

岡山県インバウンド人流分析 ～万博波及効果はあったのか～

2025 年 10 月

株式会社日本政策投資銀行
岡山事務所

協力



DBJ デジタルソリューションズ

本調査は、昨年度(※)に引き続き、GPS 位置情報ビッグデータを使用し、岡山県におけるインバウンドの観光動態を確認する目的で実施したものである。特に今回は、大阪・関西万博（以下「万博」）を訪れたインバウンド人流データと組み合わせることにより、「万博往訪者のうち岡山を訪問したインバウンドはどの程度いたのか」といった“万博の波及効果”についても分析した。

※岡山県インバウンド人流分析～通過型観光からの脱却を期待して～（2025/2）

https://www.dbj.jp/upload/investigate/docs/77b6b052245f8fb6230fe5675e0f68f1_1.pdf

集計データ：(1) 地域別・観光エリア別インバウンド来訪者数

(2) 万博会場エリアと対象地域・観光エリアの両方に来訪した人数・割合

集計期間：2024 年 4～5 月及び 2025 年 4～5 月（(2)は 2025 年 4～5 月のみ）

集計対象：(1) ①岡山市、②岡山後楽園、③岡山城、④倉敷市、

⑤倉敷美観地区、⑥玉野市、⑦広島市、⑧高松市、⑨直島

(2) ①岡山市（北区）、②倉敷市、③倉敷美観地区、④広島市（中区）、

⑤広島平和記念公園、⑥高松市

※各観光地点のエリア定義については、巻末資料に収録

※いずれも GPS 位置情報による人流データから推計（利用データ制約上、中国居住者は対象外）

1. 地域別・観光エリア別インバウンド来訪者数

(人)	2024年4- 5月	2025年4- 5月	24/25増加率
岡山市	139,743	170,562	22.1%
岡山後楽園	8,761	14,589	66.5%
岡山城	6,475	7,288	12.6%
倉敷市	62,197	83,120	33.6%
倉敷美観地区（南口）	23,287	33,205	42.6%
玉野市	7,733	13,110	69.5%
広島市	294,489	448,588	52.3%
高松市	66,769	79,644	19.3%
直島	12,008	15,361	27.9%

出典：agoop インバウンドデータ

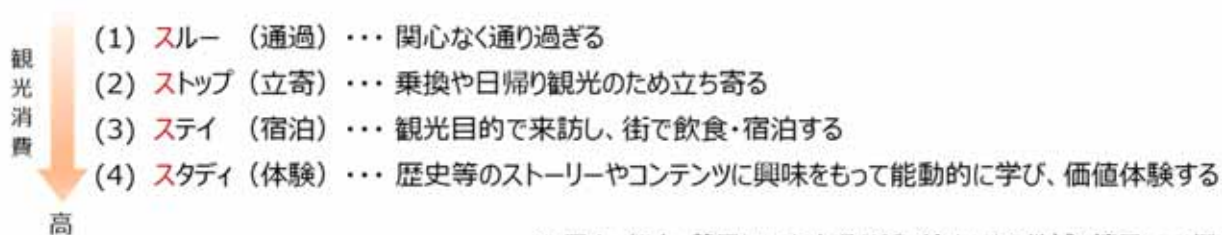
- 2025 年 4 - 5 月は前年比で全エリアにおいて来訪者数が増加している。中でも、岡山後楽園、倉敷美観地区、広島市、玉野市の伸びが大きかった。一方、岡山城や高松市は他と比較すると増加率は低かった。
- 各エリアの来訪者の人数を比較すると、広島市が圧倒的に多く、岡山市と倉敷市をあわせても大きく届かない水準となっている。
- 岡山市に着目すると、岡山市を訪れたインバウンドのうち、市内主要観光地の岡山後楽園・岡山城を訪れた割合は 1 割程度と低位にとどまっており、昨年度の分析から大きく変化はないと言える。

- 瀬戸内国際芸術祭（以下「瀬戸芸」）の主たる会場である直島は、2025年に大きな伸びを示すかと思われたが、春会期についてはそれほどではない印象である。関係者からも「それほど増えていない」との感触を聞いた。逆にいえば、直島には「瀬戸芸に関わらず外国人が多数訪れている」とも言えるかもしれない。瀬戸芸効果もあってか、玉野市は大きく伸びている。
- 次に、同時期のインバウンド宿泊者数の増加率と比較すると、来訪者数の増加（岡山市+22.1%、倉敷市+33.6%）よりも、宿泊者数の増加（岡山県+44.6%）の方が大きかった。これは岡山への来訪者のうち県内に宿泊するインバウンドの割合が高まっていることを示唆していると考えられる。
- 昨年度のレポートで、我々は“通過型観光”と言われる岡山の観光客の特徴を4つの行動様式（下図）に分類できると提唱した上で、より高い観光消費を期待できる宿泊観光や体験型観光を促していくべきと提言した。今回の数字は、宿泊者割合の増加という明るい材料につながっているのではないかと期待している。
- なお、広島は平和記念公園や宮島への来訪者数は大きく増加しているが（広島市の来訪者数+52.3%）、来訪者数の増加ほどには宿泊に結びついていない（広島県の宿泊者数+38.7%）と言えるかもしれない。
- また、大阪の伸びは全国平均も下回っているが、これは所謂ゴールデンルート（東京、大阪、京都）はコロナからの回復が早く、前年度までの伸びが高かったためと言える。

24/25 4-5月増加率	
全国	20.8%
大阪府	14.4%
岡山県	44.6%
広島県	38.7%
香川県	38.7%

（出所）観光庁「宿泊旅行統計調査」

「ス」で始まる観光客の4段階の行動様式



※ 岡山、熊本、静岡といった交通動脈の途上にある地域に適用しうる概念

2. 万博の波及効果に関する分析

万博エリアと対象地域・観光エリアの両方に来訪した人数（2025/4～5）

（人）	アジア	欧米豪	合計
岡山市（北区）	1,676	3,459	5,135
倉敷市	1,886	1,663	3,549
倉敷美観地区	1,616	1,102	2,718
広島市（中区）	2,390	19,779	22,169
広島平和記念公園	926	17,388	18,314
高松市	1,142	1,022	2,163

※欧米豪には、アジアと欧米豪以外の「その他」を含む

出典：agoop インバウンドデータ

- 上表は、万博と対象エリアの両方でカウントされた人流データ、すなわち、両方に来訪したインバウンドの人数を示している（双方の地点のデータを併用したもの。データ制約により、前述の来訪者数のエリアとは異なっている）。
- 人数では広島が圧倒的に多く、岡山とは2倍以上の差があり、これは前述の来訪者数以上に開きがある。
- 来訪者は全体的にアジアより欧米豪が多い。

万博からの来訪率（2025/4～5）

	アジア	欧米豪	合計
岡山市（北区）	1.7%	4.4%	2.9%
倉敷市	2.0%	2.1%	2.0%
倉敷美観地区	1.7%	1.4%	1.6%
広島市（中区）	2.5%	25.1%	12.7%
広島平和記念公園	1.0%	22.1%	10.5%
高松市	1.2%	1.3%	1.2%

※欧米豪には、アジアと欧米豪以外の「その他」を含む

出典：agoop インバウンドデータ

- 次に、万博来訪者のうち、どの程度の割合が中四国エリアに来訪したのかを表したのが上表である。
- 全体としては、アジアより欧米豪の来訪率が高く、中でも広島は、万博を訪れる欧米豪インバウンドのうち実に4分の1が広島にも訪れているという結果となった。

- アジアと欧米豪からの来訪率の違いは、当行が別に調査した意識調査（下左表）にも表れている。すなわち、アジアは旅行日数が短いこともあり、大阪以外は訪問しない人が約 3 割いるのに対し、欧米豪は万博以外も周遊する傾向があり、ほとんどの地域でアジアより高い訪問意向が示された。中国地方は、関西・関東に次ぐ欧米豪の周遊地域となっている。
- 岡山においても、広島ほどではないが、万博からの来訪率はアジアより欧米豪の方が高くなっている。別の調査（下右表）では、欧米豪の訪問意欲は岡山 1.5%、倉敷 1.0%と出ており、これを踏まえると万博からの「4.4%」という来訪率は、万博が通常時よりも高い誘客効果を持っていると評価できそうである。

万博来訪者の国内訪問地（訪問予定を含む）

	アジア	欧米豪
関西		
京都	47.8%	62.1%
奈良	16.7%	31.7%
兵庫	10.0%	8.1%
和歌山	3.9%	7.5%
滋賀	3.3%	1.9%
関東	24.4%	55.3%
中国	3.9%	11.2%
中部	5.6%	8.1%
北海道	5.0%	4.3%
東北	2.8%	6.2%
九州	2.2%	6.2%
四国	1.7%	3.7%
沖縄	2.2%	3.1%
大阪以外は訪問しない	28.9%	6.8%

※欧米豪には、アジアと欧米豪以外の「その他」を含む

（出所）2025年大阪・関西万博外国人訪問者の意向調査

訪問意欲

	全体	アジア計	欧米豪計
岡山	3.1%	3.8%	1.5%
倉敷	1.2%	1.3%	1.0%
広島	11.3%	9.9%	14.5%
高松／香川	1.5%	1.9%	0.5%

（出所）「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」より作成

地域・観光エリア来訪者数のうち万博も訪れた人の割合

	アジア	欧米豪	合計
岡山市（北区）	2.3%	5.4%	3.8%
倉敷市	4.1%	4.5%	4.3%
倉敷美観地区	7.8%	8.9%	8.2%
広島市（中区）	4.2%	10.2%	8.8%
広島平和記念公園	6.7%	21.2%	19.1%
高松市	1.9%	5.3%	2.7%

※欧米豪には、アジアと欧米豪以外の「その他」を含む

出典：agoop インバウンドデータ

- さらに、万博の誘客効果を考察する。上表は、対象地域の来訪者数のうち、今回の訪日で万博にも訪れた人の割合を示している。
- 岡山市(北区)は全体で3.8%、欧米豪は5.4%であり、これらの中には万博がなければ岡山に来なかった層も含まれるであろう。一定の押し上げ効果はあったと評価できるのではないだろうか。
- 主催者公表によると、万博期間中の外国人来訪者数 350 万人を想定していた。これに岡山市(北区)の来訪率 2.9%（P3 図表「万博からの来訪率」参照）を掛け合わせると、約 10 万人のインバウンドが万博とセットで岡山を訪れる計算になる。これは岡山経済にとってインパクトのある数字ではないだろうか。

3. （参考）岡山を訪れる欧米豪インバウンドの特徴

- 今回の調査と並行して、万博や後楽園等でインタビューを行っている。
- 万博でのサンプル調査（アジアを含む 15 人程度）では、岡山のことを知っている人は若干名であり、岡山に訪問予定を持つ人には出会えなかった。
- 後楽園では岡山に実際に観光に訪れたインバウンド（欧米豪のみ、15 名程度）に話を聞いた。いずれも滞在日数が 10 日以上と長く、岡山に宿泊し、これまでの訪日等でゴールデンルートを経験したあとに岡山に往訪しているという点で共通している。
- ゴールデンルートの「次の選択肢」として岡山（後楽園）を選択した人に特徴的だったのは、飛騨高山、直島、熊野古道、金沢などとセットにしていた点である。すなわち、都市や街というより、日本を感じる自然・文化といったカテゴリーへの興味で共通していると推測された。
- 一方、岡山の選択理由として、「九州・広島と大阪のルートの途中にあるから」「大都市部よりもホテル代が安いから」という消極的理由も聞かれた。残念な印象もあるが、逆手にとって誘客の手段とすることもできると感じられた。
- 欧米豪のような長期滞在者は、日帰り観光（ストップ）ではなく、宿泊して市内飲食をしており（ステイ）、岡山にとっての消費による経済効果は大きいと感じられた。中には、後楽園を「great garden」と評し、後楽園のために岡山を選択した人もいた。このようなコンテンツや価値体験として岡山を選択する人（スタディ）は、消費行動だけでなく潜在的リピーター

として期待できるだろう。また、岡山のフルーツパフェに強く興味を示した人もいた。まだ知られていない食のコンテンツなどで岡山の魅力を知ってもらう仕掛けも重要だろう。

4. 今後の岡山インバウンド観光の活性化に向けて（まとめ）

- 岡山の各地域・観光エリアへのインバウンドは着実に増加しており、宿泊観光の割合も少し上昇しているように見受けられる。
- 足元の万博では、万博来訪者の3%程度を岡山に誘客できており、岡山市・倉敷市のインバウンドを押し上げる要因になっていると推測され、一定の万博効果があったと考えられる。地域別では、万博からの周遊はアジアよりも欧米豪の方が活発であった。なお、瀬戸芸における同様のデータは取得していないが、玉野市の人流増加にみられるように、一定の効果はあったものと思われる。
- このように、国内の大型イベントにおいては、特に欧米豪の高い周遊効果を見込めることが分かった。アジア比率が高い岡山にとって、訪日滞在期間の長い欧米豪を取り込むチャンスとも言える。
- 今後の岡山インバウンド観光への示唆を挙げるとすれば、①大型イベントと連携しつつ、欧米豪向けの分かりやすいモデルコースを組み込んだツアーを設定する、②短期滞在傾向のあるアジア向けには時短型の「あと半日」のツアーを提示する、③欧米豪向けとして、岡山の各観光地と共通項のある他地域と連携して周遊を促す（金沢の兼六園との庭園つながりなど）、といったことが有効と言えるのではないだろうか。
- 岡山インバウンド観光が、万博等の国内イベントや他地域とも連携しながら、多角的に活性化することを期待したい。

分析ツール（Agoop 社）の集計仕様

Agoopの仕様

項目	内容	詳細
種別	GPS	同意を得たユーザーのGPSデータを収集し、スマートフォンの特定のアプリのうち、承諾を得たユーザからGPS位置情報を収集し拡大推計 ※アプリをインストールしたユーザーから取得しているため、通信キャリアに依存しない
データ	データ提供	Azira LCC. (旧社名 Near Intelligence、本社：米国) が保有するグローバル位置情報データをもとに、Agoopにて集計加工したデータ 中国居住者など一部の国・地域の位置情報データおよび、性別・年代の属性は、Azira社にて取得されていないため分析不可 ※個人を特定できないように秘匿化・プライバシー保護対策実施済みのデータのみを提供
	集計	時間、日単位で集計しながら、当該月の来訪者を累積算出 データのアウトプット仕様は1日平均、もしくは月ユニーク ※月ユニーク：同じ人が暦月内で何日滞在しても「1人」としてカウント
捕捉時間	滞在	時間・エリア範囲ともにシステム上用意されている選択肢から選択可能 本集計では、以下を設定した 市区町村・政令指定都市分析：1時間以上、観光地点分析：15分以上
属性	国籍	同意を得たユーザーデータの国籍に対応、全国籍のデータを取得 大分類は、アジア・アフリカ・オセアニア・ヨーロッパ・中東・中南米・南極・北米 ※対象とする国籍一覧は、[国籍分類]シートを参照
対象期間		2024年4月以降 任意の集計期間（1か月）を設定

参考資料

主要観光地点のエリア定義



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ので、当行までご連絡ください。著作権法の定めに従い引用・転載・複製する際には、必ず『出所：日本政策投資銀行』と明記してください。