

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(東北支部)

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

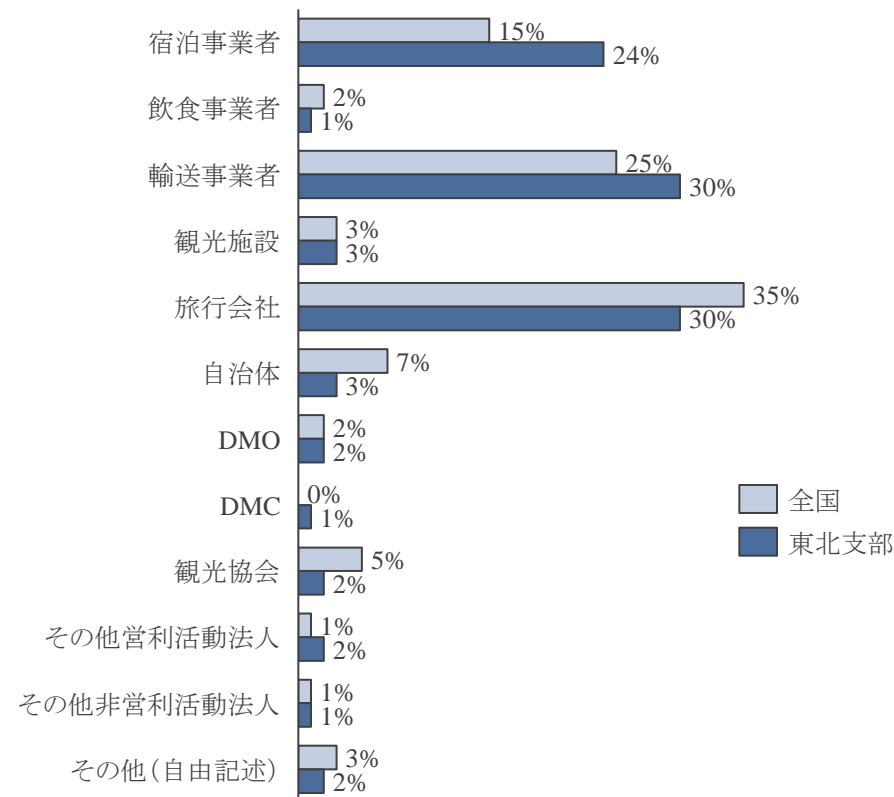
調査実施期間:2024年7月1日(月)~7月22日(月)

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、宿泊事業者(24%)と輸送事業者(30%)が全国より比率が高い点が特徴的である。一方で旅行会社は30%と全国を下回った。

事業拠点・所在、事業形態
 全国 n=1,161 / 東北支部 n=126 / 共に 単数回答

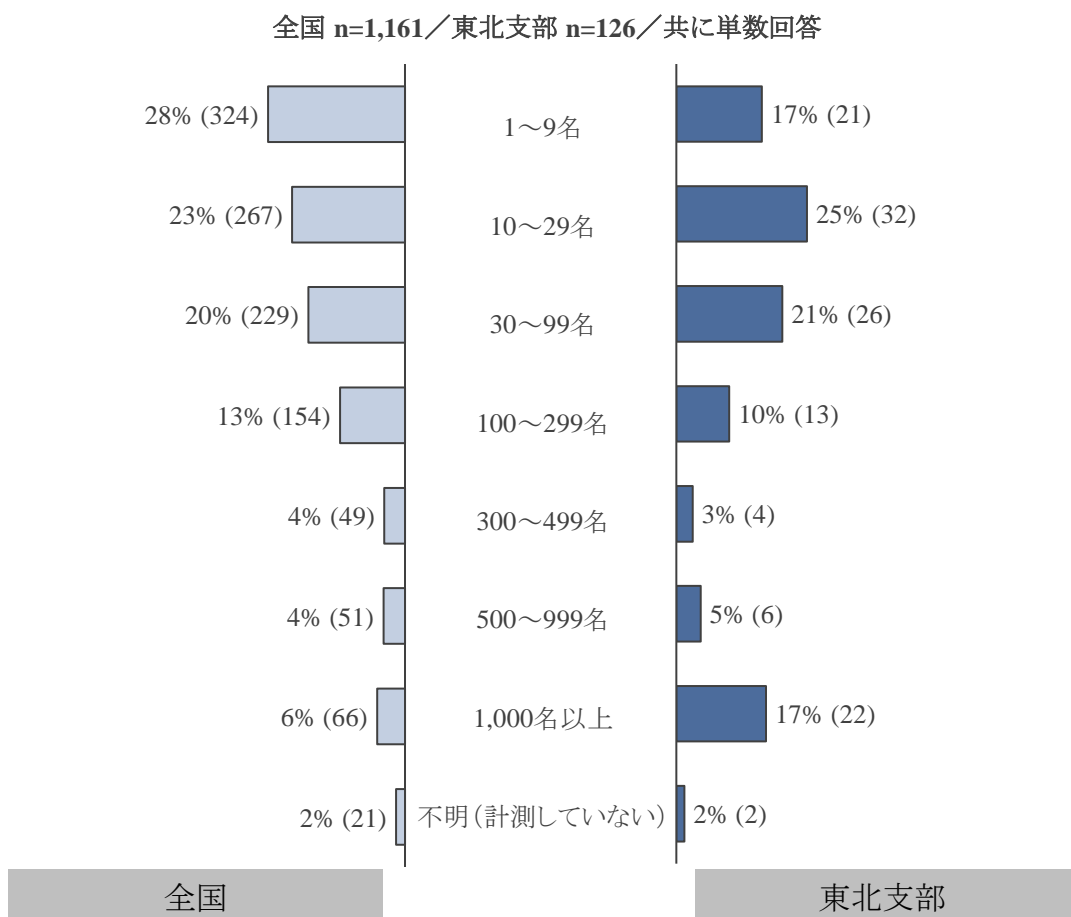
業種	全国	東北	全都道府県	青森県	岩手県	宮城県	秋田県	山形県	福島県
宿泊事業者	176	30	2	2	5	5	20	2	2
飲食事業者	27	1		1	1	1	1	1	1
輸送事業者	285	38		7	20	7	3	9	5
観光施設	39	4					3		1
旅行会社	406	38	10	11	6	15	10	7	13
自治体	86	4		1	1		1		1
DMO	27	3					2	1	
DMC	3	1				1			
観光協会	54	2	1			1			
その他営利活動法人	8	2	1						
その他非営利活動法人	13	1				2			
その他(自由記述)	37	2					1		1
合計	1161	126	14	22	33	32	41	20	24



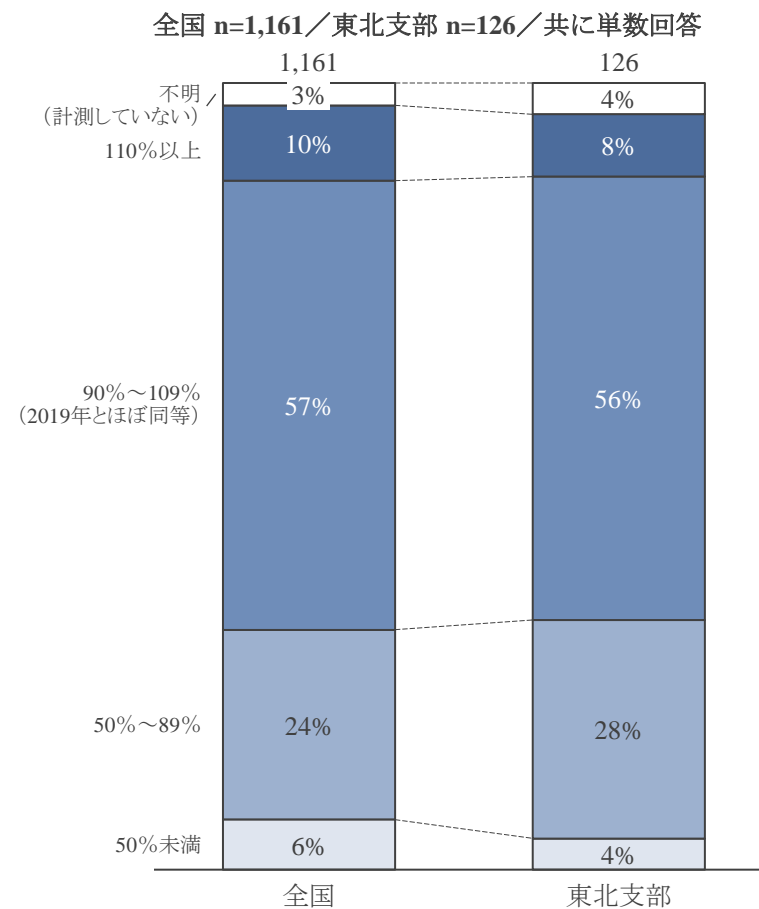
従業員数について

- 従業員数については、コロナ禍以前に100名以上の比率が35%と全国(27%)よりも高く、中でも1,000名以上であったとの回答が17%を占める。現在の従業員数の戻り具合は全国と同傾向にあり、2019年比90%以上になったとの回答が64%(全国は67%)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



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

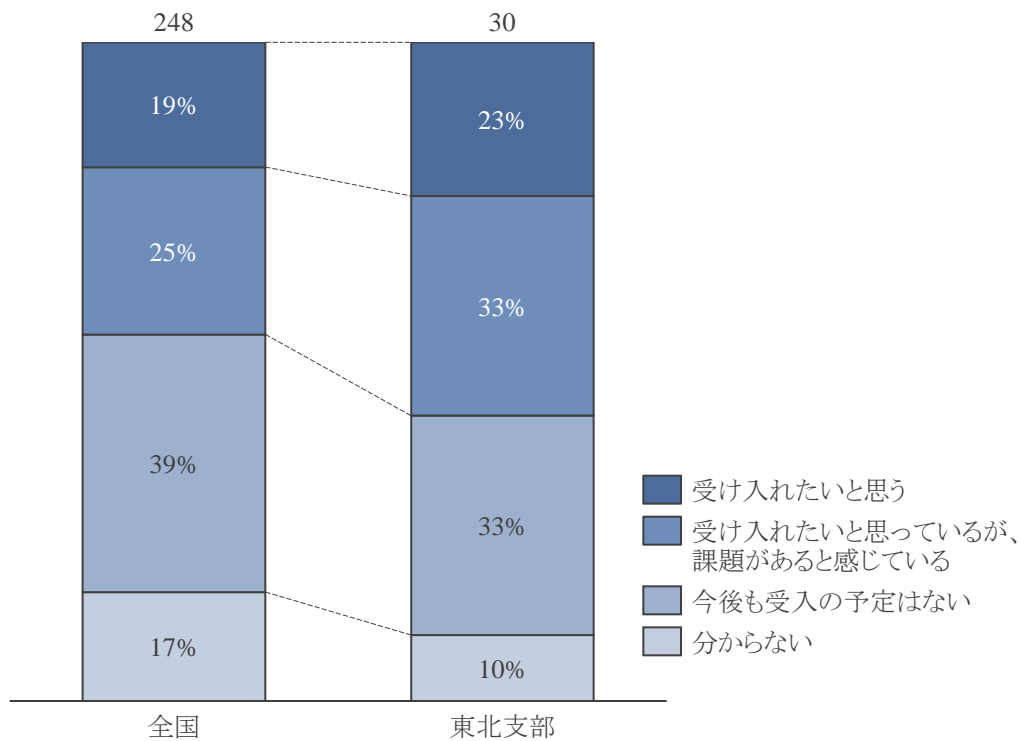


インバウンド観光客受け入れ計画

- 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、56%が前向きな回答であり全国(44%)よりも高い。また課題については上位はほぼ全国と同じ傾向にある。

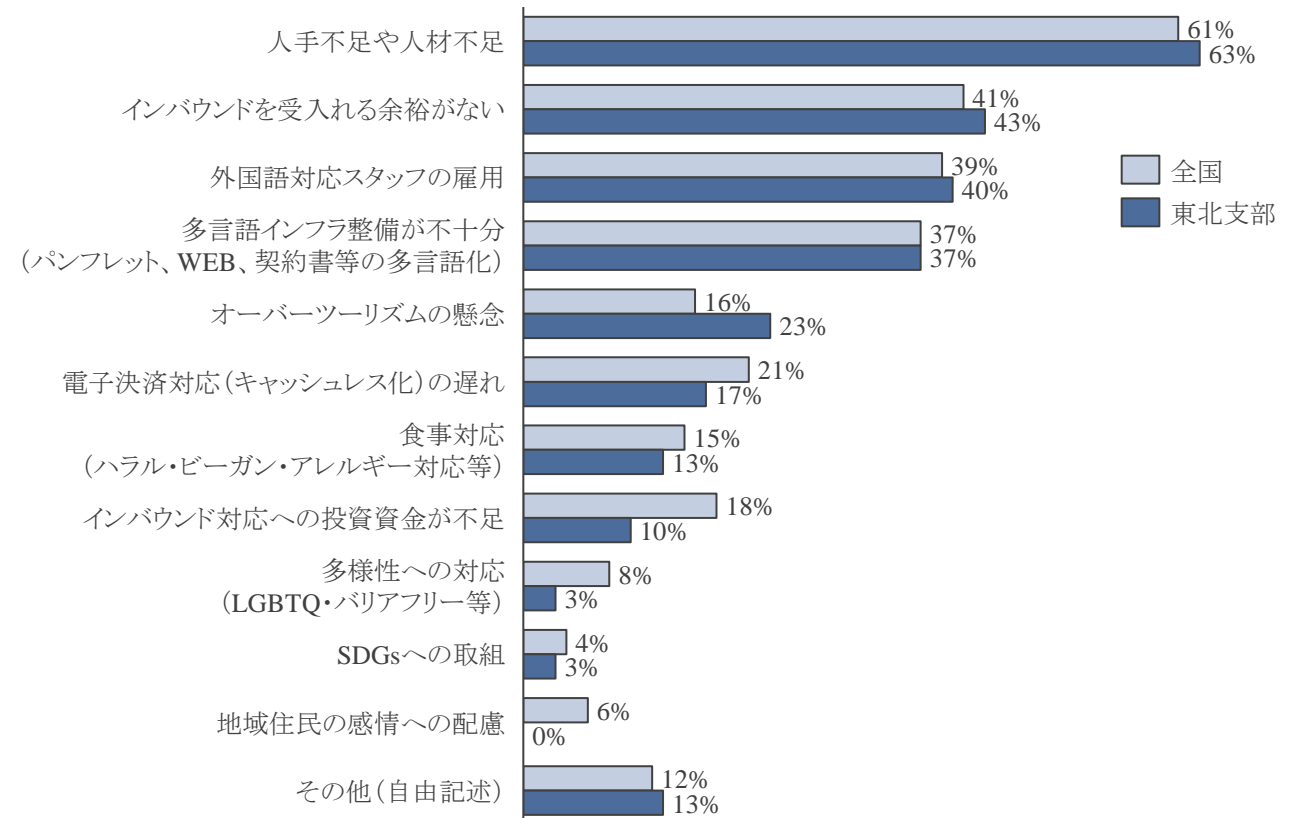
将来、インバウンド観光客を受け入れ計画

全国 n=248 / 東北支部 n=30 / 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

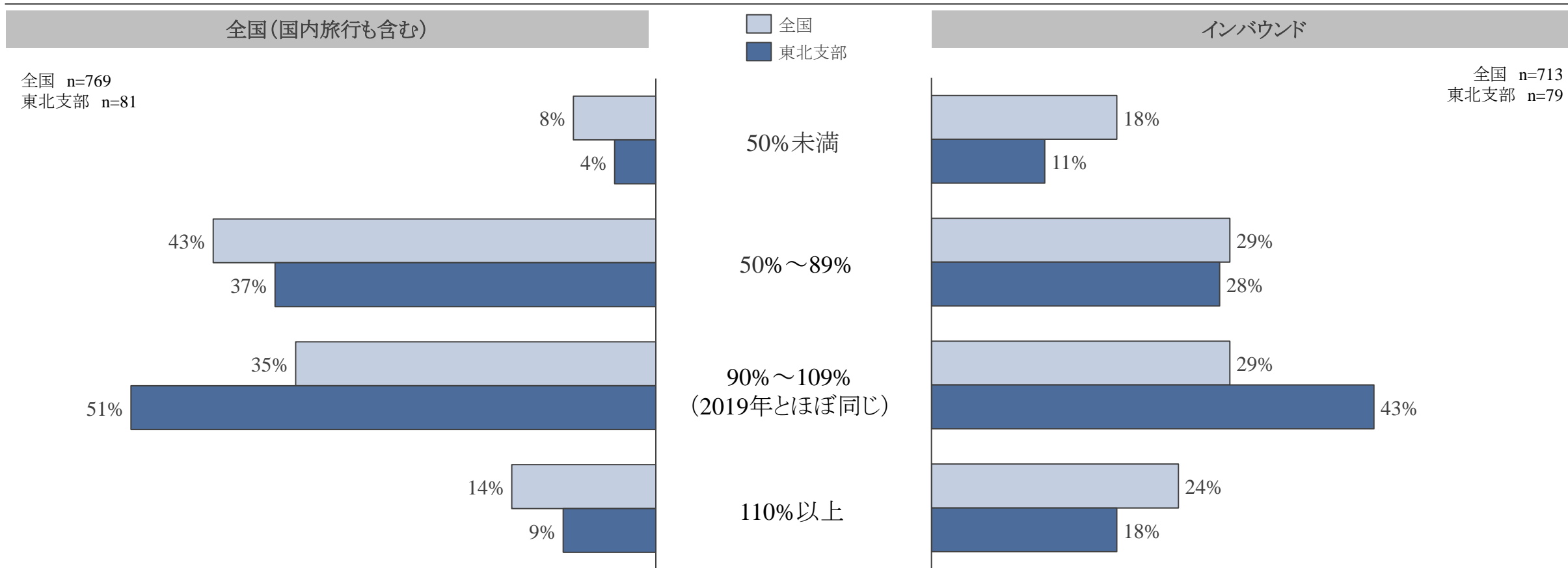
全国 n=248 東北支部 n=30 / 共に複数回答



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、2019年比90%以上回復しているとの回答が60%と全国(49%)を上回っている。インバウンドについても、61%と全国(53%)を上回っており、全国よりも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

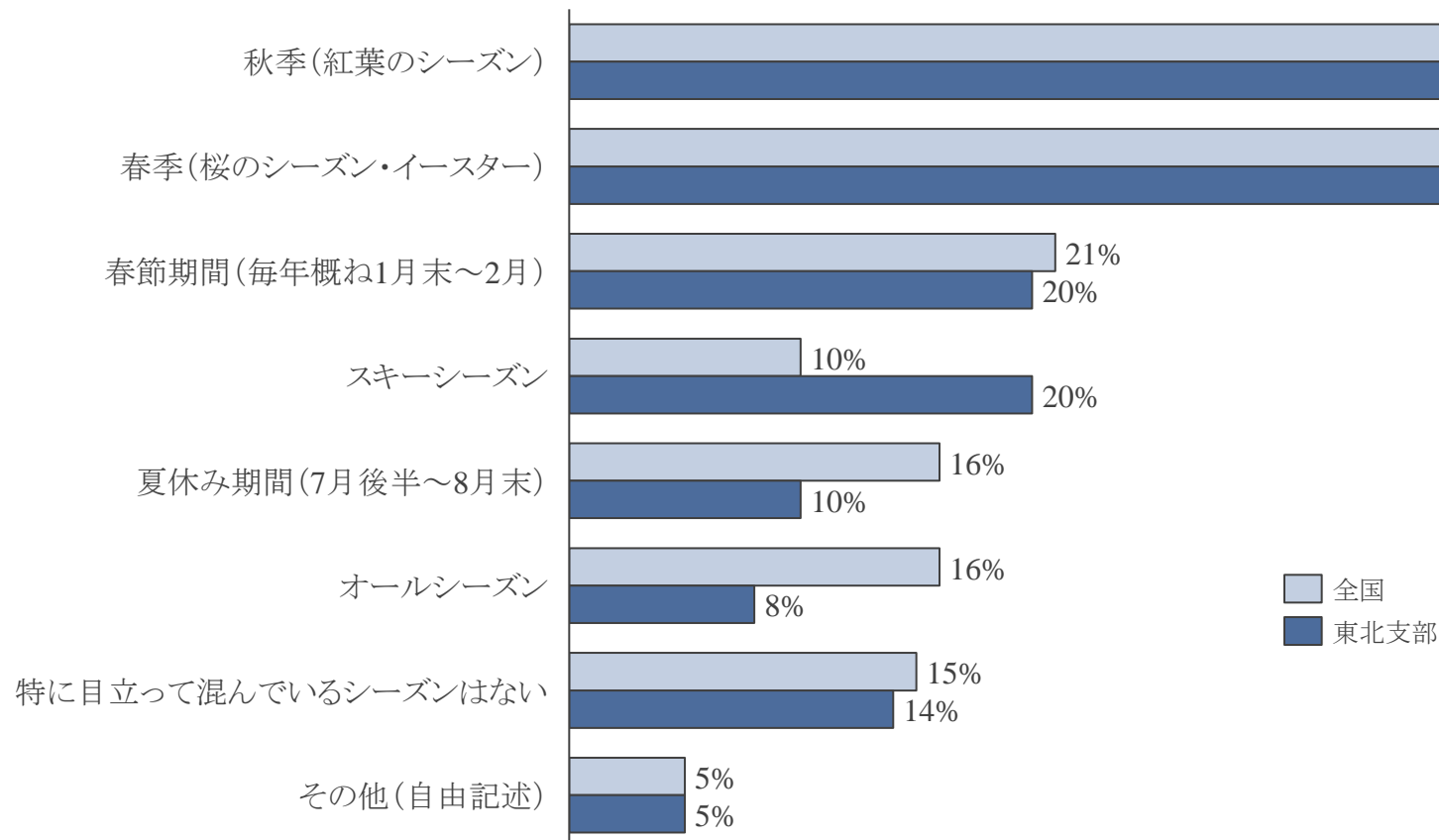


インバウンド観光客の多い時期について

- インバウンド観光客が春季や秋季に集中するという点は全国と同様であるが、全国よりも秋季に集中する傾向が高い。スキーシーズンは全国を上回っている一方、夏休みやオールシーズンは全国を下回っている。

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

全国 n=913 / 東北支部 n=96 / 共に複数回答



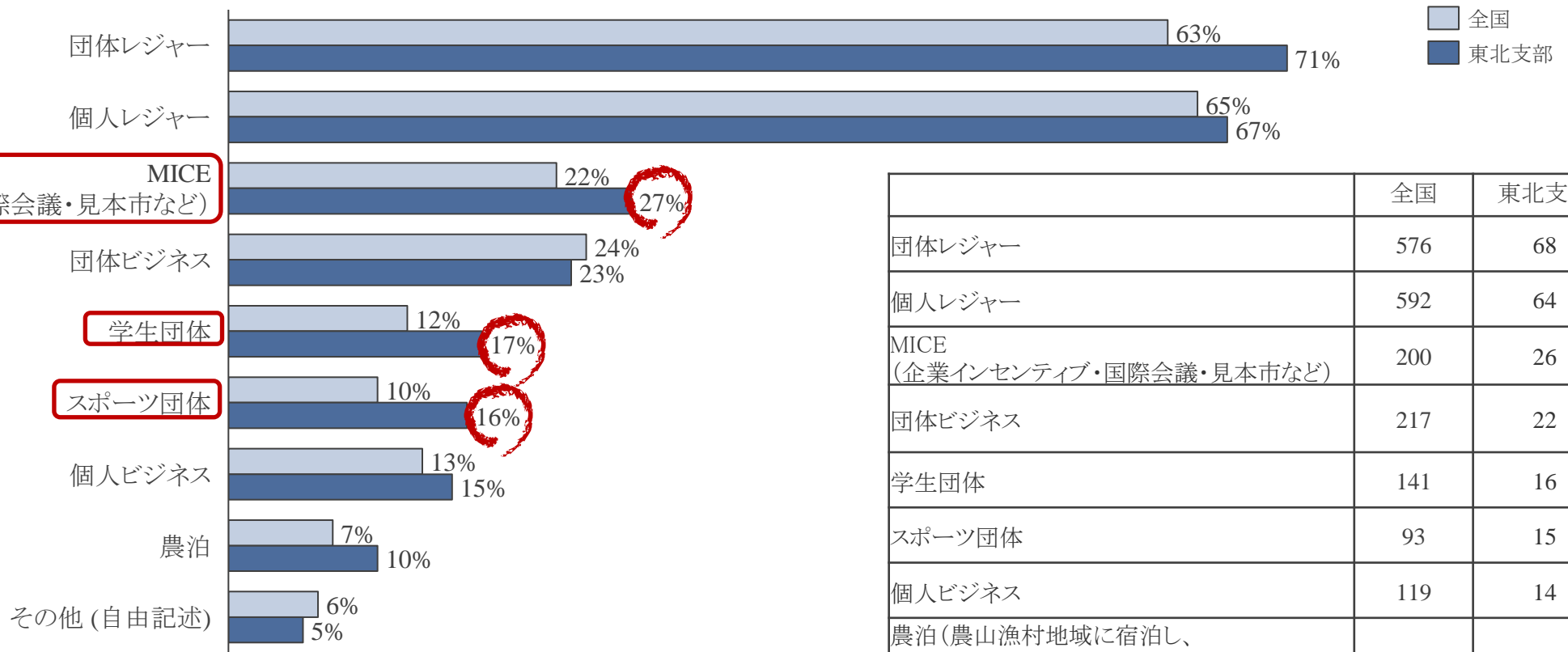
	全国	東北支部
秋季(紅葉のシーズン)	379	54
春季(桜のシーズン・イースター)	413	42
春節期間(毎年概ね1月末～2月)	195	19
スキーシーズン	91	19
夏休み期間(7月後半～8月末)	149	10
オールシーズン	146	8
特に目立って混んでいるシーズンはない	138	13
その他(自由記述)	47	5

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全国同様レジャー(団体・個人)が中心となっている。また団体ビジネスを除き比率が全国を上回っており、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 / 東北支部 n=96 / 共に複数回答



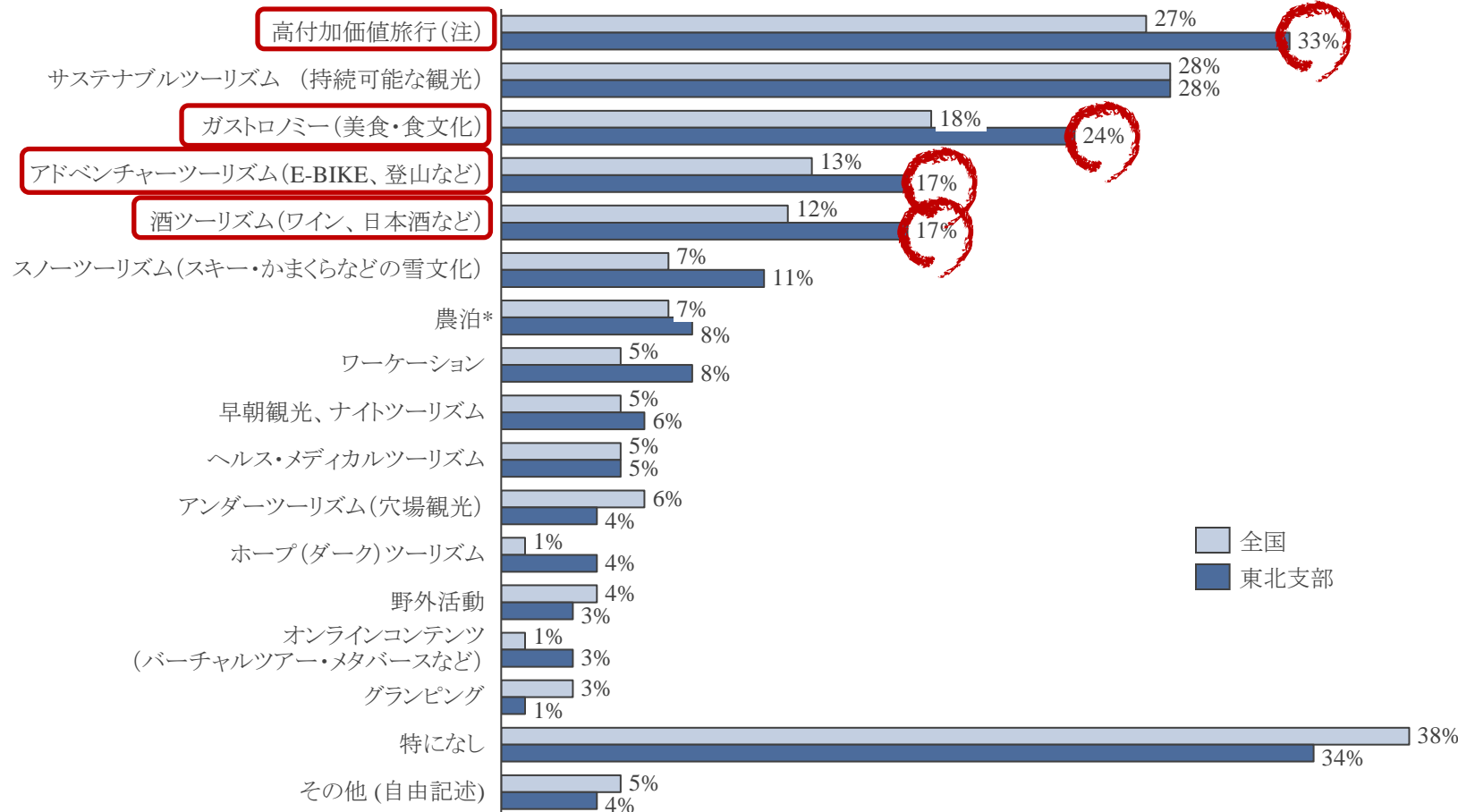
	全国	東北支部
団体レジャー	576	68
個人レジャー	592	64
MICE (企業インセンティブ・国際会議・見本市など)	200	26
団体ビジネス	217	22
学生団体	141	16
スポーツ団体	93	15
個人ビジネス	119	14
農泊(農山漁村地域に宿泊し、滞在中に豊かな地域資源を活用した食事や体験等を楽しむ)	65	10
その他(自由記述)	51	5

旅行・観光関連コンテンツについて

- 全国同様「高付加価値旅行」、「サステナブルツーリズム」への関心が高い。上位の項目を中心に多くの項目で全国を上回る比率となっており関心の高さが伺える。

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

全国 n=913 / 東北支部 n=96 / 共に複数回答



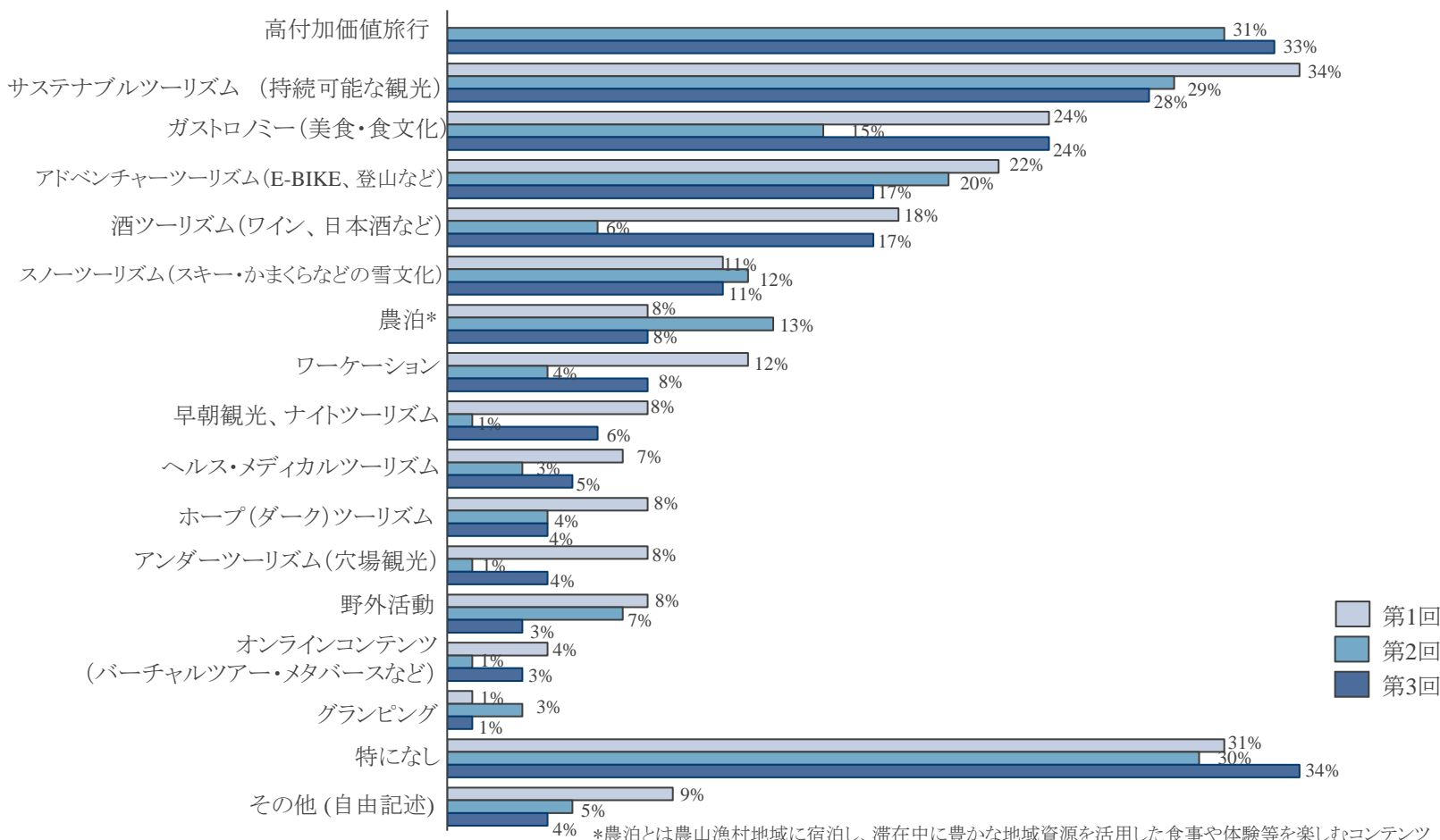
	全国	東北支部
高付加価値旅行(注)	256	32
サステナブルツーリズム (持続可能な観光)	251	27
ガストロノミー(美食・食文化)	162	23
アドベンチャーツーリズム (E-BIKE、登山など)	118	16
酒ツーリズム(ワイン、日本酒など)	105	16
スノーツーリズム (スキー・かまくらなどの雪文化)	62	11
農泊(農山漁村地域に宿泊し、滞在中に豊かな地域資源を活用した食事や体験等を楽しむ)	68	8
ワーケーション	47	8
早朝観光、ナイトツーリズム	42	6
ヘルス・メディカルツーリズム	47	5
アンダーツーリズム(穴場観光)	53	4
ホープ(ダーク)ツーリズム	11	4
野外活動	23	3
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	3
グランピング	23	1
特になし	350	33
その他(自由記述)	47	4

【時系列】旅行・観光関連コンテンツについて

- 第2回調査より追加をした「高付加価値旅行」が第2回調査、第3回調査においてトップとなり関心の高さが伺える。また2位の「サステナブルツーリズム」も3回の調査を通じて大きな関心が寄せられている。

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=107 / 第2回 n=104 / 第3回 n=96 すべて複数回答



	第1回	第2回	第3回
高付加価値旅行(注)	-	32	32
サステナブルツーリズム (持続可能な観光)	36	30	27
ガストロノミー(美食・食文化)	26	16	23
アドベンチャーツーリズム (E-BIKE、登山など)	24	21	16
酒ツーリズム(ワイン、日本酒など)	19	6	16
スノーツーリズム (スキー・かまくらなどの雪文化)	12	12	11
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	13	8
ワーケーション	13	4	8
早朝観光、ナイトツーリズム	8	1	6
ヘルス・メディカルツーリズム	7	3	5
ホープ(ダーク)ツーリズム	8	4	4
アンダーツーリズム(穴場観光)	9	1	4
野外活動	9	7	3
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	3
グランピング	1	3	1
特になし	33	31	33
その他(自由記述)	10	5	4

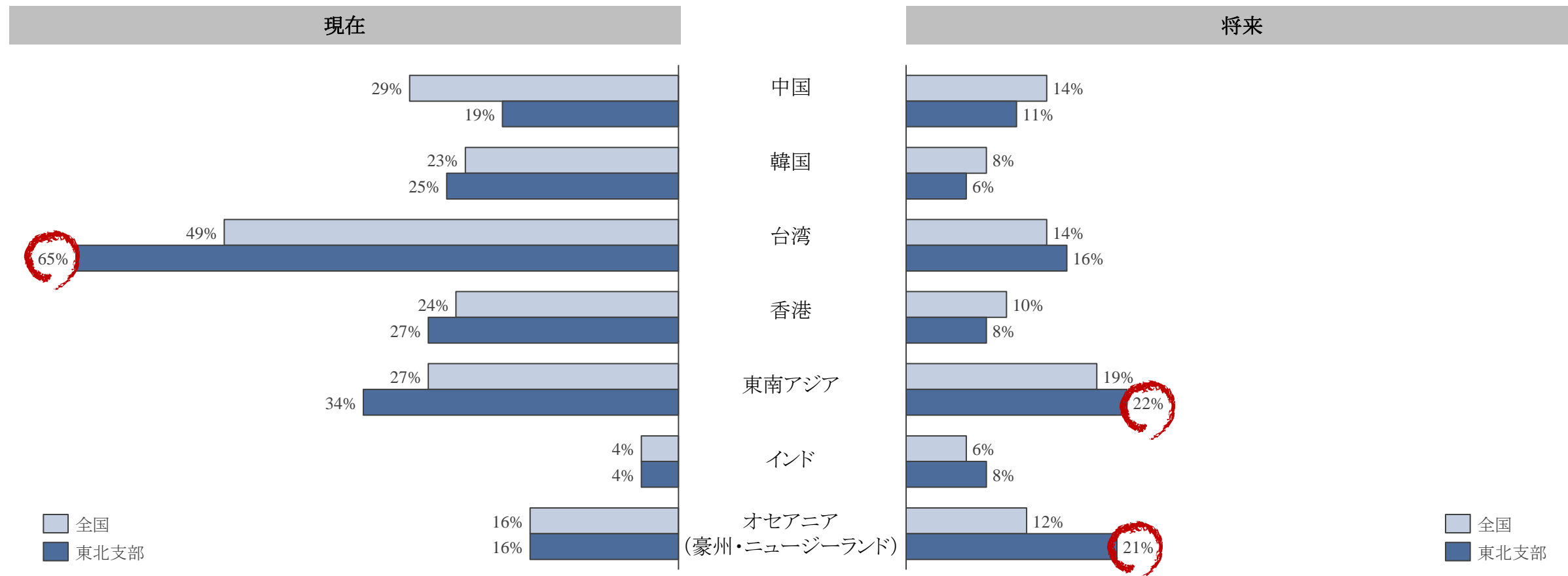
備考: 第1回調査で「高付加価値旅行」の選択肢はない

インバウンド重点市場について(アジア・オセアニア)

- 現在においては台湾の比率が全国よりも16ポイント高く、受け入れの中心となっている。将来においては東南アジアやオセアニアや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 / 東北支部 n=96 / 共に複数回答

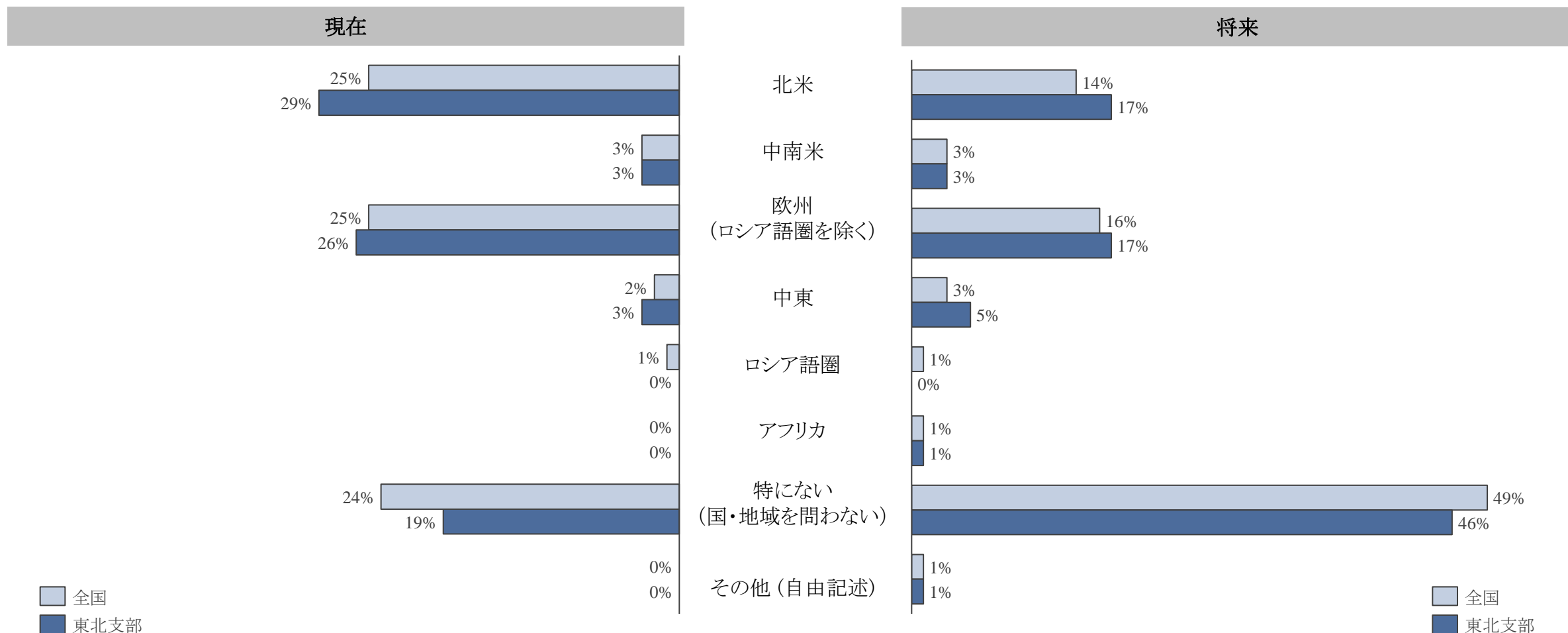


インバウンド重点市場について(欧米・その他地域)

- 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。また全国同様強化していく国や地域を特定していない割合も46%と高く、広く受け入れていく方向性が伺える。

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

全国 n=913 / 東北支部 n=96 / 共に複数回答

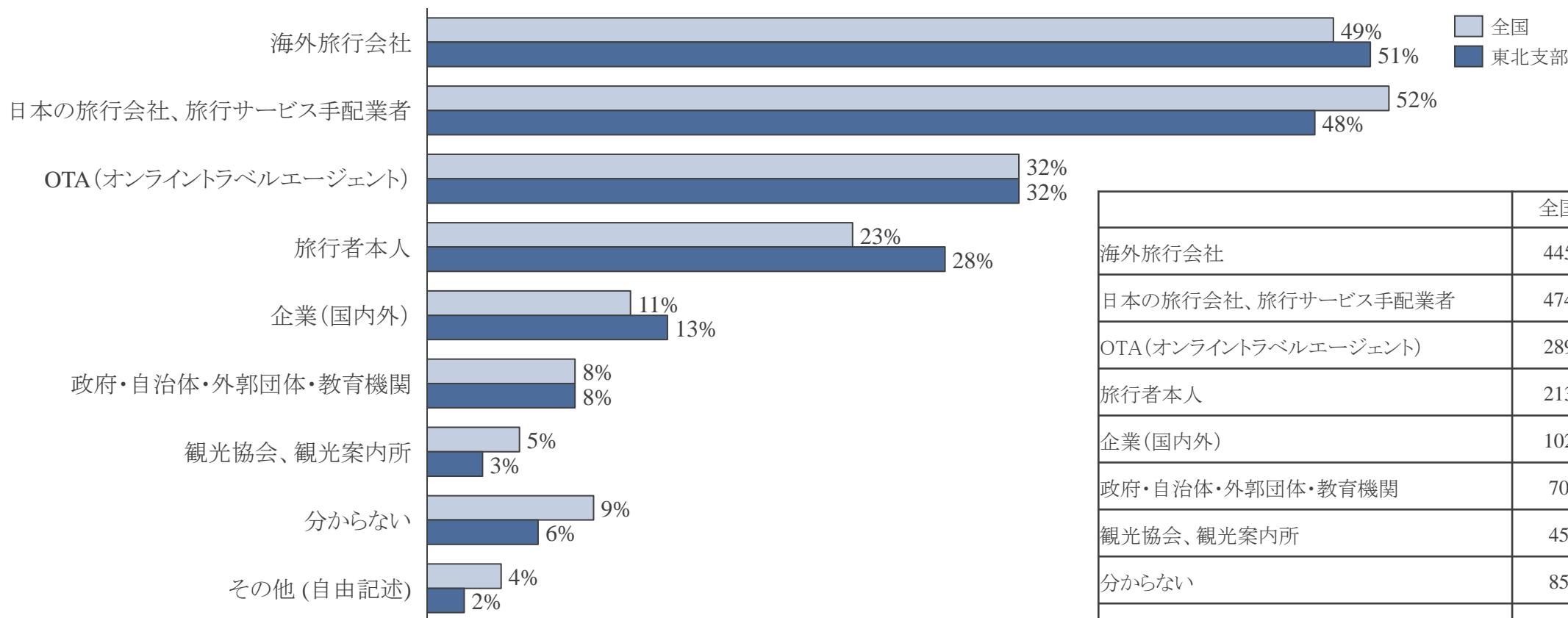


予約チャンネルについて

- 全国同様国内外の「旅行会社」を通じた予約が多い。全体的に全国と同じような傾向にある。

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 / 東北支部 n=96 / 共に複数回答



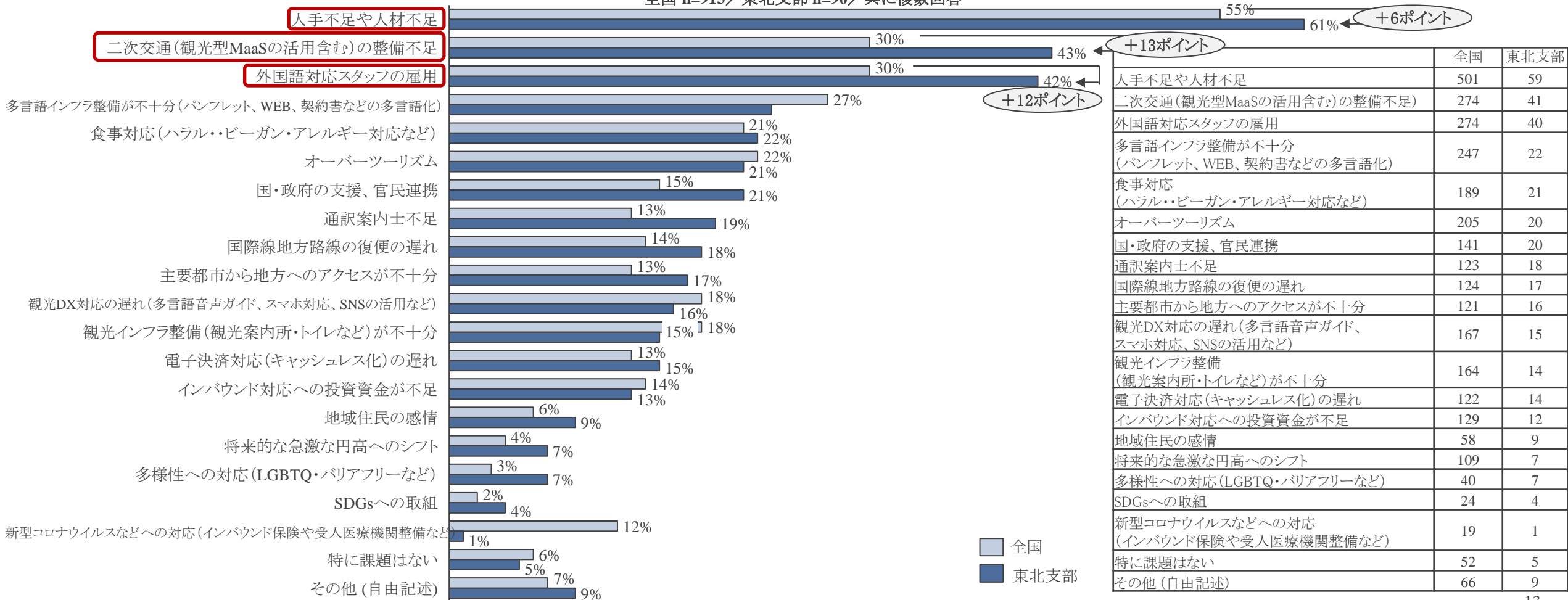
	全国	東北支部
海外旅行会社	445	49
日本の旅行会社、旅行サービス手配業者	474	46
OTA (オンライントラベルエージェント)	289	31
旅行者本人	213	27
企業(国内外)	102	12
政府・自治体・外郭団体・教育機関	70	8
観光協会、観光案内所	45	3
分からない	85	6
その他 (自由記述)	33	2

インバウンド観光客受入の課題について(現在)

- 現在の課題に関しては、概ね全国を上回るものが多い。特に上位を占める「人手不足や人材不足」、「二次交通の整備不足」、「外国語対応スタッフの雇用」については、全国に比べ比率が高く深刻であることが伺える。

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 / 東北支部 n=96 / 共に複数回答

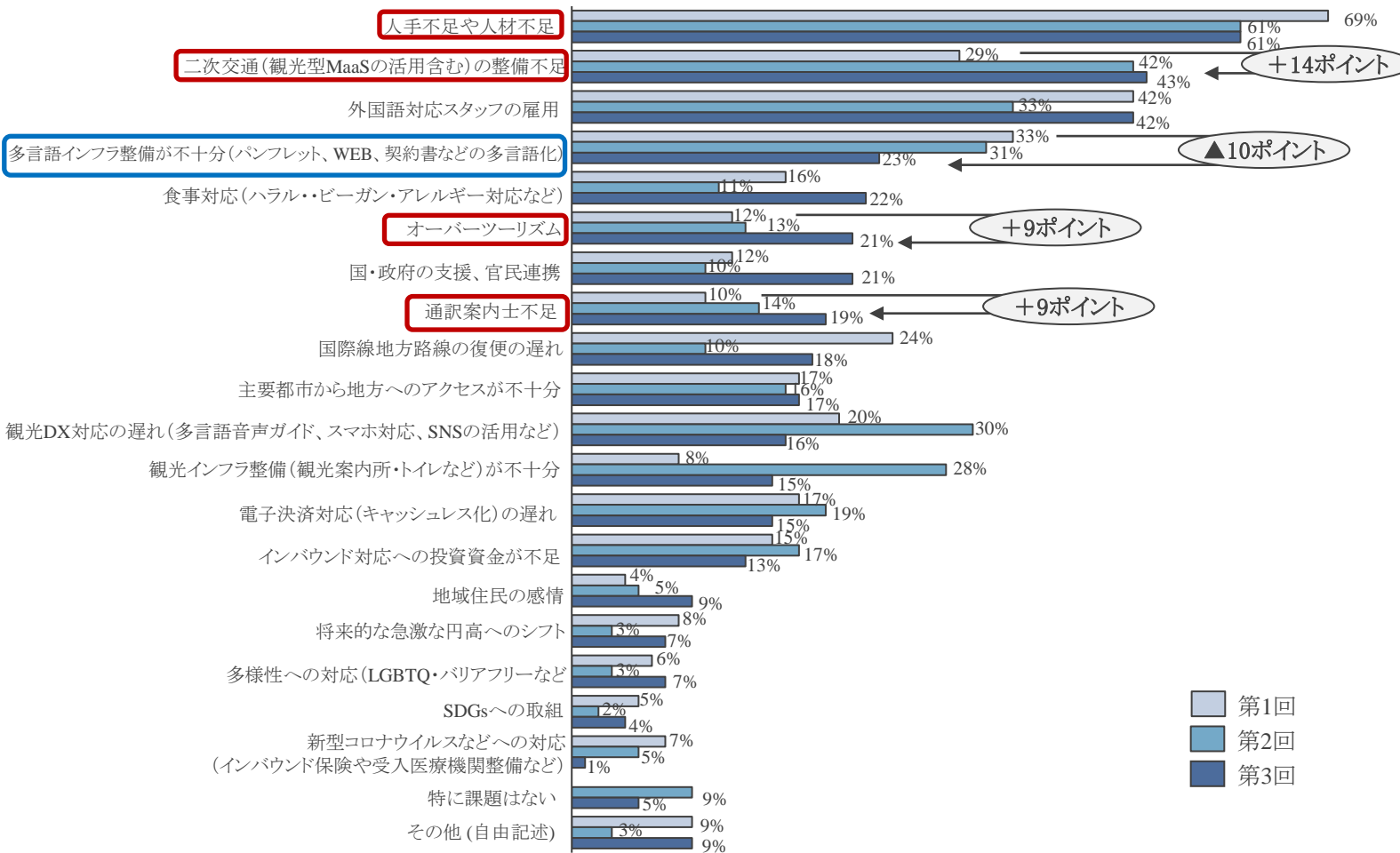


【時系列】インバウンド観光客受入の課題について(現在)

- 過去3回通じて「人手不足や人材不足」が最大の課題であり、減少傾向にはあるものの依然2位以下を大きく引き離している。「二次交通の整備不足」「オーバーツーリズム」「通訳案内士不足」が第1回調査時点から徐々に比率が上がっており引き続き注視が必要と考えられる。「多言語インフラ整備」については比率が下がっており整備が進んでいることが伺える。

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=107 / 第2回 n=104 / 第3回 n=96 すべて複数回答



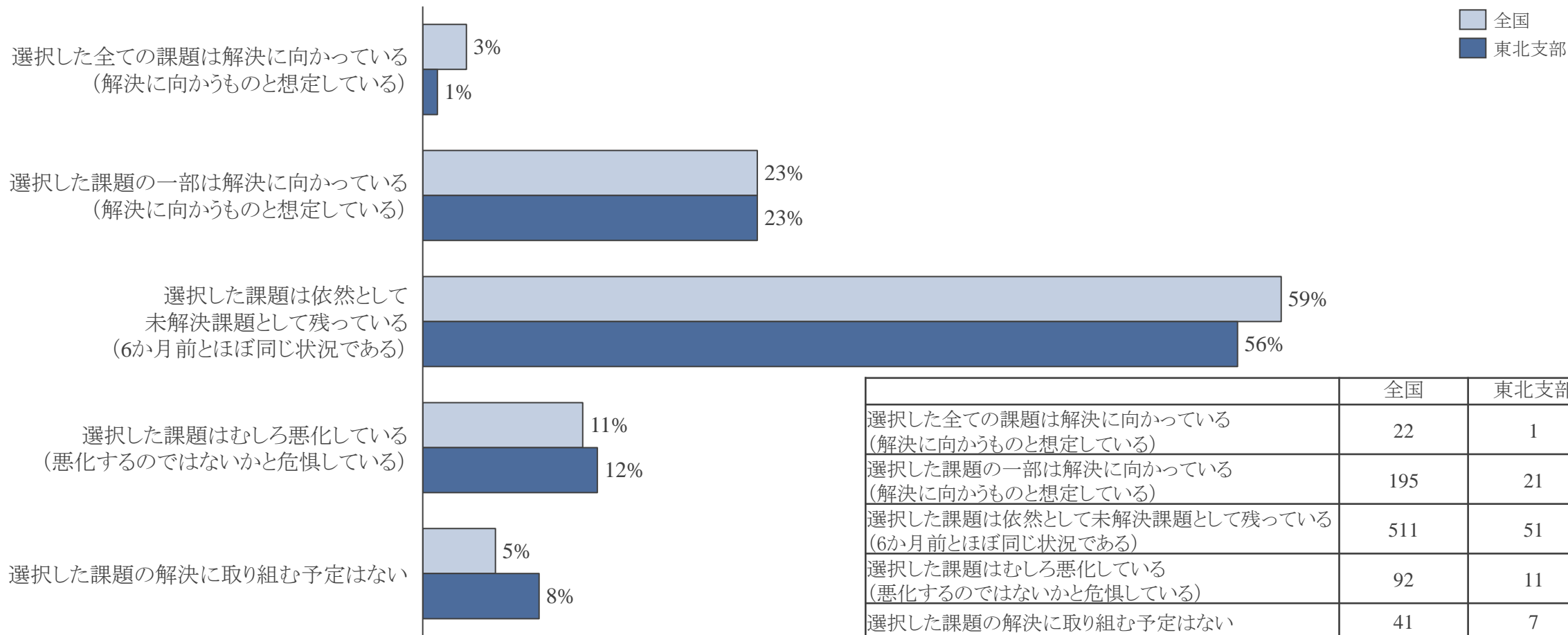
	第1回	第2回	第3回
人手不足や人材不足	74	63	59
二次交通(観光型MaaSの活用含む)の整備不足	31	44	41
外国語対応スタッフの雇用	45	34	40
多言語インフラ整備が不十分(パンフレット、WEB、契約書などの多言語化)	35	32	22
食事対応(ハラル・ビーガン・アレルギー対応など)	17	11	21
オーバーツーリズム	13	14	20
国・政府の支援、官民連携	13	10	20
通訳案内士不足	11	15	18
国際線地方路線の復便の遅れ	26	10	17
主要都市から地方へのアクセスが不十分	18	17	16
観光DX対応の遅れ(多言語音声ガイド、スマホ対応、SNSの活用など)	21	31	15
観光インフラ整備(観光案内所・トイレなど)が不十分	9	29	14
電子決済対応(キャッシュレス化)の遅れ	18	20	14
インバウンド対応への投資資金が不足	16	18	12
地域住民の感情	4	5	9
将来的な急激な円高へのシフト	9	3	7
多様性への対応(LGBTQ・バリアフリーなど)	6	3	7
SDGsへの取組	5	2	4
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)	7	5	1
特に課題はない		9	5
その他(自由記述)	10	3	9

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レベルであるが、「悪化している」「取り組む予定がない」が若干全国より高い傾向にある。

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 / 東北支部 n=91 / 共に単数回答

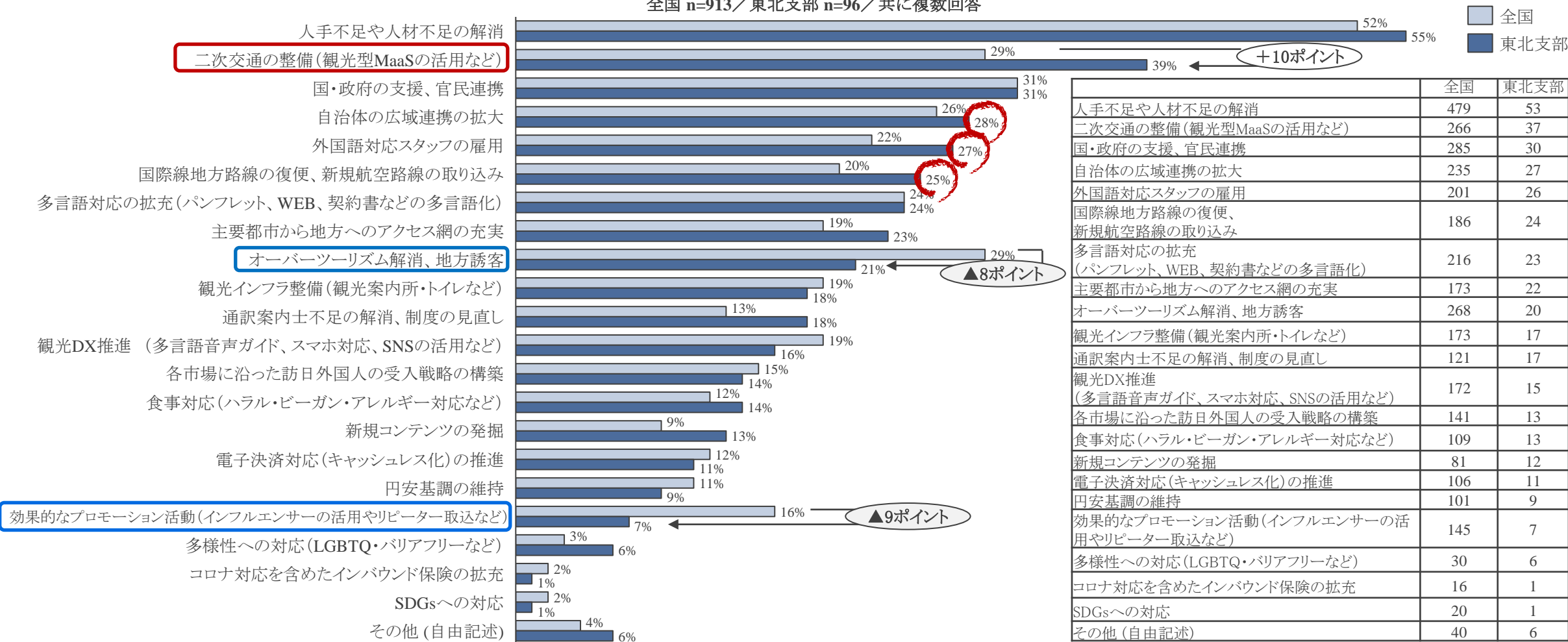


インバウンド観光客受入をさらに伸長させるための条件について(将来)

- 将来の課題については「人手不足や人材不足」が最大の課題であり全国を上回っている。「二次交通の整備」をはじめ上位項目は全国よりも比率が高く大きな課題となっている。一方で「オーバーツーリズム」、「効果的なプロモーション活動」について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 / 東北支部 n=96 / 共に複数回答

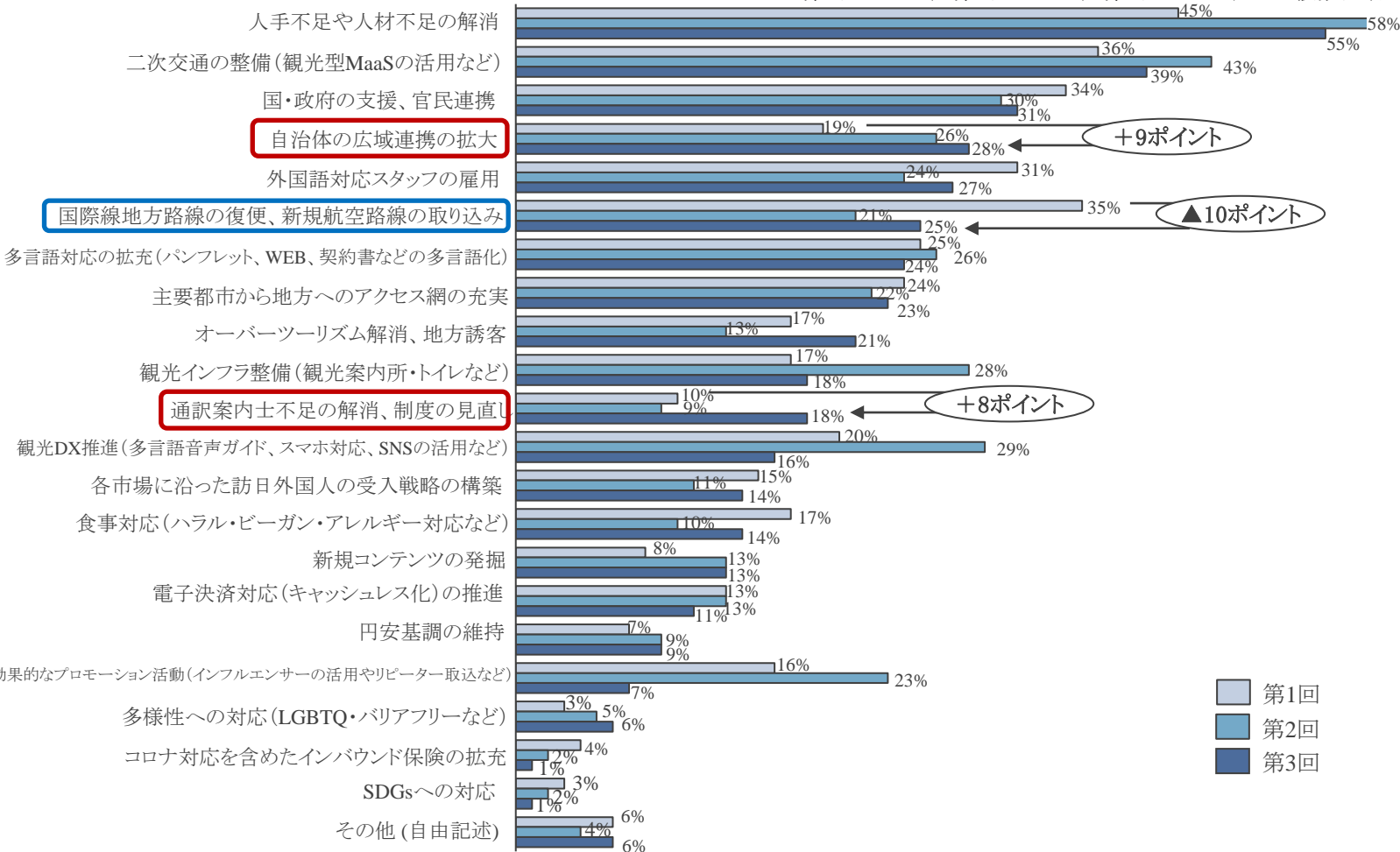


【時系列】インバウンド観光客受入をさらに伸長させるための条件について(将来)

「人手不足・人材不足」が3回の調査を通じて1位。第2回・第3回調査においては比率が50%を超えている。2位の「二次交通の整備」、3位の「国・政府の支援、官民連携」も高止まりの傾向にある。また「自治体の広域連携」は徐々に比率が上昇「通訳案内士不足」も上昇傾向にある。「国際線地方路線の整備」に関しては減少傾向。

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=107 / 第2回 n=104 / 第3回 n=96 すべて複数回答



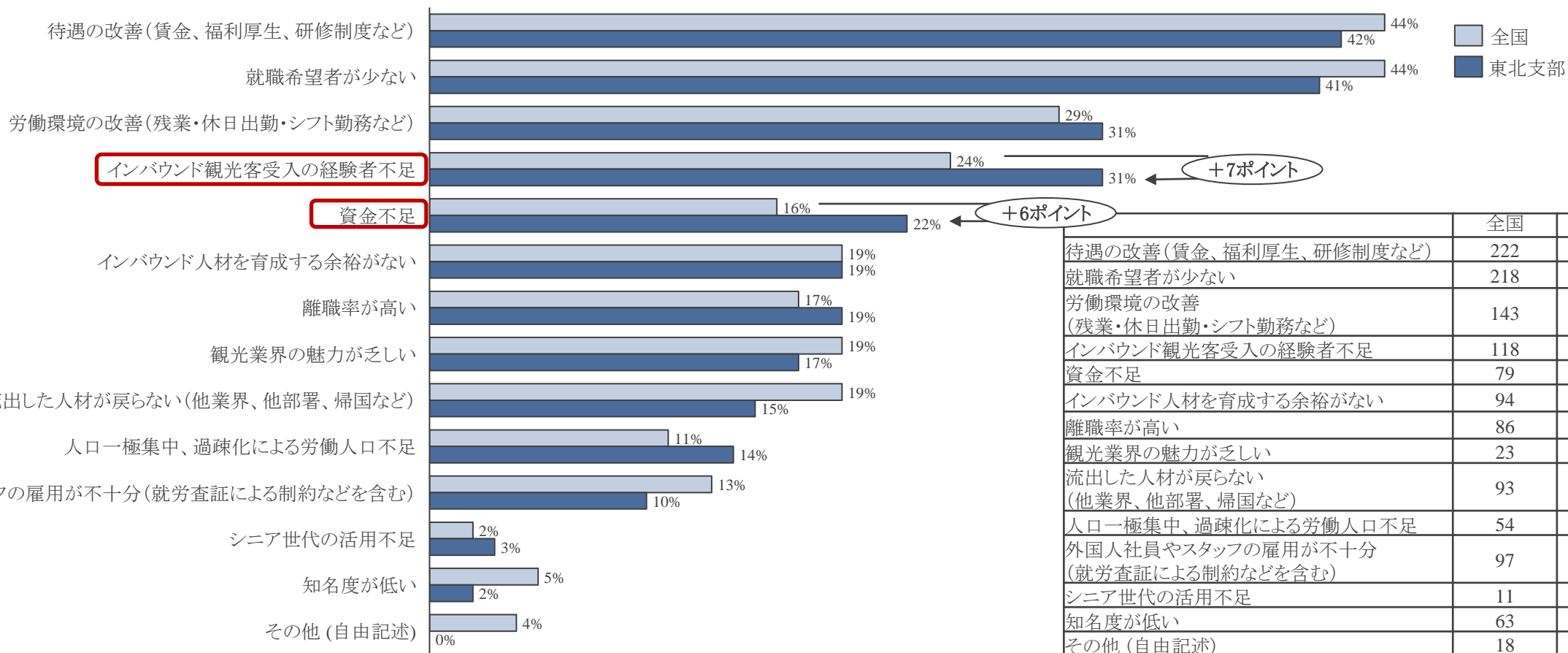
	第1回	第2回	第3回
人手不足や人材不足の解消	48	60	53
二次交通の整備(観光型MaaSの活用など)	38	45	37
国・政府の支援、官民連携	36	31	30
自治体の広域連携の拡大	20	27	27
外国語対応スタッフの雇用	33	25	26
国際線地方路線の復便、新規航空路線の取り込み	37	22	24
多言語対応の拡充(パンフレット、WEB、契約書などの多言語化)	27	27	23
主要都市から地方へのアクセス網の充実	26	23	22
オーバーツーリズム解消、地方誘客	18	21	20
観光インフラ整備(観光案内所・トイレなど)	18	29	17
通訳案内士不足の解消、制度の見直し	11	9	17
観光DX推進(多言語音声ガイド、スマホ対応、SNSの活用など)	21	30	15
各市場に沿った訪日外国人の受入戦略の構築	16	11	13
食事対応(ハラール・ビーガン・アレルギー対応など)	18	10	13
新規コンテンツの発掘	9	13	12
電子決済対応(キャッシュレス化)の推進	14	14	11
円安基調の維持	7	9	9
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)	17	24	7
多様性への対応(LGBTQ・バリアフリーなど)	3	5	6
コロナ対応を含めたインバウンド保険の拡充	4	2	1
SDGsへの対応	3	2	1
その他(自由記述)	6	4	6

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)

- 全国同様「待遇の改善」、「就職希望者が少ない」が上位となっているが全国よりも若干比率が低い。一方「インバウンド受け入れ経験者不足」、「資金不足」に関しては全国に比べて高くなっている。

「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 / 東北支部 n=59 / 共に複数回答

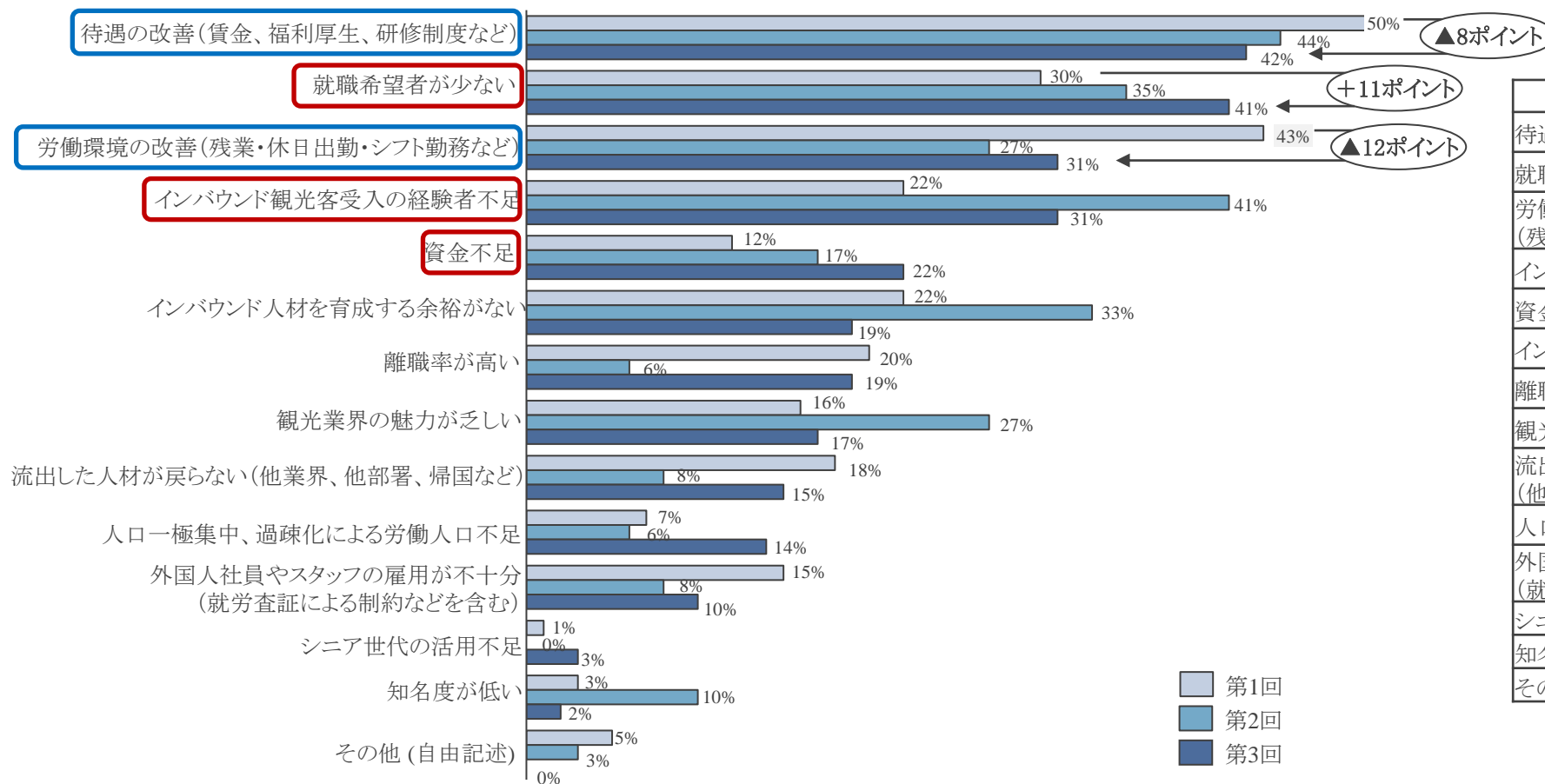


【時系列】インバウンド観光客受入の課題について(人手不足・人材不足)

- 「待遇の改善」が3回の調査を通じて1位も減少傾向。「労働環境の改善」と合わせて改善が進んでいると考えられる。一方「就職希望者が少ない」は徐々に増加し第1回調査時点より11ポイント増加し、「待遇の改善」と1ポイント差となった。また「インバウンド観光客受入の経験者不足」・「資金不足」等も増加傾向にある。

「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=74 / 第2回 n=63 / 第3回 n=59 すべて複数回答



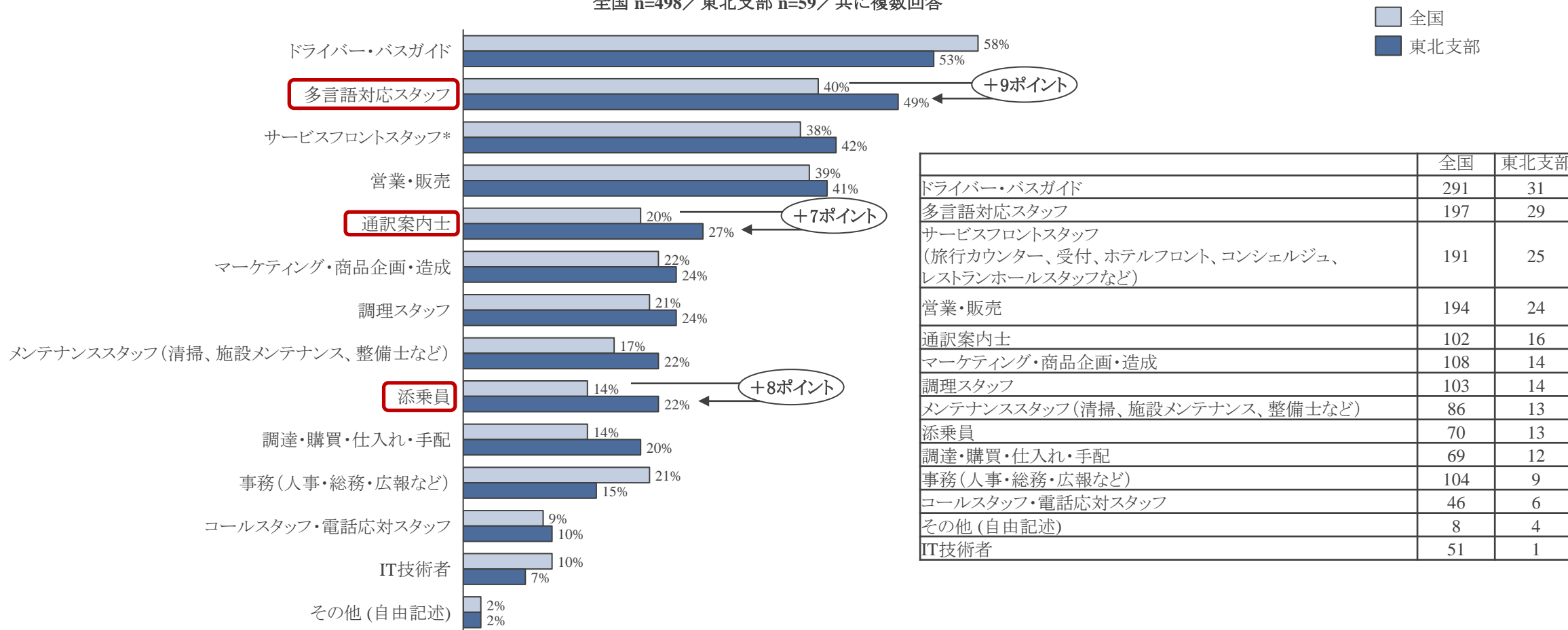
	第1回	第2回	第3回
待遇の改善(賃金、福利厚生、研修制度など)	37	28	25
就職希望者が少ない	22	22	24
労働環境の改善(残業・休日出勤・シフト勤務など)	32	17	18
インバウンド観光客受入の経験者不足	15	26	18
資金不足	9	11	13
インバウンド人材を育成する余裕がない	16	21	11
離職率が高い	15	4	11
観光業界の魅力が乏しい	12	17	10
流出した人材が戻らない(他業界、他部署、帰国など)	13	5	9
人口一極集中、過疎化による労働人口不足	5	4	8
外国人社員やスタッフの雇用が不十分(就労査証による制約などを含む)	11	5	6
シニア世代の活用不足	1	0	2
知名度が低い	2	6	1
その他(自由記述)	4	2	0

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」が最大の課題である。また「多言語対応スタッフ」や「通訳案内士」、「添乗員」を含め多くの職種において比率が全国を上回っており、人手不足が深刻であることが伺える。

「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 / 東北支部 n=59 / 共に複数回答



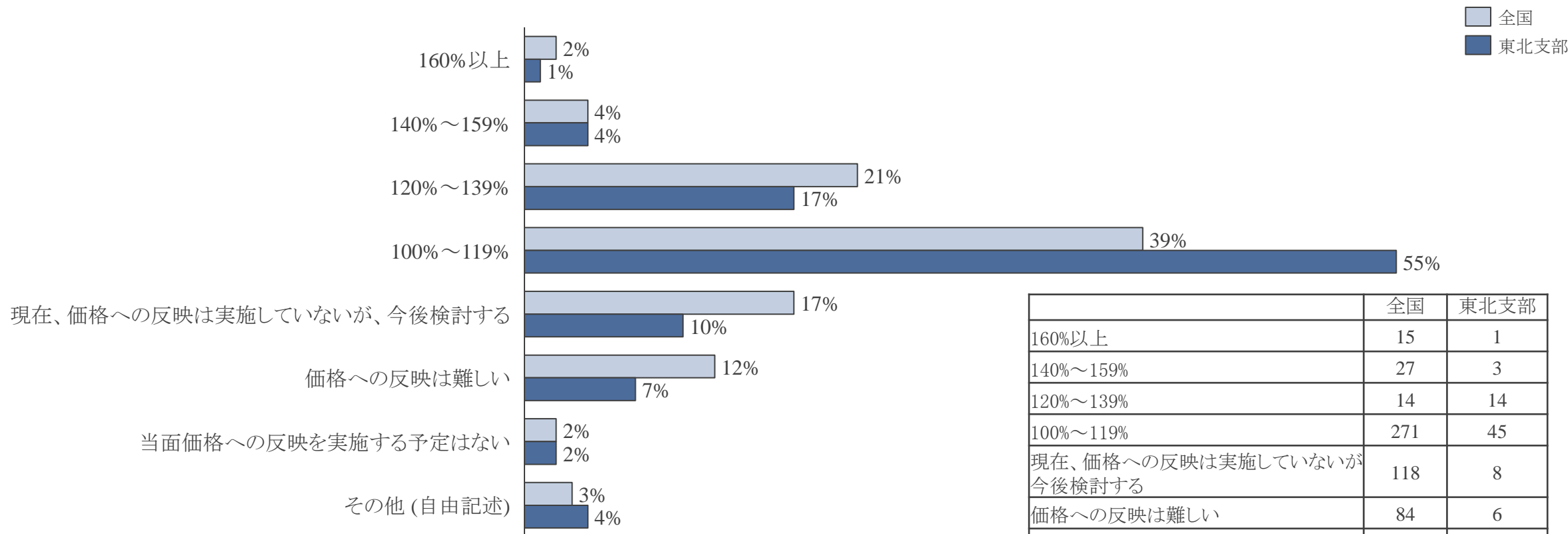
サービスフロントスタッフ*: 旅行カウンター、受付、ホテルフロント、コンシェルジュ、レストランホールスタッフなど

観光事業者のコスト上昇について

- 77%がすでに価格に反映済みで全国(66%)を大きく上回っている。価格への反映が難しいが全国よりも低い点と合わせて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 / 東北支部 n=82 / 共に単数回答



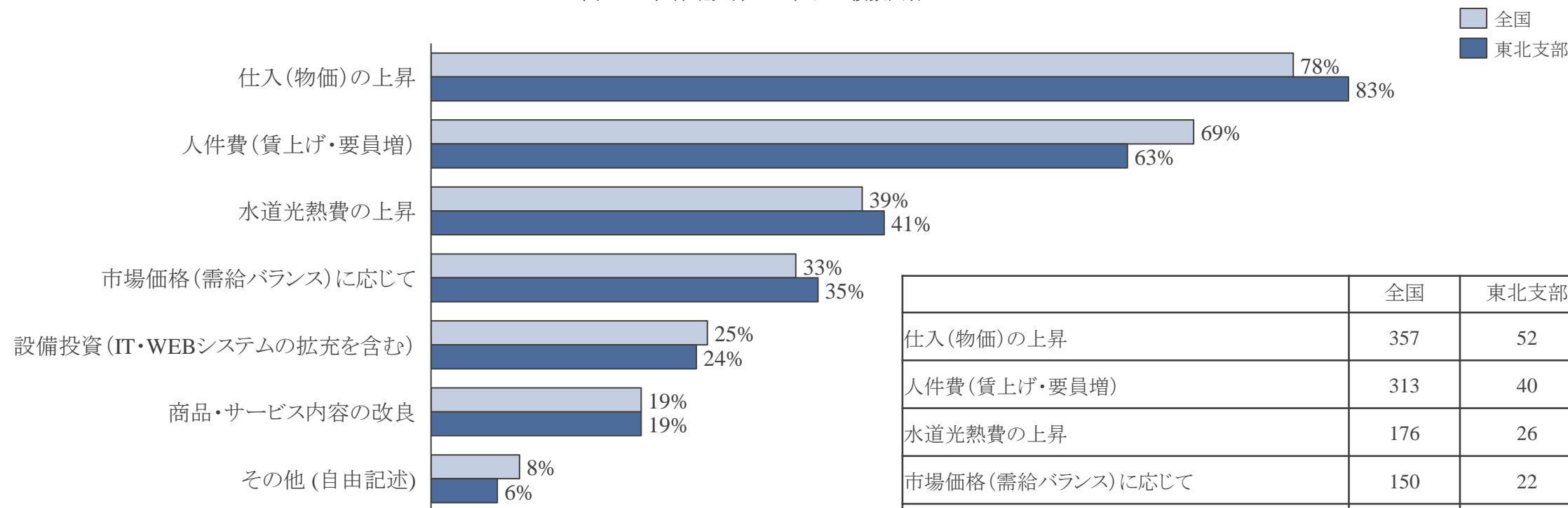
	全国	東北支部
160%以上	15	1
140%~159%	27	3
120%~139%	14	14
100%~119%	271	45
現在、価格への反映は実施していないが今後検討する	118	8
価格への反映は難しい	84	6
当面価格への反映を実施する予定はない	16	2
その他(自由記述)	23	3

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。概ね全国と同じような状況となっている。

価格への反映をするに至った理由について

全国 n=456 / 東北支部 n=63 / 共に複数回答



	全国	東北支部
仕入(物価)の上昇	357	52
人件費(賃上げ・要員増)	313	40
水道光熱費の上昇	176	26
市場価格(需給バランス)に応じて	150	22
設備投資(IT・WEBシステムの拡充を含む)	112	15
商品・サービス内容の改良	86	12
その他(自由記述)	36	4

(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

