

2025 年 7 月 11 日 全 6 頁

国内旅行消費、押し上げの鍵は「分散化」

国・自治体・企業の連携で旅行の時期を分散し費用減と混雑の緩和を

経済調査部 エコノミスト 菊池 慈陽

[要約]

- 国内旅行に関する物価指数を試算すると、2023 年 4-6 月期から消費者物価指数（CPI）を大きく上回って上昇している。人件費の上昇などを背景とした宿泊費の高騰が主因である。
- 試算した物価指数で実質化した 2024 年の国内旅行消費は、19 年の水準を僅かながら上回った。だが年齢層別に見ると、60 代以上では下回ったままである。30～50 代はコロナ禍前に比べて旅行に行く人と行かない人で二分化し、60 代以上は旅行に行かない人の割合が高まるという変化も見られる。
- 今後、実質国内旅行消費は増加が続くとみられる。ただし、コロナ禍からの回復局面は概ね終了したこともあり、増加ペースは鈍化するだろう。消費をより喚起するために、旅行の行き先や時期・時間帯を分散する取り組みが重要だ。金銭面の負担や過度な混雑が改善され、旅行控えを減らす効果が期待できる。

なぜ国内旅行消費に注目するのか

コロナ禍を経て、国内旅行の消費はどのように変化したのだろうか。観光庁統計に基づく、2024 年の観光消費全体における国内旅行消費の割合は 75.6%だった。インバウンド消費が近年急増し関心が高まる中でも、国内旅行消費は依然として観光業の大部分を占める。地方創生の観点でも、小規模自治体を中心に観光業を主力産業とする市区町村が多い¹ため、国内旅行消費は重要なテーマだといえよう。

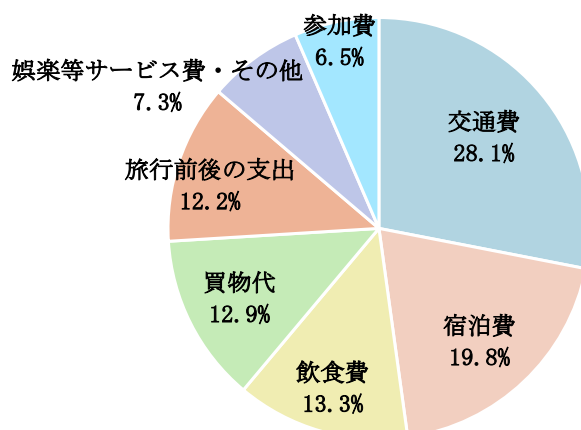
本稿では、国内旅行消費の現状と先行きを年齢層別に示す。消費額から消費の動向を探る前に、初めに消費を左右する旅行の物価の動向を見ていこう。

¹ 詳細は、鈴木文彦「[地方創生 10 年 人口減に歯止めをかける小規模自治体の所得向上戦略](#)」（大和総研レポート、2024 年 8 月 20 日）を参照。

宿泊費の高騰を背景に国内旅行関連物価は 2023 年 4-6 月期から上昇傾向

まず、国内旅行では何がどれだけ消費されているのか、内訳を見ていこう（図表 1）。直近の 2024 年で最も大きな割合を占める費目は交通費で、次いで宿泊費、飲食費だった。これらを合わせると全体の 6 割ほどを占めており、国内旅行に関する物価は交通費や宿泊費、飲食費の影響を受けやすいことが分かる。

図表 1 国内旅行消費額の内訳（2024 年）

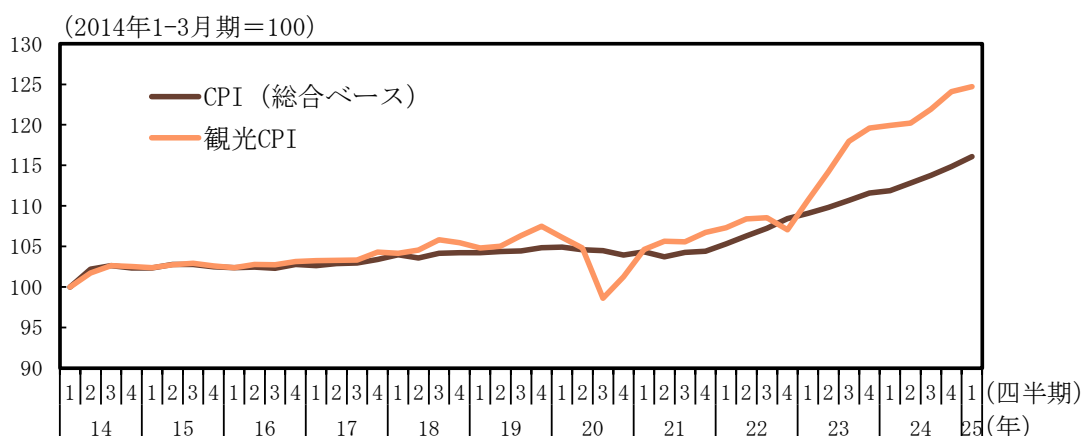


（出所）観光庁統計より大和総研作成

分析にあたり、国内旅行で消費する財・サービスの平均的な価格水準を表す指数（観光 CPI）を作成した。総務省が公表する消費者物価指数（CPI）は、600 近い品目の価格指数を基準年の消費額で加重平均して作成されている。これらの品目のうち、旅行中や旅行前後に消費するものを対応させ、コロナ禍直前の 2019 年の消費額で加重平均した。

観光 CPI と CPI（総合ベース）の推移を比較したものが図表 2 である。CPI（同）は 2021 年頃まで概ね横ばいで、22 年以降緩やかに上昇している。観光 CPI はコロナ禍などの時期に振れが見られるものの、22 年頃までは概ね CPI（同）に沿って推移してきた。しかし 23 年 4-6 月期以降は、観光 CPI が CPI（同）を大きく上回って上昇している。

図表 2 観光 CPI と CPI（総合ベース）の推移



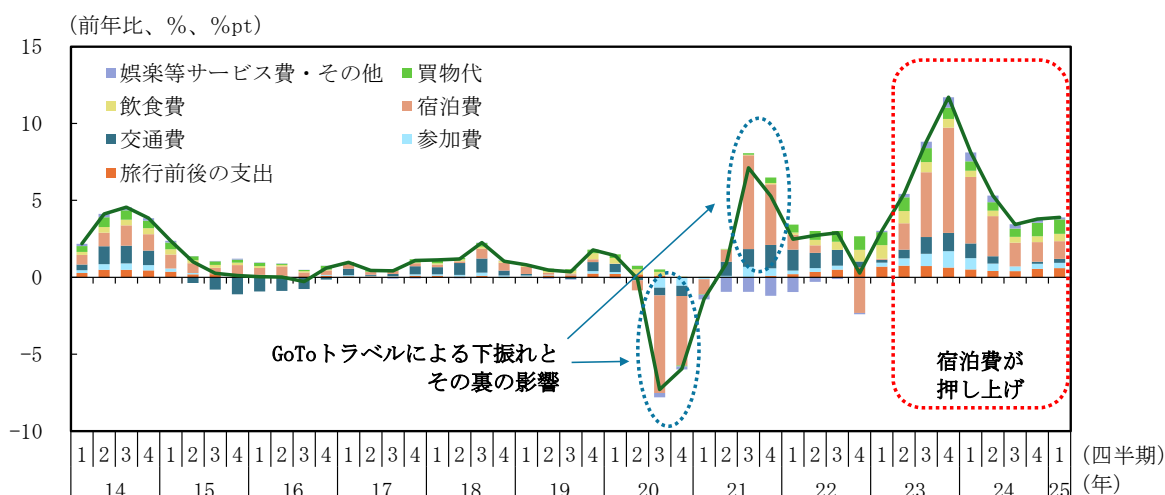
（注）CPI（総合ベース）は季節調整値。「観光 CPI」は観光庁の旅行・観光消費動向調査と CPI とで品目を対応させ、2019 年の消費額で加重平均した国内旅行消費の物価指数で、大和総研による季節調整値。

（出所）総務省、観光庁統計より大和総研作成

2023 年 4-6 月期以降に観光 CPI を押し上げた要因は何だろうか。それぞれの費目が観光の物価全体をどの程度押し上げたのかを見るため、観光 CPI の前年比変化率を費目別に寄与度分解した（図表 3）。全ての費目が上昇に寄与しているが、最も押し上げたのは宿泊費だ。

宿泊費高騰の背景には、人件費の上昇がある。宿泊業では国内需要がコロナ禍で大きく減少した後に急速に回復したほか、インバウンド需要も急伸している。労働需要の増加のスピードに供給が追い付かず、人手不足が深刻化したことで積極的な賃上げの動きが広がった。特に 2023 年以降は、パートタイム労働者の賃金上昇が目立つ²。その結果、増大した人件費を宿泊費に転嫁する動きが進んでいるとみられる。

図表 3 観光 CPI の費目別寄与度分解（四半期）



（注）「観光 CPI」は観光庁の旅行・観光消費動向調査と CPI とで品目を対応させ、2019 年の消費額で加重平均した国内旅行消費の物価指数。なお、参加費については、CPI の品目ではなく参加費を除いた観光 CPI を対応させた。

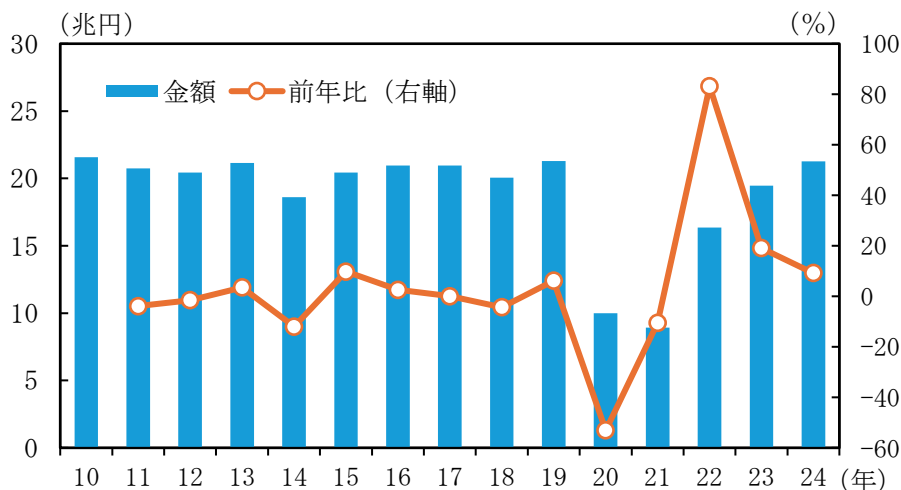
（出所）総務省、観光庁統計より大和総研作成

² 詳細は、株式会社ナウキャスト「『HRog 賃金 Now』で見る宿泊業の賃金・求人動向および賃金上昇と宿泊料の関係について」（2024 年 3 月 13 日）を参照。

国内旅行消費は実質額で見てもコロナ禍前の水準まで概ね回復

続いて、物価の影響を除いた実質消費額から国内旅行の動向を見ていこう。前出の観光 CPI を用いて実質化した 2024 年の国内旅行消費額は 19 年を僅かながら上回った（図表 4）。23 年春からの物価上昇の影響を調整しても、全体としてはコロナ禍前の水準まで回復したといえる。

図表 4 実質国内旅行消費額の推移と前年比

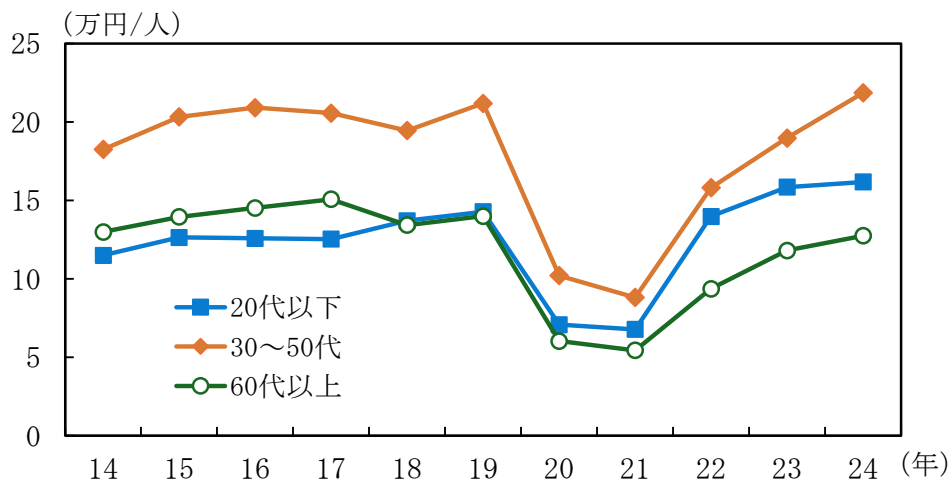


(注) 大和総研作成の観光 CPI で実質化。

(出所) 観光庁、総務省統計より大和総研作成

ただし、実質国内旅行消費額を年齢層別に見ると、回復の度合いは大きく異なる（図表 5）。20 代以下はコロナ禍前を上回っている。コロナ禍からの回復が早く、2022 年の時点で 19 年の水準までほぼ回復していた。その後、24 年にかけては緩やかに増加した。30～50 代も、僅かながらコロナ禍前を上回っているが、20 代以下と比較すると回復のペースは遅かった。他方、60 代以上は依然としてコロナ禍前を下回る。他の年齢層と同様に 22 年から回復が続いているが、そのペースは低下している。

図表 5 年齢層別の 1 人あたり実質国内旅行消費額の推移（暦年）



(注) 大和総研作成の観光 CPI で実質化。

(出所) 観光庁、総務省統計より大和総研作成

20 代以下は宿泊旅行への意欲が高い／30 代以上は宿泊旅行に行く人の割合が低下

各年齢層で国内旅行消費額の回復度合いが大きく異なる背景を探るため、旅行経験率と旅行平均回数に着目する（図表 6）。旅行経験率は、年間で宿泊旅行を 1 回以上した人の割合を指す。また、ここで集計した旅行平均回数は、年間で宿泊旅行を 1 回以上した人に限定している（日帰り旅行を含まない）。

2024 年における 20 代以下の旅行経験率は 19 年差▲1.3%pt と小幅に低下し、旅行平均回数は同+0.05 回とほぼ横ばいだった。コロナ禍前後で大きな変化は見られなかった。

30～50 代は旅行経験率が 2019 年差▲3.9%pt だった一方、旅行平均回数は同+0.25 回と他の年齢層よりも増加した。つまり、宿泊旅行に行かない人の割合は上昇した一方、宿泊旅行に行く人は平均的に回数が増加しており、よく行く人と全く行かない人とで二分化が見られた。

60 代以上は旅行経験率が 2019 年差▲7.2%pt と大きく低下した。他方、旅行平均回数は同▲0.07 回とほぼ横ばいだった。つまり、宿泊旅行に行かない人の割合が上昇したことが分かる。

図表 6 年齢層別の国内宿泊旅行の頻度

	20代以下	30～50代	60代以上
旅行経験率	やや低下	低下	大きく低下
旅行に行った人の割合	73.6%→72.2%	64.8%→60.9%	49.6%→42.4%
旅行経験者の旅行平均回数	ほぼ横ばい	増加	ほぼ横ばい
旅行に行った人の旅行平均回数	3.78回→3.83回	4.52回→4.77回	3.40回→3.33回
結論	コロナ禍前後で大きな変化はなし	旅行に行く人と行かない人で二分化	旅行に行かない人の割合が上昇

（注）数値は 2019 年から 24 年への変化。

（出所）観光庁、総務省統計より大和総研作成

国内旅行消費は回復局面が終了も増加が続こう／旅行の行き先・時期・時間帯の分散を

先行きの国内旅行消費は、2026 年頃にかけて増加が続くだろう。60 代以上を除き、実質国内旅行消費額はコロナ禍前の水準を上回っており、コロナ禍からの回復局面は概ね終了したとみられる。このため、増加ペースは徐々に低下し、実質消費額は前年比で 24 年の+9.2%を下回ると見込んでいる。主な押し上げ要因は、賃上げなどによる所得の増加だ。他方、旅行の費用が高騰するリスクには注意が必要だ。宿泊費などの価格がさらに上昇して旅行が割高になれば、旅行を控える動きが広がる恐れがある。年齢層別では、今後最も増加が期待できるのは 30～50 代で、次いで 60 代以上だ。

10～20 代は緩やかな増加にとどまるだろう。消費額はコロナ禍前の水準を上回っており、旅行経験率もコロナ禍前とほぼ同水準のため、回復局面は終了したといえよう。そのため、他の年齢層より増加の余地は小さいと考えられる。他方、初任給が上昇傾向にあるなど、賃上げが期待される点は好材料だ。所得環境の改善が今後の旅行消費を押し上げる要因となるだろう。

30～50代は増加する見込みだ。実質消費額は回復している一方、旅行経験率がコロナ禍前より低下している。そのため、旅行への意欲はあるが実現できていない人が旅行に行けるようになることが課題だろう。「国内宿泊旅行ニーズ調査」（リクルート ジャらんリサーチセンター調べ）（2025年4月時点）によると、宿泊旅行への意欲が低い理由（複数回答）として「金銭的な余裕がないから」を挙げた人が41.5%と、他の年齢層より多かった。よって、賃上げなどを通じた家計の所得環境の改善が鍵となるだろう。加えて、旅行の費用を抑える対策が有効だ。お盆やゴールデンウィークなど割高な時期の旅行を諦めていた人が、旅行シーズン以外に休暇を取得し旅行に行ける環境が整えば、消費額の増加が期待される³。

60代は緩やかに増加するだろう。実質消費額や旅行経験率がコロナ禍前の水準まで戻っていないため、回復の余地が残されているとみている。上記調査によると、宿泊旅行への意欲が低い理由として「混雑しそうだから」を挙げた人が19.2%と、他の年齢層より多かった。高齢層では混雑が旅行への意欲を削いでおり、旅行控えの一因となっているようだ。

30代以上を中心に旅行消費の回復を妨げているのは、金銭面の負担や過度な混雑である。これに対し、旅行の行き先・時期・時間帯を分散する施策が求められるが、中でも時期の分散については、地方自治体だけでなく国や企業の協力が不可欠だ。現状では限られた時期でしか休暇を取得できない労働者が多いため、地方自治体が比較的空いている時期の誘客を図っても効果は限定的だろう。国と企業は「ポジティブ・オフ」運動⁴などで自由度の高い休暇取得を推奨しているが、依然として十分な成果が上がっていない。国、地方自治体、企業がより密に連携し、旅行の分散化をさらに推進することで金銭面の負担や混雑が緩和されれば、旅行控えの解消に繋がるだろう。

³ ただし、旅行シーズンの混雑が緩和され価格が低下したり、割高な時期から割安な時期に旅行のタイミングを切り替える人が増加したりすれば、単価が下がり全体の消費額が下押しされる可能性がある。

⁴ <https://www.mlit.go.jp/kankocho/positive-off/about.html>