

広島県インバウンドの人流と消費の推計

～人流データ・観光庁個票データ活用～

2025年 9 月

 **株式会社日本政策投資銀行**

中国支店

協力  **DBJ デジタルソリューションズ**
日本政策投資銀行グループ

Executive Summary ①

当レポートでは、欧米豪からの訪問者がアジアからの訪問者を上回るものの、通過型の観光地として消費が小さいユニークなインバウンド特性・悩みを持つと言われて
いる広島地域を対象に、人流データおよび個票データ（※後述）を活用して、入込の訪問者構成と同消費額等について推計し、結果として次の事項を確認した

－広島県内のインバウンドの特徴－

1. 広島県、広島市および廿日市市への訪問者は、欧米豪がアジアよりも多く、また、多様な国・地域からの訪問も多い。一方で、尾道市および今回の比較対象とした3府県（大阪府、岡山県、香川県）・県外5市（大阪市、京都市、福岡市、岡山市、高松市）の訪問者は、欧米豪がアジアよりも少ない（2.1および3.1）
2. 時間帯別の訪問者の割合は、広島市では大阪市と大きな違いは無かったが、廿日市市は、昼の訪問者が多く、通過型観光地（2.2）の特徴が顕れた。また、廿日市市は、交流人口（インバウンド訪問者のみであることに注意）と定住人口の単純割合では、オーバーツーリズムとされる京都市や大阪市と同程度の水準となるも、滞在期間を考慮した同割合では、京都市、大阪市の水準を下回る結果となった（4.1）
3. 広島県への訪問者は、①欧米豪からの初来日者とアジア（特に東アジア）からの訪日経験豊富な旅行者で構成（3.2）、②広島県内・中国地域内をあまり周遊していない（3.4）、③出国で利用する空港が、羽田・成田6割、関空2割。広島空港の利用はわずかであったが、広島県を訪問する韓国人の過半に利用されている（3.3）
4. 広島県訪問者の県内の平均泊数・県内の平均消費額は、4府県の各府県内の平均泊数・平均消費額の中で最低であり、アジアよりも欧米豪にそれらの傾向（泊数の短さや消費額の小ささ）が確認できた（3.5および3.6）

－欧米豪とアジアの消費－

5. 各訪問地（4府県）への訪問者の平均消費額は、4府県ともにアジアが欧米豪よりも35%～75%程度大きく（3.6）、各訪問地での県内平均泊数は、大阪府を除きアジアが欧米豪より長くなった（3.5）、さらに各訪問地での県内1泊あたりの消費額も、4府県ともにアジアが欧米豪よりも10%～50%程度大きくなった（4.2）
6. 4府県の全訪問者の各訪問地での県内総消費額においては、広島を除く3府県でアジアからの訪問者からの総消費額が欧米豪より大きく、4府県すべてでアジアからの消費額の総額の割合が、アジアからの訪問者数の割合を上回る（4.3）

（次ページへ）

Executive Summary ②

(前頁より)

－当レポートからの示唆－

広島県訪問者に欧米豪が多いというユニークな特性は、当レポート内での限られた都市別・府県別の比較からではあるが、訪問者の初来日の割合の多さ（4府県中1位）、出国時の県内空港の極めて低い利用割合（4府県中最低）、県内平均泊数の短さ（4府県中最低）、県内消費額の小ささ（4府県中最低）、県内1泊あたりの消費額の小ささ（4府県中最低）、等に相対的数値として顕れた。加えて、訪問者の訪問時間帯別の比較では、廿日市市に通過型観光地の特徴が顕れたほか、広島県訪問者の県内・近隣への周遊があまり無かった点など、県内泊数の短さや県内消費の小ささを裏付けるような事象も確認された

また、一般に欧米豪からの訪日者は、アジアからの訪日者に比べ、1旅行当たり（1訪日当たり）の滞在期間が長く、1旅行当たりの消費金額も大きいとされているが、当レポートにおける欧米豪・アジアの消費額の比較からは、県内平均泊数は、大阪府を除く3県でアジアが欧米豪よりも長く、県内平均消費額および県内1泊あたりの平均消費額は、4府県須らく欧米豪よりもアジアが大きいという結果となった。これは、訪日期間全体を各府県内での滞在期間毎で区切った場合に、当該府県内での平均泊数は、欧米豪よりもアジアからの訪問者の方が長く（但し、大阪府を除く）、当該府県内での平均消費額も欧米豪よりもアジアからの訪問者の方が大きいということになる

以上から、仮に広島県内の消費伸長策を検討すると、消費の大きいアジアからの訪問者の入込増加策や、（広島県よりも消費額の多い3府県も参考に）アジアからの訪問者への平均消費額向上策、もしくは（同）訪問者の多い欧米豪への平均消費額向上策、等が考えうる

他方、当レポート結果と同様、当該地域内での平均消費額が欧米豪よりもアジアが大きいという前提に立てば、国内観光地の多くでアジアからの訪問者数が欧米豪よりも多い（加えて訪日回数も多い）傾向にあることから、アジアからの消費は、訪問者数・平均単価の両面で地域消費に高く貢献しているはずである。故に、かかる地域における消費伸長策は、平均消費額の小さい欧米豪訪問者の入込増加策よりも、欧米豪訪問者への平均消費額向上策や、消費額・訪問者ともに大きいアジア訪問者の一層の入込増加策や平均消費額向上策が有効かもしれない

県内や観光地での消費額の増加が、必ずしも当該地の地域経済循環を太くする（つまりは、地場企業や地域住民等がかかる消費の恩恵を享受して地域経済を活性化させる）ことに繋がらない点には十分な注意が必要であるが、当レポートが国内各地のインバウンド振興や持続可能な観光のあり方を検討する関係者にとって、インバウンド消費額の増加・質の改善等で参考となれば幸いである

目次

1 調査目的

1.1	調査目的	5 頁
-----	------	-----

2 広島市・廿日市市・尾道市のインバウンドの人流

2.0	計測・集計方法（人流）	7 頁
2.1	訪問者数（8市）	8 頁
2.2	時間帯別訪問者数	9 頁

3 広島県インバウンドの個票データによる分析

3.0	計測・集計方法（個票データ）	11 頁
3.1	訪問者数（4府県）	13 頁
3.2	訪問者の訪日回数	14 頁
3.3	訪問者の出国空港	15 頁
3.4	広島県訪問者の訪問地	16 頁
3.5	各府県訪問者の各府県内での平均泊数	18 頁
3.6	各府県訪問者の各府県内での平均消費額	19 頁

4 その他考察

4.1	定住人口と交流人口	21 頁
4.2	平均泊数と平均消費額の関係	22 頁
4.3	総消費額（訪問者数×平均消費額）	24 頁

参 考	28 頁～
-----	-------

当レポートにおける用語の定義

・東アジア	・・・ 特に記載のない限り、韓国、台湾、香港、中国とする
・東南アジア（・インド）	・・・ 特に記載のない限り、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（、インド）とする。
・アジア	・・・ 特に記載のない限り、東アジア、東南アジア・インドとする。
・欧米豪（・他）	・・・ 特に記載のない限り、英国、ドイツ、フランス、イタリア、スペイン、ロシア、米国、カナダ・オーストラリア（、その他）とする。
・個票データ	・・・ 特に記載のない限り、観光庁「インバウンド消費動向調査」における訪日外国人旅行者一人ひとりの回答内容をまとめた生データ

1

調査目的

1.1 調査目的

近年、インバウンド観光の拡大に伴い、人手や人材の不足、受入体制や情報発信の課題、治安やマナーの問題、さらにはデータやデジタル技術の活用不足など、さまざまな課題が顕在化している。また、十分な集客ができずインバウンドの入込に苦戦している地域がある一方で、観光客の急増によるオーバーツーリズムに悩む地域もあるなど、地域ごとに抱える課題の内容や深刻度は大きく異なっている

インバウンド振興の経済的な目的は、人口流出や産業衰退に直面する地域が、観光を通じて経済の活性化や雇用機会の創出、観光収入の増加等を実現することである。この視座に立てば、入込（集客）不足はインバウンド消費を十分に生み出せないという課題であり、オーバーツーリズムは、訪日外国人の増加によって地域に生じるストレスやコストに対しインバウンド消費が十分に見合っていないという課題と捉えることができる

当レポートでは、欧米豪からの訪問者（※1）がアジアからの訪問者を上回るのにも拘わらず、通過型の観光地とされ、消費が小さいユニークなインバウンド特性・悩みを持つと言われている広島地域を対象に、その地域への訪問者の構成とその消費額について推計し、他地域と比較を交えて考察した

具体的には、人流データを活用し、広島県内の3市（広島市、廿日市市、尾道市）と、県外の5市（大阪市、京都市、福岡市、岡山市、高松市）の訪問者を国・地域別や訪問時間帯別に整理した。また、公開されている個票データ（※2）をもとに、広島県訪問者を対象に、国内周遊先、広島県内での宿泊数および広島県内での消費額などを、国・地域別もしくは欧米豪・アジアのグループ別で推計し、他3府県（大阪府、岡山県、香川県）訪問者と比較した。また、4府県内の各総消費額を考察するにあたって、訪問者の国・地域別の各割合と府県内の各平均消費額に分解し、国・地域別および欧米豪・アジアのグループ別でその貢献具合の可視化を試みた

当レポートが、地域におけるインバウンド振興や持続可能な観光のあり方を検討する関係者にとって、今後の施策立案や展望の一助となれば幸いである

（※1）欧米豪からの旅行者は、アジアからの旅行者に比べて、1旅行当たりの滞在期間が長く、消費額も大きい

（※2）観光庁「インバウンド消費動向調査」における訪日外国人旅行者一人ひとりの回答内容をまとめた生データ

2

広島市・廿日市市・尾道市のインバウンドの人流

2.0 計測・集計方法概要（人流）

本分析では、GPS位置情報ビッグデータ分析ツールとして「KDDI Location Analyzer（訪日外国人版）」（以下、「KLA訪日外国人版」）と「インバウンドプロファイラー」を使用。両ツールとも、訪日外国人の人流分析が可能であり、拡大推計を実施している。本分析では、全てに「訪問者数（もしくは来訪者数。以下同じ）」と記載しているが、正しくは「推計した訪問者数」であることに注意いただきたい。集計された訪問者数は、一般に採用した分析ツールごとに集計仕様が大きく異なり、値のもつ特徴が異なることも多い

本分析では、行政単位ごとの集計結果を用いて、広島市、廿日市市、尾道市の人流比率・国籍比率の整理を行った。また、比較都市として大阪市、京都市、岡山市、福岡市、高松市も加えた

時間帯として朝・昼・夜・深夜の4区分の集計結果から地域ごとの滞在の傾向なども分かるようにした

分析対象	<広島県> 広島市、廿日市市、尾道市 <比較都市> 大阪市、京都市、岡山市、福岡市、高松市
集計期間	2024年4月1日～2025年3月31日（ 年度の一括集計としているため、月次やシーズンごとの内訳は得られない）
集計項目	■ 国籍別来訪者数： 国籍は、観光庁のインバウンド消費動向調査と同じ21の国・地域(その他分類含む) ■ 時間帯別来訪者数： 朝（6時～10時）、昼（10時～18時）、夜（18時～23時）、深夜（23時～6時）

計測ツール	KLA訪日外国人版（29頁も参照）	インバウンドプロファイラー（30頁も参照）
	■ GPSデータ対象： 「Japan Travel by NAVITIME」のユーザーのうち、同意を得たユーザー □ 取得頻度：数分毎 □ 国籍判定：20の国と地域 □ 捕捉時間：30分以上の滞在 □ 訪日回数：アプリ起動時のアンケート情報	
	□ 特徴： ✓ 来訪者数は、集計単位であるエリアや行政界の中で、同日内であっても移動により重複計上される。このため、統計値などとの比較（入込客、観光客数）において、実数、延べ人数よりも大きく計上される傾向にある（「延べ来訪回数」の意味合いが強い） ✓ GPSのサンプルは「ナビタイムジャパンの訪日外国人向け経路探索・多言語観光案内アプリ(Japan Travel by NAVITIME)」のユーザーで同意を得た人を対象に拡大推計をしている（ただし、同一人物のエリア内滞在中の重複計上は除去されない）。同アプリの利用者数や国籍別アプリのシェアなどに来訪数が影響している点に注意する	□ 特徴： ✓ 行政界単位で月ユニーク集計()が可能 () 同一エリアに暦月内で何日来訪しても1人と集計

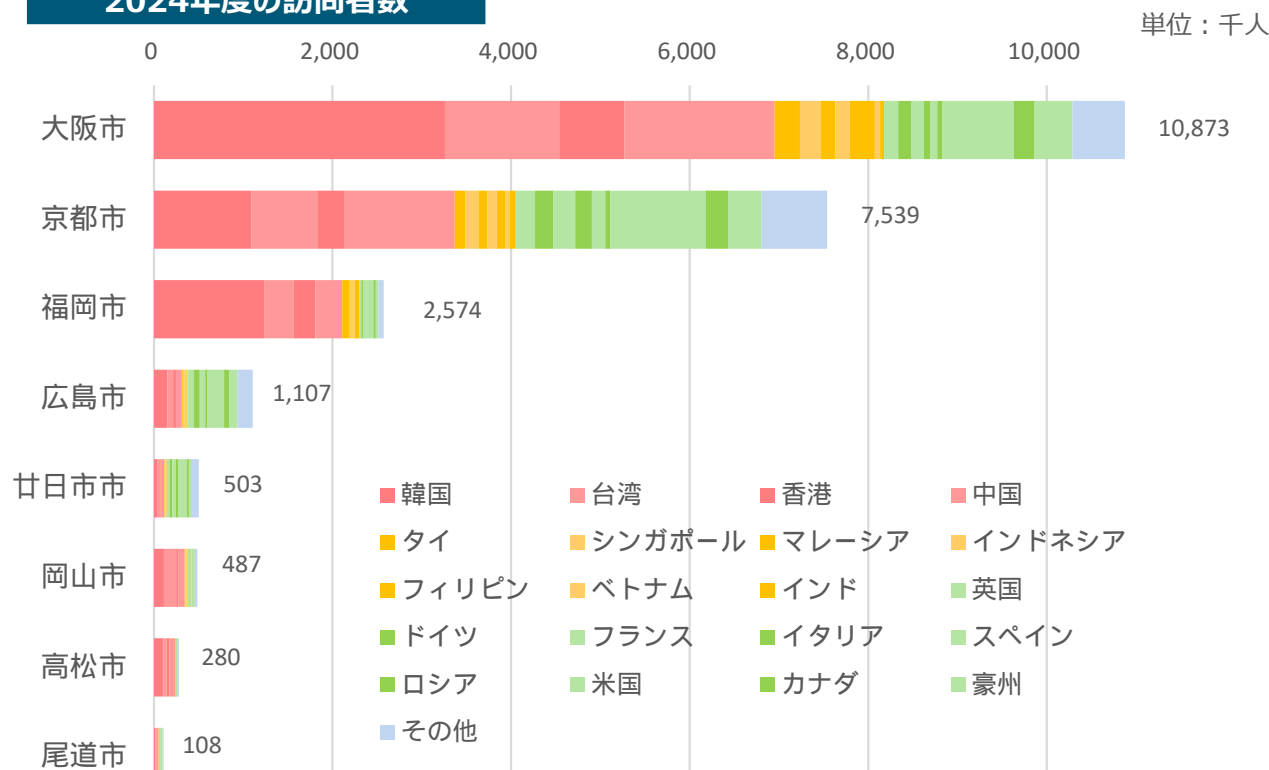
本分析での行政界単位での集計では、インバウンドプロファイラーの月ユニークの来訪者数を採用した。なお、KLA訪日外国人版を用いた行政界単位での国籍別の来訪者数は、全国籍の来訪者数がインバウンドプロライターの月ユニークになるように補正係数を用いて整理した

2.1 訪問者数（8市）

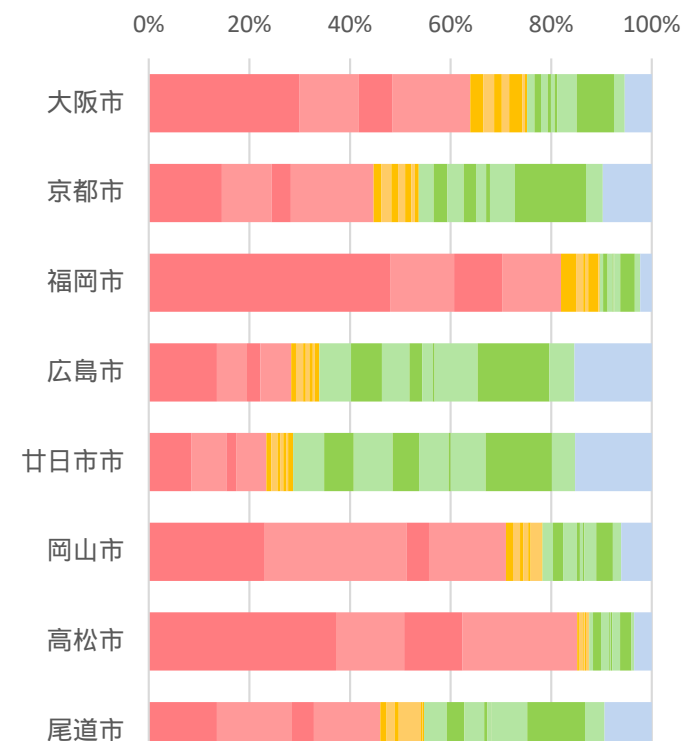
広島市への訪問者は岡山市の2倍も、大阪市は広島市の10倍、京都市は7倍、福岡市は2倍

- 2024年度の広島市への年間訪問者は、岡山市の2倍。大阪市が広島市の10倍弱、京都市が7倍弱と関西圏の2都市が圧倒。福岡市も広島市の2倍強。広島市への訪問者は、大阪市への韓国からの訪問者と比べてもその3分の1
- 宮島のある廿日市市への訪問者は、広島市の5割弱、岡山市と同程度。尾道市は、広島市の1割弱。高松市は、広島市の4分の1程度となった。訪問者数で地域間の格差が如実に表れた
- 訪問者構成では、広島市・廿日市市への訪問者は、アジアが3割程度、欧米豪が5割強、その他が2割弱と、欧米豪がアジアを上回る。京都市・尾道市はアジアが欧米豪を上回るが、その他4都市ほどアジアは多くない

2024年度の訪問者数



訪問者の国・地域別の割合



（出典）技研商事インターナショナル「KDDI Location Analyzer（訪日外国人版）Powered by NAVITIME」より作成

（出典）ナビタイムジャパン「インバウンドプロファイラー」による行政界毎の滞在人口の月ユニーク値を採用

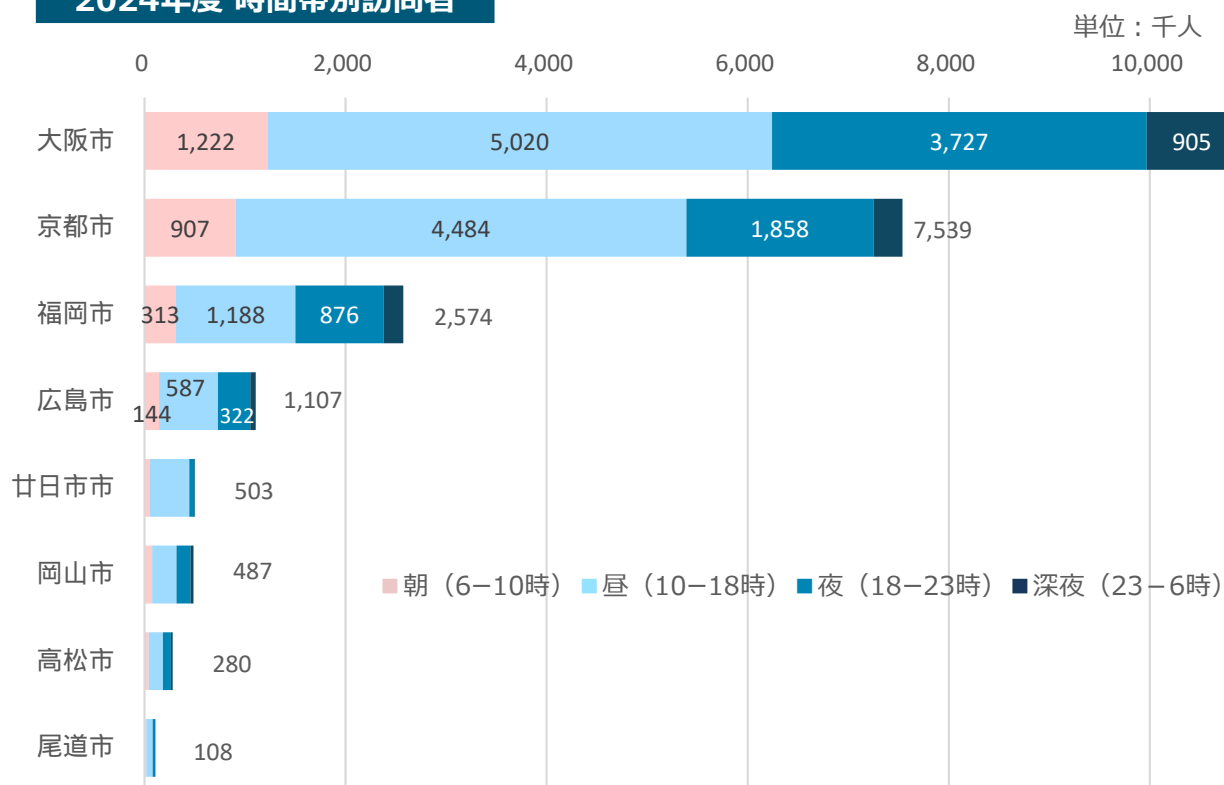
（KLA訪日外国人版の来訪者数を補正している）

2.2 時間帯別訪問者数

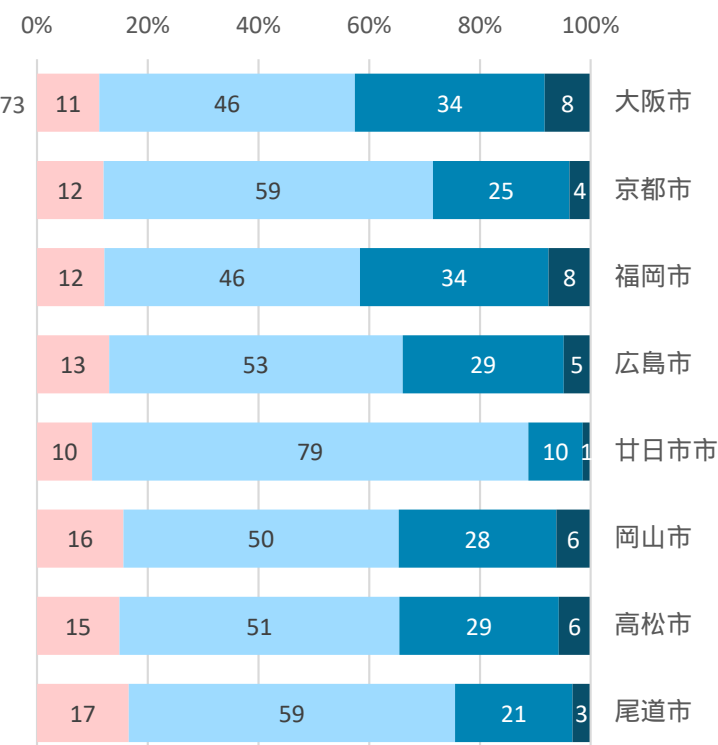
広島市への訪問時間帯は、大阪市・福岡市より「昼」の割合がやや高い。廿日市市は、通過型観光地の特性

- 各都市への訪問者を、時間帯別（朝：6時～10時、昼：10時～18時、夜：18時～23時、深夜：23時～6時）に推計した。広島市への「昼」の訪問割合は、5割超となったが6都市の中で最低となった大阪市・福岡市とあまり差は無く、京都市よりも低い。通過型観光地の特徴は出ていない
- 一方で、廿日市市（宮島）は、「昼」の訪問者が8割程度となり、通過型観光地の特徴が顕れた。尾道市は、「昼」が6割程度となり、京都市と同水準。岡山市および高松市は、「昼」の割合が広島市よりもわずかに低く、5割程度となった

2024年度 時間帯別訪問者



訪問者の時間帯別の割合



(出典) 技研商事インターナショナル「KDDI Location Analyzer (訪日外国人版) Powered by NAVITIME」より作成
 (出典) ナビタイムジャパン「インバウンドプロファイラー」による行政界毎の滞在人口の月ユニーク値を採用
 (KLA訪日外国人版の来訪者数を補正している)

3

広島県インバウンドの観光庁アンケート（個票データ）による分析

3.0 計測・集計方法概要（個票データ）

観光庁によるインバウンド消費動向調査の個票データ提供が2024年度から実施されている。対象期間の全てを統合して、2024年度（2024年4月～2025年3月）の個票データを整備した。個票のサンプルサイズは、上記の回答数を合計し102,816件となった

今回の分析では、この個票データを集計し、2024年度のインバウンド動向の主要な項目を整理する。消費動向調査では、「A1全国調査」「B1地域調査」「B2クルーズ調査」の3タイプのアンケートを実施している。中でも「B1地域調査」は、訪問地（47都道府県、一部観光スポットなどの回答も含む）ごとに宿泊の有無、消費の実態などを回答する形式となっており、「広島県」および広島県との比較用の他県を抽出し比較するに適している。ここでは、この「B1地域調査」を取り扱った

本分析では、広島県を分析の対象とし、大阪府、岡山県、香川県と比較した。また、個票データの「国籍・地域コード」（全112か国）を21の国・地域で整理し、さらに「東アジア」、「東南アジア・インド」、「欧米豪」、「その他」でグルーピングした

分析対象	B1地域調査		
	☐ 調査期間： 2024年4月～2024年6月 2024年7月～2024年9月 2024年10月～2024年12月 2025年1月～2025年3月	☐ 個票の回答数： 26,078 25,783 25,594 25,361	☐ 観光庁の調査会： 57回 58回 59回 60回
	☐ 調査対象： 日本を出国する外国人 ☐ 調査地点： 全国25空港	☐ 主な調査項目： 入国空港、国籍・地域、来訪回数、来訪目的訪問地名、泊数、訪問地毎の費目別支出など ☐ 調査方法 外国語会話可能な調査員による聞き取り調査（主要空港ではタブレット端末を使用）	31頁～36頁も参照

国・地域のグルーピング	当レポートで採用した分類	個票における「国籍・地域コード」（全112か国）を21の国籍で整理	備考
	☐ 東アジア ☐ 東南アジア・インド ☐ 欧米豪 ☐ その他	韓国、台湾、香港、中国 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、インド 英国、ドイツ、フランス、イタリア、スペイン、ロシア、米国、カナダ、オーストラリア（豪州） その他	36頁も参照

3.0 計測・集計方法概要（個票データ）

＜個票データを集計する際の前提条件＞

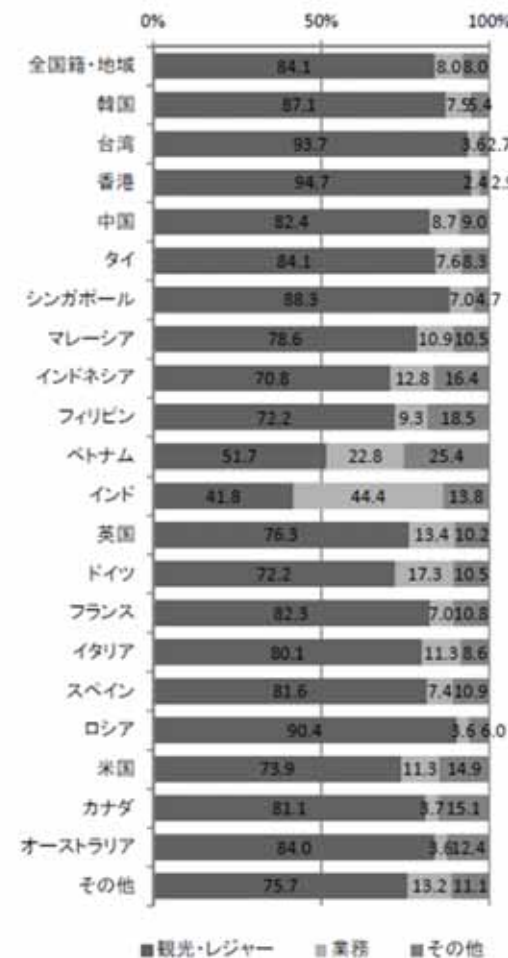
- 訪日外国人として「一般客」を対象とし、クルーズ客（※）を除いた評価とする
- 「一般客」のうち、「主な来訪目的」を全て対象とし、「全目的」として集計した（個票データを全て集計）
- なお、当該都道府県における**平均泊数の計算**では、一部の目的における長期滞在の泊数が全体の平均泊数を押し上げることから、主な来訪目的として「観光・レジャー」で抽出したうえで評価した

※ 出入国管理及び難民認定法第14条の2に基づく船舶観光上陸の許可を得た訪日外国人

＜参考＞

- 訪日外国人の消費動向 - インバウンド消費動向調査結果及び分析(2024 年 年次報告書)によれば、『日本への主な来訪目的では「観光・レジャー」が全体の84.1%を占める
- 一方、「業務（展示会・見市／国際会議／企業ミーティング／研修／その他ビジネス）」は全体の8.0%を占める（図表1-9）。』とある

図表 1-9 主な来訪目的（国籍・地域別、全目的）



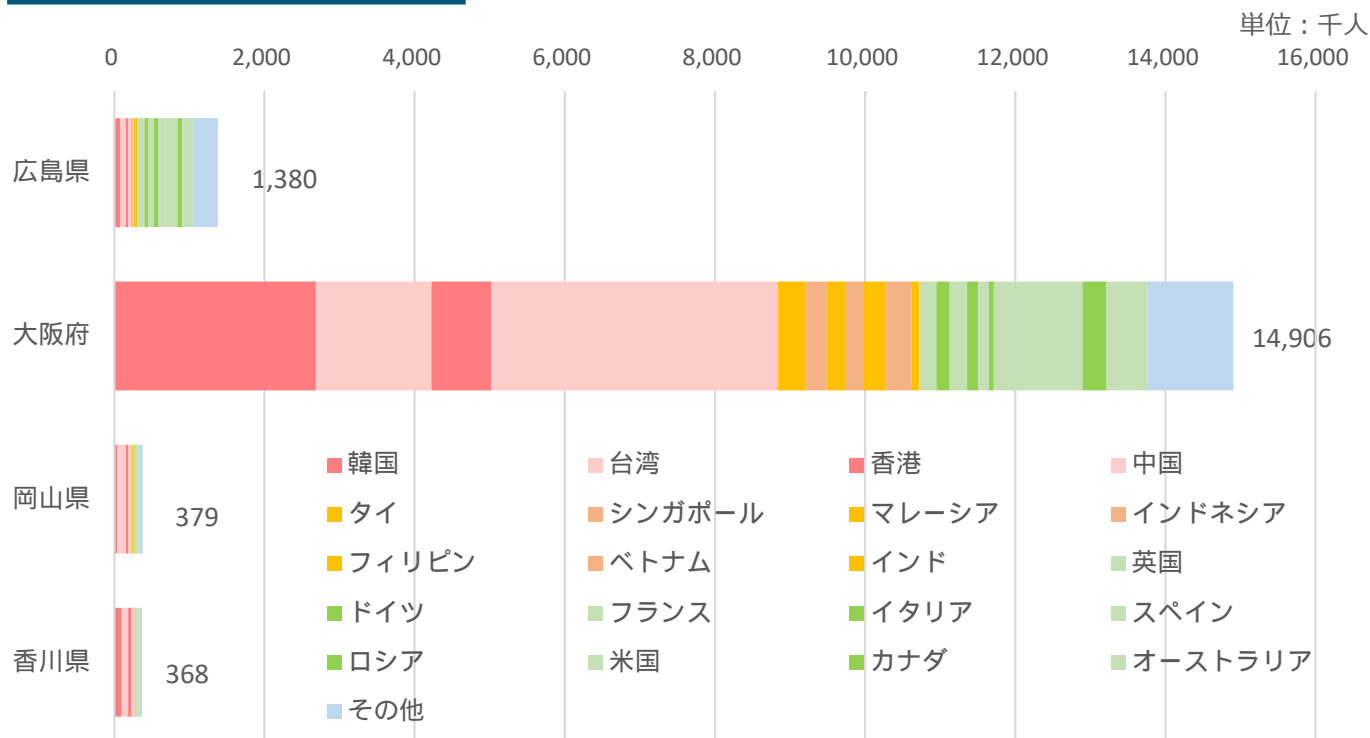
出典：観光庁「訪日外国人の消費動向」2024 年 年次報告書を抜粋

3.1 訪問者数（4府県）

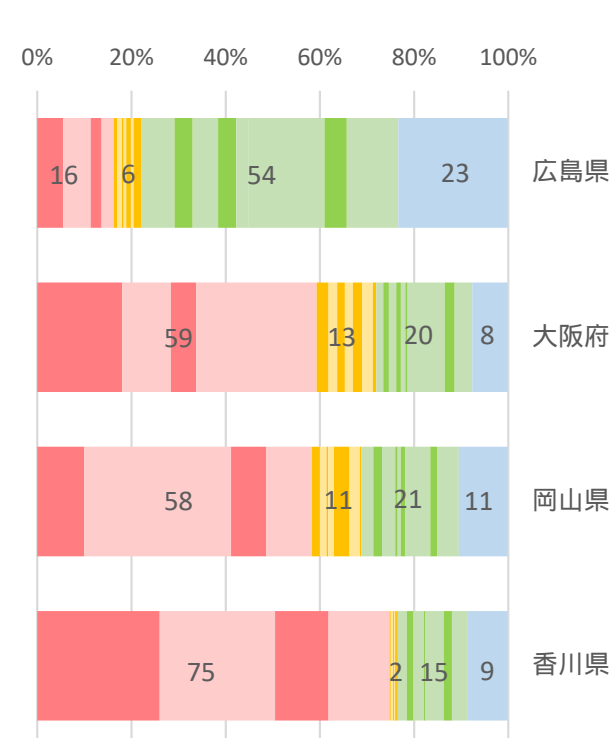
広島県への訪問者は、欧米豪が多く、多様な構成。規模では大阪府の 10分の1

- 2024年度の広島県への年間訪問者数は、岡山県・香川県の3倍程度。但し、大阪府は、広島県の10倍を超える
- 広島県への訪問者は、アジアが2割強、欧米豪が5割強、その他が2割強と、欧米豪がアジアを上回るのみならず、多様な構成
- 大阪府、岡山県への訪問者は、東アジアが6割強、東南アジア・インドが1割強、欧米豪は2割程度。香川県への訪問者は、東アジアのみで全体の4分の3。欧米豪は15%

2024年度の訪問者数



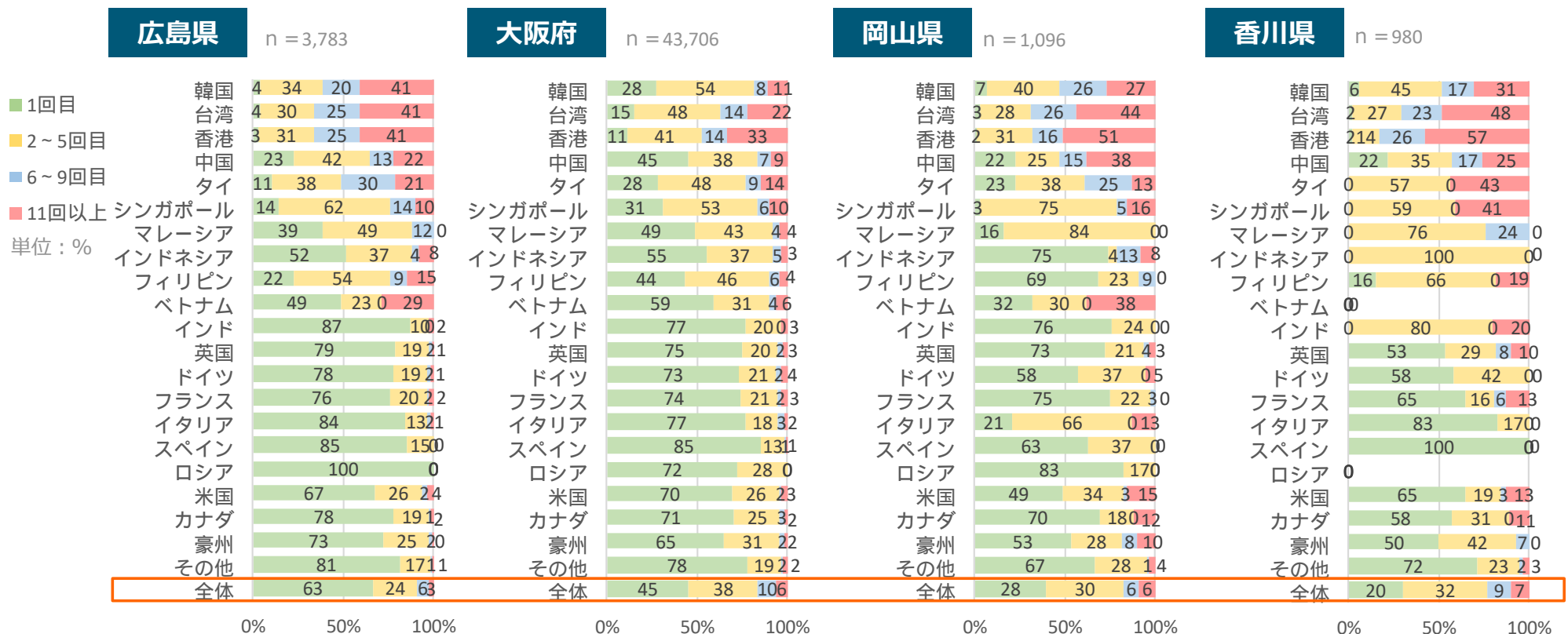
訪問者の国・地域別の割合



3.2 訪問者の訪日回数

広島県は、欧米豪の初訪日者およびアジアの来日経験豊富な旅行者から選好される

- 広島県、大阪府、岡山県、香川県への訪問者（回答者の訪問地記載が当該府県に該当）を推計したところ、広島県への訪問者のうち63%が初の訪日であり、大阪府（45%）、岡山県（28%）、香川（20%）への訪問者に比べて初訪日の割合が高い
- 広島県への訪問者のうち初来日の割合は、特に欧米豪からが概ね7割以上と極めて高く、韓国、台湾、香港からは5%未満と極めて低い。一方、11回超の訪日者の割合は、欧米豪からは3%未満と極めて低く、韓国、台湾、香港からは4割超となった。欧米豪からのリピート率は高くないものと推定される。東アジアからの訪日経験豊富な旅行者の目的地として選好されているが、岡山県、香川県にも同様の傾向が伺える
- 全体的に、アジアの訪日回数は、欧米豪より多いものと推定される

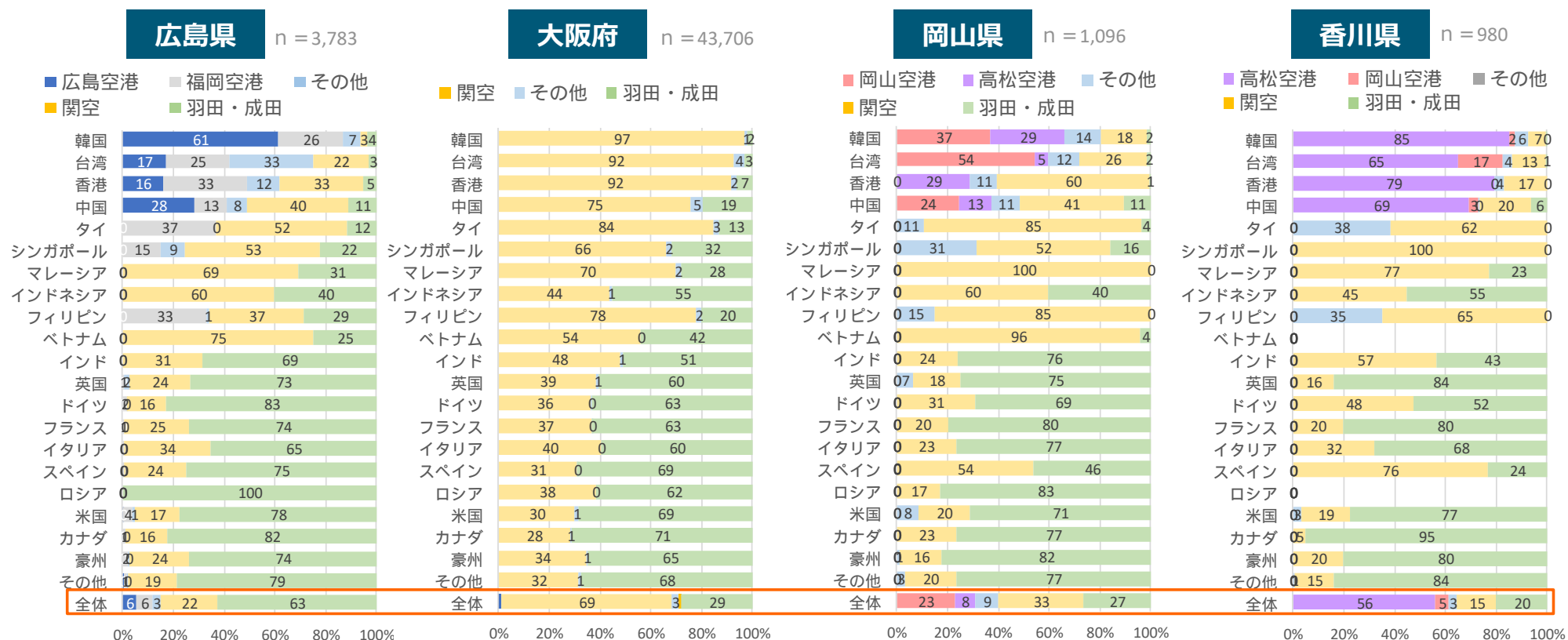


3.3 訪問者の出国空港

(本調査は、出国空港にて帰国時の搭乗直前の回答として集計し、その利用実態を調査)

広島県訪問者の6割が羽田・成田、2割が関空から出国、広島空港の利用は極めて少ない

- 広島県への訪問者が出国に利用する空港は、羽田・成田が63%、関空が22%。広島空港は福岡空港とならび6%と僅か。欧米豪は、羽田・成田の利用がその殆どを占める。広島空港の利用は韓国からの訪問者が61%と高い、次いで中国28%、台湾17%、香港15%の順
- 大阪府への訪問者は全体の69%が関空を出国に利用。関空は、韓国、台湾、香港からの訪問者の9割超が出国に利用するなどアジア全般から利用されている。欧米豪からの訪問者の利用は3~4割程度。岡山県への訪問者は、全体の23%が岡山空港、香川県への訪問者は、同56%が高松空港を利用している。広島県への訪問者の広島空港の利用割合は、大阪府の関空、岡山県の岡山空港、香川県の高松空港のそれぞれの利用割合よりも低い



出典：観光庁「インバウンド消費動向調査」個票データより算出

3.4 広島県訪問者の訪問地（観光地・市町村）

広島県内での周遊は乏しく、広島県から中国地域への周遊も少ない

- 個票データの訪問先の回答結果から広島県訪問者の各所訪問数を計算したところ、上位48か所のうち広島県内は4か所に留まった。中国地域に広げても6か所のみであり、広島県訪問者の県内・中国地域内での周遊が少ないことが推し量られる

	アジア n=1,045		欧米豪 n=2,064		その他 n=674		全体 n=3,783		
訪問地名称（個票の訪問地に記入したもの）	訪問者数	訪問率	訪問者数	訪問率	訪問者数	訪問率	訪問者数	訪問率	順位
（広島県への訪問者数（人））	305,512	100.0%	752,049	100.0%	322,376	100.0%	1,379,937	100.0%	
広島市	183,356	60.0%	616,991	82.0%	259,980	80.6%	1,060,326	76.8%	1
京都市	53,582	17.5%	564,023	75.0%	250,191	77.6%	867,796	62.9%	2
大阪市	71,577	23.4%	504,515	67.1%	226,474	70.3%	802,566	58.2%	3
成田空港	36,651	12.0%	334,272	44.4%	207,686	64.4%	578,608	41.9%	4
羽田空港	22,044	7.2%	432,357	57.5%	115,695	35.9%	570,095	41.3%	5
関西空港	95,353	31.2%	209,265	27.8%	81,691	25.3%	386,309	28.0%	6
その他東京都（または具体的訪問地不明）	23,379	7.7%	207,606	27.6%	102,451	31.8%	333,436	24.2%	7
奈良市	18,339	6.0%	195,118	25.9%	104,191	32.3%	317,648	23.0%	8
その他広島県（または具体的訪問地不明）	92,928	30.4%	84,875	11.3%	44,114	13.7%	221,918	16.1%	9
金沢市	3,608	1.2%	103,212	13.7%	47,769	14.8%	154,589	11.2%	11
宮島	44,849	14.7%	79,245	10.5%	30,074	9.3%	154,168	11.2%	12
福岡空港	86,162	28.2%	24,491	3.3%	11,066	3.4%	121,720	8.8%	13
高山市	2,083	0.7%	79,061	10.5%	30,829	9.6%	111,974	8.1%	15
神戸市	24,471	8.0%	55,535	7.4%	23,247	7.2%	103,253	7.5%	19
名古屋市	10,706	3.5%	54,324	7.2%	34,124	10.6%	99,155	7.2%	21
広島空港	87,806	28.7%	2,322	0.3%	4,297	1.3%	94,424	6.8%	23
岡山市	32,163	10.5%	26,525	3.5%	14,584	4.5%	73,271	5.3%	25
姫路市	6,685	2.2%	48,638	6.5%	16,213	5.0%	71,535	5.2%	26
ユニバーサル・スタジオ・ジャパン	6,270	2.1%	35,422	4.7%	25,315	7.9%	67,006	4.9%	27
東京ディズニーリゾート（ランド/シー）	2,330	0.8%	35,753	4.8%	16,370	5.1%	54,454	3.9%	31
その他岡山県（または具体的訪問地不明）	35,069	11.5%	4,228	0.6%	1,271	0.4%	40,568	2.9%	39
札幌市	1,681	0.6%	20,109	2.7%	8,104	2.5%	29,894	2.2%	48

注：訪問地名称は、上位、近隣、主要観光地等を抜粋して掲載

出典：観光庁「インバウンド消費動向調査」個票データより算出

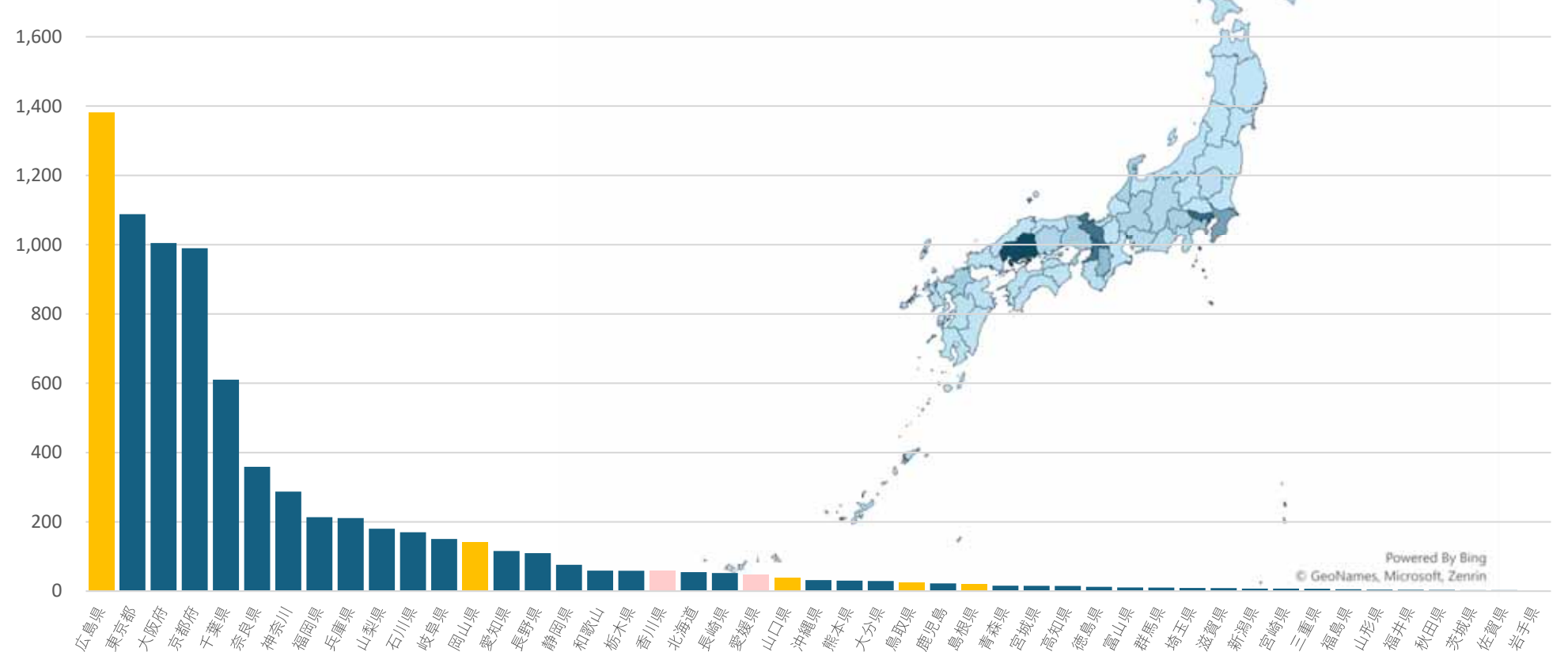
3.4 広島県訪問者の訪問地（47都道府県）

広島県訪問者の周遊は、利用空港および東京圏・関西圏の観光地が多数。瀬戸内海対岸への周遊も少数

- 広島県訪問者の他県への訪問数は、東京都、大阪府、京都府、千葉県、奈良県が上位。前頁の結果からも、利用する空港や関西圏観光地への周遊が多い。都道府県別では、中国地域で岡山県が13位、山口県が23位、鳥取県が27位、島根県が29位、瀬戸内海対岸の香川県が19位、愛媛県が22位で、いずれも神奈川県、福岡県、兵庫県、山梨県、石川県、岐阜県よりも低位

2024年度の県別訪問者

単位：千人



出典：観光庁「インバウンド消費動向調査」個票データより算出

(C) Esri Japan

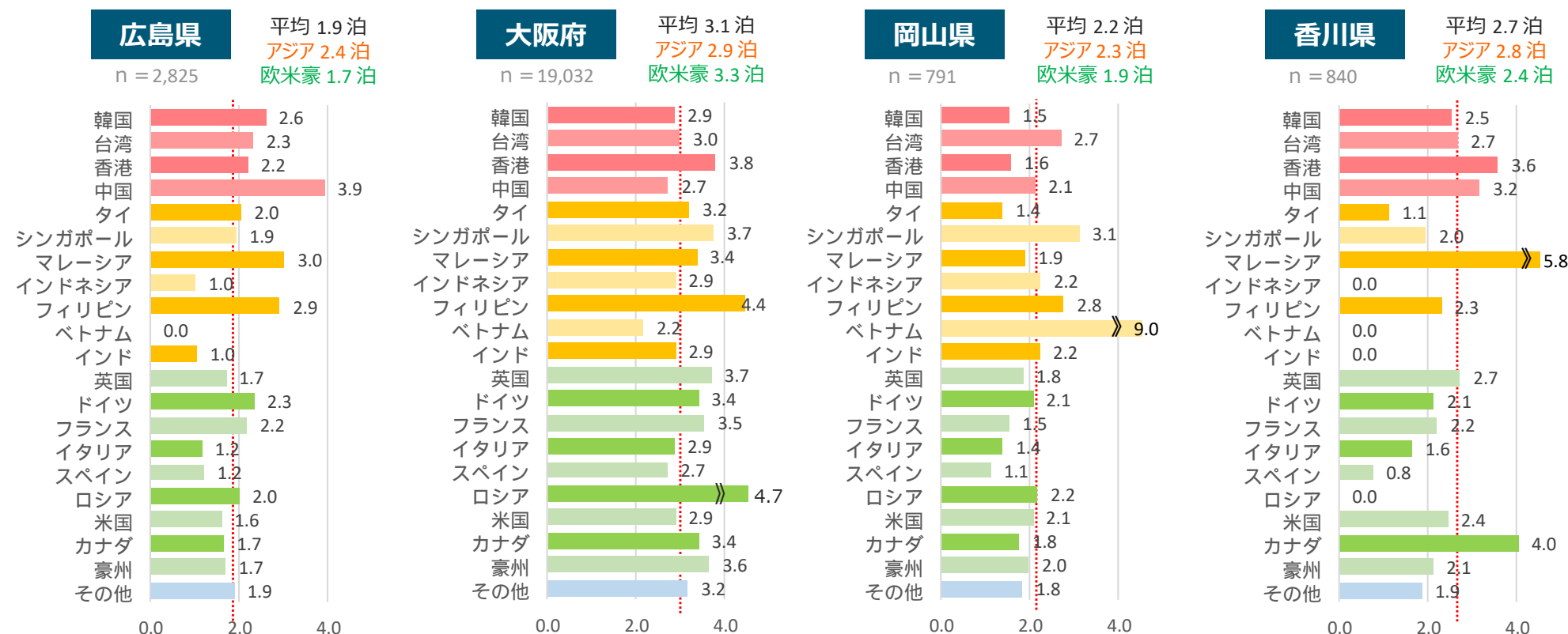


3.5 各府県訪問者の各府県内での平均泊数

本調査は、主な来訪目的を「観光・レジャー」で抽出、訪問した府県での平均泊数を推計。観光庁の報告に合わせ、日帰りの泊数をゼロとしてカウント

広島県訪問者の県内宿泊は4府県で最短。岡山・香川とともにアジアが欧米豪よりも長く滞在

- 広島県訪問者の県内平均泊数は、1.9泊、4府県で最低、大阪府とは1泊超の差。全体的に泊数が少ない通過型観光地の特性となった。また、欧米豪からの訪問者の平均泊数がアジアよりも0.7泊短く、岡山県、香川県（ともに欧米豪が0.4泊短い）よりも、欧米豪の短さが大きく顕れた。大阪府は、4府県で唯一平均泊数で欧米豪がアジアを上回っており、欧米豪からの訪問者の周遊拠点となっていると推定される
- 国・地域別では、広島県は、中国、マレーシア、フィリピン、韓国が平均泊数が多く、ベトナム、インドネシア、インド、イタリア、スペインが少ない。大阪府はロシア・フィリピン、岡山県はベトナム、香川県はマレーシア、カナダの平均泊数多い

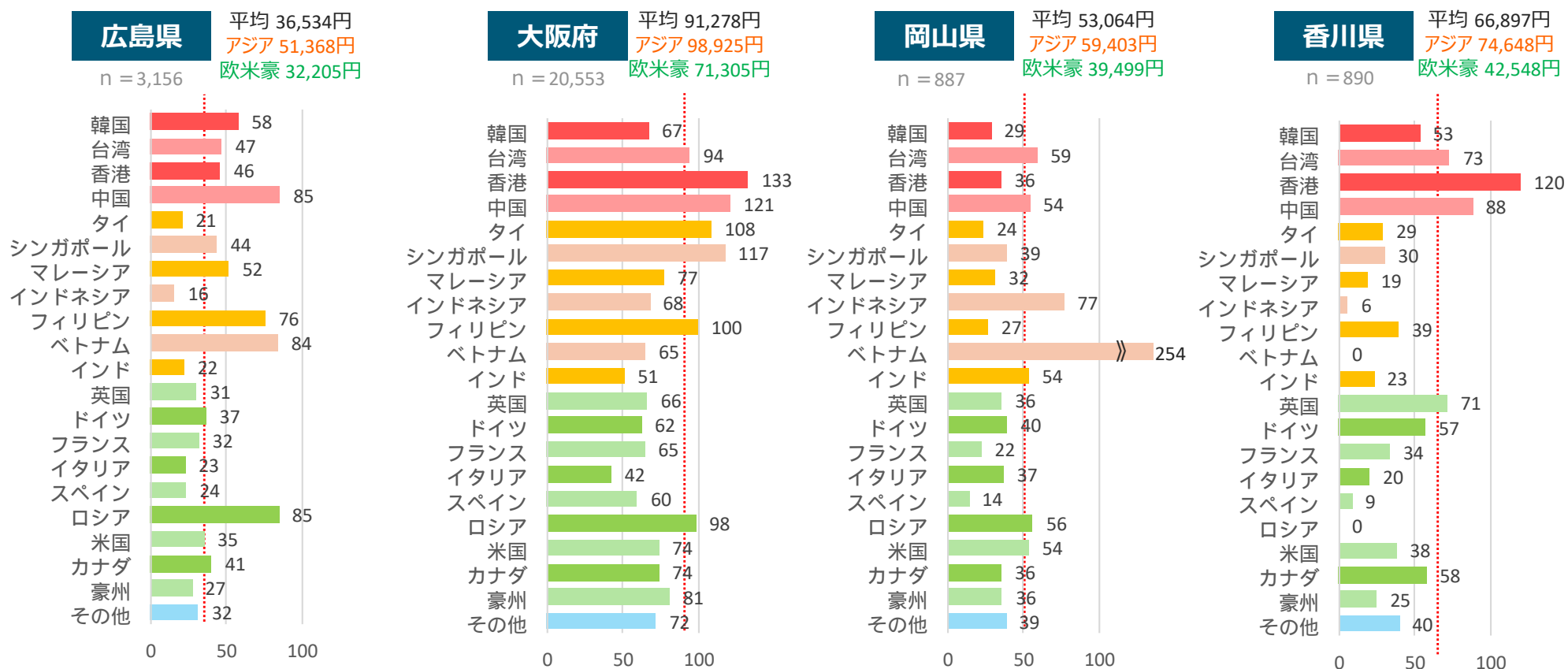


出典：観光庁「インバウンド消費動向調査」個票データより算出

3.6 各府県訪問者の各府県内での平均消費額

広島県訪問者の県内消費額は4府県で最低、大阪府訪問者の4割程度。4府県ともアジアが欧米豪を上回る

- 4府県ともに、アジアからの平均消費額が欧米豪を2～3万円程度上回る
- 広島県訪問者の広島県内での平均消費額は、37千円で4府県で最低、大阪府訪問者の大阪府内での平均消費額の4割程度。消費の小さい地域といえる。広島県への国・地域別の平均消費額は、中国、ロシア、ベトナム、フィリピン、韓国が高く、インドネシア、タイ、インド、イタリア、スペインが低い
- 大阪府と香川県では香港、岡山県ではベトナムの消費額が特に大きい。また、岡山県では台湾・インドネシア、香川県では中国・台湾・英国が相対的に大きい



出典：観光庁「インバウンド消費動向調査」個票データより算出

4

その他考察

4.1 定住人口と交流人口

廿日市市は、オーバーツーリズムとされる京都市・大阪市並みの水準もあるが、滞在期間を考慮した水準では下回る

- オーバーツーリズムは、観光の影響が、物理的、経済的、心理的等の能力の閾値を超えることとされている。そこで、定住人口とインバウンドの交流人口を割合比較した。インバウンドの交流人口として、便宜的に「訪問者数」および「訪問者数×平均泊数」を試用した
- 交流人口がインバウンドのみ（国内旅行者等は考慮していない）であり、計算にあたって一部の値が不詳なため、正確な分析とはならない点に注意が必要であるが、定住人口（いわゆる人口：下表①）に対する訪問者（交流人口：下表②）という単純な割合（下表⑤）では、廿日市市が、オーバーツーリズムとされる大阪市や京都市と同程度の水準となったものの、滞在期間を考慮するため訪問者数に平均泊数を掛け合わせた場合（交流人口：下表④）の同割合（下表⑥）では、京都市・大阪市の水準を下回った。広島市は、福岡市の水準に届かず、岡山市や高松市の水準に近い

	① 人口（→出典3） （人）	② 訪問者数（→2.1参照） （人）	③ 平均泊数 （→3.5参照）	④ ②×③/365 （人）	⑤ ②訪問者数/①人口	⑥ ④/①人口	
広島県	 2,728,771	 (a)1,379,937	 1.90	 7,170	 50.6%	 0.26%	広島県
広島市	 1,173,543	 1,107,174	 (b)1.90	 5,753	 94.3%	 0.49%	広島市
廿日市市	 115,451	 503,353	 (b)1.90	 2,615	 436.0%	 2.27%	廿日市市
尾道市	 126,396	 108,150	 (b)1.90	 562	 85.6%	 0.44%	尾道市
大阪府	 8,771,961	 (a)14,906,065	 3.06	 125,122	 169.9%	 1.43%	大阪府
大阪市	 2,778,917	 10,873,183	 (b)3.06	 91,270	 391.3%	 3.28%	大阪市
京都市	 1,373,887	 7,539,310	 (c)2.37	 49,034	 548.8%	 3.57%	京都市
福岡市	 1,608,140	 2,573,880	 (c)4.03	 28,430	 160.1%	 1.77%	福岡市
岡山県	 1,835,478	 (a)378,575	 2.18	 2,257	 20.6%	 0.12%	岡山県
岡山市	 695,690	 486,710	 (b)2.18	 2,902	 70.0%	 0.42%	岡山市
香川県	 939,965	 (a)368,348	 2.70	 2,723	 39.2%	 0.29%	香川県
高松市	 417,660	 279,672	 (b)2.70	 2,067	 67.0%	 0.49%	高松市

(a) 出典 2 (b) 所在する府県の値を代用、(c) 観光庁「インバウンド消費動向調査」より所在する府県の値を代用

(出典1) 技研商事インターナショナル「KDDI Location Analyzer (訪日外国人版) Powered by NAVITIME」より作成

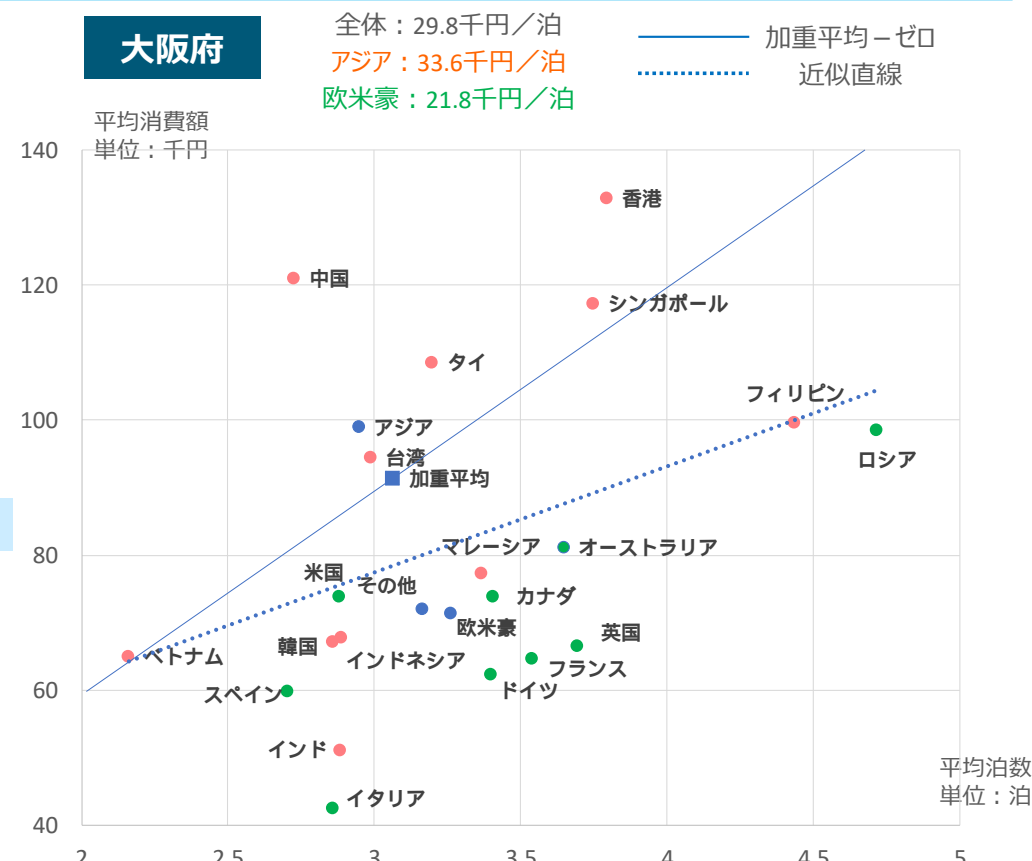
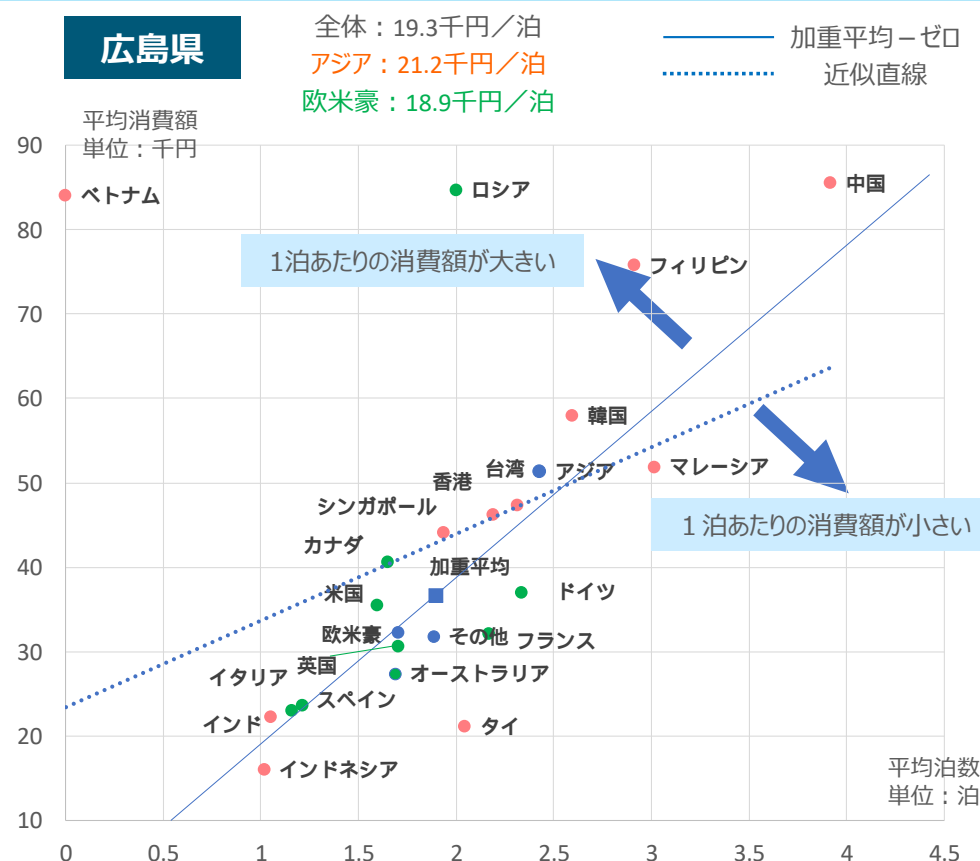
(出典2) ナビタイムジャパン「インバウンドプロファイラー」による行政界毎の滞在人口の月ユニーク値を採用（KLA訪日外国人版の訪問者数を補正している）

(出典3) 総務省「住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数」、観光庁「インバウンド消費動向調査」集計表および個票データより算出

4.2 平均泊数と消費額の関係（県内1泊あたりの県内消費額）

広島県の1泊あたりの消費額は、アジアが欧米豪を僅かに上回る。大阪府ではその傾向が顕著

- 広島県訪問者の広島県内平均泊数に対する広島県内平均消費額（県内1泊あたりの県内消費額）は、19.3千円。アジア（21.2千円）が欧米豪（18.9千円）をわずかに上回ったものの、3府県との比較では、相対的にアジアの上回りが小さい。国・地域別では、ベトナム、ロシア、フィリピン、中国が特に高く、タイ、インドネシア、豪州が低い
- 大阪府訪問者の大阪府内平均泊数に対する大阪府内平均消費額（府内1泊あたりの県内消費額）は、29.8千円。アジア（33.6千円）が欧米豪（21.8千円）を5割超も上回った。国地域別では、中国、香港、タイが高く、イタリア、インド、英国、フランス、ドイツが低い

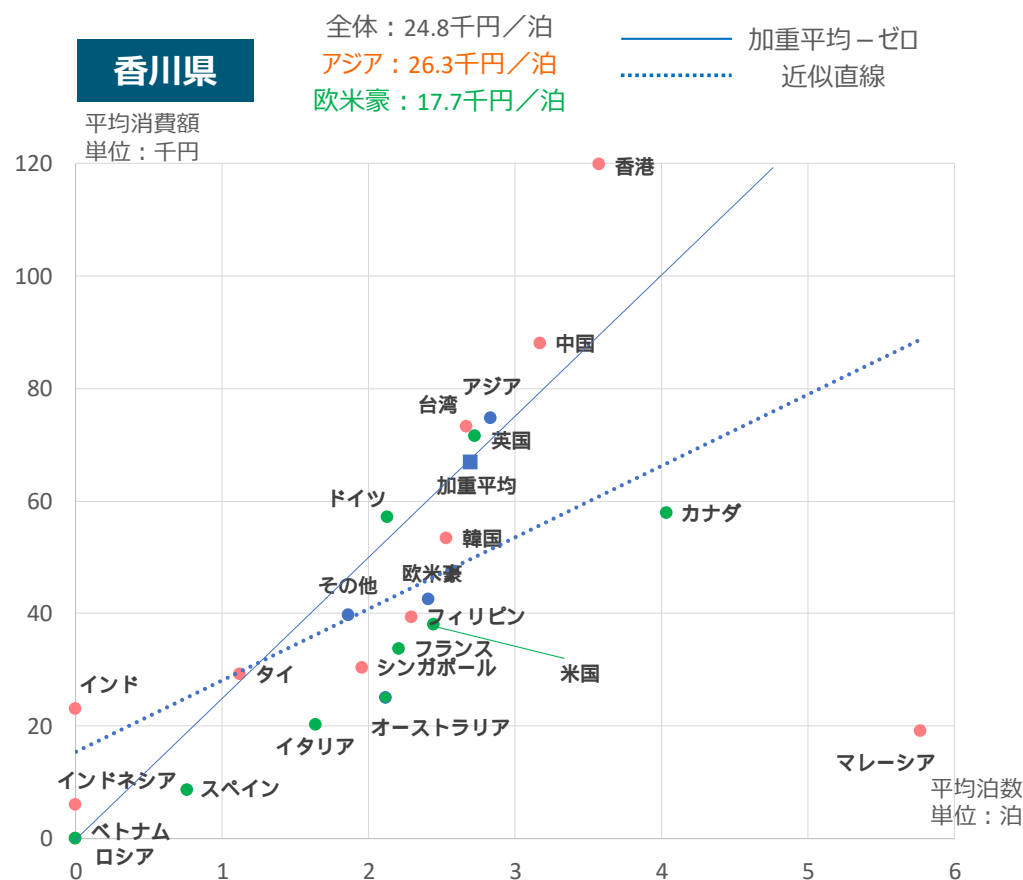
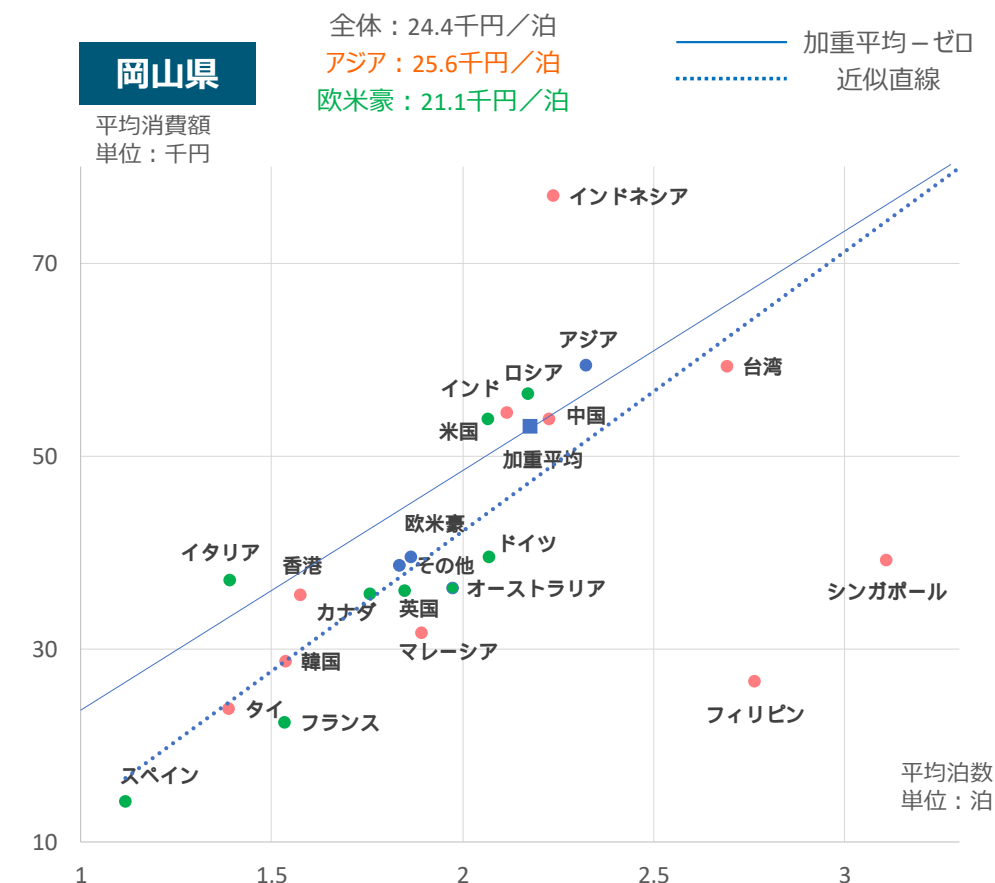


出典：観光庁「インバウンド消費動向調査」個票データより算出

4.2 平均泊数と消費額の関係（県内1泊あたりの県内消費額）

岡山県、香川県の1泊あたりの消費額もアジアが欧米豪を上回る

- 岡山県訪問者の岡山県内宿泊数に対する岡山県内消費額（県内1泊あたりの県内消費額）は、24.4千円。アジア（25.6千円）が欧米豪（21.1千円）を2割程度上回った。国・地域別では、インドネシアが高く、フィリピン、シンガポール、マレーシアが低い
- 香川県訪問者の香川県内宿泊数に対する香川県内消費額（県内1泊あたりの県内消費額）は、24.8千円。アジア（26.3千円）が欧米豪（17.7千円）を5割弱も上回った。国地域別では、香港が高く、豪州、イタリアが低い



出典：観光庁「インバウンド消費動向調査」個票データより算出

4.3 総消費額の内訳（訪問者割合×平均消費額）

広島県

広島県内での消費額は、米国からがトップ。次いで、韓国、豪州、台湾、中国。欧米豪は3分の1

- 広島県への総消費額は、東アジアからが全体の4分の1、欧米豪が3分の1、東南アジアが7%程度、その他が20%程度
- 国・地域別では、1.米国（1）、2.韓国（4）、3.豪州（2）、4.台湾（3）、5.中国（11）の順（カッコ内は訪問者数の順位）

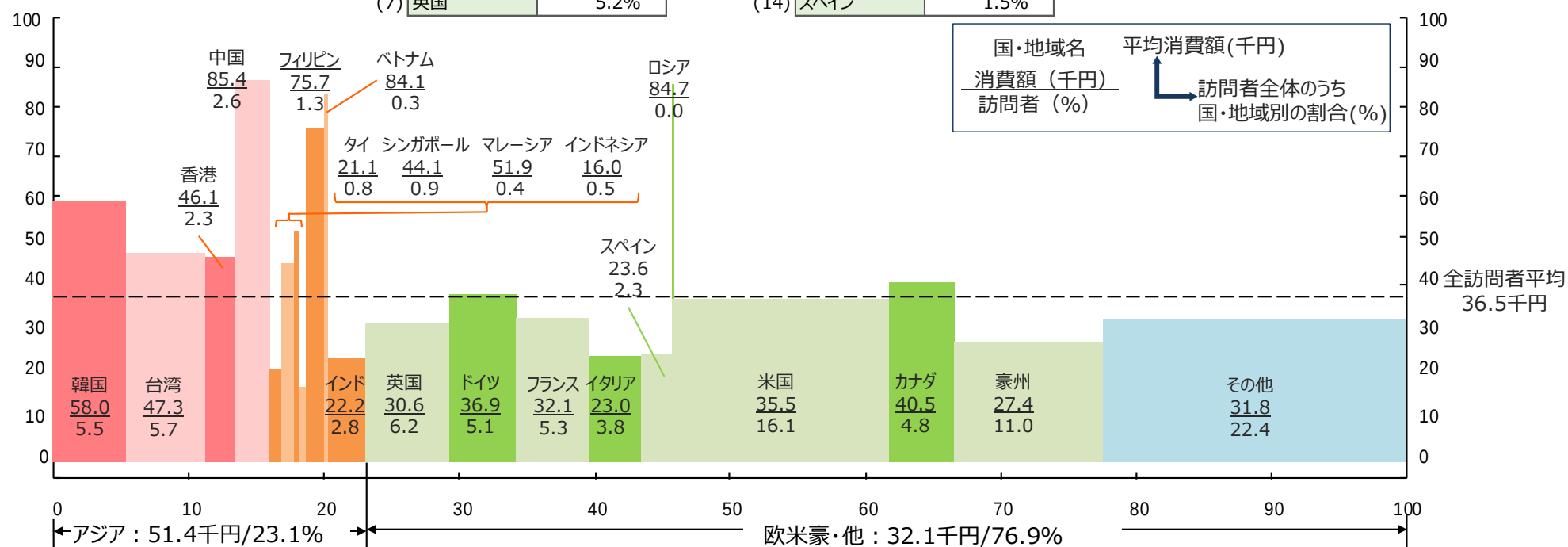
総消費額に占める割合

全体	100.0%
東アジア	25.1%
東南アジア・インド	7.4%
欧米豪	34.3%
その他	19.5%

(1) 米国	15.6%
(2) 韓国	8.8%
(3) 豪州	8.2%
(4) 台湾	7.4%
(5) 中国	6.0%
(6) カナダ	5.3%
(7) 英国	5.2%

(8) ドイツ	5.1%
(9) フランス	4.7%
(10) 香港	2.9%
(11) フィリピン	2.7%
(12) イタリア	2.4%
(13) インド	1.7%
(14) スペイン	1.5%

(15) シンガポール	1.1%
(16) ベトナム	0.6%
(17) マレーシア	0.6%
(18) タイ	0.5%
(19) インドネシア	0.2%
(20) ロシア	0.1%



4.3 総消費額の内訳（訪問者割合×平均消費額）

大阪府

大阪府内での消費額は、中国からが3分の1。東アジアが3分の2、欧米豪は16%

- 大阪府への総消費額は、中国からが全体の3分の1。東アジアからが全体の66%程度、欧米豪が16%程度、東南アジアが13%程度
- 国・地域別では、1.中国（1）、2.韓国（2）、3.台湾（3）、4.香港（5）、5.米国（4）の順（カッコ内は訪問者数の順位）

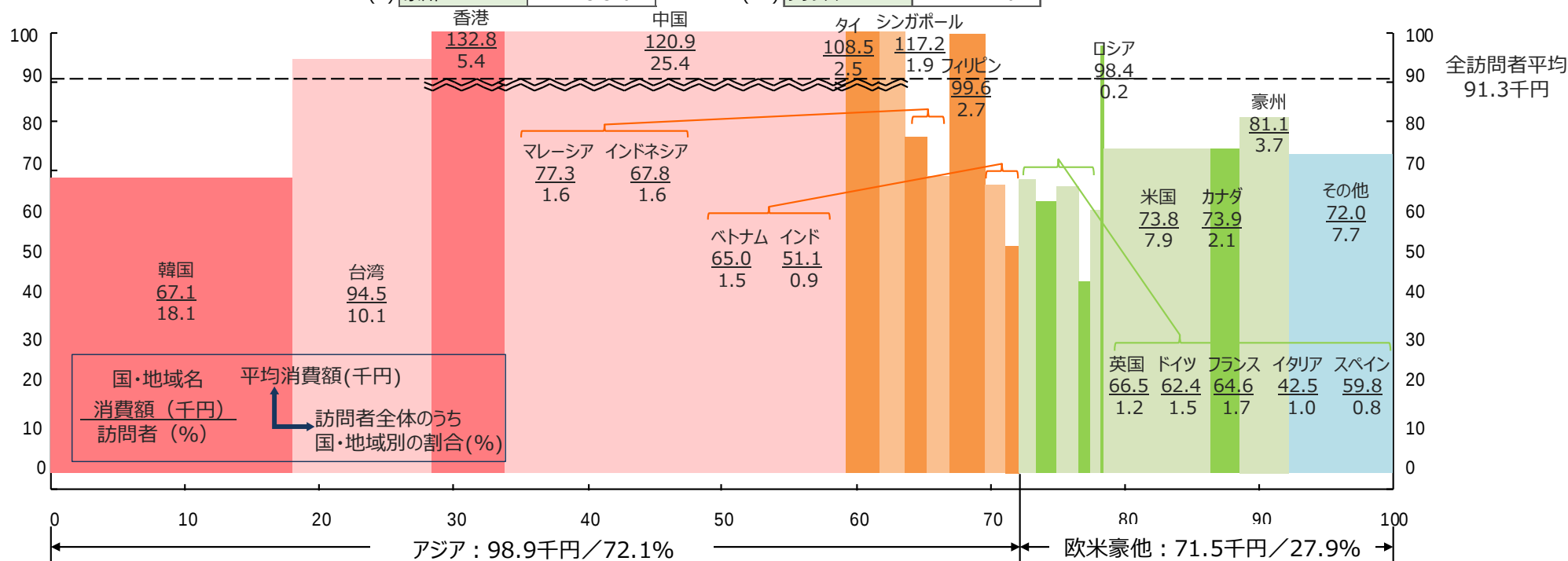
総消費額に占める割合

総額	100.0%
東アジア	65.6%
東南アジア・インド	12.5%
欧米豪	15.8%
その他	6.1%

(1) 中国	33.7%
(2) 韓国	13.3%
(3) 台湾	10.8%
(4) 香港	7.9%
(5) 米国	6.4%
(6) その他	6.1%
(7) 豪州	3.3%

(8) タイ	3.0%
(9) フィリピン	3.0%
(10) シンガポール	2.4%
(11) カナダ	1.7%
(12) マレーシア	1.4%
(13) インドネシア	1.2%
(14) フランス	1.2%

(15) ベトナム	3.0%
(16) ドイツ	3.0%
(17) 英国	2.4%
(18) スペイン	1.7%
(19) インド	1.4%
(20) イタリア	1.2%



4.3 総消費額の内訳（訪問者割合×平均消費額）

岡山県

岡山県内への消費額は、台湾からが3分の1。東アジアが過半、欧米豪は15%程度

- 岡山県への総消費額は、台湾からが全体の3分の1。東アジアからが全体の過半、欧米豪が15%程度、東南アジア・インドが22%程度
- 国・地域別では、1.台湾（1）、2.ベトナム（7）、3.中国（3）、4.韓国（2）、5.米国（5）の順（カッコ内は訪問者数の順位）

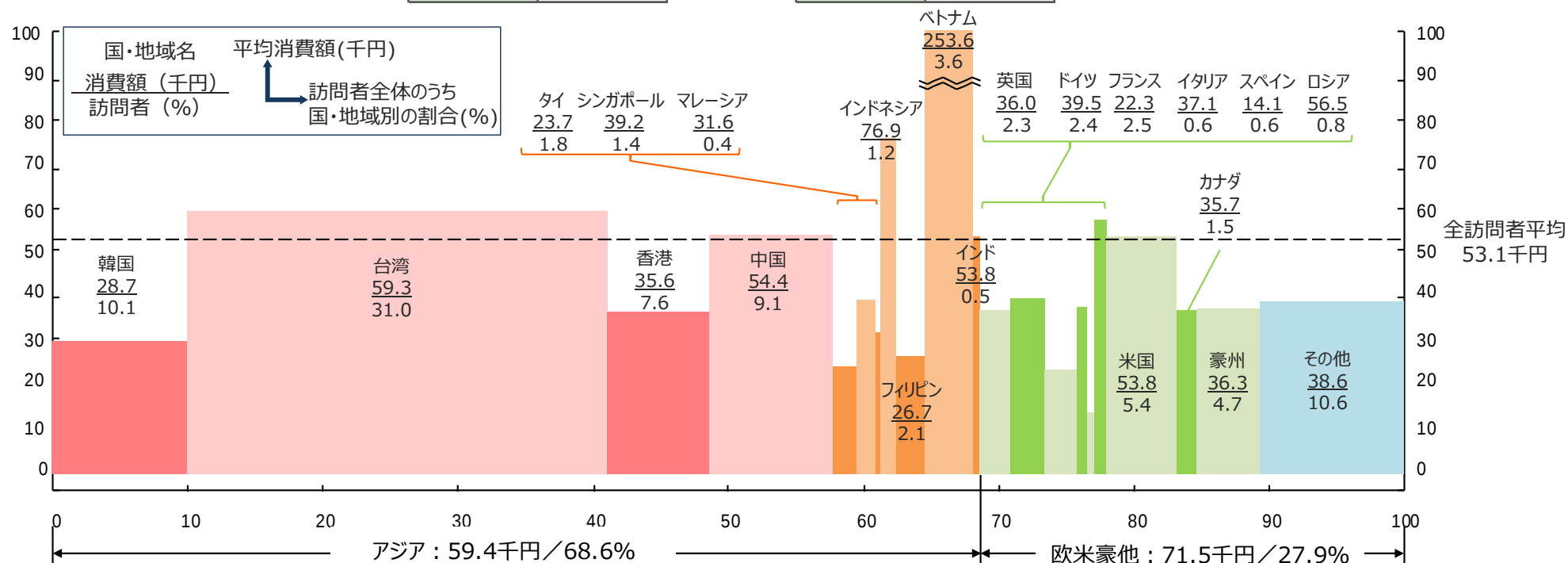
総消費額に占める割合

総額	100.0%
東アジア	54.5%
東南アジア・インド	22.3%
欧米豪	15.4%
その他	7.7%

(1) 台湾	34.6%
(2) ベトナム	17.0%
(3) 中国	9.3%
(4) 韓国	5.4%
(5) 米国	5.4%
(6) 香港	5.1%
(7) 豪州	3.2%

(8) ドイツ	1.8%
(9) インドネシア	1.7%
(10) 英国	1.6%
(11) フィリピン	1.1%
(12) シンガポール	1.1%
(13) フランス	1.0%
(14) カナダ	1.0%

(15) ロシア	1.8%
(16) タイ	1.7%
(17) インド	1.6%
(18) イタリア	1.1%
(19) マレーシア	1.1%
(20) スペイン	1.0%



出典：観光庁「インバウンド消費動向調査」個票データより算出

4.3 総消費額の内訳（訪問者割合×平均消費額）

香川県

香川県内への消費額は、台湾、韓国、香港など東アジアからが85%。欧米豪は1割弱

- 香川県への総消費額は、台湾、韓国、香港がそれぞれ2割を超える。東アジアからが全体の85%程度、欧米豪が9%程度、東南アジアは1%に満たず
- 国・地域別では、1.台湾（2）、2.韓国（1）、3.香港（4）、4.中国（3）、5.英国（8）の順（カッコ内は訪問者数の順位）

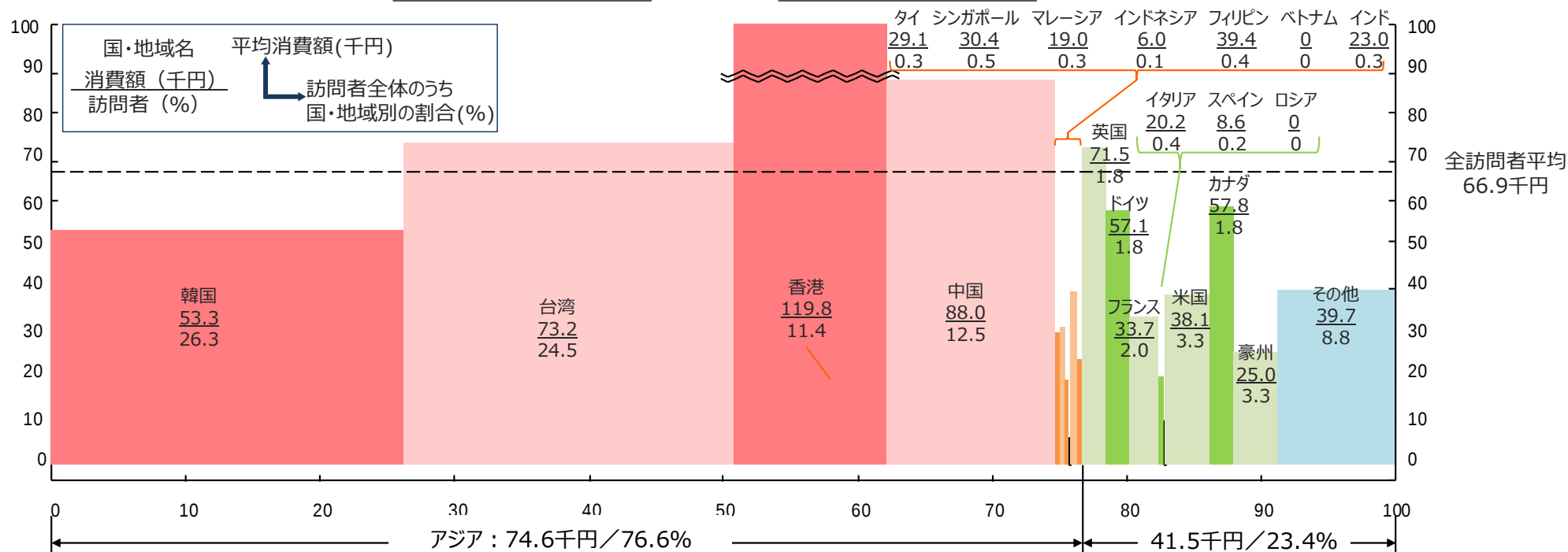
総消費額に占める割合

総額	100.0%
東アジア	84.7%
東南アジア・インド	0.8%
欧米豪	9.3%
その他	5.2%

(1) 台湾	26.8%
(2) 韓国	20.9%
(3) 香港	20.5%
(4) 中国	16.5%
(5) 英国	2.0%
(6) 米国	1.9%
(7) ドイツ	1.5%

(8) カナダ	1.5%
(9) 豪州	1.2%
(10) フランス	1.0%
(11) フィリピン	0.3%
(12) シンガポール	0.2%
(13) タイ	0.1%
(14) イタリア	0.1%

(15) インド	1.5%
(16) マレーシア	1.2%
(17) スペイン	1.0%
(18) インドネシア	0.3%
(19) ベトナム	0.2%
(20) ロシア	0.1%



末尾 参考

参考①

(1)「KLA訪日外国人版」の特徴

メーカーより公表された情報は、右のとおりである。本分析ツールの最大の特徴は、1回の分析における集計期間を最大1年に指定できる点である。また、集計後の内訳として21の国籍別に来訪者数が整理されている。

注意点として、

- 来訪者数は、集計単位であるエリアや行政界の中で、同日内であっても移動により重複計上される。このため、統計値などとの比較（入込客、観光客数）において、実数、延べ人数よりも大きく計上される（※）傾向にある。
- GPSのサンプルは「ナビタイムジャパンの訪日外国人向け経路探索・多言語観光案内アプリ(Japan Travel by NAVITIME)」のユーザーで同意を得た人を対象に拡大推計をしている（ただし、同一人物のエリア内滞在中の重複計上は除去されない）。同アプリの利用者数や国籍別アプリのシェアなどに来訪者数が影響している点に注意する

よって、当レポートでは、この推計された来訪者数を参考として示し、期間での推移や他地点との相対比較を中心に検討

（※）KLA訪日外国人版の来訪者数は、推計した「延べ来訪回数」の意味合いが強い

分析ツールの集計仕様（メーカー公表）

KDDI Location Analyzer (訪日外国人版) Powered by NAVITIMEの仕様

項目	内容	詳細
種別	GPS	ナビタイムジャパンの訪日外国人向け経路探索・多言語観光案内アプリ「Japan Travel by NAVITIME」のユーザーのうち、同意を得たユーザーのGPSデータを収集し拡大推計
取得頻度	数分毎	最短2分単位で取得
粒度	メッシュ単位	10mメッシュ/125mメッシュ
捕捉時間	滞在	ジオフェンス/エリアが属する1kmメッシュ（国内標準の「第3次地域区画」）に30分以上連続滞在した人を対象に指定したジオフェンス/エリアにかかる10mメッシュ/125mメッシュに少しでも滞在した人を 積算
属性	国籍	アプリ初回起動時に取得する国籍アンケート情報を反映、全国籍のデータを取得（ただし、国籍判定は訪日外国人観光客上位20の国と地域※のみ）※韓国・中国・台湾・香港・タイ・フィリピン・マレーシア・シンガポール・インドネシア・ベトナム・インド・アメリカ・オーストラリア・カナダ・イギリス・フランス・ドイツ・イタリア・スペイン・ロシアおよびその他
	訪日回数	アプリ初回起動時に取得する訪日経験のアンケート情報を反映
時間帯	全日／朝／昼／夜／深夜	朝（6時～10時）／昼（10時～18時）／夜（18時～23時）／深夜（23時～6時）
対象期間	2019年4月～12月、2022年11月以降 この範囲から任意の1年以下の集計期間を設定	

表中の「ジオフェンス」について：人流を計測する際の対象領域のことを示し、地図上で建物の形状や地物の大きさに合わせた多角形を定義したもの

参考②

(2) 「インバウンドプロファイラー」の特徴

- ナビタイムジャパンの訪日外国人向け経路検索アプリであるJapan Travel by NAVITIMEの位置情報利用に同意されたユーザーがベース
- インバウンドプロファイラーでは、行政界単位で月ユニーク集計（※）が可能
- ここでは、KLA訪日外国人版で計測した国籍別来訪者数と時間帯別来訪数を用いて、下記の式により、インバウンドプロファイラーの月ユニーク値に補正して利用することとした。

※ 同一エリアに暦月内で何日来訪しても1人と集計

<重複を除去した国籍別来訪者数および時間帯別来訪者数>

$$2024年度来訪者数_i = KLA2024年度来訪者数_i \times \frac{\text{インバウンドプロファイラー2024年度来訪者数}}{KLA2024年度来訪者数（全国籍）}$$

ここに、iは、

- 1～21分類のそれぞれの国籍別来訪者数
- 2.3(2)時間帯別来訪者数である「朝」「昼」「夜」「深夜」

を代入することで、KLAの来訪者数をインバウンドプロファイラーの月ユニーク値に変換することが可能である

参考③

インバウンド消費動向調査の概要

● 訪日外国人の消費動向を調査、四半期毎に3つの調査を実施

A1 全国調査	B1 地域調査	B2 クルーズ調査
【目的】 国籍・地域毎の旅行者の詳細な消費データの収集	【目的】 都道府県毎の旅行者の消費データの収集	【目的】 クルーズ客の消費データの収集
● 調査対象 日本を出国する外国人（乗員や滞在期間1年以上を除く） ● 調査地点 全国17空港の国際線出発ロビー等 ● 目標サンプルサイズ 1四半期当たり6,900票 ● 主な調査項目 入国空港、在留資格、国籍・地域、同行者、来訪回数、主な来訪目的、訪問地名、泊数、旅行手配方法、滞在中の費目別支出、消費税免税手続き実施状況、その他意識調査（旅行の満足度、情報源、滞在中にしたこと等）	● 調査対象 日本を出国する外国人（乗員や滞在期間1年以上を除く） ● 調査地点 全国25空港の国際線出発ロビー等 ● 目標サンプルサイズ 1四半期当たり24,620票 ● 主な調査項目 入国空港、在留資格、国籍・地域、同行者、来訪回数、主な来訪目的、訪問地名、泊数、旅行手配方法、訪問地毎の費目別支出、利用した交通手段、買物場所、利用した決済方法、その他意識調査（満足した購入商品、飲食・その理由、楽しみにしていたこと）	● 調査対象 船舶観光上陸許可を得た者 ● 調査地点 博多港、長崎港、那覇港、平良港、石垣港 ● 目標サンプルサイズ 1四半期当たり1,390票 ● 主な調査項目 在留資格、国籍・地域、同行者、来訪回数、主な来訪目的、国内寄港地における旅行手配方法、クルーズ船料金、寄港地、寄港地毎の費目別支出

「インバウンド消費動向調査」の調査方法

● 外国語会話が可能な調査員がタブレット端末または紙調査票を用いて聞き取り調査

調査地点の選定	全国29空港で調査を実施 外国人出国者数の多い空港ならびに地方ブロックを代表する空港を中心に調査地点を選定。調査港では、帰国時の搭乗直前に調査をするため、日本滞在中のすべての支出について回答が得られます。
調査設計	法務省の出入国管理統計をベースに調査設計 出入国管理でカウントしている外国人出国者数は全数調査であり正確なデータです。このデータを用いて調査設計（標本配分）を行います。
聞き取り調査	外国語会話可能な調査員が外国語の調査票を見せながら聞き取り調査 12言語の調査票を用意。調査員の言語も多彩です。
回答データの回収	聞き取り調査終了後は現場で検票を行い品質確保 タブレット端末の場合はその日のうちに回答データを集約します。なお、紙の調査票も併用しています。

参考④

「B1地域調査」の調査方法

B1 地域調査

【目的】 都道府県毎の旅行者の消費データの収集

- 調査対象 日本を出国する外国人（乗員や滞在期間1年以上を除く）
- 母集団 法務省「出入国管理統計」外国人単純出国者数
- 調査地点 全国25空港の国際線搭乗待合ロビー（保安区域内）等
- 目標精度 「1日当たり旅行中支出（都道府県間移動交通費を除く）」を指標として都道府県毎に標準誤差率5%～20%
- 目標サンプルサイズ 1四半期当たり24,620票
- 調査方法 外国語会話可能な調査員による聞き取り調査（主要空港ではタブレット端末を使用）

調査地点



目標精度と目標回収数

（四半期毎）

●年間150万人以上の都道府県

目標標準誤差率	5.0%
都道府県	北海道、千葉県、東京都、神奈川県、愛知県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県、福岡県、沖縄県
目標回収数	400～4,890票

●年間30万人以上150万人未満の都道府県※

目標標準誤差率	10.0%
都道府県	栃木県、富山県、石川県、山梨県、長野県、岐阜県、静岡県、広島県、長崎県、熊本県、大分県
目標回収数	120～840票

●年間30万人未満の都道府県※

目標標準誤差率	20.0%
都道府県	青森県、岩手県、宮城県、秋田県、山形県、福島県、茨城県、群馬県、埼玉県、新潟県、福井県、三重県、滋賀県、和歌山県、鳥取県、島根県、岡山県、山口県、徳島県、香川県、愛媛県、高知県、佐賀県、宮崎県、鹿児島県
目標回収数	50～140票

※2021年に調査設計を行ったため、B1 地域調査 2019 年調査実績を使用。

参考⑤

「B1地域調査」の調査方法

B1 地域調査の特徴

1. 調査地点 ～全47都道府県の必要票数を回収するための工夫①～

- 都道府県ごとに必要なサンプルサイズを確保するために、**B1 地域調査** では調査地点を25空海港（下記）としています。
- それぞれの都道府県を訪問した訪日外国人の出国港の80%をカバーしています。

新千歳空港／函館空港／青森空港／仙台空港／茨城空港／羽田空港／成田空港／小松空港／高山空港／富士山静岡空港／中部空港／関西空港／米子空港／岡山空港／広島空港／境港／関門（下関）港／高松空港／福岡空港／博多港／佐賀空港／厳原港／宮崎空港／鹿児島空港／那覇空港 以上25空海港

2. 都道府県別の費目別支出を調査

- **B1 地域調査** では訪問地（都道府県）ごとの支出を **費目別** で尋ねています。これにより、非標本誤差の縮小が期待できるとともに、宿泊費や飲食費といった費目別の支出を把握することができます。

3. 二相抽出法の導入 ～全47都道府県の必要票数を回収するための工夫②～

- 都道府県ごとに必要なサンプルサイズを確保するために、**B1 地域調査** では二相抽出法を導入しています。
- 訪問者の少ない地域を訪れた訪日外国人旅行者を中心に、旅行中の支出を詳しく質問します。それ以外の訪日外国人旅行者（例：東京や大阪にしか行っていない人）の大半は、第一相目の回答のみで調査を終了します。

【回答の流れ】

【第一相目】（回答時間 5 分程度）
すべての回答者が調査対象
回答者属性と旅行目的、訪問地を質問

【第二相目】（回答時間10分程度）
訪問者の少ない地域への
訪問者を中心に調査
訪問地での支出金額を費目別に質問

参考⑦

「B1地域調査」の調査票

【大規模空港の調査員のみさまへ】 監督員から二相抽出の指示があった場合には、本枠内は全員に質問し、それ以外は二相対象者のみに質問してください。

【日本語】(表面)

●D1. 今回の日本滞在中、日本国内において利用した交通手段を選んでください。(いくつでも) <table border="1"> <tr> <td>☐ 航空</td> <td>☐ 貸切バス</td> <td>☐ タクシー・ハイヤー</td> <td>☐ 船舶</td> </tr> <tr> <td>☐ 新幹線</td> <td>☐ 長距離バス</td> <td>☐ レンタカー</td> <td>☐ その他</td> </tr> <tr> <td>☐ 鉄道・モノレール</td> <td>☐ 近郊バス</td> <td>☐ レンタサイクル</td> <td>☐ 徒歩移動のみ</td> </tr> </table> ●D2. 今回の日本滞在中に買物をした場所を選んでください。(いくつでも) <table border="1"> <tr> <td>☐ 百貨店・デパート</td> <td>☐ 宿泊施設</td> <td>☐ 都心の複合商業施設</td> </tr> <tr> <td>☐ 家電量販店</td> <td>☐ スーパーマーケット</td> <td>☐ その他ショッピングセンター</td> </tr> <tr> <td>☐ ファッション専門店</td> <td>☐ コンビニエンスストア</td> <td>☐ 鉄道駅構内の店舗</td> </tr> <tr> <td>☐ 100円ショップ</td> <td>☐ ドラッグストア</td> <td>☐ 空港の免税店</td> </tr> <tr> <td>☐ 高速道路のSA・道の駅</td> <td>☐ ディスカウントストア</td> <td>☐ クルーズ寄港港内内の店舗</td> </tr> <tr> <td>☐ 観光地の土産店</td> <td>☐ アウトレットモール</td> <td>☐ その他</td> </tr> <tr> <td colspan="3">☐ 買い物はしなかった</td> </tr> </table> ●D3. 今回の日本滞在中に使った決済方法を選んでください。(いくつでも) <table border="1"> <tr> <td>☐ 現金</td> <td>☐ モバイル決済 (Alipay, WeChat等)</td> </tr> <tr> <td>☐ クレジットカード</td> <td>☐ 仮想通貨 (bitcoin等)</td> </tr> <tr> <td>☐ 交通系ICカード (Suica等)</td> <td>☐ 割引クーポン</td> </tr> <tr> <td>☐ その他のICカード (Edy等)</td> <td>☐ その他</td> </tr> <tr> <td>☐ デビットカード (銀聯, Visaデビット等)</td> <td>☐ お金は全く使わなかった</td> </tr> </table> ●E1. 性別(ひとつだけ) <table border="1"> <tr> <td>☐ 男性</td> <td>☐ 女性</td> </tr> </table> ●E2. 年齢(ひとつだけ) <table border="1"> <tr> <td>☐ 15～19歳</td> <td>☐ 30～39歳</td> <td>☐ 50～59歳</td> <td>☐ 70～79歳</td> </tr> <tr> <td>☐ 20～29歳</td> <td>☐ 40～49歳</td> <td>☐ 60～69歳</td> <td>☐ 80歳以上</td> </tr> </table> ●E3. 今回の日本滞在の在留資格をお答えください。(ひとつだけ) <table border="1"> <tr> <td>☐ 90日以内の短期滞在 (観光、商用、知人・親族訪問等)</td> </tr> <tr> <td>☐ 医療滞在</td> </tr> <tr> <td>☐ 91日以上長期滞在 (就労・研修・留学等)</td> </tr> <tr> <td>☐ トランジット (今いる空港から一度外に出た)</td> </tr> <tr> <td>☐ トランジット (今いる空港から外に出ていない)</td> </tr> <tr> <td>☐ 永住者/日本人の配偶者等/永住者の配偶者/定住者</td> </tr> </table> ●E4. 日本にはいつ入国しましたか。(数字で記入) <table border="1"> <tr> <td>year</td> <td>month</td> <td>day</td> </tr> <tr> <td>20</td> <td>0</td> <td></td> </tr> </table>	☐ 航空	☐ 貸切バス	☐ タクシー・ハイヤー	☐ 船舶	☐ 新幹線	☐ 長距離バス	☐ レンタカー	☐ その他	☐ 鉄道・モノレール	☐ 近郊バス	☐ レンタサイクル	☐ 徒歩移動のみ	☐ 百貨店・デパート	☐ 宿泊施設	☐ 都心の複合商業施設	☐ 家電量販店	☐ スーパーマーケット	☐ その他ショッピングセンター	☐ ファッション専門店	☐ コンビニエンスストア	☐ 鉄道駅構内の店舗	☐ 100円ショップ	☐ ドラッグストア	☐ 空港の免税店	☐ 高速道路のSA・道の駅	☐ ディスカウントストア	☐ クルーズ寄港港内内の店舗	☐ 観光地の土産店	☐ アウトレットモール	☐ その他	☐ 買い物はしなかった			☐ 現金	☐ モバイル決済 (Alipay, WeChat等)	☐ クレジットカード	☐ 仮想通貨 (bitcoin等)	☐ 交通系ICカード (Suica等)	☐ 割引クーポン	☐ その他のICカード (Edy等)	☐ その他	☐ デビットカード (銀聯, Visaデビット等)	☐ お金は全く使わなかった	☐ 男性	☐ 女性	☐ 15～19歳	☐ 30～39歳	☐ 50～59歳	☐ 70～79歳	☐ 20～29歳	☐ 40～49歳	☐ 60～69歳	☐ 80歳以上	☐ 90日以内の短期滞在 (観光、商用、知人・親族訪問等)	☐ 医療滞在	☐ 91日以上長期滞在 (就労・研修・留学等)	☐ トランジット (今いる空港から一度外に出た)	☐ トランジット (今いる空港から外に出ていない)	☐ 永住者/日本人の配偶者等/永住者の配偶者/定住者	year	month	day	20	0		●E5. 今回の同行者を選んでください。(ひとつだけ) <table border="1"> <tr> <td>☐ 自分ひとり</td> <td>☐ 家族・親族</td> <td>☐ 友人</td> </tr> <tr> <td>☐ 夫婦・パートナー</td> <td>☐ 職場の同僚</td> <td>☐ その他</td> </tr> </table> ●E6. あなたが日本に来たのは今回で何回目ですか。(ひとつだけ) <table border="1"> <tr> <td>☐ 1回目</td> <td>☐ 3回目</td> <td>☐ 5回目</td> <td>☐ 10～19回</td> </tr> <tr> <td>☐ 2回目</td> <td>☐ 4回目</td> <td>☐ 6～9回目</td> <td>☐ 20回以上</td> </tr> </table> ●E7. 今回の日本訪問の主な目的を選んでください。(ひとつだけ) <table border="1"> <tr> <td>☐ 観光・レジャー</td> <td>☐ イベント</td> <td rowspan="5">業務</td> <td>☐ 展示会・見本市</td> <td>☐ トランジット</td> </tr> <tr> <td>☐ 親族・知人訪問</td> <td>☐ 留学</td> <td>☐ 国際会議</td> <td>☐ その他</td> </tr> <tr> <td>☐ ハネムーン</td> <td>☐ 治療・検診</td> <td>☐ 企業ミーティング</td> <td></td> </tr> <tr> <td>☐ 学校関連の旅行</td> <td>☐ インセンティブ ツアー</td> <td>☐ 研修</td> <td></td> </tr> <tr> <td>☐ スポーツ・スポーツ観戦</td> <td></td> <td>☐ その他ビジネス</td> <td></td> </tr> </table> ●F1. 今回の旅行で一番満足した購入商品の名称を具体的に記入し、満足した理由を選んでください。 【一番満足した購入商品】(ひとつだけ) 【満足した理由】(いくつでも) <table border="1"> <tr> <td>名称</td> <td> ☐ 美味しい ☐ 品質が良い ☐ 自国で入手が難しい ☐ 価格が手頃・自国より安い ☐ 日本製 ☐ 伝統的・日本独特 </td> <td> ☐ 好きなブランド・商品である ☐ デザインが良い・かわいい ☐ 人気がある・有名 ☐ お土産に良い・贈られた ☐ 便利だから ☐ その他 </td> </tr> <tr> <td>(記入例) ○○(地名や企業名)のチョコレート ○○(ブランド名)の時計 ○○(地名)産のイチゴ ○○(地名)で買った菓子</td> <td></td> <td></td> </tr> </table> ●F2. 今回の旅行で一番満足した飲食の名称を具体的に記入し、満足した理由を選んでください。 【一番満足した飲食】(ひとつだけ) 【満足した理由】(いくつでも) <table border="1"> <tr> <td>名称</td> <td> ☐ 美味しい ☐ 食材が新鮮 ☐ 自国で味わうことができない ☐ 価格が手頃・自国より安い ☐ 量や種類が適切 ☐ 伝統的・日本独特 </td> <td> ☐ 好きな料理・食品である ☐ 盛り付けの見た目が良い ☐ 人気がある・有名 ☐ 健康に良い ☐ 店のサービスや雰囲気 ☐ その他 </td> </tr> <tr> <td>(記入例) ○○(地名)ラーメン ○○(地名)産の牛肉 ○○(地名や店舗名)で食べた寿司</td> <td></td> <td></td> </tr> </table> ●F3. 今回の旅行で、訪日前に一番楽しみにしていた観光スポットや行動は何でしたか。(自由記入)	☐ 自分ひとり	☐ 家族・親族	☐ 友人	☐ 夫婦・パートナー	☐ 職場の同僚	☐ その他	☐ 1回目	☐ 3回目	☐ 5回目	☐ 10～19回	☐ 2回目	☐ 4回目	☐ 6～9回目	☐ 20回以上	☐ 観光・レジャー	☐ イベント	業務	☐ 展示会・見本市	☐ トランジット	☐ 親族・知人訪問	☐ 留学	☐ 国際会議	☐ その他	☐ ハネムーン	☐ 治療・検診	☐ 企業ミーティング		☐ 学校関連の旅行	☐ インセンティブ ツアー	☐ 研修		☐ スポーツ・スポーツ観戦		☐ その他ビジネス		名称	☐ 美味しい ☐ 品質が良い ☐ 自国で入手が難しい ☐ 価格が手頃・自国より安い ☐ 日本製 ☐ 伝統的・日本独特	☐ 好きなブランド・商品である ☐ デザインが良い・かわいい ☐ 人気がある・有名 ☐ お土産に良い・贈られた ☐ 便利だから ☐ その他	(記入例) ○○(地名や企業名)のチョコレート ○○(ブランド名)の時計 ○○(地名)産のイチゴ ○○(地名)で買った菓子			名称	☐ 美味しい ☐ 食材が新鮮 ☐ 自国で味わうことができない ☐ 価格が手頃・自国より安い ☐ 量や種類が適切 ☐ 伝統的・日本独特	☐ 好きな料理・食品である ☐ 盛り付けの見た目が良い ☐ 人気がある・有名 ☐ 健康に良い ☐ 店のサービスや雰囲気 ☐ その他	(記入例) ○○(地名)ラーメン ○○(地名)産の牛肉 ○○(地名や店舗名)で食べた寿司		
☐ 航空	☐ 貸切バス	☐ タクシー・ハイヤー	☐ 船舶																																																																																																														
☐ 新幹線	☐ 長距離バス	☐ レンタカー	☐ その他																																																																																																														
☐ 鉄道・モノレール	☐ 近郊バス	☐ レンタサイクル	☐ 徒歩移動のみ																																																																																																														
☐ 百貨店・デパート	☐ 宿泊施設	☐ 都心の複合商業施設																																																																																																															
☐ 家電量販店	☐ スーパーマーケット	☐ その他ショッピングセンター																																																																																																															
☐ ファッション専門店	☐ コンビニエンスストア	☐ 鉄道駅構内の店舗																																																																																																															
☐ 100円ショップ	☐ ドラッグストア	☐ 空港の免税店																																																																																																															
☐ 高速道路のSA・道の駅	☐ ディスカウントストア	☐ クルーズ寄港港内内の店舗																																																																																																															
☐ 観光地の土産店	☐ アウトレットモール	☐ その他																																																																																																															
☐ 買い物はしなかった																																																																																																																	
☐ 現金	☐ モバイル決済 (Alipay, WeChat等)																																																																																																																
☐ クレジットカード	☐ 仮想通貨 (bitcoin等)																																																																																																																
☐ 交通系ICカード (Suica等)	☐ 割引クーポン																																																																																																																
☐ その他のICカード (Edy等)	☐ その他																																																																																																																
☐ デビットカード (銀聯, Visaデビット等)	☐ お金は全く使わなかった																																																																																																																
☐ 男性	☐ 女性																																																																																																																
☐ 15～19歳	☐ 30～39歳	☐ 50～59歳	☐ 70～79歳																																																																																																														
☐ 20～29歳	☐ 40～49歳	☐ 60～69歳	☐ 80歳以上																																																																																																														
☐ 90日以内の短期滞在 (観光、商用、知人・親族訪問等)																																																																																																																	
☐ 医療滞在																																																																																																																	
☐ 91日以上長期滞在 (就労・研修・留学等)																																																																																																																	
☐ トランジット (今いる空港から一度外に出た)																																																																																																																	
☐ トランジット (今いる空港から外に出ていない)																																																																																																																	
☐ 永住者/日本人の配偶者等/永住者の配偶者/定住者																																																																																																																	
year	month	day																																																																																																															
20	0																																																																																																																
☐ 自分ひとり	☐ 家族・親族	☐ 友人																																																																																																															
☐ 夫婦・パートナー	☐ 職場の同僚	☐ その他																																																																																																															
☐ 1回目	☐ 3回目	☐ 5回目	☐ 10～19回																																																																																																														
☐ 2回目	☐ 4回目	☐ 6～9回目	☐ 20回以上																																																																																																														
☐ 観光・レジャー	☐ イベント	業務	☐ 展示会・見本市	☐ トランジット																																																																																																													
☐ 親族・知人訪問	☐ 留学		☐ 国際会議	☐ その他																																																																																																													
☐ ハネムーン	☐ 治療・検診		☐ 企業ミーティング																																																																																																														
☐ 学校関連の旅行	☐ インセンティブ ツアー		☐ 研修																																																																																																														
☐ スポーツ・スポーツ観戦			☐ その他ビジネス																																																																																																														
名称	☐ 美味しい ☐ 品質が良い ☐ 自国で入手が難しい ☐ 価格が手頃・自国より安い ☐ 日本製 ☐ 伝統的・日本独特	☐ 好きなブランド・商品である ☐ デザインが良い・かわいい ☐ 人気がある・有名 ☐ お土産に良い・贈られた ☐ 便利だから ☐ その他																																																																																																															
(記入例) ○○(地名や企業名)のチョコレート ○○(ブランド名)の時計 ○○(地名)産のイチゴ ○○(地名)で買った菓子																																																																																																																	
名称	☐ 美味しい ☐ 食材が新鮮 ☐ 自国で味わうことができない ☐ 価格が手頃・自国より安い ☐ 量や種類が適切 ☐ 伝統的・日本独特	☐ 好きな料理・食品である ☐ 盛り付けの見た目が良い ☐ 人気がある・有名 ☐ 健康に良い ☐ 店のサービスや雰囲気 ☐ その他																																																																																																															
(記入例) ○○(地名)ラーメン ○○(地名)産の牛肉 ○○(地名や店舗名)で食べた寿司																																																																																																																	

参考⑧

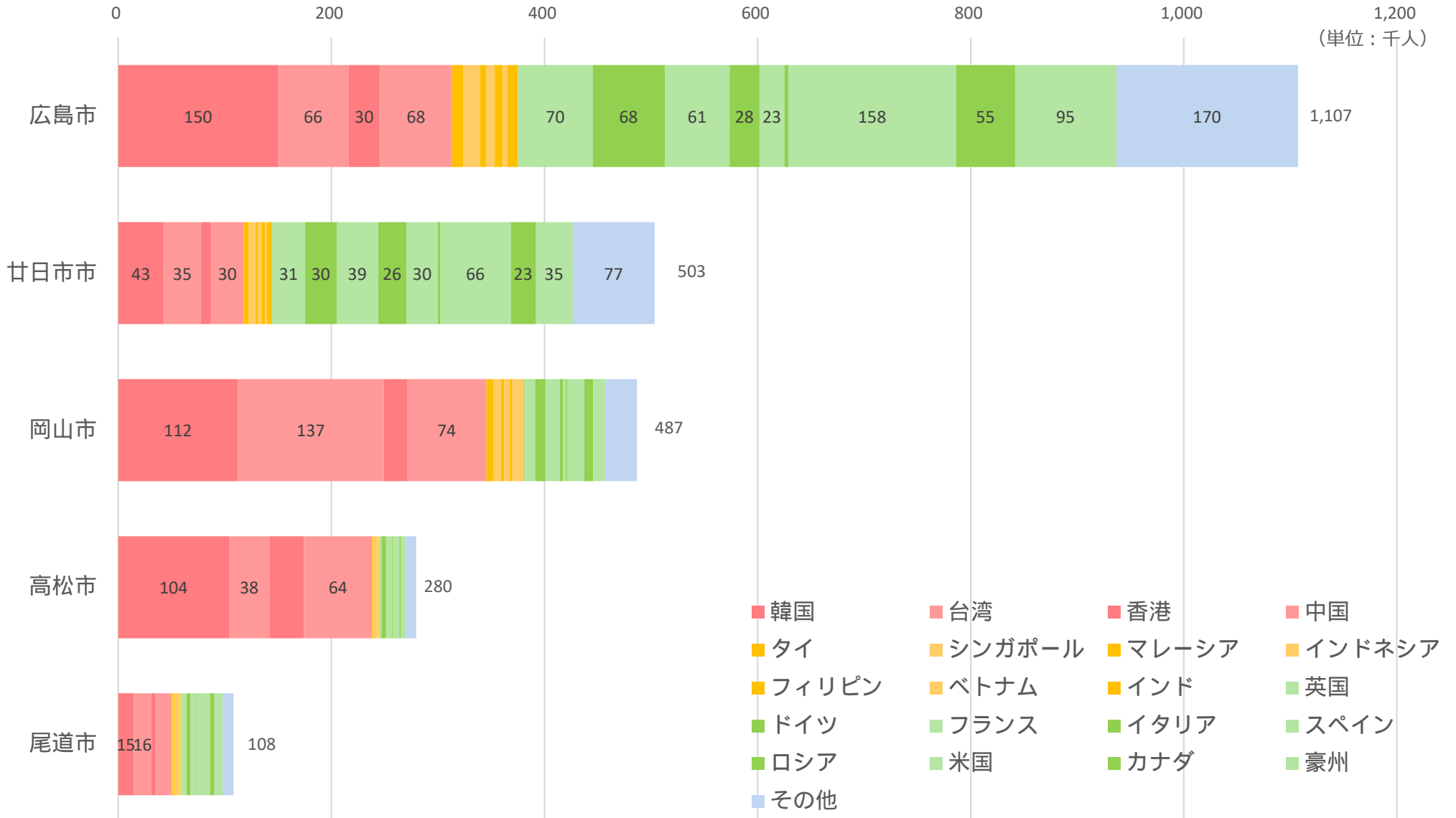
国地域詳細「国籍・地域コード」 個票で入力されている最小単位				
韓国	バングラデシュ	アイスランド	ナイジェリア	トルコ
台湾	ベラルーシ	イラン	ノルウェー	ウガンダ
香港	ベルギー	イラク	オマーン	ウクライナ
中国	ボリビア	アイルランド	パキスタン	アラブ首長国連邦
タイ	ブラジル	イスラエル	パナマ	ウルグアイ
シンガポール	ブルネイ	ジャマイカ	パプアニューギニア	ウズベキスタン
マレーシア	ブルガリア	ヨルダン	パラグアイ	ベネズエラ
インドネシア	カンボジア	カザフスタン	ペルー	その他（アジア）
フィリピン	チリ	ケニア	ポーランド	その他（ヨーロッパ）
ベトナム	コロンビア	クウェート	ポルトガル	その他（アフリカ）
インド	コスタリカ	キルギス	カタール	その他（中南米）
英国	クロアチア	ラオス	ルーマニア	その他（大洋州）
ドイツ	チェコ	ラトビア	サウジアラビア	無国籍
フランス	デンマーク	レバノン	セルビア	
イタリア	ドミニカ共和国	リトアニア	スロバキア	
スペイン	エクアドル	ルクセンブルク	スロベニア	
ロシア	エジプト	モーリシャス	南アフリカ共和国	
米国	エストニア	メキシコ	スリランカ	
カナダ	エチオピア	ミクロネシア	スーダン	
オーストラリア	フィジー	モンゴル	スウェーデン	
アフガニスタン	フィンランド	モロッコ	スイス	
アルジェリア	ガーナ	ミャンマー	シリア	
アルゼンチン	ギリシャ	ネパール	タンザニア	
オーストリア	グアテマラ	オランダ	トリニダード・トバゴ	
アゼルバイジャン	ハンガリー	ニュージーランド	チュニジア	

全112か国

参考⑨

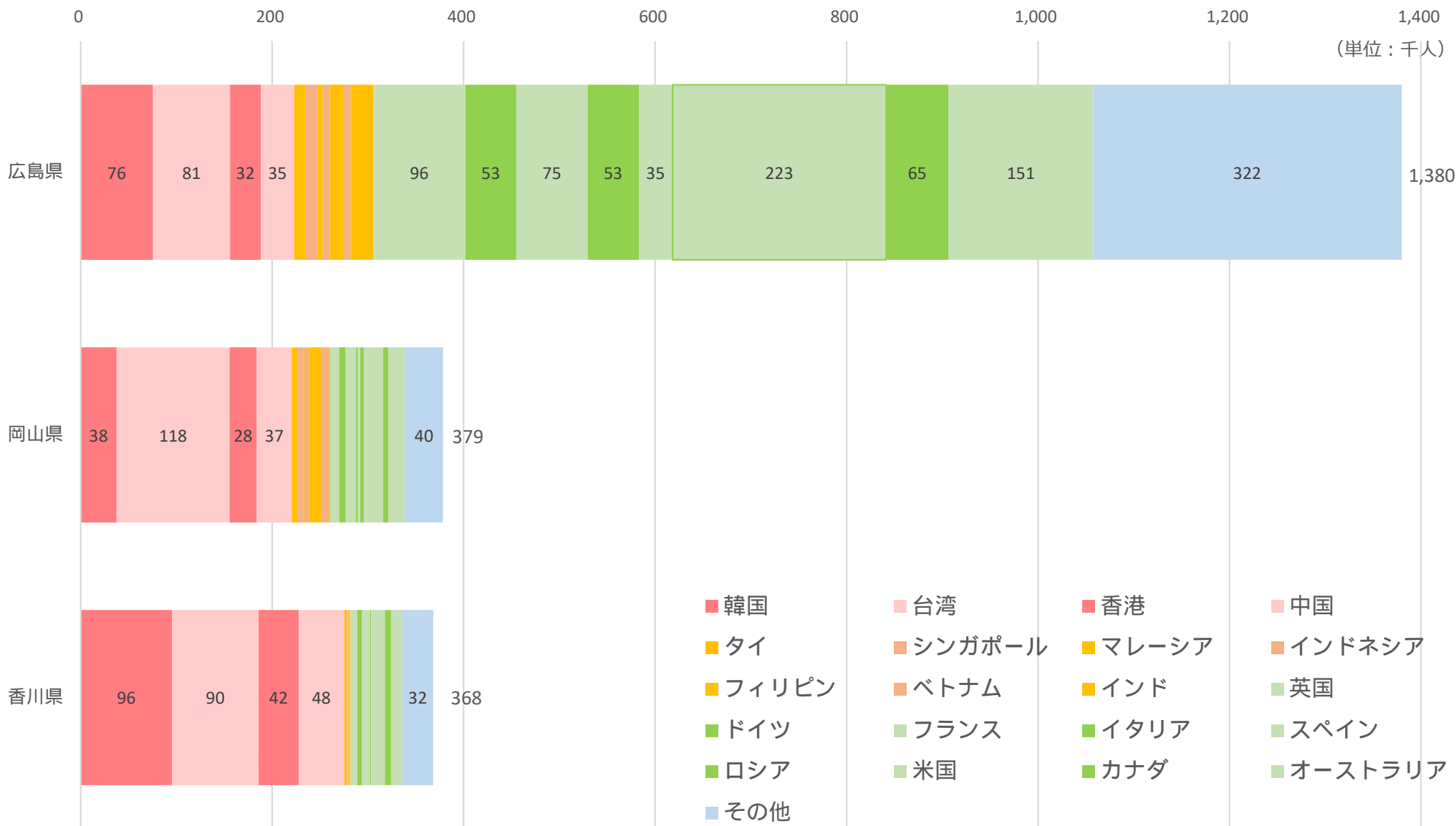
2.1
詳細

訪問者数（広島市・廿日市市・岡山市・高松市・尾道市）



（出典）技研商事インターナショナル「KDDI Location Analyzer（訪日外国人版）Powered by NAVITIME」より作成
 （出典）ナビタイムジャパン「インバウンドプロファイラー」による行政界毎の滞在人口の月ユニーク値を採用
 （KLA訪日外国人版の来訪者数を補正している）

訪問者数（広島県・岡山県・香川県）



<使用した位置情報データについて>

「KDDI Location Analyzer（訪日外国人版）」

- ナビタイムジャパンが提供する訪日外国人向け経路検索・多言語観光案内アプリ「Japan Travel by NAVITIME」から利用者の同意を得て取得したインバウンドGPSデータと属性アンケートのデータを活用している。

<使用した位置情報データについて>

「インバウンドプロファイラー」

- ナビタイムジャパンが提供する訪日外国人向け経路検索・多言語観光案内アプリ「Japan Travel by NAVITIME」から利用者の同意を得て取得したインバウンドGPSデータと属性アンケートのデータを元に、訪日外国人旅行客が集まっている場所や時間帯、季節別の傾向などを比較、分析が行えるWeb分析システムを利用し主に来訪者数の月ユニーク値を利用している。

著作権（C）Development Bank of Japan Inc. 2025

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。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。