

観光に関する 意識・実態調査報告書

2010年11月

財団法人 経済広報センター

はじめに

観光産業は異業種と密接に連携する総合産業であり、その裾野の広さ故に大きな経済波及効果と雇用創出力を持つことから、地域活性化の鍵、ひいてはわが国の経済成長のけん引役となり得る産業として注目を浴びています。先般策定された「新成長戦略」においても、観光は成長分野のひとつに位置付けられ、訪日外国人を2020年初めまでに2,500万人、将来的に3,000万人とする目標を立てています。

そこで、経済広報センターは全国の様々な職種、世代により構成されている当センターの「社会広聴会員」約4,500名のうち、インターネットで回答可能な約3,000名を対象に、観光に関するアンケート調査を実施しました。このアンケートでは、2007年12月に実施した「地域の活性化と観光に関する意識・実態調査」との比較のほか、ニューツーリズム（従来の名所・史跡見物的な観光に対して、テーマ性が強く、体験的要素を取り入れた新しいタイプの観光）への関心や休暇分散化制度の賛否などを調査しました。

今回の調査においても、引き続き多くが、観光旅行の目的として「娯楽、ストレス解消、リフレッシュ」「体験、異文化に触れる」を挙げ、外国人観光客の受け入れについても、観光振興や地域活性化につながると考え、積極的に受け止めていることが分かりました。一方で、ニューツーリズムの具体的な魅力の浸透や、休暇分散化制度に関する議論の進展などの課題が浮き彫りとなりました。

本報告書が、観光立国への国民的気運を醸成するとともに、今後の観光産業を考える上で、関係者の一助になれば幸甚です。

財団法人経済広報センター
常務理事・事務局長
中山 洋

目 次

| | |
|--------------------|----|
| はじめに | 1 |
| 調査結果の概要 | 4 |
| 調査結果データ | |
| 1. 国内観光旅行 | 10 |
| 2. 海外観光旅行 | 22 |
| 3. 観光旅行の目的 | 34 |
| 4. 観光旅行に費やす日数 | 37 |
| 5. ニューツーリズムへの関心 | 39 |
| 6. ニューツーリズムの体験 | 41 |
| 7. 今後してみたいニューツーリズム | 43 |
| 8. 外国人観光客 | 45 |
| 9. 休暇分散化制度 | 50 |
| 10. 長期連続休暇取得の義務化 | 57 |

調査結果の概要

1. 国内旅行は年「1～3回」の回答が50%、海外旅行は「1～2回」が24%

2009年（1月1日～12月31日）の1年間に「国内の観光旅行に行った」との回答は全体で90%で、そのうち「1～3回」が50%である。前回調査（2007年）と比較しても大きな変化は見られない。これに対し、「海外の観光旅行に行った」との回答は27%で、そのうち「1～2回」が24%である。前回調査と比べて「行っていない」との回答が増加するとともに、「1～2回」「3～4回」など、いずれの回数でも減少しており、リーマンショック以降の景気低迷の影響からか、海外観光旅行の回数が減少していることが分かる。

2. 観光旅行に行っていない理由は国内・海外とも約半数が「旅行に行く時間がとれないから」

国内観光旅行に行っていない理由は、「旅行に行く時間がとれないから」との回答が51%、海外観光旅行に行っていない理由でも46%、といずれも他の回答を引き離している。第2位は国内・海外ともに「費用が掛かり過ぎるから」となっているが、世代が上がるほど減少している。前回調査との比較では、海外旅行に行っていない理由として60歳以上を除く世代で「費用が掛かり過ぎるから」が増加しており、景気の影響がここにも表れている。

3. 観光地を選ぶ決め手は国内観光旅行では「自然の豊かさ」が58%、海外観光旅行では「歴史・文化」が60%

国内観光地を選ぶ決め手は「自然の豊かさ」（58%）、「歴史・文化」（50%）、「観光地およびそこまでのインフラ（国内交通ネットワーク）の充実」（45%）、「宿泊施設」（45%）、「食事の魅力」（44%）、「温泉施設」（42%）の順となっている。前回調査との比較では、「観光地およびそこまでのインフラ（国内交通ネットワーク）の充実」が増えているのに対し、「宿泊施設」「食事の魅力」「温泉施設」といった目的地そのものを決め手とする回答が減少傾向にある。

海外の観光地を選ぶ決め手は、「歴史・文化」（60%）、「観光地およびそこまでのインフラ（国際航路ネットワークおよび現地の交通ネットワーク）の充実」（51%）が半数を超えている。続いて「自然の豊かさ」（46%）、「旅行費用の安さ（共通乗車券などのメリットの充実）」（42%）、「宿泊施設」（36%）、「旅行商品（パッケージツアー）の豊富さ」（34%）、「食事」（31%）の順となっている。

国内、海外ともに、世代によって第1位となる決め手は異なるが、「観光地および

そこまでのインフラ（国内交通ネットワーク）の充実」「観光地およびそこまでのインフラ（国際航路ネットワークおよび現地の交通ネットワーク）の充実」は世代にかかわらず重要視されている（国内43～46%、海外45～54%）。

4. インターネットによる情報入手が国内観光旅行で84%、海外観光旅行で73%

半数以上が情報入手源として挙げたものは、国内観光旅行では「インターネット」（84%）、「旅行情報誌、ガイドブック」（58%）、海外観光旅行では「インターネット」（73%）、「旅行情報誌、ガイドブック」（64%）、「旅行代理店（窓口、パンフレット）」（51%）であった。

5. 観光旅行の目的は「娯楽、ストレス解消、リフレッシュ」が90%

観光旅行をする目的は「娯楽、ストレス解消、リフレッシュ」が90%と最も多い。続いて「体験、異文化に触れる」（69%）、「自己啓発、学習」（26%）となっている。

前回調査との比較では「自己啓発、学習」「子どもの教育・価値観の育成」が減少している。

6. 観光旅行に費やす日数を「増やしたいと思う」が75%

今後の観光旅行の日数について「増やしたいと思う」が75%、「増やしたいとも減らしたいとも思わない」が24%となっている。

前回調査との比較では、男女別・世代別いずれでも「増やしたいとも減らしたいとも思わない」が増加し「増やしたいと思う」が減少している。

7. ニューツーリズム未体験は41%、「産業観光」「エコツーリズム」に半数以上が関心

従来の名所・史跡見物的な観光に対して、テーマ性が強く、体験的要素を取り入れた新しいタイプの観光であるニューツーリズムについて、「産業観光*¹」（54%）、「エコツーリズム*²」（50%）に半数以上の関心があった。

ニューツーリズムの体験では、「したことがない」との回答が41%だったのに対し、「産業観光」（37%）、「エコツーリズム」（20%）、「エンタメ観光*³」（15%）、「ヘルスツーリズム*⁴」（12%）の順で体験されている。

今後行ってみたいとの意向では「産業観光」（40%）、「ヘルスツーリズム」（34%）、「エコツーリズム」（32%）の順となっている。「ヘルスツーリズム」は魅力が明確なため、「エコツーリズム」より上位となったと思われるが、この上位3項目いずれについても関心と意向の間に10ポイント以上の差があり、具体的なアピールが必要

である。

- * 1 「産業観光」……歴史的・文化的価値のある産業文化財（工場遺構などの産業遺産）や工場工房等を見学したり、ものづくり体験を行ったりする観光
- * 2 「エコツーリズム」……地域の自然環境や歴史文化を体験し、学ぶことを目的に行う観光
- * 3 「エンタメ観光」……映画・ドラマ・アニメの舞台となった土地を訪れるなど、エンターテインメント・コンテンツと連携した観光
- * 4 「ヘルスツーリズム」……温泉療法や森林浴など医学的な根拠に基づく健康回復や維持、増進につながる観光

8. 日本の観光地に外国人観光客が「増えてほしい（大幅に/多少）」が74%

日本の観光地に外国人観光客が「増えてほしい（大幅に/多少）」との回答が74%に達しているものの、前回調査と比べると男女、世代別すべての層で、「増えてほしくない（あまり/全く）」「どちらともいえない」が増加しており、外国人観光客の増加を望まない層が増えている。

外国人観光客が「増えてほしい（大幅に/多少）」と回答した理由を聞くと、「観光振興につながる」「地域活性化につながる」がそれぞれ63%、次いで「日本をもっと知ってほしい」（47%）、「日本の新たな魅力を引き出すことができる」（29%）となっており、日本の理解促進に比べ、経済的な理由をより重視していることが分かる。

9. 休暇分散化制度への反対が40%、「どちらともいえない・分からない」も36%

全国を地域ブロックごとに分け連休を分散する「休暇分散化制度」の導入について、24%が「賛成」、40%が「反対」しているが、「どちらともいえない・分からない」も36%に上っている。

休暇分散化制度に賛成する理由は、「交通渋滞や観光地の混雑が緩和される」（86%）が他を大きく離している。「旅行費用が安くなる」（39%）、「観光関連産業に経済効果がある」（38%）、「観光地で働く人の雇用が安定する」（37%）、「年次有給休暇を取得しやすくなる」（35%）が続く。

休暇分散化制度に反対する理由は、「休日の地域が異なる家族や友人に会いにくくなる」が70%、次いで「全国各地の事業所や工場、取引先との連携が難しくなり企業活動に支障が生じる」（56%）、「国民の祝日の意義が薄れる」（53%）となっている。

休暇分散化制度が導入された場合、「国内旅行に今以上行くようになるか」との問いに「はい」は20%、「いいえ」は26%だが、半数以上（54%）が「どちらともいえない」と答えている。休暇分散化制度に対して具体的に想定できない状況だと思われる。

10. 長期連続休暇取得の義務化は55%が賛成

長期連続休暇取得の義務化については「賛成」が55%、「反対」が13%となっているが、「どちらともいえない」が32%である。若い世代ほど「賛成」が高く29歳以下では72%となっており、若い世代ほど連続休暇が取りにくい実態が垣間見える。

- ・ 調査対象：3,147人
- ・ 調査方法：インターネットによる回答選択方式および自由記述方式
- ・ 調査期間：2010年9月16日～9月27日
- ・ 有効回答：2,093人（66.5%）
- ・ 回答者の属性：
 - 男女別：男性（893人、42.7%）、女性（1,200人、57.3%）
 - 世代別：29歳以下（139人、6.6%）、30歳代（297人、14.2%）、40歳代（547人、26.1%）、50歳代（526人、25.1%）、60歳以上（584人、27.9%）
 - 職業別：会社員・団体職員・公務員（900人、43.0%）、会社役員・団体役員（94人、4.5%）、自営業・自由業（170人、8.1%）、パートタイム・アルバイト（279人、13.3%）、専業主婦・夫（367人、17.5%）、学生（23人、1.1%）、無職・その他（260人、12.4%）
 - 居住地別：三大都市圏（1,582人、75.6%）、地方圏（511人、24.4%）

*三大都市圏・・・東京圏（埼玉県・千葉県・東京都・神奈川県）、名古屋圏（岐阜県・愛知県・三重県）、大阪圏（滋賀県・京都府・大阪府・兵庫県・奈良県・和歌山県・福井県）の14都府県

調査結果 データ

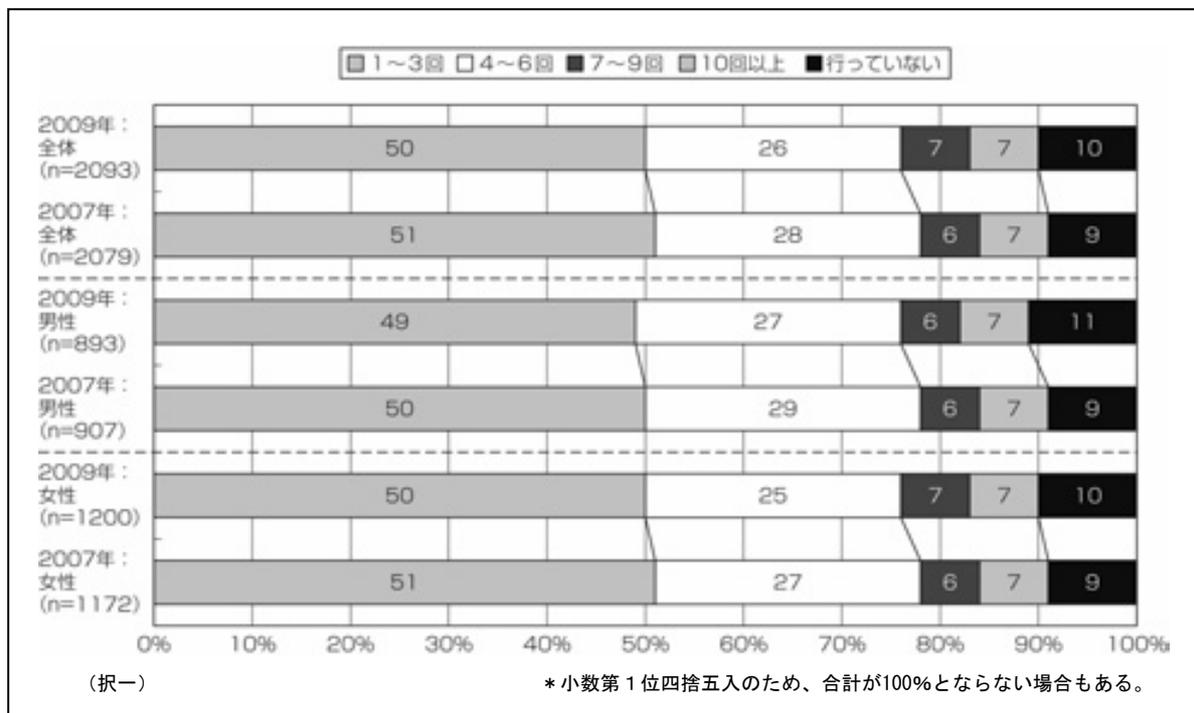
1. 国内観光旅行

国内旅行に年「1～3回」の回答が50%

2009年（1月1日～12月31日）の1年間に「国内の観光旅行に行った」との回答は全体で90%となっている。（図1）

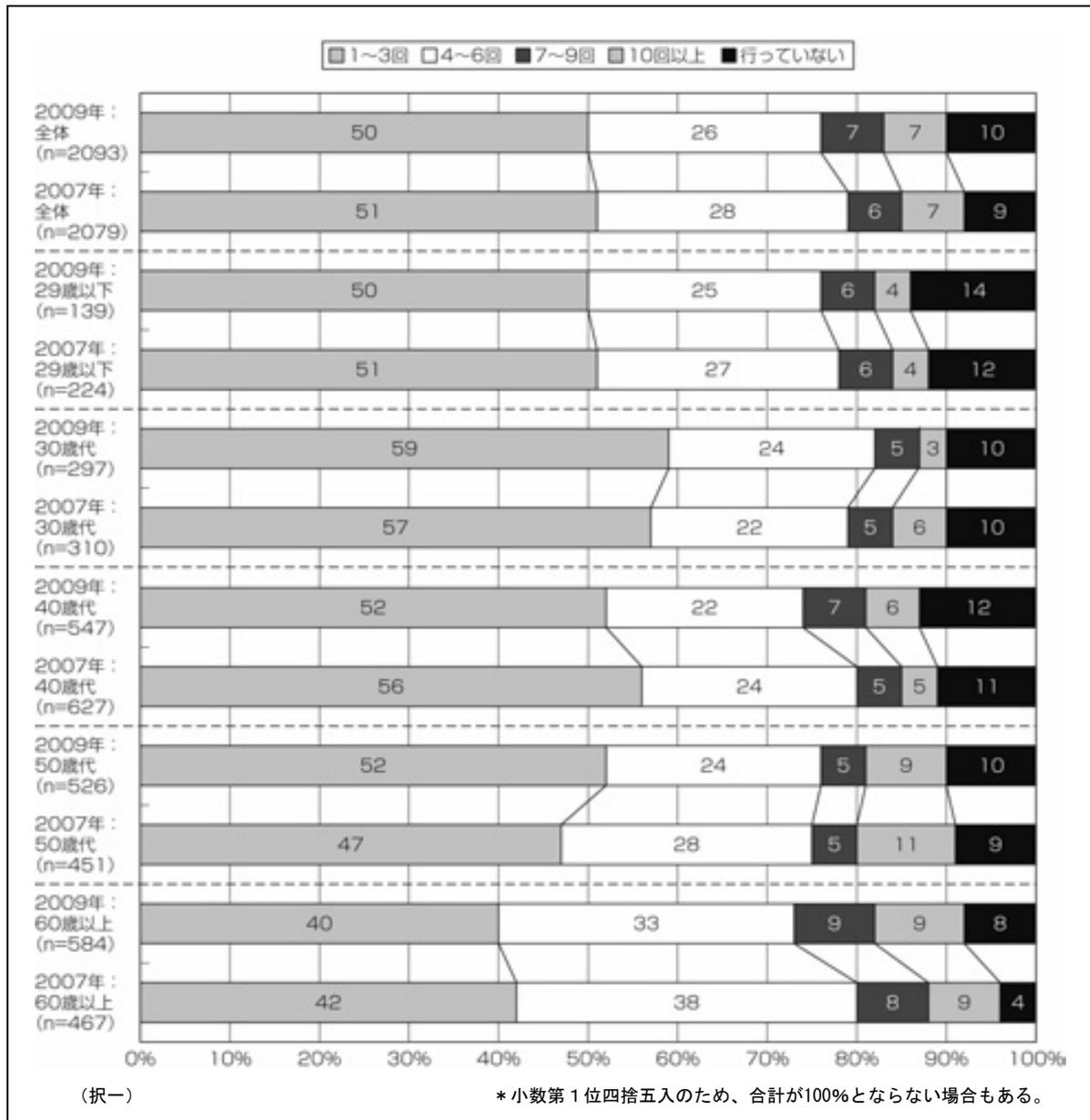
男女別（図1）に見ても大きな差はなく、前回調査（2007年）と比較しても大きな変化は見られない。

図1 国内観光旅行の回数（全体・男女別 2007年実施調査比較）



世代別（図2）に見ると、29歳以下から50歳代までは「1～3回」が50%以上となっている。前回同様、「4～6回」「7～9回」「10回以上」を合わせた割合は、世代が上がるほど高くなる傾向があり、国内観光旅行の回数が多いことが分かる。ただし、前回との比較（図2）では、50歳代以上で「4～6回」「7～9回」「10回以上」を合わせた割合が減少している。

図2 国内観光旅行の回数（全体・世代別 2007年実施調査比較）



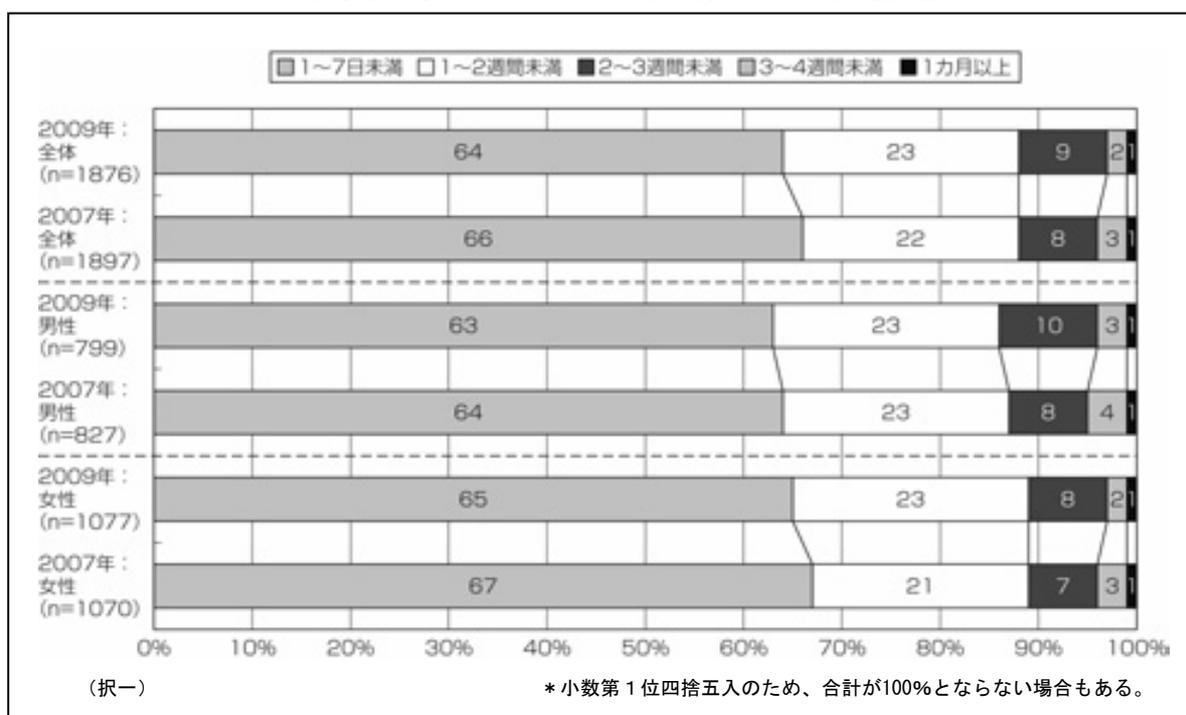
国内観光に費やした日数は「1～7日未満」が64%

国内観光旅行に行ったと回答した人に1年間に費やした日数を聞いたところ、「1～7日未満」が64%で半数を超えている。また、2週間以上が10%を超えている。1年間に「1～3回」が50%である（図1）ことから、国内観光1回あたりは、多くが1泊2日または2泊3日程度であると推定される。（図3）

男女別（図3）に見ると「1～7日未満」で女性が高く、「2～3週間未満」「3～4週間未満」で男性が高くなっており、女性に比べ男性の方がより日数を費やしている割合が高いことが分かる。

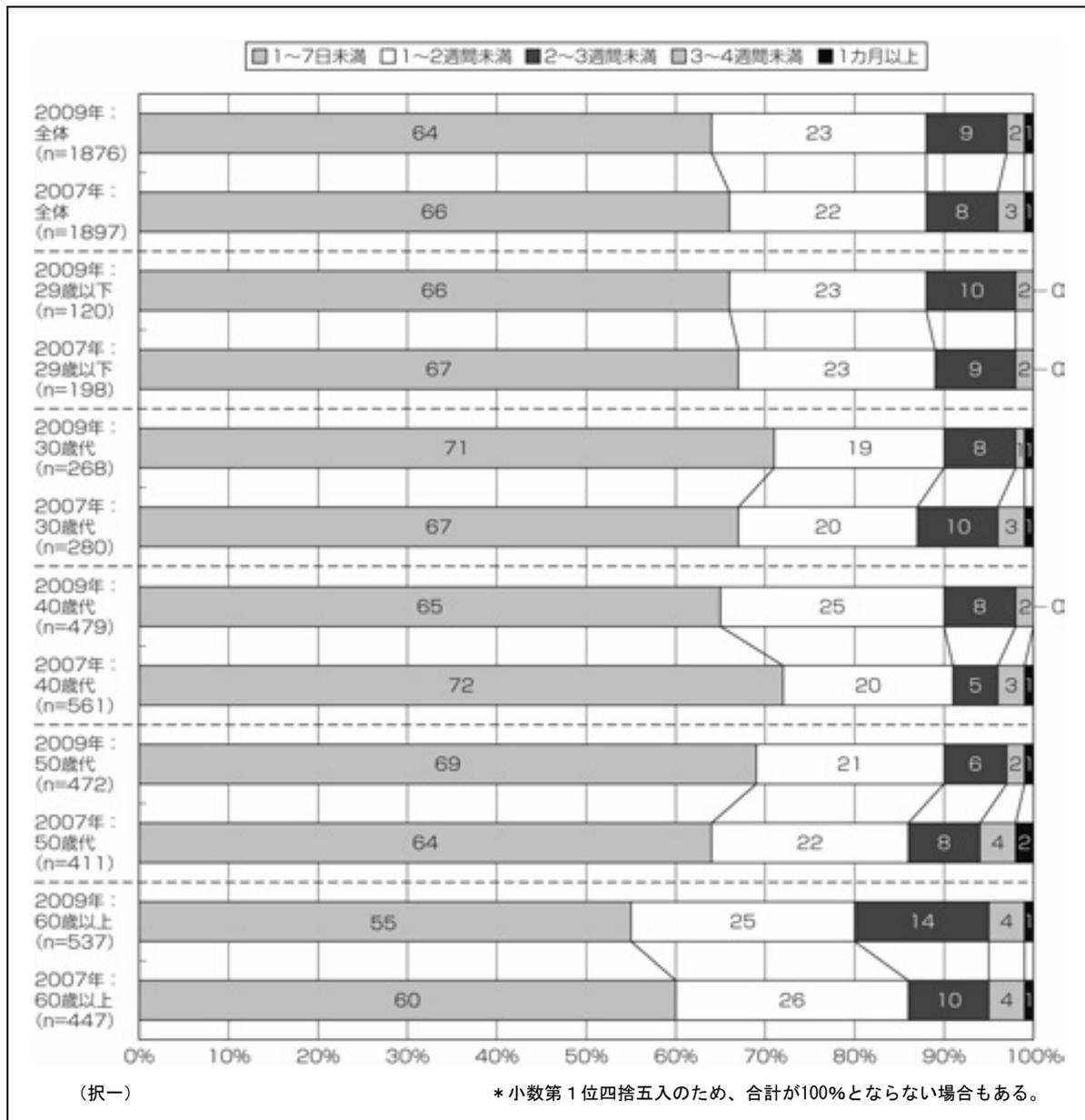
なお、前回調査（図3）と比べ、大きな変化はない。

図3 国内観光旅行の日数（全体・男女別 2007年実施調査比較）



世代別（図4）で見ると、前回調査に比べ、30歳代と50歳代では「1～7日未満」が増加しているほか全体的に日数の減少傾向が見られるのに対し、40歳代と60歳以上では、「1～7日未満」が減少、「2～3週間未満」が増加しており、日数の増加傾向が見られる。

図4 国内観光旅行の日数（全体・世代別 2007年実施調査比較）

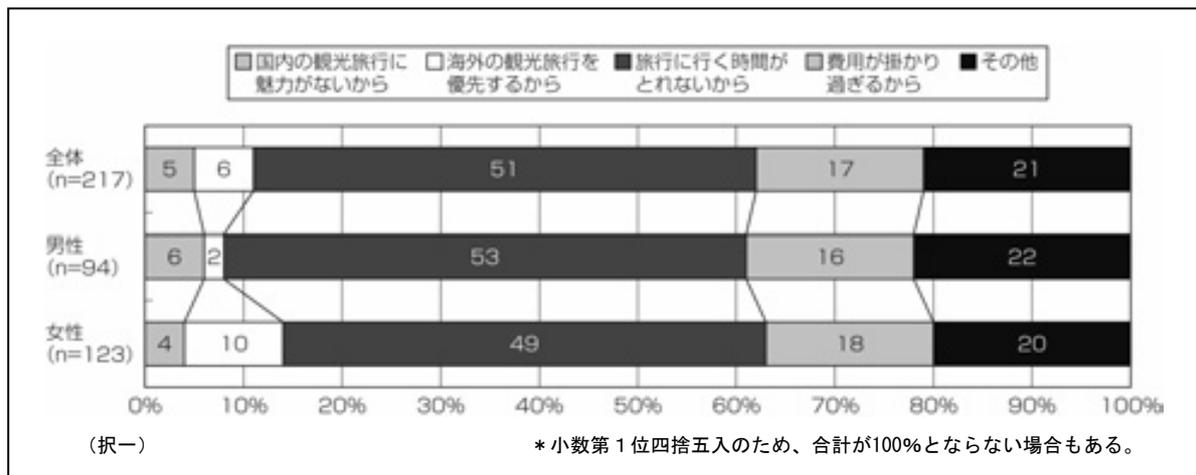


国内観光旅行に行っていない理由は「旅行に行く時間がとれないから」が51%

国内観光旅行に「行っていない」(10%)と回答した人に理由を聞くと、「旅行に行く時間がとれないから」(51%)が半数を超えている。(図5)

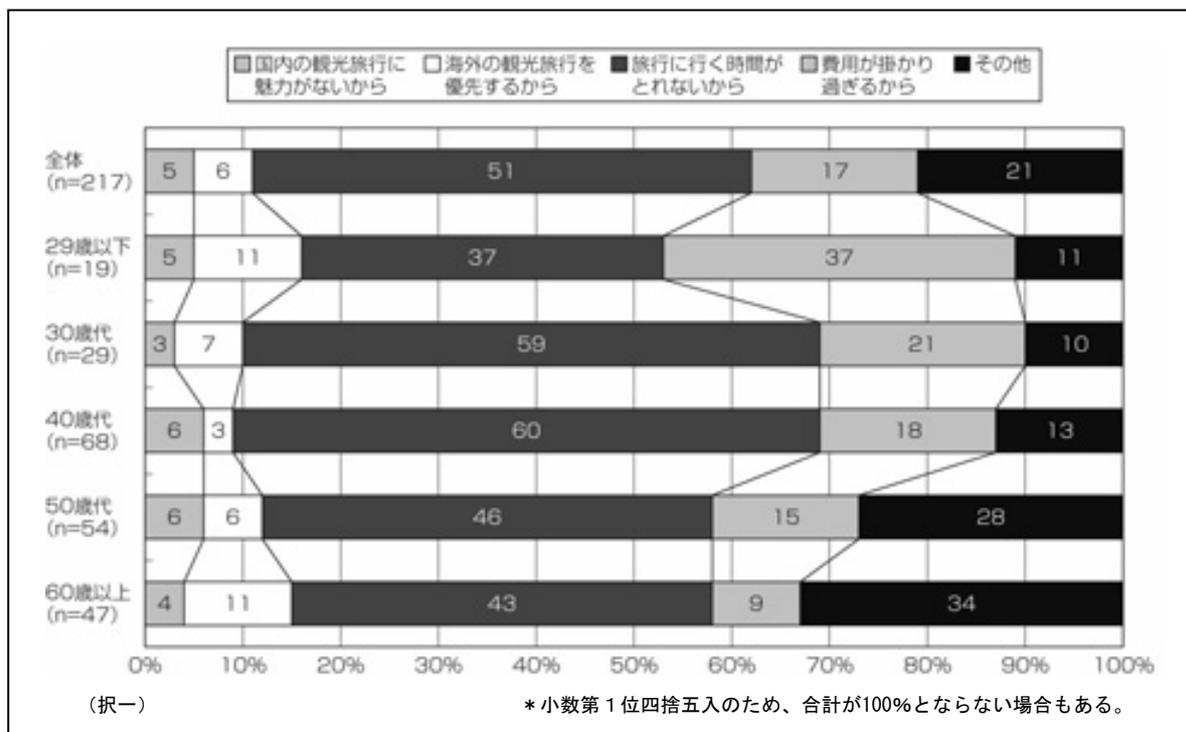
男女別(図5)で見ると、女性の「海外の観光旅行を優先するから」(10%)という回答が目立っている。

図5 国内観光旅行に行っていない理由(全体・男女別)



世代別（図6）に見た場合、各世代とも「旅行に行く時間がとれないから」がもっとも多い。「費用が掛かり過ぎるから」は世代が上がるほど減少しており、60歳以上では、「海外の観光旅行を優先するから」と逆転している。

図6 国内観光旅行に行っていない理由（全体・世代別）

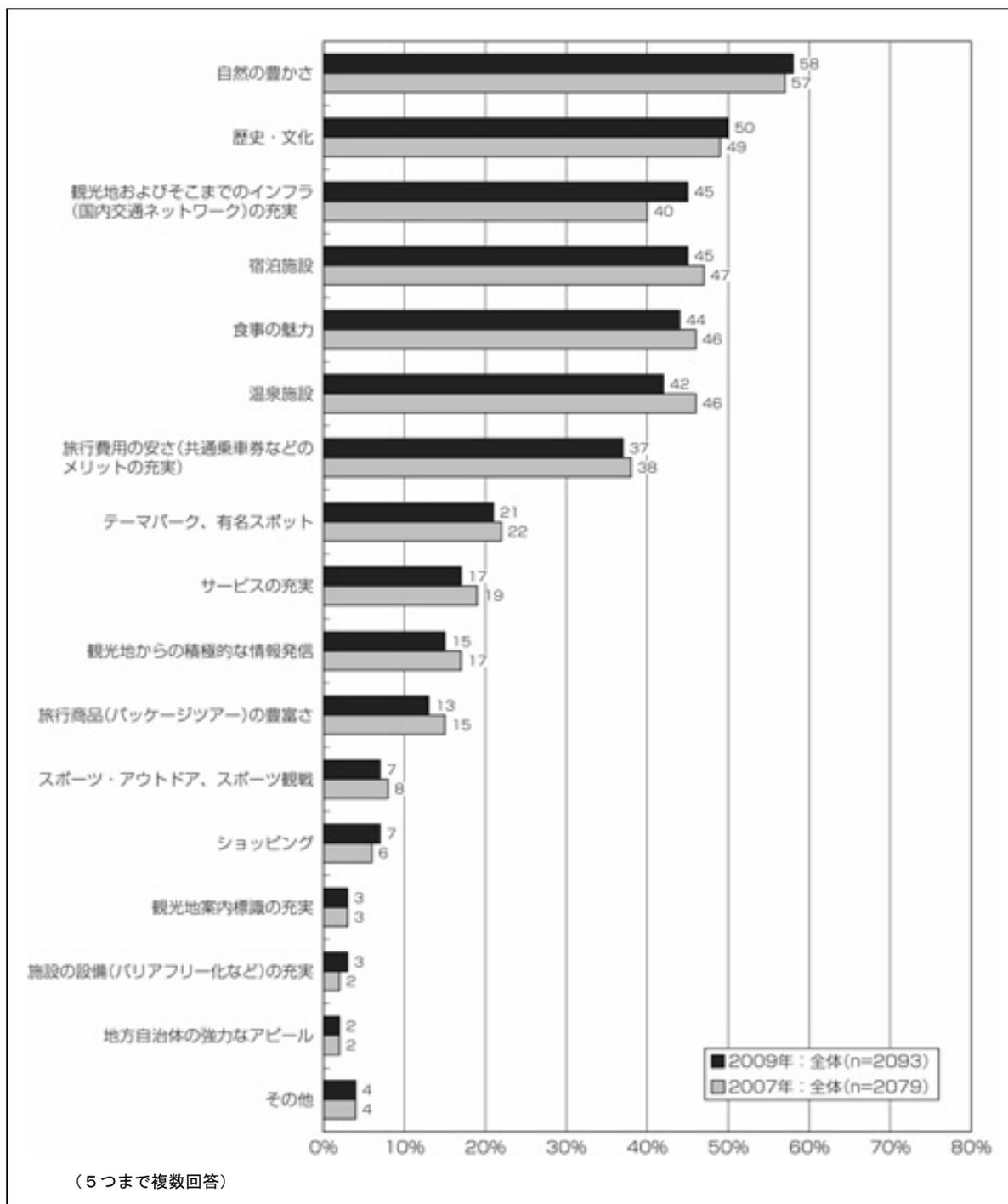


国内の観光地を選ぶ決め手は「自然の豊かさ」が58%、前回に比べ「宿泊施設」「食事の魅力」「温泉施設」が減少傾向

国内観光地を選ぶ決め手は「自然の豊かさ」（58%）、「歴史・文化」（50%）、「観光地およびそこまでのインフラ（国内交通ネットワーク）の充実」（45%）、「宿泊施設」（45%）、「食事の魅力」（44%）、「温泉施設」（42%）の順となっている。また「観光地およびそこまでのインフラ（国内交通ネットワーク）の充実」「宿泊施設」「食事の魅力」「温泉施設」など具体的な観光地を想定していると思われる回答が4割以上となっている。（図7）

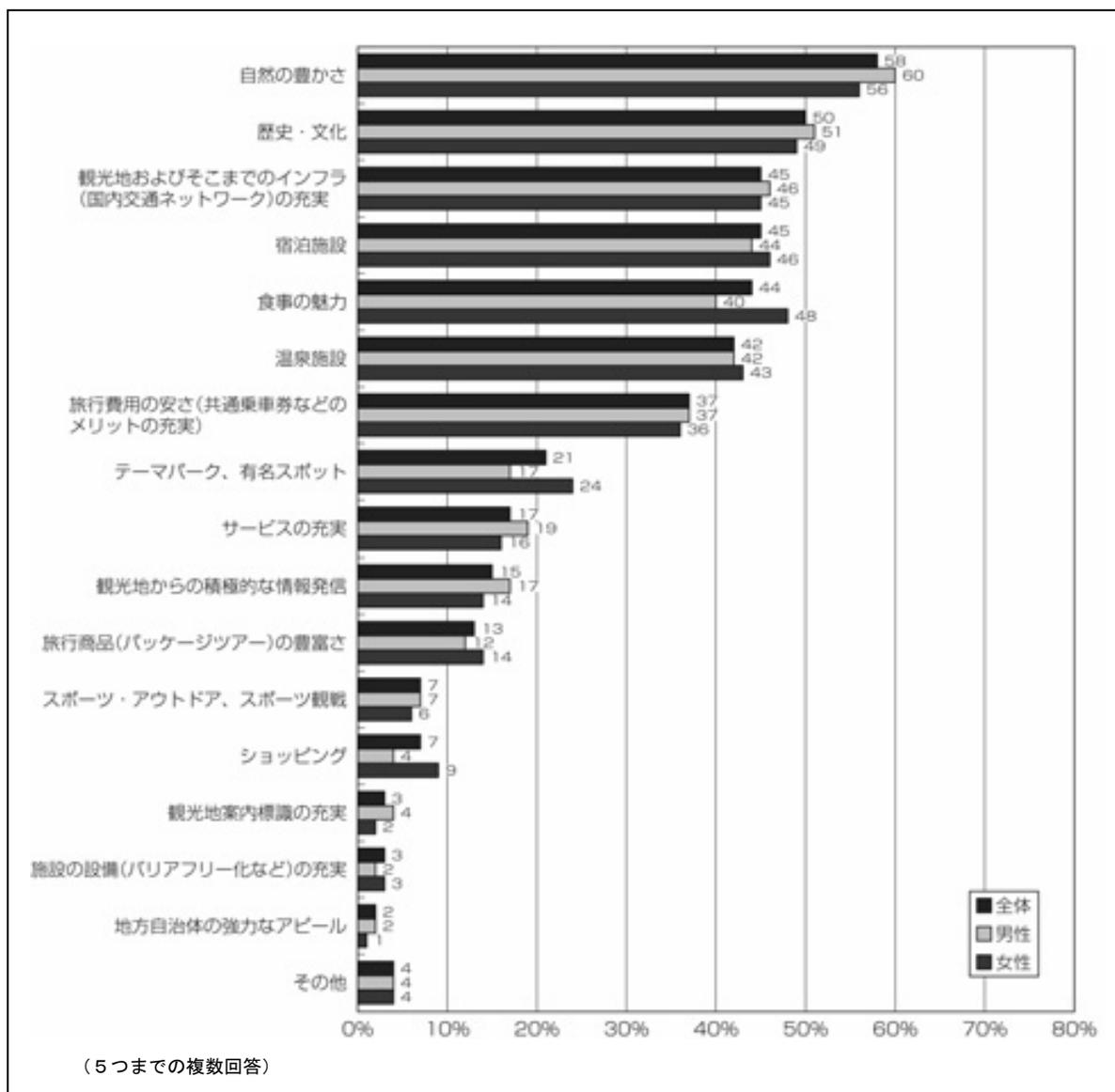
前回との比較（図7）では、「観光地およびそこまでのインフラ（国内交通ネットワーク）の充実」が増えているのに対し、「宿泊施設」「食事の魅力」「温泉施設」といった目的地そのものを決め手とする回答が減少傾向にある。

図7 国内観光地を選ぶ決め手（全体 2007年実施調査比較）



男女別（図8）では、男性に比べ女性が「宿泊施設」「食事の魅力」「温泉施設」「テーマパーク、有名スポット」「ショッピング」といった個別具体的な魅力を決め手とした割合が高い。

図8 国内観光地を選ぶ決め手（全体・男女別）



世代別（図9）で見ると、世代が上がるにつれ、「自然の豊かさ」や「歴史・文化」を決め手とする割合が高くなる傾向がある。また、40歳代では「食事の魅力」「宿泊施設」が半数以上と「自然の豊かさ」と同じ程度の割合を占めるほか、29歳以下や30歳代で重視されている「食事の魅力」について、60歳以上ではこれを決め手とする割合が低いなど世代により国内観光地を選ぶ決め手が異なる。なお、「観光地およびそこまでのインフラ（国内交通ネットワーク）の充実」を選ぶ割合は世代による変化がほとんど見られない。

図9-1 国内観光地を選ぶ決め手（全体・世代別）

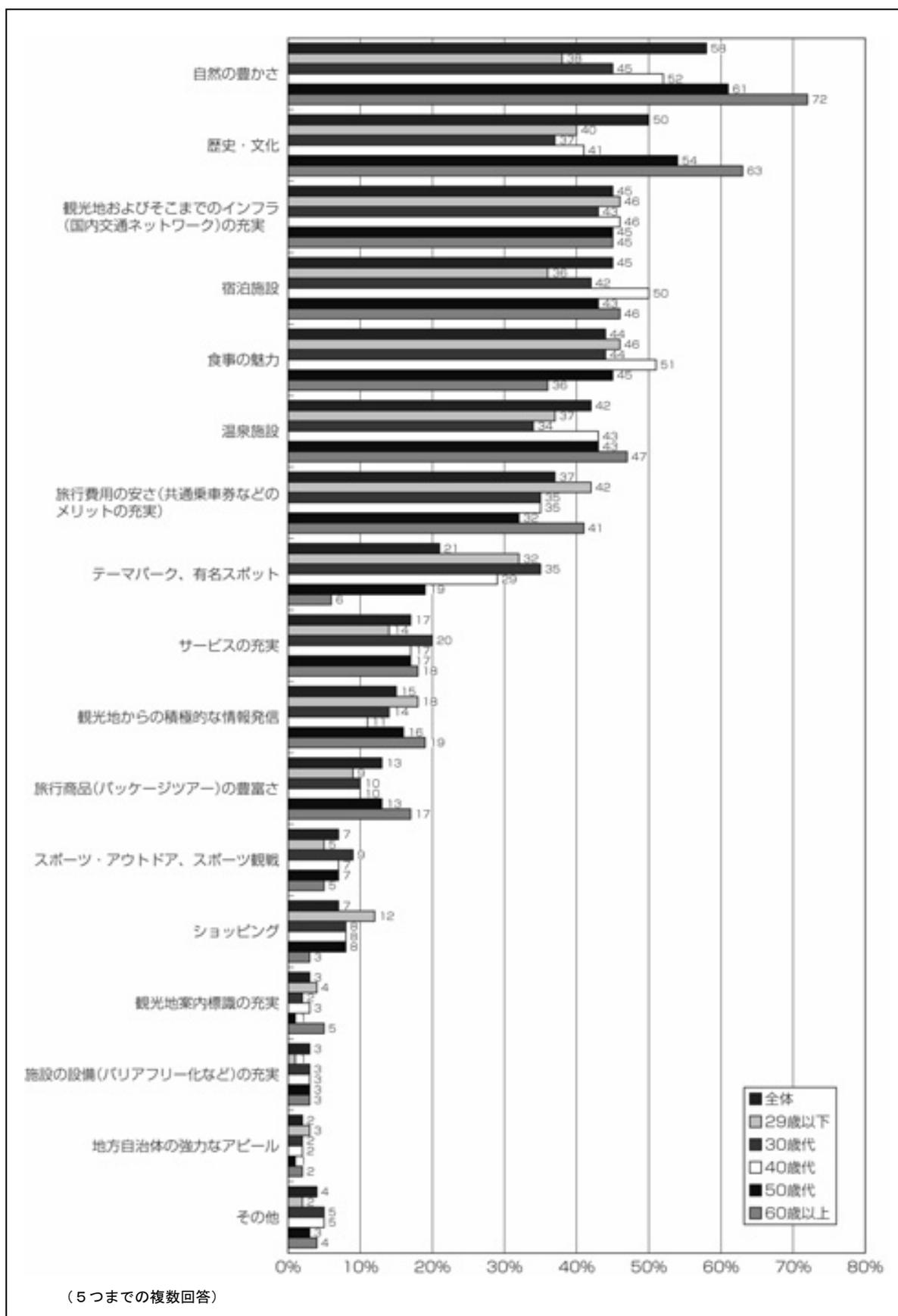
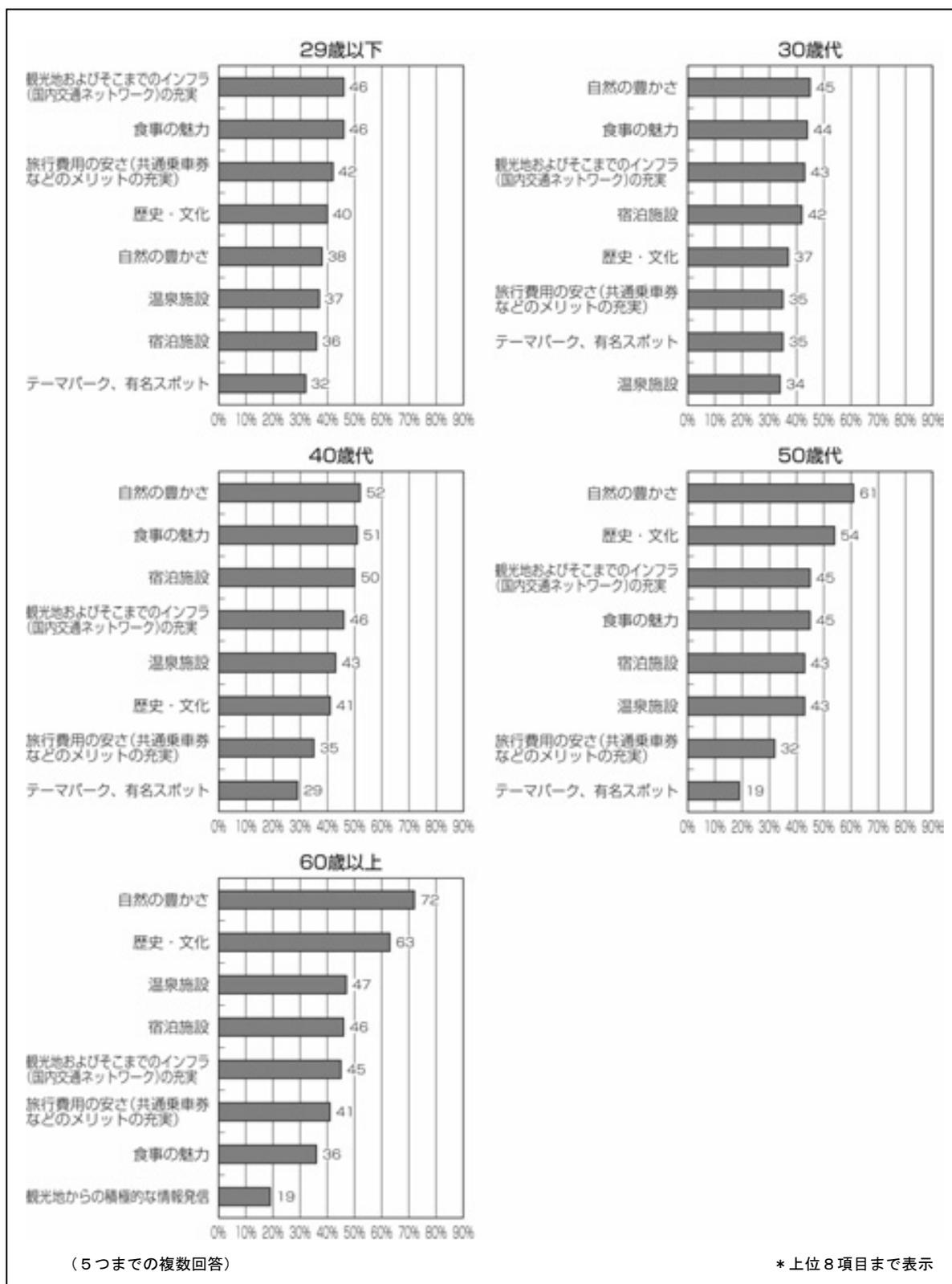


図9-2 国内観光地を選ぶ決め手（世代別）

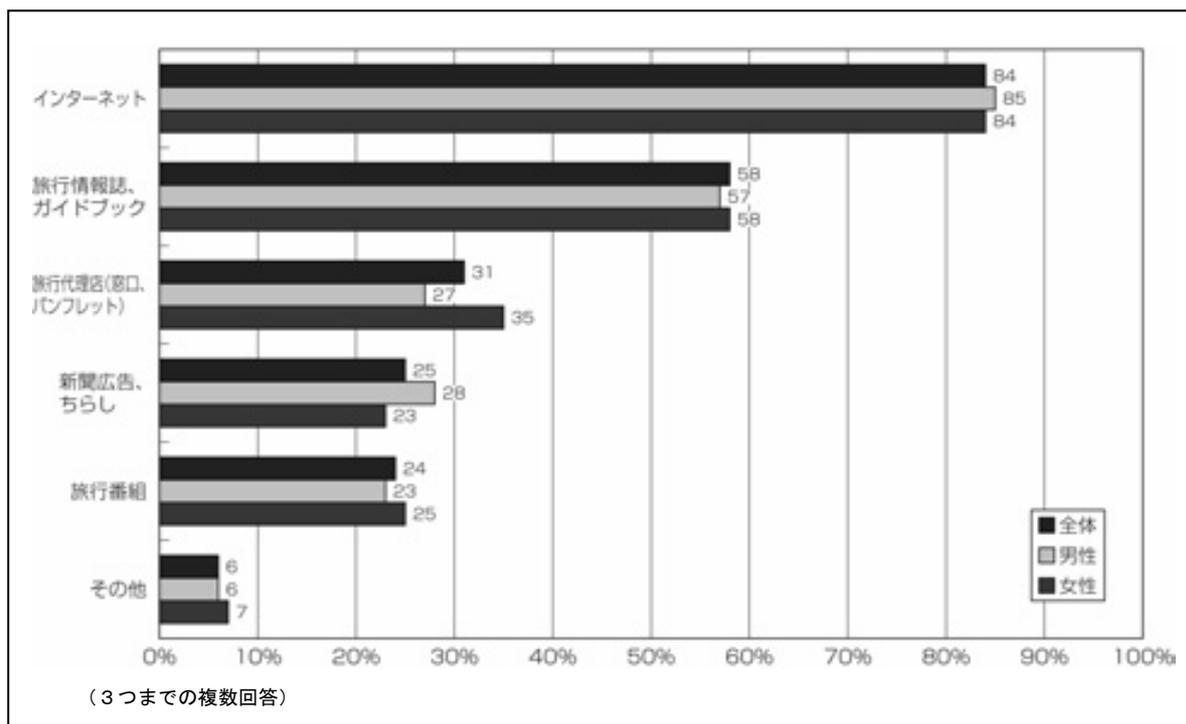


国内旅行に関する情報入手源として84%がインターネット利用

国内旅行に関する情報入手源として半数以上が「インターネット」(84%)、「旅行情報誌、ガイドブック」(58%)を挙げている。(図10)

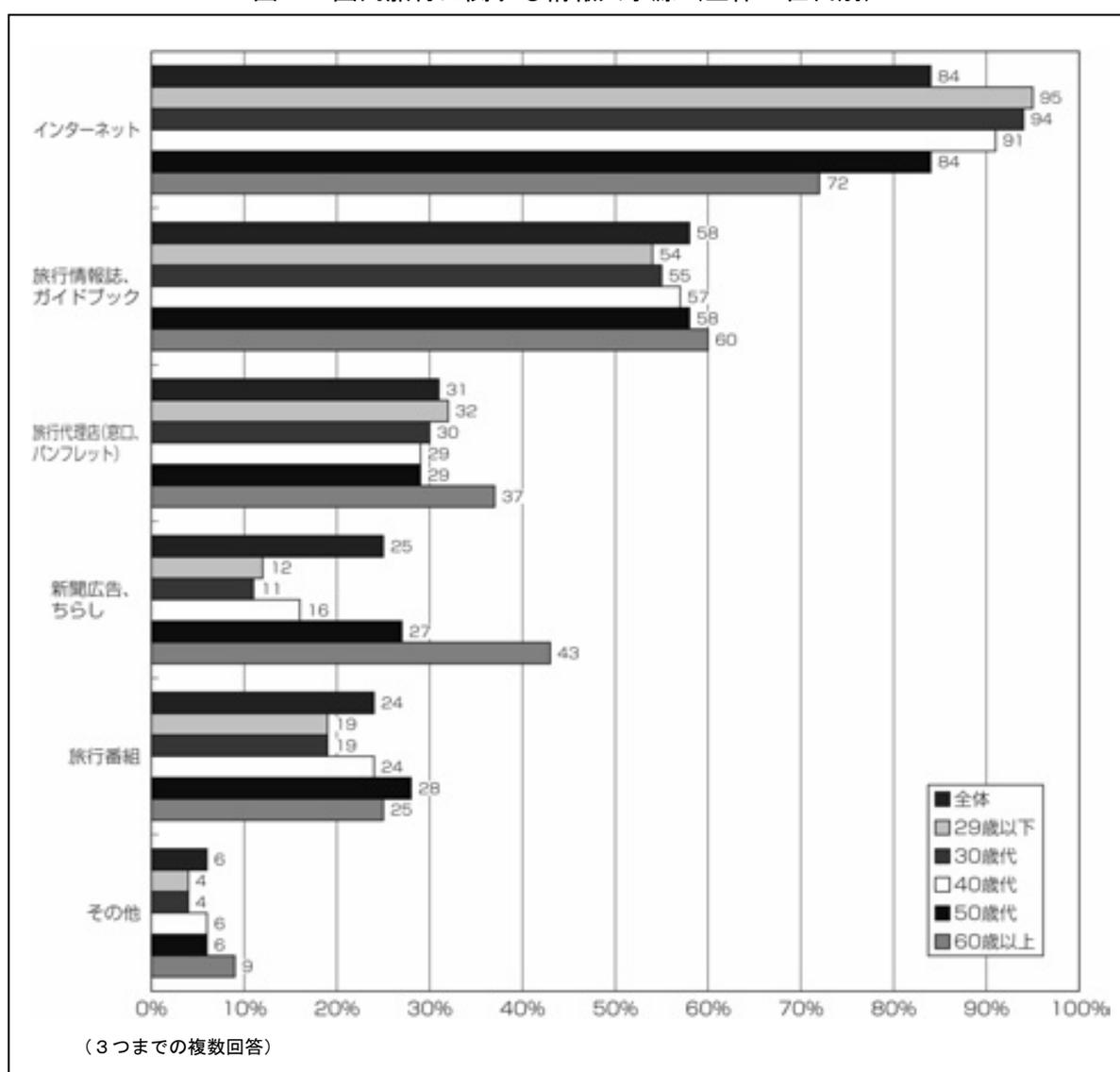
男女別(図10)で見ると、「旅行代理店(窓口、パンフレット)」は女性が8ポイント高く、「新聞広告、ちらし」は男性が5ポイント高くなっており、情報入手源の第3位が異なっている。

図10 国内旅行に関する情報入手源(全体・男女別)



世代別（図11）では世代が上がるにつれ、「インターネット」の割合が下がるのに対し、「旅行情報誌、ガイドブック」の割合が上がるが、いずれも情報入手源の1位、2位であることは変わらない。60歳以上では「新聞広告、ちらし」が43%と第3位になっているのに対し、29歳以下では12%、30歳代では11%と少ない。なお、「旅行代理店（窓口、パンフレット）」は50歳代以下の各世代でほぼ3割と差がないのに対し、60歳以上では37%と目立っている。

図11 国内旅行に関する情報入手源（全体・世代別）



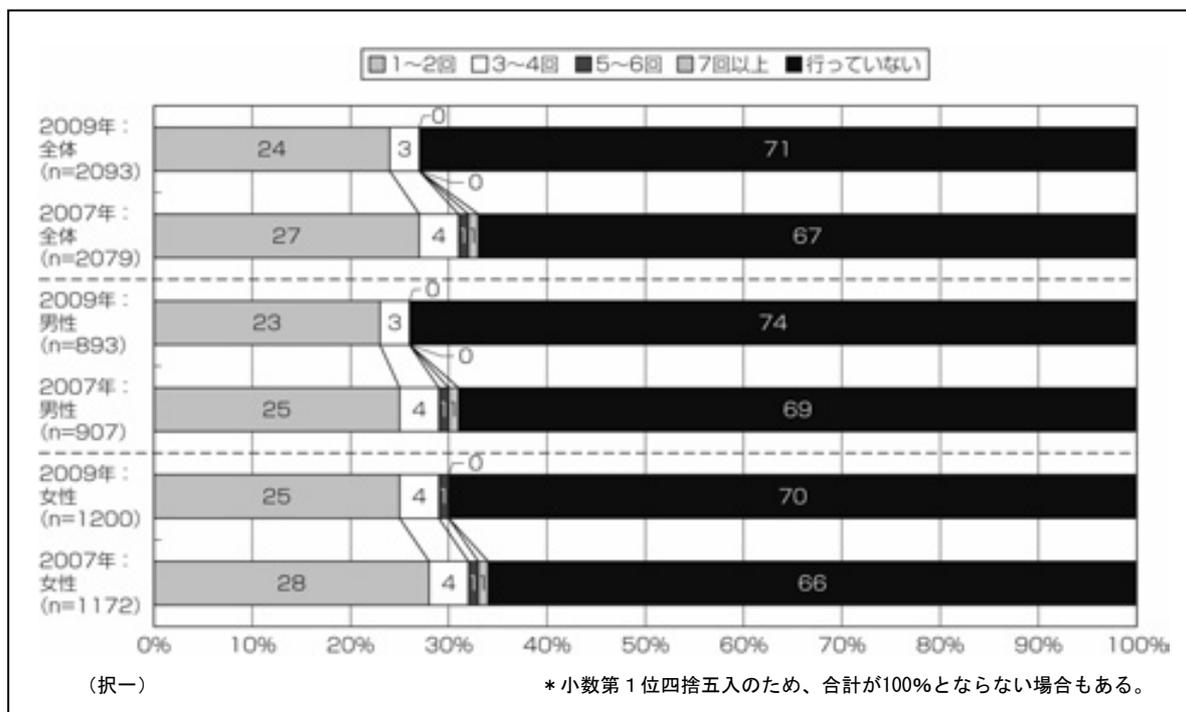
2. 海外観光旅行

海外観光旅行の回数は減少

2009年（1月1日～12月31日）の1年間に海外観光旅行に行った回数は「1～2回」が24%、「3～4回」が3%である。（図12）

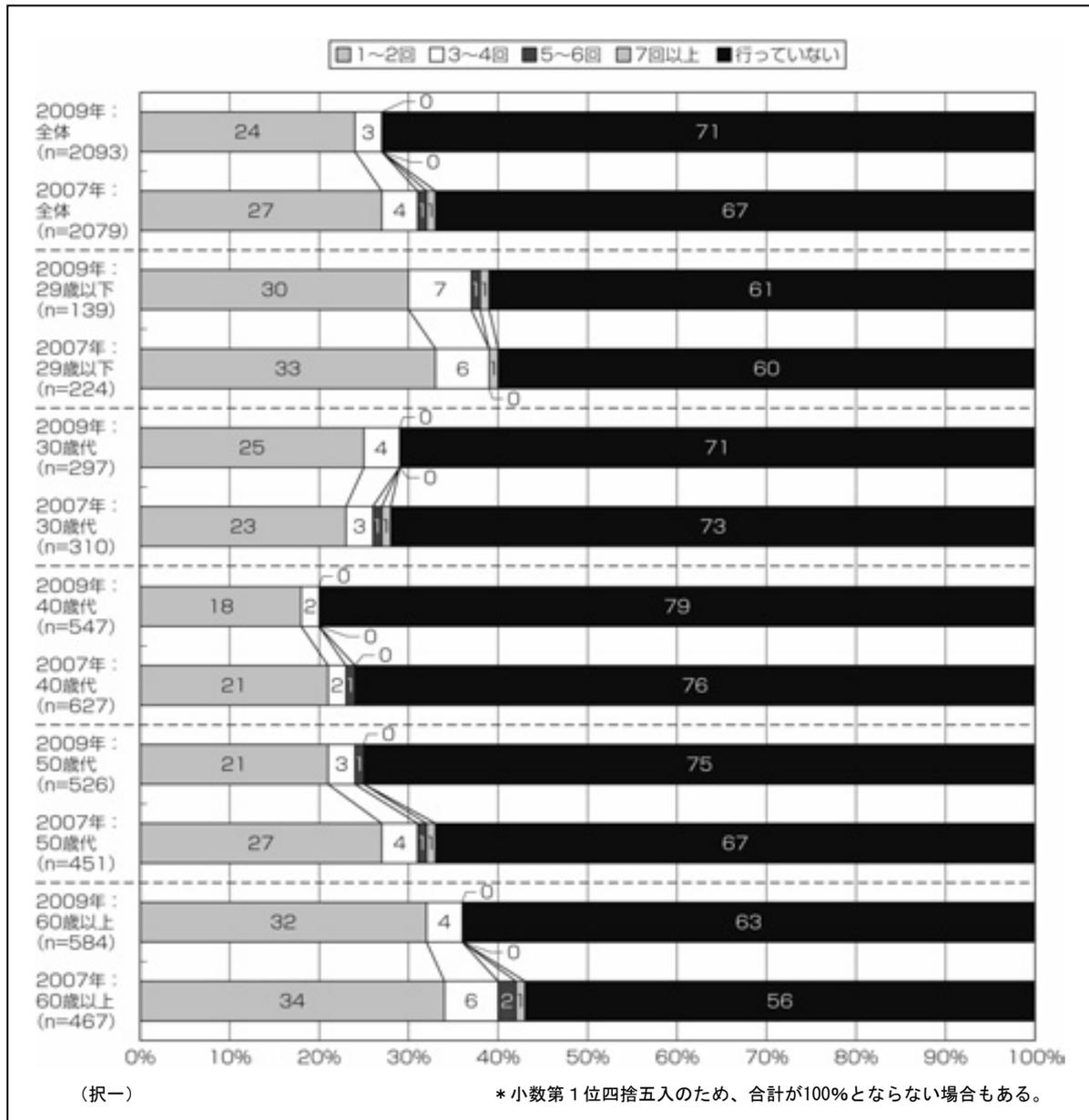
前回調査（図12）と比べて「行っていない」との回答が増加するとともに、「1～2回」「3～4回」など、いずれの回数でも減少しており、リーマンショック以降の景気低迷の影響からか、海外観光旅行の回数が減少していることが分かる。

図12 海外観光旅行の回数（全体・男女別 2007年実施調査比較）



世代別（図13）で見ると、前回調査同様29歳以下と60歳以上で「行っていない」が他の世代に比べ低く40歳代が最も高いU字型となっている。なお30歳代を除く世代で、前回調査からの回数の減少が見られる。

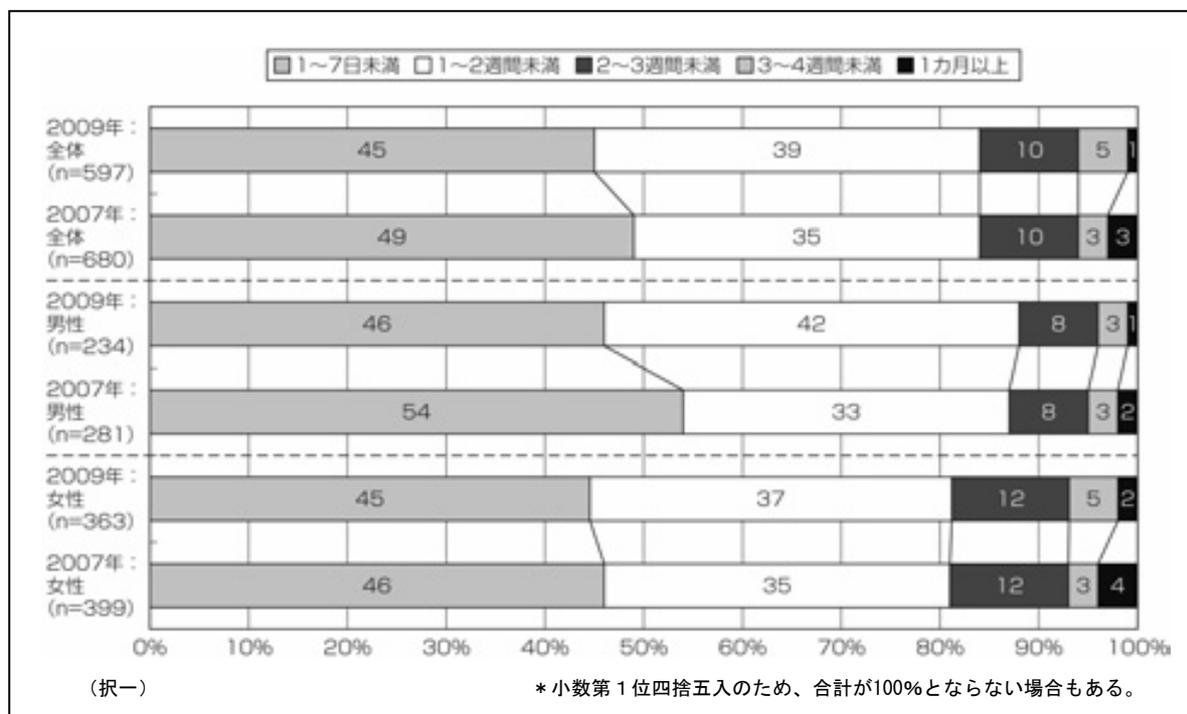
図13 海外観光旅行の回数（全体・世代別 2007年実施調査比較）



海外観光に費やした日数は「1～7日未満」が45%

「海外観光旅行に行った」と回答した人に1年間に費やした日数を聞いたところ、「1～7日未満」が45%で半数近くとなっている。「1～2週間未満」(39%)、「2～3週間未満」(10%)、「3～4週間未満」(5%)、「1カ月以上」(1%)と日数が増えるにつれて低くなっており、2週間以上、海外観光旅行に費やしているのは、16%に過ぎない。この割合は男性に比べ女性の方が高い。前回との比較では、「1～7日未満」の割合が減少しているのに対し「1～2週間未満」の割合が増加している。(図14)

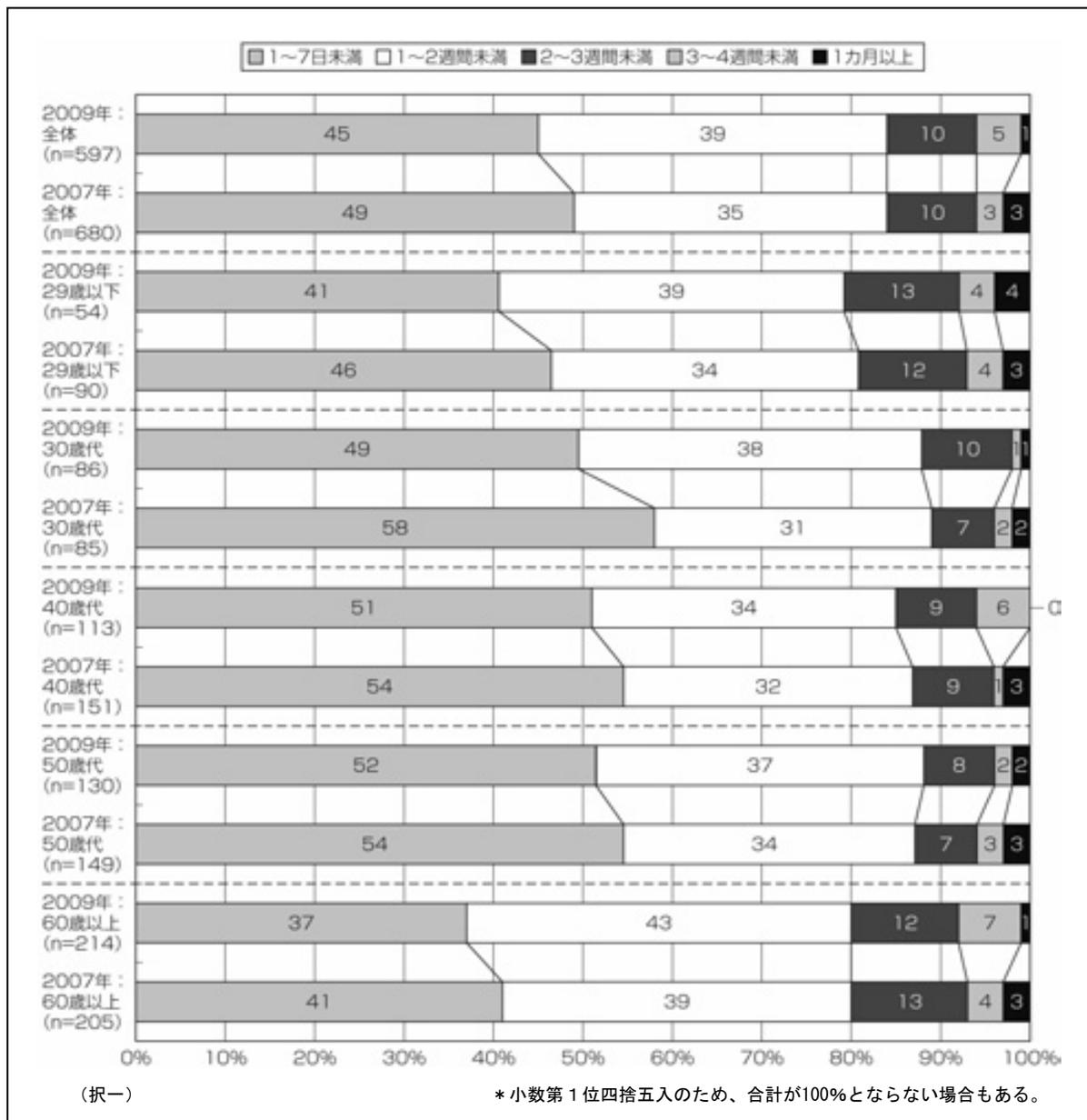
図14 海外観光旅行の日数（全体・男女別 2007年実施調査比較）



世代別（図15）に見ると、29歳以下と60歳以上では他の世代に比べ「1～7日未満」が低くなっている。他の世代に比べ時間的ゆとりがあると思われる。また40歳代および50歳代で「1～7日未満」が半数を超えており、長期の海外観光旅行が難しい世代となっていることが分かる。

なお、前回調査との比較（図15）で、すべての世代で「1～7日未満」の減少と「1～2週間未満」の増加が見られる。

図15 海外観光旅行の日数（全体・世代別 2007年実施調査比較）



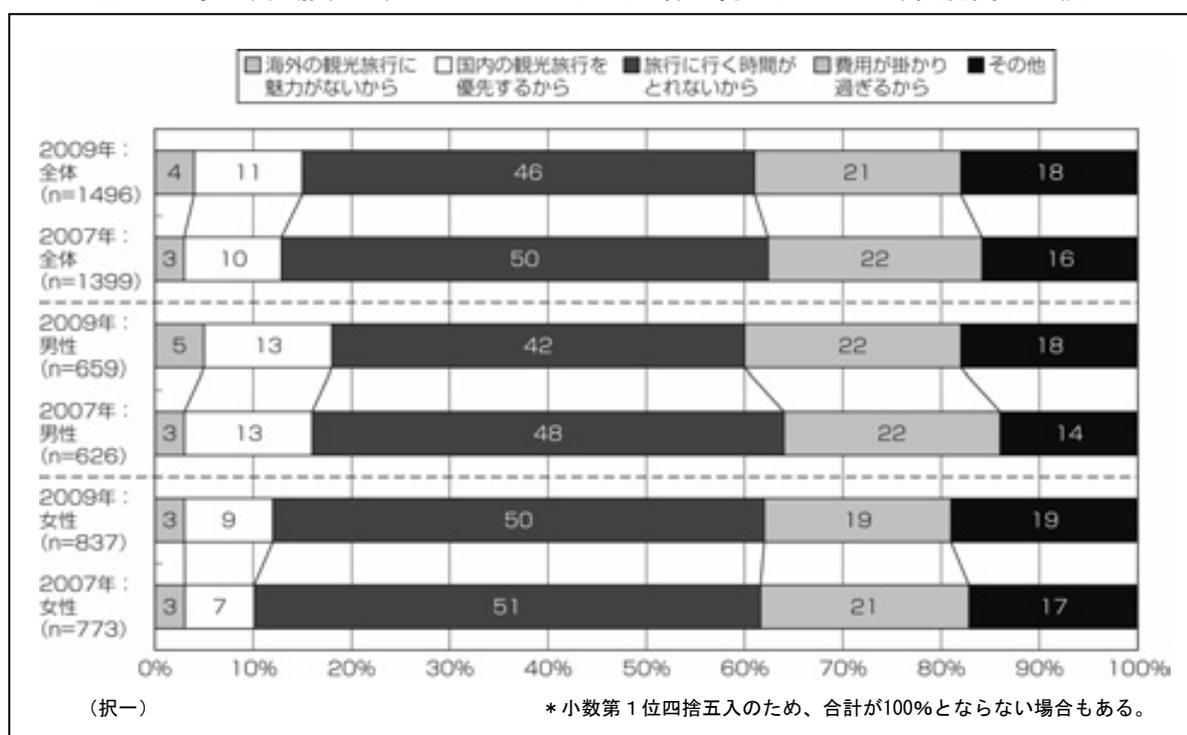
海外観光旅行に行っていない理由は「旅行に行く時間がとれないから」が46%

海外観光旅行に「行っていない」理由は、「旅行に行く時間がとれないから」(46%)、「費用が掛かり過ぎるから」(21%)の2項目で3分の2を超えている。(図16)

男女別(図16)に見ると、「旅行に行く時間がとれないから」との回答は女性(50%)の方が男性(42%)より8ポイント高い。(図16)

前回調査との比較(図16)では、「時間」と「費用」の割合が減少しているのに対し「国内の観光旅行を優先するから」「海外の観光旅行に魅力がないから」との回答割合が増加する傾向にある。

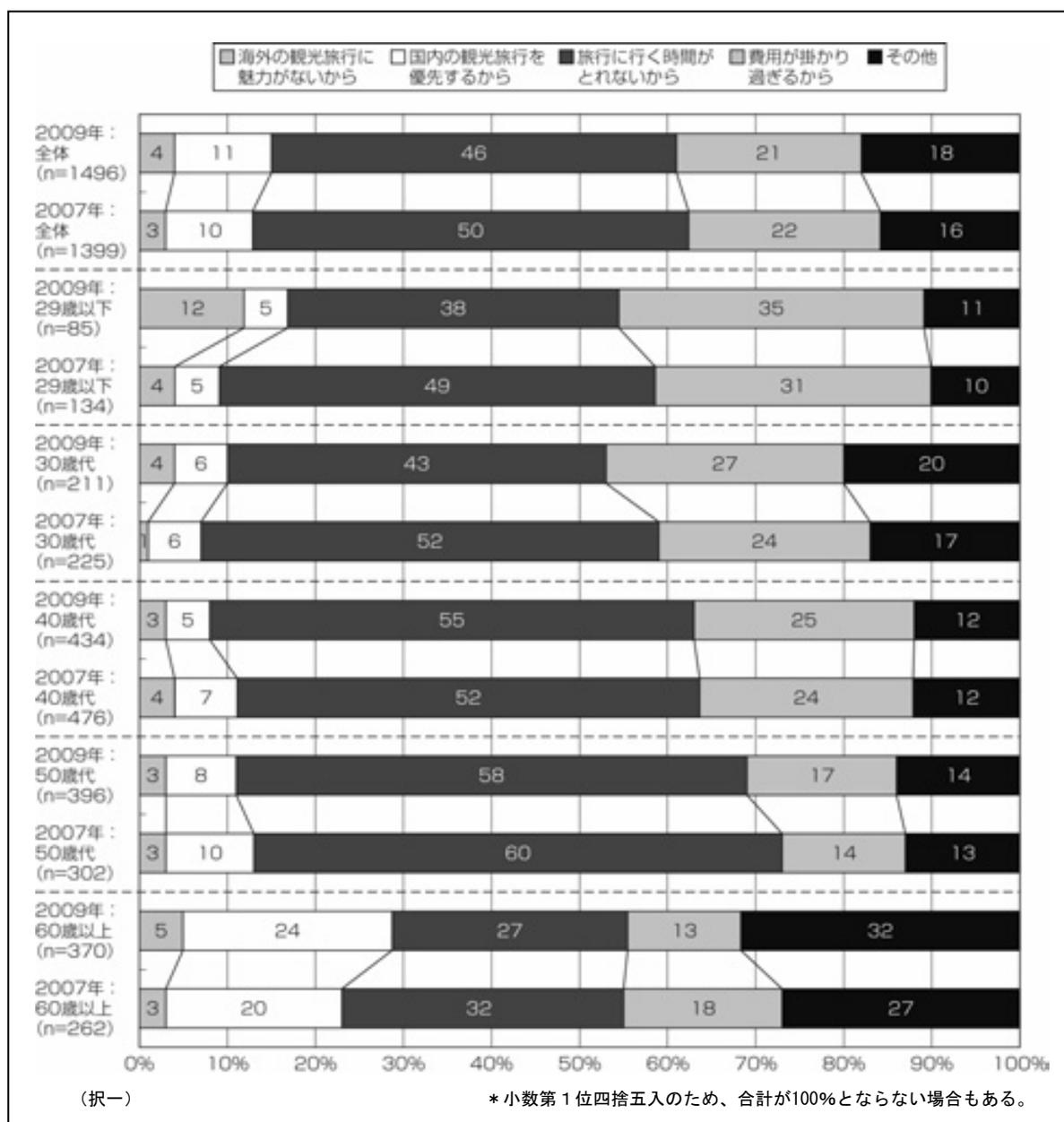
図16 海外観光旅行に行っていない理由(全体・男女別 2007年実施調査比較)



世代別（図17）では、すべての世代で「旅行に行く時間がとれないから」が第1位となっており、60歳以上を除き世代が上がるほど割合が高くなっている。また「費用が掛かり過ぎるから」は世代が上がるほど割合が低くなっており、60歳以上では、この世代に多く見られる「国内の観光旅行を優先するから」の方が多くなっている。

また、前回調査（図17）と比べ、60歳以上を除き「費用が掛かり過ぎるから」が増加しており、景気の影響がここにも表れている。

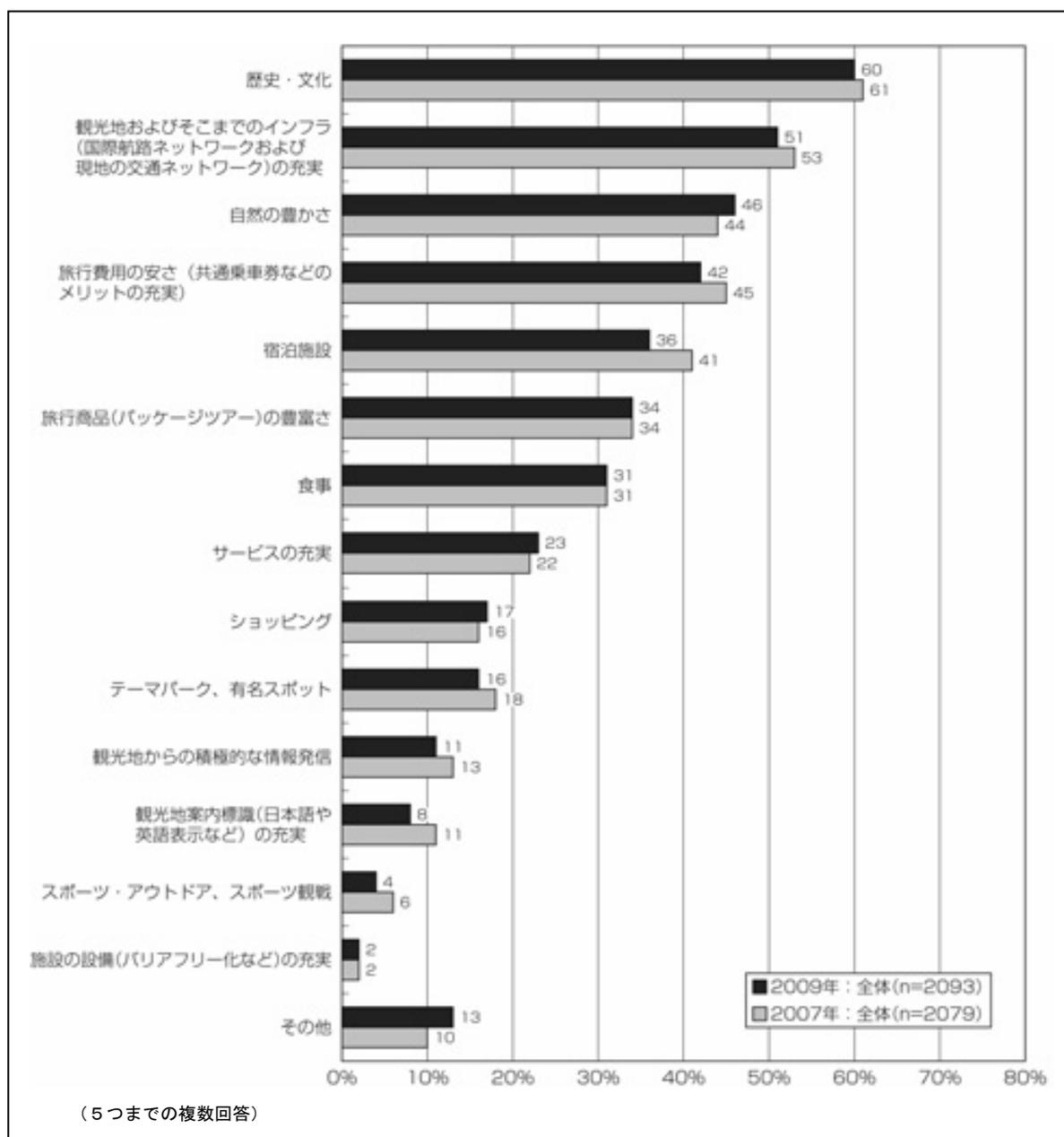
図17 海外観光旅行に行っていない理由（全体・世代別 2007年実施調査比較）



海外の観光地を選ぶ決め手は「歴史・文化」が60%

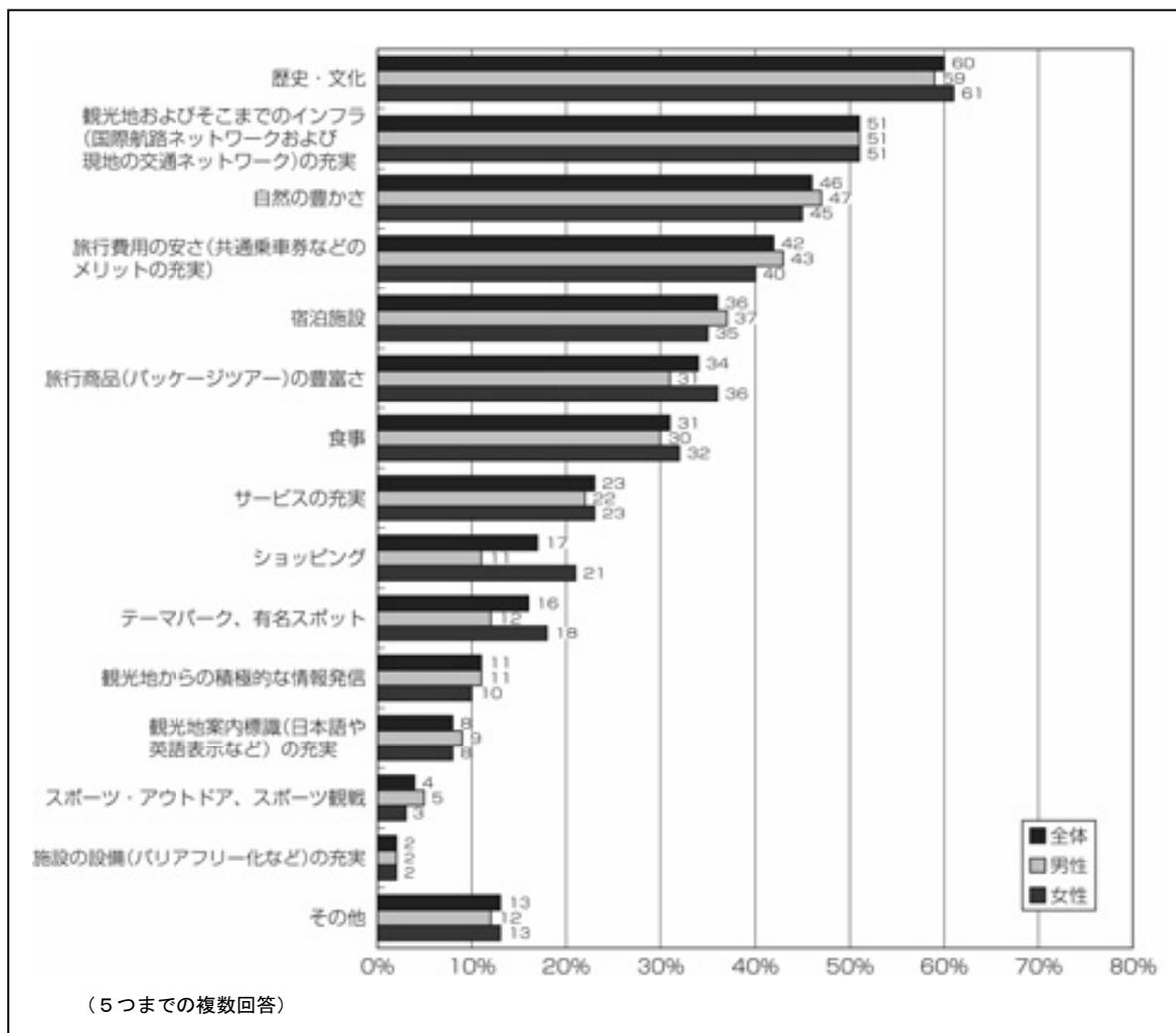
海外の観光地を選ぶ決め手は、「歴史・文化」(60%)、「観光地およびそこまでのインフラ(国際航路ネットワークおよび現地の交通ネットワーク)の充実」(51%)が半数を超えている。続いて「自然の豊かさ」(46%)、「旅行費用の安さ(共通乗車券などのメリットの充実)」(42%)、「宿泊施設」(36%)、「旅行商品(パッケージツアー)の豊富さ」(34%)、「食事」(31%)の順となっている。(図18)

図18 海外観光地を選ぶ決め手(全体 2007年実施調査比較)



男女別（図19）では、「旅行商品（パッケージツアー）の豊富さ」で女性（36%）が男性（31%）を5ポイント高く、女性の方が旅行商品を詳細に調べている様子が見える。

図19 海外観光地を選ぶ決め手（全体・男女別）



世代別（図20）では、30歳代を除くすべての世代で「歴史・文化」が最も多く、30歳代でも第2位となっている。また「観光地およびそこまでのインフラ（国際航路ネットワークおよび現地の交通ネットワーク）の充実」は29歳以下および60歳以上では第3位であるが、それ以外の世代では第1位もしくは第2位と重要視されている。「自然の豊かさ」は、世代が上がるにつれ増加しており、「食事」と正反対の傾向が見られる。「旅行費用の安さ（共通乗車券などのメリットの充実）」は29歳以下および60歳以上でより重視されているがすべての世代で4割前後、「宿泊施設」は世代を問わず35%前後が決め手としている。

図20-1 海外観光地を選ぶ決め手（全体・世代別）

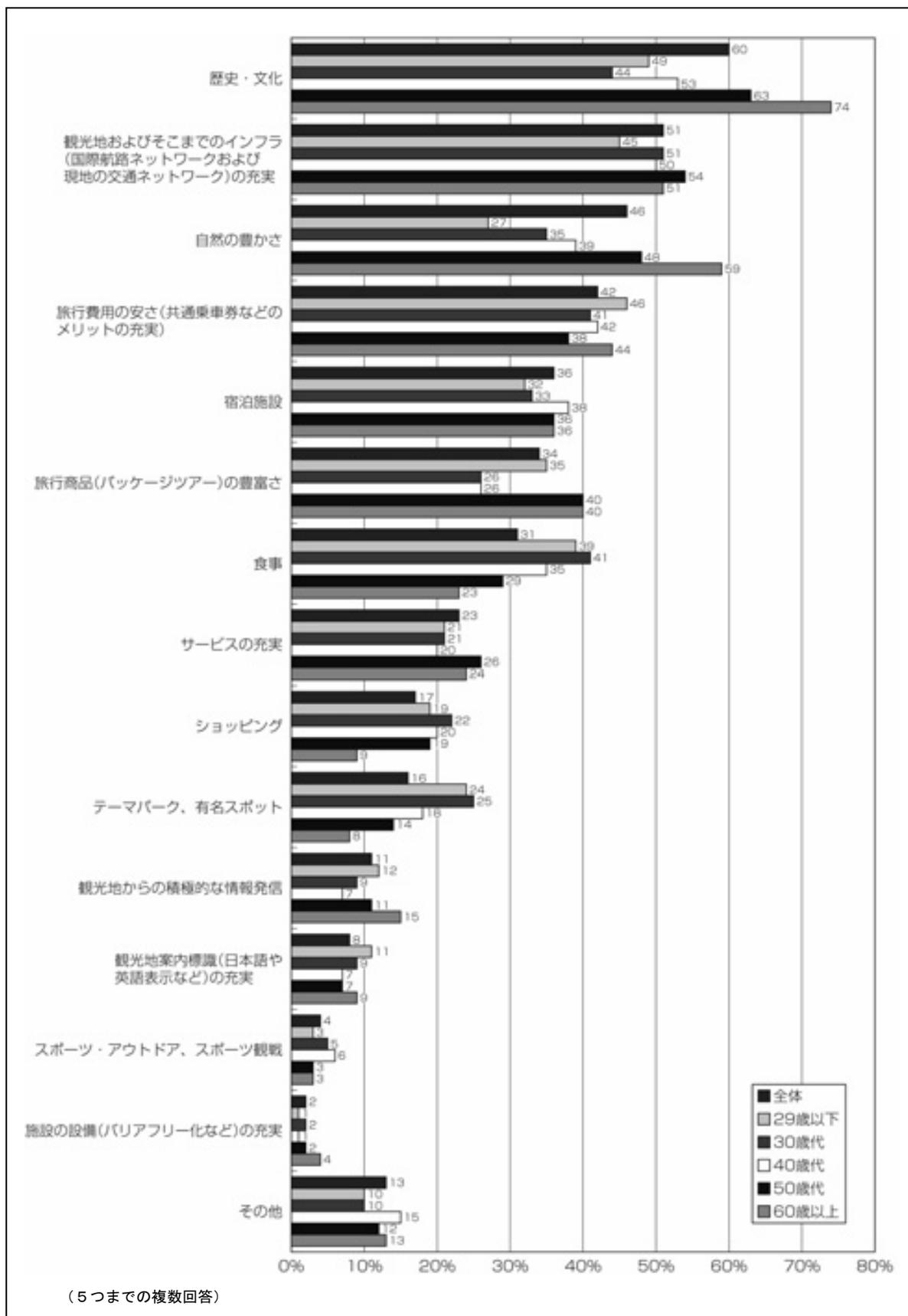
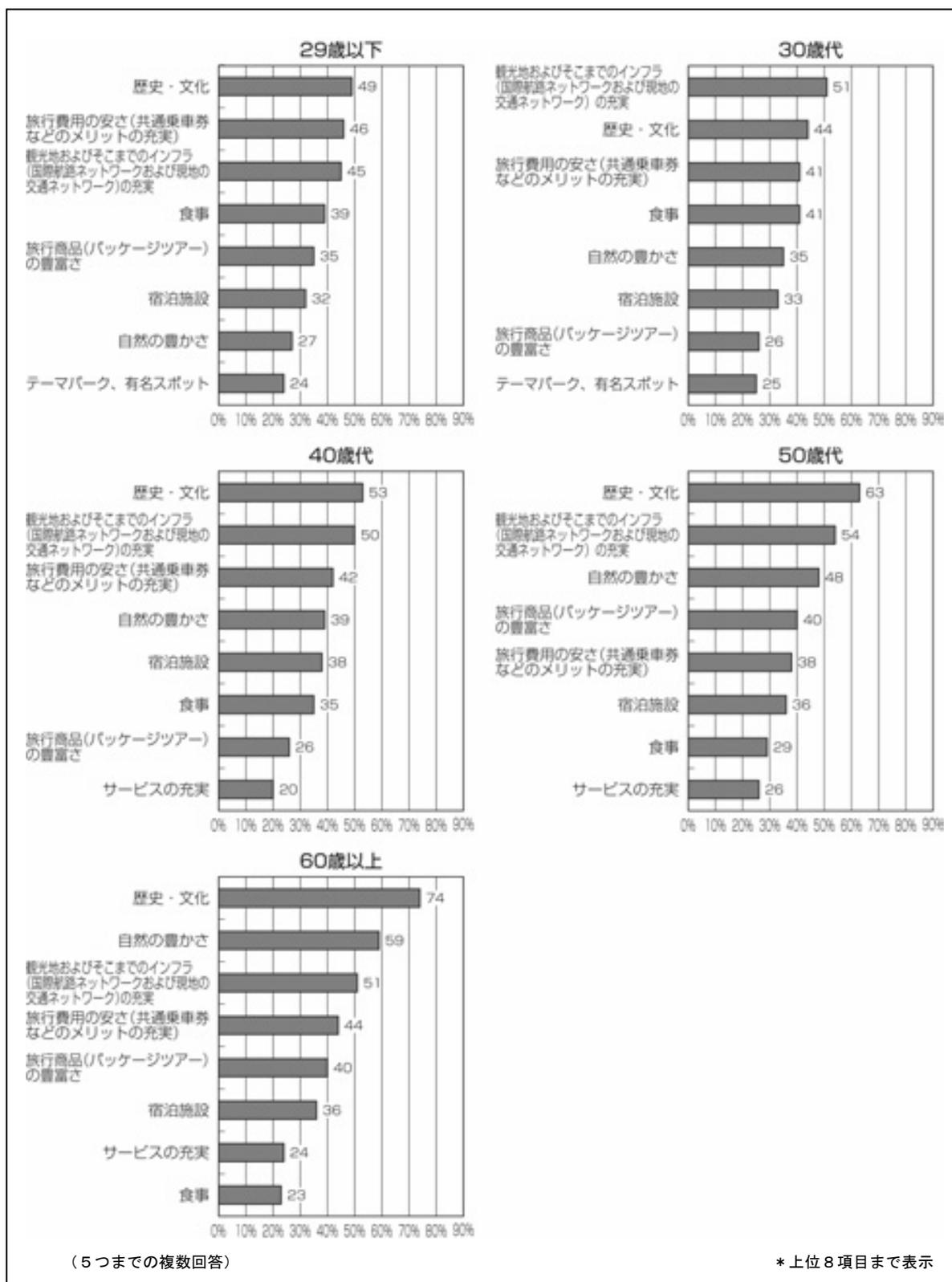


図20-2 海外観光地を選ぶ決め手（世代別）

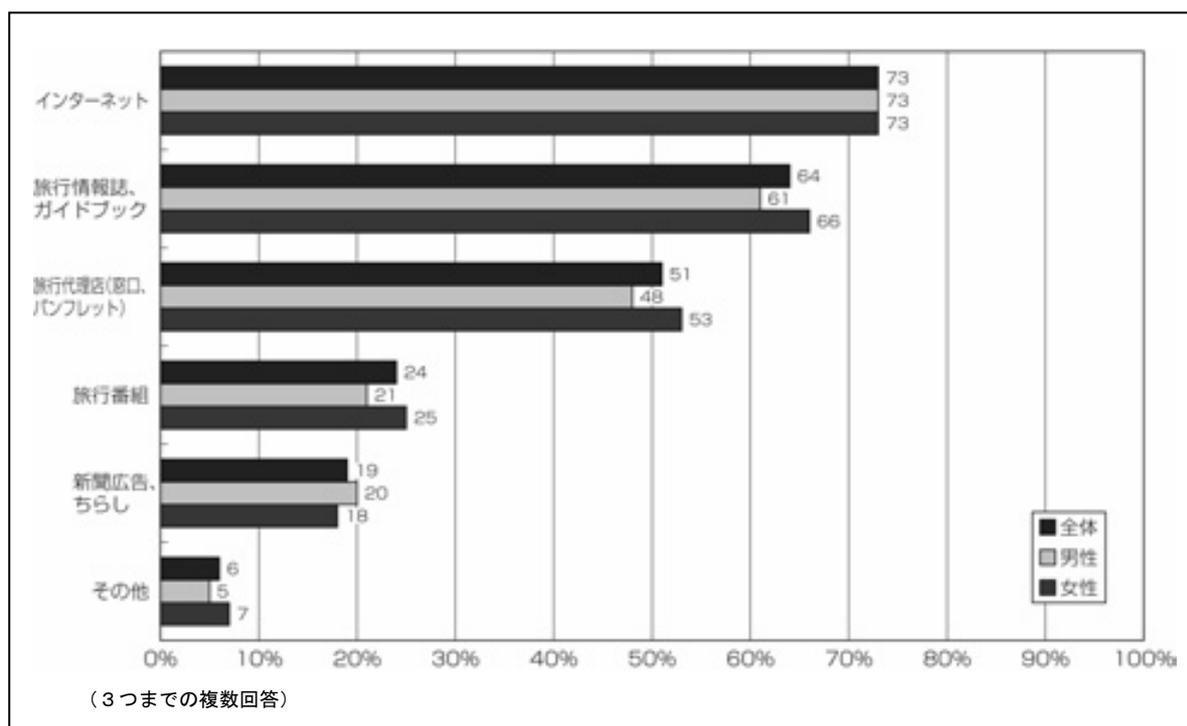


海外観光旅行に関する情報入手源として73%がインターネット利用

海外観光旅行に関する情報入手源として半数以上が「インターネット」(73%)、「旅行情報誌、ガイドブック」(64%)、「旅行代理店(窓口、パンフレット)」(51%)を挙げている。(図21)

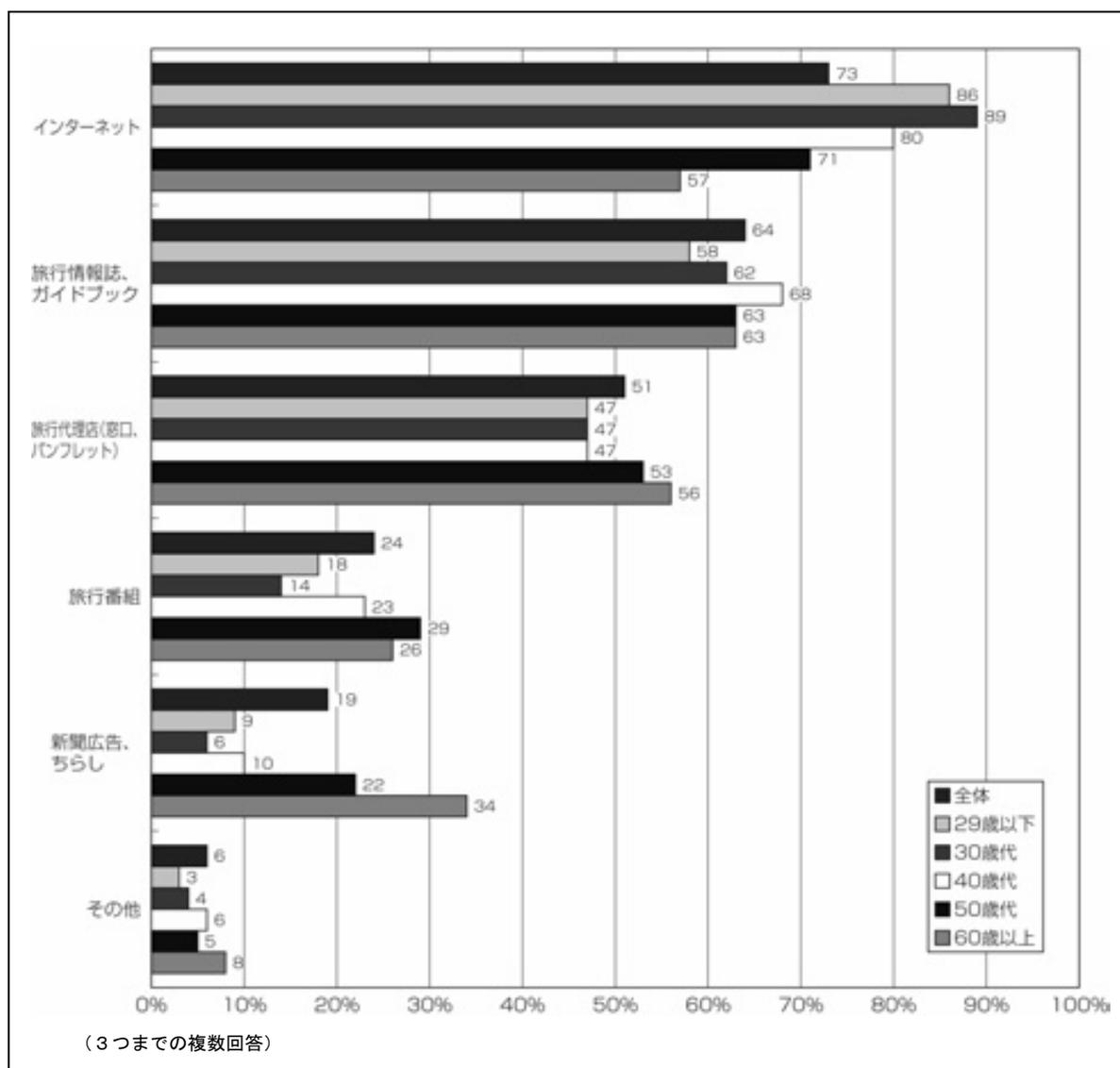
男女別(図21)で見ると、「旅行情報誌、ガイドブック」「旅行代理店(窓口、パンフレット)」は女性が5ポイント高くなっている。

図21 海外旅行に関する情報入手源(全体・男女別)



世代別（図22）では29歳以下を除き世代が上がるにつれ、「インターネット」の割合が下がっており、60歳以上では「旅行情報誌、ガイドブック」と第1位、第2位が入れ替わっている。「旅行代理店（窓口、パンフレット）」はすべての世代で第3位となっているが、50歳代、60歳以上と特に割合が高くなっている。

図22 海外旅行に関する情報入手源（全体・世代別）



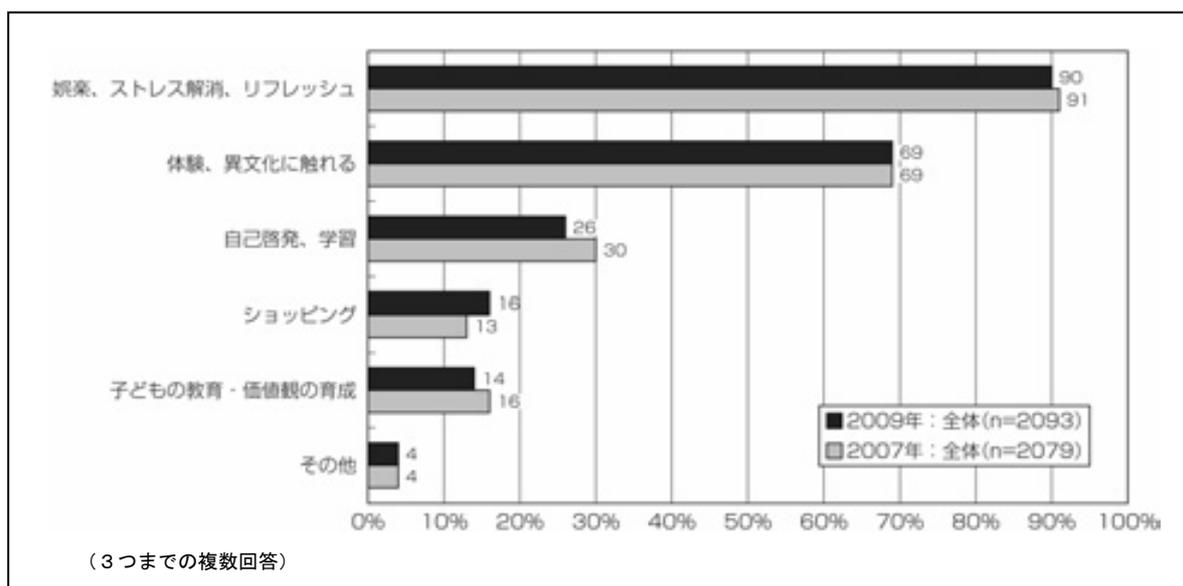
3. 観光旅行の目的

観光旅行の目的は「娯楽、ストレス解消、リフレッシュ」が90%

観光旅行をする目的は「娯楽、ストレス解消、リフレッシュ」が90%と最も多い。続いて「体験、異文化に触れる」(69%)、「自己啓発、学習」(26%)となっている。(図23)

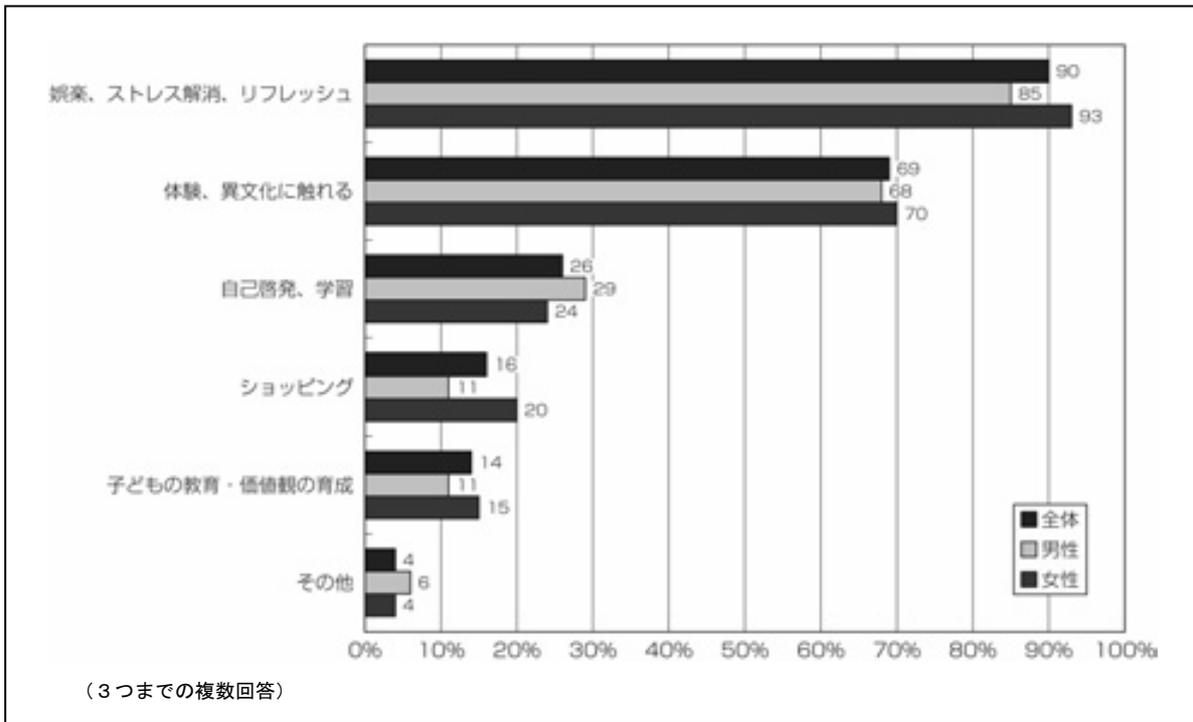
前回調査との比較(図23)では「ショッピング」が増加している一方、「自己啓発、学習」「子どもの教育・価値観の育成」が減少している。

図23 観光旅行をする目的(全体 2007年実施調査比較)



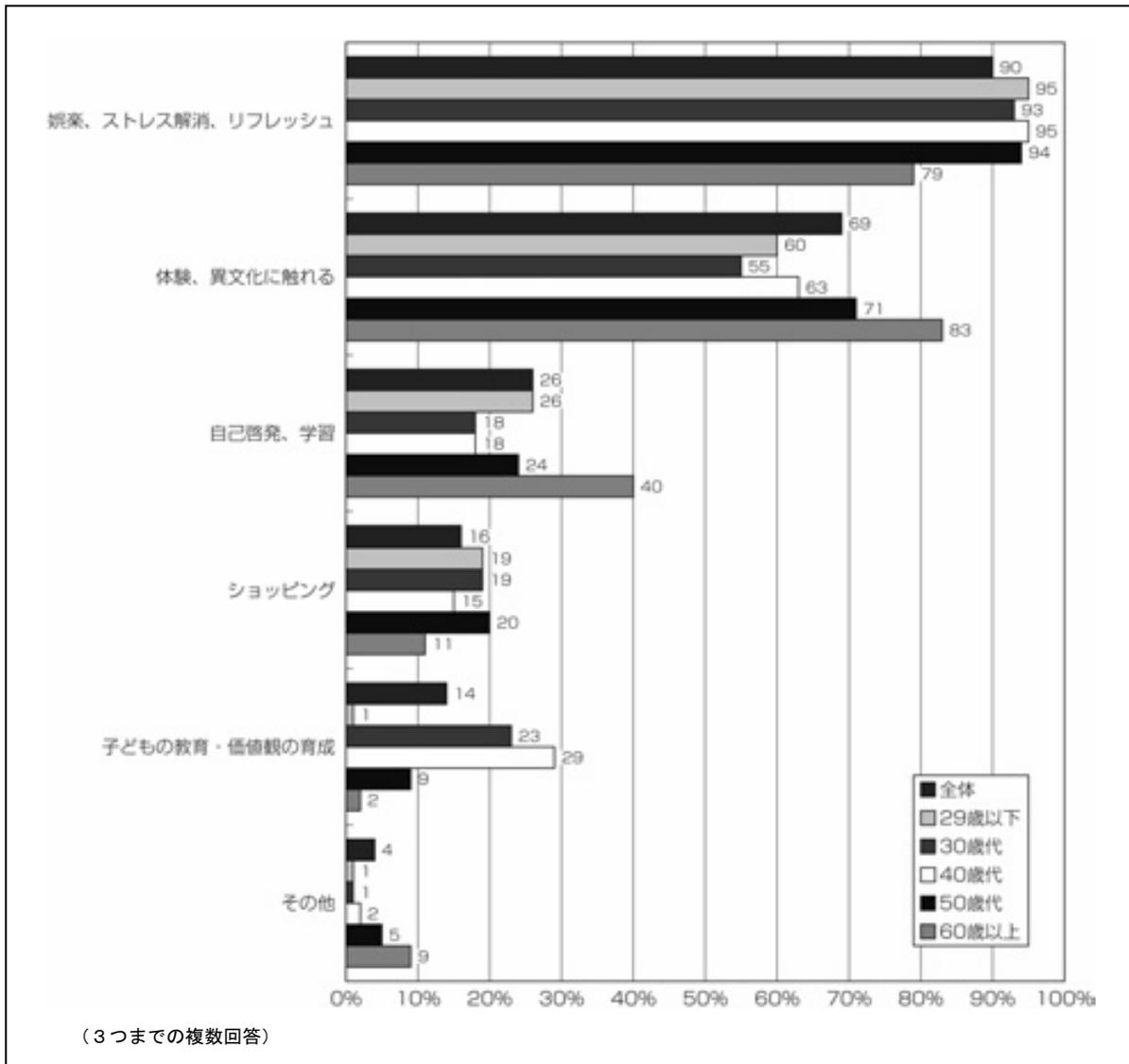
男女別（図24）では、女性の方が「娯楽、ストレス解消、リフレッシュ」（8ポイント）、「ショッピング」（9ポイント）、「子どもの教育・価値観の育成」（4ポイント）が高く、「自己啓発、学習」は5ポイント男性の方が高い。

図24 観光旅行をする目的（全体・男女別）



世代別（図25）では、「娯楽、ストレス解消、リフレッシュ」が60歳以上を除き9割を超える回答となっている。「体験、異文化に触れる」「自己啓発、学習」では、30歳代以上で、世代が上がるにつれて、回答が高くなっている。

図25 観光旅行をする目的（全体・世代別）



4. 観光旅行に費やす日数

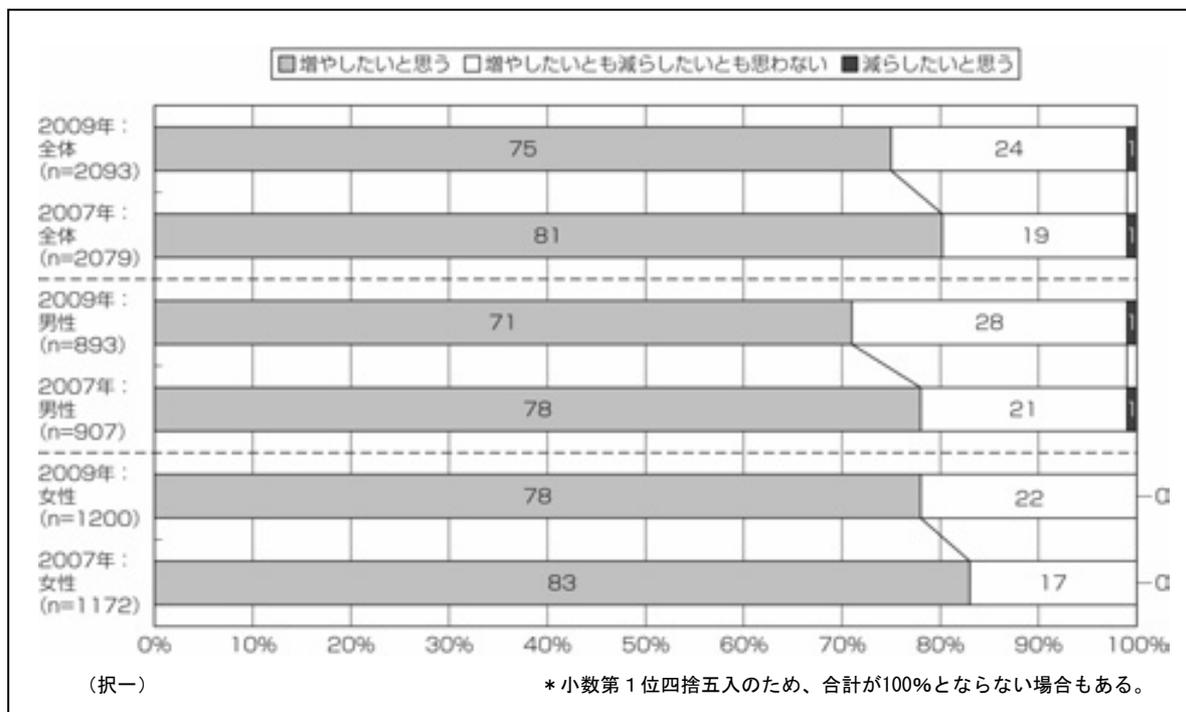
観光旅行に費やす日数を「増やしたいと思う」が75%

今後の観光旅行の日数について「増やしたいと思う」が75%、「増やしたいとも減らしたいとも思わない」が24%となっている。(図26)

男女別(図26)では「増やしたいと思う」は女性(78%)が男性(71%)よりも7ポイント高い。一方「増やしたいとも減らしたいとも思わない」は男性(28%)の方が女性(22%)よりも6ポイント高い。

前回調査との比較(図26)では、男女ともに「増やしたいとも減らしたいとも思わない」が増加し「増やしたいと思う」が減少している。

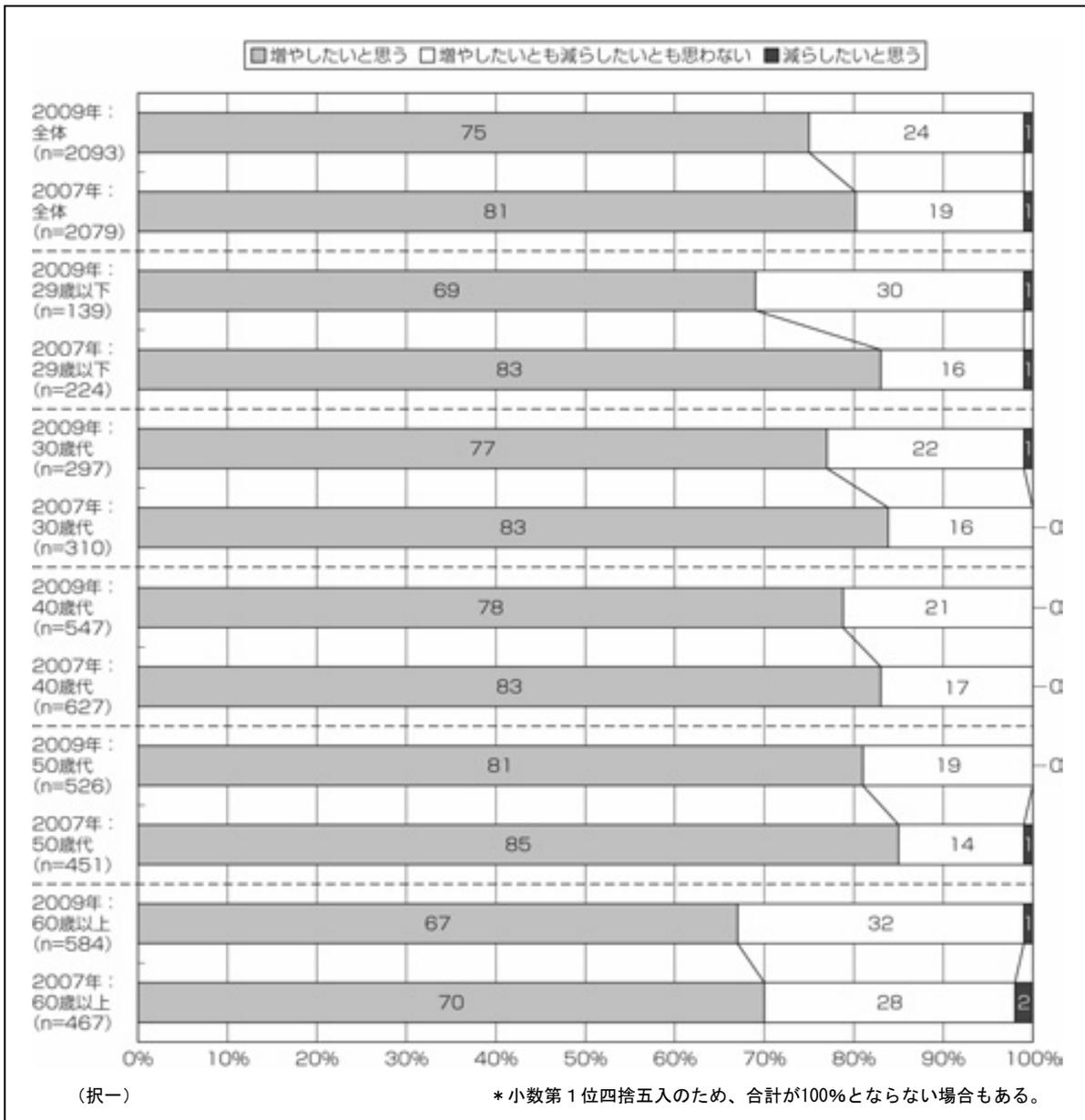
図26 観光旅行に費やす日数(全体・男女別 2007年実施調査比較)



世代別（図27）では30歳代から50歳代まで「増やしたいと思う」が8割前後となっており、29歳以下および60歳以上の7割弱に比べ割合が高い。

前回調査と比べ、いずれの世代でも「増やしたいとも減らしたいとも思わない」が増加し、「増やしたいと思う」が減少している。

図27 観光旅行に費やす日数
（全体・世代別 2007年実施調査比較）



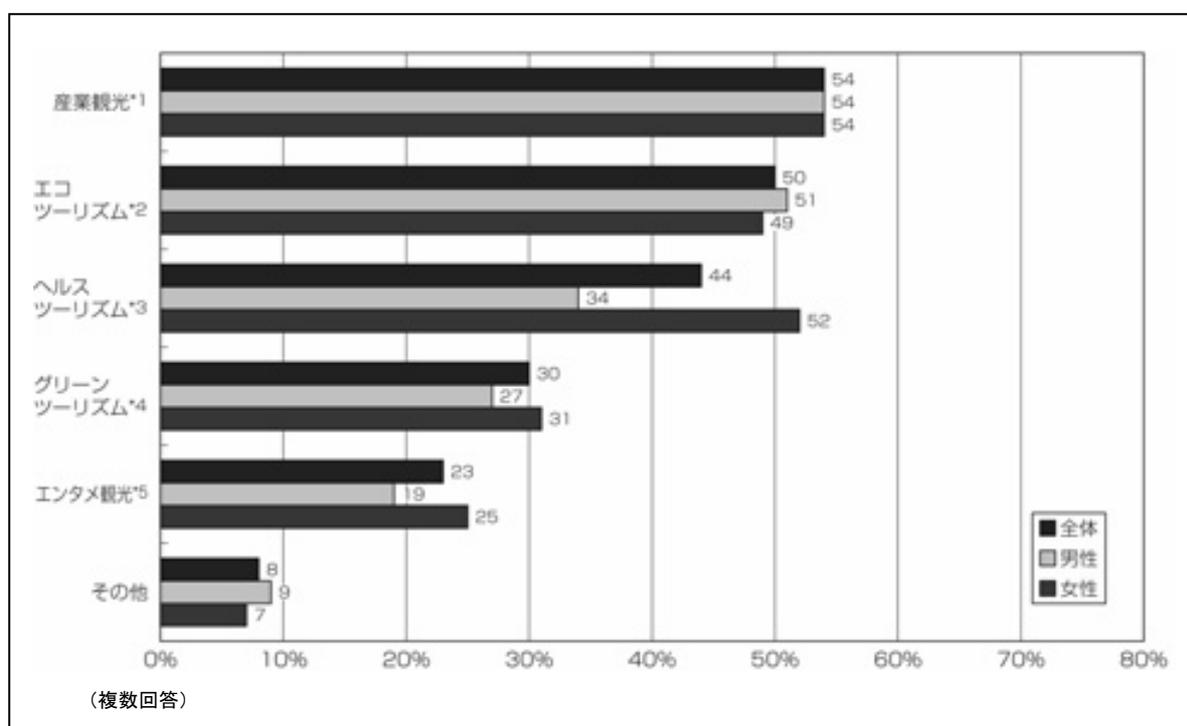
5. ニューツーリズムへの関心

「産業観光」「エコツーリズム」に半数以上の関心

ニューツーリズム（従来の名所・史跡見物的な観光に対して、テーマ性が強く、体験的要素を取り入れた新しいタイプの観光）について、「産業観光」（54%）、「エコツーリズム」（50%）に半数以上の関心があった。（図28）

男女別（図28）では「産業観光」が男女ともに54%で第1位となっているが、男性では「エコツーリズム」が51%、女性では「ヘルスツーリズム」が52%で第2位が異なっている。

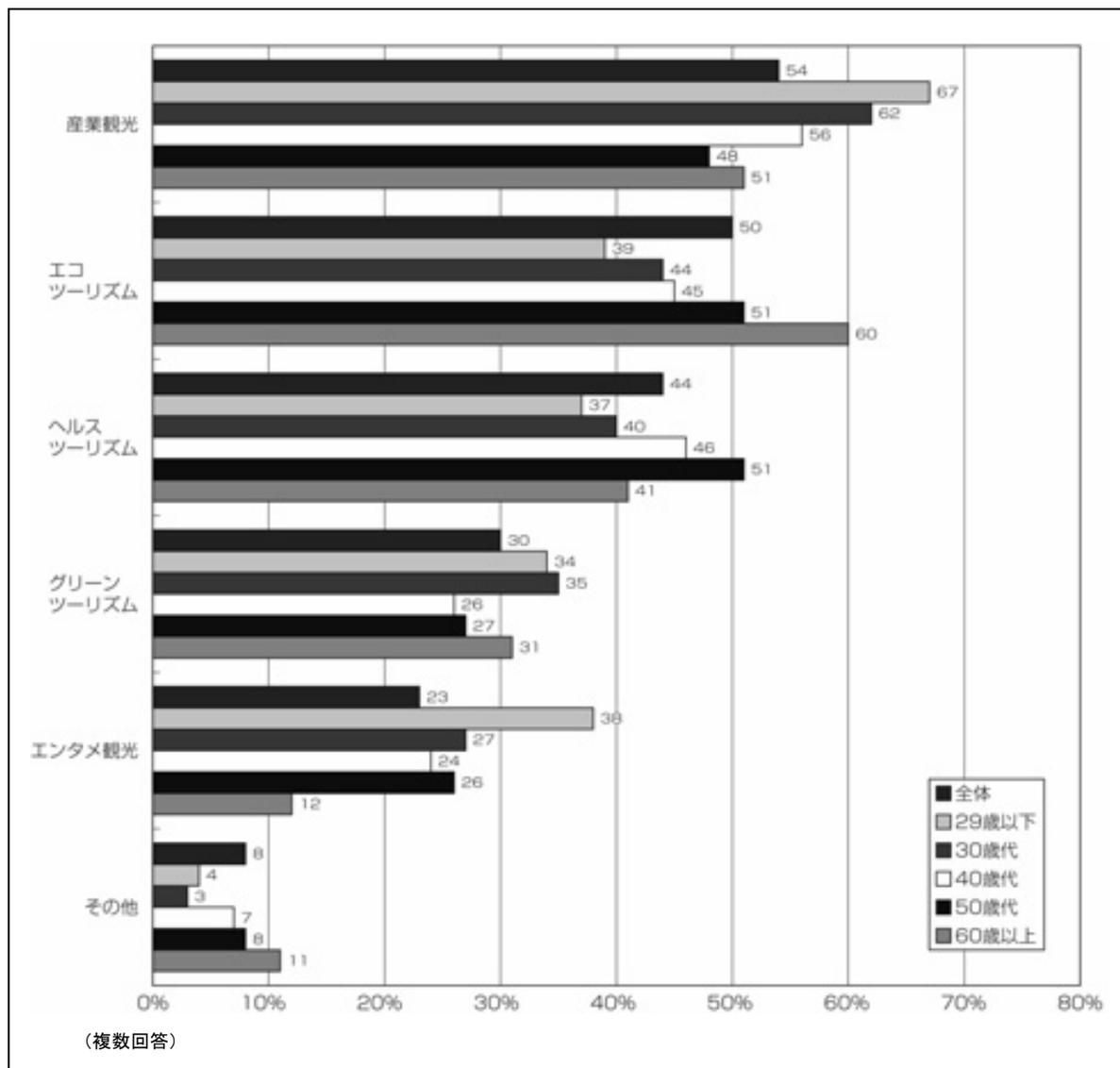
図28 ニューツーリズムへの関心（全体・男女別）



- * 1 「産業観光」
歴史的・文化的価値のある産業文化財（工場遺構などの産業遺産）や工場工房等を見学したり、ものづくり体験を行ったりする観光
- * 2 「エコツーリズム」
地域の自然環境や歴史文化を体験し、学ぶことを目的に行う観光
- * 3 「ヘルスツーリズム」
温泉療法や森林浴など医学的な根拠に基づく健康回復や維持、増進につながる観光
- * 4 「グリーンツーリズム」
農林漁業体験や農林漁家民泊などを通じ、その地域の自然・文化に触れ、地元の人々との交流を楽しむ観光
- * 5 「エンタメ観光」
映画・ドラマ・アニメの舞台となった土地を訪れるなど、エンターテインメント・コンテンツと連携した観光

世代別（図29）で見ると、世代が上がるにつれ「産業観光」が60歳以上を除き減少するのに対し、「エコツーリズム」が増加している。また「ヘルスツーリズム」も世代が上がるにつれ増加しているが、60歳以上の関心は40歳代や50歳代ほど高くない。なお、「エンタメ観光」は29歳以下の関心が高い（38%）一方、60歳以上の関心が低い（12%）。

図29 ニューツーリズムへの関心（全体・世代別）



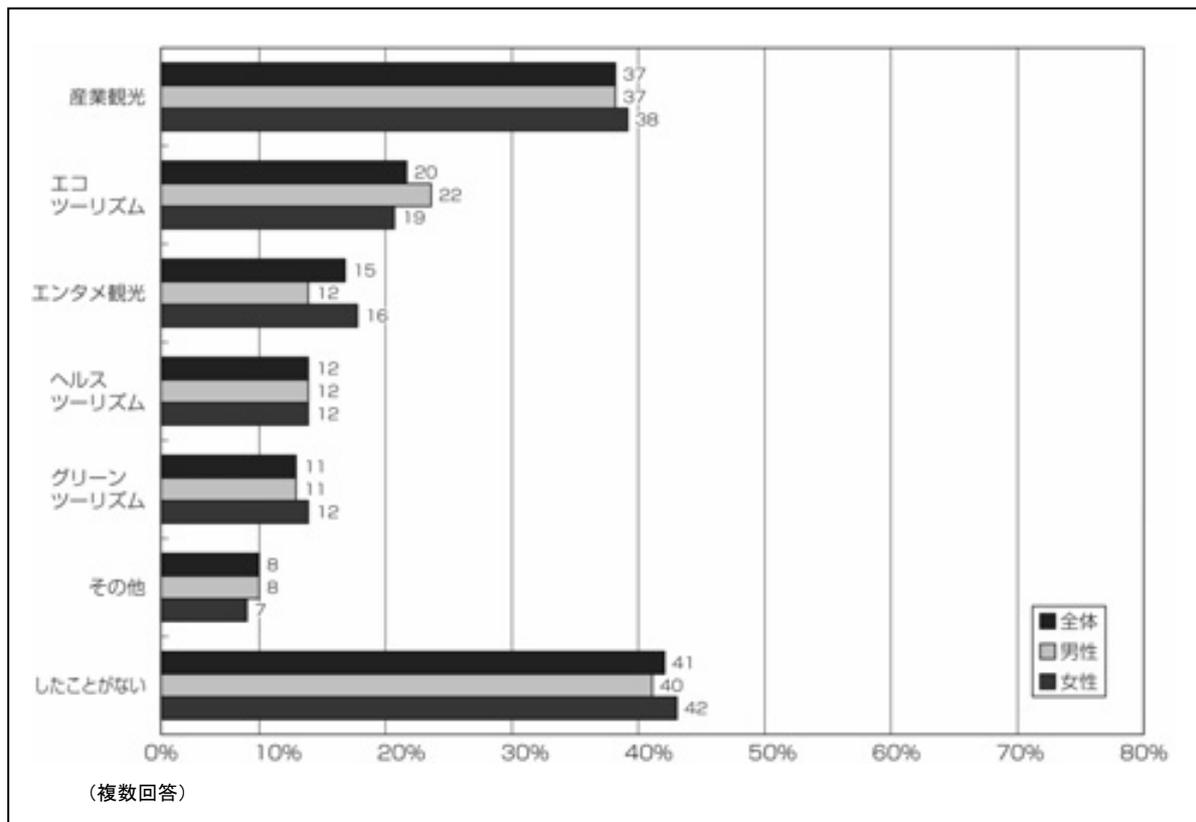
6. ニューツーリズムの体験

「産業観光」の経験は37%、ニューツーリズム未体験は41%

ニューツーリズムの体験について、「したことがない」との回答が41%だったのに対し、「産業観光」(37%)、「エコツーリズム」(20%)、「エンタメ観光」(15%)、「ヘルスツーリズム」(12%)の順で体験されている。(図30)

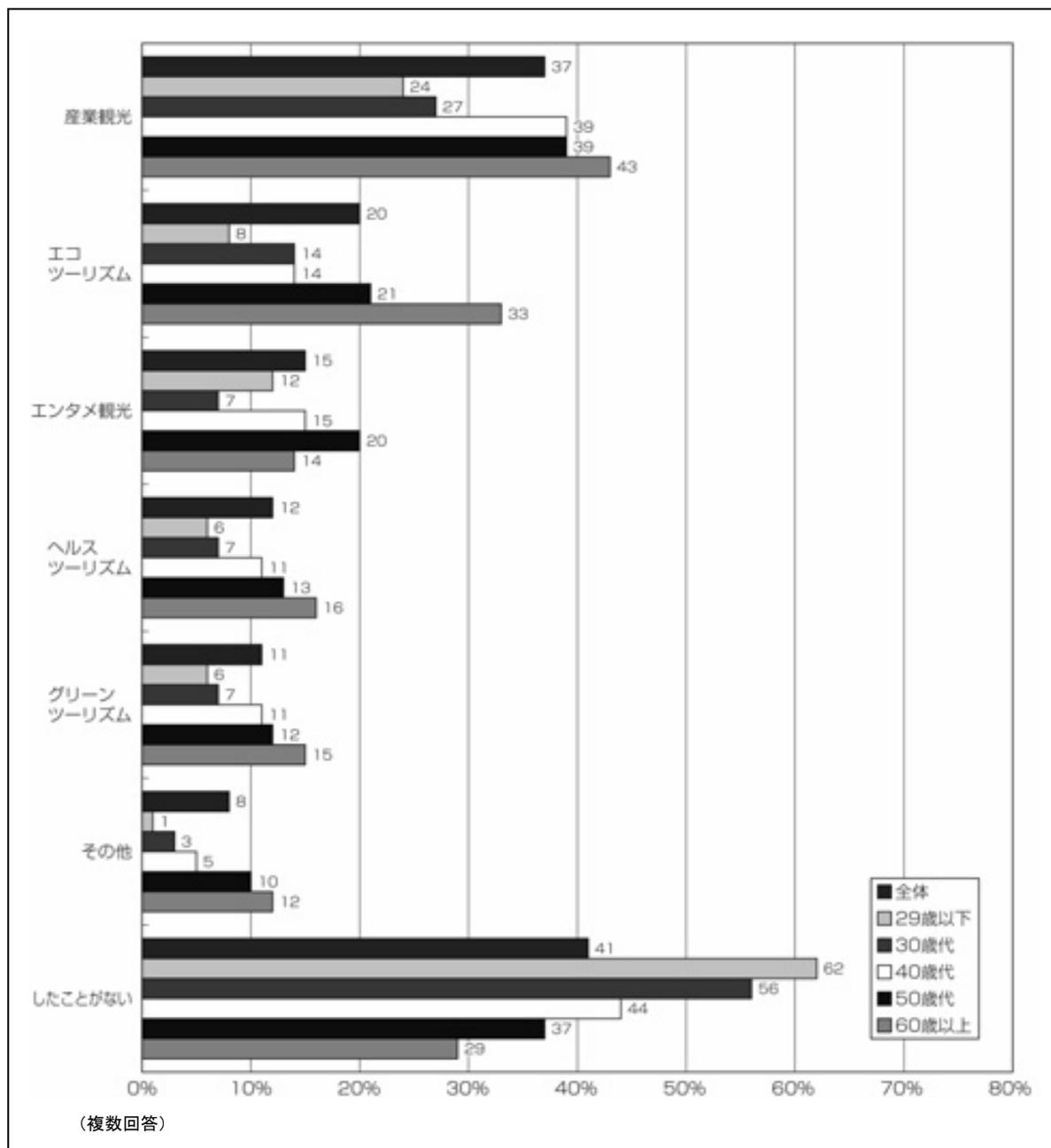
男女別(図30)では「エンタメ観光」で女性(16%)が男性(12%)を4ポイント上回っている。

図30 ニューツーリズムの体験(全体・男女別)



世代別（図31）では世代が上がるにつれ、「エンタメ観光」を除くニューツーリズムの体験割合が増加する一方、「したことがない」割合は減少している。なお、いずれの世代でも「産業観光」の体験が第1位となっている。

図31 ニューツーリズムの体験（全体・世代別）

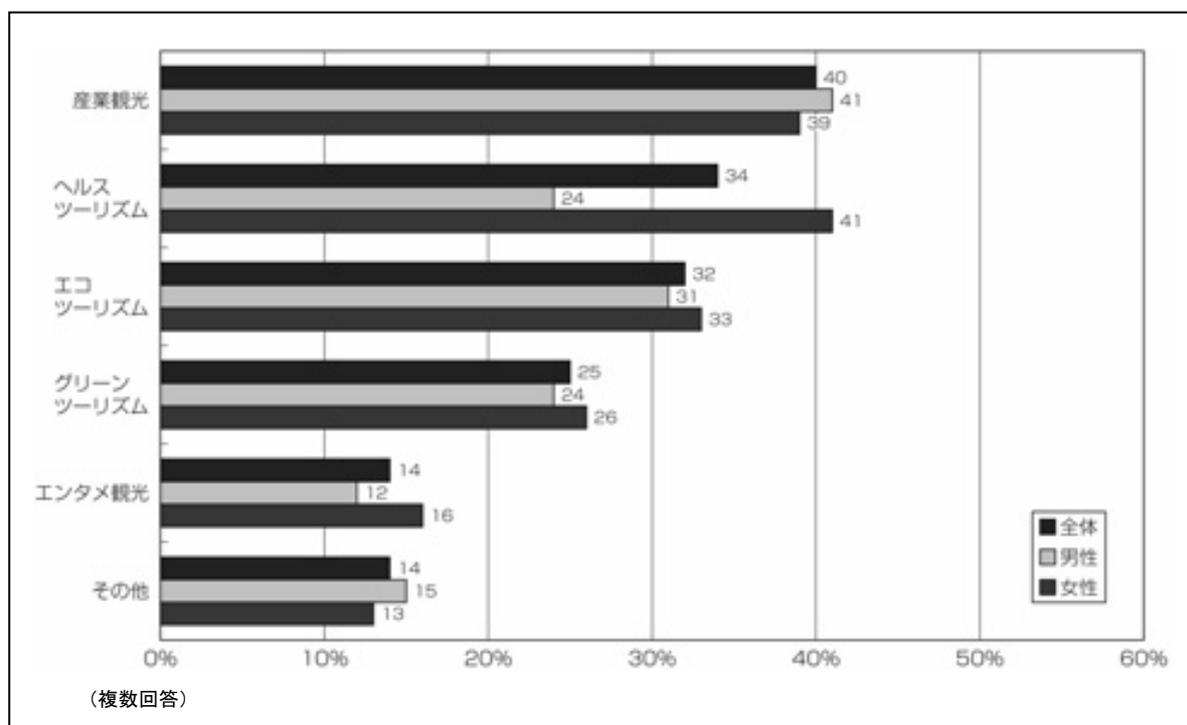


7. 今後してみたいニューツーリズム

ニューツーリズムへの関心と今後の意向にギャップ

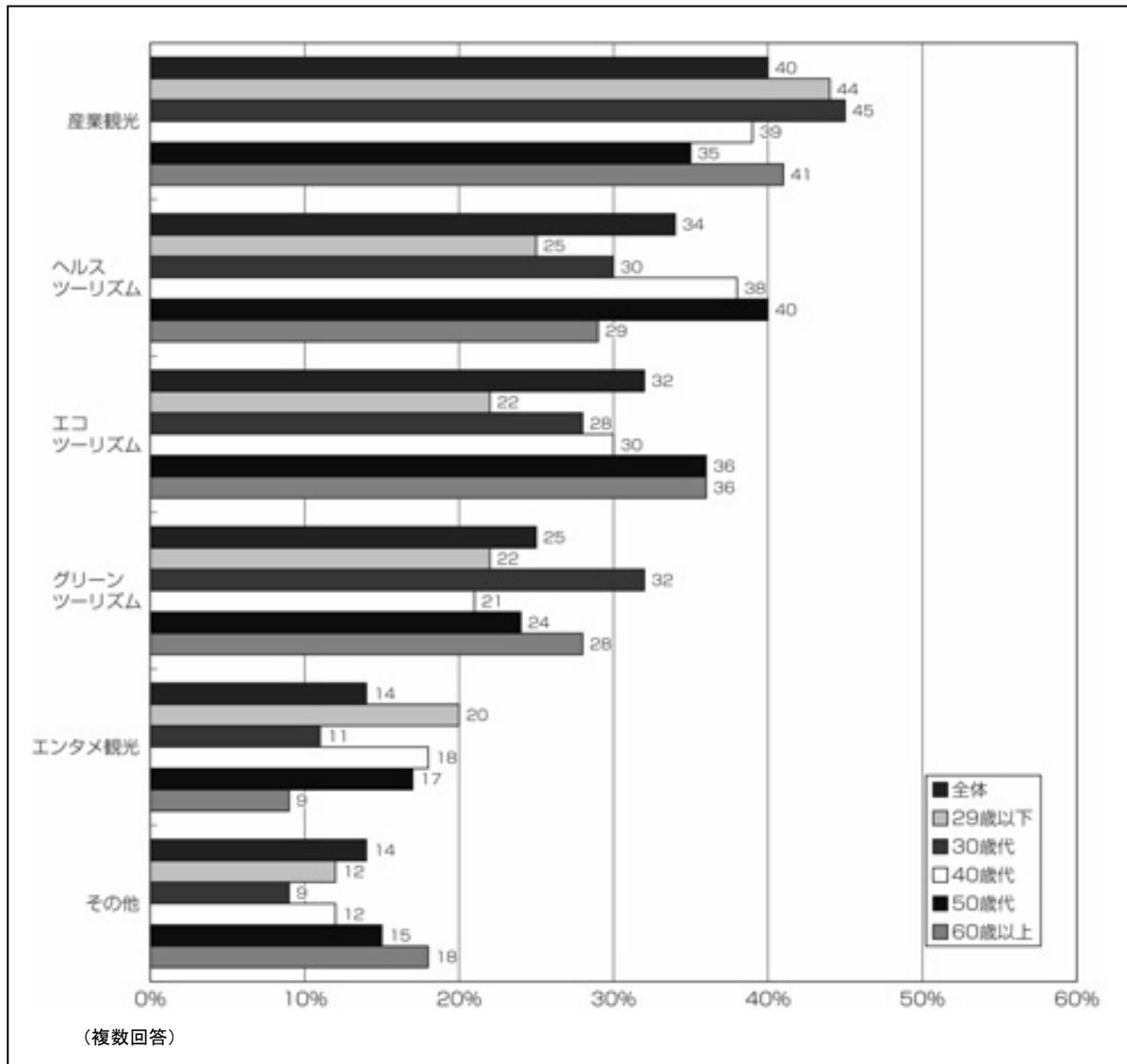
ニューツーリズムへの関心（図28）では「産業観光」（54%）、「エコツーリズム」（50%）、「ヘルスツーリズム」（44%）の順であったのに対し、今後の意向では「産業観光」（40%）、「ヘルスツーリズム」（34%）、「エコツーリズム」（32%）の順となっている。この上位3位いずれについても関心と意向の間に10ポイント以上の差があり、それぞれの具体的な魅力のアピールが必要である。（図32）

図32 今後してみたいニューツーリズム（全体・男女別）



世代別（図33）で見ると、「関心あり」では「エコツーリズム」が「ヘルスツーリズム」を上回る世代が多い（図29）のに対し、「今後の意向」では60歳以上を除き、すべて「ヘルスツーリズム」が上回っている。これは「ヘルスツーリズム」の魅力が明確なためと思われる。なお、「グリーンツーリズム」については、29歳以下を除く世代で関心と今後の意向のギャップが5ポイント以内となっている。

図33 今後してみたいニューツーリズム（全体・世代別）



8. 外国人観光客

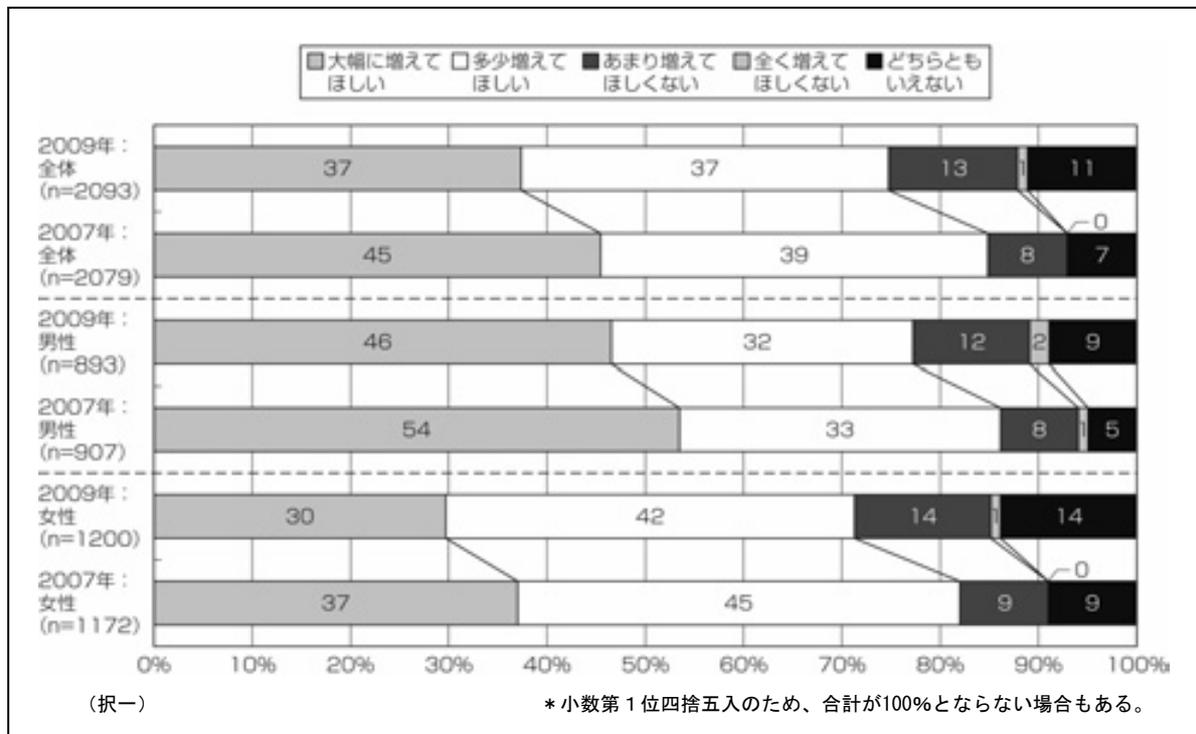
日本の観光地に外国人観光客が「増えてほしい（大幅に/多少）」が74%

日本の観光地に外国人観光客が「大幅に増えてほしい」（37%）と「多少増えてほしい」（37%）を合わせると74%に達している。（図34）

男女別（図34）では「大幅に増えてほしい」が男性46%、女性30%で、男性の方が女性より積極的に外国人観光客が増えてほしいと思っている。

前回調査（図34）と比べると男女ともに、「増えてほしい（大幅に/多少）」が減少し、「増えてほしくない（あまり/全く）」、「どちらともいえない」が増加している。

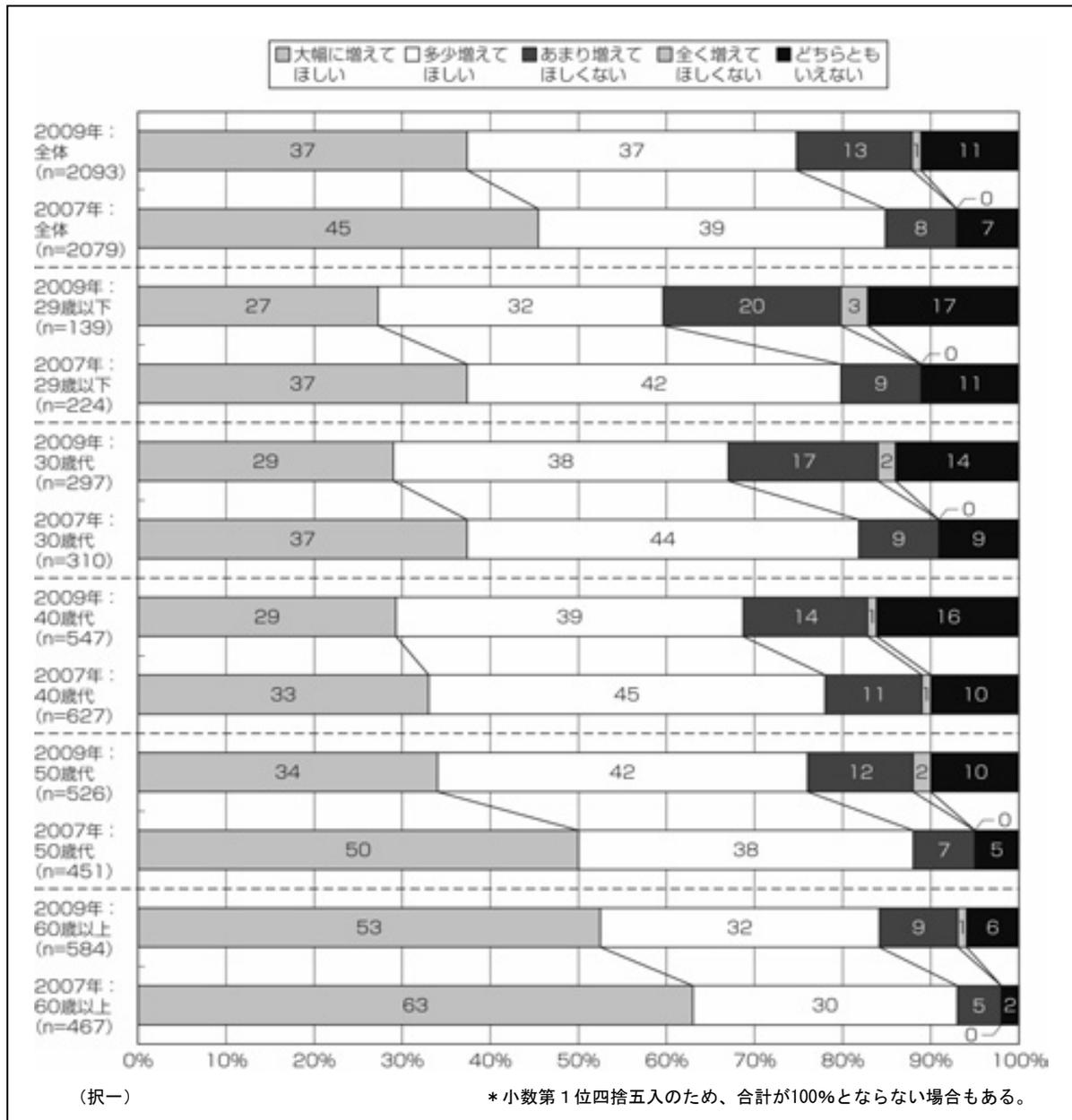
図34 外国人観光客増加について（全体・男女別 2007年実施調査比較）



世代別（図35）では、外国人観光客に「増えてほしい（大幅に/多少）」が、29歳以下の59%から世代が上がるほど増加し、60歳以上では85%となっている。

前回調査との比較（図35）では、いずれの世代でも「増えてほしくない（あまり/全く）」「どちらともいえない」が増加しており、外国人観光客の増加を望まない層が増えている。

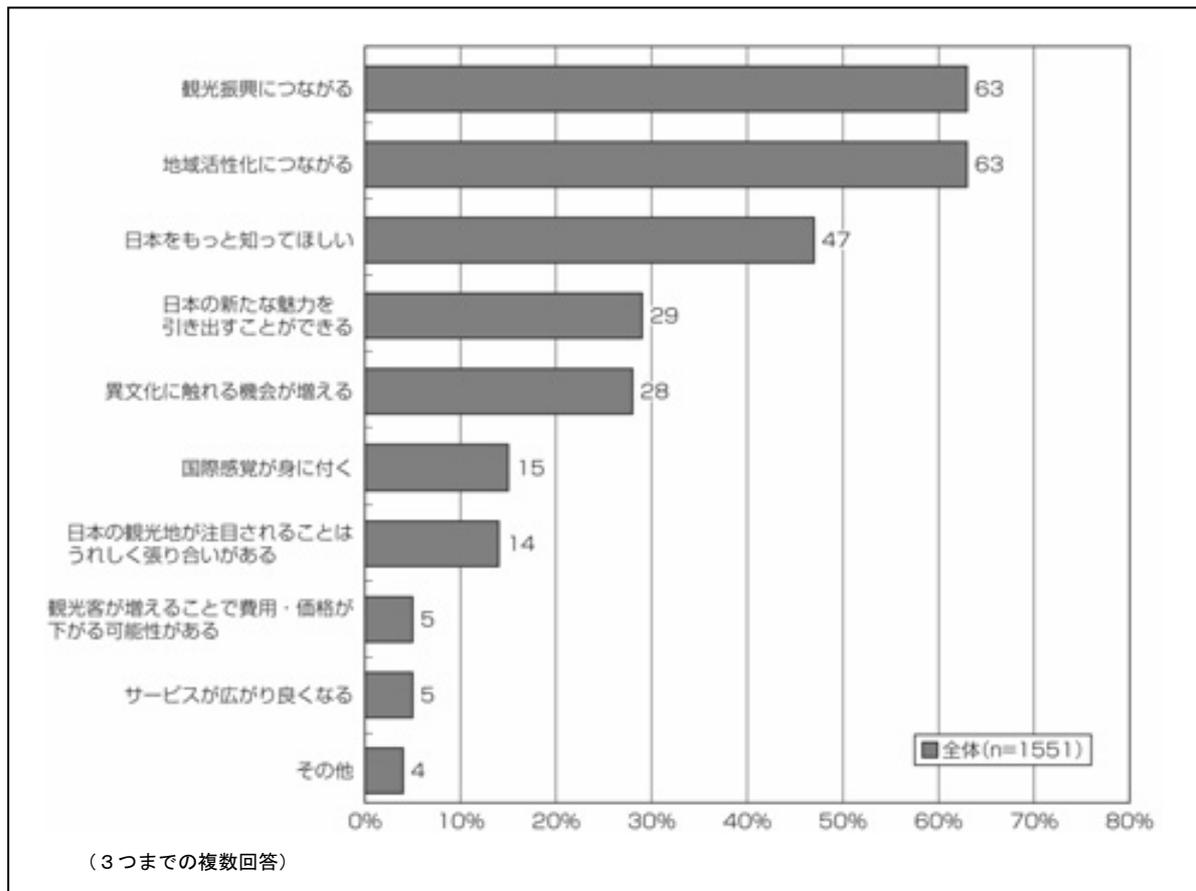
図35 外国人観光客増加について（全体・世代別 2007年実施調査比較）



「観光振興につながる」「地域活性化につながる」が63%

外国人観光客が「増えてほしい（大幅に/多少）」と回答した理由を聞くと、「観光振興につながる」「地域活性化につながる」がそれぞれ63%、次いで「日本をもっと知ってほしい」（47%）、「日本の新たな魅力を引き出すことができる」（29%）となっており、日本の理解促進に比べ、経済的な理由をより重視していることが分かる。
（図36）

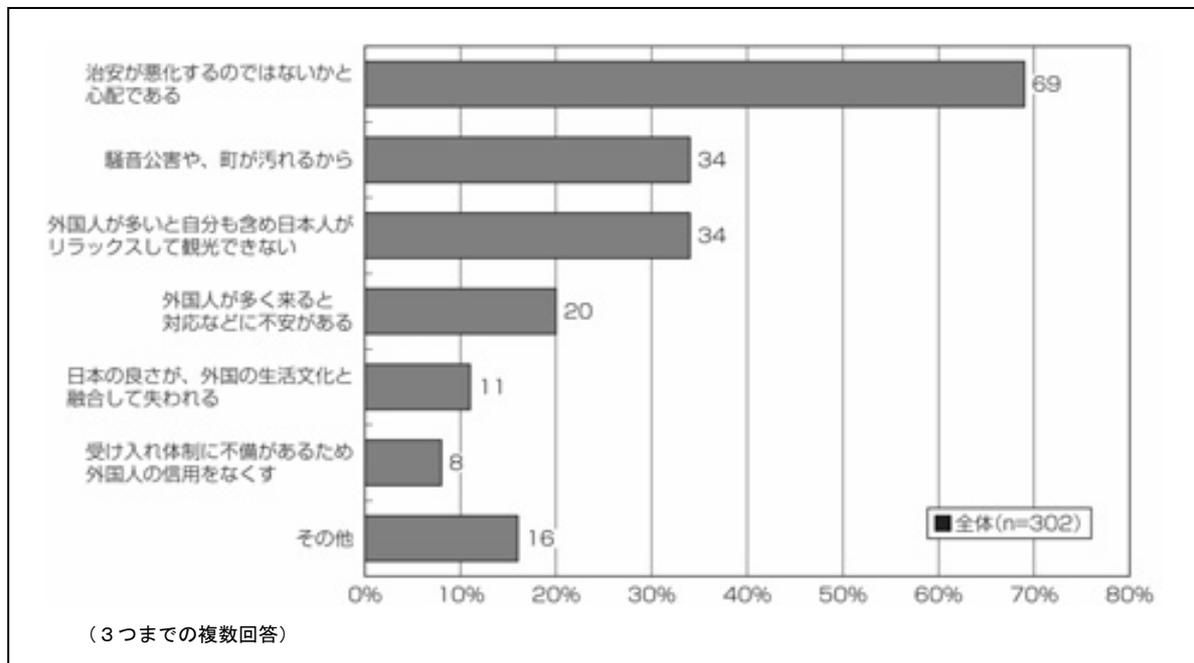
図36 外国人観光客が増えてほしい理由



「治安が悪化するのではないかと心配である」が69%

外国人観光客が「増えてほしくない（あまり/全く）」と回答した理由を聞くと、「治安が悪化するのではないかと心配である」が69%と、他の回答を大きく引き離している。次いで「騒音公害や、町が汚れるから」と「外国人が多いと自分も含め日本人がリラックスして観光できない」が34%となっている。治安や騒音公害などの問題に対応すれば、外国人観光客を歓迎する傾向が強まる可能性があるものの、心理的な不安への対応も必要である。（図37）

図37 外国人観光客が増えてほしくない理由

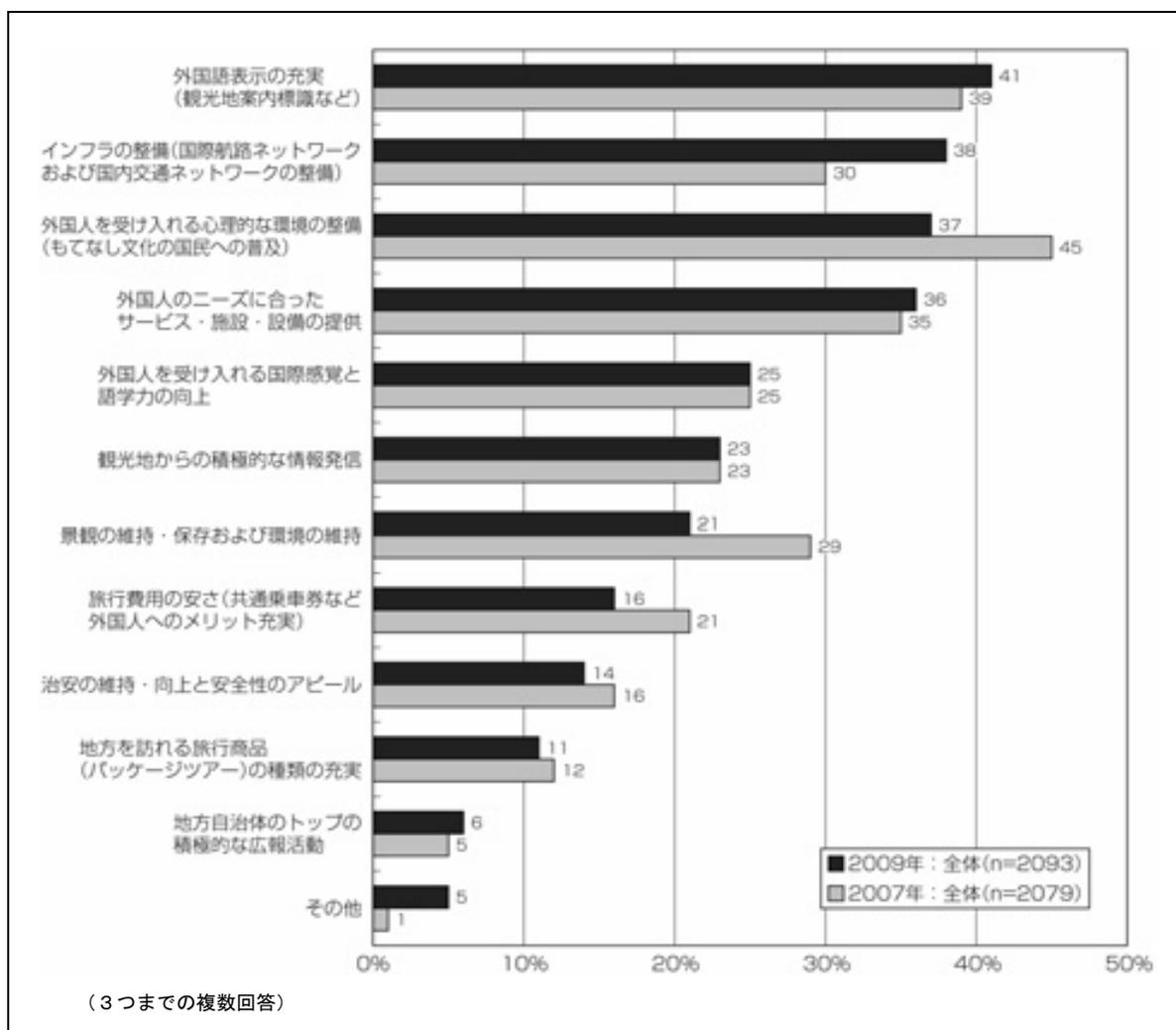


外国人観光客を増やすため「外国語表示の充実」や「インフラの整備」が必要

外国人観光客を増やすため必要なことについては、「外国語表示の充実（観光地案内標識など）」が41%、「インフラの整備（国際航路ネットワークおよび国内交通ネットワークの整備）」が38%となっている。（図38）

前回調査との比較（図38）では、「外国人を受け入れる心理的な環境の整備（もてなし文化の国民への普及）」が8ポイント減少する一方、「外国語表示の充実」や「インフラの整備」など物理的な環境整備を求める声が増加している。

図38 外国人観光客を増やすために必要なこと（全体 2007年実施調査比較）



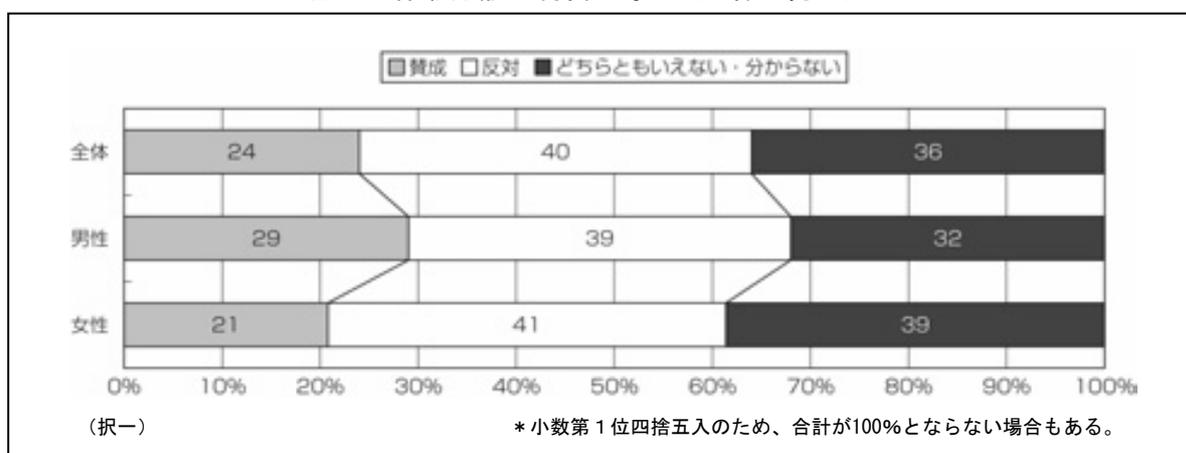
9. 休暇分散化制度

休暇分散化制度への反対が40%、「どちらともいえない・分からない」も36%

全国を地域ブロックごとに分け連休を分散する「休暇分散化制度」の導入について、24%が「賛成」、40%が「反対」しているが、「どちらともいえない・分からない」も36%に上っている。(図39)

男女別(図39)では賛成について男性(29%)が女性(21%)を8ポイント上回っている。

図39 休暇分散化制度の導入(全体・男女別)



上記設問は、以下の説明文を読んだ上で、回答。

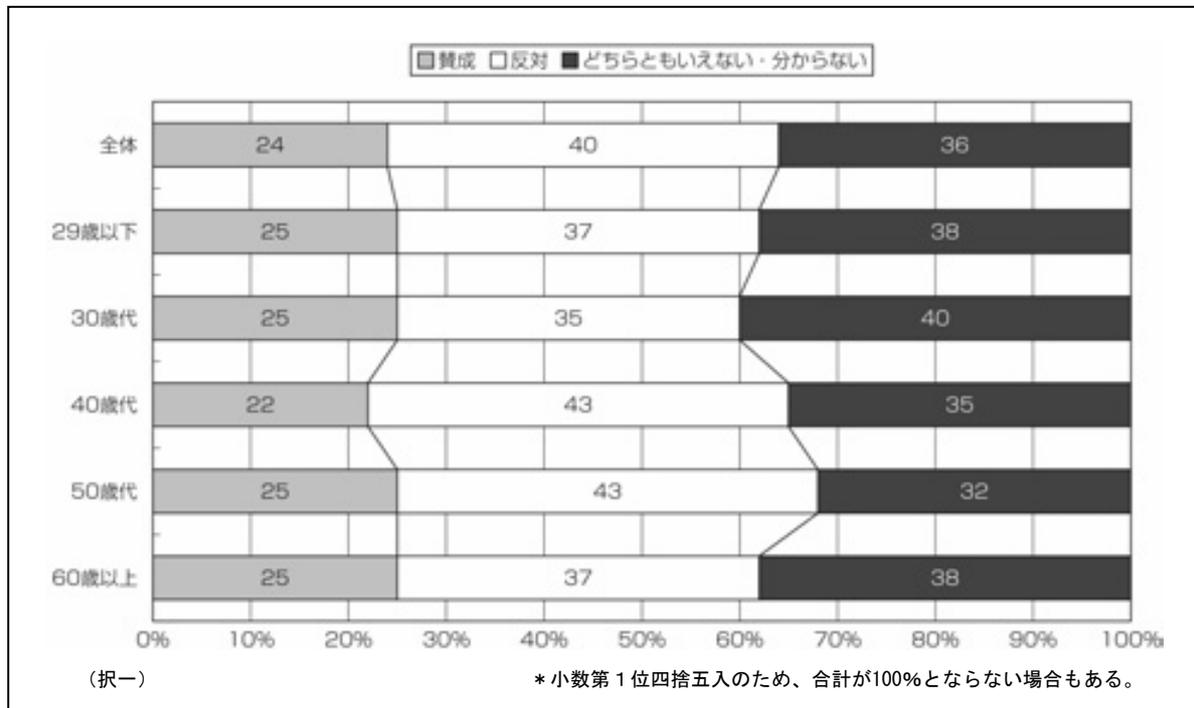
政府は、国内観光旅行の振興を目的として、「休暇分散化」制度の導入を検討しています。具体的には、全国を5地域ブロックに分け、春と秋に、土日を含む5連休を地域ブロックごとに分散するものです。

「休暇分散化」の概要

- ・全国を5地域ブロック(「北海道・東北・北関東」「南関東」「中部・北陸信越」「近畿」「中国・四国・九州・沖縄」)に分け、春と秋に、土日を含む5連休を地域ごとに分散(5週あるいは2.5週)するもの。
- ・春の大型連休は、みどりの日(5月4日)、こどもの日(5月5日)、成人の日(1月の第2月曜日)を一つのまとまりとして、地域ブロック別に分散。秋の大型連休は、海の日(7月の第3月曜日)、敬老の日(9月の第3月曜日)、体育の日(10月の第2月曜日)を一つのまとまりとして、地域ブロック別に分散し、土日とあわせて5連休とする。

世代別（図40）では他の世代に比べ40歳代、50歳代の反対がやや多くなっている。

図40 休暇分散化制度の導入（全体・世代別）

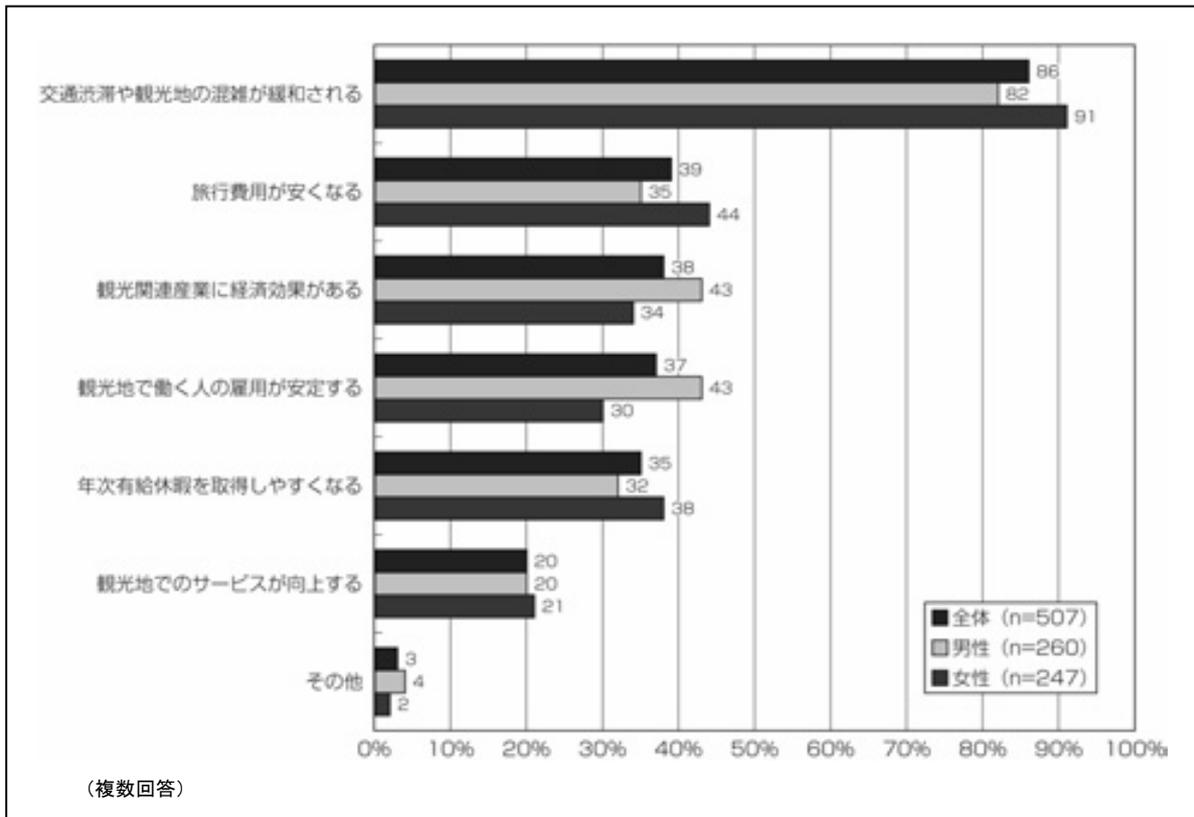


「交通渋滞や観光地の混雑が緩和される」が86%

「休暇分散化制度に賛成する」と回答した理由として、「交通渋滞や観光地の混雑が緩和される」(86%)が他を大きく離している。「旅行費用が安くなる」(39%)、「観光関連産業に経済効果がある」(38%)、「観光地で働く人の雇用が安定する」(37%)、「年次有給休暇を取得しやすくなる」(35%)が続く。(図41)

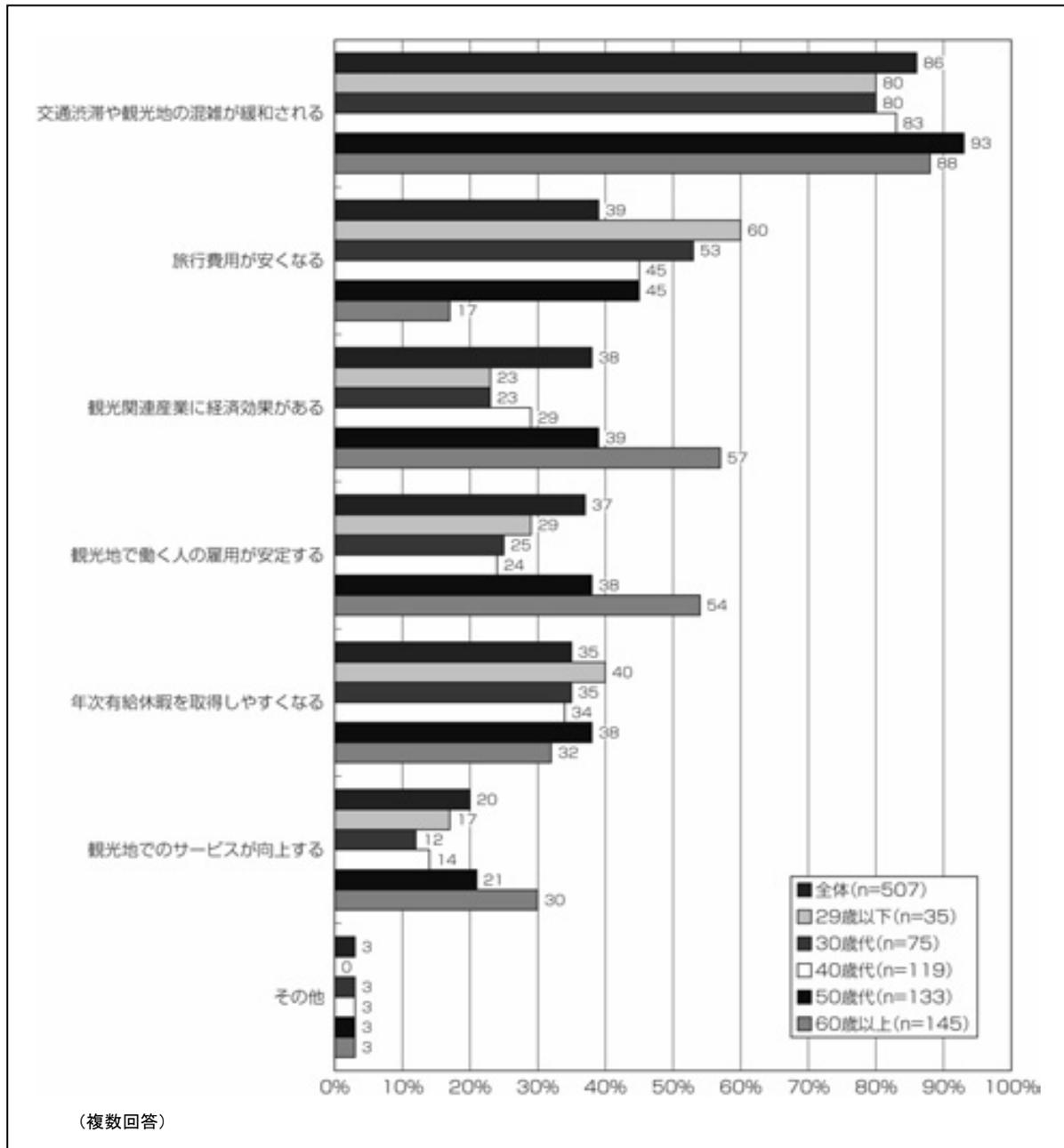
男女別(図41)に見ると、男性は「観光関連産業に経済効果がある」「観光地で働く人の雇用が安定する」という経済政策面をより重視しているのに対し、女性は「旅行費用が安くなる」「年次有給休暇を取得しやすくなる」という個人への効果を重視していることが分かる。

図41 休暇分散化制度の導入に賛成の理由(全体・男女別)



世代別（図42）でもすべての世代で、「交通渋滞や観光地の混雑が緩和される」が第1位となっている。「旅行費用が安くなる」は若い世代ほど重要視している一方、「観光関連産業に経済効果がある」は世代が上がるにつれ増加している。

図42 休暇分散化制度の導入に賛成の理由（全体・世代別）

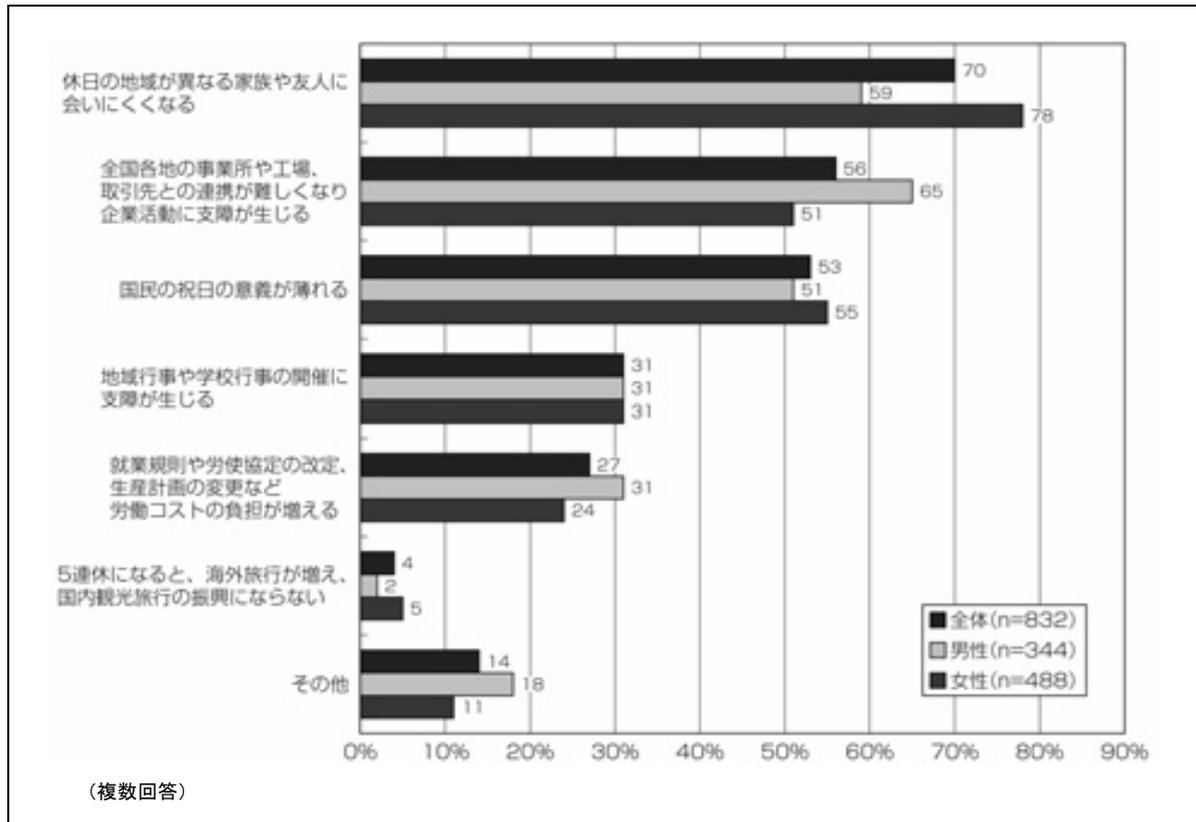


「休日の地域が異なる家族や友人に会いにくくなる」が70%

「休暇分散化制度に反対する」と回答した理由として、「休日の地域が異なる家族や友人に会いにくくなる」が70%、次いで「全国各地の事業所や工場、取引先との連携が難しくなり企業活動に支障が生じる」(56%)、「国民の祝日の意義が薄れる」(53%)となっている。(図43)

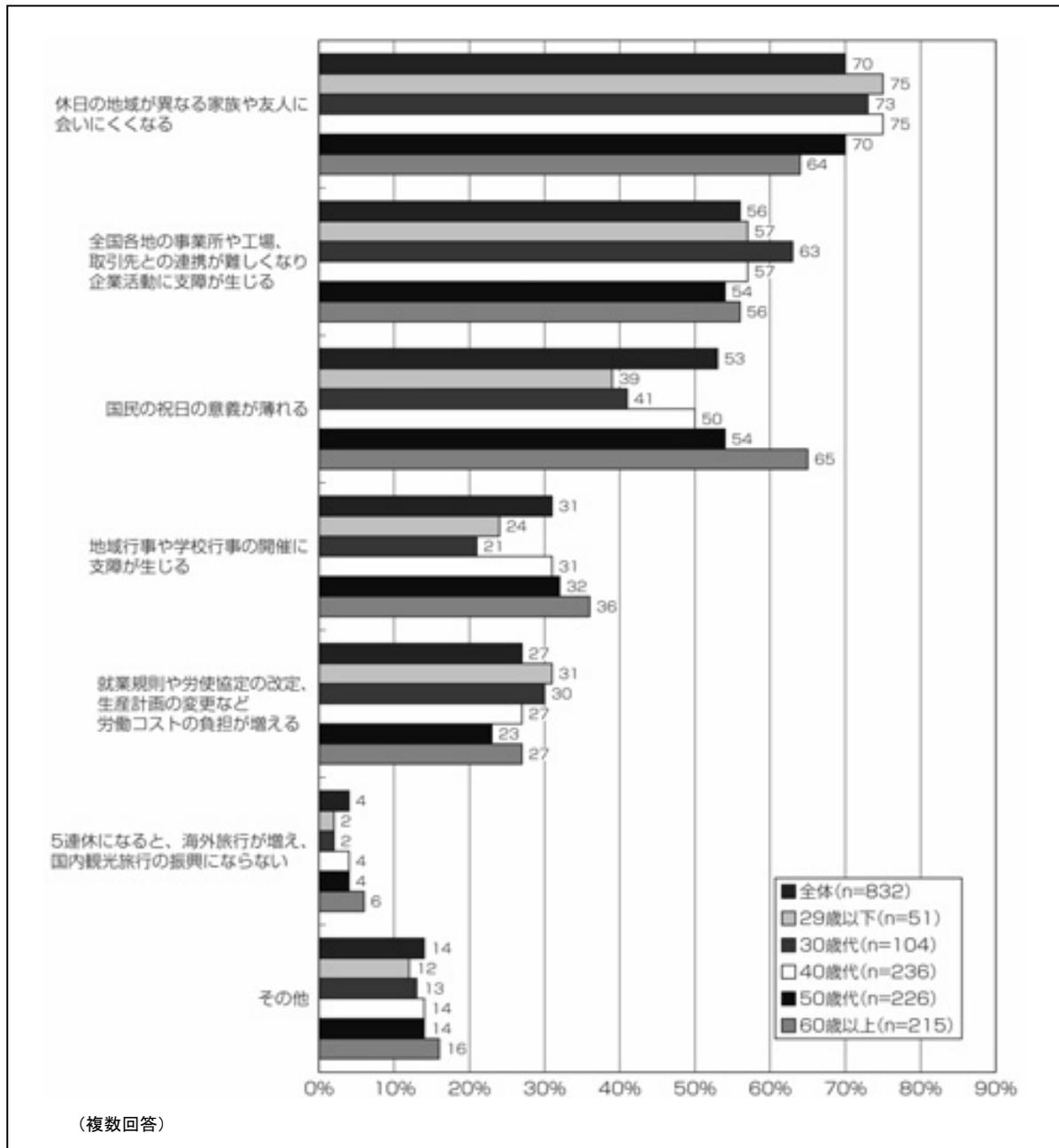
男女別(図43)では、「休日の地域が異なる家族や友人に会いにくくなる」ことについて男性(59%)に比べ女性(78%)が19ポイント高い。男性は「全国各地の事業所や工場、取引先との連携が難しくなり企業活動に支障が生じる」や「就業規則や労使協定の改定、生産計画の変更など労働コストの負担が増える」の割合が女性より高くなっている。

図43 休暇分散化制度の導入に反対の理由(全体・男女別)



世代別（図44）に見ると、60歳以上の世代を除いて「休日の地域が異なる家族や友人に会いにくくなる」が最も多い。また「全国各地の事業所や工場、取引先との連携が難しくなり企業活動に支障が生じる」がいずれの世代でも第2位となっている。「国民の祝日の意義が薄れる」は世代が上がるにつれ増加しており、60歳以上では反対理由の第1位となっている。

図44 休暇分散化制度の導入に反対の理由（全体・世代別）

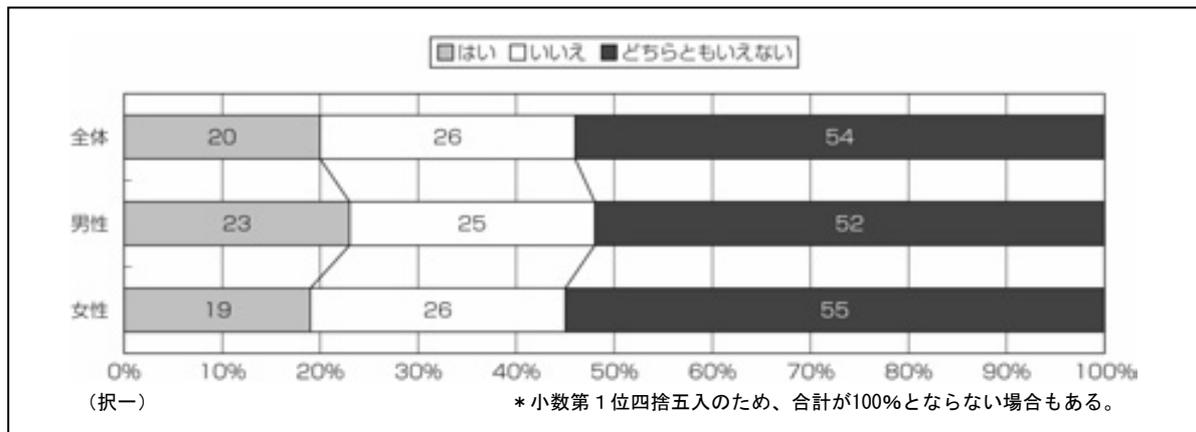


休暇分散化制度導入による国内旅行の増加意向は20%、「どちらともいえない」が半数以上

休暇分散化制度が導入された場合、「国内旅行に今以上行くようになるか」との問いに「はい」は20%、「いいえ」は26%だが、半数以上（54%）が「どちらともいえない」と答えている。休暇分散化制度に対して具体的に想定できない状況だと思われる。（図45）

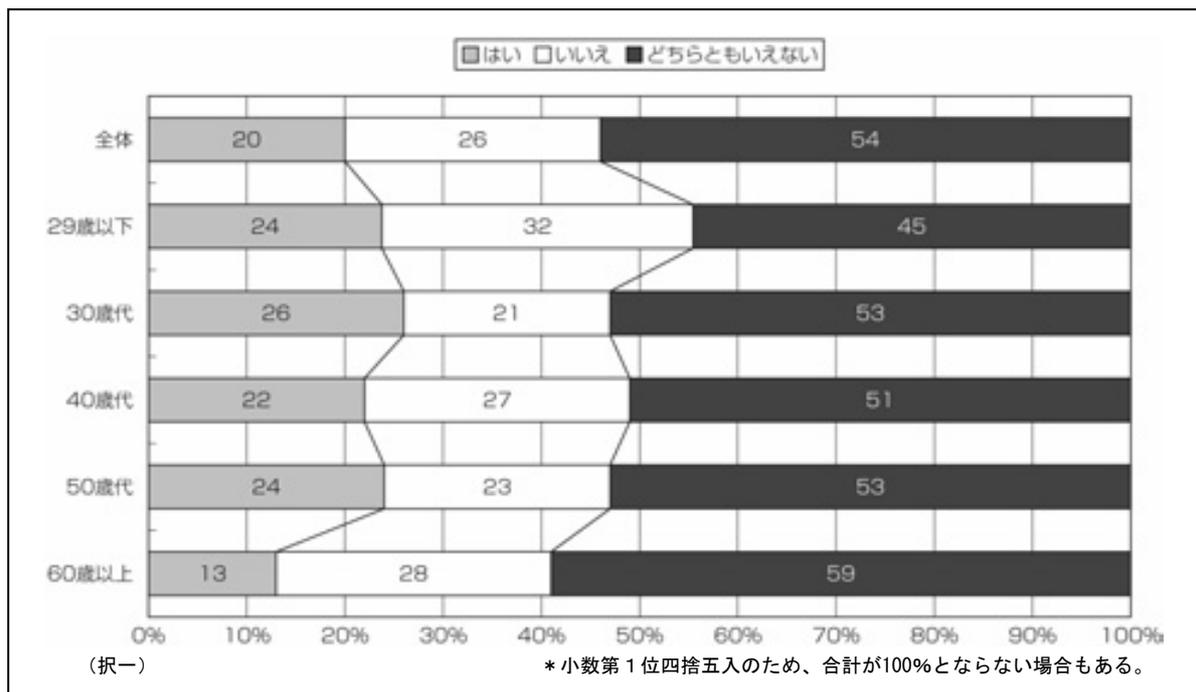
男女別（図45）では、「今以上行くようになる」と答えた割合が女性（19%）に比べ男性（23%）の方が高い。

図45 休暇分散化制度が導入された場合の国内旅行（全体・男女別）



世代別（図46）では、30歳代が、国内旅行が「増える」と答えた割合が最も高く（26%）、「増えない」と答えた割合がもっとも低い（21%）。29歳以下では「増えない」との答えが3割を超えている（32%）。

図46 休暇分散化制度が導入された場合の国内旅行（全体・世代別）

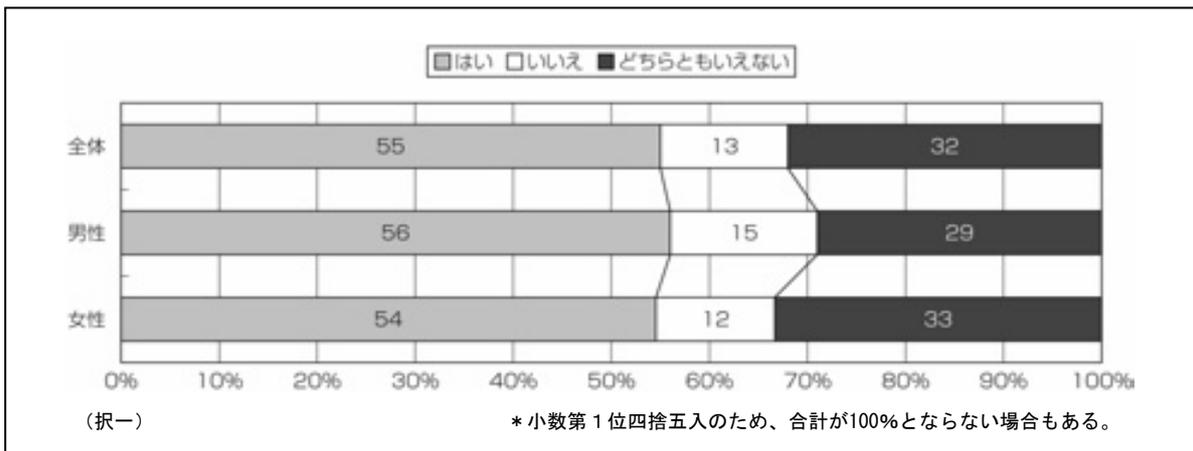


10. 長期連続休暇取得の義務化

長期連続休暇取得の義務化は55%が賛成

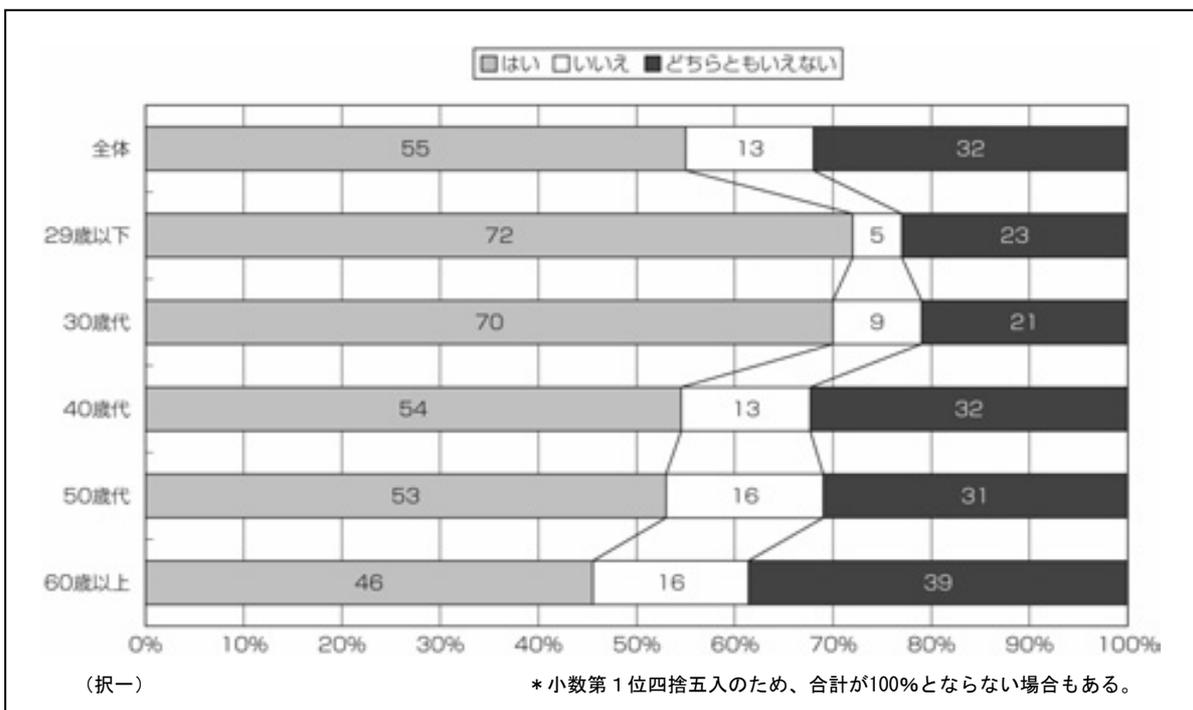
長期連続休暇取得の義務化については「賛成」が55%、「反対」が13%となっているが、「どちらともいえない」が32%である。(図47)

図47 長期連続休暇の義務化（全体・男女別）



世代別（図48）に見ると、長期連続休暇取得の義務化については、若い世代ほど「賛成」が高く、29歳以下では72%となっている。「反対」も29歳以下の5%から世代が上がるにつれ高くなっている。若い世代ほど連続休暇が取りにくい実態が垣間見える。

図48 長期連続休暇の義務化（全体・世代別）



観光に関する意識・実態調査報告書

2010年11月

発行／財団法人 経済広報センター 常務理事・事務局長 中山 洋

文責・担当：国内広報部 主任研究員 那須 寿

〒100-0004 東京都千代田区大手町1-3-2 経団連会館19階

TEL：03-6741-0021 FAX：03-6741-0022