベルジュリゾートなど
伊勢志摩	タイ	12/15-20	3社3名	五感で味わう伊勢志摩の恵みとまだ見ぬ伝統文化に触れる旅 伊勢神宮、擬革紙クラフト体験、COVA KAKUDAなど
九州（鹿児島、阿蘇など）	シンガポール	1/10-16	4社4名	火山と共に生きる美食とリラクゼーションの旅 仙巖園での切子カット体験、千年の草原でのアウトドアダイニング、リッツ・カールトン福岡など
伊勢志摩、奈良、大阪	欧州	1/25-31	5社5名	紀伊半島を巡る匠の技とガストロノミーの旅 (Serandipiansと連携) 伊勢神宮、Amanemu,茶筅製作体験、慈光院、和食づくり体験、Waldorf Astoria Osakaなど
東京、京都、せとうち	米国	1/11-19	8社8名	日本の伝統と自然に癒される旅(Virtuosoと連携) フェアモント東京、瀬戸内海クルーズ、赤酢料理体験、座禅体験、Six Senses京都など

令和7年10月30日(木)
第1回みえインバウンド誘客計画検討有識者会議

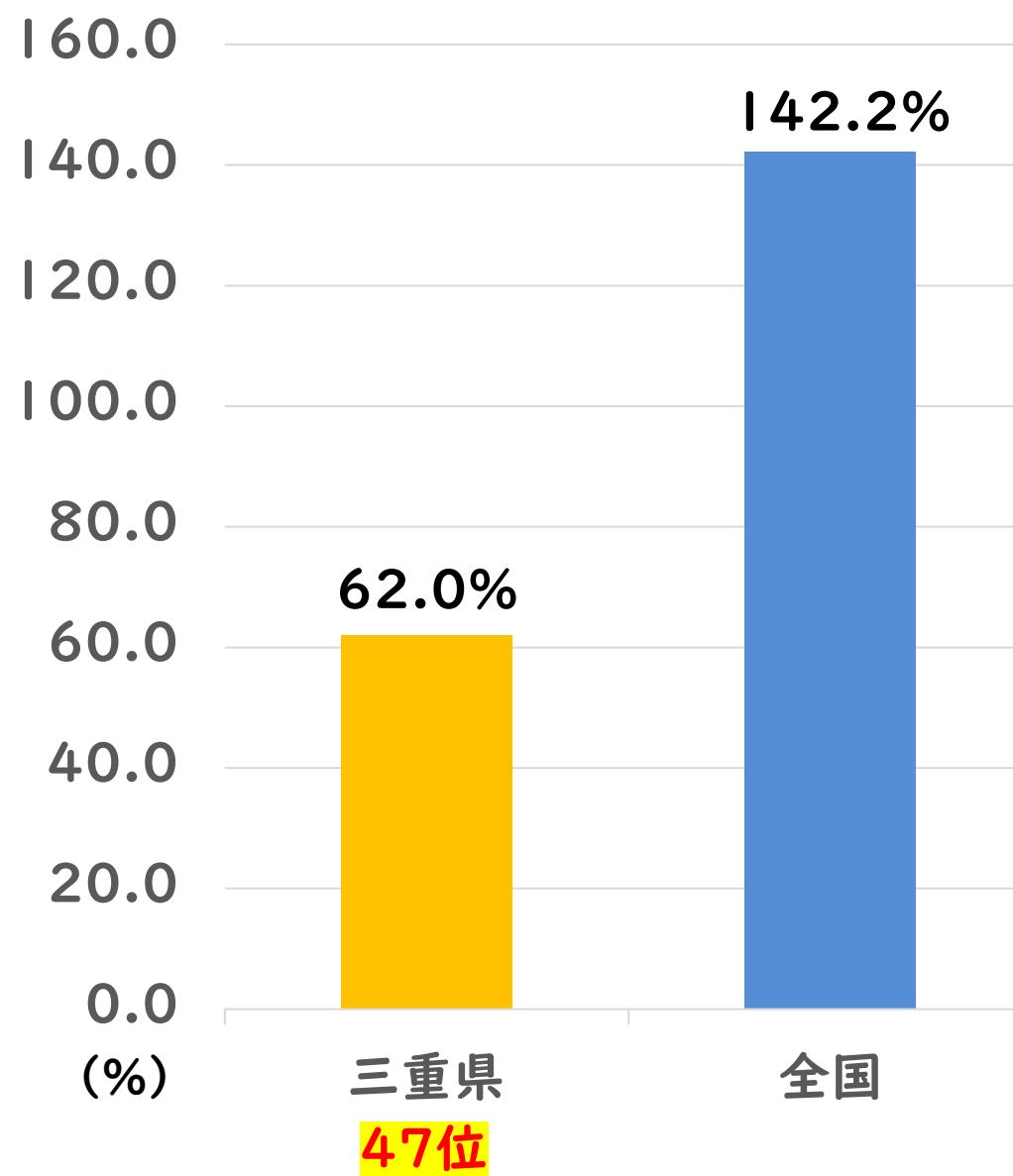
本県のインバウンドの現状と課題

三重県観光部

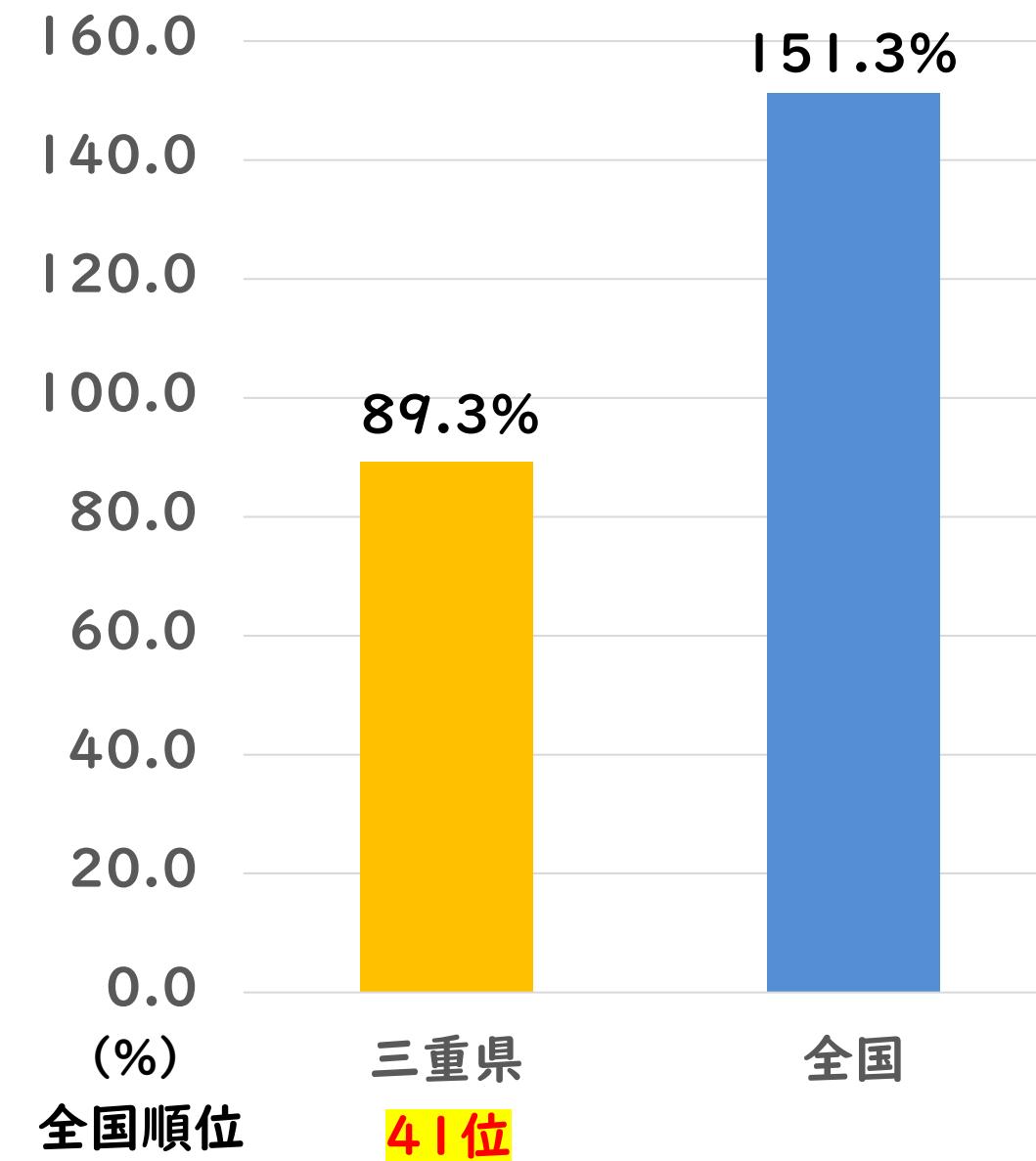
外国人延べ宿泊者の回復率(コロナ前との比較)

- 全国ではコロナ前の2019年と比べ回復している。
- 本県は回復が遅れており、2025年1～7月は89.3%であった。

2019年(1月～12月)と
2024年(1月～12月)の比較



2019年(1月～7月)と
2025年(1月～7月)の比較



【データ】

観光庁「宿泊旅行統計調査」より作成2025年は速報値、2019年、2024年は確定値

【全国】国・地域別延べ宿泊者数(2024年、2019年)

全国

○中国を除いて回復しており、特に韓国やアメリカ等が増加。

全国	2024年 宿泊者数(万人) 【A】	構成比 (%)	2019年 宿泊者数(万人) 【B】	構成比 (%)	増減数 【B】-【A】	増減率(%)
中国	2,519	18.2	2,985	29.5	▲466	▲15.6
台湾	1,841	13.3	1,347	13.3	494	36.6
韓国	1,800	13.0	972	9.6	828	85.2
アメリカ	1,449	10.5	728	7.2	721	99.0
香港	779	5.6	698	6.9	81	11.5
オーストラリア	566	4.1	307	3.0	259	84.5
シンガポール	414	3.0	245	2.4	169	68.7
タイ	383	2.8	360	3.6	23	6.3
イギリス	279	2.0	209	2.1	70	33.2
カナダ	238	1.7	113	1.1	125	109.6
フランス	219	1.6	156	1.5	63	39.9
ドイツ	196	1.4	115	1.1	81	70.6
フィリピン	193	1.4	117	1.2	76	65.5
インドネシア	185	1.3	137	1.4	48	34.9
マレーシア	179	1.3	136	1.3	43	31.4
イタリア	164	1.2	93	0.9	71	75.7
:			:			
インバウンド 全体	13,853		10,131		3,722	36.7

【データ】観光庁「宿泊旅行統計調査」※従業員が10人以上施設の集計。

【三重県】の国・地域別延べ宿泊者数(2024年、2019年)

三重県

○中国のほか、タイ・韓国などで減少。一方、欧州を中心に回復している国もある。

三重県	2024年 宿泊者数(人) 【A】	構成比 (%)	2019年 宿泊者数(人) 【B】	構成比 (%)	増減数 【B】-【A】	増減率(%)
中国	38,160	17.8	154,490	43.8	▲ 116,330	▲75.3
台湾	36,190	16.8	40,050	11.4	▲ 3,860	▲9.6
香港	19,540	9.1	27,170	7.7	▲ 7,630	▲28.1
韓国	13,120	6.1	24,920	7.1	▲ 11,800	▲47.4
アメリカ	12,220	5.7	12,250	3.5	▲ 30	▲0.2
タイ	9,420	4.4	26,800	7.6	▲ 17,380	▲64.9
フランス	6,720	3.1	5,650	1.6	1,070	18.9
シンガポール	6,260	2.9	3,960	1.1	2,300	58.1
ドイツ	5,880	2.7	4,100	1.2	1,780	43.4
ベトナム	4,860	2.3	4,610	1.3	250	5.4
マレーシア	4,580	2.1	7,360	2.1	▲2,780	▲37.8
オーストラリア	4,070	1.9	2,780	0.8	1,290	46.4
イギリス	3,960	1.8	5,990	1.7	▲2,030	▲33.9
フィリピン	3,430	1.6	3,220	0.9	210	6.5
インドネシア	2,260	1.1	2,010	0.6	250	12.4
イタリア	2,070	1.0	2,920	0.8	▲850	▲29.1
:						
インバウンド 全体	214,960		352,750		▲ 137,790	▲39.1

※従業員が9人未満の施設を含めた全体のインバウンド人数は241,130人。

【データ】観光庁「宿泊旅行統計調査」※従業員が10人以上施設の集計。 3

【全国】の国・地域別延べ宿泊者数(2025年、2019年 1~7月)

全国

○香港を除いて回復しており、特に欧米豪が増加している。

全国	2025年 宿泊者数(万人) 【A】	構成比 (%)	2019年 宿泊者数(万人) 【B】	構成比 (%)	増減数 【B】-【A】	増減率(%)
中国	1,911	21.1	1754	28.8	157	9.0
台湾	1,154	12.8	823	13.5	331	40.2
米国	1,050	11.6	429	7.0	621	144.8
韓国	1,030	11.4	773	12.7	257	33.2
オーストラリア	387	4.3	183	3.0	204	111.5
香港	379	4.2	410	6.7	▲31	▲7.6
タイ	251	2.8	212	3.5	39	18.4
シンガポール	211	2.3	120	2.0	91	75.8
英国	191	2.1	97	1.6	94	96.9
カナダ	164	1.8	64	1.0	100	156.3
フランス	139	1.5	89	1.5	50	56.2
ドイツ	132	1.5	65	1.1	67	103.1
インドネシア	125	1.4	84	1.4	41	48.8
フィリピン	120	1.3	64	1.1	56	87.5
マレーシア	114	1.3	72	1.2	42	58.3
イタリア	103	1.1	49	0.8	54	110.2
:			:			
インバウンド 全体	9,050		6,093		2,957	48.5

【データ】観光庁「宿泊旅行統計調査」※従業員が10人以上施設の集計。

【三重県】の国・地域別延べ宿泊者数(2025年、2019年 1~7月)

三重県

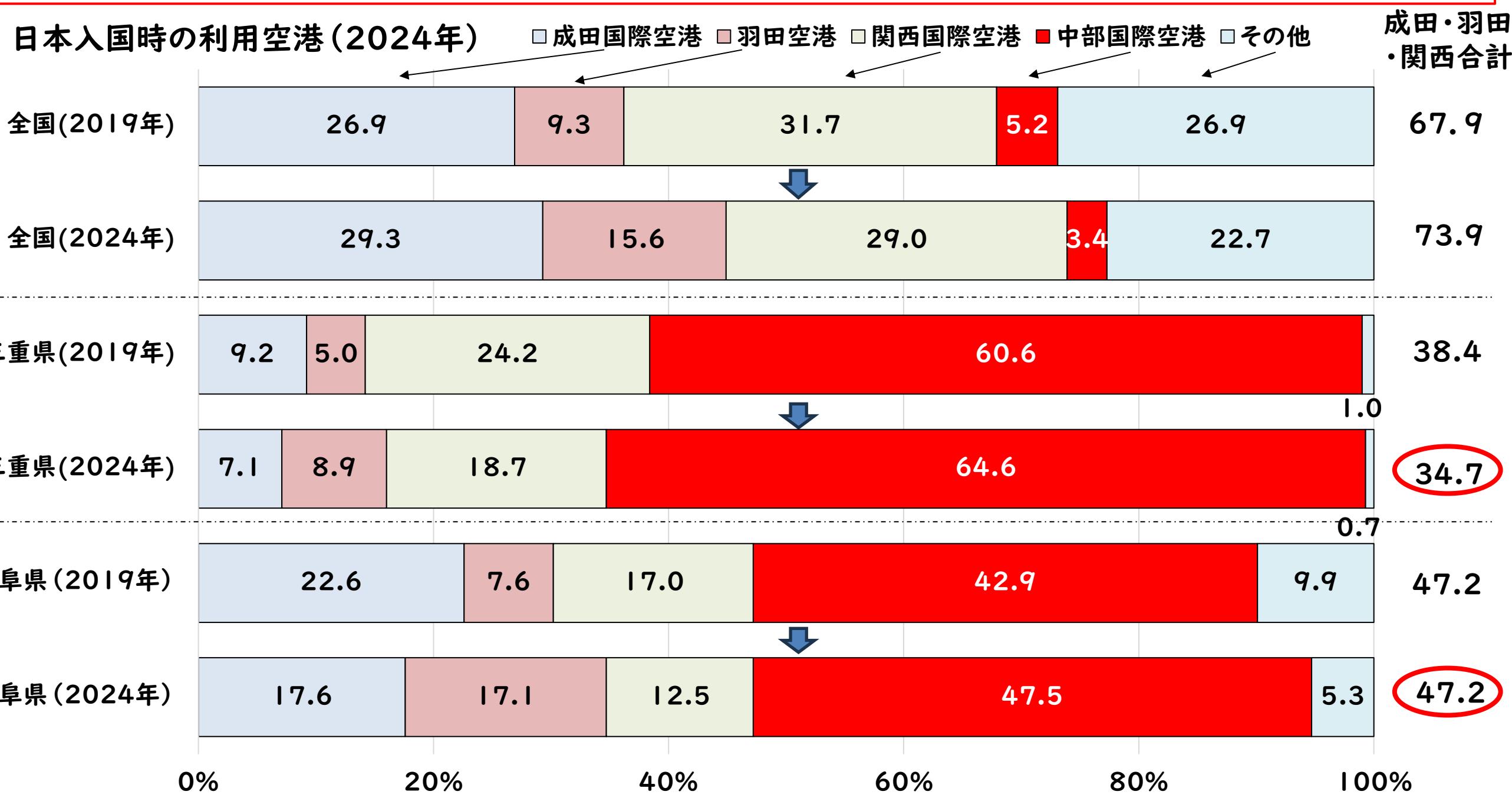
○中国のほか、タイ・香港などで減少。一方、欧州を中心に回復している国もある。

全国	2025年 宿泊者数(人) 【A】	構成比 (%)	2019年 宿泊者数(人) 【B】	構成比 (%)	増減数 【B】-【A】	増減率(%)
中国	35,740	21.0	94,530	44.0	▲58,790	▲62.2
台湾	25,550	15.0	21,690	10.1	3,860	17.8
韓国	23,460	13.8	17,510	8.2	5,950	34.0
香港	10,120	5.9	15,880	7.4	▲5,760	▲36.3
アメリカ	7,930	4.7	6,910	3.2	1,020	14.8
タイ	5,550	3.3	19,140	8.9	▲13,590	▲71.0
ドイツ	5,550	3.3	2,180	1.0	3,370	154.6
シンガポール	3,780	2.2	1,780	0.8	2,000	112.4
フランス	3,730	2.2	3,550	1.7	180	5.1
イギリス	3,390	2.0	1,640	0.8	1,750	106.7
マレーシア	3,180	1.9	4,770	2.2	▲1,590	▲33.3
イタリア	2,320	1.4	1,400	0.7	920	65.8
フィリピン	2,260	1.3	2,420	1.1	▲160	▲6.7
オーストラリア	2,200	1.3	1,530	0.7	670	43.8
ベトナム	2,310	1.3	3,130	1.5	▲1,000	▲31.9
カナダ	1,620	1.0	1,090	0.5	540	49.5
:			:			
インバウンド 全体	170,240		214,630		▲44,390	▲20.7

【データ】観光庁「宿泊旅行統計調査」※従業員が10人以上施設の集計。

空港別の利用割合

- 全国では、成田国際空港、羽田空港、関西国際空港で70%を超える一方、中部国際空港は3.4%と少ない。
- 本県は中部国際空港が約65%となっている。



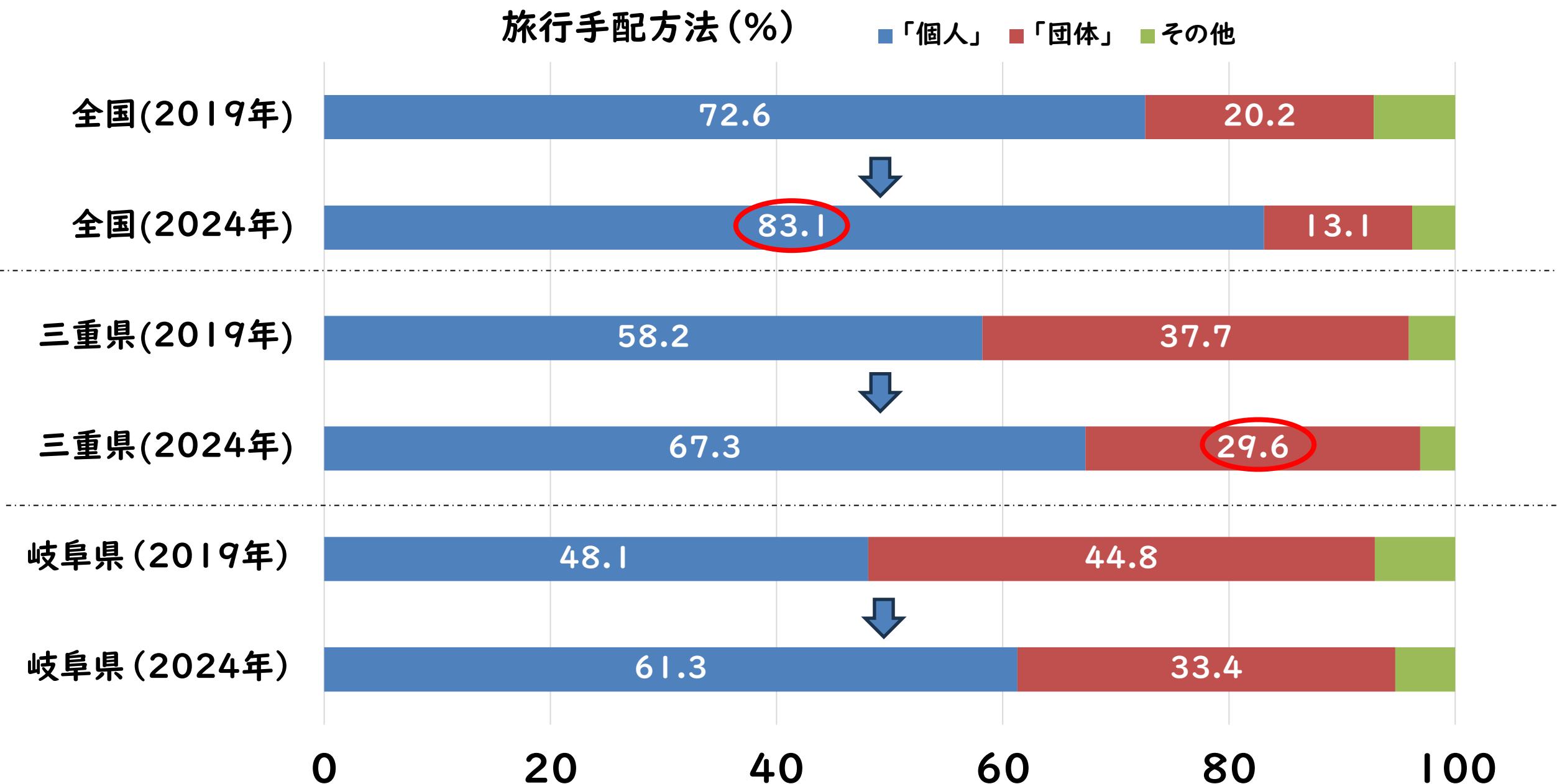
単位:%

【データ】

観光庁「インバウンド消費動向調査2024年【一般客(観光・レジャー目的)】 全国は参考4、三重県・岐阜県は参考12より作成。6

旅行手配方法

- 全国平均では個人手配の割合が高まっており8割を超えている。
- 本県においても個人手配の割合は高まっているが、団体の割合が全国平均よりも高く、約30%を占める。



【データ】

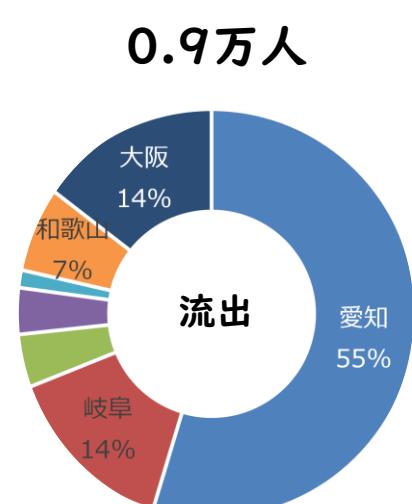
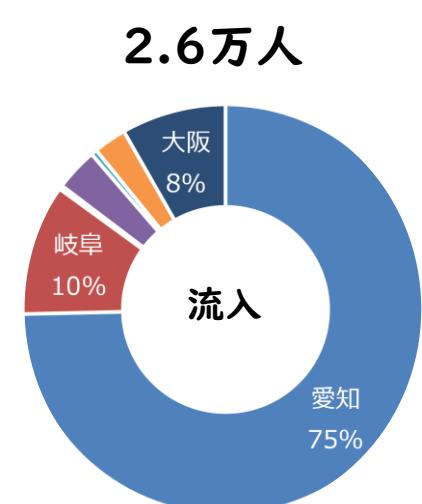
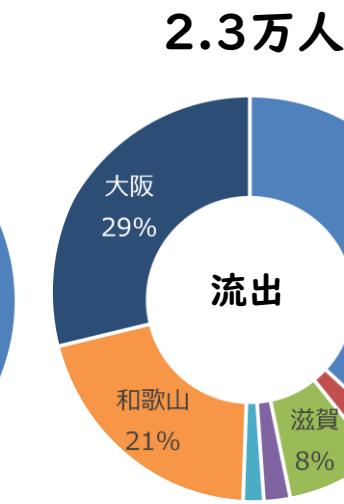
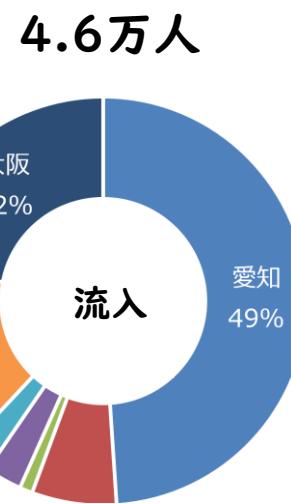
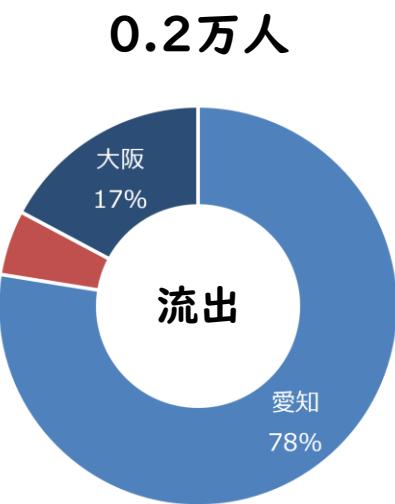
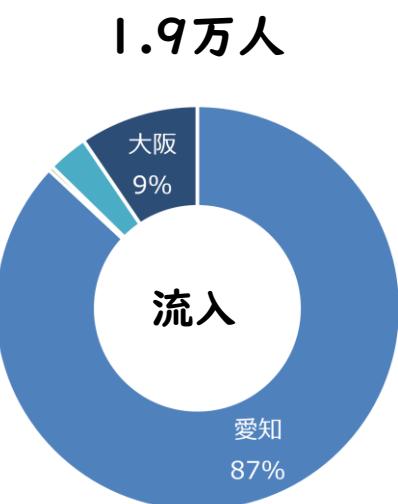
観光庁「インバウンド消費動向調査2019年、2024年」【観光・レジャー目的】
全国は参考4、三重県は参考12。全国は実人数、三重県、岐阜県は延べ人数。

三重県への流出入ルート(国・地域別 アジア)

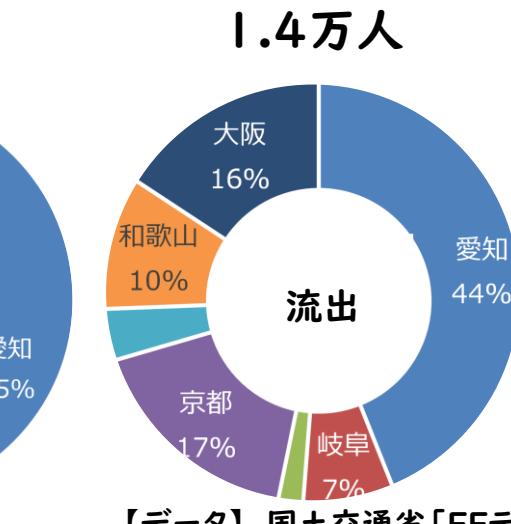
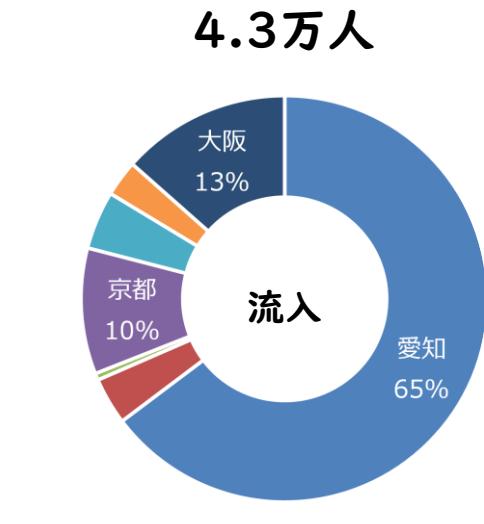
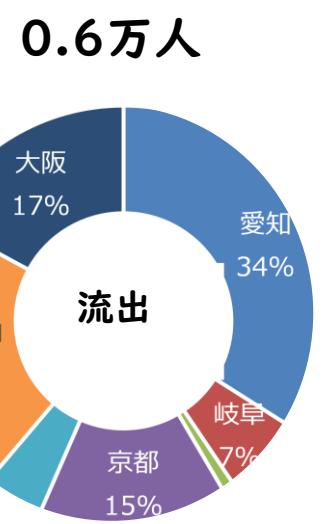
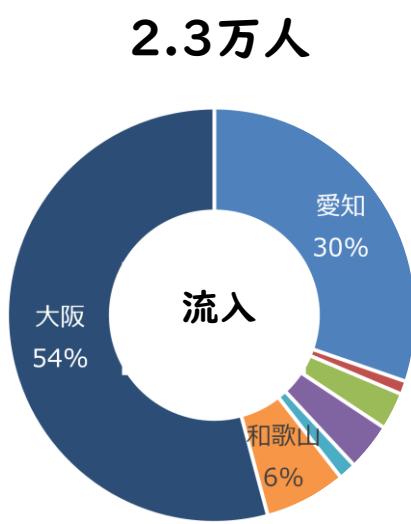
- 韓国は流入も愛知県が大半を占めている。
- 台湾や中国は関西圏からの流入が愛知県からよりも多い。



韓国



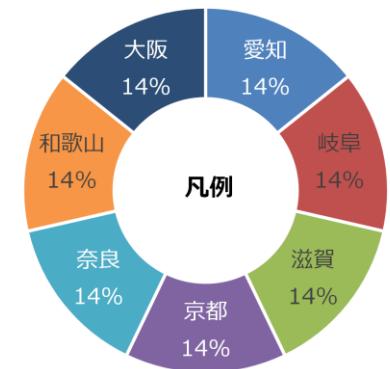
中国



【データ】国土交通省「FFデータ(2023年)」より作成

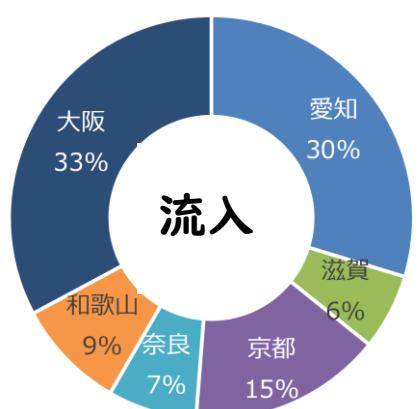
三重県への流出入ルート(国・地域別 欧米豪)

○欧米豪は京都や大阪、和歌山などの関西圏からの流入が多い。

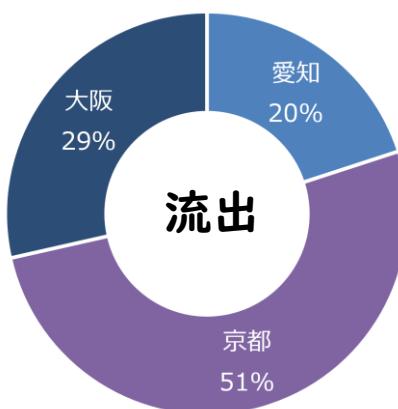


北アメリカ

0.7万人

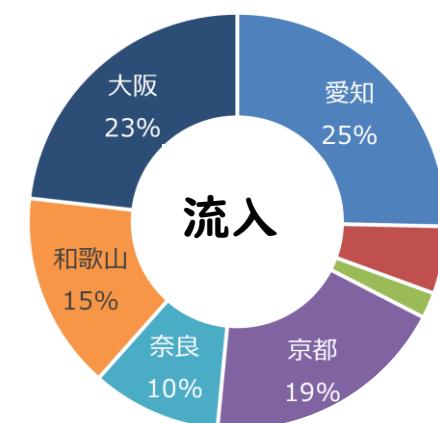


0.4万人

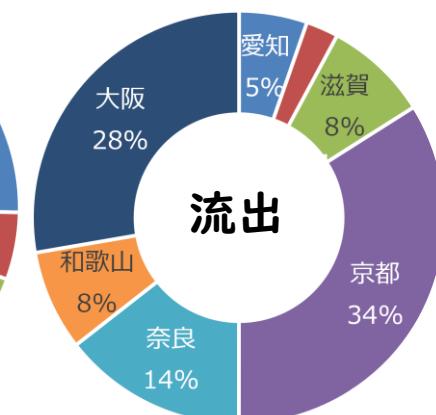


ヨーロッパ

1.0万人

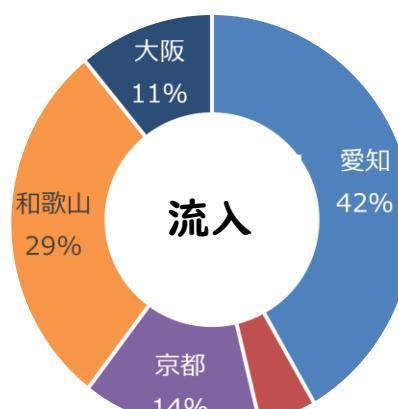


0.6万人

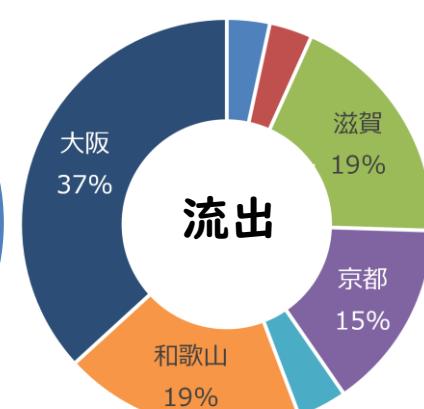


オセアニア

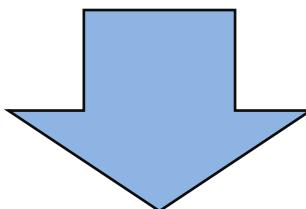
0.4万人



0.2万人



本県の国内旅行者は、令和15(2033)年に神宮式年遷宮を迎えるなど増加が期待される一方、人口減少が進む中、長期的には 国内旅行市場は縮小することが想定されることから、インバウンドの増加に向けた取組に一層注力する必要がある。



オーバーツーリズムを回避する視点から、仮に、日本人延べ宿泊者数を維持したうえで、客室稼働率の向上によりインバウンドの受け入れを進めるとした場合、目標とすべき外国人延べ宿泊者数はどの程度の水準か、試算を行う。

客室稼働率別の外国人延べ宿泊者数(試算)

○仮に、日本人延べ宿泊者数を維持したうえで、外国人延べ宿泊者数を現在の約4倍にあたる100万人を目指すとした場合、客室稼働率は現在より約5ポイント高い約57%程度と試算される。一方で、本県は旅館の比率が高く、データでは旅館の客室稼働率はホテルより低い。

目標とすべき外国人延べ宿泊者数と客室稼働率の水準について、ご意見を賜りたい。

客室稼働率別の外国人延べ宿泊者数(試算)

(参考)宿泊施設タイプ別客室数別割合・
客室稼働率(2024年) (%)

	延べ宿泊者数(万人)	日本人延べ宿泊者数(万人)	外国人延べ宿泊者数(万人)	延べ宿泊者の外国人比率(%)
客室稼働率	52.4%	837	813	24 2.9
	55.0%	877	813	64 7.3
	57.5%	917	813	104 11.3
	60.0%	957	813	144 15.0

	客室数別割合		客室稼働率	
	三重	全国	三重	全国
旅館	20.1	9.7	36.0	36.1
リゾートホテル	16.2	8.7	52.2	54.1
ビジネスホテル	56.9	60.5	67.3	73.7
シティホテル	3.5	15.7	66.7	72.3

(参考)

延べ宿泊者数の外国人比率(2024年)

○滋賀 6.9% ○長野 11.6% ○和歌山 15.7% ○地方部平均 10.6% ○全国 25.0%

近年、体制の充実や予算の拡充をし、取組を強化しているところであるが、さらなる誘客に向けて、どのような課題が考えられるか、ご意見を賜りたい。

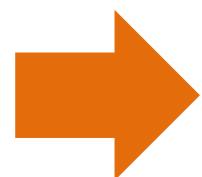
さらなる誘客に向けた本県インバウンドの課題（案）

- ① 中部国際空港から入国する旅行者だけではなく、ゴールデンルートを周遊する旅行者など、関空や成田・羽田から入国する旅行者の取り込みが不十分
- ② 海外での認知度(観光地、本県へのアクセス)が低い
- ③ 宿泊施設や二次交通などの受入体制(観光インフラ)の整備が不十分
- ④ 対象とする国・地域ごとに戦術が定まっていない
- ⑤ 取組を継続することが必要

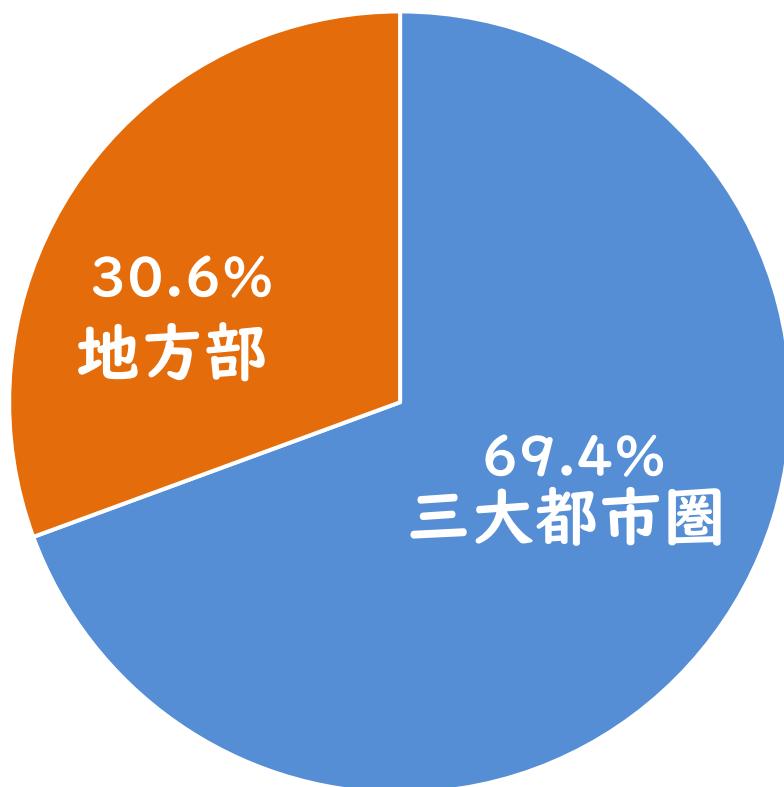
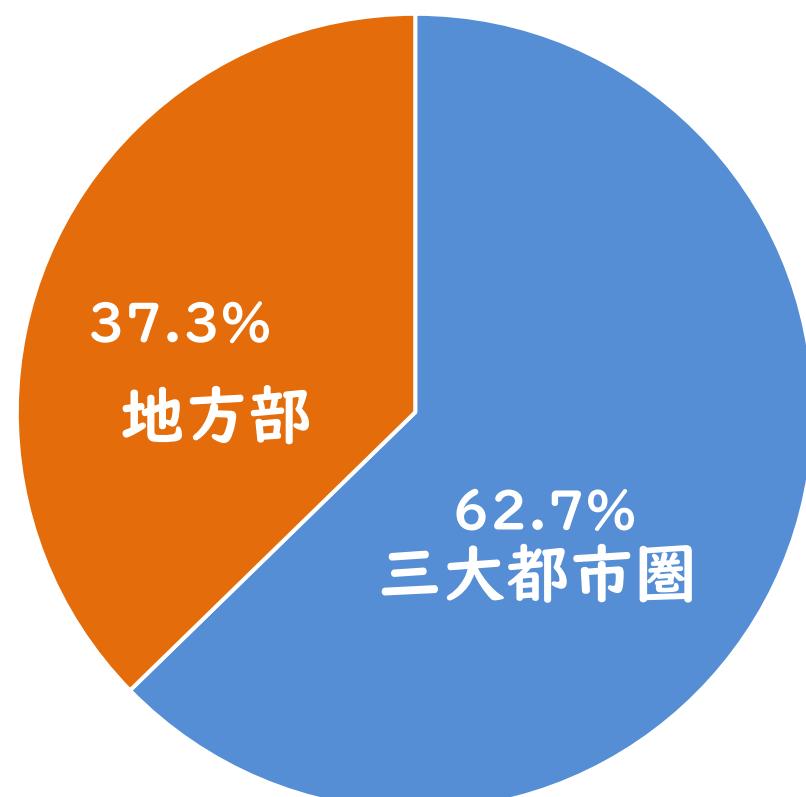
課題① ゴールデンルートを周遊する旅行者の取り込みが不十分

- 外国人延べ宿泊者数は現在、ゴールデンルートに含まれる三大都市圏へ集中しているが、地方への訪問意向も強い。

外国人延べ宿泊者数
(2019年)



外国人延べ宿泊者数
(2024年)



国・地域別
地方訪問意向率

国・地域名	訪問希望率
台湾	92.9%
タイ	89.9%
香港	87.6%
アメリカ	66.5%
フランス	59.5%

【データ】
JNTO「VJ重点市場基礎調査」(2023年)

三大都市圏 東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県、愛知県、大阪府、京都府、兵庫県
地方部 三大都市圏以外

課題① ゴールデンルートを周遊する旅行者の取り込みが不十分

- 関西国際空港は中部国際空港と比べ、就航都市数は約2.5倍、便数は4.5倍、入国者数は約6倍の差がある。

中空と関空の就航都市数、便数

2025年夏ダイヤ(中部国際空港は10月現在)

就航エリア	中部国際空港		関西国際空港	
	就航都市数(市)	便数(便)	就航都市数(市)	便数(便)
韓国	3	91	5	377
台湾	3	44	2	130
香港 (マカオ含む)	1	35	2	146
中国	10	91	30	570
東南アジア	5	57	9	189
欧州	1	3	5	26
北アメリカ (ハワイ含む)	1	7	5	35
オセアニア (グアム含む)	1	5	4	25
その他	0	0	4	19
合計	25	333	66	1,517

空港別入国者数(外国人)

(万人)

	中部国際空港	関西国際空港
入国者数	154.6	945.8

【データ】出入国在留管理庁「出入国管理統計」より作成。

課題② 海外での認知度(観光地、本県へのアクセス)が低い

○訪日外国人を対象にした都道府県別の認知度に関する調査において、三重県の認知度は28.4%の45位で最下位であった。

訪日外国人 都道府県認知度ランキング(2019年)

(N=6,000)

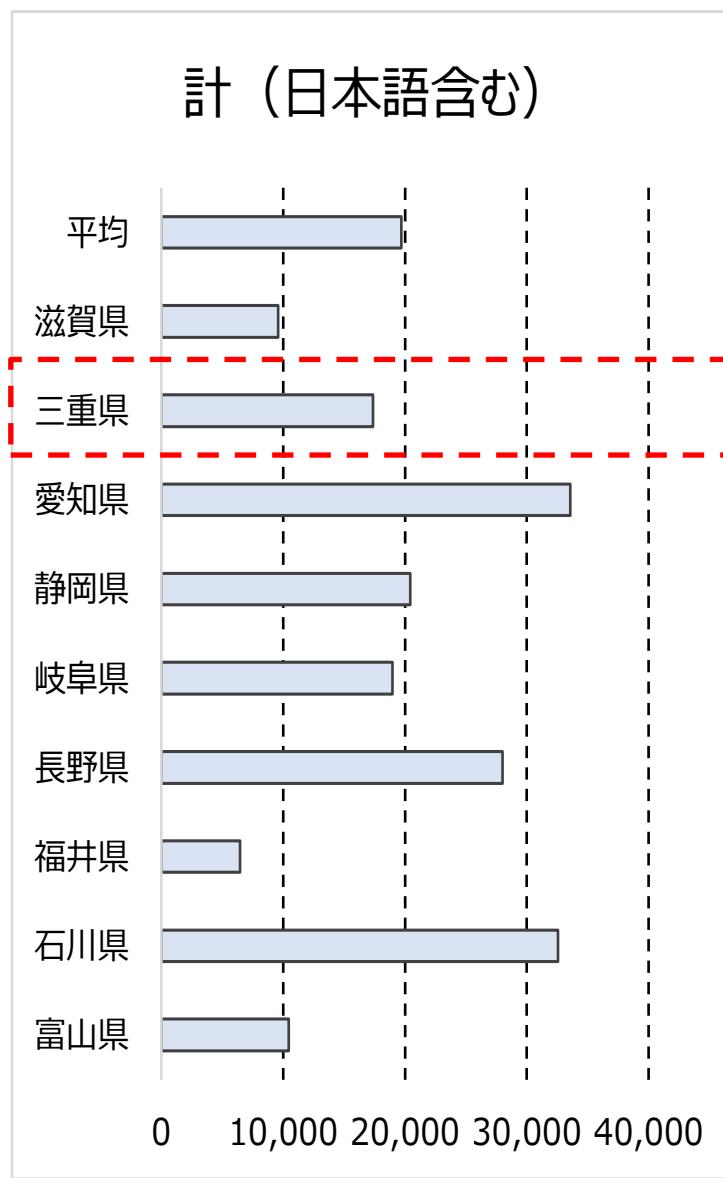
順位	都道府県	認知度 (%)									
1	東京都	64.0	13	愛知県	38.7	25	埼玉県	32.8	37	高知県	30.3
2	大阪府	59.8	14	静岡県	36.6	26	鳥取県	32.6	38	茨城県	30.2
3	北海道	56.2	14	鹿児島県	36.6	27	岡山県	32.2	39	大分県	30.1
4	京都府	53.6	16	長野県	36.1	28	新潟県	32.1	40	群馬県	30.0
5	沖縄県	50.1	17	兵庫県	35.8	29	石川県	32.0	41	滋賀県	29.6
6	広島県	49.3	18	熊本県	35.6	30	山口県	31.8	42	栃木県	29.5
7	千葉県	45.7	19	山梨県	35.4	30	香川県	31.8	43	岩手県	29.3
8	福岡県	43.7	20	宮崎県	34.5	32	岐阜県	31.5	44	島根県	28.6
9	長崎県	43.4	21	宮城県	33.9	33	山形県	31.4	45	福井県	28.4
10	神奈川県	42.3	22	富山県	33.2	34	和歌山県	31.0	45	三重県	28.4
11	福島県	41.4	23	青森県	33.1	35	佐賀県	30.5	45	愛媛県	28.4
12	奈良県	41.3	24	秋田県	33.0	36	徳島県	30.4			

【データ】JTB「訪日重点15カ国調査2019」

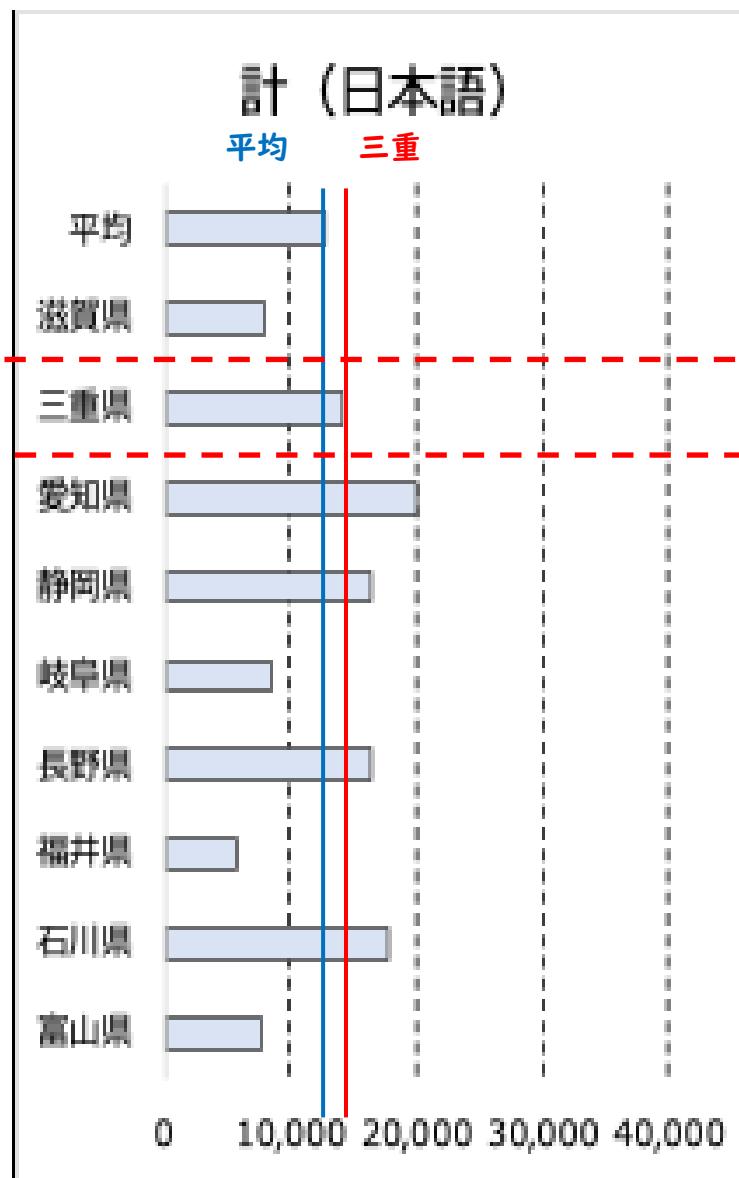
課題② 海外での認知度(観光地、本県へのアクセス)が低い

○口コミサイトへの投稿数をみると、日本語(日本人)による口コミ件数は中部エリアの平均数より多いが、外国語の口コミ数は平均よりも低い。

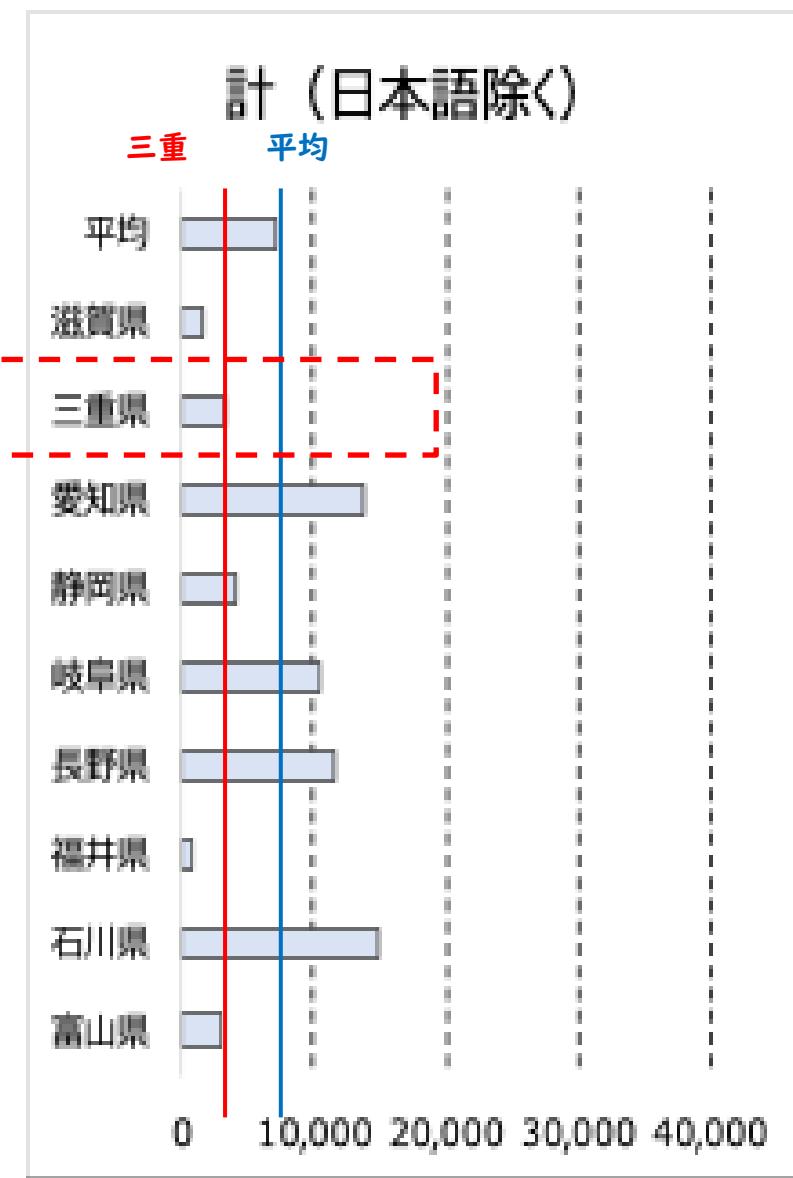
トリップアドバイザーに投稿された口コミ数
(県別、全言語)



トリップアドバイザーに投稿された口コミ数
(県別、日本語)



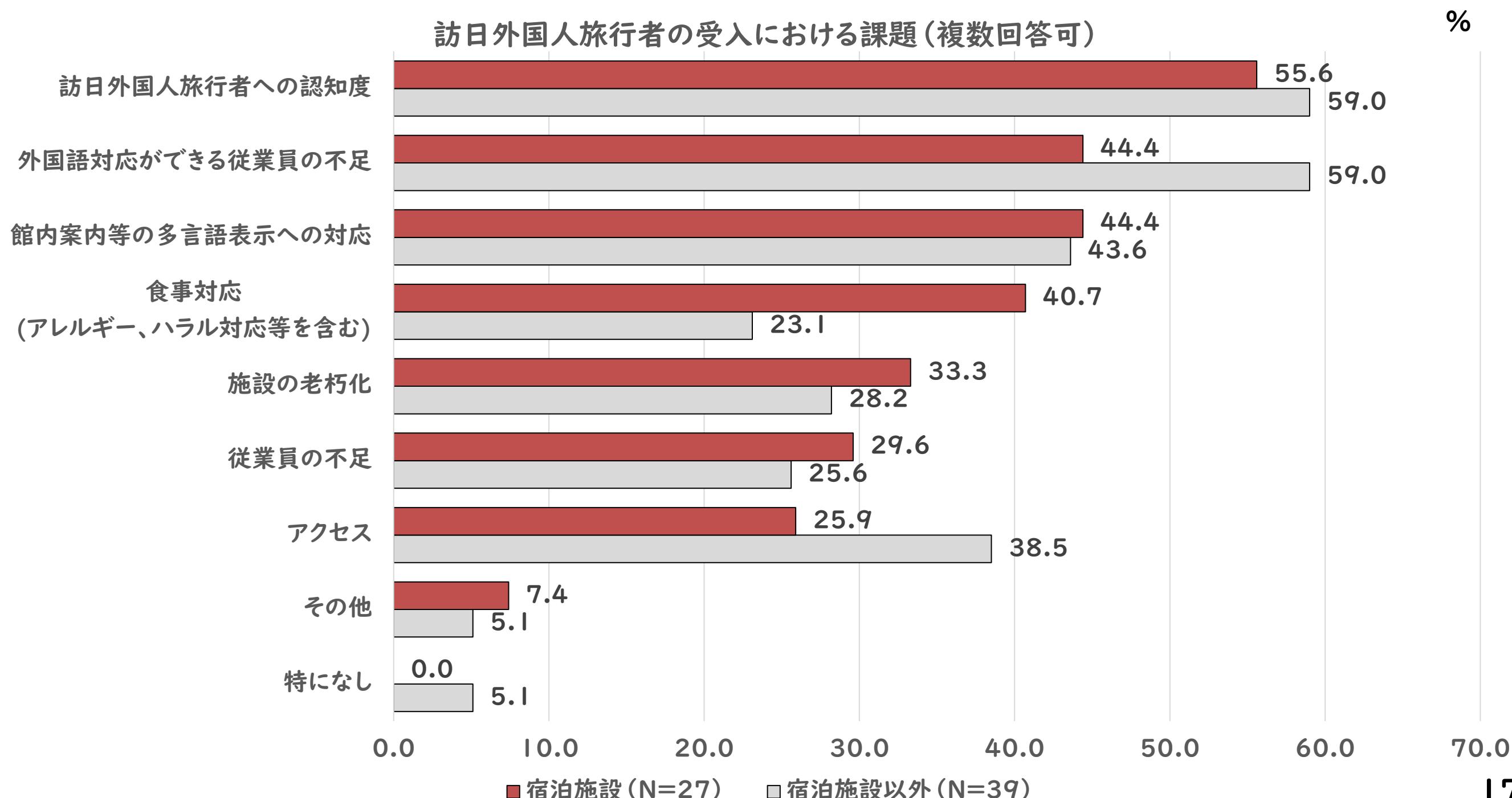
トリップアドバイザーに投稿された口コミ数
(県別、日本語除く)



課題③ 宿泊施設や二次交通などの受入体制(観光インフラ)の整備が不十分

- 宿泊施設、宿泊施設以外(飲食店、体験施設など)とともに「訪日外国人旅行者への認知度」や「外国語対応ができる従業員の不足」、「館内案内等の多言語表示への対応」を課題とする割合が高い。

県内観光関係者へのアンケート調査



課題③ 宿泊施設や二次交通などの受入体制（観光インフラ）の整備が不十分

- 県内観光者へのヒアリング調査において、「省内へのアクセスの認知度不足」や「アクセスの悪さ」が課題として指摘されている。

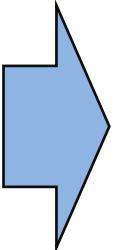
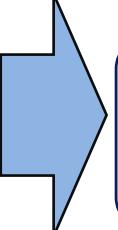
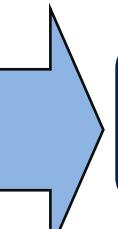
省内観光関係者へのヒアリングより抜粋

- 地域の受入れ課題としてアクセスが不便である。都心や大阪、京都から省内へのアクセス、また省内を訪れてからの二次交通のいずれも不便である。
- イベントなどを開催しても名古屋からのアクセスが「分からない」という理由でのキャンセルが複数ある。
- 市内の二次交通が弱いため、まちなかしか滞在できず、郊外まで周遊することができない。
- レンタカーであれば来ることはできる。
- 施設まで来るアクセス手段の1つであるタクシーがキャッシュレスに対応していないなど、施設の周辺環境の整備も必要であると感じている。

課題④⑤ インバウンド先進地へのヒアリングまとめ①

自治体名	主な取組	
徳島県	<ul style="list-style-type: none"> ○アジアでは認知度を高めるために、各国のインフルエンサーを活用した情報発信を行い、ある程度認知度が高まった状態でセールスをすることで成果が出ている。 ○インフルエンサーへ依頼する際は、1人の著名なインフルエンサーよりも幅広い分野で多数のヘインフルエンサーへ依頼した方が効果的である。 	 <div style="background-color: #f0e6e6; border-radius: 10px; padding: 10px; display: inline-block;"> 効果的な 情報発信 </div>
岡山県	<ul style="list-style-type: none"> ○主にアジア地域で農林担当と連携し、果物の輸出を絡めた観光プロモーションを20年近く継続しており、外国人旅行者の来県時に果物狩りコンテンツの体験に繋がっている。 ○欧米市場は東京から入国することが多いことより、東京からの誘客が重要だと考えており、東京都と連携して羽田空港等で誘客取組をしている。 ○オーバーツーリズム対策として多言語サイトによるマナー啓発をしている。 	 <div style="background-color: #f0e6e6; border-radius: 10px; padding: 10px; display: inline-block;"> 観光と食で 連携したPR </div> <div style="background-color: #f0e6e6; border-radius: 10px; padding: 10px; display: inline-block;"> 東京からの誘客 </div>
高山市	<ul style="list-style-type: none"> ○30年以上にわたり、インバウンドの取組を継続して実施している。 ○インバウンドの取組は民間ベースで進んでおり、行政は観光ホームページの多言語化や看板の多言語化などハード面でのサポート行っている。 ○高山の強みは「日常生活を送る市民との距離の近さ」であり、この魅力が口コミで広がり、多くの訪問に繋がっていると考える。この強みを守るために、市民に向けたインバウンドに関する情報発信にも注力しており、「外国から選ばれる高山」がシビックプライドの醸成に繋がるよう意識している。 	 <div style="background-color: #f0e6e6; border-radius: 10px; padding: 10px; display: inline-block;"> 多言語整備 </div> <div style="background-color: #f0e6e6; border-radius: 10px; padding: 10px; display: inline-block;"> 市民生活との 調和 </div>
石川県	<ul style="list-style-type: none"> ○2006年から継続してインバウンド誘客に取り組んでいる。 ○北陸新幹線金沢開業を機に、北陸信越運輸局、JR西・東、北陸新幹線沿線自治体と連携し欧米豪市場へ「新ゴールデンルート」というテーマで訴求。 ○オーストラリア、アメリカ、イギリス、フランスに観光レップを配置し、誘客活動を行ったことで 新ゴールデンルートが浸透し、コロナ前からのインバウンド回復に繋がっている。 ○石川県は、東京から京都へ抜ける途中にあり、地理的に有利な部分がある。白川郷や立山黒部へ行く観光拠点として最適で、公共交通では訪問が難しい場所も周遊できるようレンタカーを活用したモデルルートの造成、PRを行っている。 	 <div style="background-color: #f0e6e6; border-radius: 10px; padding: 10px; display: inline-block;"> 継続した取組 </div> <div style="background-color: #f0e6e6; border-radius: 10px; padding: 10px; display: inline-block;"> ゴールデンルート からの誘客 </div>

課題④⑤ インバウンド先進地へのヒアリングまとめ②

自治体名	主な取組	
長野県 (長野県観光機構)	<ul style="list-style-type: none"> ○観光部は2006年に発足し、国際観光推進室は2011年に設置。 ○<u>長野県と新潟県でスノーリゾートアライアンス（スキー場の集まり）を結んでおり、毎年5月のオーストラリアの商談会に出続けており、10年かけて地道に継続して取り組んできたことから現地での定着がみられるなど、手ごたえを感じている。</u> ○東アジア市場はデジタルプロモーションを中心に最新の情報を定期的に発信、欧米豪市場は、現地レップによるリアルでの営業・現地発信を行い、認知度向上を図っている。 	<p>継続した取組</p> <p>広域連携</p> <p>市場に応じたPR</p> 
香川県	<ul style="list-style-type: none"> ○2014年に国際観光Gから国際観光推進室へ格上げ ○瀬戸内芸術祭の事務局と連携し、県内の観光コンテンツやグルメ、アクセス等の情報発信を積極的に行い、大規模イベントで来県した外国人旅行者が県内周遊へ繋がる取組を実施。 ○せとうちDMOや四国ツーリズム創造機構と連携し、広域周遊を目指したプロモーションを実施。 	<p>大規模イベントを絡めた誘客</p> 
広島県 (広島県観光連盟)	<ul style="list-style-type: none"> ○<u>インバウンド誘客は1993年（広島空港開港）より前から実施している。</u> ○ゴールデンルートからの誘客を重要視し、鉄道・航空会社と積極的に連携して、東京からのアクセスを含めたプロモーションを展開。 ○<u>アジア市場は広島空港と連携したプロモーション、欧米市場は航空会社やJRと連携したプロモーションと取組手法を変えている。</u> ○広島は関西圏から日帰り圏内であるため、早朝や夜のコンテンツ造成に注力しており、宿泊者数の増加に向けた取組を実施。 	<p>継続した取組</p> <p>ゴールデンルートからの誘客</p> <p>市場に応じたPR</p> 
姫路市	<ul style="list-style-type: none"> ○姫路城の入場料について「市民」と「市民以外」で二重価格を設定し、将来にわたり維持管理に必要な費用等を収集している。 ○兵庫県やJR西日本、西のゴールデンルート等と連携して広域でのプロモーションを実施。 	<p>オーバー ツーリズム対策</p> 