

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(沖縄支部)

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)

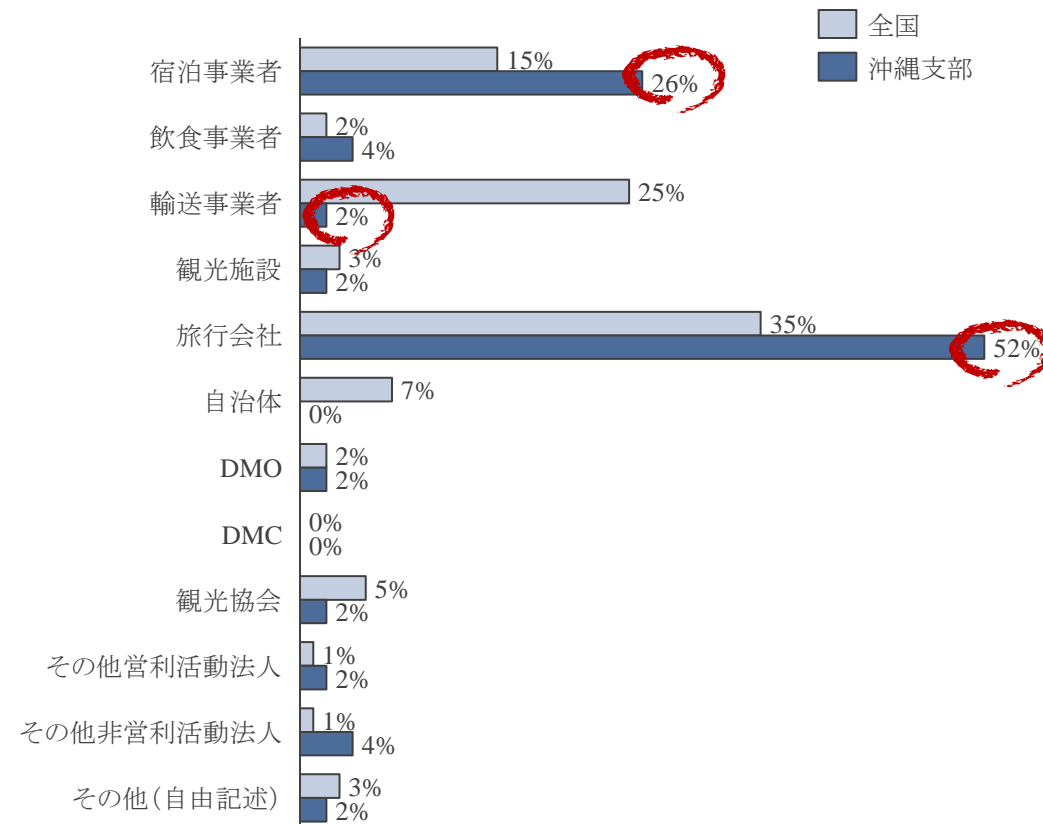
回答者数並びに組織・団体の業種について

- 回答者については、旅行事業者(52%)と宿泊事業者(26%)の比率が全国より高い。一方輸送事業者は2%と全国を大きく下回った。

事業拠点・所在、事業形態
 全国 n=1,161 / 沖縄支部 n=46 / 共に 単数回答

業種	全国	沖縄	全都道府県	沖縄
宿泊事業者	176	12	2	10
飲食事業者	27	2		2
輸送事業者	285	1		1
観光施設	39	1		1
旅行会社	406	24	10	14
自治体	86	0		
DMO	27	1		1
DMC	3	0		
観光協会	54	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	2		2
その他(自由記述)	37	1		1
合計	1161	46	14	32

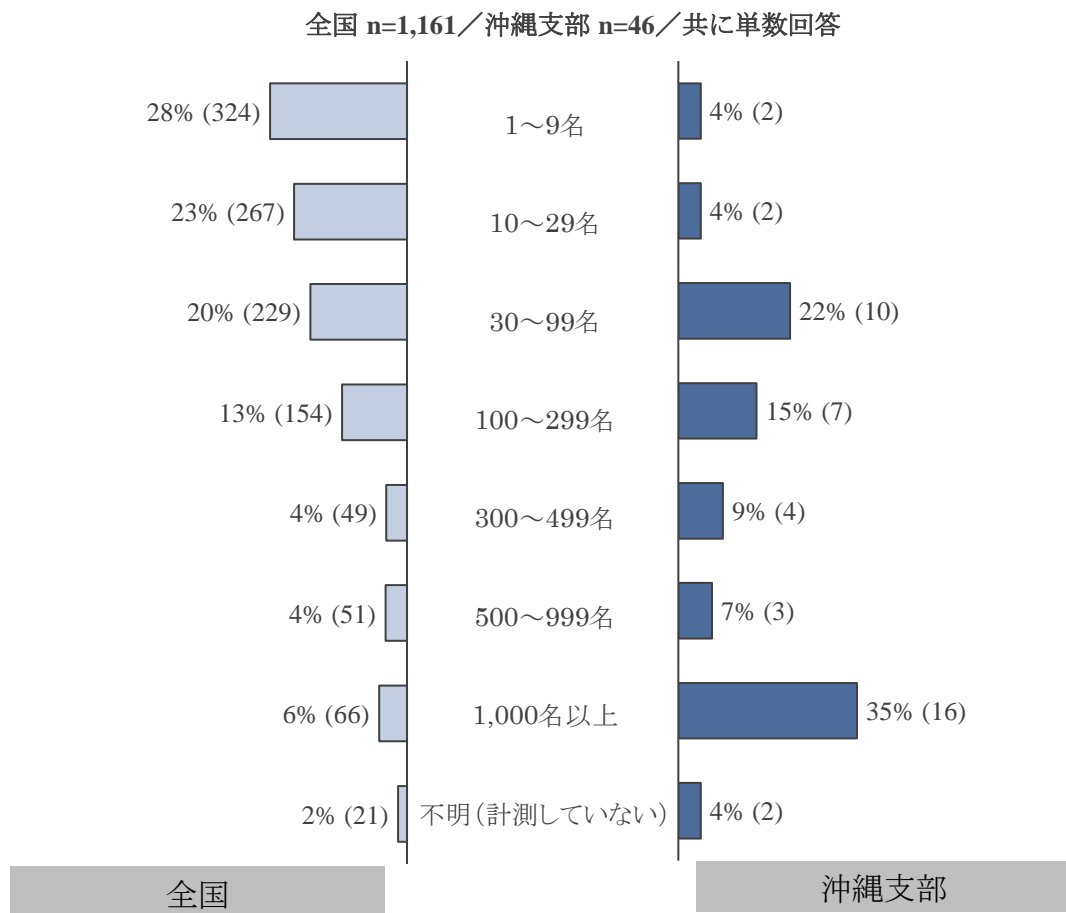
沖縄支部における全都道府県と選択された回答を除く



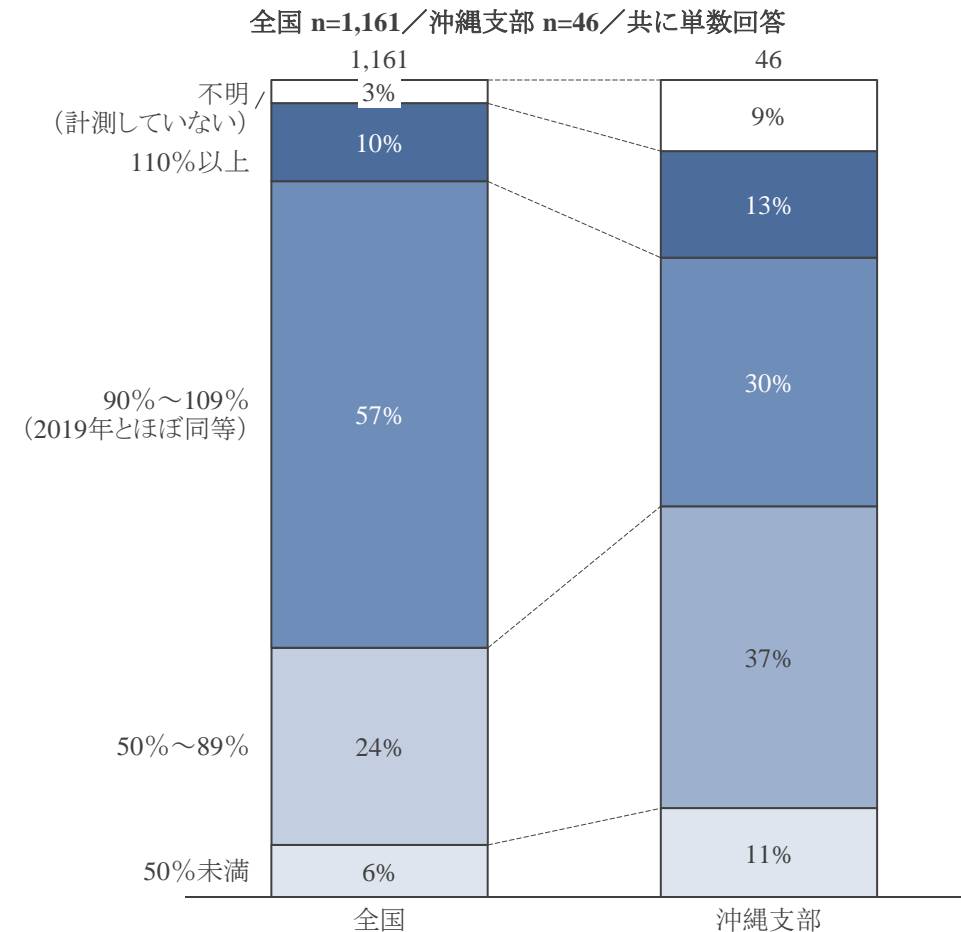
従業員数について

- コロナ禍以前の従業員数については、1,000名以上であったとの回答が35%を占め全国の6%を大きく超えた。現在の従業員数の戻り具合は、2019年比90%以上との回答が43%となっており、全国(67%)よりも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



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

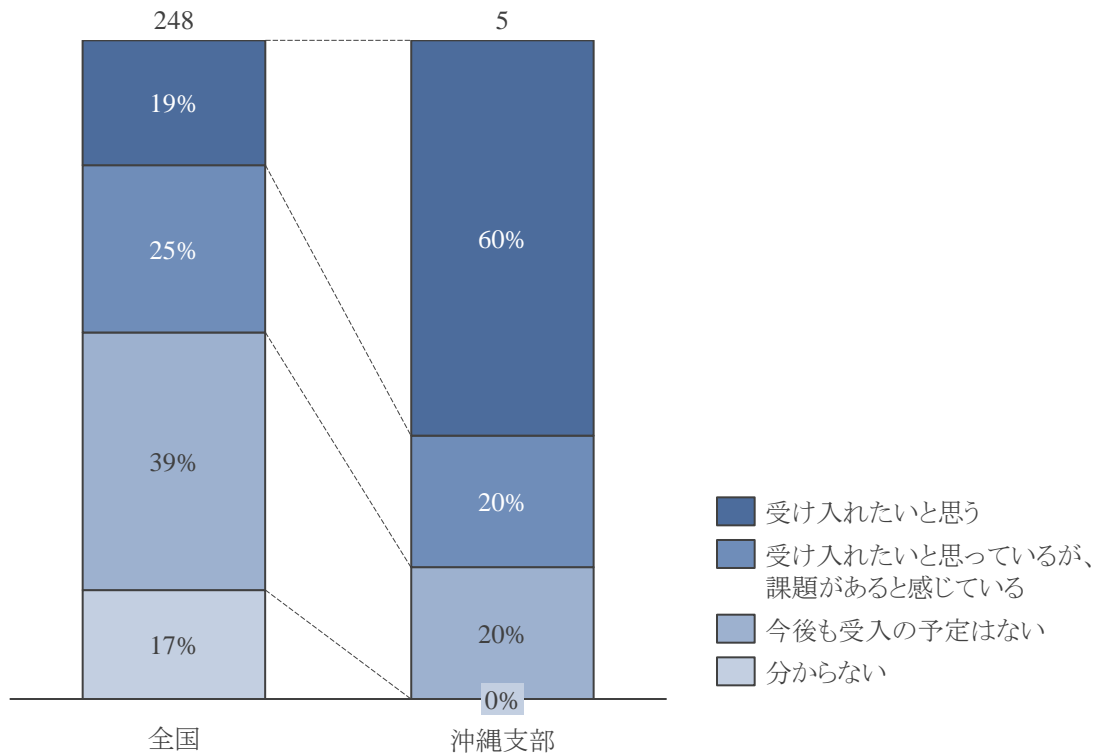


インバウンド観光客受け入れ計画

- 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、80%が前向きな回答であり全国の44%を大幅に上回った。課題については「人手不足や人材不足」がトップとなり2位の「オーバーツーリズムの懸念」とともに全国を上回っている。

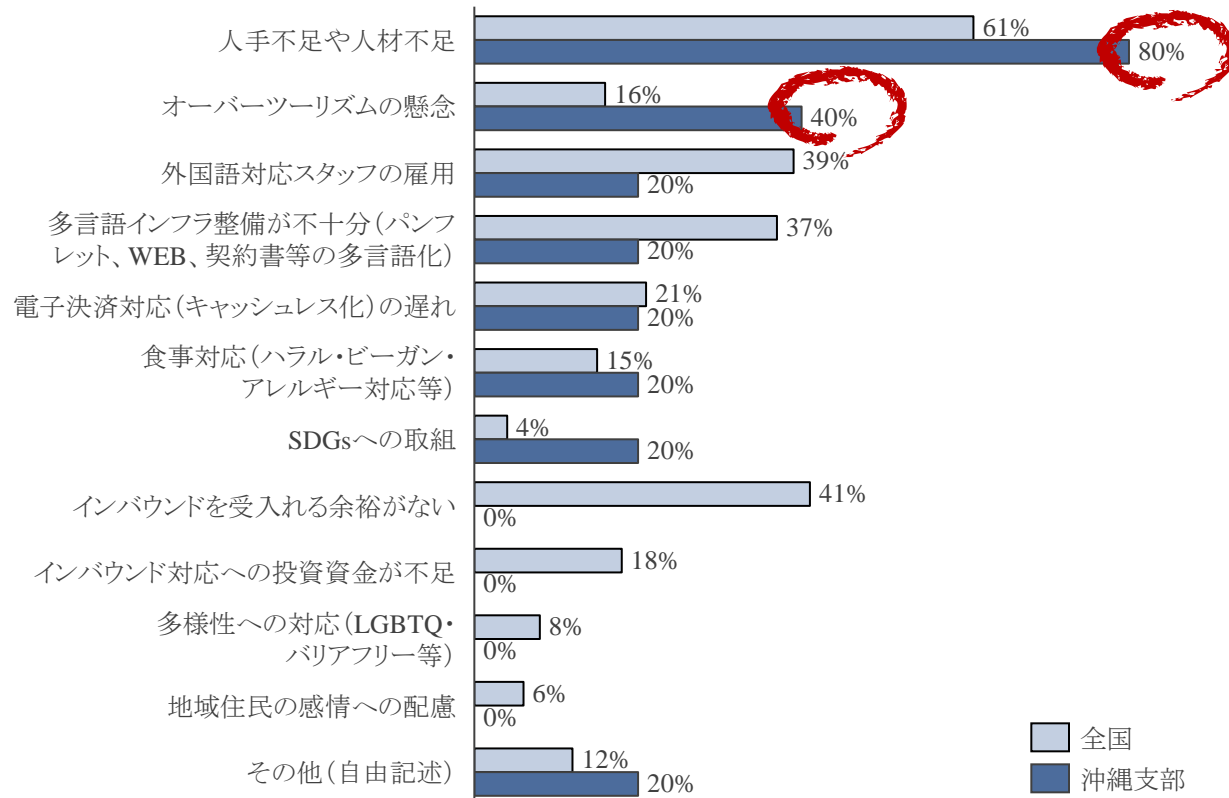
将来、インバウンド観光客を受け入れ計画

全国 n=248 / 沖縄支部 n=5 / 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

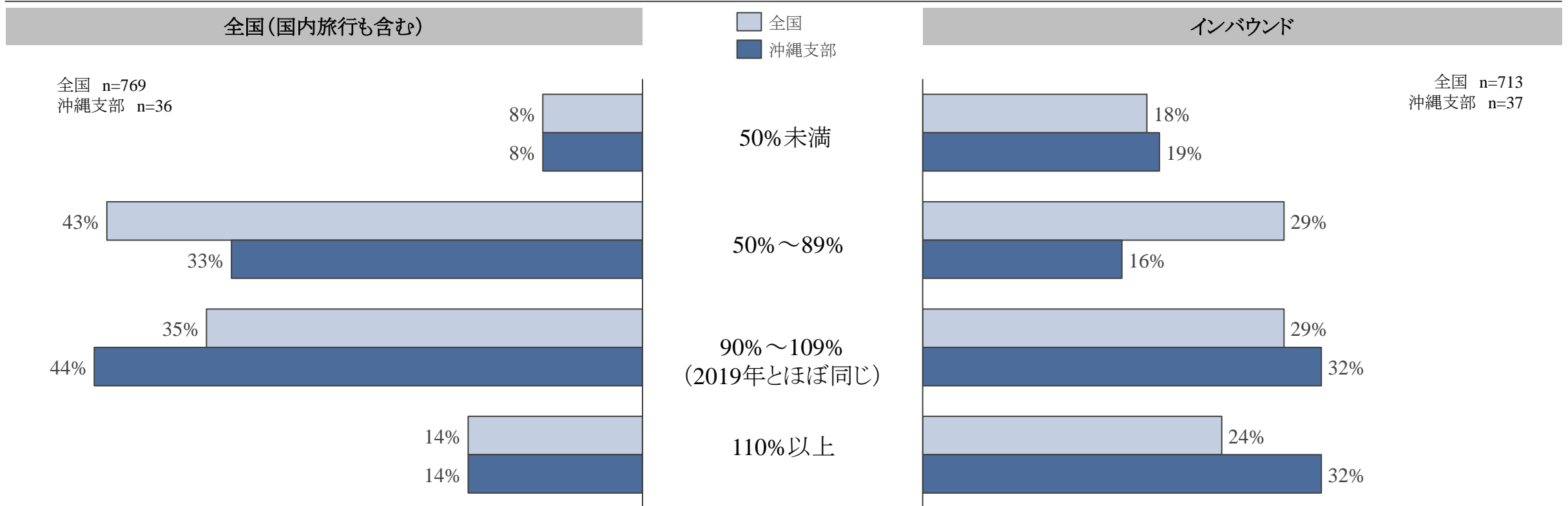
全国 n=248 / 沖縄支部 n=5 / 共に複数回答



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は58%と全国49%を上回っている。インバウンドについても64%と全国(53%)と全国を上回っており順調な回復が伺える。

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

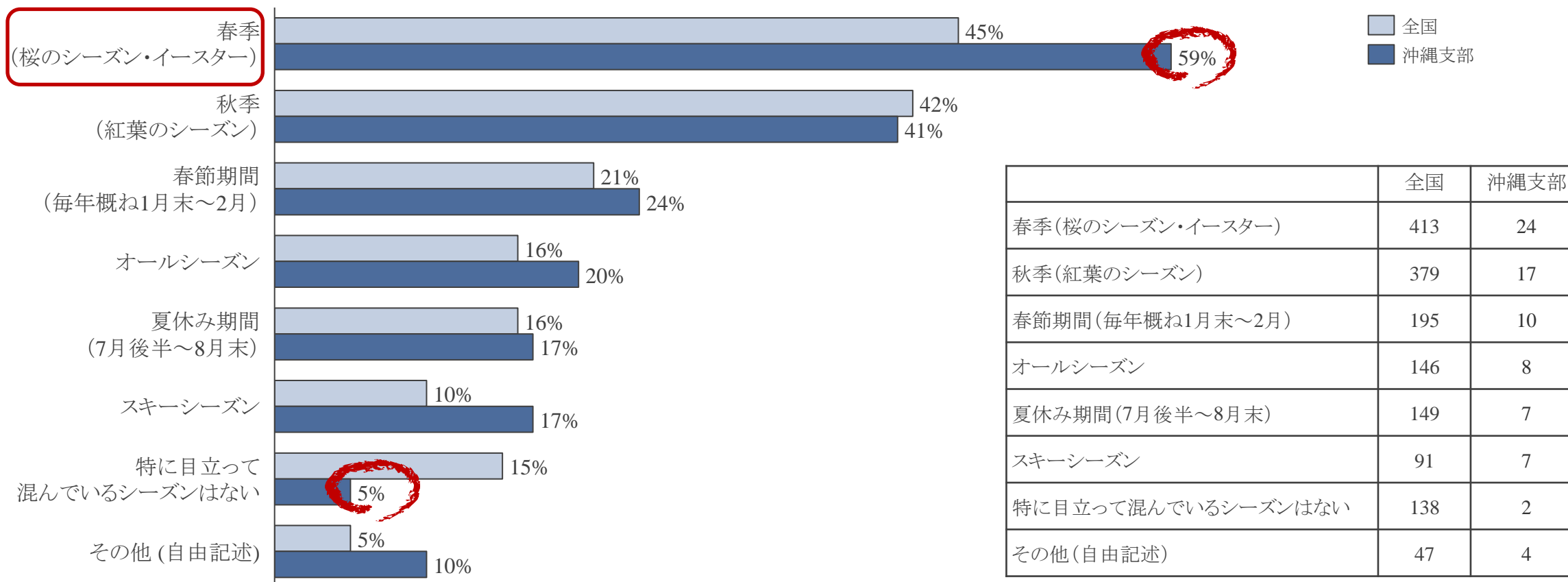


インバウンド観光客の多い時期について

- 全国同様「春季」がもっとも観光客が多いシーズンであり全国より14ポイント高い。秋季を除きほぼすべての季節で全国を上回っている。「特に目立って混んでいるシーズンがない」が全国よりも10ポイント低いことから年間を通じてインバウンド観光客が訪問していることが伺える。

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 / 沖縄支部 n=41 / 共に複数回答

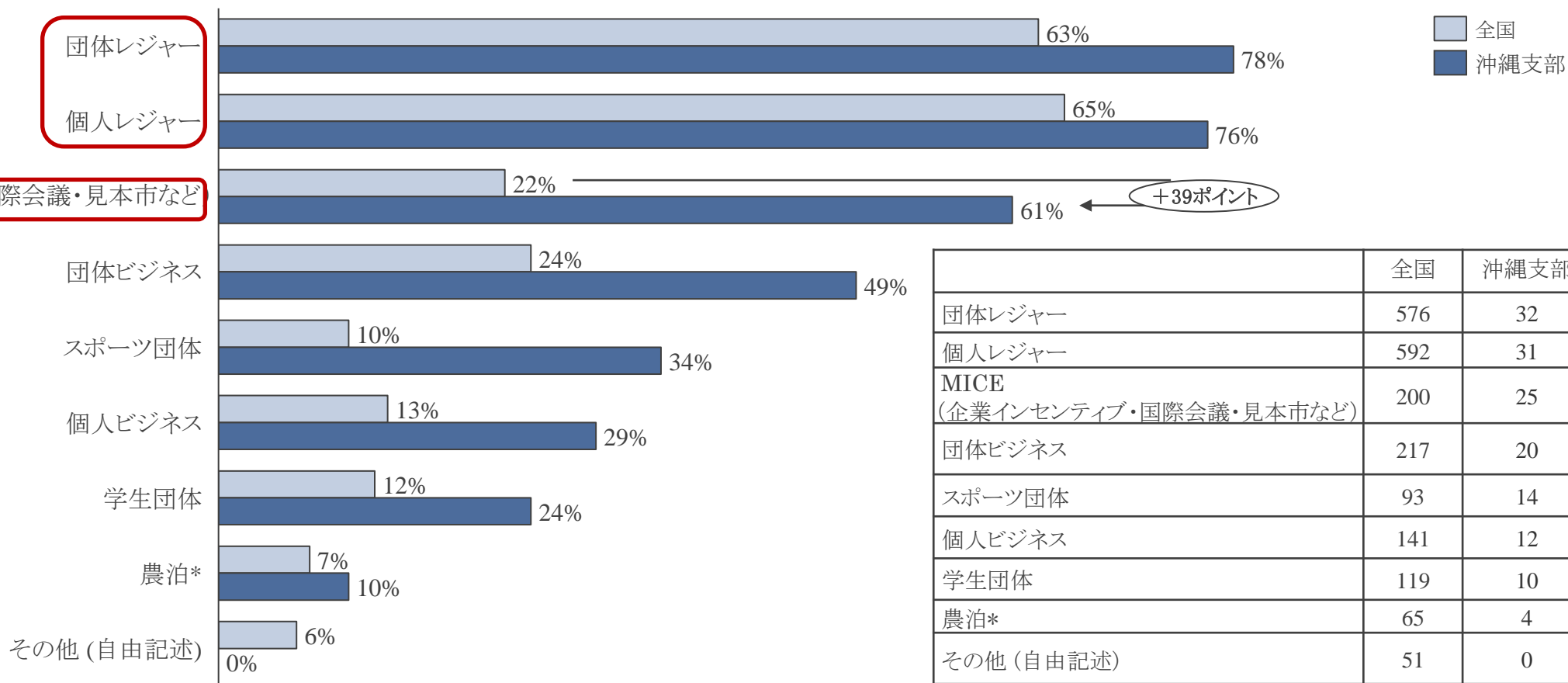


インバウンド観光客の旅行スタイルについて

- 全国同様レジャー(団体・個人)が上位で全国よりも比率が高い。またすべての項目で全国を上回っている。中でも「MICE」は61%と全国(22%)を大きく引き離している。

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 / 沖縄支部 n=41 / 共に複数回答



	全国	沖縄支部
団体レジャー	576	32
個人レジャー	592	31
MICE (企業インセンティブ・国際会議・見本市など)	200	25
団体ビジネス	217	20
スポーツ団体	93	14
個人ビジネス	141	12
学生団体	119	10
農泊*	65	4
その他(自由記述)	51	0

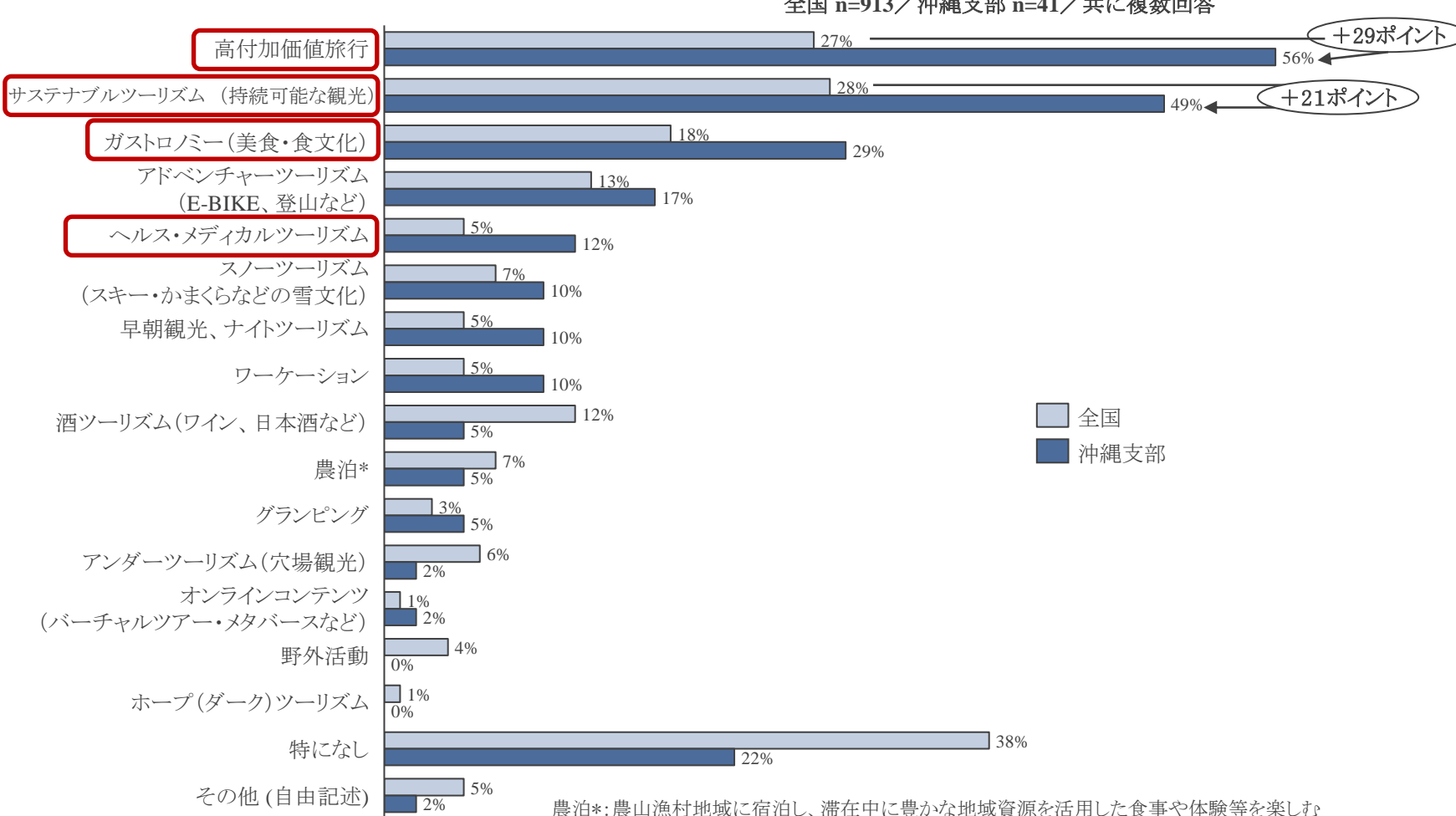
農泊*: 農山漁村地域に宿泊し、滞在中に豊かな地域資源を活用した食事や体験等を楽しむ

旅行・観光関連コンテンツについて

- 全国に比べ、「高付加価値旅行」や「サステナブルツーリズム」についての関心が非常に高い。また「ガストロノミー」や「ヘルス・メディカルツーリズム」の割合が全国より10ポイント前後高いことも特徴的である。

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 / 沖縄支部 n=41 / 共に複数回答



	全国	沖縄支部
高付加価値旅行	251	23
サステナブルツーリズム (持続可能な観光)	256	20
ガストロノミー (美食・食文化)	162	12
アドベンチャーツーリズム (E-BIKE、登山など)	118	7
ヘルス・メディカルツーリズム	47	5
スノーツーリズム (スキー・かまくらなどの雪文化)	62	4
早朝観光、ナイトツーリズム	42	4
ワーケーション	42	4
酒ツーリズム (ワイン、日本酒など)	105	2
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	2
グランピング	23	2
アンダーツーリズム (穴場観光)	53	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)	10	1
野外活動	32	0
ホープ (ダーク) ツーリズム	11	0
特になし	350	9
その他 (自由記述)	47	1

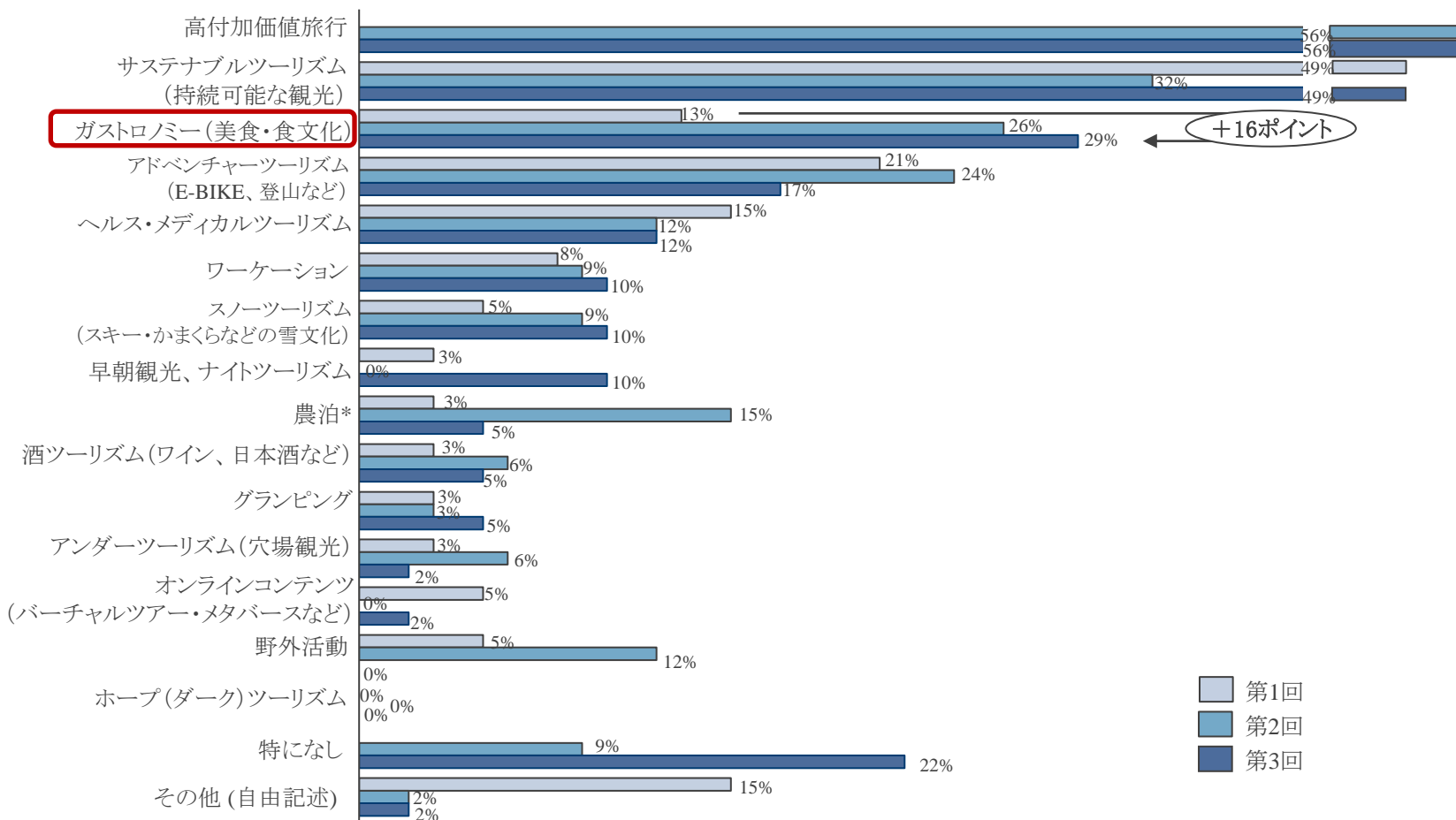
農泊*: 農山漁村地域に宿泊し、滞在中に豊かな地域資源を活用した食事や体験等を楽しむ

【時系列】旅行・観光関連コンテンツについて

- 第2回調査にて追加した「高付加価値旅行」への関心が高く第2回調査、第3回調査ともに56%で最も関心が高い。「ガストロノミー」への関心が第1回調査より徐々に増加し第3回調査では29%と第1回調査時点より16ポイント増となり関心が高まっ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

第1回 n=39 / 第2回 n=34 / 第3回 n=41 すべて複数回答



	第1回	第2回	第3回
高付加価値旅行 (注)		19	23
サステナブルツーリズム (持続可能な観光)	19	11	20
ガストロノミー (美食・食文化)	5	9	12
アドベンチャーツーリズム (E-BIKE、登山など)	8	8	7
ヘルス・メディカルツーリズム	6	4	5
ワーケーション	3	3	4
スノーツーリズム (スキー・かまくらなどの雪文化)	2	3	4
早朝観光、ナイトツーリズム	1	0	4
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)	1	5	2
酒ツーリズム (ワイン、日本酒など)	1	2	2
グランピング	1	1	2
アンダーツーリズム (穴場観光)	1	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)	2	0	1
野外活動	2	4	0
ホープ (ダーク) ツーリズム	0	0	0
特になし	8	3	9
その他 (自由記述)	6	2	1

備考: 第1回調査で「高付加価値旅行」の選択肢はない

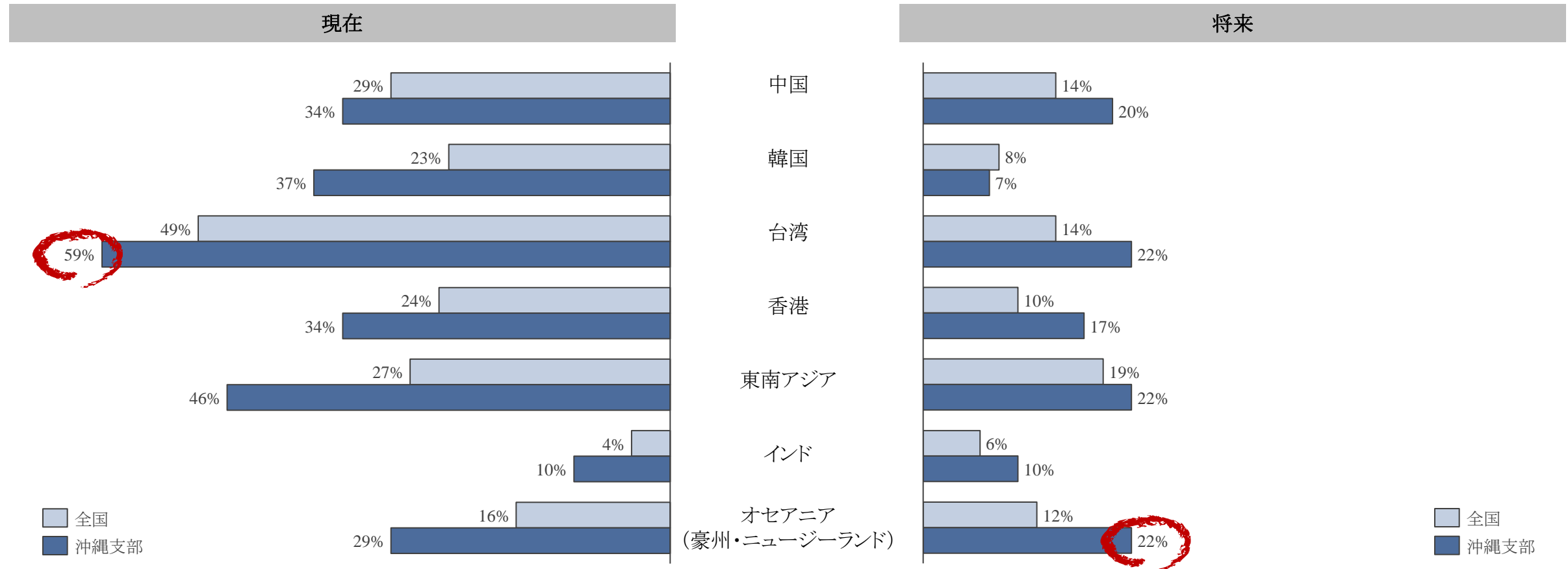
*農泊とは農山漁村地域に宿泊し、滞在中に豊かな地域資源を活用した食事や体験等を楽しむコンテンツ

インバウンド重点市場について(アジア・オセアニア)

・東アジア、東南アジアが受け入れの中心となっている。全国より19%高い東南アジアをはじめすべての市場で全国よりも比率が高く幅広く受け入れていることが伺える。将来においては22%でオセアニアが台湾、東南アジアと並んで1位となり関心の高さが伺える。

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 / 沖縄支部 n=41 / 共に複数回答

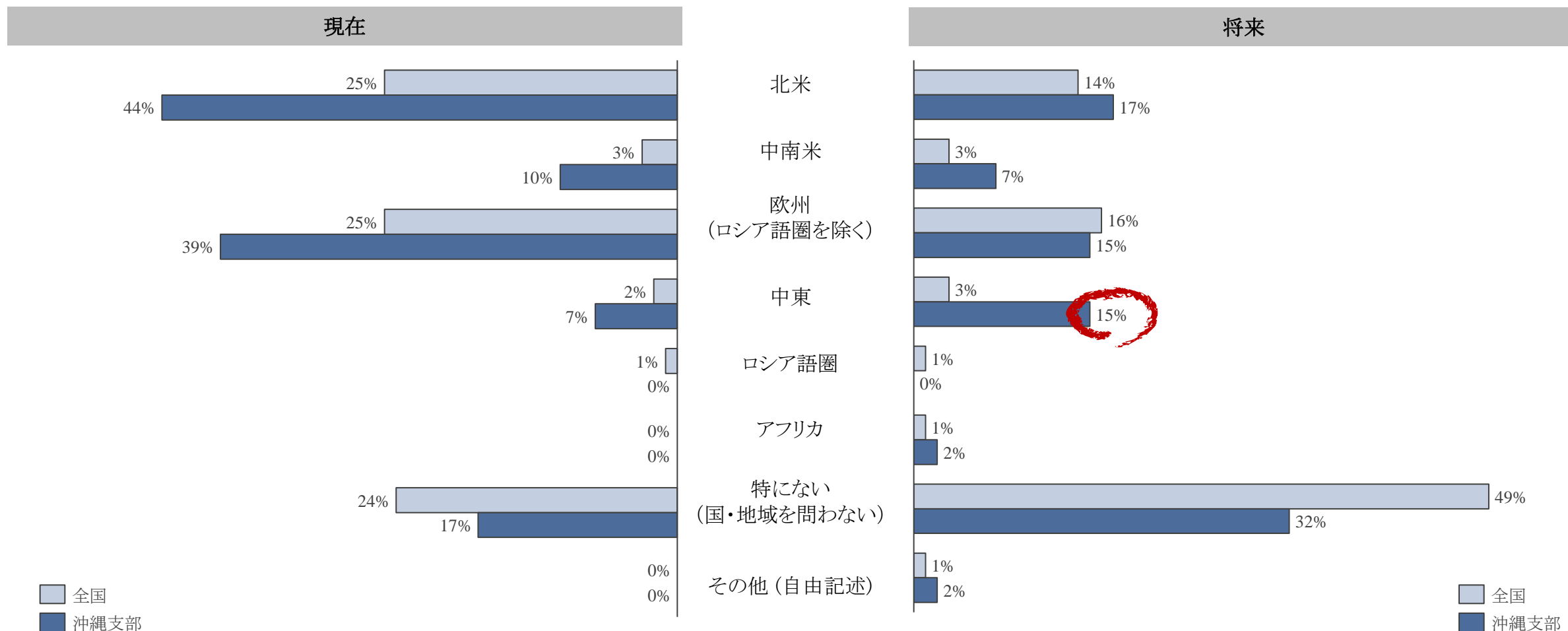


インバウンド重点市場について(欧米・その他地域)

・現在の受け入れは北米、欧州が40%前後であり全国よりも高い。また将来強化していく地域では中東の割合が全国より高い。「特にない」が全国より低い点からもターゲットを絞って受け入れを進めていることが伺える。

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 / 沖縄支部 n=41 / 共に複数回答

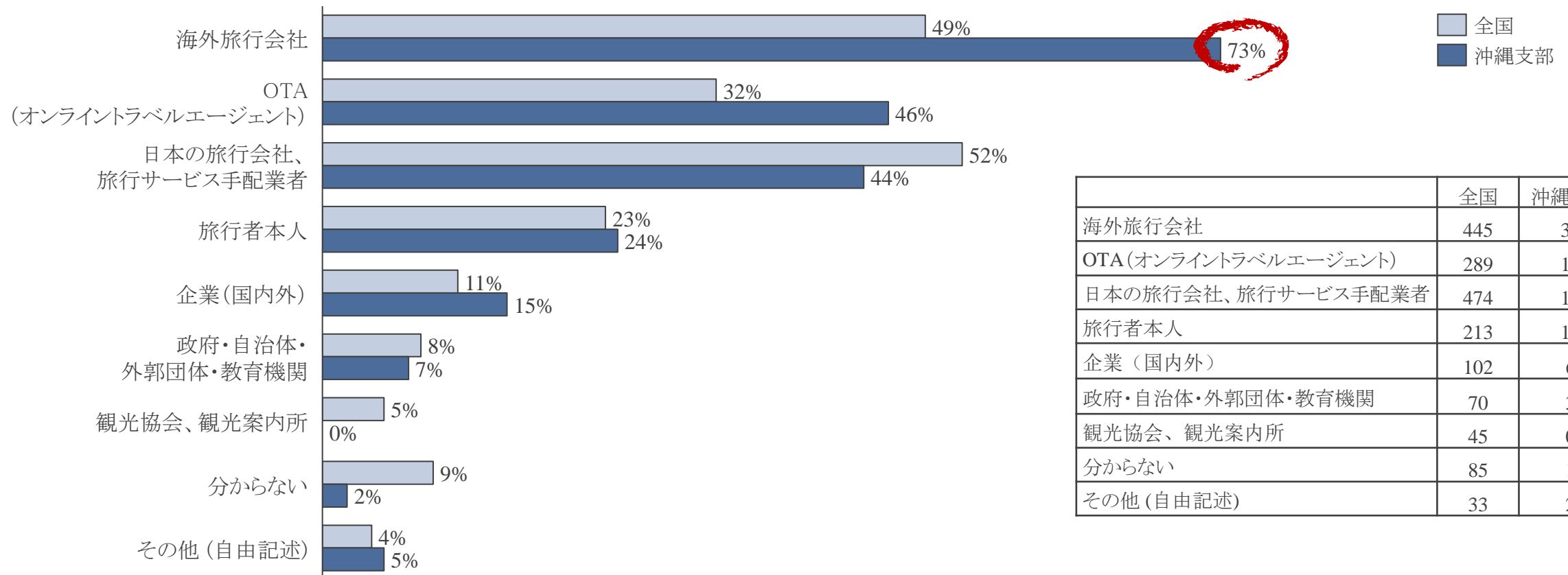


予約チャンネルについて

- 「海外旅行会社」を通じた予約が73%で全国(49%)を大きく上回っている。一方で「日本の旅行会社」からの予約は、全国(52%)よりも8ポイント低い。OTAが全国よりも高い点を含めて旅行会社・宿泊事業者の比率が全国よりも高い点が影響していると考えられる。

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 / 沖縄支部 n=41 / 共に複数回答



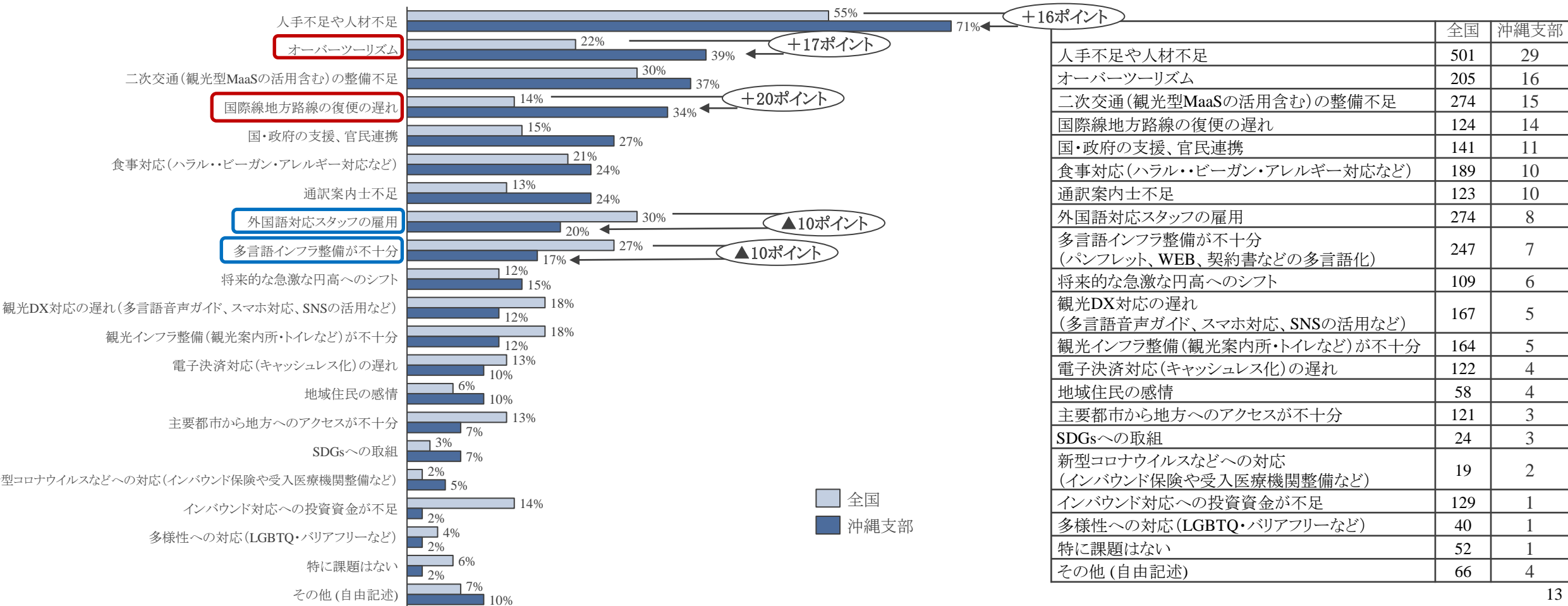
	全国	沖縄支部
海外旅行会社	445	30
OTA(オンライントラベルエージェント)	289	19
日本の旅行会社、旅行サービス手配業者	474	18
旅行者本人	213	10
企業(国内外)	102	6
政府・自治体・外郭団体・教育機関	70	3
観光協会、観光案内所	45	0
分からない	85	1
その他(自由記述)	33	2

インバウンド観光客受入の課題について(現在)

- 全国同様「人手不足や人材不足」が最大の課題であるが16ポイント高くかなり深刻であることが伺える。また、「オーバーツーリズム」、「国際線復便の遅れ」をはじめ上位の課題はいずれも全国を上回っており喫緊の課題と考えられる。一方、「外国語対応スタッフの雇用」、「多言語インフラ整備」は全国を下回っており、改善が進んでいると考えられる。

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 / 沖縄支部 n=41 / 共に複数回答

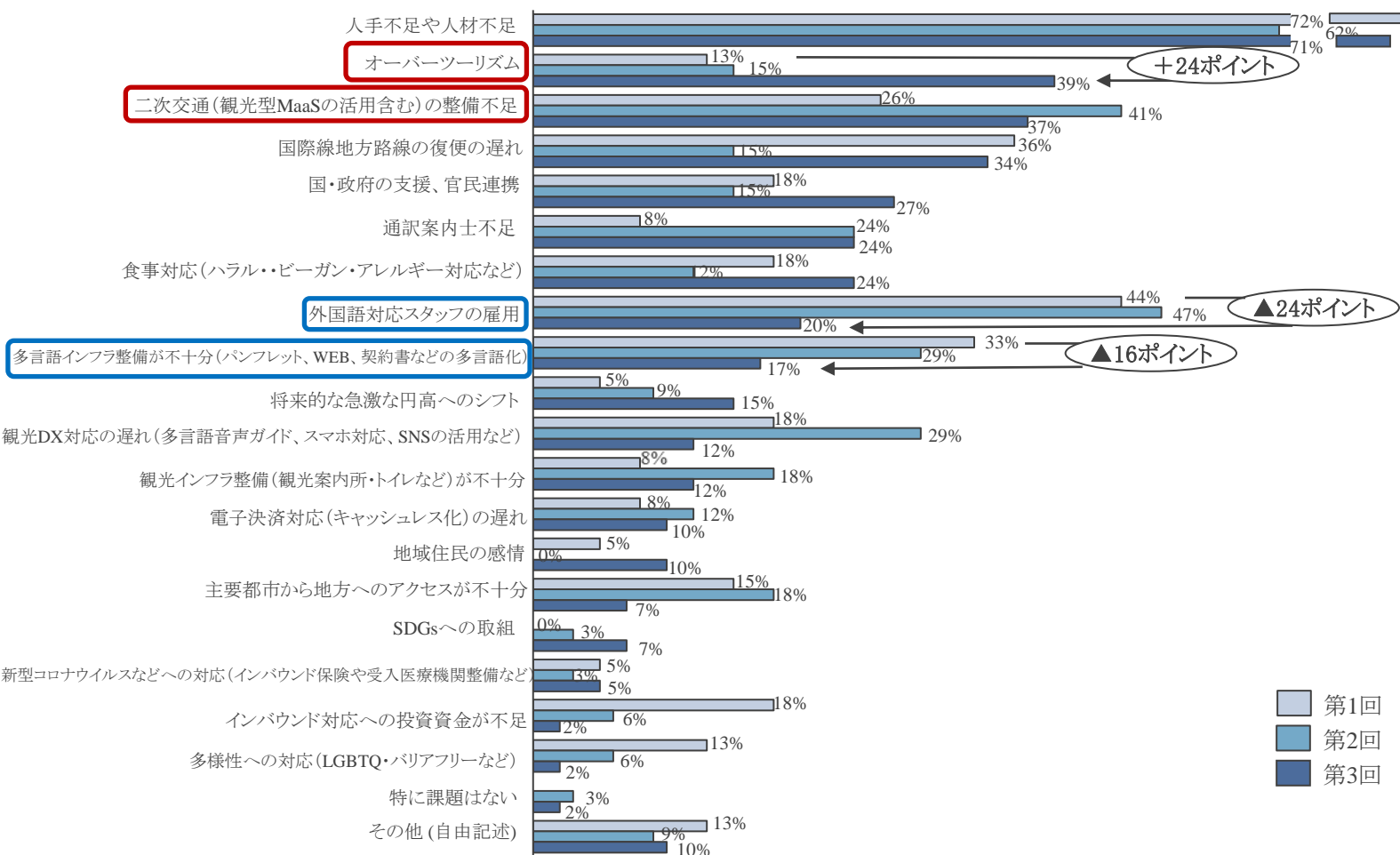


【時系列】インバウンド観光客受入の課題について(現在)

- 過去3回通じて「人手不足や人材不足」が最大の課題で70 %前後で推移をしている。「オーバーツーリズム」は第3回調査において39%と一気に増加し、関心の高さが伺える。「国際線地方路線の復便」、「国・政府の支援、官民連携」、「通訳案内士不足」等の増加も関連していると考えられる。一方多言語に関する項目(「外国語対応スタッフの雇用」「多言語インフラ整備」)は改善の兆しが見られる。

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

第1回 n=39 / 第2回 n=34 / 第3回 n=41 すべて複数回答



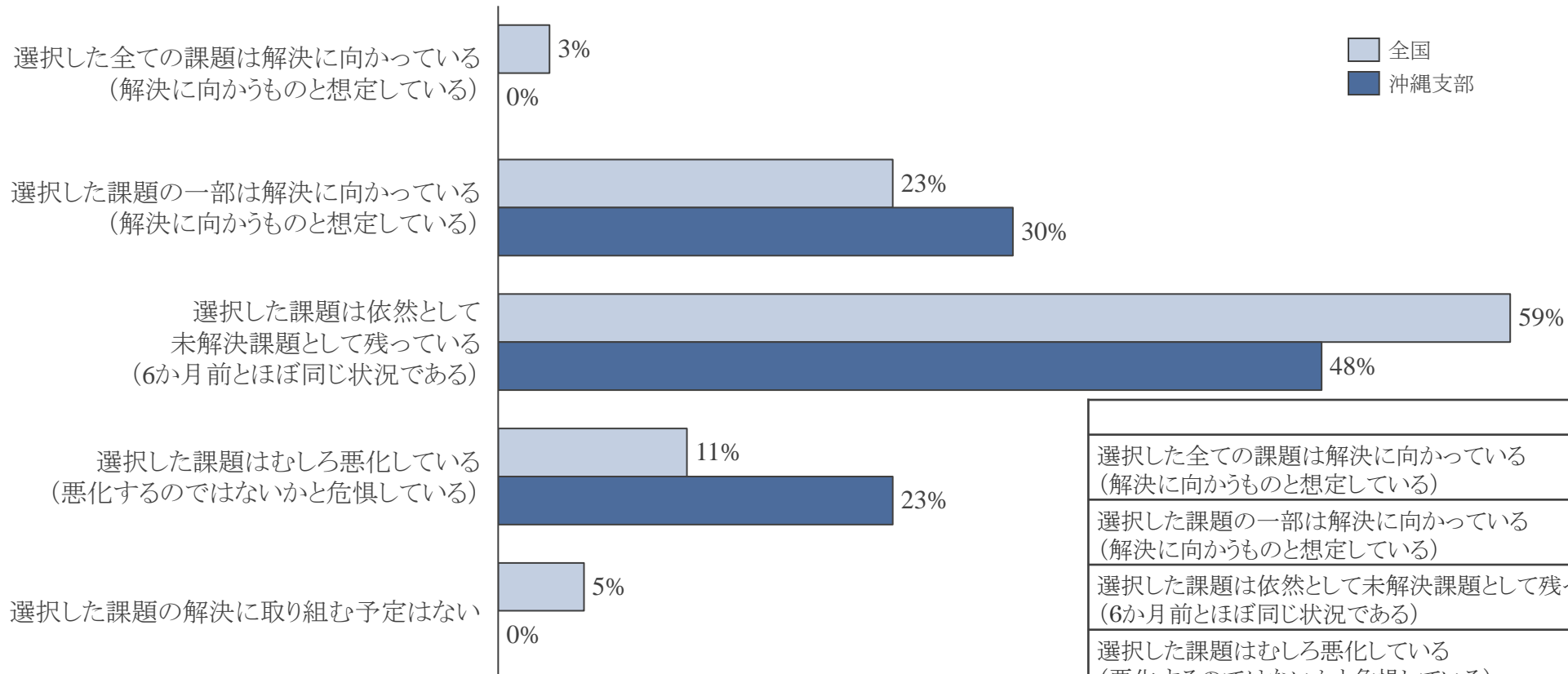
	第1回	第2回	第3回
人手不足や人材不足	28	21	29
オーバーツーリズム	5	5	16
二次交通(観光型MaaSの活用含む)の整備不足	10	14	15
国際線地方路線の復便の遅れ	14	5	14
国・政府の支援、官民連携	7	5	11
通訳案内士不足	3	8	10
食事対応(ハラール・ビーガン・アレルギー対応など)	7	4	10
外国語対応スタッフの雇用	17	16	8
多言語インフラ整備が不十分(パンフレット、WEB、契約書などの多言語化)	13	10	7
将来的な急激な円高へのシフト	2	3	6
観光DX対応の遅れ(多言語音声ガイド、スマホ対応、SNSの活用など)	7	10	5
観光インフラ整備(観光案内所・トイレなど)が不十分	3	6	5
電子決済対応(キャッシュレス化)の遅れ	3	4	4
地域住民の感情	2	0	4
主要都市から地方へのアクセスが不十分	6	6	3
SDGsへの取組	0	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)	2	0	2
インバウンド対応への投資資金が不足	7	2	1
多様性への対応(LGBTQ・バリアフリーなど)	5	2	1
特に課題はない	-	1	1
その他(自由記述)	5	3	4

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いう回答の合計は30%と全国(26%)より少し高いが、悪化しているという回答が23%と全国の11%を大きく上回っており、2極分化が進んでいると考えられる。

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 / 沖縄支部 n=40 / 共に単数回答



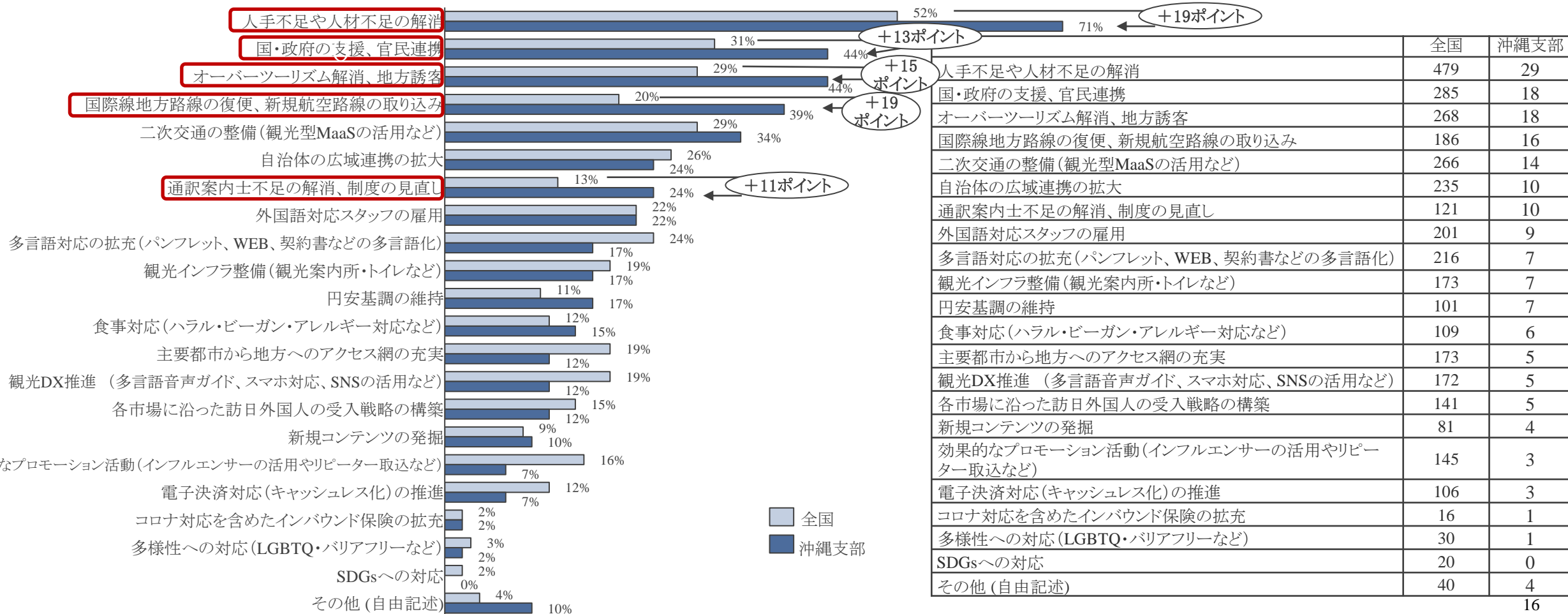
	全国	沖縄支部
選択した全ての課題は解決に向かっている (解決に向かうものと想定している)	22	0
選択した課題の一部は解決に向かっている (解決に向かうものと想定している)	195	12
選択した課題は依然として未解決課題として残っている (6か月前とほぼ同じ状況である)	511	19
選択した課題はむしろ悪化している (悪化するのではないかと危惧している)	92	9
選択した課題の解決に取り組む予定はない	41	0

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)

- 最大の課題である「人手不足や人材不足」が全国よりも19ポイント高く将来においても深刻な課題となっている。「国・政府の支援、官民連携」、「オーバーツーリズム」、「国際線地方路線の復便・新規就航」といったマクロ的な課題が上位に並びいずれも全国よりも比率が高い。また「通訳案内士不足」への関心も全国よりも11ポイント高い。

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 / 沖縄支部 n=41 / 共に複数回答

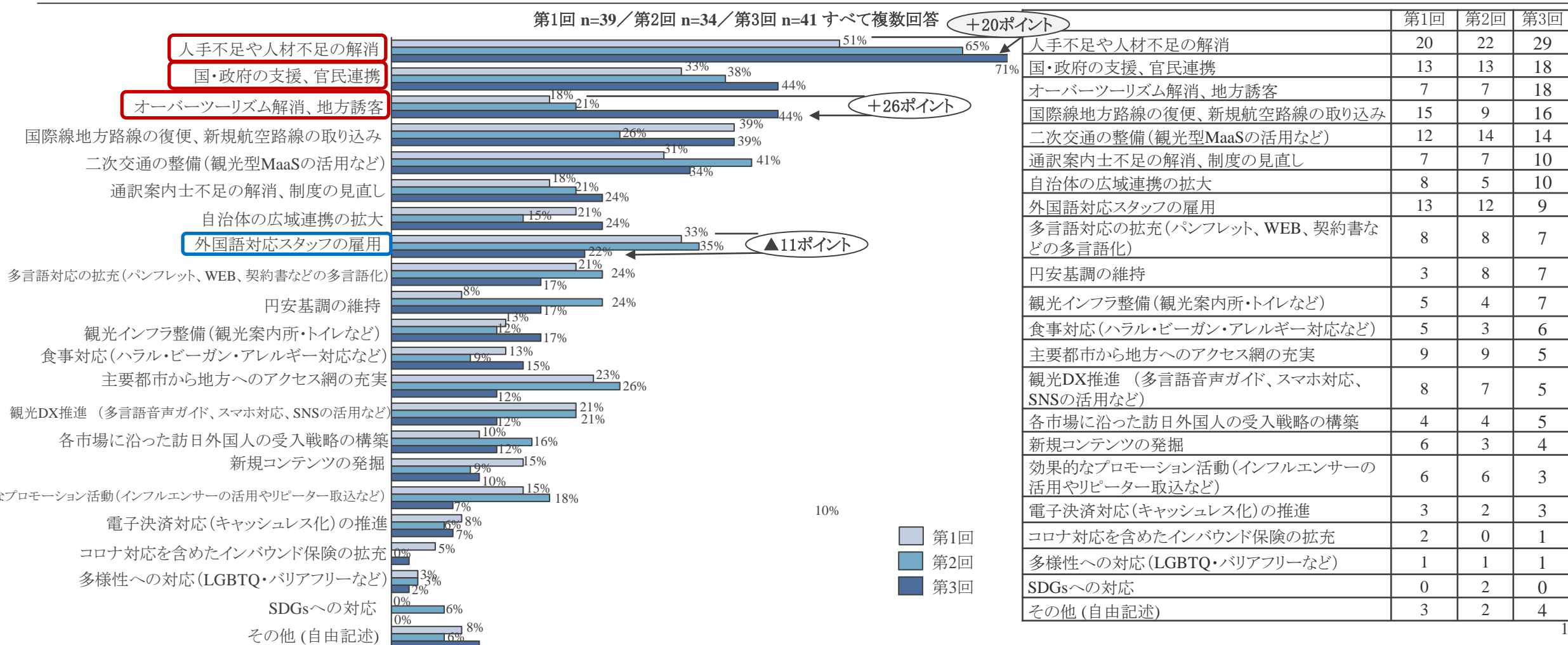


【時系列】インバウンド観光客受入をさらに伸長させるための条件について(将来)

- 「人手不足・人材不足」が3回を通じて1位となっており、第3回調査時点では第1回調査より+20ポイントと深刻度が増している。「国・政府の支援、官民連携」「オーバーツーリズム」が第1回から増加傾向にある。現在の課題同様「外国語対応スタッフの雇用」は減少傾向にある。

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

第1回 n=39 / 第2回 n=34 / 第3回 n=41 すべて複数回答

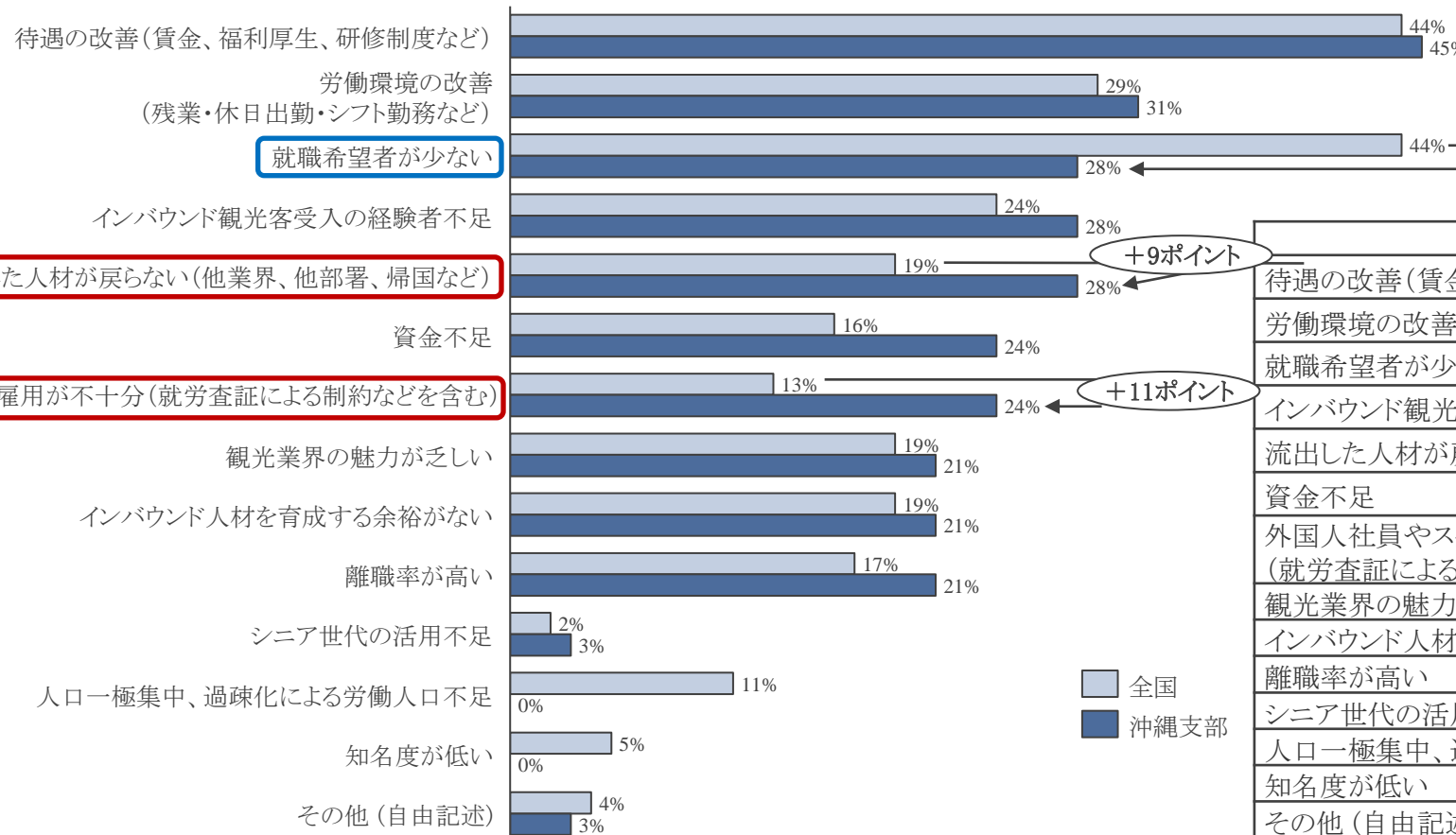


インバウンド観光客受入の課題について(人手不足・人材不足)

- 「待遇の改善」が全国同様最大の課題となっている。全国では同率1位の「就職希望者が少ない」は16ポイント低い。一方「流出人材が戻らない」や「外国人社員やスタッフ雇用」については、全国よりも10ポイント前後高く、全国と異なり「就職希望者が少ない」と同程度の課題となっている。

「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 / 沖縄支部 n=29 / 共に複数回答



▲16ポイント

+9ポイント

+11ポイント

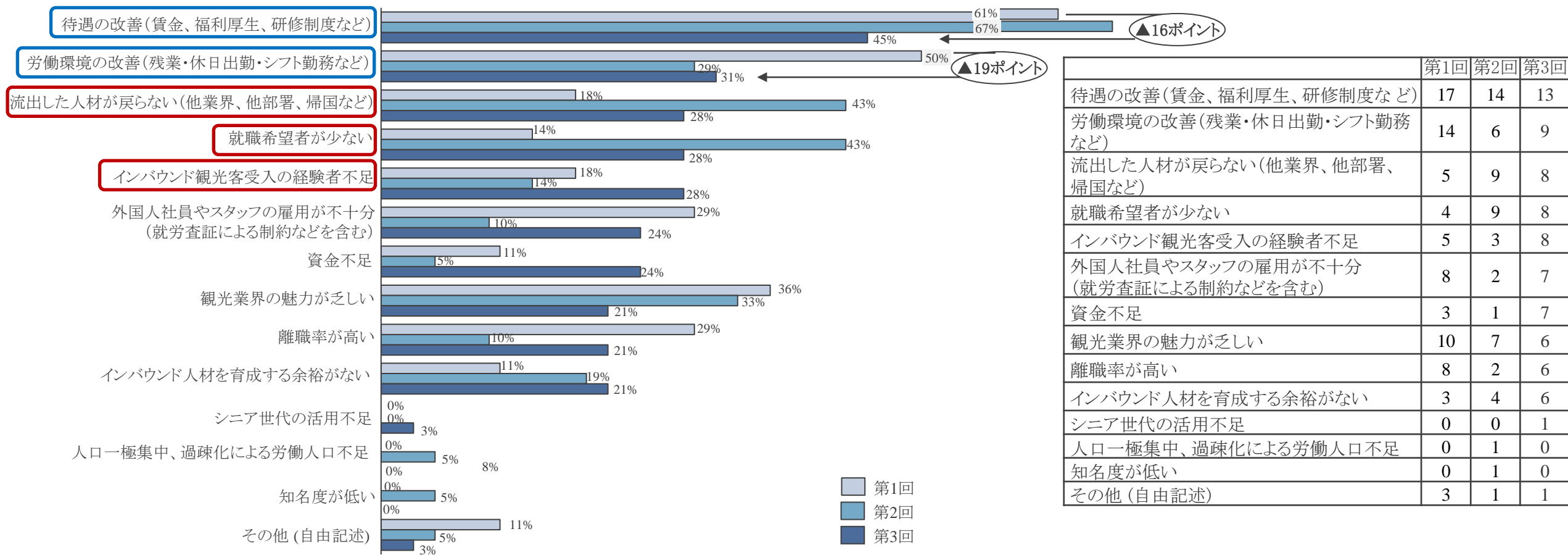
	全国	沖縄支部
待遇の改善(賃金、福利厚生、研修制度など)	222	13
労働環境の改善(残業・休日出勤・シフト勤務など)	143	9
就職希望者が少ない	218	8
インバウンド観光客受入の経験者不足	118	8
流出した人材が戻らない(他業界、他部署、帰国など)	97	8
資金不足	79	7
外国人社員やスタッフの雇用が不十分(就労査証による制約などを含む)	63	7
観光業界の魅力が乏しい	94	6
インバウンド人材を育成する余裕がない	93	6
離職率が高い	86	6
シニア世代の活用不足	11	1
人口一極集中、過疎化による労働人口不足	54	0
知名度が低い	23	0
その他(自由記述)	18	1

【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」並びに「労働環境の改善」は第1回調査と比べるとそれぞれ16ポイント減、19ポイント減と改善が進んでいると考えられる。一方「流出した人材が戻らない」、「就職希望者が少ない」は2回目での数値が突出している点を差し引いても第1回調査時より10ポイント増となっており、「インバウンド観光客受入の経験者不足」と合わせて深刻度が増し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

第1回 n=41 / 第2回 n=25 / 第3回 n=38 すべて複数回答

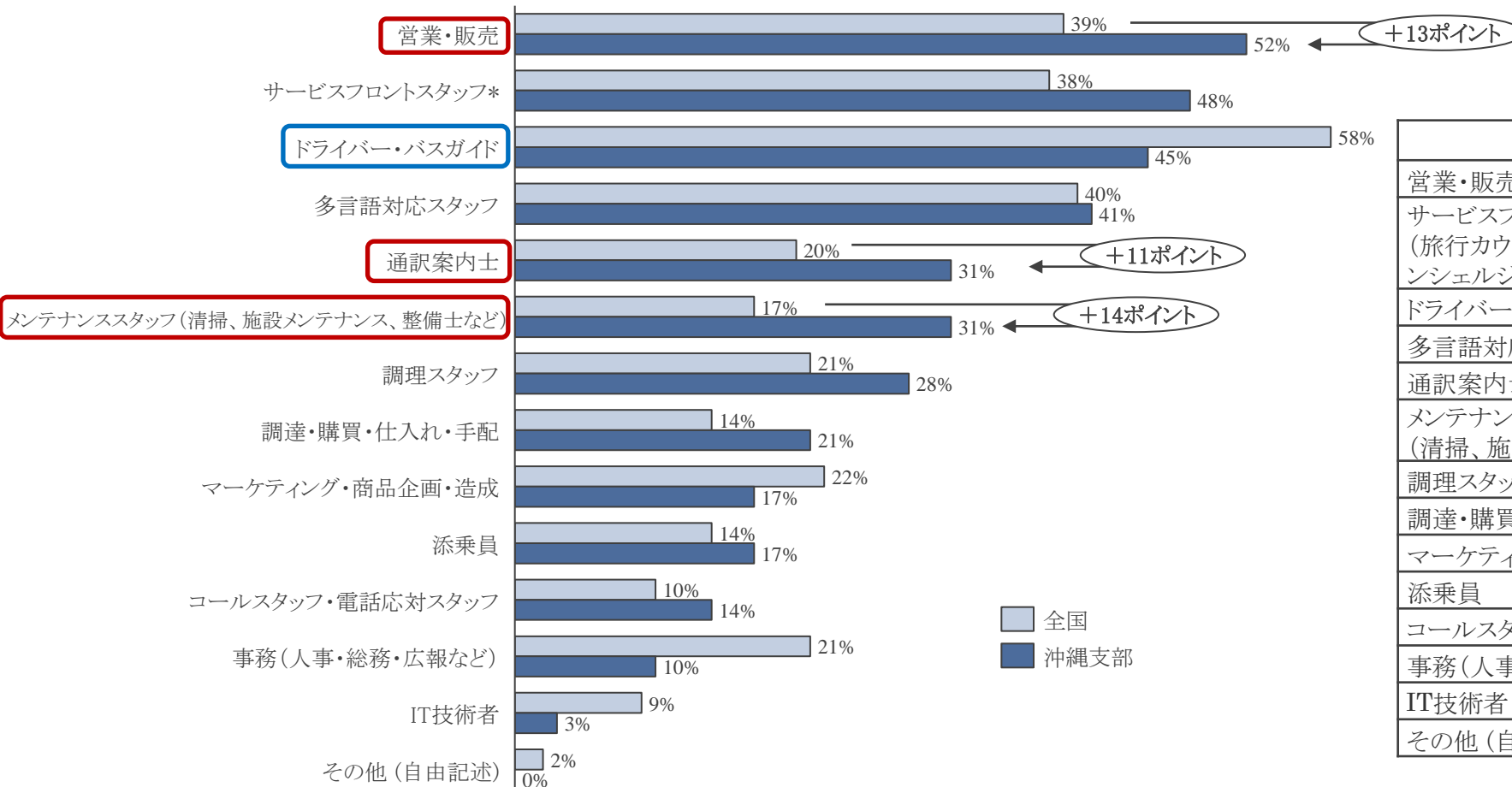


インバウンド観光客受入の課題について

- 人材が不足している職種については全国と異なり「営業・販売」で全国を13ポイント上回る。「通訳案内士」や「メンテナンススタッフ」についても、全国を10ポイント以上上回っている。一方で、輸送事業者の回答比率が低いこともあり「ドライバー、バスガイド」は全国より13ポイント低い。

「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 / 沖縄支部 n=29 / 共に複数回答



	全国	沖縄支部
営業・販売	194	15
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	14
ドライバー・バスガイド	291	13
多言語対応スタッフ	197	12
通訳案内士	102	9
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	9
調理スタッフ	103	8
調達・購買・仕入れ・手配	86	6
マーケティング・商品企画・造成	108	5
添乗員	70	5
コールスタッフ・電話対応スタッフ	46	4
事務 (人事・総務・広報など)	104	3
IT技術者	51	1
その他 (自由記述)	8	0

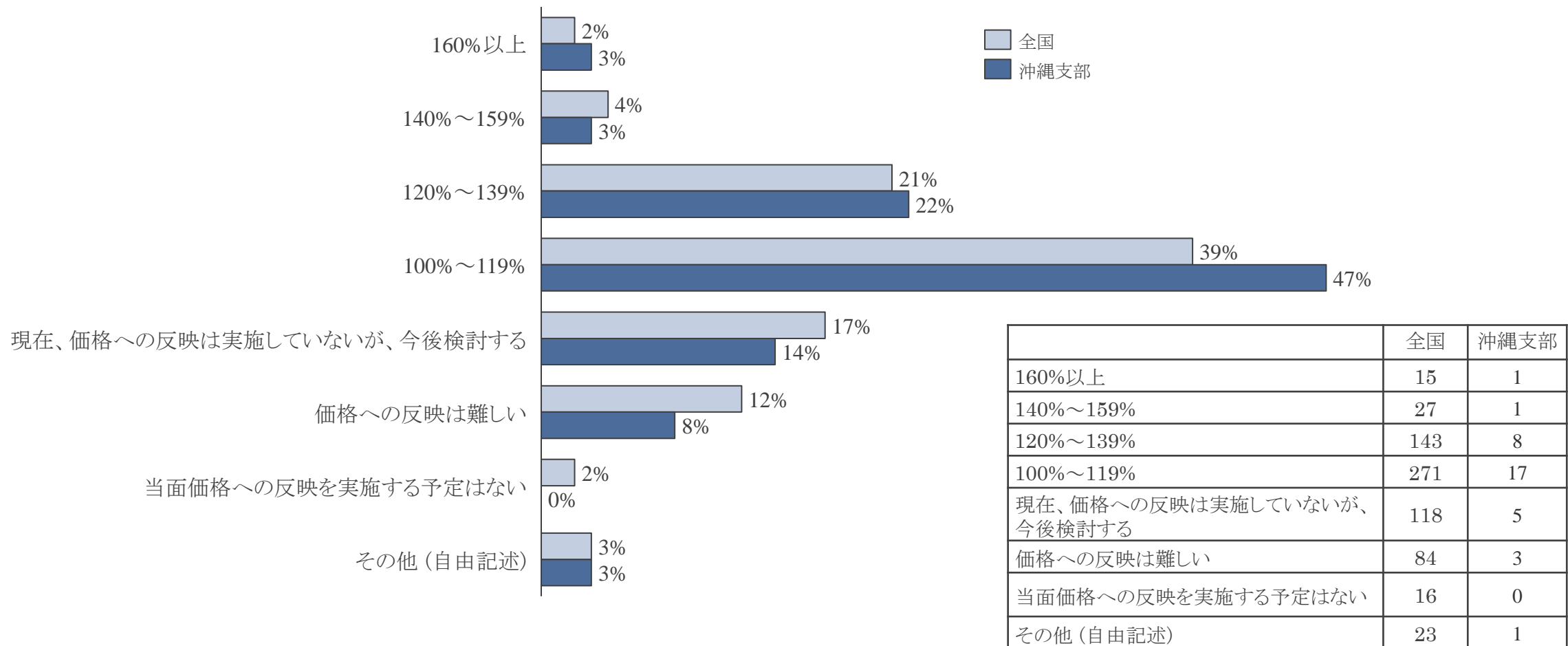
サービスフロントスタッフ*: 旅行カウンター、受付、ホテルフロント、コンシェルジュ、レストランホールスタッフなど

観光事業者のコスト上昇について

- 75%がすでに価格に反映済みで全国の66%を上回っている。「今後検討する」、「価格への反映は難しい」「実施予定はない」がいずれも全国を下回っていることから順調に価格への反映が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 / 沖縄支部 n=36 / 共に単数回答

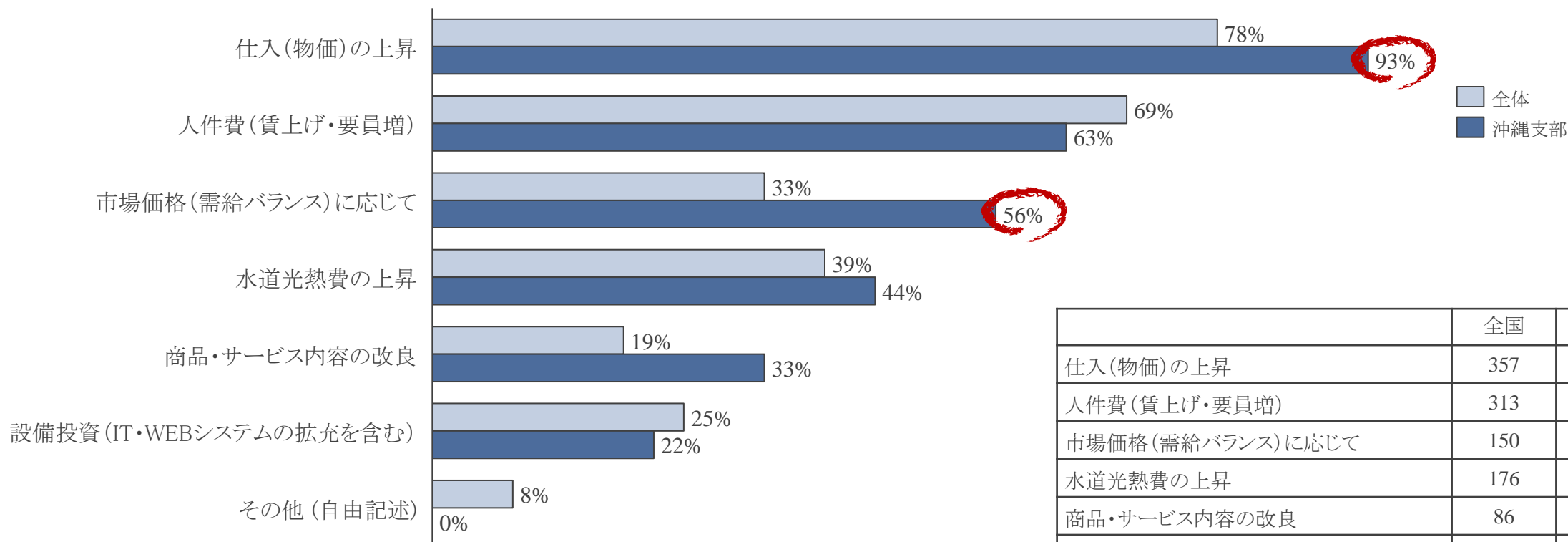


観光事業者のコスト上昇について

- 「仕入(物価)の上昇」(93%)が全国同様主要因であり全国を15ポイント上回っている。「市場価格に応じて」(56%)は全国を23ポイント上回っている点も含め、柔軟に価格をコントロールし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 / 沖縄支部 n=27 / 共に複数回答



	全国	沖縄支部
仕入(物価)の上昇	357	25
人件費(賃上げ・要員増)	313	17
市場価格(需給バランス)に応じて	150	15
水道光熱費の上昇	176	12
商品・サービス内容の改良	86	9
設備投資(IT・WEBシステムの拡充を含む)	112	6
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

