

# 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(旅行会社)

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

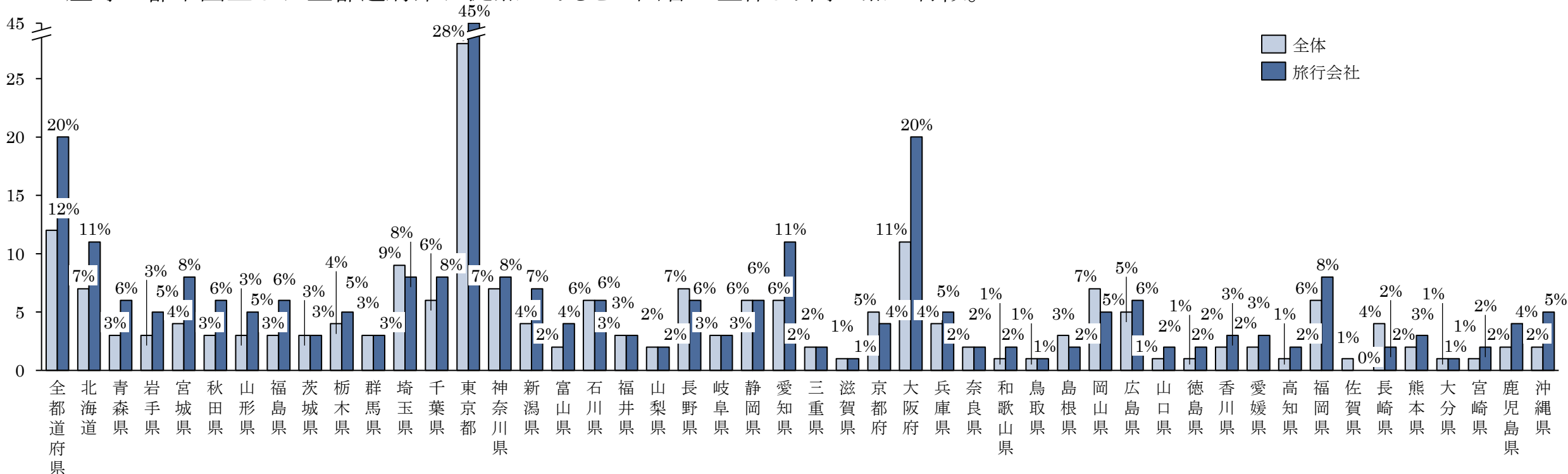
訪日ラボ (株式会社mov)

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

- 全国の旅行会社より333件の回答を得た。全体回答数(1161件)の30%を占め、業種別で最大の回答数となった。東京・大阪・名古屋等の都市圏並びに全都道府県に拠点があるとの回答が全体より高い点の特徴。



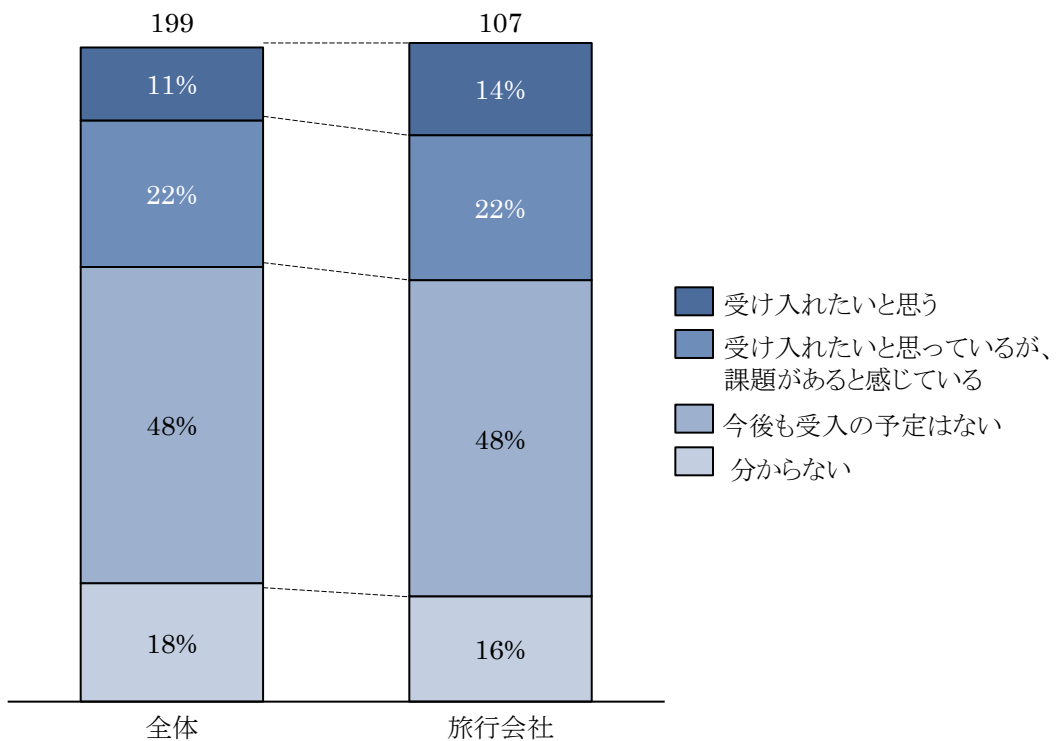
	全都道府県	北海道	青森県	岩手県	宮城県	秋田県	山形県	福島県	茨城県	栃木県	群馬県	埼玉県	千葉県	東京都	神奈川県	新潟県	富山県	石川県	福井県	山梨県	長野県	岐阜県	静岡県	愛知県	三重県	滋賀県	京都府	大阪府	兵庫県	奈良県	和歌山県	鳥取県	島根県	岡山県	広島県	山口県	徳島県	香川県	愛媛県	高知県	福岡県	佐賀県	長崎県	熊本県	大分県	宮崎県	鹿児島県	沖縄県
全体	137	71	30	33	42	26	27	26	26	39	31	86	55	267	66	36	23	56	26	17	69	33	55	62	24	14	48	111	35	16	14	7	25	70	44	12	6	15	15	12	57	14	39	22	12	7	21	23
旅行会社	68	28	15	12	22	16	14	15	8	14	7	19	19	117	21	17	10	15	8	4	16	6	15	27	4	2	10	52	11	5	5	2	3	12	16	4	4	6	7	5	19	0	4	7	2	3	10	12

# 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入ていない事業者に対する将来の受入計画については全体とほぼ同傾向にあり、約半数が受入の予定はないとの回答である。すでに一定水準の事業者が受入済みであることも新規受入が少ない要因であると考えられる。
- 受入に向けての課題としては全体同様「人手不足・人材不足」が最多であるが「多言語対応」の課題が全体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

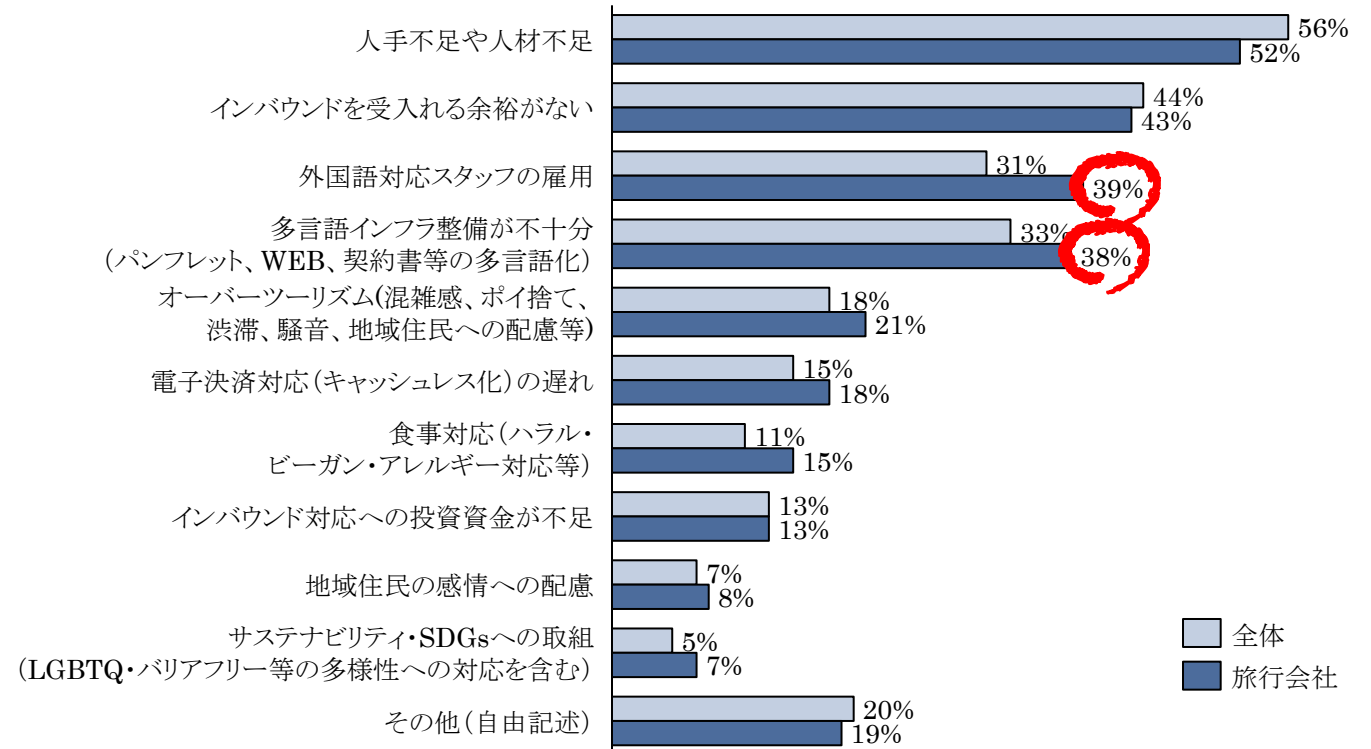
全体 n=199 / 旅行会社 n=107 / 共に単数回答



「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

全体 n=199 旅行会社 n=107 / 共に複数回答

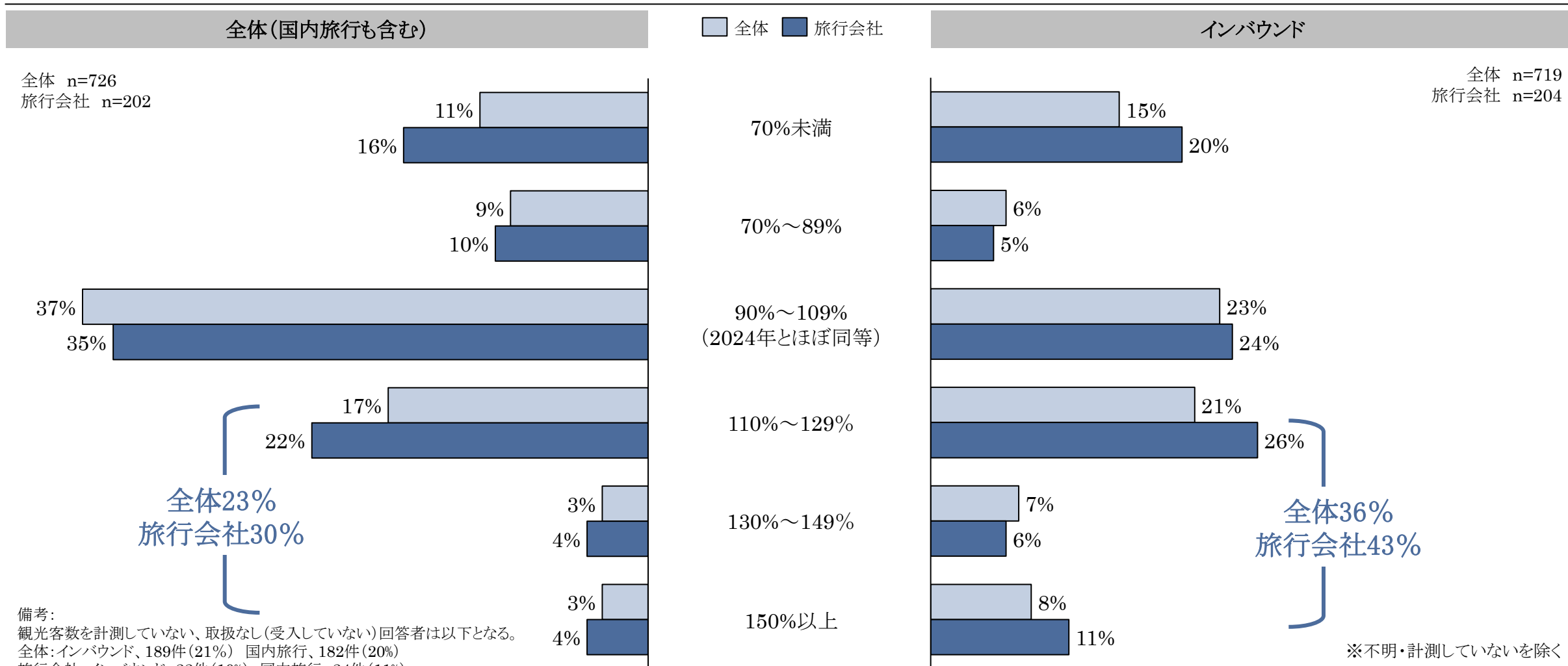


「全体」19件、「旅行会社」13件の無回答を除く。

## 観光客数の受入状況について

- 旅行会社における観光客の受入状況は全体との比較において観光全体、インバウンドともに全体を上回っている。一方70%以下の回答も全体を上回っており2極化傾向が全体よりも強くなっている。

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) 共に複数回答

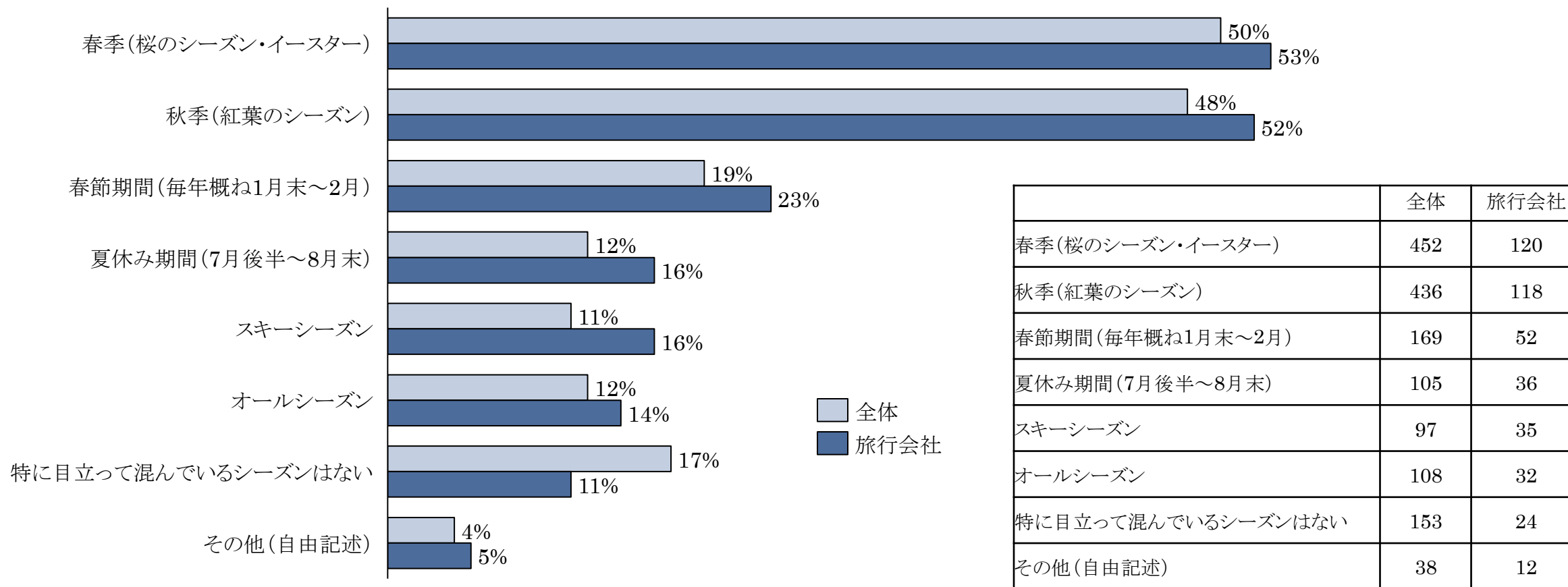


# インバウンド観光客の多い時期について

- 全ての時期において全体を上回っていることから、時期を問わず多くの観光客を受け入れていることが伺える。

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 / 旅行会社 n=226 / 共に複数回答

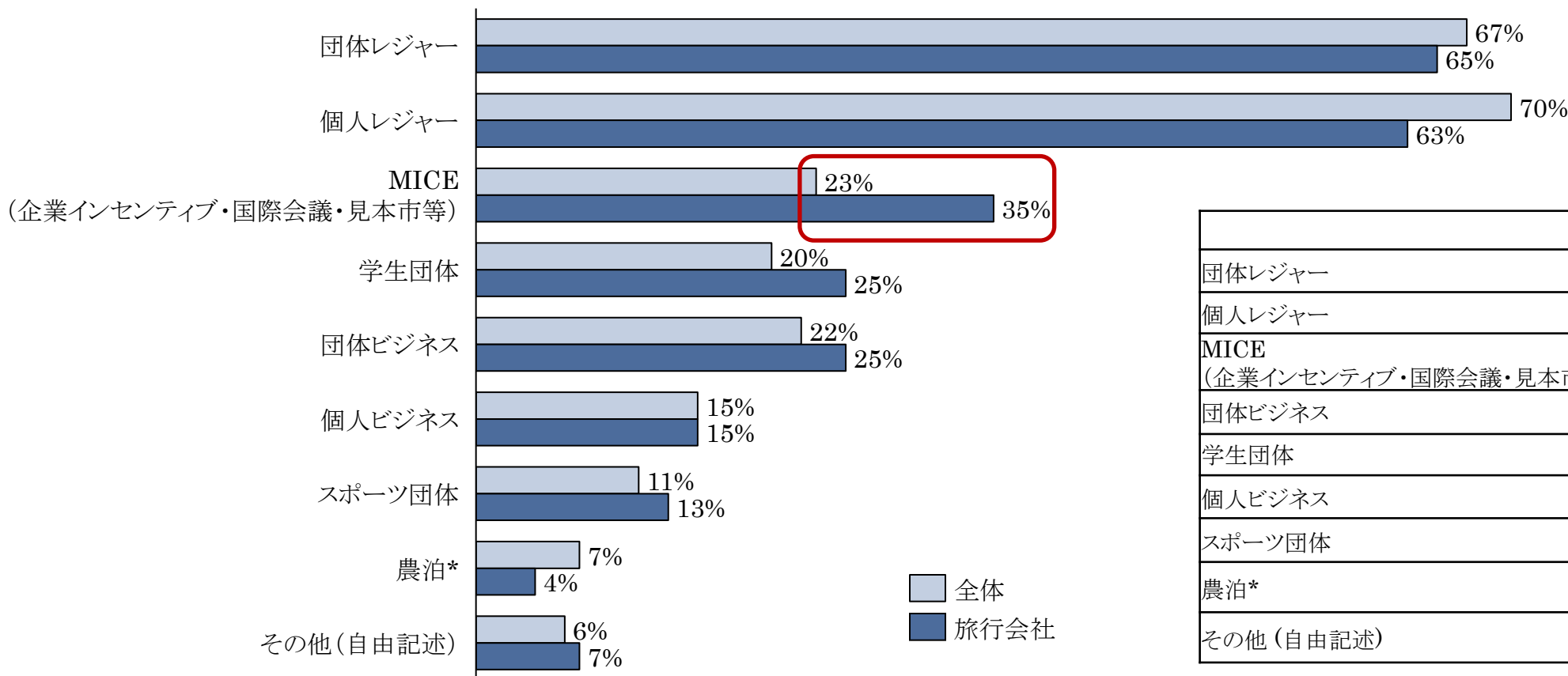


# インバウンド観光客の旅行スタイルについて

- レジャー(団体・個人)については全体よりも低い傾向にあるが、「MICE」をはじめ、「学生団体」、「団体ビジネス」、「スポーツ団体」が全体を上回っており、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

全体 n=908 / 旅行会社 n=226 / 共に複数回答



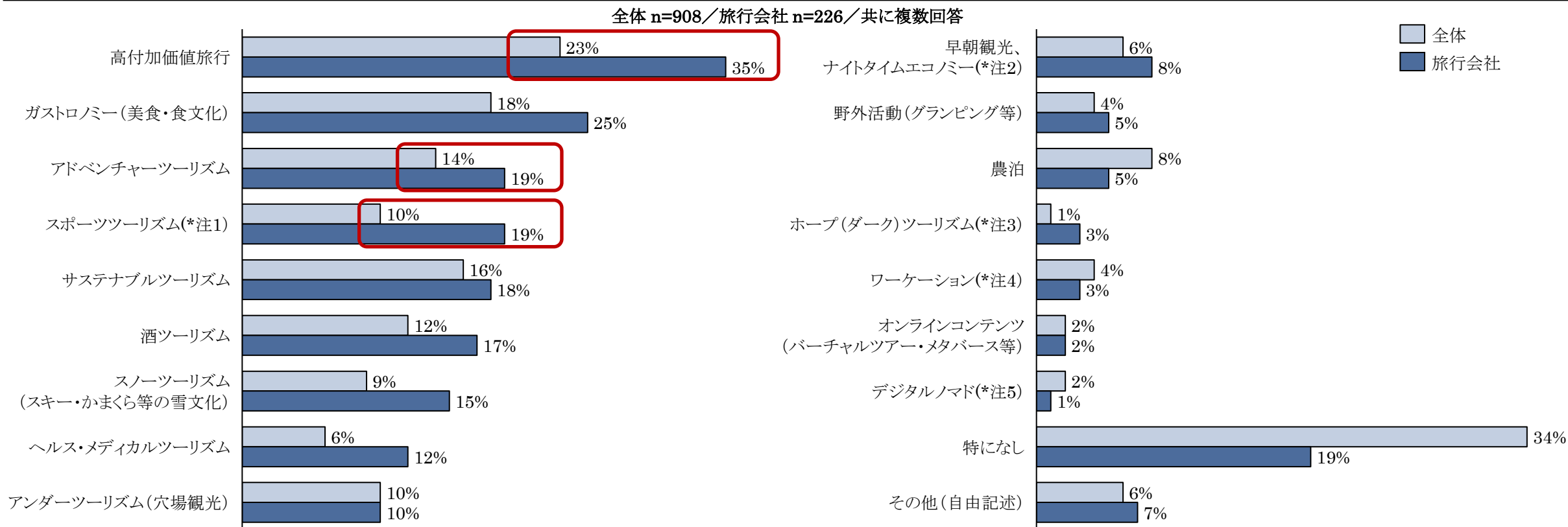
	全体	旅行会社
団体レジャー	607	148
個人レジャー	633	142
MICE (企業インセンティブ・国際会議・見本市等)	213	80
団体ビジネス	199	56
学生団体	185	57
個人ビジネス	133	34
スポーツ団体	97	30
農泊*	61	9
その他(自由記述)	50	15

\*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

- ほぼすべての項目で全体を上回っており、コンテンツに対する関心の高さがうかがえる。なかでも「高付加価値旅行」は全体よりも12ポイント高く、。2位の「ガストロノミー」とも10ポイントの差があり、大きな関心が寄せられている。
- 「アドベンチャーツーリズム」、「スポーツツーリズム」等スポーツ関係コンテンツへの関心も高い。

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



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

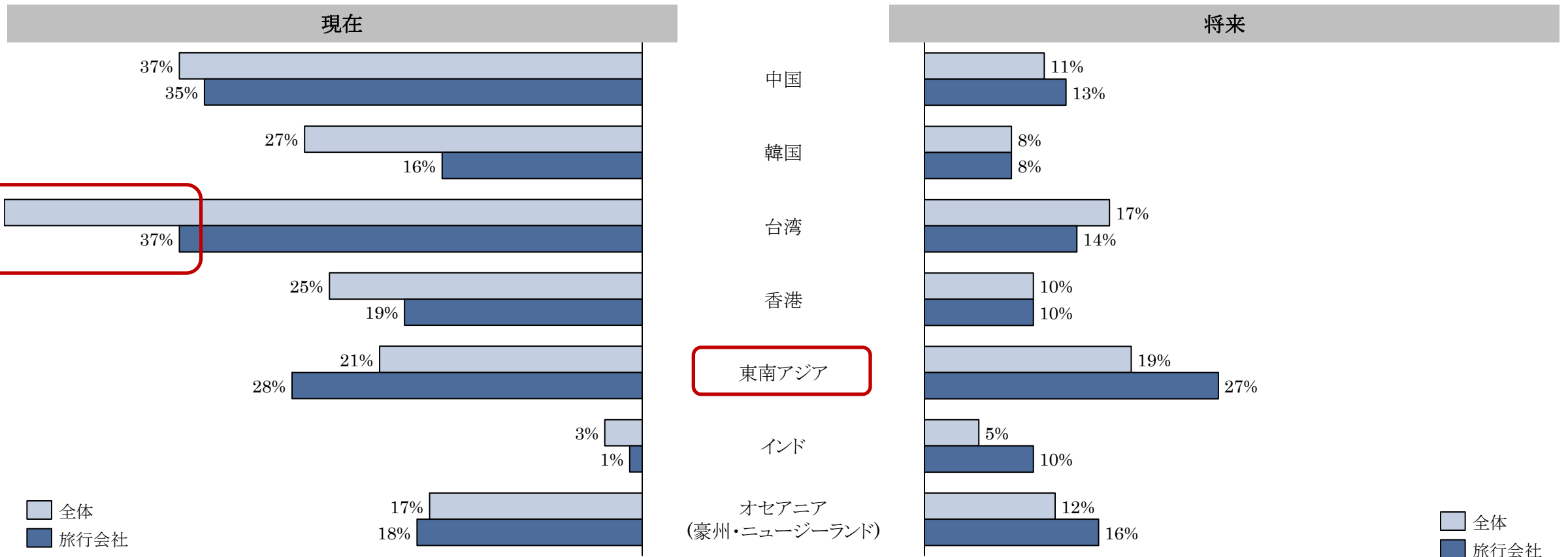
注5:ダークツーリズム:戦跡や災害被災地など、死・暴力・虐待などの悲劇にまつわる場所を訪問する観光のこと。ホープツーリズム:福島県等で実施されている、複合災害の教訓等から「持続可能な社会・地域づくりを研究・創造する」スタディーツアープログラム

## インバウンド重点市場について(アジア・オセアニア)

- 全体よりも東アジアへの依存度が低く、特に現在においてその傾向が強い。また現在・将来とも東南アジアへの関心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 / 旅行会社 n=226 / 共に複数回答

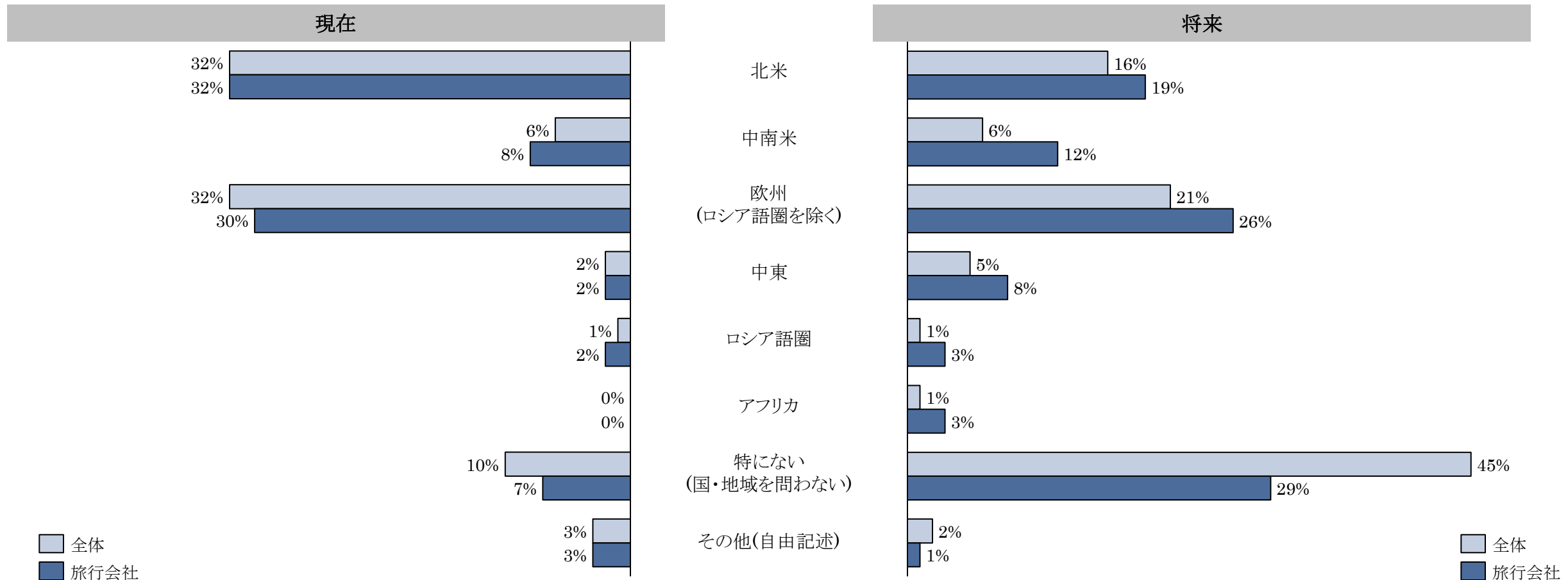


## インバウンド重点市場について(欧米・その他地域)

- 現在においてはほぼ全体と同傾向にある。将来については全体よりも各市場への関心が高い。「特にない」の回答が全体よりも16ポイント低いことから、重点市場を設定している旅行会社が多いと考えられる。

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

全体 n=908 / 旅行会社 n=226 / 共に複数回答

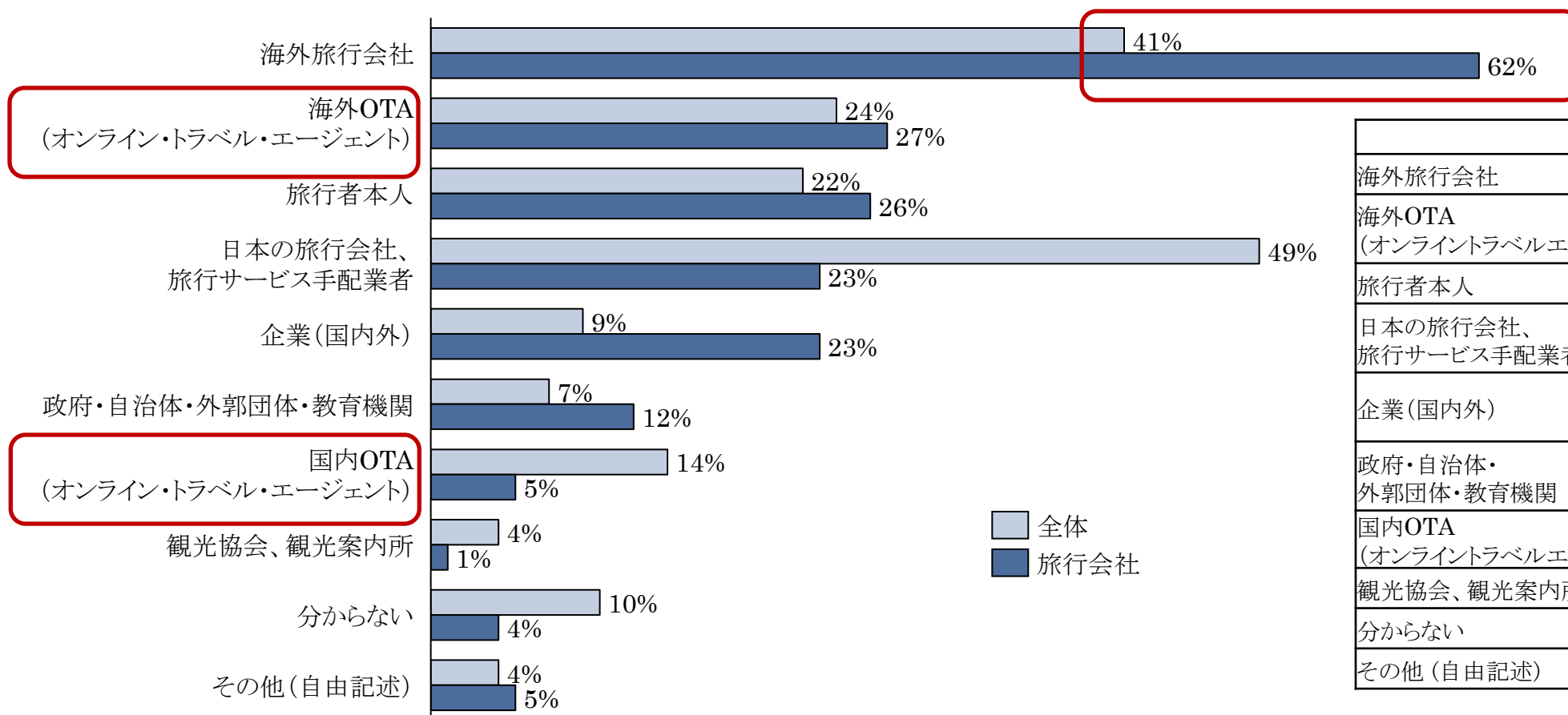


## 予約チャンネルについて

- 予約チャンネルについては「海外旅行会社」が62%と全体を大きく上回り最大の予約チャンネルとなった。また今回より国内・海外で分けて集計を実施したOTAは「海外OTA」が全体を上回る一方、「国内OTA」は全体を下回る結果となった。
- 企業(国内外)、政府・自治体等からの予約も全体を上回っている。

インバウンド観光客の予約チャンネルについて

全体 n=908 / 旅行会社 n=226 / 共に複数回答



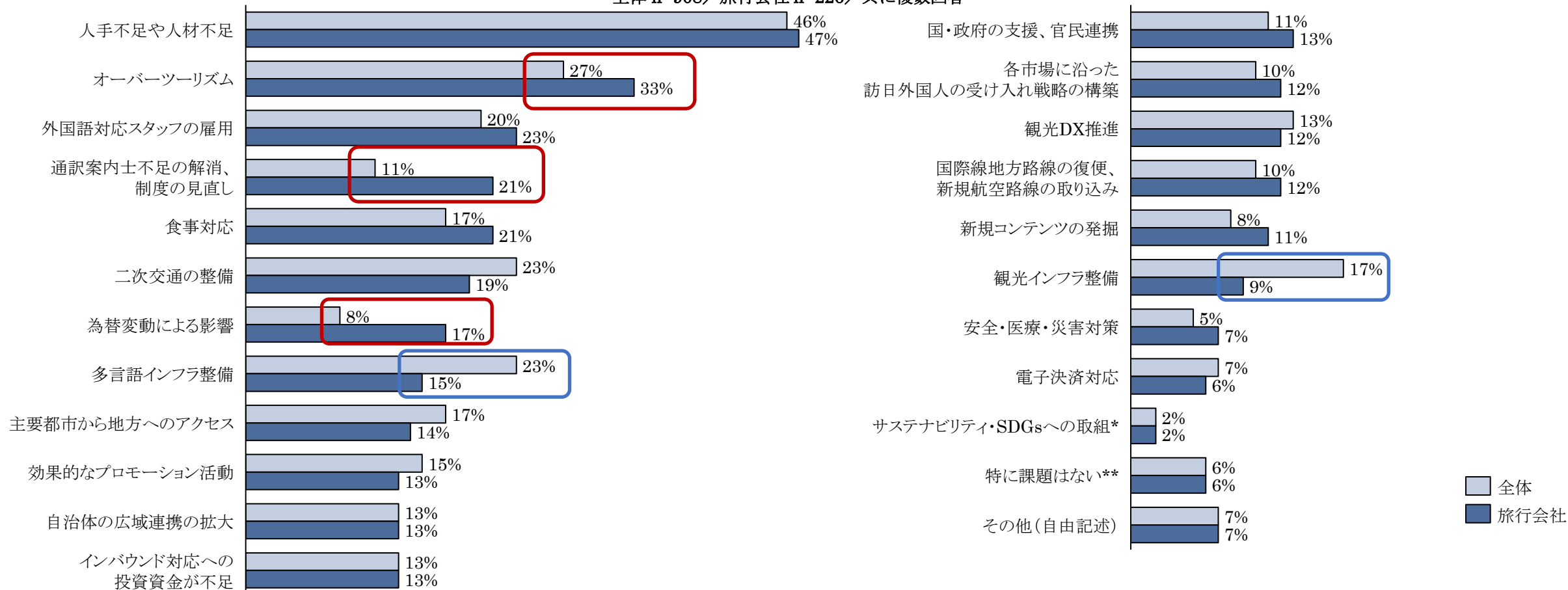
	全体	旅行会社
海外旅行会社	371	141
海外OTA (オンライントラベルエージェント)	218	60
旅行者本人	199	59
日本の旅行会社、旅行サービス手配業者	446	51
企業(国内外)	82	51
政府・自治体・外郭団体・教育機関	64	28
国内OTA (オンライントラベルエージェント)	125	11
観光協会、観光案内所	38	3
分からない	92	8
その他(自由記述)	38	11

# インバウンド観光客受入の課題について(現在)

- 全体同様人「手不足・人材不足」が最大の課題で全体とほぼ同水準となっている。また「オーバーツーリズム」、「通訳案内士不足」、「為替変動」への関心が高い一方「インフラ関係(多言語・観光)」については全体よりも低い傾向にある。

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

全体 n=908 / 旅行会社 n=226 / 共に複数回答

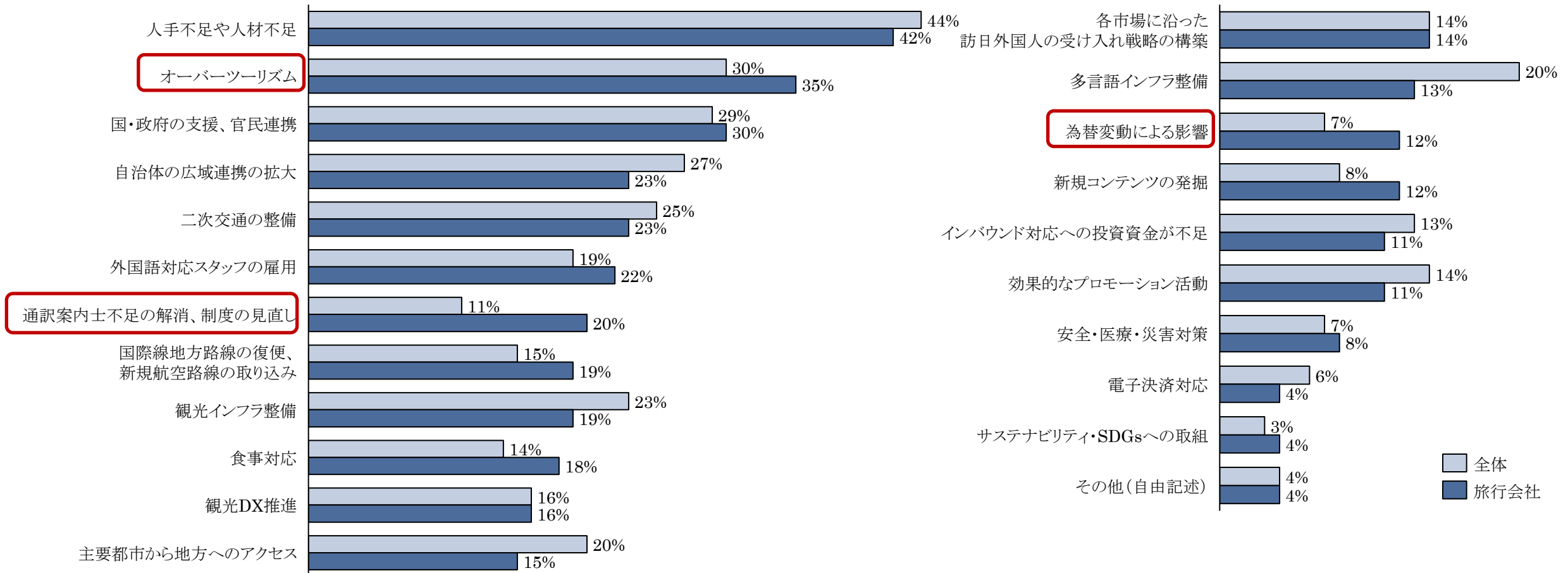


# インバウンド観光客受入をさらに伸長させるための条件について(将来)

- 将来においても現在同様「人手不足・人材不足」が最大の課題となっている。また「オーバーツーリズム」、「通訳案内士不足」、「為替変動」への関心が高い等現在同様の傾向にあることが伺える。

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

全体 n=908 / 旅行会社 n=226 / 共に複数回答

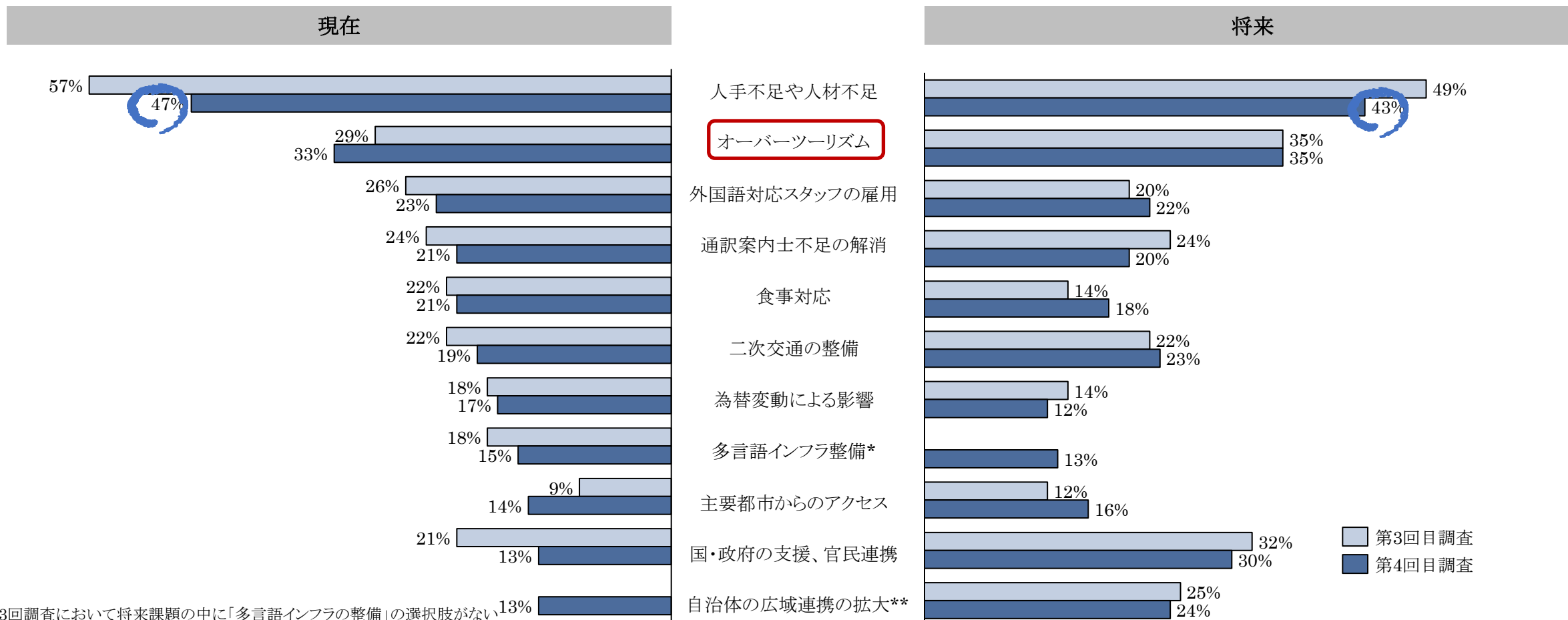


## インバウンド観光客受入の課題について(主要項目時系列変化)

- 第3回調査同様現在・将来ともに「人手不足・人材不足」が最大の課題であるが減少傾向にあり、一定の改善が進んでいると考えられる。現在においては「人手不足・人材不足」が減少した半面、「オーバーツーリズム」が増加したため、両者の差が28ポイントから14ポイントに縮まりオーバーツーリズム解消が喫緊の課題であることが浮き彫りになった。

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=226 / 第3回 n=253 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

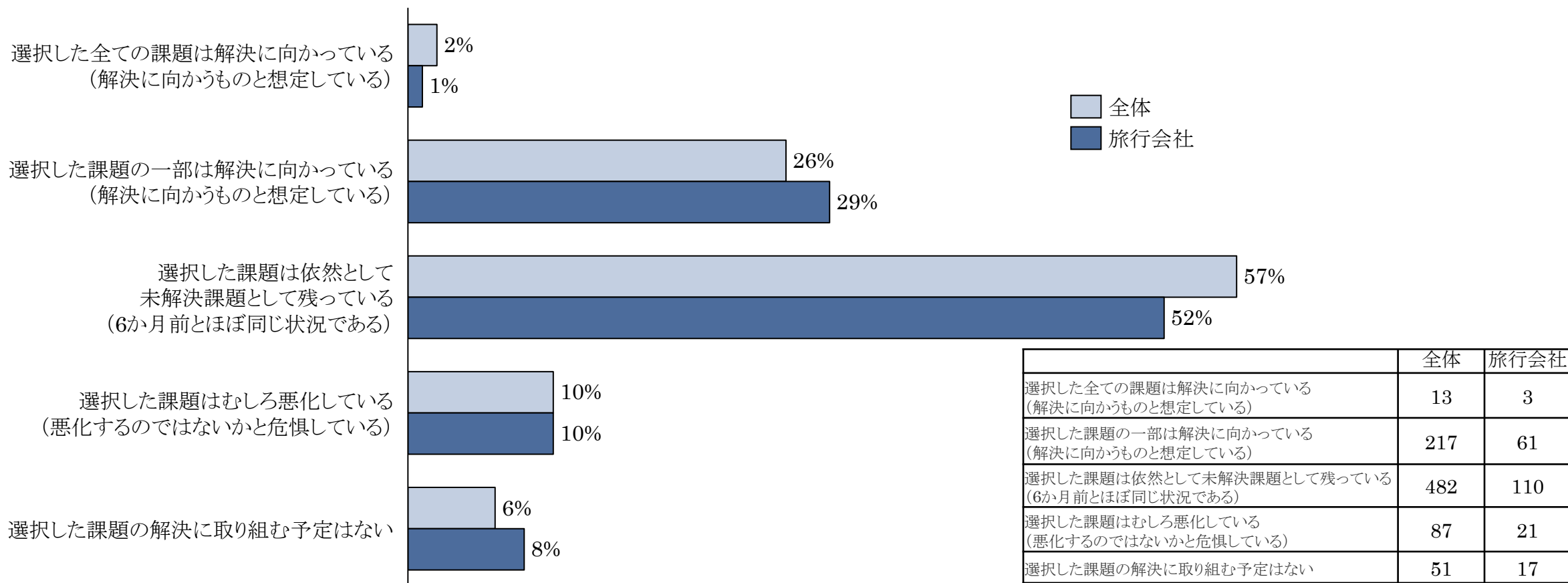
\*\* : 第3回調査において現在課題の中に「自治体の広域連携の拡大」の選択肢がない

# インバウンド観光客受入課題の解決状況について

- 課題の解決傾向についてはほぼ全体と同傾向にあり、「課題は未解決」との回答が過半数を超えている。

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= 850 / 旅行会社 n=212 / 共に単数回答

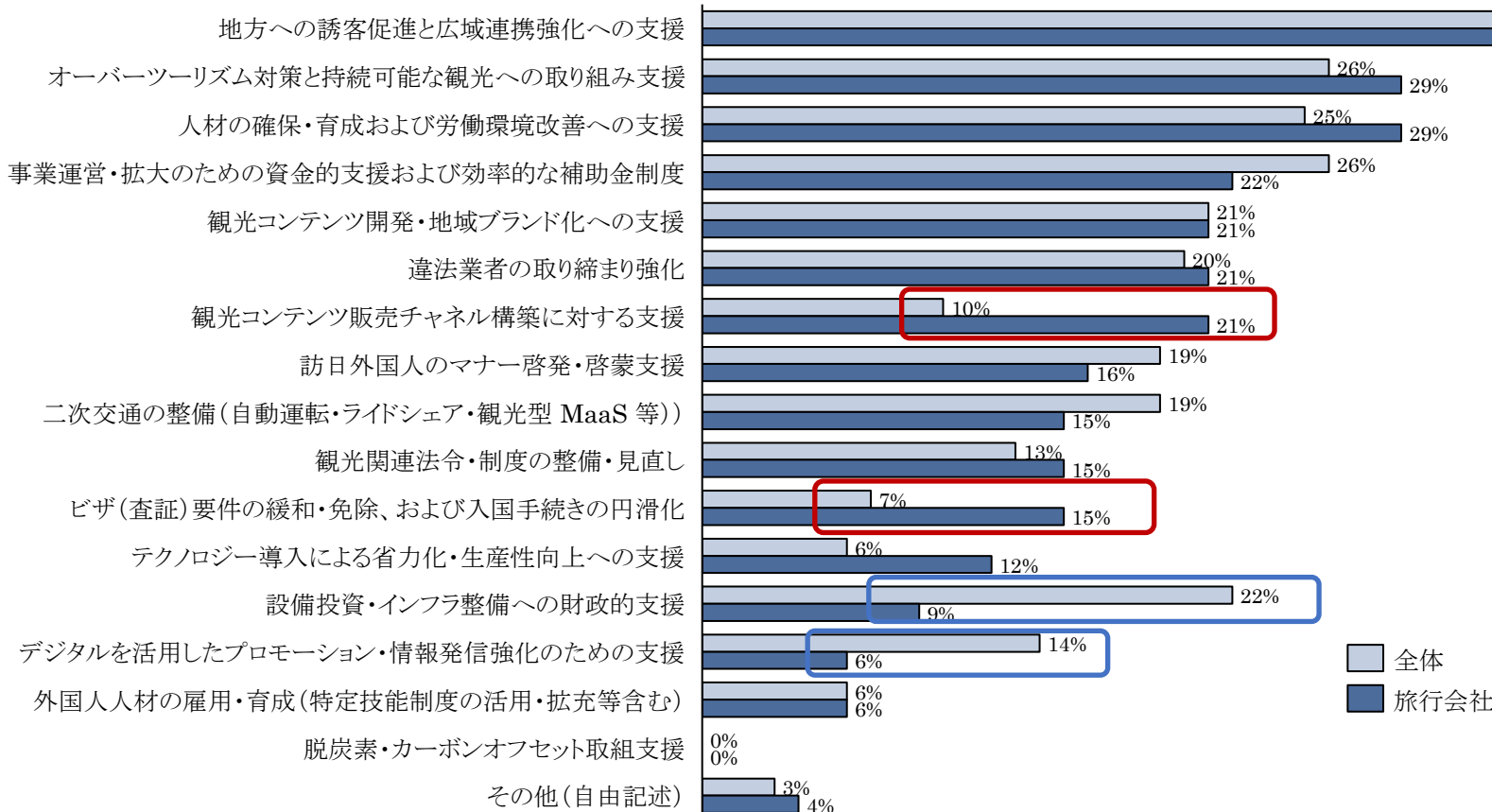


# 具体的に必要な国・政府の支援・官民連携のあり方について

- 具体的な国・政府の支援・官民連携について上位項目については全体と同様であり、いずれも全体を上回っている。
- 「設備投資・インフラ整備」、「プロモーション・情報発信への支援」は全体より低く、「販売チャネル整備」、「査証要件緩和」といった、誘客に直結する課題への支援を求める声が高い傾向が見られる。

## 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

全体 n=265 / 旅行会社 n=68 / 共に複数回答



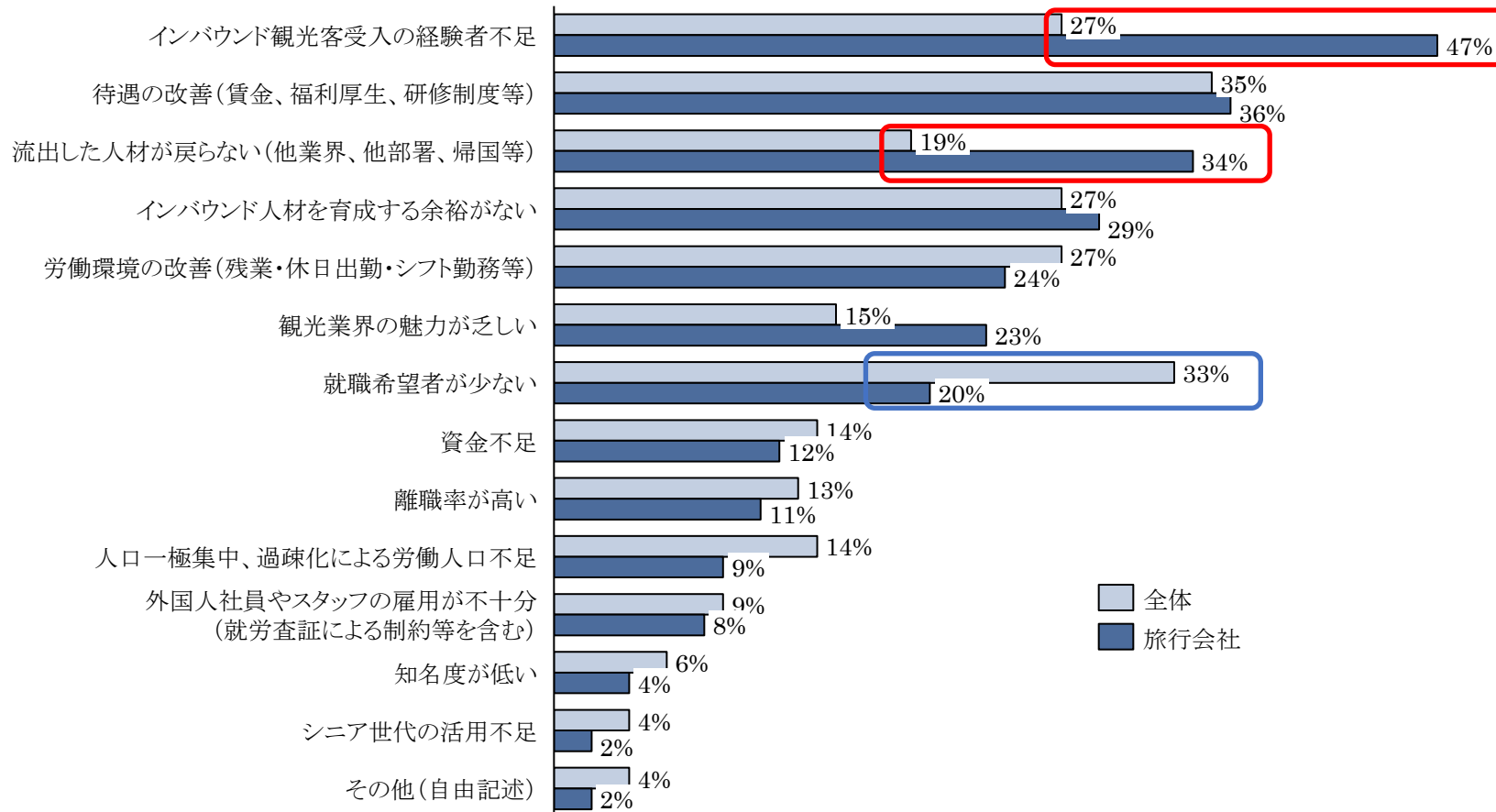
	全体	旅行会社
地方への誘客促進と広域連携強化への支援	96	26
オーバーツーリズム対策と持続可能な観光への取り組み支援	68	20
人材の確保・育成および労働環境改善への支援	67	20
事業運営・拡大のための資金的支援および効率的な補助金制度	70	15
観光コンテンツ開発・地域ブランド化への支援	56	14
違法業者の取り締まり強化	54	14
観光コンテンツ販売チャネル構築に対する支援	27	14
訪日外国人のマナー啓発・啓蒙支援	50	11
二次交通の整備(自動運転・ライドシェア・観光型MaaS 等)	50	10
観光関連法令・制度の整備・見直し	35	10
ビザ(査証)要件の緩和・免除、および入国手続きの円滑化	19	10
テクノロジー導入による省力化・生産性向上への支援	15	8
設備投資・インフラ整備への財政的支援	58	6
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	4
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	4
脱炭素・カーボンオフセット取組支援	1	0
その他	7	3

# 「人手不足・人材不足」について、考えられる要因

- 人手不足・人材不足の要因については「就職希望者が少ない」が全体よりも20ポイント低いことから、旅行会社への就職は回復傾向にあると考えられる。一方、「インバウンド経験者不足」(+20ポイント)、「流出した人材が戻らない」(+15ポイント)等が全体を大きく上回っていることから需要の回復に伴う、インバウンド人材不足が深刻な状況にあると推察される。

「人手不足・人材不足」について、考えられる要因

全体 n=419 / 旅行会社 n=106 / 共に複数回答



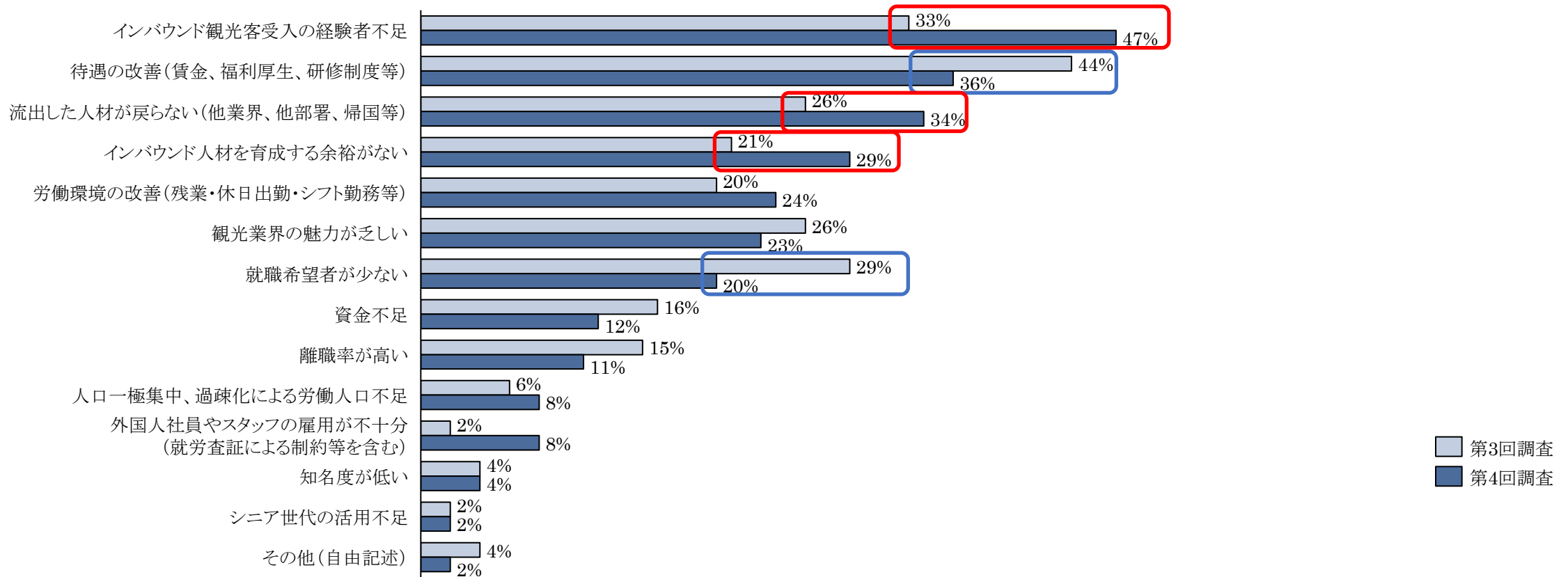
	全体	旅行会社
インバウンド観光客受入の経験者不足	114	50
待遇の改善(賃金、福利厚生、研修制度など)	148	38
流出した人材が戻らない(他業界、他部署、帰国など)	80	36
インバウンド人材を育成する余裕がない	111	31
労働環境の改善(残業・休日出勤・シフト勤務など)	112	25
観光業界の魅力が乏しい	61	24
就職希望者が少ない	140	21
資金不足	57	13
離職率が高い	56	12
人口一極集中、過疎化による労働人口不足	60	9
外国人社員やスタッフの雇用が不十分(就労査証による制約等を含む)	37	8
知名度が低い	26	4
シニア世代の活用不足	15	2
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)

- 時系列での変化については「待遇の改善」(▲8ポイント)、「就職希望者が少ない」(▲9ポイント)等で顕著な改善が見られ、旅行会社全体の人手不足・人材不足は解消傾向が見られる。一方「インバウンド経験者不足」(+13ポイント)、「流出した人材が戻らない」(+8ポイント)、「インバウンド人材育成」(+8ポイント)等で増加が見られインバウンド人材不足が進行していることが伺える。

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=143 第4回 n=106 / 共に複数回答

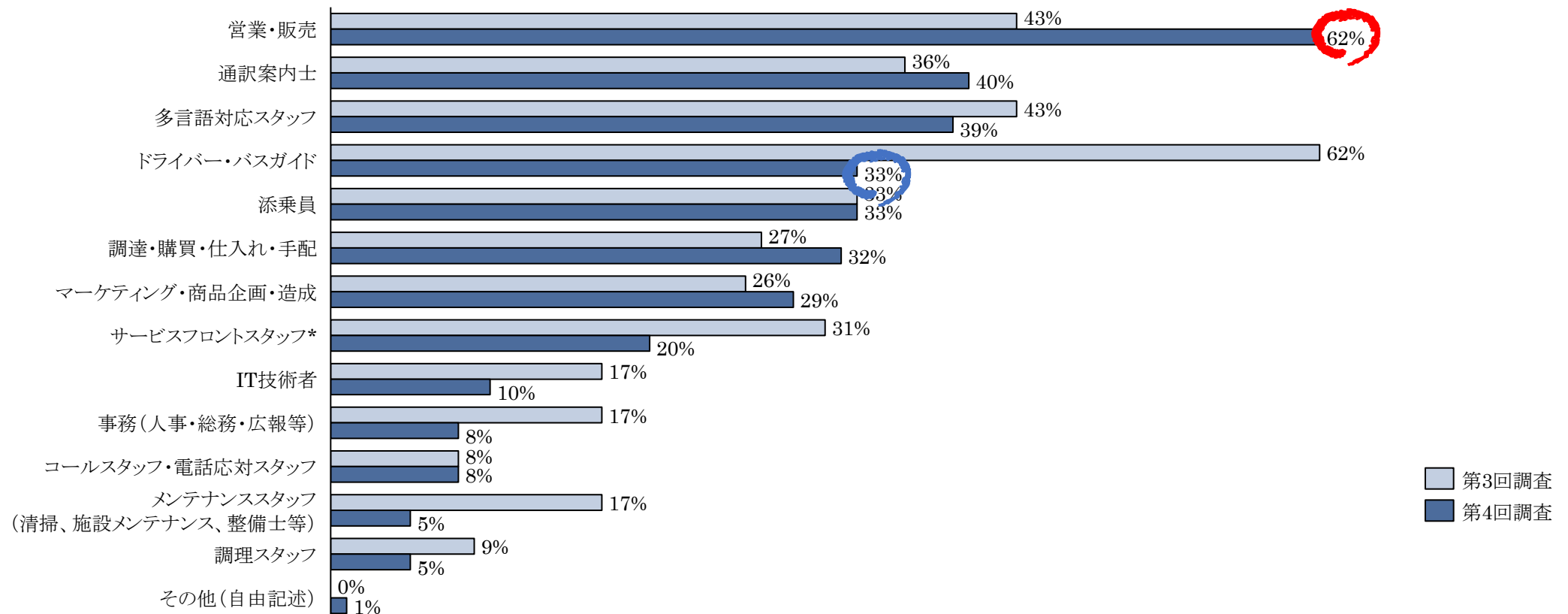


## 【時系列】「人手不足・人材不足」について、職種としてあてはまる選択肢

- 不足している職種については「営業・販売」が前回は19ポイント上回る62%となり、過去において最大の課題であった「ドライバー・バスガイド」を抜いて最大となった。海外からのインバウンド需要が堅調であることも要因であると考えられる。

「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=143 第4回 n=106 / 共に複数回答



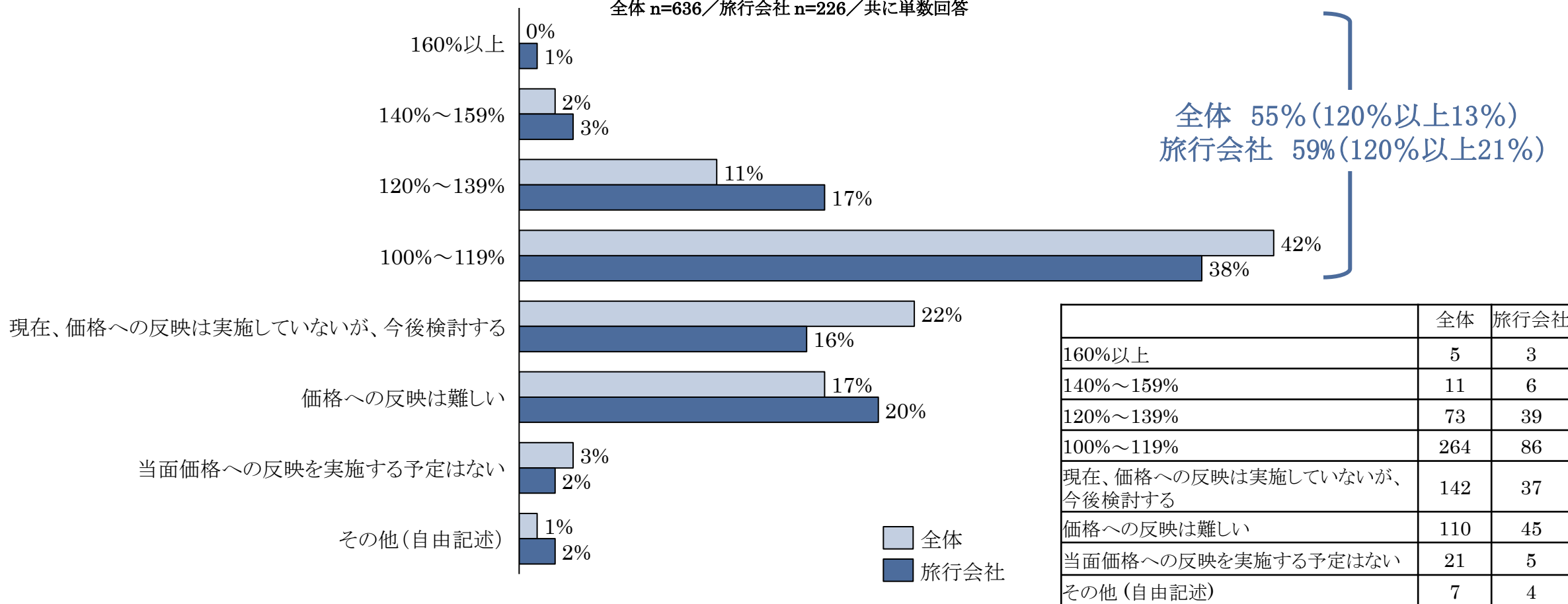
\*サービスフロントスタッフ: 旅行カウンター、受付、ホテルフロント、コンシェルジュ、レストランホールスタッフ等

# 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体と同程度の59%であるが、「120%以上反映している」比率が全体よりも8ポイント高い。一方で「価格への反映は難しい」という回答もわずかだが全体を上回る結果となっている。

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

全体 n=636 / 旅行会社 n=226 / 共に単数回答

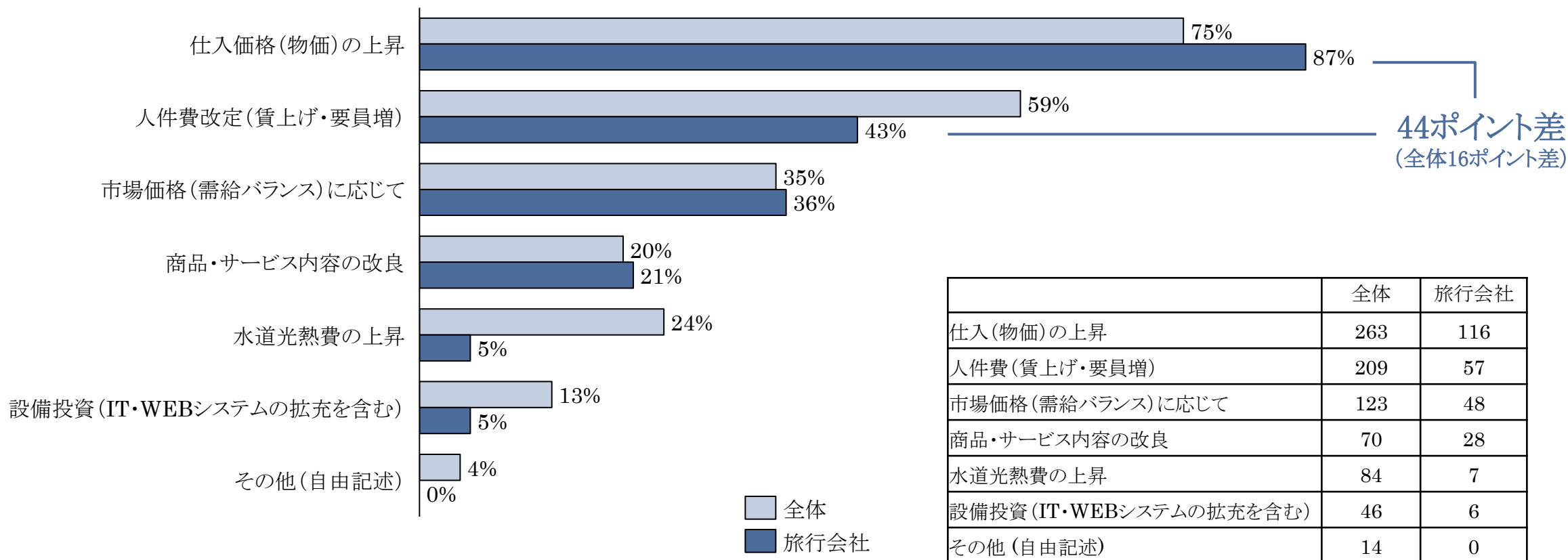


## 観光事業者のコスト上昇に至った理由

- コスト上昇の要因としては全体同様「仕入れ価格の上昇」が最大の要因であり全体よりも12ポイント高い。2位の「人件費」が全体より低いこともあり44ポイントの差となっており、旅行会社にとっては仕入れ価格の上昇の影響が非常に強く出ている。

価格への反映をするに至った理由について

全体 n=353 / 旅行会社 n=134 / 共に複数回答



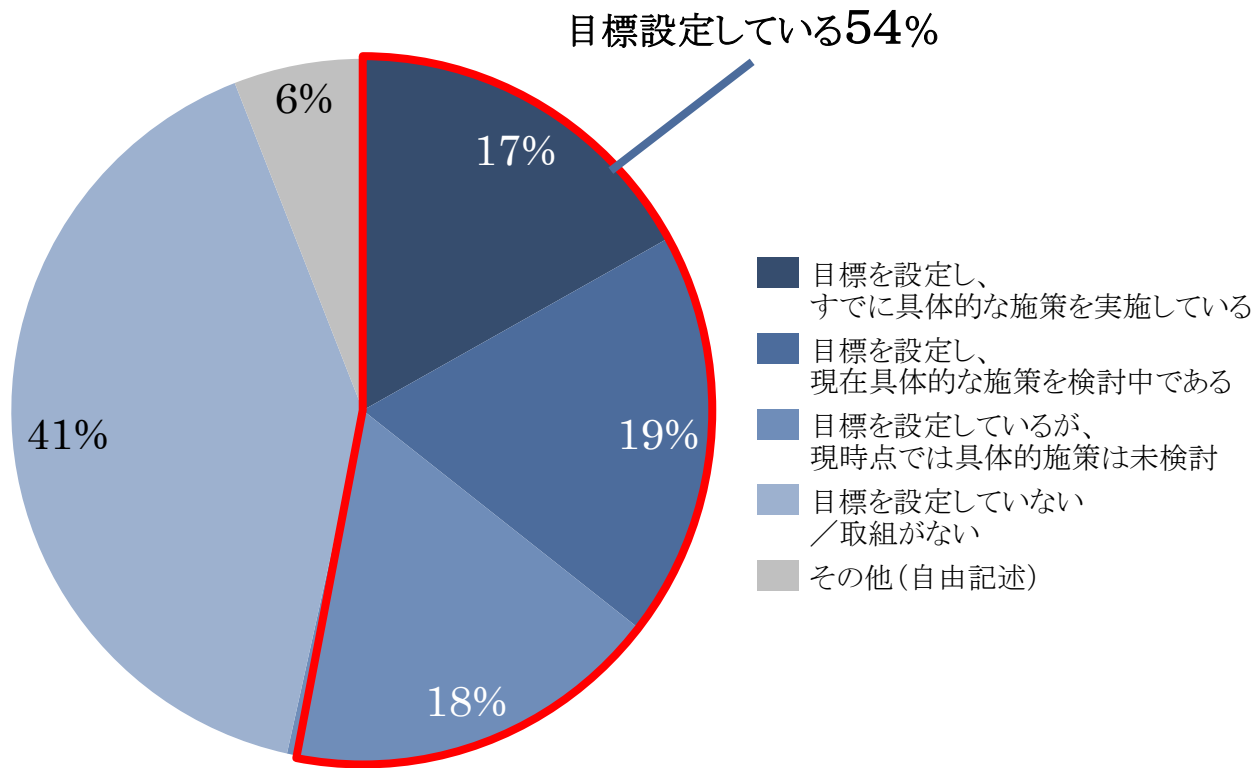
	全体	旅行会社
仕入(物価)の上昇	263	116
人件費(賃上げ・要員増)	209	57
市場価格(需給バランス)に応じて	123	48
商品・サービス内容の改良	70	28
水道光熱費の上昇	84	7
設備投資(IT・WEBシステムの拡充を含む)	46	6
その他(自由記述)	14	0

# 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

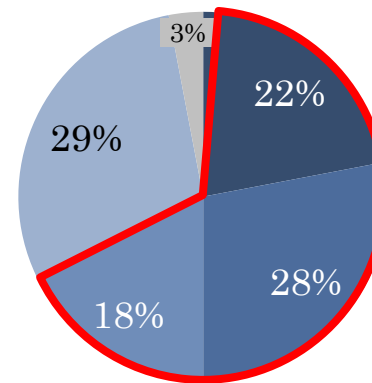
第4回 n=908 / 共に単数回答



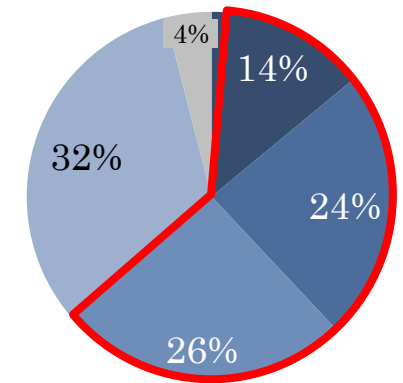
事業者別の認識及び取組状況

事業者は各々単数回答

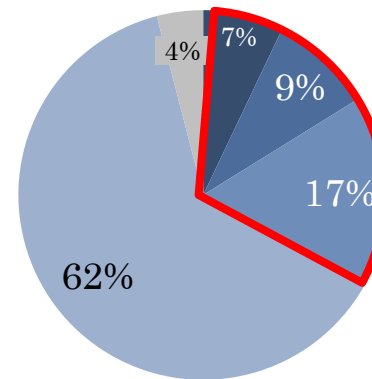
旅行会社 n=226



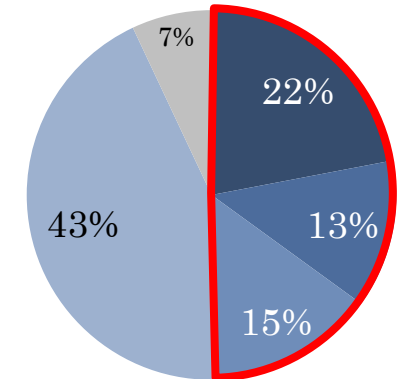
宿泊事業者 n=121



輸送事業者 n=206



自治体及び観光協会 n=157

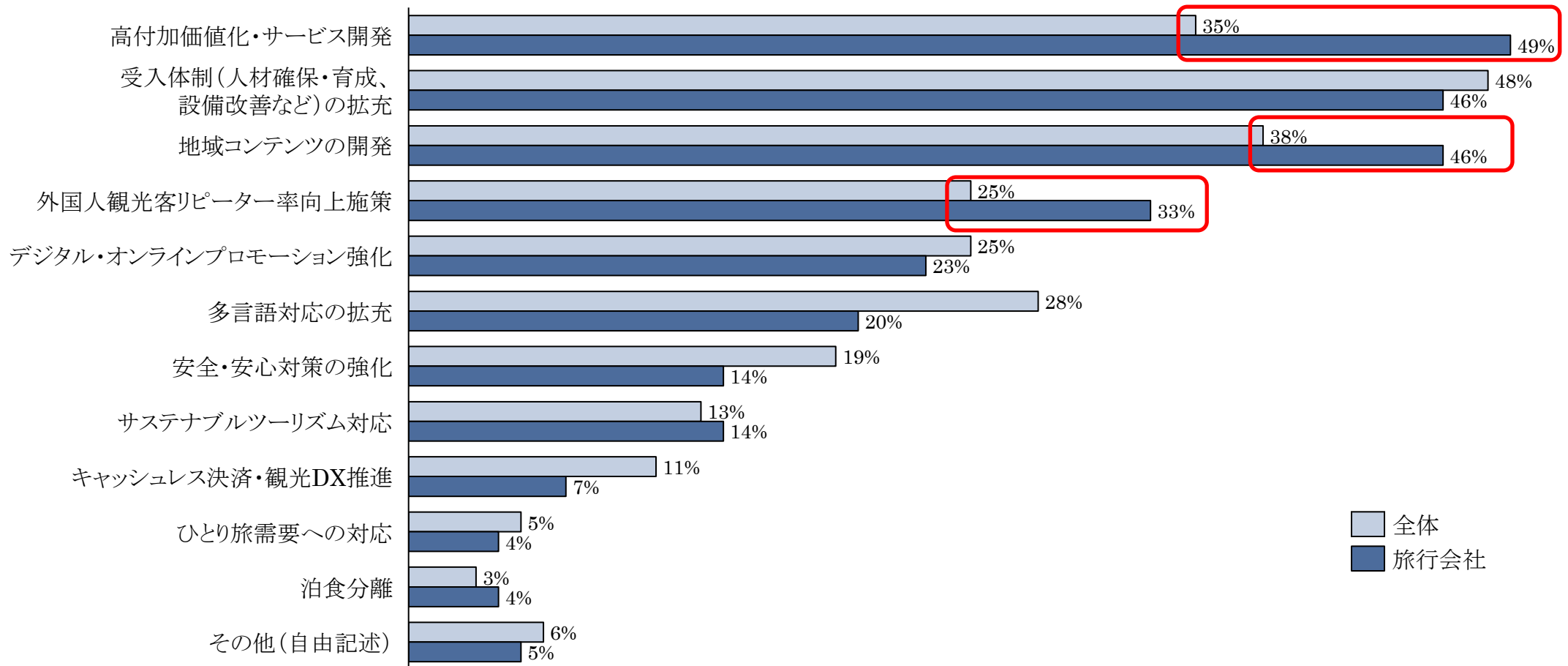


## 観光庁が掲げる2030年の目標を設定している組織が注力している施策について

- 2030年の目標に対しては全体と異なり、高付加価値・サービス開発が最大の施策となった。地域コンテンツの開発、リピーター対策と合わせてより具体的な施策に注力していることが伺える。

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 / 旅行会社 n=160 最大3つまで回答可能



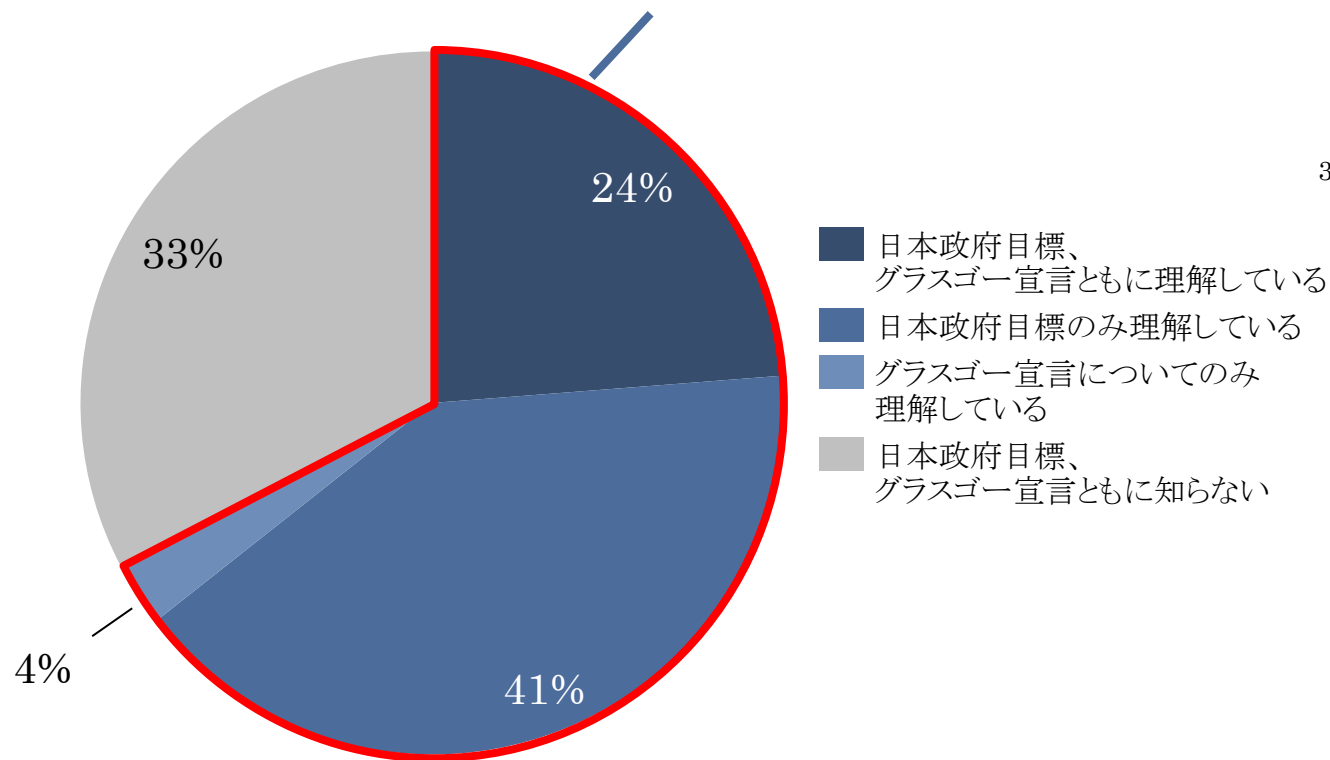
## カーボンニュートラル、脱炭素社会における政府目標及びグラスゴー宣言の理解度

- 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

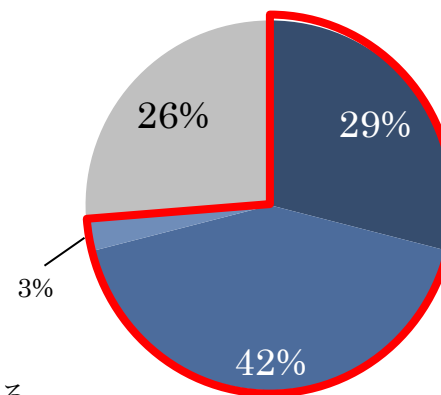
日本政府目標もしくはグラスゴー宣言の  
いずれかを知っている割合 **69%**



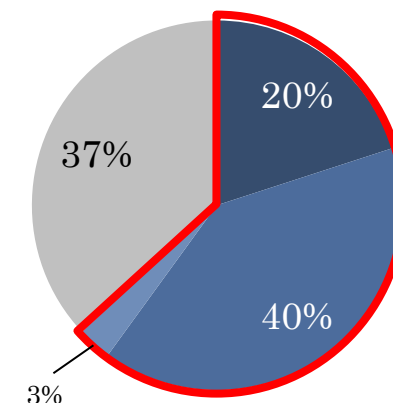
事業者別の認識及び取組状況

事業者は各々単数回答

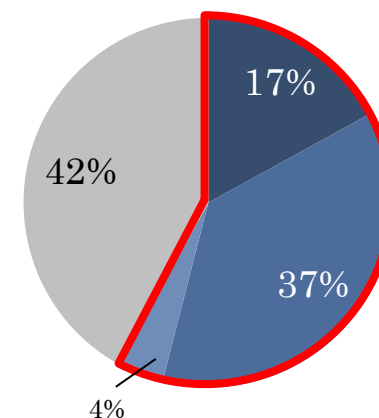
旅行会社 n=333



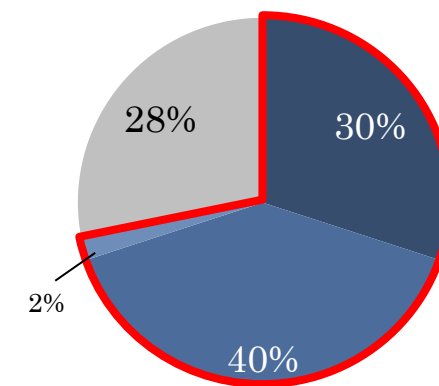
宿泊事業者 n=123



輸送事業者 n=276



自治体及び観光協会 n=159



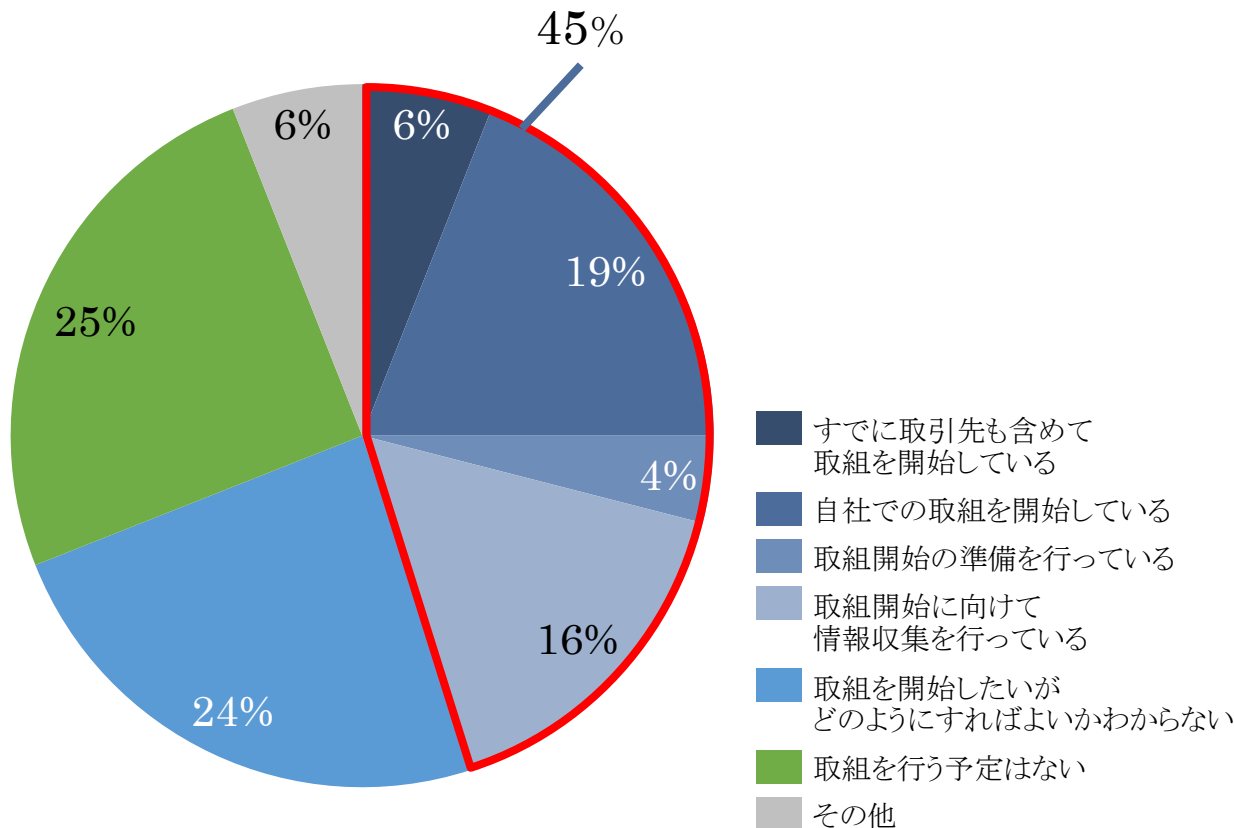
# カーボンニュートラル・脱炭素の取組状況

- 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

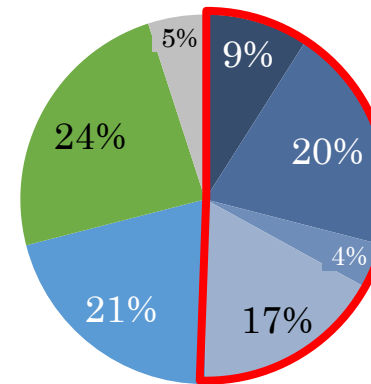
何かしら取組にむけて開始している



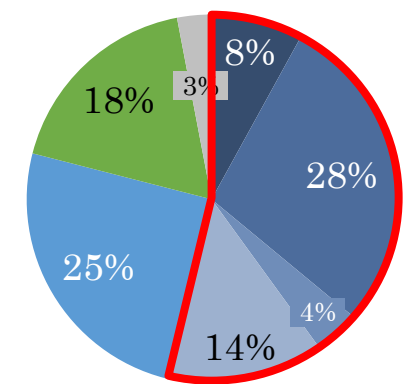
事業者別の取組状況

事業者は各々単数回答

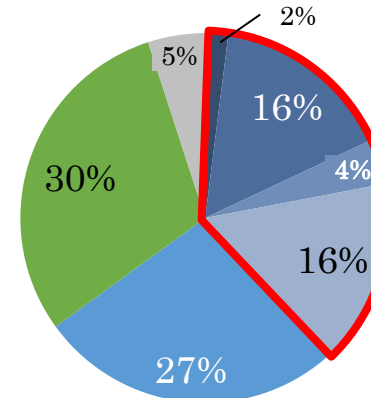
旅行会社 n=333



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

