

【関西地方版】DBJ・JTBFアジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査 2022年度版  
～関西への高い訪問意欲を強みに、2025年万博に向けて更なる関西ファンの獲得を～

---

2023年3月

 **DBJ** 株式会社日本政策投資銀行

関西支店 企画調査課

# 目次

## はじめに

1	調査概要	.....	p. 4
2	回答者の属性	.....	p. 5

## 関西地域のアンケート分析

1	サマリー	.....	p. 7
2	インバウンド市場動向	.....	p. 9
3	行ってみたい観光地、関西地域への訪問意向	全体	..... p. 10
4	訪日回数別の関西地域への訪問意向（東アジア）	関西訪問希望者 全体	..... p. 11
5	訪日旅行で体験したいこと	関西訪問希望者	..... p. 12
6	訪日旅行時に実施したいアウトドアアクティビティ	関西訪問希望者 全体	..... p. 13
7	希望する旅行形態	関西訪問希望者	..... p. 14
8	希望する宿泊施設	関西訪問希望者	..... p. 15
9	海外旅行の訪問先で実践したいサステナブルな取り組み	関西訪問希望者	..... p. 16

1

はじめに

---



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

【関西地方版】  
DBJ・JTBF アジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査～関西への高い訪問意欲を強みに、2025年万博に向けて更なる関西ファンの獲得を～  
(本レポート)

- ・(株)日本政策投資銀行(DBJ)地域調査部および(公財)日本交通公社(JTBF)は、共同で「DBJ・JTBF アジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査2022年度版」(調査期間：2022年6月21日～7月4日)を実施した。
- ・同調査は、DBJ地域調査部が2012年より継続的にアジア・欧米豪12地域(欧米豪は2016年より調査対象に追加)の海外旅行経験者を対象にインターネットによるアンケート調査を実施し、2015年からはJTBFと共同で調査を行い、以降、毎年、調査及び調査結果のリリースを行っているものである。
- ・本レポートは、同調査の「あなたご存知の観光地の中で、実際に行ってみたい観光地」の設問(全国主要観光地63箇所から選択。複数回答可)において、「京都」、「奈良」、「大阪」、「神戸」、「紀伊半島／高野山／熊野古道」、「関西」、を選択した回答者2,565人を関西訪問希望者と定義し、同データを集計・分析したものである。全体の結果については、「DBJ・JTBF アジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査2022年度版」(2022年10月)をご参照いただきたい。

調査方法	インターネットによる調査
調査時期	2022年6月21日～7月4日
調査地域	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 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、</li> <li>■ 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</li> </ul> (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%)
調査対象者	20歳から59歳の男女、かつ海外旅行経験者 (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
有効回答者数	上記各地域に居住する計6,307人
調査協力会社	楽天インサイト・グローバル株式会社

- 2019年6月25日～7月8日に実施された調査 「DBJ・JTBF アジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査(2019年度版)」(以下、2019年度調査)とする。
- 2020年6月2日～6月12日に実施された調査 「第1回新型コロナ影響度特別調査」(以下、第1回調査 2020年)
- 2020年12月1日～12月12日に実施された調査 「第2回新型コロナ影響度特別調査」(以下、第2回調査 2020年)
- 2021年10月5日～10月19日に実施された調査 「第3回新型コロナ影響度特別調査」(以下、第3回調査 2021年)

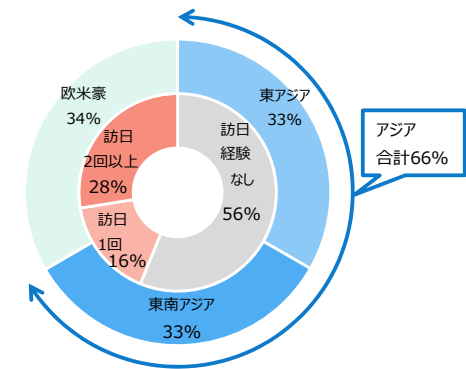
## 1-2

## 回答者の属性

- 回答者全体の地域別の構成比は、アジアが66%、欧米豪が34%。回答者のうち44%が訪日経験を有し、訪日経験2回以上(以下「リピーター」という。)は28%である。
- 関西訪問希望者の地域別構成比は、全体の81%と、全体に比べてアジアの構成比が高い。また、そのうちの62%が訪日経験を有し、リピーター割合も40%とこちらも全体に比べて比率が高いことが特徴としてあげられる。

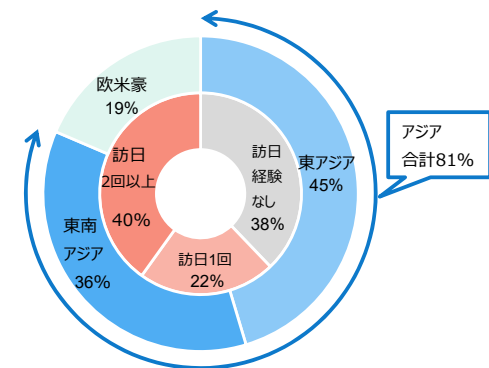
### 全体

	12地域全体	アジア							欧米豪
		アジア	東アジア	韓国	中国	台湾	香港	東南アジア	
総数(人)	6,307	4,201	2,099	517	543	512	527	2,102	2,106
訪日経験なし	3,543	1,758	495	165	149	97	84	1,263	1,785
(総数に占める割合)	56%	42%	24%	32%	27%	19%	16%	60%	85%
訪日経験あり	2,764	2,443	1,604	352	394	415	443	839	321
(総数に占める割合)	44%	58%	76%	68%	73%	81%	84%	40%	15%
1回	1,026	853	458	116	176	91	75	395	173
(総数に占める割合)	16%	20%	22%	22%	32%	18%	14%	19%	8%
2回以上	1,738	1,590	1,146	236	218	324	368	444	148
(総数に占める割合)	28%	38%	55%	46%	40%	63%	70%	21%	7%



### 関西訪問希望者

	12地域全体	アジア							欧米豪
		アジア	東アジア	韓国	中国	台湾	香港	東南アジア	
総数(人)	2,565	2,089	1,163	219	306	338	300	926	476
訪日経験なし	971	646	190	55	63	41	31	456	325
(総数に占める割合)	38%	31%	16%	25%	21%	12%	10%	49%	68%
訪日経験あり	1,594	1,443	973	164	243	297	269	470	151
(総数に占める割合)	62%	69%	84%	75%	79%	88%	90%	51%	32%
1回	566	472	253	46	100	65	42	219	94
(総数に占める割合)	22%	23%	22%	21%	33%	19%	14%	24%	20%
2回以上	1,028	971	720	118	143	232	227	251	57
(総数に占める割合)	40%	46%	62%	54%	47%	69%	76%	27%	12%



※東南アジア：タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア

出所：DBJ・JTBF アジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査2022年度版

## 2 関西地域のアンケート分析

---

## 1. 関西の人気度、観光への期待

- ・ 実際に行ってみたい日本の観光地として関西地域への訪問意向は高く、京都、大阪、神戸、奈良は上位10位内にランクイン。**地域別ではアジアのリピーターの高い訪問意向が確認された。**
- ・ 東アジア(韓国、中国、台湾、香港)の関西訪問希望者は、**訪日回数に関わらず京都、大阪への訪問意向が高い**ことが確認された。
- ・ また、リピーターの感動した頻度(2019年度調査・全体)が初訪日と比べて上昇している点や東アジアのリピーター(関西訪問希望者)の訪問意向の高さから、**関西観光地がリピーターから一定の満足度を獲得できていると推察**される。

## 2. 旅行者の志向

- ・ 日本で体験したいことは、いずれの国・地域とも「自然や風景の見物」、「桜の観賞」、「伝統的日本料理」への希望が高い一方、**国・地域別でみると、希望するコンテンツに違いもみられることから、各地域で保有するコンテンツ・魅力に合わせたターゲット選定や地域間連携による多様なニーズに応えるパッケージ提示等が求められる。**
- ・ 訪日旅行時に実施したいアウトドアアクティビティは、**いずれの国・地域においても「ウォーキング」が1位**となった。「ウォーキング」は特別な道具が不要で手軽に取り組みやすく、地域の魅力を存分に体感できるアクティビティである。**近年の高まるウェルネス志向や環境負荷の低いアクティビティという観点からも引き続き高い人気が維持されると推察**される。
- ・ また、訪日観光理由として「体験したいツアーやアクティビティがあるから」の項目の選択率はいずれの地域も高く、コロナ禍における意識の変化やアウトドアアクティビティの人気の高まりも踏まえ、**関西の個性豊かな自然を満喫できるアクティビティの拡充を図り、コロナ禍を通して人気が高まるアウトドア志向にしっかりと応え、更なるインバウンド需要獲得に繋げていくことが求められる。**

### 3. 旅行スタイル

- ・ アジア、欧米豪ともに、コロナ前と比較して**旅行会社利用のニーズが高まっている**。旅行会社利用の内訳を見ると、アジア・欧米豪共にセミパッケージツアーの希望割合が高いことが特徴としてあげられる。**セミパッケージツアーは、旅行会社の一定のサポートを受けつつ、複数の選択肢から自由に組合せ可能であり、近時の旅行者ニーズの多様化にも対応できることからニーズが高まってきている**と推察される。
- ・ 希望する宿泊施設はアジアは温泉のある宿泊施設、欧米豪は豪華で快適なホテル(西洋式)がそれぞれ上位となった。訪日観光理由で泊まりたい宿泊施設があると答える割合はアジアに比べ、欧米豪の比率が低い一方、宿泊施設にサービス面で求めることに関して、文化体験の機会提供の比率がアジアより高くなっている。以上から、**アジアは日本旅館を目的の一つに日本観光に来る層が多い一方、欧米豪は宿泊施設形態にかかわらず、文化体験を志向する層が多いと推察**される。
- ・ 実践したいサステナブルな取組を項目ごとに見てみると、「**伝統・文化の保存・継承**」に関する項目が上位を占めており、訪問先の特産物購入や伝統工芸体験を通して**地域文化の持続可能性に貢献する旅行スタイルを重視する傾向が見てとれる**。
- ・ 訪日観光理由として「**サステナブルな取組を積極的に実施する国・地域だから**」の選択率を地域別に見てみると、東アジア・東南アジアと比較して、**サステナブルな志向が高いと推察される欧米豪からの評価は相対的に低くなっている**ことから、今後の更なる取組強化が求められる。

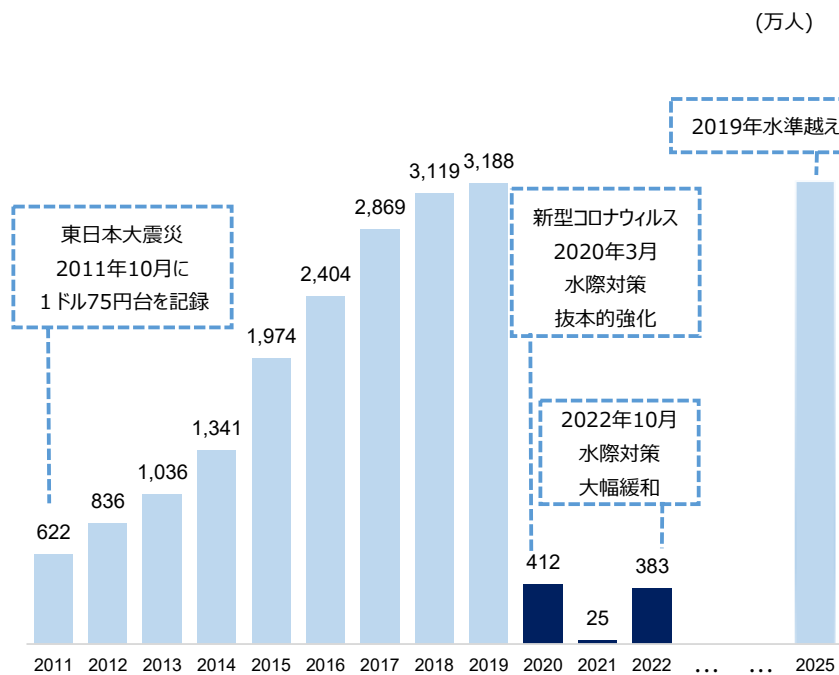
### 4. 大阪・関西万博に向けて

- ・ **今回の調査で関西への訪問意欲の高さを改めて確認**することができた。**2023年はインバウンド再生元年として観光業界全体が再起動し**、関西地域では、2025年大阪・関西万博を機としたインバウンド誘客の取組が益々活発になると見込まれる。
- ・ 今後の関西地域におけるインバウンド誘客に向けては、万博開催地である大阪をはじめとした関西の地域文化の持続可能性を追求しつつ、関西各地の独自の魅力を活かした地域間で連携した取組・情報発信が求められる。
- ・ **関西各地の魅力ある観光資源をテーマやストーリーのある高付加価値な観光コンテンツへと昇華させ、更なる関西ファン獲得を目指し**、関西観光業界にとって活力に満ちた年となることを期待したい。

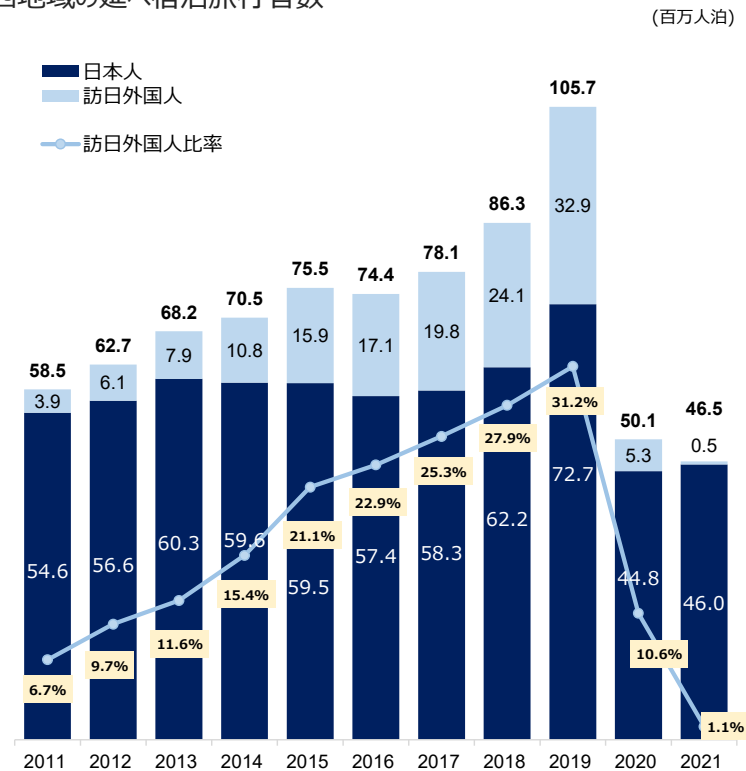


- 訪日外客数はビザ発給要件緩和や近年の円安基調等を背景に順調に増加し、2018年には3,000万人を突破した。しかし、2020年3月の新型コロナウイルスによる水際対策が開始され、2021年の訪日外国人旅行者数はほぼゼロに。足下、2022年10月の訪日個人旅行解禁を機に、2022年の外客数(推計値)はコロナ前の2019年比で10%程度の水準となった。2023年3月8日に交通政策審議会観光分科会(第46回)で審議された「観光立国推進基本計画」(案)では、2025年の訪日外客数を、コロナ前水準まで回復を目指すことが掲げられている。
- 関西地域の延べ宿泊旅行者数は訪日外国人の増加とともに増加していたが、新型コロナウイルスにより2021年はインバウンド需要はほぼ消滅し、GoToトラベル事業等国内需要喚起策により日本人延べ宿泊旅行者数の下支えはあったものの、全体では2019年比で56%減となった。

① 訪日外客数



② 関西地域の延べ宿泊旅行者数



① 訪日外客数(2022年は推計値) 出典：日本政府観光局(JNTO)を加工して作成  
2025年の外客数は2023年3月8日交通政策審議会観光分科会(第46回)「観光立国推進基本計画」案より

② 関西地域の延べ宿泊旅行者数 出所：「宿泊旅行統計調査」(観光庁)を加工して作成

## 2-3 行ってみたい観光地、関西地域への訪問意向

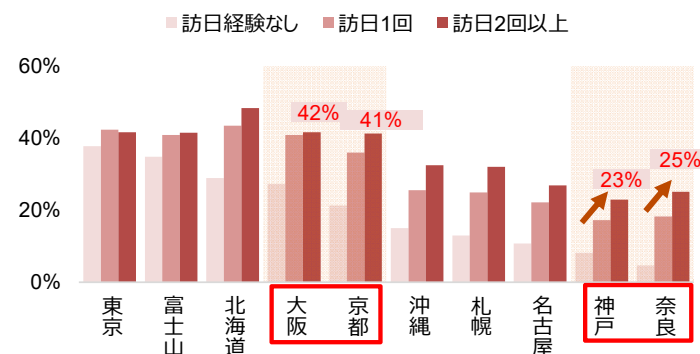
- ・行ってみたい観光地として関西観光地(63の選択肢のうち関西観光地は6つ)は**トップ10位までに4つの地域がランクインし、関西の根強い人気を確認**された(2022年度調査で「奈良」がトップ10入り。「関西」は14位、「紀伊半島/高野山/熊野古道」は38位)。
- ・次に訪日回数別の訪問意向を分析したところ、**アジアは訪日回数が増えるほど各地への訪問意向が上昇する傾向**がある。欧米豪は、大阪、京都への高い訪問意向が維持されているものの、訪日回数が2回以上になると低下する一方、神戸、奈良は訪日回数が増えるごとに訪問意向が高まっている。
- ・**関西の観光地はアジアからの人気が高く、その中でも特にリピーターからの訪問意向が高い**ことが見てとれる。

### 行ってみたい観光地

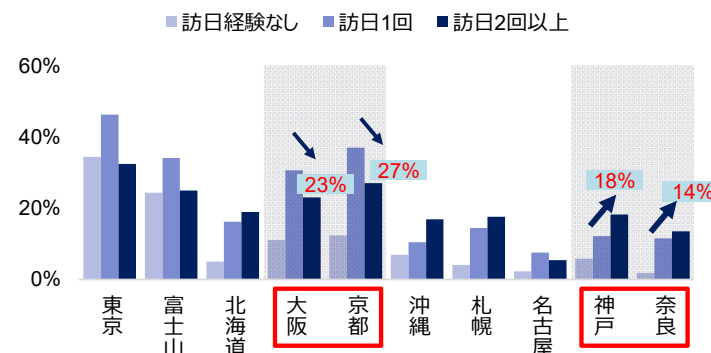
	2022年度 全体	2021年度 全体	2020年度 全体	2019年度 全体
n	5,768	6,828	5,726	5,747
1 東京	38.8%	43.4%	40.6%	44.1%
2 富士山	34.7%	36.1%	34.4%	41.0%
3 北海道	29.9%	29.0%	28.5%	29.9%
4 <b>大阪</b>	29.2%	30.0%	29.1%	32.6%
5 <b>京都</b>	27.4%	27.5%	28.3%	30.7%
6 沖縄	19.3%	18.2%	17.7%	20.6%
7 札幌	18.0%	16.0%	17.4%	18.7%
8 名古屋	14.5%	13.0%	12.3%	14.9%
9 <b>神戸</b>	13.4%	12.4%	11.7%	13.6%
10 <b>奈良</b>	12.0%	9.7%	10.4%	11.4%

(2022年度版調査における上位10観光地、63の観光地からあてはまるものすべて。)

### アジア (訪日経験なしn=1,574 訪日1回n=853 訪日2回以上n=1,590)

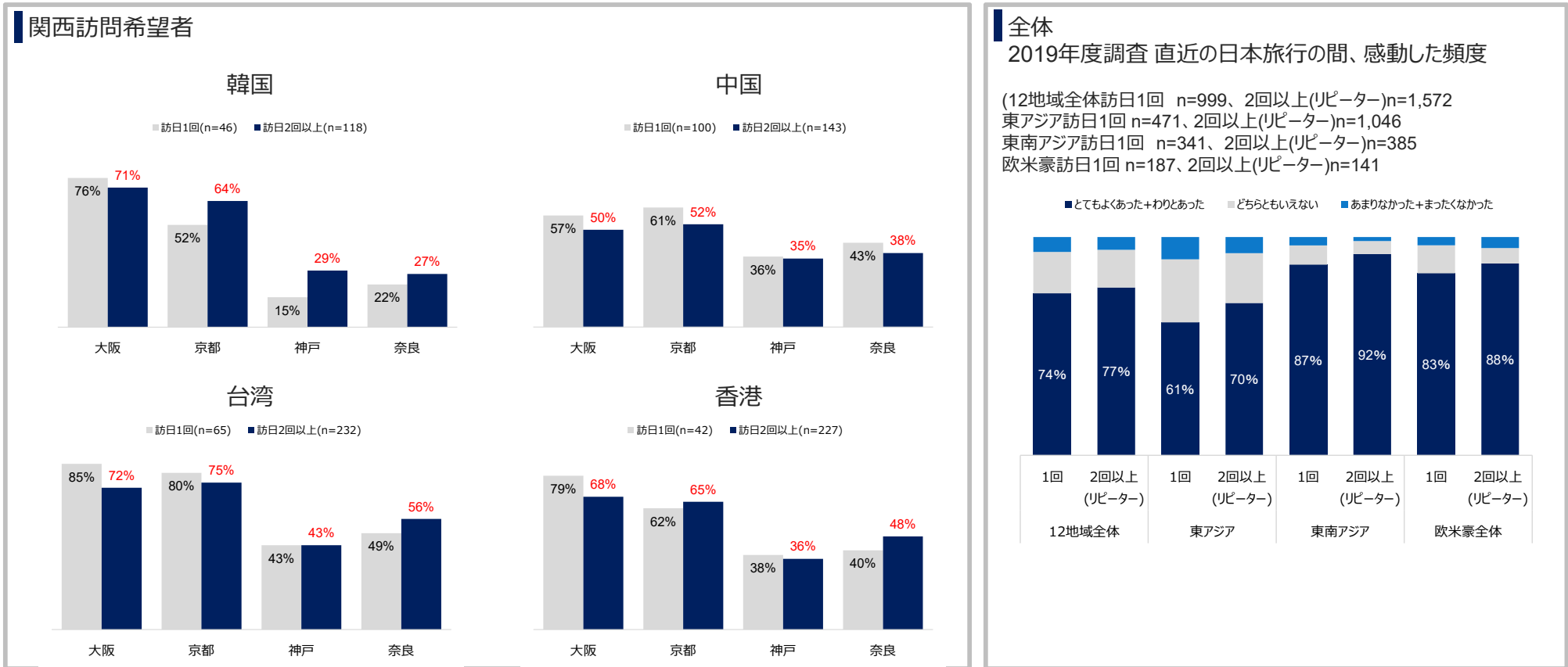


### 欧米豪 (訪日経験なしn=1,430 訪日1回n=173 訪日2回以上n=148)



## 2-4 訪日回数別の関西地域への訪問意向(東アジア)

- ・リピーターの多い東アジア(韓国、中国、台湾、香港)の関西への訪問意欲を訪日回数別に分析。
- ・**京都、大阪は訪日回数で訪問意向が多少上下するものの、いずれも高い人気を維持している。**一方、神戸、奈良は、一部で訪日回数の増加に伴い訪問意向が高まる傾向が確認された。
- ・「直近の日本旅行中の感動した頻度」に関する設問(2019年度調査)では、東南アジア・欧米豪含め、**いずれの地域でもリピーターの感動頻度の方が高く、リピーターから一定の満足度を獲得できていると推察**される。一方、東アジアの感動頻度は他地域より低くなっていることから、東アジア向けの満足度向上にはさらなる改善余地も考えられる。



出所：関西訪問希望者 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  
 全体 DBJ・JTBF アジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査2019年度版

## 2-5 訪日旅行で体験したいこと

- ・ いずれの国・地域とも「自然や風景の見物」、「桜の観賞」、「伝統的日本料理」への希望が高い。
- ・ 国、地域別の特徴としては、韓国は「繁華街の街歩き」、中国は「日本文化の体験」、台湾は「遊園地やテーマパーク」、香港、東南アジアは「雪景色鑑賞」や「紅葉の鑑賞」、欧米豪は「日本庭園の見物」の希望がそれぞれ相対的に高いことが見てとれる。
- ・ 上記の通り、**国・地域毎で体験希望の特徴も異なることから、訪日旅行での更なる満足度獲得に向けては、各地域で保有するコンテンツ・魅力に合わせたターゲット選定や地域間連携による多様なニーズに応えるパッケージ提示等**が求められる。

項目	全体	韓国	中国	台湾	香港	東南アジア	欧米豪全体
n	1,755	101	202	286	268	668	230
自然や風景の見物	62%	52%	55%	63%	59%	66%	62%
桜の観賞	61%	45%	47%	60%	64%	67%	62%
伝統的日本料理	55%	45%	30%	60%	57%	59%	58%
温泉への入浴	54%	60%	46%	62%	61%	54%	40%
有名な史跡や歴史的な建築物の見物（説明の充実度含む）	51%	36%	46%	55%	48%	54%	53%
雪景色観賞	45%	29%	26%	50%	51%	52%	35%
世界遺産の見物（説明の充実度含む）	43%	22%	28%	45%	38%	48%	52%
紅葉の観賞	42%	19%	23%	39%	51%	52%	31%
日本庭園の見物（説明の充実度含む）	41%	24%	30%	38%	38%	45%	57%
日本文化の体験（茶道、華道、着物試着など）	41%	25%	42%	38%	39%	43%	44%
繁華街の街歩き	40%	40%	23%	42%	38%	43%	45%
現地の人々が普段利用しているカジュアルな食事	38%	37%	27%	34%	34%	46%	37%
遊園地やテーマパーク	38%	31%	34%	54%	47%	37%	20%
食品や飲料のショッピング	36%	30%	19%	45%	48%	37%	27%
イベント・祭りの見物	36%	36%	24%	44%	35%	36%	38%
自然や資源を損なうことのないよう配慮されている観光地・観光ツアー	31%	23%	15%	23%	29%	39%	39%
近代的／先進的な建築物の見物（説明の充実度含む）	29%	16%	24%	27%	23%	35%	35%
洋服やファッション雑貨のショッピング	28%	22%	20%	23%	40%	33%	19%
スイーツ	28%	23%	4%	39%	36%	30%	23%
日本の酒（日本酒・焼酎）	27%	32%	28%	27%	23%	27%	28%

(34の選択肢からあてはまるものすべて。上位20項目を全体の降順で並べ替え、上位5項目を青色で塗りつぶしている)

2-6

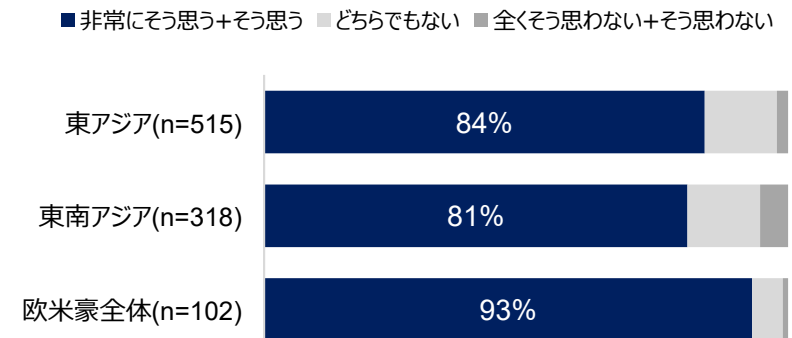
訪日旅行時に実施したいアウトドアアクティビティ

- 訪日旅行時に実施したいアウトドアアクティビティは、**いずれの地域においても「ウォーキング」が1位**となった。「ウォーキング」は特別な道具が不要で手軽に取り組みやすく、地域の魅力を存分に体感できるアクティビティである。**近年の高まるウェルネス志向や環境負荷の低いアクティビティという観点からも引き続き高い人気が維持されると推察される。**
- 地域別では、アジアは「スキー・スノーボード」、「スノーシュー・雪遊び」等自国での実施が難しいアクティビティへの実施希望が高く、一方で欧米豪は「植物観察・森林浴」、「ハイキング」への実施希望が高い。
- 訪日観光理由で体験したいアクティビティがあると回答した割合はいずれの地域も高く、魅力あるコンテンツの存在が訪日意向に繋がっていると考えられることから、**関西の個性豊かな自然を満喫できるアクティビティの拡充を図り、コロナ禍を通して人気が高まるアウトドア志向にしっかりと応え、更なるインバウンド需要獲得に繋げていくことが求められる。**

項目	12地域全体		アジア全体		欧米豪全体	
	関西	全国	関西	全国	関西	全国
n	1,755	3,291	1,525	2,686	230	605
ウォーキング	54%	48%	52%	47%	65%	54%
スキー・スノーボード	49%	46%	53%	51%	25%	26%
スノーシュー・雪遊び	48%	45%	52%	50%	24%	22%
植物観察・森林浴	44%	39%	42%	38%	54%	45%
フルーツ狩り	39%	35%	41%	38%	22%	23%
登山・トレッキング・トレイルラン	32%	34%	31%	33%	37%	38%
動物観察・ふれあい	37%	34%	35%	33%	45%	36%
ハイキング	31%	31%	29%	29%	43%	40%
星空観察・天体観測	33%	31%	33%	30%	37%	32%
海水浴・シュノーケリング	30%	29%	30%	28%	30%	33%
サイクリング	30%	29%	30%	29%	30%	29%
ファームステイ（農業体験）	28%	27%	31%	29%	12%	17%
キャンプ・グランピング	25%	25%	26%	25%	22%	23%
ダイビング	21%	22%	22%	22%	17%	20%
カヌー・カヤック	20%	21%	20%	21%	23%	24%
スカイスポーツ	20%	21%	21%	22%	14%	18%

(回答はそれぞれあてはまるもの全て。12地域全体、全国の降順で上位16項目)

日本を観光のために訪問したい理由  
体験したいツアーやアクティビティがあるから



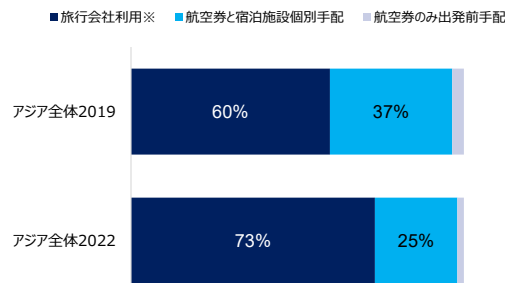
(回答はそれぞれの項目であてはまるものを1つ)

2-7

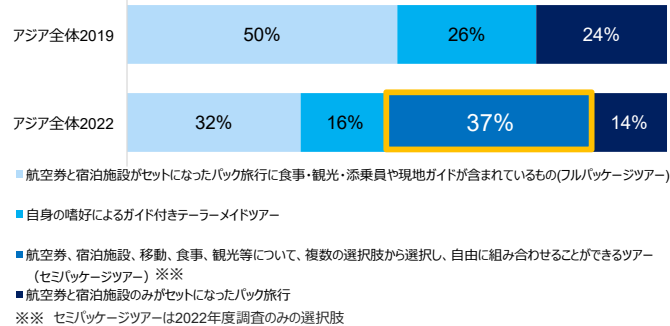
希望する旅行形態

- ・アジア、欧米豪ともにコロナ前の**2019年度調査との比較で旅行会社利用のニーズが高まっている**。
- ・旅行会社を利用した旅行形態の内訳をみると、コロナ前の2019年度調査はアジア・欧米豪共にフルパッケージツアーの希望割合が最も高いが、今回調査ではアジア・欧米豪共に**セミパッケージツアーの希望割合が最も高い**。**セミパッケージツアーは、旅行会社の一定のサポートを受けつつ、複数の選択肢から自由に組み合わせることができ、近時の旅行者ニーズの多様化にも対応できることから、高いニーズがあることがうかがえる。**

アジア(2019年度調査n=1,313 2022年度調査n=1,509)



アジア(旅行会社利用の内訳 2019年度調査n=785 2022年度調査n=1,106)

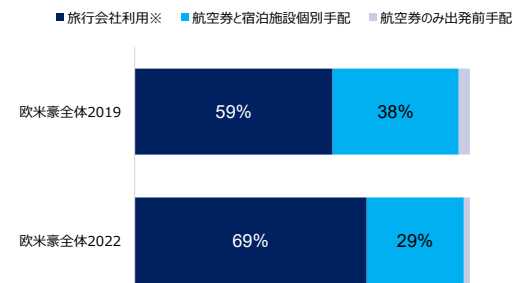


※旅行会社利用

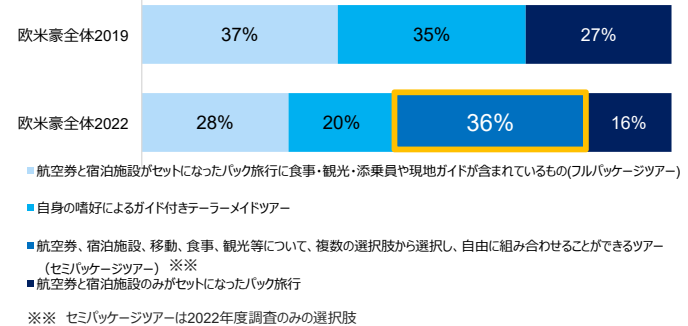
2019年度調査：①航空券と宿泊施設がセットになったパック旅行に、食事・観光・添乗員や現地ガイドが含まれている②自身の嗜好によるガイド付きオーダーメイドツアー③航空券と宿泊施設のみがセットになったパック旅行④航空券と宿泊施設を個別に手配⑤航空券のみを出発前に手配のうち、①②③を選択した人

2022年度調査：①航空券と宿泊施設がセットになったパック旅行に食事・観光・添乗員や現地ガイドが含まれているもの②自身の嗜好によるガイド付きテラーメイドツアー③航空券、宿泊施設、移動、食事、観光等について、複数の選択肢から選択し、自由に組み合わせることができるツアー（セミパッケージツアー）④航空券と宿泊施設のみがセットになったパック旅行⑤航空券と宿泊施設を個別に手配⑥航空券のみを出発前に手配のうち、①②③④を選択した人

欧米豪(2019年度調査n=425 2022年度調査n=224)



欧米豪(旅行会社利用の内訳2019年度調査n=251 2022年度調査n=155)

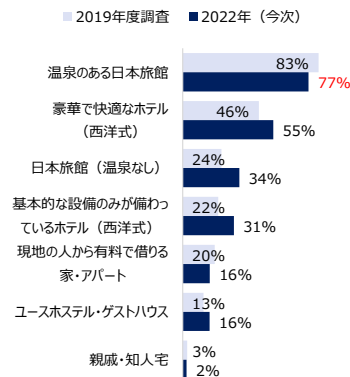


2-8

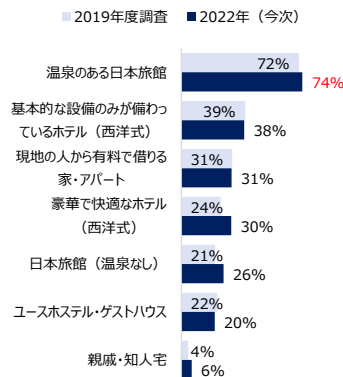
希望する宿泊施設

- 東アジアは温泉のある日本旅館が1位となったが、コロナ前の2019年度調査と比較して豪華で快適なホテルの人気も高まっている。東南アジアはコロナ前と大きな変化はなく、温泉のある日本旅館の人気引き続き高い。欧米豪はコロナ前は、温泉のある日本旅館がトップであったが、今回調査では日本旅館への宿泊意向が低下し、豪華で快適なホテルがトップとなった。
- 訪日観光理由で泊まりたい宿泊施設があると答える割合はアジアに比べ、欧米豪の比率が低い一方、宿泊施設にサービス面で求めることに関して、文化体験の機会提供の比率がアジアより高くなっている。以上から、**アジアは日本旅館を目的の一つに日本観光に来る層が多い一方、欧米豪は宿泊施設形態にかかわらず、文化体験を志向する層が多いと推察される。**

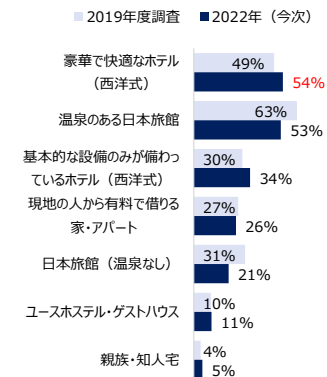
東アジア (2019年度調査n=717、2022年n=857)



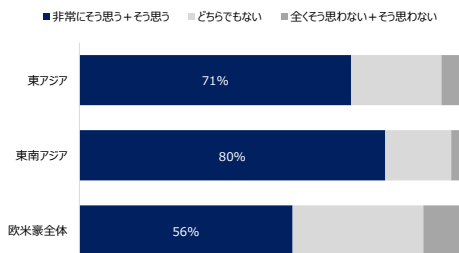
東南アジア(2019年度調査n=596、2022年n=668)



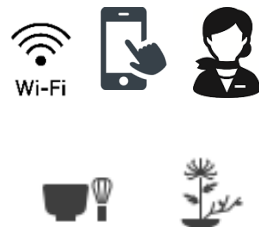
欧米豪(2019年度調査n=425、2022年n=230)



日本を観光のために訪問したい理由「泊まりたい宿泊施設があるから」の割合 (東アジアn=515、東南アジアn=318、欧米豪n=102)



宿泊施設にサービス面で求めること (あてはまるもの3つまで)



	12地域全体	東アジア	東南アジア	欧米豪全体
n	1,755	857	668	230
Wi-Fi環境が整っていること	44%	45%	42%	48%
多言語対応可能なスタッフやコミュニケーションツールの導入などにより、不自由なくコミュニケーションが取れること	38%	36%	42%	35%
ウェブサイトから宿泊の予約が出来ること	34%	38%	31%	30%
ウイルス対策 (定期的な消毒やマスクの着用等) が徹底していること	27%	30%	25%	22%
近隣施設や周辺地のアクティビティに関する情報提供や、食事の予約、移動手段を確保する際のサポート	25%	26%	27%	17%
キャッシュレス決済 (電子マネーやクレジットカード) ができること	25%	23%	29%	20%
レストランや大浴場など、施設内の人が集まる場所の混雑状況がリアルタイムでわかるようになっていること	19%	16%	22%	17%
文化体験等により、地域の伝統や文化に触れ、理解を深める機会があること	19%	16%	21%	25%

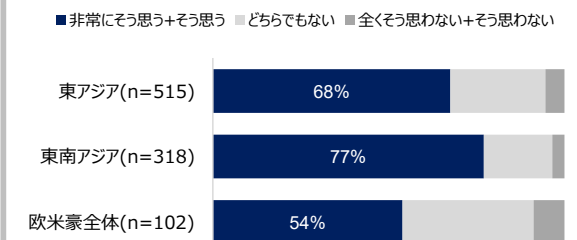
## 2-9 海外旅行の訪問先で実践したいサステナブルな取り組み

- 実践したいサステナブルな取組を項目ごとに見てみると、「ごみの削減」をはじめとした「自然や生物多様性の保全等」に関する項目に加え、「伝統・文化の保存・継承」に関する項目が上位を占めており、**訪問先の特産物購入や伝統工芸体験を通して地域文化の持続可能性に貢献する旅行スタイルを重視する傾向**が見てとれる。
- また、コロナ禍を通してニーズが高まったと推察される混雑を回避するための訪問時間の工夫や観光施設の事前予約等も、サステナブルな旅行スタイルとして一定数のニーズがあることも確認できた。
- 訪日観光理由として「**サステナブルな取組を積極的に実施する国・地域だから**」の選択率を地域別に見てみると、**東アジア・東南アジアと比較して、サステナブルな志向が高いと推察される欧米豪からの評価は相対的に低くなっている**ことから、今後の更なる取組強化が求められる。

	12地域全体	東アジア	東南アジア	欧米豪全体
n	2,565	1,163	926	476
ゴミを削減する	35%	38%	37%	25%
地域の特産品を購入する	27%	29%	27%	24%
環境への影響を考慮してCO2排出量が少ない移動手段を選択する	24%	23%	28%	21%
地域の事業者が販売する商品、サービスを適正価格で購入する	22%	19%	25%	24%
地域の祭りや行事等に参加する	22%	22%	21%	23%
地域の食材やオーガニック食材を使った食事を提供している店を利用する	21%	22%	22%	19%
混雑を回避するため、比較的空いている時間帯に訪問する	20%	20%	21%	21%
地域の伝統工芸を体験する	20%	23%	18%	15%
省エネルギーや再生可能エネルギーの利用を促進している観光施設を利用する	19%	18%	21%	15%
環境負荷が少ない自然体験プログラムに参加する	19%	21%	18%	14%
混雑を回避するため、観光施設等を事前予約する	18%	17%	21%	12%
観光施設等の混雑時間帯を避けて利用する	18%	17%	19%	15%
古民家をリノベーションした宿泊施設に宿泊する	15%	13%	17%	17%
地域の生態系の保全に貢献できる体験アクティビティに参加する	15%	15%	15%	14%
地域ガイドによる野生動物ウォッチングツアーに参加する	14%	13%	14%	16%
その地域で許可・認可されているツアーガイドを選択する	14%	11%	17%	16%
収益の一部を野生動物保護に充てる体験プログラムに参加する	13%	14%	13%	12%
伝統工芸品等の模造品を購入しない	12%	7%	15%	20%

(回答は5つまで。12地域全体の降順で上位18項目)

日本を観光のために訪問したい理由  
サステナブルな取組を積極的に実施する国・地域だから



(回答はそれぞれの項目ではまるものを1つ)



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



© Development Bank of Japan Inc.2023

本資料は情報提供のみを目的として作成されたものであり、取引等を勧誘するものではありません。本資料は当行が信頼に足ると判断した情報に基づいて作成されていますが、当行はその正確性・確実性を保証するものではありません。本資料のご利用に際しましては、ご自身のご判断でなされますようお願い致します。本資料は著作物であり、著作権法に基づき保護されています。本資料の全文または一部を転載・複製する際は、著作権者の許諾が必要ですので、当行までご連絡下さい。著作権法の定めに従い引用・転載・複製する際には、必ず、『出所：日本政策投資銀行』と明記して下さい。

(お問い合わせ先)

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>