

# 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)

公益財団法人大阪観光局

2024年5月10日発行

速報版

### 【調査目的】

大阪府域の観光施策を前進させるためには、府域の観光の実情（入込客数、観光消費額等）を正しく把握することが重要です。本事業は大阪・関西万博や、デスティネーションキャンペーンにおける国内観光旅行の需要拡大や府域への誘客促進向け、データに基づいた持続可能な観光地域づくり戦略を行えるようにしていくものです。調査結果を他都道府県と比較できるよう観光庁が公表している「観光入込客統計に関する共通基準」に関する情報を基に作成します。

本時調査結果は観光入込客統計のうち、観光地点パラメータ調査（サンプル調査）の結果を取りまとめたものです。

### 大阪府および市町村の観光振興に関する戦略や施策を立案する際の基礎データを収集

#### 大阪府の観光消費額（推計）の算出

※コロナ以前より調査を停止されていた

#### 大阪府の観光入込客数

#### 大阪府の観光消費額（一人あたり）

（観光庁 推計方法に準拠して算出）

#### 1 観光地点パラメータ調査

大阪府域主要20箇所を実施

#### 2 観光地点入込客数調査

大阪府域の260施設で実施

### 調査事業の詳細について

項目	観光地点等入込客数調査	観光地点パラメータ調査
調査単位	主要観光地点及び行祭事・イベント	主要観光地点での個人へのヒアリング
調査対象	非日常利用が多く、観光入込客数が適切に把握できる地点。前年の観光入込客数が年間1万人以上、若しくは前年の特定月の観光入込客数が5千人以上であることを基本とする。	
	大阪府域の約260施設・イベント等で実施	大阪府域主要20箇所を実施（原則として5年間固定して実施）
設問数	6問程度	10問程度
実施時期	2023年7-9月 2023年10-12月 2024年1-3月	2023年7-9月 2023年10-12月 2024年1-3月
調査言語	日本語	日本語
実施事項	月別入込数	居住地、性別、年齢、日帰り・宿泊別、宿泊施設、旅行目的、同行者数、府内訪問観光地点名、府内観光消費額単価等
実施方法	観光地点の管理者や行祭事・イベントの運営者に確認を行う	調査員によるアンケート調査

# 大阪府域における観光地域経済の見える化を推進 国内旅行者の実態把握に向けた調査事業

## 1 入込客統計調査結果

2023年7月～12月間に、大阪市地域の観光施設、イベント等に訪れた人数（月別入込客数）を把握することを目的に、各観光施設等に対して行ったアンケート結果は、次のとおりです

		合計	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
観光 地点	自然	40,438	-	-	-	-	-	-	8,438	11,228	5,225	5,636	5,819	4,092
	歴史・文化	185,092	-	-	-	-	-	-	22,854	21,753	23,090	34,463	54,189	28,744
	健康・温泉	6,209	-	-	-	-	-	-	907	1,012	843	1,165	1,261	1,021
	スポーツ・レクリエーション	96,079	-	-	-	-	-	-	3,380	5,094	11,027	27,296	36,836	12,446
	都市型観光	0	-	-	-	-	-	-	0	0	0	0	0	0
	その他	626,963	-	-	-	-	-	-	104,200	126,461	109,515	102,196	93,513	91,078
イベント		59,450	-	-	-	-	-	-	0	4,700	0	0	52,000	2,750
計		1,014,231	-	-	-	-	-	-	139,779	170,248	149,700	170,756	243,618	140,131

## 2 統計量のとりまとめ（参考）

観光庁推計支援ツールより得られた統計量の取りまとめは次のとおりです。

観光入込客数

区分	合計	内訳				
		日本在住者	府内在住者	府外在住者	外国在住者	
合計(千人回)	68,454	65,139	39,071	26,067	3,316	
宿泊客(千人回)	観光目的	3,284	2,160	459	1,702	1,124
	ビジネス目的	4,164	2,909	572	2,337	1,255
日帰り客(千人回)	観光目的	60,918	59,985	37,975	22,010	932
	ビジネス目的	88	84	65	18	5

※数字の単位未満は、端数処理してあるので合計の数値と内訳が一致しない場合がある(以下同様)

観光消費額の推計

区分	合計	内訳			
		府内在住者	府外在住者	外国在住者	
宿泊客(百万円)	観光目的	549,126	-	104,723	444,403
	ビジネス目的	220,098	-	82,221	137,876
日帰り客(百万円)	観光目的	603,016	216,992	298,581	87,443
	ビジネス目的	762	84	108	570

※観光消費額とは、各エリアを訪れた観光入込客の府内での消費の総額である。

1人当たり平均消費額

区分		内訳		
		府内在住者	府外在住者	外国在住者
宿泊客(円/人回)	観光目的	-	61,543	134,032
	ビジネス目的	-	48,319	122,645
日帰り客(円/人回)	観光目的	5,714	13,566	93,800
	ビジネス目的	1,282	5,858	123,500

# 大阪府を訪れる方の特徴



# SUMMARY- 3つのニーズ

## リフレッシュ型観光



美味しいものを食べ、ゆっくりし、日常生活から離れる旅行

- ・小さい子ども連れママ
- ・40～54歳中年男性
- ・リッチ層

若者（34歳以下）より年上の年代に求めている。一定期間ごとに旅行に行くことが恒例になっている傾向があり、再来訪しやすいコンテンツがあると良い。一緒に同行する人については、目立つトレンドは見えていない。リフレッシュ型観光は、様々な同行者とのパターンで楽しむ姿が考えられる。

## 刺激を求める観光



テーマパークなどのアクティビティをメインに、SNSなどを積極的に活用する旅行

- ・女子大学生
- ・独身20代社会人
- ・小さい子ども連れママ

特に若者＊女性に求められる。エンタメ施設に訪問することやアクティビティに参加し、またSNSの活用を好む旅行スタイルである。子どもを含めた家族連れの旅行をする人も求めるスタイルである。旅行頻度が高い人たちが好むことが多く、個人差は出るが、どちらかという他者承認欲求が高い。

## 歴史・文化型観光



歴史的な意味がある場所やものと触れあい、学びになる旅行

- ・40歳～54歳中年男性
- ・55歳～64歳専業主婦
- ・シニア夫婦旅行者（65歳以上）
- ・リッチ層

中年以降に求められる。歴史上重要な施設等を訪れて、楽しむ人たちが求める旅行スタイルである。歴史・文化コンテンツは、男女関係なく中高齢者が特に好む旅行パターンだと考えられる。旅行頻度がやや高く、一定期間ごとに旅行に行くことが恒例になっていることが多い。また特に東京都に住んでいる人が求める傾向がある。

3つの  
旅行ニーズ

ペルソナ  
イメージ

旅行の  
スタイル

# SUMMARY

	女子大学生	独身20代	子連れママ	家族旅行 中年男性	家族旅行 主婦	リッチ層	シニア 65歳以上
ペルソナ イメージ							
性年代属性 収入同行者	19歳・女性 学生 ～10万円 友人旅	27歳・男女 一般社員 ～29万円 友人・恋人旅	35歳・女性 専業主婦 50～59万円 家族旅+小学生	49歳・男性 会社員（管理職） 40～59万円 家族旅+高校生	58歳・女性 専業主婦 30～39万円 夫婦旅	東京都50代・男性 会社経営者・役員 90万円～ 家族旅	65歳・男女 無職 25～39万円 夫婦旅
旅行目的	友人と楽しむ 買い物* エンタメ施設* - 地域との交流*	SNS投稿* エンタメ施設* ゆっくりしたい 買い物*-歴史*	家族と楽しむ* 美味しい食べ物を エンタメ施設* - 歴史関連のコンテンツ*	家族と楽しむ ストレス解消したい* ゆっくりしたい SNS投稿*	ストレス解消* 大切な時間を過ごす* 自然・景色 美味しい食べ物	スポーツ（ゴルフなど）* 日常から離れる 家族と楽しむ - エンタメ施設*	日常から離れる* 自然景色* 美術館・博物館* エンタメ施設* SNS投稿旅*
情報発信に おけるヒント	各種SNS* 宿泊予約サイト	各種SNS* 宿泊予約サイト	宿泊予約サイト レジャー情報サイト*	宿泊予約サイト 個人ブログ*	TV番組* 宿泊予約サイト - 各種SNS*	友人・知人の口コミ* 宿泊予約サイト	TV番組* 宿泊予約サイト
	失敗する可能性が低い旅行パターンを促進すると良い。 達成感が欲しい*	旅行する頻度が高い層。定期的に旅行する傾向がある。 テンションが上がりたいたい* 優越感を味わいたい*	家族で楽しむことを目的とする傾向が高い。 エンタメ施設の充実度* 子供が楽しめる*	日常から離れ、家族との旅行を通じて、ストレスを解消したい テンションが上がりたいたい* 優越感を味わいたい*	定期的に旅行に行く層 グルメ・自然・温泉などでリフレッシュできるようなイメージを訴求	エンタメ施設よりも、少人数で楽しめるアクティビティ（ゴルフなど）を好む。 リラックスしたい*	特に自然でゆっくりし、リラックスできるようなプランを提案すると響く。 リラックスしたい* 新鮮な感動をしたい* 幸福感*

# 調査項目 | 2023年度大阪版国内観光統計調査（観光地点パラメータ調査）

No.	カテゴリ	調査項目	回答形式
Q1	基本属性情報	都道府県（大阪府の場合市町村）	NU
Q2		性別	SA
		年齢	SA
Q3	宿泊利用	日帰り/宿泊	SA
		宿泊数（大阪府内・大阪府外）	NU
		大阪府内で利用した宿泊施設の種類	MA
		大阪府内で利用した宿泊施設数	NU
Q4	旅行目的	主な旅行目的	SA
Q4-2	楽しんだこと	今回の旅行で楽しんだあるいは楽しむ予定のこと	SA
Q5	同行者	人数	NU
		同行者	SA
Q6		同行者の訪問回数	NU
Q7	来阪回数	大阪府以外の在住者の来阪回数	NU
Q8	訪問地と利用交通機関	大阪府内の訪問地	NU
		大阪府外の訪問都道府県	NU
		移動に用いた交通機関（訪問地毎）	SA

Q9	消費額	1人当たりの費用を記入（グループ合計の場合は申告）	NU
		交通費	NU
		宿泊費	NU
		土産代	NU
		飲食費	NU
		入場料	NU
		その他	NU
		パック料金（大阪府内のみか大阪府外含むかは申告）	NU
		大阪府以外は合計金額を記入	NU
Q10	満足度	お食事	SA
		お土産	SA
		宿泊施設	SA
		街のきれいさ	SA
		観光目的地の質	SA
		案内表示・アクセスの良さ	SA
		交通の便利さ	SA
総合的な印象	SA		
Q11	満足度・NPS	大阪訪問における推奨意向	SA
Q12	情報収集	大阪訪問-旅マエの情報収集手段	MA

# キーポイント

地点数	大阪府域20地点にてヒアリング調査を実施
回答者数	4502名
調査日	2023年7月・2023年12月
属性	年齢層は、 <b>20代、40-50歳代が主力、大阪府民が55%</b>
宿泊/日帰り	「日帰り」が <b>76%</b> 、「宿泊」が24%
旅行期間中の支出	<b>¥10,490（平均）</b> 宿泊者は、5.3千円、日帰りは、4千円台であった



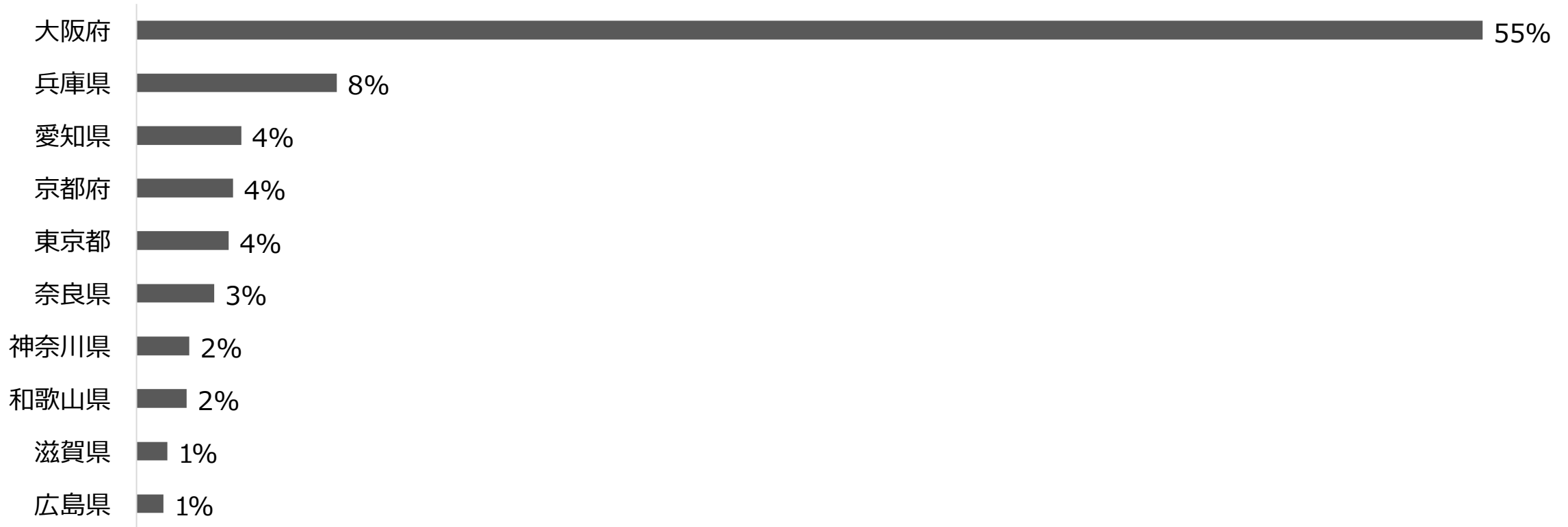
# 調査詳細 | 2023年度大阪版国内観光統計調査（観光地点パラメータ調査）

## Q 1. 訪問者のお住まいの都道府県について

回答者（全体）の居住地をみると、「大阪府」が55%で最も多く、次いで「兵庫県」が8%、「愛知県」・「京都府」・「東京都」が4%となっており、関西圏からの来訪が多く、次いで関東圏となっている。

(n = 4,502)

### 居住地（TOP10）



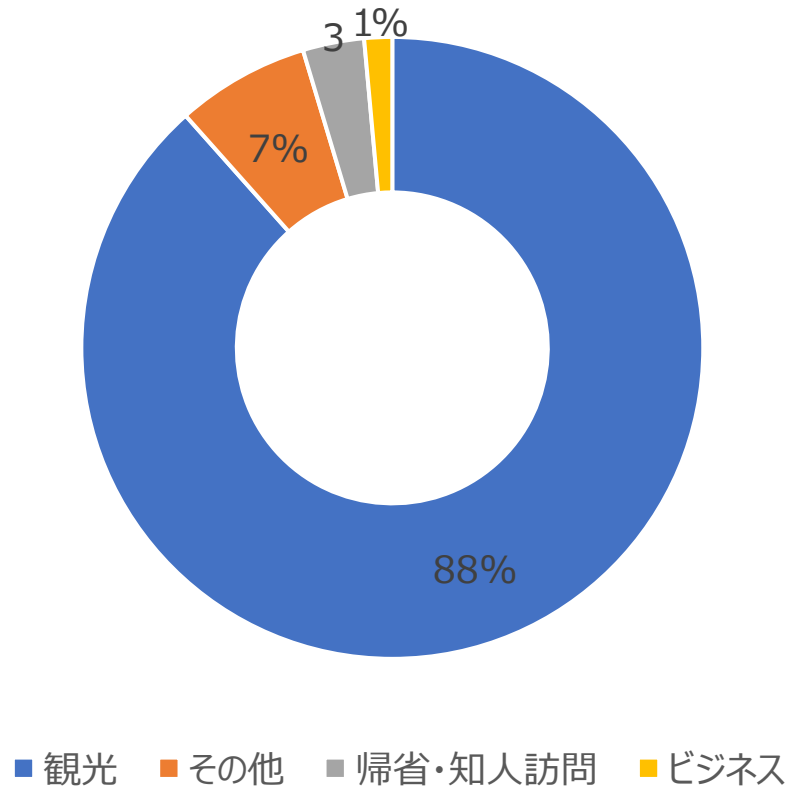
# 調査詳細 | 2023年度大阪版国内観光統計調査（観光地点パラメータ調査）

Q3. 旅行形態 および Q4. 旅行の目的について

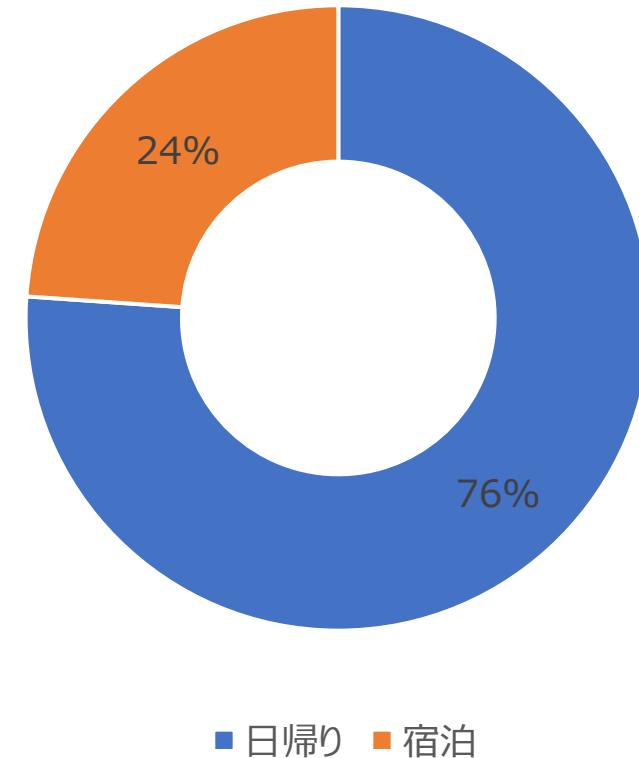
回答者（全体）の88%は観光を目的に旅行をしていることがわかった。（主に観光施設で調査を行っている為、ビジネス客のサンプルが得難いと考えられる）  
回答者（全体）の宿泊/日帰りの割合は、「日帰り」が76%、「宿泊」が24%となっている。

(n=4,502)

## 旅行目的



## 宿泊/日帰り旅行の割合



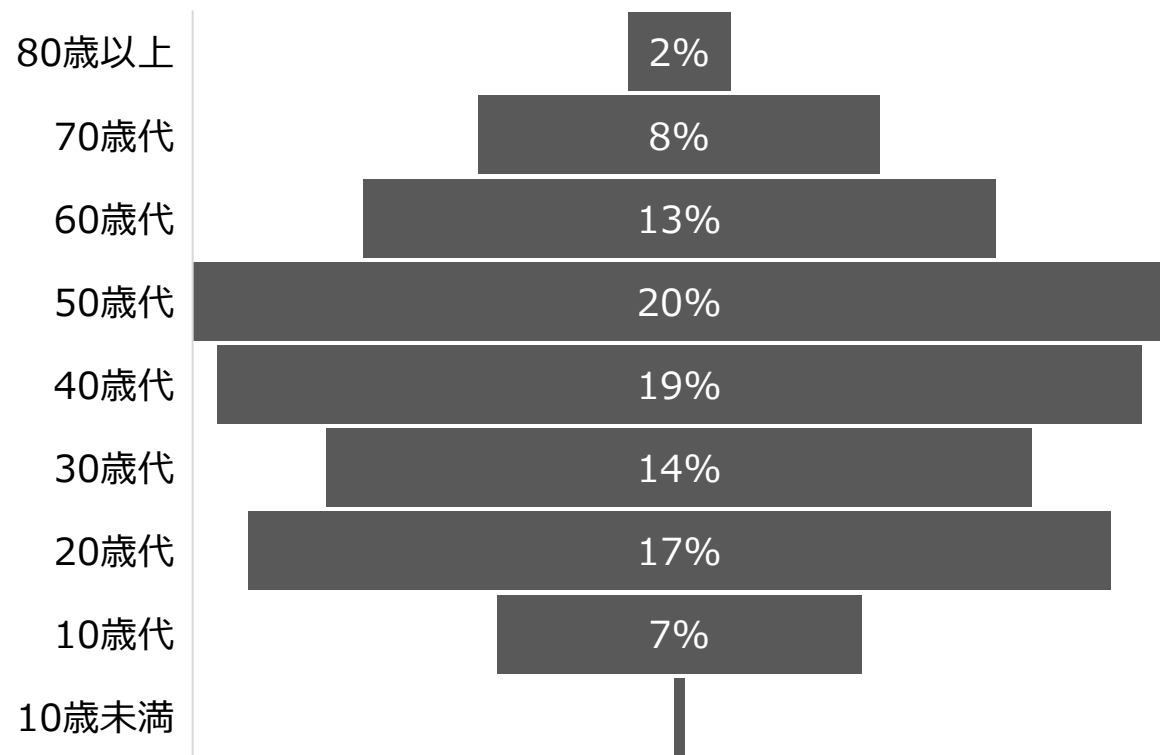
## Q 2.2. 訪問者の年齢について

(n=4,502)

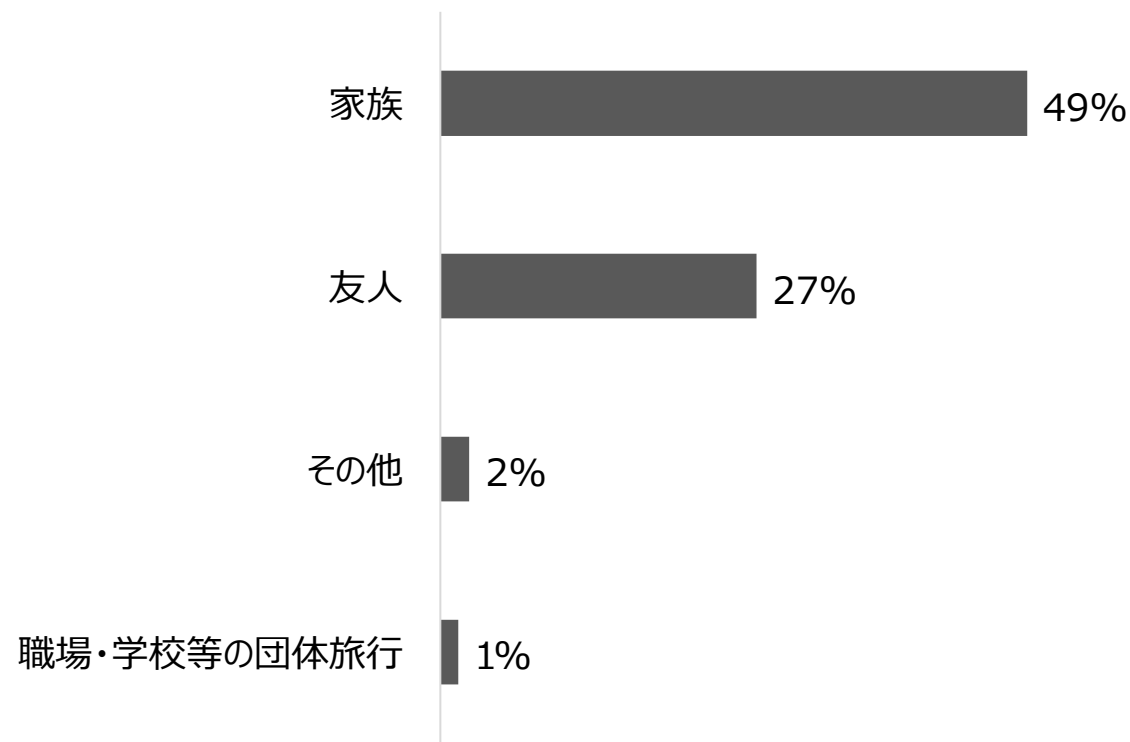
回答者（全体）の年齢は、「50歳代」、「40歳代」、「20歳代」が多くなっている。  
また、「家族」が49%と最も多く、次いで「友人」が27%となっている。

### 年齢区分

#### 全回答者

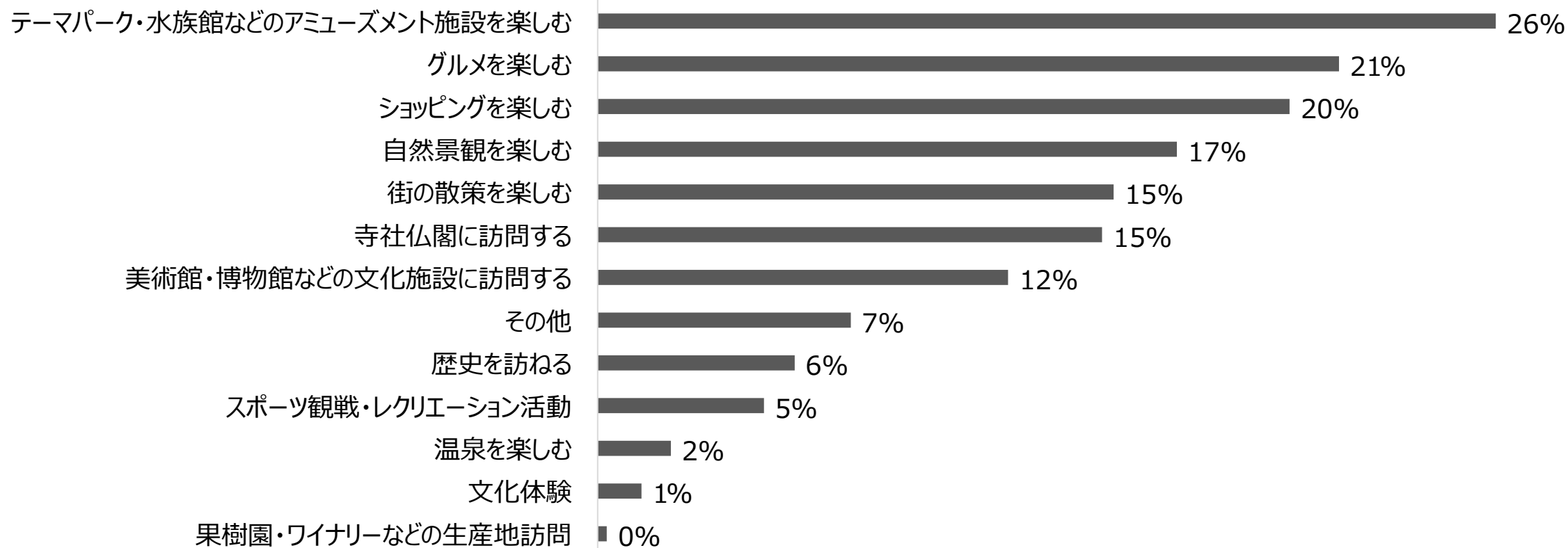


### 同行者



回答者（全体）の旅行期間中に楽しんだコンテンツを見ると、「テーマパーク・水族館などのアミューズメント施設を楽しむ」が26%と最も多く、次いで「グルメを楽しむ」が21%、「ショッピングを楽しむ」が20%となっている。訪問施設によって、どのような目的で旅行しているのか異なる（次ページ参照）。

### 旅行期間中に楽しんだコンテンツ



# 調査詳細 | 2023年度大阪版国内観光統計調査（観光地点パラメータ調査）

Q4-2. 今回の旅行で楽しんだコンテンツについて | 全施設

(n=4,502)

施設	テーマパーク・水族館などのアミューズメント施設を楽しむ	グルメを楽しむ	ショッピングを楽しむ	自然景観を楽しむ	街の散策を楽しむ	寺社仏閣に訪問する	美術館・博物館などの文化施設に訪問する	その他	歴史を訪ねる	スポーツ観戦・レクリエーション活動	温泉を楽しむ	文化体験	果樹園・ワイナリーなどの生産地訪問
大阪城天守閣	23%	27%	7%	41%	36%	9%	13%	8%	29%	7%	8%	3%	1%
道頓堀商店街	30%	55%	19%	5%	27%	2%	2%	5%	3%	3%	2%	0%	0%
ユニバーサルシティ駅	95%	7%	2%	0%	2%	0%	0%	2%	0%	0%	1%	0%	0%
空中庭園展望台	22%	33%	22%	10%	33%	3%	7%	17%	4%	9%	0%	0%	0%
中之島美術館	9%	22%	11%	12%	17%	9%	84%	3%	7%	3%	7%	3%	1%
住吉大社	5%	17%	5%	11%	12%	54%	7%	3%	6%	2%	1%	0%	0%
阿倍野ハルカス	11%	21%	7%	14%	16%	2%	35%	5%	1%	2%	0%	0%	0%
コリアタウン	5%	74%	57%	0%	16%	1%	2%	4%	1%	4%	0%	0%	0%
インスタントラーメンミュージアム	78%	16%	8%	4%	5%	3%	23%	5%	3%	2%	3%	0%	0%
箕面の森	0%	9%	1%	50%	14%	3%	3%	3%	0%	31%	6%	0%	0%
万博公園	24%	17%	11%	64%	10%	3%	10%	20%	3%	8%	0%	2%	0%
ひらかたパーク	86%	5%	1%	3%	3%	0%	0%	22%	0%	0%	0%	0%	0%
石切神社参道	0%	12%	14%	5%	11%	87%	0%	4%	0%	6%	1%	0%	0%
じないまち交流館	1%	10%	7%	7%	51%	2%	3%	14%	8%	1%	0%	16%	1%
布忍神社	16%	34%	25%	2%	11%	95%	1%	2%	0%	1%	2%	0%	0%
羽曳野市道の駅	0%	19%	90%	14%	5%	0%	0%	1%	0%	2%	0%	0%	1%
りんくうプレミアムアウトレット	1%	11%	91%	2%	1%	1%	0%	0%	0%	3%	0%	0%	0%
岸和田城	2%	11%	1%	34%	14%	23%	6%	13%	46%	2%	1%	1%	0%
さかい利晶の杜	7%	18%	4%	15%	19%	9%	42%	6%	18%	3%	11%	3%	1%
ハーベストの丘	80%	6%	5%	37%	6%	0%	0%	13%	0%	3%	0%	0%	0%
全体	26%	21%	20%	17%	15%	15%	12%	7%	6%	5%	2%	1%	0%

他施設に比べて低い

他施設に比べて高い



# 調査詳細 | 2023年度大阪版国内観光統計調査（観光地点パラメータ調査）

Q9. 旅行期間中の旅行費用合計（平均）について

(n = 4,502)

回答者（全体）の旅行期間中の支出を見ると、その平均値は「旅行費用合計」が¥10,490-、「宿泊費」は¥2,551-、「お土産代」は¥1,216-、「飲食費」は¥1,836-、「入場料」は¥496-となっている。尚、金額は消費を行っていない人も含む。また、異常値と考えられるサンプルは省いている。

	項目 / 支出カテゴリ	旅行費用合計	宿泊費 ※	お土産代	飲食費	入場料
項目別の支出	最低	¥0	¥0	¥0	¥0	¥0
	第1四分位数（25%）	¥2,500	¥0	¥0	¥500	¥0
	中央値	¥4,840	¥0	¥0	¥1,500	¥0
	<b>平均</b>	<b>¥10,490</b>	<b>¥2,551</b>	<b>¥1,216</b>	<b>¥1,836</b>	<b>¥496</b>
	第3四分位数（75%）	¥12,435	¥0	¥2,000	¥3,000	¥1,000
	最高	¥53,300	¥130,000	¥7,000	¥8,300	¥3,900

外れ値の削除などの処理について：

1. 回答者の支出に関して、外れ値に該当する回答者を除外とする。（1.5IQRルールを活用）

※宿泊者 日帰り旅行者及び宿泊者の結果も含め。宿泊ステータス別の結果は次ページ参照  
四分位数：データを順に並び替えた際に、4等分した時の区切り値

# 調査詳細 | 2023年度大阪版国内観光統計調査（観光地点パラメータ調査）

## Q9. 旅行期間中の旅行費用合計（平均）について | 宿泊VS日帰りについて

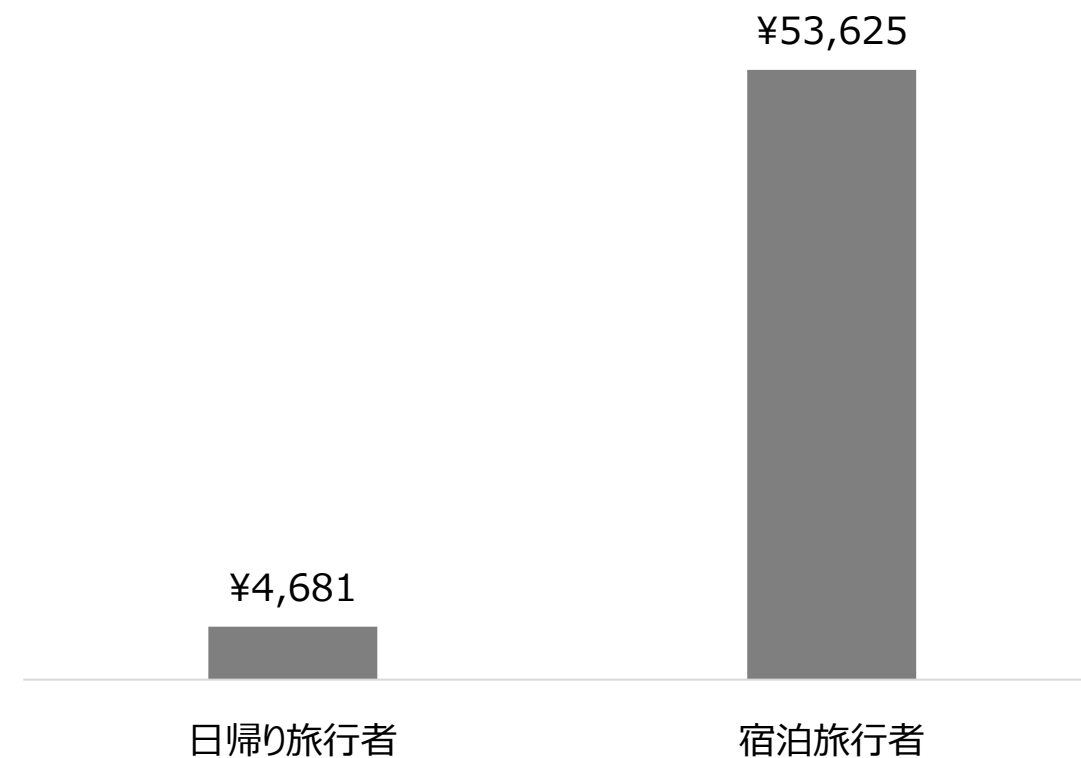
利用期間中の合計支出に関して、日帰り旅行者は一人当たり約¥4700を利用しているのに対して、宿泊旅行者は約¥54,000を利用している。

項目 / 支出カテゴリ	日帰り旅行者	宿泊旅行者
最低	¥0	¥0
第1四分位数（25%）	¥2,000	¥33,000
中央値	¥3,700	¥49,500
<b>平均</b>	<b>¥4,681</b>	<b>¥53,625</b>
第3四分位数（75%）	¥6,300	¥70,800
最高	¥16,100	¥134,760

外れ値の削除などの処理について：

1. 回答者の支出に関して、外れ値に該当する回答者を除外とする。（1.5IQRルールを活用）

### 平均の総旅行費用

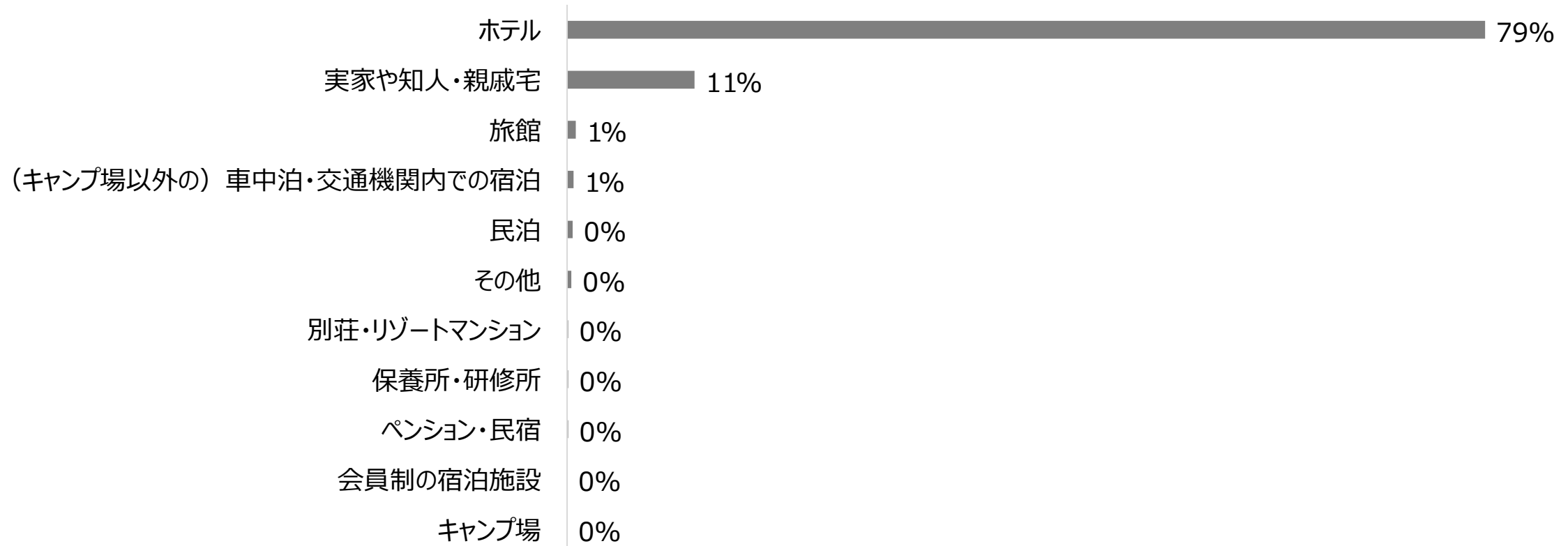


四分位数（しぶんいすう）：データを小さい順に並び替えたときに、データの数で4等分した時の区切り値

## Q 3. 大阪府内で宿泊した施設について

(n = 1,074)

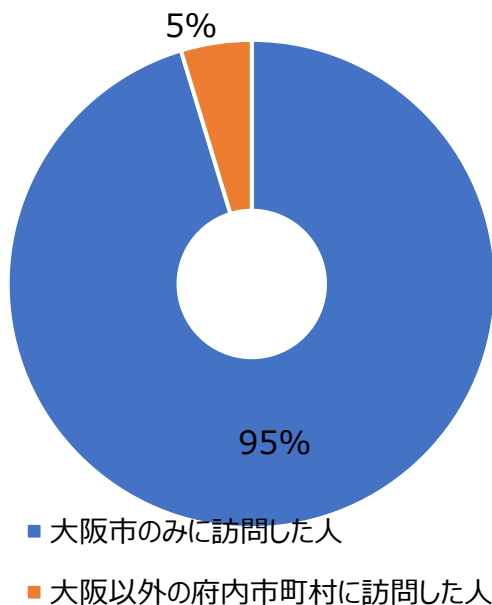
ほとんどの宿泊旅行者（79%）は「ホテル」に宿泊した。親戚やその他知人のお宅に宿泊した人は11%であった。



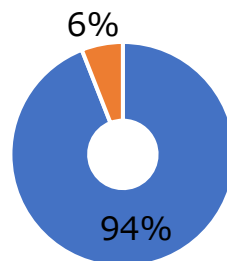
大阪市の施設に訪問する人の約5%しか大阪市以外の市町村にも訪問する傾向がない。宿泊旅行者（6%）なら、日帰り旅行者より大阪市外の訪問率（3%）が高い。

## 府域訪問率

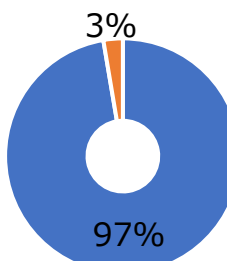
大阪市の施設に訪問した回答者



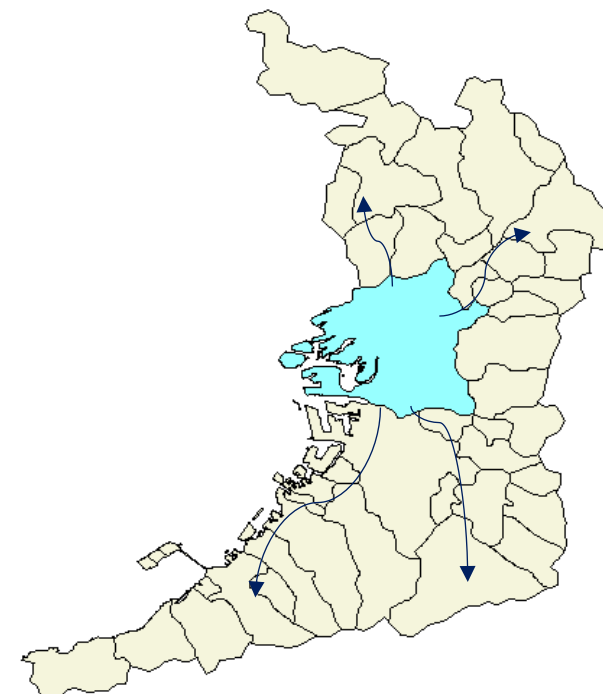
宿泊旅行者



日帰り旅行者



備考：大阪府民を除外



### 定義及び計算方法

定義：大阪市内にある施設に訪問した人が大阪市内以外の大阪府内の市町村にある施設を訪れた回答者の割合。

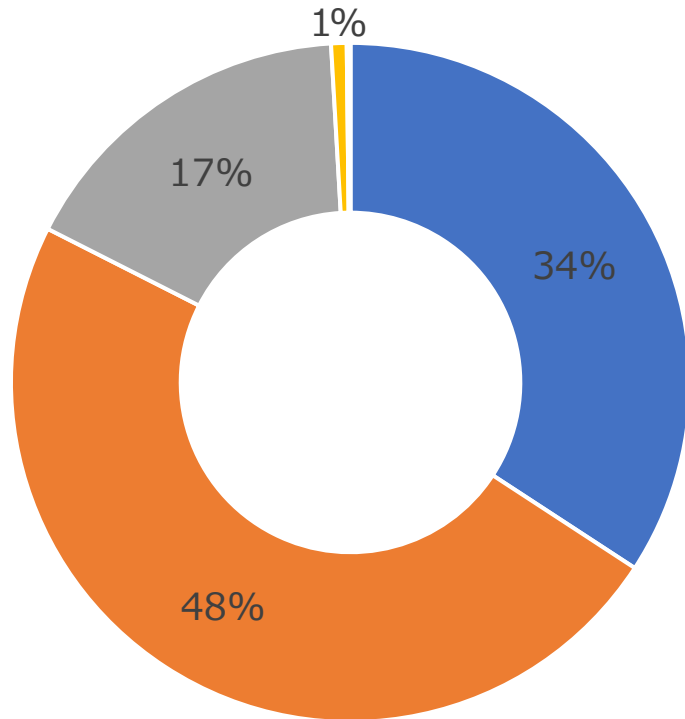
計算方法：大阪市内以外の大阪府内にある施設を訪れた訪問者の数 ÷ 大阪市内にある施設の訪問者の数

## Q10. 総合的な印象に関する満足度について

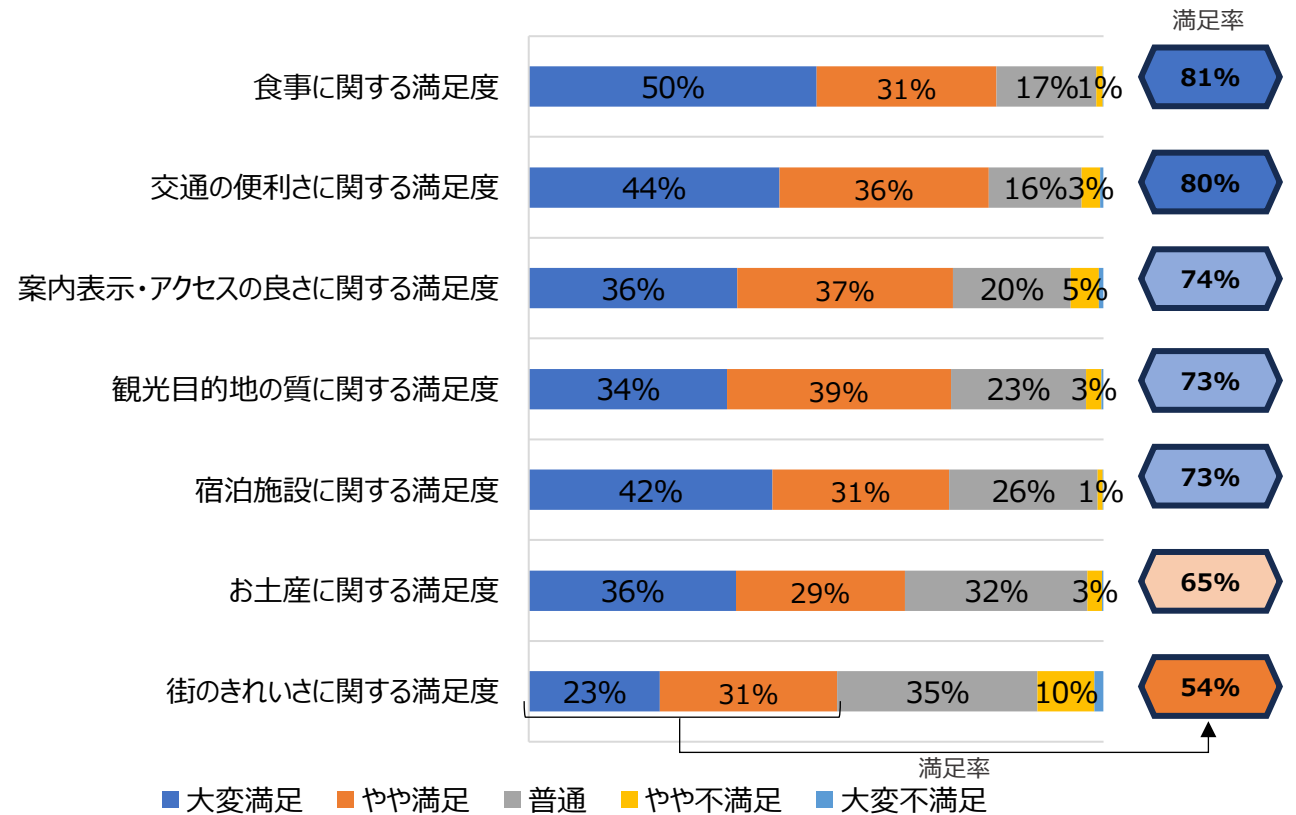
(n = 4,502)

総合的に、82%の回答者が満足していると考えられる（やや満足または大変満足を選んだ人）。テーマごとに、旅行者がどれほど満足しているのか異なり、食事については81%の回答者が満足しているのに対して、街のきれいさは54%しか満足していない。

### 総合的な満足度



### 項目別の満足度







## 公益財団法人 大阪観光局

- 本資料は情報提供のみを目的として作成されたものであり、取引等を勧誘するものではありません。
- 本資料は弊局が信頼に足ると判断した情報に基づいて作成されていますが、その確実性を保証するものではありません。
- 本資料のご利用に際しましては、ご自身のご判断でなされますようお願い致します。
- 本資料は、著作物であり、著作権法に基づき保護されています。著作権法の定めに従い、引用する際は、必ず出所(公財)大阪観光局と明記して下さい。
- 本資料の全文または一部を転載・複製する際は著作権者の許諾が必要ですので、下記お問い合わせ先までご連絡下さい。

■公益財団法人 大阪観光局 企画・マーケティング戦略部 マーケティング担当  
e-mail : [marketing@octb.jp](mailto:marketing@octb.jp) TEL : 06-6282-5909