

インバウンド旅行客受入拡大に向けた意識調査 第5回アンケート分析結果報告

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:2026年6月25日(木)～8月2日(日)

2026年9月

回答者の事業形態

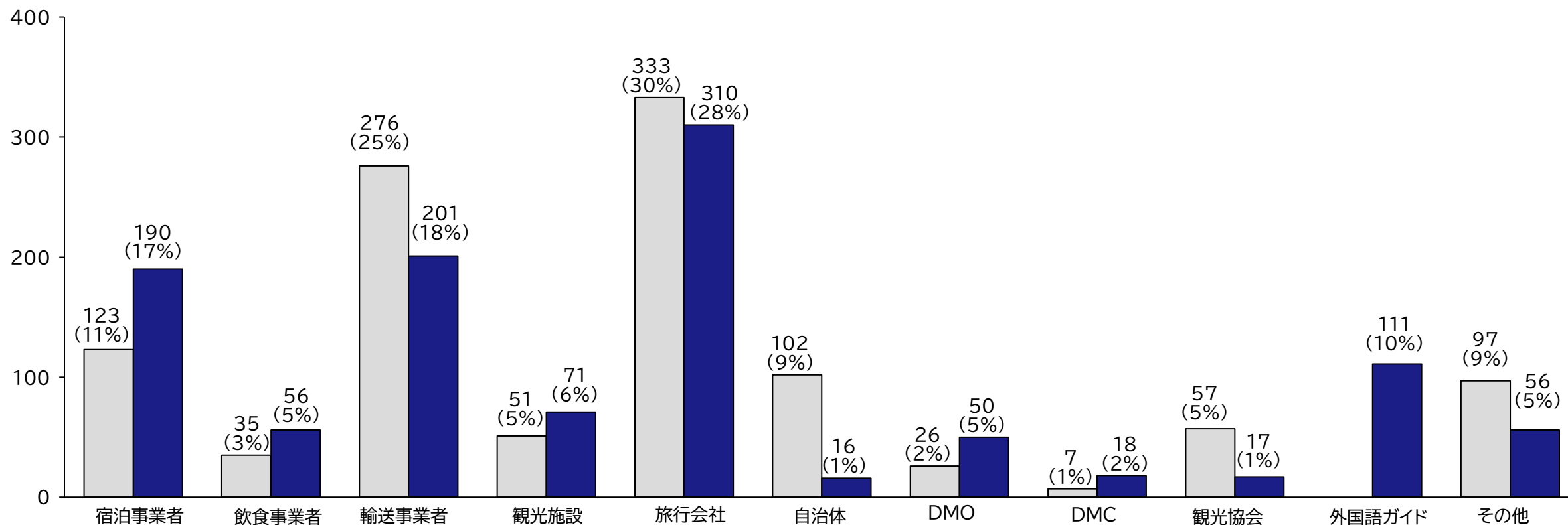
- 前回とほぼ同数の1096件の回答があった。また、今回より外国語ガイドのカテゴリーを追加した(過去はその他に区分)。

Q1:あなたが所属する組織・団体の種別を教えてください。(単一回答)

【事業形態】

(単位:実数/%)

第4回(N=1,107) 第5回(N=1,096)



※外国語ガイドは今回よりカテゴリーに追加

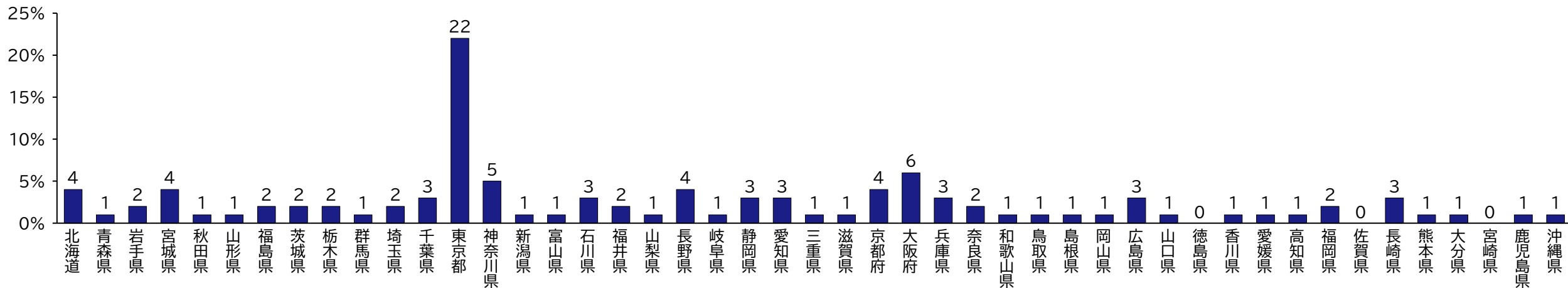
※その他は「その他非営利活動法人」、「その他営利活動法人」、「その他」の合計

回答者の勤務地／回答者の営業拠点について

Q2:現在、勤務地の所在する都道府県を教えてください。(単一回答)

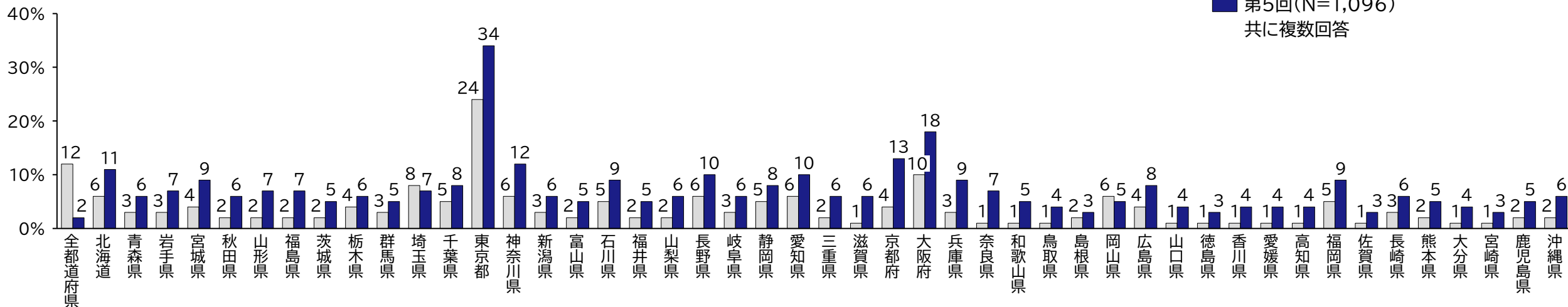
Q3:あなたが担当する業務において、貴組織・団体の営業拠点のある都道府県名をすべて教えてください。(複数選択可能)

【勤務地(N=1,096)】 (単位:%) ※回答者の勤務地情報は今回より追加



【回答者の営業拠点】 (単位:%)

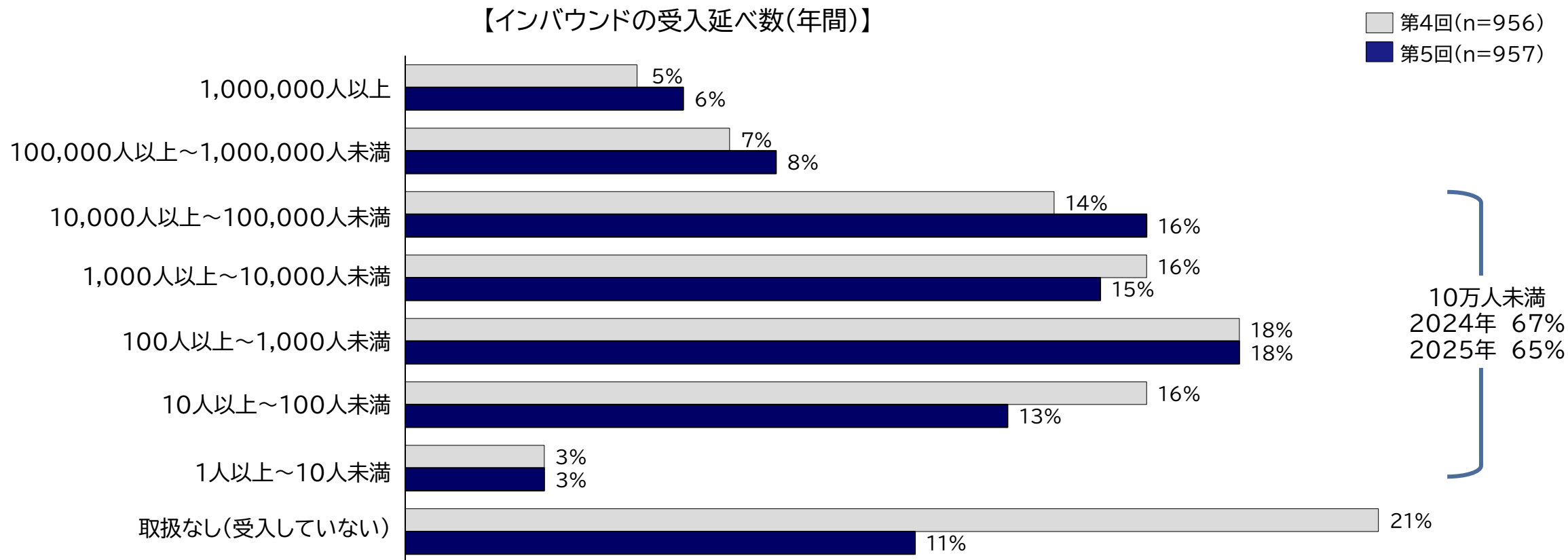
第4回(N=1,107)
第5回(N=1,096)
共に複数回答



2025年におけるインバウンドの受入延べ数

- 2025年における受入延べ人数は10万人未満の回答が65%を占めており2024年と大きな変化はないが、1万人以上～10万人未満の比率が増えていることや、取扱なしの比率が減っていることからインバウンド受入は広がっていると推測される。

Q5:あなたが所属する組織・団体・地域における、2025年(1月～12月)におけるインバウンド観光客の受入のべ人数(地域への訪問人数)について教えてください。(単一回答)



※不明(計測していない)を除いた回答を母数として算出

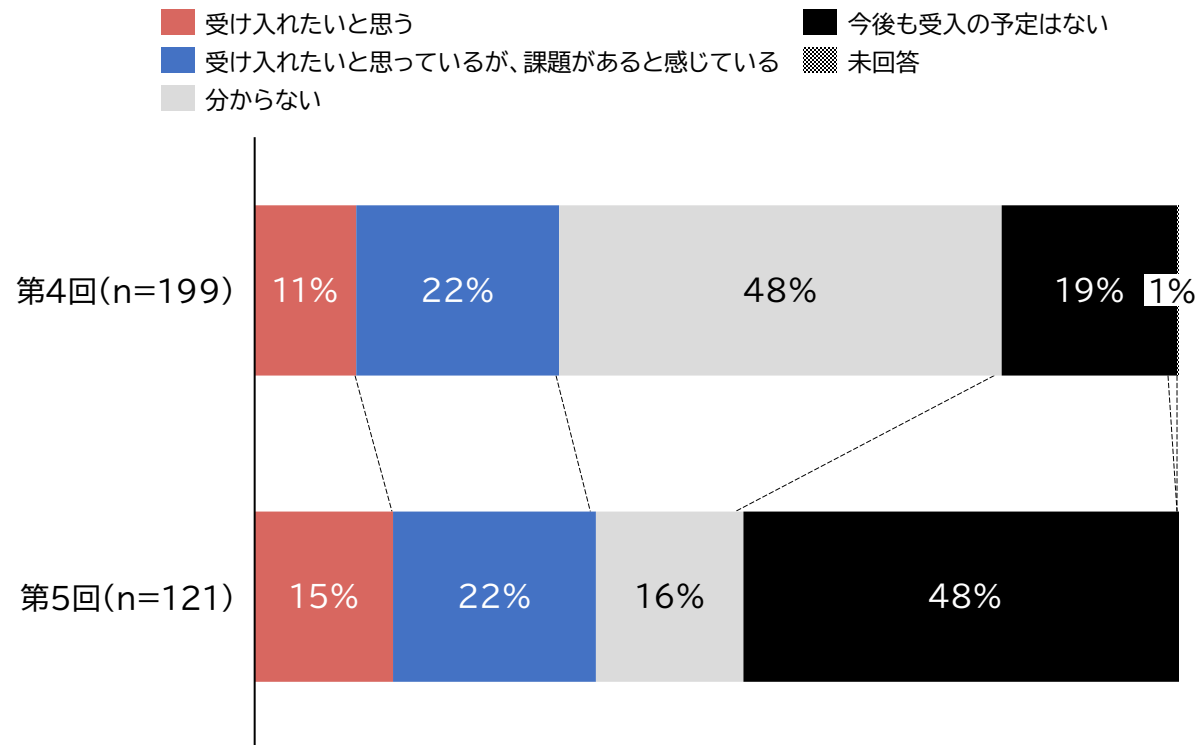
現在インバウンドの受入がない事業者のインバウンド受入意向／インバウンド受入課題

- 「今後も受入の予定がない」の回答が48%と前回の19%より大幅に増加しているが、前項の設問において「取扱なし」が減少している点を考慮すると、インバウンド受入に意欲のある事業者はすでに参入済みである可能性が高いと推測される。
- インバウンド参入の障壁については「人手不足・人材不足」が最大であり前回よりも比率が増えている。

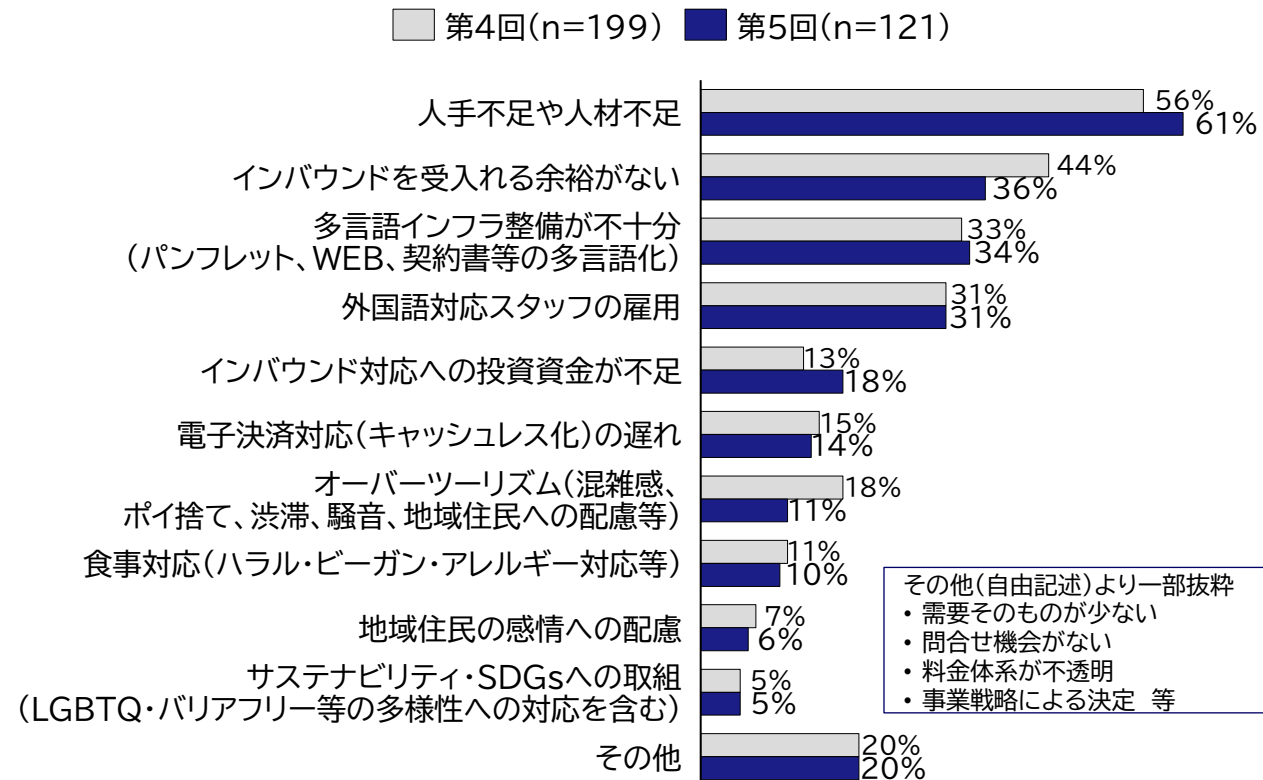
Q6:将来、インバウンド観光客を受け入れたいとお考えですか。(単一回答)

Q7:(Q5で「取扱なし(受入していない)」を選択した方のみが回答対象) インバウンド受入の予定がない場合はその理由を、受け入れたいと思う場合は課題について教えてください(複数選択可能)

【インバウンド受入意向】



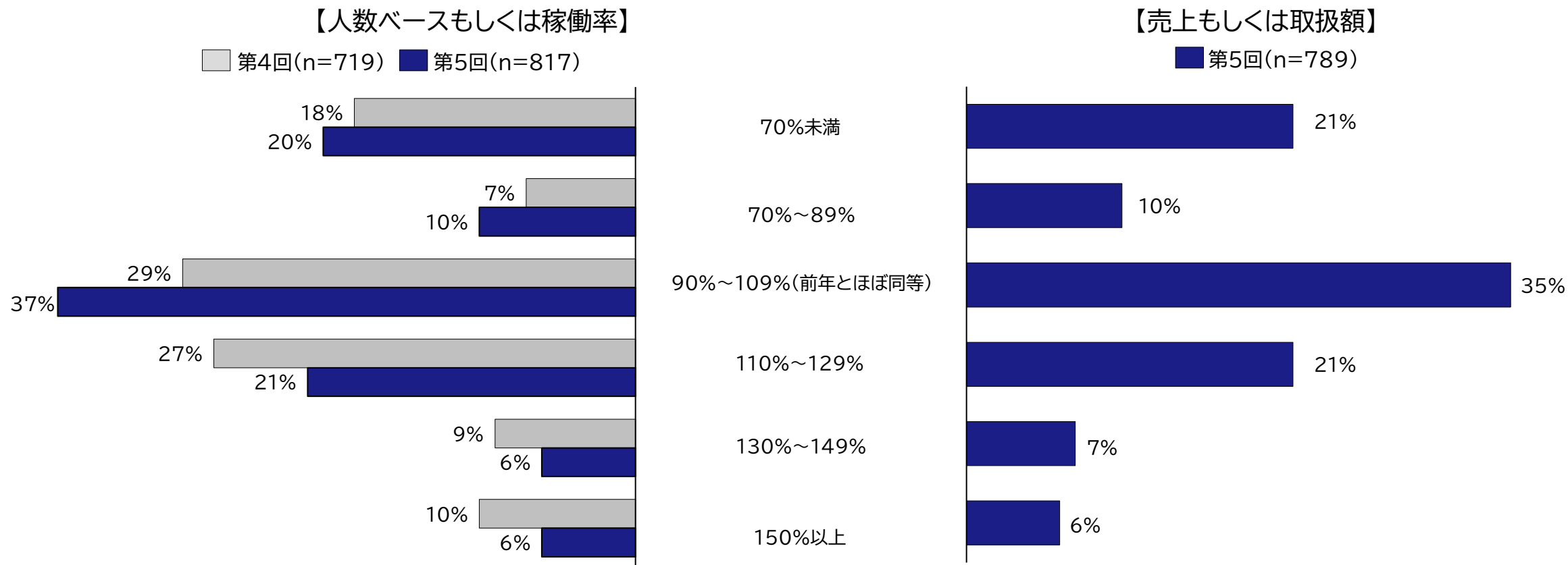
【インバウンド受入課題】



2025年インバウンド受入状況(前年比)

- 「人数ベース」によるインバウンド受入の前年比較では「前年とほぼ同じ」が前回より8ポイント上昇。また、89%未満の合計が25%⇒30%、110%以上の合計が46%⇒33%となり、2024年時の調査より減速傾向にある。
- 今回より設問に加えた「売上・取扱額」は「人数ベース」とほぼ同様の傾向を示している。

Q8:現在のインバウンド観光客数の受入状況について、前年比の人数ベース(もしくは稼働率)と売上(もしくは取扱額)で教えてください。(それぞれ単一回答)



※不明(計測していない)を除いた回答を母数として算出

2025年観光客(全体並びにインバウンド)の受入状況(前年比)

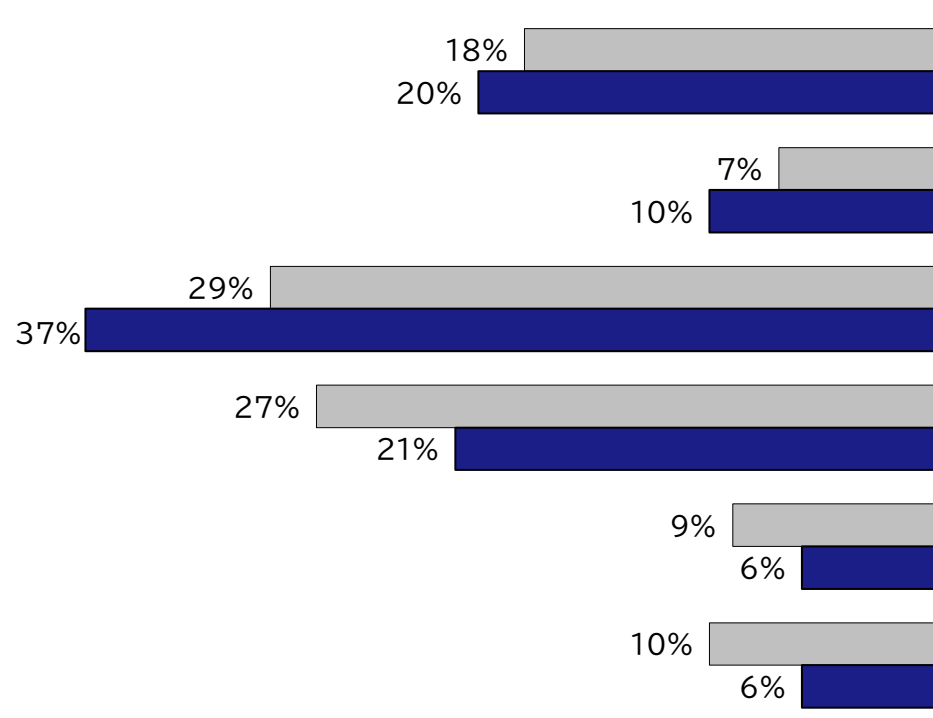
- 観光客の受入状況は全体(国内旅行を含む)とインバウンドの前年比較においては全体がほぼ前回並みであることからインバウンドの減速傾向が明らか。
- しかしながら110%以上の比率は全体が28%である一方でインバウンドは33%と観光全体を超える伸び率を示している。

Q8:現在のインバウンド観光客数の受入状況について、前年比の人数ベース(もしくは稼働率)と売上(もしくは取扱額)で教えてください。(それぞれ単一回答)

Q9:現在の国内旅行を含む観光客数の受入状況について、前年比の人数ベース(もしくは稼働率)で教えてください。(単一回答)

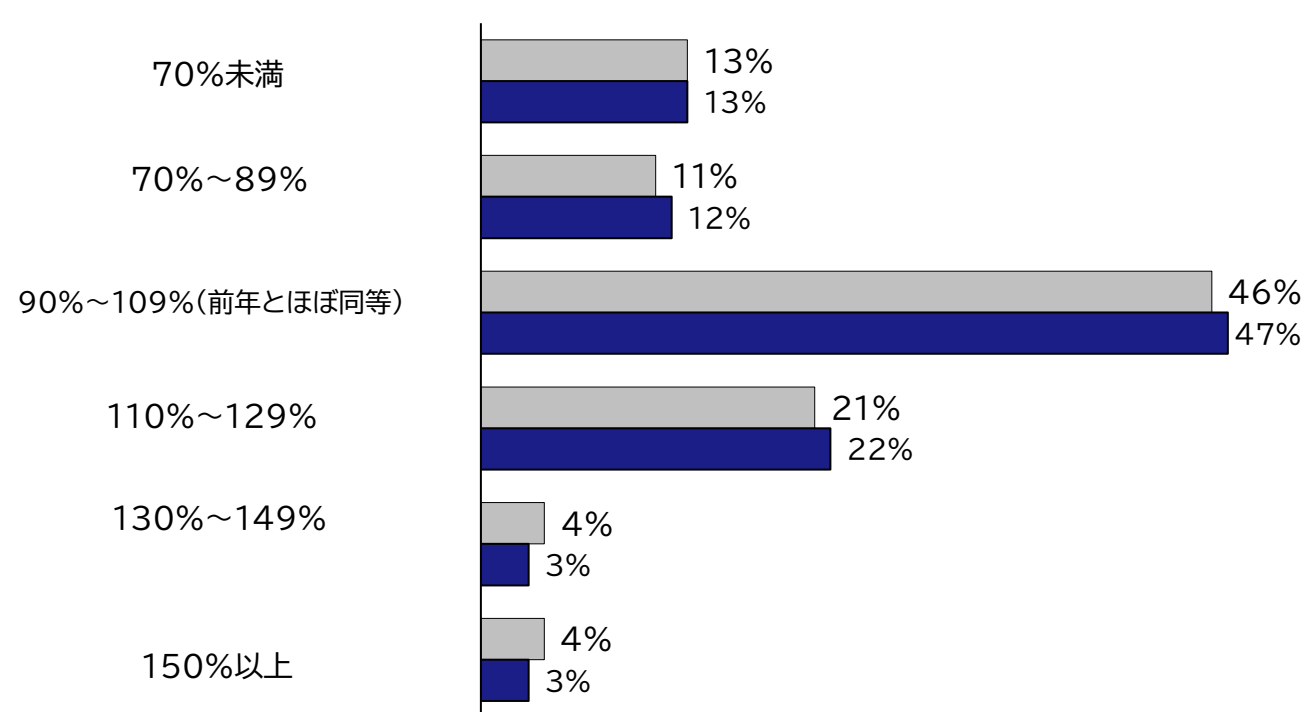
【インバウンド】

■ 第4回(n=719) ■ 第5回(n=817)



【全体(含む国内旅行)】

■ 第4回(n=726) ■ 第5回(n=804)

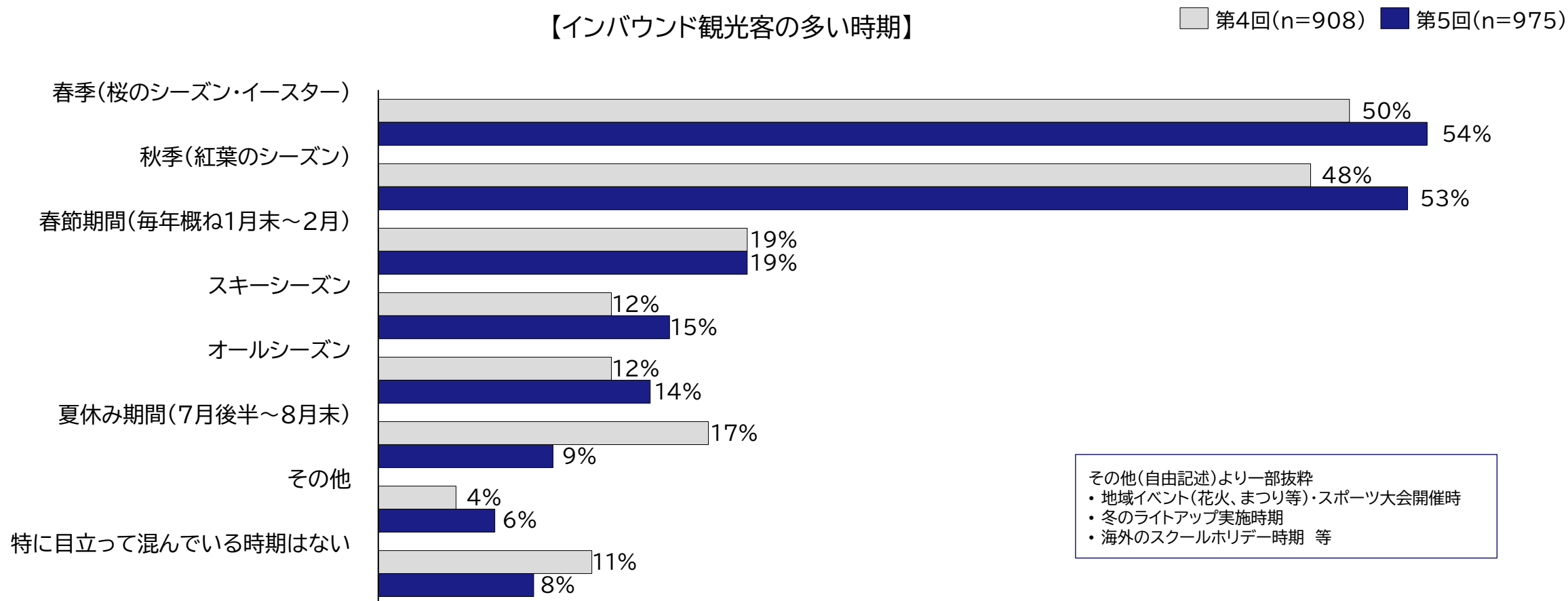


※不明(計測していない)を除いた回答を母数として算出

インバウンドの受入時期

- インバウンド観光客の受入時期については「春季」「秋季」が50%を超え、前回調査よりも増加した。特定時期への集中がより進んだ結果となった。

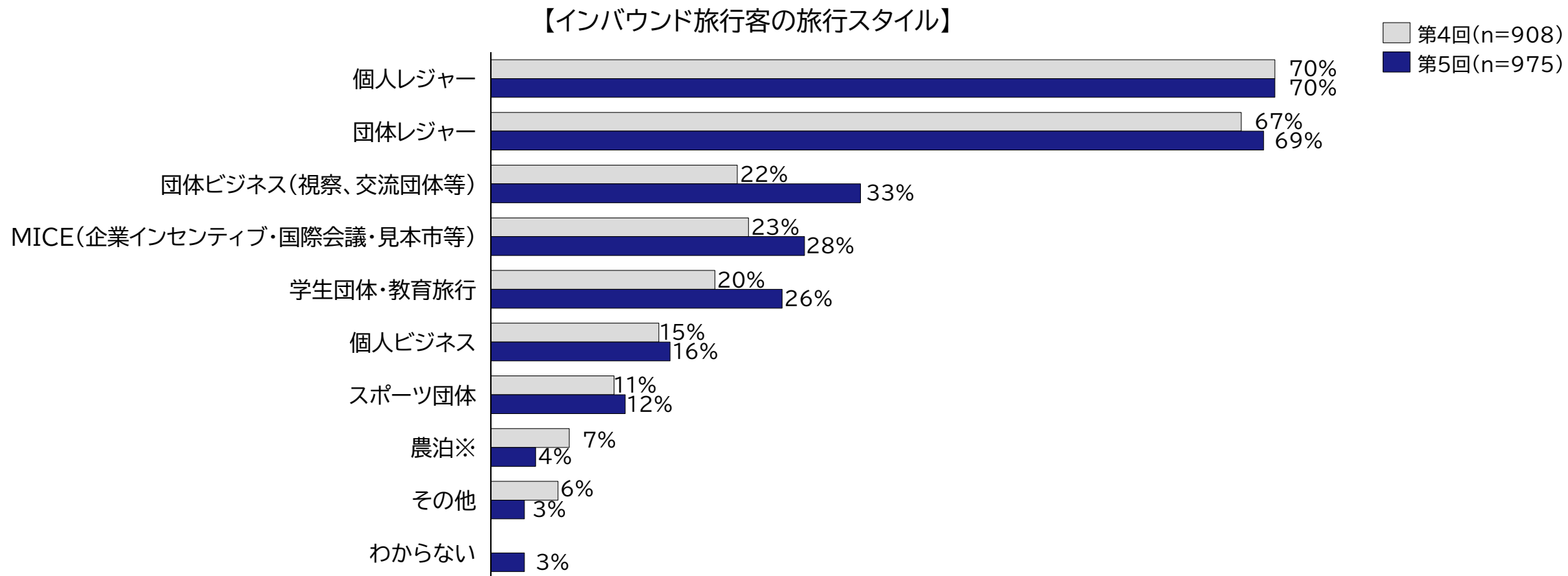
Q10:特にインバウンドの多い(多くなると想定される)時期はいつになりますか?(複数選択可能)



インバウンドの旅行スタイル

- ・ インバウンド旅行客のスタイルとしては個人・団体レジャーがともに70%でほぼ前回同様の結果となった。
- ・ 団体ビジネス、MICE、学生旅行・教育旅行は前回調査より増加しており多様な受入が進んでいると推測される。

Q11:受け入れている(受け入れる予定の)インバウンドの旅行スタイルについてお選びください。(複数選択可能)



※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。

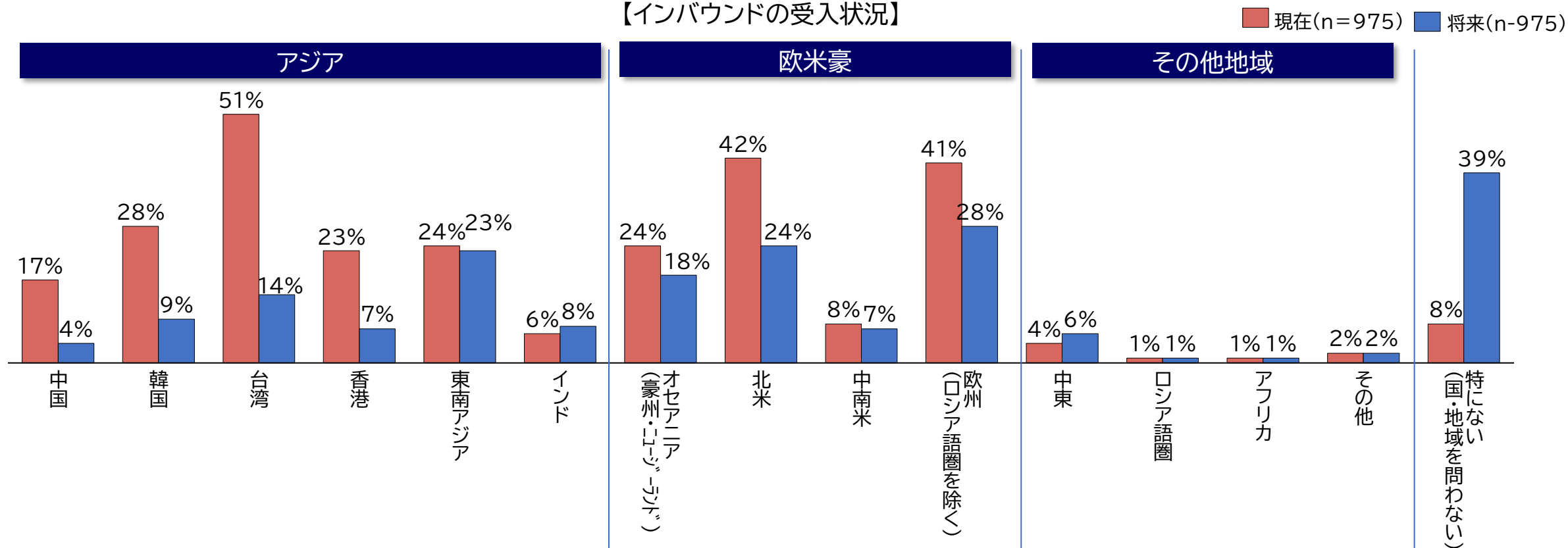
国・地域別のインバウンド受入状況(現在・将来)

- 現在においては台湾が最大の市場であり北米、欧州が続いている。
- 将来においては欧州、北米、東南アジアの期待が高いが「特にならない(国・地域を問わない)」が39%と、重点市場を設けず広く受け入れる傾向も高い。

Q12:現在、インバウンドの受入が多いのはどの国・地域ですか？(複数選択可能)

Q13:今後、新しくインバウンドの受入強化を予定している国・地域はありますか？(複数選択可能)

【インバウンドの受入状況】



国・地域別のインバウンド受入状況の時系列変化(アジア・オセアニア)

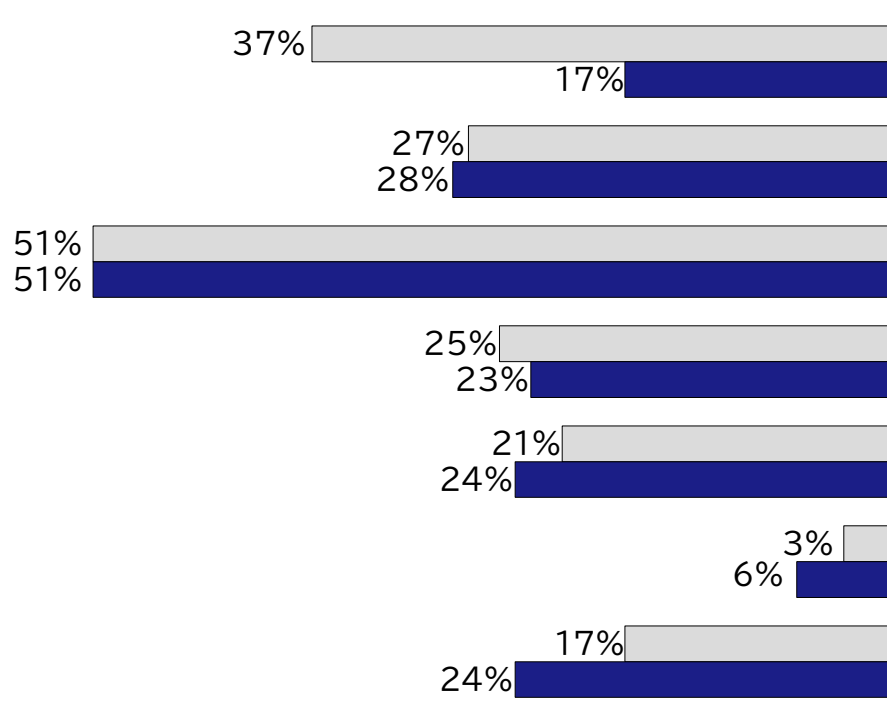
- インバウンド受入状況の時系列変化では中国が前回調査より20ポイント下がっており、影響の大きさがうかがえる。
- 将来については東南アジア、オセアニアへの期待が前回より高まっており、東アジアを超える期待が寄せられている。

Q12:現在、インバウンドの受入が多いのはどの国・地域ですか？(複数選択可能)

Q13:今後、新しくインバウンドの受入強化を予定している国・地域はありますか？(複数選択可能)

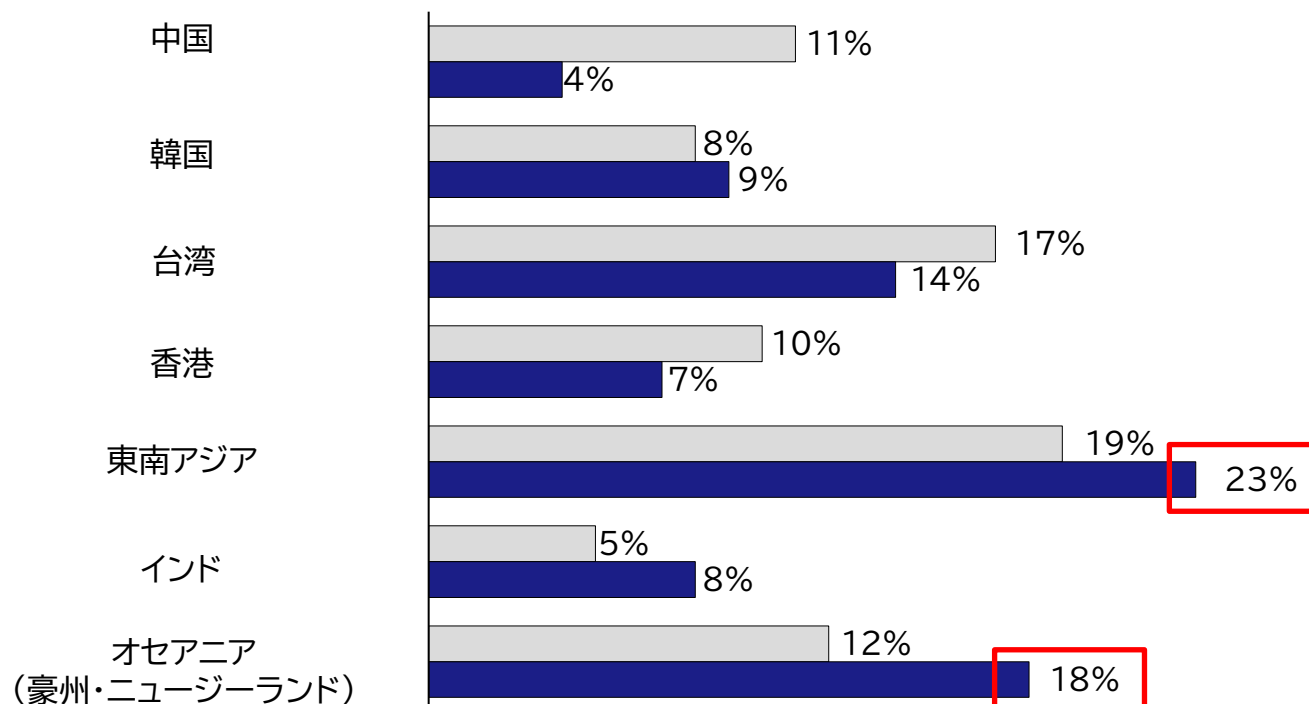
【現在】

第4回(n=908) 第5回(n=975)



【将来】

第4回(n=908) 第5回(n=975)



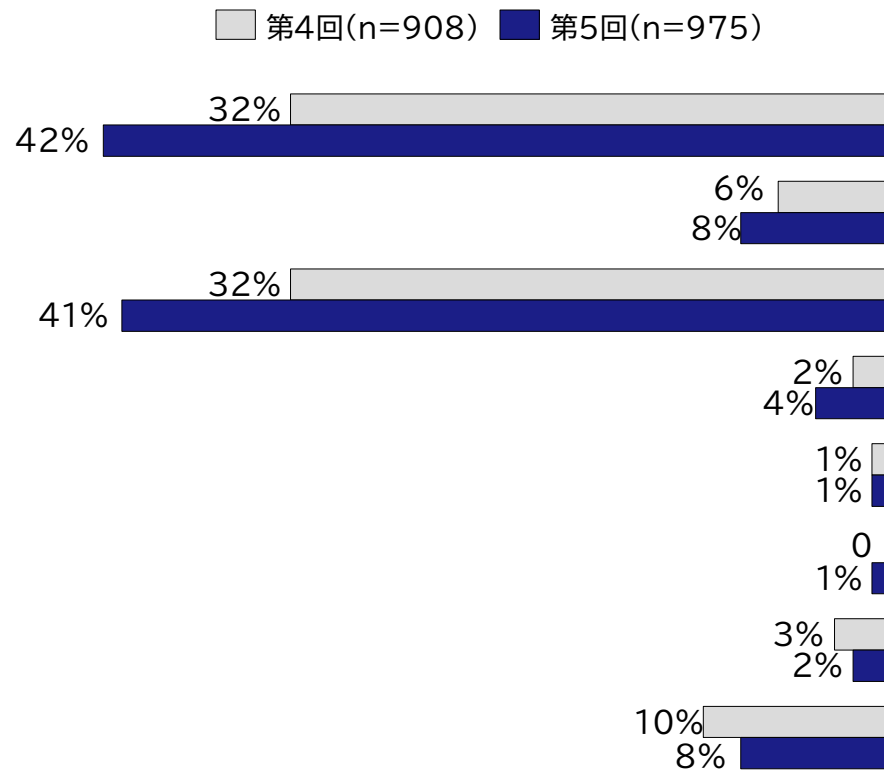
国・地域別のインバウンド受入状況の時系列変化(欧米・その他)

- 欧米・その他地域については北米、欧州が前回よりも現在・将来ともに顕著に増加している。

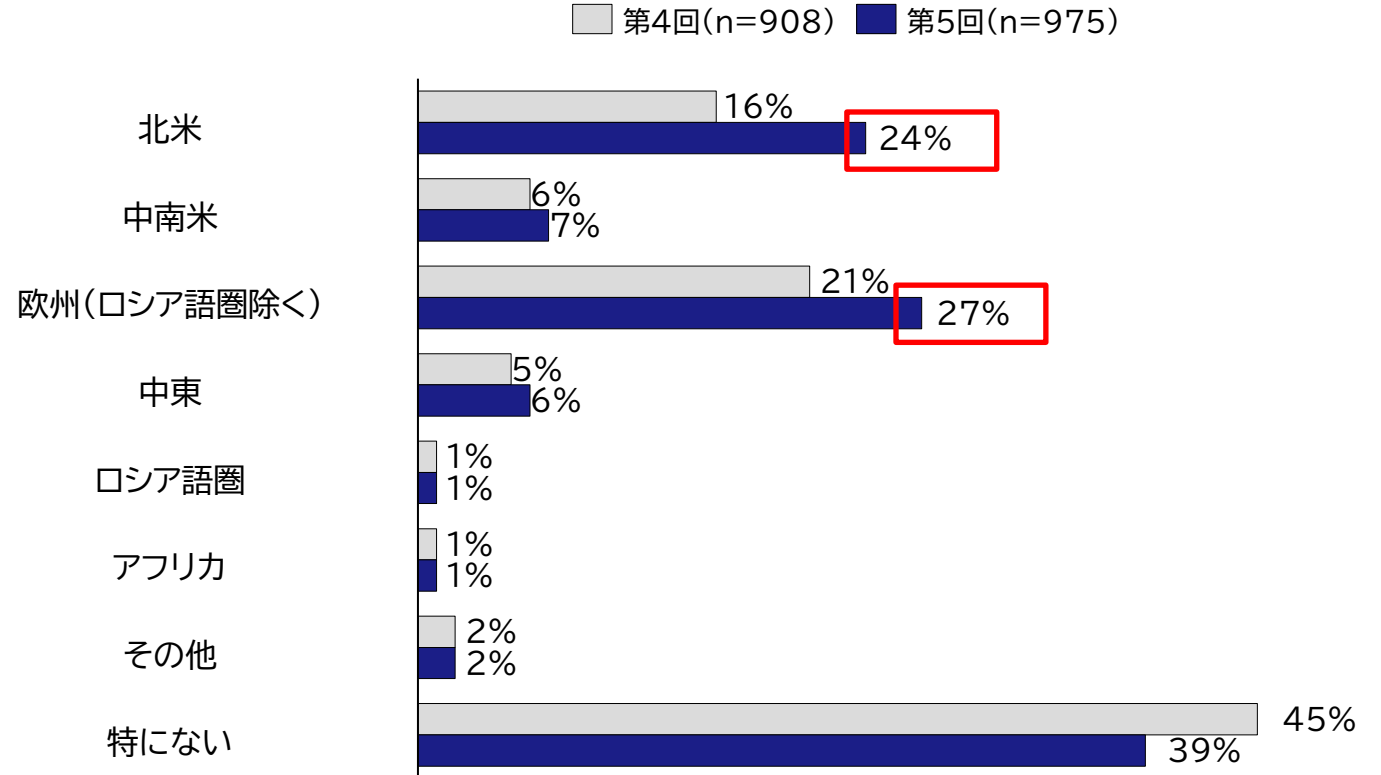
Q12:現在、インバウンドの受入が多いのはどの国・地域ですか？(複数選択可能)

Q13:今後、新しくインバウンドの受入強化を予定している国・地域はありますか？(複数選択可能)

【現在】



【将来】

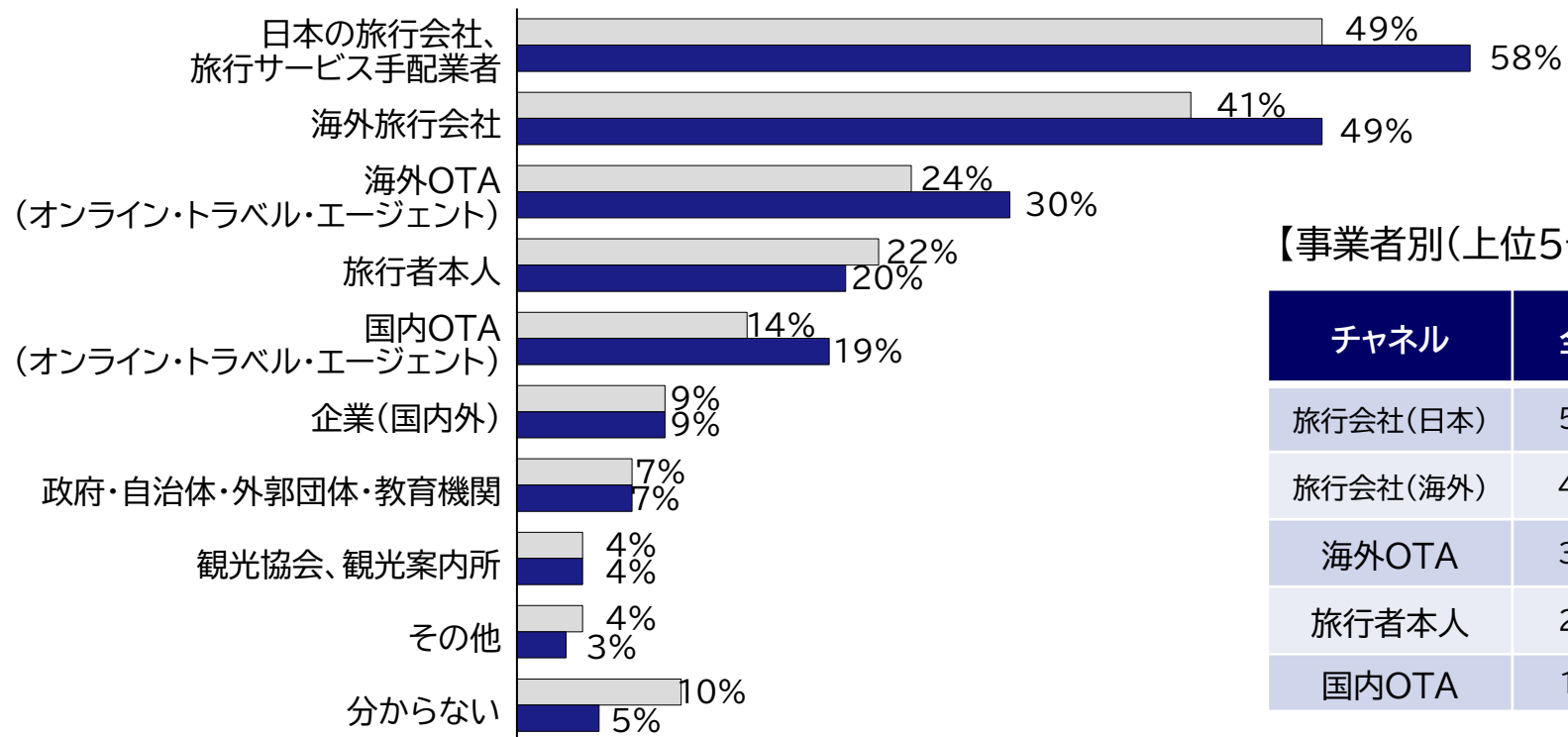


インバウンドの予約チャンネル

- インバウンドの予約チャンネルについては旅行会社(日本・海外)がそれぞれ前回よりも比率が高くなっているが、全体的に前回よりも比率が上がっており多様なチャンネル経由での予約が進んでいると推測される。
- 業種別で上位チャンネルを比較すると宿泊事業者では海外OTA経由での予約を70パーセント以上の事業者が受け入れており他事業者との比較において非常に高いことがうかがえる。

Q14:インバウンドをどこからの予約(予約チャンネル)を通じて受入れていますか?以下よりあてはまるものを最大3つお選びください。(複数選択可能)

【インバウンドの予約チャンネル】 ■ 第4回(n=908) ■ 第5回(n=975)



【事業者別(上位5チャンネル)】

チャンネル	全体	旅行	輸送	宿泊	観光施設・飲食	外国語ガイド
旅行会社(日本)	58%	28%	77%	57%	75%	86%
旅行会社(海外)	49%	64%	23%	64%	50%	29%
海外OTA	30%	30%	7%	71%	15%	8%
旅行者本人	20%	19%	7%	11%	44%	16%
国内OTA	19%	10%	8%	42%	12%	17%

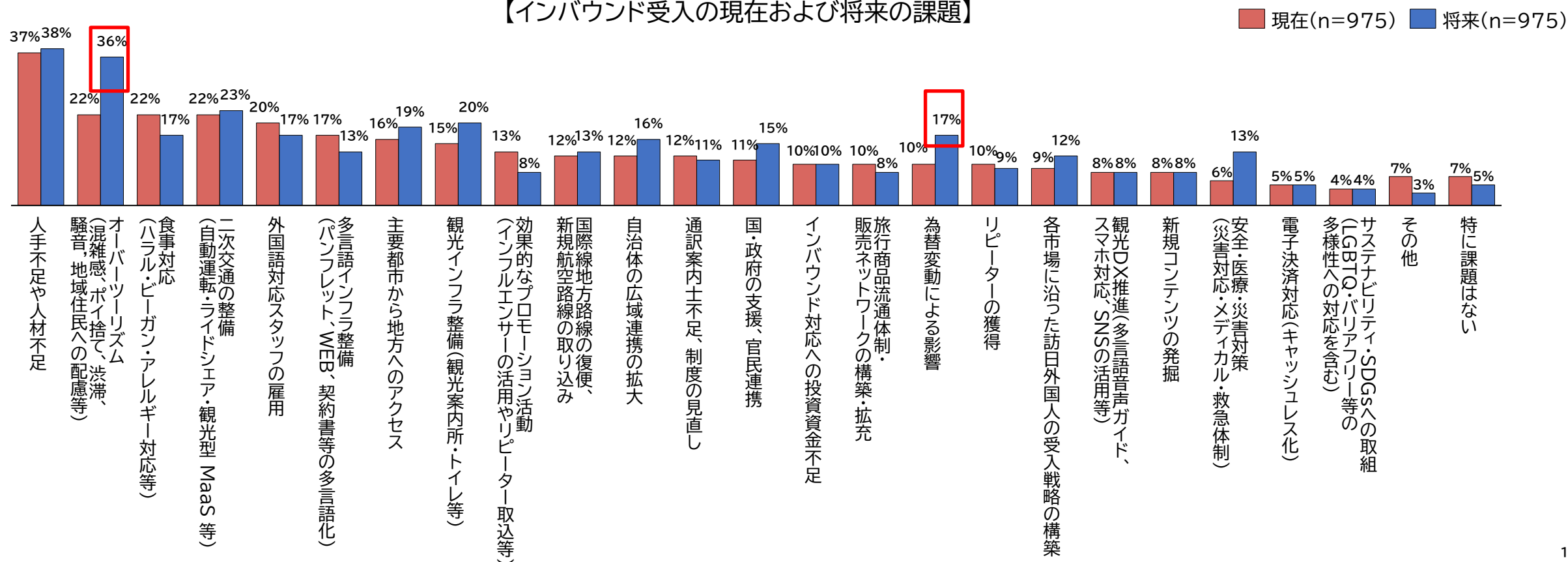
インバウンド受入の課題(現在・将来比較)

- インバウンド受入の課題の現在・将来比較では将来の「オーバーツーリズム」への関心が現在よりも14ポイント高く、将来における危機意識が高い。また、将来の「為替変動による影響」も関心が高い。
- 「人手不足や人材不足」は現在・将来ともに最大の課題であり、ほぼ同比率。

Q15:現在、インバウンド受入に際して、「現在抱えている課題」はありますか。以下よりあてはまるものを最大5つお選びください。(複数選択可能)

Q19:今後、インバウンド観光客の受入をさらに伸ばさせていくにあたり、「将来、顕在化するとと思われる課題」について、以下よりあてはまるものを最大5つお選びください。(複数選択可能)

【インバウンド受入の現在および将来の課題】

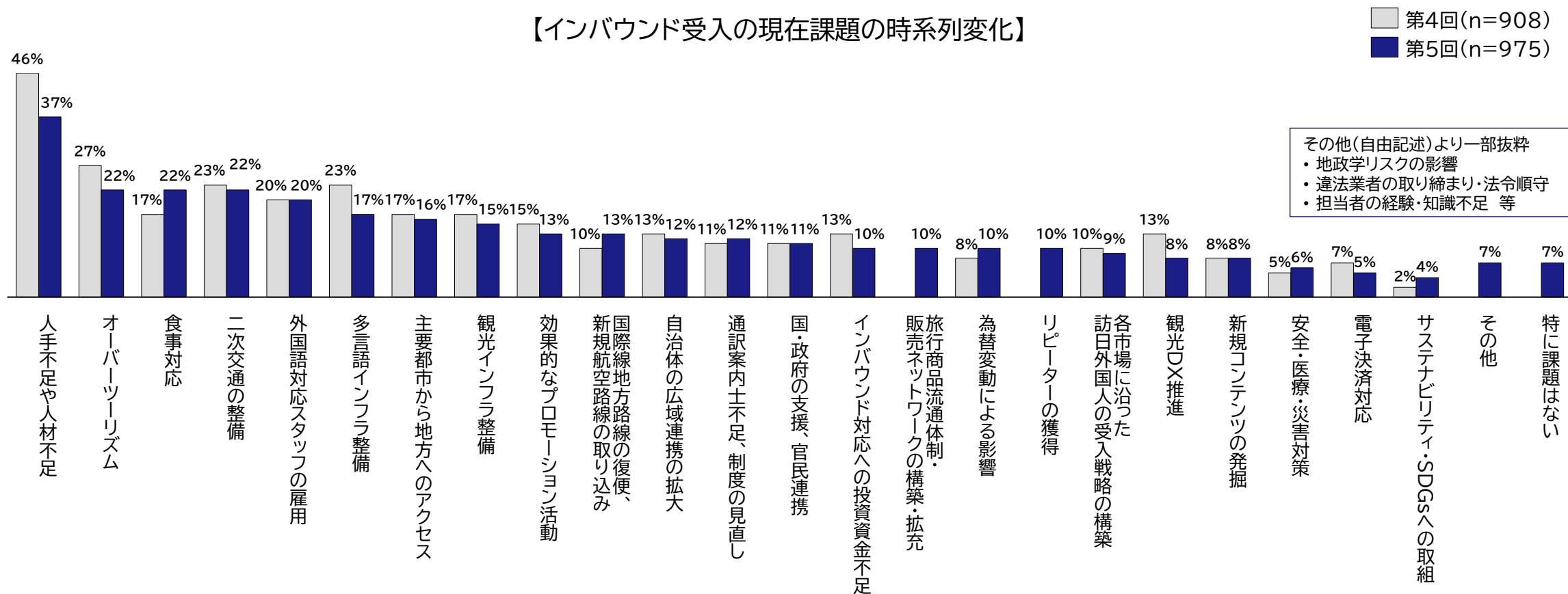


インバウンド受入の現在課題の時系列変化

- 現在の課題の時系列変化では第1回より全調査において最大の課題である「人手不足や人材不足」が7ポイント減少しており、解決の方向に徐々に進んでいると推測される。

Q15:現在、インバウンド受入に際して、「現在抱えている課題」はありますか。以下よりあてはまるものを最大5つお選びください。(複数選択可能)

【インバウンド受入の現在課題の時系列変化】

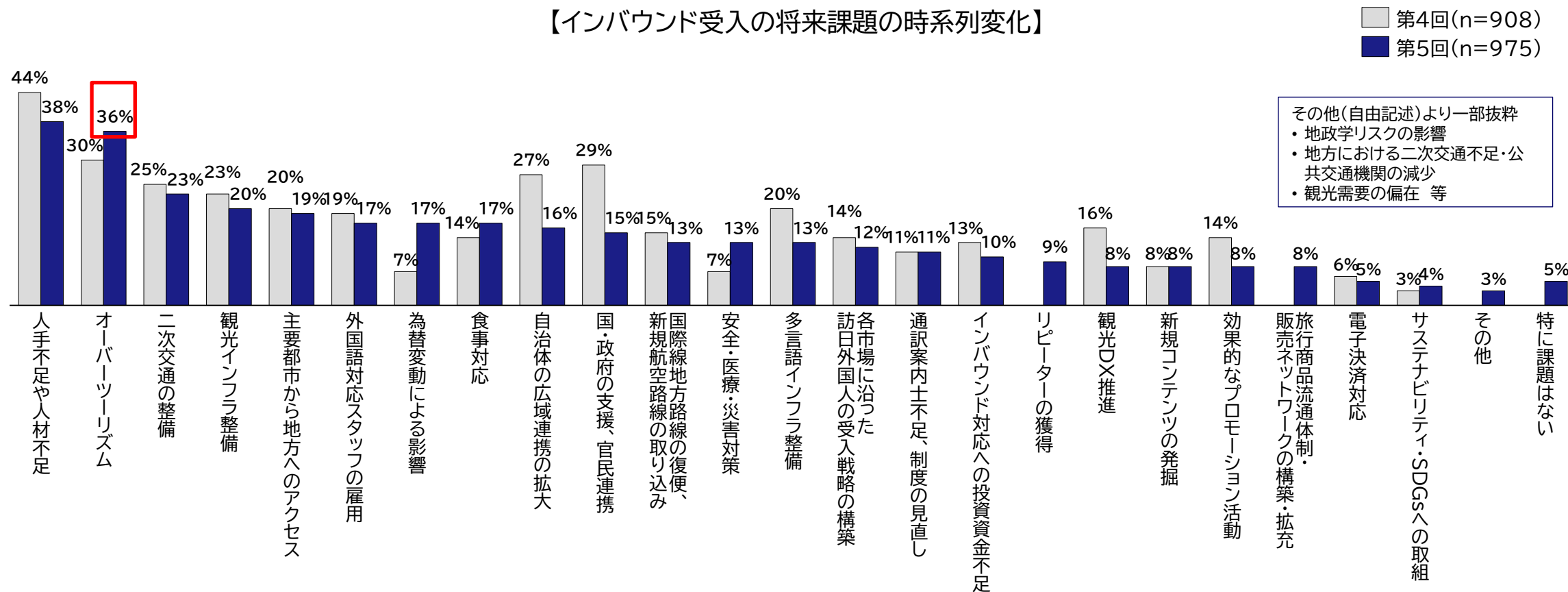


インバウンド受入の将来課題の時系列変化

- 将来の課題の時系列変化では最大の課題である「人手不足や人材不足」をはじめ多くの課題で前回調査を下回っている。中でも「自治体の広域連携の拡大」、「国・政府の支援、官民連携」が前回より10ポイント以上下がっている点が特徴的。
- 一方、「オーバーツーリズム」は前回調査より増加しており、「現在の課題」とは逆の動きを示している。将来における「オーバーツーリズム」への危機感の高まりが現れていると推測される。

Q19:今後、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、「将来、顕在化するとと思われる課題」について、以下よりあてはまるものを最大5つお選びください。(複数選択可能)

【インバウンド受入の将来課題の時系列変化】



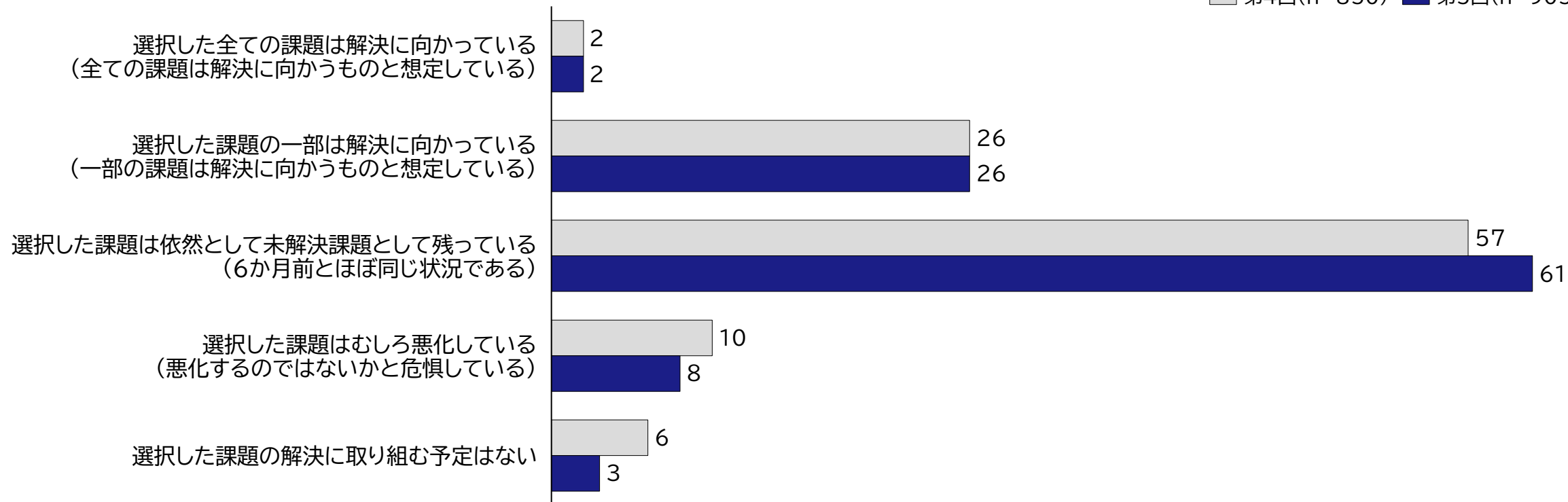
インバウンド受入課題の解決状況

- インバウンド受入課題の解決状況は、ほぼ前回調査と同様の傾向となっており、「依然として課題は未解決」の回答が過半数を超えている。

Q16:前問でインバウンド受入に際して「課題がある」と答えられた皆様へお伺いします。選択した課題は前年と比較するとどのような状況かお聞かせください。(単一回答)

【受入課題の解決状況】

■ 第4回(n=850) ■ 第5回(n=905)

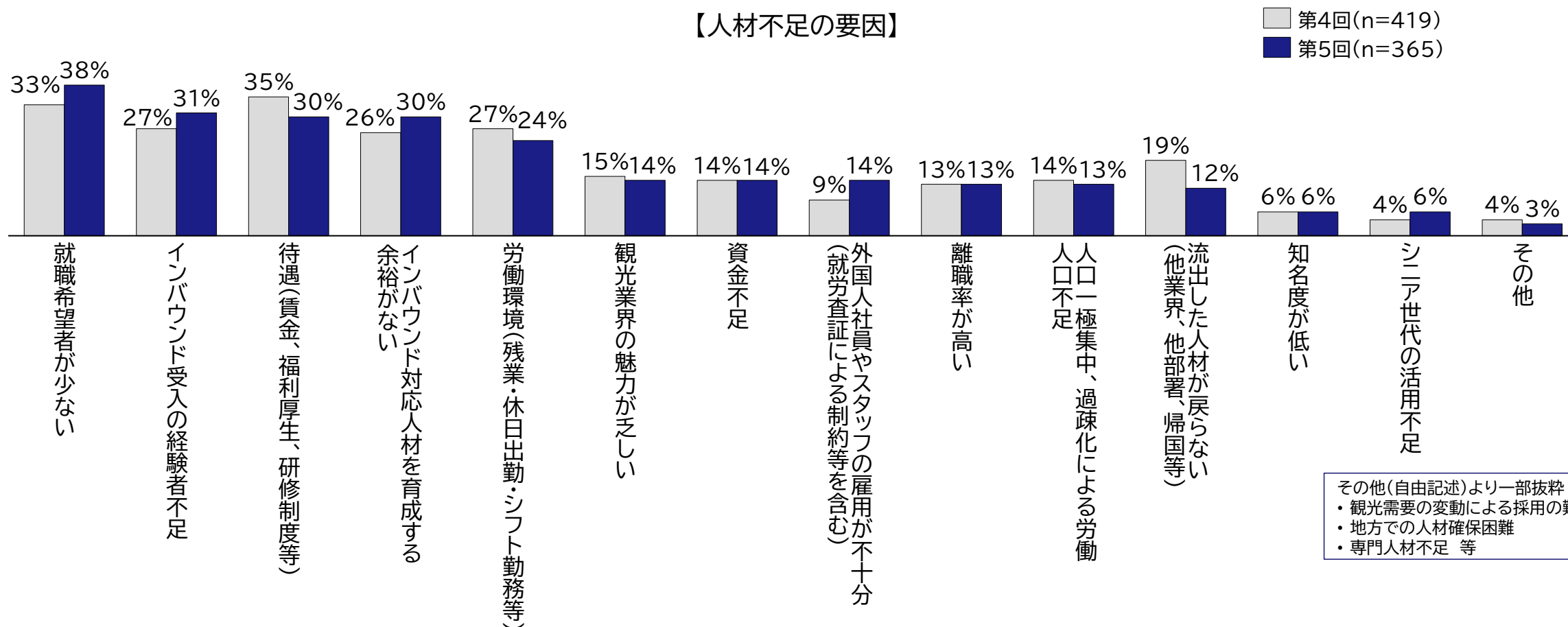


人材不足の要因

- ・ 人材不足の要因としては「就職希望者が少ない」が前回より5ポイント増え最大の課題となった。
- ・ 「インバウンド受入の経験者不足」「インバウンド対応人材の育成」等専門知識を持った人材不足の比率が前回より上昇した。
- ・ 「待遇」「労働環境」といった項目は減少しており、より専門性の高い人材が不足していると推測される。

Q17:Q15で「人手不足・人材不足」とお答えいただいた皆様 へお伺いします。「人手不足・人材不足」について、と考えられる要因について、以下よりあてはまるものを最大3つお選びください。(複数選択可能)

【人材不足の要因】

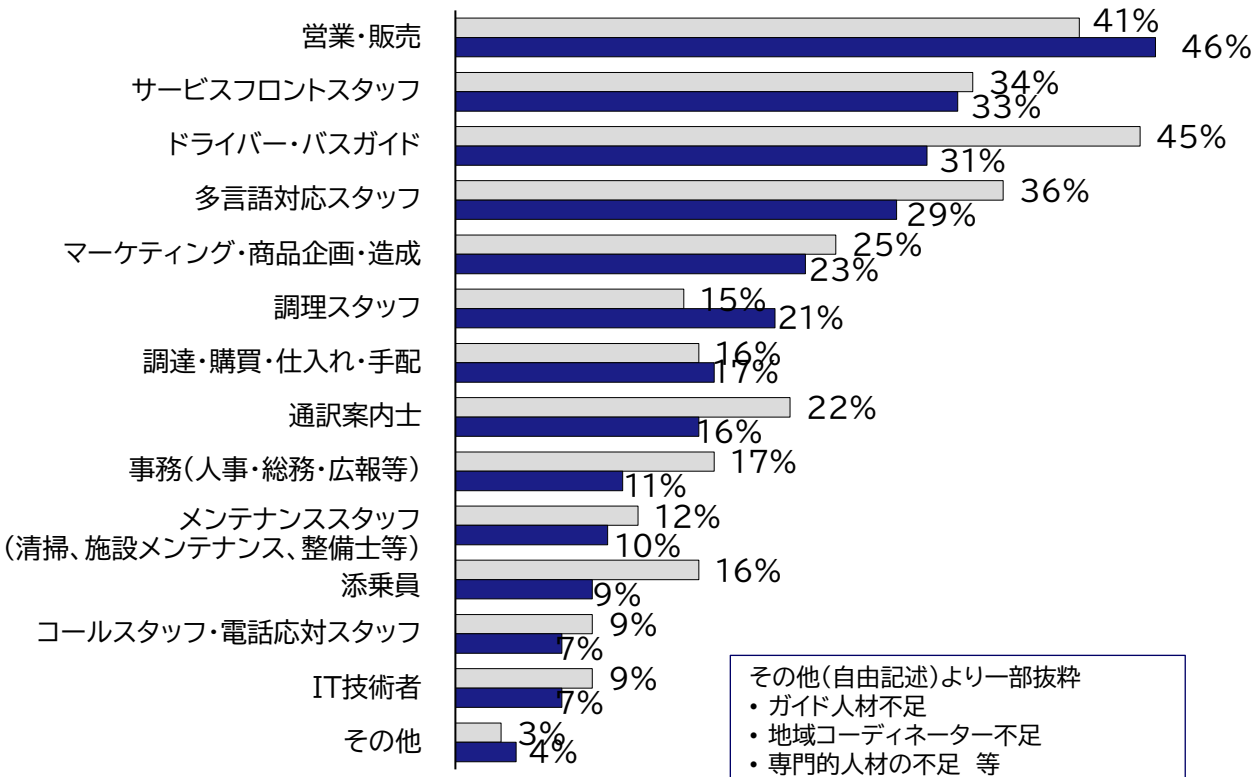


人材不足の職種

- 「営業・販売」が前回より5ポイント増え最大の課題となった。中でも旅行会社では66パーセントと他業種との比較においても非常に高い。
- 「ドライバー・バスガイド」は前回より14ポイント減と大幅に減少しているものの輸送事業者の92%が「不足している」と回答しており、依然として大きな課題となっている。

Q18:Q15で「人手不足・人材不足」とお答えいただいた皆様へお伺いします。「人手不足・人材不足」の職種としてあてはまる選択肢をすべてお選びください。(複数選択可能)

【人材不足の職種】 ■ 第4回(n=419) ■ 第5回(n=365)



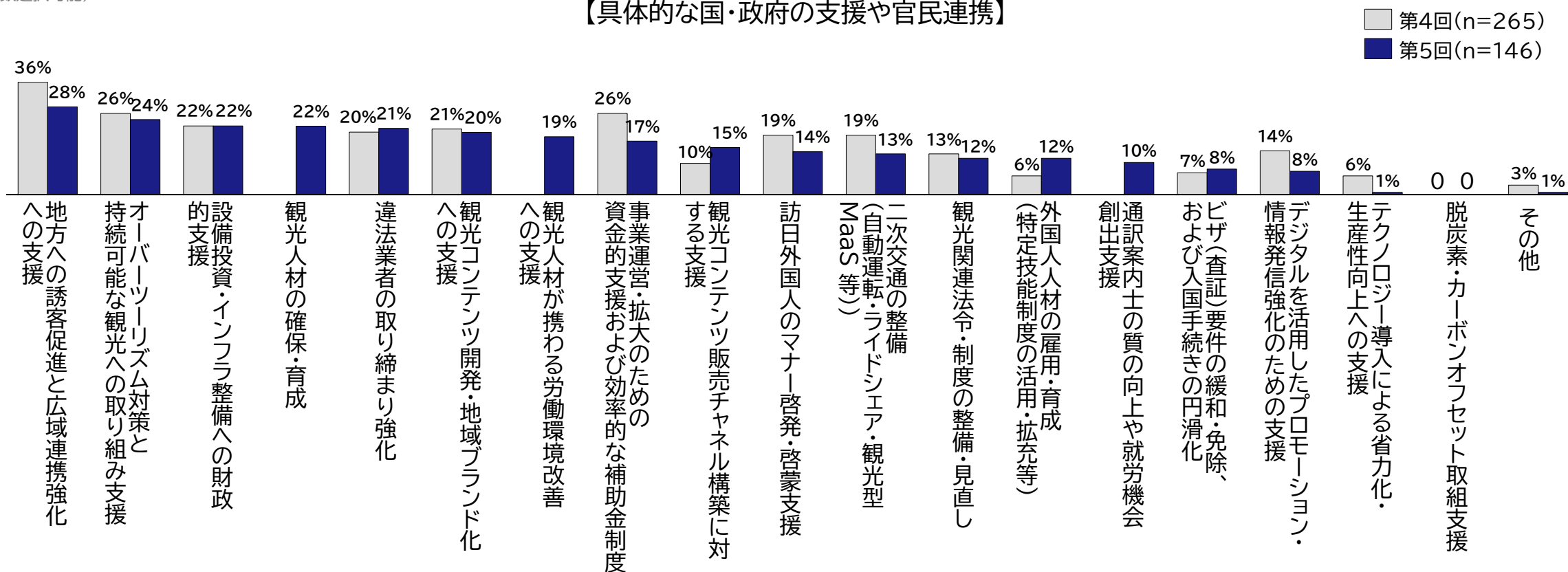
チャネル	全体	旅行	輸送	宿泊	観光施設・飲食	自治体・観光協会・DMO
営業・販売	46%	66%	32%	46%	51%	36%
サービスフロント	33%	21%	7%	79%	38%	21%
ドライバー・バスガイド	31%	18%	92%	4%	8%	26%
多言語対応スタッフ	28%	33%	7%	21%	21%	69%
マーケティング・商品企画・造成	23%	36%	5%	16%	17%	50%
調理スタッフ	21%	3%	1%	59%	42%	12%
調達・購買・仕入れ・手配	17%	33%	3%	7%	17%	19%

具体的に必要な国・政府の支援や官民連携

- 国・政府の支援や官民連携については「地方への誘客促進と広域連携強化への支援」「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」の減少を除くと特徴的な点は見られない。自治体・観光協会の回答比率が前回調査より減少(合計で14%⇒2%)している点が影響している可能性があると考えられる。

Q20:前問で「国・政府の支援、官民連携」とお答えいただいた皆様へお伺いします。貴組織・団体のインバウンド事業の推進において、国・政府の支援や官民連携として、特に重要だと思える具体的な施策や取組を最大3つお選びください。(複数選択可能)

【具体的な国・政府の支援や官民連携】



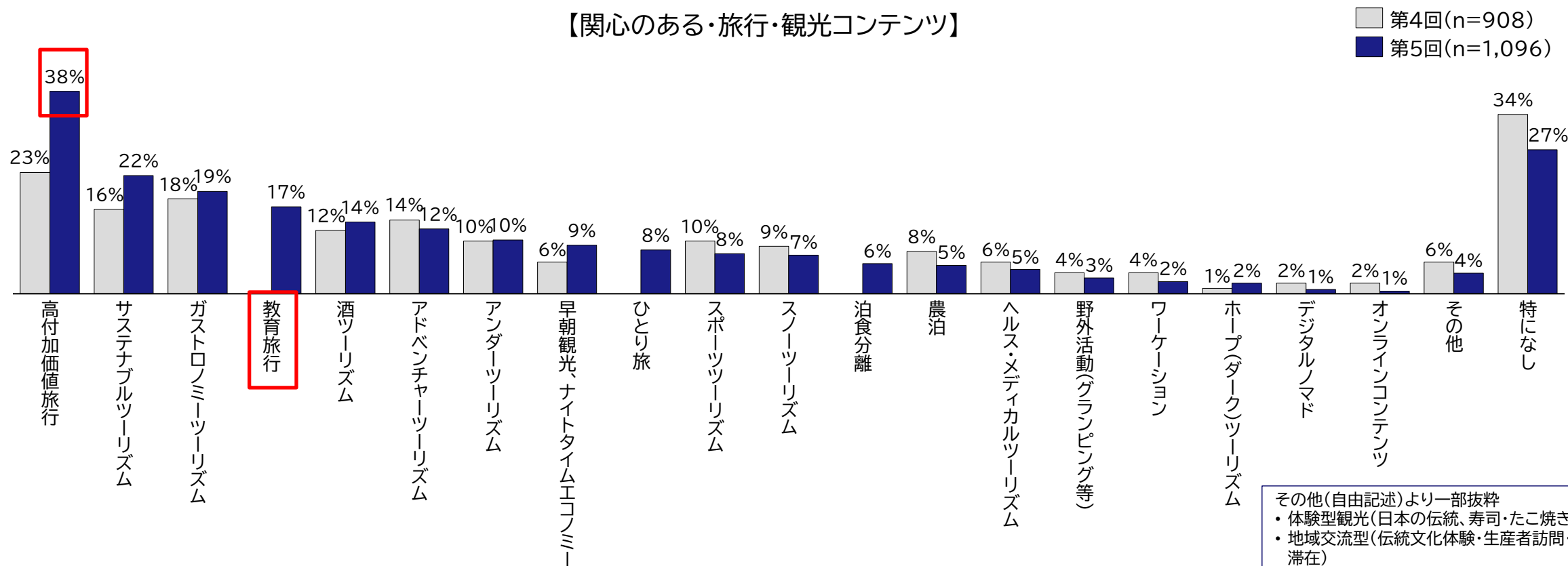
※観光人材の確保・育成、観光人材が携わる労働環境改善への支援、通訳案内士の質の向上や就労機会創出支援については、今回調査からの選択肢である。

関心のある旅行・観光コンテンツ

- 旅行・観光コンテンツについては「高付加価値旅行」への関心が前回より13ポイント増と大きく増え関心の高さがうかがえる。
- 今回より選択肢に追加した「教育旅行」は「酒ツーリズム」「アドベンチャーツーリズム」より関心が高く全体でも4位となった。

Q22:現在、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等ございますか。該当するものがあれば最大5つお選びください。(複数選択可能)

【関心のある・旅行・観光コンテンツ】



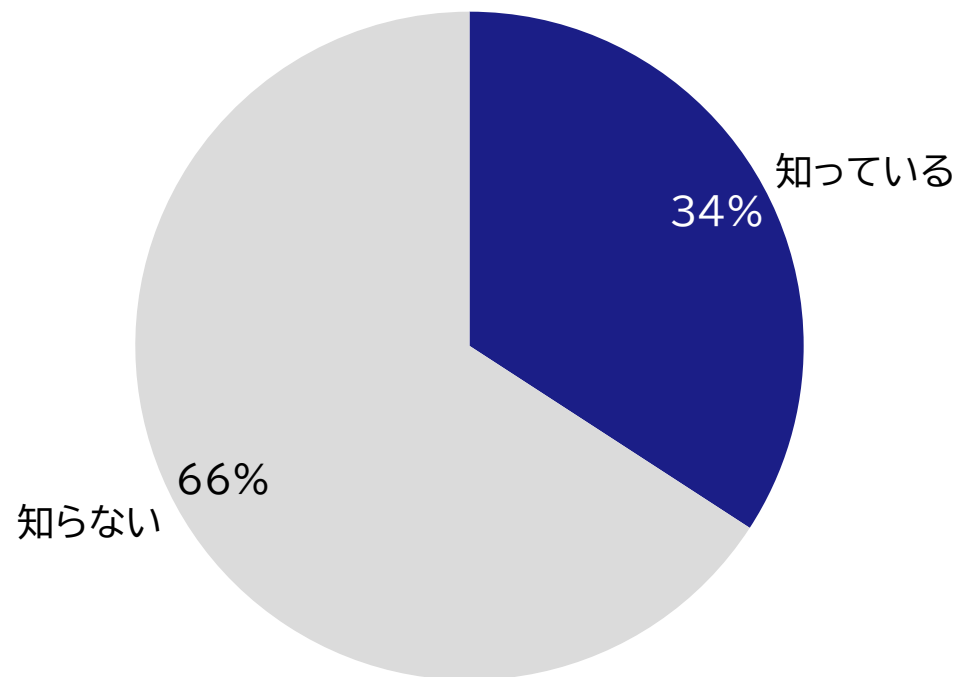
※教育旅行、ひとり旅、泊食分離については、今回調査からの選択肢である。

第5次観光立国推進基本計画の認知度

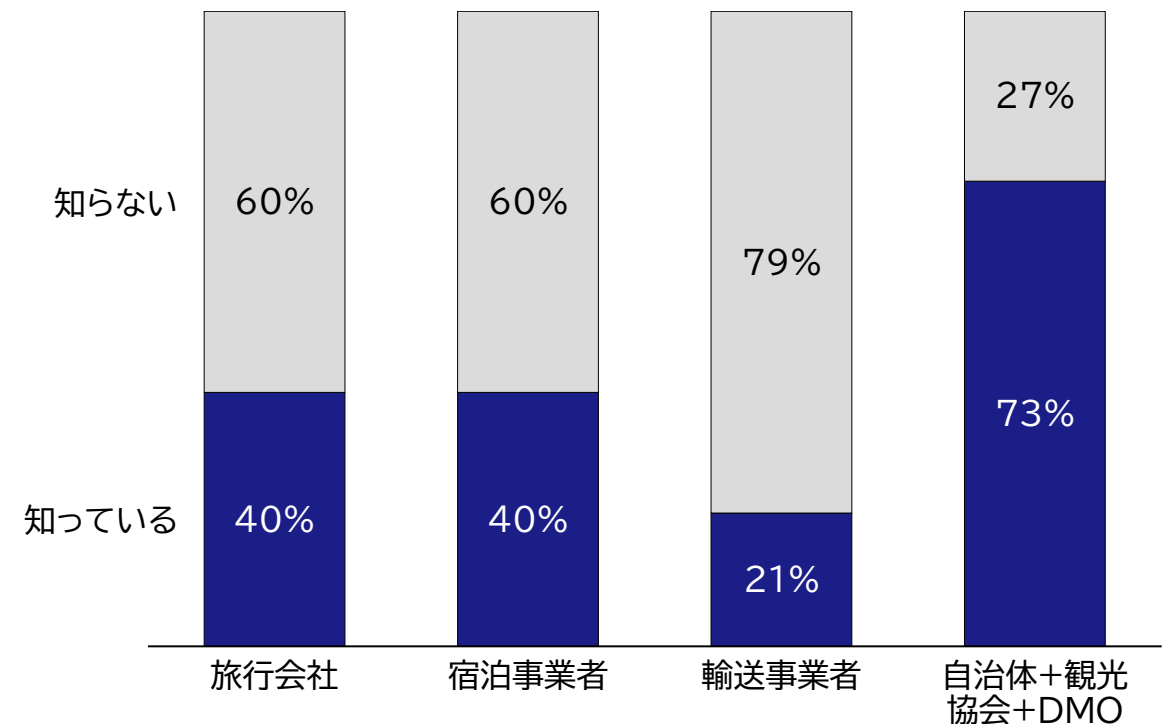
- 第5次観光立国推進基本計画の認知度は34%に留まっており、観光関連事業者への一層の周知が必要と考えられる。
- 事業者別では「自治体・観光協会・DMO」の認知度が70%を超えており非常に高い。

Q23:2026年3月27日に閣議決定された第5次観光立国推進基本計画(※)についてご存じですか。(単一回答)

【第5次観光立国推進基本計画の認知(N=1,096)】



【業種別第5次観光立国推進基本計画の認知(N=1,096)】

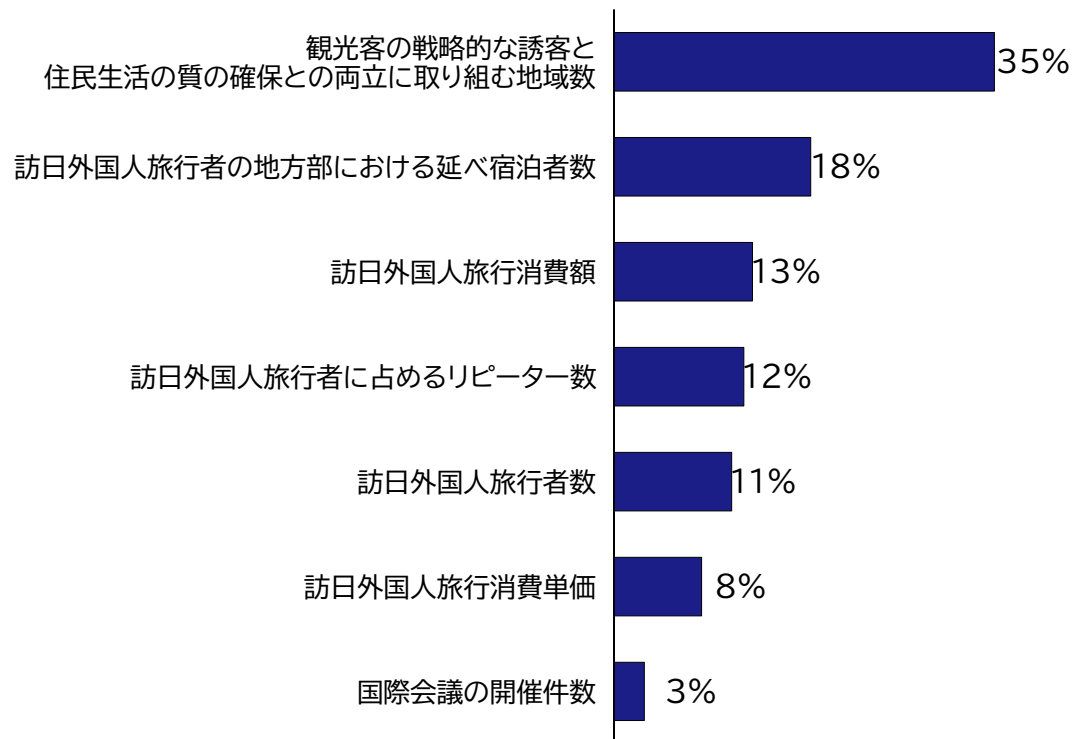


第5次観光立国推進基本計画のインバウンド目標

- 第5次観光立国推進基本計画における7つのインバウンド目標の重要度については「観光客の戦略的な誘客と住民生活の質の確保との両立に取り組む地域数」を挙げる意見が最大となった。
- 「訪日外国人旅行者数」は全体の5番目となり量よりも質を求める傾向が高いと推測される。

Q24:最新の第5次観光立国推進基本計画では様々な施策が検討されていますが、日本のインバウンド施策として重要だと思われる目標はどれだと思いますか。(単一回答)

【インバウンド施策として重要な目標(N=1,096)】



【事業者別】

目標	全体	旅行	輸送	宿泊	観光施設・飲食	外国語ガイド	自治体・観光協会・DMO
戦略的誘客と住民生活の質の両立地域数	35%	37%	37%	25%	31%	51%	30%
地方部延べ宿泊数	18%	17%	13%	35%	9%	13%	25%
旅行消費額	13%	13%	11%	11%	17%	9%	19%
リピーター数	12%	13%	15%	11%	10%	13%	6%
旅行者数	11%	10%	16%	8%	18%	9%	4%
旅行消費単価	8%	7%	5%	8%	13%	3%	15%
国際会議の開催件数	3%	3%	2%	3%	2%	3%	2%

第5次観光立国推進基本計画への意見

- 第5次観光立国推進基本計画への意見を自由記述で求めたところ、200件近い意見が寄せられた。テーマごとの主な意見は下記の通り。

Q25:インバウンドに限らず第5次観光立国推進基本計画の目標達成にあたり、行うべき施策やご意見について教えてください。

テーマ	主な意見の内容	意見の多い事業者	頻度
1. 地方誘客と地域分散	- 東京・京都・大阪の「一極集中」から地方への分散を強力に推進すべき - 地方空港の活用(チャーター便等)や利便性向上 - 地方の宿泊施設への補助制度や設備改修(和室からベッドへの変更等)の支援 - 地域ならではの体験型コンテンツの開発と、SNS等での発信強化	旅行会社、宿泊事業者、自治体、観光協会	非常に多い
2. 持続可能な観光・オーバーツーリズム対策	「量」から「質」への転換を図り、旅行消費額を重視すべき - 地域住民の生活圏との調和、マナー啓発(ゴミ問題や騒音対策)の徹底 - 特定の地域・時期への集中を避けるため、休暇の分散や平日旅行へのインセンティブが必要	旅行会社、宿泊事業者、自治体、輸送事業者、外国語ガイド	非常に多い
3. 観光人材(ガイド)の確保と制度改善	- 通訳案内士試験が難しすぎるため、容易化して資格者を大幅に増やすべき - 無資格ガイド(非ライセンス)によるマナー違反や違法行為の取り締まり強化 - ガイドの労働環境(低賃金、長時間労働)の改善と、専門性への正当な報酬	外国語ガイド、旅行会社、宿泊事業者、DMO	多い
4. インフラ・二次交通の整備	- 地方における二次交通(タクシー、バス、自動運転等)の課題解決が不可欠 - キャッシュレス決済の導入支援や、公共交通機関の利便性向上 - 大型バスの乗降場所の整備 - 多言語サイネージの充実や、DXによる人手不足の解消	旅行会社、輸送事業者、宿泊事業者、観光施設	多い
5. 制度・税制・法規制の見直し・取り締まり強化	- 訪日短期観光査証(ビザ)の申請簡素化 - 旅行業法を海外OTAとの競争環境に合わせて改定すべき - 免税制度の廃止または見直し - 白タクや違法バス会社に対する厳格な取り締まり - 外国人向けの「入国税」や「環境整備税」などの新たな課税制度の検討	旅行会社、輸送事業者、外国語ガイド、宿泊事業者	多い
6. 国内旅行・教育旅行の振興	- インバウンドだけでなく、日本人旅行者の需要掘り起こしが必要 - 物価高騰に伴う修学旅行への支援や、ラーケーションの推進	宿泊事業者、旅行会社、その他非営利活動法人	中
7. DMOの役割と評価	- DMO、観光連盟、行政の役割区分を明確にし、予算配分を再検討すべき - DMOの登録数を増やすだけでなく、実効性を厳格に評価すべき	旅行会社、観光協会、DMO	中

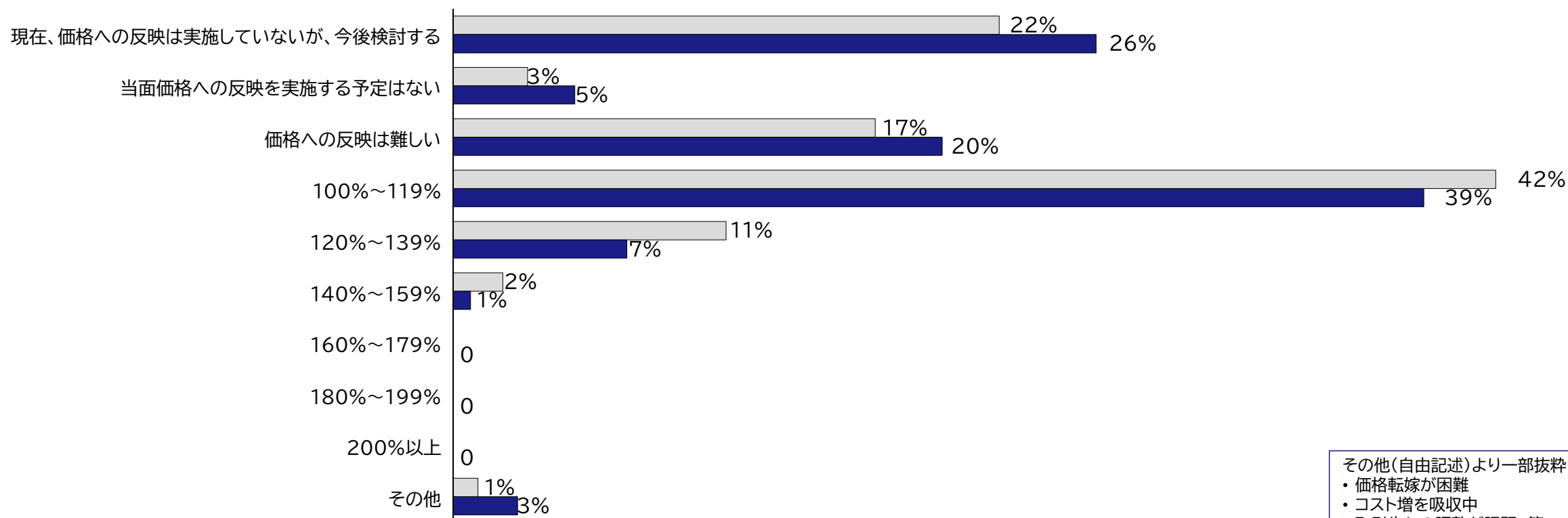
コスト上昇による価格への反映について

- コスト上昇分の価格への反映は前回よりも低くなっており、さまざまな要因で価格への反映に踏み切れない事業者が多いことが推測される。

Q26:現在、物価の上昇(高騰)等により、前年比で全般的に様々なコストが上昇していますが、貴社・貴組織・団体は、概ねどの程度コスト上昇に関して、価格への反映ができていますか？(単一回答)

【価格反映状況】

第4回(n=636) 第5回(n=719)



その他(自由記述)より一部抜粋
 ・価格転嫁が困難
 ・コスト増を吸収中
 ・取引先との調整が課題 等

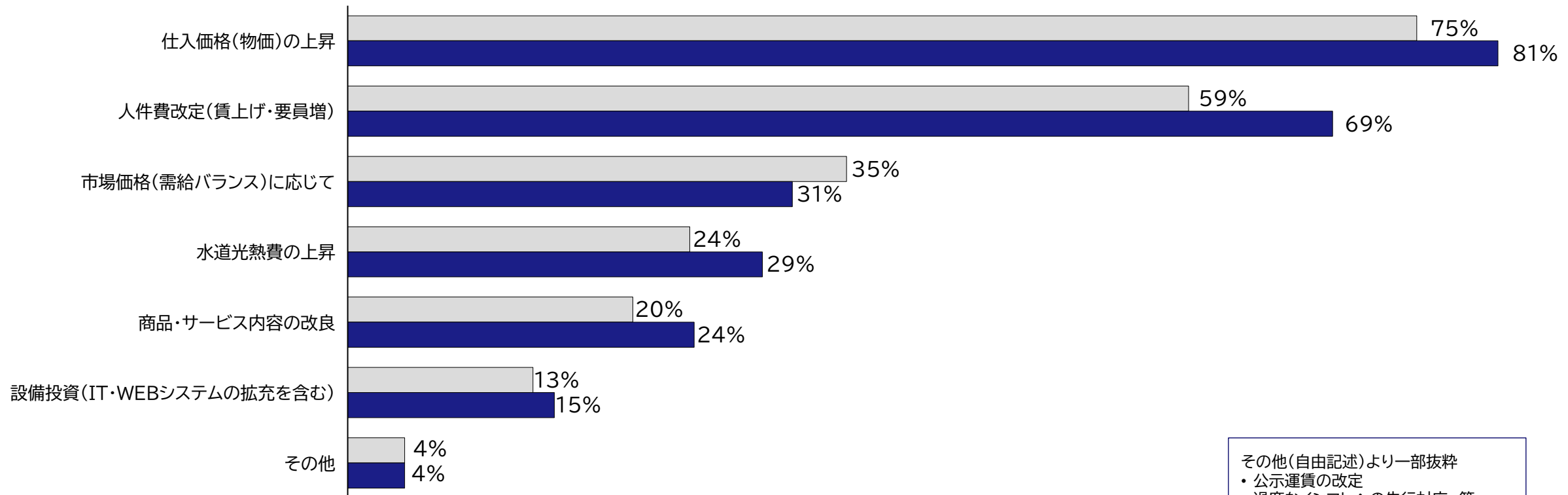
価格反映理由

- コスト上昇分の価格への反映理由は「仕入れ価格の上昇」「人件費改定」が2大要因でありそれぞれ前回より6ポイント、10ポイント増加した。

Q27:価格への反映をするに至った理由についてお聞かせください。(複数選択可能)

【価格反映理由】

■ 第4回(n=353) ■ 第5回(n=337)



その他(自由記述)より一部抜粋
 ・ 公示運賃の改定
 ・ 過度なインフレへの先行対応 等

国際園芸博覧会への取組状況と影響

- 国際園芸博覧会(GREEN×EXPO 2027)への取組については検討中・検討予定を合わせて31%となった。
- 関東への拠点の有無で大きく差が出ており「拠点がある」場合は検討中・予定が42%、「拠点がない」場合は22%となっている。
- インバウンドへの影響については「インバウンド受入人数の増加」が最も期待されているが「効果がない・限定的」という回答も36%となっている。

Q28:2027年3月から開催予定の国際園芸博覧会に向け、貴組織・団体で検討している取組・施策はありますか。(単一回答)

Q29:国際園芸博覧会は、インバウンド観光を取り巻く社会動向の変化と関連して、貴組織・団体の事業にどのようなポジティブな影響をもたらすと想定されますか。(複数選択可能)

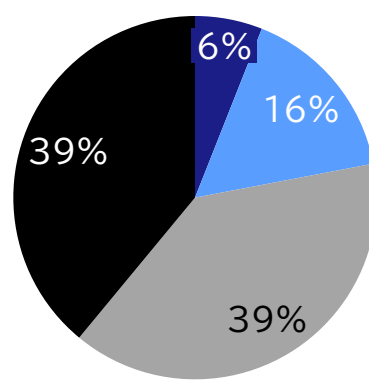
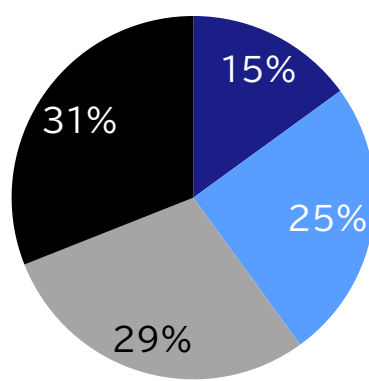
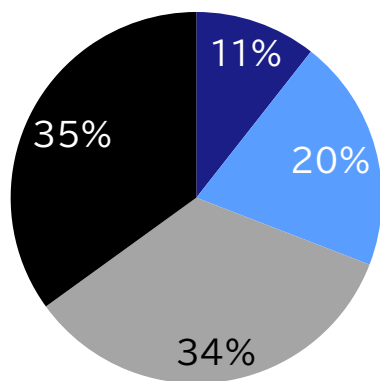
【国際園芸博覧会への取組状況】

- 検討している取組・施策がある
- まだ検討していないものの、取組・施策は検討する予定である(検討したい)
- 取組・施策を検討しておらず、今後も検討する予定はない
- 開催時期・規模・開催地などについて認知していなかった

【全体(N=975)】

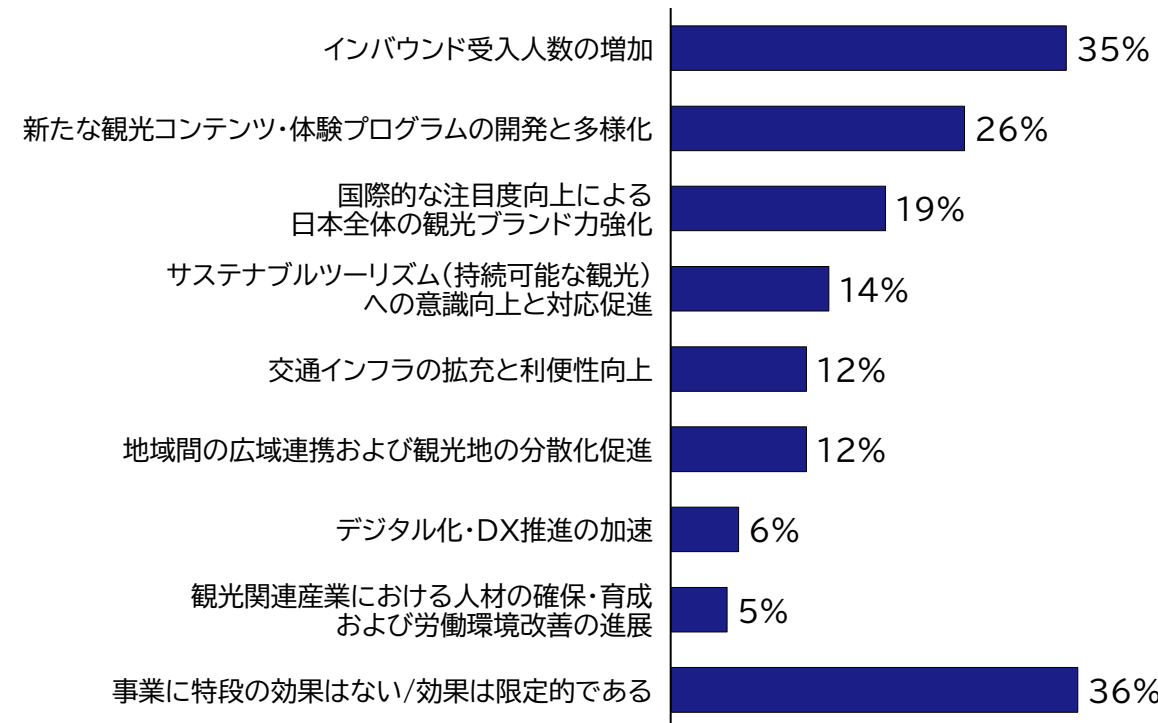
【関東に拠点あり(n=477)】

【関東に拠点なし(n=498)】



※関東に拠点あり: JATA関東支部(茨城県・栃木県・群馬県・埼玉県・千葉県・東京都・神奈川県・山梨県・長野県・新潟県)に回答者の営業拠点がある事業者

【国際園芸博覧会のインバウンドへの影響(N=975)】

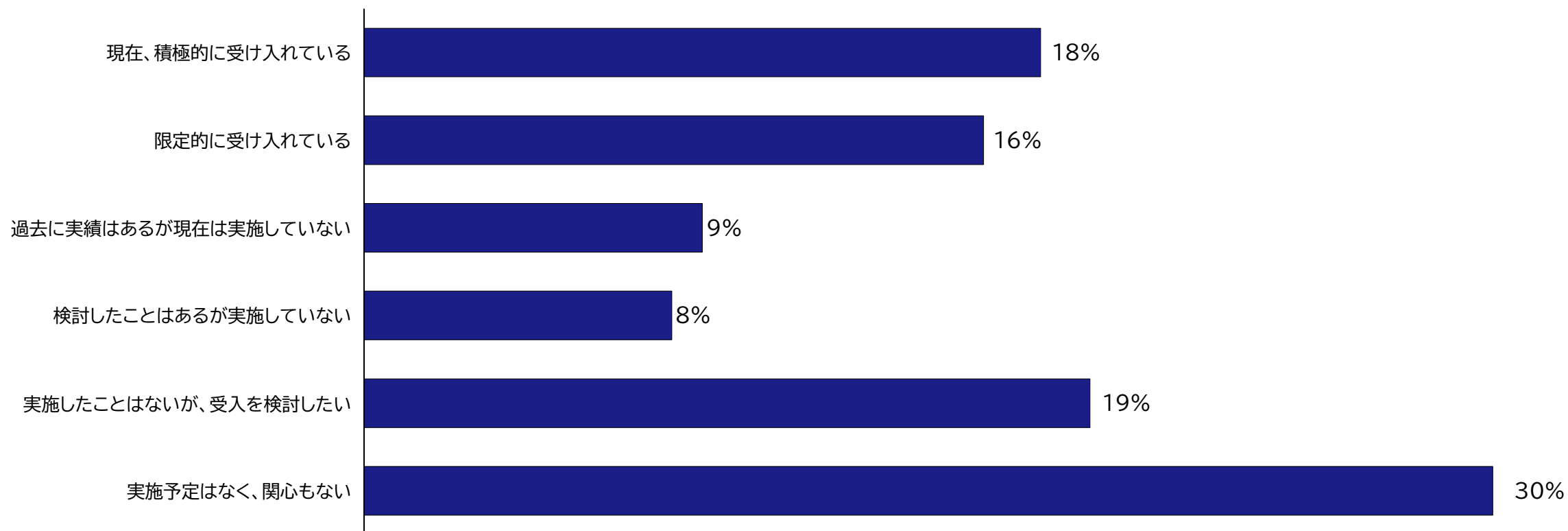


訪日教育旅行の実施状況

- 訪日教育旅行の受入については「積極的に受け入れている」「限定的に受け入れている」の合計が34%となっている一方、「実施予定はなく、関心もない」が30%と二分化されている。しかしながら「実施したことはないが、受入を検討したい」を加えるとポジティブな意見が53%と過半数を超えることから、将来的な関心は高いと推測される。

Q30:貴組織・団体における訪日教育旅行(海外の学校・学生の受入)の実施状況について、最も近いものをお選びください。(単一回答) ※長期受入(1ヵ月以上の交換留学生の受入などは除く)

【訪日教育旅行の実施状況(N=1,096)】

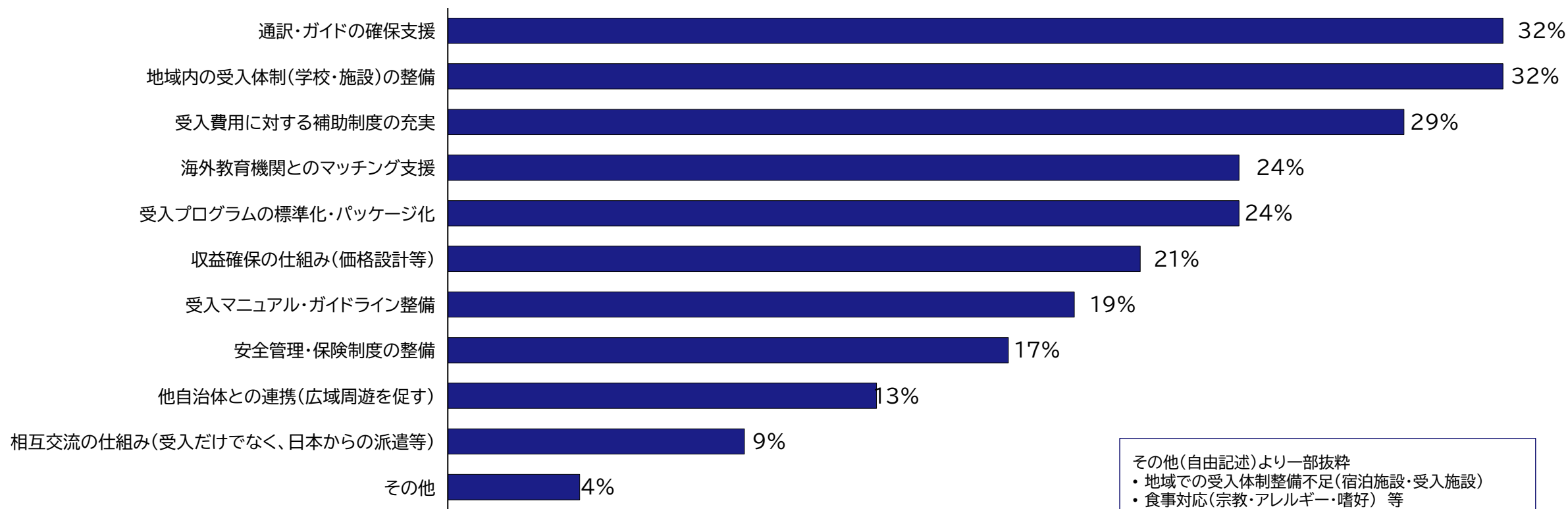


訪日教育旅行の課題

- 訪日教育旅行の課題は「通訳・ガイドの確保支援」、「地域内の受入体制(学校・施設)の整備」が32%の同率で最大の課題となっている。人材の確保、受入環境の整備等様々な課題を解決していくことが訪日教育旅行の受入拡大につながると推測される。

Q31:訪日教育旅行の受入拡大にあたり、課題は何と考えますか。最大3つまでお答えください。(複数選択可能)

【訪日教育旅行の課題(N=1,096)】



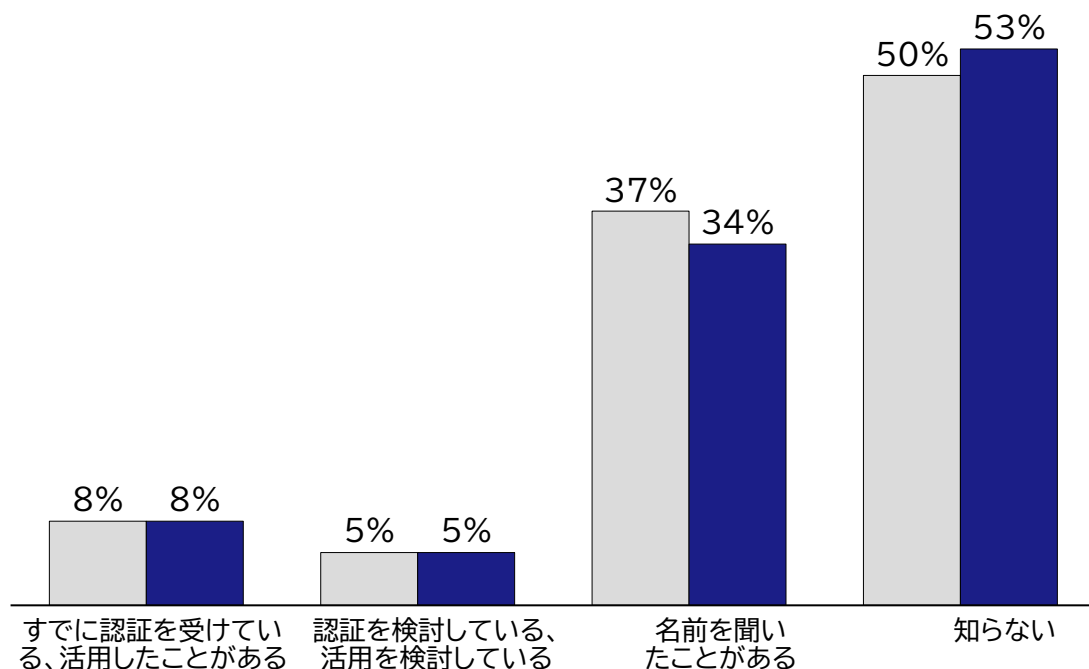
ツアーオペレーター品質認証制度の認知度

- ツアーオペレーター品質認証制度の認知度についてはほぼ前回と同様の結果となっている。
- 同制度の認知度については旅行会社とそれ以外の事業者で大きな差があり、旅行会社以外の事業者への認知度を上げることが喫緊の課題と考えられる。

Q21:ツアーオペレーター品質認証制度(*注)についてあてはまるものをお選びください。(単一回答)

【ツアーオペレーター品質認証制度の認知】 (単位:%)

■ 第4回(n=1,107) ■ 第5回(n=975)



【ツアーオペレーター品質認証制度の認知度】 (単位:%)
(旅行会社/旅行会社以外)

旅行会社(n=241)

旅行会社以外(n=734)

