

# 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(輸送事業者)

**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**

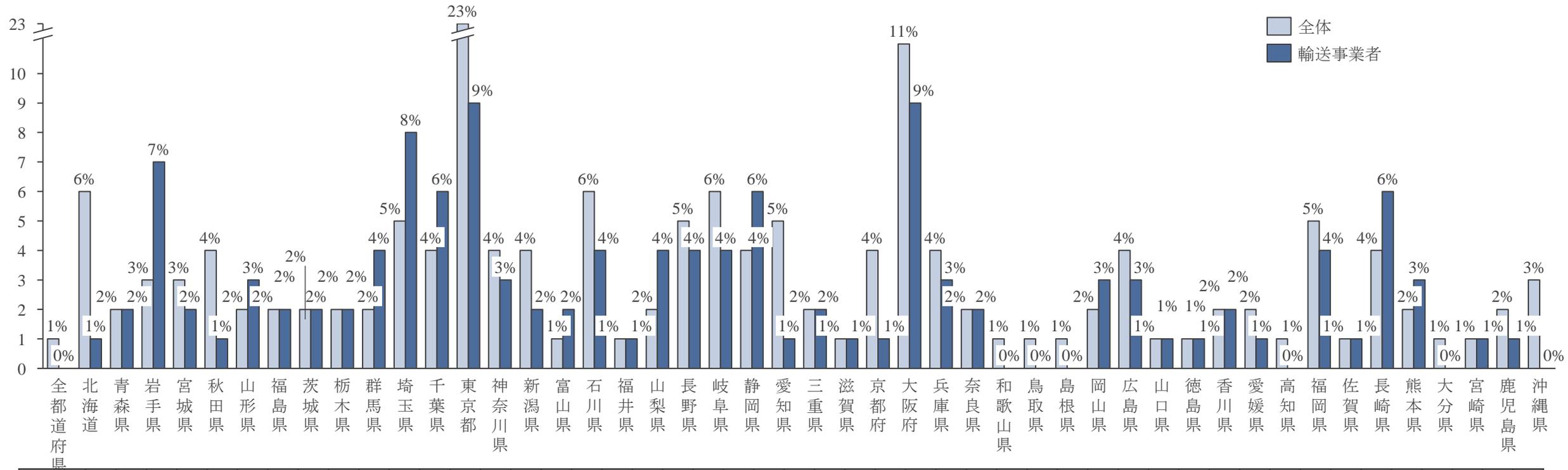
**トラベルボイス株式会社**

**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

- 全国の輸送事業者285件(全体では1,161件)から回答を得た。全体(全事業者)との比較では都道府県間の偏りが少なく、全国の輸送事業者よりまんべんなく回答を得た。



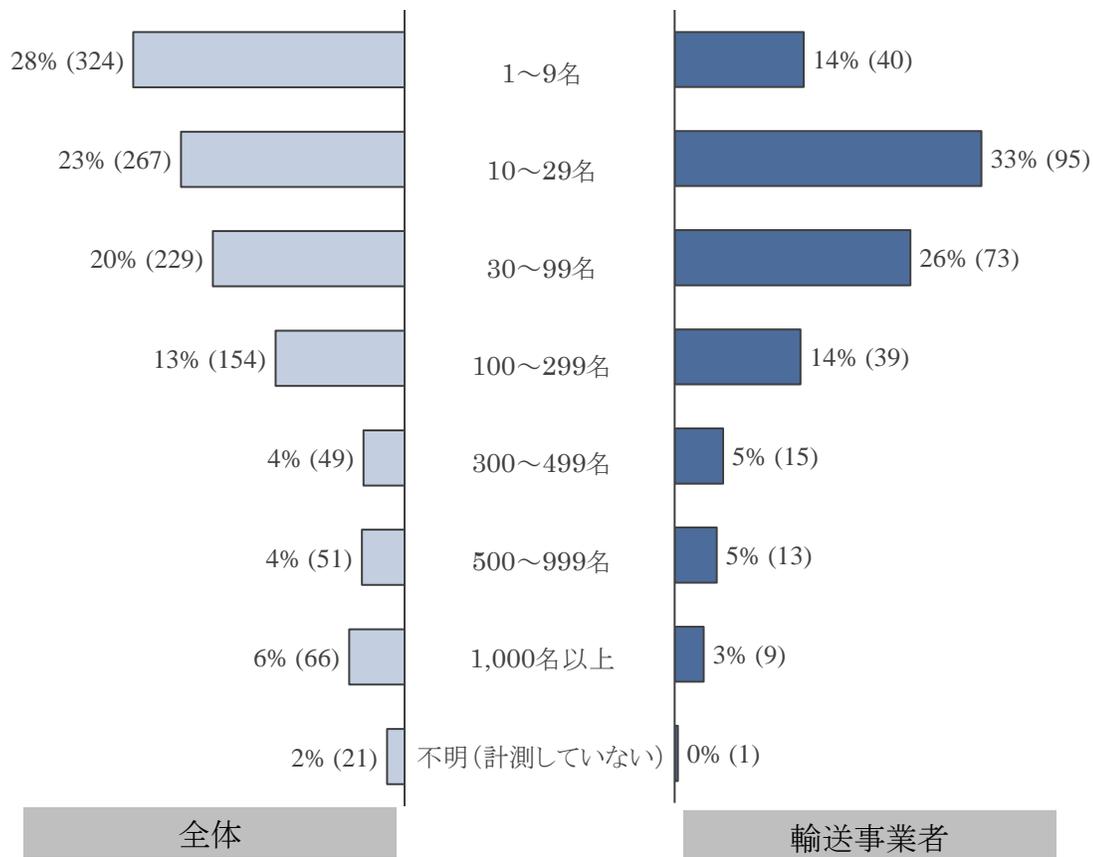
都道府県	全都道府県	北海道	青森県	岩手県	宮城県	秋田県	山形県	福島県	茨城県	栃木県	群馬県	埼玉県	千葉県	東京都	神奈川県	新潟県	富山県	石川県	福井県	山梨県	長野県	岐阜県	静岡県	愛知県	三重県	滋賀県	京都府	大阪府	兵庫県	奈良県	和歌山県	鳥取県	島根県	岡山県	広島県	山口県	徳島県	香川県	愛媛県	高知県	福岡県	佐賀県	長崎県	熊本県	大分県	宮崎県	鹿児島県	沖縄県
全体	14	86	36	47	46	55	34	38	32	39	41	75	59	279	58	64	31	83	26	39	77	81	65	69	41	29	63	144	64	32	25	20	24	36	57	25	22	40	33	22	73	29	62	42	23	29	35	46
輸送事業者	0	3	7	20	7	3	9	5	6	7	10	24	16	26	9	7	7	12	4	11	10	12	16	4	7	2	2	26	8	7	0	0	1	8	9	3	3	5	4	1	12	4	18	8	1	4	4	1

## 従業員数について

- 従業員数については73%が100人以下の企業であるが全体(71%)とほぼ同様の傾向となった。従業員数の回復状況についてもほぼ全体と同様の傾向となっている。

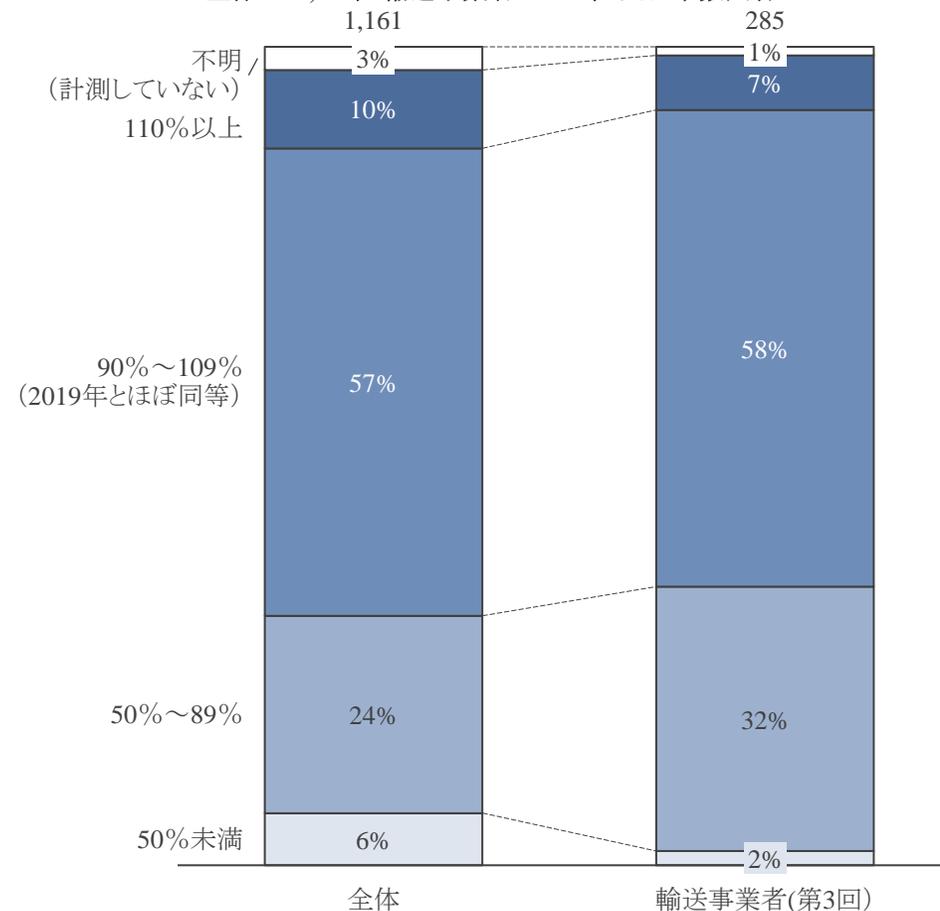
コロナ禍以前(2019年4月1日時点)の従業員数・職員数

全体 n=1,161 / 輸送事業者 n=285 / 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

全体 n=1,161 / 輸送事業者 n=285 / 共に単数回答

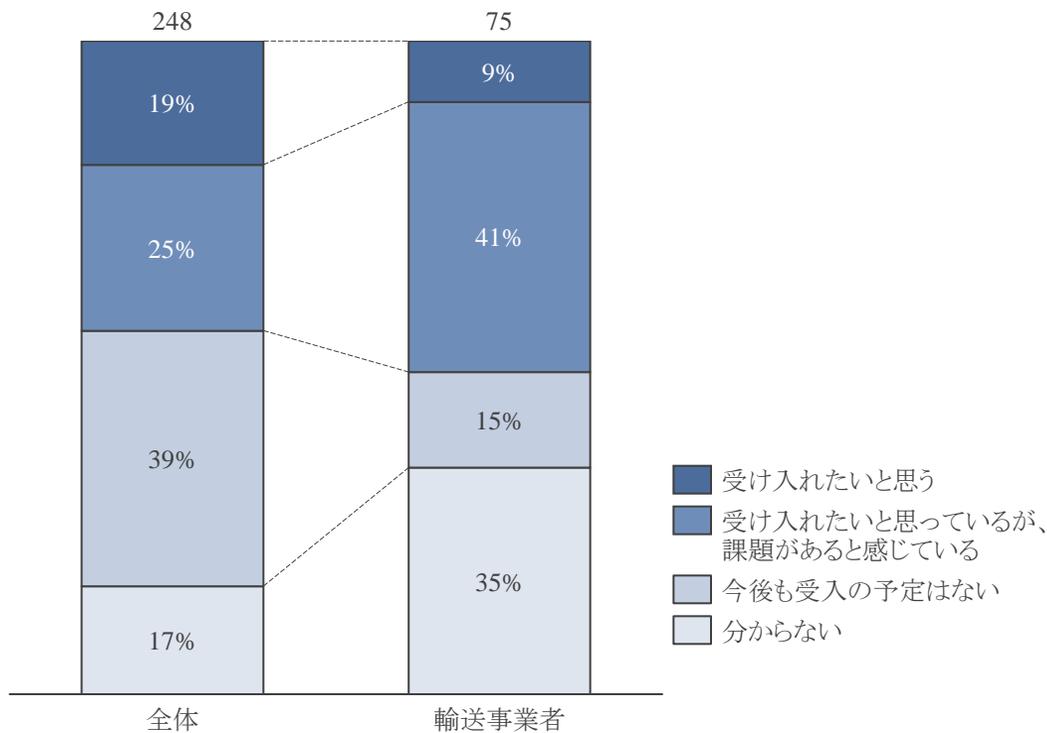


# インバウンド観光客受け入れ計画

- インバウンドを受入れていない事業者に対する将来のインバウンド受入意向については50%と全体(44%)よりも高い傾向にある。また「受け入れたいが課題がある」との回答が全体よりも16ポイント高いことから受入への課題が大きいことが伺える。課題としては「人材不足」、「インバウンドを受入れる余裕がない」が全体同様上位を占めている。

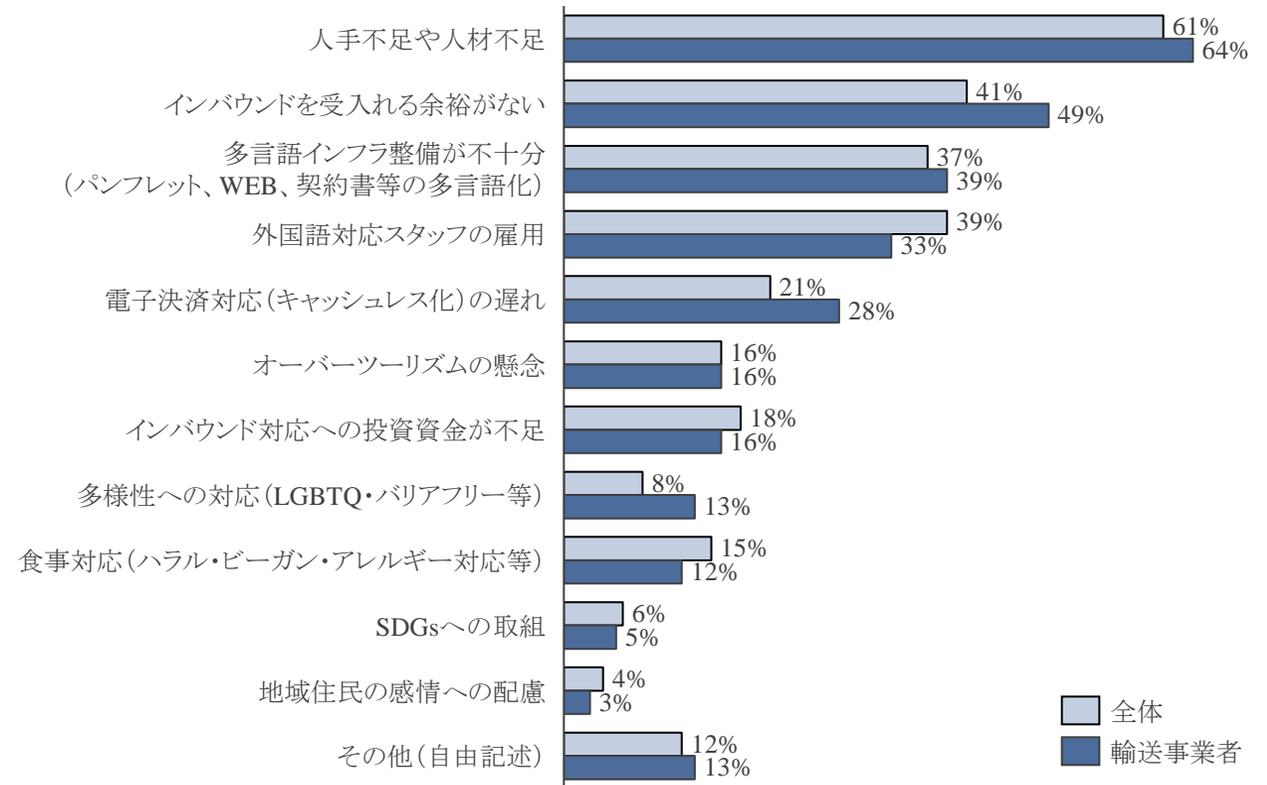
将来、インバウンド観光客を受け入れ計画

全体 n=248 / 輸送事業者 n=75 / 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

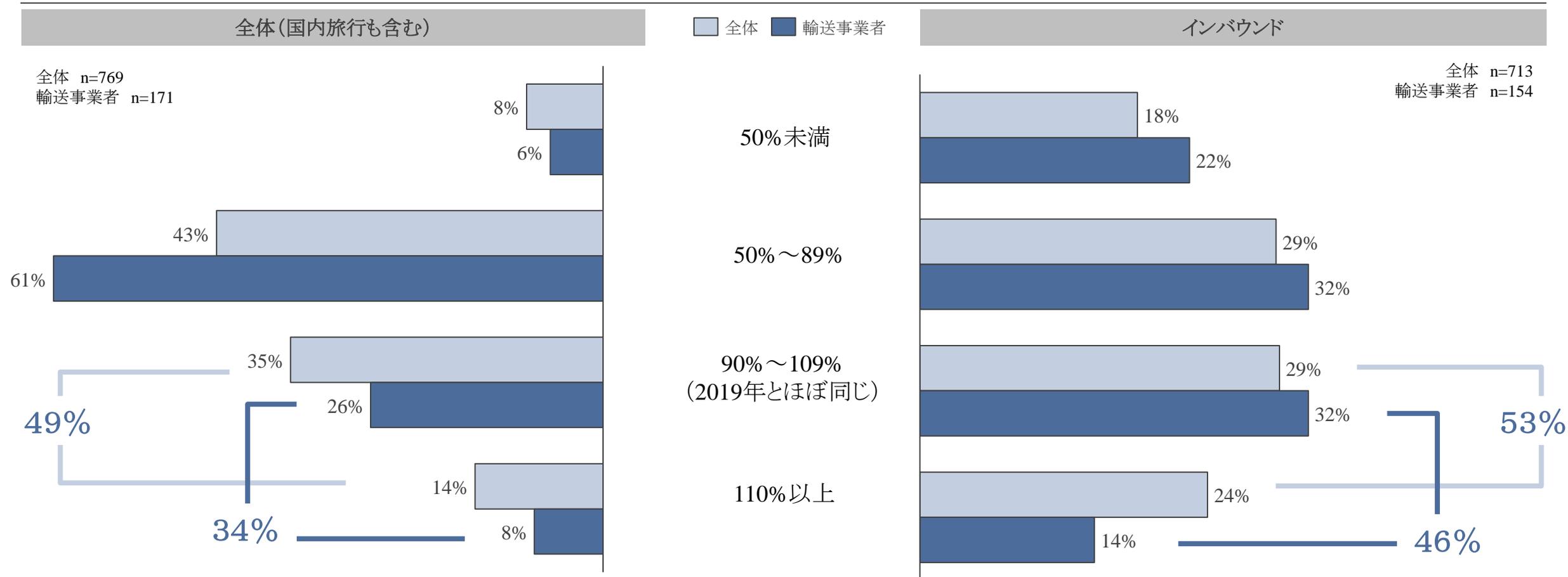
全体 n=248 / 輸送事業者 n=75 / 共に複数回答



## 観光客数の戻り具合について

- 輸送事業者における観光客の戻り具合は観光全体・インバウンドともに90%以上戻っている割合が低く、全体よりも回復が遅れている。観光全体とインバウンドで比較をした場合はインバウンドの回復が全体同様上回っている。

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 共に複数回答

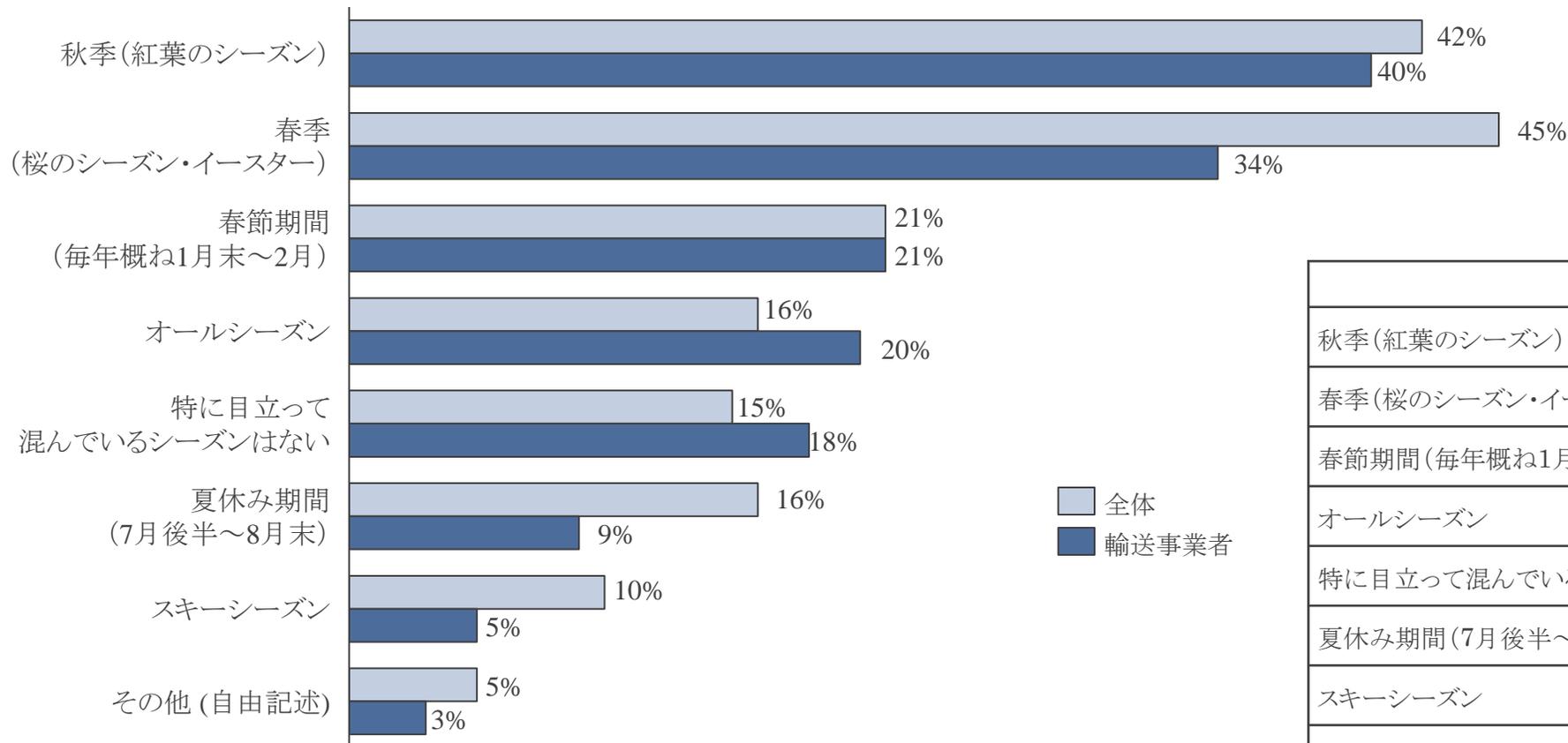


# インバウンド観光客の多い時期について

- 全体同様、秋と春への集中が見られるが、全体との比較においては集中度は低くなっている。

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

全体 n=913 / 輸送事業者 n=210 / 共に複数回答



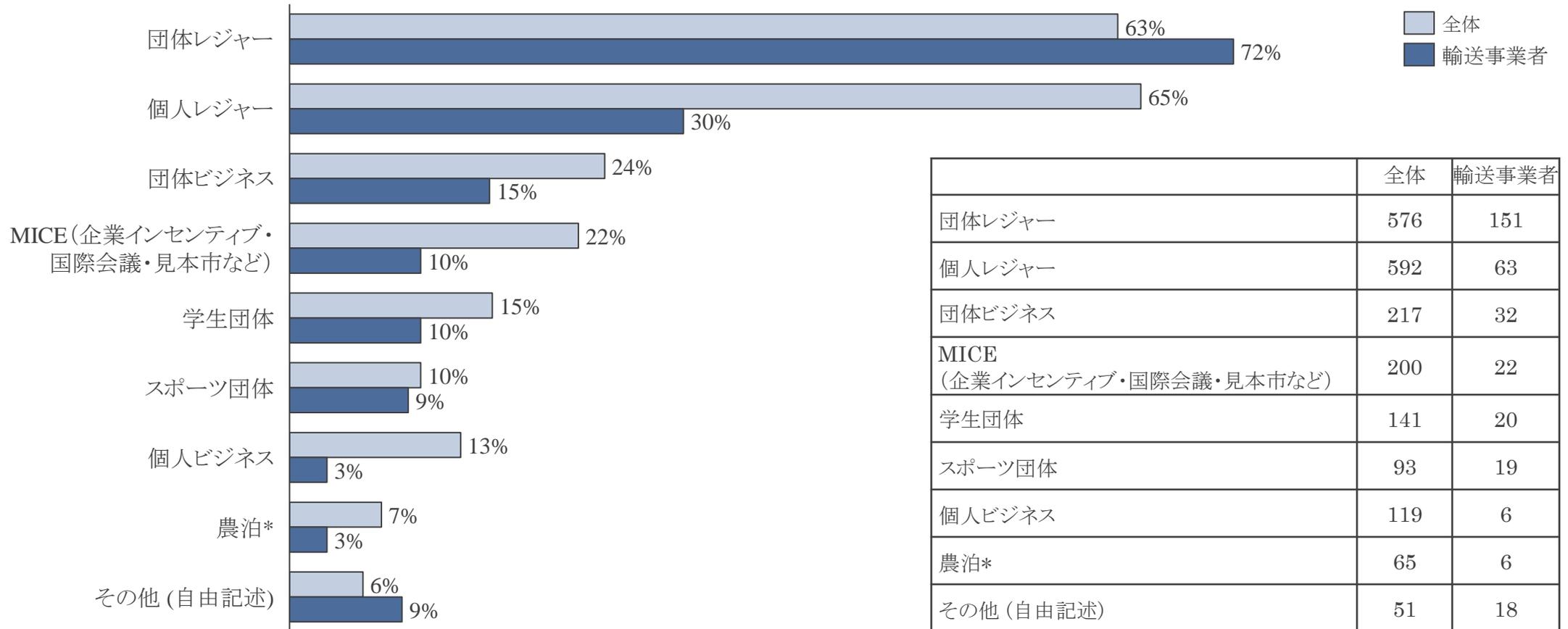
	全体	輸送事業者
秋季(紅葉のシーズン)	379	85
春季(桜のシーズン・イースター)	413	72
春節期間(毎年概ね1月末~2月)	195	45
オールシーズン	146	43
特に目立って混んでいるシーズンはない	138	37
夏休み期間(7月後半~8月末)	149	18
スキーシーズン	91	11
その他(自由記述)	47	6

# インバウンド観光客の旅行スタイルについて

- 受入形態としては70%を超える「団体レジャー」の比率が圧倒的に高く2位の個人レジャーと40ポイント以上の差がある。

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

全体 n=913 / 輸送事業者 n=210 / 共に複数回答



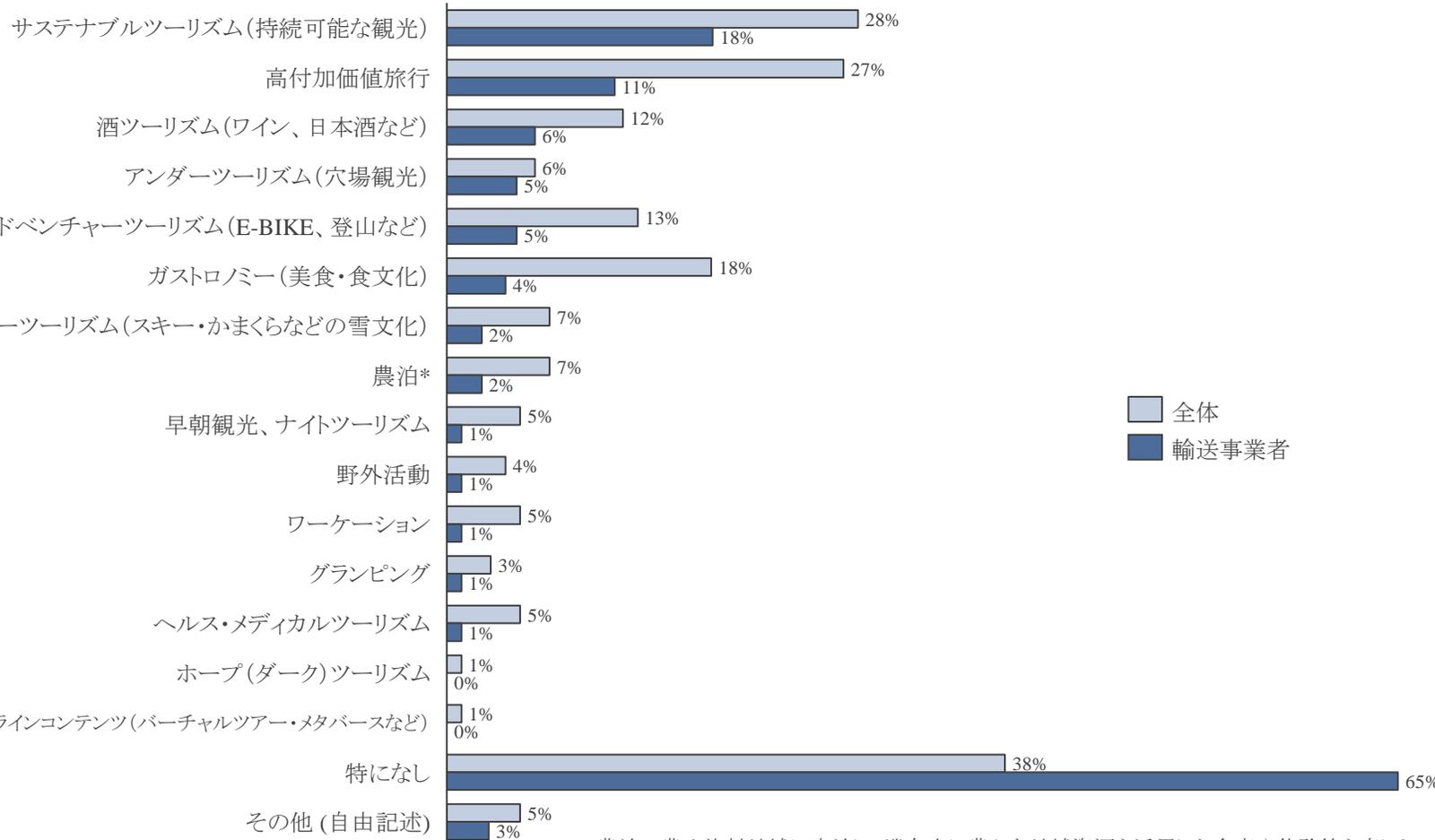
農泊\*: 農山漁村地域に宿泊し、滞在中に豊かな地域資源を活用した食事や体験等を楽しむ

# 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」への関心が高いが、輸送事業者という特性もあり、新規コンテンツについては自治体・旅行会社・DMO等での開発が待たれ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

全体 n=913 / 輸送事業者 n=210 / 共に複数回答



	全体	輸送事業者
サステナブルツーリズム(持続可能な観光)	256	38
高付加価値旅行	251	24
酒ツーリズム(ワイン、日本酒など)	105	12
アンダーツーリズム(穴場観光)	53	10
アドベンチャーツーリズム(E-BIKE、登山など)	118	10
ガストロノミー(美食・食文化)	162	9
スノーツーリズム(スキー・かまくらなどの雪文化)	62	5
農泊*	68	5
早朝観光、ナイトツーリズム	42	3
野外活動	32	3
ワーケーション	42	3
グランピング	23	3
ヘルス・メディカルツーリズム	47	3
ホープ(ダーク)ツーリズム	11	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	0
特になし	350	136
その他(自由記述)	47	6

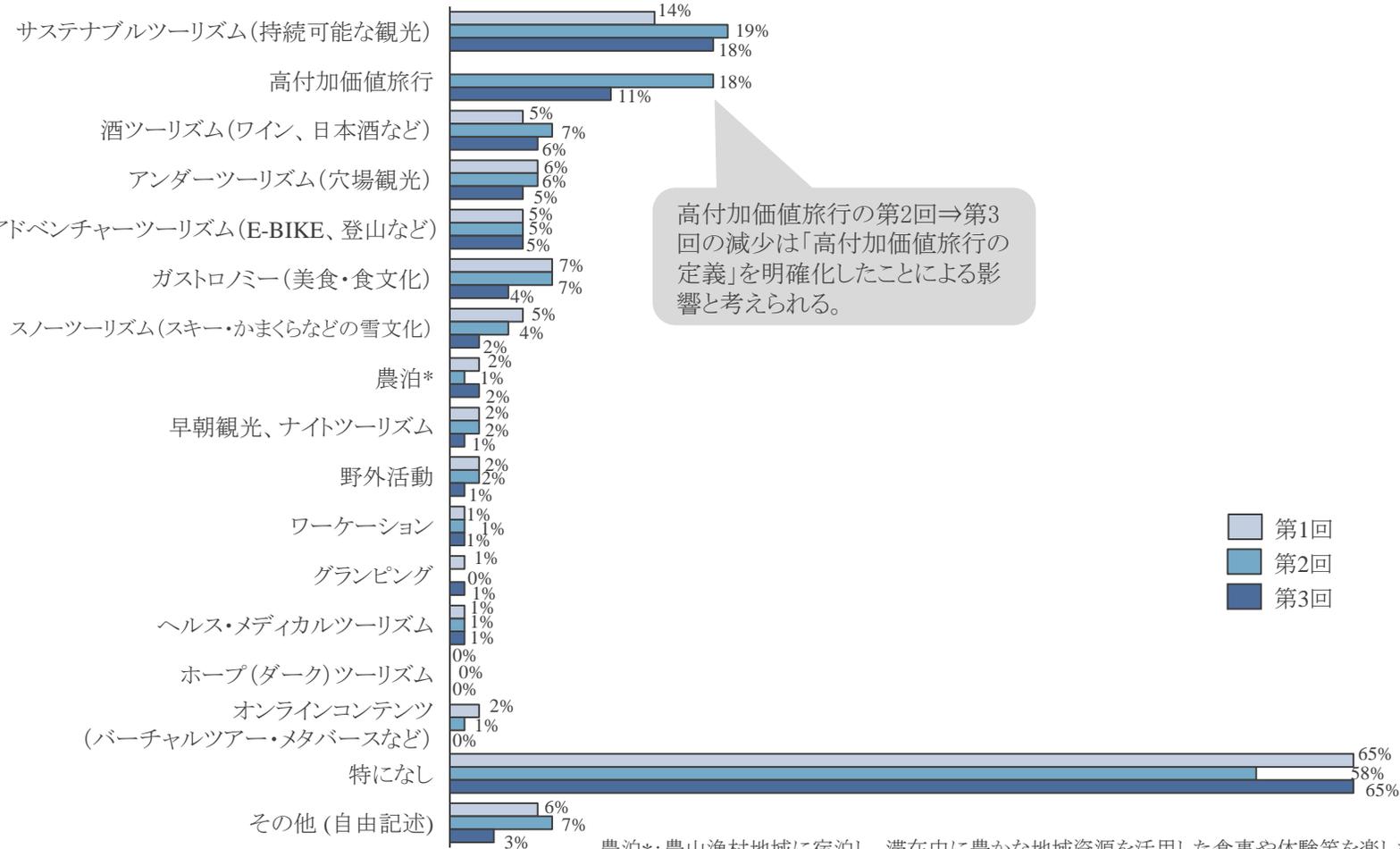
農泊\*: 農山漁村地域に宿泊し、滞在中に豊かな地域資源を活用した食事や体験等を楽しむ

# 【時系列】旅行・観光関連コンテンツについて

- 時系列にてコロナ禍を経て発達をしたコンテンツを見ると、サステナブルツーリズムが第2回以降増加をしている点を除けば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=303 / 第2回 n=211 / 第3回 n=210 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)	42	40	38
高付加価値旅行	-	39	24
酒ツーリズム (ワイン、日本酒など)	15	15	12
アンダーツーリズム (穴場観光)	17	12	10
アドベンチャーツーリズム (E-BIKE、登山など)	16	10	10
ガストロノミー (美食・食文化)	21	14	9
スノーツーリズム (スキー・かまくらなどの雪文化)	16	9	5
農泊*	6	2	5
早朝観光、ナイトツーリズム	6	4	3
野外活動	6	5	3
ワーケーション	4	3	3
グランピング	4	0	3
ヘルス・メディカルツーリズム	3	2	3
ホープ (ダーク) ツーリズム	1	1	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)	5	2	0
特になし	196	122	136
その他 (自由記述)	19	7	6

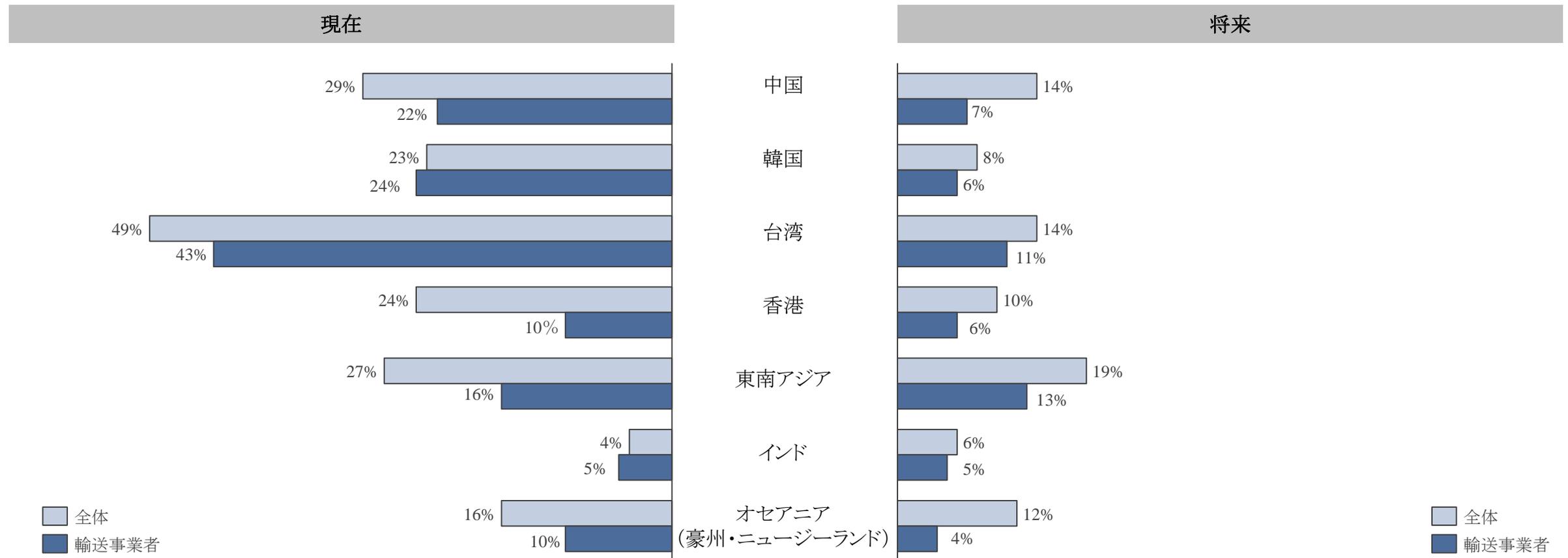
農泊\*: 農山漁村地域に宿泊し、滞在中に豊かな地域資源を活用した食事や体験等を楽しむ

## インバウンド重点市場について(アジア・オセアニア)

- 現在における輸送事業者の最重要市場は台湾、次いで全体と異なり韓国が2位となっている。全体に比べると数値が低い傾向にあるが次ページの「特にない(国・地域を問わない)」の割合が高く、重点市場を設定せず発注主の依頼に応じて手配をし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

全体 n=913 / 輸送事業者 n=210 / 共に複数回答

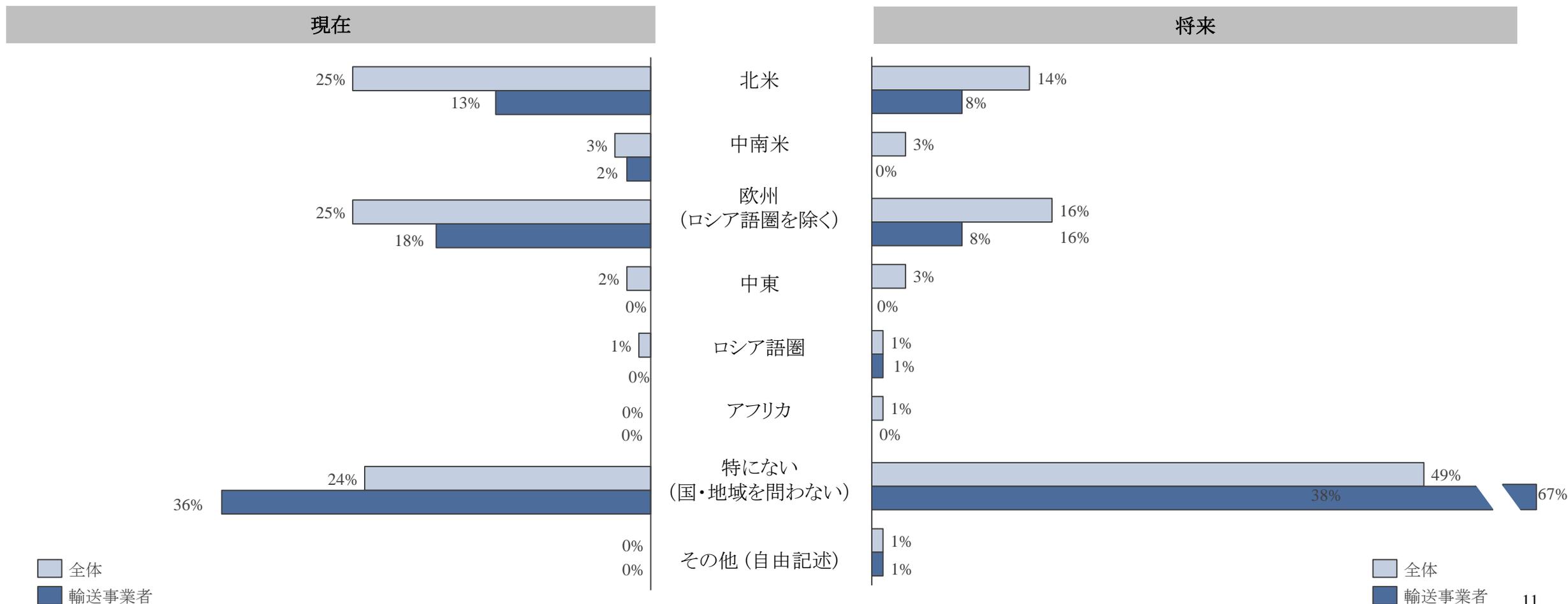


## インバウンド重点市場について(欧米・その他地域)

- 欧米その他地域においても重点市場は全体と同傾向にあるが数値は低く、「特にない(国・地域を問わない)」の数値が全体よりも高いことと合わせて発注主の依頼に応じて手配をしていることが想定される。

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

全体 n=913 / 輸送事業者 n=210 / 共に複数回答

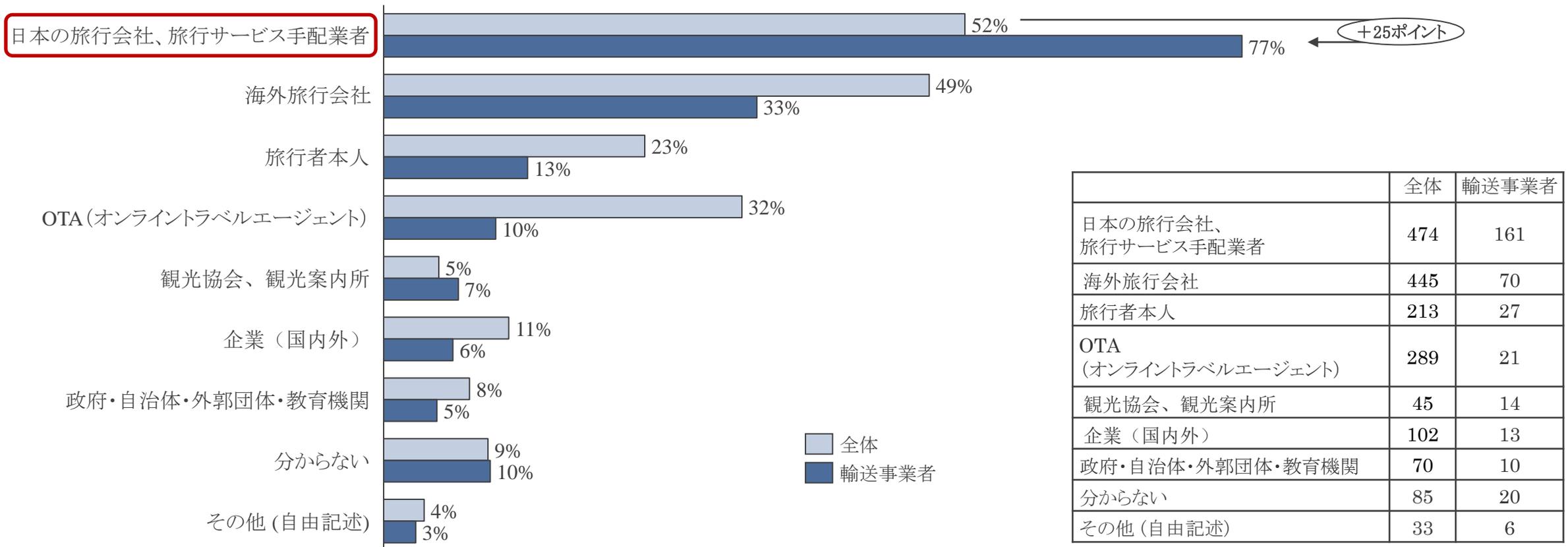


# 予約チャンネルについて

- 予約チャンネルについては「日本の旅行会社、旅行サービス手配業者」経由が8割弱と2位の「海外旅行会社」と40ポイントの以上の差があるが、「海外旅行会社」からの直接の予約も30%を超えている。

インバウンド観光客の予約チャンネルについて

全体 n=913 / 輸送事業者 n=210 / 共に複数回答



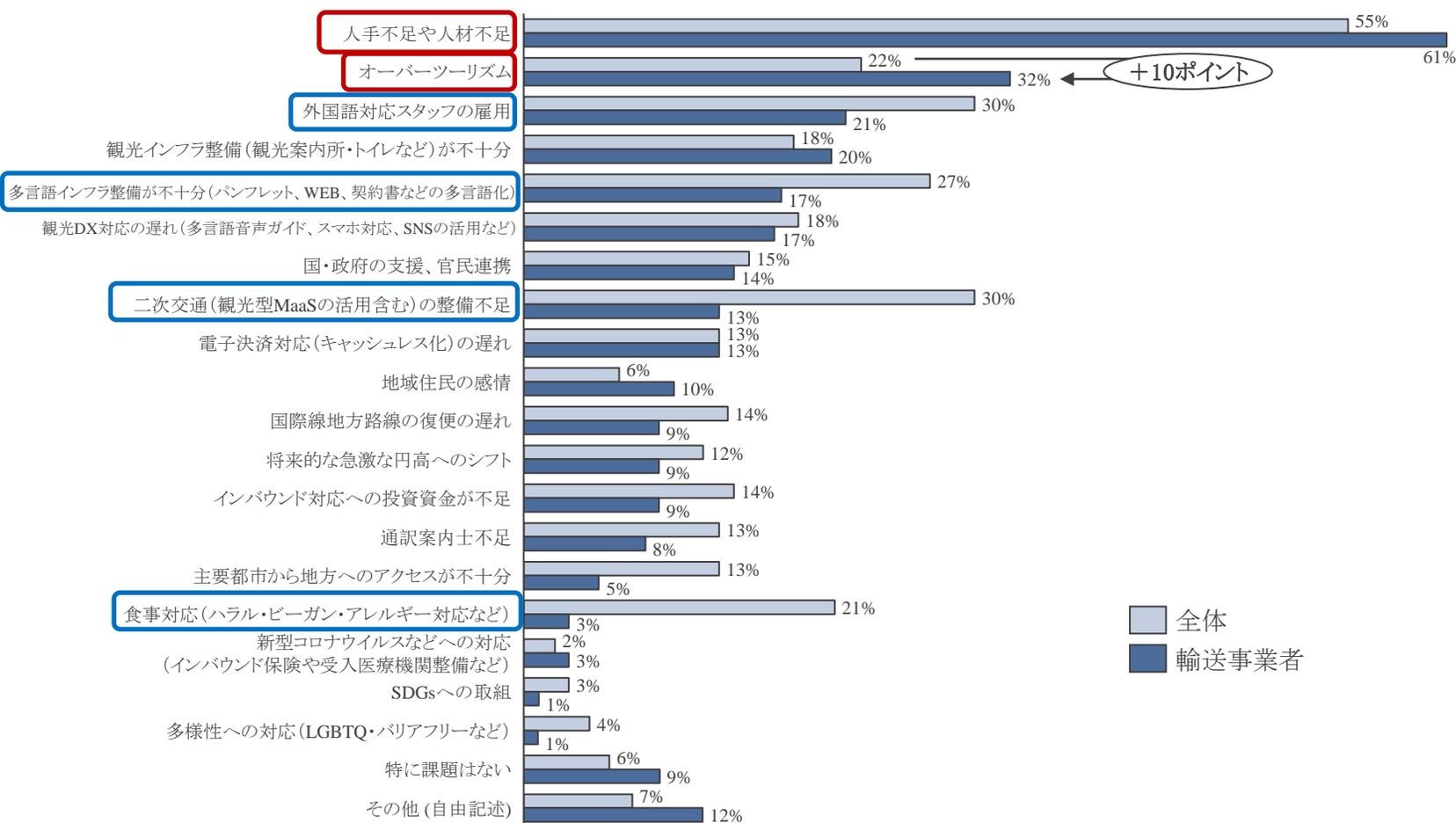
	全体	輸送事業者
日本の旅行会社、旅行サービス手配業者	474	161
海外旅行会社	445	70
旅行者本人	213	27
OTA (オンライントラベルエージェント)	289	21
観光協会、観光案内所	45	14
企業 (国内外)	102	13
政府・自治体・外郭団体・教育機関	70	10
分からない	85	20
その他 (自由記述)	33	6

# インバウンド観光客受入の課題について(現在)

- 現在におけるインバウンド受入の課題は「人手不足や人材不足」、「オーバーツーリズム」といった運行に影響のある項目が上位且つ全体よりも高くなっている。一方「外国語対応スタッフの雇用」「多言語インフラ整備」「二次交通」「食事対応」といった項目については全体と比較して大幅に低くなっている。

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

全体 n=913 / 輸送事業者 n=210 / 共に複数回答



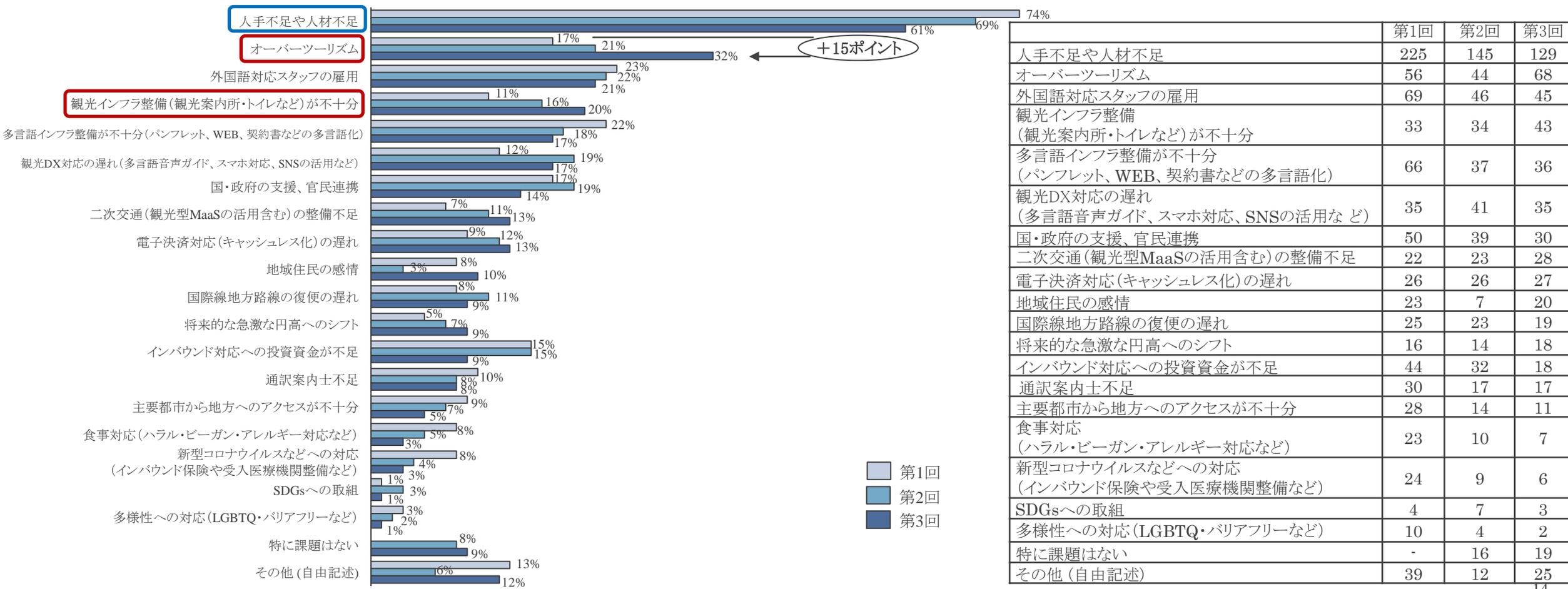
	全体	輸送事業者
人手不足や人材不足	501	129
オーバーツーリズム	205	68
外国語対応スタッフの雇用	274	45
観光インフラ整備(観光案内所・トイレなど)が不十分	164	43
多言語インフラ整備が不十分(パンフレット、WEB、契約書などの多言語化)	247	36
観光DX対応の遅れ(多言語音声ガイド、スマホ対応、SNSの活用など)	167	35
国・政府の支援、官民連携	141	30
二次交通(観光型MaaSの活用含む)の整備不足	274	28
電子決済対応(キャッシュレス化)の遅れ	122	27
地域住民の感情	58	20
国際線地方路線の復便の遅れ	124	19
将来的な急激な円高へのシフト	109	18
インバウンド対応への投資資金が不足	129	18
通訳案内士不足	123	17
主要都市から地方へのアクセスが不十分	121	11
食事対応(ハラル・ビーガン・アレルギー対応など)	189	7
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	6
SDGsへの取組	24	3
多様性への対応(LGBTQ・バリアフリーなど)	40	2
特に課題はない	52	19
その他(自由記述)	66	25

# 【時系列】インバウンド観光客受入の課題について(現在)

・現在におけるインバウンド受入の課題を時系列でみた場合3回の調査を通じて「人手不足や人材不足」が最大の課題で第1回調査時から▲13ポイントと、依然高いレベルではあるものの改善傾向にある。一方「オーバーツーリズム」は第1回調査時から+15ポイントと大幅に増えており、9ポイント増となった「観光インフラ整備」と合わせて、コロナ後の急回復による課題として顕在化してき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

第1回 n=303 / 第2回 n=211 / 第3回 n=210 すべて複数回答

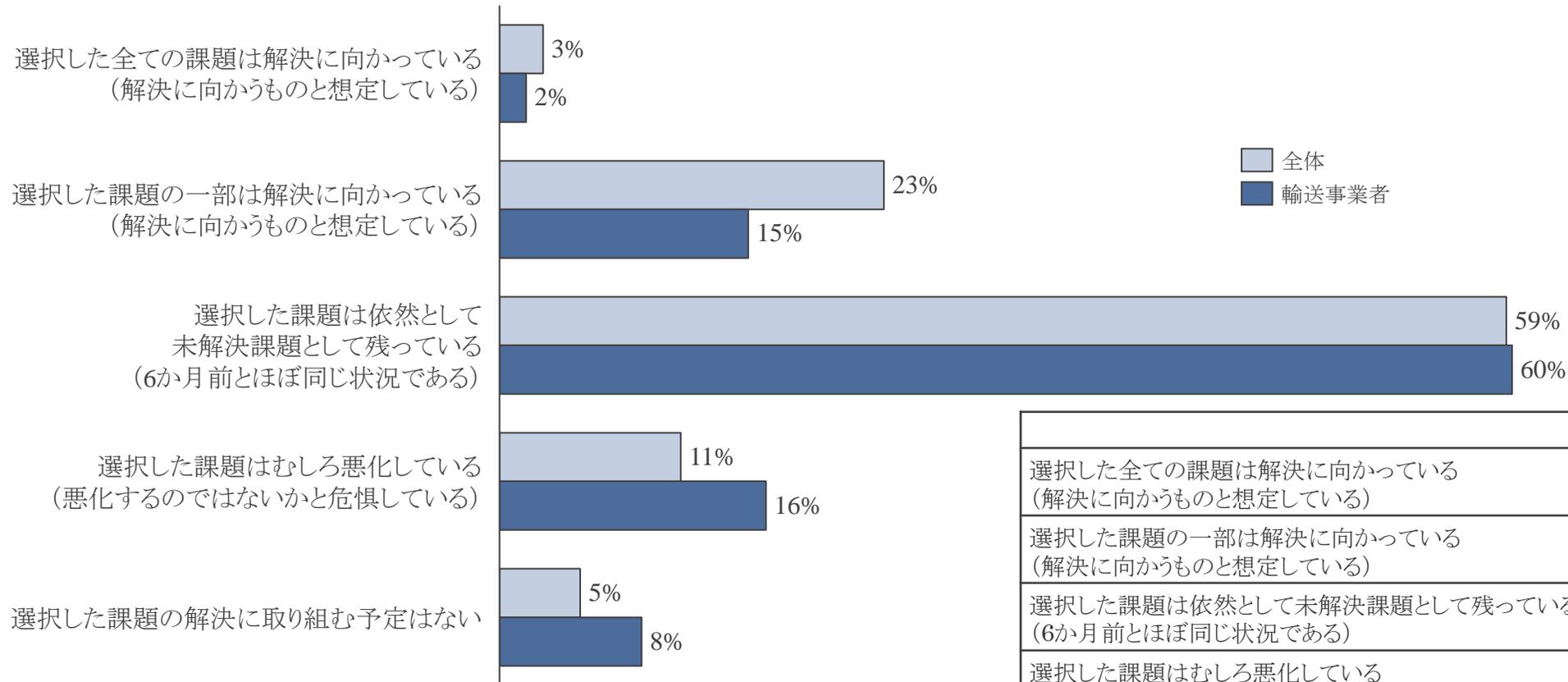


## インバウンド観光客受入課題の解決状況について

- 全体とほぼ同等の60%以上が「課題は未解決として残っている」と回答をしており、依然課題は未解決のまま残されている。解決に向かっているという回答の合計が17%と全体の26%よりも低く、悪化したという回答も5ポイント高いことから課題の解決状況は全体よりも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10月～12月)と比較するとどのような状況について

全体 n=861 / 輸送事業者 n=191 / 共に単数回答



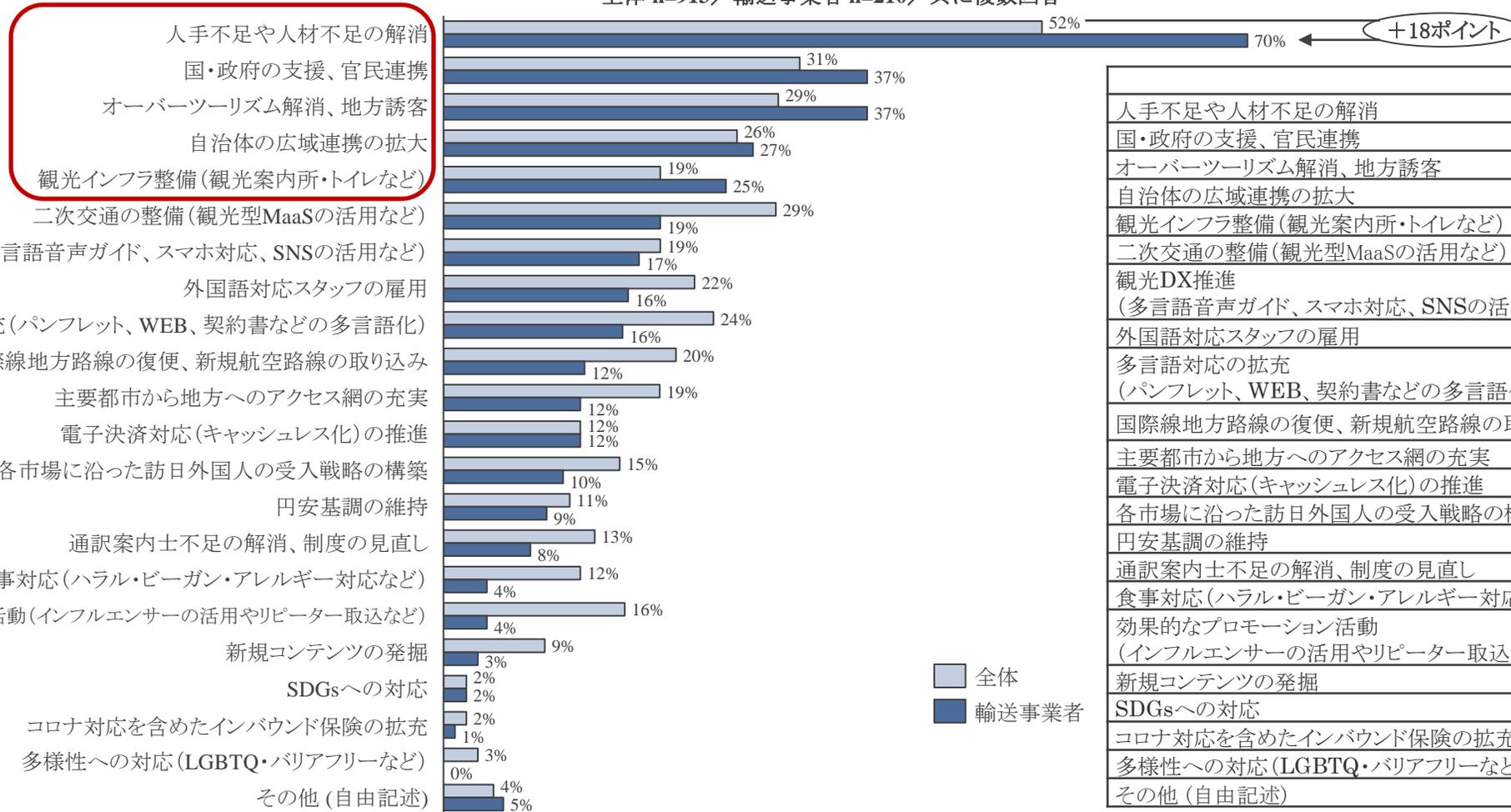
	全体	輸送事業者
選択した全ての課題は解決に向かっている (解決に向かうものと想定している)	22	3
選択した課題の一部は解決に向かっている (解決に向かうものと想定している)	195	28
選択した課題は依然として未解決課題として残っている (6か月前とほぼ同じ状況である)	511	114
選択した課題はむしろ悪化している (悪化するのではないかと危惧している)	92	30
選択した課題の解決に取り組む予定はない	41	16

# 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)

- 将来の課題については上位5位までの項目がすべて全体を上回る比率となっており、大きな課題であると考えられる。中でも「人手不足や人材不足の解消」は全体よりも18ポイント高く、非常に大きな課題であると考えられる。

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、重要かつ効果的だと思われる条件について

全体 n=913 / 輸送事業者 n=210 / 共に複数回答



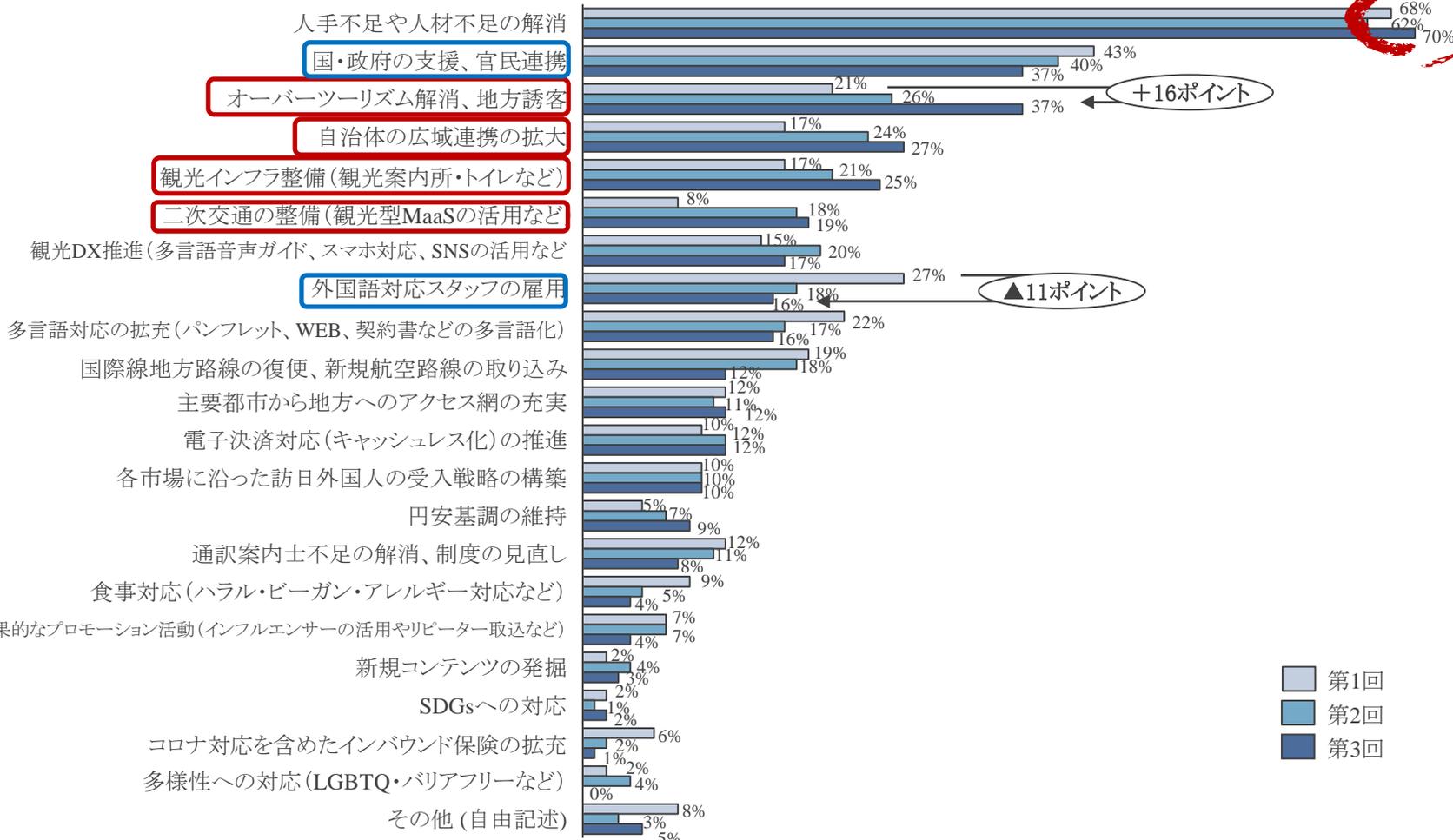
	全体	輸送事業者
人手不足や人材不足の解消	479	148
国・政府の支援、官民連携	285	78
オーバーツーリズム解消、地方誘客	268	78
自治体の広域連携の拡大	235	57
観光インフラ整備(観光案内所・トイレなど)	173	52
二次交通の整備(観光型MaaSの活用など)	266	39
観光DX推進 (多言語音声ガイド、スマホ対応、SNSの活用など)	172	36
外国語対応スタッフの雇用	201	34
多言語対応の拡充 (パンフレット、WEB、契約書などの多言語化)	216	33
国際線地方路線の復便、新規航空路線の取り込み	186	26
主要都市から地方へのアクセス網の充実	173	25
電子決済対応(キャッシュレス化)の推進	106	25
各市場に沿った訪日外国人の受入戦略の構築	141	22
円安基調の維持	101	19
通訳案内士不足の解消、制度の見直し	121	16
食事対応(ハラル・ビーガン・アレルギー対応など)	109	8
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	8
新規コンテンツの発掘	81	6
SDGsへの対応	20	5
コロナ対応を含めたインバウンド保険の拡充	16	2
多様性への対応(LGBTQ・バリアフリーなど)	30	1
その他(自由記述)	40	11

# 【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)

- 将来の課題についても「人手不足や人材不足」が最大の課題となっており3回の調査を通じて大きな変動は見られない。上位の項目については改善が見られる項目(「国・政府支援」、「外国語対応スタッフ雇用」)と悪化している項目(「オーバーツーリズム」、「自治体の広域連携」、「観光インフラ整備」、「二次交通の整備」)の2極化が見られる。

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

第1回 n=303 / 第2回 n=211 / 第3回 n=210 すべて複数回答



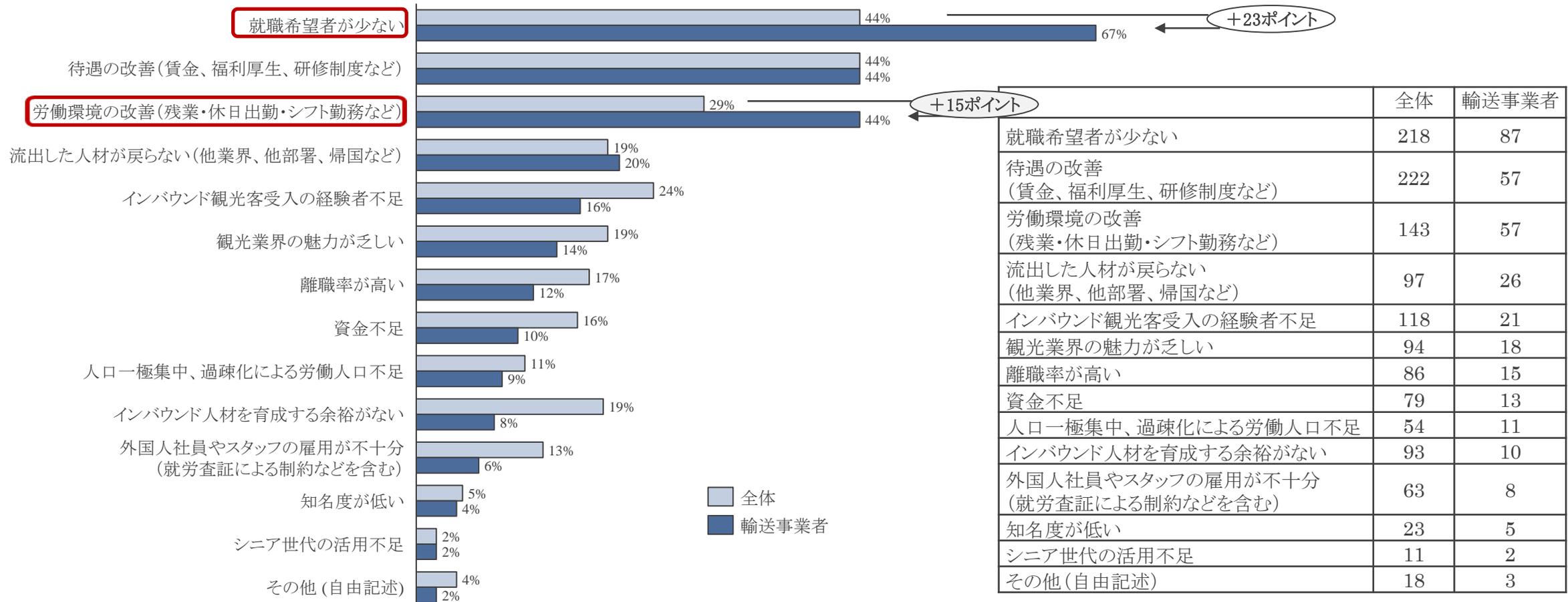
	第1回	第2回	第3回
人手不足や人材不足の解消	205	140	148
国・政府の支援、官民連携	129	85	78
オーバーツーリズム解消、地方誘客	65	54	78
自治体の広域連携の拡大	53	57	57
観光インフラ整備(観光案内所・トイレなど)	50	44	52
二次交通の整備(観光型MaaSの活用など)	24	37	39
観光DX推進 (多言語音声ガイド、スマホ対応、SNSの活用など)	44	42	36
外国語対応スタッフの雇用	81	39	34
多言語対応の拡充 (パンフレット、WEB、契約書などの多言語化)	68	36	33
国際線地方路線の復便、新規航空路線の取り込み	57	38	26
主要都市から地方へのアクセス網の充実	35	24	25
電子決済対応(キャッシュレス化)の推進	30	26	25
各市場に沿った訪日外国人の受入戦略の構築	31	21	22
円安基調の維持	16	14	19
通訳案内士不足の解消、制度の見直し	35	23	16
食事対応(ハラール・ビーガン・アレルギー対応など)	26	6	8
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)	22	14	8
新規コンテンツの発掘	7	9	6
SDGsへの対応	7	3	5
コロナ対応を含めたインバウンド保険の拡充	18	4	2
多様性への対応(LGBTQ・バリアフリーなど)	7	8	1
その他(自由記述)	23	7	11

# 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)

- 人手不足・人材不足に関する課題では「就職希望者が少ない」、「労働環境の改善」が全体との比較でそれぞれ+23ポイント、+15ポイントと大きな乖離が見られ、この2項目が輸送事業者の最大の課題であると考えられる。

「人手不足・人材不足」について、考えられる要因について

全体 n=501 / 輸送事業者 n=129 / 共に複数回答

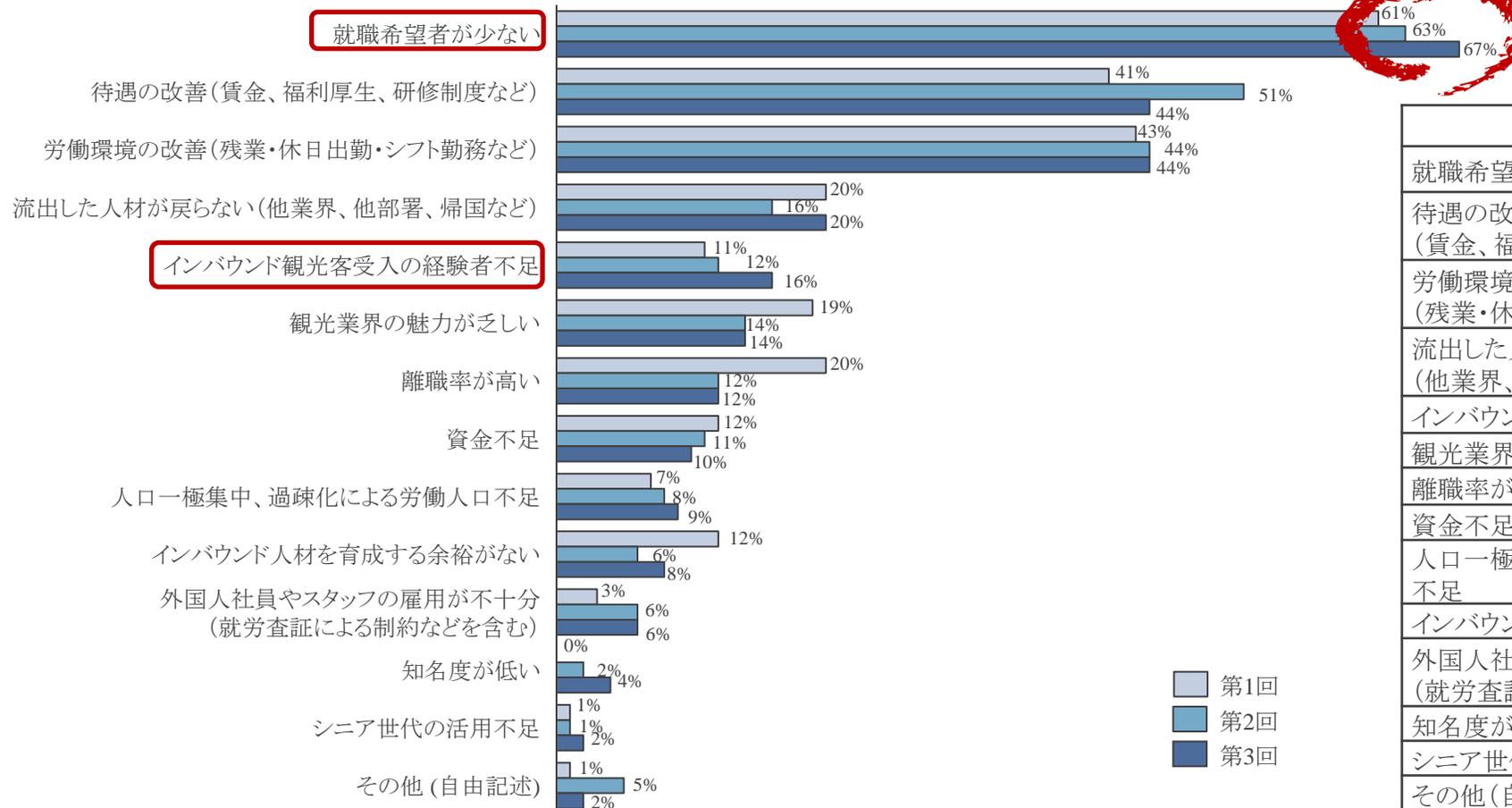


# 【時系列】インバウンド観光客受入の課題について(人手不足・人材不足)

- 人手不足・人材不足に関する課題を時系列でみた場合「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回より徐々に数値が上がっている。それ以外の上位の項目については「インバウンド観光客受入の経験者不足」を除き大きな変化は見られない。

「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=225 / 第2回 n=145 / 第3回 n=129 すべて複数回答



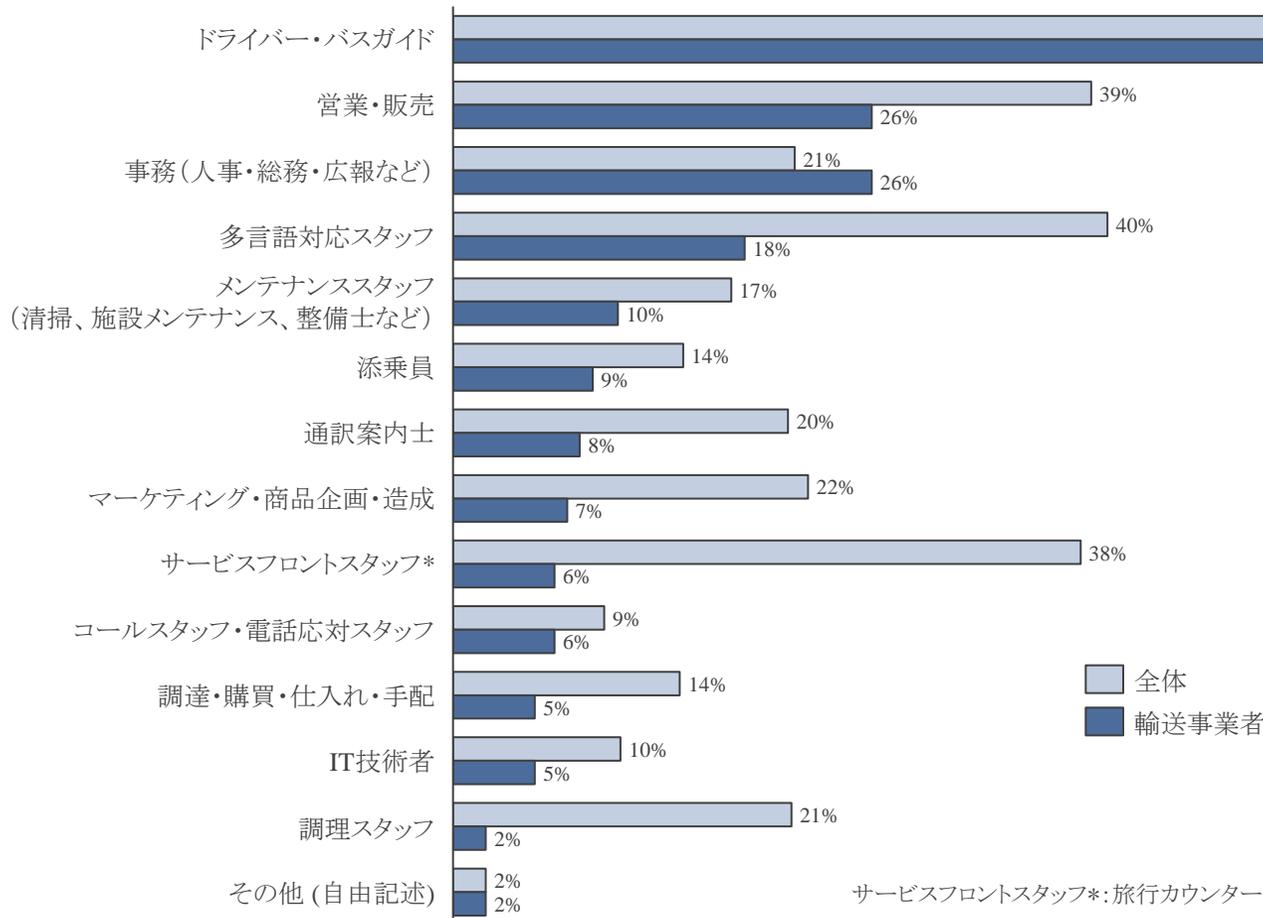
	第1回	第2回	第3回
就職希望者が少ない	138	91	87
待遇の改善(賃金、福利厚生、研修制度など)	92	74	57
労働環境の改善(残業・休日出勤・シフト勤務など)	96	64	57
流出した人材が戻らない(他業界、他部署、帰国など)	44	23	26
インバウンド観光客受入の経験者不足	24	18	21
観光業界の魅力が乏しい	43	21	18
離職率が高い	46	18	15
資金不足	28	16	13
人口一極集中、過疎化による労働人口不足	16	11	11
インバウンド人材を育成する余裕がない	26	9	10
外国人社員やスタッフの雇用が不十分(就労査証による制約などを含む)	6	9	8
知名度が低い	0	3	5
シニア世代の活用不足	2	2	2
その他(自由記述)	2		3

# 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「ドライバー・バスガイド」が99%と、ほぼすべての事業者において不足しており、圧倒的に不足している。

「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

全体 n=498 / 輸送事業者 n=129 / 共に複数回答



	全体	輸送事業者
ドライバー・バスガイド	291	128
営業・販売	194	33
事務(人事・総務・広報など)	104	33
多言語対応スタッフ	197	23
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	13
添乗員	70	11
通訳案内士	102	10
マーケティング・商品企画・造成	108	9
サービスフロントスタッフ*	191	8
コールスタッフ・電話対応スタッフ	46	8
調達・購買・仕入れ・手配	69	7
IT技術者	51	6
調理スタッフ	103	2
その他(自由記述)	8	2

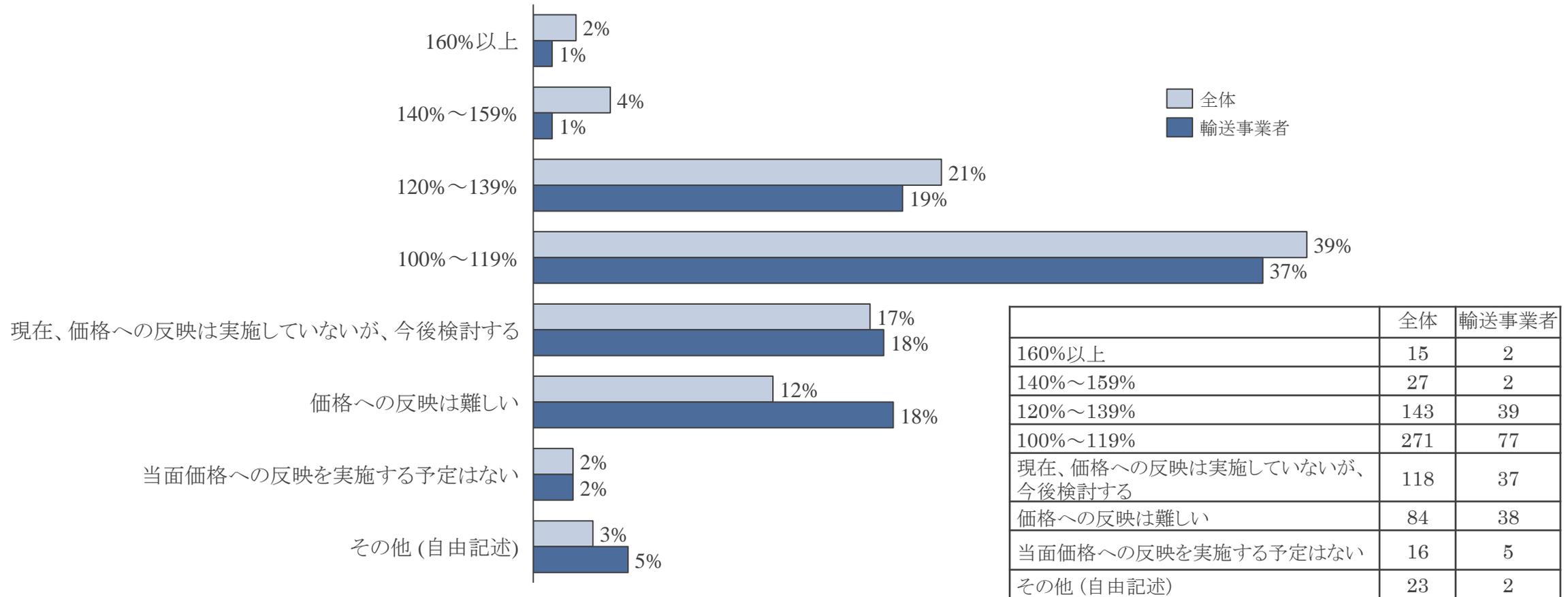
サービスフロントスタッフ\*: 旅行カウンター、受付、ホテルフロント、コンシェルジュ、レストランホールスタッフなど

# 観光事業者のコスト上昇について

- 上昇したコストの価格への反映は全体よりも少し遅れが見られるものの全体の過半数において価格に反映済みとなっている。

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

全体 n=697 / 輸送事業者 n=210 / 共に単数回答

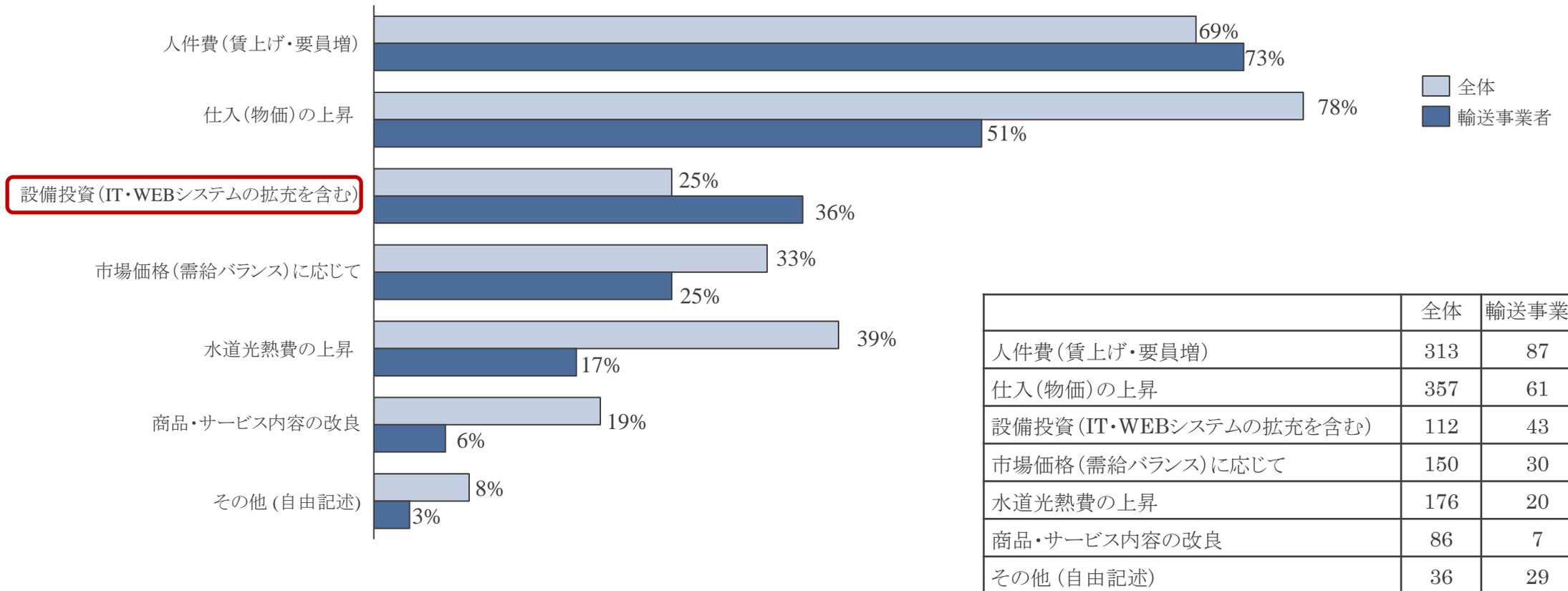


## 観光事業者のコスト上昇について

- 価格反映の理由については人件費が最大の理由で2位以下の理由とは20ポイント以上の差がある。それ以外の理由においては「設備投資」を除くと全体よりも低い傾向にある。

価格への反映をするに至った理由について

全体 n=456 / 輸送事業者 n=120 / 共に複数回答



	全体	輸送事業者
人件費(賃上げ・要員増)	313	87
仕入(物価)の上昇	357	61
設備投資(IT・WEBシステムの拡充を含む)	112	43
市場価格(需給バランス)に応じて	150	30
水道光熱費の上昇	176	20
商品・サービス内容の改良	86	7
その他(自由記述)	36	29

## (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

