

# 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(九州支部)

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

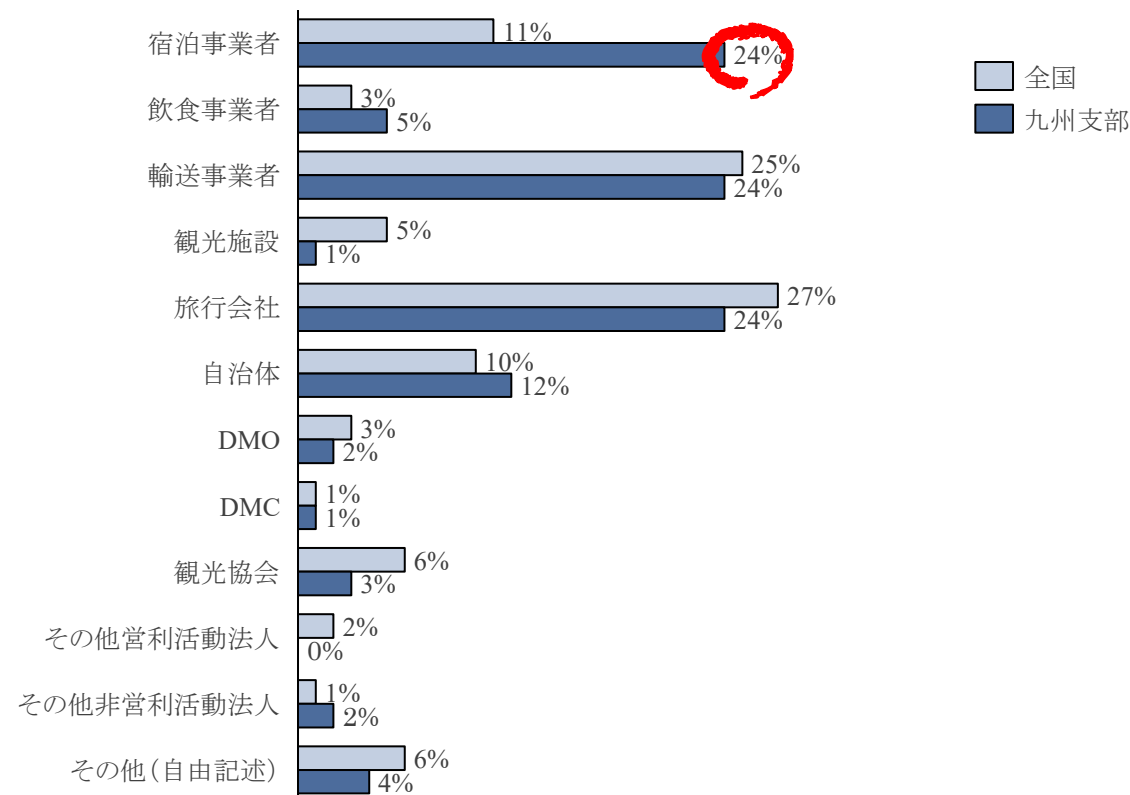
調査実施期間:2025年7月1日(火)~7月24日(木)

## 回答者数並びに組織・団体の業種について

- 九州に拠点のある事業者119件から回答を得た。全国との比較においては宿泊事業者の比率が24%と高く、輸送事業者、旅行会社と同比率となっている。

事業拠点・所在、事業形態  
全国 n=970 / 九州支部 n=119 / 共に 単数回答

業種	全国	九州	福岡県	佐賀県	長崎県	熊本県	大分県	宮崎県	鹿児島県
宿泊事業者	105	29	7	3	19	3	3	1	2
飲食事業者	32	6	3		2	1	1		1
輸送事業者	245	28	14	4	5	7	2	2	4
観光施設	49	1		1	1	1	1		
旅行会社	265	28	2	1	5	8	3	4	11
自治体	99	14	6	5	2	1	1		1
DMO	25	2			2				
DMC	7	1	1						
観光協会	55	3			3				
その他営利活動法人	15	0	1						1
その他非営利活動法人	14	2							
その他(自由記述)	59	5	5			1	1		1
<b>合計</b>	<b>970</b>	<b>119</b>	<b>57</b>	<b>14</b>	<b>39</b>	<b>22</b>	<b>12</b>	<b>7</b>	<b>21</b>



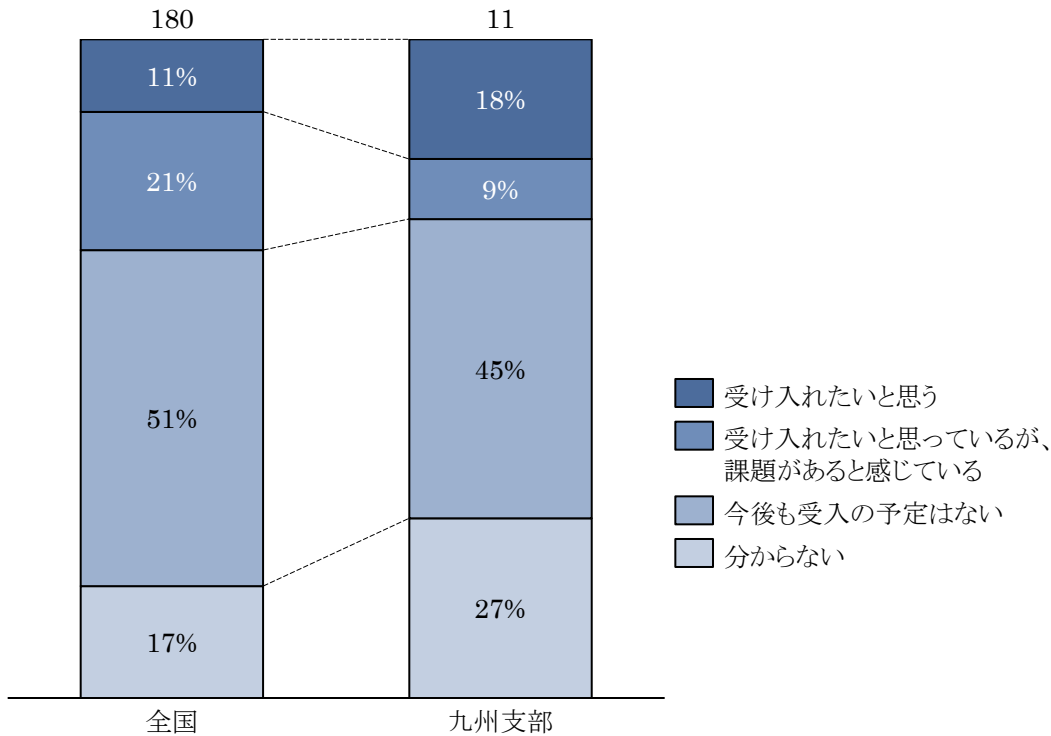
備考: 全国・九州ともに全都道府県を選択した組織・団体を除く

# 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、全国よりも若干低くなっているが全国よりもすでに受入を行っている事業者の割合が高いことから、一定の受入がすでに進んでいることも影響していると考えられる。
- 受入の課題については「人手不足・人材不足」と「インバウンドを受入れる余裕がない」が最大の課題であり同比率で並んでいる。

将来、インバウンド観光客を受け入れ計画

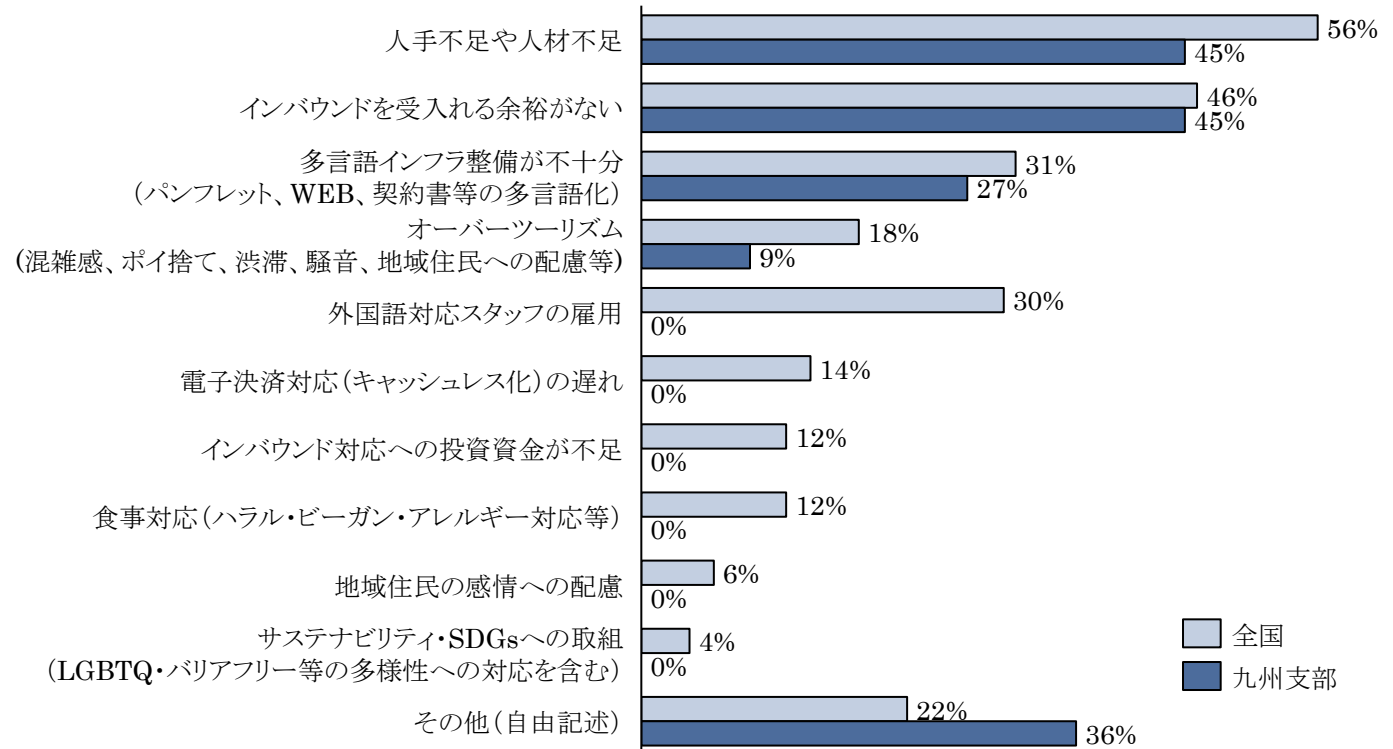
全国 n=180 / 九州支部 n=11 / 共に単数回答



「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 / 九州支部 n=11 / 共に複数回答

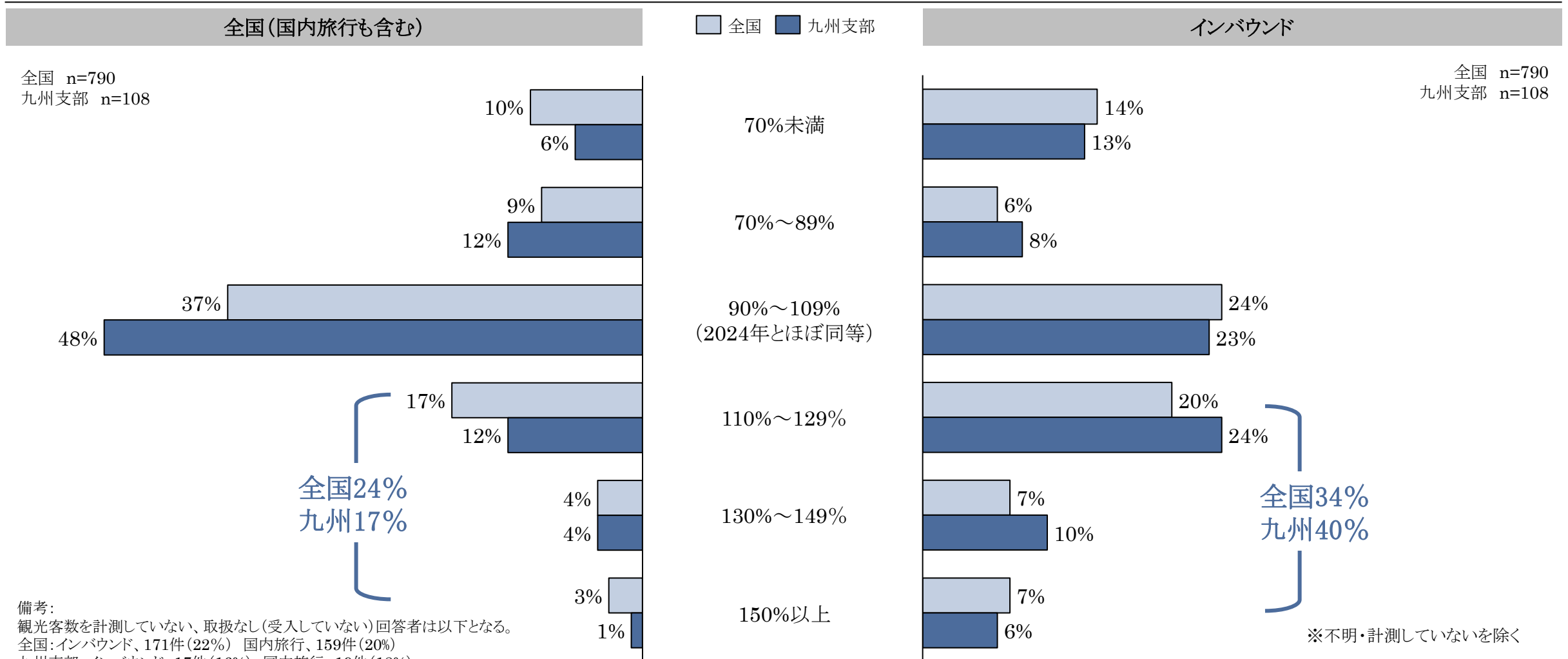


「全体」18件の無回答を除く。

# 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インバウンドについては6ポイント全国を上回っているものの国内旅行を含む全体では7ポイント下回っており、九州における国内旅行の回復が全国よりも遅れていると考えられる。

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

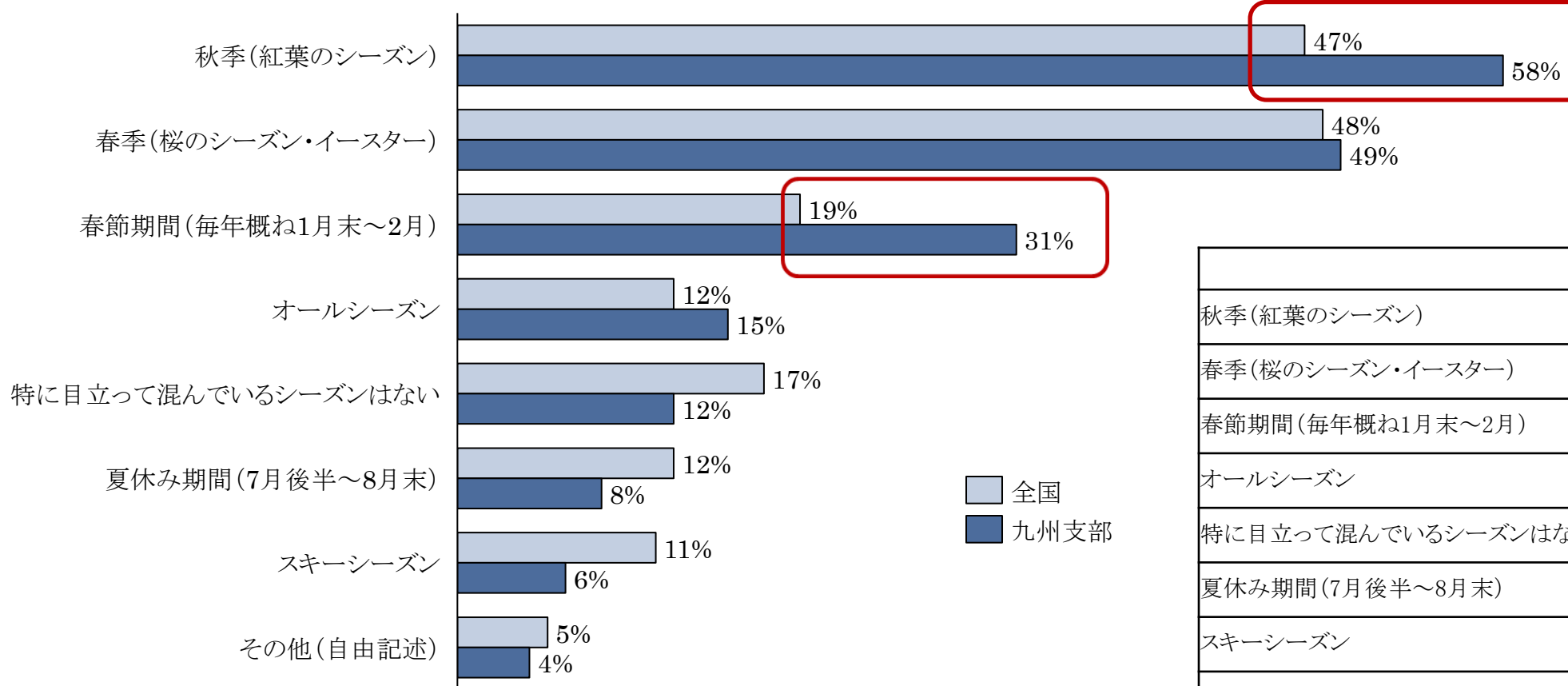


# インバウンド観光客の多い時期について

- インバウンド観光客の受入時期については秋季(+9ポイント)、春節期間(+12ポイント)が全国より高い。東アジアからのアクセスが良い点が春節期間の訪問客増に大きな影響を与えていると考えられる。

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 / 九州支部 n=108 / 共に複数回答



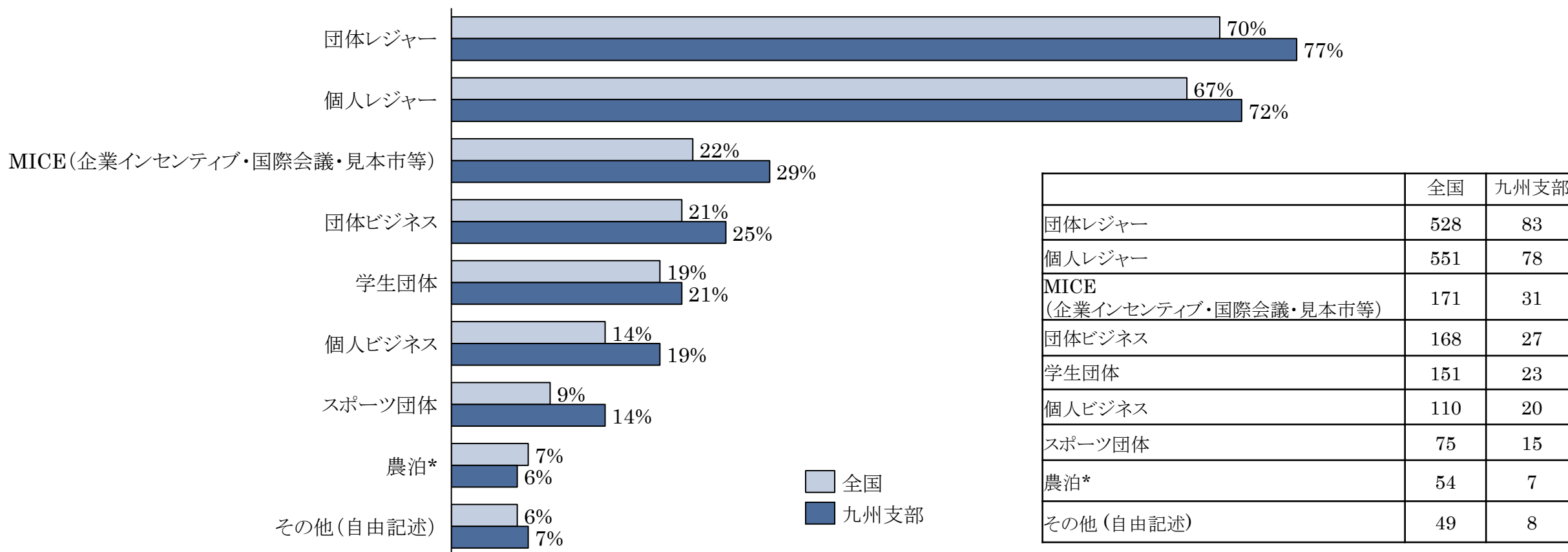
	全国	九州支部
秋季(紅葉のシーズン)	374	63
春季(桜のシーズン・イースター)	383	53
春節期間(毎年概ね1月末~2月)	149	33
オールシーズン	95	16
特に目立って混んでいるシーズンはない	133	13
夏休み期間(7月後半~8月末)	92	9
スキーシーズン	83	6
その他(自由記述)	36	4

# 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、順位を含めて全国と同傾向にあるがほぼすべての項目において全国を上回っており、多種多様な形態のインバウンドを受け入れていると想定される。

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 / 九州支部 n=108 / 共に複数回答



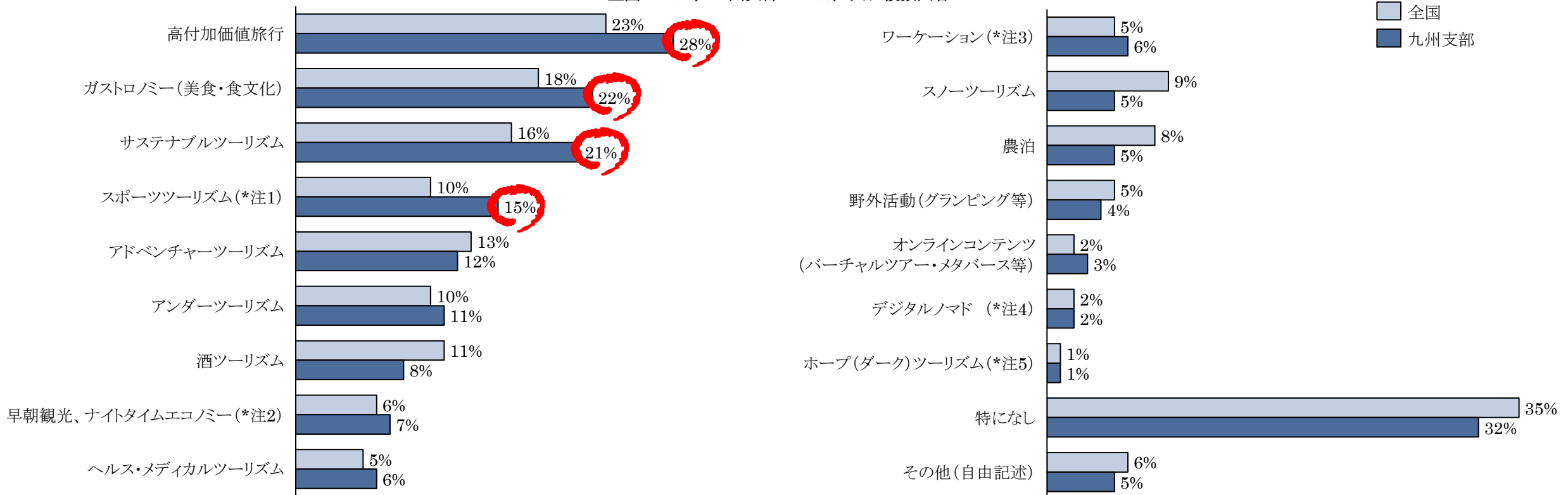
\*農泊とは農山漁村地域に宿泊し、滞在中に豊かな地域資源を活用した食事や体験等を楽しむことを指す。

# 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」への関心が高い。4位の「スポーツツーリズム」も含め上位項目についてはいずれも全国を上回っており、新しい旅行・観光コンテンツへの関心の高さがうかがえる。

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 / 九州支部 n=108 / 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

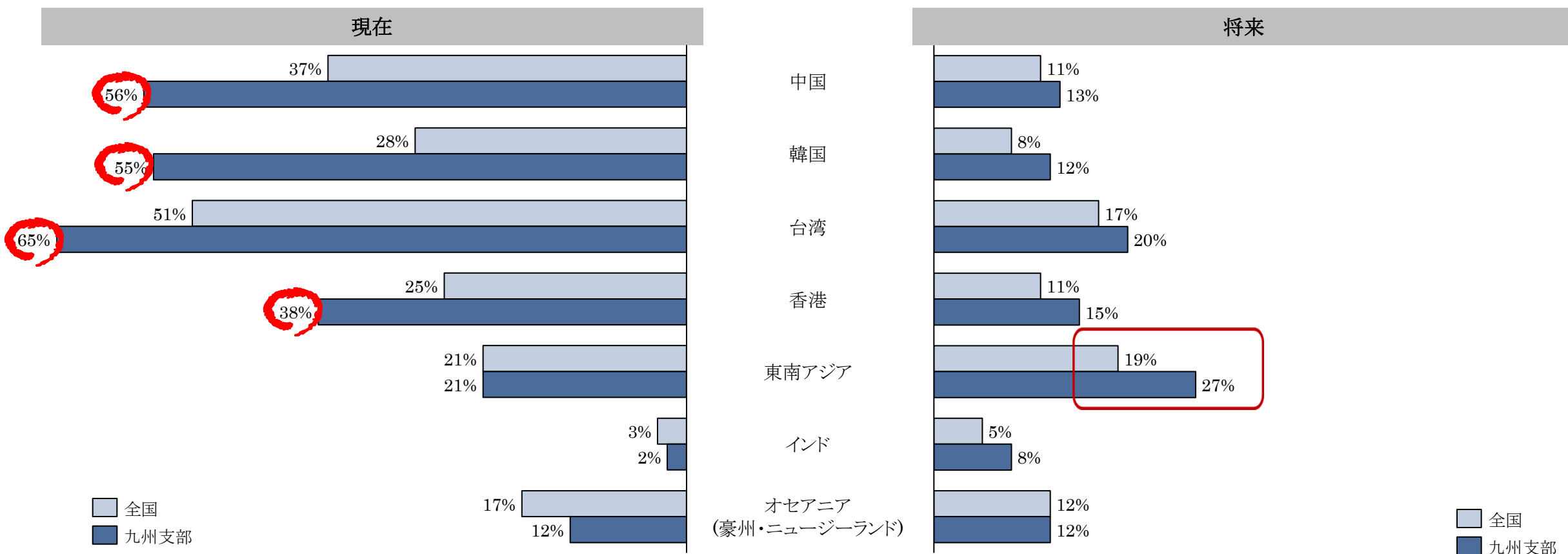
注5:ダークツーリズム: 戦跡や災害被災地など、死・暴力・虐待などの悲劇にまつわる場所を訪問する観光のこと。ホープツーリズム: 福島県等で実施されている、複合災害の教訓等から「持続可能な社会・地域づくりを研究・創造する」スタディーツアープログラム

## 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は、特に現在において東アジアのウェイトが高く、いずれも全国よりも10ポイント以上高い。将来においては全国同様東南アジアへの期待が高くなっているが、九州においてはさらにその傾向が高くなっている。

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 / 九州支部 n=108 / 共に複数回答

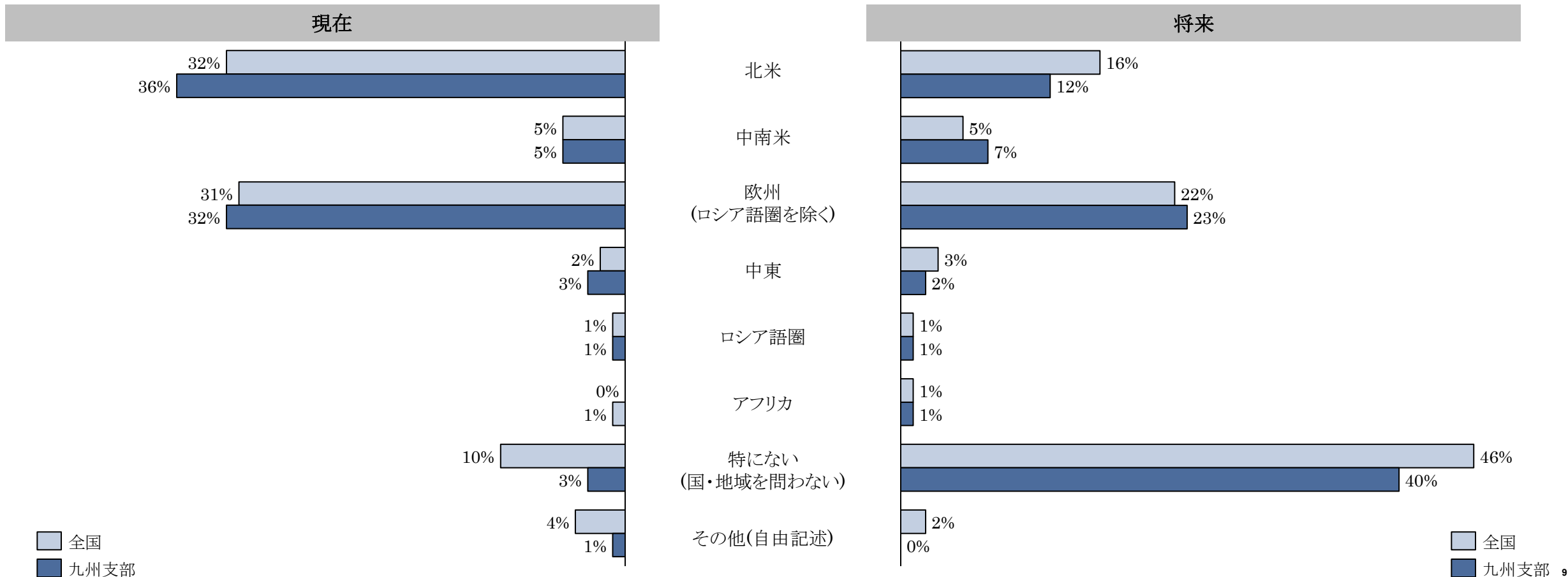


## インバウンド重点市場について(欧米・その他地域)

- 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も全国同様高く、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 / 九州支部 n=108 / 共に複数回答

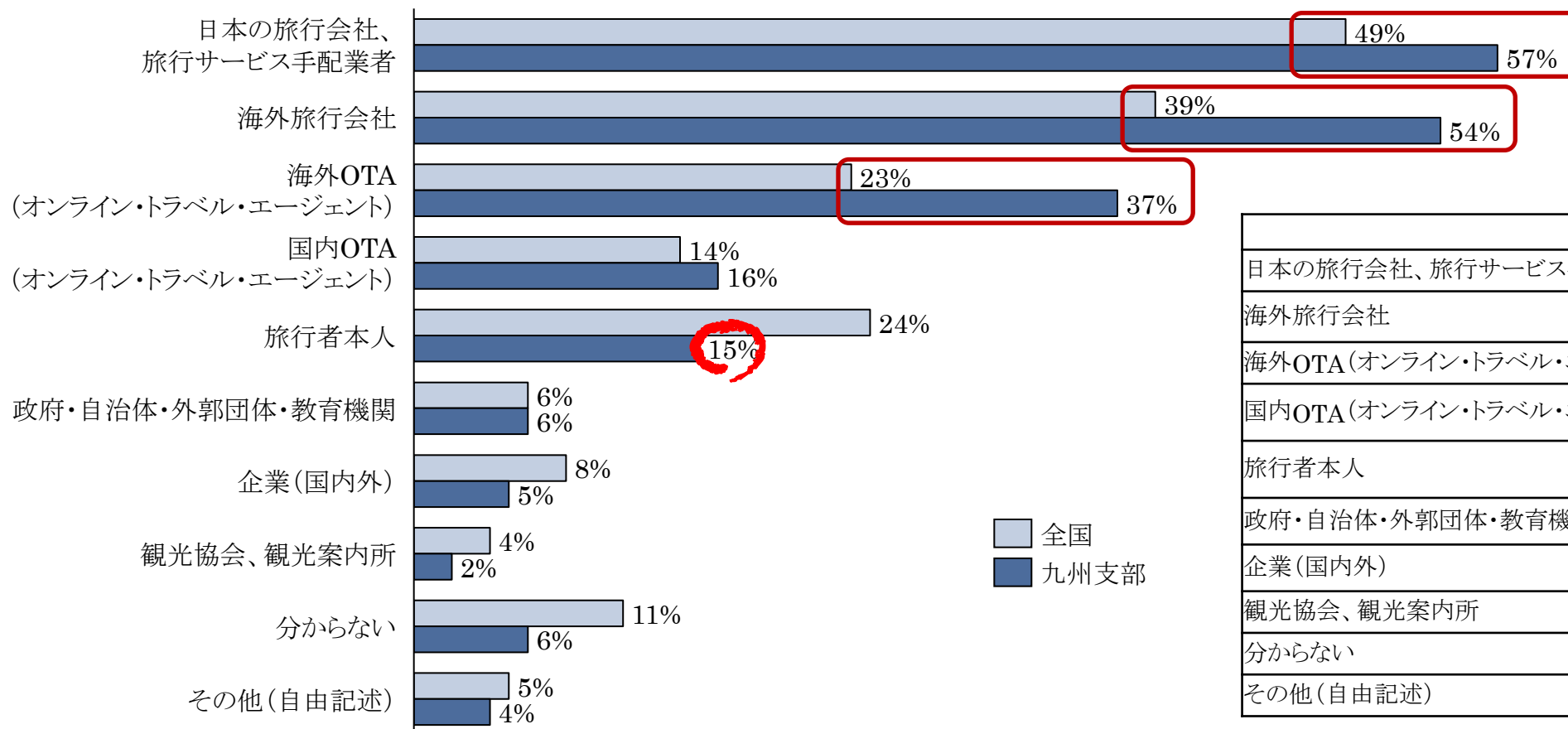


# 予約チャンネルについて

- 予約チャンネルについては国内外の旅行会社・旅行サービス手配業者経由または海外OTA経由が多く全国を大きく上回っている。一方で旅行者本人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 / 九州支部 n=108 / 共に複数回答



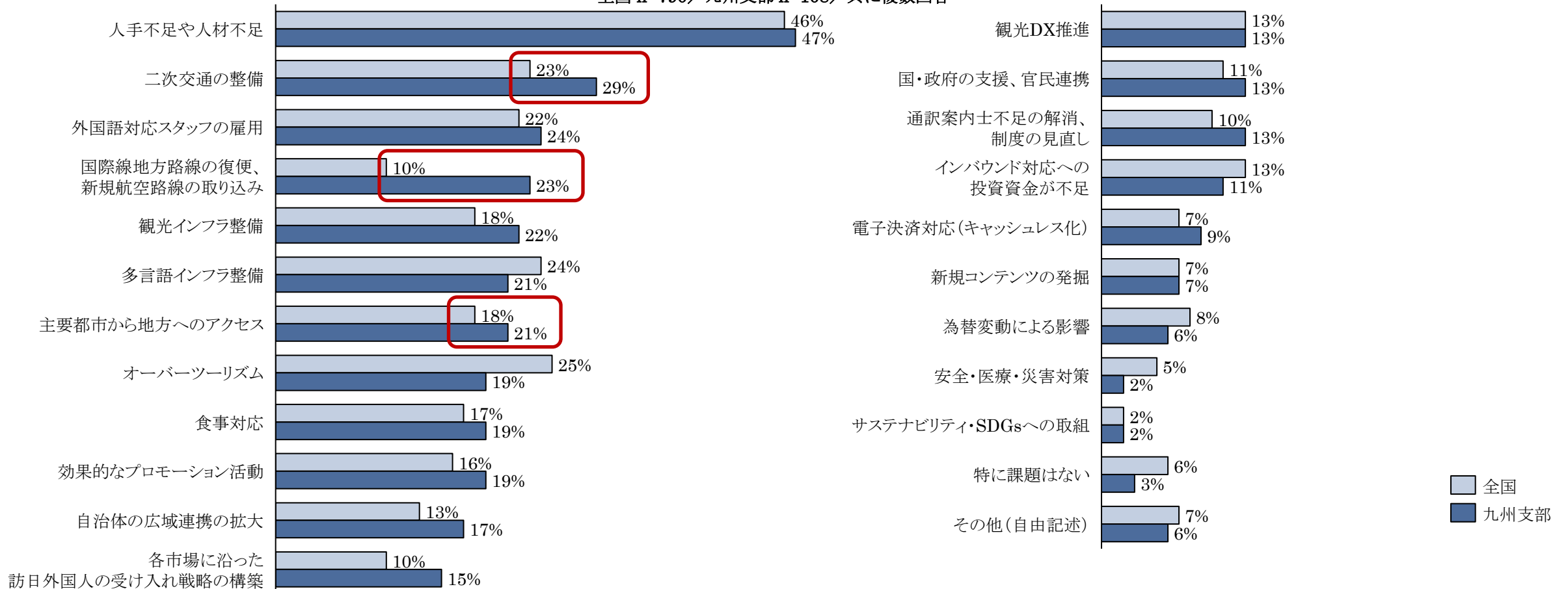
	全国	九州支部
日本の旅行会社、旅行サービス手配業者	388	62
海外旅行会社	309	58
海外OTA (オンライン・トラベル・エージェント)	180	40
国内OTA (オンライン・トラベル・エージェント)	107	17
旅行者本人	186	16
政府・自治体・外郭団体・教育機関	49	7
企業(国内外)	62	5
観光協会、観光案内所	34	2
分からない	84	7
その他(自由記述)	36	4

# インバウンド観光客受入の課題について(現在)

- 全国同様「人手不足・人材不足」がインバウンド受入の最大の課題であり、比率も同程度となっている。また「二次交通の整備」、「国際地方路線」、「主要都市からのアクセス」がいずれも全国よりも高く交通インフラが課題となっていることが窺える。

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 / 九州支部 n=108 / 共に複数回答

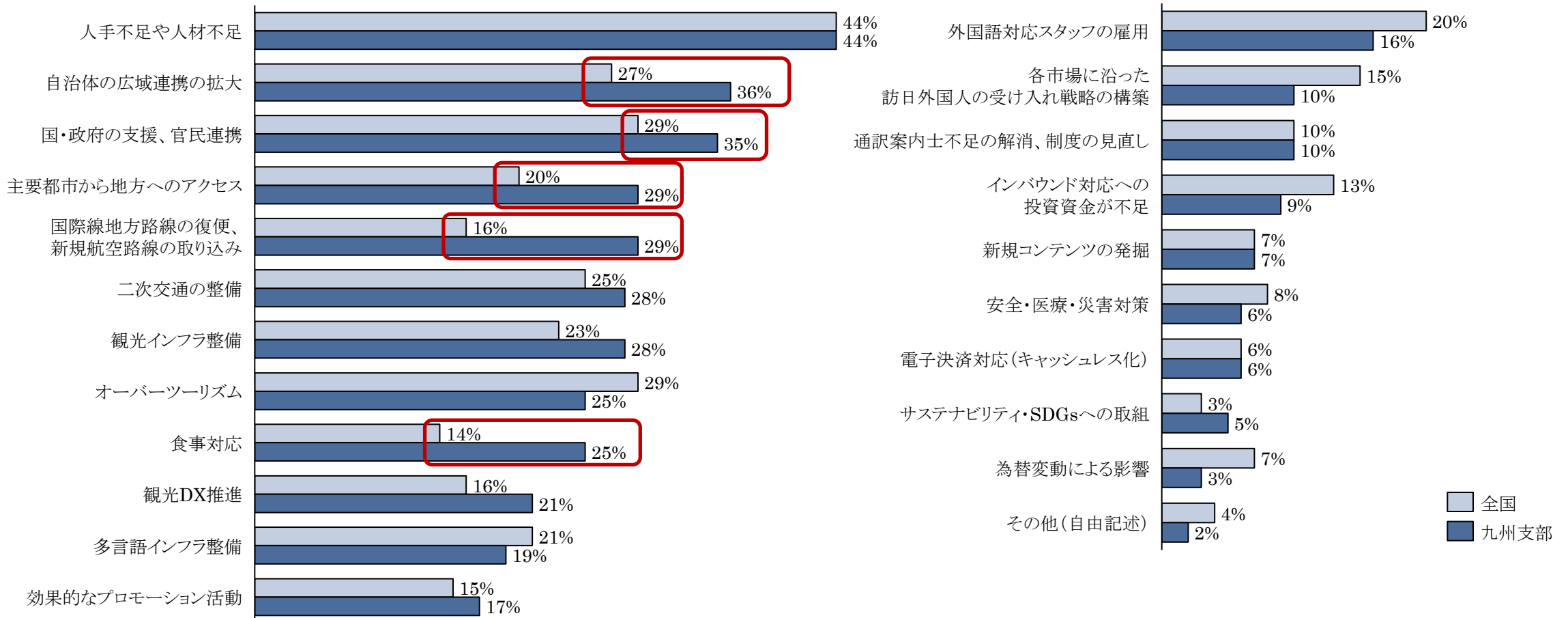


# インバウンド観光客受入をさらに伸長させるための条件について(将来)

- 将来の受入の課題は全国同様「人手不足・人材不足」が最大の課題となっている。交通インフラに加え、「広域連携拡大や官民連携」も全国より高比率であり、「食事対応」を課題としている事業者も多い。

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 / 九州支部 n=108 / 共に複数回答

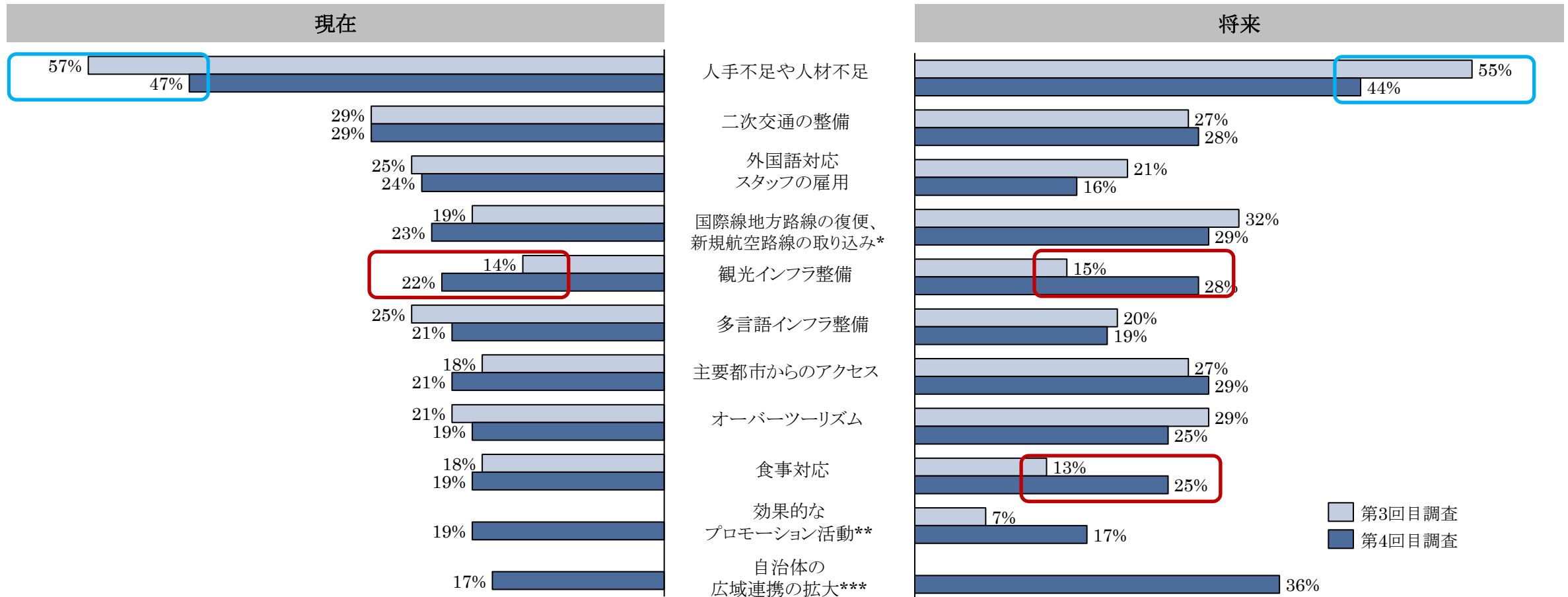


# インバウンド観光客受入の課題について(主要項目時系列変化)

- 第3回、4回とも「人手不足・人材不足」が最大の課題ではあるが、比率は大幅に減っている。一方で将来の課題としては「観光インフラ整備」と「食事対応」が前回よりも大幅に増している。

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=127/第4回 n=108/共に複数回答



\*: 第3回調査において現在課題では「国際線地方路線の復便の遅れ」という表記であり参考値 \*\*: 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

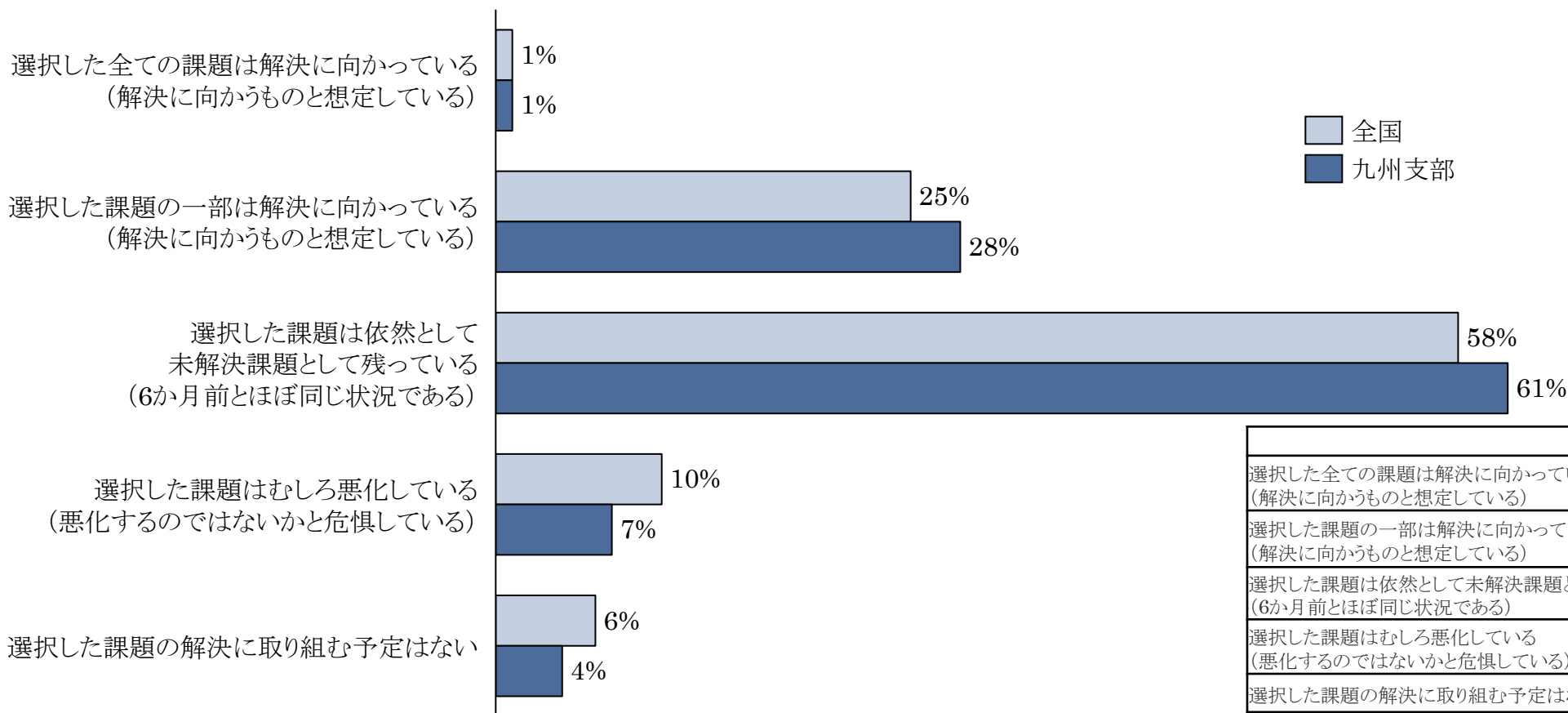
\*\*\*: 第3回調査では「自治体の広域連携の拡大」の選択肢がない。第3回調査の実施日: 2024年7月1日~22日

# 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傾向にあり、6割程度の事業者が「課題は依然として未解決」と回答しており、引き続き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 / 九州支部 n=105 / 共に単数回答



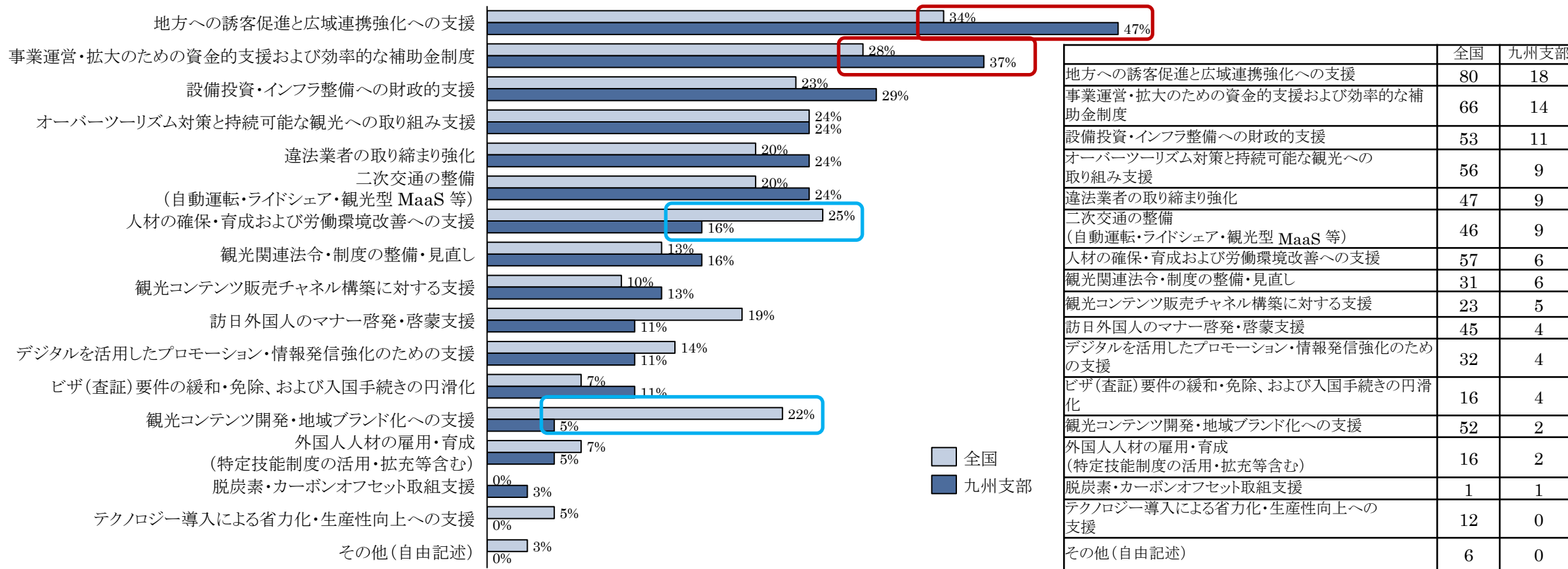
	全国	九州支部
選択した全ての課題は解決に向かっている (解決に向かうものと想定している)	9	1
選択した課題の一部は解決に向かっている (解決に向かうものと想定している)	184	29
選択した課題は依然として未解決課題として残っている (6か月前とほぼ同じ状況である)	431	64
選択した課題はむしろ悪化している (悪化するのではないかと危惧している)	75	7
選択した課題の解決に取り組む予定はない	42	4

# 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

- 全国と比べると九州は、「地方への誘客促進と広域連携強化」、「資金的支援及び効果的な補助金制度」を求める声が大幅に大きい。一方で「人材確保・育成」と「観光コンテンツ開発」への支援を求める声は少なく、ある程度インバウンド受入基盤の整備は進んでいると考えられる。

## 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 / 九州支部 n=38 / 共に複数回答

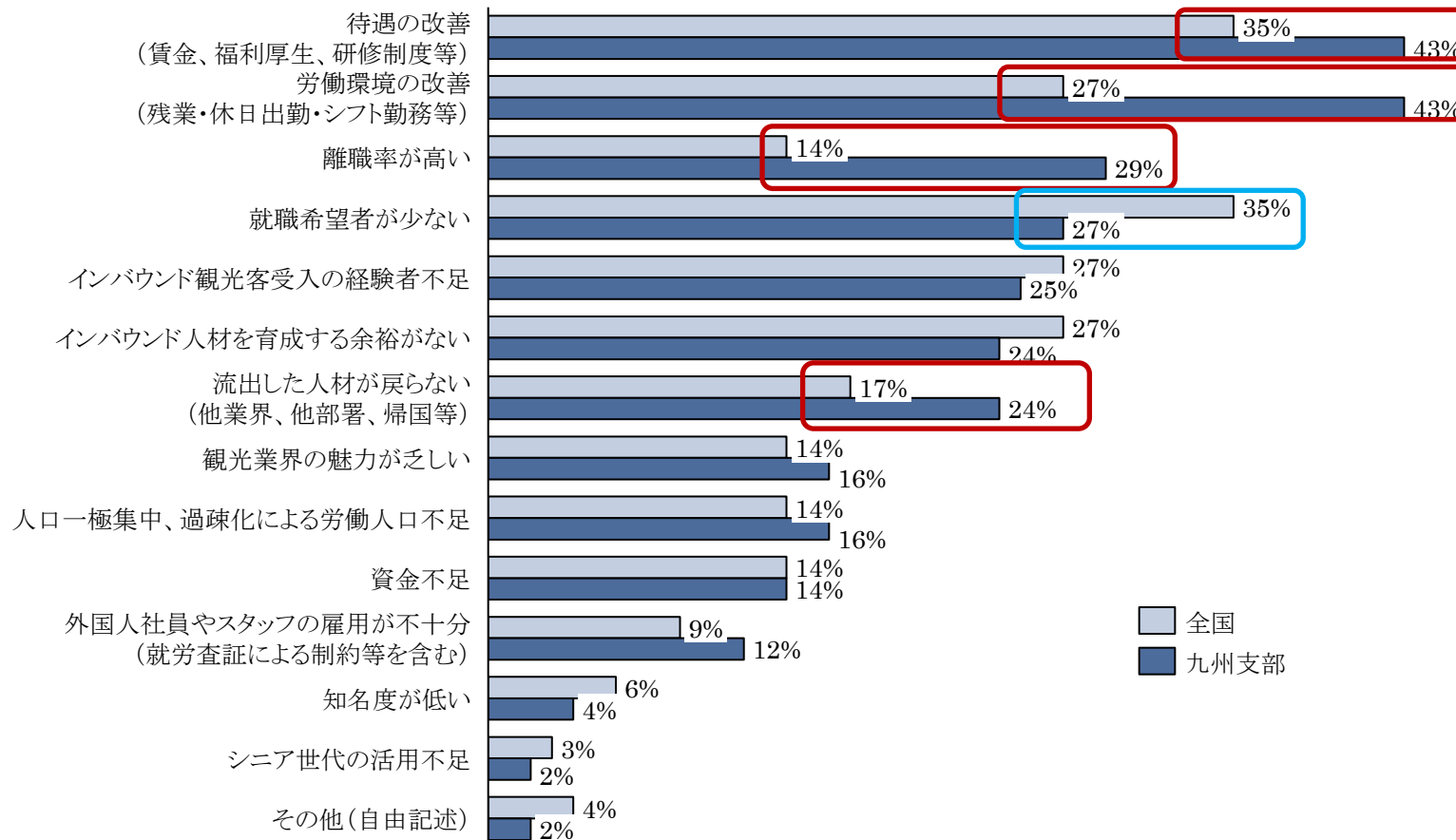


# 「人手不足・人材不足」について、考えられる要因

- 全国との比較において「待遇の改善」、「労働環境の改善」、「離職率」、「人材流出」の4項目が大きく上回っている。全国より比率が低いのは「就職希望者が少ない」のみであることから、九州地区における人手、人材不足が深刻な状況であると推測される。

「人手不足・人材不足」について、考えられる要因

全国 n=367 / 九州支部 n=51 / 共に複数回答



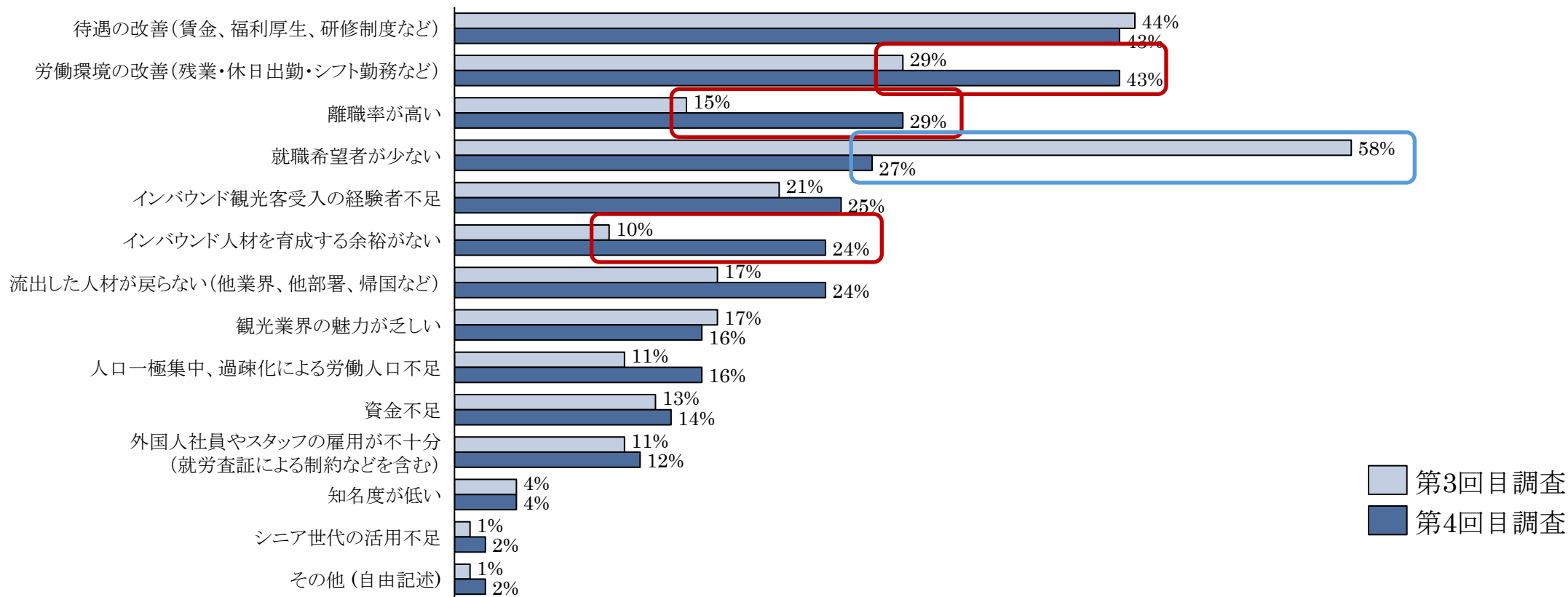
	全国	九州支部
待遇の改善 (賃金、福利厚生、研修制度等)	130	22
労働環境の改善 (残業・休日出勤・シフト勤務等)	99	22
離職率が高い	52	15
就職希望者が少ない	127	14
インバウンド観光客受入の経験者不足	99	13
インバウンド人材を育成する余裕がない	100	12
流出した人材が戻らない (他業界、他部署、帰国等)	64	12
観光業界の魅力が乏しい	53	8
人口一極集中、過疎化による労働人口不足	53	8
資金不足	50	7
外国人社員やスタッフの雇用が不十分 (就労査証による制約等を含む)	32	6
知名度が低い	23	2
シニア世代の活用不足	12	1
その他(自由記述)	14	1

## 【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・人材不足の課題は前回の調査に比べ、「労働環境の改善」、「離職率」、「インバウンド人材育成」の3項目が大幅に増加した。一方で「就職希望者が少ない」は約30ポイント低下したところから九州における観光業界への極端な就職離れは一旦おさまったとも考えられる。

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=72 / 第4回 n=51 / 共に複数回答



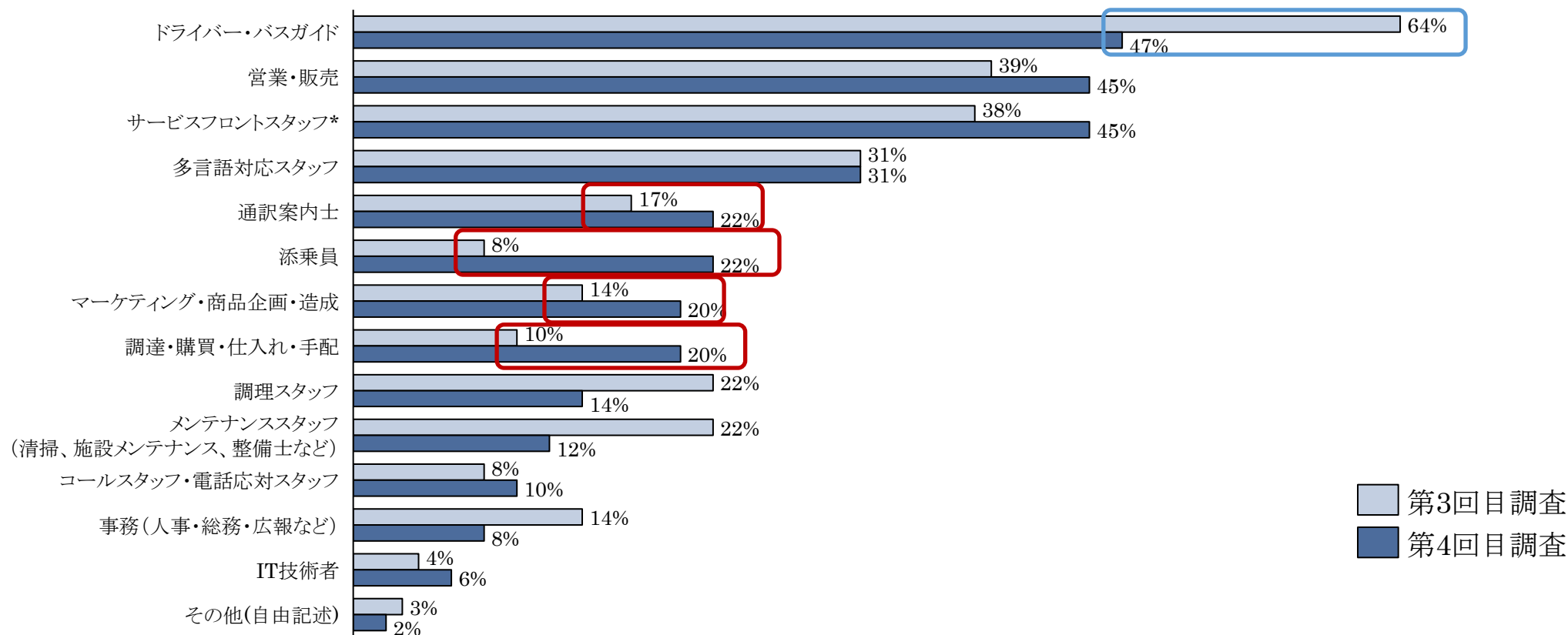
第3回目調査実施日: 2024年7月1日～22日

## 【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

- 第3回目、4回目と順位は大きく変化はないが、「ドライバー・バスガイド」は20%近く減少し改善傾向が見られる。一方で「通訳案内士」、「添乗員」の不足感は上昇しており、東京・関西地区等都市圏への当該人材の集中が要因と考えられる。

「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=72 / 第4回 n=51 / 共に複数回答



第3回目調査実施日: 2024年7月1日～22日

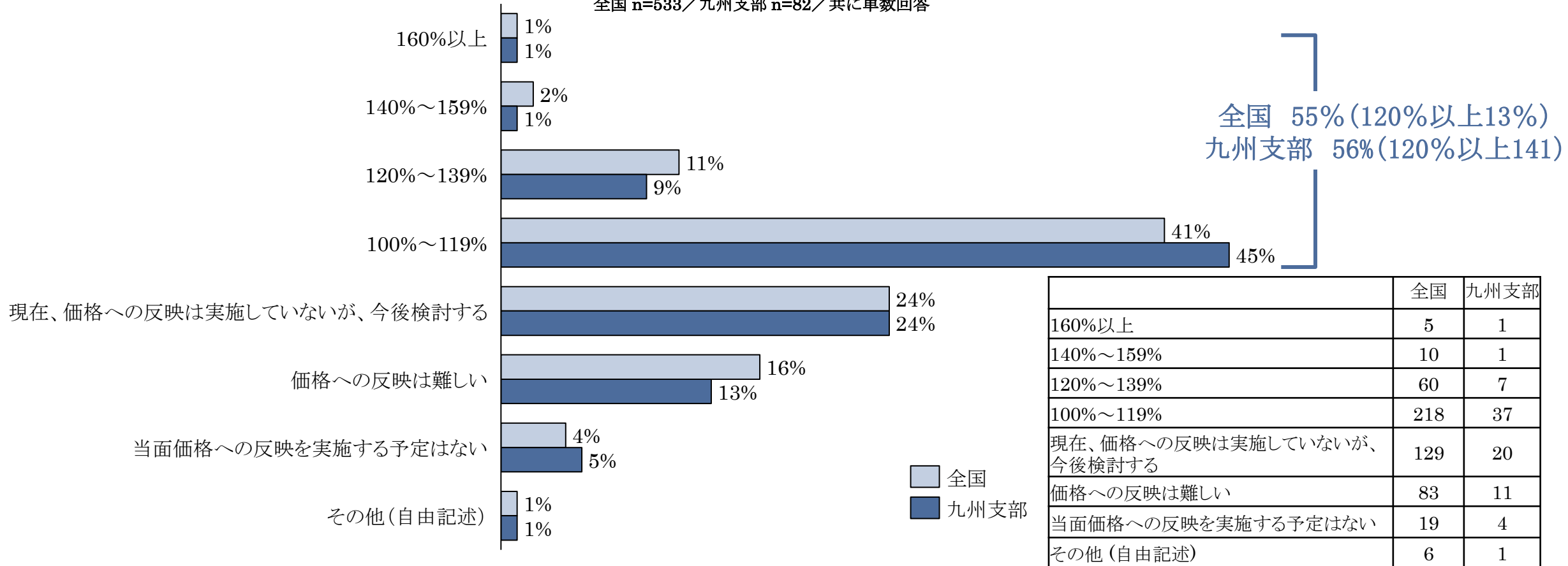
\*サービスフロントスタッフ: 旅行カウンター、受付、ホテルフロント、コンシェルジュ、レストランホールスタッフ等

# 観光事業者のコスト上昇について

- コスト上昇を価格に反映できている事業者の割合は全国、九州ともほぼ同率で大きな差は見られない。

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 / 九州支部 n=82 / 共に単数回答

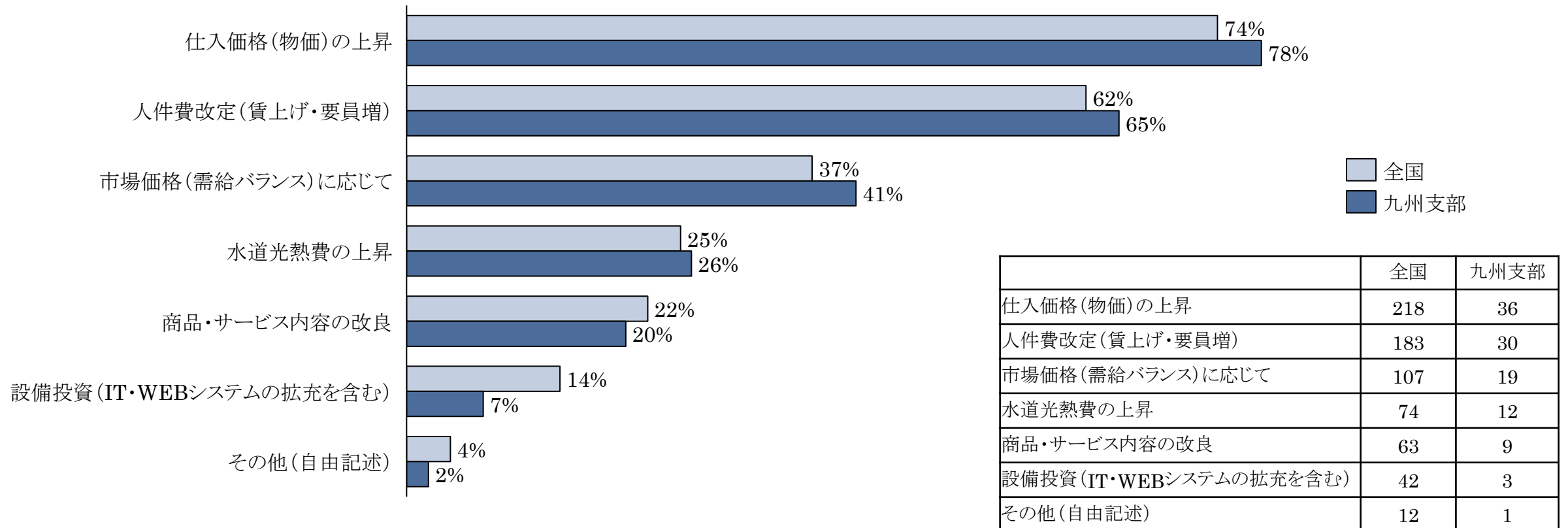


## 観光事業者のコスト上昇に至った理由

- コスト上昇の価格反映については全国と同様の傾向にあるが、多くの項目において全国よりも少し比率が高くなっている。

価格への反映をするに至った理由について

全国 n=293 / 九州支部 n=46 / 共に複数回答

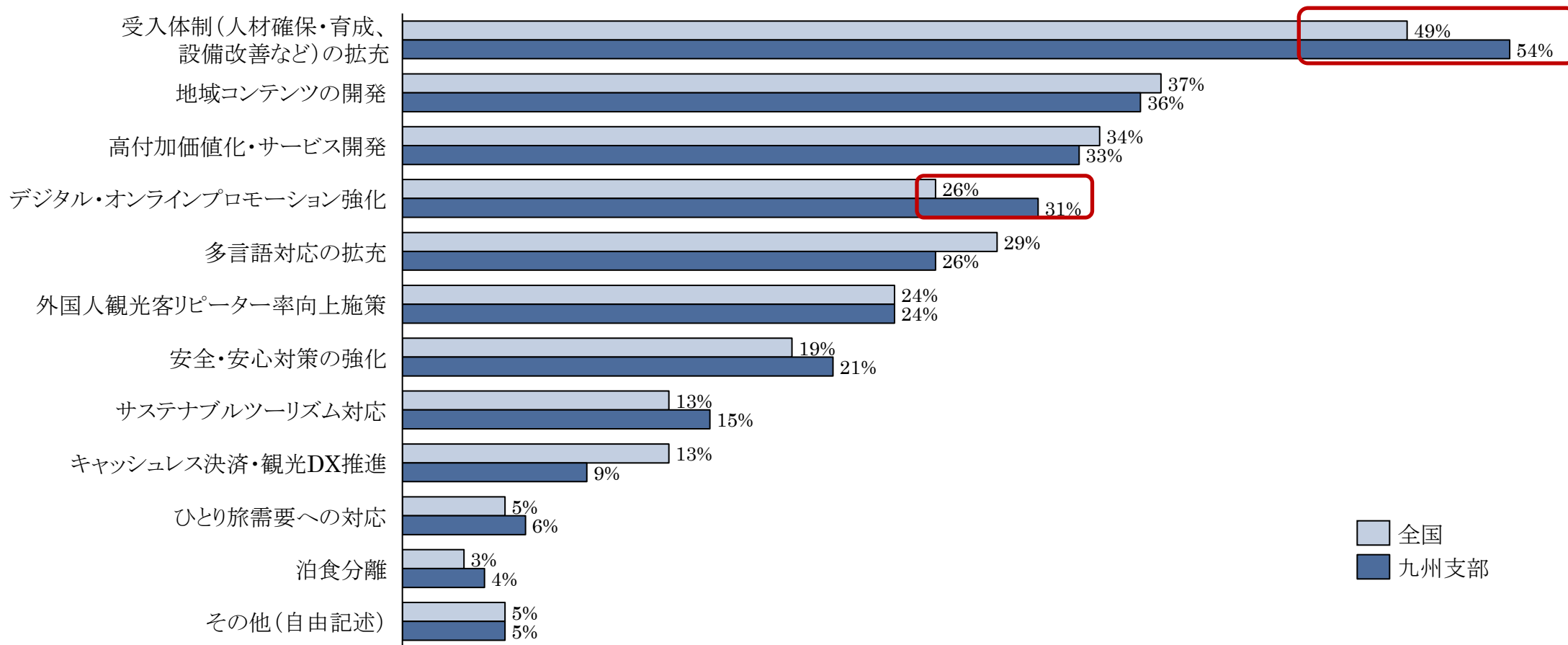


## 観光庁が掲げる2030年の目標を設定している組織が注力している施策について

- 2030年に向け組織が注力している施策としては全国に比べると、「受入体制の充実」と「デジタルプロモーション強化」が全国よりも高くなっているが、全体的には全国と同様の傾向となっている。

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 / 九州支部 n=78 / 最大3つまで回答可能

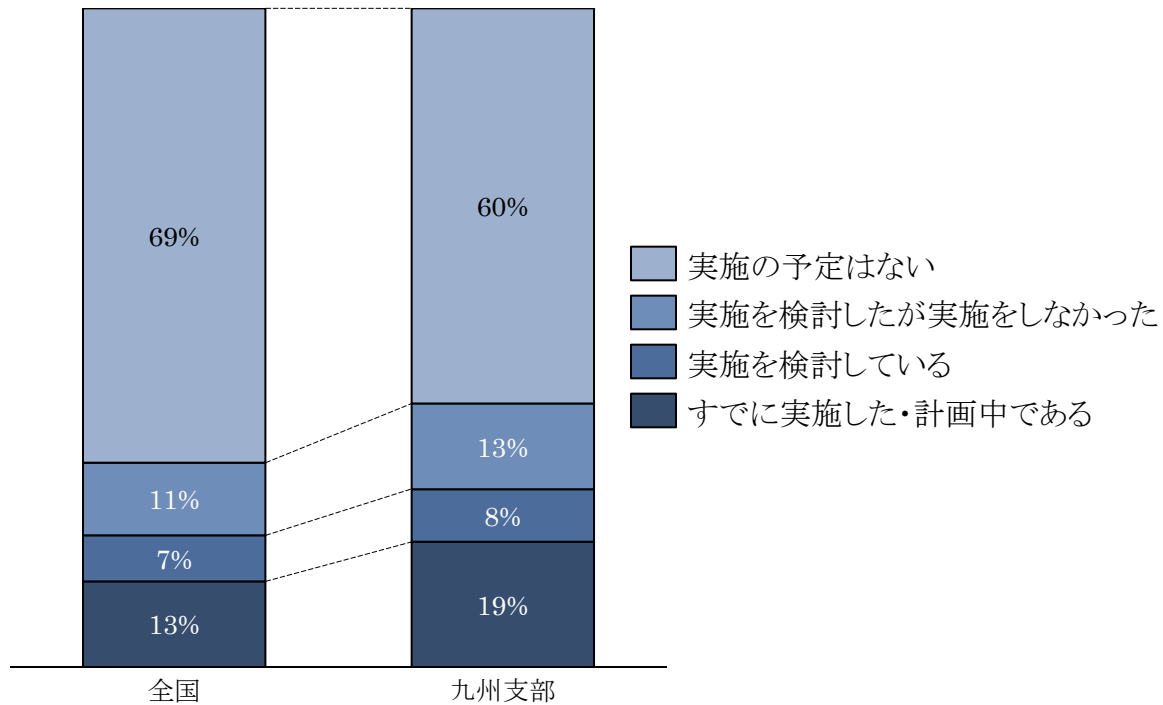


# 大阪万博によるインバウンド誘致の取組状況及び開催中の受入人数への影響や変化

- 大阪万博への取り組みは全国に比べ、高い傾向にあるものの、受入人数においては限定的な影響に留まっている。

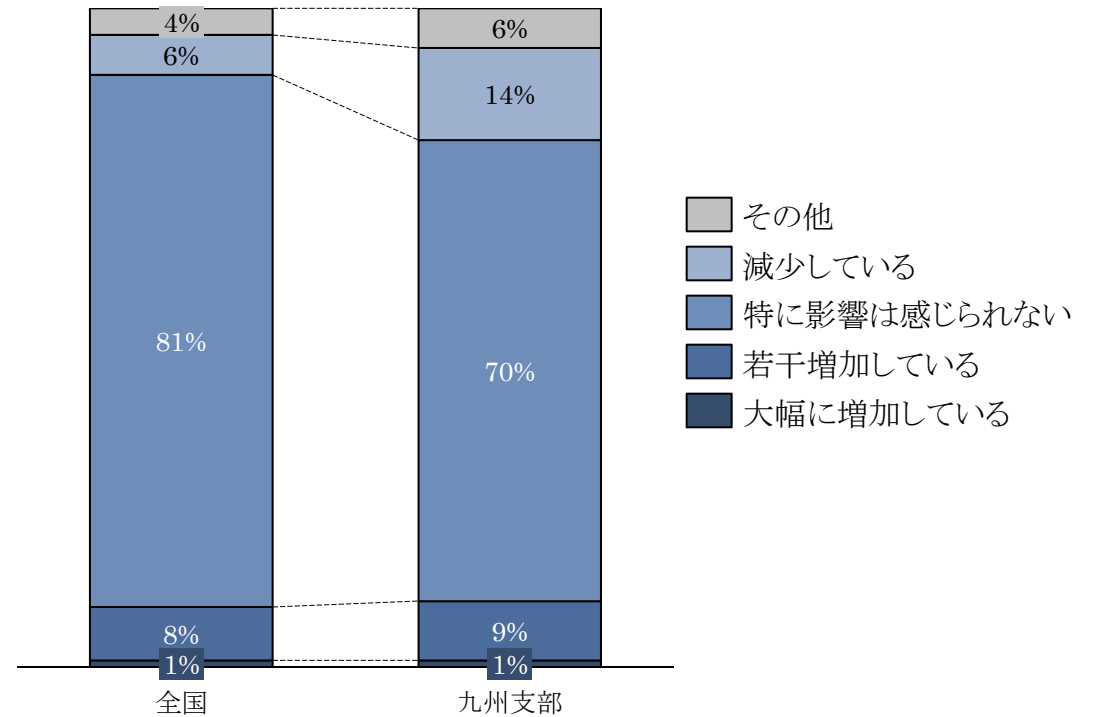
大阪万博によるインバウンド誘致の取組状況

全国 n=790 / 九州支部 n=108 / 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 / 九州支部 n=108 / 単数回答



## 大阪万博による組織へのポジティブな影響

- 大阪万博開催によるポジティブな影響としては、受入人数、新たな観光コンテンツ開発、広域連携、DX推進等全国を上回っている項目が多く一定の効果があったと考えられる。

大阪万博による組織へのポジティブな影響

全国 n=790 / 九州支部 n=108 / 複数回答

