

観光動向に関する調査

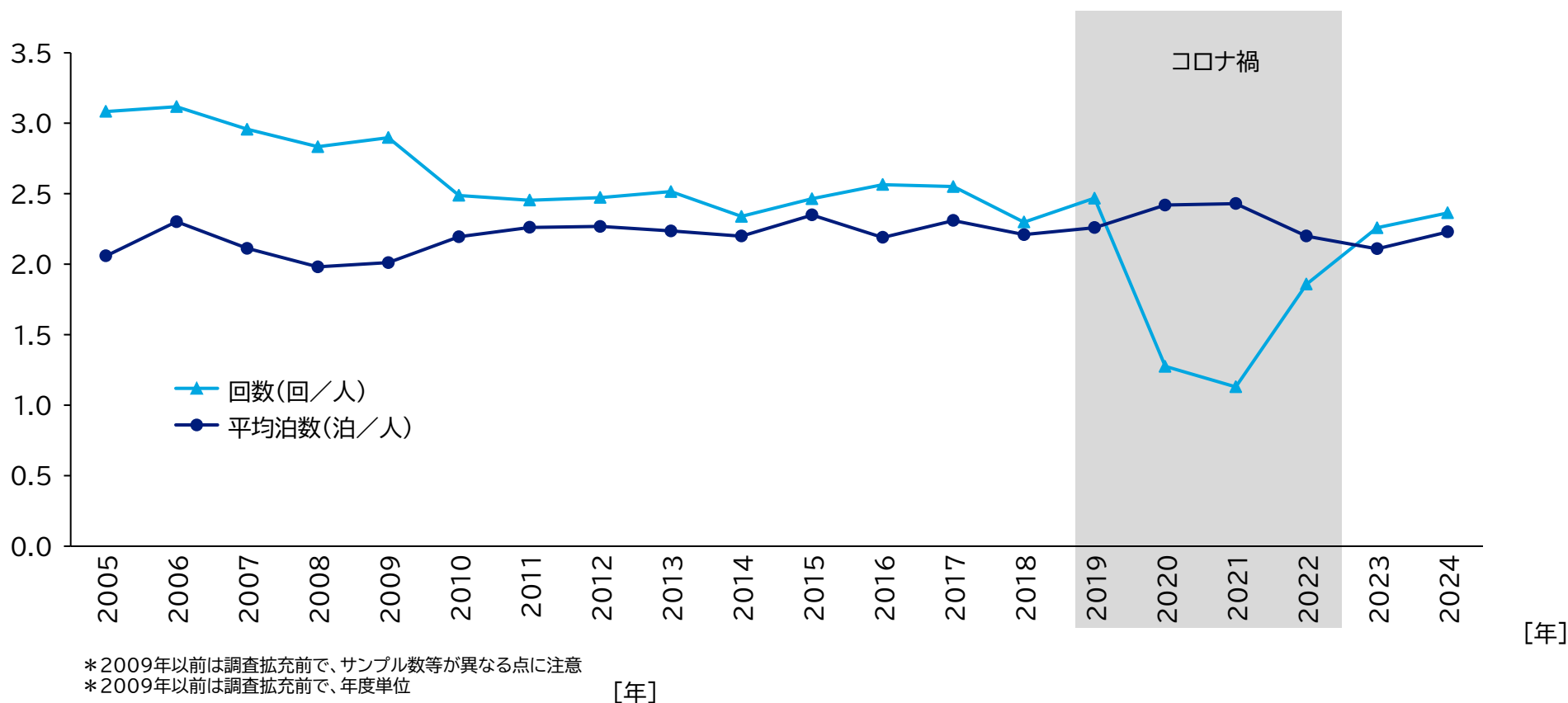
仮称)新・町田市観光まちづくりリーディングプロジェクト策定に係る事前調査等

1人あたり旅行回数・泊数

人口減少に伴い国内旅行市場は縮小の可能性

- 1人あたりの旅行回数や1回あたりの泊数は、コロナ禍を除いてこの10年間横ばいが続いている。
- 今後も、1人あたりの旅行回数や頻度が増えない限りは、[人口減少により国内旅行の市場は緩やかに縮小](#)すると考えられる。

国内宿泊旅行市場の推移

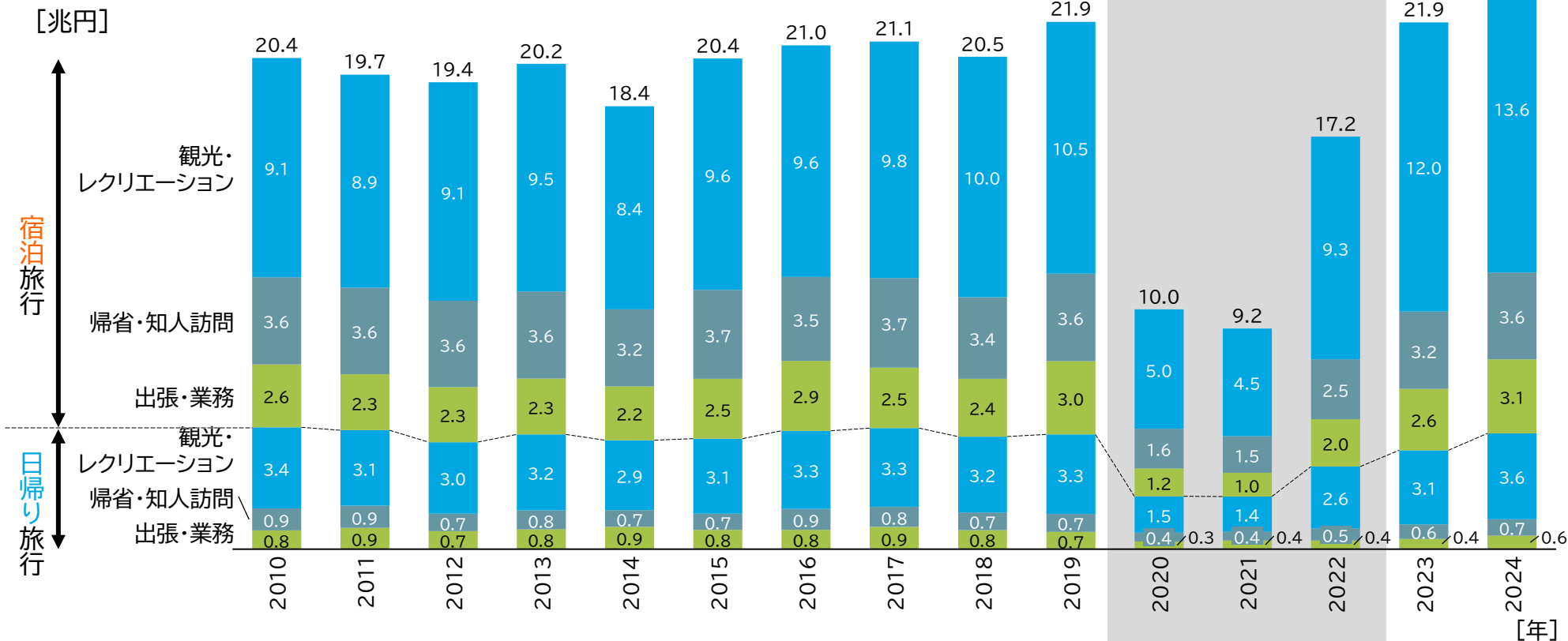


国内旅行消費額の推移

観光目的が最大で、2024年はコロナ前を超える規模に

- 国内旅行消費額はコロナ前の10年間はおおむね横ばい傾向だったが、コロナ禍での落ち込みを経て、2024年には25.2兆円まで伸びている。
- 内訳として比率が大きい「観光・レクリエーション目的の宿泊旅行」の伸びが大きい。

国内旅行消費額の推移



● 出典：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

訪日外客数の推移

過去10年で急成長、東南アジア・欧米豪も伸びている

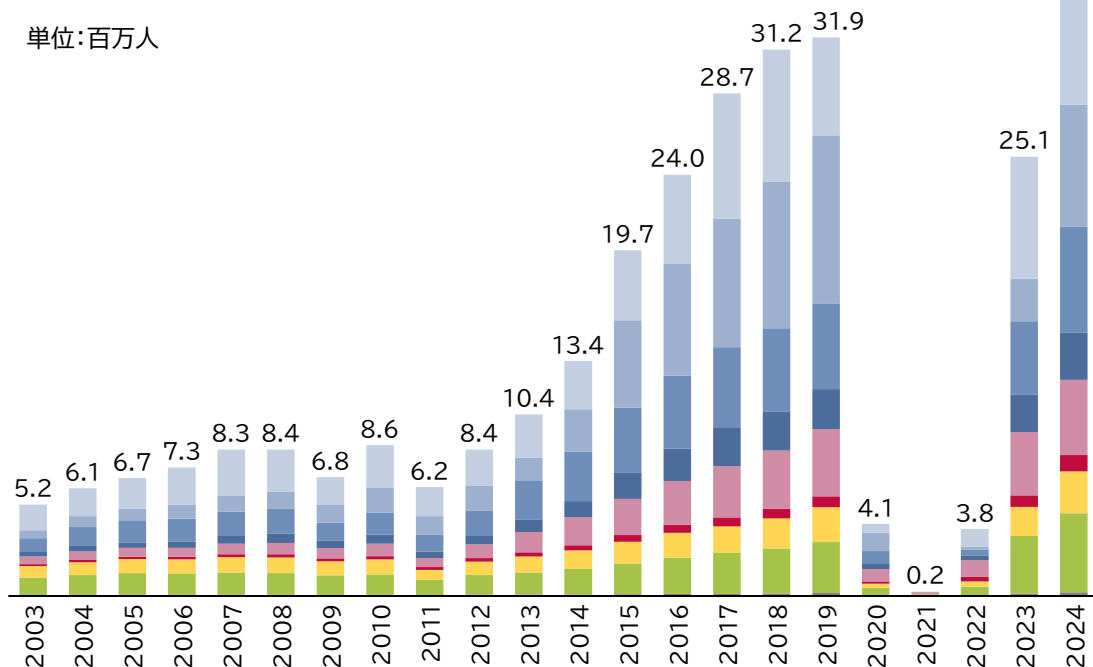
- 訪日客数は2015年から急成長し、2024年には過去最多の3,687万人となった。内訳としては東アジアが7割程度を占めているが、東南アジア・欧米豪の比率は徐々に上がっている。
- のべ宿泊者数で見ると、1回あたりの宿泊数が短い東アジア市場の比率は半分程度となる。

市場別 訪日外客数

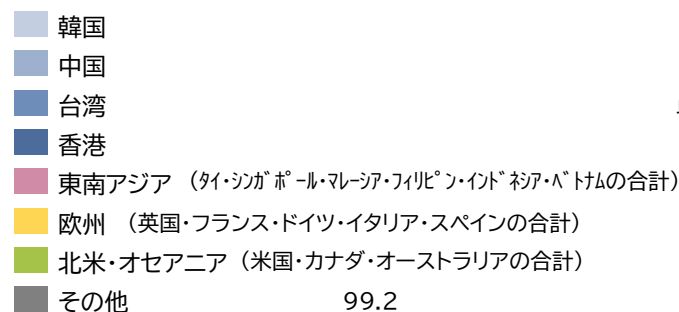


※東南アジアは、タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナム

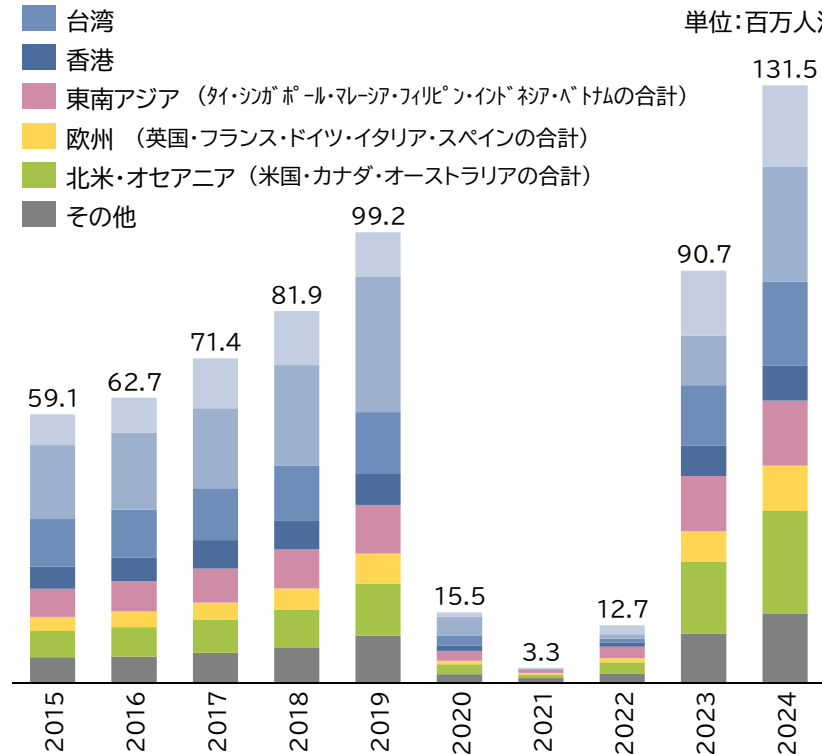
単位:百万人



国・地域別のべ宿泊客数(従業員10人以上の宿泊施設)



単位:百万人泊

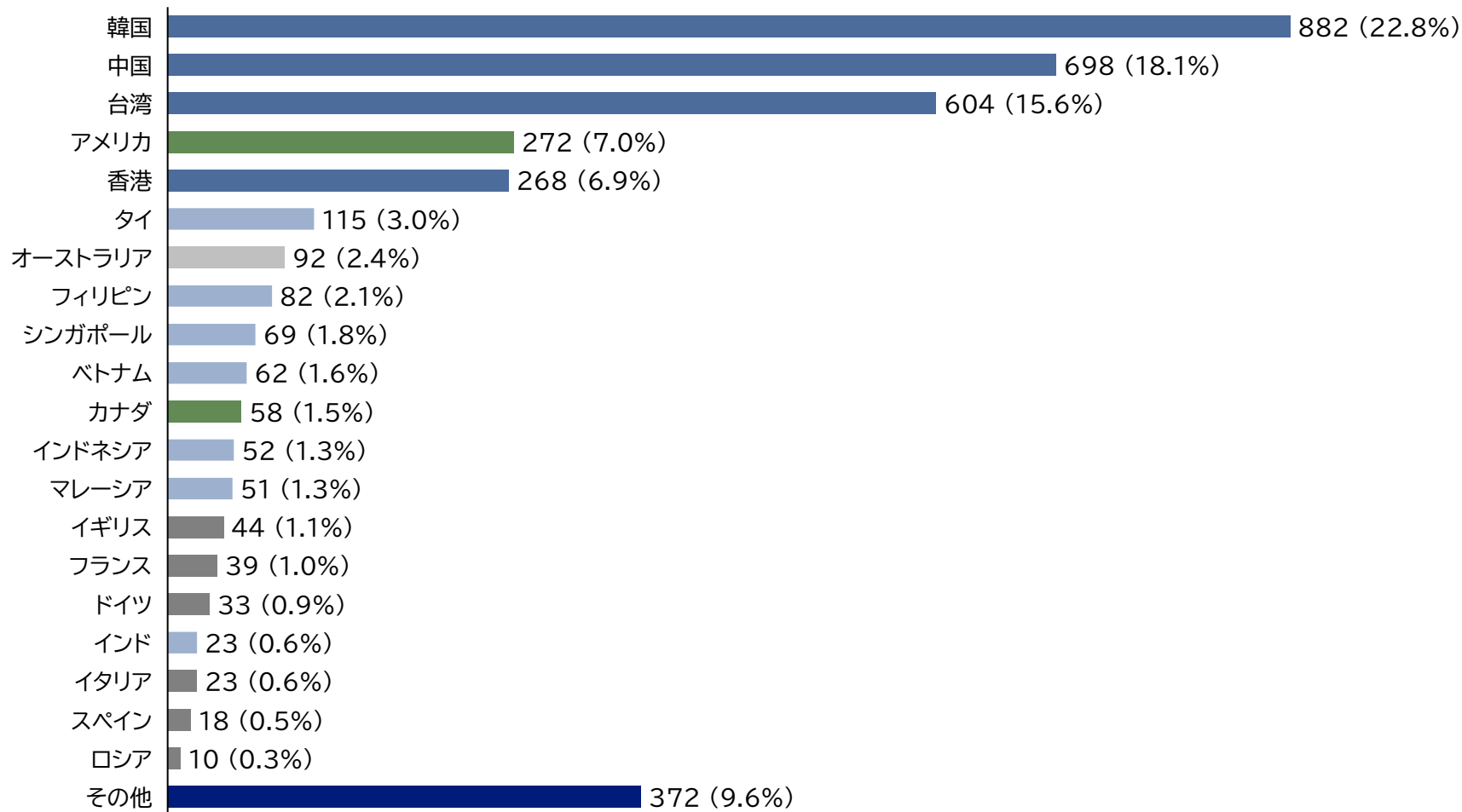


2024年の訪日外客数

2024年は最も多い割合が韓国に

- 2024年の訪日外客数で最も多いのは韓国、次いで中国、台湾でここ数年、中国が最も割合が高かったところから変化が見えた。
- 東アジアで66.5%、東南アジアで11.7%、アジア全体で78.6%を占めることから、アジアは依然、重要なターゲットと言える。
- 一報、年次で見るとアジアの比率は減少傾向にあり、アメリカ・カナダ、ヨーロッパの比率が微増している。。

単位:万人



第4次観光立国推進基本計画(2023~2025)

インバウンド回復に多くのページを割いて記述

- 観光立国推進基本計画に掲げた3つの戦略のうち、「2. インバウンド回復戦略」に多くのページが割かれている。
- 持続可能な観光地域づくり戦略では、地域におけるDMOを中心とする体制整備と、人材確保・産業の革新などが目指されている。

1. 持続可能な観光地域づくり戦略

- (1) 地域一体となった観光地観光産業の再生・高付加価値化
- (2) 観光DXの推進
- (3) 観光産業の革新
(宿泊施設の整備促進など)
- (4) 観光人材の育成確保
(観光地域及び観光産業の担い手確保、地域固有の文化、歴史等に関する知識の普及の促進など)
- (5) 観光地域づくり法人(DMO)を司令塔とした観光地域づくりの推進
- (6) 持続可能な観光地域づくりのための体制整備等の推進
- (7) 良好な景観の形成保全活用
- (8) 持続可能な観光地域づくりに資する各種の取組
- (9) 国家戦略特区制度等の活用
- (10) 旅行者の安全の確保等
- (11) 東日本大震災からの観光復興
- (12) 観光に関する統計等の整備・利活用の推進

2. インバウンド回復戦略

- (1) インバウンドの回復に向けた集中的取組
- (2) 消費拡大に効果の高いコンテンツの整備
 - ① アドベンチャーツーリズムの推進
 - ② アート文化芸術コンテンツの整備
(ロケツーリズムの推進など)
 - ③ 地域の食材を活用したコンテンツの整備
 - ④ 魅力ある公的施設の公開開放
 - ⑤ 外国人旅行者向け消費税免税店の拡大等によるショッピングツーリズムの推進
 - ⑥ 大都市観光の推進
- (3) 地方誘客に効果の高いコンテンツの整備
 - ① 国立公園の魅力向上とブランド化
 - ② 国際競争力の高いスノーリゾートの形成
 - ③ 歴史的資源を活用した観光まちづくりの推進
 - ④ 文化観光の推進
(文化資源の観光資源としての魅力の向上など)
 - ⑤ スポーツツーリズムの推進
 - ⑥ 農泊の推進
 - ⑦ 地方誘客に資する各種のコンテンツ整備
- (4) 訪日旅行での高付加価値旅行者の誘致促進
- (5) 戦略的な訪日プロモーションの実施
 - ① 我が国の観光の魅力の戦略的な発信
(オールジャパンによる訪日プロモーションの実施、新規訪日層の開拓、アジアのリピーター層の再訪日意欲喚起、地域の魅力の海外発信)
 - ② 大規模イベントを活用した情報発信
 - ③ 各分野と連携した情報発信
- (6) MICE の推進
- (7) IR 整備の推進
- (8) インバウンド受入環境の整備
 - ① 交通機関の整備・外国人対応
 - ② 出入国に関する措置等の受入体制の確保
 - ③ 観光地等の外国人対応の推進
(観光案内拠点の充実、観光地域における案内表示等の充実、通信環境の整備促進、誰もが一人歩きできる環境の実現など)
- (9) アウトバウンド・国際相互交流の促進
- (10) 国際観光旅客税の活用

3. 国内交流拡大戦略

- (1) 国内旅行需要の喚起
- (2) 新たな交流市場の開拓
(ワーケーション、ブレジャー等の普及・定着、第2のふるさとづくり等の推進、ユニバーサルツーリズムの推進など)
- (3) 国内旅行需要の平準化の促進

国際観光都市としての国際競争力強化

- 世界を惹きつける東京の魅力を磨き上げ、東京の観光産業の持続的な成長に向けた施策を強力に推進することで、東京の観光都市としての国際競争力を強化し、世界最高の「PRIME観光都市・東京」の実現につなげる。

3つの主要戦略と具体的な施策例

戦略1: 東京の特色を生かす観光振興

東京の魅力を観光資源として質・体験価値の向上を図る戦略

例:

- 東京ならではの食文化の発信(インターナショナルな食体験の強化)
- 文化・芸術・ポップカルチャーを観光に活かす支援
- 夜間観光(ナイトタイムエコノミー)の推進
- 多摩・島しょ地域など、多様な観光エリアの魅力化
- バリアフリー対応や情報提供の充実

戦略2: プロモーションの新たな展開

国内外に向けた効果的な発信・マーケティングの強化

例:

- 強化された デジタルマーケティング やデータ分析の活用
- 東京ブランドや観光PRの世界展開
- 他地域(例:関西など)との連携プロモーション
- 国際的な注目を集める MICE(会議・展示会)等の支援強化

戦略3: 持続可能な観光地域経営の推進

地域・事業者・住民と共生できる持続可能な観光経営を促進

例:

- 観光事業者の 経営力・デジタル化支援
- 地域主体の観光づくり支援
- 環境・文化への配慮を含めたサステナブル観光の推進
- 災害対応力や安全対策への支援

目標と期待

プランの中で設定されている数値目標や期待される成果の例

例:

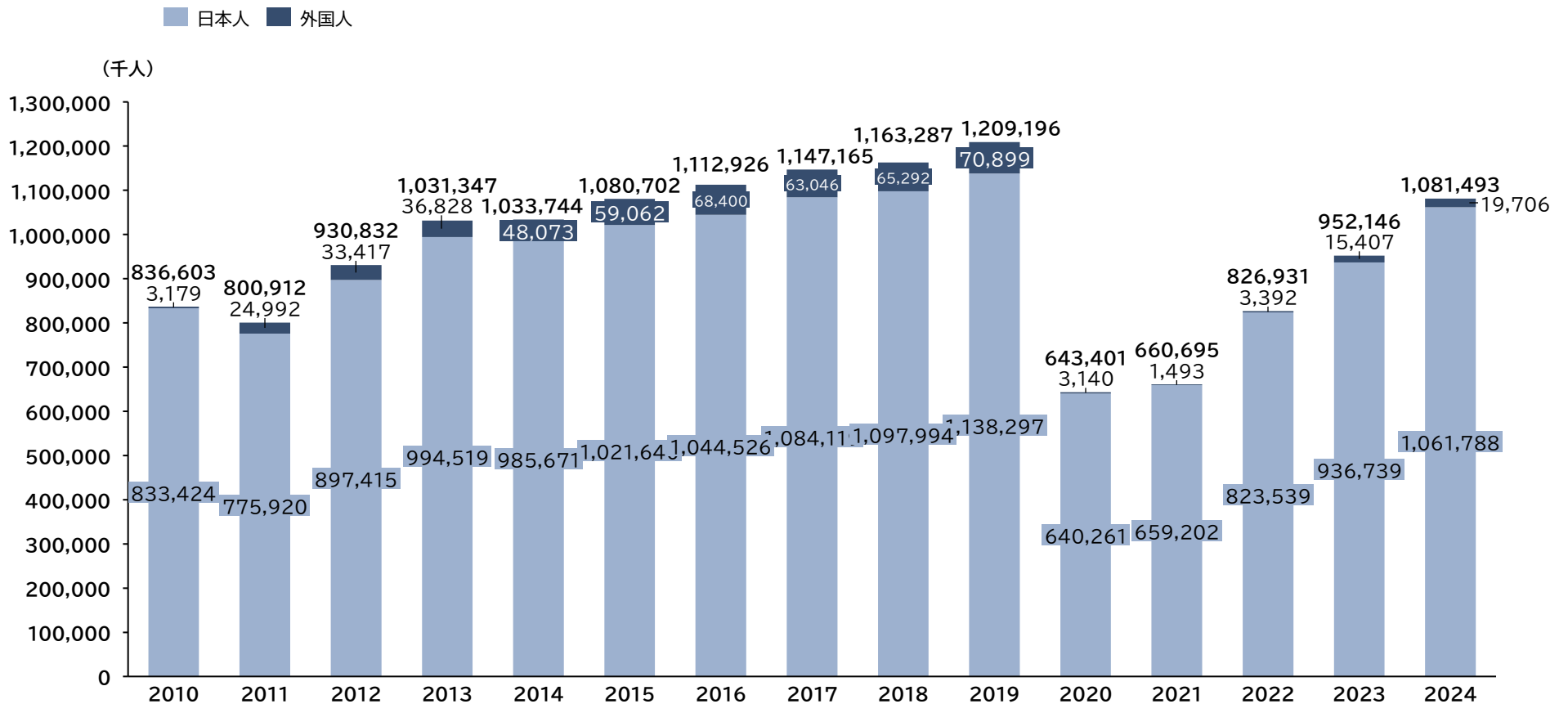
- 訪都外国人旅行者数の回復・拡大(2030年に向けて設定)
- 消費額の増加
- 国際会議開催件数の世界ランキング向上 など
(※ 2030年中長期目標)

東京都の観光施設入込客総数

コロナ前までは回復していない

- 東京都内の観光施設の入込総数は2019年をピークにコロナ禍において減少。
- 観光客数はコロナ禍前まで戻っているのに対し、観光施設の入込客数は戻っていない

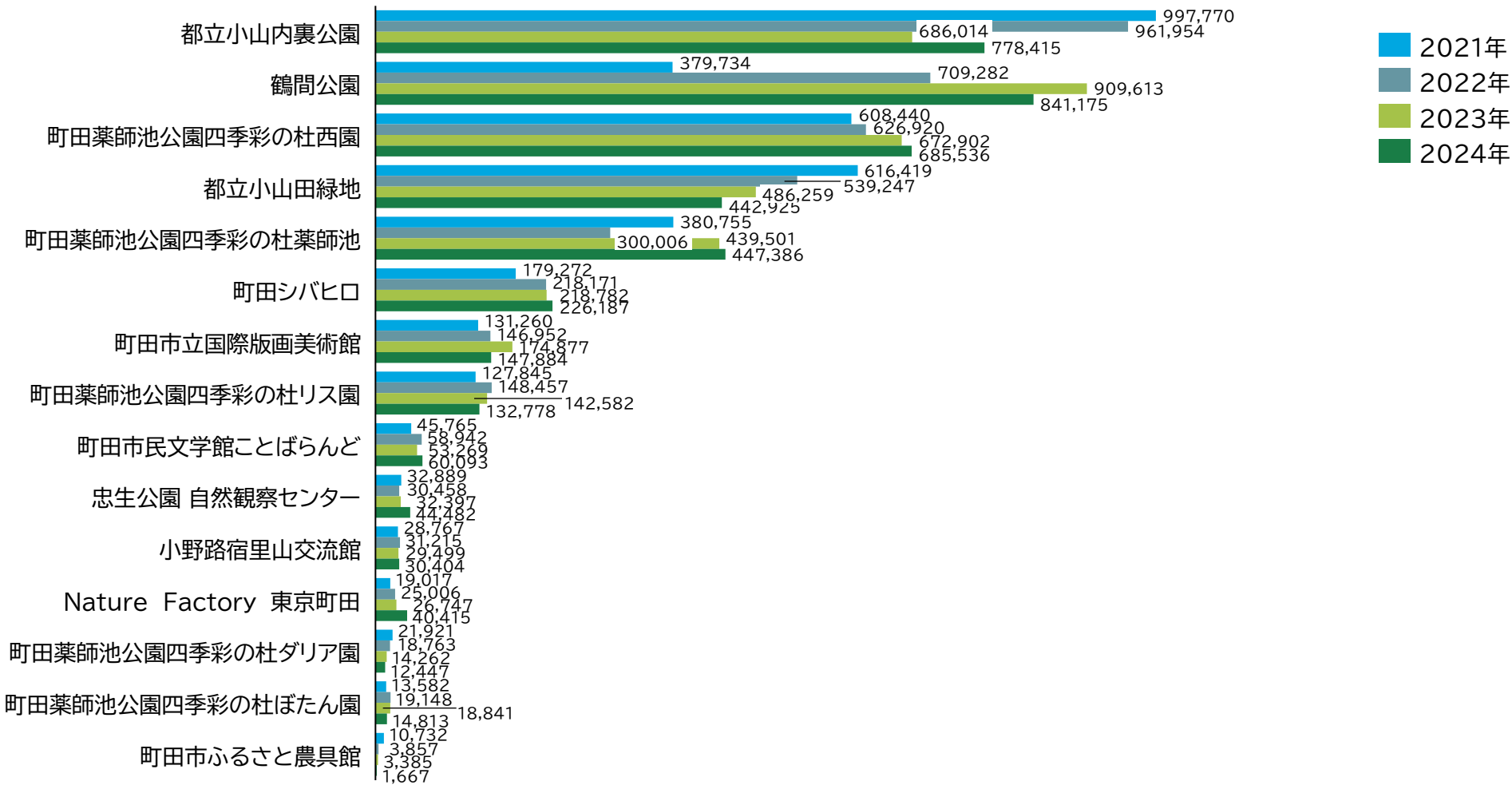
観光施設入込客総数の日本人と外国人の推移



町田市の観光地訪問者数推移

観光地として集客が高いのは「公園」

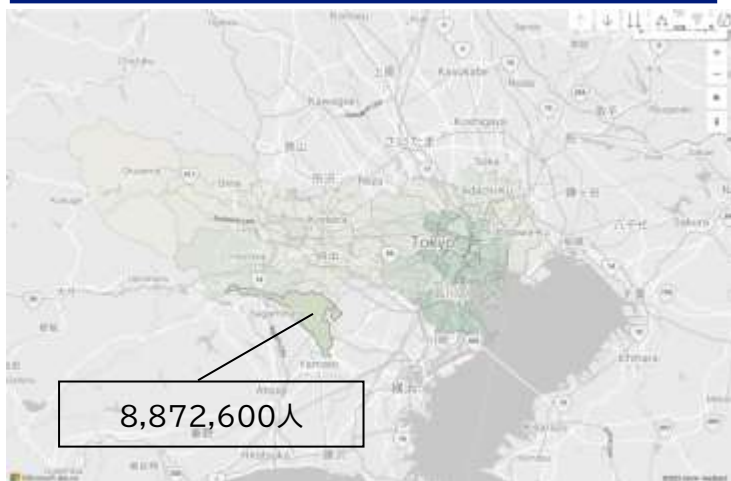
- 町田市の観光地は公園、緑地などが上位を占める。
- 公園のみでは消費額が低いいため、呼んで地域でお金を落としてもらう仕組みを考えることが必要。



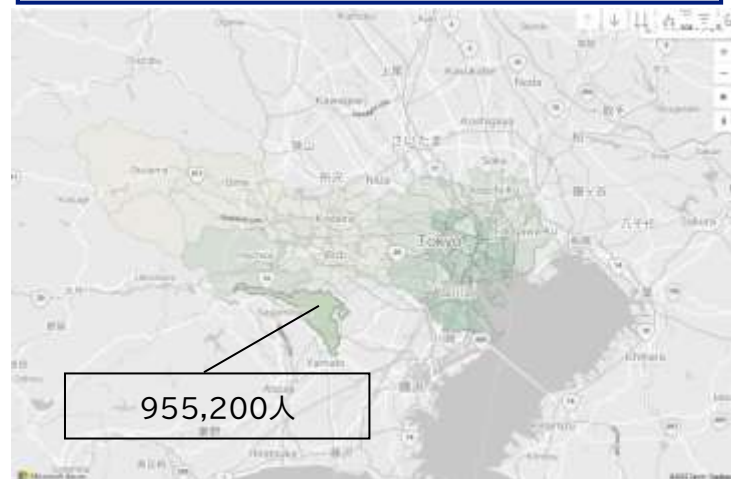
町田市のヒートマップ

- ヒートマップを見ると多摩地区において町田市は観光客が一定数見られる。
- 都心部と比較すると海外旅行者の取り込みが少ない。

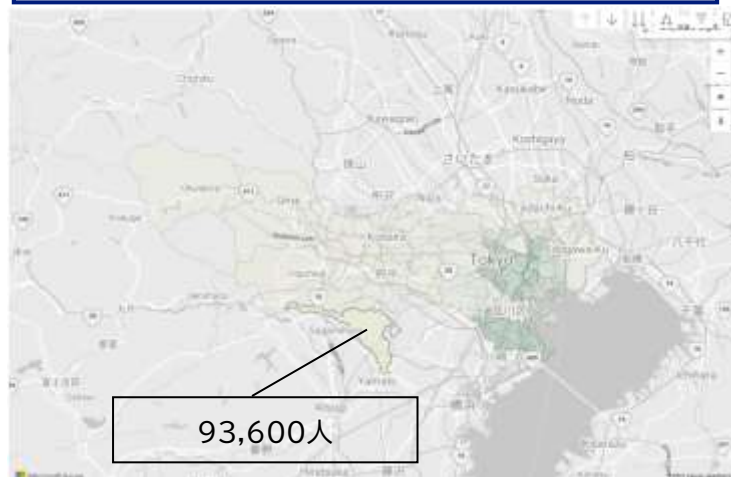
東京都訪問地ヒートマップ(国内旅行者日帰り)



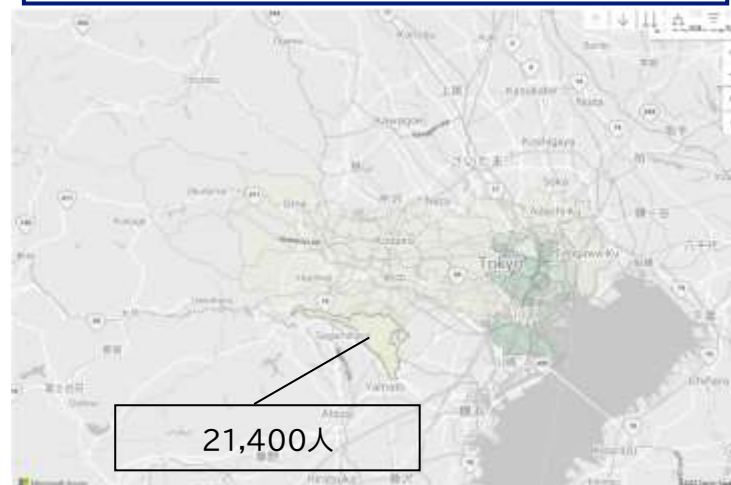
東京都訪問地ヒートマップ(国内旅行者宿泊)



東京都訪問地ヒートマップ(海外旅行者日帰り)



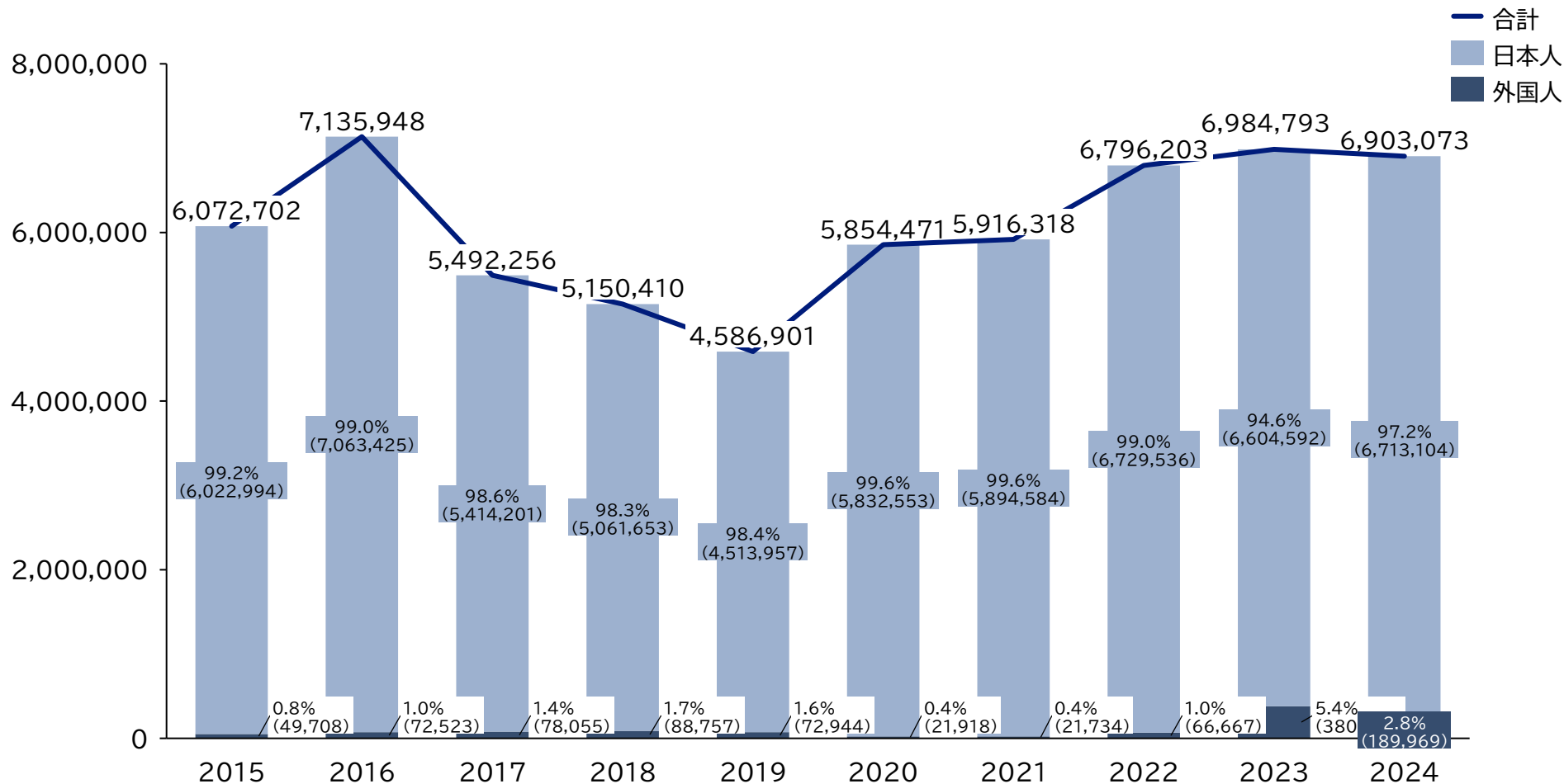
東京都訪問地ヒートマップ(海外旅行者宿泊)



町田市の入込客数推計(国籍)

日本人が大多数を占める

- 町田市イベントを含む観光入込客数はコロナ禍においても大きな落ち込みは見せていない。
- 理由として人気観光地の多くが自然公園であることが挙げられる。
- インバウンドに関しては、町田市は非常に少なく2024年も3%に満たない。



町田市の宿泊動向

協力宿泊施設

- 町田市の宿泊施設9社に協力をいただき、年別稼働室数についてアンケートを行った。

主な宿泊客層					宿泊者来訪				各種大会の受入					
個人	団体	ファミリー	外国人	その他	東京都	東京以外の 関東圏	関東以外	海外	行っていない	行っている	2024実績	直接予約	旅行代理店 経由	同等
○	○					○				○	5		○	
	○					○				○	?			○
○	○				○	○	○			○	48			○
○	○				○	○	○			○	47		○	
○							○			○	20			○
○	○	○				○	○			○	13		○	
○						○	○			○	4	○		
○					○					○	?			○
○					○	○	○	○	○					

町田市の宿泊動向

2020年～2024年の月別宿泊利用室数の推移

- ピークは3月と11～12月、閑散期は5～6月。
- 2023年および2024年の稼働の高い月はFC町田ゼルビアが影響していると推察される。(2023年11月18日 J1昇格パレード、2024年4月 Jリーグ開幕平日ナイトゲームのホーム戦 2024年11月 J1リーグ終盤戦)
- その他、伝統的な観光イベント(時代祭り、大道芸)のあった月も稼働が高くなっている。

