

# 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(宿泊事業者)

**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**

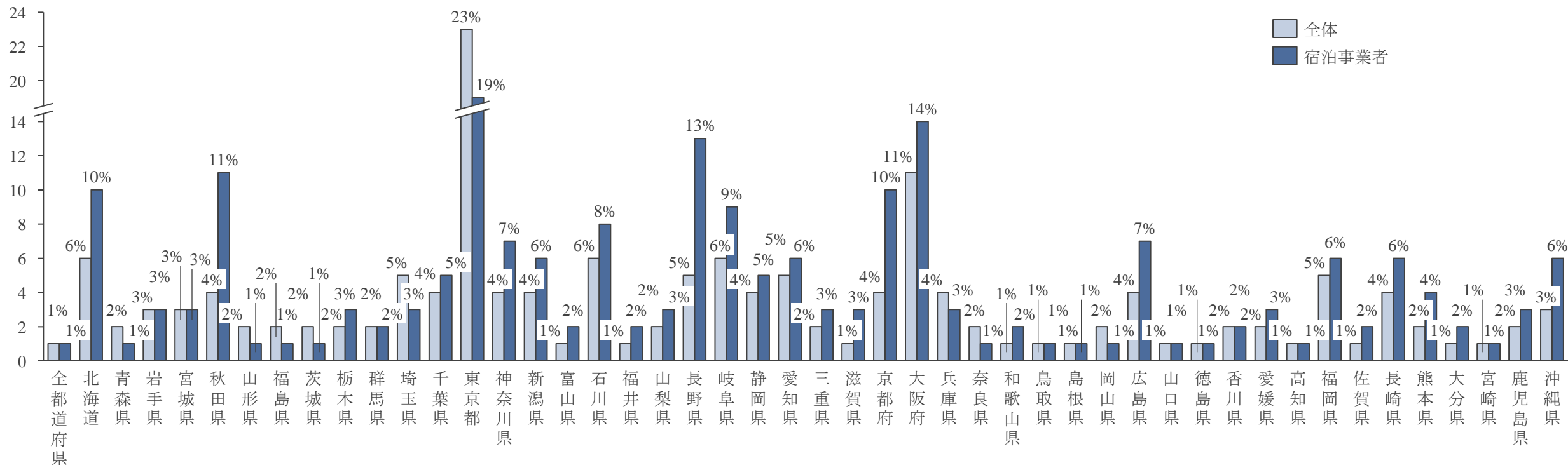
**トラベルボイス株式会社**

**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

- 全国の宿泊事業者176件(全体では1,176件)より回答を得た。



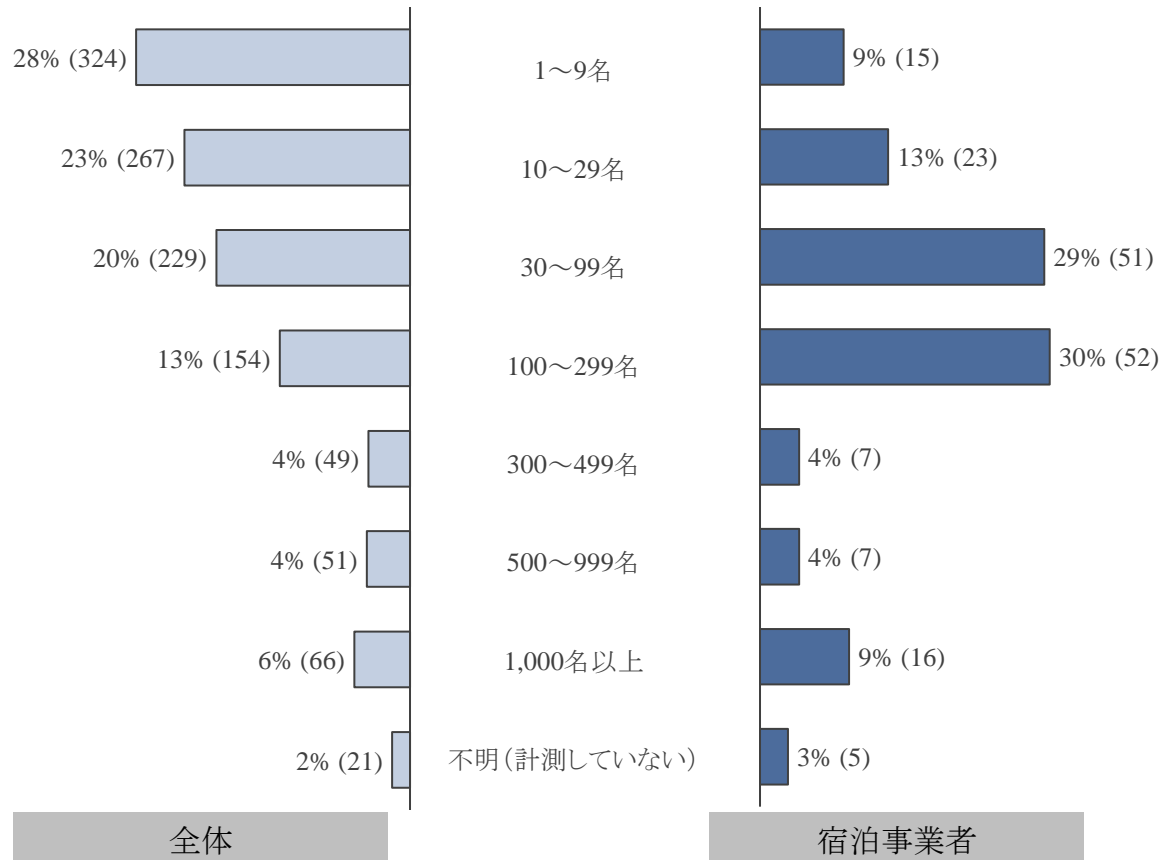
	全都道府県	北海道	青森県	岩手県	宮城県	秋田県	山形県	福島県	茨城県	栃木県	群馬県	埼玉県	千葉県	東京都	神奈川県	新潟県	富山県	石川県	福井県	山梨県	長野県	岐阜県	静岡県	愛知県	三重県	滋賀県	京都府	大阪府	兵庫県	奈良県	和歌山県	鳥取県	島根県	岡山県	広島県	山口県	徳島県	香川県	愛媛県	高知県	福岡県	佐賀県	長崎県	熊本県	大分県	宮崎県	鹿児島県	沖縄県
全体	14	86	36	47	46	55	34	38	32	39	41	75	59	279	58	64	31	83	26	39	77	81	65	69	41	29	63	144	64	32	25	20	24	36	57	25	22	40	33	22	73	29	62	42	23	29	35	46
宿泊事業者	2	17	2	5	5	20	2	2	1	6	4	5	8	34	12	10	4	14	3	5	23	15	8	10	5	5	18	24	6	1	4	2	1	2	13	2	2	3	6	1	11	3	11	7	3	2	6	10

## 従業員数について

- コロナ禍以前の従業員数については全体では29名以下の比率が51%となっているのに対し宿泊事業者においては30名～299名が59%がとなっており全体よりも従業員数が多い傾向にある。従業員数の回復状況についてはほぼ全体と同様の傾向となっている。

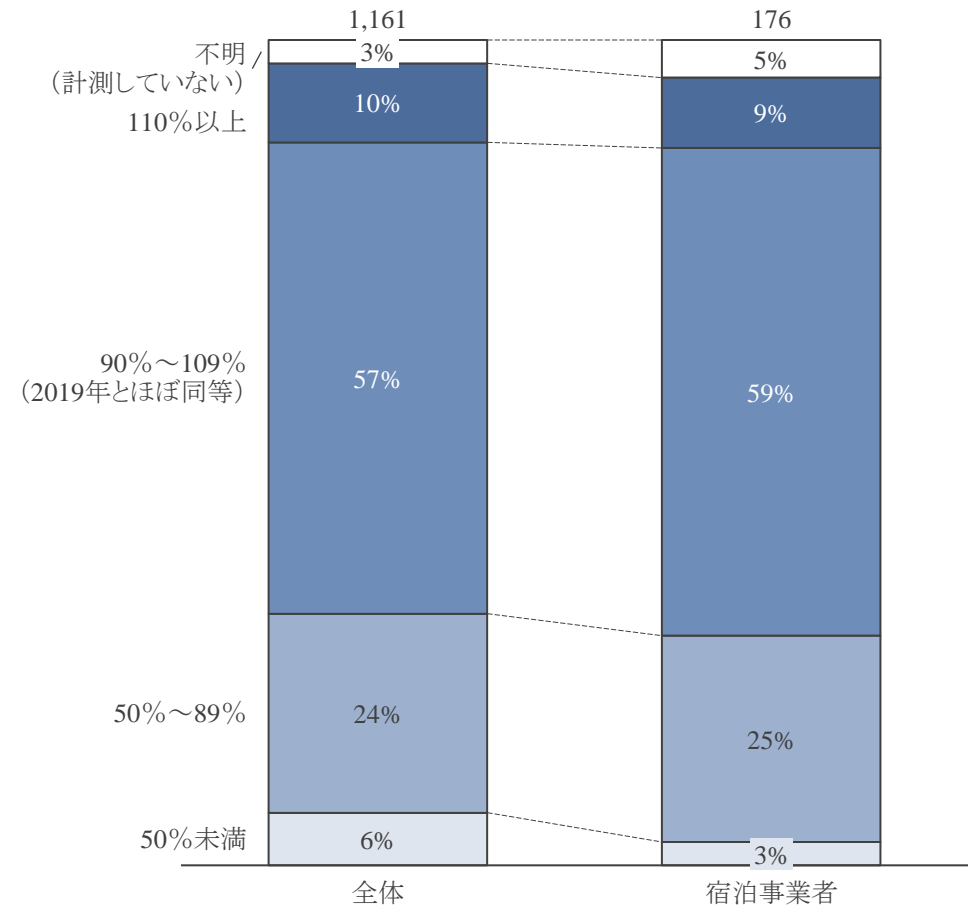
コロナ禍以前(2019年4月1日時点)の従業員数・職員数

全体 n=1,161 / 宿泊事業者 n=176 / 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 / 宿泊事業者 n=176 / 共に単数回答

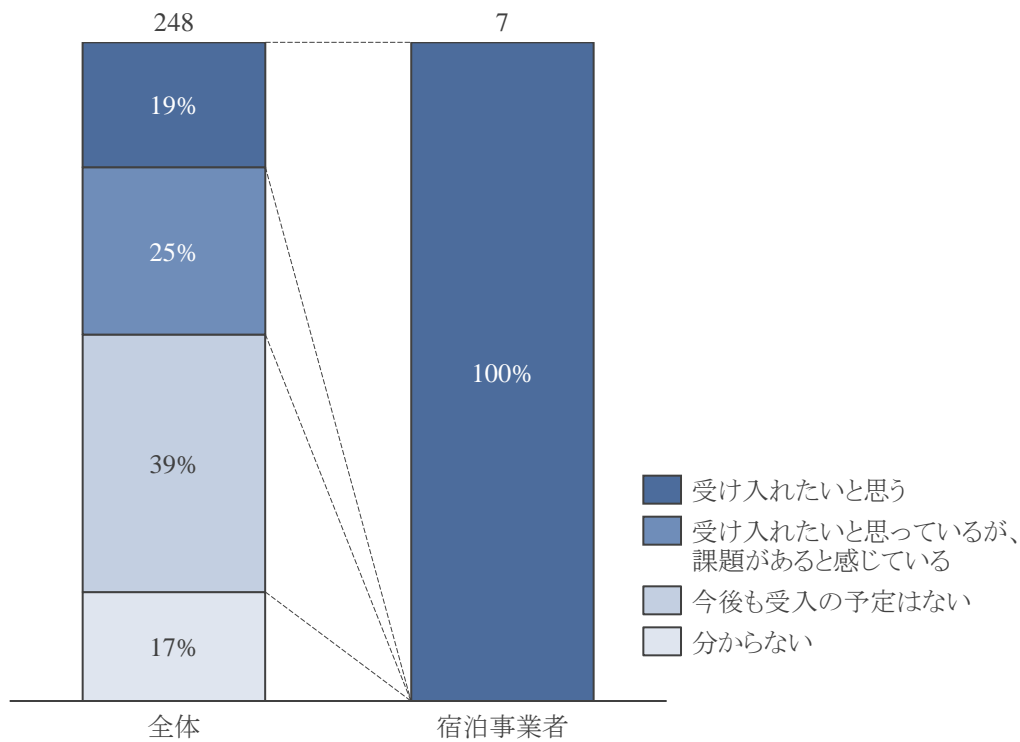


## インバウンド観光客受け入れ計画

- 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100%となっており、全体の44%を大きく上回る。なお、全体では総回答数の21%がインバウンドの受入れがないと回答をしているが、宿泊事業者は4%となっており、現時点においてもほぼすべての宿泊事業者がインバウンドを受入れていると考えられる。

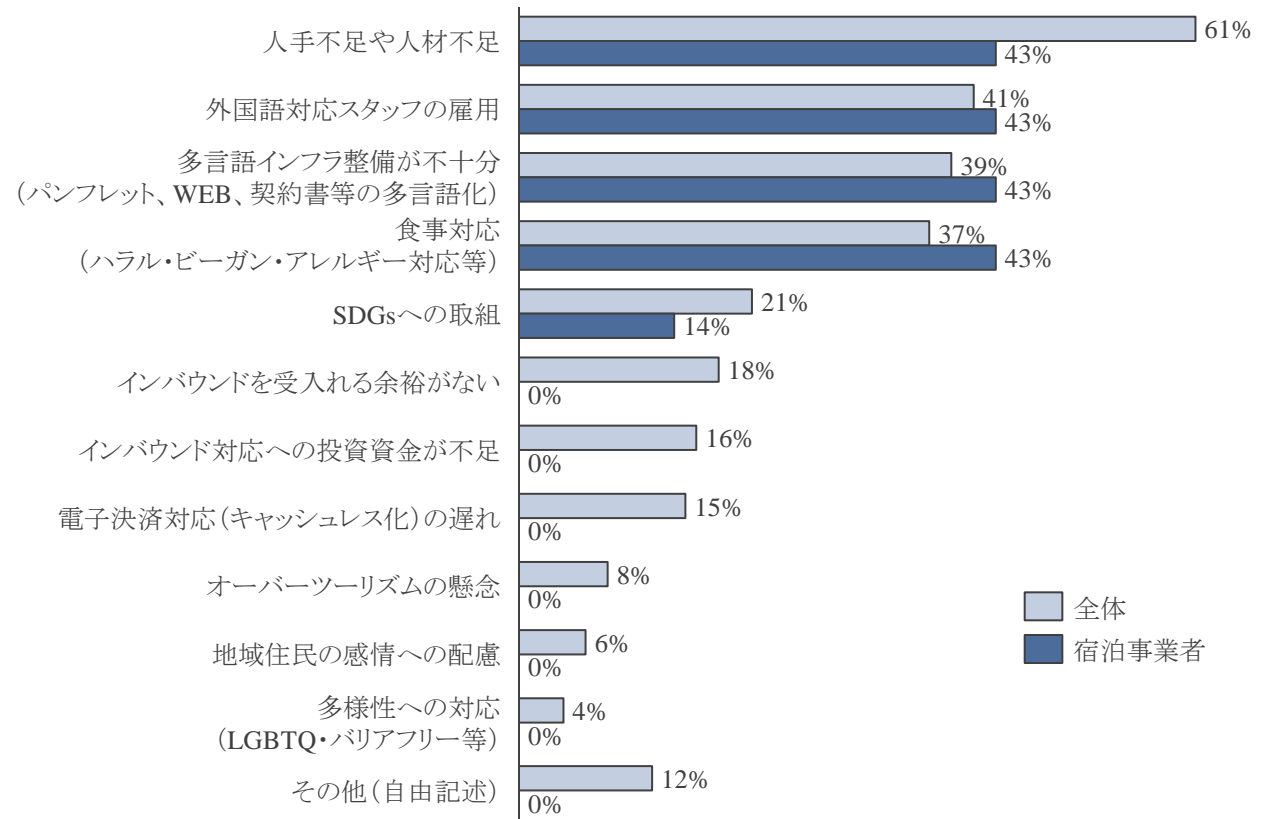
将来、インバウンド観光客を受け入れ計画

全体 n=248 / 宿泊事業者 n=7 / 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 宿泊事業者 n=7 / 共に複数回答



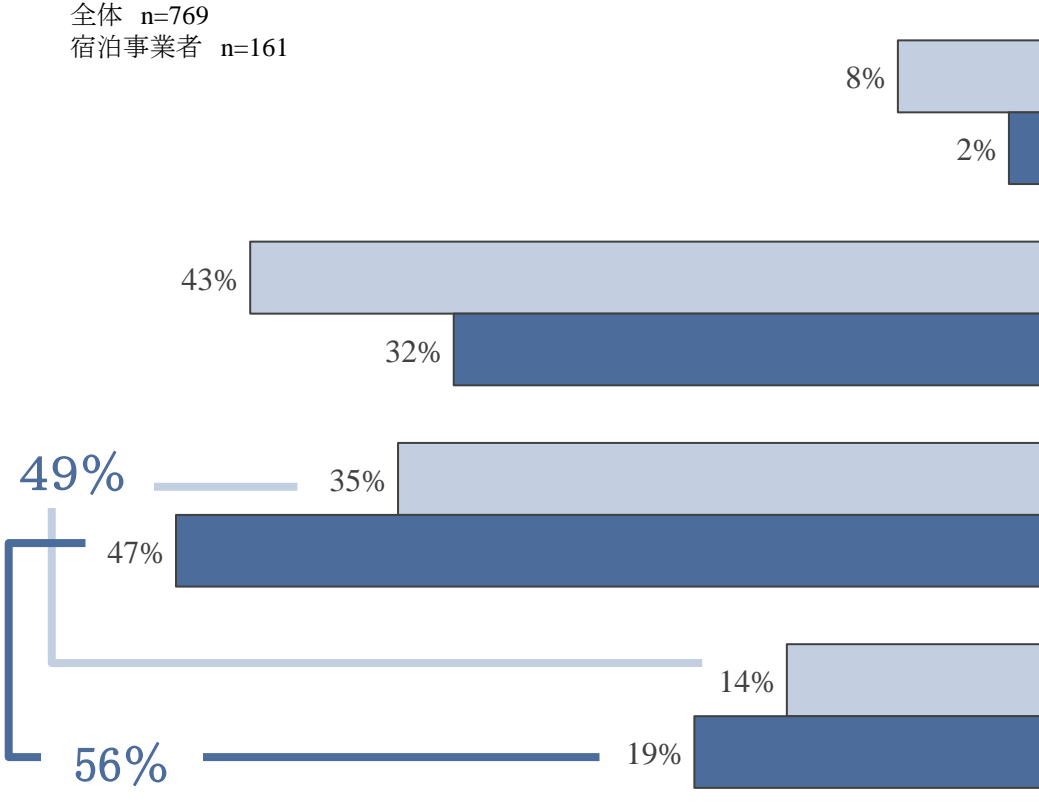
## 観光客数の戻り具合について

- ・ 宿泊事業者における観光客の戻り具合については国内旅行を含む観光全体並びにインバウンドともに全体を上回っており、順調に回復が進んでいることが伺える。

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 共に複数回答

全体(国内旅行も含む)

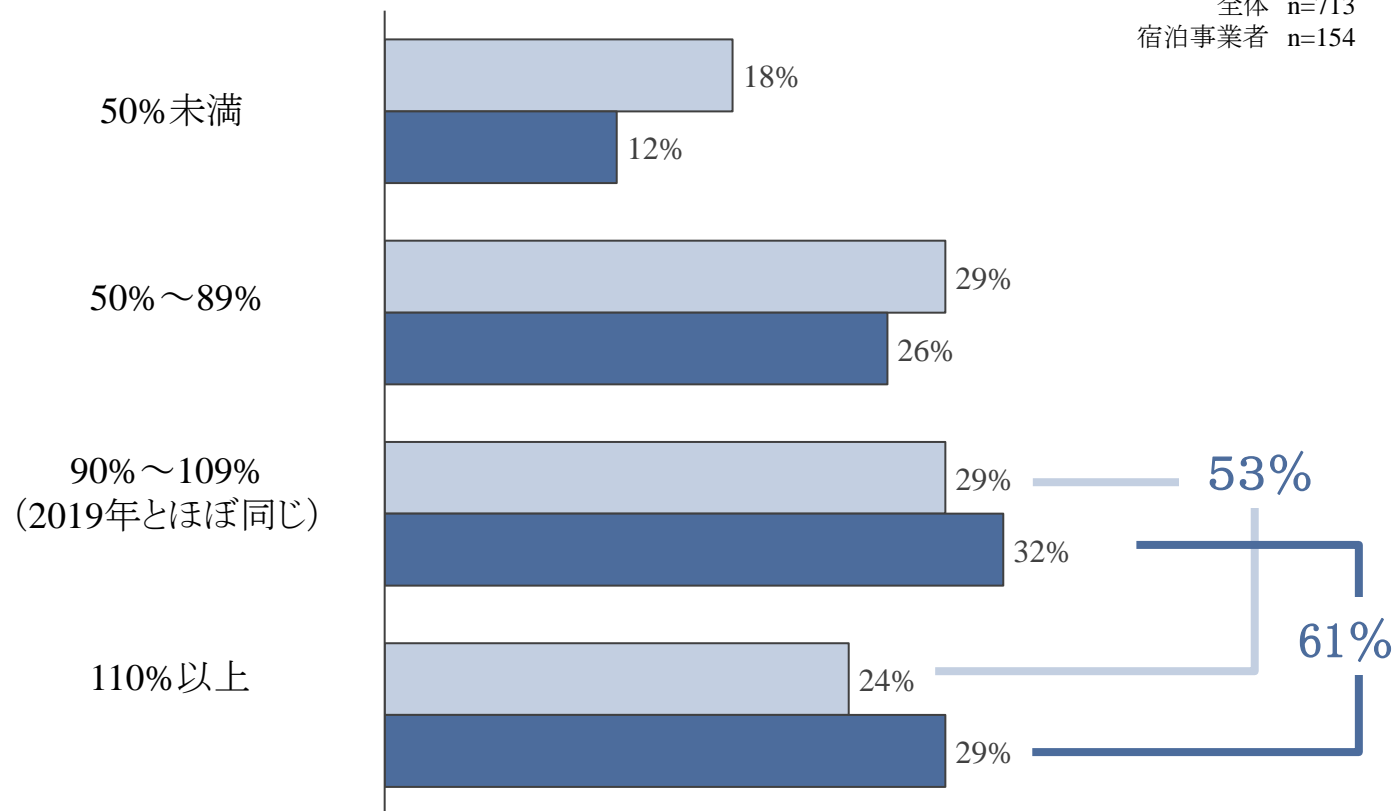
全体 n=769  
宿泊事業者 n=161



全体 宿泊事業者

インバウンド

全体 n=713  
宿泊事業者 n=154

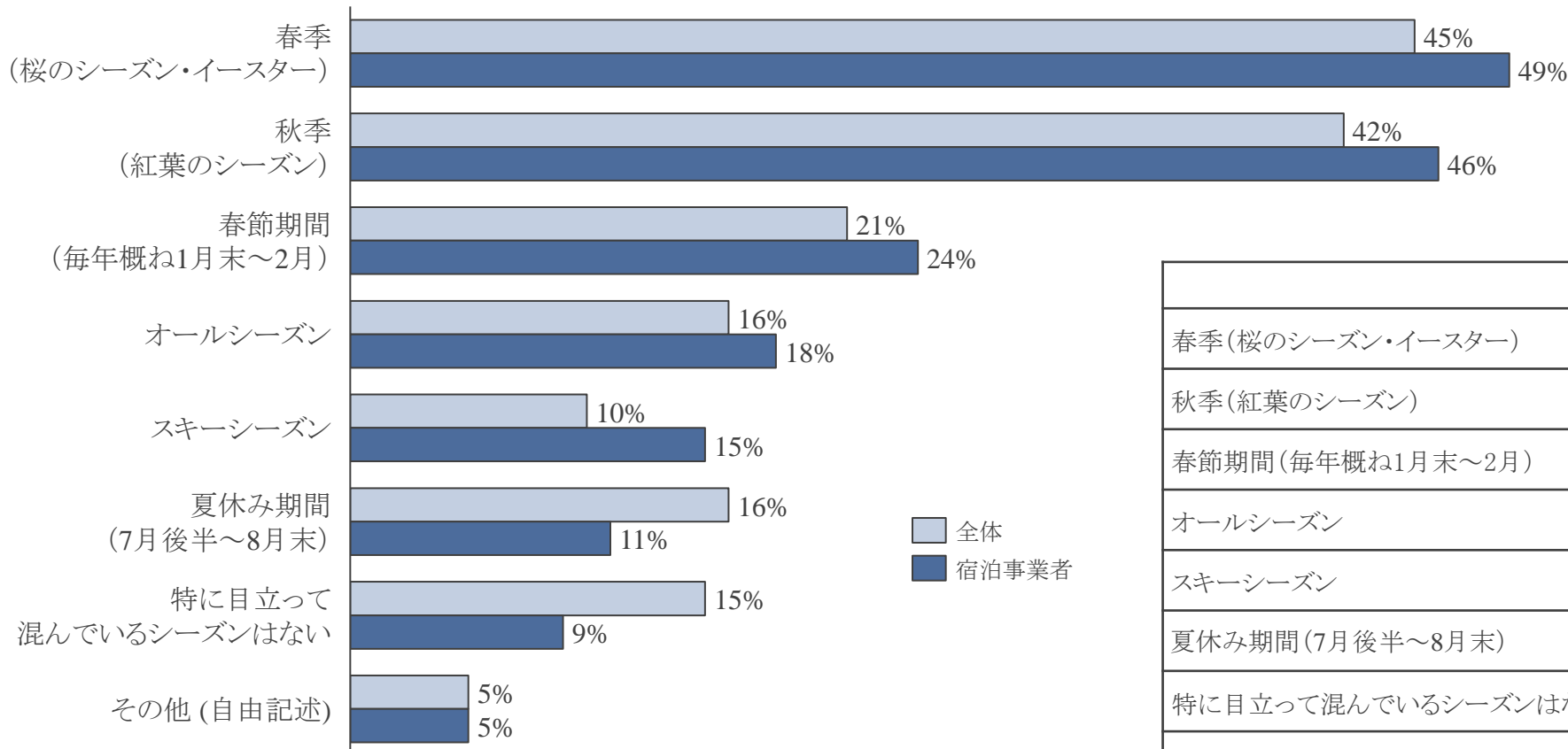


## インバウンド観光客の多い時期について

- 全体同様、春と秋への集中が目立つ。ほぼすべてのシーズンにおいて全体を上回っていること、「特に目立って混んでいるシーズンはない」の回答が全体より低いことから年間を通じて多くのインバウンド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

全体 n=913 / 宿泊事業者 n=169 / 共に複数回答



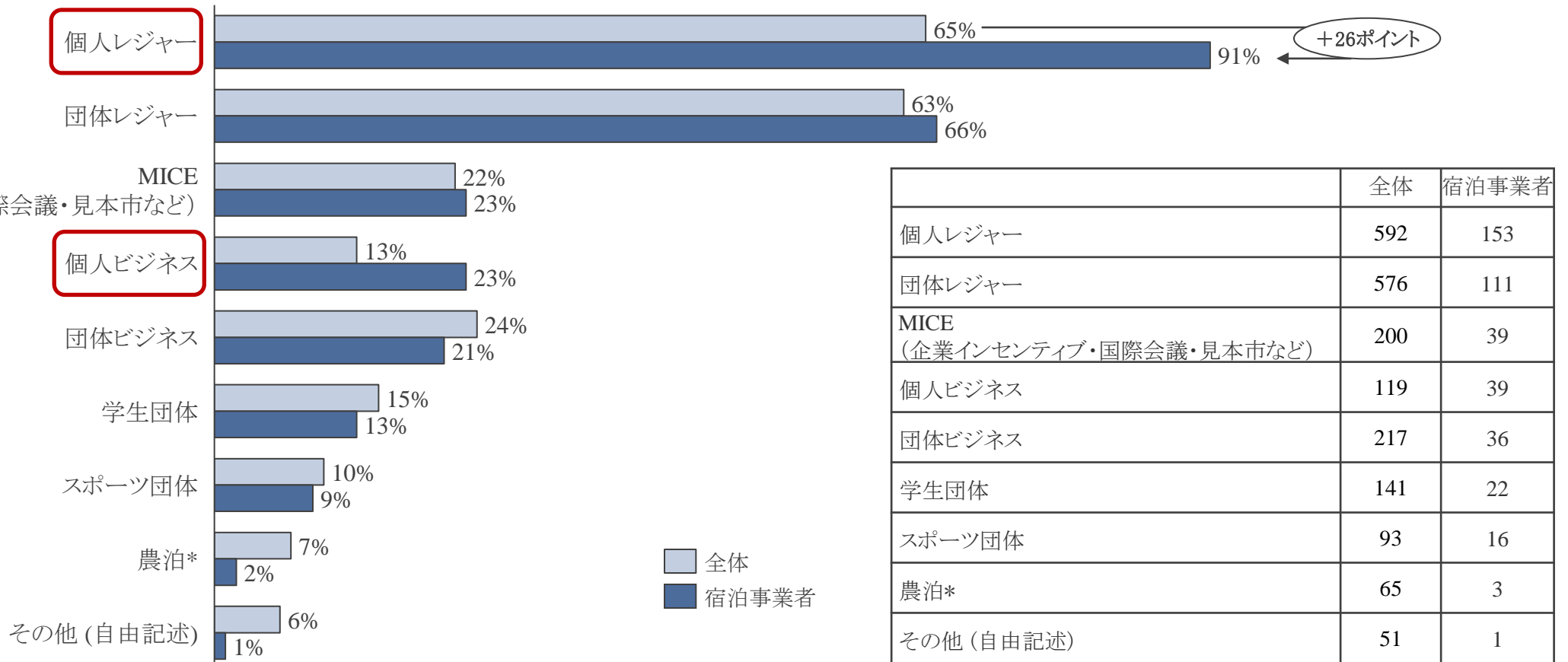
	全体	宿泊事業者
春季(桜のシーズン・イースター)	413	82
秋季(紅葉のシーズン)	379	78
春節期間(毎年概ね1月末～2月)	195	40
オールシーズン	146	30
スキーシーズン	91	25
夏休み期間(7月後半～8月末)	149	18
特に目立って混んでいるシーズンはない	138	15
その他(自由記述)	47	9

# インバウンド観光客の旅行スタイルについて

- 全体同様レジャー(個人・団体)での利用が多く全体を上回っている。中でも個人での利用は大きく全体を上回りっておりFIT利用者が増加していると考えられる。

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 / 宿泊事業者 n=169 / 共に複数回答



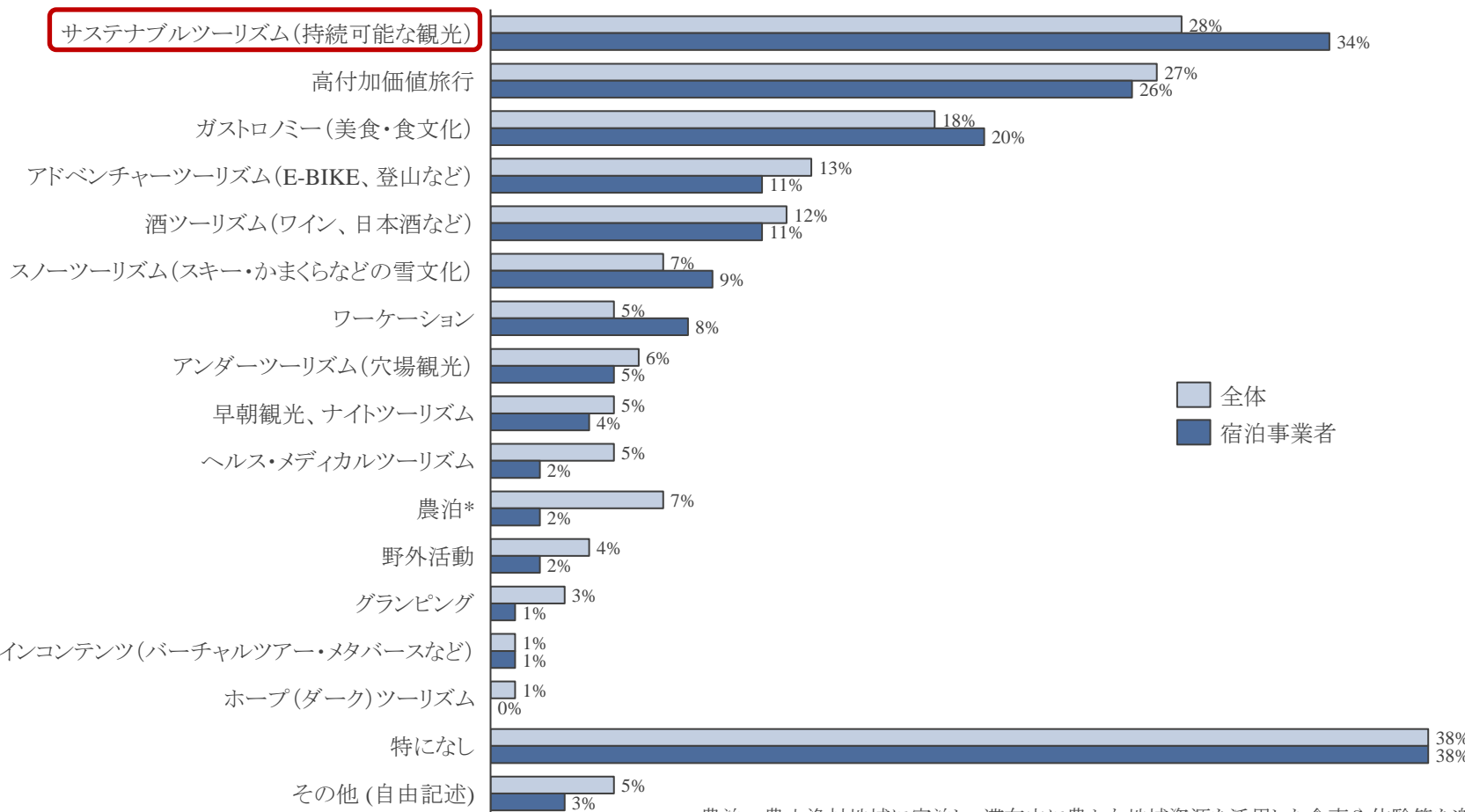
農泊\*: 農山漁村地域に宿泊し、滞在中に豊かな地域資源を活用した食事や体験等を楽しむ

# 旅行・観光関連コンテンツについて

- 旅行・観光関連コンテンツに関する関心は全体同様の傾向にある。なかでも「サステナブルツーリズム」への関心は全体よりも高い。

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

全体 n=913 / 宿泊事業者 n=169 / 共に複数回答



	全体	宿泊事業者
サステナブルツーリズム(持続可能な観光)	256	58
高付加価値旅行	251	44
ガストロノミー(美食・食文化)	162	34
アドベンチャーツーリズム(E-BIKE、登山など)	118	19
酒ツーリズム(ワイン、日本酒など)	105	19
スノーツーリズム(スキー・かまくらなどの雪文化)	62	15
ワーケーション	42	14
アンダーツーリズム(穴場観光)	53	8
早朝観光、ナイトツーリズム	42	7
ヘルス・メディカルツーリズム	47	4
農泊*	68	3
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	1
ホープ(ダーク)ツーリズム	11	0
特になし	350	64
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

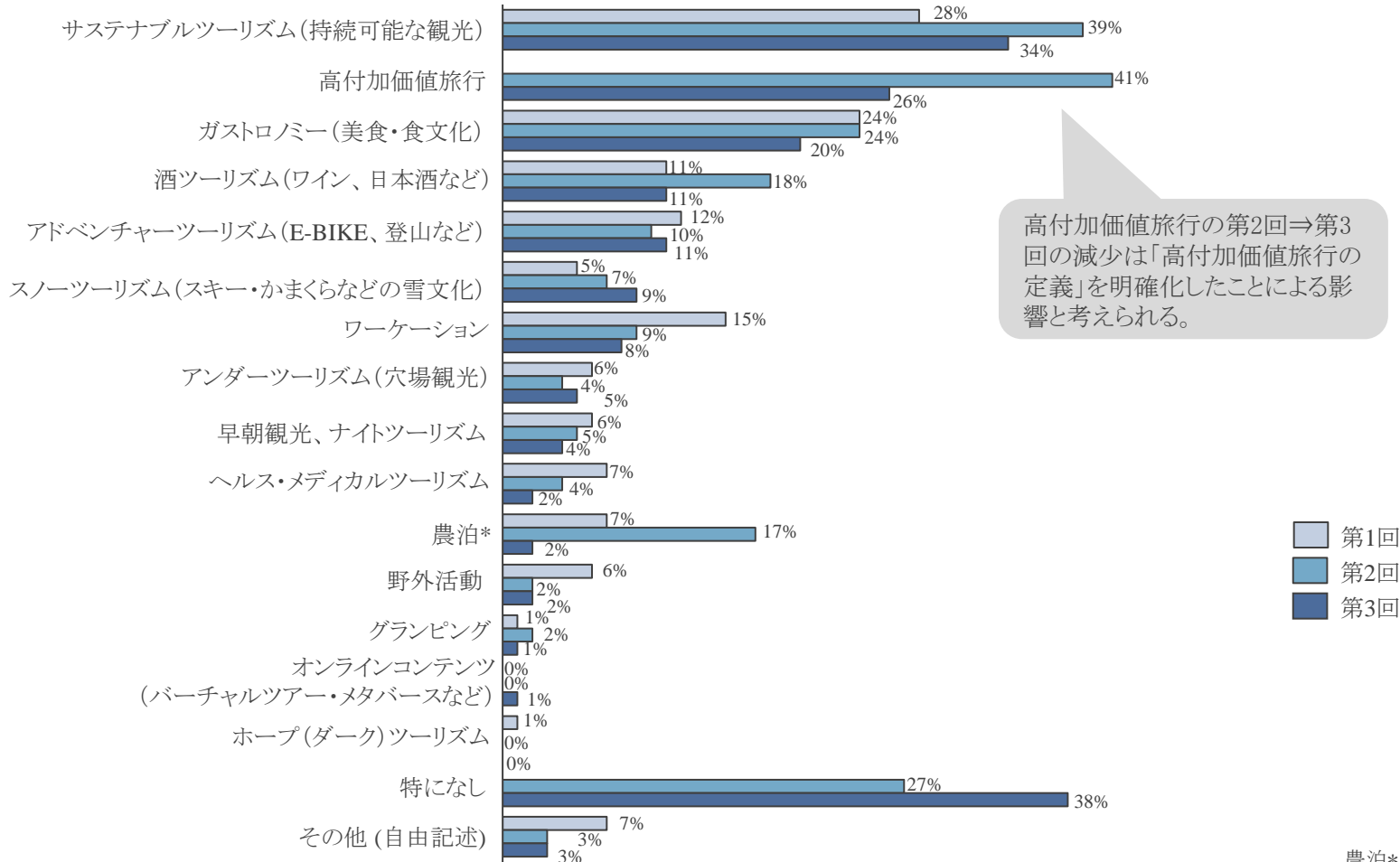


# 【時系列】旅行・観光関連コンテンツについて

- 時系列にてコロナ禍を経て発達をしたコンテンツを見ると、3回の調査を通じて「サステナブルツーリズム」への関心が非常に高い。第2回で追加をした「高付加価値旅行」や「ガストロノミー」への関心も高い。

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=138 / 第2回 n=94 / 第3回 n=169 すべて複数回答



高付加価値旅行の第2回⇒第3回の減少は「高付加価値旅行の定義」を明確化したことによる影響と考えられる。

	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)	39	37	58
高付加価値旅行	-	39	44
ガストロノミー (美食・食文化)	33	23	34
酒ツーリズム (ワイン、日本酒など)	15	17	19
アドベンチャーツーリズム (E-BIKE、登山など)	17	9	19
スノーツーリズム (スキー・かまくらなどの雪文化)	7	7	15
ワーケーション	21	8	14
アンダーツーリズム (穴場観光)	8	4	8
早朝観光、ナイトツーリズム	8	5	7
ヘルス・メディカルツーリズム	10	4	4
農泊*	9	16	3
野外活動	8	2	3
グランピング	2	2	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)	0	0	1
ホープ (ダーク) ツーリズム	2	0	0
特になし		25	64
その他 (自由記述)	9	3	5

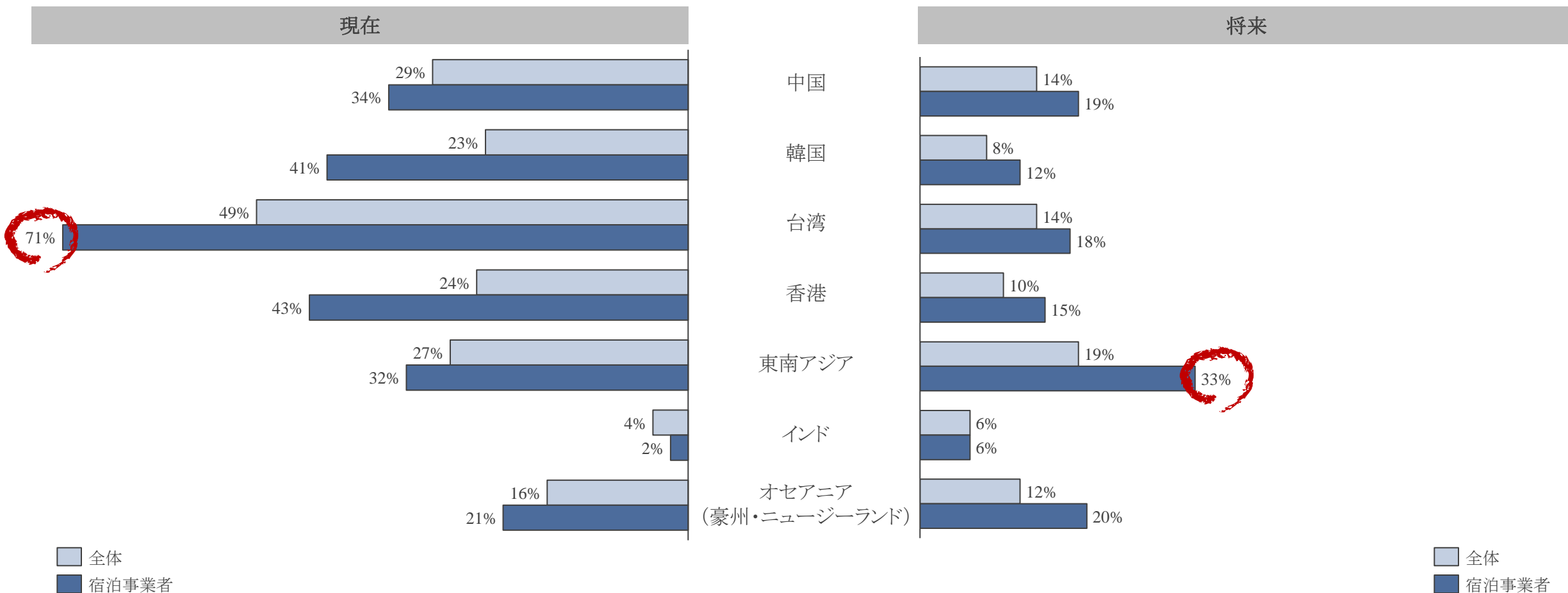
農泊\*: 農山漁村地域に宿泊し、滞在中に豊かな地域資源を活用した食事や体験等を楽しむ

## インバウンド重点市場について(アジア・オセアニア)

- 現在における重点市場は台湾をはじめ東アジア市場が中心となっておりいずれも全体より高い比率となっている。将来においては東南アジアが東アジアを抜いて1位となり、次いでオセアニアが続き新規市場開拓を強化する方向性が伺える。

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

全体 n=913 / 宿泊事業者 n=169 / 共に複数回答

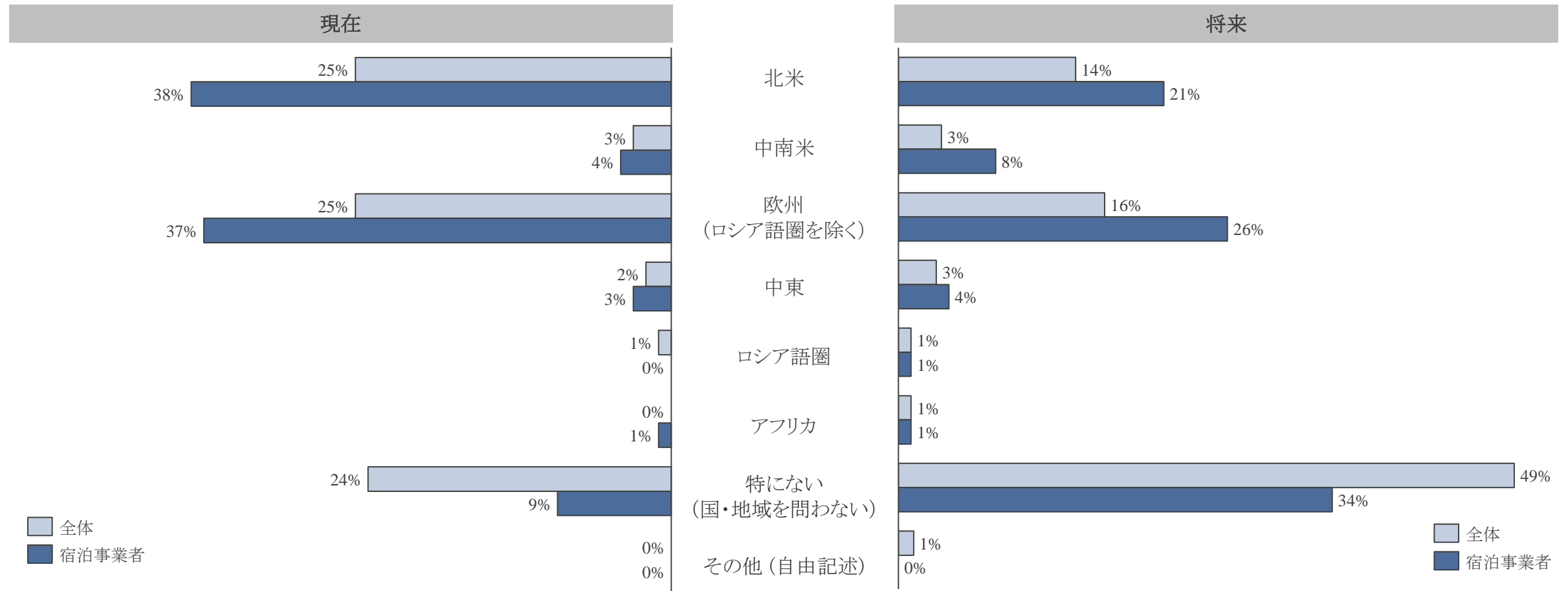


## インバウンド重点市場について(欧米・その他地域)

- 現在・将来ともに欧米への期待度が非常に高くなっている。特に将来においてはアジアを含めても欧州が2位。北米が3位となっている。「特にない」の回答が全体よりも少ないことから重点市場を定めて受入強化を実施していると考えられる。

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

全体 n=913/宿泊事業者 n=169/共に複数回答

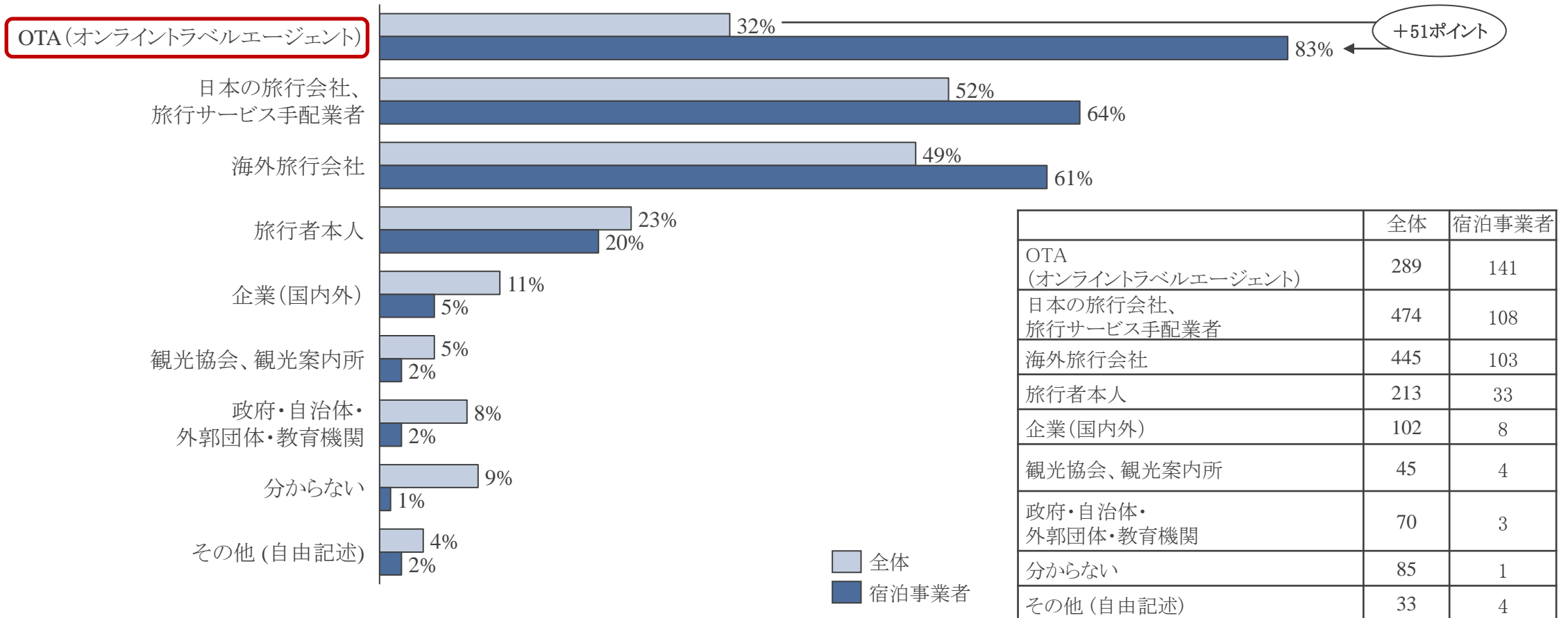


## 予約チャンネルについて

- 予約チャンネルについてはOTA経由の予約が83%と全体よりも51ポイント高い。国内外の旅行会社経由も全体よりも比率が高いが80%を超える宿泊事業者がOTA経由での予約を受けており、旅行形態の調査結果同様FIT利用者の増加が背景にあると考えられる。

インバウンド観光客の予約チャンネルについて

全体 n=913 / 宿泊事業者 n=169 / 共に複数回答

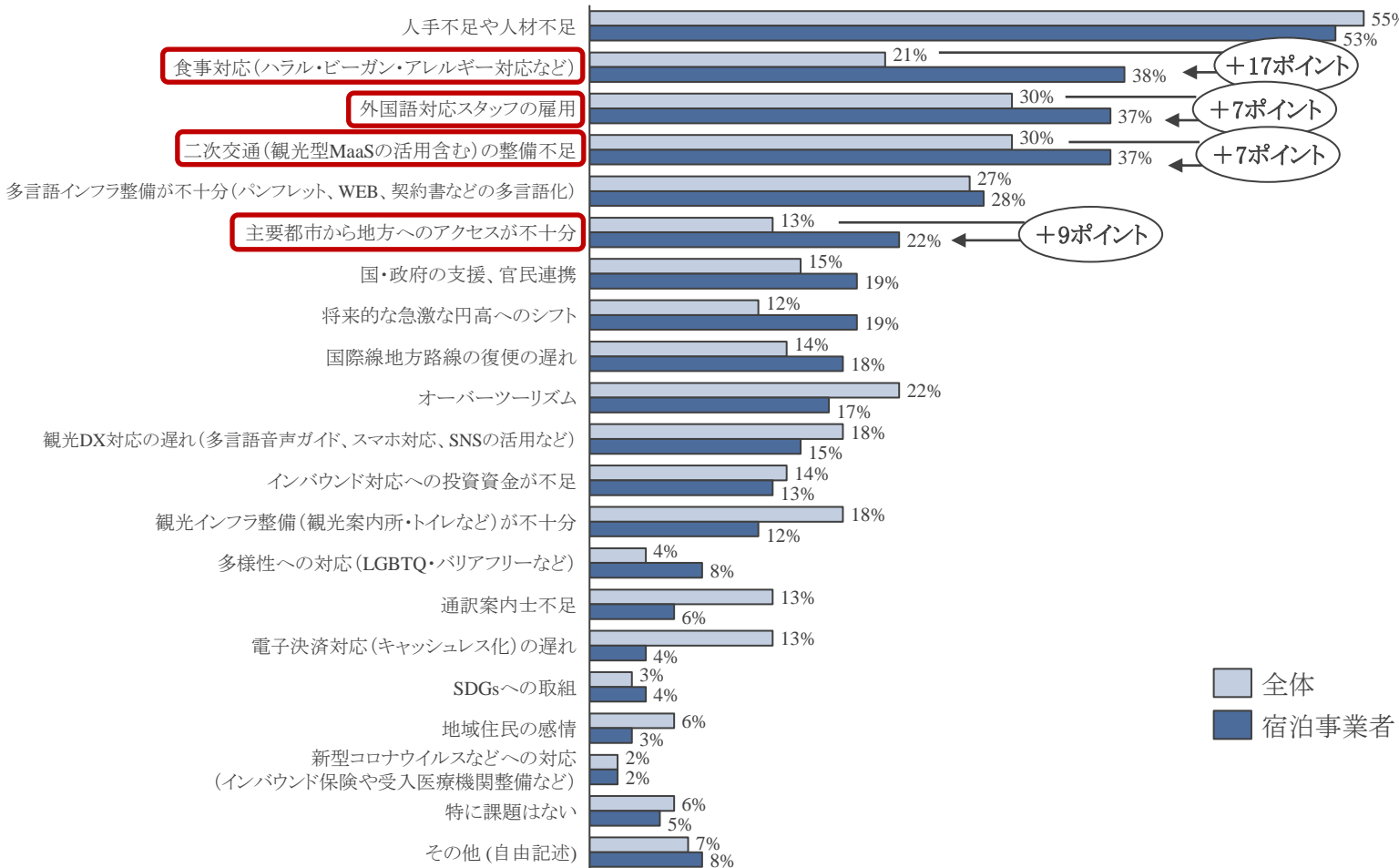


# インバウンド観光客受入の課題について(現在)

- 現在における課題については全体同様「人手不足・人材不足」が最大の課題であるが、全体と異なり「食事対応」が第2位の課題として挙がっている。また「交通インフラ関係(二次交通・地方へのアクセス)」や「外国語対応スタッフの雇用」も全体よりも高くなっている。

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 / 宿泊事業者 n=169 / 共に複数回答



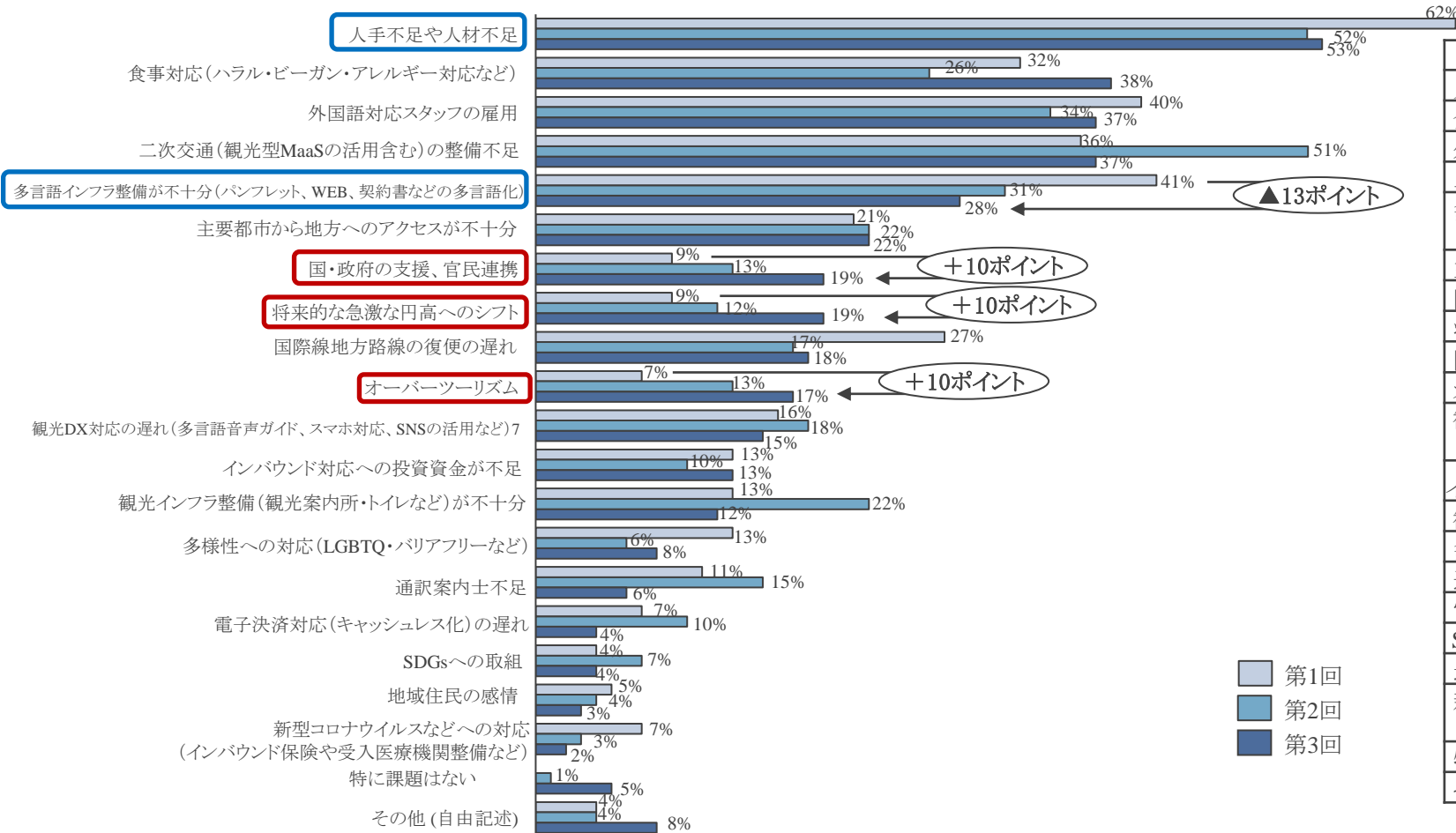
	全体	宿泊事業者
人手不足や人材不足	501	90
食事対応(ハラール・ビーガン・アレルギー対応など)	189	65
外国語対応スタッフの雇用	274	63
二次交通(観光型MaaSの活用含む)の整備不足	274	62
多言語インフラ整備が不十分(パンフレット、WEB、契約書などの多言語化)	247	47
主要都市から地方へのアクセスが不十分	121	38
国・政府の支援、官民連携	141	32
将来的な急激な円高へのシフト	109	32
国際線地方路線の復便の遅れ	124	31
オーバーツーリズム	205	28
観光DX対応の遅れ(多言語音声ガイド、スマホ対応、SNSの活用など)	167	25
インバウンド対応への投資資金が不足	129	22
観光インフラ整備(観光案内所・トイレなど)が不十分	164	20
多様性への対応(LGBTQ・バリアフリーなど)	40	13
通訳案内士不足	123	10
電子決済対応(キャッシュレス化)の遅れ	122	7
SDGsへの取組	24	7
地域住民の感情	58	5
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	8
その他(自由記述)	66	7

# 【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」が最大の課題で依然高いレベルではあるものの改善傾向にある。また「多言語インフラ整備」についても改善が見られる。一方「国・政府の支援」「将来的な円高へのシフト」「オーバーツーリズム」は第1回調査時から徐々に増加しており、現時点においては中位の課題であるが将来的な懸念が広がりつつあると考えられる。

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=138 / 第2回 n=94 / 第3回 n=169 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	86	49	90
食事対応(ハラル・ビーガン・アレルギー対応など)	44	24	65
外国語対応スタッフの雇用	55	32	63
二次交通(観光型MaaSの活用含む)の整備不足	49	48	62
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)	56	29	47
主要都市から地方へのアクセスが不十分	29	21	38
国・政府の支援、官民連携	13	12	32
将来的な急激な円高へのシフト	12	11	32
国際線地方路線の復便の遅れ	37	16	31
オーバーツーリズム	9	12	28
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)	22	17	25
インバウンド対応への投資資金が不足	18	9	22
観光インフラ整備(観光案内所・トイレなど)が不十分	18	21	20
多様性への対応(LGBTQ・バリアフリーなど)	18	6	13
通訳案内士不足	15	14	10
電子決済対応(キャッシュレス化)の遅れ	9	9	7
SDGsへの取組	6	7	7
地域住民の感情	7	4	5
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)	9	3	3
特に課題はない		1	8
その他(自由記述)	5	4	7

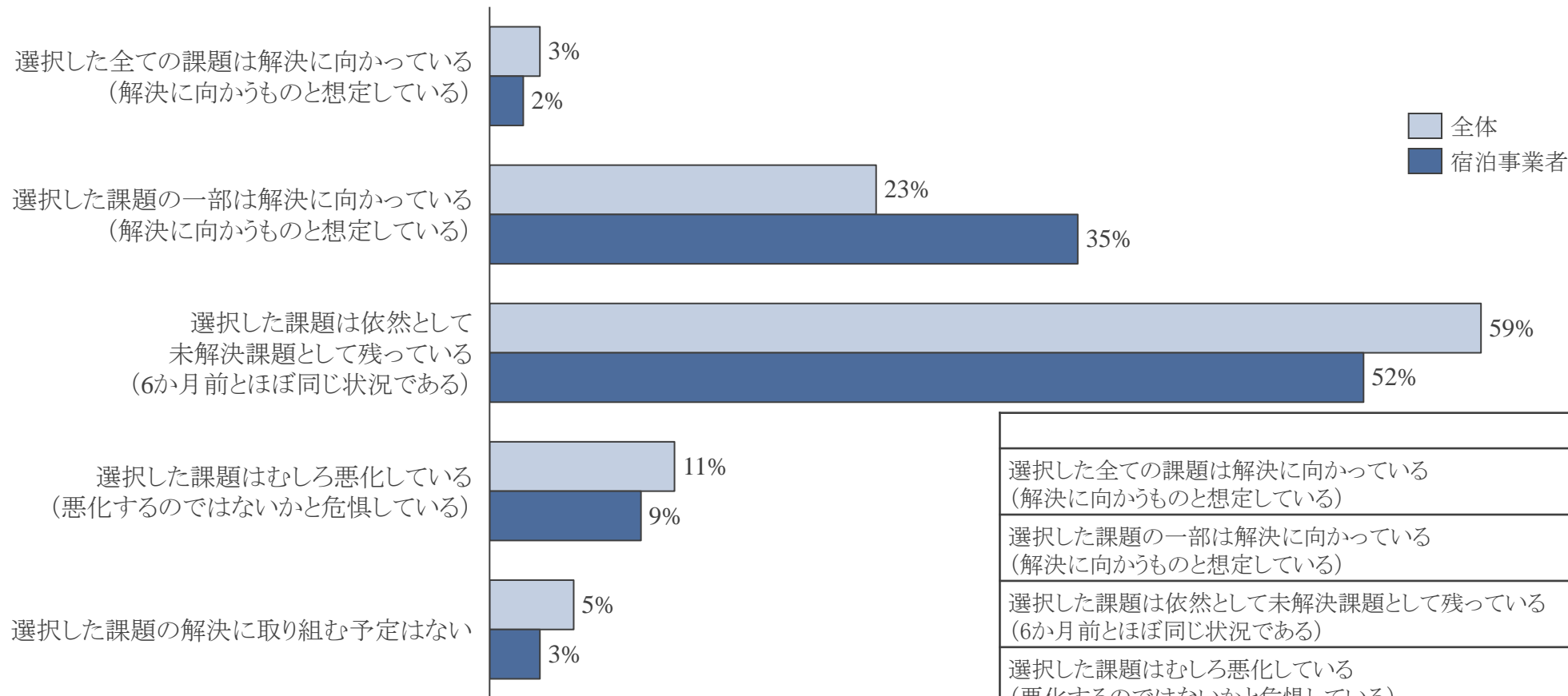


# インバウンド観光客受入課題の解決状況について

- 「解決に向かっている」との回答の合計が37%と全体(26%)を上回っている。「未解決で残っている」「悪化している」との回答が全体よりも低い点も併せて全体との比較において課題は解決の方向に向かっ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 / 宿泊事業者 n=161 / 共に単数回答



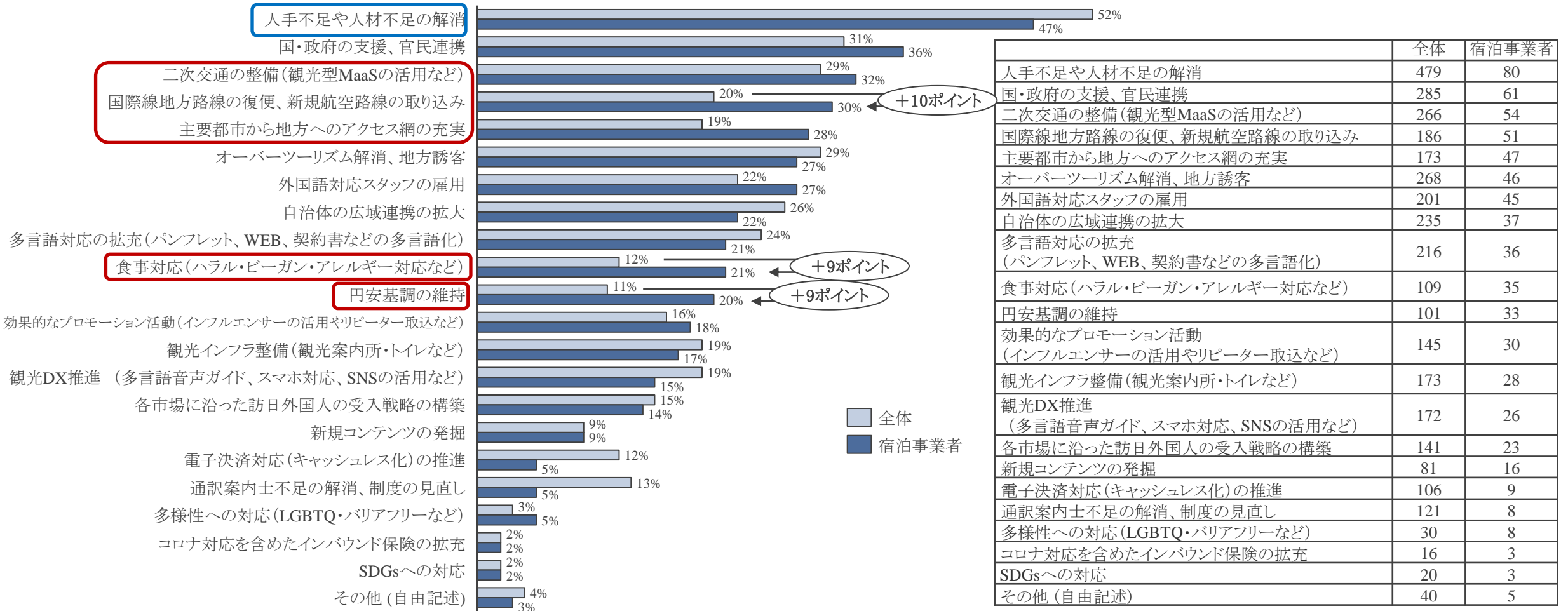
	全体	宿泊事業者
選択した全ての課題は解決に向かっている (解決に向かうものと想定している)	22	3
選択した課題の一部は解決に向かっている (解決に向かうものと想定している)	195	56
選択した課題は依然として未解決課題として残っている (6か月前とほぼ同じ状況である)	511	83
選択した課題はむしろ悪化している (悪化するのではないかと危惧している)	92	14
選択した課題の解決に取り組む予定はない	41	5

# 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)

- 将来における課題も現在の課題同様「人手不足・人材不足」が最大の課題となっているが全体よりは比率が低い。また交通インフラ関係(二次交通、国際線地方路線の復便、主要都市からのアクセス)が上位且つ全体よりも高く、2位の「国・政府の支援」と合わせて将来的な懸念が高い。「食事対応」「円安基調の維持」も全体より関心が高い。

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

全体 n=913 / 宿泊事業者 n=169 / 共に複数回答

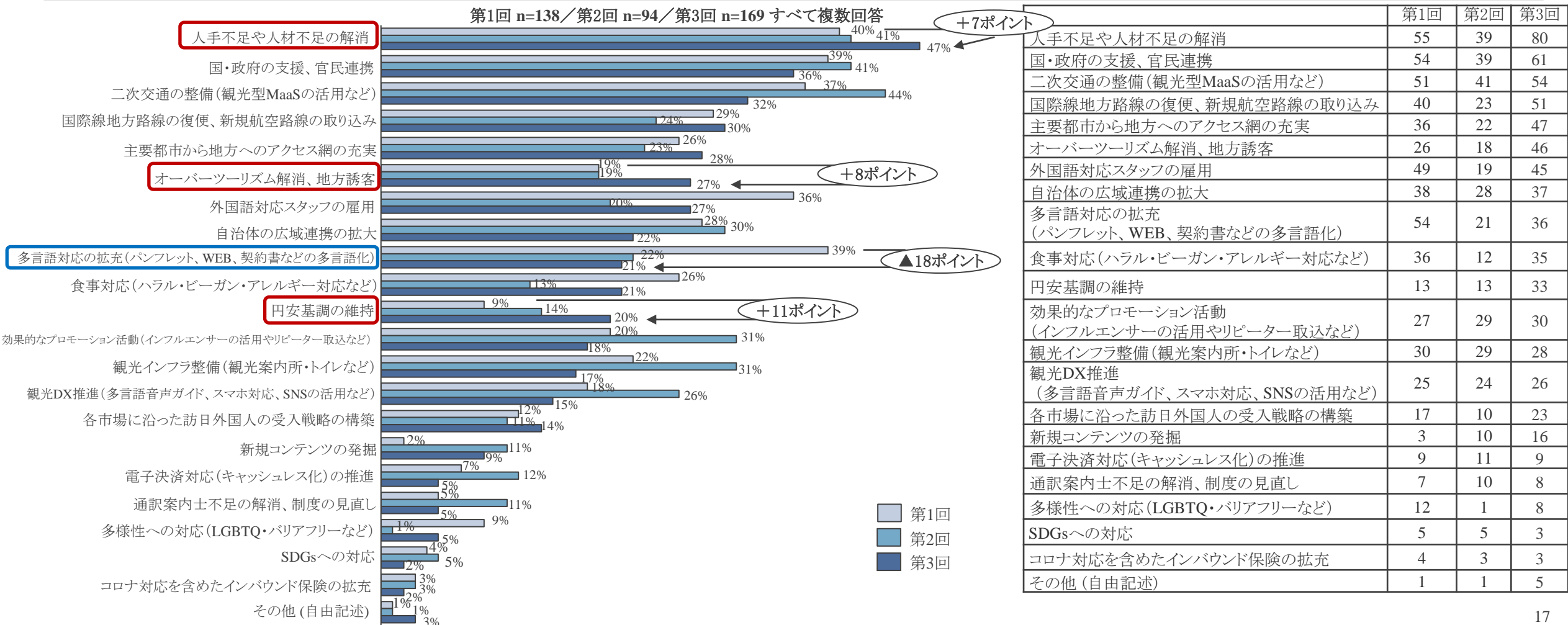




# 【時系列】インバウンド観光客受入をさらに伸長させるための条件について(将来)

- 「人手不足・人材不足」が3回の調査を通じて上位(第1回・第3回1位、第2回は2位)となっており、現在の課題同様将来においても最大の課題。交通インフラ関係(二次交通、国際線地方路線の復便、主要都市からのアクセス)も高止まり。また「オーバーツーリズム」、「円安基調の維持」が徐々に増加する一方「多言語対応の拡充」は改善が見られる。

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

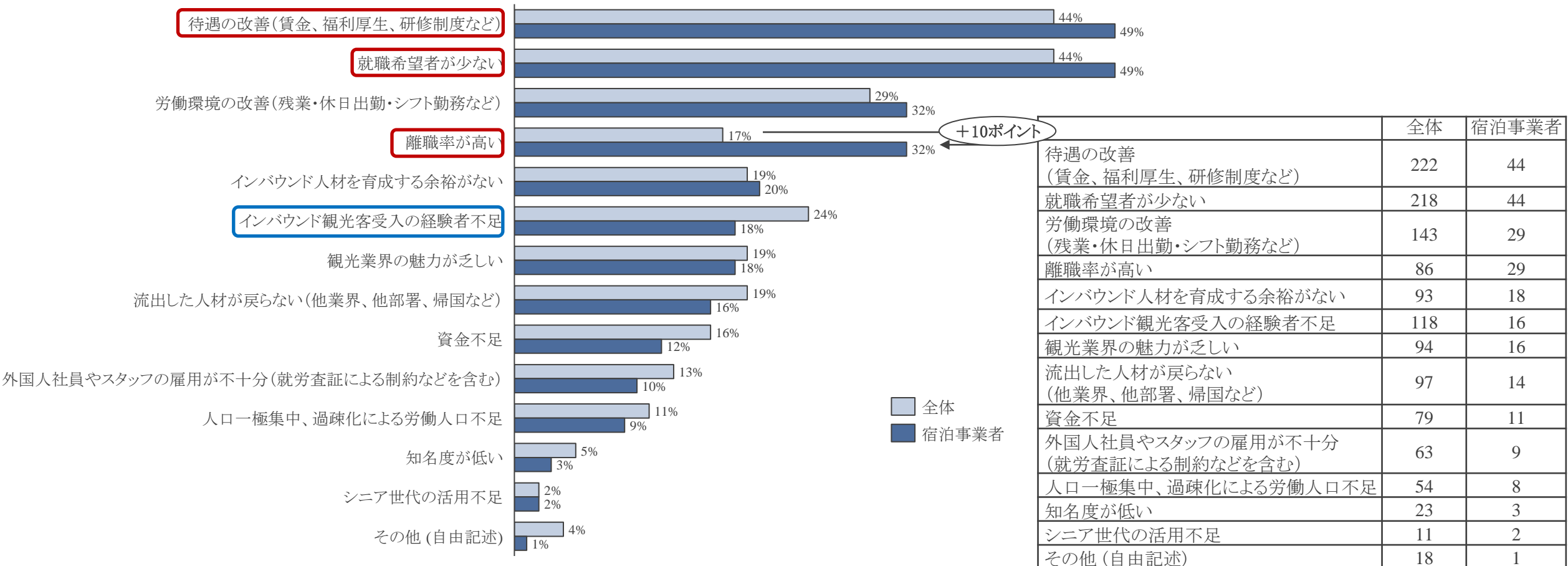


# インバウンド観光客受入の課題について(人手不足・人材不足)

- 全体同様「待遇の改善」「就職希望者が少ない」が最大の課題となっている。上位の課題はいずれも全体よりも高く、中でも「離職率が高い」は全体よりも15ポイント高く、大きな課題となっている。一方で「インバウンド観光客経験者不足」は全体よりも低い。

「人手不足・人材不足」について、考えられる要因について

全体 n=501 / 宿泊事業者 n=90 / 共に複数回答

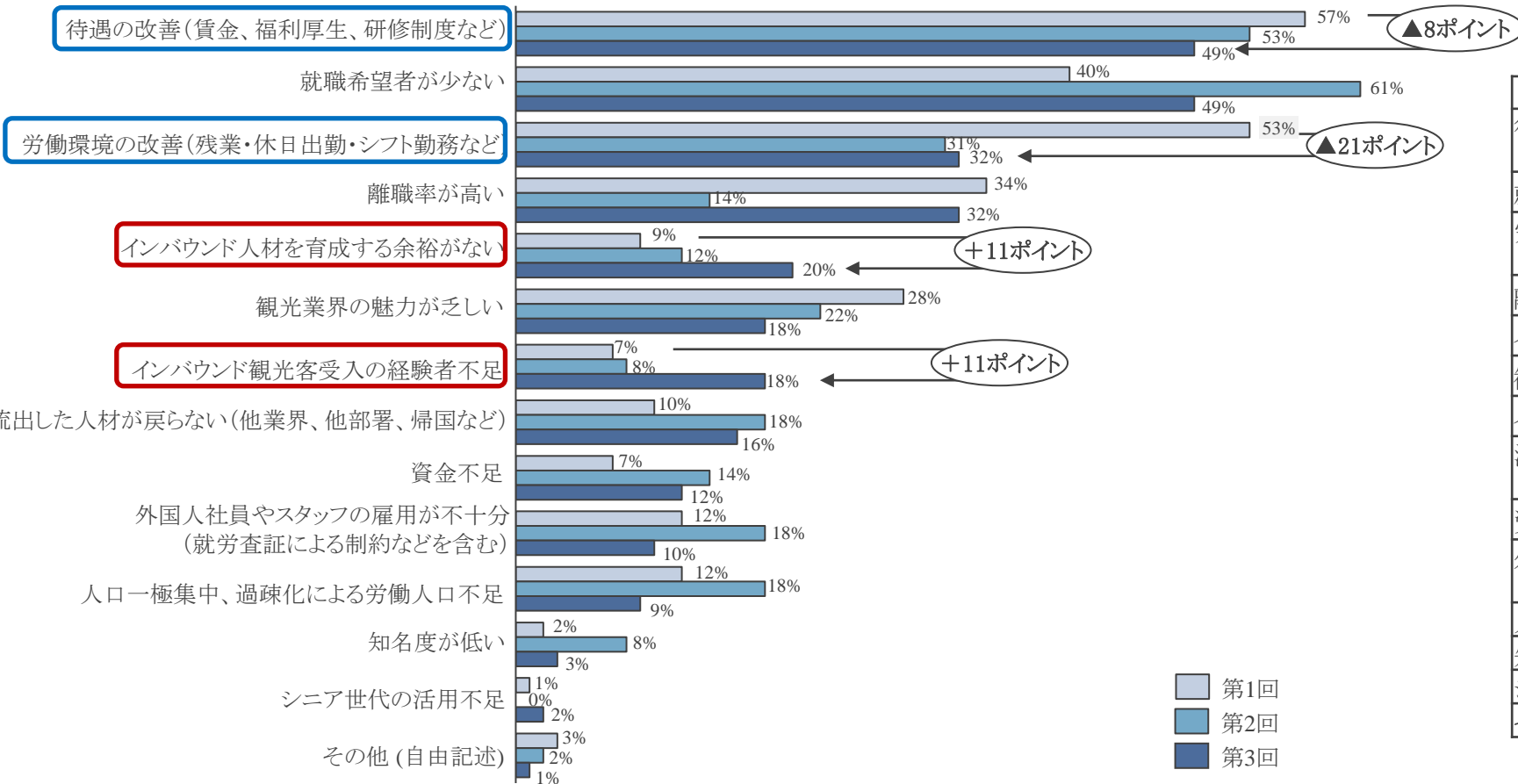


## 【時系列】インバウンド観光客受入の課題について(人手不足・人材不足)

- 「待遇の改善」並びに「労働環境の改善」は依然大きな課題ではあるものの3回の調査を通じて減少傾向にある。一方「就職希望者が少ない」は第3回調査において第2回調査時点よりも改善をしたものの第1回調査時点より9ポイント増加しており引き続き注視が必要。また「インバウンド人材育成」「インバウンド観光客受入経験者不足」も増加傾向にある。

「人手不足・人材不足」について、考えられる要因について

第1回 n=86 / 第2回 n=49 / 第3回 n=90 すべて複数回答



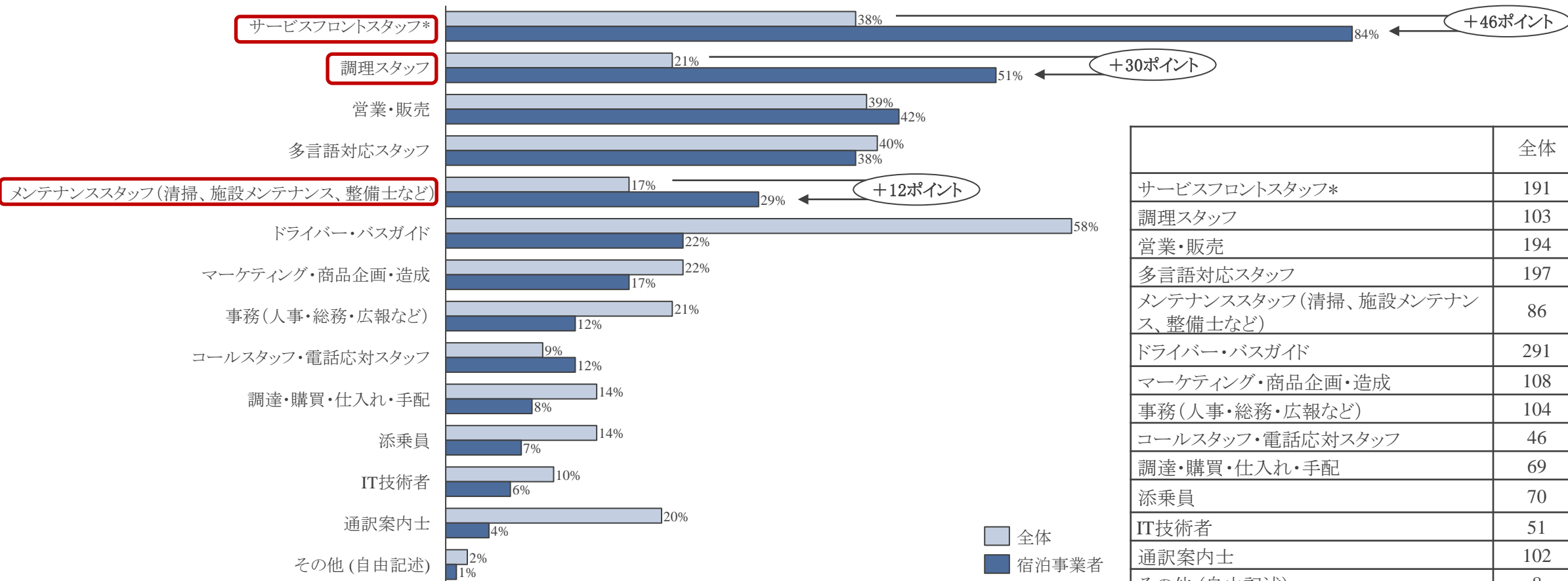
	第1回	第2回	第3回
待遇の改善(賃金、福利厚生、研修制度など)	49	26	44
就職希望者が少ない	34	30	44
労働環境の改善(残業・休日出勤・シフト勤務など)	46	15	29
離職率が高い	29	7	29
インバウンド人材を育成する余裕がない	8	6	18
観光業界の魅力が乏しい	24	11	16
インバウンド観光客受入の経験者不足	6	4	16
流出した人材が戻らない(他業界、他部署、帰国など)	9	9	14
資金不足	6	7	11
外国人社員やスタッフの雇用が不十分(就労査証による制約などを含む)	10	9	9
人口一極集中、過疎化による労働人口不足	10	9	8
知名度が低い	2	4	3
シニア世代の活用不足	1	0	2
その他(自由記述)	3	1	1

# インバウンド観光客受入の課題について

- ・ 宿泊事業者という特性もあり「サービスフロントスタッフ」「調理スタッフ」「メンテナンススタッフ」といったオペレーション関連人材の不足が全体よりも大きく目立っている。

「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

全体 n=498 / 宿泊事業者 n=143 / 共に複数回答



	全体	宿泊事業者
サービスフロントスタッフ*	191	76
調理スタッフ	103	46
営業・販売	194	38
多言語対応スタッフ	197	34
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	26
ドライバー・バスガイド	291	20
マーケティング・商品企画・造成	108	15
事務(人事・総務・広報など)	104	11
コールスタッフ・電話対応スタッフ	46	11
調達・購買・仕入れ・手配	69	7
添乗員	70	6
IT技術者	51	5
通訳案内士	102	4
その他(自由記述)	8	1

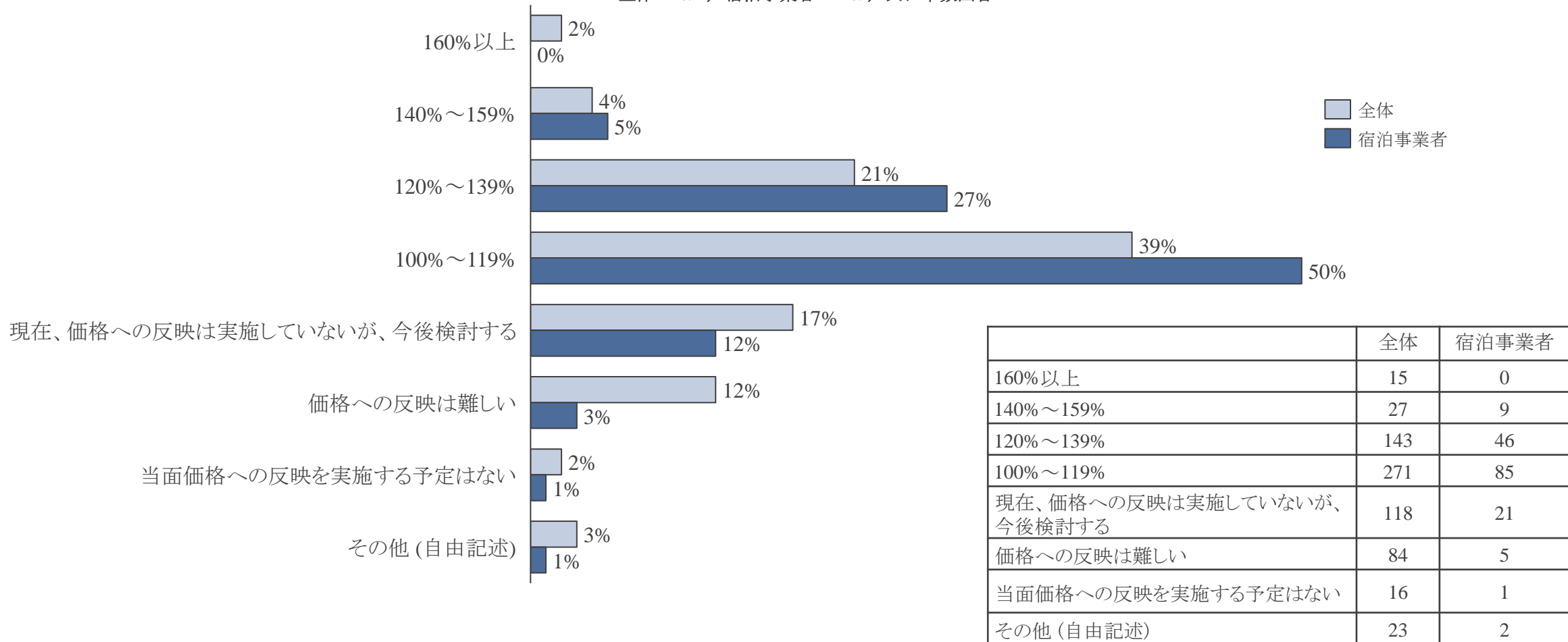
サービスフロントスタッフ\*: 旅行カウンター、受付、ホテルフロント、コンシェルジュ、レストランホールスタッフなど

# 観光事業者のコスト上昇について

- コスト上昇分の価格への反映は82%が反映済みとなっており全体の66%を大きく上回っている。

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 / 宿泊事業者 n=169 / 共に単数回答

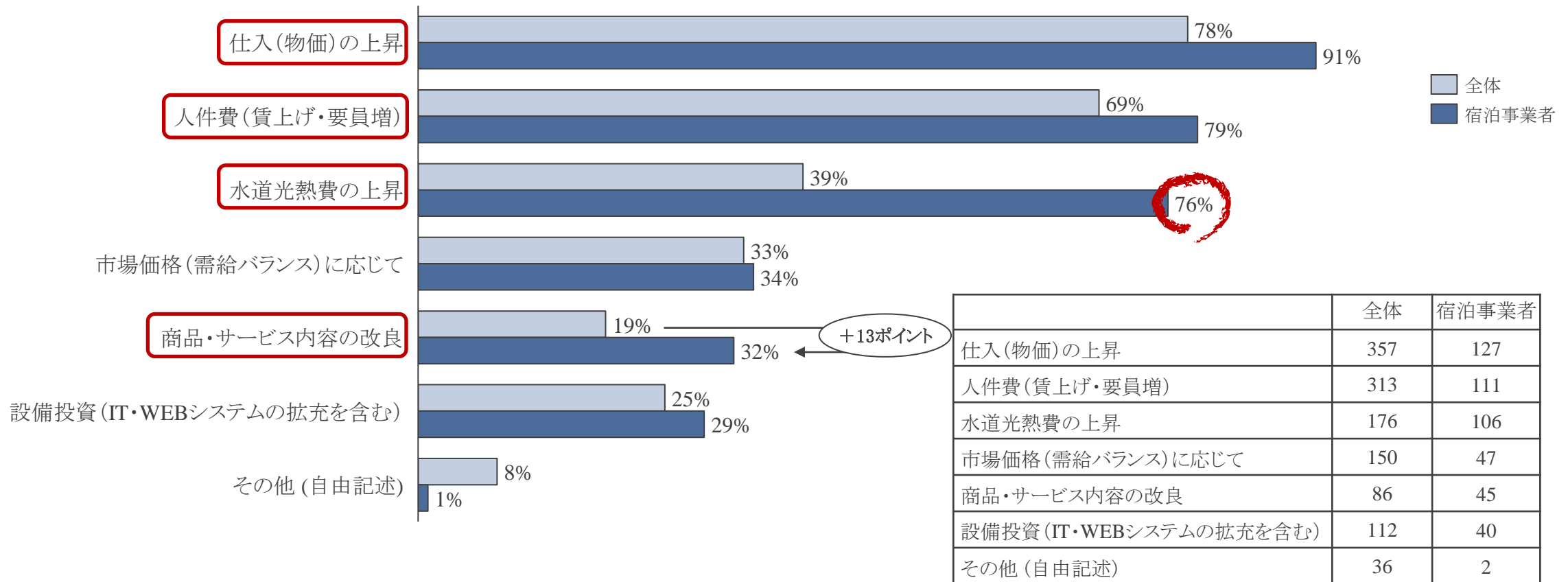


## 観光事業者のコスト上昇について

- コスト上昇の主要因は全体同様の要因である「仕入の上昇」「人件費」に加え「水道光熱費」が大きなウェイトを占めている。また「商品・サービス内容の改良」という積極的な理由が全体よりも高い点も特徴として挙げられる。

価格への反映をするに至った理由について

全体 n=456 / 宿泊事業者 n=140 / 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

