
【東北地方版】

DBJ・JTBF

アジア・欧米豪

訪日外国人旅行者の意向調査 2022 年度版

2023 年 3 月



株式会社日本政策投資銀行
東北支店



目次

目次	1
I. 調査概要	2
II. 有効回答者数・調査結果のポイント	3
III. 調査結果	4
1. 海外旅行に対する意欲	4
(1) 新型コロナ感染拡大の不安	4
(2) 海外観光旅行に対する意欲の高まり	4
(2) 人気の訪問先（行きたい国・地域）	5
(4) 訪日旅行の予算の変化	6
(5) 訪日旅行の滞在日数の変化	7
2. 東北の認知度・訪問意欲	8
(1) 他地域と比較した東北の認知度・訪問意欲（地域別）	8
(2) 東北各地の認知度・訪問意欲（国・地域別）	9
(3) 訪日リピーターの東北各地の訪問意欲（訪日回数別）	9
3. サステナブルな取り組みに対する意識の高まり	10
(1) サステナブルな取り組みに対する重視度・理由	10
(2) 海外旅行先で実施したいサステナブルな取り組み	11
VI. (参考1) 東北訪問希望者・東北訪問経験者の特徴－DBJ・JTBF アジア欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査	12
(1) 年齢	12
(2) 国・地域	12
(3) 訪日回数	12
(4) 訪日旅行で希望する宿泊施設	13
(5) 訪日旅行で体験したいこと	14
(6) 日本の国立公園に求めるものと入場料について	15
(7) 今後実施したいこと	16
(8) 地方観光地に滞在して困ったこと	16
VII. (参考2) 全国・東北の観光動向	17
1. インバウンド客数の推移	17
2. 新型コロナ前後の延べ宿泊者数	17
①全国	17
②東北	17
3. 延べ宿泊者数の長期推移（東北：県別）	18
①日本人延べ宿泊者数	18
②外国人延べ宿泊者数	18
4. 新型コロナ前後の客室稼働率	19
①全国	19
②東北	19
5. 観光消費額	19
IV. まとめ	20

I. 調査概要

- (株)日本政策投資銀行(以下「DBJ」)地域調査部及び(公財)日本交通公社(以下「JTBF」)は、共同で「DBJ・JTBF アジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査 2022 年度版」(調査期間:2022年6月21日~7月4日)を実施した。
- 同調査は、DBJ 地域調査部が2012年より継続的にアジア・欧米豪12地域(欧米豪は2016年より調査対象に追加)の海外旅行経験者を対象にインターネットによるアンケート調査を実施し、2015年からはJTBFと共同で調査を行い、以降、毎年、調査及び調査結果のリリースを行っているものである。
- 本調査は、同調査のデータより、東北地方訪問経験者・希望者のデータを抽出し、集計・分析したものである。全体の結果については、「DBJ・JTBF アジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査 2022 年度版」(2022年10月)をご参照いただきたい。

【調査の概要】

調査方法:インターネットによる調査

実施時期:2022年6月21日~7月4日

調査地域:◇アジア:韓国、中国、台湾、香港、タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア

◇欧州豪:アメリカ、オーストラリア、イギリス、フランス

(12か国・地域)

※中国は北京および上海在住者のみ(割合は北京50%、上海50%)

※アメリカ、オーストラリア、イギリス、フランスは2016年度から追加

調査対象者:20歳~59歳の男女、かつ、海外旅行経験者

※中国-香港-マカオ間、マレーシア-シンガポール間、タイ-マレーシア間、アメリカ-カナダ・メキシコ・ハワイ・グアム間、オーストラリア-ニュージーランド間、イギリス・フランス-欧州各国間の旅行は、海外旅行経験から除く。

有効回答者数:上記各地域に居住する住民計6,307人

協力実査会社:楽天インサイト・グローバル株式会社

【概念図】



「DBJ・JTBF アジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査 2022 年度版」の調査結果から、東北地域訪問希望のデータを抽出・分析

【東北地方版】
DBJ・JTBF アジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査(本レポート)

- 2019年6月29日~7月8日に実施された調査を「DBJ・JTBF アジア 欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査(2019年度版)」(以下、2019年6月調査)とする。
- 2020年6月2日~6月12日に実施された調査を「第1回新型コロナウイルス影響度特別調査」(以下、2020年6月調査)とする。
- 2020年12月1日~12月12日に実施された調査を「第2回新型コロナウイルス影響度特別調査」(以下、2020年12月調査)とする。
- 2021年10月5日~10月19日に実施された調査を「第3回新型コロナウイルス影響度特別調査」(以下、2021年10月調査)とする。
- 2022年6月21日~7月4日に実施された調査を「DBJ・JTBF アジア 欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査(2022年度版)」(以下、2022年6月調査)とする

Ⅱ. 有効回答者数・調査結果のポイント

【有効回答者数】

◆有効回答者数

	地域・国 12地域 全体		アジア全体								欧米豪全体				
			韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア		アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
n	6,307	4,201	517	543	512	527	518	521	527	536	2,106	524	526	529	527
男性	3,147	2,089	254	271	253	263	258	258	264	268	1,058	260	268	267	263
女性	3,145	2,105	262	272	259	264	254	263	263	268	1,040	260	257	261	262
その他	15	7	1	0	0	0	6	0	0	0	8	4	1	1	2

出典：DBJ・JTBF アジア欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査 2022年6月調査
※ n 値：全員

◆訪日経験別回答者数

	地域・国 12地域 全体		アジア全体								欧米豪全体				
			韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア		アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
n	2,764	2,443	352	394	415	443	282	248	141	168	321	100	94	60	67
1回	1,026	853	116	176	91	75	130	87	78	100	173	39	51	36	47
2回	615	546	78	126	86	73	60	63	28	32	69	27	27	10	5
3回	415	366	64	51	76	58	48	36	13	20	49	23	12	7	7
4-5回	296	279	38	22	59	87	25	27	10	11	17	4	2	5	6
6回以上	412	399	56	19	103	150	19	35	12	5	13	7	2	2	2

出典：DBJ・JTBF アジア欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査 2022年6月調査
※ n 値：訪日経験者

◆東北訪問希望者数

	地域・国 12地域 全体		アジア全体								欧米豪全体				
			韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア		アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
n	904	711	48	114	151	129	81	70	47	71	193	54	55	43	41
男性	478	363	29	53	77	62	39	42	28	33	115	32	28	29	26
女性	424	346	18	61	74	67	41	28	19	38	78	22	27	14	15
その他	2	2	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0

出典：DBJ・JTBF アジア欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査 2022年6月調査
※ n 値：東北訪問希望者

◆東北訪問経験者数

	地域・国 12地域 全体		アジア全体								欧米豪全体				
			韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア		アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
n	317	281	26	48	60	63	28	23	9	24	36	10	11	9	6
男性	166	143	13	23	36	27	10	15	5	14	23	7	7	6	3
女性	150	137	13	25	24	36	17	8	4	10	13	3	4	3	3
その他	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0

出典：DBJ・JTBF アジア欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査 2022年6月調査
※ n 値：東北訪問経験者

【調査結果のポイント】

1. 海外旅行に対する意欲（4頁～）

- 新型コロナに対する不安は依然みられるものの、「(やや) 不安がある」とした回答割合は 2021 年度調査に比べ減少しており、海外旅行意欲が高まっている。
- 訪日旅行における予算や滞在日数においては、東北訪問希望者の海外旅行に対する意欲は増加し、滞在日数の変化、予算の変化においてはアジア全体では増加傾向、欧米豪は低下傾向と差がみられた。

2. 東北の認知度・訪問意欲（8頁～）

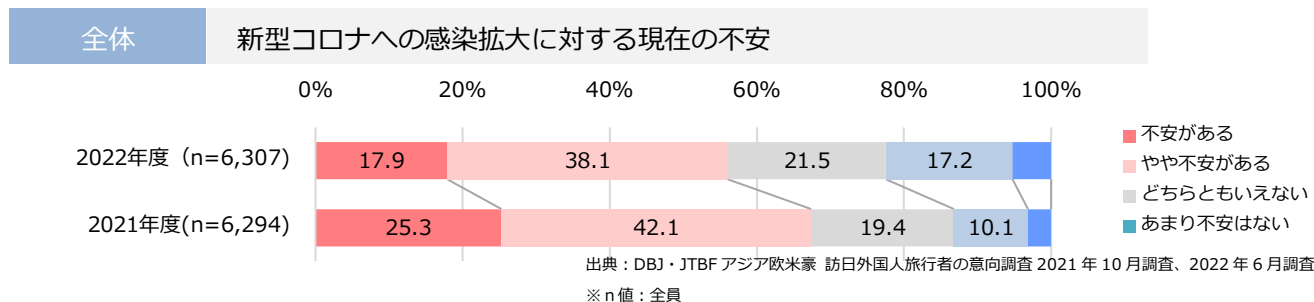
- 東北で最も認知度が高いのは「福島」（28.8%）であり、「仙台/松島」（15.4%）、「青森」（15.0%）が続く。
- 東北訪問希望者の東北を除く訪問希望先は、「北海道（50.7%）」、「九州（29.0%）」、「関西（27.4%）」の順に人気となった。

Ⅲ. 調査結果

1. 海外旅行に対する意欲

(1) 新型コロナ感染拡大の不安

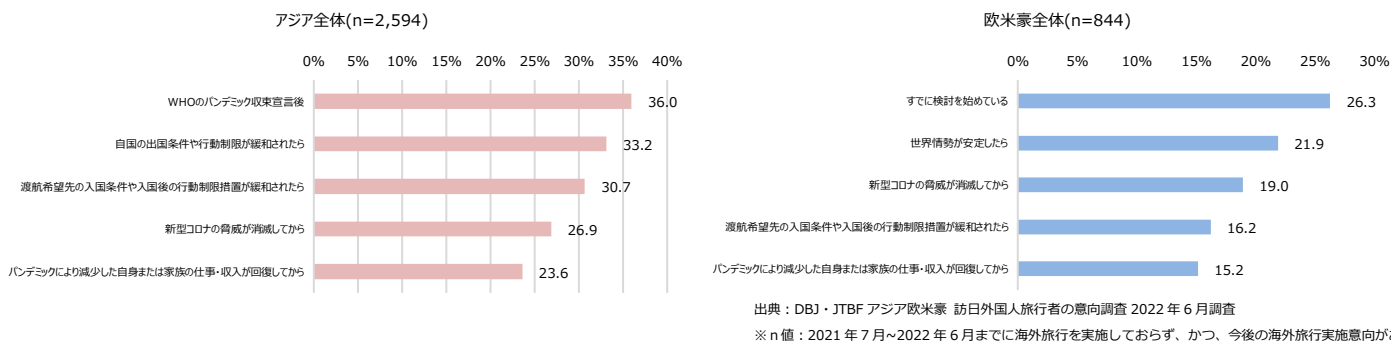
- 新型コロナ感染拡大に対する現在の不安について「(やや) 不安がある」は2021年度調査に比して11.4ポイント減少した



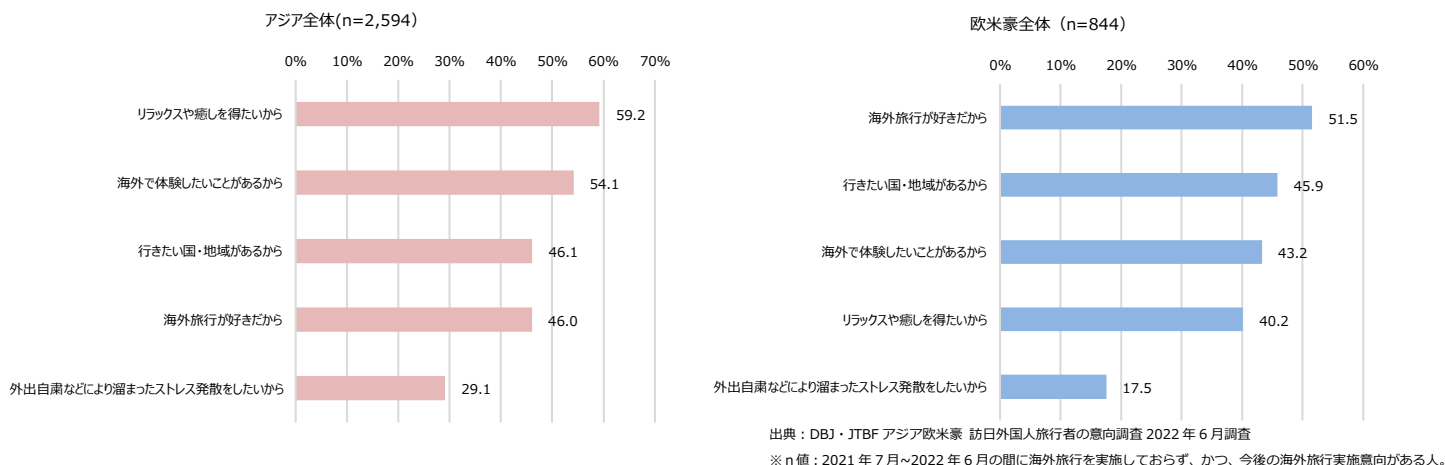
(2) 海外観光旅行に対する意欲の高まり

- 海外旅行の検討を再開するタイミングは、アジアでは「渡航希望先の入国条件や入国後の行動制限措置の緩和」、欧米豪では「すでに検討を始めている」の回答割合が高かった。
- 海外旅行をしたい理由のトップは、アジア全体では「リラックスがしたいから」が約6割、欧米豪全体では「海外旅行が好きだから」が約5割を超えた。

全体 海外旅行の検討を再開するタイミング

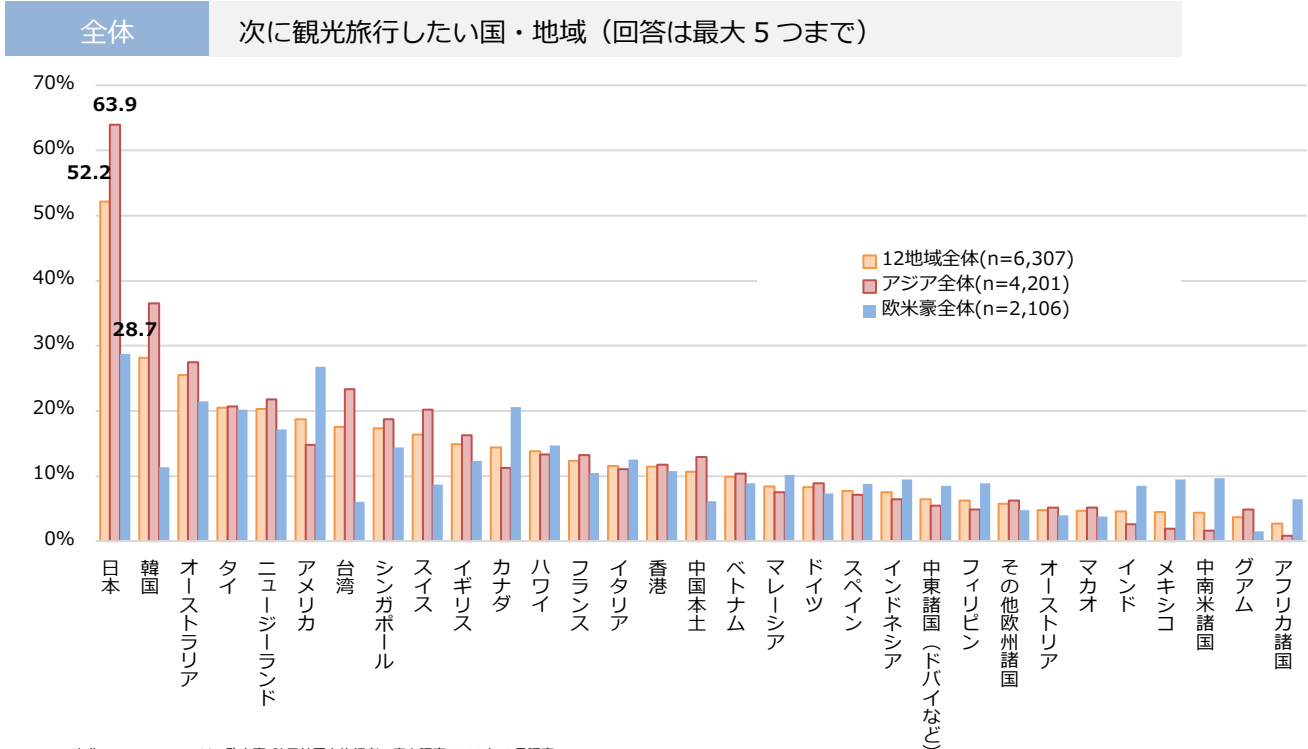


全体 海外旅行をしたい理由



(2) 人気の訪問先(行きたい国・地域)

- 次に海外旅行したい国・地域の1位はアジア・欧米豪ともに「日本」であった。「日本」は2021年調査においてもトップであり、依然として高い人気を誇る。
- 国・地域別の人気訪問先(上位10カ国)をみると、何れの国・地域においても日本は上位にあるほか、アジアでは2位以下の国・地域との回答割合の差が大きいことも特徴的である。



出典：DBJ・JTBF アジア欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査 2022年6月調査

※n値：「次に観光旅行したい国・地域」の選択しから、回答者の国・地域及び近隣の国・地域(中国・香港・マカオ、マレーシア・シンガポール、タイ・マレーシア、アメリカ・カナダ・メキシコ・ハワイ・グアム、オーストラリア・ニュージーランド、イギリス・フランス-欧州各国)を除いている。割合産出において、「旅行したい国・地域」と「回答者の国・地域」及び「回答者の近隣国・地域」が同じ場合、当該国・地域の回答者数(分母)から除いている。

全体 次に観光旅行したい国・地域(国・地域別 上位10カ国・地域)

順位	アジア全体		韓国		中国		台湾		香港		タイ		シンガポール	
	国	%	国	%	国	%	国	%	国	%	国	%	国	%
1	日本	63.9	日本	34.6	日本	63.7	日本	78.9	日本	82.9	日本	73.2	日本	58.5
2	韓国	36.5	ハワイ	33.8	シンガポール	35.9	韓国	41.0	台湾	56.2	韓国	44.6	韓国	40.9
3	オーストラリア	27.5	オーストラリア	26.5	韓国	32.4	ニュージーランド	21.1	タイ	41.4	中国本土	26.6	台湾	38.8
4	台湾	23.3	スイス	22.8	タイ	30.9	中国本土	20.1	韓国	39.3	スイス	26.3	オーストラリア・タイ	33.8
5	ニュージーランド	21.8	台湾	19.5	オーストラリア	26.5	アメリカ	19.7	オーストラリア	26.2	シンガポール	25.5	ニュージーランド	29.8
6	タイ	20.7	シンガポール	19.1	ニュージーランド	25.0	タイ	19.5	イギリス	23.9	ニュージーランド	20.8	スイス	22.5
7	スイス	20.2	カナダ	18.6	ハワイ	21.5	シンガポール	17.0	シンガポール	18.2	台湾	20.3	中国本土	16.1
8	シンガポール	18.8	ニュージーランド	18.2	フランス	20.4	オーストラリア	16.0	スイス	13.7	香港	20.1	香港	15.5
9	イギリス	16.2	タイ	18.0	スイス	15.5	カナダ・ハワイ	13.3	マレーシア	12.3	イギリス	19.3	イギリス	14.8
10	アメリカ	14.8	ベトナム・スペイン	17.6	アメリカ	14.5	イギリス	11.9	カナダ	12.1	オーストラリア	19.1	アメリカ	14.6

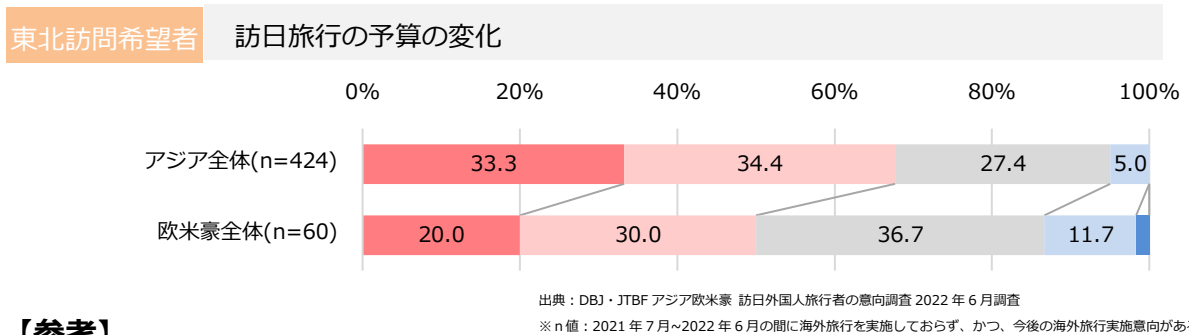
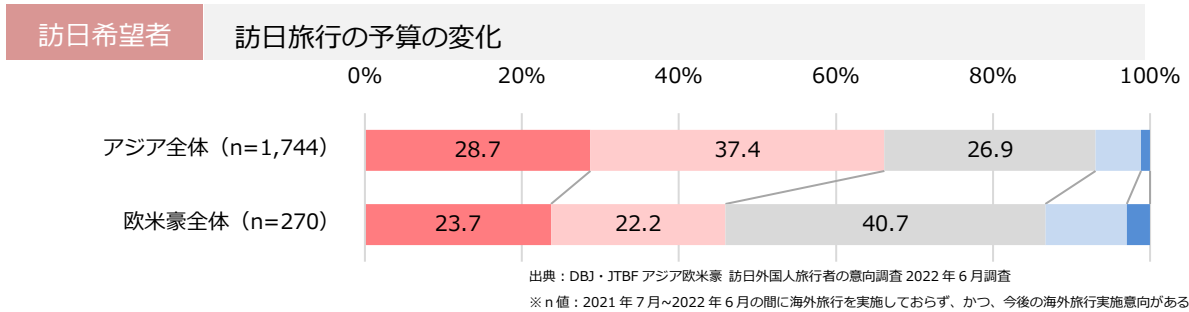
順位	マレーシア		インドネシア		欧米豪全体		アメリカ		オーストラリア		イギリス		フランス	
	国	%	国	%	国	%	国	%	国	%	国	%	国	%
1	日本	59.6	日本	60.1	日本	28.7	イタリア	33.4	日本	30.4	アメリカ	40.6	アメリカ	36.4
2	韓国	46.3	韓国	47.2	アメリカ	26.7	日本	30.7	アメリカ	29.7	日本	30.8	カナダ	31.7
3	オーストラリア	38.5	シンガポール	33.4	オーストラリア	21.5	オーストラリア	29.2	イギリス	22.4	オーストラリア	30.4	オーストラリア	26.4
4	ニュージーランド	32.3	オーストラリア	32.8	カナダ	20.6	イギリス	27.1	カナダ	21.9	ニュージーランド	28.9	タイ	24.9
5	台湾	30.9	タイ	21.3	タイ	20.2	フランス	25.4	ハワイ	20.3	カナダ	28.7	日本	23.0
6	中国本土	25.2	イギリス	17.9	ニュージーランド	17.2	スペイン	22.5	シンガポール	19.6	ハワイ	22.1	ニュージーランド	17.5
7	スイス	24.3	スイス	17.5	ハワイ	14.7	ニュージーランド	22.3	タイ	19.0	タイ	17.2	メキシコ	17.3
8	香港	16.7	香港	16.0	シンガポール	14.4	タイ	19.7	イタリア	16.9	メキシコ	15.9	中南米諸国	17.1
9	インドネシア	16.3	ニュージーランド	15.5	イタリア	12.5	ドイツ	17.9	フランス	16.5	シンガポール	14.9	ハワイ	16.3
10	ベトナム	14.8	フランス	15.1	イギリス	12.3	シンガポール	14.7	スイス	12.5	中東諸国(ドバイなど)	13.8	アフリカ諸国	12.7

出典：DBJ・JTBF アジア欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査 2022年6月調査

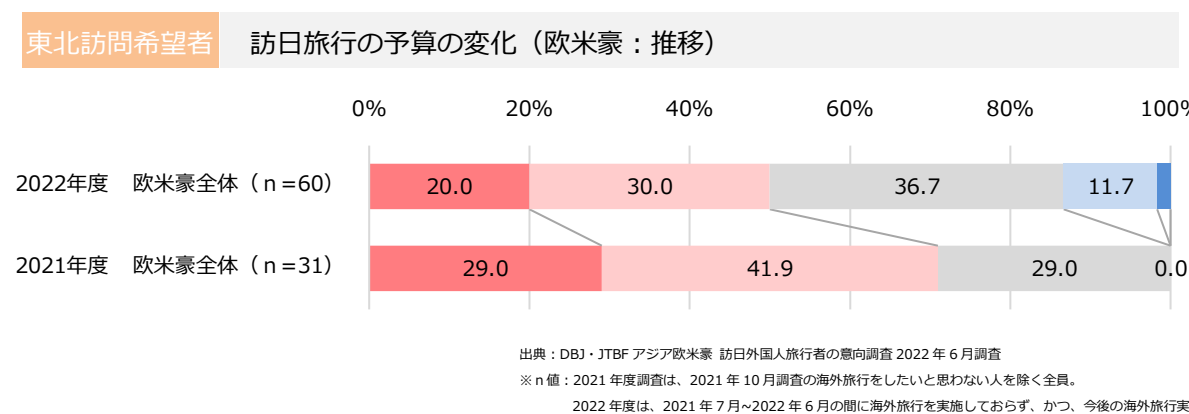
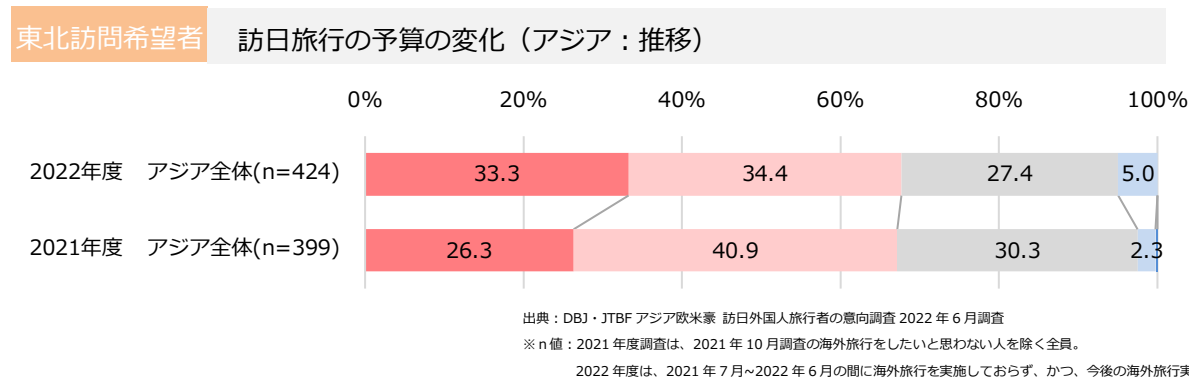
※n値：「次に観光旅行したい国・地域」の選択しから、回答者の国・地域及び近隣の国・地域(中国・香港・マカオ、マレーシア・シンガポール、タイ・マレーシア、アメリカ・カナダ・メキシコ・ハワイ・グアム、オーストラリア・ニュージーランド、イギリス・フランス-欧州各国)を除いている。割合産出において、「旅行したい国・地域」と「回答者の国・地域」及び「回答者の近隣国・地域」が同じ場合、当該国・地域の回答者数(分母)から除いている。

(4) 訪日旅行の予算の変化

- 新型コロナ収束後の訪日旅行の予算について「(どちらかといえば) 増える」と回答した訪日希望者の割合は、アジア全体では66.1%、欧米豪全体では45.9%の回答だった。
- 東北訪問希望者については、アジア全体の67.7%、欧米豪全体の50.0%が「(どちらかといえば) 増える」と回答しており、その割合はそれぞれ訪日希望者全体の回答割合を上回る。



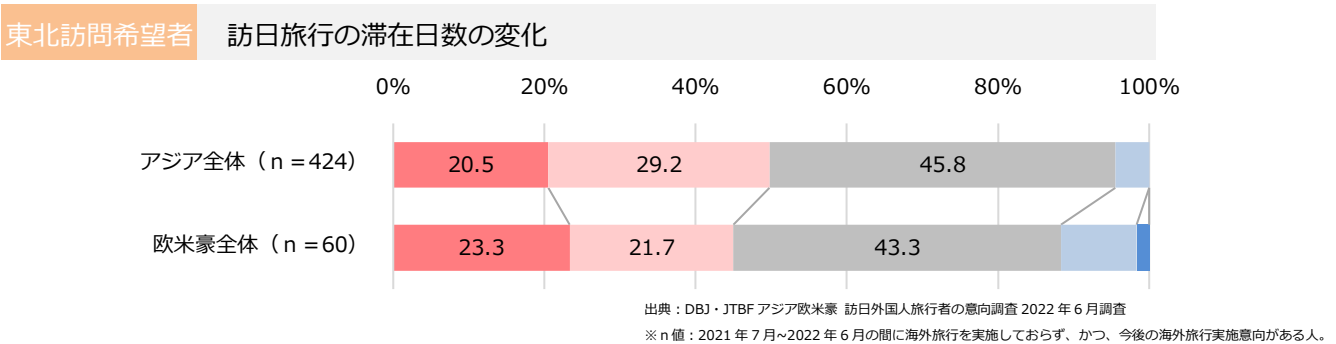
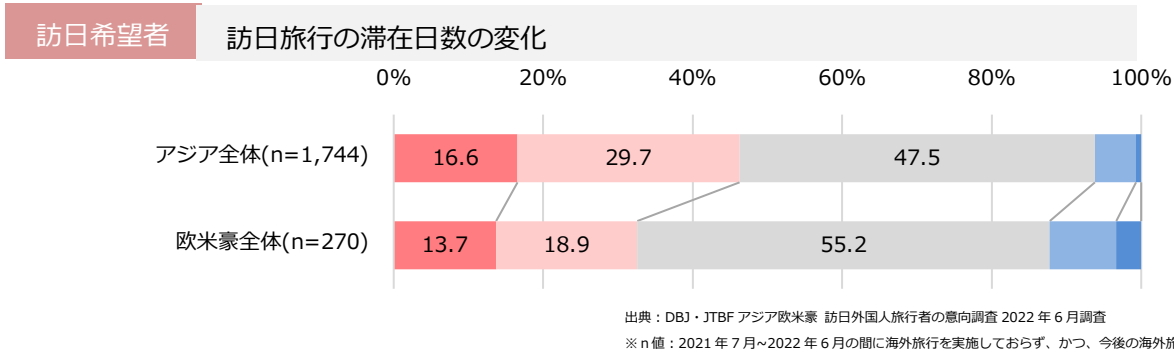
【参考】



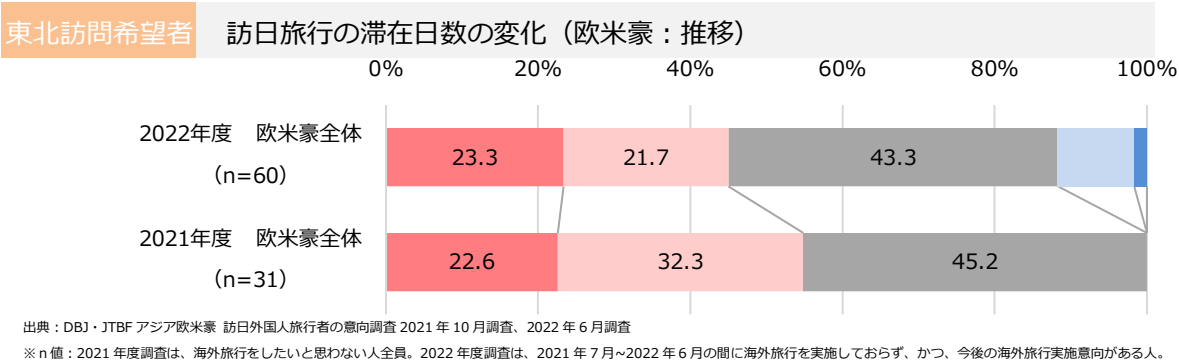
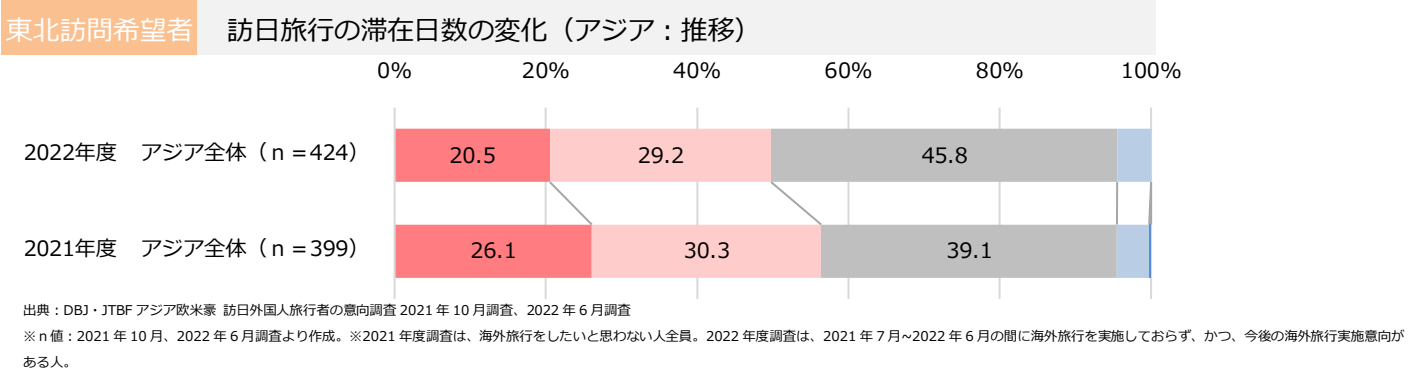
■ 増える ■ どちらかといえば増える ■ 変わらない ■ どちらかといえば減る ■ 減る

(5) 訪日旅行の滞在日数の変化

- 訪日希望者全体では新型コロナ収束後の訪日旅行における滞在日数が「変わらない」の回答が多くアジア全体では、47.5%、欧米豪全体では、55.2%の回答だった。
- 東北訪問希望者については、滞在日数が「長くなる（どちらかというとも長くなる）」が訪日希望者全体と比較して増加となった。



【参考】

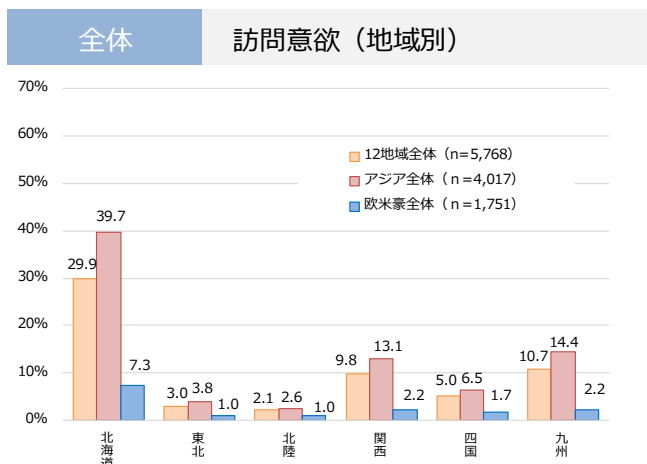
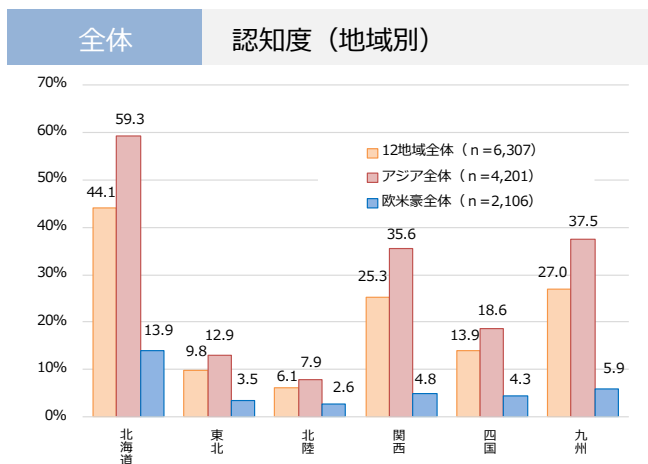


■ 長くなる ■ どちらかといえば長くなる ■ 変わらない ■ どちらかといえば短くなる ■ 短くなる

2. 東北の認知度・訪問意欲

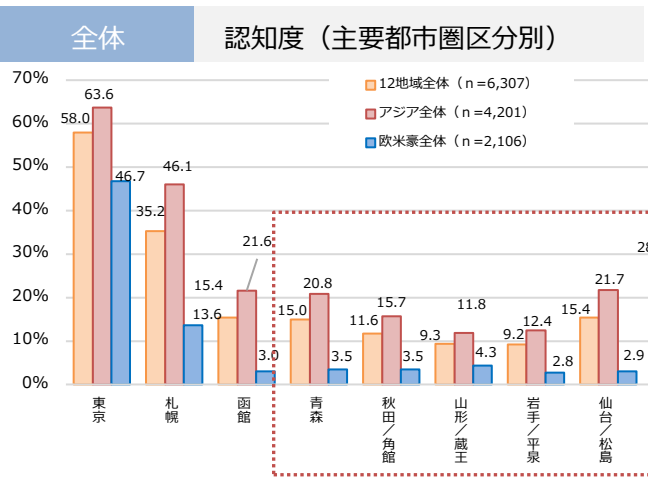
(1) 他地域と比較した東北の認知度・訪問意欲（地域別）

- 東北に対する認知度・訪問意欲を他地域と比較すると、現状では決して高いとはいえないものの、今後の取り組み次第では更なる向上の余地があるとも言えよう。
- 東北で最も認知度が高いのは「福島」（28.8%）であり、「仙台/松島」（15.4%）、「青森」（15.0%）が続く。



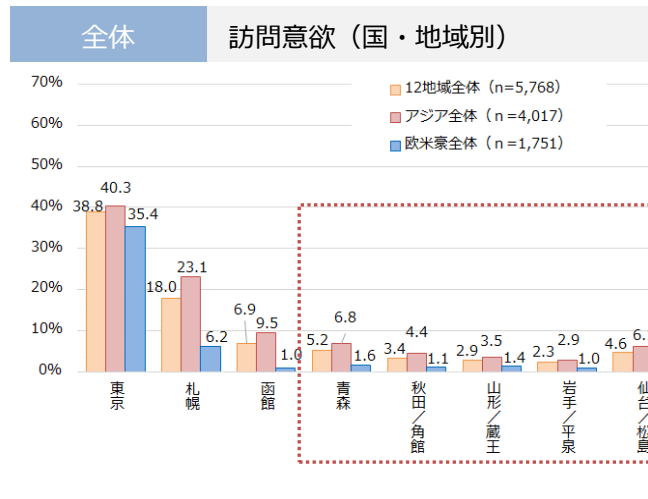
出典：DBJ・JTBF アジア欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査 2022年6月調査

※ n 値：認知度は、回答者全体。訪問意欲は、「ぜひ旅行したい」または「機会があれば旅行したい」と回答した割合。



出典：DBJ・JTBF アジア欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査 2022年6月調査

※ n 値：回答者全体。



出典：DBJ・JTBF アジア欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査 2022年6月調査

※ n 値：「ぜひ旅行したい」または「機会があれば旅行したい」と回答した割合。

(2) 東北各地の認知度・訪問意欲 (国・地域別)

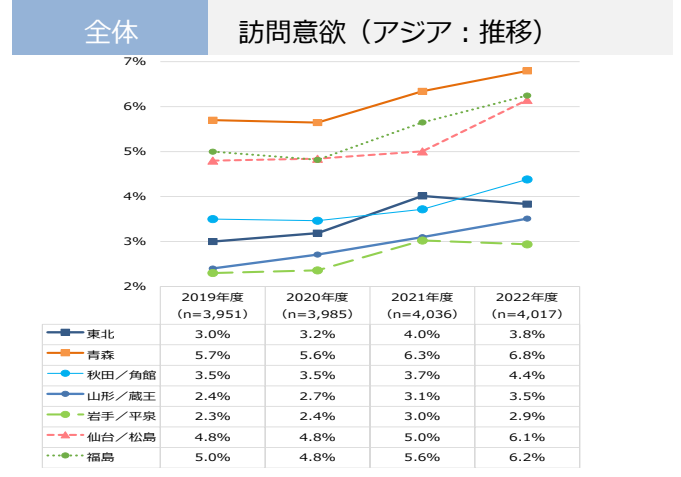
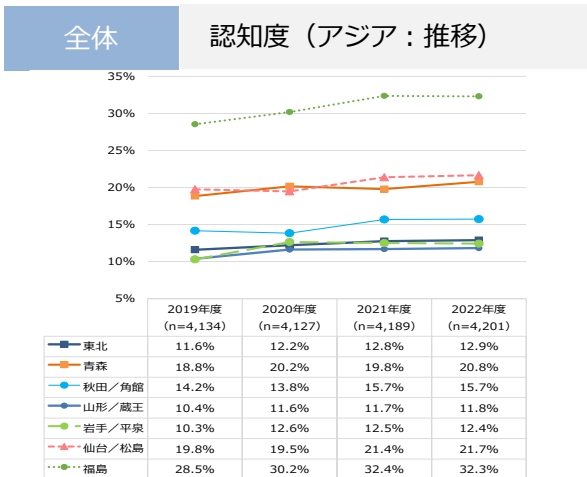
- 東北に対する認知度をアジアの国・地域別にみると「台湾」における「青森」の認知度が最も高く60%を超え、続いて「香港」は40%を超える。台湾、香港は青森りんごの最大輸出先の1つであり、青森りんごは現地で最高級品として評価を受けており、また青森県の観光PRを行っていることも認知度の高さに繋がっていると考えられる。
- 東北に対する認知度をアジア・欧米豪でみると「福島」の認知度は継続して高かった。

	地域・国											欧米豪全体				(%)
	12地域全体	アジア全体	韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア	アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス		
n	6307	4201	517	543	512	527	518	521	527	536	2106	524	526	529	527	
東北	9.8	12.9	11.0	10.9	30.1	21.6	10.6	7.7	4.4	7.5	3.5	4.2	3.6	4.3	1.9	
青森	15.0	20.8	21.3	10.3	61.9	42.5	12.0	9.2	5.1	5.4	3.5	4.8	4.2	3.4	1.5	
秋田/角館	11.6	15.7	6.6	25.2	37.7	30.4	7.7	7.7	5.3	5.4	3.5	4.8	3.6	2.8	2.7	
山形/蔵王	9.3	11.8	4.1	7.4	30.5	24.9	7.9	8.1	3.4	9.0	4.3	5.9	4.6	3.6	3.0	
岩手/平泉	9.2	12.4	6.4	12.0	29.3	30.6	7.3	6.0	3.2	5.0	2.8	2.5	3.8	2.3	2.5	
仙台/松島	15.4	21.7	14.9	25.6	46.7	38.9	19.9	10.9	7.8	9.1	2.9	3.4	3.6	2.8	1.9	
福島	28.8	32.3	42.9	30.9	47.3	42.5	24.5	24.8	20.1	25.9	21.9	16.8	24.0	21.9	25.0	

出典：DBJ・JTBF アジア欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査 2022年6月調査
※n値：回答者全体。

	地域・国											欧米豪全体				(%)
	12地域全体	アジア全体	韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア	アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス		
n	5768	4017	491	541	509	522	509	476	479	490	1751	444	463	455	389	
東北	3.0	3.8	1.2	3.5	9.8	5.2	3.5	2.5	1.5	3.1	1.0	1.8	0.4	0.9	0.8	
青森	5.2	6.8	3.9	2.0	19.3	16.5	3.7	4.8	1.9	1.6	1.6	2.0	1.3	1.5	1.5	
秋田/角館	3.4	4.4	0.8	7.2	8.6	9.2	1.4	2.9	2.3	1.8	1.1	1.8	1.3	0.4	1.0	
山形/蔵王	2.9	3.5	0.4	2.4	9.4	6.3	1.8	2.5	0.8	4.1	1.4	1.8	1.7	0.9	1.0	
岩手/平泉	2.3	2.9	0.2	1.8	7.3	7.5	1.4	2.3	1.0	1.6	1.0	0.7	1.7	0.7	0.8	
仙台/松島	4.6	6.1	3.1	7.2	11.2	10.7	7.1	4.4	2.3	2.4	1.1	1.6	1.1	0.9	1.0	
福島	6.1	6.2	3.5	5.9	8.4	4.6	8.1	6.1	5.4	8.0	5.9	5.6	7.3	5.1	5.4	

出典：DBJ・JTBF アジア欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査 2022年6月調査
※n値：「ぜひ旅行したい」または「機会があれば旅行したい」と回答した割合。



出典：DBJ・JTBF アジア欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査 2019年6・7月、2020年12月、2021年10月、2022年6月調査
※n値：認知度は、回答者全体。訪問意欲は、「ぜひ旅行したい」または「機会があれば旅行したい」と回答した割合。

(3) 訪日リピーターの東北各地の訪問意欲 (訪日回数別)

	訪問意欲						(%)
	全体 (n=5,768)	1回	2回	3回	4-5回	6回以上	
東北	3.0	2.3	3.4	4.3	5.1	13.8	
青森	5.2	3.8	6.3	8.7	12.5	24.3	
秋田/角館	3.4	3.3	3.7	5.8	7.4	14.3	
山形/蔵王	2.9	2.2	3.1	3.1	5.7	12.1	
岩手/平泉	2.3	2.0	2.6	3.9	4.7	10.9	
仙台/松島	4.6	4.6	6.2	7.5	10.5	18.4	
福島	6.1	7.1	6.2	5.8	10.5	11.9	

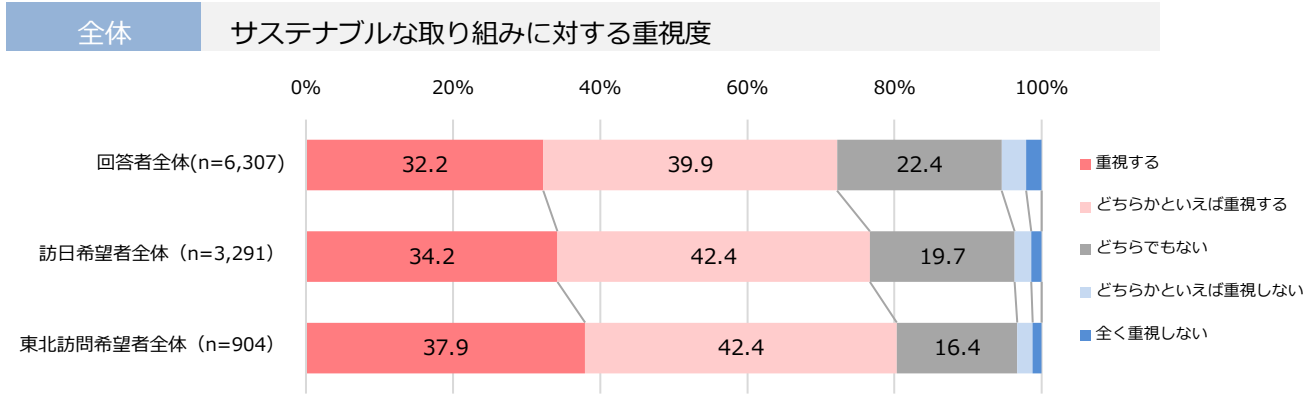
	訪問意欲						(%)
	全体 (n=317)	1回	2回	3回	4-5回	6回以上	
東北	21.5	15.1	16.7	18.6	17.5	30.8	
青森	28.1	12.3	14.8	14.0	37.5	47.7	
秋田/角館	22.4	19.2	22.2	18.6	15.0	29.0	
山形/蔵王	17.7	9.6	16.7	9.3	17.5	27.1	
岩手/平泉	16.1	12.3	11.1	16.3	15.0	21.5	
仙台/松島	30.6	23.3	24.1	25.6	32.5	40.2	
福島	25.2	37.0	24.1	11.6	25.0	23.4	

出典：DBJ・JTBF アジア欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査 2022年6月調査 ※n値：訪問意欲は、「ぜひ旅行したい」または「機会があれば旅行したい」と回答した割合。「訪日リピーター」は訪日経験が2回以上を指す。

3. サステナブルな取り組みに対する意識の高まり

(1) サステナブルな取り組みに対する重視度・理由

- (株)JTB 総合研究所「SDG's に対する生活者の意識と旅行についての調査 (2022 年 12 月)」の旅行中における SDG's に関わる行動の今後の実践意向については、ドイツ、オーストラリア、タイと比較すると「日本人」は旅行と SDG's の関連付けが薄いといえよう。



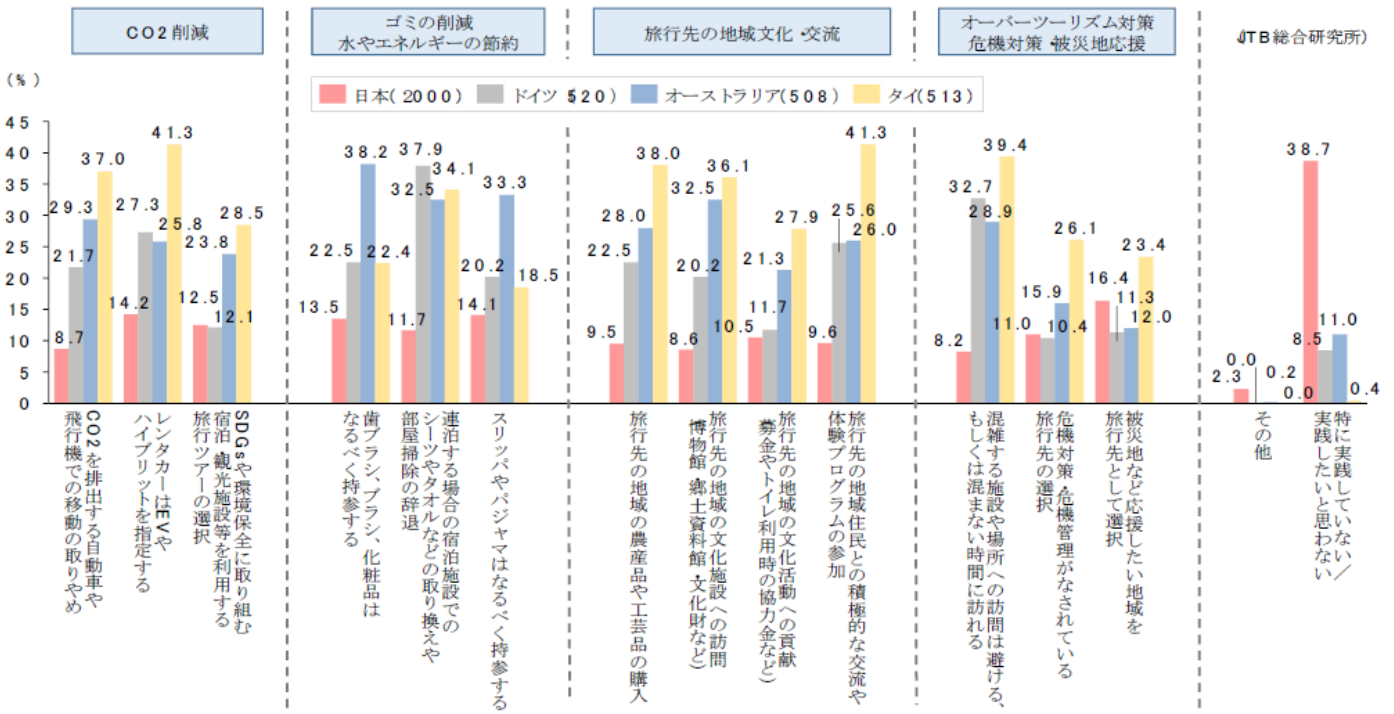
出典：DBJ・JTB アジア欧米系 訪日外国人旅行者の意向調査 2022 年 6 月調査

※「サステナブルな取り組みとは」、地域の「自然や生物多様性の保全等」、「伝統・文化の保存・継承」、「地域経済の活性化や地域づくり」の保護と貢献への取り組みとする。

(参考) 株式会社 JTB 総合研究所「SDGs に対する生活者の意識と旅行についての調査 (2022 年 12 月)

～ドイツ、オーストラリア、タイと日本の比較¹

■ 旅行中における SDG's に関わる行動の今後の実践意向 (複数回答)



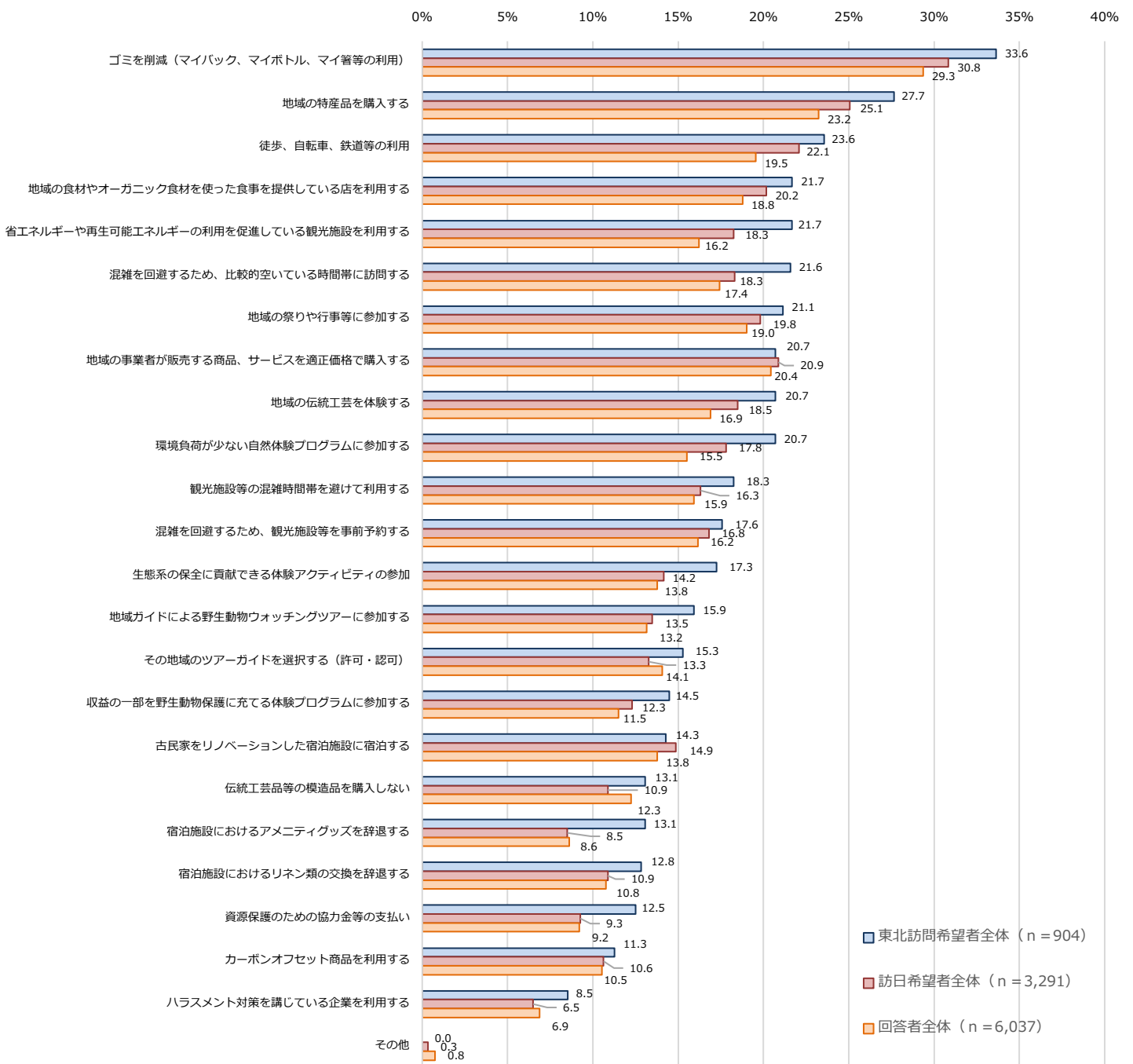
¹ 株式会社 JTB 総合研究所「SDGs に対する生活者の意識と旅行についての調査 (2022 年 12 月) ～ドイツ、オーストラリア、タイと日本の比較～」

※日本、ドイツ、オーストラリア、タイの過去 3 年間 (2019 年 10 月～2022 年 9 月) に 1 泊以上の国内旅行をした人を対象としたインターネット調査

(2) 海外旅行先で実施したいサステナブルな取り組み

- 訪日希望者全体では、海外旅行先で実施したいサステナブルな取り組みについては、「ゴミ削減」「地域の物産品を購入する」「地域事業者が販売する商品、サービスの適正価格」の順に回答割合が高かった。資源削減の実践意向が強く、地域の文化を支援する意識もみられた。
- 東北訪問希望者においては「徒歩・自転車・鉄道の利用」の回答の割合も高く利便性の提供が求められよう。

東北訪問希望者 海外旅行先で実施したいサステナブルな取り組み



出典：DBJ・JTBF アジア欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査 2022年6月調査

VI. (参考 1) 東北訪問希望者・東北訪問経験者の特徴 — DBJ・JTBF アジア欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査

(1) 年齢

	n	20-24歳	25-29歳	30-34歳	35-39歳	40-44歳	45-49歳	50-54歳	55-59歳
訪日希望者全体	3,291	9.7	15.1	13.4	12.5	15.7	10.1	15.3	8.2
うちアジア全体	2,686	9.2	14.7	13.7	12.1	15.6	10.2	16.2	8.3
うち欧米豪全体	605	12.1	16.7	11.9	13.9	16.4	10.1	11.1	7.9
訪日経験者	2,764	6.3	14.8	14.0	13.7	15.4	10.4	15.9	9.4
うちアジア全体	2,443	5.8	15.1	14.2	12.8	15.3	10.4	16.8	9.6
うち欧米豪全体	321	10.6	13.1	12.8	20.9	15.9	10.3	8.7	7.8
東北訪問希望者	620	7.1	17.1	13.2	11.6	15.8	9.8	16.1	9.2
うちアジア全体	537	6.5	16.6	14.2	11.7	16.0	9.3	17.1	8.6
うち欧米豪全体	83	10.8	20.5	7.2	10.8	14.5	13.3	9.6	13.3
東北訪日経験者	317	5.4	13.6	14.5	12.3	14.2	12.6	18.0	9.5
うちアジア全体	281	4.3	14.6	14.6	11.0	13.9	12.8	18.5	10.3
うち欧米豪全体	36	13.9	5.6	13.9	22.2	16.7	11.1	13.9	2.8

出典：DBJ・JTBF アジア欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査 2022年6月調査

(2) 国・地域

	12地域 全体 (n)	アジア全体										欧米豪全体			
		韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア	アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス		
訪日希望者全体	3,291	81.6	5.4	10.5	12.3	13.3	11.5	9.3	9.5	9.8	18.4	4.9	4.9	5.0	3.7
訪日経験者全体	2,764	88.4	12.7	14.3	15.0	16.0	10.2	9.0	5.1	6.1	11.6	3.6	3.4	2.2	2.4
東北訪問希望者	620	86.6	4.2	12.7	21.0	18.7	10.5	7.1	5.3	7.1	13.4	4.0	4.7	2.4	2.3
東北訪問経験者	317	88.6	8.2	15.1	18.9	19.9	8.8	7.3	2.8	7.6	11.4	3.2	3.5	2.8	1.9

出典：DBJ・JTBF アジア欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査 2022年6月調査

(3) 訪日回数

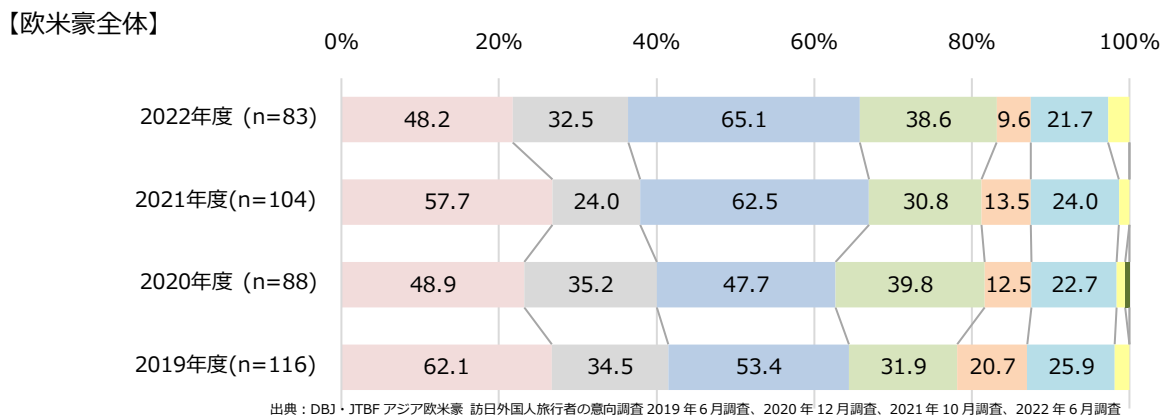
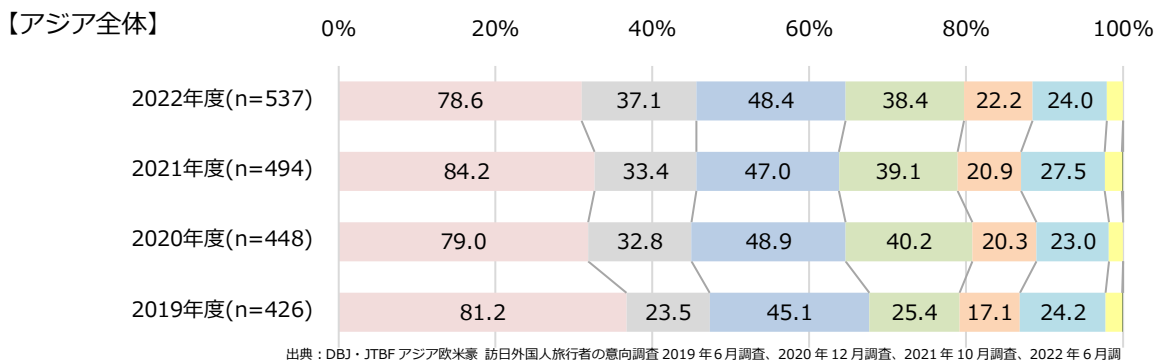
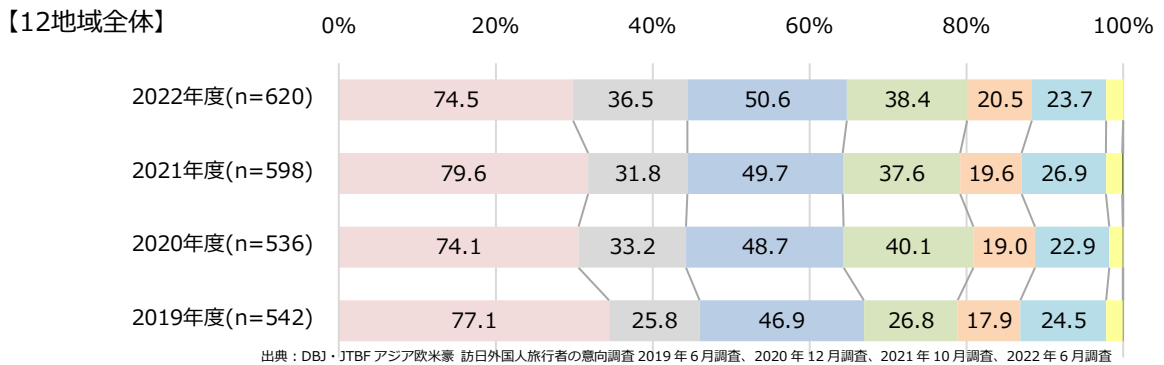
	n	0回	1回	2回	3回	4-5回	6回以上
訪日希望者全体	3,291	43.9	18.0	12.4	8.6	6.7	10.4
うちアジア全体	2,686	36.2	19.7	14.0	9.9	7.9	12.4
うち欧米豪全体	605	78.3	10.7	5.1	3.1	1.2	1.5
訪日経験者全体	2,764	0.0	37.1	22.3	15.0	10.7	14.9
うちアジア全体	2,443	0.0	34.9	22.3	15.0	11.4	16.3
うち欧米豪全体	321	0.0	53.9	21.5	15.3	5.3	4.0
東北訪問希望者	620	26.1	16.5	13.5	11.1	10.8	21.9
うちアジア全体	537	19.6	16.8	14.9	12.1	12.1	24.6
うち欧米豪全体	83	68.7	14.5	4.8	4.8	2.4	4.8
東北訪問経験者	317	0.0	23.0	17.0	13.6	12.6	33.8
うちアジア全体	281	0.0	20.3	17.1	11.4	13.2	38.1
うち欧米豪全体	36	0.0	44.4	16.7	30.6	8.3	0.0

出典：DBJ・JTBF アジア欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査 2022年6月調査

(4) 訪日旅行で希望する宿泊施設

- 訪日旅行で希望する宿泊施設について、東北訪問希望者の回答を地域別にみると、アジア全体では「温泉のある日本旅館」、欧米豪全体では「豪華で快適な高級ホテル（西洋式）」の人気が高い。
- アジア・欧米豪全体共に「日本旅館（温泉なし）」の人気が増えている。

東北訪問希望者 希望する宿泊施設



- ① 温泉のある日本旅館
- ② 日本旅館（温泉なし）
- ③ 豪華で快適な高級ホテル（西洋式）
- ④ 安価で基本的な設備のみが備わっているホテル（西洋式）
- ⑤ ユースホステル・ゲストハウス
- ⑥ 現地の人から有料で借りる家・アパート
- ⑦ 親族・知人宅
- ⑧ その他

(5) 訪日旅行で体験したいこと²

- 訪日旅行で体験したいことについて訪日経験者全体と東北訪問希望者全体の上位 10 項目をみると、共通して「自然や風景の見物」「桜の観賞」、「有名な史跡や歴史的な建築物の見物」が上位となった。
- 東北訪問希望者全体ではアジア・欧米豪ともに「自然や風景の見物」も上位に挙がる。
- 欧米豪では「日本庭園の見物」や「日本文化の体験（茶道、華道、着物試着など）」といった、日本独自の文化に対する関心の高さがうかがえる。「温泉への入浴」「伝統的日本料理」はアジアにおける回答割合が高い。

東北訪問希望者 訪日旅行で体験したいこと

(あてはまるものすべて、%)

	訪日希望者 全体	東北訪問希望者全体	
		アジア全体	欧米豪全体
n	3,291	620	83
「見る」項目			
自然や風景の見物	55.3	64.2	65.4
雪景色観賞	39.3	50.0	52.9
桜の観賞	52.3	61.5	62.2
紅葉の観賞	34.7	46.1	48.4
有名な史跡や歴史的な建築物の見物（説明の充実度含む）	43.8	58.5	58.3
日本庭園の見物（説明の充実度含む）	35.4	48.9	46.6
近代的／先進的な建築物の見物（説明の充実度含む）	26.4	35.8	34.6
ドラマや映画のロケ地・アニメの舞台の見物	19.4	28.1	28.9
伝統工芸品の工房見学・体験	21.9	30.2	29.4
世界遺産の見物（説明の充実度含む）	36.5	49.8	49.0
イベント・祭りの見物	30.5	40.8	42.3
スポーツ観戦	8.4	12.3	11.9
「楽しむ・体験する」項目			
美術館や博物館の鑑賞（説明の充実度含む）	18.6	31.1	30.4
遊園地やテーマパーク	29.6	42.3	44.7
繁華街の街歩き	31.3	42.1	41.7
スノーアクティビティ（スキー、スノーボード等）を楽しむこと	18.3	28.4	31.1
マリナクティビティを楽しむこと	10.2	16.8	17.5
その他のアウトドアアクティビティ（サイクリング、フィッシング等）を楽しむこと	10.8	19.8	20.7
伝統芸能鑑賞（歌舞伎や能）	15.6	26.3	25.7
ナイトライフ（バーやクラブ、芸者遊び等）体験	16.7	25.5	25.5
温泉への入浴	42.9	56.0	58.5
フルーツ狩り	15.6	27.6	29.8
日本文化の体験（茶道、華道、着物試着など）	32.4	43.7	43.2
伝統工芸品の制作や購入	14.6	24.7	24.6
「食べる」項目			
自然や資源を損なうことのないよう配慮されている観光地・観光ツアー	24.8	36.1	34.5
伝統的日本料理	43.5	56.1	57.0
現地の人が普段利用しているカジュアルな食事	29.9	41.9	42.3
日本の酒（日本酒・焼酎）	20.8	33.1	33.1
スイーツ	21.2	35.3	36.9
「買う」項目			
ブランド品や宝飾品のショッピング	10.6	16.8	16.8
洋服やファッション雑貨のショッピング	21.5	31.6	33.0
電化製品のショッピング	12.5	22.1	23.3
化粧品や医薬品の購入	18.7	34.0	37.6
食品や飲料のショッピング	27.0	41.1	43.0
その他	0.2	0.0	0.0

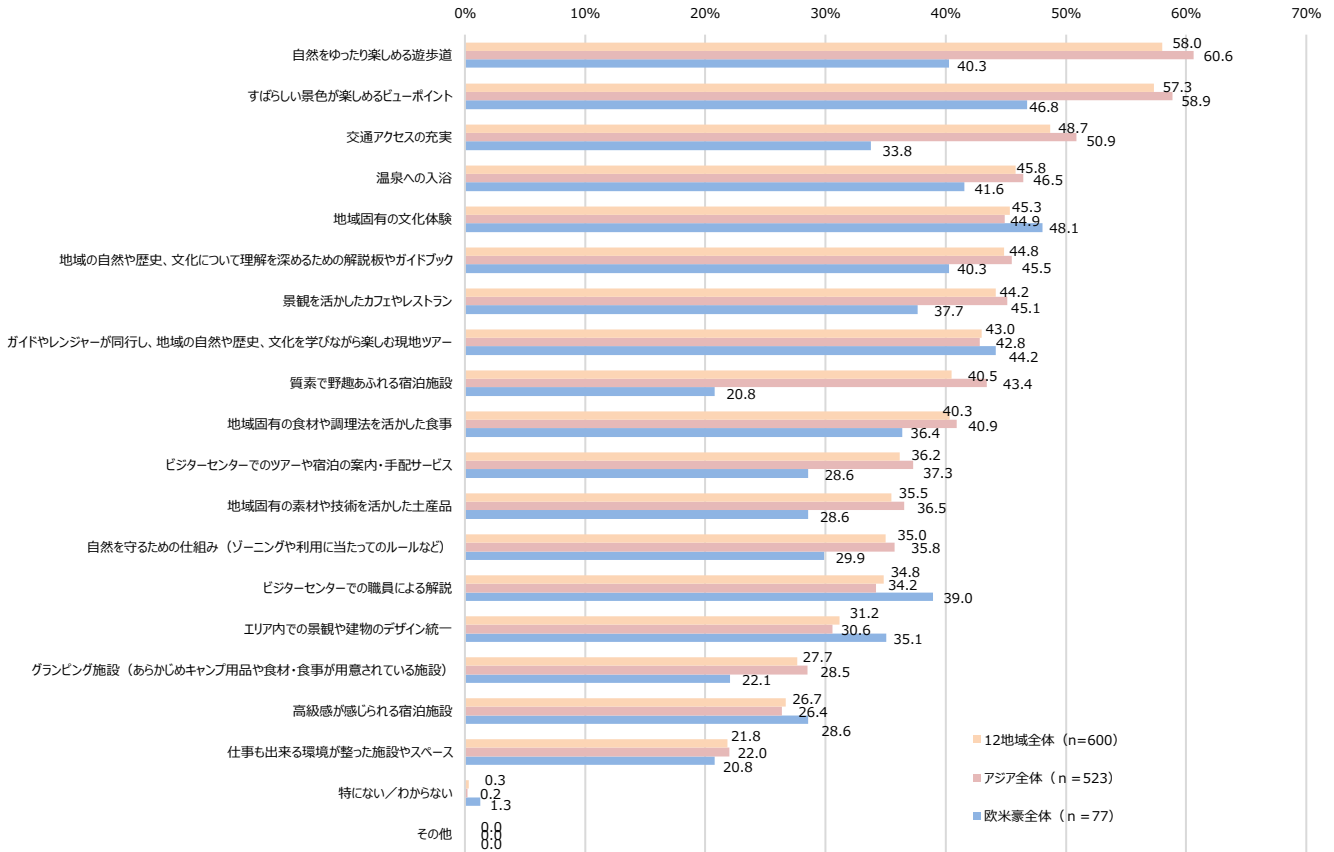
出典：DBJ・JTBF アジア欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査 2022年6月調査

² 図表は上位 10 項目を着色

(6) 日本の国立公園に求めるものと入場料について

- 日本の国立公園に求めるものについて東北訪問希望者の回答を地域別にみると、上位順にアジアでは、「自然とゆったり楽しめる遊歩道」「すばらしい景色が楽しめるビューポイント」「交通アクセスの充実」と自然を感じ癒しを求める回答が多く、欧米豪では、「地域固有の文化体験」「素晴らしい景色が楽しめるビューポイント」「ガイドやレンジャーが同行し、地域の自然や歴史、文化を学ぶ現地ツアー」と地域の文化交流を求める回答が多かった。

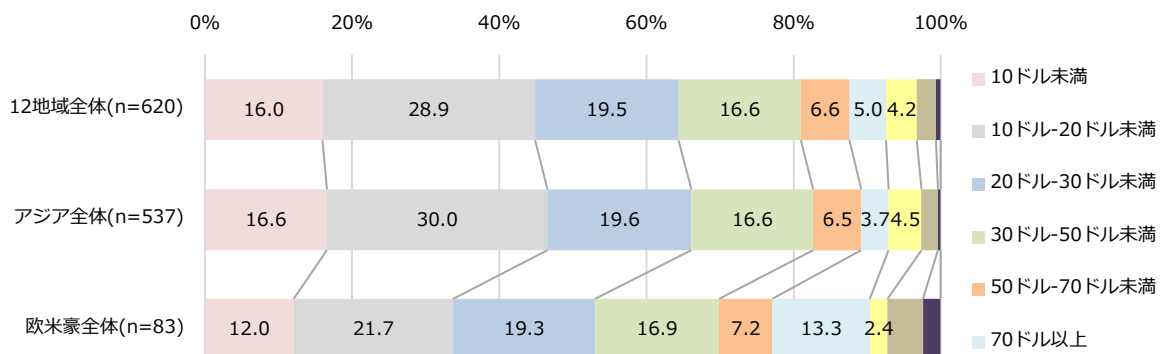
東北訪問希望者 日本の国立公園に求めるもの



出典：DBJ・JTBF アジア欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査 2022年度 6月調査

※ n値：「日本の国立公園へ行くとしたら、入場料はいくらであれば支払っても良いと思いますか」という質問に対し、「わからない/答えたくない」「行きたくない/日本の国立公園に興味がない」を選択した人を除く。

東北訪問希望者 日本の国立公園の入場料はいくらであれば支払っても良いか

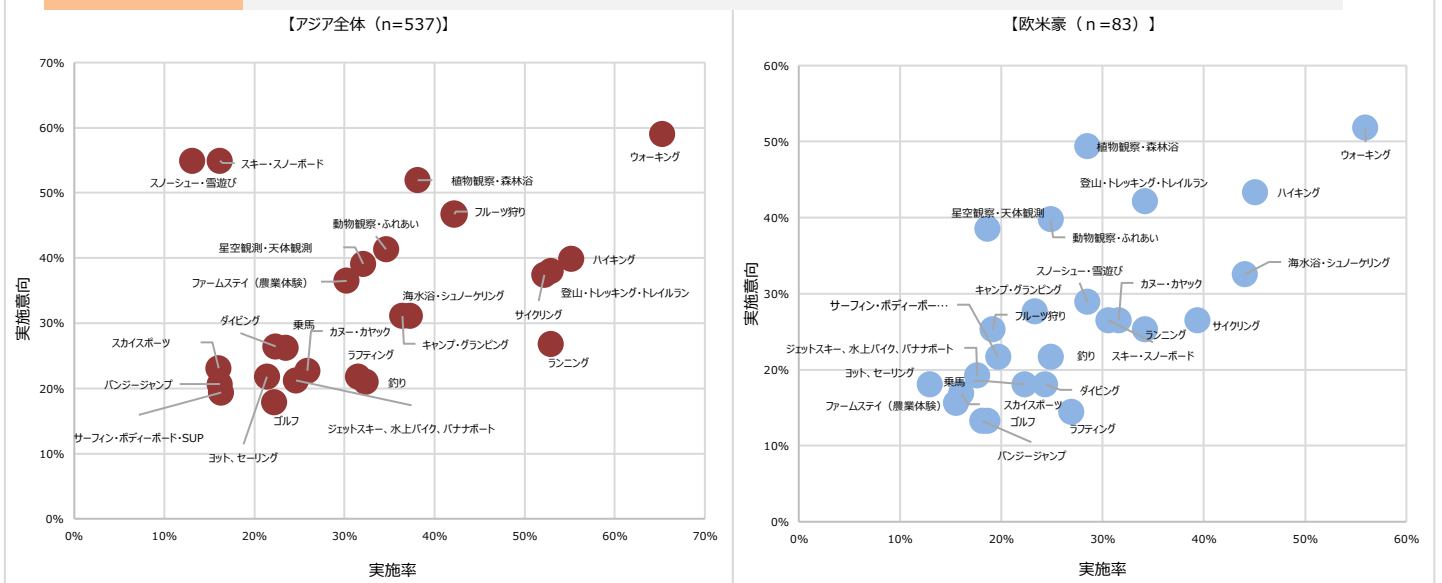


出典：DBJ・JTBF アジア欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査 2022年度 6月調査

(7) 今後実施したいこと

- 以下は、東北訪問希望者が訪日旅行の際に実施したい野外活動（実施意向）と自国で実施したことがある野外活動（実施率）を掛け合わせたグラフである。アジア、欧米豪ともに実施したい野外活動は「ウォーキング」であった。
- 実施意向が高かったのは、アジアでは「スキー・スノーボード」「スノーシュー・雪遊び」、欧米豪では「植物観察・森林浴」「ハイキング」と続いた。

東北訪問希望者 訪日旅行中に実施したい野外活動と自国での実施率

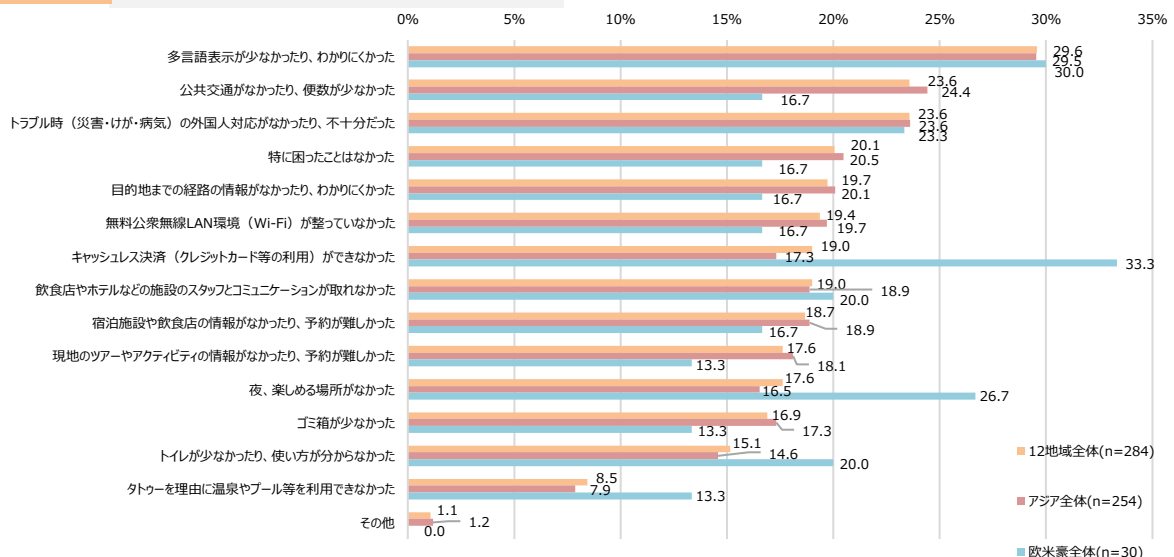


出典：DBJ・JTBF アジア欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査 2022年6月調査

(8) 地方観光地に滞在して困ったこと

- 東北訪問経験者が地方観光地で困ったことでは、アジア、欧米豪共「多言語表記が少なかった・わかりにくかった」が上位となった。
- アジアでは、「公共交通がなかった（便数が少なかった）」、欧米豪では「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」など不便さを感じた回答も多かった。

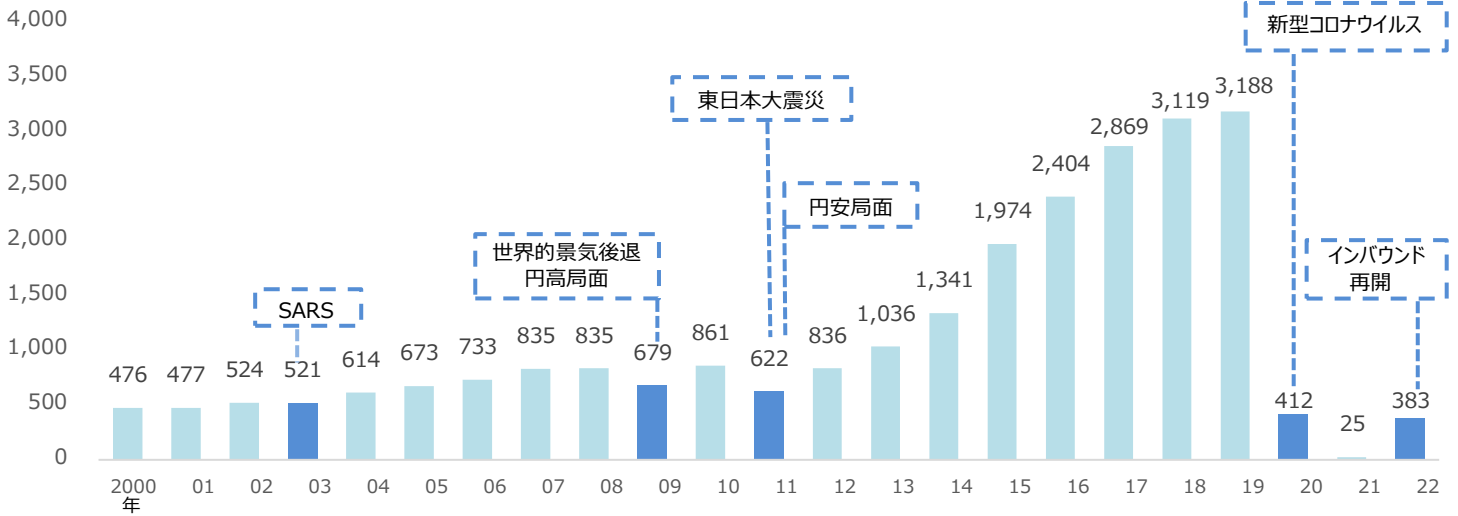
東北訪問経験者 地方観光地に滞在中、困ったこと



出典：DBJ・JTBF アジア欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査 2022年6月調査

Ⅶ.（参考2）全国・東北の観光動向

1. インバウンド客数の推移

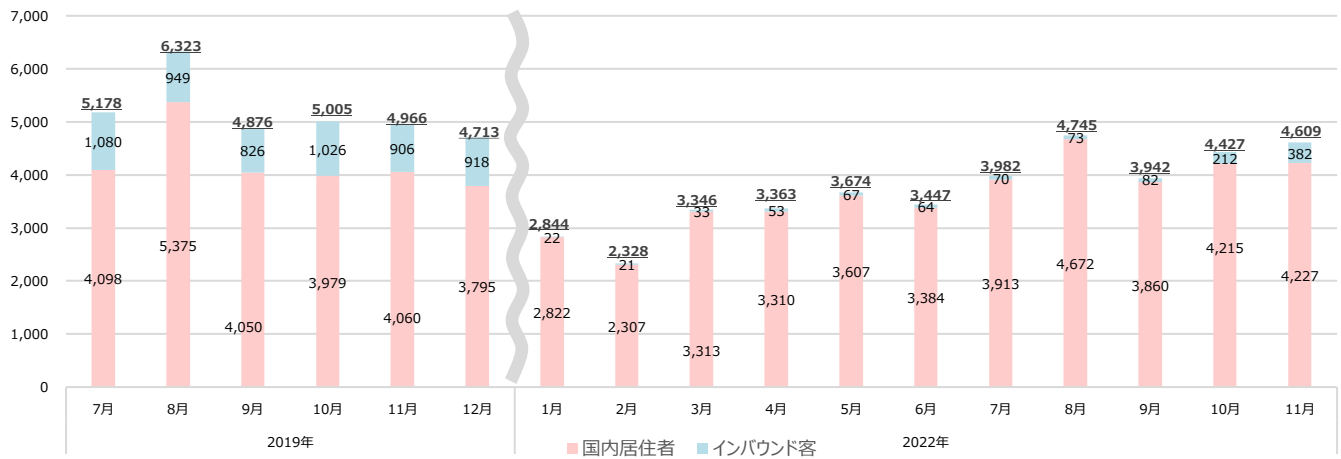


2. 新型コロナ前後の延べ宿泊者数

出典：日本政府観光局（JNTO）

①全国

(万人泊)

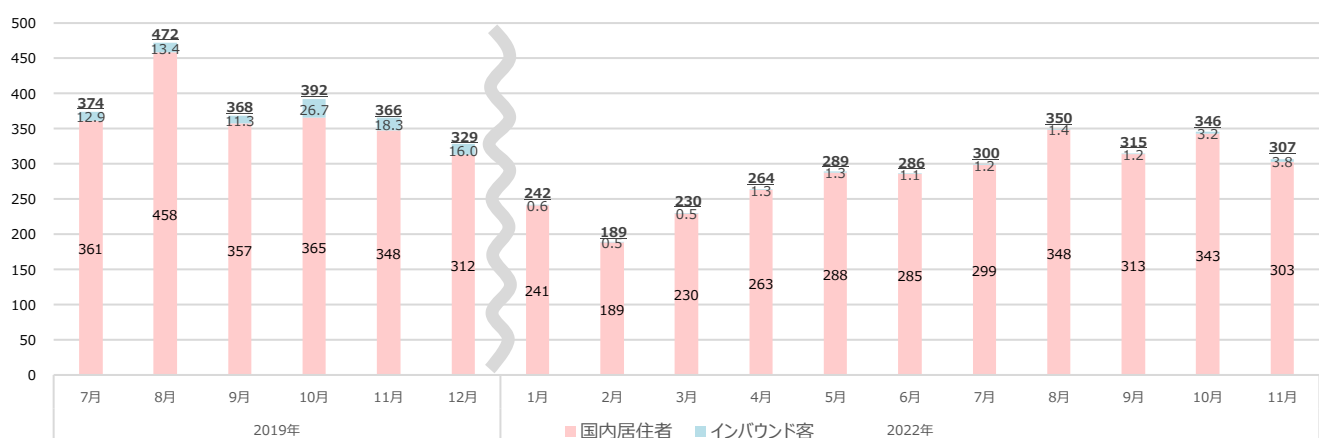


出典：観光庁 宿泊旅行統計調査

注) 2021年の値は1月～12月までの2次速報値

②東北

(万人泊)

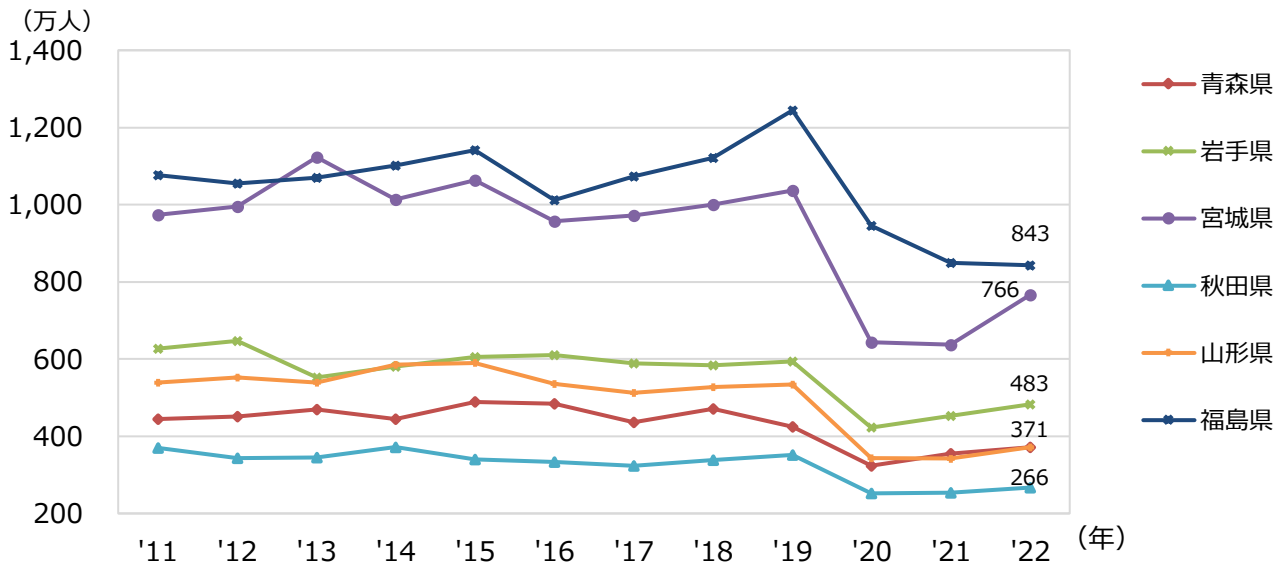


出典：観光庁 宿泊旅行統計調査

注) 2021年の値は1月～12月までの2次速報値

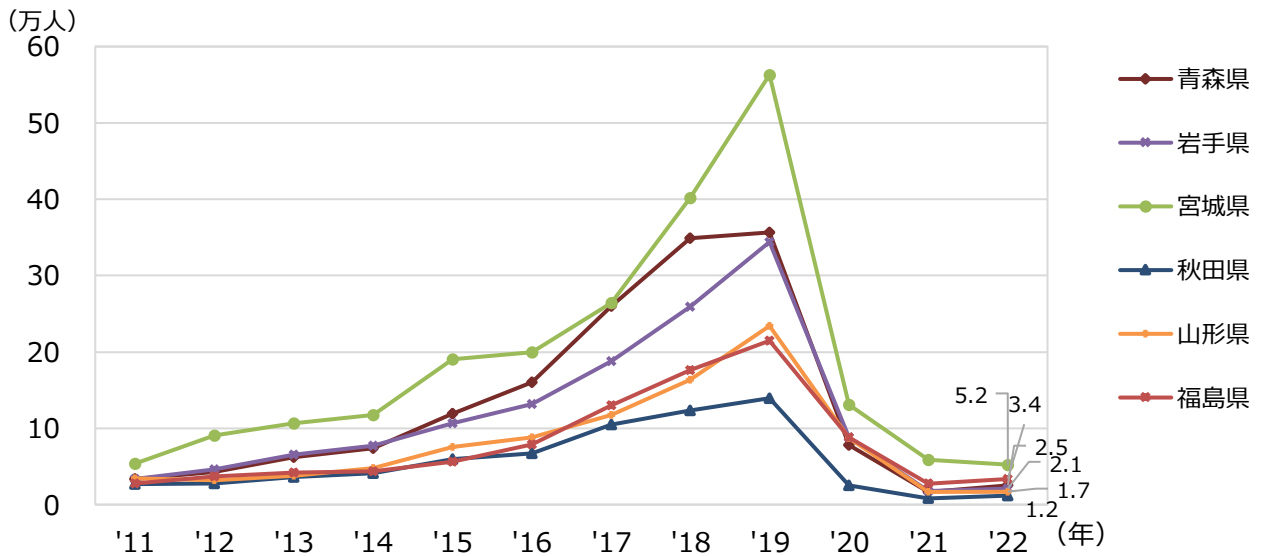
3. 延べ宿泊者数の長期推移（東北：県別）

①日本人延べ宿泊者数



出典：観光庁 宿泊旅行統計調査
注) 2022年の値は1月～11月までの2次速報値

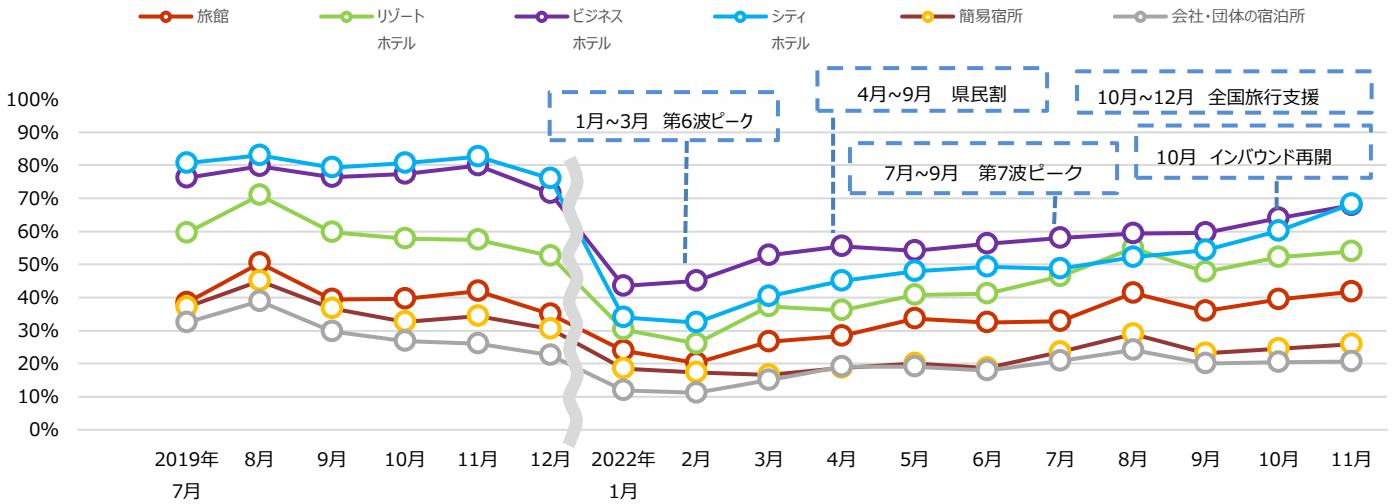
②外国人延べ宿泊者数



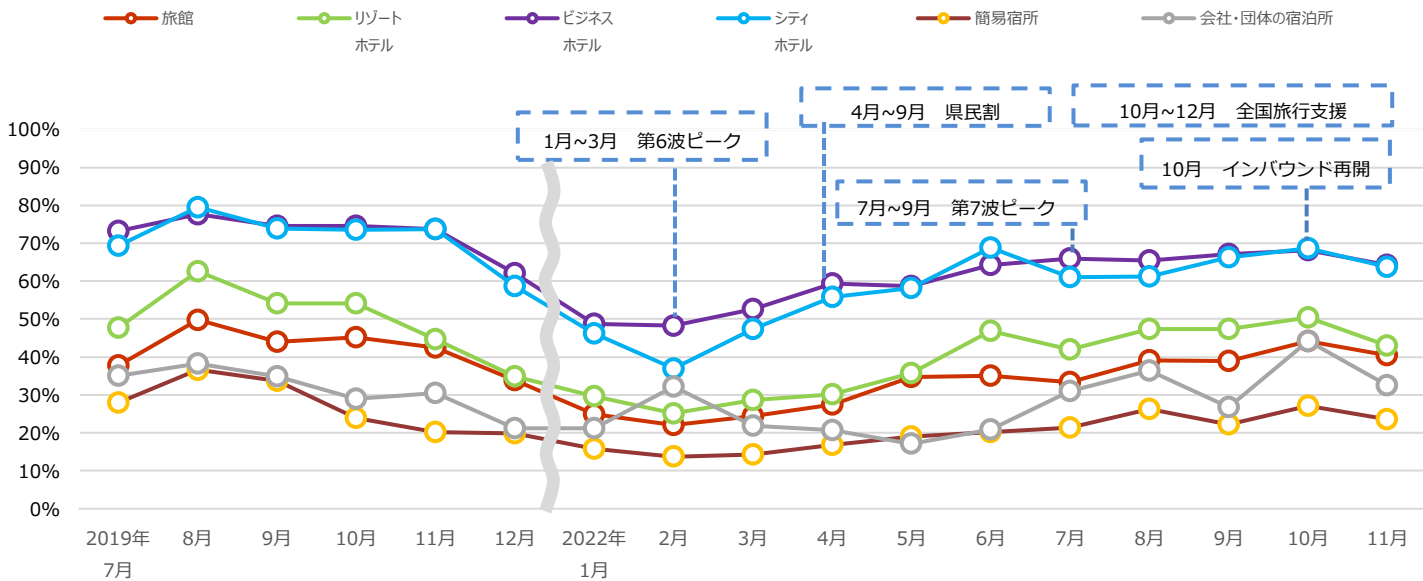
出典：観光庁 宿泊旅行統計調査
注) 2022年の値は1月～11月までの2次速報値

4. 新型コロナ前後の客室稼働率

①全国



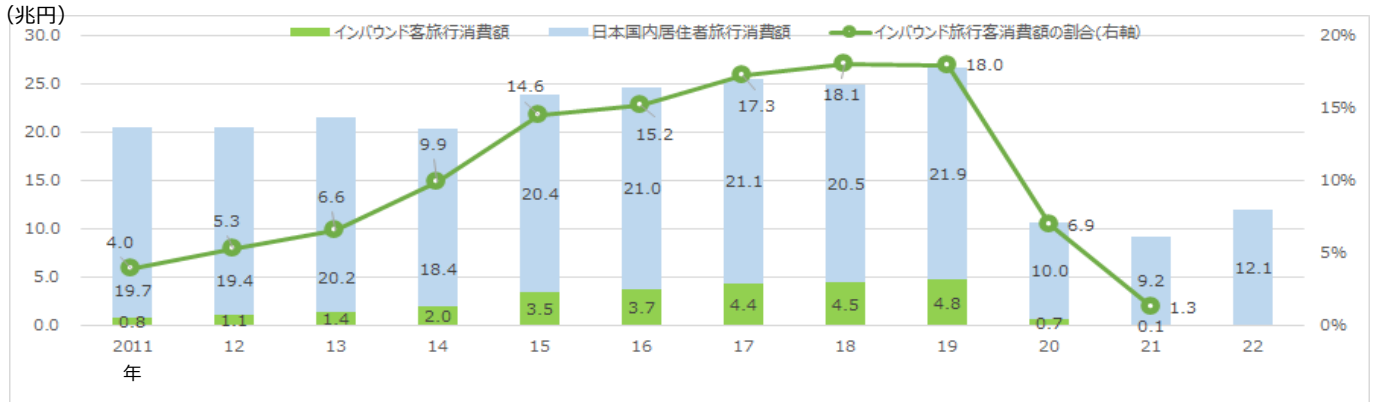
②東北



出典：観光庁 宿泊旅行統計調査

注) 2022年の値は1月～11月までの2次速報値

5. 観光消費額



出典：観光庁 「旅行・観光消費動向調査」、「訪日外国人消費動向調査」

注) インバウンド客旅行消費額の2022・21年は試算値。日本国内居住者旅行消費額は、2022年旅行観光消費動向の1-3月期と4-6月期(確報)、7-9月期(速報値)を用いた試算値

IV. まとめ

新型コロナ感染拡大の影響から規制されていた訪日外国人の受入れが 2022 年 10 月 11 日より 1 日あたりの新規入国者数の上限撤廃など日本の水際対策が一層緩和され、訪日外国人観光客の個人旅行が解禁された。

本調査において聴取した結果、新型コロナへの感染拡大の不安に対して 2021 年度調査と比較すると 11.1 ポイント減少し、「海外旅行をしたい理由」からも「外出自粛によりたまつたストレス発散したいから」、「リラックスや癒しをしたいから」といった、心の充足を海外旅行に求める回答が多くみられ、アジア全体では 88.3%、欧米豪全体で 57.7%となった。

次に海外旅行したい国・地域のトップはアジア・欧米豪ともに「日本」であり、2021 年度調査同様、海外旅行先としての人気の高さが示された。東北エリアでは「青森」「福島」の引き続き認知度の高さが伺えたが、訪問意欲向上までにはつながっていない。しかし、訪日リピーターの東北訪問意欲をみると、訪日回数を重ねるごとに東北への訪問意欲が高くなることがわかる。東北訪問経験者の（6 回以上）の東北の訪問意欲は 30.8%、青森県は 47.7%であった。

東北訪問経験者のうち、地方観光地に滞在して困ったことで最も多かったのは、全体で「多言語表示がなかった（わかりにくかった）」「公共交通がなかったり、便数がなかった」「トラブル時外国人対応がなかった（不十分だった）」が多く、また、欧米豪では「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」が最も高く、コミュニケーションの不足や交通の不便さを感じた回答が多かった。日本の国立公園に求めるものでも「交通アクセスの充実」を求める回答も多く、東北観光に求められる一つとして、観光客の足の利便性の確保があげられよう。

東北訪問希望者が訪日旅行時に実施したいことをみると、アジアでは、「スキー・スノーボード」、「スノーシュー・雪遊び」、欧米豪では、「植物観測・森林浴」、「ハイキング」が、日本の国立公園に求めるもの全体では、「自然をゆったり楽しめる遊歩道」、「素晴らしい景色が楽しめるビューポイント」が上位となった。海外旅行先で実施したいサステイナブルな取り組みでは、「地域の特産品を購入する」「地域の食材やオーガニック食材を使った食事を提供している店を利用する」など積極的な地域消費の意向もみられる。東北にはこれらの資源が豊富にあり提供することができる。しかしながら、それらの持つ魅力は、訪日希望者に十分に伝わっているだろうか。

インバウンド観光は、外貨獲得という効果からみても輸出産業の一つといえる。その輸出のうち、リンゴや桃など東北各県の農産物の輸出については、貿易統計や各県のとりまとめによると、毎年堅調な伸びを示している。これは BtoB の取り組み、具体的には各自治体や支援機関等の組織的且つ戦略的な尽力、例えば数量・単価的に効果が見込める地域へのトップセールスによる現地商談会や、海外バイヤーとのネットワーク強化等が奏功している側面があろう。

一方で、東北におけるインバウンド観光については、BtoB の取り組みもさることながら、訪日回数を重ねるごとに東北への訪問意欲が高まる結果となっていることなどからも、よりターゲットやポイントを絞った訴求方法も有効と考えられる。そういう意味では、既に海外インフルエンサーと連携した SNS での情報発信等の取り組みが各所で進められているが、さらに実際に日本に来ている外国人、すなわち訪日回数が $n + 1$ となった彼らに対してこそ、東北観光の魅力を訴求するチャンスがあるのではないだろうか。

新年度からいよいよウィズコロナ・アフターコロナが本格的に進むと見込まれる中、一過性のいわゆる「リベンジ消費」にとどまらず、リピーターのグリップすなわち持続的な需要獲得への取り組みが期待される。



©Development Bank of Japan Inc. 2023

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、取引等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致します。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、当行までご連絡下さい。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：「DBJ・JTBF アジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査2022年度版」』と明記して下さい。

(お問い合わせ先)

㈱日本政策投資銀行 東北支店 企画調査課 電話 022-227-8182