

第9章 観光・レジャー

1. 旅行

国連世界観光機関 (UN Tourism) の「世界観光指標 (2024年11月号)」によると、2024年のアジア・太平洋地域の旅行者数は2019年比で85%の水準まで回復した。

2024年の日本の旅行産業の動向

日本政府観光局 (JNTO) によると、2024年の日本人出国者数 (年間推計値) は、2,000万人に達した2019年の水準に届かなかったものの、2023年の962万人強から300万人増加し、1,300万人強に達した。

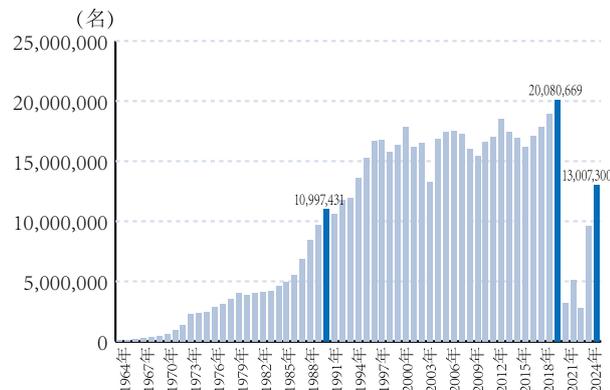
2024年の訪日外国人旅行者数は、2023年比で47.1%増の3,686万人強となった。2019年の3,188万人強から約500万人増加し、過去最新を更新した。桜や紅葉、学校の長期休暇などのハイシーズンを中心に、アジアに限らず欧米豪・中東からの旅行者も増えたことが年間過去最高の更新につながった。

日本人海外旅行自由化60周年を迎えた 2024年の日本観光産業を振り返って

日本人の海外旅行者数の推移

外貨持ち出し制限の緩和等による日本人の海外旅行自由化、東京オリンピックの開催など、日本の観光産業にとって大きな節目となった1964年の日本人海外旅行者数は12万7,749人だった。その後、1990年に1,000万人、2019年には2,000万人を突破し、2,008万669人までに増加した。

図1：1964年以降 日本人海外旅行者数の推移



出所：JNTO「年別 訪日外客数, 出国日本人数の推移」より作成

新型コロナウイルス感染症の影響を受けて2020年の日

本人海外旅行者数は激減、その後は回復傾向にあるものの、2019年の水準には届いてない。しかし、2023年3月に閣議決定された「観光立国推進基本計画」が打ち出した日本国内旅行消費額20兆円、訪日外国人旅行消費額5兆円という目標は、2024年に達成された。2024年10～12月期の日本人の国内旅行消費額は本記事作成現時点で未発表だが、2024年1～9月期の合計額は18兆5,000億円を超え、目標の20兆円を突破する可能性が高い。

訪日外国人の消費動向

観光庁が2025年1月15日に発表した2024年訪日外国人消費者動向調査 (速報) によると、2024年の訪日外国人旅行消費額は2023年の5兆3,000億円を大幅に超過し、8兆円を突破した。国籍・地域別の消費額では中国 (全体の18.9%) が最多で、次いで台湾 (12.9%)、米国 (11.6%)、韓国 (11.4%)、香港 (7.0%) と続いた。訪日中国人観光客の消費額のうち「買い物代」が4割強を占めた。「2030年に訪日外国人旅行者数6,000万人、消費額15兆円」という目標の実現に向け、2025年4月に開幕する大阪・関西万博等をはじめ、日本の魅力を世界に発信する動きをいっそう強めることが重要である。

日本人の海外旅行者層と旅行先の変化

海外旅行の自由化後、日本人海外旅行者の主力年齢層に変化が見られた。20代から40代男性が1970年代の旅行消費を牽引し、1980年代は若年層の観光旅行が急拡大した。1990年代後半は一転して若年層の海外旅行の減少に注目が集まった。1990年代の海外旅行市場を下支えしたのはシニア世代だった。

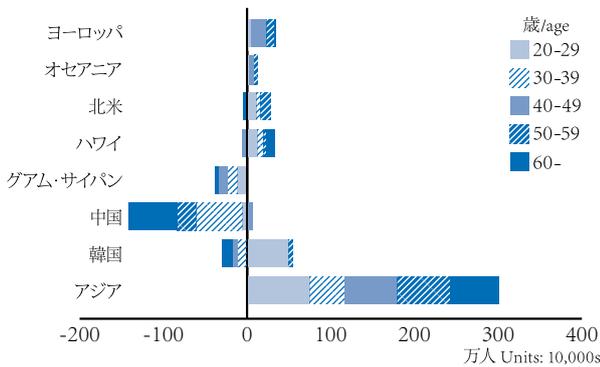
表1：出国日本人旅行者の変化

年代	牽引層	一部の関連要素
1970年代	20代女性。20代～40代の男性がリード	男性のビジネスの需要
1980年代	20代女性と40代男性。若年層の拡大	プラザ合意・円高。1978年成田空港の開港等
1990年代	若年層の減速。シニア層は底支え	経済減速による消費全般に控えめな考え
2000年代	若者の海外離れ。2016年以降20代女性増	雇用の安定性等

出所：株式会社JTB総合研究所「海外渡航自由化50周年に向けて」より整理

中国向け旅行については、日中関係の大きな変化の影響もあり、2010～2019年の10年間の日本人による訪中旅行は他国・地域への旅行と比べて大幅に減少した。

図2：年代別・方面別・旅行者数の変化（2019年と2010年の比較）



資料：各国政府観光局のデータ、および(株)JTB総合研究所「海外旅行実態調査」をもとに作成

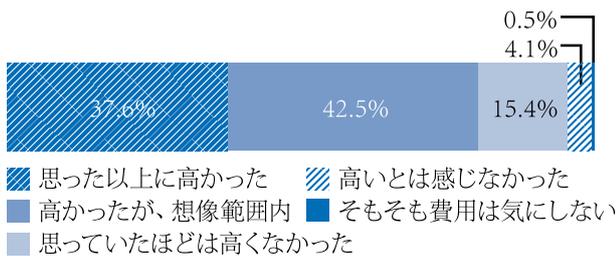
注：図の数値は2019年から2010年の値を引いた差を示している
出所：「JTB REPORT 2020 日本人海外旅行のすべて」より引用

2025年の日本人海外旅行の見通し

コロナ後、海外旅行に関する日本人の意識変化

日本人を対象にした調査結果によると、海外旅行の費用について「高かったが、想像の範囲内」との回答が最も多く、42.5%を占めた。費用は気にならなかったという趣旨の回答が6割以上に達している。

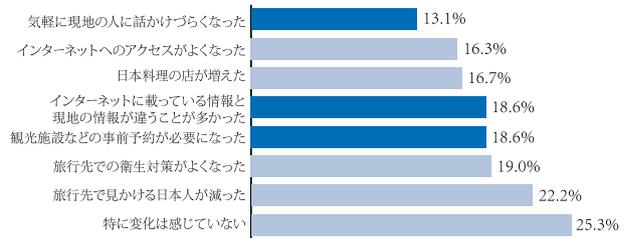
図3：海外旅行費用の印象



出所：2024JTB総合研究所「海外旅行の費用やコロナ前後の変化に関する意識調査」より作成

海外旅行先で感じた変化については、「インターネットに載っている情報と現地での情報が違うことが多かった」「観光施設などの事前予約が必要になった」が上位に挙げられていることから、今後日本人の訪中旅行誘致にあたって、正確な中国国内旅行情報の提供とメンテナンスが重要である。

図4：コロナ禍後、海外旅行先で感じた変化



出所：2024JTB総合研究所「海外旅行の費用やコロナ前後の変化に関する意識調査」より作成

2025年の日本人海外旅行の見通し

JTBが発表した2025年1～12月の旅行動向見通しによると、円安の影響で日本人が海外旅行を控える傾向が見られる反面、為替相場が円高方向に振れて安定すれば、ヨーロッパやオセアニアなど中長距離方面への海外旅行が盛り上がりを見せる可能性がある。

日本人が行きたい海外旅行先は、韓国が最も高く30.4%に達しており、性別・年代別にみると29歳以下の女性が52.1%と最も高い。次いで台湾が2位の26.4%。そのうち、40代男性と50代女性の人気が高い。日本から中国への旅行については、30代女性は中国に対する興味・関心が他区分と比較して高いものの、全体として中国への旅行意欲は低く、4.3%に留まっている。

表2：年代別・男女別海外旅行先の違い

	韓国	台湾	ハワイ	ヨーロッパ	東南アジア	オーストラリア	グアム サイパン	香港・ マカオ	米国 本土	ニュージ- ランド	中国 本土	カナダ	中東	その他	決まっ ていない	
全体(652人)	30.4%	26.4%	24.2%	18.4%	12.9%	10.6%	9.7%	8.1%	8.1%	5.4%	4.3%	4.0%	2.1%	3.5%	12.4%	
男性	29歳以下	36.7%	21.5%	24.1%	20.3%	16.5%	15.2%	8.9%	12.7%	15.2%	8.9%	6.3%	8.9%	5.1%	5.1%	13.9%
	30代	29.3%	27.6%	31.0%	12.1%	12.1%	6.9%	12.1%	10.3%	3.4%	3.4%	6.9%	1.7%	1.7%	1.7%	12.1%
	40代	27.5%	39.2%	29.4%	13.7%	11.8%	15.7%	19.6%	15.7%	3.9%	3.9%	2.0%	3.9%	5.9%	3.9%	3.9%
	50代	20.4%	30.6%	20.4%	20.4%	22.4%	16.3%	8.2%	14.3%	10.2%	8.2%	6.1%	2.0%	2.0%	0.0%	16.3%
	60代	20.5%	17.9%	33.3%	23.1%	12.8%	12.8%	7.7%	7.7%	10.3%	2.6%	5.1%	5.1%	2.6%	2.6%	10.3%
	70代	4.3%	28.3%	30.4%	15.2%	15.2%	6.5%	6.5%	2.2%	2.2%	4.3%	4.3%	0.0%	2.2%	6.5%	8.7%
女性	29歳以下	52.1%	21.3%	17.0%	19.1%	4.3%	7.4%	8.5%	4.3%	5.3%	4.3%	1.1%	3.2%	0.0%	2.1%	14.9%
	30代	38.9%	27.8%	22.2%	13.9%	13.9%	11.1%	22.2%	11.1%	13.9%	5.6%	13.9%	2.8%	2.8%	2.8%	13.9%
	40代	31.0%	16.7%	16.7%	16.7%	16.7%	11.9%	4.8%	2.4%	11.9%	2.4%	2.4%	0.0%	4.8%	21.4%	
	50代	35.7%	39.3%	28.6%	12.5%	7.1%	14.3%	16.1%	7.1%	10.7%	8.9%	1.8%	5.4%	3.6%	3.6%	8.9%
	60代	34.0%	23.4%	21.3%	21.3%	8.5%	8.5%	2.1%	4.3%	6.4%	6.4%	2.1%	2.1%	0.0%	4.3%	10.6%
70代	10.9%	25.5%	21.8%	30.9%	20.0%	1.8%	1.8%	5.5%	5.5%	3.6%	3.6%	7.3%	0.0%	5.5%	12.7%	

出所：「JTB REPORT 2020 日本人海外旅行のすべて」より作成

<建議>

① 訪中旅行の安全性をアピール：安全性をアピールするキャンペーンと多様な日中交流イベントの推進

日本人が中国に対する理解を深め、感情的な不安、言葉の壁や訪問先のインフラ面での不安を減らし、心理的な距離を縮めることが最重要かつ最優先であるといっても過言ではない。訪中旅行の安全性をアピールするキャンペーンや日中友好イベント・共同開催のフェスティバルなどを取り組むことが必要不可欠である。今まで例えば、映画館での中国映画特集や小規模オフライン上映会を中国製作者側・イベント実施側の目線で行われることが多くあったが、より多くの日本人に響き、話題をつくるよう、日本発の訪中旅行のプロモーションローカル化を促進していくことが重要であり、「郷に入っては郷に従う」といった日本人目線で、日本企業が最大限に発揮させ、日本企業が中心にキャンペーンやイベント（例えば、日本人アーティストと中国人アーティストのコラボなど）を取り組むことができるよう物心両面の支援を強く要望する。

② 訪中意欲を引き上げ、未来のニーズを育成する：教育機関との連携による青少年交流の機会提供および日本人若者にリーチするSNS施策の実施

2024年5月、ソウルで開催された日中韓3カ国の首脳会議で採択された共同宣言の中、2025年から2年間を「文化交流年」と位置づけ、3カ国の観光を通じた人的交流や大学間交流を促進する多種多様な取り組みによって2030年までに

3カ国間の交流人口を4,000万人に増やすよう努めることが明記された。中国の大学への短期留学プログラムの充実や中国の日常文化を体験できる機会を提供し、「中国現地体験型」教育交流を促進することを要望する。また、中国の多様な地域文化や新しい観光スポットなどをSNSやYouTubeなどを通じて紹介し、日本人の若者に情報が到達できるよう将来の訪中旅行者を育成する取り組みを強く要望する。SNSやYouTubeなどを活用した効果的な情報提供や運営などは日本人目線が欠かせなく、日本人若者に興味を持ってもらえるよう、日本企業が参入できるよう十分な機会提供と支援を要望する。

③ 日本人旅行者にやさしい中国観光地・観光関連施設情報の整備

中国公民と同様に移動・注文・支払い・外貨両替・緊急時対応サービスの恩恵を享受できる簡便なサービスインフラの改善、整備を促進されることを要望する。例えば、中国国内の国際空港において、入国審査窓口にたどり着く前に、空港内にある機械でパスポートの読み取りと指紋認証によって番号が配布されるが、続いて入国審査窓口でも指紋認証が要求されており、こういった中国入国手続の流れの確認と整理および手続の簡素化を整備することを要望する。中国は広い国であり、魅力的な観光資源が多くある中、日本人がよく知っている紹興酒、パンダ、九寨溝、敦煌、ハルビン氷祭りをはじめ、隠れた中国名所、日本で放映された中国ドラマロケ地巡りなどといった外国人に親和性が高く、外国人旅行者の来訪への抵抗が少なく積極的に受け入れたい都市・観光地における現在の受け入れの課

題を解消する施策を進めていき、特に訪問中にトラブル・災害が起きた際の対応窓口情報の整備および支援体制の拡充を要望する。

④ デジタル観光サービスの拡充と中国在住日本人インフルエンサーを活用したプロモーションを行い、訪中旅行に関心を持つ日本人を増やす

2024年11月30日から、日本国籍向けの訪問短期滞在査証免除措置の再開により、中国への訪問意欲と訪問需要が高まると考えられる。日本語対応観光アプリの開発、デジタル技術を活用した観光体験（例えばVRガイドツアー）や観光地・観光スポットのリアルタイム案内の拡充を要望する。それによって中国を訪問する前から中国の観光情報を収集できるとともに、訪中滞在中と訪中後にも日本人旅行者による情報発信・拡散にも役立つと考える。また、日本人旅行者を増やし、新しい訪中旅行需要を開拓するため、中国在住の日本人や中国文化を紹介する日本人インフルエンサーを活用したプロモーションを行い、中国の観光地の紹介や食べ歩き観光などを発信していくことを要望する。

⑤ メディア戦略を活用し、中国ファンを育成する日中友好総合プラットフォームの構築

今まで中国の春節などの中国伝統行事にあわせたフェスティバルを日本各地で実施されたが、中国の魅力をより伝わるよう、実際に訪中した日本人旅行者の体験談を動画で共有したり、家庭でできる中国料理レシピ動画を発信したり、中国現地の最新情報（流行り、グルメトレンド、お土産など）を取り入れたポップアップショップを展開したりすることによって、中国旅行への憧れ層を醸成することを要望する。日本人と中国人同士が交流できるオンラインコミュニティを設立し、歴史を学ぶ「三国志の旅」「四川料理グルメツアー」など旅行プランを紹介しつつ、双方の情報共有・発信を促進することを要望する。

⑥ 外商独資旅行社へ中国公民に対するアウトバウンド業務の全面開放

中国人訪日客10年ビザの発給に伴い、中国公民の訪日旅行が再拡大すると予測されている。日系旅行会社は日本国内外のネットワークを持ち、長年にわたり日本国内旅行を取り扱っており、応対サービスや緊急対応体制、防災防疫対応には優位性がある。中国企業と外資企業の競争ではなく、中国国内企業の成長を促進するとともに、外資企業による中国国内での雇用機会の提供や税金納付にも役立ち、中国公民の快適且つ安全な訪日旅行実施にも大きく貢献できるものとする。2022年10月8日に国務院より、「天津、上海、海南、重慶におけるサービス産業拡大開放の総合試験の同意に関する国務

院の認可回答（国函〔2021〕37号）」に基づき、「上海市および重慶市に設立された適格な外商独資旅行社は台湾以外のアウトバウンド観光事業に従事することができる（2024年4月8日まで実施）」（国函〔2022〕104号）という通知がなされた。上海市、重慶市という2都市、また期間も限定的ではあるが、長年、日系旅行会社が本白書において要望してきた項目について門戸が開かれたことを心より歓迎したい。今後、日中の双方交流を促進するにあたって、対象都市を上海市と重慶市以外にも拡大し、期間制限がない外資独資旅行社に対する一部地域の中国公民のアウトバウンド業務全面開放の早期実現を要望する。