

令和7年 墨田区 観光統計調査 報告書

令和8年5月
墨 田 区

目 次

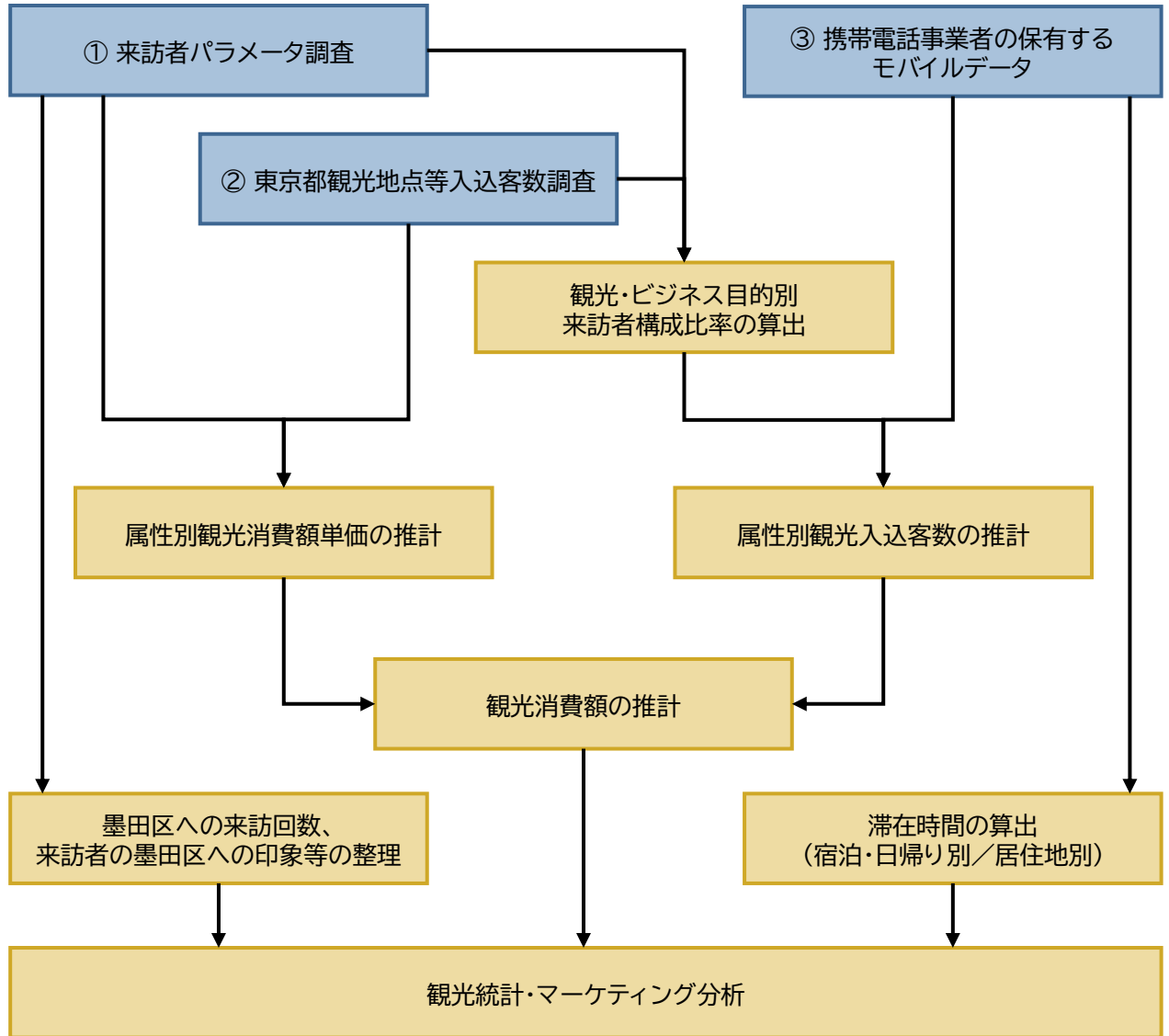
調査概要	2
1 調査目的	3
2 調査フロー	3
3 調査期間	3
結果概要	4
1 墨田区の観光客数	5
2 墨田区の観光消費額	6
3 墨田区内の滞在時間・墨田区内の宿泊日数	7
4 墨田区内・墨田区内各地区への来訪回数	8
5 来訪者の墨田区の印象	9
第1章 観光を取り巻く環境	10
1 日本全体の観光動向	11
2 東京都の観光動向	18
3 観光需要に関する社会的変化	26
第2章 観光入込客数及び観光消費額の推計	28
1 調査内容	29
2 調査結果	30
3 観光客数及び消費額の推計	32

調査概要

1. 調査目的

本調査は、観光庁の「観光入込客統計に関する共通基準(平成21年12月策定、令和5年5月改定)(以下「共通基準」という。)及び調査要領」に基づき、令和7年の墨田区内観光消費額を推計するとともに、別途取得する観光客数・滞在時間等と併せて分析・整理を行い、観光施策を立案する基礎資料とするものである。

2. 調査フロー



■ 調査・データ部分 ■ 推計・分析部分

3. 調査期間

調査の対象期間は、原則として令和7年1月から12月までの1年間としている。また、本調査においては、観光庁の「共通基準」に準拠し、「年度」ではなく「暦年」による観光消費額等の推計を行っている。

結果概要

1. 墨田区の観光客数

令和7年の墨田区の観光客数(実人数)は1,706.7万人と推計された。

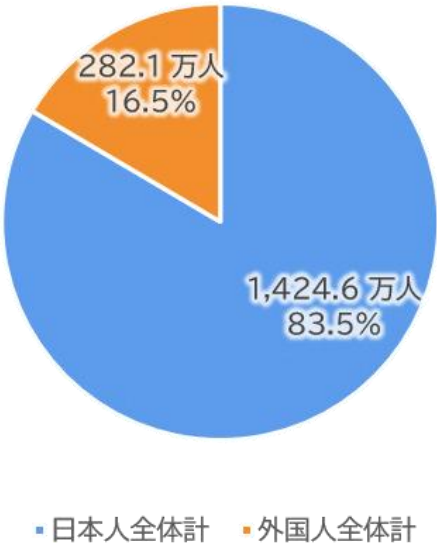
日帰り／宿泊別に見ると、日帰り客数では1,482.3万人、宿泊客数では224.5万人となっている。
また、日本人／外国人別に見ると、日本人の観光客数は1,424.6万人、外国人の観光客数は282.1万人であり、外国人が16.5%を占めている。

図表1 年間観光客数(実人数)の推計

		令和7年
年間観光客数(実人数)		1,706.7 万人
	全体計	1,706.7 万人
	日本人全体計	1,424.6 万人
	外国人全体計	282.1 万人
	日帰り客数計	1,482.3 万人
	日本人日帰り客数計	1,282.8 万人
	外国人日帰り客数計	199.5 万人
	宿泊客数計	224.5 万人
	日本人宿泊客数計	141.8 万人
	外国人宿泊客数計	82.6 万人

※ 数字の単位未満は端数処理をしているため、表中の数字と合計が一致しない場合がある。(以下同様)

図表2 年間観光客数(実人数)における日本人／外国人別割合



2. 墨田区の観光消費額

令和7年の墨田区の観光消費額は2,267億円、1人当たりの観光消費額は13,281円と推計された。

観光消費額単価を居住地別に見ると、都内在住者の日帰り客(観光目的)5,857円に対し、都外在住者では7,554円、海外在住者では13,255円と、居住地が遠方になるほど来訪者の観光消費額単価が上がる傾向にある。

宿泊客(観光目的)についても同様の傾向にあり、都内在住者の14,654円に対し、都外在住者では24,866円、海外在住者では95,149円と高くなっている。

図表3 年間観光消費額の推計

	令和7年
観光消費額	2,267 億円
1人当たりの消費額	13,281 円

図表4 属性別の観光消費額単価

区分	日帰り客		宿泊客	
	観光目的	ビジネス目的	観光目的	ビジネス目的
都内在住者	5,857 円	2,341 円	14,654 円*	60,000 円*
都外在住者	7,554 円	5,643 円*	24,866 円*	39,315 円
海外在住者	13,255 円	8,022 円*	95,149 円	19,008 円

※ 一部属性(*)については、データ取得元の来訪者パラメータ調査にて、サンプルサイズが十分に確保できていないため注意されたい。

図表5 属性別の観光消費額計

(百万円)

区分	日帰り客		宿泊客		計
	観光目的	ビジネス目的	観光目的	ビジネス目的	
都内在住者	22,158	249	3,854	89	26,350
都外在住者	66,357	868	27,866	1,304	96,395
海外在住者	26,127	188	77,360	253	103,928
計	114,642	1,306	109,079	1,646	226,673
	115,947		110,726		

(百万円)

3. 墨田区内の滞在時間・墨田区内の宿泊日数

日帰り客の墨田区内の平均滞在時間について、都内在住者は4.02時間、都外在住者は3.90時間、海外在住者は3.26時間となっている。いずれの居住地区分においても、2～4時間の滞在が最も多い。特に海外在住者では6時間以内の滞在が9割を占めており、都内在住者・都外在住者と比較して滞在時間が短い傾向にある。

宿泊数については、都内在住者は1.08泊、都外在住者は1.29泊、海外在住者は3.58泊となっている。宿泊日数別割合においては、都内在住者と都外在住者の95%近くが1～2泊であるが、海外在住者は63.8%が3泊以上の宿泊となっている。

図表6 墨田区内平均滞在時間・平均宿泊日数

区分	全体	都内在住者	都外在住者	海外在住者
日帰り客	3.85 時間	4.02 時間	3.90 時間	3.26 時間
宿泊客		1.08 泊	1.29 泊	3.58 泊

図表7 日帰り客の滞在時間別割合

区分	都内在住者	都外在住者	海外在住者
2～4時間	51.4%	54.5%	68.8%
4～6時間	27.8%	26.1%	21.3%
6～8時間	12.1%	11.1%	6.3%
8時間以上	8.7%	8.3%	3.5%

※ 全日客(日帰り客+宿泊客)データから滞在時間11時間以上のサンプルを除外して集計している。
そのため、宿泊客が一部含まれている可能性がある。

図表8 宿泊客の宿泊日数別割合

区分	都内在住者	都外在住者	海外在住者
1泊	93.2%	78.7%	16.5%
2泊	5.6%	15.8%	19.7%
3泊	0.9%	4.1%	20.3%
4泊	0.3%	1.1%	16.9%
5～7泊	0.0%	0.4%	21.3%
8泊以上	0.0%	0.0%	5.3%

4. 墨田区内・墨田区内各地区への来訪回数

墨田区への来訪について「初めて」と答えた人は、都内在住者が3.7%、都外在住者が17.5%、海外在住者が78.2%であった。他方、4回目以上の来訪の割合は、都内在住者が69.7%、都外在住者が49.8%、海外在住者が4.2%となっている。

調査地区への来訪回数では、両国地区において「初めて」の割合が高くなっており、海外在住者では90.7%、都外在住者でも半数近くが初めての来訪となっている。また、錦糸町地区においても海外在住者の「初めて」の割合が86.7%と高くなっているが、一方で都内在住者は2.0%、都外在住者は13.0%と低い。

図表9 墨田区への来訪回数

区分	内訳		
	都内在住者	都外在住者	海外在住者
初めて	3.7%	17.5%	78.2%
2回目	4.3%	15.9%	13.8%
3回目	5.1%	16.8%	3.8%
4回目以上	69.7%	49.8%	4.2%

※墨田区在住(17.2%)

図表10 押上地区への来訪回数

区分	内訳		
	都内在住者	都外在住者	海外在住者
初めて	12.3%	27.0%	76.8%
2回目	10.8%	21.1%	16.3%
3回目	15.4%	18.9%	3.2%
4回目以上	61.5%	33.0%	3.7%

図表11 錦糸町地区への来訪回数

区分	内訳		
	都内在住者	都外在住者	海外在住者
初めて	2.0%	13.0%	86.7%
2回目	4.1%	22.2%	5.1%
3回目	3.9%	15.7%	3.1%
4回目以上	90.0%	49.2%	5.1%

図表12 両国地区への来訪回数

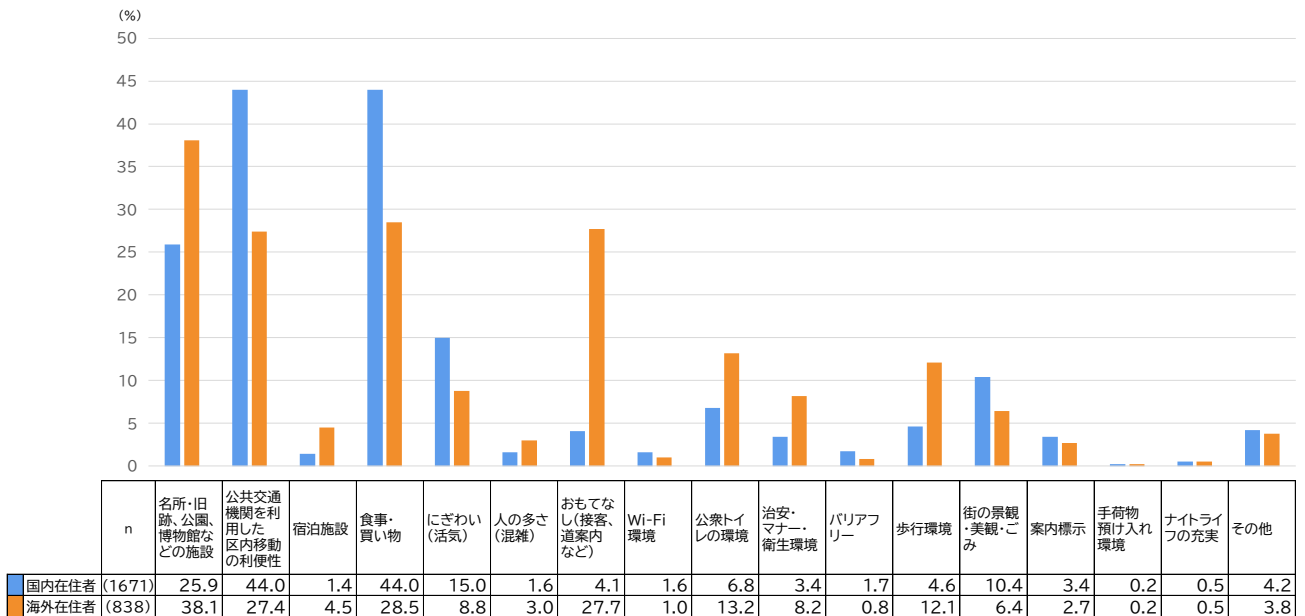
区分	内訳		
	都内在住者	都外在住者	海外在住者
初めて	33.5%	48.6%	90.7%
2回目	7.9%	16.8%	5.2%
3回目	3.7%	7.1%	1.6%
4回目以上	54.9%	27.6%	2.5%

5. 来訪者の墨田区の印象

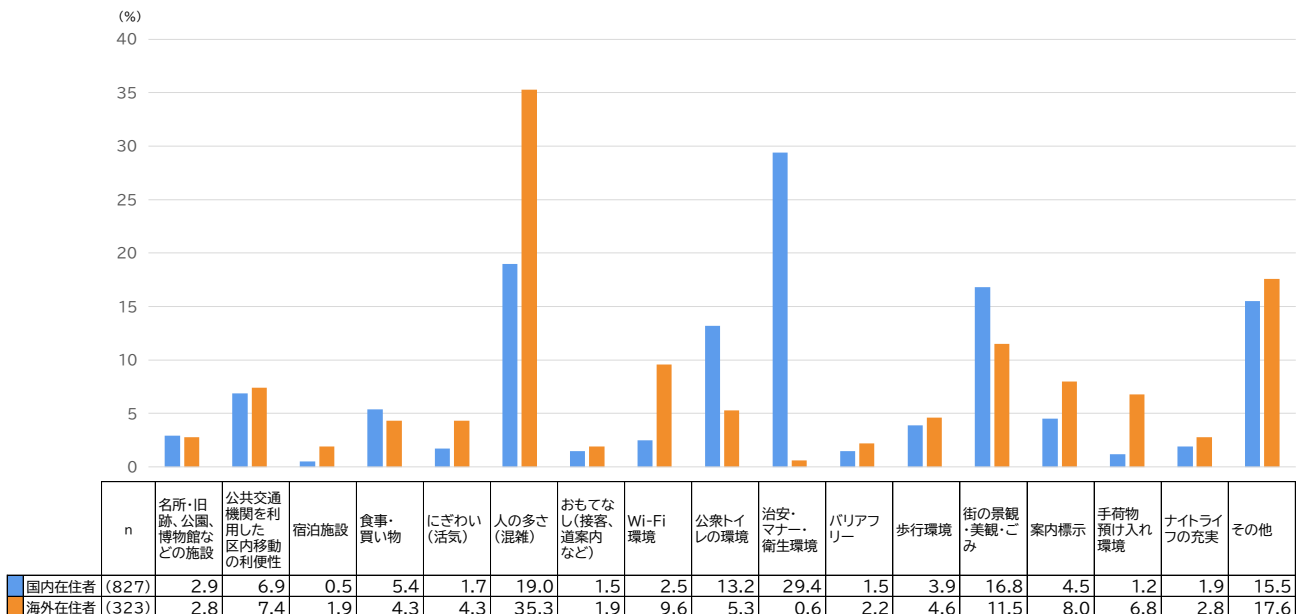
来訪者の墨田区の印象として良かったことについて、国内在住者では、「公共交通機関を利用した区内移動の利便性」と「食事・買い物」がともに44.0%で最も高く、次いで「名所・旧跡、博物館・美術館」が25.9%、「にぎわい(活気)」が15.0%と続いている。海外在住者では、「名所・旧跡、博物館・美術館」が38.1%と最も高く、次いで「食事・買い物」が28.5%、「おもてなし(接客、道案内など)」が27.7%と続いている。

一方、残念だったことについては、国内在住者では、「治安・マナー・衛生環境」が29.4%と最も高く、次いで「人の多さ(混雑)」が19.0%、「街の景観・美観・ごみ」が16.8%と続いている。海外在住者では、「人の多さ(混雑)」が35.3%と最も高く、次いで「街の景観・美観・ごみ」が11.5%、「Wi-Fi環境」が9.6%と続いている。国内在住者と海外在住者のいずれにおいても環境面に関する課題が指摘される傾向がみられる。

図表13 良かったこと(国内在住者／海外在住者) <複数回答>



図表14 残念だったこと(国内在住者／海外在住者) <複数回答>



第1章 観光を取り巻く環境

1. 日本全体の観光動向

(1) 日本人旅行者の動向

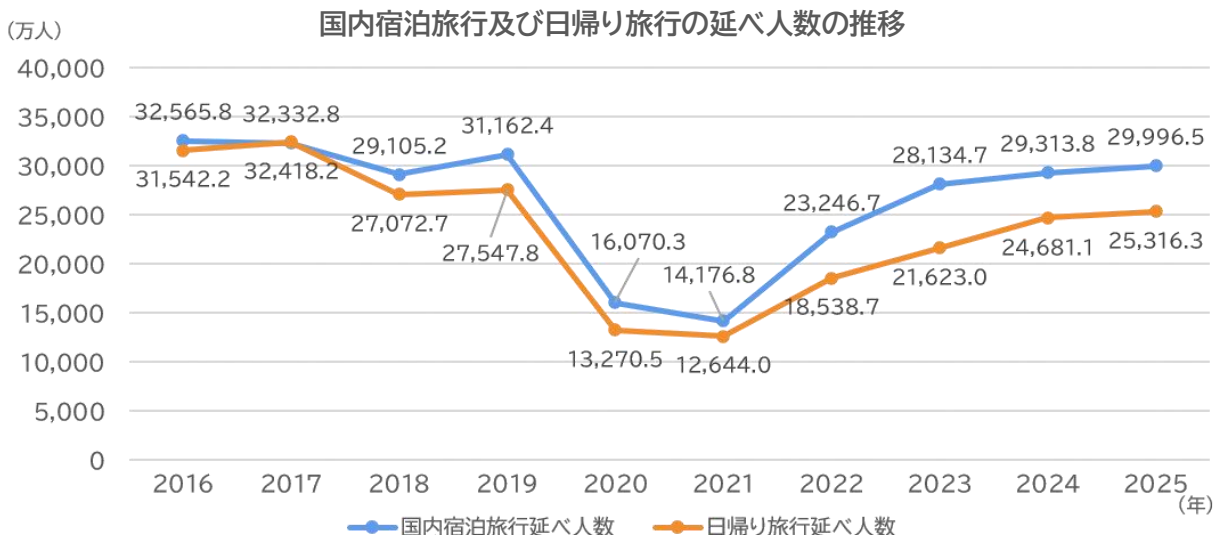
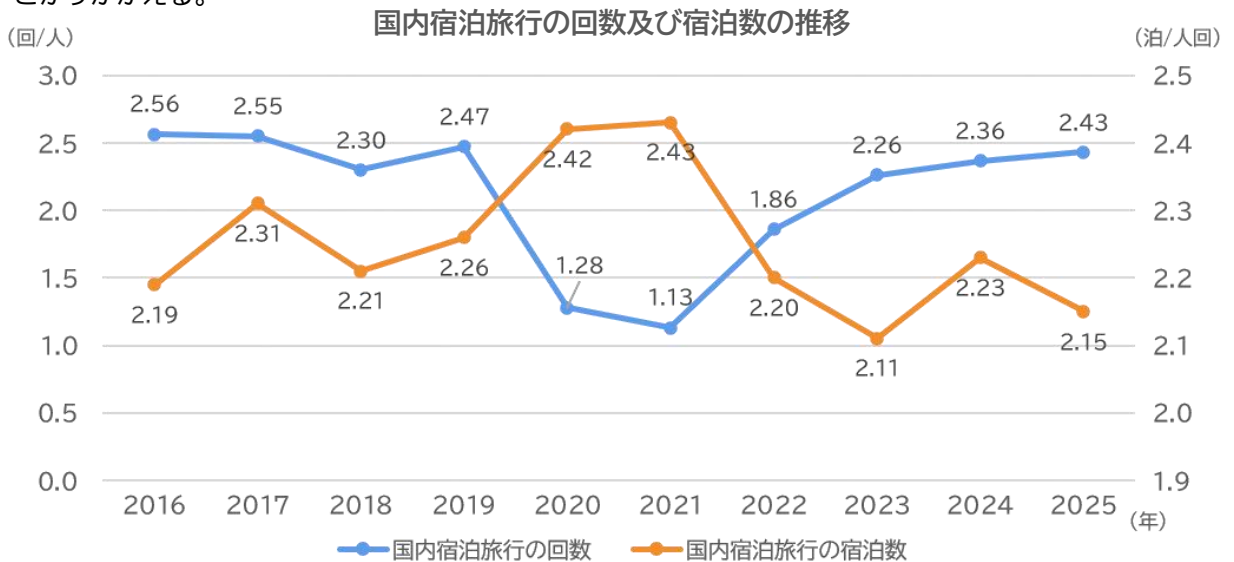
① 国内旅行(1/2)

2025年(令和7年)において、日本人旅行者の1人当たりの国内宿泊旅行の回数は2.43回、1回当たりの宿泊数は2.15泊であった。回数については、コロナ禍である2020年～2021年を経て、コロナ禍以前と同水準まで回復している。一方で、宿泊数については、2020年～2021年は微増しているものの、10年間にわたり減少している。

また、国内宿泊旅行の延べ人数は29,996.5万人、日帰り旅行の延べ人数は25,316.3万人であった。いずれもコロナ禍である2020年～2021年を経て増加傾向にあるが、コロナ禍以前である2019年と比べると、ともに1,000万～2,000万人規模で低くなっている。

国内宿泊旅行の回数と宿泊数の結果に対する背景の推測としては、「近場旅行や短期間旅行の増加」、「旅行費用の高騰」が考えられる。前者については、長期休暇による遠出よりも週末などを利用した気軽な旅行をする人が増えている可能性がある。後者についても、物価高や宿泊単価上昇により滞在・宿泊日数を抑えようとする動きが発生している可能性があると考えられる。

また、延べ人数の結果に対する背景の推測としては、「行動制限の解除による回復」と「宿泊旅行の堅調さ」が挙げられる。前者については、コロナ禍が明け宿泊・日帰りの双方で旅行へ出かける心理的・物理的なハードルが大きく下がったことが要因として考えられる。その中でも、後者にある通り宿泊旅行が日帰り旅行よりも高い水準で回復傾向にあり、宿泊旅行により得られる「非日常感への欲求」の需要の根強さの存在や、コロナ禍を経て高まった「質の高い体験への欲求」が発生しているとも考えられる。しかし、宿泊旅行・日帰り旅行いずれにおいても、コロナ前と比較すると市場全体としてはまだ完全な回復には至っていないことがうかがえる。



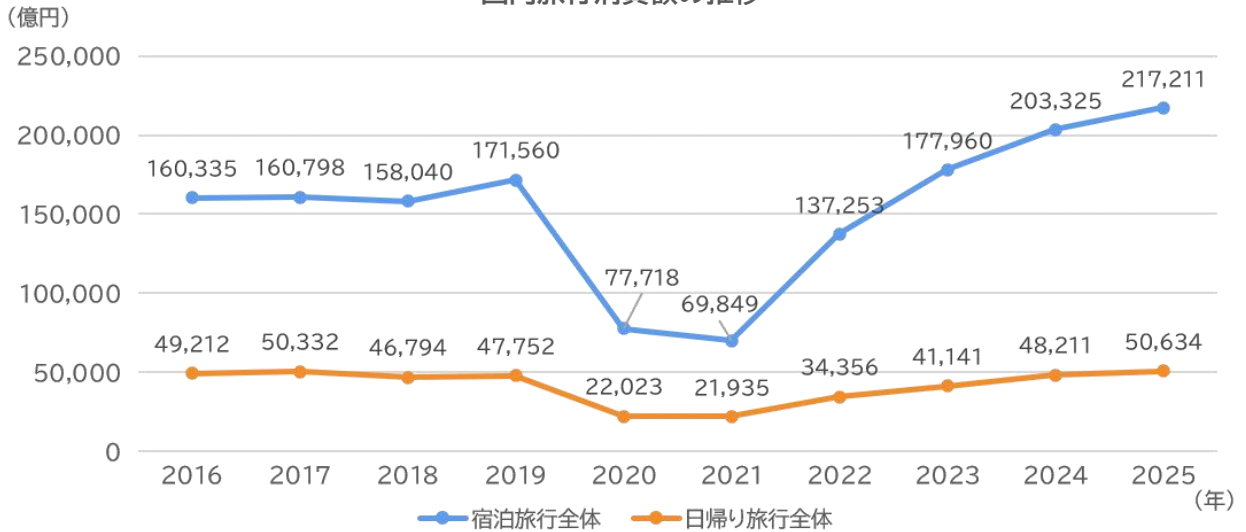
出典：観光庁「旅行・観光消費動向調査(2016年～2025年)」 第1表・第3表

① 国内旅行(2/2)

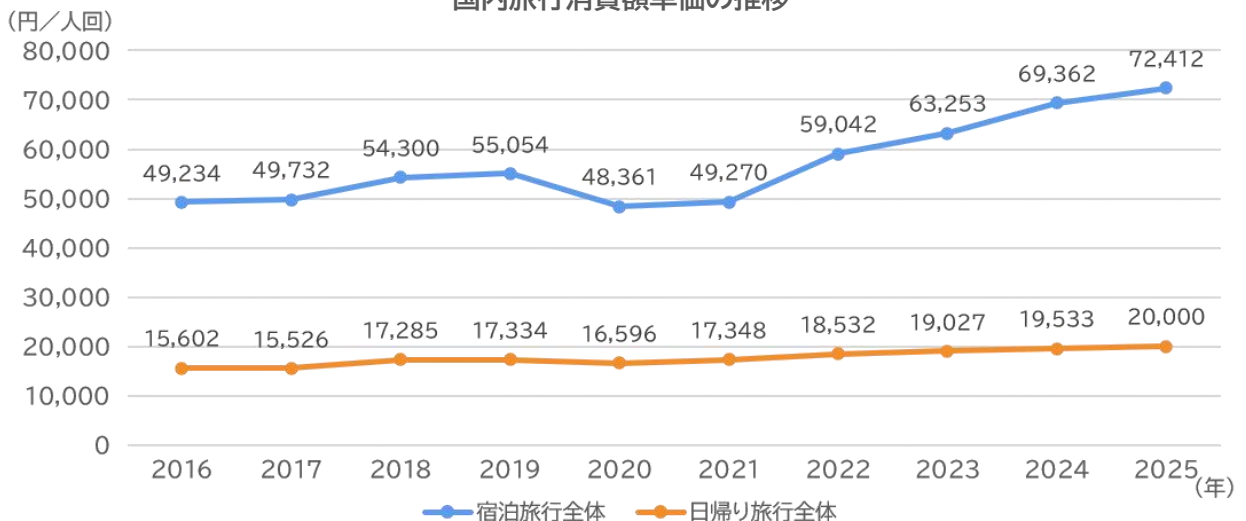
2025年(令和7年)において、国内宿泊旅行の消費額は217,211億円、日帰り旅行の消費額は50,634億円であった。また、1人当たりの消費額単価については、宿泊旅行が72,412円、日帰り旅行が20,000円となっている。消費額および消費額単価のいずれにおいても、コロナ禍である2020年～2021年を経て回復傾向にあり、2025年時点ではいずれもコロナ禍以前の2019年を上回っている。また、コロナ禍以降の伸び率について、日帰り旅行よりも宿泊旅行の方が大きく増加している。

消費額および消費額単価の結果に対する背景の推測としては、「旅行需要の回復・拡大」に加え「インフレ等の経済的要因」が挙げられる。前者については、社会経済活動の正常化により旅行市場全体の規模が回復・拡大傾向にあることが要因として考えられる。後者については、物価高や宿泊・交通費等の単価上昇が、消費額単価をコロナ前よりも高い水準へと押し上げている可能性がある。宿泊旅行の消費額・単価が日帰り旅行と比較して顕著な伸びを見せていることについては、コロナ禍で抑制されていた需要の反動による、いわゆる「リベンジ消費」の側面や、旅行先でより質の高い体験・より高付加価値な体験を重視する旅行スタイルへのシフト、宿泊旅行により利用できる観光コンテンツの幅の増加が考えられる。延べ人数の回復が緩やかである一方で消費額が大きく伸びているという現状は、旅行回数や日数を極端に増やさずに、1人当たりの旅行体験の質を向上させる方向に変化してきていると推測される。

国内旅行消費額の推移



国内旅行消費額単価の推移



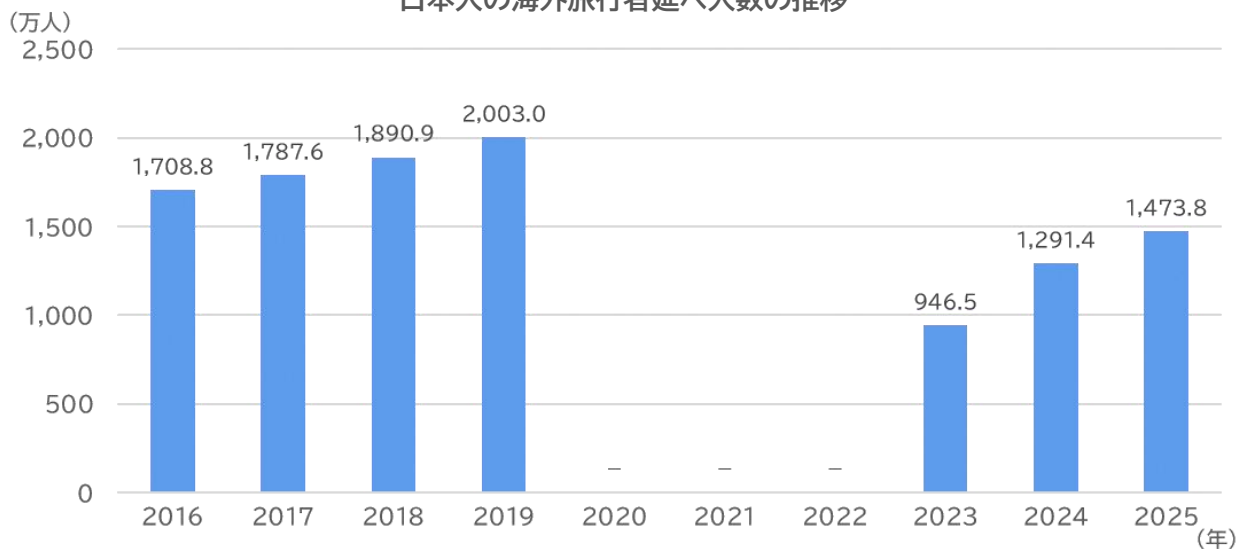
出典：観光庁「旅行・観光消費動向調査(2016年～2025年)」 第1表・第7表

② 海外旅行

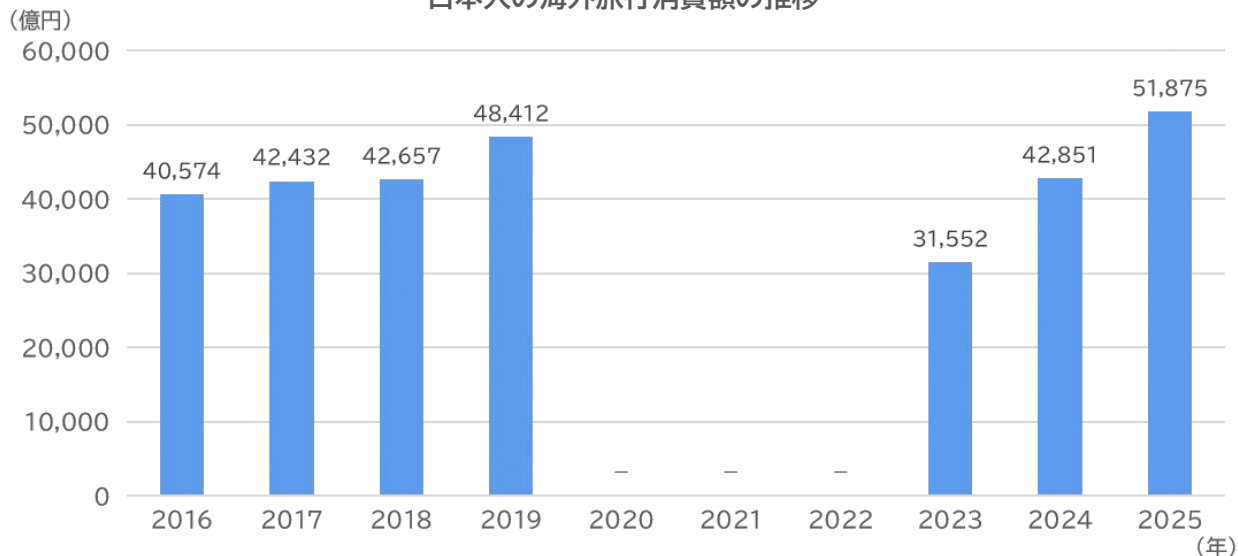
2025年(令和7年)において、日本人の海外旅行者延べ人数は1,473.8万人、海外旅行消費額は51,875億円であった。旅行者数および消費額のいずれも、2020年～2022年の期間を経て回復傾向にあり、2025年時点では消費額において、コロナ禍の影響を受ける以前の2019年(48,412億円)を上回っている。一方で、2025年時点での旅行者数は、2019年の2,003.0万人と比較すると依然としてコロナ禍以前の水準には届いていない。

海外旅行の結果に対する背景の推測としては、「旅行需要の回復」と「渡航費用の高騰」の2つの側面が挙げられる。前者については、社会経済活動の正常化や国際的な移動制限の解除により、海外旅行需要が着実に回復していることが要因として考えられる。他方、後者については、歴史的な円安の進行や燃油サーチャージの高騰、航空運賃の上昇が旅行者数の回復を抑制する一方で、総消費額を押し上げる要因になっている可能性が高い。旅行者数はコロナ前より少ないにもかかわらず消費額が上回っているという現状は、海外旅行に出かける層が一定程度絞られる一方で、その分、現地での滞在や体験に対してより多くの予算を投入する「質の高い旅」や「円安下でも価値ある体験を求める」需要傾向も強まっていると推測される。

日本人の海外旅行者延べ人数の推移



日本人の海外旅行消費額の推移



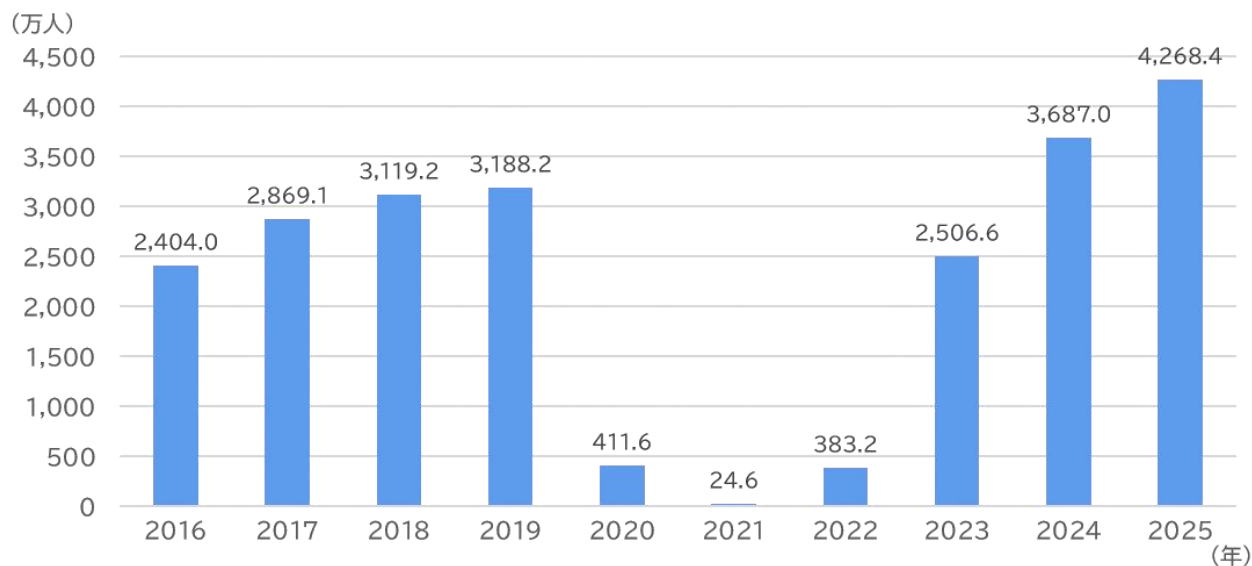
(2) 訪日外国人旅行者の動向

① 訪日外国人旅行者数の推移

2025年(令和7年)において、訪日外国人旅行者数は4,268.4万人であった。この数値は、コロナ禍である2020年～2022年に大きく落ち込んだのち急速に回復しており、2019年の3,188.2万人を大きく上回り過去最高水準に達している。

訪日外国人旅行者数の結果に対する背景の推測としては、「インバウンド需要の大幅な拡大」が挙げられる。これについては、渡航制限の全面解除に加え、歴史的な円安水準が継続していることで日本旅行の割安感が強まり、アジア圏を中心とした国際的な観光需要を強力に呼び込んでいることが要因として考えられる。また、コロナ禍を経て日本への関心が高まったことや、地方観光の推進、観光コンテンツの多様化が、リピーターを含む幅広い層の訪日を後押ししている可能性もある。これまでの日本人による国内・海外旅行の動向と比較すると、訪日外国人旅行者数はコロナ前の水準を明確に超過して成長軌道に乗っており、観光市場全体の回復・拡大を牽引している重要な要因となっていると考えられる。

訪日外国人旅行者数の推移



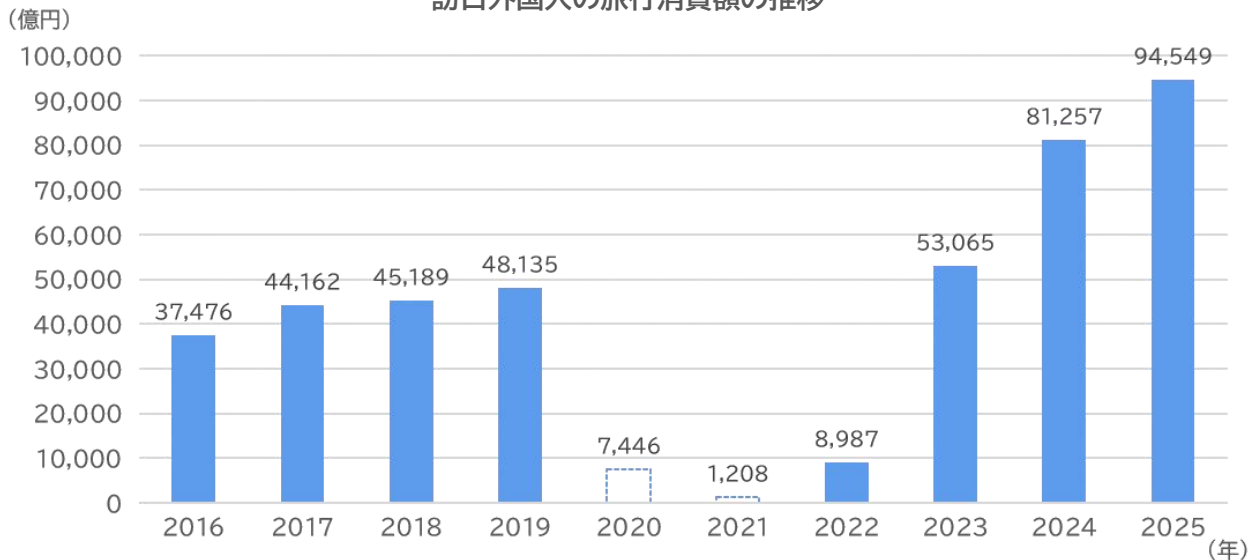
出典：日本政府観光局(JNTO)「国籍/月別 訪日外客数(2016年～2025年)」

② 訪日外国人の旅行消費額の推移

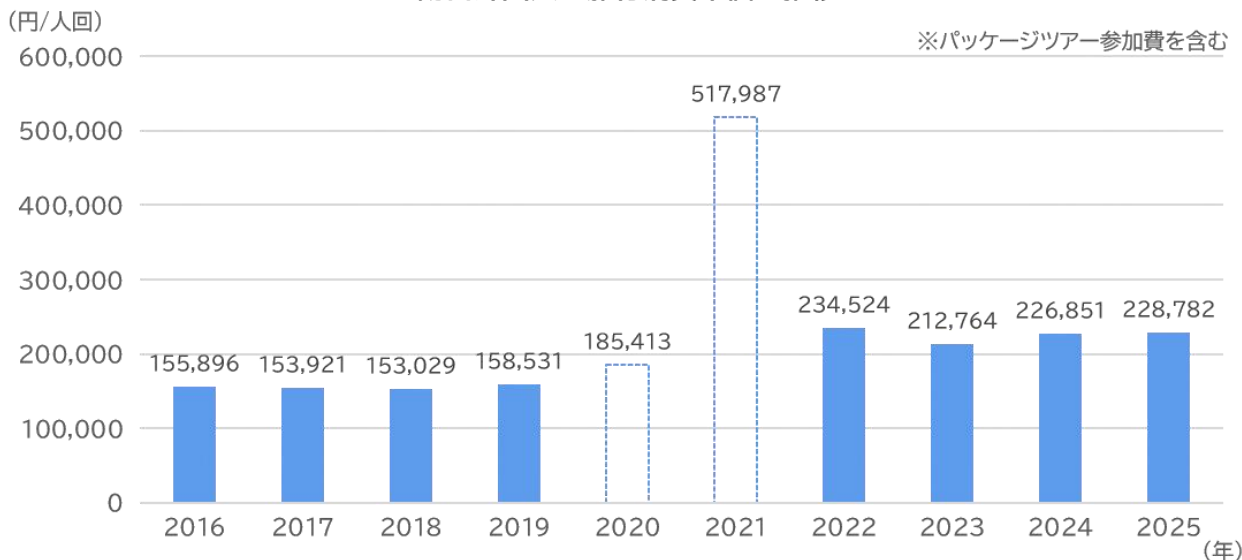
2025年(令和7年)において、訪日外国人旅行消費額は94,549億円、1人当たりの旅行消費単価は228,782円であった。旅行消費額については、コロナ禍の影響を受けた2020年～2022年を経て急速に回復し、2019年(48,135億円)の約2倍となり過去最高水準に達している。一方で、旅行消費単価については、2021年に記録した特異的な高水準(517,987円)を除くと、コロナ禍以降は20万～23万円台となっており、2019年(158,531円)と比較して高い水準で推移していることが確認できる。

消費額および消費単価の結果に対する背景の推測としては、「訪日外国人数の急増」と「高付加価値化」が挙げられる。前者については、旅行者数自体が過去最高を更新していることが、消費額の拡大の主要な要因であると考えられる。また、消費単価がコロナ前より高い水準で推移していることについては、宿泊費や滞在費の物価上昇に加え、日本滞在中に「質の高い体験」や「地方での滞在型観光」を求める層が増加し、消費行動の単価が押し上げられている可能性がある。延べ人数と消費額がともに過去最高を記録している現状は、インバウンド市場が回復フェーズを終え、次の成長・拡大のステージに入ったとも考えられる。

訪日外国人の旅行消費額の推移



訪日外国人の旅行消費単価の推移



注1：2020年は1-3月期、2021年は10-12月期のみ調査を実施しており、年間に拡大推計しているため参考値とする。

注2：調査対象は訪日外国人のうち1年未満の滞在者等であるが、今期の調査対象の大半がビジネス目的、親族・知人訪問目的、又は留学目的であり、長期滞在者が多かったために、例年より高い水準となっている点に留意が必要である。

出典：観光庁「インバウンド消費動向調査(2016年～2025年)」調査結果(確報)の概要・参考1

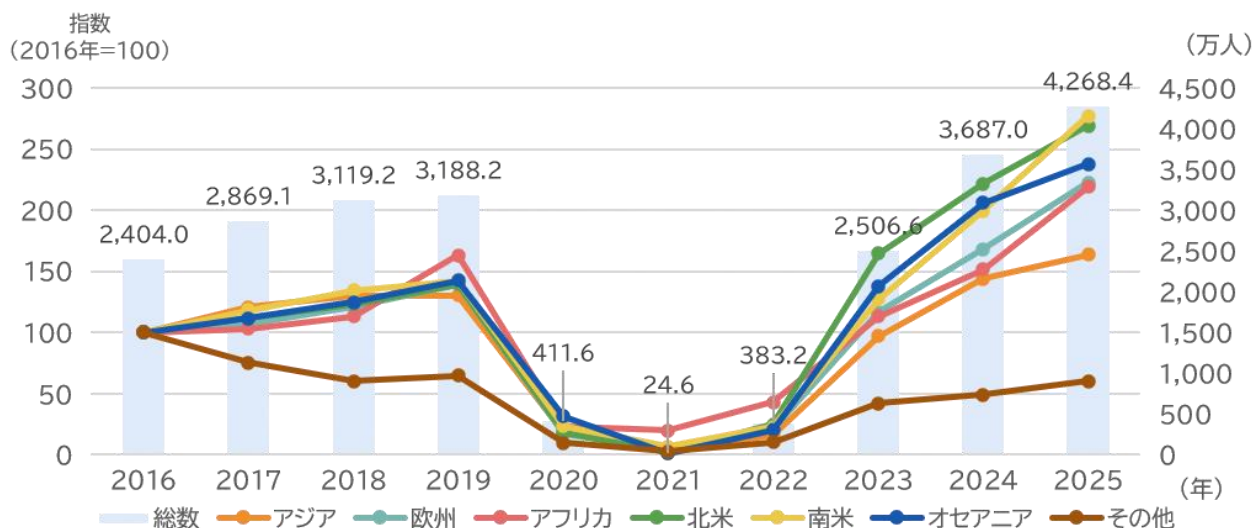
②【国・地域別】訪日外国人旅行者の推移

前述のとおり、2025年における訪日外国人旅行者数は4,268.4万人であった。2016年(平成28年)の各数値100とした場合、地域別の訪日外国人旅行者の推移をみると、その他地域を除くすべての地域で50ポイント以上増加しており、特に北米・南米は150ポイントを超える高い伸びを見せている。

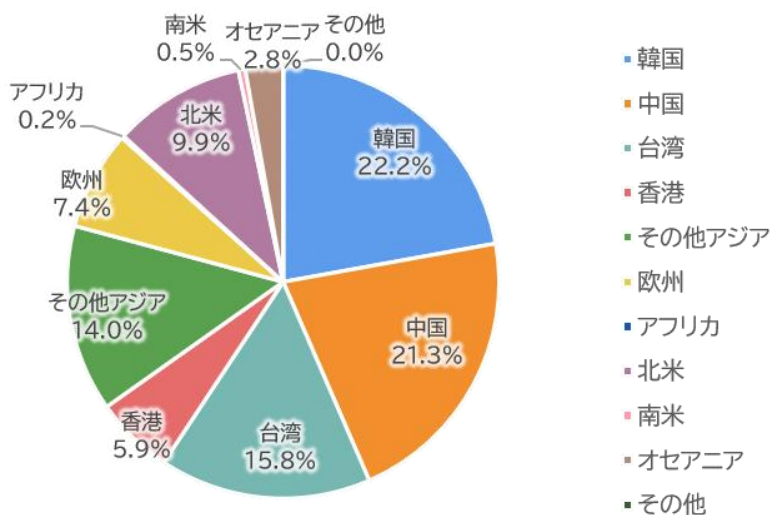
一方で、2025年の国・地域別構成比を見ると韓国(22.2%)、中国(21.3%)、台湾(15.8%)といったアジア圏が全体の過半数を占めており、市場のボリュームゾーンを形成している。

この結果に対する背景の推測としては、「需要構造・市場構造の変化」が挙げられる。1つにはアジア圏を中心とした「地理的近接性による根強い旅行需要」と、欧米・南米といった「長距離圏の需要拡大」という二層構造が考えられる。アジア圏からの安定的な旅行需要が「量(旅行者数)」を支え、一方で高付加価値を求める欧米圏からの旅行者が、先の分析で見られる「過去最高額の消費」を牽引しているという可能性も含め、バランスの取れた成長構造となっていると推測する。同様に、アジア市場を基盤としながらも、欧米・南米などの長距離圏からの需要拡大が進み、市場の多様化が進展している可能性がある。

地域別訪日外国人旅行者数の推移(地域別;2016年基準)



国・地域別訪日外国人客数の割合(2025年)



③ 訪日外国人旅行者の行動

訪日外国人旅行者が『日本滞在中にしたこと』について、「日本食を食べること」が98.2%と最も高く、次いで「ショッピング」の88.1%、「繁華街の散策」の81.8%、「自然・風景観光」の68.0%と続いている。この結果から、多くの訪日外国人が「食」や「街歩き」を中心とした定番の観光行動を重視していることがうかがえる。

国別に見ると、「日本食を食べること」の割合は〈インド〉が85.2%と他国と比べ低い。また、「繁華街の街歩き」においては〈タイ〉が69.7%、〈ベトナム〉が72.0%と全体と比べ約10ポイント低くなっている。「自然・景勝地観光」においては〈韓国〉が50.1%と全体平均を10ポイント以上下回る一方で、〈ロシア〉・〈オーストラリア〉・〈スペイン〉・〈カナダ〉は8割近くを占めている。

エリア別に見ると、「日本の酒を飲むこと(日本酒・焼酎等)」や「美術館・博物館・動植物園・水族館」、「日本の歴史・伝統文化体験」、「日本の日常生活体験」などの“日本らしい”体験項目において、〈欧米豪〉が〈アジア〉よりも多くを占めている。

● 国籍・地域(21区分)別 訪日旅行に関する意識 <今回したこと(複数回答)>

	日本食を食べること	ショッピング	繁華街の街歩き	自然・景勝地観光	日本の酒を飲むこと(日本酒・焼酎等)	美術館・博物館・動植物園・水族館	日本の歴史・伝統文化体験	日本の日常生活体験	温泉入浴	旅館に宿泊	テーマパーク
全体	98.2	88.1	81.8	68.0	48.6	36.0	32.7	28.2	27.0	23.9	23.3
韓国	98.4	83.8	76.2	50.1	67.3	16.2	12.2	15.2	23.7	19.3	18.9
台湾	97.4	89.5	80.4	73.6	35.7	35.4	24.9	24.4	31.7	28.7	20.1
香港	98.6	89.4	79.9	69.7	35.1	32.0	21.7	18.3	31.9	23.8	17.6
中国	97.4	90.0	84.8	76.6	28.7	31.0	21.5	18.7	25.1	26.0	25.4
タイ	99.4	89.3	69.7	65.8	33.3	31.5	28.3	23.2	22.6	15.8	22.6
シンガポール	99.4	92.3	87.8	75.7	53.0	39.4	41.8	34.6	27.1	18.7	22.3
マレーシア	99.5	92.2	86.4	74.7	27.7	36.3	45.3	37.3	22.6	22.0	28.0
インドネシア	98.0	87.8	87.5	70.0	21.3	35.1	35.4	30.1	15.7	13.9	33.2
フィリピン	99.4	90.4	85.3	68.5	37.3	34.3	31.4	35.0	10.8	8.9	38.0
ベトナム	99.2	84.1	72.0	59.1	40.2	30.2	30.5	27.6	24.3	15.4	14.9
インド	85.2	85.8	81.4	61.2	45.0	46.2	57.3	35.9	15.6	13.4	26.4
英国	97.6	88.1	86.5	69.2	72.4	59.9	74.7	43.5	29.1	26.4	21.2
ドイツ	100.0	89.6	89.0	73.0	68.0	69.8	73.1	41.5	37.6	28.3	27.9
フランス	99.5	90.8	86.3	71.5	58.3	67.1	75.6	59.7	38.8	37.5	29.4
イタリア	99.2	88.5	86.5	77.3	69.4	66.7	67.2	52.9	32.9	41.1	15.7
スペイン	100.0	89.3	90.9	78.7	64.9	60.7	70.1	48.4	44.8	38.6	32.5
ロシア	100.0	93.5	83.0	80.1	64.4	69.0	64.4	50.0	45.7	42.9	28.7
米国	99.4	88.7	87.7	71.0	67.4	56.7	68.2	52.3	24.8	22.5	25.6
カナダ	99.6	88.0	89.5	78.1	67.5	58.4	66.6	56.7	32.4	29.1	30.6
オーストラリア	99.4	88.5	85.9	79.6	68.5	64.3	65.0	49.5	33.7	28.6	35.1
その他	97.9	88.3	85.7	74.5	60.8	63.6	66.8	55.3	32.2	28.9	29.6

	日本のポップカルチャーを楽しむ	四季の体感(花見・紅葉・雪等)	自然体験ツアー・農山漁村体験	映画・アニメ縁の地を訪問	舞台・音楽鑑賞	スキー・スノーボード	スポーツ観戦(相撲・サッカー等)	その他スポーツ(ゴルフ等)	治療・検診	上記には当てはまるものがない
全体	19.6	16.9	8.7	8.3	4.2	2.9	2.2	1.9	0.8	0.1
韓国	14.0	7.1	1.9	6.8	2.8	0.3	0.8	2.5	0.1	0.0
台湾	17.9	21.1	8.2	5.0	3.2	4.8	1.1	0.6	0.4	0.0
香港	18.1	16.2	6.8	5.5	4.2	3.4	1.0	1.9	0.5	0.1
中国	14.5	13.1	5.5	7.8	4.4	1.5	0.6	0.8	0.5	0.0
タイ	20.2	20.4	18.9	4.3	3.3	8.2	1.7	2.0	1.2	0.0
シンガポール	21.5	30.0	13.4	8.9	6.3	3.6	2.2	1.8	0.5	0.0
マレーシア	19.8	28.7	15.3	8.8	2.9	4.9	1.2	1.4	1.2	0.0
インドネシア	15.2	22.4	11.9	5.6	3.7	3.9	1.2	1.2	1.2	0.1
フィリピン	15.3	21.0	12.8	6.6	3.1	3.0	1.9	1.0	0.9	0.2
ベトナム	11.1	19.3	10.4	6.8	3.4	5.1	1.9	1.5	2.1	0.3
インド	14.2	25.5	16.3	8.7	3.1	1.0	2.7	1.4	0.8	0.2
英国	21.1	23.7	12.5	8.7	4.5	3.7	6.4	3.3	0.8	0.0
ドイツ	27.8	24.8	16.9	15.5	7.0	1.7	5.5	2.4	1.1	0.0
フランス	43.3	26.0	16.9	16.7	5.5	1.8	4.6	5.7	2.2	0.1
イタリア	35.1	25.5	11.9	13.1	6.1	0.4	3.0	1.3	1.2	0.5
スペイン	39.1	20.1	21.4	18.5	5.8	0.8	2.7	2.7	1.5	0.0
ロシア	27.1	21.8	12.9	15.4	5.0	0.3	1.9	0.4	0.9	0.0
米国	32.2	22.8	13.8	14.3	6.7	2.8	7.1	3.1	1.4	0.1
カナダ	31.6	22.5	12.5	12.4	6.9	3.9	7.0	1.6	0.9	0.4
オーストラリア	30.5	24.2	18.3	10.3	6.5	17.2	9.5	4.3	2.3	0.0
その他	33.2	24.2	18.6	15.0	7.2	2.5	4.9	3.8	2.6	0.1

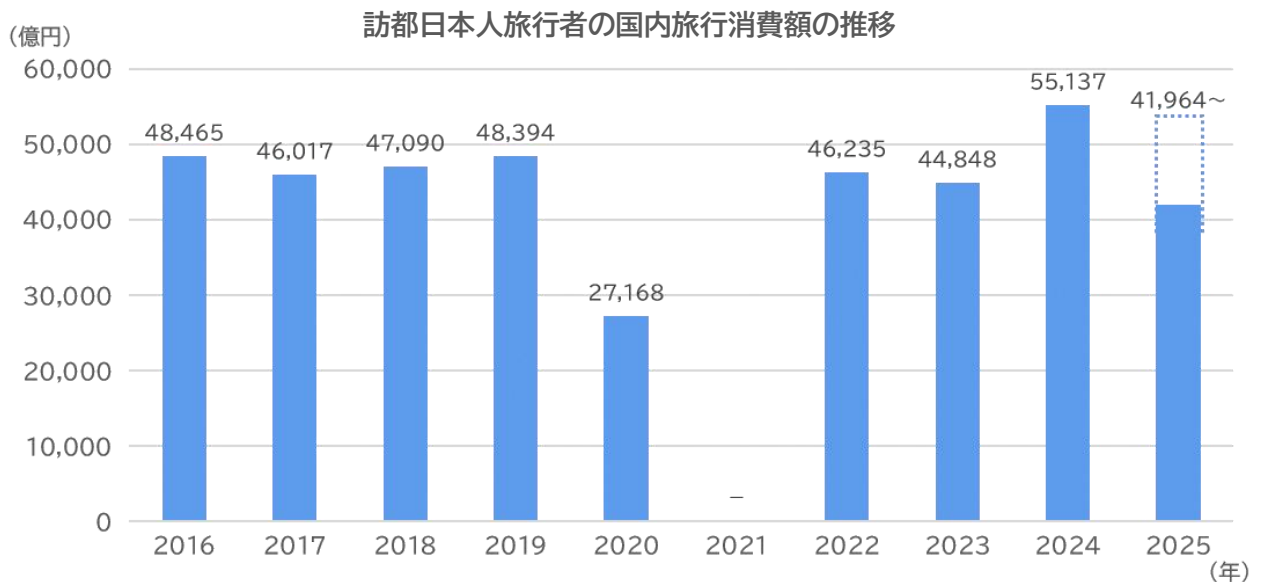
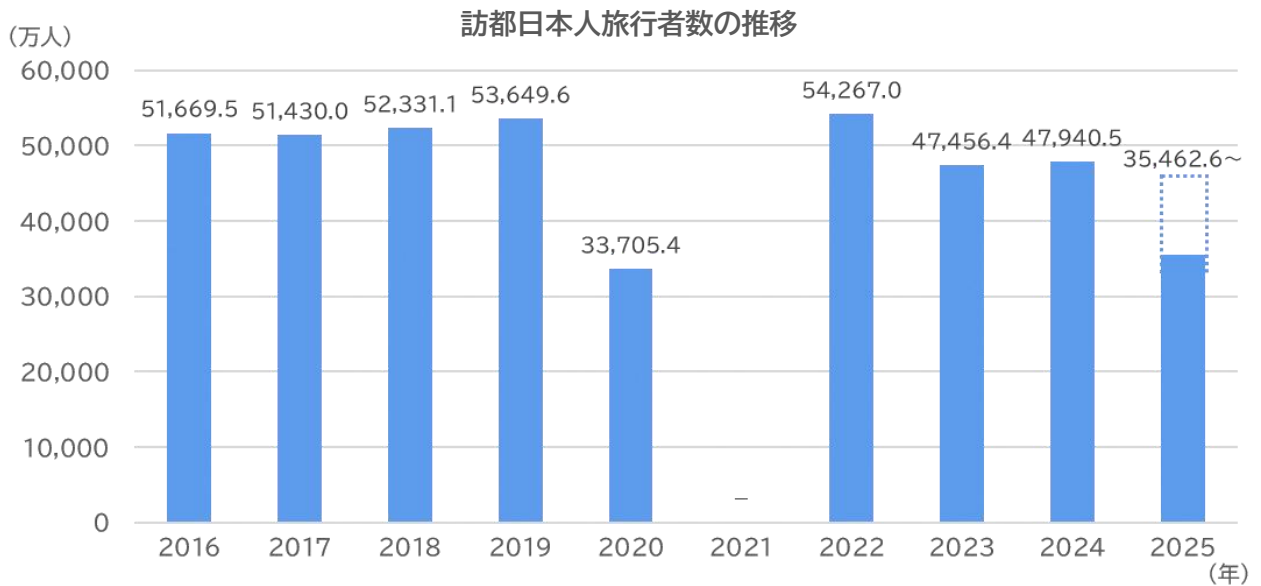
2. 東京都の観光動向

(1) 訪都日本人旅行者の動向

① 訪都日本人旅行者数と消費額の推移

2025年(令和7年)において、訪都日本人旅行者数は第3四半期時点の累計で35,462.6万人となっている。過去の推移を見ると、2019年の53,649.6万人をピークに2020年は33,705.4万人まで落ち込んだが、2022年には54,267.0万人とコロナ禍以前を上回る水準まで回復した。その後、2023年および2024年は47,000万人台で推移している。また、訪都日本人旅行者の国内旅行消費額は、2024年に55,137億円と過去最高を記録したが、2025年は第3四半期時点で41,964億円となっている。

訪都日本人旅行者数および消費額の結果に対する背景の推測としては、「旅行形態の質的転換と都市観光の定着」が挙げられる。これについては、コロナ禍を経て都内への往来が日常的な活動として再び定着したことが要因として考えられる。一方で、旅行者数については2019年以前の50,000万人超から直近は47,000万人台へとやや減少しているものの、消費額は2024年に過去最高を更新していることから、単純な延べ人数を追うよりも、1回あたりの滞在価値を高める消費行動が浸透している可能性がある。2025年の数値についても、第3四半期までの集計であることを踏まえると、通年ではコロナ禍以降の回復水準を概ね維持するものと推測される。国内における都内への旅行需要は堅調に推移しており、日本を代表する都市観光としての地位を維持していると考えられる。



注1：2021年は調査を実施していないため数値無し。

注2：2025年は第3四半期(7月～9月)までの速報値の集計。第4四半期(10月～12月)は含まれていない。

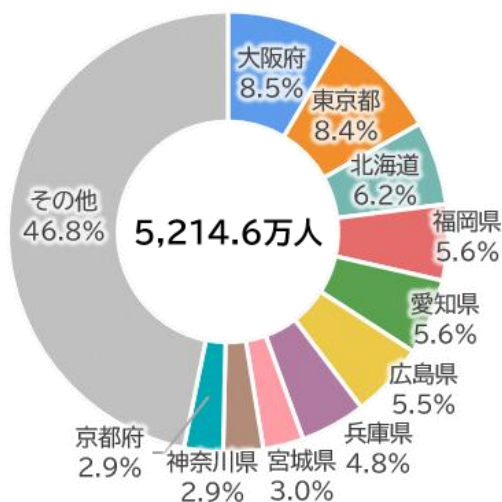
出典：東京都産業労働局「東京都観光客数等実態調査(2016～2025年)」

② 訪都日本人旅行者(宿泊)の居住地

2024年において、居住都道府県別の延べ宿泊者数(日本人)の総数は5,214.6万人である。構成割合を見ると、大阪府(8.5%)が最も高く、次いで東京都(8.4%)、北海道(6.2%)、福岡県(5.6%)、愛知県(5.6%)と続いており、主要な大都市圏および観光地が上位を占めている。一方で、「その他」が46.8%を占めていることから、全国の幅広い地域から旅行需要が発生していることがうかがえる。

この結果に対する背景の推測としては、「人口規模と経済圏の関係」が挙げられる。これについては、宿泊者数の上位に大阪府や東京都といった人口密度の高い大都市が名を連ねていることから、居住地の人口規模や所得水準の高さが、国内旅行の需要の大きさにつながっていることが要因として考えられる。また、北海道が上位に位置している点は、単なる居住地としての人口の多さも考えられるが、道外への移動需要の大きさ、旅行行動の特性が影響している可能性もある。総じて、特定の地域に極端に偏ることなく、大都市圏を核としながら全国各地からバランスよく需要が創出されており、国内の観光市場が安定的な広がりを見せていると言える。

居住都道府県別の延べ宿泊者数(日本人)の構成割合(2024年)



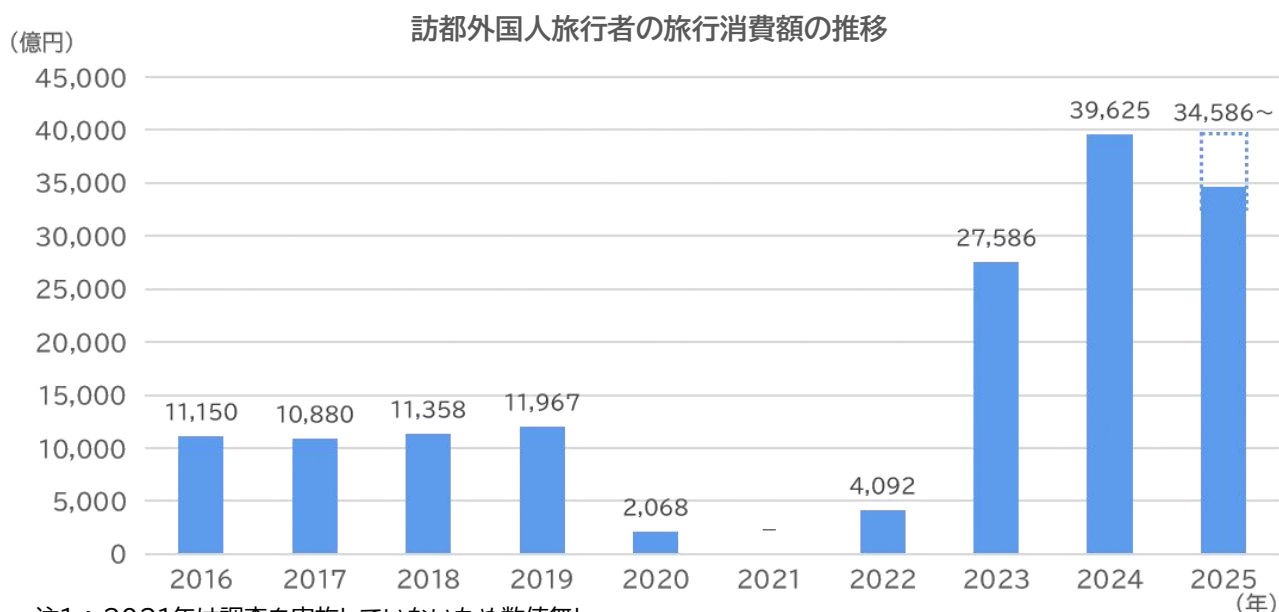
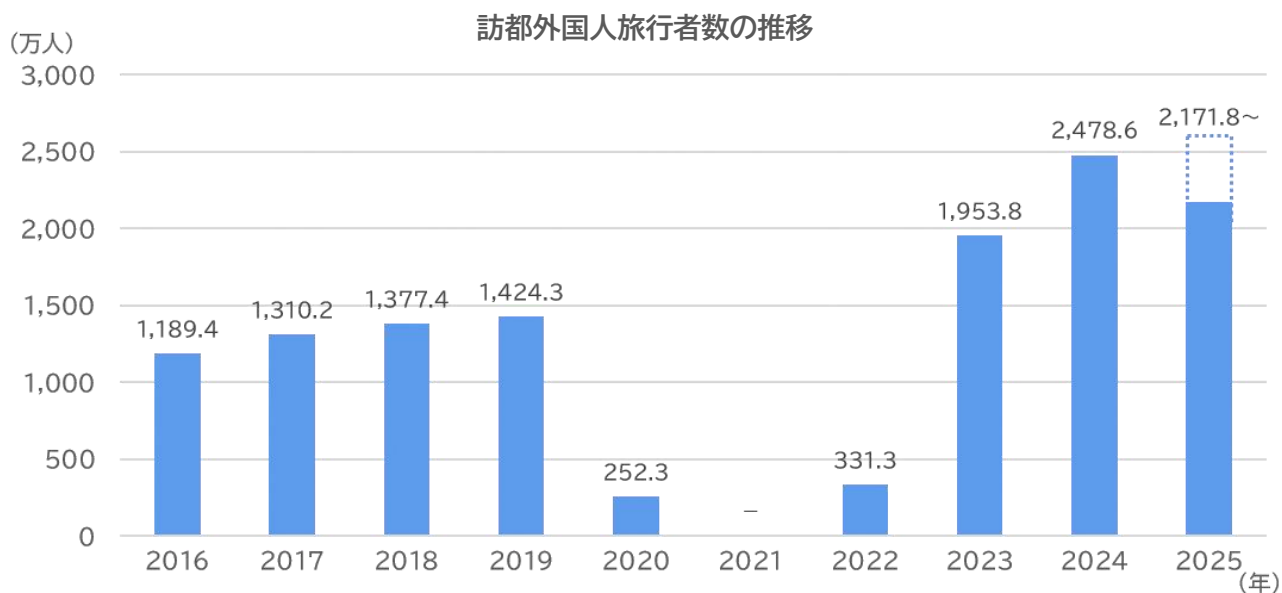
出典：観光予報プラットフォーム推進協議会;観光予報プラットフォーム「RESAS(2024年データ)」

(2) 訪都外国人旅行者の動向

① 訪都外国人旅行者数と消費額の推移

2025年(令和7年)において、訪都外国人旅行者数は第3四半期時点の累計で2,171.8万人となっている。過去の推移を見ると、2019年の1,424.3万人をピークに2020年は252.3万人まで落ち込んだが、コロナ禍の終息後急速に回復し、2024年には2,478.6万人と過去最高水準に達している。また、訪都外国人旅行者の旅行消費額は、2024年に39,625億円を記録したが、2025年は第3四半期時点で34,586億円となっている。

訪都外国人旅行者数および消費額の結果に対する背景の推測としては、「インバウンド需要の大幅な拡大」が挙げられる。これについては、渡航制限の全面解除に加え、歴史的な円安水準が継続していることで日本旅行の割安感が強まり、アジア圏を中心とした訪都需要を喚起していることが要因として考えられる。また、コロナ禍を経て日本への関心が高まったことや、観光コンテンツの多様化が、リピーターを含む幅広い層の訪都を後押ししている可能性もある。これまでの旅行者の結果と比較すると、訪都外国人旅行者数はコロナ前の水準を大きく上回る成長軌道に乗っており、東京都観光市場全体の回復・拡大を牽引する重要な要因となっていると考えられる。2025年の数値についても、第3四半期までの集計であることを踏まえると、通年では過去最高水準に近い推移を維持するものと推測される。



注1：2021年は調査を実施していないため数値無し。

注2：2025年は第3四半期(7月～9月)までの速報値の集計。第4四半期(10月～12月)は含まれていない。

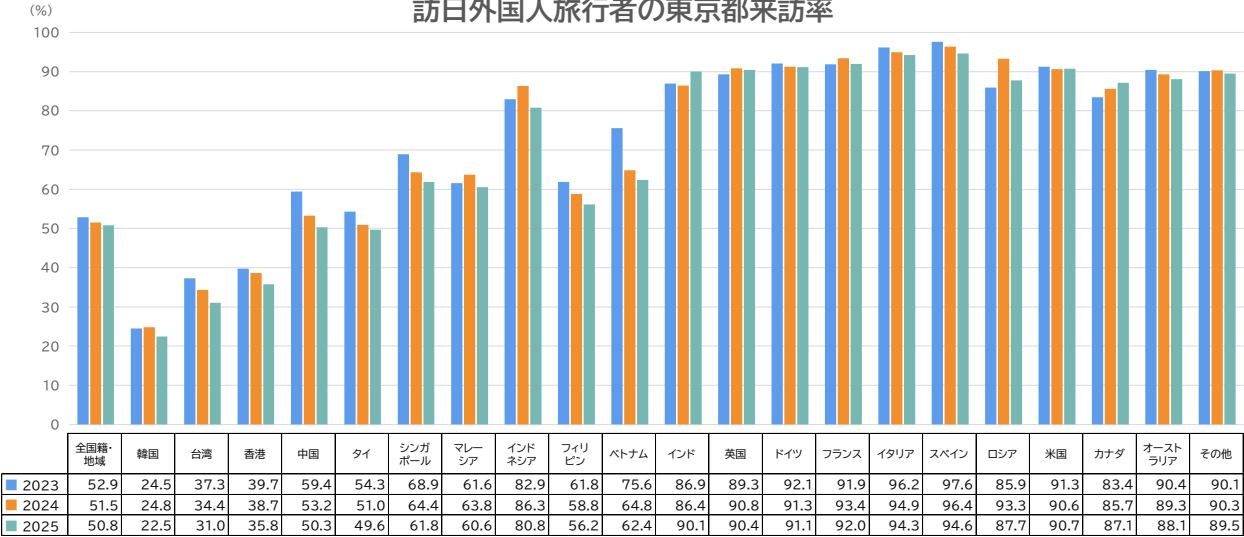
出典：東京都産業労働局「東京都観光客数等実態調査(2016～2025年)」

② 訪日外国人旅行者の東京都来訪率 / ③ 訪都外国人旅行者の東京都内での行動

2025年(令和7年)において、全体(全国籍・地域)の東京都来訪率は50.8%であり、2023年の52.9%、2024年の51.5%からわずかながら低下傾向がみられる。国・地域別の傾向を見ると、スペイン(94.6%)、イタリア(94.3%)、フランス(92.0%)などの欧州圏や米国(90.7%)など、遠隔地からの旅行者において東京都来訪率が極めて高い水準を維持している。一方で、韓国(22.5%)、台湾(31.0%)、香港(35.8%)といった近隣のアジア圏諸国は、訪都率が全体平均を大きく下回る水準となっている。

この結果に対する背景の推測としては、欧米などの遠方からの旅行者は日本滞在期間が長くなる傾向があり、その中で東京都が訪日旅行の玄関口として位置付けられていることに加え、都市観光や広域周遊の拠点として選ばれていることが要因として考えられる。対照的に、近隣のアジア圏からの旅行者は、滞在日数の短さや訪問の目的の違いなどから、東京都を訪問しない旅行行動が一定程度存在し、地方に分散している可能性がある。

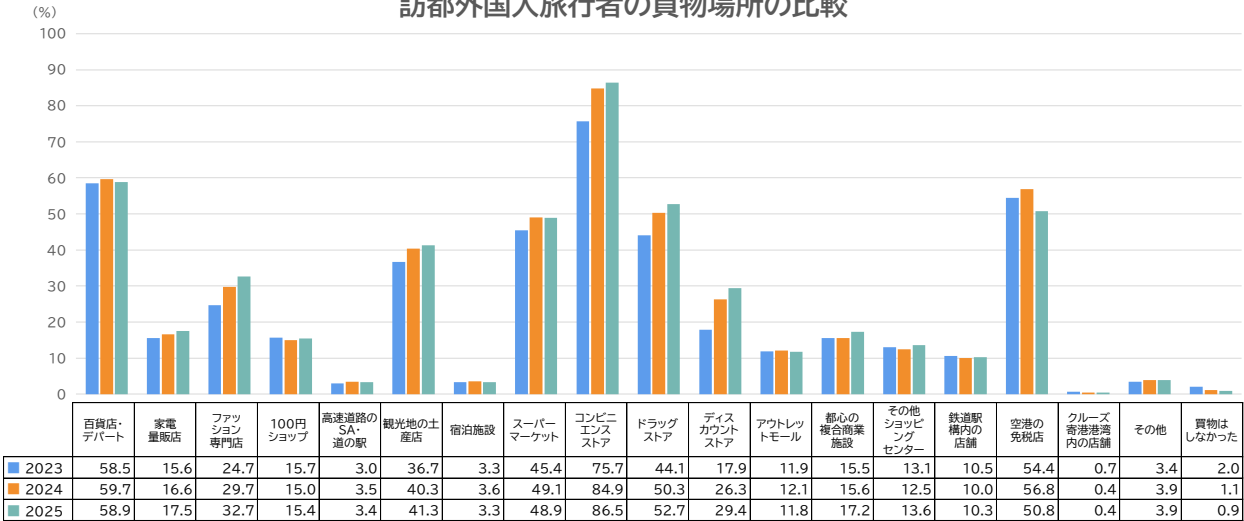
訪日外国人旅行者の東京都来訪率



2025年(令和7年)において、買物場所として最も利用率が高いのはコンビニエンスストア(86.5%)であり、次いで百貨店・デパート(58.9%)、ドラッグストア(52.7%)、空港の免税店(50.8%)となっている。2023年から2025年にかけての傾向を見ると、コンビニエンスストア、ドラッグストア、ファッション専門店などは利用率が8~10ポイント程度上昇している。

コンビニエンスストアやドラッグストアの利用率上昇は、旅行者が都内滞在中に日常的な消費を重視していることや、それらの店舗が提供する商品の利便性が外国人旅行者の需要を取り込んでいることが要因として考えられる。百貨店・デパートが依然として高い利用率を維持していることは、日本ブランドの高品質な製品や体験を求める旅行者の需要が堅調であることを示唆していると考えられる。

訪都外国人旅行者の買物場所の比較



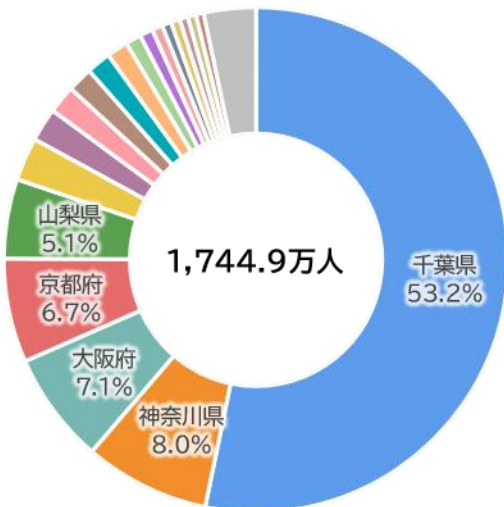
出典：観光庁「インバウンド消費動向調査(2023年~2025年)」表6-1・表1-3

④ 訪都外国人旅行者の周遊状況

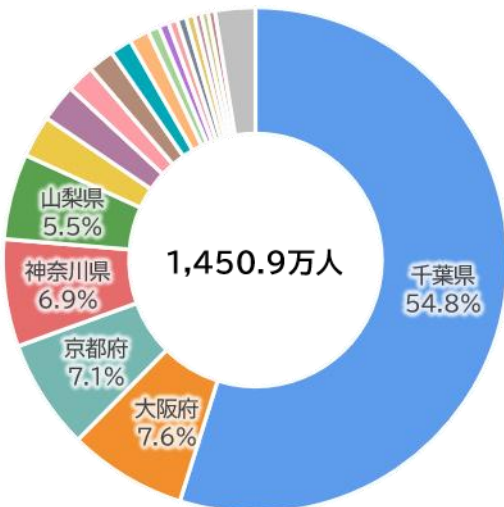
2024年における東京都への来訪直前の滞在地域を見ると、千葉県が53.2%の約929.0万人で全体の約半数を占めており、次いで神奈川県(8.0%)、大阪府(7.1%)、京都府(6.7%)と続いている。一方、東京都滞在直後の移動先としても千葉県が54.8%(約796.0万人)で半数を占めており、次いで大阪府(7.6%)、京都府(7.1%)、神奈川県(6.9%)の順となっている。

この結果に対する背景の推測としては、まず千葉県には成田国際空港が位置しており、訪都外国人旅行者が日本への入国後、あるいは出国直前に同空港を利用することが、高い割合を示している主要因と考えられる。次に、大阪府や京都府が上位にあることは、訪日外国人旅行者の代表的な観光ルートである「ゴールデンルート(東京・京都・大阪を結ぶ周遊観光)」の利用が広く定着していることが要因として考えられる。さらに、それ以外にも多くの地域との結びつきが見られ、外国人が日本各地を回る際のハブ(結節点)として東京へ来訪していることも考えられる。

東京都への来訪直前に訪問・滞在した地域(2024年)



東京都の滞在直後に訪問・滞在した地域(2024年)



	都道府県名	滞在人数(人)	割合
1位	千葉県	9,289,906	53.2%
2位	神奈川県	1,403,765	8.0%
3位	大阪府	1,245,599	7.1%
4位	京都府	1,162,168	6.7%
5位	山梨県	887,374	5.1%
6位	静岡県	482,181	2.8%
7位	奈良県	373,336	2.1%
8位	長野県	314,616	1.8%
9位	北海道	281,127	1.6%
10位	愛知県	272,007	1.6%
11位	広島県	238,135	1.4%
12位	埼玉県	174,863	1.0%
13位	栃木県	146,333	0.8%
14位	兵庫県	118,996	0.7%
15位	沖縄県	103,570	0.6%
16位	石川県	100,946	0.6%
17位	宮城県	93,477	0.5%
18位	岐阜県	92,344	0.5%
19位	新潟県	86,433	0.5%
-	その他	582,305	3.3%

	都道府県名	滞在人数(人)	割合
1位	千葉県	7,957,247	54.8%
2位	大阪府	1,098,715	7.6%
3位	京都府	1,023,259	7.1%
4位	神奈川県	996,202	6.9%
5位	山梨県	795,270	5.5%
6位	静岡県	389,349	2.7%
7位	奈良県	348,537	2.4%
8位	長野県	257,978	1.8%
9位	北海道	241,728	1.7%
10位	広島県	202,040	1.4%
11位	愛知県	183,906	1.3%
12位	栃木県	108,289	0.7%
13位	兵庫県	93,269	0.6%
14位	埼玉県	84,765	0.6%
15位	石川県	83,849	0.6%
16位	岐阜県	78,342	0.5%
17位	新潟県	65,464	0.5%
18位	宮城県	63,774	0.4%
19位	沖縄県	63,557	0.4%
-	その他	373,748	2.6%

出典：国土交通省「RESAS(2024年データ);FF-Data(訪日外国人流動データ)」

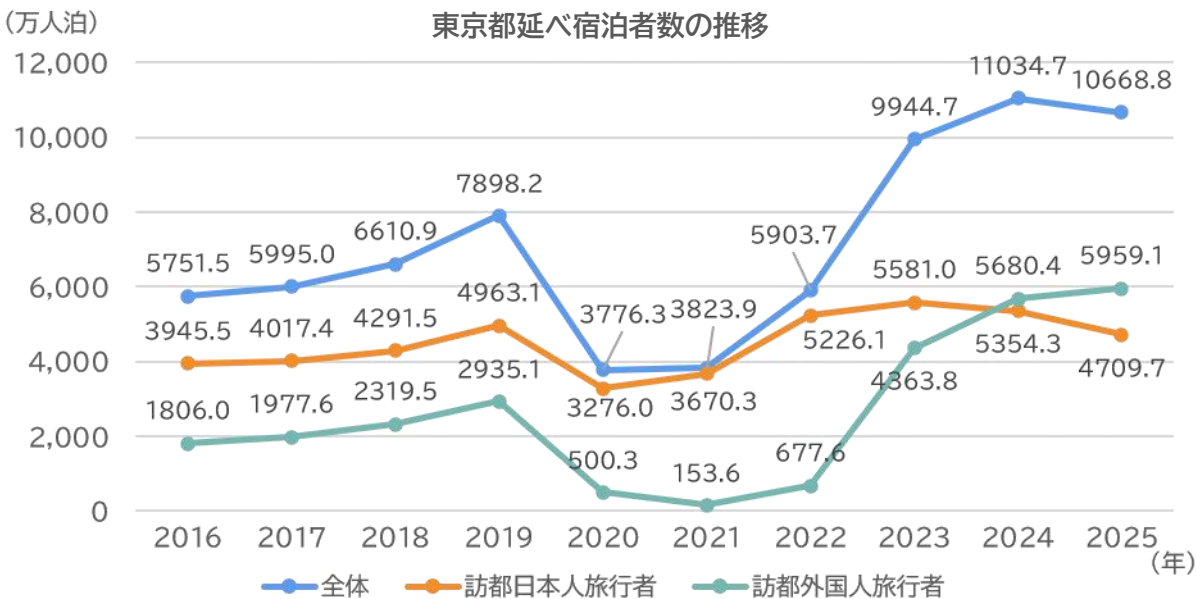
(3) 東京都内宿泊施設の状況

① 都内宿泊者の推移

2025年における東京都の延べ宿泊者数は、全体で10,668.8万人泊となっており、その内訳は訪都日本人旅行者が4,709.7万人泊、訪都外国人旅行者が5,959.1万人泊である。過去の推移を見ると、2019年の7,898.2万人泊をピークにコロナ禍の影響を受けた2020年は3,776.3万人泊まで落ち込んだが、その後急速に回復し、2024年には11,034.7万人泊と過去最高を記録した。

訪都日本人旅行者においては、2025年の延べ宿泊者数は4,709.7万人泊となっている。コロナ禍以前の2019年の4,963.1万人泊に対し、2022年から2024年は5,000万人泊を上回っているが、2025年はコロナ禍以前と同程度の水準で推移している。

訪都外国人旅行者においては、2025年の延べ宿泊者数は5,959.1万人泊となっている。2019年の2,935.1万人泊と比較して約2倍となっており、2024年には訪都日本人旅行者の延べ宿泊者数を上回っている。この急激な伸びは、歴史的な円安を背景とした割安感に加え、日本への観光需要の高まりと観光コンテンツの充実が重なり、東京が世界の国際的都市としての認知向上による「継続的なインバウンド需要の拡大」が背景にあると推測される。



		(万人泊)												
		1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	年計
2016年	全体	435.9	441.2	501.9	501.9	477.8	458.4	499.4	502.9	459.2	493.4	469.0	510.3	5751.5
	└ 日本人	305.4	310.0	348.1	318.1	325.6	308.5	328.7	360.3	320.0	334.1	329.3	357.3	3945.5
	└ 外国人	130.5	131.3	153.8	183.8	152.3	149.9	170.7	142.6	139.2	159.3	139.7	153.0	1806.0
2017年	全体	451.8	444.8	514.5	538.5	508.2	469.3	520.9	538.3	476.1	515.9	496.9	519.8	5995.0
	└ 日本人	306.6	315.2	349.7	327.8	343.4	312.4	339.7	376.2	321.0	334.3	338.1	353.0	4017.4
	└ 外国人	145.2	129.5	164.8	210.7	164.8	157.0	181.2	162.0	155.1	181.6	158.9	166.7	1977.6
2018年	全体	460.0	475.1	564.8	561.7	540.6	531.8	586.8	601.8	563.6	570.7	565.7	588.3	6610.9
	└ 日本人	314.7	331.7	373.9	342.8	358.5	336.5	365.3	408.4	360.7	357.0	362.2	379.7	4291.5
	└ 外国人	145.3	143.4	191.0	218.9	182.0	195.3	221.6	193.5	202.9	213.7	203.5	208.6	2319.5
2019年	全体	572.0	572.2	669.1	705.3	655.6	613.8	677.9	706.7	659.7	693.3	669.7	702.9	7898.2
	└ 日本人	361.4	376.0	420.0	407.6	412.0	371.8	414.4	466.8	428.1	423.6	424.9	456.5	4963.1
	└ 外国人	210.6	196.2	249.1	297.8	243.5	242.0	263.5	239.9	231.6	269.7	244.8	246.4	2935.1
2020年	全体	704.9	554.7	289.1	136.5	122.9	190.3	209.7	228.3	245.5	345.1	388.9	360.4	3776.3
	└ 日本人	442.3	415.3	248.5	129.9	119.5	186.1	205.7	223.4	241.3	339.2	377.7	347.2	3276.0
	└ 外国人	262.6	139.5	40.6	6.6	3.4	4.2	4.0	4.9	4.2	5.9	11.2	13.2	500.3
2021年	全体	202.1	216.6	286.4	285.1	248.5	278.6	382.5	353.5	290.7	353.8	417.2	509.0	3823.9
	└ 日本人	189.2	212.2	281.6	279.7	243.3	271.7	337.4	321.0	281.7	344.9	407.5	500.1	3670.3
	└ 外国人	12.8	4.4	4.7	5.4	5.2	6.9	45.1	32.5	9.0	8.9	9.7	8.8	153.6
2022年	全体	348.0	328.8	423.2	433.9	430.8	449.0	484.9	499.8	479.6	594.3	647.5	783.9	5903.7
	└ 日本人	342.8	325.2	414.0	413.8	405.4	423.0	454.5	469.3	444.2	499.2	491.1	543.6	5226.1
	└ 外国人	5.2	3.7	9.2	20.1	25.4	25.9	30.4	30.5	35.4	95.1	156.5	240.3	677.6
2023年	全体	701.6	693.3	803.5	826.9	795.0	812.5	863.7	905.7	829.0	911.1	873.8	928.7	9944.7
	└ 日本人	466.2	465.8	488.8	452.6	459.8	441.1	446.1	516.8	437.3	463.1	447.7	495.7	5581.0
	└ 外国人	235.4	227.5	314.6	374.3	335.2	371.4	417.5	389.0	391.6	448.0	426.1	433.1	4363.8
2024年	全体	805.6	836.4	967.3	926.6	911.4	893.5	915.3	933.9	872.1	986.8	970.6	1015.3	11034.7
	└ 日本人	428.7	447.3	490.8	426.7	437.4	415.8	422.0	486.7	443.0	433.7	455.0	467.4	5354.3
	└ 外国人	376.9	389.0	476.5	499.9	474.0	477.7	493.3	447.2	429.1	553.1	515.7	547.9	5680.4
2025年	全体	852.1	795.5	900.8	931.7	928.6	870.6	867.1	906.3	845.6	921.6	891.0	957.9	10668.8
	└ 日本人	380.3	366.8	387.1	364.2	379.6	359.2	406.4	442.3	400.7	400.5	406.5	416.1	4709.7
	└ 外国人	471.9	428.8	513.7	567.5	549.1	511.3	460.6	463.9	444.9	521.1	484.5	541.8	5959.1

出典：観光庁「宿泊旅行統計調査(2016年～2025年)」 第2表

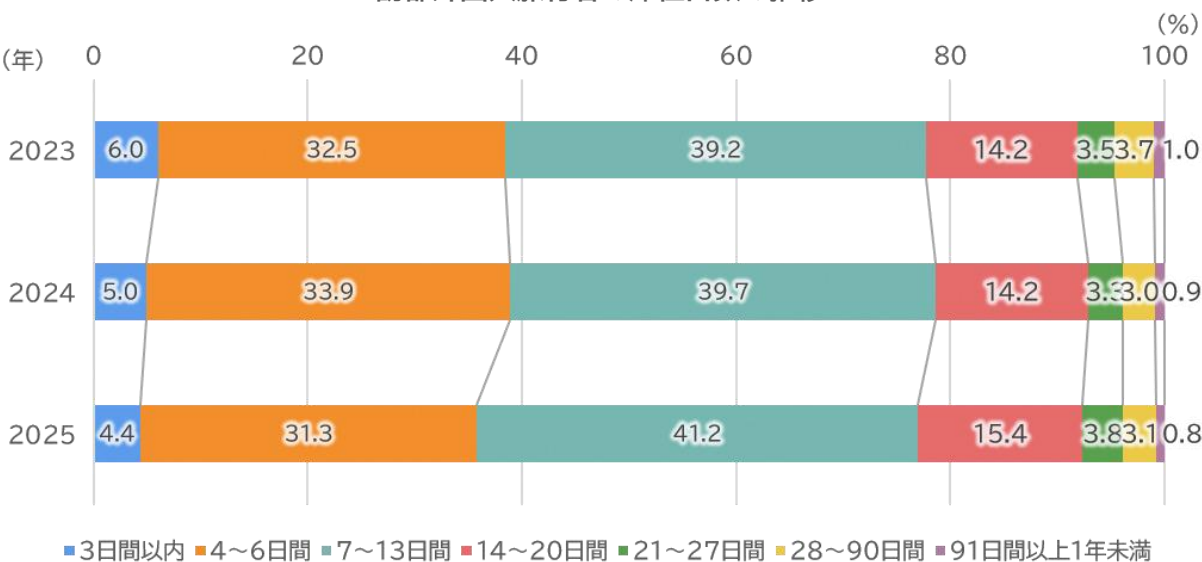
② 訪都外国人旅行者の東京都内宿泊

訪都外国人旅行者の滞在日数を見ると、2025年は「7～13日間」(41.2%)が最も多く、次いで「4～6日間」(31.3%)、「14～20日間」(15.4%)となっている。2023年から2025年にかけて、「7～13日間」や「14～20日間」の中・長期滞在の割合が増加傾向にある。

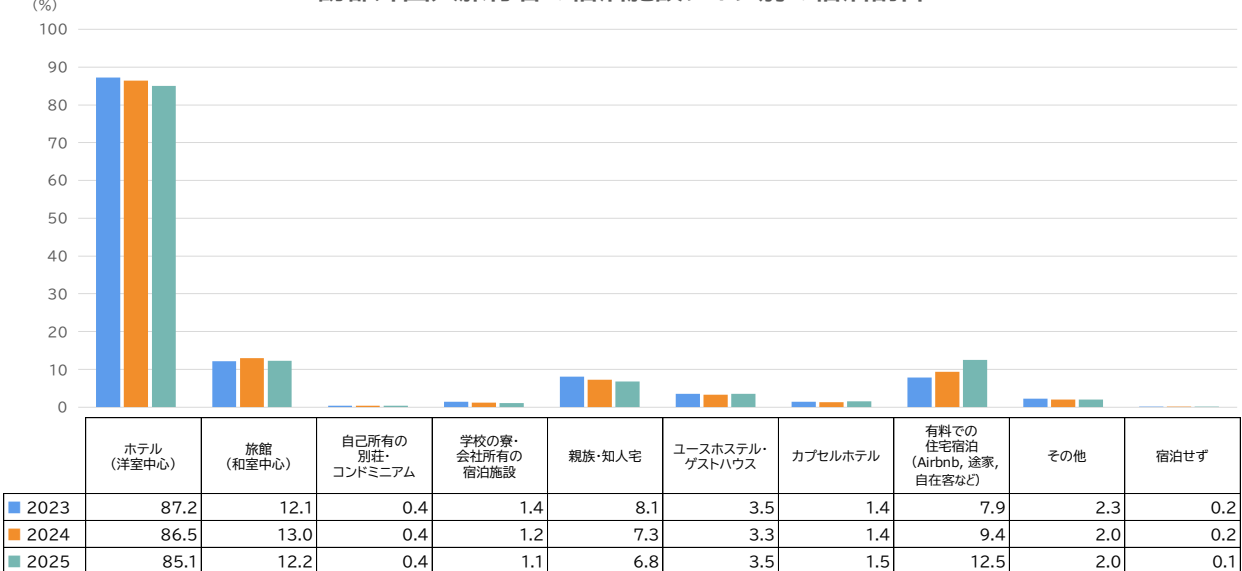
宿泊施設タイプについては、「ホテル(洋室中心)」が85.1%と最も高い割合を占めているが、2023年の87.2%から緩やかに減少している。一方で、「有料での住宅宿泊(Airbnb、民泊、自在客など)」は2023年の7.9%から2025年には12.5%まで増加しており、宿泊形態の多様化が進んでいることがうかがえる。

これらの結果に対する背景の推測として、「滞在の長期化と目的の多様化」、「宿泊形態の選択肢拡大」の2点が挙げられる。前者については、東京都を起点として周辺地域を周遊する旅行スタイルの広がりが1つの要因として考えられる。後者について、ホテル以外の宿泊施設、特に住宅宿泊の利用率上昇が見られるのは、中長期滞在における宿泊費抑制と、自宅や日本の住宅のような居住空間での滞在ニーズが高まったことが要因と考えられる。

訪都外国人旅行者の滞在日数の推移



訪都外国人旅行者の宿泊施設タイプ別の宿泊割合

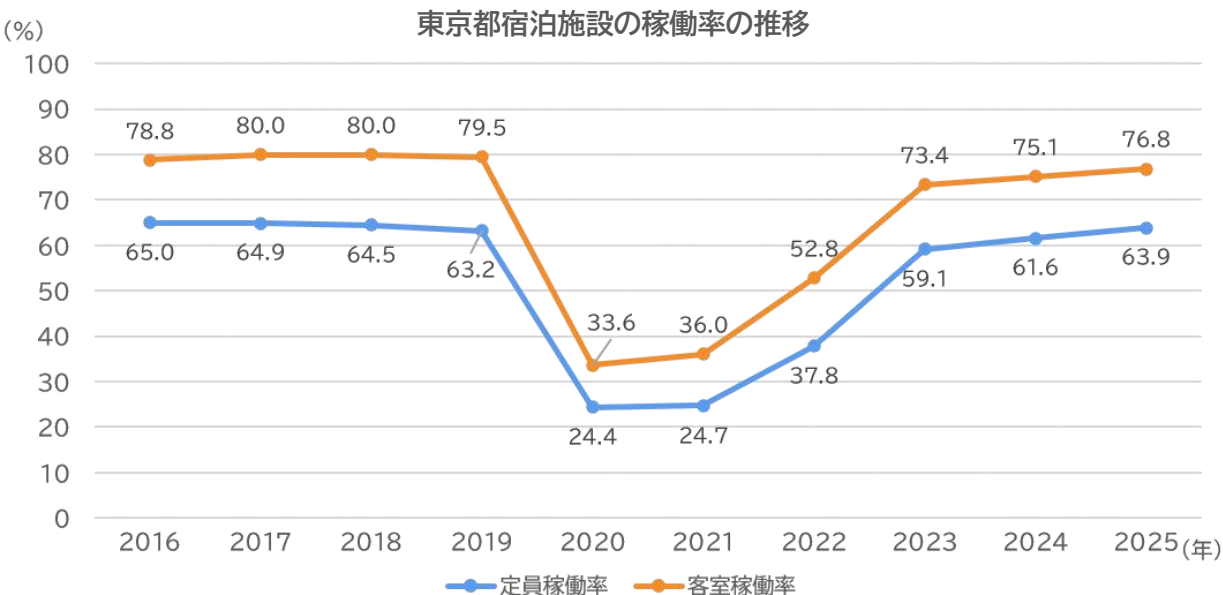


出典：観光庁「インバウンド消費動向調査(2016年～2025年)」表1-3

③ 東京都内宿泊施設の稼働率

2025年における東京都の宿泊施設稼働率は、客室稼働率が76.8%、定員稼働率が63.9%となっている。コロナ禍の影響を受けた2020年に客室稼働率が33.6%、定員稼働率が24.4%まで急落した後、2022年以降は急速な回復を見せており、2025年にはコロナ禍前の水準(2019年:客室稼働率79.5%、定員稼働率63.2%)に近い状態まで回復している。

この結果に対する背景の推測として、客室稼働率の推移は、国内外からの観光客やビジネス客による宿泊需要が、コロナ禍以前の宿泊需要がおおむね回復していることを示していると考えられる。また、定員稼働率については、2025年の定員稼働率(63.9%)が2019年(63.2%)を上回っており、宿泊施設全体の収容能力に対する利用率が高まっていることを示している。その背景には宿泊需要の拡大に加え、宿泊施設の運用効率の向上などが影響していると考えられる。また、月別データを見ても、2025年は年間を通じて客室稼働率が70%台半ば以上で推移しており、季節による需要の変動が小さく通年で高い稼働率を維持していることがうかがえる。このことから、東京都の宿泊市場はコロナ禍からの回復段階をほぼ終え、需要が高く安定した段階に入っていると考えられる。



定員稼働率

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	年計
2016年	59.2	63.8	67.0	69.1	63.6	62.3	66.3	67.4	63.3	65.7	64.8	67.4	65.0
2017年	58.7	61.3	67.7	70.1	64.6	62.1	66.5	68.7	62.7	64.7	64.6	64.4	64.9
2018年	55.3	63.0	65.7	67.9	62.1	63.5	66.7	69.3	64.7	64.0	65.9	65.7	64.5
2019年	56.9	62.0	65.7	70.0	62.9	61.3	64.0	65.6	61.3	61.2	64.4	62.8	63.2
2020年	57.6	47.8	23.0	11.1	9.5	14.8	15.8	17.0	18.9	25.2	29.7	26.4	24.4
2021年	15.6	18.5	22.2	22.2	18.6	21.6	29.3	26.8	23.0	27.1	32.3	37.6	24.7
2022年	26.1	27.2	31.1	34.6	34.4	36.2	36.4	36.8	36.6	44.6	51.1	56.7	37.8
2023年	48.5	52.9	58.7	59.9	56.9	58.4	59.2	61.9	59.4	63.8	65.0	64.8	59.1
2024年	54.4	60.3	63.4	63.8	61.6	61.0	61.8	60.4	58.6	63.7	63.8	63.9	61.6
2025年	60.4	62.5	64.3	66.8	64.9	62.4	61.7	64.6	62.6	65.4	65.1	65.7	63.9

客室稼働率

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	年計
2016年	72.6	78.9	80.9	83.3	75.0	76.9	78.5	78.9	78.7	81.0	81.4	79.9	78.8
2017年	72.3	78.2	83.7	85.4	78.2	77.8	80.6	79.6	80.0	82.2	82.2	77.1	80.0
2018年	70.8	81.0	80.4	84.2	77.9	79.5	81.1	80.3	81.1	81.4	83.5	79.0	80.0
2019年	71.7	80.4	82.5	85.3	78.4	77.0	79.4	78.8	79.2	80.1	82.9	78.4	79.5
2020年	72.4	64.0	31.1	17.0	14.2	22.2	23.2	23.4	27.4	35.4	41.0	37.0	33.6
2021年	22.9	27.2	31.8	33.2	27.0	31.6	43.9	39.7	33.9	40.0	47.7	52.1	36.0
2022年	37.2	39.8	44.5	51.4	49.7	51.9	51.6	50.4	51.8	62.7	70.2	71.6	52.8
2023年	61.9	68.7	72.9	75.8	71.1	73.3	73.8	73.9	74.6	78.7	79.9	76.6	73.4
2024年	66.3	74.5	76.9	78.3	74.8	74.8	74.9	71.6	72.5	78.3	78.7	76.6	75.1
2025年	71.6	76.0	76.5	79.4	77.9	74.0	73.8	75.0	77.1	81.2	80.5	78.9	76.8

出典：観光庁「宿泊旅行統計調査(2016年～2025年)」 第6表・第8表

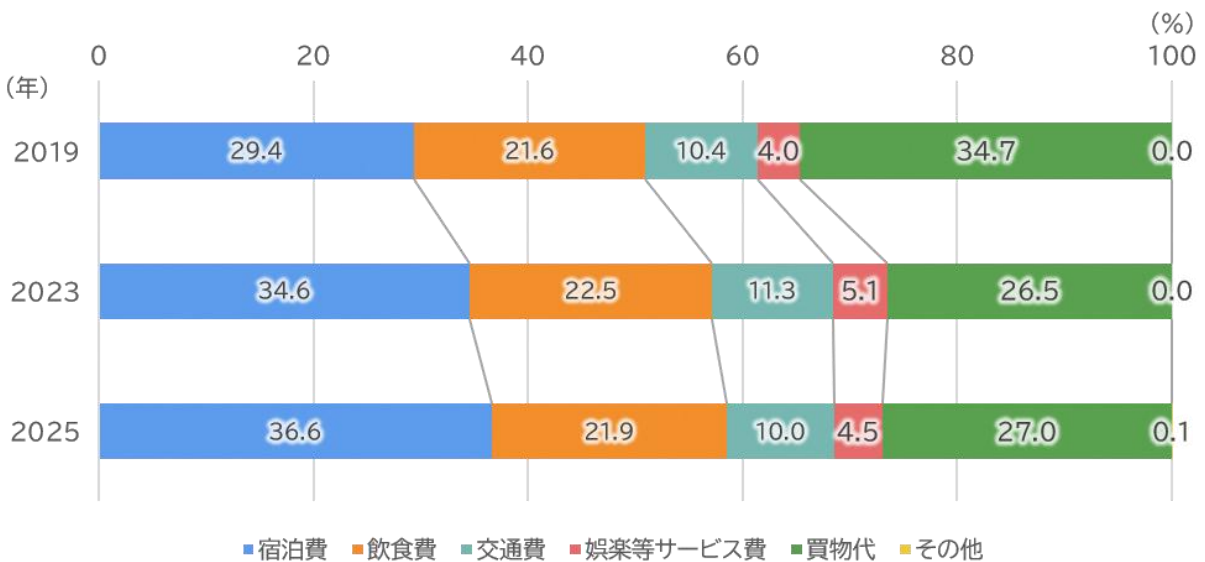
3. 観光需要に関する社会的変化

(1) 観光市場の構造変化

2019年から2025年にかけて、消費支出の構成には変化が見られる。2019年では、宿泊費29.4%、飲食費21.6%、娯楽等サービス費4.0%、買物代34.7%であり、買物代が最も高い割合を占めていた。一方、2023年には宿泊費34.6%、飲食費22.5%、娯楽等サービス費5.1%、買物代26.5%となり、宿泊費が最大項目となるとともに買物代の割合が低下している。2025年では宿泊費36.6%、飲食費21.9%、娯楽等サービス費4.5%、買物代27.0%となり、宿泊費がさらに増加し、全体として体験型消費の比率が高い状態が続いている。

この結果に対する背景の推測として、消費行動が「モノ消費」から「コト消費」へと移行している傾向がうかがえる。特に買物代の減少に対し、宿泊費を中心とした体験型消費の支出が増加していることは、所有する物よりも体験や時間の質を重視する価値観の広がりを示していると考えられる。また、飲食費が安定していることから、日常的な体験消費はすでに定着しつつあり、宿泊など非日常的な体験へと消費の重点が移っている可能性がある。

訪日外国人旅行消費額の費目別構成比



出典：観光庁「インバウンド消費動向調査」 2019年年間、2023年年間、2025年年間 調査結果の概要

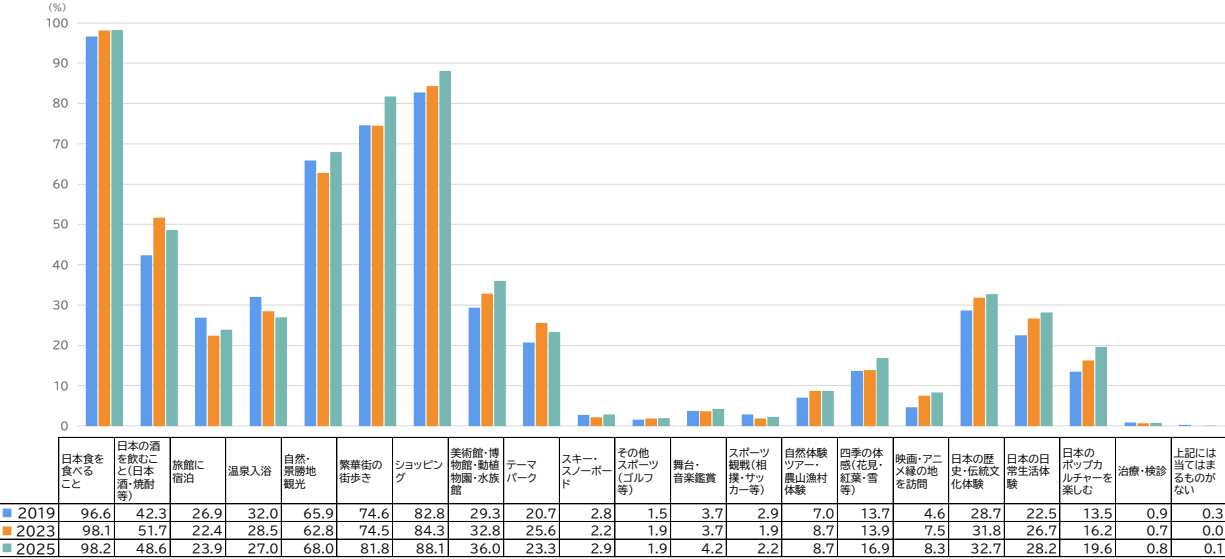
(2) 需要の多様化

「インバウンド消費動向調査」における「今回したこと」を2019年・2023年・2025年で比較すると、訪日旅行の内容がより体験志向へと変化していることが分かる。

まず「日本の日常生活体験」は2019年の22.5%から2025年には28.2%へと増加しており、また「自然体験ツアー・農山漁村体験」も7.0%から8.7%へと増加している。さらに「映画・アニメの舞台訪問」は4.6%から8.3%、「日本のポップカルチャー」は13.5%から19.6%へといずれも上昇している。加えて「美術館・博物館等」や「温泉入浴」なども緩やかな増加傾向が見られ、活動内容の幅が広がっている。

この結果に対する背景の推測として、訪日旅行においては観光地の訪問や買物といった従来型の行動に加え、日本の生活文化や地域性、さらにはポップカルチャーといった多様な“体験価値”への関心が高まっていると考えられる。特に日常生活体験の増加は、日本人の暮らしそのものを観光資源として捉える動きの広がりを示しているといえる。またポップカルチャーの増加は、アニメや映画などのコンテンツをきっかけに訪日する層の拡大を示唆しており、訪日動機の多様化が進んでいることがうかがえる。こうした傾向は、訪日旅行が単なる消費行動から、より深い文化理解や没入型の体験へと質的に変化していることを示している。

訪日外国人旅行消費額の費目別構成比



※実施年により以下の選択肢で一部記載が異なるが、同じ選択肢の扱いとして比較をしている。
・「自然体験ツアー・農山漁村体験」及び「自然体験ツアー・農山漁村体験」
・「治療・健診」及び「治療・検診」

出典：観光庁「インバウンド消費動向調査(2019年、2023年、2025年)」 参考3

第2章

観光入込客数及び観光消費額の推計

1. 調査内容

(1) 来訪者パラメータ調査

観光客数及び観光消費額の推計に使用するパラメータの取得を目的として、墨田区への来訪者に対しアンケート調査を実施した。

調査地点	墨田区内3地区4地点 ・ 押上地区(東京ソラマチ®) ・ 錦糸町地区(錦糸町駅前) ・ 両国地区(両国観光案内所付近・すみだ北斎美術館)
調査項目	来訪者属性(居住地、性別、年齢)、来訪目的、同行者、来訪回数、利用交通機関、観光消費額、満足度、印象、再来訪意向等
調査方式	調査員による対面聞き取り調査または調査票配布による自記式
調査時期	・ 第1回(第1四半期): 実施無し ・ 第2回(第2四半期): 令和7年5・6月 ・ 第3回(第3四半期): 令和7年7～9月 ・ 第4回(第4四半期): 令和7年10・11月
調査言語	日本語、英語、韓国語、中国語簡体字、中国語繁体字

(2) 東京都観光地点等入込客数調査

東京都が実施した観光地点等入込客数調査のうち、墨田区内における結果の提供を受け、属性(宿泊・日帰り、居住地、観光目的・ビジネス目的)の構成比及び属性別の消費額単価の算出に使用した。また、(1)調査の地点別サンプルサイズと(2)調査の入込客数の整合を図るための拡大係数の算出にも使用した。

(3) 携帯電話事業者の保有するモバイルデータ

携帯電話事業者の保有する人流データを取得し、墨田区への移動人口及び滞在人口を把握することにより、居住地(都内・都外・海外)別、宿泊・日帰り別の観光客数を推計した。また、同データから、観光客の墨田区内での滞在時間を算出した。

【参考】

観光統計の単位

観光統計にはいくつかの集計単位が存在するが、主な集計単位としては以下の2つがあり、いずれも重要な役割を果たす。以下に、それぞれの単位とその活用目的を示す。

単位		内容
実人数	I. 人回	観光地を訪れた実際の観光客の人数 →「観光入込客数」と呼ぶ。 …日帰りでも宿泊でも、観光客の1回の来訪を1人回と数える。
延べ人数	II. 人地点	観光地内の観光地点・施設を訪れた利用客数の合計人数 →「観光入込客」と呼ぶ。 …1人の観光客が複数の観光施設・地点を利用すると重複して計上される。 1人の観光客が3つの施設を利用すると、3人地点となる。

2. 調査結果

(1) 来訪者パラメータ調査

① 回収結果

調査時期	計画数	回収合計	都内在住者	都外在住者	海外在住者
1回目 (第1四半期)	—	—	—	—	—
2回目 (第2四半期)	900	921	341	296	284
3回目 (第3四半期)	900	913	384	269	260
4回目 (第4四半期)	900	935	322	257	356
回収計	2,700	2,769	1,047 (37.8%)	822 (29.7%)	900 (32.5%)

※ 1回目(第1四半期)は調査実施無しのためblankとしている。

② 観光・ビジネス構成比及び消費額単価の算出

来訪者パラメータ調査の結果を基に、東京都観光地点等入込客数調査の結果を用いて、観光目的・ビジネス目的の構成比及び消費額単価を算出した。なお、観光庁の「共通基準」に基づき、観光目的には、ビジネス目的以外の「帰省・知人来訪」、「その他」を含んでいる。

■ 観光・ビジネス構成比

区分	日帰り客		宿泊客	
	観光目的	ビジネス目的	観光目的	ビジネス目的
都内在住者	97.3%	2.7%	99.4%	0.6%
都外在住者	98.3%	1.7%	97.1%	2.9%
海外在住者	98.8%	1.2%	98.4%	1.6%

■ 属性別消費額単価

区分	日帰り客		宿泊客	
	観光目的	ビジネス目的	観光目的	ビジネス目的
都内在住者	5,857 円	2,341 円	14,654 円*	60,000 円*
都外在住者	7,554 円	5,643 円*	24,866 円*	39,315 円
海外在住者	13,255 円	8,022 円*	95,149 円	19,008 円

※ 一部属性(*)については、来訪者パラメータ調査の性質上、必要十分なサンプルサイズの確保ができないため推計値に大きな誤差が含まれる可能性がある。

【参考】パラメータ算出方法

構成比	観光地点パラメータ調査から推計 同行者数を含めた属性別サンプルサイズを観光地点の入込客数で重み付けしたシェア $\text{属性別構成比} = \frac{\text{属性別のサンプルサイズ}}{\text{サンプルサイズ}}$ $\text{属性別のサンプルサイズ} = \sum_{i=1}^m \left(\frac{N_i}{n_i} \times \text{第 } i \text{ 調査地点の属性別のサンプルサイズ} \right)$ $\text{サンプルサイズ} = \sum_{i=1}^m \left(\frac{N_i}{n_i} \times \text{第 } i \text{ 調査地点の全属性のサンプルサイズ} \right)$ N : 調査対象地点の観光入込客数の合計 N_k : 属性 k の調査対象地点の観光入込客数の合計 m : 調査対象地点数 N_i : 第 i 調査地点の観光入込客数 n_i : 第 i 調査地点のサンプルサイズ n_{ik} : 第 i 調査地点の属性 k のサンプルサイズ
観光消費額単価	観光地点パラメータ調査から推計 消費額を同行者数と観光地点の入込客数で加重平均 $\text{属性別観光消費額単価} = \frac{1}{N_k} \sum_{i=1}^m \frac{N_i}{n_i} \sum_{j=1}^{n_{jk}} \text{サンプル } j \text{ の属性別観光消費額単価}$

※出典:観光庁「観光入込客統計に関する共通基準」第4章

(2) 携帯事業者の保有するモバイルデータ

携帯事業者の保有するモバイルデータから、居住地別・日帰り・宿泊別の観光客数(実人数)を算出した。
また、同データから、日帰り客の滞在時間、宿泊客の宿泊数を算出した。

① 観光客数(実人数)

(人)

区分	日帰り客	宿泊客
都内在住者	3,889,680	264,480
都外在住者	8,938,437	1,153,812
海外在住者	1,994,640	826,330

3. 観光客数(実人数)及び消費額の推計

(1) 推計フロー

各種調査から得られたデータを用いて、以下のとおり属性別の観光客数及び消費額を推計した。

① 観光客数(実人数)

(人)

区分	日帰り客	宿泊客	計
都内在住者	3,889,680	264,480	4,154,160
都外在住者	8,938,437	1,153,812	10,092,249
海外在住者	1,994,640	826,330	2,820,970
計	14,822,757	2,244,622	17,067,379

(観光客数を観光・ビジネス構成比に投入)

② 観光・ビジネス構成比

区分	日帰り客		宿泊客	
	観光目的	ビジネス目的	観光目的	ビジネス目的
都内在住者	97.3%	2.7%	99.4%	0.6%
都外在住者	98.3%	1.7%	97.1%	2.9%
海外在住者	98.8%	1.2%	98.4%	1.6%

(観光客数×観光・ビジネス構成比)

③ 属性別 観光客数(実人数)

(人)

区分	日帰り客 14,822,757		宿泊客 2,244,622		合計
	観光目的	ビジネス目的	観光目的	ビジネス目的	
都内在住者	3,783,186	106,494	262,991	1,489	4,154,160
都外在住者	8,784,575	153,862	1,120,638	33,174	10,092,249
海外在住者	1,971,177	23,463	813,038	13,292	2,820,970
計	14,538,938	283,819	2,196,667	47,955	17,067,379

④ 属性別 観光消費額単価

(円)

区分	日帰り客		宿泊客	
	観光目的	ビジネス目的	観光目的	ビジネス目的
都内在住者	5,857	2,341	14,654	60,000
都外在住者	7,554	5,643	24,866	39,315
海外在住者	13,255	8,022	95,149	19,008



(属性別 観光客数(実人数)
× 属性別 観光消費額単価)

⑤ 属性別 観光消費額

(百万円)

区分	日帰り客		宿泊客		計
	観光目的	ビジネス目的	観光目的	ビジネス目的	
都内在住者	22,158	249	3,854	89	26,350
都外在住者	66,357	868	27,866	1,304	96,395
海外在住者	26,127	188	77,360	253	103,928
計	114,642	1,306	109,079	1,646	226,673

(2) 推計結果

① 観光客数(実人数)

(千人)

区 分	合 計	内 訳		
		都内在住者	都外在住者	海外在住者
墨田区全体	17,067.4	4,154.2	10,092.2	2,821.0
観光目的	16,735.6	4,046.2	9,905.2	2,784.2
ビジネス目的	331.8	108.0	187.0	36.8
宿泊客	2,244.6	264.5	1,153.8	826.3
観光目的	2,196.7	263.0	1,120.6	813.0
ビジネス目的	48.0	1.5	33.2	13.3
日帰り客	14,822.8	3,889.7	8,938.4	1,994.6
観光目的	14,538.9	3,783.2	8,784.6	1,971.2
ビジネス目的	283.8	106.5	153.9	23.5

② 観光消費額

(百万円)

区 分	合 計	内 訳		
		都内在住者	都外在住者	海外在住者
墨田区全体	226,673	26,350	96,395	103,928
観光目的	223,721	26,012	94,222	103,487
ビジネス目的	2,952	339	2,173	441
宿泊客	110,726	3,943	29,170	77,612
観光目的	109,079	3,854	27,866	77,360
ビジネス目的	1,646	89	1,304	253
日帰り客	115,947	22,407	67,225	26,315
観光目的	114,642	22,158	66,357	26,127
ビジネス目的	1,306	249	868	188