四国を訪れる欧米豪の外国人旅行者に関する調査報告書（2025年調査）
～２年連続の対面アンケートが示すインバウンド客の動態と四国観光の可能性～

2026年5月

TOURISM SHIKOKU
しあわせぐるり、しこくるり。
四国ツーリズム創造機構

DBJ 株式会社日本政策投資銀行
四国支店

はじめに

株式会社日本政策投資銀行（以下「DBJ」という。）と一般社団法人四国ツーリズム創造機構（以下「四ツ創」という。）は、2024年より「四国を訪れる訪日外国人旅行者の動向調査に関する協定」を締結している。本報告書は、2025年に実施した調査結果をもとに取りまとめたものである。

調査背景・概要

2025年の訪日外客数は、日本全体で過去最高を更新し、我が国のインバウンドはコロナ禍を経た量的な回復局面を越え、新たな段階に入りつつある。こうした全国的な動きを背景に、四国においても外国人旅行者の姿は一過性のものではなく、観光地のみならず、公共交通機関や街の中など、日常の風景として定着してきたように感じる。

四国を訪れる訪日外国人旅行者は、引き続き東アジアを中心とするアジア圏からの来訪が多数を占める一方で、近年は欧米豪の外国人旅行者についても増加傾向にある。訪日旅行における滞在日数が長く、消費額も高い欧米豪からの誘客を戦略的に取り組むことは、持続可能な観光地づくりにおいて必要不可欠であると考える。

こうした状況を踏まえ、四国地域の優先課題のひとつとして観光分野を捉え、これまで継続してインバウンドに関する調査を実施し情報発信を行ってきたDBJ四国支店と、広域周遊観光の推進による四国ブランドの確立を目指して活動する広域DMOである四ツ創は、2024年より協定を締結し、四国を訪れる欧米豪の外国人旅行者を対象とした対面アンケート調査を継続して実施した。

前回（2024年）の調査では、欧米豪の旅行者がどのようなきっかけや目的で四国を訪れているのか、また、日本全体の旅行ルートの中で四国がどのように組み込まれているのかといった点について、一定の実態を明らかにすることができた。

2025年も、継続的な調査を実施することにより、より明らかで確かな傾向をつかむとともに、瀬戸内国際芸術祭2025や大阪・関西万博という当年に開催されたイベントに関する質問も加えてアンケートを実施した。

調査は、四国内の観光地等において調査員が対面（英語）で実施し、実際に四国を訪れている旅行者から直接得られた回答を基に構成されている。昨年に続き、今年も400を超える有効回答数を得ることができ、実際に四国を訪れている欧米豪の外国人旅行者に関する貴重なデータを得ることができたと考えている。加えて、四国内の各観光地に配置した調査員が対面（英語）でアンケートを依頼し、コミュニケーションを取りながら得た回答は、信ぴょう性も相応に高い内容であると思われる。

本報告書は、2024年、2025年の調査で得られた結果を分析し、欧米豪市場における四国観光の可能性と課題を明らかにするとともに、今後の四国のプロモーション施策や誘客拡大に向けた検討に資する示唆を得ることを目的とするものである。

調査結果のポイント

1 回答者属性

- 四国を訪れる欧米豪の外国人旅行者は、2024年、2025年ともに、居住国は「ドイツ」、「フランス」、「オーストラリア」の順に多く、年代は「20代」、「30代」で過半を占める点も変化なく、若い世代が多い。
- 四国訪問経験は「初めて」が最も多い結果は同様であるが、2024年から2025年にかけて「初めて」の割合がやや減少し、リピーター比率がやや上昇した。

2 動態把握

- 四国を訪れる際の訪日旅行プランは、2024年に続いて「四国を含む西日本への訪問が主な目的」が最も多く、「広島」が拠点となっている。
- 「四国への訪問が主な目的」とする回答が2024年から2025年にかけて増加している背景には、瀬戸内国際芸術祭2025の開催が寄与している可能性がある。
- 四国に来る直前の訪問地では、全体では2024年は「広島」が最も多かったのに対し、2025年は「大阪」が最も多く、大阪・関西万博の集客効果があったと推察される。引き続き「鉄道」「フェリー」「レンタカー」など多様な交通手段とルートで四国を訪れている。

3 観光コンテンツ

- 四国における滞在日数が長くなるほど、体験するコンテンツが増える傾向があり、四国内の消費額を高めることにも繋がる。
- 四国遍路や直島を経験した旅行者における訪日旅行日数および四国滞在日数は回答者全体より長く、また消費額も増加する。
- 大阪・関西万博を主目的に訪日し、あわせて四国を訪れた旅行者が回答者全体の15%を占めたことから、今後も関西など周辺地域との連携を通じた誘客施策は、四国観光において有効である。

4 四国滞在中に困ったこと

- 四国滞在中に困ったことがあったとの回答の中では、「キャッシュレス決済ができなかった」や「多言語表示がなかったり、わかりにくかった」、「公共交通がなかったり、便数が少なかった」などが相対的に多かった。
- 四国においては、滞在期間が長く消費額が増加するほど、「困ったことがあった」と回答する割合が高い傾向にある。

5 まとめ

- 欧米豪旅行者からの四国に対する評価は引き続き高く、自然や歴史・文化、食といった四国ならではの資源が、四国観光の魅力となっている。
- キャッシュレス決済、公共交通、多言語対応などの受入環境面では、今後も継続的かつ計画的な整備が必要である。
- 関西や中国地方と連携した広域的な取り組みが、四国に人を呼び込むうえで有効な要素となっている。

調査概要

<table>
<tr><td>調査手法</td><td colspan="4">対面聞き取り調査（対象者の回答を調査員が記入する方法）</td></tr>
<tr><td>調査対象</td><td colspan="4">四国内観光地に訪れている欧米豪からの訪日観光客</td></tr>
<tr><td>サンプル数</td><td colspan="4">459サンプル
＜内訳＞
・北米：62サンプル
・オーストラリア：55サンプル
・欧州：321サンプル
・その他：21サンプル

＜内訳（調査場所別）＞
徳島県　・祖谷のかずら橋：56サンプル　・大鳴門橋遊歩道 渦の道：54サンプル
香川県　・栗林公園：55サンプル　・金刀比羅宮：58サンプル
愛媛県　・道後温泉本館：62サンプル　・松山城：61サンプル
高知県　・高知城：86サンプル　・桂浜：27サンプル</td></tr>
<tr><td>調査言語</td><td colspan="2">英語</td><td>調査員数</td><td>調査日・調査場所に関わらず2名配置</td></tr>
<tr><td rowspan="9">調査場所
調査期間</td><td colspan="2">調査場所</td><td colspan="2">調査期間（延べ日数46日）</td></tr>
<tr><td rowspan="2">徳島県</td><td>・祖谷のかずら橋
＜徳島県三好市西祖谷山村善徳162-2＞</td><td colspan="2">2025年9月22日（月）、23日（火祝）、25日（木）、26日（金）、29日（月）</td></tr>
<tr><td>・大鳴門橋遊歩道 渦の道
＜徳島県鳴門市 鳴門公園内＞</td><td colspan="2">2025年10月3日（金）、4日（土）、10日（金）～12日（日）</td></tr>
<tr><td rowspan="2">香川県</td><td>・栗林公園
＜香川県高松市栗林町1丁目20-16＞</td><td colspan="2">2025年9月20日（土）、22日（月）、24日（水）～26日（金）</td></tr>
<tr><td>・金刀比羅宮
＜香川県仲多度郡琴平町892-1＞</td><td colspan="2">2025年10月1日（水）、2日（木）、11日（土）～13日（月祝）</td></tr>
<tr><td rowspan="2">愛媛県</td><td>・道後温泉本館
＜愛媛県松山市道後湯之町5-6＞</td><td colspan="2">2025年10月1日（水）～3日（金）、6日（月）、7日（火）</td></tr>
<tr><td>・松山城
＜愛媛県松山市丸之内1＞</td><td colspan="2">2025年10月1日（水）～3日（金）、6日（月）、7日（火）</td></tr>
<tr><td rowspan="2">高知県</td><td>・高知城
＜高知県高知市丸ノ内1-2-1＞</td><td colspan="2">2025年9月19日（金）、20日（土）、23日（火祝）～25日（木）、
10月24日（金）～26日（日）</td></tr>
<tr><td>・桂浜
＜高知県高知市浦戸6＞</td><td colspan="2">2025年9月19日（金）、20日（土）、23日（火祝）～25日（木）、
10月24日（金）～26日（日）</td></tr>
</table>

目 次

1	回答者属性	1-1	回答者属性（全体）	...p.6
		1-2	回答者属性（県別）	...p.8
		1-3	回答者属性（居住エリア別）	...p.9
2	2024年と2025年の経年比較	2-1	経年比較（来訪動機）	...p.11
		2-2	経年比較（情報源）	...p.12
		2-3	経年比較（訪日旅行プラン、交通手段）	...p.13
		2-4	経年比較（訪日旅行日数、四国滞在日数）	...p.14
		2-5	経年比較（総合的な魅力度）	...p.15
		2-6	経年比較（コンテンツ別の魅力度）	...p.16
		2-7	経年比較（交通パスの認知度）	...p.17
3	動態把握	3-1	四国前後の訪問先（県別）	...p.19
		3-2	四国前後の訪問先（訪日旅行プラン別）	...p.20
		3-3	四国外からの交通手段、交通手段の選択理由（四国が主な目的プラン）	...p.22
		3-4	四国外からの交通手段、交通手段の選択理由（四国を含む西日本が目的プラン）	...p.24
		3-5	四国外からの交通手段、交通手段の選択理由（東京をメインとしたプラン）	...p.26
		3-6	四国外からの交通手段、交通手段の選択理由（大阪をメインとしたプラン）	...p.28
4	四国各県の訪問地	4-1	四国各県の往訪地（経年比較）	...p.31
		4-2	四国各県の往訪地（訪日旅行経験別）	...p.32
		4-3	四国各県の往訪地（ジャパン･レール･パス認知度別）	...p.33
		4-4	四国各県の往訪地（四国滞在日数、四国消費額別）	...p.34
5	観光コンテンツ	5-1	四国で体験した/体験予定のアクティビティ（四国滞在日数別）	...p.39
		5-2	四国で体験した/体験予定のアクティビティ（四国消費額別）	...p.40
		5-3	四国遍路	...p.41
		5-4	直島	...p.46
		5-5	大阪･関西万博	...p.50
6	四国滞在中に困ったこと	6-1	四国滞在中に困ったこと（全体）	...p.56
		6-2	四国滞在中に困ったこと（四国に来る際の交通手段別）	...p.57
		6-3	四国滞在中に困ったこと（訪日旅行経験、四国訪問経験別）	...p.58
		6-4	四国滞在中に困ったこと（四国滞在日数、四国消費額別）	...p.59
		6-5	（参考）四国滞在中に困ったことの具体例	...p.60
7	まとめ	7-1	調査結果を踏まえて	...p.62
		7-2	さいごに	...p.64

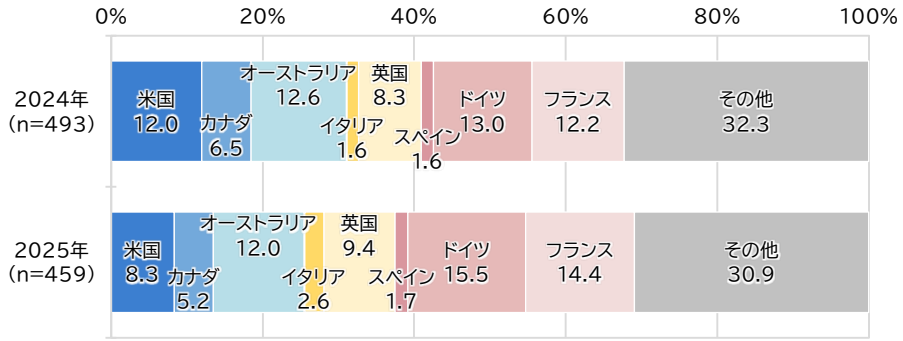
1 回答者属性

1-1 回答者属性（全体）

- 居住国の上位構成比は「ドイツ」が15.5%、「フランス」が14.4%、「オーストラリア」が12.0%であり、TOP3の居住国は2024年と変わりない。
- 「アメリカ」や「カナダ」が昨年と比べると、やや構成比が減少した。「その他」の内訳では「オランダ」「スイス」「デンマーク」の順となっている。
- 同行者数は「２人」が6割強を占め、同行者は「夫婦・パートナー」が最も多い。

全体

居住国

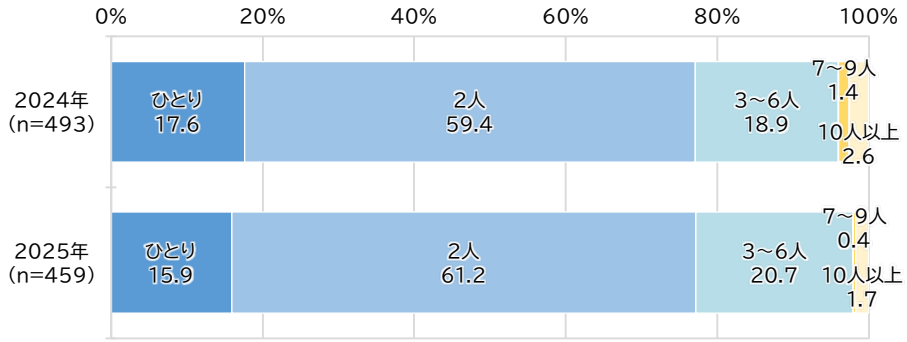


その他内訳TOP5

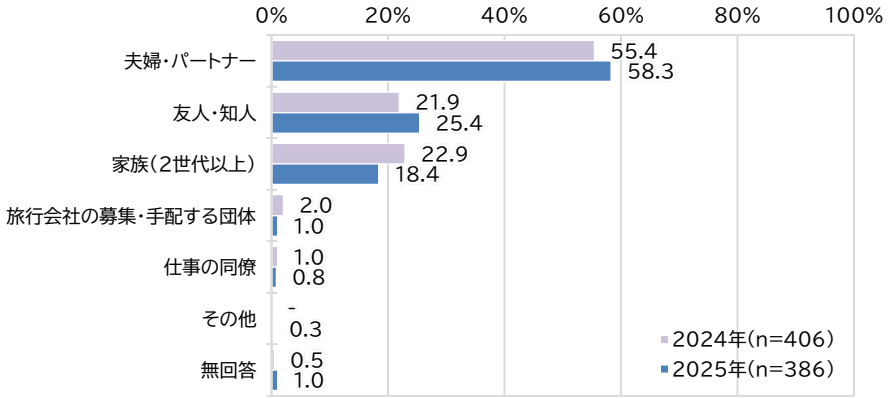
2024年	
オランダ	8.3%
スイス	3.9%
デンマーク	2.2%
ニュージーランド	2.0%
フィンランド	1.8%

2025年	
オランダ	8.9%
スイス	3.5%
デンマーク	2.6%
ポーランド	2.6%
ニュージーランド	2.2%

同行者数



同行者（同行者数が２人以上）

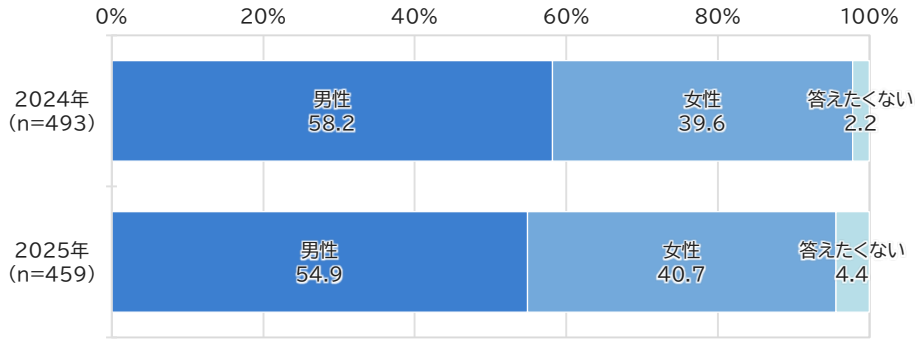


1-1 回答者属性（全体）

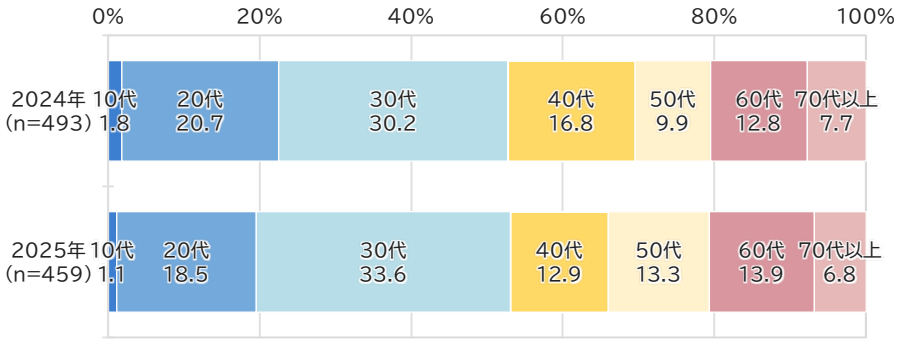
- 性別の構成比は「男性」が54.9%と「女性」より高く、年代では「20代」「30代」で52%を占める。
- 訪日旅行経験は「初めて」が41.0%、「3回以上」が35.9%となっており、 2024年と比べて「初めて」が減少し、「3回以上」が増加した。
- 四国訪問経験は「初めて」が85.6%と最も高いのは2024年と同様であるが、「初めて」の割合が減少し「2回目」「3回以上」が増加した。

全体

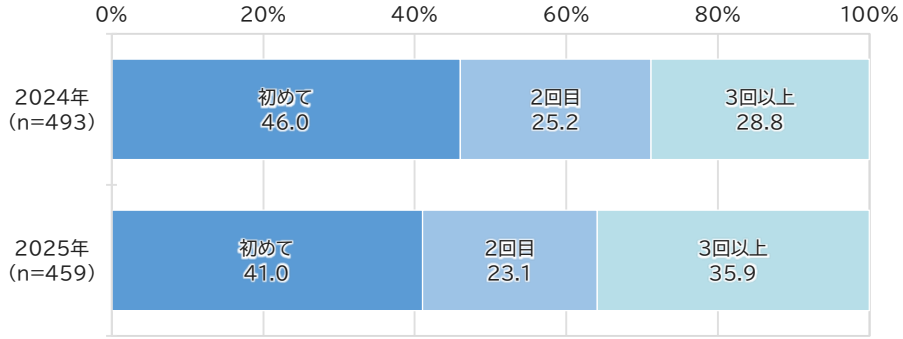
性別



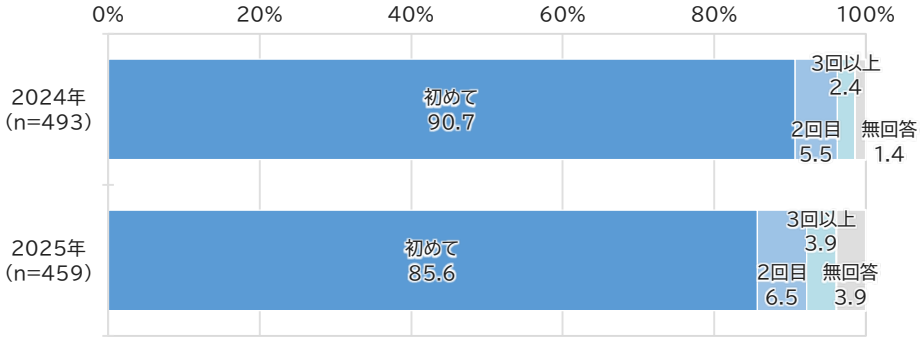
年代



訪日旅行経験



四国訪問経験



1-2 回答者属性（県別）

		徳島県		香川県		愛媛県		高知県	
		2024年（n=105）	2025年（n=110）	2024年（n=119）	2025年（n=113）	2024年（n=147）	2025年（n=123）	2024年（n=122）	2025年（n=113）
居住国	米国	**17.1%**	10.9%	11.8%	9.7%	12.2%	4.9%	7.4%	8.0%
	カナダ	1.0%	4.5%	2.5%	5.3%	10.2%	8.9%	10.7%	1.8%
	オーストラリア	12.4%	**14.5%**	**13.4%**	14.2%	12.2%	8.1%	12.3%	11.5%
	イタリア	1.9%	2.7%	3.4%	2.7%	1.4%	1.6%	-	3.5%
	英国	5.7%	6.4%	10.1%	8.0%	8.8%	12.2%	8.2%	10.6%
	スペイン	2.9%	2.7%	1.7%	-	2.0%	4.1%	-	-
	ドイツ	13.3%	11.8%	10.9%	**19.5%**	**13.6%**	**18.7%**	**13.9%**	11.5%
	フランス	15.2%	10.9%	10.9%	11.5%	12.9%	13.8%	9.8%	**21.2%**
	その他	30.5%	35.5%	35.3%	29.2%	26.5%	27.6%	37.7%	31.9%
同行者数	ひとり	15.2%	11.8%	21.0%	12.4%	20.4%	24.4%	13.1%	14.2%
	2人	**58.1%**	**61.8%**	**51.3%**	**60.2%**	**64.6%**	**59.3%**	**62.3%**	**63.7%**
	3～6人	25.7%	23.6%	23.5%	23.0%	8.2%	15.4%	21.3%	21.2%
	7～9人	1.0%	-	-	0.9%	3.4%	-	0.8%	0.9%
	10人以上	-	2.7%	4.2%	3.5%	3.4%	0.8%	2.5%	-
同行者		（n=89）	（n=97）	（n=94）	（n=99）	（n=117）	（n=93）	（n=106）	（n=97）
	夫婦・パートナー	**51.7%**	**59.8%**	**45.7%**	**53.5%**	**68.4%**	**58.1%**	**52.8%**	**61.9%**
	家族（2世代以上）	27.0%	16.5%	26.6%	27.3%	14.5%	21.5%	25.5%	8.2%
	友人・知人	20.2%	27.8%	23.4%	19.2%	19.7%	20.4%	24.5%	34.0%
	仕事の同僚	3.4%	-	1.1%	1.0%	-	-	-	2.1%
	旅行会社の募集・手配する団体	-	2.1%	3.2%	2.0%	3.4%	-	0.9%	-
	その他	-	1.0%	-	-	-	-	-	-
	無回答	-	1.0%	1.1%	1.0%	0.9%	1.1%	-	1.0%
性別	男性	**52.4%**	**57.3%**	**55.5%**	46.0%	**63.3%**	**61.0%**	**59.8%**	**54.9%**
	女性	45.7%	38.2%	43.7%	**47.8%**	35.4%	35.8%	35.2%	41.6%
	答えたくない	1.9%	4.5%	0.8%	6.2%	1.4%	3.3%	4.9%	3.5%
年代	10代	2.9%	0.9%	1.7%	2.7%	-	-	3.3%	0.9%
	20代	19.0%	17.3%	23.5%	17.7%	18.4%	17.9%	22.1%	21.2%
	30代	**32.4%**	**39.1%**	**32.8%**	**23.9%**	**31.3%**	**32.5%**	**24.6%**	**38.9%**
	40代	18.1%	11.8%	17.6%	10.6%	14.3%	17.1%	18.0%	11.5%
	50代	11.4%	16.4%	8.4%	11.5%	11.6%	17.9%	8.2%	7.1%
	60代	14.3%	10.9%	11.8%	**23.9%**	11.6%	8.9%	13.9%	12.4%
	70代以上	1.9%	3.6%	4.2%	9.7%	12.9%	5.7%	9.8%	8.0%
訪日旅行経験	初めて	**54.3%**	**45.5%**	**47.9%**	**41.6%**	**43.5%**	**44.7%**	**40.2%**	31.9%
	2回目	21.9%	20.0%	24.4%	21.2%	28.6%	25.2%	24.6%	25.7%
	3回以上	23.8%	34.5%	27.7%	37.2%	27.9%	30.1%	35.2%	**42.5%**
四国訪問経験	初めて	**92.4%**	**82.7%**	**91.6%**	**83.2%**	**88.4%**	**86.2%**	**91.0%**	**90.3%**
	2回目	4.8%	6.4%	5.0%	6.2%	6.1%	8.1%	5.7%	5.3%
	3回以上	1.9%	1.8%	-	5.3%	4.8%	4.9%	2.5%	3.5%
	無回答	1.0%	9.1%	3.4%	5.3%	0.7%	0.8%	0.8%	0.9%

1-3 回答者属性（居住エリア別）

※n=30未満は参考値

		北米		オーストラリア		欧州		その他	
		2024年 (n=91)	2025年 (n=62)	2024年 (n=62)	2025年 (n=55)	2024年 (n=309)	2025年 (n=321)	2024年 (n=31)	2025年 (n=21)
同行者数	ひとり	13.2%	14.5%	9.7%	12.7%	21.0%	17.1%	12.9%	9.5%
	2人	**69.2%**	**61.3%**	**64.5%**	**43.6%**	**58.3%**	**64.2%**	32.3%	**61.9%**
	3～6人	13.2%	19.4%	22.6%	40.0%	18.1%	17.4%	**35.5%**	23.8%
	7～9人	3.3%	1.6%	3.2%	1.8%	0.3%	-	3.2%	-
	10人以上	1.1%	3.2%	-	1.8%	2.3%	1.2%	16.1%	4.8%
同行者		(n=79)	(n=53)	(n=56)	(n=48)	(n=244)	(n=266)	(n=27)	(n=19)
	夫婦・パートナー	**67.1%**	**56.6%**	**53.6%**	**45.8%**	**54.5%**	**62.0%**	33.3%	**42.1%**
	家族（2世代以上）	7.6%	20.8%	41.1%	39.6%	20.9%	13.5%	**48.1%**	26.3%
	友人・知人	27.8%	22.6%	8.9%	18.8%	24.6%	26.7%	7.4%	31.6%
	仕事の同僚	3.8%	3.8%	-	-	0.4%	-	-	5.3%
	旅行会社の募集・手配する団体	1.3%	3.8%	-	-	1.6%	0.8%	11.1%	-
	その他	-	-	-	-	-	0.4%	-	-
	無回答	-	-	1.8%	-	0.4%	1.5%	-	-
性別	男性	**64.8%**	**58.1%**	**59.7%**	45.5%	**57.0%**	**55.8%**	48.4%	**57.1%**
	女性	29.7%	35.5%	40.3%	**47.3%**	41.1%	40.5%	**51.6%**	42.9%
	答えたくない	5.5%	6.5%	-	7.3%	1.9%	3.7%	-	-
年代	10代	1.1%	-	4.8%	7.3%	1.6%	0.3%	-	-
	20代	24.2%	21.0%	4.8%	9.1%	23.3%	19.3%	16.1%	**23.8%**
	30代	**28.6%**	**29.0%**	17.7%	16.4%	**33.3%**	**38.0%**	**29.0%**	**23.8%**
	40代	16.5%	14.5%	16.1%	12.7%	17.5%	12.5%	12.9%	14.3%
	50代	11.0%	8.1%	17.7%	**25.5%**	7.4%	11.5%	16.1%	**23.8%**
	60代	8.8%	16.1%	**22.6%**	18.2%	11.3%	12.8%	19.4%	14.3%
	70代以上	9.9%	11.3%	16.1%	10.9%	5.5%	5.6%	6.5%	-
訪日旅行経験	初めて	**50.5%**	35.5%	25.8%	25.5%	**48.2%**	**43.3%**	**51.6%**	**61.9%**
	2回目	18.7%	24.2%	35.5%	21.8%	25.6%	23.7%	19.4%	14.3%
	3回以上	30.8%	**40.3%**	**38.7%**	**52.7%**	26.2%	33.0%	29.0%	23.8%
四国訪問経験	初めて	**86.8%**	**77.4%**	**88.7%**	**78.2%**	**92.2%**	**87.9%**	**90.3%**	**95.2%**
	2回目	8.8%	6.5%	8.1%	9.1%	3.6%	6.2%	9.7%	4.8%
	3回以上	4.4%	9.7%	-	5.5%	2.6%	2.8%	-	-
	無回答	-	6.5%	3.2%	7.3%	1.6%	3.1%	-	-

※北米の内訳

	2024年	2025年
米国	59件	38件
カナダ	32件	24件

※欧州の内訳

	2024年	2025年
ドイツ	64件	71件
フランス	60件	66件
英国	41件	43件
オランダ	41件	41件
スイス	19件	16件
デンマーク	11件	12件
イタリア	8件	12件
ポーランド	2件	12件
スペイン	8件	8件
スウェーデン	5件	6件
チェコ共和国	4件	5件
ロシア	4件	5件
フィンランド	9件	4件
オーストリア	6件	3件
ベルギー	6件	3件
ハンガリー	6件	2件
アイルランド	2件	2件
セルビア	1件	2件
エストニア	-	2件
ルーマニア	-	2件
ノルウェー	1件	1件
ポルトガル	1件	1件
クロアチア	-	1件
マルタ共和国	-	1件
スロベニア	4件	-
ギリシャ	2件	-
ルクセンブルク	2件	-
アルメニア	1件	-
ウクライナ	1件	-

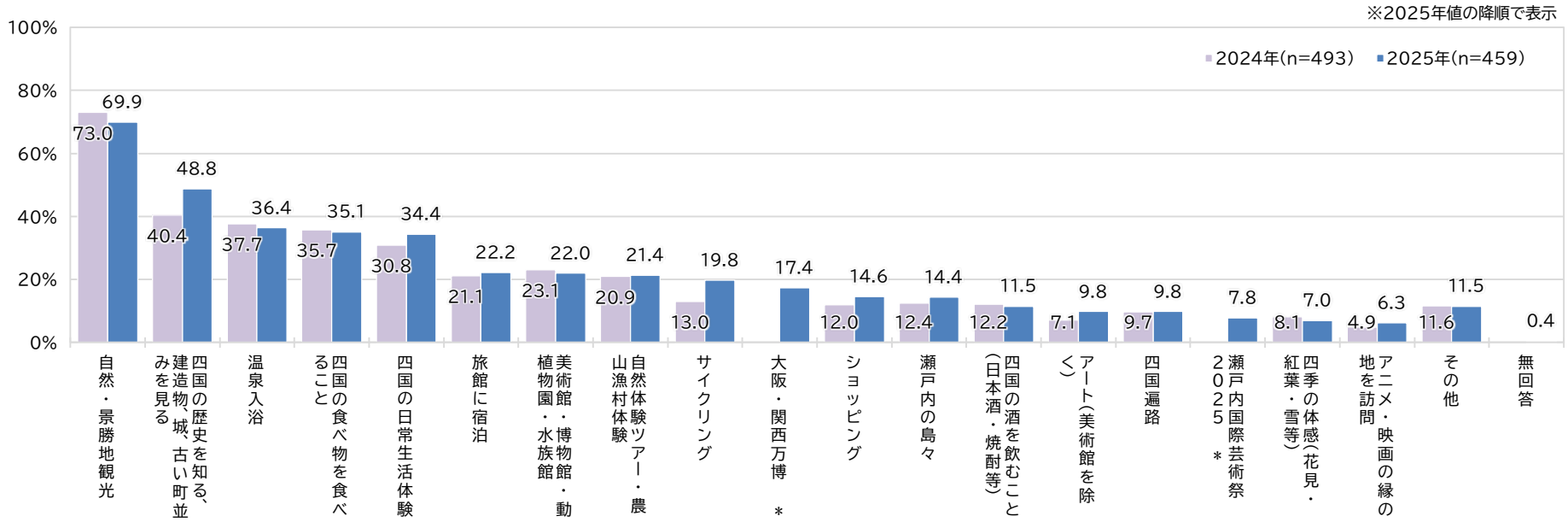
※北米、欧州の内訳は2025年値の降順で表示

2　2024年と2025年の経年比較

2-1 経年比較（来訪動機）

- 四国に来ることになったきっかけを尋ねると、2024年に続いて「自然・景勝地観光」の比率が最も高く、約7割の回答率となっている。
- 2024年と2025年の比較では、「四国の歴史を知る、建造物、城、古い町並みを見る」＋8.4%、「サイクリング」＋6.8%、「四国の日常生活体験」＋3.6%、「アート（美術館を除く）」＋2.7%などの項目が増加している。
- 2025年に開催された「大阪・関西万博」は17.4%、「瀬戸内国際芸術祭2025」は7.8%となっている。

来訪動機

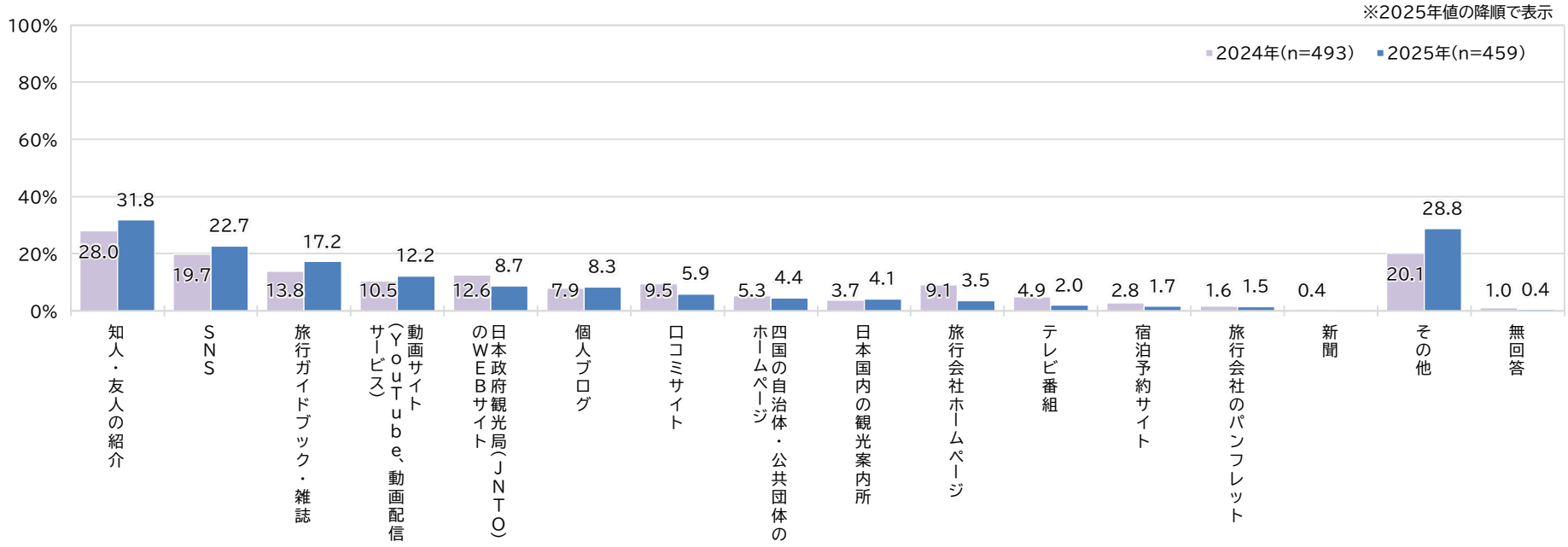


＊:2025年のみ対象

2-2 経年比較（情報源）

- 四国について知った情報源は、2024年に続いて「知人・友人の紹介」の比率が最も高く、2024年から2025年では＋3.8%増加した。
- 2024年と2025年の比較では、「旅行ガイドブック・雑誌」＋3.4%、「SNS」＋3.0%などの項目が増加している。
- 一方、「旅行会社ホームページ」△5.6%、「日本政府観光局（JNTO）のWEBサイト」△3.9%、「口コミサイト」△3.6%などの項目が減少した。

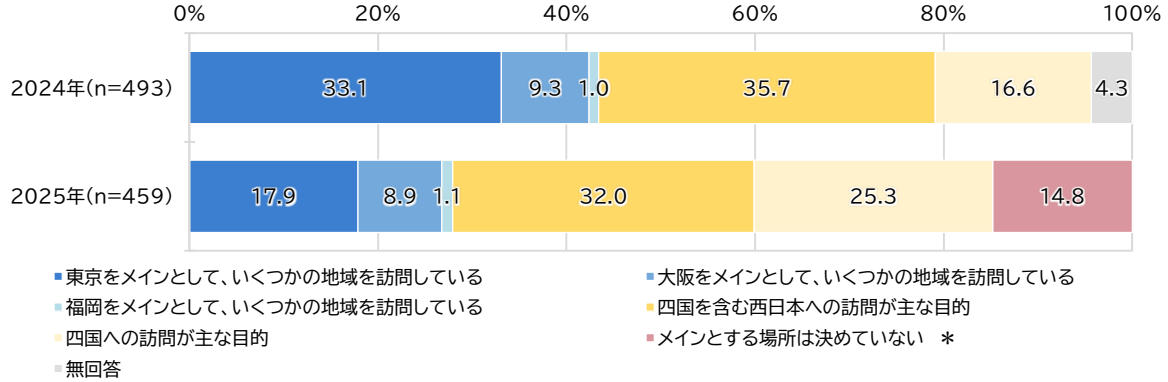
情報源



2-3 経年比較（訪日旅行プラン、交通手段）

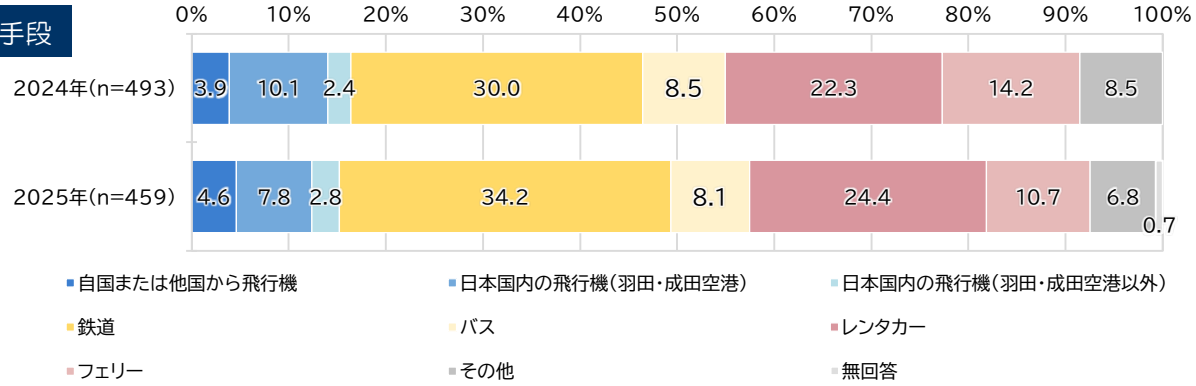
- 四国を訪れた人の訪日旅行プランは、2024年に続いて「四国を含む西日本への訪問が主な目的」が32.0%と最も多く、四国を含む西日本を周遊している人が最も多いことが分かる。
- 次いで、「四国への訪問が主な目的」が多く、比率は＋8.7%増加した。一方で「東京をメインとしていくつかの地域を訪問している」が△15.2%減少し、2025年に項目に加えた「メインとする場所は決めていない」が14.8%となった。
- 四国に来る際の交通手段は、「鉄道」が最も多く＋4.2%増加、次いで「レンタカー」も＋2.1%増加した一方、「フェリー」が△3.5%減少した。

訪日旅行プラン



＊:2025年のみ対象

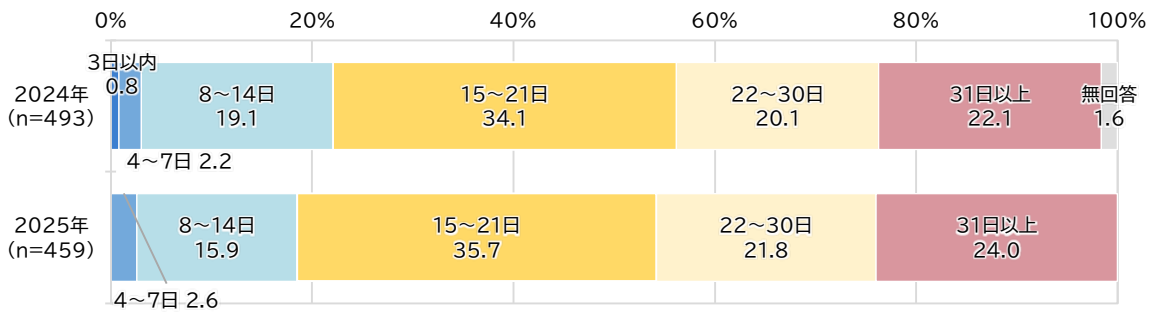
四国に来る際の交通手段



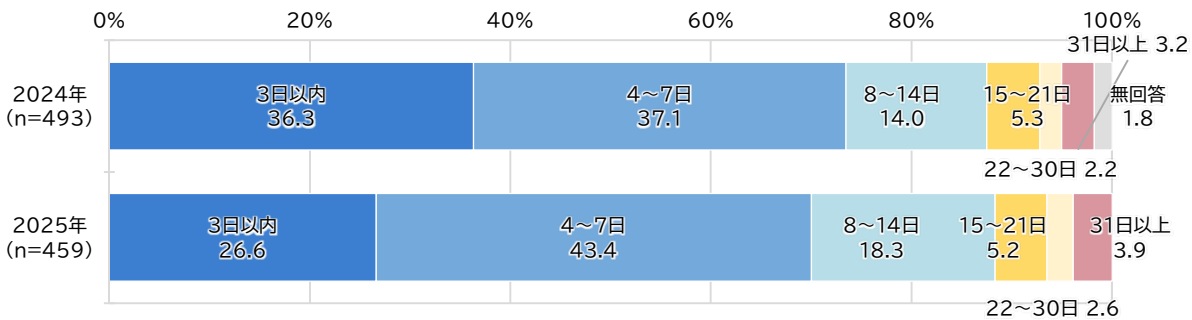
2-4 経年比較（訪日旅行日数、四国滞在日数）

- 訪日旅行日数は、「15～21日」、「22～30日」、「31日以上」の比率がそれぞれ増加した一方、「８～14日」が減少し、全体として訪日旅行日数が2024年から2025年にかけて長期化している。
- 四国滞在日数は、「４～７日」が＋6.3%、「8～14日」が＋4.3%増加した一方、「３日以内」が△9.7%減少し、四国における滞在日数も2024年から2025年にかけて長期化している。

訪日旅行日数



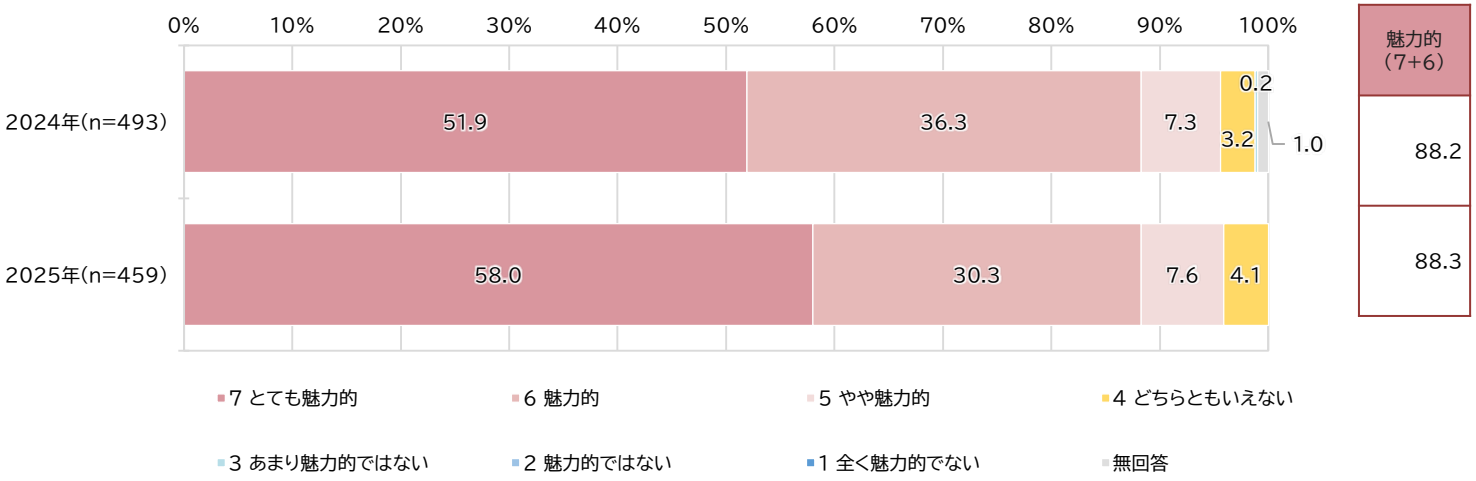
四国滞在日数



2-5 経年比較（総合的な魅力度）

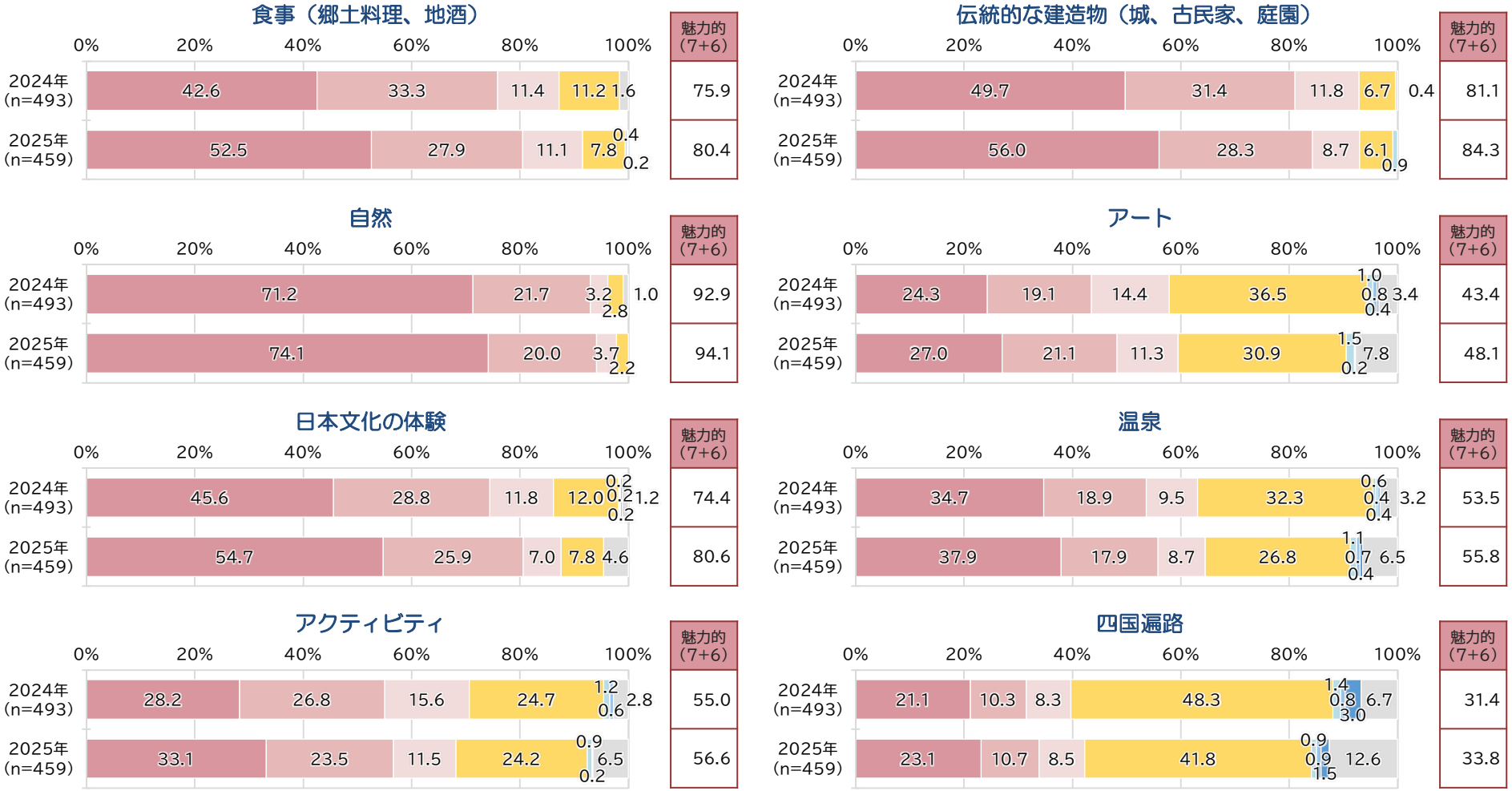
- 四国全体の総合的な魅力度について尋ねると、「とても魅力的」と「魅力的」の合計値は、2024年88.2%、2025年88.3%と同水準である。
- 内訳を見ると、2024年から2025年にかけて「とても魅力的」の比率が＋6.1%増加しており、四国のことをより魅力的に感じている割合が増加している。
- また、2025年は「魅力的ではない」と回答した人はいなかった。

四国全体の総合的な魅力度



2-6 経年比較（コンテンツ別の魅力度）

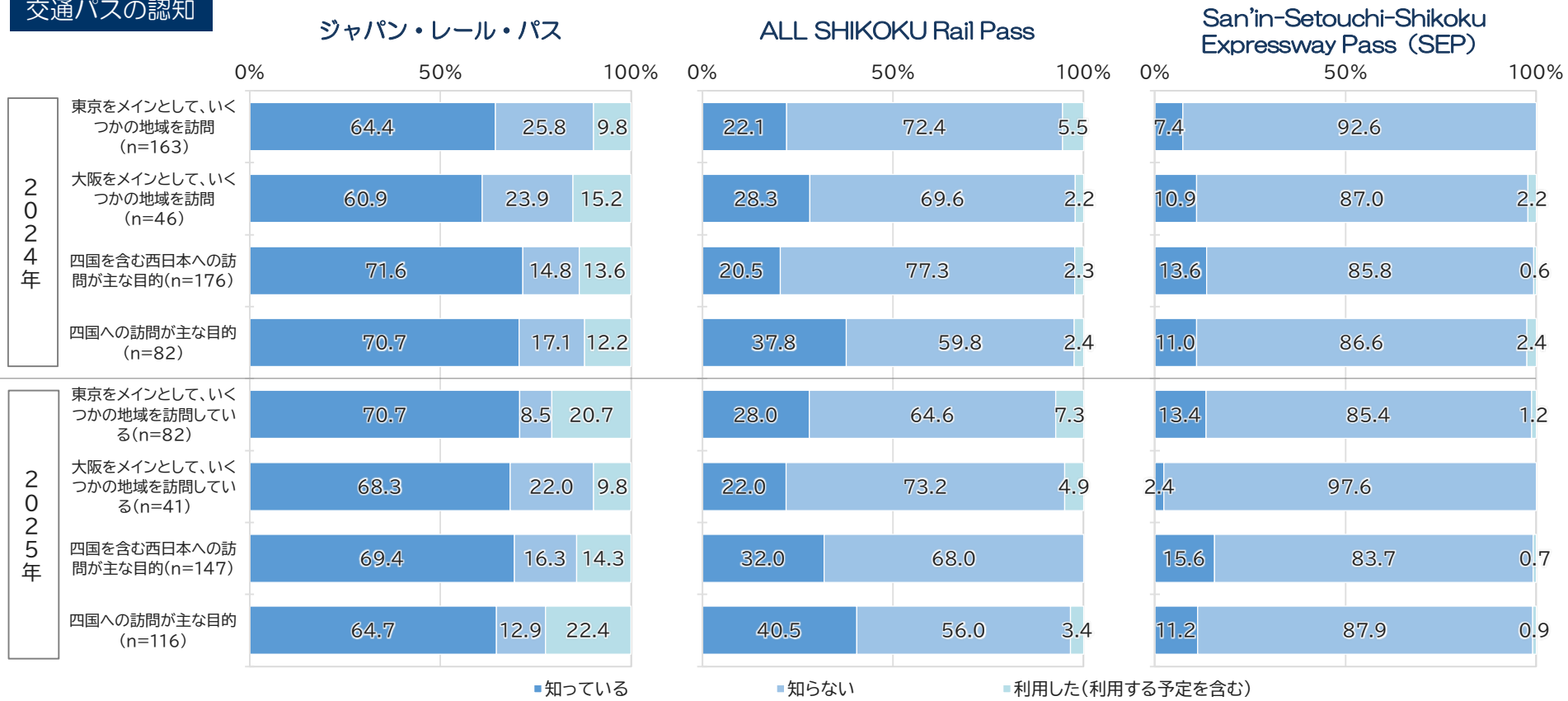
- 「魅力的(7+6)」をみると、「自然」が2024年と2025年で9割以上と最も高い。また、全項目で「魅力的(7+6)」が増加し、特に「日本文化の体験」が+6.2%、「アート」が+4.7%、「食事（郷土料理、地酒）」が+4.5%増加した。



2-7 経年比較（交通パスの認知度）

- 交通パスの認知度は、ジャパン・レール・パスは、いずれのプランも「知っている」が6割以上となっており、「利用した（利用する予定を含む）」の比率が3プランにおいて2024年より高く、【東京をメインとして、いくつかの地域を訪問】【四国への訪問が主な目的】では2割を超えている。
- ALL SHIKOKU Rail Passは、いずれのプランも「知らない」が高いが、2024年と比較すると3プランで「知っている」の割合が上昇した。
- San'in-Setouchi-Shikoku Expressway Passは、いずれのプランも「知らない」が8割以上となっているが、2024年と比較すると3プランで「知っている」の割合が上昇した。

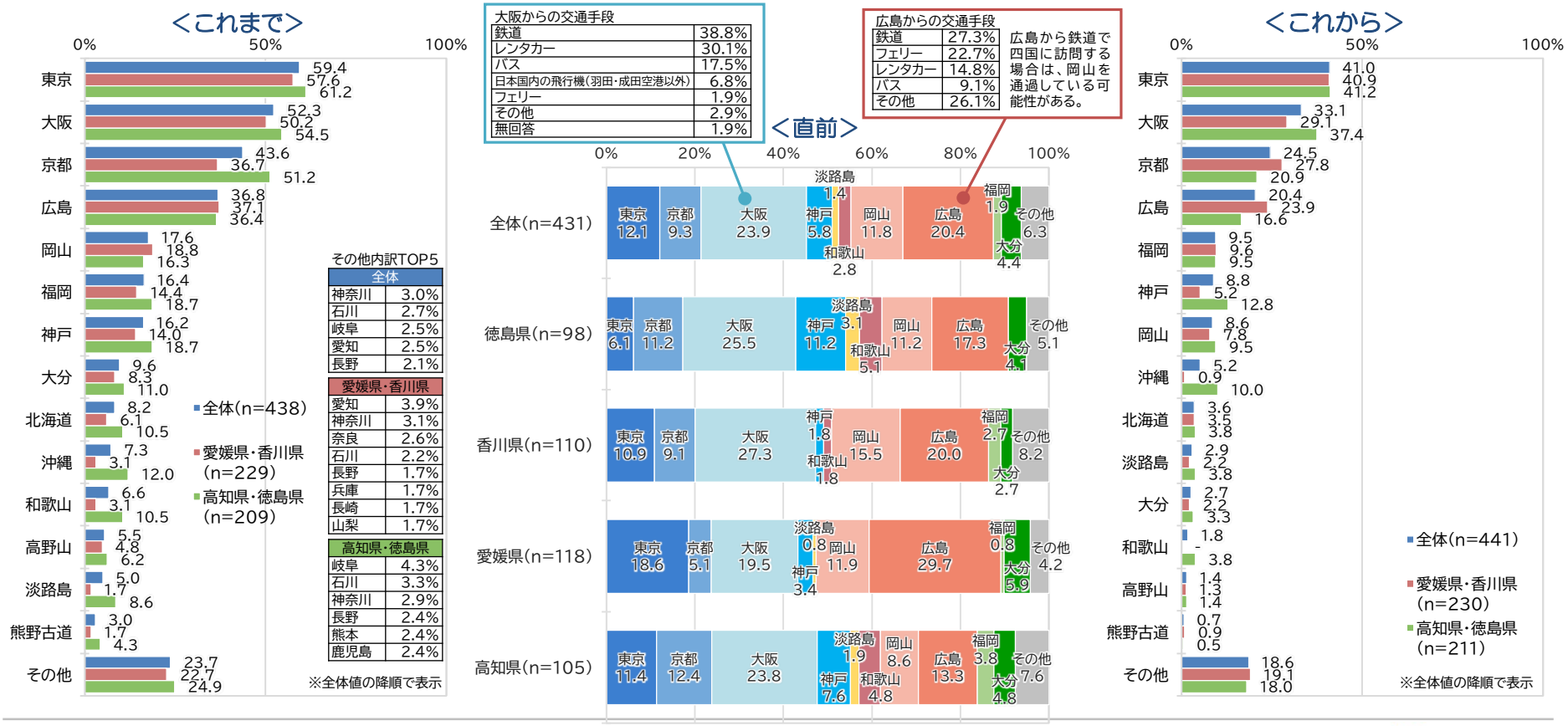
交通パスの認知



3 動態把握

3-1 四国前後の訪問先（県別）

- これまでの訪問地とこれからの訪問地では、「東京」「大阪」「京都」など都市圏とあわせて四国を訪れている人が多い。「東京」や「大阪」は入出国時に空港を利用することが背景にあると考えられる。
- 四国訪問の直前では、「大阪」が最も多く、交通手段では「鉄道」で来た人が38.8%と最も多く、次いで「レンタカー」30.1%となっている。
- 県別に見ると、徳島県は「大阪」「神戸」の割合が他県より高く関西との相関が高い。香川県は「大阪」「広島」のほか「岡山」の割合が他県より高く、岡山経由で来る人が多い。愛媛県は「広島」の割合が他県より約10%高く、結びつきが強いことが分かる。高知県は「大阪」「京都」の割合が高く、関西圏からの来訪客が多い。



その他内訳TOP5

全体	
神奈川	3.0%
石川	2.7%
岐阜	2.5%
愛知	2.5%
長野	2.1%

愛媛県・香川県	
愛知	3.9%
神奈川	3.1%
奈良	2.6%
石川	2.2%
長野	1.7%
兵庫	1.7%
長崎	1.7%
山梨	1.7%

高知県・徳島県	
岐阜	4.3%
石川	3.3%
神奈川	2.9%
長野	2.4%
熊本	2.4%
鹿児島	2.4%

大阪からの交通手段

鉄道	38.8%
レンタカー	30.1%
バス	17.5%
日本国内の飛行機(羽田・成田空港以外)	6.8%
フェリー	1.9%
その他	2.9%
無回答	1.9%

広島からの交通手段

鉄道	27.3%
フェリー	22.7%
レンタカー	14.8%
バス	9.1%
その他	26.1%

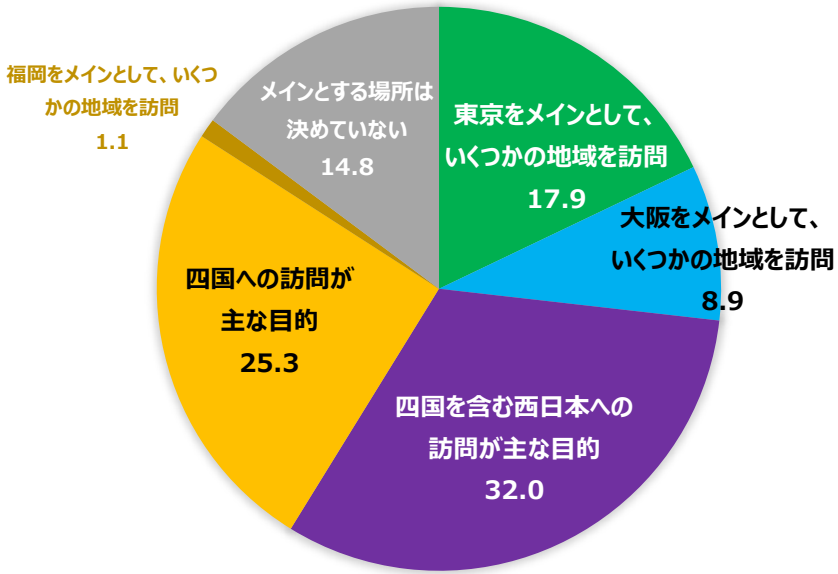
広島から鉄道で四国に訪問する場合は、岡山を通過している可能性がある。

3-2 四国前後の訪問先（訪日旅行プラン別）

- 四国を訪れた人の訪日旅行プランは、「四国を含む西日本への訪問が主な目的」が32.0%と最も多く、四国を含む西日本を周遊している人が最も多いことが分かる。
- 次いで、「四国への訪問が主な目的」が25.3%となっており、四国そのものを目的として日本を訪れた人も3割弱いることから、四国の情報が欧米豪の旅行者に届いていると言える。
- その他では、「東京をメインとしていくつかの地域を訪問」が17.9%、「大阪をメインとしていくつかの地域を訪問」が8.9%、また「メインとする場所は決めていない」が14.8%となっている。
- 東京や大阪という出入国時の拠点をメインとしている人より、西日本という広域エリアを捉えて周遊している人が多いことが分かる。

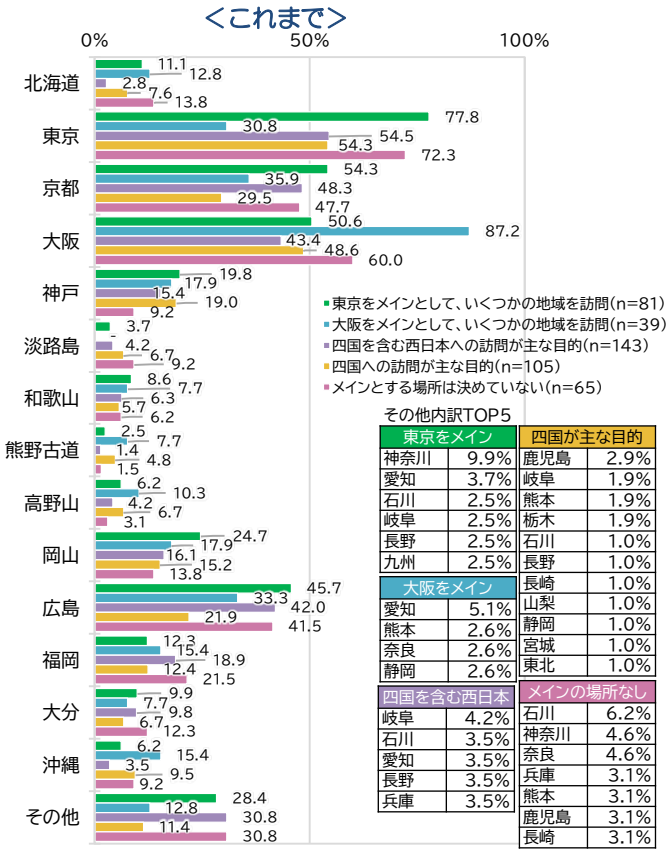
＜訪日旅行プラン＞

東京をメインとして、いくつかの地域を訪問	大阪をメインとして、いくつかの地域を訪問	四国を含む西日本への訪問が主な目的	四国への訪問が主な目的	福岡をメインとして、いくつかの地域を訪問	メインとする場所は決めていない
17.9%	8.9%	32.0%	25.3%	1.1%	14.8%



3-2 四国前後の訪問先（訪日旅行プラン別）

- 最も多い「四国を含む西日本への訪問が主な目的」における直前の訪問地は「広島」が約３割と他プランより高く、広島を中心に周遊していると言える。
- 「東京をメインとしていくつかの地域を訪問」の直前の訪問先は「広島」が多く、羽田や成田空港から入国後に、広島をはじめ西日本各地を訪問してから四国に来ている人が多いと言える。
- 「四国への訪問が主な目的」の直前の訪問先は「大阪」「東京」が多く、都市圏から他地域を経由せずに直接四国入りしている人が多い。



その他内訳TOP5

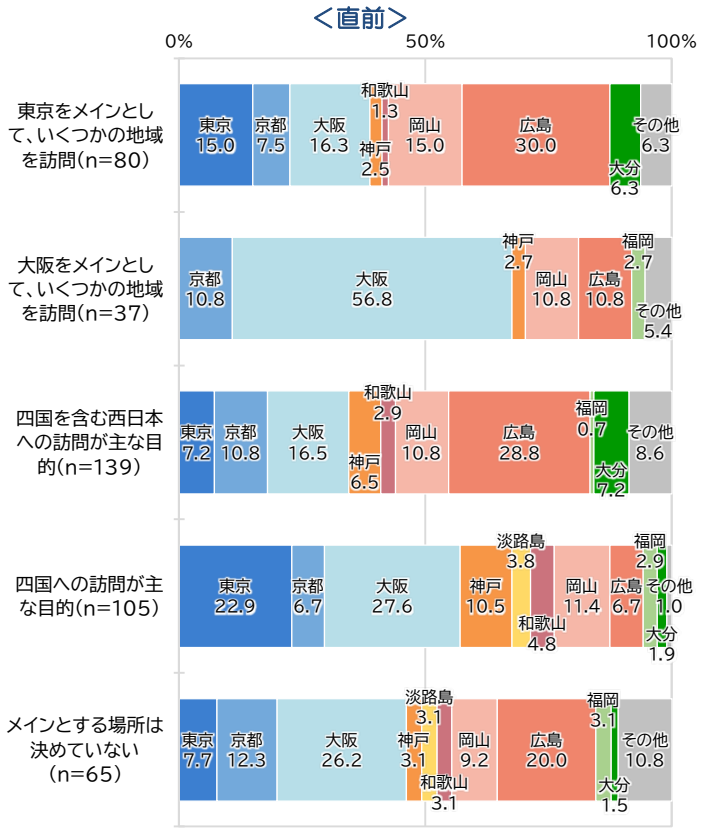
東京をメイン	
神奈川	9.9%
愛知	3.7%
石川	2.5%
岐阜	2.5%
長野	2.5%
九州	2.5%

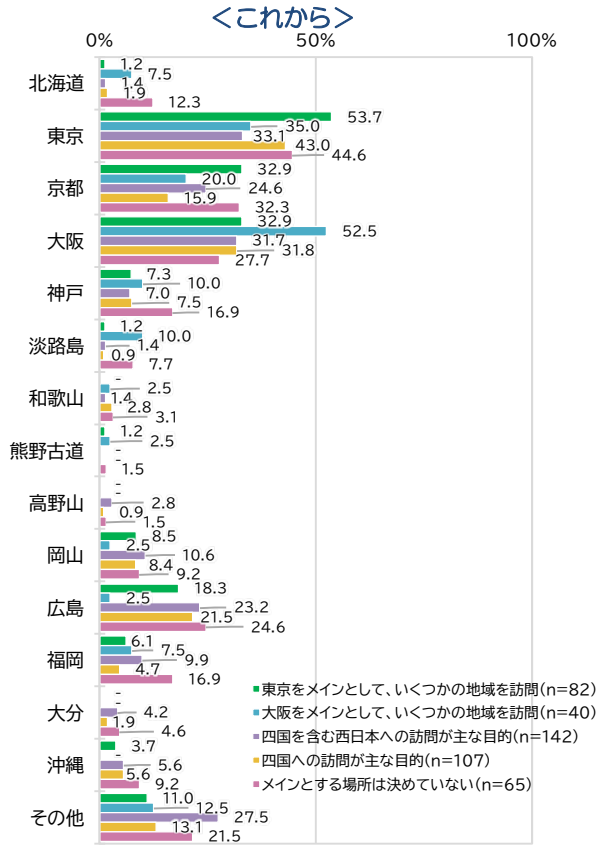
大阪をメイン	
愛知	5.1%
熊本	2.6%
奈良	2.6%
静岡	2.6%

四国を含む西日本	
岐阜	4.2%
石川	3.5%
愛知	3.5%
長野	3.5%
兵庫	3.5%

四国が主な目的	
鹿児島	2.9%
岐阜	1.9%
熊本	1.9%
栃木	1.9%
石川	1.0%
長野	1.0%
長崎	1.0%
山梨	1.0%
静岡	1.0%
宮城	1.0%
東北	1.0%

メインの場所なし	
石川	6.2%
神奈川	4.6%
奈良	4.6%
兵庫	3.1%
熊本	3.1%
鹿児島	3.1%
長崎	3.1%



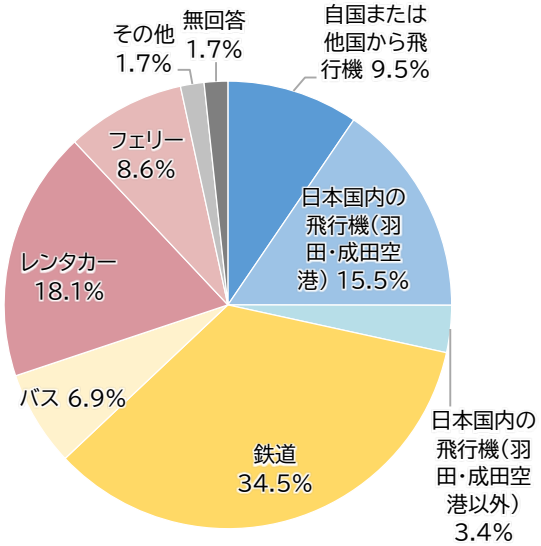


3-3 四国外からの交通手段、交通手段の選択理由（四国が主な目的プラン）

- 【四国への訪問が主な目的】の人の四国外からの交通手段は、「鉄道」が34.5%と最も多く、次いで「レンタカー」が18.1%、「日本国内の飛行機（羽田空港・成田空港）」が15.5%となっている。
- 交通手段の最も多い「鉄道」の選択理由をみると、「アクセスが良かったから」「目的地までの所要時間が短いから」「荷物の預かりや運搬が楽だから」が3割以上となっている。

四国への訪問が主な目的 （n=116）

四国外からの交通手段



交通手段の選択理由（TOP3）

※n=30未満は参考値

	鉄道(n=40)		日本国内の飛行機（羽田・成田空港）(n=18)		日本国内の飛行機（羽田・成田空港以外）(n=4)		自国または他国から飛行機（n=11）	
1位	アクセスが良かったから	42.5%	目的地までの所要時間が短いから	61.1%	目的地までの所要時間が短いから	75.0%	目的地までの所要時間が短いから	54.5%
2位	目的地までの所要時間が短いから	35.0%	費用が安いから	22.2%	出発・到着時間がスケジュールに合うから	50.0%	アクセスが良かったから 出発・到着時間がスケジュールに合うから	18.2%
3位	荷物の預かりや運搬が楽だから	30.0%	アクセスが良かったから 出発・到着時間がスケジュールに合うから	16.7%	費用が安いから	25.0%	費用が安いから 旅行の目的(観光・ビジネスなど)に応じて選んだから	9.1%

	バス(n=8)		レンタカー(n=21)		フェリー(n=10)		その他(n=2)	
1位	目的地までの所要時間が短いから アクセスが良かったから	62.5%	アクセスが良かったから	66.7%	アクセスが良かったから	50.0%	その他	100.0%
2位	費用が安いから 快適さを重視したから（座席の広さや設備、サービスなど）	50.0%	移動中に地元の文化や景色を楽しめそうだから	42.9%	旅行の目的(観光・ビジネスなど)に応じて選んだから	40.0%	-	-
3位	-	-	旅行の目的(観光・ビジネスなど)に応じて選んだから	38.1%	費用が安いから 安全性が高いから 出発・到着時間がスケジュールに合うから	20.0%	-	-

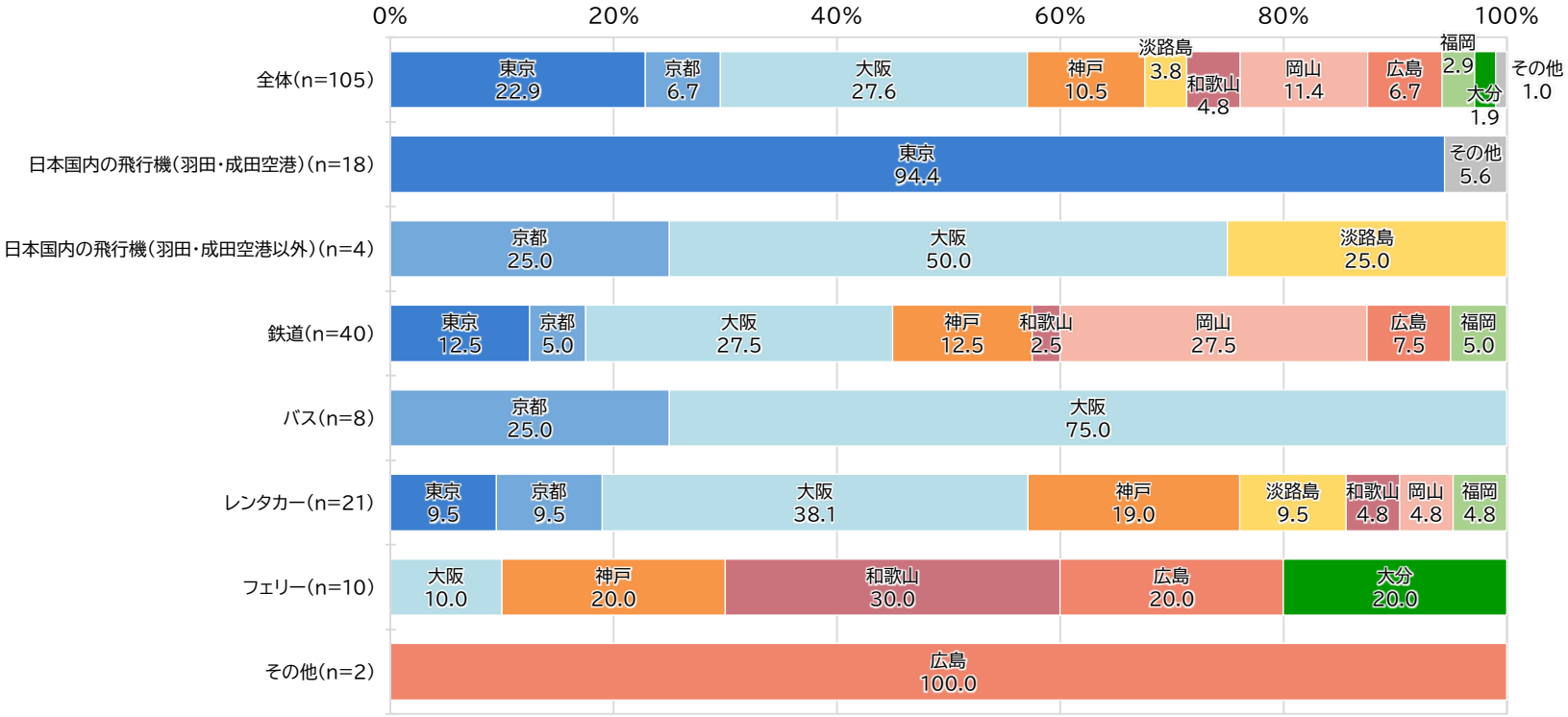
※割合が同率の場合は同順位とし、次順位は繰り下げている。なお、同順位の影響により一部の順位が表示されない場合または、該当項目がない順位は「-」で表示している。
※交通手段の選択理由「その他」は原則として順位付けの対象外としたが、交通手段「その他」においては、「その他」のみ回答があったため、1位として表示している。

3-3 四国外からの交通手段別／四国を訪れる直前の訪問先（四国が主な目的プラン）

- 【四国への訪問が主な目的】における四国外から鉄道で来た人の直前の訪問先は「大阪」と「岡山」が最も多く、新幹線や在来線を利用して四国に入っていると考えられる。
- レンタカーで四国へ来た人の直前の訪問先は「大阪」と「神戸」の割合が高く、明石海峡大橋を通って来ている人が多いと推察される。

四国への訪問が主な目的 （n=105）※四国外からの交通手段「自国または他国からの飛行機」は除く

四国外からの交通手段別の四国を訪れる直前の訪問先



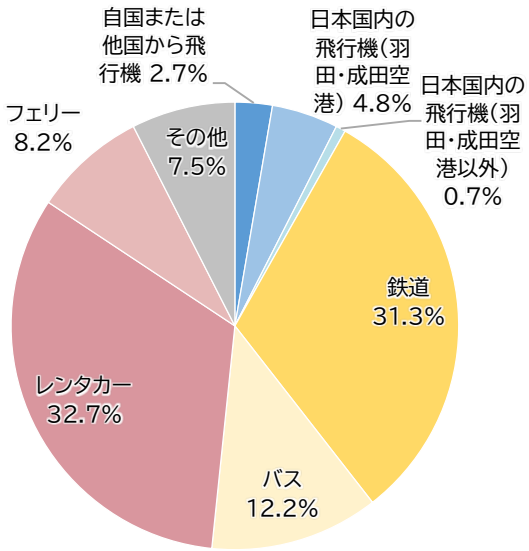
※n=30未満は参考値

3-4 四国外からの交通手段、交通手段の選択理由（四国を含む西日本が目的プラン）

- 【四国を含む西日本への訪問が主な目的】の人の四国外からの交通手段は、「レンタカー」が32.7%と最も高く、次いで「鉄道」が31.3%、「バス」が12.2%となっている。
- 交通手段の選択理由をみると、レンタカーと鉄道は「アクセスが良かったから」、バスは「費用が安いから」がそれぞれ最も多い。

四国を含む西日本への訪問が主な目的 (n=147)

四国外からの交通手段



交通手段の選択理由（TOP3）

※n=30未満は参考値

	鉄道(n=46)		日本国内の飛行機(羽田・成田空港)(n=7)		日本国内の飛行機(羽田・成田空港以外)(n=1)		自国または他国から飛行機(n=4)	
1位	アクセスが良かったから	34.8%	目的地までの所要時間が短いから	71.4%	安全性が高いから	100.0%	旅行の目的(観光・ビジネスなど)に応じて選んだから	50.0%
2位	目的地までの所要時間が短いから	32.6%	費用が安いから アクセスが良かったから	28.6%	-	-	目的地までの所要時間が短いから アクセスが良かったから 出発・到着時間がスケジュールに合うから	25.0%
3位	出発・到着時間がスケジュールに合うから	30.4%	-	-	-	-	-	-

	バス(n=18)		レンタカー(n=48)		フェリー(n=12)		その他(n=11)	
1位	費用が安いから	38.9%	アクセスが良かったから	58.3%	目的地までの所要時間が短いから	50.0%	移動中に地元の文化や景色を楽しめそうだから	72.7%
2位	出発・到着時間がスケジュールに合うから	27.8%	移動中に地元の文化や景色を楽しめそうだから	33.3%	アクセスが良かったから 出発・到着時間がスケジュールに合うから	41.7%	旅行の目的(観光・ビジネスなど)に応じて選んだから	36.4%
3位	移動中に地元の文化や景色を楽しめそうだから 旅行の目的(観光・ビジネスなど)に応じて選んだから	22.2%	荷物の預かりや運搬が楽だから 旅行の目的(観光・ビジネスなど)に応じて選んだから	31.3%	-	-	環境に優しいから	27.3%

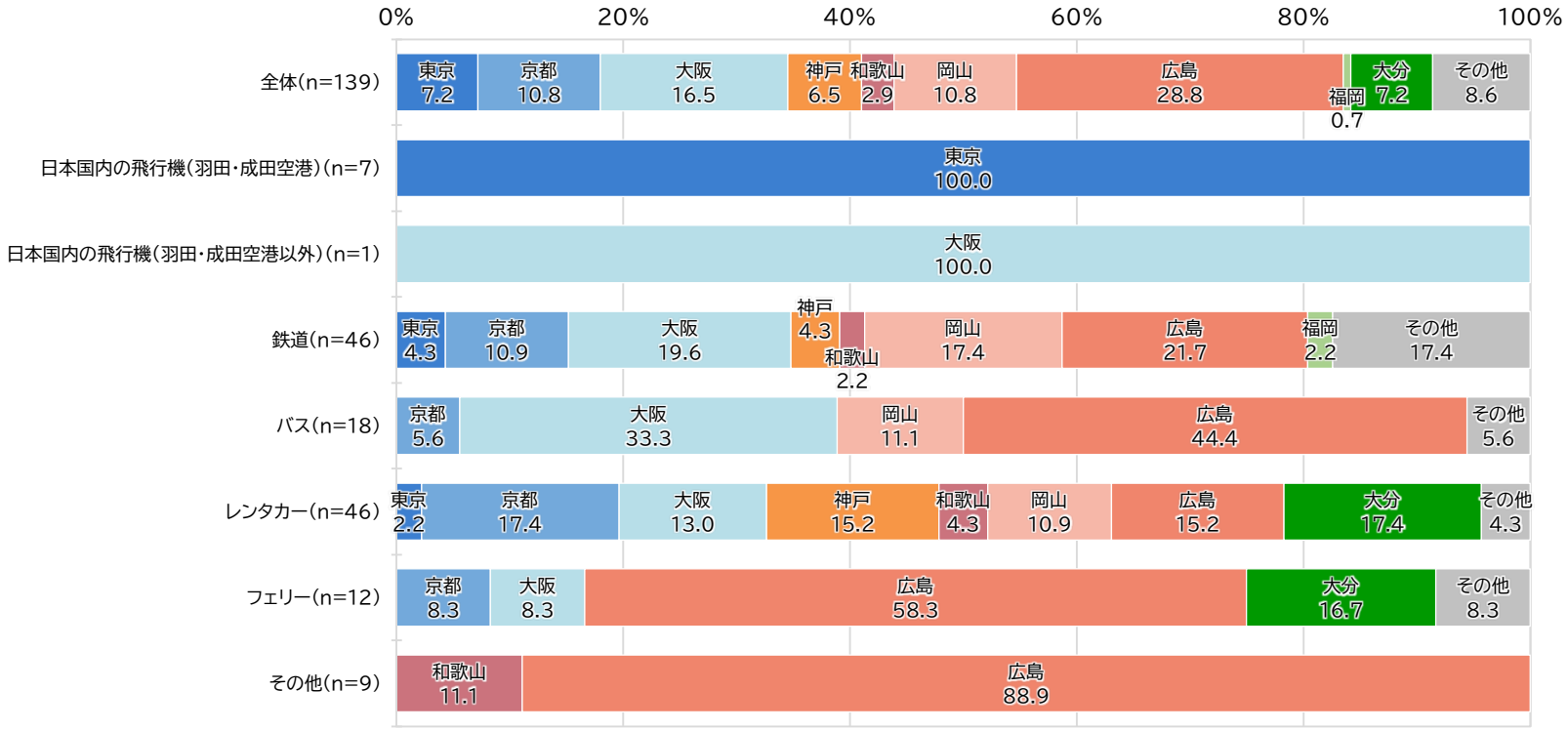
※割合が同率の場合は同順位とし、次順位は繰り下げている。なお、同順位の影響により一部の順位が表示されない場合または、該当項目がない順位は「-」で表示している。

3-4 四国外からの交通手段別／四国を訪れる直前の訪問先（四国を含む西日本が目的プラン）

- 【四国を含む西日本への訪問が主な目的】における四国外からレンタカーで来た人の直前の訪問先は「京都」「大分」「神戸」「広島」がほぼ同水準で並ぶ。関西や中国地方経由のみならず九州も含む広域ルートで西日本を周遊している様子がうかがえる。
- 鉄道で来た人は、直前で「広島」や「大阪」に訪問した人が多く、新幹線や在来線に乗って四国に入っていると考えられる。

四国を含む西日本への訪問が主な目的 （n=139） ※四国外からの交通手段「自国または他国からの飛行機」は除く

四国外からの交通手段別の四国を訪れる直前の訪問先



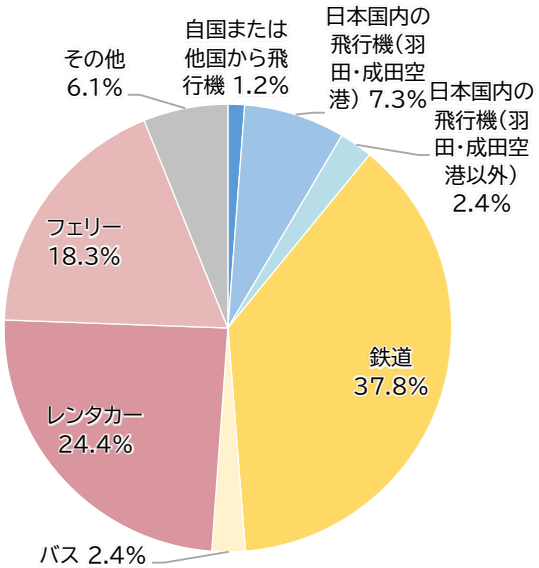
※n=30未満は参考値

3-5 四国外からの交通手段、交通手段の選択理由（東京をメインとしたプラン）

- 【東京をメインとして、いくつかの地域を訪問】する人の四国外からの交通手段は、「鉄道」が37.8%と最も多く、次いで「レンタカー」が24.4%、「フェリー」が18.3%となっている。
- 交通手段の最も高い「鉄道」の選択理由をみると、「目的地までの所要時間が短いから」が38.7%と最も高く、「アクセスが良かったから」、「出発・到着時間がスケジュールに合うから」が32.3%となっている。

東京をメインとして、いくつかの地域を訪問 (n=82)

四国外からの交通手段



交通手段の選択理由（TOP3）

※n=30未満は参考値

	鉄道(n=31)		日本国内の飛行機(羽田・成田空港)(n=6)		日本国内の飛行機(羽田・成田空港以外)(n=2)		自国または他国から飛行機(n=1)	
1位	目的地までの所要時間が短いから	38.7%	目的地までの所要時間が短いから	100.0%	費用が安いから	100.0%	費用が安いから	100.0%
2位	アクセスが良かったから 出発・到着時間がスケジュールに合うから	32.3%	費用が安いから アクセスが良かったから 出発・到着時間がスケジュールに合うから	33.3%	目的地までの所要時間が短いから	50.0%	-	-

	バス(n=2)		レンタカー(n=20)		フェリー(n=15)		その他(n=5)	
1位	費用が安いから 出発・到着時間がスケジュールに合うから	100.0%	アクセスが良かったから 移動中に地元の文化や景色を楽しめそうだから	50.0%	アクセスが良かったから 移動中に地元の文化や景色を楽しめそうだから	33.3%	移動中に地元の文化や景色を楽しめそうだから	60.0%
2位	-	-	旅行の目的(観光・ビジネスなど)に応じて選んだから	35.0%	旅行の目的(観光・ビジネスなど)に応じて選んだから	26.7%	費用が安いから 快適さを重視したから(座席の広さや設備、サービスなど) アクセスが良かったから 環境に優しいから 出発・到着時間がスケジュールに合うから 旅行の目的(観光・ビジネスなど)に応じて選んだから	20.0%

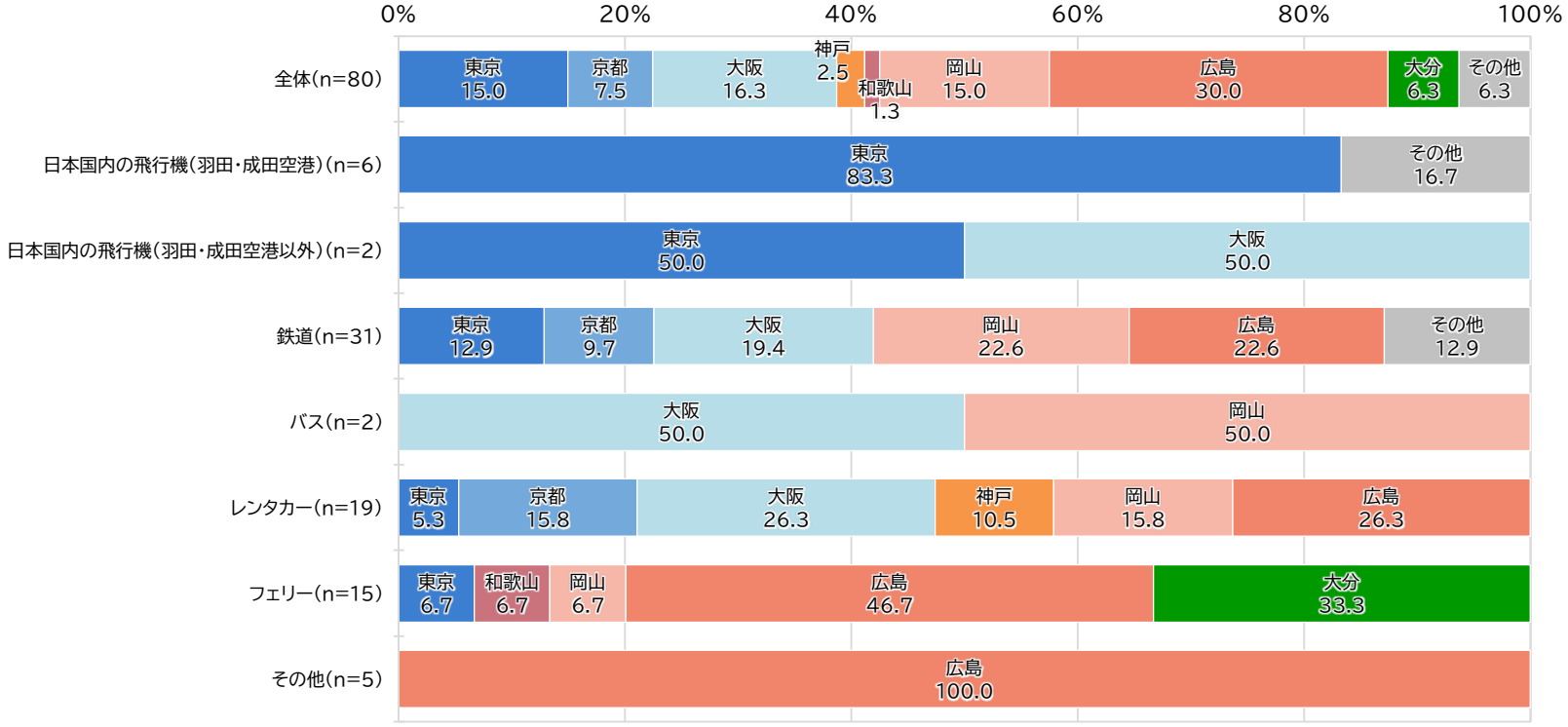
※割合が同率の場合は同順位とし、次順位は繰り下げている。なお、同順位の影響により一部の順位が表示されない場合または、該当項目がない順位は「-」で表示している。

3-5 四国外からの交通手段別／四国を訪れる直前の訪問先（東京をメインとしたプラン）

- 【東京をメインとして、いくつかの地域を訪問】における四国外から鉄道で来た人の直前の訪問先は「広島」「岡山」が最も多く、次いで「大阪」となっている。【四国への訪問が主な目的】と比べると「広島」の割合が高いことから、広島を周遊してから来ている人が多い。
- レンタカーで来た人の直前の訪問先は「大阪」「広島」が最も多くなっている。

東京をメインとして、いくつかの地域を訪問 （n=80） ※四国外からの交通手段「自国または他国からの飛行機」は除く

四国外からの交通手段別の四国を訪れる直前の訪問先



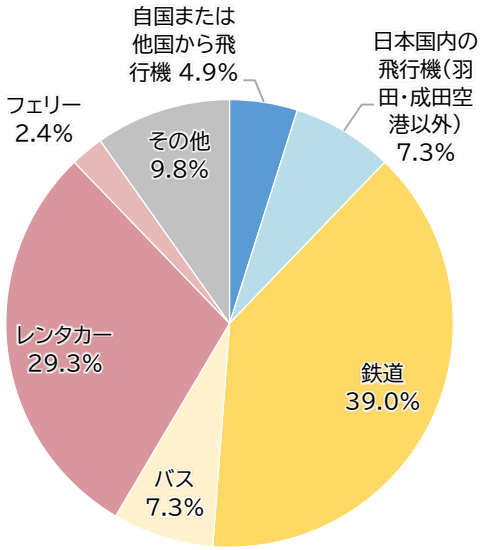
※n=30未満は参考値

3-6 四国外からの交通手段、交通手段の選択理由（大阪をメインとしたプラン）

- 【大阪をメインとして、いくつかの地域を訪問】する人の四国外からの交通手段は、「鉄道」が39.0%と最も高く、次いで「レンタカー」が29.3%となっている。
- 交通手段の最も高い「鉄道」の選択理由は「目的地までの所要時間が短いから」、レンタカーは「アクセスが良かったから」の比率が高い。（n=30未満のため参考値）

大阪をメインとして、いくつかの地域を訪問 （n=41）

四国外からの交通手段



交通手段の選択理由（TOP3）

※n=30未満は参考値

	鉄道（n=16）		日本国内の飛行機（羽田・成田空港）（n=0）		日本国内の飛行機（羽田・成田空港以外）（n=3）		自国または他国から飛行機（n=2）	
1位	目的地までの所要時間が短いから	43.8%	-	-	目的地までの所要時間が短いから 出発・到着時間がスケジュールに合うから	66.7%	目的地までの所要時間が短いから 荷物の預かりや運搬が楽だから 安全性が高いから 出発・到着時間がスケジュールに合うから	50.0%
2位	費用が安いから	31.3%	-	-	費用が安いから 荷物の預かりや運搬が楽だから	33.3%	-	-
3位	荷物の預かりや運搬が楽だから 出発・到着時間がスケジュールに合うから	25.0%	-	-	-	-	-	-

	バス（n=3）		レンタカー（n=12）		フェリー（n=1）		その他（n=4）	
1位	環境に優しいから	66.7%	アクセスが良かったから	33.3%	目的地までの所要時間が短いから アクセスが良かったから 出発・到着時間がスケジュールに合うから	100.0%	旅行の目的（観光・ビジネスなど）に応じて選んだから	50.0%
2位	費用が安いから 移動中に地元の文化や景色を楽しめそうだから	33.3%	移動中に地元の文化や景色を楽しめそうだから 旅行の目的（観光・ビジネスなど）に応じて選んだから	25.0%	-	-	目的地までの所要時間が短いから 移動中に地元の文化や景色を楽しめそうだから 安全性が高いから	25.0%

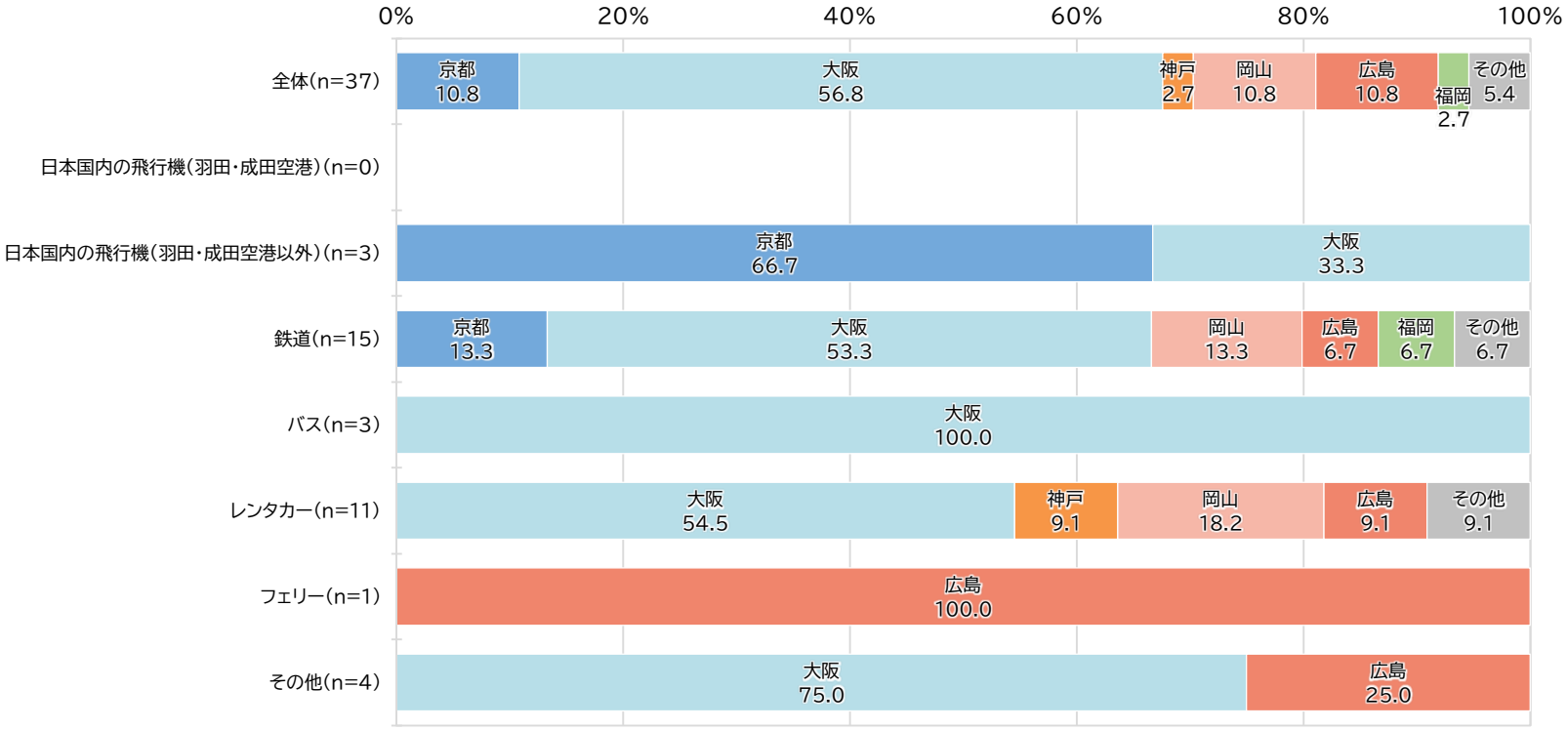
※割合が同率の場合は同順位とし、次順位は繰り下げている。なお、同順位の影響により一部の順位が表示されない場合または、該当項目がない順位は「-」で表示している。

3-6 四国外からの交通手段別／四国を訪れる直前の訪問先（大阪をメインとしたプラン）

- 【大阪をメインとして、いくつかの地域を訪問】における四国外から鉄道で来た人の四国を訪れる直前の訪問先は「大阪」が最も多く、メインである大阪から直接四国に移動している人が多い。
- レンタカーで来た人においては「大阪」の次に「岡山」となっており、明石海峡大橋や瀬戸大橋を通って来ていると推察される。

大阪をメインとして、いくつかの地域を訪問 （n=37） ※四国外からの交通手段「自国または他国からの飛行機」は除く

四国外からの交通手段別の四国を訪れる直前の訪問先



※n=30未満は参考値

4　四国各県の訪問地

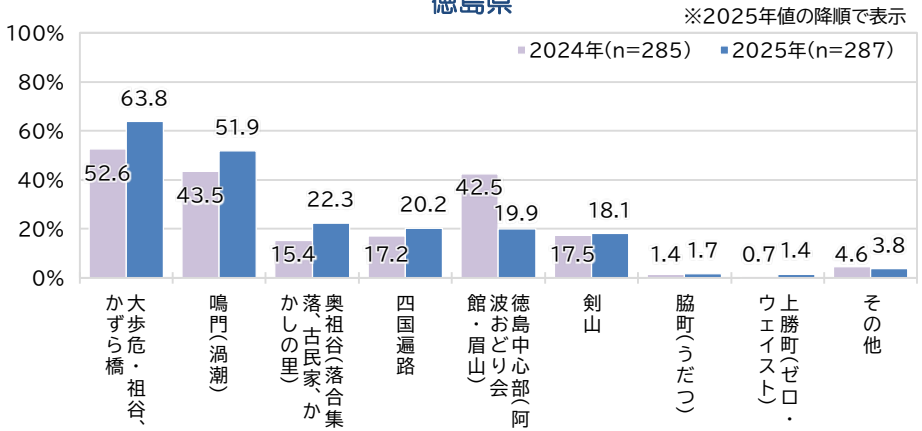
4-1 四国各県の往訪地（経年比較）

- 調査地点における旅行者の四国の各県内での往訪地は、香川県、愛媛県、高知県では2024年、2025年ともに「中心部」への往訪率が最も高く、市街地を中心に周遊している人が多いと言える。
- 一方、徳島県は「大歩危・祖谷、かずら橋」が最も多く、次いで「鳴門（渦潮）」、「奥祖谷」となっており、他三県と違う傾向が見て取れる。

四国訪問地

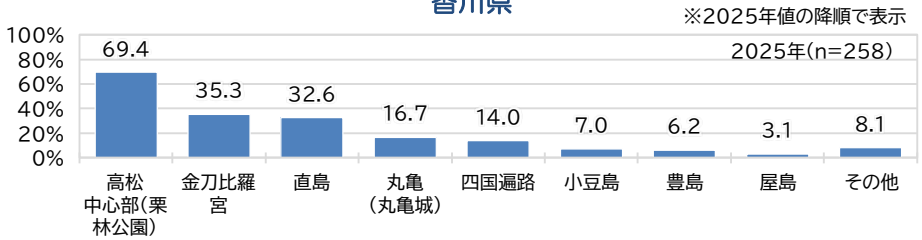
徳島県

※2025年値の降順で表示



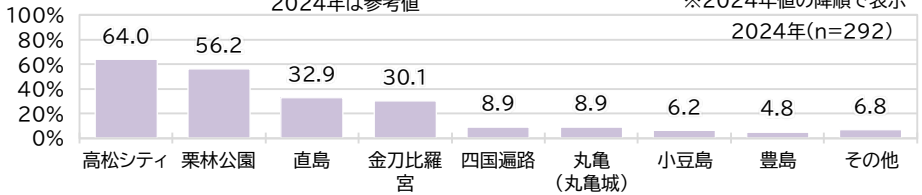
香川県

※2025年値の降順で表示



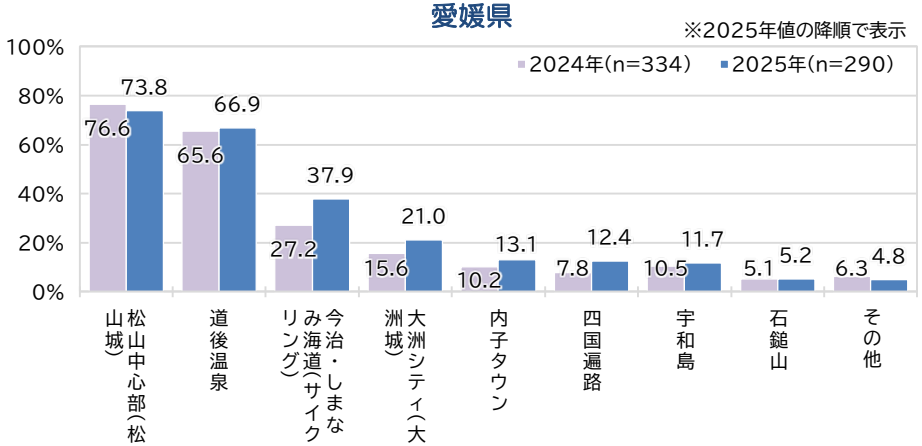
【2024年(参考)】＊2025年と一部項目が異なるため2024年は参考値

※2024年値の降順で表示



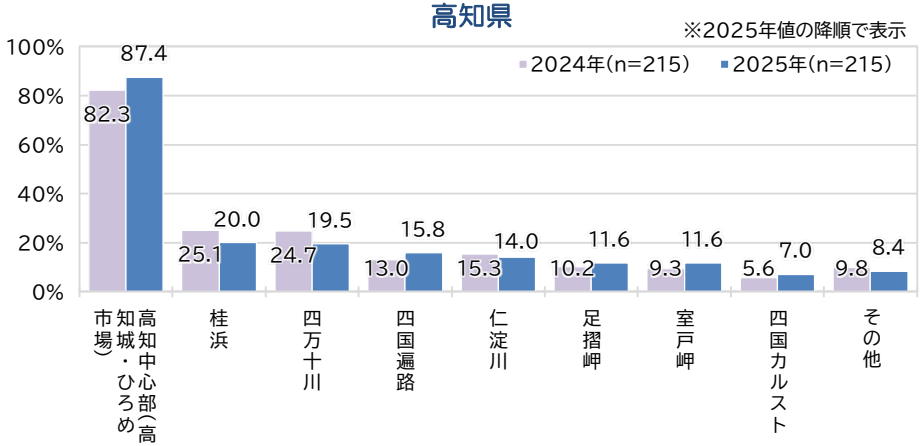
愛媛県

※2025年値の降順で表示



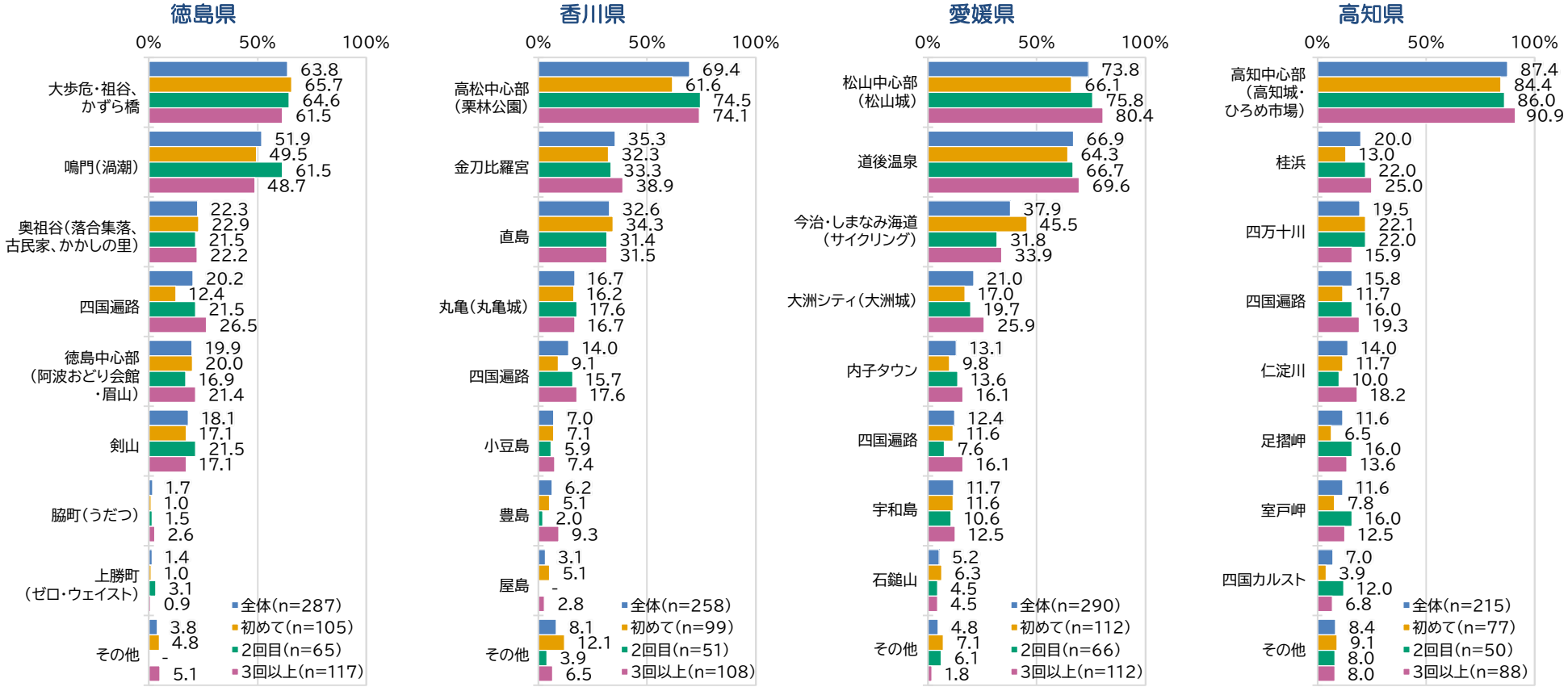
高知県

※2025年値の降順で表示



4-2 四国各県の往訪地（訪日旅行経験別）

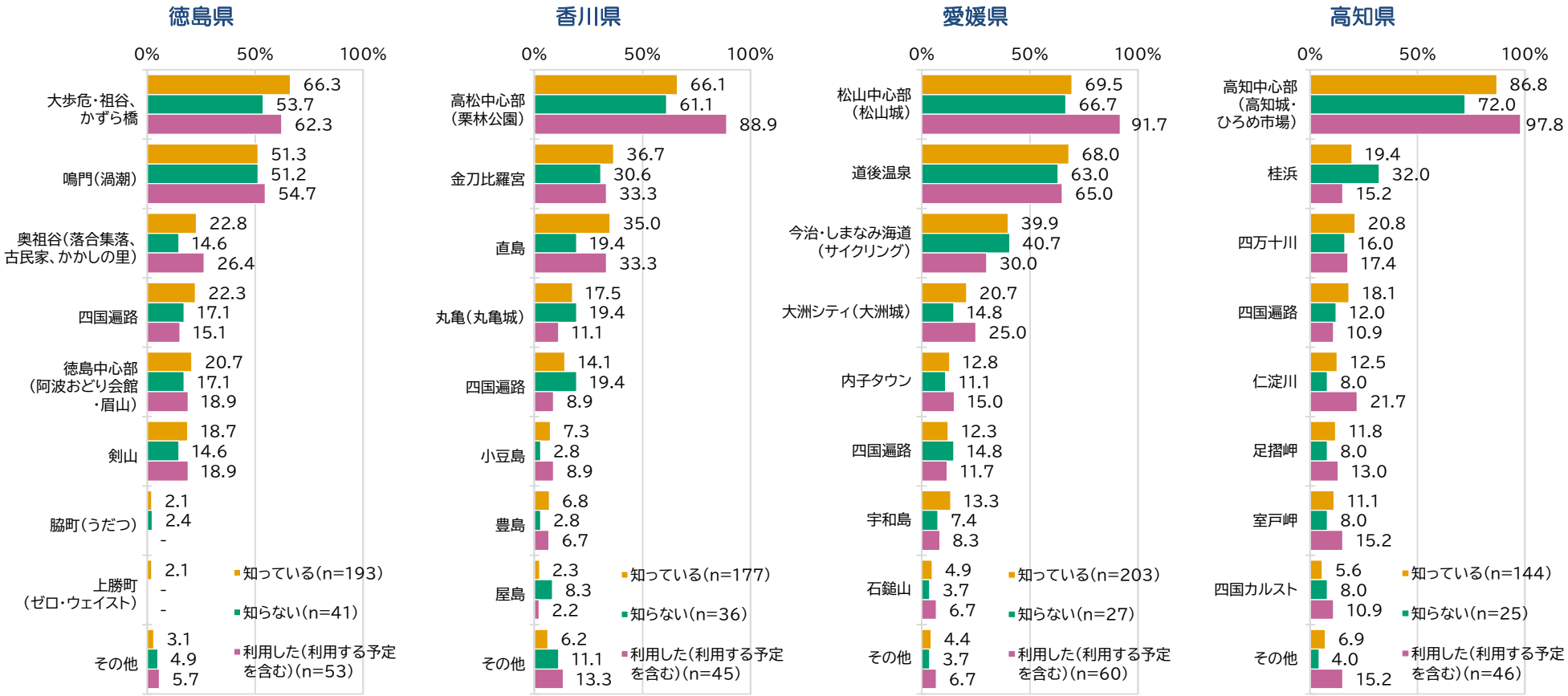
- 訪日旅行経験別で四国の各県内の往訪地を見ると、いずれの訪日回数においても、徳島県は「大歩危・祖谷、かずら橋」「鳴門（渦潮）」の順、香川県は「高松中心部（栗林公園）」「金刀比羅宮」「直島」の順、愛媛県は「松山中心部（松山城）」「道後温泉」「今治・しまなみ海道（サイクリング）」の順、高知県は「高知県中心部（高知城・ひろめ市場）」の構成比が高く、訪日旅行経験によって往訪率が大きく変化してはいない。
- 「鳴門（渦潮）」では2回目、「金刀比羅宮」では3回目以上、「今治・しまなみ海道（サイクリング）」では初めて、「桂浜」「仁淀川」では3回目が、それぞれ他の層と比べて高くなっている。



※全体値の降順で表示

4-3 四国各県の往訪地（ジャパン・レール・パス認知度別）

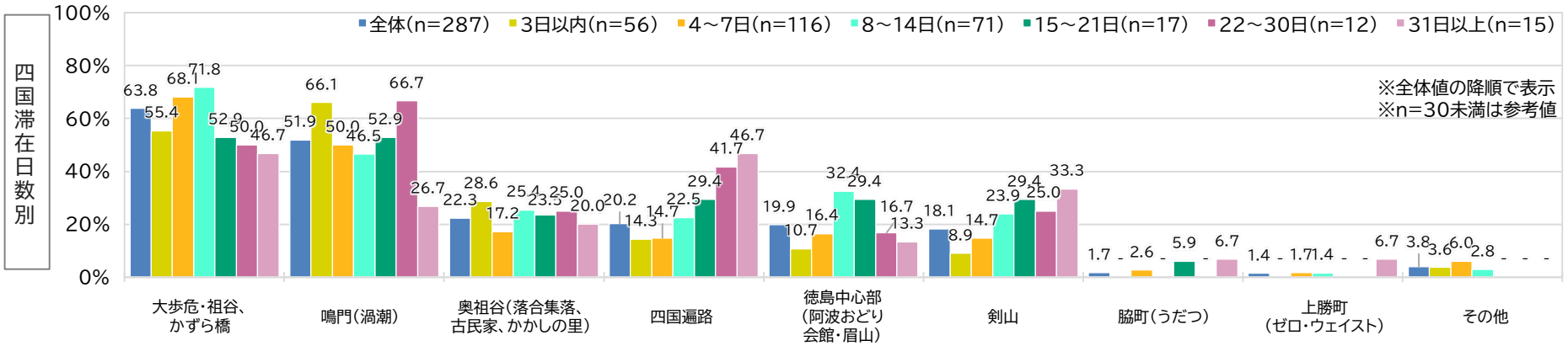
- ジャパン・レール・パスの認知度別で、四国の各県内の往訪地を見ると、「利用した（利用する予定を含む）」において香川県、愛媛県、高知県での「中心部」の比率が約9割と高いことから、パスを利用して主要駅に降り立ったと推察される。
- 「奥祖谷」、「直島」、「大洲シティ」、「仁淀川」など一部の観光地でも「利用した（利用する予定を含む）」の比率が高まっているものの、「中心部」ほど顕著な差はないことから、主要駅からの各地への交通手段に課題があるとも考えられる。

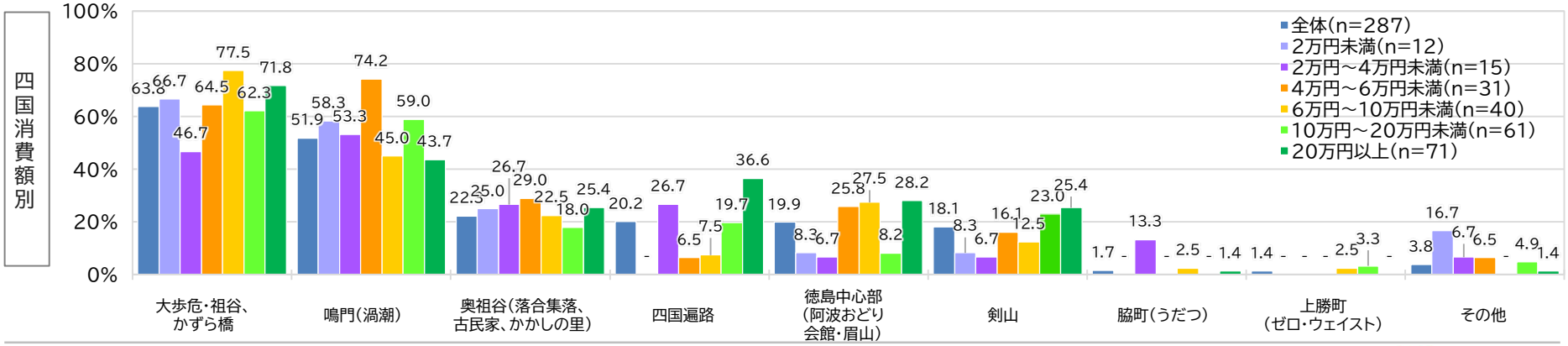


※全体値の降順で表示
※n=30未満は参考値

4-4 四国各県の往訪地【徳島県】（四国滞在日数、四国消費額別）

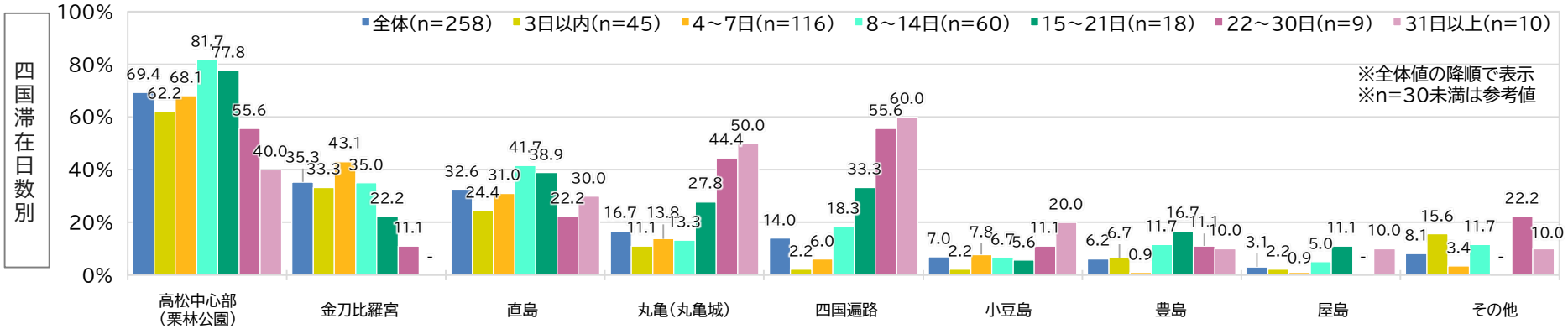
- 徳島県内の訪問地を、四国滞在日数別に見ると、「大歩危・祖谷、かずら橋」や「徳島中心部」では「8～14日」をピークに、滞在日数15日以上と長くなるに伴い訪問率が減少する
- 「四国遍路」や「剣山」では滞在日数が長くなるに伴い往訪率が高くなっている。とりわけ「四国遍路」は、他3県でも同様の結果となっており、滞在日数の長期化に繋がる体験コンテンツであることが分かる。
- 徳島県内の訪問地を、四国消費額別に見ると、「大歩危・祖谷、かずら橋」では消費額が6万円以上の層でも訪問率が高い一方、「鳴門（渦潮）」は比較的低消費額層での訪問率が高い傾向にあり、違いが見られる。
- 「四国遍路」や「剣山」は、消費額が高くなるにつれて往訪率が上昇する傾向が明確である。滞在日数の長期化に比例して、消費額も増加していると言える。

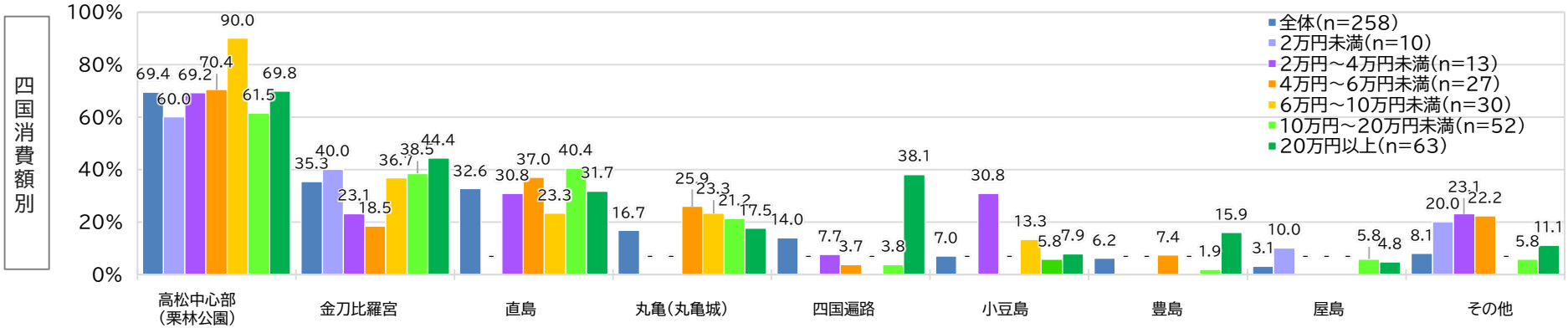




4-4 四国各県の往訪地【香川県】（四国滞在日数、四国消費額別）

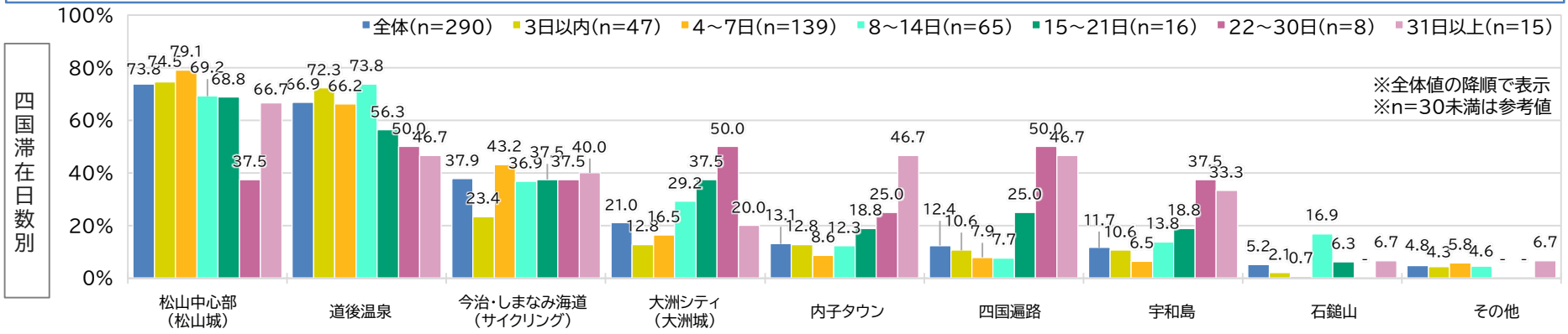
- 香川県内の訪問地を、四国滞在日数別に見ると、「高松中心部」では「8～14日」、「金刀比羅宮」では「4～7日」をピークに、滞在日数が長くなるに伴い訪問率が減少する。
- 「丸亀」、「小豆島」は滞在日数が長くなるに伴い往訪率も高くなっており、これらは滞在日数が長いと訪れる場所だとも言える。
- 香川県内の訪問地を、四国消費額別に見ると、「高松中心部（栗林公園）」では「6万円～10万円未満」の層で9割と高い訪問率であるが、いずれの層においても高い訪問率を示している。
- 「金刀比羅宮」「直島」「四国遍路」では高消費額層において往訪率が上昇する傾向がある一方、「丸亀（丸亀城）」や「小豆島」では消費額が高くなるにつれて往訪率が下降する傾向があり、違いが見られる。

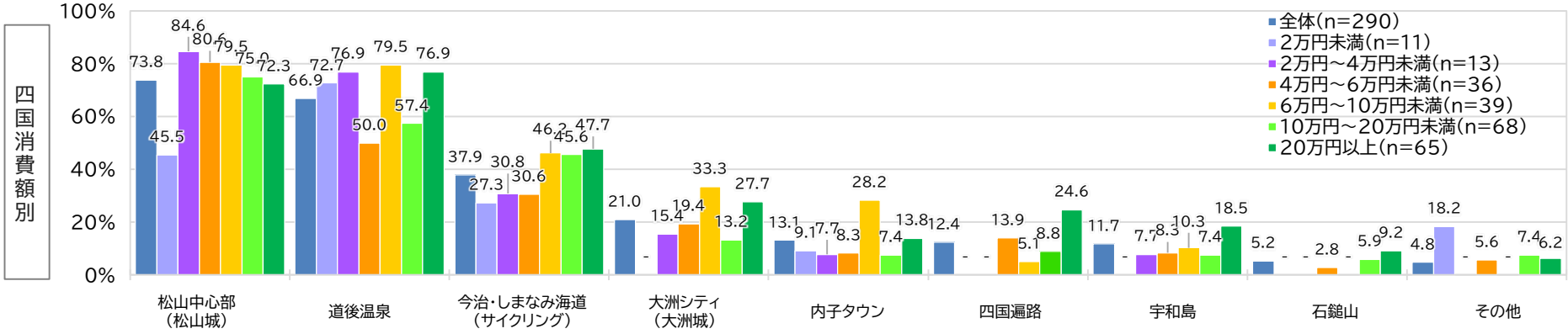




4-4 四国各県の往訪地【愛媛県】（四国滞在日数、四国消費額別）

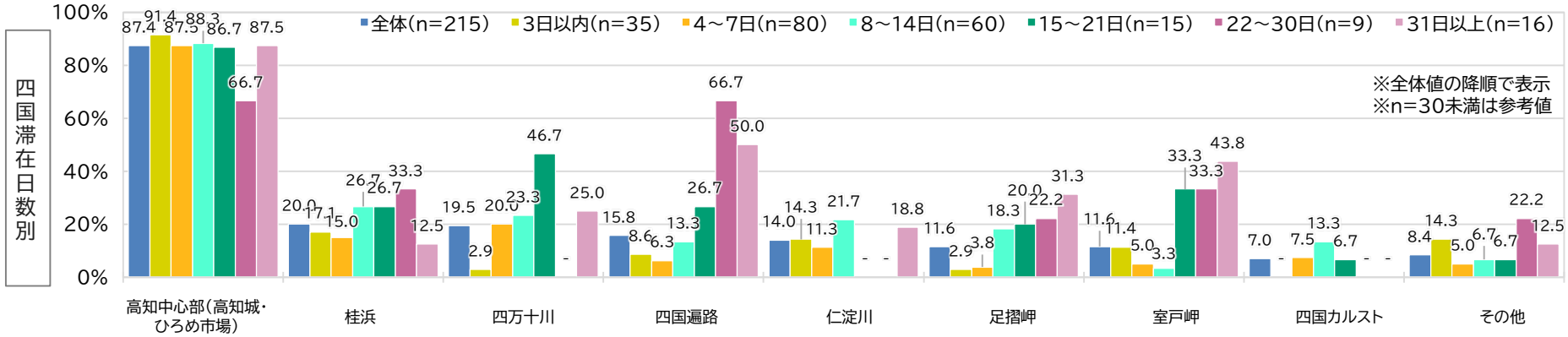
- 愛媛県内の訪問地を、四国滞在日数別に見ると、「松山中心部」では「4～7日」、「道後温泉」では「8～14日」をピークに、滞在日数が長期化するに伴い訪問率が減少する。
- 「大洲シティ」、「内子タウン」、「宇和島」では滞在日数が長くなるに伴い往訪率も高くなっており、滞在日数が長いほど遠隔地にも足を運んでいることが分かる。
- 愛媛県内の訪問地を、四国消費額別に見ると、「松山中心部（松山城）」では「2万円～4万円未満」をピークとして訪問率がやや減少するが、「道後温泉」では高消費額層においても高い訪問率となっている。
- 「今治・しまなみ海道（サイクリング）」「大洲シティ（大洲城）」「四国遍路」などでは、高消費額層で訪問率が高くなっており、相対的に消費額の高い旅行者が訪れていると言える。

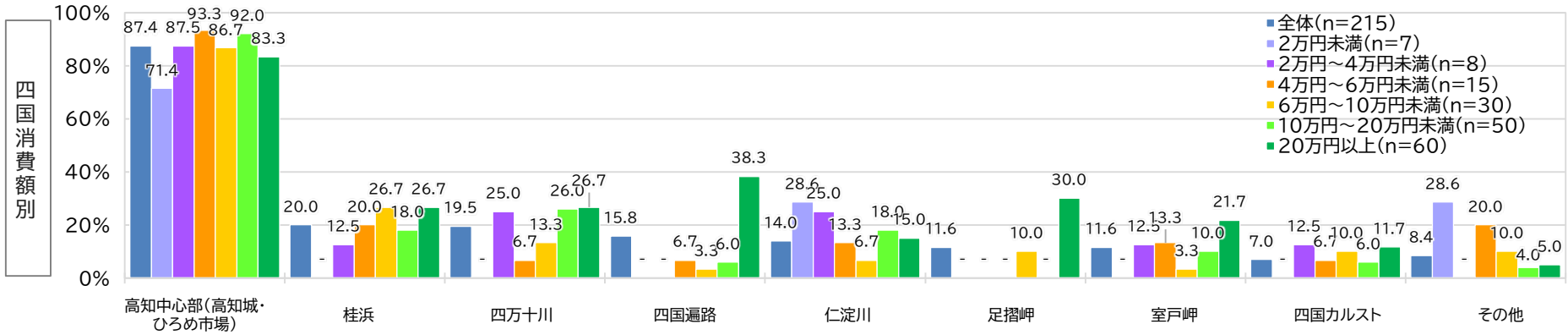




4-4 四国各県の往訪地【高知県】（四国滞在日数、四国消費額別）

- 高知県内の訪問地を、四国滞在日数別に見ると、他の三県に比べて「高知中心部」へ訪問率が集中しており、滞在日数による大きな差はない。
- 「桂浜」、「四万十川」、「足摺岬」、「室戸岬」では滞在日数が長くなるに伴い往訪率も高くなっており、滞在日数が長いからこそ訪れることができる場所であるとも捉えることができる。
- 高知県内の訪問地を、四国消費額別に見ると、「高知中心部（高知城・ひろめ市場）」が、すべての消費額層で圧倒的に高い訪問率を示している。
- 「桂浜」「四万十川」「四国遍路」「足摺岬」「室戸岬」といった自然系観光地は、中～高消費額層で訪問率が高まる傾向が見られる。これらの場所への往訪に伴い四国における滞在日数が長くなると同時に消費額も高まっていると言える。





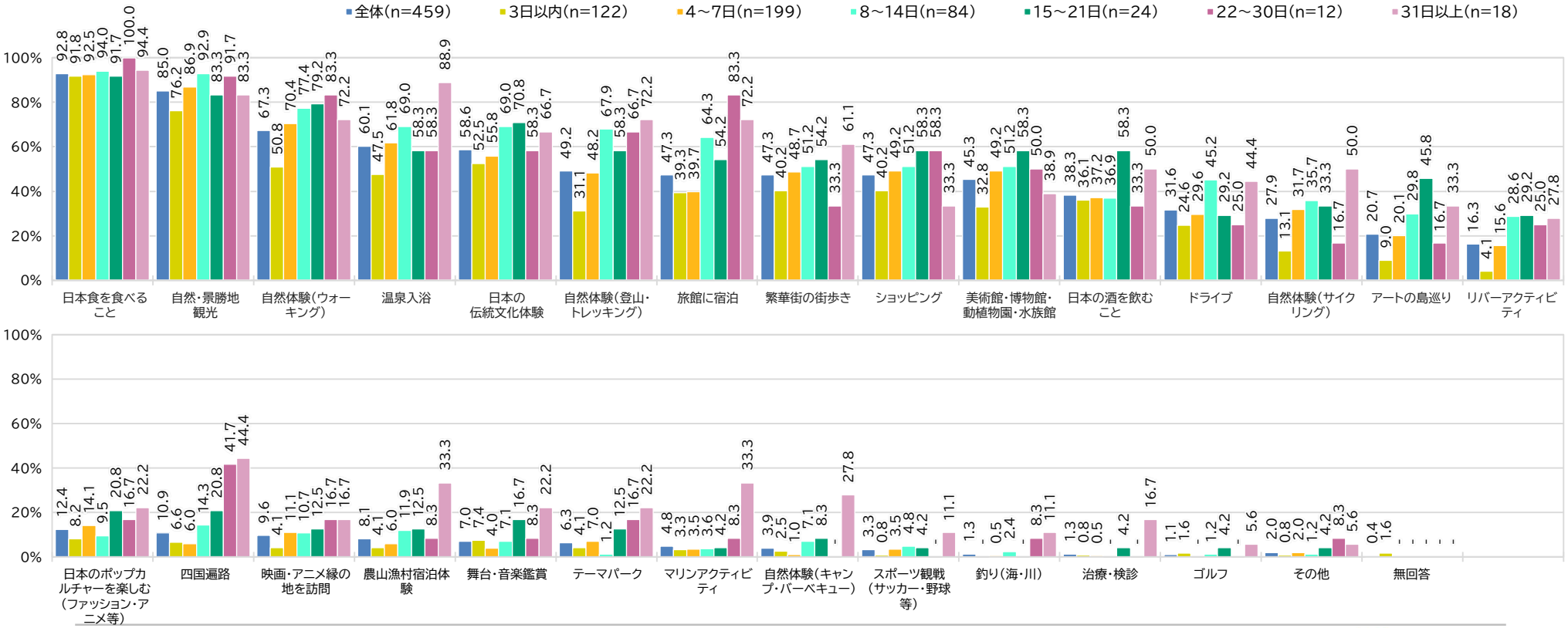
5 観光コンテンツ

5-1 四国で体験した/体験予定のアクティビティ（四国滞在日数別）

- 四国滞在日数別で、四国で体験した/体験予定のアクティビティを見ると、いずれの層でも「日本食を食べること」「自然・景勝地観光」「自然体験（ウォーキング）」の比率が高い。
- 「温泉入浴」「自然体験（登山・トレッキング）」「旅館に宿泊」「自然体験（サイクリング）」「アートの島巡り」「四国遍路」などの体験は、四国滞在日数が長くなるほど、比率が上昇している。
- 四国における滞在日数が長くなるほど、体験するコンテンツが増える傾向があることから、体験コンテンツを充実させることが滞在日数の長期化に繋がるとも言える。

※全体値の降順で表示
※n=30未満は参考値

四国の体験アクティビティ

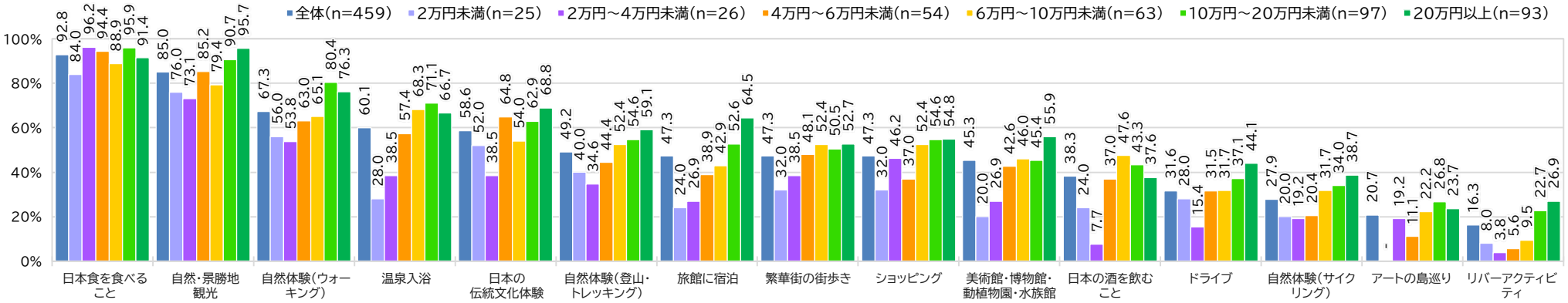


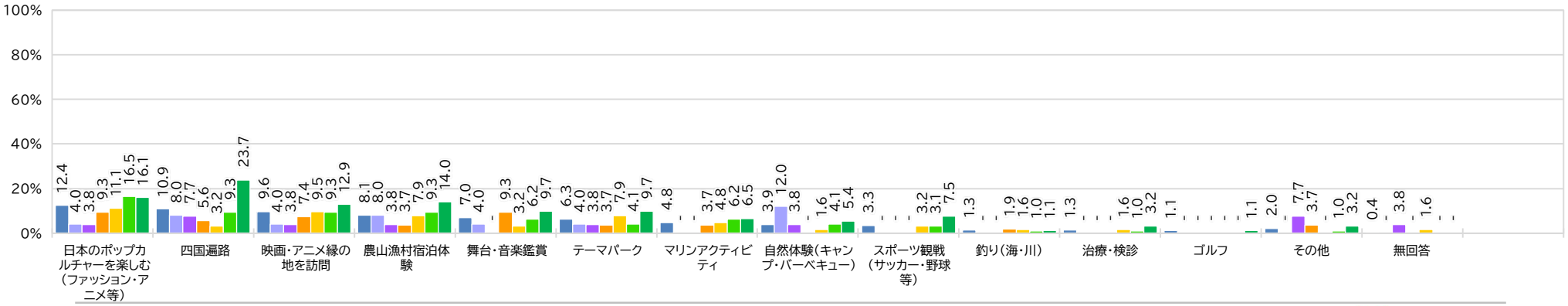
5-2 四国で体験した/体験予定のアクティビティ（四国消費額別）

- 四国消費額別で、四国で体験した/体験予定のアクティビティを見ると、いずれの層でも「日本食を食べること」「自然・景勝地観光」「自然体験（ウォーキング）」の比率が高い。
- 「温泉入浴」「自然体験（登山・トレッキング）」「旅館に宿泊」をはじめとする多くの体験コンテンツが、四国消費額が増えるほど比率が上昇する傾向にあることが確認できる。
- 体験コンテンツを充実させることが四国における消費額の増加に繋がるとも言える。

四国の体験アクティビティ

※全体値の降順で表示
※n=30未満は参考値





5-3 四国遍路（属性）

- 四国遍路経験者の居住国は、「フランス」が19.3%、「米国」が12.0%、「カナダ」が8.4%と全体と比べて高い。また、「その他」が2割を占め、内訳をみると「オランダ」が多い。
- 同行者数は「2人」が69.9%と最も多く、同行者は「夫婦・パートナー」が64.8%と全体と比べて高い。
- 年代は、「20代」の比率が全体より低く、「40代」以上の比率が高くなっている。

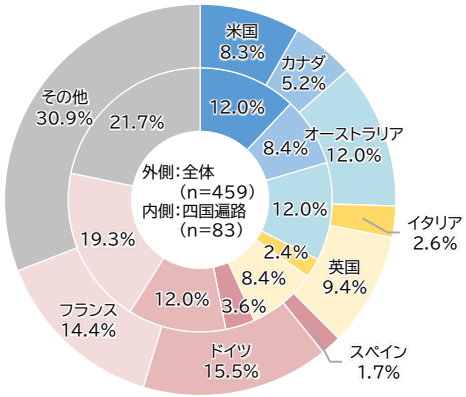
四国遍路　調査全体数459のうち、四国遍路の回答数は83

居住国

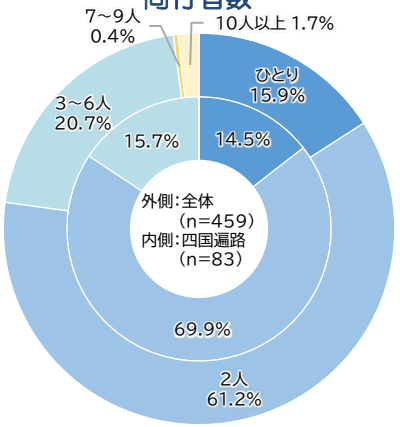
その他内訳TOP5

四国遍路	
オランダ	15.7%
ニュージーランド	2.4%
アルゼンチン	1.2%
ポーランド	1.2%
メキシコ	1.2%

全体（再掲）	
オランダ	8.9%
スイス	3.5%
デンマーク	2.6%
ポーランド	2.6%
ニュージーランド	2.2%

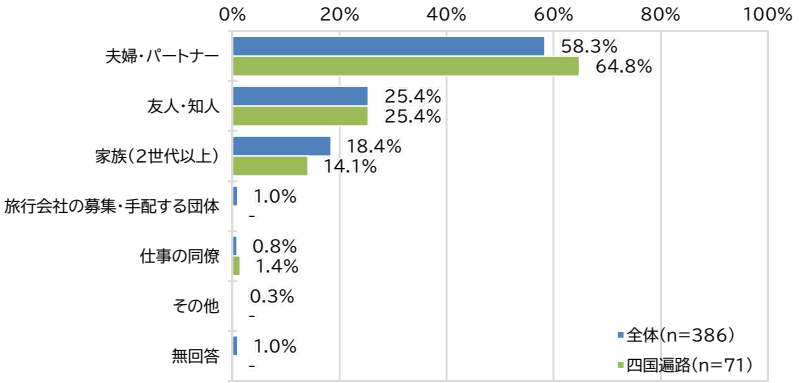


同行者数

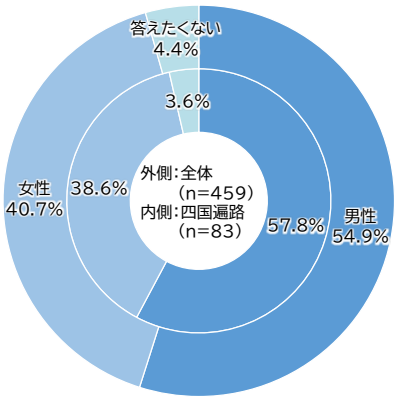


同行者（同行者数が２人以上）

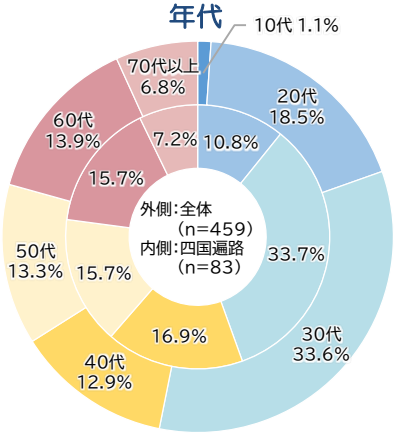
※全体値の降順で表示



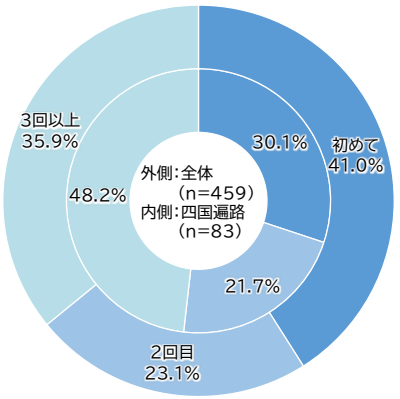
性別



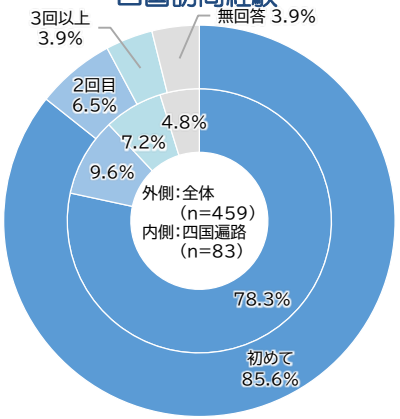
年代



訪日旅行経験



四国訪問経験



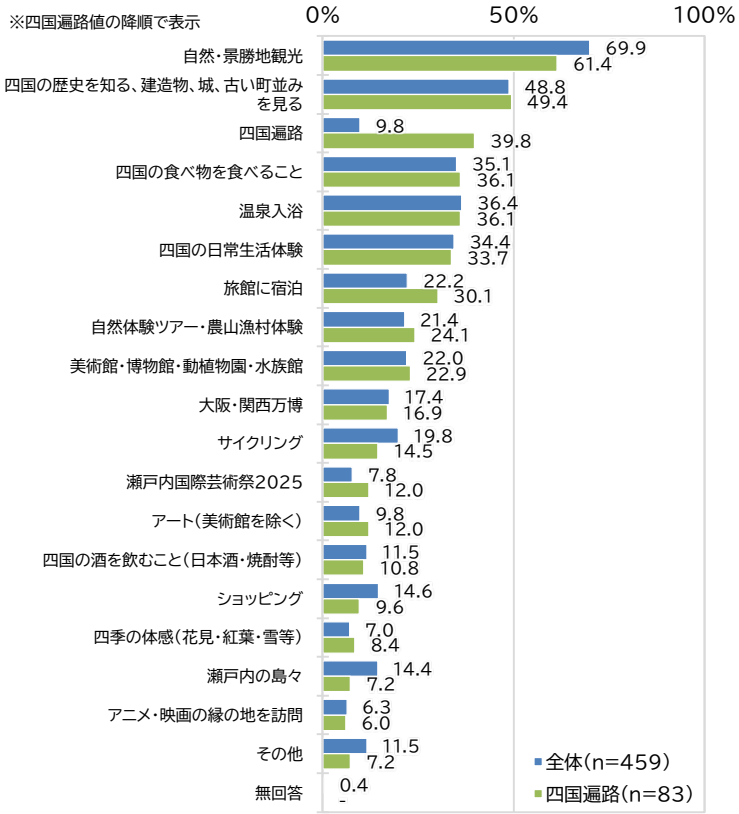
5-3 四国遍路（きっかけ、滞在日数）

- 四国遍路経験者における四国に来ることになったきっかけでは、「四国遍路」「旅館に宿泊」「自然体験ツアー・農村漁村体験」などの項目が全体と比較して高い。
- 四国遍路経験者における四国滞在日数は、四国遍路経験者の方が全体より長くなっており、四国遍路の体験が滞在日数の長期化に繋がっていると言える。
- 四国遍路経験者における訪日旅行プランは、「四国への訪問が主な目的」の割合が全体と比較して高い。

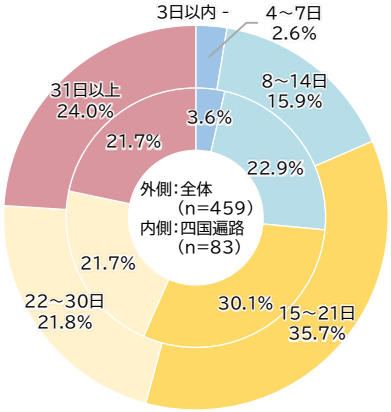
四国遍路

四国に来ることになったきっかけ

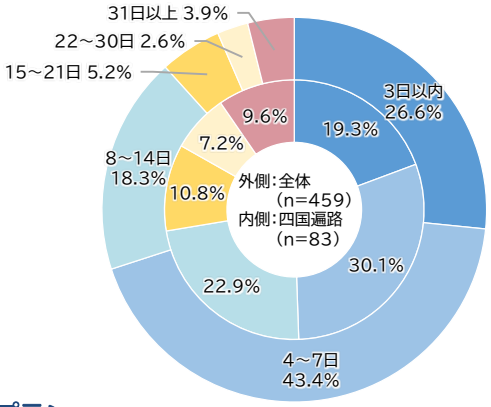
※四国遍路値の降順で表示



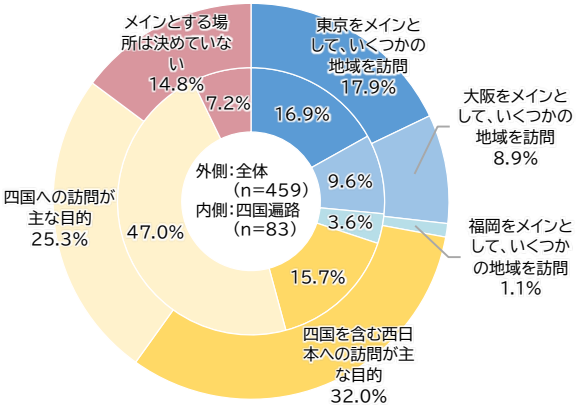
訪日旅行日数



四国滞在日数



訪日旅行プラン

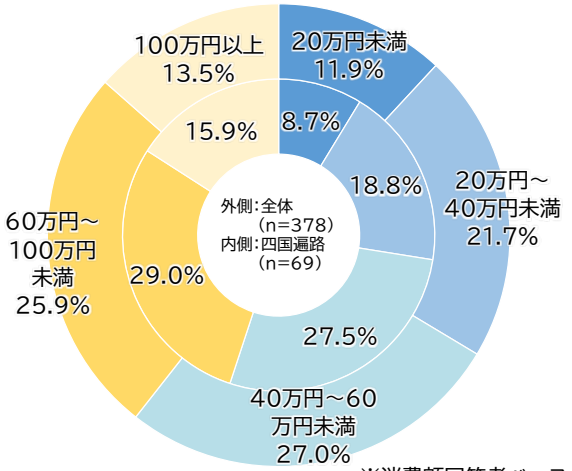


5-3 四国遍路（消費額）

- 四国遍路経験者の1人当たりの訪日旅行消費額は約65万円、四国消費額は約25万円で全体より高いことから、四国遍路の体験が消費額の増加に繋がっていると言える。
- 四国遍路での訪問県数は「1県」が最も高く、特に「徳島県」の訪問が高い点は2024年と同様である。これは、第一番札所である霊山寺への訪問率が高いからであると推察される。

四国遍路

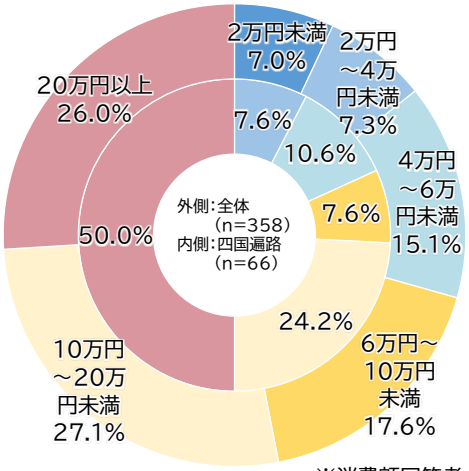
訪日旅行消費額



※消費額回答者ベース

	1人当たりの消費額	1日あたりの消費額
全体	638,826円	30,084円
四国遍路	654,445円	32,960円

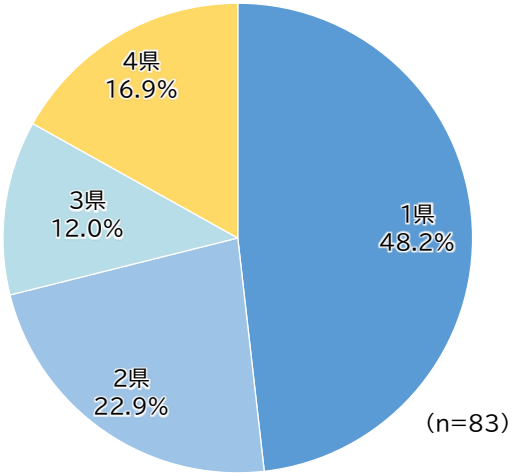
四国消費額



※消費額回答者ベース

	1人当たりの消費額	1日あたりの消費額
全体	155,797円	23,322円
四国遍路	248,764円	27,978円

四国遍路での訪問県数



1県の内訳	
徳島県	21.7%
愛媛県	13.3%
高知県	8.4%
香川県	4.8%

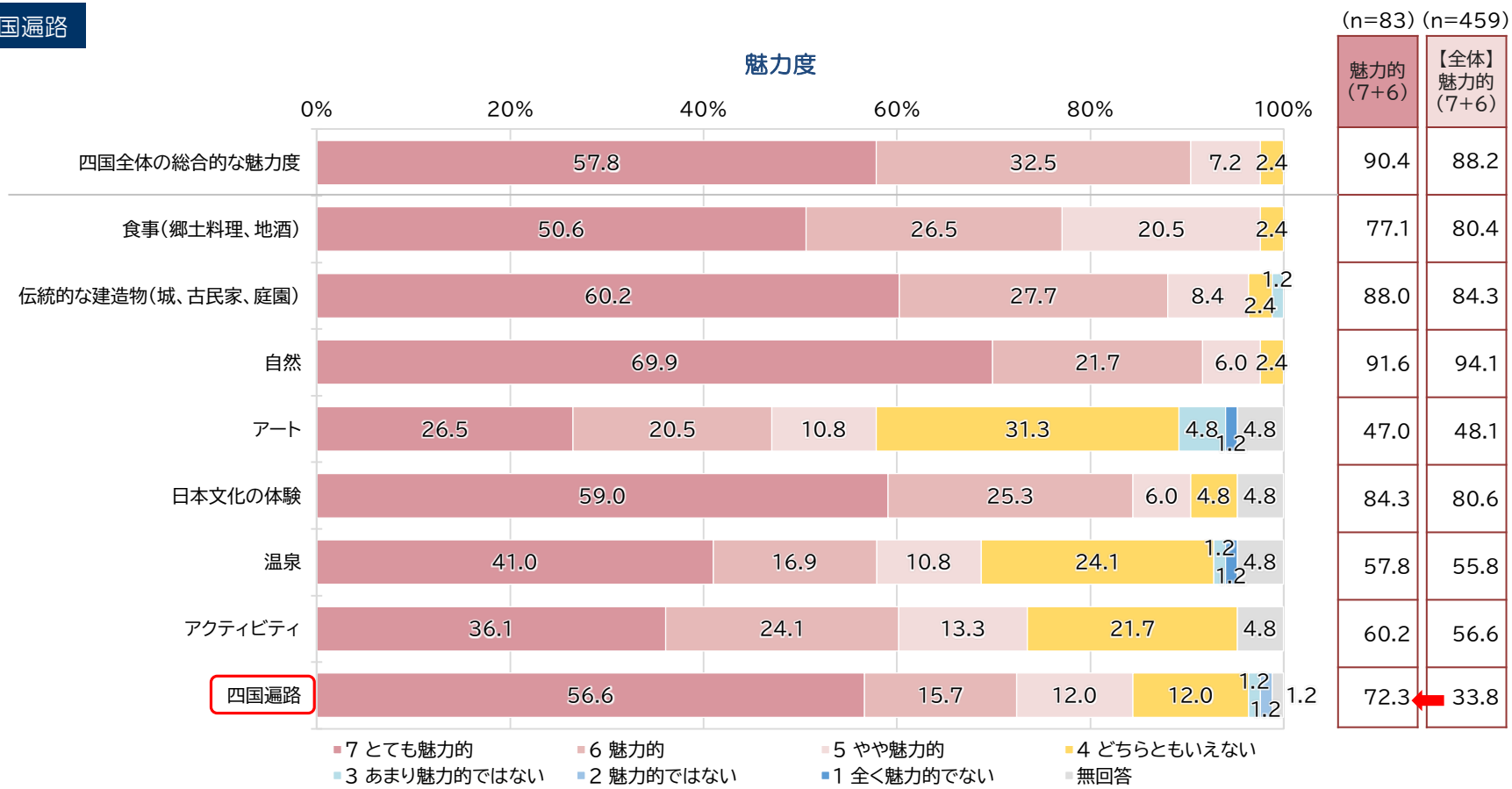
2県の内訳	
徳島県・香川県	9.6%
徳島県・愛媛県	4.8%
徳島県・高知県	4.8%
香川県・高知県	2.4%
香川県・愛媛県	1.2%

3県の内訳	
徳島県・香川県・高知県	4.8%
徳島県・香川県・愛媛県	3.6%
徳島県・愛媛県・高知県	3.6%

5-3 四国遍路（魅力度）

- 四国遍路経験者における「四国遍路」の魅力度は、「とても魅力的」と「魅力的」を合わせると72.3%と、全体と比較して+38.5%も高い。
- 四国の総合的な魅力度は、「とても魅力的」と「魅力的」を合わせると90.4%と全体と比較して高く、四国遍路経験者が四国をより魅力的に感じていることがうかがえる。

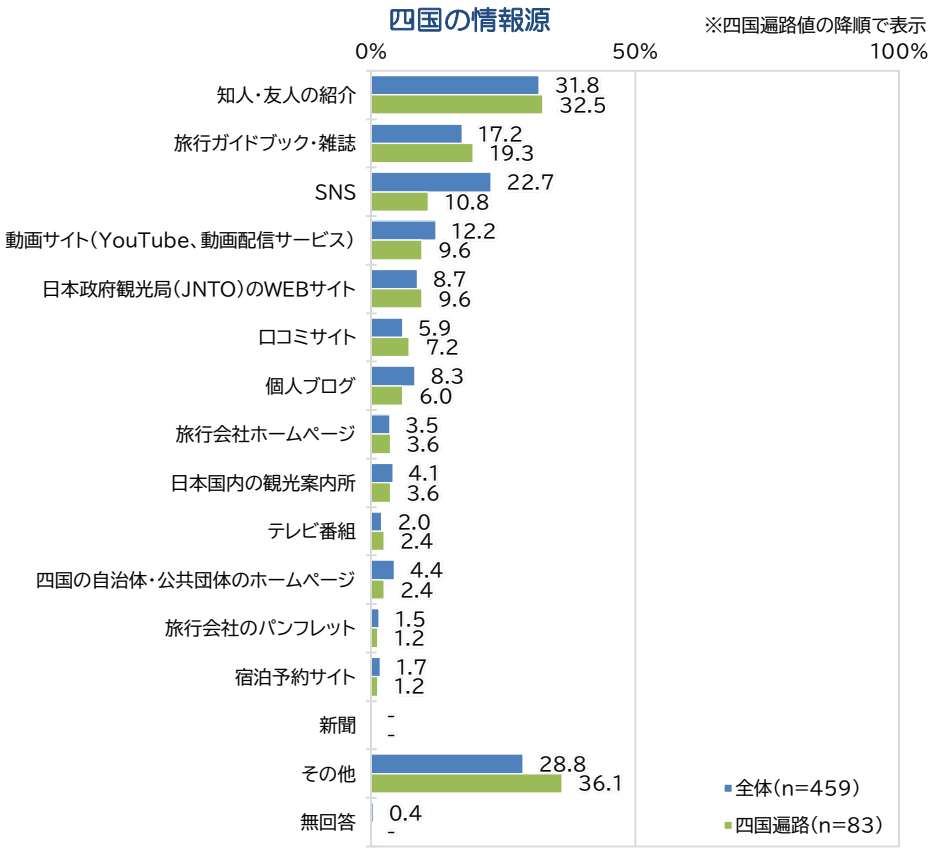
四国遍路

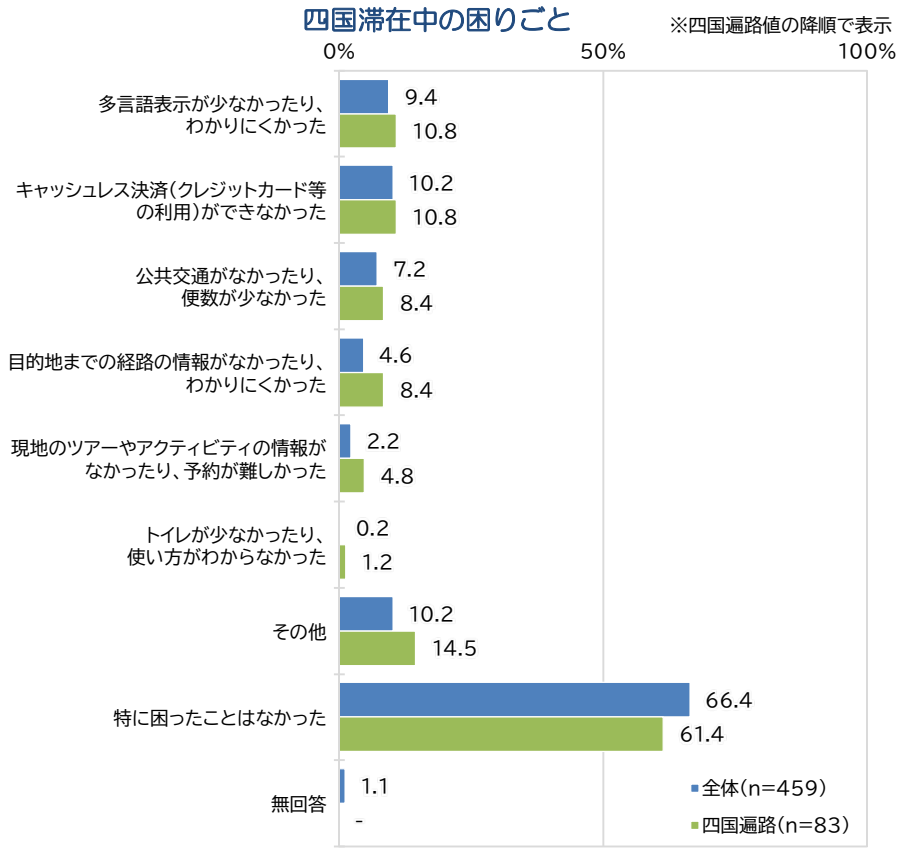


5-3 四国遍路（情報源、困りごと）

- 四国遍路経験者の四国の情報源は、「旅行ガイドブック・雑誌」や「口コミサイト」の比率が全体よりやや高い一方、「SNS」の比率が全体より低い。
- 四国滞在中に困りごとがあった四国遍路経験者の割合は全体に比べ高く、「目的地までの経路の情報がなかったり、わかりにくかった」や「現地のツアーやアクティビティの情報がなかったり、予約が難しかった」の比率が全体より高くなっている。

四国遍路





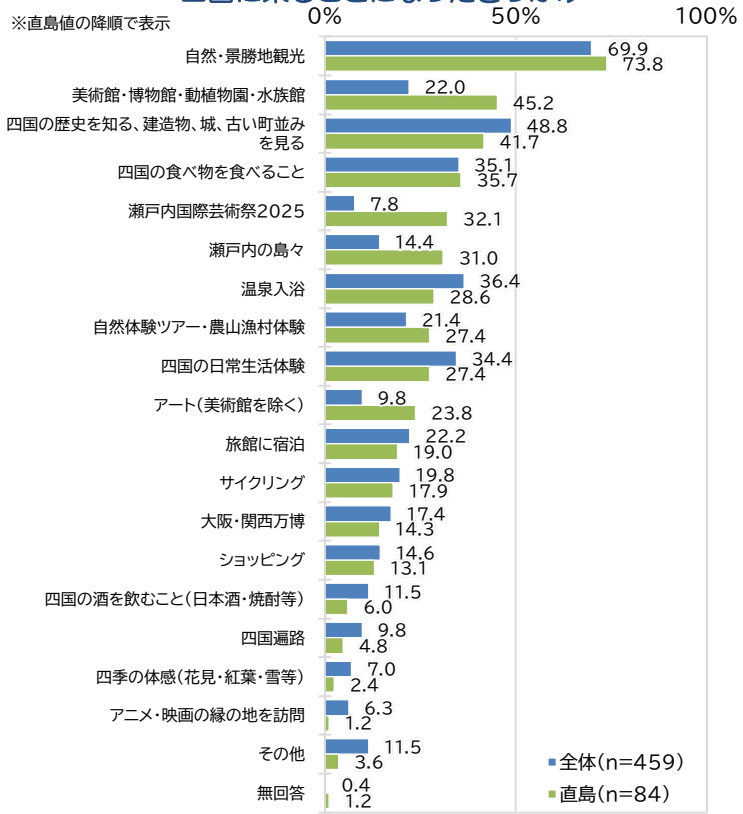
5-4 直島（きっかけ、滞在日数）

- 直島訪問者における四国に来ることになったきっかけでは、「美術館・博物館・動植物園・水族館」、「瀬戸内国際芸術祭2025」、「瀬戸内の島々」、「アート」の項目が全体と比較して高い。
- 訪日旅行日数、四国滞在日数ともに、直島訪問者の方が全体より長くなっており、直島への訪問が滞在日数の長期化に繋がっていると言える。

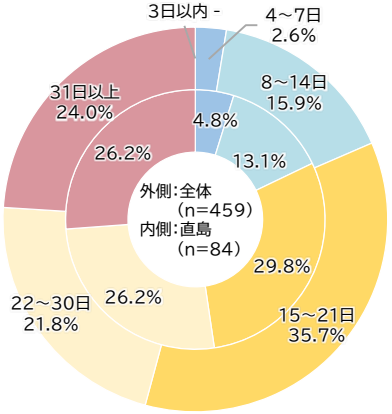
直島 調査全体数459のうち、直島の回答数は84

四国に来ることになったきっかけ

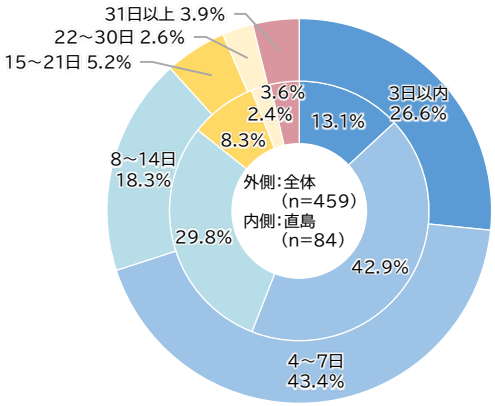
※直島値の降順で表示



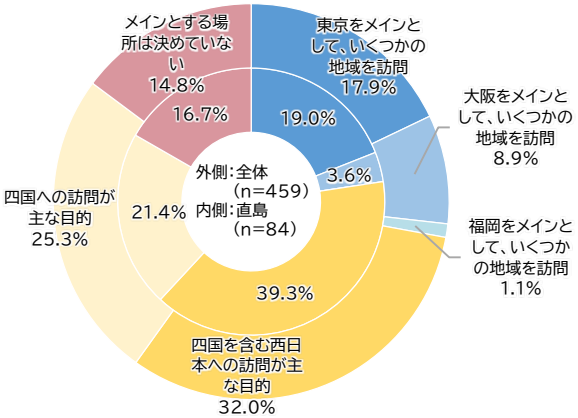
訪日旅行日数



四国滞在日数



訪日旅行プラン

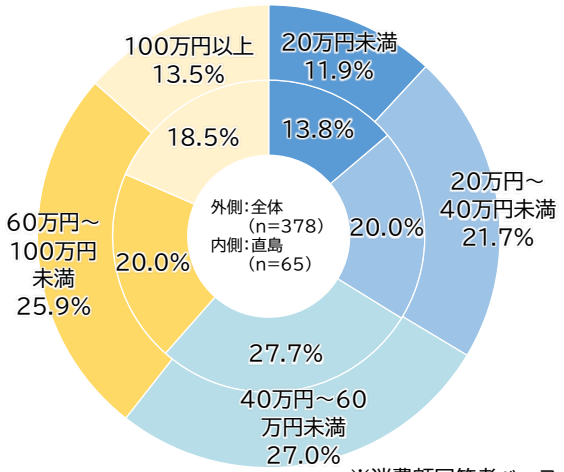


5-4 直島（消費額）

- 直島訪問者の訪日旅行消費額は、「100万円以上」が18.5%と全体と比べて高い。1人当たりの消費額は、直島訪問経験者が約70万円と全体と比べて約6万円高い。
- 四国消費額は、「10万円～20万円未満」が33.9%、「20万円以上」が32.3%と全体と比べて高い。1人あたりの消費額は、直島訪問経験者が約20万円と全体と比べて約4万円高い。
- 直島への訪問が滞在日数の増加により消費額の増加に繋がっていると言える。

直島

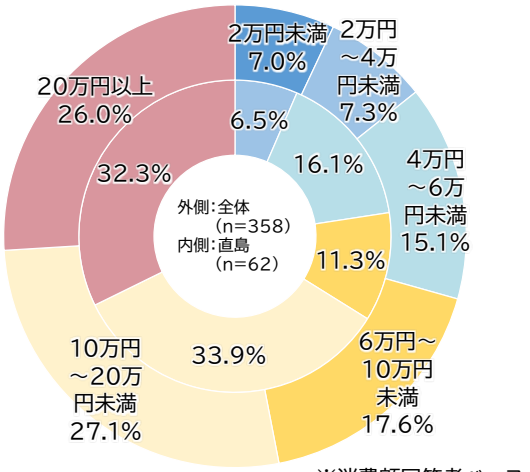
訪日旅行消費額



※消費額回答者ベース

	1人当たりの消費額	1日あたりの消費額
全体	638,826円	30,084円
直島	697,844円	31,248円

四国消費額



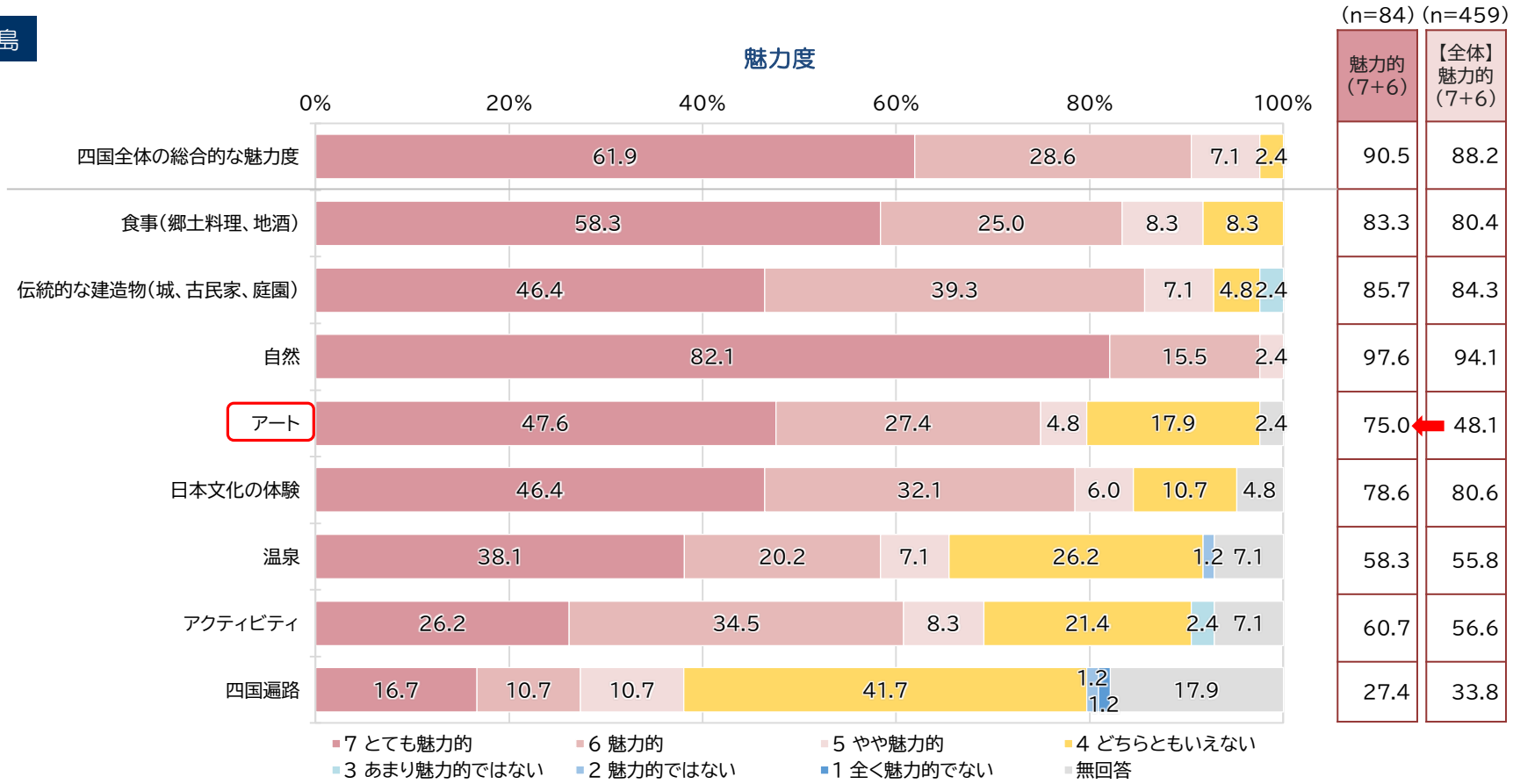
※消費額回答者ベース

	1人当たりの消費額	1日あたりの消費額
全体	155,797円	23,322円
直島	198,341円	19,802円

5-4 直島（魅力度）

- 直島訪問者における「アート」の魅力度は、「とても魅力的」と「魅力的」を合わせると75.0%と、全体と比較して+26.9%も高い。
- 項目の中では「自然」や「伝統的な建造物」などの魅力度が高くなっている。
- 四国の総合的な魅力度は、「とても魅力的」と「魅力的」を合わせると90.5%と全体と比較して高く、直島訪問経験者が四国をより魅力的に感じていることがうかがえる。

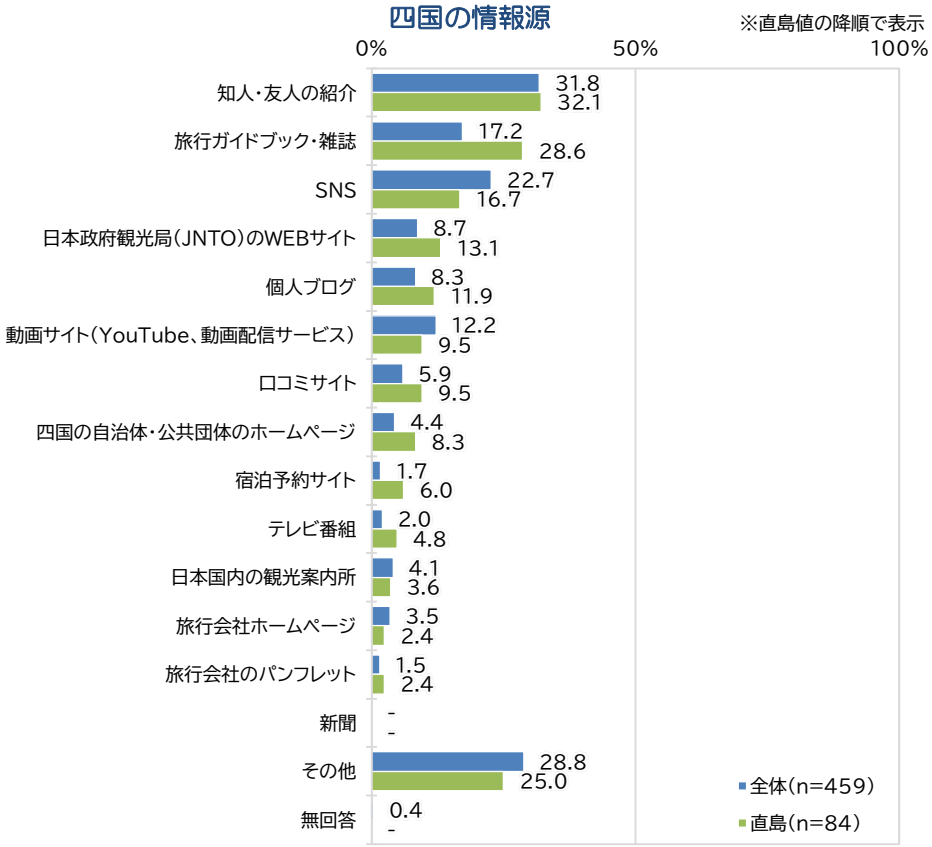
直島

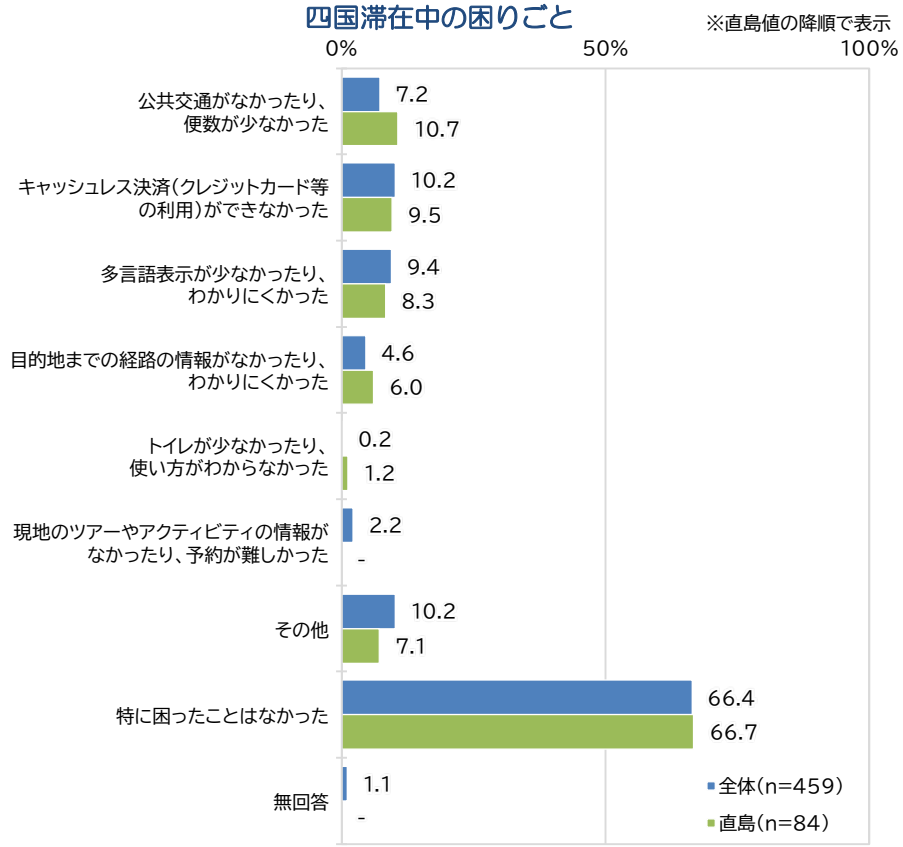


5-4 直島（情報源、困りごと）

- 直島訪問者の四国の情報源は、「旅行ガイドブック・雑誌」、「日本政府観光局（JNTO）のWEBサイト」、「個人ブログ」などの比率が全体よりやや高い一方、「SNS」の比率が全体より低い。
- 直島訪問者における四国滞在中の困りごとは、「公共交通がなかったり、便数が少なかった」や「目的地までの経路の情報がなかったり、わかりにくかった」の比率が全体より高くなっている。

直島





5-5 大阪・関西万博（きっかけ、滞在日数）

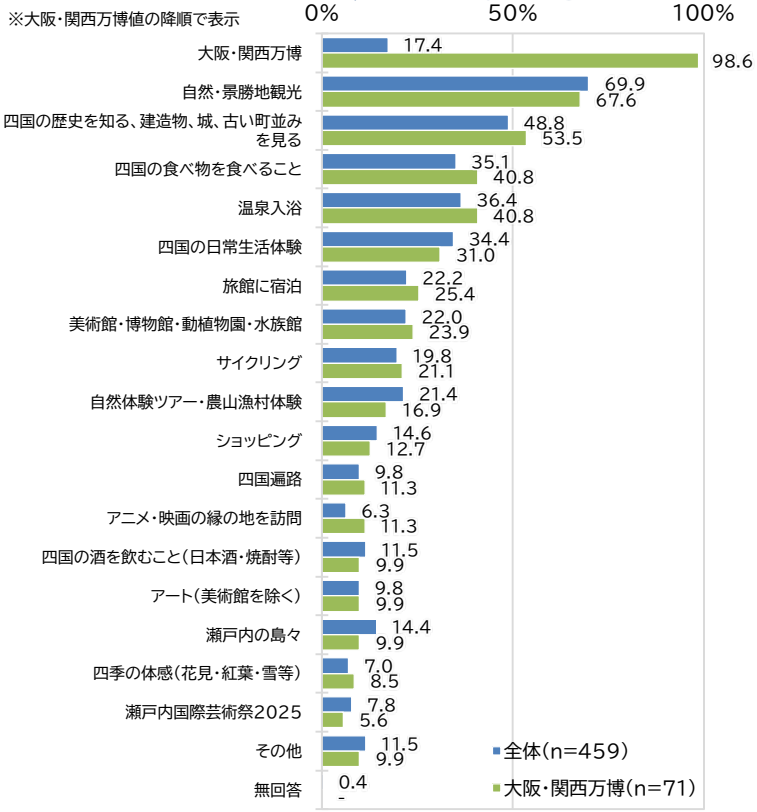
- 大阪・関西万博訪問者における四国に来ることになったきっかけでは、「大阪・関西万博」が98.6%となっており、「四国の食べ物を食べること」や「アニメ・映画の縁の地を訪問」などの項目が全体と比較して高い。
- 大阪・関西万博訪問者の訪日旅行日数は全体と比べてやや長期であるものの、四国滞在日数は「4～7日」の比率が全体より高く、四国遍路や直島のように四国における滞在日数が長くなってはいない。

大阪・関西万博

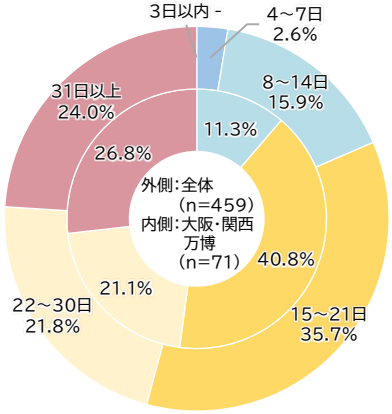
調査全体数459のうち、大阪・関西万博訪問の回答数は71

四国に来ることになったきっかけ

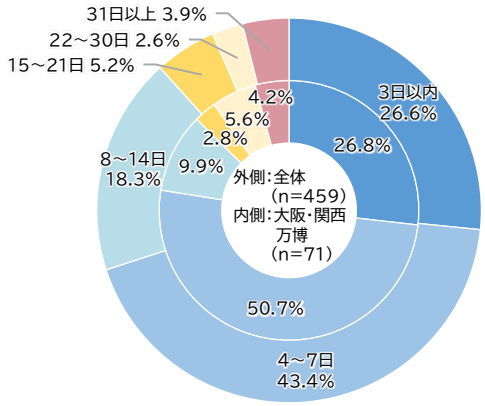
※大阪・関西万博値の降順で表示



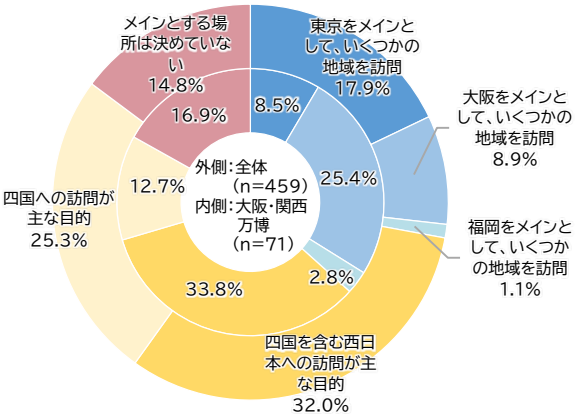
訪日旅行日数



四国滞在日数



訪日旅行プラン

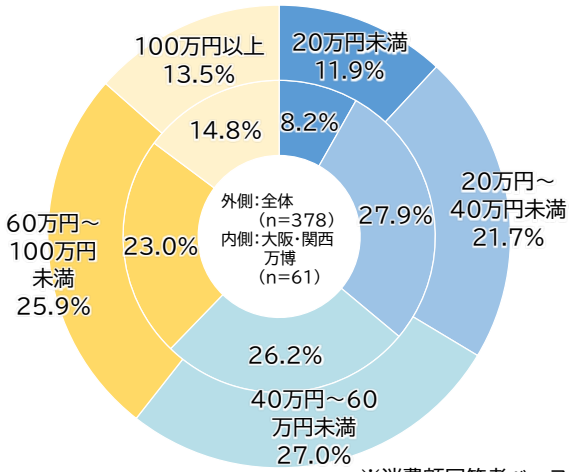


5-5 大阪・関西万博（消費額）

- 大阪・関西万博訪問者の訪日旅行消費額は、「100万円以上」が14.8%と全体と比べてやや高い。1人当たりの消費額は、約66万円と全体と比べて約2万円高い。
- 四国消費額は、「4万円～6万円未満」が20.0%、「6万円～10万円」が25.0%と全体と比べて高い。1人あたりの消費額は、約14万円と全体と比べて約2万円低い。
- 四国滞在日数の多い四国遍路経験者や直島訪問者のように四国における消費額が高くなってはいない。

大阪・関西万博

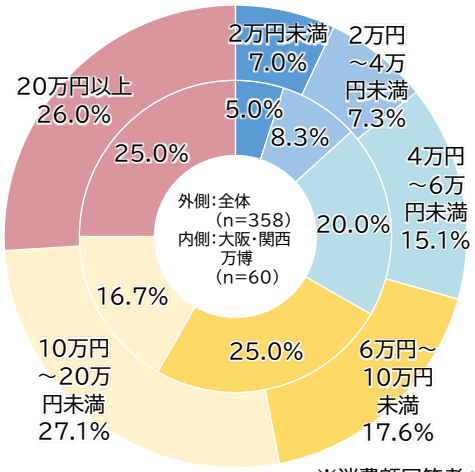
訪日旅行消費額



※消費額回答者ベース

	1人当たりの消費額	1日あたりの消費額
全体	638,826円	30,084円
大阪・関西万博	662,289円	29,403円

四国消費額



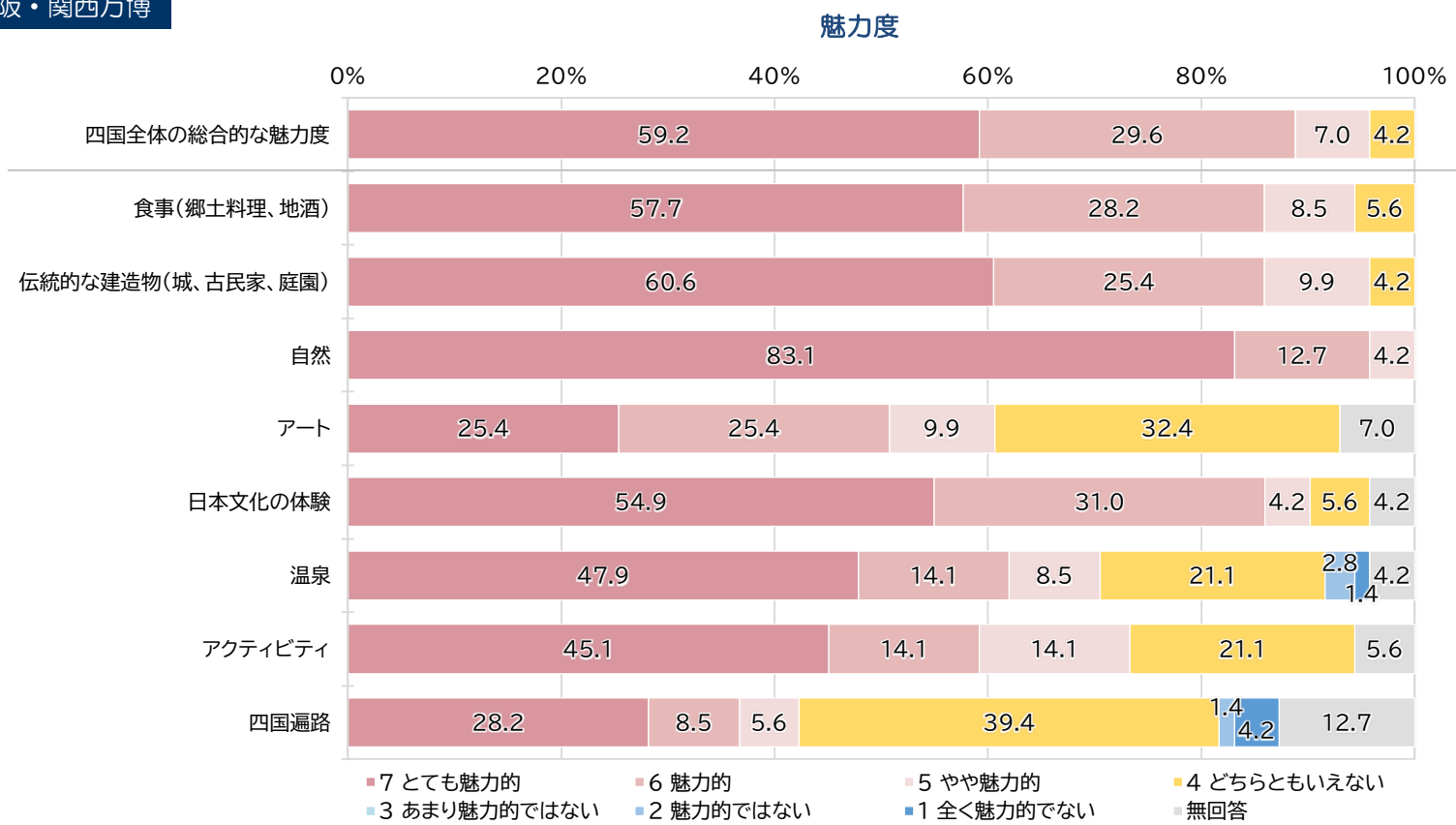
※消費額回答者ベース

	1人当たりの消費額	1日あたりの消費額
全体	155,797円	23,322円
大阪・関西万博	136,682円	23,410円

5-5 大阪・関西万博（魅力度）

- 大阪・関西万博訪問者における魅力度は、「とても魅力的」と「魅力的」を合わせると88.7%と、全体とほぼ同水準である。
- 項目の中では「日本文化の体験」、「温泉」、「食事」などの魅力度が、全体と比較して高くなっている

大阪・関西万博

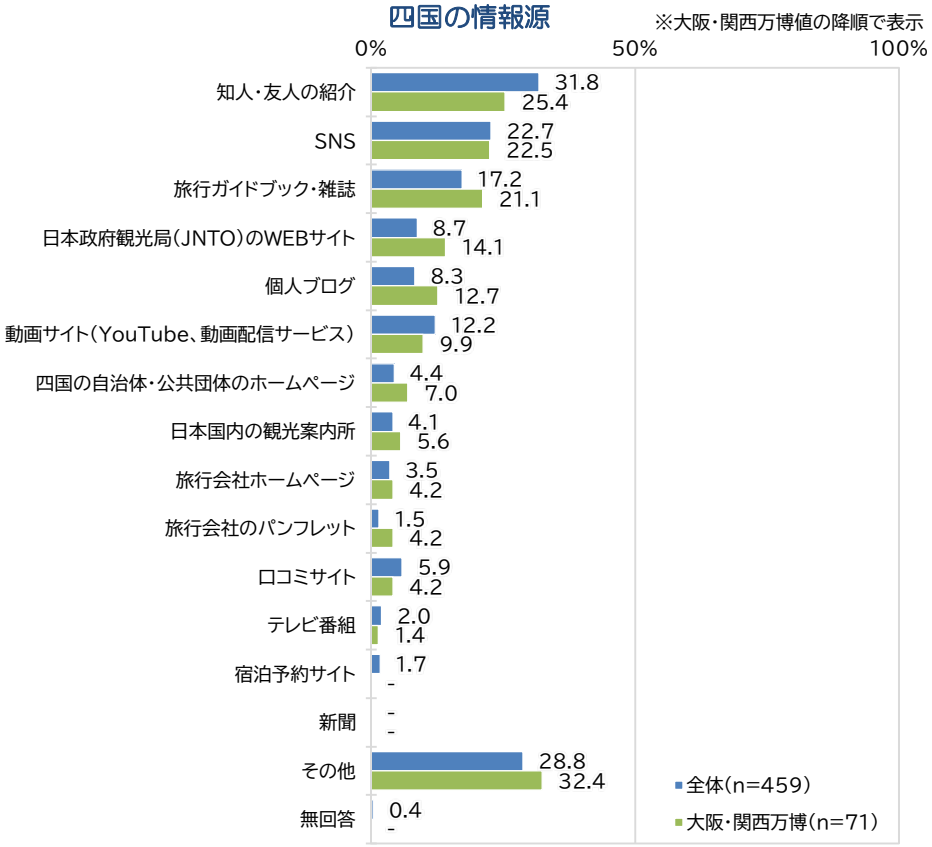


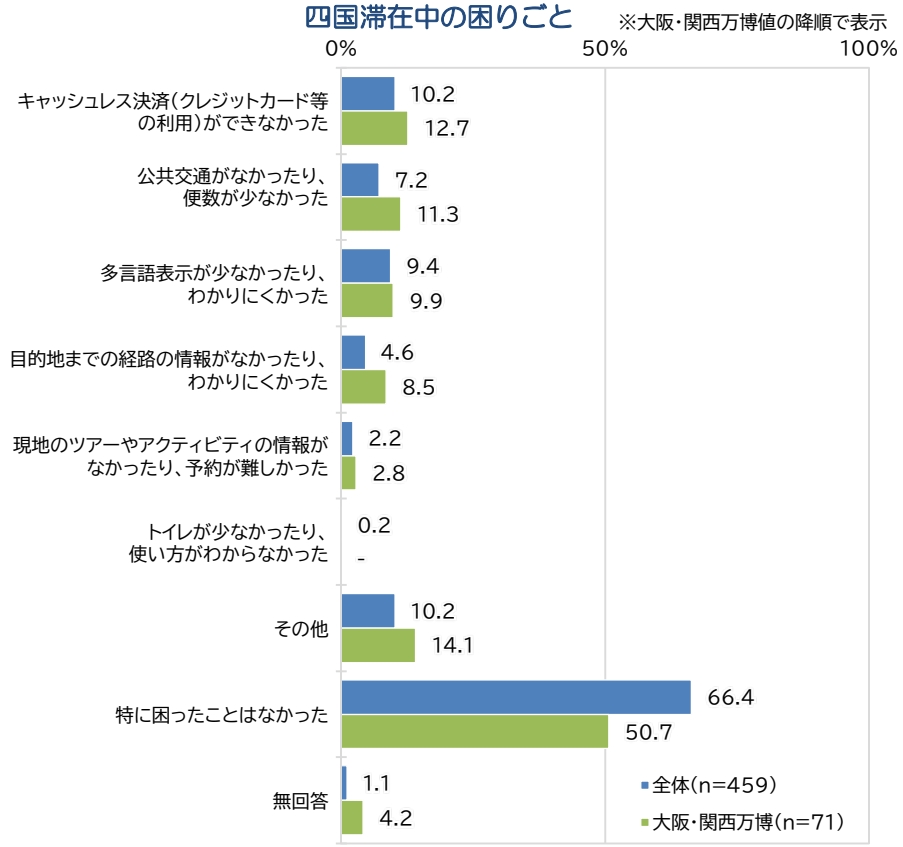
	魅力的（7+6）（n=71）	【全体】魅力的（7+6）（n=459）
四国全体の総合的な魅力度	88.7	88.2
食事（郷土料理、地酒）	85.9	80.4
伝統的な建造物（城、古民家、庭園）	85.9	84.3
自然	95.8	94.1
アート	50.7	48.1
日本文化の体験	85.9	80.6
温泉	62.0	55.8
アクティビティ	59.2	56.6
四国遍路	36.6	33.8

5-5 大阪・関西万博（情報源、困りごと）

- 大阪・関西万博訪問者の四国の情報源は、「旅行ガイドブック・雑誌」、「日本政府観光局（JNTO）のWEBサイト」、「個人ブログ」などの比率が全体より高い。
- 大阪・関西万博訪問者における四国滞在中の困りごとは、「キャッシュレス決済（クレジットカード等の利用）ができなかった」、「公共交通がなかったり、便数が少なかった」や「目的地までの経路の情報がなかったり、わかりにくかった」の比率が全体より高くなっている。

大阪・関西万博



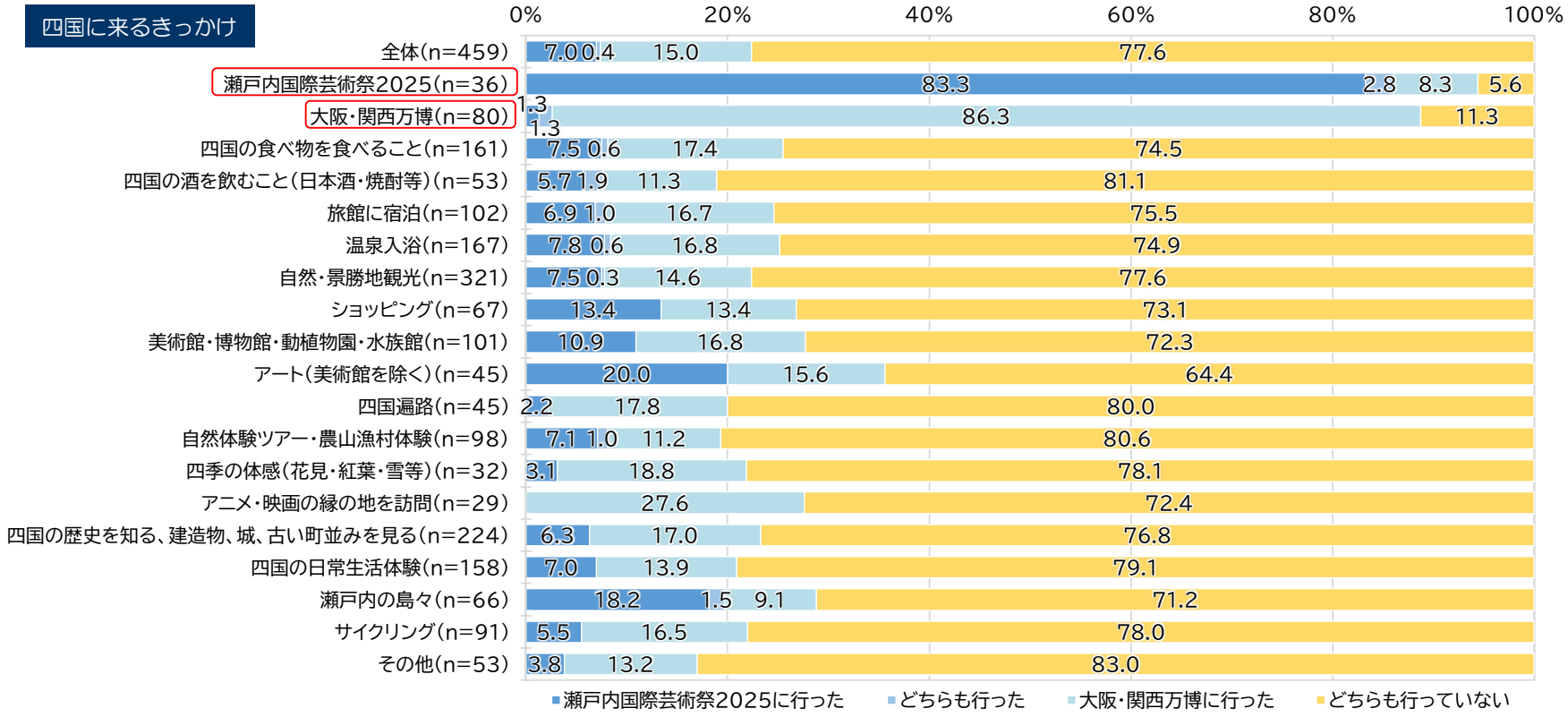


5-5 大阪・関西万博（訪問比率）

- 四国に来るきっかけ別で、「瀬戸内国際芸術祭2025」と「大阪・関西万博」の訪問率を見ると、「瀬戸内国際芸術祭2025」をきっかけとした人は、86.1%が瀬戸内国際芸術祭を訪れている。
- 「大阪・関西万博」をきっかけとした人は、87.6%が大阪・関西万博を訪れている。
- 「アート」や「瀬戸内の島々」を四国に来るきっかけとしている人においては、瀬戸内国際芸術祭の訪問率が高くなっており、「アニメ・映画の縁の地を訪問」や「四季の体感」をきっかけとしている人において、大阪・関西万博の訪問率が高くなっている。

瀬戸内国際芸術祭2025／大阪・関西万博の訪問

※n=30未満は参考値



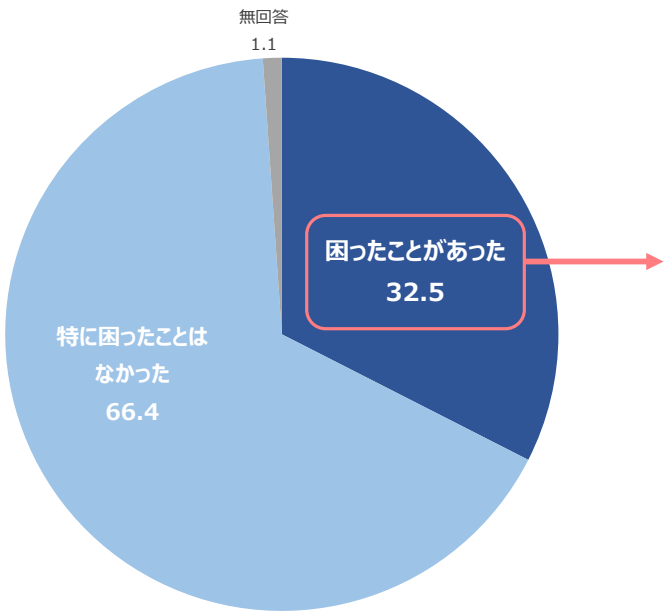
6 四国滞在中に困ったこと

6-1 四国滞在中に困ったこと（全体）

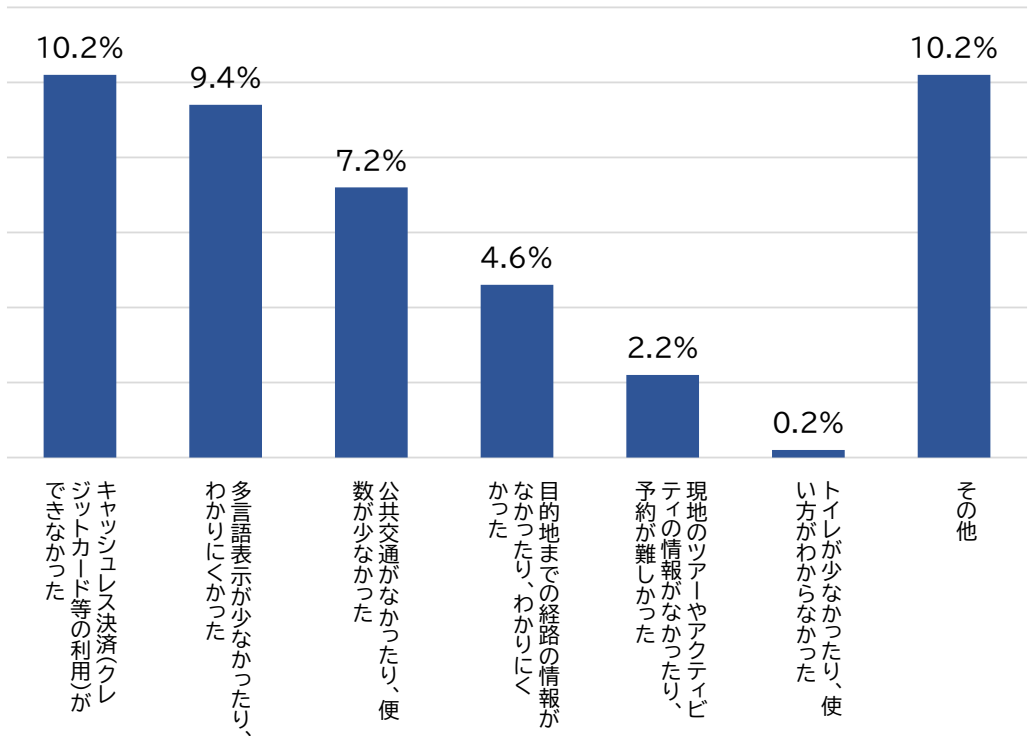
- 四国滞在中に困ったことを尋ねたところ、32.5%が何らかの「困ったことがあった」と回答した。
- 実際に困ったこととしては、「キャッシュレス決済（クレジットカード等の利用）ができなかった」10.2%、「多言語表示が少なかったり、わかりにくかった」9.4%、「公共交通がなかったり、便数が少なかった」7.2%が上位となった。

全体　2025年(n=459)

困ったことはあったか



困ったことの内容

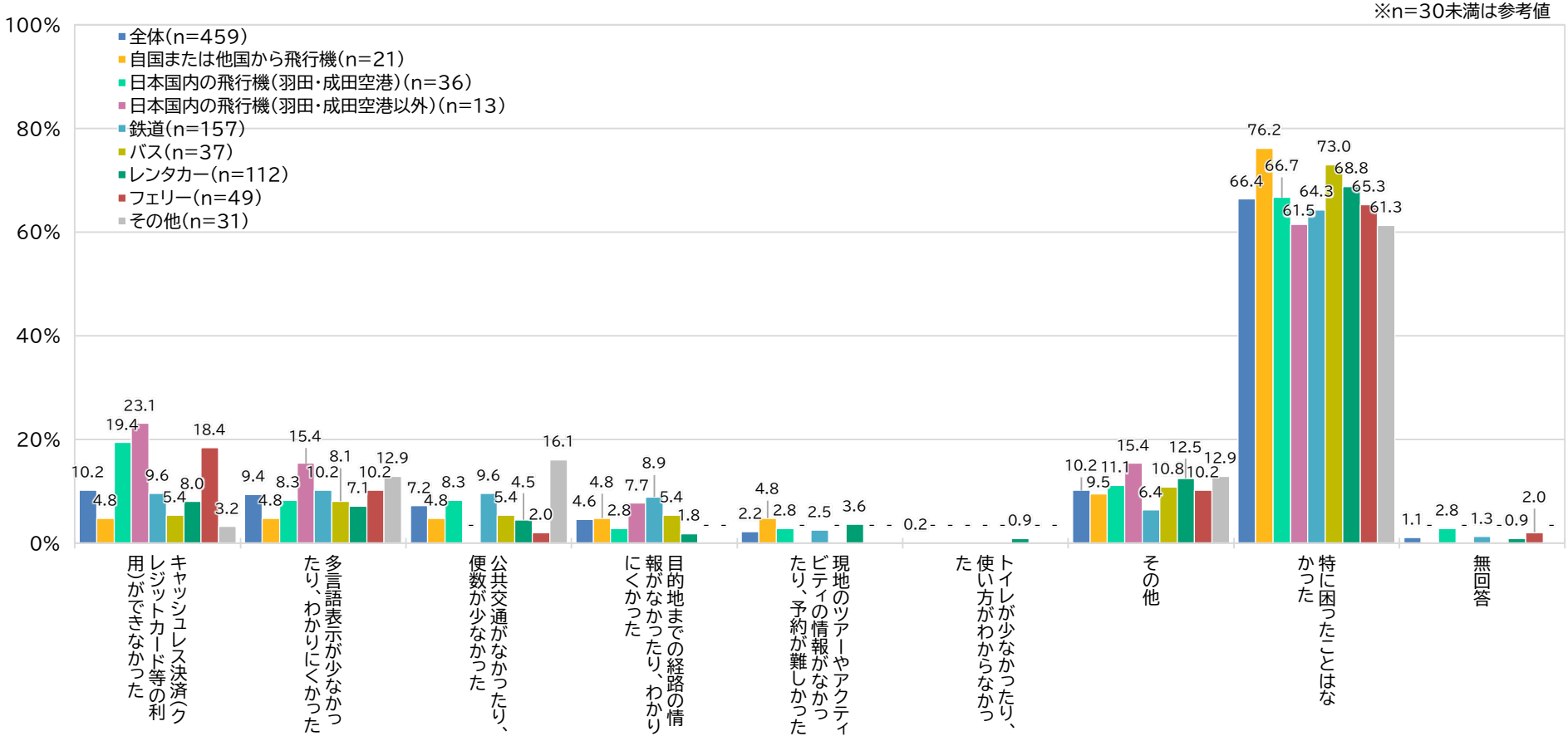


6-2 四国滞在中に困ったこと（四国に来る際の交通手段別）

- 四国に来る際の交通手段別で、四国滞在中に困ったことを見ると、困りごとがある中では、【日本国内の飛行機】や【フェリー】を利用した人において「キャッシュレス決済（クレジットカード等の利用）ができなかった」の比率が全体より高い。
- 【鉄道】【バス】を利用した人においては、「多言語表示が少なかったり、わかりにくかった」が最も高くなっている。

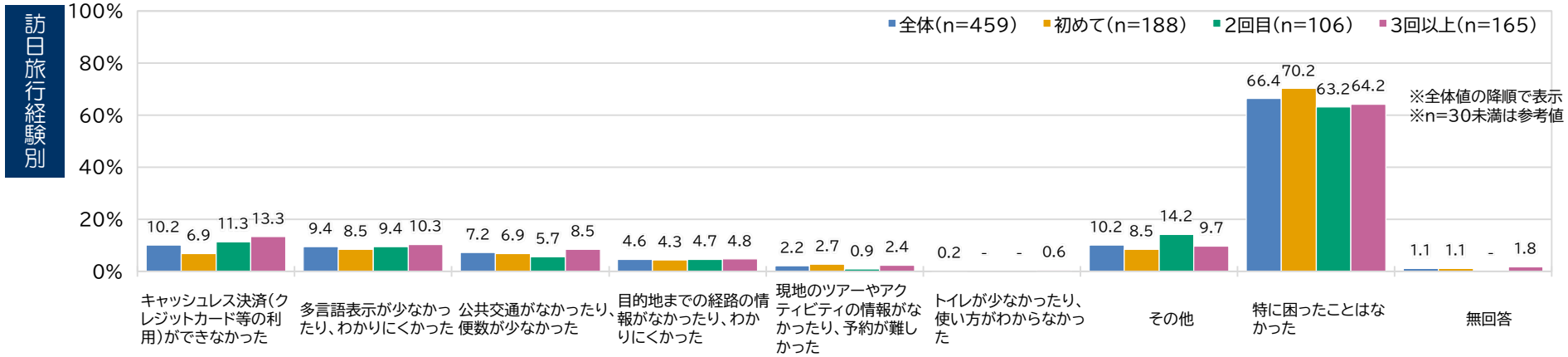
交通手段別

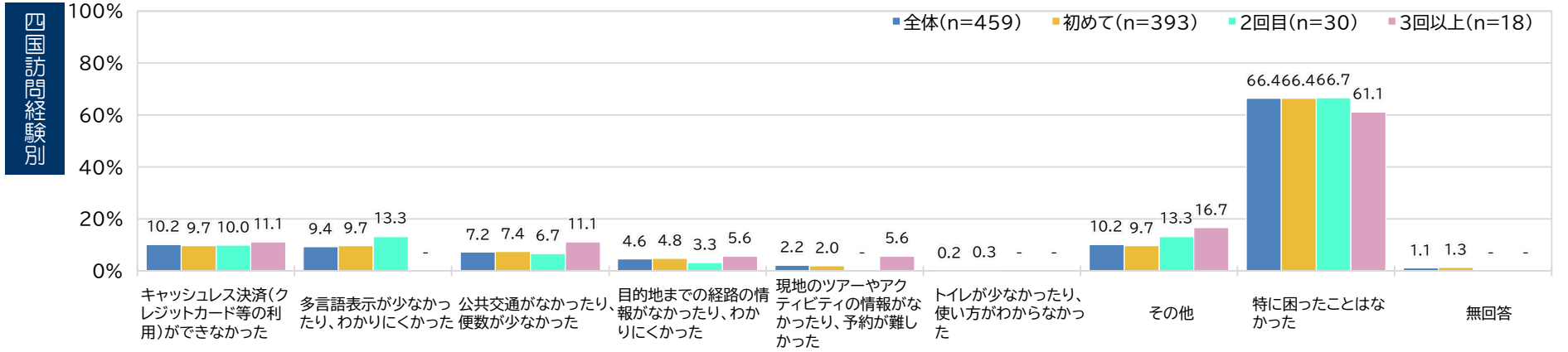
※全体値の降順で表示
※n=30未満は参考値



6-3 四国滞在中に困ったこと（訪日旅行経験、四国訪問経験別）

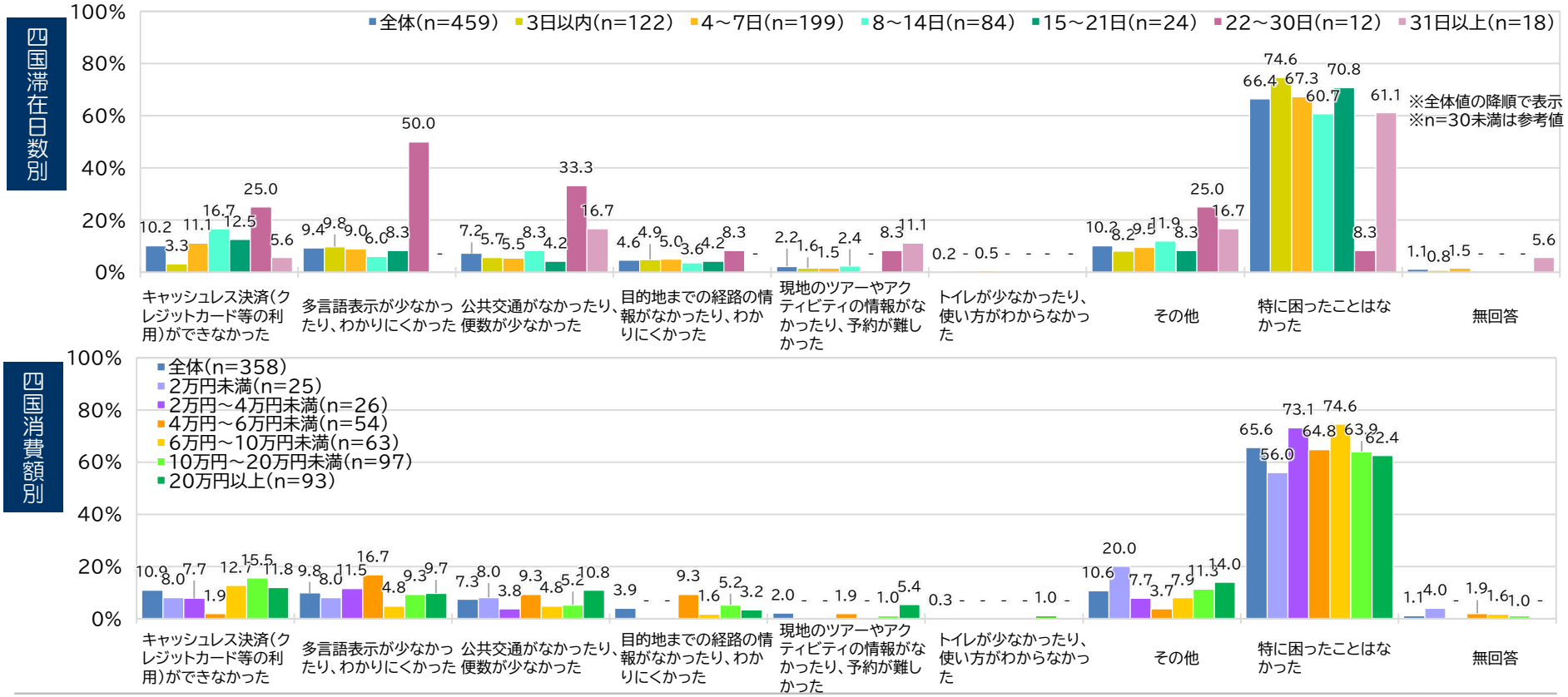
- 訪日旅行経験別で、四国滞在中に困ったことを見ると、困りごとがある中では、「キャッシュレス決済（クレジットカード等の利用）ができなかった」などにおいて「初めて」より「2回目」「3回目以上」で比率が高い一方、「特に困ったことはなかった」では「2回目」「3回目以上」の比率が低い。
- 四国訪問経験別で、四国滞在中に困ったことを見ると、「特に困ったことはなかった」で「3回目以上」の比率が低い。
- 以上より、訪日旅行経験や四国訪問経験が多くなっても困りごとが減るものではなく、むしろ経験を重ねた旅行者ほど、決済環境など滞在の質に対する期待水準が高まっている可能性が示唆される。





6-4 四国滞在中に困ったこと（四国滞在日数、四国消費額別）

- 四国滞在日数別で、四国滞在中に困ったことを見ると、困りごとがある中では、「キャッシュレス決済（クレジットカード等の利用）ができなかった」、「多言語表示が少なかったり、わかりにくかった」、「公共交通がなかったり、便数が少なかった」において22日以上の長期滞在の人における選択率が顕著に高まっている。
- 全体的に四国における滞在日数が長くなるほど困ったことの比率が上昇する傾向がある。
- 四国消費額別で、四国滞在中に困ったことを見ると、困りごとがある中では、「キャッシュレス決済（クレジットカード等の利用）ができなかった」において、消費額が6万円以上の層において顕著に比率が高まっている。



6-5 （参考）四国滞在中に困ったことの具体例

【キャッシュレス決済（クレジットカード等の利用）ができなかった】

場所	件数
レストラン	7件
お店	5件
交通機関（電車・バス・フェリー）	5件
あらゆる場所・多くの場所	3件
徳島	2件
高松	2件
駐車場	2件
愛媛	1件
松山	1件
祖谷渓	1件
かずら橋	1件
ひろめ市場	1件
直島美術館	1件
豊島	1件
小豆島	1件
史跡	1件
パーキングエリア	1件
屋台	1件
スーパーマーケット	1件
ドラッグストア	1件
小さな土産屋	1件
フェリー乗り場(高松-小豆島)	1件
高知の路面電車	1件
四国全体	1件

【多言語表示が少なかったり、わかりにくかった】

場所	件数
レストラン	5件
博物館	3件
今治	2件
あらゆる場所	2件
パーキングエリア	2件
一方通行の道路標識	2件
バス	1件
電車	1件
剣山	1件
高松城	1件
高松	1件
松山城	1件
松山	1件
小豆島	1件
祖谷渓	1件
四国全体	1件
観光地	1件
お寺の駐車場	1件
88ヶ所巡りの旅	1件
高速道路の現金支払いシステムの表示	1件
仁淀川近くのお店	1件
高浜駅からの列車がフェリー乗り場まで行かない、乗り場までの案内がない	1件
国道56号線　宇和島-津島間のサイクリングの標識	1件
標識に詳細がない	1件

【現地のツアーやアクティビティの情報がなかったり、予約が難しかった】

場所	件数
四国全体	2件
あらゆる場所	1件
四国は観光情報が入りにくい	1件
英語を見つけるのが難しい	1件

【公共交通がなかったり、便数が少なかった】

場所	件数
祖谷渓	5件
直島	3件
大歩危	3件
祖谷	3件
高知	3件
あらゆる場所	3件
室戸・室戸岬	2件
瀬戸内海の島	2件
小豆島	1件
石鎚山	1件
三好	1件
山へ行く交通手段が少ない	1件
松山から高知までの列車	1件

【目的地までの経路の情報がなかったり、わかりにくかった】

場所	件数
松山駅	1件
松山城	1件
徳島	1件
祖谷渓	1件
大歩危	1件
小さい町	1件
直島	1件
しまなみ海道のフェリー	1件
四国の城	1件
四国全体	1件
観光地で日本語のみの案内で翻訳アプリも役に立たなかった	1件
Googleマップが時々最新の情報になってない	1件
すべての場所で英語が使えるわけではない	1件

【その他】

困ったこと	場所	件数
英語が通じない、言語で困った	四国全体	2件
	高知	1件
	松山の観光案内所	1件
	小さな店	1件
	美術館	1件
	ホテル	1件
タトゥーがあるため温泉に入れない	高知	2件
ゴミ箱がない・少ない	あらゆる場所	1件
外国人という理由で入店・購入を断られた	大街道のバー	1件
高速フェリーの予約ができない	直島	2件
道が狭い	祖谷渓	1件
タクシーを使わなければならなかった	祖谷渓	1件
バスしか交通手段がない	松山から高知への移動	1件
ICOCAの使い方の指示がなくて困った	電車	1件
レンタカーで交通事故にあった	高松市内	1件
人が多すぎる	直島	1件
宿泊施設が既に満室だった	須崎市	1件
従業員の態度が親切ではなかった	高知城	1件
月曜日に閉まっている店やレストランが多い	砥部	1件
インフォメーションセンターがない	徳島	1件
エスプレッソコーヒーを見つけるのが難しかった	あらゆる場所	1件
虫や小動物がトイレにいる	展望台	1件
文化についての説明がない	あらゆる場所	1件
Japan Travelのアプリのナビがうまく動かなかった	山の中	1件

7 まとめ

7-1 調査結果を踏まえて（1）

四国を訪れる欧米豪旅行者の属性に大きな変化は見られず

- 2024年、2025年ともに、居住国では「ドイツ」、「フランス」、「オーストラリア」の順に多く、欧米豪の中ではこれらの国から来ている人が相対的に多いことが確認できた。
- 年代は「20代」、「30代」で過半を占める点も変化なく、若い世代が多く四国を訪れていると言える。
- 訪日旅行経験は「2回目」「3回目以上」が多い一方、四国訪問経験は「初めて」が最も多い結果は同様であるが、2024年から2025年にかけて「初めて」の割合がやや減少した。リピーターの獲得という観点において、四国訪問経験の変化には今後も着目して参りたい。

四国に来る直前の訪問地は「大阪」が最も多く、大阪・関西万博の影響か

- 四国を訪れた人の訪日旅行プランは、2024年に続いて「四国を含む西日本への訪問が主な目的」が最も多く、四国を含む西日本を周遊している人が多いことが改めて確認された。
- 「四国への訪問が主な目的」との回答が2024年から2025年にかけて上昇しており、四国自体を目的として訪日した旅行者が増えている。これには2025年の瀬戸内国際芸術祭の開催等も背景にあると考えられる。
- 四国に来る際の交通手段では、2024年に続き「鉄道」が最も多く、次いで「レンタカー」、「フェリー」の順に多い点も変わらず、多様な交通手段で様々なルートで四国を訪れていることが分かる。
- 四国に来る直前の訪問地は、全体では2024年は「広島」が最も多かったのに対し、2025年は「大阪」が最も多い結果となった。大阪・関西万博を訪問してから四国を訪れる旅行者が一定数いたことがうかがえる。
- 一方、訪日旅行プラン別で四国に来る直前の訪問地を見ると、「四国を含む西日本への訪問が主な目的」においては「広島」の割合が圧倒的に高いことから、西日本を周遊する旅行者の多くが「広島」を訪れている点は変わっていない。

四国における滞在日数が長いほど、遠隔地へも足を運んでいる

- 四国滞在日数別で、四国各県の訪問地を見ると、遠隔地に所在する観光地への訪問率は四国滞在日数に比例して高くなる傾向があることから、長く滞在する旅行者ほどアクセスの不便な場所にも足を運んでいると言える。
- 四国消費額別で、四国各県の訪問地を見ると、滞在日数長期化に伴い消費額も増えている観光地もある一方で、滞在日数に関係なく、高消費額層が訪れている観光地もある。地域において消費額を高めるための施策も引き続き重要である。

7-1 調査結果を踏まえて（２）

関西や中国など周辺地域との広域連携が四国誘客にとって有効

- 四国を旅行中の回答者のうち、15%が大阪・関西万博を訪問しており、加えてその大半が四国訪問のきっかけとして「大阪・関西万博」を挙げていることから、大阪・関西万博を目的に訪日し、旅行行程の一部として四国にも足を延ばしたケースが多いと考えられる。
- 以上より、関西をはじめとする近隣他地域で開催されるイベントや施設開業を契機とした四国への誘客は、一定の効果を有すると言え、周辺地域との連携の重要性が改めて確認された。

四国独自の観光コンテンツが四国における滞在日数長期化と消費額増加をもたらす

- 四国遍路経験者、直島訪問者に加えて、2025年は大阪・関西万博訪問者についても分析を実施した。
- 四国遍路経験者、直島訪問者においては、2024年の結果と同様に、全体と比較すると四国滞在日数が長期化し、四国消費額も増加するという結果となった。
- 一方、大阪・関西万博訪問者においては、四国滞在日数が長期化するものではなく、四国消費額も増加していないことが分かった。
- こうした結果から、四国における滞在日数を伸ばし、消費額を高めるためには、四国に来なければ体験できない、他の地域にはない四国独自の観光コンテンツへの訪問を促す必要があることが確認できた。

旅行者における「困ったこと」の声に真摯に向き合う必要あり

- 2025年調査の新たな項目として、四国滞在中の困ったことを尋ねたところ、全体の3割強の旅行者が「困ったことがあった」と回答した。
- 困ったこととの回答の中には、「キャッシュレス決済ができなかった」や「多言語表示がなかったり、わかりにくかった」、「公共交通がなかったり、便数が少なかった」などが相対的に多かったことを踏まえ、これらの受入環境の整備はできるだけ迅速に対応していくべきであると考える。
- また、四国滞在日数が長くなるほど、困りごとがあった比率も高まるとの結果も確認されたことから、四国内を周遊してもらい、長く滞在してもらおうとするのであれば、細やかな部分から旅行者にとっての不便を解消し、快適な四国滞在にしてもらうことが重要であろう。
- 旅行者の小さな「困りごと」に丁寧に向き合い、受入環境の改善を積み重ねていくことが、周遊促進と長期滞在につながる重要な鍵であると言える。

7-2 さいごに

「四国らしさ」×「受入環境」×「広域連携」により、四国における持続可能な観光の実現を

本調査の結果、欧米豪旅行者における四国の観光地としての評価は引き続き高水準を維持しており、自然景観、歴史・文化、食といった地域固有の資源が、四国の魅力として認知されていることが改めて確認され、2025年調査では、「とても魅力的」と評価する割合が増加した。

また、四国訪問者の多くは初訪問であるものの、「四国訪問を主目的とする旅行」の割合が前年調査と比較して増加し、滞在日数の長期化および旅行消費額の増加といった前向きな変化も認められた。特に、四国遍路や直島に代表される四国ならではの体験型コンテンツは、四国における滞在日数および消費額の双方に対して高い効果を有しており、こうした四国独自のコンテンツは今後の観光施策において重点的に位置づけるべき分野であることが示唆された。

さらに、2025年は大阪・関西万博の開催を背景として、大阪を起点とした西日本周遊ルートの中で四国が選択されたことも一定程度確認でき、関西圏および中国地方との広域的な観光連携の重要性が改めて確認された。

一方で、キャッシュレス決済環境、公共交通の利便性、多言語対応といった受入環境面については、特に長期滞在者や高消費層を中心に改善を求める声が多い傾向も確認され、引き続き計画的な整備が求められる。

今後は、**四国ならではの体験価値を核とした観光コンテンツの磨き上げ**と、**広域周遊を前提とした情報発信・商品造成**を推進するとともに、**受入環境の質的向上**を着実に進めていくことが重要である。高い満足度を維持しつつ、初訪問者を再訪・周遊へとつなげていく取組を継続することが、**四国観光の持続的な発展および地域経済への波及効果の最大化**につながるものと考える。

観光トレンドや旅行者の価値観は絶えず変化しているため、継続的な調査・分析を行う必要があると考え、DBJと四ツ創は今後も協働し、2026年度においても調査を実施して参りたい。

本レポートが、四国地域の観光に携わる皆様の今後の戦略立案や施策実行において参考となり、四国の観光活性化に役立つことを願っている。

写真提供：一般社団法人四国ツーリズム創造機構

著作権（C）Development Bank of Japan Inc. 2026
当資料は、株式会社日本政策投資銀行（DBJ）により作成されたものです。

本資料は情報提供のみを目的として作成されたものであり、取引などを勧誘するものではありません。本資料は当行が信頼に足ると判断した情報に基づいて作成されていますが、当行はその正確性・確実性を保証するものではありません。本資料のご利用に際しましては、ご自身のご判断でなされますようお願いいたします。

本資料は著作物であり、著作権法に基づき保護されています。本資料の全文または一部を転載・複製する際は、著作権者の許諾が必要ですので、当行までご連絡ください。
著作権法の定めに従い引用・転載・複製する際には、必ず『出所：日本政策投資銀行』と明記してください。