

2026 年 7 月 28 日

【ブランド USA】

過去最大数のアメリカ旅行サプライヤーが参加しての
ジャパン・セールス・ミッション 2026 を開催

2026 年、訪米旅行者数 200 万人突破・海外市場第 2 位となる見通しを受け、
日本市場との連携をさらに強化へ



アメリカ合衆国の公式観光促進団体であるブランド USA は 2026 年 7 月 23 日と 24 日、日本市場にて毎年開催しているジャパン・セールス・ミッションを東京にて開催しました。本年のイベントには、アメリカ国内の州および都市の観光局、観光施設、旅行関連企業など合計 36 の団体から 48 名の代表者が参加し、昨年の 28 団体・35 名を大きく上回り、過去最大の代表団規模となりました。

2 日間にわたる会期中は、日本の主要旅行会社および業界関係者との計 800 件を超える個別商談を実施したほか、旅行業界向けの研修・教育セミナーも開催しました。東京での日程直前には韓国・ソウルで同様のプログラムを実施しており、7 月 27 日には大阪において旅行会社を対象としたイベントを実施しました。

本年のジャパン・セールス・ミッションには合計 10 の組織が初参加をし、日本市場に対する関心の

高さが示される形となりました。さらに、本年のセールス・ミッションはブランド USA 史上最大規模となり、プレジデント兼最高経営責任者のフレッド・ディクソンが来日するとともに、就任 2 周年という節目にも重なる機会となりました。セールス・ミッションは、ブランド USA が海外の主要市場で定期的開催しているもので、海外からアメリカへの長期的な渡航需要喚起施策の一環として、旅行会社を筆頭とする市場内の重要ステークホルダーとの関係性を強化することを主な目的としています。

また、ジャパン・セールス・ミッション 2026 期間中は、米国合衆国の税関・国境警備局(CBP)との連携の上、日本在住で、事前に条件付き承認を受けた申請者を対象とした、「グローバル・エントリー」プログラムの面接会も実施しました。「グローバル・エントリー」は、CBP が運営する、事前審査を完了した旅行者に対し、出入国時の保安検査や入国審査を迅速化・簡略化する「トラステッド・トラベラーズ・プログラム」の一部で、日本国内で面接会を実施することで「トラステッド・トラベラーズ・プログラム」への参加を簡易化する一方で、訪米旅行者の渡航体験の向上にむけ、ブランド USA が米国政府機関と綿密な連携を象徴する試みと云えます。

ジャパン・セールス・ミッション 2026 の参加団体

- アトランタ観光局(初参加)
- エバー航空(初参加)
- オースティン観光局
- オーランド国際空港
- オーランド観光局
- オレゴン州観光局
- カリフォルニア観光局
- キシミー観光局
- コロラド州観光局
- シアトル観光局
- シカゴ観光局
- シェリダン観光局
- ザ・グランド・ホテル&クパチーノ・ホテル シリコンバレー
- スフィア(初参加)
- スポーツ・ウェア・アイ・アム(初参加)
- ソルトレイクシティ観光局
- タックスフリー・ショッピング
- テキサス州観光局
- ディズニー・ディスティネーション・インターナショナル
- ハイゲートホテル(初参加)
- ハーツレンタカー
- バケイシア(初参加)
- パサデナ観光局
- パピヨン・ヘリコプター(初参加)
- フェアバンクス観光局
- ポートランド観光協会

- マリアナ政府観光局(初参加)
- マーベリック・ヘリコプター
- モンタナ州観光局
- ユタ州観光局
- ヨセミテ・マデラ郡観光局(初参加)
- ラスベガス観光局
- ロサンゼルス観光局
- ワイオミング州政府観光局
- ワシントン D.C.観光局
- 末日聖徒イエス・キリスト教会／テンプルスクエア(初参加)

日本市場の最新動向

2025 年、日本からアメリカへ訪問者数は約 200 万人に到達し、海外市場としては第 3 位の規模となりました。これは海外市場からアメリカへの渡航者全体の 4.7%を占める数字です。2026 年も年頭から 6 月までの累計訪米者数は前年同期比 5%増となり、好調さを維持しました。訪問者の内訳としては、レジャー旅行は前年比 7%増、ビジネス旅行は前年比 1%増で、前年同月比で 18 か月連続の増加を記録しています。

海外からの訪米旅行者の数字ベースで、日本市場は 2022 年の第 11 位から 2025 年には第 3 位へと大きく回復し、2026 年末までには第 2 位へと返り咲く予想です。さらに 2030 年には、訪米日本人数は約 300 万人に達すると予測されています(過去最高は 1997 年の 540 万人)。

米国は、日本人旅行者にとって最も人気の高い長距離海外旅行先であり、2025 年には海外旅行全体でも第 3 位、9.6%のシェアを獲得しました。

航空座席供給の拡充も、日本と米国間の旅行需要を後押ししています。2026 年 8 月から、日本航空は東京～サンディエゴ線および大阪～ロサンゼルス線とともに毎日運航へ増便します。また、ZIPAIR は 8 月に東京～オーランド間で 3 往復のチャーター便を追加運航するほか、ユナイテッド航空は 2026 年 12 月から 2027 年 3 月までの冬季期間中、札幌～サンフランシスコ線を米系航空会社として初めて直行便として週 3 便運航します。2026 年に日本と米国を結ぶ直行便の提供座席数の合計は約 620 万席となる見込みで、オーランド、サンディエゴ、シカゴ、サンフランシスコへの新規・増便により、計 35 路線が運航されます。訪問先としては、カリフォルニア州、ハワイ州、ニューヨーク州、ネバダ州、フロリダ州が、日本人旅行者にとって引き続き人気の高い州となっています。

2025 年、日本人旅行者による米国内での旅行消費額は 63 億米ドル(約 1.03 兆円)となり、海外市場第 8 位の規模となりました。円安の状況が続くなかでも、日本市場の訪米需要は引き続き堅調に推移しています。

「今年、過去最大数となる米国からのパートナー代表団を迎えられたことは、日本市場の力強い成長を物語っています。日本は 2022 年には米国にとって海外市場第 11 位でしたが、2025 年には第 3 位へと回復し、2026 年には第 2 位となることが見込まれています。この成長は、日本の旅行業界の

皆さまとの強固なパートナーシップ、航空ネットワークの拡充、そして市場全体で継続してきた取り組みの成果です。今後もパートナーの皆さまとともに、さらなる訪米旅行需要の創出に取り組んでまいります。」(ブランド USA プレジデント兼最高経営責任者、フレッド・ディクソンのコメント)

米国各地の最新観光情報やイベントについては、AmericaTheBeautiful.comをご覧ください。

■ ブランド USA について

アメリカ合衆国の公式観光促進団体であるブランド USA は、戦略的なマーケティング活動および旅行政策に関する情報発信を通じて、訪米意欲の高い海外旅行者を誘致し、米国経済の成長と地域社会の発展に貢献することを使命として掲げています。ブランド USA は、米国旅行促進法(Travel Promotion Act)に基づき設立され、合法的にアメリカへ渡航する旅行者を対象に、最新の査証および入国関連情報の発信を含むさまざまな活動を展開することで、アメリカ合衆国を世界有数の旅行先として位置づけています。なお、ブランド USA は、ESTA(電子渡航認証システム)利用者から徴収される費用の一部と、全米各地の観光局、旅行関連ブランド、その他民間企業・団体からの拠出金を財源として運営しており、米国納税者の負担なしで活動を行っています。

ブランド USA は 2013 年以降の 13 年間にわたり、旅行業界のパートナーと連携して実施してきたマーケティング施策を通じて、訪米旅行者を 1,130 万人増加させ、約 381 億ドル(約 6 兆 960 億円／1 ドル＝160 円換算)の旅行消費を創出しました。その経済効果は累計で 829 億ドル(約 13 兆 2,640 億円)に達し、年間平均 4 万件以上の雇用を支えています。さらに、これらの取り組みにより、連邦・州・地方政府において累計約 110 億ドル(約 1 兆 7,600 億円)の税収創出にも寄与しています。

当リリースに関するお問い合わせ先

ブランド USA 日本事務所 (広報担当: 早瀬、水口、野間)

TEL: 03-6261-5385 E-mail: BrandUSAJapan@aviareps.com