

【東北地方版】

DBJ・JTBF

アジア・欧米豪

訪日外国人旅行者の意向調査 2025年度版

2026年3月

 **DBJ** 株式会社日本政策投資銀行

東北支店 企画調査課



目次

I. 調査概要等	3	3. 東北訪問希望者・東北訪問経験者の特徴	16
(1) 調査概要	4	(1) 訪日旅行にかかる滞在日数と同行者	17
(2) 有効回答者数	5	(2) 訪日旅行で希望する旅行形態・宿泊施設	18
(3) 地域区分の定義	6	(3) 直近の訪日旅行で体験したこと	19
II. 調査結果	7	(4) 訪日旅行で夜に体験したいこと	20
1. 訪日旅行者の特徴	7	(参考) 東北地域のナイトタイムエコノミー	21
(1) 次に海外旅行したい国・地域	8	(5) 訪日旅行の体験活動に対する追加支払い意向	22
(2) 地方訪問意向	10	III. 全国・東北の観光動向	24
2. 東北の認知度・訪問意向	11	(1) インバウンド客数の推移・新型コロナ前後の延べ宿泊者数	25
(1) 日本国内で旅行したい地域	12	(2) 延べ宿泊者数長期推移	26
(2) 東北の認知度・訪問意向	13	(3) 観光消費額推移	26
(3) 東北各地の認知度・訪問意向（国・地域別）	14	IV. 総括	27
(4) 訪日リピーターの東北各地の訪問意向	15		

I .調査概要・有効回答者数

I.調査概要等

(1) 調査概要

- (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) 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2025年度版」(調査期間：2025年7月7日～7月16日)を実施した(以下、「本調査」という)。
- 本調査は、DBJ産業調査部が2012年より継続的に実施しているアジア・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したインターネットによるアンケート調査で、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。
- 当レポートは、DBJ東北支店が、本調査のデータから東北地方訪問希望者・東北地方訪問経験者のデータを抽出し、集計・分析したものである。本調査の結果については、「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月公表)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

実施時期：2025年7月7日～7月16日

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

◇欧米豪：アメリカ、オーストラリア、イギリス、フランス

(12か国・地域)

※中国は北京および上海在住者のみ(割合は北京50%、上海50%)

※アメリカ、オーストラリア、イギリス、フランスは2016年度から追加

調査対象者：20歳～79歳の男女、かつ、海外旅行経験者

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

有効回答者数：上記各地域に居住する住民計7,413人

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・配信)

概念図



- 2021年10月5日～10月19日に実施された調査を「DBJ・JTBFアジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査(2021年度版)」(以下、「2021年度調査」という。)
- 2022年6月21日～7月4日に実施された調査を「DBJ・JTBFアジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査(2022年度版)」(以下、「2022年度調査」という。)
- 2023年7月6日～7月14日に実施された調査を「DBJ・JTBFアジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査(2023年度版)」(以下、「2023年度調査」という。)
- 2024年7月8日～7月18日に実施された調査を「DBJ・JTBFアジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査(2024年度版)」(以下、「2024年度調査」という。)
- 2025年7月7日～7月16日に実施された調査を「DBJ・JTBFアジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査(2025年度版)」(以下、「2025年度調査」という。)

I.調査概要等

(2) 有効回答者数

◆有効回答者数

(人)

項目	全体	アジア全体										欧米豪全体			
		韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア	アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス		
総計	7,413	4,906	628	618	618	603	601	579	634	625	2,507	658	620	618	611
男性	3,647	2,405	300	305	293	304	296	283	311	313	1,242	328	305	305	304
女性	3,695	2,440	312	310	312	296	302	288	317	303	1,255	325	314	311	305
その他	71	61	16	3	13	3	3	8	6	9	10	5	1	2	2

出典：2025年度調査より東北支店作成

◆訪日旅行経験者数

(人)

項目	全体	アジア全体										欧米豪全体			
		韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア	アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス		
総計	7,413	4,906	628	618	618	603	601	579	634	625	2,507	658	620	618	611
訪日経験あり	3,349	2,967	476	392	496	500	356	286	186	275	382	84	156	67	75
訪日経験者（1回）	1,163	939	115	199	108	59	145	107	83	123	224	43	86	39	56
訪日経験者（2回以上）	2,186	2,028	361	193	388	441	211	179	103	152	158	41	70	28	19
訪日経験なし	4,064	1,939	152	226	122	103	245	293	448	350	2,125	574	464	551	536

出典：2025年度調査より東北支店作成

◆東北訪問希望者数

(人)

項目	全体	アジア全体										欧米豪全体			
		韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア	アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス		
総計	1,218	955	92	138	192	150	131	77	79	96	263	58	81	76	48
男性	619	472	47	70	87	70	64	40	43	51	147	32	47	45	23
女性	589	473	42	66	103	80	66	36	36	44	116	26	34	31	25
その他	10	10	3	2	2	0	1	1	0	1	0	0	0	0	0

出典：2025年度調査より東北支店作成

◆東北訪問経験者数

(人)

項目	全体	アジア全体										欧米豪全体			
		韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア	アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス		
総計	442	394	52	50	75	55	72	34	20	36	48	4	22	16	6
男性	237	206	31	28	40	33	28	16	15	15	31	3	15	10	3
女性	202	185	21	20	34	22	44	18	5	21	17	1	7	6	3
その他	3	3	0	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

出典：2025年度調査より東北支店作成

I.調査概要等

(3) 地域区分の定義

地域	該当する地名
首都圏	東京、横浜、鎌倉、箱根、川越
北関東甲信	日光、草津、軽井沢、松本、上高地、富士山
北海道	札幌、小樽、函館、洞爺湖、富良野・美瑛、二セコ、知床
東北	青森、弘前、盛岡、仙台、松島、秋田、山形、福島
新潟	新潟
北陸	金沢、富山、立山黒部
東海	名古屋、高山、白川郷、富士山、伊豆、伊勢志摩、熊野
関西	大阪、奈良、京都、神戸、姫路、高野山、熊野
中国	広島、宮島、岡山、倉敷、鳥取、松江、出雲
四国	高松、松山、直島、高知、徳島、祖谷溪
九州	福岡、長崎、熊本、鹿児島、別府、湯布院、阿蘇、屋久島、宮崎
沖縄	沖縄

※特段のコメント無き場合は本地域区分を使用

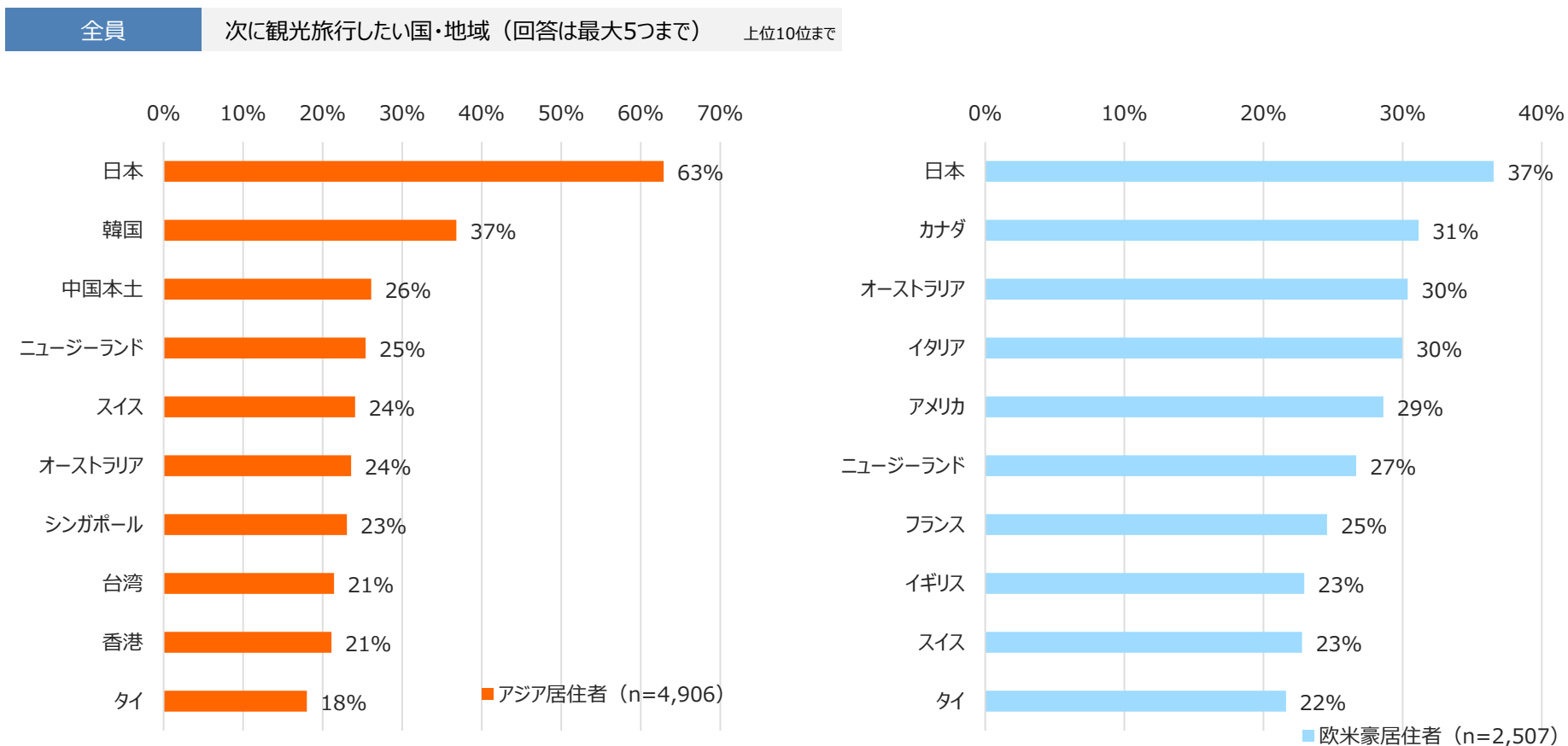
Ⅱ.調査結果

1. 訪日旅行者の特徴

Ⅱ.調査結果 1. 訪日旅行者の特徴

(1) 次に海外旅行したい国・地域

- 次に海外旅行したい国・地域の1位はアジア居住者・欧米豪居住者ともに「日本」であった。
- 欧米豪居住者の海外旅行希望先は、英語を共通言語とする国が上位を占める傾向にある。その中で非英語圏の日本がトップとなっている。



出典：2025年度調査より東北支店作成

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

Ⅱ.調査結果 1. 訪日旅行者の特徴

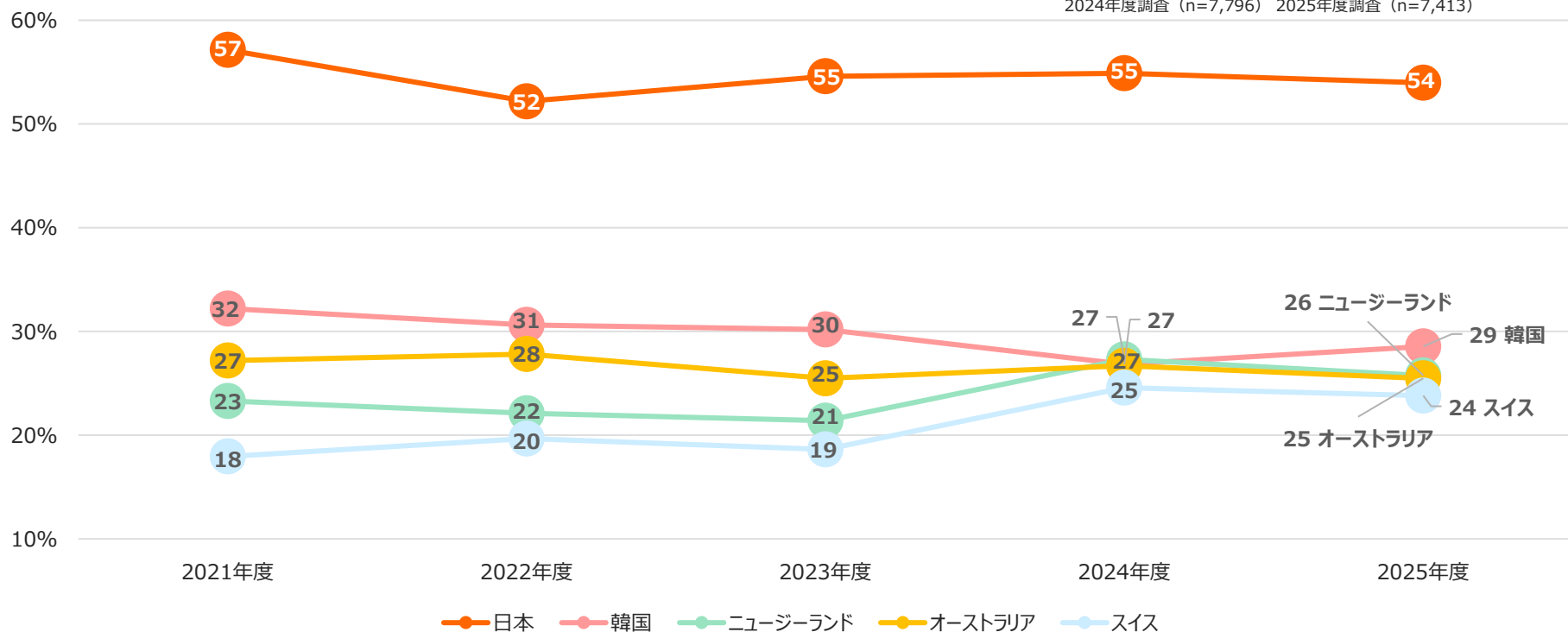
(1) 次に海外旅行したい国・地域－2025年度調査上位5ヶ国・地域の推移

- 次に海外旅行したい国・地域として、日本は5年連続で1位となっており、回答者の半数以上が日本を次に海外旅行したい先にあげている。

全員

次に観光旅行したい国・地域（回答は最大5つまで）

2021年度調査（n=5,901） 2022年度調査（n=6,307） 2023年度調査（n=7,414）
2024年度調査（n=7,796） 2025年度調査（n=7,413）



出典：2025年度調査より東北支店作成

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

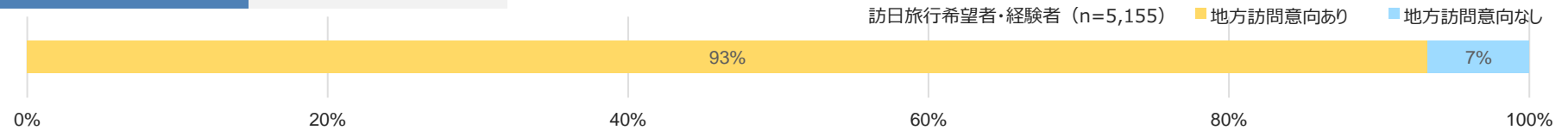
Ⅱ.調査結果 1. 訪日旅行者の特徴

(2) 地方訪問意向

- 訪日旅行希望者または訪日旅行経験者の地方訪問意向は9割を超えている。
- 地方訪問時に体験したいことは「その土地の郷土料理を食べる」、「自然観光地を訪れる」、「温泉を楽しむ」といった回答が多かった。

訪日旅行希望者・経験者

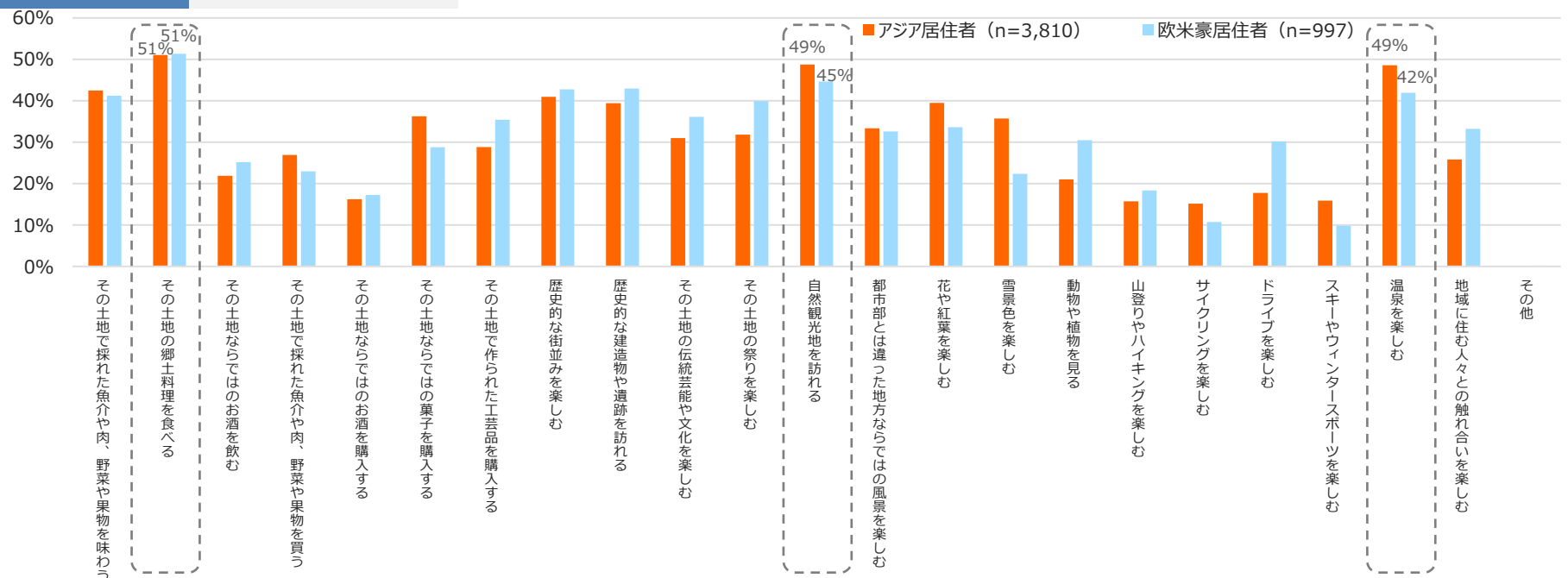
日本の地方訪問意向



地方訪問意向者

地方訪問時の希望体験

出典：2025年度調査より東北支店作成



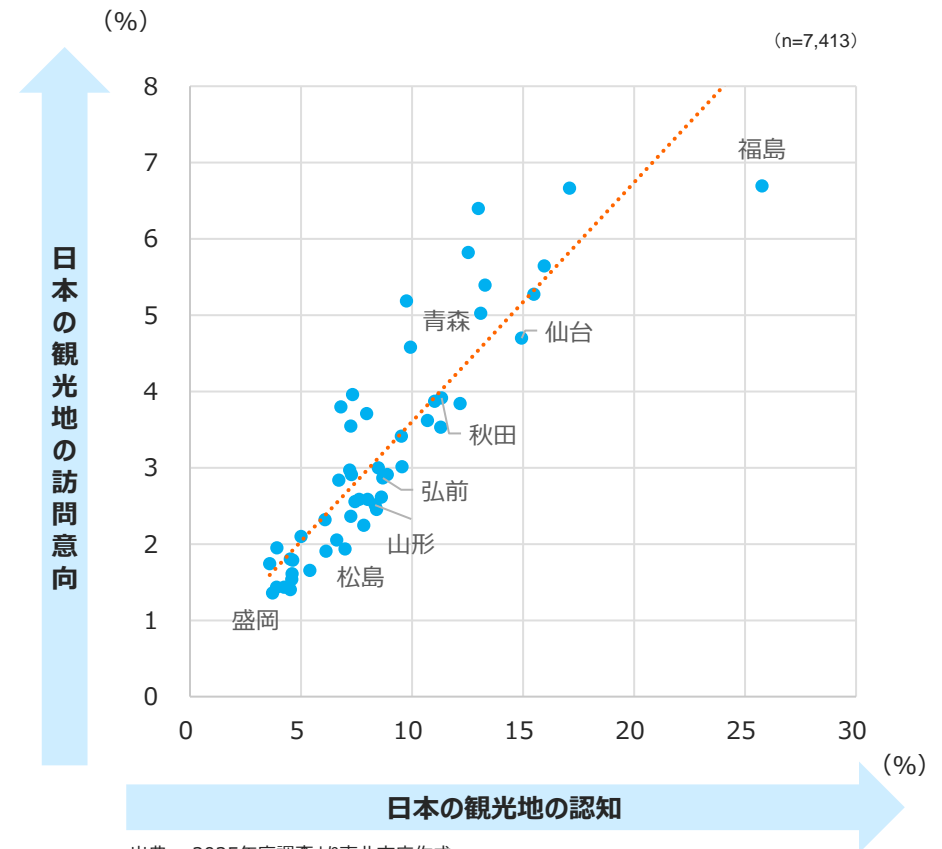
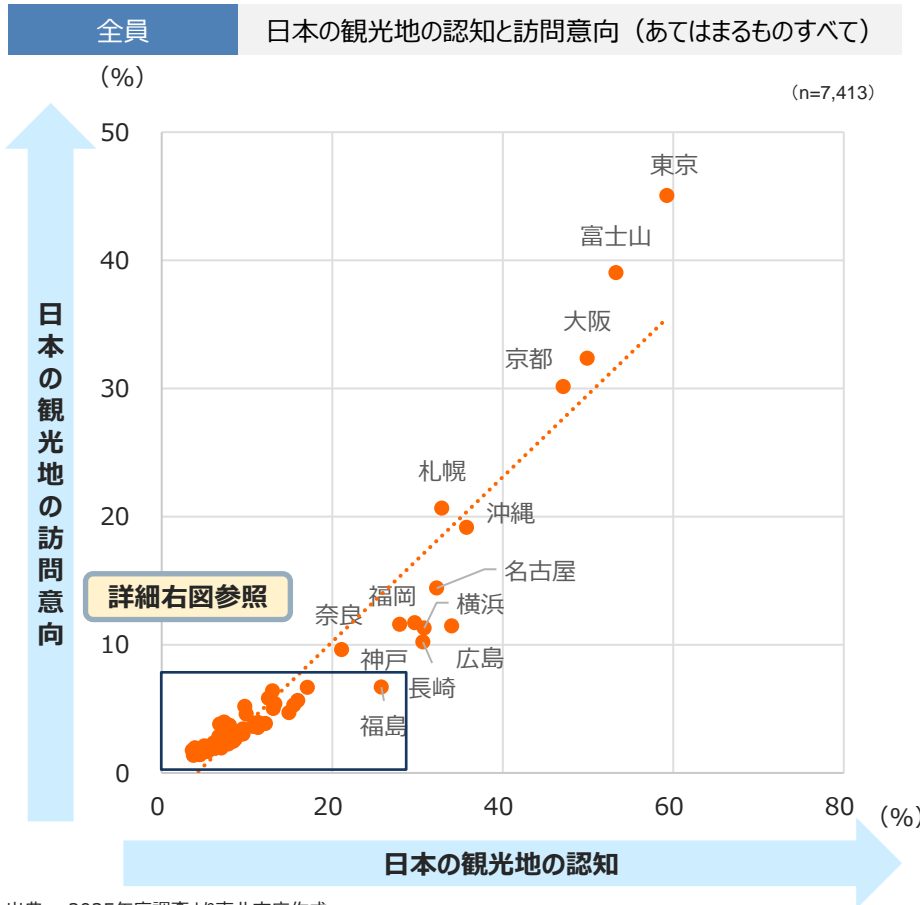
Ⅱ.調査結果

2. 東北の認知度・訪問意向

Ⅱ.調査結果 2. 東北の認知度・訪問意向

(1) 日本国内で旅行したい地域

- 日本の観光地について、認知が高まるほど訪問意向が高まる傾向がある。
- 東北の観光地についても同様の傾向があり、最も知名度・訪問意向が高いのは福島であった。



出典：2025年度調査より東北支店作成

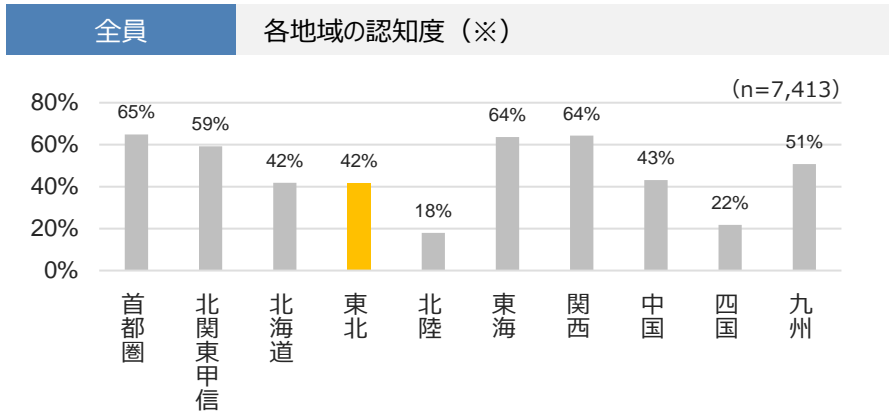
出典：2025年度調査より東北支店作成

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

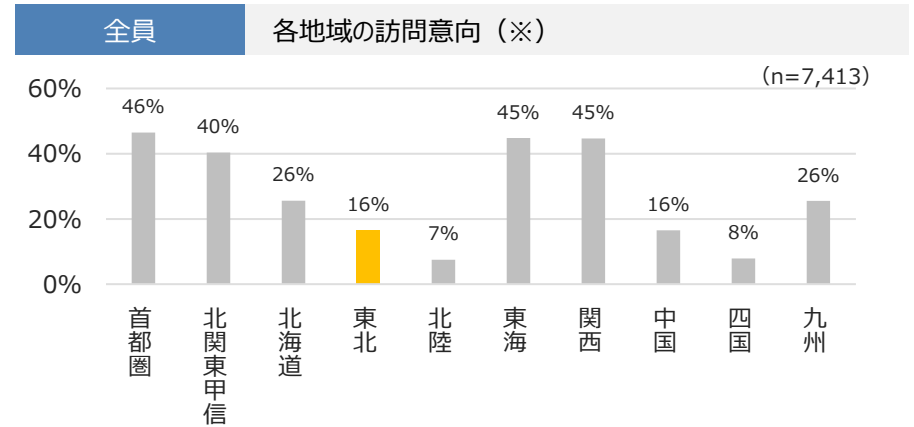
II. 調査結果 2. 東北の認知度・訪問意向

(2) 東北の認知度・訪問意向

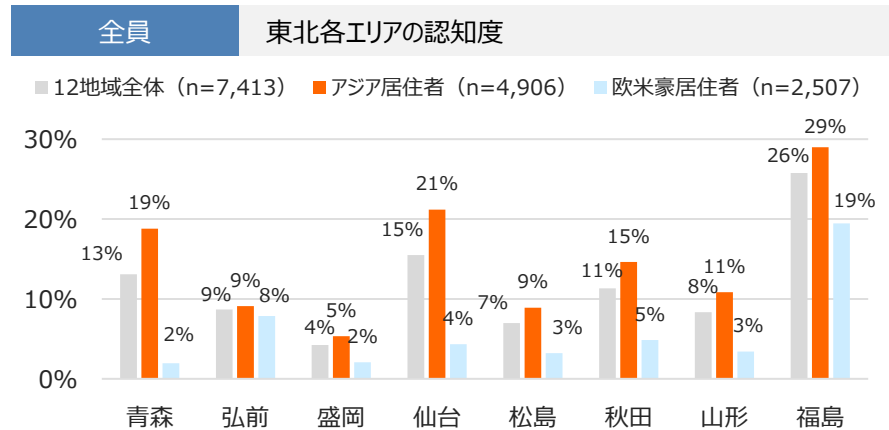
- 東北地域の観光地（青森/弘前/盛岡/仙台/松島/秋田/山形/福島）のいずれか1つ以上を「知っている」と回答した割合は42%、「行きたい」と回答した割合は16%であった。
- 東北地域の観光地のうち、最も認知度が高いのは「福島」（26%）であり、「仙台」（15%）、「青森」（13%）が続いた。



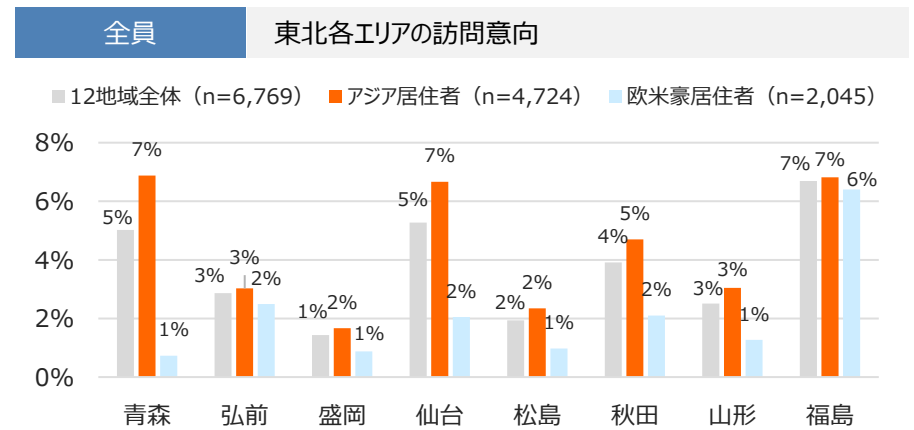
出典：2025年度調査より東北支店作成



出典：2025年度調査より東北支店作成



出典：2025年度調査より東北支店作成



出典：2025年度調査より東北支店作成

※各地域の観光地を1つ以上選択した回答者の割合（観光地の詳細についてはP15を参照）

II. 調査結果 2. 東北の認知度・訪問意向

(3) 東北各地の認知度・訪問意向（国・地域別）

- 12地域全体を通じて「福島」の認知度は2024年度調査に引き続き高かった。
- アジア居住者では、台湾や香港における「青森」の認知度・訪問意向が高かった。青森は、特に台湾や香港に対して、特産である青森りんごのPRをはじめ、農業、商業、観光分野で交流を積極的に行っており、これが認知度の高さに繋がっていると考えられる。

全員 東北各エリアの認知度（国別）

	n	青森	弘前	盛岡	仙台	松島	秋田	山形	福島
12地域全体	7,413	13%	9%	4%	15%	7%	11%	8%	26%
アジア居住者	4,906	19%	9%	5%	21%	9%	15%	11%	29%
韓国	628	21.2%	8.3%	4.6%	18%	6.8%	7.2%	4.0%	38.2%
中国	618	9.7%	3.2%	6.6%	16%	12.5%	26.1%	3.6%	26.1%
台湾	618	41.8%	6.3%	11.6%	44%	18.4%	31.7%	23.2%	40.3%
香港	603	9.8%	9.3%	5.7%	41%	8.5%	6.8%	7.8%	25.5%
タイ	601	9.8%	9.3%	5.7%	22%	8.5%	6.8%	7.8%	25.5%
シンガポール	579	9.8%	8.3%	2.9%	9%	3.6%	5.9%	7.1%	21.6%
マレーシア	634	6.3%	14.4%	2.4%	9%	4.4%	5.0%	7.6%	21.3%
インドネシア	625	4.6%	16.6%	1.9%	10%	5.6%	4.3%	13.6%	23.7%
欧米豪居住者	2,507	2%	8%	2%	4%	3%	5%	3%	19%
アメリカ	658	1.7%	6.1%	4.0%	3%	3.3%	4.6%	2.9%	9.9%
オーストラリア	620	2.1%	11.5%	1.6%	6%	4.2%	7.6%	4.2%	26.1%
イギリス	618	2.3%	8.1%	1.9%	4%	3.2%	4.7%	4.4%	16.3%
フランス	611	1.8%	5.9%	0.7%	3%	2.1%	2.6%	2.3%	26.2%

全員 東北各エリアの訪問意向（国別）

	n	青森	弘前	盛岡	仙台	松島	秋田	山形	福島
12地域全体	6,769	5%	3%	1%	5%	2%	4%	3%	7%
アジア居住者	4,724	7%	3%	2%	7%	2%	5%	3%	7%
韓国	604	5.0%	1.3%	0.8%	3%	1.2%	2.0%	0.5%	5.6%
中国	599	2.8%	1.2%	1.7%	7%	4.5%	10.2%	1.2%	4.3%
台湾	611	19.0%	2.5%	3.4%	13%	3.3%	9.7%	5.7%	7.5%
香港	600	15.0%	1.5%	2.5%	11%	2.5%	8.3%	5.2%	4.2%
タイ	571	3.9%	4.4%	2.5%	9%	3.3%	2.8%	3.5%	11.2%
シンガポール	546	3.1%	3.5%	0.9%	4%	1.1%	1.8%	2.0%	6.4%
マレーシア	598	2.7%	4.7%	1.0%	3%	1.7%	1.7%	2.7%	6.0%
インドネシア	595	2.9%	5.4%	0.5%	3%	1.2%	0.7%	3.5%	9.4%
欧米豪居住者	2,045	1%	2%	1%	2%	1%	2%	1%	6%
アメリカ	571	0.9%	1.6%	1.4%	2%	1.1%	1.9%	1.4%	3.5%
オーストラリア	561	0.7%	3.4%	0.4%	2%	0.7%	2.1%	1.2%	8.7%
イギリス	508	0.8%	2.6%	1.2%	2%	1.0%	2.8%	1.2%	5.5%
フランス	405	0.5%	2.5%	0.5%	2%	1.2%	1.5%	1.2%	8.4%

出典：2025年度調査より東北支店作成

出典：2025年度調査より東北支店作成

II. 調査結果 2. 東北の認知度・訪問意向

(4) 訪日リピーターの各地の訪問意向

- 東北地域の観光地（青森/弘前/盛岡/仙台/松島/秋田/山形/福島）のいずれか1つ以上について「行きたい」と回答した割合は、訪日経験が増すほど上昇する傾向にある。
- 東北地域の観光地いずれか1つ以上訪問経験のある回答者において、東北地域の観光地いずれか1つ以上「行きたい」と回答した割合は71.7%。

全員

(訪日回数別) 各地域、東北各エリアに対する訪問意向 (注)

注：訪日回数別 各層における、各地域、東北各エリア訪問希望者（※）の割合を算出

※縦%↓	0回	1回	2回	3回	4回	5回	6回以上
n	4,064	1,163	801	516	180	230	459
首都圏	40.6%	50.3%	55.3%	51.7%	50.0%	56.5%	61.9%
北関東甲信	34.9%	45.3%	42.2%	42.8%	51.1%	49.6%	60.8%
北海道	14.4%	28.5%	37.1%	39.7%	45.6%	48.3%	62.1%
東北	10.4%	17.5%	22.7%	25.4%	22.8%	24.8%	39.7%
北陸	3.6%	6.9%	8.4%	10.1%	17.2%	15.7%	30.9%
東海	38.2%	49.7%	51.3%	49.4%	54.4%	56.1%	64.7%
関西	33.8%	55.3%	58.4%	54.1%	49.4%	64.3%	68.0%
中国	13.5%	15.6%	19.2%	18.6%	18.9%	23.0%	34.4%
四国	5.5%	7.9%	10.2%	8.7%	12.2%	11.7%	20.0%
九州	15.7%	26.7%	37.0%	37.2%	43.9%	50.0%	57.1%

出典：2025年度調査より東北支店作成

各地域訪問経験者※

各地域に対する再訪希望率 (注)

注：各地域訪問経験者（※）における同地域訪問希望者の割合を再訪希望率として算出し再訪希望率の高い順にソート

	n	再訪希望率 (%)
東海 訪問経験者	1,299	80.6%
関西 訪問経験者	1,877	79.1%
北海道 訪問経験者	756	78.7%
北関東甲信 訪問経験者	1,075	77.4%
首都圏 訪問経験者	1,992	74.8%
東北 訪問経験者	442	71.7%
九州 訪問経験者	886	70.8%
四国 訪問経験者	231	64.9%
中国 訪問経験者	443	64.6%
北陸 訪問経験者	248	62.1%

出典：2025年度調査より東北支店作成

(※各地域の訪問希望者・訪問経験者について)

「首都圏」の割合：首都圏の各観光地（東京/横浜/鎌倉/箱根/川越）のいずれか1つ以上選択した割合

「北関東甲信」の割合：北関東甲信の各観光地（日光/草津/軽井沢/松本/上高地/富士山）のいずれか1つ以上選択した割合

「北海道」の割合：北海道の各観光地（札幌/小樽/函館/洞爺湖/富良野/美瑛/ニセコ/知床）のいずれか1つ以上選択した割合

「東北」の割合：東北の各観光地（仙台/青森/秋田/盛岡/松島/山形/福島/弘前）のいずれか1つ以上選択した割合

「北陸」の割合：北陸の各観光地（金沢/富山/立山/黒部）のいずれか1つ以上選択した割合

「東海」の割合：東海の各観光地（名古屋/高山/白川郷/富士山/伊豆/伊勢志摩/熊野）のいずれか1つ以上選択した割合

「関西」の割合：関西の各観光地（大阪/奈良/京都/神戸/姫路/高野山/熊野）のいずれか1つ以上選択した割合

「中国」の割合：中国の各観光地（広島/宮島/岡山/倉敷/鳥取/松江/出雲）のいずれか1つ以上選択した割合

「四国」の割合：四国の各観光地（高松/松山/直島/高知/徳島/祖谷溪）のいずれか1つ以上選択した割合

「九州」の割合：九州の各観光地（福岡/長崎/熊本/鹿児島/別府/湯布院/阿蘇/屋久島/宮崎）のいずれか1つ以上選択した割合

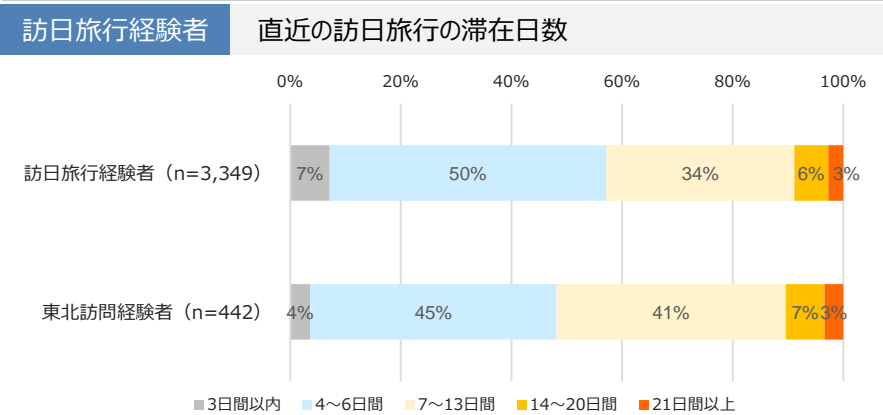
Ⅱ.調査結果

3. 東北訪問希望者・東北訪問経験者の特徴

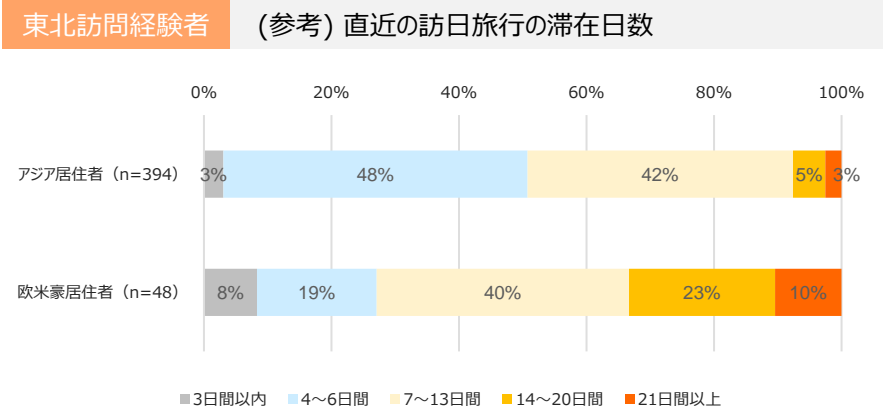
II.調査結果 3. 東北訪問希望者・東北訪問経験者の特徴

(1) 訪日旅行にかかる滞在日数と同行者

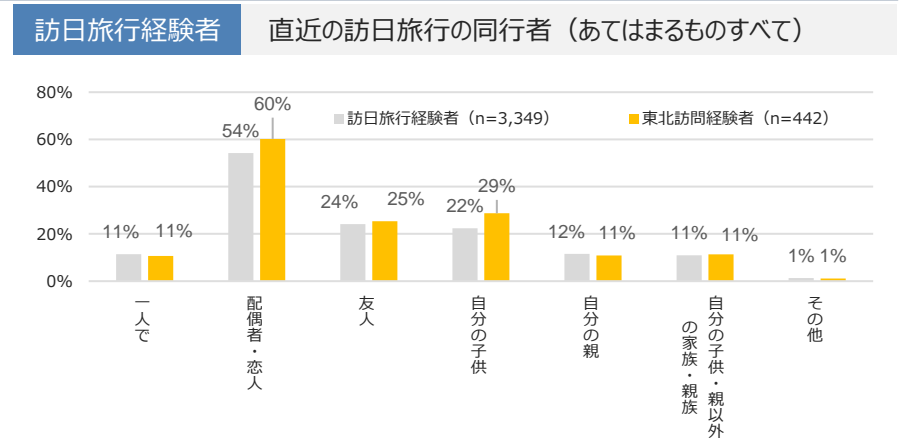
- 訪日旅行経験者全体と比較して、東北訪問経験者は滞在日数が長い傾向にあり、特に欧米豪居住者の滞在日数は、アジア居住者に比べて長い。
- 旅行同行者について、訪日旅行経験者全体と東北訪問経験者の傾向に大きな差はない一方で、東北訪問経験者の中でアジア居住者は、「自分の子供」の割合が高かった。このことから、配偶者含め家族連れでの旅行者が多い傾向があると考えられる。



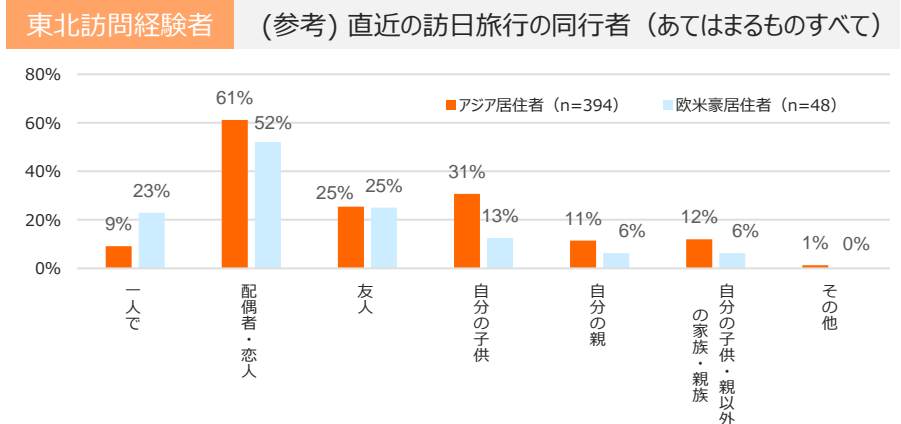
出典：2025年度調査より東北支店作成



出典：2025年度調査より東北支店作成
 ※東北訪問経験者の分析について、欧米豪居住者の回答は母数が少ないため参考値とする。



出典：2025年度調査より東北支店作成



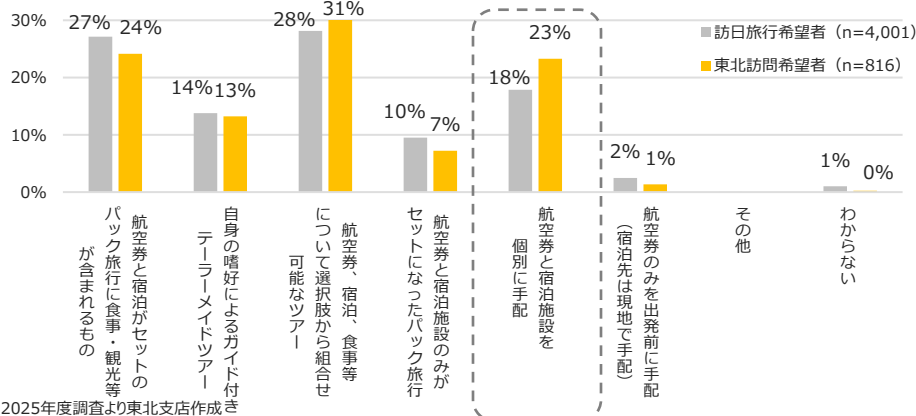
出典：2025年度調査より東北支店作成
 ※東北訪問経験者の分析について、欧米豪居住者の回答は母数が少ないため参考値とする。

Ⅱ.調査結果 3. 東北訪問希望者・東北訪問経験者の特徴

(2) 訪日旅行で希望する旅行形態・宿泊施設

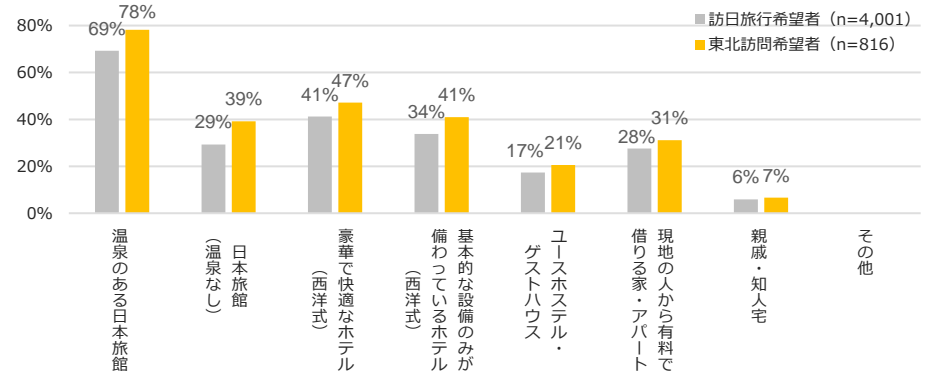
- 希望する旅行形態について、訪日旅行希望者全体と比較して、東北訪問希望者は「航空券と宿泊施設を個別に手配」する割合が高かった。
- 希望する宿泊施設について、東北訪問希望者には「温泉のある日本旅館」が人気であった。一方で東北訪問希望者の中で欧米豪居住者は「基本的な設備のみが備わっているホテル」を好む割合が高く、長期滞在がベースとなる中でシンプルなホテルにも一定の需要があると考えられる。

訪日旅行希望者 訪日旅行で希望する旅行形態（あてはまるものすべて）



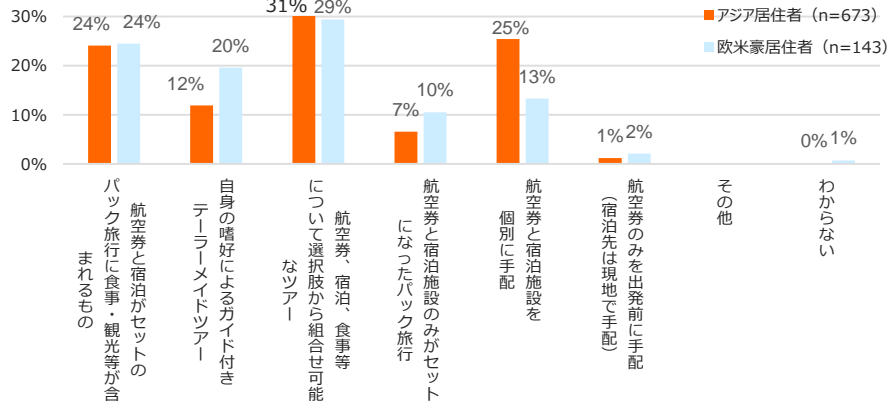
出典：2025年度調査より東北支店作成

訪日旅行希望者 訪日旅行で希望する宿泊施設（あてはまるものすべて）



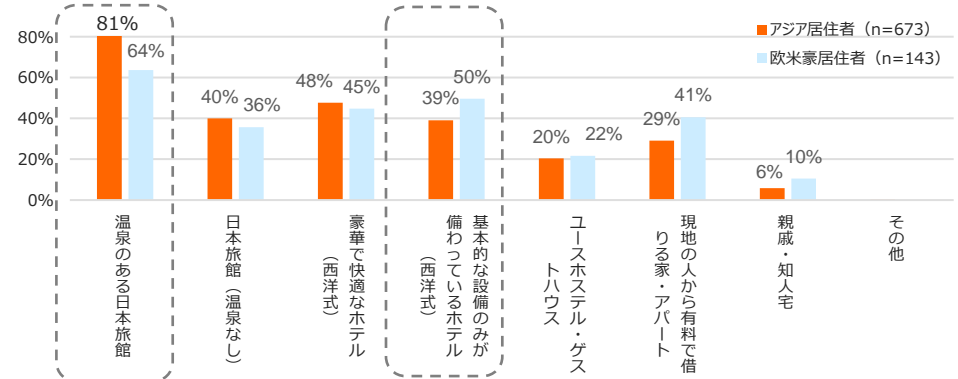
出典：2025年度調査より東北支店作成

東北訪問希望者 訪日旅行で希望する旅行形態（あてはまるものすべて）



出典：2025年度調査より東北支店作成

東北訪問希望者 訪日旅行で希望する宿泊施設（あてはまるものすべて）



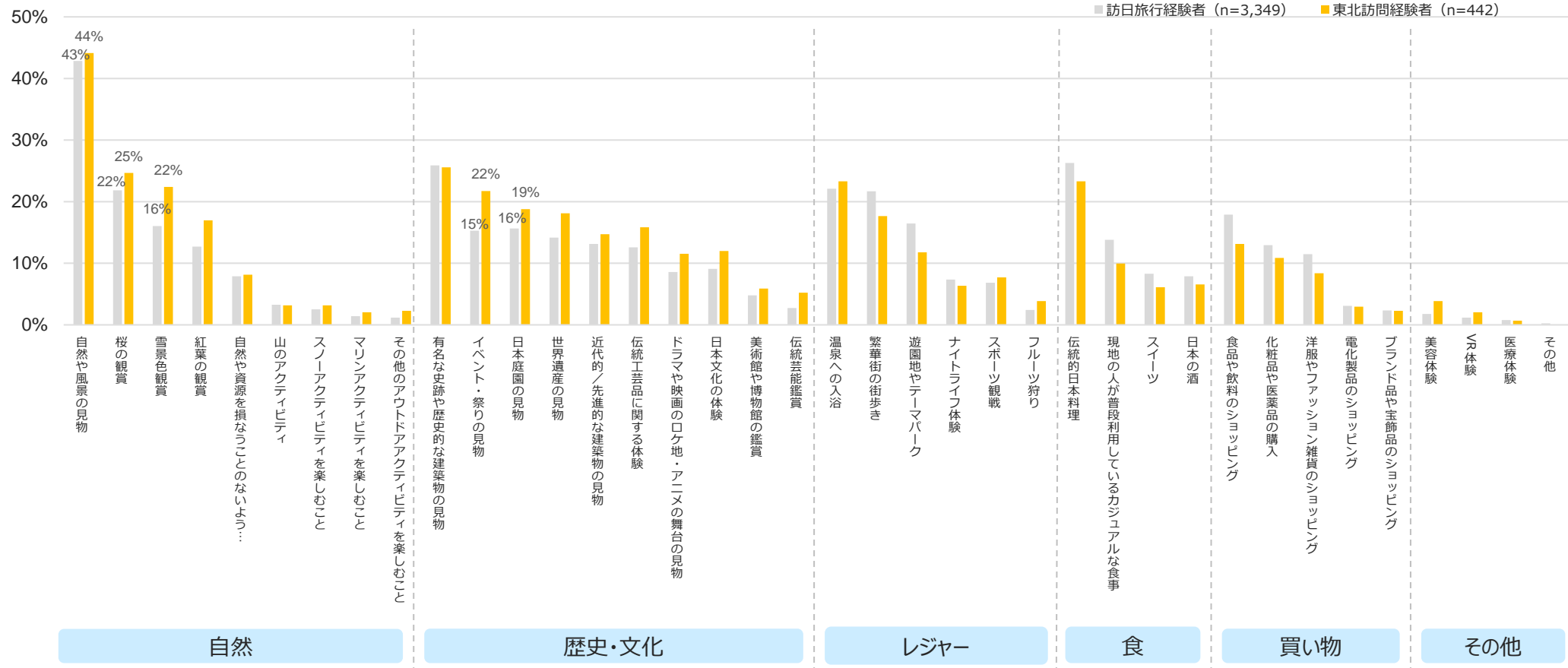
出典：2025年度調査より東北支店作成

Ⅱ.調査結果 3. 東北訪問希望者・東北訪問経験者の特徴

(3) 直近の訪日旅行で体験したこと

- 東北訪問経験者は、全国的な傾向と同様に、「桜の観賞」や「雪景色観賞」等の自然体験、「日本庭園の見物」や「イベント・祭りの見物」等の歴史・文化体験、また「温泉への入浴」体験の実施率が高い。
- 一方で、レジャーや食、買い物関連の体験については、訪日旅行経験者全体の回答率を下回る項目が多かった。

訪日旅行経験者 直近の訪日旅行で体験したこと（回答は5つまで）



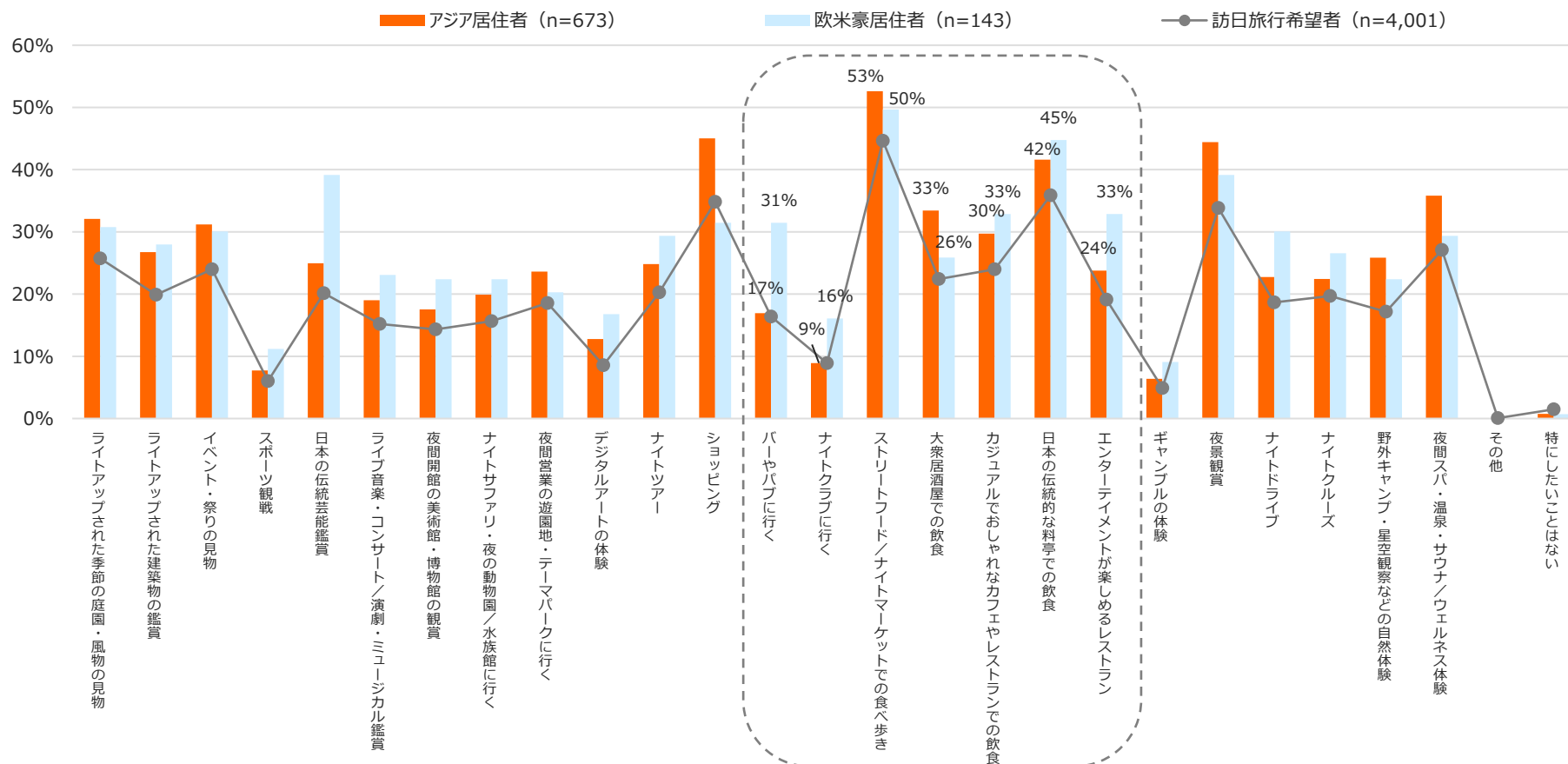
注：カテゴリ内の訪日旅行経験者の数値で降順ソート
出典：2025年度調査より東北支店作成

Ⅱ.調査結果 3. 東北訪問希望者・東北訪問経験者の特徴

(3) 訪日旅行で夜に体験したいこと

- 東北訪問希望者が夜に体験したいことは、アジア居住者・欧米豪居住者ともに、「ストリートフード/ナイトマーケットでの食べ歩き」を筆頭に、飲食に関連する項目への回答が多い。また欧米豪居住者では「バー・パブ」「ナイトクラブ」「エンターテインメント」といった遊興含めた飲食ニーズも高い。
- 夜間の食関連の高い需要をふまえると、宿で多くの食事を提供するよりも、「泊食分離」の方がインバウンド旅行者のニーズには合致する可能性がある。

東北訪問希望者 訪日旅行で夜に体験したいこと（回答はあてはまるものすべて）



Ⅱ.調査結果 3. 東北訪問希望者・東北訪問経験者の特徴

(参考) 東北地域のナイトタイムエコノミー

- ナイトタイムエコノミー（以下、「NTE」）とは、夜間の経済活動を指し、NTEの推進は地域経済の活性化、社会的交流の促進等の効果が期待される。欧米諸国においては日常生活の一部として夜を楽しむ文化が根付いており、官民ともにNTE推進や課題への対応を図っている。
- NTEは宿泊を誘発し、地域経済にも効果的であることから各地でNTEを充実させるためのコンテンツの充実が図られており、東北地域でもそれぞれ特徴的なNTEコンテンツを有している。
- 天童温泉ではDMC天童温泉が主体となり、「銀山温泉ナイトツアー」の企画などにより、宿泊を伴う観光客を確保し、温泉街のなかにある屋台村「と横丁」の運営等を通じて「泊食分離」を可能にし、地域の賑わい創出や温泉街全体への経済波及効果を生み出すことで、温泉街の魅力向上を推進している。

NTEの取り組み例

DMC天童温泉

銀山温泉ナイトツアー



- 天童温泉発着で、夜の銀山温泉街を散策することができるツアーを展開
- 銀山温泉での宿泊や公共交通機関のひっ迫に対応
- ツアーのスケジュールは、宿や天童温泉周辺の飲食店で夕飯を食べることができる時間帯に設定
- 銀山温泉のオーバーツーリズム解消、旅行者の需要への対応、天童温泉での飲食・宿泊への誘導といった効果が見込まれ、地域経済への活性化、滞在時間の長期化に貢献

と横丁

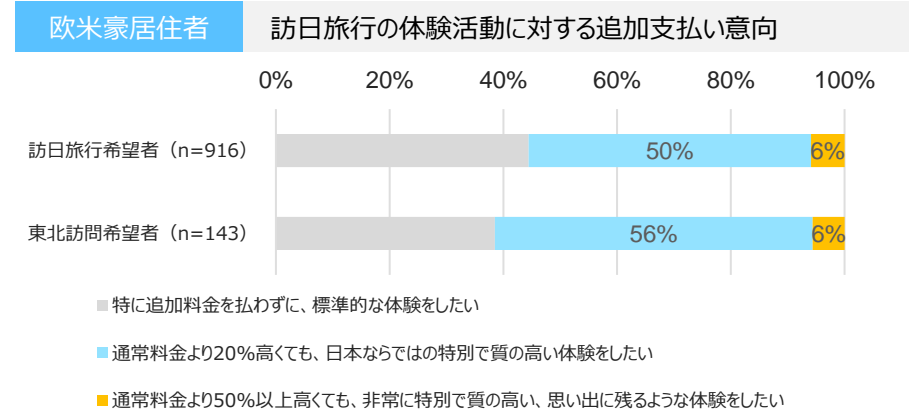
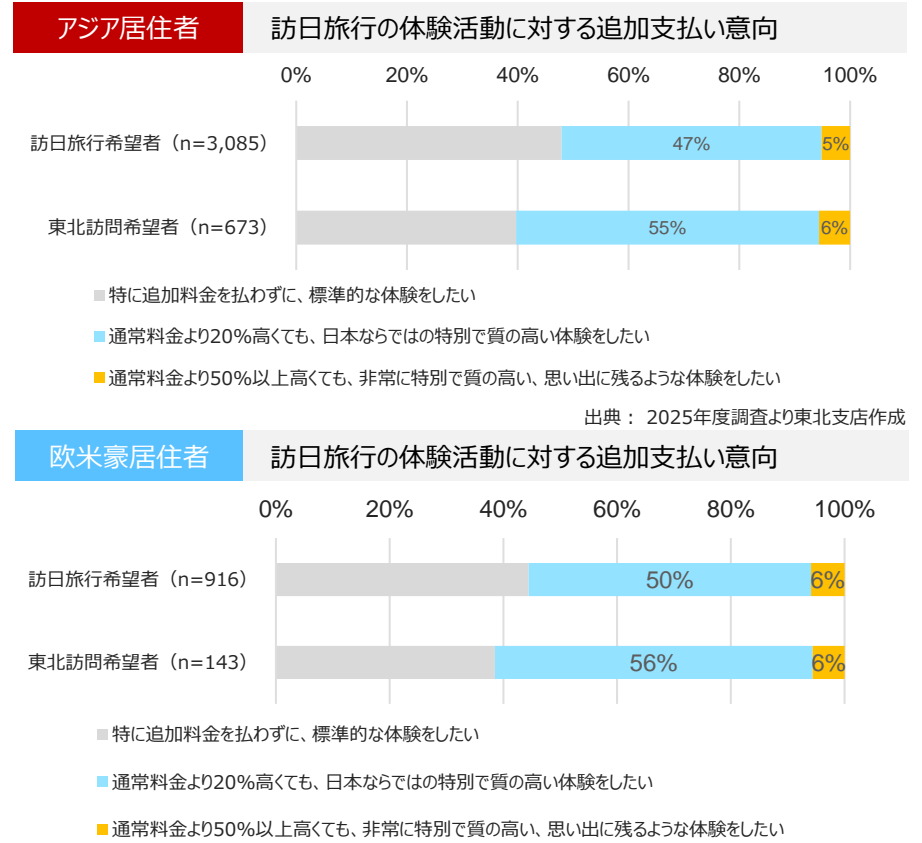
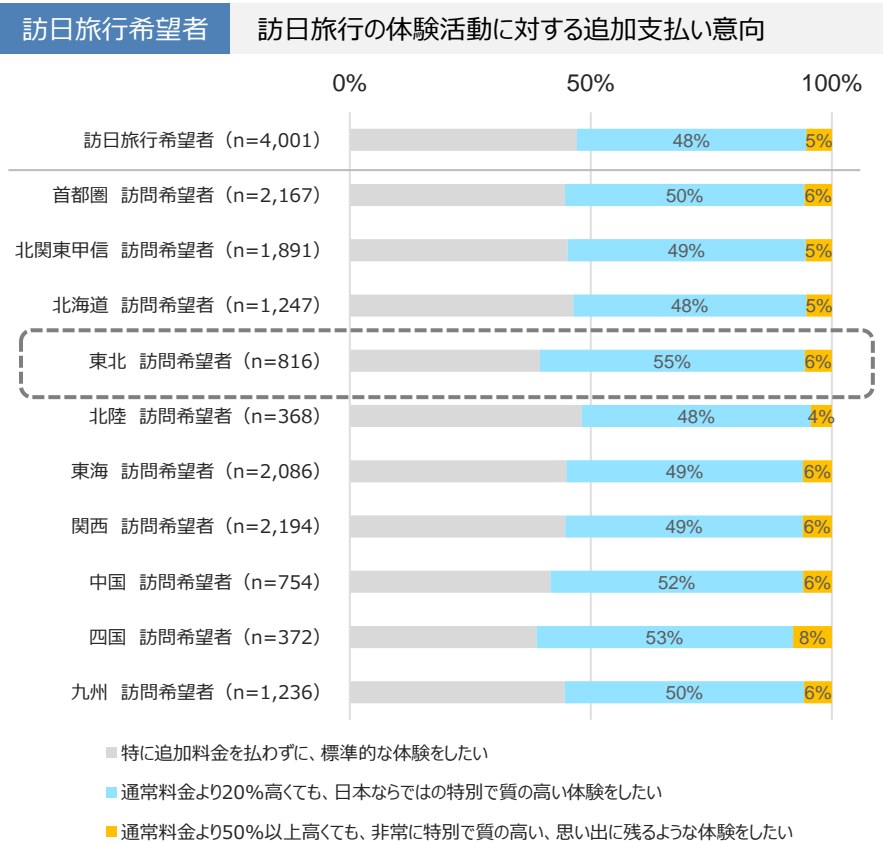


- 2020年に天童温泉内に誕生した8店舗が集まる屋台村
- FREE Wi-Fi完備に加えて天童ならではの「将棋テーブル」も設置
- 近時、宿泊施設の人手不足等から従来の1泊2食付ではなく、素泊まりや1泊朝食のみのプランも増え「泊食分離」も進んでいる。泊食分離には宿泊施設周辺の飲食環境の整備が欠かせないが、本件は夕食の受け皿及び観光客の夜間の食歩きニーズに対応可能

Ⅱ.調査結果 3. 東北訪問希望者・東北訪問経験者の特徴

(5) 訪日旅行の体験活動に対する追加支払い意向

- 日本を訪れた際の体験活動に対する支払いについて、「通常料金より高くても特別で質の高い体験をしたい」と回答した割合を訪日旅行希望者全体や他エリア訪問希望者と比較すると、東北訪問希望者の割合が相対的に高い。
- 特にアジア居住者では、訪日旅行希望者全体と比較して東北訪問希望者は、通常料金より20%以上高くても、特別で質の高い体験をしたいと回答した割合が高い。

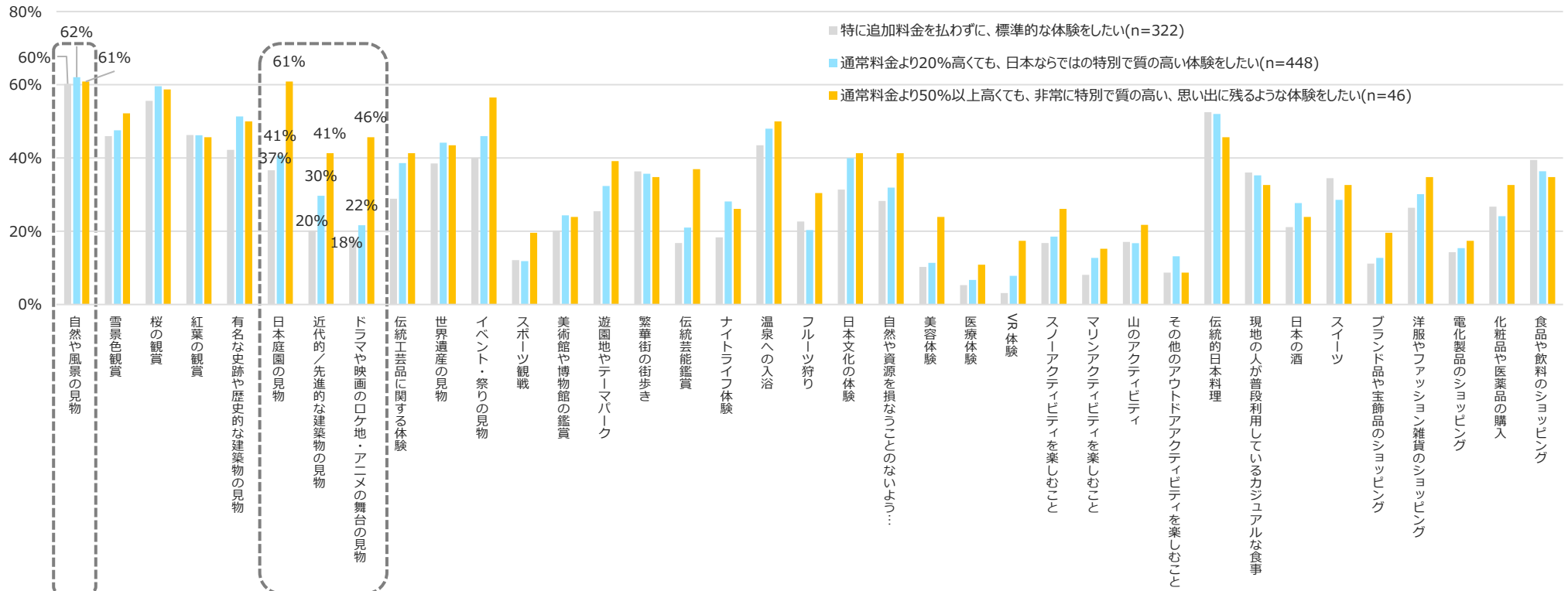


II. 調査結果 3. 東北訪問希望者・東北訪問経験者の特徴

(5) 訪日旅行の体験活動に対する追加支払い意向—体験への追加支払い意向

- 訪日旅行での体験意向を、追加支払い意向の有無別にみると差異の大きい体験と小さい体験があることがわかる。
- 追加支払い意向層と標準体験意向層双方の体験意向が高く、両者の差異が小さい体験（「自然や風景の見物」等）は、体験希望者が多くオーバーツーリズム等が発生する可能性もあり、値段別の商品設計を行うなど動線を分けることで双方の満足度向上に努めることが有用な可能性がある。
- 一方で、追加支払い意向層がより体験意向の高い体験（「日本庭園の見物」、「近代的/先進的な建築物の見学」等）については、追加支払いに見合うコンテンツの整備と適正な値段設定が満足度の向上につながると考えられる。

東北訪問希望者 訪日旅行で体験したいこと×体験への追加支払い意向



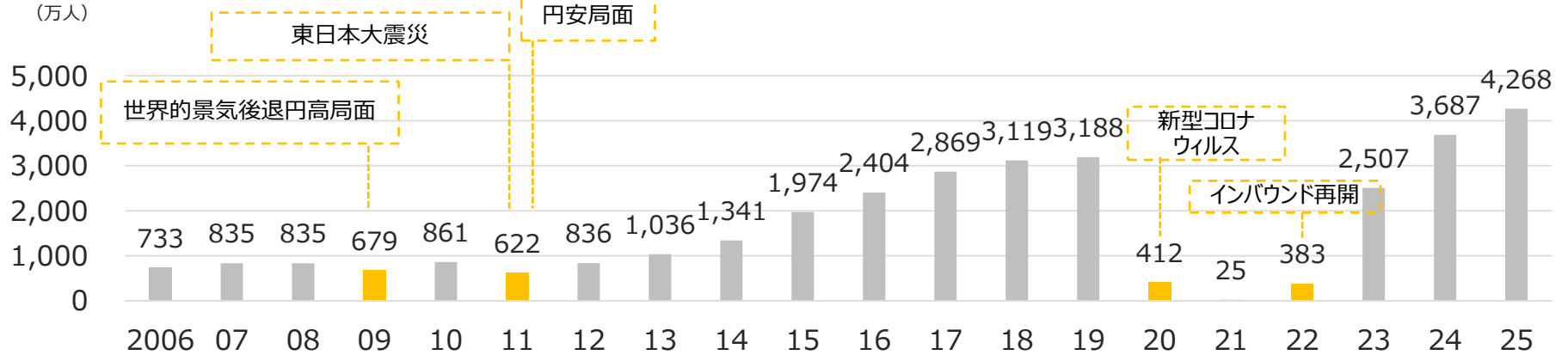
出典：2025年度調査より東北支店作成

Ⅲ.全国・東北の観光動向

Ⅲ.全国・東北の観光動向

(1) インバウンド客数の推移・新型コロナ前後の延べ宿泊者数

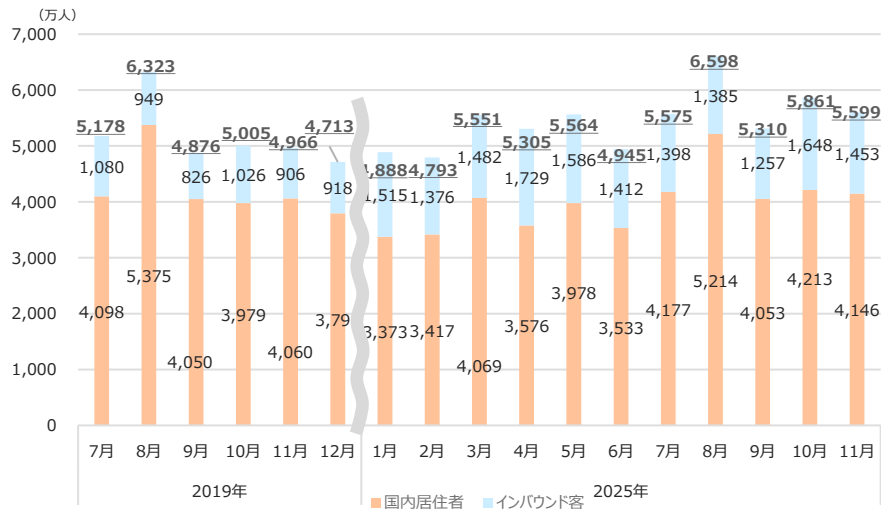
■ インバウンド客数の推移



■ 新型コロナ前後の延べ宿泊者数

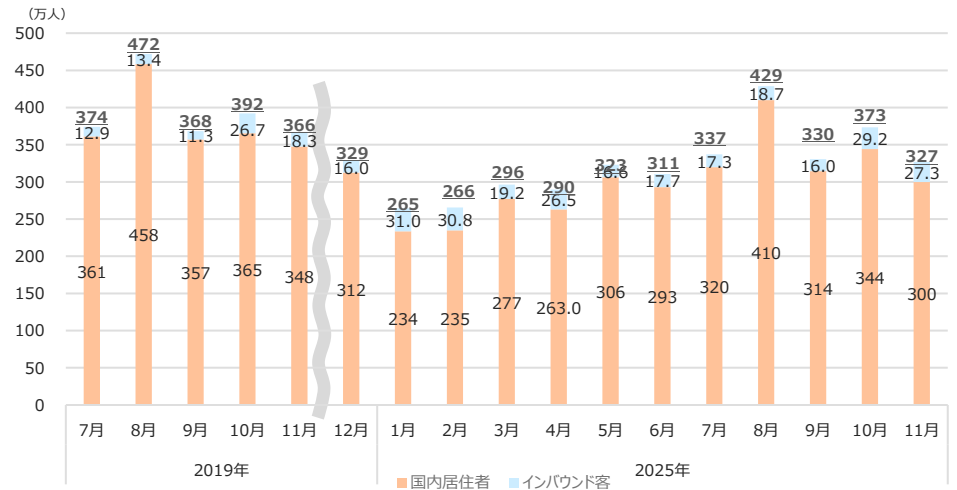
出典：日本政観光局 (JNTO)

① 全国



出典：観光庁 宿泊旅行統計調査 注) 2025年の値は1月～11月までの2次速報値

② 東北



出典：観光庁 宿泊旅行統計調査 注) 2025年の値は1月～11月までの2次速報値

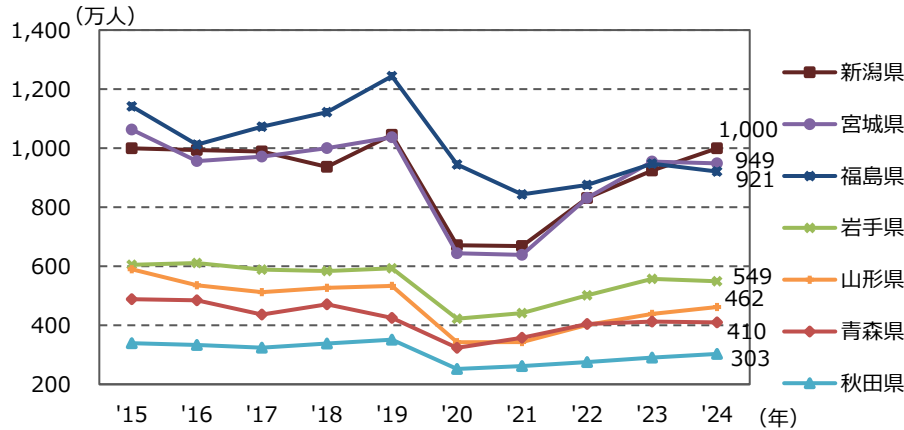
Ⅲ.全国・東北の観光動向

(2) 延べ宿泊者数長期推移

(3)観光消費額推移

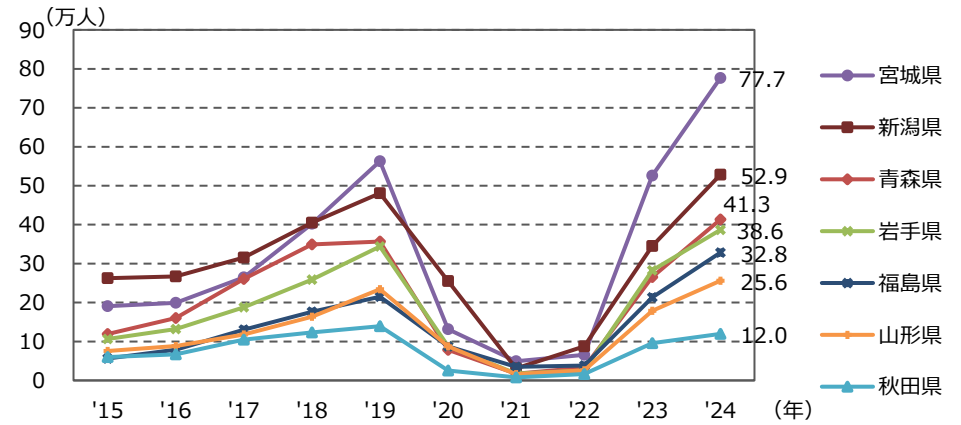
(2) 延べ宿泊者長期推移

①日本人延べ宿泊者数



出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」（各年の確定値）

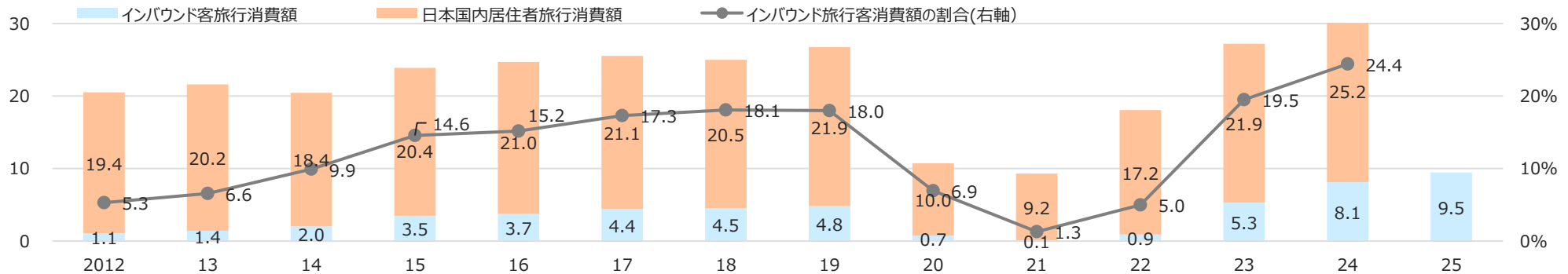
②外国人延べ宿泊者数



出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」（各年の確定値）

(3) 観光消費額推移

(兆円)



出典：観光庁 宿泊旅行統計調査
注) 2025年の値は1月～11月までの2次速報値

IV.総括

IV.総括

本調査によれば、2025年度の調査においても、次に海外旅行したい国・地域は、5年以上に渡り「日本」が首位を維持し、依然として高い人気を誇っている。特に欧米豪居住者の海外旅行希望先は英語を共通言語とする国が上位を占める傾向にある中においても「日本」が首位を維持しており堅調な需要が確認されている。また、旅行者希望者の9割以上が日本の地方への訪問意向を示しており、今後は地方におけるインバウンドの受け入れ環境の整備がより重要になると考える。

東北地域の観光地（青森/弘前/盛岡/仙台/松島/秋田/山形/福島）のいずれか1つ以上を「知っている」と回答した割合は42%、「行きたい」と回答した割合は16%であった。また、訪日回数別に東北地域の観光地の訪問意向を調べたところ、訪日回数が増すほど訪問意向も上昇する傾向にあった。また訪日旅行者の滞在期間の傾向を、全体-東北地方対比で分析したところ、東北訪問経験者は、訪日旅行全体にかかる滞在日数が長い傾向があることがわかった。また東北訪問経験者の滞在日数をアジア-欧米豪対比で分析したところ、欧米豪居住者はアジア居住者に比べて長かった。旅行同行者に関しては、アジア・欧米豪居住者ともに「配偶者・恋人」の割合が高いが、「配偶者以外の家族・親族」についてはアジア居住者の割合が高いという特徴があった。ここから、アジア居住者は、配偶者含め家族連れでの旅行者が多い傾向があると考えられる。

東北地方の魅力の一つに温泉があげられる。東北訪問希望者は、全国的な傾向と同様に「温泉のある日本旅館」への宿泊を望む傾向があった。これをアジア-欧米豪で比較すると、アジア居住者は同様に「温泉のある日本旅館」を希望する割合が高かったが、欧米豪居住者では若干低く、「基本的な設備のみが備わっているホテル（西洋式）」を希望する割合が相応にある。これは欧米豪居住者の滞在日数は長い傾向にある中で、「温泉のある日本旅館」だけでなくシンプルなホ

テルにも一定需要があるものと考えられる。

東北訪問経験者が直近の訪日旅行で体験したことは、全国の傾向と同様に「桜の観賞」や「雪景色観賞」等の自然体験、「イベント・祭りの見物」等の歴史・文化体験の実施率が高い一方、レジャーや買い物関連の体験、「伝統的日本料理」等の食体験は、訪日旅行経験者全体の回答率を下回る項目が多かった。

また、旅行者が夜に体験したいことを見ていくと飲食関連（食べ歩きなど）が目立つ。旅館での食事が主体となるところが多いが、旅行者のニーズは、そのあとの食べ歩きなどのニーズが高く「泊食分離」などの方がニーズに合致している可能性もみられる。また東北訪問希望者は、訪日旅行客全体と比較して質の高い体験に対して追加支払い意向を持つ旅行者の割合が相対的に高い。追加支払い意向層と標準体験意向層で訪日旅行で体験したいことを比較すると意向の有無で差がみられ、自然景観など差の小さい分野では価格帯別の商品設計による動線混雑緩和が有効な可能性があり、一方、庭園や先進的建築物など差の大きい分野では、付加価値の明確化と適正価格が満足度向上につながると考えられる。2023年以降、コロナ禍収束に伴うリベンジ消費に加え、足許では円安影響によってインバウンド客は増加傾向にあり、2025年には東北地方を訪れたインバウンド客は277万人と2024年を上回った。このような状況下、東北においては、訪問者層を分析し、適切なターゲットを定め、効果的な広告・宣伝を行っていくこと、また訪問者が希望する体験を中心に受入体制を整備していくことが期待される。そのためには、事業者単位での活動も重要であるが、地域全体として広報・営業戦略を定め、東北が一体となり観光需要を創出していくことが重要となるのではないだろうか。

お問い合わせ先

ご質問、ご相談等がございましたら、何なりと下記連絡先にお問い合わせ下さい。

連絡先

株式会社日本政策投資銀行 東北支店 企画調査課

 TEL: 022-227-8182  FAX:022-227-6709

著作権 (C) Development Bank of Japan Inc. 2026
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。