

# ウィズコロナ・ポストコロナ下での 観光客に関する受入意識等調査

2023年3月24日

# 目次

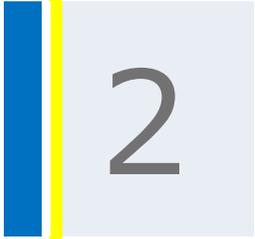
1 調査概要	2
2 受入側の意識調査（中国地方居住者）	4
受入側の意識調査（中国地方居住者）のまとめ	5
受入側の意識調査（中国地方居住者）調査結果	7
3 受入側の意識調査（宿泊事業者）	28
受入側の意識調査（宿泊事業者）のまとめ	29
受入側の意識調査（宿泊事業者）調査結果	31
4 訪日外国人側の意識調査（全国通訳案内士等）	52
訪日外国人側の意識調査（全国通訳案内士等）の概要	53
訪日外国人側の意識調査（全国通訳案内士等）調査結果	54
5 調査結果のまとめ	59
既存調査レポートによる補足	60
まとめ	66



# 調查概要

# 調査概要

調査目的	受入側及び訪日外国人側のコロナ禍前後での意識変容や訪日外国人の中国地方の観光に関する意識、日本の感染予防対策に対する感想などを調査・分析し結果を公表することでウィズコロナ・ポストコロナ時代にあった観光客受け入れにかかる取り組みの一助となることを目的とする。	
受入側の意識調査 (中国地方居住者)	調査方法	インターネット調査（※登録モニターを使用したクローズド調査）
	対象者	中国地方5県に居住している20歳以上の男女
	調査期間	令和4年11月1日～11月7日
	有効回答	1,259サンプル
受入側の意識調査 (宿泊事業者)	調査方法	郵送配布・郵送/WEB回収
	対象者	中国地方所在の宿泊事業者
	調査期間	令和5年1月31日～2月24日
	有効回答	66社
訪日外国人側の 意識調査 (全国通訳案内士等)	調査方法	インタビュー調査
	対象者	全国通訳案内士（一般社団法人 ひろしま通訳・ガイド協会、島根通訳案内士会）、留学生、旅行会社社員、通訳（調査対象市場出身）等
	調査市場	欧米豪・台湾・中国・香港・韓国
	調査期間	令和4年10月26日～令和5年2月13日
	有効回答	35サンプル



2

# 受入側の意識調査 (中国地方居住者)

# 受入側の意識調査（中国地方居住者）のまとめ

## ■観光客の受入意向

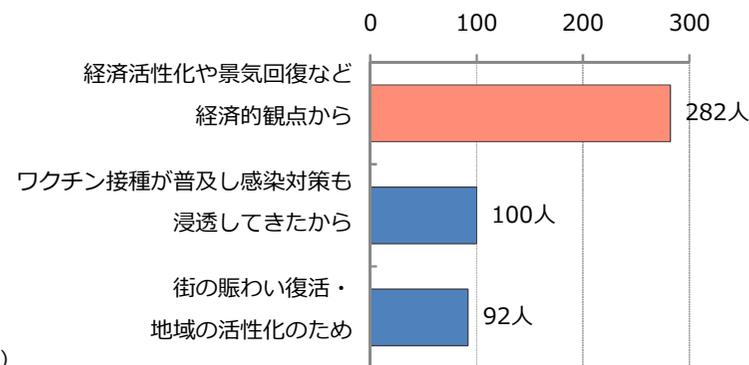
### ◆新型コロナウイルス感染症流行前、流行直後

観光客受入に賛成する人は、国内観光客では7割台前半、海外観光客では約6割であったが、感染症流行直後では国内観光客で3割台後半、海外観光客で2割台半ばとなっている。

### ◆2022年11月現在

観光客受入に賛成する人は、国内観光客では5割台後半、海外観光客では4割台前半となっている。国内観光客受入に**賛成**する理由では「経済活性化や景気回復など経済的観点」とする人が最も多かった。一方海外観光客受入に**反対**する理由では「衛生観念の違い」が最も多くなっている。

【国内観光客の受入**賛成**の理由（トップ3）】



### ◆新型コロナウイルス感染症収束後

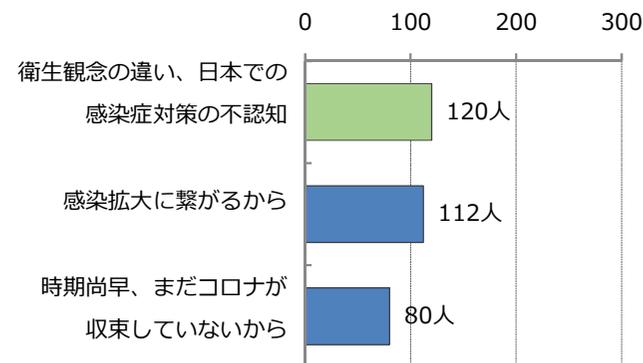
観光客受入に賛成する人は、国内観光客では7割台後半、海外観光客では6割台後半となっており、いずれも感染症流行前を上回っている。居住地域別にみると、国内・海外ともに島根県で高くなっている。

【観光客の受入賛成の割合（居住地別）】

(%)

		全体	鳥取県	島根県	岡山県	広島県	山口県
新型コロナウイルス感染症流行前	国内	72.6	71.1	77.8	74.1	69.2	70.7
	海外	59.9	59.7	67.4	56.2	58.4	57.3
新型コロナウイルス感染症流行直後	国内	36.4	34.8	33.3	41.4	38.8	33.6
	海外	25.7	23.7	26.2	28.7	28.0	21.7
現在(2022年11月)	国内	57.1	51.4	61.9	59.3	59.2	53.7
	海外	41.1	37.6	46.0	40.6	46.8	34.4
新型コロナウイルス感染症収束後	国内	76.1	73.2	81.4	76.1	77.6	72.3
	海外	68.4	66.8	76.2	67.4	68.4	63.6

【海外観光客の受入**反対**の理由（トップ3）】

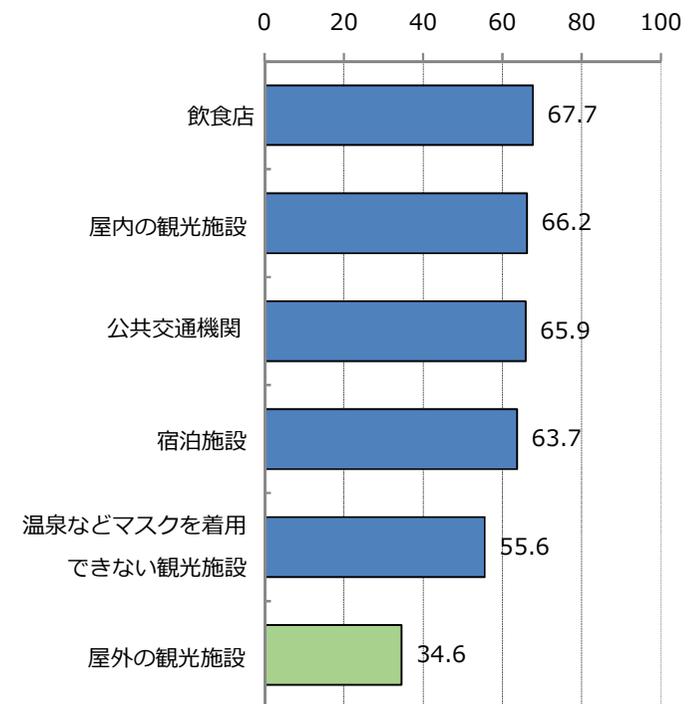


# 受入側の意識調査（中国地方居住者）のまとめ

## ■観光客受入のために必要な取組

- ◆観光地を訪れる際の感染症対策では、公共交通機関、飲食店、宿泊施設、屋内の観光施設を利用する際に気にする人が6割台と高くなっている。一方、屋外の観光施設で気にする人は3割台半ばにとどまっている。
- ◆観光地で宿泊施設を選ぶときに重視することでは、「消毒やマスク着用などの衛生管理が徹底されている」が6割台後半と最も高く、次いで「宿泊施設に無料の駐車場があること」などの順となっている。
- ◆**観光客**に実施してほしい感染症対策では、「マスクの着用・アルコール消毒など個人での感染症対策」との回答が最も多かった。
- ◆**宿泊施設に実施してほしい**感染症対策では、「消毒の徹底」、「マスク着用の徹底」など今まで通りの基本的な感染症対策に関する意見が多かった。
- ◆観光振興のために注力すべき取組では、県の魅力を発信する取組など広報宣伝活動に関する意見が最も多く、次いで、アクセスや二次交通対策など交通に関する意見が多かった。

【施設の感染症対策に対する意識】



- ◆観光客の受入意向は回復傾向にあるが、海外観光客受入にたいしては「衛生観念が違う」という不安があり、不安を払拭するための取組が必要である。
- ◆新型コロナウイルス感染症収束後の受入意向はどの地域でも感染症流行以前よりも賛成の割合が多くなっており、期待感が高まっている
- ◆観光客、宿泊施設には依然として基本的な感染症対策が求められており、今後も継続して取り組んでいくことが重要である。

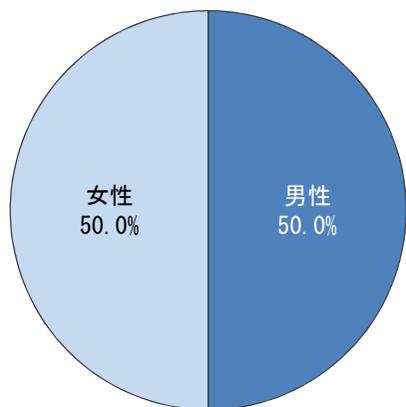
# 受入側の意識調査（中国地方居住者）

## 《図表データの見方》

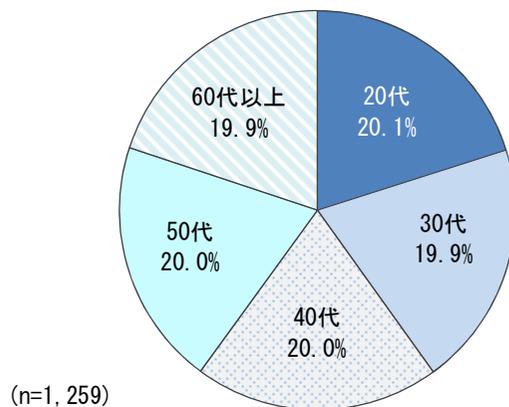
- (1) 図表の比率は百分率（%）で表示し、小数点以下第2位を四捨五入し算出しているため、合計が100%を上下する場合がある。
- (2) 図表中の「n」はnumber of casesの略で、回答者総数または分類別の回答者数を示す。各比率はnを100%として算出している。
- (3) 複数の回答を求めた質問では、その設問の回答者数を基数としているため、回答比率が100%を超えることがある。

## ◆全回答者の属性

### 〈性別〉



### 〈年代〉

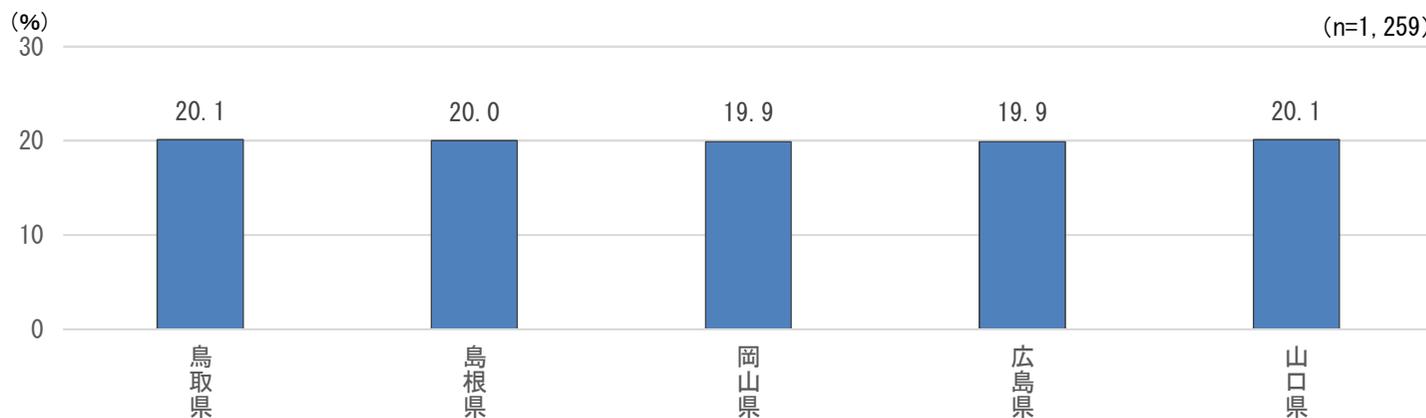


### 〈性・年代〉

件数	性別				
	男性 20代	男性 30代	男性 40代	男性 50代	男性 60代以上
1, 259	10.2	10.0	9.9	10.0	9.9
	女性 20代	女性 30代	女性 40代	女性 50代	女性 60代以上
	9.9	9.9	10.1	10.0	10.0

(%)

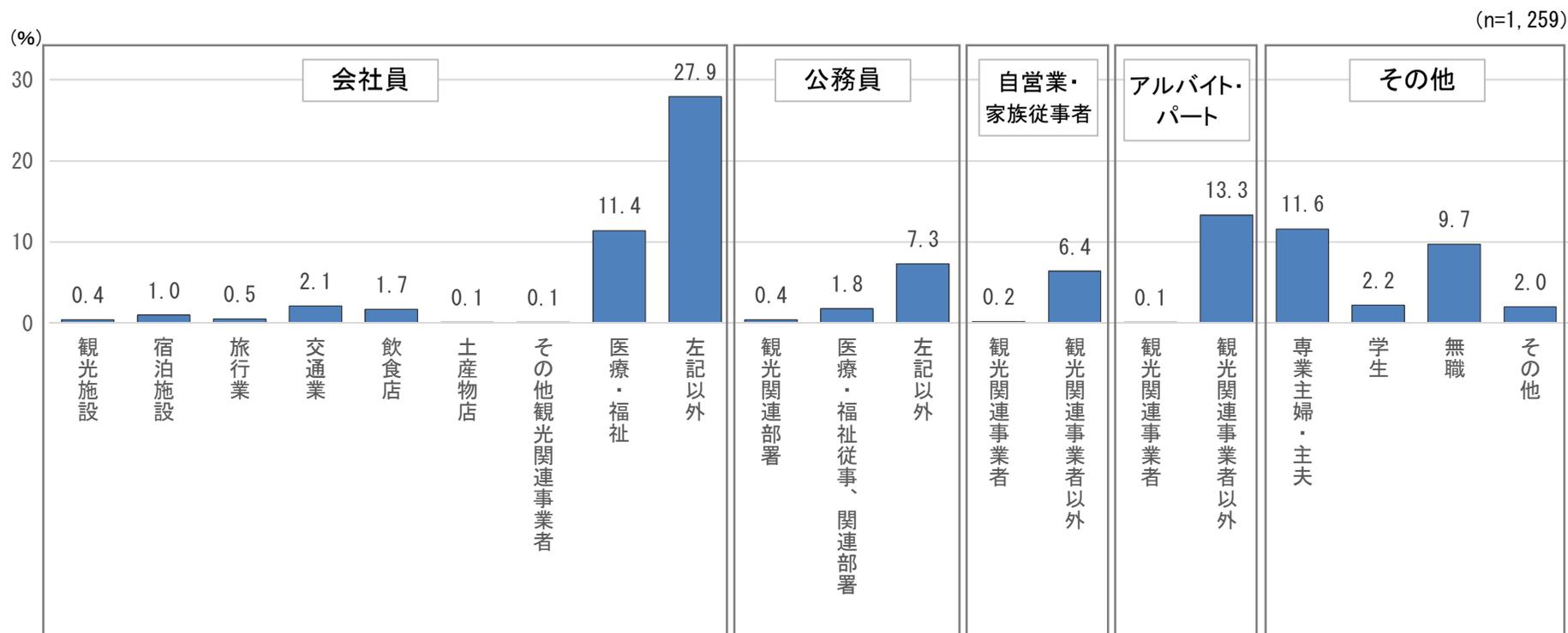
### 〈居住地域〉



# 受入側の意識調査（中国地方居住者）

## ◆全回答者の属性

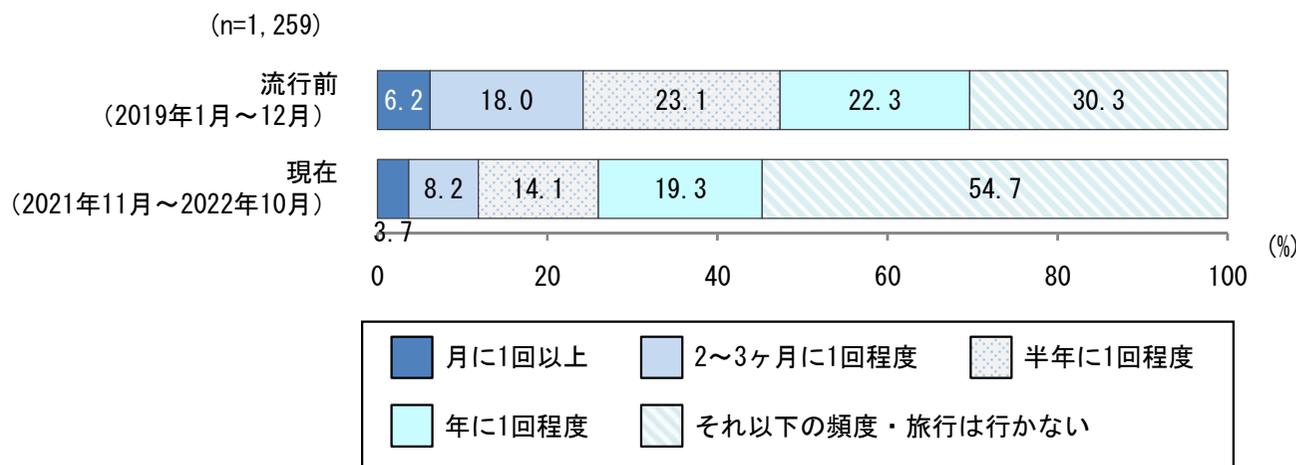
### 〈職業〉



# 受入側の意識調査（中国地方居住者）

Q2. あなたは年間どのくらい国内旅行に行きますか。2019年1月～12月（新型コロナウイルス感染症の流行前）と、2021年11月～2022年10月（直近）の状況についてそれぞれお答えください。

## ◆国内旅行の頻度

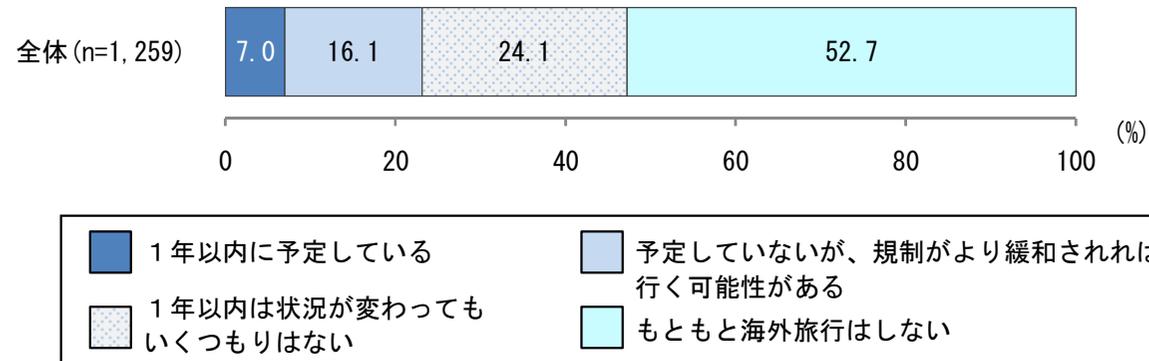


- ◆国内旅行の頻度について、新型コロナウイルス感染症の流行前では「年に1回以下の頻度・旅行は行かない」との回答が30.3%と最も高く、次いで「半年に1回程度」（23.1%）、「年に1回程度」（22.3%）などの順となっている。
- ◆現在では「年に1回以下の頻度・旅行は行かない」との回答が54.7%と最も高く、次いで「年に1回程度」（19.3%）、「半年に1回程度」（14.1%）などの順となっている。
- ◆「年に1回以下の頻度・旅行は行かない」との回答は現在が流行前を24.4ポイント上回っている。

# 受入側の意識調査（中国地方居住者）

Q3. あなたは今後1年以内（2022年11月～2023年10月）に海外旅行に行く予定はありますか。

## ◆今後1年間に海外旅行へ行く予定



- ◆今後1年間に海外旅行へ行く予定について、「1年以内は状況が変わってもいくつもりはない」との回答が24.1%と高く、次いで「予定していないが、規制がより緩和されれば行く可能性がある」（16.1%）、「1年以内に予定している」（7.0%）の順となっている。また、「もともと海外旅行はしない」との回答は52.7%と最も高くなっている。

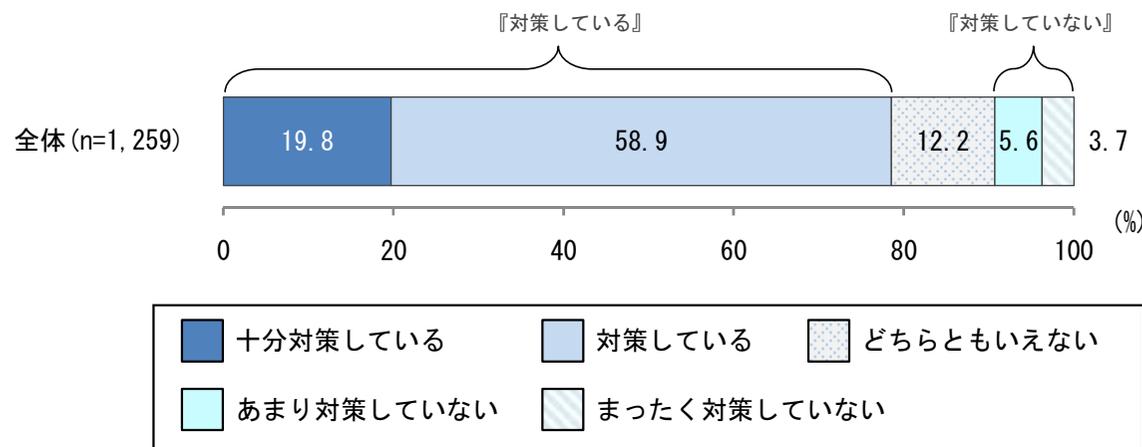
# 受入側の意識調査（中国地方居住者）

Q4. 日常的な新型コロナウイルス感染症の対策について、あなたはどの程度実施していますか。

## ◆ 日常的な感染症対策

『対策している』：「十分対策している」と「対策している」を合わせた割合

『対策していない』：「まったく対策していない」と「あまり対策していない」を合わせた割合



◆ 日常的な感染症対策について、『対策している』との回答が78.7%、『対策していない』との回答が9.3%となっている。

# 受入側の意識調査（中国地方居住者）

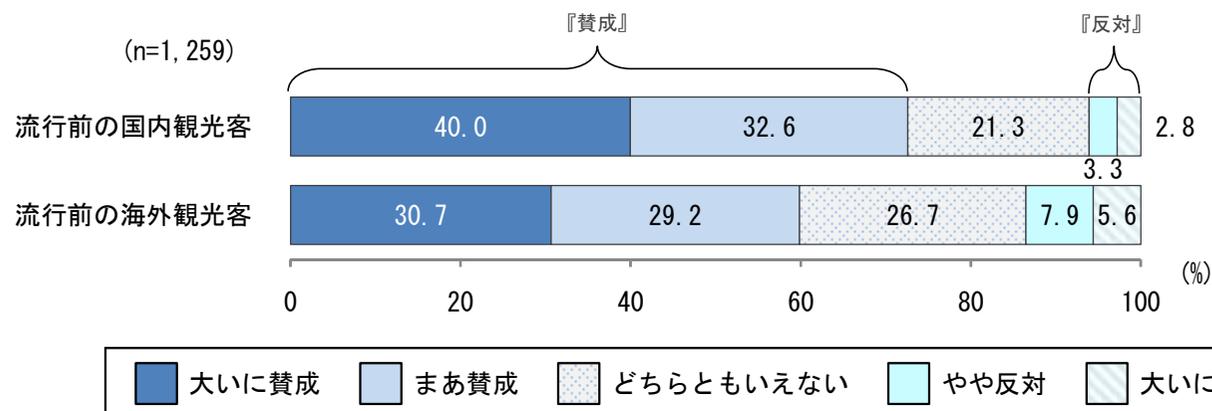
【新型コロナウイルス感染症“**流行前の2019年以前**”のあなたの考えをお答えください。】

Q5. あなたの住んでいる県に観光客が来ることについて、あなたはどのようにお考えでしたか。国内からの観光客、海外からの観光客それぞれについてお答えください。

## ◆観光客の受入（感染症流行前）

『賛成』：「大いに賛成」と「まあ賛成」を合わせた割合

『反対』：「大いに反対」と「やや反対」を合わせた割合



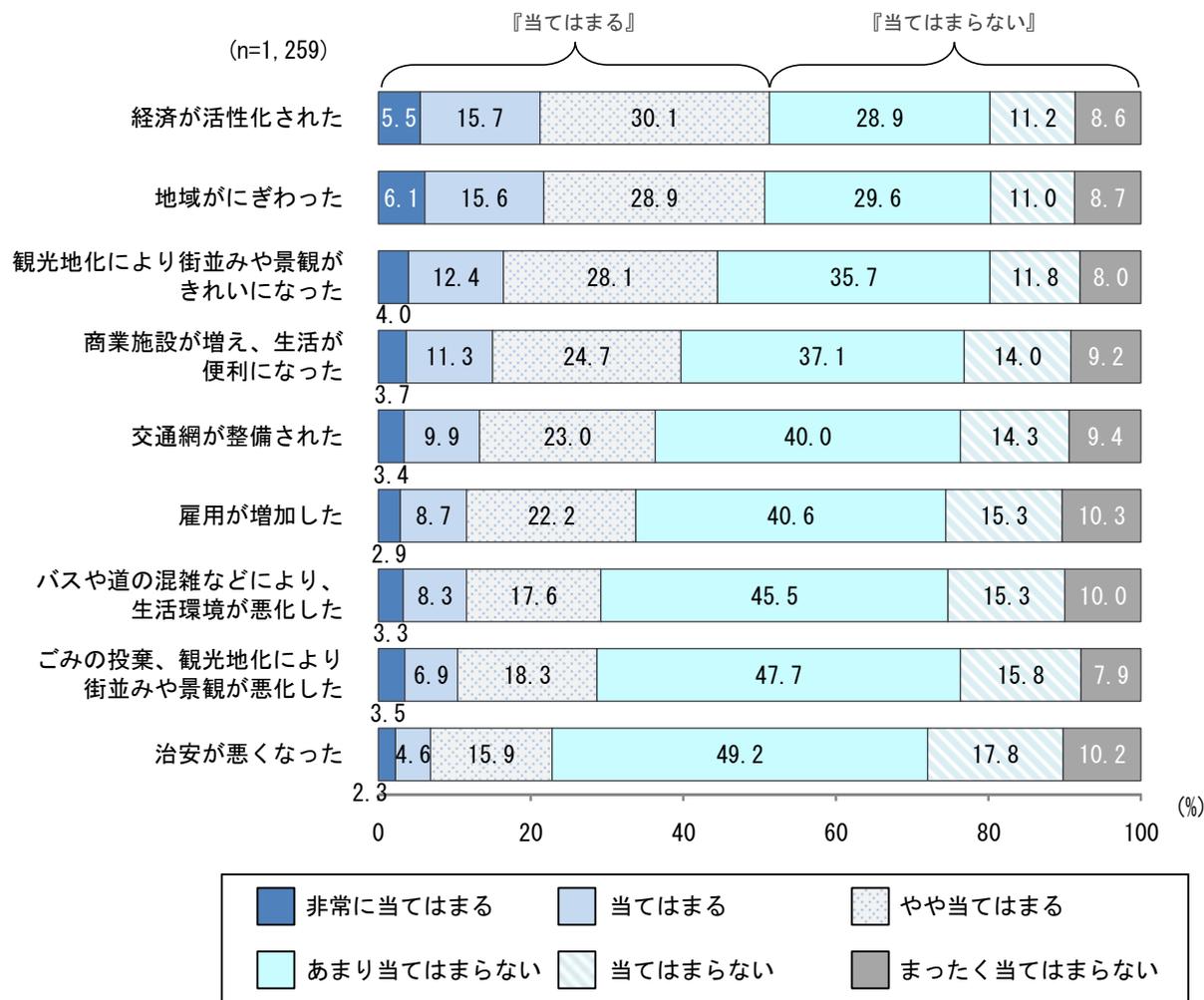
- ◆感染症流行前の観光客受入について、国内観光客の受入では『賛成』との回答が72.6%、『反対』との回答が6.1%となっている。
- ◆海外観光客の受入では、『賛成』との回答が59.9%、『反対』との回答が13.5%となっている。
- ◆国内観光客と海外観光客で比較すると、『賛成』との回答は国内観光客が海外観光客を12.7ポイント上回っている。

# 受入側の意識調査（中国地方居住者）

Q6. 新型コロナウイルス感染症"流行前の2019年以前"の状況をお答えください。

あなたの住んでいる県に観光客が来るとどういった影響がありましたか。それぞれお答えください。

## ◆観光客が来ることによる影響（感染症流行前）



『当てはまる』：「非常に当てはまる」と「当てはまる」と「やや当てはまる」を合わせた割合

『当てはまらない』：「まったく当てはまらない」と「当てはまらない」と「あまり当てはまらない」を合わせた割合

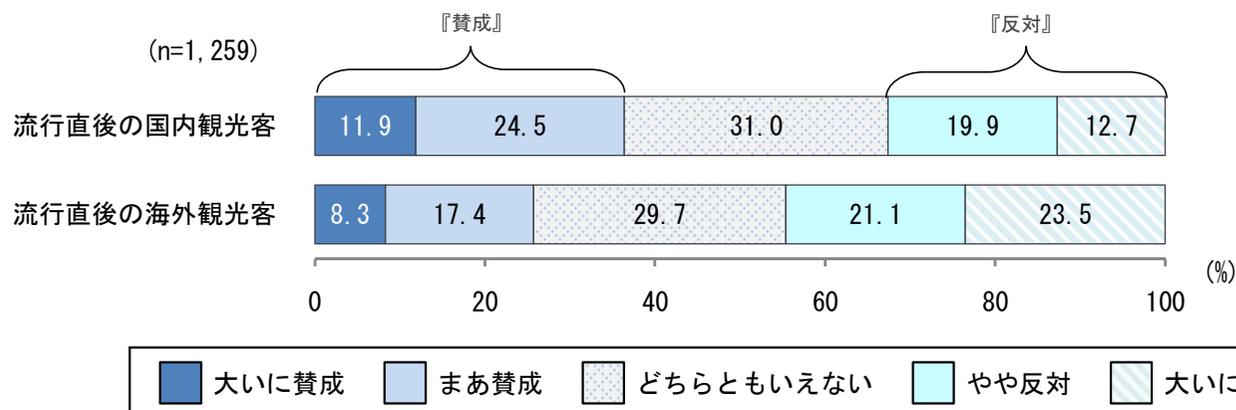
◆感染症流行前に観光客が来ることによる影響について、『当てはまる』との回答は「経済が活性化された」（51.3%）、「地域がにぎわった」（50.6%）で高く、「バスや道の混雑などにより、生活環境が悪化した」（29.2%）、「ごみの投棄、観光地化により街並みや景観が悪化した」（28.7%）、「治安が悪くなった」（22.8%）で低くなっている。

# 受入側の意識調査（中国地方居住者）

【新型コロナウイルス"流行直後の2020年"のあなたの考えをお答えください。】

Q7. あなたの住んでいる県に観光客が来ることについて、あなたはどのように思いますか。国内からの観光客、海外からの観光客それぞれについてお答えください。

## ◆観光客の受入（感染症流行直後）



- ◆感染症流行直後の観光客受入について、国内観光客の受入では『賛成』との回答が36.4%、『反対』との回答が32.6%となっている。
- ◆海外観光客の受入では、『賛成』との回答が25.7%、『反対』との回答が44.6%となっている。
- ◆国内観光客と海外観光客で比較すると、『賛成』との回答は国内観光客が海外観光客を10.7ポイント上回っている。

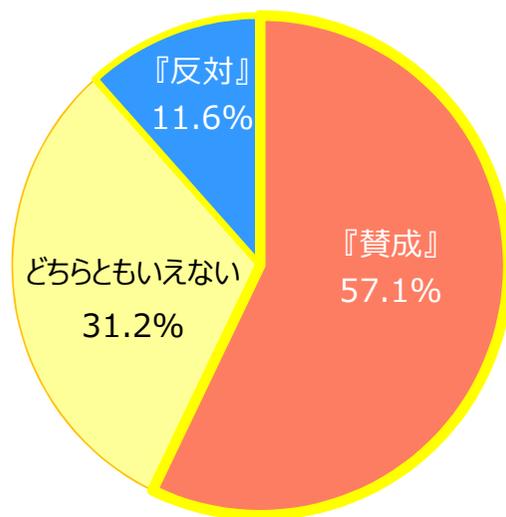
# 受入側の意識調査（中国地方居住者）

【"2022年11月現在"のあなたの考えをお答えください。】

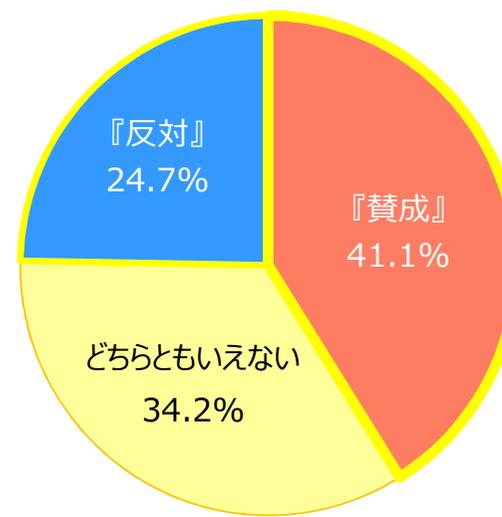
Q8. あなたの住んでいる県に観光客が来ることについて、あなたはどのように思いますか。国内からの観光客、海外からの観光客それぞれについてお答えください。

## ◆観光客の受入（現在）

【国内観光客】



【海外観光客】



- ◆現在の観光客受入について、国内観光客の受入では『賛成』との回答が57.1%、『反対』との回答が11.6%となっている。
- ◆海外観光客の受入では、『賛成』との回答が41.1%、『反対』との回答が24.7%となっている。

# 受入側の意識調査（中国地方居住者）

Q9. 前問Q8：2022年11月現在の観光客受入の考え方について、その回答とした理由をお答えください。

## ◆国内観光客

### 賛成の理由

1 位	経済活性化や景気回復など経済的観点から	282 件
2 位	ワクチン接種が普及し感染対策も浸透してきたから	100 件
3 位	街の賑わい復活・地域の活性化のため	92 件

### 反対の理由

1 位	感染拡大に繋がるから	109 件
2 位	まだコロナが収束していないから、時期尚早	76 件
3 位	感染対策をしない人が多いから	22 件

- ◆現在の国内観光客受入について、『賛成』の理由では「経済活性化や景気回復など経済的観点から」との意見が最も多くなっている。
- ◆『反対』の理由では、「感染拡大に繋がるから」との意見が最も多く、次いで「まだコロナが収束していないから、時期尚早」などの順となっている。

# 受入側の意識調査（中国地方居住者）

Q9. 前問Q8：2022年11月現在の観光客受入の考え方について、その回答とした理由をお答えください。

## ◆海外観光客

### 賛成の理由

1 位	経済活性化や景気回復など経済的観点から	182 件
2 位	街の賑わい復活・地域の活性化のため	50 件
3 位	インバウンド消費の拡大、外貨獲得のため	42 件

### 反対の理由

1 位	衛生観念の違い、日本での感染対策の不認知	120 件
2 位	感染拡大に繋がるから	112 件
3 位	時期尚早、まだコロナが収束していないから	80 件

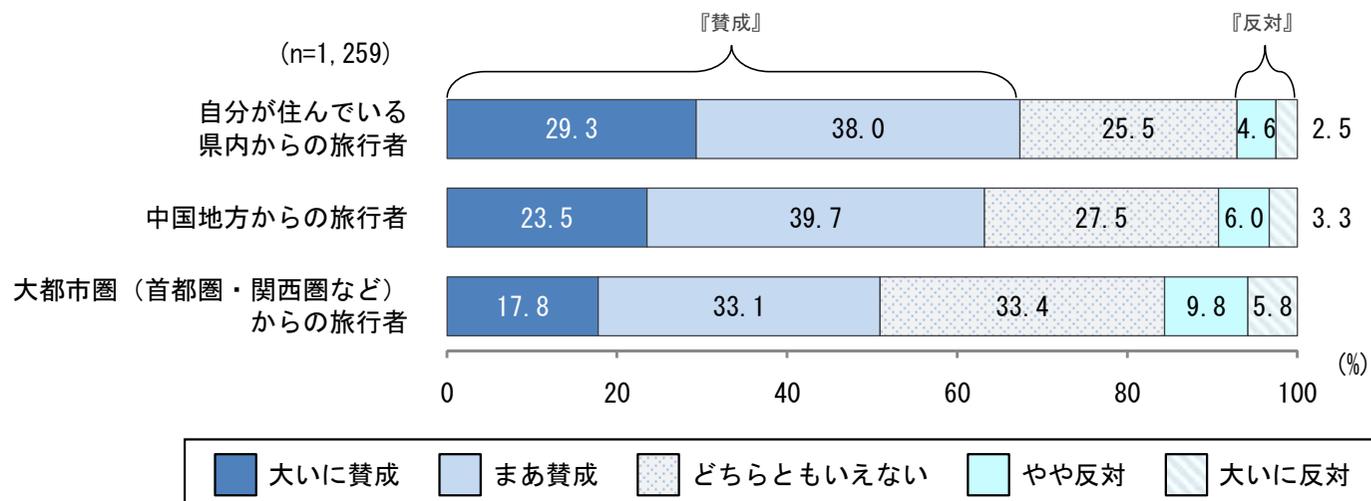
- ◆現在の海外観光客受入について、『賛成』の理由では「経済活性化や景気回復など経済的観点から」との意見が最も多くなっている
- ◆『反対』の理由では、「衛生観念の違い、日本での感染対策の不認知」との意見が最も多く、次いで「感染拡大に繋がるから」などの順となっている。

# 受入側の意識調査（中国地方居住者）

Q10．"2022年11月現在"のあなたの考えをお答えください。

あなたの住んでいる県に国内観光客が来ることについて、どう思いますか。それぞれお答えください。

## ◆国内観光客の受入（現在）



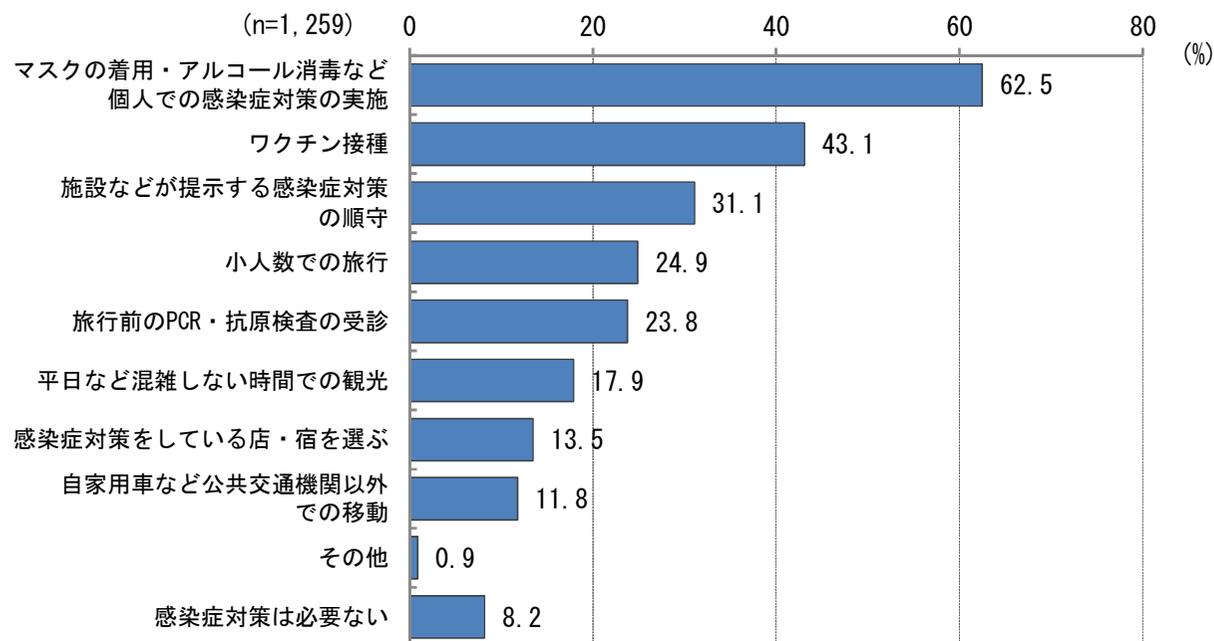
◆現在の国内観光客受入について、『賛成』との回答は「自分が住んでいる県内からの旅行者」で67.3%、「中国地方からの旅行者」で63.2%、「大都市圏（首都圏・関西圏など）からの旅行者」で50.9%となっている。

◆『賛成』との回答は「自分が住んでいる県内からの旅行者」が「大都市圏（首都圏・関西圏など）からの旅行者」を16.4ポイント上回っている。

# 受入側の意識調査（中国地方居住者）

Q11. 次のうち、あなたのお住まいの県を訪れる観光客に、実施してほしい感染症対策はどれですか。  
特に重視するものを3つまでお答えください。

## ◆実施してほしい感染症対策



◆自分が住んでいる県を訪れる観光客に実施してほしい感染症対策について、「マスクの着用・アルコール消毒など個人での感染症対策の実施」との回答が62.5%と最も高く、次いで「ワクチン接種」（43.1%）、施設などが提示する感染症対策の順守」（31.1%）などの順となっている。

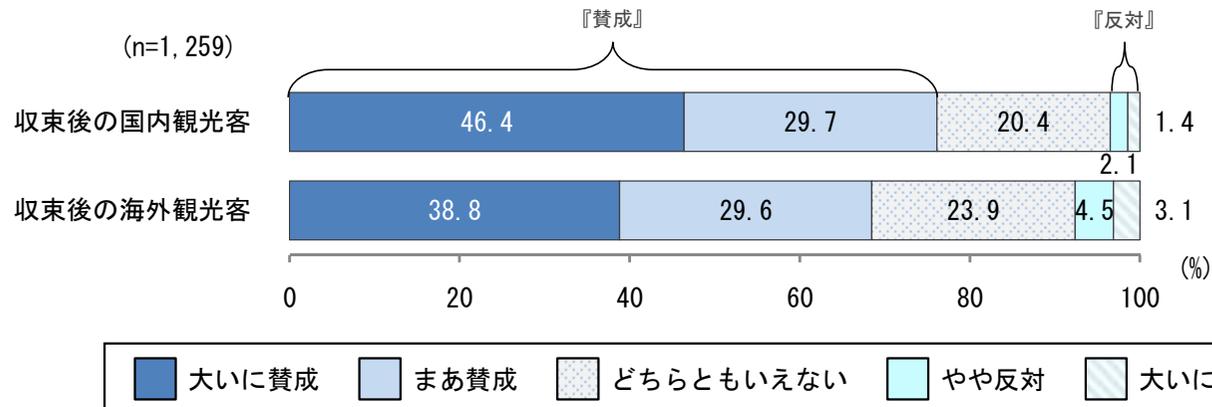
# 受入側の意識調査（中国地方居住者）

【新型コロナウイルス感染症"収束後"のあなたの考えをお答えください。】

※ここでの**収束後**とは、インフルエンザのような感染症と同程度の扱いになることを指します。

Q12. あなたの住んでいる県に観光客が来ることについて、あなたはどのように思いますか。国内からの観光客、海外からの観光客それぞれについてお答えください。

## ◆観光客の受入（収束後）



- ◆ 感染症収束後の観光客受入について、国内観光客の受入では『賛成』との回答が76.1%、『反対』との回答が3.5%となっている。
- ◆ 海外観光客の受入では、『賛成』との回答が68.4%、『反対』との回答が7.6%となっている。
- ◆ 国内観光客と海外観光客で比較すると、『賛成』との回答は国内観光客が海外観光客を7.7ポイント上回っている。

# 受入側の意識調査（中国地方居住者）

Q13. あなたの住んでいる県における観光振興において、注力すべき取組はなんだと思いますか。

## ◆観光振興のために注力すべき取組（自由意見）

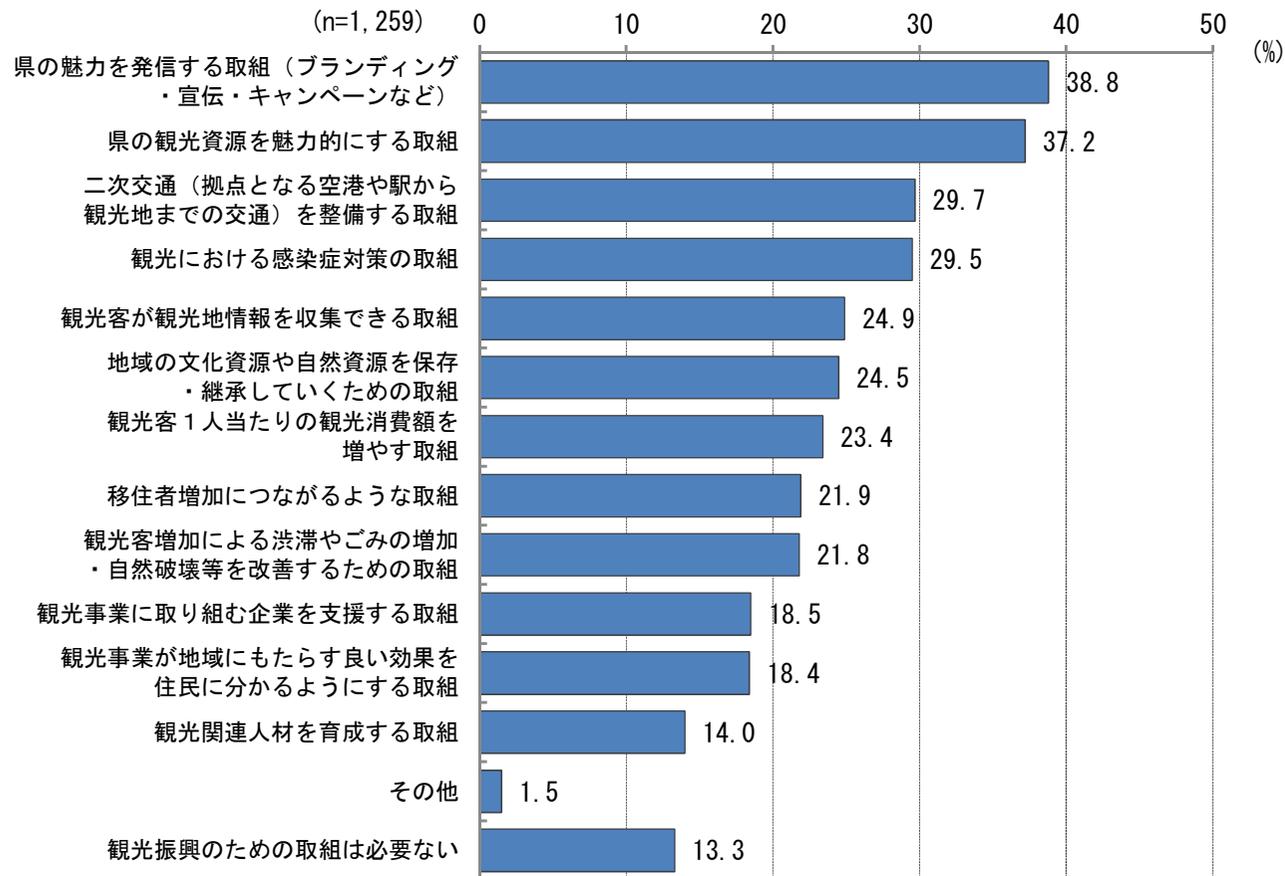
主な意見	
◆ 広報宣伝活動に関する意見	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 観光地の魅力の発信、広報宣伝活動</li><li>・ 観光資源の発掘・観光地の魅力の再発掘</li><li>・ 史跡・観光施設の充実・整備</li><li>・ グルメ・特産品の充実</li><li>・ 宿泊施設の充実</li><li>・ クーポンの発行・割引の実施など費用の助成 など</li></ul>
◆ 交通に関する意見	<ul style="list-style-type: none"><li>・ アクセスしやすい交通整備</li><li>・ 観光地・施設の駐車場整備</li><li>・ 渋滞緩和</li><li>・ 二次交通対策 など</li></ul>
◆ 感染症対策に関する意見	<ul style="list-style-type: none"><li>・ マスクの着用・消毒・人数制限など感染対策</li><li>・ ワクチン接種</li><li>・ コロナ対策の緩和</li><li>・ PCR検査・陰性証明の提示 など</li></ul>

◆観光振興のために注力すべき取組について、自由意見では「広報宣伝活動に関する意見」、「交通に関する意見」、「感染症対策に関する意見」などが多かった。

# 受入側の意識調査（中国地方居住者）

Q14．あなたの住んでいる県における観光振興について、注力すべき取組はなんだと思いますか。  
あてはまるものをすべてお答えください。

## ◆観光振興のために注力すべき取組（選択肢）



◆観光振興のために注力すべき取組について、選択肢では「県の魅力を発信する取組（ブランディング・宣伝・キャンペーンなど）」との回答が38.8%と最も高く、次いで「県の観光資源を魅力的にする取組」（37.2%）、「二次交通（拠点となる空港や駅から観光地までの交通）を整備する取組」（29.7%）、「観光における感染症対策の取組」（29.5%）などの順となっている。

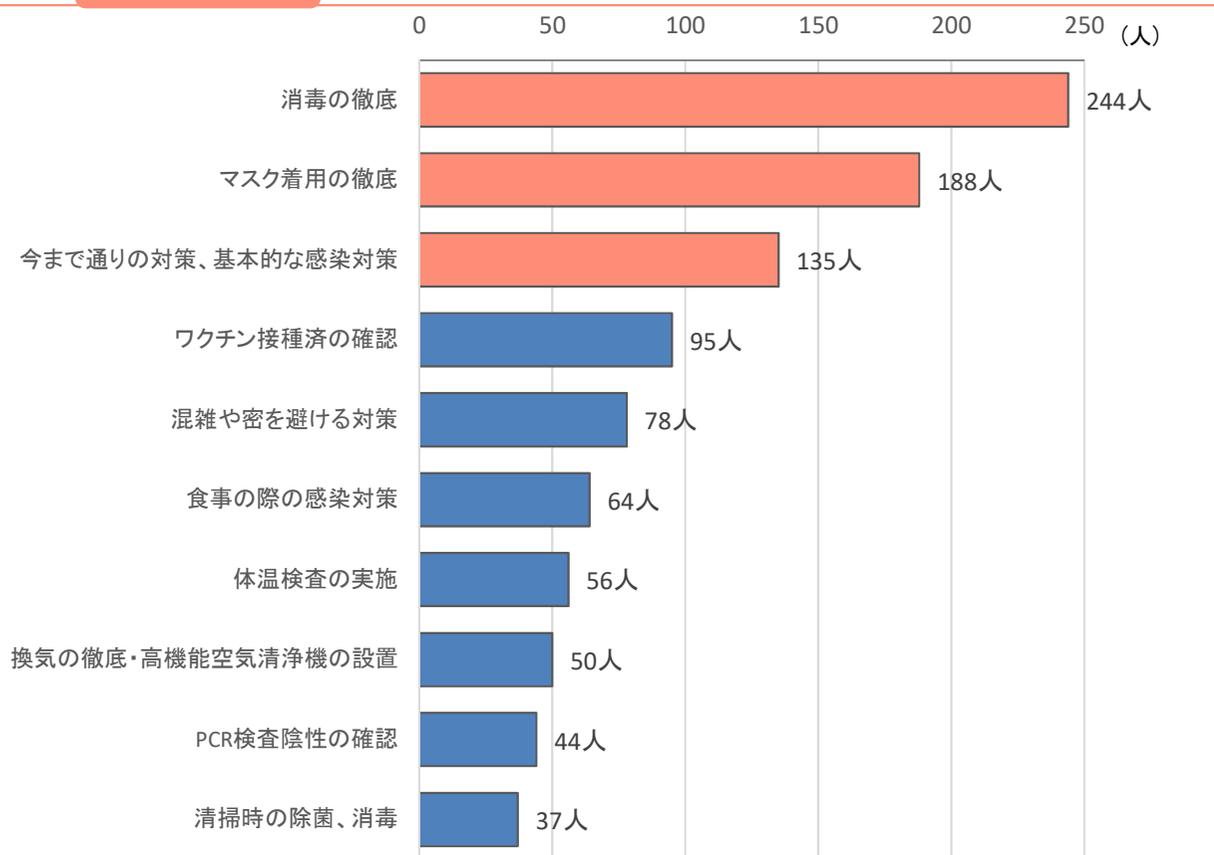
# 受入側の意識調査（中国地方居住者）

【“あなたの住んでいる県に今月観光客が来るとしたら”という設定でお答えください。】

Q15. 観光客を受け入れるにあたって、自分の県の宿泊施設にどのような感染症対策を実施してほしいですか。

## ◆観光客受入にあたり、してほしい感染症対策（自由意見）

トップ10



◆観光客受入にあたり、してほしい感染症対策について、自由意見では「消毒の徹底」との回答が244人と最も多く、次いで「マスク着用の徹底」（188人）、「今まで通りの対策、基本的な感染症対策」（135人）などの順となっている。

# 受入側の意識調査（中国地方居住者）

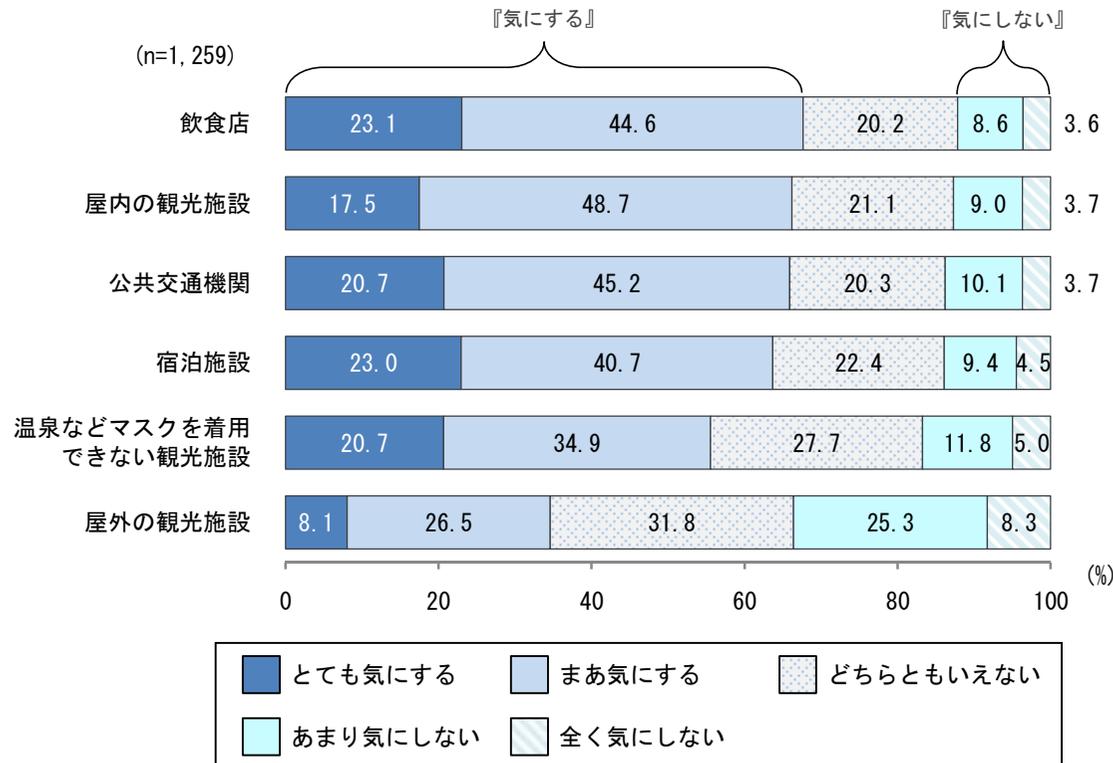
【“あなたが今月国内旅行に行くとしたら”という設定でお答えください。】

Q16. 次の施設の感染症対策はどれくらい気にしますか。

## ◆施設の感染症対策に対する意識

『気にする』：「とても気にする」と「まあ気にする」を合わせた割合

『気にしない』：「全く気にしない」と「あまり気にしない」を合わせた割合



◆施設の感染症対策に対する意識について、『気にする』との回答は「飲食店」（67.7%）、「屋内の観光施設」（66.2%）、「公共交通機関」（65.9%）、「宿泊施設」（63.7%）で高く、「屋外の観光施設」（34.6%）で低くなっている。

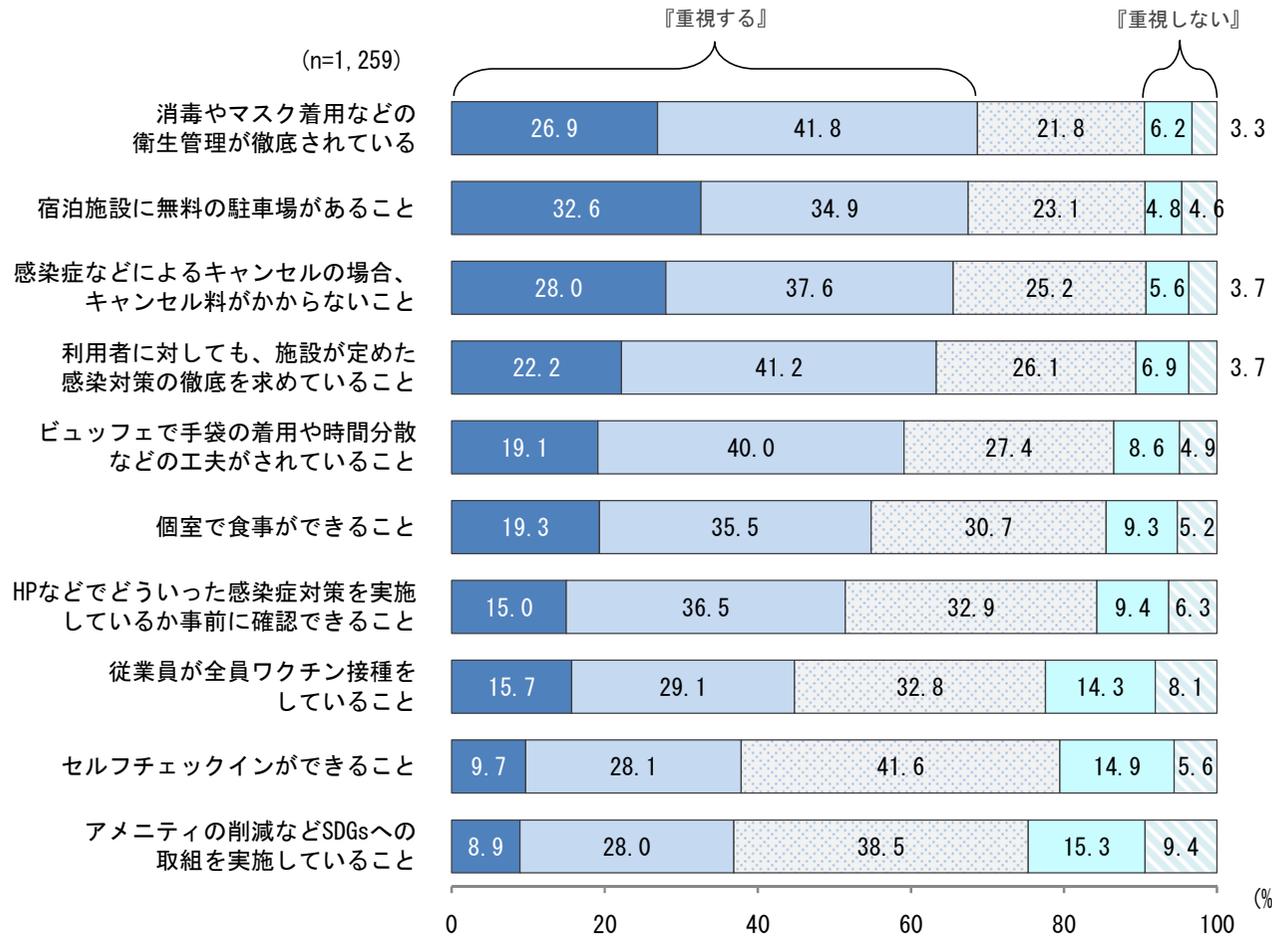
# 受入側の意識調査（中国地方居住者）

Q17. あなたが宿泊施設を選ぶときにどういったことを重視しますか。それぞれお答えください。

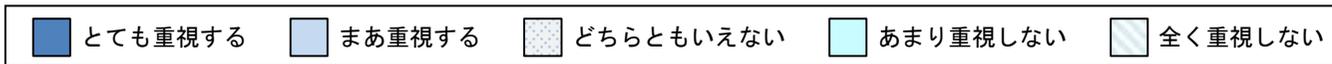
## ◆ 宿泊施設を選ぶときに重視すること

『重視する』：「とても重視する」と「まあ重視する」を合わせた割合

『重視しない』：「全く重視しない」と「あまり重視しない」を合わせた割合



◆ 宿泊施設を選ぶときに重視することについて、『重視する』との回答は、「消毒やマスク着用などの衛生管理が徹底されている」（68.7%）、「宿泊施設に無料の駐車場があること」（67.5%）、「感染症などによるキャンセルの場合、キャンセル料がかからないこと」（65.6%）で高く、「セルフチェックインができること」（37.8%）、「アメニティの削減などSDGsへの取組を実施していること」（36.9%）で低くなっている。

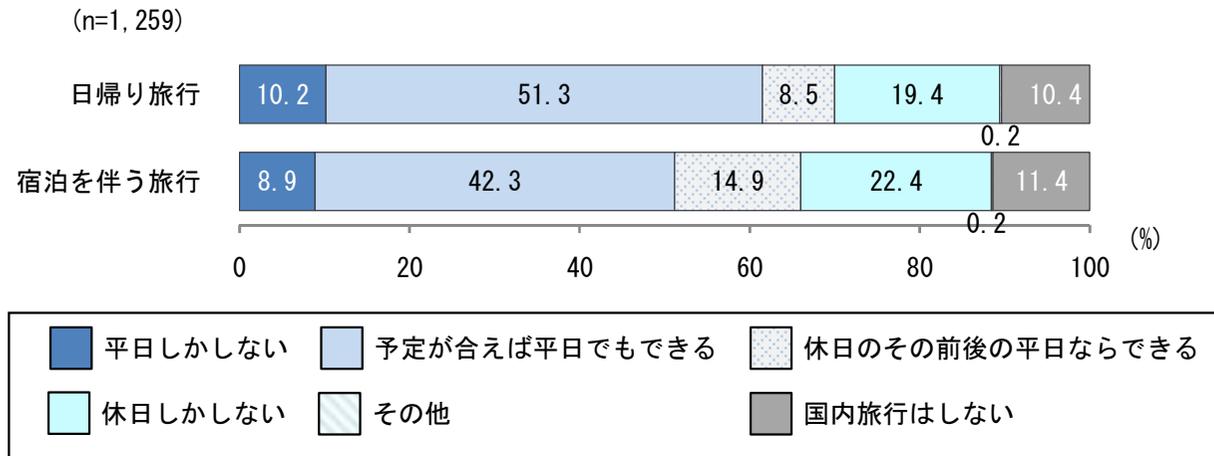


# 受入側の意識調査（中国地方居住者）

Q18．国内旅行をする際、平日に旅行することはできますか。最も当てはまるものをお答えください。

※ここでの平日とは、土曜、日曜、祝日以外の日を指します。

## ◆平日の国内旅行の可否

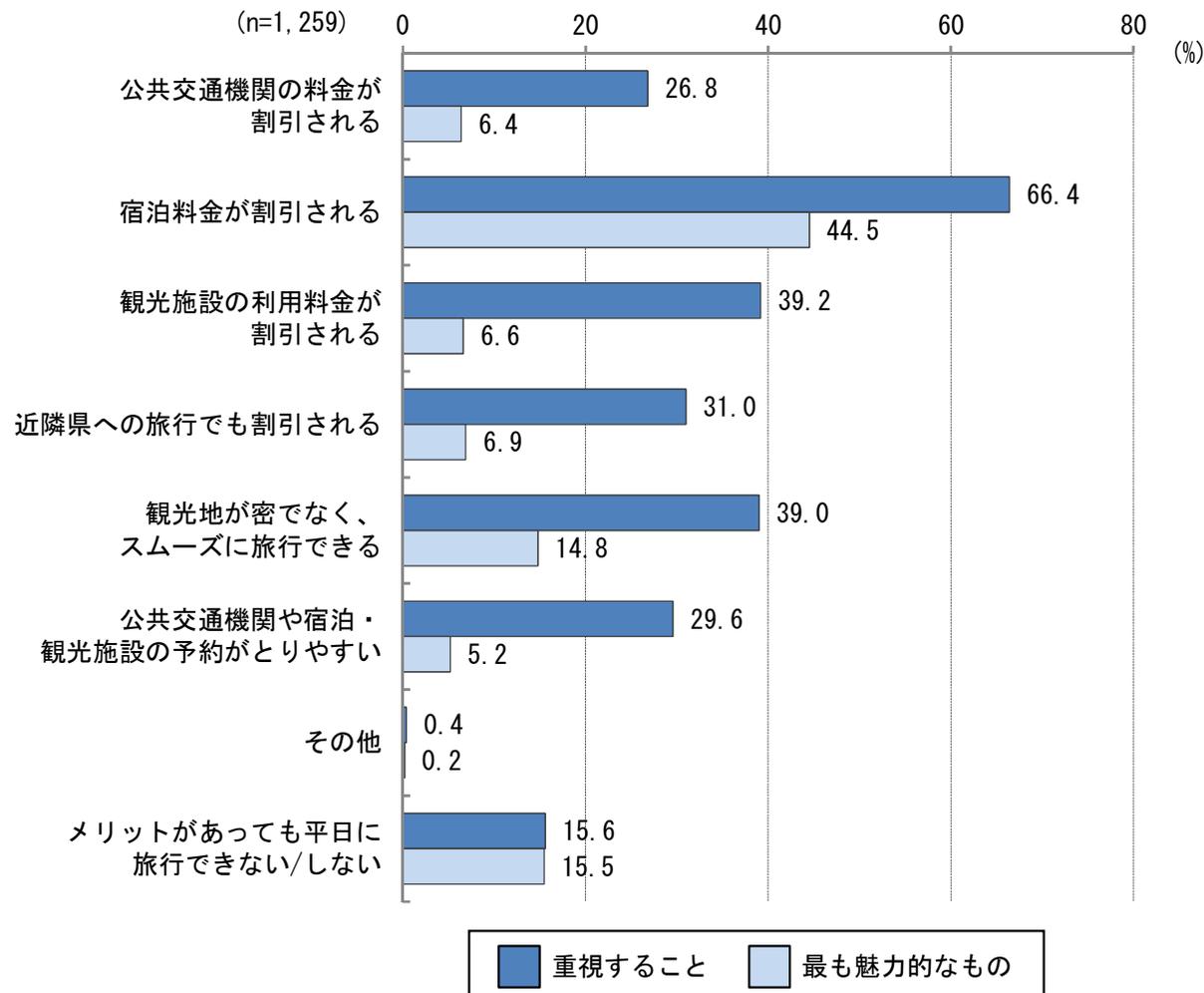


- ◆日帰りでの国内旅行について、「予定が合えば平日でもできる」との回答が51.3%と最も高く、次いで「休日しかしない」（19.4%）などの順となっている。
- ◆宿泊を伴う国内旅行について、「予定が合えば平日でもできる」との回答が42.3%と最も高く、次いで「休日しかしない」（22.4%）などの順となっている。
- ◆「予定が合えば平日でもできる」との回答は日帰り旅行が宿泊を伴う旅行を9.0ポイント上回っている。

# 受入側の意識調査（中国地方居住者）

Q19．あなたは、どのようなメリットがあれば平日に旅行したいと思いますか。特に重視するものを3つまで、そのうち最も魅力的なものを1つお答えください。

## ◆平日に旅行するために重視すること



◆平日に旅行するために重視することについて「宿泊料金が割引される」との回答が66.4%と最も高く、次いで「観光施設の利用料金が割引される」（39.2%）、「観光地が密でなく、スムーズに旅行できる」（39.0%）などの順となっている。

◆重視することのうち、最も魅力的なものでは、「宿泊料金が割引される」との回答が44.5%と最も高くなっている。



3

# 受入側の意識調査 (宿泊事業者)

# 受入側の意識調査（宿泊事業者）のまとめ

## ■新型コロナウイルス感染症流行前との比較

### ◆予約受付可能な最大率

最大率が100%の事業者は3割台後半となっている。  
100%でない理由は「人員不足」とする事業者が最も多くなっている。

### ◆従業員数の増減

正規雇用従業員数が減少した事業者は4割台前半、非正規雇用従業員数が減少した事業者は5割台前半となっている。

### ◆宿泊者の延べ人数の増減

宿泊者延べ人数が減少した事業者は約8割、外国人宿泊者延べ人数が減少した事業者は7割台半ばとなっている。

### ◆宿泊施設の運営における不安や懸念

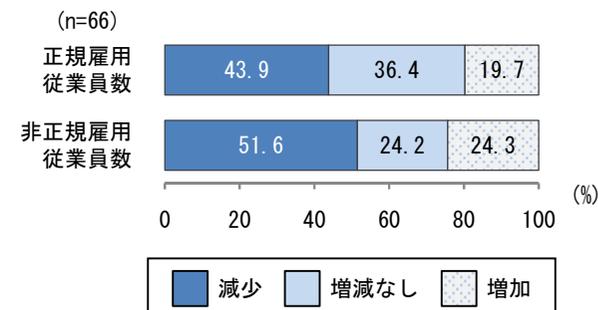
「人材の不足（従業員の不足、教育人材の不足）」とする事業者が最も多くなっている。

具体的内容として、「給与水準が低く若年層の離職が増加」、「離職率が高くスキルの向上が図れない」、「人材の不足により客室の稼働率を抑えて営業している」などとなっている。

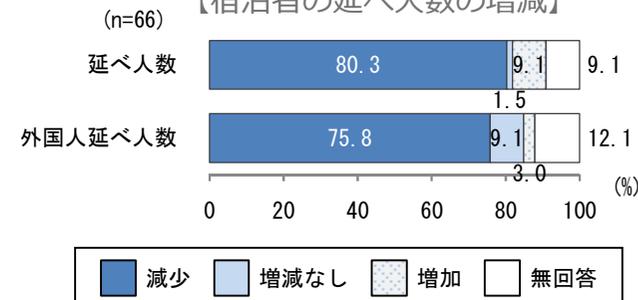
## ■全国旅行支援

- ◆全国旅行支援に登録している事業者は9割台半ばとなっており、実施期間中の宿泊客数は「101～150%」と回答した事業者が6割台前半となっている。

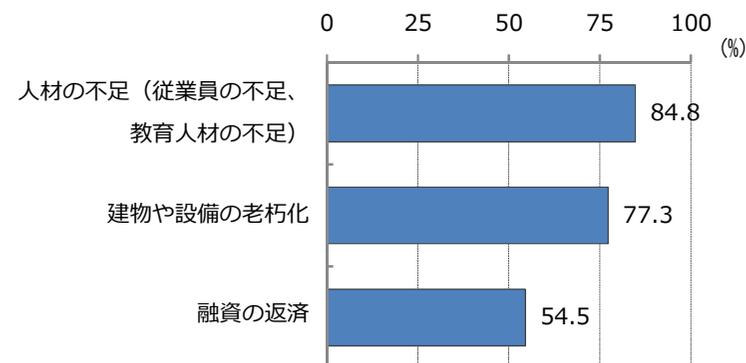
【コロナ前と比較した従業員数の増減】



【宿泊者の延べ人数の増減】



【運営における不安や懸念（トップ3）】



# 受入側の意識調査（宿泊事業者）のまとめ

## ■ 宿泊施設の新型コロナウイルス感染症対策

- ◆すべての事業者が「十分である」、「やや十分である」と回答している。
- ◆「従業員の衛生管理の徹底」、「利用者の感染対策の徹底」はすべての事業者で取り組んでいるが、「ビュッフェで手袋の着用や時間分散などの工夫」、「セルフチェックイン」は取り組む予定がない事業者が多くなっている。

## ■ 訪日外国人観光客の受入整備

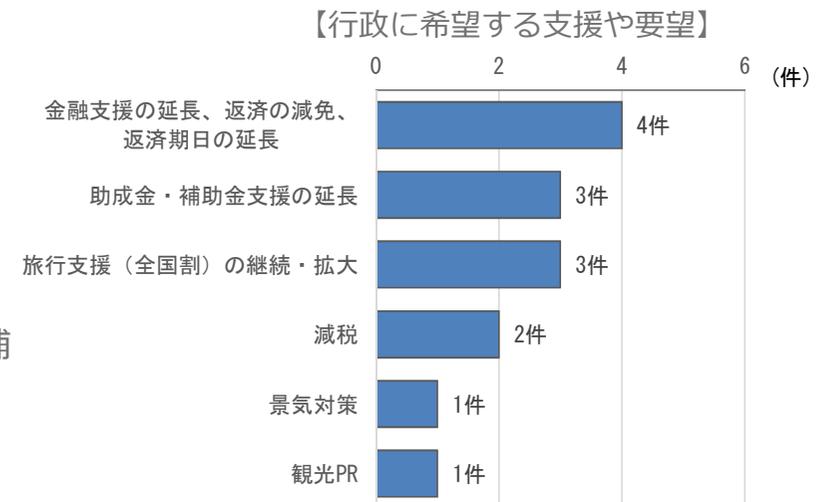
- ◆「HPサイトの外国語表記」、「外国語が話せるスタッフの配置」、「外国語での観光案内の設置（パンフレット、タブレットなど）」、「翻訳機器などのICT（DX）の設置」など言語への対策は3割台後半から5割の事業者が取り組んでいるが、「ベジタリアン・ビーガンの方」や「宗教」、「外国人の嗜好」に配慮した食事を提供している事業者は約1割から2割台後半となっている。

## ■ SDGsへの取組

- ◆『取り組んでいる』事業者は6割台前半となっている。

## ■ 行政に希望する支援や要望

- ◆「金融支援の延長、返済の減免、返済期日の延長」、「助成金・補助金支援の延長」、「旅行支援（全国割）の継続・拡大」などとなっている。



- ◆全国旅行支援や水際対策の緩和などで宿泊客数は徐々に回復傾向にある一方で、人材不足により十分に稼働できていない状況であり、人材確保と育成の施策が必要であると考えられる。
- ◆外国人観光客の受入整備は外国語に関する取組は進んでいるが、食事や宗教に関する取組はまだ不十分である。

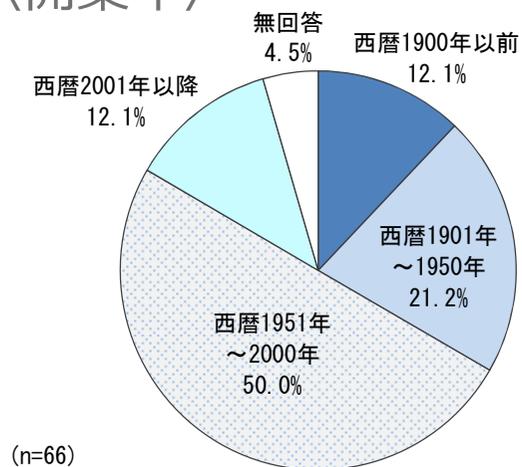
# 受入側の意識調査（宿泊事業者）

## 《図表データの見方》

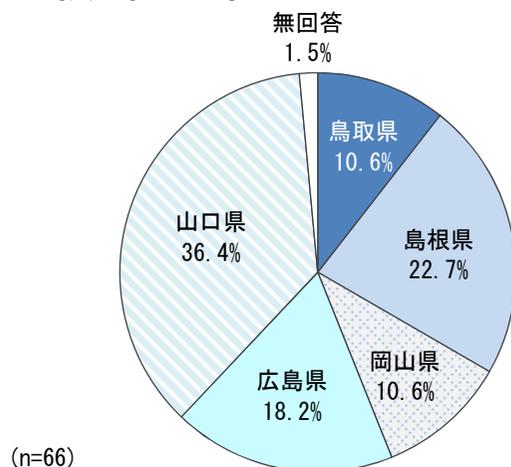
- (1) 図表の比率は百分率（%）で表示し、小数点以下第2位を四捨五入し算出しているため、合計が100%を上下する場合がある。
- (2) 図表中の「n」はnumber of casesの略で、回答者総数または分類別の回答者数を示す。各比率はnを100%として算出している。
- (3) 複数の回答を求めた質問では、その設問の回答者数を基数としているため、回答比率が100%を超えることがある。

## ◆全回答者の属性

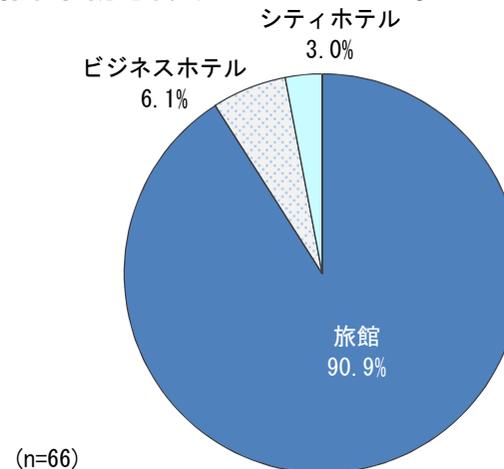
### 〈開業年〉



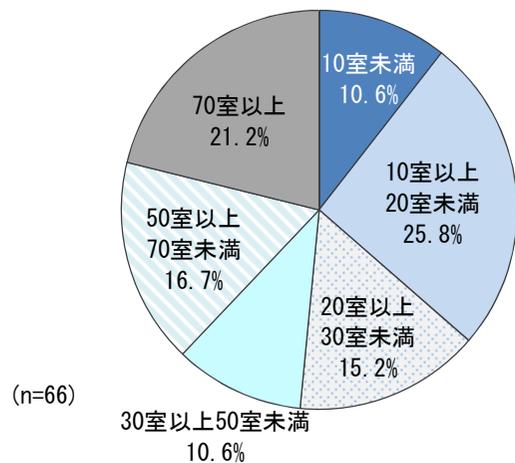
### 〈所在地〉



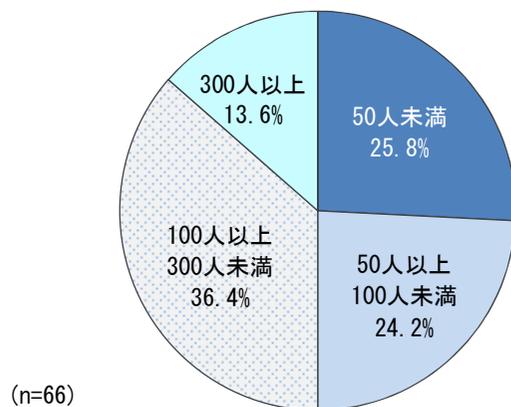
### 〈宿泊施設のタイプ〉



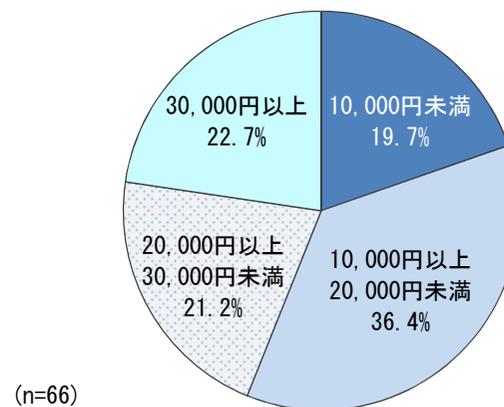
### 〈総客室数〉



### 〈収容人数〉



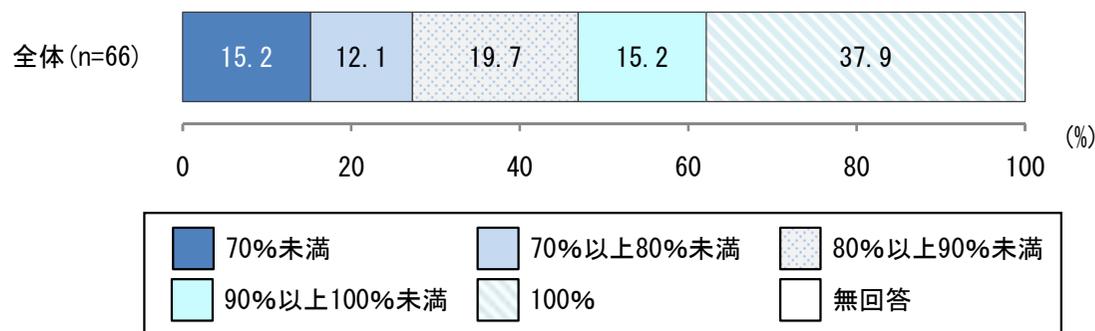
### 〈客室料金の平均〉



# 受入側の意識調査（宿泊事業者）

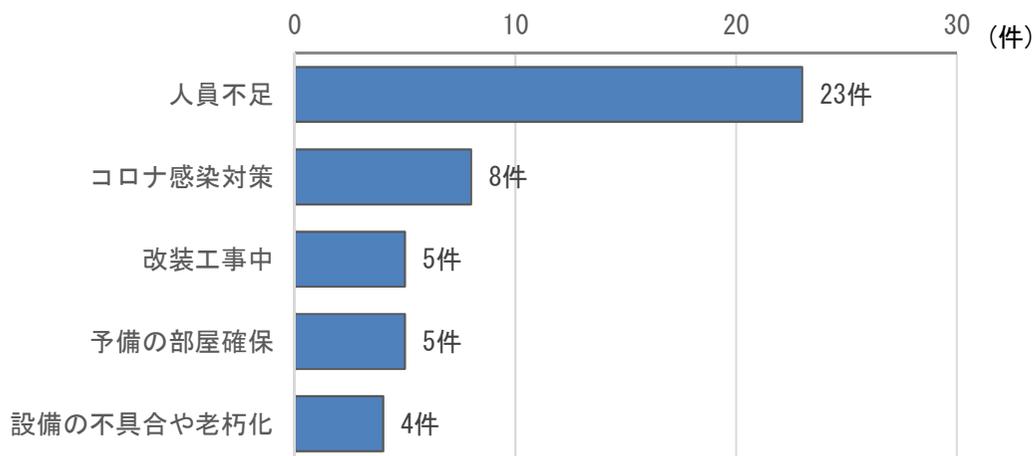
【問3】現在の総客室数における予約を受け付けられる最大率をお答えください。  
100%でない場合、その理由をお答えください。

## ◆予約受付可能な最大率



◆予約受付可能な最大率について、「100%」との回答が37.9%と最も高く、次いで「80%以上90%未満」（19.7%）、「70%未満」、「90%以上100%未満」（ともに15.2%）、「70%以上80%未満」（12.1%）の順となっている。

## ◆100%でない理由（自由意見）



◆100%でない理由は、「人員不足」との回答が23件と最も多くなっている。

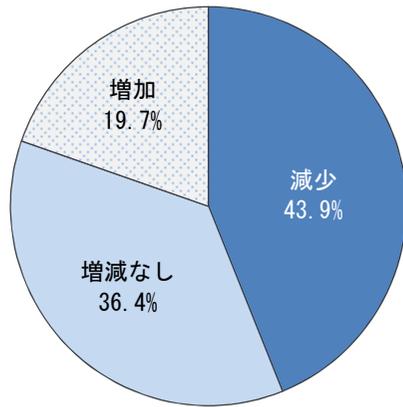
# 受入側の意識調査（宿泊事業者）

【問4】パート従業員を含めた現在の従業員数と、コロナ前（2019年12月）の従業員数についてお答えください。

※コロナ前に開業していない場合は0人で記入してください。

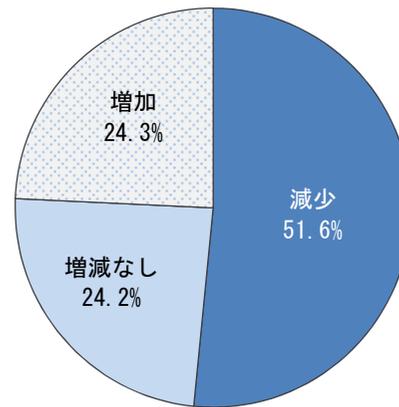
## ◆コロナ前と比較した従業員数の増減

〈正規雇用従業員数〉



(n=66)

〈非正規雇用従業員数〉



(n=66)

◆コロナ前と比較した従業員数の増減について、正規雇用従業員数は「減少」が43.9%、「増減なし」が36.4%、「増加」が19.7%となっている。非正規雇用従業員数は「減少」が51.6%、「増減なし」が24.2%、「増加」が24.3%となっている。

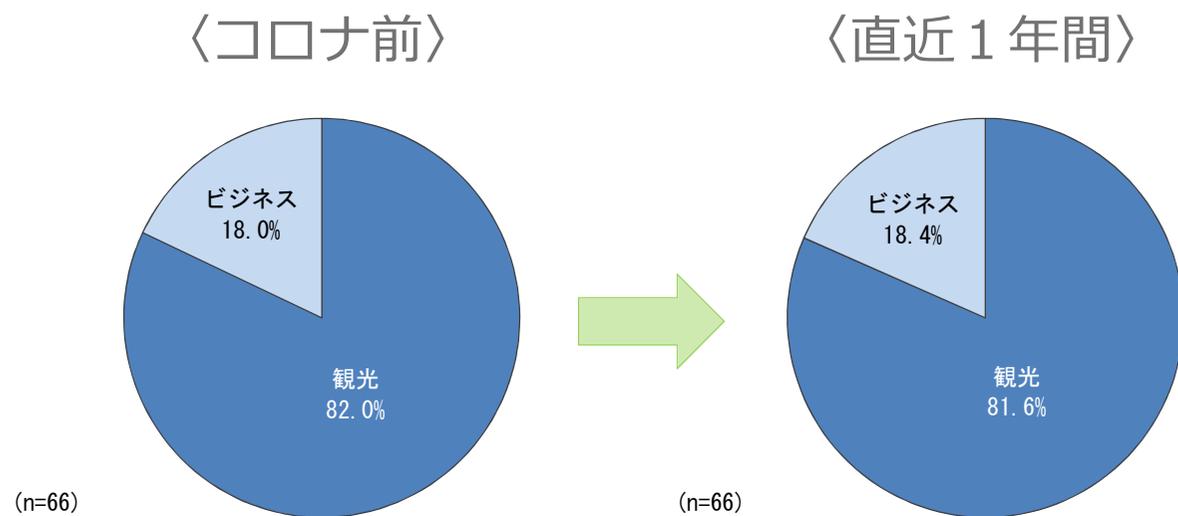
【従業員数増減の内訳】

	従業員数			割合 (%)		
	10人以上減少	5人以上未満減少	5人以上未満増加	増減なし	5人以上未満増加	5人以上増加
正規雇用従業員数	13.6	10.6	19.7	36.4	12.1	7.6
非正規雇用従業員数	15.2	7.6	28.8	24.2	16.7	7.6

# 受入側の意識調査（宿泊事業者）

【問5】 コロナ前（2019年）、直近1年間（2022年）に貴宿泊施設を訪れた人の宿泊目的を観光とビジネスにわけた場合それぞれのおおよその割合を肌感覚でも結構ですのでお答えください。※コロナ前に開業していない場合は0%で記入してください。

## ◆宿泊目的



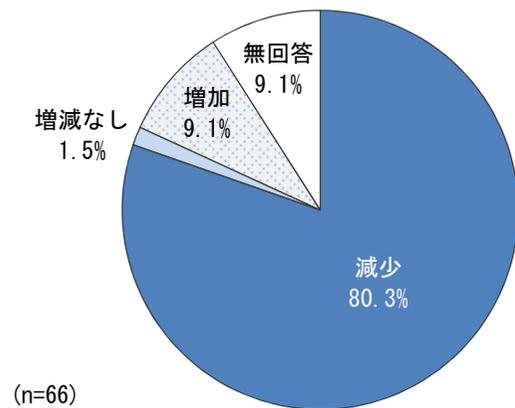
◆宿泊目的について、コロナ前、直近1年間ともに「観光」との回答が80.0%を超え、大きな差はみられない。

# 受入側の意識調査（宿泊事業者）

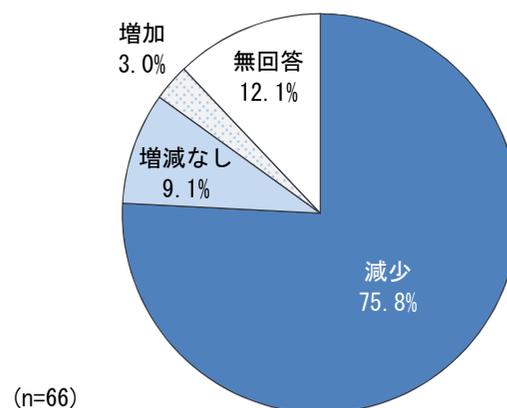
【問6】 コロナ前（2019年）、直近1年間（2022年）の宿泊者の延べ人数及び実人数は何人でしたか。  
そのうち、外国人宿泊者の延べ人数及び実人数は何人でしたか。

## ◆ 宿泊者の延べ人数の増減

〈延べ人数〉



〈外国人延べ人数〉



◆ 宿泊者の延べ人数の増減について、延べ人数は「減少」が80.3%、「増減なし」が1.5%、「増加」が9.1%となっている。外国人延べ人数は「減少」が75.8%、「増減なし」が9.1%、「増加」が3.0%となっている。

【宿泊者延べ人数増減割合】

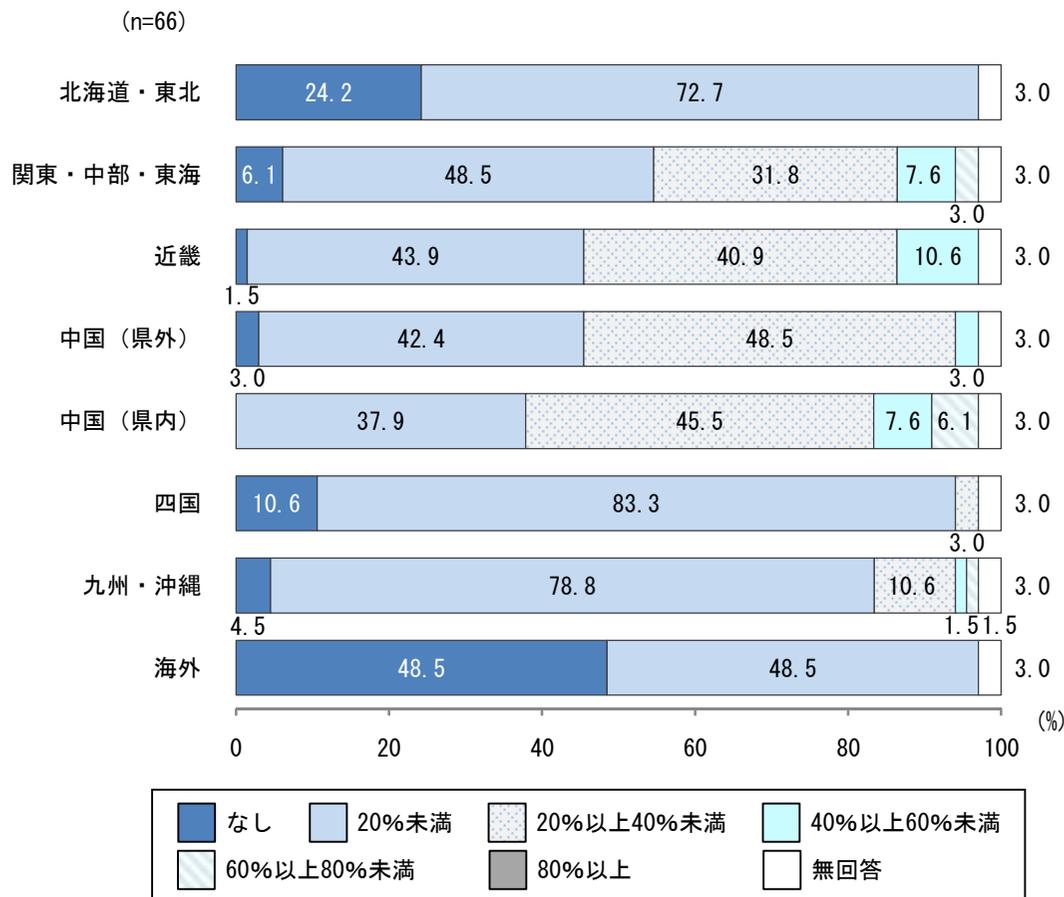
	1 0 0 %	7 5 %	5 2 0 %	2 1 5 %	増 減 な し	2 1 5 %	5 2 0 %	7 5 %	1 7 0 %	無 回 答
延べ人数	1.5	16.7	24.2	37.9	1.5	7.6	1.5	-	-	9.1
外国人延べ人数	68.2	4.5	-	3.0	9.1	3.0※			12.1	

※コロナ前の宿泊者数が0人で直近1年間で宿泊者があったため増加割合を算出していない

# 受入側の意識調査（宿泊事業者）

【問7】直近1年間（2022年）に貴宿泊施設を利用された宿泊者はどちらの地域から来られていますか。

## ◆宿泊者の居住地

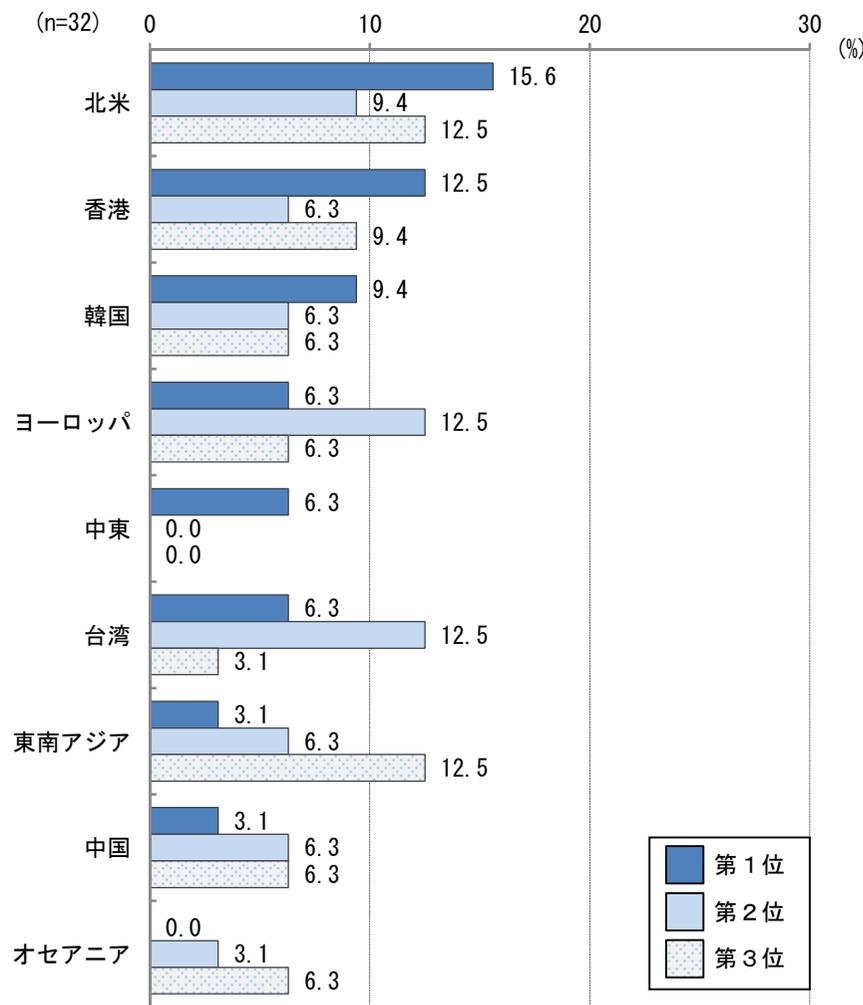


◆宿泊者の居住地について、「なし」との回答は「北海道・東北」（24.2%）、「海外」（48.5%）、「20%未満」との回答は「北海道・東北」（72.7%）、「四国」（83.3%）、「九州・沖縄」（78.8%）、「20%以上40%未満」との回答は「近畿」（40.9%）、「中国（県外）」（48.5%）、「中国（県内）」（45.5%）で高くなっている。

# 受入側の意識調査（宿泊事業者）

【問7-1】（問7で「海外」の割合を回答された方におたずねします。）  
直近1年間（2022年）に貴宿泊施設に宿泊された外国人の方はこの国の方が多いですか。  
多い国の国名を3つまでご記入ください。

## ◆外国人宿泊者の居住地

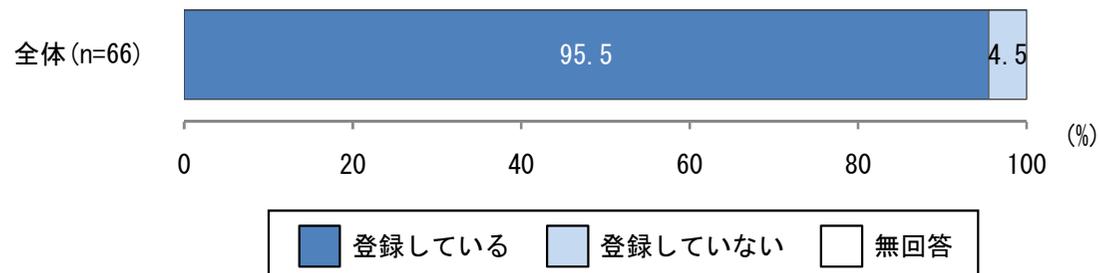


◆外国人宿泊者の居住地について、第1位は「北米」（15.6%）、「香港」（12.5%）、第2位は「ヨーロッパ」、「台湾」（ともに12.5%）、第3位は「北米」、「東南アジア」（ともに12.5%）で高くなっている。

# 受入側の意識調査（宿泊事業者）

【問8】 全国旅行支援の登録状況をお答えください。（○は1つ）

## ◆全国旅行支援の登録状況



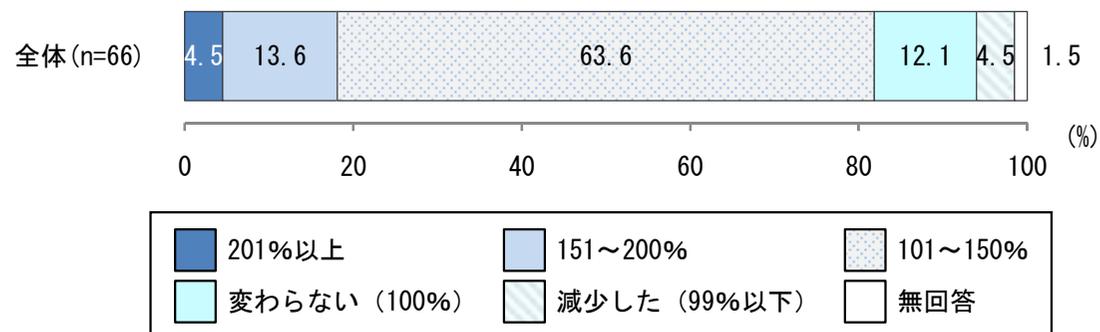
- ◆全国旅行支援の登録状況について、「登録している」との回答が95.5%、「登録していない」との回答が4.5%となっている。

# 受入側の意識調査（宿泊事業者）

【問9】 全国旅行支援の実施期間中の宿泊客数をお答えください。（○は1つ）

※2022年10月11日の実施前と比較してお答えください。

## ◆全国旅行支援の実施期間中の宿泊客数

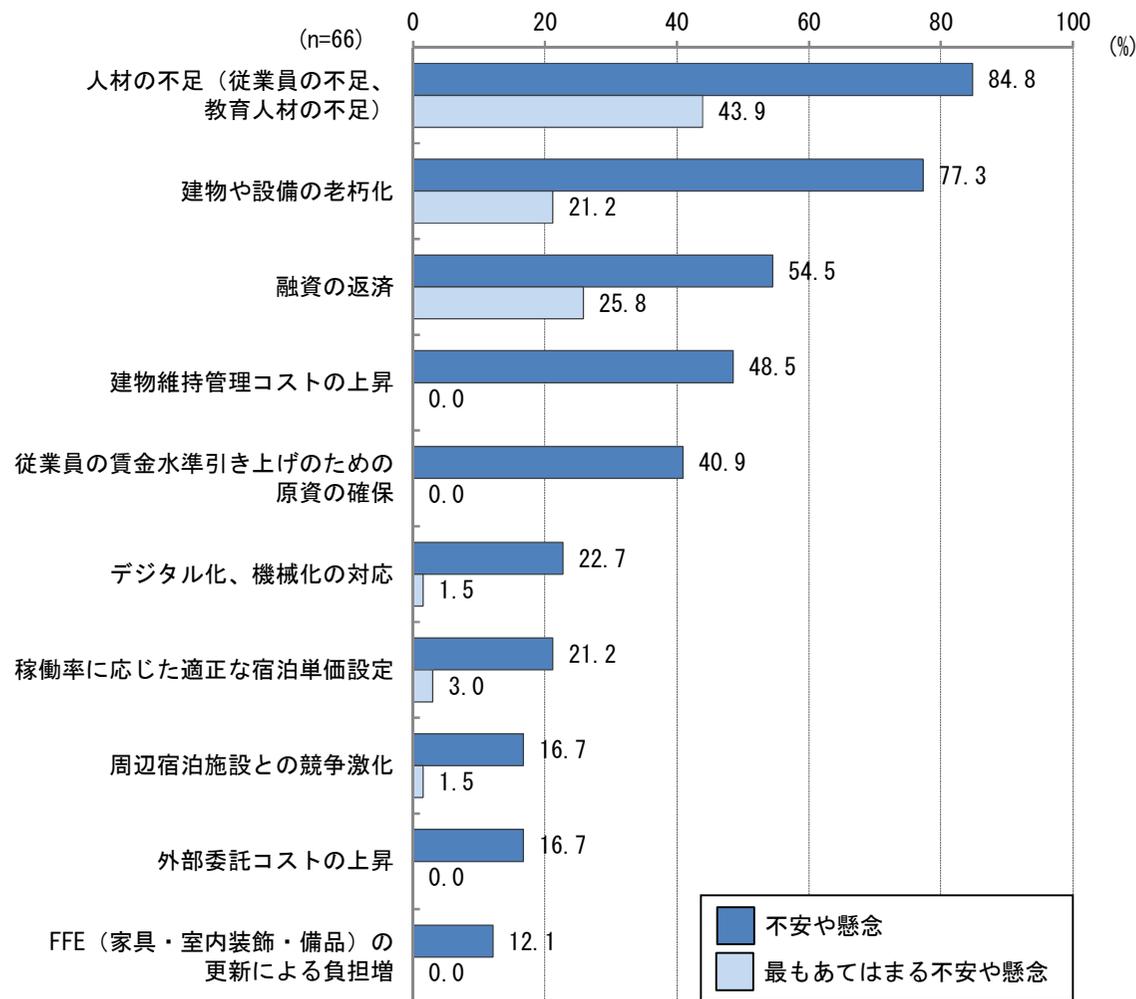


- ◆全国旅行支援の実施期間中の宿泊客数について、「101~150%」との回答が63.6%と最も高く、次いで「151~200%」（13.6%）、「変わらない（100%）」、（12.1%）などの順となっている。

# 受入側の意識調査（宿泊事業者）

【問10】 今後の貴宿泊施設の運営における不安や懸念について、あてはまるものを5つお選びください。  
その中から最もあてはまるものを1つお選びください。

## ◆運営における不安や懸念（トップ10）



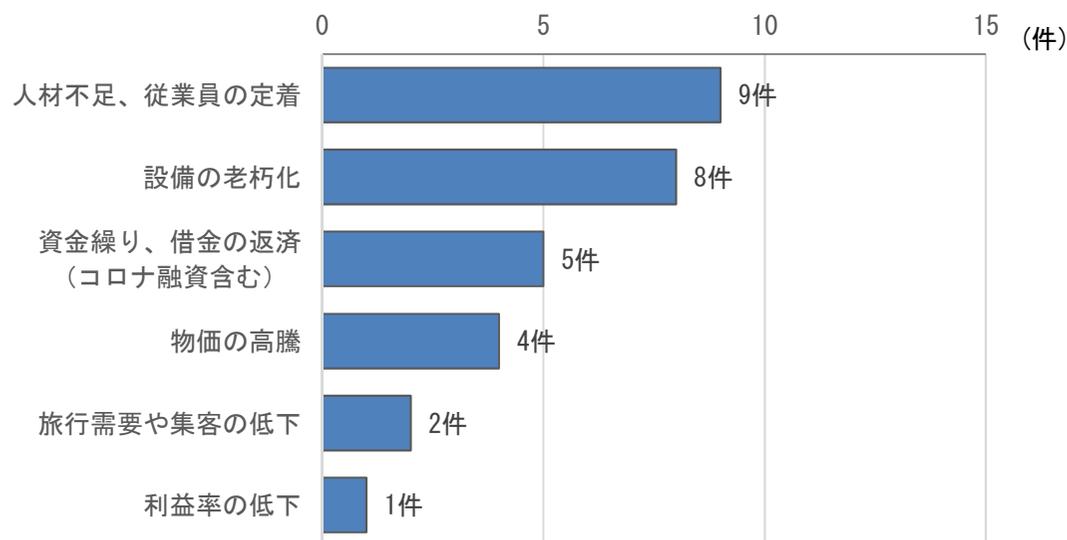
◆ 宿泊施設の運営における不安や懸念について、「人材の不足（従業員の不足、教育人材の不足）」との回答が84.8%と最も高く、次いで「建物や設備の老朽化」（77.3%）などの順となっている。

◆ 不安や懸念のうち最もあてはまるものは、「人材の不足（従業員の不足、教育人材の不足）」との回答が43.9%と最も高く、次いで「融資の返済」（25.8%）、「建物や設備の老朽化」（21.2%）などの順となっている。

# 受入側の意識調査（宿泊事業者）

【問10-1】 問10の不安や懸念について、具体的内容があればご記入ください。

## ◆不安や懸念の具体的内容（自由意見）

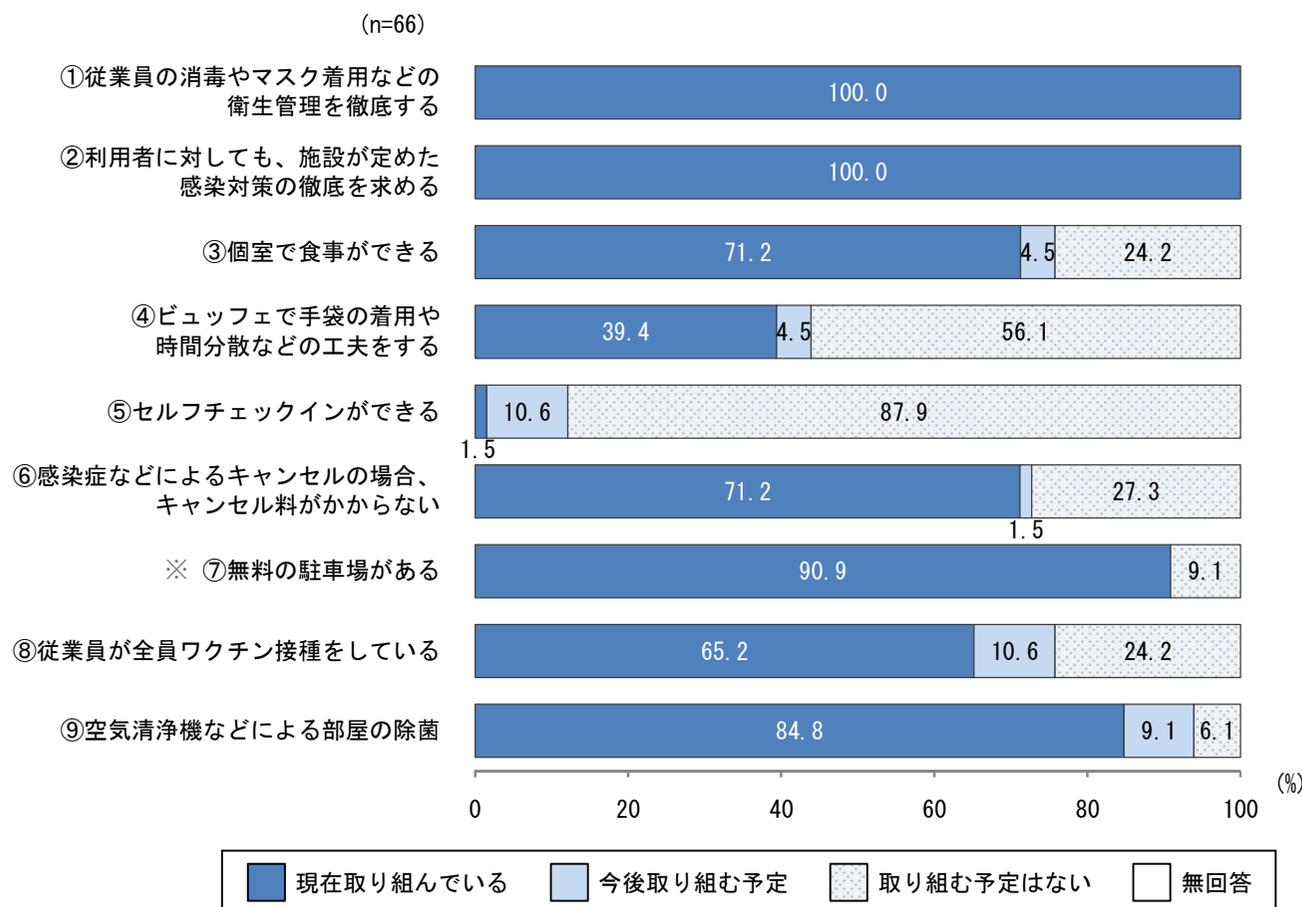


- ◆不安や懸念の具体的内容について、「人材不足、従業員の定着」に関するものが9件と最も多く、次いで「設備の老朽化」に関するもの（8件）などの順となっている。
- ◆具体的内容として、「給与水準が低く若年層の離職が増加」、「離職率が高くスキルの向上が図れない」、「人材の不足により客室の稼働率を抑えて営業している」、「機械の故障などによる宿泊受け入れの制限せざるを得ない」、「建物老朽化への対応とそのコストの高騰化」などとなっている。

# 受入側の意識調査（宿泊事業者）

【問11】 次の1～9それぞれの感染症対策の取組状況についてお答えください。  
「3 取り組む予定がない」を選んだ方はその主な理由をお答えください。

## ◆感染症対策の取組状況

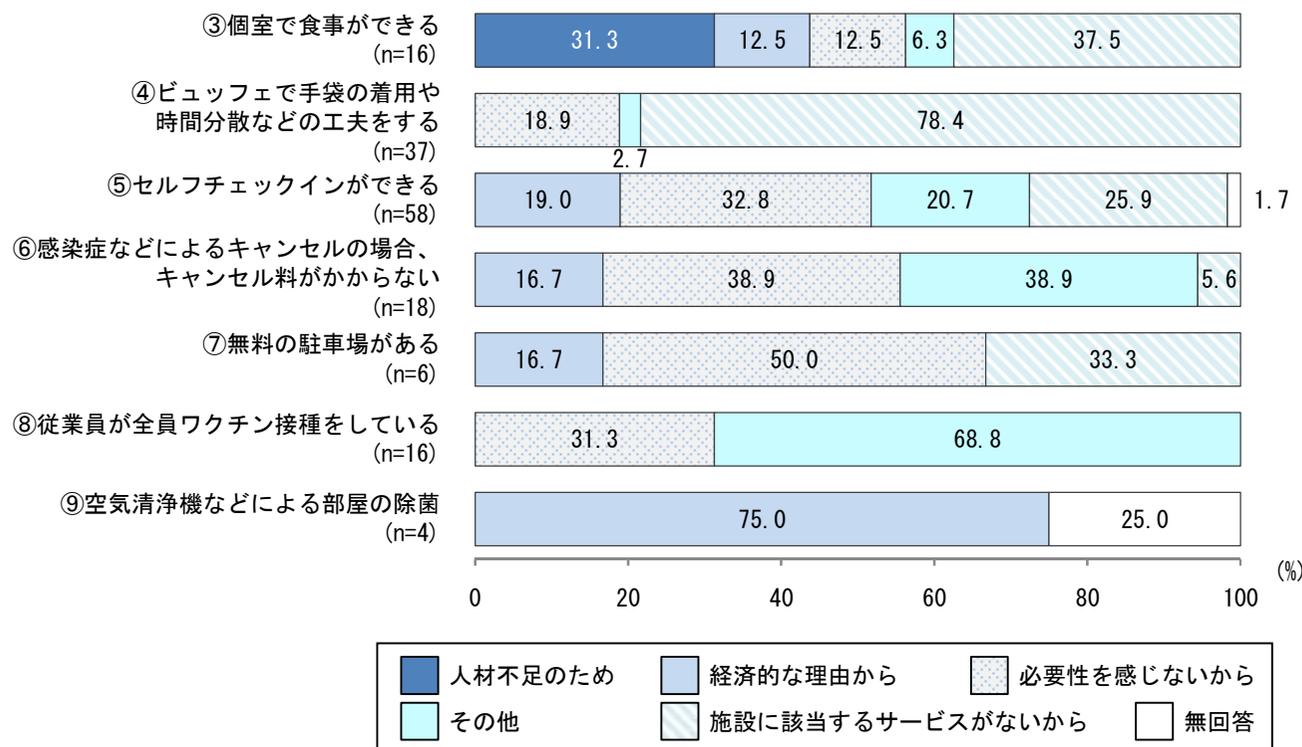


◆感染症対策の取組状況について、「現在取り組んでいる」との回答は、「従業員の消毒やマスク着用などの衛生管理を徹底する」、「利用者に対しても、施設が定めた感染対策の徹底を求める」（ともに100%）、「無料の駐車場がある」（90.9%）、「空気清浄機などによる部屋の除菌」（84.8%）で高くなっている。「取り組む予定はない」との回答は、「セルフチェックインができる」（87.9%）、「ビュッフェで手袋の着用や時間分散などの工夫をする」（56.1%）で高くなっている。

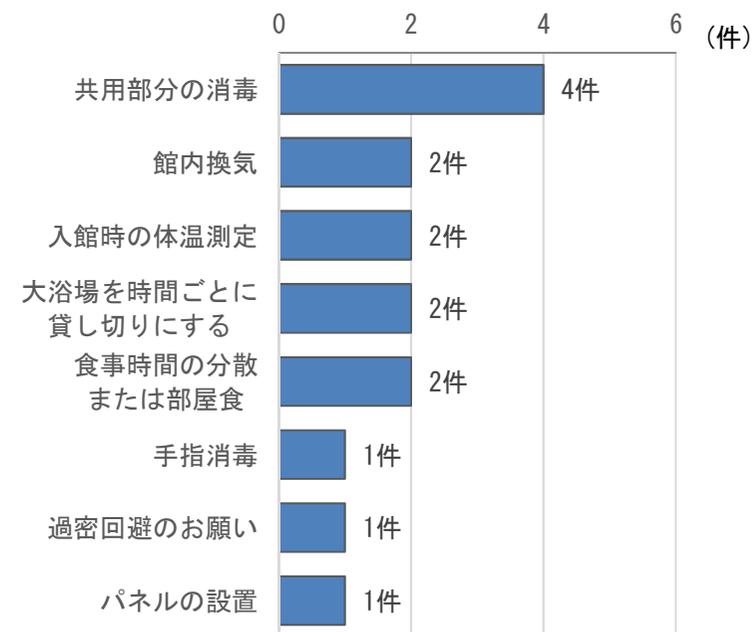
# 受入側の意識調査（宿泊事業者）

【問11】 次の1～9それぞれの感染症対策の取組状況についてお答えください。  
「3 取り組む予定がない」を選んだ方はその主な理由をお答えください。

## ◆ 取り組む予定がない理由



## ◆ ほかに実施している感染症対策



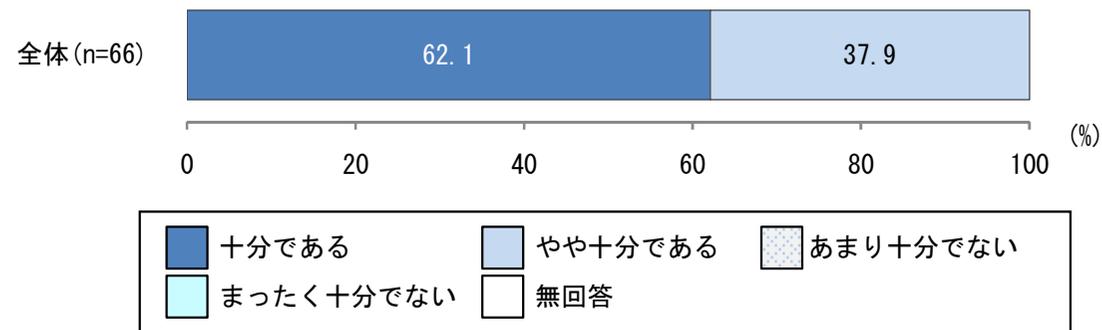
◆ 取り組む予定がない理由について、「人材不足のため」との回答は「個室で食事ができる」（31.3%）、「経済的な理由から」との回答は「空気清浄機などによる部屋の除菌」（75.0%）、「必要性を感じないから」との回答は「無料の駐車場がある」（50.0%）で高くなっている。

◆ ほかに実施している感染症対策は「共用部分の消毒」などとなっている。

# 受入側の意識調査（宿泊事業者）

【問12】 貴宿泊施設の感染症対策は十分だと感じますか。（○は1つ）

## ◆ 宿泊施設の感染症対策



- ◆ 宿泊施設の感染症対策について、「十分である」との回答が62.1%、「やや十分である」との回答が37.9%となっており、「あまり十分でない」、「まったく十分でない」との回答はなかった。

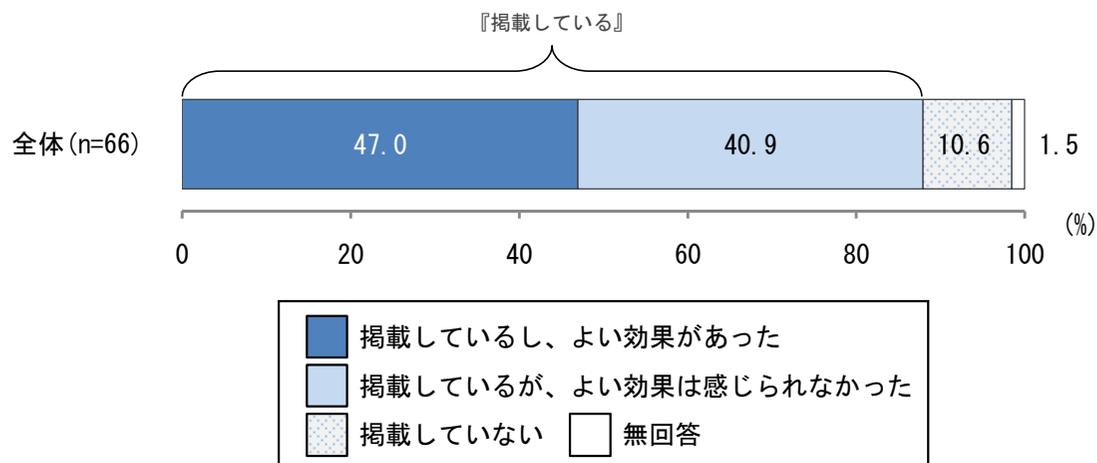
# 受入側の意識調査（宿泊事業者）

【問13】 実施している感染症対策をポータルサイト、HP、SNS等に掲載していますか。

【掲載している場合】よい効果はありましたか。（○は1つ）

## ◆感染症対策のポータルサイト等への掲載

『掲載している』：「掲載しているし、よい効果があった」と  
「掲載しているが、よい効果は感じられなかった」を合わせた割合

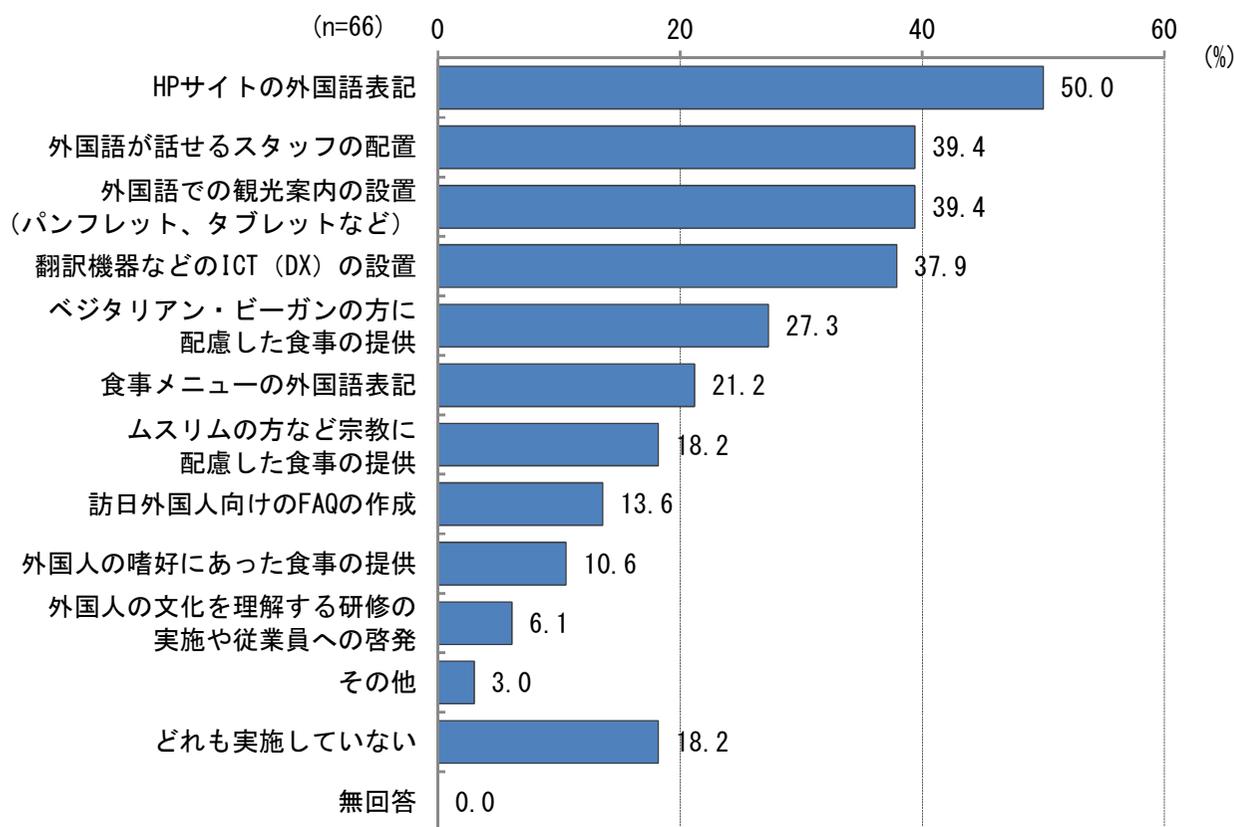


◆感染症対策のポータルサイト等への掲載について、『掲載している』との回答が87.9%、「掲載していない」との回答が10.6%となっている。

# 受入側の意識調査（宿泊事業者）

【問14】 訪日外国人の受け入れのために取り組んでいることはありますか。あてはまるものすべてをお答えください。

## ◆ 訪日外国人受入のために取り組んでいること

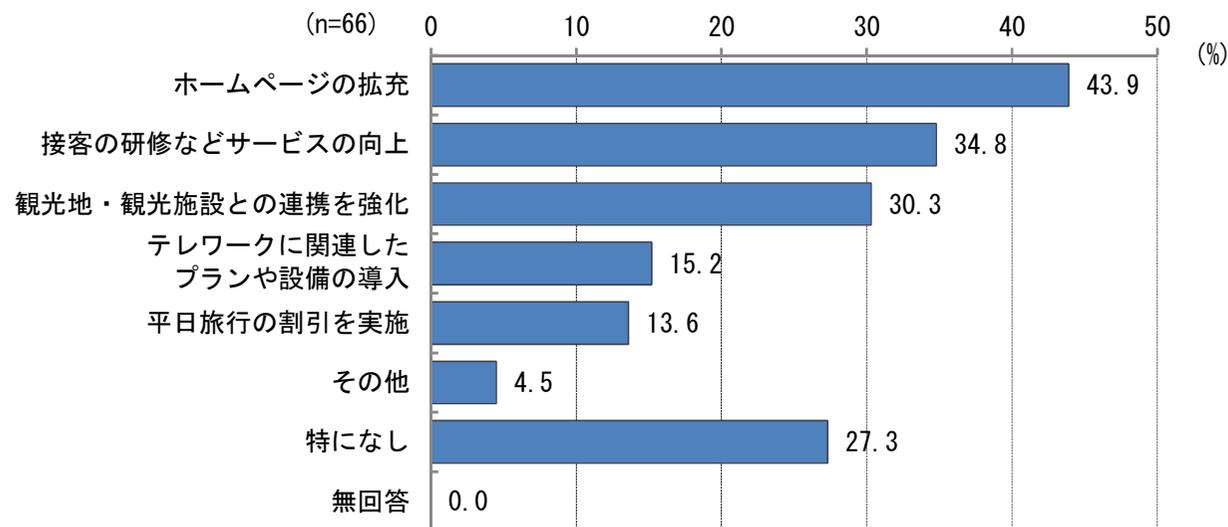


◆ 訪日外国人受入のために取り組んでいることについて、「HPサイトの外国語表記」との回答が50.0%と最も高く、次いで「外国語が話せるスタッフの配置」、「外国語での観光案内の設置（パンフレット、タブレットなど）」（ともに39.4%）、「翻訳機器などのICT（DX）の設置」（37.9%）などの順となっている。また、「どれも実施していない」との回答は18.2%となっている。

# 受入側の意識調査（宿泊事業者）

【問15】 感染症対策、訪日外国人の受け入れ以外で利用客数増加のために取り組んでいることはありますか。  
あてはまるものすべてをお答えください。

## ◆感染症対策、訪日外国人受入以外で利用客数増加のために取り組んでいること



◆感染症対策、訪日外国人受入以外で利用客数増加のために取り組んでいることについて、「ホームページの拡充」との回答が43.9%と最も高く、次いで「接客の研修などサービスの向上」（34.8%）、「観光地・観光施設との連携を強化」（30.3%）などの順となっている。また、「特になし」との回答は27.3%となっている。

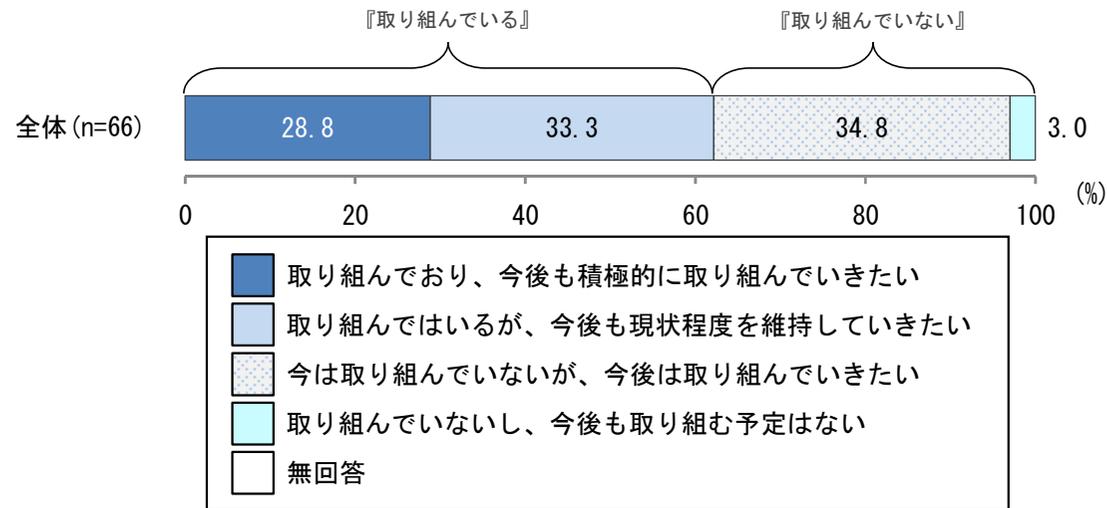
# 受入側の意識調査（宿泊事業者）

【問16】SDGsへの取組はしていますか。（○は1つ）

## ◆SDGsへの取組

『取り組んでいる』：「取り組んでおり、今後も積極的に取り組んでいきたい」と「取り組んではいるが、今後も現状程度を維持していきたい」を合わせた割合

『取り組んでいない』：「今は取り組んでいないが、今後は取り組んでいきたい」と「取り組んでいないし、今後も取り組む予定はない」を合わせた割合



◆SDGsへの取組について、『取り組んでいる』との回答が62.1%、『取り組んでいない』との回答が37.8%となっている。

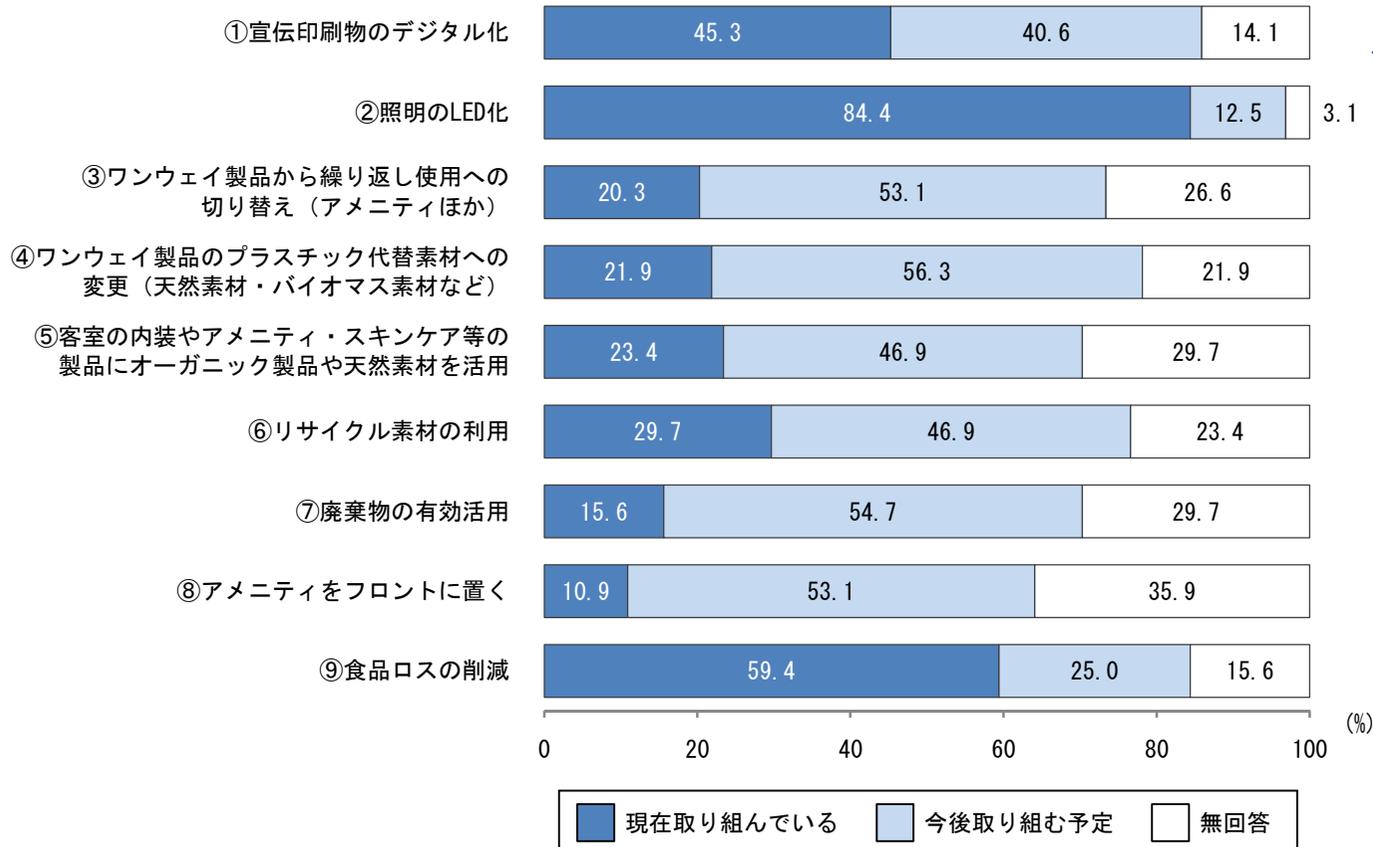
# 受入側の意識調査（宿泊事業者）

【問16-1】（問16で「1～3」を回答された方におたずねします。）

次の1～9のようなSDGsへの取組はしていますか。あてはまるものすべてをお答えください。

## ◆ SDGs への取組

(n=64)

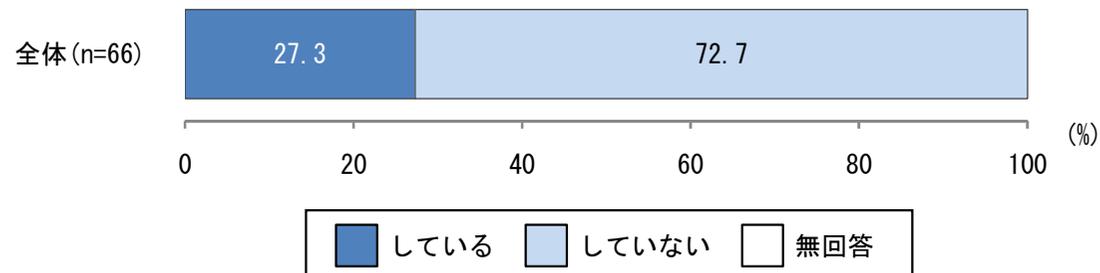


◆ SDGs への取組について、「現在取り組んでいる」との回答は、「宣伝印刷物のデジタル化」（45.3%）、「照明のLED化」（84.4%）、「食品ロスの削減」（59.4%）で高くなっている。「今後取り組む予定」との回答は、「ワンウェイ製品から繰り返し使用への切り替え（アメニティほか）」（53.1%）、「ワンウェイ製品のプラスチック代替素材への変更（天然素材・バイオマス素材など）」（56.3%）、「廃棄物の有効活用」（54.7%）、「アメニティをフロントに置く」（53.1%）で高くなっている。

# 受入側の意識調査（宿泊事業者）

【問17】 税関のホームページで水際対策などの情報を収集していますか。（○は1つ）

## ◆水際対策などの情報収集

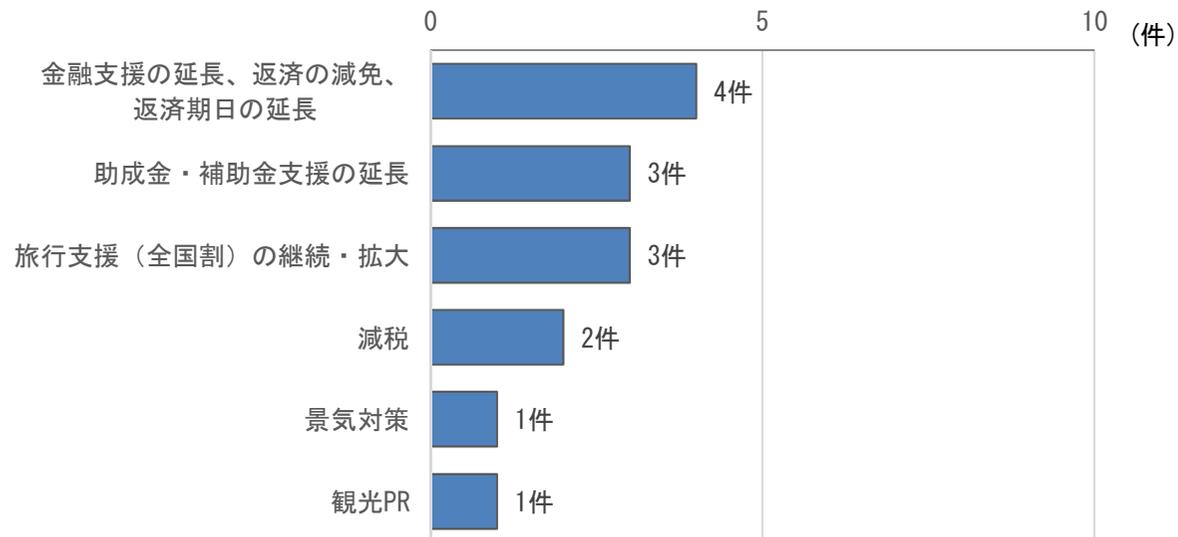


- ◆水際対策などの情報収集について、「している」との回答が27.3%、「していない」との回答が72.7%となっている。

# 受入側の意識調査（宿泊事業者）

【問18】 行政に希望する支援や要望があればご記入ください。

## ◆行政に希望する支援や要望



◆行政に希望する支援や要望について、「金融支援の延長、返済の減免、返済期日の延長」、「助成金・補助金支援の延長」、「旅行支援（全国割）の継続・拡大」などとなっている。



4

# 訪日外国人側の意識調査 (全国通訳案内士等)

# 訪日外国人側の意識調査（全国通訳案内士等）概要

訪日外国人の立場からの日本の感染症対策のイメージや意識変容、中国地方の観光に関する魅力や気づきを把握するため、中国地方の全国通訳案内士等を対象に計35名のヒアリング調査を実施した。

## ■調査対象者

所属		言語		
		英語	中国語	韓国語
全国通訳案内士	一般社団法人 ひろしま通訳・ガイド協会	16	5	2
	島根通訳案内士会	4		
	翻訳者・調査員		2	1
	留学生		2	2
	旅行業者		1	
	計	20	10	5

## ■ヒアリング内容

- ◆日本の新型コロナウイルス感染症対策について
- ◆観光トレンドの変化について
  - ①コロナ禍での観光トレンドの変化 ②SDGsへの関心
- ◆訪日外国人の受入について
  - ①宗教への配慮 ②食文化の理解
- ◆交通の整備について
- ◆観光コンテンツの醸成について
  - ①中国地方を来訪している方の属性 ②人気の観光コンテンツ ③中国地方で取り組むべき観光

# 訪日外国人側の意識調査（全国通訳案内士等）

## ■ 日本の新型コロナウイルス感染症対策について

- ・感染者数が少ないことから、日本の感染症対策は高く評価されている。
- ・日本＝安心というイメージがあり、コロナ禍では日本観光の需要が高まることが想定される。
- ・日本の宿泊施設、飲食店はともに安全というイメージをもたれているため、施設が感染症対策を強化する必要はないが、引き続き今まで通りの基本的な感染症対策を実施して信頼を損なわないことが大切である。

### 【言語共通】

- ・新型コロナウイルスに関わらず、もともと海外旅行に行くときは感染症に気を付けるので、新型コロナウイルスが特別視されている訳ではない印象である。
- ・日本企業への信頼感から、その施設が実施している感染症対策をHPなどへの掲載の有無はあまり気にしていない様子である。

## ■ 観光トレンドの変化について

### ◆ コロナ禍での観光トレンドの変化

- ・コロナ禍になっても旅行先やスタイルは変化していない。
- ・コロナ禍であるため人気が減ったという訳ではなく、もともとあったグリーンツーリズムや自然アクティビティ需要が、水際対策の緩和とともに回復傾向にある。
- ・一方で公共交通による移動は密となるため、敬遠される傾向にある。

### ◆ SDGsへの関心

- ・フードロスへの関心が高くなった様子である。  
普段食べなれていない懐石料理など量が多い食事について、残すことに抵抗があり困っている人を見かける。

# 訪日外国人側の意識調査（全国通訳案内士等）

## ■ 訪日外国人の受入について

### ◆ 宗教への配慮

- ・ムスリム対応は食事やお祈りの場所等のハード面の整備だけではなく、文化の理解などソフト面の取組が必要。受入側がまず文化的背景を理解して取り組むことが大切。

#### 【言語共通】

- ・ヒンズー教徒は食事制限が非常に厳しいのでインド料理店に行ったり持参の物を食べたりしている。
- ・【広島ならではのコンテンツ】お好み焼きは、オリーブオイルで焼き、肉無しにすればムスリムの人も食べられるので案内しやすい。更に鉄板を分け、自分で焼くと透明性が高まり安心度が増す。
- ・ムスリム対応している店などのネットの情報があまりない。また、ネットに載せる情報を増やす必要がある。

### ◆ 食文化の理解

- ・よかれと思って日本食を提供していても、冷たい食事は好まれないなど食文化的にハードルが高いものがあるため、外国人に提供するメニューには配慮が必要。
- ・メニューに写真を載せてほしい、説明だけではイメージが湧きにくい。

#### 【英語】

- ・冷たいそばはあまり人気がない。手を付けなかったり残したりする人が多い。欧米人でも冷たい食事は好まれないのではないか。温かい鴨南蛮そば、天ぷらそばは好評。よかれと思って出しても、不評な場合がある。
- ・サーモン以外の本格派の刺身も苦手な人が多い。

#### 【韓国語】

- ・飲食店のシステムが韓国と違うので料金が高いと感じる。韓国は、漬物などの主要なメニュー以外のものがお代わりでき、量が多い。日本ではそのようなサービスがないため、量が少なくかつ高く感じる。

#### 【中国語】

- ・夏でも冷たいものを食べる習慣がないので、ざるそばなどの冷たくしたものが苦手。お冷は常温のほうがいいし、コンビニなどでも常温の水があるといい。

# 訪日外国人側の意識調査（全国通訳案内士等）

## ■交通の整備について

- ・飛行機の利便性が一番の課題である。特に中国や韓国などの近い国ほど気軽にアクセスできることが重視されている。
- ・訪日外国人に人気の大阪や九州から新幹線でのアクセスがよいので来訪のチャンスはある。しかし、観光地同士が離れているため主要観光地の来訪のみに留まってしまい、滞在時間が短く、周遊に繋がっていない。観光地、航空会社、宿泊施設等各所が連携した周遊ルートの設定が必要である。

### 【韓国語】

- ・観光客自身が交通ルートを検索して観光するのが難しいので、パッケージツアーなどがあった方が宣伝しやすい。
- ・岡山県の観光地は離れていてバラバラなので、勧めにくい。（岡山県在住者）

### 【中国語】

- ・山陰への交通の便が特に悪い。島根県の出雲大社などに興味を持つ人もいるが、広島市からの移動方法に悩む。時間的コストの負担から検討段階で外されてしまっている。
- ・上海からの旅行者などは、田舎（地方）の人気も出てきているが、公共交通の本数が少ない。

## ■観光コンテンツの醸成について

### ◆中国地方を来訪している方の属性

- ・日本にくる際は有名なところから順番に訪れるので優先度は東京、大阪、福岡に次ぐ4番目。
- ・中国地方の観光は半日から1日でいずれも日帰りが大多数である。中国地方に直接来訪するのではなく東京-大阪のゴールデンルートの延長線で来訪される方が多い。
- ・香港、台湾、韓国からは日本リピーターが多い。
- ・中国地方の中で広島県は有名。他の県はあまり知られていない。

# 訪日外国人側の意識調査（全国通訳案内士等）

## ■観光コンテンツの醸成について

### ◆人気の観光コンテンツ

- ・中国地方の強みは、山と海どちらの自然も楽しめること、瀬戸内ならではの多島美である。
- ・多島美と中国地方でゆっくりしたいという需要はマッチしている。

#### 【英語】

- ・お好み焼きはどの国の人にも人気、お好みソースに興味を持つ人もいる。
- ・本通りはお土産を買いに行くという目的より雰囲気を楽しむ。その中で個人的に興味をひかれるものを見つけて、という買い方。本通りの人気はこの国の人でも変わらない。靴下専門店、ユニクロ、100均、食器（陶器）店など比較的安価で、日本人にとっては日常的でも外国人には珍しいものやデザインが人気。富裕層でも買い物を楽しんでいる。

#### 【韓国語】

- ・韓国人は現在心身ともに疲れているので、癒す旅が求められているのでは。
- ・日本のおいしい果物は好まれる。法律で持って帰ることができないため、観光農園や食べ放題などは行きたくなると思う。

#### 【中国語】

- ・内陸の人は多島美に感動している印象である。
- ・島観光は広島市街、宮島に加えての選択肢。  
アートで有名な直島などの評判がよく、瀬戸内はリピート率が高い。海や自然を感じられ、歴史と文化、みかん畑など、市街や宮島とは違った風景、開放感がある。多島美や地元の人とのふれあいも好評。香港、シンガポールなどの田舎を知らない富裕層に体験が好評である。

### ◆中国地方で取り組むべき観光

- ・観光客にダイレクトに届くPRも重要であるが、旅行会社への働きかけも重要である。
- ・訪日外国人の受入を推進するのであれば、地元の方と連携を図り地元還元できる観光開発が必要である。
- ・他地域と差別化された中国地方ならではの体験型観光コンテンツが必要である。
- ・夜のコンテンツが少ないため、宿泊に繋がっていない。神楽のショーや広島カープの観戦などが喜ばれると推察される。

# 訪日外国人側の意識調査（全国通訳案内士等）

## ■観光コンテンツの醸成について

### ◆中国地方で取り組むべき観光

#### 【英語】

- ・広島は日帰りが多いが、旅行者が「日本に到着後に、広島は日帰りだと知った」との発言があるなど、本人が決めているわけではなくエージェントがプランニングしている場合もみられるため、旅行会社に中国地方観光の魅力を伝えることも重要であると感じる。
- ・京都などで神社やお寺はたくさん観光するため、宮島や出雲大社など特徴があるものは除き中国地方で同じものは求められていない。中国地方でしかできない体験があったほうがいい。

#### 【韓国語】

- ・韓国には大きな温泉、遊園地がないため日本観光においては非常に重視されるファクターである。
- ・中国地方の滞在時間が短いので、「もみじ饅頭を焼いて食べる」ようなちょっとした楽しめる体験コンテンツがあるとよい。自分で混ぜてお好み焼きを作る体験は人気がある。
- ・景色がきれいなところで写真が撮りたい、SNSでシェアしたい人が多いので、観光サイトに写真がたくさんあると、興味ある人は増えると思う。
- ・観光地自体のPRももちろん大切であるが、その観光地の見所や過ごし方もアピールする必要があるのではないか。ゆったり楽しんで滞在時間を延ばしてもらうためには、その観光地の良さや楽しみ方を事前に知っていることが重要である。

#### 【中国語】

- ・中国地方は遊園地や水族館など子ども向けの観光地が少ないため、ファミリー層には観光しづらい。
- ・台湾ではプロ野球の人気があるため、野球観戦などがあるツアーは人気が出ると思う。野球観戦は、地元の人と触れ合うことができるという面でも有用なコンテンツであると思う。
- ・今回も得るものがあったので、情報交換の場が増えると良い。
- ・台湾でのサイクリング人気など、興味にあわせて行動範囲を広げて宿泊を促すのも大切なのではないかな。
- ・雑誌や著名SNS(写真)の影響から人気化した場所もある。足立美術館、直島など、多少遠方であっても、モチベーションが高ければ来訪する人はいる。
- ・アジア人は文化より現代的なものに惹かれる。対して欧米人は文化に興味を惹かれやすい。旅行者の属性に合ったアピールが必要である。
- ・まずは観光地からソフト面の整備が必要。観光地の「中国人はちょっと…」という空気感をなくしていく。現在は場所により受入の積極性に差がある。



5

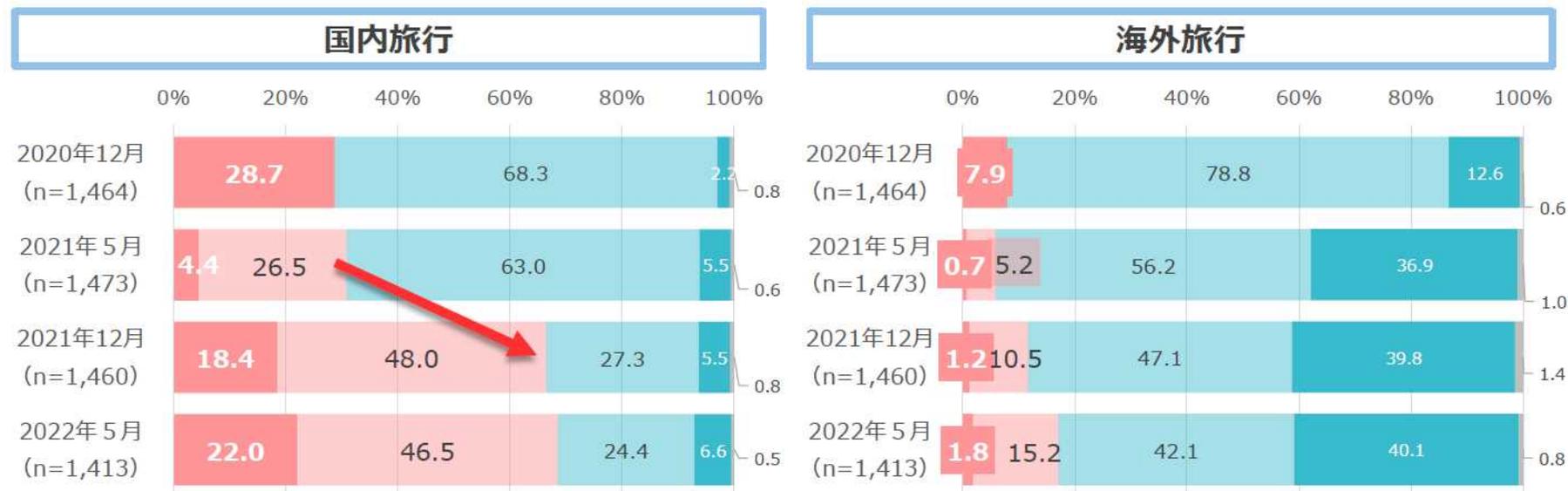
# 調査結果のまとめ

# 既存調査レポートによる補足

## ■ 旅行需要の変化時期

- ◆ コロナ禍における日本人旅行者の動向を分析している日本交通公社の調査結果によると、日本人旅行者が国内旅行に「行きたい」という意向が増えたのは2021年5月から12月の間であり、その間でポジティブ層の比率とネガティブ層の比率が逆転している。
- ◆ 一方、海外旅行意向は大きな増加はみられない。

Q. 現在のコロナ禍において、観光レクリエーション旅行へ行きたいと思えますか。



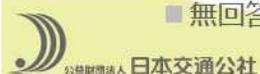
■ 行きたい／行きたいと思っており、具体的に予定・検討している※

■ (新型コロナウイルスが流行しているので) 行きたくない

■ 無回答

■ 行きたいと思っているが、実施するか迷っている

■ 新型コロナウイルスの流行に関係なく、そもそも旅行には行きたくない



※ 2020年12月は「行きたい」のみ、2021年5月以降は「行きたいと思っており、具体的に予定・検討している」と「行きたいと思っているが、実施するか迷っている」の2つの選択肢を設けて調査を行った。

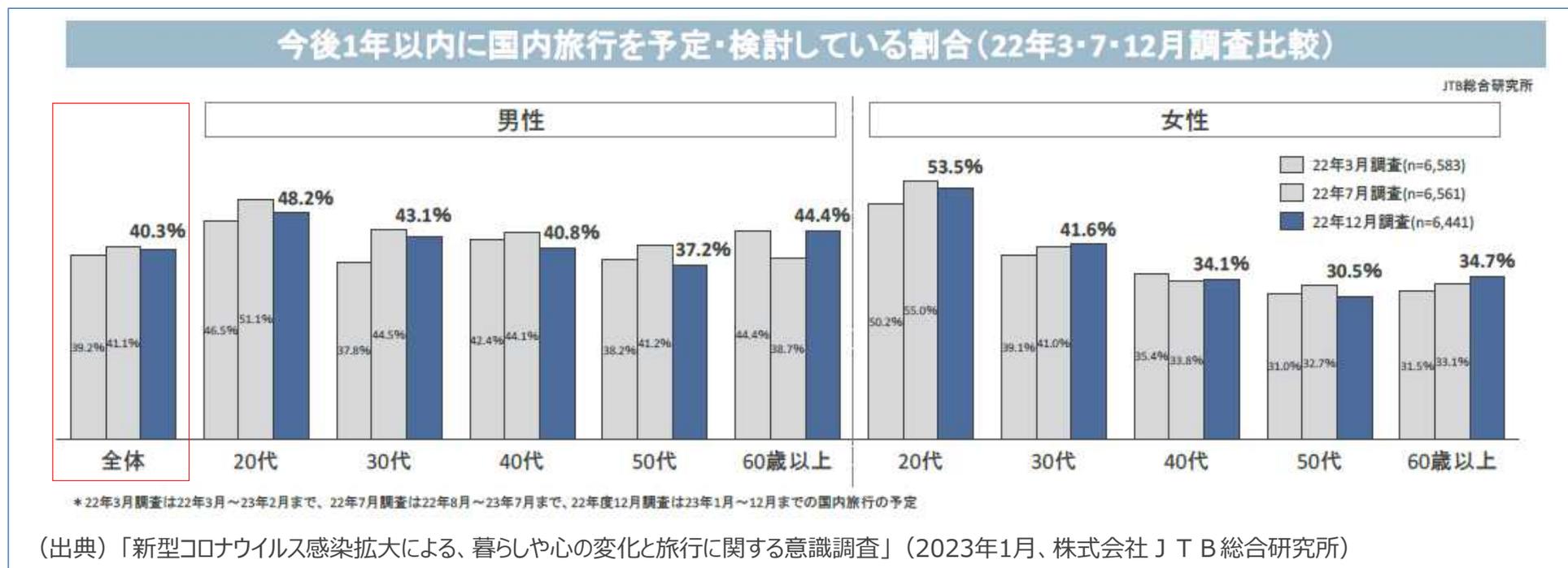
Copyright © 2022 JTBF All Rights reserved. <4>

(出典)「新型コロナウイルス感染症流行下の日本人旅行者の動向(その22)」(2022年9月30日、公益財団法人日本交通公社)

# 既存調査レポートによる補足

## ■国内旅行予定

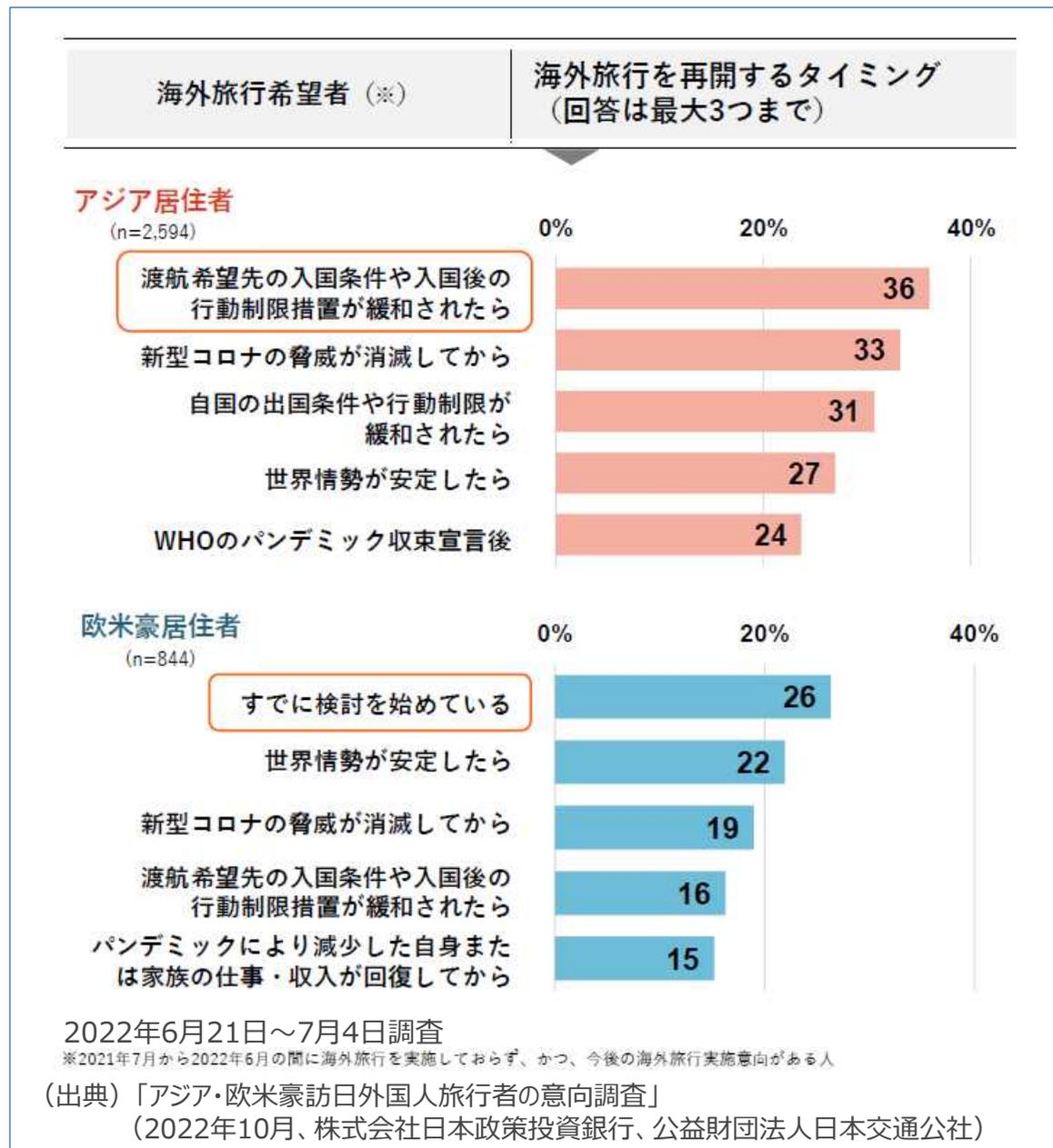
- ◆コロナ禍における日本人の旅行に関する意識を分析しているJTB総合研究所の調査結果によると、今後1年以内に国内旅行を予定・検討している割合は全体で40.3%（旅行を予定していない層は約60%）となっている。
- ◆性・年代別にみると、国内旅行に対する意欲が最も高いのは20代女性であり、過半数が国内旅行意向がある。
- ◆本調査における中国地域の住民アンケート調査結果では、国内旅行頻度のうち「行かない」という回答が54.7%となっており、全国的な傾向よりも若干旅行意欲が高いと思われる。



# 既存調査レポートによる補足

## ■外国人の旅行希望時期

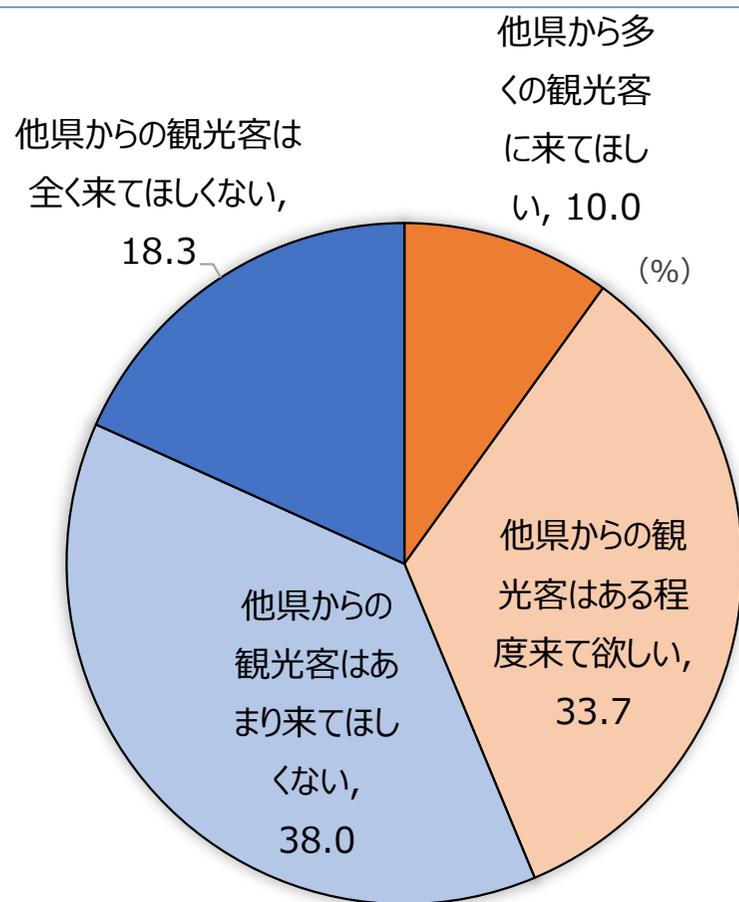
- ◆株式会社日本政策投資銀行、公益財団法人日本交通公社によるアジア・欧米豪の旅行者意向調査結果によると、各国の海外旅行を再開するタイミングとして、アジアは「渡航希望先の入国条件や入国後の行動制限措置が緩和されたら」が最も多いのに対し、欧米豪では「すでに検討を始めている」が最も多く、地域による差異がみられる。
- ◆同調査では、コロナ禍後の訪日旅行への期待が高いことが分かっており、コロナ禍収束後はインバウンドの回復も期待できる。



# 既存調査レポートによる補足

## ■ 中国地方在住者の観光客受入意向

◆ 中国経済連合会が2022年2月に実施した調査によると、中国地方在住者の観光客受入意向は「来てほしくない」が過半数となっている。本調査の住民アンケートでは国内観光客の受入に「賛成」が過半数となっており、2022年の2月から11月の間に受入意向が増加している。



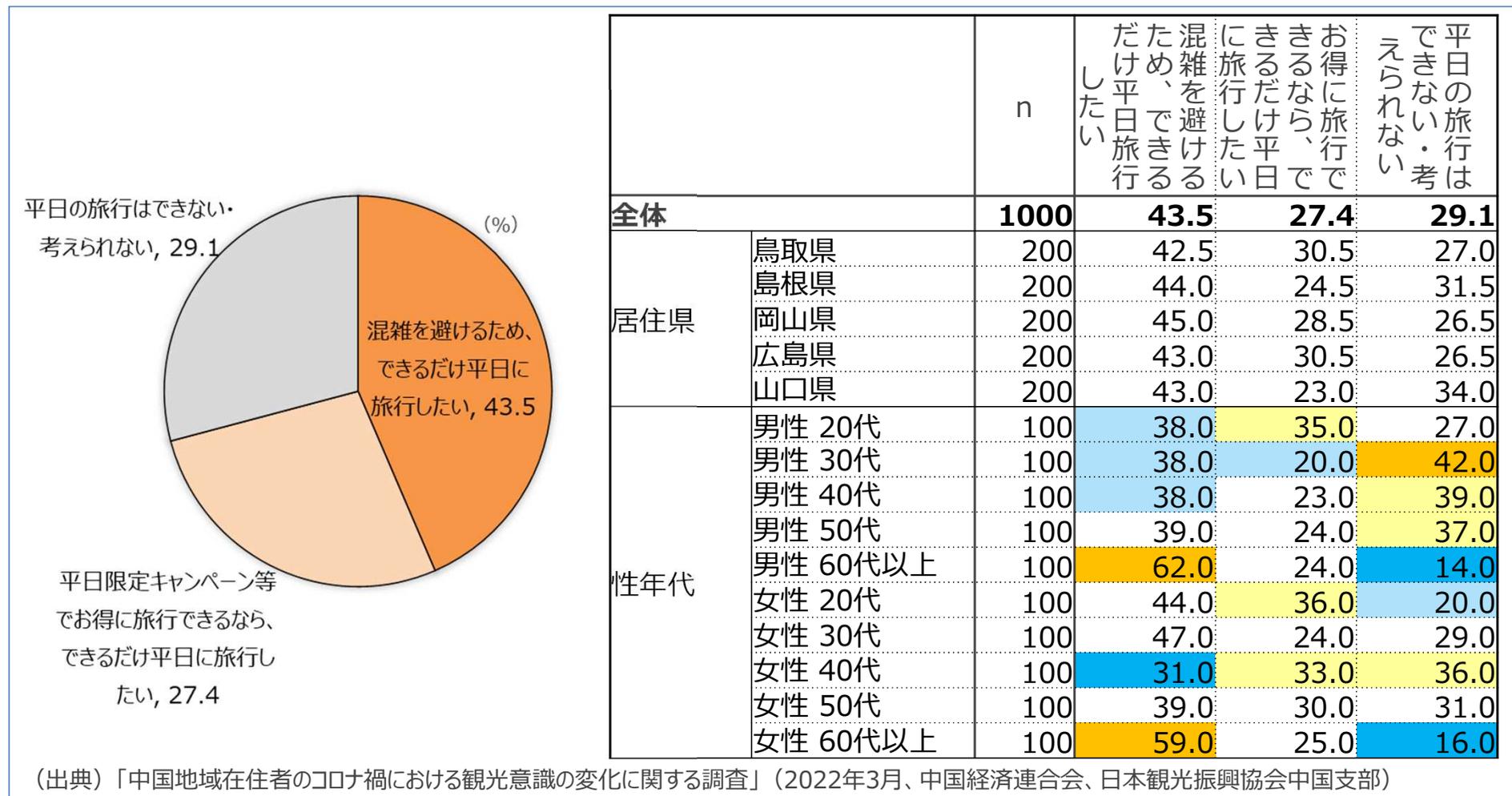
		n	観光客に来てほしい	他県から多く来て欲しい	客はある程度来てほしい	他県からあまり来てほしくない	他県から全く来てほしくない
<b>全体</b>		<b>1000</b>	<b>10.0</b>	<b>33.7</b>	<b>38.0</b>	<b>18.3</b>	
居住 県	鳥取県	200	13.5	27.0	38.0	21.5	
	島根県	200	9.0	34.5	40.0	16.5	
	岡山県	200	7.0	33.5	44.5	15.0	
	広島県	200	12.5	41.0	31.0	15.5	
	山口県	200	8.0	32.5	36.5	23.0	
性年 代	男性 20代	100	16.0	41.0	30.0	13.0	
	男性 30代	100	19.0	31.0	27.0	23.0	
	男性 40代	100	13.0	32.0	29.0	26.0	
	男性 50代	100	8.0	39.0	31.0	22.0	
	男性 60代以上	100	11.0	33.0	37.0	19.0	
	女性 20代	100	9.0	31.0	43.0	17.0	
	女性 30代	100	8.0	30.0	47.0	15.0	
	女性 40代	100	3.0	35.0	43.0	19.0	
	女性 50代	100	9.0	34.0	44.0	13.0	
	女性 60代以上	100	4.0	31.0	49.0	16.0	

(出典) 「中国地域在住者のコロナ禍における観光意識の変化に関する調査」(2022年3月、中国経済連合会、日本観光振興協会中国支部)

# 既存調査レポートによる補足

## ■ 中国地方在住者の平日旅行意向

◆ 中国経済連合会が2022年2月に実施した調査によると、中国地方在住者の7割の人が平日旅行の意向がある。特に、60歳以上の人にその傾向が強い。本調査の住民アンケートでも約7割が平日旅行が可能と回答しており、コロナ禍後の平日旅行需要の取り込みが重要になっている。



# 既存調査レポートによる補足

## ■ 中国地方における観光産業の方向性

- ◆ 公益財団法人中国地域創造研究センターが2022年3月にとりまとめた調査報告書によると、ポストコロナ時代の中国地域の目指す姿として「災害級の環境変化に負けない持続可能な観光地」が挙げられており、実現に向けて3つの方策が整理されている。

ポストコロナ時代の中国地域の観光産業の目指す姿



(目指す姿)

「災害級の環境変化に負けない 持続可能な観光地」の実現

(出典) 「中国地域における「ポストコロナ」時代の日本人観光客を中心とした観光産業のあり方に関する調査」  
(2022年3月、公益財団法人 中国地域創造研究センター)

### 中国地域の観光産業が取り組むべき方策

#### 1. 「新しい生活様式における新たな観光スタイルへの適合」のための方策

- 地域独自の資源を活かした高品質な体験の提供
- 他業種間・エリア内連携による着地型観光のバージョンアップ
- マイクロツーリズムの需要を取り込むための顧客満足度の向上とファン作り
- 自然・アウトドア志向の高まりに対応した多彩な連携メニューの提供

#### 2. 「観光産業分野におけるDXの促進」のための方策

- 観光施策と事業者の質的向上に繋げる、エリア内・異業種間のデータ利活用
- オンラインの利活用による旅行者との交流やニーズ把握
- ワーケーションを活用した新しい交流・協働の展開

#### 3. 「観光事業の継続性確保と地域の危機管理体制の構築」のための方策

- 着地側の地域住民等の地域に対する誇りの醸成を通じた既存文化の磨き上げ
- 事業継続計画策定などに対する行政の支援と面的な協力体制づくりの推進
- 統一基準の策定・活用と事業者の継続的な能力開発の機会の提供

## ■ 中国地方におけるウィズコロナ・ポストコロナ時代にあった観光客受入に資する取組方策

### ◆ 平日需要の掘起しを起点とした基幹産業としての観光産業の創出

本調査結果で得られた平日需要の高さを活かし、国内平日限定キャンペーンやインバウンド対応推進等による旅行需要の平準化により、観光産業の雇用形態の変化（非正規雇用から正規雇用への転換）、高度人材雇用を促し、観光産業の平均賃金の増加を図る。

また、同時に幅広い産業への波及効果が期待できる観光産業の特性を活かし、地域内の様々な産業との連携により観光消費を地域内に留める（他地域への漏出を減らす）ことにより、観光産業に関連した地域内の雇用創出を図る。

さらに、混雑緩和策の徹底、SDGsに即した対応等、観光客のニーズ変化に対応することにより、消費額の増加を図り、観光産業の進化と合わせ持続可能な観光産業への変革を促す。

### ◆ 滞在型観光地・リピータブルな観光地への変化

宿泊施設の魅力、夜・朝の魅力、拠点としての魅力、エンターテインメントやアクティビティの魅力等、宿泊理由・滞在理由の拡充により、滞在型観光地へと変化させる。

また、人と人の繋がりを活かしたCRM（顧客関係管理、Customer Relationship Management）の視点を観光産業に導入し、中国地方のファン、中国地域内の各地のファンの獲得、口コミマーケティングにつなげ、リピータブルな観光地への転換を図る。