

インバウンド旅行客受入拡大に向けた意識調査 第4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

公益社団法人 日本バス協会

株式会社観光経済新聞社

株式会社航空新聞社

トラベルボイス株式会社

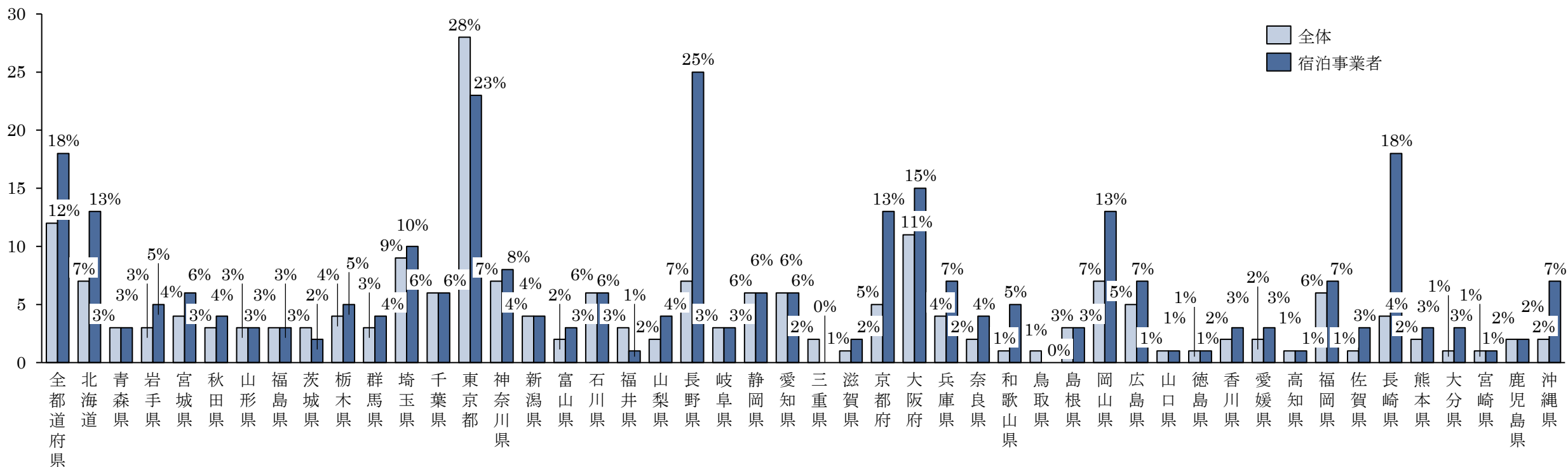
訪日ラボ (株式会社mov)

調査実施会社:株式会社JTB総合研究所

調査実施期間:2025年7月1日(火)~7月24日(木)

回答者数並びに組織・団体の業種について

- 123件の宿泊事業者から回答を得た。全体回答数(1,107件)の11%を占め、旅行会社、輸送事業者に次ぐ回答数となった。



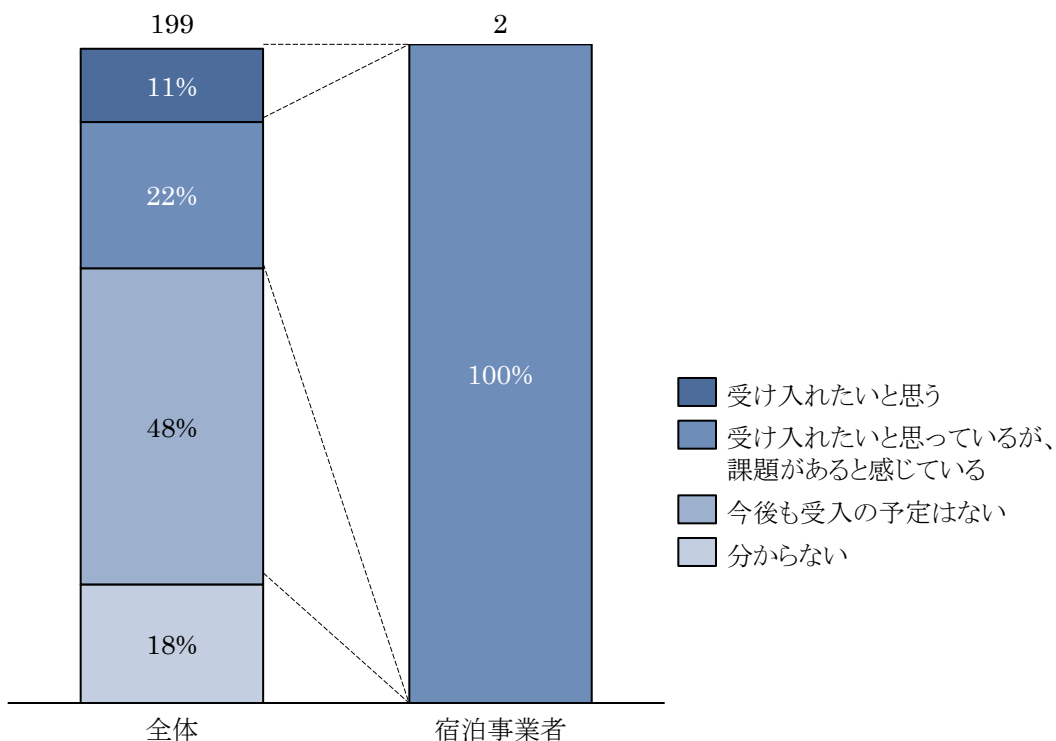
	全都道府県	北海道	青森県	岩手県	宮城県	秋田県	山形県	福島県	茨城県	栃木県	群馬県	埼玉県	千葉県	東京都	神奈川県	新潟県	富山県	石川県	福井県	山梨県	長野県	岐阜県	静岡県	愛知県	三重県	滋賀県	京都府	大阪府	兵庫県	奈良県	和歌山県	鳥取県	島根県	岡山県	広島県	山口県	徳島県	香川県	愛媛県	高知県	福岡県	佐賀県	長崎県	熊本県	大分県	宮崎県	鹿児島県	沖縄県
全体	137	71	30	33	42	26	27	26	26	39	31	86	55	267	66	36	23	56	26	17	69	33	55	62	24	14	48	111	35	16	14	7	25	70	44	12	6	15	15	12	57	14	39	22	12	7	21	23
宿泊事業者	18	14	3	5	6	4	3	3	2	5	4	10	6	24	8	4	3	6	1	4	26	3	6	6	0	2	14	16	7	4	5	0	3	14	7	1	1	3	3	1	7	3	19	3	3	1	2	7

インバウンド観光客受け入れ計画

- 現在インバウンドを受け入れていないという回答は宿泊事業者総回答数の2%弱にあたる2件のみとなっており、全体の18%と大きく異なっており、インバウンド観光客受入が進んでいることが伺える。現在受け入れていない2件についても受け入れに前向きな回答となっている。

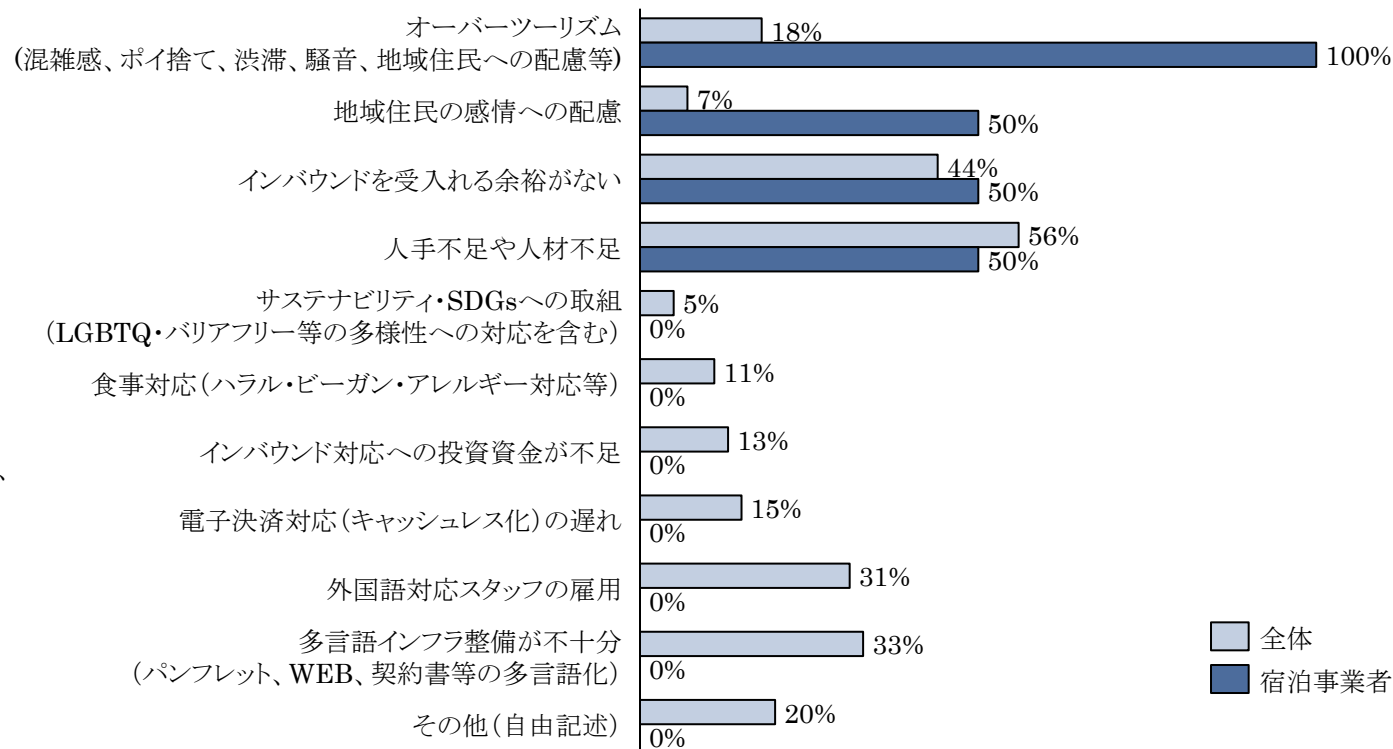
将来、インバウンド観光客を受け入れ計画

全体 n=199 / 宿泊事業者 n=2 / 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

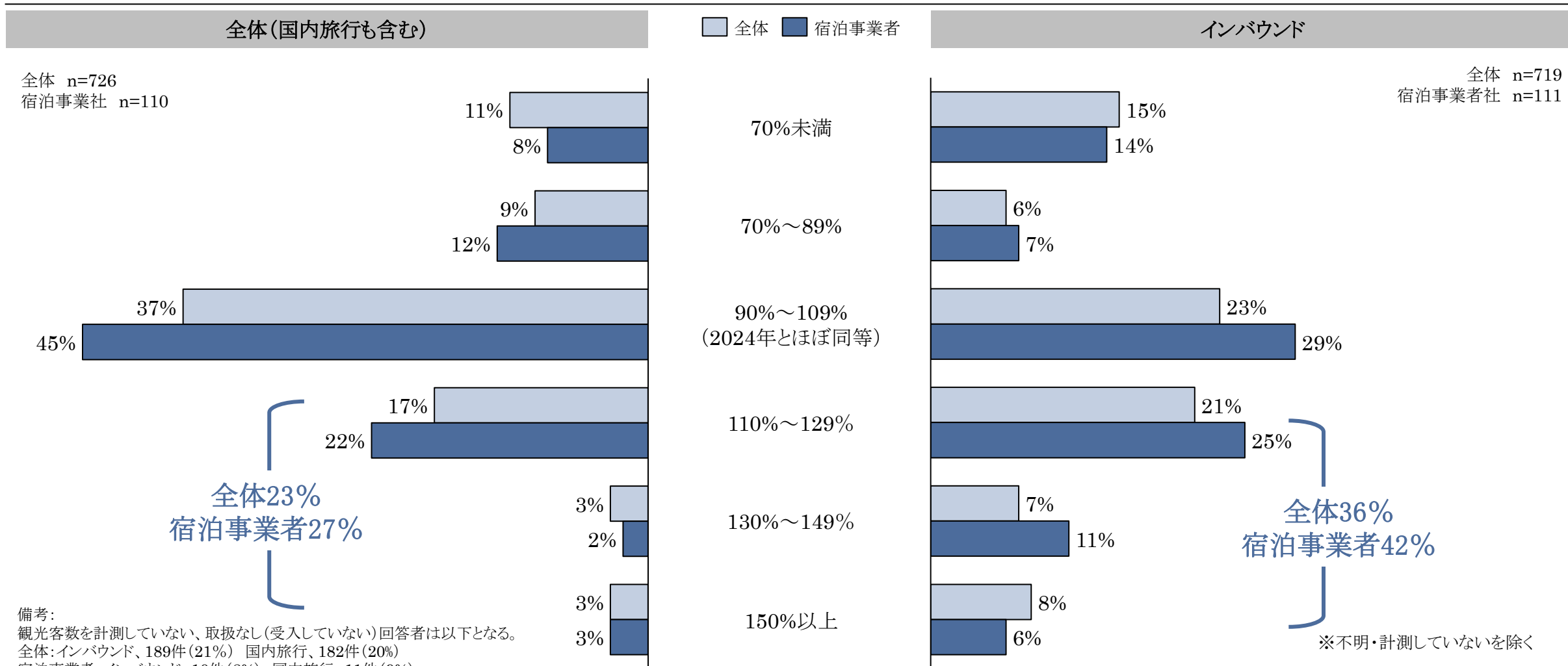
全体 n=199 旅行会社 n=2 / 共に複数回答



観光客数の受入状況について

- 観光客受入状況の前年比較は国内旅行を含む観光全体、インバウンドともに全体を若干上回っている。

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受入状況(前年比) 共に複数回答



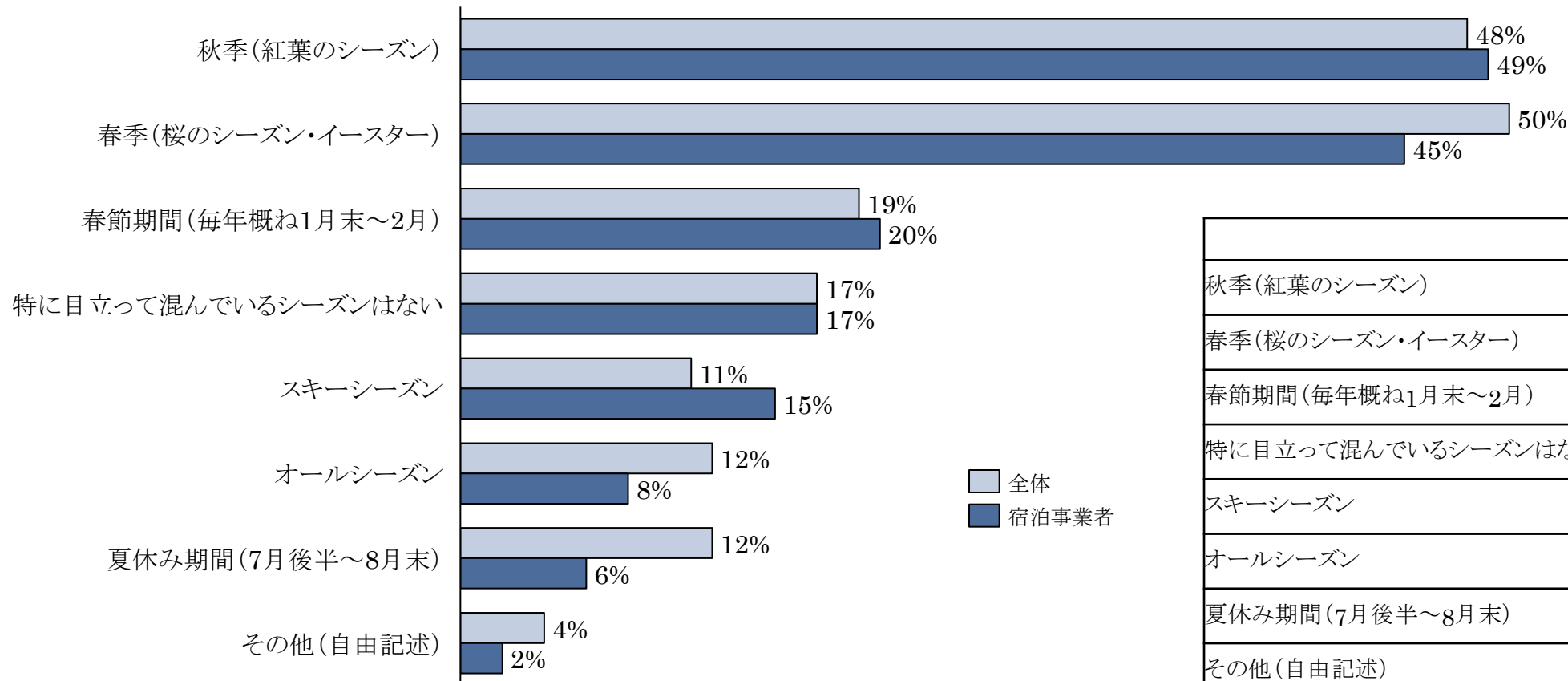
備考:
 観光客数を計測していない、取扱なし(受入していない)回答者は以下となる。
 全体:インバウンド、189件(21%) 国内旅行、182件(20%)
 宿泊事業者:インバウンド、10件(8%) 国内旅行、11件(9%)

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の受入時期は全体同様春季・秋季に集中している。国内需要が高まる夏休み期間については全体よりも低い傾向にある。

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=908 / 宿泊事業者 n=121 / 共に複数回答



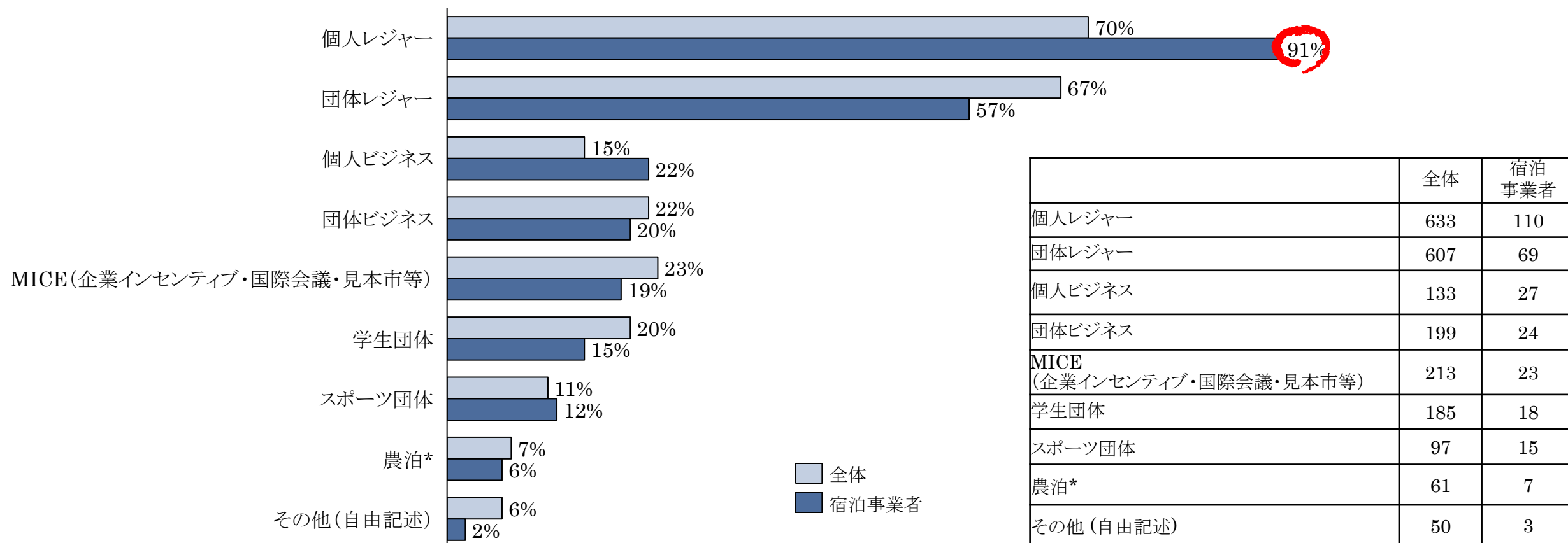
	全体	宿泊事業者
秋季(紅葉のシーズン)	436	59
春季(桜のシーズン・イースター)	452	54
春節期間(毎年概ね1月末~2月)	169	24
特に目立って混んでいるシーズンはない	153	21
スキーシーズン	97	18
オールシーズン	108	10
夏休み期間(7月後半~8月末)	105	7
その他(自由記述)	38	2

インバウンド観光客の旅行スタイルについて

- 受入れている旅行スタイルについては全体同様個人レジャーが最も多い。全体よりも21ポイントと高く個人ビジネスも全体より高いこと、団体レジャーが全体よりも低いことから個人旅行客が主流となっ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

全体 n=908 / 宿泊事業者 n=121 / 共に複数回答



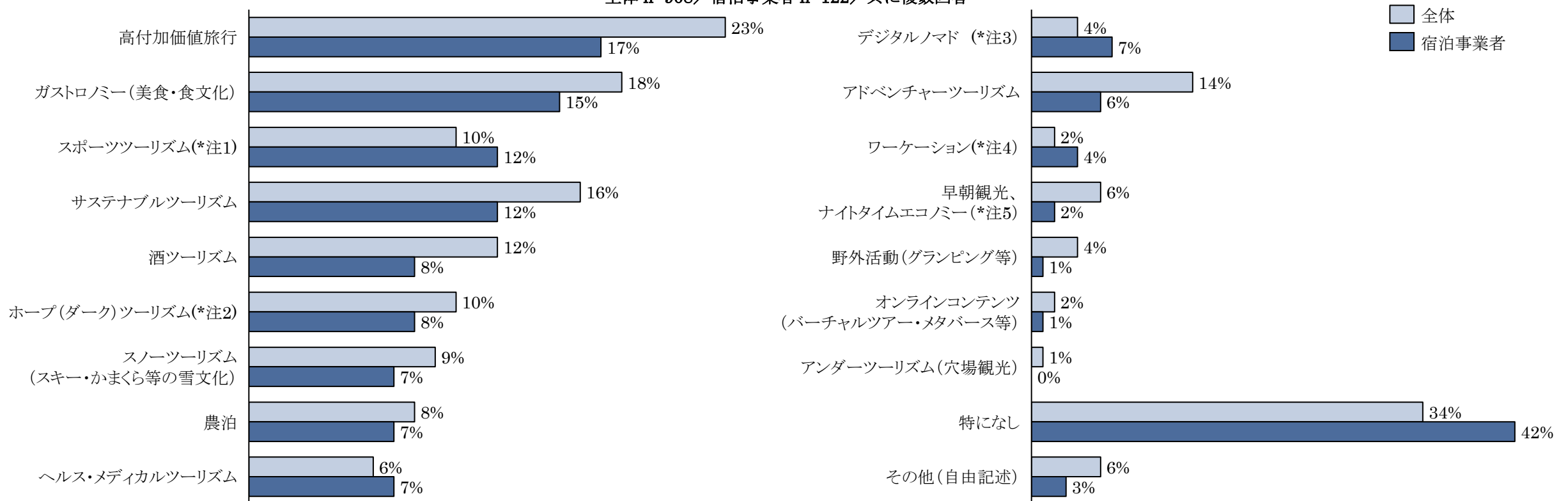
*農泊とは農山漁村地域に宿泊し、滞在中に豊かな地域資源を活用した食事や体験等を楽しむことを指す。

旅行・観光関連コンテンツについて

- 新規コンテンツへの関心については、全体と同傾向にあるものの全体よりも低くなっている。「特になし」が全体より高い点も含めて自治体・DMO・旅行会社等での開発を期待していると想定される。

コロナ禍を経て、国内旅行、インバウンドを問わず、「新たに需要が生まれた、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=908 / 宿泊事業者 n=122 / 共に複数回答



注1:スポーツ資源とツーリズムを融合する取り組みで、スポーツ参加や観戦を目的とした旅行とそれらを実践する仕組みや考え方

注2:ダークツーリズム:戦跡や災害被災地など、死・暴力・虐待などの悲劇にまつわる場所を訪問する観光のこと。ホープツーリズム:福島県等で実施されている、複合災害の教訓等から「持続可能な社会・地域づくりを研究・創造する」スタディーツアープログラム

注3: IT技術を活用し、場所に縛られず(国内外を問わず)、「ノマド(遊牧民)」のように旅をしながら仕事をする人達

注4:テレワーク等を活用し、普段の職場や自宅とは異なる場所で仕事をしつつ、自分の時間も過ごすこと

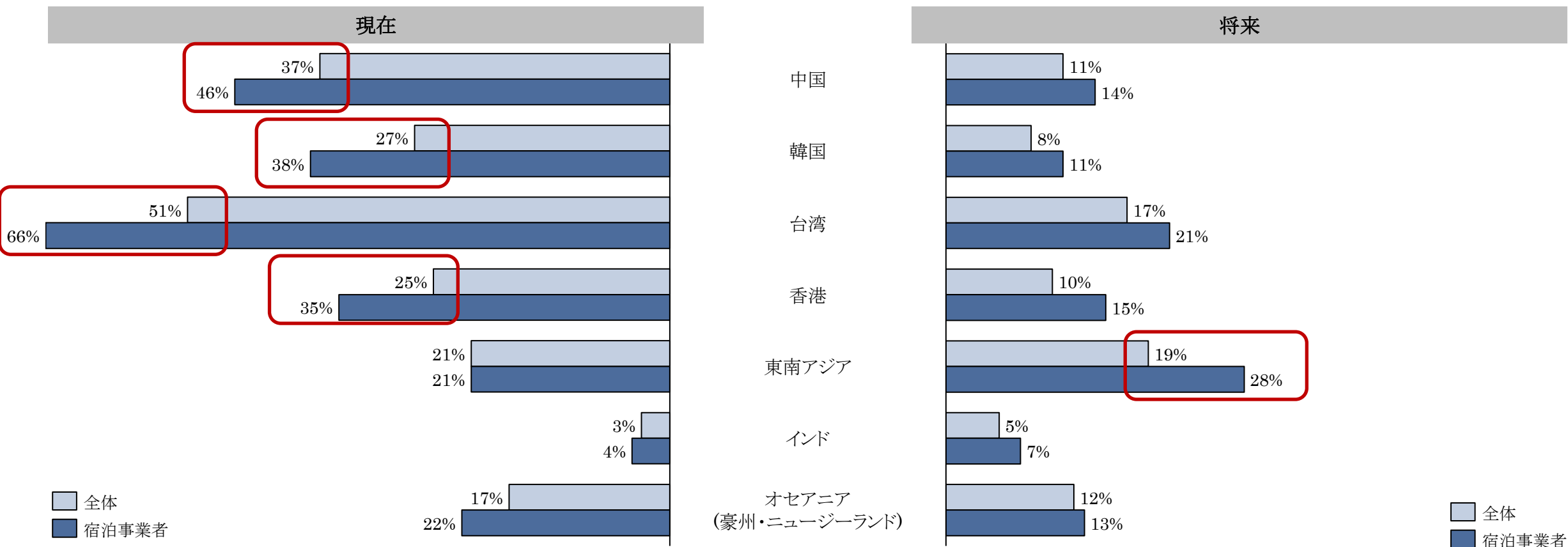
注5:夜間の様々な活動を通じて、地域の魅力や文化を発信し、消費拡大などつなげる考え方

インバウンド重点市場について(アジア・オセアニア)

- 現在においては全体同様東アジアの比重が高くまたいずれも全体よりも高くなっている。将来においても全体よりも高い傾向にあるが東南アジアが全体より9ポイント高く期待の高さがうかがえる。

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=908 / 宿泊事業者 n=121 / 共に複数回答

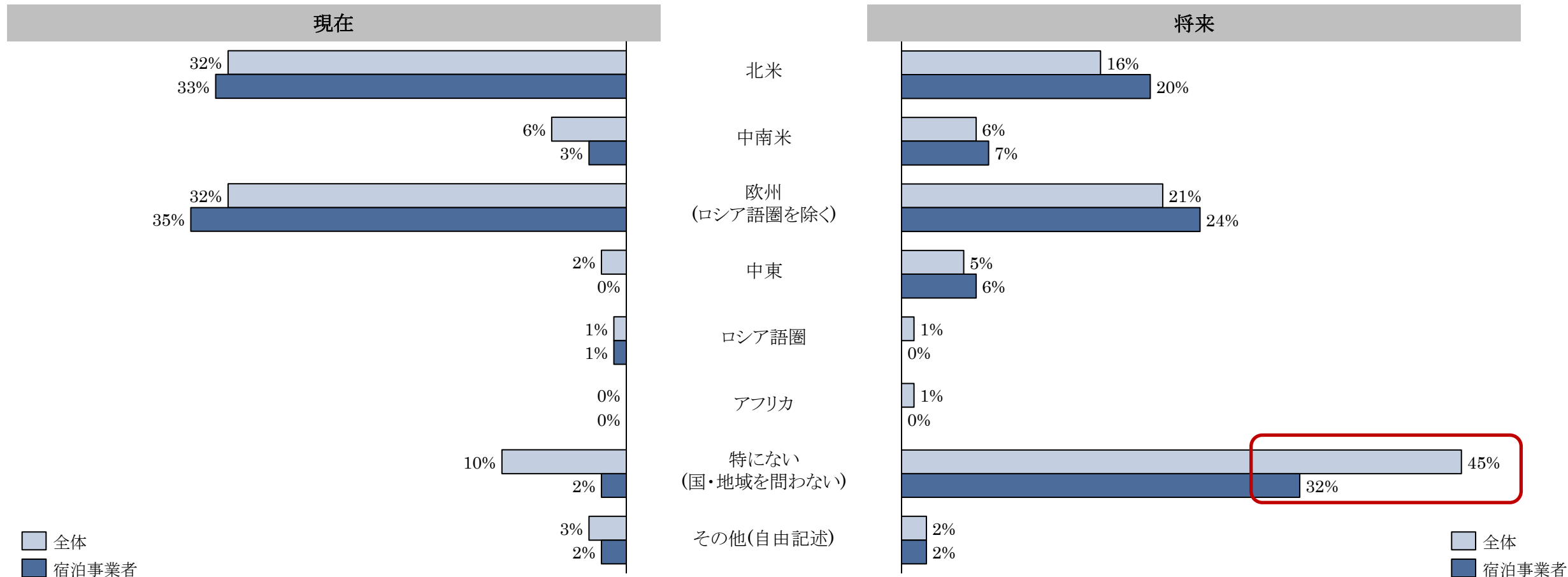


インバウンド重点市場について(欧米・その他地域)

- 欧米・その他地域においても全体と同傾向にあるが、将来における「特にない」の回答が全体よりも低いことからある程度重点市場を選定して受入強化を実施し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

全体 n=908 / 宿泊事業者 n=121 / 共に複数回答

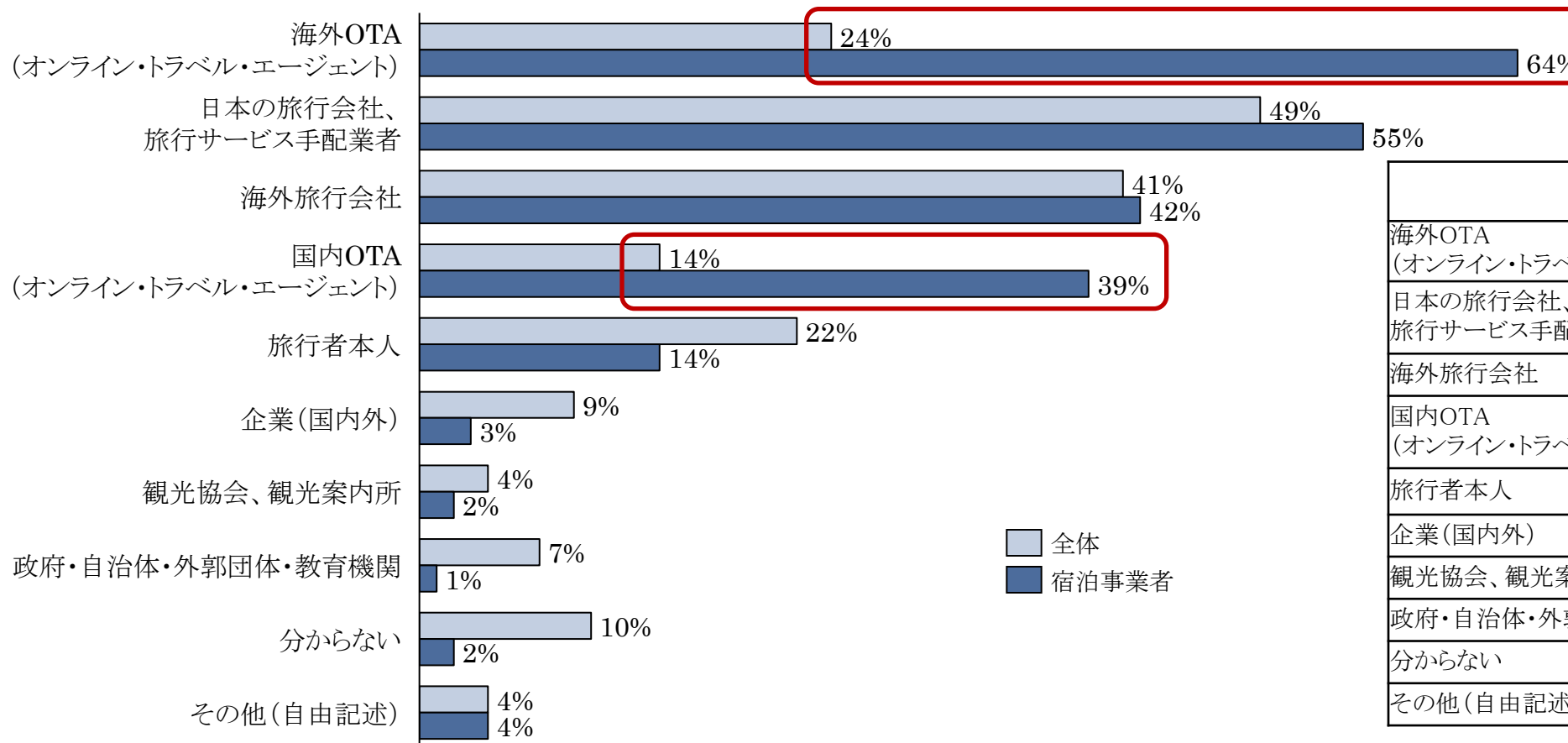


予約チャンネルについて

- 予約チャンネルについては「国内外のOTA」の比率が全体よりも高い。特に「海外OTA」については64%で、全体よりも40ポイント高く、最大の予約チャンネルとなっている。「国内OTA」も39%と全体よりも25ポイント高く、海外OTAには及ばないものの非常に高い傾向にある。

インバウンド観光客の予約チャンネルについて

全体 n=908 / 宿泊事業者 n=121 / 共に複数回答

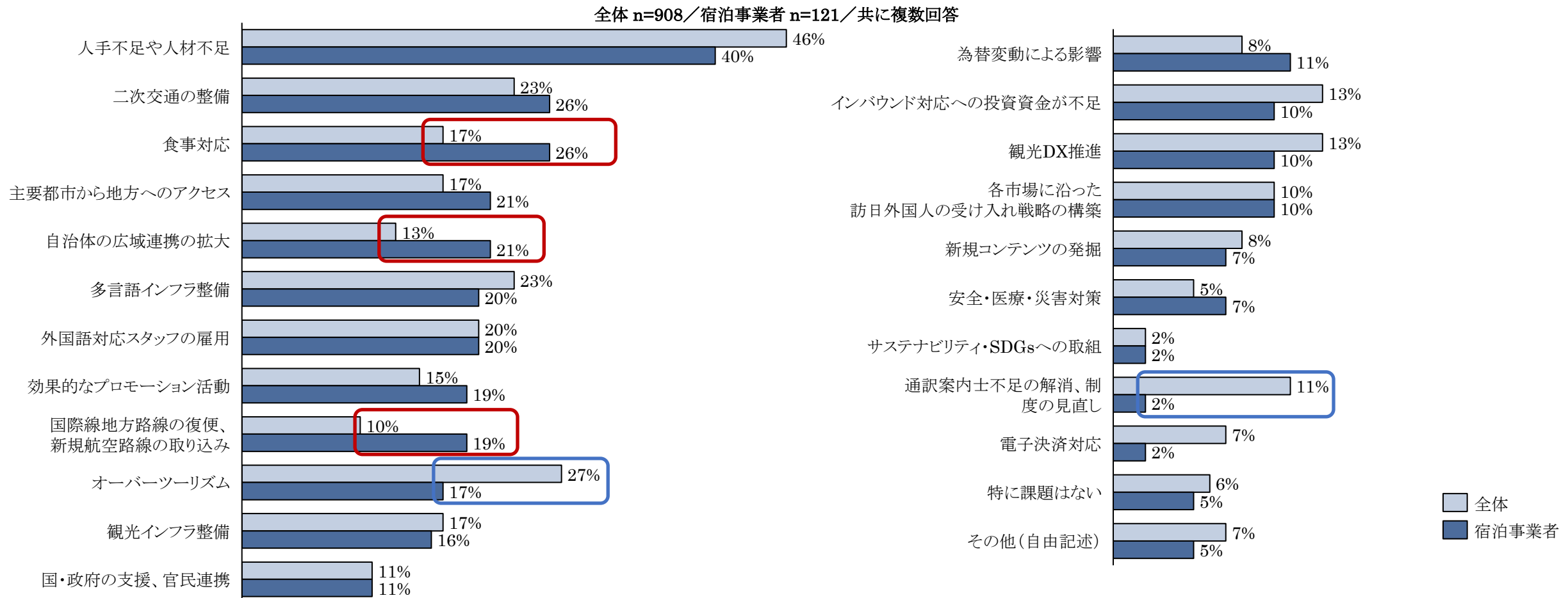


	全体	宿泊事業者
海外OTA (オンライン・トラベル・エージェント)	218	77
日本の旅行会社、旅行サービス手配業者	446	67
海外旅行会社	371	51
国内OTA (オンライン・トラベル・エージェント)	125	47
旅行者本人	199	17
企業(国内外)	82	4
観光協会、観光案内所	38	2
政府・自治体・外郭団体・教育機関	64	1
分からない	92	2
その他(自由記述)	38	5

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全体同様「人手不足・人材不足」であるが全体よりも6ポイント低い。
- 「食事対応」、「自治体広域連携」、「国際線地方路線」が全体よりも10ポイント前後高く関心が高い一方、「オーバーツーリズム」、「通訳案内士不足」については10ポイント前後低くなっている。

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

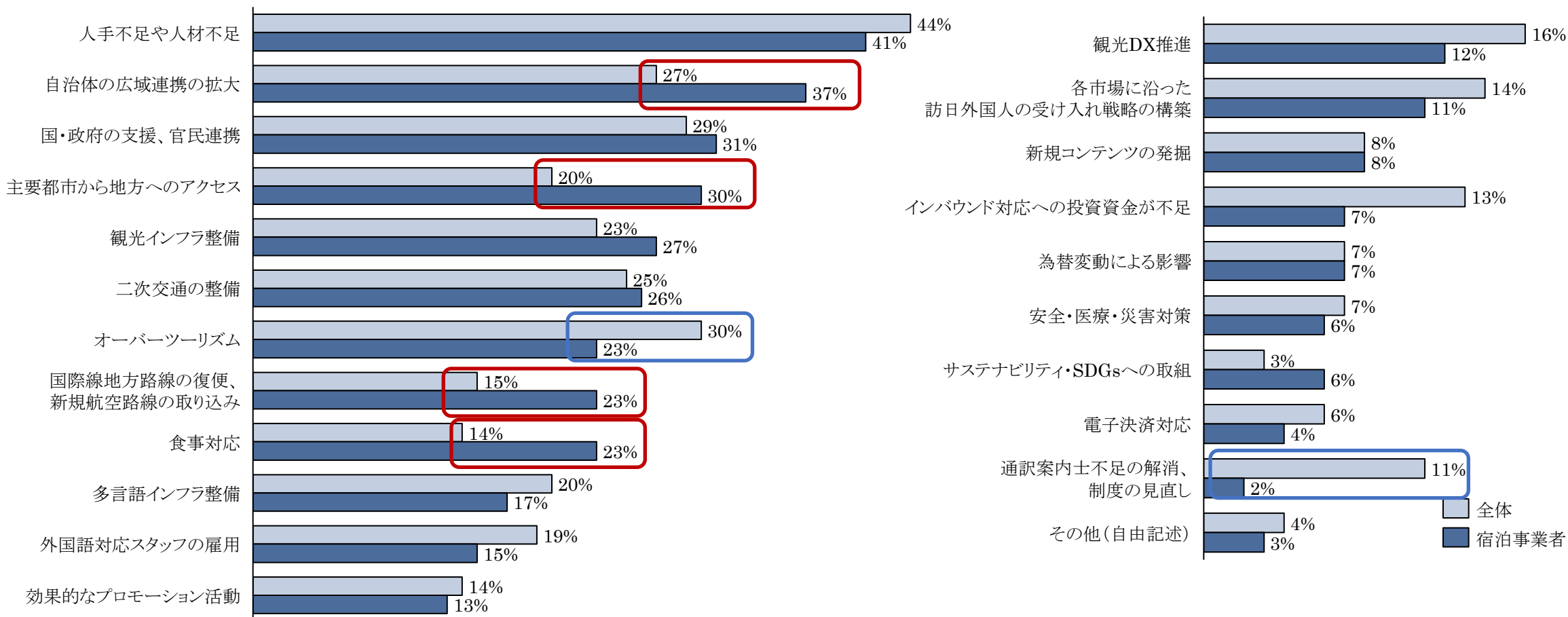


インバウンド観光客受入をさらに伸長させるための条件について(将来)

- 将来における課題については「自治体広域連携」、「地方へのアクセス」、「国際線地方路線」といった地方誘客に関する項目への関心が高い。また「食事対応」への関心が高く、「オーバーツーリズム」、「通訳案内士不足」への関心が低い等現在の課題と同じ傾向もうかがえる。

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

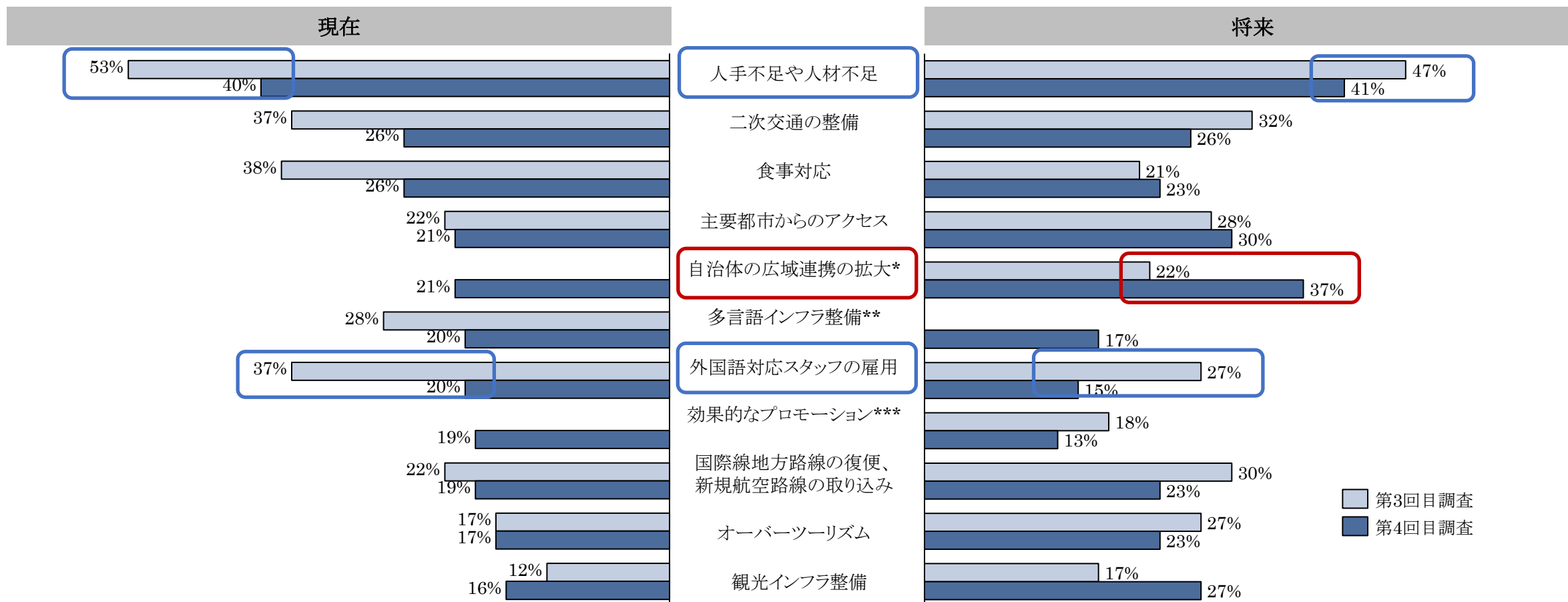
全体 n=908 / 宿泊事業者 n=121 / 共に複数回答



インバウンド観光客受入の課題について(主要項目時系列変化)

- 第3回調査と同様「人手不足・人材不足」が最大の課題であるが、減少傾向にある。「外国語対応スタッフ」の雇用も減少傾向にあり、人材面の課題は徐々に解決に向かっていると考えられる。一方、「自治体の広域連携拡大」については15ポイント増加するなど関心が高まりつつある
- 現在・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への予定

第4回 n=121 / 第3回 n=169 共に複数回答



* : 第3回調査において、現在課題の中に「自治体の広域連携の拡大」という選択肢がない

** : 第3調査において将来課題の中に「多言語インフラの整備の」選択肢がない

*** : 第3回調査において、現在課題の中に「効果的なプロモーション」という選択肢がない

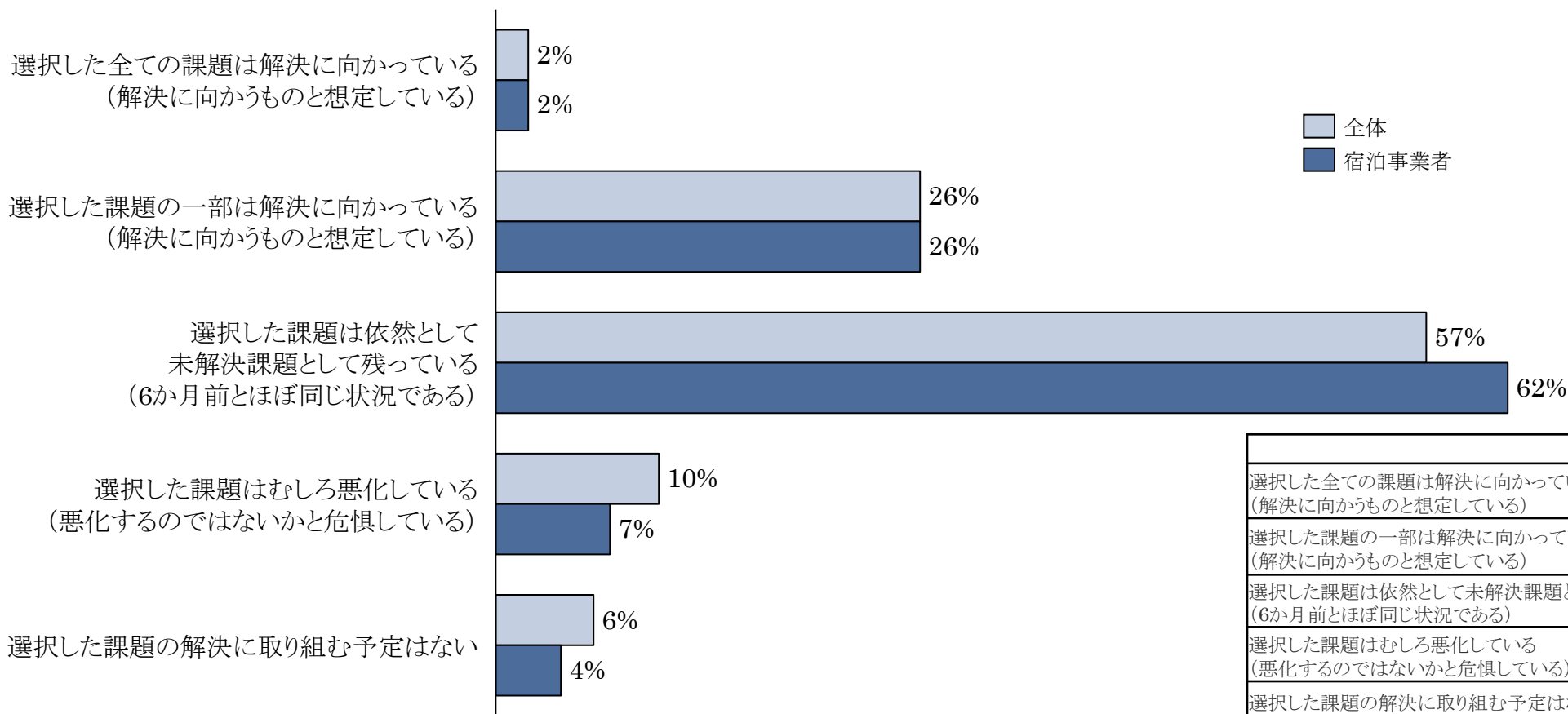
* : 第3回調査において「多言語インフラ整備」という選択肢がない

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体と同傾向にある。「課題は未解決」との回答比率が全体よりも高いものの、「悪化している」という回答は少なく、総じて全体と同傾向と推測される。

インバウンド受入の際の課題の解決状況について

全国 n= 850 / 宿泊事業者 n=115 / 共に単数回答



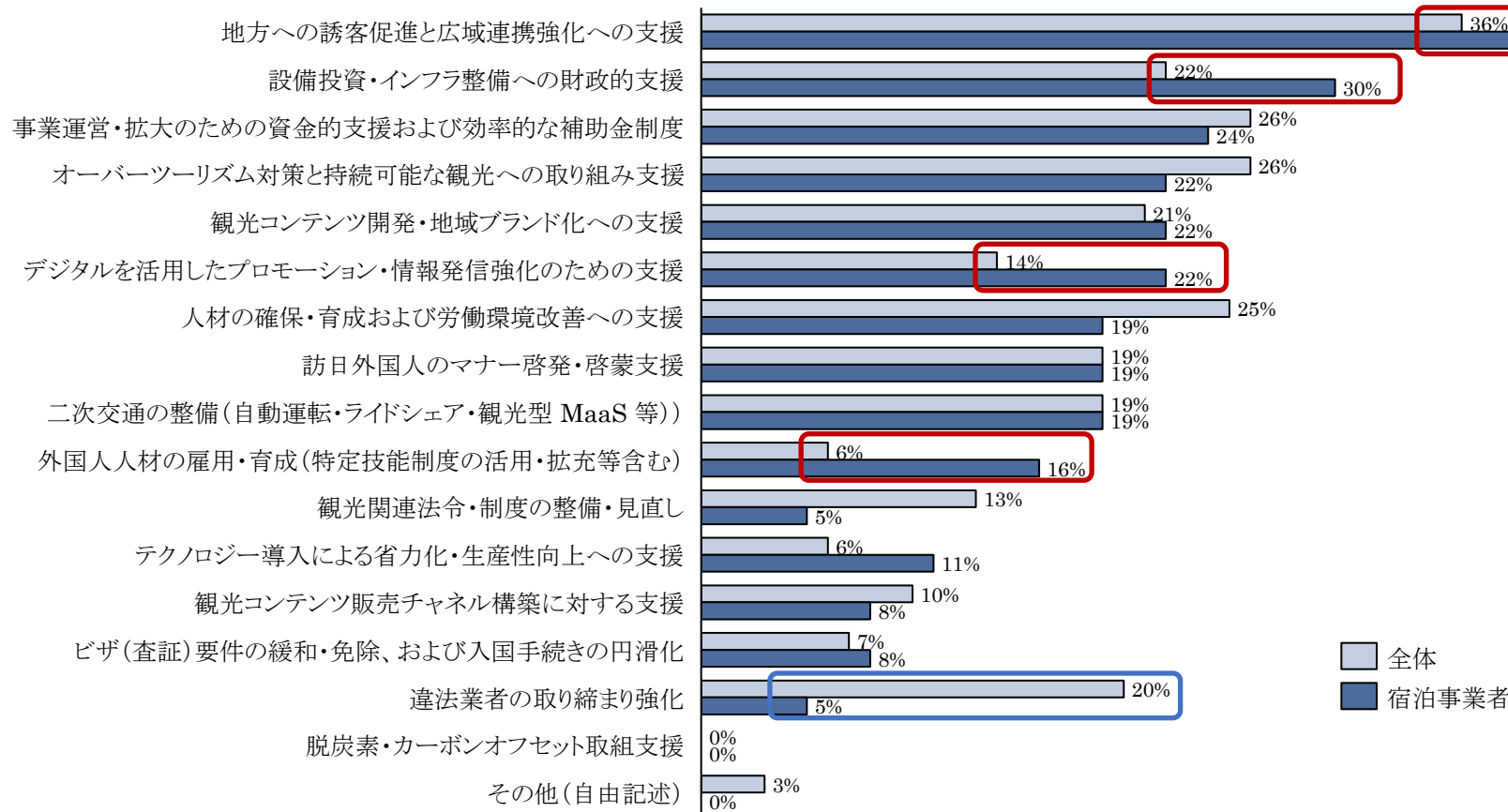
	全体	宿泊事業者
選択した全ての課題は解決に向かっている (解決に向かうものと想定している)	13	2
選択した課題の一部は解決に向かっている (解決に向かうものと想定している)	217	30
選択した課題は依然として未解決課題として残っている (6か月前とほぼ同じ状況である)	482	71
選択した課題はむしろ悪化している (悪化するのではないかと危惧している)	87	8
選択した課題の解決に取り組む予定はない	51	4

具体的に必要な国・政府の支援・官民連携のあり方について

- 具体的な国・政府の支援・官民連携については、「地方誘客促進・広域連携強化」、「設備投資・インフラ整備」、「デジタルプロモーション・情報発信強化」、「外国人人材雇用」を問う声が全体よりも高くなっている。一方で「違法業者の取り締まり強化」については全体よりも15ポイント低く、宿泊事業者にとっての大きな課題となっていないことが伺える。

具体的に必要な国・政府の支援・官民連携のあり方について

全体 n=265 / 宿泊事業者 n=37 / 共に複数回答



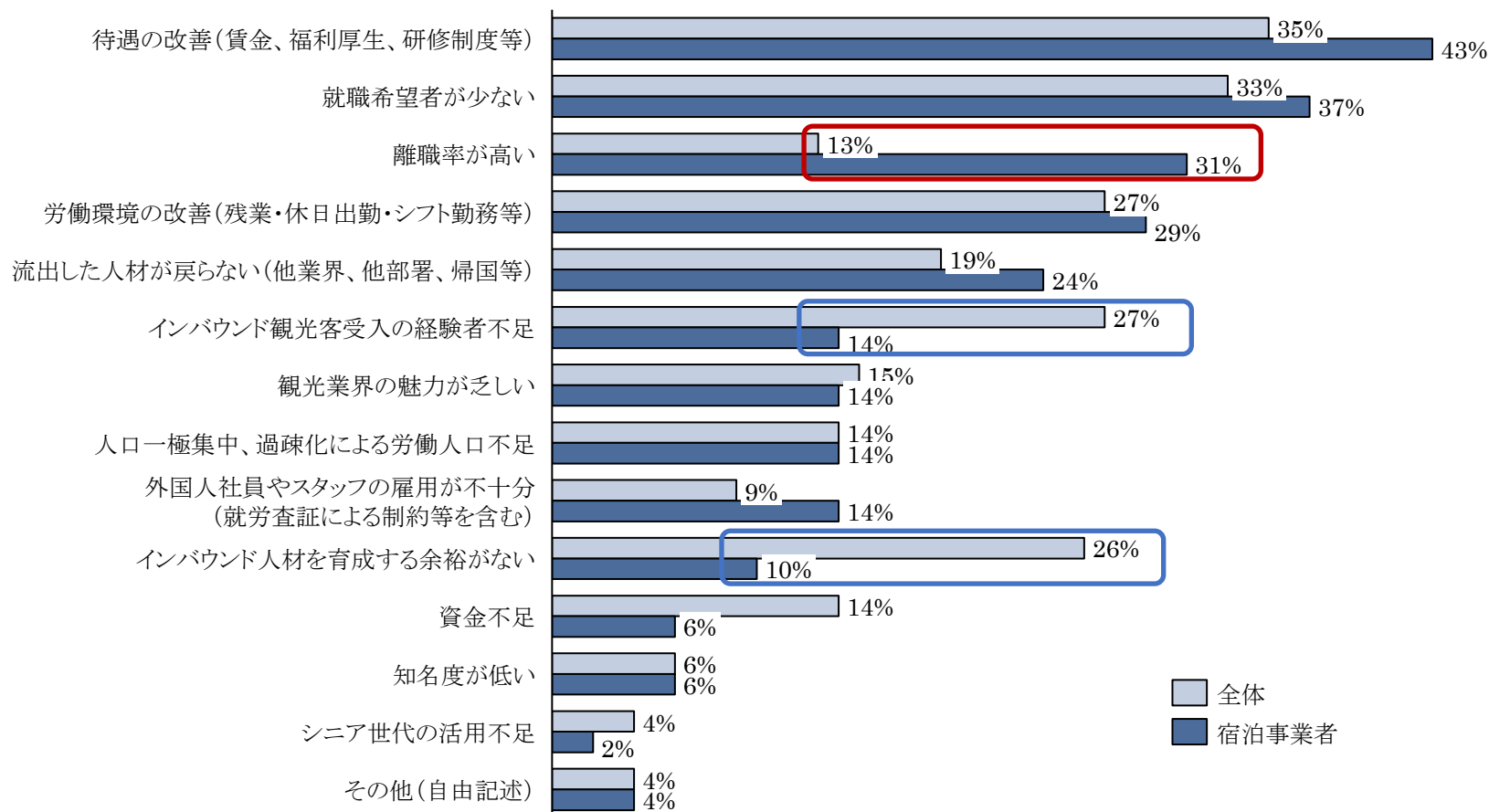
	全体	宿泊事業者
地方への誘客促進と広域連携強化への支援	96	16
設備投資・インフラ整備への財政的支援	58	11
事業運営・拡大のための資金的支援 および効率的な補助金制度	70	9
オーバーツーリズム対策と 持続可能な観光への取り組み支援	68	8
観光コンテンツ開発・地域ブランド化への支援	56	8
デジタルを活用したプロモーション・ 情報発信強化のための支援	36	8
人材の確保・育成および労働環境改善への支援	67	7
訪日外国人のマナー啓発・啓蒙支援	50	7
二次交通の整備 (自動運転・ライドシェア・観光型 MaaS 等))	50	7
外国人人材の雇用・育成 (特定技能制度の活用・拡充等含む)	17	6
観光関連法令・制度の整備・見直し	35	5
テクノロジー導入による省力化・生産性向上への支援	15	4
観光コンテンツ販売チャネル構築に対する支援	27	3
ビザ(査証)要件の緩和・免除、 および入国手続きの円滑化	19	3
違法業者の取り締まり強化	54	2
脱炭素・カーボンオフセット取組支援	1	0
その他(自由記述)	7	0

「人手不足・人材不足」について、考えられる要因

- 全体同様「待遇の改善」、「就職希望者が少ない」が上位の項目となっているが「離職率が高い」が全体よりも18ポイント高く、大きな課題になっていると考えられる。一方で「インバウンド人材育成」は全体よりも10ポイント以上低く大きな課題とはなっていない。

「人手不足・人材不足」について、考えられる要因

全体 n=419 / 宿泊事業者 n=49 / 共に複数回答



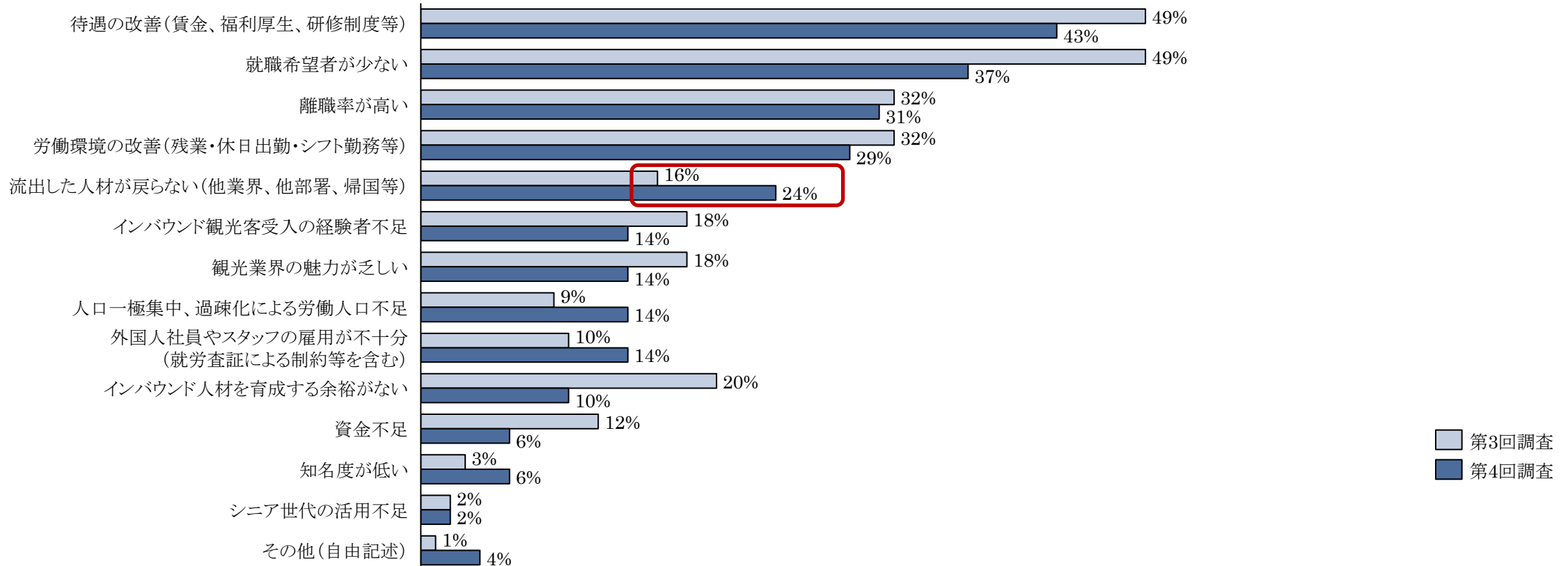
	全体	宿泊事業者
待遇の改善(賃金、福利厚生、研修制度等)	148	21
就職希望者が少ない	140	18
離職率が高い	56	15
労働環境の改善(残業・休日出勤・シフト勤務等)	112	14
流出した人材が戻らない(他業界、他部署、帰国等)	80	12
インバウンド観光客受入の経験者不足	114	7
観光業界の魅力が乏しい	61	7
人口一極集中、過疎化による労働人口不足	60	7
外国人社員やスタッフの雇用が不十分(就労査証による制約等を含む)	37	7
インバウンド人材を育成する余裕がない	111	5
資金不足	57	3
知名度が低い	26	3
シニア世代の活用不足	15	1
その他(自由記述)	15	2

【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)

- 時系列での課題の変化については改善が見られる項目が多いものの「流出した人材が戻らない」が前回よりも8ポイント上昇、「離職率」が微減に留まっており、人材の流出が大きな課題になっていると考えられる。

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)

第3回 n=90 第4回 n=49 / 共に複数回答

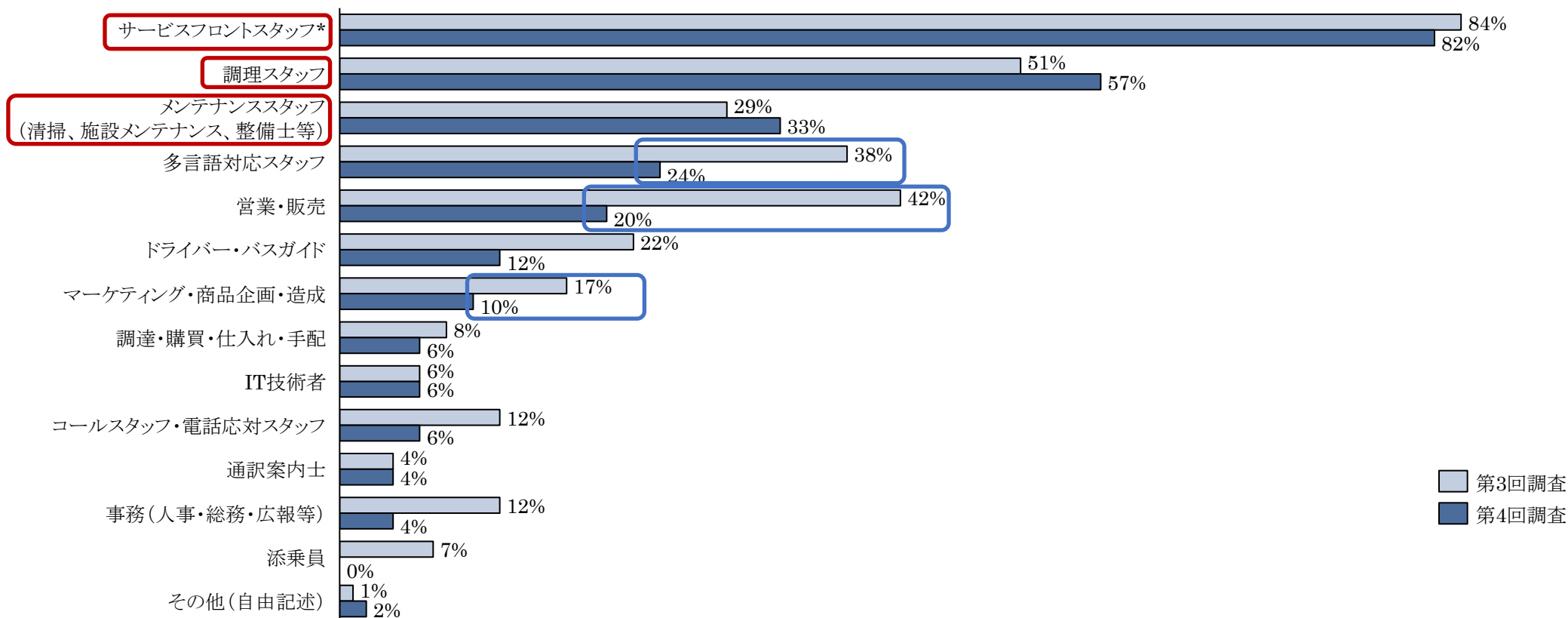


【時系列】「人手不足・人材不足」について、職種としてあてはまる選択肢

- 職種に関しては「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」といった宿泊事業に欠かせない職種が上位を占めており前回との比較において微減または増加しており依然として大きな課題となっていると考えられる。一方で「多言語対応スタッフ」、「営業・販売」、「マーケティング」等は大幅な改善が見られる。

「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

第3回 n=143 第4回 n=49 / 共に複数回答

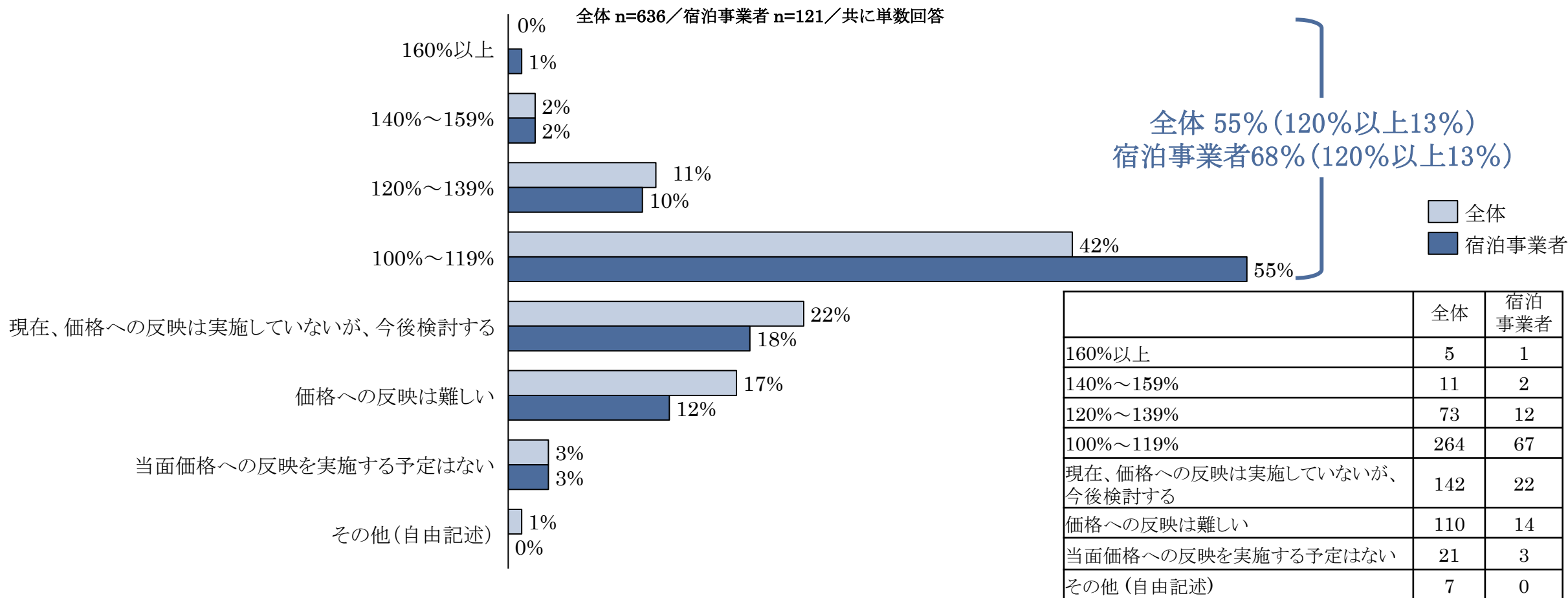


*サービスフロントスタッフ: 旅行カウンター、受付、ホテルフロント、コンシェルジュ、レストランホールスタッフ等

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全体よりも13ポイント高く、順調に価格への反映が進んでいることが伺える。

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

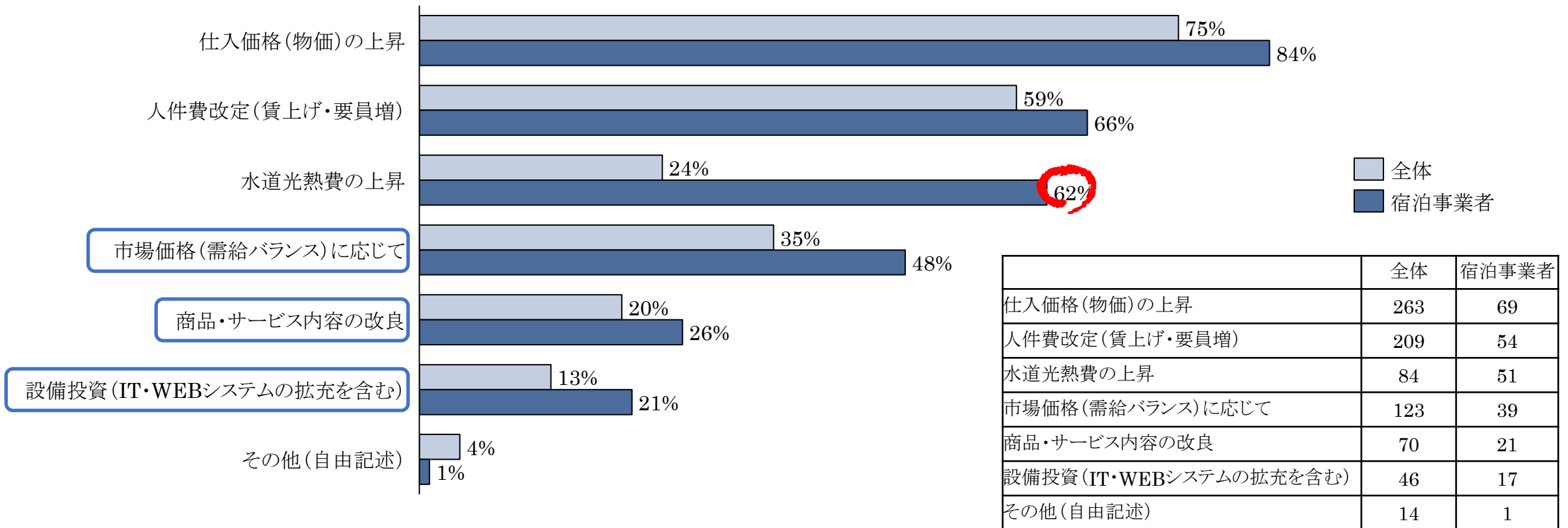


観光事業者のコスト上昇に至った理由

- コスト上昇の要因としては全体同様「仕入れ価格」、「人件費」が上位となっているが「水道光熱費」が全体よりも38ポイント高く大きな要因となっている。また「需給バランス」、「商品・サービス内容の改良」、「設備投資」といった積極的な要因が全体よりも高くなっている点が特徴となっている。

価格への反映をするに至った理由について

全体 n=353 / 宿泊事業者 n=82 / 共に複数回答

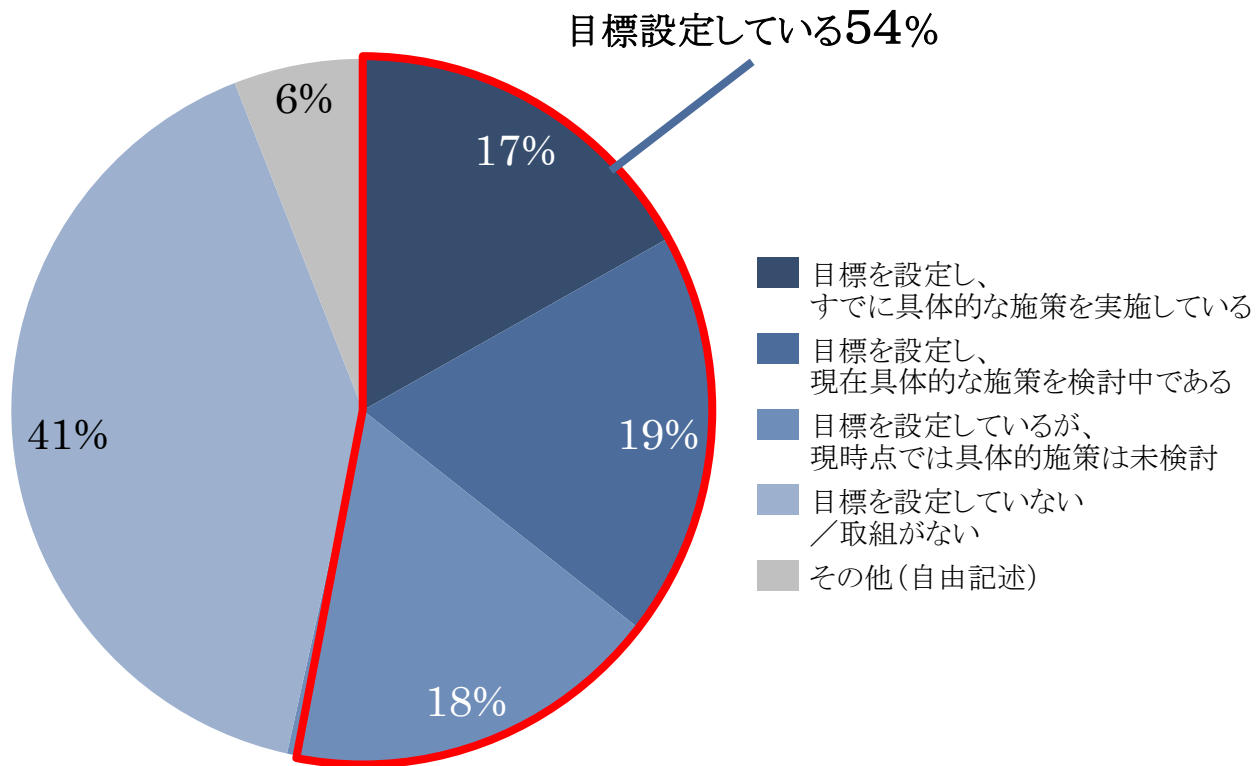


観光庁が掲げる2030年の目標への認識及び取組状況

- 2030年の観光庁目標については過半数を超える54%が目標を設定済みであるものの、すでに具体的な施策を実施している割合は17%にとどまっている。主な事業者別では旅行会社並びに自治体・観光協会が具体的な施策の実施が他事業者より進んでいる。

観光庁が掲げる2030年の目標への認識及び取組状況

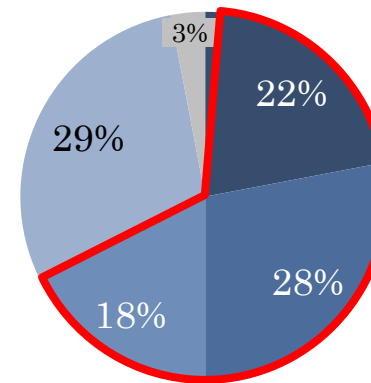
第4回 n=908 / 共に単数回答



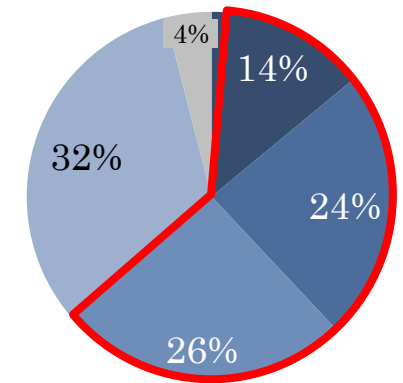
事業者別の認識及び取組状況

事業者は各々単数回答

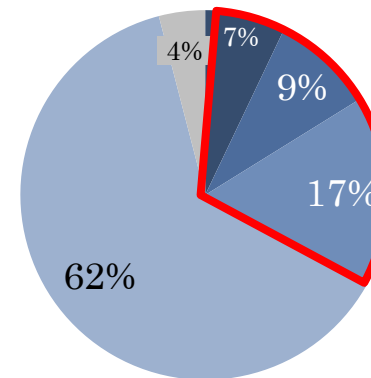
旅行会社 n=226



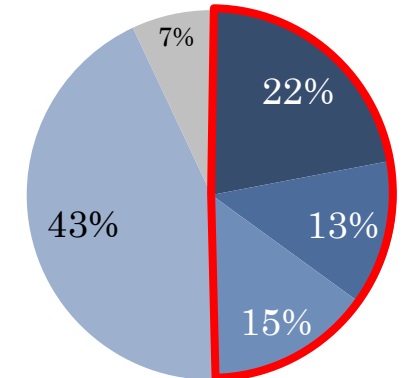
宿泊事業者 n=121



輸送事業者 n=206



自治体及び観光協会 n=157

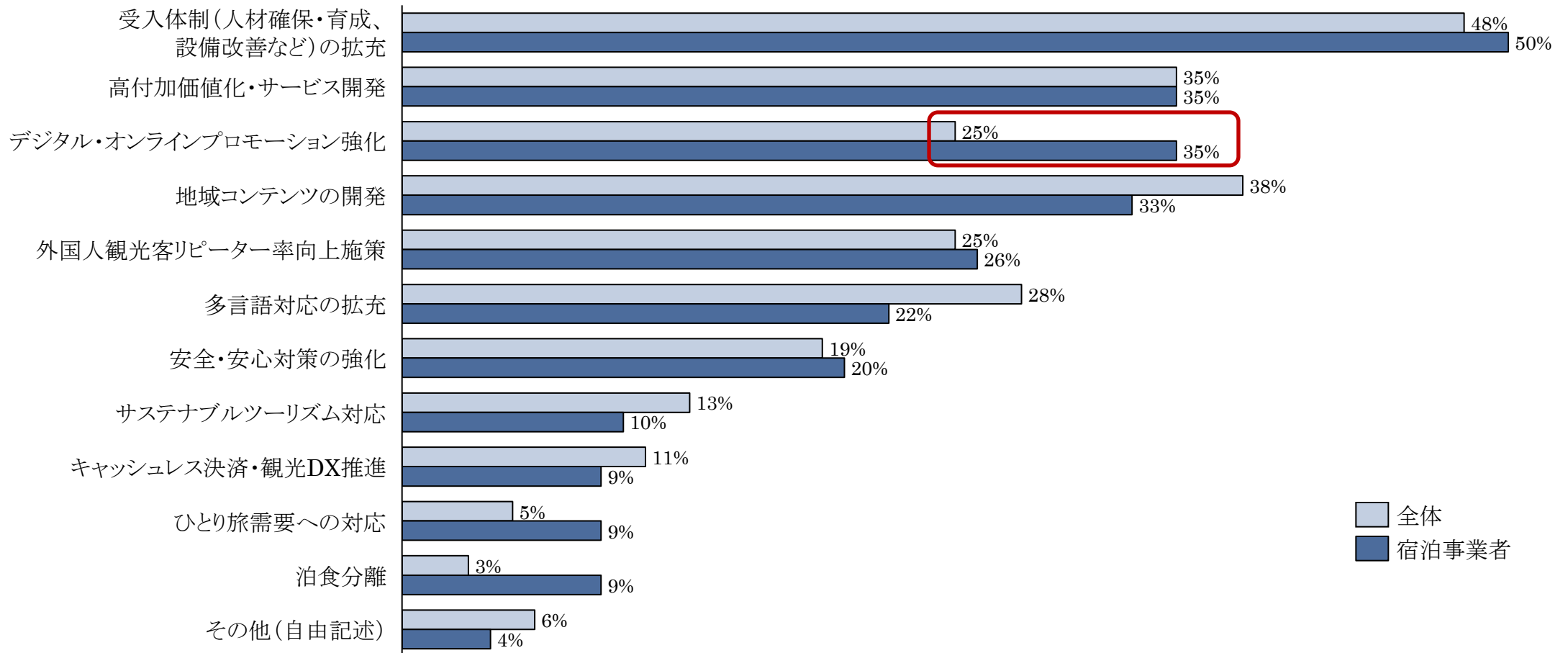


観光庁が掲げる2030年の目標を設定している組織が注力している施策について

- 組織として注力している施策については全体同様「受入態勢」、「高付加価値化」と続いている。また「デジタル・オンラインプロモーション強化」が全体よりも高く、個人旅行者へのアプローチ強化の傾向がうかがえる。

観光庁が掲げる2030年の目標を設定している組織が注力している施策について

全体 n=538 / 宿泊事業者 n=82 最大3つまで回答可能



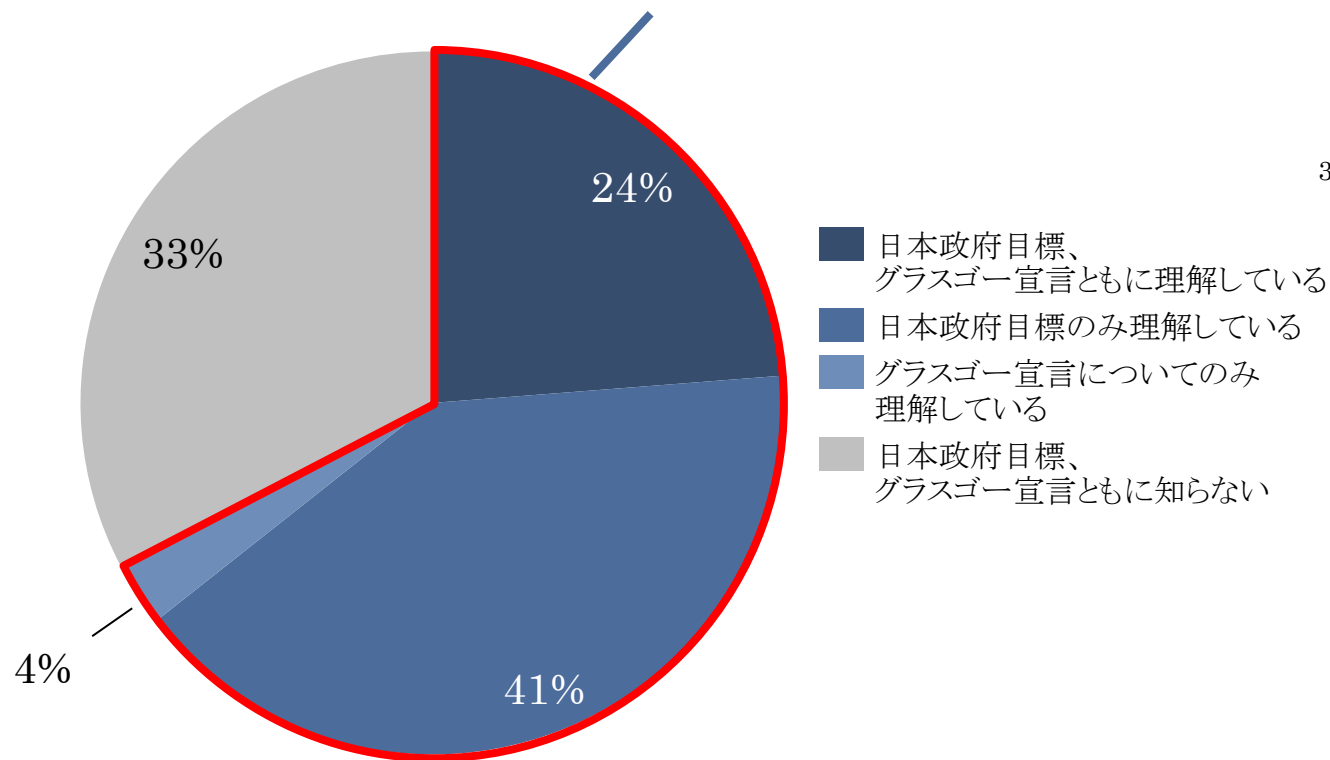
カーボンニュートラル、脱炭素社会における政府目標及びグラスゴー宣言の理解度

- 全体の69%が少なくとも政府目標またはグラスゴー宣言を理解している。旅行会社(74%)、自治体・観光協会(72%)の理解度が平均を上回っている。

カーボンニュートラル、脱炭素社会における
政府目標及びグラスゴー宣言の理解度

第4回 n=1,107 / 共に単数回答

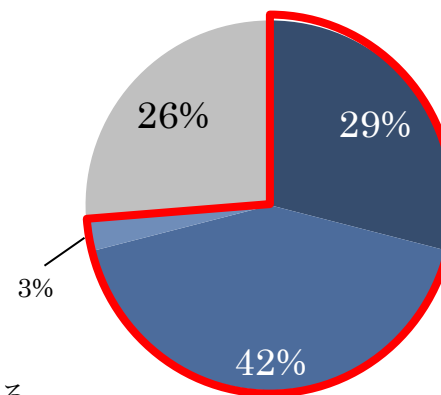
日本政府目標もしくはグラスゴー宣言の
いずれかを知っている割合 **69%**



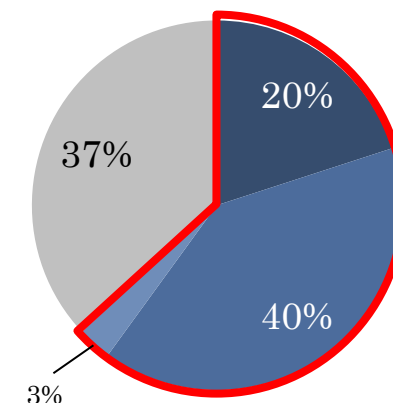
事業者別の認識及び取組状況

事業者は各々単数回答

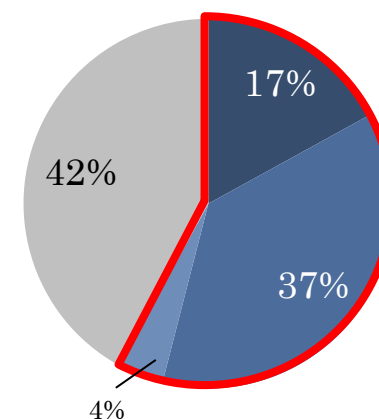
旅行会社 n=333



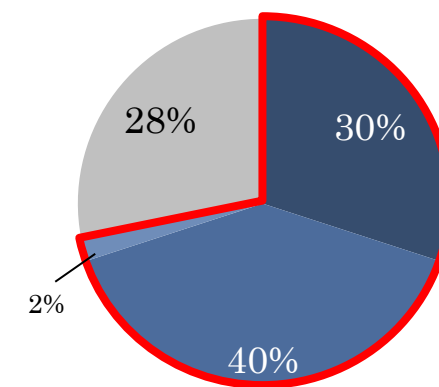
宿泊事業者 n=123



輸送事業者 n=276



自治体及び観光協会 n=159

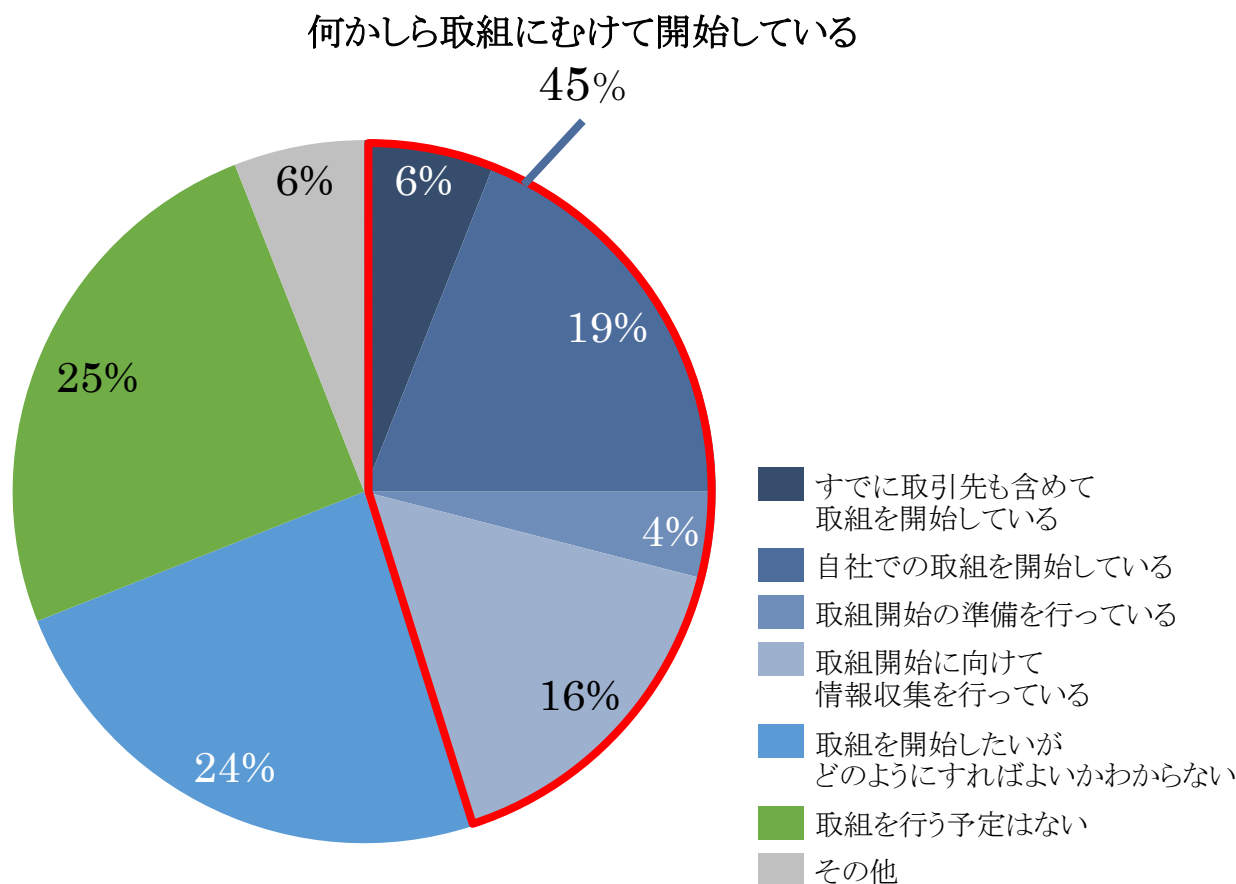


カーボンニュートラル・脱炭素の取組状況

- 自社または取引先も含めてカーボンニュートラル・脱炭素の取組を実施している事業者は**25%**。もっとも取り組みが進んでいるのが宿泊事業者(36%)、次いで自治体・観光協会(31%)、旅行会社(29%)が続いている。

カーボンニュートラル、脱炭素の取組状況

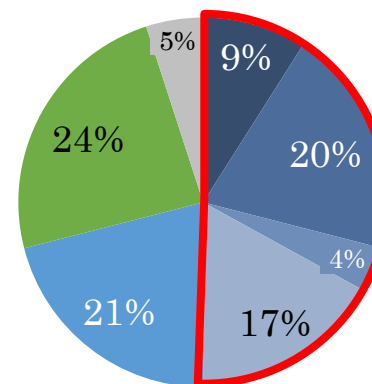
第4回 n=1,107 / 共に単数回答



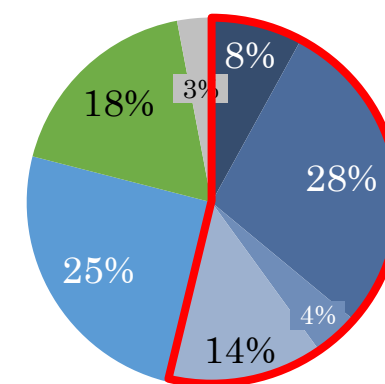
事業者別の取組状況

事業者は各々単数回答

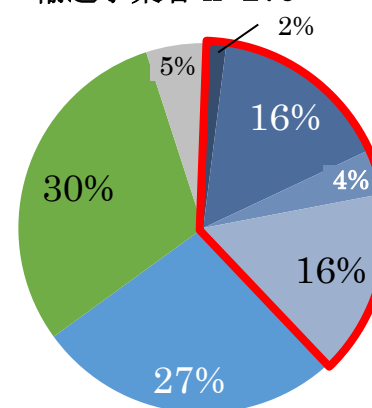
旅行会社 n=333



宿泊事業者 n=123



輸送事業者 n=276



自治体及び観光協会 n=159

