

2024年度 インバウンド旅行客受入拡大に向けた意識調査 第3回アンケート分析結果報告(中部支部)

主催:一般社団法人 日本旅行業協会

後援:日本政府観光局 (JNTO)

協力:公益社団法人 日本観光振興協会

株式会社観光経済新聞社

株式会社航空新聞社

株式会社トラベルジャーナル

一般社団法人 全国旅行業協会

トラベルボイス株式会社

調査実施会社:株式会社JTB総合研究所

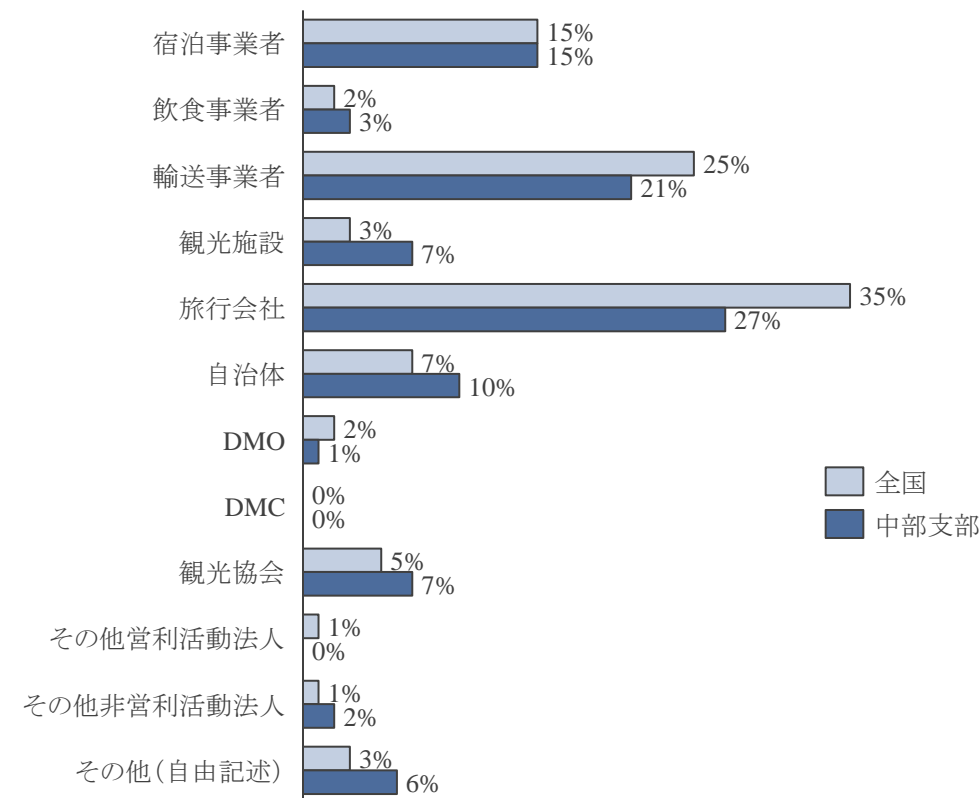
調査実施期間:2024年7月1日(月)~7月22日(月)

回答者数並びに組織・団体の業種について

- 回答者については、輸送事業者並びに旅行会社の比率が全国を下回っているがほぼ全国と同じ傾向にある。

事業拠点・所在、事業形態
 全国 n=1,161 / 中部支部 n=259 / 共に 単数回答

業種	全国	中部	全都道府県	富山県	石川県	福井県	岐阜県	静岡県	愛知県	三重県
宿泊事業者	176	40	2	4	14	3	15	8	10	5
飲食事業者	27	8			3	1	5	1	1	
輸送事業者	285	55		7	12	4	12	16	4	7
観光施設	39	17			8		7			2
旅行会社	406	71	10	5	14	3	10	13	32	5
自治体	86	25		1	6	1	5	7	1	4
DMO	27	2							1	1
DMC	3	1			1					
観光協会	54	17	1		4		5	5	1	1
その他営利活動法人	8	1	1							
その他非営利活動法人	13	6			2		2	1	1	
その他(自由記述)	37	16			5		6		4	2
合計	1161	259	14	17	69	12	67	51	55	27

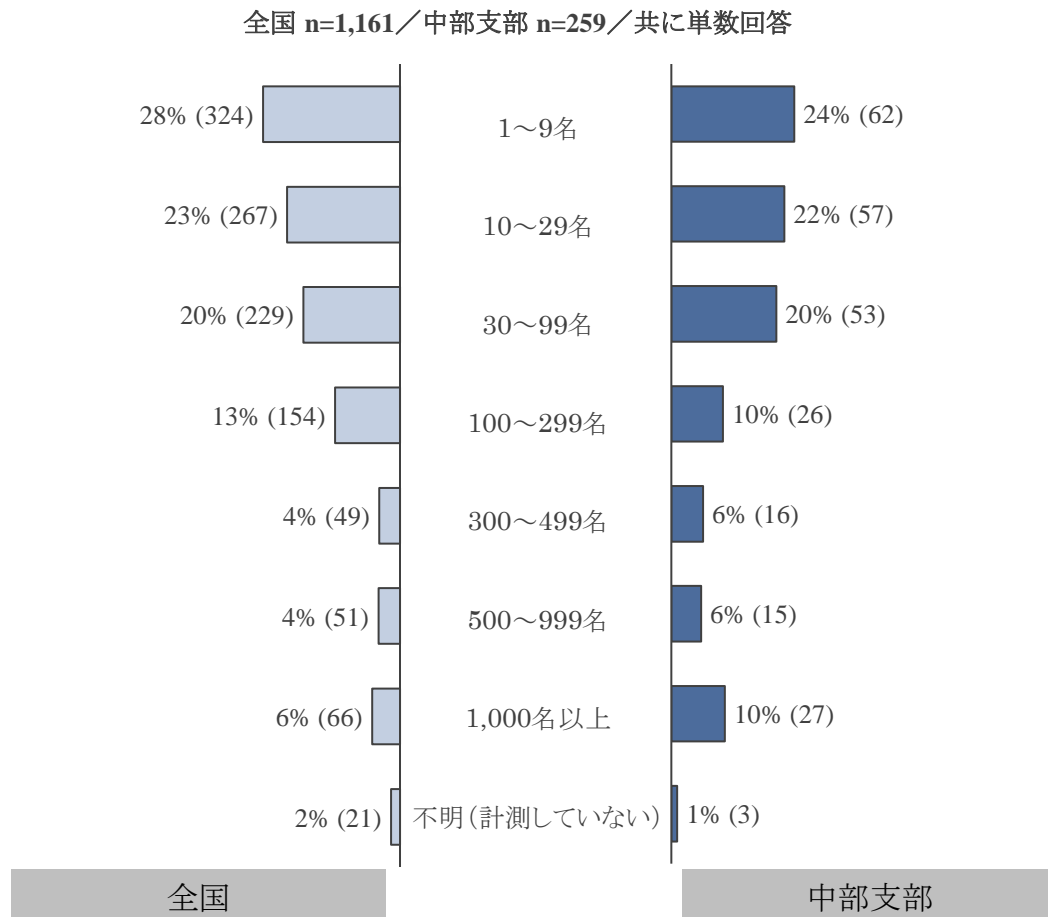


中部支部における全都道府県と選択された回答を除く

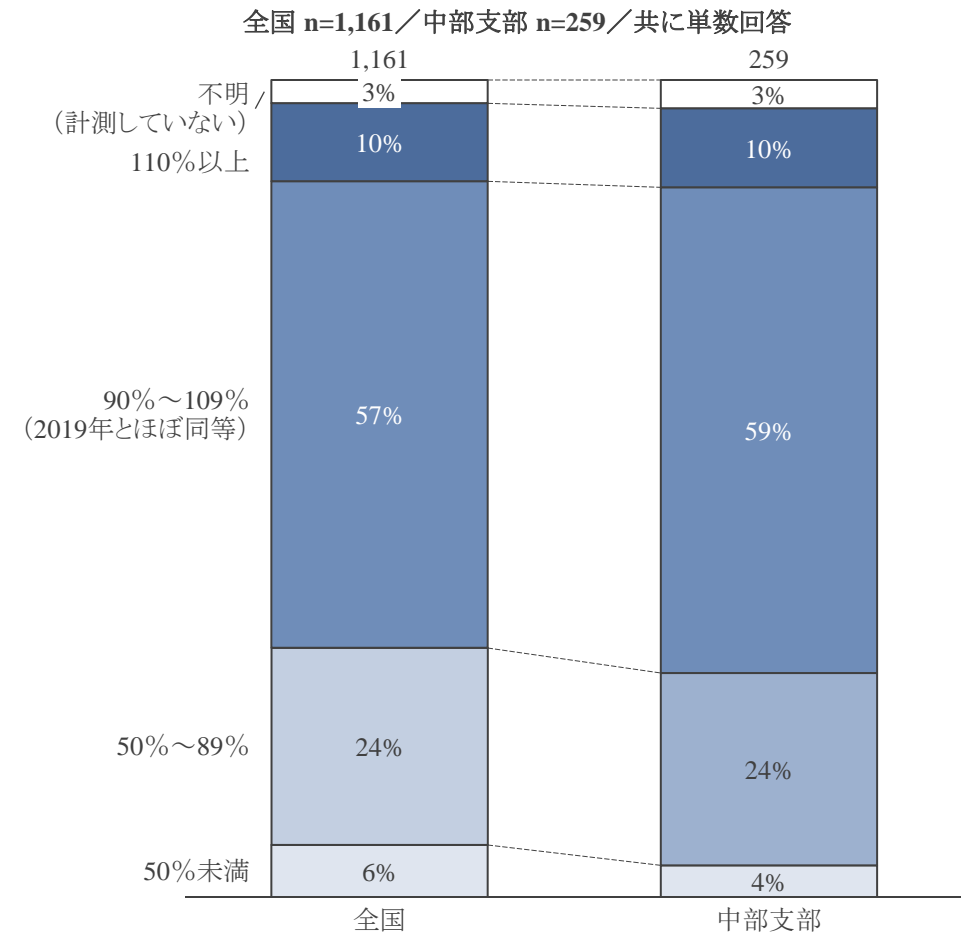
従業員数について

- 従業員数については、コロナ禍以前に100名未満であったとの回答が66%とほぼ全国(71%)と同様の傾向にある。現在の従業員数の戻り具合もほぼ全国と同様。

コロナ禍以前(2019年4月1日時点)の従業員数・職員数



現在の従業員数、又は職員数はコロナ禍以前(2019年4月1日時点)と比較



インバウンド観光客受け入れ計画

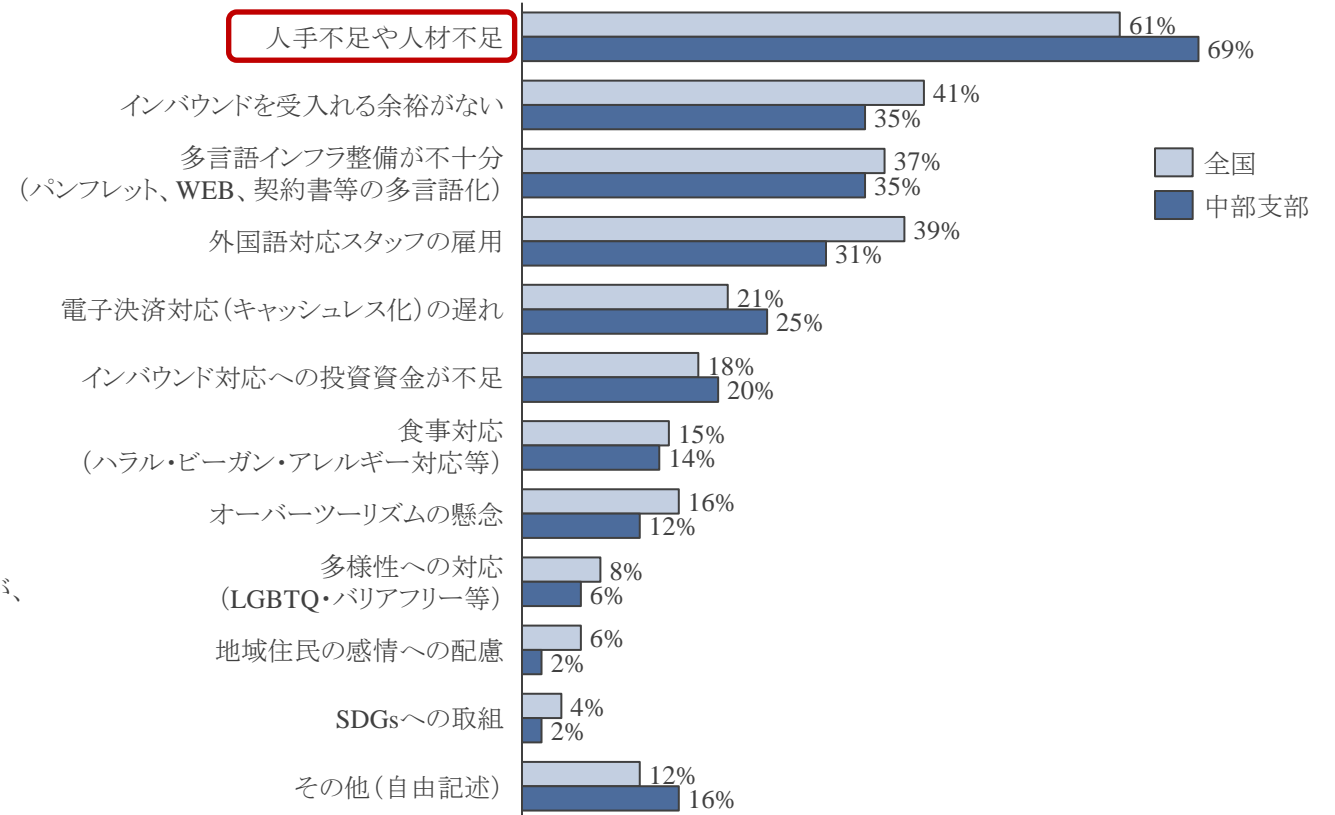
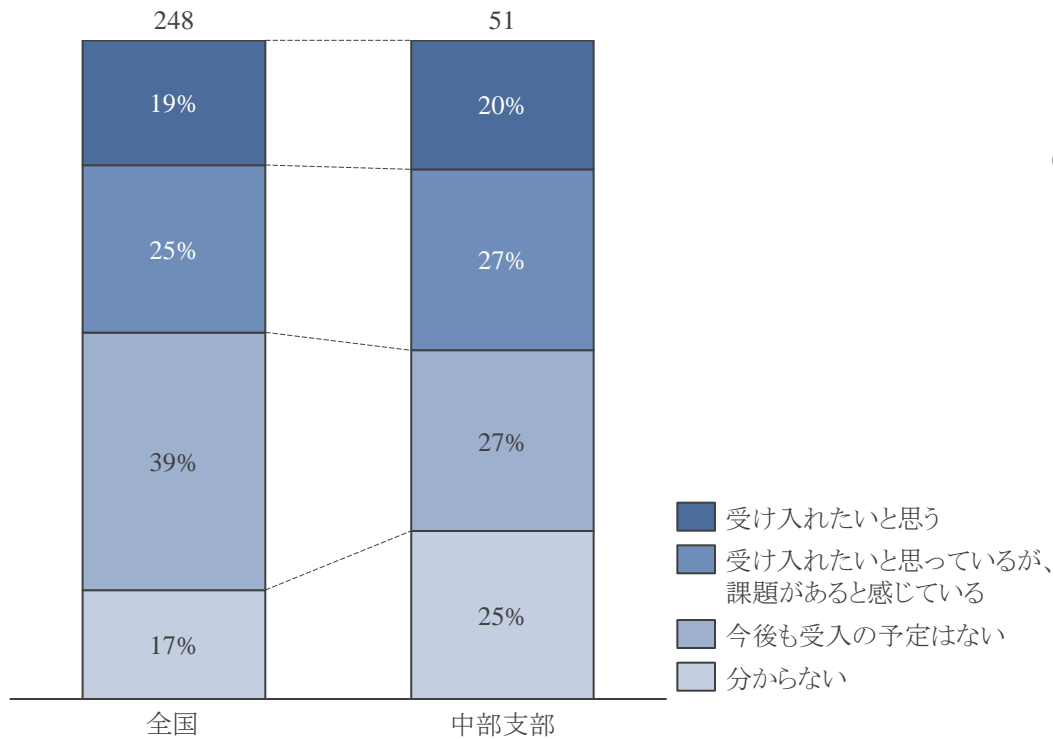
- 現在インバウンドの取扱いのない事業者に対する将来のインバウンドの受け入れ意向については、受け入れに前向きな回答は47%とほぼ全国並み(44%)であるが、「今後も受け入れ予定がない」との回答は27%と全国より低くなっている。「わからない」が全国より8%高く。不確定要素もある。課題については「人手不足・人材不足」がトップで、概ね全国とほぼ同じような傾向である。

将来、インバウンド観光客を受け入れ計画

インバウンド受入の予定がないもしくはその課題について

全国 n=248 / 中部支部 n=51 / 共に単数回答

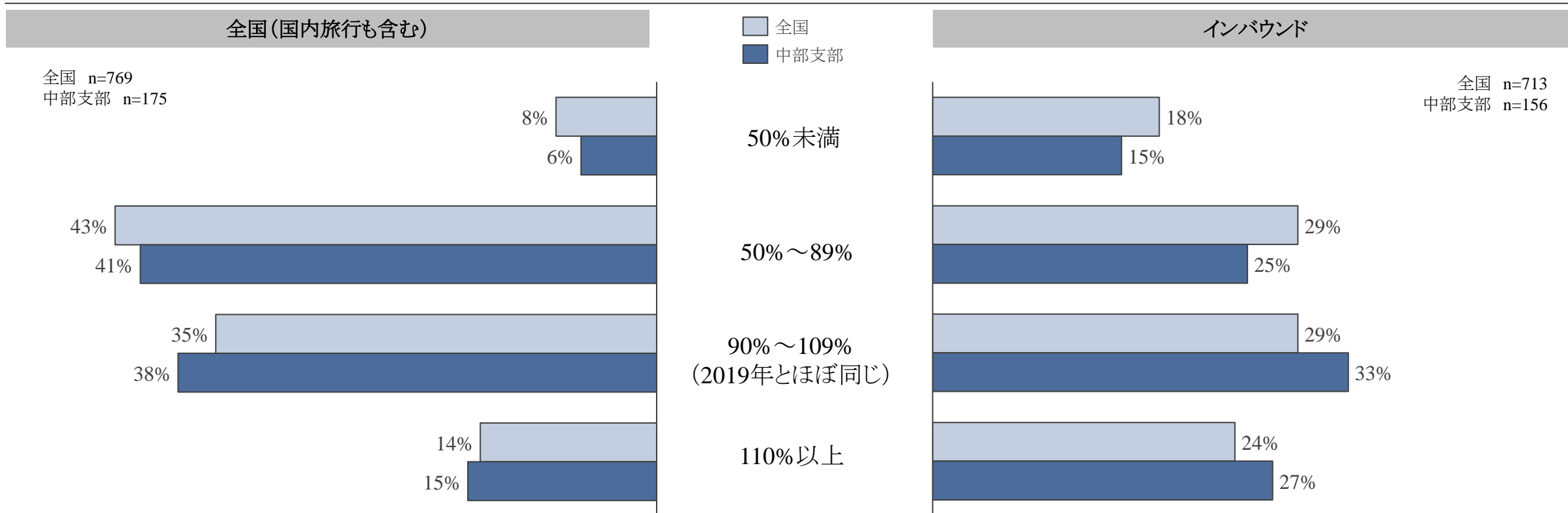
全国 n=248 中部支部 n=51 / 共に複数回答



観光客数の戻り具合について

- 国内旅行を含む観光全体、インバウンドともに全国を上回る回復状況となっている。

2019年比で、現在の国内旅行を含む観光客数とインバウンド観光客数の戻り具合 共に単数回答

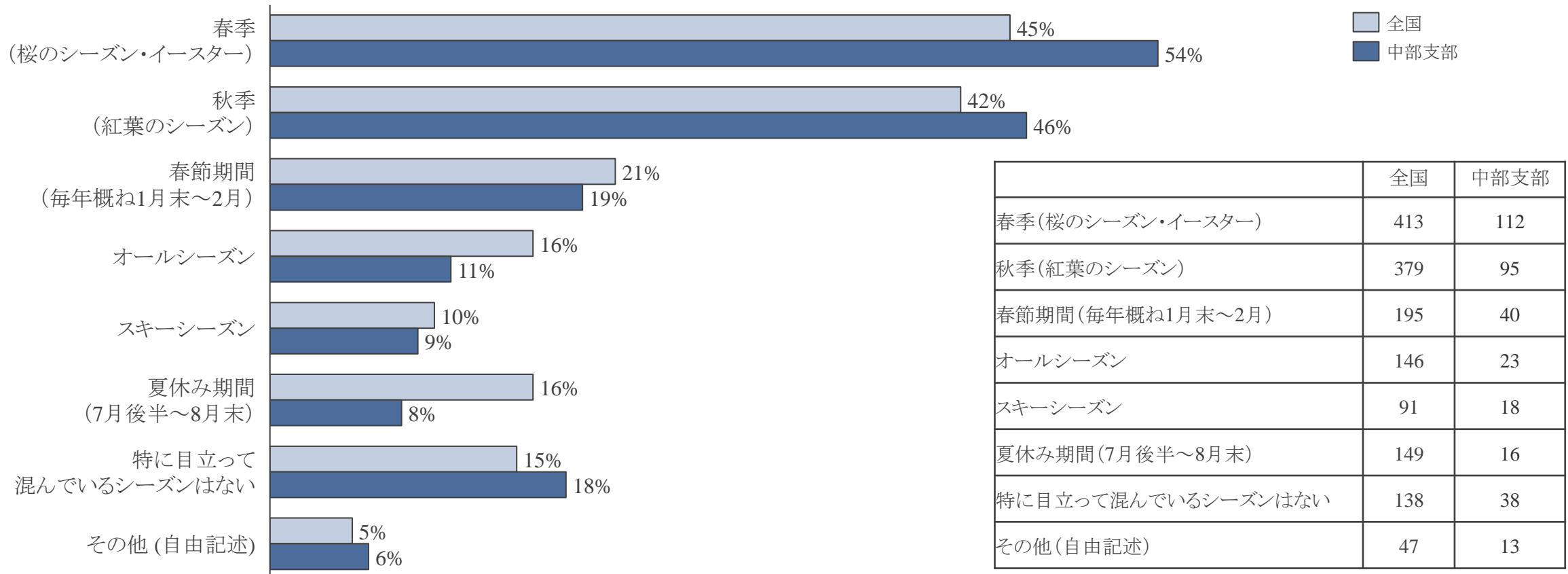


インバウンド観光客の多い時期について

- 全国同様「春季(桜のシーズン・イースター)」や「秋季(紅葉シーズン)」が上位となっており比率も全国より高い。春季・秋季以外の時期が全国を下回っている状況と合わせて春季・秋季への集中が進んでいると考えられる。

特にインバウンド観光客の多い(多くなると想定される)時期

全国 n=913 / 中部支部 n=208 / 共に複数回答

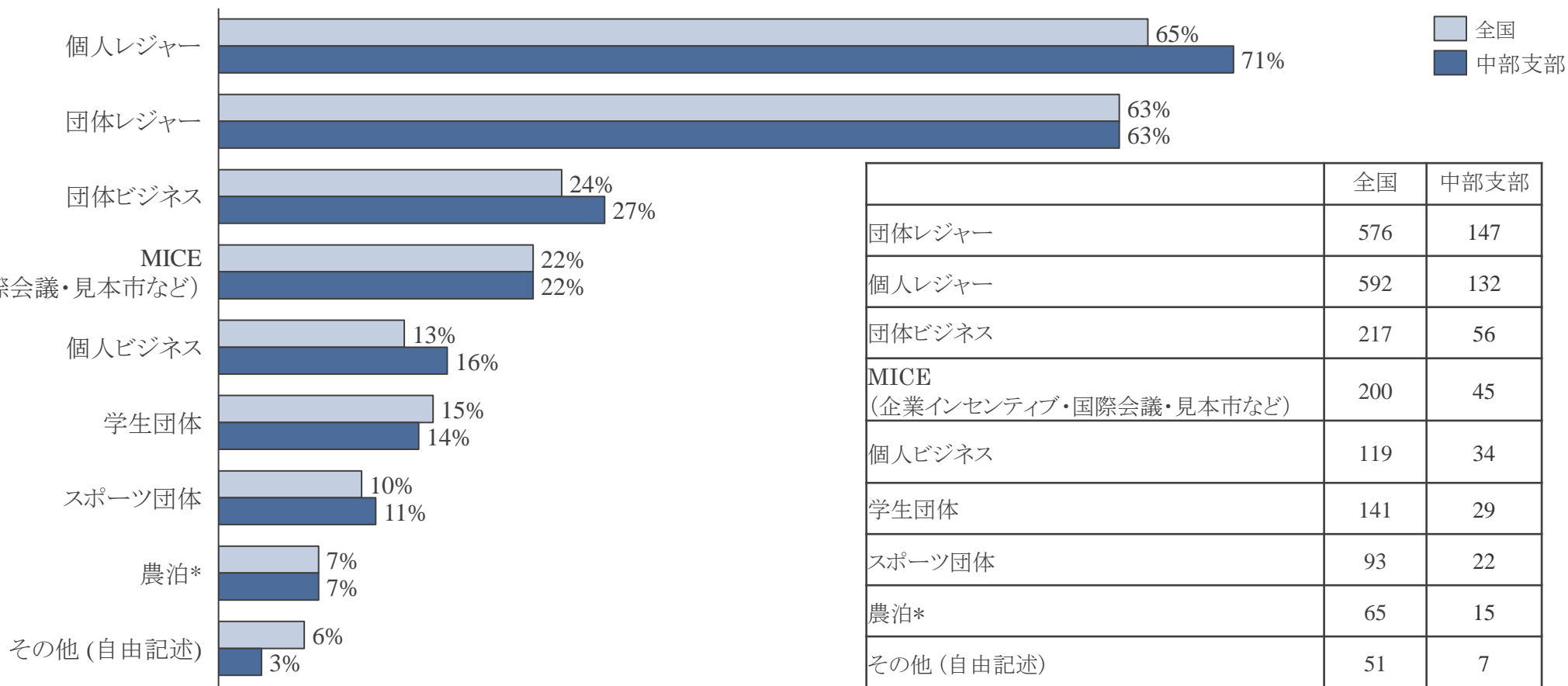


インバウンド観光客の旅行スタイルについて

- 旅行スタイルについては「レジャー」が中心で、概ね全国と同じような傾向にある。

受入している(受け入れる予定の)インバウンド観光客の旅行スタイル

全国 n=913 / 中部支部 n=208 / 共に複数回答



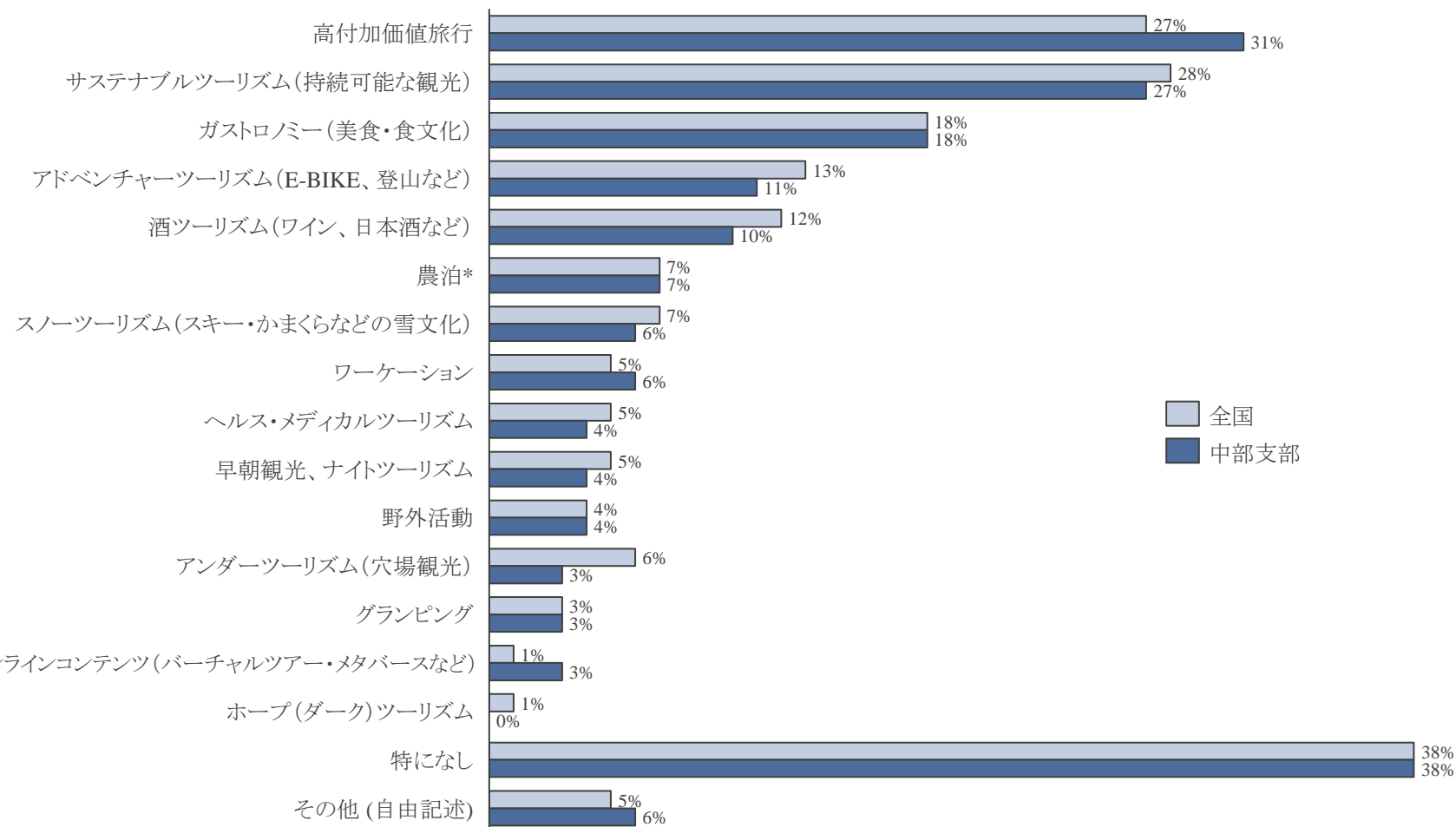
農泊*: 農山漁村地域に宿泊し、滞在中に豊かな地域資源を活用した食事や体験等を楽しむ

旅行・観光関連コンテンツについて

- 「高付加価値旅行」や「サステナブルツーリズム」が30%前後であり3位以下の項目との差も大きいことから全国同様高い関心が寄せられていることが伺える。

コロナ禍を経て、国内旅行、インバウンドを問わず、「新たに発達した、もしくは力を入れている」旅行・観光関連コンテンツについて

全国 n=913 / 中部支部 n=208 / 共に複数回答



	全国	中部支部
高付加価値旅行(注)	251	64
サステナブルツーリズム(持続可能な観光)	256	56
ガストロノミー(美食・食文化)	162	38
アドベンチャーツーリズム(E-BIKE、登山など)	118	23
酒ツーリズム(ワイン、日本酒など)	105	21
農泊(農山漁村地域に宿泊し、滞在中に豊かな地域資源を活用した食事や体験等を楽しむ)	68	14
スノーツーリズム(スキー・かまくらなどの雪文化)	62	13
ワーケーション	11	12
ヘルス・メディカルツーリズム	47	9
早朝観光、ナイトツーリズム	42	9
野外活動	42	9
アンダーツーリズム(穴場観光)	53	7
グランピング	23	6
オンラインコンテンツ(バーチャルツアー・メタバースなど)	10	6
ホープ(ダーク)ツーリズム	32	0
特になし	350	80
その他(自由記述)	47	12

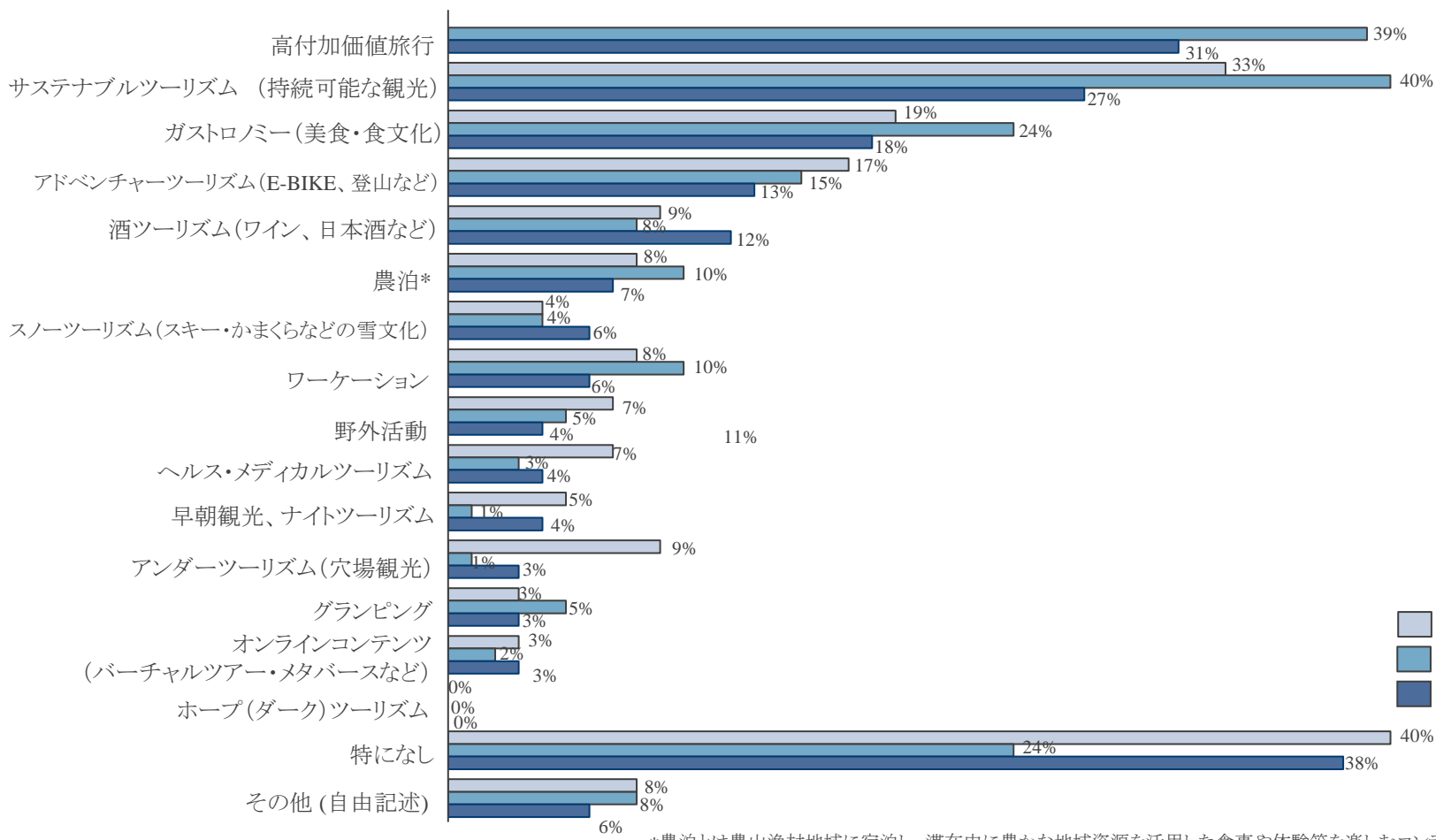
農泊*: 農山漁村地域に宿泊し、滞在中に豊かな地域資源を活用した食事や体験等を楽しむ

【時系列】旅行・観光関連コンテンツについて

- 3回の調査を通じて第2回調査より追加をした「高付加価値旅行」並びに「サステナブルツーリズム」への関心の高さが伺える。上位のコンテンツは「ガストロノミー」「アドベンチャーツーリズム」「酒ツーリズム」と続く傾向に大きな変化は見られない。

コロナ禍を経て、国内旅行、インバウンドを問わず、「新たに発達した、もしくは力を入れている」旅行・観光関連コンテンツについて

第1回 n=230 / 第2回 n=155 / 第3回 n=208 すべて複数回答



*農泊とは農山漁村地域に宿泊し、滞在中に豊かな地域資源を活用した食事や体験等を楽しむコンテンツ

	第1回	第2回	第3回
高付加価値旅行 (注)	-	60	64
サステナブルツーリズム (持続可能な観光)	75	62	56
ガストロノミー (美食・食文化)	43	37	38
アドベンチャーツーリズム (E-BIKE、登山など)	39	24	23
酒ツーリズム (ワイン、日本酒など)	21	13	21
農泊 (農山漁村地域に宿泊し、滞在中に豊かな地域資源を活用した食事や体験等を楽しむ)	19	15	14
スノーツーリズム (スキー・かまくらなどの雪文化)	9	6	13
ワーケーション	19	15	12
野外活動	16	8	9
ヘルス・メディカルツーリズム	16	5	9
早朝観光、ナイトツーリズム	11	1	9
アンダーツーリズム (穴場観光)	20	2	7
グランピング	6	7	6
オンラインコンテンツ (バーチャルツアー・メタバースなど)	5	3	6
ホープ (ダーク) ツーリズム	1	0	0
特になし	91	37	80
その他 (自由記述)	19	12	12

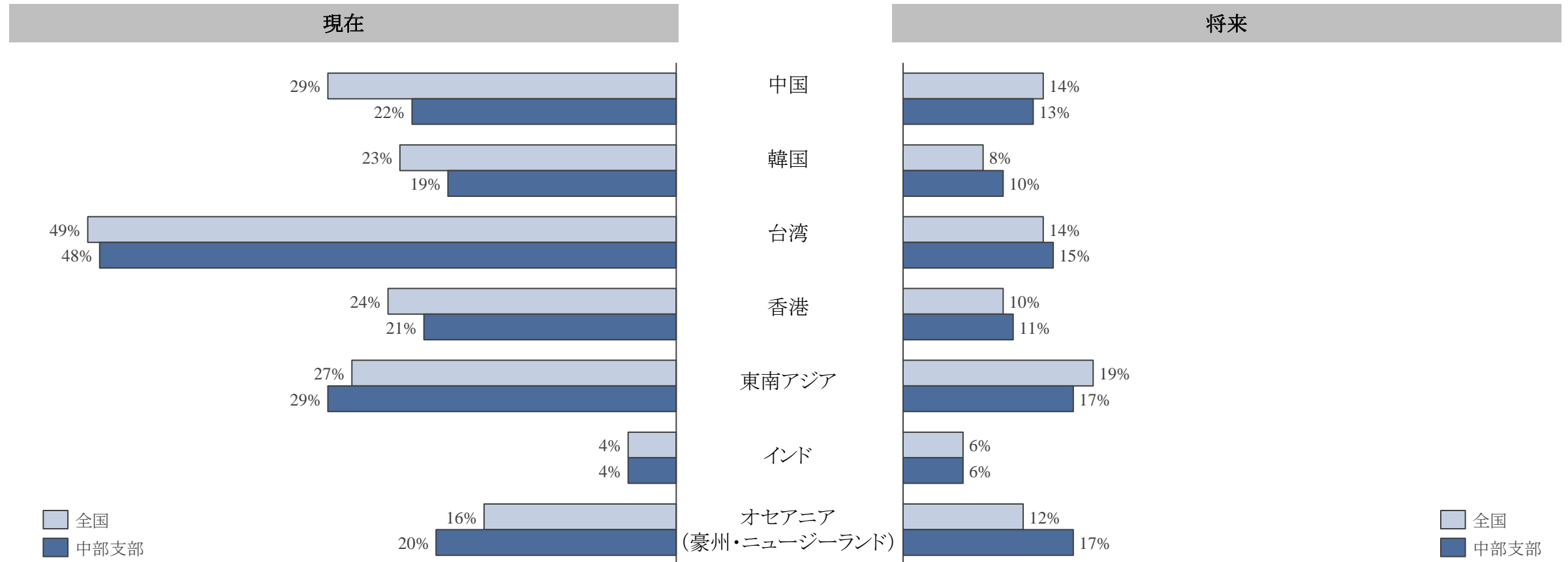
備考: 第1回調査で「高付加価値旅行」の選択肢はない

インバウンド重点市場について(アジア・オセアニア)

- 全国同様現在は台湾が受け入れの中心となっているが、将来的には東南アジア・オセアニアが東アジアよりも若干比率が高く新しい市場開拓を進めようとする傾向が伺える。

現在と将来におけるインバウンド観光客の受入状況と受入強化の予定について

全国 n=913 / 中部支部 n=208 / 共に複数回答

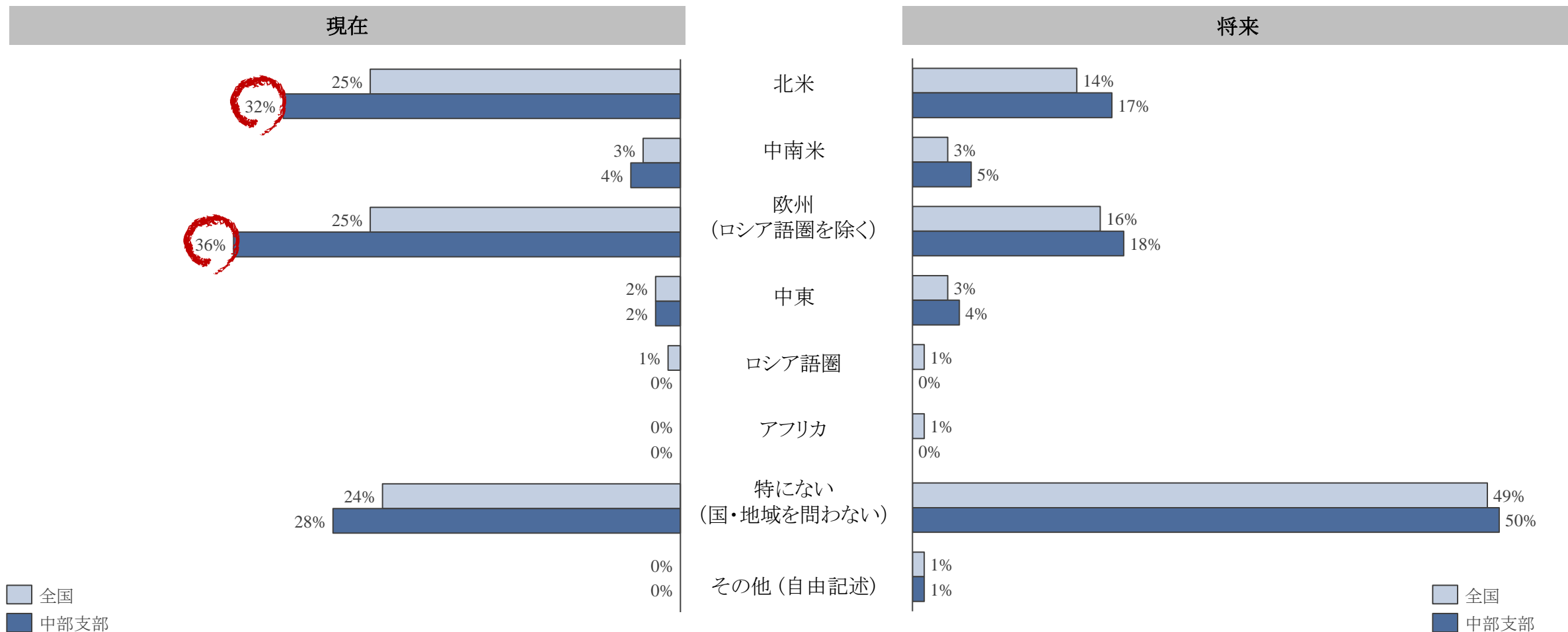


インバウンド重点市場について(欧米・その他地域)

- 現在の受け入れの中心である北米や欧州を将来的にも継続して強化していく傾向が見られる。また強化していく国や地域を特定していない割合も全国同様高く、特定市場に限らず広く受け入れていく方向性が強いと考えられる。

現在と将来におけるインバウンド観光客の受入状況と受入強化の予定について

全国 n=913 / 中部支部 n=208 / 共に複数回答

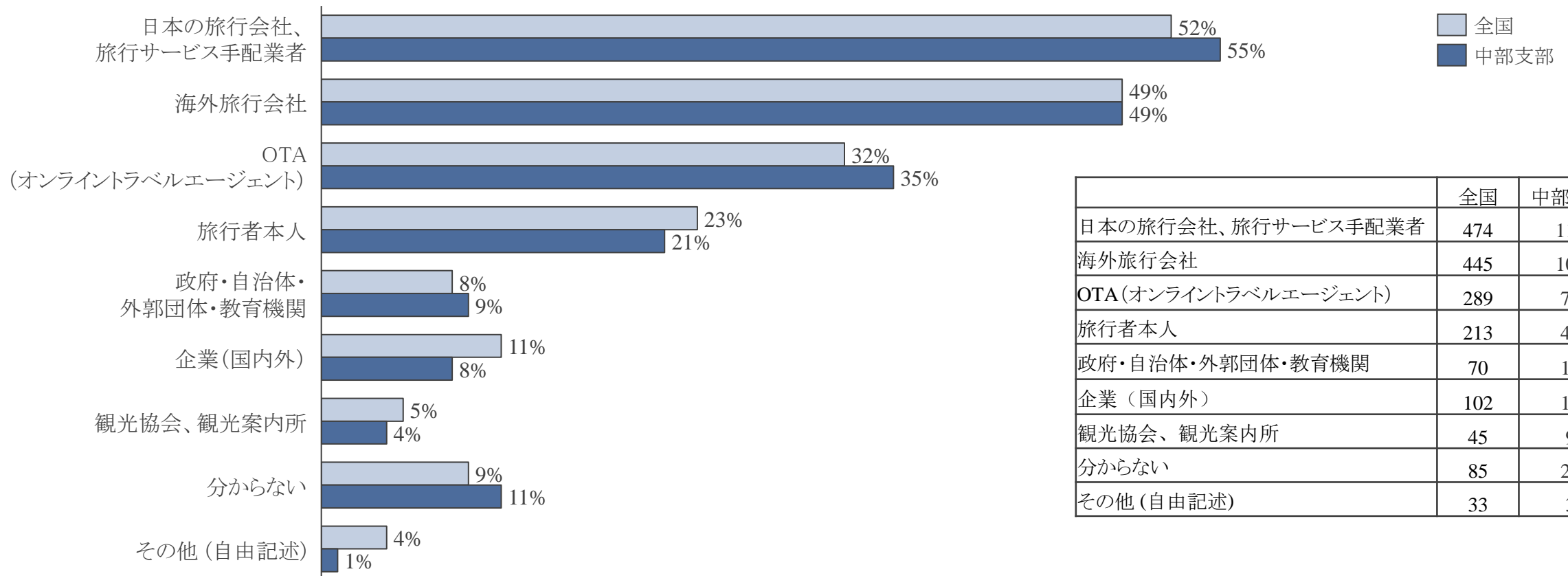


予約チャンネルについて

- 国内外の「旅行会社」を通じた予約が約半数を占める点を含め、概ね全国と同じような傾向にある。

インバウンド観光客の予約チャンネルについて

全国 n=913 / 中部支部 n=208 / 共に複数回答



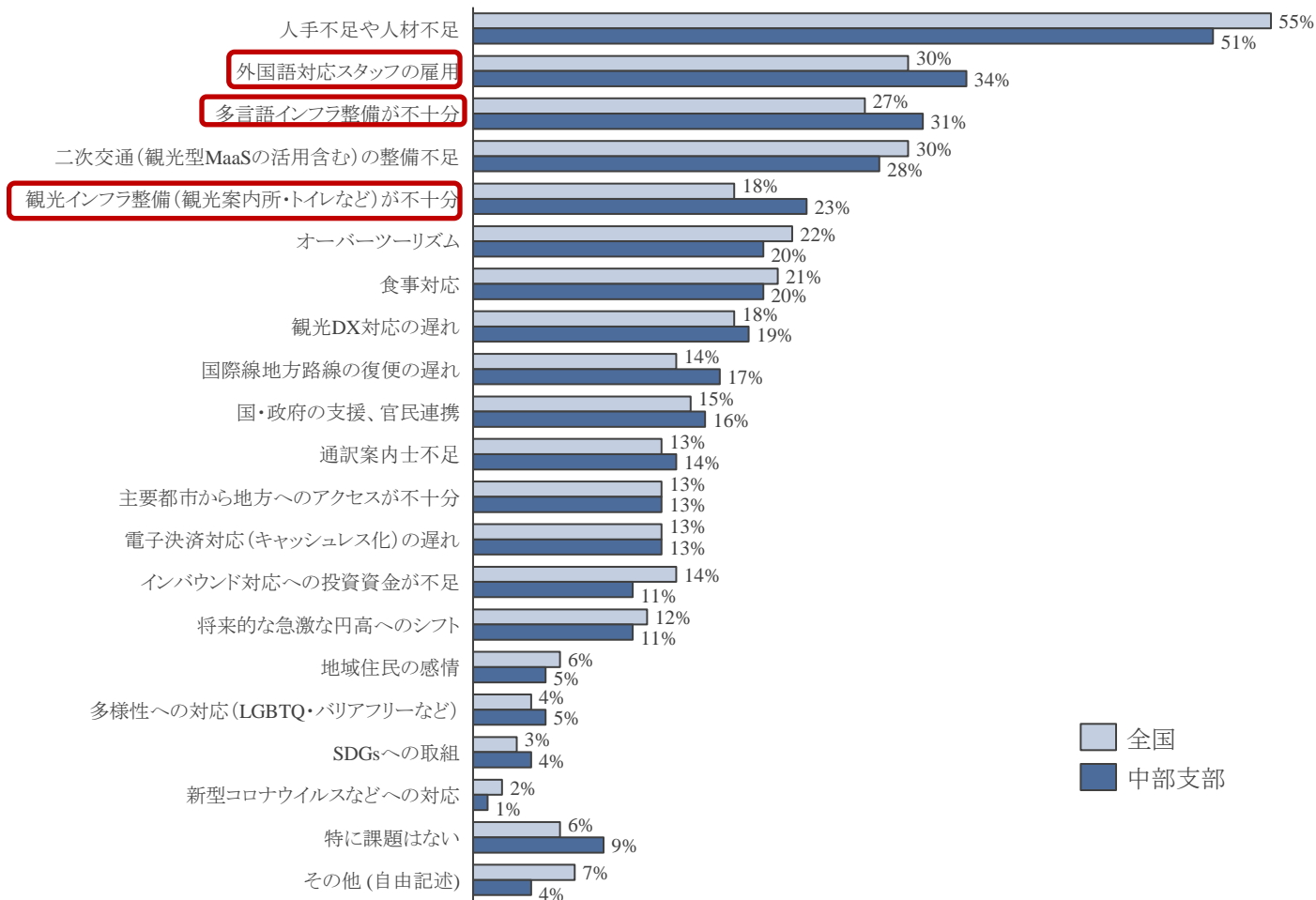
	全国	中部支部
日本の旅行会社、旅行サービス手配業者	474	114
海外旅行会社	445	101
OTA (オンライントラベルエージェント)	289	72
旅行者本人	213	44
政府・自治体・外郭団体・教育機関	70	18
企業(国内外)	102	16
観光協会、観光案内所	45	9
分からない	85	22
その他(自由記述)	33	3

インバウンド観光客受入の課題について(現在)

- 「人手不足や人材不足」が最大の課題であり全国よりは低いものの51%と突出している。「外国語対応スタッフの雇用」「多言語インフラ整備」、及び「観光インフラ整備」については全国を4~5ポイント上回っている。

インバウンド観光客受入を再開した現在、受入に際して課題について

全国 n=913 / 中部支部 n=208 / 共に複数回答



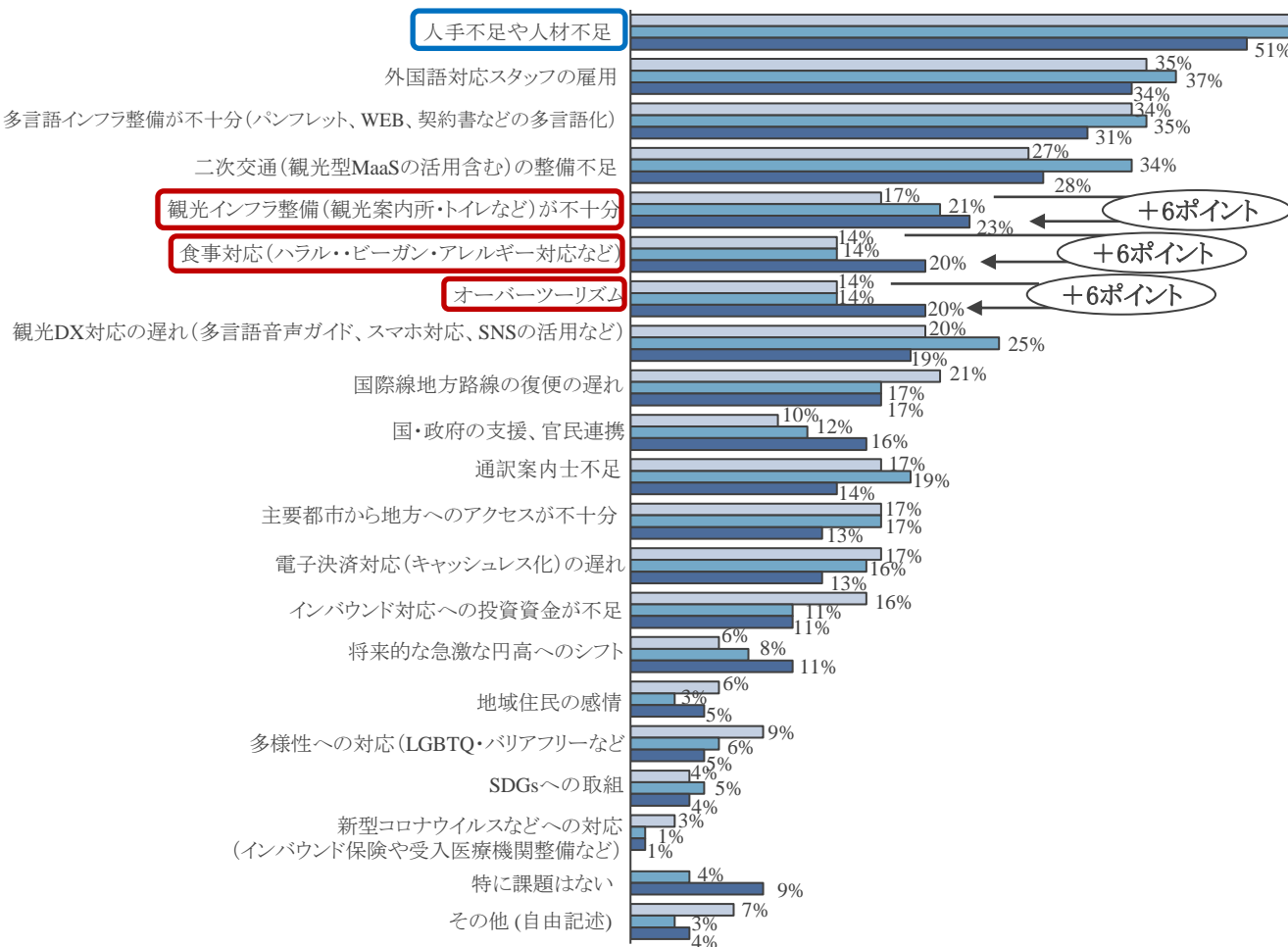
	全国	中部支部
人手不足や人材不足	501	107
外国語対応スタッフの雇用	274	70
多言語インフラ整備が不十分 (パンフレット、WEB、契約書などの多言語化)	247	64
二次交通(観光型MaaSの活用含む)の整備不足	274	58
観光インフラ整備(観光案内所・トイレなど)が不十分	164	48
オーバーツーリズム	205	42
食事対応(ハラル・ビーガン・アレルギー対応など)	189	42
観光DX対応の遅れ (多言語音声ガイド、スマホ対応、SNSの活用など)	122	40
国際線地方路線の復便の遅れ	124	35
国・政府の支援、官民連携	141	33
通訳案内士不足	123	29
主要都市から地方へのアクセスが不十分	121	27
電子決済対応(キャッシュレス化)の遅れ	167	26
インバウンド対応への投資資金が不足	129	23
将来的な急激な円高へのシフト	109	22
地域住民の感情	58	11
多様性への対応(LGBTQ・バリアフリーなど)	40	10
SDGsへの取組	24	8
新型コロナウイルスなどへの対応 (インバウンド保険や受入医療機関整備など)	19	3
特に課題はない	52	19
その他(自由記述)	66	8

【時系列】インバウンド観光客受入の課題について(現在)

- 過去3回通じて「人手不足や人材不足」が最大の課題であるが徐々に比率が下がっており、一定の改善が進んでいると考えられる。上位の課題においては「観光インフラ整備」「食事対応」「オーバーツーリズム」が上昇傾向にある。

インバウンド観光客受入を再開した現在、受入に際して課題について

第1回 n=230 / 第2回 n=155 / 第3回 n=208 すべて複数回答



	第1回	第2回	第3回
人手不足や人材不足	150	85	107
外国語対応スタッフの雇用	80	58	70
多言語インフラ整備が不十分(パンフレット、WEB、契約書などの多言語化)	79	55	64
二次交通(観光型MaaSの活用含む)の整備不足	61	53	58
観光インフラ整備(観光案内所・トイレなど)が不十分	38	32	48
食事対応(ハラル・ビーガン・アレルギー対応など)	32	22	42
オーバーツーリズム	32	21	42
観光DX対応の遅れ(多言語音声ガイド、スマホ対応、SNSの活用など)	46	39	40
国際線地方路線の復便の遅れ	49	26	35
国・政府の支援、官民連携	23	19	33
通訳案内士不足	39	30	29
主要都市から地方へのアクセスが不十分	40	26	27
電子決済対応(キャッシュレス化)の遅れ	39	25	26
インバウンド対応への投資資金が不足	37	17	23
将来的な急激な円高へのシフト	14	13	22
地域住民の感情	14	5	11
多様性への対応(LGBTQ・バリアフリーなど)	20	9	10
SDGsへの取組	10	8	8
新型コロナウイルスなどへの対応(インバウンド保険や受入医療機関整備など)	6	1	3
特に課題はない	-	6	19
その他(自由記述)	16	4	8

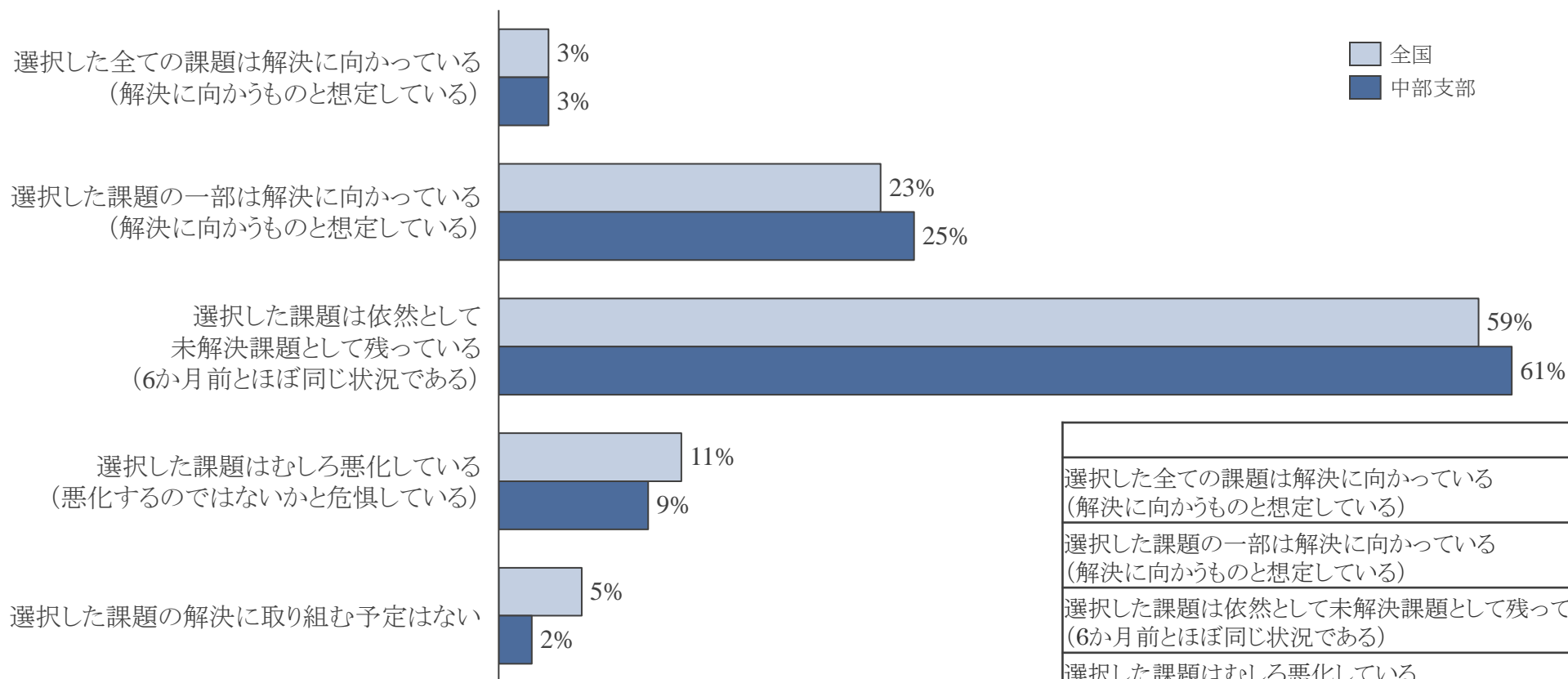
■ 第1回
■ 第2回
■ 第3回

インバウンド観光客受入課題の解決状況について

- 課題が解決に向かっているとした比率は全国(26%)とほぼ同率の28%であり、概ね全国と似た状況であるが、悪化しているという回答が若干低い。

前問で選択された、インバウンド受入の際の課題は6か月前(概ね2023年4月～6月)と比較するとどのような状況について

全国 n=861 / 中部支部 n=189 / 共に単数回答



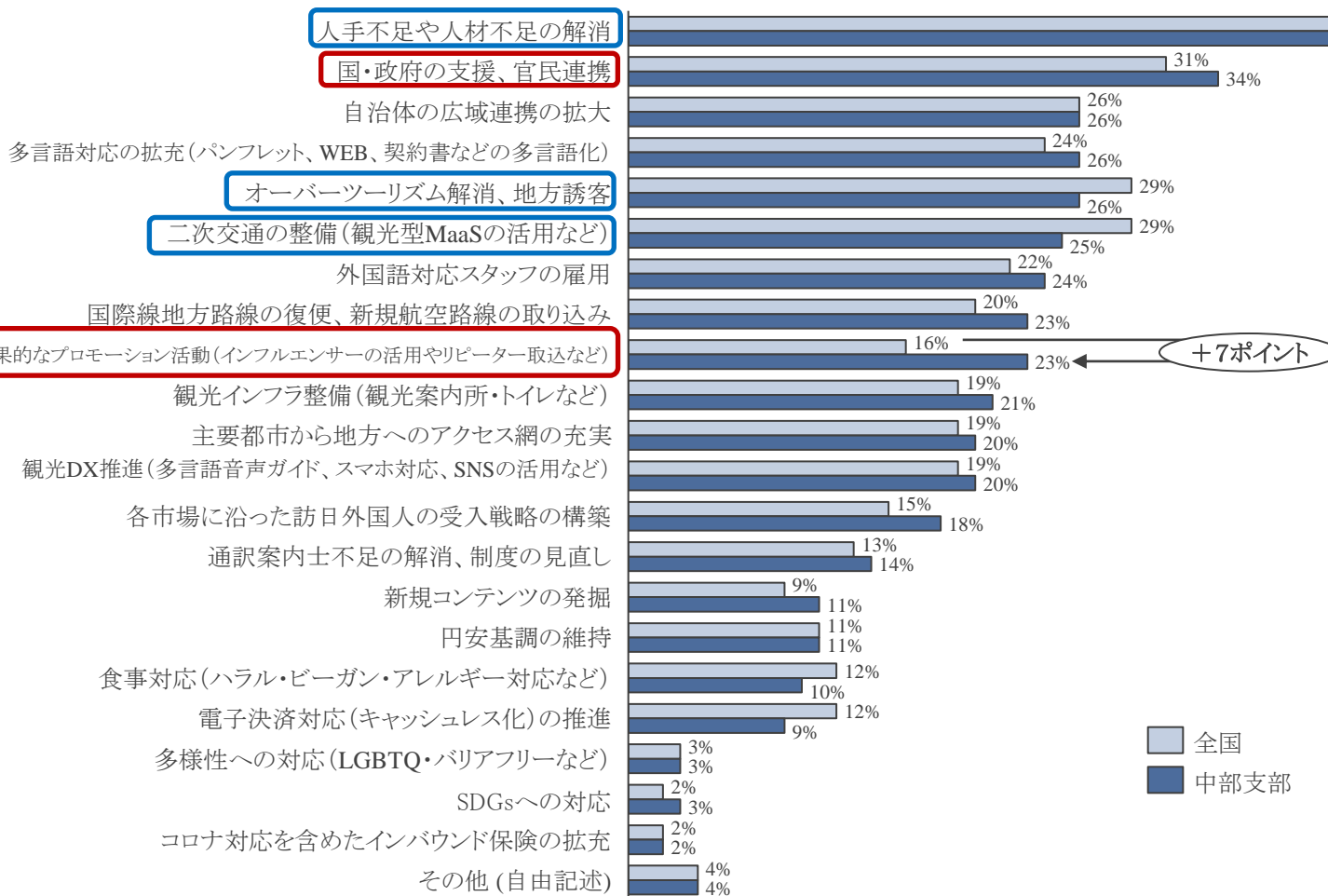
	全国	中部支部
選択した全ての課題は解決に向かっている (解決に向かうものと想定している)	22	5
選択した課題の一部は解決に向かっている (解決に向かうものと想定している)	195	47
選択した課題は依然として未解決課題として残っている (6か月前とほぼ同じ状況である)	511	116
選択した課題はむしろ悪化している (悪化するのではないかと危惧している)	92	17
選択した課題の解決に取り組む予定はない	41	4

インバウンド観光客受入をさらに伸長させるための条件について(将来)

- 将来についても現在同様「人手不足や人材不足」が最大の課題であるが全国よりも7ポイント低い。全体的に全国と同傾向にあるが、全国よりも「効果的なプロモーション活動」が高い、「オーバーツーリズム」・「二次交通」が低いなどの特徴も見られる。

インバウンド観光客の受入をさらに伸長させていくにあたり、重要かつ効果的だと思われる条件について

全国 n=913 / 中部支部 n=208 / 共に複数回答



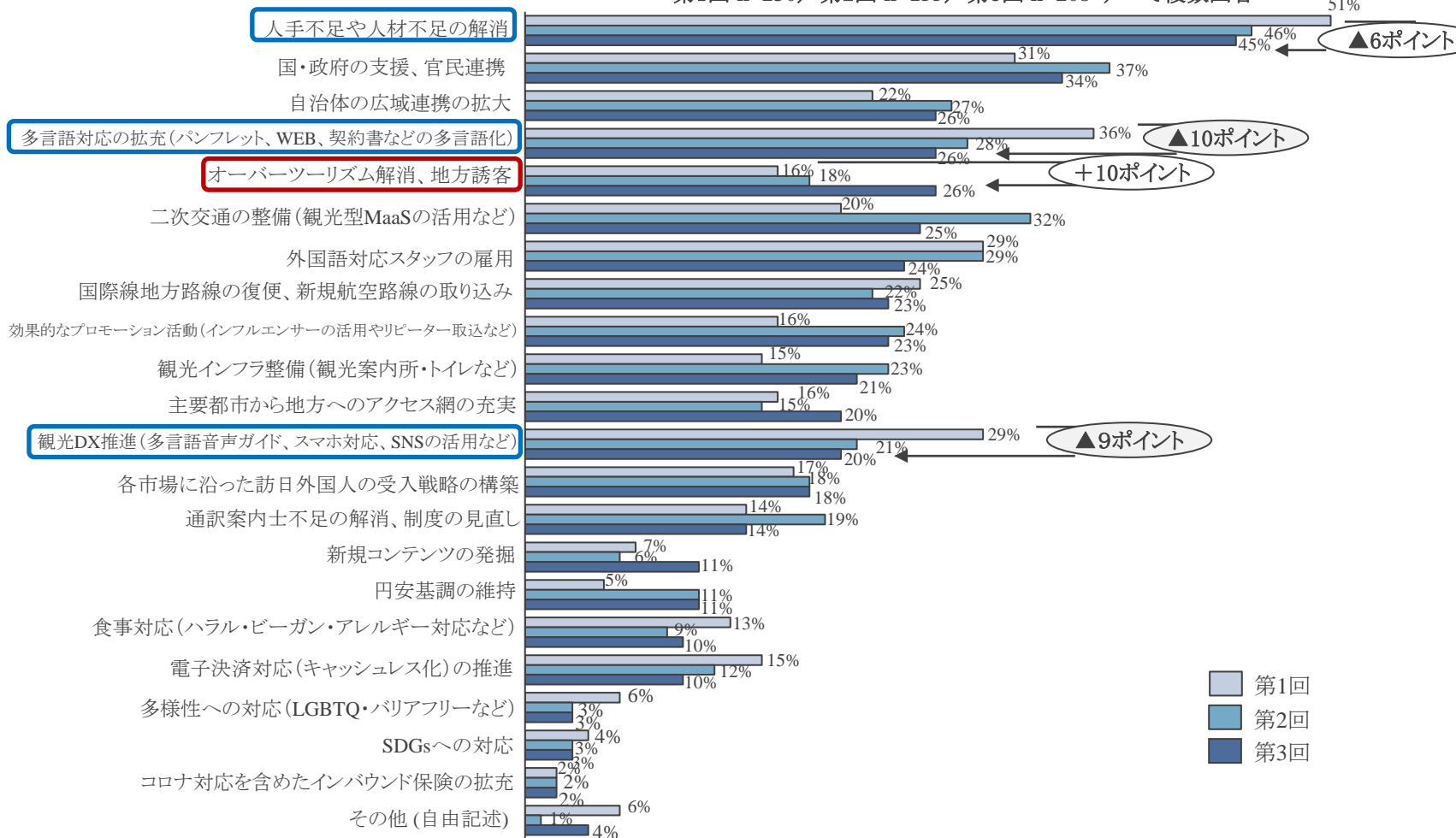
	全国	中部支部
人手不足や人材不足の解消	479	94
国・政府の支援、官民連携	285	71
自治体の広域連携の拡大	235	55
多言語対応の拡充 (パンフレット、WEB、契約書などの多言語化)	216	55
オーバーツーリズム解消、地方誘客	268	54
二次交通の整備 (観光型MaaSの活用など)	266	53
外国語対応スタッフの雇用	201	49
国際線地方路線の復便、新規航空路線の取り込み	186	48
効果的なプロモーション活動 (インフルエンサーの活用やリピーター取込など)	145	48
観光インフラ整備 (観光案内所・トイレなど)	173	44
主要都市から地方へのアクセス網の充実	106	42
観光DX推進 (多言語音声ガイド、スマホ対応、SNSの活用など)	172	41
各市場に沿った訪日外国人の受入戦略の構築	141	37
通訳案内士不足の解消、制度の見直し	121	30
新規コンテンツの発掘	81	23
円安基調の維持	101	22
食事対応 (ハラル・ビーガン・アレルギー対応など)	109	20
電子決済対応 (キャッシュレス化) の推進	173	19
多様性への対応 (LGBTQ・バリアフリーなど)	30	6
SDGsへの対応	20	6
コロナ対応を含めたインバウンド保険の拡充	16	4
その他 (自由記述)	40	8

【時系列】インバウンド観光客受入をさらに伸長させるための条件について(将来)

- 現在の課題同様、過去3回通じて「人手不足や人材不足」が最大の課題であるが徐々に比率が下がっており、将来においても人手不足が解消の方向に向かうことが期待されている。「多言語対応」「観光DX推進」も改善の兆し。一方「オーバーツーリズム」に関しては徐々に比率が上がっており注視が必要。

インバウンド観光客の受入をさらに伸長させていくにあたり、重要かつ効果的だと思われる条件について

第1回 n=230 / 第2回 n=155 / 第3回 n=208 すべて複数回答



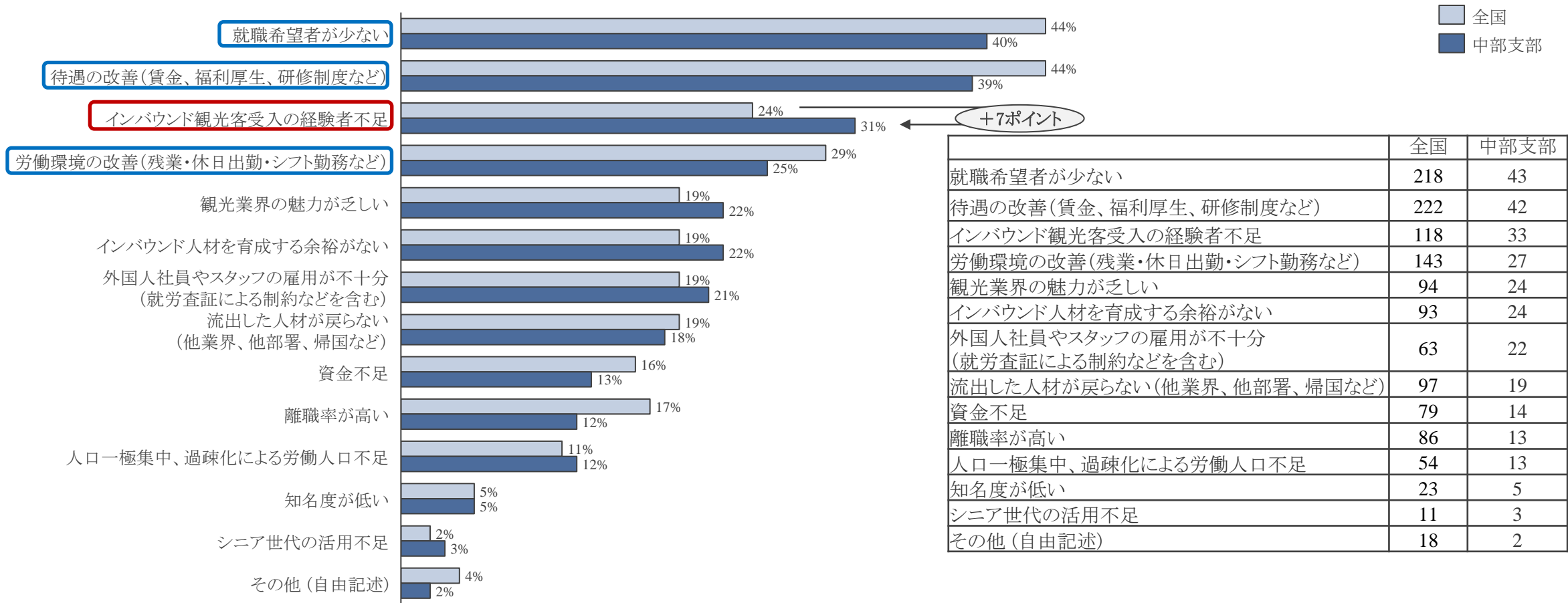
	第1回	第2回	第3回
人手不足や人材不足の解消	118	72	94
国・政府の支援、官民連携	72	58	71
自治体の広域連携の拡大	51	42	55
多言語対応の拡充 (パンフレット、WEB、契約書などの多言語化)	82	43	55
オーバーツーリズム解消、地方誘客	37	28	54
二次交通の整備 (観光型MaaSの活用など)	47	49	53
外国語対応スタッフの雇用	66	45	49
国際線地方路線の復便、新規航空路線の取り込み	58	34	48
効果的なプロモーション活動 (インフルエンサーの活用やリピーター取込など)	37	37	48
観光インフラ整備 (観光案内所・トイレなど)	35	35	44
主要都市から地方へのアクセス網の充実	36	23	42
観光DX推進 (多言語音声ガイド、スマホ対応、SNSの活用など)	66	32	41
各市場に沿った訪日外国人の受入戦略の構築	39	28	37
通訳案内士不足の解消、制度の見直し	33	29	30
新規コンテンツの発掘	17	10	23
円安基調の維持	12	17	22
食事対応 (ハラール・ビーガン・アレルギー対応など)	29	14	20
電子決済対応 (キャッシュレス化)の推進	34	18	19
多様性への対応 (LGBTQ・バリアフリーなど)	14	4	6
SDGsへの対応	9	5	6
コロナ対応を含めたインバウンド保険の拡充	4	3	4
その他 (自由記述)	13	2	8

インバウンド観光客受入の課題について(人手不足・人材不足)

- 全国同様「就職希望者が少ない」、「待遇の改善」が上位となっているが「労働環境の改善」と合わせて全国を4～5ポイント下回る。一方で「インバウンド観光客受入の経験者不足」が全国を7ポイント上回る等、人材育成関係を中心に全国を上回る項目がある。

「人手不足・人材不足」について、考えられる要因について

全国 n=501 / 中部支部 n=107 / 共に複数回答



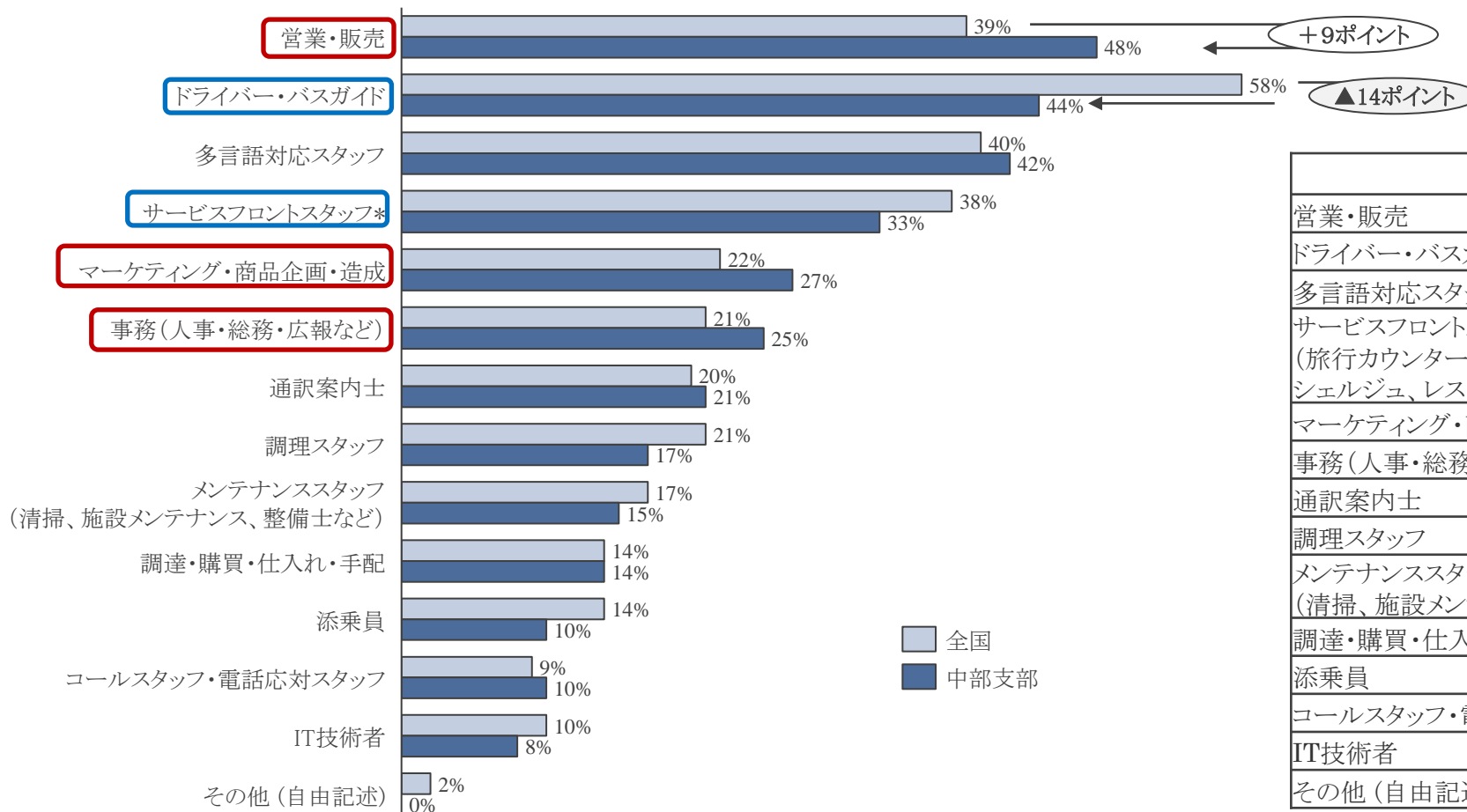
	全国	中部支部
就職希望者が少ない	218	43
待遇の改善(賃金、福利厚生、研修制度など)	222	42
インバウンド観光客受入の経験者不足	118	33
労働環境の改善(残業・休日出勤・シフト勤務など)	143	27
観光業界の魅力が乏しい	94	24
インバウンド人材を育成する余裕がない	93	24
外国人社員やスタッフの雇用が不十分(就労査証による制約などを含む)	63	22
流出した人材が戻らない(他業界、他部署、帰国など)	97	19
資金不足	79	14
離職率が高い	86	13
人口一極集中、過疎化による労働人口不足	54	13
知名度が低い	23	5
シニア世代の活用不足	11	3
その他(自由記述)	18	2

インバウンド観光客受入の課題について

- 全国で最大の課題である「ドライバー、バスガイド」を抜いて「営業、販売」が最大の課題となっている。マーケティング、事務関係の比率が全国を上回る一方、サービス・運行関連は全国を下回っている。

「人手不足・人材不足」について、職種としてあてはまる選択肢

全国 n=498 / 中部支部 n=106 / 共に複数回答



	全国	中部支部
営業・販売	194	51
ドライバー・バスガイド	291	47
多言語対応スタッフ	197	45
サービスフロントスタッフ (旅行カウンター、受付、ホテルフロント、コンシェルジュ、レストランホールスタッフなど)	191	35
マーケティング・商品企画・造成	108	29
事務(人事・総務・広報など)	104	26
通訳案内士	102	22
調理スタッフ	103	18
メンテナンススタッフ (清掃、施設メンテナンス、整備士など)	86	16
調達・購買・仕入れ・手配	69	15
添乗員	70	11
コールスタッフ・電話対応スタッフ	46	11
IT技術者	51	8
その他 (自由記述)	8	0

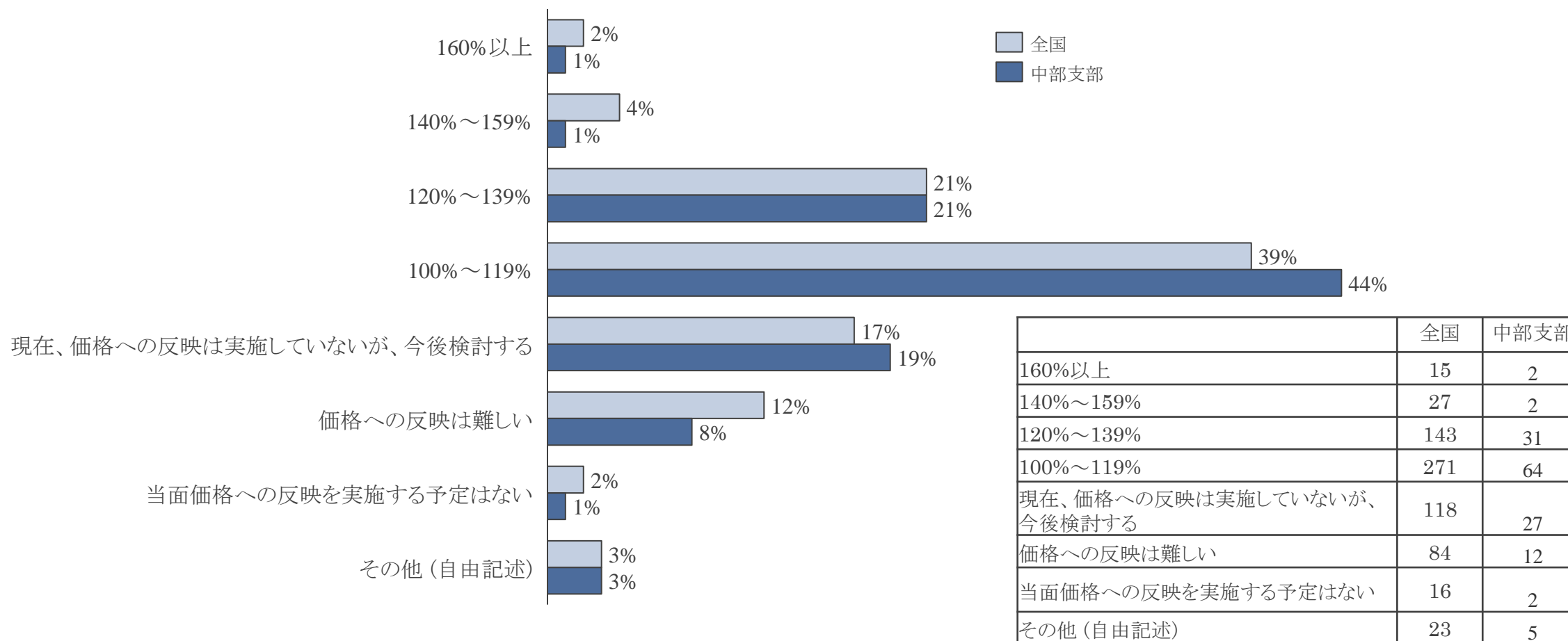
サービスフロントスタッフ*: 旅行カウンター、受付、ホテルフロント、コンシェルジュ、レストランホールスタッフなど

観光事業者のコスト上昇について

- 67%がすでに価格に反映済みで全国(66%と)同レベルだが反映率は全国よりも若干低い。

宿泊事業者/飲食事業者/輸送事業者/観光施設/旅行会社現在、価格への反映について

全国 n=697 / 中部支部 n=145 / 共に単数回答

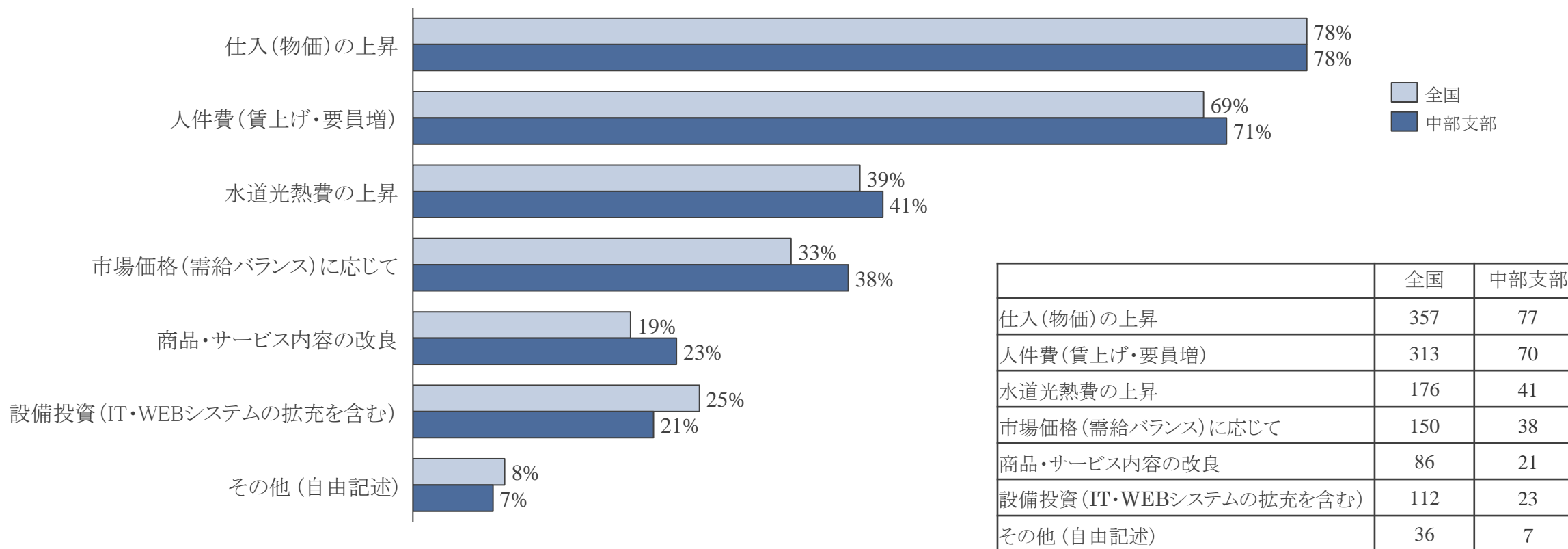


観光事業者のコスト上昇について

- 全国同様「仕入れ」、「人件費」の上昇が主要因。概ね全国同様の傾向にあるが「市場価格」については全国を5ポイント上回っている。

価格への反映をするに至った理由について

全国 n=456 / 中部支部 n=99 / 共に複数回答



(参考)大阪・関西万博について

- 大阪・関西万博の開催をきっかけに、インバウンド観光客を誘致することを検討している回答者は3割台に留まる。関西に拠点がある回答者の関心度は当初61%と高かったが、徐々に減少している傾向が見られる。

2025年4月～10月に大阪・関西万博が開催されます。この万博は、インバウンド観光客のさらなる誘致を実践するにあたり、一つの契機としたいと考えていらっしゃいますか。

第1回 n=1,094 / 第2回 n=883 / 第3回 n=913 / 共に複数回答

