

Tourism Journal

発行所：ツーリズム総合研究所

〒100-0005 東京都千代田区丸の内3-2-2 丸の内二重橋ビル2階
<http://www.tri-jp.net> E-mail: media@tri-jp.net

米ESTA申請SNS情報提出義務化 トランプ政権の新規制案が投げかける課題

米国税関・国境警備局(CBP)は12月10日、ビザ免除プログラム(VWP)を利用する外国人旅行者に対し、ESTA申請時に過去5年分のSNS履歴等の提出を義務化する規制案を連邦官報に公表した。日本を含む42カ国が対象となる同提案が実施されると、日本人訪米旅行者に直接影響を及ぼす可能性があり、旅行業界にとっては重大な政策変更となる。同規制案の詳細と実現可能性、日本の旅行業界への具体的な影響について詳細に分析する。

規制案、まだ施行されていない事実

まず、同規制案は現時点では「提案」段階にある。CBPが12月10日に連邦官報に掲載したのはあくまで規制案であり、今後60日間のパブリックコメント期間を経て、行政管理予算局(OMB)の承認を得る必要がある。したがって、実際の施行は早くとも2026年2月以降となり、具体的な実施時期は不透明な状況だ。

今後、パブリックコメント期間中に、旅行業界団体や関係者が実務上の課題や経済的影響を指摘し、規制案の修正や緩和を求める機会が残されている。実際、過去にも連邦官報に掲載された規制案が、パブリックコメントを受けて大幅に修正されたり、実施が延期されたりした事例は少なくない。ただし、トランプ政権が国家安全保障を最優先課題として掲げている現状を考えると、何らかの形で実施は避けられないという認識も必要だ。



提案要件、これまでと次元異なる情報収集

今回の規制案では、情報の範囲を極めて詳細に要求している。現在のESTA申請では、SNSアカウント情報の提供は「任意」とされており、記入しなくても申請は可能だった。しかし新規制案では、これが「必須」項目となる。

具体的には、過去5年分のSNSアカウント情報として、使用しているプラットフォーム名(Twitter/X、Facebook、Instagram、

TikTok等)とアカウント名の提出が求められる。さらに、過去5年間に使用したすべての電話番号、過去10年間に使用したすべてのメールアドレス(業務用を含む)の提出も義務化される。

加えて、家族情報の詳細な提出が要求される。両親、配偶者、兄弟姉妹、子供の氏名、生年月日、出生地、居住地、過去5年間に使用した電話番号まで求められる可能性がある。さらに、電子的に提出された写真のメタデータ、そして将来的には生体認証データ(顔、指紋、DNA、虹彩)の提出可能性まで言及している。

この情報要求の範囲は、従来のESTA申請とは比較にならないほど広範かつ詳細だ。旅行者の本人確認という範囲を大きく超えた包括的な個人情報の収集と言える。これは2025年1月にトランプ大統領が署名した大統領令14161「外国人テロリストおよび国家安全保障・公共安全への脅威からの米国の保護」に基づくもので、政権の入国審査厳格化の姿勢を象徴する政策と位置づけられている。

実現の可能性、技術的・運用的に課題

この規制案は本当に実現可能か。技術的、運用的な観点から検証する。

まず、CBPが年間数千万件に及ぶESTA申請で収集される膨大なSNS情報を実際にどう審査するのかという根本的な問題がある。連邦官報の提案では、審査の具体的な方法については言及されていない。人工知能を活用した自動審査システムを構築するのか、それとも人的リソースを大幅に増強するのか。いずれにしても、日本語を含む多言語のSNS投稿を適切に評価する体制の構築は容易ではない。

また、申請者が意図的に情報を隠蔽したり、虚偽の申告をしたりすることを完全に防ぐことは技術的に困難だ。複数のアカウントを持つユーザーが一部のアカウントのみを申告したり、非公開アカウントの存在を隠したりすることは比較的容易である。CBPがこれ

らをどの程度まで検証できるのかは疑問が残る。

一方で、過去の事例を見ると、2019年からビザ申請時にSNS情報の提出が義務化された際も、当初は実効性に疑問の声があったものの、実際には運用されている。また、2025年6月には学生ビザ申請者に対してSNSアカウントの公開設定を求める措置も導入されており、トランプ政権は段階的にSNS監視体制を強化してきた。この文脈で考えれば、ESTA申請でのSNS情報義務化も、完璧な運用は困難としても、何らかの形で実施される可能性は高いと見るべきだろう。

日本人渡航者に影響、心理的ハードル上昇

同規制案が実施された場合、日本人の訪米旅行にどのような影響が出るのか。最も大きな影響は、申請手続きの複雑化による心理的ハードルの上昇である。

現在のESTA申請は、パスポート情報や簡単な質問項目を入力するだけで、多くの場合は数分から数時間で承認される。申請自体も15~20分程度で完了する比較的簡素なプロセスだ。しかし、新規制では過去5年分のSNSアカウント、電話番号、メールアドレスを洗い出して申告する必要がある。とくに中高年層にとっては、過去に使用した電話番号やメールアドレスを正確に思い出すことすら困難な場合がある。

さらに深刻なのは、SNS投稿内容に対する不安である。過去5年間に政治的な発言や米国の政策に批判的な投稿をしたことがある人は少なくないだろう。これらの投稿が審査にどう影響するのか、入国を拒否される可能性はあるのかといった不安が旅行意欲を減退させる可能性がある。実際、既に学生ビザで導入されているSNS審査では、「米国の文化、政府、理念に対する敵対的姿勢」が審査対象とされており、観光客にも同様の基準が適用される可能性は否定できない。

申請から承認までの時間も問題だ。現在は緊急の旅行でも対応可能な迅速な審査体制が

整っているが、詳細な情報審査が必要になれば、承認までに数日から数週間を要する可能性がある。急な出張や旅行が事実上不可能になるかもしれない。

旅行業界は負担増大、個人旅行にハードル 訪米旅行に嫌気、他国にシフト進むか

旅行業界への影響は多岐にわたる。まず、米国方面の旅行商品の販売において、従来よりも大幅に長い準備期間が必要になる。現在は出発の1～2週間前でも予約・手配が可能だったが、ESTA申請と承認に時間がかかる可能性を考えると、最低でも出発の3～4週間



前、安全を見れば2～3カ月前には予約を確定させる必要が出てくる。早期予約割引を主力とする旅行会社への影響は限定的かもしれないが、直前予約が多いオンライン旅行会社や急な出張手配を扱う法人営業部門には大きな打撃となる。

また、顧客対応の負担も増大する。従来のESTA申請は比較的簡単だったため、旅行会社は基本的な説明をするだけで済んだ。しかし、新規制下では顧客が過去5年分の情報を正確に収集するサポートや申請内容のチェック、承認遅延時の対応など、きめ細かなサー

ビスが求められる。とくに、高齢者や外国語に不慣れな顧客に対しては、実質的に申請代行に近いレベルのサポートが必要になる可能性がある。ただし、ESTA申請の代行には法的な制約があるため、どこまでサポートできるかは慎重な検討が必要だ。

さらに懸念されるのは、訪米旅行そのものの需要減退である。いくらロサンゼルス・ドジャースの試合が見たくても、プライバシーへの懸念や申請の煩雑さから、「それなら他の国に行こう」と考える層が一定数出現することは避けられない。とくに、若年層のSNSヘビーユーザーは、自分の投稿履歴を政府に提出することに強い抵抗感を持つだろう。業界関係者の間では、実施初年度で5～15%程度の需要減少を見込む声もある。2000年には年間500万人を超えた日本人訪米旅行者も2024年は184万人まで落ち込んでいるが、そのうち9万～28万人が他の目的地にシフトする可能性がある。

ハワイ・グアム市場への特別な影響

また、同規制案はハワイやグアムなどのとくに日本人が好むリゾート市場に大きな影響を与える可能性がある。これらの目的地は、家族連れや新婚旅行者など、比較的にカジュアルな旅行者の割合が高い。彼らにとって、詳細な個人情報の提出や家族情報の申告は、心理的ハードルが高いと感じられるだろう。

ハワイやグアムのポジショニングが揺らぐことで、競合するバリ、プーケット、モルディブ、国内の沖縄などへの需要シフトが加速することも考えられる。とくにグアムは、日本からの距離の近さと手軽さが最大の魅力なだけに、入国手続きの複雑化は大きなマイナス要因となりかねない。

2026年W杯、2028年LA五輪への影響

前述の日本人選手が活躍するドジャースの試合はもとより、2026年にFIFAワールドカップが米国、カナダ、メキシコで共同開催され

る。日本からも多数の観戦ツアー客が見込まれているが、彼ら全員が新しいESTA要件をクリアする必要がある。大規模イベント時には通常でも入国審査が混雑するが、より厳格な事前審査が加わることで、さらなる混乱が予想される。

少し先だが、2028年のロサンゼルス五輪も同様だ。チケットを購入したからといって入国が保証されるわけではなく、一人ひとりがSNS情報を含む詳細な個人情報を提出し、審査を受ける必要がある。スポーツツーリズムを扱う旅行会社にとっては、これまで以上に慎重な顧客管理とリスク説明が求められる。

企業出張、コンプライアンスに新たな課題

ビジネス渡航、とくに企業の海外出張にも大きな影響が予想される。多くの企業は、従業員のSNS利用について詳細なガイドラインを持っていない。しかし、今後は米国出張を予定する従業員に対して、SNS投稿内容の事前チェックや、問題となりそうな投稿の削除を促すといった対応が必要になる可能性がある。

とくに、従業員の過去の投稿内容を企業がどこまで管理・監督すべきか、あるいはできるかという点が問題になる。個人のプライバシーと企業のリスク管理のバランスは、労務管理上の新たな課題となる。また、ESTA申請が不承認となった場合、代わりにB-1ビザ（商用ビザ）を取得するという選択肢もあるが、こちらは大使館での面接が必要で時間もコストも掛かる。急な出張が多い企業にとっては、業務効率の大幅な低下につながりかねない。

代替目的地への需要シフトの可能性

同規制案が実施されれば、「米国以外」の目的地への需要シフトが起こるかもしれない。とくに、入国手続きが比較的簡素な国々が受益者となるだろう。

ヨーロッパ諸国の多くは、日本人に対して

ビザ免除を認めており、ESTAのような事前申請も不要だ。2024年から導入予定だったEU域内への渡航者向け事前認証システムETIAS（欧州渡航情報認証制度）も、度重なる延期を経て2025年中の導入とされているが、米国のような詳細な個人情報要求は予定していない。

また、オーストラリアやカナダも電子渡航認証システム（ETA、eTA）を運用しているが、これらも比較的簡素な手続きで済む。東南アジア諸国も、観光客誘致に積極的で、ビザ免除や到着時ビザで対応している国が多い。

米国旅行を敬遠する層が、これらの目的地にシフトすることで、世界の観光地図が塗り替わる可能性すらある。日本の旅行業界としては、米国依存度を下げ、多様な目的地ポートフォリオを構築する必要性が高まる。

業界対応、パブコメと準備の並行

旅行業界は今、何をすべきか。まず重要なのは、2026年2月9日までのパブリックコメント期間を活用することだ。日本旅行業協会（JATA）などの業界団体が中心となり、同規制案が実務に与える影響を具体的に指摘し、より合理的な代替案を提示する。

例えば、SNS情報の提出を必須とするのではなく任意のまま維持すること、提出する情報の範囲を限定すること、審査期間の上限を設けること、承認の有効期間を現行の2年から延長することなど、実務的な改善提案は数多く考えられる。

また、日本政府を通じた米国政府への働きかけも重要だ。外務省や国土交通省・観光庁と連携し、日米間の観光交流の重要性や経済的影響を訴えることで、規制内容の緩和を求めることができる。

同時に、規制が実施されることを前提とした準備も並行して進める必要がある。顧客向けのFAQ作成、社内研修の実施、申請サポート体制の構築、予約締切の前倒し、キャンセルポリシーの見直しなどを行う。

また、米国以外の目的地の商品開発強化も急務だ。ヨーロッパやオセアニア方面の商品ラインナップの拡充など、米国市場への依存度を下げることは、リスク分散の観点からも重要な戦略となる。

日本版ESTAへの波及、相互主義の懸念

この問題は日本にとっても他人事ではない。政府は2028年度から「日本版ESTA(JESTA)」の導入を検討している。ビザ免除対象国からの訪日客に対して、事前にオンラインで渡航目的などを申告させ、審査する。

米国がSNS情報の提出を義務化すれば、相互主義の観点から、日本も同様の措置を取るよう求められる可能性がある。あるいは、他国が米国に追随してSNS情報収集を始めれば、それが国際標準となり、日本も導入せざるを得なくなるかもしれない。

もし日本が訪日客にSNS情報の提出を求めるようになれば、インバウンド観光にも大きな影響が出る。米国の今回の動きは、グローバルな観光の流れを変える転換点となるかもしれない。

安全優先でもプライバシー懸念

この規制案をめぐっては、セキュリティとプライバシーのバランスという根本的な問題がある。米国政府の立場は明確だ。トランプ大統領は12月10日、記者団に対して「われわれは安全が欲しい。間違った人たちが入国しないようにしたい」と述べており、国家安全保障が最優先課題であることを強調している。

一方、市民的自由を擁護する団体からは強い批判の声が上がっている。米国自由人権協会(ACLU)や電子フロンティア財団(EFF)は、この規制案が表現の自由を萎縮させ、無実の旅行者のプライバシーを侵害すると指摘している。特にEFFは、学生ビザで既に導入されているSNS公開要求について、「基本的なプライバシー保護を放棄させ、身元詐称者や第

三者に個人情報をさらす」と批判しており、同様の懸念が観光客にも当てはまると警告している。

実効性についても疑問の声がある。本当に危険な人物はSNSアカウントを隠したり、虚偽の情報を提出したりするだろう。一方で、何の問題もない普通の旅行者が、過去のちょっとした投稿を理由に入国を拒否されたり、長時間の尋問を受けたりする可能性がある。費用対効果の観点から見ても、膨大な情報を収集・審査する体制を構築することが、実際のセキュリティ向上にどれだけ寄与するのかは不透明だ。

トランプ政権なら施行するかもしれない アウトは米国以外、インは訪米客取込め

米国のESTA申請におけるSNS情報提出義務化案は、まだ施行されていない段階だが、その影響の大きさから、旅行業界は今から真剣に向き合う必要がある。

最も重要な点は、この規制案の動向を注視し続けることだ。パブリックコメントの内容や、OMBの審査状況、実施時期の発表など、情報収集を怠ってはならない。同時に、規制が実施されることを前提とした準備を着実に進めることも必要だ。

日本の旅行業界にとって、米国は依然として重要な市場である。しかし、入国手続きの複雑化によって需要が減退する可能性は否定できない。

同規制案がトランプ流の手法で、結局は実施しないだろうという楽観論もある。だが、トランプ政権ならやりかねないと考えたほうがいい。米国は日本と違って、全米旅行者という広大な国内旅行市場を持つ。中国も同様に、インバウンドに依存しない強固な内需マーケットを持っている。

日本はアウトバウンドでは、米国以外の海外旅行を促進する。インバウンドでは、米国訪問を予定していた旅行者を訪日旅行に取り込むぐらいのしたたかさがあっても良いのではないかと。追従する必要はない。

訪日観光は成長エンジン、免税制度不可欠 JSTOカンファレンス、成長戦略への危機感共有

ジャパンショッピングツーリズム協会(JSTO)が12月1日に都内で開催した「成長産業としての訪日観光カンファレンス」に約140人が参加した。カンファレンスでは、新政権下で観光立国が「成長戦略のメインポジション」から外れつつあるという危機感が指摘された。

新津研一代表理事は冒頭、「観光立国は岐路に立っている。1年ほど前から免税制度の見直しの話題が出てきたことに加え、新政権発足で観光立国が成長戦略のメインポジションから外れる事態となった」と述べ、業界が肌で感じている政策転換への警戒感を代弁した。



新津研一代表理事

日本観光振興協会の最明仁理事長も、11月4日に発表された日本成長戦略本部の17項目から観光と地方創生が消えたことについて、「表紙から消えるというのは結構大きなインパクトがある。正直言ってがっかりした」と率直に語った。

観光日本3位、価格以外16項目で高評価

カンファレンスでは、まず早稲田大学大学院 経営管理研究科の池上重輔研究科長・教授が基調講演した。池上氏は「世界の観光市場は1000兆円規模であり、国際観光市場だけでも約300兆円、年率約5%で成長している。2024年の訪日外国人旅行消費額は過去最高の8兆円を超え、自動車産業の輸出額に次ぐ規模に成長した」と指摘した。

池上氏は、日本が世界3位以上に入っている分野として自動車、観光、エンターテインメントを挙げた。2024年の世界経済フォーラム(WEF)トラベル・アンド・ツーリズム・ディベロップメント指標で日本は世界3位だ。



池上重輔研究科長・教授

池上氏は「価格は評価項目の一つに過ぎず、円安だから日本の観光が好調なのではない。文化資産、サービス品質、安全性など、価格以外の16項目で高評価を得ている。日本は価格競争力がなくても世界3位」と強調し、むしろ円安を利用して適正価格への移行を図るべきだと提言した。

池上氏は講演で、日本のコンテンツ力の高さを力説し、「ピカチュウ」「ハローキティ」など世界で最も稼ぐキャラクターを生み出していることを紹介。「観光はエンタメと親和性が高い」と指摘した。

にもかかわらず、なぜ観光は政策的に軽視されるのか。それは、観光が「目に見えにくい」産業だからだ。自動車なら工場があり、雇用があり、輸出実績がある。しかし、観光は宿泊、交通、飲食、小売、エンタメと裾野が広く、その経済効果は分散する。だからこそ、免税制度のような「見える化」された支援策が重要だ。

GDP5518億円減、税収270億円減

次に、EYストラテジー・アンド・コンサルティングの藤井洋樹シニアデータサイエン

ティストが、データ分析を発表した。それによると、免税制度が仮に廃止された場合、日本のGDPに与える影響は5518億円の減少、税収は270億円減少すると推計した。免税措置に



藤井洋樹氏

よる税収減を補おうとして制度を廃止すれば、かえって経済活動の縮小を通じた税収減を招く。財政健全化という目的に照らしても非合理的だ。

観光はショーケース、日本の輸出支える

パネルディスカッションで最明氏は、2013年に訪日客数が1000万人を超えて以降、緑茶の輸出額は7倍、味噌は2倍に急伸したと指摘。「観光が1つのショーケースになっている」として、訪日観光は単なる消費行為ではなく、日本の商品・サービスの「体験型マーケティング」の場だと観光産業の重要性を強調した。



最明仁理事長

また、最明氏は燕三条のオープンファクトリーの事例も紹介。「4日間で6万人が来場し、外国人客も多数。現場の声では『免税制度があるからたくさん買っていく』と聞いた。この制度が地方の消費を後押ししていることは間違いない」と指摘した。

百貨店免税売上、コロナ前2倍6400億円 観光は大都市よりも地方で高い効果発揮

日本百貨店協会の好本達也会長は、百貨店業界の劇的な回復を報告した。「コロナでは

ばゼロになった免税売上が、2019年の3400億円から2023年は6400億円と2倍になった」。

しかし、好本氏は免税制度の重要性を強調した。

「外客は富裕層で免税を気にしないという声もあるが、現場を見ているとお客は電卓を叩いて価格を計算している。為替レートを見ながら買い物をしている」。



好本達也会長

好本氏は、日本のショッピングの競争力として、コンテンツ力(伝統文化からポップカルチャーまで)、快適性(接客・サービスの質)、安全性(偽物がない)、価格(免税制度による競争力)を挙げ、「コンテンツはあるが、快適で安全で価格も適正。これが日本の強み。当たり前前に諸外国で導入されている消費税免税制度は必ず必要だ」と力説した。

免税制度の意義は、「値引き」ではなく、「日本が外国人観光客を歓迎している」というメッセージだと強調した。

また、オーバーツーリズムや顧客ニーズの変化、地域経営(DMO)のあり方などの課題に対しても、パネリストが具体的な対応事例を提示、課題を解決しながら、より高度な観光産業を育てる意欲を共有した。とくに、観光産業がもたらす効果は、直近では大都市圏よりも地方で高い成長率を示しており、観光が地域活性化・持続的成長の起爆剤となることをあらためて確認した。

2026年11月、リファンド方式導入へ

2026年11月1日から日本の免税制度が大きく変わる。政府は令和7年度税制改正大綱で、出国時に税関で持ち出しを確認してから免税店が消費税相当額を返金する「リファン

ド方式」への移行を正式決定した。同時に、一般物品と消耗品の区分廃止、消耗品の上限額(50万円)撤廃、特殊包装の廃止など、免税販売要件の大幅な緩和も実施される。

制度改正の背景には、国内転売などの不正利用がある。財務省・国税庁のデータによれば、2022年4月から2024年3月の2年間で、1億円以上の高額購入者690人のうち、税関が捕捉できたのはわずか1割。捕捉した者の9割超に消費税を賦課決定したが、ほぼ全てが納税資金を持たずに出国し、滞納となっている。免税購入総額2兆4979億円のうち、1億円以上の購入者だけで2332億円を占める状況だ。

リファンド方式の導入により、税関で持ち出し確認が行われるため、免税店の税務リスクは大幅に軽減される。空港では制限エリア外の一般エリアにキオスク端末を設置し、旅行者が旅券をスキャンすることで税関確認を完了させる。混雑緩和のため、Visit Japan Webを活用したオンライン手続や、自動

チェックイン機との連携も検討されている。

ただし、免税店や観光事業者からは免税制度の変更による「訪日旅行者の購買意欲の減退」や「店舗のシステム対応負担」などの懸念も示されている。

「世界に誇れる日本の免税システム」を

カンファレンスでは「客観的なデータに基づく議論が必要」として、EY Japanによる影響試算が示された。新津代表理事は「日本の経済成長のエンジンが訪日観光で、その軸となるのは免税制度。これをもっと広く他産業や国民、政府へ伝えていく必要がある」と呼びかけた。

リファンド方式への移行は、不正対策として必要な措置だ。同時に、この制度改正を契機として、観光を成長戦略の中核に位置づけ直すことが求められる。政府と業界団体が連携し、「世界に誇れる日本の免税システム」として完成させることが求められる。



「訪日観光カンファレンス」で成長戦略としての観光、免税制度の重要性などが議論された

雲上快晴

年末年始海外旅行100万人、コロナ前94% JTB見通し、日並びで20ポイントも回復するか

JTBは12月4日に発表した年末年始（2025年12月20日～2026年1月5日）の旅行動向見通しで、海外旅行者数を前年比31.5%増の100万人と予測した。調査期間を従来の12日間から17日間に延長したことに伴い、前年実績も76万人（新期間ベース）に再計算しており、純粋な需要増加として前年比3割増という力強い回復を見込んでいる。

ただし、コロナ前（2019-2020年）同時期の106万人には届いておらず、回復率は94.3%にとどまる。一方で、月次の日本人出国者数がコロナ前の7割台で推移していることを考えると、年末年始に限ってコロナ前の94%という高い回復率の差がどこにあるのかを説明しなくてはならない。

海外旅行の平均費用は円安により27万5000円（同8.7%増）と2000年以降最高額で、総消費額は2758億円（同42.9%増）と大幅増を見込んでいる。国内旅行は3886万人（前年比2.0%増）、平均費用4万4000円（同2.3%増）で、総消費額は1兆7099億円（同4.3%増）を見込んでいる。

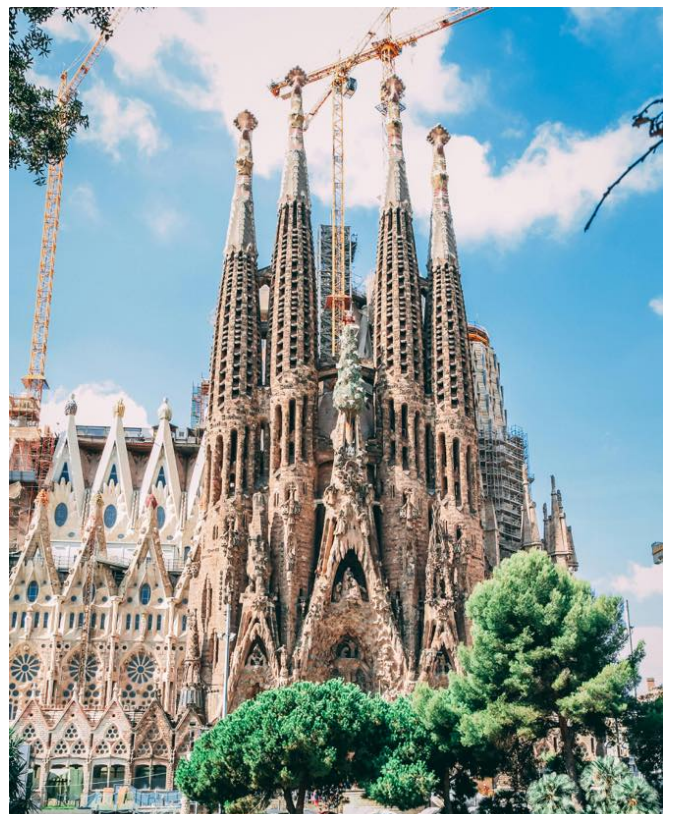
日本政府観光局（JNTO）の統計では、2025年1～10月の累計出国者数はコロナ前の2019年同期比で約73%と7割台で推移する中、なぜ年末年始だけが94%と約20ポイントも回復するのか。この差の理由はどこにあるのか。

第1に、休暇取得のしやすさにある。通常、月に1週間の休暇を取得するのは、日本の職場環境ではまだハードルが高い。だが、

年末年始は社会全体が休むモードになり、長期休暇への心理的・制度的障壁が大きく下がる。今年は日並びの良さから12月27日から1月4日まで9連休となる人も多く、海外旅行を計画しやすい環境が整っている。

第2に、家族旅行需要の集中だ。JTBのアンケートでも「子供連れ家族旅行」は24.5%（前年比3.9ポイント増）と最も多い。子供の休みに合わせて旅行できるのは、年末年始、GW、夏休みに限られる。この「家族時間」需要の回復が、年末年始の高い回復率を支えている。

これら2つの要因、とくに9連休という日並



びの良さがコロナ前94%の回復まで押し上げるといえるが、それだけの理由で20ポイントも上がるというのは無理がある。

しかも、JTBのアンケートでは「先行きがわからないので、大きな支出は控えておきたい」という回答が18.8%で、「今のうちに大きな支出を考えたい」の4.8%を14ポイントも上回っている。実質賃金は9カ月連続マイナス、「家計に余裕はない」は25.9%で前年より増加している。つまり、旅行できる環境（休暇、航空座席）は整いつつあるが、経済的余裕の面は埋まらない。それでコロナ前94%まで回復するのだろうか。

平均消費額 円安・物価高でコロナ前上回る 中長距離増加、単価上昇で旅行二極化示唆

年末年始の海外旅行者数が前年比31.5%増と大幅に回復する一方、平均費用は8.7%増の27万5000円にとどまった。ただし総消費額は42.9%増と、旅行者数の伸びを上回る。

一見矛盾するこの数字の背景には、旅行需要の変化がある。JTBの調査によると、地域別のシェアはハワイが16.9%（前年比6.8ポイント増）、欧州が16.2%（同5.5ポイント増）など中長距離方面が伸びる一方、韓国が

19.5%（同6.7ポイント減）と落ち込んだ。ただし、韓国はシェアを落としたとはいえ依然として最大の旅行先であり、全体の平均単価を抑える要因となっている。

旅行日数では4～6泊の中期が前年比11.3ポイント増、3泊以下の短期は8.5ポイント減。日並びの良さもあり、「旅行に行く層」は前年に比べて長距離・長期志向を強めており、その分だけ単価も上昇している。

とくに、海外旅行者数はコロナ前の2019-20年の106万人には届かないものの、平均単価の27万5000円はコロナ前の20万2000円を36%上回る。海外旅行者数は9割程度の回復だが、消費額は3割以上増えている。円安、物価高はあるものの、旅行市場の質的变化、すなわち「旅行に行ける層」と「行けない層」の二極化を示唆しているとも言えなくもない。

いずれにしても、年末年始の海外旅行者数が本当にコロナ前の94%に回復したかどうかは、12月、来年1月の出国日本人数に反映されるだろう。12月以降も7割台で推移したら、円安、物価高、燃油サーチャージ、国際観光旅客税値上げに政治的リスクも加わって、海外旅行の回復は遠くなるばかりだ。（ツーリズム総合研究所代表：石原義郎）イ

2025-26年 年末年始旅行予定人数・費用推計値（12月20日～1月5日）（出典：JTB年末年始旅行動向）

	2025-2026年末年始		2024-2025年末年始		2019-2020年末年始
	推計	前年比	推計・実績	前年比	推計・実績
総旅行人数(延べ)	3,987万人	102.5%	3,888万人	102.0%	4,029万人
国内旅行	3,886万人	102.0%	3,812万人	101.6%	3,922万人
海外旅行	100万人	131.5%	76万人	126.3%	106万人
一人あたりの 平均旅行予定費用					
国内旅行	44,000円	102.3%	43,000円	104.9%	32,000円
海外旅行	275,000円	108.7%	253,000円	102.0%	202,000円
総旅行消費額	1兆9,858億円	108.4%	1兆8,321億円	108.5%	1兆4,698億円
国内旅行	1兆7,099億円	104.3%	1兆6,391億円	106.5%	1兆2,551億円
海外旅行	2,758億円	142.9%	1,930億円	128.9%	2,147億円

2025-26年 年末年始旅行予定人数・費用推計値（12月23日～1月3日）（出典：JTB年末年始旅行動向）

	2025-2026年末年始		2024-2025年末年始		2019-2020年末年始
	推計	前年比	推計・実績	前年比	推計・実績
総旅行人数(延べ)	2,936万人	102.6%	2,861万人	100.5%	3,009万人
国内旅行	2,856万人	102.0%	2,800万人	100.0%	2,927万人
海外旅行	80万人	131.5%	61万人	131.5%	83万人
一人あたりの 平均旅行予定費用					
国内旅行	44,000円	102.3%	43,000円	104.9%	32,000円
海外旅行	275,000円	108.7%	253,000円	102.0%	202,000円
総旅行消費額	1兆4,754億円	108.7%	1兆3,571億円	107.5%	1兆1,036億円
国内旅行	1兆2,566億円	104.4%	1兆2,040億円	104.9%	9,365億円
海外旅行	2,188億円	142.9%	1,531億円	134.2%	1,671億円

Planners EYE

イギリスの伝統的 Inn を巡る旅 歴史と文化が息づく 英国原風景の再発見

失われゆく旅情の再生

現代の旅行は、高速交通機関と近代的な宿泊施設によって効率化されています。しかし、その一方で、かつての旅が持っていた情緒や地域との深い繋がりには失われつつあります。イギリスに脈々と受け継がれる「イン（INN）」は、日本語における宿場町の旅館や旅籠に相当し、主に馬車の旅が主流であった時代に、往来の人々に宿泊、食事、そして馬の世話までを提供する、旅の拠点でした。街道筋や巡礼路に沿って数多く存在したこれらの施設は、まさに旅の原風景を形作ってきた存在です。本稿では、イギリスの伝統的なインが持つ歴史的・文化的価値に焦点を当て、それが現代の観光において提供しうるユニークな体験と、新たな旅行テーマとしての可能性を深く探求します。

1. 伝統的インの歴史と文化的意義 旅の記憶を宿す建築遺産

イギリスのインは、単なる宿泊施設に留まらず、その地域の歴史、文化、そして人々の生活様式を映し出す鏡として発展してきました。中世から近代にかけて、交通の要衝や巡礼路沿いに築かれたインは、旅人にとっての休息の場であると同時に、情報交換のハブであり、時には地域コミュニティの中心としての役割も担っていました。多くのインがその歴史的価値を認められ、ナショナル・トラストのような組織によって保護されており、これらは現代にお

いてもイギリスの旅の原風景を体験できる貴重な文化遺産となっています。

これらの伝統的なインは、特にイギリス南部の地方に多く見られます。絵画のように美しい景観で知られるコッツウォルズ地方、中世の面影を色濃く残す巡礼地カンタベリーへと続くケント州、そして独自の建築様式を持つイースト・アングリアのサフォーク州などがその代表的な地域です。これらの地に現存するインの中には、当時の面影を色濃く残しつつも、現代のニーズに合わせて改修され、格式高いホテルとして運営されているものも少なくありません。

特筆すべきは、多くの伝統的インが地元住民に愛されるパブ（Public House）としての機能も兼ね備えている点です。夕刻、パブの賑やかな雰囲気の中で地元の人々と交流することは、旅行者にとってかけがえのない体験となります。芳醇なエールを片手に、古くからの梁や暖炉の火を眺めながら過ごす時間は、まさに「イギリスらしさ」を満喫できる至福のひとつと言えるでしょう。インでの滞在は、単なる宿泊を超え、イギリスの生活文化と歴史に深く触れる、オーセンティックな旅の醍醐味を提供します。

2. 歴史を物語る名だたるイン 至高の宿泊体験

イギリスには、その長い歴史の中で数々の物語を紡いできた、代表的なインが点在しています。

リゴン・アームズ (The Lygon Arms) コッツウォルズ地方ブロードウェイ

コッツウォルズの絵画のような村、ブロードウェイに位置するリゴン・アームズは、その歴史的なステータスと現在のホテルとしてのサービスの質の高さにおいて、最高の評価を受けています。16世紀に起源を持つこのインは、チャールズ1世が宿泊した記録も残るなど、イギリス史の重要な局面を垣間見ることができます。伝統と格式を重んじながらも、現代の快適性を兼ね備えたその空間は、宿泊する旅人に極上の体験を提供し、まさに英国貴族のような気分を味わわせてくれます。



ザ・リゴンアームズ

ジ・オールド・ベル (The Olde Bell) ロンドン近郊マーロウ

ロンドンからも比較的近いマーロウ近郊に位置するジ・オールド・ベルは、13世紀に建てられたとされ、イギリスで最も古いホテルの一つとして知られています。その長い歴史にもかかわらず、現在も三つ星から四つ星クラスのホテルとして運営されており、その質の高さと伝統が維持されています。時代を超えて多くの旅人をもてなしてきたこのインは、喧騒から離れて静かな時間を過ごしたい旅行者にとって、理想的な滞在先となるでしょう。

マーメイド・イン (The Mermaid Inn) ケント州ライ

中世の雰囲気をもっと残しているインの一



つが、ケント州の美しい港町ライにあるマーメイド・インです。12世紀にまで遡る歴史を持つこのインは、その外観も内部も中世の面影を色濃く残しており、特に地下に広がる地下室は、かつて密輸業者の隠れ家であったという伝説も残されています。ライの街全体も石畳の小道や木骨造りの建物が並び、まるで時間が止まったかのような錯覚に陥ります。マーメイド・インに1泊から2泊することで、中世イングランドの世界に浸り、その独特の雰囲気を心ゆくまで堪能できるでしょう。

ザ・スワン (The Swan)

私が個人的に最も魅力を感じるのは、イースト・アングリア地方の美しい村、ラヴェナムに佇むザ・スワン (The Swan) です。このインは、15世紀のギルドハウス (同業者組合の建物) から転用された、見事な木骨組 (ティンバー・フレーム) 建築が特徴です。その美しい外観と、内部に施された歴史を感じさせる装飾は、文化的にも芸術的な観点からも高い価値を持っています。ザ・スワンは、その歴史的な魅力に加えて、高級なレストランも併設しており、地元の食材を活かした洗練された料理を堪能することができます。

ラヴェナムの街全体も、ザ・スワンと同様に木骨組の建物が立ち並び、この地方独特のピンク色の漆喰壁の家々が見られます。まるで映画のセットのような美しい街並みは、一歩足を踏み入れるだけで、イギリスの「原風景」そのものといった感覚を呼び起こします。ザ・スワンでの宿泊は、まさに文化財級



ザ・スワン (THE SWAN)

の体験であり、街並み散策と合わせて、忘れがたい英国滞在を約束してくれるでしょう。

これらの伝統的で格式のあるインは、ロンドンからのアクセスも比較的容易であり、既存の観光ルートに組み込みやすいという利点も持ち合わせています。単なる通過点としてではなく、旅の「目的」としてインでの滞在を提案することで、より深く、より本質的なイギリスの魅力を体験できる「オーセンティックなイギリスの旅」を実現することが可能になります。

伝統的インが拓く英国観光の深化

イギリスの伝統的なインは、単なる宿泊施設を超え、歴史の息吹と文化の香りが凝縮された、類まれな観光資源です。それは、旅の効率性だけを追求する現代において、忘れられがちな「旅のロマン」を再発見させてくれる場所と言えるでしょう。これらのインを巡る旅は、中世の騎士や旅人が歩んだ道を追体験し、歴史的な建築物に触れ、地元の人々と交流することで、イギリスという国の多面的な魅力を深く理解する機会を提供します。観光産業がこの貴重な資源を最大限に活用し、その魅力を国内外に発信していくことは、イギリス観光の多様性を高め、新たな市場を開拓する上で極めて重要です。

ぜひ一度、これらの歴史あるインに宿泊し、古き良き英国の旅の記憶に触れてみてはいかがでしょうか。そこには、現代の日常では決して味わえない、心豊かな体験が待っています。

(ツーリズム総合研究所会長 菊間潤吾)



ラヴェンナムの町並

SKAL東京、クリスマスパーティーを開催 開業したJWマリオット東京で交流深める

SKALインターナショナル東京（会長＝マージョリー・デューイ コネクトワールドワイド・ジャパン代表取締役）は12月8日、東京・高輪ゲートウェイのJWマリオット・ホテル東京で、恒例のクリスマスパーティーを開催した。パーティーでは、ジャズの生演奏、ビンゴ大会、サイレントオークションなどが実施された。

マージョリー会長は挨拶で、SKALインターナショナルが100年以上の歴史を持つ旅行・観光・ホスピタリティ業界のビジネスネットワーク組織であることを紹介。「世界中に支部を持ち、観光業界の発展に貢献してきた伝統を、ここ東京でも継承していることを誇りに思う」と述べた。また、JWマリオット東京の開業を長年待ち望んでいたとし、「このような素晴らしい会場でパーティーを開催できることに感謝している」と語った。

会場を提供したJWマリオット・ホテル東京のクリストファー・クラーク総支配人も挨拶

に立ち、「ホテルは10月22日に開業したばかりで、スタッフ一同、皆様をお迎えできることを光栄に思う」と述べた。「クラーク総支配人の前職はJWマリオット奈良の総支配人で、長きにわたるホスピタリティ業界でのキャリアに触れながら、ゲストとの交流の重要性を強調した。」

SKALインターナショナルは、世界中の観光業界のリーダーが集まるグローバルな観光と友好を促進するための専門組織。旅行・観光業界のすべての部門を包括する唯一の国際的な団体で、会員は旅行会社・航空会社・観光局・ホテル・観光施設・メディアなどのツーリズム産業界のエグゼクティブやマネージャーが加盟する。世界各国の支部を持ち、地域、国、国際レベルで会合し、共通課題を議論し、課題解決を図っている。

SKALインターナショナルは世界各国に支部を持ち、日本支部は東京、大阪、名古屋に組織を設けている。



JWマリオット・ホテル東京で開催されたSKALインターナショナル東京のクリスマスパーティ出席者

「地球の歩き方」2026年推奨旅先30を発表 人気雑誌をウェブ版で復活、パッキング術も紹介

地球の歩き方は、公式サイトで特集「今、こんな旅がしてみたい！」を公開した。2020年まで発行していた人気雑誌『今、こんな旅がしてみたい！』をウェブバージョンで復活させ、2026年に行くべき旅先30を厳選して紹介した。

約160の国と地域のガイドブックを発行する「地球の歩き方」編集室をはじめ、ガイドブック制作に関わるスタッフを総動員して検討。航空便の新規就航、アニバーサリーイヤー、世界的イベントの開催、世界遺産登録など、様々な理由で旅先を選んだ。

日本から首里城、柏崎市、大阪城選出

紹介する30エリアは、ヨーロッパからパリ近郊とノルマンディー、ミラノ、ペロポネソス半島、湖水地方、ザルツブルクとウィーン、シルトホルン、バルセロナ、東方正教会など8カ所。北米からはルート66、フェアバンクスなどの2カ所、中南米からメキシコ・シテイ、マチュピチュの2カ所を選んだ。

オセアニアはパラオの島々、パースの2カ所。アジアからは西安、バンコク、バギオ、チェジュ島、台南、マンダイ・ワイルドライフ・リザーブ、イェントウ＝ヴィンギエム＝コンソン・キエップバックの遺跡・景観群、プレナン、デリーの9カ所。中東はサディヤット島、アフリカから大エジプト博物

館、アガファイ砂漠、ケープタウンとガーデンルートの3カ所を紹介している。

日本からは首里城(沖縄県)、柏崎市(新潟県)、大阪城豊臣石垣館(大阪府)の3カ所が選出された。

特集では旅先情報のほか、「地球の歩き方的 海外旅行のためのパッキング術」も紹介。パッキングの基本はもちろん、お助けグッズや機内持ち込み必須アイテム、トラブル対策方法まで、荷造りのコツを詳しく伝授する。

「読者がおすすめする旅行に便利なトラベルグッズ」では、収納アイテムやリラックスグッズ、アパレル、雑貨など、「地球の歩き方」読者から寄せられたリアルな声をもとに厳選して公開している。

特集を記念して、豪華賞品を抽選で10名にプレゼントする。特集で紹介したエリアのガイドブックや、海外旅行で使える便利なトラベルグッズなどが含まれる。応募期間は2026年2月4日まで。プレゼントの応募には「地球の歩き方」会員への登録が必要。



※特集サイト <https://www.arukikata.co.jp/special/imatabi2026/>

水明館「旅館100選」初の総合1位獲得 半世紀の歴史で下呂温泉旅館が新たな頂点に

旅行新聞新社は、第51回「プロが選ぶ日本のホテル・旅館100選」（旅館100選）の入選施設を発表した。総合100選で、岐阜県・下呂温泉の水明館が、前回の2位から旅館100選半世紀の歴史で初めて1位を獲得した。

旅館100選は年に1度、全国の旅行会社による投票を集計し、得票順に入選施設を発表する事業で、観光業界で最も歴史のあるランキング。投票は9月21日から10月31日まで、全国の旅行業登録1種、2種、3種の本社、支店、営業所など1万4296カ所に投票案内を掲載した「旅行新聞」と投票専用ハガキを直接送付し実施。WEBサイトからも受け付けた。もてなし、料理、施設、企画の4部門の合計点から「総合100選」が決まる。

トップ10 昨年と同じ顔ぶれ、順位に変動

総合100選で2位は白玉の湯泉慶・華鳳（新潟県・月岡温泉）、3位は八幡屋（福島県・母畑温泉）がランクインした。トップ10入選施設への支持は厚く、顔ぶれは昨年と同じになったが、8位の萬国屋（山形県・あつみ温泉）、9位の大谷山荘（山口県・長門湯本温泉）が、それぞれ昨年順位から1ポイント上がった。

部門別 水明館と泉慶・華鳳が二分

部門別100選は、総合1位の水明館が「もてなし部門」「料理部門」で1位、同2位の白玉の湯泉慶・華鳳が「施設部門」「企画部門」で1位となり、2館で4部門のトップを二分した。

「企画部門」では10位の大谷山荘が初のトップ10入り。同館は「もてなし部門」でも9位にランクインし、12年ぶりにトップ10に返り咲いた。「施設部門」で9位の萬国屋が7年ぶり、10位のあかん遊久の里鶴雅（北海道・阿寒湖温泉）が2年ぶりに、それぞれトップ10入りを果たした。

観光施設100選 新形式で御菓子御殿1位

観光施設100選は、昨年度まで「プロが選ぶ観光・食事施設100選」「プロが選ぶ土産物施設100選」として発表していた事業を一本化したもの。新しいランキングになって初めての1位に、御菓子御殿（沖縄県・読谷）が選ばれた。

※プロが選ぶ日本のホテル・旅館100選URL
（旅行新聞新社）

https://www.ryoko-net.co.jp/?page_id=69



前回の表彰式の模様（左から3人目が水明館の女将、滝景子さん、左端が旅行新聞新社の石井貞徳社長）