

アジア・欧米豪訪日外国人旅行者の動向と東北訪問者の特徴

2025年9月

 **DBJ** 株式会社日本政策投資銀行

東北支店 企画調査課

はじめに：会社紹介



【グループ会社・関係団体】

- ・DBJキャピタル株式会社 ・DBJ証券株式会社 ・DBJアセットマネジメント株式会社
- ・株式会社日本経済研究所 ・株式会社価値総合研究所 ・一般財団法人日本経済研究所
- ・一般財団法人 北海道東北地域経済総合研究所 ・DBJリアルエステート株式会社
- ・DBJデジタルソリューションズ株式会社 ・DBJビジネスサポート株式会社

設立	2008年（平成20年）10月1日 （旧日本開発銀行 1951年（昭和26年）設立） （旧北海道東北開発公庫 1956年（昭和31年）設立） （旧日本政策投資銀行 1999年（平成11年）設立）
代表取締役社長	地下 誠二
職員数	1,261名（2024年3月末）
資本金	1兆4億24百万円（全額政府出資）
本店所在地	〒100-8178 東京都千代田区大手町一丁目9番6号
総資産額	21兆3,533億円（2024年3月末）
貸出金残高	14兆9,222億円（2024年3月末）
総自己資本比率	17.67%（バーゼルⅢベース、国際統一基準） （2024年3月末）
発行体格付	A1(Moody's)、A(S&P)、AA+(R&I)、AAA(JCR)

Section 1

【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（2024年度版）

I. 調査概要等

(1) 調査概要

- (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2024年度版」（調査期間：2024年7月8日～7月18日）を実施した（以下、「本調査」という）。
- 本調査は、DBJ地域調査部が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2024年度版」（2024年10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：2024年7月8日～7月18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7,796人

協力会社：(株)インテリサーチ、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



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。）

I. 調査概要等

(2) 有効回答者数

◆有効回答者数

(人)

	地域・国														
	12地域全体	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	
n	7,796	5,120	671	621	645	647	626	640	625	645	2,676	701	636	668	671
男性	3,826	2,513	326	303	314	319	308	315	308	320	1,313	344	311	328	330
女性	3,916	2,569	331	314	325	326	315	322	316	320	1,347	352	322	336	337
その他	54	38	14	4	6	2	3	3	1	5	16				

出典：【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（2024年度版）（2024年度調査より東北支店作成）

◆訪日旅行経験者数

	地域・国														
	12地域全体	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	
n	7,796	5,120	671	621	645	647	626	640	625	645	2,676	701	636	668	671
訪日経験あり	3,349	3,067	502	282	554	569	389	351	184	236	282	65	124	37	56
訪日経験者（1回）	925	773	130	111	82	67	116	98	86	83	152	22	69	22	39
訪日経験者（2回以上）	2,424	2,294	372	171	472	502	273	253	98	153	130	43	55	15	17
訪日経験なし	4,447	505	85	25	125	189	22	37	9	13	11				

出典：【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（2024年度版）（2024年度調査より東北支店作成）

◆東北訪問希望者数

	地域・国														
	12地域全体	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	
n	1,002	759	62	88	195	96	86	66	72	94	243	72	73	57	41
男性	478	347	36	39	80	39	39	31	33	50	131	39	47	21	24
女性	515	405	24	49	112	57	46	35	39	43	110	32	25	36	17
その他	9	7	2	0	3	0	1	0	0	1	2				

出典：【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（2024年度版）（2024年度調査より東北支店作成）

◆東北訪問経験者数

(人)

	地域・国														
	12地域全体	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	
n	380	351	45	30	65	65	47	29	16	54	29	8	10	4	7
男性	189	172	25	14	27	28	27	14	10	27	17	5	9	1	2
女性	188	176	19	16	38	37	19	15	6	26	12	3	1	3	5
その他	3	3	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0

出典：【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（2024年度版）（2024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、川越、横浜、箱根
北関東甲信	富士山、日光、松本/白馬、軽井沢、富士山
北海道	北海道、札幌、函館、帯広/十勝、二セコ、知床/阿寒、旭川/富良野
東北	東北、青森、岩手/平泉、仙台/松島、秋田/角館、山形/蔵王、福島
新潟	新潟/佐渡、妙高/湯沢
北陸	北陸、金沢、富山、立山/黒部、福井
東海	富士山、中部/東海、飛騨/高山、名古屋、伊勢志摩/伊賀、紀伊半島/高野山/熊野古道
関西	紀伊半島/高野山/熊野古道、関西、京都、奈良、大阪、神戸
中国	岡山、倉敷、広島、山口、鳥取、松江/出雲/石見
四国	四国、高松/香川、直島、松山/道後、愛媛、徳島、高知
九州	九州、福岡/博多、佐賀、長崎/佐世保、大分/別府/湯布院、熊本/阿蘇、宮崎、鹿児島、奄美
沖縄	沖縄、宮古/石垣

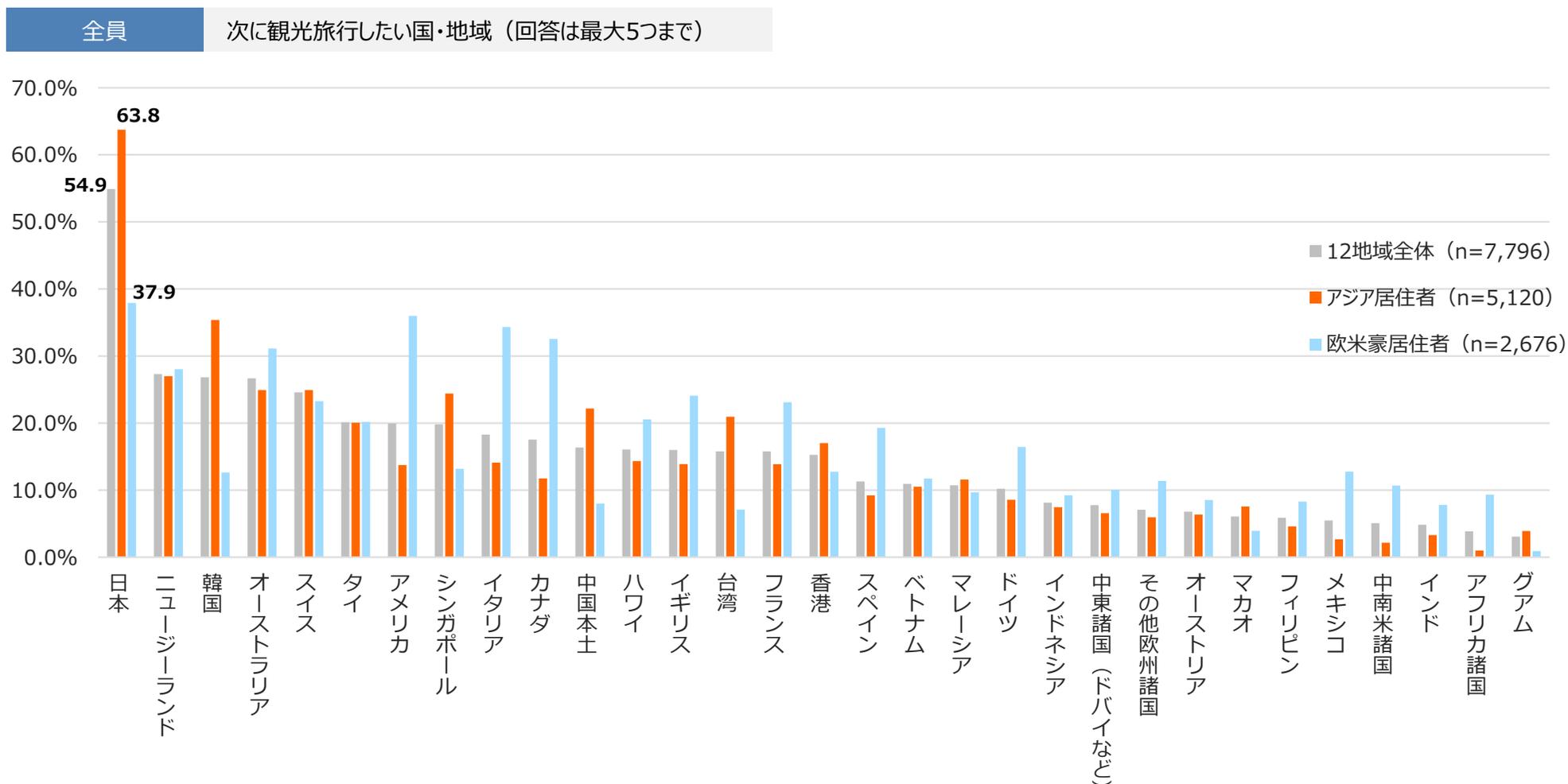
※特段のコメント無き場合は本地域区分を使用

出典：【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（2024年度版）

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。「日本」は2023年度調査においてもトップであり、依然として高い人気を誇っている。
- アジア居住者は欧米豪居住者と比較して、「日本」と回答した割合が高かった。



出典：【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（2024年度版）（2024年度調査より東北支店作成）

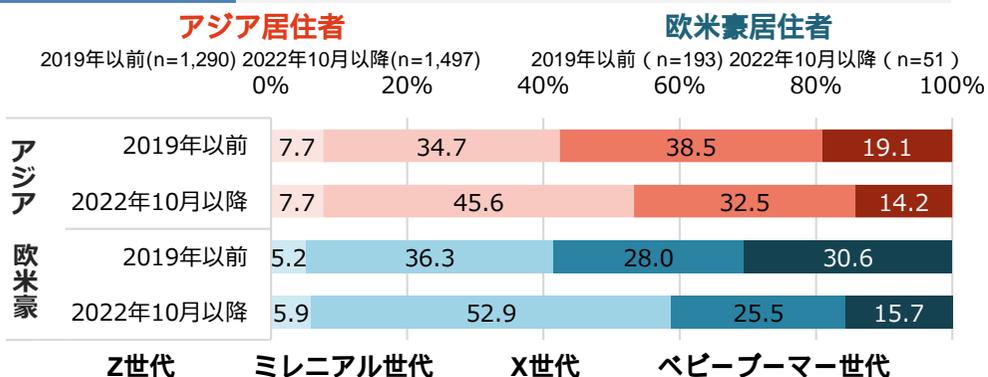
※ n 値：「次に観光旅行したい国・地域」の選択から、回答者の国・地域及び近隣の国・地域（中国・香港・マカオ、マレーシア・シンガポール、タイ・マレーシア、アメリカ・カナダ・メキシコ・ハワイ・グアム、オーストラリア・ニュージーランド、イギリス・フランス・欧州各国）を除いている。割合産出において、「旅行したい国・地域」と「回答者の国・地域」及び「回答者の近隣国・地域」が同じ場合、当該国・地域の回答者数をサンプル数（分母）から除いている。

II. 調査結果 1. 訪日旅行者の特徴

(2) 新型コロナウイルスを契機とした訪日旅行経験者層の変化

- 新型コロナウイルス（以下、「新型コロナ」という。）収束後となる2022年10月以降の訪日旅行は、新型コロナ流行前（2019年以前）に比してミレニアル世代（25-39歳）の割合が増加し、中高年層（40歳以上）の割合が低下した。
- 収入層では、アジア・欧米豪居住者ともに高収入層が増加した一方、滞在日数別の構成比には大きな変化は見られなかった。
- 旅行手配方法では、アジアで「航空券と宿泊施設を個別に手配」の割合が増加した。

訪日旅行経験者 年齢層の変化（直近の訪日旅行時期×世代）



注：本レポートにおける世代区分：Z世代(20-24歳)、ミレニアル世代(25-39歳)、X世代(40-54歳)、ベビーブーマー世代(55歳-)

出典：2024年度調査

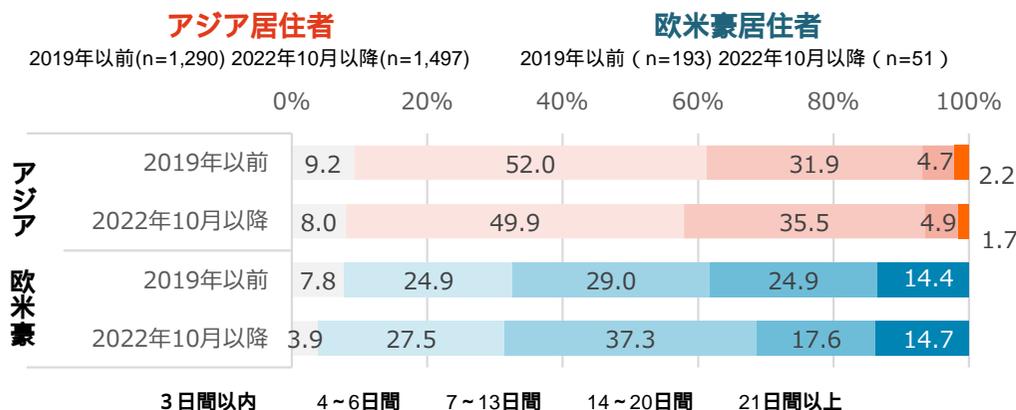
訪日旅行経験者 収入層の変化（直近の訪日旅行×収入層）



注：本レポートにおける収入層区分：各国・地域の回答者を世帯収入順に3分の1ずつ分け、上位層を「高収入層」、中位層を「中収入層」、低位層を「低収入層」と区分したもの

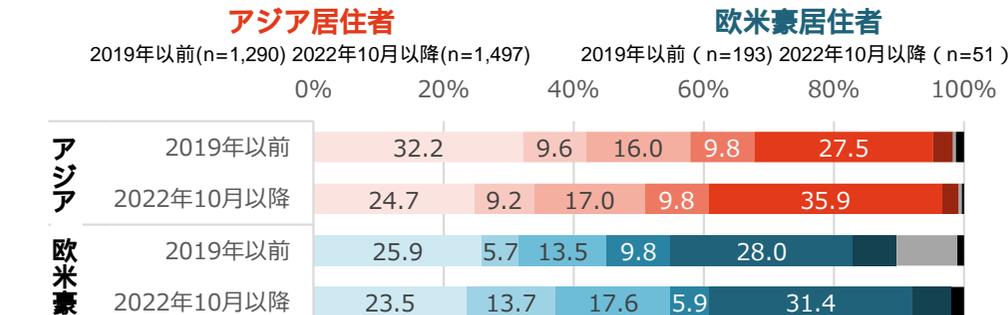
出典：2024年度調査

訪日旅行経験者 滞在日数の変化（直近の訪日旅行時期×滞在日数）



出典：2024年度調査

訪日旅行経験者 旅行手配方法の変化（訪日旅行時期×旅行手配方法）



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
航空券、宿泊、食事等について選択肢から選択し組み合わせ可能なツアー
航空券のみを出発前に手配
航空券と宿泊施設を個別に手配
その他

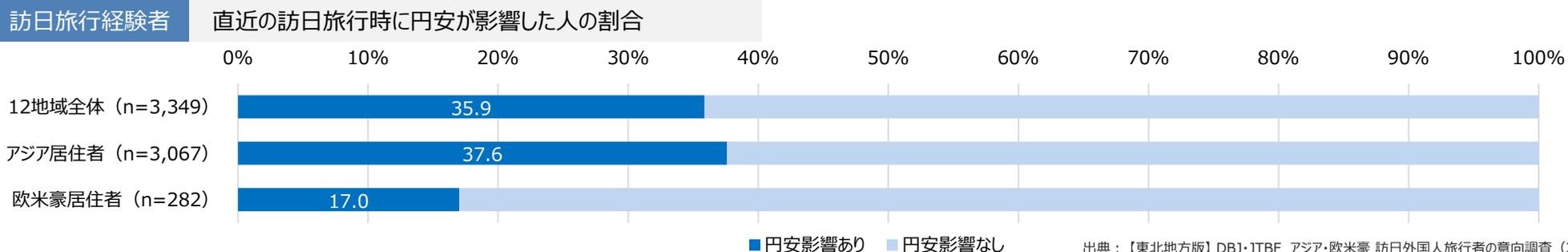
自身の嗜好によるガイド付きテラーメイドツアー
航空券と宿泊施設のみがセットになったバック旅行
航空券のみを出発前に手配（宿泊先は現地の手配）
覚えていない・わからない

出典：2024年調査

II.調査結果 1. 訪日旅行者の特徴

(3) 円安が訪日旅行に及ぼす影響

- 訪日旅行経験者のうち、訪日旅行の決定に円安が影響した人は全体の約4割であった。地域別では、アジア居住者が37.6%、欧米豪居住者が17.0%と、欧米豪はアジアと比較して円安の影響は小さいと史料される。
- 円安で得をした分のお金の使い道は、数量を多く購入した（44%）、高価な食事をした（38%）、宿泊施設をグレードアップした（27%）が上位となった。



訪日旅行経験者※ 円安で得した分のお金の使い道（あてはまるものすべて）

円安で得をした分のお金の使い道 (%)	全体 (n=1,742)	韓国 (n=263)	中国 (n=139)	台湾 (n=391)	香港 (n=366)	東南アジア諸国 (n=490)	欧米豪 (n=93)
数量を多く購入した	43.5	24.7	38.8	50.9	60.1	40.0	24.7
高価な食事をした	37.6	40.7	31.7	35	40.7	36.7	24.7
宿泊施設をアップグレードした	26.9	28.9	46.0	21	18.3	32.0	23.7
体験するもの（体験ツアー等）を追加した	22.6	9.1	41.7	25.1	10.1	29.8	32.3
日本国内の目的地を追加した	22.4	16.3	30.9	17.9	7.7	36.7	28.0
高価なものを購入した	19.1	13.7	17.3	18.7	19.9	22.4	18.3
日本での滞在日数を延ばした	16.8	17.1	12.2	16.9	12.3	21.6	15.1
日本国内を移動する新幹線、鉄道、航空機、船舶等を利用する際に座席をアップグレードした	14.1	7.6	15.8	16.1	8.2	19.2	17.2
優先入場等のチケットを購入した	11.4	8.4	15.8	14.1	10.4	11.0	8.6
タクシーの利用頻度が高くなった	10.4	12.2	9.4	8.4	11.2	10.4	12.9
直近の訪日旅行では使わず、日本での滞在費を安く済ませた	9.4	12.9	1.4	8.4	12.3	7.8	12.9
プライベートのガイドツアーを利用した	7.3	3.4	10.1	2	4.1	13.9	14.0
貸切でタクシー等を利用した	5.6	4.2	7.9	2.3	6.6	8.0	3.2
その他	0.5	0.4	0	1.3	0	0.0	0.0

※訪日旅行経験者かつ円安実感者

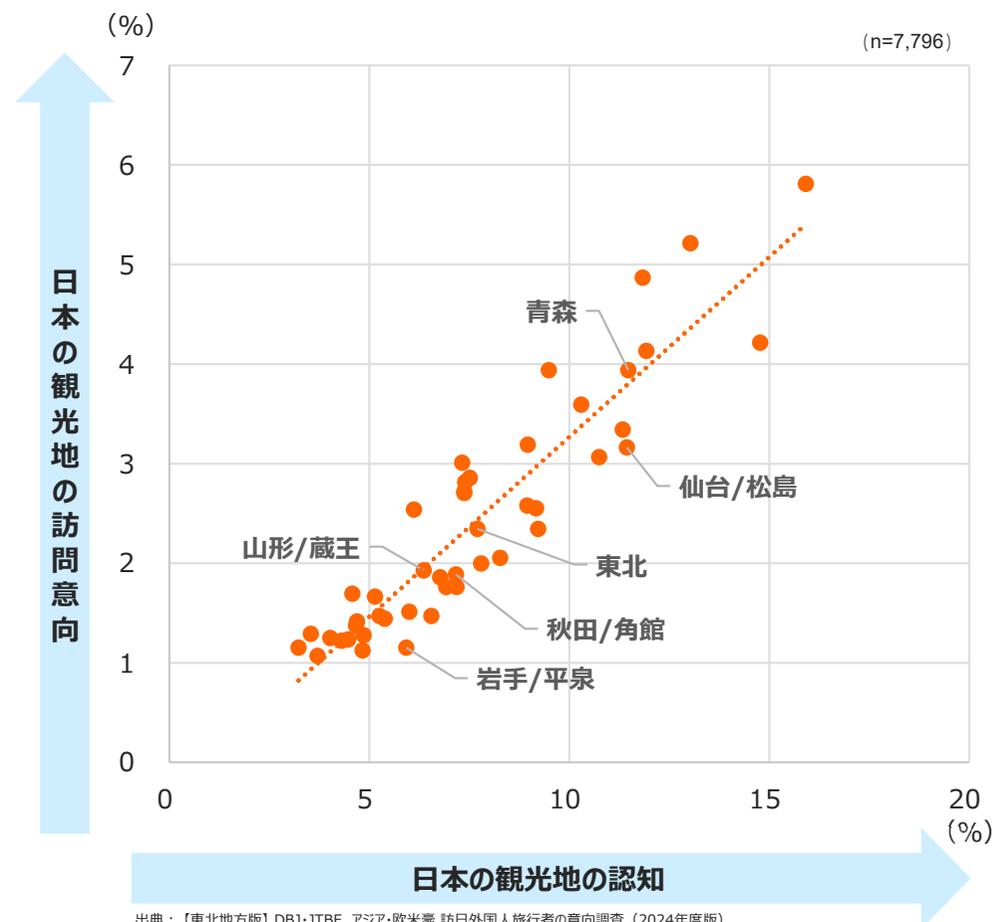
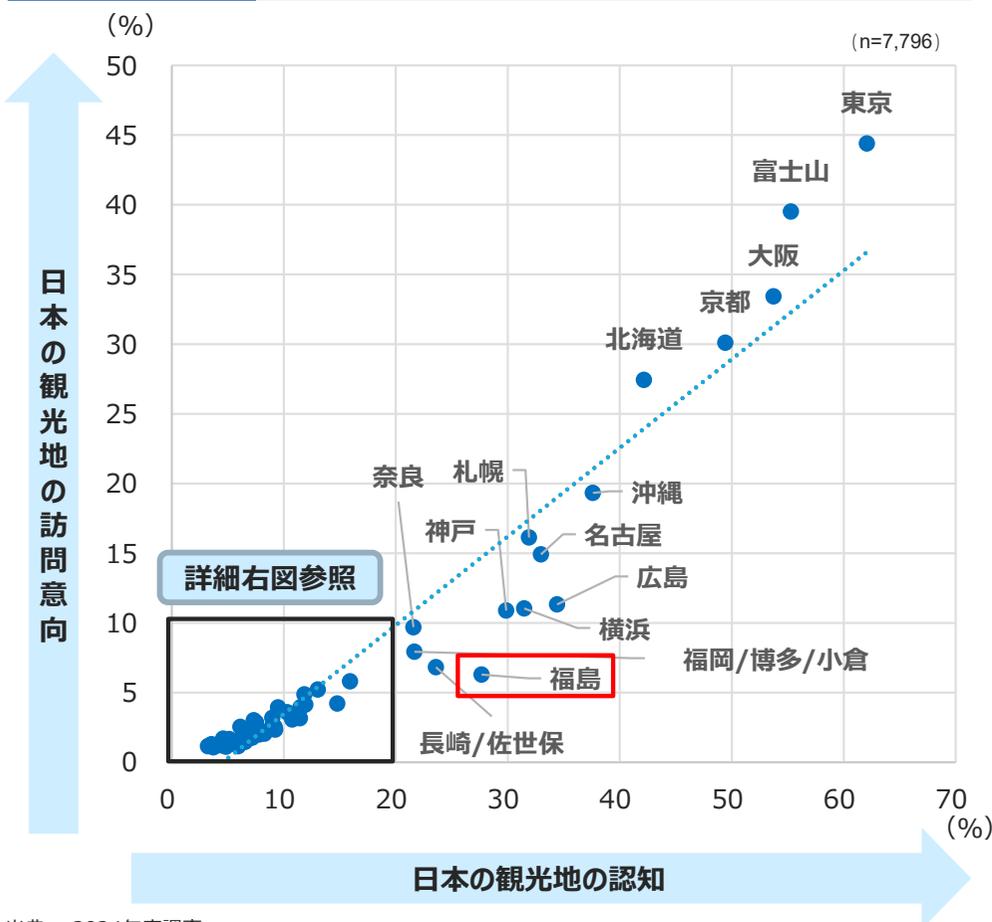
出典：【東北地方版】DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査（2024年度版）（2024年度調査より東北支店作成）

Ⅱ.調査結果 2. 東北の認知度・訪問意向

(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。

全員 日本の観光地の認知と訪問意向（あてはまるものすべて）



出典：2024年度調査

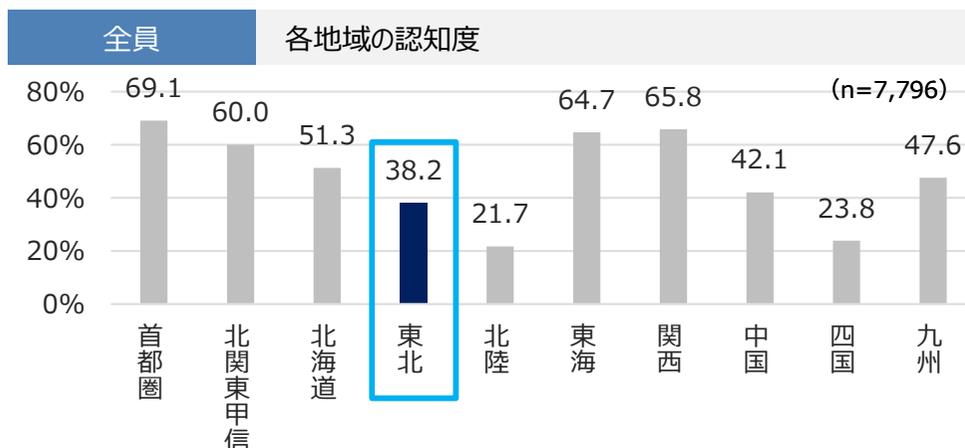
出典：【東北地方版】DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査（2024年度版）
（2024年度調査より東北支店作成）

※ 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。

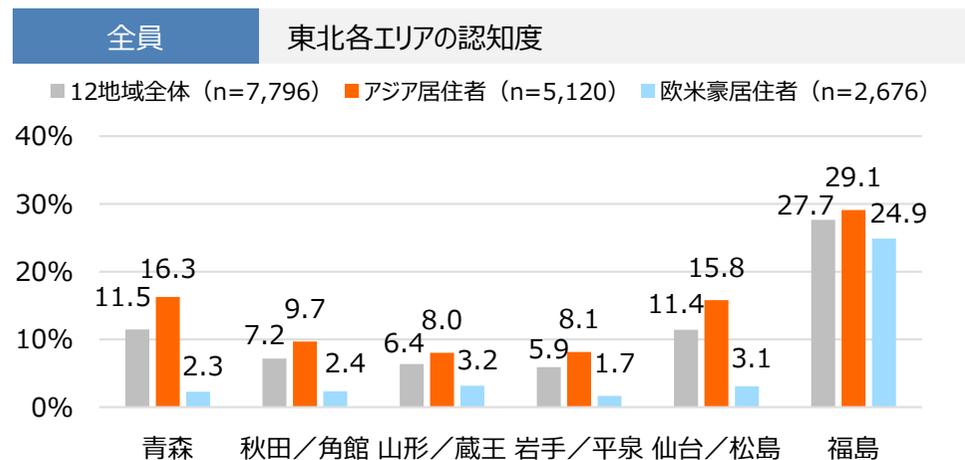
II. 調査結果 2. 東北の認知度・訪問意向

(2) 他地域と比較した東北の認知度・訪問意向

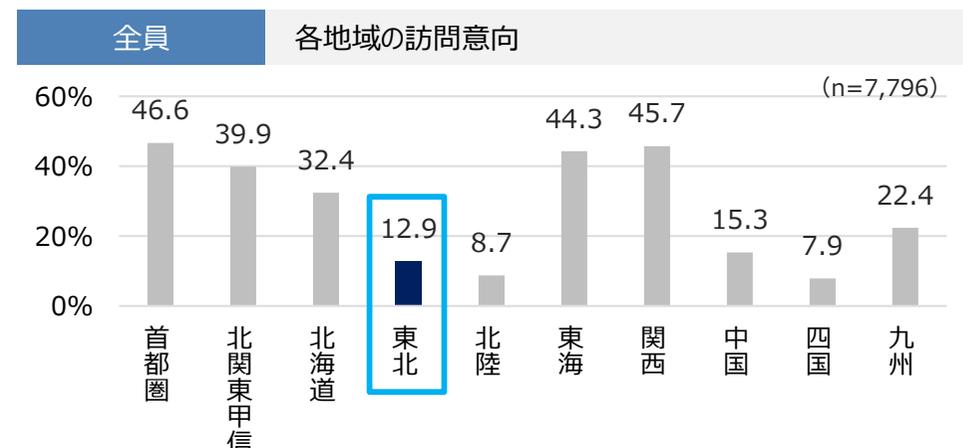
- 「東北」に対する認知度は4割程度と、「北陸」、「四国」に次いで回答割合が低かった。
- 「東北」への訪問意向は12.9%に留まった。
- 「東北」で最も認知度が高いのは「福島」(27.7%)であり、「青森」(11.5%)、「仙台/松島」(11.4%)が続いた。



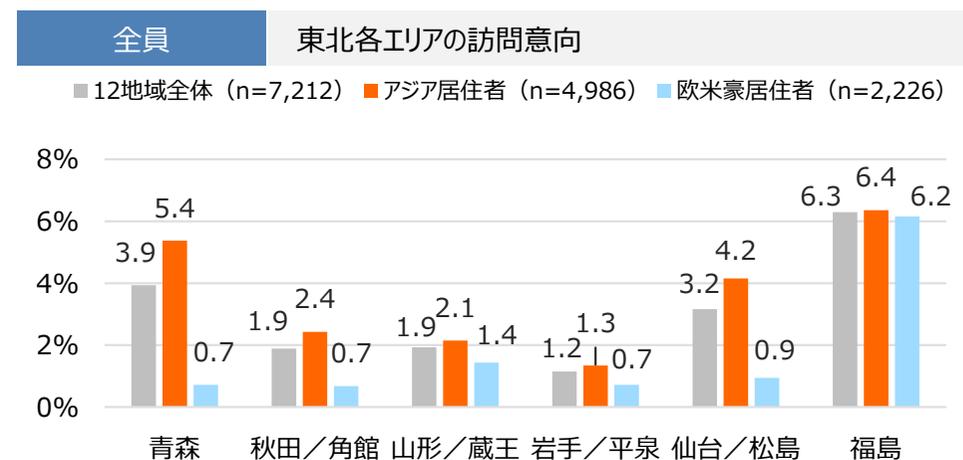
出典：【東北地方版】DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査（2024年度版）（2024年度調査より東北支店作成）



出典：【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（2024年度版）（2024年度調査より東北支店作成）



出典：【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（2024年度版）（2024年度調査より東北支店作成）



出典：【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（2024年度版）（2024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

(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2023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	東北	青森	秋田 / 角館	山形 / 蔵王	岩手 / 平泉	仙台 / 松島	福島
12地域全体	7,796	7.7%	11.5%	7.2%	6.4%	5.9%	11.4%	27.7%
アジア居住者	5,120	9.9%	16.3%	9.7%	8.0%	8.1%	15.8%	29.1%
韓国	671	7.7%	16.7%	5.1%	3.1%	4.9%	13.6%	37.3%
中国	621	4.3%	8.5%	11.9%	2.7%	6.8%	15.9%	23.7%
台湾	645	26.7%	47.9%	23.7%	20.2%	19.7%	34.4%	39.8%
香港	647	15.6%	28.6%	17.3%	13.8%	16.8%	25.3%	30.3%
タイ	626	7.3%	9.4%	4.8%	6.1%	5.8%	17.4%	26.4%
シンガポール	640	6.9%	8.8%	5.3%	5.6%	3.1%	6.4%	20.6%
マレーシア	625	5.0%	5.0%	4.8%	3.7%	2.2%	6.4%	23.8%
インドネシア	645	5.0%	4.5%	4.5%	8.8%	5.6%	6.7%	30.1%
欧米豪居住者	2,676	3.6%	2.3%	2.4%	3.2%	1.7%	3.1%	24.9%
アメリカ	701	5.4%	4.1%	3.4%	3.4%	2.3%	3.1%	14.6%
オーストラリア	636	2.8%	2.0%	2.2%	3.1%	1.9%	3.3%	31.6%
イギリス	668	4.3%	1.9%	2.1%	4.3%	1.5%	2.8%	24.0%
フランス	671	1.6%	0.9%	1.6%	1.8%	1.0%	3.1%	30.3%

出典：【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（2024年度版）（2024年度調査より東北支店作成）

全員 東北各エリアの訪問意向（国別）

	n	東北	青森	秋田 / 角館	山形 / 蔵王	岩手 / 平泉	仙台 / 松島	福島
12地域全体	7,212	2.3%	3.9%	1.9%	1.9%	1.2%	3.2%	6.3%
アジア居住者	4,986	2.6%	5.4%	2.4%	2.1%	1.3%	4.2%	6.4%
韓国	644	1.1%	4.0%	0.5%	0.5%	0.5%	1.7%	4.3%
中国	615	1.3%	1.6%	2.0%	0.8%	1.6%	4.1%	4.4%
台湾	637	9.1%	19.6%	6.1%	6.9%	2.8%	11.6%	7.1%
香港	643	3.4%	8.2%	4.0%	2.2%	2.0%	4.7%	3.4%
タイ	619	1.5%	2.4%	0.8%	1.8%	1.0%	4.8%	8.1%
シンガポール	620	1.9%	3.4%	2.1%	1.1%	1.0%	1.9%	4.5%
マレーシア	589	0.8%	1.9%	2.0%	1.0%	0.5%	1.7%	8.1%
インドネシア	619	1.5%	1.1%	1.8%	2.7%	1.3%	2.4%	11.1%
欧米豪居住者	2,226	1.8%	0.7%	0.7%	1.4%	0.7%	0.9%	6.2%
アメリカ	605	3.5%	1.7%	1.7%	1.8%	1.2%	1.2%	3.5%
オーストラリア	568	0.9%	0.7%	0.4%	1.9%	0.7%	1.2%	9.2%
イギリス	573	1.6%	0.3%	0.0%	0.9%	0.3%	0.7%	6.6%
フランス	480	0.8%	0.0%	0.6%	1.0%	0.6%	0.6%	5.4%

出典：【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（2024年度版）（2024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) 訪日リピーターの東北各地の訪問意向

- 三大都市圏等の認知度が高い地域では、「訪日リピーター」（訪日回数が2回以上の客）の訪問意向は一定を維持する一方、東北地方においては訪日回数を重ねるごとに訪問意向は高くなる傾向がある。
- 一方、「東北訪問経験者における東北地方への再訪希望率」は68.2%であり、相応の水準ともいえるが、他地域と比較するとやや低い。

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	4447	925	905	591	186	226	516
首都圏	42.3%	50.6%	49.8%	50.8%	54.3%	56.2%	59.1%
北関東甲信	36.3%	46.2%	40.4%	41.8%	38.2%	48.7%	53.1%
北海道	20.2%	41.1%	44.2%	47.5%	55.9%	61.9%	62.6%
東北	8.9%	11.1%	15.5%	17.6%	22.0%	23.5%	32.4%
北陸	4.8%	6.3%	11.0%	12.7%	15.1%	18.6%	31.6%
富山	2.6%	3.0%	6.0%	8.6%	11.8%	14.6%	25.2%
東海	38.9%	51.2%	47.5%	49.6%	50.0%	56.2%	58.5%
関西	34.9%	57.3%	56.5%	64.1%	62.4%	63.3%	64.5%
中国	12.7%	15.1%	16.2%	15.9%	19.4%	22.6%	31.2%
四国	5.0%	5.0%	9.6%	10.8%	16.7%	16.8%	24.2%
九州	13.8%	22.5%	29.1%	34.0%	33.9%	46.5%	56.2%

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

	n	再訪希望率 (%)
関西 訪問経験者	1,870	80.1%
北海道 訪問経験者	1,009	79.5%
東海 訪問経験者	1,262	79.2%
北関東甲信 訪問経験者	1,017	76.1%
首都圏 訪問経験者	1,946	73.6%
九州 訪問経験者	811	69.2%
東北 訪問経験者	355	68.2%
北陸 訪問経験者	297	65.7%
中国 訪問経験者	440	63.0%
四国 訪問経験者	253	56.1%

※縦%↓	0回	1回	2回	3回	4回	5回	6回以上
n	4447	925	905	591	186	226	516
青森	0.9%	2.1%	5.2%	5.9%	8.6%	11.9%	20.5%
秋田/角館	0.9%	0.9%	1.9%	2.2%	4.3%	1.8%	9.7%
山形/蔵王	1.1%	1.7%	2.0%	2.4%	4.3%	1.8%	7.0%
岩手/平泉	0.6%	0.9%	1.4%	1.5%	1.6%	0.9%	4.5%
仙台/松島	1.5%	2.5%	3.2%	3.9%	5.9%	9.3%	12.4%
福島	5.7%	5.7%	7.4%	7.1%	6.5%	5.8%	9.1%

注：レポート内の「訪日リピーター」とは訪日経験が2回以上の人を指す。

出典：【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（2024年度版）
（2024年度調査より東北支店作成）

※各地域訪問経験者かつ再訪意向あり

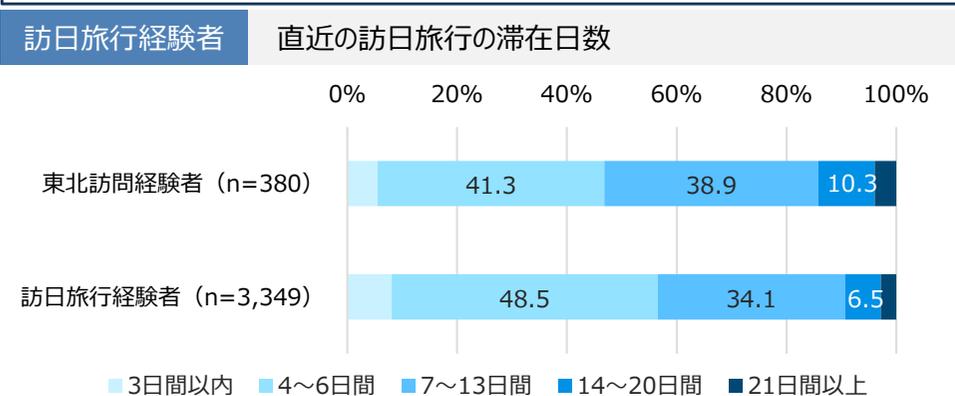
注：再訪希望率の高い順にソート

出典：【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
（2024年度版）（2024年度調査より東北支店作成）

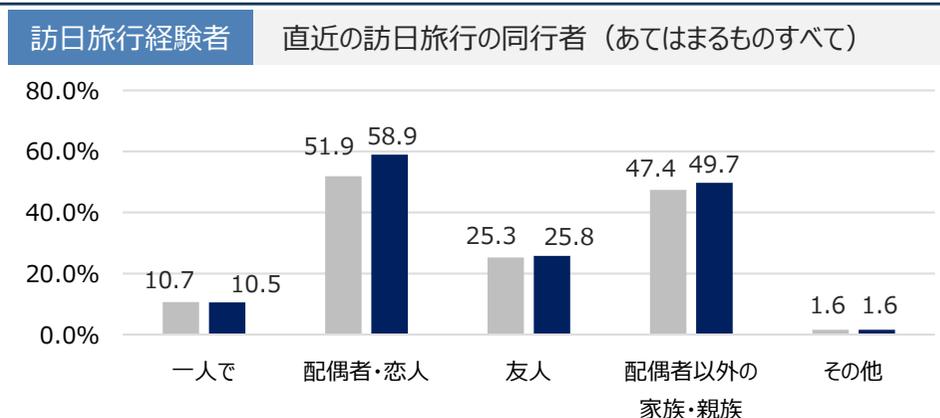
Ⅱ.調査結果 3. 東北訪問希望者・東北訪問経験者の特徴

(1) 訪日旅行にかかる滞在日数と同行者

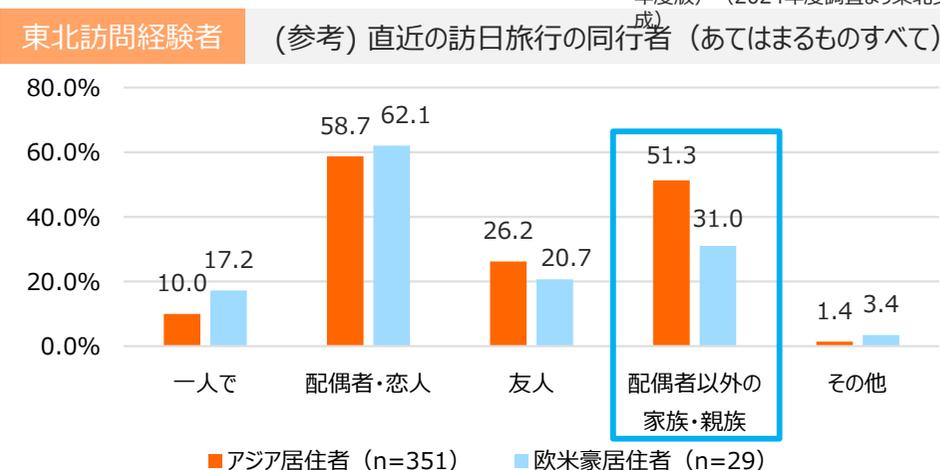
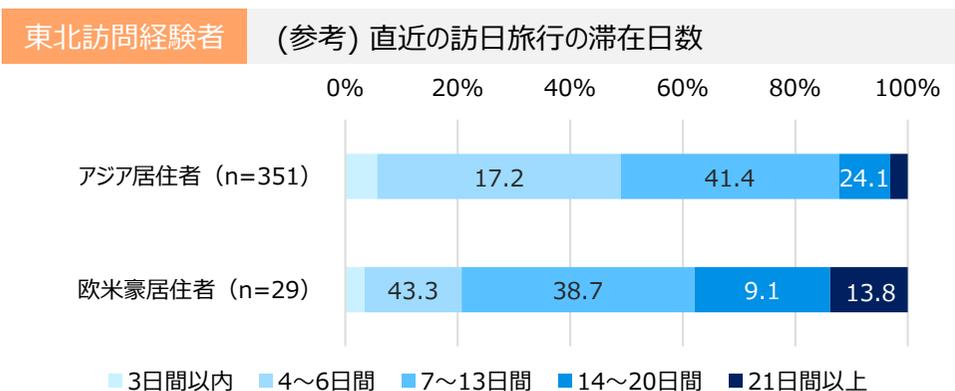
- 訪日旅行経験者全体と比較して、東北訪問経験者は滞在日数が長い傾向にあり、特に、欧米豪居住者の滞在日数は、アジア居住者に比べて長い。
- 旅行同行者について、訪日旅行経験者全体と東北訪問経験者の傾向に大きな差はない一方で、東北訪問経験者の中でアジア居住者は、配偶者以外の家族・親族の割合が高かった。このことから、配偶者含め家族連れでの旅行者が多い傾向があると考えられる。



出典：【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（2024年度版）（2024年度調査より東北支店作成）



出典：【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（2024年度版）（2024年度調査より東北支店作成）



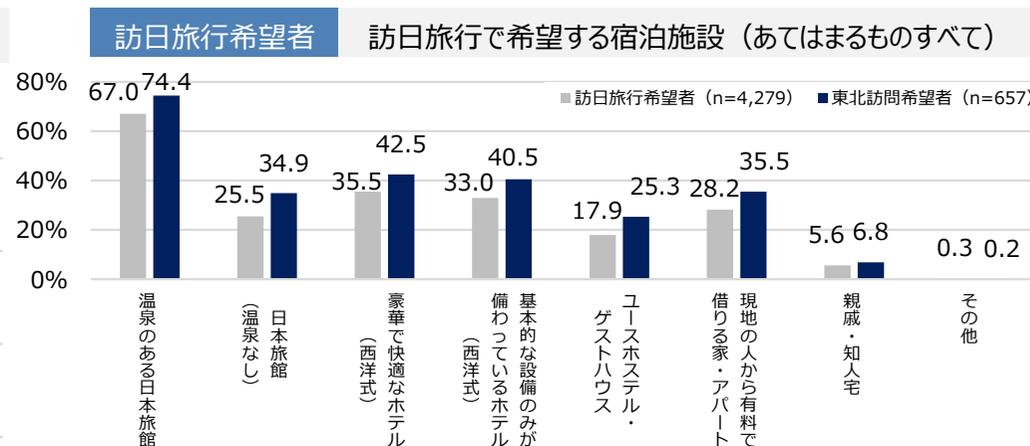
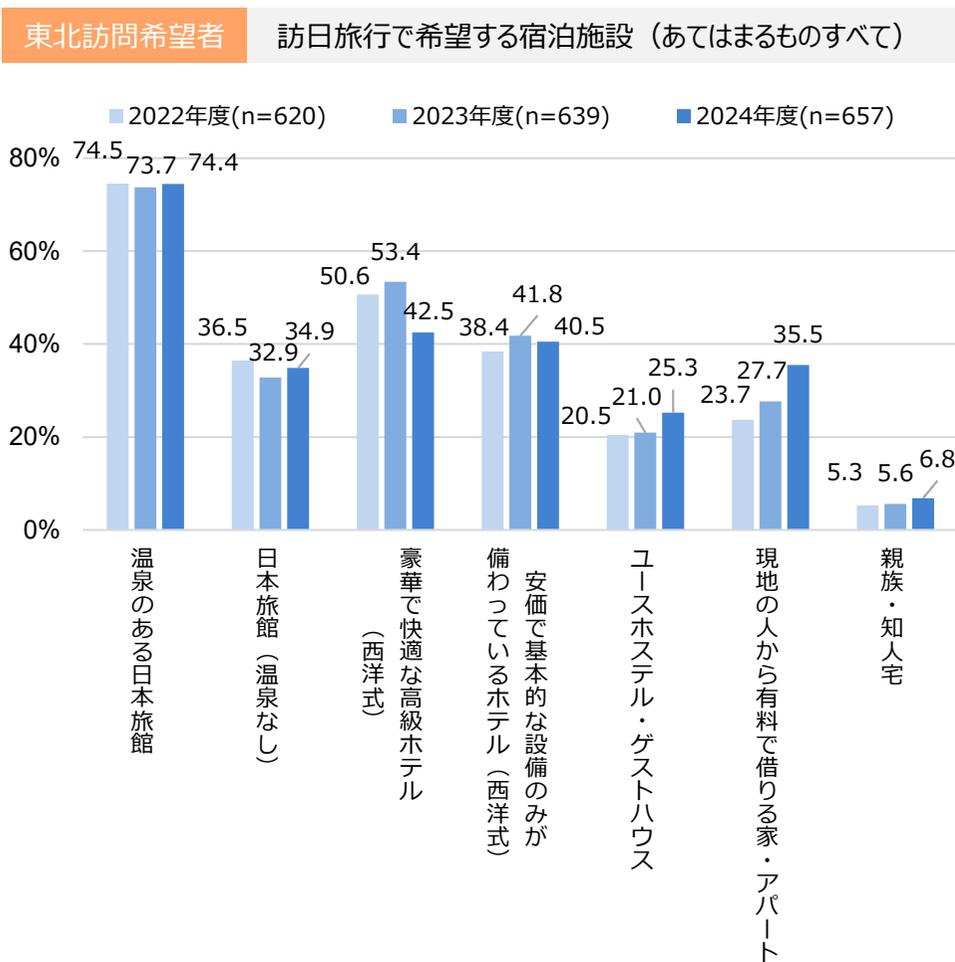
出典：【東北地方版】DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査（2024年度版）（2024年度調査より東北支店作成）
 ※東北訪問経験者の分析について、欧米豪居住者の回答は母数が少ないため参考値とする。

出典：【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（2024年度版）（2024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。

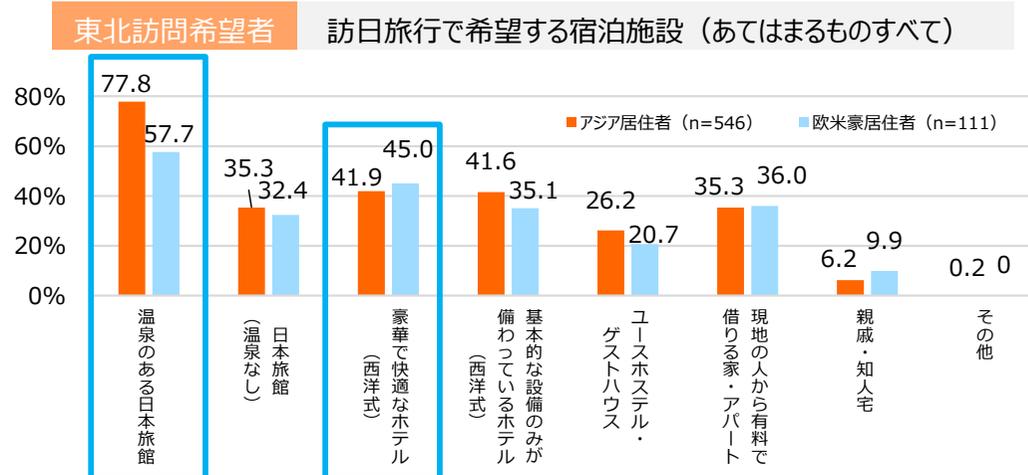
Ⅱ.調査結果 3. 東北訪問希望者・東北訪問経験者の特徴

(2) 訪日旅行で希望する宿泊施設

- 過去3年の推移をみると、「温泉のある日本旅館」は継続的に高い人気を誇る。直近では、「現地の人から有料で借りる家・アパート」の割合が増加している。
- 全国的な傾向と同様に、東北訪問希望者も「温泉のある日本旅館」が人気であった。東北訪問希望者の中では、アジア居住者が「温泉のある日本旅館」を好み、欧米豪居住者は「豪華で快適なホテル」を好むという違いがあった。



出典：【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（2024年度版）（2024年度調査より東北支店作成）



出典：2022年度調査、2023年度調査、2024年度調査より東北支店作成

出典：【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（2024年度版）（2024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

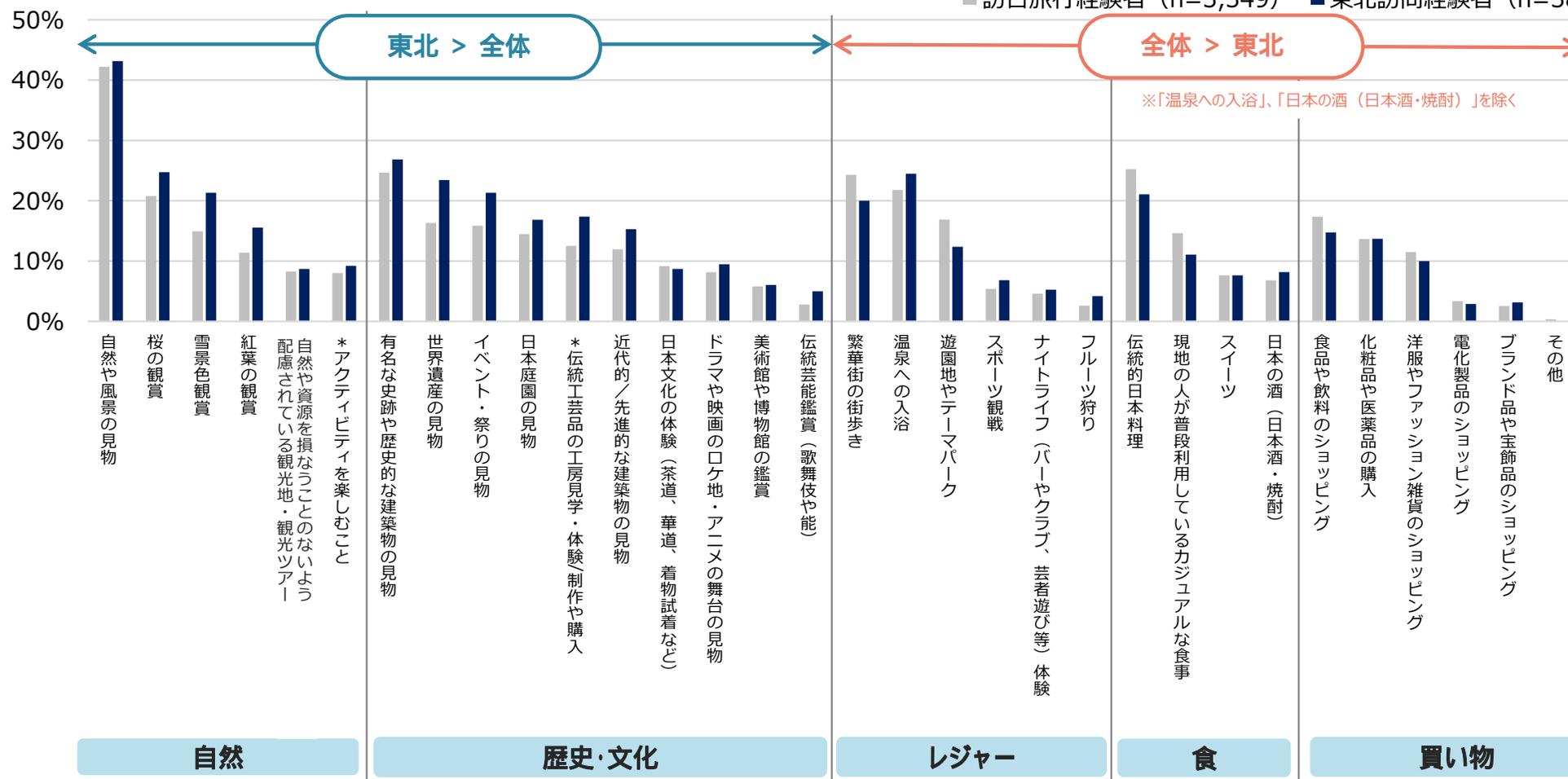
(3) 直近の訪日旅行で体験したこと

- 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、「世界遺産の見物」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）

■ 訪日旅行経験者（n=3,349） ■ 東北訪問経験者（n=380）

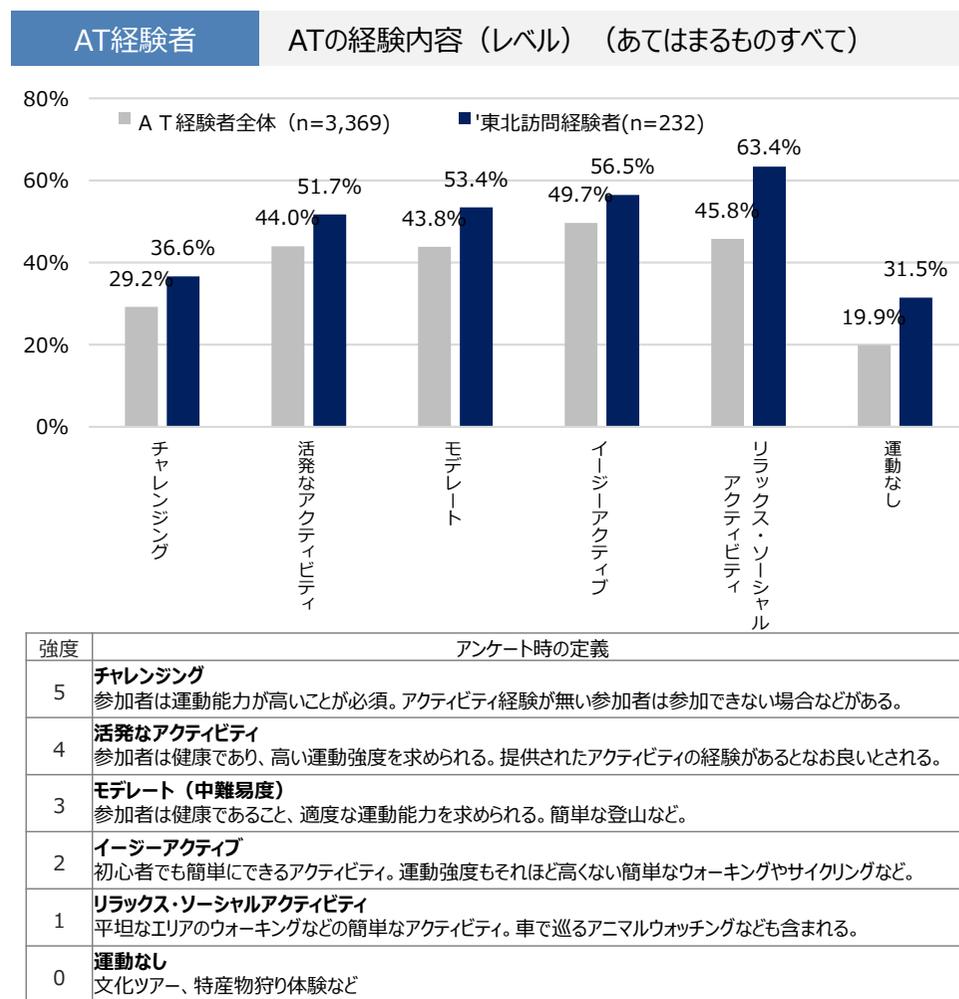
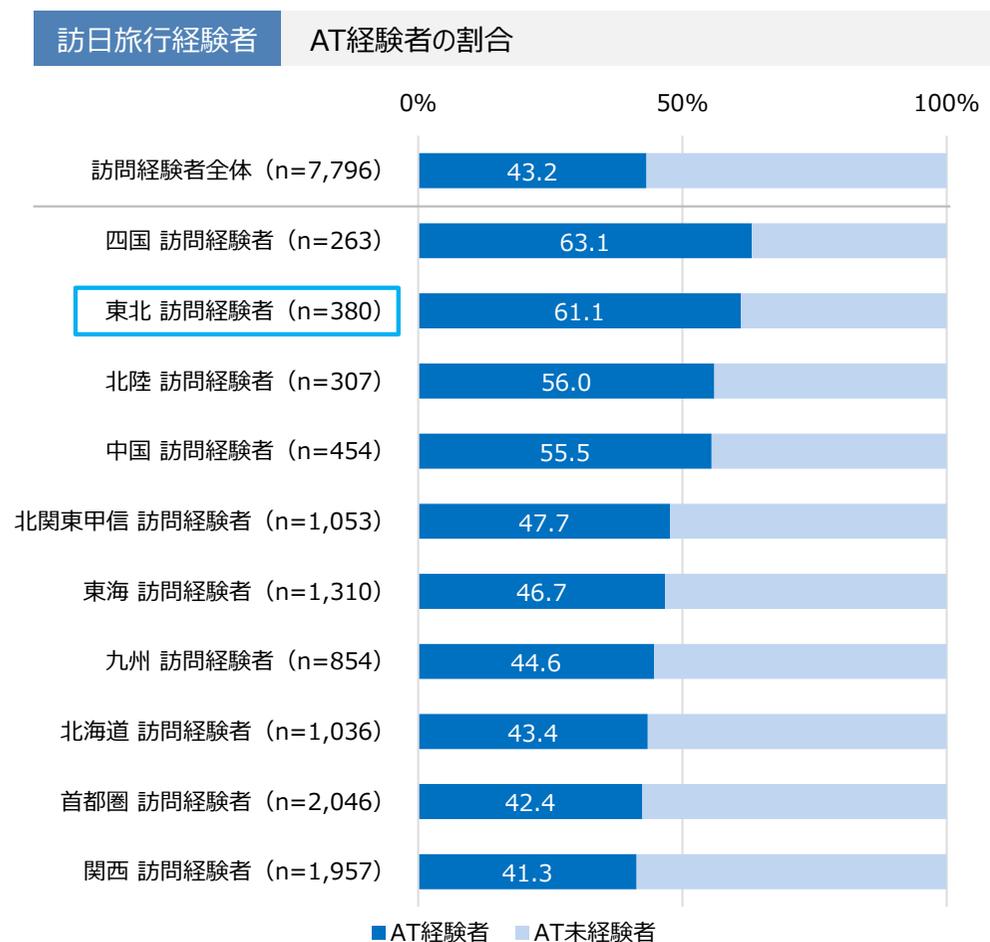


注：カテゴリ内の訪日旅行経験者の数値で降順ソート
 出典：【東北地方版】DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査（2024年度版）
 （2024年度調査より東北支店作成）

II.調査結果 3. 東北訪問希望者・東北訪問経験者の特徴

(4) アドベンチャーツーリズム (AT)

- 東北訪問経験者は、訪日経験者全体に比して、アドベンチャーツーリズム（以下、「AT」という。）経験者の割合が高く、経験内容(レベル)也多岐に渡る。
- 「(3) 直近の訪日旅行で体験したこと」からも、東北地方は、自然体験や歴史・文化体験等のATに興味関心がある旅行者からの人気が高いと考えられる。ATは、東北の地域資源を活用した、観光の高付加価値化の手立ての一つとなろう。



注：訪問経験者地域別は、AT経験者の割合が高い順にソート
出典：【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（2024年度版）（2024年度調査より東北支店作成）

※東北訪問経験者かつAT経験者
出典：【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（2024年度版）（2024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

(参考1) ATの定義・取り組み事例

- ATとは、「アクティビティ」、「自然」、「文化体験」の3つの要素のうち2つ以上で構成される旅行形態である（Adventure Travel Trade Associationによる定義）。
- 日本政府観光局（以下、「JNTO」という。）によれば、一般的な観光旅行よりも現地での長期滞在が見込まれ、観光消費額も大きい傾向となるため、地域への経済効果が大きい点が特徴。

アドベンチャーツーリズム（AT）とは

- アドベンチャーツーリズム(AT)とは、「アクティビティ体験、自然体験、文化体験の3つの要素のうち、2つ以上の要素で構成される旅行」と定義。
- 地域特有の資産を、観光を通じて経済価値に結びつける取り組み。



地域特有の資産を
経済価値に結びつける

アクティビティ	地域を知り、現地の人々と接する手段。 例) サイクリング、トレッキング、ラフティング
文化体験	地域のありのままの文化を体験するもの。 例) 食文化、史跡・世界遺産等の見物
自然	地域独自の自然を体験するもの。 例) 海、森林、温泉

国内AT取組事例（一例）

	地域	事業名	注
1	青森県	RingomeetsArt-弘前りんご農園アートトリップ	*
2	岩手県	みちのく潮風トレイル（後述）	
	宮城県		
	福島県		
3	秋田県	白神リポートレッキング	
4	山形県	出羽三山 山伏修行体験塾	
5	茨城県	日本を結ぶツーリング全国魅力再発見 -古河建築名園編-	*
6	新潟県	長期滞在型佐渡まるごとアドベンチャーランド事業	*
7	福井県	日本独自のハードアクティビティ『沢登り』の磨き上げ・魅力発信事業	*
8	山梨県	南アルプスの古道を活用したE-MTBツアー造成事業	*
9	岐阜県	アドベンチャーツーリズム推進による“飛騨地域”のリゾート化（ネイチャー・リゾート）事業	*
10	京都府	京都広域サイクルツーリズム事業	*
11	和歌山県	Feel Holy Water -秘境南紀 水と遊ぶ新たな旅構築事業-	*
12	島根県	高質な磯・海岸遊びを探索する隠岐ジオツーリズム事業	*
13	高知県	川との共生 四万十川ステイカレッジ（ロングステイ）	*
14	佐賀県	日本最高峰の牡蠣生産地！九州オイスターツーリズム	*
15	熊本県	千年続く草原文化を次世代に紡ぐ阿蘇ツーリズムの創造	*

出典：【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（2024年度版）
 （JNTO、一般社団法人日本アドベンチャーツーリズム評議会「アドベンチャーツーリズムとは」を基に東北支店作成）

注：*は観光庁2021年度「アドベンチャーツーリズム等の新たなインバウンド層の誘致のための地域の魅力再発見事業」における採択事業

出典：【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（2024年度版）
 （観光庁、環境省 東北地方環境事務所、一般社団法人東北観光推進機構、山形県HP等各種資料より東北支店作成）

Ⅱ.調査結果 3. 東北訪問希望者・東北訪問経験者の特徴

(参考2) 東北地方におけるATの取組

- 東北地方のAT商品の一例として、東北の南北約1,000kmにわたる長距離自然歩道「みちのく潮風トレイル」があり、海外からも高く評価されている。
- 2025年秋頃には、東北地方にてAT商品の成長・普及を目的とした「Adventure Week」が開催されることが決定している。

アドベンチャーツーリズム(AT)の取組み例

■ 「みちのく潮風トレイル」の整備



- ✓ 「みちのく潮風トレイル」：青森八戸市から福島相馬市まで、全長約1,000kmの長距離自然歩道。
- ✓ トレイルコースを歩くだけでなく、伝統芸能である神楽の観賞や、ウォータースポーツ、地元料理等の体験を実施。
- ✓ 環境省の「三陸復興国立公園の創設を核としたグリーン復興プロジェクト」の一つとして、2019年に全ルートが開通。
- ✓ 米国ウォールストリート・ジャーナル紙でも紹介記事が掲載。

■ 東北エリアにて「Adventure Week」の開催



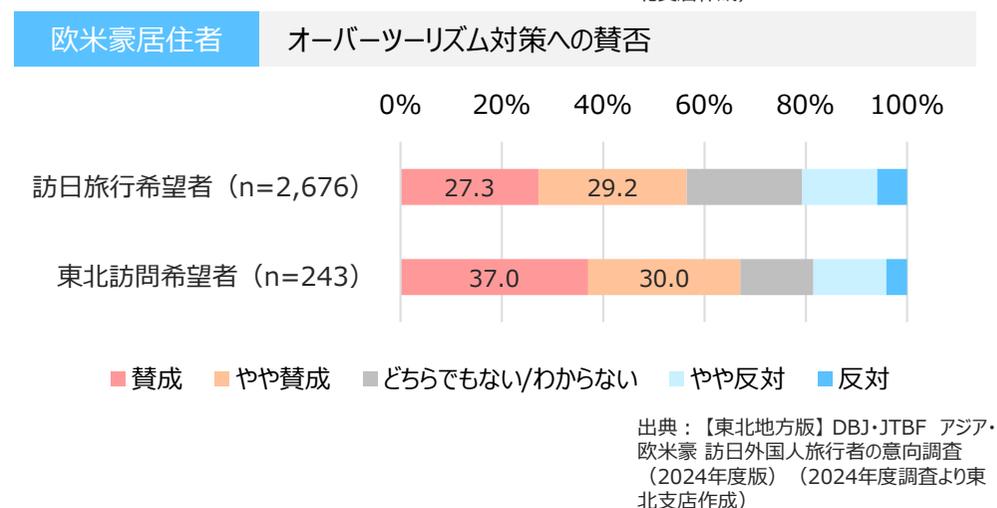
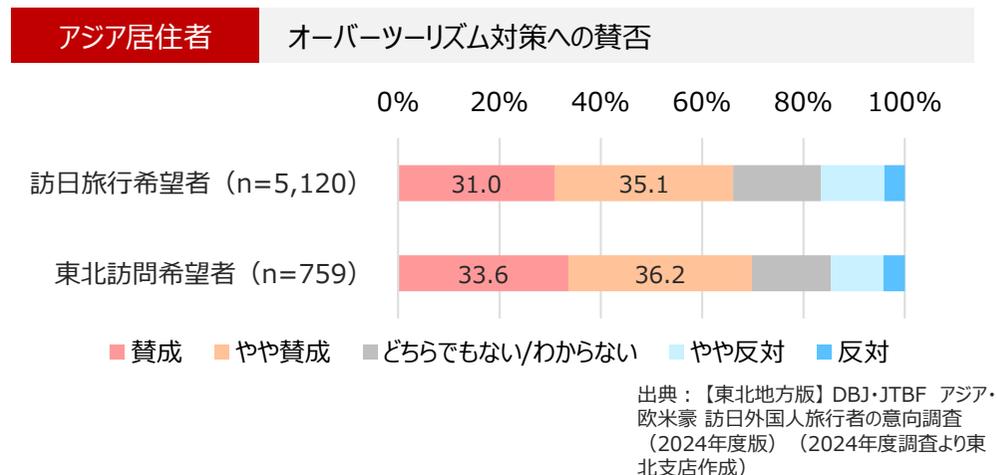
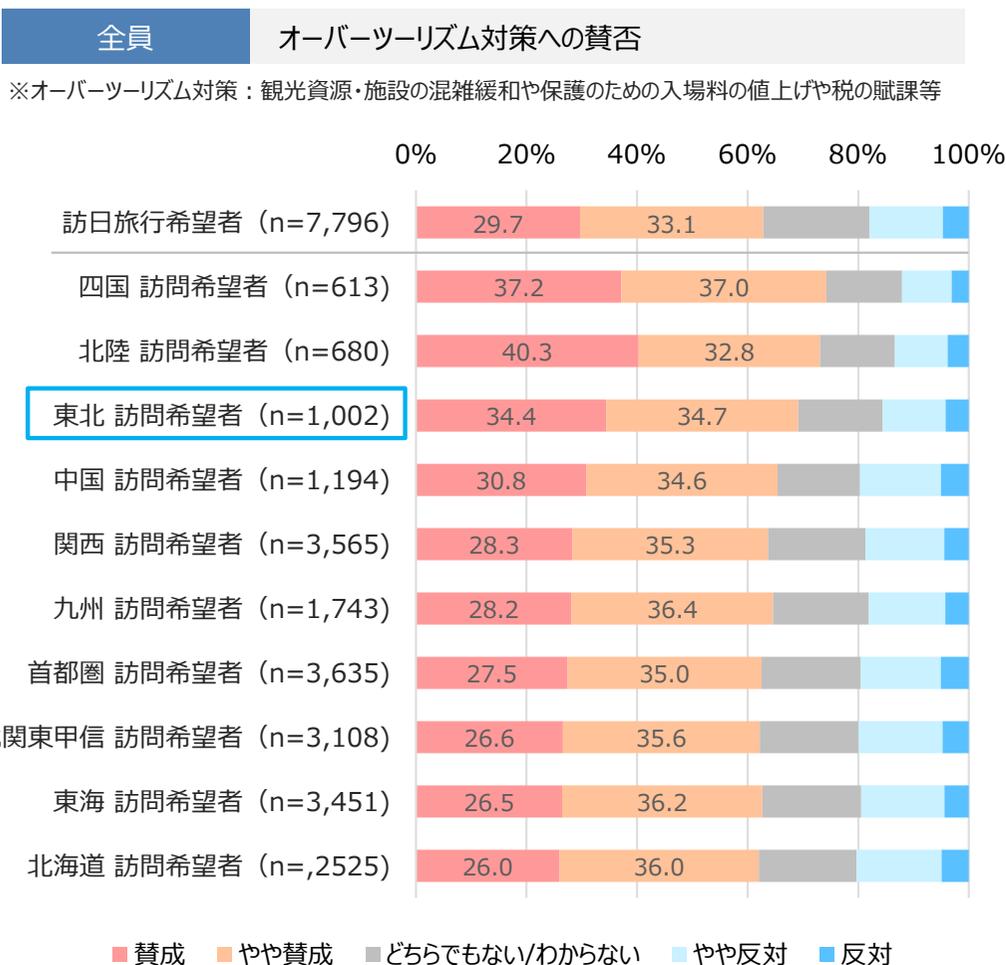
※画像はAdventureWeek2024沖縄のファムツアーの際の様子

- ✓ 主催：東北観光推進機構、ATTA、JNTO
- ✓ 「Adventure Week」：Adventure Travel Trade Association (ATTA) が定める基準を満たした特定の地域において、AT関係者が実際に開催地のAT商品を体験し、商品のさらなる磨き上げを目的としたプログラム。
- ✓ 2025年秋頃の開催を予定しており、日本での開催は、2024年11月の沖縄に続く2回目。

II.調査結果 3. 東北訪問希望者・東北訪問経験者の特徴

(5) オーバーツーリズム対策への寛容度

- アジア・欧米豪居住者ともに、東北訪問希望者は訪日旅行希望者全体と比較して、オーバーツーリズム対策に対し寛容な傾向がある。
- 訪日旅行希望者全体では、欧米豪居住者の同対策への寛容度は低い傾向があるが、東北訪問希望者に至っては、アジア居住者と大きな違いはない。



Section 2

「山形県山形市の観光ビッグデータ分析」レポートより 山形県山形市に来訪する外国人観光客の動向について

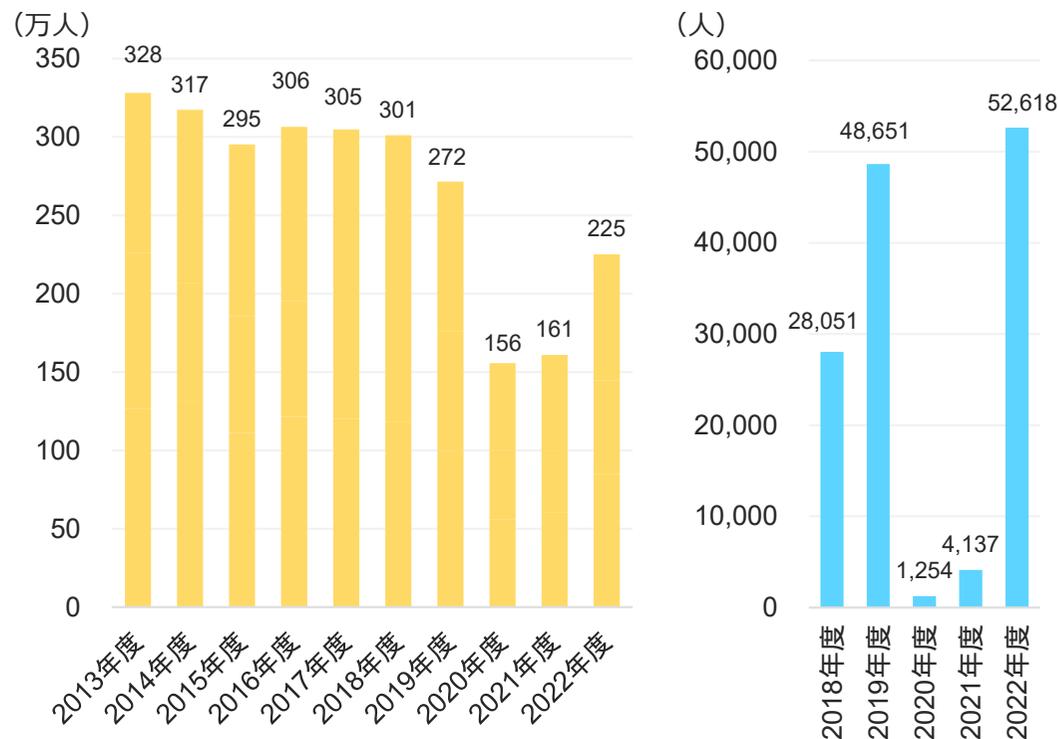
1. 前提 | 対象エリア

- 本調査では、対象エリアを山形県山形市とした。山形市は、山形県内市区町村別で最多の入込客数を誇り、樹氷と温泉で名高い「蔵王」などの観光地を有し、四季折々の景色を堪能できるほか、長い歴史の中で受け継がれてきた伝統文化や郷土料理など、魅力ある観光資源を多数有する。
- 山形市への観光入込客数を見ると、国内の観光客数は減少傾向にあり、訪日外国人の観光客数は増加傾向にあるものの山形市における観光客入込数全体の2%程度に留まる。一般的に訪日外国人観光客の方が国内観光客よりも1人当たり旅行支出額が高いことを踏まえると、交流人口と観光消費額の増加を図るためには訪日外国人の誘客をさらに促進することが重要である。より多くの観光客が同市へ訪れることで、**観光消費額の増加に加え、関連産業での雇用創出など地域経済の更なる活性化が期待**される。

山形市の魅力



山形市の観光入込客数(左)・外国人観光入込客数(右)



2. 前提 | 分析対象とした位置情報ビッグデータ

- 本調査では、モバイル空間統計(R)を購入し分析を行った。データ分析は、DBJデジタルソリューションズ(株)の協力を得て実施した。
- 本調査では、分析対象エリアに1時間以上もしくは2時間以上滞在した訪日外国人をサンプルとする。サンプルに該当する訪日外国人は、入国から出国までの期間で位置情報の捕捉対象となる。
- 集計期間は2023年6月1日～2024年5月31日であり、3ヶ月毎に集計している。なお、滞在人口はデータ提供元の拡大推計であり、本調査に記載される「観光客数・宿泊客数」は、正しくは「推計した観光客数・宿泊客数」であることに留意されたい。

分析の前提

	第2章(メッシュ分析を除く)の分析	メッシュ分析(本調査2-6及び2-7)
データ提供元	(株)ドコモ・インサイトマーケティング /モバイル空間統計(R)	同左
概要	ドコモの携帯電話ネットワークの仕組みを使用した人口統計。 各基地局で把握される携帯電話台数や携帯電話所有者の属性等を元に、 データ提供元がプライバシー保護の処理・集計処理を行い提供するもの。	同左
滞在時間	対象エリアに2時間以上滞在したユーザーを捕捉	対象エリアに1時間以上滞在したユーザーを捕捉
対象エリア	山形県山形市	山形市内を1km四方に分割したメッシュ
集計期間	2023年6月1日～2024年5月31日	同左
集計単位	2023年夏：2023年 6月～2023年 8月 2023年秋：2023年 9月～2023年11月 2023年冬：2023年12月～2024年 2月 2024年春：2024年 3月～2024年 5月	同左
集計上の留意点	滞在人口は、期間内のユニーク述べ人数であり、 同一ユーザーが何回も同一エリアを訪れても1回の来訪とカウントする。 各集計ではデータ提供元による秘匿処理が実施されある閾値以下の少人数の際に データが非開示となり、集計総数が一致しない場合が存在する。	同左

3. 山形市の訪日外国人観光客の平均滞在日数

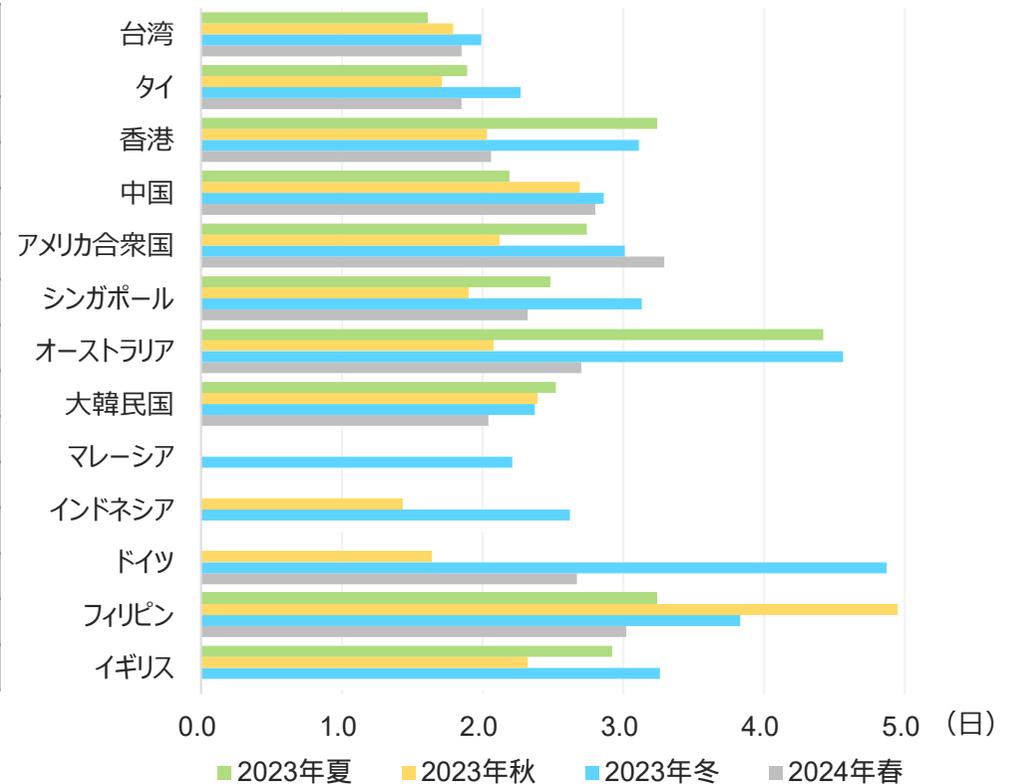
- 国・地域別の平均滞在日数は、オーストラリア(3.88日)が最長。オーストラリアからの観光客は、冬季だけでなく夏季においても平均4日以上滞在しており、**山形市を目的地もしくは宿泊拠点として中長期期間滞在する観光客が一定数いる**ものと考えられる。アジア圏では、香港(2.78日)・中国(2.77日)・シンガポール(2.62日)が比較的長めに宿泊する傾向にあった。
- 一方で、台湾(1.91日)・タイ(2.06日)のようにアジア圏の中でも**特に観光客数が多い地域は、平均滞在日数が短い傾向**にある。団体ツアーなどで**目的地の一つとして山形市を訪れ、すぐに次の訪問先へ移動している可能性が示唆**される。

国・地域別平均滞在日数

(日)

	2023年夏	2023年秋	2023年冬	2024年春	加重平均
台湾	1.61	1.79	1.99	1.85	1.91
タイ	1.89	1.71	2.27	1.85	2.06
香港	3.24	2.03	3.11	2.06	2.78
中国	2.19	2.69	2.86	2.80	2.77
アメリカ合衆国	2.74	2.12	3.01	3.29	2.80
シンガポール	2.48	1.90	3.13	2.32	2.62
オーストラリア	4.42	2.08	4.56	2.70	3.88
大韓民国	2.52	2.39	2.37	2.04	2.32
マレーシア	-	-	2.21	-	2.21
インドネシア	-	1.43	2.62	2.56	2.44
ドイツ	-	1.64	4.87	2.67	2.59
フィリピン	3.24	4.95	3.83	3.02	3.71
イギリス	2.92	2.32	3.26	2.49	2.81

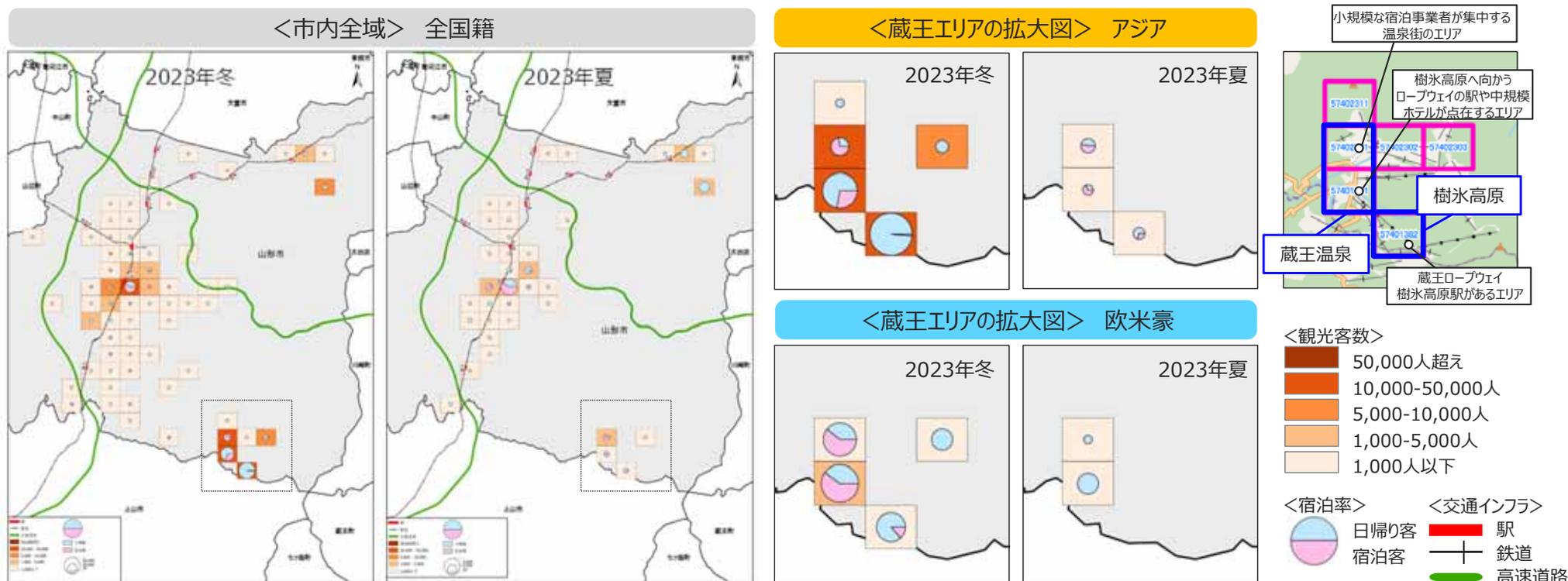
□ 2.0日未満 □ 2.0日以上3.0日未満
 □ 3.0日以上4.0日未満 □ 4.0日以上



4. 山形市の訪日外国人観光客数（メッシュ分析）

- 冬季の蔵王エリアについて、蔵王温泉の中でも、小規模な宿泊事業者が集中する温泉街のエリアを訪れた観光客数は、樹氷高原へ向かうロープウェイの駅や中規模ホテルが点在するエリアを訪れた観光客数の4割程度であり、その一方で、他のメッシュと比較して宿泊率は高い傾向にあった。樹氷等を目的に来訪した観光客の周遊取り込みが上手くなされていない可能性や、旅館・ホテルのキャパシティの制限から宿泊を目的とした観光客を受け入れきれない可能性などが考えられる。
- また、メッシュ単位の観光客数について、山形市内では、蔵王エリアの樹氷高原周辺の観光客数が最多となった。同エリアでは、1km四方のメッシュに、冬季の3ヶ月間で5万人近くの外国人観光客が訪れたが、夏季の観光客数は1千人以下であった。

メッシュ別観光客数・宿泊客数



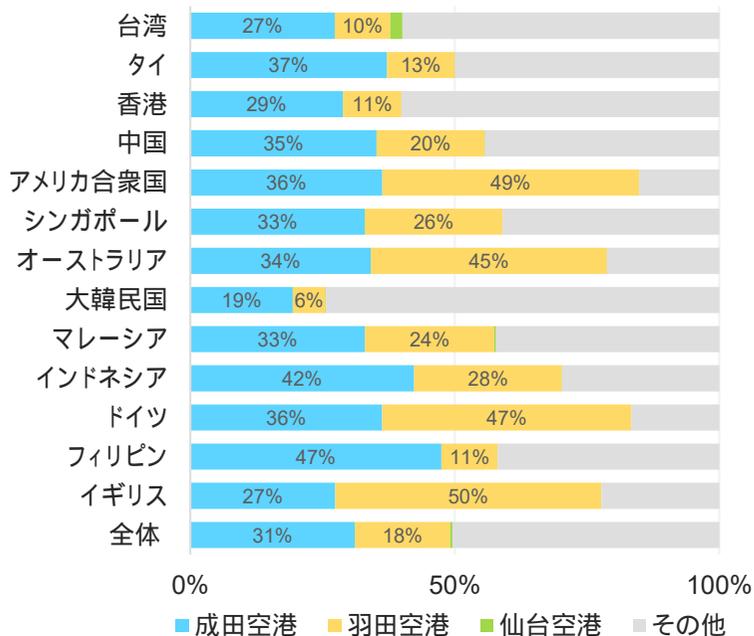
出典:「山形県山形市の観光ビッグデータ分析-山形県山形市に来訪する外国人観光客の動向とビッグデータの活用について-」(データ提供元)(株)ドコモ・インサイトマーケティング/モバイル空間統計
モバイル空間統計は(株)NTTドコモの登録商標である。

24 (※)宿泊率の円の大きさは各図表ごとにメッシュ間の相対的な観光客数の多さを示す。

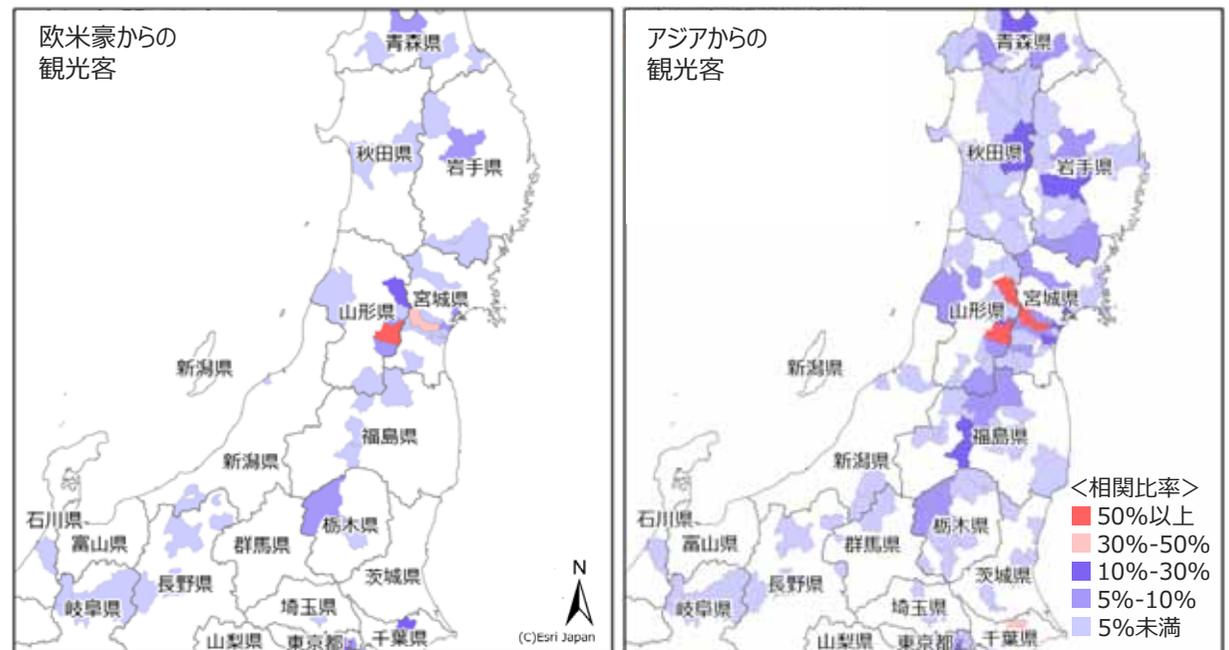
5. 観光商品の造成・提供について—移動手段・交通施策の検討

- 商品造成にあたっては、「目的地で何をするか」という視点に加え「**目的地へどのように移動するか**」という視点も重要だろう。
- 一般的に、欧米豪からの観光客は、羽田空港から入国する傾向がある。山形市を訪れた欧米豪からの観光客は、併せて東京・日光・仙台・盛岡・青森といった新幹線・特急列車の停車駅が所在する都市を訪れており、**欧米豪からの観光客を誘客する際には、目的地へ訪問するための公共交通機関も踏まえて商品造成することが効果的**であると考えられる。
- アジアからの観光客については、成田空港から入国する観光客が多く、また、アジア圏の各国・地域への直行便が就航している仙台空港から入国する観光客も多い模様(本調査2-9より)。鉄道駅所在地に限らず多様な市区町村を訪れていることから、**ツアーバスのほか、レンタカーなどを使って地域を周遊している可能性が考えられ、複数の地域が連携し周遊観光を提案・促進するというアプローチも考え得る**。また、ツアーバス・レンタカーを利用する観光客の受入れを増加させるためには、安全性を確保するという観点からも、地域における道路整備や交通標識への外国語表記、駐車場の確保などが課題となってくるだろう。

訪日外国人の入国空港(2023年)



他訪問先市区町村の相関比率(全期間)



出典:「山形県山形市の観光ビッグデータ分析—山形県山形市に訪れる外国人観光客の動向とビッグデータの活用について—」
 (法務省・出入国在留管理局「出入国管理統計表」
https://www.moj.go.jp/isa/policies/statistics/toukei_ichiran_nyukan.html、2025年1月閲覧)よりDBJ東北支店作成

まとめ

- 東北地方は、認知度は38.2%と低位であるが、訪日回数が多くなるほど、訪問意欲は高くなる傾向があった。東北地方内では、青森県の認知度と訪問意向が高く、特に台湾や香港の居住者からの評価が高かった。一方、東北訪問経験者における東北再訪希望率は、他地域訪問経験者における同地域再訪希望率と比べ低かった。
- 東北訪問希望者が訪日旅行で希望する宿泊施設として、「温泉のある日本旅館」はアジア居住者に好まれるのと比較して、欧米豪居住者では希望率は若干低位な一方で「豪華で快適なホテル（西洋式）」を希望する割合が相応にあった。
- 東北訪問経験者が直近の訪日旅行で体験したことは、「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、「伝統的日本人料理」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。
- 上記の東北訪問経験者が自然体験、歴史・文化体験の実施率が高いという観点から、全国地方別で訪問経験者のアドベンチャーツーリズムの経験度を分析したところ、東北地方は訪日経験者全体の平均より高い値であった。
- 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、2024年に東北地方を訪れたインバウンド客は初めて200万人を超えた。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、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. 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。