

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(北海道支部)

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

一般社団法人 全国旅行業協会

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

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

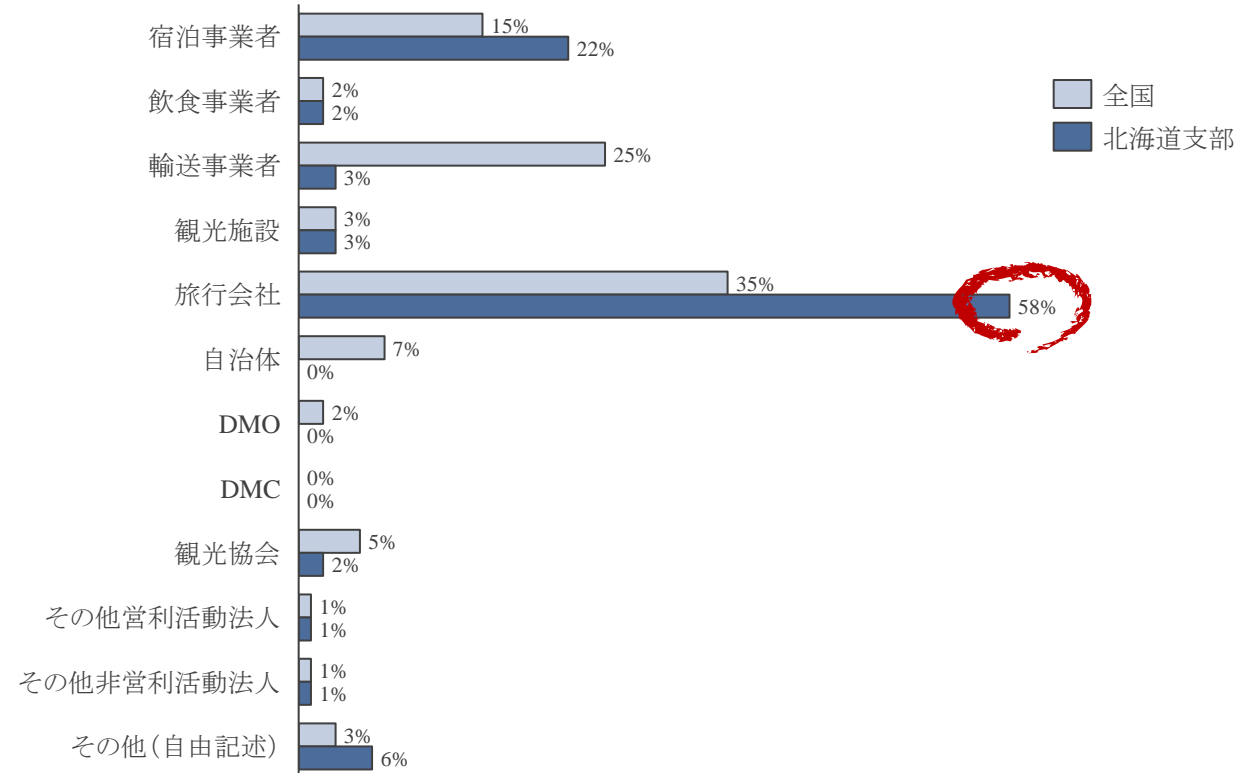
調査実施期間:2024年7月1日(月)~7月22日(月)

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、全国と比べて旅行会社の比率が58%と高い一方で輸送事業者は3%と非常に少なかった。自治体・DMO・DMCからの回答はなかった。

事業拠点・所在、事業形態
全国 n=1,161 / 北海道支部 n=86 / 共に 単数回答

業種	全国	北海道支部	全都道府県	北海道
宿泊事業者	176	19	2	17
飲食事業者	27	2		2
輸送事業者	285	3		3
観光施設	39	3		3
旅行会社	406	50	10	40
自治体	86	0		0
DMO	27	0		0
DMC	3	0		0
観光協会	54	2	1	1
その他営利活動法人	8	1	1	0
その他非営利活動法人	13	1		1
その他(自由記述)	37	5		5
合計	1161	86	14	72

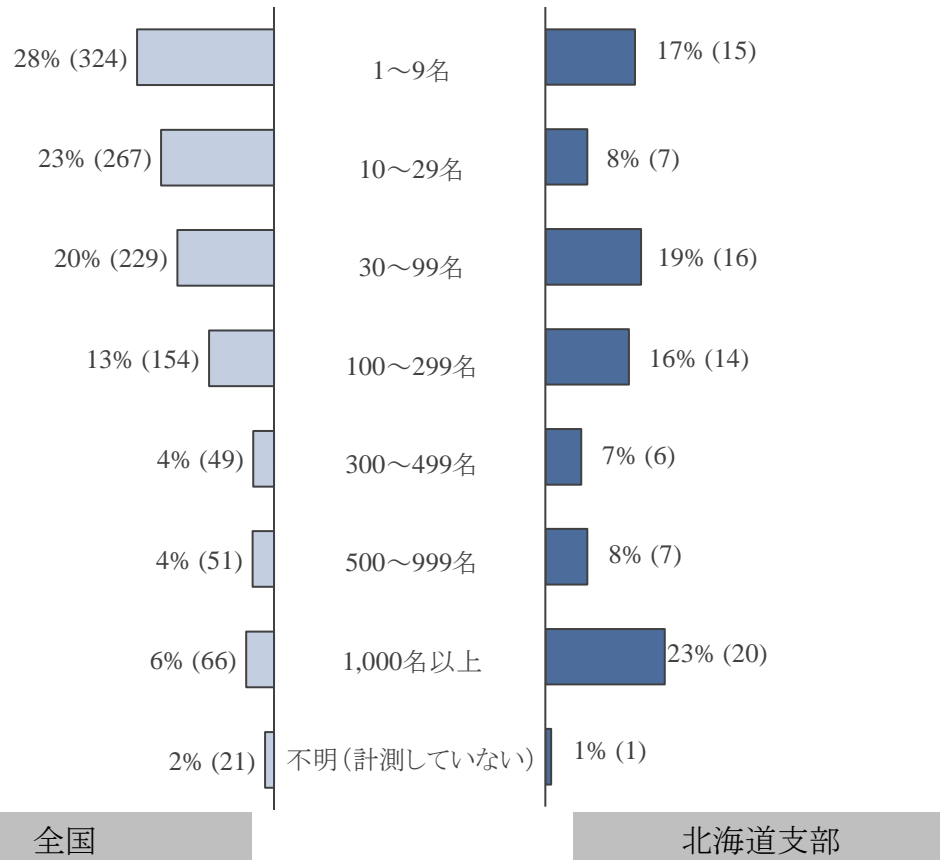


従業員数について

- コロナ禍以前の従業員数は100名以上の割合が全国の27%に対し54%と高かった。従業員数の戻り具合については、2019年比90%以上になったとの回答が53%と全国より14ポイント低く回復が遅れていると考えられる。

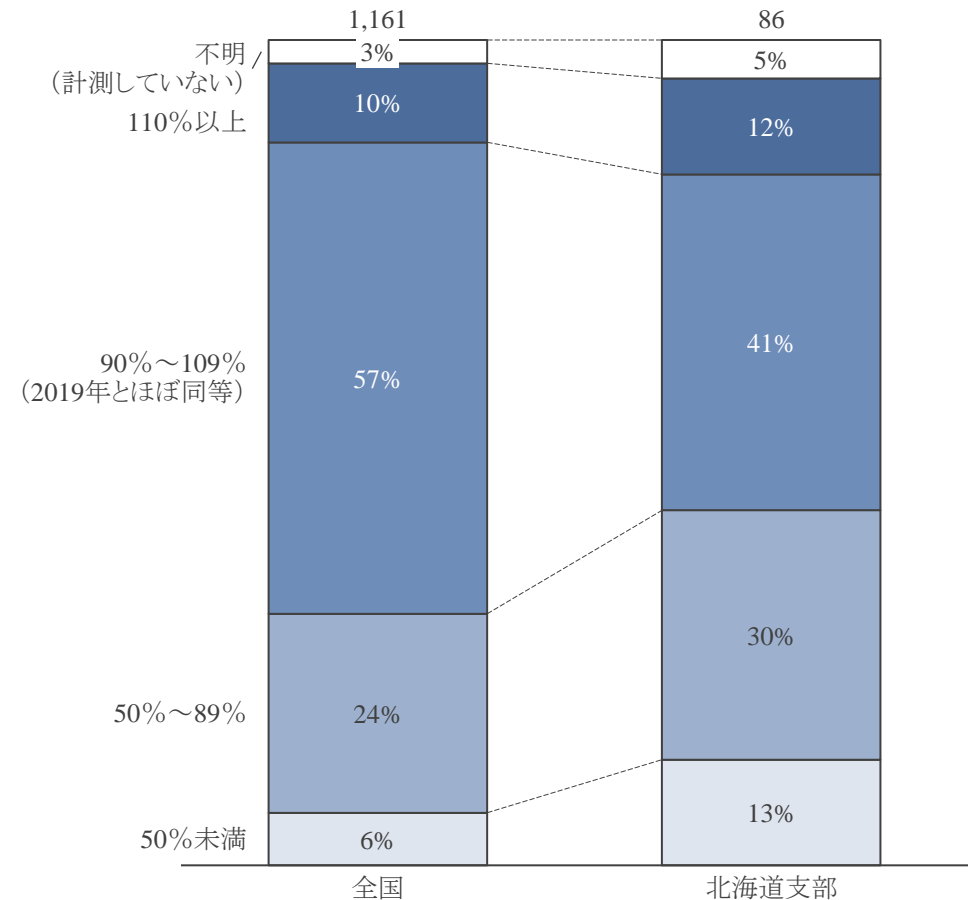
コロナ禍以前(2019年4月1日時点)の従業員数・職員数

全国 n=1,161 / 北海道支部 n=86 / 共に単数回答



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

全国 n=1,161 / 北海道支部 n=86 / 共に単数回答

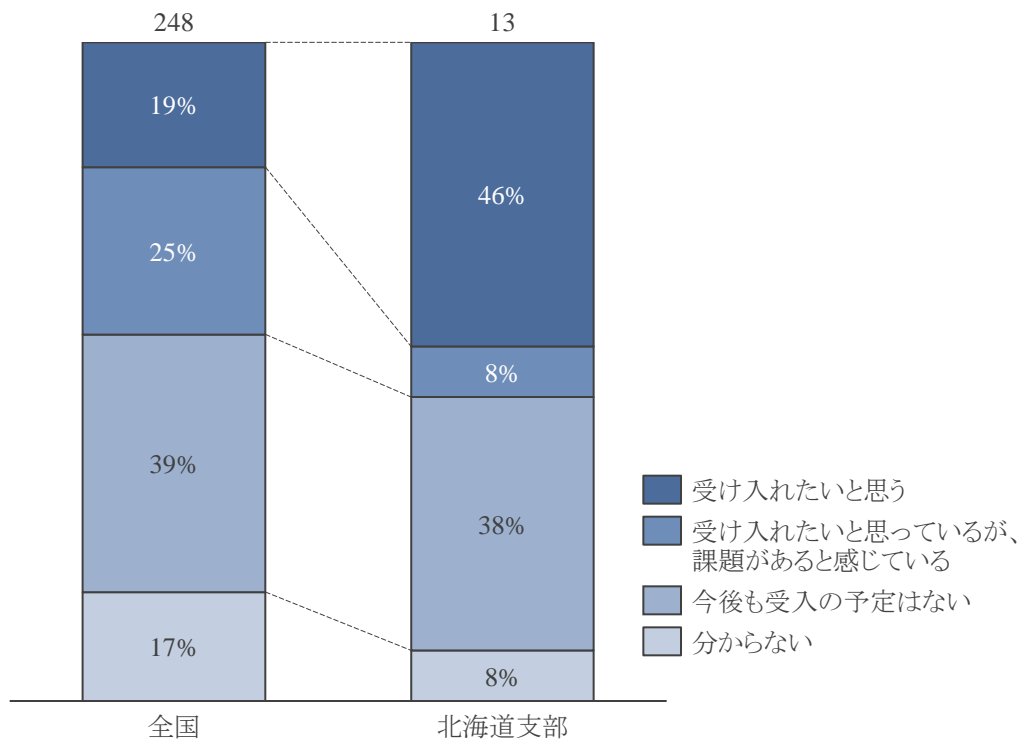


インバウンド観光客受け入れ計画

- 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、54%が前向きな回答であり全国の44%よりも高い。また課題については全国同様「人手不足・人材不足」がトップであったが、全国に比べ24ポイントも高く、インバウンド新規受け入れの大きな障害となっていることが伺える。

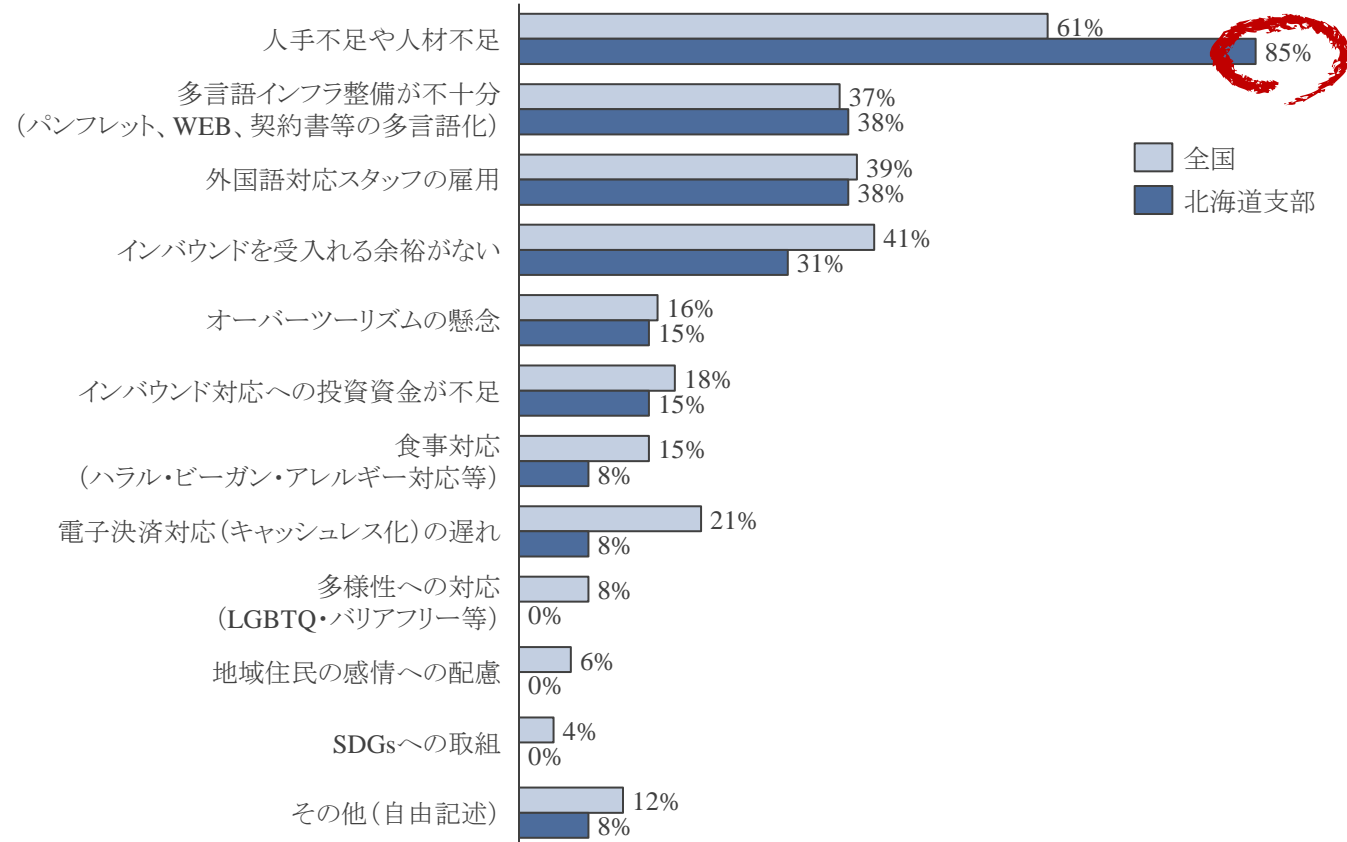
将来、インバウンド観光客を受け入れ計画

全国 n=248 / 北海道支部 13 / 共に単数回答



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

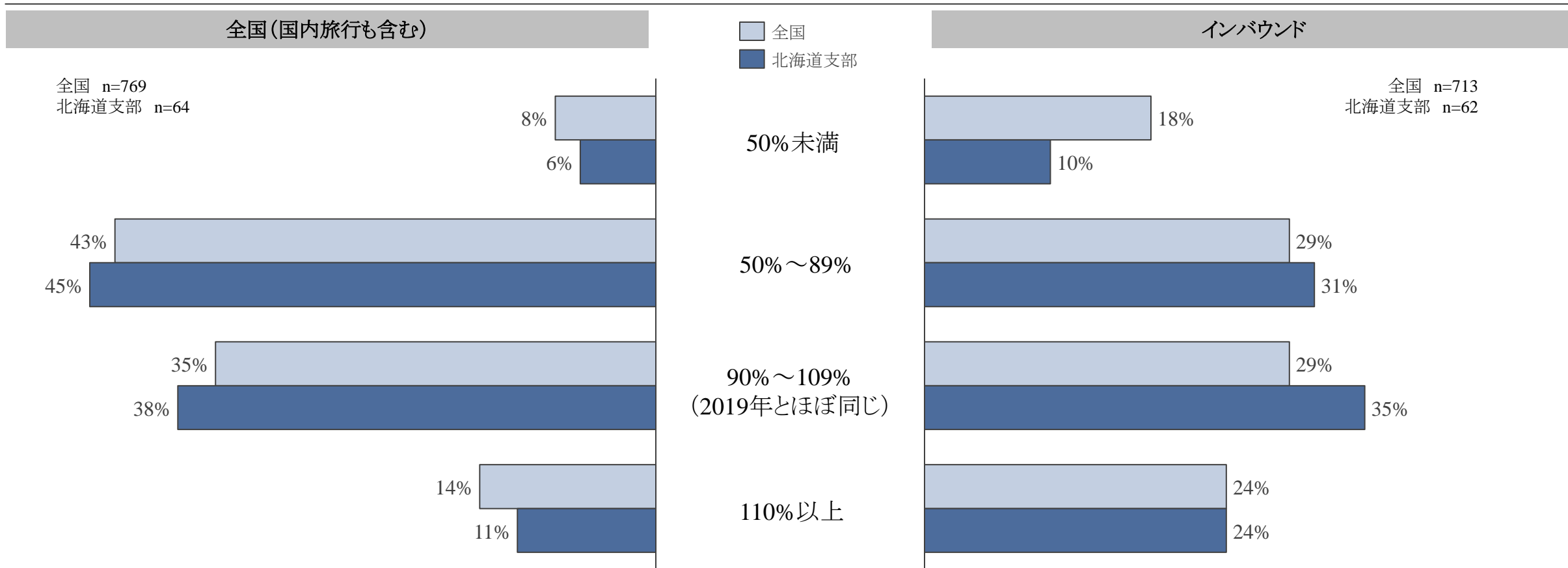
全国 n=248 北海道支部 n=13 / 共に複数回答



観光客数の戻り具合について

- 国内旅行を含む観光全体の回復状況については、ほぼ全国と同傾向。インバウンドについては、59%と全国(53%)に比べ若干、回復が早いことがうかがえる。

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

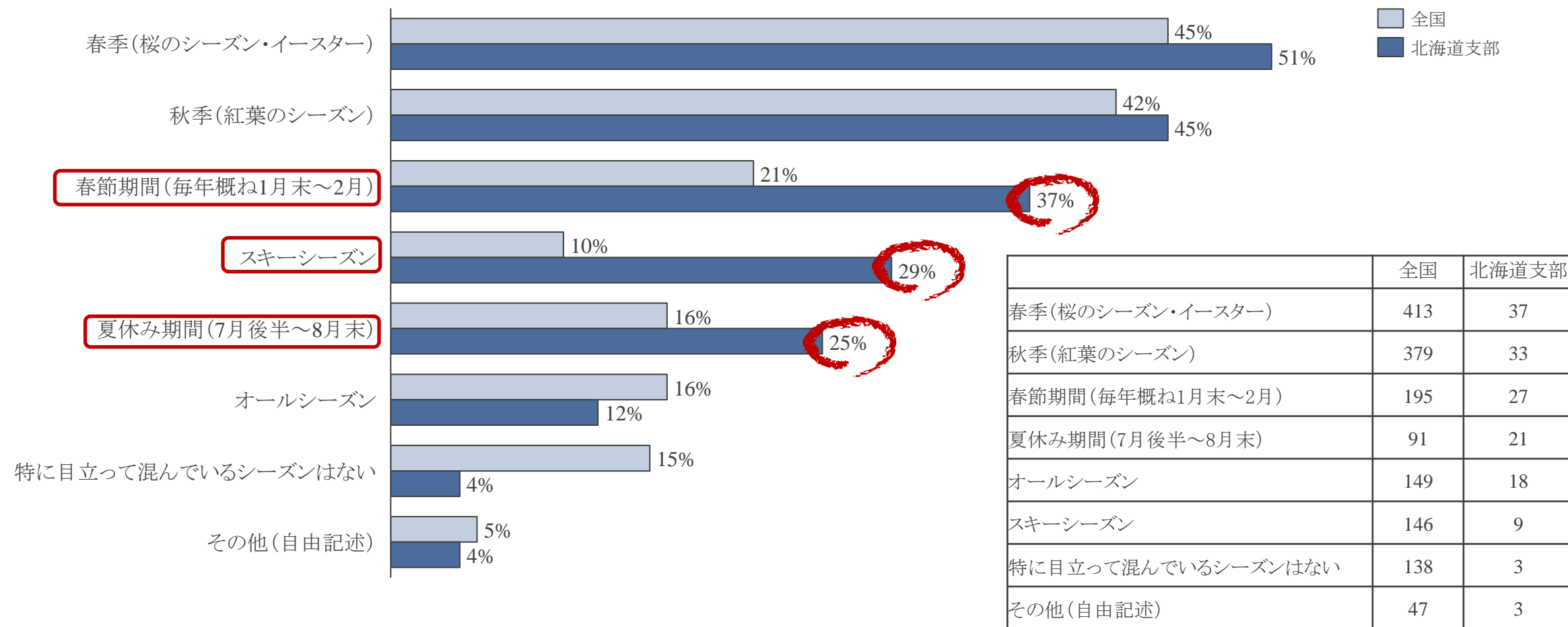


インバウンド観光客の多い時期について

- インバウンド観光客が春季(桜のシーズン・イースター)や秋季(紅葉シーズン)に多いという点は全国と同様であるが、春節期間、スキーシーズン、夏休みの比率も全国を上回り年間を通じて多くの観光客を受け入れていると考えられる。

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 / 北海道支部 n=73 / 共に複数回答

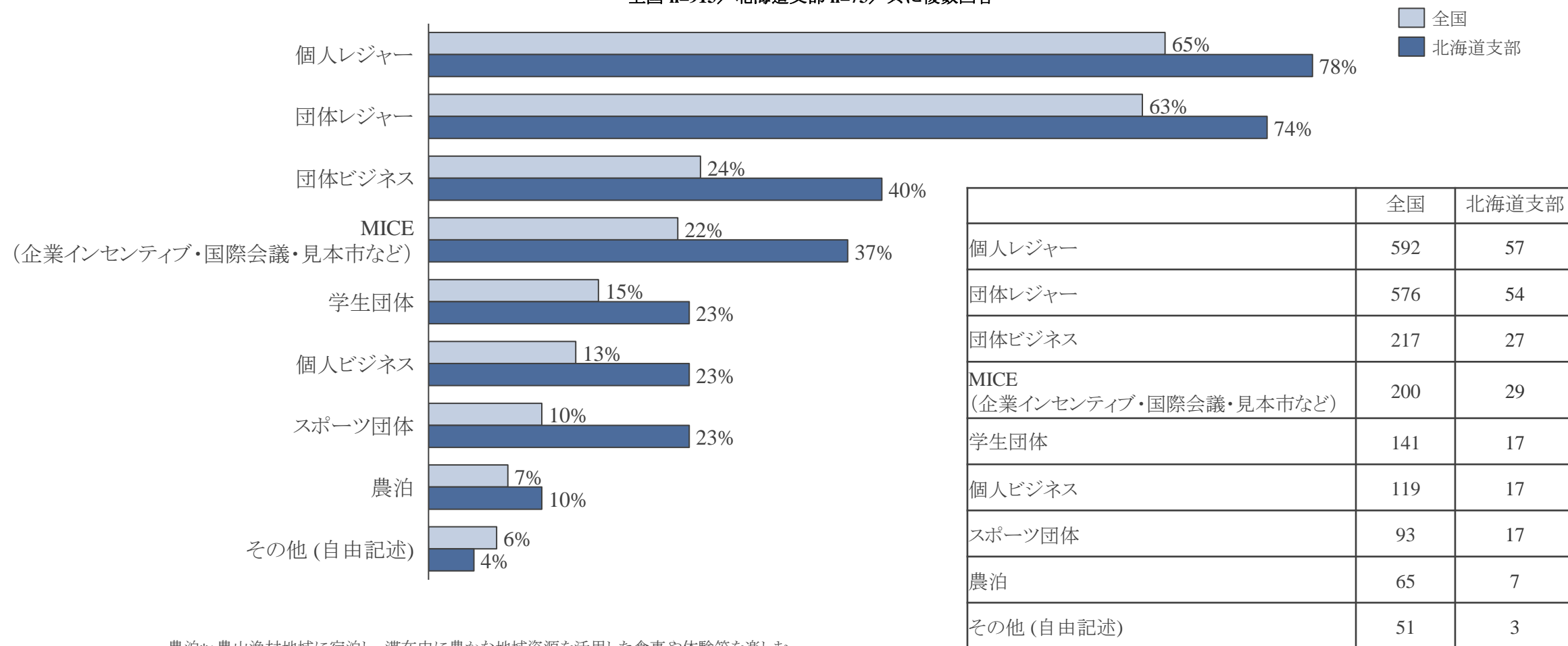


インバウンド観光客の旅行スタイルについて

- 旅行スタイルについてはレジャー（個人・団体）が中心となっているが全国よりも10ポイント以上高い。またすべての旅行スタイルで比率が全国を上回り多様な旅行スタイルを受け入れていることが伺える。

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 / 北海道支部 n=73 / 共に複数回答



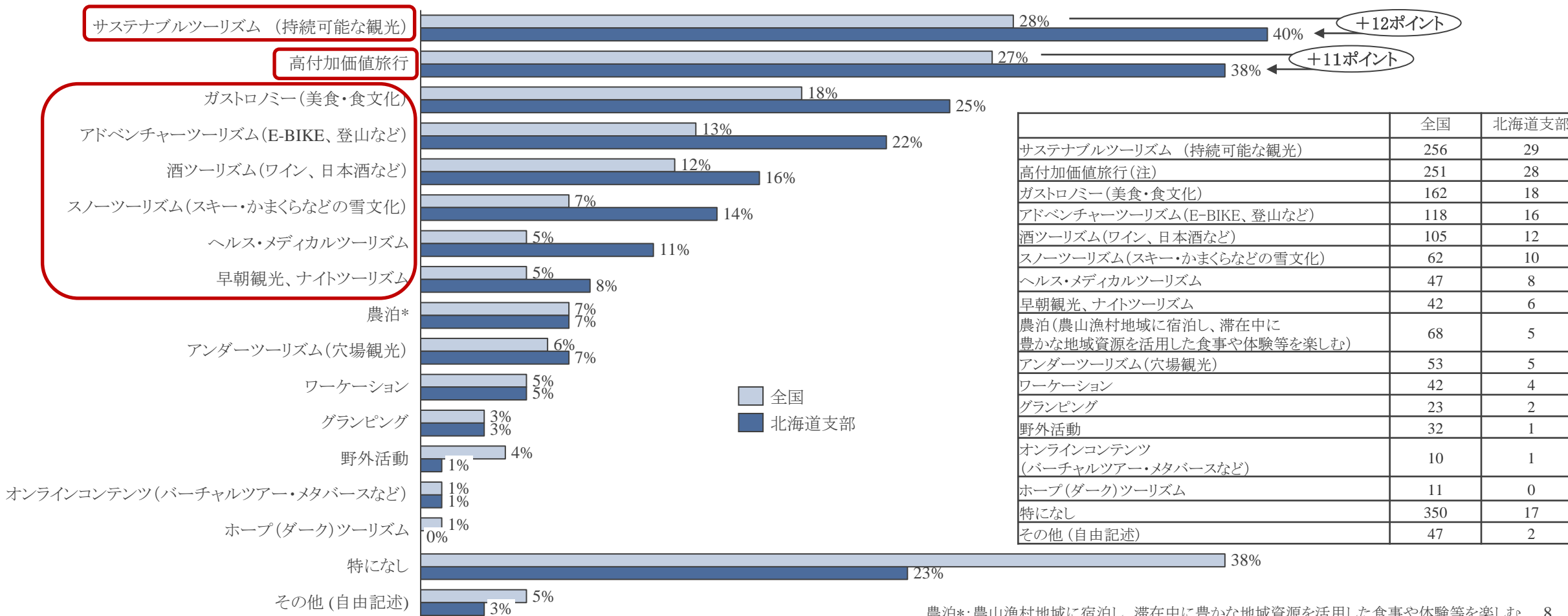
農泊*: 農山漁村地域に宿泊し、滞在中に豊かな地域資源を活用した食事や体験等を楽しむ

旅行・観光関連コンテンツについて

- 全体的に全国と同傾向にあるが、上位の「サステナブルツーリズム」、「高付加価値旅行」をはじめ多くの項目で比率が全国を上回っており、「特になし」が全国を13ポイント下回ることと合わせて旅行・観光コンテンツに対する関心の高さがうかがえる。

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 / 北海道支部 n=73 / 共に複数回答



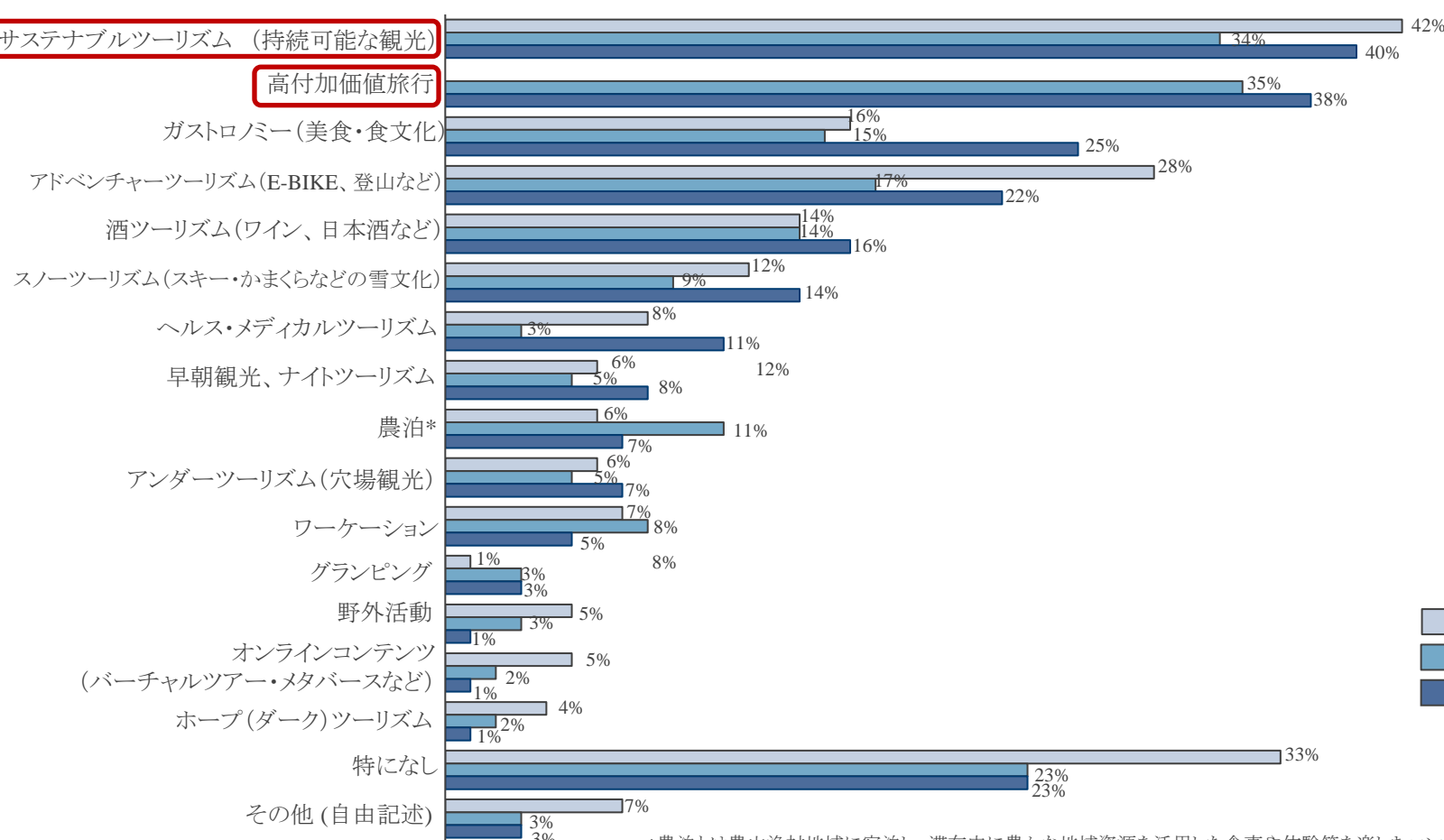
農泊*: 農山漁村地域に宿泊し、滞在中に豊かな地域資源を活用した食事や体験等を楽しむ

【時系列】旅行・観光関連コンテンツについて

- 「サステナブルツーリズム」並びに第2回調査より追加をした「高付加価値旅行」が上位を占め関心の高さが伺える。また第3回調査において「ガストロノミー」「酒ツーリズム」の比率が上がっており関心が高まっていると考えられる。

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

第1回 n=86 / 第2回 n=65 / 第3回 n=73 すべて複数回答



	第1回	第2回	第3回
サステナブルツーリズム (持続可能な観光)	36	22	29
高付加価値旅行 (注)	-	23	28
ガストロノミー (美食・食文化)	14	10	18
アドベンチャーツーリズム (E-BIKE、登山など)	24	11	16
酒ツーリズム (ワイン、日本酒など)	12	9	12
スノーツーリズム (スキー・かまくらなどの雪文化)	10	6	10
ヘルス・メディカルツーリズム	7	2	8
早朝観光、ナイトツーリズム	5	3	6
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)	5	7	5
アンダーツーリズム (穴場観光)	5	3	5
ワーケーション	6	5	4
グランピング	1	2	2
野外活動	4	2	1
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)	4	1	1
ホープ (ダーク) ツーリズム	3	1	0
特になし	28	15	17
その他 (自由記述)	6	2	2

*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

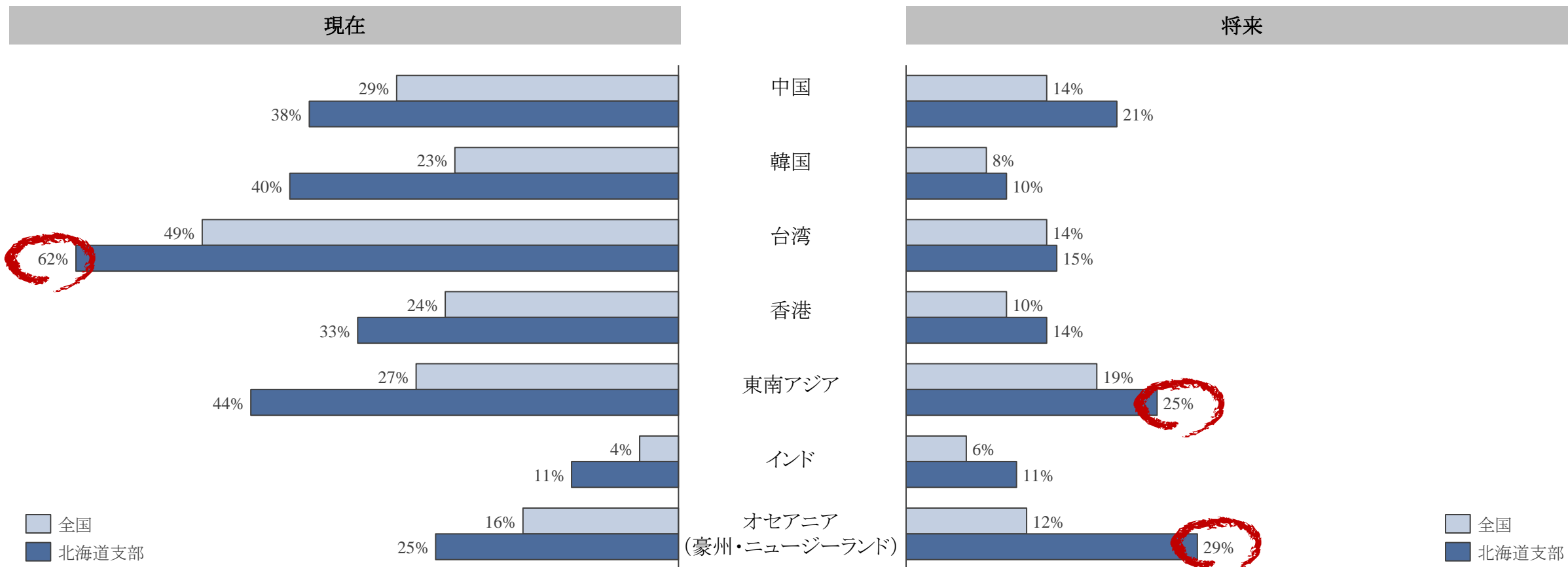
備考: 第1回調査で「高付加価値旅行」の選択肢はない

インバウンド重点市場について(アジア・オセアニア)

- 全ての市場において全国を比率が上回り多くの市場を受け入れていることが伺える。現在における台湾は60%を超えており非常に重要市場であることが推察される。将来は東アジア以上にオセアニアや東南アジアを強化していく傾向にある。

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 / 北海道支部 n=73 / 共に複数回答

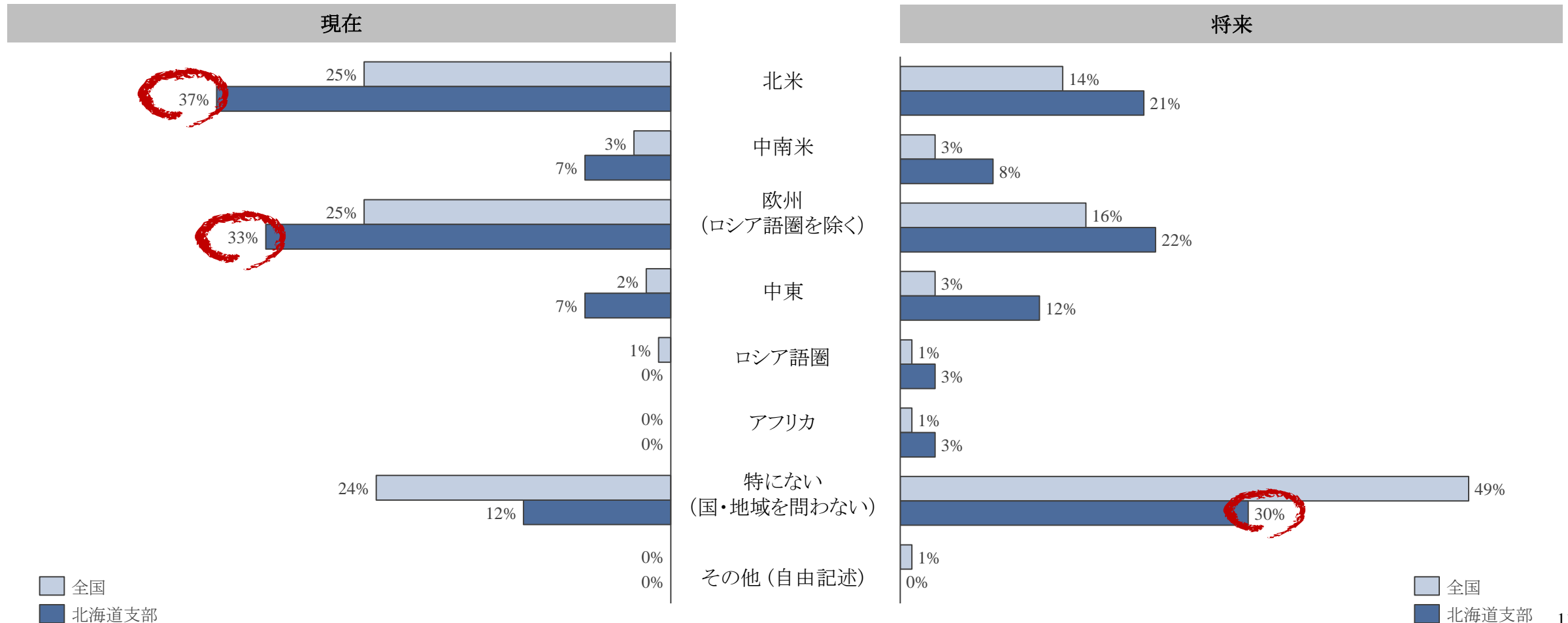


インバウンド重点市場について(欧米・その他地域)

- アジア・オセアニア同様、すべての市場において全国を上回っている。「特にない」の比率が全国よりも少ないことから市場ごとに戦略的に受け入れを進めていると想定される。

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 / 北海道支部 n=73 / 共に複数回答

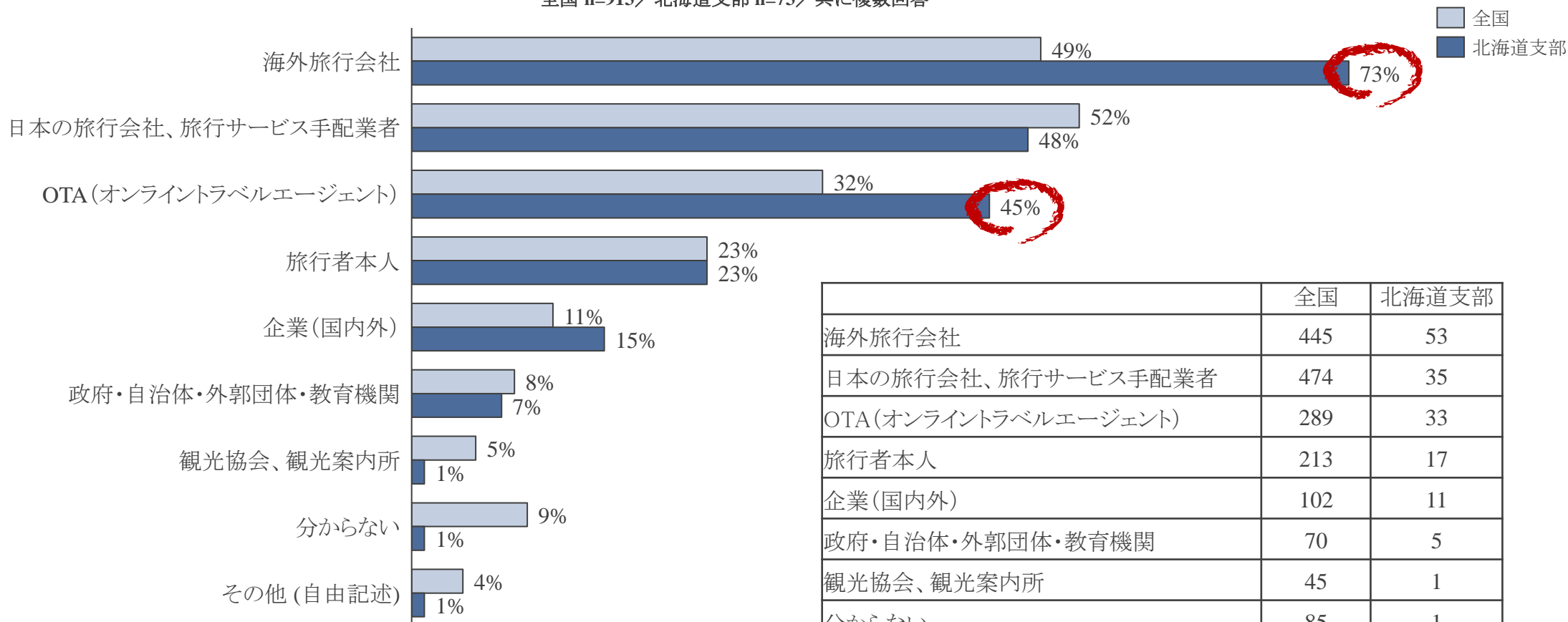


予約チャンネルについて

- 旅行会社の回答比率が高いこともあり、全国に比べ「海外旅行会社」の割合が高い。「OTA」からの受け入れも全国を上回っている。

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 / 北海道支部 n=73 / 共に複数回答



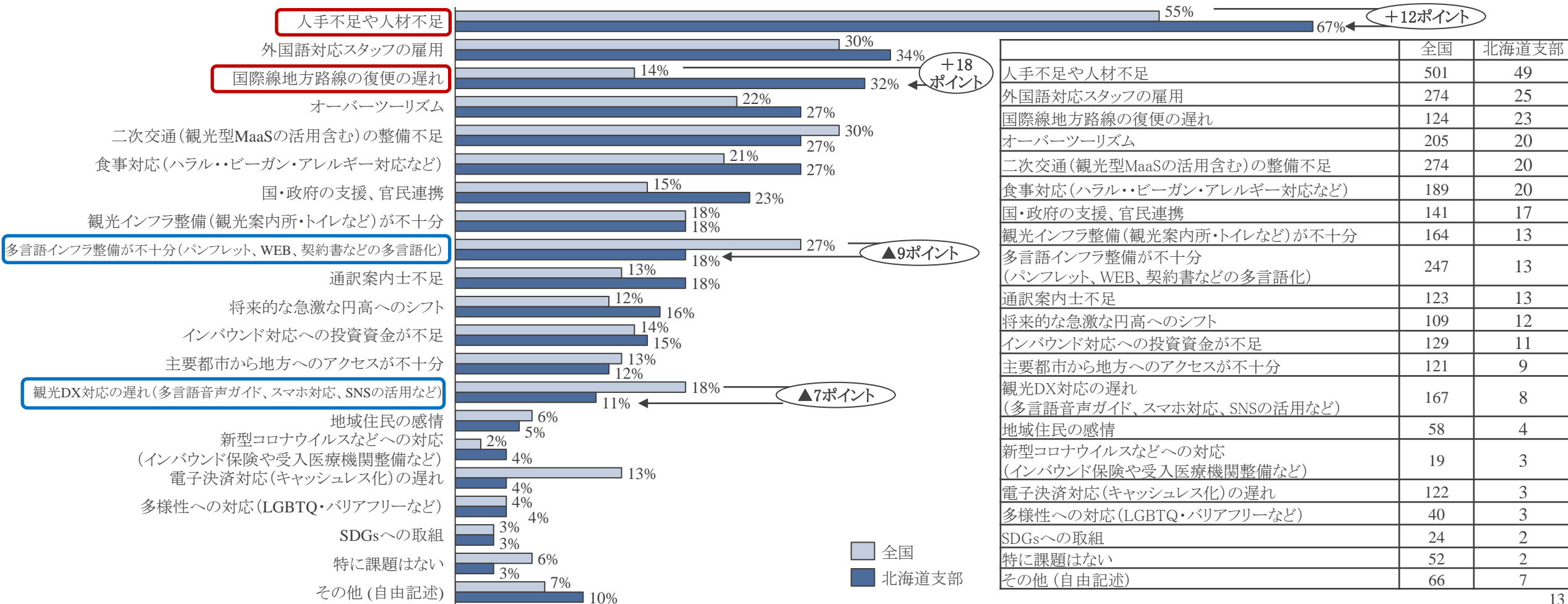
	全国	北海道支部
海外旅行会社	445	53
日本の旅行会社、旅行サービス手配業者	474	35
OTA(オンライントラベルエージェント)	289	33
旅行者本人	213	17
企業(国内外)	102	11
政府・自治体・外郭団体・教育機関	70	5
観光協会、観光案内所	45	1
分からない	85	1
その他(自由記述)	33	1

インバウンド観光客受入の課題について(現在)

- 現在の課題に関しては、「人手不足や人材不足」「国際線地方路線復便の遅れ」が全国よりも10ポイント以上高く、大きな課題となっていると考えられる。一方「多言語インフラ整備」や「観光DXの遅れ」は全国に比べ低く、ある程度課題解決のめどが立っていると考えられる。

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 / 北海道支部 n=73 / 共に複数回答

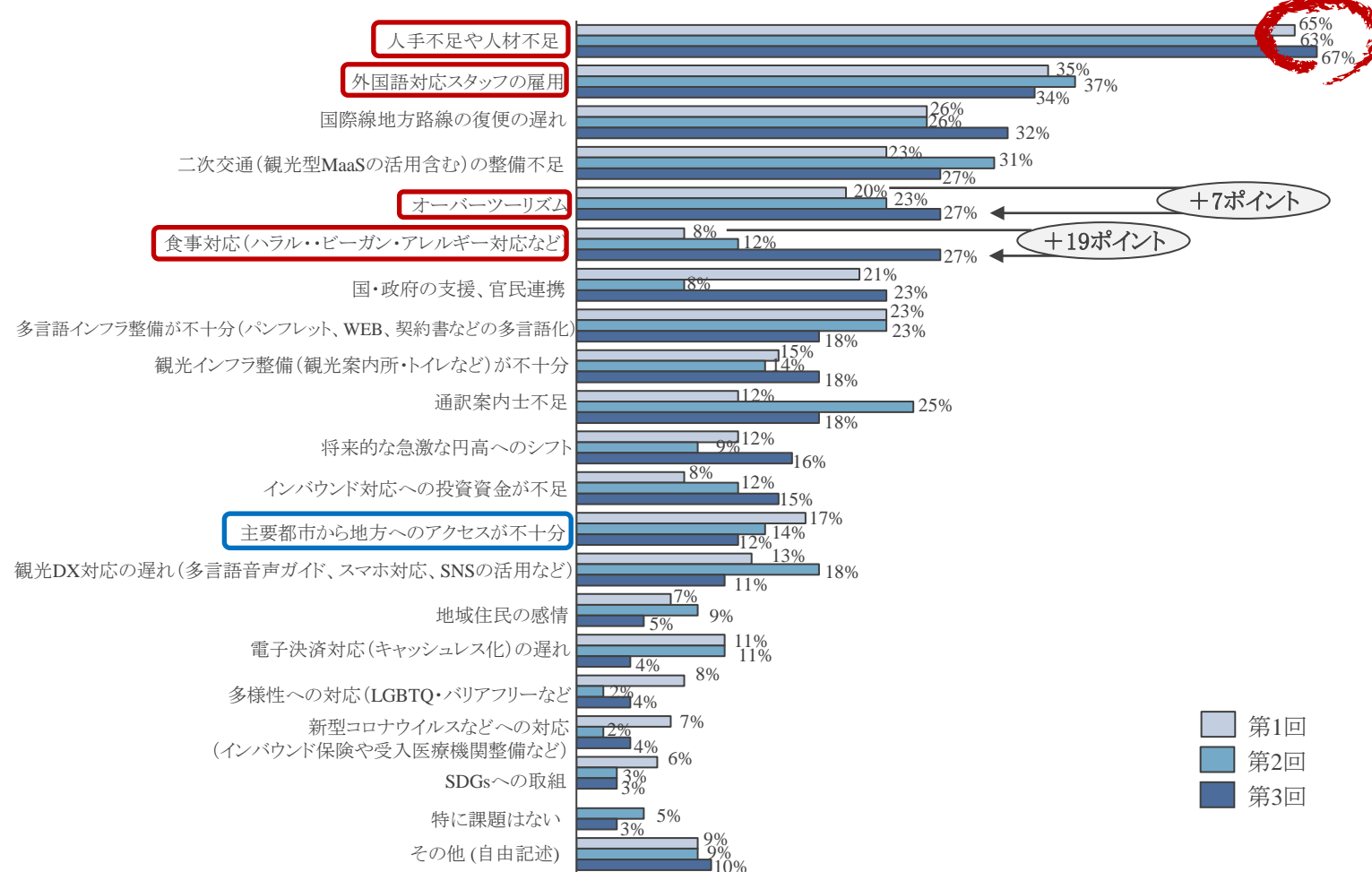


【時系列】インバウンド観光客受入の課題について(現在)

- 過去3回通じて「人手不足や人材不足」が最大かつ圧倒的な課題であり、2位の「外国語対応スタッフの雇用」と合わせて高止まりしている。また「オーバーツーリズム」「食事対応」が3階の調査を通じて徐々に増えてきている。交通インフラ関係で「主要都市からのアクセス」で改善が見られるものの、「国際線地方路線」「二次交通」については改善の傾向は見られない。

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=86 / 第2回 n=65 / 第3回 n=73 すべて複数回答



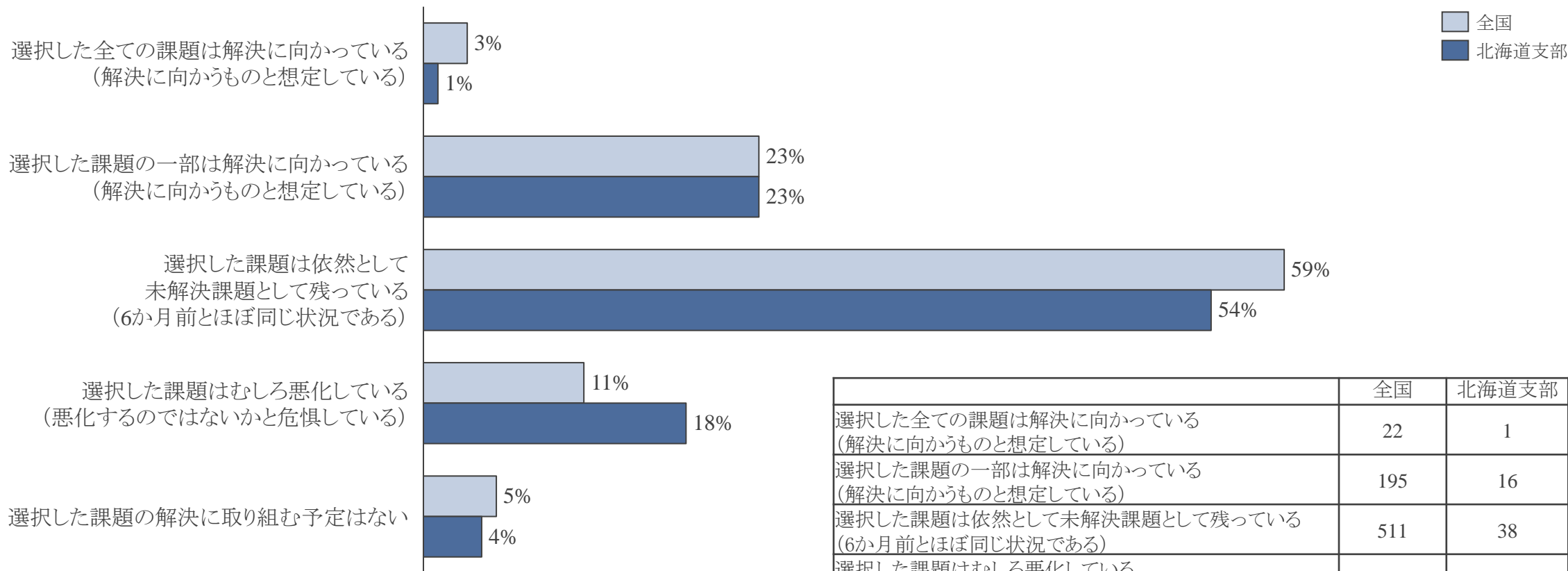
	第1回	第2回	第3回
人手不足や人材不足	56	41	49
外国語対応スタッフの雇用	30	24	25
国際線地方路線の復便の遅れ	22	17	23
二次交通(観光型MaaSの活用含む)の整備不足	20	20	20
オーバーツーリズム	17	15	20
食事対応(ハラル・ビーガン・アレルギー対応など)	7	8	20
国・政府の支援、官民連携	18	5	17
多言語インフラ整備が不十分(パンフレット、WEB、契約書などの多言語化)	20	15	13
観光インフラ整備(観光案内所・トイレなど)が不十分	13	9	13
通訳案内士不足	10	16	13
将来的な急激な円高へのシフト	10	6	12
インバウンド対応への投資資金が不足	7	8	11
主要都市から地方へのアクセスが不十分	15	9	9
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)	11	12	8
地域住民の感情	6	6	4
電子決済対応(キャッシュレス化)の遅れ	9	7	3
多様性への対応(LGBTQ・バリアフリーなど)	7	1	3
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
SDGsへの取組	5	2	2
特に課題はない		3	2
その他(自由記述)	8	6	7

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「未解決として残っている」比率は全国同様50%を超えている。また「悪化している割合」が全国より7ポイント高いことから全国に比べて課題の解決が若干遅れていると考えられる。

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 / 北海道支部 n=71 / 共に単数回答



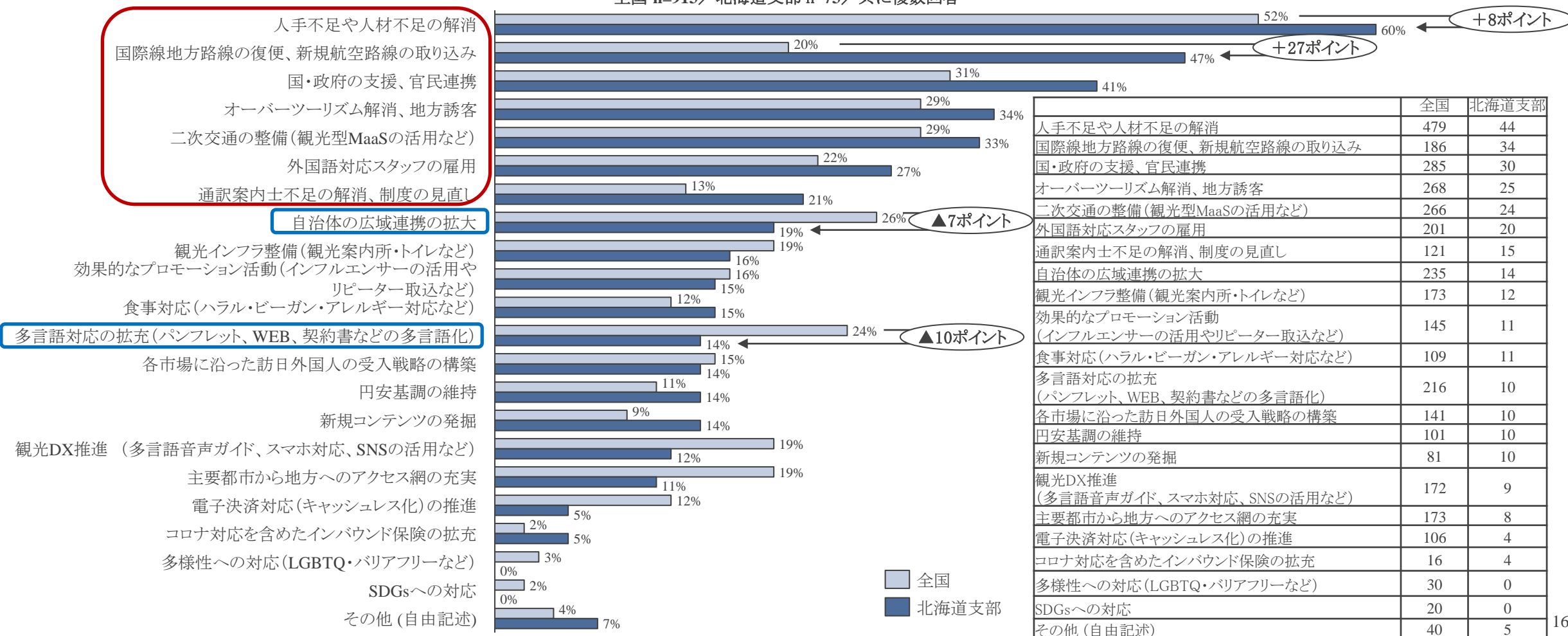
	全国	北海道支部
選択した全ての課題は解決に向かっている (解決に向かうものと想定している)	22	1
選択した課題の一部は解決に向かっている (解決に向かうものと想定している)	195	16
選択した課題は依然として未解決課題として残っている (6か月前とほぼ同じ状況である)	511	38
選択した課題はむしろ悪化している (悪化するのではないかと危惧している)	92	13
選択した課題の解決に取り組む予定はない	41	3

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)

- 上位の項目はすべて比率が全国を上回っている。1位である「人手不足や人材不足の解消は」60%と過半数を超えており、人手不足に次ぐ課題である「国際線地方路線」については全国を大きく上回っており早急な対応が求められている。一方「自治体の広域連携」や「多言語対応」等は全国を下回っている。

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 / 北海道支部 n=73 / 共に複数回答

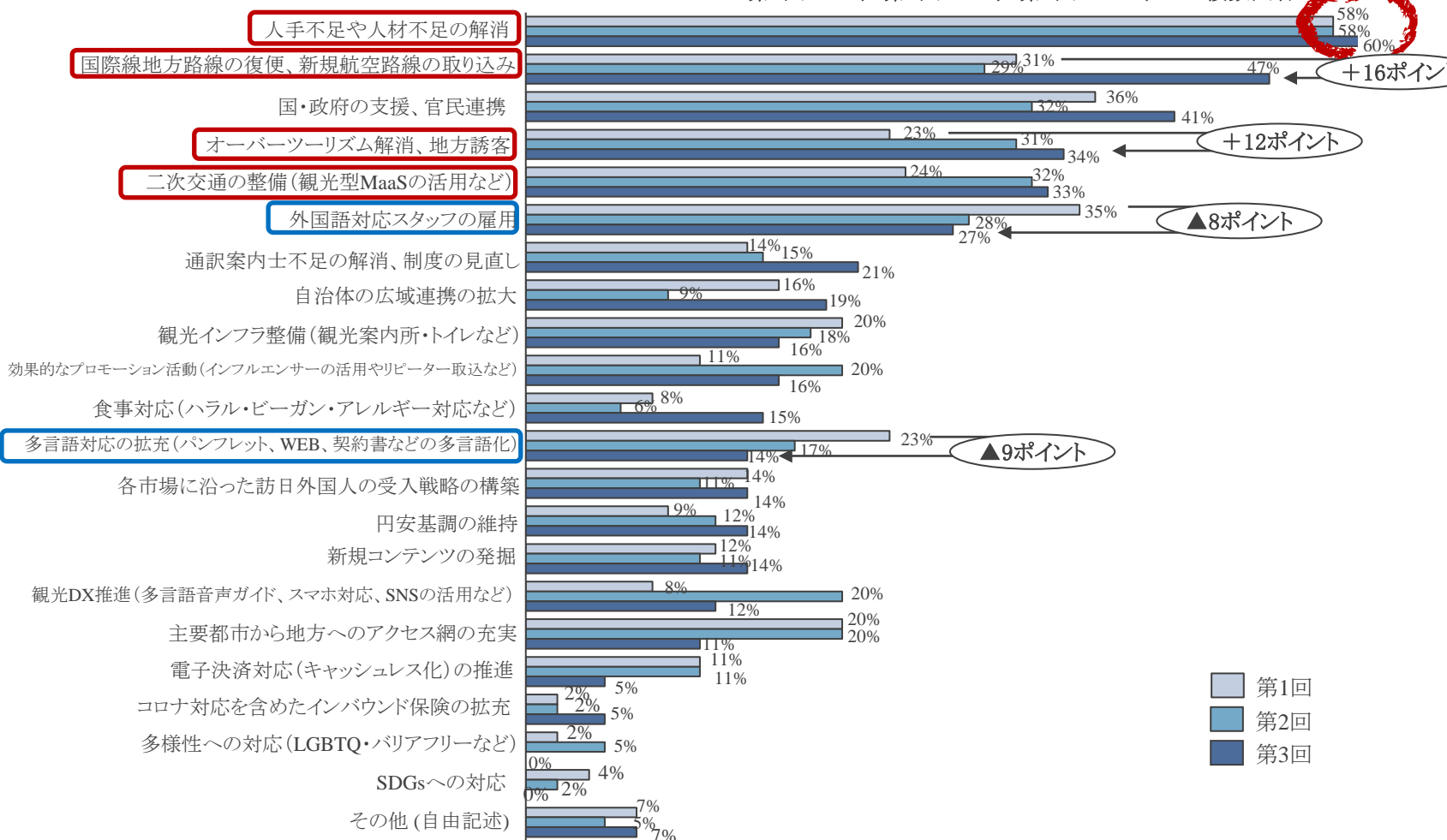


【時系列】インバウンド観光客受入をさらに伸長させるための条件について(将来)

「人手不足・人材不足」が3回の調査を通じて1位となっており比率も下がっていない。「国際線地方路線の整備」「オーバーツーリズム」「二次交通の整備」が増加傾向にある「国・政府の支援、官民連携」も高止まりの傾向にある。一方「外国語対応スタッフの雇用」「多言語対応の拡充」は減少傾向にあり、言語対応については一定の成果が出ていることが伺える。

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、重要かつ効果的と思われる条件について

第1回 n=86 / 第2回 n=65 / 第3回 n=73 すべて複数回答



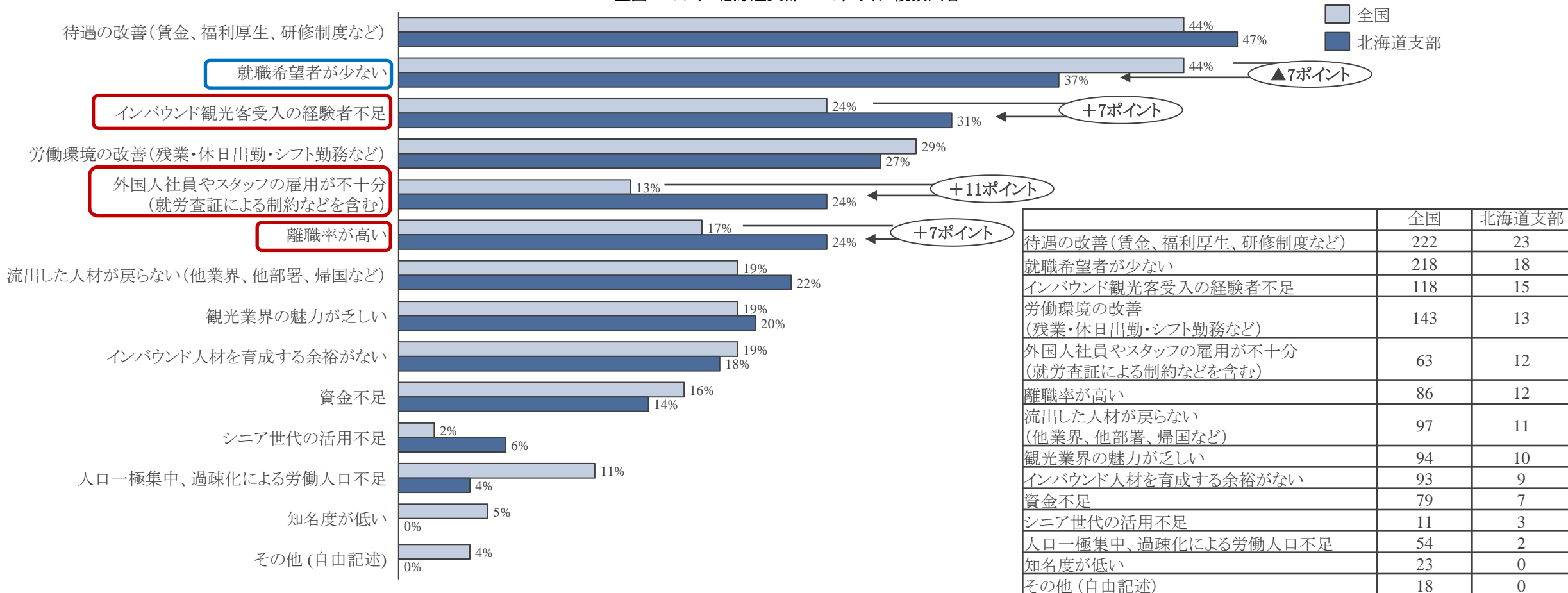
	第1回	第2回	第3回
人手不足や人材不足の解消	50	38	44
国際線地方路線の復便、新規航空路線の取り込み	27	19	34
国・政府の支援、官民連携	31	21	30
オーバーツーリズム解消、地方誘客	20	20	25
二次交通の整備(観光型MaaSの活用など)	21	21	24
外国語対応スタッフの雇用	30	18	20
通訳案内士不足の解消、制度の見直し	12	10	15
自治体の広域連携の拡大	14	6	14
観光インフラ整備(観光案内所・トイレなど)	17	12	12
効果的なプロモーション活動(インフルエンサーの活用やリピーター取込など)	9	13	11
食事対応(ハラール・ビーガン・アレルギー対応など)	7	4	11
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)	20	11	10
各市場に沿った訪日外国人の受入戦略の構築	12	7	10
円安基調の維持	8	8	10
新規コンテンツの発掘	10	7	10
観光DX推進(多言語音声ガイド、スマホ対応、SNSの活用など)	7	13	9
主要都市から地方へのアクセス網の充実	17	13	8
電子決済対応(キャッシュレス化)の推進	9	7	4
コロナ対応を含めたインバウンド保険の拡充	2	1	4
多様性への対応(LGBTQ・バリアフリーなど)	2	1	0
SDGsへの対応	3	3	0
その他(自由記述)	6	3	5

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)

- ・ 待遇の改善」が全国同様最大の課題であり若干比率も高い。「インバウンド観光客受入の経験者不足」「外国人スタッフの雇用」「離職率が高い」が全国よりも高くインバウンド経験者が不足していると考えられる。一方、「就職希望者が少ない」は2位の課題ではあるものの全国よりも比率は低い

「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 / 北海道支部 n=49 / 共に複数回答

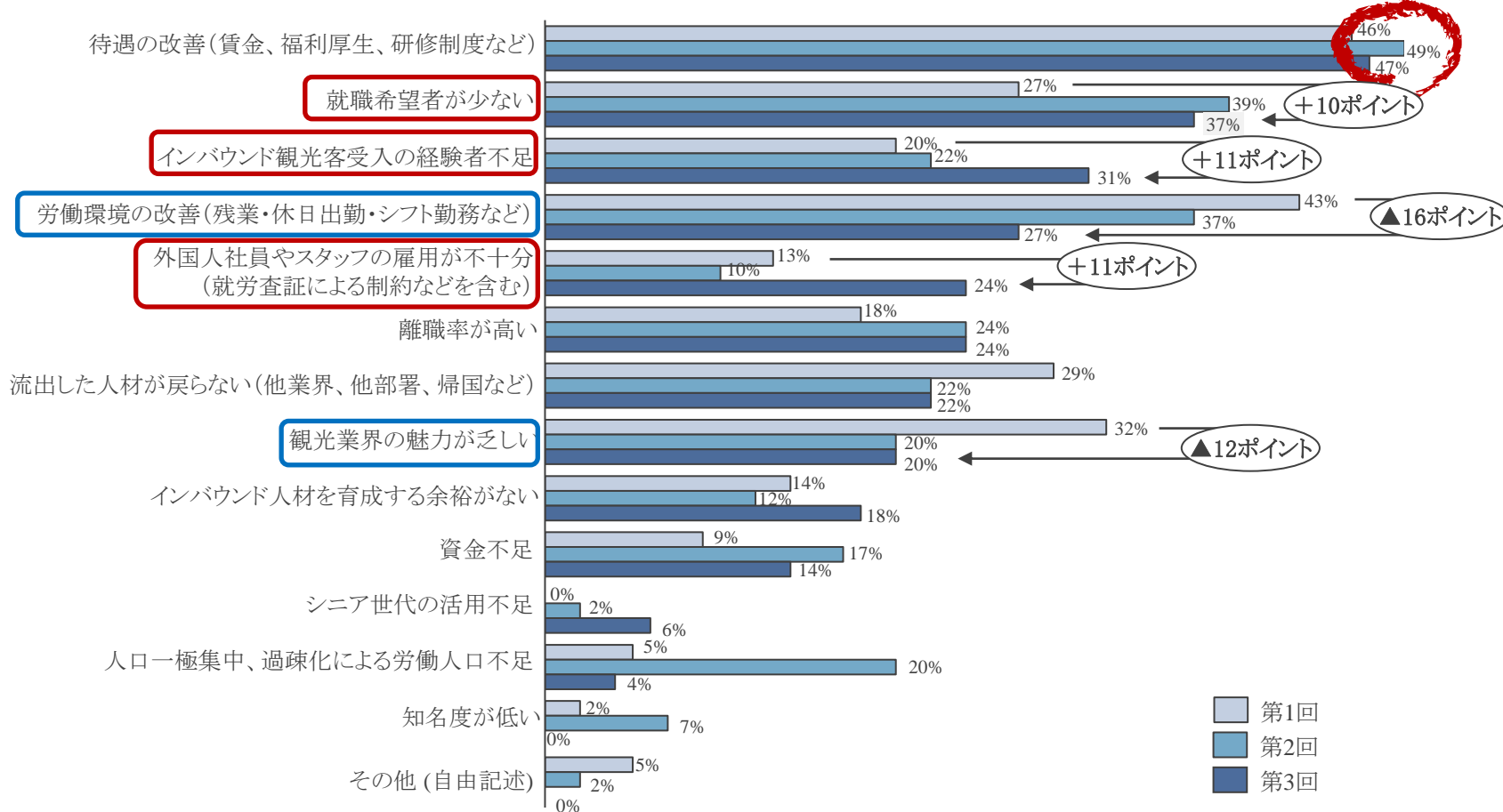


【時系列】インバウンド観光客受入の課題について(人手不足・人材不足)

- 「待遇の改善」が3回の調査を通じて1位で比率もほぼ変わらず最大の課題となっている。「就職希望者が少ない」「インバウンド観光客受入の経験者不足」「外国語対応スタッフの雇用」が10ポイント以上増加している一方「労働環境の改善」は16ポイント減となり「観光業界の魅力」と合わせて改善傾向が見られる。

「人手不足・人材不足」について、考えられる要因について

第1回 n=56 / 第2回 n=41 / 第3回 n=49 すべて複数回答



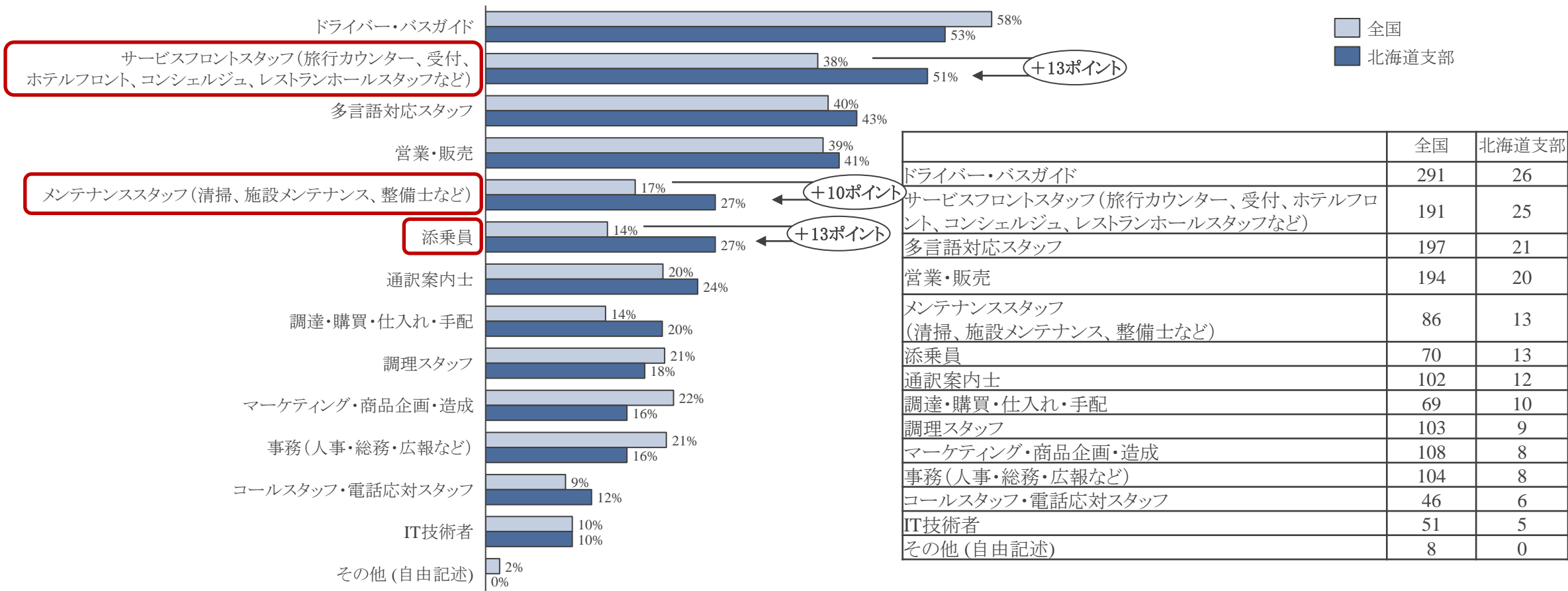
	第1回	第2回	第3回
待遇の改善(賃金、福利厚生、研修制度など)	26	20	23
就職希望者が少ない	15	16	18
インバウンド観光客受入の経験者不足	11	9	15
労働環境の改善(残業・休日出勤・シフト勤務など)	24	15	13
外国人社員やスタッフの雇用が不十分(就労査証による制約などを含む)	7	4	12
離職率が高い	10	10	12
流出した人材が戻らない(他業界、他部署、帰国など)	16	9	11
観光業界の魅力が乏しい	18	8	10
インバウンド人材を育成する余裕がない	8	5	9
資金不足	5	7	7
シニア世代の活用不足	0	1	3
人口一極集中、過疎化による労働人口不足	3	8	2
知名度が低い	1	3	0
その他(自由記述)	3	1	0

インバウンド観光客受入の課題について

- 「ドライバー、バスガイド」が全国同様最大の課題で50%を超えている。また「サービスフロントスタッフ」「メンテナンススタッフ」「添乗員」といったサービス・運営関連スタッフの不足が目立つ。

「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 / 北海道支部 n=49 / 共に複数回答



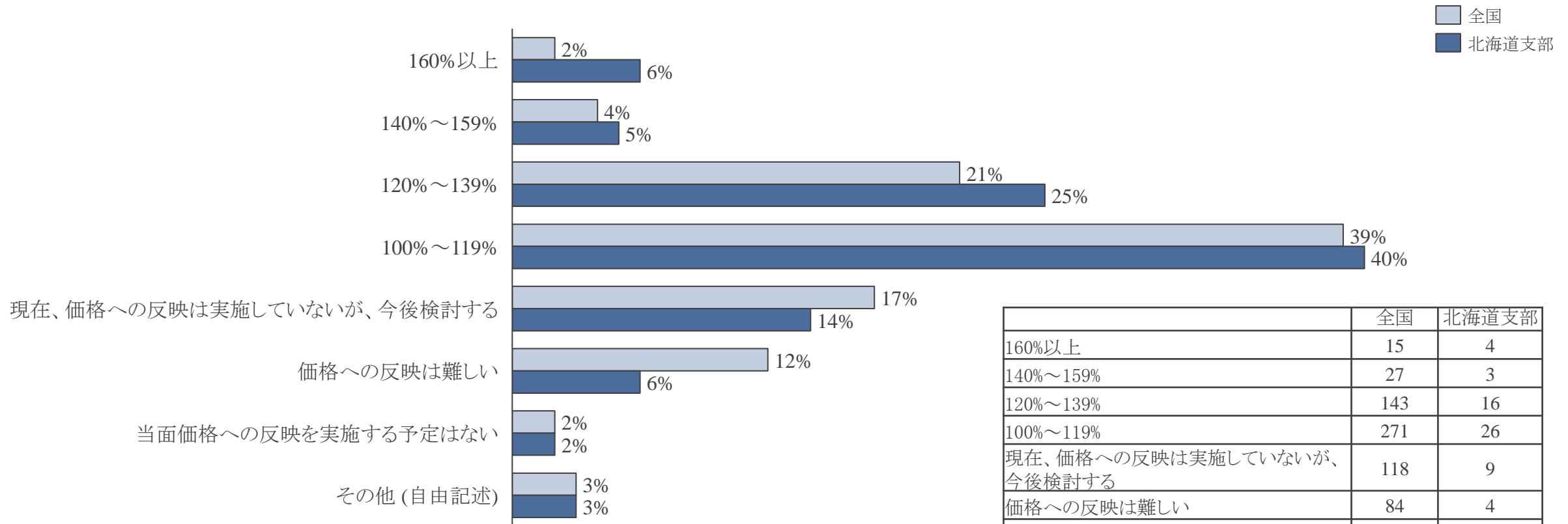
サービスフロントスタッフ*: 旅行カウンター、受付、ホテルフロント、コンシェルジュ、レストランホールスタッフなど

観光事業者のコスト上昇について

- 76%がすでに価格に反映済みで全国(66%)を上回っており、「価格への反映は難しい」が全国よりも低い点と合わせて概ね価格の反映については順調に進んでいると考えられる。

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 / 北海道支部 n=65 / 共に単数回答



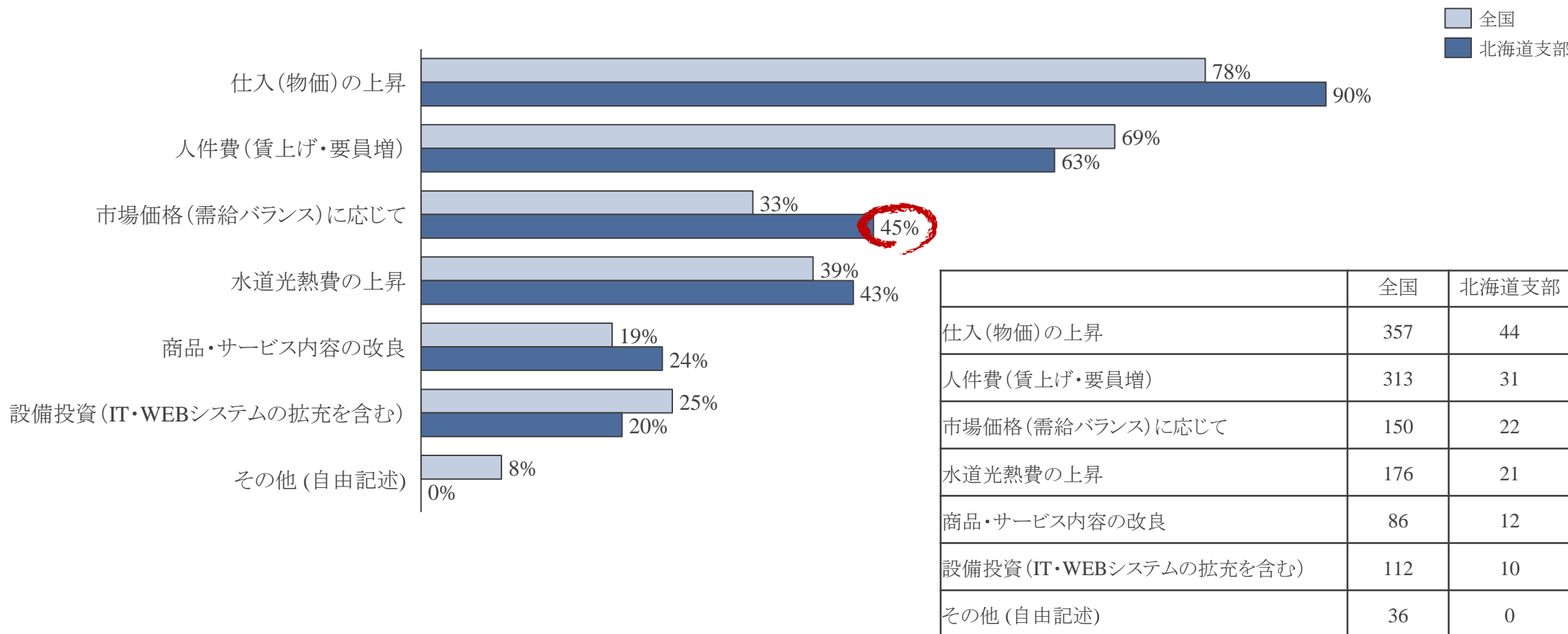
	全国	北海道支部
160%以上	15	4
140%~159%	27	3
120%~139%	143	16
100%~119%	271	26
現在、価格への反映は実施していないが、今後検討する	118	9
価格への反映は難しい	84	4
当面価格への反映を実施する予定はない	16	1
その他(自由記述)	23	2

観光事業者のコスト上昇について

- 「仕入れの上昇」、「人件費」の上昇が全国同様主要因となっている。「仕入れの上昇」は90%と非常に高い比率となっている。また「市場価格に応じて」は「仕入れの上昇」と合わせて全国よりも12ポイント高い点からもある程度価格への反映が受け入れられていることが伺える。

価格への反映をするに至った理由について

全国 n=456 / 北海道支部 n=49 / 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

