

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(九州支部)

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

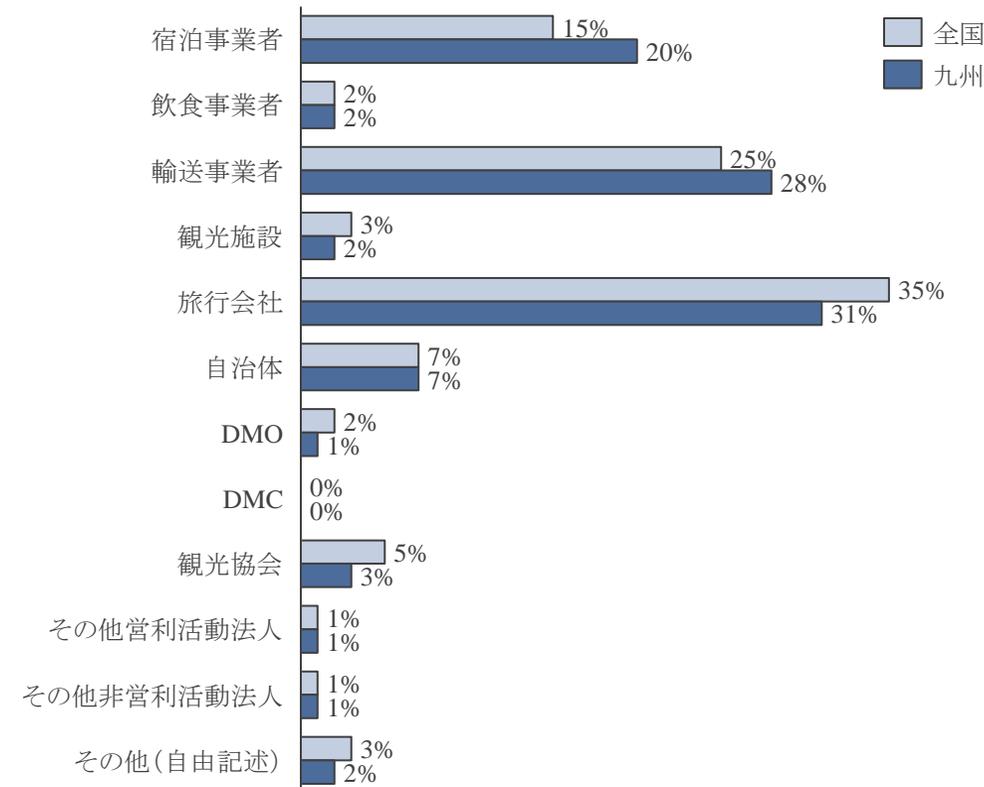
調査実施期間:2024年7月1日(月)~7月22日(月)

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、ほぼ全国と同傾向にあるが宿泊事業者(20%)並びに輸送事業者(28%)が全国を上回り、旅行会社(31%)が全国を下回っている。

事業拠点・所在、事業形態
 全国 n=1,161 / 九州支部 n=162 / 共に単数回答

業種	全国	九州	全都道府県	福岡県	佐賀県	長崎県	熊本県	大分県	宮崎県	鹿児島県
宿泊事業者	176	33	2	11	3	11	7	3	2	6
飲食事業者	27	3		2	1	2	1		1	
輸送事業者	285	46		12	4	18	8	1	4	4
観光施設	39	3				1				2
旅行会社	406	51	10	31	2	8	8	3	8	7
自治体	86	11			5	5	1			
DMO	27	2				1		1		
DMC	3	0								
観光協会	54	5	1			2	1	1		
その他営利活動法人	8	2	1							1
その他非営利活動法人	13	2		1						1
その他(自由記述)	37	4		2			2			
合計	1161	162	14	59	15	48	28	9	15	21

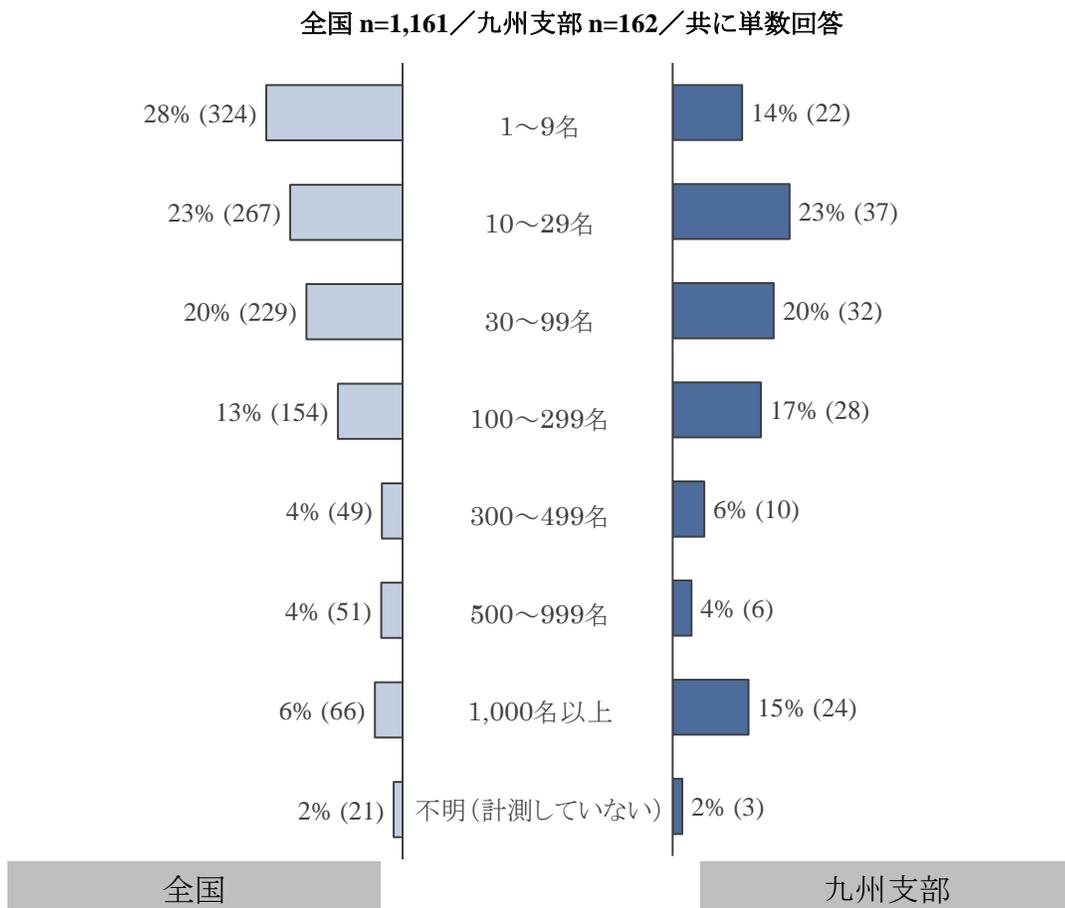


九州支部における全都道府県と選択された回答を除く

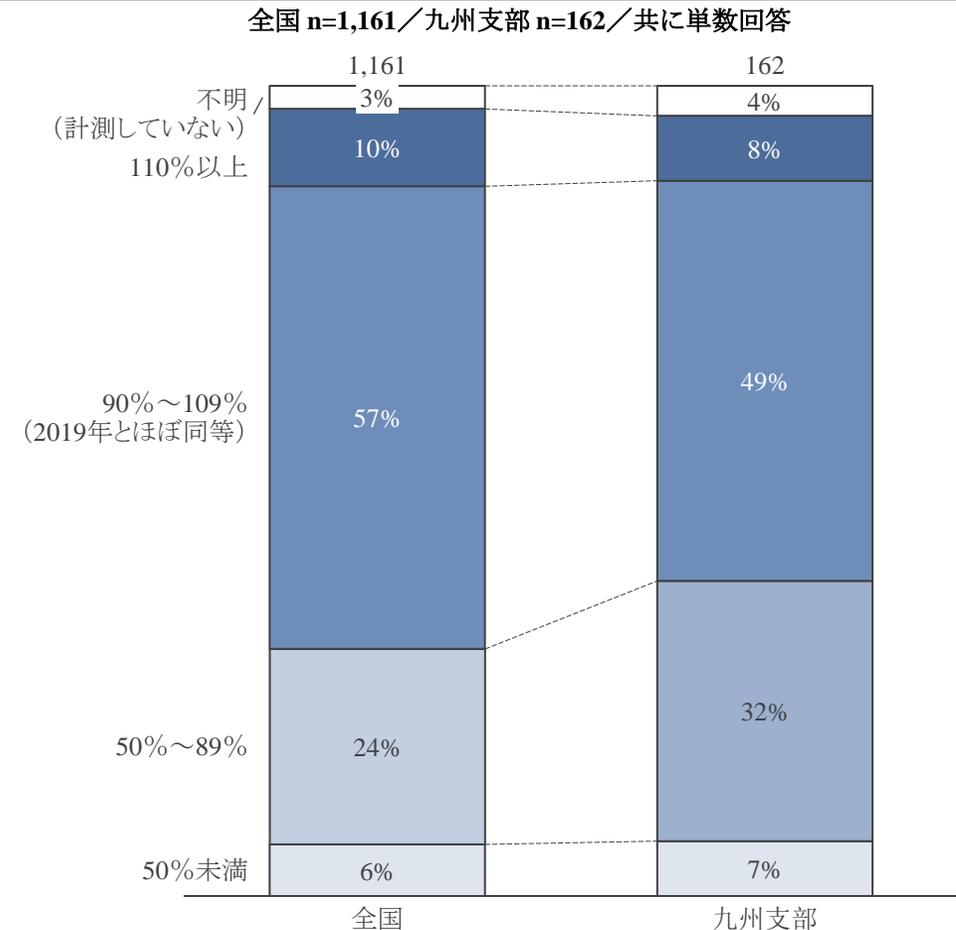
従業員数について

・コロナ禍以前の従業員数については、100名未満との回答が57パーセントと全国の71%よりも低い。現在の従業員数の戻り具合は2019年比90%以上になったとの回答は全国の67%に対して57%に留まっている多少戻りが遅い。

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

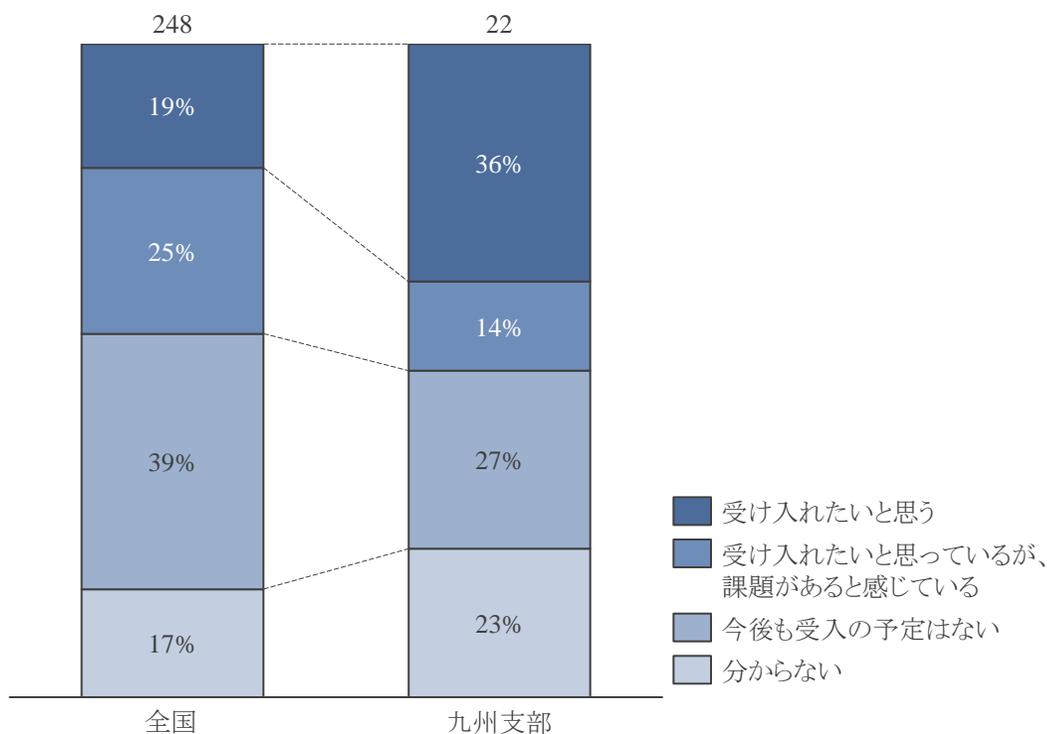


インバウンド観光客受け入れ計画

- 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、50%が前向きな回答であり全国(44%)を上回っている。また課題については「人手不足・人材不足」が全国同様トップで、順位については概ね全国と同傾向であった。

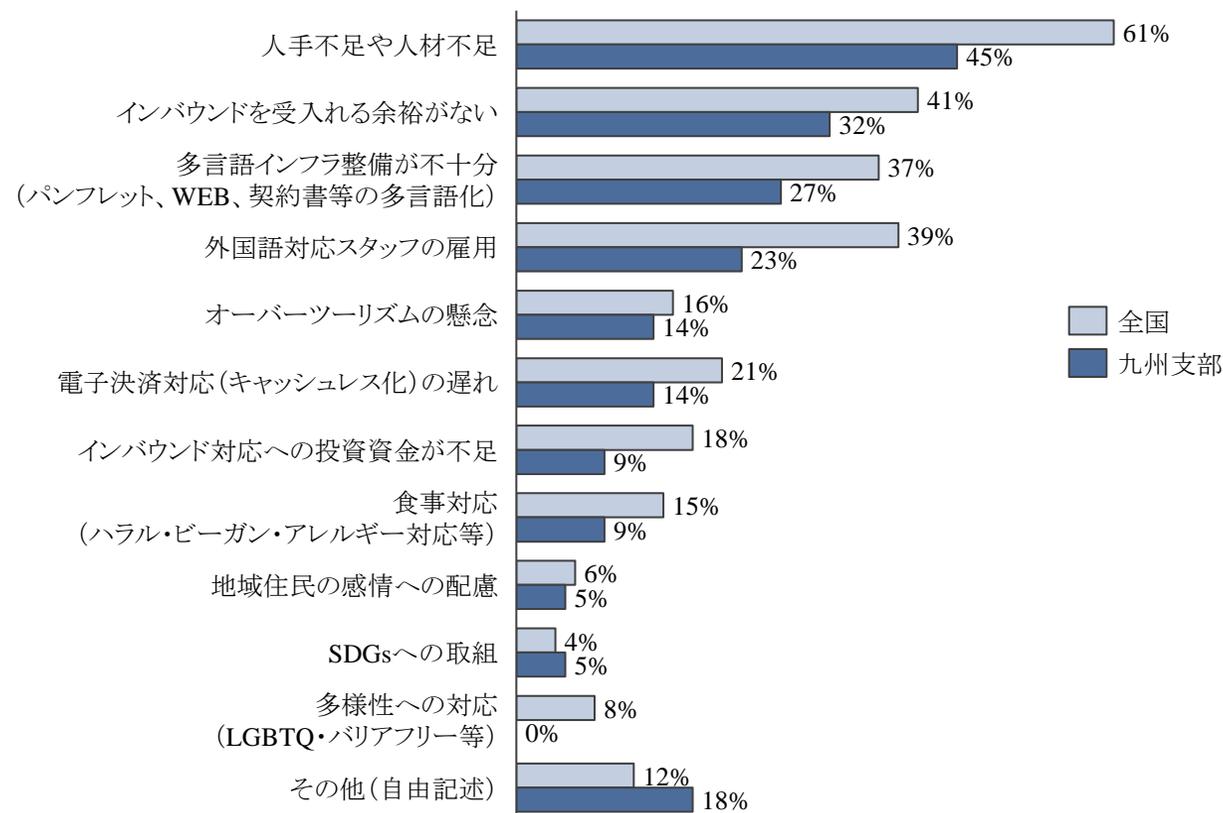
将来、インバウンド観光客を受け入れ計画

全国 n=248 / 九州支部 n=22 / 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

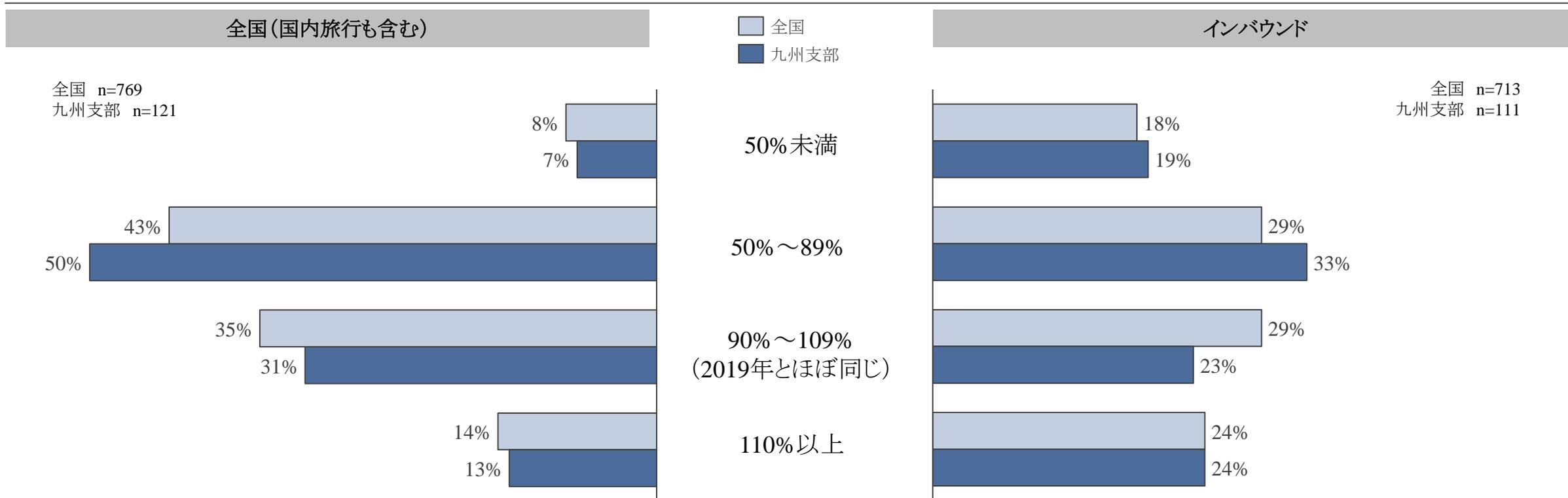
全国 n=248 / 九州支部 n=22 / 共に複数回答



観光客数の戻り具合について

- 観光客の回復状況は国内旅行を含む観光全体、インバウンドともに全国と同水準の回復状況であるものの若干全国を下回っている。

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

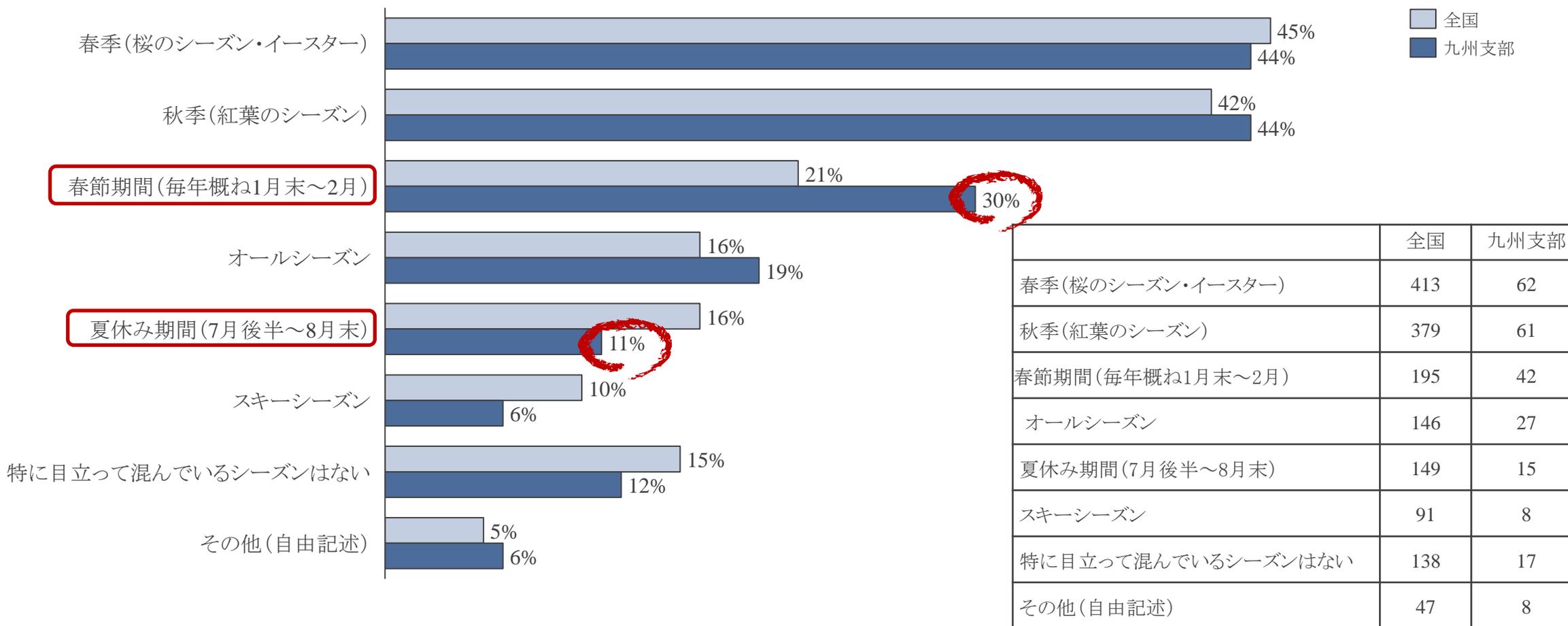


インバウンド観光客の多い時期について

- 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)に集中している点は全国と同様である。春節期間が多いのが特徴的。一方で夏休みは全国よりも少ない。

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 / 九州支部 n=140 / 共に複数回答

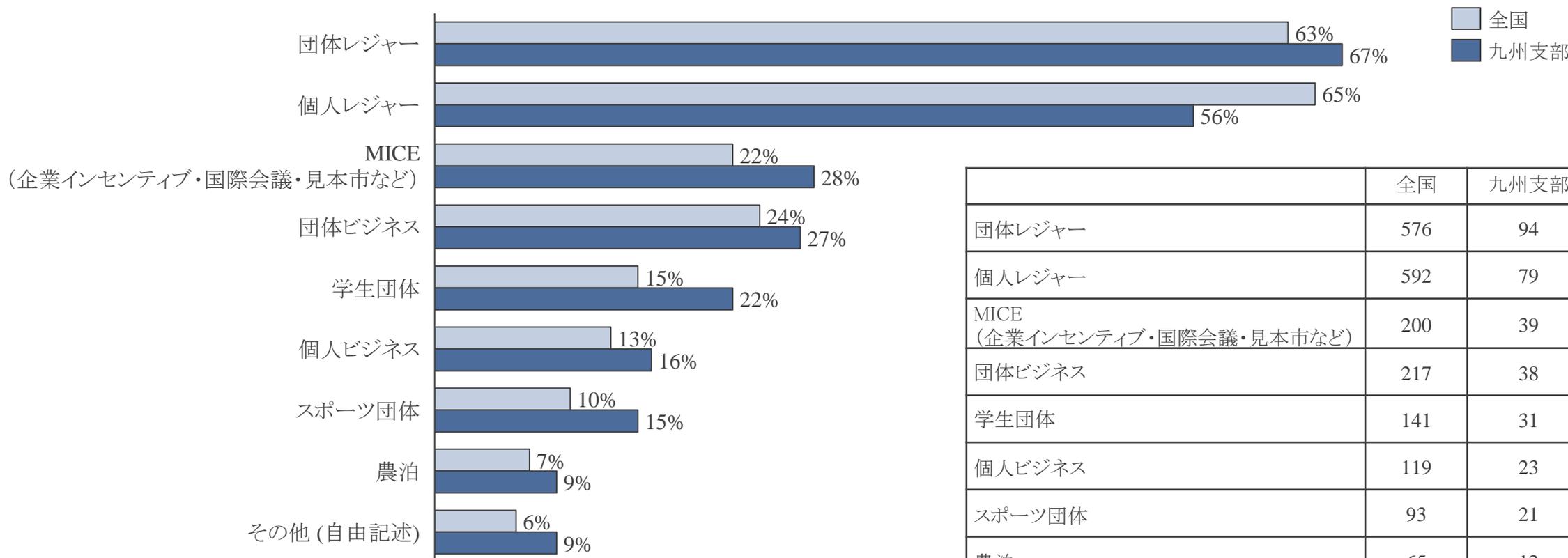


インバウンド観光客の旅行スタイルについて

- 全国同様レジャー（個人・団体）が中心であるが団体レジャーの比率が全国より高い。また「MICE」、「学生団体」はじめ「個人レジャー」を除くすべての旅行スタイルで全国を上回っており多様なインバウンド観光客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 / 九州支部 n=140 / 共に複数回答



	全国	九州支部
団体レジャー	576	94
個人レジャー	592	79
MICE (企業インセンティブ・国際会議・見本市など)	200	39
団体ビジネス	217	38
学生団体	141	31
個人ビジネス	119	23
スポーツ団体	93	21
農泊	65	12
その他(自由記述)	51	12

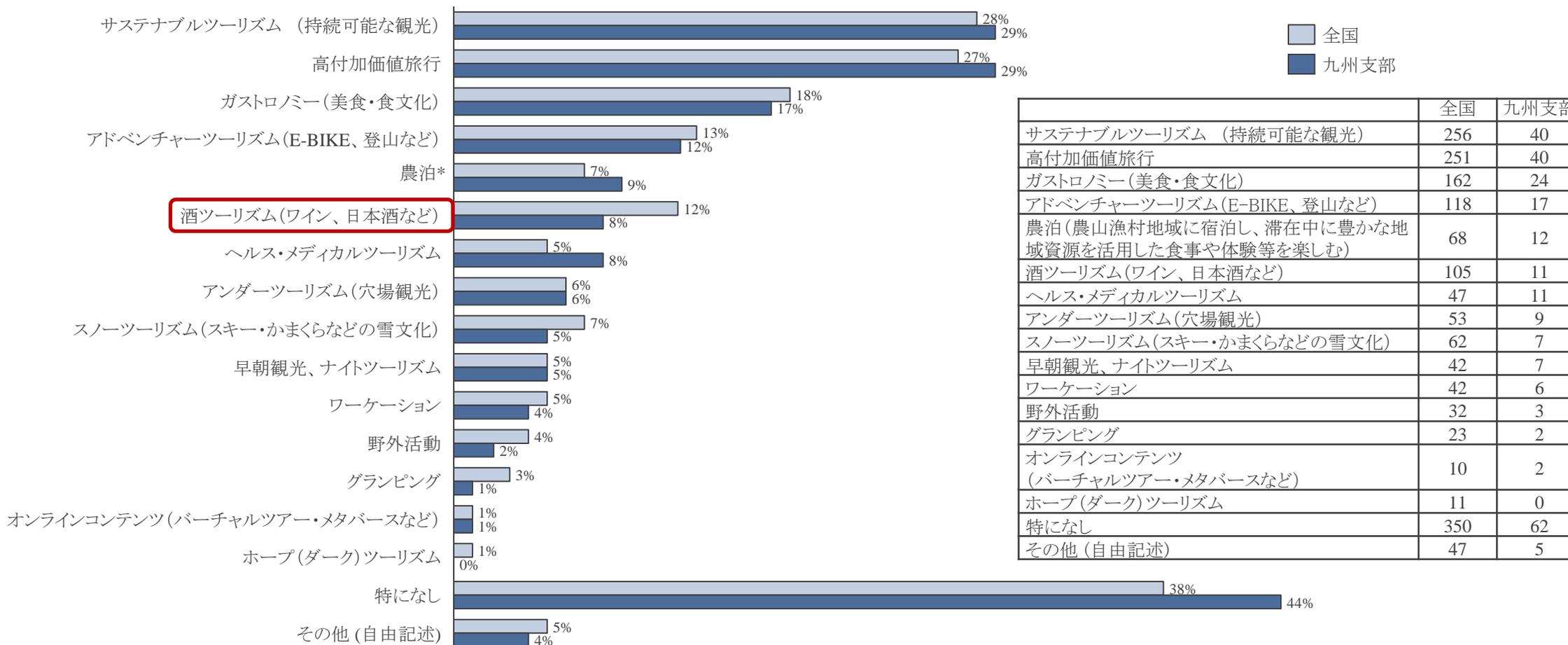
農泊*: 農山漁村地域に宿泊し、滞在中に豊かな地域資源を活用した食事や体験等を楽しむ

旅行・観光関連コンテンツについて

- 全国同様「サステナブルツーリズム」「高付加価値旅行」への関心が高い。一方「酒ツーリズム」の割合が全国より低い。「特になし」の回答は44%と全国を上回る。

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 / 九州支部 n=140 / 共に複数回答



	全国	九州支部
サステナブルツーリズム (持続可能な観光)	256	40
高付加価値旅行	251	40
ガストロノミー (美食・食文化)	162	24
アドベンチャーツーリズム (E-BIKE、登山など)	118	17
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	12
酒ツーリズム (ワイン、日本酒など)	105	11
ヘルス・メディカルツーリズム	47	11
アンダーツーリズム (穴場観光)	53	9
スノーツーリズム (スキー・かまくらなどの雪文化)	62	7
早朝観光、ナイトツーリズム	42	7
ワーケーション	42	6
野外活動	32	3
グランピング	23	2
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	2
ホープ (ダーク) ツーリズム	11	0
特になし	350	62
その他 (自由記述)	47	5

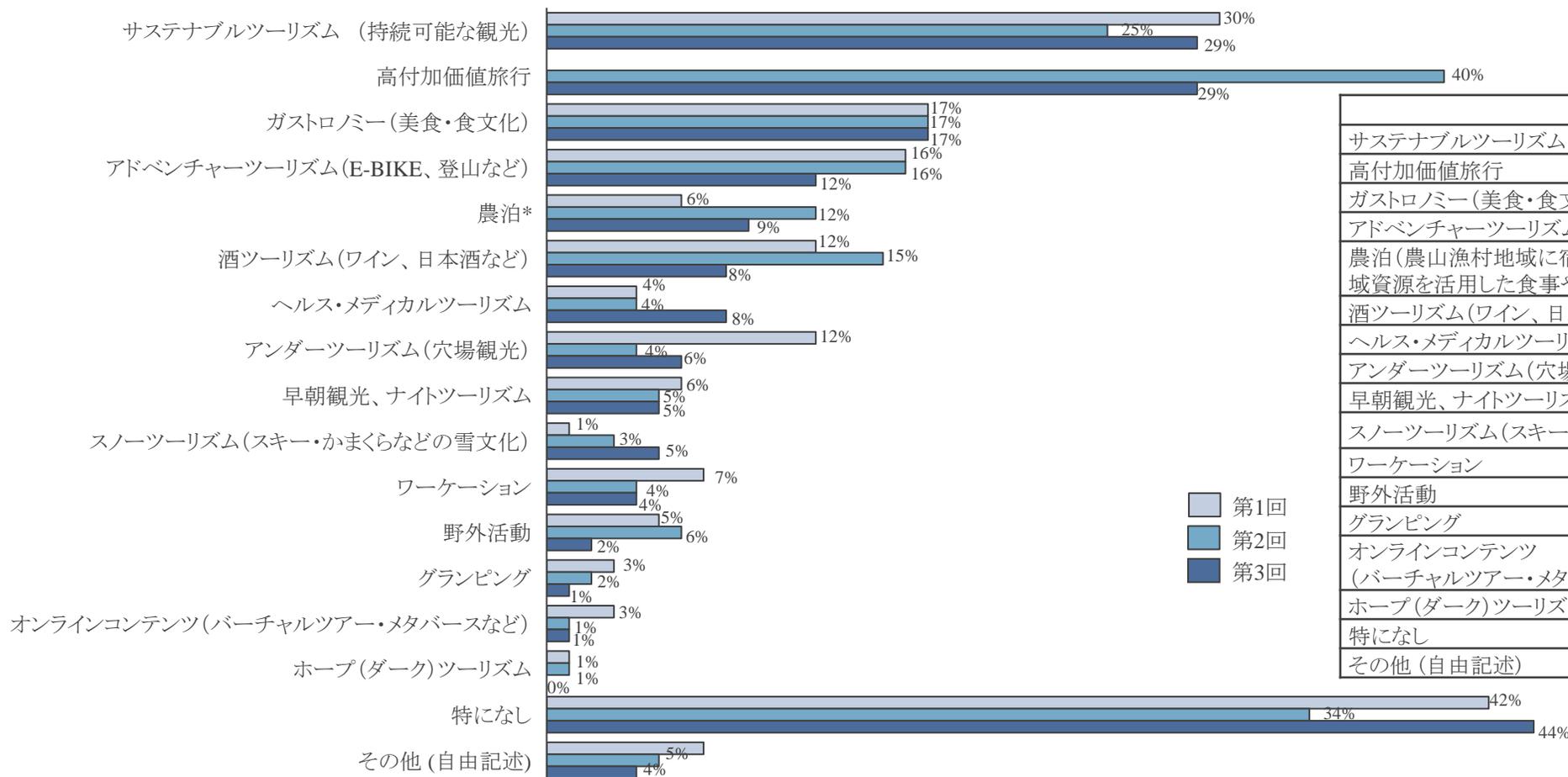
農泊*: 農山漁村地域に宿泊し、滞在中に豊かな地域資源を活用した食事や体験等を楽しむ

【時系列】旅行・観光関連コンテンツについて

- 時系列でみた場合も「サステナブルツーリズム」「高付加価値旅行」への関心が継続して高い。「高付加価値旅行」は第3回調査において定義を明確化したことから数値が下がったと想定される。

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=147 / 第2回 n=137 / 第3回 n=140 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)	44	34	40
高付加価値旅行	-	55	40
ガストロノミー (美食・食文化)	25	23	24
アドベンチャーツーリズム (E-BIKE、登山など)	24	22	17
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)	9	16	12
酒ツーリズム (ワイン、日本酒など)	17	20	11
ヘルス・メディカルツーリズム	6	5	11
アンダーツーリズム (穴場観光)	17	5	9
早朝観光、ナイトツーリズム	9	7	7
スノーツーリズム (スキー・かまくらなどの雪文化)	2	4	7
ワーケーション	10	5	6
野外活動	7	8	3
グランピング	4	3	2
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	2
ホープ (ダーク) ツーリズム	1	1	0
特になし	62	46	62
その他 (自由記述)	10	7	5

備考: 第1回調査で「高付加価値旅行」の選択肢はない

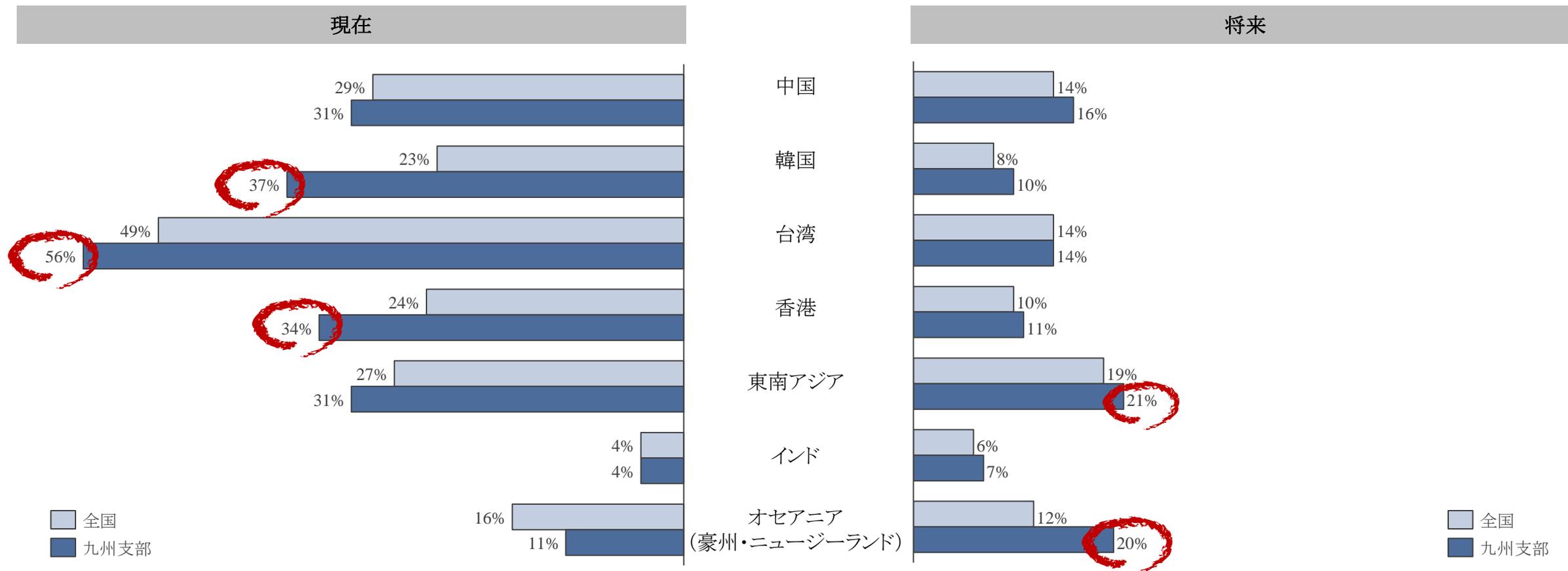
農泊*: 農山漁村地域に宿泊し、滞在中に豊かな地域資源を活用した食事や体験等を楽しむ

インバウンド重点市場について(アジア・オセアニア)

・現在においては「台湾」を筆頭に「韓国」「香港」が重点市場として続きいずれも比率が全国を上回っている。国際線の復便の進んでいる地域からの受入が進んでいると考えられる。将来的においてはオセアニアや東南アジアが中国を含めた東アジアを上回っており新規開拓を強化していく傾向が伺える。

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 / 九州支部 n=140 / 共に複数回答

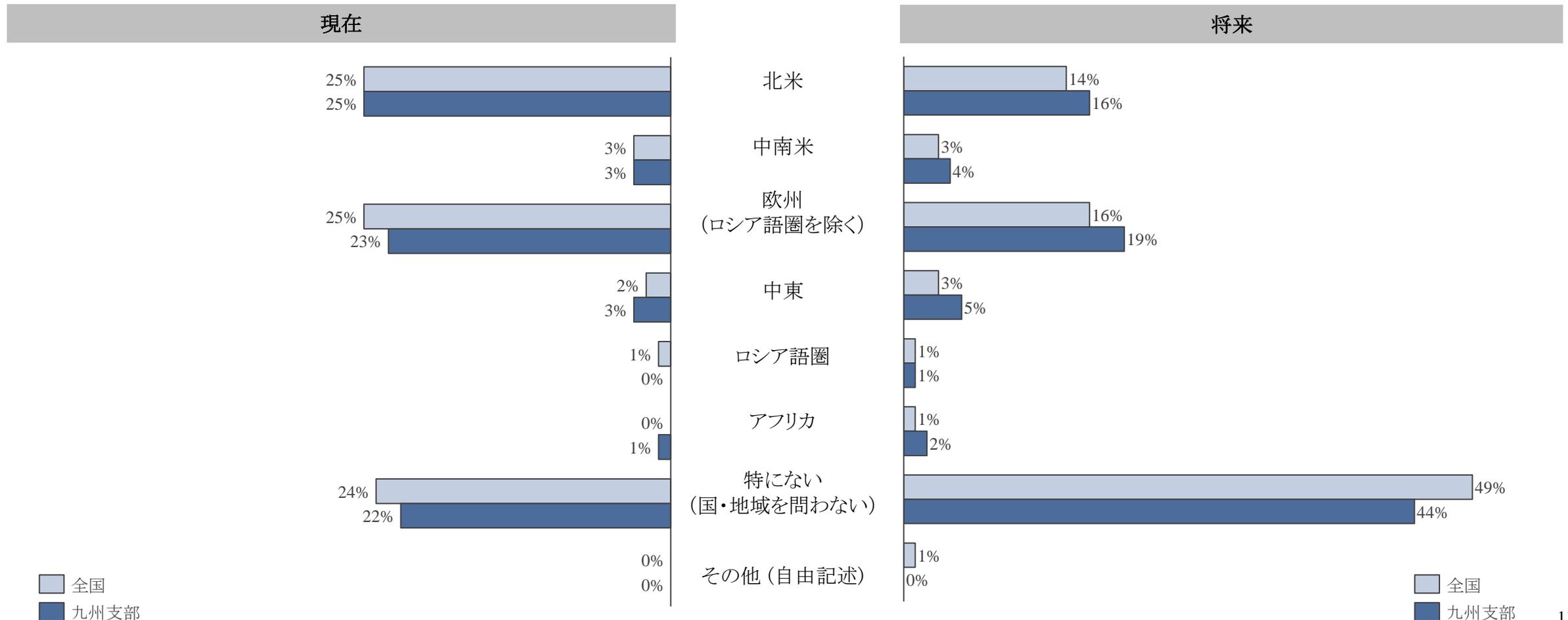


インバウンド重点市場について(欧米・その他地域)

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とほぼ同程度の44%と高く、国・地域を問わず受入れる意向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 / 九州支部 n=140 / 共に複数回答

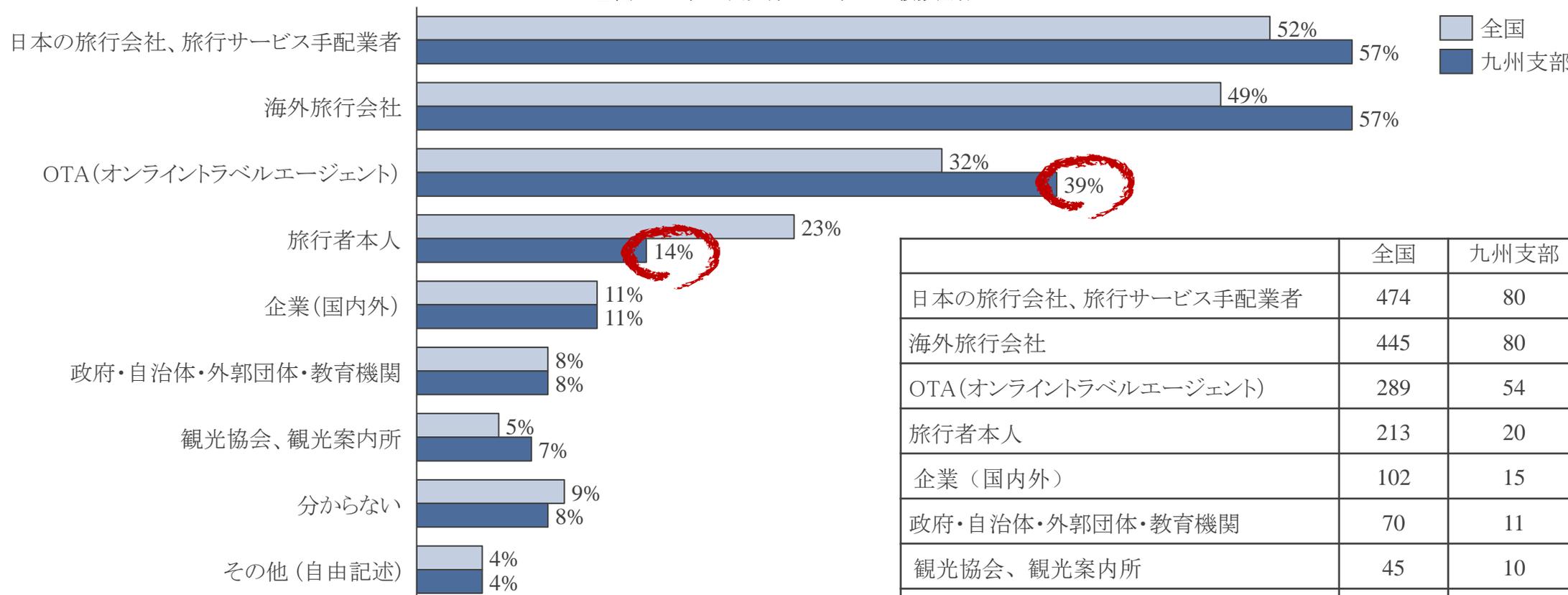


予約チャネルについて

- 国内外の旅行会社を通じた予約の比率が50パーセントを超え、いずれも全国よりも高い。OTAからの予約も39%と全国よりも高い。一方旅行者本人からの予約が全体より低くなっている。

インバウンド観光客の予約チャネルについて

全国 n=913 / 九州支部 n=140 / 共に複数回答



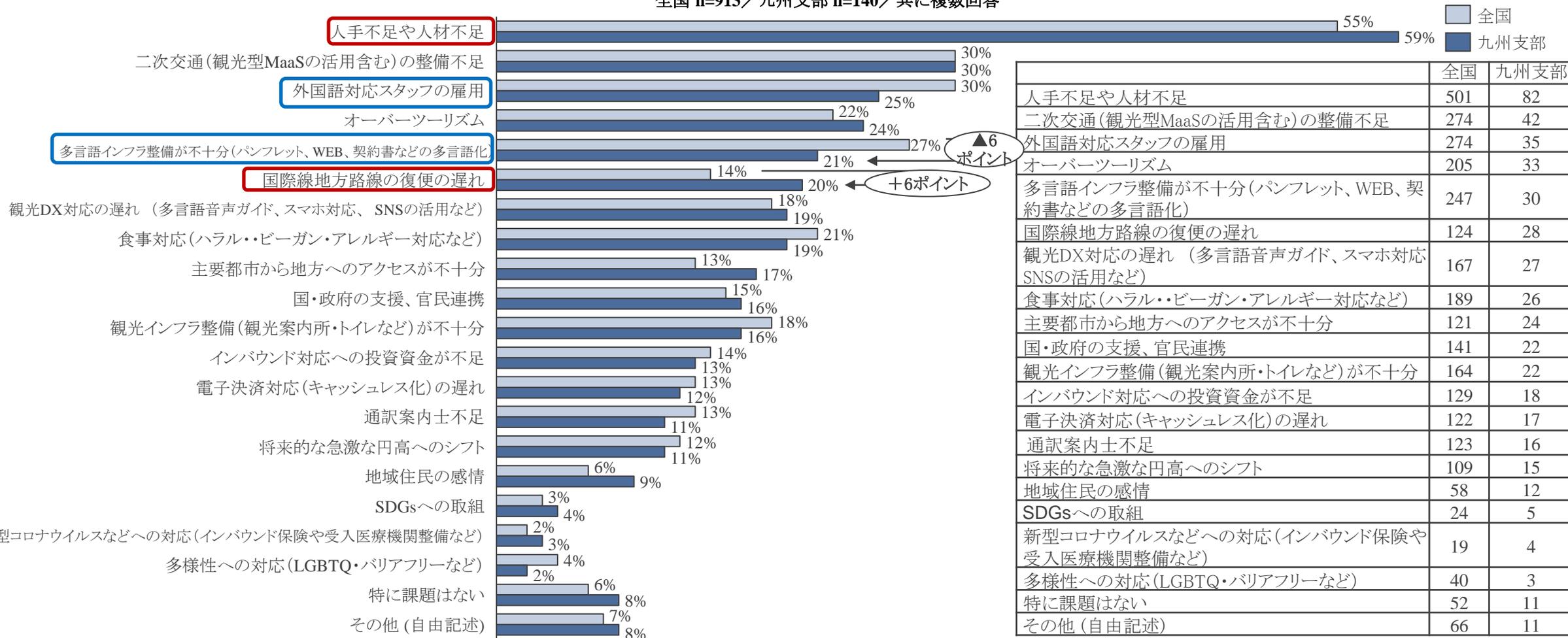
	全国	九州支部
日本の旅行会社、旅行サービス手配業者	474	80
海外旅行会社	445	80
OTA (オンライントラベルエージェント)	289	54
旅行者本人	213	20
企業 (国内外)	102	15
政府・自治体・外郭団体・教育機関	70	11
観光協会、観光案内所	45	10
分からない	85	11
その他 (自由記述)	33	5

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、全国同様「人手不足や人材不足」が最大の課題であり全国よりも高い。「国際線地方路線の復便の遅れ」、「主要都市からのアクセス」が全国を上回っていることや「二次交通」が2位の課題であることから交通インフラへの関心の高さが伺える。一方、多言語対応関連については全国を下回っている。

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 / 九州支部 n=140 / 共に複数回答

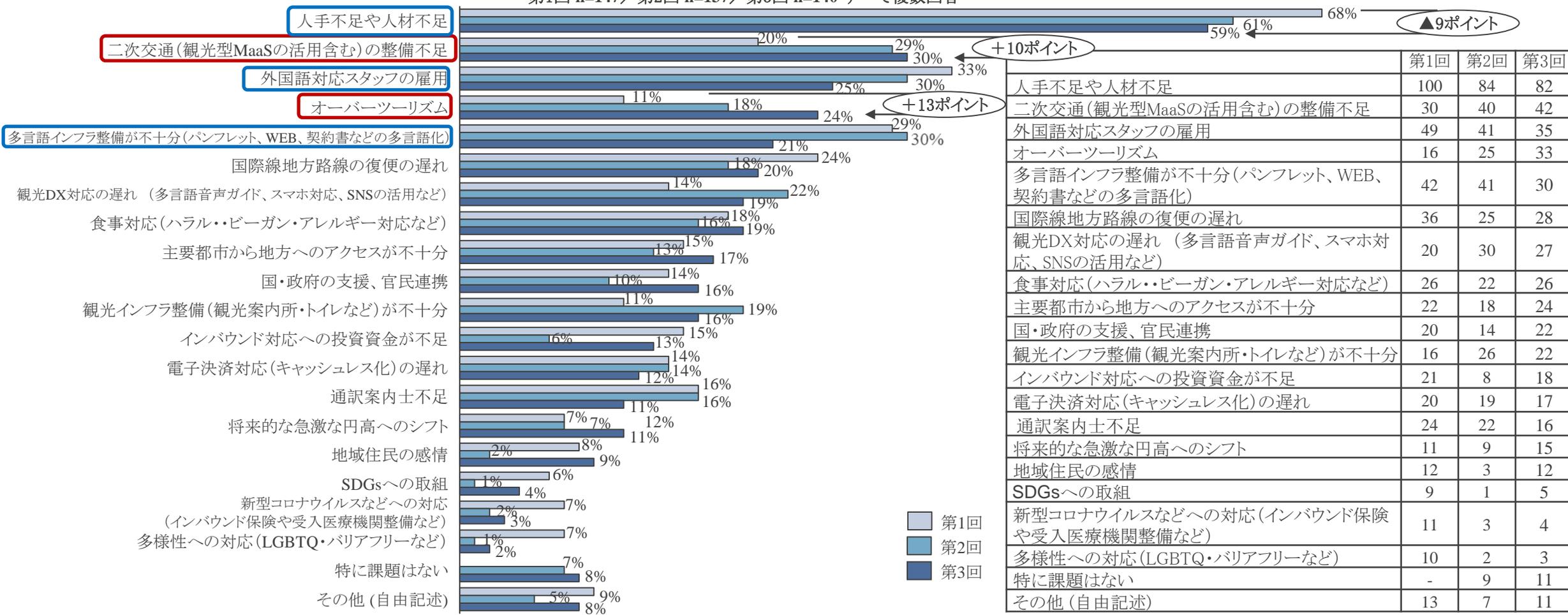


【時系列】インバウンド観光客受入の課題について(現在)

3回の調査を通じて「人手不足・人材不足」が最大の課題であるが第1回調査より9ポイント下がっており、外国語対応スタッフの雇用(▲8%)、多言語インフラ整備(▲8%)とともに改善の兆しが見える。一方「二次交通の整備不足」(+10%)、オーバーツーリズム(+13%)と新しい課題も浮上してきている。

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

第1回 n=147 / 第2回 n=137 / 第3回 n=140 すべて複数回答

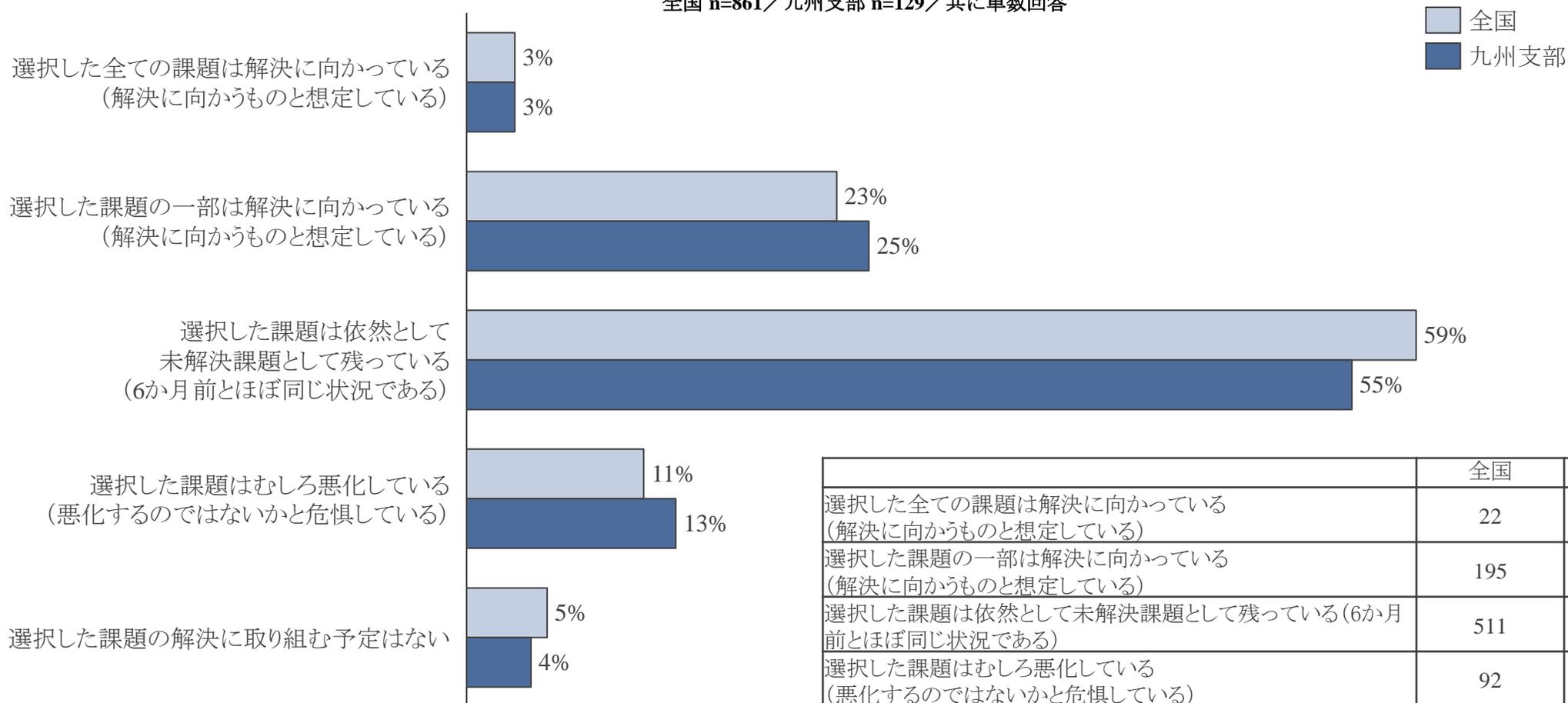


インバウンド観光客受入課題の解決状況について

- 課題の解決状況についてはほぼ全国と同じ傾向を示しており、50%以上が未解決と回答をしている。

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 / 九州支部 n=129 / 共に単数回答



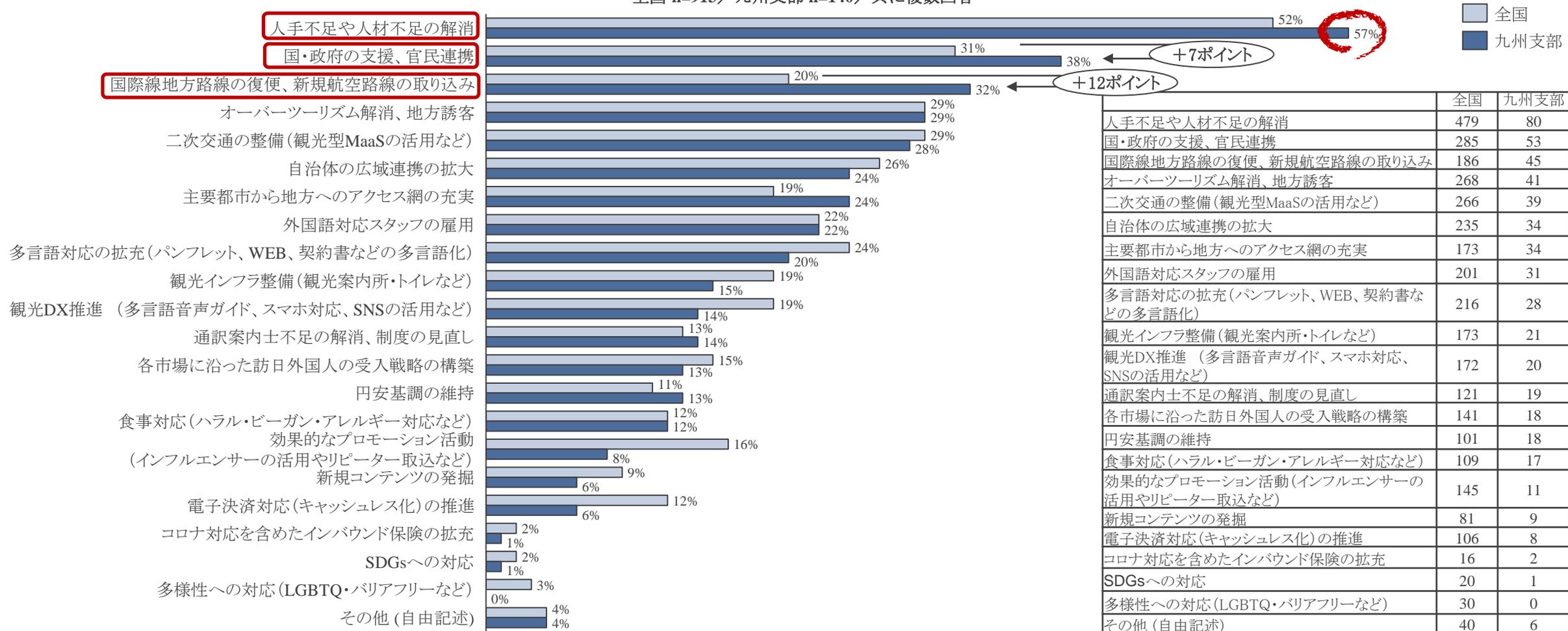
	全国	九州支部
選択した全ての課題は解決に向かっている (解決に向かうものと想定している)	22	4
選択した課題の一部は解決に向かっている (解決に向かうものと想定している)	195	32
選択した課題は依然として未解決課題として残っている (6か月前とほぼ同じ状況である)	511	71
選択した課題はむしろ悪化している (悪化するのではないかと危惧している)	92	17
選択した課題の解決に取り組む予定はない	41	5

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)

- 将来における課題についても「人手不足や人材不足」が全国同様最大の課題となっている。また、「国・政府の支援」と「国際線地方路線の復便・新規就航」が全国よりも高い。

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 / 九州支部 n=140 / 共に複数回答

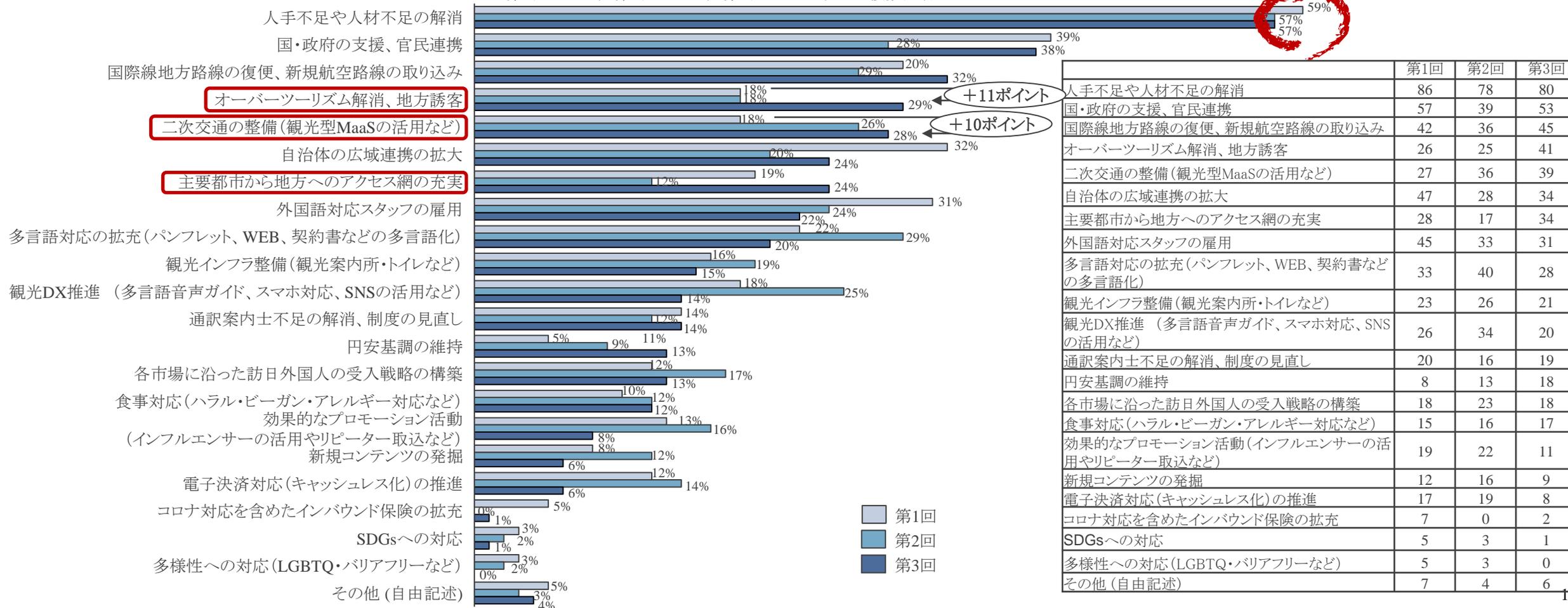


【時系列】インバウンド観光客受入をさらに伸長させるための条件について(将来)

3回の調査を通じて「人手不足・人材不足」が最大の課題であり、比率の変化もほとんどない。また、交通インフラ関係(国際線地方路線、二次交通、主要都市からのアクセス)が増加または高止まりしており、第2回調査で増加した「オーバーツーリズム」と合わせて大きな課題になりつつあると考えられる。

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、重要かつ効果的と思われる条件について

第1回 n=147 / 第2回 n=137 / 第3回 n=140 すべて複数回答

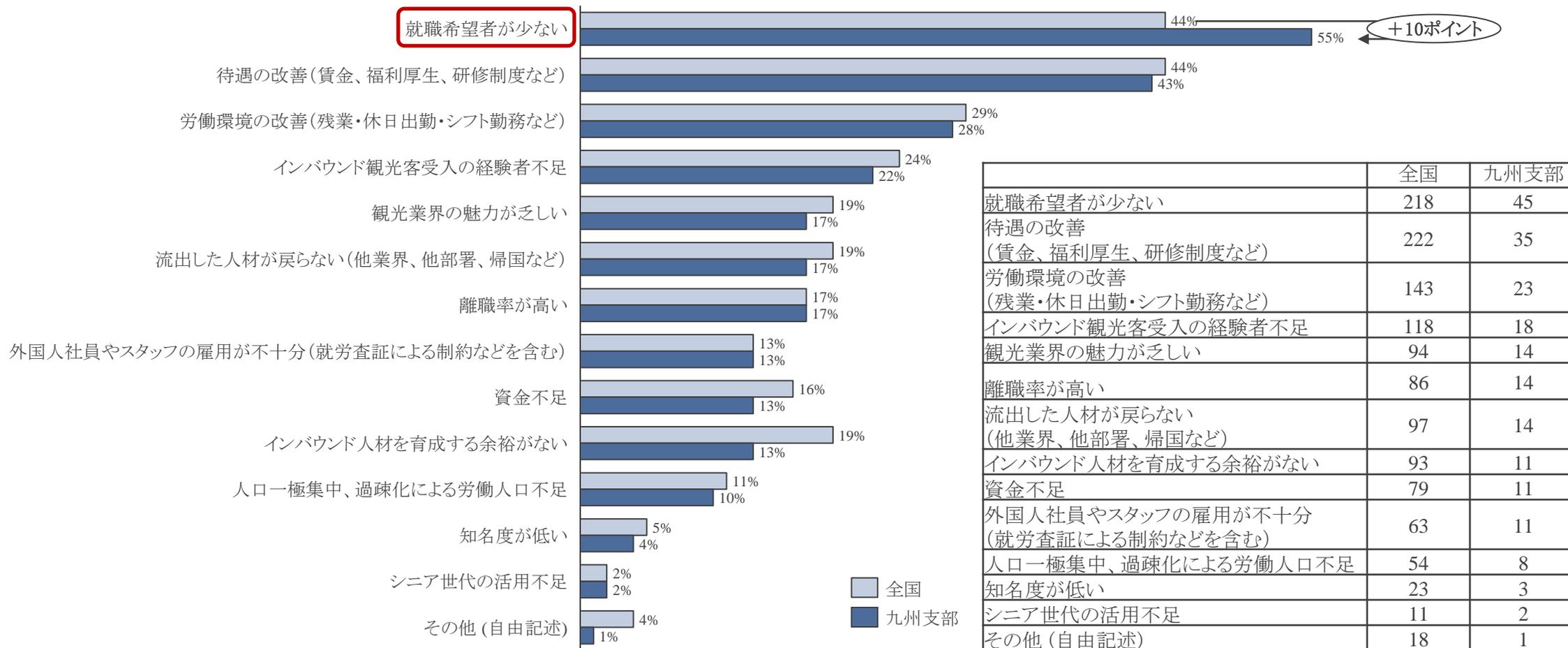


インバウンド観光客受入の課題について(人手不足・人材不足)

- 概ね全国と同傾向にあるが、「就職希望者が少ない」とする割合が全国より11ポイント高く、大きな課題となっていると考えられる。

「人手不足・人材不足」について、考えられる要因について

全国 n=501 / 九州支部 n=82 / 共に複数回答

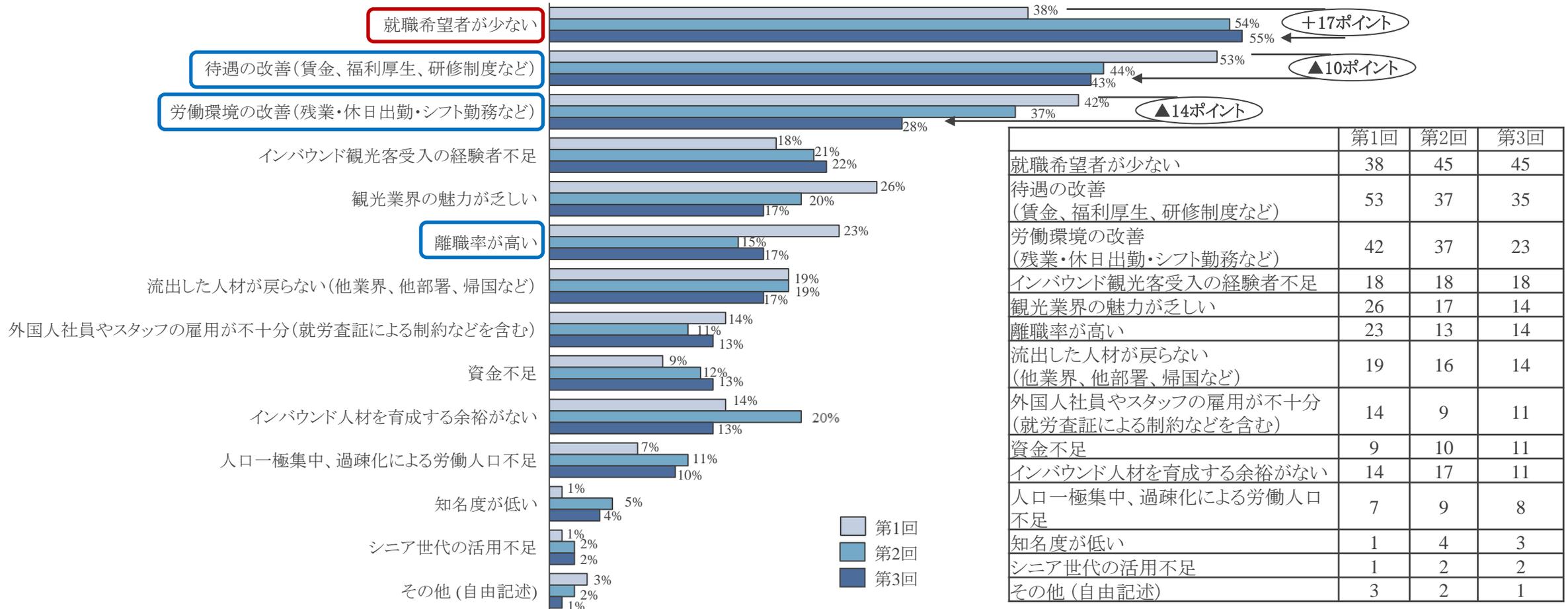


【時系列】インバウンド観光客受入の課題について(人手不足・人材不足)

- 「就職希望者が少ない」が3回を通じて最大の課題であり、第1回調査時点より+17ポイントと深刻な状況となっている。一方「待遇」「労働環境」は改善が進んでおり離職率の低下につながっていると推測される。

「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=100 / 第2回 n=84 / 第3回 n=82 すべて複数回答

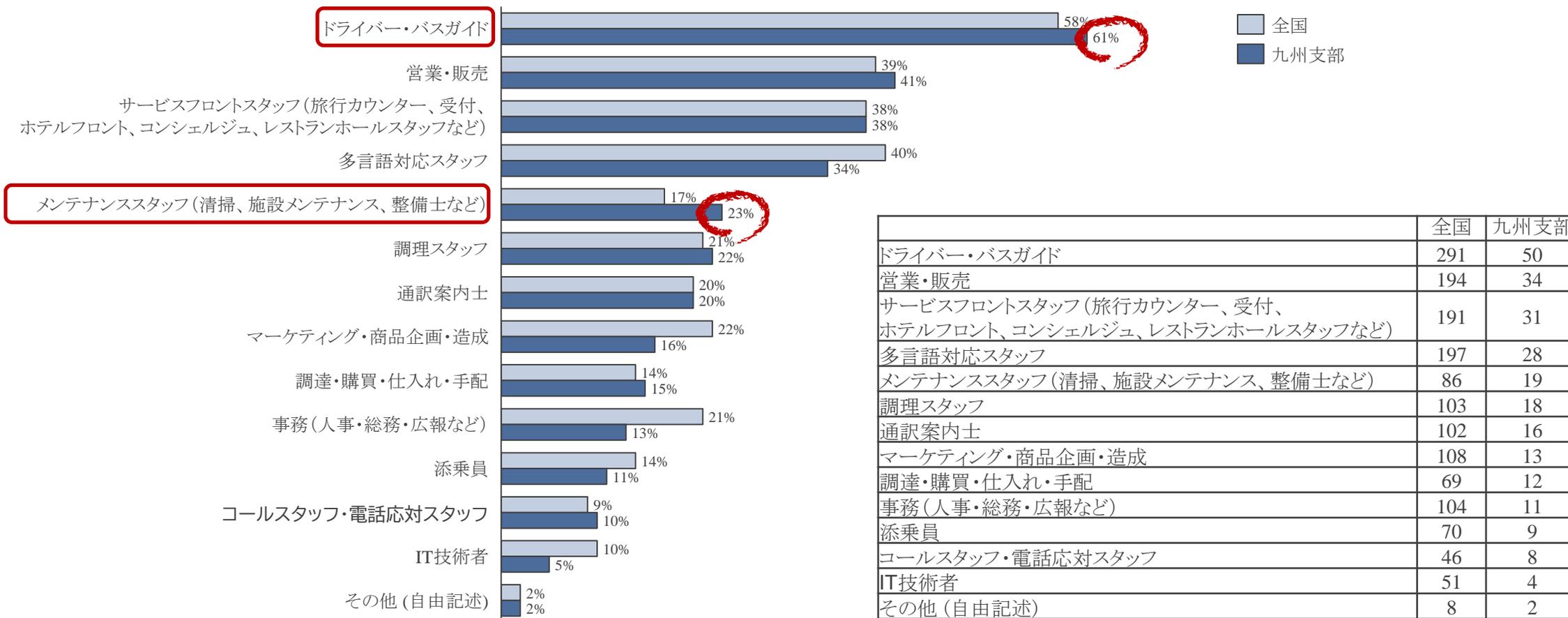


インバウンド観光客受入の課題について

- 全国同様、ドライバー・バスガイド不足が最大の課題である。またメンテナンススタッフの不足は全国に比べて高い傾向にある。

「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 / 九州支部 n=82 / 共に複数回答



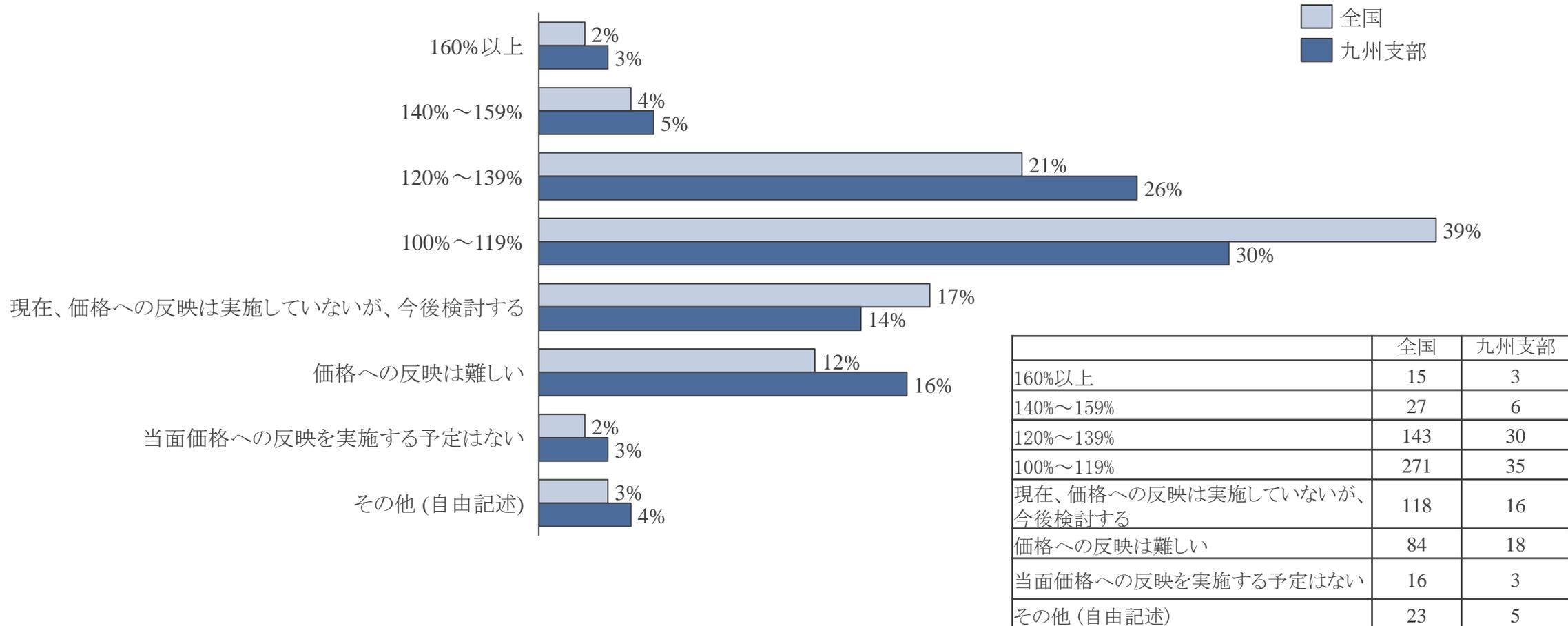
サービスフロントスタッフ*: 旅行カウンター、受付、ホテルフロント、コンシェルジュ、レストランホールスタッフなど

観光事業者のコスト上昇について

- 64%がすでに価格に反映済みで全国(66%)と同程度であるが、120%以上反映している比率が34%と全国の27%よりも高くなっている。

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 / 九州支部 n=116 / 共に単数回答

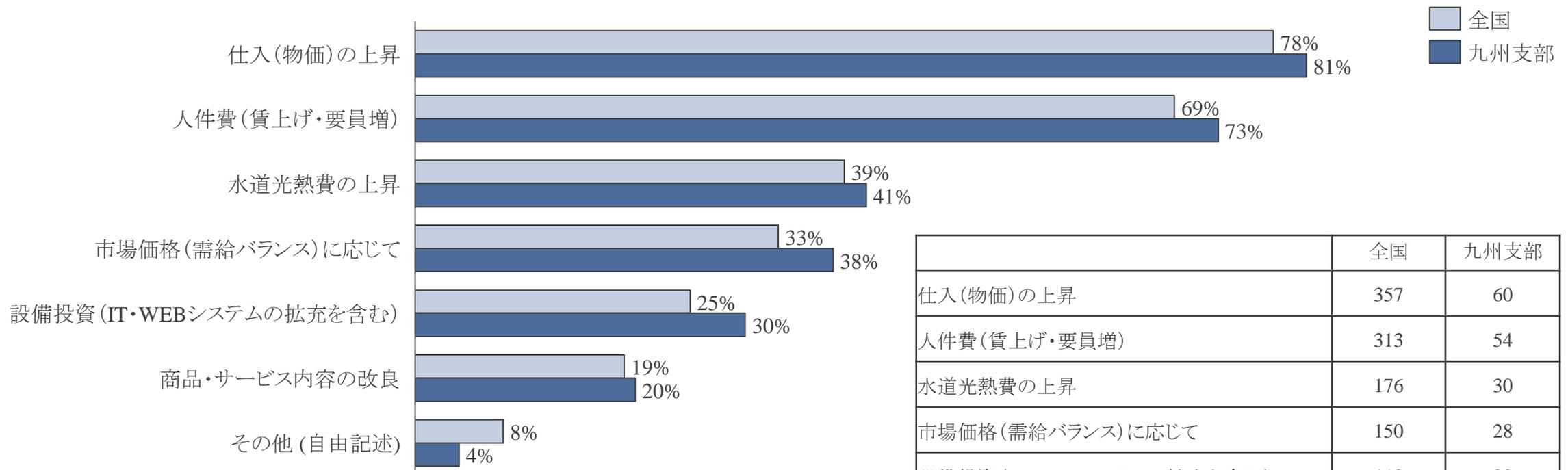


観光事業者のコスト上昇について

- 仕入れ、人件費の上昇が主要因であり、概ね全国と同じような状況である。すべての項目において全国よりも高い比率となっている。

価格への反映をするに至った理由について

全国 n=456 / 九州支部 n=74 / 共に複数回答



	全国	九州支部
仕入(物価)の上昇	357	60
人件費(賃上げ・要員増)	313	54
水道光熱費の上昇	176	30
市場価格(需給バランス)に応じて	150	28
設備投資(IT・WEBシステムの拡充を含む)	112	22
商品・サービス内容の改良	86	15
その他(自由記述)	36	0

(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

