２．大阪の観光分野における現状分析及び将来予測に関する国内調査

A.　国内調査① デスクリサーチ

A-１．調査の概要

調査の目的と手法

【目的】大阪観光の「現状」と「未来洞察」を軸に調査（デスクリサーチ）を実施。
大阪府の観光戦略を策定する上で、基礎となる情報を整理し、観光施策や都市魅力創造戦略の方向性を探るための示唆を得る。
【手法】オープンデータ・既存調査データ等を用いたデスクリサーチ

大阪観光の「現状」分析

（１）市場の概況（大阪府の観光市場について）

・市場規模（どの程度の市場規模があるのか、拡大傾向にあるのか、縮小しているのか、等）
・市場セグメントごとの傾向（どのような市場セグメントがあり、それぞれの、拡大/縮小トレンドはどうなっているか、等）　例）飲食、宿泊、エンタメ、スポット巡り、スポーツ、教育、アート、芸能、等

（２）大阪観光における、生活者の動向

・WHO：どのような人が、大阪府を観光しているのか（基本デモグラ、価値観、誰と、どこから来ているか、等）
・WHY：なぜ、大阪府の観光に魅力を感じているのか（他の観光地にはない、独自の魅力とは、等）
・WHAT：どのような大阪観光を楽しんでいるのか（大阪観光の具体的なコンテンツ、内容・ジャンル、等）
・WHEN、WHERE：いつ、どこで大阪観光を楽しんでいるのか（大阪観光の主要エリアや施設、行動範囲、また、それぞれにおける季節性、等）
・HOW：どのように大阪観光を楽しんでいるのか（移動手段や情報収集手段、等）

（３）大阪観光の未来カレンダー

・今後、予定されている主要イベントを整理

今後の、観光施策や都市魅力創造戦略の方向性を探る上で、基礎となる情報、示唆を得る。

（出典）
・観光庁「宿泊旅行統計調査」https://www.mlit.go.jp/kankocho/tokei_hakusyo/shukuhakutokei.html
・観光庁「旅行・観光消費動向調査2023」https://www.mlit.go.jp/kankocho/tokei_hakusyo/shohidoko.html
・国内旅行者の動向把握にむけた大阪版国内観光統計調査（観光地点パラメータ調査）（2023年調査、大阪府域の20地点でのヒアリング調査、n=4,502）
https://s3.ap-northeast-1.amazonaws.com/content.osaka-info.jp/downloads/2024/2023kokunaitoukei.pdf
・公益社団法人日本観光振興協会：令和5年度版 観光の実態と志向 ～第42回国民の観光に関する動向調査～ https://www.nihon-kankou.or.jp/home/jigyou/research/jsr/
・博報堂生活総合研究所「生活定点」調査https://seikatsusoken.jp/teiten/answer/633.html
・博報堂 HABIT/ex調査
・博報堂調査 エリアHABIT 2021年
・博報堂調査 エリアHABIT 2023年
・JTB総合研究所「旅行に対する今の気持ち：国内旅行・海外旅行への意識調査」https://www.tourism.jp/wp/wp-content/uploads/2024/06/tourism-survey-202403.pdf
・（公財）大阪観光局・大阪商工会議所・合同会社ユー・エス・ジェイ 2021年12月調査（全国の18～79才男女、n=11,000）
・（公財）大阪観光局・大阪商工会議所・合同会社ユー・エス・ジェイ　2022年3月定性調査（オンラインパラレルインタビュー）より（サンプル数：計 60 名（ 20 グループ × 3 名）
・マクロミル ブランドデータバンク調べ（2024年7月調査より ※全国15～70才の男女 n=31,331） https://www.branddatabank.com/
・大阪メトロ マーケティングレポートより（2021年11月～2022年1月、国内旅行と推察されるお客さまのICカードデータを抽出して分析）https://osakametro-data-report.jp/pdf/example_travel.pdf

A-１．調査の概要：手法について

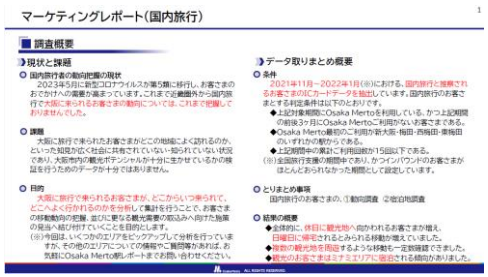
- 既存の調査、統計情報の整理・分析や独自データベース・ツールによる分析を行い、次期戦略策定の基礎となる情報を把握。

既存調査や統計情報の分析、整理

既存調査の事例

観光の実態と志向
（日本観光振興協会）

旅行先として、「この地域のファンである理由」、等



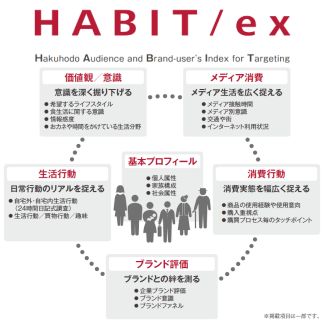
大阪メトロ マーケティングレポート

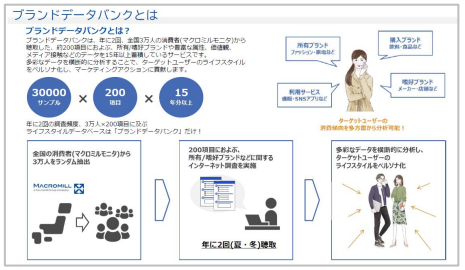
大阪に旅行で来られるお客さまが、どこからいつ来られて、どこへよく行かれるのか、等

当企業体の独自データベース・ツールによる分析

HABIT/ Bdb（ブランドデータバンク）

生活者の意識・価値観・行動に関する大規模調査データベース





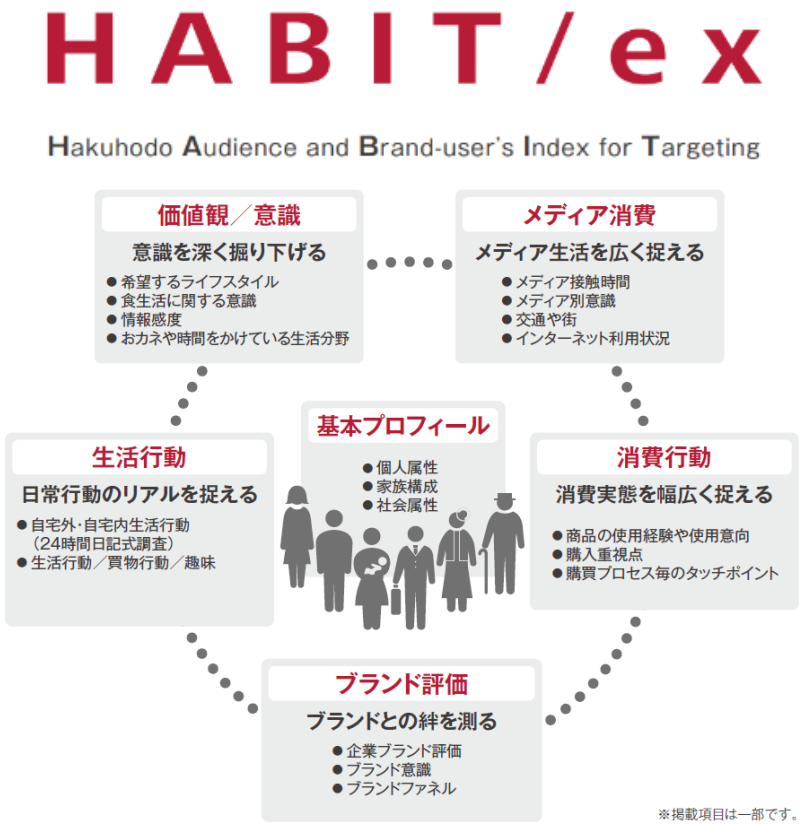
- 大阪によく旅行に来られる方のプロフィールや趣味、嗜好性
- 富裕層×大阪旅行者のプロフィールや趣味・嗜好性
- 万博への来場意向者の特徴・意識

A-１．調査の概要：独自データベース･ツール　ブランドデータバンクについて

- 年に2回、全国3万人の消費者(マクロミルモニタ)から聴取した大規模データベース
- 約200項目におよぶ、所有/嗜好ブランドや豊富な属性、価値観、メディア接触などのデータ。

A-１．調査の概要　：独自データベース・ツール　HABITについて

- 生活者の意識・行動を把握するために博報堂が独自で行っている調査結果をもとにしたシングルソースデータベース。
- メディア接触行動や消費行動、各ブランドに対する接し方等、幅広く聴取。
- 20年近くに渡って毎年調査を実施し、年度比にて経年変化を観察することが可能。



«調査概要»

✓聴取エリア：
　関東50km圏内（茨城・埼玉・千葉・関東・神奈川）
　※関東として定義
　関西地区で実施　（滋賀・京都・大阪・兵庫・奈良）

✓サンプル数：6575ss

✓対象者：12-69歳の男女 ※2021年度から、70代の聴取は廃止

✓経年での分析は12~69歳までのデータで統一
　※集計の際には、各エリアの人口に合わせてWB

✓調査パネル：（株）ビデオリサーチ　ACR/ex調査パネルを利用

✓調査方法：訪問による調査対象者説得、電子調査票による調査

A-２．調査結果のポイント：大阪観光の「現状」分析

（１）市場の概況（大阪府の観光市場について）

市場規模

・2023年、大阪府の延べ宿泊数（日本人のみ）は、約3,200万人泊。
・コロナ禍の2020年と比較して約2倍に増加。コロナ前の2019年を上回る人数にまで回復。
・市場規模（大阪府内の旅行消費額；観光・レクリエーションのみ）は、約9,000億円。
・旅行消費額は、コロナ前の2019年と比較して、宿泊旅行ではそれ以上に回復したが、日帰り旅行はそこまで回復していない。

（出典）
・観光庁「宿泊旅行統計調査」より作成https://www.mlit.go.jp/kankocho/tokei_hakusyo/shukuhakutokei.html
・観光庁「旅行・観光消費動向調査2023」より作成https://www.mlit.go.jp/kankocho/tokei_hakusyo/shohidoko.html
・国内旅行者の動向把握にむけた大阪版国内観光統計調査（観光地点パラメータ調査）（2023年調査、大阪府域の20地点でのヒアリング調査、n=4,502）
https://s3.ap-northeast-1.amazonaws.com/content.osaka-info.jp/downloads/2024/2023kokunaitoukei.pdf

市場セグメントごとの傾向

・大阪宿泊客の旅行中の行動について、「レジャーランド・テーマパーク」、「演劇・音楽・スポーツ」、「都会見物」のボリュームが大きい。
・「レジャーランド・テーマパーク」は、ユニバーサル・スタジオ・ジャパンの影響が大きいと推測される。

（出典）
・公益社団法人日本観光振興協会：令和5年度版 観光の実態と志向 ～第42回国民の観光に関する動向調査～https://www.nihon-kankou.or.jp/home/jigyou/research/jsr/
・国内旅行者の動向把握にむけた大阪版国内観光統計調査（観光地点パラメータ調査）（2023年調査、大阪府域の20地点でのヒアリング調査、n=4,502）
https://s3.ap-northeast-1.amazonaws.com/content.osaka-info.jp/downloads/2024/2023kokunaitoukei.pdf

旅行意識の変化

【国内旅行】
・長期的に見ると、国内旅行者は少なくなっている。
・各世代コロナを経て回復を見せているが、コロナ以前（2018年）の水準まで回復したのは20-50代。

【海外旅行】
・長期的に見ると、30代以降の海外旅行者は少なくなっている。
・各世代コロナを経て回復しているものの、大きく回復したのは20代のみ。

（出典）
・博報堂生活総合研究所「生活定点」調査https://seikatsusoken.jp/teiten/answer/633.html
・JTB総合研究所「旅行に対する今の気持ち：国内旅行・海外旅行への意識調査」https://www.tourism.jp/wp/wp-content/uploads/2024/06/tourism-survey-202403.pdf

A-２．調査結果のポイント：大阪観光の「現状」分析

（２）大阪観光における、生活者の動向

WHO：どのような人が、大阪府を観光しているのか（基本デモグラ、価値観、誰と、どこから来ているか、等）

・30代以下の若年層の割合が多い（55.0%）。全都道府県の中で最多（宿泊客）。
・関東からの宿泊客が最も多い（35.0%）。
・5回以上のリピーターが多い。他府県と比較しても、リピーターの割合が高い（宿泊客）。※各都道府県への宿泊観光旅行参加者ベース
・一方、「過去5年に宿泊旅行経験あり（大阪府以外も含む）：全体の55%」をベースにした（公財）大阪観光局・大阪商工会議所・合同会社ユー・エス・ジェイ 調査で見ると、大阪来阪1回以下が85%を占める（未経験だと71%）。
・以下「大阪Lover（過去5年以内に2回以上、大阪の宿泊旅行経験がある人）の特徴について、
・20代男女、関東からが多い。
・1人で来阪する人が比較的多い。
・旅行が「非常に好き」な人が、過半数を占める。
・コロナ終息後の国内旅行について、自己を開放して、テンションを上げたい気持ちが強い。
・過去5年以内に、東京や京都にも、5割以上が行っている。

（出典）
・公益社団法人日本観光振興協会：令和5年度版 観光の実態と志向 ～第42回国民の観光に関する動向調査～https://www.nihon-kankou.or.jp/home/jigyou/research/jsr/
・国内旅行者の動向把握にむけた大阪版国内観光統計調査（観光地点パラメータ調査）（2023年調査、大阪府域の20地点でのヒアリング調査、n=4,502）
https://s3.ap-northeast-1.amazonaws.com/content.osaka-info.jp/downloads/2024/2023kokunaitoukei.pdf
・（公財）大阪観光局・大阪商工会議所・合同会社ユー・エス・ジェイ　2021年12月調査（全国の18～79才男女、n=11,000）

WHY：なぜ、大阪府の観光に魅力を感じているか（他の観光地にはない、独自の魅力とは、等）

・国内旅行先として、大阪府が「ファン」である理由は、「魅力的な観光施設、飲食店、食、街並み」。それらと比較して、「歴史・文化財」、「地域特有の文化」の魅力度は低い（宿泊客）。
・「魅力的な飲食店」について、大阪は、福岡、香川に次いで3位。大阪ファンにとって、大阪のグルメは大きな楽しみの一つ（宿泊客）。
・「他府県にはない大阪ならではの魅力」について
・大阪Loverは、「水族館・テーマパークなどエンタメ施設の充実」や、「お手頃価格で旅行を楽しめる」といったことを評価する傾向が強い。
・「おいしいものを堪能できる」は、大阪Loverだけでなく、Light Userなど全ての層で高い評価。
・「水族館・テーマパークなどエンタメ施設の充実」や、「お手頃価格で旅行を楽しめる」は、他府県と比べて、大阪の評価が最も高い。
※マイナス要素：定番コースは体験済みで、それ以外の魅力を想起できない。ユニバーサル・スタジオ・ジャパンと食べ物以外の魅力を知らない、等。

●「大阪府への宿泊旅行の目的」について
・「水族館・テーマパークなどエンタメ施設の充実」と「おいしいものを堪能」の他、大阪Loverでは、「買い物を楽しむ」や、「街並み・街歩きを楽しむ」という目的も多い。
・応援したい都道府県は一位が北海道、次に沖縄と続き、東京都・京都府と続き、大阪府は5番目に高い。⇒（大阪を応援したい理由）住民の人柄や気質が好き、等。
・（大阪を応援したい人の特徴）高い収入を得ている／自己啓発する／外国人やマイノリティとも分け隔てなく交流したい、等。

（出典）
・公益社団法人日本観光振興協会：令和5年度版 観光の実態と志向 ～第42回国民の観光に関する動向調査～https://www.nihon-kankou.or.jp/home/jigyou/research/jsr/
・国内旅行者の動向把握にむけた大阪版国内観光統計調査（観光地点パラメータ調査）（2023年調査、大阪府域の20地点でのヒアリング調査、n=4,502）
https://s3.ap-northeast-1.amazonaws.com/content.osaka-info.jp/downloads/2024/2023kokunaitoukei.pdf
・（公財）大阪観光局・大阪商工会議所・合同会社ユー・エス・ジェイ　2021年12月調査（全国の18～79才男女、n=11,000）
・（公財）大阪観光局・大阪商工会議所・合同会社ユー・エス・ジェイ　2022年3月定性調査（オンラインパラレルインタビュー）より（サンプル数：計 60 名（ 20 グループ × 3 名）

A-２．調査結果のポイント：大阪観光の「現状」分析

（２）大阪観光における、生活者の動向

WHAT：どのような大阪観光を楽しんでいるか（大阪観光の具体的なコンテンツ、内容・ジャンル、等）

・宿泊客、日帰り客ともに、「テーマパーク・水族館などのアミューズメント施設」が最多（特に、宿泊客）。
・宿泊客では、「グルメ、街の散策、寺社仏閣」など。日帰り客は「ショッピング、自然景観、グルメ」など。

（出典）
・国内旅行者の動向把握にむけた大阪版国内観光統計調査（観光地点パラメータ調査）（2023年調査、大阪府域の20地点でのヒアリング調査、n=4,502）
https://s3.ap-northeast-1.amazonaws.com/content.osaka-info.jp/downloads/2024/2023kokunaitoukei.pdf

WHERE：どこで大阪観光を楽しんでいるか（大阪観光の主要エリアや施設、行動範囲、等）

・大阪府内の宿泊数のうち、8割以上が大阪市内での宿泊。
・大阪市内の施設を訪問した人のうち、5%しか市外を訪問していない（ほとんど市内で完結）。
・宿泊地として、大阪の中心地（本町～なんば）が選ばれる傾向。

（出典）
・国内旅行者の動向把握にむけた大阪版国内観光統計調査（観光地点パラメータ調査）（2023年調査、大阪府域の20地点でのヒアリング調査、n=4,502）
https://s3.ap-northeast-1.amazonaws.com/content.osaka-info.jp/downloads/2024/2023kokunaitoukei.pdf
・観光庁「宿泊旅行統計調査」より（※そのデータを元にした、大阪府による推計値）https://www.pref.osaka.lg.jp/documents/35701/nobesyuku2023.pdf
・マクロミル　ブランドデータバンク調べ（2024年7月調査より　※全国15～70才の男女　n=31,331）https://www.branddatabank.com/
・大阪メトロ　マーケティングレポートより（2021年11月～2022年1月、国内旅行と推察されるお客さまのICカードデータを抽出して分析）https://osakametro-data-report.jp/pdf/example_travel.pdf

WHEN：いつ大阪観光を楽しんでいるか（大阪観光の主要エリアや施設それぞれにおける季節性、等）

・年間を通じて、それほど大きな浮き沈みは見られない（宿泊客）。
・その中で、コロナ前（2019年以前）は8月が多かったがコロナ後は10～12月の割合が多くなった。
・ただ、直近の2023年では、年間を通じて、大きな差は見られない。

（出典）
・観光庁「宿泊旅行統計調査」より作成https://www.mlit.go.jp/kankocho/tokei_hakusyo/shukuhakutokei.html

HOW：どのように大阪観光を楽しんでいるか（移動手段や情報収集手段、等）

・旅行に関する情報源として、宿泊客、日帰り客ともに、インターネット情報が最も多い。
・その他、Instagramや、家族・友人の口コミなど。

●「旅行の情報収集手段」について
・全体的には、「旅行代理店や宿泊予約のWEBサイト」、「TV番組」、「旅行ガイドブック」などが多い。
・大阪Loverの特徴としては、「旅行代理店や宿泊予約のWEBサイト」の他、「SNS投稿」、「個人のホームページ」などを参考にする人が多い傾向。
・旅行に関する情報の入手経路は民放テレビが最も多く、続いてSNS・インターネットサイトと続く。
・20代女性は、テレビよりもSNSで情報収集する割合が高い。

（出典）
・国内旅行者の動向把握にむけた大阪版国内観光統計調査（観光地点パラメータ調査）（2023年調査、大阪府域の20地点でのヒアリング調査、n=4,502）
https://s3.ap-northeast-1.amazonaws.com/content.osaka-info.jp/downloads/2024/2023kokunaitoukei.pdf
※大阪観光DMP（無償トライアル版）より作成 https://www.dmp.osaka-info.jp/施策検討/国内観光パラメータ調査
・博報堂HABIT/ex調査
・博報堂調査　エリアHABIT 2021年
・博報堂調査　エリアHABIT 2023年
・（公財）大阪観光局・大阪商工会議所・合同会社ユー・エス・ジェイ　　2021年12月調査（全国の18～79才男女、n=11,000）

A-２．調査結果のポイント：大阪観光の「未来洞察」

（３）大阪観光の未来カレンダー		
2025	・大阪・関西万博 ・関西3空港が、淡路島上空の飛行を拡大した新ルートを運用 ・JR大阪駅北側の再開発地区「グラングリーン大阪」順次開業 ・うめきた2期に高級ホテル「ウォルドーフ・アストリア」オープン ・大阪市の淀屋橋に角地を再開発したツインビルが、相次いで完成 ・「うめきたグリーンプレイス」開業 ・日本初進出ホテル「パティーナ大阪」オープン ・中座くいだおれビルが春オープン ・大阪市立美術館リニューアルオープン ・関西最大級の都市型スパ「うめきた温泉 蓮Wellbeing Park」オープン ・『タイムアウトマーケット大阪』アジア初上陸 ・「ユニバーサル・クールジャパン2025」開催	・https://www.expo2025.or.jp/ ・博報堂生活総研未来年表 https://www3.nhk.or.jp/kansai-news/20240715/2000086005.html ・博報堂生活総研未来年表 https://news.yahoo.co.jp/articles/088d2505e6b50f622ca7e81787ff96b62db9b6f5 ・博報堂生活総研未来年表 https://www.fashion-press.net/news/81002 ・博報堂生活総研未来年表 https://osaka.red/yodoyabashi-twintower-project/ ・https://osaka.style/news/44482/ ・https://www.richessemag.jp/travel/domestictravel/a62266983/daily-news-240923/ ・https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000001.000147695.html ・https://www.city.osaka.lg.jp/hodoshiryo/keizaisenryaku/0000630131.html ・https://news.yahoo.co.jp/articles/397cd090499b2672003cace0e480a0918aa3ed10 ・https://news.biglobe.ne.jp/economy/1113/prt_241113_5827098649.html ・https://www.usj.co.jp/company/news/2024/1015/
2026	・ロイヤルホテルが、大阪の新世界周辺に若者向けの宿泊特化型ホテルをオープン ・大阪の心斎橋に、高さ約132メートル（地上28階、地下2階）の大型複合ビルがオープン Velo-city（2026年想定）※自転車利用に関する唯一最大の国際会議	・https://www.nikkei.com/article/DGXZQOUF198UB0Z10C24A7000000/ ・https://www.jrwd.co.jp/news/2023/nw_0117.html ・https://www.pref.osaka.lg.jp/documents/26423/tyuutyouki.pdf
2027	・うめきた2期再開発地区の、公園が全面開園 ・「うめきた2期」再開発が、すべて完成 ・グラングリーン大阪全体まちびらき ・淀川左岸線２期 一般供用開始 ・イノゲート大阪：高架下商業ゾーン・バスターミナル開業	・博報堂生活総研未来年表 https://www.pref.osaka.lg.jp/hodo/fumin/o140030/prs_50669.html ・博報堂生活総研未来年表 https://for-realize.co.jp/osaka02.html ・https://www.hhp.co.jp/news/2024/09/000675.html ・https://www.pref.osaka.lg.jp/documents/26423/tyuutyouki.pdf ・https://www.fashion-press.net/news/
2028	・大阪市此花区の桜島エリア（JRユニバーサルシティ駅―桜島駅間の水辺）に、客室数834室の大型ホテル（14階建て）が開業 ・大阪メトロ中央線森ノ宮駅の北約1キロ（大阪市城東区）に新駅が開業	・博報堂生活総研未来年表 https://saitoshika-west.com/blog-entry-9115.html ・博報堂生活総研未来年表 https://subway.osakametro.co.jp/news/news_release/20240628_morinomiya_kidoujigyou_tokkyo.php
2029	・大阪府の万博記念公園（吹田市）に、西日本最大級のアリーナが開業する ・F1自動車レースの日本グランプリが、大阪で開催される（2029年以降） ・大阪駅直結「サウスゲートビルディング」グランドオープン	・博報堂生活総研未来年表 https://www.kenbiya.com/ar/ns/region/ ・博報堂生活総研未来年表 https://www.nikkei.com/article/DGXZQOUF316TK0R30C24A5000000/ ・https://travel.watch.impress.co.jp/docs/news/1629718.html

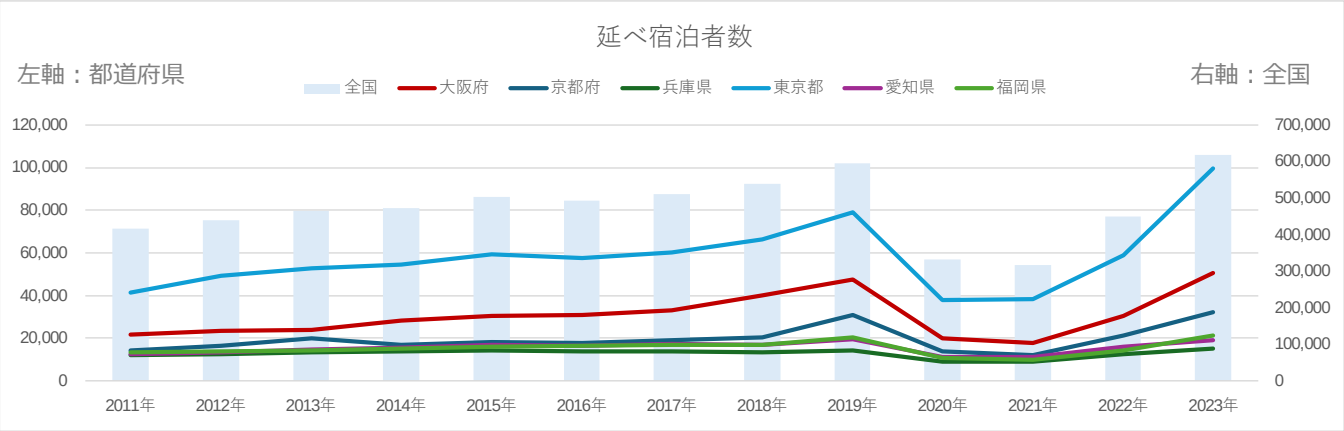
A-２．調査結果のポイント：大阪観光の「未来洞察」

（３）大阪観光の未来カレンダー		
2030	・大阪市此花区の夢洲に、カジノを含む統合型リゾート（IR）がオープンする ・新大阪駅再開発 ・京阪中之島線延長 ・岸和田市の岸和田城天守閣（鉄筋コンクリート造）がリニューアルオープンする ・大阪マルビル開業	・博報堂生活総研未来年表 https://www.asahi.com/articles/ASS973H77S97OXIE01PM.html ・https://www.pref.osaka.lg.jp/documents/26423/tyuutyouki.pdf ・https://www3.nhk.or.jp/kansai-news/20241109/2000089075.html ・博報堂生活総研未来年表 https://www.asahi.com/articles/ASS6M210GS6MOXIE01DM.html ・https://mirai.uriba.me/osaka-marubiru/#google_vignette
2031	・JR西日本、阪急電鉄、南海電鉄の3社が、新大阪―関西国際空港間を相互運転する（新大阪連絡線、なにわ筋連絡線、なにわ筋線） ・なにわ筋線 開通 ・大阪市中央区の「大阪ガスビルディング」周辺再開発が、このころ全体開業する	・博報堂生活総研未来年表 https://www.nikkei.com/article/DGXZQOUF1742J0X10C23A8000000/ ・https://www.pref.osaka.lg.jp/documents/26423/tyuutyouki.pdf ・博報堂生活総研未来年表 https://www.nikkei.com/article/DGXZQOUF077C50X00C23A2000000/
2032	・淀川区―北区の十三大橋完成100年 ・万博記念公園の大型アリーナに、オフィスビルなどが増築される（2032年以降） ・阪神高速・淀川左岸線延伸部開通	・博報堂生活総研未来年表 ・博報堂生活総研未来年表 http://te1049-190101.com/ ・https://japan-expressway.com/
2033	・大阪モノレールの門真市駅―瓜生堂駅（東大阪市）間の開業 ・上本町駅周辺一体化再開発完成予定	・博報堂生活総研未来年表 https://www.asahi.co.jp/webnews/pages/abc_25312.html ・https://www.nikkei.com/article/DGKKZO45688800U9A600C1LKA000/
2035	・早ければこのころ、阪急電鉄大阪梅田駅周辺の一体整備が終わる（阪急ターミナルビルと大阪新阪急ホテルの建て替えと阪急三番街の全面リニューアル）	・博報堂生活総研未来年表 ・https://saitoshika-west.com/blog-entry-8362.html
2037	・万博記念公園（大阪府）の大型アリーナ周辺に、商業施設、ホテル、マンションなどが整備される ・リニア中央新幹線の名古屋―大阪間が開業	・博報堂生活総研未来年表 https://www.kensetsunews.com/web-kan/855974 ・https://www.city.osaka.lg.jp/toshikeikaku/page/0000436442.html
2040	・大阪、神戸、京都の3大都市を結ぶ大阪市の十三駅一帯が、新しいターミナル駅に生まれ変わる	・博報堂生活総研未来年表 https://www.yomiuri.co.jp/local/kansai/news/20240205-OYO1T50074/
2046	・北陸新幹線の福井県敦賀駅～新大阪駅の開通が予定	・https://www.pref.osaka.lg.jp/documents/26423/tyuutyouki.pdf https://news.yahoo.co.jp/articles/8596c3da56fa7b8554d9671aae382ce3411cb308?page=3
2050	・大阪の魅力を特徴ごとに6エリアに分ける「グランドデザイン・大阪」が完成する	https://www.pref.osaka.lg.jp/o140020/tokuu/shin_gd/index.html https://www.pref.osaka.lg.jp/documents/2248/gd_gaiyou_1.pdf

A-３．調査の結果：市場の概況　～市場規模（延べ宿泊数）

- 2023年、大阪府の延べ宿泊数は、約5,000万人泊（東京都の約半数、外国人含む）。
- コロナ禍の2020年と比較して約2.5倍に増加。コロナ前の2019年を上回る人数にまで回復。

延べ宿泊者数（千人泊：外国人含む）



	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年
大阪府	21,765	23,344	23,881	28,369	30,366	31,010	33,212	39,898	47,428	19,717	17,859	30,522	50,701
京都府	14,405	16,241	20,088	16,987	18,255	17,650	18,922	20,451	30,750	13,898	11,920	21,110	32,125
兵庫県	11,893	12,353	13,226	13,759	14,164	13,759	13,801	13,392	14,417	8,976	8,789	12,634	15,131
東京都	41,528	49,190	52,824	54,259	59,088	57,515	59,950	66,109	78,982	37,763	38,239	59,037	99,447
愛知県	12,407	13,426	14,653	15,395	16,622	16,559	17,189	17,010	19,338	11,068	11,342	15,812	18,858
福岡県	13,240	13,674	13,987	15,232	16,143	16,476	17,001	16,732	20,420	10,593	9,621	13,994	21,124
全国	417,234	439,495	465,893	473,502	504,078	492,485	509,597	538,002	595,921	331,654	317,774	450,458	617,475

単位：千人泊

2020年との対比

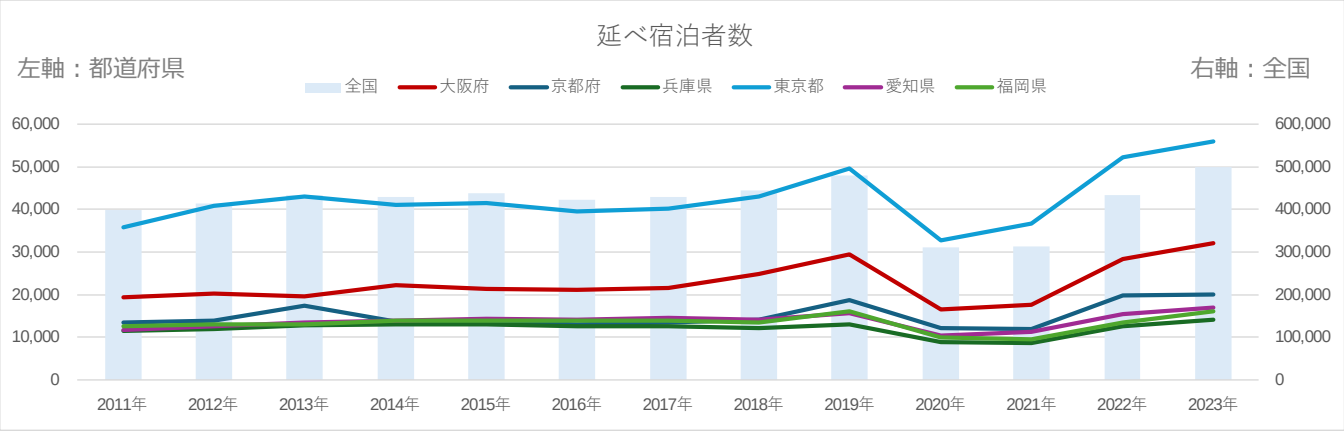
	2020年	2021年	2022年	2023年
大阪府	100.0%	90.6%	154.8%	257.1%
京都府	100.0%	85.8%	151.9%	231.1%
兵庫県	100.0%	97.9%	140.7%	168.6%
東京都	100.0%	101.3%	156.3%	263.3%
愛知県	100.0%	102.5%	142.9%	170.4%
福岡県	100.0%	90.8%	132.1%	199.4%
全国	100.0%	95.8%	135.8%	186.2%

出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」より作成
https://www.mlit.go.jp/kankocho/tokei_hakusyo/shukuhakutokei.html

A-３．調査の結果：市場の概況　～市場規模（延べ宿泊数：日本人のみ）

- 2023年、大阪府の延べ宿泊数（日本人のみ）は、約3,200万人泊。
- コロナ禍の2020年と比較して約2倍に増加。コロナ前の2019年を上回る人数にまで回復。

延べ宿泊数（千人泊：日本人のみ）



	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年
大阪府	19,399	20,283	19,567	22,169	21,400	21,002	21,540	24,774	29,501	16,492	17,539	28,393	31,946
京都府	13,352	13,936	17,462	13,696	13,676	13,047	13,365	14,183	18,725	12,190	11,814	19,697	19,992
兵庫県	11,584	11,999	12,719	13,061	12,957	12,639	12,552	12,132	13,050	8,796	8,736	12,508	14,115
東京都	35,877	40,898	42,993	41,064	41,527	39,455	40,174	42,915	49,631	32,760	36,703	52,261	55,810
愛知県	11,694	12,482	13,506	13,906	14,275	14,166	14,647	14,160	15,704	10,408	11,234	15,469	16,849
福岡県	12,636	12,915	13,087	13,875	13,783	13,802	13,889	13,365	16,158	9,969	9,516	13,387	16,086
全国	398,819	413,181	432,398	428,677	438,464	423,096	429,906	443,726	480,265	311,309	313,457	433,956	499,723

単位：千人泊

2020年との対比

	2020年	2021年	2022年	2023年
大阪府	100.0%	106.3%	172.2%	193.7%
京都府	100.0%	96.9%	161.6%	164.0%
兵庫県	100.0%	99.3%	142.2%	160.5%
東京都	100.0%	112.0%	159.5%	170.4%
愛知県	100.0%	107.9%	148.6%	161.9%
福岡県	100.0%	95.5%	134.3%	161.4%
全国	100.0%	100.7%	139.4%	160.5%

出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」より作成
https://www.mlit.go.jp/kankocho/tokei_hakusyo/shukuhakutokei.html

A-３．調査の結果：市場の概況　～市場規模（宿泊客・日帰り客の旅行消費額）

- 市場規模（大阪府内の旅行消費額；観光・レクリエーションのみ）は、約9,000億円。

旅行消費額

	宿泊旅行				日帰り旅行				宿泊＋観光	
		観光・レクリエーション	帰省・知人訪問等	出張・業務		観光・レクリエーション	帰省・知人訪問等	出張・業務	合計	観光・レクリエーションのみ
大阪府	1,030,946	756,127	152,399	122,420	185,803	138,212	16,434	31,157	1,216,749	894,339
京都府	656,410	472,301	115,652	68,458	120,051	98,796	13,108	8,146	776,461	571,097
兵庫県	521,745	368,215	118,783	34,746	173,288	118,606	40,321	14,361	695,032	486,821
東京都	1,555,131	947,501	278,768	328,862	391,700	271,771	46,264	73,665	1,946,831	1,219,272
愛知県	614,511	279,675	76,410	258,426	147,168	97,690	22,383	27,094	761,679	377,366
福岡県	575,070	338,316	137,362	99,392	119,827	79,433	14,981	25,414	694,897	417,748
全国	17,795,978	12,028,384	3,217,056	2,550,538	4,114,126	3,076,087	609,853	428,185	21,910,104	15,104,471

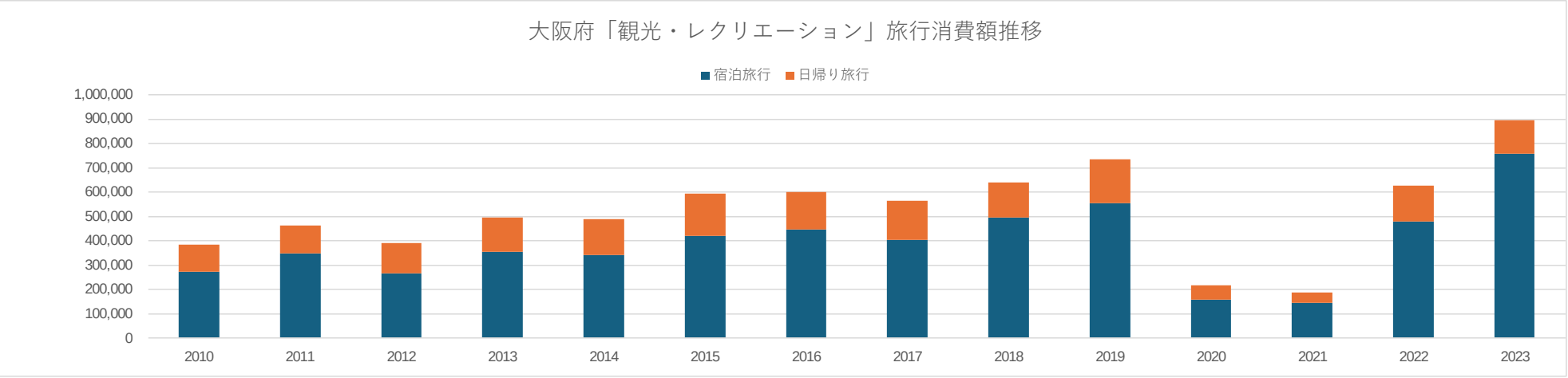
(百万円)

出典：観光庁「旅行・観光消費動向調査2023」より作成
https://www.mlit.go.jp/kankocho/tokei_hakusyo/shohidoko.html

A-３．調査の結果：市場の概況　～市場規模（旅行消費額：時系列）

- ✓ コロナ前の2019年と比較して、宿泊旅行ではそれ以上に回復したが、日帰り旅行はそこまで回復していない。
- ✓ コロナ禍の2020年と比較して、宿泊旅行では4.8倍、日帰り旅行では2.4倍に増加。

旅行消費額（大阪府；観光レクリエーション）



※大阪府の「観光・レクリエーション」のみで集計

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
宿泊旅行	273,597	347,010	265,378	355,399	341,360	420,187	445,552	404,328	496,007	552,764	157,604	146,125	477,518	756,127
日帰り旅行	111,902	115,903	124,450	140,200	148,351	173,684	155,151	160,244	143,847	181,996	58,007	41,972	150,174	138,212
宿泊＋日帰り	385,499	462,913	389,828	495,599	489,711	593,871	600,703	564,572	639,854	734,760	215,611	188,097	627,692	894,339

(百万円)

●2020年との対比

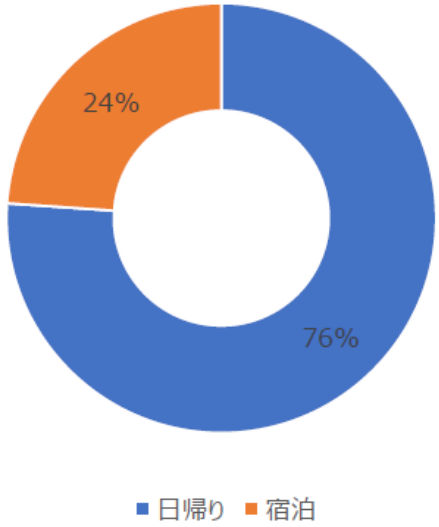
	2020	2021	2022	2023
宿泊旅行	100.0%	92.7%	303.0%	479.8%
日帰り旅行	100.0%	72.4%	258.9%	238.3%
宿泊＋日帰り	100.0%	87.2%	291.1%	414.8%

出典：観光庁「旅行・観光消費動向調査2023」より作成
https://www.mlit.go.jp/kankocho/tokei_hakusyo/shohidoko.html

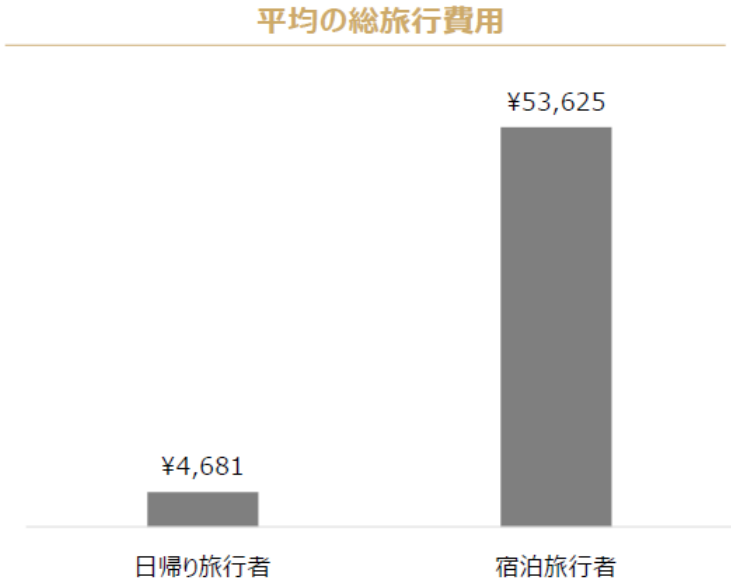
A-３．調査の結果：市場の概況　～参考：宿泊客･日帰り客の割合、客単価

- 宿泊客は24%、日帰り客は76%。
- 旅行期間中の旅行費用は、宿泊客：53,625円、日帰り客：4,681円。

宿泊/日帰り旅行の割合



旅行期間中の旅行費用合計（平均）

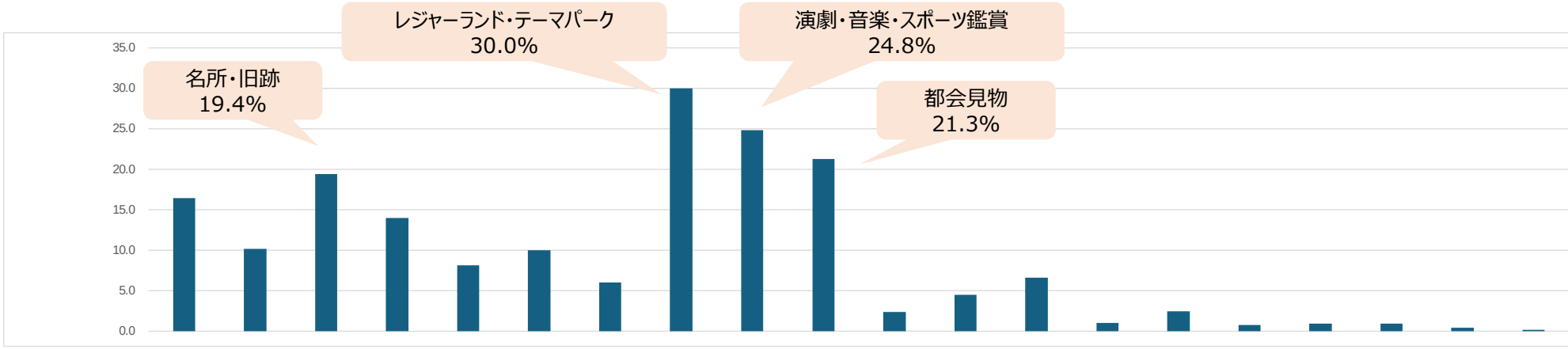


出典：国内旅行者の動向把握にむけた大阪版国内観光統計調査（観光地点パラメータ調査）
（2023年調査、大阪府域の20地点でのヒアリング調査、n=4,502）
https://s3.ap-northeast-1.amazonaws.com/content.osaka-info.jp/downloads/2024/2023kokunaitoukei.pdf

A-３．調査の結果：市場の概況　～市場セグメントごとの傾向

- 大阪宿泊客の旅行中の行動について、「レジャーランド・テーマパーク」、「演劇・音楽・スポーツ」、「都会見物」のボリュームが大きい。

大阪府　宿泊観光旅行での行動（MA）



	自然の風景をみる	温泉浴	名所・旧跡をみる	特産品の買物・飲食	神仏詣	動植物園・水族館・美術館・郷土資料館の見物	季節の花見	レジャーランド・テーマパーク	演劇・音楽・スポーツなどの鑑賞・見物	都会見物	ドライブ	祭りや行事をみる	博覧会・イベントの見物	ハイキング	写生・写真・植物採集など	キャンプ・オートキャンプ	潮干狩り・いちご・ぶどう・なし・みかん狩りなど	つり	登山	海水浴
大阪府（n=928）:%	16.4	10.2	19.4	14.0	8.1	10.0	6.0	30.0	24.8	21.3	2.4	4.5	6.6	1.0	2.5	0.8	0.9	0.9	0.4	0.2

出典：公益社団法人日本観光振興協会：令和5年度版 観光の実態と志向 ～第42回国民の観光に関する動向調査～
https://www.nihon-kankou.or.jp/home/jigyou/research/jsr/

A-３．調査の結果：市場の概況　～市場セグメントごとの傾向

- 他の都道府県と比較しても、
  「レジャーランド・テーマパーク」、「演劇・音楽・スポーツ」、
  「都会見物」のボリュームが大きい。
- ※特に「レジャーランド・テーマパーク」は、
  ユニバーサル・スタジオ・ジャパンの影響が大きいと
  推測される。

図表３－５：都道府県別宿泊観光旅行での行動

(%)

	n=	自然の風景をみる	温泉浴	名所・旧跡をみる	特産品の買物・飲食	神仏詣	動物園・水族館・美術館・郷土資料館の見物	季節の花見	レジャーランド・テーマパーク	演劇・音楽・スポーツなどの鑑賞・見物	都会見物	ドライブ	祭りや行事をみる	博覧会・イベントの見物	ハイキング	写生・写真・植物採集など	キャンプ・オートキャンプ	潮干狩り・いちご・ぶどう狩りなど・みかん狩など	つり	登山	海水浴
TOTAL	19,203	49.1	37.3	31.3	18.7	13.1	12.2	10.9	10.8	10.6	10.1	8.9	5.2	4.9	4.0	3.1	2.5	2.4	2.3	2.3	2.3
北海道	1,267	60.1	45.2	31.3	24.2	5.6	12.5	11.3	5.7	9.8	11.2	11.6	5.7	4.2	4.2	3.8	3.2	2.5	2.2	2.8	1.1
青森県	211	71.6	46.9	41.2	21.8	7.1	8.5	13.3	7.1	3.8	5.7	10.9	11.4	4.7	5.2	4.7	2.8	3.3	1.4	3.3	2.8
岩手県	177	58.2	54.2	28.8	23.2	9.6	6.8	9.0	5.1	6.8	5.1	6.8	11.9	3.4	5.1	3.4	0.6	1.1	2.3	2.3	0.6
宮城県	395	45.1	38.7	35.9	16.2	12.4	9.4	7.3	4.8	12.2	11.9	7.1	5.3	6.8	2.0	2.8	2.0	1.8	2.0	2.0	1.5
秋田県	169	61.5	52.1	32.0	21.3	9.5	13.6	16.0	7.1	8.9	7.7	16.0	11.8	5.9	7.1	6.5	3.6	4.1	3.6	6.5	3.0
山形県	200	53.0	48.0	29.5	14.0	13.0	11.0	14.0	4.0	7.0	3.5	10.5	9.0	4.5	2.5	2.0	4.5	3.5	5.5	5.0	2.0
福島県	352	56.0	52.6	28.7	14.5	10.8	9.7	13.6	9.7	6.8	4.5	11.4	6.3	2.3	4.8	3.1	3.7	1.4	1.4	2.8	0.6
茨城県	260	60.8	25.8	31.5	16.5	16.5	15.0	21.5	9.2	7.3	6.9	8.1	7.3	5.8	6.5	6.2	10.4	5.0	5.4	4.6	1.5
栃木県	582	62.4	59.1	31.1	18.4	15.6	12.7	15.8	12.5	3.6	4.6	10.5	4.5	2.9	8.9	3.1	4.1	2.4	2.7	3.3	1.5
群馬県	529	58.2	67.1	26.1	16.6	8.9	7.8	11.2	7.8	4.2	3.6	11.0	2.8	1.9	8.3	2.5	3.0	4.7	1.1	2.6	0.4
埼玉県	223	44.4	22.4	25.1	12.6	13.0	12.6	12.6	9.9	25.6	11.7	7.6	7.2	5.8	7.2	6.7	9.0	8.1	3.1	6.7	3.6
千葉県	812	32.0	24.8	13.8	11.2	6.9	9.1	8.0	42.7	7.3	4.9	6.4	3.9	3.8	2.6	2.1	2.7	3.6	2.6	1.0	3.2
東京都	1,488	16.5	7.5	18.1	10.3	10.7	12.0	5.9	12.3	30.8	32.2	3.4	5.5	9.7	1.4	2.2	0.9	1.6	1.3	1.1	1.6
神奈川県	948	46.4	42.7	25.7	18.0	11.5	11.0	11.5	7.8	11.1	11.7	7.6	3.9	4.3	4.0	2.2	1.6	1.7	1.6	2.3	1.7
新潟県	386	47.2	49.2	25.1	21.2	11.9	9.1	10.1	4.9	7.5	4.7	9.1	5.2	4.4	4.1	2.1	1.3	2.8	2.6	3.1	4.4
富山県	201	62.7	42.3	33.8	20.9	8.0	13.9	12.4	2.5	6.5	10.4	10.9	7.0	2.5	6.5	3.0	1.5	1.5	5.5	4.5	0.5
石川県	439	56.5	44.0	52.6	27.8	17.5	18.0	13.7	5.7	5.7	10.9	13.4	6.2	4.1	2.5	3.6	2.3	2.3	3.2	1.1	1.6
福井県	194	51.5	44.3	33.5	24.2	9.8	11.9	7.7	6.7	6.2	4.6	14.9	6.7	7.2	3.1	2.6	4.6	4.1	7.7	2.6	4.6
山梨県	349	63.6	46.1	28.9	18.9	14.0	8.9	17.2	11.2	4.0	4.0	13.5	3.2	2.9	9.2	4.0	7.4	7.2	5.7	7.7	1.4
長野県	782	71.1	47.3	30.8	19.6	13.0	8.8	11.6	5.1	2.4	2.9	11.5	2.6	2.7	9.6	2.6	2.7	2.0	1.5	6.3	0.6
岐阜県	322	62.4	59.6	39.1	21.1	9.3	6.5	9.9	5.0	2.5	2.5	6.8	5.6	3.1	2.5	2.2	2.5	1.2	2.5	1.6	0.9
静岡県	985	57.9	60.6	28.0	20.4	11.1	13.8	15.4	8.7	4.3	3.9	10.5	4.7	3.9	4.7	3.9	1.7	3.7	3.1	0.9	4.1
愛知県	496	27.8	17.9	26.8	15.7	10.3	14.7	7.7	11.5	24.2	13.1	6.3	5.4	9.5	1.4	2.6	1.0	2.2	2.4	1.0	0.4
三重県	442	50.5	43.4	32.4	19.5	30.3	17.2	7.9	16.7	3.4	3.8	10.6	4.3	5.0	4.3	3.4	2.9	2.3	5.2	2.0	1.4
滋賀県	177	60.5	37.3	44.1	19.8	24.3	12.4	18.1	11.3	9.6	6.2	13.0	8.5	4.5	5.1	6.8	5.1	3.4	3.4	2.8	2.8
京都府	778	52.2	18.8	60.9	20.3	40.7	14.3	19.7	4.1	8.0	12.1	3.7	8.1	6.0	3.2	2.3	2.3	1.3	1.0	1.3	1.8
大阪府	928	16.4	10.2	19.4	14.0	8.1	10.0	6.0	30.0	24.8	21.3	2.4	4.5	6.6	1.0	2.5	0.8	0.9	0.9	0.4	0.2
兵庫県	613	47.0	49.6	29.7	21.5	8.8	14.7	11.1	9.3	11.7	13.1	9.0	3.4	3.6	3.1	2.6	3.1	2.0	3.1	1.0	1.6
奈良県	180	52.8	30.0	53.3	15.0	38.9	6.1	13.9	3.9	3.9	2.8	5.6	5.6	5.6	7.2	2.2	1.1	0.6	0.6	3.3	0.6
和歌山県	321	65.1	55.1	32.4	15.6	22.1	16.8	8.7	16.5	2.2	1.9	10.0	3.4	1.2	3.7	2.8	2.2	1.9	2.8	0.9	3.4
鳥取県	124	62.9	57.3	31.5	21.8	14.5	16.1	9.7	4.0	6.5	3.2	6.5	11.3	4.8	8.1	4.8	4.0	2.4	5.6	6.5	6.5
島根県	146	57.5	45.9	49.3	13.0	45.9	15.8	4.1	1.4	2.7	4.1	12.3	2.1	4.8	4.8	4.1	0.0	0.0	2.7	0.7	2.1
岡山県	162	53.7	25.9	38.3	22.2	11.1	14.8	16.7	7.4	7.4	4.9	5.6	7.4	1.9	3.7	3.7	1.9	3.1	0.6	1.2	1.9
広島県	262	53.1	18.7	51.9	21.8	16.4	16.4	11.5	3.4	13.7	10.3	10.3	4.6	7.3	4.2	3.8	1.9	2.7	1.1	2.7	1.1
山口県	173	55.5	39.9	44.5	16.2	14.5	11.6	11.0	6.4	6.4	4.6	10.4	4.6	2.9	4.0	3.5	3.5	2.3	0.6	1.2	1.7
徳島県	90	57.8	30.0	41.1	25.6	16.7	24.4	11.1	6.7	2.2	6.7	15.6	6.7	5.6	3.3	2.2	2.2	2.2	1.1	2.2	1.1
香川県	145	51.7	29.7	29.7	25.5	18.6	16.6	13.8	12.4	8.3	4.8	9.0	3.4	6.2	4.1	6.2	1.4	2.1	0.0	2.1	0.0
愛媛県	172	45.9	48.3	45.9	18.6	14.5	9.3	6.4	5.2	9.3	5.8	12.2	3.5	2.9	5.2	4.1	1.2	1.7	1.7	1.2	1.7
高知県	147	67.3	27.9	50.3	24.5	15.6	17.7	9.5	2.7	4.1	2.7	12.2	4.1	2.0	2.0	3.4	0.7	1.4	0.7	0.0	0.7
福岡県	527	36.1	20.3	30.7	21.8	12.5	10.8	7.4	8.9	21.6	19.7	6.3	6.6	9.7	0.9	2.3	1.5	1.3	1.1	0.6	1.3
佐賀県	124	44.4	61.3	23.4	29.0	13.7	4.8	9.7	4.8	4.8	1.6	7.3	4.8	1.6	0.8	1.6	0.8	0.8	1.6	2.4	2.4
長崎県	291	51.5	28.2	40.5	22.0	6.9	12.0	10.3	26.1	5.8	5.5	8.2	5.5	6.5	3.1	2.7	1.4	1.0	3.1	2.1	3.1
熊本県	282	55.7	45.7	34.0	26.2	8.5	12.8	8.9	7.1	6.4	7.1	12.1	5.0	2.8	1.8	3.2	2.8	2.5	2.5	3.9	1.8
大分県	315	48.9	69.2	24.8	20.0	6.7	9.2	11.1	10.8	5.4	3.2	10.5	3.2	2.5	2.5	2.5	1.6	1.9	0.6	3.5	1.0
宮崎県	111	53.2	34.2	37.8	21.6	22.5	15.3	10.8	4.5	11.7	7.2	16.2	6.3	3.6	4.5	4.5	6.3	2.7	0.9	2.7	1.8
鹿児島県	219	60.7	51.6	36.1	19.2	11.0	10.5	9.6	3.7	4.1	9.6	9.6	5.0	2.7	4.6	3.7	1.8	0.9	4.1	5.9	2.7
沖縄県	593	67.8	11.3	36.1	23.6	5.1	19.4	8.8	8.6	8.3	7.9	13.5	5.1	4.0	2.9	3.2	2.7	2.5	2.0	0.8	19.4

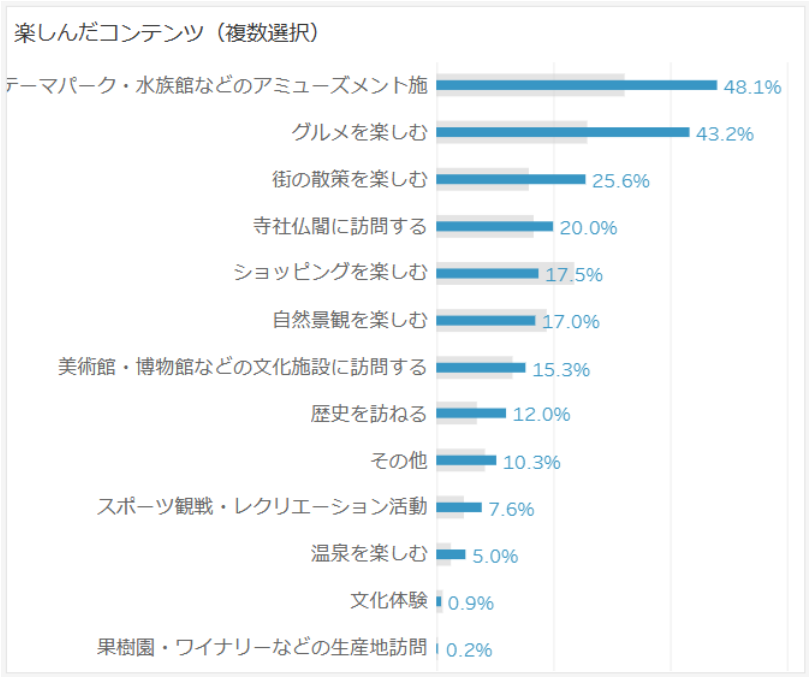
※■:1位 ■:2位 ■:3位 ■:4位 ■:5位

出典：公益社団法人日本観光振興協会：令和5年度版 観光の実態と志向 ～第42回国民の観光に関する動向調査～
https://www.nihon-kankou.or.jp/home/jigyou/research/jsr/

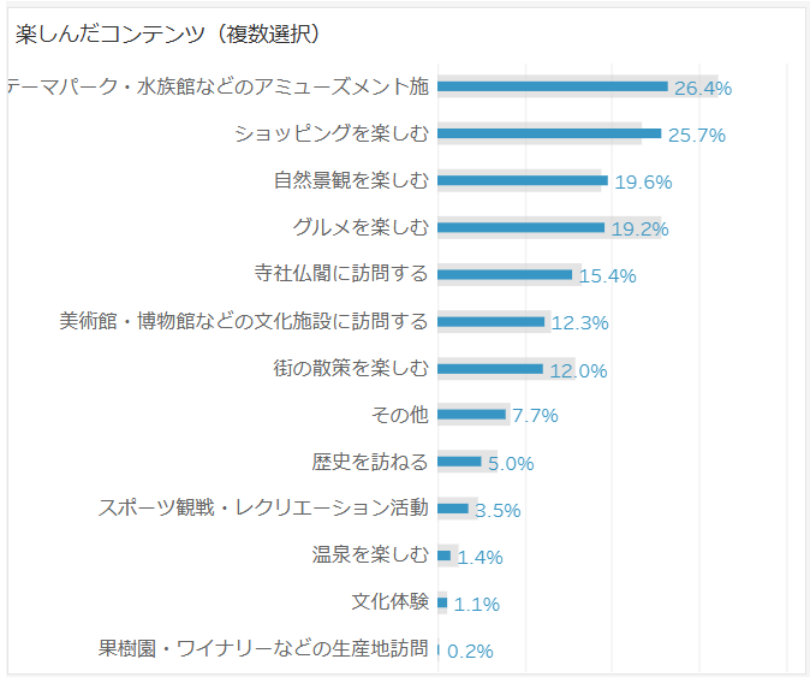
A-３．調査の結果：市場の概況　～市場セグメントごとの傾向

- 宿泊客、日帰り客ともに、「テーマパーク・水族館などのアミューズメント施設」が最多（特に、宿泊客）。
- 宿泊客では、「グルメ、街の散策、寺社仏閣」など。日帰り客は、「ショッピング、自然景観、グルメ」など。

宿泊客（n=1,075）



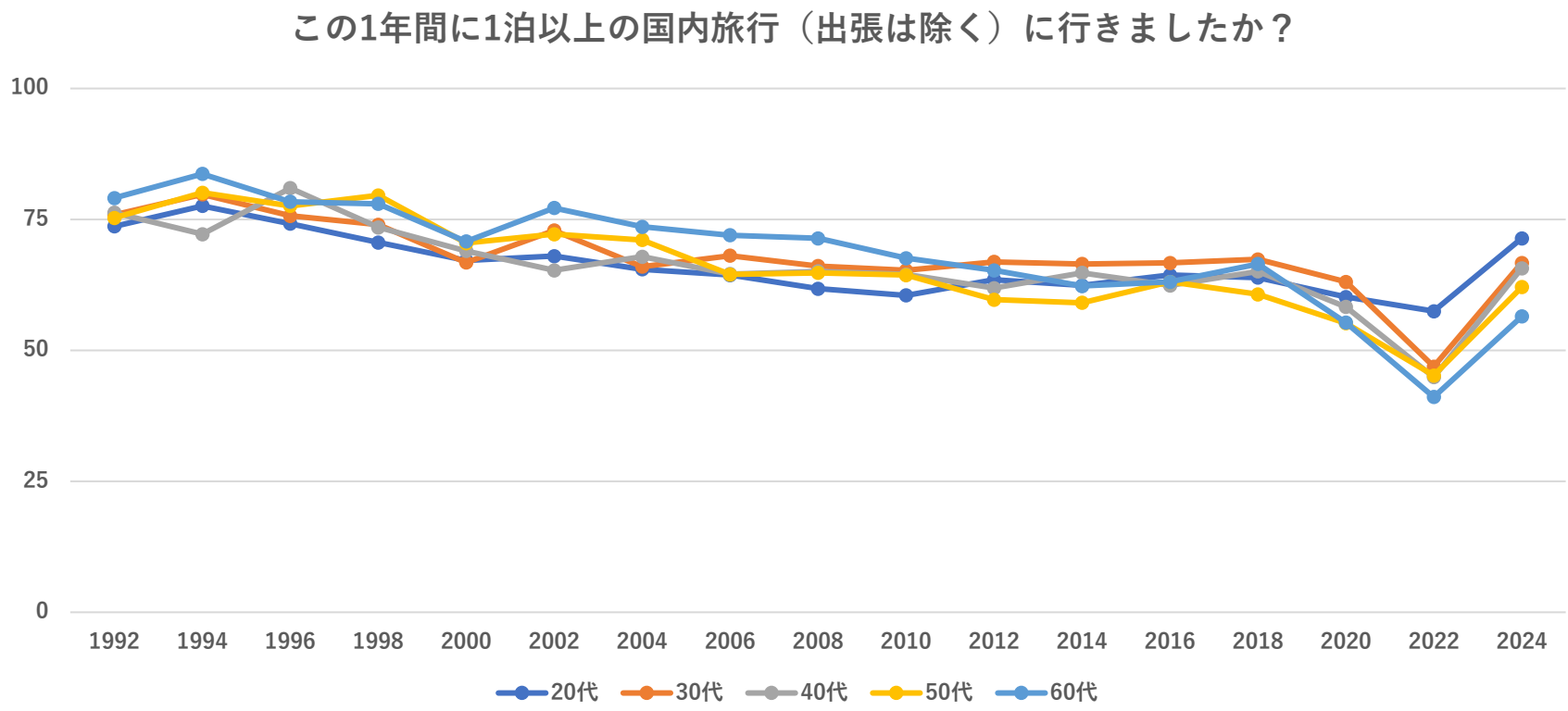
日帰り客（n=2,531）



出典：国内旅行者の動向把握にむけた大阪版国内観光統計調査（観光地点パラメータ調査）
（2023年調査、大阪府域の20地点でのヒアリング調査、n=4,502）
https://s3.ap-northeast-1.amazonaws.com/content.osaka-info.jp/downloads/2024/2023kokunaitoukei.pdf
※大阪府観光DMPより作成

A-３．調査の結果：市場の概況　～旅行意識の変化

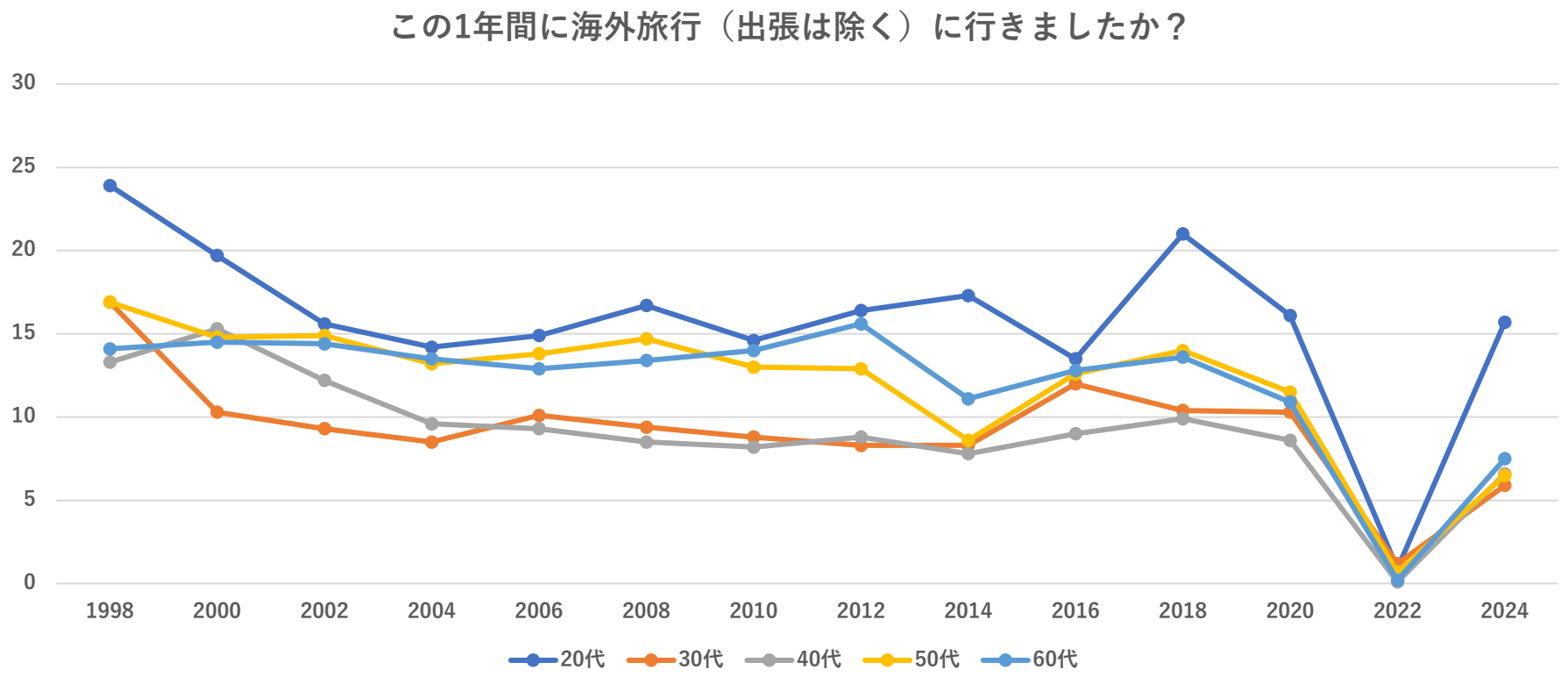
- 長期的に見ると、国内旅行者は少なくなっている。
- 各世代コロナを経て回復しているものの、コロナ流行前（2018）年水準にまで回復したのは20代のみ。



出典：博報堂生活総研　生活定点より
https://seikatsusoken.jp/teiten/answer/1039.html

A-３．調査の結果：市場の概況　～旅行意識の変化

- 長期的に見ると、30代以降の海外旅行者は少なくなっている。
- 各世代コロナを経て回復しているものの、大きく回復したのは20代のみ。



出典：博報堂生活総研　生活定点より
https://seikatsusoken.jp/teiten/answer/631.html

A-３．調査の結果：市場の概況　～生活や旅行に関する意識

- 24年の旅行に対する意識調査によると、物価高が続く中、消費は節約傾向。
- 「生活費も趣味や旅行も節約」が「生活は切り詰めるが、趣味や旅行など自分が好きなことへの支出は惜しまない」を約 10 ポイント上回る。

生活や旅行に関する性年代別意識

景況感

JTB総合研究所

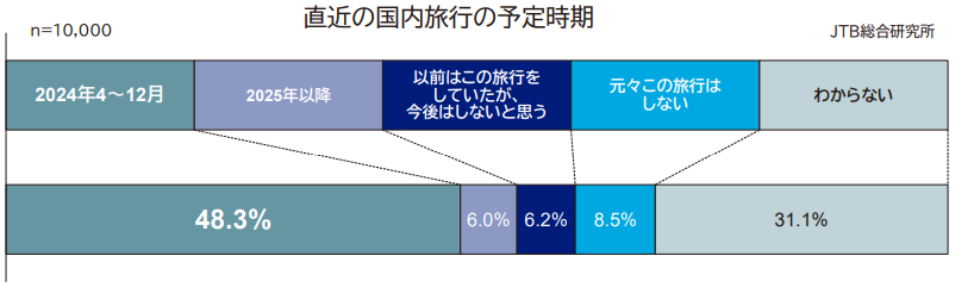
		男性					女性				
	全体	20代	30代	40代	50代	60歳以上	20代	30代	40代	50代	60歳以上
(n)	10,000	594	681	882	793	1845	572	663	866	795	2309
家計に余裕はない	48.4	37.9	42.7	49.3	51.6	49.1	50.5	56.0	58.4	56.1	41.5
将来が不安なので、貯蓄や資産運用を増やしている	35.4	37.0	44.2	40.0	37.3	31.5	37.9	43.6	40.9	36.9	27.4
普段の生活費も、趣味や旅行も費用を節約している	28.1	18.9	20.0	24.7	26.4	31.1	20.6	30.5	31.2	34.7	30.1
将来のことはわからないので今の生活を楽しみたいと思う	23.6	23.6	18.2	17.1	15.9	27.7	27.4	20.1	16.6	22.1	30.1
趣味や旅行など、必要性の低い消費をする機会を減らしている	20.2	16.0	18.4	16.6	18.2	22.1	17.8	19.6	23.0	21.8	21.7
普段の生活は切り詰めるが、趣味や旅行など自分の好きなことにはお金を惜しまない	17.3	17.7	16.3	13.4	10.2	15.1	26.4	18.3	17.7	17.0	20.5
趣味や旅行など、必要性の低い消費の1回あたりの単価を減らしている	14.4	14.1	15.9	12.6	13.5	14.8	14.5	16.6	16.2	16.1	12.9

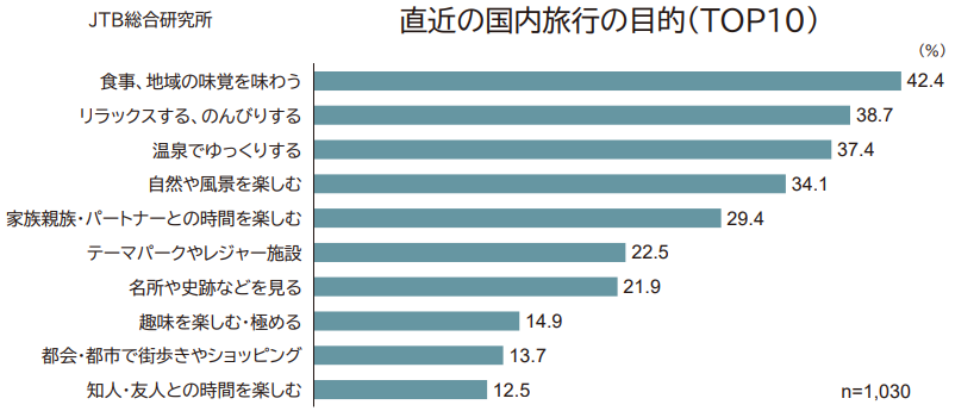
出典：JTB総合研究所「旅行に対する今の気持ち：国内旅行・海外旅行への意識調査」より
https://www.tourism.jp/wp/wp-content/uploads/2024/06/tourism-survey-202403.pdf

A-３．調査の結果：市場の概況　～旅行予定時期と目的

- 24年3月時点で、2024年内に国内旅行を計画している人は、全体の約半数。
- 旅行の最大の目的は「食事、地域の味覚を味わう（42.4%）。

直近の国内旅行の予定時期と目的



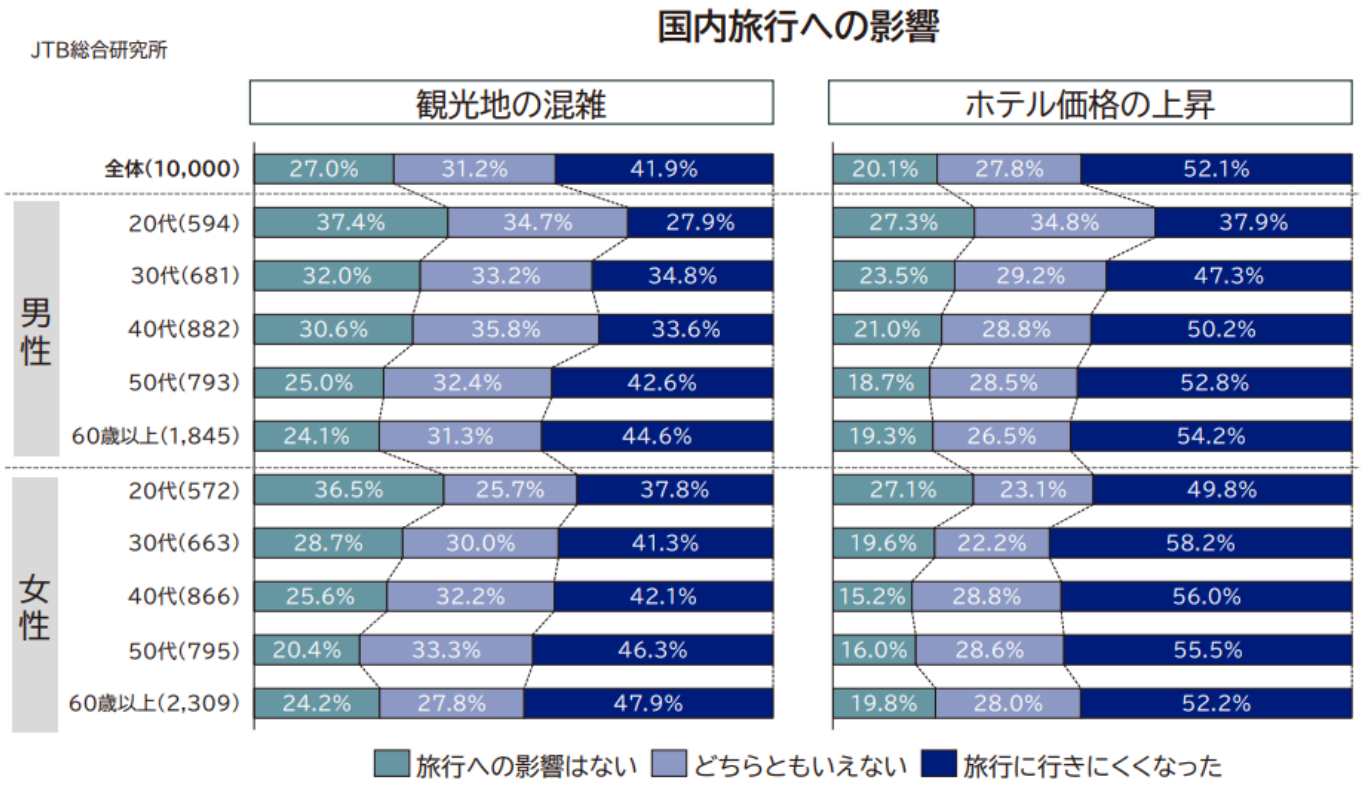


出典：JTB総合研究所「旅行に対する今の気持ち：国内旅行・海外旅行への意識調査」より
https://www.tourism.jp/wp/wp-content/uploads/2024/06/tourism-survey-202403.pdf

A-３．調査の結果：市場の概況　～旅行を妨げる要因

- ホテル価格の上昇に関しては、ファミリー層が多いと考えられる女性 30 代で最も影響が大きい。
- 観光地の混雑による影響に関しては、男女とも、60 歳以上の熟年層への影響が大きい。

観光地の混雑とホテル価格の上昇の影響度合い



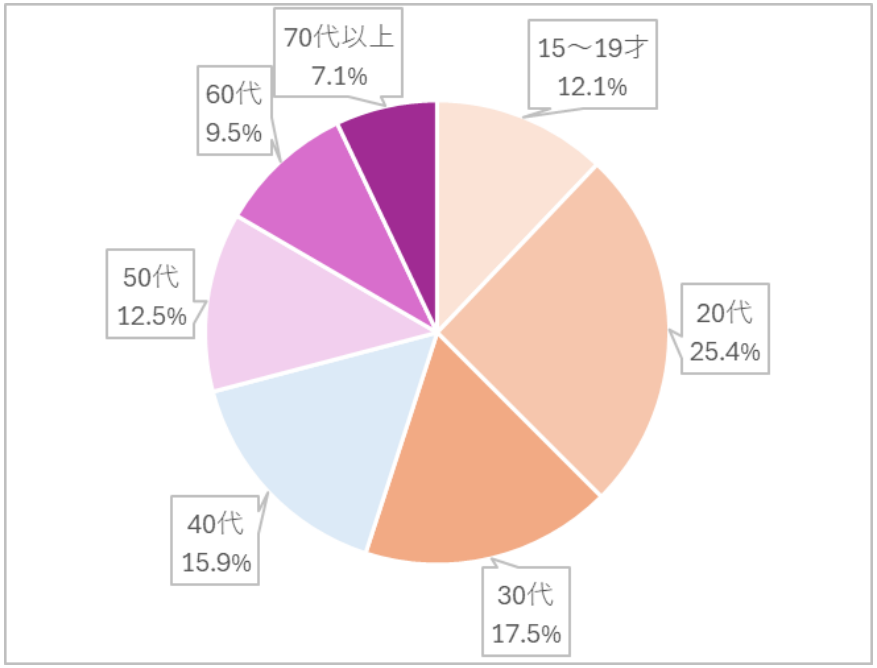
出典：JTB総合研究所「旅行に対する今の気持ち：国内旅行・海外旅行への意識調査」より
https://www.tourism.jp/wp/wp-content/uploads/2024/06/tourism-survey-202403.pdf

A-３．調査の結果：生活者の動向～WHO［年代］

- 30代以下の若年層の割合が多い（55.0%）。
- 全都道府県の中で最多。

大阪府　宿泊観光旅行者の年代構成

※大阪府への宿泊観光旅行参加者ベース



出典：公益社団法人日本観光振興協会：令和5年度版 観光の実態と志向
～第42回国民の観光に関する動向調査～
https://www.nihon-kankou.or.jp/home/jigyou/research/jsr/

図表3－2：都道府県別来訪者の年代構成（30 代以下の割合が高い順）

	n=	15～19歳	20代	30代	40代	50代	60代	70歳以上	30代以下 (%)	平均年齢 (歳)
TOTAL	19,203	6.4	16.2	13.6	14.9	15.0	17.4	16.6	36.2	48.0
大阪府	928	12.1	25.4	17.5	15.9	12.5	9.5	7.1	55.0	39.5
埼玉県	223	8.1	22.4	20.2	12.1	15.7	9.0	12.6	50.7	42.8
東京都	1,488	8.9	24.3	16.1	14.7	14.7	12.4	8.8	49.4	41.9
千葉県	812	6.9	21.3	19.1	16.4	12.9	11.9	11.5	47.3	43.4
愛知県	496	7.9	22.6	16.1	18.3	14.9	11.5	8.7	46.6	42.5
香川県	145	5.5	15.2	22.8	16.6	13.8	15.2	11.0	43.4	45.3
福岡県	527	6.6	23.5	13.1	19.2	13.3	16.7	7.6	43.3	43.5
茨城県	260	10.8	18.5	13.1	11.5	14.6	16.9	14.6	42.3	45.3
秋田県	169	5.9	18.3	16.6	14.8	10.7	11.8	21.9	40.8	47.4
沖縄県	593	6.7	18.0	14.7	18.2	12.5	21.9	7.9	39.5	45.5
広島県	262	8.4	17.2	13.4	18.7	15.3	12.6	14.5	38.9	45.6
宮城県	395	6.3	16.7	14.2	17.2	13.7	18.0	13.9	37.2	47.1
京都府	778	9.1	16.1	12.0	14.1	14.7	15.6	18.5	37.1	47.3
山形県	200	7.0	15.5	14.5	17.0	11.0	19.5	15.5	37.0	47.7
長崎県	291	6.5	13.4	15.8	16.8	12.7	17.2	17.5	35.7	48.8
神奈川県	948		17.6	13.4	14.6	15.3	13.2	22.0	34.9	49.1
三重県	442	5.7	13.3	14.5	15.8	12.9	18.1	19.7	33.5	49.8
栃木県	582	6.0	13.6	13.7	14.1	12.9	18.6	21.1	33.3	49.9
新潟県	386	7.5	14.5	10.9	13.0	17.9	20.2	16.1	32.9	48.9
岐阜県	322		15.8	12.4	14.3	14.0	18.0	20.8	32.9	49.7
福島県	352	7.7	12.5	12.5	11.4	15.3	24.1	16.5	32.7	50.0
愛媛県	172		13.4	15.1	12.2	19.8	18.6	16.9	32.6	49.3
北海道	1,267	5.9	14.4	12.0	15.4	16.3	19.6	16.4	32.3	49.3
兵庫県	613		14.0	13.5	12.6	15.5	22.0	18.1	31.8	50.6
山口県	173		11.6	16.8	9.2	12.1	22.0	24.9	31.8	52.5
石川県	439		15.9	12.1	14.6	15.9	20.5	17.3	31.7	50.0
群馬県	529	5.9	12.9	12.7	14.2	16.4	15.7	22.3	31.4	50.6
福井県	194		16.0	14.4	15.5	16.5	16.0	20.6	31.4	50.6
富山県	201	5.0	13.9	12.4	12.9	12.4	15.9	27.4	31.3	52.1
和歌山県	321	5.6	11.5	13.7	11.8	15.0	23.7	18.7	30.8	51.2
宮崎県	111		17.1	9.0	15.3	16.2	19.8	18.0	30.6	50.1
山梨県	349	7.4	11.2	11.7	16.9	15.5	17.8	19.5	30.4	49.7
熊本県	282	7.1	9.6	13.5	17.4	13.5	19.9	19.1	30.1	50.0
岡山県	162		11.1	14.8	19.8	17.9	16.0	16.7	29.6	49.7
大分県	315	5.4	10.2	14.0	14.9	14.9	21.3	19.4	29.5	50.9
滋賀県	177		12.4	11.9	17.5	11.9	17.5	24.3	28.8	51.3
静岡県	985		12.4	12.1	13.7	18.9	19.9	19.3	28.2	51.5
青森県	211	5.2	10.4	11.4	8.1	10.0	28.9	26.1	27.0	54.4
鳥取県	124		12.9	8.9	17.7	11.3	21.8	22.6	26.6	51.8
鹿児島県	219		10.0	11.4	13.2	15.5	23.3	23.3	24.7	53.3
長野県	782	5.1	10.1	9.2	16.2	16.0	21.1	22.3	24.4	52.5
徳島県	90		7.8	12.2	13.3	20.0	20.0	22.2	24.4	52.7
高知県	147		10.2	10.2	10.9	13.6	23.8	27.9	23.8	54.7
佐賀県	124	5.6	8.1	7.3	18.5	22.6	15.3	22.6	21.0	53.2
島根県	146		11.0	7.5	15.8	17.1	25.3	21.2	20.5	54.1
岩手県	177	6.2	5.6	7.9	9.6	26.6	31.1	13.0	19.8	53.5
奈良県	180		8.3	7.2	11.1	19.4	21.7	29.4	18.3	56.1

※5%未満は非表示、30代以下の割合の多い順に掲載

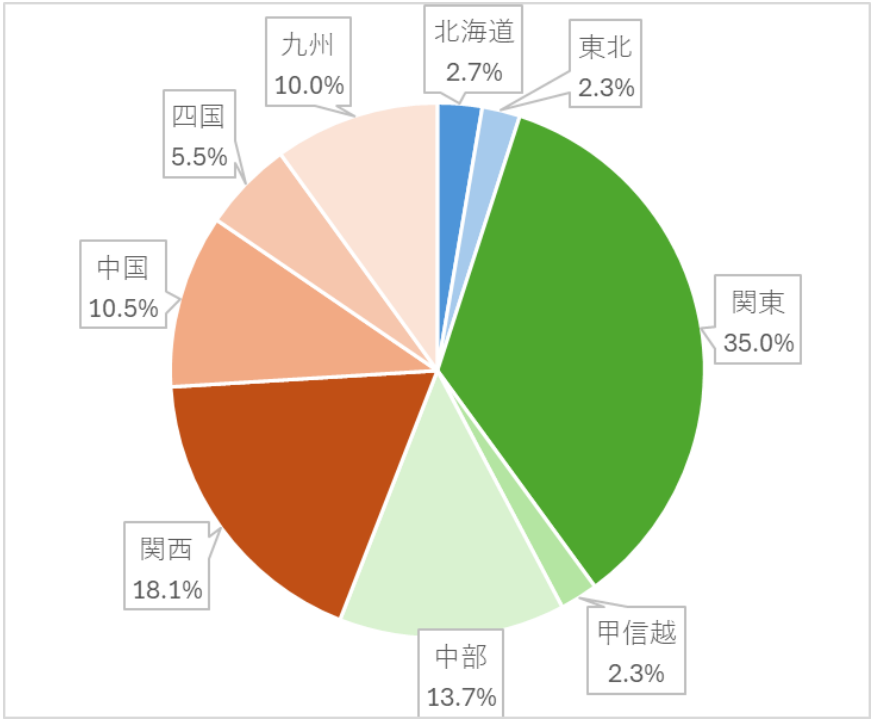
※各都道府県への宿泊観光旅行参加者ベース

A-３．調査の結果：生活者の動向～WHO［居住地］

- 関東からの宿泊客が最も多い（35.0%）。
- 次いで、関西からの宿泊客が多い（18.1%）。

大阪府　宿泊観光旅行者の居住地

※大阪府への宿泊観光旅行参加者ベース



出典：公益社団法人日本観光振興協会：令和5年度版 観光の実態と志向
～第42回国民の観光に関する動向調査～
https://www.nihon-kankou.or.jp/home/jigyou/research/jsr/

図表3－3:都道府県別来訪者の居住地構成

(%)

	TOTAL	居住地								
		北海道	東北	関東	甲信越	中部	関西	中国	四国	九州
TOTAL	19,203	4.1	6.1	37.4	4.1	13.3	18.3	4.5	2.3	9.9
北海道	1,267	40.0	3.9	29.8	1.2	7.9	11.3	1.7	0.7	3.6
青森県	211	3.8	39.8	28.9	3.3	8.1	8.1	0.9	2.8	4.3
岩手県	177	1.1	51.4	34.5	1.1	5.6	4.0	1.1	0.6	0.6
宮城県	395	1.3	46.8	34.2	3.3	5.3	6.8	0.3	0.3	1.8
秋田県	169	2.4	49.1	29.6	3.0	7.1	4.1	0.6	1.8	2.4
山形県	200	0.5	39.0	35.0	7.0	5.5	8.0	1.5	0.5	3.0
福島県	352	0.9	29.5	51.4	4.0	6.8	5.7	0.0	0.6	1.1
茨城県	260	1.2	10.4	70.0	2.7	5.4	3.5	1.5	0.0	5.4
栃木県	582	0.5	7.4	81.6	2.1	2.7	4.5	0.5	0.3	0.3
群馬県	529	0.4	4.3	74.7	8.3	5.3	5.1	0.9	0.2	0.8
埼玉県	223	1.8	13.0	59.6	4.5	6.3	9.9	1.8	0.0	3.1
千葉県	812	2.0	4.4	66.5	2.8	11.5	8.6	0.7	0.6	2.8
東京都	1,488	5.1	8.1	26.3	7.5	15.8	19.6	4.8	3.1	9.7
神奈川県	948	1.6	3.5	69.6	5.1	8.4	7.9	1.4	0.5	2.0
新潟県	386	1.0	5.7	48.2	27.7	7.5	6.5	0.8	0.5	2.1
富山県	201	1.5	3.5	28.4	11.4	31.3	19.4	1.0	0.5	3.0
石川県	439	1.4	0.9	28.9	4.3	35.5	23.5	1.8	0.7	3.0
福井県	194	0.0	1.5	12.9	3.1	37.6	42.3	1.0	1.0	0.5
山梨県	349	0.6	0.3	67.0	7.4	15.2	7.4	0.6	0.3	1.1
長野県	782	0.4	1.3	49.1	12.9	19.2	14.7	1.0	0.6	0.8
岐阜県	322	0.9	0.9	14.6	5.3	53.1	21.4	0.9	0.6	2.2
静岡県	985	0.5	1.3	60.2	4.4	24.9	7.0	0.4	0.3	1.0
愛知県	496	1.8	1.6	29.0	3.2	33.1	22.2	2.8	1.6	4.6
三重県	442	0.7	2.0	12.2	1.8	31.0	48.9	0.5	1.1	1.8
滋賀県	177	0.6	1.1	13.6	1.7	22.0	54.2	2.3	1.7	2.8
京都府	778	2.3	2.2	34.3	2.1	15.6	30.5	4.2	2.4	6.4
大阪府	928	2.7	2.3	35.0	2.3	13.7	18.1	10.5	5.5	10.0
兵庫県	613	0.5	0.8	11.9	1.6	8.2	61.2	7.2	4.1	4.6
奈良県	180	0.6	0.6	23.9	1.1	12.2	55.0	1.1	1.7	3.9
和歌山県	321	0.6	1.2	10.6	0.9	9.7	72.6	1.9	1.9	0.6
鳥取県	124	0.8	1.6	13.7	0.0	2.4	33.9	39.5	3.2	4.8
島根県	146	2.1	1.4	14.4	2.1	6.8	24.7	34.2	6.2	8.2
岡山県	162	2.5	0.6	13.0	0.6	6.2	34.0	28.4	11.1	3.7
広島県	262	1.1	1.5	23.7	0.4	8.8	24.0	22.5	5.7	12.2
山口県	173	0.0	0.0	9.2	1.7	2.9	15.0	37.0	8.1	26.0
徳島県	90	2.2	3.3	18.9	1.1	10.0	32.2	13.3	15.6	3.3
香川県	145	0.0	0.7	19.3	0.7	7.6	34.5	10.3	21.4	5.5
愛媛県	172	0.6	0.0	22.1	2.3	8.7	19.8	15.7	23.8	7.0
高知県	147	0.7	2.0	25.2	1.4	6.1	21.8	8.2	25.9	8.8
福岡県	527	1.7	1.1	24.1	0.8	5.5	14.2	10.8	2.3	39.5
佐賀県	124	0.0	0.0	11.3	0.8	0.8	4.0	4.8	0.0	78.2
長崎県	291	0.3	0.7	17.5	1.0	3.1	11.3	7.9	1.4	56.7
熊本県	282	0.7	1.4	11.3	1.8	3.5	7.1	5.0	1.4	67.7
大分県	315	0.0	0.3	8.9	0.6	4.4	7.6	8.6	1.3	68.3
宮崎県	111	0.0	0.9	13.5	1.8	8.1	5.4	0.0	1.8	68.5
鹿児島県	219	2.3	2.3	21.0	0.9	4.6	16.4	2.3	0.9	49.3
沖縄県	593	2.2	1.7	38.8	2.4	11.1	17.7	3.4	1.2	21.6

※訪問地毎に、最も訪問率の高い居住地を■、最も訪問率の低い居住地を■

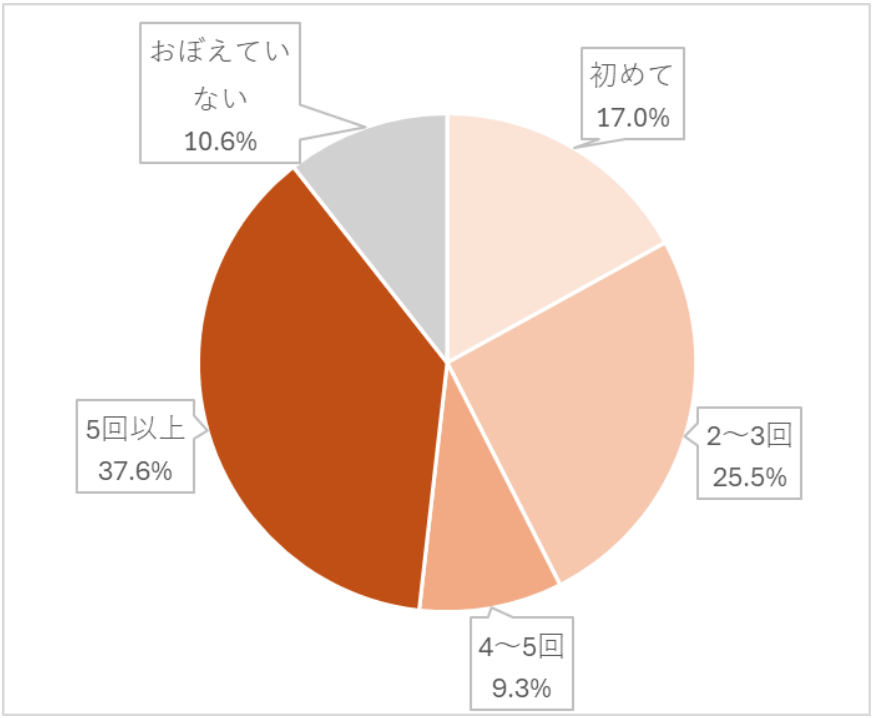
※各都道府県への宿泊観光旅行参加者ベース

A-３．調査の結果：生活者の動向～WHO［来訪回数］

- 5回以上のリピーターが多い。
- 他府県と比較しても、リピーターの割合が高い。

大阪府　宿泊観光旅行者の来訪回数

※大阪府への宿泊観光旅行参加者ベース



出典：公益社団法人日本観光振興協会：令和5年度版 観光の実態と志向
～第42回国民の観光に関する動向調査～
https://www.nihon-kankou.or.jp/home/jigyou/research/jsr/

図表３－４：都道府県別来訪回数（リピーター率が高い順）

(%)

	n=	初めて	2～3回	4～5回	5回以上	おぼえていない	初めての来訪	2回以上来訪
TOTAL	19,203	25.8	24.8	10.3	30.6	8.5	25.8	65.7
京都府	778	16.2	24.0	13.1	38.7	8.0	16.2	75.8
神奈川県	948	17.3	21.3	10.5	43.8	7.1	17.3	75.6
大阪府	928	17.0	25.5	9.3	37.6	10.6	17.0	72.4
大分県	315	23.8	28.3	10.5	32.7		23.8	71.4
栃木県	582	22.9	24.7	15.5	29.7	7.2	22.9	69.9
千葉県	812	19.3	22.3	9.7	37.8	10.8	19.3	69.8
新潟県	386	21.5	24.4	10.1	35.0	9.1	21.5	69.4
福岡県	527	21.1	23.9	10.1	35.5	9.5	21.1	69.4
佐賀県	124	24.2	23.4		41.1	6.5	24.2	69.4
東京都	1,488	18.7	19.0	10.2	39.5	12.6	18.7	68.8
北海道	1,267	24.9	25.9	11.4	31.1	6.6	24.9	68.4
静岡県	985	25.3	20.7	11.6	36.1	6.3	25.3	68.4
岩手県	177	27.1	27.7	9.0	31.1	5.1	27.1	67.8
山梨県	349	25.8	28.1	10.6	28.4	7.2	25.8	67.0
長野県	782	23.4	24.0	9.5	33.5	9.6	23.4	67.0
熊本県	282	27.3	21.6	11.3	34.0	5.7	27.3	67.0
長崎県	291	26.5	34.4		27.5	6.9	26.5	66.7
兵庫県	613	25.1	21.9	12.2	31.3	9.5	25.1	65.4
福島県	352	29.3	25.6	13.6	26.1	5.4	29.3	65.3
愛知県	496	26.2	23.8	11.7	29.8	8.5	26.2	65.3
三重県	442	28.1	28.1	13.8	23.3	6.8	28.1	65.2
群馬県	529	28.4	26.5	9.8	28.0	7.4	28.4	64.3
沖縄県	593	32.5	26.1	12.1	26.0		32.5	64.2
宮城県	395	27.3	29.6	9.4	25.1	8.6	27.3	64.1
岐阜県	322	30.1	28.3	10.9	24.5	6.2	30.1	63.7
奈良県	180	30.0	31.1	7.8	23.9	7.2	30.0	62.8
和歌山県	321	30.2	24.9	8.1	29.3	7.5	30.2	62.3
鹿児島県	219	33.8	26.5	7.3	27.4	5.0	33.8	61.2
山口県	173	31.8	30.6	6.4	23.7	7.5	31.8	60.7
鳥取県	124	30.6	33.1		22.6	8.9	30.6	60.5
岡山県	162	32.7	40.7		8.6	11.1 6.8	32.7	60.5
愛媛県	172	33.1	29.1	9.3	22.1	6.4	33.1	60.5
高知県	147	32.7	25.9	10.9	23.8	6.8	32.7	60.5
滋賀県	177	35.6	28.2	11.9	19.2	5.1	35.6	59.3
福井県	194	34.0	29.4	6.2	22.7	7.7	34.0	58.2
石川県	439	32.6	29.8	10.0	17.3	10.3	32.6	57.2
広島県	262	39.3	26.7	7.3	21.4	5.3	39.3	55.3
埼玉県	223	29.6	20.2	11.7	23.3	15.2	29.6	55.2
山形県	200	37.0	24.5	5.5	25.0	8.0	37.0	55.0
島根県	146	41.1	26.7		24.0		41.1	54.8
青森県	211	39.8	25.1	7.1	22.3	5.7	39.8	54.5
茨城県	260	40.4	21.5	10.4	22.3	5.4	40.4	54.2
秋田県	169	32.0	30.2	10.1	13.6	14.2	32.0	53.8
宮崎県	111	30.6	19.8	11.7	20.7	17.1	30.6	52.3
富山県	201	42.3	28.9	10.4	12.9	5.5	42.3	52.2
香川県	145	41.4	27.6	6.2	15.9	9.0	41.4	49.7
徳島県	90	51.1	24.4	5.6	11.1	7.8	51.1	41.1

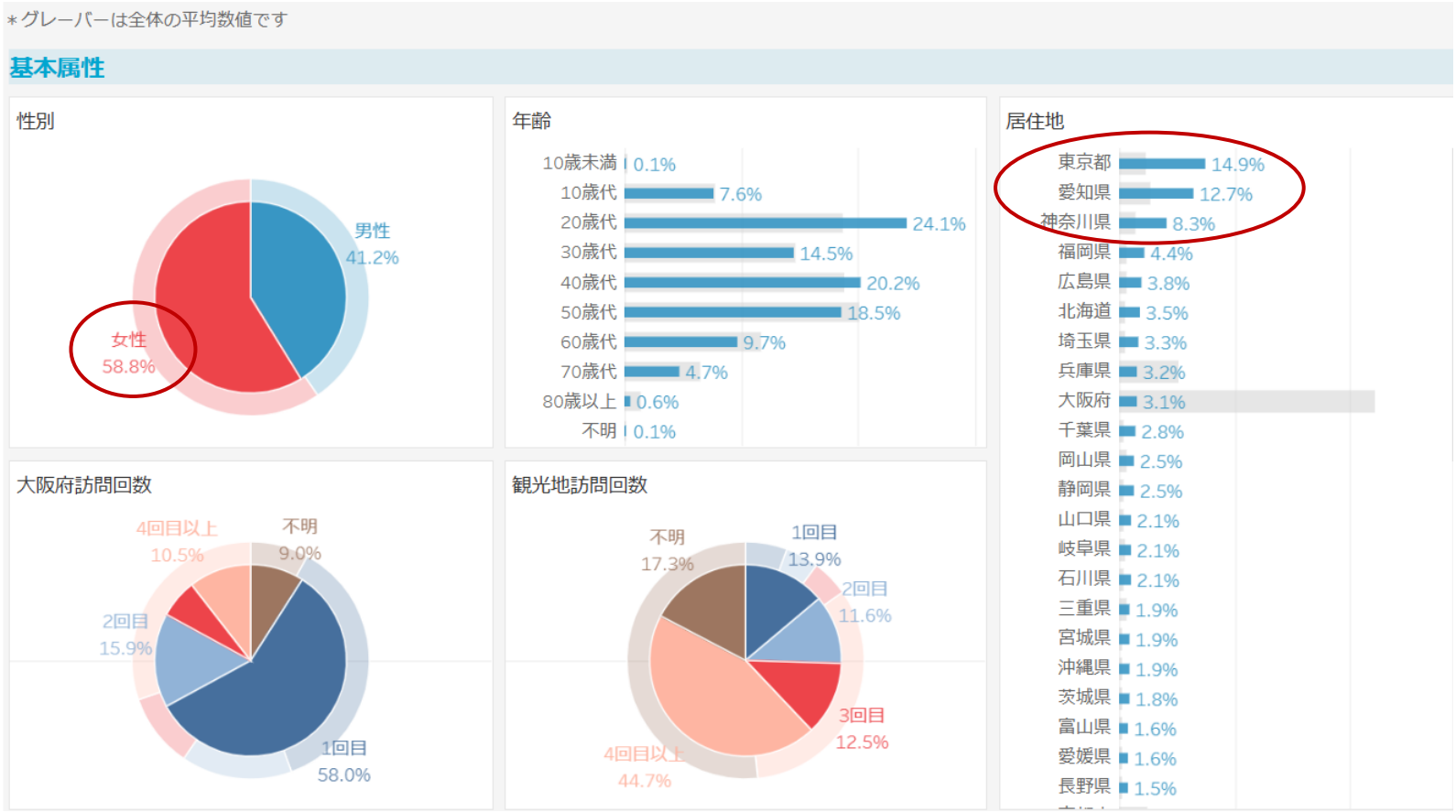
※5%未満は非表示、2回以上の来訪が多い順に掲載

※各都道府県への宿泊観光旅行参加者ベース

A-３．調査の結果：生活者の動向～WHO［基本デモグラ属性］

- やや女性の方が多い傾向。20代が多い傾向。
- 東京都、愛知県、神奈川県などからの来訪が多い。

宿泊客



出典：国内旅行者の動向把握にむけた大阪版国内観光統計調査（観光地点パラメータ調査）
（2023年調査、大阪府域の20地点でのヒアリング調査、n=4,502）

n=1,075

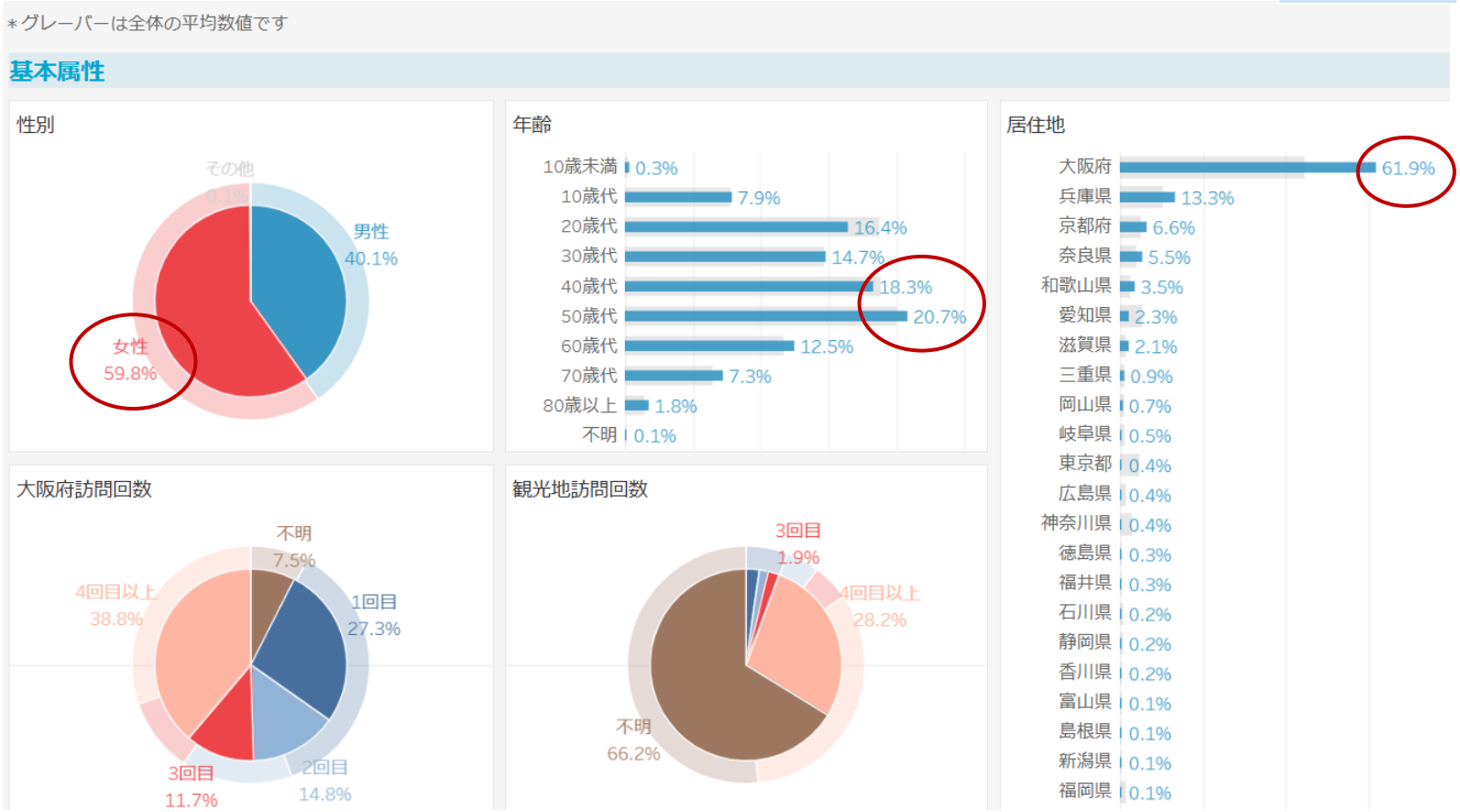
https://s3.ap-northeast-1.amazonaws.com/content.osaka-info.jp/downloads/2024/2023kokunaitoukei.pdf

※大阪観光DMP（無償トライアル版）より作成 https://www.dmp.osaka-info.jp/施策検討/国内観光パラメータ調査

A-３．調査の結果：生活者の動向～WHO［基本デモグラ属性］

- やや女性の方が多い傾向。やや40～50代が多い傾向。
- 6割以上が、大阪府内からの日帰り客。

日帰り客



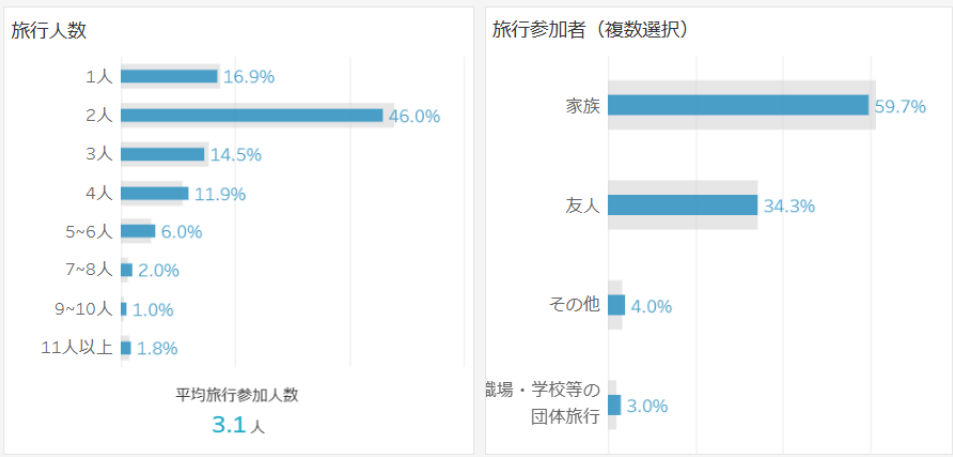
出典：国内旅行者の動向把握にむけた大阪版国内観光統計調査（観光地点パラメータ調査）
（2023年調査、大阪府域の20地点でのヒアリング調査、n=4,502）
https://s3.ap-northeast-1.amazonaws.com/content.osaka-info.jp/downloads/2024/2023kokunaitoukei.pdf
※大阪観光DMP（無償トライアル版）より作成 https://www.dmp.osaka-info.jp/施策検討/国内観光パラメータ調査

n=2,531

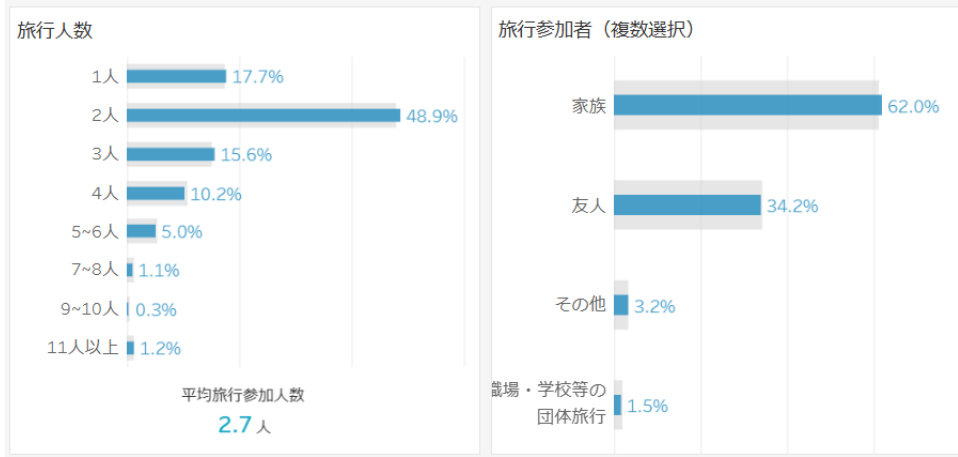
A-３．調査の結果：生活者の動向～WHO［旅行人数/参加者］

- 宿泊客、日帰り客ともに、「1～2人」で、「家族、友人」と旅行する人が多い。

宿泊客（n=1,075）



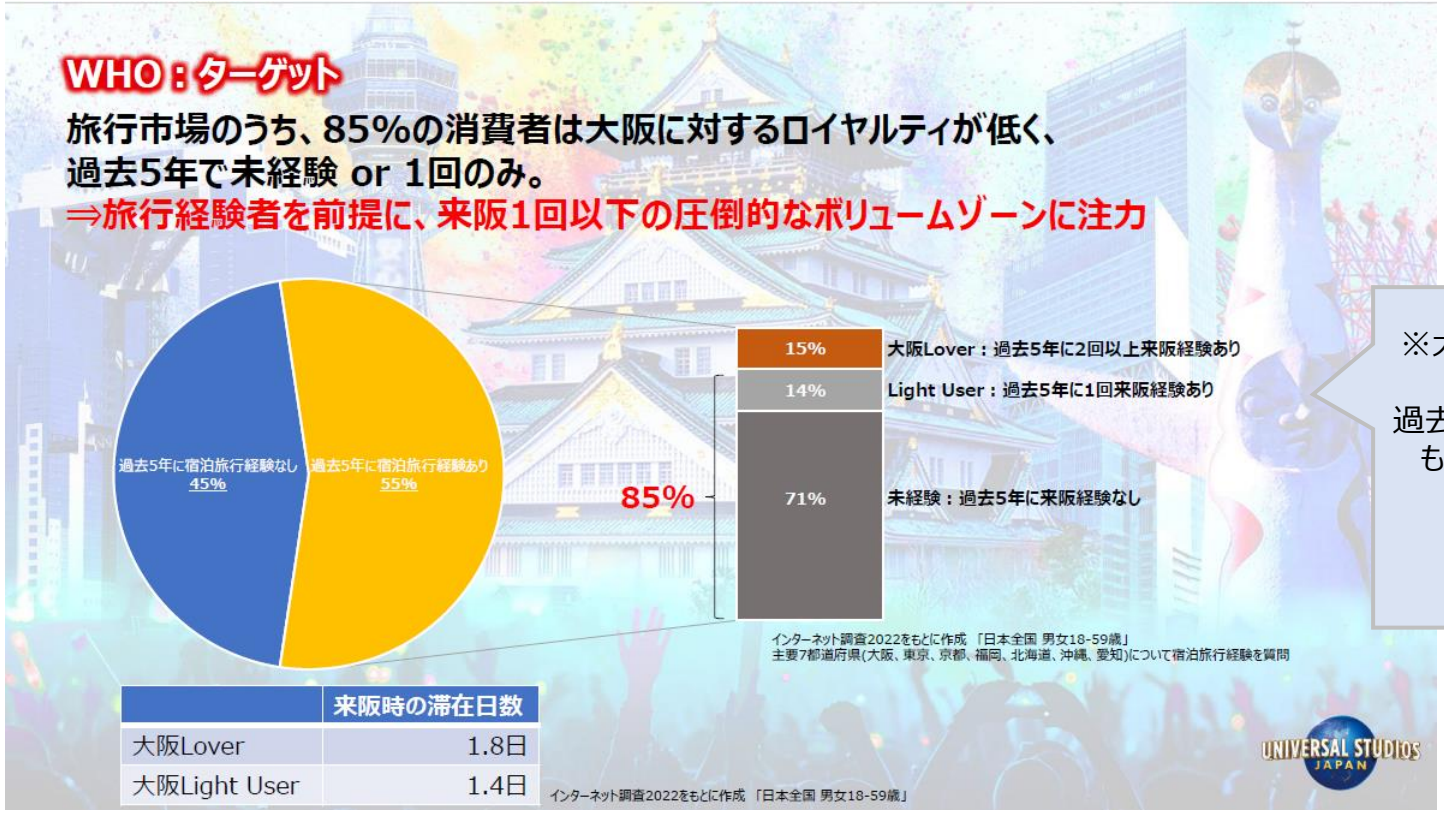
日帰り客（n=2,531）



出典：国内旅行者の動向把握にむけた大阪版国内観光統計調査（観光地点パラメータ調査）
（2023年調査、大阪府域の20地点でのヒアリング調査、n=4,502）
https://s3.ap-northeast-1.amazonaws.com/content.osaka-info.jp/downloads/2024/2023kokunaitoukei.pdf
※大阪観光DMP（無償トライアル版）より作成 https://www.dmp.osaka-info.jp/施策検討/国内観光パラメータ調査

A-３．調査の結果：生活者の動向～WHO［来訪回数］

- 「過去5年に宿泊旅行経験あり（大阪府以外も含む）：全体の55%」をベースにした（公財）大阪観光局・大阪商工会議所・合同会社ユー・エス・ジェイ 調査で見ると、大阪来阪1回以下が85%を占める（未経験だと71%）。



※大阪Lover/Light Userの定義

過去5年に宿泊旅行（大阪府以外も含む）の経験がある人のうち、（過去5年に）大阪への宿泊旅行の経験が何回あるかでセグメント。

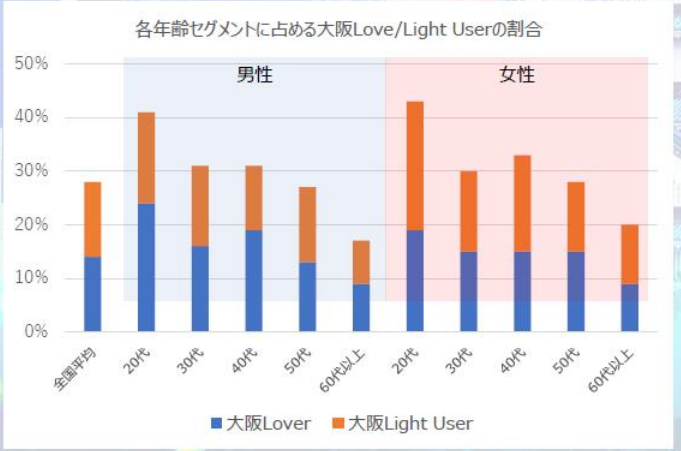
出典：（公財）大阪観光局・大阪商工会議所・合同会社ユー・エス・ジェイ　2021年12月調査より（全国の18～79才男女、n=11,000）

A-３．調査の結果：生活者の動向～WHO［性年代］

- 大阪lover/Light Userともに、20代男女の割合が高い。

WHO：ターゲット

20代の大阪Lover/Light Userの比率が高く、年齢が上がるにつれて徐々に低下。
20代は他セグメントと比べて旅行需要が高いため、結果的に大阪の選択率が高いと推察。



インターネット調査2022をもとに作成「日本全国 男女18-59歳」

旅行回数/年		宿泊旅行
男性	20代	1.6
	30代	1.3
	40代	1.3
	50代	1.4
	60代以上	1.4
女性	20代	2.3
	30代	1.5
	40代	1.4
	50代	1.4
	60代以上	1.4

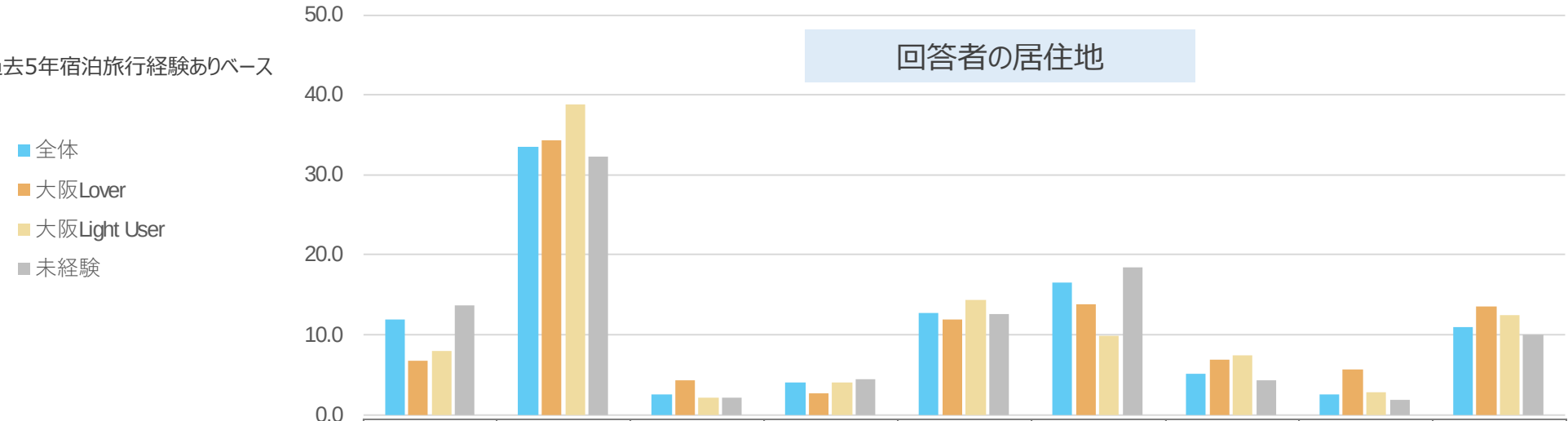
旅行・観光・消費者動向調査(2019)をもとに作成

出典：（公財）大阪観光局・大阪商工会議所・合同会社ユー・エス・ジェイ　2021年12月調査より（全国の18～79才男女、n=11,000）

A-３．調査の結果：生活者の動向～WHO［居住地］

- 大阪Lover、Light Userともに、関東からの来阪が多い。
- その他エリアでは、東海、九州・沖縄など。

※過去5年宿泊旅行経験ありベース



	WB前n=	WB後n=	北海道・東北	関東	北陸	甲信越	東海（愛・三・岐・静）	関西	中国	四国	九州・沖縄
全体	(5776)	(6040)	11.9	33.5	2.5	4.1	12.8	16.6	5.1	2.6	10.9
大阪Lover	(825)	(894)	6.8	34.4	4.3	2.7	12.0	13.8	6.9	5.7	13.5
大阪Light User	(812)	(866)	8.0	38.9	2.2	4.0	14.4	9.8	7.4	2.8	12.5
未経験	(4139)	(4280)	13.7	32.3	2.2	4.4	12.6	18.5	4.3	1.9	10.0

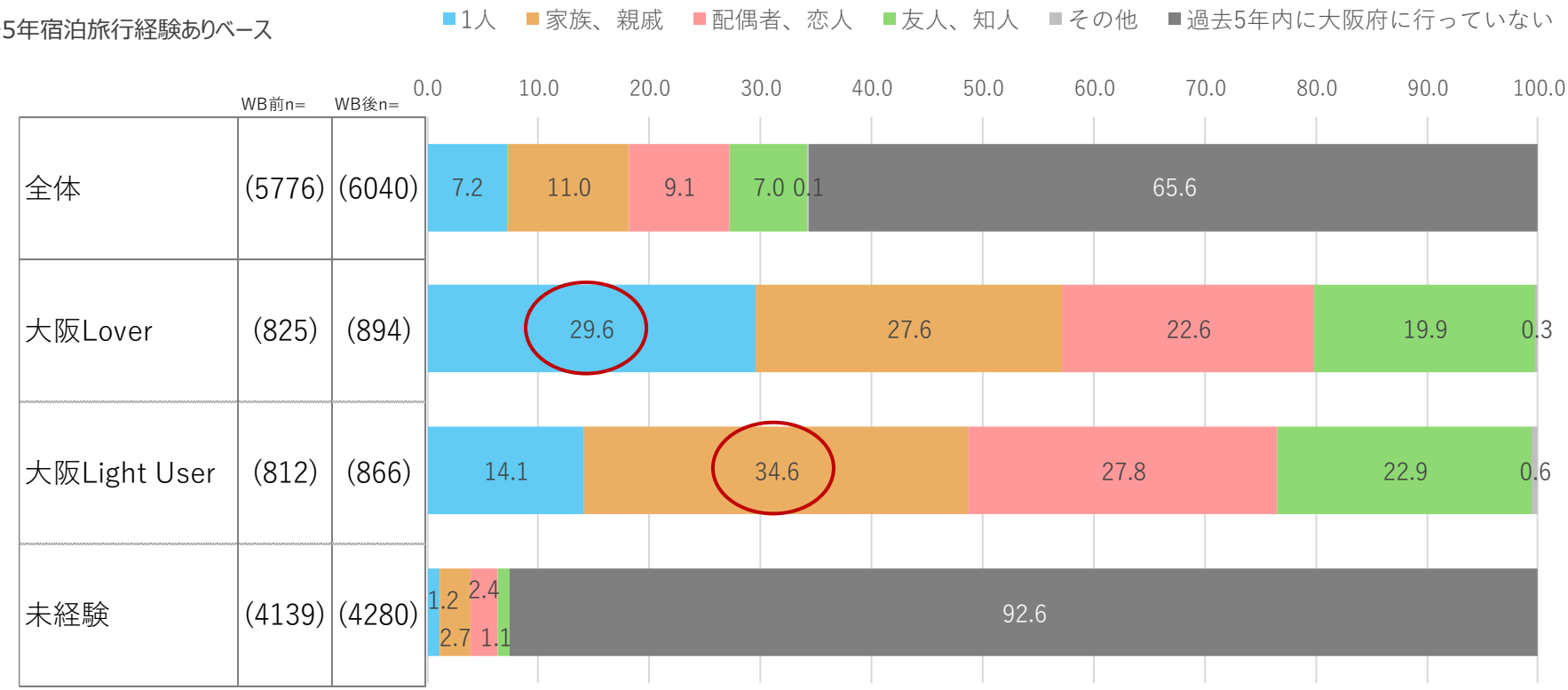
出典：（公財）大阪観光局・大阪商工会議所・合同会社ユー・エス・ジェイ　2021年12月調査より（全国の18～79才男女、n=11,000）

A-３．調査の結果：生活者の動向～WHO［旅行の同伴者］

- 大阪Loverは、1人で来阪する人が比較的多い。
- 大阪Light Userは、家族・親戚と来阪する人が多い。

Q22．1番最近の、大阪府への1泊以上の観光旅行（出張や帰省、団体旅行は除く。大阪府内に宿泊したかは問いません。）は、誰と行きましたか。（SA）

※過去5年宿泊旅行経験ありベース



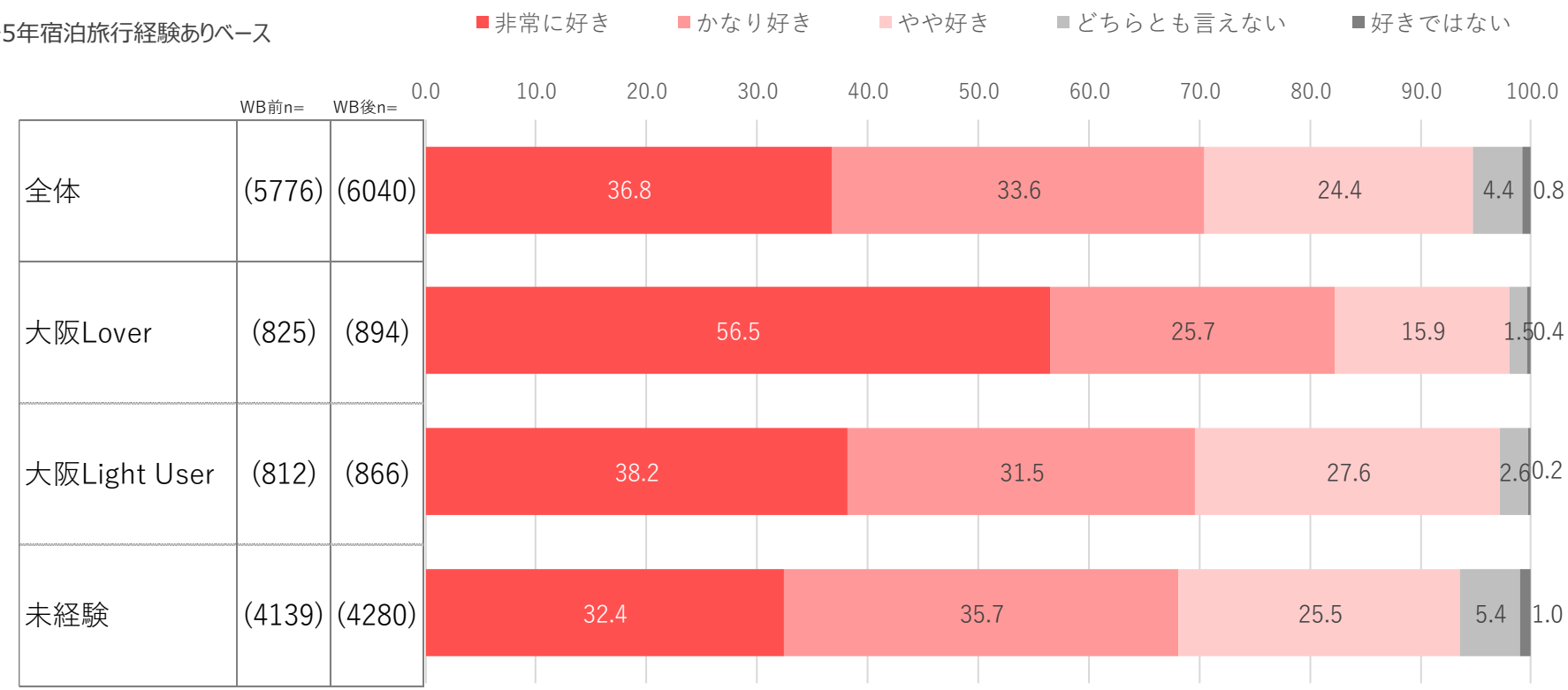
出典：（公財）大阪観光局・大阪商工会議所・合同会社ユー・エス・ジェイ　2021年12月調査より（全国の18～79才男女、n=11,000）

A-３．調査の結果：生活者の動向～WHO［旅行好きかどうか］

- 大阪Loverは、旅行が「非常に好き」な人が、過半数を占める。

Q33.あなたは、「旅行」はどの程度お好きですか。（SA）

※過去5年宿泊旅行経験ありベース



	WB前n=	WB後n=	非常に好き	かなり好き	やや好き	どちらとも言えない	好きではない
全体	(5776)	(6040)	36.8	33.6	24.4	4.4	0.8
大阪Lover	(825)	(894)	56.5	25.7	15.9	1.5	0.4
大阪Light User	(812)	(866)	38.2	31.5	27.6	2.6	0.2
未経験	(4139)	(4280)	32.4	35.7	25.5	5.4	1.0

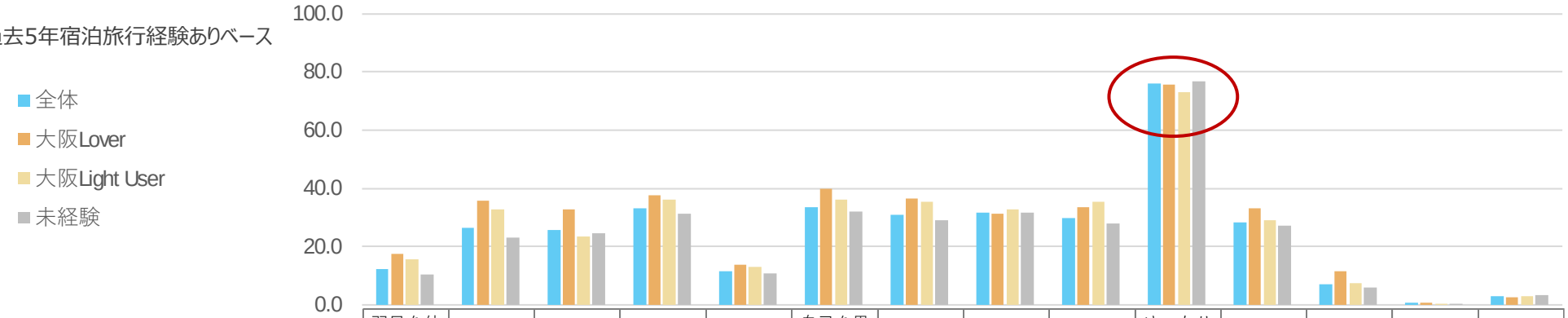
出典：（公財）大阪観光局・大阪商工会議所・合同会社ユー・エス・ジェイ　2021年12月調査より（全国の18～79才男女、n=11,000）

A-３．調査の結果：生活者の動向～WHO［宿泊旅行に対する意識］

- 参考として、コロナ終息後の国内旅行に対する意識（どんな気持ちや感情になりたいか）を分析。
- 全体では、「ゆったりくつろいで、リラックスできる」が最も多いが、大阪Loverの特徴としては、「自己を思いっきり解放」、「テンションが上がって興奮」、「活力みなぎってポジティブ・元気に」など、自己を開放して、テンションを上げたいという気持ちが強い。

Q1.コロナウイルス感染症終息後に「1泊以上の国内観光旅行（出張や帰省、団体旅行は除く）」に行くとしたら、どのような気持ちや感情になりたいと思いますか。（MA）

※過去5年宿泊旅行経験ありベース



WB前n=30以上の場合

[比率の差]
全体+10ﾎﾟｲﾝﾄ
全体 +5ﾎﾟｲﾝﾄ
全体 -5ﾎﾟｲﾝﾄ
全体 -10ﾎﾟｲﾝﾄ

	WB前n=	WB後n=	羽目を外して、大胆になれる、はっちゃけた気分になれる	テンションが上がって興奮する	活力みなぎって、ポジティブで元気になれる	新鮮な驚きや感動が得られる	心が激しく揺さぶられるような感動を味わえる	自己を思いっきり解放して、スッキリ爽快な気分になる	特別な時間を過ごして、優越感を味わえる	同行者と絆が深まることで、幸福感を感じられる	一生に残るような思い出ができ、満足感を得られる	ゆったりくつろいで、リラックスできる、心が安らぐ	悩みや不安を全部忘れて、安心感に満たされる	何かに挑戦し、達成感や充実感を味わう	その他	1泊以上の国内観光旅行に行きたいと思わない
全体	(5776)	(6040)	12.3	26.4	25.7	33.0	11.5	33.7	30.9	31.8	29.7	76.1	28.4	6.9	0.5	3.1
大阪Lover	(825)	(894)	17.4	35.7	32.7	37.7	13.7	39.9	36.4	31.3	33.5	75.9	33.0	11.4	0.7	2.4
大阪Light User	(812)	(866)	15.6	32.9	23.4	36.0	12.9	36.0	35.4	32.8	35.3	73.1	29.0	7.4	0.5	2.9
未経験	(4139)	(4280)	10.6	23.2	24.6	31.4	10.8	31.9	28.9	31.6	27.8	76.7	27.3	5.8	0.4	3.3

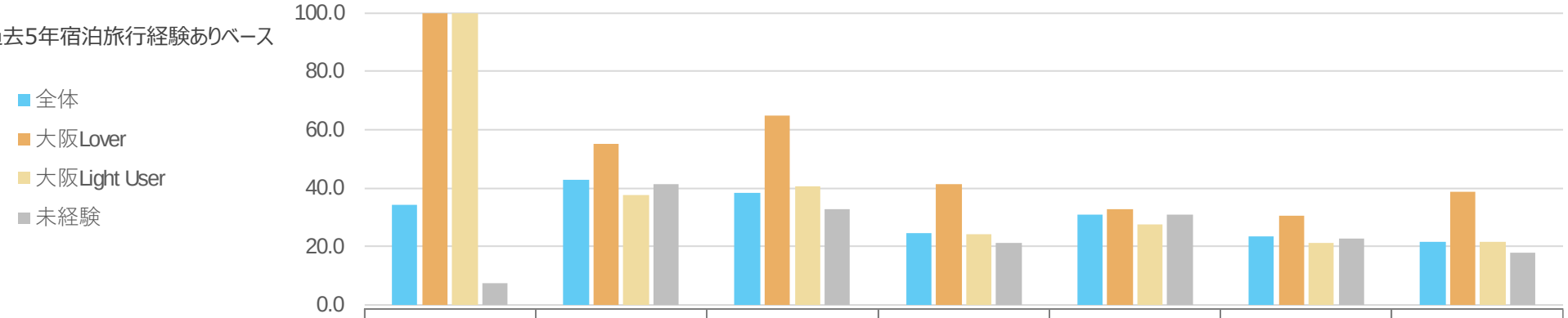
出典：（公財）大阪観光局・大阪商工会議所・合同会社ユー・エス・ジェイ　2021年12月調査より（全国の18～79才男女、n=11,000）

A-３．調査の結果：生活者の動向～WHO［他府県の旅行経験］

- 大阪府以外の旅行先（過去5年以内、宿泊は問わず）について、大阪Loverは、東京や京都にも、5割以上が行っている。
- その他、福岡や愛知に行った人も約4割いる。

Q8.過去5年間（2017年～2021年）に、「1泊以上の国内観光旅行（出張や帰省、団体旅行は除く）」で、下記の都道府県に行ったことはありますか。旅程の中で行った都道府県（そこで宿泊したかは問わず）を全てお選びください。（MA）

※過去5年宿泊旅行経験ありベース



WB前n=30以上の場合

[比率の差]
全体+10ﾎﾟｲﾝﾄ
全体　+5ﾎﾟｲﾝﾄ
全体　-5ﾎﾟｲﾝﾄ
全体 -10ﾎﾟｲﾝﾄ

	WB前n=	WB後n=	大阪府	東京都	京都府	福岡県	北海道	沖縄県	愛知県
全体	(5776)	(6040)	34.4	42.8	38.5	24.6	30.7	23.6	21.5
大阪Lover	(825)	(894)	100.0	55.3	64.8	41.5	32.8	30.6	38.6
大阪Light User	(812)	(866)	100.0	37.7	40.5	24.4	27.4	21.2	21.5
未経験	(4139)	(4280)	7.4	41.2	32.7	21.2	31.0	22.6	17.9

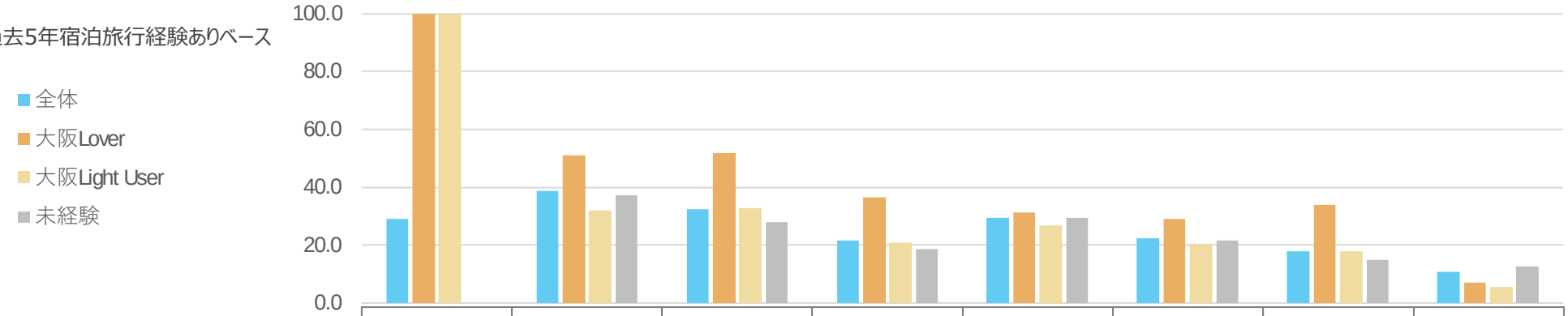
出典：（公財）大阪観光局・大阪商工会議所・合同会社ユー・エス・ジェイ　2021年12月調査より（全国の18～79才男女、n=11,000）

A-３．調査の結果：生活者の動向～WHO［他府県の宿泊旅行経験］

- 大阪府以外の旅行先（過去5年以内、宿泊旅行のみ）で見ても、大阪Loverの約5割が、東京や京都に宿泊旅行に行っている。

Q9.それでは、過去5年間（2017年～2021年）に、「1泊以上の国内観光旅行（出張や帰省、団体旅行は除く）」で宿泊した都道府県を全てお選びください。（MA）

※過去5年宿泊旅行経験ありベース



WB前n=30以上の場合

[比率の差]
全体+10ﾎﾟｲﾝﾄ
全体　+5ﾎﾟｲﾝﾄ
全体　-5ﾎﾟｲﾝﾄ
全体 -10ﾎﾟｲﾝﾄ

	WB前n=	WB後n=	大阪府	東京都	京都府	福岡県	北海道	沖縄県	愛知県	その他
全体	(5776)	(6040)	29.1	38.6	32.2	21.5	29.3	22.5	18.0	10.9
大阪Lover	(825)	(894)	100.0	50.9	51.9	36.4	31.4	29.2	33.8	7.1
大阪Light User	(812)	(866)	100.0	32.1	32.6	20.9	26.6	20.4	17.9	5.7
未経験	(4139)	(4280)	0.0	37.3	28.1	18.6	29.4	21.5	14.7	12.8

出典：（公財）大阪観光局・大阪商工会議所・合同会社ユー・エス・ジェイ　2021年12月調査より（全国の18～79才男女、n=11,000）

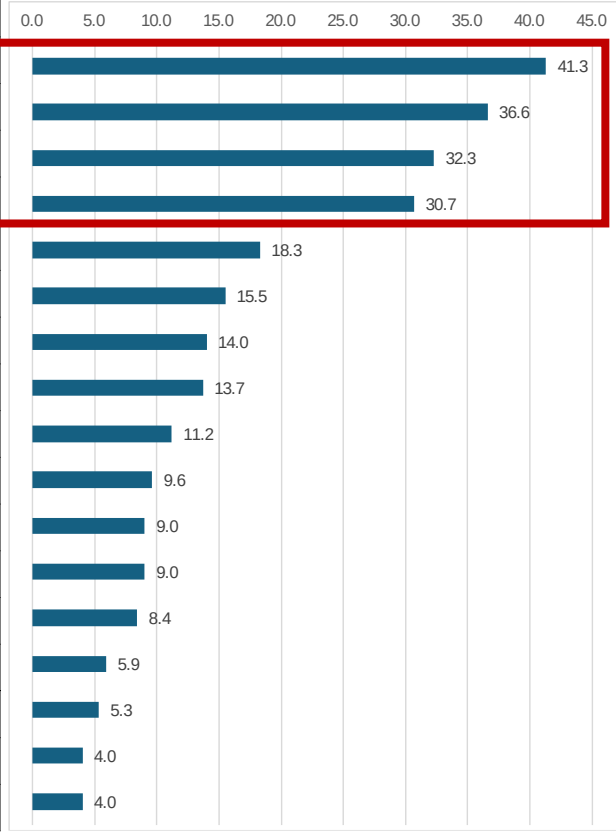
A-３．調査の結果：生活者の動向～WHY［旅行先としてファンである理由］

- 国内旅行先として、大阪府が「ファン」である理由は、「魅力的な観光施設、飲食店、食、街並み」。
- それらと比較して、「歴史・文化財」、「地域特有の文化」の魅力度は低い。

大阪府：旅行先としてファンである理由（MA）

1．魅力的な観光施設
2．魅力的な飲食店
3．魅力的な食
4．魅力的な街並み

		大阪府（n=322）
1	魅力的な観光施設がある	41.3
2	魅力的な飲食店がある	36.6
3	魅力的な食を楽しむことができる	32.3
4	魅力的な街並みがある	30.7
5	魅力的な歴史・文化財がある	18.3
6	魅力的な宿泊施設がある	15.5
7	地域特有の文化を楽しむことができる	14.0
8	魅力的な体験・アクティビティを楽しむことができる	13.7
9	アニメや映画・ドラマ等の聖地・ロケ地である	11.2
10	魅力的な祭り・イベントがある	9.6
11	気候が良く過ごしやすい	9.0
12	地域の人たちとの交流を楽しむことができる	9.0
13	魅力的な自然がある	8.4
14	魅力的な温泉がある	5.9
15	応援しているスポーツチームの本拠地・ホームタウンである	5.3
16	季節によって異なる風情を味わえる	4.0
17	その他	4.0



出典：公益社団法人日本観光振興協会：令和5年度版 観光の実態と志向 ～第42回国民の観光に関する動向調査～
https://www.nihon-kankou.or.jp/home/jigyou/research/jsr/

A-３．調査の結果：生活者の動向～WHY［旅行先としてファンである理由］

- 「ファンである理由」として、「魅力的な観光施設」は（バラつきはあるものの）各都道府県でスコアが高い。
- 「魅力的な飲食店」は、「北海道、東京、愛知、香川、福岡」などでも評価が高い。大阪は、福岡、香川に次いで3位。

  大阪ファンにとって、大阪のグルメは大きな楽しみの一つ。

都道府県別の
ファンである理由（MA）

図表１－18：ファンである地域（都道府県）別　ファンである理由（複数回答）

ファンである地域＼ファンである理由		魅力的な自然がある	魅力的な観光施設がある	魅力的な歴史・文化財がある	魅力的な食を楽しむことができる	魅力的な街並みがある	魅力的な温泉がある	魅力的な飲食店がある	魅力的な宿泊施設がある	季節によって異なる風情を味わえる
全体	(n=12,773)	47.7	43.6	31.4	31.0	29.8	25.0	24.3	21.7	20.3
北海道	(n=2,295)	56.7	44.8	17.8	39.5	25.7	27.4	28.2	19.1	23.7
青森県	(n=139)	60.4	36.0	25.9	31.7	16.5	38.1	15.1	23.7	28.8
岩手県	(n=118)	52.5	35.6	28.8	28.0	19.5	33.9	16.1	18.6	22.0
宮城県	(n=203)	41.4	39.9	29.6	32.0	27.6	33.0	21.2	25.6	17.7
秋田県	(n=70)	45.7	38.6	22.9	28.6	18.6	40.0	11.4	25.7	20.0
山形県	(n=124)	39.5	36.3	26.6	20.2	15.3	38.7	12.9	21.0	17.7
福島県	(n=187)	49.7	43.9	27.8	27.3	27.3	33.2	18.7	21.9	25.7
茨城県	(n=81)	48.1	44.4	29.6	19.8	12.3	17.3	19.8	21.0	21.0
栃木県	(n=246)	57.3	46.7	30.1	23.2	16.7	45.9	17.1	34.6	23.6
群馬県	(n=213)	47.9	32.4	11.3	15.0	21.6	61.5	9.4	30.5	19.2
埼玉県	(n=89)	21.3	25.8	21.3	11.2	18.0	7.9	9.0	10.1	10.1
千葉県	(n=182)	34.1	40.7	11.0	22.5	13.2	14.3	17.6	20.9	9.3
東京都	(n=725)	14.3	47.6	21.9	25.2	33.7	6.3	30.1	14.2	6.1
神奈川県	(n=556)	40.3	48.6	28.6	28.8	39.6	34.4	27.2	27.7	19.6
新潟県	(n=127)	48.0	26.8	18.1	32.3	23.6	38.6	19.7	22.8	18.1
富山県	(n=106)	68.9	38.7	17.9	29.2	19.8	24.5	21.7	19.8	25.5
石川県	(n=272)	42.3	51.5	47.8	50.0	50.0	37.5	29.4	21.3	29.0
福井県	(n=57)	50.9	36.8	21.1	35.1	17.5	28.1	28.1	21.1	14.0
山梨県	(n=202)	68.8	29.7	23.3	19.3	13.4	34.2	19.8	28.2	30.7
長野県	(n=558)	75.8	28.1	21.1	22.8	22.8	34.4	17.9	26.7	33.0
岐阜県	(n=165)	50.9	40.6	44.8	23.0	39.4	41.2	15.2	24.8	26.1
静岡県	(n=375)	55.7	41.1	20.0	33.1	17.6	50.9	24.3	37.6	18.4
愛知県	(n=150)	17.3	35.3	20.0	28.7	22.7	13.3	28.7	9.3	8.0
三重県	(n=198)	40.9	47.5	48.0	36.4	27.3	19.2	22.7	21.7	11.6
滋賀県	(n=59)	57.6	25.4	39.0	20.3	39.0	25.4	16.9	18.6	23.7
京都府	(n=1,460)	41.0	60.4	76.9	32.5	54.0	8.4	26.2	15.9	37.0
大阪府	(n=322)	8.4	41.3	18.3	32.3	30.7	5.9	36.6	15.5	4.0
兵庫県	(n=290)	33.8	43.1	27.6	33.1	37.9	37.2	26.6	30.3	15.5
奈良県	(n=164)	47.0	39.6	85.4	11.0	34.8	6.1	12.8	13.4	20.7
和歌山県	(n=128)	54.7	53.1	21.1	28.1	11.7	50.0	14.1	35.2	11.7
鳥取県	(n=50)	44.0	32.0	20.0	22.0	26.0	36.0	20.0	16.0	10.0
島根県	(n=95)	48.4	44.2	57.9	24.2	34.7	30.5	13.7	15.8	18.9
岡山県	(n=52)	30.8	42.3	42.3	21.2	53.8	9.6	13.5	9.6	13.5
広島県	(n=184)	37.5	54.3	48.4	28.8	30.4	6.0	25.0	12.0	17.4
山口県	(n=70)	57.1	34.3	44.3	35.7	37.1	20.0	14.3	24.3	18.6
徳島県	(n=18)	66.7	61.1	55.6	16.7	33.3	27.8	27.8	16.7	16.7
香川県	(n=61)	39.3	37.7	23.0	32.8	27.9	9.8	44.3	13.1	9.8
愛媛県	(n=80)	46.3	51.3	35.0	23.8	22.5	45.0	27.5	31.3	20.0
高知県	(n=72)	55.6	31.9	25.0	40.3	16.7	12.5	25.0	19.4	13.9
福岡県	(n=292)	13.7	36.3	16.8	41.1	27.7	8.9	50.3	13.0	7.2
佐賀県	(n=28)	35.7	21.4	17.9	28.6	21.4	39.3	17.9	25.0	10.7
長崎県	(n=170)	40.0	52.9	51.2	38.2	48.2	20.6	28.8	25.9	15.3
熊本県	(n=152)	65.1	31.6	21.7	32.2	17.1	49.3	21.1	26.3	25.7
大分県	(n=255)	42.7	45.5	14.5	29.4	31.4	75.7	22.0	44.3	18.8
宮崎県	(n=60)	68.3	26.7	26.7	28.3	13.3	21.7	21.7	18.3	11.7
鹿児島県	(n=166)	59.6	27.1	25.3	28.9	15.7	39.2	16.3	18.7	14.5
沖縄県	(n=1,107)	70.7	39.8	24.0	29.6	22.5	6.7	20.5	23.7	9.5

(%)

※赤文字は、各項目の上位5位。塗りつぶしは、都道府県内の順位　■：1位　■：2位　■：3位　■：4位　■：5位
※ｎ数：「ファンである地域がある」回答者
※選択肢は、全体の割合で「その他」を除く降順に並び替え

図表１－18：ファンである地域（都道府県）別　ファンである理由（複数回答）（続き）

ファンである地域＼ファンである理由		気候が良く過ごしやすい	地域特有の文化を楽しむことができる	魅力的な体験・アクティビティを楽しむことができる	魅力的な祭り・イベントがある	地域の人たちとの交流を楽しむことができる	アニメや映画・ドラマ等の聖地・ロケ地である	応援しているスポーツチームの本拠地・ホームタウンである	その他
全体	(n=12,773)	17.3	13.0	11.3	10.6	5.9	5.4	2.7	1.8
北海道	(n=2,295)	15.1	7.3	8.8	9.3	4.5	4.2	2.4	1.3
青森県	(n=139)	15.1	12.9	8.6	25.9	7.9	7.9	2.9	0.7
岩手県	(n=118)	22.9	18.6	8.5	10.2	9.3	7.6	2.5	3.4
宮城県	(n=203)	16.3	13.3	8.4	13.8	7.4	9.9	5.4	3.4
秋田県	(n=70)	7.1	14.3	10.0	10.0	7.1	2.9	1.4	1.4
山形県	(n=124)	7.3	9.7	12.1	8.1	8.9	11.3	2.4	1.6
福島県	(n=187)	16.6	13.4	13.9	10.2	9.6	11.8	3.2	0.0
茨城県	(n=81)	9.9	9.9	9.9	16.0	4.9	3.7	2.5	4.9
栃木県	(n=246)	17.1	6.1	11.0	6.9	2.4	4.5	1.6	0.4
群馬県	(n=213)	14.1	5.6	5.6	6.1	2.3	8.5	3.3	1.9
埼玉県	(n=89)	9.0	6.7	1.1	9.0	5.6	27.0	9.0	7.9
千葉県	(n=182)	18.7	4.4	15.9	13.2	4.4	7.1	3.3	2.7
東京都	(n=725)	8.1	9.8	16.1	19.6	6.1	12.6	5.5	3.3
神奈川県	(n=556)	18.7	11.3	9.7	6.8	5.0	6.8	3.4	1.6
新潟県	(n=127)	13.4	7.1	14.2	11.8	7.9	7.9	3.1	1.6
富山県	(n=106)	9.4	12.3	14.2	10.4	2.8	3.8	0.9	0.9
石川県	(n=272)	9.9	16.2	5.1	8.5	7.0	3.7	1.5	0.7
福井県	(n=57)	10.5	5.3	7.0	8.8	0.0	1.8	5.3	1.8
山梨県	(n=202)	18.8	7.9	12.4	5.4	6.4	7.4	3.0	2.5
長野県	(n=558)	27.2	7.9	11.6	6.8	4.1	2.0	0.5	2.2
岐阜県	(n=165)	10.9	13.3	4.2	20.0	6.1	4.8	1.2	1.2
静岡県	(n=375)	31.7	5.9	9.9	6.1	4.5	4.8	2.7	1.9
愛知県	(n=150)	16.0	7.3	12.0	10.7	9.3	11.3	1.3	6.7
三重県	(n=198)	14.1	6.1	6.6	6.1	1.5	3.0	1.5	0.5
滋賀県	(n=59)	13.6	11.9	10.2	5.1	5.1	5.1	1.7	1.7
京都府	(n=1,460)	7.5	28.3	5.3	16.6	3.3	2.9	0.5	1.0
大阪府	(n=322)	9.0	14.0	13.7	9.6	9.0	11.2	5.3	4.0
兵庫県	(n=290)	20.3	14.5	9.7	11.0	7.9	7.2	4.8	1.7
奈良県	(n=164)	15.9	20.1	4.3	4.3	5.5	3.7	0.6	1.2
和歌山県	(n=128)	18.8	8.6	14.8	5.5	6.3	2.3	0.0	0.0
鳥取県	(n=50)	10.0	4.0	14.0	6.0	2.0	14.0	2.0	2.0
島根県	(n=95)	7.4	17.9	7.4	6.3	7.4	4.2	2.1	2.1
岡山県	(n=52)	30.8	7.7	7.7	13.5	13.5	7.7	3.8	1.9
広島県	(n=184)	19.0	13.6	7.6	9.8	7.1	8.7	10.9	2.7
山口県	(n=70)	18.6	18.6	11.4	7.1	5.7	2.9	4.3	0.0
徳島県	(n=18)	27.8	27.8	22.2	22.2	22.2	5.6	11.1	0.0
香川県	(n=61)	24.6	8.2	11.5	11.5	4.9	16.4	3.3	0.0
愛媛県	(n=80)	28.8	13.8	8.8	10.0	7.5	8.8	5.0	2.5
高知県	(n=72)	26.4	12.5	15.3	11.1	15.3	5.6	2.8	1.4
福岡県	(n=292)	15.1	9.6	6.2	15.1	9.6	4.5	6.8	3.1
佐賀県	(n=28)	10.7	10.7	7.1	14.3	14.3	14.3	3.6	7.1
長崎県	(n=170)	14.1	23.5	15.3	18.2	7.1	1.8	1.2	2.9
熊本県	(n=152)	15.8	9.2	7.9	8.6	7.9	5.3	0.7	3.9
大分県	(n=255)	16.5	6.7	7.5	4.3	3.9	1.2	1.6	0.8
宮崎県	(n=60)	35.0	10.0	8.3	8.3	13.3	3.3	3.3	1.7
鹿児島県	(n=166)	18.7	13.3	16.9	6.0	11.4	3.6	3.0	1.8
沖縄県	(n=1,107)	39.2	21.0	29.5	7.4	9.1	1.3	2.3	0.9

(%)

※赤文字は、各項目の上位5位。塗りつぶしは、都道府県内の順位　■：1位　■：2位　■：3位　■：4位　■：5位
※ｎ数：「ファンである地域がある」回答者
※選択肢は、全体の割合で「その他」を除く降順に並び替え

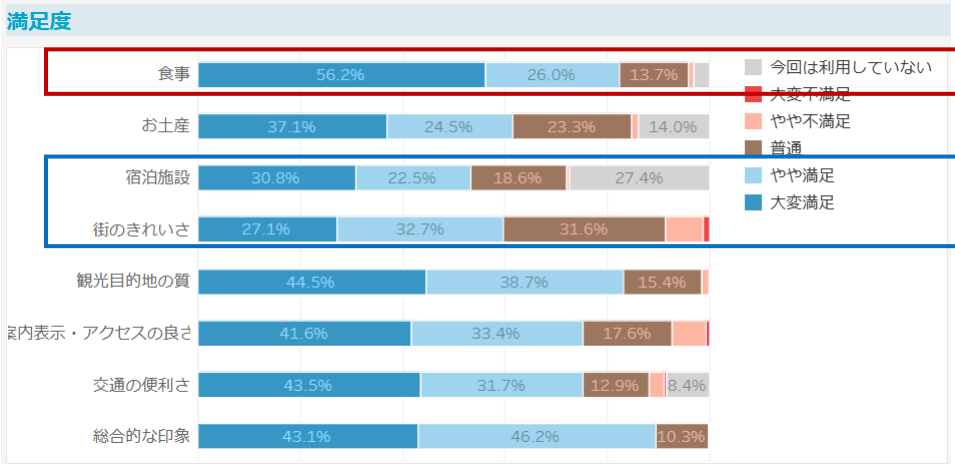
出典：公益社団法人日本観光振興協会：令和5年度版 観光の実態と志向 ～第42回国民の観光に関する動向調査～

https://www.nihon-kankou.or.jp/home/jigyou/research/jsr/

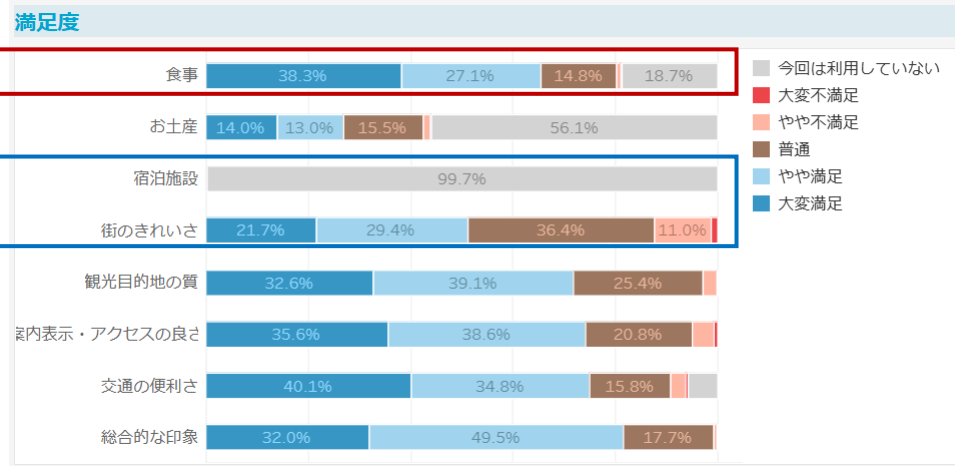
A-３．調査の結果：生活者の動向～WHY［満足度］

- 大阪観光について、宿泊客、日帰り客ともに、「食」の満足度は高い（特に宿泊客で高い）。
- 一方、「街のきれいさ」や、「宿泊施設（宿泊客）」については、比較的満足度が低い。

宿泊客（n=1,075）



日帰り客（n=2,531）



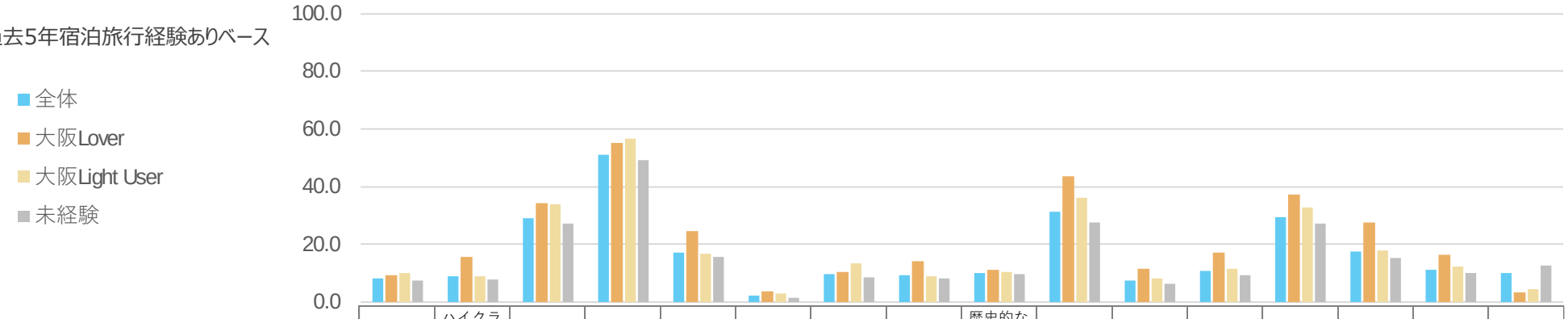
出典：国内旅行者の動向把握にむけた大阪版国内観光統計調査（観光地点パラメータ調査）
（2023年調査、大阪府域の20地点でのヒアリング調査、n=4,502）
https://s3.ap-northeast-1.amazonaws.com/content.osaka-info.jp/downloads/2024/2023kokunaitoukei.pdf
※大阪観光DMP（無償トライアル版）より作成 https://www.dmp.osaka-info.jp/施策検討/国内観光パラメータ調査

A-３．調査の結果：生活者の動向～WHY［大阪府ならではの魅力］

- 「他府県にはない大阪ならではの魅力」について、大阪Loverは、「水族館・テーマパークなどエンタメ施設の充実」や、「お手頃価格で旅行を楽しめる」といったことを評価する傾向が強い。
- 「おいしいものを堪能できる」は、大阪Loverだけでなく、Light Userなど全ての層で高い評価。

Q12S1.下記の都道府県について、「他の都道府県にないその都道府県ならではの魅力」と思うものを全てお選びください。

※過去5年宿泊旅行経験ありベース



WB前n=30以上の場合

[比率の差]
全体+10ﾎﾟｲﾝﾄ
全体　+5ﾎﾟｲﾝﾄ
全体　-5ﾎﾟｲﾝﾄ
全体 -10ﾎﾟｲﾝﾄ

	WB前n=	WB後n=	その都市の人達からのおもてなしやホスピタリティを受ける	ハイクラスホテルのような贅沢な時間を過ごす施設が充実している	買物を楽しむことができる	おいしいものを堪能することができる	整備された都市空間	豊かな自然を鑑賞、体験することができる	子供が楽しむことができる	美術館・博物館・劇場といった文化施設が充実している	歴史的な建造物や遺産を通じてその都市の歴史を感じることができる	水族館・動物園・テーマパーク・ライブ施設等のエンタメ施設が充実している	行ってみたいお祭り・イベントがある	ナイトライフが充実している	周辺観光地へのアクセスや交通の便が良い	お手頃な価格で旅行を楽しめる	口コミや評判の良い観光地や遊び場が充実している	当てはまるものはない
全体	(5776)	(6040)	8.0	9.0	29.2	51.1	17.1	2.1	9.5	9.1	9.8	31.1	7.3	10.8	29.4	17.4	11.1	10.0
大阪Lover	(825)	(894)	9.2	15.5	34.3	55.1	24.5	3.7	10.5	14.2	11.0	43.5	11.4	17.0	37.3	27.6	16.3	3.4
大阪Light User	(812)	(866)	10.1	9.0	33.8	56.8	16.6	2.9	13.3	8.9	10.5	36.2	8.0	11.6	32.9	17.7	12.2	4.3
未経験	(4139)	(4280)	7.4	7.6	27.2	49.2	15.7	1.6	8.6	8.1	9.5	27.5	6.3	9.4	27.1	15.2	9.8	12.6

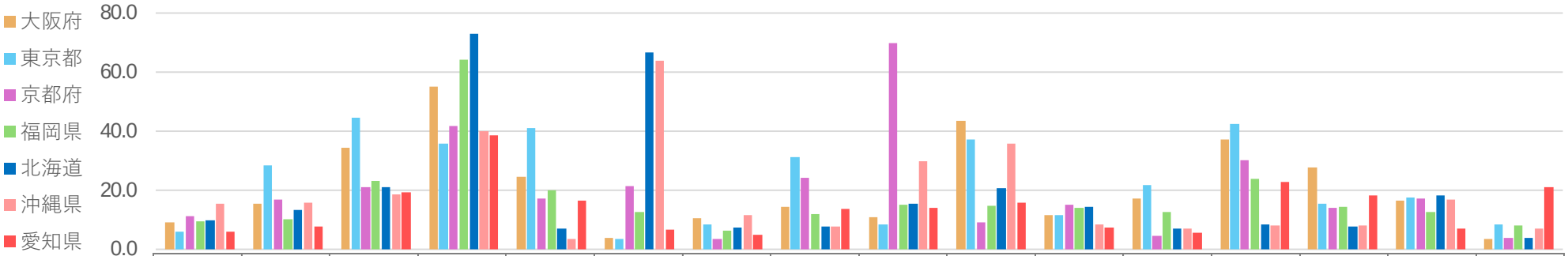
出典：（公財）大阪観光局・大阪商工会議所・合同会社ユー・エス・ジェイ　2021年12月調査より（全国の18～79才男女、n=11,000）

A-３．調査の結果：生活者の動向～WHY［大阪府ならではの魅力/他府県比較］

- 「おいしいものを堪能できる」は、大阪府の他、北海道や福岡などでも魅力に感じられている。
- 一方、「水族館・テーマパークなどエンタメ施設の充実」や、「お手頃価格で旅行を楽しめる」は、他府県と比べて、大阪の評価が最も高い。

※大阪Loverベース

Q12S1.下記の都道府県について、「他の都道府県にないその都道府県ならではの魅力」と思うものを全てお選びください。



1位
2位
3位
※縦方向に色付け

	その都市の人達からのおもてなしやホスピタリティを受ける	ハイクラスホテルのような贅沢な時間を過ごす施設が充実している	買物を楽しむことができる	おいしいものを堪能することができる	整備された都市空間	豊かな自然を鑑賞、体験することができる	子供が楽しむことができる	美術館・博物館・劇場といった文化施設が充実している	歴史的な建造物や遺産を通じてその都市の歴史を感じることができる	水族館・動物園・テーマパーク・ライブ施設等のエンタメ施設が充実している	行ってみたいお祭り・イベントがある	ナイトライフが充実している	周辺観光地へのアクセスや交通の便が良い	お手頃な価格で旅行を楽しめる	口コミや評判の良い観光地や遊び場が充実している	当てはまるものはない
大阪府	9.2	15.5	34.3	55.1	24.5	3.7	10.5	14.2	11.0	43.5	11.4	17.0	37.3	27.6	16.3	3.4
東京都	5.9	28.3	44.3	35.7	41.1	3.5	8.4	31.1	8.2	37.1	11.5	21.6	42.5	15.4	17.5	8.3
京都府	11.3	16.9	21.0	41.9	17.1	21.5	3.3	24.1	69.6	9.1	15.1	4.4	30.1	14.0	17.2	3.8
福岡県	9.5	10.1	23.0	64.2	19.8	12.4	6.2	11.7	14.9	14.6	14.0	12.7	23.9	14.3	12.6	8.0
北海道	9.8	13.4	21.0	72.8	7.0	66.6	7.5	7.6	15.4	20.7	14.4	6.8	8.5	7.6	18.3	3.6
沖縄県	15.5	15.7	18.6	39.9	3.4	63.8	11.4	7.7	29.8	35.8	8.5	6.8	8.1	7.9	16.7	7.0
愛知県	5.9	7.5	19.3	38.4	16.4	6.7	4.7	13.7	14.0	15.8	7.2	5.6	22.7	18.3	6.8	20.9

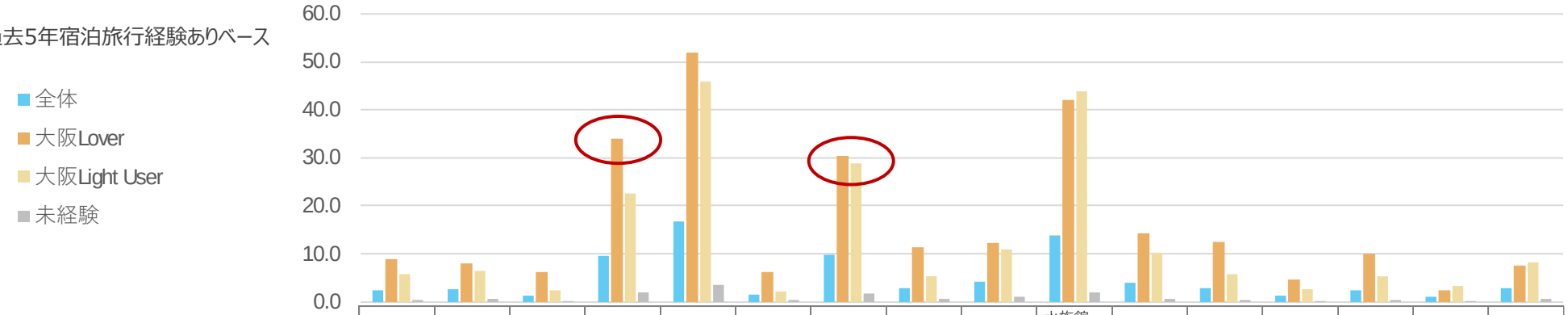
出典：（公財）大阪観光局・大阪商工会議所・合同会社ユー・エス・ジェイ　2021年12月調査より（全国の18～79才男女、n=11,000）

A-３．調査の結果：生活者の動向～WHY［大阪府への宿泊旅行の目的］

- 「水族館・テーマパークなどエンタメ施設の充実」と「おいしいものを堪能」の他、大阪Loverでは、「買い物を楽しむ」や、「街並み・街歩きを楽しむ」という目的も多い。

Q21．1番最近の、大阪府への1泊以上の観光旅行（出張や帰省、団体旅行は除く。大阪府内に宿泊したかは問いません。）は、どのような目的で行きましたか。（MA）

※過去5年宿泊旅行経験ありベース



WB前n=30以上の場合
[比率の差]
全体+10ﾎﾟｲﾝﾄ
全体　+5ﾎﾟｲﾝﾄ
全体　-5ﾎﾟｲﾝﾄ
全体 -10ﾎﾟｲﾝﾄ

	WB前n=	WB後n=	ハイクラスホテルのような贅沢な時間を過ごす	温泉、エステ等で、ゆっくり、のんびりする	おもてなしやホスピタリティを受ける	買物を楽しむ	おいしいものを堪能する	豊かな自然を鑑賞、体験する	街並み・街歩きを楽しむ	美術館・博物館・劇場に行く	歴史的な建造物や遺産に行く	水族館・動物園・テーマパーク・ライブ施設等のエンタメ施設に行く	お祭り・イベントに参加する	ナイトライフを楽しむ	スポーツ・アウトドア・アクティビティー体験をする	スポーツ観戦をする	工場見学やモノづくり現場の見学・体験を楽しむ	その他
全体	(5776)	(6040)	2.4	2.5	1.4	9.7	16.8	1.5	9.8	2.9	4.1	13.9	4.1	2.9	1.3	2.5	1.0	2.8
大阪Lover	(825)	(894)	8.8	8.1	6.2	33.9	52.0	6.1	30.3	11.4	12.4	42.1	14.3	12.6	4.7	10.1	2.4	7.5
大阪Light User	(812)	(866)	5.8	6.4	2.4	22.6	45.9	2.1	28.9	5.4	10.9	43.9	10.2	5.7	2.6	5.4	3.3	8.3
未経験	(4139)	(4280)	0.4	0.6	0.2	2.0	3.5	0.5	1.7	0.6	1.0	1.9	0.7	0.3	0.3	0.3	0.3	0.7

出典：（公財）大阪観光局・大阪商工会議所・合同会社ユー・エス・ジェイ　2021年12月調査より（全国の18～79才男女、n=11,000）

A-３．調査の結果：生活者の動向～WHY

- 大阪の魅力：にぎやかで活気があり、元気がもらえる/人情味があり、人とのコミュニケーションが楽しい。
- たこ焼き、お好み焼き、串カツなど、食べ物が、安くておいしい。
- ユニバーサル・スタジオ・ジャパン⇒リピート要因、家族で楽しめる。

Ⅰ-3. 大阪のPOD（現状）

■ にぎやかで**活気があり**、**元気がもらえる/人情味**があり、人とのコミュニケーションが楽しい街
■ たこ焼き、お好み焼き、串カツなど、**食べ物がおいしい。**安くて、何を食べてもおいしい
■ **USJ**が楽しめる➡リピート要因、家族で楽しめる

● SF・SMにとっては、友達と会って、飲んだり食べたり遊んだりできる場所
● Seniorや関西在住者にとっては、神社仏閣歴史も楽しめる➡他のセグメントには想起されていない、リピート要因にもなっていない

	大阪Lover	大阪LightUser	東京Lover
＋	● 活気があって**元気がもらえる街** ● **定番のUSJ（リピート要因）**＋新たな**観光地開拓**が楽しい ● **意外と神社仏閣が多く**ある	● **USJの楽しさはリピート**につながる ● 大阪は**食べ歩き**が楽しい街	● **人情味があり雑多なところに活気**を感じる街 ● 安くておいしい店が多い
－	▲ **中心街以外に楽しめる場所の情報**が欲しい（情報が入ってこない）	▲ 定番コース（P案）を既に体験し、**それ以外に巡りたい場所がない**（知らない） ▲ **車移動が不便**（駐車料金/満車/運転荒さ）	▲ **治安が悪い**イメージ ▲ USJ以外に行きたい場所が思い浮かばない

	関東	中部	関西
＋	● **人情味がある街で好感**が持てる ● **たこ焼き、お好み焼き、串カツ**など、どこに行っても外れなく**食べ物がおいしい**	● **気軽に行ける都会**（アクセス利便性○・心理的な訪れやすさ○） ● 名所巡り＋ショッピングはしご＋飲食店巡りなど**手軽な楽しみ方**ができる ● ディープ・派手・活気があり、**テンションが上がる**街	● **人とのコミュニケーション**が楽しい ● 福島や天満などおいしい飲食店が多い ● 大阪は**東南アジアのような雰囲気** ● **寺院や自然が多いスポットもあり、ギャップ**があるのも魅力 ● 新しいホテルに泊まるという楽しみ方
－	▲ 大阪の**情報が入ってこない**ので、興味が湧かない（積極的に知ろうともしない） ▲ 整然としておらず**子連れには向かない** ▲ 美術館・催し物・アミューズメントパークが少ない ▲ 東京とあまり変わらず特別な感動がない	▲ 観光スポットが限られている ▲ **治安が悪い**イメージ	▲ 近いので**非日常感がない** ▲ 賑やかさ・人懐っこさが逆に疲れることもある

	SF（女性）	MWK（子育てママ）	Senior（アクティブシニア）	SM（男性）
＋	● 距離的・金銭的に気軽に行ける（**綿密な計画が必要ない**） ● **友人との思い出作り**に最適 ● 地元にないカフェが多い（豆柴・梟カフェなど）	● 家族で楽しむのは**USJと海遊館** ● 観光地がぎゅっと集まっているので、移動が少なくていい	● **神社仏閣・歴史**を知る巡り方が楽しい（より大阪の街を深く知りたい） ● 大人から子供（孫）まで楽しめる	● 友人と共に**飲み歩ける街**（友人と会う場所≠観光） ● 本場のお笑いが生で見られて面白い
－	▲ コロナ禍で**集団でUSJに行けない・人混みを避ける**➡大阪旅行の理由減少 ▲ 観光コースが**ワンパターン化**	▲ 夜間、通天閣の辺りは**治安が悪い**イメージ ▲ USJ以外に行きたい場所が思い浮かばない	▲ USJの好き嫌いがあり、**旅行目的とならない**場合あり	▲ 駅周辺**以外**の観光地が少ない（栄えていない） ▲ **自然ある観光地が少ない** ▲ マンネリ感・飽き

出典：（公財）大阪観光局・大阪商工会議所・合同会社ユー・エス・ジェイ　2022年3月定性調査（オンラインパラレルインタビュー）より（サンプル数：計 60 名（ 20 グループ × 3 名）

A-３．調査の結果：生活者の動向～WHY

- 大阪Lover：ユニバーサル・スタジオ・ジャパンが好き（季節・イベント毎に違う楽しみができる）、大阪の街の活気から元気がもらえる。気軽に飲食店街で飲み歩きもできるし、粉ものが好き。⇒関東・中部にはない街の雰囲気・人・食べ物。
- 大阪Light User（リピートしない理由）：自然に囲まれた観光地が想起されない。大阪には「非日常」があまり感じられない。定番コースは体験済みで、それ以外の魅力を想起できない、等。

Ⅰ-4. 大阪Lover ⇔ 大阪Light Userの違い

大阪Lover（多頻度で訪問する理由）

USJ
- ■ **USJが好き（季節・イベント毎**に違う楽しみ方ができる）
- - ＜MWK子育てママ＞USJは子供が好きで、一緒に楽しめる時間を持てることが母としても嬉しい
- - ＜Senior＞子供や孫もUSJが好き・家族で楽しめる
- - ＜若年女性＞友人もUSJ好き・集合場所になっている

お笑い
- - ＜若年＞お笑いが好き・劇場で生でお笑いを見たい

街・人の雰囲気
- ■ 大阪の街の**活気**（賑わい・派手）から**元気がもらえる**
- ■ **大阪人の雰囲気**（フレンドリー・面白い）が好き
- ■ 気軽に飲食店街で**飲み歩き**もできるし、**粉ものが好き**
  ➡関東・中部にはない街の雰囲気・人・食べ物がある

ロケーション
- ■ **友人との集合場所**になっている（友人居住地との中間距離/学生時代から集まる習慣がある）
- ■ **帰省**の途中で立ち寄りやすい
- ■ **無計画・時間潰しでも楽しめる**（P案要素があるため）
- - ＜中部＞**距離的・心理的・金銭的に気軽**に行ける
- - ＜中部・ Senior ＞（東京に比べて）**気軽**に行ける**都会・高級ホテル・買い物場所が豊富**で**非日常感**が味わえる

大阪Light User（リピートしない理由/マイナス要素）

旅行に求めるものと大阪の乖離
- ■ 大阪の自然に囲まれた観光地が想起されない（**大阪イメージと自然は現状乖離している**）
- ■ 旅行目的に「非日常」を求めるものの、**大阪には非日常感があまり感じられない**（生活感が垣間見られる）
  ※【R案】コンセプト受容の背景とも考えられる➡異世界、大阪の違う見方に興味を示した

大阪の街のマイナスイメージ
- ■ **街（雑然・治安など）**や**人（圧・言葉の強さなど）**の雰囲気に抵抗を感じる人もいる

魅力想起の欠如
- ■ 定番コースは体験済みであり、**それ以外の魅力を想起できない**
  - ➢ 特に、自然や神社仏閣・歴史的な名所を想起できない
- ■ 食が美味しいことはわかるが、**粉もの以外の「大阪ならでは」の食や特定ブランド、有名店は想起できない**
- ■ USJを目的として旅行しないことに加え、**大阪にUSJ以外の魅力を想起できない**
- ■ 「お笑い」が嫌いなわけではないが、一度で良い

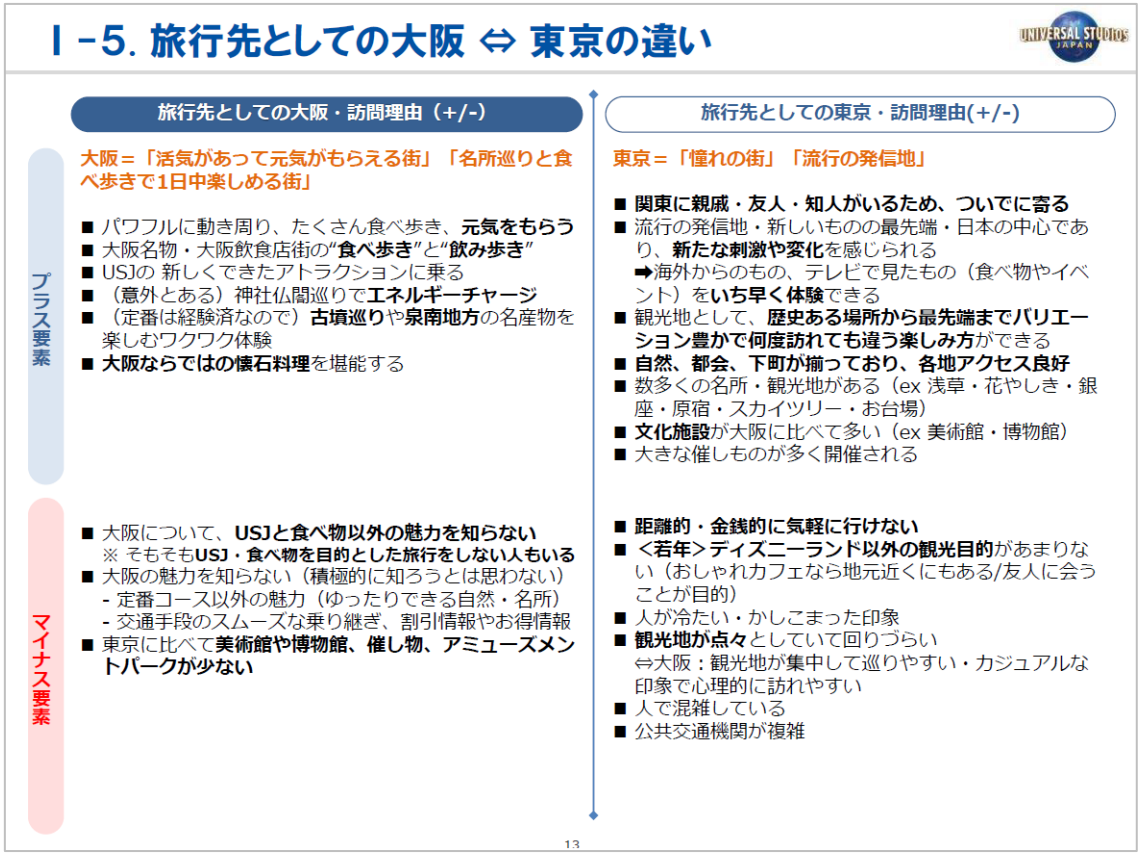
その他
- ■ **京都**：観光名所・名所旧跡の多くが認知度が高く、旅行目的として訪問される（大阪は認知されていない場所が多い）また、春・夏・秋・冬の季節ごとに異なる経験ができる（JR東海やインスタ影響あり）

12

出典：（公財）大阪観光局・大阪商工会議所・合同会社ユー・エス・ジェイ　2022年3月定性調査（オンラインパラレルインタビュー）より（サンプル数：計 60 名（ 20 グループ × 3 名）

A-３．調査の結果：生活者の動向～WHY

- 大阪：「活気があって元気がもらえる街」、「名所巡りと食べ歩きで１日中楽しめる街」。
- ※マイナス要素：ユニバーサル・スタジオ・ジャパンと食べ物以外の魅力を知らない。東京に比べて、美術館などが少ない、等。
- 東京：「憧れの街」、「流行の発信地」。
- ※マイナス要素：東京ディズニーランド以外の観光目的があまりない。距離的・金銭的に気軽に行けない、等。

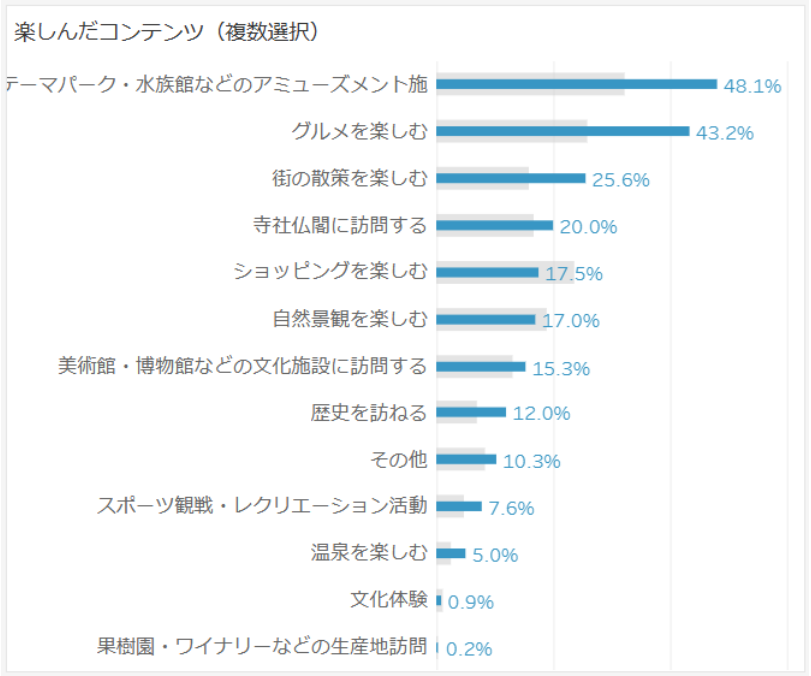


出典：（公財）大阪観光局・大阪商工会議所・合同会社ユー・エス・ジェイ　2022年3月定性調査（オンラインパラレルインタビュー）より（サンプル数：計 60 名（ 20 グループ × 3 名）

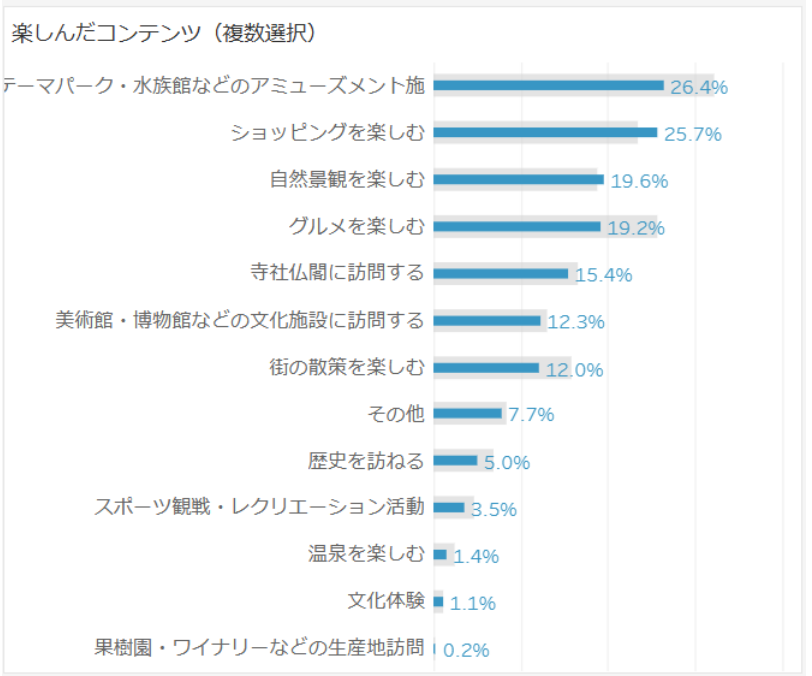
A-３．調査の結果：生活者の動向～WHAT［旅行期間中に楽しんだコンテンツ］

- 宿泊客、日帰り客ともに、「テーマパーク・水族館などのアミューズメント施設」が最多（特に、宿泊客）。
- 宿泊客では、「グルメ、街の散策、寺社仏閣」など。日帰り客は、「ショッピング、自然景観、グルメ」など。

宿泊客（n=1,075）



日帰り客（n=2,531）

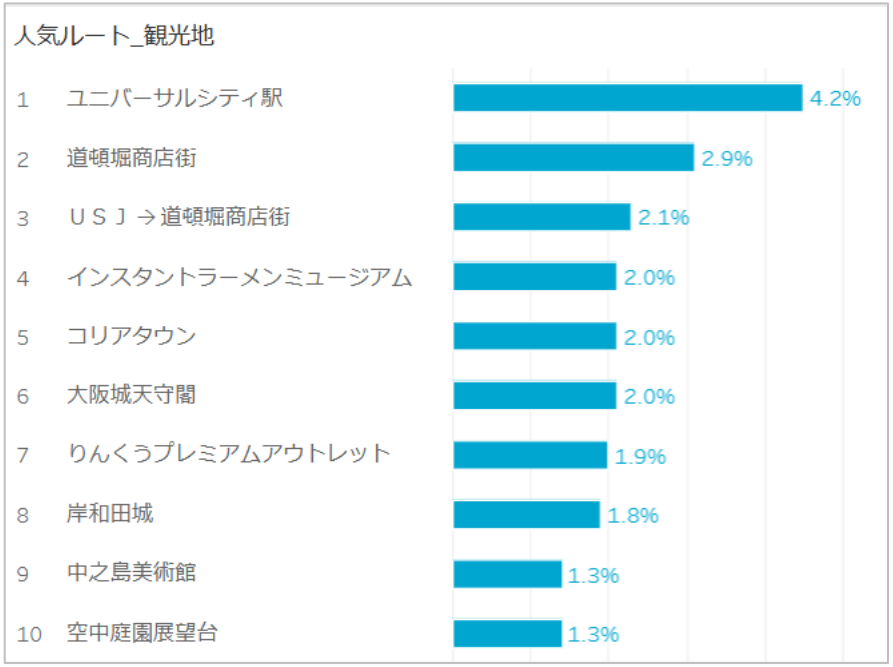


出典：国内旅行者の動向把握にむけた大阪版国内観光統計調査（観光地点パラメータ調査）
（2023年調査、大阪府域の20地点でのヒアリング調査、n=4,502）
https://s3.ap-northeast-1.amazonaws.com/content.osaka-info.jp/downloads/2024/2023kokunaitoukei.pdf
※大阪観光DMP（無償トライアル版）より作成 https://www.dmp.osaka-info.jp/施策検討/国内観光パラメータ調査

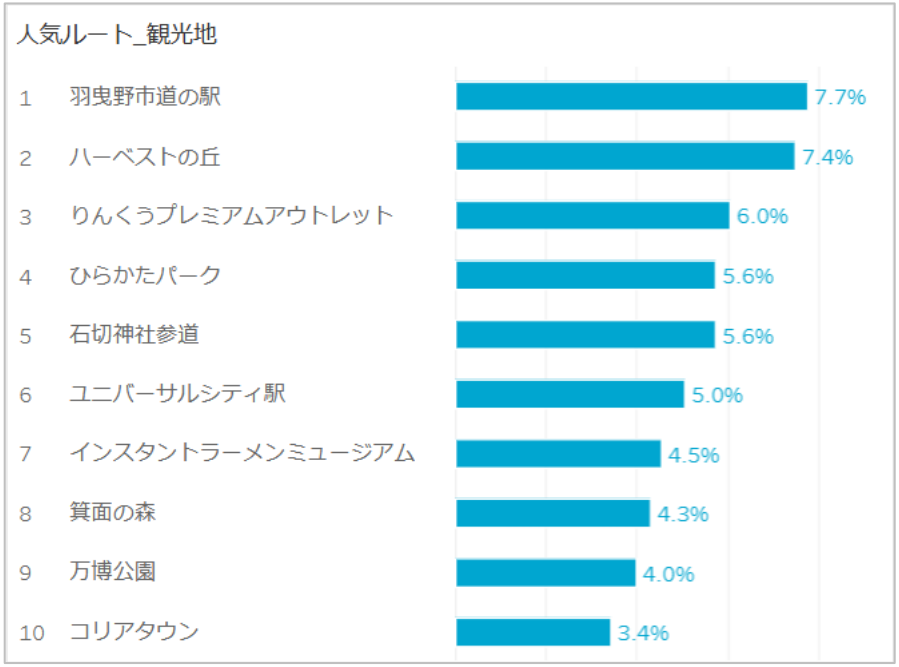
A-３．調査の結果：生活者の動向～WHAT、WHERE［人気ルート］

- 宿泊客は、ユニバーサル・スタジオ・ジャパン、道頓堀商店街が人気。
- 日帰り客は、道の駅やハーベストの丘、アウトレットなど。

宿泊客（n=1,075）



日帰り客（n=2,531）



出典：国内旅行者の動向把握にむけた大阪版国内観光統計調査（観光地点パラメータ調査）
（2023年調査、大阪府域の20地点でのヒアリング調査、n=4,502）
https://s3.ap-northeast-1.amazonaws.com/content.osaka-info.jp/downloads/2024/2023kokunaitoukei.pdf
※大阪観光DMP（無償トライアル版）より作成 https://www.dmp.osaka-info.jp/施策検討/国内観光パラメータ調査

A-３．調査の結果：生活者の動向～WHERE［大阪市/市外別、延べ宿泊数※日本人］

- 大阪府内の宿泊数のうち、8割以上が大阪市内での宿泊。

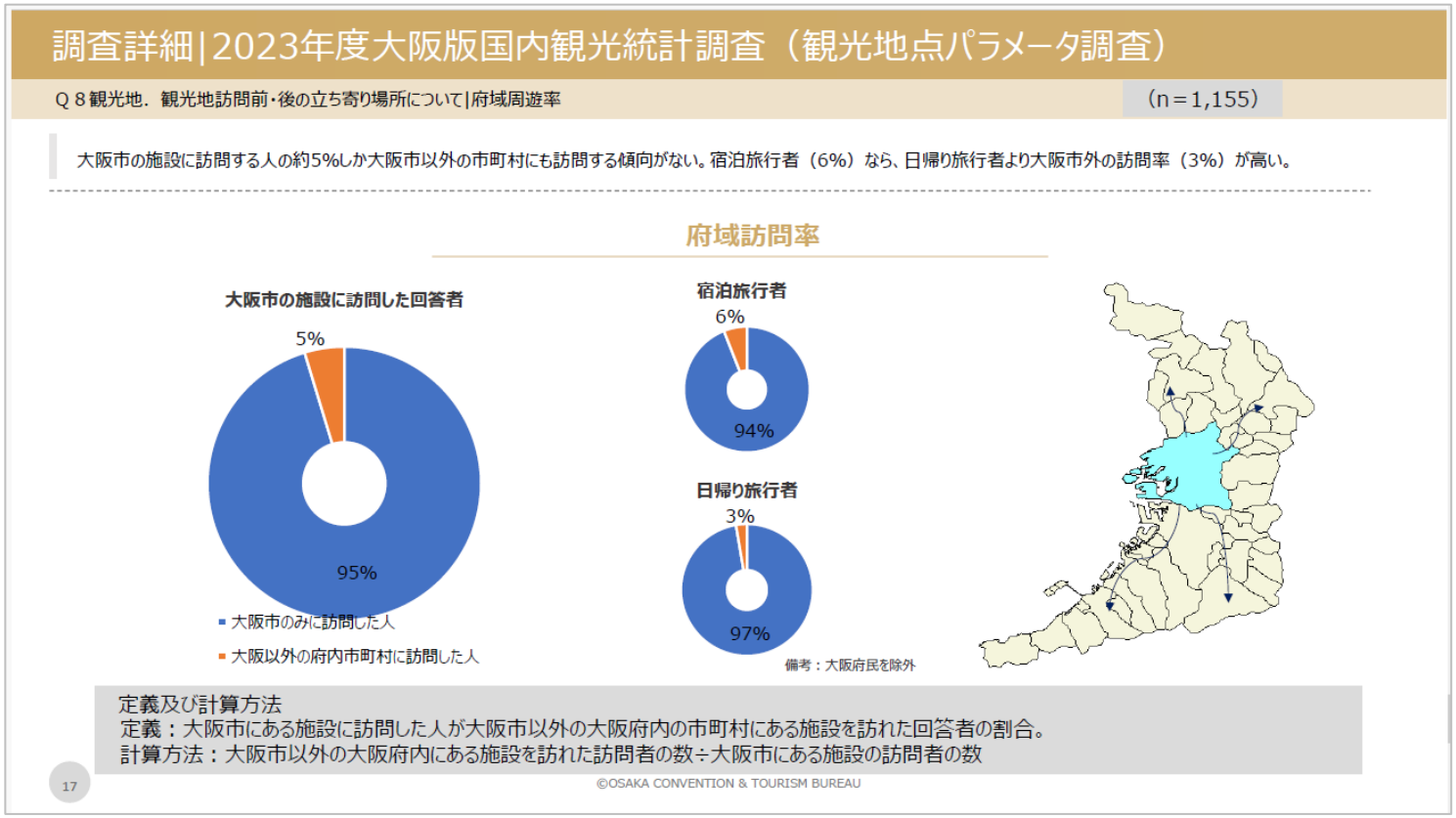
大阪府　市内外別　延べ宿泊数　（2022年）

		延べ宿泊数			
		全体	外国人	日本人	
		人数（人）	人数（人）	人数（人）	構成比
大阪市内		44,187,068	17,762,923	26,424,145	82.7%
大阪市外	三島地域	988,800	101,486	887,314	2.8%
	豊能地域	1,344,819	42,365	1,302,454	4.1%
	北河内地域	461,519	10,348	451,171	1.4%
	中河内地域	342,600	18,124	324,476	1.0%
	南河内地域	70,107	8,011	62,096	0.2%
	堺市域	1,060,081	116,945	943,136	3.0%
	泉州地域	2,246,486	694,888	1,551,598	4.9%
合計		50,701,480	18,755,090	31,946,390	100.0%

出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」より（※そのデータを元にした、大阪府による推計値）
https://www.pref.osaka.lg.jp/documents/35701/nobesyuku2023.pdf

A-３．調査の結果：生活者の動向～WHERE［大阪市⇒大阪市以外の訪問率］

- 大阪市内の施設を訪問した人のうち、5%しか市外を訪問していない（ほとんど市内で完結している）。
- 宿泊客、日帰り客ともに、市内から市外へ足を延ばす人は少ない。



出典：国内旅行者の動向把握にむけた大阪版国内観光統計調査（観光地点パラメータ調査）
（2023年調査、大阪府域の20地点でのヒアリング調査、n=4,502）
https://s3.ap-northeast-1.amazonaws.com/content.osaka-info.jp/downloads/2024/2023kokunaitoukei.pdf

A-３．調査の結果：生活者の動向～WHERE［行ったことがあり、お気に入りの旅行先］

- 大阪府内の観光施設で、ユニバーサル・スタジオ・ジャパンと海遊館の人気が高い。
- 大阪府内の人気エリアは、梅田となんば。

行ったことがあり、お気に入りの旅行先（大阪府内）

アミューズメント施設

	全体（n=31,331）
動植物園 / 天王寺動物園	1.3%
水族館 / NIFREL(ニフレル)	0.5%
水族館 / 海遊館	4.6%
遊園地 / ひらかたパーク	0.5%
遊園地 / ユニバーサルスタジオジャパン	7.1%
その他 / EXPOCITY	0.2%

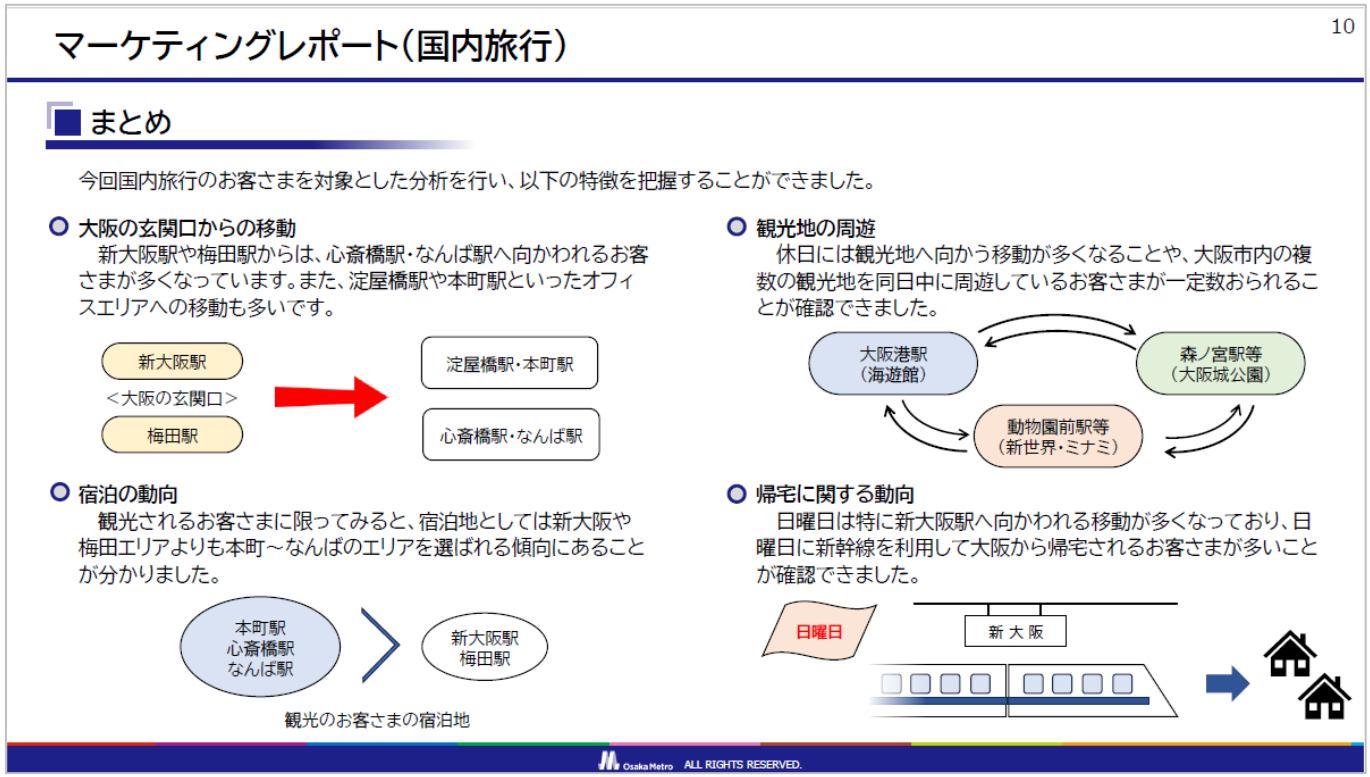
大阪府内エリア

	全体（n=31,331）
大阪府 / 梅田	0.7%
大阪府 / 大阪市内東部	0.0%
大阪府 / 大阪市内南部	0.0%
大阪府 / 大阪城	0.1%
大阪府 / 大阪ベイエリア	0.1%
大阪府 / 新大阪	0.2%
大阪府 / 心斎橋	0.3%
大阪府 / 天王寺	0.1%
大阪府 / なんば	0.5%

出典：当企業体の独自データベース・ツール：ブランドデータバンク（2024年7月調査）より
※全国15～70才の男女　n=31,331

A-３．調査の結果：生活者の動向～WHERE［大阪メトロ　国内旅行者の移動分析］

- 大阪の玄関口（新大阪、梅田）からは、本町～なんばエリアへ移動する人が多い。
- 宿泊地として、大阪の中心地（本町～なんば）が選ばれる傾向。
- 観光地の周遊（休日）は、大阪港（海遊館）～森ノ宮～動物園前（新世界）など、大阪市内を周遊するお客様が一定数いる。



出典：大阪メトロ　マーケティングレポートより（2021年11月～2022年1月、国内旅行と推察されるお客さまのICカードデータを抽出して分析）
https://osakametro-data-report.jp/pdf/example_travel.pdf

A-３．調査の結果：生活者の動向～WHEN［延べ宿泊者数の年間推移］

- 年間を通じて、それほど大きな浮き沈みは見られない。
- その中で、コロナ前（2019年以前）は8月が多かったが、コロナ後は10～12月の割合が多くなった。
- ただ、直近の2023年では、年間を通じて、大きな差は見られない。

大阪府の延べ宿泊者数（月別構成比）

	構成比												年間人数（人）
	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	
2015年	7.5%	7.1%	9.2%	7.6%	7.9%	7.2%	8.3%	10.2%	8.9%	8.8%	8.3%	8.9%	21,400,400
2016年	7.2%	7.0%	8.9%	7.7%	7.7%	7.2%	8.5%	10.3%	8.5%	9.0%	8.5%	9.3%	21,001,640
2017年	7.2%	7.6%	9.7%	7.6%	8.1%	7.7%	8.2%	9.9%	8.3%	8.7%	8.8%	8.2%	21,540,420
2018年	6.7%	7.3%	9.2%	7.6%	7.7%	7.2%	8.1%	10.3%	8.7%	9.0%	9.1%	9.1%	24,773,840
2019年	6.7%	7.4%	8.9%	8.3%	8.3%	7.7%	8.2%	10.3%	8.4%	8.4%	8.8%	8.6%	29,501,340
2020年	15.0%	14.8%	8.1%	3.8%	2.7%	5.0%	6.2%	6.2%	7.8%	10.7%	11.8%	7.7%	16,492,260
2021年	5.4%	5.2%	8.9%	6.4%	4.5%	6.0%	8.7%	8.6%	7.4%	10.8%	12.5%	15.6%	17,539,350
2022年	6.0%	4.9%	7.3%	7.1%	8.5%	8.0%	9.0%	9.4%	9.0%	9.9%	10.5%	10.3%	28,392,790
2023年	7.4%	7.8%	9.7%	7.4%	8.4%	7.2%	7.8%	9.7%	8.5%	8.7%	8.8%	8.5%	31,946,370

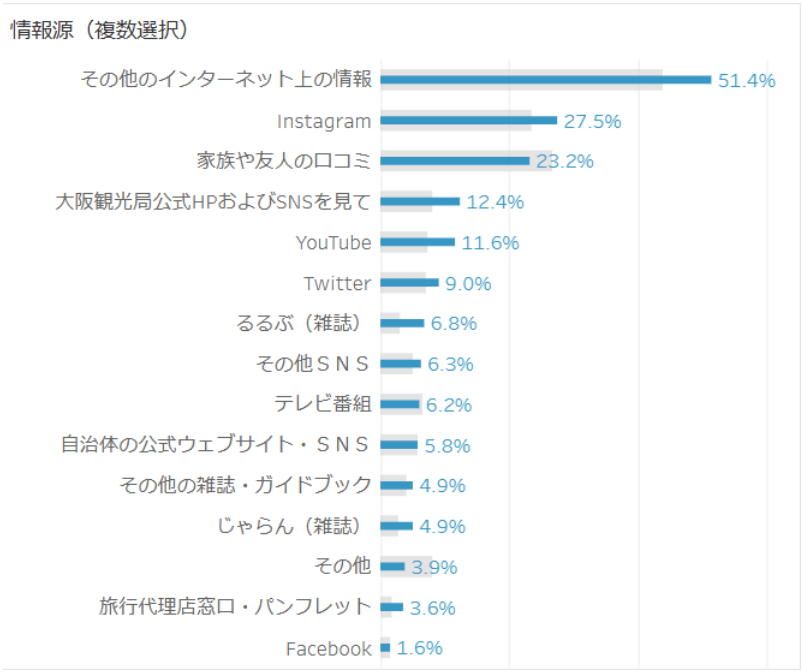
10%以上

出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」より作成
https://www.mlit.go.jp/kankocho/tokei_hakusyo/shukuhakutokei.html

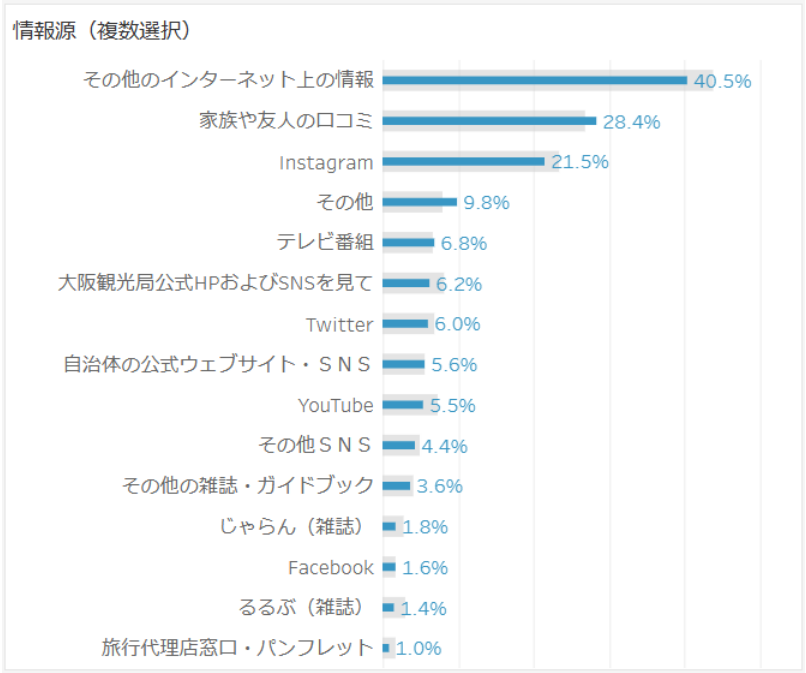
A-３．調査の結果：生活者の動向～HOW［情報源］

- 宿泊客、日帰り客ともに、インターネット情報が最も多い。
- その他、Instagramや、家族・友人の口コミなど。

宿泊客（n=1,075）



日帰り客（n=2,531）



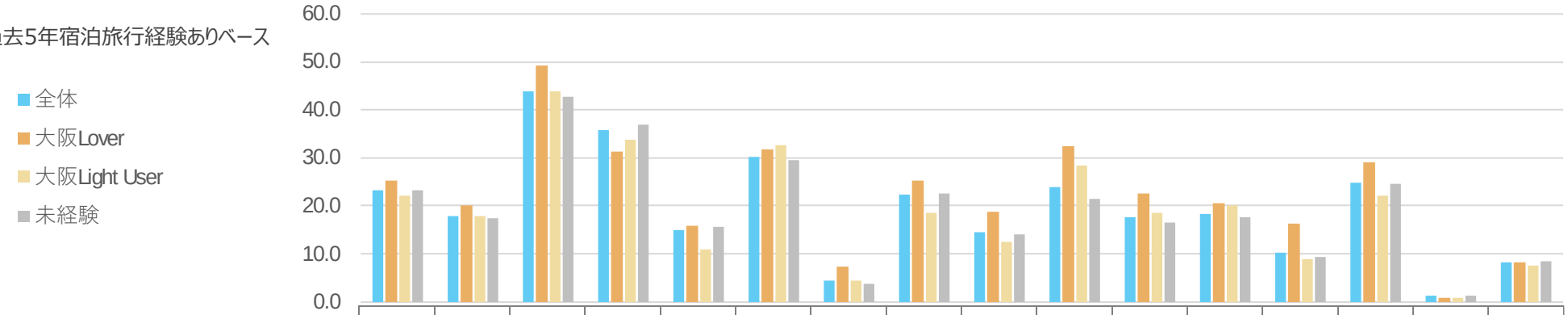
出典：国内旅行者の動向把握にむけた大阪版国内観光統計調査（観光地点パラメータ調査）
（2023年調査、大阪府域の20地点でのヒアリング調査、n=4,502）
https://s3.ap-northeast-1.amazonaws.com/content.osaka-info.jp/downloads/2024/2023kokunaitoukei.pdf
※大阪観光DMP（無償トライアル版）より作成 https://www.dmp.osaka-info.jp/施策検討/国内観光パラメータ調査

A-３．調査の結果：生活者の動向～HOW［旅行の情報収集手段］

- 全体的には、「旅行代理店や宿泊予約のWEBサイト」、「TV番組」、「旅行ガイドブック」などが多い。
- 大阪Loverの特徴としては、「旅行代理店や宿泊予約のWEBサイト」の他、「SNS投稿」、「個人のホームページ」などを参考にする人が多い傾向。

Q34.あなたが1泊以上の国内観光旅行（出張や帰省、団体旅行は除く）の情報を入手するものとして当てはまるものを全てお選びください。

※過去5年宿泊旅行経験ありベース



WB前n=30以上の場合

[比率の差]
全体+10ﾎﾟｲﾝﾄ
全体　+5ﾎﾟｲﾝﾄ
全体　-5ﾎﾟｲﾝﾄ
全体 -10ﾎﾟｲﾝﾄ

	WB前n=	WB後n=	旅行代理店の店外に置いてあるパンフレット	旅行代理店の店内に置いてあるパンフレット	旅行代理店や宿泊予約のWEBサイト	TV番組での特集やニュース	新聞、雑誌の記事や広告	旅行ガイドブック	電車の中吊り広告や駅のポスター	観光施設／宿泊施設のWEBサイト	観光協会／自治体のWEBサイト	YouTube, Instagram ,Facebook,Twitter等、SNSの投稿	口コミサイト	レジャー情報のWEBサイト	個人のホームページ・ブログ	友人・知人の口コミ	その他	特にない
全体	(5776)	(6040)	23.3	17.9	43.8	35.7	15.0	30.3	4.5	22.3	14.5	24.0	17.7	18.4	10.3	24.9	1.2	8.3
大阪Lover	(825)	(894)	25.2	20.1	49.2	31.4	16.0	31.7	7.4	25.3	18.8	32.3	22.6	20.7	16.3	29.0	0.8	8.2
大阪Light User	(812)	(866)	22.1	17.9	43.8	33.7	10.8	32.8	4.5	18.6	12.5	28.3	18.6	20.2	8.9	22.1	0.8	7.5
未経験	(4139)	(4280)	23.2	17.4	42.7	37.0	15.7	29.4	3.8	22.5	14.1	21.4	16.6	17.6	9.3	24.6	1.3	8.4

出典：（公財）大阪観光局・大阪商工会議所・合同会社ユー・エス・ジェイ　2021年12月調査より（全国の18～79才男女、n=11,000）

A-３．調査の結果：今後、予定されている主要イベント

2025	・大阪・関西万博 ・関西3空港が、淡路島上空の飛行を拡大した新ルートを運用 ・JR大阪駅北側の再開発地区「グラングリーン大阪」順次開業 ・うめきた2期に高級ホテル「ウォルドーフ・アストリア」オープン ・大阪市の淀屋橋に角地を再開発したツインビルが、相次いで完成 ・「うめきたグリーンプレイス」開業 ・日本初進出ホテル「パティーナ大阪」オープン ・中座くいだおれビルが春オープン ・大阪市立美術館リニューアルオープン ・関西最大級の都市型スパ「うめきた温泉 蓮Wellbeing Park」オープン ・『タイムアウトマーケット大阪』アジア初上陸 ・「ユニバーサル・クールジャパン2025」開催	・https://www.expo2025.or.jp/ ・博報堂生活総研未来年表 https://www3.nhk.or.jp/kansai-news/20240715/2000086005.html ・博報堂生活総研未来年表 https://news.yahoo.co.jp/articles/088d2505e6b50f622ca7e81787ff96b62db9b6f5 ・博報堂生活総研未来年表　https://www.fashion-press.net/news/81002 ・博報堂生活総研未来年表　https://osaka.red/yodoyabashi-twintower-project/ ・https://osaka.style/news/44482/ ・https://www.richessemag.jp/travel/domestictravel/a62266983/daily-news-240923/ ・https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000001.000147695.html ・https://www.city.osaka.lg.jp/hodoshiryo/keizaisenryaku/0000630131.html ・https://news.yahoo.co.jp/articles/397cd090499b2672003cace0e480a0918aa3ed10 ・https://news.biglobe.ne.jp/economy/1113/prt_241113_5827098649.html ・https://www.usj.co.jp/company/news/2024/1015/
2026	・ロイヤルホテルが、大阪の新世界周辺に若者向けの宿泊特化型ホテルをオープン ・大阪の心斎橋に、高さ約132メートル（地上28階、地下2階）の大型複合ビルがオープン Velo-city (2026年想定)※自転車利用に関する唯一最大の国際会議	・https://www.nikkei.com/article/DGXZQOUF198UB0Z10C24A7000000/ ・https://www.jrwd.co.jp/news/2023/nw_0117.html ・https://www.pref.osaka.lg.jp/documents/26423/tyuutyouki.pdf
2027	・うめきた2期再開発地区の公園が、全面開園 ・「うめきた2期」再開発が、すべて完成 ・グラングリーン大阪全体まちびらき ・淀川左岸線２期 一般供用開始 ・イノゲート大阪：高架下商業ゾーン・バスターミナル開業	・博報堂生活総研未来年表 https://www.pref.osaka.lg.jp/hodo/fumin/o140030/prs_50669.html ・博報堂生活総研未来年表　https://for-realize.co.jp/osaka02.html ・https://www.hhp.co.jp/news/2024/09/000675.html ・https://www.pref.osaka.lg.jp/documents/26423/tyuutyouki.pdf ・https://www.fashion-press.net/news/
2028	・大阪市此花区の桜島エリア（JRユニバーサルシティ駅―桜島駅間の水辺）に、客室数834室の大型ホテル（14階建て）が開業 ・大阪メトロ中央線森ノ宮駅の北約1キロ（大阪市城東区）に新駅が開業	・博報堂生活総研未来年表　https://saitoshika-west.com/blog-entry-9115.html ・博報堂生活総研未来年表 https://subway.osakametro.co.jp/news/news_release/20240628_morinomiya_kidoujigyou_tokkyo.php

A-３．調査の結果：今後、予定されている主要イベント

2029	・大阪府の万博記念公園（吹田市）に、西日本最大級のアリーナが開業する ・F1自動車レースの日本グランプリが、大阪で開催される（2029年以降） ・大阪駅直結「サウスゲートビルディング」グランドオープン	・博報堂生活総研未来年表　https://www.kenbiya.com/ar/ns/region/ ・博報堂生活総研未来年表 https://www.nikkei.com/article/DGXZQOUF316TK0R30C24A5000000/ ・https://travel.watch.impress.co.jp/docs/news/1629718.html
2030	・大阪市此花区の夢洲に、カジノを含む統合型リゾート（IR）がオープンする ・新大阪駅再開発 ・京阪中之島線延長 ・岸和田市の岸和田城天守閣（鉄筋コンクリート造）がリニューアルオープンする ・大阪マルビル開業	・博報堂生活総研未来年表 https://www.asahi.com/articles/ASS973H77S97OXIE01PM.html ・https://www.pref.osaka.lg.jp/documents/26423/tyuutyouki.pdf ・https://www3.nhk.or.jp/kansai-news/20241109/2000089075.html ・博報堂生活総研未来年表 https://www.asahi.com/articles/ASS6M210GS6MOXIE01DM.html ・https://mirai.uriba.me/osaka-marubiru/#google_vignette
2031	・JR西日本、阪急電鉄、南海電鉄の3社が、新大阪―関西国際空港間を相互運転する（新大阪連絡線、なにわ筋連絡線、なにわ筋線） ・なにわ筋線 開通 ・大阪市中央区の「大阪ガスビルディング」周辺再開発が、このころ全体開業する	・博報堂生活総研未来年表 https://www.nikkei.com/article/DGXZQOUF1742J0X10C23A8000000/ ・https://www.pref.osaka.lg.jp/documents/26423/tyuutyouki.pdf ・博報堂生活総研未来年表 https://www.nikkei.com/article/DGXZQOUF077C50X00C23A2000000/
2032	・淀川区―北区の十三大橋完成100年 ・万博記念公園の大型アリーナに、オフィスビルなどが増築される（2032年以降） ・阪神高速・淀川左岸線延伸部開通	・博報堂生活総研未来年表 ・博報堂生活総研未来年表　http://te1049-190101.com/ ・https://japan-expressway.com/
2033	・大阪モノレールの門真市駅―瓜生堂駅（東大阪市）間の開業 ・上本町駅周辺一体化再開発完成予定	・博報堂生活総研未来年表 https://www.asahi.co.jp/webnews/pages/abc_25312.html ・https://www.nikkei.com/article/DGKKZO45688800U9A600C1LKA000/
2034	＊該当情報なし	

A-３．調査の結果：今後、予定されている主要イベント

2035	・早ければこのころ、阪急電鉄大阪梅田駅周辺の一体整備が終わる（阪急ターミナルビルと大阪新阪急ホテルの建て替えと阪急三番街の全面リニューアル）	・博報堂生活総研未来年表 ・https://saitoshika-west.com/blog-entry-8362.html
2037	・万博記念公園（大阪府）の大型アリーナ周辺に、商業施設、ホテル、マンションなどが整備される ・リニア中央新幹線の名古屋―大阪間が開業	・博報堂生活総研未来年表 https://www.kensetsunews.com/web-kan/855974 ・https://www.city.osaka.lg.jp/toshikeikaku/page/0000436442.html
2040	・大阪、神戸、京都の3大都市を結ぶ大阪市の十三駅一帯が、新しいターミナル駅に生まれ変わる	・博報堂生活総研未来年表 https://www.yomiuri.co.jp/local/kansai/news/20240205-OYO1T50074/
2046	・北陸新幹線の福井県敦賀駅～新大阪駅の開通が予定	・https://www.pref.osaka.lg.jp/documents/26423/tyuutyouki.pdf https://news.yahoo.co.jp/articles/8596c3da56fa7b8554d9671aae382ce3411cb308?page=3
2050	・大阪の魅力を特徴ごとに6エリアに分ける「グランドデザイン・大阪」が完成する	https://www.pref.osaka.lg.jp/o140020/tokuu/shin_gd/index.html https://www.pref.osaka.lg.jp/documents/2248/gd_gaiyou_1.pdf

A-３．調査の結果：出展データ一覧

観光庁「宿泊旅行統計調査」
https://www.mlit.go.jp/kankocho/tokei_hakusyo/shukuhakutokei.html

観光庁「旅行・観光消費動向調査2023」より作成
https://www.mlit.go.jp/kankocho/tokei_hakusyo/shohidoko.html

国内旅行者の動向把握にむけた大阪版国内観光統計調査（観光地点パラメータ調査）
（2023年調査、大阪府域の20地点でのヒアリング調査、n=4,502）
https://s3.ap-northeast-1.amazonaws.com/content.osaka-info.jp/downloads/2024/2023kokunaitoukei.pdf

公益社団法人日本観光振興協会：令和5年度版 観光の実態と志向 ～第42回国民の観光に関する動向調査～
https://www.nihon-kankou.or.jp/home/jigyou/research/jsr/

当企業体の独自データベース・ツール：ブランドデータバンク（2024年7月調査）※全国15～70才の男女　n=31,331

大阪メトロ　マーケティングレポートより（2021年11月～2022年1月、国内旅行と推察されるお客さまのICカードデータを抽出して分析）
https://osakametro-data-report.jp/pdf/example_travel.pdf

博報堂生活総合研究所による定点調査（1992年から隔年実施、首都40km圏・阪神30km圏、20歳～69歳の男女（2024年 n=2,510）
https://seikatsusoken.jp/teiten/about.html#overview