

# 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(関東支部)

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

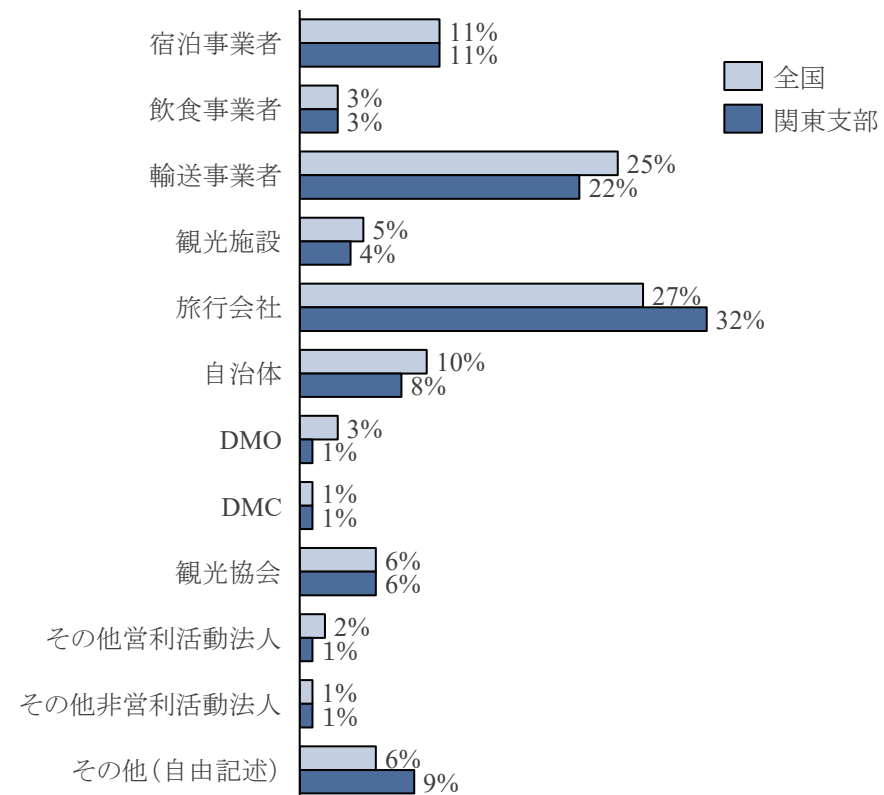
調査実施期間:2025年7月1日(火)~7月24日(木)

## 回答者数並びに組織・団体の業種について

- 関東に拠点のある事業者473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若干高く、輸送事業者の比率が若干低くなっている。

事業拠点・所在、事業形態  
全国 n=970 / 関東支部 n=473 / 共に 単数回答

業種	全国	関東	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	山梨県	長野県
宿泊事業者	105	51	2	5	4	10	6	24	8	4	4	26
飲食事業者	32	16	1	1		3	1	12	4			
輸送事業者	245	104	13	7	7	20	22	41	16	8	4	8
観光施設	49	17	1	4	2	4	2	8	2	1	1	3
旅行会社	265	149	8	13	8	20	20	118	22	18	4	16
自治体	99	37		6	4	10		15	1	1	2	1
DMO	25	7			1	1						5
DMC	7	7					1	7	2			
観光協会	55	28			4	11	1	5		1		7
その他営利活動法人	15	7						7			1	
その他非営利活動法人	14	7					1	6				1
その他(自由記述)	59	43	1	3	1	6	2	24	11	3	1	2
<b>合計</b>	<b>970</b>	<b>473</b>	<b>18</b>	<b>25</b>	<b>27</b>	<b>61</b>	<b>45</b>	<b>265</b>	<b>44</b>	<b>50</b>	<b>25</b>	<b>63</b>

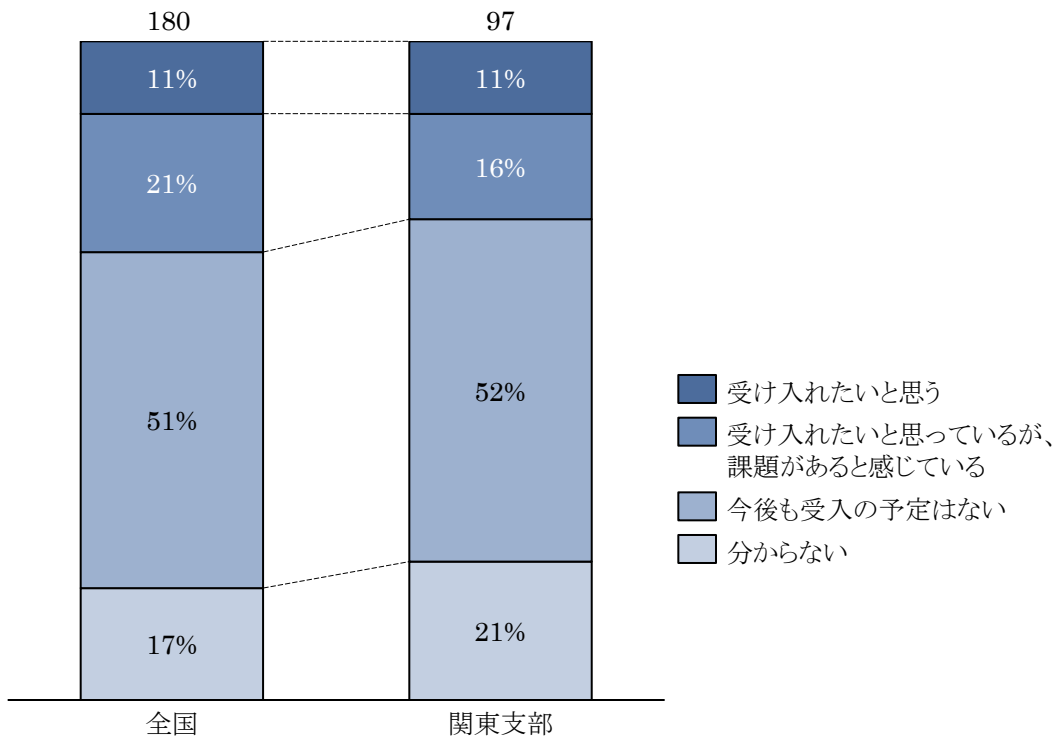


# インバウンド観光客受け入れ計画

- 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、受入意向が全国よりも若干低い。受入の課題については全国同様「人手不足・人材不足」が最大の課題であり、「多言語インフラ整備」、「外国語対応スタッフ」、「オーバーツーリズム対策」、「食事対応」等が全国よりも高くなっている。

将来、インバウンド観光客を受け入れ計画

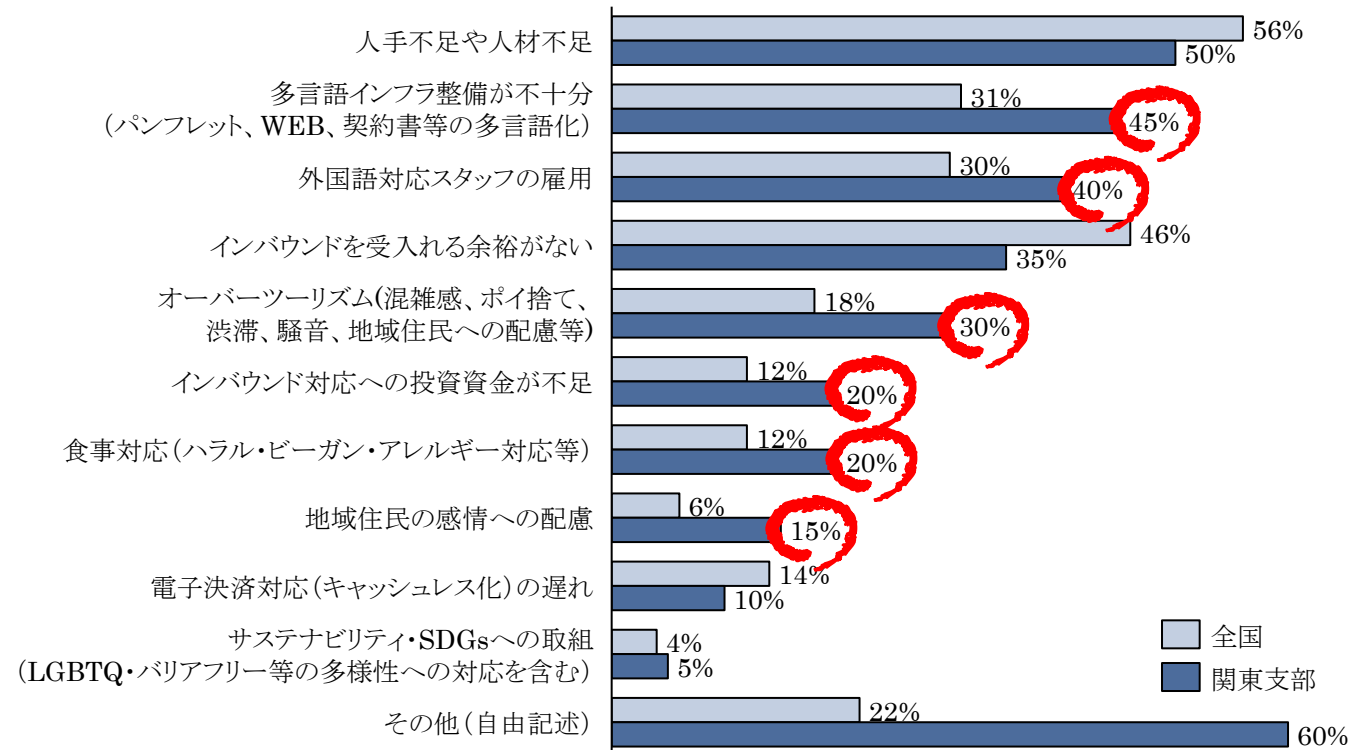
全国 n=180 / 関東支部 n=97 / 共に単数回答



「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 / 関東支部 n=97 / 共に複数回答



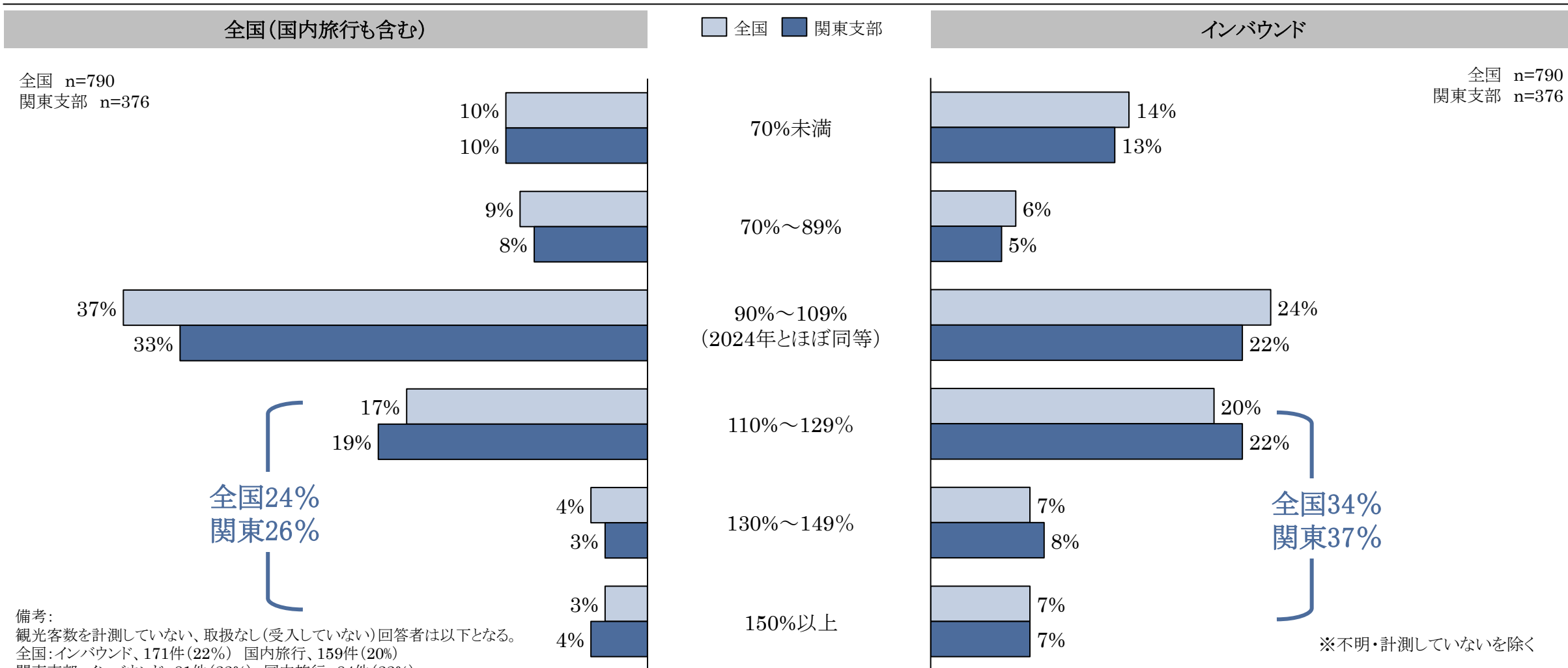
「全体」18件、「関東支部」11件の無回答を除く。

# 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ほぼ全国と同水準となっている。

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

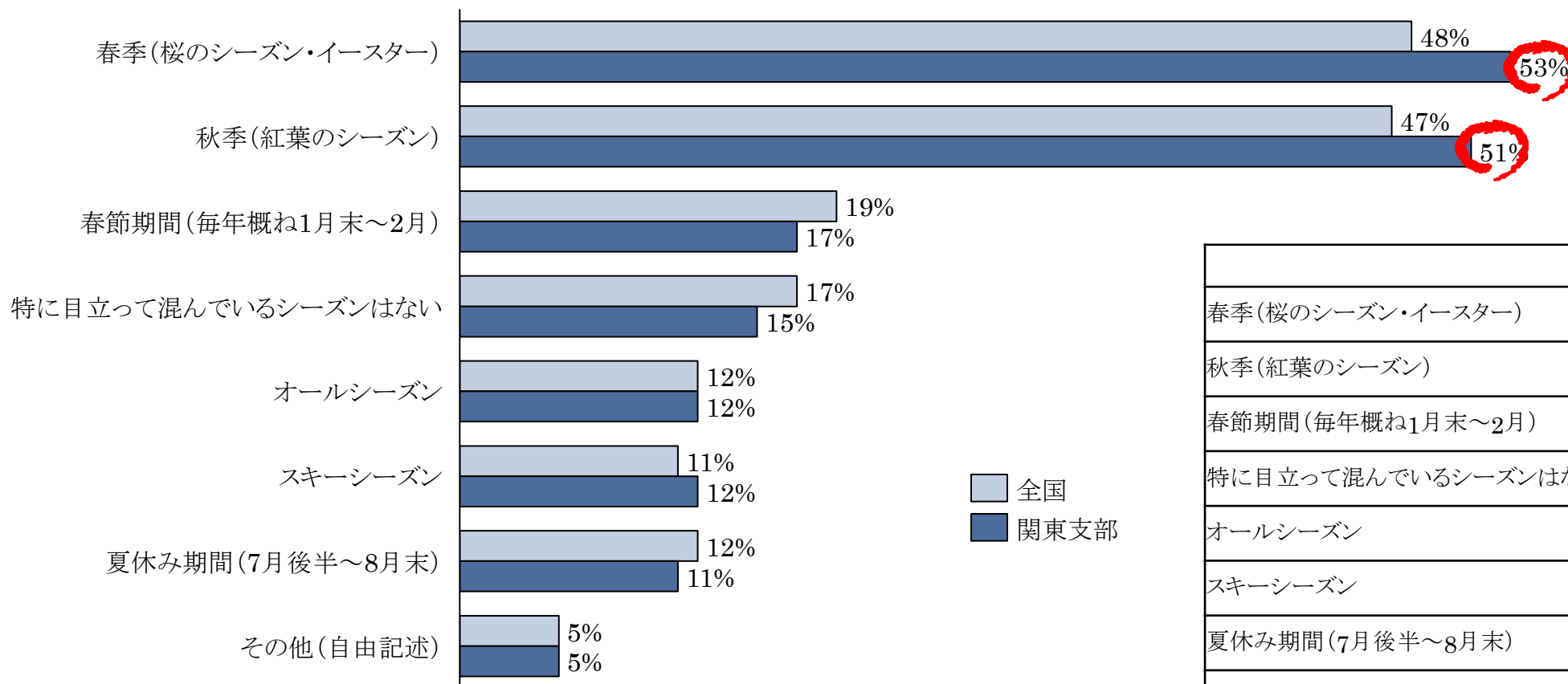


# インバウンド観光客の多い時期について

- インバウンド観光客の受入時期については全国と同傾向にあるが春季・秋季の集中が全国より若干高くより集中が進んでいると推測される。

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 / 関東支部 n=376 / 共に複数回答



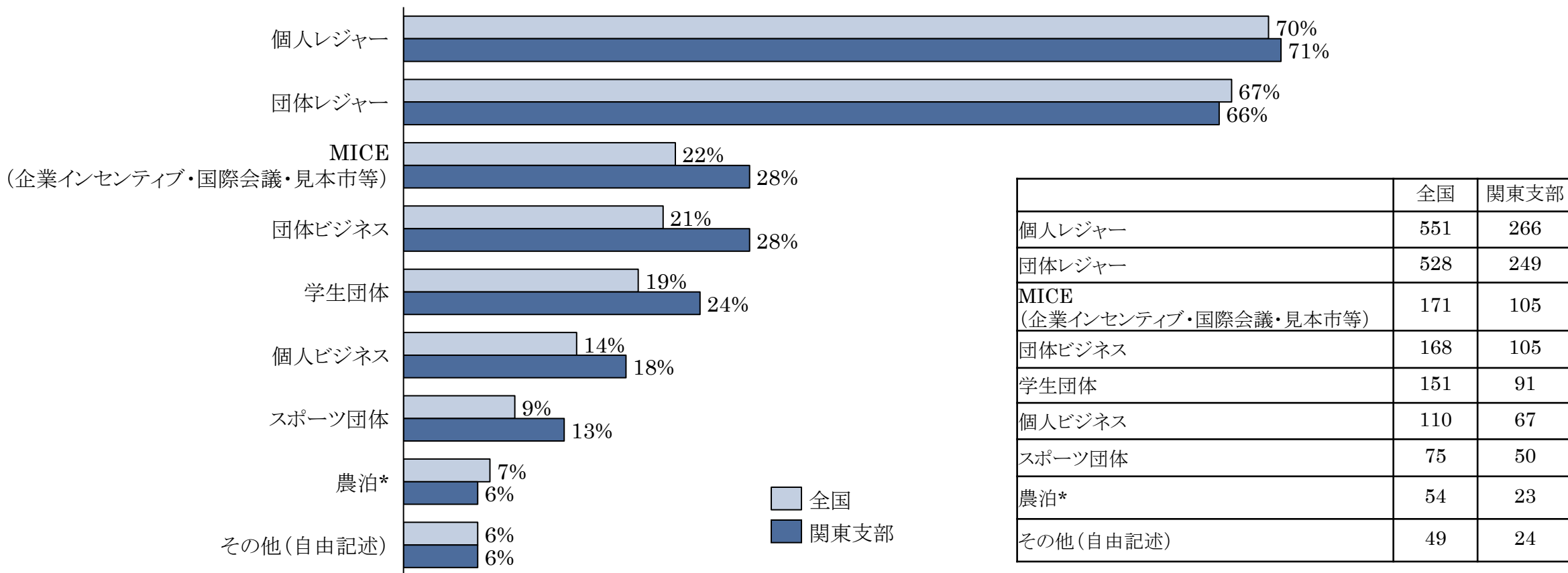
	全国	関東支部
春季(桜のシーズン・イースター)	383	201
秋季(紅葉のシーズン)	374	192
春節期間(毎年概ね1月末~2月)	149	64
特に目立って混んでいるシーズンはない	133	56
オールシーズン	95	46
スキーシーズン	83	45
夏休み期間(7月後半~8月末)	92	41
その他(自由記述)	36	20

# 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は全国同様個人・団体レジャーの比率が高くほぼ同比率となっている。またほぼすべての旅行スタイルの比率が全国よりも高く多種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=790 / 関東支部 n=376 / 共に複数回答



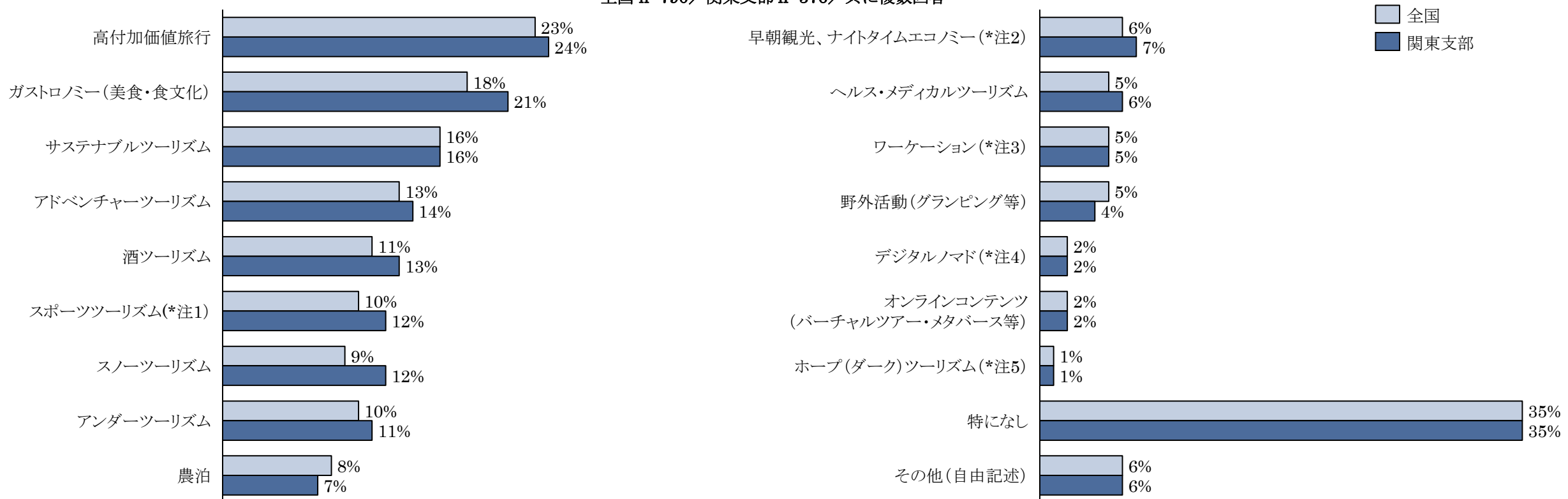
\*農泊とは農山漁村地域に宿泊し、滞在中に豊かな地域資源を活用した食事や体験等を楽しむことを指す。

# 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」、「ガストロノミー」、「サステナブルツーリズム」への関心が高く、全体的に全国と同傾向にある。

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 / 関東支部 n=376 / 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

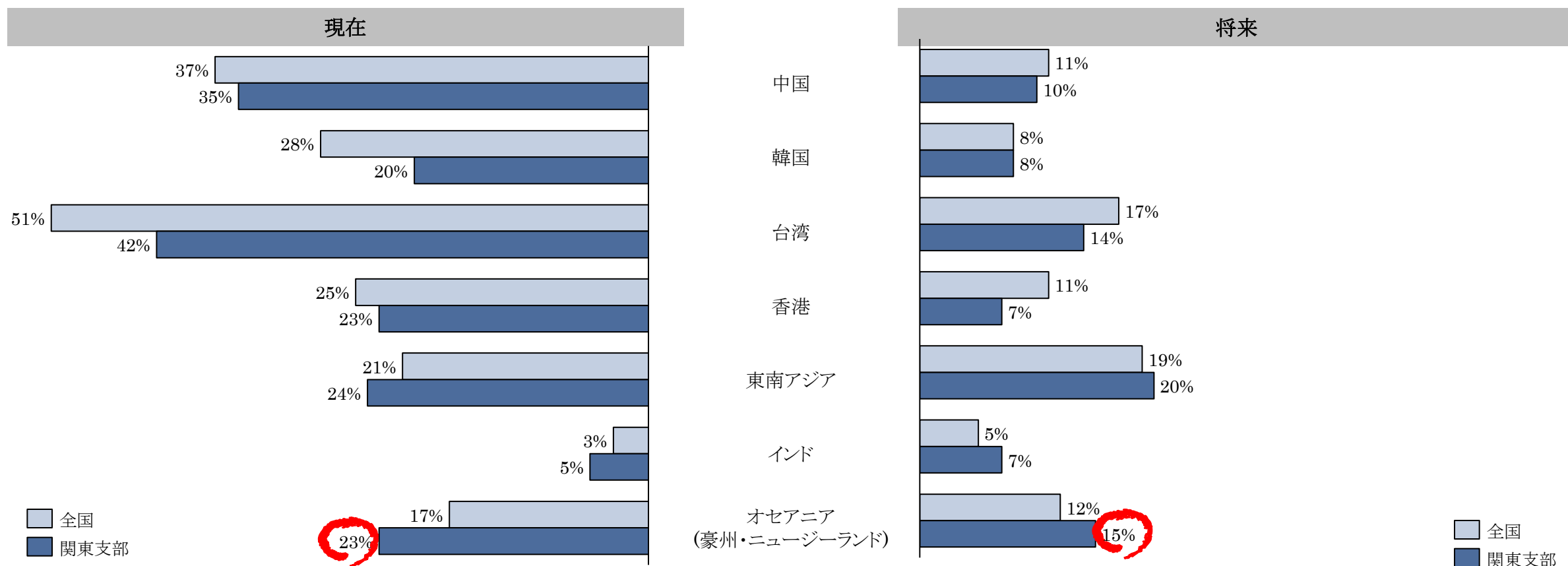
注5:ダークツーリズム:戦跡や災害被災地など、死・暴力・虐待などの悲劇にまつわる場所を訪問する観光のこと。ホープツーリズム:福島県等で実施されている、複合災害の教訓等から「持続可能な社会・地域づくりを研究・創造する」スタディーツアープログラム

## インバウンド重点市場について(アジア・オセアニア)

- 現在における最大の重点市場は全国同様台湾であるが、全国より9ポイント低く依存度は低い。また現在・将来ともにオセアニアへの期待が高くなっている。

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 / 関東支部 n=376 / 共に複数回答

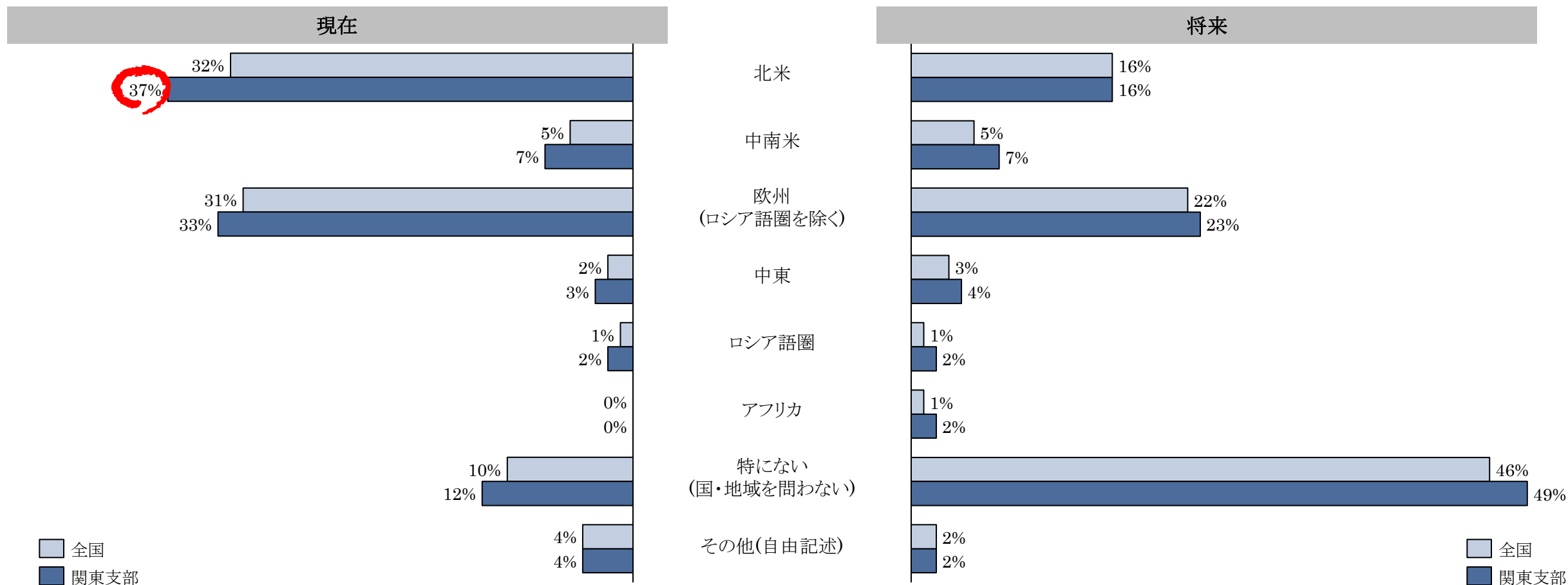


## インバウンド重点市場について(欧米・その他地域)

- 欧米・その他地域においては北米が最大の市場であり、アジア・オセアニアを加えた全体でも台湾に次いで2位となっている。将来の重点市場は約半数が特にないと回答しており、幅広くインバウンド旅行客を受け入れ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

全国 n=790 / 関東支部 n=376 / 共に複数回答

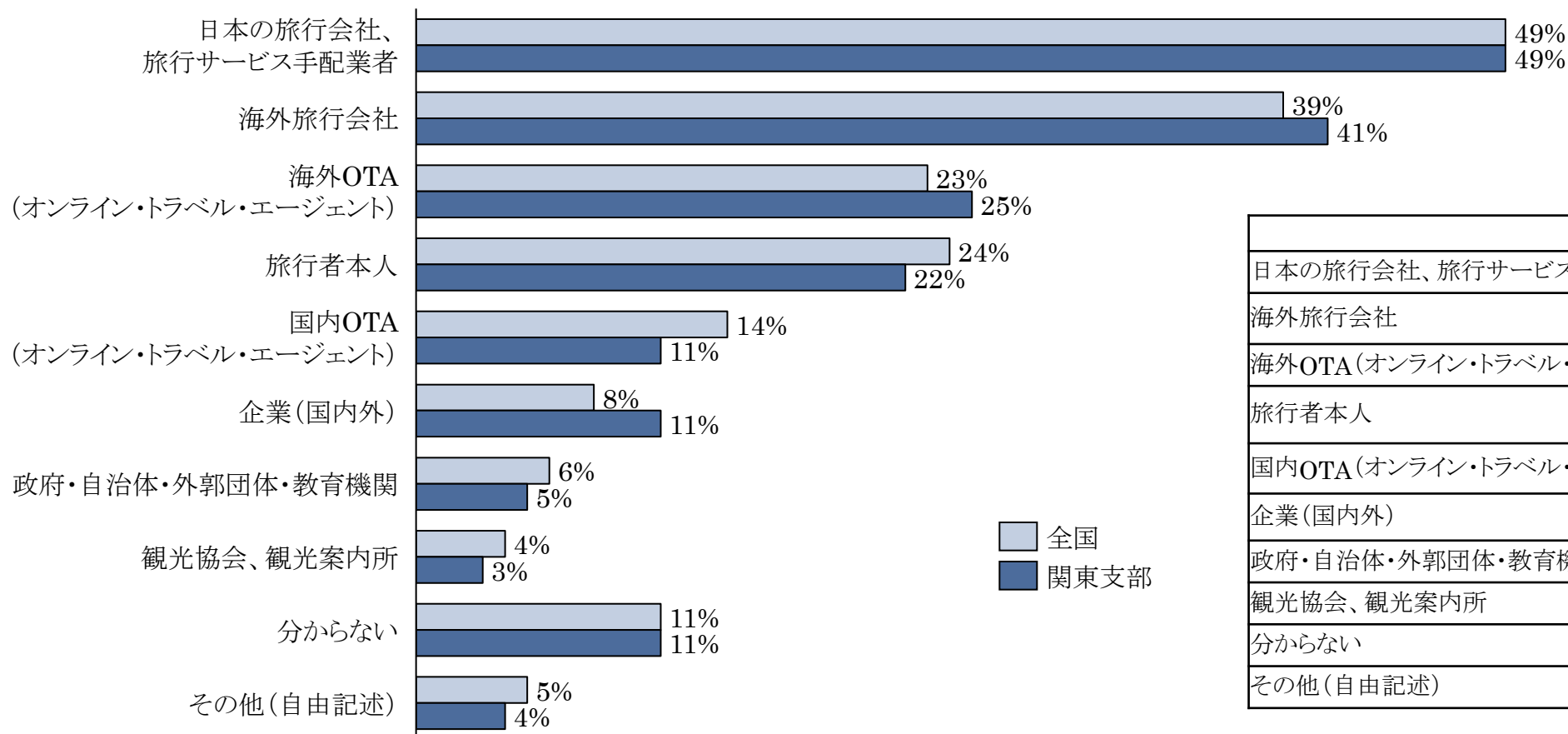


# 予約チャンネルについて

- 予約チャンネルについては全国と同傾向にあり「日本の旅行会社」、「海外旅行会社」、「海外OTA」の順となっている。

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 / 関東支部 n=376 / 共に複数回答



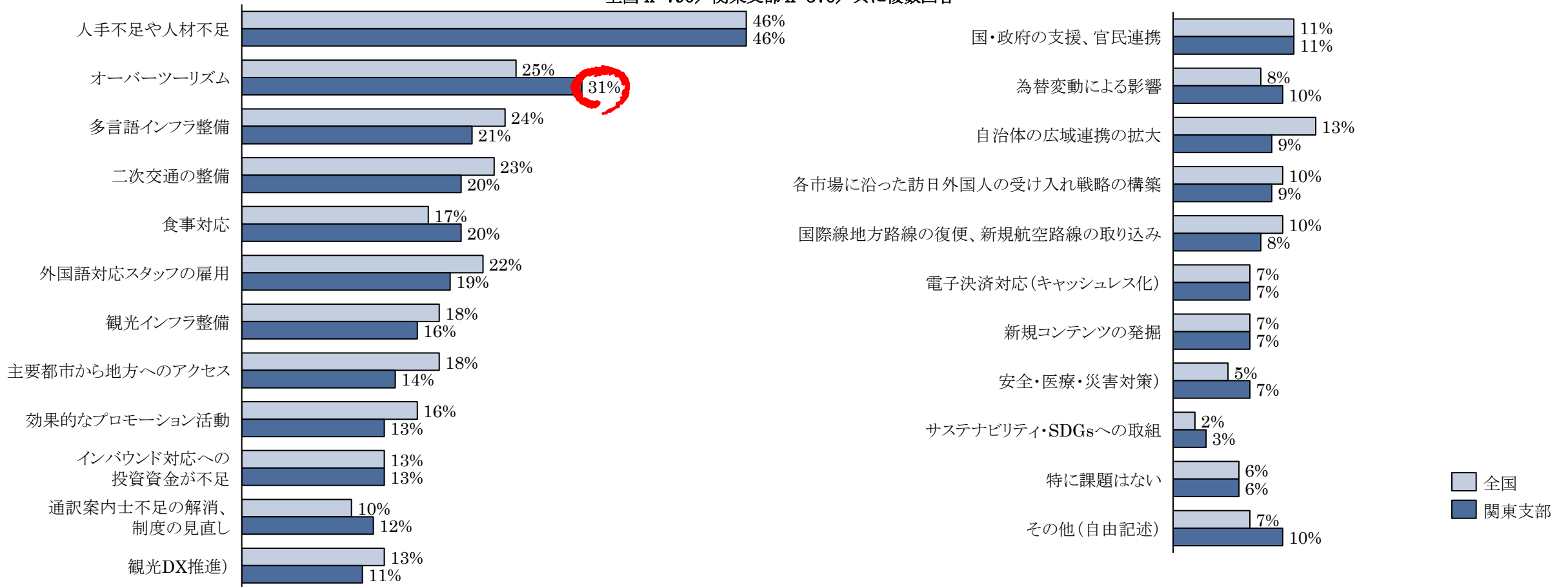
	全国	関東支部
日本の旅行会社、旅行サービス手配業者	388	185
海外旅行会社	309	154
海外OTA (オンライン・トラベル・エージェント)	180	94
旅行者本人	186	84
国内OTA (オンライン・トラベル・エージェント)	107	42
企業(国内外)	62	40
政府・自治体・外郭団体・教育機関	49	18
観光協会、観光案内所	34	12
分からない	84	40
その他(自由記述)	36	15

# インバウンド観光客受入の課題について(現在)

- インバウンド受入の現在の課題は全国同様「人手不足・人材不足」であり他の項目を大きく引き離している。「オーバーツーリズム」が全国より6ポイント高く大きな課題になりつつあることが伺える。

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=790 / 関東支部 n=376 / 共に複数回答

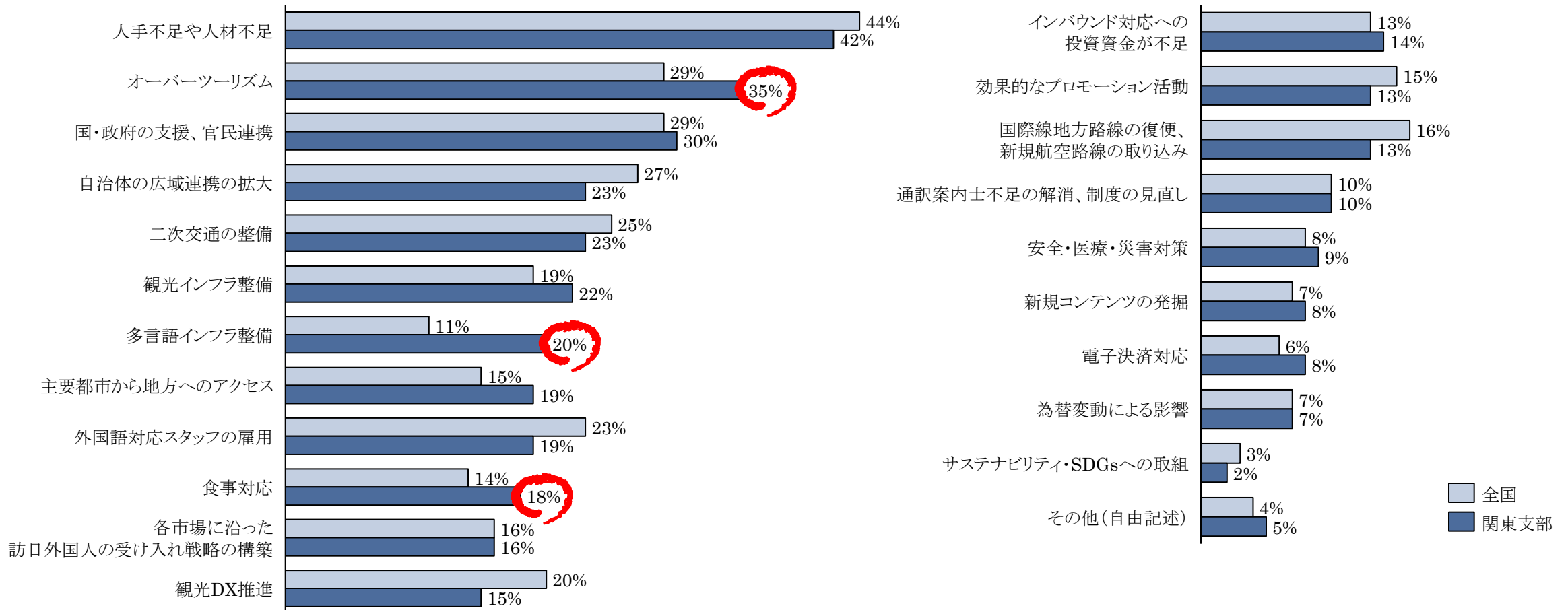


# インバウンド観光客受入をさらに伸長させるための条件について(将来)

- 将来における課題も「人手不足・人材不足」が最大の課題となっている。「オーバーツーリズム」、「多言語インフラ整備」、「食事対応」等が全国より高く今後想定される受入増加への対応への関心の高さが伺える。

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 / 関東支部 n=376 / 共に複数回答

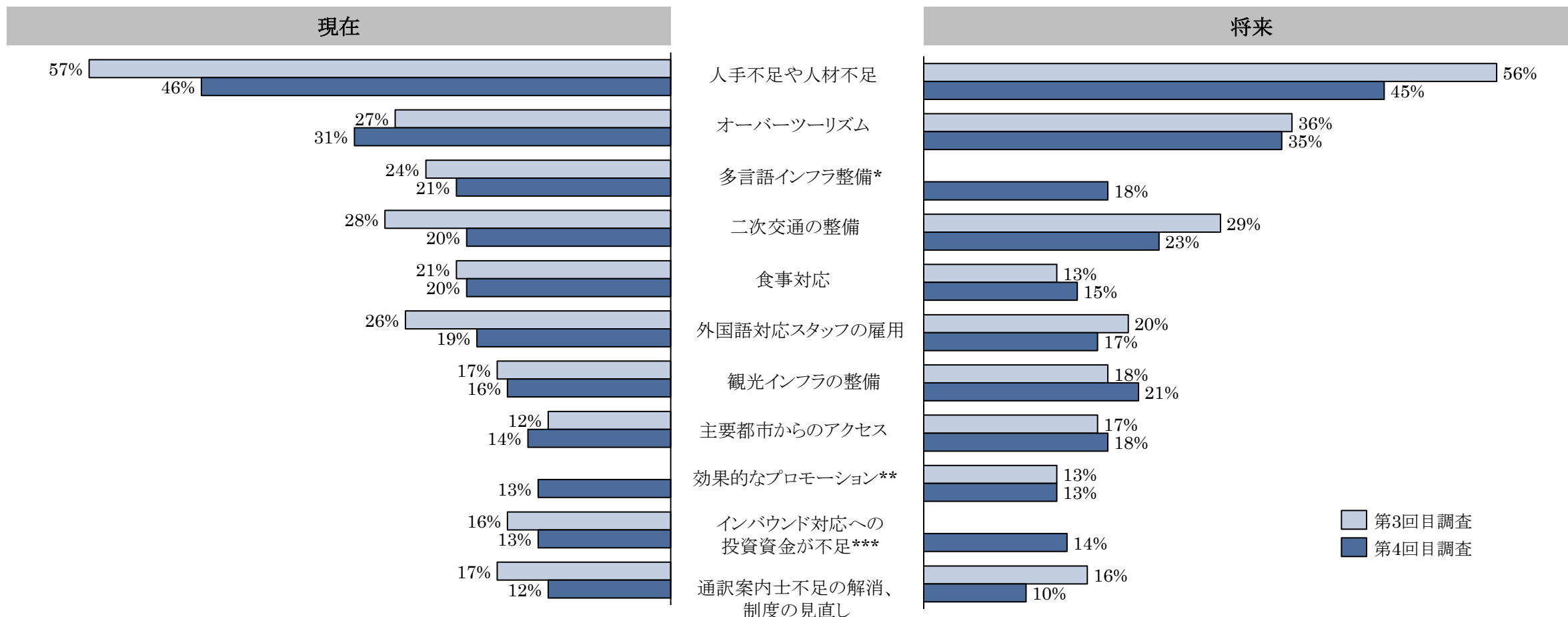


# インバウンド観光客受入の課題について(主要項目時系列変化)

- 時系列での課題の変化は「人手不足・人材不足」が現在、将来ともに10ポイント以上低下されていることを筆頭に改善傾向が見られる。しかしながら現在における「オーバーツーリズム」のように増加している項目もあり、引き続き注視していく必要があると考えられる。

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=253 / 第4回 n=376 / 共に複数回答



\*: 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」の選択肢がない

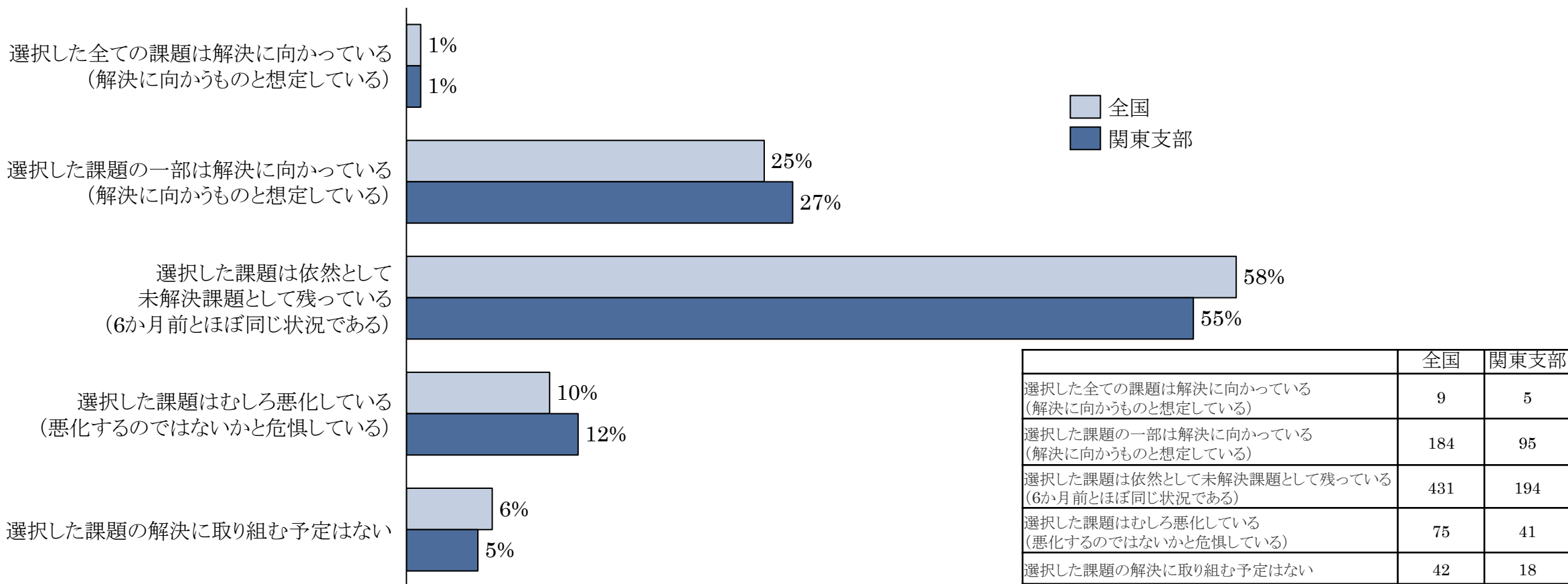
\*\*\*: 第3調査において将来課題の中に「インバウンド対応への投資資金が不足」の選択肢がない

# インバウンド観光客受入課題の解決状況について

- 課題の解決状況は全国と同傾向にあり、依然50%以上が「課題は未解決」と回答をしており、引き続き注視が必要があると考えられる。

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= 741 / 関東支部 n=353 / 共に単数回答

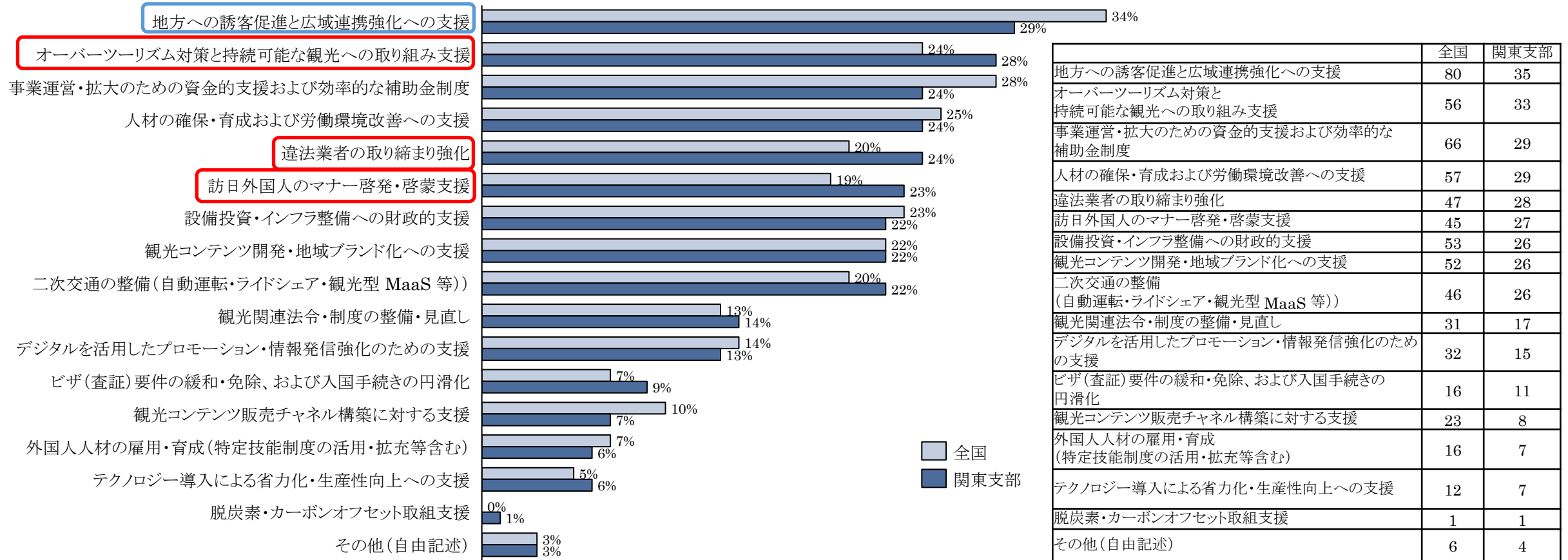


# 具体的に必要な国・政府の支援・官民連携のあり方について

- 国・政府の支援、官民連携については全国同様「地方誘客促進と広域連携」を求める声が多いが、全国よりも比率が低いこともあり「オーバーツーリズム」とは1ポイントの差となっている。また「オーバーツーリズム」に加え、「違法業者の取り締まり強化」や「訪日外国人のマナー啓発」を問う声在全国よりも高く、観光の質・住民生活の質の確保を求める声が多いことが伺える。

## 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

全国 n=232 / 関東支部 n=119 / 共に複数回答

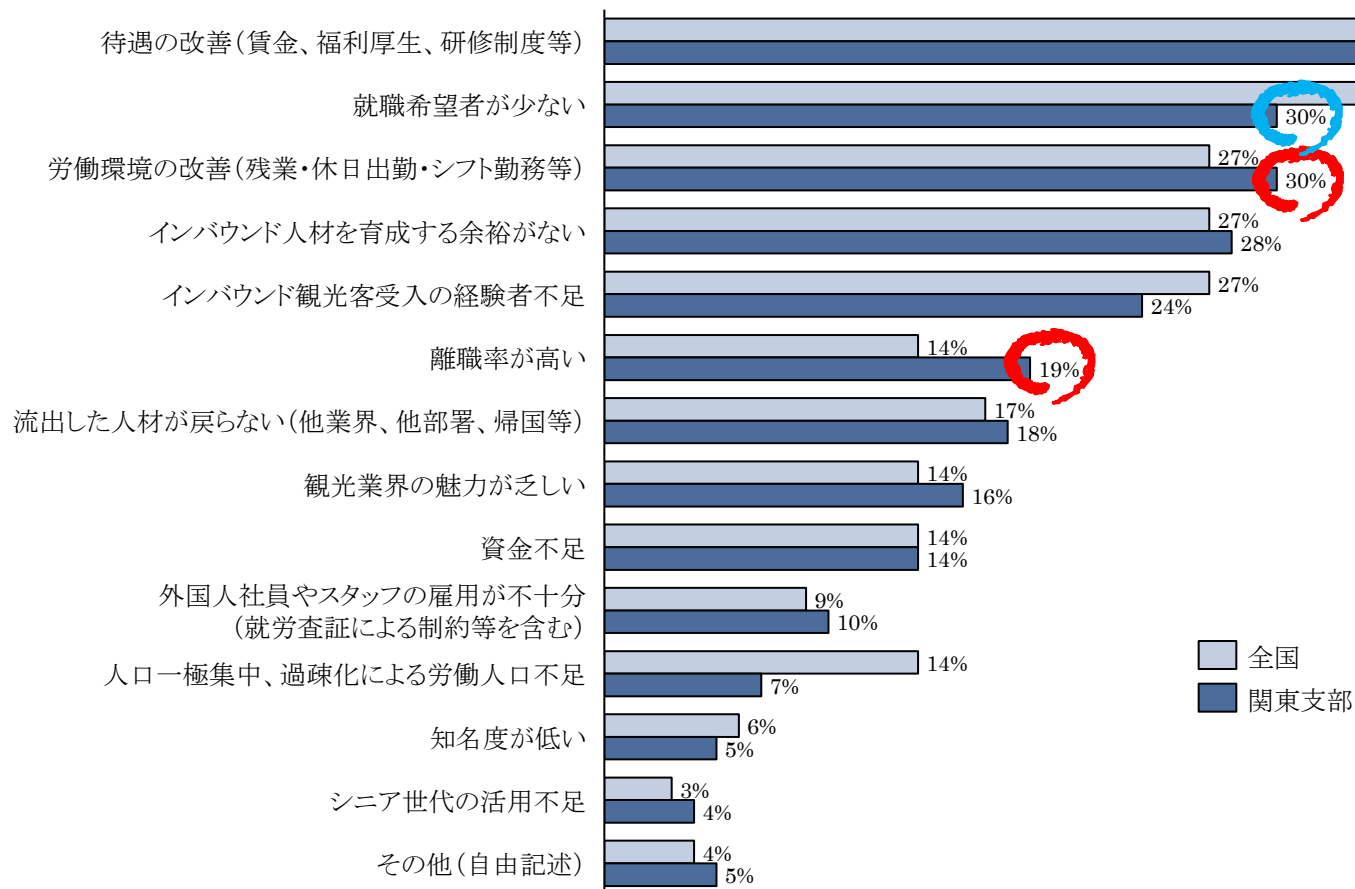


# 「人手不足・人材不足」について、考えられる要因

- 人手不足・人材不足の課題としては「待遇の改善」が最大の課題で全国よりも10ポイント高い。また、「労働環境の改善」や「離職率」も全国よりも比率が高いことから既存人材に関する課題が深刻であると考えられる。「就職希望者が少ない」が全国よりも低いことから既存人材対策が必要であると考えられる。

「人手不足・人材不足」について、考えられる要因

全国 n=367 / 関東支部 n=174 / 共に複数回答



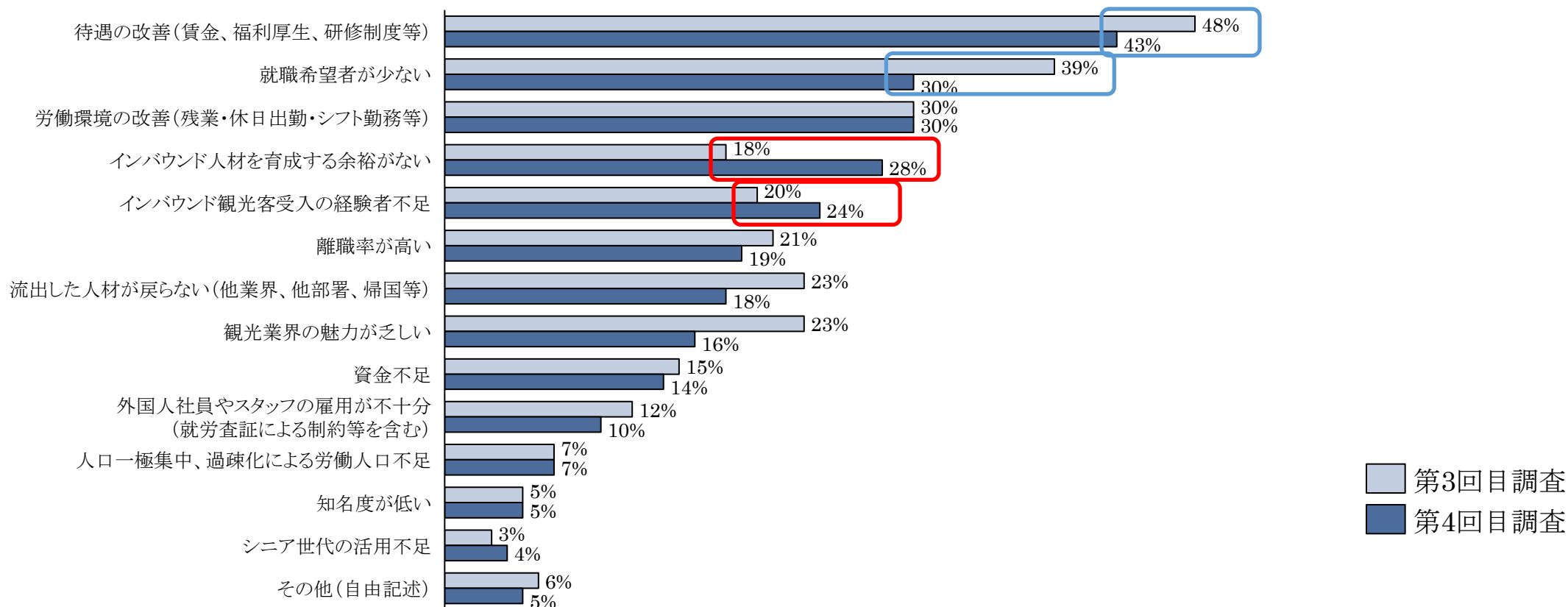
	全国	関東支部
待遇の改善(賃金、福利厚生、研修制度等)	130	74
就職希望者が少ない	127	53
労働環境の改善(残業・休日出勤・シフト勤務等)	99	52
インバウンド人材を育成する余裕がない	100	48
インバウンド観光客受入の経験者不足	99	42
離職率が高い	52	33
流出した人材が戻らない(他業界、他部署、帰国等)	64	32
観光業界の魅力が乏しい	53	28
資金不足	50	24
外国人社員やスタッフの雇用が不十分(就労査証による制約等を含む)	32	18
人口一極集中、過疎化による労働人口不足	53	13
知名度が低い	23	9
シニア世代の活用不足	12	7
その他(自由記述)	14	8

## 【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では、「待遇の改善」、「就職希望者が少ない」がともに減少している一方、「インバウンド人材育成」、「インバウンド経験者不足」が上昇しておりより専門的な人材が不足していることが推測される。

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=213 / 第4回 n=174 / 共に複数回答

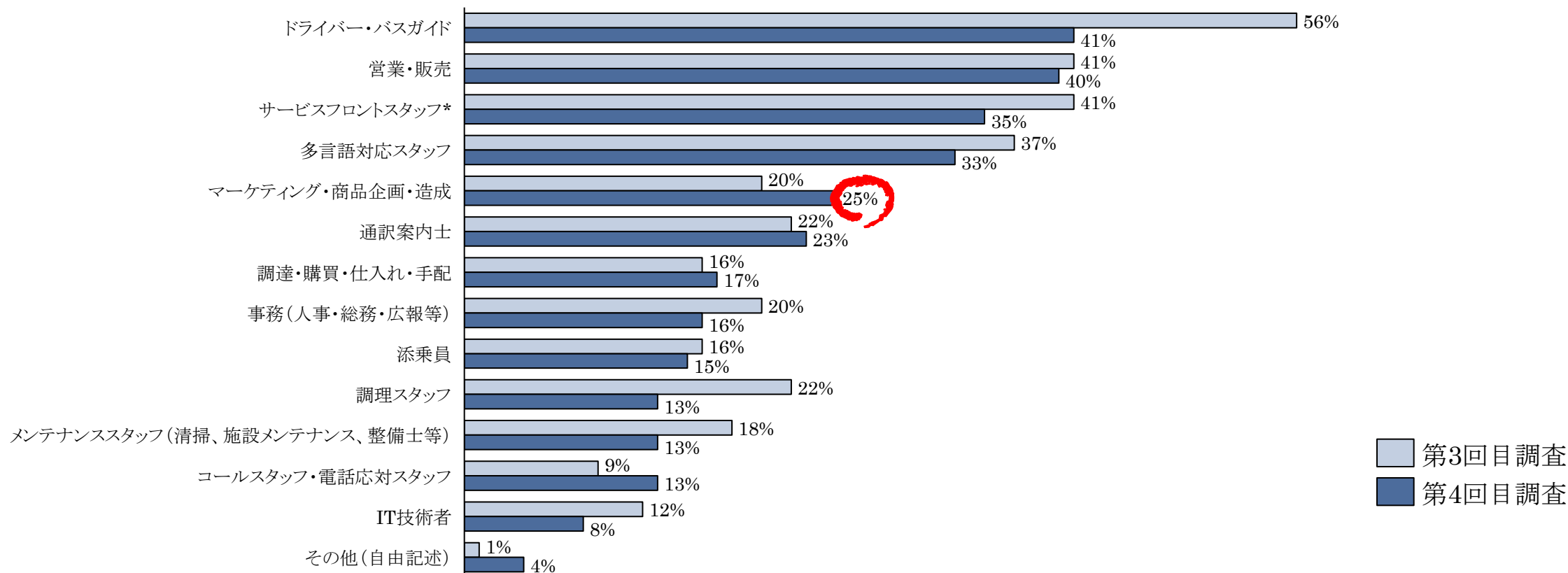


## 【時系列】「人手不足・人材不足」について、職種としてあてはまる選択肢

- 人手不足・人材不足の職種の時系列での変化では最大の要因である「ドライバー・バスガイド」の15ポイント減をはじめ多くの項目で改善傾向が見られる中、中上位の項目で「マーケティング・商品企画」が5ポイント増加している点が注目される。

「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=143 / 第4回 n=174 / 共に複数回答



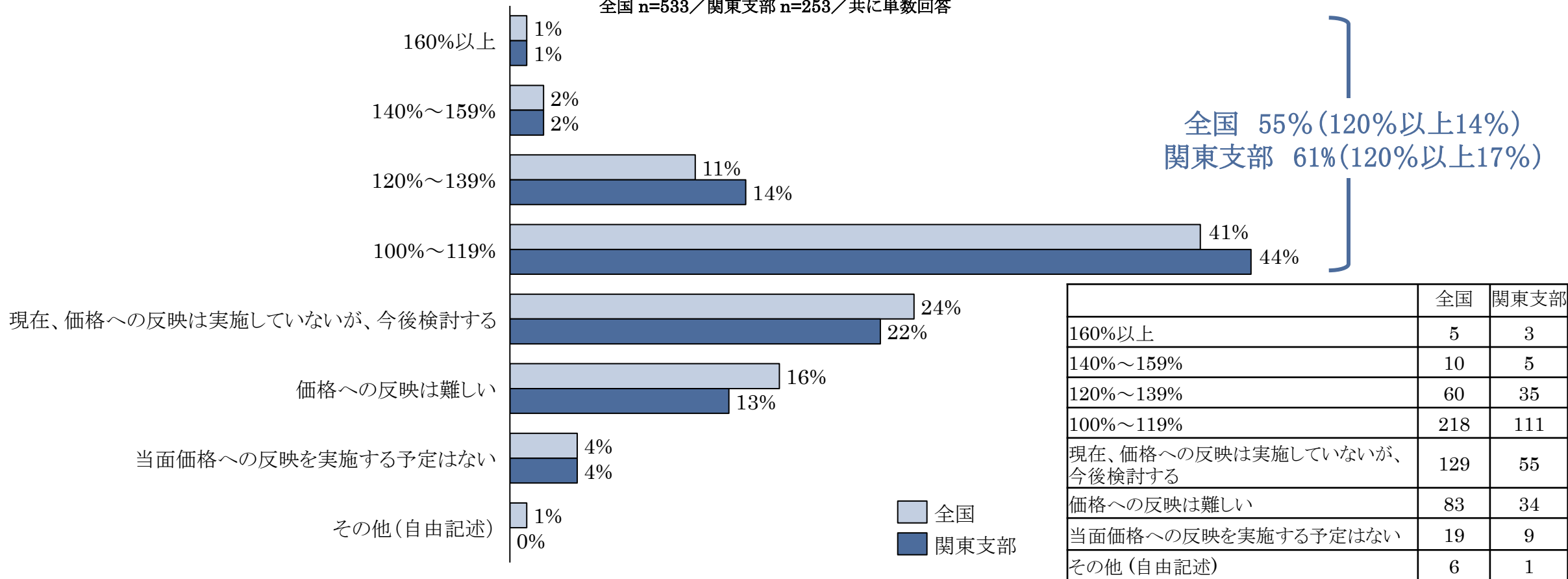
\*サービスフロントスタッフ: 旅行カウンター、受付、ホテルフロント、コンシェルジュ、レストランホールスタッフ等

# 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価格反映済みが61%と全国を全国を6ポイント上回っている。120%以上も全国を3ポイント上回っており、全国に比べて価格への反映が進んでいると推測される。

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=533 / 関東支部 n=253 / 共に単数回答

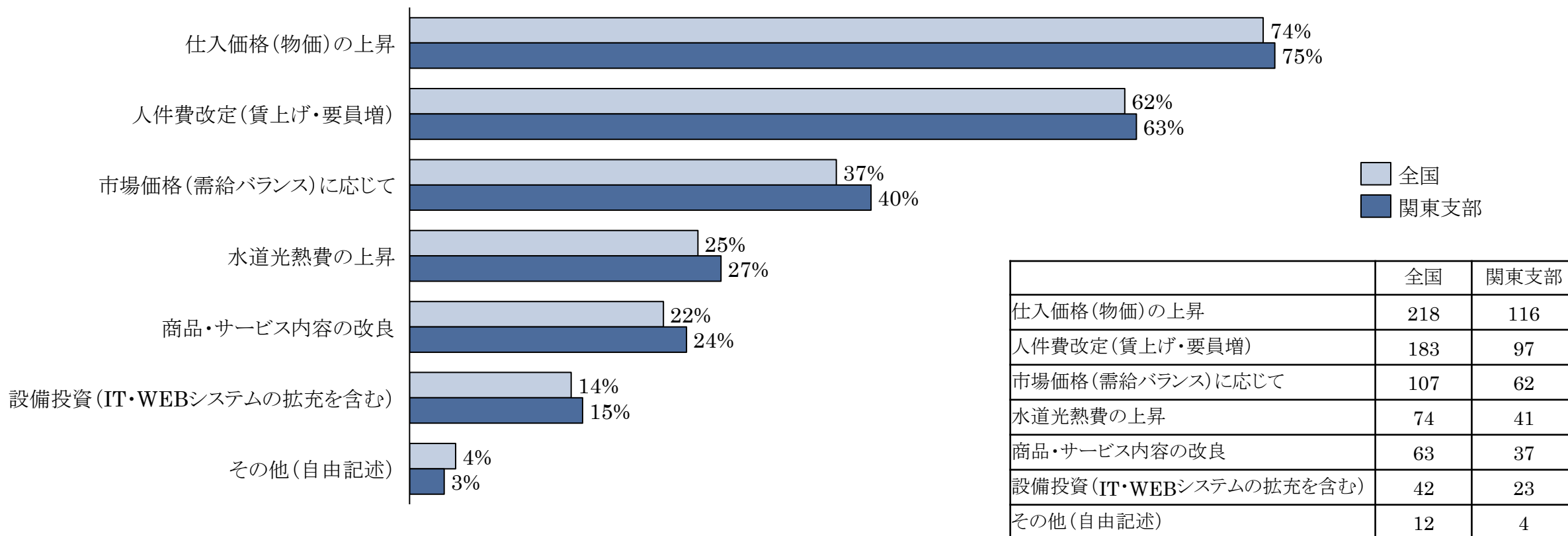


## 観光事業者のコスト上昇に至った理由

- コスト上昇の要因はほぼ全国と同様の傾向にあり、いずれの項目も全国を上回っておりコスト上昇の要因が多岐にわたっていることが伺える。

価格への反映をするに至った理由について

全国 n=293 / 関東支部 n=154 / 共に複数回答

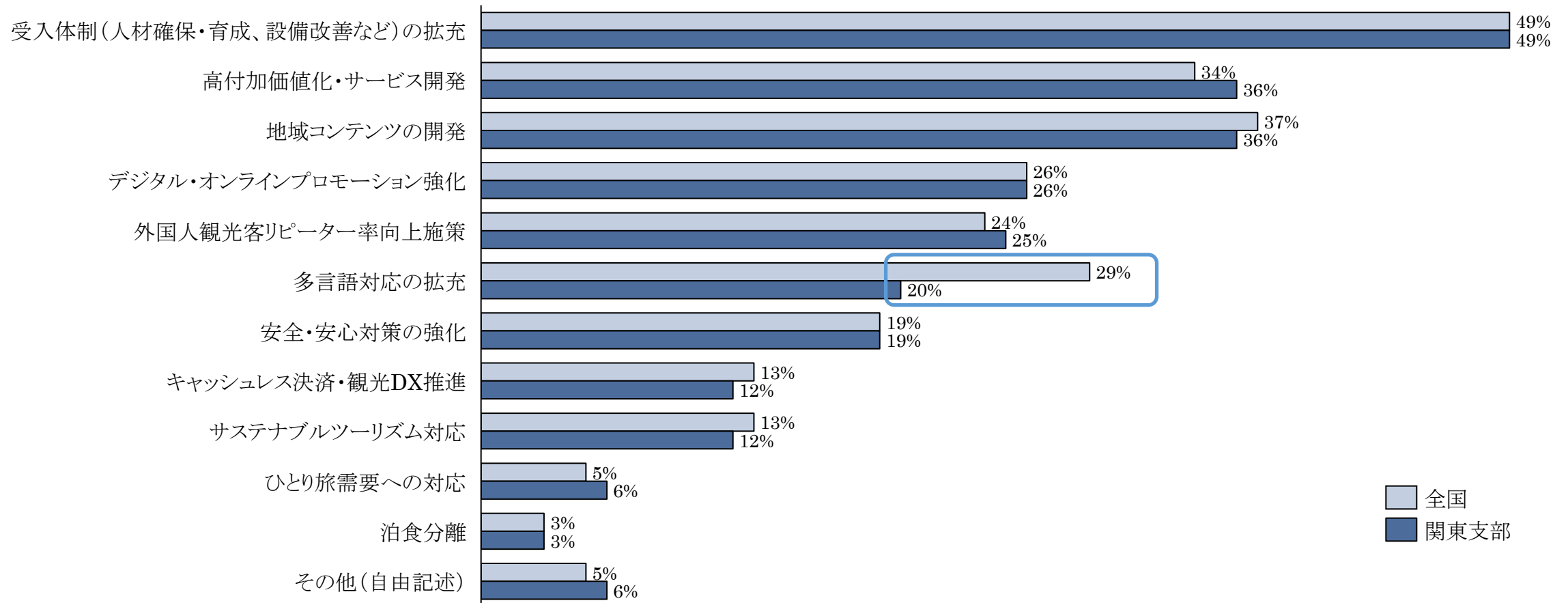


# 観光庁が掲げる2030年の目標を設定している組織が注力している施策について

- 2030年の目標に対して注力している視察については全国と同傾向にある。唯一「多言語対応の拡充」が全国より9ポイント低く、すでに多言語対応は一定の対応が完了していると推測される。

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 / 関東支部 n=228 / 最大3つまで回答可能

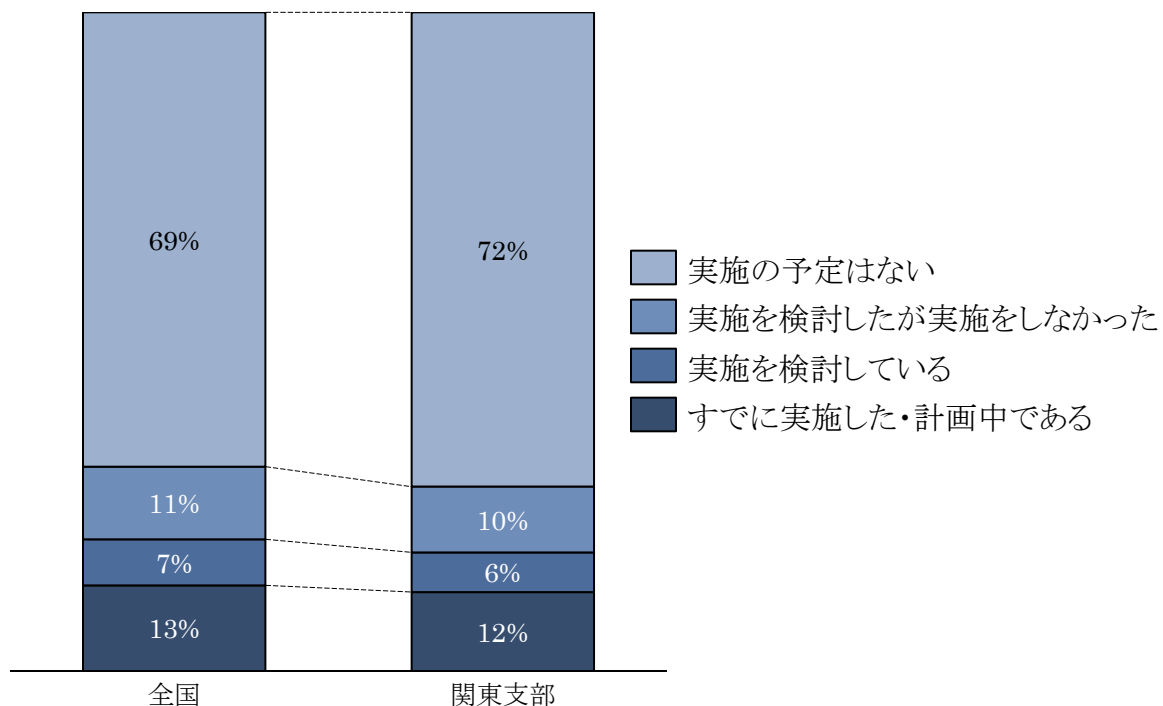


# 大阪万博によるインバウンド誘致の取組状況及び開催中の受入人数への影響や変化

- 万博におけるインバウンド誘致の取組並びに受入人数の変化については全国と同様の傾向が見られた。

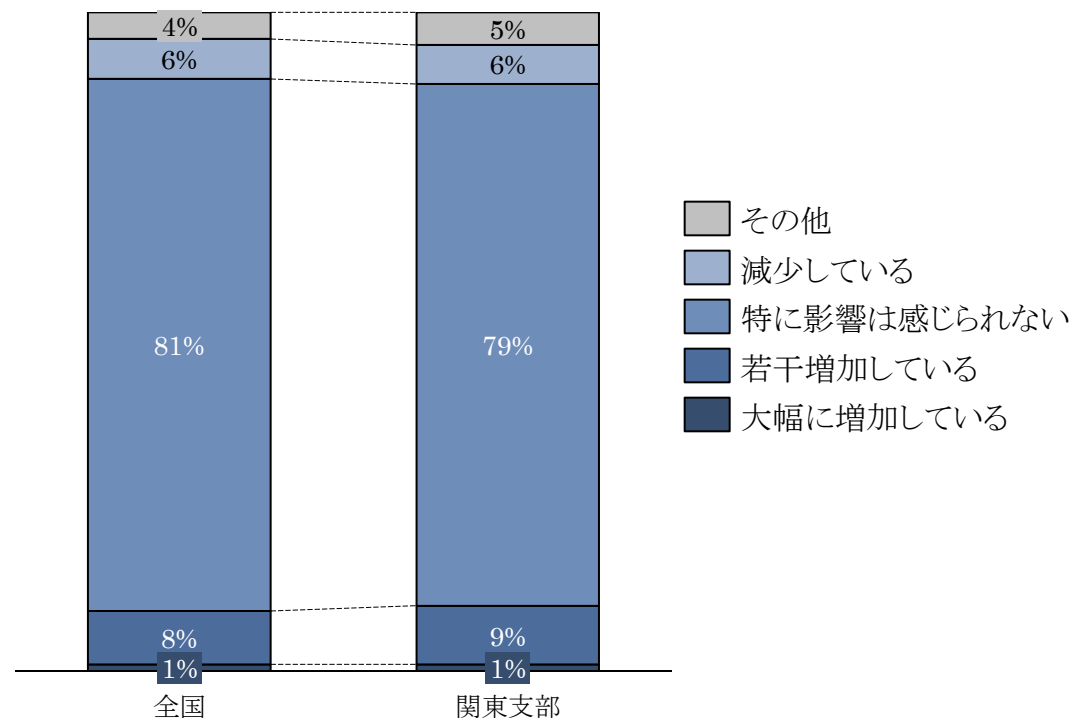
大阪万博によるインバウンド誘致の取組状況

全国 n=790 / 関東支部 n=376 / 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 / 関東支部 n=376 / 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もほぼ全国と同様の傾向にあるが上位項目においては若干全国を上回っている。

大阪万博による組織へのポジティブな影響

全国 n=790 / 関東支部 n=376 / 複数回答

