

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(中四国支部)

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

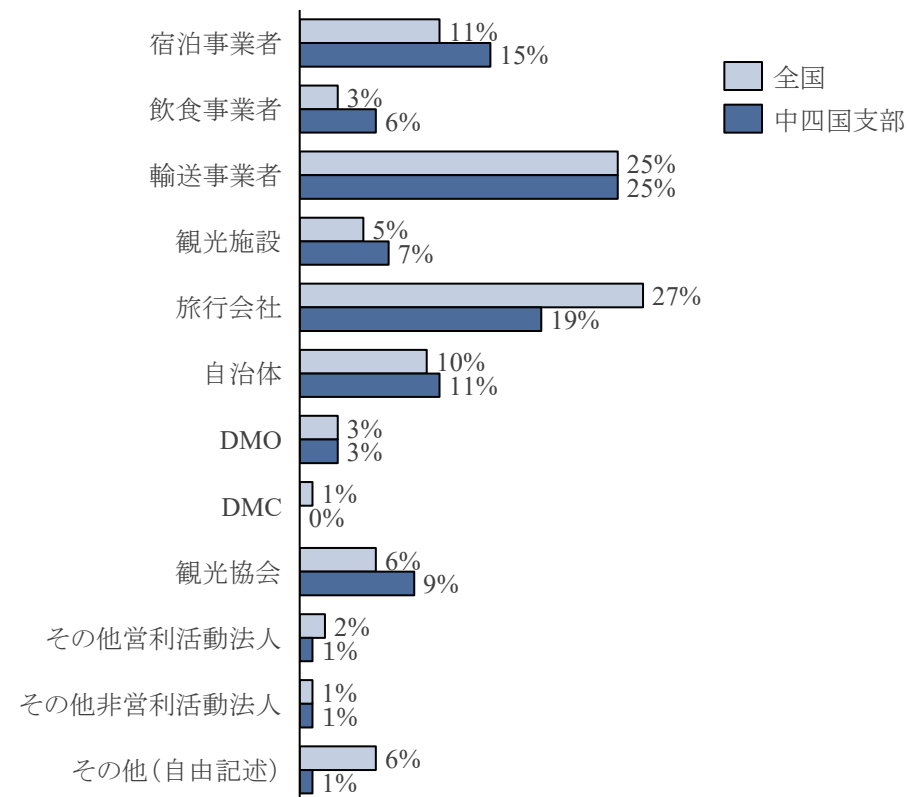
調査実施期間:2025年7月1日(火)~7月24日(木)

回答者数並びに組織・団体の業種について

- 中国・四国に拠点のある事業者143件から回答を得た。全国との比較においては旅行会社の比率が19%と低く、宿泊事業者、観光協会の比率が若干高い。

事業拠点・所在、事業形態
全国 n=970 / 中四国支部 n=143 / 共に 単数回答

業種	全国	中国四国	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	鳥取県
宿泊事業者	105	22		3	14	7	1	1	3	3	1	
飲食事業者	32	9			4	5	1		1			
輸送事業者	245	36	1	3	14	12	3		2	3	3	1
観光施設	49	10	1	2	6	1			1	1	1	1
旅行会社	265	27	2	4	13	17	5	5	7	8	6	2
自治体	99	16	1	5	1		2					1
DMO	25	4		3	1							
DMC	7	0										
観光協会	55	13	2	4	5				1		1	2
その他営利活動法人	15	2		1		1						
その他非営利活動法人	14	2			1	1						
その他(自由記述)	59	2			2							
合計	970	143	7	25	7	44	12	6	15	15	12	7

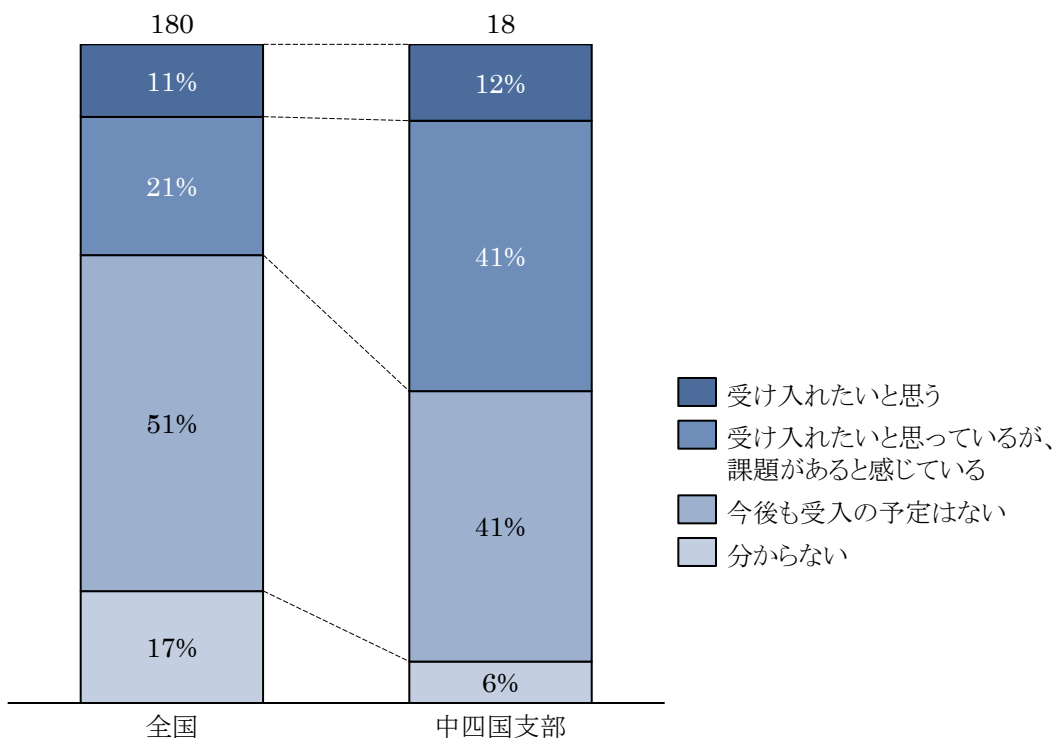


インバウンド観光客受け入れ計画

- 現在インバウンドを受け入れていない事業者に対する将来の受入計画については53%が受入を検討中であり全国の32%と比べると高い傾向にある。課題として「多言語インフラ整備」や、「電子決済対応」が全国よりも高いことから、まだインバウンド受入の整備が進んでいないことが伺える。

将来、インバウンド観光客を受け入れ計画

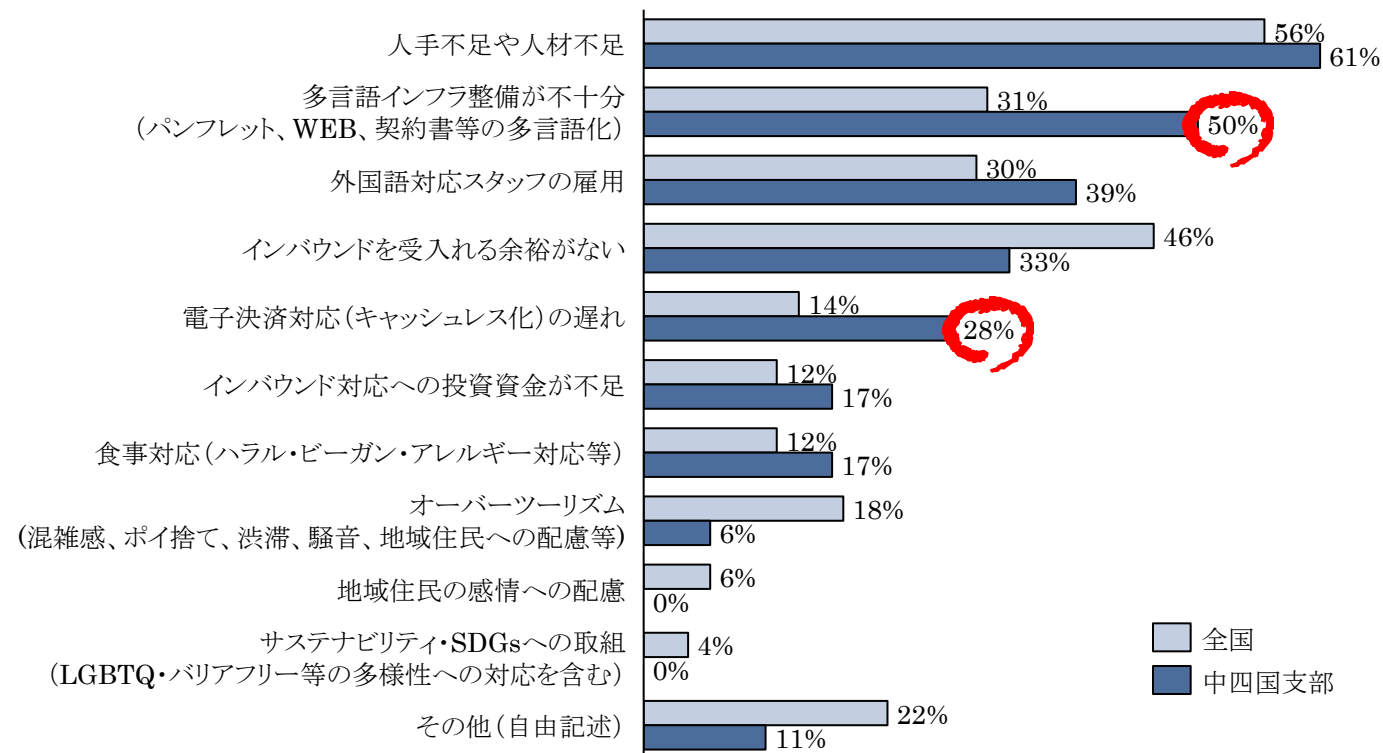
全国 n=180 / 中四国支部 n=18 / 共に単数回答



「全体」1件、「中四国支部」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 / 中四国支部 n=18 / 共に複数回答

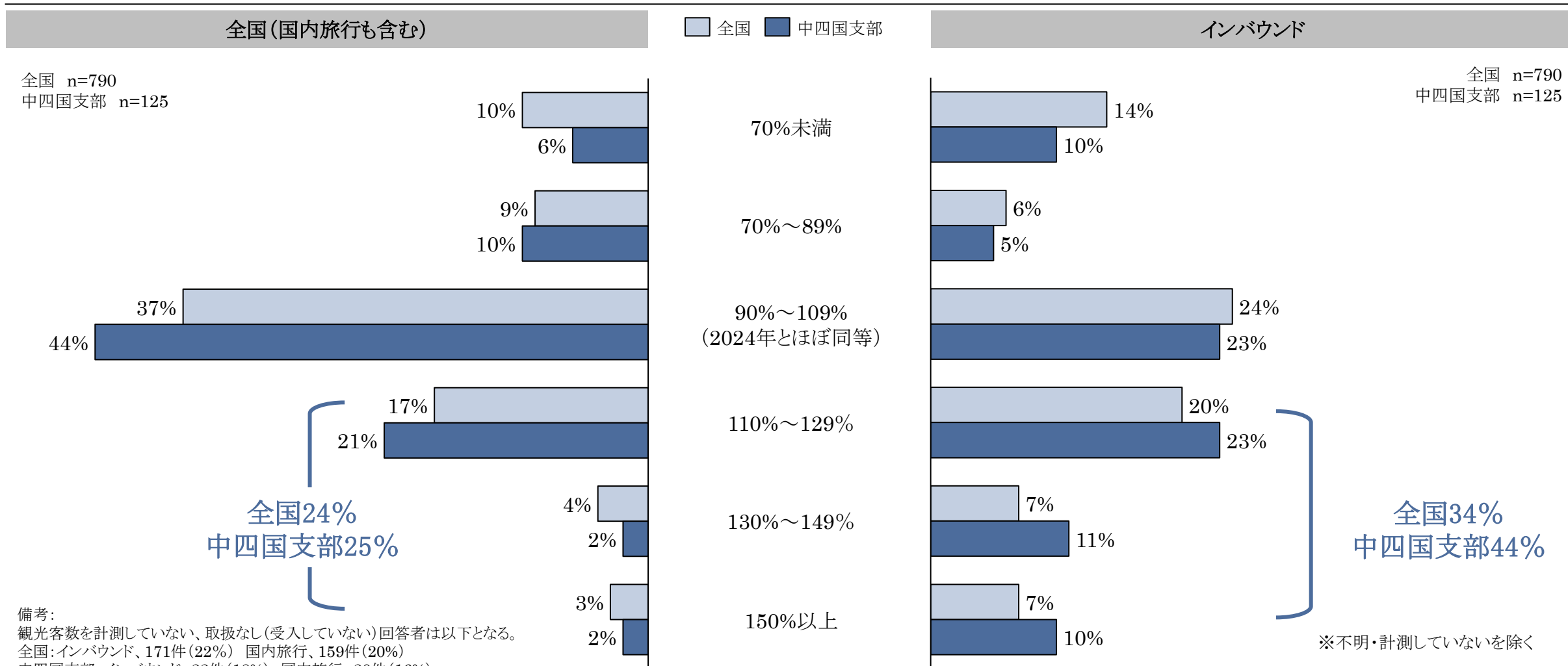


「全体」18件、「中四国支部」1件の無回答を除く。

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同様インバウンドが国内を含んだ観光全体を上回っている。また、インバウンドについては全国を10ポイント上回っておりインバウンドの好調が観光全体を押し上げている。

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

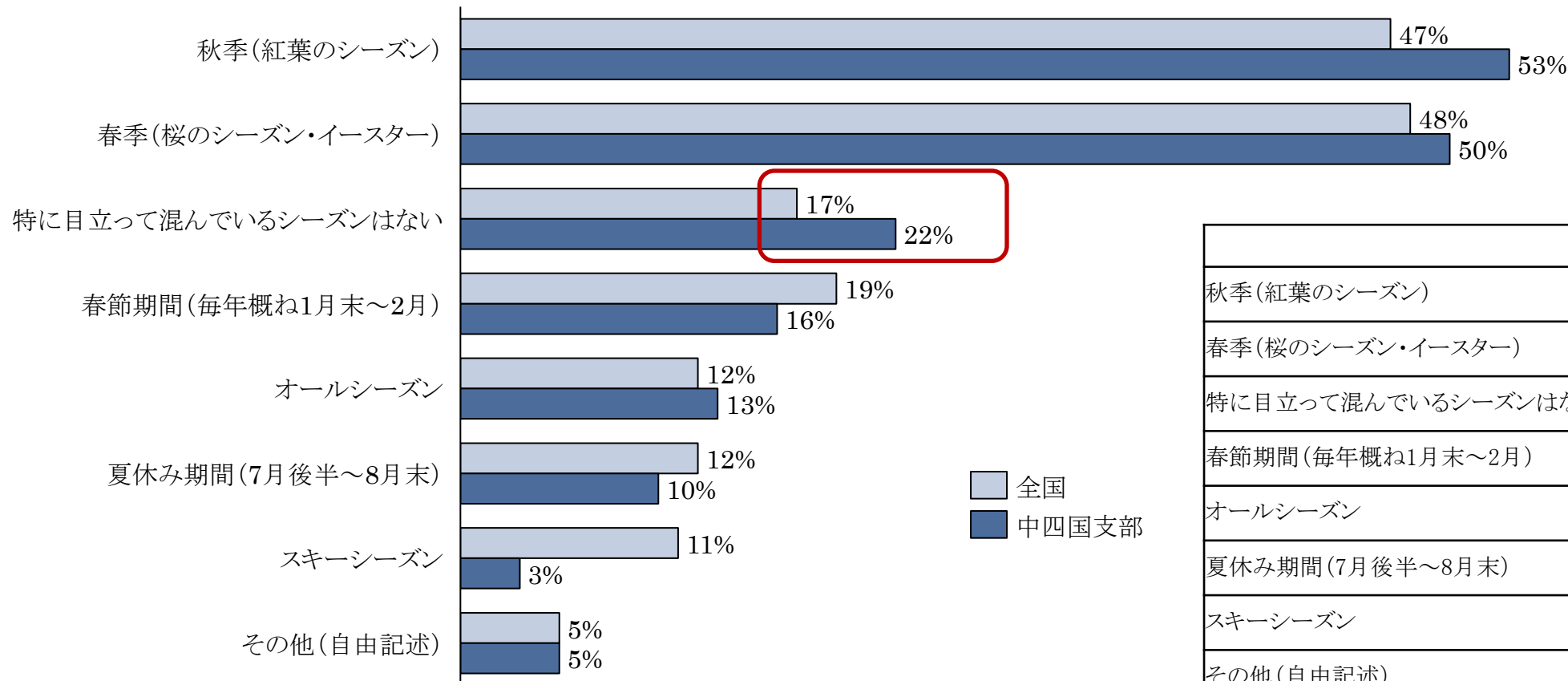


インバウンド観光客の多い時期について

- 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、全国よりも高い。一方で、混雑は見られないという回答も全国を上回っており、エリア内の格差が広がっている可能性があると考えられる。

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

全国 n=790 / 中四国支部 n=125 / 共に複数回答



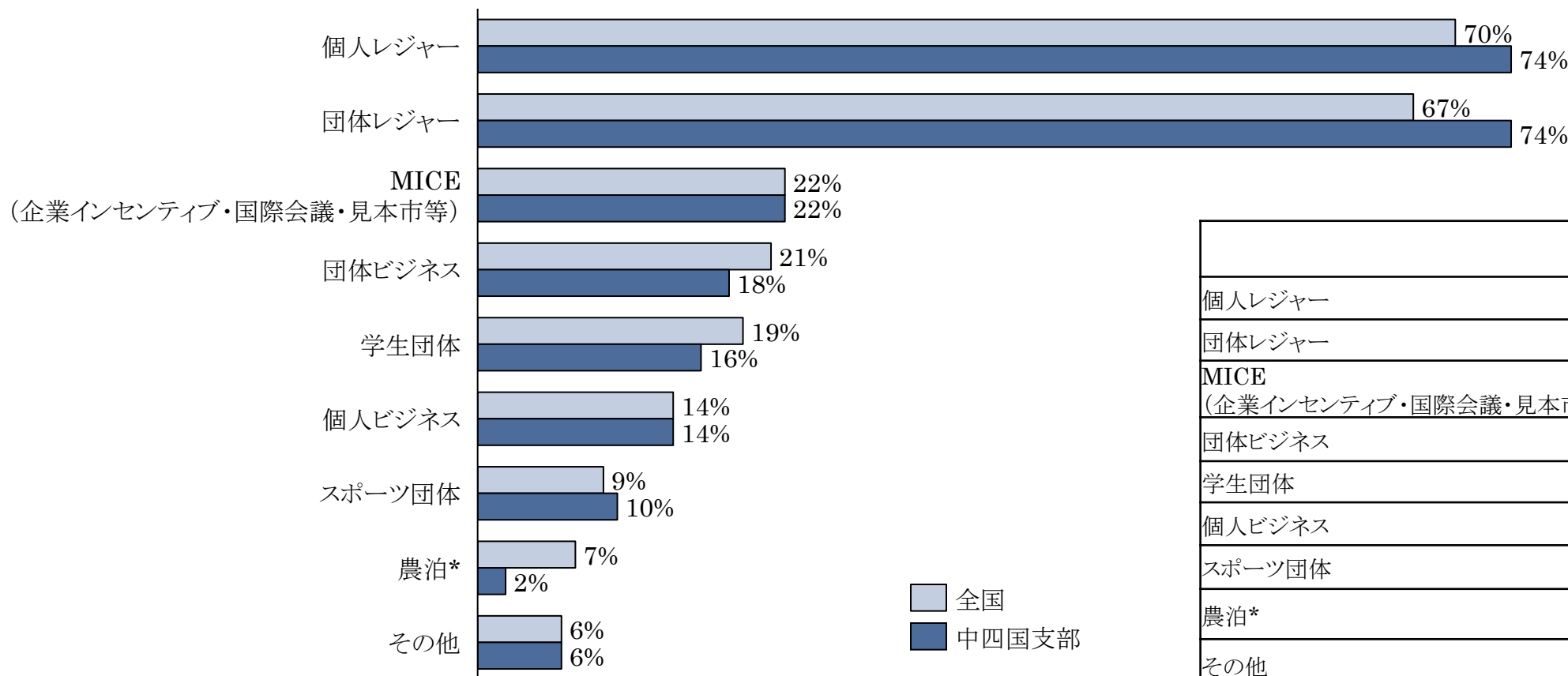
	全国	中四国支部
秋季(紅葉のシーズン)	374	66
春季(桜のシーズン・イースター)	383	62
特に目立って混んでいるシーズンはなし	133	27
春節期間(毎年概ね1月末~2月)	149	20
オールシーズン	95	16
夏休み期間(7月後半~8月末)	92	13
スキーシーズン	83	4
その他(自由記述)	36	6

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、全国と同傾向にあるがレジャーの比率が個人・団体ともに全国を上回っている。

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 / 中四国支部 n=125 / 共に複数回答



	全国	中四国支部
個人レジャー	551	93
団体レジャー	528	92
MICE (企業インセンティブ・国際会議・見本市等)	171	28
団体ビジネス	168	23
学生団体	151	20
個人ビジネス	110	17
スポーツ団体	75	12
農泊*	54	2
その他	49	7

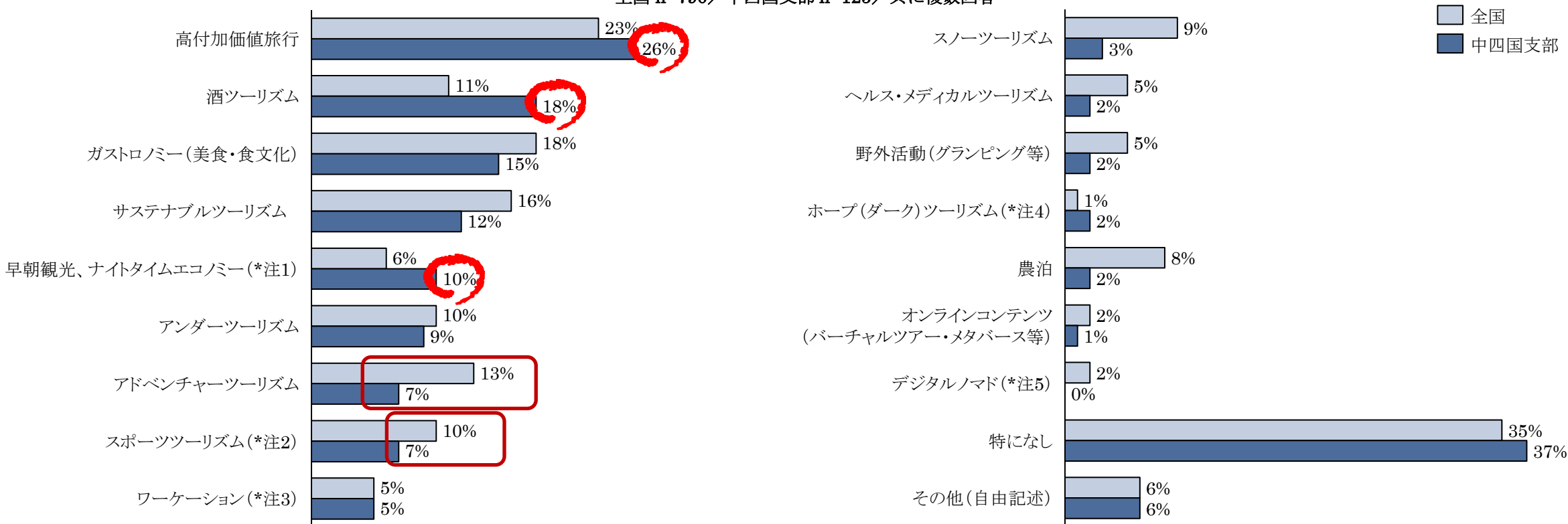
*農泊とは農山漁村地域に宿泊し、滞在中に豊かな地域資源を活用した食事や体験等を楽しむことを指す。

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」への関心が最も高くまた、全国よりも比率が高い。また「酒ツーリズム」が7ポイント、「早朝観光・ナイトエコノミー」が4ポイント高く関心の高さが伺える。一方、「アドベンチャーツーリズム」、「スポーツツーリズム」は全国よりも低くなっている。

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 / 中四国支部 n=125 / 共に複数回答



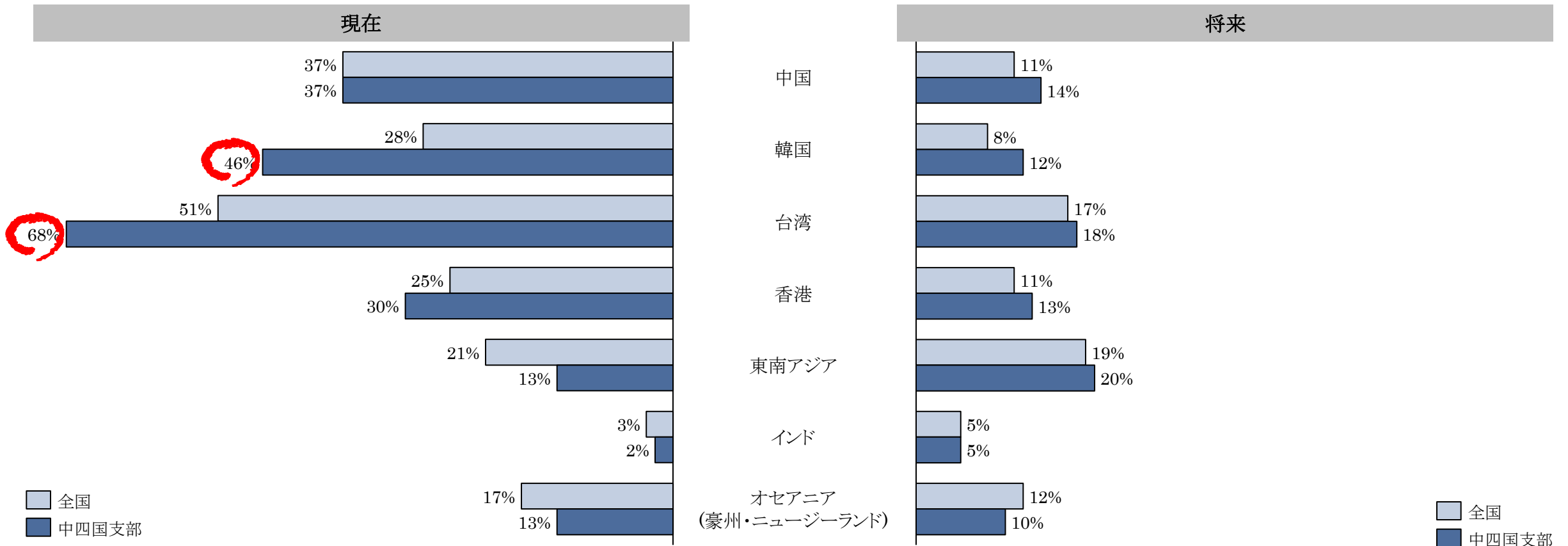
注1:夜間の様々な活動を通じて、地域の魅力や文化を発信し、消費拡大などつなげる考え方
 注2:スポーツ資源とツーリズムを融合する取り組みで、スポーツ参加や観戦を目的とした旅行とそれらを実践する仕組みや考え方
 注3:テレワーク等を活用し、普段の職場や自宅とは異なる場所で仕事をしつつ、自分の時間も過ごすこと
 注4:ダークツーリズム:戦跡や災害被災地など、死・暴力・虐待などの悲劇にまつわる場所を訪問する観光のこと。ホープツーリズム:福島県等で実施されている、複合災害の教訓等から「持続可能な社会・地域づくりを研究・創造する」スタディーツアープログラム
 注5: IT技術を活用し、場所に縛られず(国内外を問わず)、「ノマド(遊牧民)」のように旅をしながら仕事をする人達

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は、特に現在において東アジアのウェイトが高く、韓国・台湾においては全国よりも10ポイント以上高い。将来においては東南アジアへの期待が高くなっている点等、ほぼ全国と同じ傾向が見られる。

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

全国 n=790 / 中四国支部 n=125 / 共に複数回答

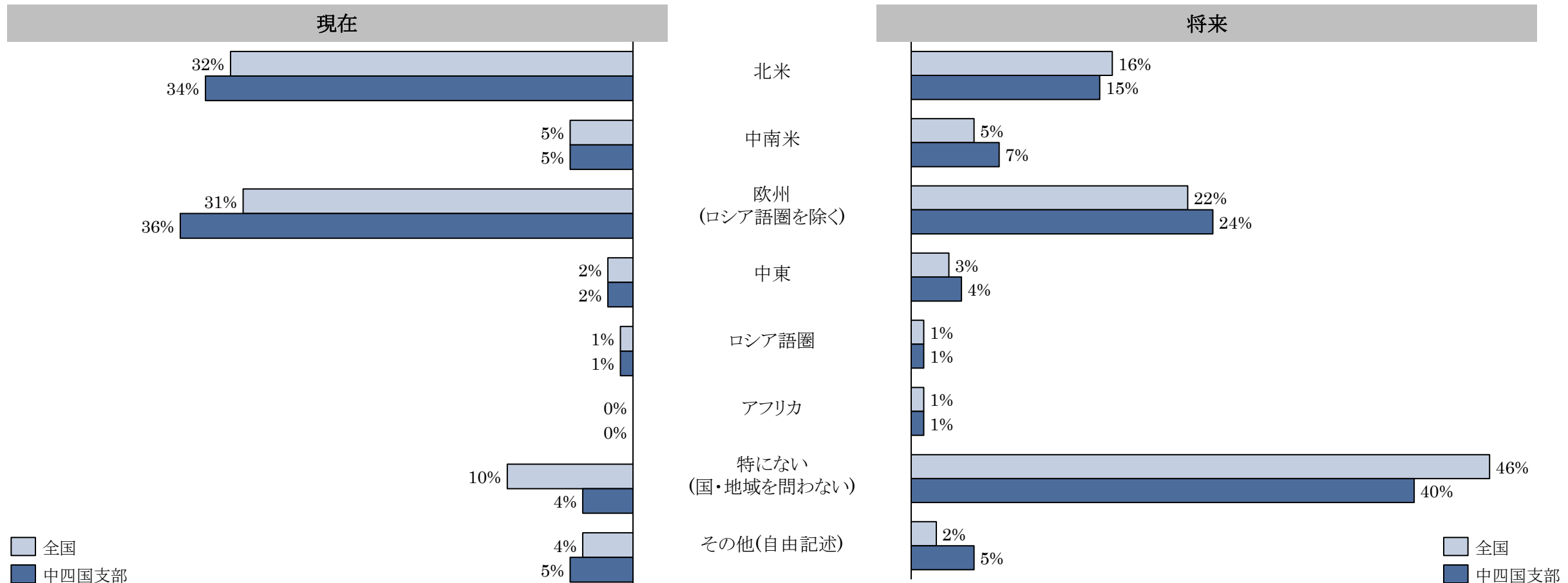


インバウンド重点市場について(欧米・その他地域)

- 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。また強化していく国や地域を特定していない割合は全国よりも若干低いものの全国同様高く、国・地域を問わず受入れる意向が強いと考えられる。

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

全国 n=790 / 中四国支部 n=125 / 共に複数回答

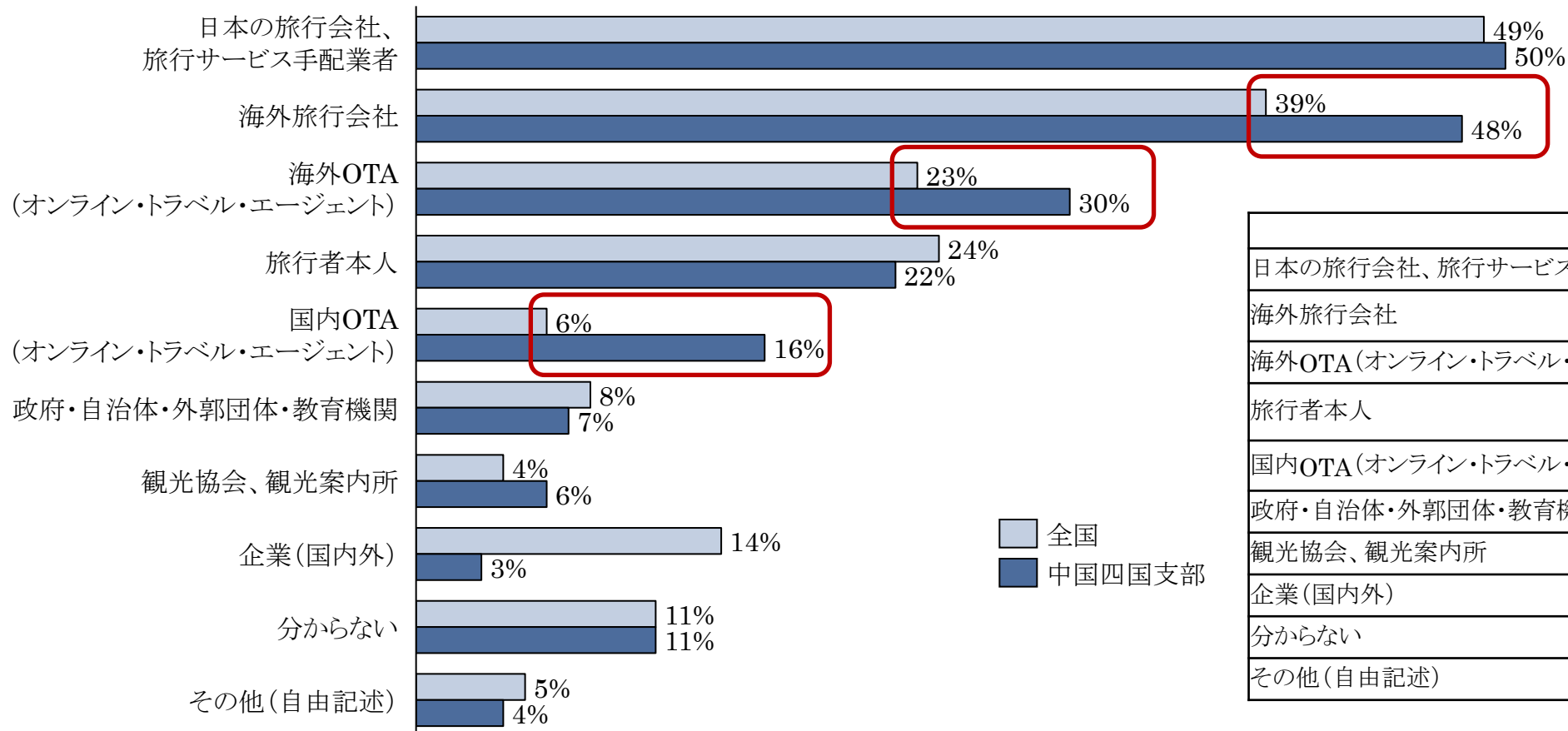


予約チャンネルについて

- 予約チャンネルについては全国と比較において「海外旅行会社」並びに「海外OTA」経由の比率が高くなっている。また「国内OTA」経由についても全国平均を上回っている。一方で「国内外の企業」からの予約は全国よりも低い傾向にある。

インバウンド観光客の予約チャンネルについて

全国 n=790 / 中四国支部 n=125 / 共に複数回答



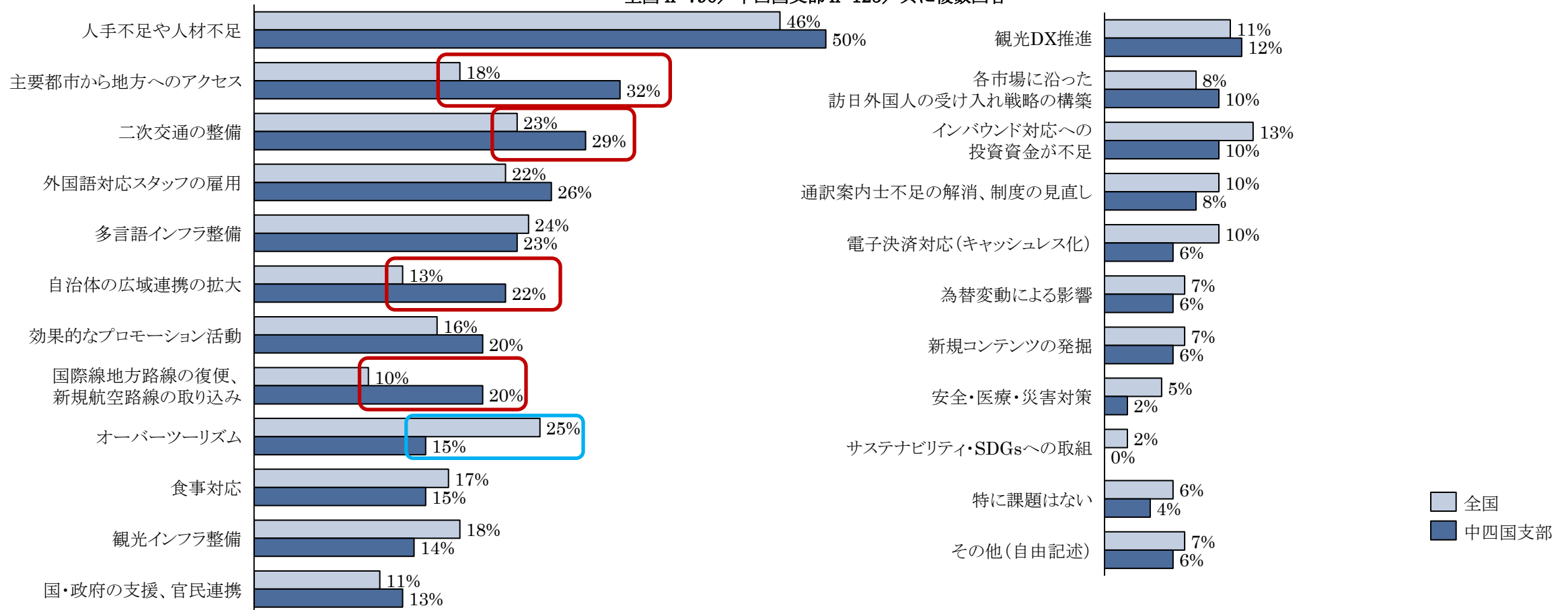
	全国	中四国支部
日本の旅行会社、旅行サービス手配業者	388	62
海外旅行会社	309	60
海外OTA (オンライン・トラベル・エージェント)	180	38
旅行者本人	186	27
国内OTA (オンライン・トラベル・エージェント)	107	20
政府・自治体・外郭団体・教育機関	49	9
観光協会、観光案内所	34	7
企業(国内外)	62	4
分からない	84	14
その他(自由記述)	36	5

インバウンド観光客受入の課題について(現在)

- 現在直におけるインバウンド受入最大の課題は「人手不足・人材不足」であり、全国平均を若干上回っている。「主要都市からのアクセス」、「二次交通の整備」、「国際線地方路線」が全国よりも高く、交通インフラの未整備が最大の障壁となっている。「自治体の広域連携」を求める声も大きい。一方で「オーバーツーリズム」については全国よりも10ポイント低く、課題として顕在化していないことが伺える。

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=790 / 中四国支部 n=125 / 共に複数回答

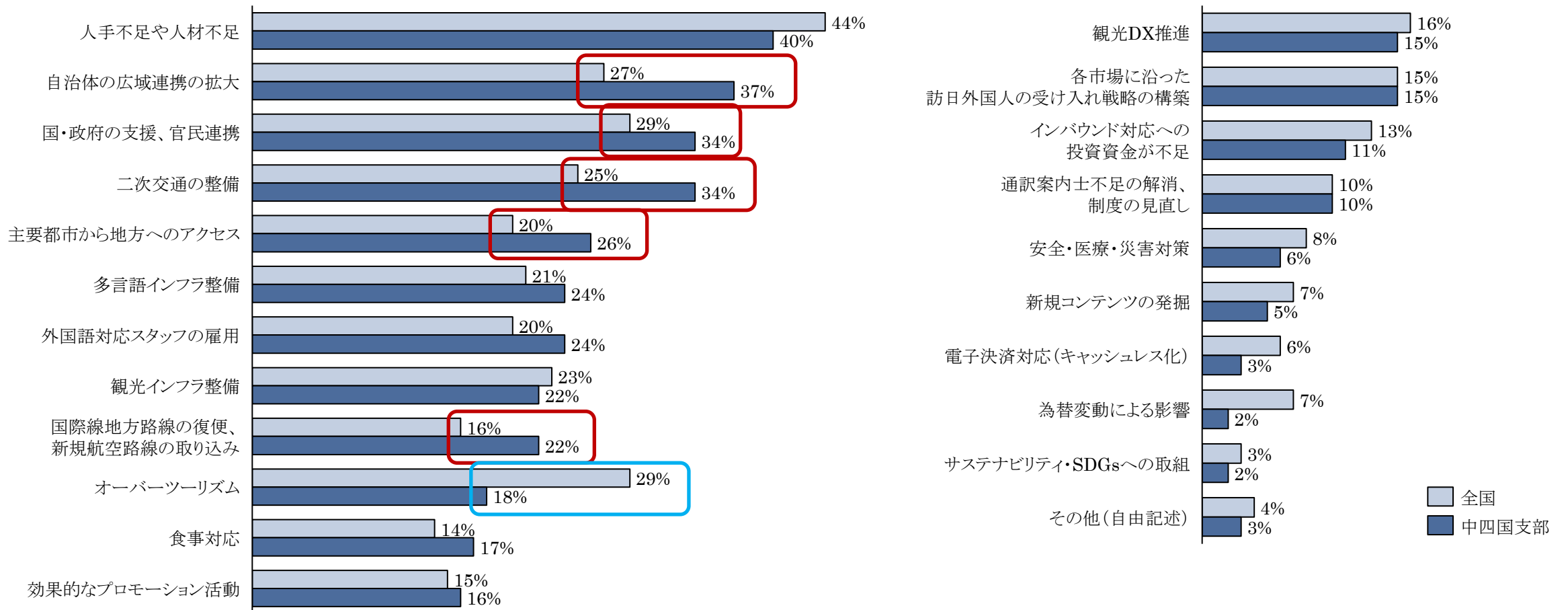


インバウンド観光客受入をさらに伸長させるための条件について(将来)

- 全国同様「人手不足・人材不足」が最大の課題であるものの、「自治体の広域連携」、「国・政府の支援、官民連携」や交通インフラの課題（二次交通・アクセス・国際線地方路線）が全国を大きく上回っており、広域連携の推進と交通インフラが将来的な課題であることが伺える。

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

全国 n=790 / 中四国支部 n=125 / 共に複数回答

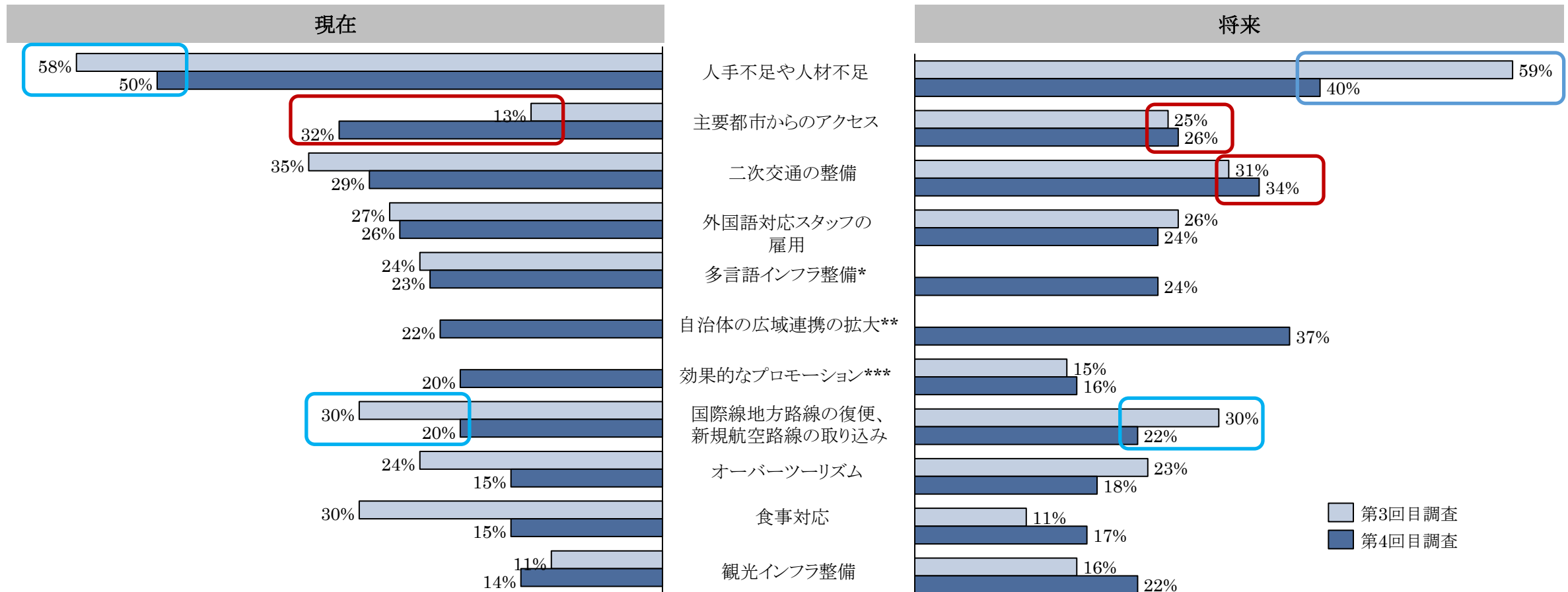


インバウンド観光客受入の課題について(主要項目時系列変化)

- 時系列における課題の変化は、前回同様「人手不足・人材不足」が最大の課題であるが前回より減少しており、将来において大幅に減少していることから一定の目途が立っていることが伺える。交通関係インフラでは全国よりも高い傾向にある「地方路線」は減少傾向にあるものの「主要都市からのアクセス」、「二次交通」については将来において微増となっており、課題解決には時間がかかることが伺える。

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=88/第4回 n=125/共に複数回答



*: 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回調査においては「自治体の広域連携」の選択肢がない

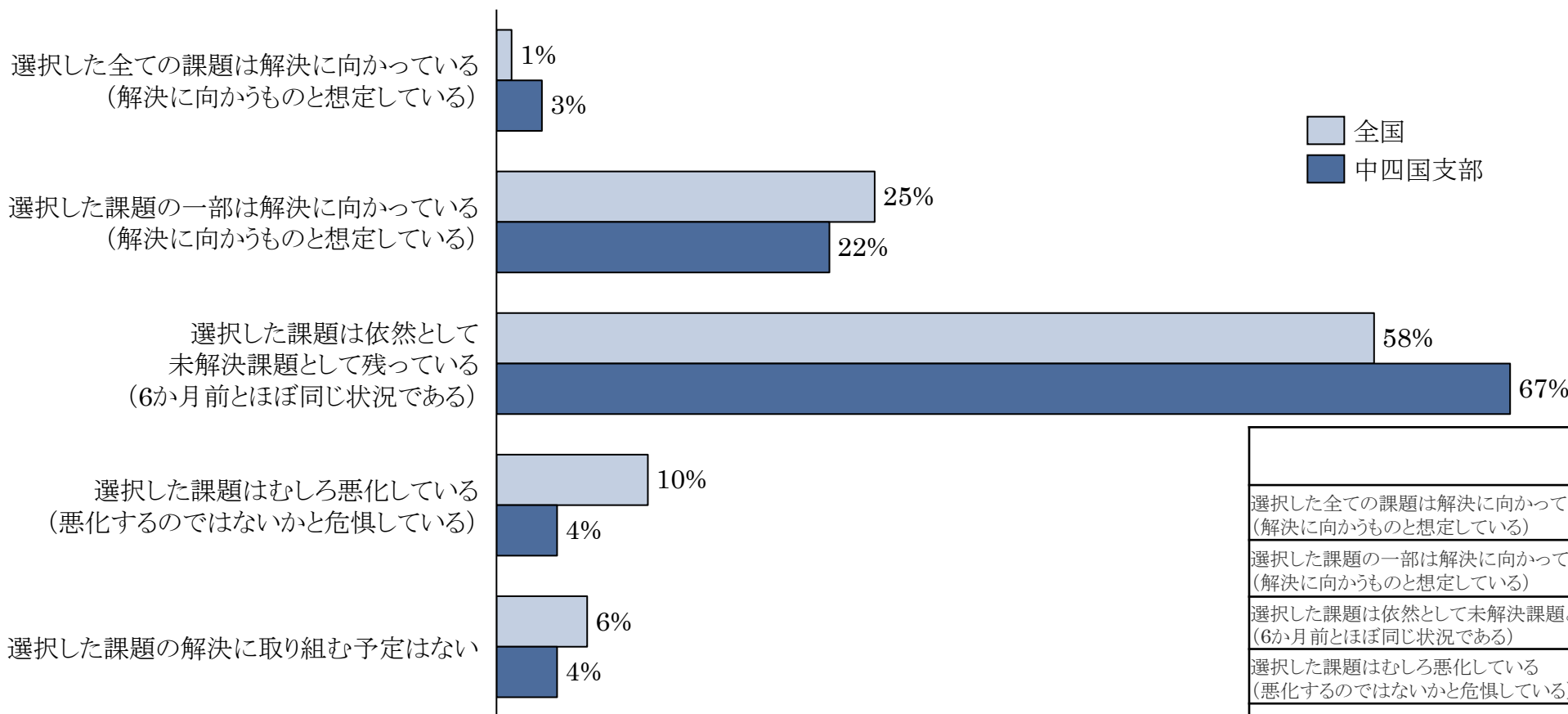
***: 第3回調査において、現在課題の中に「効果的なプロモーション」の選択肢がない

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課題は「依然として未解決である」という回答が全国を上回っているものの「悪化しているという回答」は下回っており、総合的にはほぼ全国同様の状況であると考えられ、引き続き課題の解決状況の注視が必要となっている。

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 / 中四国支部 n=120 / 共に単数回答



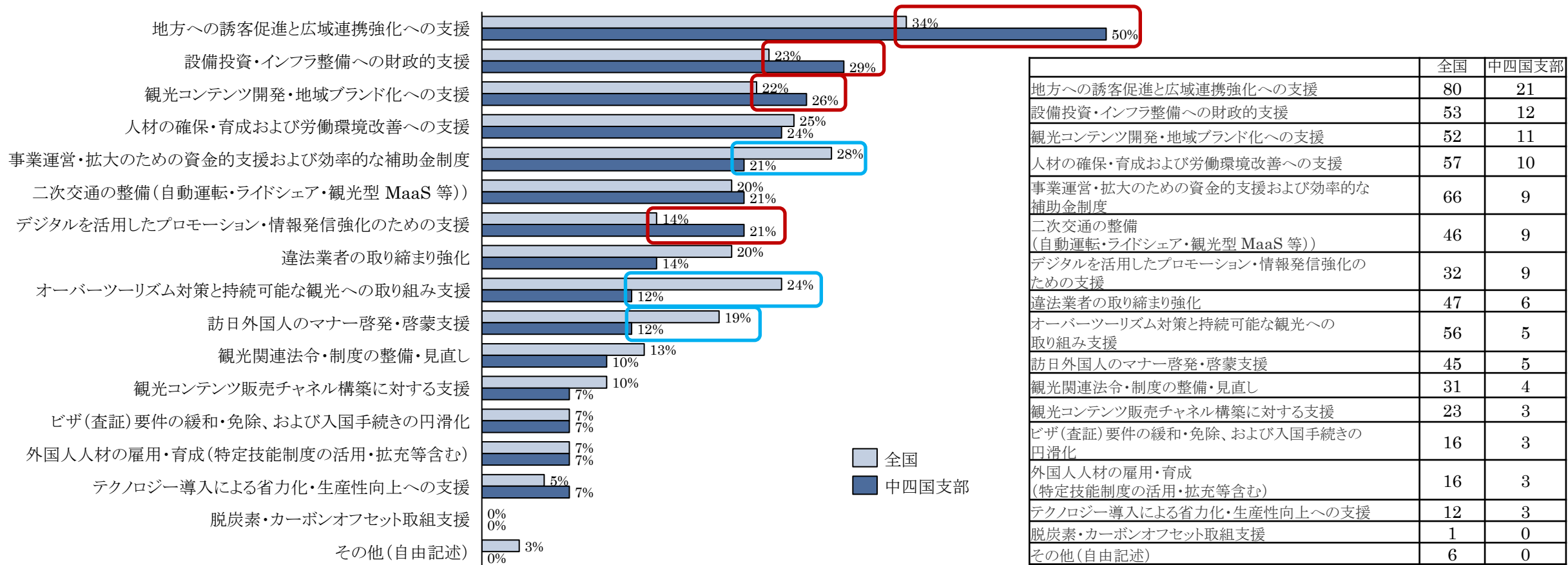
	全国	中四国支部
選択した全ての課題は解決に向かっている (解決に向かうものと想定している)	9	4
選択した課題の一部は解決に向かっている (解決に向かうものと想定している)	184	26
選択した課題は依然として未解決課題として残っている (6か月前とほぼ同じ状況である)	431	80
選択した課題はむしろ悪化している (悪化するのではないかと危惧している)	75	5
選択した課題の解決に取り組む予定はない	42	5

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「地方誘客・広域連携強化」を求める声が全国同様最も多く寄せられ、全国よりも16ポイント高く関心の高さが伺える。また、「インフラ整備」、「コンテンツ開発」、「デジタルプロモーション支援」が全国より高く、「事業運営・拡大支援」、「オーバーツーリズム対策」、「マナー啓発」の項目が全国よりも低いことから、インバウンド誘客の準備・整備段階にあることが伺える。

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

全国 n=232 / 中四国支部 n=42 / 共に複数回答

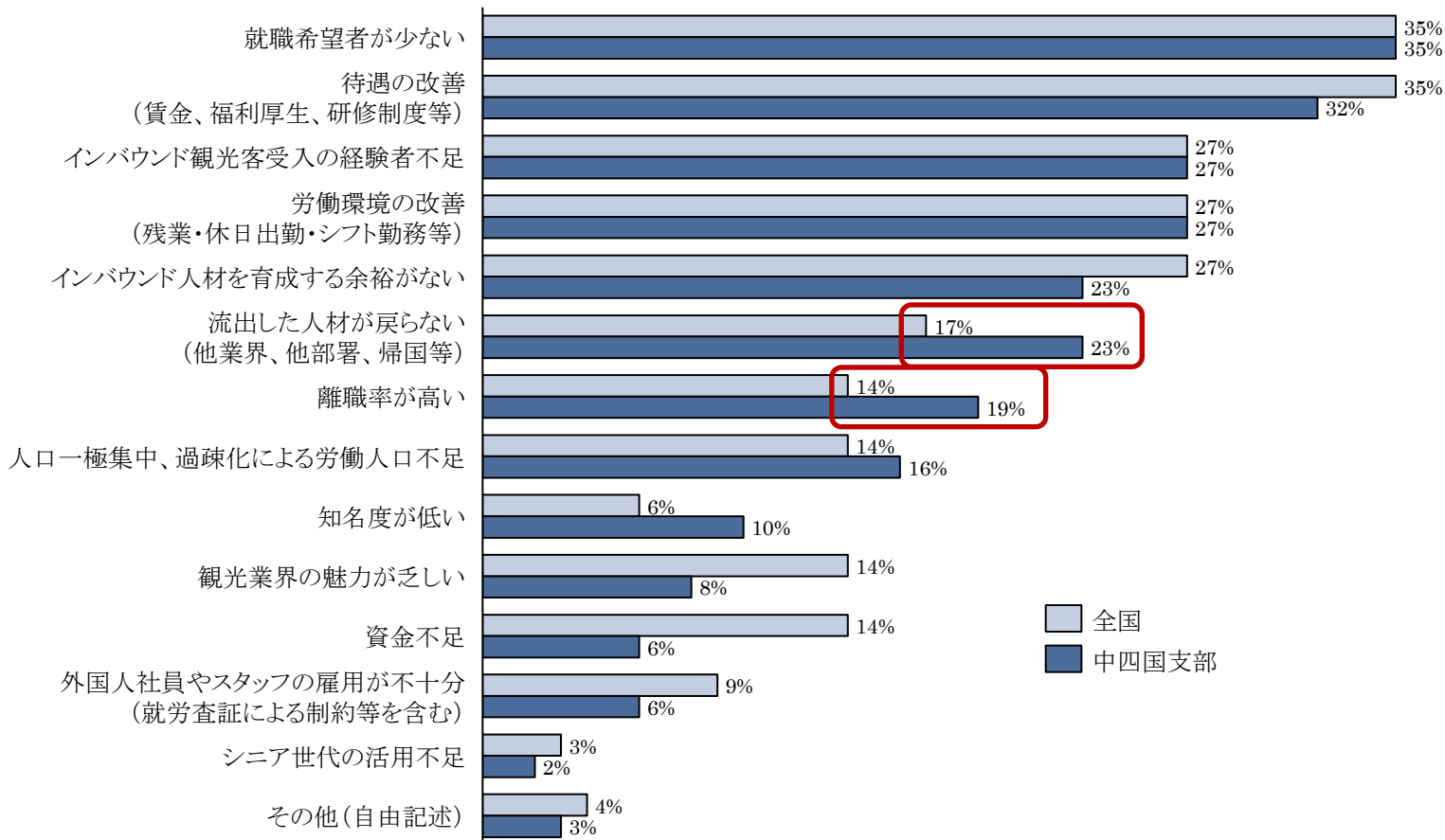


「人手不足・人材不足」について、考えられる要因

- 人手不足・人材不足の要因の上位項目については順位・比率ともにほぼ全国と道標の傾向となっているが、中位の項目である「流出した人材が戻らない」、「離職率」等の比率が全国より高く人材の流出が大きな課題になっていると考えられる。

「人手不足・人材不足」について、考えられる要因

全国 n=367 / 中四国支部 n=62 / 共に複数回答



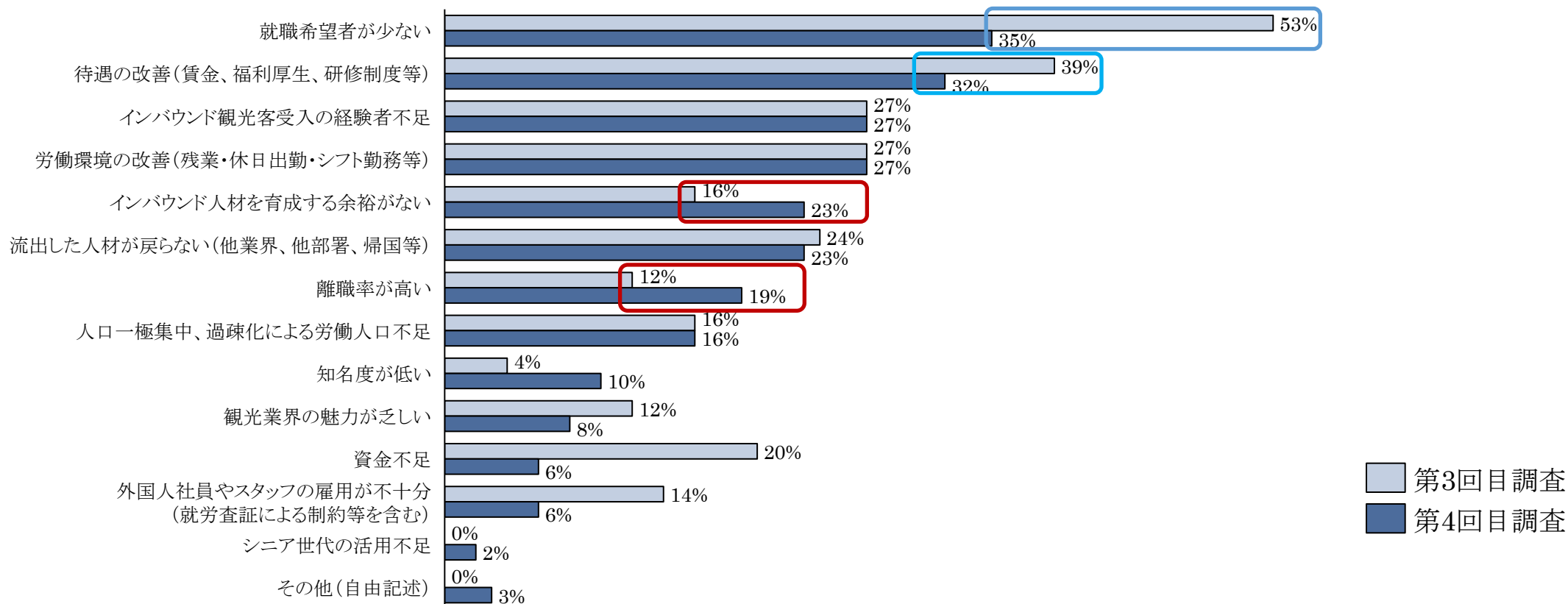
	全国	中四国支部
就職希望者が少ない	127	22
待遇の改善(賃金、福利厚生、研修制度等)	130	20
インバウンド観光客受入の経験者不足	99	17
労働環境の改善(残業・休日出勤・シフト勤務等)	99	17
インバウンド人材を育成する余裕がない	100	14
流出した人材が戻らない(他業界、他部署、帰国等)	64	14
離職率が高い	52	12
人口一極集中、過疎化による労働人口不足	53	10
知名度が低い	23	6
観光業界の魅力が乏しい	53	5
資金不足	50	4
外国人社員やスタッフの雇用が不十分(就労査証による制約等を含む)	32	4
シニア世代の活用不足	12	1
その他(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・人材不足の時系列の変化では上位項目である「就職希望者不足」、「待遇の改善」に大幅な減少が見られる。一方、「インバウンド人材育成」、「離職率」に関しては前回より悪化しており大きな課題となってきたことが伺える。

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=51 / 第4回 n=62 / 共に複数回答

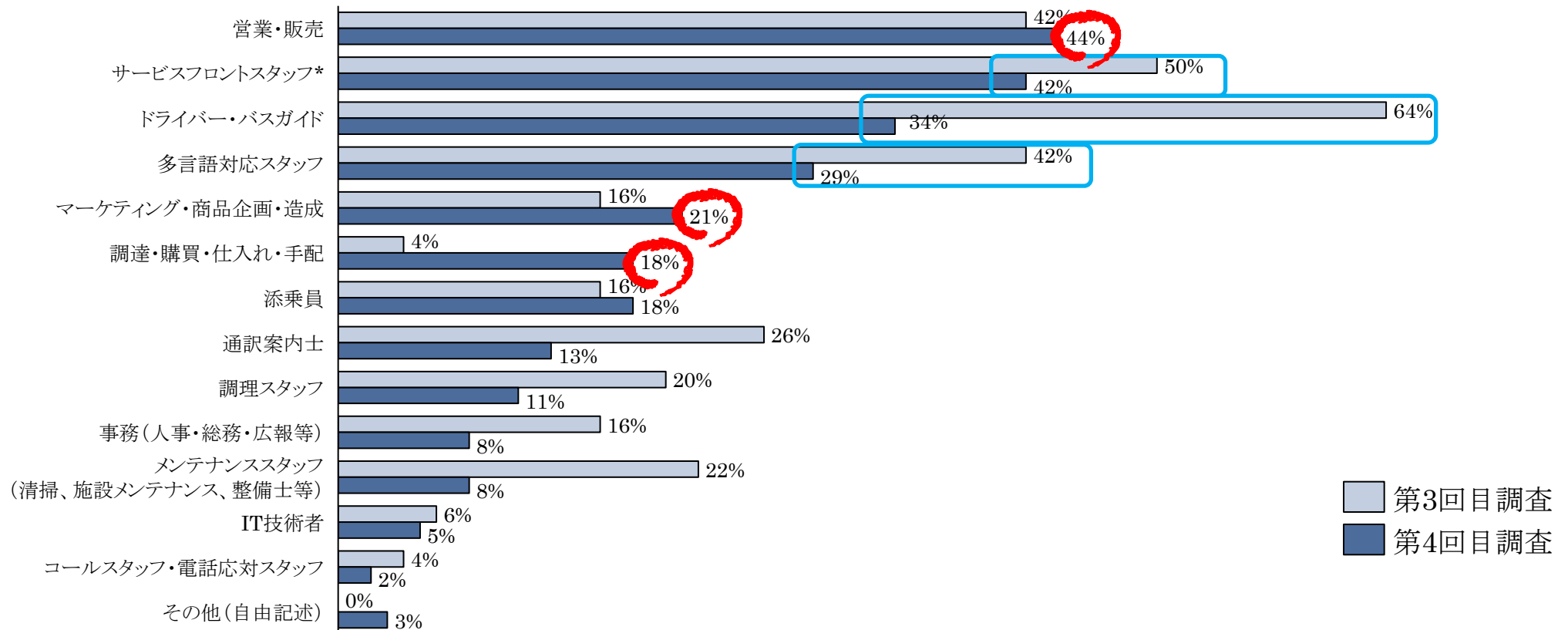


【時系列】「人手不足・人材不足」について、職種としてあてはまる選択肢

- 人手不足・人材不足の職種を時系列で比較すると「ドライバー・バスガイド」の30ポイントの減少をはじめ、サービス関係の職種に大幅な改善が見られる、一方、「営業・販売」、「マーケティング」、「調達・仕入れ」が上昇しており今後の受入拡大に向けて営業力強化に注力を始めると推測される。

「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=50 / 第4回 n=62 / 共に複数回答



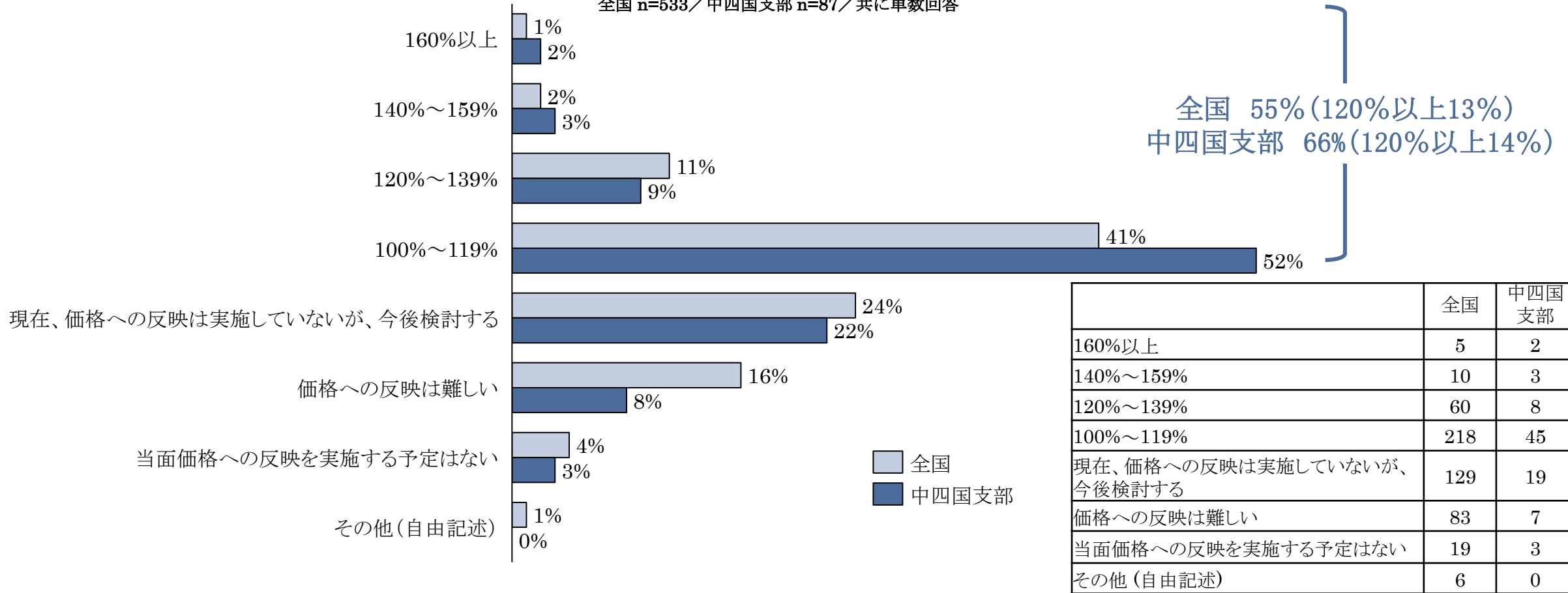
*サービスフロントスタッフ: 旅行カウンター、受付、ホテルフロント、コンシェルジュ、レストランホールスタッフ等

観光事業者のコスト上昇について

- コスト上昇の価格への反映は全国よりも11ポイント高く、全国に比べて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

全国 n=533 / 中四国支部 n=87 / 共に単数回答

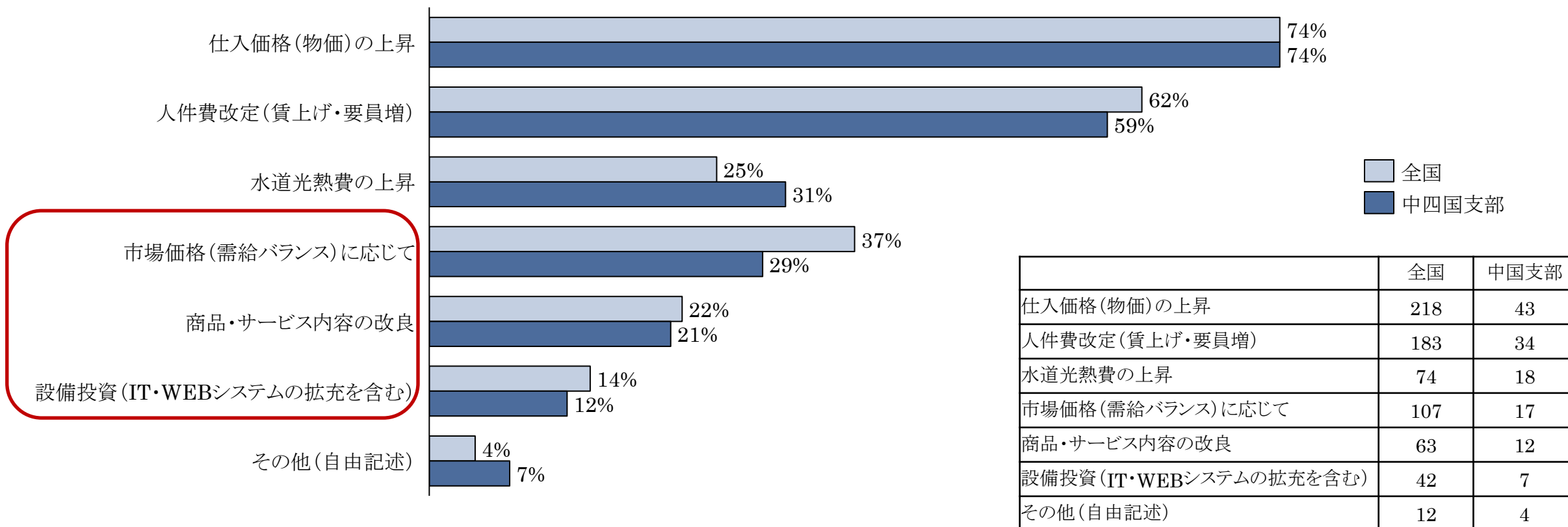


観光事業者のコスト上昇に至った理由

- コスト上昇の要因についてはほぼ全国と同傾向にあるが、市場の需給バランス、商品・サービス改良、設備投資といったポジティブな要因が若干全国に比べて低くなっている。

価格への反映をするに至った理由について

全国 n=293 / 中四国支部 n=58 / 共に複数回答

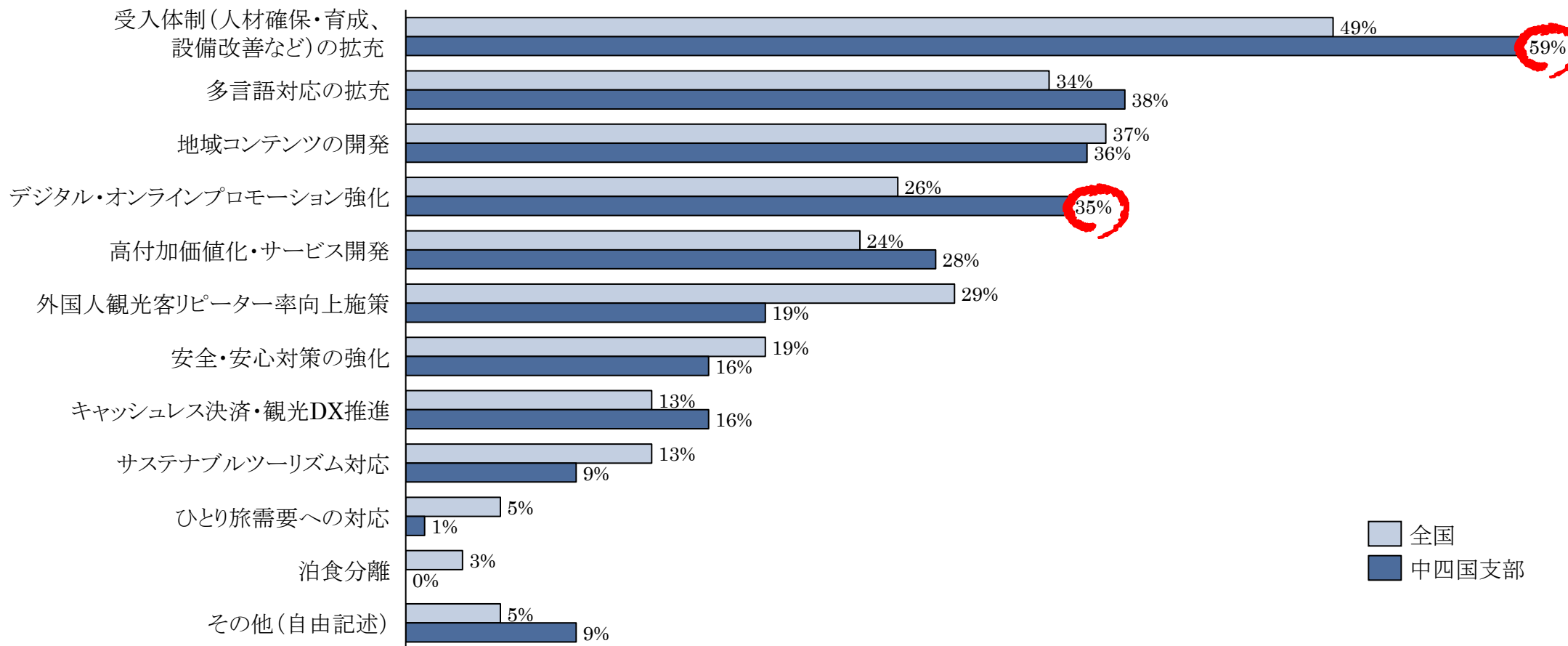


観光庁が掲げる2030年の目標を設定している組織が注力している施策について

- 2030年の目標に対しては「受入れ体制の拡充」が全国同様最も多く、全国よりも10ポイント高いことから関心の高さが伺える。また、「デジタルプロモーション」への関心も非常に高い。一方、「リピーター率向上」は全国よりも10ポイント低いことから、まずは来訪者を増やすことを最大のポイントとしてとらえていると考えられる。

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 / 中四国支部 n=81 最大3つまで回答可能

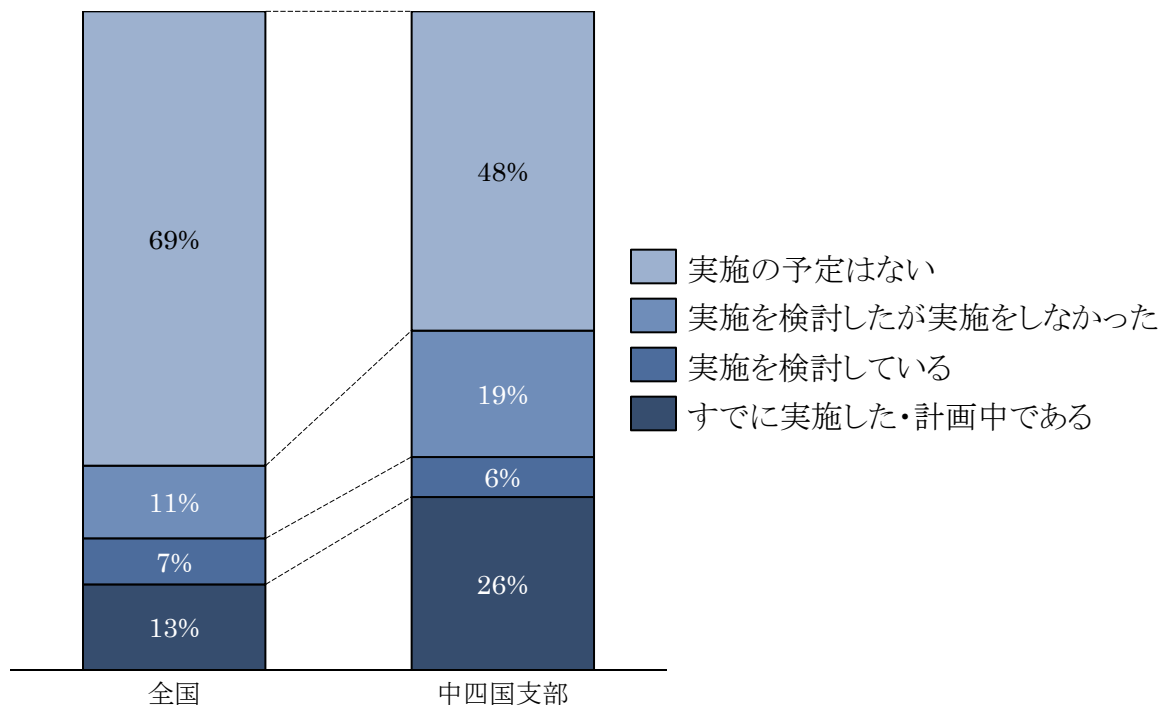


大阪万博によるインバウンド誘致の取組状況及び開催中の受入人数への影響や変化

- 万博を契機としたインバウンド誘致は、開催地との距離も影響し全国の20%と比較し32ポイントと高くなっている。しかしながら検討を実施したが未実施も全国よりも8ポイント高く、誘致活動のむずかしさが伺える。また、受入人数の変化は全国よりも高いものの限定的であった。

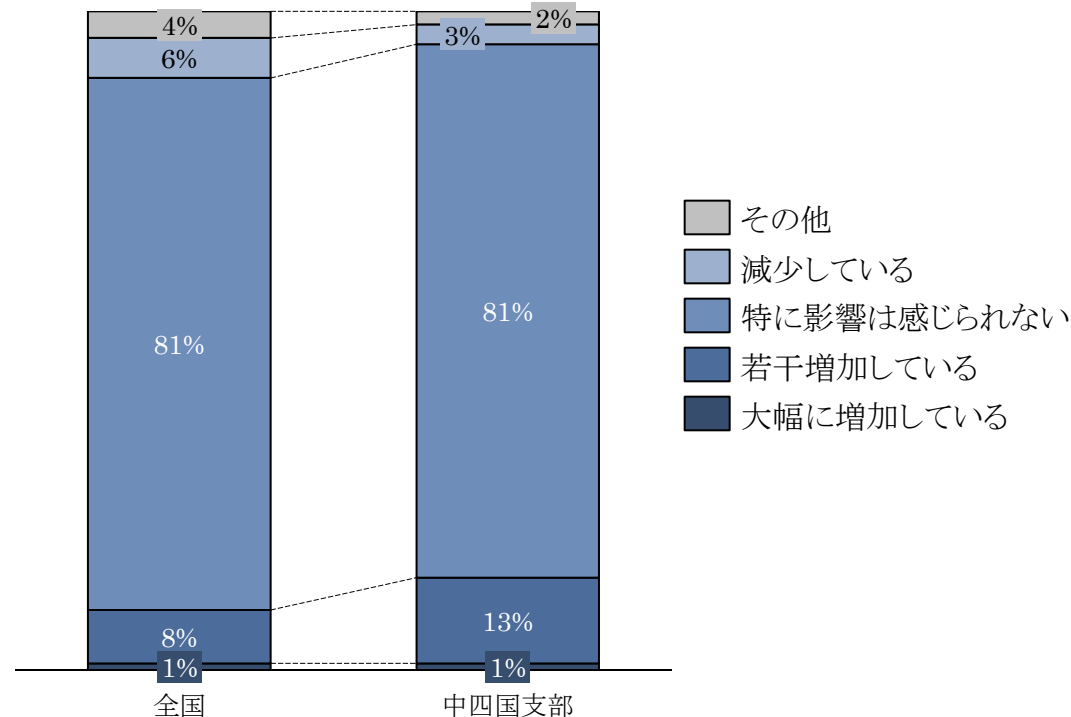
大阪万博によるインバウンド誘致の取組状況

全国 n=790 / 中四国支部 n=125 / 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 / 中四国支部 n=125 / 単数回答



大阪万博による組織へのポジティブな影響

- 万博開催のポジティブな影響についてはほぼ全国と同傾向にあり、インバウンド誘致が全国より高いことの影響か各項目の比率も高くなっている。効果が限定的であるとの回答も50パーセントを切っており過半数の事業者がポジティブな影響を感じる結果となった。

大阪万博による組織へのポジティブな影響

全国 n=790 / 中四国支部 n=125 / 複数回答

