

【関西・中国・四国統合版】

DBJ・JTBFアジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査2025年度版
～＜コラム＞消費額の増加に向けて（柔軟な価格設定と二次交通の取り組み）～

2026年4月

 **株式会社日本政策投資銀行**

関西支店

中国支店/岡山事務所/松江事務所

四国支店/松山事務所

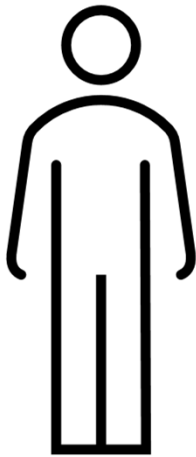
はじめに

- 本レポートは、地方の人口減少や産業衰退などの課題解決および関西・中国・四国地域の持続可能な地域への発展に向けて、観光関連統計調査や当行と（公財）日本交通公社で共同実施の「アジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査」（以下、「DBJ/JTBFインバウンドアンケート」という。）の分析、関係者へのヒアリング調査から、関西・中国・四国地域のインバウンド市場動向を整理し、今後の展望について考察するものである。
- 第1章は、近年のインバウンド数や消費単価、就航便数などの統計調査を全国または関西・中国・四国の3地域別に分析している。
- 第2章は、DBJ/JTBFインバウンドアンケート結果をもとに「関西エリア」「中国エリア」「四国エリア」「岡山」「山陰」「松山」の6区分に対し、観光地の認知、訪問意欲、訪問経験に関するデータをまとめ、訪日旅行トレンドについて分析した。
- 第3章は、観光消費を地域経済の活性化につなげる観点から、観光消費額を増やす施策として、拝観料・乗車賃等の価格設定の柔軟化や、地域特性に応じた二次交通の整備など、事例を取り上げている。



(参考) 定住人口1人あたりの年間消費額と旅行者1人・1回あたりの消費額

定住人口1人あたりの
年間消費額 (2025年) ※



155.7万円



インバウンド
(全目的、2025年)
6.8人分

国内宿泊旅行
(2025年 速報ベース)
32.2人分

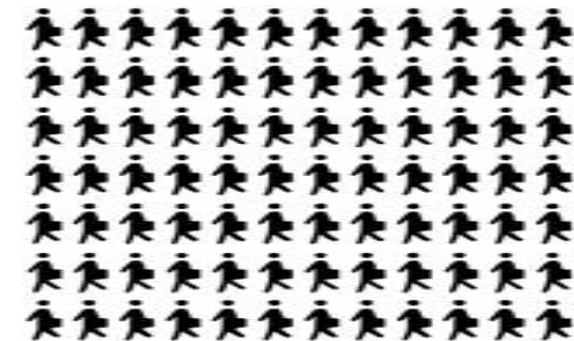
国内日帰り旅行者
(2024年)
79.7人分



22.9万円/1人・1回あたり



4.8万円/1人・1回あたり
(宿泊+日帰り平均、2025年速報)



1.9万円/1人・1回あたり

※ 消費支出(月) × 12 ÷ 世帯人員数

出典：総務省「家計調査」、観光庁「訪日外国人消費動向調査」、「旅行・観光消費動向調査」よりDBJ作成

Executive Summary

1 インバウンド市場の動向

- 2025年に入り、訪日外客数はコロナ前水準を上回る回復基調が定着している。関西・中国・四国地域の宿泊者数も、コロナ前水準を上回るなど増加が続いている。インバウンド1人・1回あたりの消費単価も、円安や滞在日数の長期化等を背景に、コロナ前を上回る水準で推移している。こうした中、政府は次期「観光立国推進基本計画」において、観光を地域経済・日本経済をけん引する戦略産業と位置づけ、インバウンド数の拡大に加え、消費額の拡大や地方誘客、住民生活との両立を重視する方向性を示している。

2-1 訪日希望者・経験者に聞く訪日旅行トレンド

- 体験したいことでは、「自然や風景の見物」・「桜の鑑賞」が多く、日本ならではの景観への人気の高さがうかがえるほか、アジアでは「食」が訴求力の高い観光資源に、欧米豪では「自然」や「食」と「文化・慣習」が融合した体験への関心が高い傾向がみられる。訪日時の追加支払いの意向では、アジア・欧米豪とも「通常料金より20%高くても、日本ならではの特別で質の高い体験をしたい」とする回答が半数程度を占めた。訪日希望者または訪日経験者の地方観光地への訪問意向をみると、アジア・欧米豪ともに「訪問意向あり」の回答がそれぞれ約9割と高く、全体的に地方観光地への訪問に意欲的な姿勢がうかがえる。

2-2 認知度・訪問意欲・訪問経験

- 関西・中国・四国エリアの認知度をみると、京都や大阪といった全国的にインバウンドが集中する観光地の認知度が高い中で、広島は欧米豪においてこれら主要都市に次ぐ水準の認知度を確保している。また、奈良など歴史資源を有する観光地や直島など国際的な発信力を持つ観光地で、水準は高くないものの、一定の認知度が確認された。一方、訪問意欲は認知度に比べて低下する傾向があり、特に中国・四国エリアでは、認知から実際の訪問への進展に課題がみられる。体験したいことで「自然や風景の見物」「歴史的建築物・史跡の見学」が引き続き上位を占め、アジアでは「食」への関心、欧米豪では自然鑑賞や庭園・史跡といった「文化的体験」への関心が高い。欧米豪では未訪問ながら訪問意欲を示す層も多いことから、認知度の向上とあわせて具体的な訪問イメージを提示することで、訪問意欲を高めていく取り組みが有効と考えられる。

3 <コラム> 消費額の増加に向けて（柔軟な価格設定と二次交通の取り組み）

- インバウンドの回復・拡大が続く中、地域の受け入れキャパシティやコスト構造を踏まえた持続可能な形で観光消費を拡大していくことも重要な課題となっている。物価高や人件費上昇、インバウンド対応に伴うコスト増が進む中では、従来の価格水準を前提とした運営が難しくなる地域も多く、価格設定の柔軟化を通じて消費単価を高め、将来に向けた財源確保や再投資につなげていく視点が求められる。一方、単純な来訪者数の増加を目指す地域でも、訪日リピーターの増加に伴うインバウンドの地方周遊の需要の高まりもあり、移動手段（二次交通）の整備・確保が重要となっている。本章では、柔軟な価格設定と、地域特性に応じた二次交通の整備という二つの切り口から、持続可能な地域への発展および地域経済の活性化につながると思われる観光消費額を増やす取り組み事例について取り上げている。

目次

1	インバウンド市場の動向	
1-1	訪日外客数、消費単価と為替レートの推移	p.6
1-2	宿泊者動向	p.8
1-3	就航便数	p.14
1-4	観光政策動向	p.15
2	アンケート調査	
	調査概要	p.17
	回答者属性	p.18
2-1	訪日希望者・経験者に聞く訪日旅行トレンド	
	体験に関する意向	p.20
	地方訪問	p.23
	滞在日数	p.26
	旅行形態	p.27
2-2	認知度・訪問意欲・訪問経験	
	認知度	p.30
	訪問意欲	p.31
	訪問経験	p.33
3	<コラム> 消費額の増加に向けて（柔軟な価格設定と二次交通の取り組み）	p.34
	Appendix	p.40

本レポートにおける用語の定義

・インバウンド	… 訪日外国人旅行者とする。	・東アジア	… 特に記載のない限り、韓国・中国・台湾・香港とする。
・コロナ前	… 2019年以前とする。	・東南アジア	… 特に記載のない限り、タイ・シンガポール・マレーシア・インドネシアとする。
・コロナ後	… 2023年以降とする。	・アジア	… 特に記載のない限り、東アジア・東南アジアとする。
・コロナ	… 新型コロナウイルス感染症（COVID-19）	・欧米豪	… 特に記載のない限り、アメリカ・オーストラリア・イギリス・フランスとする。

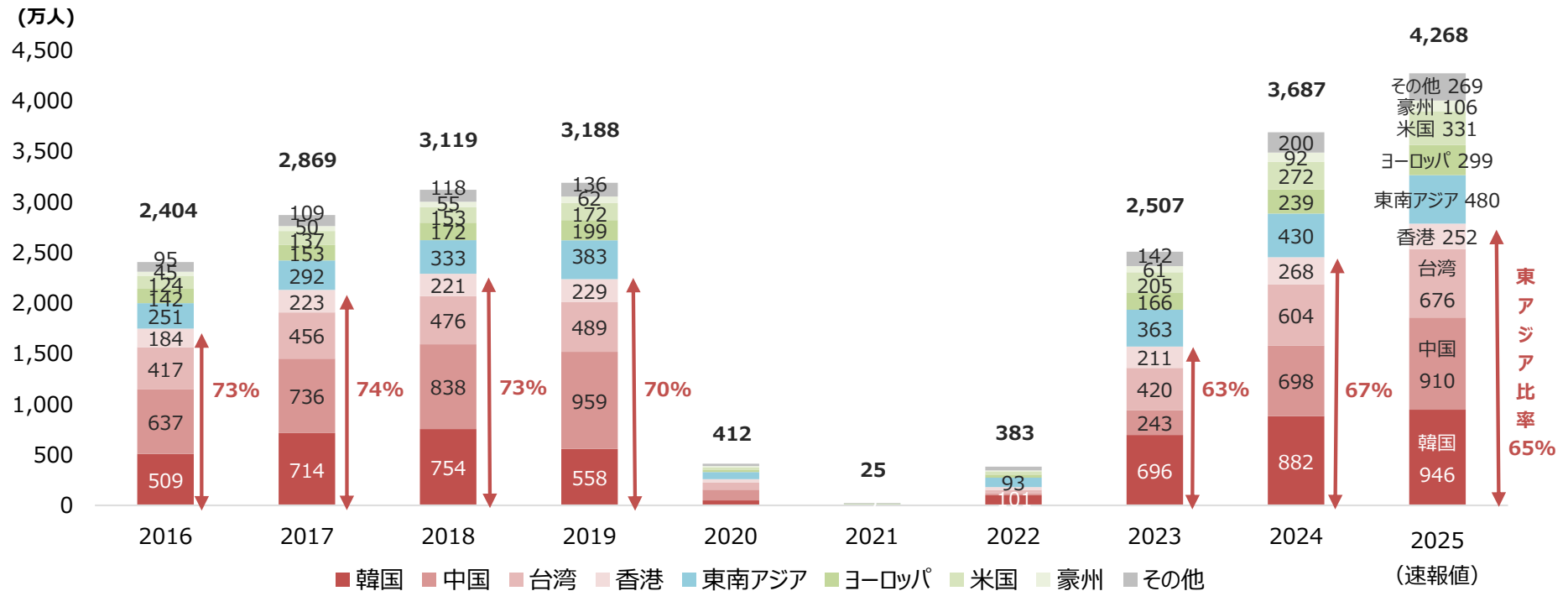
1

インバウンド市場の動向

1-1 全国：訪日外客数の推移

- 訪日外客数は、ビザ発行要件緩和や円安基調などを背景に東アジア4地域を中心に右肩上がりに増加を続け、2018年に3,000万人を突破した。2019年は、日韓関係悪化により、韓国の訪日外客数が減少したものの、ラグビーワールドカップや瀬戸内国際芸術祭といったインバウンドの呼び水となるイベント開催により他地域の訪日外客数が増加し、3,188万人となった。
- 2020年3月以降はコロナ禍により激減したが、2023年4月の水際措置撤廃後に急回復した。2025年は、年中を通して**単月300万人超え**が続き、年間では2019年を超えて**過去最高となった2024年を更に上回る4,268万人**を記録した。
- 2025年の国・地域別では、韓国が2024年からさらに増加し、引き続き最大市場となった。中国は2019年の水準にこそ達していないものの2024年の698万人から大幅増加となり、また豪州が初めて100万人を突破する等、訪日外客数は回復、拡大傾向にある。

全国の訪日外客数の推移 (2016~2025年)



備考：東南アジア：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

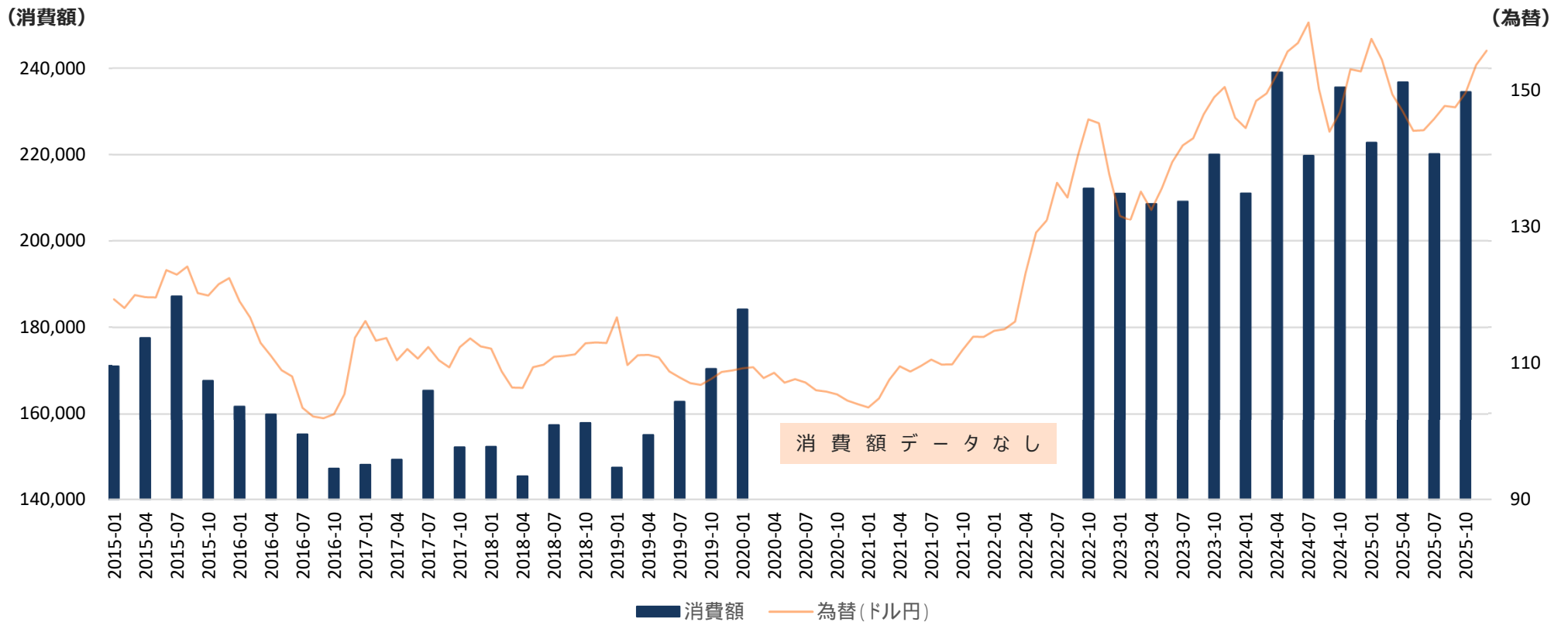
ヨーロッパ：英国・フランス・ドイツ・イタリア・ロシア・スペイン・スウェーデン・オランダ・スイス・ベルギー・フィンランド・ポーランド・デンマーク・ノルウェー・オーストリア・ポルトガル・アイルランド (2016以降はその他ヨーロッパ含む)

出典：日本政府観光局 (JNTO) 「訪日外客統計」 から作成 ※2025年数値は速報値のため、12月分のヨーロッパはその他に含む

1-1 全国：インバウンドの消費単価と為替レートの推移

- ・ コロナ前の消費単価は、16万円前後で推移。
- ・ コロナ後の2022年には消費単価が20万円台へと上昇。その後、2023年以降も円安基調が続く中、**コロナ前と比較して高い水準を維持している**。こうした動きの背景としては、コロナ後の「リベンジ消費」や「旅行日数の長期化」に加えて、日本の物価上昇率が各国よりも低位に抑えられてきたことを背景にした「**割安感**」などの**影響**が考えられる。

訪日外国人の消費単価と為替レートの推移 (円)



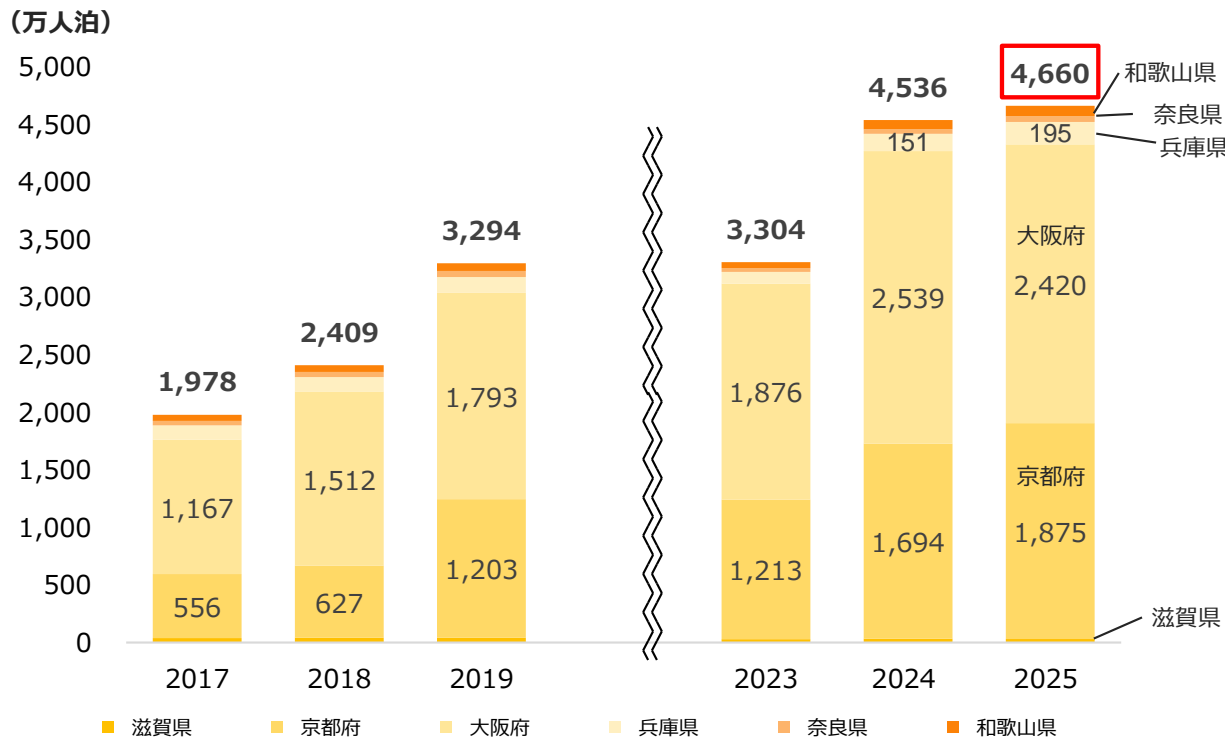
備考：外国為替相場（課税価格の換算）より、月平均を計算（月跨ぎの場合は、開始日の属する月とする）

出典：観光庁「インバウンド消費動向調査（旧 訪日外国人消費動向調査）」、財務省貿易統計から作成

1-2 関西地域：宿泊者動向

- 関西地域の2025年の宿泊者数は、過去最高となる**4,660万人**となった。全国と同様に、中国が増加したことに加えて、2025年は「大阪・関西万博」開催の影響により欧米豪が増加したことから、2024年を上回った。府県別でみると大阪・京都が全体の9割を占めるが、大阪は前年比119万人減少する一方、京都が180万人増加したほか、兵庫も44万人増加した。大阪は「大阪・関西万博」開催期間中の日本人客増加等が下押ししたとみられる。
- 関西地域全体の2025年の宿泊者数は2019年比で141.5%となった。府県別でみると、宿泊施設の開業が相次いだこともあり京都、大阪がそれぞれ155.9%、135.0%と高い伸びとなり、全体をけん引する。一方、滋賀や奈良は減少した。

府県別宿泊者数推移 (2017~2025年)



府県別宿泊者数2019年比

	2019年	2025年	2019年比
滋賀県	42	31	72.3
京都府	1,203	1,875	155.9
大阪府	1,793	2,420	135.0
兵庫県	137	195	142.5
奈良県	54	50	93.8
和歌山県	66	90	136.1
関西地域合計値	3,294	4,660	141.5

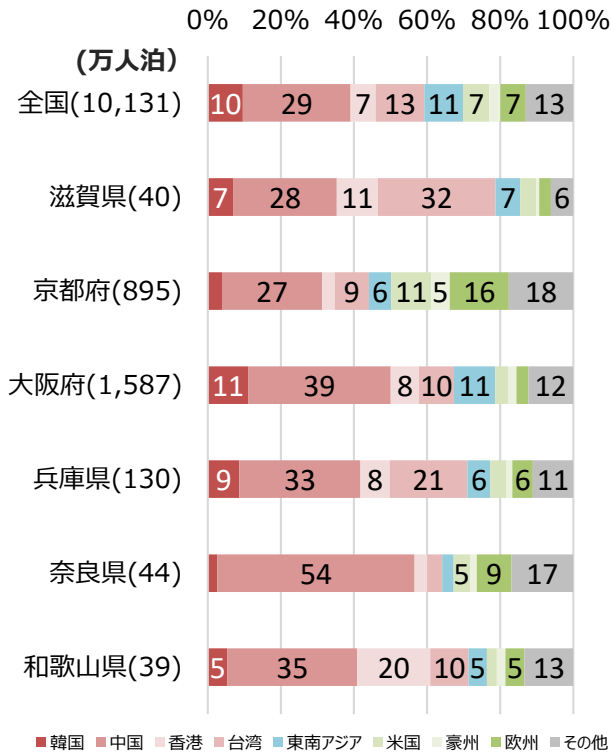
備考：万人泊：延べ宿泊者数

出典：観光庁「宿泊旅行統計調査（都道府県別、全宿泊施設）」から作成 ※2025年数値は速報値

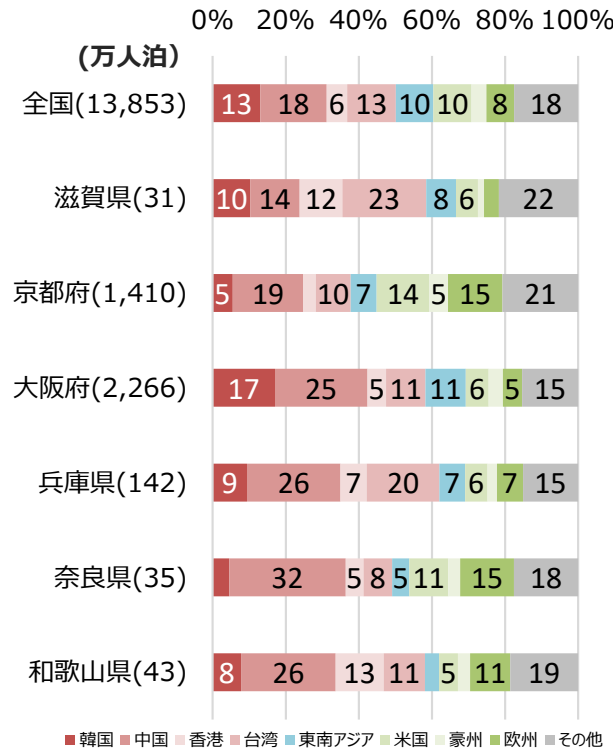
1-2 関西地域：宿泊者動向

- 2019年の関西地域の宿泊者を国籍別で見ると、全国平均と比べて**京都を除く府県でアジアの比率が6割超と高い**。府県別で見ると、大阪・奈良では中国の比率が高く、滋賀は台湾の比率、京都は欧米豪の比率が高い。
- 2024年は、全国平均と比べて、京都だけでなく、中国が大きく減った奈良も欧米豪の比率が高い。アジアの比率が半数以上を占める大阪も含めて**欧米豪・その他の比率が増加した**。
- 2025年も前年に続き、全国平均と比べて京都・奈良を除く府県でアジアの比率が高い。府県別では奈良を除く府県で中国の比率がやや増したほか、「大阪・関西万博」開催もあった関西地域は、**全体として欧米豪の比率がやや増加した**。

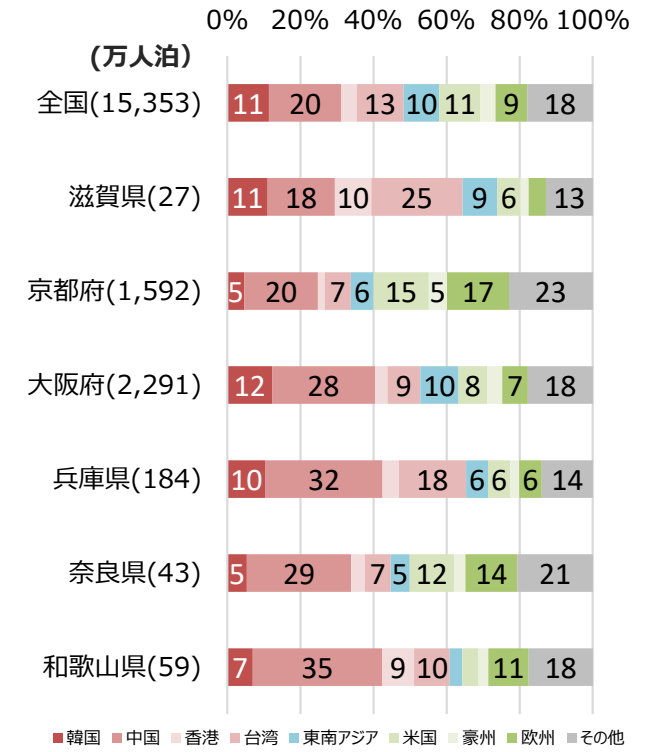
2019年国籍別宿泊者数構成比



2024年国籍別宿泊者数構成比



2025年国籍別宿泊者数構成比



備考1) 万人泊：延べ宿泊者数

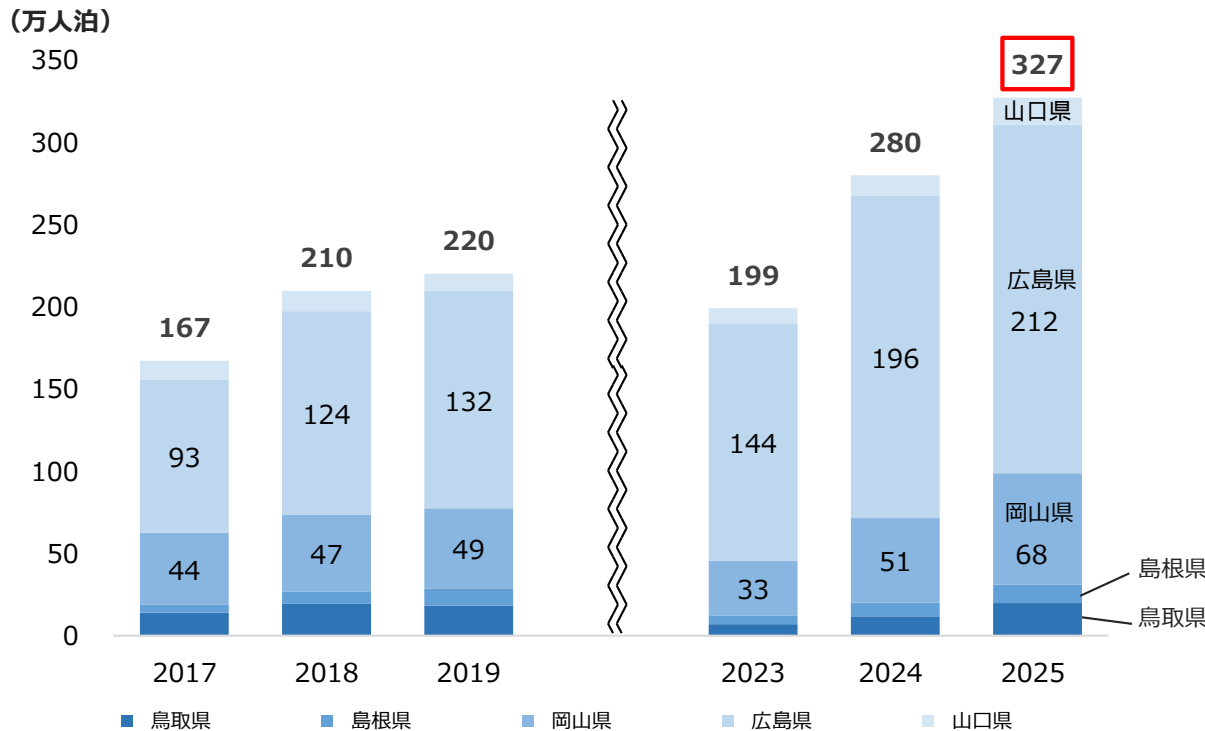
備考2) 東南アジア：シンガポール・タイ・マレーシア・インドネシア・ベトナム・フィリピン、 欧州：英国・ドイツ・フランス・ロシア・イタリア・スペイン

出典：観光庁「宿泊旅行統計調査（都道府県別、従業者数10人以上の施設）」から作成 ※2025年数値は速報値

1-2 中国地域：宿泊者動向

- 中国地域の宿泊者数は、全国的なインバウンドの増加に伴い宿泊需要が波及し、コロナ前の2018年には200万人を突破した。コロナ後、国際便の回復の遅れもあったが、2024年にコロナ前の水準を上回った。2025年は、「大阪・関西万博」や「瀬戸内国際芸術祭2025」等の大型イベントの開催もあり、岡山・広島を中心に増加、**過去最高となる327万人となった**。
- 中国地域全体の2025年の宿泊者数は、2019年比で148.5%となった。県別で見ると、すべての県で100%超となっている。もともとインバウンドが最も多く宿泊している広島が160.4%と最大の伸びとなり、全体をけん引している。

県別宿泊者数推移 (2017~2025年)



県別宿泊者数2019年比

	(万人泊,%)		
	2019年	2025年	2019年比
鳥取県	18	20	107.8
島根県	10	11	107.7
岡山県	49	68	139.1
広島県	132	212	160.4
山口県	10	16	155.1
中国地域合計値	220	327	148.5

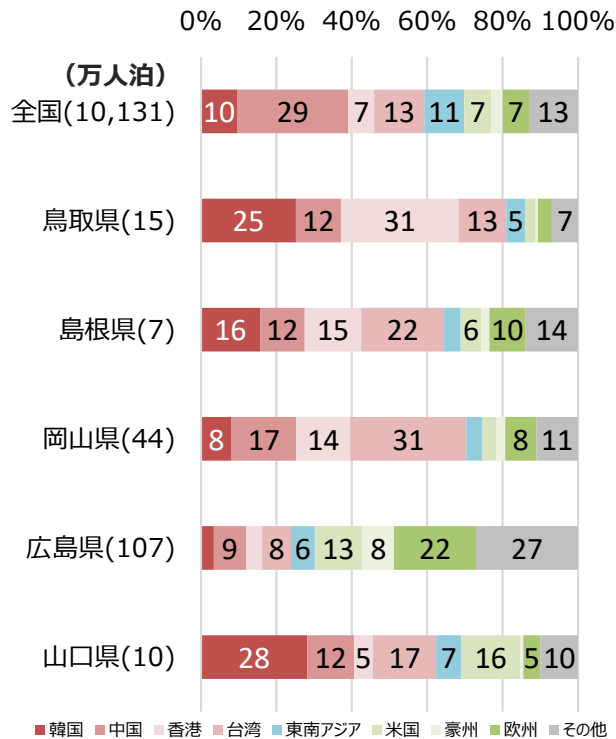
備考：万人泊：延べ宿泊者数

出典：観光庁「宿泊旅行統計調査（都道府県別、全宿泊施設）」から作成 ※2025年数値は速報値

1-2 中国地域：宿泊者動向

- 2019年の中国地域の宿泊者を国籍別で見ると、全国平均と比べて**広島以外の県では、アジアの比率が高い**。県別で見ると、最も宿泊者数の多い広島では、欧米豪・その他の比率が高いのが特徴である。
- 2024年は、全国平均と比べて引き続き広島以外の県ではアジアの比率が高いが、概ね2019年比で**欧米豪・その他の比率が増加**。県別では、最も宿泊者の多い広島で欧州の比率が微増。次に多い岡山で中国・香港の比率が減少したものの、台湾の比率が増加した。
- 2025年も全国平均と比べて、広島以外の県でアジアの比率が高い。一方で**欧米豪・その他の比率は概ね減少し、台湾が増加した**。県別では、広島で欧州の比率が増加したほか、岡山で台湾の比率が大きく増加した。

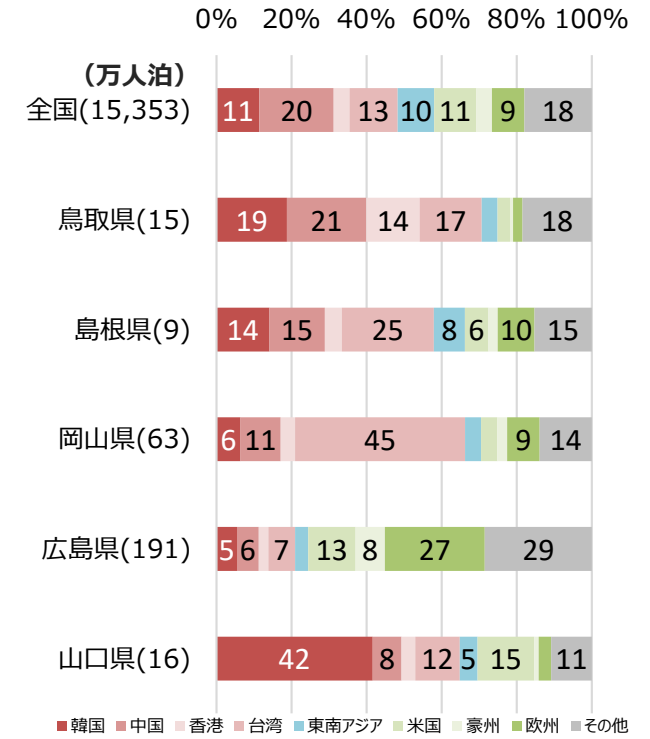
2019年国籍別宿泊者数構成比



2024年国籍別宿泊者数構成比



2025年国籍別宿泊者数構成比



備考1) 万人泊：延べ宿泊者数

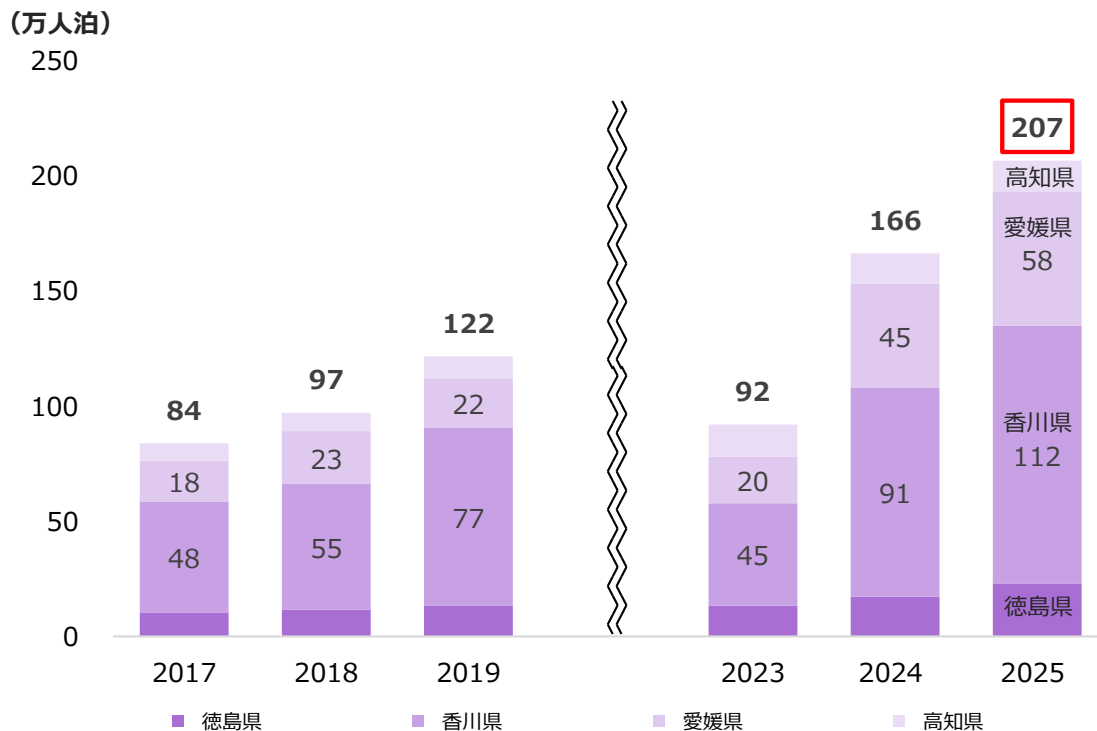
備考2) 東南アジア：シンガポール・タイ・マレーシア・インドネシア・ベトナム・フィリピン、欧州：英国・ドイツ・フランス・ロシア・イタリア・スペイン

出典：観光庁「宿泊旅行統計調査（都道府県別、従業者数10人以上の施設）」から作成 ※2025年数値は速報値

1-2 四国地域：宿泊者動向

- ・ 四国地域の2025年の宿泊者数は、コロナ前の水準を超えた2024年をさらに上回る**207万人**となった。県別では、「瀬戸内国際芸術祭2025」の開催などを背景に、**香川が100万人を超え全体の5割強を占めている**。
- ・ 四国地域全体の2025年の宿泊者数は2019年比で**169.8%**となった。県別で見ると、すべての県で100%超となっている。もともとインバウンドが多く宿泊している香川が**145.0%**の伸びとなったほか、韓国や台湾からの定期便の増便や新規就航を背景に、**愛媛が268.2%**と高い伸びを見せ、全体をけん引した。

県別宿泊者数推移 (2017~2025年)



県別宿泊者数2019年比

	2019年	2025年	2019年比
徳島県	13	23	172.4
香川県	77	112	145.0
愛媛県	22	58	268.2
高知県	10	14	143.2
四国地域合計値	122	207	169.8

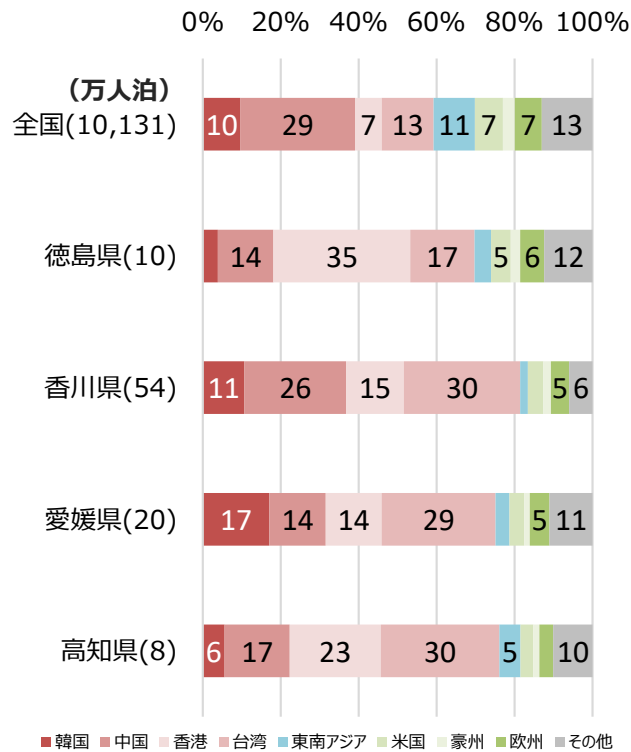
備考：万人泊：延べ宿泊者数

出典：観光庁「宿泊旅行統計調査（都道府県別、全宿泊施設）」から作成 ※2025年数値は速報値

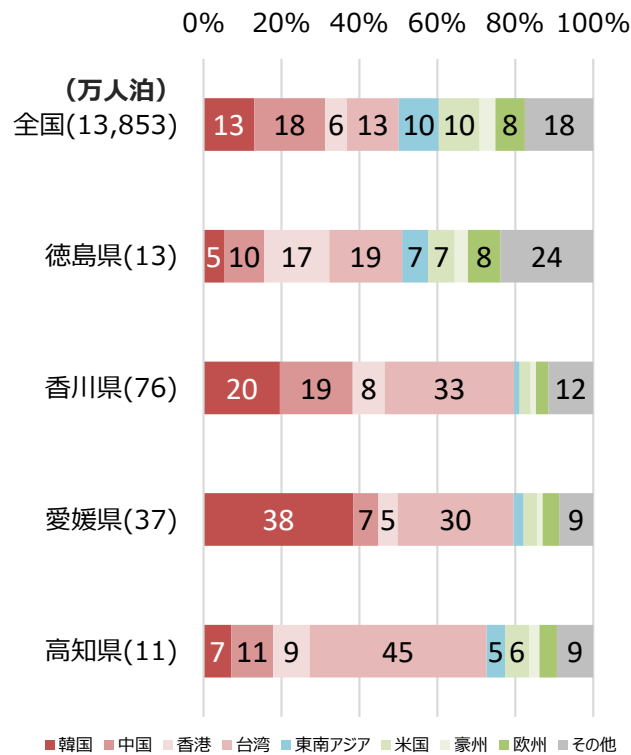
1-2 四国地域：宿泊者動向

- 2019年の四国地域の宿泊者を国籍別にみると、**全国平均と比べて、台湾をはじめとする東アジアの比率が高い**。県別でみると、香川・愛媛・高知では台湾の比率が最も高く、徳島では香港の比率が最も高い。
- 2024年は、全国平均と比較して、こうした台湾・東アジア中心の構成は引き続きみられる。県別でみると、2019年比で**香川・愛媛では韓国の比率が大幅に増加**しており、徳島では**米国・欧州の比率が高い**。
- 2025年においても、全国平均と比較した台湾・東アジアの優位な構成は継続している。各県の空港における定期便・チャーター便の就航・増便を背景に、**香川・高知で台湾の比率がさらに増加**し、**愛媛・徳島では韓国の比率が増加**した。

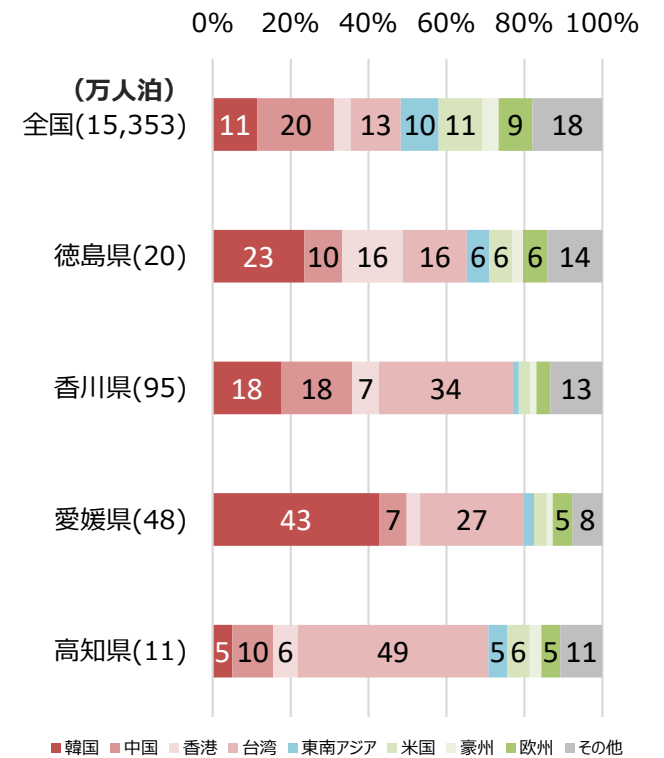
2019年国籍別宿泊者数構成比



2024年国籍別宿泊者数構成比



2025年国籍別宿泊者数構成比



備考1) 万人泊：延べ宿泊者数

備考2) 東南アジア：シンガポール・タイ・マレーシア・インドネシア・ベトナム・フィリピン、 欧州：英国・ドイツ・フランス・ロシア・イタリア・スペイン

出典：観光庁「宿泊旅行統計調査（都道府県別、従業者数10人以上の施設）」から作成 ※2025年数値は速報値

1-3 コロナ前との国際定期便 就航便数比較

【2019年（コロナ前）と2025年の比較】

- ・ 関西空港では、欧米豪路線が5割強の回復にとどまる一方、中国便を中心にアジア路線の増便が寄与し、コロナ前を超える水準まで回復。
- ・ 中国・四国の空港では、広島空港・高松空港・松山空港で韓国便が大幅増便しているものの、都市部に比べて中国便の回復が遅れている。また、松山空港では台湾便も増えている。就航便の内訳に変化はあるものの、岡山空港を除く4空港でコロナ前を上回る水準まで回復した。
- ・ アジア路線は、岡山空港を除いて、コロナ前並み、もしくは上回る便数で運航している。
- ・ 欧米豪路線（成田空港・羽田空港・関西空港）でコロナ前を超えているのは、羽田空港のみとなっている。

(便数/週)

	成田空港			羽田空港			関西空港			中四国5空港														
	2019	2025	19比	2019	2025	19比	2019	2025	19比	岡山空港			広島空港			米子空港			高松空港			松山空港		
アジア	1042	1177	113%	589	629	107%	1,160	1294	112%	23	16	70%	23	26.5	115%	8	8	100%	23	32	139%	5	24	480%
韓国	241	266	111%	105	105	100%	358	370	103%	7	4	57%	3	11	367%	6	5	-	7	14	200%	3	17	567%
中国	218	281	129%	168	214	127%	396	492	124%	7	3	43%	7	4	57%	0	0	0%	5	4	80%	2	0	0%
台湾	145	147	102%	70	70	100%	134	131	98%	7	9	129%	7	4.5	64%	0	0	0%	7	7	100%	0	7	-
香港	117	130	111%	55.5	49.5	89%	111	131	118%	2	0	0%	3	4	133%	2	3	150%	4	7	175%	0	0	0%
東南アジア	322	353	110%	190	190	100%	161	170	106%	0	0	0%	3	3	100%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%
タイ	77	70.5	92%	49.5	49	99%	46	47	102%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%
フィリピン	83.5	103	123%	28	28	100%	27.5	39	142%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%
ベトナム	63	70.5	112%	21	28	133%	42	35	83%	0	0	0%	0	3	-	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%
欧米豪	389	228	58%	153	350	229%	87	47	54%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%
その他	267	181	68%	70	123	176%	39	51	131%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%
合計	1,698	1,585	93%	812	1,102	136%	1,286	1,392	108%	23	16	70%	23	26.5	115%	8	8	100%	23	32	139%	5	24	480%

備考1) 2019年比で回復率が100%以上のデータを赤字で記載

備考2) 端数処理を行っていないため、合計が一致しないことがある

備考3) 東南アジア：タイ・フィリピン・ベトナム・シンガポール・マレーシア・インドネシア、欧米豪：イギリス・フランス・米国・オーストラリア

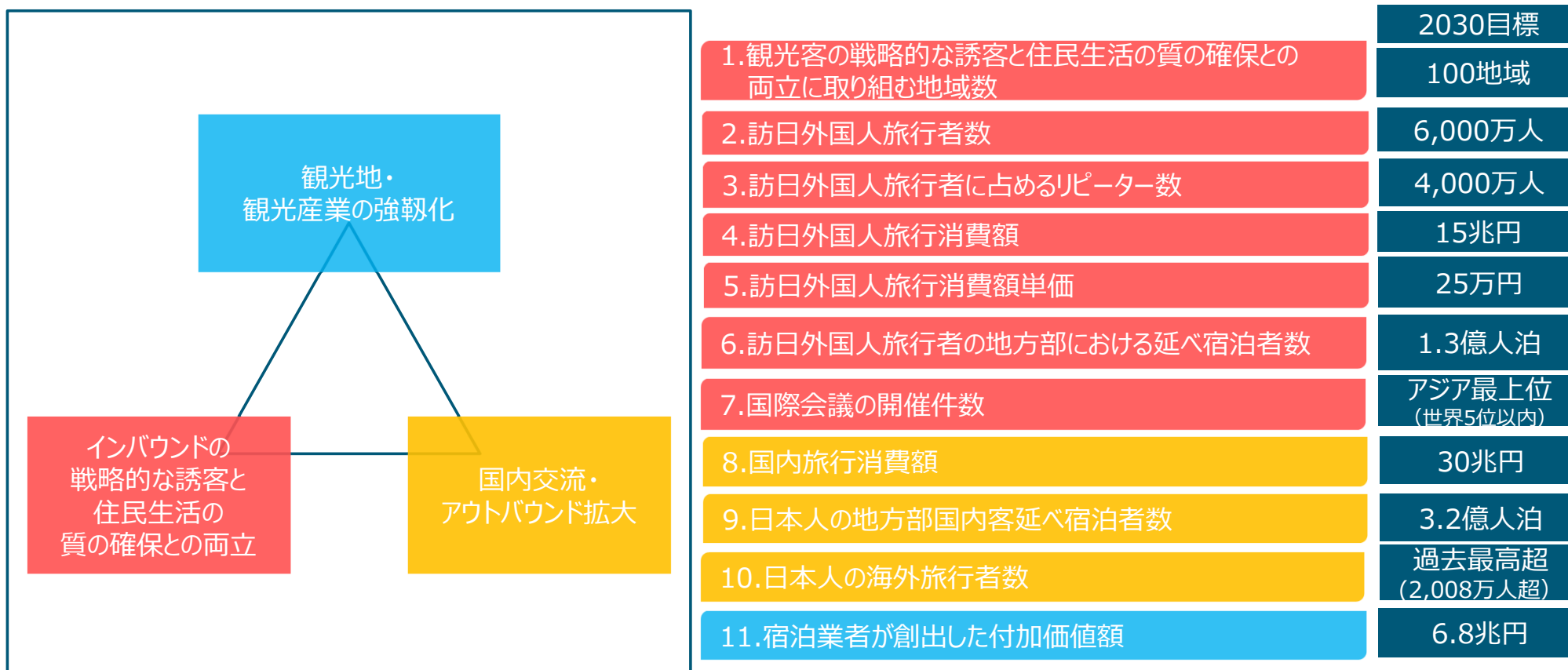
出典：国土交通省「国際線就航状況（2019年3月31日から2019年4月6日）、国際線就航状況（2025年3月30日から2025年10月25日）」

1-4 主な観光政策動向

■ 観光立国推進基本計画（2026～2030年度）

観光立国の実現に関する施策を総合的かつ計画的に推進するため、2026年3月に新たな「観光立国推進基本計画」が閣議決定された。同計画では、2030年に向けて観光を地域経済・日本経済の発展をリードする戦略産業と位置づけ、「観光地・観光産業の強靱化」「インバウンドの戦略的な誘客と住民生活の質の確保との両立」「国内交流・アウトバウンド拡大」を柱として、持続可能な観光の実現に向けた取り組みを進めることとしている。

基本方針・数値目標



2

アンケート調査

アンケート調査概要



「DBJ・JTBFアジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査2025年度版」の調査結果から、関西エリア・中国エリア・四国エリア訪問経験者・希望者のデータを抽出・分析

【関西・中国・四国統合版】
DBJ・JTBF アジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査 2025年度版
(本レポート)

- 第2章では、(株)日本政策投資銀行 (DBJ) 産業調査部および (公財) 日本交通公社 (JTBF) が共同調査として実施した「DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査 2025年度版」(以下、「当調査」) のデータから、全国主要観光地の認知、訪問意向および訪問経験に関する回答データをまとめ、訪日旅行トレンドについて分析を行った。
- データの引用にあたっては、主に当調査データのうち「**関西エリア**」「**中国エリア**」「**四国エリア**」「**岡山**」「**山陰**」「**松山**」の6区分を選択した回答者のデータを用い、関西支店、中国支店、四国支店、岡山事務所、松江事務所、松山事務所の6拠点にて比較分析を行っている (エリア定義は次頁参照)。
- データの分析については、DBJ関西支店、中国支店、四国支店、岡山事務所、松江事務所、松山事務所が相互に連携し、独自に実施している。
- 当調査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2025年度版」(2025年11月発行) をご参照いただきたい。

調査方法	インターネットによる調査	
調査時期	2025年7月7日～7月16日	
調査地域	<ul style="list-style-type: none"> ■ 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、 ■ 欧米豪：アメリカ、オーストラリア、イギリス、フランス 計：12ヶ国・地域 <small>(注) 中国は北京および上海在住者のみ (割合は北京50%：上海50%)</small>	
調査対象者	20歳から79歳の男女、かつ海外旅行経験者 <small>(注) 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</small>	
有効回答者数	上記各地域に居住する計7,413人	
調査協力会社	(株) インテージリサーチ、DBJデジタルソリューションズ (株)、KANTAR JAPAN Inc. (アンケートモニター抽出・配置)	
直近調査	<ul style="list-style-type: none"> ● 2021年10月5日～10月19日に実施された調査 ● 2022年6月21日～7月4日に実施された調査 ● 2023年7月6日～7月14日に実施された調査 ● 2024年7月8日～7月18日に実施された調査 	<ul style="list-style-type: none"> 「第3回新型コロナ影響度特別調査」 「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)」 「DBJ・JTBF アジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査 (2023年度版)」 「DBJ・JTBF アジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査 (2024年度版)」

アンケート回答者属性（訪問希望者）

- 回答者属性については下表の通り（設問（「あなたがお存じの観光地の中で、実際に行ってみたい観光地」）への国・地域別の回答者数および国・地域別の各エリアへの訪問希望者数は次の通り。但し希望地は複数地点を選択可能）。
- エリア定義については以下の通り（対象設問：「あなたがお存知の観光地の中で、実際に行ってみたい観光地」）。
 「関西エリア」…「京都」「大阪」「神戸」「姫路」「奈良」「熊野」「高野山」のいずれか1つ以上を選択した回答者3,313人
 「中国エリア」…「鳥取」「松江」「出雲」「岡山」「倉敷」「広島」「宮島」のいずれか1つ以上を選択した回答者1,223人
 「四国エリア」…「徳島」「祖谷溪」「高松」「直島」「松山」「高知」のいずれか1つ以上を選択した回答者584人
 「岡山」…「岡山」「倉敷」のいずれか1つ以上を選択した回答者323人
 「山陰」…「鳥取」「松江」「出雲」のいずれか1つ以上を選択した回答者377人
 「松山」…「松山」を選択した回答者152人

全体

関西エリア

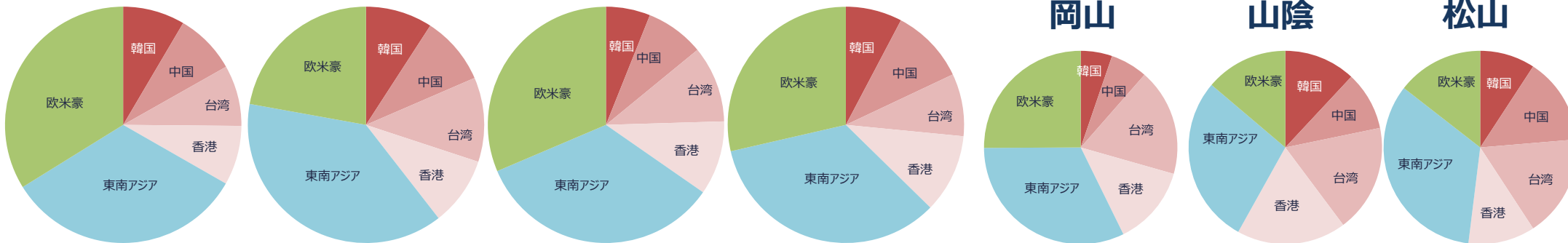
中国エリア

四国エリア

岡山

山陰

松山



(人)

	各エリアへの訪問希望者数	アジア						東南アジア				欧米豪				
		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			
回答者数(国別)	7,413	4,906	628	618	618	603	2,439	601	579	634	625	2,507	658	620	618	611
関西エリア	3,313	2,579	303	310	383	312	1,271	342	298	300	331	734	149	260	137	188
中国エリア	1,223	839	74	98	128	124	415	98	85	107	125	384	94	142	86	62
岡山	323	242	17	20	58	43	104	29	14	27	34	81	28	25	13	15
山陰	377	325	45	37	68	69	106	24	21	29	32	52	18	12	16	6
四国エリア	584	417	45	60	50	63	199	73	28	40	58	167	51	45	39	32
松山	152	130	14	22	26	17	51	12	8	12	19	22	9	6	1	6

2-1

訪日希望者・経験者に聞く訪日旅行トレンド

2-1 体験したいこと

- ・ 訪日旅行時に体験したいことをみると、全体としてアジア・欧米豪とも、「自然や風景の見物」・「桜の鑑賞」が多く、日本ならではの景観への人気の高さがうかがえる。
- ・ アジア全体では、上記のほか「伝統的日本料理」が上位に入っており、「食」が訴求力の高い観光資源となっている。
- ・ 欧米豪全体では、上記のほか「日本庭園の見物」が上位に入っており、自然と文化の融合への関心の高さがうかがえる。

訪日旅行時に観光地で、体験したいこと

アジア (%)								アジア (%)																			
全体 (n=3,085)				関西エリア (n=1,797)				中国エリア (n=562)				四国エリア (n=291)				岡山 (n=170)				山陰 (n=225)				松山 (n=95)			
1	自然や風景の見物	55.5	自然や風景の見物	60.5	自然や風景の見物	63.3	自然や風景の見物	60.8	1	自然や風景の見物	65.3	自然や風景の見物	61.8	有名な史跡や歴史的な建築物の見物	66.3												
2	桜の観賞	52.6	桜の観賞	58.1	桜の観賞	60.9	桜の観賞	56.0	2	桜の観賞	62.4	桜の観賞	59.1														
3	伝統的日本料理	43.9	伝統的日本料理	53.5	伝統的日本料理	54.1	雪景色観賞 ・有名な史跡や歴史的な建築物の見物	51.5	3	伝統的日本料理	56.5	伝統的日本料理	58.7	自然や風景の見物 ・雪景色観賞 ・桜の観賞	63.2												
4	雪景色観賞	40.4	温泉への入浴	46.4	紅葉の観賞	52.3			4	紅葉の観賞	54.1	紅葉の観賞	56.0														
5	温泉への入浴	38.8	雪景色観賞	44.0	雪景色観賞	48.8	世界遺産の見物	51.2	5	有名な史跡や歴史的な建築物の見物	53.5	雪景色観賞	52.9	世界遺産の見物	57.9												

欧米豪 (%)								欧米豪 (%)																			
全体 (n=916)				関西エリア (n=397)				中国エリア (n=192)				四国エリア (n=81)				岡山 (n=40)				山陰 (n=17)				松山 (n=10)			
1	自然や風景の見物	53.6	桜の観賞	61.7	自然や風景の見物	63.5	有名な史跡や歴史的な建築物の見物	59.3	1	日本庭園の見物	70.0	日本庭園の見物 ・イベント/祭りの見物	58.8	世界遺産の見物	60.0												
2	桜の観賞	52.7	自然や風景の見物	60.7	日本庭園の見物	62.5	自然や風景の見物 ・日本庭園の見物	55.6	2	桜の観賞	65.0																
3	日本庭園の見物	50.4	日本庭園の見物	56.4	桜の観賞 ・伝統的日本料理	58.9			3	伝統的日本料理	62.5	桜の観賞	52.9	自然や風景の見物 ・有名な史跡や歴史的な建築物の見物 ・日本庭園の見物 ・温泉への入浴 ・伝統的日本料理	50.0												
4	有名な史跡や歴史的な建築物の見物	45.9	伝統的日本料理	55.2	世界遺産の見物	50.6			4	イベント/祭りの見物	60.0	近代的/先進的な建築物の見物 ・伝統的日本料理	47.1														
5	伝統的日本料理	45.0	有名な史跡や歴史的な建築物の見物	53.4	有名な史跡や歴史的な建築物の見物 ・イベント/祭りの見物	56.3	桜の観賞	49.4	5	自然や風景の見物	52.5																

備考1) n : (全体) 訪日希望者数。(エリア・観光地) 訪問意向地として選択された回答数 (但し、複数地点を選択可)。

備考2) 訪日旅行で体験したいことのうち上位5項目 (複数の項目を選択可)

出典 : 「DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査 2025年度版」より作成

2-1 体験したいこと（夜間）

- ・ 訪日旅行時に体験したいこと（夜間：18時以降）をみると、全体としては、アジアでは「ストリートフード/ナイトマーケットでの食べ歩き」の回答が最も多く、次いで、「ショッピング」・「夜景観賞」・「伝統的な料亭」の順となっている。
- ・ 全体として、欧米豪では「伝統的な料亭」・「ストリートフード/ナイトマーケットでの食べ歩き」が最も多く、次いで「カフェやレストラン」・「バーやパブ」の順となり、「食」に関する体験が多い。
- ・ 「ストリートフード/ナイトマーケット食べ歩き」や「伝統的な料理」は、食だけでなく文化・慣習を体験できることから、人気の高さもうかがえる。

訪日旅行時に観光地で、特に夜間（18時以降）体験したいこと

アジア		%		アジア		%		
全体 (n=3,085)		関西エリア (n=1,797)		中国エリア (n=562)		四国エリア (n=291)		
1	ストリートフード/ナイトマーケット食べ歩き	46.5	ストリートフード/ナイトマーケット食べ歩き	51.6	ストリートフード/ナイトマーケット食べ歩き	51.4	ストリートフード/ナイトマーケット食べ歩き	48.5
2	ショッピング	38.8	ショッピング	45.2	伝統的な料亭	46.1	夜景観賞	41.2
3	夜景観賞	35.9	夜景観賞	41.7	ショッピング	45.4	ショッピング	40.2
4	伝統的な料亭	35.0	伝統的な料亭	40.0	夜景観賞	45.0	伝統的な料亭	38.8
5	夜間スパ/温泉/サウナ等	28.6	夜間スパ/温泉/サウナ等	32.6	ライトアップ庭園/風物	34.9	大衆居酒屋	36.4

岡山		%		山陰		%	
岡山 (n=170)		山陰 (n=225)		松山 (n=95)			
1	伝統的な料亭	48.2	ストリートフード/ナイトマーケット食べ歩き	47.1	ストリートフード/ナイトマーケット食べ歩き	53.7	
2	ショッピング	47.6	伝統的な料亭	46.2	伝統的な料亭	49.5	
3	ストリートフード/ナイトマーケット食べ歩き	46.5	夜景観賞	45.3	ショッピング	45.3	
4	夜景観賞	42.4	ショッピング	43.6	ライトアップ建築物 ・夜景観賞	43.2	
5	大衆居酒屋	38.8	大衆居酒屋 ・夜間スパ/温泉/サウナ等	39.1			

欧米豪		%		欧米豪		%		
全体 (n=916)		関西エリア (n=397)		中国エリア (n=192)		四国エリア (n=81)		
1	伝統的な料亭	38.6	ストリートフード/ナイトマーケット食べ歩き	47.1	ストリートフード/ナイトマーケット食べ歩き	50.5	伝統的な料亭	39.5
2	ストリートフード/ナイトマーケット食べ歩き	38.3	伝統的な料亭	46.6	伝統的な料亭	45.8	夜景観賞	35.8
3	カフェやレストラン	28.2	夜景観賞	33.5	バーやパブ	37.5	エンタメレストラン	34.6
4	バーやパブ	27.5	カフェやレストラン	32.7	伝統芸能鑑賞	36.5	ストリートフード/ナイトマーケット食べ歩き	33.3
5	夜景観賞	27.1	バーやパブ	31.5	・ナイトツアー ・夜景観賞	31.8	・伝統芸能鑑賞 ・ナイトツアー ・バーやパブ	32.1

岡山		%		山陰		%	
岡山 (n=40)		山陰 (n=17)		松山 (n=10)			
1	ストリートフード/ナイトマーケット食べ歩き	60.0	ストリートフード/ナイトマーケット食べ歩き	47.1	・ナイトツアー ・ナイトクルーズ	50.0	
2	・バーやパブ ・伝統的な料亭	40.0	ショッピング	41.2			
3			・ナイトツアー ・伝統的な料亭 ・エンタメレストラン ・野外キャンプ/星空観察などの自然体験	35.3	・イベント/祭りの見物 ・伝統芸術鑑賞 ・ショッピング ・ストリートフード/ナイトマーケット食べ歩き ・エンタメレストラン	40.0	
4	・ナイトツアー ・ショッピング	35.0					
5							

備考1) n：（全体）訪日希望者数。（エリア・観光地）訪問意向地として選択された回答数（但し、複数地点を選択可）。

備考2) 訪日旅行で特に夜間（18時以降）体験したいことのうち上位5項目（複数の項目を選択可）

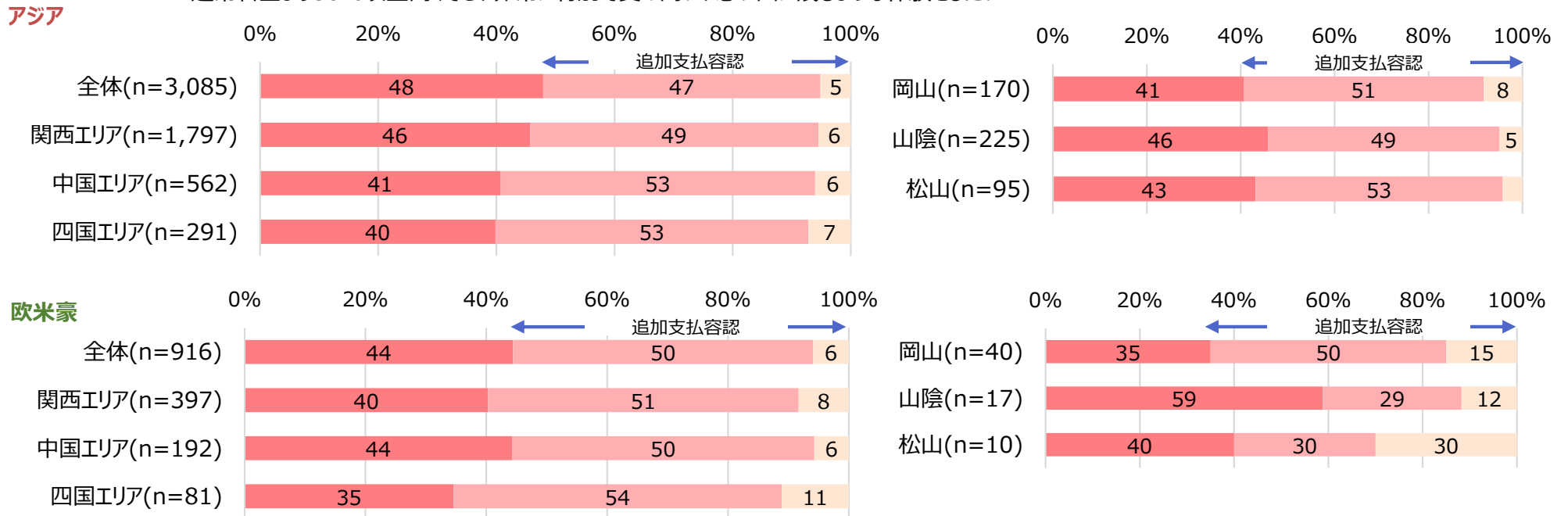
出典：「DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査 2025年度版」より作成

2-1 体験活動への追加支払い意向

- 訪日時の体験活動に対する追加支払い意向をみると、概ね「通常料金より20%高くても、日本ならではの特別で質の高い体験をしたい」が半数程度となっており、次に「追加料金を払わずに、標準的な体験をしたい」が半数近い割合となっている。
- 一方で、追加料金について、20%の許容度は5割程度あるものの、50%以上の許容度は極端に低くなる結果となった。
- 一定の希望者数以上の回答では、アジア・欧米豪による大きな違いは見られなかった。

訪日時の体験活動に対する追加支払い意向

- 特に追加料金を払わずに、標準的な体験をしたい
- 通常料金より20%高くても、日本ならではの特別で質の高い体験をしたい
- 通常料金より50%以上高くても、非常に特別で質の高い、思い出に残るような体験をしたい

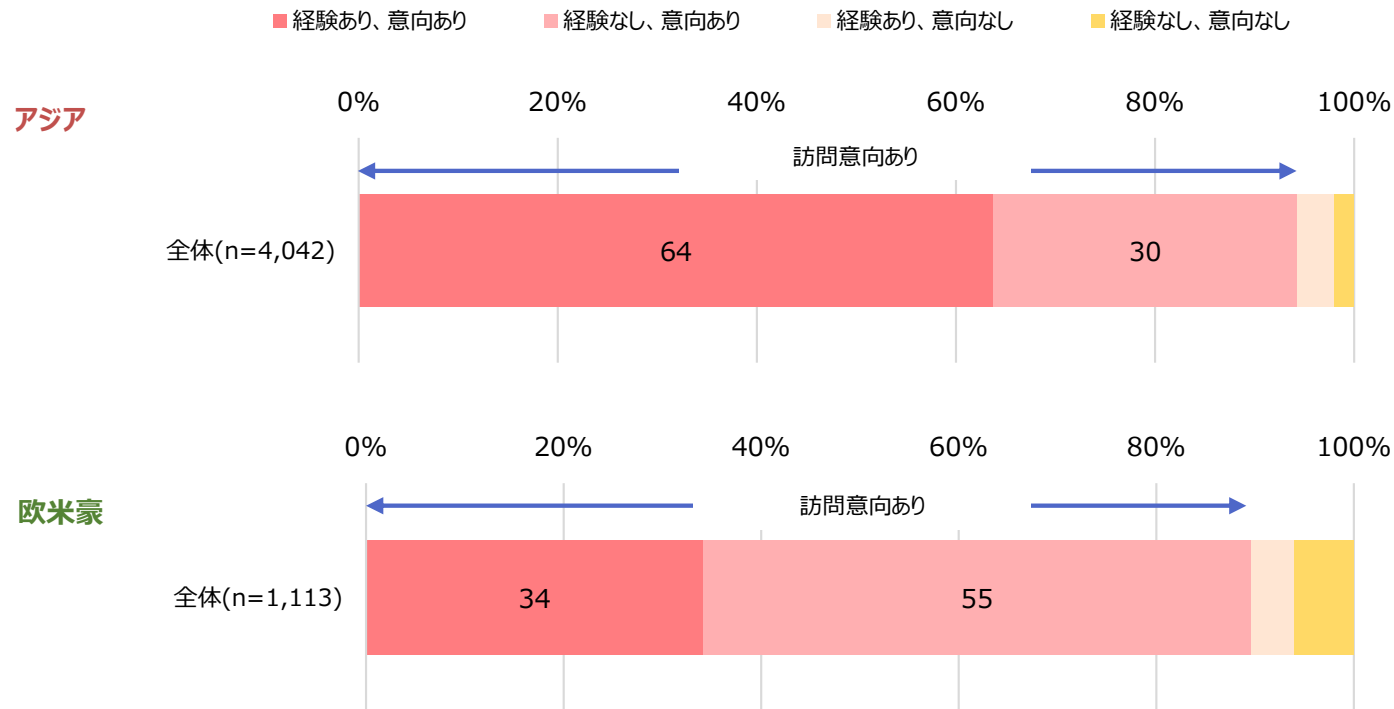


備考：n：（全体）訪日希望者数。（エリア・観光地）訪問意向地として選択された回答数（但し、複数地点を選択可）。

2-1 地方訪問①訪問経験・訪問意向

- ・ 訪日希望者または訪日経験者を対象に地方観光地への訪問意向をみると、地方訪問経験の有無にかかわらず、アジア・欧米豪ともに「訪問意向あり」が約9割を占めている。
- ・ 地方観光地を訪問した経験者の割合は、アジアの方が、欧米豪よりも高い。アジアは、訪日リピーターの比率が高く、地方観光地との直行便もあることが要因と考えられる。
- ・ 欧米豪では「地方訪問経験はないが、行ってみたい」割合が高く、未経験であっても地方観光地に一定の関心があることが分かる。

地方訪問経験・訪問意向



備考：n：訪日希望者数または訪日経験者数

出典：「DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査 2025年度版」より作成
 注：「地方観光地」については、当調査では「日本の地方にある（首都圏・都市部から離れた）観光地」と質問している。

2-1 地方訪問②訪問理由

- ・ 地方の観光地を訪れたい理由をみると、全体としては、アジア・欧米豪ともに、「自然景観の鑑賞」、「郷土料理」が多く選択されている。
- ・ 上記に加え、アジアでは「自然・食・コストパフォーマンス」など、直感的に価値が伝わる要素が、欧米豪では「文化・歴史」「独自性」などストーリーを伴う体験を重視している傾向がうかがえる。
- ・ アジアにおいては「新しさ・体験性」を打ち出したコンテンツが訪問意欲喚起に有効である可能性があり、欧米豪に対しては、「歴史的な文脈や地域の成り立ち」を丁寧に伝えることで、より深い理解と訪問意欲につながる可能性がある。

地方にある観光地を訪れたい理由

アジア

		全体 (n=3,810)		関西エリア (n=2,206)		中国エリア (n=703)		四国エリア (n=350)		(%)
1	自然景観の鑑賞	90.6	自然景観の鑑賞	92.5	自然景観の鑑賞	93.2	未経験の文化/風習/環境に触れて、好奇心を満たしたいから	94.6		
2	その土地の郷土料理や地元食材使用の飲食店への訪問	89.4	その土地の郷土料理や地元食材使用の飲食店への訪問	90.8	その土地の郷土料理や地元食材使用の飲食店への訪問	92.7	自然景観の鑑賞	94.3		
3	宿泊や飲食などのコストパフォーマンス	88.0	宿泊や飲食などのコストパフォーマンス	89.2	・宿泊や飲食などのコストパフォーマンス ・未経験の文化/風習/環境に触れ、好奇心を満たしたい	91.2	・その土地の郷土料理や地元食材使用の飲食店への訪問 ・宿泊や飲食などのコストパフォーマンス	92.3		

欧米豪

		全体 (n=997)		関西エリア (n=444)		中国エリア (n=217)		四国エリア (n=102)		(%)
1	自然景観の鑑賞	89.6	自然景観の鑑賞	92.8	歴史/伝統/風土について深く学び、教養を高めたい	94.5	その土地の郷土料理や地元食材使用の飲食店への訪問	93.1		
2	歴史的建造物や史跡の鑑賞	89.0	その土地の郷土料理や地元食材使用の飲食店への訪問	91.9	歴史的建造物や史跡の鑑賞	93.5	・歴史/伝統/風土について深く学び、教養を高めたい ・自然景観の鑑賞	91.2		
3	その土地の郷土料理や地元食材使用の飲食店への訪問	88.0	・歴史的建造物や史跡の鑑賞 ・歴史/伝統/風土について深く学び、教養を高めたい	91.2	・自然景観の鑑賞 ・その土地の郷土料理や地元食材使用の飲食店への訪問	93.1	・歴史/伝統/風土について深く学び、教養を高めたい ・自然景観の鑑賞			

アジア

		岡山 (n=211)		山陰 (n=283)		松山 (n=114)		(%)
1	・未経験の文化/風習/環境に触れ、好奇心を満たしたい ・自然景観の鑑賞	93.4	自然景観の鑑賞	92.9	・未経験の文化/風習/環境に触れ、好奇心を満たしたい ・自然景観の鑑賞	93.9		
2	・その土地の郷土料理や地元食材使用の飲食店への訪問	93.4	その土地の郷土料理や地元食材使用の飲食店への訪問	91.2				
3		93.4	宿泊や飲食などのコストパフォーマンス	89.8	その土地の郷土料理や地元食材使用の飲食店への訪問	93.0		

欧米豪

		岡山 (n=46)		山陰 (n=22)		松山 (n=12)		(%)
1	・歴史/伝統/風土について深く学び、教養を高めたい ・宿泊や飲食などのコストパフォーマンス	97.8	歴史/伝統/風土について深く学び、教養を高めたい	95.5	・歴史/伝統/風土について深く学び、教養を高めたい ・宿泊や飲食などのコストパフォーマンス	100.0		
2	・その土地の郷土料理や地元食材使用の飲食店への訪問	97.8	・その土地の郷土料理や地元食材使用の飲食店への訪問	90.9	・日常の役割や制約からの解放 ・見知らぬ人や異文化との交流を通じて社会的つながりを広げたい ・自然景観の鑑賞	91.7		
3	・ユニークな宿泊施設への訪問	97.8	・治安が良く、万一のときの医療・防災体制が整っている訪問地への訪問	90.9	・その土地の郷土料理や地元食材使用の飲食店への訪問 ・地元の人々や観光関係者のおもてなし ・治安が良く、万一のときの医療・防災体制が整っている訪問地への訪問			

備考1) n：(全体) 地方観光地を、今後「ぜひ旅行したい」または「機会があれば旅行したい」と回答した訪日希望者数または訪日経験者数。(エリア・観光地) 訪問意向地として選択された回答数(但し、複数地点を選択可)。

備考2) 日本の地方にある観光地を訪れたい理由として、「あてはまる」と答えた人の割合の高い3項目

出典：「DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査 2025年度版」より作成

注：「地方観光地」については、当調査では「日本の地方にある(首都圏・都市部から離れた)観光地」と質問している。

2-1 地方訪問③体験したいこと

- 地方の観光地で体験したいことをみると、全体としては、アジア・欧米豪ともに、「その土地の郷土料理を食べる」が最も多く、次に「自然観光地を訪れる」となっており、地方ならではの食・景観を体験することへの関心が高い。
- アジアでは全体で、「温泉を楽しむ」・「その土地で採れた魚介や肉、野菜や果物を味わう」が続き、上記同様に地方ならではの体験がランクイン。
- 欧米豪では全体で、「歴史的な建造物や遺跡を訪れる」や「歴史的な街並みを楽しむ」が続き、歴史への高い関心がうかがえる。

訪日旅行の地方訪問時に体験したいこと

アジア

	全体 (n=3,810)	関西エリア (n=2,206)	中国エリア (n=703)	四国エリア (n=350)	(%)
1	その土地の郷土料理を食べる 51.0	その土地の郷土料理を食べる 57.9	その土地の郷土料理を食べる 59.6	その土地の郷土料理を食べる 55.7	
2	自然観光地を訪れる 48.7	自然観光地を訪れる 55.8	温泉を楽しむ 56.9	・自然観光地を訪れる ・温泉を楽しむ 53.7	
3	温泉を楽しむ 48.6	温泉を楽しむ 54.8	自然観光地を訪れる 55.2		
4	その土地で採れた魚介や肉、野菜や果物を味わう 42.5	その土地で採れた魚介や肉、野菜や果物を味わう 48.1	その土地で採れた魚介や肉、野菜や果物を味わう 54.5	歴史的な街並みを楽しむ 51.1	
5	歴史的な街並みを楽しむ 40.9	歴史的な街並みを楽しむ 46.9	花や紅葉を楽しむ 53.1	その土地で採れた魚介や肉、野菜や果物を味わう 50.6	

アジア

	岡山 (n=211)	山陰 (n=283)	松山 (n=114)	(%)
1	その土地の郷土料理を食べる 58.8	温泉を楽しむ 60.8	その土地の郷土料理を食べる 65.8	
2	・歴史的な建造物や遺跡を訪れる ・温泉を楽しむ 57.8	その土地で採れた魚介や肉、野菜や果物を味わう 59.0	温泉を楽しむ 59.6	
3		その土地の郷土料理を食べる 58.0	歴史的な街並みを楽しむ 57.0	
4	自然観光地を訪れる 55.5	歴史的な街並みを楽しむ 56.5	・歴史的な建造物や遺跡を訪れる ・自然観光地を訪れる 56.1	
5	歴史的な街並みを楽しむ 55.0	歴史的な建造物や遺跡を訪れる 54.8		

欧米豪

	全体 (n=997)	関西エリア (n=444)	中国エリア (n=217)	四国エリア (n=102)	(%)
1	その土地の郷土料理を食べる 51.4	その土地の郷土料理を食べる 63.5	その土地の郷土料理を食べる 65.4	・歴史的な建造物や遺跡を訪れる ・温泉を楽しむ 48.0	
2	自然観光地を訪れる 44.6	歴史的な街並みを楽しむ 51.8	歴史的な建造物や遺跡を訪れる 56.7		
3	歴史的な建造物や遺跡を訪れる 42.9	歴史的な建造物や遺跡を訪れる 51.6	温泉を楽しむ 54.8	・その土地で採れた魚介や肉、野菜や果物を味わう ・その土地の祭りを楽しむ 46.1	
4	歴史的な街並みを楽しむ 42.7	自然観光地を訪れる 50.9	自然観光地を訪れる 53.9		
5	温泉を楽しむ 41.9	その土地の祭りを楽しむ 49.5	歴史的な街並みを楽しむ 53.5	その土地の伝統芸能や文化を楽しむ 45.1	

欧米豪

	岡山 (n=46)	山陰 (n=22)	松山 (n=12)	(%)
1	その土地の郷土料理を食べる 63.0	その土地の郷土料理を食べる ・自然観光地を訪れる 54.5	・歴史的な建造物や遺跡を訪れる ・ドライブを楽しむ 50.0	
2	・その土地で採れた魚介や肉、野菜や果物を味わう ・歴史的な建造物や遺跡を訪れる ・自然観光地を訪れる ・温泉を楽しむ 52.2			その土地の郷土料理を食べる ・その土地ならではの酒を飲む ・その土地ならではの酒を購入する ・歴史的な街並みを楽しむ 45.5
3				
4				
5			・その土地ならではの風景を楽しむ ・都市部とは違った地方ならではの風景を楽しむ ・雪景色を楽しむ	

備考1) 訪日旅行の地方訪問時に体験したいことのうち上位5項目（複数の項目を選択可）

備考2) n：（全体）地方観光地を、今後「ぜひ旅行したい」または「機会があれば旅行したい」と回答した訪日希望者数または訪日経験者数。（エリア・観光地）訪問意向地として選択された回答数（但し、複数地点を選択可）。

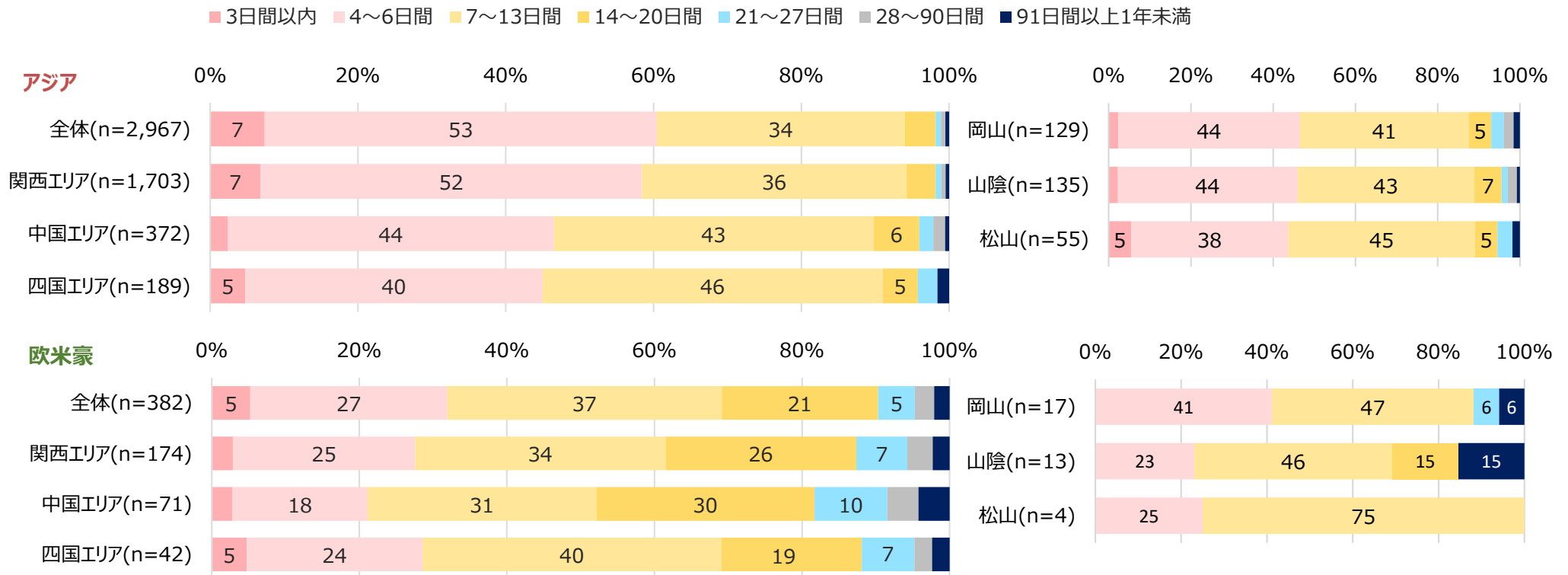
出典：「DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査 2025年度版」より作成

注：「地方観光地」については、当調査では「日本の地方にある（首都圏・都市部から離れた）観光地」と質問している。

2-1 滞在日数

- 滞在日数をみると、最も多いのは、アジア全体では「4～6日間」で53%、欧米豪全体では「7～13日間」で37%となった。アジアより欧米豪で長期滞在の傾向がみられる。
- アジアは全体では、「4～6日間」・「7～13日間」に回答が集中し、それらを足し合わせると9割弱となる。短・中期滞在が特に多い傾向がみられる。
- 欧米豪全体では、「7～13日間」に次いで「4～6日間」が27%・「14～20日間」が21%となった。滞在日数にばらつきがあることがうかがえる。

直近訪日旅行の滞在日数



備考：n：（全体）訪日旅行経験者数。（エリア・観光地）訪問経験者数（但し、複数地点を選択可）。

出典：「DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査 2025年度版」より作成

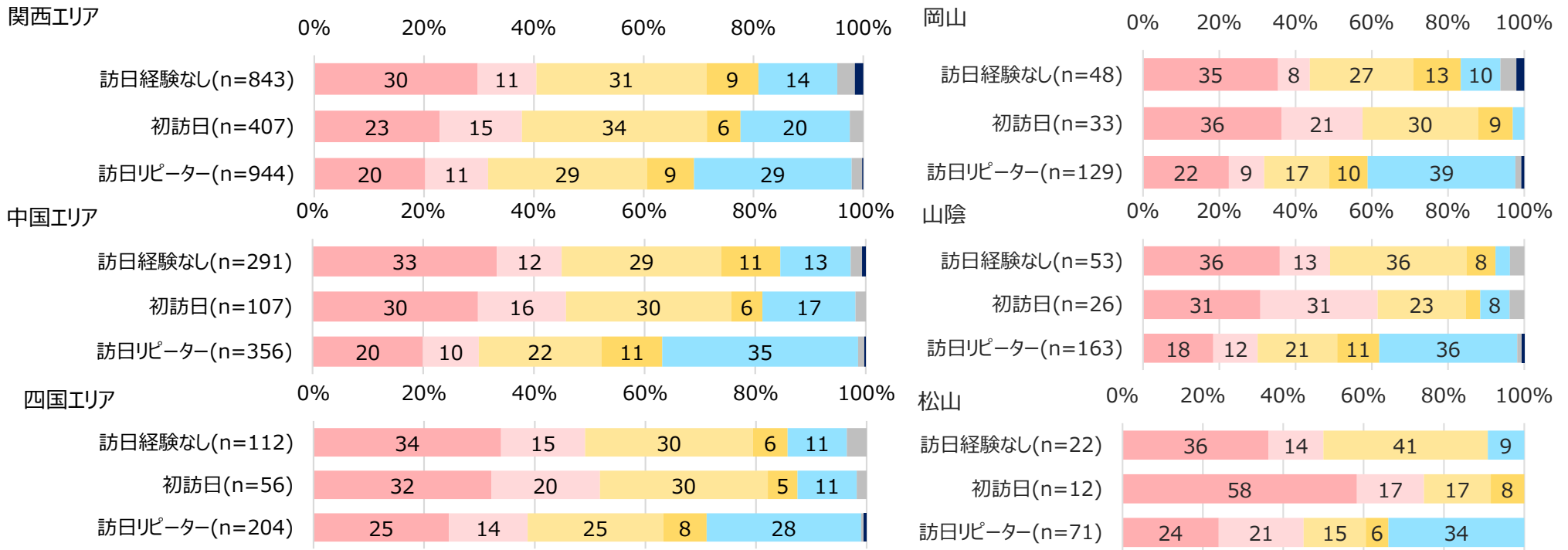
2-1 希望する旅行形態（訪日旅行希望者）

- ・ 関西・中国・四国エリアでは、訪日回数が増えるほど「航空券と宿泊施設を個別に手配」を希望する割合が増加する傾向がみられる。過去の訪日経験から日本の一定の土地勘があることもあり、各旅行者の嗜好にもとづく旅行計画を立てていることがうかがえる。一方で、訪日リピーターにおいても、ツアーやパック型商品を選択したいという意向が一定程度残っている。
- ・ 岡山、山陰、松山への訪日リピーターは、初訪日に対して個別手配の割合の高まりが、関西・中国・四国エリアに比べて大きくなることから、誘客については「直行便の就航誘致および着地型旅行商品（※）の造成、国内でのインバウンド向け情報発信」が期待される。

（※）「着地型旅行商品」とは、日本国内の空港や駅などを発着する国内ツアーなどの旅行商品を指す

希望する旅行形態

- 航空券と宿泊がセットのパック旅行に食事・観光等が含まれるもの
- 航空券、宿泊、食事等について選択肢から組合せ可能なツアー
- 航空券と宿泊施設を個別に手配
- その他・わからない
- 自身の嗜好によるガイド付きテラーメイドツアー
- 航空券と宿泊施設のみがセットになったパック旅行
- 航空券のみを出発前に手配（宿泊先は現地の手配）



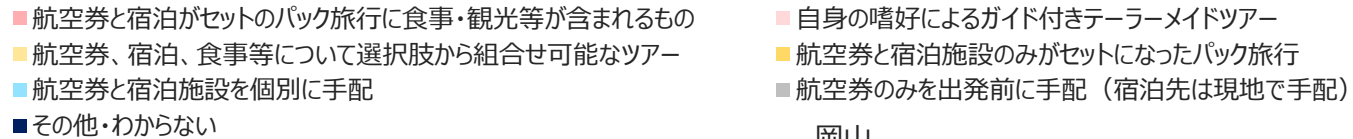
備考) n : (全体) 訪日希望者数。(エリア・観光地) 訪問意向地として選択された回答数 (但し、複数地点を選択可)。

出典：「DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査 2025年度版」より作成

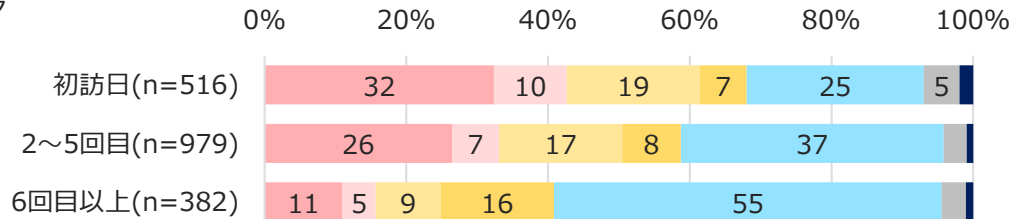
2-1 実際の旅行形態（訪日旅行経験者）

- 訪日旅行経験者では、訪日回数が多い層ほど「航空券と宿泊施設を個別に手配する」割合が高く、その傾向は訪日希望者よりも顕著である。
- 訪日旅行経験者の実際の旅行形態を、訪日希望者が希望する旅行形態（前頁参照）と比較すると、「航空券、宿泊、食事等について選択肢から組み合わせ可能なツアー」の割合が低く、「航空券と宿泊施設を個別に手配」が選択されているケースが増えている。「航空券、宿泊、食事等について選択肢から組み合わせ可能なツアー」は、供給が不足している可能性があり、今後の観光施策や商品展開を考える上での手がかりとなり得る。

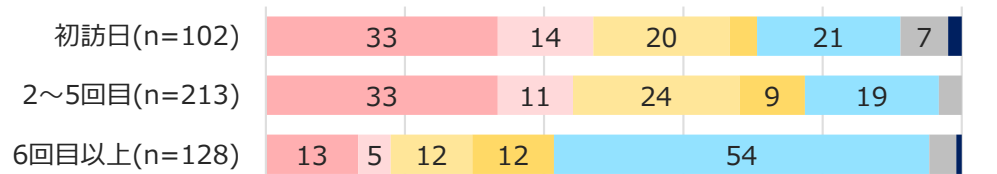
直近訪日旅行の旅行形態



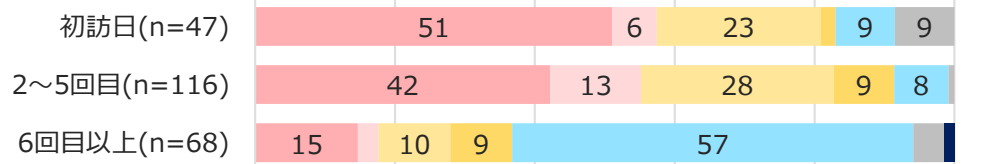
関西エリア



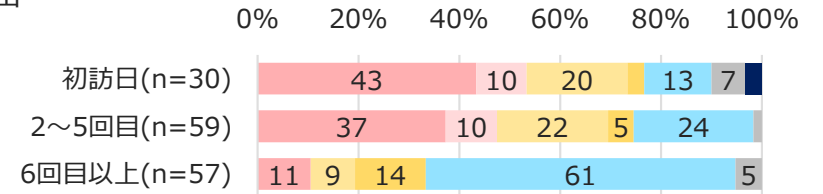
中国エリア



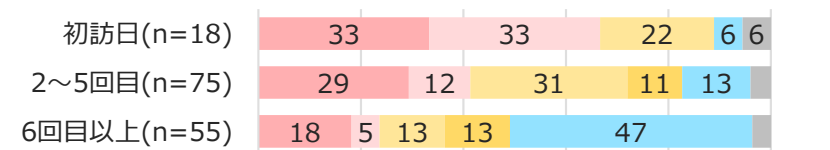
四国エリア



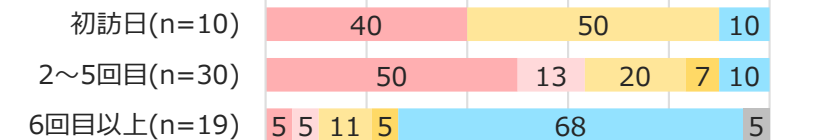
岡山



山陰



松山



備考：n：（全体）訪日旅行経験者数。（エリア・観光地）訪問経験者数（但し、複数地点を選択可）。

出典：「DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査 2025年度版」より作成

2-2

認知度・訪問意欲・訪問経験

2-2 認知度

- ・ 関西・中国・四国エリアの観光地別認知度をみると、知っている観光地について関西エリアでは全体で大阪が最も高く49.9%、続いて京都が47.1%となった。中国エリアでは広島が最も高く34.0%、次いで岡山が12.2%。四国エリアでは徳島が8.6%、松山が7.8%。
- ・ 地域別では、アジアは欧米豪と比べて各地域の観光地認知度が全体的に高い傾向にある。アジアからの認知度は、関西・中国エリアでは台湾・香港からの認知度が高く、四国エリアでは香港からの認知度が高い傾向がみられる。また、欧米豪からの認知度では、各エリアともオーストラリアからの認知度が高い。

(%)

		全体 (n=7,413)	アジア計 (n=4,906)	韓国 (n=628)	中国 (n=618)	台湾 (n=618)	香港 (n=603)	タイ (n=601)	シンガポール (n=579)	マレーシア (n=634)	インドネシア (n=625)	欧米豪計 (n=2,507)	アメリカ (n=658)	オーストラリア (n=620)	イギリス (n=618)	フランス (n=611)
近畿圏	東京	59.3	64.1	67.4	52.9	66.7	71.0	62.2	66.0	65.6	61.3	49.8	41.9	64.8	49.0	43.7
	京都	47.1	55.7	63.9	45.1	69.7	66.0	56.1	52.8	45.1	47.2	30.3	19.8	41.6	25.7	34.7
	大阪	49.9	58.6	68.6	44.3	67.5	67.8	57.7	57.2	55.4	50.6	32.9	25.1	50.6	25.1	31.1
	神戸	29.7	36.9	42.7	35.0	57.8	54.9	26.0	29.9	26.0	22.7	15.7	9.4	19.4	13.8	20.6
	姫路	7.3	9.3	5.9	2.8	18.0	20.2	9.8	8.8	3.8	5.3	3.4	2.9	5.0	2.3	3.4
	奈良	21.1	28.9	27.9	30.6	56.3	55.9	18.6	20.6	14.4	7.5	5.8	4.1	9.0	3.9	6.4
	熊野	6.1	7.8	2.9	5.5	21.5	18.1	5.0	4.7	2.4	3.0	2.8	3.0	3.4	2.9	1.6
高野山	6.7	7.7	2.4	5.5	10.0	11.3	8.3	5.9	6.9	11.2	4.8	5.9	5.2	5.3	2.6	
中国圏	鳥取	11.3	15.5	25.8	8.1	28.5	36.2	6.2	4.8	7.1	7.2	3.0	3.5	3.5	3.2	1.8
	松江	4.6	5.9	2.5	8.7	9.9	9.3	6.5	2.9	3.9	3.5	2.0	3.5	1.6	2.1	0.8
	出雲	4.5	5.4	2.4	3.9	10.4	9.5	3.0	6.0	3.6	4.3	2.9	3.0	3.5	3.6	1.3
	岡山	12.2	14.7	9.2	11.2	28.6	24.4	11.6	10.0	10.9	11.4	7.3	6.4	10.3	6.3	6.2
	倉敷	4.6	5.9	2.7	2.8	11.7	14.3	3.0	3.5	3.9	5.4	2.2	2.0	2.4	1.9	2.3
	広島	34.0	35.0	35.8	30.6	43.0	45.9	30.6	30.2	30.6	33.3	32.1	25.7	41.9	31.1	30.0
	宮島	6.6	8.5	6.2	8.3	17.6	18.1	7.0	4.3	3.5	3.4	2.9	1.8	3.9	3.2	2.6
四国圏	徳島	8.6	10.4	11.8	4.2	13.8	25.0	9.7	4.5	7.4	7.0	5.1	4.6	8.1	4.7	3.1
	祖谷溪	3.6	4.4	1.6	4.0	2.9	5.8	7.7	3.3	5.0	5.0	2.0	1.8	1.8	2.1	2.3
	高松	7.2	8.6	8.8	7.4	10.5	19.6	6.8	4.8	5.0	6.1	4.5	5.2	5.6	4.2	3.1
	直島	4.5	5.0	5.7	3.2	4.2	7.6	6.0	4.8	3.8	4.8	3.6	4.3	4.5	2.1	3.3
	松山	7.8	10.1	10.0	11.3	12.6	18.9	7.5	4.7	5.4	10.4	3.4	3.6	4.4	2.8	2.6
	高知	7.6	9.0	4.6	6.5	19.1	18.6	9.3	4.5	5.2	4.3	4.9	5.3	5.0	6.3	3.1

備考1) n：日本の観光地名を知っていると回答した対象者（但し、複数地点を選択可）

備考2) 縦軸の観光地ごとに「アジア全体」「欧米豪全体」それぞれ最も回答の多かった国・地域を赤色で示している（赤色の判定は小数点以下を含む実数値にもとづくものとする）

出典：「DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査 2025年度版」より作成

2-2 訪問意欲

- 訪問意欲を国・観光地別にみると、実際に行ってみたい観光地について関西エリアでは全体で大阪が最も高く32.4%、続いて京都が30.1%となった。中国エリアでは広島が最も高く11.5%、次いで岡山が3.8%。四国エリアでは徳島と高知が2.6%。
- 地域別では、東京はアジアからと欧米豪からで訪問意欲に差がないものの、関西・中国・四国エリアでは、欧米豪に比べアジアからの訪問意欲が高い。また同エリアの特徴として、相対的に広島が欧米豪からの訪問意欲が高く、奈良がアジアからの訪問意欲が高い。
- 認知度（前頁参照）と訪問意欲を比べると、幅広く観光地を認知している台湾は訪問意欲も高い傾向にある。一方、アジア・欧米豪共に、認知度の高さに対して訪問意欲がやや低い国・地域が一定数みられることから、プロモーション手法やターゲット層の見直しを図ることで、訪問意欲向上の余地があるものと思われる。

		全体 (n=6,769)	アジア計 (n=4,724)	韓国 (n=604)	中国 (n=599)	台湾 (n=611)	香港 (n=600)	タイ (n=571)	シンガポール (n=546)	マレーシア (n=598)	インドネシア (n=595)	欧米豪計 (n=2,045)	アメリカ (n=571)	オーストラリア (n=561)	イギリス (n=508)	フランス (n=405)	(%)
Ⅰ 関西圏	東京	45.0	44.8	37.6	40.9	43.2	39.3	48.7	46.9	52.5	50.1	45.5	35.9	54.5	43.7	48.9	
	京都	30.1	34.3	29.0	31.2	44.4	33.3	40.5	34.2	28.1	34.1	20.4	12.4	26.2	15.0	30.6	
	大阪	32.4	37.1	36.9	24.7	43.2	34.5	44.3	37.7	36.6	38.8	21.5	12.4	34.6	14.4	24.9	
	神戸	11.7	13.5	9.9	14.4	22.6	17.2	10.2	12.3	10.5	10.8	7.5	3.2	8.4	5.9	14.6	
	姫路	2.9	3.4	1.7	1.0	6.9	5.8	4.9	3.1	1.5	2.0	1.9	1.2	2.1	1.4	3.0	
	奈良	9.6	12.3	7.5	16.4	25.7	20.0	7.0	9.3	7.4	4.0	3.5	1.6	5.7	2.4	4.7	
	熊野	1.9	2.2	0.3	1.3	5.4	4.7	2.5	1.1	1.0	1.5	1.1	1.2	1.1	1.4	0.7	
	高野山	2.8	2.8	0.3	2.0	3.3	2.7	3.5	2.2	3.8	4.5	2.9	4.0	2.5	2.6	2.5	
Ⅱ 中国圏	鳥取	3.5	4.6	6.5	2.2	8.2	9.3	2.8	1.5	2.7	3.2	1.1	1.4	1.1	1.0	0.7	
	松江	1.6	1.9	1.0	4.2	3.3	1.2	1.6	1.1	2.0	1.2	0.8	1.8	0.2	1.0	0.2	
	出雲	1.8	2.2	0.7	1.0	4.7	3.3	1.4	2.6	2.0	1.8	0.9	0.9	0.9	1.2	0.5	
	岡山	3.8	4.1	2.3	2.8	7.7	5.5	4.7	2.2	3.5	4.0	3.2	3.5	3.9	2.0	3.2	
	倉敷	1.8	2.2	0.7	0.8	4.6	4.3	1.6	0.7	1.8	2.7	0.9	1.4	0.5	0.6	1.0	
	広島	11.5	10.5	3.8	7.8	11.6	10.7	11.0	11.2	13.0	14.8	13.7	9.8	20.1	12.0	12.6	
	宮島	2.1	2.3	1.3	2.3	4.6	3.0	3.2	0.9	1.3	1.8	1.4	1.1	1.8	1.4	1.5	
Ⅲ 四国圏	徳島	2.6	3.1	2.2	2.0	4.3	7.3	3.5	1.1	2.3	1.8	1.5	1.6	1.6	1.4	1.5	
	祖谷溪	1.7	2.0	0.8	1.5	1.6	1.3	5.3	0.5	2.3	2.7	1.1	1.1	1.1	0.6	2.0	
	高松	2.4	2.7	3.3	3.0	3.8	3.5	2.5	0.9	1.5	2.7	1.7	0.9	2.3	1.6	2.0	
	直島	1.4	1.5	0.5	1.2	1.6	1.2	2.6	1.6	1.7	1.5	1.2	1.8	1.2	0.4	1.5	
	松山	2.2	2.8	2.3	3.7	4.3	2.8	2.1	1.5	2.0	3.2	1.1	1.6	1.1	0.2	1.5	
	高知	2.6	2.6	1.3	2.2	4.1	3.3	4.7	1.8	1.8	1.5	2.5	3.3	1.2	3.9	1.5	

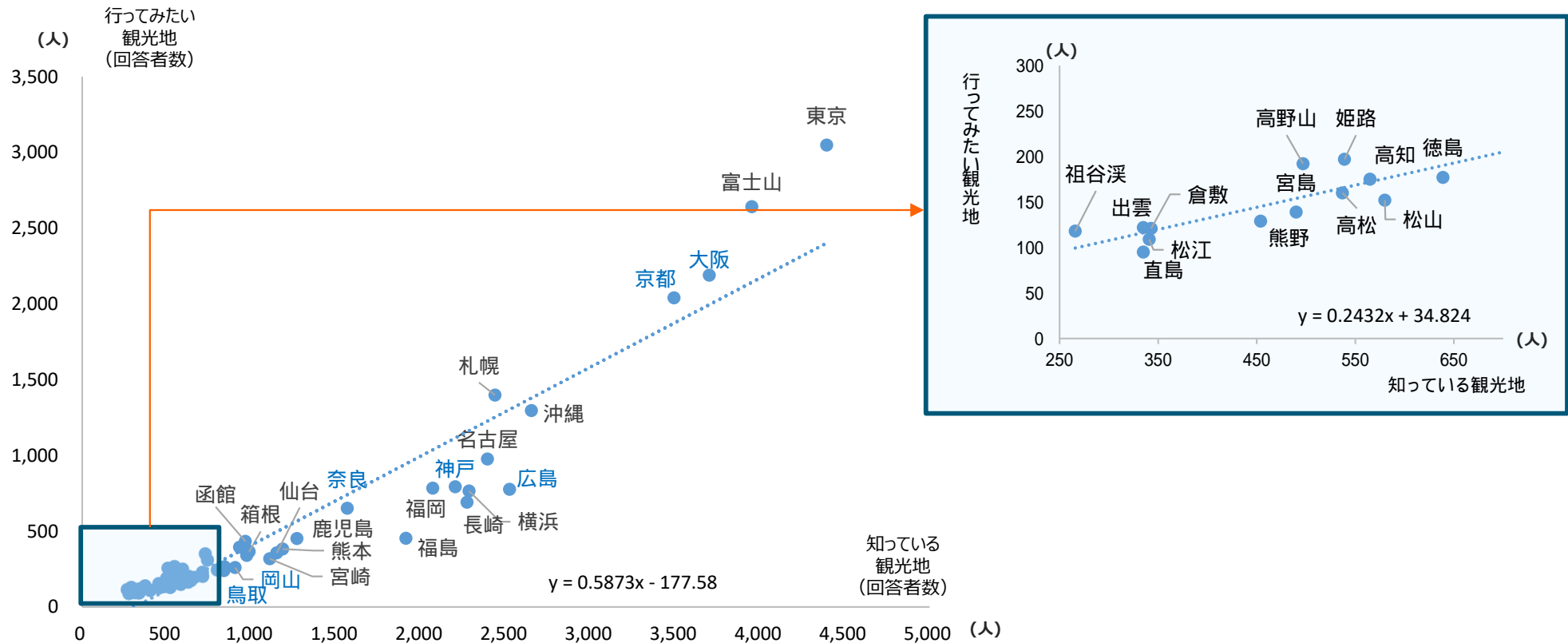
備考1) n：日本の観光地名を訪問したいと回答した対象者（但し、複数地点を選択可）

備考2) 縦軸の観光地ごとに「アジア全体」「欧米豪全体」それぞれ最も回答の多かった国・地域を赤色で示している（赤色の判定は小数点以下を含む実数値にもとづくものとする）

出典：「DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査 2025年度版」より作成

2-2 認知度と訪問意欲の関係性

- ・ 知っている観光地（認知度）と行ってみたい観光地（訪問意欲）には相関関係があり、また観光地間の格差が大きい。
- ・ 前掲した認知度や訪問意欲の観光地別特徴を踏まえると、アジアでは、韓国と中国における認知度がやや低い傾向にある。一方、欧米豪では、アメリカやイギリス、フランスで認知度が低いため、これらの地域での**認知度向上を図ることで、訪問希望者の増加が期待**できると推測される。
- ・ また、認知度の低い観光地（右上拡大図参照）では、認知度を伸ばしても訪問意欲に結びつきにくい結果となっている。例えば希望に沿った旅行形態の拡充など、これまでのプロモーション手法およびターゲット層の再検討を進めることにより、訪問意欲の向上につながる可能性がある。



2-2 訪問経験

- 訪問経験を国・観光地別にみると、実際に行ったことがある観光地について関西エリアでは全体で大阪が最も高く41.1%、続いて京都が37.9%となった。中国エリアでは広島が最も高く7.4%、次いで岡山が3.9%であった。四国エリアでは徳島が2.3%、高松が2.2%となった。
- 訪日経験者のうち、関西・中国・四国エリアの観光地に実際に行ったことがあると回答した割合は、アジアが欧米豪よりもやや高く、また実際に行ったと回答した人数も多い。広島・姫路については当該割合が、アジアよりも欧米豪で多いことが特徴である。
- 総じて訪問意欲の割合が高いと訪問経験の割合も高いことが確認された（前頁）。特徴としては、奈良への欧米豪からの訪問は他の観光地への訪問意欲との相対で経験割合が高く、広島へのマレーシア・台湾からの訪問は、他の観光地への訪問意欲との相対で経験割合が低い。

		全体 (n=3,349)	アジア計 (n=2,967)	韓国 (n=476)	中国 (n=392)	台湾 (n=496)	香港 (n=500)	タイ (n=356)	シンガポール (n=286)	マレーシア (n=186)	インドネシア (n=275)	欧米豪計 (n=382)	アメリカ (n=84)	オーストラリア (n=156)	イギリス (n=67)	フランス (n=75)	(%)
近畿圏	東京	55.4	55.4	44.7	47.7	52.2	62.4	57.0	67.8	59.7	60.4	55.5	44.0	65.4	49.3	53.3	
	京都	37.9	38.8	33.8	29.8	44.6	48.8	43.3	42.7	31.7	26.9	30.9	19.0	39.7	22.4	33.3	
	大阪	41.1	42.9	49.2	22.7	47.2	56.0	40.2	47.9	35.5	33.1	27.0	13.1	37.2	17.9	29.3	
	神戸	12.9	13.4	11.6	6.1	19.2	21.6	9.0	13.6	10.8	9.1	9.2	3.6	9.6	14.9	9.3	
	姫路	4.1	3.8	2.5	0.5	4.0	7.6	4.5	6.3	2.2	1.5	6.3	1.2	8.3	7.5	6.7	
	奈良	15.0	15.3	10.9	8.7	21.6	29.6	9.8	16.8	11.3	3.6	12.3	2.4	15.4	10.4	18.7	
	熊野	1.4	1.4	0.4	1.0	2.2	1.4	2.0	1.4	0.5	1.8	1.3	0.0	1.9	3.0	0.0	
	高野山	1.7	1.7	0.4	1.3	1.2	2.2	2.0	1.4	3.2	3.6	1.8	1.2	1.9	3.0	1.3	
中国圏	鳥取	2.9	3.0	4.0	1.3	4.2	4.8	1.7	1.7	1.6	2.5	2.1	3.6	2.6	1.5	0.0	
	松江	1.3	1.4	0.8	2.6	2.0	0.8	1.4	1.0	0.5	1.8	0.5	0.0	0.0	3.0	0.0	
	出雲	1.2	1.2	0.6	0.5	2.0	1.0	1.4	1.4	2.2	1.5	0.8	0.0	1.9	0.0	0.0	
	岡山	3.9	3.9	1.3	3.3	5.8	4.8	4.8	2.8	4.8	3.6	3.4	3.6	3.2	3.0	4.0	
	倉敷	1.8	1.9	0.8	0.3	2.4	3.6	1.1	1.7	2.2	2.9	1.0	0.0	0.6	3.0	1.3	
	広島	7.4	6.7	4.4	3.6	6.3	7.4	8.4	9.1	5.9	10.5	12.6	8.3	14.7	14.9	10.7	
	宮島	2.4	2.2	0.8	1.8	3.0	3.8	1.4	3.1	1.1	1.8	3.4	0.0	3.2	6.0	5.3	
四国圏	徳島	2.3	2.4	0.8	1.3	1.4	5.0	2.2	1.7	4.3	3.6	1.6	1.2	1.3	0.0	4.0	
	祖谷溪	1.2	1.2	0.0	1.0	0.6	1.8	2.2	1.0	2.7	1.5	1.0	2.4	0.6	1.5	0.0	
	高松	2.2	2.2	1.9	1.0	2.2	4.4	1.4	1.4	1.6	2.2	2.9	4.8	4.5	0.0	0.0	
	直島	1.1	1.0	0.6	1.0	0.6	0.8	1.7	1.0	1.1	1.5	1.8	1.2	1.9	3.0	1.3	
	松山	1.8	1.9	1.1	2.6	2.0	2.0	1.4	1.7	1.1	2.9	1.0	1.2	0.6	3.0	0.0	
	高知	2.0	1.8	0.6	1.0	2.2	1.8	2.8	3.1	3.8	0.0	3.7	3.6	3.8	7.5	0.0	

備考1) n：日本の観光地名を訪問したと回答した対象者（但し、複数地点を選択可）

備考2) 縦軸の観光地ごとに「アジア全体」「欧米豪全体」それぞれ最も回答の多かった国・地域を赤色で示している（赤色の判定は小数点以下を含む実数値にもとづくものとする）

3

<コラム>柔軟な価格設定と二次交通の取り組み

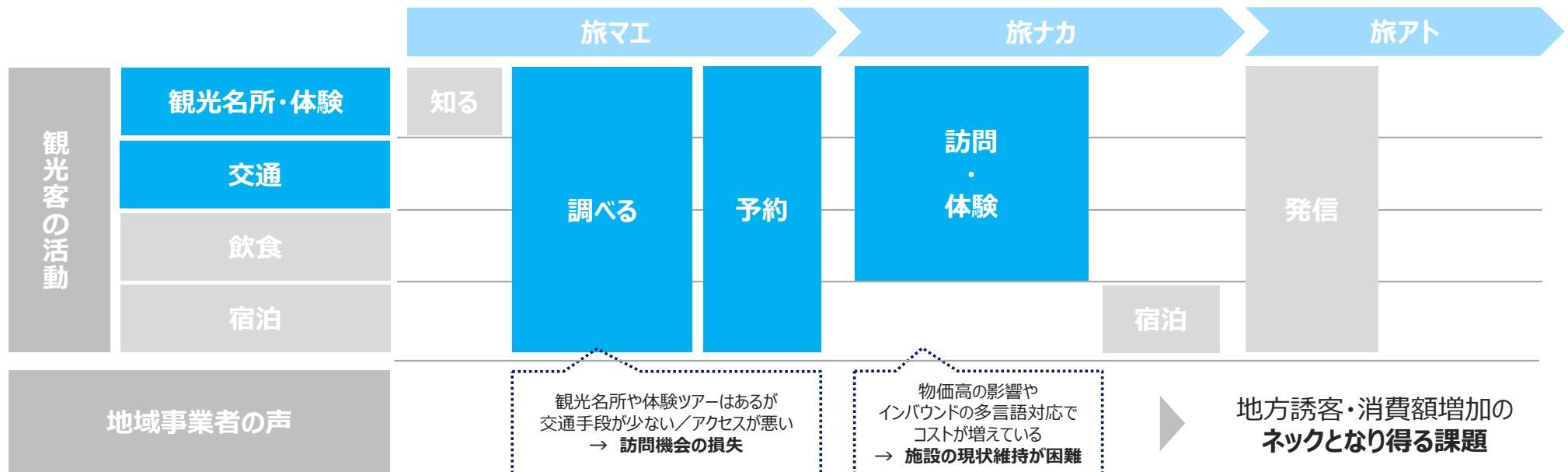
3 <コラム> 消費額の増加に向けて

地方誘客と消費額増加

2025年の全国訪日外客数は、コロナ明け以降の海外旅行意欲の向上や大阪・関西万博による集客効果等により4,268万人（前年比+15%）に上った。訪問者が一極集中する地域や受入キャパシティが少ない地域では、オーバーツーリズム（＝観光公害）が深刻化しており、訪問者数のコントロールが必要な地域も少なくない。

観光庁では、地方誘客および消費額増加を重視し、2023年より「高付加価値旅行者の誘客に向けて集中的な支援等を行うモデル観光地」が14地域選定※され、高付加価値旅行者向けのツアー商品造成や観光地整備が進められており、各地のインバウンド観光推進やオーバーツーリズムの解消に向けても地方誘客や消費額増加は重要な課題といえる。

今回は、観光庁が掲げる地方誘客や消費額増加に向けて、「価格設定」および「二次交通整備」の切り口から地域の課題解決に向けた取り組み事例をいくつか紹介したい。

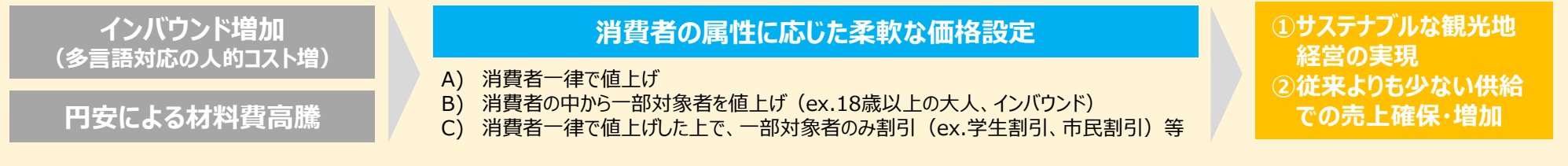


※ 2023年時点で11都市が選定、2024年に3都市が追加

3 <コラム> 柔軟な価格設定の取り組み

消費者の属性に応じた価格改定の取り組み

- インバウンドの増加に伴う多言語対応などの**人的コスト増加**や、円安による**材料費の高騰**を背景に、近年、商品の価格見直しを行う企業が増えている。価格改定の対象や区分は地域や企業ごとに検討されているが、こうしたコスト増加を踏まえた価格見直し（値上げ）は、客単価を向上させ、従来より**少ない消費者数での売上確保・増加**が期待できると同時に、**サステナブルな観光地経営の実現**にも資する。
- また、従来の価格にとらわれず、消費者の属性に応じた柔軟な価格設定を行うことで**誘客層のコントロール**（※1）を図ることも可能となる。
- 下表の通り、海外をはじめ、国内でも運営主体や業種によらず、消費者の属性（ex.居住者と非居住者）で価格設定を分けるケースが多くみられる。次頁では、本年3月より市民と非市民での価格差を設けた入城料改定に踏み切った姫路城の事例を紹介する。



国内事例		海外事例	
地域・施設名	内容	地域・施設名	内容
JR西日本宮島フェリー、宮島松大汽船（広島/フェリー）	乗船料（大人片道）：町民200円、町民以外300円（100円は宮島訪問税）	バス・トラム・トロリーバスなどの公共交通機関（エストニア）	タリン市内の乗車賃：市民無料、非居住者有料
地蔵院（京都/寺院）	拝観料（大人）：国内居住者500円、非居住者1,000円	アンコール・ワット（カンボジア/寺院）	拝観料（group temples/1day）：国内居住者無料、非居住者US\$37
南蔵院（福岡/寺院）	拝観料：19才未満及び国内居住者（※2）無料、非居住者500円（2026/3～）	ワット・アルン（タイ/寺院）	拝観料：タイ国民無料、外国人200THB
国立博物館（東京、京都、奈良、福岡）や美術館など全国11の国立施設	入館料：一般料金より高いインバウンド向け料金の導入を検討（2026年度～）	ルーブル美術館（フランス）	入場料：EEA（※3）居住者€22、EEA圏外居住者€32
		メトロポリタン美術館（アメリカ）	入場料（大人）：ニューヨーク州民は任意額、州民以外はUS\$23

※1 ex.大人を有料、学生を無料にすることで学習意欲の高い若者の誘客を促進するなど
 ※2 国内居住者目つ身分証提示者のみ無料 ※3 「EEA」とは欧州経済領域のことを指す
 出典：2026年1月15日時点のインターネット公開情報をもとにDBJ作成

3 <コラム> 柔軟な価格設定の取り組み

姫路城 入城料等の改定（兵庫県）

1. 背景

姫路市は世界遺産・国宝である姫路城を将来に保存・継承するため、維持管理運営費、保存整備費の高騰や社会情勢の変化を鑑みて、入城料等の改定を実施した。入城料は今後10年間（2025～2034年度）にかかる特別史跡の維持管理運営費や補修などの費用を積算して決定された。また、姫路公園内にある日本庭園「好古園」の入園料もあわせて料金改定がなされた。

2. 取り組み・効果

✓ 入城料および入園料は2026年3月1日より下表のとおり改定された。

改定対象	区分	改定前	改定後	
姫路城 入城料	大人	1,000円	一般：2,500円 市民：1,000円	※ 左表は料金表の一部を掲載。 ※ 「大人」は18才以上、「小人」は18歳未満を指す。 ※ 顔写真付きの身分証（マイナンバーカードや運転免許証、学生証等）を提示すれば、市民は改定前料金（1,000円）への割引、小人は無料で入城可能。 ※ 小人は姫路城の保存・継承への理解促進、訪問機会増加に向けて無料となった。
	小人	300円	無料	
好古園 入園料	大人	310円	400円	
	小人	150円	無料	
姫路城・好古園共通券	大人	1,050円	2,600円	
	小人	360円	無料	

> 既存の維持管理・補修

> 今後10年で計画されている新規事業

- てぶら観光の導入（手荷物預かり・配送・下足袋提供）
- デジタル技術を活用した展示等の充実
- 御作事所出丸と内堀の復元整備 など

> 周辺地域（中曲輪）の事業



提供：姫路市

✓ 価格改定で得た収入は、既存の維持管理費や往時の姿の復元やDX対応などの新規事業費に加え、姫路城周辺地域（中曲輪）の事業費へ活用予定。

✓ 入城料値上げにより、特に国内訪問者が減少し、周辺施設の集客数や消費額への影響も懸念されるため、地域一帯での誘客施策を引き続き検討する必要がある。

3. 今後の可能性

日本には公共施設が多く存在する中、姫路城の柔軟な価格改定は他地域に先行する参考事例といえる。

国内外の先進事例を参考に、各地域が姫路城のような“将来を見据えた価格設定”に取り組み、地域における消費額や関係人口の増加、地域一帯での観光地整備などを推し進めることで、国内の活気あふれる街が継続・継承されることを期待したい。

3 <コラム> 二次交通の課題解決に向けた取り組み（移動需要の取り込み）

二次交通の取り組み

- 「二次交通」とは、鉄道主要駅や空港等の交通拠点と目的の観光地を結ぶ交通アクセス※1とされるが、「令和7年版 交通政策白書」によると、**地方部においてはインバウンドを含め観光客の二次交通の確保が課題**となっている。また、第3次交通政策基本計画では、インバウンドも使いやすい移動のために①「観光の足」の確保、②官民連携による実証の全国展開、③地域交通DX・自動化（検索・予約・決済の利便化など）を進め、地方周遊を後押ししている※2。
- 観光客・インバウンドの地方周遊は、消費機会の拡大や消費額の増加が期待され地方創生にも資する。二次交通の解決に向けた取り組み事例の一部を下表に記載したが、**①解決方法が各地域の実情から一様でないこと、②住民生活の質の確保との両立を企図したもの**、などが確認された。
- なお、次ページでは、二次交通としての移動需要の取り込みに向けた戦略的な事例として、岡山県の「都市型ハイヤー」を紹介する。

取り組み主体 (実施地)	課題	取り組み内容（課題の解決方法）	成果・期待効果	カバー範囲・価格など
瀬戸内アイランドクルーズ(株) (香川県 土庄町)	離島内の周遊性・移動手段の不足	「EVトウクトウクレンタル」 ・電動トウクトウクのレンタル提供(3人乗り)	小回り・自由度が高く、観光回遊性・体験価値が向上	豊島 島内周遊 2時間4,500円～
JRバス中国(株) 「ひろしまめいぶる～ぷ」/ 広島電鉄(株)・広島バス(株) 「エキまちループ」 (広島県 広島市)	「めいぶる～ぷ」：周遊性・情報・案内のわかりやすさ 「エキまちループ」：観光客と生活者の目的地が重なる中心部における移動効率・時間短縮	「ひろしまめいぶる～ぷ」 ・主要観光スポットを循環する観光周遊バスの定期運行 (原爆ドーム、平和記念公園、広島城、美術館などを一体的に結ぶルート) 広島市都心循環バス「エキまちループ」 市内循環・時間短縮型（広島駅から八丁堀、紙屋町など中心部を結ぶルート）	観光客および地域住民の移動利便性を両立（観光交通・都心循環交通・生活交通の役割分担）	「ひろしまめいぶる～ぷ」 広島市中心部の主要観光地周遊 1日乗車券制：大人600円 1乗車：大人240円 「エキまちループ」広島駅～中心部循環 1乗車：大人240円
佐渡市 (新潟県 佐渡市)	観光シーズンや夜間のタクシー・運転手不足、観光二次交通および地域の移動手段の確保	「佐渡版ライドシェア」(実証実験) 市内タクシー事業者と連携し、不足しているタクシーの補完として、国土交通大臣の認定講習を受けた一般ドライバーが自家用車を用いて旅客を有償で運ぶ	観光客の移動円滑化 市民の移動確保 持続可能な地域交通の検証	佐渡市内全域／観光シーズンを中心とした期間限定実証 ※タクシー事業者主体＋自家用有償旅客運送を組み合わせた方式
白馬村 (長野県 白馬村)	長期滞在するインバウンドが夕方以降に飲食や買い物などで村内移動するための交通手段が不十分（コロナ前は定時定路線のシャトルバスを運行も利用は限定的）	「白馬デマンドタクシーふれAI号」(AIオンデマンド乗合交通) 路線やダイヤは決まっておらず乗車予約に基づいて、最適なルートで運行する乗合バス。AIが予約に応じて最適なルートを選んで運行する。 ※乗合タクシー「白馬ふれ愛号」（住民交通）に、冬の観光デマンドタクシー「白馬ナイトデマンドタクシー」のAI機能を統合した新たな交通システム	村内における便利で効率的な生活交通手段と観光交通手段の確保	白馬村内93箇所（村民のみ条件次第で自宅前での乗車・降車も可能） 1乗車 300円 ※割引対象者は、270円／243円 ・65歳以上 ・アプリ内クレジット決済の場合 ・身体障害者 など
東京バス(株) (沖縄県 那覇市)	クルーズ船寄港時のラストワンマイル交通の確保	「那覇クルーズターミナルシャトルバス」(実証運行) ・クルーズ船寄港日に限定して運行される、那覇港から国際通りへのシャトルバス	旅客の利便性向上。港と市街地を直結する移動手段を確保し、回遊・滞在・消費を促進	那覇港—国際通り間 寄港日のみ運行 片道：240円

1 出典：政策推進部会審議会資料「2章交通拠点と観光地を結ぶ二次交通の現状調査」(国土交通省東北運輸局)(https://www.tb.mlit.go.jp/tohoku/00001_00402.html)

2 出典：「【参考】第3次交通政策基本計画の概要」(国土交通省) (<https://www.mlit.go.jp/sogoseisaku/transport/content/001977287.pdf>)

3 出典：2026年3月10日時点のインターネット公開情報をもとにDBJ作成

都市型ハイヤー 営業区域 岡山県全域指定（岡山県） ～県単位での広域指定は全国初。広域／高付加価値な移動需要の取り込み～

1. 背景

岡山県では、「大阪・関西万博」や「瀬戸内国際芸術祭2025」などの大型イベントの開催や玉野市宇野港へのクルーズ船の寄港に伴い、富裕層・インバウンドを含む広域周遊ニーズ（*1）の高まりが見込まれていた。一方、富裕層・インバウンドの利用も期待されるタクシー・ハイヤーは、その営業区域が道路運送法施行規則により主に市町村単位で設定されていることから、発地・着地ともに営業区域外となる運行が認められず、広域周遊ニーズに十分に对应できていなかった。富裕層・インバウンドをはじめとする広域的な観光需要を都市型ハイヤーの制度（*2）で取り込みたいとする岡山県タクシー協会の要請を受け、中国運輸局は、都市型ハイヤーの営業区域を岡山県内に指定し、かつ当該指定は、全国初となるより広い県単位での営業区域とすることで広域周遊に対応可能な運行環境を整備した。

（*1）例えば、都市部から離れた県内海港から県外空港までの広域行程で当該ルート途上で複数の観光地を経由したい、という広域的で多経由の行程を可能とする観光周遊ニーズ

（*2）事前の予約により運行されている車両（ハイヤー）のうち、次の2つの運行形態によるもの。

- ・1日を超える単位として専属で常時運送を提供する契約に基づいて行われる運行
- ・2時間以上の時間を単位として契約される運行

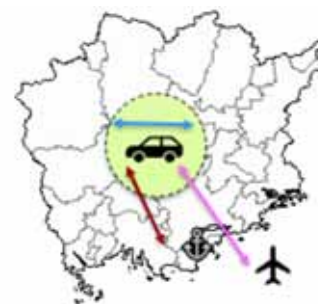
2. 効果

県全域指定により、より広域な範囲で発着地・経由地の組み合わせが可能となることから、移動時の乗り換えや手配の煩雑さが軽減され、移動の円滑化や体験価値の向上につながることを期待される。特に、クルーズ客などの滞在時間に制約のある来訪者にとっては、その効果が大きいものと思われる。事業者側にとっても広域／高付加価値のサービス提供の機会が増え、移動を含めた観光体験の商品化を通じて観光消費の拡大も期待される。本事例は、観光地側で発生する需要と、都市部の供給余力やノウハウを有する事業者を、結び付ける点に意義があると整理できる。

3. 今後の可能性

本事例は、すべての二次交通課題を解決するものではないが、従来は制度や実務上の制約から十分に対応できていなかった広域／高付加価値な移動需要を戦略的に取り込み、観光消費を地域に落とすことに意義がある。今後、他地域においても、人口規模や地理条件、観光資源などに応じて課題の性質は異なるものの、地域特性を踏まえた制度運用や供給の工夫により、従来は取りこぼされていた需要に対応できる余地が広がる可能性を示している。

タクシー・ハイヤーの営業区域



運行地域・行程に制限

都市型ハイヤーの営業区域



- 運行地域・行程ともに広域
- ハイヤー増加に伴う高付加価値需要取り込みの期待

Appendix

Appendix 体験したいこと（関西エリア）

<アジア>

(%)

	全体 (n=3,020)		京都 (n=1,172)		大阪 (n=1,241)		神戸 (n=458)		姫路 (n=120)		奈良 (n=431)		熊野 (n=74)		高野山 (n=87)	
1	自然や風景の見物	55.4	自然や風景の見物	62.3	自然や風景の見物	62.6	自然や風景の見物	65.7	√自然や風景の見物 √桜の観賞	69.2	自然や風景の見物	66.1	伝統的日本料理	67.6	有名な史跡や歴史的な建築物の見物	70.1
2	桜の観賞	52.7	桜の観賞	62.1	桜の観賞	61.6	伝統的日本料理	62.0			伝統的日本料理	62.6	桜の観賞	66.2	自然や風景の見物	69.0
3	伝統的日本料理	44.1	伝統的日本料理	58.2	伝統的日本料理	56.9	桜の観賞	61.6	伝統的日本料理	67.5	桜の観賞	61.9	自然や風景の見物	62.2	桜の観賞	67.8
4	雪景色観賞	40.4	温泉への入浴	50.7	温泉への入浴	48.3	温泉への入浴	56.3	紅葉の観賞	62.5	温泉への入浴	52.4	√雪景色観賞 √紅葉の観賞	60.8	世界遺産の見物	64.4
5	温泉への入浴	39.0	雪景色観賞	46.1	雪景色観賞	46.2	有名な史跡や歴史的な建築物の見物	49.3	√有名な史跡や歴史的な建築物の見物 √世界遺産の見物	60.0	紅葉の観賞	51.3			雪景色観賞	63.2

<欧米豪>

	全体 (n=811)		京都 (n=237)		大阪 (n=257)		神戸 (n=89)		姫路 (n=18)		奈良 (n=38)		熊野 (n=9)		高野山 (n=28)	
1	桜の観賞	53.0	桜の観賞	67.5	桜の観賞	65.0	自然や風景の見物	64.0	伝統的日本料理	83.3	√有名な史跡や歴史的な建築物の見物 √伝統的日本料理	71.1	日本庭園の見物	77.8	日本庭園の見物	75.0
2	自然や風景の見物	52.9	自然や風景の見物	65.0	自然や風景の見物	64.2	有名な史跡や歴史的な建築物の見物	60.7	自然や風景の見物	77.8			√自然や風景の見物 √有名な史跡や歴史的な建築物の見物	55.6	桜の観賞	67.9
3	日本庭園の見物	50.2	伝統的日本料理	60.8	伝統的日本料理	59.5	√桜の観賞 √日本庭園の見物	58.4	√桜の観賞 √日本庭園の見物 √伝統工芸品に関する体験 √世界遺産の見物	66.7	√自然や風景の見物 √日本庭園の見物	68.4	√イベント・祭りの見物		44.4	√自然や風景の見物 √有名な史跡や歴史的な建築物の見物 √伝統工芸品に関する体験
4	有名な史跡や歴史的な建築物の見物	45.6	日本庭園の見物	59.5	日本庭園の見物	58.4	伝統的日本料理				52.8		桜の観賞	63.2		√桜の観賞 √伝統工芸品に関する体験 √世界遺産の見物 √スポーツ観戦
5	伝統的日本料理	44.4	有名な史跡や歴史的な建築物の見物	58.2	有名な史跡や歴史的な建築物の見物	56.4	伝統的日本料理	52.8	桜の観賞	63.2	桜の観賞	63.2	√桜の観賞 √伝統工芸品に関する体験 √世界遺産の見物 √スポーツ観戦	44.4	√有名な史跡や歴史的な建築物の見物 √伝統工芸品に関する体験	60.7

備考1) n：(全体)訪日希望者数。(観光地)訪問意向地として選択された回答数(但し、複数地点を選択可)。

備考2) 訪日旅行で体験したいことのうち上位5項目(複数の項目を選択可)

出典：「DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査 2025年度版」より作成

Appendix 体験したいこと（中国エリア）

<アジア>

(%)

	全体 (n=3,020)		鳥取 (n=150)		松江 (n=62)		出雲 (n=68)		岡山 (n=141)		倉敷 (n=67)		広島 (n=336)		宮島 (n=69)	
1	自然や風景の見物	55.4	自然や風景の見物	66.7	世界遺産の見物	61.3	世界遺産の見物	66.2	自然や風景の見物	68.8	自然や風景の見物	74.6	自然や風景の見物	67.6	自然や風景の見物	68.1
2	桜の観賞	52.7	桜の観賞	65.3	✓桜の観賞	56.5	✓自然や風景の見物 ✓雪景色観賞	64.7	桜の観賞	65.2	✓桜の観賞 ✓紅葉の観賞	64.2	桜の観賞	67.0	紅葉の観賞	63.8
3	伝統的日本料理	44.1	伝統的日本料理	64.0	✓有名な史跡や歴史的な建築物の見物				伝統的日本料理	58.2			伝統的日本料理	58.6	✓世界遺産の見物 ✓伝統的日本料理	62.3
4	雪景色観賞	40.4	紅葉の観賞	59.3	自然や風景の見物	54.8	紅葉の観賞	63.2	✓紅葉の観賞 ✓世界遺産の見物	55.3	有名な史跡や歴史的な建築物の見物	62.7	紅葉の観賞	57.1		
5	温泉への入浴	39.0	雪景色観賞	56.0	紅葉の観賞	54.8	有名な史跡や歴史的な建築物の見物	61.8		✓世界遺産の見物 ✓伝統的日本料理	61.2	有名な史跡や歴史的な建築物の見物	54.2	有名な史跡や歴史的な建築物の見物		

<欧米豪>

	全体 (n=811)		鳥取 (n=10)		松江 (n=3)		出雲 (n=6)		岡山 (n=32)		倉敷 (n=10)		広島 (n=155)		宮島 (n=14)	
1	桜の観賞	53.0	桜の観賞	70.0	✓日本庭園の見物 ✓近代的／先進的な建築物の見物 ✓ドラマや映画のロケ地・アニメの舞台の見物	66.7	✓イベント・祭りの見物 ✓伝統的日本料理	66.7	日本庭園の見物	78.1	✓イベント・祭りの見物 ✓伝統的日本料理	70.0	自然や風景の見物	69.7	日本庭園の見物	78.6
2	自然や風景の見物	52.9	✓日本庭園の見物 ✓イベント・祭りの見物	60.0					✓有名な史跡や歴史的な建築物の見物	66.7			✓日本庭園の見物 ✓伝統工芸品に関する体験	50.0	桜の観賞	68.8
3	日本庭園の見物	50.2	✓紅葉の観賞 ✓近代的／先進的な建築物の見物 ✓化粧品や医薬品の購入	50.0	✓美術館や博物館の鑑賞	50.0	✓フルーツ狩り ✓日本の酒	50.0	伝統的日本料理		62.5	✓日本庭園の見物			50.0	伝統的日本料理
4	有名な史跡や歴史的な建築物の見物	45.6			✓伝統的日本料理				50.0	✓イベント・祭りの見物	50.0		✓自然や風景の見物 ✓温泉への入浴	50.0		イベント・祭りの見物
5	伝統的日本料理	44.4	✓イベント・祭りの見物	50.0	✓伝統的日本料理	50.0	✓自然や風景の見物 ✓温泉への入浴	50.0		イベント・祭りの見物		56.3			✓日本庭園の見物	50.0

備考1) n：(全体)訪日希望者数。(観光地)訪問意向地として選択された回答数(但し、複数地点を選択可)。

備考2) 訪日旅行で体験したいことのうち上位5項目(複数の項目を選択可)

出典：「DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査 2025年度版」より作成

Appendix 体験したいこと（四国エリア）

<アジア>

(%)

	全体 (n=3,020)		徳島 (n=114)		祖谷溪 (n=59)		高松 (n=77)		直島 (n=47)		松山 (n=95)		高知 (n=84)	
1	自然や風景の見物	55.4	自然や風景の見物	63.2	自然や風景の見物	69.5	自然や風景の見物	66.2	▽有名な史跡や歴史的な建築物の見物 ▽日本庭園の見物	63.8	有名な史跡や歴史的な建築物の見物	66.3	自然や風景の見物	72.6
2	桜の観賞	52.7	桜の観賞	60.5	世界遺産の見物	66.1	有名な史跡や歴史的な建築物の見物	59.7			▽自然や風景の見物 ▽雪景色観賞 ▽桜の観賞	63.2	紅葉の観賞	70.2
3	伝統的日本料理	44.1	紅葉の観賞	57.0	有名な史跡や歴史的な建築物の見物	64.4	雪景色観賞	57.1	世界遺産の見物	63.2				桜の観賞
4	雪景色観賞	40.4	雪景色観賞	55.3	▽雪景色観賞 ▽桜の観賞	62.7	桜の観賞	53.2					世界遺産の見物	63.2
5	温泉への入浴	39.0	有名な史跡や歴史的な建築物の見物	54.4			世界遺産の見物	51.9	世界遺産の見物	57.9	有名な史跡や歴史的な建築物の見物	63.1		

<欧米豪>

	全体 (n=811)		徳島 (n=12)		祖谷溪 (n=13)		高松 (n=18)		直島 (n=17)		松山 (n=10)		高知 (n=23)	
1	桜の観賞	53.0	日本庭園の見物	83.3	▽有名な史跡や歴史的な建築物の見物 ▽伝統工芸品に関する体験	76.9	自然や風景の見物	66.7	イベント・祭りの見物	70.6	世界遺産の見物	60.0	▽紅葉の観賞 ▽有名な史跡や歴史的な建築物の見物	52.2
2	自然や風景の見物	52.9	▽自然や風景の見物 ▽雪景色観賞	58.3			▽日本庭園の見物 ▽イベント・祭りの見物 ▽伝統的日本料理	61.1	▽有名な史跡や歴史的な建築物の見物 ▽日本庭園の見物	64.7	▽自然や風景の見物 ▽有名な史跡や歴史的な建築物の見物	50.0		
3	日本庭園の見物	50.2			桜の観賞	50.0							自然や風景の見物	61.5
4	有名な史跡や歴史的な建築物の見物	45.6	▽桜の観賞 ▽伝統工芸品に関する体験	50.0	自然や風景の見物	61.5	▽桜の観賞 ▽有名な史跡や歴史的な建築物の見物	55.6	伝統工芸品に関する体験	52.9	自然や風景の見物	43.5		
5	伝統的日本料理	44.4	▽世界遺産の見物 ▽伝統的日本料理	50.0	自然や風景の見物	61.5	▽桜の観賞 ▽有名な史跡や歴史的な建築物の見物	55.6	伝統工芸品に関する体験	52.9	自然や風景の見物	43.5		

備考1) n：(全体) 訪日希望者数。(観光地) 訪問意向地として選択された回答数(但し、複数地点を選択可)。

備考2) 訪日旅行で体験したいことのうち上位5項目(複数の項目を選択可)

出典：「DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査 2025年度版」より作成

Appendix 体験したいこと（夜間・関西エリア）

<アジア>

(%)

	全体 (n=3,020)		京都 (n=1,172)		大阪 (n=1,241)		神戸 (n=458)		姫路 (n=120)		奈良 (n=431)		熊野 (n=74)		高野山 (n=87)	
1	ストリートフード/ナイトマーケットでの食べ歩き	46.1	ストリートフード/ナイトマーケットでの食べ歩き	53.5	ストリートフード/ナイトマーケットでの食べ歩き	55.1	ストリートフード/ナイトマーケットでの食べ歩き	60.7	日本の伝統的な料亭での飲食	59.2	ストリートフード/ナイトマーケットでの食べ歩き	53.6	日本の伝統的な料亭での飲食	52.7	ストリートフード/ナイトマーケットでの食べ歩き	56.3
2	ショッピング	38.6	ショッピング	47.4	ショッピング	47.6	ショッピング	52.4	ストリートフード/ナイトマーケットでの食べ歩き	54.2	ショッピング	49.9	大衆居酒屋での飲食	48.6	日本の伝統的な料亭での飲食	49.4
3	夜景観賞	35.9	夜景観賞	43.9	夜景観賞	44.4	日本の伝統的な料亭での飲食	47.8	夜景観賞	50.8	日本の伝統的な料亭での飲食	47.6	ストリートフード/ナイトマーケットでの食べ歩き	45.9	夜景観賞	46.0
4	日本の伝統的な料亭での飲食	35.1	日本の伝統的な料亭での飲食	42.5	日本の伝統的な料亭での飲食	41.3	夜景観賞	47.4	ショッピング	49.2	夜景観賞	45.9	イベント・祭りの見物	44.6	ショッピング	42.5
5	夜間スパ・温泉・サウナ/ウェルネス体験	28.8	夜間スパ・温泉・サウナ/ウェルネス体験	34.5	夜間スパ・温泉・サウナ/ウェルネス体験	33.0	大衆居酒屋での飲食	38.0	大衆居酒屋での飲食	44.2	大衆居酒屋での飲食	44.1	✓ショッピング ✓夜景観賞	43.2	カジュアルでおしゃれなカフェやレストランでの飲食	40.2

<欧米豪>

	全体 (n=811)		京都 (n=237)		大阪 (n=257)		神戸 (n=89)		姫路 (n=18)		奈良 (n=38)		熊野 (n=9)		高野山 (n=28)	
1	日本の伝統的な料亭での飲食	38.6	ストリートフード/ナイトマーケットでの食べ歩き	54.0	ストリートフード/ナイトマーケットでの食べ歩き	50.6	日本の伝統的な料亭での飲食	52.8	ストリートフード/ナイトマーケットでの食べ歩き	77.8	ストリートフード/ナイトマーケットでの食べ歩き	63.2	✓ナイトツアー ✓ストリートフード/ナイトマーケットでの食べ歩き	44.4	✓日本の伝統的な料亭での飲食 ✓ナイトクルーズ	53.6
2	ストリートフード/ナイトマーケットでの食べ歩き	38.1	日本の伝統的な料亭での飲食	52.3	日本の伝統的な料亭での飲食	50.2	ストリートフード/ナイトマーケットでの食べ歩き	51.7	✓ライトアップされた季節の庭園・風物 ✓日本の伝統的な料亭での飲食	55.6	日本の伝統的な料亭での飲食	60.5	✓日本の伝統的な料亭での飲食 ✓ショッピング ✓日本のおしゃれなカフェやレストランでの飲食	44.7	✓日本の伝統的な料亭での飲食 ✓夜景観賞	46.4
3	カジュアルでおしゃれなカフェやレストランでの飲食	28.2	日本の伝統的な料亭での飲食	36.7	バーやパブに行く	35.8	日本の伝統的な料亭での飲食	37.1	✓日本の伝統的な料亭での飲食	50.0	カジュアルでおしゃれなカフェやレストランでの飲食	50.0	✓日本の伝統的な料亭での飲食 ✓ナイトクルーズ ✓野外キャンプ・星空観察などの自然体験	39.5	✓ストリートフード/ナイトマーケットでの食べ歩き ✓夜景観賞	42.9
4	夜景観賞	27.6	バーやパブに行く	34.6	夜景観賞	33.5	カジュアルでおしゃれなカフェやレストランでの飲食	32.6	カジュアルでおしゃれなカフェやレストランでの飲食	44.4	日本の伝統的な料亭での飲食	39.5	✓日本の伝統的な料亭での飲食 ✓ナイトクルーズ ✓野外キャンプ・星空観察などの自然体験	33.3	✓ストリートフード/ナイトマーケットでの食べ歩き ✓夜景観賞	42.9
5	バーやパブに行く	27.4	夜景観賞	34.6	カジュアルでおしゃれなカフェやレストランでの飲食	32.7	夜景観賞	30.3	✓日本の伝統的な料亭での飲食 ✓大衆居酒屋での飲食 ✓夜景観賞 ✓ナイトクルーズ	44.4	日本の伝統的な料亭での飲食	39.5	✓日本の伝統的な料亭での飲食 ✓ナイトクルーズ ✓野外キャンプ・星空観察などの自然体験	33.3	✓ストリートフード/ナイトマーケットでの食べ歩き ✓夜景観賞	42.9

備考1) n : (全体) 訪日希望者数。(観光地) 訪問意向地として選択された回答数(但し、複数地点を選択可)。

備考2) 訪日旅行で特に夜間(18時以降)体験したいことのうち上位5項目(複数の項目を選択可)

出典:「DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査 2025年度版」より作成

Appendix 体験したいこと（夜間・中国エリア）

<アジア> (%)

	全体 (n=3,020)		鳥取 (n=150)		松江 (n=62)		出雲 (n=68)		岡山 (n=141)		倉敷 (n=67)		広島 (n=336)		宮島 (n=69)	
1	ストリートフード/ナイトマーケットでの食べ歩き	46.1	ストリートフード/ナイトマーケットでの食べ歩き	54.0	夜景観賞	48.4	日本の伝統的な料亭での飲食	50.0	日本の伝統的な料亭での飲食	51.1	日本の伝統的な料亭での飲食	53.7	ストリートフード/ナイトマーケットでの食べ歩き	58.6	ストリートフード/ナイトマーケットでの食べ歩き	53.6
2	ショッピング	38.6	日本の伝統的な料亭での飲食	52.0	ショッピング	43.5	夜景観賞	44.1	ショッピング ストリートフード/ナイトマーケットでの食べ歩き	48.9	ストリートフード/ナイトマーケットでの食べ歩き	50.7	日本の伝統的な料亭での飲食	51.5	日本の伝統的な料亭での飲食	52.2
3	夜景観賞	35.9	ショッピング	48.7	大衆居酒屋での飲食	40.3	ストリートフード/ナイトマーケットでの食べ歩き 大衆居酒屋での飲食	42.6	夜景観賞	43.3	夜景観賞	49.3	夜景観賞	51.2	ショッピング 夜景観賞	47.8
4	日本の伝統的な料亭での飲食	35.1	夜景観賞	47.3	ストリートフード/ナイトマーケットでの食べ歩き	37.1	大衆居酒屋での飲食	41.2	ライトアップされた建築物の鑑賞 イベント・祭りの見物	40.4	ショッピング 大衆居酒屋での飲食	47.8	ショッピング	48.2	夜景観賞	
5	夜間スパ・温泉・サウナ/ウェルネス体験	28.8	大衆居酒屋での飲食	46.0	大衆居酒屋での飲食 ウェルネス体験	37.1	イベント・祭りの見物	41.2	ライトアップされた建築物の鑑賞 イベント・祭りの見物 大衆居酒屋での飲食	40.4	ショッピング 大衆居酒屋での飲食	47.8	イベント・祭りの見物	39.0	大衆居酒屋での飲食	46.4

<欧米豪>

	全体 (n=811)		鳥取 (n=10)		松江 (n=3)		出雲 (n=6)		岡山 (n=32)		倉敷 (n=10)		広島 (n=155)		宮島 (n=14)	
1	日本の伝統的な料亭での飲食	38.6	ショッピング エンターテイメントが楽しめるレストラン	50.0	夜景観賞	100.0	ナイトクラブに行く ストリートフード/ナイトマーケットでの食べ歩き	83.3	ストリートフード/ナイトマーケットでの食べ歩き	62.5	ストリートフード/ナイトマーケットでの食べ歩き	60.0	ストリートフード/ナイトマーケットでの食べ歩き	52.3	ストリートフード/ナイトマーケットでの食べ歩き	57.1
2	ストリートフード/ナイトマーケットでの食べ歩き	38.1			日本の伝統的な料亭での飲食	66.7	ストリートフード/ナイトマーケットでの食べ歩き		日本の伝統的な料亭での飲食	46.9	バーやバブに行く 夜景観賞	40.0	日本の伝統的な料亭での飲食	50.3	ショッピング	42.9
3	カジュアルでおしゃれなカフェやレストランでの飲食	28.2			ライトアップされた季節の庭園・風物の見物 ライトアップされた建築物の鑑賞								日本の伝統芸能鑑賞	41.3		
4	夜景観賞	27.6			イベント・祭りの見物 日本の伝統芸能鑑賞 ライブ音楽・コンサート/演劇・ミュージカル鑑賞								バーやバブに行く	39.4	ライトアップされた季節の庭園・風物の見物 イベント・祭りの見物	
5	バーやバブに行く	27.4	ナイトツアー ストリートフード/ナイトマーケットでの食べ歩き 野外キャンプ・星空観察などの自然体験	40.0	ナイトクラブに行く ストリートフード/ナイトマーケットでの食べ歩き 大衆居酒屋での飲食 エンターテイメントが楽しめるレストラン	33.3	ナイトツアー ショッピング バーやバブに行く 日本の伝統的な料亭での飲食	50.0	ナイトツアー ショッピング バーやバブに行く	37.5	ライトアップされた季節の庭園・風物の見物 日本の伝統芸能鑑賞 夜間開館の美術館・博物館の観賞	30.0	ライトアップされた季節の庭園・風物の見物 カジュアルでおしゃれなカフェやレストランでの飲食	32.3	ナイトツアー ナイトサファリ・夜の動物園/水族館に行く ナイトツアー 大衆居酒屋での飲食 カジュアルでおしゃれなカフェやレストランでの飲食 日本の伝統的な料亭での飲食 ナイトクルーズ 夜間スパ・温泉・サウナ/ウェルネス体験	28.6

備考1) n：(全体)訪日希望者数。(観光地)訪問意向地として選択された回答数(但し、複数地点を選択可)。

備考2) 訪日旅行で特に夜間(18時以降)体験したいことのうち上位5項目(複数の項目を選択可)

出典：「DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査 2025年度版」より作成

観光地に関する設問は、日本の観光地の認知に関する回答者を対象としているため、日本への訪問意向はあるものの、具体的な観光地を認知していない回答が含まれる場合がある。このため、本編とAppendixで集計結果に僅かな差が生じている。

Appendix

体験したいこと（夜間・四国エリア）

<アジア>

(%)

	全体 (n=3,020)		徳島 (n=114)		祖谷溪 (n=59)		高松 (n=77)		直島 (n=47)		松山 (n=95)		高知 (n=84)	
	1	ストリートフード/ナイト マーケットでの食べ歩き	46.1	夜景観賞	51.8	ストリートフード/ナイト マーケットでの食べ歩き	50.8	夜景観賞	46.8	ストリートフード/ナイト マーケットでの食べ歩き	51.1	ストリートフード/ナイト マーケットでの食べ歩き	53.7	ストリートフード/ナイト マーケットでの食べ歩き
2	ショッピング	38.6	▽ショッピング ▽ストリートフード/ナイ トマーケットでの食べ歩き	49.1	日本の伝統的な料亭での飲 食	50.8	▽大衆居酒屋での飲食 ▽日本の伝統的な料亭での 飲食	44.2	▽ライトアップされた建築 物の鑑賞 ▽大衆居酒屋での飲食 ▽日本の伝統的な料亭での 飲食	44.7	日本の伝統的な料亭での飲 食	49.5	夜景観賞	51.2
3	夜景観賞	35.9			夜景観賞	44.1					ショッピング	45.3	日本の伝統的な料亭での飲 食	50.0
4	日本の伝統的な料亭での飲 食	35.1	大衆居酒屋での飲食	42.1	ナイトツアー	40.7	ストリートフード/ナイト マーケットでの食べ歩き	42.9					大衆居酒屋での飲食	48.8
5	夜間スパ・温泉・サウナ/ ウェルネス体験	28.8	日本の伝統的な料亭での飲 食	40.4	▽ライトアップされた季節 の庭園・風物の見物 ▽ショッピング ▽夜間スパ・温泉・サウナ /ウェルネス体験	37.3	ショッピング	40.3	夜景観賞	42.6	▽ライトアップされた建築 物の鑑賞 ▽夜景観賞	43.2	ライトアップされた季節の 庭園・風物の見物	45.2

<欧米豪>

	全体 (n=811)		徳島 (n=12)		祖谷溪 (n=13)		高松 (n=18)		直島 (n=17)		松山 (n=10)		高知 (n=23)	
	1	日本の伝統的な料亭での飲 食	38.6	日本の伝統芸能鑑賞	50.0			日本の伝統的な料亭での飲 食	50.0	▽ストリートフード/ナイ トマーケットでの食べ歩き	52.9	▽ナイトツアー ▽ナイトクルーズ	50.0	▽ストリートフード/ナイ トマーケットでの食べ歩き
2	ストリートフード/ナイト マーケットでの食べ歩き	38.1			▽ナイトツアー ▽バーやパブに行く ▽夜景観賞	53.8	ストリートフード/ナイト マーケットでの食べ歩き	38.9	▽エンターテインメントが楽 しめるレストラン				▽日本の伝統的な料亭での 飲食	
3	カジュアルでおしゃれなカ フェやレストランでの飲食	28.2	▽夜間営業の遊園地・テー マパークに行く ▽バーやパブに行く ▽エンターテインメントが楽 しめるレストラン	41.7			▽ライトアップされた季節 の庭園・風物の見物	47.1	日本の伝統的な料亭での飲 食	47.1	▽イベント・祭りの見物 ▽日本の伝統芸能鑑賞 ▽ショッピング	40.0	▽ナイトツアー ▽エンターテインメントが楽 しめるレストラン	34.8
4	夜景観賞	27.6	▽日本の伝統芸能鑑賞 ▽夜間営業の遊園地・テー マパークに行く ▽夜景観賞		▽日本の伝統芸能鑑賞 ▽夜間営業の遊園地・テー マパークに行く ▽日本の伝統的な料亭での 飲食	46.2	▽イベント・祭りの見物 ▽日本の伝統芸能鑑賞 ▽ショッピング	33.3	夜景観賞	41.2	▽ストリートフード/ナイ トマーケットでの食べ歩き ▽エンターテインメントが楽 しめるレストラン			
5	バーやパブに行く	27.4							▽バーやパブに行く ▽大衆居酒屋での飲食	35.3			野外キャンプ・星空観察な どの自然体験	30.4

備考1) n：（全体）訪日希望者数。（観光地）訪問意向地として選択された回答数（但し、複数地点を選択可）。

備考2) 訪日旅行で特に夜間（18時以降）体験したいことのうち上位5項目（複数の項目を選択可）

観光地に関する設問は、日本の観光地の認知に関する回答者を対象としているため、日本への訪問意向はあるものの、具体的な観光地を認知していない回答が含まれる場合がある。このため、本編とAppendixで集計結果に僅かな差が生じている。

(%)

	全体	京都	大阪	神戸	姫路	奈良	熊野	高野山	鳥取	松江	出雲	岡山	倉敷	広島	宮島	徳島	祖谷溪	高松	直島	松山	高知
全体計 (n)	(3,831)	(1,409)	(1,498)	(547)	(138)	(469)	(83)	(115)	(160)	(65)	(74)	(173)	(77)	(491)	(83)	(126)	(72)	(95)	(64)	(105)	(107)
特に追加料金を払わずに、標準的な体験をしたい	46.6	45.1	45.1	41.0	50.7	47.3	51.8	40.9	48.1	38.5	55.4	38.7	53.2	42.6	47.0	44.4	36.1	45.3	46.9	42.9	40.2
通常料金より20%高くても、日本ならではの特別で質の高い体験をしたい	48.0	49.0	49.0	53.0	44.9	48.8	42.2	49.6	47.5	53.8	40.5	51.4	41.6	52.1	45.8	53.2	50.0	45.3	46.9	50.5	51.4
通常料金より50%以上高くても、非常に特別で質の高い、思い出に残るような体験をしたい	5.5	6.0	5.9	6.0	4.3	3.8	6.0	9.6	4.4	7.7	4.1	9.8	5.2	5.3	7.2	2.4	13.9	9.5	6.3	6.7	8.4
アジア計 (n)	(3,020)	(1,172)	(1,241)	(458)	(120)	(431)	(74)	(87)	(150)	(62)	(68)	(141)	(67)	(336)	(69)	(114)	(59)	(77)	(47)	(95)	(84)
特に追加料金を払わずに、標準的な体験をしたい	47.4	45.6	46.0	42.6	50.8	48.3	51.4	39.1	48.0	38.7	52.9	39.7	55.2	40.8	44.9	43.9	37.3	48.1	46.8	43.2	41.7
通常料金より20%高くても、日本ならではの特別で質の高い体験をしたい	47.4	48.6	48.6	52.2	44.2	48.3	44.6	50.6	48.0	54.8	42.6	51.8	40.3	53.6	47.8	53.5	49.2	41.6	46.8	52.6	51.2
通常料金より50%以上高くても、非常に特別で質の高い、思い出に残るような体験をしたい	5.2	5.7	5.4	5.2	5.0	3.5	4.1	10.3	4.0	6.5	4.4	8.5	4.5	5.7	7.2	2.6	13.6	10.4	6.4	4.2	7.1
欧米豪計 (n)	(811)	(237)	(257)	(89)	(18)	(38)	(9)	(28)	(10)	(3)	(6)	(32)	(10)	(155)	(14)	(12)	(13)	(18)	(17)	(10)	(23)
特に追加料金を払わずに、標準的な体験をしたい	43.5	42.2	40.9	32.6	50.0	36.8	55.6	46.4	50.0	33.3	83.3	34.4	40.0	46.5	57.1	50.0	30.8	33.3	47.1	40.0	34.8
通常料金より20%高くても、日本ならではの特別で質の高い体験をしたい	50.1	50.6	51.0	57.3	50.0	55.3	22.2	46.4	40.0	33.3	16.7	50.0	50.0	49.0	35.7	50.0	53.8	61.1	47.1	30.0	52.2
通常料金より50%以上高くても、非常に特別で質の高い、思い出に残るような体験をしたい	6.4	7.2	8.2	10.1	0.0	7.9	22.2	7.1	10.0	33.3	0.0	15.6	10.0	4.5	7.1	0.0	15.4	5.6	5.9	30.0	13.0

備考：n：(全体) 訪日希望者数。(観光地) 訪問意向地として選択された回答数(但し、複数地点を選択可)。

出典：「DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査 2025年度版」より作成

Appendix

地方訪問①地方訪問経験・訪問意向

(%)

		全体	京都	大阪	神戸	姫路	奈良	熊野	高野山	鳥取	松江	出雲	岡山	倉敷	広島	宮島	徳島	相谷浜	高松	直島	松山	高知
全体計 (n)		(4,985)	(1,772)	(1,880)	(697)	(178)	(608)	(109)	(152)	(211)	(90)	(99)	(219)	(101)	(618)	(117)	(156)	(93)	(132)	(79)	(131)	(144)
訪問 経験 あり	今後もぜひ旅行したい	38.3	40.6	39.6	44.0	59.0	49.7	55.0	49.3	56.4	54.4	58.6	57.1	63.4	39.2	60.7	52.6	49.5	60.6	72.2	59.5	53.5
	今後も機会があれば旅行したい	21.0	19.2	17.8	18.1	18.0	19.9	22.9	16.4	22.3	27.8	20.2	18.3	17.8	18.1	20.5	26.3	22.6	20.5	12.7	19.8	22.9
	今後はあまり旅行したいと思わない	2.9	2.1	1.8	1.9	2.2	1.2	2.8	2.0	1.9	2.2	5.1	3.2	2.0	2.3	2.6	4.5	2.2	1.5	1.3	3.8	2.1
	今後は旅行しないと思う	1.1	0.5	0.7	0.3	0.0	0.5	0.0	0.0	0.5	1.1	0.0	0.9	1.0	0.8	0.9	0.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.7
訪問 経験 なし	今後はぜひ訪れてみたい	22.7	23.7	25.6	22.2	15.2	16.8	11.9	25.0	12.3	10.0	11.1	13.7	9.9	26.1	12.0	9.6	22.6	9.1	7.6	13.0	13.2
	今後は機会があれば訪れてみたい	11.4	12.4	12.8	12.2	5.6	11.2	7.3	5.9	5.2	4.4	4.0	6.4	5.9	12.3	3.4	6.4	2.2	7.6	3.8	3.8	6.9
	今後もあまり訪れたいと思わない	1.2	0.7	0.7	0.6	0.0	0.3	0.0	1.3	1.4	0.0	1.0	0.0	0.0	0.3	0.0	0.0	0.0	0.8	1.3	0.0	0.0
	今後も訪れないと思う	1.4	0.8	1.0	0.7	0.0	0.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.5	0.0	1.0	0.0	0.0	1.1	0.0	1.3	0.0	0.7
アジア計 (n)		(3,977)	(1,479)	(1,571)	(587)	(151)	(549)	(95)	(119)	(199)	(83)	(92)	(179)	(91)	(432)	(96)	(136)	(79)	(109)	(60)	(119)	(113)
訪問 経験 あり	今後もぜひ旅行したい	42.0	44.5	43.5	47.7	64.2	51.4	56.8	59.7	57.3	54.2	60.9	63.1	68.1	47.0	67.7	55.1	51.9	67.9	80.0	60.5	59.3
	今後も機会があれば旅行したい	22.9	21.1	19.3	19.6	17.2	20.0	24.2	15.1	21.6	27.7	20.7	17.3	15.4	20.6	16.7	25.7	22.8	20.2	11.7	21.0	22.1
	今後はあまり旅行したいと思わない	2.8	1.9	1.8	1.9	2.0	1.1	3.2	1.7	2.0	2.4	4.3	3.9	2.2	3.0	2.1	5.1	2.5	1.8	1.7	4.2	2.7
	今後は旅行しないと思う	1.0	0.4	0.7	0.3	0.0	0.4	0.0	0.0	0.5	1.2	0.0	0.6	1.1	0.7	1.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
訪問 経験 なし	今後はぜひ訪れてみたい	19.1	19.7	21.8	18.2	11.3	15.5	9.5	20.2	12.1	9.6	9.8	9.5	7.7	19.4	8.3	8.8	20.3	3.7	5.0	10.1	9.7
	今後は機会があれば訪れてみたい	10.4	11.4	11.7	11.8	5.3	11.1	6.3	2.5	5.0	4.8	4.3	5.6	5.5	9.3	4.2	5.1	2.5	5.5	1.7	4.2	5.3
	今後もあまり訪れたいと思わない	1.0	0.4	0.5	0.3	0.0	0.2	0.0	0.8	1.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.9	0.0	0.0	0.0
	今後も訪れないと思う	0.9	0.6	0.7	0.2	0.0	0.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.9
欧米豪計 (n)		(1,008)	(293)	(309)	(110)	(27)	(59)	(14)	(33)	(12)	(7)	(7)	(40)	(10)	(186)	(21)	(20)	(14)	(23)	(19)	(12)	(31)
訪問 経験 あり	今後もぜひ旅行したい	24.0	20.8	19.4	24.5	29.6	33.9	42.9	12.1	41.7	57.1	28.6	30.0	20.0	21.0	28.6	35.0	35.7	26.1	47.4	50.0	32.3
	今後も機会があれば旅行したい	13.6	9.9	10.0	10.0	22.2	18.6	14.3	21.2	33.3	28.6	14.3	22.5	40.0	12.4	38.1	30.0	21.4	21.7	15.8	8.3	25.8
	今後はあまり旅行したいと思わない	3.4	3.1	1.9	1.8	3.7	1.7	0.0	3.0	0.0	0.0	14.3	0.0	0.0	0.5	4.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	今後は旅行しないと思う	1.4	0.7	1.0	0.0	0.0	1.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.5	0.0	1.1	0.0	5.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3.2
訪問 経験 なし	今後はぜひ訪れてみたい	36.8	44.0	45.3	43.6	37.0	28.8	28.6	42.4	16.7	14.3	28.6	32.5	30.0	41.4	28.6	15.0	35.7	34.8	15.8	41.7	25.8
	今後は機会があれば訪れてみたい	15.3	17.4	18.1	14.5	7.4	11.9	14.3	18.2	8.3	0.0	0.0	10.0	10.0	19.4	0.0	15.0	0.0	17.4	10.5	0.0	12.9
	今後もあまり訪れたいと思わない	2.1	2.0	1.6	1.8	0.0	1.7	0.0	3.0	0.0	0.0	14.3	0.0	0.0	1.1	0.0	0.0	0.0	0.0	5.3	0.0	0.0
	今後も訪れないと思う	3.5	2.0	2.6	3.6	0.0	1.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.5	0.0	3.2	0.0	0.0	7.1	0.0	5.3	0.0	0.0

備考：n：訪日希望者数または訪日経験者数（観光地）訪問意向地として選択された回答数（但し、複数地点を選択可）。

出典：「DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査 2025年度版」より作成

注：「地方観光地」については、当調査では「日本の地方にある（首都圏・都市部から離れた）観光地」と質問している

Appendix

地方訪問②訪問理由（関西エリア）

<アジア> (%)

No.	全体 (n=3,751)		京都 (n=1,430)		大阪 (n=1,513)		神戸 (n=571)		姫路 (n=148)		奈良 (n=538)		熊野 (n=92)		高野山 (n=116)	
	理由	割合	理由	割合	理由	割合	理由	割合	理由	割合	理由	割合	理由	割合	理由	割合
1	自然景観を鑑賞したいから	90.8	自然景観を鑑賞したいから	93.6	自然景観を鑑賞したいから	92.6	自然景観を鑑賞したいから	94.6	自然景観を鑑賞したいから	94.6	自然景観を鑑賞したいから	92.8	これまで体験したことのない文化・風習・環境に触れて、好奇心を満たしたいから	95.7	これまで体験したことのない文化・風習・環境に触れて、好奇心を満たしたいから	96.6
2	その土地の郷土料理や地元食材を使った飲食店を訪れたいから	89.5	その土地の郷土料理や地元食材を使った飲食店を訪れたいから	92.2	その土地の郷土料理や地元食材を使った飲食店を訪れたいから	91.7	これまで体験したことのない文化・風習・環境に触れて、好奇心を満たしたいから	91.6	これまで体験したことのない文化・風習・環境に触れて、好奇心を満たしたいから	93.2	その土地の郷土料理や地元食材を使った飲食店を訪れたいから	91.8	歴史的建造物や史跡を鑑賞したいから	92.4	地元ならではの体験をしたいから	93.1
3	宿泊費や飲食費など、コストパフォーマンスが良い訪問地を訪れたいから	88.1	宿泊費や飲食費など、コストパフォーマンスが良い訪問地を訪れたいから	90.4	宿泊費や飲食費など、コストパフォーマンスが良い訪問地を訪れたいから	90.7	宿泊費や飲食費など、コストパフォーマンスが良い訪問地を訪れたいから	90.9	日常の役割や制約から解放され、自由を感じたいから 歴史的建造物や史跡を鑑賞したいから	92.6	これまで体験したことのない文化・風習・環境に触れて、好奇心を満たしたいから	89.8	宿泊費や飲食費など、コストパフォーマンスが良い訪問地を訪れたいから その土地の郷土料理や地元食材を使った飲食店を訪れたいから	91.3	歴史的建造物や史跡を鑑賞したいから	92.2

<欧米豪>

No.	全体 (n=904)		京都 (n=270)		大阪 (n=287)		神戸 (n=102)		姫路 (n=26)		奈良 (n=55)		熊野 (n=14)		高野山 (n=31)	
	理由	割合	理由	割合	理由	割合	理由	割合	理由	割合	理由	割合	理由	割合	理由	割合
1	自然景観を鑑賞したいから	89.6	自然景観を鑑賞したいから	93.7	歴史・伝統・風土について深く学び、教養を高めたいから	92.7	自然景観を鑑賞したいから	95.1	歴史・伝統・風土について深く学び、教養を高めたいから	100.0	歴史的建造物や史跡を鑑賞したいから	98.2	有名な観光地を訪れ、自分の社会的地位を感じたいから	100.0	自然景観を鑑賞したいから	96.8
2	歴史的建造物や史跡を鑑賞したいから	89.0	歴史的建造物や史跡を鑑賞したいから	92.2	その土地の郷土料理や地元食材を使った飲食店を訪れたいから	92.2	歴史・伝統・風土について深く学び、教養を高めたいから	92.2	これまで体験したことのない文化・風習・環境に触れて、好奇心を満たしたいから	96.4	歴史・伝統・風土について深く学び、教養を高めたいから	96.4	治安が良く、万一のときの医療・防災体制が整っている訪問地を訪れたいから		歴史的建造物や史跡を鑑賞したいから	
3	その土地の郷土料理や地元食材を使った飲食店を訪れたいから	88.3	歴史・伝統・風土について深く学び、教養を高めたいから その土地の郷土料理や地元食材を使った飲食店を訪れたいから	91.1	自然景観を鑑賞したいから	92.3	地元ならではの体験をしたいから その土地の郷土料理や地元食材を使った飲食店を訪れたいから 歴史的建造物や史跡を鑑賞したいから	91.2	歴史的建造物や史跡を鑑賞したいから 公共交通機関や道路アクセスが良好な訪問地を訪れたいから その土地の郷土料理や地元食材を使った飲食店を訪れたいから	96.2	自然景観を鑑賞したいから その土地の郷土料理や地元食材を使った飲食店を訪れたいから	94.5	旅行を通じて家族や友人との関係性を深め、共通の思い出を作りたいから その土地の郷土料理や地元食材を使った飲食店を訪れたいから 宿泊費や飲食費など、コストパフォーマンスが良い訪問地を訪れたいから		これまで体験したことのない文化・風習・環境に触れて、好奇心を満たしたいから その土地の郷土料理や地元食材を使った飲食店を訪れたいから	

備考1) n：(全体) 地方観光地を、今後「ぜひ旅行したい」または「機会があれば旅行したい」と回答した訪日希望者数または訪日経験者数。(観光地) 訪問意向地として選択された回答数(但し、複数地点を選択可)。

備考2) 日本の地方にある観光地を訪れたい理由として、「あてはまる」と答えた人の割合の高い3項目

出典：「DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査 2025年度版」より作成

Appendix

地方訪問②訪問理由（中国エリア）

<アジア> (%)

No.	全体 (n=3,751)		鳥取 (n=191)		松江 (n=80)		出雲 (n=88)		岡山 (n=171)		倉敷 (n=88)		広島 (n=416)		宮島 (n=93)	
	理由	割合	理由	割合	理由	割合	理由	割合	理由	割合	理由	割合	理由	割合	理由	割合
1	自然景観を鑑賞したいから	90.8	自然景観を鑑賞したいから	93.7	自然景観を鑑賞したいから 歴史的建造物や史跡を鑑賞したいから	92.0	その土地の郷土料理や地元食材を使った飲食店を訪れたいから	92.0	これまで体験したことのない文化・風習・環境に触れて、好奇心を満たしたいから	94.7	自然景観を鑑賞したいから	93.2	これまで体験したことのない文化・風習・環境に触れて、好奇心を満たしたいから	94.0	その土地の郷土料理や地元食材を使った飲食店を訪れたいから	96.8
2	その土地の郷土料理や地元食材を使った飲食店を訪れたいから	89.5	その土地の郷土料理や地元食材を使った飲食店を訪れたいから	92.1	その土地の郷土料理や地元食材を使った飲食店を訪れたいから	92.5	これまで体験したことのない文化・風習・環境に触れて、好奇心を満たしたいから	90.9	自然景観を鑑賞したいから	94.2	その土地の郷土料理や地元食材を使った飲食店を訪れたいから	92.0	自然景観を鑑賞したいから	93.7	自然景観を鑑賞したいから	93.5
3	宿泊費や飲食費など、コストパフォーマンスが良い訪問地を訪れたいから	88.1	宿泊費や飲食費など、コストパフォーマンスが良い訪問地を訪れたいから	92.1	公共交通機関や道路アクセスが良好な訪問地を訪れたいから 宿泊費や飲食費など、コストパフォーマンスが良い訪問地を訪れたいから	92.5	自然景観を鑑賞したいから	89.8	その土地の郷土料理や地元食材を使った飲食店を訪れたいから	93.6	旅先で「何もしない時間」を過ごし、心身の回復を図りたいから これまで体験したことのない文化・風習・環境に触れて、好奇心を満たしたいから	90.9	その土地の郷土料理や地元食材を使った飲食店を訪れたいから	93.5	日常の役割や制約から解放され、自由を感じたいから これまで体験したことのない文化・風習・環境に触れて、好奇心を満たしたいから	91.4

<欧米豪>

No.	全体 (n=904)		鳥取 (n=12)		松江 (n=7)		出雲 (n=5)		岡山 (n=38)		倉敷 (n=10)		広島 (n=175)		宮島 (n=20)	
	理由	割合	理由	割合	理由	割合	理由	割合	理由	割合	理由	割合	理由	割合	理由	割合
1	自然景観を鑑賞したいから	89.6	公共交通機関や道路アクセスが良好な訪問地を訪れたいから	100.0	自然景観を鑑賞したいから	100.0	日常の役割や制約から解放され、自由を感じたいから 地方部の新しい環境で自分を試し、自分の価値観やセルフイメージを再確認したいから 旅行を通じて家族や友人との関係性を深め、共通の思い出を作りたいから	100.0	歴史・伝統・風土について深く学び、教養を高めたいから	97.4	日常の役割や制約から解放され、自由を感じたいから 地方部の新しい環境で自分を試し、自分の価値観やセルフイメージを再確認したいから これまで体験したことのない文化・風習・環境に触れて、好奇心を満たしたいから	100.0	歴史・伝統・風土について深く学び、教養を高めたいから	94.3	歴史・伝統・風土について深く学び、教養を高めたいから	100.0
2	歴史的建造物や史跡を鑑賞したいから	89.0	見知らぬ人や異文化との交流を通じて社会的つながりを広げたいから	91.7	歴史・伝統・風土について深く学び、教養を高めたいから	91.7	歴史・伝統・風土について深く学び、教養を高めたいから	100.0	その土地の郷土料理や地元食材を使った飲食店を訪れたいから	97.4	これまで体験したことのない文化・風習・環境に触れて、好奇心を満たしたいから	100.0	歴史・伝統・風土について深く学び、教養を高めたいから	93.7	その土地の郷土料理や地元食材を使った飲食店を訪れたいから	95.0
3	その土地の郷土料理や地元食材を使った飲食店を訪れたいから	88.3	歴史・伝統・風土について深く学び、教養を高めたいから 歴史的建造物や史跡を鑑賞したいから 地元ならではの体験をしたいから その土地の郷土料理や地元食材を使った飲食店を訪れたいから 地元の人々や観光関係者のおもてなしの良さを体験したいから 治安が良く、万一のときの医療・防災体制が整っている訪問地を訪れたいから	91.7	自然景観を鑑賞したいから ユニークな宿泊施設を訪れたいから 宿泊費や飲食費など、コストパフォーマンスが良い訪問地を訪れたいから	91.7	歴史・伝統・風土について深く学び、教養を高めたいから その土地の郷土料理や地元食材を使った飲食店を訪れたいから 治安が良く、万一のときの医療・防災体制が整っている訪問地を訪れたいから	100.0	その土地の郷土料理や地元食材を使った飲食店を訪れたいから ユニークな宿泊施設を訪れたいから	97.4	旅先で「何もしない時間」を過ごし、心身の回復を図りたいから これまで体験したことのない文化・風習・環境に触れて、好奇心を満たしたいから	100.0	自然景観を鑑賞したいから 歴史的建造物や史跡を鑑賞したいから	93.7	自然景観を鑑賞したいから 歴史的建造物や史跡を鑑賞したいから 地元ならではの体験をしたいから 宿泊費や飲食費など、コストパフォーマンスが良い訪問地を訪れたいから	95.0

備考1) n : (全体) 地方観光地を、今後「ぜひ旅行したい」または「機会があれば旅行したい」と回答した訪日希望者数または訪日経験者数。

(観光地) 訪問意向地として選択された回答数 (但し、複数地点を選択可)。

備考2) 日本の地方にある観光地を訪れたい理由として、「あてはまる」と答えた人の割合の高い3項目。

出典：「DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査 2025年度版」より作成

Appendix

地方訪問②訪問理由（四国エリア）

<アジア> (%)

	全体 (n=3,751)	徳島 (n=129)	祖谷溪 (n=77)	高松 (n=106)	直島 (n=59)	松山 (n=114)	高知 (n=109)								
1 自然景観を鑑賞したいから	90.8	これまで体験したことのない文化・風習・環境に触れて、好奇心を満たしたいから	93.8	日常の役割や制約から解放され、自由を感じたいから	96.1	自然景観を鑑賞したいから	97.2	これまで体験したことのない文化・風習・環境に触れて、好奇心を満たしたいから	98.3	これまで体験したことのない文化・風習・環境に触れて、好奇心を満たしたいから	93.9	自然景観を鑑賞したいから	96.3		
2 その土地の郷土料理や地元食材を使った飲食店を訪れたいから	89.5	その土地の郷土料理や地元食材を使った飲食店を訪れたいから	93.0	これまで体験したことのない文化・風習・環境に触れて、好奇心を満たしたいから	96.1	これまで体験したことのない文化・風習・環境に触れて、好奇心を満たしたいから	95.3	その土地の郷土料理や地元食材を使った飲食店を訪れたいから	96.6	その土地の郷土料理や地元食材を使った飲食店を訪れたいから	96.6	自然景観を鑑賞したいから	93.6		
3 宿泊費や飲食費など、コストパフォーマンスが良い訪問地を訪れたいから	88.1	自然景観を鑑賞したいから	91.5	自然景観を鑑賞したいから	94.8	歴史的建造物や史跡を鑑賞したいから	92.5	<ul style="list-style-type: none"> ・地元ならではの体験をしたいから ・治安が良く、万一のときの医療・防災体制が整っている訪問地を訪れたいから ・旅先で「何もしない時間」を過ごし、心身の回復を図りたいから ・ユニークな宿泊施設を訪れたいから 	91.5	その土地の郷土料理や地元食材を使った飲食店を訪れたいから	93.0	その土地の郷土料理や地元食材を使った飲食店を訪れたいから	93.0	歴史的建造物や史跡を鑑賞したいから	92.7

<欧米豪>

	全体 (n=904)	徳島 (n=19)	祖谷溪 (n=13)	高松 (n=23)	直島 (n=17)	松山 (n=12)	高知 (n=30)								
1 自然景観を鑑賞したいから	89.6	公共交通機関や道路アクセスが良好な訪問地を訪れたいから	100.0	日常の役割や制約から解放され、自由を感じたいから	95.7	その土地の郷土料理や地元食材を使った飲食店を訪れたいから	95.7	<ul style="list-style-type: none"> ・自然景観を鑑賞したいから ・治安が良く、万一のときの医療・防災体制が整っている訪問地を訪れたいから 	95.7	<ul style="list-style-type: none"> ・歴史・伝統・風土について深く学び、教養を高めたいから ・宿泊費や飲食費など、コストパフォーマンスが良い訪問地を訪れたいから 	100.0	<ul style="list-style-type: none"> ・地元の人々や観光関係者のおもてなしの良さを体験したいから ・その土地の郷土料理や地元食材を使った飲食店を訪れたいから 	93.3		
2 歴史的建造物や史跡を鑑賞したいから	89.0	これまで体験したことのない文化・風習・環境に触れて、好奇心を満たしたいから	94.7	公共交通機関や道路アクセスが良好な訪問地を訪れたいから	91.3	<ul style="list-style-type: none"> ・歴史・伝統・風土について深く学び、教養を高めたいから ・地方部の新しい環境で自分を試し、自分の価値観やセルフイメージを再確認したいから 	91.3	<ul style="list-style-type: none"> ・地元ならではの体験をしたいから ・ユニークな宿泊施設を訪れたいから 	91.3	<ul style="list-style-type: none"> ・日常の役割や制約から解放され、自由を感じたいから ・見知らぬ人や異文化との交流を通じて社会的つながりを広げたいから ・自然景観を鑑賞したいから ・その土地の郷土料理や地元食材を使った飲食店を訪れたいから ・地元の人々や観光関係者のおもてなしの良さを体験したいから ・治安が良く、万一のときの医療・防災体制が整っている訪問地を訪れたいから 	100.0	<ul style="list-style-type: none"> ・歴史・伝統・風土について深く学び、教養を高めたいから ・地方部の新しい環境で自分を試し、自分の価値観やセルフイメージを再確認したいから 	91.7	<ul style="list-style-type: none"> ・地元の人々や観光関係者のおもてなしの良さを体験したいから ・自然景観を鑑賞したいから 	90.0
3 その土地の郷土料理や地元食材を使った飲食店を訪れたいから	88.3	<ul style="list-style-type: none"> ・自然景観を鑑賞したいから ・地元の人々や観光関係者のおもてなしの良さを体験したいから ・治安が良く、万一のときの医療・防災体制が整っている訪問地を訪れたいから 	94.7	<ul style="list-style-type: none"> ・歴史・伝統・風土について深く学び、教養を高めたいから ・歴史的建造物や史跡を鑑賞したいから ・地元の人々や観光関係者のおもてなしの良さを体験したいから ・その土地の郷土料理や地元食材を使った飲食店を訪れたいから ・治安が良く、万一のときの医療・防災体制が整っている訪問地を訪れたいから 	100.0	<ul style="list-style-type: none"> ・地元ならではの体験をしたいから ・ユニークな宿泊施設を訪れたいから 	91.3	<ul style="list-style-type: none"> ・自然景観を鑑賞したいから ・治安が良く、万一のときの医療・防災体制が整っている訪問地を訪れたいから 	91.3	<ul style="list-style-type: none"> ・歴史・伝統・風土について深く学び、教養を高めたいから ・地方部の新しい環境で自分を試し、自分の価値観やセルフイメージを再確認したいから 	100.0	<ul style="list-style-type: none"> ・日常の役割や制約から解放され、自由を感じたいから ・見知らぬ人や異文化との交流を通じて社会的つながりを広げたいから ・自然景観を鑑賞したいから ・その土地の郷土料理や地元食材を使った飲食店を訪れたいから ・地元の人々や観光関係者のおもてなしの良さを体験したいから ・治安が良く、万一のときの医療・防災体制が整っている訪問地を訪れたいから 	91.7	<ul style="list-style-type: none"> ・地元の人々や観光関係者のおもてなしの良さを体験したいから ・自然景観を鑑賞したいから 	90.0

備考1) n：（全体）地方観光地を、今後「ぜひ旅行したい」または「機会があれば旅行したい」と回答した訪日希望者数または訪日経験者数。

（観光地）訪問意向地として選択された回答数（但し、複数地点を選択可）。

備考2) 日本の地方にある観光地を訪れたい理由として、「あてはまる」と答えた人の割合の高い3項目

出典：「DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査 2025年度版」より作成

＜アジア＞

(%)

	全体 (n=3,751)	京都 (n=1,430)	大阪 (n=1,513)	神戸 (n=571)	姫路 (n=148)	奈良 (n=538)	熊野 (n=92)	高野山 (n=116)
1	その土地の郷土料理を食べる 50.9	その土地の郷土料理を食べる 61.0	その土地の郷土料理を食べる 60.8	温泉を楽しむ 63.4	歴史的な建造物や遺跡を訪れる 69.6	その土地の郷土料理を食べる 63.2	歴史的な街並みを楽しむ 65.2	自然観光地を訪れる 69.8
2	自然観光地を訪れる 48.7	自然観光地を訪れる 59.7	自然観光地を訪れる 58.5	その土地の郷土料理を食べる 63.0	自然観光地を訪れる 68.2	自然観光地を訪れる 61.5	温泉を楽しむ 64.1	その土地の郷土料理を食べる 68.1
3	温泉を楽しむ 48.7	温泉を楽しむ 58.0	温泉を楽しむ 56.4	自然観光地を訪れる 59.4	その土地の郷土料理を食べる 66.9	温泉を楽しむ 59.5	自然観光地を訪れる 62.0	その土地の郷土料理を食べる 68.1
4	その土地で採れた魚介や肉、野菜や果物を味わう 42.3	その土地で採れた魚介や肉、野菜や果物を味わう 51.0	その土地で採れた魚介や肉、野菜や果物を味わう 49.8	その土地で採れた魚介や肉、野菜や果物を味わう 57.6		歴史的な建造物や遺跡を訪れる 58.7	その土地の郷土料理を食べる 60.9	歴史的な街並みを楽しむ 66.4
5	歴史的な街並みを楽しむ 40.9	歴史的な建造物や遺跡を訪れる 50.5	花や紅葉を楽しむ 49.1	歴史的な街並みを楽しむ 57.4	花や紅葉を楽しむ 62.8	その土地で採れた魚介や肉、野菜や果物を味わう 54.6	その土地ならではの菓子を購入する 57.6	温泉を楽しむ 61.2

＜欧米豪＞

	全体 (n=904)	京都 (n=270)	大阪 (n=287)	神戸 (n=102)	姫路 (n=26)	奈良 (n=55)	熊野 (n=14)	高野山 (n=31)
1	その土地の郷土料理を食べる 50.6	その土地の郷土料理を食べる 68.1	その土地の郷土料理を食べる 67.2	その土地の郷土料理を食べる 69.6	その土地の郷土料理を食べる 73.1	その土地の郷土料理を食べる 70.9	歴史的な建造物や遺跡を訪れる 71.4	その土地の郷土料理を食べる 67.7
2	自然観光地を訪れる 44.2	歴史的な建造物や遺跡を訪れる 57.0	歴史的な街並みを楽しむ 56.8	歴史的な街並みを楽しむ 59.8	温泉を楽しむ 57.8	自然観光地を訪れる 63.6	その土地の郷土料理を食べる 57.1	その土地で作られた工芸品を購入する 61.3
3	歴史的な街並みを楽しむ 42.7	自然観光地を訪れる 55.6	歴史的な建造物や遺跡を訪れる 56.4	歴史的な建造物や遺跡を訪れる 57.8	自然観光地を訪れる 69.2	歴史的な街並みを楽しむ 61.8	その土地の伝統芸能や文化を楽しむ 57.1	温泉を楽しむ 54.8
4	歴史的な建造物や遺跡を訪れる 42.5	歴史的な街並みを楽しむ 54.8	自然観光地を訪れる 55.4	その土地の伝統芸能や文化を楽しむ 52.6	その土地の祭りを楽しむ 65.4	歴史的な建造物や遺跡を訪れる 61.5	その土地の祭りを楽しむ 60.0	その土地の伝統芸能や文化を楽しむ 51.6
5	その土地で採れた魚介や肉、野菜や果物を味わう 41.5	その土地の祭りを楽しむ 52.6	その土地で採れた魚介や肉、野菜や果物を味わう 52.0	その土地で採れた魚介や肉、野菜や果物を味わう 61.5	その土地で採れた魚介や肉、野菜や果物を味わう 60.0	その土地の祭りを楽しむ 60.0	都市部とは違った地方ならではの風景を楽しむ 60.0	その土地の祭りを楽しむ 60.0

備考1) n：（全体）地方観光地を、今後「ぜひ旅行したい」または「機会があれば旅行したい」と回答した訪日希望者数または訪日経験者数。

（観光地）訪問意向地として選択された回答数（但し、複数地点を選択可）。

備考2) 訪日旅行の地方訪問時に体験したいことのうち上位5項目（複数の項目を選択可）

出典：「DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査 2025年度版」より作成

<アジア>

(%)

	全体 (n=3,751)		鳥取 (n=191)		松江 (n=80)		出雲 (n=88)		岡山 (n=171)		倉敷 (n=88)		広島 (n=416)		宮島 (n=93)	
	1	その土地の郷土料理を食べる	50.9	その土地で採れた魚介や肉、野菜や果物を味わう	64.4	温泉を楽しむ	63.8	歴史的な街並みを楽しむ	61.4	歴史的な建造物や遺跡を訪れる	60.8	歴史的な街並みを楽しむ	69.3	その土地の郷土料理を食べる	66.1	温泉を楽しむ
2	自然観光地を訪れる	48.7	その土地の郷土料理を食べる		歴史的な街並みを楽しむ	56.3	その土地の郷土料理を食べる	60.2	その土地の郷土料理を食べる	60.2	歴史的な建造物や遺跡を訪れる		自然観光地を訪れる	62.3	その土地の郷土料理を食べる	62.4
3	温泉を楽しむ	48.7	温泉を楽しむ	63.4	歴史的な建造物や遺跡を訪れる	55.0	歴史的な建造物や遺跡を訪れる	60.2	自然観光地を訪れる		温泉を楽しむ	65.9	温泉を楽しむ	59.4	花や紅葉を楽しむ	60.2
4	その土地で採れた魚介や肉、野菜や果物を味わう	42.3	歴史的な街並みを楽しむ	62.3	その土地の郷土料理を食べる	52.5	温泉を楽しむ		温泉を楽しむ	56.7	その土地の郷土料理を食べる	64.8	その土地で採れた魚介や肉、野菜や果物を味わう	57.9	歴史的な街並みを楽しむ	59.1
5	歴史的な街並みを楽しむ	40.9	自然観光地を訪れる 花や紅葉を楽しむ	60.7	その土地で採れた魚介や肉、野菜や果物を味わう	51.3	その土地で採れた魚介や肉、野菜や果物を味わう	59.1	花や紅葉を楽しむ	55.6	花や紅葉を楽しむ	59.1	歴史的な建造物や遺跡を訪れる	57.7	自然観光地を訪れる	

<欧米豪>

	全体 (n=904)		鳥取 (n=12)		松江 (n=7)		出雲 (n=5)		岡山 (n=38)		倉敷 (n=10)		広島 (n=175)		宮島 (n=20)	
	1	その土地の郷土料理を食べる	50.6	その土地の伝統芸能や文化を楽しむ	58.3	その土地の郷土料理を食べる	57.1	その土地の郷土料理を食べる	80.0	その土地の郷土料理を食べる	65.8	雪景色を楽しむ	60.0	その土地の郷土料理を食べる	69.1	温泉を楽しむ
2	自然観光地を訪れる	44.2	自然観光地を訪れる				その土地で採れた魚介や肉、野菜や果物を買う		歴史的な建造物や遺跡を訪れる	55.3	スキーやウィンタースポーツを楽しむ 温泉を楽しむ		歴史的な建造物や遺跡を訪れる	60.6	歴史的な建造物や遺跡を訪れる	55.0
3	歴史的な街並みを楽しむ	42.7	その土地の郷土料理を食べる		歴史的な建造物や遺跡を訪れる		その土地で採れた魚介や肉、野菜や果物を味わう		歴史的な街並みを楽しむ	52.6	その土地で採れた魚介や肉、野菜や果物を味わう		歴史的な街並みを楽しむ	57.7		
4	歴史的な建造物や遺跡を訪れる	42.5	その土地で採れた魚介や肉、野菜や果物を買う		自然観光地を訪れる		その土地ならではの菓子を購入する		自然観光地を訪れる		その土地の郷土料理を食べる				その土地の郷土料理を食べる	
5	その土地で採れた魚介や肉、野菜や果物を味わう	41.5	都市部とは違った地方ならではの風景を楽しむ 雪景色を楽しむ 動物や植物を見る 山登りやハイキングを楽しむ ドライブを楽しむ 温泉を楽しむ	50.0	温泉を楽しむ	42.9	その土地ならではの菓子を購入する その土地で作られた工芸品を購入する 歴史的な建造物や遺跡を訪れる 自然観光地を訪れる サイクリングを楽しむ	60.0	その土地で採れた魚介や肉、野菜や果物を味わう	50.0	その土地ならではの菓子を購入する その土地の伝統芸能や文化を楽しむ その土地の祭りを楽しむ 自然観光地を訪れる	50.0	その土地で採れた魚介や肉、野菜や果物を味わう	57.1	その土地の祭りを楽しむ 自然観光地を訪れる 花や紅葉を楽しむ	50.0

備考1) n：（全体）地方観光地を、今後「ぜひ旅行したい」または「機会があれば旅行したい」と回答した訪日希望者数または訪日経験者数。

（観光地）訪問意向地として選択された回答数（但し、複数地点を選択可）。

備考2) 訪日旅行の地方訪問時に体験したいことのうち上位5項目（複数の項目を選択可）

<アジア>

(%)

全体 (n=3,751)		徳島 (n=129)		祖谷溪 (n=77)		高松 (n=106)		直島 (n=59)		松山 (n=114)		高知 (n=109)	
1	その土地の郷土料理を食べる	50.9	その土地の郷土料理を食べる	62.0	自然観光地を訪れる	64.9	自然観光地を訪れる	65.1	その土地の祭りを楽しむ	67.8	その土地の郷土料理を食べる	65.8	自然観光地を訪れる
2	自然観光地を訪れる	48.7	歴史的な街並みを楽しむ	57.4	歴史的な街並みを楽しむ	63.6	温泉を楽しむ	64.2	歴史的な街並みを楽しむ	64.4	温泉を楽しむ	59.6	温泉を楽しむ
3	温泉を楽しむ	48.7	その土地の郷土料理を食べる	その土地の郷土料理を食べる	62.3	歴史的な建造物や遺跡を訪れる	61.3	自然観光地を訪れる	62.7	歴史的な街並みを楽しむ	57.0	その土地で採れた魚介や肉、野菜や果物を味わう	65.1
4	その土地で採れた魚介や肉、野菜や果物を味わう	42.3			歴史的な建造物や遺跡を訪れる	61.0	その土地の郷土料理を食べる	58.5	都市部とは違った地方ならではの風景を楽しむ	57.6	その土地の郷土料理を食べる	56.1	その土地の郷土料理を食べる
5	歴史的な街並みを楽しむ	40.9	自然観光地を訪れる	55.0	その土地の郷土料理を食べる	61.0	その土地の郷土料理を食べる	56.6	その土地ならではの菓子を購入する	54.2	自然観光地を訪れる	56.1	都市部とは違った地方ならではの風景を楽しむ

<欧米豪>

全体 (n=904)		徳島 (n=19)		祖谷溪 (n=13)		高松 (n=23)		直島 (n=17)		松山 (n=12)		高知 (n=30)	
1	その土地の郷土料理を食べる	50.6	花や紅葉を楽しむ	57.9	その土地で作られた工芸品を購入する	53.8	歴史的な建造物や遺跡を訪れる	56.5	その土地で採れた魚介や肉、野菜や果物を味わう	52.9	歴史的な建造物や遺跡を訪れる	50.0	その土地で採れた魚介や肉、野菜や果物を味わう
2	自然観光地を訪れる	44.2	その土地の郷土料理を食べる	その土地の郷土料理を食べる	53.8	その土地の伝統芸能や文化を楽しむ	56.5	その土地の郷土料理を食べる	52.9	ドライブを楽しむ	46.7	歴史的な建造物や遺跡を訪れる	46.7
3	歴史的な街並みを楽しむ	42.7			その土地の郷土料理を食べる	52.6	自然観光地を訪れる	52.2	その土地で採られた工芸品を購入する	47.1	その土地の郷土料理を食べる	41.7	その土地の郷土料理を食べる
4	歴史的な建造物や遺跡を訪れる	42.5	歴史的な建造物や遺跡を訪れる	52.6	その土地で採れた魚介や肉、野菜や果物を味わう	46.2	その土地ならではの菓子を購入する	52.2	その土地ならではの酒を購入する	47.1	その土地ならではの酒を飲む	43.3	その土地の郷土料理を食べる
5	その土地で採れた魚介や肉、野菜や果物を味わう	41.5	その土地の祭りを楽しむ	52.6	その土地ならではの菓子を購入する	46.2	都市部とは違った地方ならではの風景を楽しむ	52.2	その土地ならではの酒を購入する	47.1	歴史的な街並みを楽しむ	43.3	その土地の祭りを楽しむ

備考1) n：（全体）地方観光地を、今後「ぜひ旅行したい」または「機会があれば旅行したい」と回答した訪日希望者数または訪日経験者数。

（観光地）訪問意向地として選択された回答数（但し、複数地点を選択可）。

備考2) 訪日旅行の地方訪問時に体験したいことのうち上位5項目（複数の項目を選択可）

Appendix

滞在日数

	全体	京都	大阪	神戸	姫路	奈良	熊野	高野山	鳥取	松江	出雲	岡山	倉敷	広島	宮島	徳島	祖谷溪	高松	直島	松山	高知
	(%)																				
全体計 (n)	(3,349)	(1,270)	(1,377)	(433)	(138)	(502)	(46)	(58)	(98)	(44)	(40)	(129)	(60)	(247)	(79)	(78)	(40)	(75)	(36)	(59)	(67)
3日間以内	7.1	5.5	6.6	3.9	0.0	4.2	2.2	3.4	2.0	2.3	0.0	2.3	0.0	2.4	0.0	6.4	0.0	5.3	5.6	5.1	3.0
4~6日間	50.0	47.4	48.8	48.3	34.8	43.2	47.8	39.7	43.9	45.5	25.0	44.2	41.7	37.2	34.2	35.9	40.0	40.0	36.1	37.3	35.8
7~13日間	34.0	37.0	36.0	35.8	44.2	42.0	28.3	44.8	40.8	40.9	57.5	41.9	43.3	39.7	44.3	47.4	55.0	38.7	44.4	47.5	46.3
14~20日間	6.1	6.6	5.7	6.5	10.1	5.8	13.0	1.7	5.1	9.1	10.0	3.9	5.0	13.0	10.1	5.1	2.5	9.3	5.6	5.1	10.4
21~27日間	1.2	1.6	1.1	2.5	5.8	2.0	4.3	5.2	2.0	0.0	0.0	3.1	5.0	3.2	6.3	1.3	0.0	2.7	5.6	3.4	3.0
28~90日間	0.8	1.1	1.1	1.4	2.2	1.6	2.2	3.4	3.1	0.0	5.0	2.3	1.7	2.8	3.8	0.0	0.0	1.3	0.0	0.0	0.0
91日間以上1年未満	0.7	0.8	0.7	1.6	2.9	1.2	2.2	1.7	3.1	2.3	2.5	2.3	3.3	1.6	1.3	3.8	2.5	2.7	2.8	1.7	1.5
アジア計 (n)	(2,967)	(1,152)	(1,274)	(398)	(114)	(455)	(41)	(51)	(90)	(42)	(37)	(116)	(56)	(199)	(66)	(72)	(36)	(64)	(29)	(55)	(53)
3日間以内	7.4	6.1	6.9	4.3	0.0	4.6	2.4	0.0	2.2	2.4	0.0	2.6	0.0	2.0	0.0	5.6	0.0	6.3	6.9	5.5	1.9
4~6日間	53.1	50.2	51.3	51.3	42.1	46.8	48.8	45.1	45.6	45.2	27.0	45.7	39.3	43.7	37.9	37.5	41.7	43.8	31.0	38.2	39.6
7~13日間	33.6	37.3	36.5	36.4	43.9	42.9	26.8	45.1	41.1	40.5	56.8	40.5	44.6	43.2	51.5	50.0	52.8	39.1	51.7	45.5	49.1
14~20日間	4.2	4.3	3.6	4.0	5.3	2.9	12.2	0.0	4.4	9.5	8.1	4.3	5.4	7.0	3.0	4.2	2.8	6.3	3.4	5.5	5.7
21~27日間	0.7	0.8	0.5	2.3	4.4	1.5	4.9	3.9	2.2	0.0	0.0	2.6	5.4	1.0	4.5	0.0	0.0	1.6	3.4	3.6	1.9
28~90日間	0.6	0.7	0.7	1.0	2.6	0.7	2.4	3.9	3.3	0.0	5.4	2.6	1.8	2.0	1.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
91日間以上1年未満	0.5	0.6	0.5	0.8	1.8	0.7	2.4	2.0	1.1	2.4	2.7	1.7	3.6	1.0	1.5	2.8	2.8	3.1	3.4	1.8	1.9
欧米豪計 (n)	(382)	(118)	(103)	(35)	(24)	(47)	(5)	(7)	(8)	(2)	(3)	(13)	(4)	(48)	(13)	(6)	(4)	(11)	(7)	(4)	(14)
3日間以内	5.2	0.0	2.9	0.0	0.0	0.0	0.0	28.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	4.2	0.0	16.7	0.0	0.0	0.0	0.0	7.1
4~6日間	26.7	20.3	18.4	14.3	0.0	8.5	40.0	0.0	25.0	50.0	0.0	30.8	75.0	10.4	15.4	16.7	25.0	18.2	57.1	25.0	21.4
7~13日間	37.2	33.9	30.1	28.6	45.8	34.0	40.0	42.9	37.5	50.0	66.7	53.8	25.0	25.0	7.7	16.7	75.0	36.4	14.3	75.0	35.7
14~20日間	21.2	28.8	32.0	34.3	33.3	34.0	20.0	14.3	12.5	0.0	33.3	0.0	0.0	37.5	46.2	16.7	0.0	27.3	14.3	0.0	28.6
21~27日間	5.0	9.3	7.8	5.7	12.5	6.4	0.0	14.3	0.0	0.0	0.0	7.7	0.0	12.5	15.4	16.7	0.0	9.1	14.3	0.0	7.1
28~90日間	2.6	5.1	5.8	5.7	0.0	10.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	6.3	15.4	0.0	0.0	9.1	0.0	0.0	0.0
91日間以上1年未満	2.1	2.5	2.9	11.4	8.3	6.4	0.0	0.0	25.0	0.0	0.0	7.7	0.0	4.2	0.0	16.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

備考：n：（全体）訪日旅行経験者。（観光地）訪問経験者（但し、複数地点を選択可）。

出典：「DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査 2025年度版」より作成

Appendix

希望する旅行形態（訪日旅行希望者）

<関西エリア>

(%)

	京都			大阪			神戸			姫路			奈良			熊野			高野山		
	訪日経験なし	初訪日	訪日リピーター	訪日経験なし	初訪日	訪日リピーター	訪日経験なし	初訪日	訪日リピーター	訪日経験なし	初訪日	訪日リピーター	訪日経験なし	初訪日	訪日リピーター	訪日経験なし	初訪日	訪日リピーター	訪日経験なし	初訪日	訪日リピーター
(n)	(469)	(267)	(673)	(595)	(271)	(632)	(167)	(81)	(299)	(22)	(18)	(98)	(74)	(93)	(302)	(17)	(8)	(58)	(50)	(19)	(46)
航空券と宿泊がセットのバック旅行に 食事・観光等が含まれるもの	26.7	23.2	19.8	30.9	24.4	19.6	29.9	18.5	16.1	18.2	27.8	9.2	28.4	12.9	15.6	29.4	75.0	13.8	38.0	42.1	21.7
自身の嗜好によるガイド付きテラーメイドツアー	10.9	15.4	10.8	10.1	10.3	10.4	9.0	16.0	10.7	4.5	11.1	13.3	5.4	11.8	11.6	17.6	12.5	17.2	10.0	15.8	13.0
航空券、宿泊、食事等について選択肢から組合せ可能なツアー	31.8	32.2	29.3	31.4	35.1	28.0	37.7	37.0	27.8	22.7	44.4	15.3	37.8	37.6	25.8	23.5	0.0	22.4	34.0	21.1	19.6
航空券と宿泊施設のみがセットになったバック旅行	8.5	6.7	8.9	10.4	7.0	8.7	6.0	4.9	8.7	13.6	5.6	10.2	8.1	4.3	9.6	11.8	0.0	5.2	2.0	5.3	8.7
航空券と宿泊施設を個別に手配	17.1	20.2	29.3	12.6	20.3	30.9	13.2	21.0	35.8	27.3	11.1	52.0	13.5	29.0	35.1	17.6	12.5	39.7	10.0	10.5	37.0
航空券のみを出発前に手配（宿泊先は現地で手配）	3.4	2.2	1.8	3.5	3.0	2.2	3.6	2.5	0.7	13.6	0.0	0.0	4.1	4.3	2.3	0.0	0.0	1.7	4.0	5.3	0.0
その他	0.2	0.0	0.0	0.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
わからない	1.5	0.0	0.1	0.8	0.0	0.2	0.6	0.0	0.3	0.0	0.0	0.0	1.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.0	0.0	0.0

<中国エリア>

	鳥取			松江			出雲			岡山			倉敷			広島			宮島		
	訪日経験なし	初訪日	訪日リピーター	訪日経験なし	初訪日	訪日リピーター	訪日経験なし	初訪日	訪日リピーター	訪日経験なし	初訪日	訪日リピーター	訪日経験なし	初訪日	訪日リピーター	訪日経験なし	初訪日	訪日リピーター	訪日経験なし	初訪日	訪日リピーター
(n)	(29)	(16)	(115)	(13)	(10)	(42)	(16)	(5)	(53)	(40)	(27)	(106)	(12)	(10)	(55)	(222)	(69)	(200)	(13)	(13)	(57)
航空券と宿泊がセットのバック旅行に 食事・観光等が含まれるもの	37.9	25.0	17.4	46.2	50.0	19.0	31.3	20.0	18.9	32.5	33.3	22.6	41.7	60.0	14.5	35.1	29.0	17.5	46.2	53.8	15.8
自身の嗜好によるガイド付きテラーメイドツアー	13.8	31.3	8.7	7.7	10.0	19.0	18.8	60.0	18.9	7.5	22.2	9.4	8.3	10.0	10.9	11.7	11.6	11.0	7.7	7.7	10.5
航空券、宿泊、食事等について選択肢から組合せ可能なツアー	34.5	37.5	17.4	38.5	20.0	31.0	25.0	0.0	18.9	30.0	33.3	17.9	33.3	20.0	10.9	26.1	29.0	22.5	38.5	30.8	19.3
航空券と宿泊施設のみがセットになったバック旅行	6.9	0.0	13.9	7.7	10.0	2.4	6.3	0.0	1.9	10.0	7.4	8.5	16.7	10.0	12.7	9.9	7.2	11.0	0.0	7.7	10.5
航空券と宿泊施設を個別に手配	0.0	6.3	40.9	0.0	10.0	26.2	12.5	0.0	41.5	12.5	3.7	39.6	0.0	0.0	49.1	14.4	21.7	37.5	7.7	0.0	43.9
航空券のみを出発前に手配（宿泊先は現地で手配）	6.9	0.0	0.9	0.0	0.0	2.4	6.3	20.0	0.0	5.0	0.0	0.9	0.0	0.0	1.8	2.3	1.4	0.5	0.0	0.0	0.0
その他	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
わからない	0.0	0.0	0.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.5	0.0	0.9	0.0	0.0	0.0	0.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

<四国エリア>

	徳島			祖谷渓			高松			直島			松山			高知			全体		
	訪日経験なし	初訪日	訪日リピーター	訪日経験なし	初訪日	訪日リピーター	訪日経験なし	初訪日	訪日リピーター	訪日経験なし	初訪日	訪日リピーター	訪日経験なし	初訪日	訪日リピーター	訪日経験なし	初訪日	訪日リピーター	訪日経験なし	初訪日	訪日リピーター
(n)	(27)	(16)	(83)	(18)	(13)	(41)	(22)	(12)	(61)	(17)	(10)	(37)	(22)	(12)	(71)	(23)	(14)	(70)	(1,636)	(693)	(1,502)
航空券と宿泊がセットのバック旅行に 食事・観光等が含まれるもの	33.3	37.5	19.3	33.3	23.1	26.8	50.0	25.0	23.0	29.4	80.0	18.9	36.4	58.3	23.9	34.8	42.9	18.6	31.5	26.4	22.2
自身の嗜好によるガイド付きテラーメイドツアー	22.2	12.5	8.4	11.1	38.5	12.2	13.6	8.3	14.8	11.8	0.0	16.2	13.6	16.7	21.1	8.7	7.1	17.1	12.5	16.9	14.2
航空券、宿泊、食事等について選択肢から組合せ可能なツアー	18.5	37.5	21.7	44.4	30.8	26.8	22.7	41.7	16.4	23.5	10.0	18.9	40.9	16.7	15.5	34.8	35.7	22.9	28.7	30.6	26.5
航空券と宿泊施設のみがセットになったバック旅行	11.1	6.3	10.8	0.0	0.0	4.9	0.0	0.0	6.6	11.8	0.0	8.1	0.0	8.3	5.6	8.7	7.1	4.3	10.3	5.9	10.0
航空券と宿泊施設を個別に手配	11.1	6.3	38.6	11.1	7.7	29.3	9.1	16.7	37.7	11.8	10.0	37.8	9.1	0.0	33.8	8.7	7.1	35.7	12.7	17.5	25.0
航空券のみを出発前に手配（宿泊先は現地で手配）	3.7	0.0	1.2	0.0	0.0	0.0	4.5	8.3	0.0	11.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	4.3	0.0	0.0	2.9	2.6	1.7
その他	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1	0.0	0.1
わからない	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.4	1.4	0.1	0.3

備考1) n：（全体）訪日希望者数。（観光地）訪問意向地として選択された回答数（但し、複数地点を選択可）。

備考2) 「着地型旅行商品」とは、日本国内の空港や駅などを発着する国内ツアーなどの旅行商品を指す

出典：「DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査 2025年度版」より作成

Appendix

実際の旅行形態（訪日旅行経験者）

<関西エリア>

(%)

	京都			大阪			神戸			姫路			奈良			熊野			高野山		
	初訪日	2~5回目	6回目以上	初訪日	2~5回目	6回目以上	初訪日	2~5回目	6回目以上	初訪日	2~5回目	6回目以上	初訪日	2~5回目	6回目以上	初訪日	2~5回目	6回目以上	初訪日	2~5回目	6回目以上
(n)	(300)	(661)	(309)	(330)	(724)	(323)	(70)	(194)	(169)	(25)	(43)	(70)	(82)	(248)	(172)	(13)	(17)	(16)	(17)	(21)	(20)
航空券と宿泊がセットのバック旅行に食事・観光が含まれるもの	30.0	24.1	10.7	31.8	24.7	8.4	35.7	27.8	9.5	12.0	16.3	5.7	25.6	18.5	9.3	61.5	29.4	6.3	58.8	42.9	20.0
自身の嗜好によるガイド付きテラーメイドツアー	10.0	5.7	3.9	8.2	4.8	3.4	8.6	7.2	3.6	4.0	11.6	1.4	9.8	5.6	4.7	7.7	35.3	0.0	5.9	14.3	0.0
航空券、宿泊、食事等について選択肢から組合せ可能なツアー	17.7	15.9	9.4	17.9	15.5	8.7	18.6	14.9	6.5	16.0	14.0	5.7	12.2	10.9	3.5	15.4	17.6	18.8	5.9	19.0	10.0
航空券と宿泊施設のみがセットになったバック旅行	6.7	8.9	15.9	6.1	8.6	15.8	2.9	7.7	14.2	12.0	11.6	8.6	4.9	12.1	18.6	7.7	0.0	18.8	5.9	4.8	0.0
航空券と宿泊施設を個別に手配	26.7	40.8	56.6	27.0	42.7	60.1	21.4	37.6	62.1	36.0	41.9	75.7	32.9	48.8	59.9	7.7	11.8	50.0	23.5	14.3	65.0
航空券のみを出発前に手配（宿泊先は現地で手配）	6.7	3.3	2.6	6.4	2.8	2.8	11.4	4.1	3.6	12.0	4.7	2.9	12.2	3.2	2.9	0.0	5.9	6.3	0.0	4.8	5.0
その他	1.0	0.8	0.6	1.5	0.6	0.3	1.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.2	0.4	0.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
わからない	1.3	0.5	0.3	1.2	0.4	0.6	0.0	0.5	0.6	8.0	0.0	0.0	1.2	0.4	0.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

<中国エリア>

	鳥取			松江			出雲			岡山			倉敷			広島			宮島		
	初訪日	2~5回目	6回目以上	初訪日	2~5回目	6回目以上	初訪日	2~5回目	6回目以上	初訪日	2~5回目	6回目以上	初訪日	2~5回目	6回目以上	初訪日	2~5回目	6回目以上	初訪日	2~5回目	6回目以上
(n)	(11)	(38)	(49)	(6)	(26)	(12)	(5)	(22)	(13)	(23)	(50)	(56)	(12)	(14)	(34)	(65)	(106)	(76)	(16)	(28)	(35)
航空券と宿泊がセットのバック旅行に食事・観光が含まれるもの	27.3	31.6	14.3	50.0	38.5	8.3	80.0	27.3	15.4	43.5	40.0	10.7	50.0	42.9	11.8	29.2	36.8	5.3	31.3	28.6	8.6
自身の嗜好によるガイド付きテラーメイドツアー	36.4	7.9	6.1	33.3	15.4	0.0	0.0	18.2	0.0	13.0	12.0	0.0	0.0	7.1	0.0	10.8	8.5	5.3	0.0	17.9	5.7
航空券、宿泊、食事等について選択肢から組合せ可能なツアー	27.3	26.3	14.3	16.7	38.5	25.0	0.0	22.7	30.8	17.4	20.0	8.9	16.7	21.4	5.9	16.9	18.9	7.9	31.3	14.3	11.4
航空券と宿泊施設のみがセットになったバック旅行	0.0	10.5	12.2	0.0	0.0	25.0	0.0	18.2	7.7	4.3	2.0	14.3	0.0	14.3	11.8	4.6	8.5	7.9	0.0	14.3	8.6
航空券と宿泊施設を個別に手配	0.0	21.1	49.0	0.0	3.8	41.7	20.0	9.1	46.2	13.0	24.0	60.7	8.3	14.3	67.6	27.7	22.6	68.4	31.3	21.4	65.7
航空券のみを出発前に手配（宿泊先は現地で手配）	9.1	2.6	4.1	0.0	3.8	0.0	0.0	4.5	0.0	4.3	2.0	5.4	16.7	0.0	2.9	9.2	4.7	3.9	6.3	3.6	0.0
その他	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
わからない	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	4.3	0.0	0.0	8.3	0.0	0.0	1.5	0.0	1.3	0.0	0.0	0.0

<四国エリア>

	徳島			祖谷溪			高松			直島			松山			高知			全体		
	初訪日	2~5回目	6回目以上	初訪日	2~5回目	6回目以上	初訪日	2~5回目	6回目以上	初訪日	2~5回目	6回目以上	初訪日	2~5回目	6回目以上	初訪日	2~5回目	6回目以上	初訪日	2~5回目	6回目以上
(n)	(16)	(28)	(34)	(8)	(19)	(13)	(9)	(34)	(32)	(7)	(17)	(12)	(10)	(30)	(19)	(13)	(26)	(28)	(1,163)	(1,727)	(459)
航空券と宿泊がセットのバック旅行に食事・観光が含まれるもの	56.3	50.0	11.8	75.0	36.8	15.4	55.6	38.2	6.3	71.4	35.3	0.0	40.0	50.0	5.3	61.5	53.8	21.4	35.2	29.6	12.0
自身の嗜好によるガイド付きテラーメイドツアー	6.3	7.1	0.0	12.5	10.5	0.0	0.0	11.8	0.0	0.0	29.4	16.7	0.0	13.3	5.3	7.7	11.5	3.6	11.3	10.2	5.9
航空券、宿泊、食事等について選択肢から組合せ可能なツアー	12.5	21.4	11.8	12.5	42.1	7.7	11.1	23.5	9.4	14.3	29.4	25.0	50.0	20.0	10.5	23.1	23.1	10.7	17.8	18.3	11.1
航空券と宿泊施設のみがセットになったバック旅行	0.0	14.3	5.9	0.0	0.0	15.4	0.0	11.8	12.5	0.0	0.0	0.0	0.0	6.7	5.3	7.7	3.8	10.7	7.6	8.5	15.3
航空券と宿泊施設を個別に手配	18.8	7.1	64.7	0.0	10.5	53.8	0.0	11.8	68.8	0.0	5.9	50.0	10.0	10.0	68.4	0.0	7.7	50.0	22.4	29.7	51.4
航空券のみを出発前に手配（宿泊先は現地で手配）	6.3	0.0	5.9	0.0	0.0	7.7	33.3	2.9	0.0	14.3	0.0	8.3	0.0	0.0	5.3	0.0	0.0	3.6	3.8	3.1	3.5
その他	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.6	0.3	0.4
わからない	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.4	0.3	0.4

備考：n：（全体）訪日旅行経験者。（観光地）訪問経験者（但し、複数地点を選択可）。

出典：「DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査 2025年度版」より作成

留意事項

- 企業・団体名等は、一部を除き法人格を省略して記載している。
- 本レポート作成にかかる第3章のヒアリング調査は、特段の記載のある場合を除き、2026年1月～2026年2月に実施しており、同時点における情報にもとづく分析・考察である。
- 企業ホームページ等から引用した画像等は、個別に著作権者より掲載に係る許諾を得ている。出典元の記載が無い画像等については、フリー素材を使用し作成している。

© Development Bank of Japan Inc.2026

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。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：日本政策投資銀行』と明記して下さい。

(お問合せ先)

株式会社日本政策投資銀行

- ◆ 関西支店 企画調査課 〒541-0042 大阪市中央区今橋4-1-1 淀屋橋三井ビルディング13F／Tel：06-4706-6455／E-mail：ksinfo@dbj.jp
HP：<http://www.dbj.jp/co/info/branchnews/kansai/index.html>
- ◆ 中国支店 企画課 〒730-0036 広島市中区袋町5-25 広島袋町ビルディング12F／Tel：082-247-4970／E-mail：he_8654@dbj.jp
HP：<https://www.dbj.jp/co/info/branchnews/chugoku/>
- ◆ 岡山事務所 〒700-0821 岡山市北区中山下1-8-45 12F／Tel：086-227-4311／E-mail：he_8662@dbj.jp
HP：<https://www.dbj.jp/co/info/branchnews/okayama/>
- ◆ 松江事務所 〒690-0887 松江市殿町111番地 松江センチュリービル8F／Tel：0852-31-3211／E-mail：he_8661@dbj.jp
HP：<https://www.dbj.jp/co/info/branchnews/matue/>
- ◆ 四国支店 企画調査課 〒760-0050 高松市亀井町5-1 百十四ビル14F／Tel：087-861-6676／E-mail：he_8554@dbj.jp
HP：<https://www.dbj.jp/co/info/branchnews/sikoku/>
- ◆ 松山事務所 〒790-0003 松山市三番町7-1-21 ジブラルタ生命松山ビル4F／Tel：089-921-8211／E-mail：he_8561@dbj.jp
HP：<https://www.dbj.jp/co/info/branchnews/matsuyama/>