

2025年 記者懇談会資料

持続可能なツーリズム産業の構築に向けて

2025年7月4日

一般社団法人 日本旅行業協会

Index

1. 全体説明

- 1. インバウンド、アウトバウンドの動向
- 2. 双方向交流と分散化で創る「持続可能な観光」
- 3. ツーリズム産業の発展に向けて
- 4. 北陸支援について
- 5. 「ツーリズムEXPOジャパン2025 愛知・中部北陸」について
- 6. 大阪・関西万博について

2. 国内旅行

- 1.国内旅行マーケットの現状
- 2.北陸復興支援
- 3.「休み方改革」推進

3. 海外旅行

- 1.海外旅行販売の現状と課題
- 2.JATA海外旅行拡大プロジェクト
- 3.アウトバウンド促進協議会(JOTC)活動

4. 訪日旅行

- 1.インバウンドの概況
- 2.インバウンド急回復による課題
- 3.高付加価値化と地方誘客に向けたJATAの取組
- 4.訪日旅行の品質向上に向けたJATAの取組

5. 人材確保と育成への取組

- 1.人材確保への取組
- 2.人材育成への取組
- 3.旅行産業経営塾について

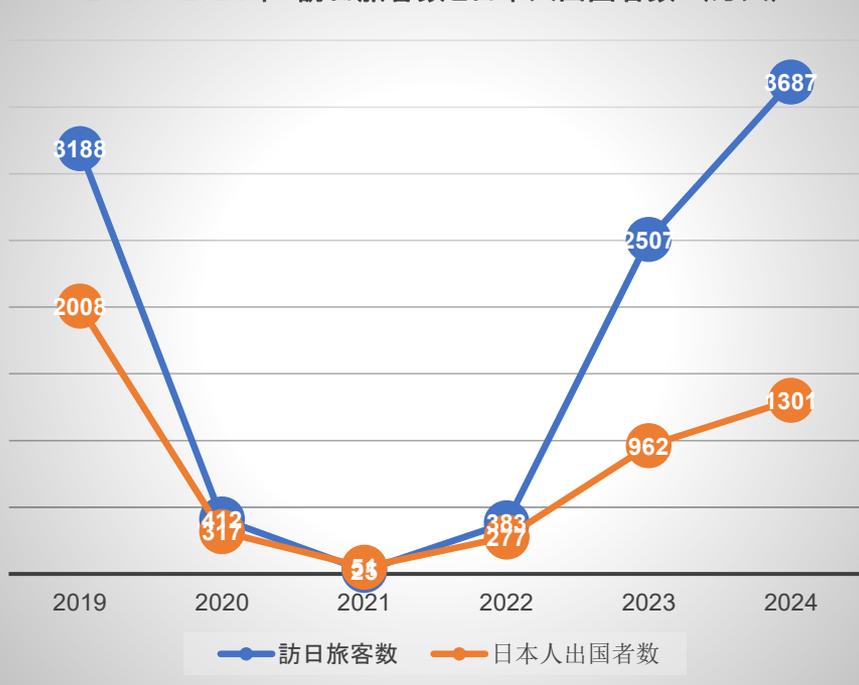
1. 全体説明

- 1. インバウンド、アウトバウンドの動向
- 2. 双方向交流と分散化で創る「持続可能な観光」
 - (1) 均衡のとれた双方向交流の実現
 - ・海外旅行の拡大へ
 - ・若者の国際教育の強化
 - (2) 訪日旅行客の地方分散と日本人の旅行需要の平準化
- 3. ツーリズム産業の発展に向けて
 - ・DXによるビジネスモデルの変革
 - ・観光産業の担い手育成と学校教育への反映
- 4. 北陸支援について
- 5. 「ツーリズムEXPOジャパン2025 愛知・中部北陸」について
- 6. 大阪・関西万博について

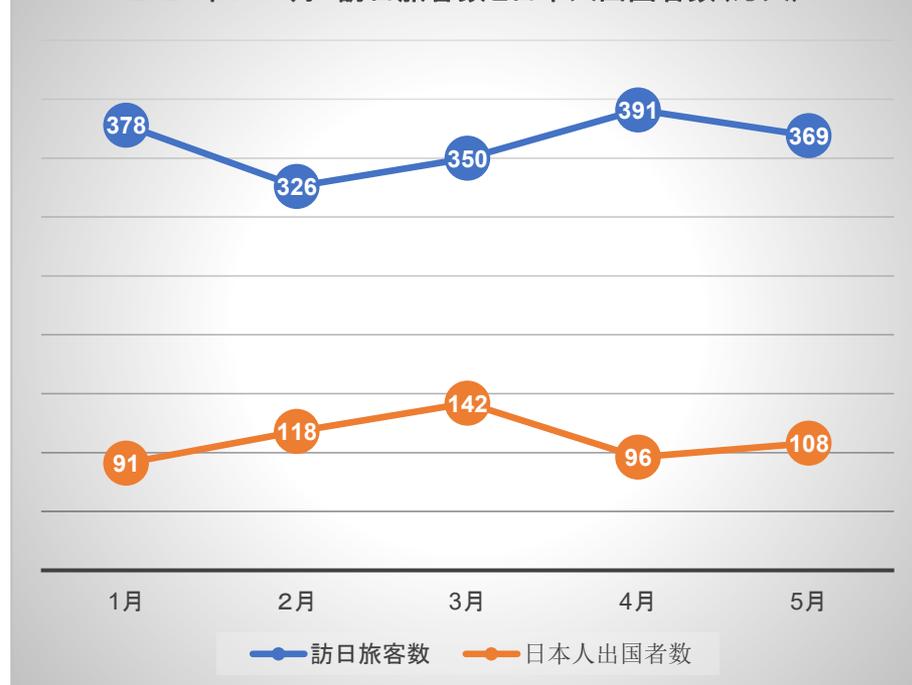
<インバウンド・アウトバウンドの状況>

2024年インバウンドは約3,687万人、アウトバウンドは約1,301万人で大きく乖離、出入国に占める日本人の割合は26%。2025年1~5月累計では23%と乖離が大きくなっている。

2019~2024年 訪日旅客数と日本人出国者数 (万人)



2025年1~5月 訪日旅客数と日本人出国者数(万人)



出展：日本政府観光局 (JNTO) 訪日外客統計

<双方向交流と分散化で創る「持続可能な観光」> ~「第五次観光立国推進基本計画」への提言より

現状課題

2030年に訪日旅行者6000万人達成を目指す中、双方向交流における不均衡が一層深刻化しています。主要国からは、日本人の積極的な海外渡航促進策が求められており、加えて、コロナ禍以降の若年層の海外渡航機会の減少が英語力の急低下を招いたとの調査結果も示されるなど、国際競争力の低下リスクが高まっています。
また、訪日旅行者の大都市圏集中の傾向がさらに加速している今、訪日旅行者の地方分散の強化、旅行者の大多数を占める国内旅行者の旅行時期の平準化等、6000万人達成に向けた環境整備を行うことが急務です。

日本人海外渡航者の拡大による 均衡のとれた双方向交流の実現



パスポート 所持率の向上

訪日旅行者 3,687万人
日本人出国者 1,301万人
インとアウトで約3倍の格差

日本人パスポート所持率17.8%
G7最下位

(参考：英77%,仏48%,独41%,米36%)

一部自治体で取得費支援制度有

・渡航者の負担軽減に資するパスポート取得費の抜本的な低減策



若者の 国際教育強化

海外修学旅行・海外研修旅行
高校生の参加人数
2018年度 約23.8万人
2023年度 約9.4万人 (18年比40%)
(全国修学旅行研究協会調べ)

留学率比較 (OECDレポート)
日本 約5%
韓国 約10~15%
豪州 約10%

・海外修学旅行、語学研修、国内国際交流事業等を高校卒業までに体験する「国際交流必修化」の取組み検討

訪日旅行者の地方分散強化と 国民の旅行時期の平準化



オーバーツーリズム対策にも資する 国内旅行需要 の平準化

国内の宿泊者の75%は日本人
(2024年 宿泊統計調査)

国内旅行は週末、夏休み、大型連休、年末年始等に集中しており、この旅行時期の分散平準化が全体に与える効果は大きく、人手不足対策や旅客の満足度向上の観点からも有効な対策

・ラーケーションや、県民の日による平日休み増加
・有給休暇の取得日数拡大



訪日客の 地方分散強化

外国人延べ宿泊者数
2024年データ (カッコ内2019年)
三大都市圏 69% (63%)
地方部 31% (37%)
三大都市圏への集中が加速

100万円以上消費する高付加価値旅行者は「付加価値の高い体験」を好む傾向が強い

・アドベンチャートラベルガイド育成制度の構築等を通じた、高付加価値化の推進
・国内旅行会社の訪日旅行対応力強化支援

＜ツーリズム産業の発展に向けて＞ ～「第五次観光立国推進基本計画」への提言より

DXによるビジネスモデル改革

課題と背景

- ・旅行者一人ひとりの体験価値の最大化や業界全体の生産性向上など、急速に進展する情報技術の時代において、旅行業界は旧来からのビジネスモデルを見直す必要に迫られている
- ・観光産業全体では、キャッシュレス化への早期対応、二次交通の整備を含めた観光MaaSの推進、SDGsへの取り組み強化など、持続可能な観光への取り組みが求められている

観光産業の担い手育成と学校教育への反映

課題と背景

- ・2024年の訪日旅行消費額は8兆円を超え、自動車に次ぐ日本を代表する輸出産業の一つとして、我が国の経済成長を支える基幹産業となっているが、小中学校での教育内容へ十分に反映されていない
- ・観光庁が進める観光産業の高付加価値化の実現には専門的な人材育成の充実が必要であり、近年設立された「観光専門職大学」の成果検証など、育成強化へ向けた継続議論が不可欠

観光は自動車に次ぐ第2位の輸出産業



出典: 観光庁「インバウンド消費動向調査(旧訪日外国人消費動向調査)」、財務省「貿易統計」に基づき観光庁作成



「はじめて学ぶ観光副読本『観光でまちを元気に! 日本・ふるさと再発見!』」
(日本観光振興協会)

〈ツーリズムEXPOジャパン2025 愛知・中部北陸〉

開催概要

会期：2025年9月25日（木）～28日（日）

会場：Aichi Sky Expo(愛知県国際展示場)

テーマ：旅は、“知”の再発見
Travel for Discovery and New Encounters

主催：公益社団法人日本観光振興協会
一般社団法人日本旅行業協会
日本政府観光局（JNTO）

合同開催：VISIT JAPAN トラベル & MICE
マート(VJTM)2025

TOURISM EXPO JAPAN

見たことないものを見にいこう。

9.25TH-28^{SUN}
Aichi Sky Expo
(愛知県国際展示場)

旅は
“知”の再発見

ツーリズム EXPO ジャパン 2025 愛知・中部北陸
<https://t-expo.jp>

<ツーリズムEXPOジャパン2025 愛知・中部北陸>

「愛知・中部北陸開催」の目的

愛知・中部北陸
の魅力発信



中部国際空港
更なる国際化



北陸地域の
復興支援



BtoB強化による
業界の活性化



2. 国内旅行

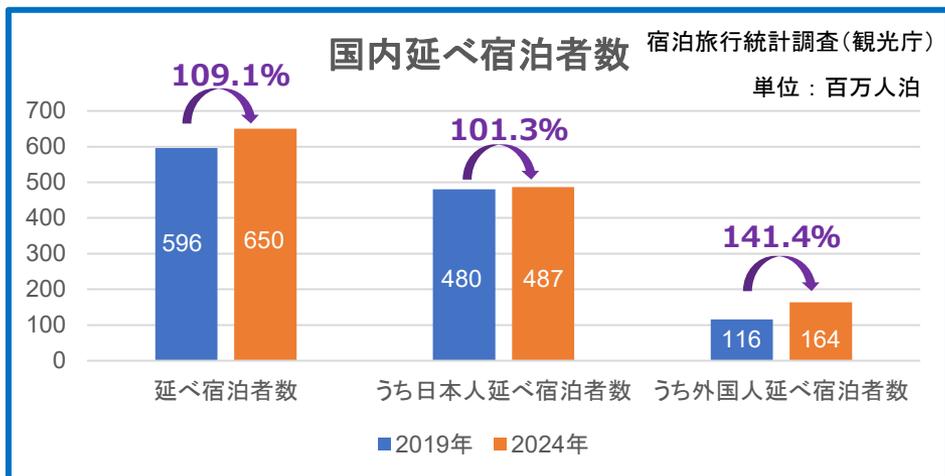
—1. 国内旅行マーケットの現状

—2. 北陸復興支援

—3. 「休み方改革」推進

1. 国内旅行マーケットの現状

<国内旅行のマーケット動向と旅行会社の状況>



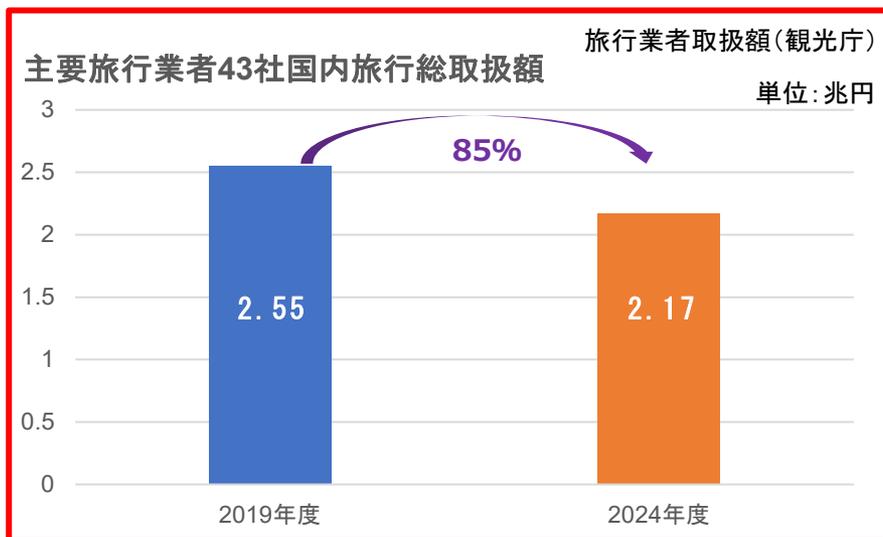
コロナ禍を経て国内の
宿泊需要は日本人、
インバウンドともに
着実に回復している



宿泊単価上昇もあり
日本人の国内旅行
消費額もコロナ前を
大きく上回っている

1. 国内旅行マーケットの現状

<国内旅行のマーケット動向と旅行会社の状況>



しかしながらマーケットの回復状況に比して旅行会社の取扱は回復していない

コロナ前とコロナ後では「店舗展開の縮小・廃止」「OTAや運輸機関の直販の加速」等で旅行会社の取扱はマーケットの伸びを捕捉できていない

今年度も旅行会社の取扱額は苦戦しているが、その中でも大阪・関西万博が開催されている関西方面の商品は、他の方面と比較して伸びている

一方で企画旅行の取扱を大きく伸ばしている会員会社もあり、旅行業界全体として「代売」から脱却した「価値ある商品の企画・販売」、「地域の皆様と連携した発着双方の視点での需要創出・価値創出」を目指す必要がある

2. 北陸復興支援

<会員会社各社による能登半島地区へのツアー企画>

石川県が推進している「今行ける能登」の取組にJATA並びに会員会社が賛同し、能登半島地区へのツアー企画が多数行われております

先日実施したJATA「ツアーグランプリ2025」においても東京大阪及び地元金沢の会員会社から6件の能登応援企画がエントリーされました

企画されたツアーのポイントとして、

- ・被害にあった和倉温泉の旅館で震災当日に勤務していたスタッフからの話を聞いたり、被害のままの館内を見学するなど、被害の大きさと復興に向けた思いを参加者と共有する企画
- ・震災を風化させないために地元旅行会社として、今後起こりうる災害への心構えと命を守る行動を学び、語り継ぐ「防災学習」としての企画
- ・現在営業している施設の最新情報をもとに訪問し、「行って応援」「食べて応援」「買って応援」を組み込んだツアー
- ・「のと鉄道」の協力のもと、当日の様子や復旧への道のりを知る“語り部列車”を企画・運行

など、地域の皆様と連携し、工夫を凝らした企画が実施されています



2. 北陸復興支援

企画されたツアーへの、お客様や現地の皆様の声として、

- ・「旅という形で応援ができて良かった」「現地を実際訪れて現状を見ることができて良かった」「直接話を聞き、現地をより応援したくなった」(お客様)
- ・「旅行客の皆さんを心待ちにしてしていた」「来て頂くことで地域の活性化に繋がって欲しい」「設定してくれる気持ちが何より嬉しい」(現地観光事業者)



といったお声をいただき、地域との「つながり」を絶やさないとするのも旅行会社の使命ではないかと考えております

<石川県が都道府県別宿泊伸率で東京都に次いで第2位>

観光庁発表の「宿泊旅行統計調査」における2024年の都道府県別延べ宿泊者数伸率において、コロナ禍前の2019年との比較で石川県は129.0%となり東京都の140.5%についで全国第2位となっています。復興関連業務関係者の需要は一定数あると想定されるものの、旅行による全国的な復興支援の動きが進んでいます。旅行業界としてもこの動きに連動して継続した支援を進めていきます

3. 「休み方改革」推進

<国内旅行需要の拡大に向けて>

国内旅行の消費額も日本人、インバウンドともに過去最高となり、これからの国内旅行需要を拡大していくためには、これまで週末やGW、夏休み等に集中していた旅行需要を平準化し、平日旅行を増やしていく取組が必要です

旅行需要平準化の重要な取組として、日本人の「休み方改革」を進めなければならず、愛知県をはじめとして茨城県、山口県、熊本県、徳島県へと広がっている「ラーケーション」の導入など、

「休み方改革」推進に向けた動きを加速させるべく、全国の都道府県知事への要望書の提出(日本観光振興協会、全国旅行業協会との連名)を行うなど、国内旅行の需要拡大に向け、JATAとしても強力に取り組んでいきます



ラーケーション = Learning(学ぶ) + Vacation(休暇)

3. 「休み方改革」推進

令和7年〇月〇日

〇〇県知事 〇〇 〇〇 様

都道府県知事への 要望書(例)

公益社団法人 日本観光振興協会
会長 菟田 正信
一般社団法人 日本旅行業協会
会長 高橋 広行
〇〇県支部長 〇〇 〇〇
一般社団法人 全国旅行業協会
会長 二階 俊博
〇〇県支部長 〇〇 〇〇

「休み方改革」推進に向けた取組のお願い（要望）

「休み方改革」の推進については、全国知事会「休み方改革プロジェクトチーム」に39都道府県が参加して、日本国民の休暇取得のあり方の見直しを「休み方改革」として推進するため、国民の休み方に関する課題を共有し先行事例の調査・共有等を進め、今後の目指すべき方向性として「国民全体の余暇満足度の向上」、「ワーク・ライフ・バランスの充実」、「観光を始めとした全ての産業の生産性向上」、「『休み方改革』を生かした日本経済の活性化の実現」を進めることが確認されたと伺っております。

「休み方改革プロジェクトチーム」の提言にある「企業や個人単位で休日を柔軟に設定できる環境づくり」、「欧米と比べて低い水準にある有給休暇の取得促進」、「子どもと家族と一緒に休める環境や仕組みづくり」において、日本国内では日本人全体の国内旅行者数が減少していることもあり、平日旅行の促進を通じて、平準化と総需要の底上げの2つの効果をもくろみ、観光産業の生産性をさらに高めることをめざしていきたいと考えております。

地方公共団体が率先して推進していただきたい下記項目につきまして、実現に向けてのご検討を賜りたくお願い申し上げます。

<要望事項>

1. 親子で共通の体験（旅行など）が実現しやすくなるような、地域での休日設定の工夫（例：公立校休校日を前後の休日と連続させて設定する※愛知県の例 など）
2. 子どもが家族と校外学習活動を行うために学校を休んでも欠席扱いとならない「ラーケーションの日」の創設
3. 経済団体・労働団体に対する、休日を柔軟に設定できる環境づくりや有給休暇の取得促進に対する支援

3. 「休み方改革」推進

<平日旅行に特化したキャンペーンの実施>

国内旅行の需要拡大、旅行需要の平準化を目指したJATAの取組として、昨年に引き続き、平日旅行(平日宿泊)に特化した「平日に泊まろう! キャンペーン」を実施しています

平日旅行の拡大に向けて、旅行業界が一丸となって取り組むことにより、国を挙げての休暇取得促進や自治体での各種取組(ラーケーション等)と連動してムーブメントを醸成していきたいという思いでキャンペーンを展開しています

現在、全国の会員会社の490店舗でのキャンペーンチラシ配布や、39社のホームページでのキャンペーン告知など、混雑せずゆっくりと旅することで満足度も高くなるといったメリットをマーケットに啓発することも合わせて、需要拡大に向けた取組を進めています



3. 海外旅行

- 1. 海外旅行販売の現状と課題
- 2. JATA海外旅行拡大プロジェクト
- 3. アウトバウンド促進協議会(JOTC)活動

2025年 アウトバウンドの現状

JATA海外旅行推進部 作成

全体 往来数 月別・年別比較

6/18現在

<https://www.tourism.jp/tourism-database/stats/outbound/>

<https://www.into.go.jp/statistics/data/visitors-statistics/>

<https://statistics.into.go.jp/qraph/#graph--Japanese--Trends>

アウトバウンド	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	累計	進捗 (1-5月)
2025年	912,298	1,181,062	1,423,449	961,382	1,076,800								5,554,991	
vs2024	108.8%	120.7%	116.7%	108.2%	114.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	42.7%	114.1%
vs2019	62.8%	77.0%	73.8%	57.7%	74.9%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	27.7%	69.3%
2024年	838,581	978,884	1,219,789	888,767	941,709	930,229	1,048,823	1,437,126	1,212,545	1,148,502	1,175,117	1,187,210	13,007,282	4,867,730
vs2019	57.7%	63.8%	63.2%	53.3%	65.5%	61.2%	63.2%	68.1%	69.2%	69.0%	71.6%	69.3%	64.8%	
2019年	1,452,157	1,534,792	1,929,915	1,666,546	1,437,929	1,520,993	1,659,166	2,109,568	1,751,477	1,663,474	1,642,333	1,712,319	20,080,669	8,021,339

出典 : JTB総研

国別 日本発渡航者数 回復率

方面	累計期間	渡航者数	対2024	対2019
トルコ	1-4月	46,674	139.2	153.6
韓国	1-4月	1,040,414	116.2	95.9
ベトナム	1-4月	280,359	118.9	92.6
オーストラリア	1-4月	125,800	98.7	77.6
スペイン	1-4月	142,387	115.4	72.0
台湾	1-3月	364,811	104.6	72.0
全体	1-5月	5,554,991	114.1	69.3
シンガポール	1-4月	193,160	113.4	67.6
タイ	1-4月	374,896	112.3	60.1
香港	1-4月	248,865	128.0	53.5
アメリカ(ハワイ・グアム含)	1-4月	579,662	104.1	48.1
ハワイ	1-4月	216,291	98.1	43.7
グアム	1-4月	85,138	116.7	35.8

主要43社海外旅行取扱高 回復率比較 (2025年1 - 3月比較 単位:百万円)

市場	2025年	2024年	回復率	2019年	回復率
全体	321,716	291,893	110.2%	457,031	70.4%
業務渡航	53,166	47,121	112.8%	59,246	89.7%
総合・団体	132,175	123,666	106.9%	209,254	63.2%
総合・レジャー	118,795	104,840	113.3%	155,141	76.6%
レジャー	17,580	16,266	108.1%	33,390	52.7%

※観光庁発表 主要旅行業者43社旅行取扱状況速報より

参考:全体回復率 1月 65.4% 2月 72.4% 3月 72.3%

●夏期間需要予測(7月~9月)

※8月発券以降に適用される燃油サーチャージは、現行より2段下落

※ビザ撤廃により、今後の中国旅行増期待

※まだ、米国デモやイスラエル/イラン紛争の目立った影響は、出ていない。

※全体的に対2024年比、110%~120%

1. 海外旅行販売の現状と課題

(現状と課題: 外的要因)

● 航空仕入環境

グローバルスタンダードへの対応(時価、予約完了後に支払うデポジット、キャンセル料など)

● 旅行代金高騰

1. 円安の影響

2019年平均TTSレート→1\$ = 110円 2024年平均TTSレート→1\$ = 152円

2. 海外現地コスト高(参考【The Economist引用】2024年ビッグマック指数)

ユーロ圏912円、米国856円、カナダ830円、オーストラリア761円、
シンガポール748円、UAE737円、韓国601円、中国531円、日本480円

3. 燃油サーチャージの高止まり(参考 ANAサーチャージ往復)

2019年6月 欧米 21,000円 2025年6月 63,800円

2019年6月 ハワイ 12,000円 2025年6月 40,800円

2019年6月 東南アジア 9,000円 2025年6月 32,600円

(旅行会社が抱える課題)

● 人員不足および社員育成

コロナ期間を経ても営業部門、オペレーション部門等で人材確保が不十分
優秀な人材確保難および流出、若手社員へのOJT不足

● 多様化する顧客ニーズへの対応

近年のテクノロジーの進化で顧客が有益な情報を簡単に入手でき、旅行会社の存在意義が薄れている。

(新ビジネスモデルを模索)

● 海外旅行リエンジニアWG(海外レジャー市場のビジネスモデルを検討)

海外旅行リエンジニアリングWGについて ～海外レジャー市場の2030年／2035年展望～

●設置目的

今後の旅行会社・JATA会員会社が、レジャー市場を中心とした募集型企画旅行に対しどのようなタッチポイントから取り組むべきかを検討する場として、海外旅行推進委員会参加会社を中心として立ち上げる。事前調査として「レジャー市場における海外パッケージツアーを中心とした調査～日本における変化から世界の事例まで～」を行った検討材料を基に、海外旅行の「近未来予想図」を考えるWGとする。

●設置の背景

【コロナ前】2010年前後に急速に進んだデジタル化を背景に航空券流通の変化により海外旅行FITが急伸。海外個人レジャーの取り扱いがDP(ダイナミックパッケージ)と新聞媒体等で販売するメディア商品に大きく分かれた。

【コロナ後】外的要因(円安、海外の物価高、燃油高、インバウンド増による航空座席確保難など)は、あるものの、給与所得が相対的に伸び悩んでいる中で消費における海外旅行の競争力低下や海外へ出かけることへの意欲の低下および意識の変質などの要因があり海外旅行自体の魅力を高めることの必要性がある。



●ミッション

海外諸国のアウトバウンド事例を調査、考察する。同時に今後5年～10年の海外レジャー市場を取り巻く環境を明確に可視化し、業界全体で取り組むべき戦略や打ち手を具体的に検討する。「海外パッケージツアーの新たな価値提案モデル」を策定し、日本人海外旅行需要を持続的に拡大する方策を提起する。

2.JATA海外旅行拡大プロジェクト



<https://jata-motsutokaigai.com/>

3月24日(月)

観光庁・外務省と共同で「もっと! 海外へ宣言」発出
JATA特設WEBサイトでキャンペーン展開

- ・ パスポート取得サポートキャンペーン開始
旅行会社、空港会社 約40社が参加 総額2億円

5月28日(水)

- ・ JATA海外旅行アンバサダー 岩田剛典氏 就任記者会見
「もっと! 海外へ」CM動画 6月24日現在 再生回数約55万回





もっと世界を旅しよう。
岩田剛典

2025年 JATA海外旅行拡大プロジェクト進捗状況(6月19日現在)

<https://jata-motsutokaigai.com/> (もっと! 海外へ 特設WEB)

1.【実施～継続中】 海外旅行需要喚起

①新パスポート取得サポートキャンペーン 3月24日(月)～ 継続中
旅行会社36社、空港9社
キャンペーン規模:約2億円、対象人数:約25,000人

②JATA海外旅行アンバサダー岩田剛典さん就任会見実施 5月28日(水)
取材メディア計56社 テレビ報道5社、WEB掲載420件

旅行会社で活用できる宣材物

(1) 海外旅行WEB CM YouTube(30秒、再生回数約55万)

※海外全方面をイメージした海外旅行機運醸成を目的

海外旅行サイト(HPTトップページ、海外旅行トップページ等)

店頭(店舗内、店舗外・デジタルサイネージ)各社SNS、LINE

(2) ハワイ旅行PR用ビデオYouTube (22分、協力ハワイ観光局 再生回数27万)

※ハワイ旅行販促用

旅行会社サイト(海外トップページ、各社ハワイサイト等)

店頭(店舗内)各社SNS、LINE

(6/13時点で30社以上が参画)

(3) # (ハシユタグ) キャンペーン 第1弾(6/1 - 8/31)

岩田剛典さんのグッズ(岩田さんがハワイで購入したものなど)を抽選でプレゼント

2. 【今後の展開案】 海外旅行需要喚起+旅行商品告知

- ・ 宣材用ポスター(店頭)利用を希望する旅行会社への配付
※岩田さんのハワイロケをメインに撮影した写真3種類を使用、B1版(クレジットJATA)
- ・ 国内主要空港での展開 セントレア、成田、羽田、関空
※空港内でのデジタルサイネージ等でのビデオ活用やイーゼルでのポスター掲示
- ・ 旅行会社、航空会社からのお得な情報を特設WEBに掲載
- ・ #もっと海外へキャンペーン 第2弾(秋~予定)

●宣材用ポスター



3.アウトバウンド促進協議会(JOTC)活動

～有益な海外旅行商談会の実施 サプライヤーとのマッチング機会拡大～

●4月17日(木)JOTC教育旅行商談会

参加旅行会社→13社2団体

参加サプライヤー→57団体(エアライン14、観光局37、LO5、その他1)

合計:140名

【商談方法】

JOTC教育旅行部会参加者各社へ事前にサプライヤーサイドにアンケートを実施し、旅行会社名と希望内容一覧をサプライヤーへ提示することにより、サプライヤー側からは、ニーズに合った情報が提供された。

【効果】

特に旅行会社の団体営業担当が出席したことにより、昨今の教育市場の状況が伝わりダイレクトな意見交換が交わされた。好評なため本年度内に第2回目を検討。

●4月24日(木)JATAクルーズB2Bワークショップ

参加旅行会社→7社

参加GSA(総代理店)、PSA(販売代理店)→6社

参加船社→11社

合計:80名

【商談方法】

商談時間を有効に活用するため第一部、第二部と分け、実施。

また、クルーズYouTuberとして著名なインフルエンサーのYKKゆかこさんによるトークセッションも開催。

【効果】

今後、有望視されるクルーズ市場(飛鳥Ⅲ、ディズニークルーズなど)で旅行会社が積極的クルーズ販売に着手。秋にはJOTCウェビナーでクルーズを取り上げる予定。
更なる旅行会社への情報提供および販売手法を提案予定。

JOTCでは、関係協力パートナーと共に海外現地視察を強化していきます。

名称	開催地	出発日～帰国日	参加(予定)人数	協力
韓国絶景30選視察旅行	韓国	2025年4月23日(水)～26日(土)	11	韓国観光公社
トルコ・黒海地域視察旅行	トルコ	2025年5月12日(月)～19日(月)	9	ターキッシュエアラインズ トルコ共和国大使館
スウェーデン・ストックホルム視察旅行	スウェーデン	2025年5月22日(木)～26日(月)	8	スウェーデン大使館・全日空
オーストラリア・パース視察旅行	パース	2025年6月2日(月)～8日(日)	7	西オーストラリア州政府観光局
キルギス視察旅行	キルギス	2025年6月10日(火)～15日(日)	8	キルギス共和国 経済 商務省観光局、 在日キルギス共和国大使館
韓国クルーズ研修	韓国	2025年6月19日(木)～22日(日)	9	韓国観光公社
エジプト視察旅行	エジプト	2025年9月	7	エジプト航空

2025年6月末現在

JOTCは、コロナ期間で中断していた海外視察を2023年度(5回)、2024年度(9回)と企画してまいりました。

今後も旅行会社社員の商品造成、営業スキルUP、新デスティネーション発掘等を目的に回数、質ともに積極的に強化していきます。

4. 訪日旅行

ー1. インバウンドの概況

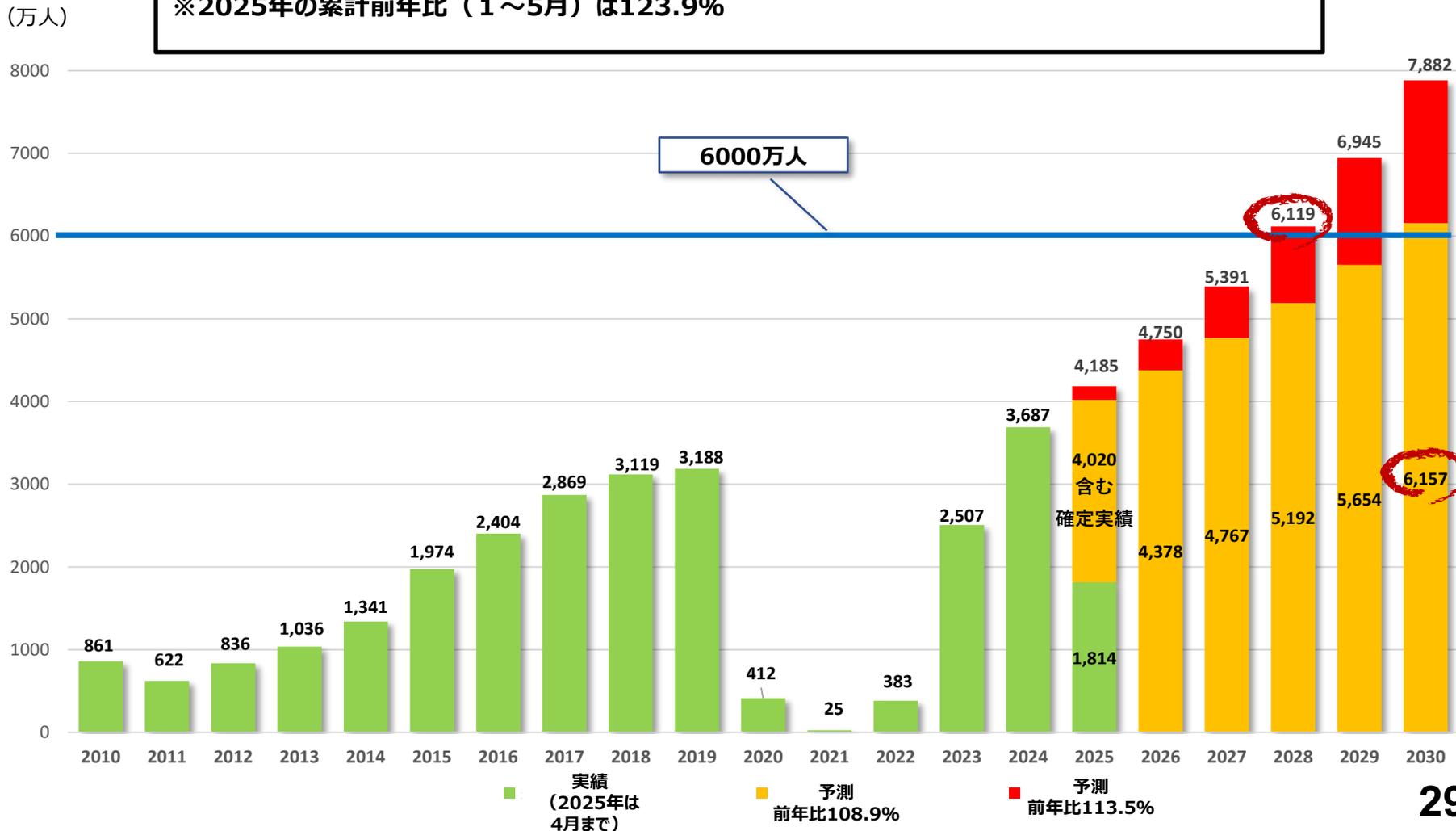
ー2. インバウンド急回復による課題

ー3. 高付加価値化と地方誘客に向けたJATAの取組

ー4. 訪日旅行の品質向上に向けたJATAの取組

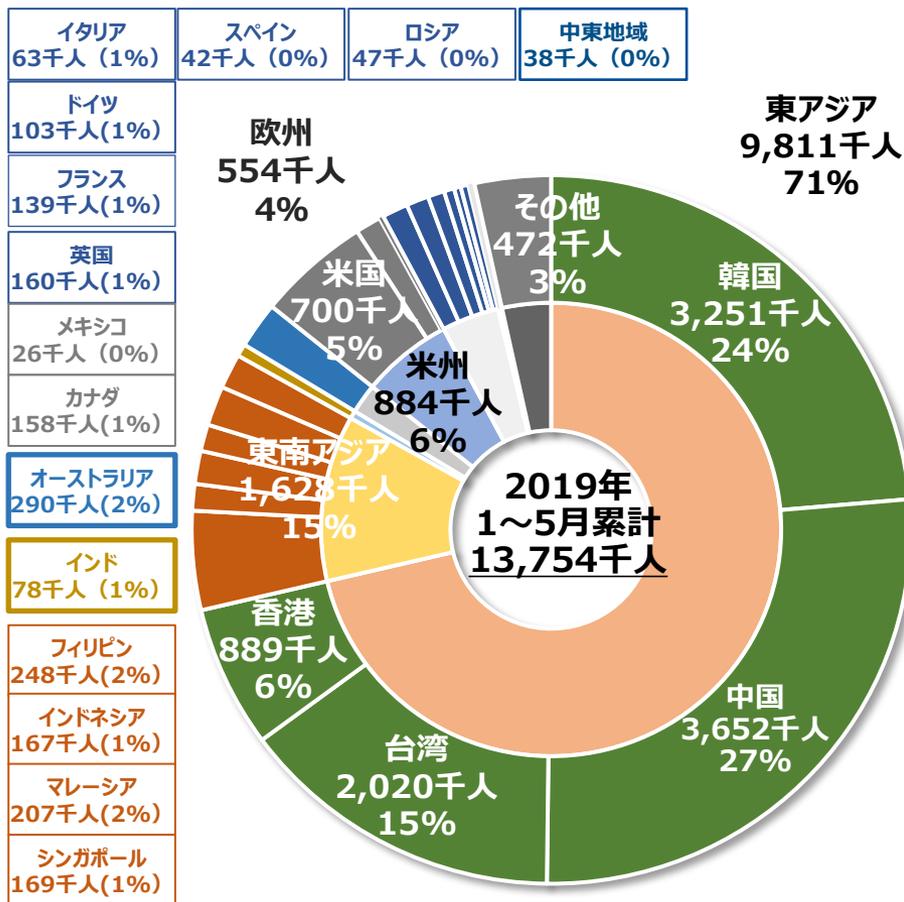
インバウンドの概況① 訪日外国人旅行者数の年別推移 (2010~2030年)

前年比108.9% : JTB2025年年初予想、2030年に6,000万人達成
 前年比113.5% : 2025における訪日外客数前年比最低伸び率 (月間)、2028年に6,000万人達成
 ※2025年の累計前年比 (1~5月) は123.9%



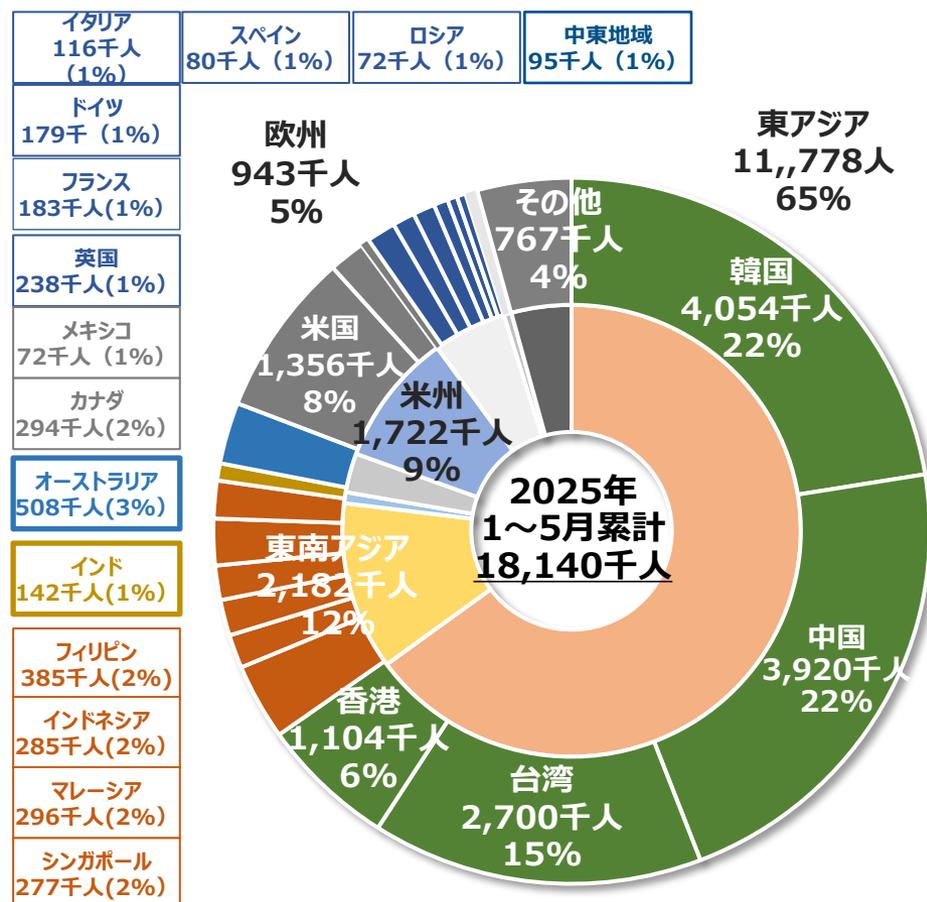
インバウンドの概況② ～国・地域別訪日外客数のシェア（対2019年対比）

2019年1～5月累計



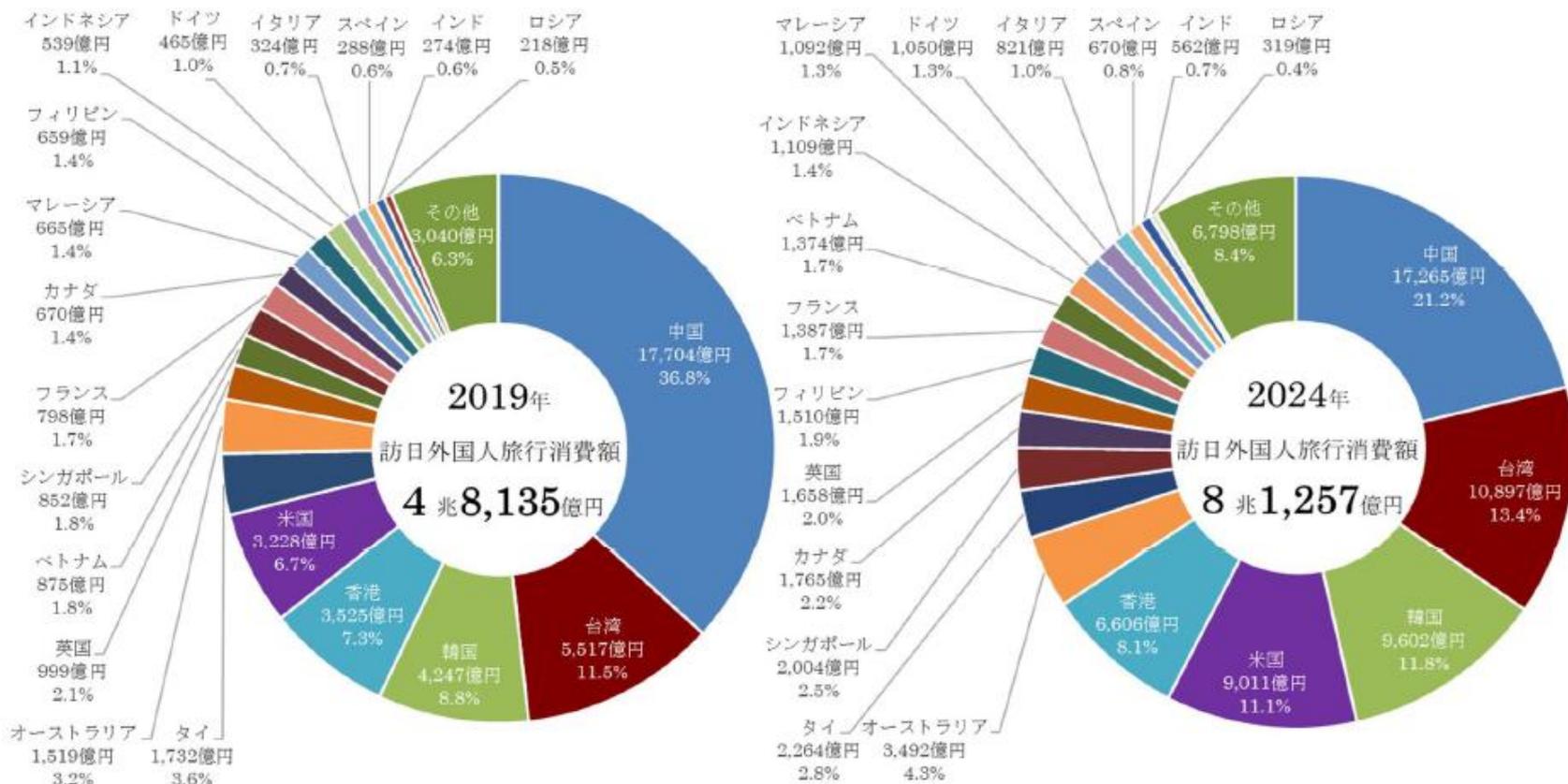
2025年1～5月累計

(19年対比)
25年1～5月累計差
訪日全体 +4,386千人(+32%)
中国 268千人(+7%)



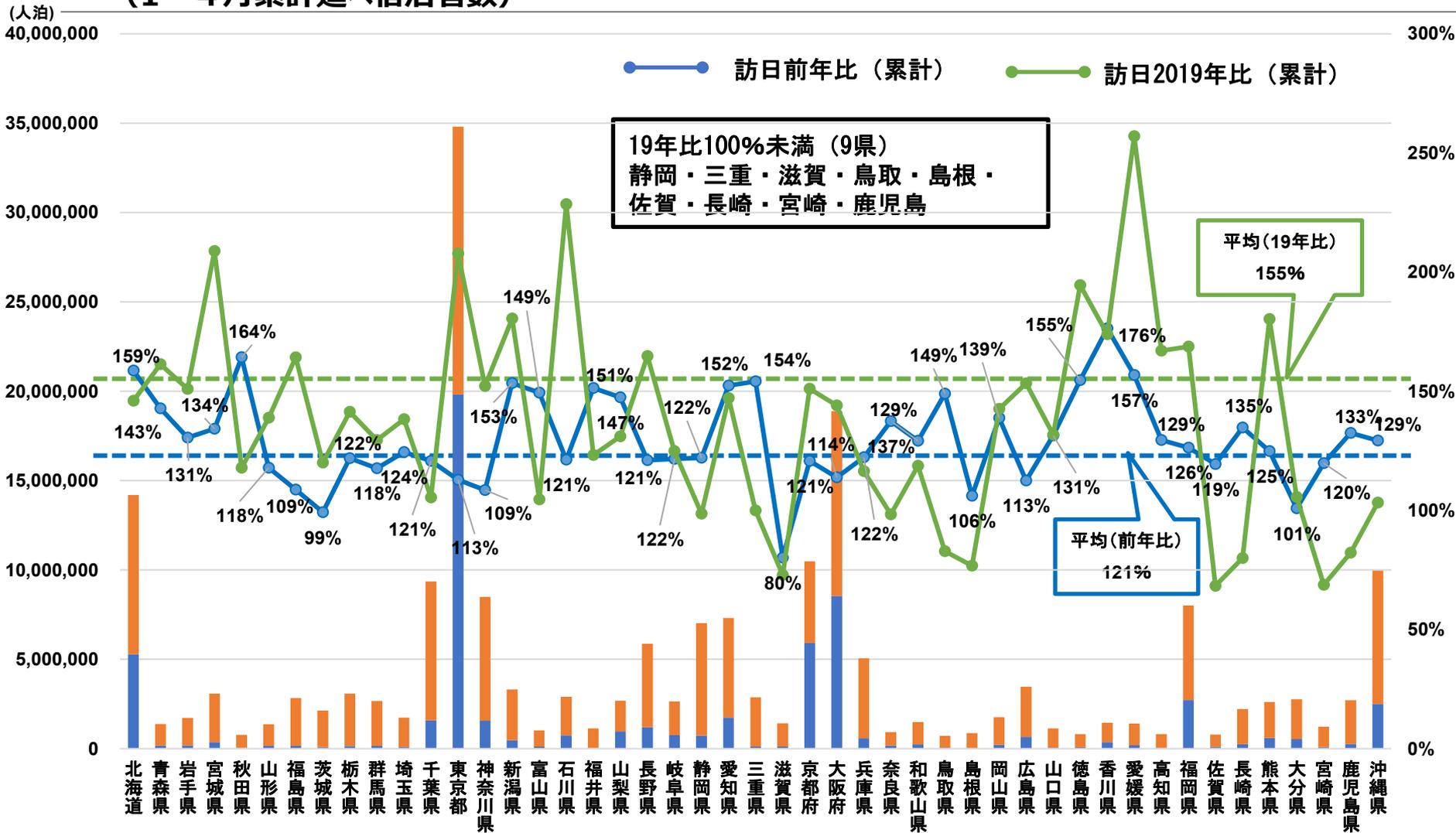
インバウンドの概況③ ～国・地域別訪日外国人消費額（対2019年対比）

2024年の訪日外国人旅行消費額は2019年比69%増の8.1兆円と、2023年に続き過去最高を記録
消費額は中国が最大であるが、2019年比では98%、伸び率では、米国（279%）、豪州（230%）、欧州（218%）
台湾（198%）、韓国（226%）を下回り中国のシェアが低下した



インバウンドの概況④ 2025年都道府県別訪日&日本人宿泊数

(1~4月累計延べ宿泊者数)



都道府県	日本人 (%)	訪日 (%)
北海道	63%	37%
青森県	87%	13%
岩手県	90%	10%
宮城県	88%	12%
秋田県	94%	6%
山形県	89%	11%
福島県	95%	5%
茨城県	96%	4%
栃木県	95%	5%
群馬県	94%	6%
埼玉県	94%	6%
千葉県	83%	17%
東京都	43%	57%
神奈川県	81%	19%
新潟県	86%	14%
富山県	89%	11%
石川県	75%	25%
福井県	96%	4%
山梨県	64%	36%
長野県	80%	20%
岐阜県	71%	29%
静岡県	90%	10%
愛知県	76%	24%
三重県	96%	4%
滋賀県	92%	8%
京都府	44%	56%
大阪府	55%	45%
兵庫県	89%	11%
奈良県	82%	18%
和歌山県	84%	16%
鳥取県	92%	8%
島根県	97%	3%
岡山県	88%	12%
広島県	81%	19%
山口県	95%	5%
徳島県	90%	10%
香川県	75%	25%
愛媛県	86%	14%
高知県	94%	6%
福岡県	66%	34%
佐賀県	87%	13%
長崎県	89%	11%
熊本県	77%	23%
大分県	80%	20%
宮崎県	93%	7%
鹿児島県	90%	10%
沖縄県	75%	25%

インバウンドの概況⑤ 主要旅行会社の取扱額

2024年度の主要43社の取扱額は、外国人旅行が2023年と比べて105%と上昇しているが、2019年度を超えるには至っていない。

しかしながら、2025年1－3月の前年との比較では取扱額を大きく伸ばしている。

主要旅行業者43社の旅行取扱状況
(2024年(令和6年)4月～2025年(令和7年)3月計)

	2024年度 取扱額(千円)	2023年度 取扱額(千円)	2023年度 比(%)	2019年度 取扱額(千円)	2019年度 比(%)
外国人旅行	215,641,656	205,468,837	105.0	222,730,020	96.8
国内旅行	2,165,201,747	2,355,743,419	91.9	2,553,074,067	84.8
海外旅行	1,295,930,841	1,071,672,273	120.9	1,764,739,282	73.4
合計	3,676,774,247	3,632,884,527	101.2	4,540,543,370	81.0

主要旅行業者43社の旅行取扱状況
2025年1～3月、2024年1～3月、2019年1～3月比較

	2025年1－3月 取扱額(千円)	2024年1－3月 取扱額(千円)	2024年 比(%)	2019年1－3月 取扱額(千円)	2019年 比(%)
外国人旅行	53,492,461	45,665,503	117.1%	56,480,209	94.7%

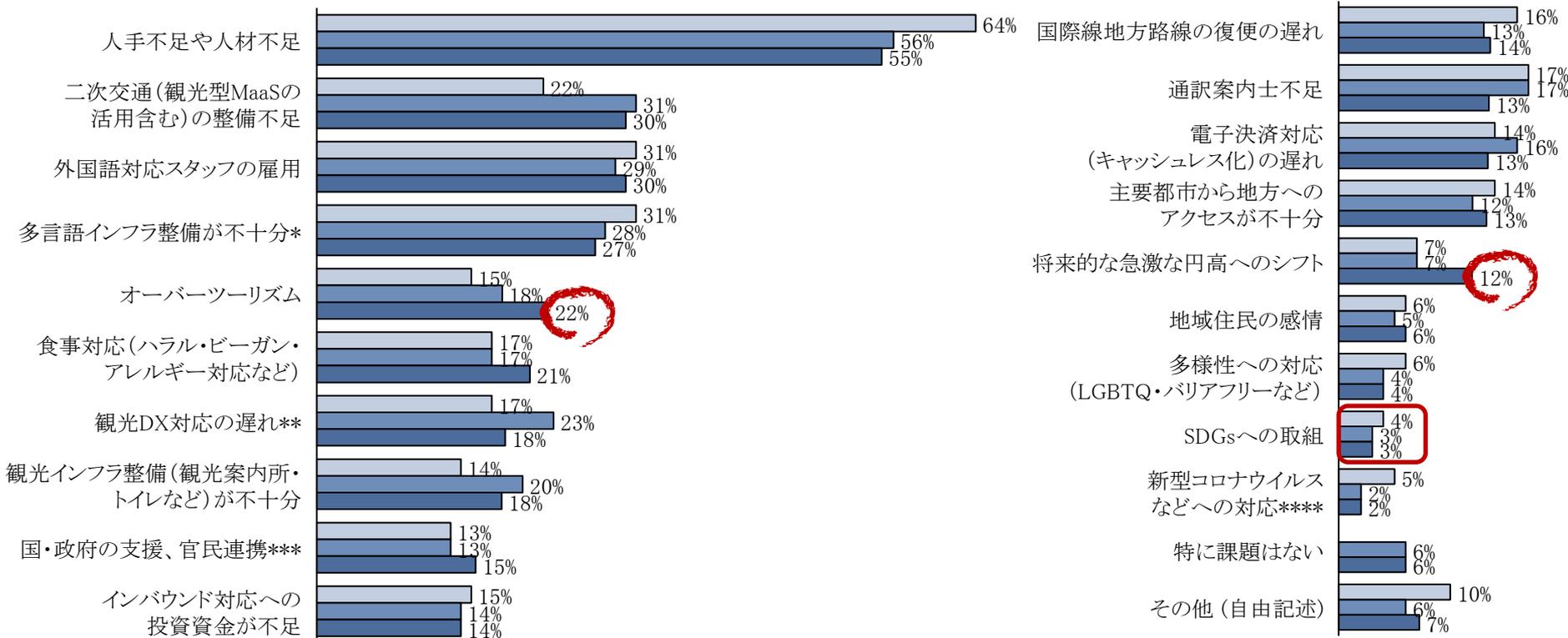
インバウンドの急回復による課題① ～観光事業者への意識調査より現状の課題

第1回調査時より比率は下がっているものの「人手不足や人材不足」が3回の調査を通じてインバウンド観光客の受け入れにおける最大の課題。二次交通の整備不足・外国語対応スタッフの雇用と続く。オーバーツーリズム、円高への懸念は第3回調査において増加傾向が顕著。

インバウンド観光客受入を再開した現在、受入に際して課題について

第1回 n=1,094 / 第2回 n=883 / 第3回 n=913 / 共に複数回答

■ 第1回調査(2023年7月1日時点)
■ 第2回調査(2024年1月1日時点)
■ 第3回調査(2024年7月1日時点)



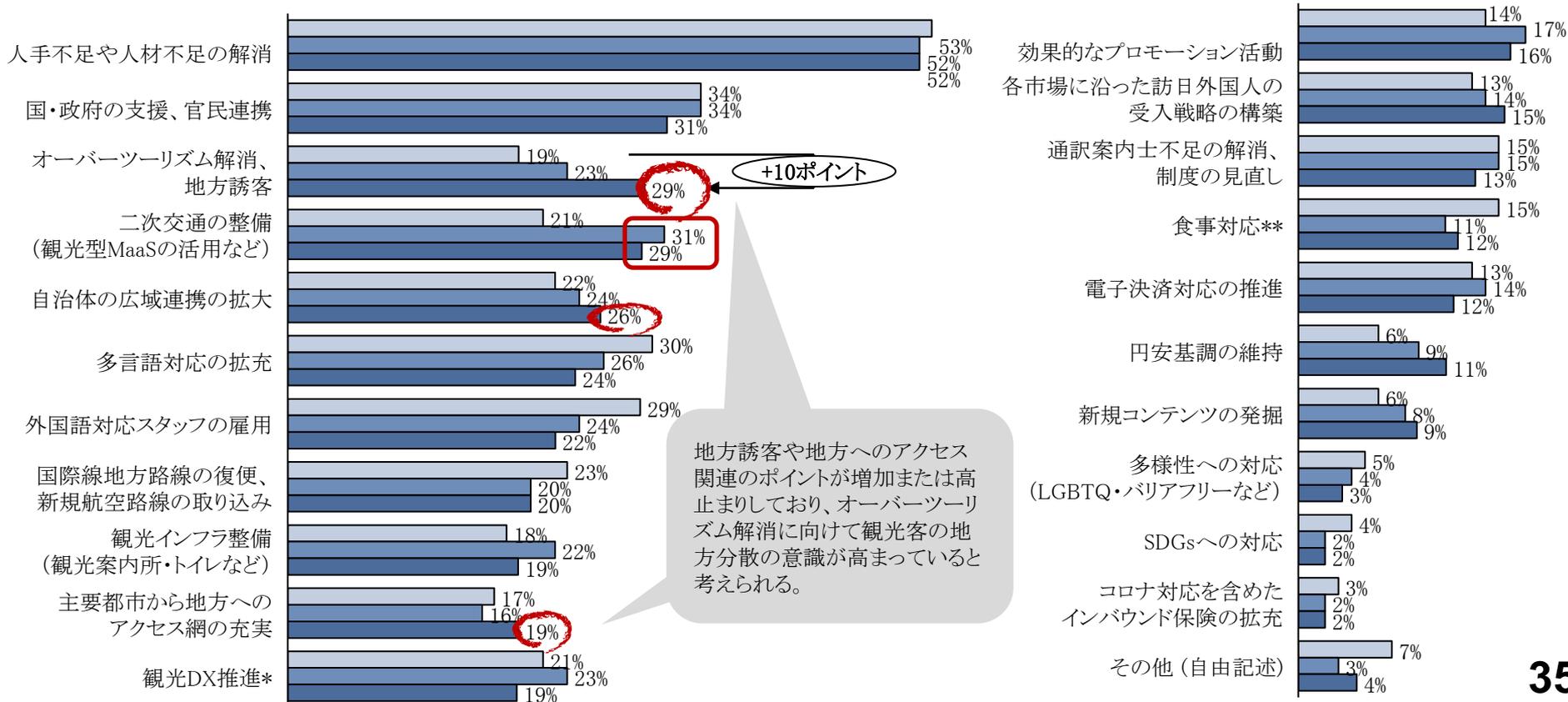
インバウンドの急回復による課題② ～観光事業者への意識調査より将来の課題

現在の課題同様「人手不足や人材不足」が最大の課題であり、3回の調査を通じて高止まり。「オーバーツーリズム解消」が第1回の調査以降、増加傾向にあり、第1回調査時より10ポイント上昇（19%⇒29%）。関連して「二次交通の整備」、「自治体の広域連携拡大」「主要都市から地方へのアクセス」が増加または高止まりしている。

インバウンド観光客受入を再開した現在、受入に際して課題について

第1回 n=1,094 / 第2回 n=883 / 第3回 n=913 / 共に複数回答

■ 第1回調査 (2023年7月1日時点)
■ 第2回調査 (2024年1月1日時点)
■ 第3回調査 (2024年7月1日時点)



出典：JATA第2回「インバウンド旅行者受入拡大に向けた意識調査」

JATAの取組—高付加価値化と地方誘客に向けて

「ツアーグランプリ」を開催して「特別な体験ツアー」造成に向けた機運を高める

今年31回を迎えるツアーグランプリ、近年の訪日旅行部門は「高付加価値化、官民連携、地方誘客、需要分散、等も審査項目に取り入れ、高付加価値な「特別な体験ツアー」が応募されています



- ★**観光庁長官賞** 訪日旅行部門
株式会社 JTB グローバルマーケティング&トラベル
持続可能な観光実現に向けた「北陸レインボー
ルート構築による 新たな訪日人流創出」
- ★**優秀賞** 訪日旅行部門
株式会社日本旅行
シェアと旅する大自然グルメツアー
- ★**審査員特別賞** 訪日旅行部門
株式会社 ティ・エ・エス
日本訪問が初めての方も、リピーターも楽しめる
春の日本列島横断ツアー



- ★**観光庁長官賞** 訪日旅行部門
株式会社農協観光
日出ずる国、日本の農業と文化に触れる旅
- ★**優秀賞** 訪日旅行部門
株式会社JR東日本びゅうツーリズム&セールス
台湾市場向け「TOHOKU EMOTION」貸切おもて
なしツアー
- ★**審査員特別賞** 訪日旅行部門
株式会社 JTB グローバルマーケティング&トラベル
サンライズツアー「富士箱根 日帰りツアー」「京都1
日ツアー」「京都&奈良1日ツアー」インドターリーラ
ンチ付き
- ★**審査員特別賞** 訪日旅行部門
Inside Travel Group Limited
Majestic Japan

JATAの取組—高付加価値化と地方誘客に向けて

★ツアーグランプリ2025観光庁長官賞 訪日旅行部門 株式会社農協観光 日出ずる国、日本の農業と文化に触れる旅

日本の文化の源となる農業体験を軸に各地域における自然・文化体験、人との交流を丁寧に織り込んだツアー。人気の京都・宮島観光に加え、世界農業遺産の見学から農家との交流、伝統文化や温泉体験などをツアーに組み込むことで、観光体験を超え日本文化への深い理解と共感を与えることに成功した点が高く評価された。

主な行程

東京：築地・浅草・皇居・太鼓体験、トマトハウス栽培

埼玉：世界農業遺産の落葉堆肥農法の農地

宮城：キュウリハウス栽培、仙台牛繁殖牧場、松島

山形：啓翁桜出荷所、地域の方々との交流会、酒蔵、
紅花染工房

長野：善光寺、松本城、味噌蔵、温泉旅館、農業試験場

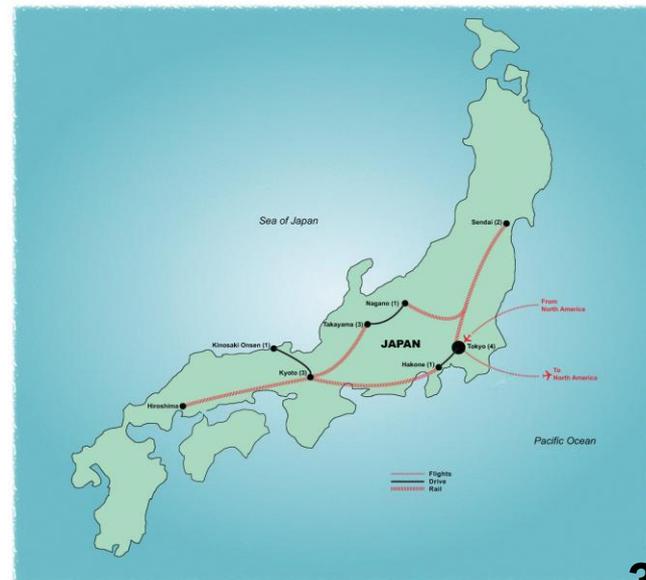
岐阜：飛騨高山、温泉熱利用の果樹農地、きのご農家

広島：宮島、平和祈念公園

京都：三十三間堂、伏見稻荷、金閣寺、龍安寺等

兵庫：世界農業遺産の但馬牛育成（博物館）、
ヤンマー農機

神奈川：芦ノ湖、大涌谷、箱根（温泉）



JATAの取組—高付加価値化と地方誘客に向けて

1. 農林水産省との協力

農林水産省が実施する全国500を超える農泊事業者と日本のランドオペレーターのマッチング事業にJATAが協力している。



農泊・インバウンドオンライン商談会（2024年） 農泊・教育旅行オンライン商談会（2025年）

2. 環境省との協力

環境省と連携した国立公園満喫プロジェクトに参画し地元自治体・DMOと誘客の為の意見交換を行っている



妙高戸隠連山国立公園（2024年） やんばる国立公園（2025年）

3. テーマ別セミナーの主催

年度に1～2回JATAの主催で訪日インバウンド事業者向けの高付加価値、地方誘客をテーマとしたセミナーを実施している。



スノーツーリズムセミナー（2023年） インバウンド高付加価値セミナー（2024年）

4. 地方自治体/海外業界団体との協力

ゴールデンルートに変わる新ルートの提案や、人流の分散化、地域観光活性化及び地方誘客への貢献を企図した取組み

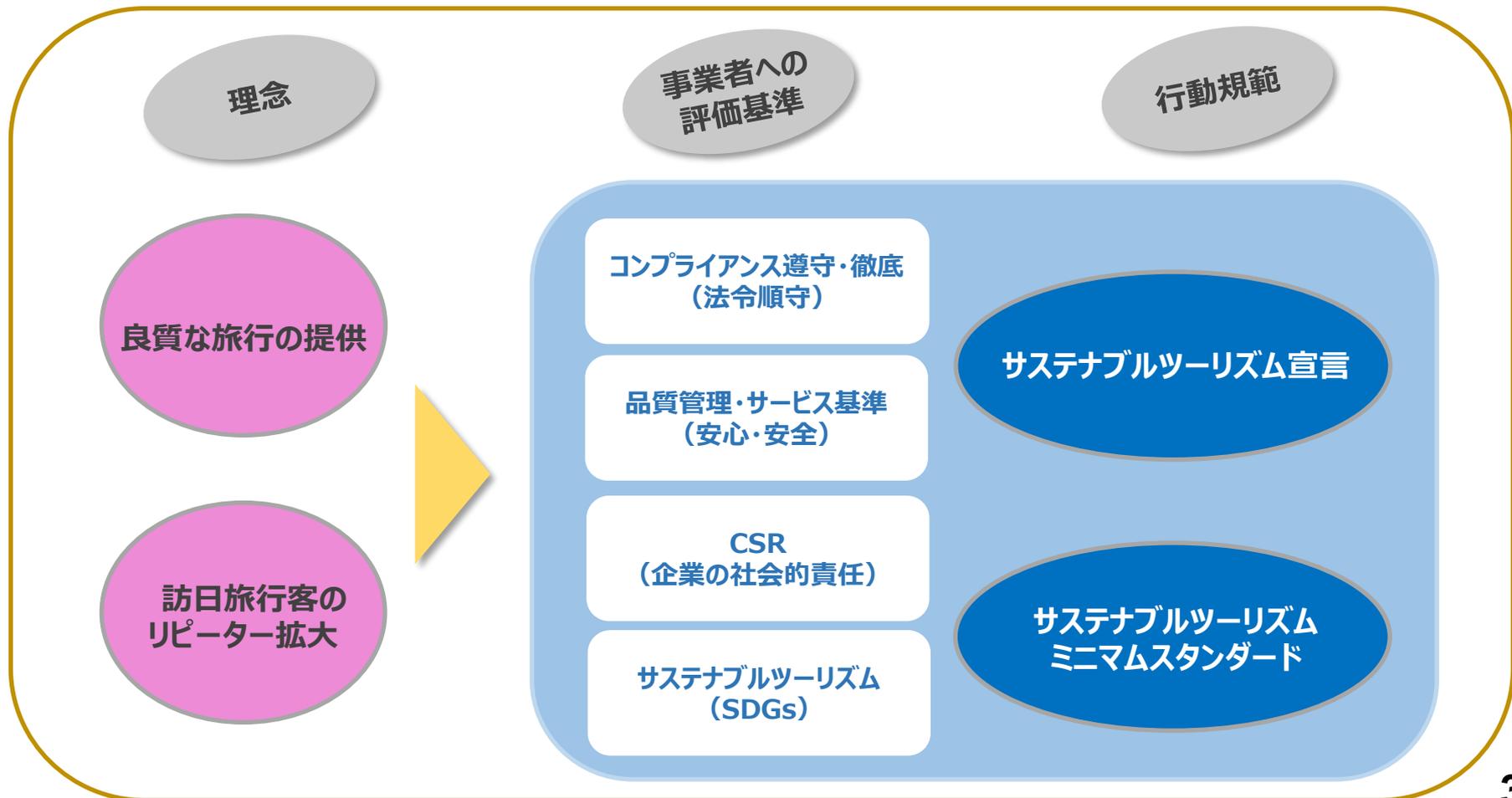


韓国旅行業協会北陸視察意見交換（2024年） 福井県インバウンド東京商談会（2025年）

JATAの取組－訪日旅行の品質向上に向けて

ツアーオペレーター品質認証制度 (TQJ)

拡大する訪日需要に対し質・量両面より安全・安心な旅を提供できるようツアーオペレーター品質認証制度の拡充を図ります。



JATAの取組－訪日旅行の品質向上に向けて

ツアーオペレーター品質認証制度（TQJ）2025年度活動案



海外商談会への参加（継続）

認証会社と共同で海外商談会へ参加



WTM London(2024年)

TQJ新規加入説明会（新規）

TQJ新規認定取得希望会社に対する説明会を開催し、認定にあたって必要となる「コンプライアンス順守」、「品質管理」、「CSR」、「SDGs」の4つの評価基準の説明を実施。また、インバウンド新規参入に向けた商品造成・流通網構築等のポイントなどの解説も実施予定（オンライン開催）

JNTOインバウンド振興フォーラムへの参加（継続）

JNTOインバウンド振興フォーラムへのB to Bデスクに出展。自治体・DMO等への周知を図る



その他

- ・JATA実施セミナー等の優先案内
- ・JNTO海外事務所との連携による訪日取扱旅行会社への周知
- ・自治体・官公庁等のセミナー・商談会等の案内
- ・自治体等補助金事業の案内
- ・インバウンド関連情報の共有



北陸商談会@富山
(2024年7月)

JATAの取組－訪日旅行の品質向上に向けて

2025年ツアーオペレーター品質認証制度認証会社一覧

計47社（2025年4月1日現在）

1	(株)日本旅行	13	(株)トライアングル	25	(株)日本旅行東北	37	近畿日本ツーリスト(株)
2	(株)阪急交通社	14	(株)南海国際旅行	26	(株)日本旅行沖縄	38	(株)HANA TOUR JAPAN
3	名鉄観光サービス(株)	15	(株)エイチ・アイ・エス	27	(株)ティ・エ・エス	39	(株)読売旅行
4	(株)ジャパングレーライン	16	(株)農協観光	28	(株)ラティエノ	40	彩里旅遊(株)
5	ANA X (株)	17	TOPPANトラベルサービス(株)	29	(株)J Cプラン	41	イオンコンパス(株)
6	(株)JTB	18	(株)ジャンボツアーズ	30	日新航空サービス(株)	42	フリゲートエアロツアーズ
7	T-LIFEパートナーズ(株)	19	(株)エヌオーイー	31	(株)平和ITC	43	ドリーム・ジャパン(株)
8	東武トップツアーズ(株)	20	(株)日本旅行北海道	32	Oriental(株)	44	(株)アイ・ティ・ビー
9	(株)JTB GMT	21	西鉄旅行(株)	33	琴平バス(株)	45	京王観光(株)
10	中青旅日本(株)	22	(株)毎日企画サービス	34	タビットツアーズ(株)	46	(株)たびまちゲート広島
11	沖縄JTB(株)	23	(株)ワールド航空サービス	35	(株)JAPANISSIMO	47	南薩観光(株)
12	(株)JR東日本びゅうツーリズム&セールス	24	(株)ジャルパック	36	イートラベル(株)		

5. 人材確保と育成への取組

- 1. 人材確保への取組
- 2. 人材育成への取組
- 3. 旅行産業経営塾について

＜背景＞業界全体での人手不足、優秀な人材の確保と維持
会員会社の従業員数2019年約7万人→2025年約4万7千人(2019年比67%)

＜人材確保への取組＞

■ JATA×(株)ジャタ

- ・ 人材派遣会社と連携し「経験者採用」を会員会社へ斡旋
- ・ 就活ナビ
- ・ 新卒者を対象に業界特化型合同説明会実施（2025年は3月に実施済み）

■ JATA

- ・ 大学との連携でインターンシップ
- ・ 早稲田大学提携講座

＜人材育成への取組みを強化＞

- ・ JATA旅行未来塾（次世代リーダー育成）管理職、中堅、若手社員編
- ・ 新入社員研修
ビジネスマナー、法令・約款基礎知識
- ・ 添乗業務レベルアップ研修（日本添乗サービス協会と共催）

<人材確保への取組>

主催	項目	内容	実績
JATA × (株)ジャタ	経験者採用	人材派遣会社との提携で 人材を会員会社へ斡旋	2023年46名、 2024年84名が旅行会社へ就職
JATA × (株)ジャタ	就活ナビ	企業情報や採用情報を掲 載	現在17社掲載
JATA × (株)ジャタ	合同就職セミナー	旅行業界特化型新卒向 けのセミナー	出展会社数、参加学生数 2023年(25社、182名) 2024年(25社、156名) 2025年(28社、160名)
JATA	インターンシップ	大学と連携し、会員旅行 会社で就業体験	参加旅行会社、大学、学生数 2023年(11社、14大学、46名) 2024年(13社、18大学、67名) 2025年予定(12社、20大学、70名)
JATA	早稲田大学提携講 座『ツーリズム産業 論』	毎年4月～7月までの春 学期の講座。全14回開催。 JATAでは12コマを受け 持ち、観光庁、航空会社、 ホテル、空港会社、旅行 会社各社による講義を実施	2025年で8回目の実施 毎年約400名の学生が受講 本年は500名を超える学生が受講

<人材育成への取組>

主催	項目	内容	実績
JATA	JATA旅行 未来塾	旅行需要の回復を期待する中、旅行会社で働く従業員が前を向いて新たに活躍できるための礎を築くことを目的とし2022年より実施している。昨年より管理職、中堅、若手と階層別に実施	<2024年参加者数> 管理職編27名、中堅社員編28名、若手社員編27名 <2025年> 8月～2026年2月に実施予定
JATA	新入社員 基礎研修	新入社員及コロナ禍で学習機会の少なかった若手社員も対象に、「法令・約款の基礎知識」(オンデマンド配信)と「ビジネス及び接客マナー」の基礎研修を実施	<2024年参加者数> 「法令・約款の基礎知識」197名 「ビジネス及び接客マナー」67名 <2025年参加者数> 「法令・約款の基礎知識」270名 「ビジネス及び接客マナー」80名
JATA ×日本添乗 サービス協 会	添乗業務 レベルアッ プ研修	添乗業務における必要な業務及び海外添乗でのトラブル防止策等の習得により添乗員のレベルアップを図るオンライン研修	<2024年参加者数> ①JATA主催 添乗業務の再確認とトラブル対応 79名 ②TCSA主催 ・お客様に好感を持たれるための接客マナー 127名 ・添乗業務に関するトラブル・苦情事例及びその対処方 ～JATA消費者相談室に寄せられた苦情より～ 139名

2025年度 旅行産業経営塾 講師・講義内容(予定)

2025年5月17日(土)

門川 大作

前・京都市長

入塾式記念講演

一般社団法人世界文化遺産地域連携会議会長

2025年6月7日(土)

島川 崇

神奈川大学国際日本学部 教授

2025年6月28日(土)・29日(日)

原 優二

一般社団法人旅行産業経営塾塾長
一般社団法人日本旅行業協会副会長
株式会社風の旅行社代表取締役社長

※他2名、決まり次第ご案内します

2025年7月12日(土)

矢田 素史

株式会社エイチ・アイ・エス代表取締役社長

2025年8月23日(土)

陸奥 賢氏

観光家
コモンズ・デザイナー
社会実験家
大阪まち歩き大学学長

2025年9月6日(土)

和泉 豊

株式会社電通関西支社プロデューサー

2025年10月4日 (土)	佐藤 大介	株式会社東北アレンジャーズ 代表取締役 株式会社刀 エグゼクティブ・ディレクター 株式会社ジャパンエンターテイメント取締役
2025年11月8日 (土)	梶川 伸	四国八十八ヶ所へんろ小屋プロジェクト理事
2025年11月29日 (土)	萬年良子	株式会社エイチ取締役CSO
	田中千恵子	一般社団法人ツーリストシップ代表理事
2025年12月13日 (土)	小川 理子	パナソニックホールディングス株式会社 参与・関西渉外・万博担当
2026年1月17日 (土)	松浦 賢太郎	クルーズのゆたか倶楽部株式会社 代表取締役
2026年2月7日 (土)	北村 豪	株式会社JTB 執行役員 ツーリズム事業本部 西日本エリア広域代表
2026年2月28日 (土)	辰野 勇	株式会社モンベル代表取締役会長
2026年3月14日 (土)		

優秀論文発表会・卒塾式