

2016 年第 14 号

(2016.9.9)

訪日旅行は世界の人の海外旅行 ～海外へ出かけて初めて気づく日本の観光地が学ぶべきこと～

2016 年海外旅行の現状についての調査

- 海外旅行に行く人の一人あたりの年間回数は 1.7 回。2000 年から変わらず
- 2016 年に海外旅行の予定回数が最も多いのは 20 代男女と 60 代男女
- 5 日以上連続休暇が取れるかが海外旅行の回数に影響
東名大以外のその他地域では不規則休みが多く、長期休みが取りにくい
- 2016 年の海外旅行者数は約 1700 万人（4.9%増）の見込み

（株）JTB総合研究所（東京都港区 代表取締役社長 野澤 肇）は、「2016 年海外旅行の現状について」の調査研究をまとめました。当社は生活者の消費行動と旅行に関する調査分析を多様な視点で継続的に行っています。

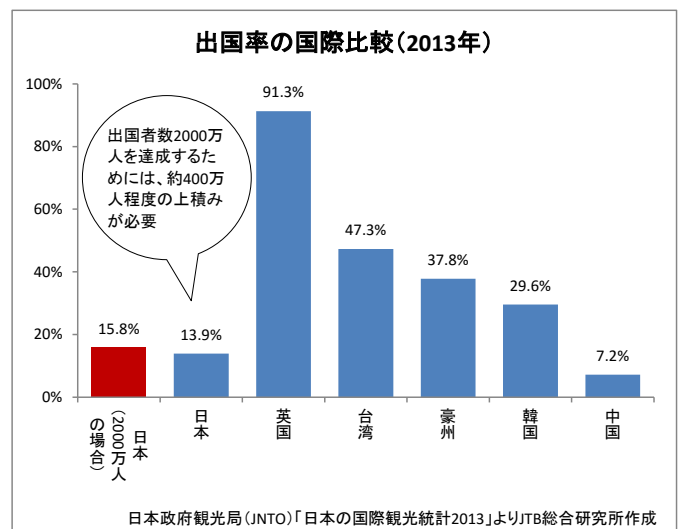
日本の海外旅行市場は 1964 年の海外渡航自由化以来 50 年以上の歴史の中で旅行者数を拡大してきました。しかし世界を見渡すと、日本人の出国率は、台湾、韓国などの近隣諸国の出国率より低く、特に国内旅行より海外旅行志向の強い韓国人の 2015 年の海外旅行者数は 1931 万人と、人口が倍以上ある日本よりも多い結果となっています。

近年、主要国際空港のある首都圏、京阪神、東海以外の県からの日本人海外旅行者数は減少傾向にあります。なぜ地域からの海外旅行者は伸びないのでしょうか。また海外旅行に行かないと言われている若者、そして消費に期待のかかるシニア層に動きの変化はあるのでしょうか。

現在、国の観光政策として多くの外国人旅行者を迎えるために、様々な基盤整備が進んでいます。特に日本の地域を知ってもらうことは観光政策の大きな目標の 1 つです。訪日インバウンドも世界市場における海外旅行者と考えれば、観光客を受け入れる側も海外旅行の経験により見聞を広げることで、地域の魅力づくりや観光受容度、競争力をあげることに活かせるはずです。

日本旅行業協会（JATA）では 20 年までに海外旅行者を 2000 万人まで引き上げる目標を掲げていますが、少子高齢化が急速に進む中、個人の消費マインドの低迷や、時代の流れの中で価値観やライフスタイルの多様化を踏まえるとかなり高い目標と言わざるを得ません。

本文ではオープンデータや JTB レポート、独自の調査から検証してみます。



<はじめに ～2000 年以降の海外旅行の現状～>

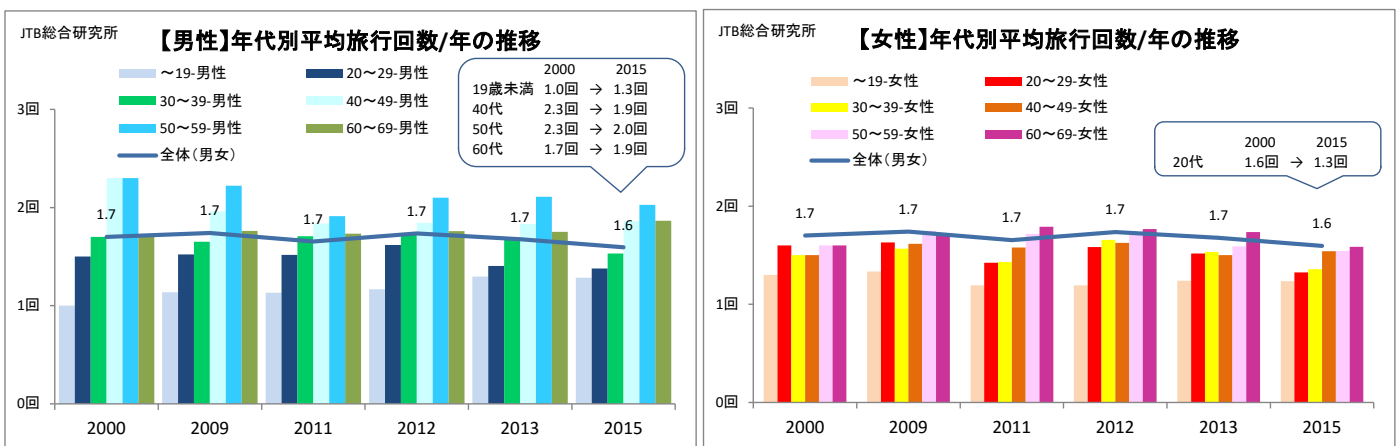
1. 海外旅行の一人当たりの平均回数は 1.7 回と 2000 年から変化はほとんどない

実質海外旅行者数は 2015 年で 1039 万人、実質出国率は 8.2%と推計。10 人に 1 人も海外旅行に行かない現状

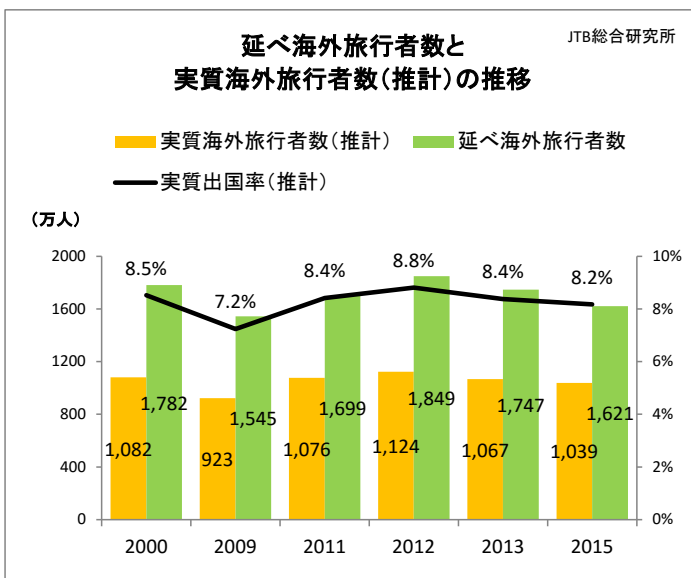
最初に、2000 年以降の海外旅行の動きとして 1 年間の一人当たりの平均旅行回数（ビジネス含む）の変化を当社の海外旅行実態調査より算出しました。その結果、2000 年から 14 年まで 1.7 回／人、2015 年は 1.6 回／人と、旅行に行く人の平均回数はほとんど変わらず推移していることが分かりました（図 1）。性年代別で回数が全体の平均値より多かったのは、40 代男性の 1.9 回／人、50 代男性 2.0 回／人、60 代男性 1.9 回／人となり、グローバル化によるビジネス出張が増えたことと関係があると考えられます。20 代男女では女性の方が旅行者数は多いのですが、実際出かけた人の回数に男女差はあまり見られませんでした。2000 年から回数を 0.3 回以上下げたのは、20 代女性、40 代男性、回数を上げたのは 19 歳未満の男性と 60 代男性でした（図 1）。

次に実際に海外旅行に出かけた人の数（実質海外旅行者数）の推移を算出しました。過去最高の 1849 万人を記録した 2012 年でも実質海外旅行者数は 1124 万人、実質出国率は 8.8%と、実際に海外旅行を経験している人は 10 人に 1 人にも満たないことが分かります。また 2015 年の実質海外旅行者数は 1039 万人と推計でき、2000 年以降、SARS やリーマンショック・燃油サーチャージ高騰という特殊な事情を除くと 1000 万人台後半で、出国率は 8% 台で推移していることが分かり、実際にはそれほど多くの人が海外旅行に行っていないと受けとることができます（図 2）。

（図 1）性年代別 年間平均旅行回数の推移



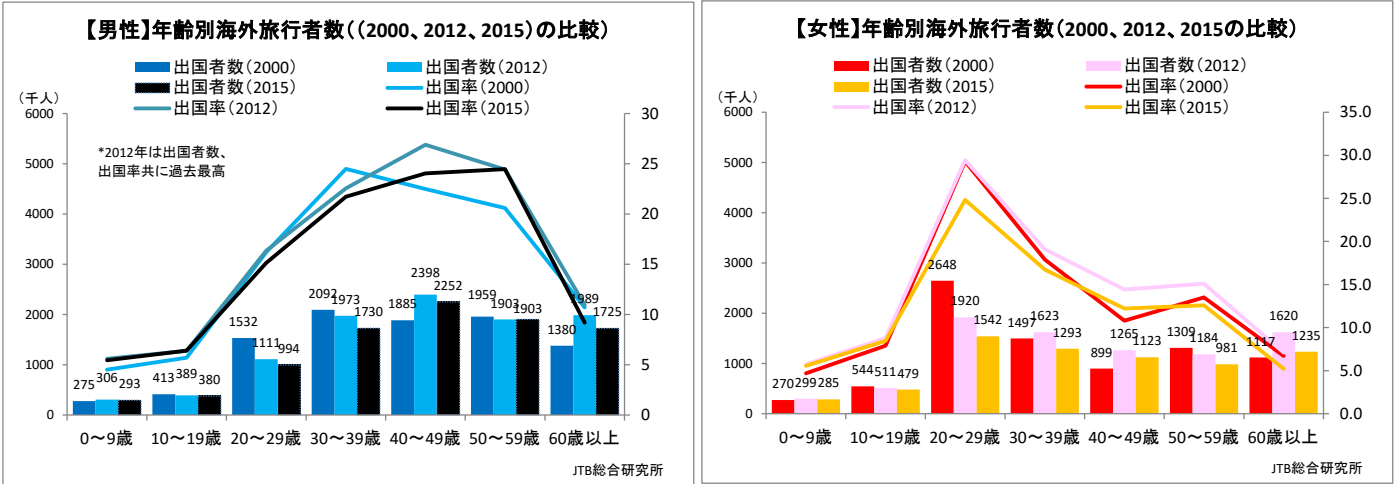
（図 2）実質海外旅行者数（推計）の推移 *海外旅行実態調査（JTB 総合研究所）、法務省「出入国管理統計」より JTB 総合研究所作成



2. 20 代の海外旅行者数、出国率は 20 代は男女とも 2000 年より減少。男性の出国率は全体的に高齢化傾向

2000 年には 20 代女性の出国率は 29.3% ありました。どの世代よりも高い出国率で、海外旅行は 20 代女性 がけん引したといえますが、2015 年は 24.8% にまで下がっています。2000 年以降出国者数、出国率共に上昇し た世代は 40 代女性で、結婚、子育てを経ているため出国率自体は若い頃より下がるものの、子育てが一段落す る時期でもあり、自由になった時間で海外旅行に出かけていると考えられます。彼らは 2000 年前後に 20 代で 海外旅行経験が豊富な世代であり、海外旅行への親近感が高いといえます。ビジネス目的が多い男性は、グロー バル化が進むと共に、40 代、50 代、60 代の出国率が 2000 年より上がってきています（図 3）。

(図3) 性年齢別海外旅行者数(2000 年と 2015 年の比較) *法務省「出入国管理統計」、総務省「人口推計」より JTB 総合研究所作成



3. 首都圏、大阪圏(京阪神)、名古屋圏以外の県では、2000 年以降、旅行者数も出国率も下がり続ける傾向に

都道府県別の海外旅行者の現状を知るために、過去 2 番目に海外旅行者数の多かった 2000 年と過去最高だっ た 2012 年の都道府県別出国率を比較してみました。2012 年に出国者数、出国率のいずれかが 2000 年より多か った都道府県は全国で 10 都道府県、うち出国者数、出国率が両方とも上昇したのは 9 都道府県に留まっていま す（表 1）。日本人海外旅行者の地域別シェアは、2015 年で首都圏、大阪圏（京阪神）、名古屋圏の合計は 64.5% となりました。2000 年から年々大都市部のシェアが高くなり、海外旅行も地域格差が強まっています（図 4）。

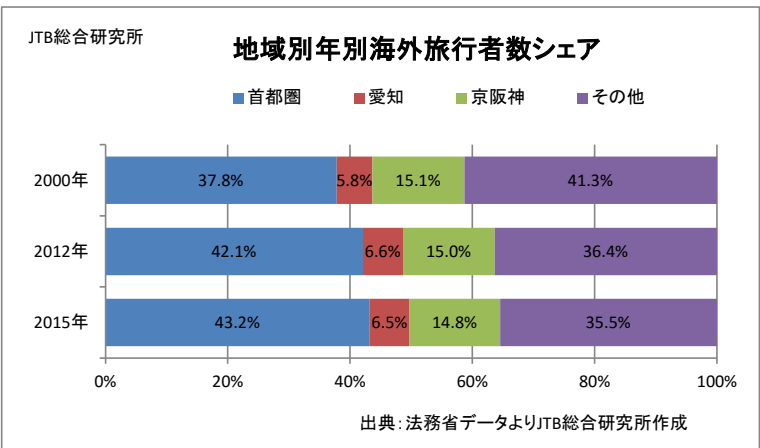
(表1) 2012 年に出国者数、出国率の

いずれかが 2000 年より多かった都道府県

都道府県	2000年		2012年	
	出国者数 (千人)	出国率 (%)	出国者数 (千人)	出国率 (%)
茨城	330	11.1	335	11.4
埼玉	1,046	15.1	1087	15.1
千葉	1,077	18.2	1123	18.1
東京	3,063	25.4	3599	27.2
神奈川	1,803	21.2	1975	21.8
静岡	435	11.5	449	12.0
愛知	1,080	15.3	1213	16.3
滋賀	185	13.8	206	14.6
兵庫	902	16.3	916	16.5
福岡	640	12.8	649	12.8

出典：法務省「出入国管理統計」

(図4) 地域別年別海外旅行者数シェア



＜2016 年の旅行者の意向＞

**4. 2016 年の年間海外旅行者数は 1700 万人と推計。2016 年の観光目的の平均旅行回数の予定は 1.59 回／人
回数が多いのは 20 代、60 代以上の男女。国際情勢は気にしつつも自分の判断で場所を選んで海外旅行へ**

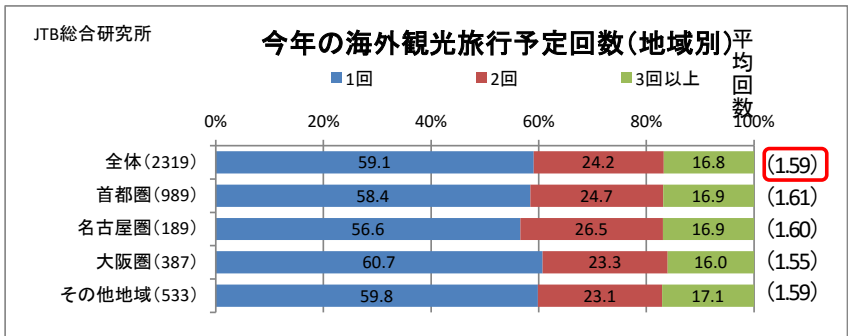
2016 年 1 月から 7 月までの累計の日本人海外旅行者数は、日本政府観光局の発表によると 9,338,800 人と前年同期比 4.5%増となりました。8 月は山の日の日並びもよく、お盆期間中の各航空会社の国際線も好調だったこと、為替の動き、先行予約状況などを鑑みると、16 年は 1700 万人（前年比 4.9%増）になると推計できます。

アンケートによると今年の観光目的の海外旅行の回数の意向は全体で、1 回が 59.1%、2 回 24.2%、3 回以上が 16.8%となり、平均回数は 1.59 回／人です。地域別では、一人当たりの回数に大きな差は見られませんでした（図 5）。性年代別では、回数が多いのは 60 歳以上の女性で 1.75 回／人、20 代男性 1.71 回／人、60 歳以上男性 1.66 回／人、20 代女性 1.65 回／人と、20 代 60 代に偏る結果となりました（図 6）。

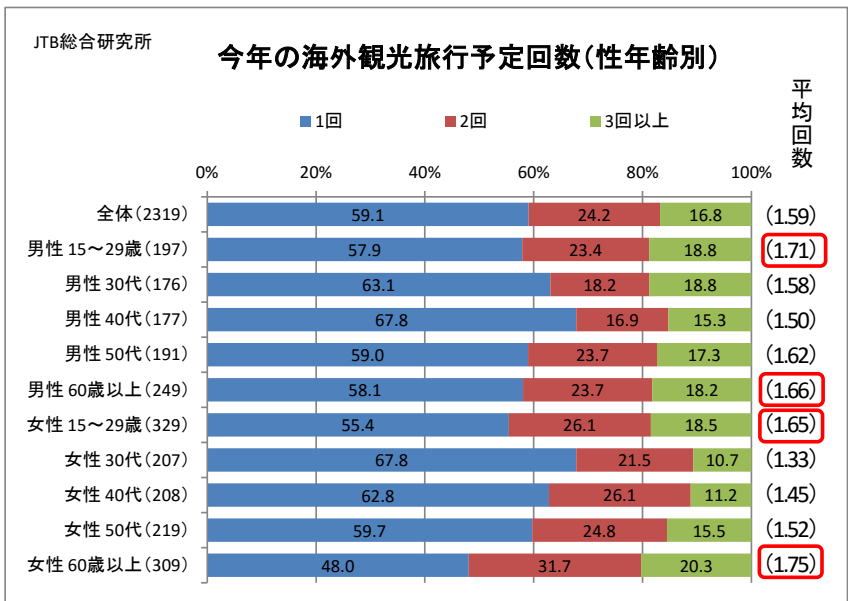
さらに「例年より回数が減りそう」、「行かない」と答えた人に理由を聞いたところ、全体で最も多かったのは「海外に行くほど長く休めない（35.3%）」、「国内旅行で行きたい場所がある（19.0%）」「旅行先での治安が心配（18.0%）」でした。地域別では大阪圏、その他地域が「長く休めない」が平均より高く、またその他地域で生活費など「他のことにお金がかかる」が高い結果となりました（図 7）。

テロや感染症といった海外の情勢が海外旅行へ行くモチベーションに与える影響を聞いたところ、「テロや感染症が発生したような場所は控える（37.7%）」「情勢を見ながら自分の判断で旅行を決めたい（21.3%）」、「今までどおり気にしないで行く（15.5%）」でした。一方「当分控えたい」は 14.7%で、国際情勢は気にしつつも自分で場所を選んで海外旅行をする人が半数を超えています（図 8）。

（図5）今年の海外観光旅行予定回数（地域別）（単一回答）

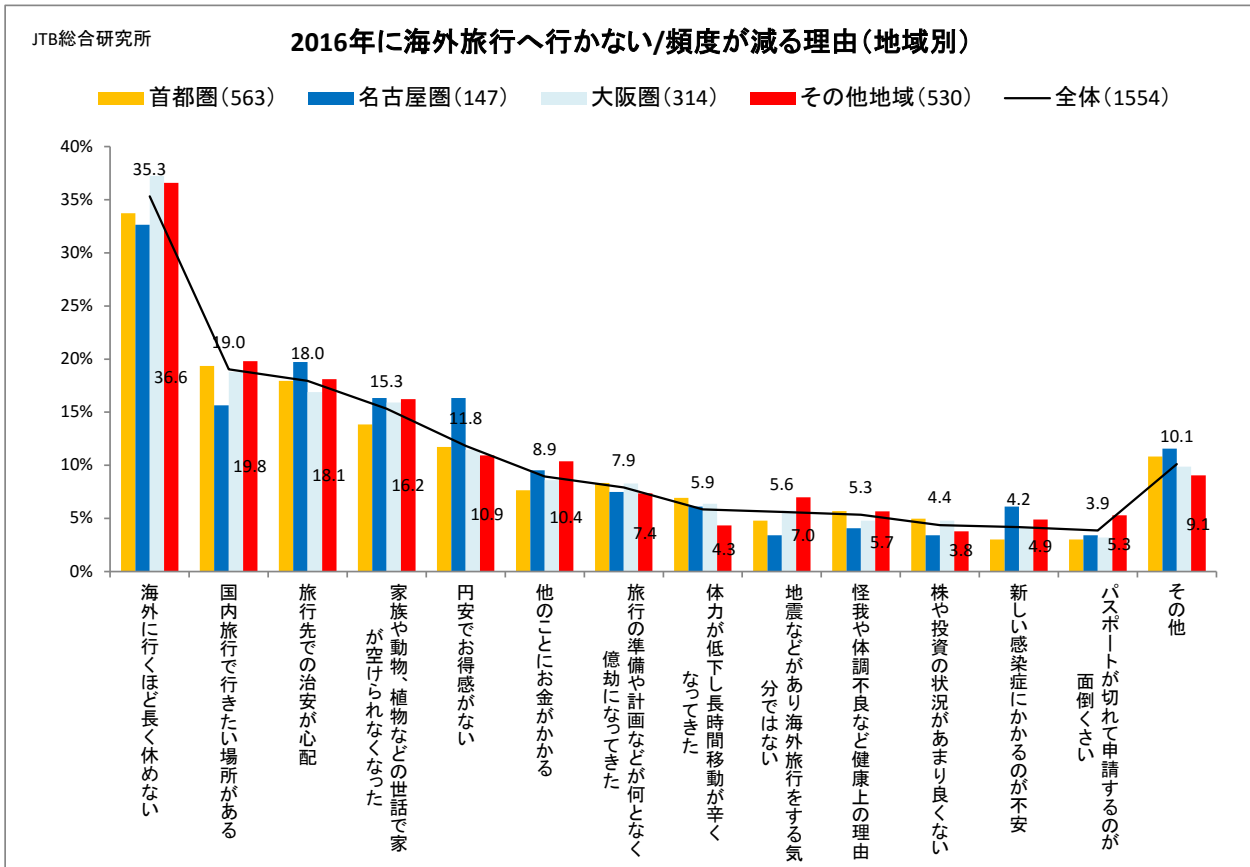


（図6）今年の海外観光旅行予定回数（性年齢別）（単一回答）

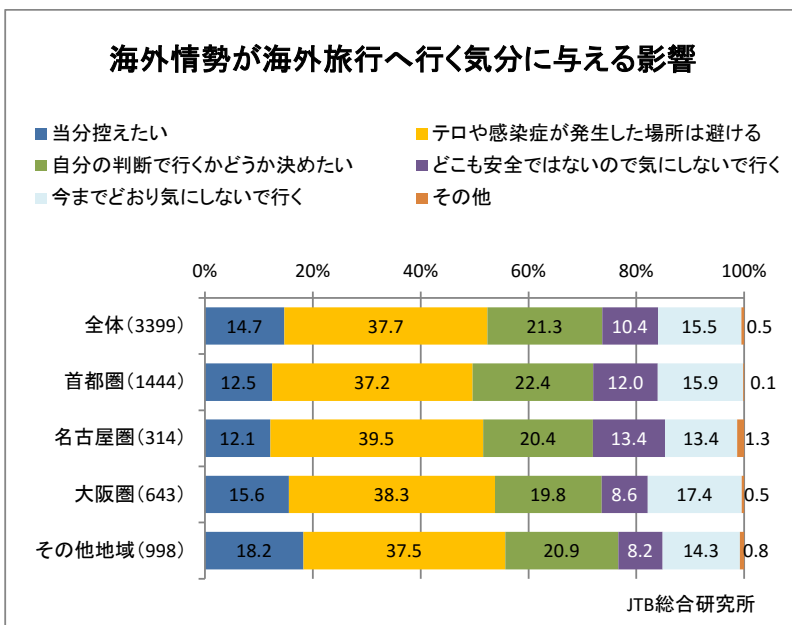


(図7)海外旅行に行かない理由

(複数回答)



(図8)海外情勢が海外旅行へ行く気分に与える影響 (単一回答)



5. 仕事の休みは「その他地域(東名大以外)」は不定期の割合が高く、長期休暇はとりにくい

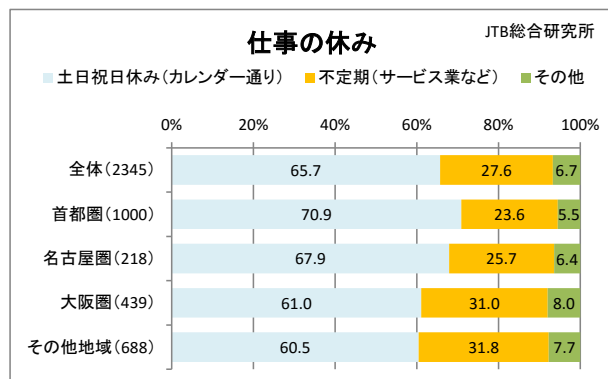
前述で海外旅行に行けない理由は「海外に行くほど長く休めない(35.3%)」が多い結果でしたが、現在の職場での休みについてはどうなのでしょう。フルタイムの就業者に聞いたところ、休日のしくみは、「カレンダー通り(土日祝日休み)」が全体では65.7%でしたが、地域別では首都圏の70.9%がカレンダー通りと答えている一方、その他地域は60.5%と全体より少なく、不定期(サービス業などで)が多い結果となりました(図9)。

さらに長期休みについて聞いたところ、全体では「1年に1回以上5日以上連続した休みが取れる(ピーク時)」が45.0%と最も多く、「1年に1回以上5日以上連続した休みが取れる(好きな時)(23.8%)」と続きました。

地域別では、その他地域が5日以上連続した休みが取れる人が全体より少なく、「長期休暇は取りにくい」が高い結果になりました（全体 7.6%、損他地域 10.3%）。長期休みが取りやすい環境かどうかで2016年の予定している海外旅行回数を比較してみると、最も回数が多くなったのは、「1年に1回以上、5日以上連続した休みが自分の好きな時期に取れる」人の1.85回でした。「1年に1回以上、5日以上連続した休みがピーク期、オフ期共に取れる」人も1.81回と2番目に多くなりました。一方、「5日間以上連続した休みは取れない」「長期休みは取りにくい」人はそれぞれ1.42回、1.23回と少なく、5日間以上連続した休みが取れる労働環境にあるかないかは、海外旅行の回数に影響が大きいことがわかります（図10、11）。不定休が多い地域では職場から推奨されなければ休みをとって海外に行きにくいのかもかもしれません。

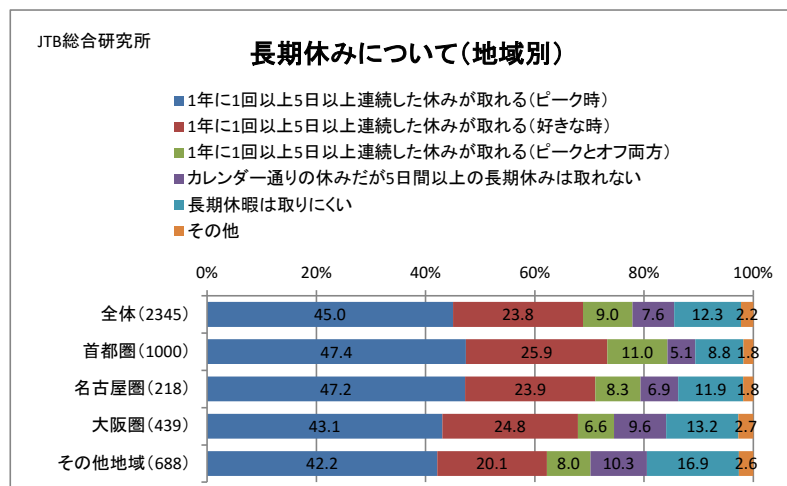
（図9）仕事の休み

（単一回答）

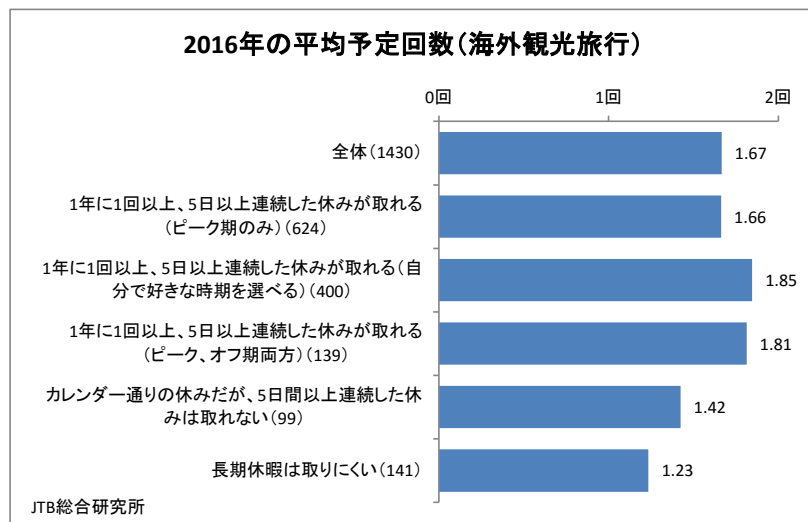


（図10）長期休みについて（地域別）

（単一回答）



（図11）2016年の平均予定回数（休みの取りやすさ別）



6. 普段から関心あるテーマは「海外旅行関連」、「国内旅行関連」だが地方（東名大以外）は低い傾向

旅のテーマは、首都圏は歴史、世界遺産が高く、名古屋、地方はドライブ旅行、テーマパークが多い

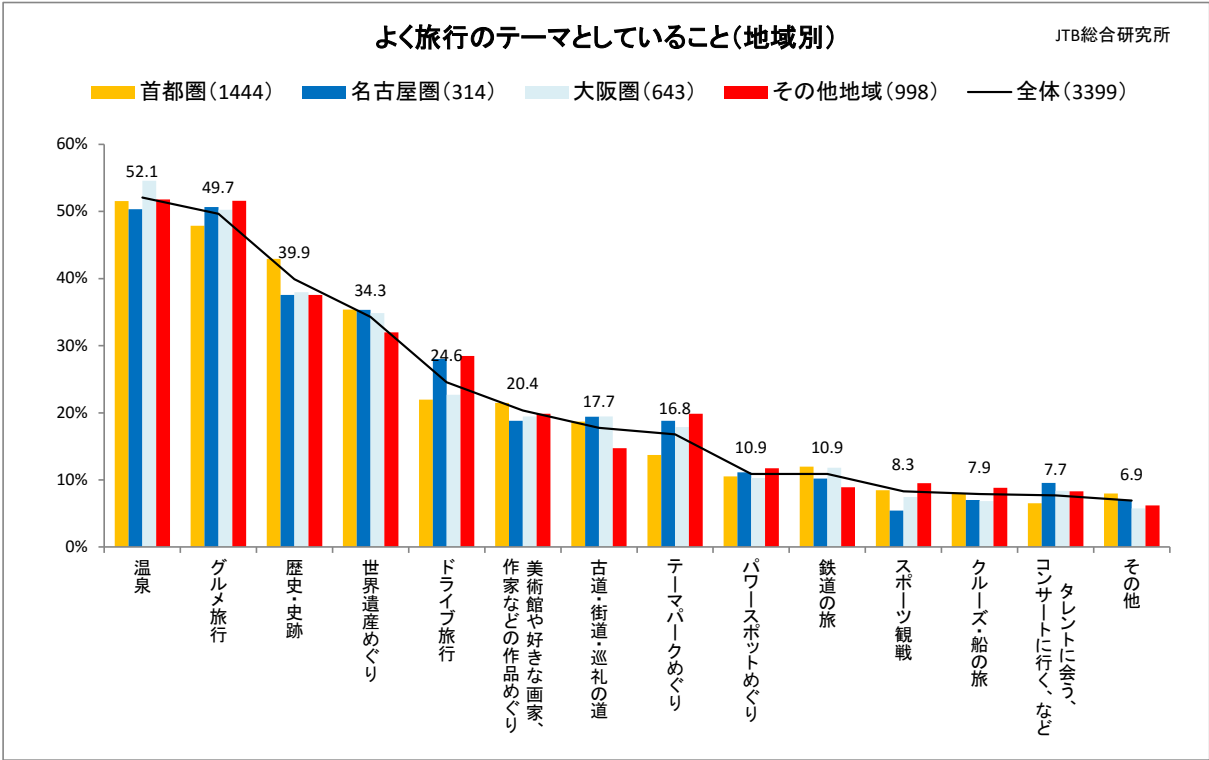
普段どのようなジャンルの情報に興味があるか聞いたところ、全体では「海外旅行関連」が54.7%、「国内旅行関連」が53.2%でした。その他地域では、それぞれ、50.9%、52.9%となり、全体より低い傾向が見られます（表2）。また、旅のテーマにしていることについて聞いたところ、首都圏は、「歴史・史跡」「世界遺産めぐり」が全体より多く、名古屋圏やその他地域では、「ドライブ旅行」や「グルメ旅行」、「テーマパークめぐり」が多い結果となりました（図12）。地方では、手軽にでかけられることや、世の中で話題になっていることに注目する傾向がみられ、目的をもってテーマを深堀することには価値を感じにくいようです。また、世代の違う家

族の同意を得られそうなテーマであり、地方のほうが家族での旅行が多いということも考えられます。

(表2) 普段関心のある情報のジャンル(地域別トップ 10) (複数回答)

	海外旅行関連	国内旅行関連	グルメ	読書	音楽	身体や健康	レシピや料理	スポーツ	最新の時事 ニュース	国際情勢・ 海外の話題
全体 (3999)	54.7	53.2	44.1	35.2	34.2	32.7	31.0	30.3	29.0	28.9
首都圏(1444)	57.1	52.3	43.8	36.7	35.2	31.6	27.7	30.5	28.3	31.1
名古屋圏(314)	56.4	57.0	44.9	34.4	35.4	38.9	37.9	30.9	29.6	26.1
大阪圏(643)	54.1	53.8	43.5	34.4	33.4	35.0	32.2	29.9	31.6	28.1
その他地域(998)	50.9	52.9	44.7	33.7	33.1	31.1	32.8	30.0	28.1	27.2

(図 12) よく旅行のテーマとしていること(地域別) (複数回答)



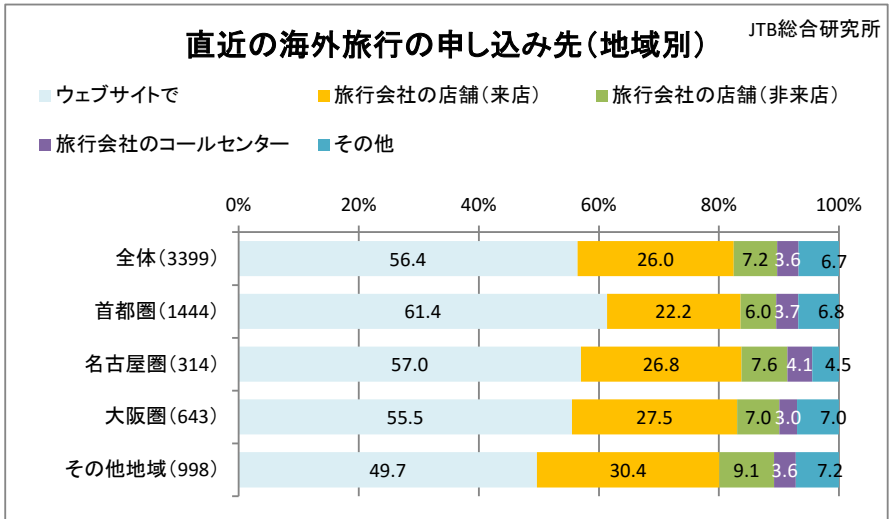
7. 海外旅行もウェブ申込みが 56.4%と全国的に定着。その他地域(東名大以外)は、店舗(来店、非来店含む)の役割も高い

直近の海外旅行の申し込み先について聞いてみました。全体ではウェブ申込み(旅行会社のウェブ申込みを含む)が 51.9%と半数以上を占めていますが、その他地域ではウェブ申込みは半数を切り、旅行会社の店舗が来店と非来店をあわせて 39.5%ありました(図 13)。店舗での申込み理由を聞いたところ、その他地域では「旅行商品の細かいことについて質問したかった」、「どんなツアーがお得かを教えてほしかった」や「知り合いの担当者がいるので、全部お任せした」、が全体より多く、一方で、「インターネットではなく店舗で支払いがしたかった」は、全体より少なくなりました(図 14)。

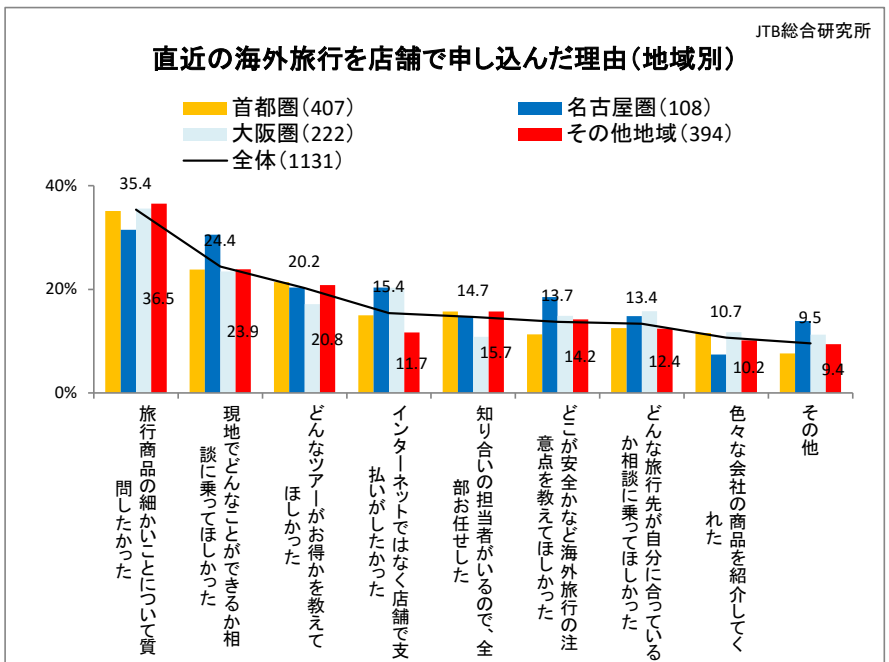
また海外旅行を申し込んだ会社をみると、全体では「旅行会社」が最も多く 51.7%。「航空会社(13.0%)」「オンライン旅行会社(9.5%)」が続きました。地域別では首都圏で「航空会社」や「オンライン旅行会社」の割合が高い傾向が見られ、その他地域では「旅行会社」の割合が全体と比較して 3.1 ポイント高くなりました。

地域においては、旅行の手続きよりも自分に合った情報やサービスを受けられる場として旅行会社の役割も高いと言えます。

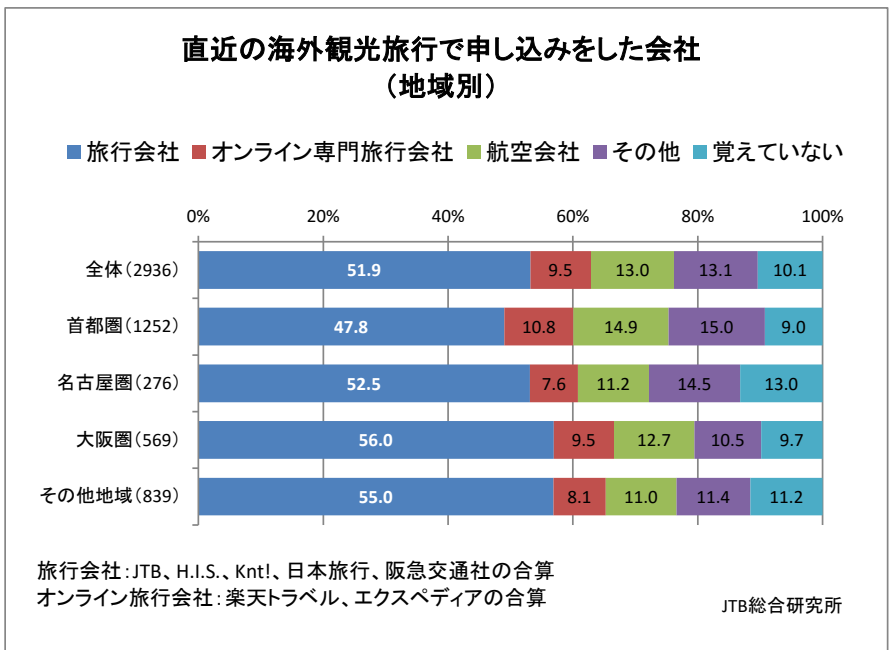
(図 13)直近の旅行の申し込み先(地域別) (単一回答)



(図 14)直近の海外旅行を店舗で申し込んだ理由 (複数回答)



(図 15)直近の海外旅行で申し込みをした会社(地域別) (単一回答)



8. 海外の観光地から学べること: 街の景観を壊さない工夫や観光客の受け入れ体制、交通機関の利便性やアイデアなど

過去のタイや中国などの訪日外国人旅行者への調査結果をみると、日本へ訪れた旅行者が旅行先を決める際、ヨーロッパやアメリカなどアジア以外の国と日本とを比較検討している場合が少なくないことがわかっています。訪日外国人旅行者の誘致をさらに目指す中、魅力的な旅行先として世界中の旅行者から日本を選んでもらうためには何ができるのでしょうか。今回の調査では、日本人が海外旅行をした際に「海外の観光地から学べること」を自由に回答してもらい、日本の観光地でも応用できることがないかどうか、ヒントを探りました。

その結果、全回答 2578 件のうち、最も多かったのは「街の景観を壊さない工夫 (27.4%)」についての意見でした。2 位以下には「観光の環境整備 (清掃、住民の親近感など) (12.8%)」「交通機関の利便性やアイデア (5.1%)」「言葉の通じやすさ (4.3%)」が続きました (図 16)。

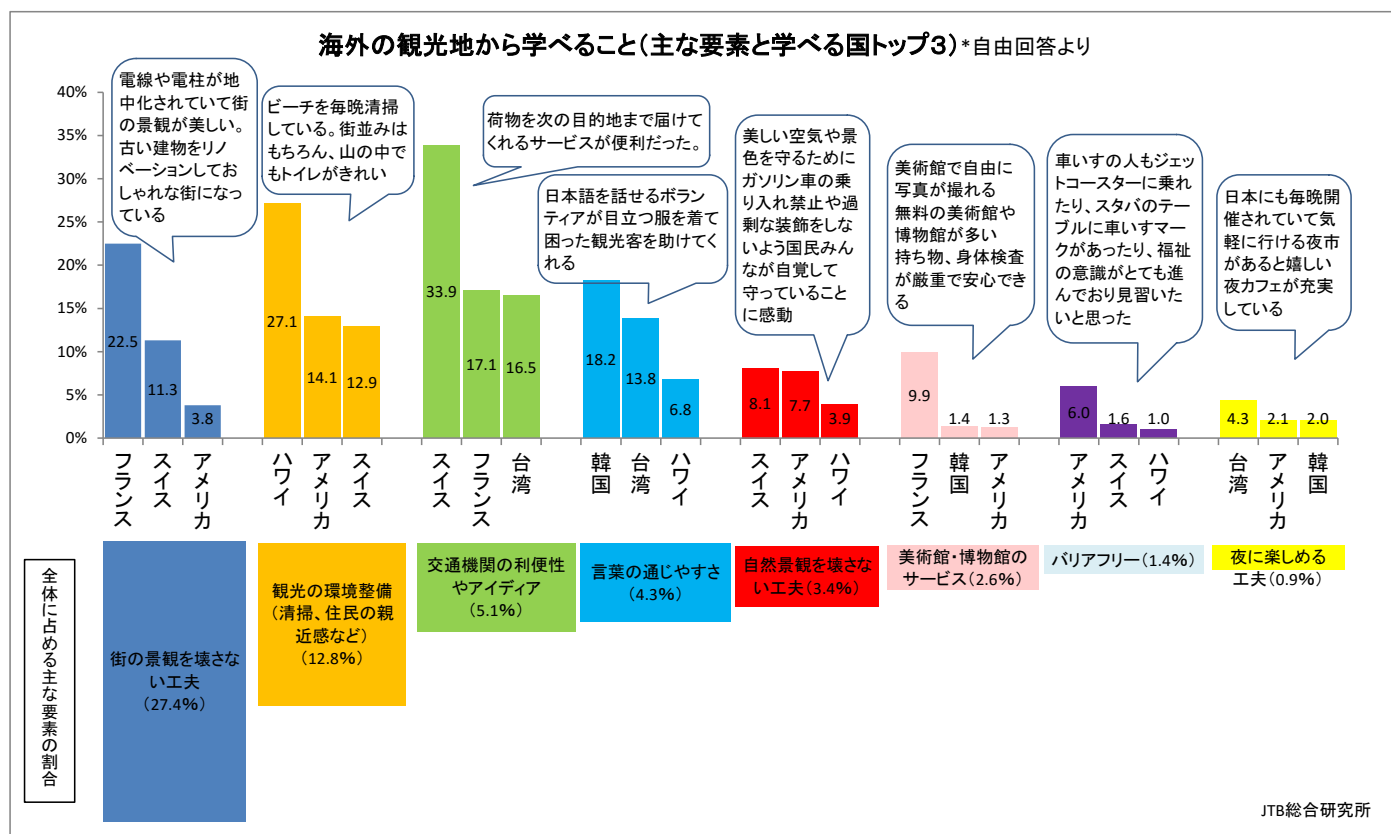
具体的な意見としては、「街の景観を壊さない工夫」では、電柱や電線の地中化、屋根や建物の色の統一、車の乗り入れ禁止など、インフラ整備や制度への意見が多く見られ、「観光客を受け入れる体制」については、ビーチの清掃や観光地のトイレのきれいさなどに加え、街の人が観光客を受け入れる姿勢 (声掛けなどさりげなく歓迎する雰囲気など) があげられました。

国別にくわしくみると、スイスでは荷物を目的地まで運んでもらえて楽に観光ができるなど交通機関の工夫、アメリカでは、国立公園などで人工物を排除し、自然景観を壊さない工夫がされていることやバリアフリーが徹底していること、フランスでは美術館や博物館で自由に写真撮影ができること、台湾では夜市など夜の時間帯に楽しめる魅力があること、などの意見がみられました (表 3)。

いずれの意見も日本の観光地でも、旅行者の満足度を上げるためのヒントとなりそうです。

(図 16) 海外の観光地から学べること

(自由回答結果より集計)



(表3)海外の観光地から学べること(自由回答より、主な意見を抜粋)

			主な意見
街の景観を壊さない工夫 27.4%	1位	フランス(22.5%)	電線や電柱が地中化されているので街の景観が美しい 工事中のシートにその場所の景観が印刷されている 町並みがおしゃれ。花壇の花のデザインがよく、歩いていて楽しかった
	2位	スイス(11.3%)	場所により屋根の色などが統一されており、景観が綺麗 メインストリートから一歩裏に入ると、教会が有り、スーパーが有り、車も電気自動車のみで排気ガスの心配もなく、散策できた 人里から見える範囲に人工物を作らないので景観がきれい 古い建物をリノベーションしてオシャレな街に変わっている
	3位	アメリカ(3.8%)	看板が少ない 有名な映画や小説の舞台になった場所、風景などが残っている
観光の環境整備(清掃、住民の受容度など) 12.8%	1位	ハワイ(27.1%)	珊瑚など環境保護の為、まず講習を受けてからでないと海に入れない。日本の外国人観光客のマナー向上にも応用出来ると思う ビーチを毎晩清掃しているのは見習ってみたい 住民が友好的で優しい。相手から話しかけてくれる
	2位	アメリカ(14.1%)	ベンチとテーブルが随所にあって、気軽にランチが出来る 一人で旅行していても、即席のグループができるような雰囲気があり、食事や観光で孤独を感じない 押し付けでない接客。「おもてなし」はちょっと重い
	3位	スイス(12.9%)	トイレの清潔さは見習うべき 国全体が観光地として、観光客を迎え入れる姿勢がある 街並みは勿論のこと、山の中でもトイレがとても綺麗!
交通機関の利便性やアイデア 5.1%	1位	スイス(33.9%)	カートレイン:車に乗車したまま専用貨車に乗って移動できる 荷物を、次の目的地の最寄り駅まで、届けてくれるサービス。次の目的地まで、身軽で観光しながら行く事が出来る 中長距離列車、市内地下鉄などに全部乗れる数日間有効な切符がある バרי市内を走る循環バスがわかりやすかった
	2位	フランス(17.1%)	地下鉄が均一料金でわかりやすかった 街にレンタルサイクルがあり便利
	3位	台湾(16.5%)	youbikeという自転車シェアリングシステムが便利だった 空港が24時間稼働していて便利 地下鉄の乗り換え表示がわかり易かった
言葉の通じやすさ 4.3%	1位	韓国(18.2%)	日本語が観光地のほとんどで通じる 街の人でも、なんとか英語で会話できる。これからのために、日本人の英語力を度上げすべき ボランティアが、観光地に目立つウェアを着て、困った観光客を助けてくれる。もちろん日本語がペラペラ
	2位	台湾(13.8%)	日本語や英語を流暢に話す人が多い。コンビニでも日本語が通じた 大変台湾の方達が好意的だったことが印象的だった。駅などで路線図を見ていると声を掛けて助けてくれることが何度もあった 店員さんに英語で話しかけても逃げなかった。特に若い人
	3位	ハワイ(6.8%)	飲食店などのメニューが多言語に対応している 現地スタッフが多国語をしゃべれる 日本語をしゃべれるひとが多く働いている、日本の観光地ではこうはならない
自然景観を壊さない工夫 3.4%	1位	スイス(8.1%)	自然を観光地化しているにも関わらず、環境破壊されていない 美しい空気や景色を守るためにガソリン車の乗入れ禁止や、過剰なものでなしやデコレーションをしないように国民みんなが自覚して守っていることに感動した バスやタクシーも立ち入れない地域がありそこは本当にのんびりとしている
	2位	アメリカ(7.7%)	アメリカの自然国立公園はそのままだ自然を見ることができて感動した。日本観光地は安全面などに配慮しすぎなのか、柵やフェンスで景観を損ねていて残念 人工物を極力少なくして、大自然を感じることが出来る アメリカの国立公園は、日本のように過剰な柵、看板などが無い。景観を邪魔しない程度。日本は土産物屋や柵、看板などが景観の邪魔に感じる
	3位	ハワイ(3.9%)	浜辺でお酒が飲めないところがよい 自然が豊かだが、田舎ではない。自然と都市型観光の調和
美術館、博物館のサービス 2.6%	1位	フランス(9.9%)	ルーブル美術館でモナリザの写真を撮ることができてびっくり!日本の美術館でも、いいと思った作品の写真がとれればいい 博物館や美術館が無料 美術館で持ち物、身体検査がかなり厳重で、安心できるなと思った
	2位	韓国(1.4%)	美術館が無料 世界遺産等の施設の入場料が非常に安い。日本も真似すべき
	3位	アメリカ(1.3%)	一流美術館が無料 美術館や博物館等が夜遅くまでやっている 美術館での外国語ツアーが常設されている
バリアフリー 1.4%	1位	アメリカ(6.0%)	車いすの人でもジェットコースターに乗れたり、スタバのテーブルに車いすマークがあったり、福祉の意識がとても進んでおり見習いたいと思った 車いすの人が一人で普通にバスを利用していたり、テーマパークを家族で楽しんでいるのを見て設備や環境人々の意識が日本ももっと整えばいいなと思った 障害者も含めて非常にサポートが充実している
	2位	スイス(1.6%)	ロープウェー・ケーブルカー・リフトなどを使えば、足腰の悪い人でも山に登れる
	3位	ハワイ(1.0%)	一人で車椅子の人がバスに乗っている。運転手さんが手助けしていた 街、人全体にバリアフリーが行きわたっていてとても心地よい、日本もこうなってほしい。少し脚に障害があるので
夜の楽しみ 0.9%	1位	台湾(4.3%)	夜店が沢山ある 夜遅くまでお店が開いている 日本にも毎晩開催されていて気軽にに行ける夜市があると嬉しい
	2位	アメリカ(2.1%)	夜遅くまで遊べる場所がある 夜遅くまで賑やか あれだけ沢山のミュージカルを1つの場所に集められるのは素晴らしい。夜でも楽しめる 夜カフェが充実している
	3位	韓国(2.0%)	多くのお店が夜遅くまで営業してる 遅くまで電車もお店もあること

9. まとめ

日本人の海外旅行を語る上で 2000 年、2012 年、2016 年はターニングポイントと考えられます。2000 年は翌年の米国同時多発テロ事件を前に、出国者数は過去最高を記録し、以降 2012 年まで破られることはありませんでした。その間、生活者の行動全般から見ると、所得が上昇しない中、社会保険料の増加やインターネットの普及で通信費の増加とともに、豊富な情報に気軽にアクセスでき、ウェブ購入が一般的になりました。ソーシャルメディアの普及で「つながる」ことが当たり前になるなか、価値観やライフスタイル、趣味嗜好も多様化して旅行は目的から手段へと変わってきました。旅行先は、欧米のシェアが減少し、LCC の就航も後押しして東アジアのシェアがあがり、「安近短」が定着していきました。

2016 年は海外旅行者数がプラスに転じる中で旅行会社全体が苦戦をしている現象がみられ、マーケットの潮目が変わったことを意味していると考えられます。旅行市場や流通といった範疇だけではなく、純粋にマーケットに正対し、価値観や生活者行動の動きを広く分析・予測し、海外旅行の楽しさや有用性を伝え、相応したサービスの提供はこれからもっと望まれるのではないのでしょうか。

ここ数年は、訪日旅行に注目が集まりますが、海外旅行は単なるレジャーだけではなく、個人一人ひとりに芽生える精神的なグローバル化のきっかけといえます。休暇で海外を訪れても、旅行先で日本も学ぶべき点があると感じることが一人ひとりにあることがわかりました。訪日外国人旅行者の姿はかつての日本人の海外旅行者の姿であり、ふりかえることで未来が予測でき、今わたしたちが海外に出かければ、彼らがどんな日常から海外へ出かけているかが理解できるでしょう。そのためにも地域の人たちが海外に行くことは必要です。金銭的な面や空港までの距離だけではなく、休暇の取り易さも都市部より壁が高そうです。自治体や企業などが協力して、海外旅行目的だけではなく、働き方として取り組むことは必要です。

大分県の大山町は、日本でも有数のパスポート保有率が高い町として知られています。1960 年代、日本各地で米作が進められる中、労働条件や収益の改善を目指し、「梅栗植えてハワイに行こう！」をキャッチフレーズに耕地農業から果樹農業への転換が図られました。現在でも、海外への研修旅行が推奨され、海外の都市からの来訪者との交流も積極的に進められています。このような取り組みの背景としては、当時の欧米を積極的に訪れ、ライフスタイルに触れたことで、日本も将来的には欧米と同じように、食やライフスタイルの多様化や高齢化による生産性の低下などが起こることを予想できたことも大きいようです。大山の農産物や農産物加工品を販売する「木の花ガルテン」は早い時期からオーガニック栽培を取り入れ、九州各地に 9 店舗を構え人気です。多くの人々が地域の中だけでなく、海外にも目を向けることで新しい動きにも素早く対応できる環境が醸造されているのではないのでしょうか。

【調査概要】

調査方法：インターネットアンケート調査

スクリーニング調査対象者：全国に居住する 15～79 歳の男女 40,000 人へのインターネットアンケート調査

本調査対象者：スクリーニング調査対象者の中で、2014 年 1 月以降に海外旅行（ビジネス、観光問わず）をした経験者 3,399 名

調査期間：2016 年 5 月 16 日～5 月 20 日

＜お問い合わせ＞

(株) JTB 総合研究所

03-6722-0759

(担当 早野・三ツ橋・波瀾)

www.tourism.jp