

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(中部支部)

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

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

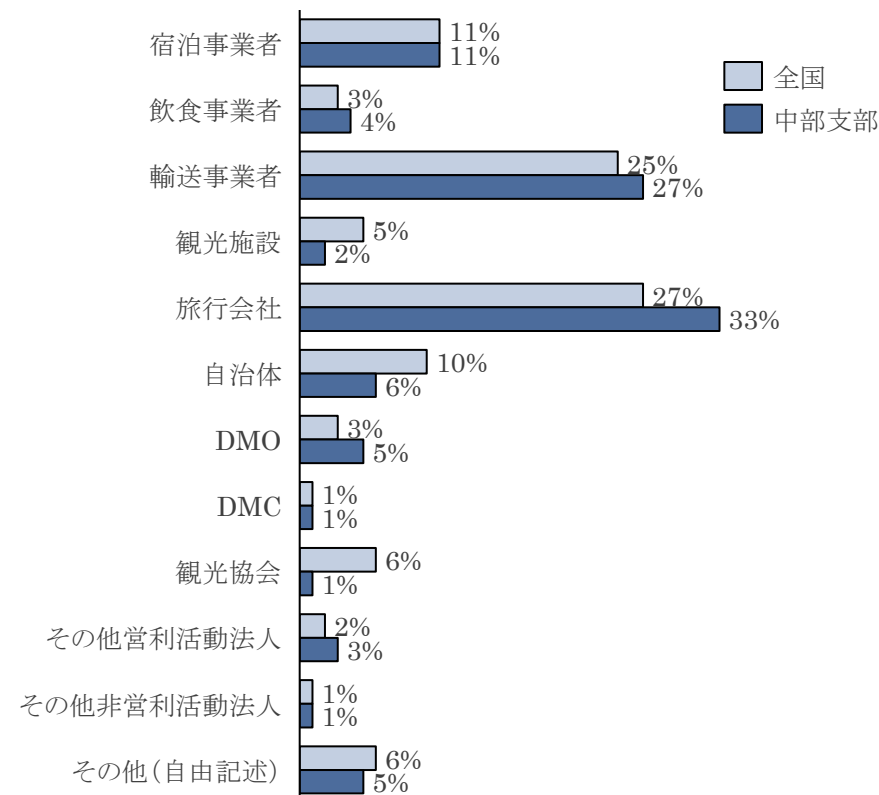
調査実施期間:2025年7月1日(火)~7月24日(木)

回答者数並びに組織・団体の業種について

- 中部に拠点のある事業者214件から回答を得た。全国との比較においては旅行会社・輸送事業者の比率が若干高いがほぼ全国と同傾向にある。

事業拠点・所在、事業形態
全国 n=970 / 中部支部 n=214 / 共に 単数回答

業種	全国	中部	富山県	石川県	福井県	岐阜県	静岡県	愛知県
宿泊事業者	105	16	3	4	1	3	5	6
飲食事業者	32	7	0	2	0	3	0	1
輸送事業者	245	48	6	9	2	11	14	12
観光施設	49	18	0	6	0	4	2	2
旅行会社	265	61	10	14	8	6	14	25
自治体	99	39	1	7	7	1	13	5
DMO	25	3	0	1	1	0	0	0
DMC	7	2	0	1	0	0	0	0
観光協会	55	8	0	4	4	0	0	0
その他営利活動法人	15	0	0	1	1	0	0	1
その他非営利活動法人	14	3	0	0	0	0	0	0
その他(自由記述)	59	9	1	2	1	3	3	4
合計	970	214	21	51	25	31	51	56

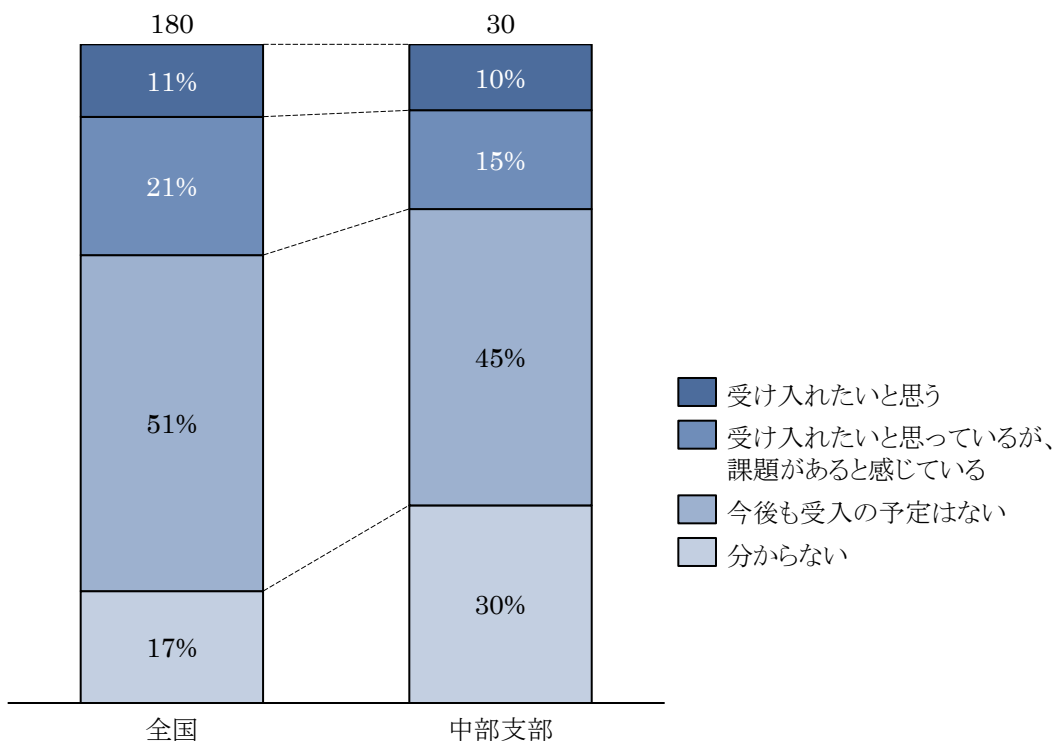


インバウンド観光客受け入れ計画

- 現在インバウンドを受け入れていない事業者に対する将来の受入計画については25%と全国より低い傾向にあるが、現時点でインバウンドを受け入れていない事業者が全国よりも低いため、すでに受け入れが進んでいる可能性がある。また分からないの比率も高いため、受入が進む可能性も残されていると推測される。

将来、インバウンド観光客を受け入れ計画

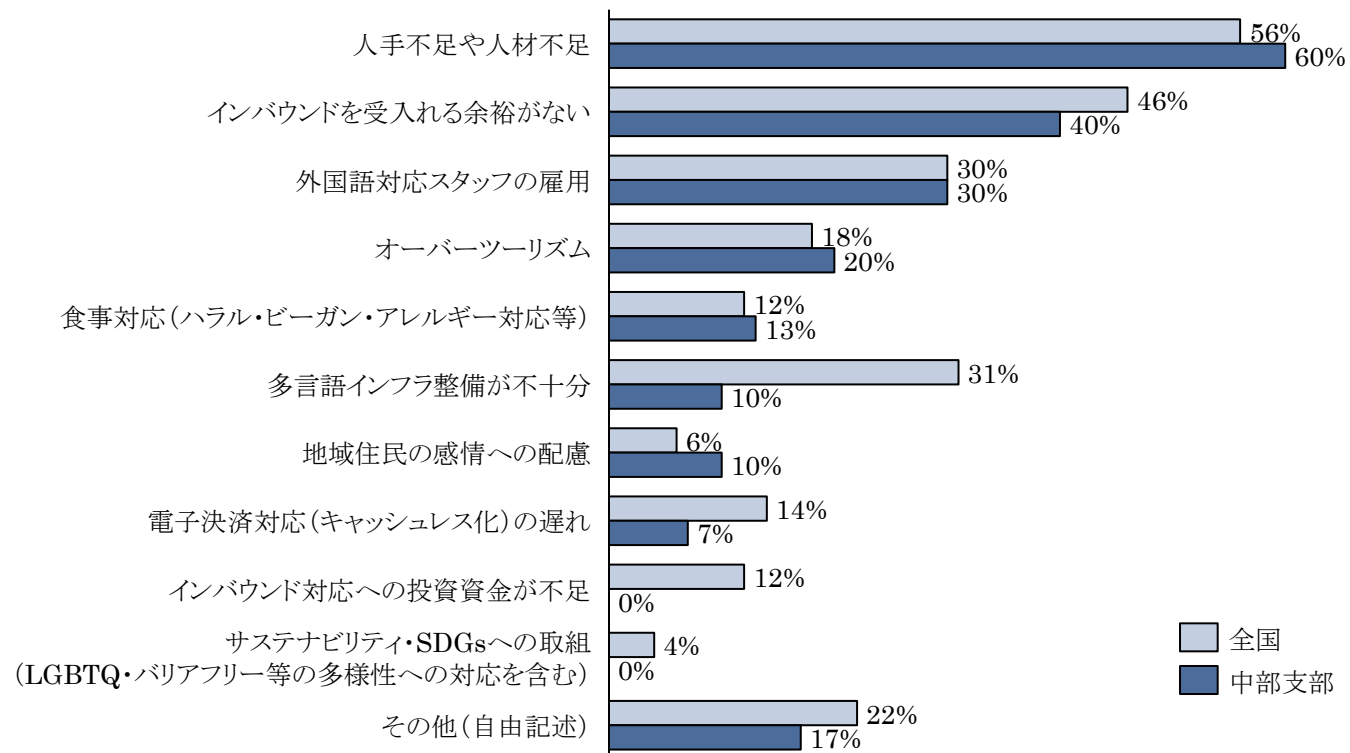
全国 n=180 / 中部支部 n=30 / 共に単数回答



「全体」1件の無回答を除く。

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=180 中部支部 n=30 / 共に複数回答

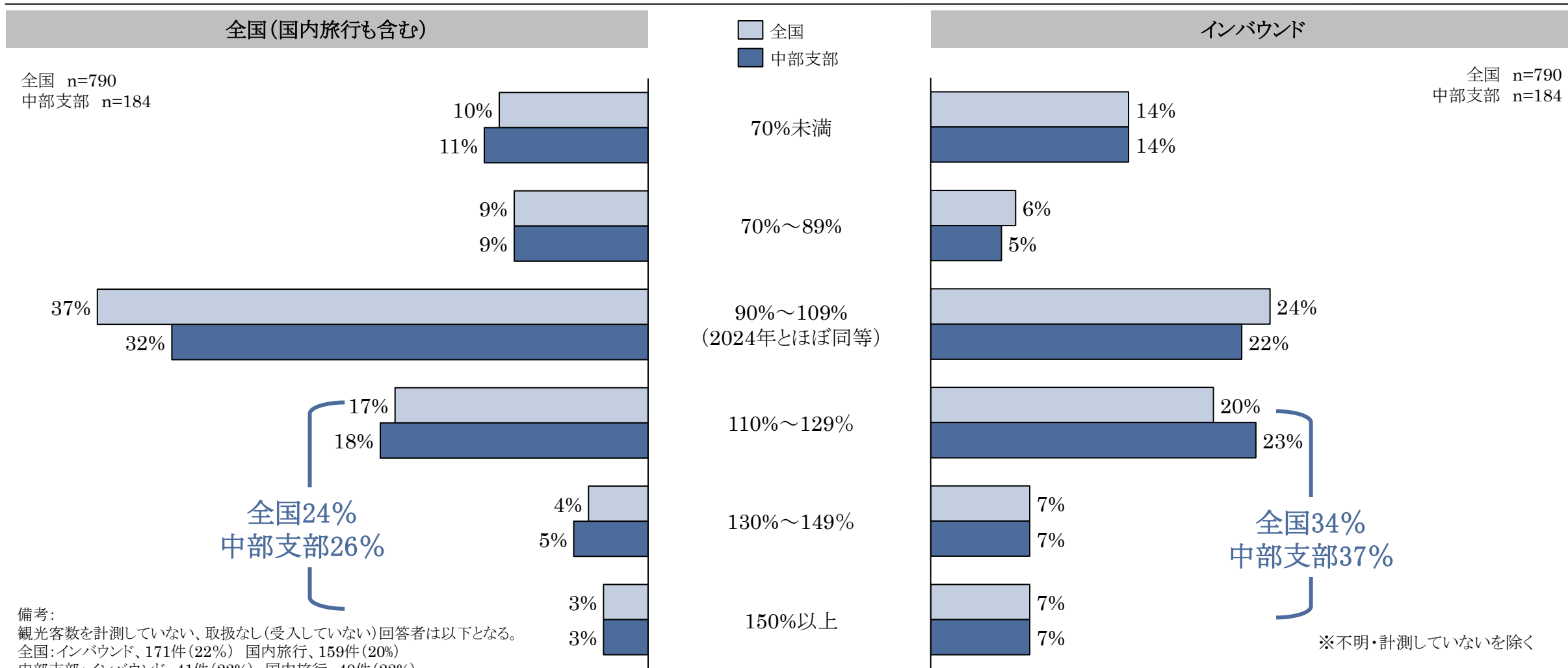


「全体」18件、「中部支部」3件の無回答を除く。

観光客数の受入状況について

- 観光客の受入状況の前年比較では全国とほぼ同様の傾向を示しており、インバウンドが国内を含んだ観光全体を上回っている。

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

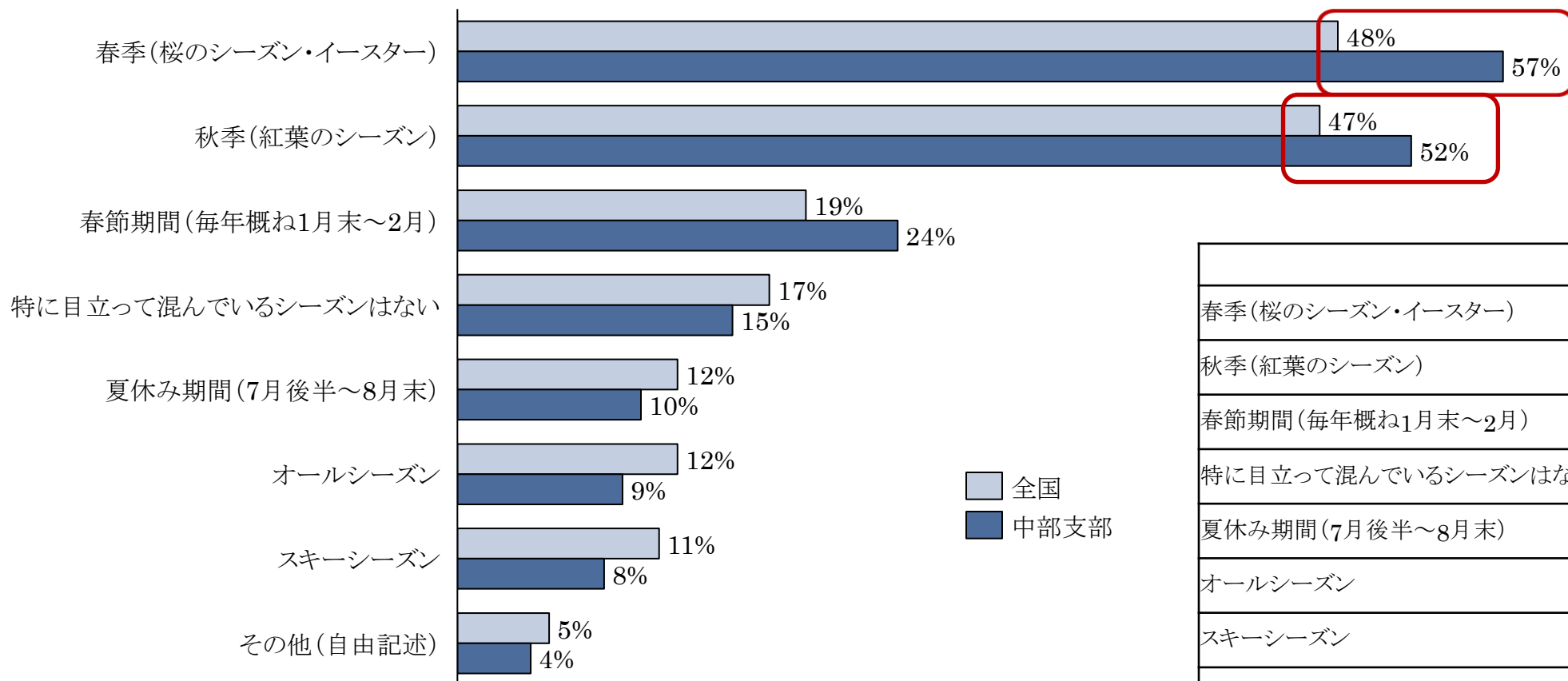


インバウンド観光客の多い時期について

- インバウンド観光客の受入時期については、全国同様「秋季」、「春季」への集中が顕著であり、全国よりも高くなっている。また「春節時期」も全国より高く、混雑期と閑散期の差が全国よりも大きい傾向にある。

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

全国 n=790 / 中部支部 n=184 / 共に複数回答



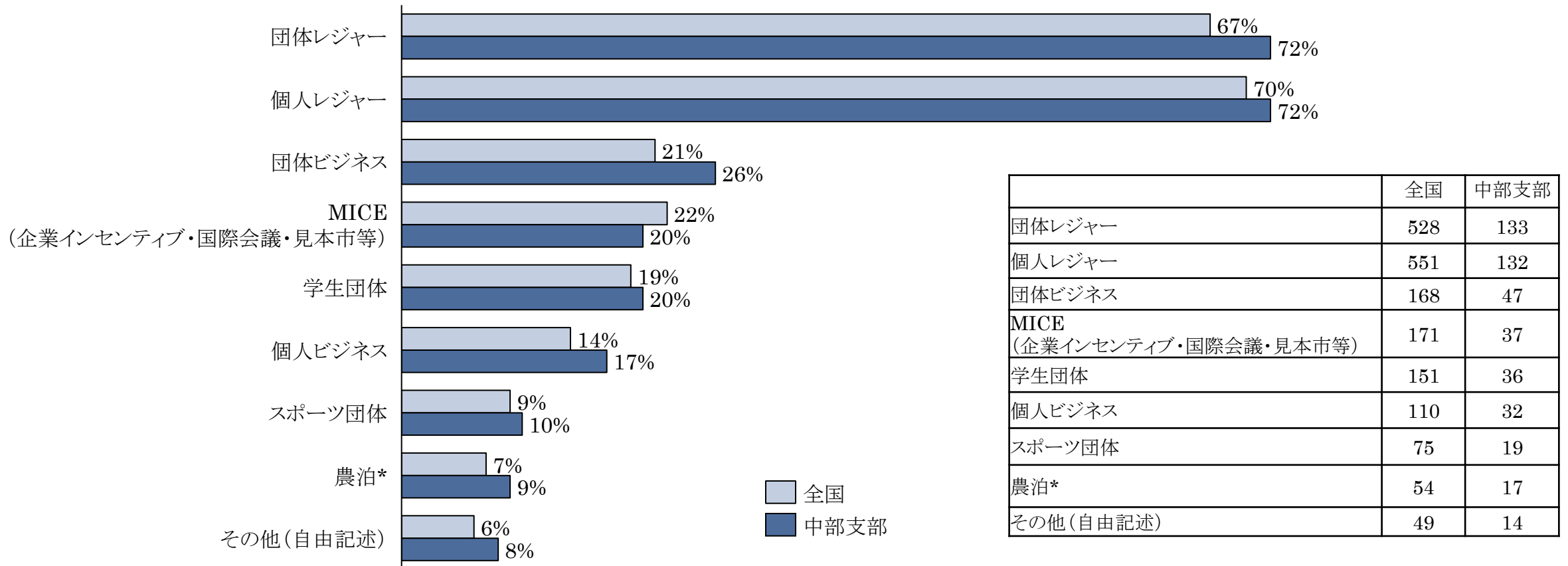
	全国	中部支部
春季(桜のシーズン・イースター)	383	105
秋季(紅葉のシーズン)	374	96
春節期間(毎年概ね1月末~2月)	149	45
特に目立って混んでいるシーズンはない	133	28
夏休み期間(7月後半~8月末)	92	19
オールシーズン	95	17
スキーシーズン	83	15
その他(自由記述)	36	8

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国と同傾向にあり、多くの項目で全国を上回っており、多種多様な旅行スタイルを受け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=790 / 中部支部 n=184 / 共に複数回答



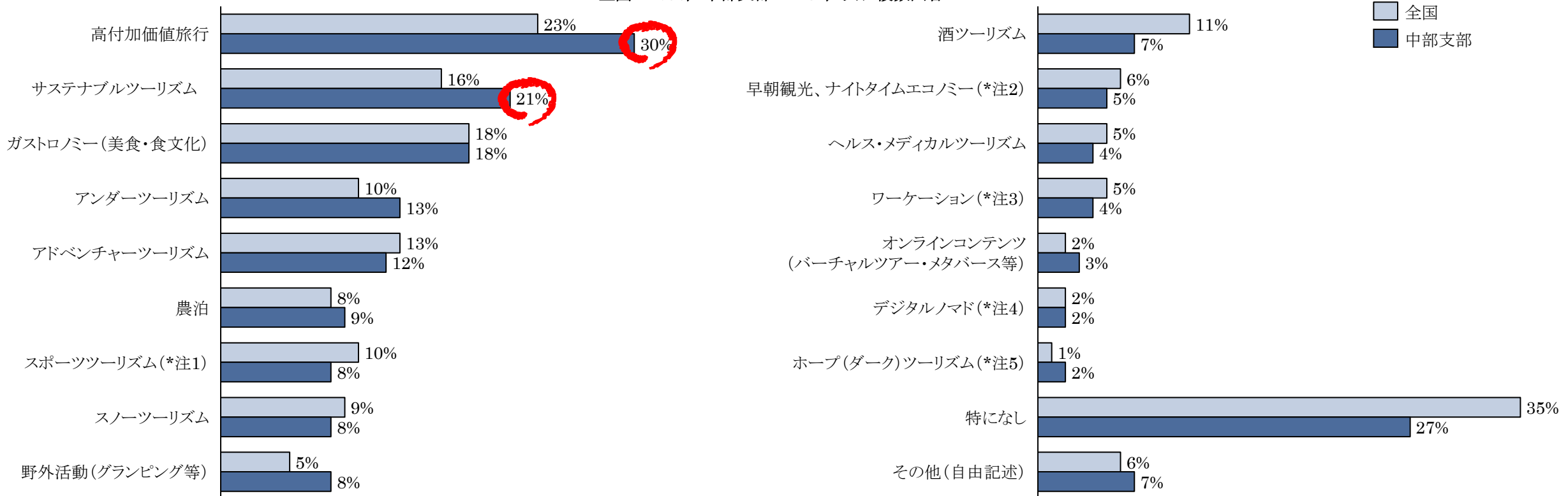
*農泊とは農山漁村地域に宿泊し、滞在中に豊かな地域資源を活用した食事や体験等を楽しむことを指す。

旅行・観光関連コンテンツについて

- 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く、いずれも全国よりも比率が高い。特になしが全国よりも8ポイント低いことから新規コンテンツへの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

全国 n=790 / 中部支部 n=184 / 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: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

注3: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4: 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

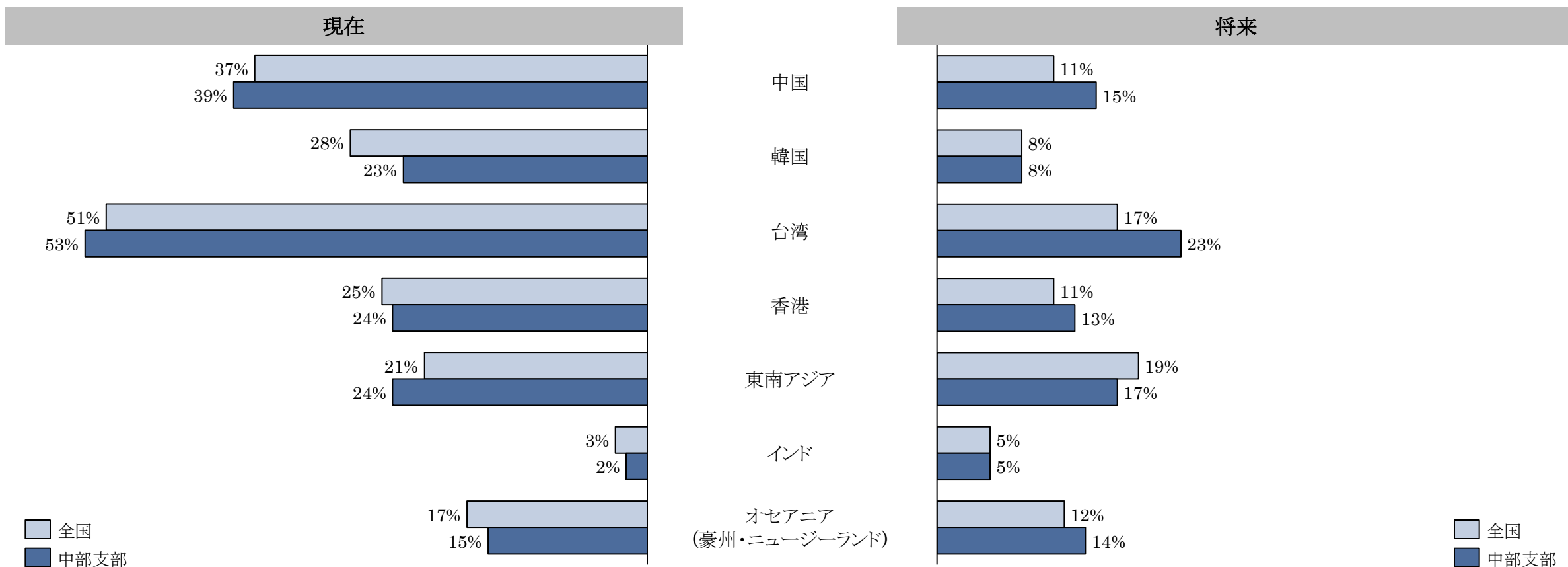
注5:ダークツーリズム:戦跡や災害被災地など、死・暴力・虐待などの悲劇にまつわる場所を訪問する観光のこと。ホープツーリズム:福島県等で実施されている、複合災害の教訓等から「持続可能な社会・地域づくりを研究・創造する」スタディーツアープログラム

インバウンド重点市場について(アジア・オセアニア)

- インバウンド重点市場についてもほぼ全国と同傾向にあるが、台湾・中国への期待が現在・将来とも若干高くなっている。

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=790 / 中部支部 n=184 / 共に複数回答

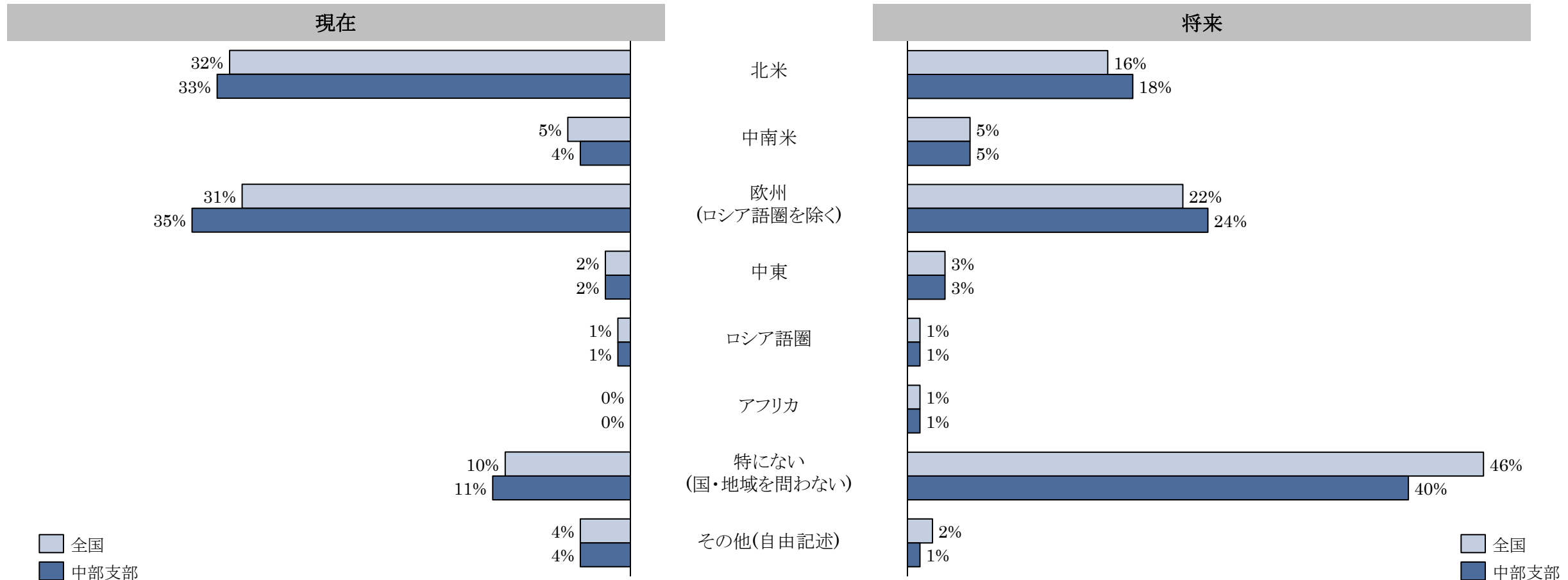


インバウンド重点市場について(欧米・その他地域)

- 欧米・その他地域における重点地域についても、全国と同様の傾向となっている。

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=790 / 中部支部 n=184 / 共に複数回答

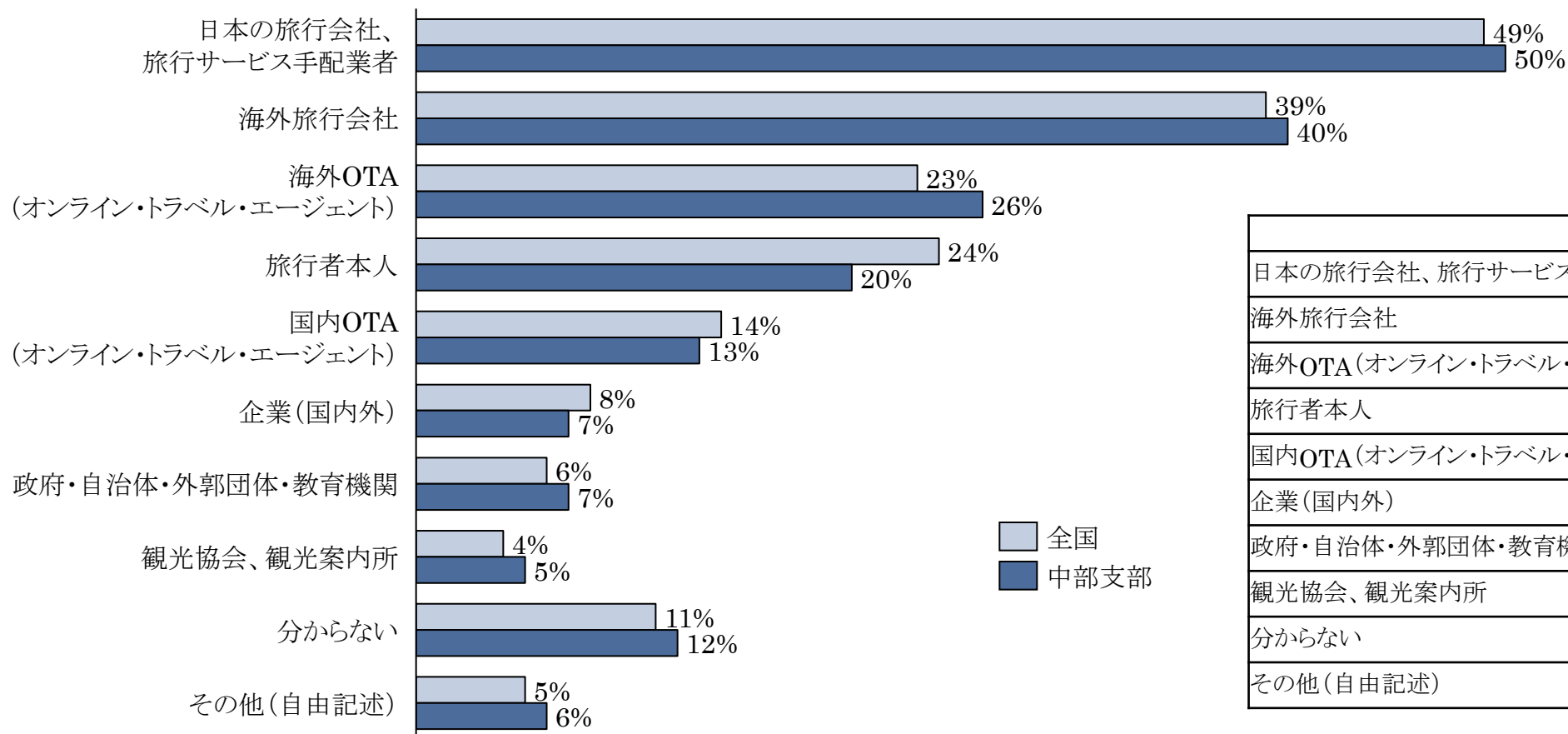


予約チャンネルについて

- 予約チャンネルについては全国と同様の傾向にあるが、上位項目である「日本の旅行会社」、「海外旅行会社」、「海外OTA」は全国よりも高い一方、下位項目は全国よりも低い傾向があり、上位項目との差が全国よりも少し大きくなっている。

インバウンド観光客の予約チャンネルについて

全国 n=790 / 中部支部 n=184 / 共に複数回答



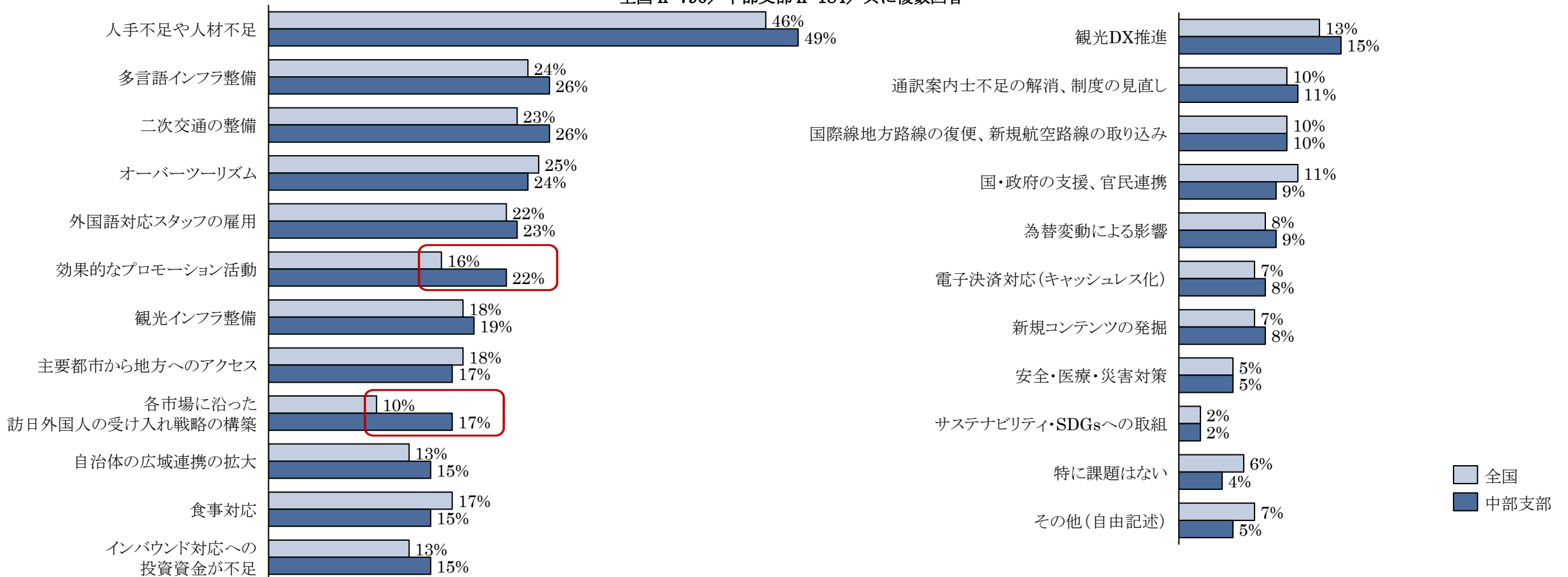
	全国	中部支部
日本の旅行会社、旅行サービス手配業者	388	92
海外旅行会社	309	74
海外OTA (オンライン・トラベル・エージェント)	180	48
旅行者本人	186	36
国内OTA (オンライン・トラベル・エージェント)	107	24
企業(国内外)	62	13
政府・自治体・外郭団体・教育機関	49	12
観光協会、観光案内所	34	9
分からない	84	22
その他(自由記述)	36	11

インバウンド観光客受入の課題について(現在)

- インバウンド観光客受入の現在における課題は全国同様「人手不足・人材不足」となっており、全国よりも若干比率が高い。また多くの項目において全国よりも高く、中でも「プロモーション」、「市場別戦略」を課題とする比率が高い。誘客に向けた認知度向上等への取り組み強化への関心が高いと考えられる。

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=790 / 中部支部 n=184 / 共に複数回答

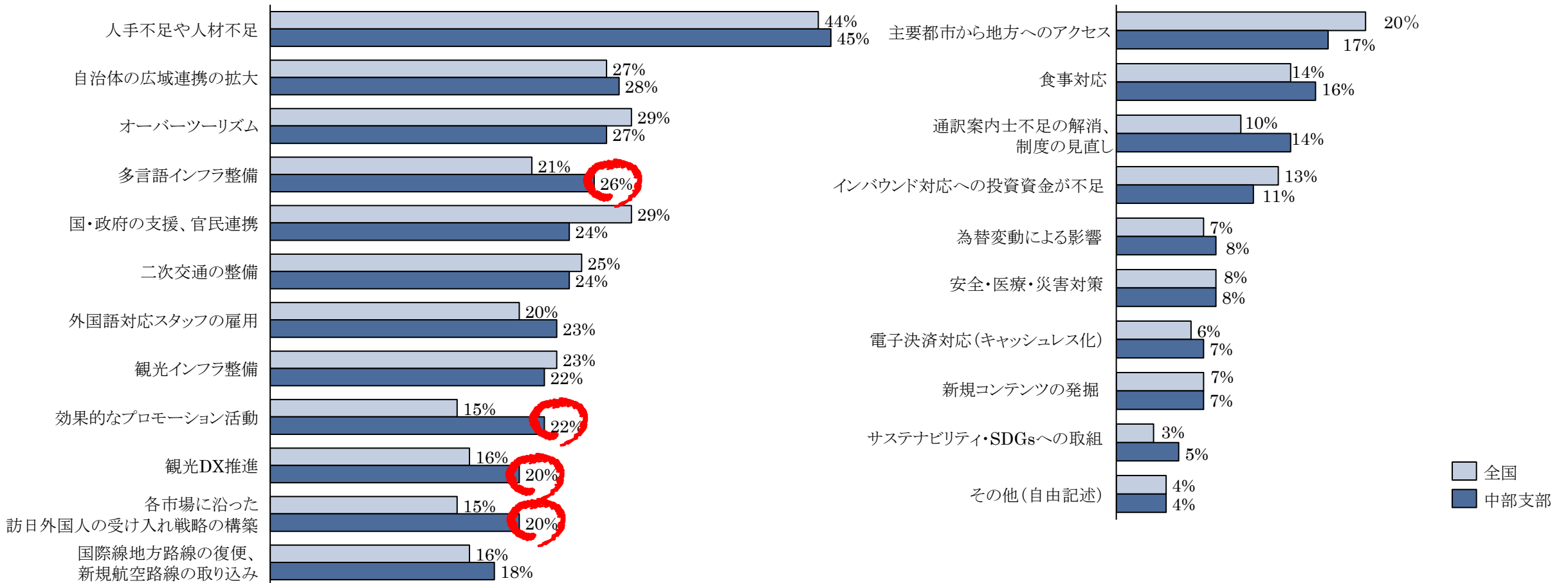


インバウンド観光客受入をさらに伸長させるための条件について(将来)

- 将来における課題も現在同様「人手不足・人材不足」を挙げる声が多く、その他の課題と比べて圧倒的に高い。また「多言語インフラ整備」、「プロモーション」、「観光DX推進」、「市場別戦略」等が全国よりも高く、認知度向上や受入体制の強化等が将来の課題と考えられる。

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

全国 n=790 / 中部支部 n=184 / 共に複数回答

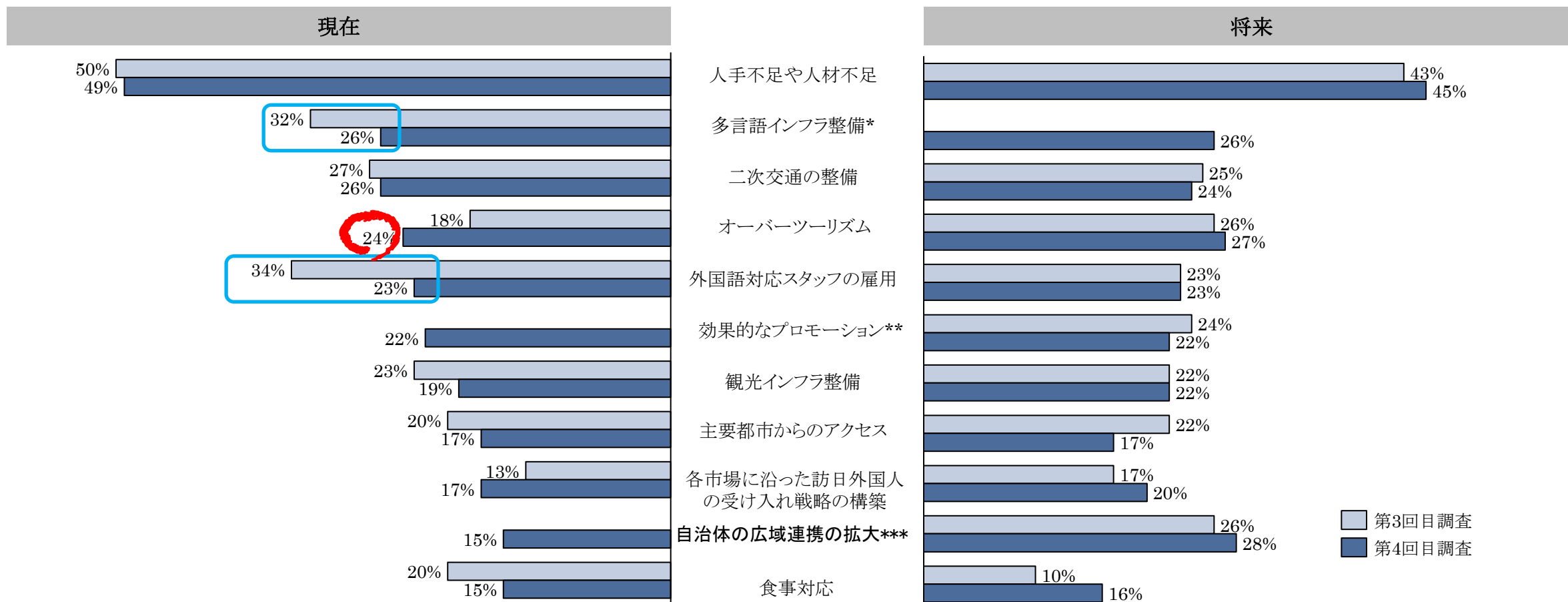


インバウンド観光客受入の課題について(主要項目時系列変化)

- 時系列で課題の変化では最大の課題である「人手不足・人材不足」が現在、将来において高止まりしており引き続き大きな課題であることが伺える。また、将来の課題に大きな変化がないが、現在においては外国語関係の「多言語インフラ整備」、「外国語対応スタッフ」に改善傾向が見られる一方で、「オーバーツーリズム」への関心が高まっている

現在・将来におけるインバウンド観光客の受入の課題について

第3回 n=195 / 第4回 n=184共に複数回答



■ 第3回目調査
■ 第4回目調査

*: 第3回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」の選択肢がない

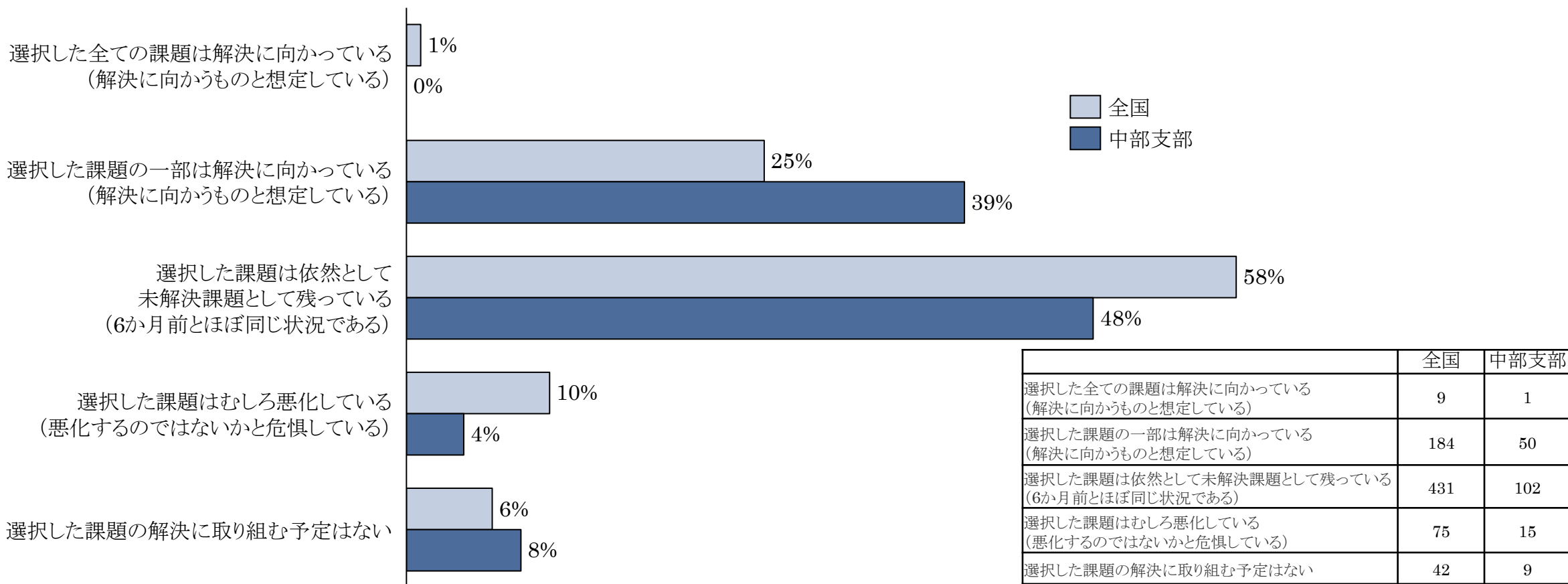
***: 第3回調査において現在課題の中に「自治体の広域連携の拡大」の選択肢がない

インバウンド観光客受入課題の解決状況について

- 課題が解決に向かっているとの回答の合計が39%と全国を26ポイント上回っており、依然半数近くが課題は未解決と回答しているものの全国よりも課題解決が進んでいることが伺える。

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= 741 / 中部支部 n=177 / 共に単数回答

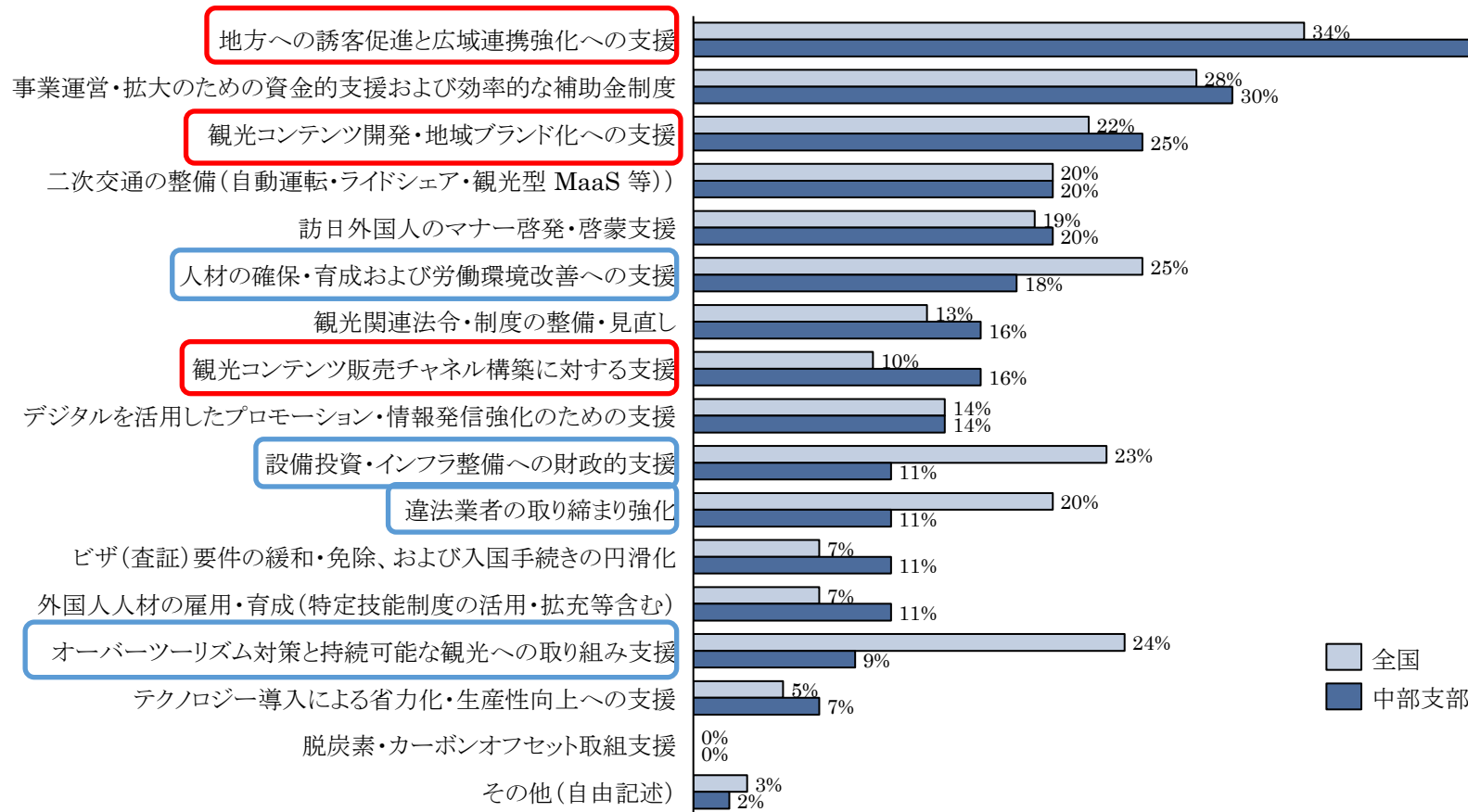


具体的に必要な国・政府の支援・官民連携のあり方について

- 国・政府の支援、官民連携については全国同様「地方誘客・広域連携」を求める声が多く、全国よりも16ポイント高い50%となっている。また、「観光コンテンツの開発」や「販売チャネル構築支援」も全国よりも高いことから、誘客に向けた地域の魅力づくり等の支援をもとえていると考えられる。一方、「人材確保・労働環境改善」、「設備投資・インフラ整備」、「違法強者取り締まり強化」、「オーバーツーリズム対策」等は全国よりも低い。

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

全国 n=232 / 中部支部 n=44 / 共に複数回答



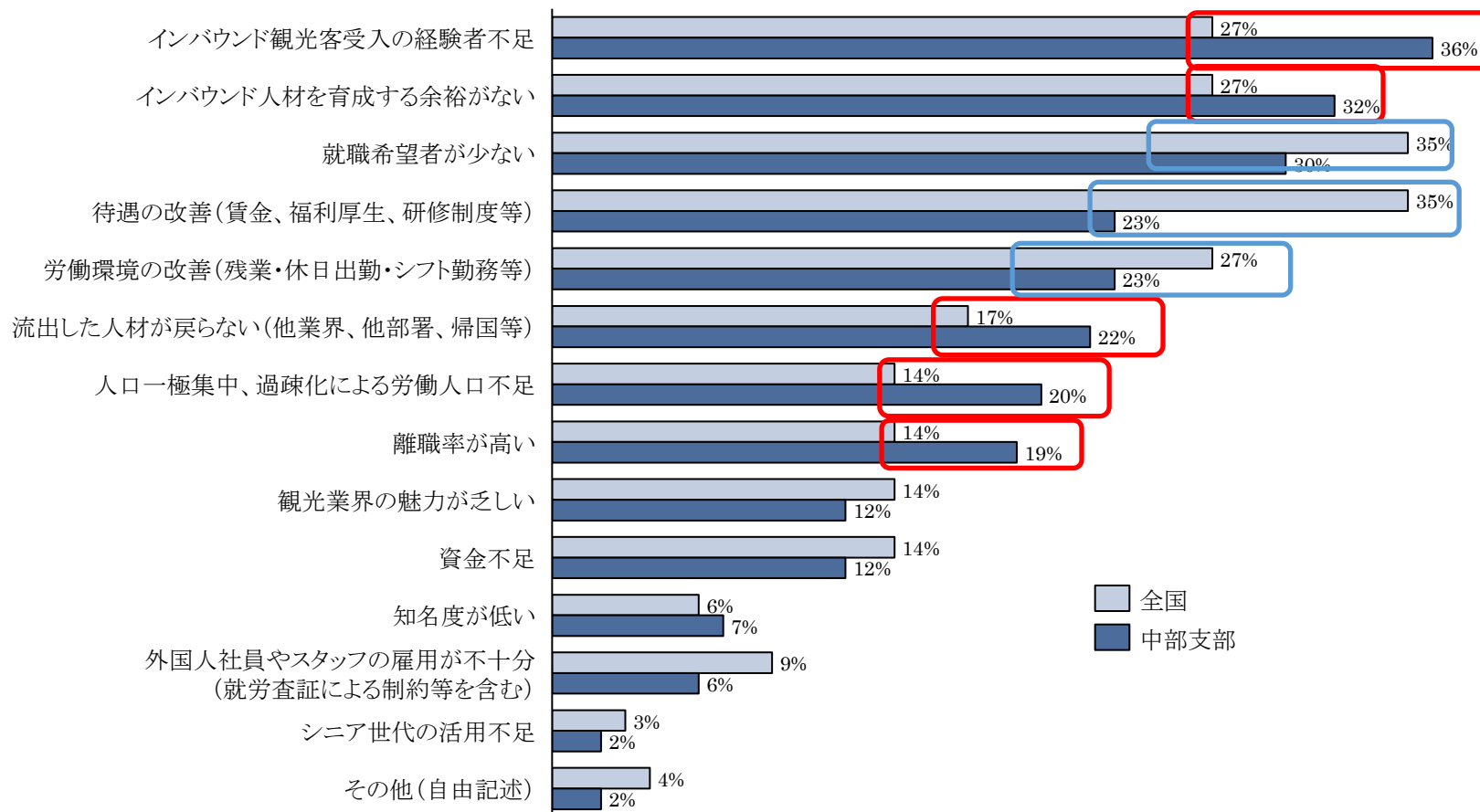
	全国	中部支部
地方への誘客促進と広域連携強化への支援	80	22
事業運営・拡大のための資金的支援および効率的な補助金制度	66	13
観光コンテンツ開発・地域ブランド化への支援	52	11
二次交通の整備(自動運転・ライドシェア・観光型 MaaS 等)	46	9
訪日外国人のマナー啓発・啓蒙支援	45	9
人材の確保・育成および労働環境改善への支援	57	8
観光関連法令・制度の整備・見直し	31	7
観光コンテンツ販売チャネル構築に対する支援	23	7
デジタルを活用したプロモーション・情報発信強化のための支援	32	6
設備投資・インフラ整備への財政的支援	53	5
違法業者の取り締まり強化	47	5
ビザ(査証)要件の緩和・免除、および入国手続きの円滑化	16	5
外国人人材の雇用・育成(特定技能制度の活用・拡充等含む)	16	5
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	56	4
テクノロジー導入による省力化・生産性向上への支援	12	3
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)	6	1

「人手不足・人材不足」について、考えられる要因

- 人手不足・人材不足の要因としては「インバウンドインバウンド経験者不足」が最大の要因であり、次いで「インバウンド人材育成」が続いており、インバウンド人材の確保が喫緊の課題と考えられる。また「人材流出」、「労働人口不足」、「離職率」なども全国よりも高い傾向にある。一方「就職希望者」、「待遇や労働環境」については全国よりも低い。

「人手不足・人材不足」について、考えられる要因

全国 n=367 / 中部支部 n=90 / 共に複数回答



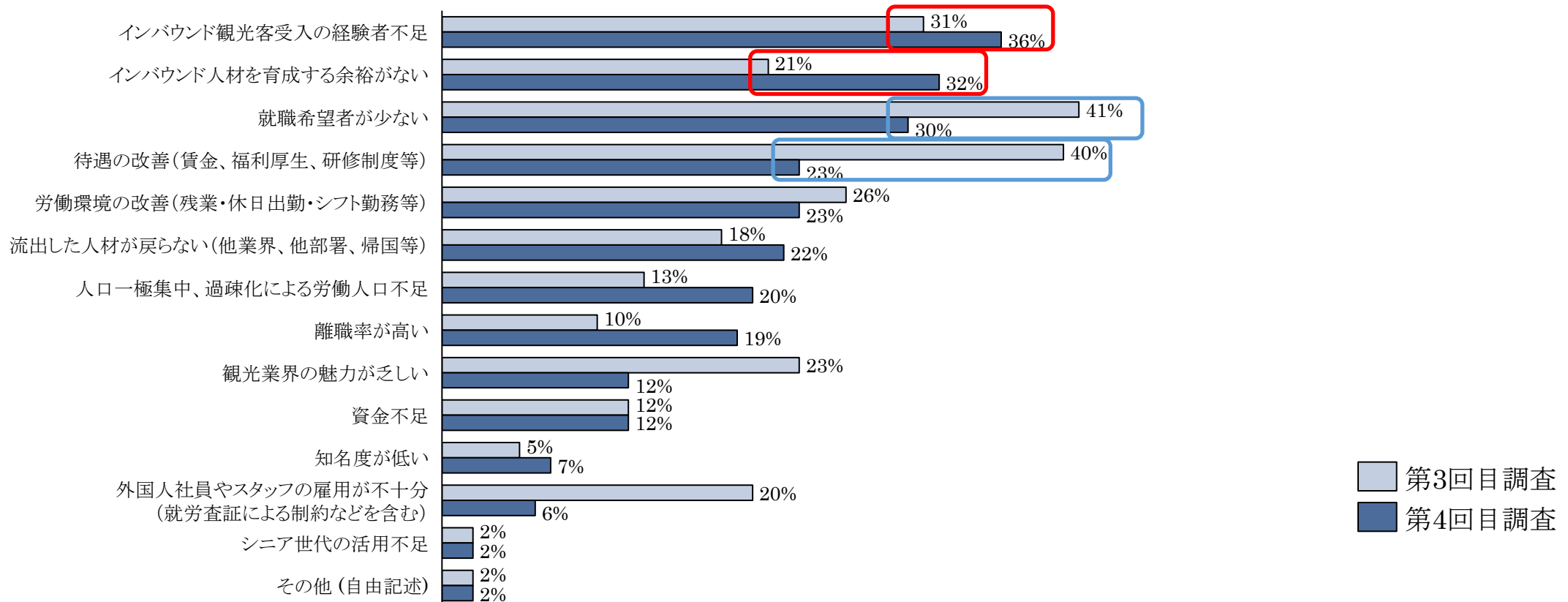
	全国	中部支部
インバウンド観光客受入の経験者不足	99	32
インバウンド人材を育成する余裕がない	100	29
就職希望者が少ない	127	27
待遇の改善(賃金、福利厚生、研修制度等)	130	21
労働環境の改善(残業・休日出勤・シフト勤務等)	99	21
流出した人材が戻らない(他業界、他部署、帰国等)	64	20
人口一極集中、過疎化による労働人口不足	53	18
離職率が高い	52	17
観光業界の魅力が乏しい	53	11
資金不足	50	11
知名度が低い	23	6
外国人社員やスタッフの雇用が不十分(就労査証による制約等を含む)	32	5
シニア世代の活用不足	12	2
その他(自由記述)	14	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)

- 人手不足・人材不足の課題の時系列での変化は、「インバウンド経験者不足」、「インバウンド人材育成」が前回より増加する一方、前回最大の課題だった「就職希望者が少ない」や「待遇の改善」は減少傾向にあり、よりインバウンド経験の高い人材を求める傾向が高くなっていることが伺える。中位以下の項目においても、改善されている項目と悪化している項目の二極化が目立つ点が大きな特徴となっている。

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)

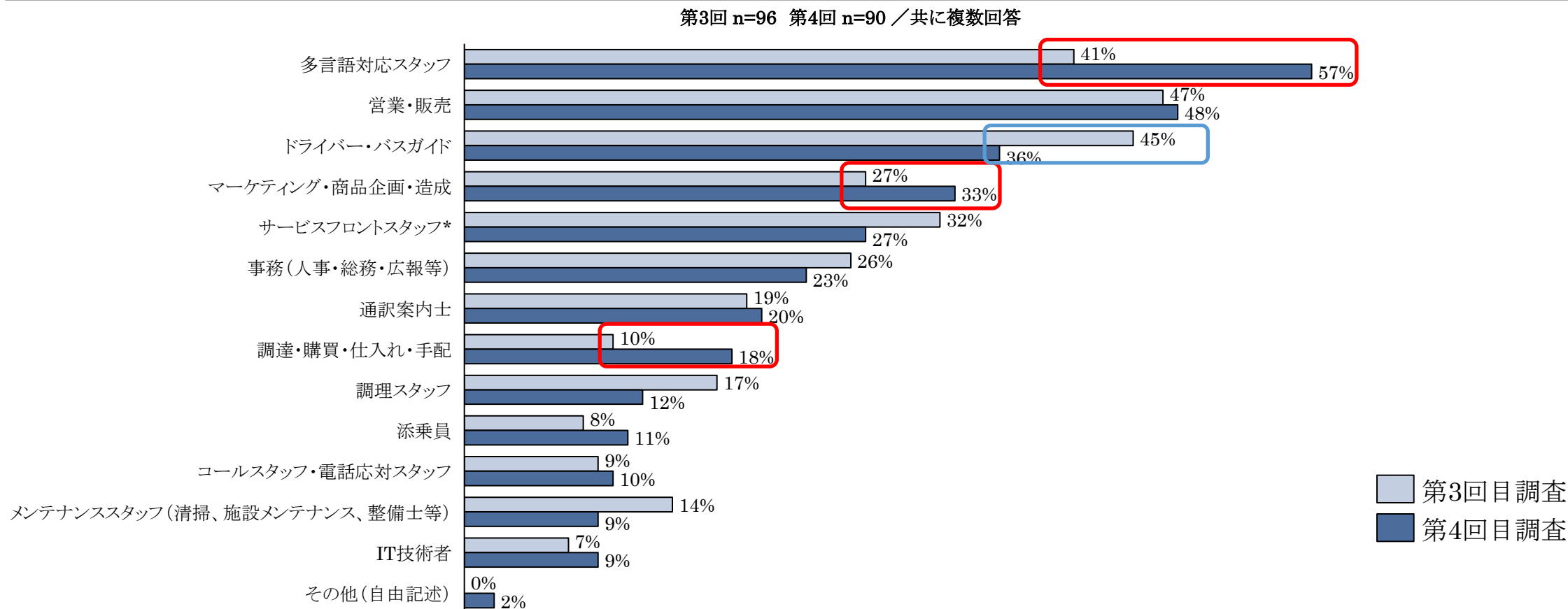
第3回 n=97 第4回 n=90 / 共に複数回答



【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

- 人手不足・人材不足の職種を時系列での変化では、「多言語対応スタッフ」が前回より16ポイント増加している。また「マーケティング」、「調達・仕入れ」も上昇をしており、よりインバウンド受入拡大に向けた人材不足が顕在化してきていると考えられる。「ドライバー・バスガイド」については減少傾向にある。

「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

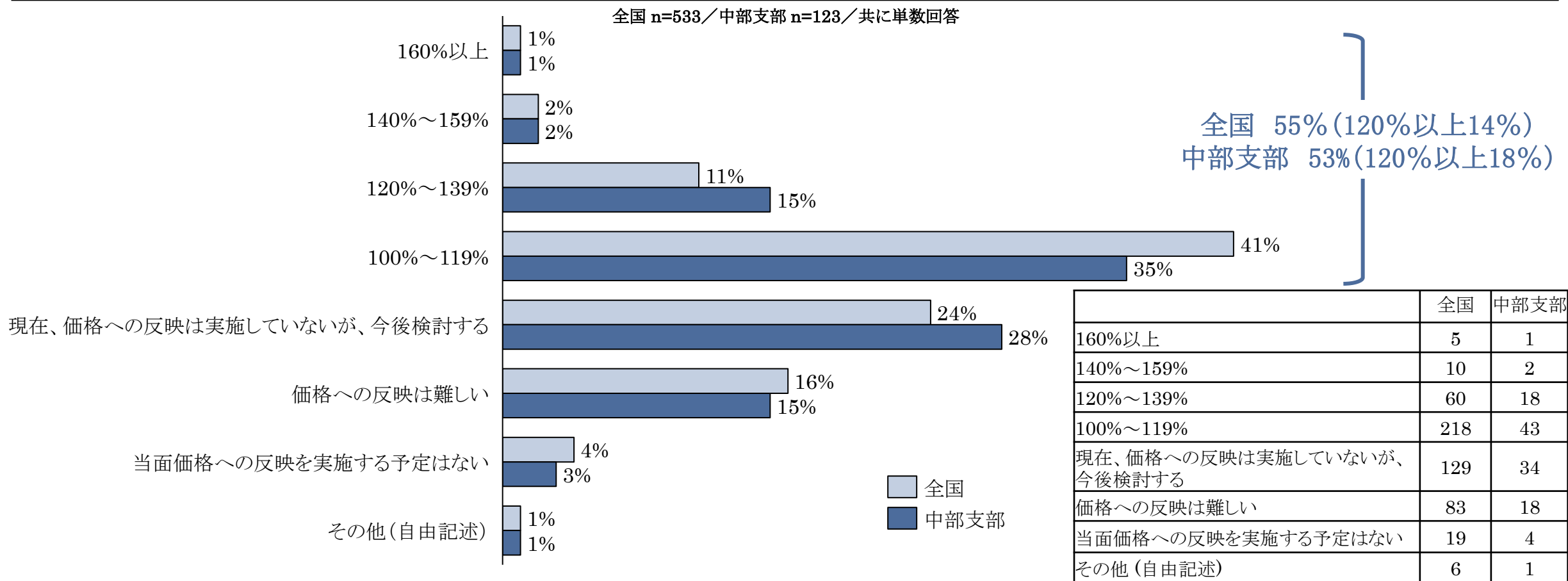


*サービスフロントスタッフ: 旅行カウンター、受付、ホテルフロント、コンシェルジュ、レストランホールスタッフ等

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については全国を若干下回っているものの、120%以上反映済並びに検討中段階の事業者が全国よりも高いことから、二極化が進みつつある可能性が考えられる。

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

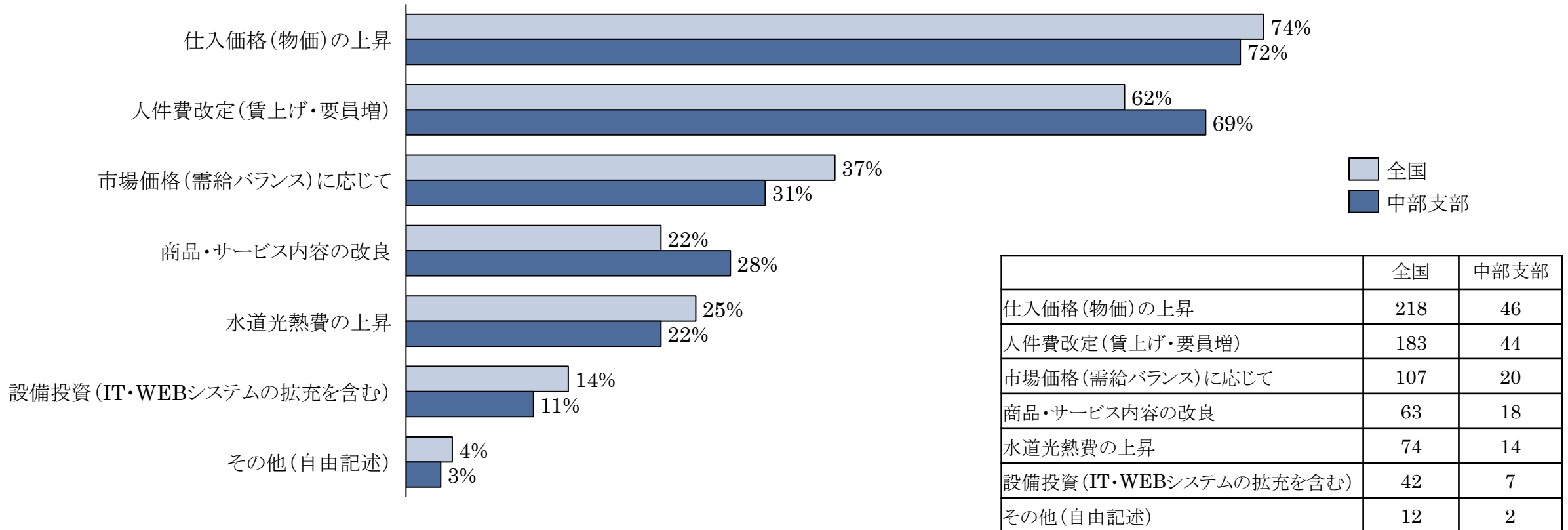


観光事業者のコスト上昇に至った理由

- コスト上昇の要因については全国同様「仕入れ価格の上昇」が最大の要因となっているが「人件費」が全国よりも7ポイント高く、「仕入れ価格」上昇との差が全国の12ポイントに比べ3ポイントと人件費要因の比重が高くなっている。また「商品・サービス内容の改良」といったポジティブな要因も全国より高くなっている。

価格への反映をするに至った理由について

全国 n=293 / 中部支部 n=64 / 共に複数回答

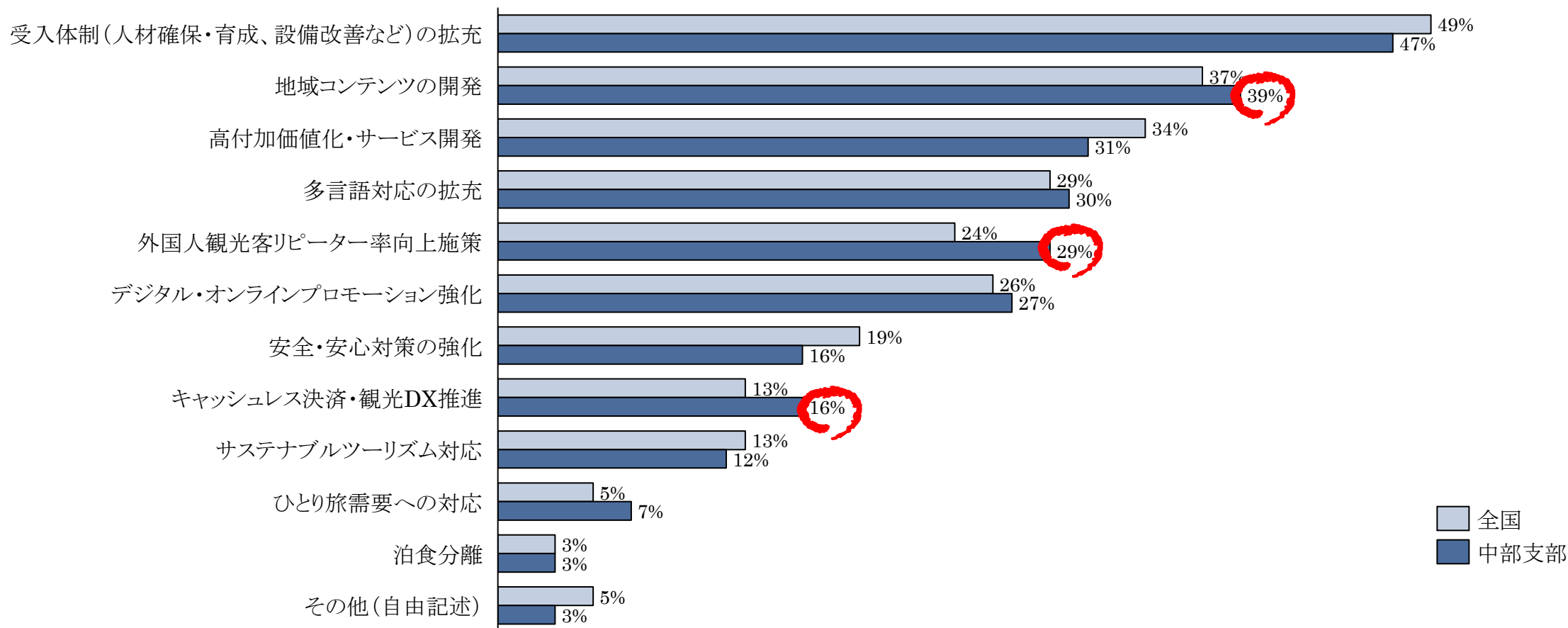


観光庁が掲げる2030年の目標を設定している組織が注力している施策について

- 2030年に向けて注力している施策については順位を含めて全国と同傾向にある。「コンテンツ開発」、「リピーター対策」、「キャッシュレス・観光DX推進」等が全国より若干高い傾向にある。

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

全国 n=456 / 中部支部 n=116 最大3つまで回答可能

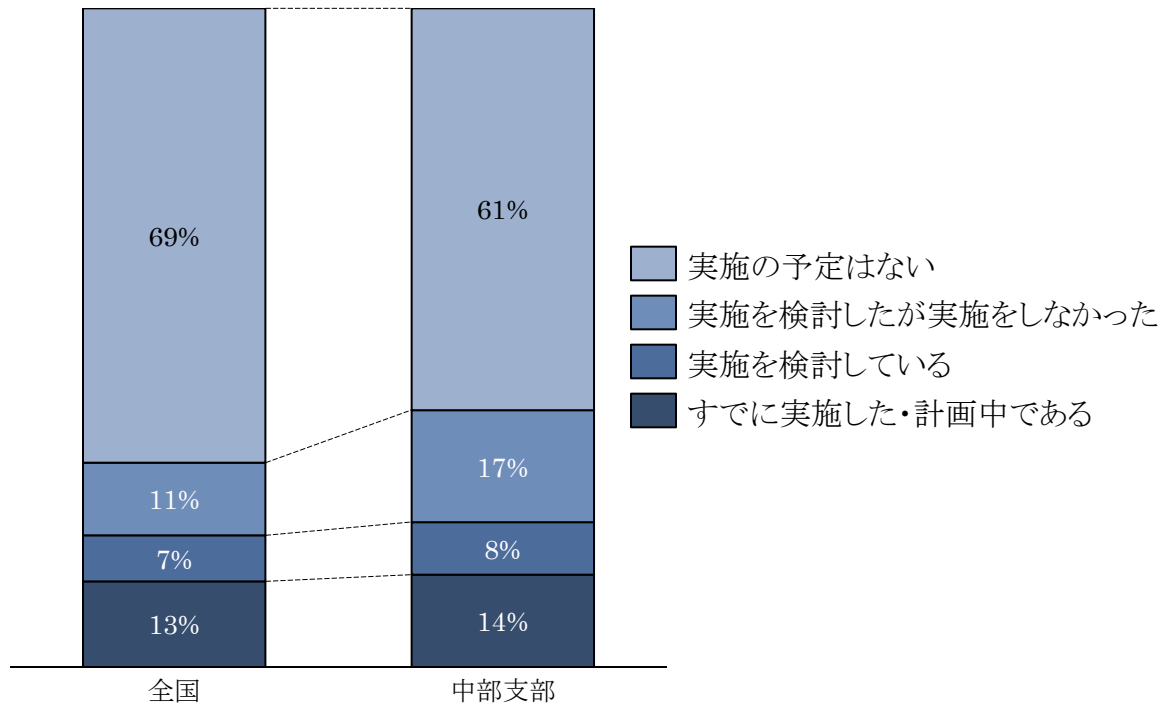


大阪万博によるインバウンド誘致の取組状況及び開催中の受入人数への影響や変化

- 万博への取組については実施済み・計画中は全国と同程度。検討をしたが実施せずが全国よりも高い点の特徴。受入人数への全国と同程度であった。

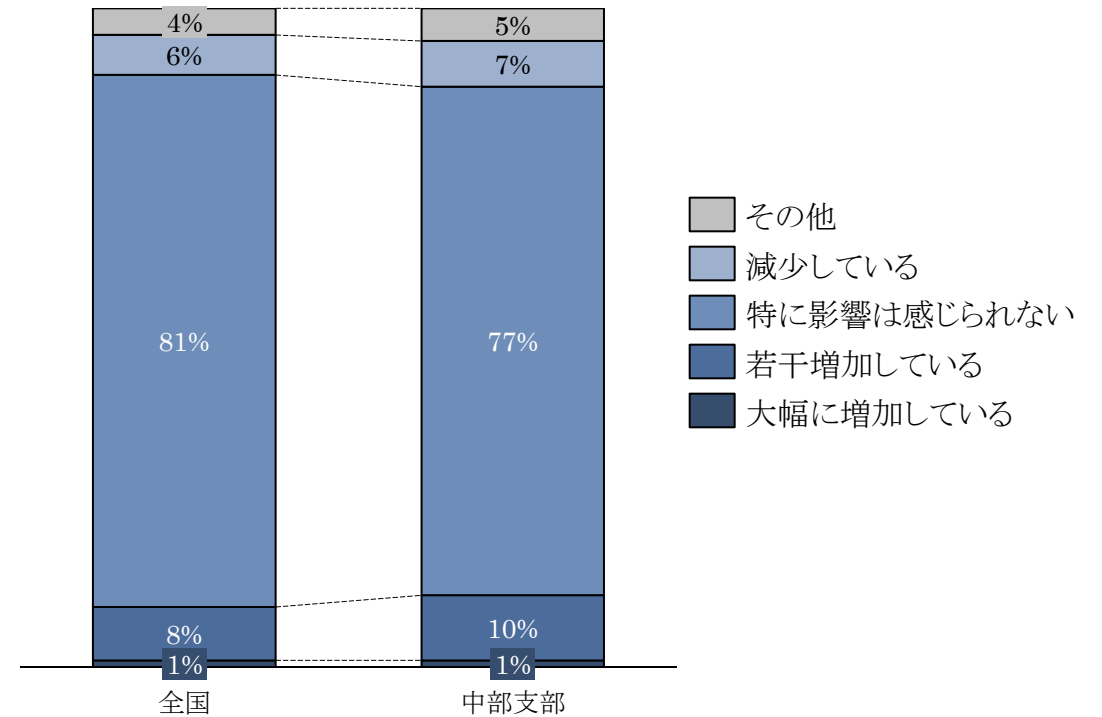
大阪万博によるインバウンド誘致の取組状況

全国 n=790 / 中部支部 n=184 / 単数回答



大阪万博の開催中の受入人数における影響や変化

全国 n=790 / 中部支部 n=184 / 単数回答



大阪万博による組織へのポジティブな影響

- 万博の組織への影響については、立地上の利点もあり受入人数の増加をはじめ全国を上回っている項目が多く、一定のポジティブな影響が見られる。

大阪万博による組織へのポジティブな影響

全国 n=790 / 中部支部 n=184 / 複数回答

