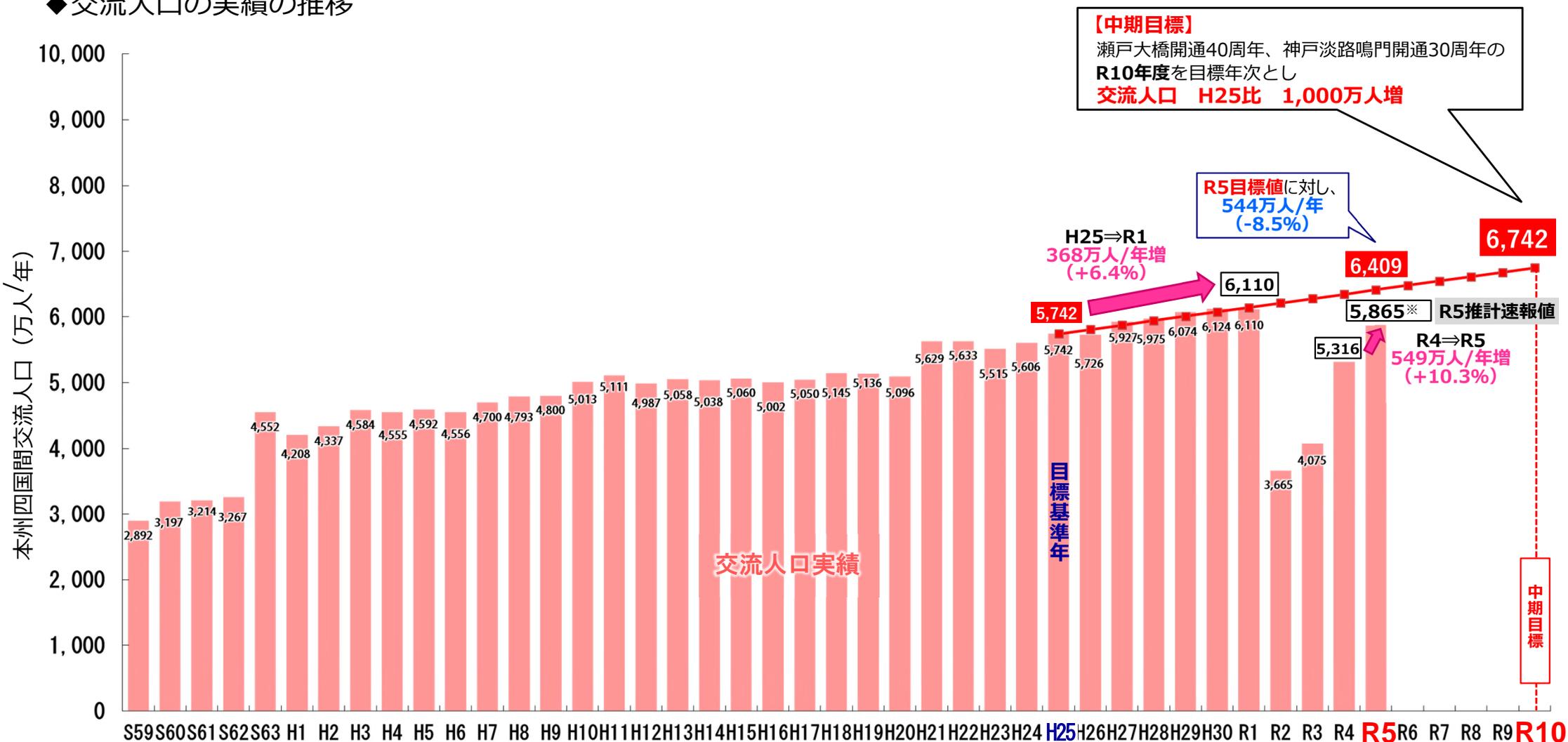


○R5年度の速報値※は、R4年度比 **約549万人/年（約10%）増**、目標値6,409万人に対し、**約544万人/年（約9%）（未達）**

◆交流人口の実績の推移



**【中期目標】**  
 瀬戸大橋開通40周年、神戸淡路鳴門開通30周年の  
**R10年度**を目標年次とし  
**交流人口 H25比 1,000万人増**

R5目標値に対し、  
**544万人/年 (-8.5%)**

H25⇒R1  
**368万人/年増 (+6.4%)**

R4⇒R5  
**549万人/年増 (+10.3%)**

出典) 本州四国連絡高速道路(株)資料、四国運輸局「業務要覧」等より作成

注; R5年度の交流人口は、推計速報値であり、今後公表されるデータを用いて更新する

※; R5年度の交流人口の内、自動車(大鳴門橋・瀬戸大橋・多々羅大橋)・フェリー・鉄道は実績値

航空機は1年遅れで実績値が出るため、R5年度4月～3月の1年間分が推計値で、以下の方法を用いてR5年度で推計値として算出している

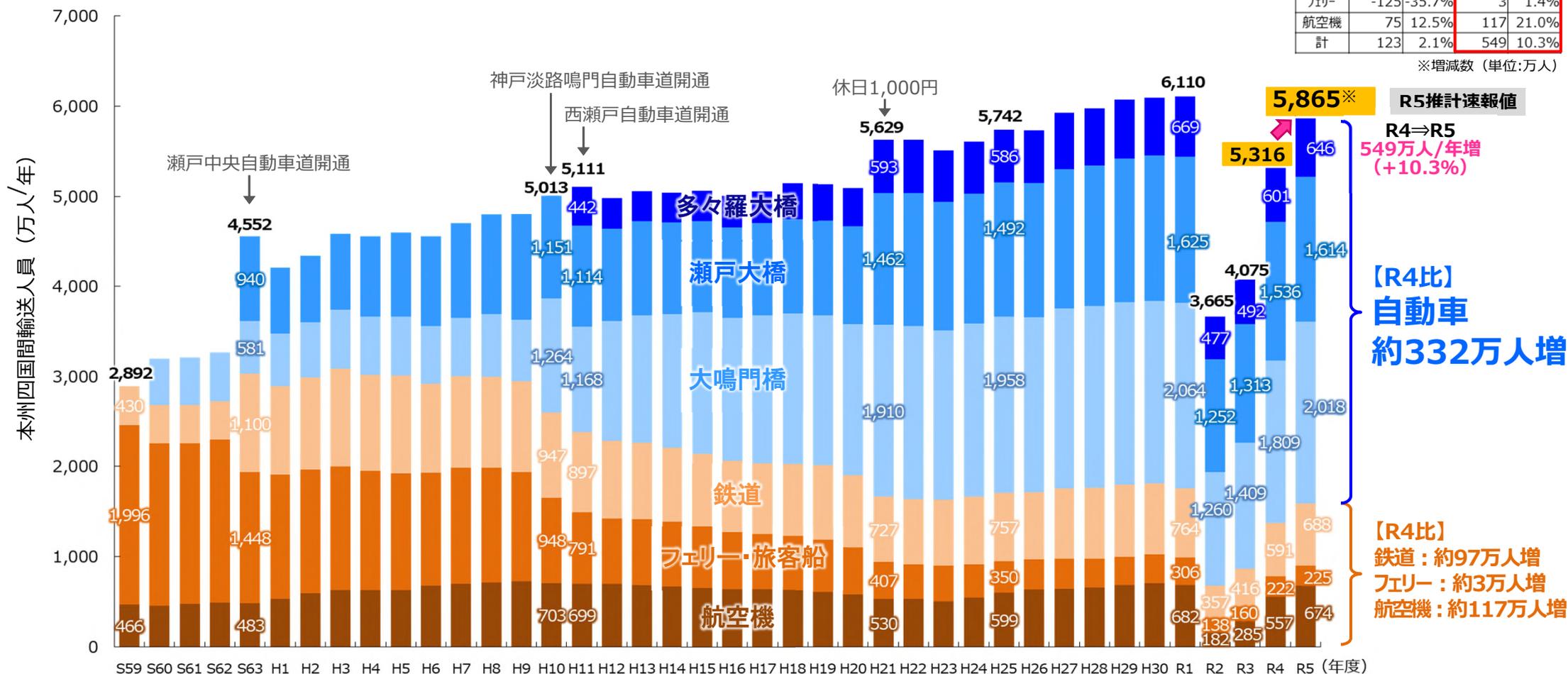
(R4年度旅客流動調査データ/R4年度「四国における運輸の動き」データ) × R5年各月「四国における運輸の動き」データ = 各月の推計交流人口

○R5年度速報値※は、R4年度比 **自動車:約8%増**、**航空機:約21%増**、**鉄道:約16%増**、**フェリー:約1%増**となっている

◆交通機関別の本州四国間輸送人員の推移

交通機関	R5比H25		R5比R4	
	増減数	増減率	増減数	増減率
自動車	242	6.0%	332	8.4%
鉄道	-69	-9.1%	97	16.4%
フェリー	-125	-35.7%	3	1.4%
航空機	75	12.5%	117	21.0%
計	123	2.1%	549	10.3%

※増減数 (単位:万人)



**R5推計速報値**

R4⇒R5  
549万人/年増  
(+10.3%)

**[R4比] 自動車 約332万人増**

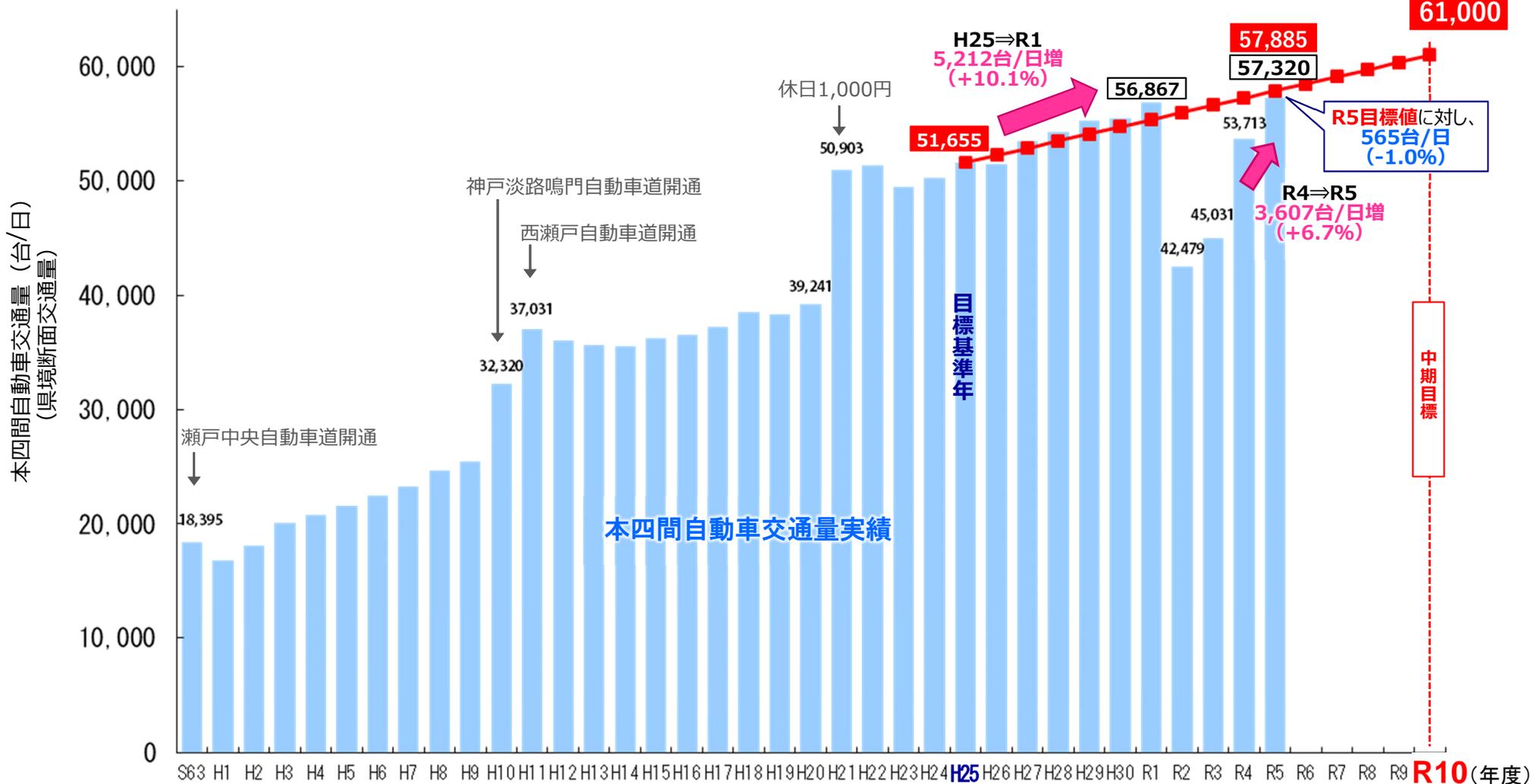
**[R4比] 鉄道:約97万人増**  
**フェリー:約3万人増**  
**航空機:約117万人増**

出典) 本州四国連絡高速道路(株)資料、四国運輸局「業務要覧」より作成  
注1:瀬戸大橋開通(1988年4月)以前の鉄道の輸送人員は、宇高連絡船の利用客開通後は、JR瀬戸大橋線の輸送人員

注2:瀬戸大橋、大鳴門橋、多々羅大橋はそれぞれ県境に架かる橋  
注3:R5年度の交流人口は、推計速報値であり、今後公表されるデータを用いて更新する  
※:R5年度の交流人口の内、自動車(大鳴門橋・瀬戸大橋・多々羅大橋)・フェリー・鉄道は実績値  
航空機は1年遅れで実績値が出るため、R5年度4月~3月の1年間分が推計値で、以下の方法を用いてR5年度で推計値として算出している  
(R4年度旅客流動調査データ/R4年度「四国における運輸の動き」データ)×R5年各月「四国における運輸の動き」データ=各月の推計交流人口

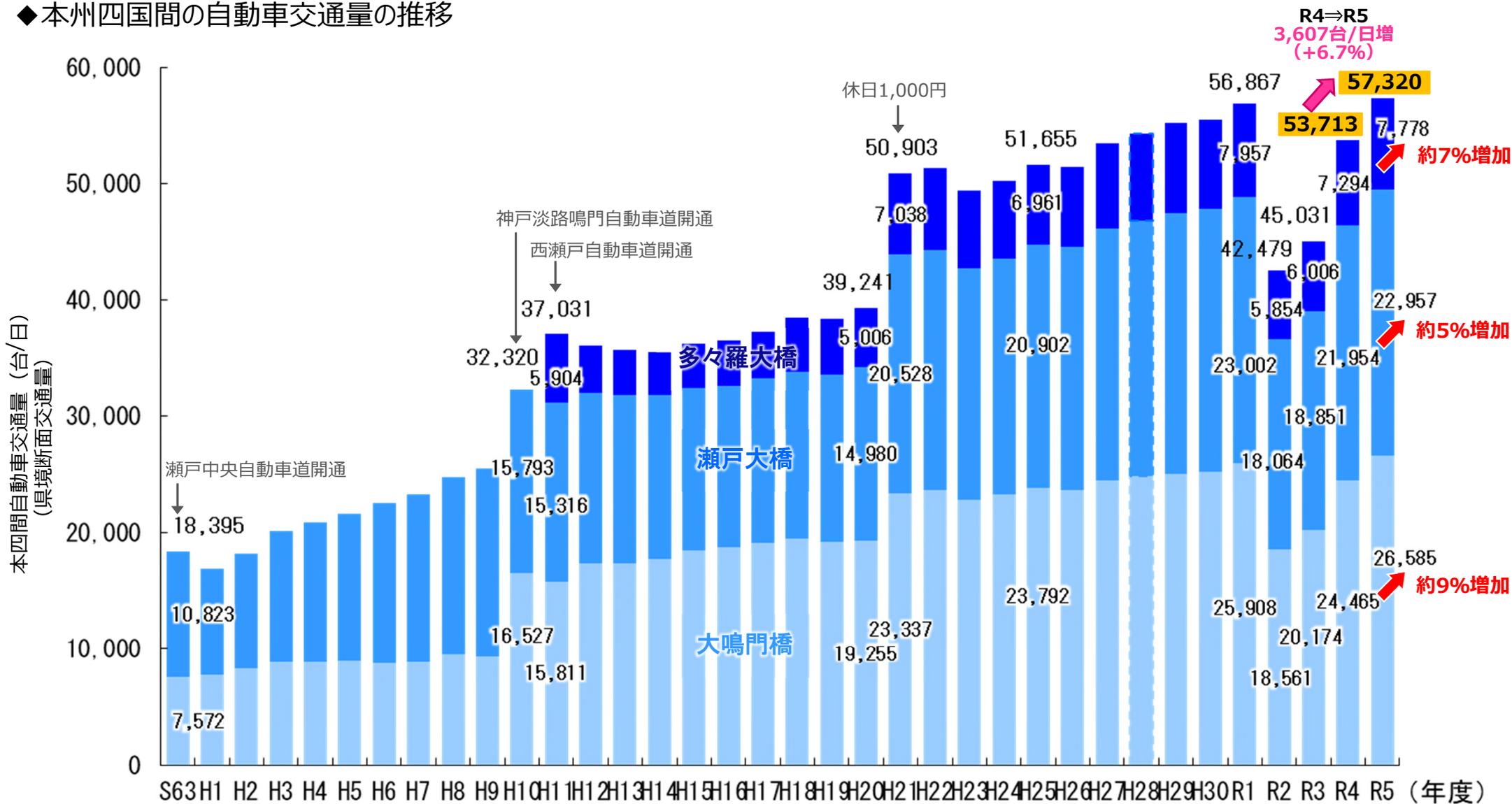
○R5年度の実績は、R4年度比 **約3,600台/日 (約7%) 増**、目標値57,885台/日に対し、  
**約565台/日 (約1%) (未達)**

◆本州四国間の自動車交通量の推移



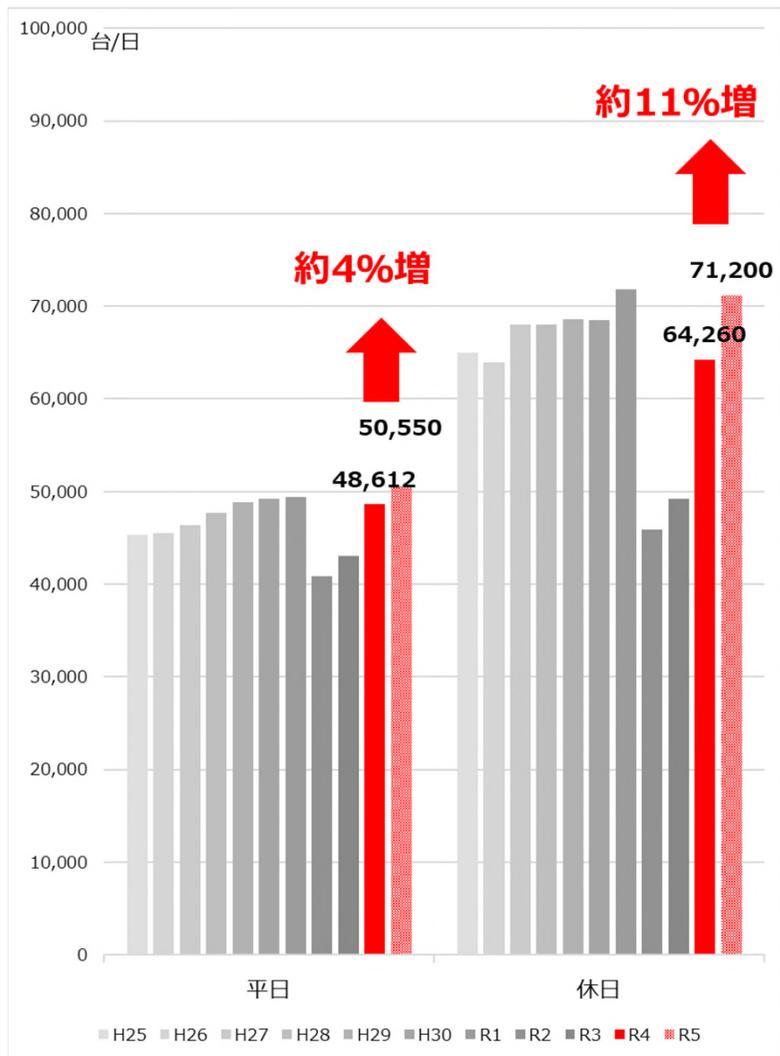
○R5年度実績は、R4年度比 神戸淡路鳴門：約9%増、瀬戸中央：約5%増、西瀬戸：約7%増となっている

◆本州四国間の自動車交通量の推移

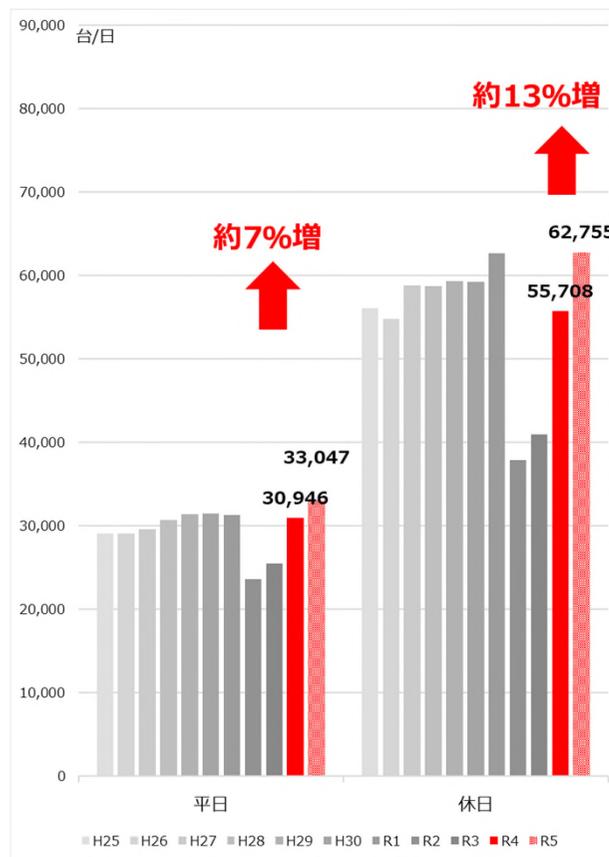


- R5年度実績（全車）は、R4年度比 平日で**約4%増**、休日で**約11%増**となっている
- うち小型は、R4年度比 平日で**約7%増**、休日で**約13%増**
- うち大型は、R4年度比 平日で**約1%減**、休日で**約1%減**

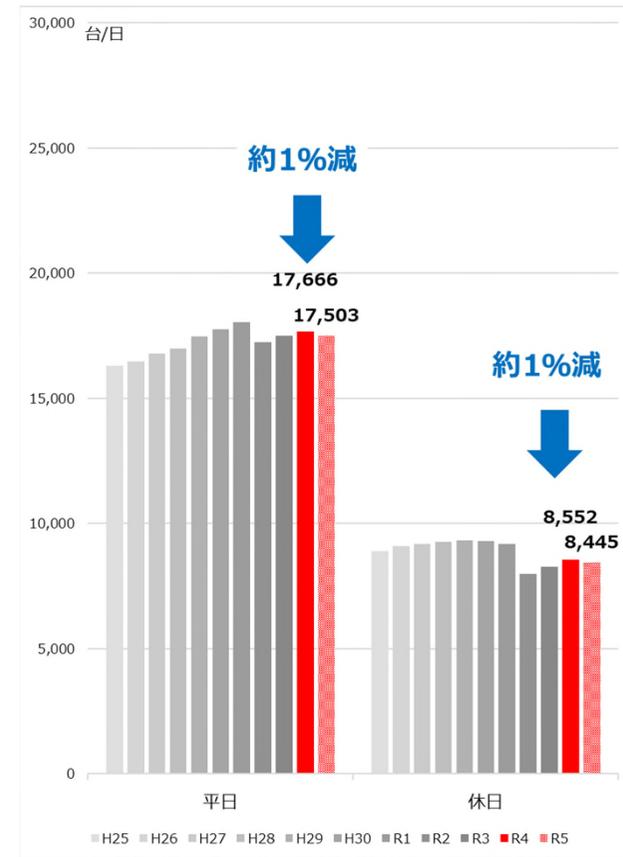
県境断面交通量（全車）の推移



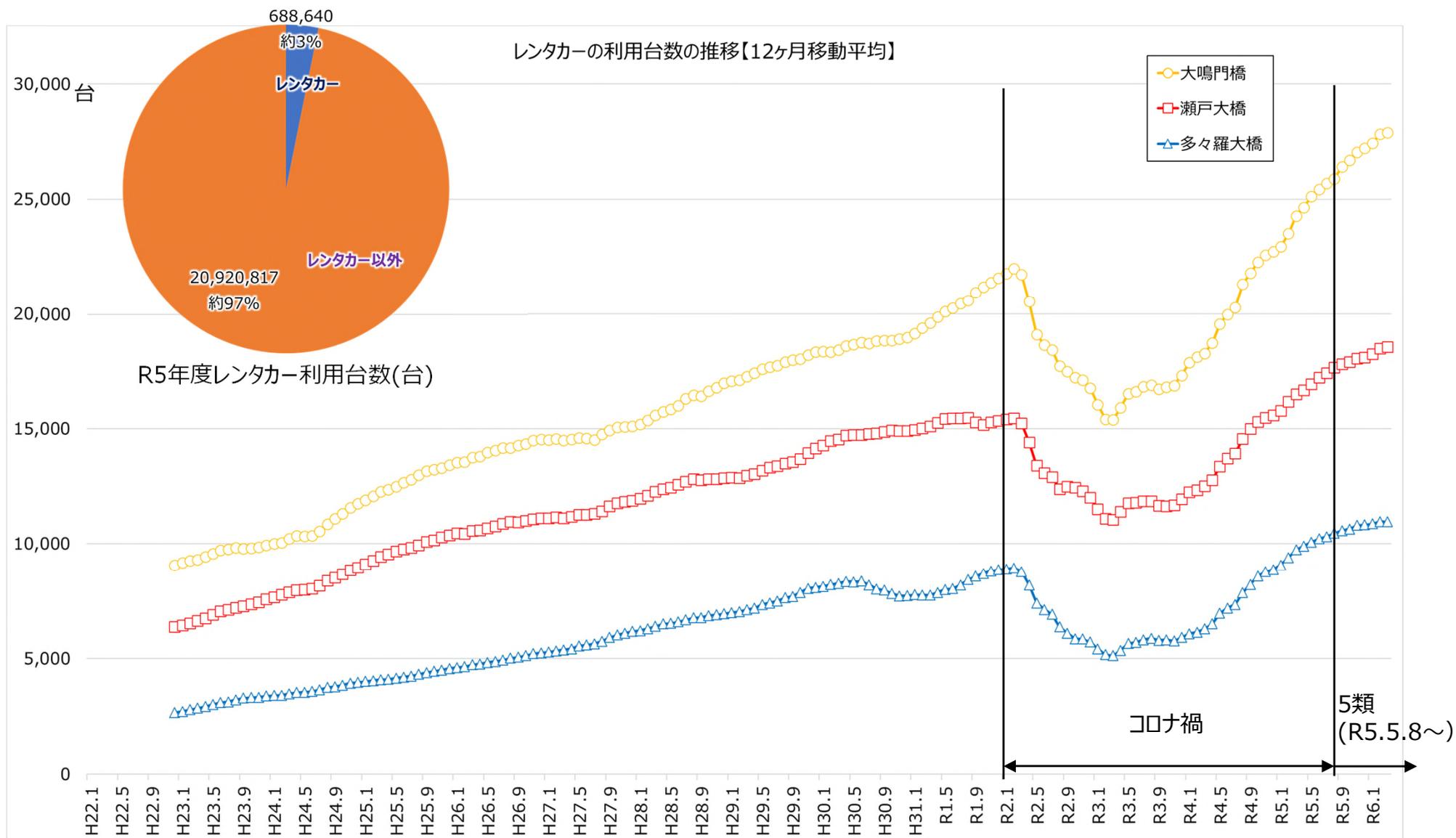
県境断面交通量（小型）の推移



県境断面交通量（大型）の推移

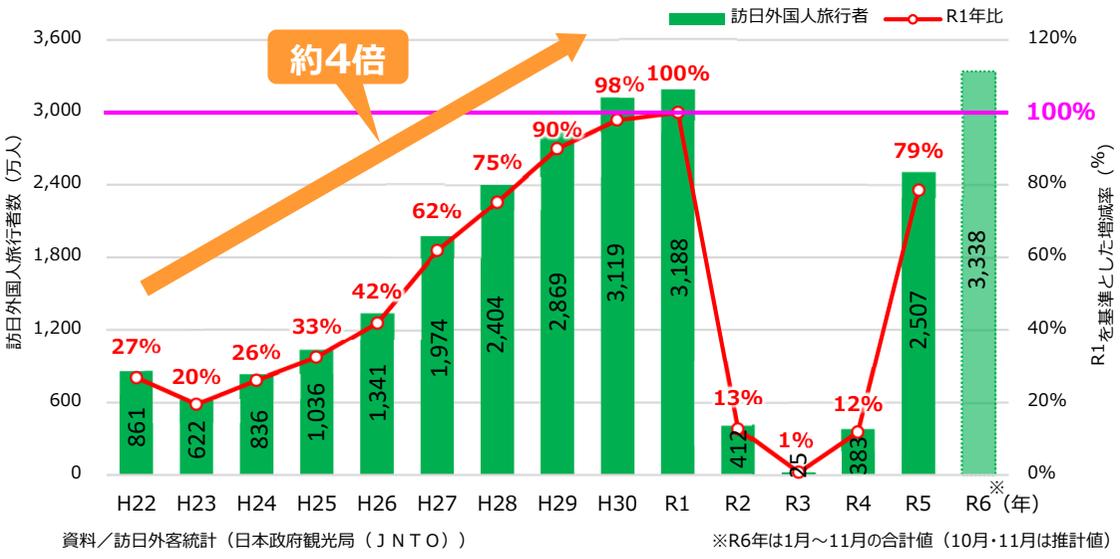


- 本四高速道路を利用するレンタカーの割合は、R5年度実績で全体の約**3%**（県境断面交通量）
- ルート別の県境断面では、大鳴門橋で約**3%**、瀬戸大橋で約**3%**、多々羅大橋で約**5%**
- 県境断面に占めるレンタカーでの利用割合は少ないものの、年々増加傾向にある

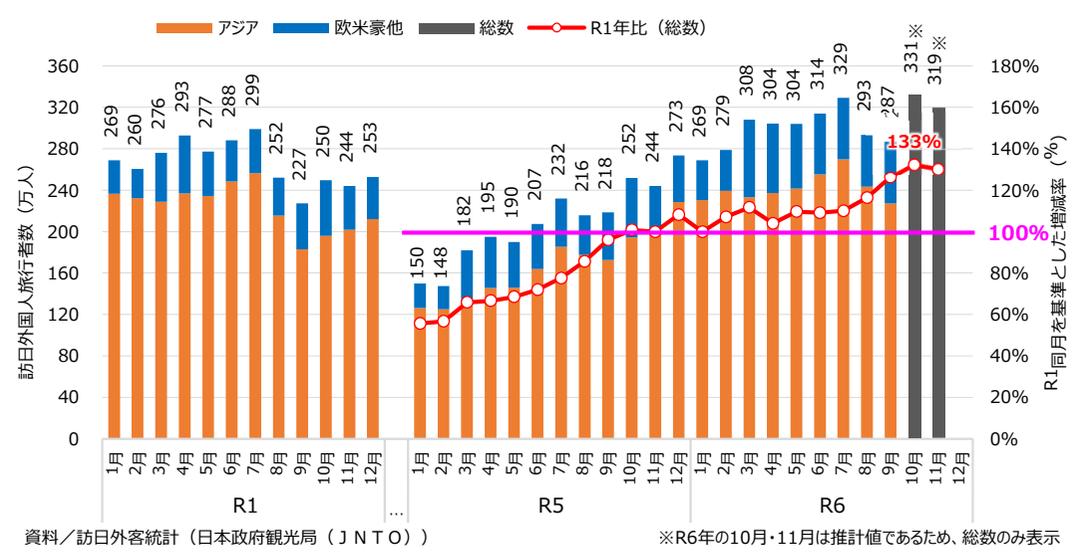


- ①訪日外国人旅行者数は、コロナ前のR1までに約4倍増加しており、コロナの影響後、R5は約8割、R6は11月時点でR1を上回っている。
- ②月別にみると、R5.10以降コロナ前（R1同月比）を上回っており、全体の約8割をアジアからの訪日外国人が占める。
- ③環瀬戸内海地域における外国人宿泊者数は、春と秋が多い傾向となっており、R6.10にはコロナ前（R1同月）と比べ、約3割増加。
- ④西のゲートウェイである関西国際空港及び環瀬戸内海地域の空港ともに、外国人出入国者数は増加しており、過去最多を更新している。

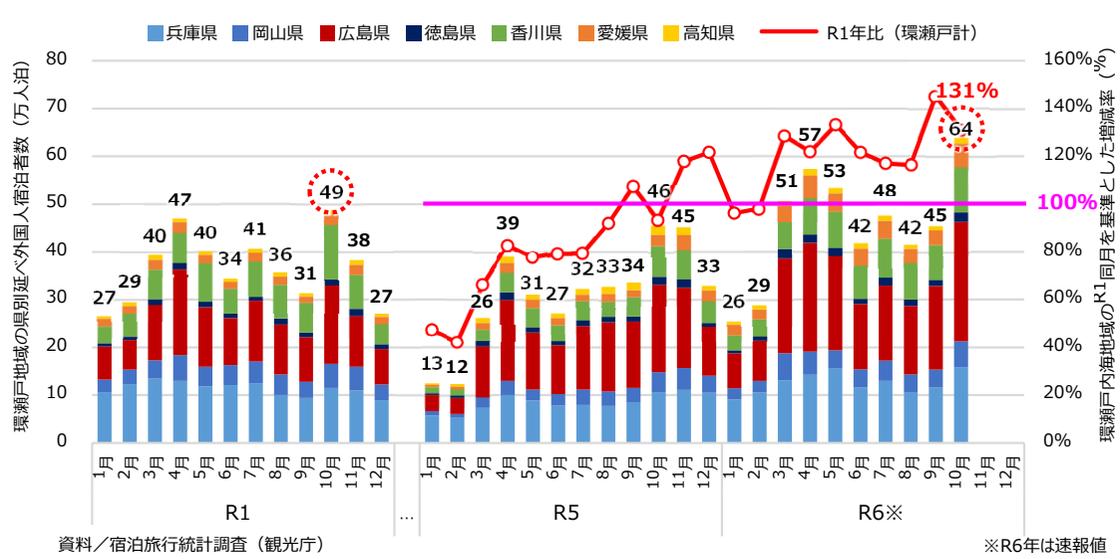
① 訪日外国人旅行者数の推移 (H22~R6)



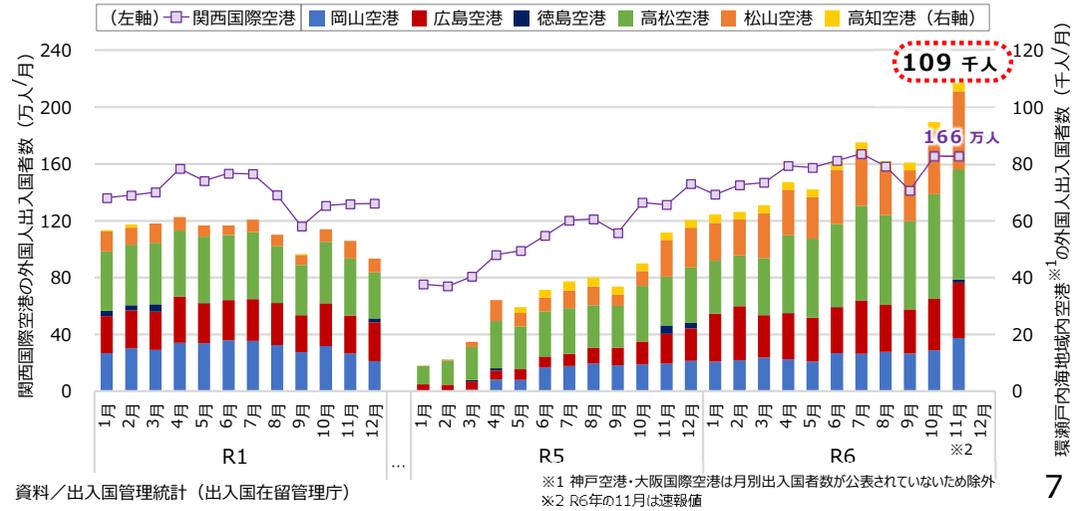
② 訪日外国人旅行者数の推移 (月別・R1、R5-R6)



③ 環瀬戸内海地域の延べ外国人宿泊者数の推移 (月別・R1、R5-R6)

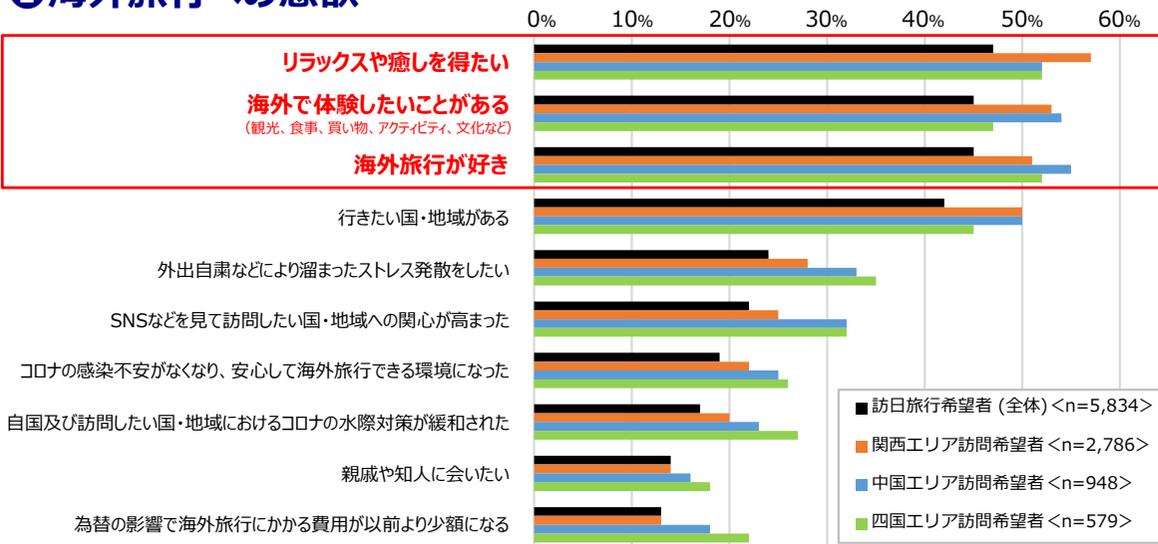


④ 環瀬戸内海地域内空港<sup>※1</sup>及び関西国際空港の外国人出入国者数の推移 (月別・R1、R5-R6)



- ①海外旅行を予定している理由は、「リラックスや癒しを得たい」「海外で体験したいことがある」「海外旅行が好き」などが上位を占め、全国及び関西・中国・四国エリアで同様の傾向が確認された。
- ②体験ニーズは、「自然や風景の見物」「伝統的日本料理」「有名な史跡や歴史的な建築物の見学」が上位。
- ③「大阪・関西万博」「瀬戸内国際芸術祭」の認知度・訪問意欲は、中国・四国エリア訪問希望者の方が高い。特に、「大阪・関西万博」の訪問意欲が高いことから、万博を契機とした関西・中国・四国エリア間の周遊観光に繋げるポテンシャルがあると考えられる。
- ④消費対象は、アジアは「飲食費」「買い物」「宿泊費」の順位に対し、欧米豪は「買い物」が最も多く、「交通費」の割合がアジアより高いのが特徴。

①海外旅行への意欲



②体験したいこと

	自然や風景の見物	桜の観賞	伝統的日本料理	歴史的な建造物や有名な史跡や歴史的な建築物の見物	温泉への入浴	雪景色観賞	日本庭園の見物	世界遺産の見物	繁華街の街歩き	紅葉の観賞
訪日旅行希望者 (全体) <n=4,048>	61%	50%	50%	46%	43%	39%	38%	37%	37%	37%
関西エリア訪問希望者 <n=2,233>	69%	57%	61%	52%	52%	44%	41%	42%	45%	42%
中国エリア訪問希望者 <n=691>	69%	58%	61%	59%	53%	44%	52%	53%	46%	45%
四国エリア訪問希望者 <n=428>	69%	55%	57%	58%	52%	46%	50%	46%	43%	45%

備考1：n値：訪問希望者  
備考2：色付きの値：横軸の観光エリアごとに上位1位の回答を赤色、2位の回答を黄色、3位の回答を緑で示している  
出典)【関西・中国・四国統合版】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/P.31掲載内容を基に国土交通省にて加工

備考1：n値：向こう1年の間に海外旅行を予定・検討している日本の観光地名認知者（複数回答）  
備考2：SNSは文章、画像、動画などを投稿するアプリ・サイトのことを指す  
出典)【関西・中国・四国統合版】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/P.21掲載内容を基に国土交通省にて加工

③大阪・関西万博／瀬戸内国際芸術祭の認知度・訪問意欲

イベントの認知度	訪日旅行希望者 (全体)	関西エリア訪問希望者	中国エリア訪問希望者	四国エリア訪問希望者	イベントの訪問意欲	訪日旅行希望者 (全体)	関西エリア訪問希望者	中国エリア訪問希望者	四国エリア訪問希望者
	<n=4,048>	<n=2,233>	<n=691>	<n=428>		<n=2,430>	<n=1,361>	<n=475>	<n=333>
大阪・関西万博	31%	35%	42%	48%	大阪・関西万博	38%	43%	47%	45%
瀬戸内国際芸術祭	18%	18%	25%	30%	瀬戸内国際芸術祭	20%	20%	26%	29%

備考1：認知度 n 値：訪問希望者  
備考2：訪問意欲 n 値：訪問希望者かつ日本で予定されている何らかのイベントを知っていると答えた人  
出典)【関西・中国・四国統合版】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/P.32掲載内容を基に国土交通省にて加工

④消費対象

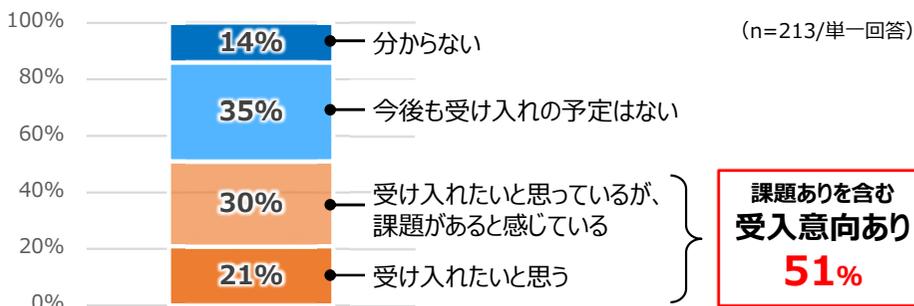
アジア					欧米豪				
TOP	訪日旅行希望者 (全体) <n=900>	関西エリア訪問希望者 <n=539>	中国エリア訪問希望者 <n=134>	四国エリア訪問希望者 <n=86>	TOP	訪日旅行希望者 (全体) <n=900>	関西エリア訪問希望者 <n=539>	中国エリア訪問希望者 <n=134>	四国エリア訪問希望者 <n=86>
1	飲食費 30%	飲食費 31%	飲食費 39%	飲食費 30%	1	買い物 33%	買い物 21%	買い物 25%	買い物 26%
2	買い物 23%	買い物 22%	買い物 21%	買い物 28%	2	交通費 17%	飲食費 20%	飲食費 19%	交通費 (同率1位) 26%
3	宿泊費 18%	宿泊費 17%	宿泊費 12%	宿泊費 16%	3	宿泊費 16%	宿泊費 18%	宿泊費 17%	飲食費 19%
4	娯楽サービス 13%	娯楽サービス 13%	娯楽サービス 12%	交通費 9%	4	飲食費 14%	交通費 16%	交通費 14%	交通費 15%
5	交通費 8%	交通費 8%	交通費 7%	娯楽サービス 7%	5	娯楽サービス 9%	娯楽サービス 15%	娯楽サービス 13%	娯楽サービス 4%

備考1：パッケージツアーに含まれている宿泊施設、飲食費は除く  
備考2：交通費は、航空（国内移動 Japan Rail Pass / 新幹線 / 鉄道 / バス / タクシー / 船舶（国内移動） / その他、を選択した人の合計  
備考3：娯楽サービスは、現地ツアー・観光ガイド / ゴルフ場利用料 / スポーツ施設利用料 / テーマパーク / 温泉・温浴施設、を選択した人の合計  
備考4：買い物は、飲料（酒類を除く） / たばこ / 化粧品 / 香水 / 医薬品 / 健康グッズ / トイレタリー / 衣類 / 靴 / かばん / 半製品 / 電気製品（デジタルカメラ、PC、家電など） / 時計・フィルムカメラ / 宝石・貴金属 / 民芸品・伝統工芸品 / 本・雑誌・ガイドブックなど / 音楽・映像・ゲームなど / アドウェア / その他買い物代、を選択した人の合計  
出典)【関西・中国・四国統合版】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/P.25掲載内容を基に国土交通省にて加工

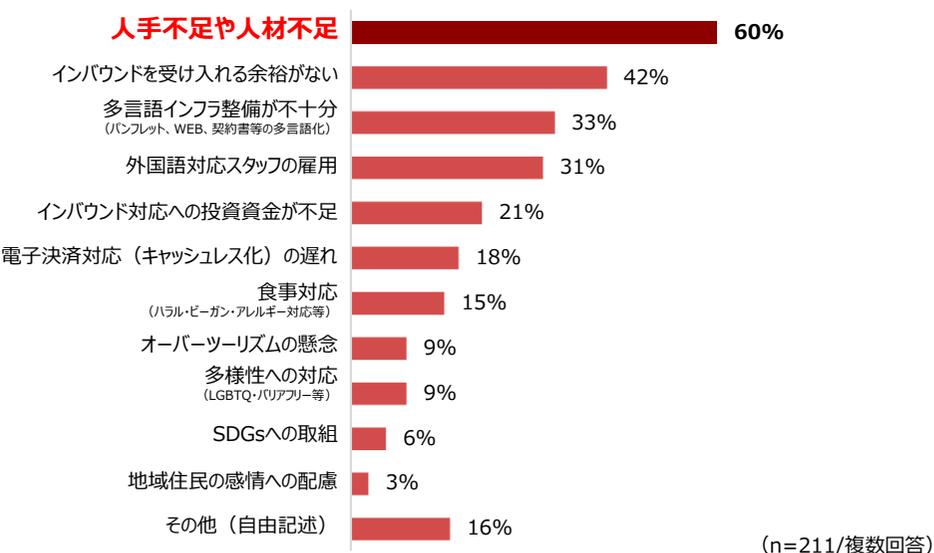
- ① 現在インバウンドを受け入れていない事業者は、半数以上が将来的にインバウンドを受け入れたい意向があった。受け入れ予定がない理由や課題として、「人手不足や人材不足」がインバウンド観光客受け入れの最大の課題となっている。
- ② 旅行・観光関連コンテンツの最新の動向は、「高付加価値旅行」への関心が最も高い。
- ③ 受け入れをさらに伸長させるためには、「人手不足や人材不足の解消」が最大の懸念であるが、前回からの増減はなく、「二次交通の整備」、「自治体広域連携」、「観光DX推進」、「オーバーツーリズム解消」、「観光インフラ整備」等、国・自治体の取組に期待する声が増加。

① インバウンド観光客の受け入れ計画  
(現在インバウンドの受け入れをしていない事業者対象)

<受け入れ計画(将来)>

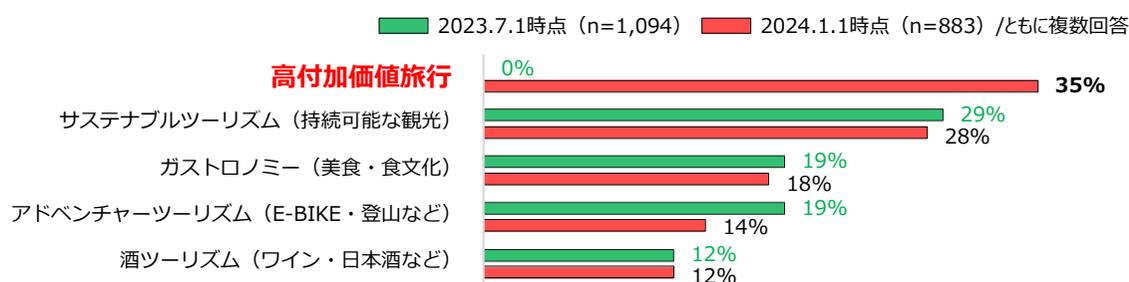


<受け入れ予定がない理由、受け入れるための課題>



② 旅行・観光関連コンテンツ

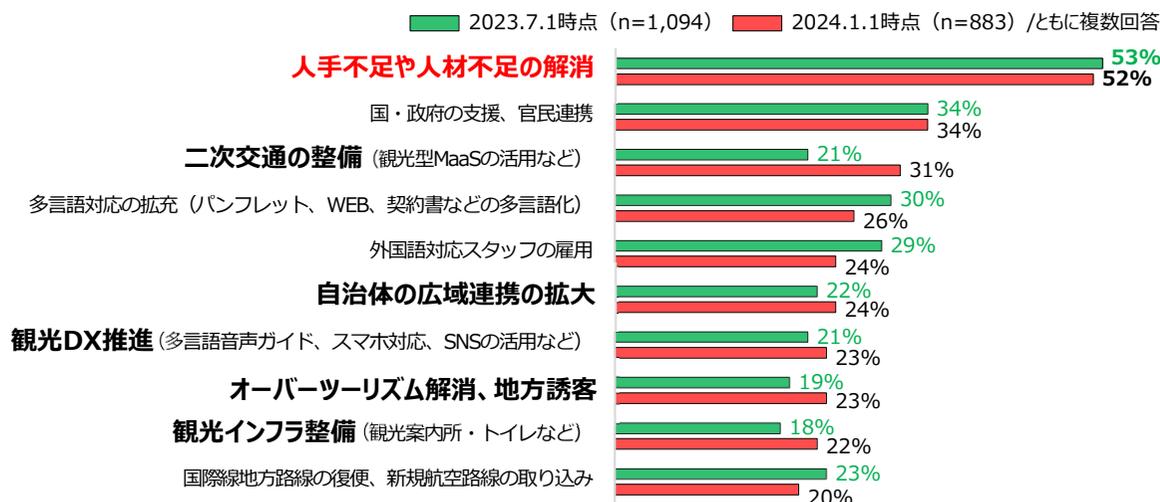
コロナ禍を経て、国内旅行、インバウンドを問わず、「新たに発達した、もしくは力を入れている」旅行・観光関連コンテンツ (上位5位)



出典) 2023年度インバウンド旅行者受入拡大に向けた意識調査 第2回アンケート分析結果報告/P.11掲載内容を基に国土交通省にて加工

③ インバウンド観光客受け入れをさらに伸長させるための条件 (将来)

<インバウンド観光客の受入をさらに伸長させていくにあたり、重要かつ効果的だと思われる条件 (上位10位)>



出典) 2023年度インバウンド旅行者受入拡大に向けた意識調査 第2回アンケート分析結果報告/P.19掲載内容を基に国土交通省にて加工

- ①春の旅行意向者の旅行目的は、全体は「地元のおいしいものを食べる」と「温泉や露天風呂」の割合が高く、関西ブロックは「テーマパーク・動物園・博物館など」、中国ブロックは「名所・旧跡の観光」や「まちあるき・都市散策」、四国ブロックは「地元のおいしいものを食べる」の占める割合が高い。
- ②1人当たりの費用は、全体と比べ、関西ブロックは「交通費」と「現地消費金額」、中国ブロックは「現地消費金額」が高く、四国ブロックはすべてにおいて低い。
- ③旅行先を選定する際に最も重視する情報は、「旅行予約Webサイトの宿泊施設情報」が最も高く、10～30代の女性（は他と比べ「SNS」が高い）。

①旅行目的 | 行き先別

	宿でのんびり過ごす	温泉や露天風呂	地元のおいしいものを食べる	花見・紅葉などの自然鑑賞	名所・旧跡の観光	テーマパーク（遊園地）・動物園・博物館など	買い物・アウトレット	お祭りやイベントへの参加・見物	スポーツ観戦や芸能鑑賞（コンサートなど）	海水浴・釣り・登山など	アウトドア（キャンプ・アウトレット）	まちあるき・都市散策	（手作り・果物狩りなど）各種体験	スキー・スノーボ、マリンスポーツ	（ゴルフ・テニスなど）その他スポーツ	ドライブ・ツーリング	友人・親戚を訪ねる	ワーケーション	その他	未定・わからない
全体	25.9%	33.9%	38.4%	8.5%	18.5%	15.1%	12.2%	4.7%	7.9%	5.9%	21.8%	3.1%	1.9%	1.9%	5.7%	8.9%	0.4%	1.7%	17.6%	
行き先（ブロック）	関西	22.1%	25.4%	37.9%	10.3%	20.2%	13.6%	5.9%	12.1%	7.0%	23.5%	2.2%	2.6%	2.2%	2.6%	11.8%	-	1.1%	5.9%	
	中国	27.2%	32.1%	43.2%	8.6%	33.3%	13.6%	6.2%	8.6%	3.7%	32.1%	2.5%	-	1.2%	2.5%	14.8%	-	1.2%	7.4%	
	四国	18.6%	32.6%	44.2%	4.7%	18.6%	9.3%	2.3%	7.0%	7.0%	4.7%	25.6%	2.3%	4.7%	7.0%	9.3%	11.6%	2.3%	7.0%	9.3%

調査数）全体：2,244、関西：272、中国：81、四国：43  
 出典）国内宿泊旅行ニーズ調査 2024 春 調査報告書 /P.11掲載内容を基に国土交通省にて加工

全体+10pt以上  
 全体+5pt以上  
 全体-5pt以上  
 全体-10pt以上  
 ※n=30未満は参考値

②1人当たり費用 | 行き先別・平均値

	宿泊費	交通費	現地消費金額	
全体	21,100円	18,400円	21,400円	
行き先（ブロック）	関西	19,800円	19,600円	23,900円
	中国	17,000円	17,500円	22,600円
	四国	19,900円	17,700円	18,200円

※数値回答項目の平均値については、全回答中、上位0.5%の回答値を外れ値として無効化した上で集計。  
 ※金額項目については、千円単位でアンケート聴取した後に円換算。  
 ※宿泊費は一旅行中主要宿泊先について「1人当たり」の値。  
 ※交通費は一旅行中総額の「1人当たり」の値。  
 ※現地消費金額は一旅行中買い物・移動・飲食・体験・観光などの総額で「1人当たり」の値。

調査数）全体：2,244、関西：272、中国：81、四国：43  
 出典）国内宿泊旅行ニーズ調査 2024 春 調査報告書/P.18掲載内容を基に国土交通省にて加工

③旅行先を選定する際に最も重視する情報 | 性年代別（上位5位）

	調査数	旅行予約Webサイトの宿泊施設情報	宿泊施設の公式Webサイト	旅行予約Webサイトの宿泊施設の口コミや評価情報	個人や旅行メディアのSNS	知人・親戚などの紹介（口コミ）	
全体	3,263	17.3%	7.4%	6.4%	5.5%	5.1%	
男性	男性計	1,649	16.7%	7.5%	5.2%	3.7%	4.9%
	10代/20代	180	13.9%	6.7%	3.3%	6.7%	6.1%
	30代	309	12.9%	6.8%	4.9%	5.5%	2.6%
	40代	427	18.0%	7.7%	4.4%	2.6%	5.9%
	50代	389	18.3%	7.5%	5.7%	3.6%	5.9%
	60代	344	18.3%	8.1%	6.7%	2.0%	4.1%
女性	女性計	1,614	17.8%	7.2%	7.6%	7.4%	5.3%
	10代/20代	251	17.5%	5.2%	6.8%	19.1%	6.4%
	30代	396	16.9%	7.1%	6.8%	11.4%	4.0%
	40代	352	17.3%	8.5%	11.9%	5.1%	5.1%
	50代	352	20.5%	7.1%	6.5%	2.3%	5.1%
	60代	263	16.7%	8.0%	5.3%	0.4%	6.5%

全体+10pt以上  
 全体+5pt以上  
 全体-5pt以上  
 全体-10pt以上  
 ※n=30未満は参考値

旅行予約Webサイト：じゃらん、楽天トラベル、Yahoo!トラベルなど  
 出典）国内宿泊旅行ニーズ調査 2024 春 調査報告書 /P.29掲載内容を基に国土交通省にて加工

【各公表資料の概要】

対象ページ	資料名	出典	実施概要 ( )内は調査時期	URL
		公表日		
P2	【関西・中国・四国統合版】 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	日本政策 投資銀行	(株)日本政策銀行及び(公財)日本交通 公社が共同で、アジア・欧米豪12地域の海 外旅行経験者を対象にインターネットによるア ンケート調査を実施。 (2023年7月6日～7月14日)	 <a href="https://www.dbj.jp/topics/investigation/2023/html/20240315_204702.html">https://www.dbj.jp/topics/investigation/2023/html/20240315_204702.html</a>
		2024年 3月15日		
P3	2023年度 インバウンド旅行客受入拡大に 向けた意識調査 第2回アンケート分析結果報 告	(一社) 日本旅行業協会	日本旅行業協会が国内受入事業者を対象 に第2回「インバウンド旅行客受入拡大に向 けた意識調査」webアンケートを実施。 (2024年2月1日～2月26日)	 <a href="https://www.jata-net.or.jp/membership/jata-travelinfo/membership05_03/202402_attitude-survey2nd/">https://www.jata-net.or.jp/membership/jata-travelinfo/membership05_03/202402_attitude-survey2nd/</a>
		2024年 3月26日		
P4	国内宿泊旅行ニーズ調査 2024 春 調査報告書	リクルート じゃらんリ サーチセンター調べ	国内宿泊旅行マーケット全体の活性化への 貢献を目的に、旅行者の旅行意欲や行動 予定を定期的にインターネット調査モニターを 対象に聴取して広く公開。 (2024年2月15日～2月19日)	 <a href="https://jrc.jalan.net/surveys/corona_investigation/">https://jrc.jalan.net/surveys/corona_investigation/</a>
		2024年 3月25日		