

204(19%)

216(20%)

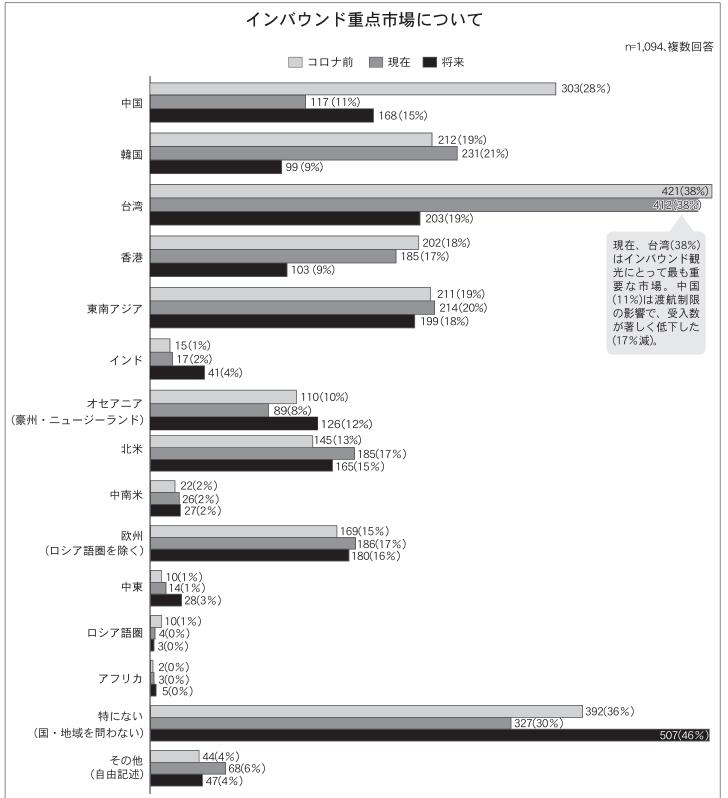
185(17%)

156(14%)

れの課題についてインバウンド観光

112(10%)

95 (9%)



インバウンド旅行客受入拡大に向けた意識調査

域か③今後、 インバウンド観光客受け入ついては①コロナ禍以前、インバウンド重点市場に かったが、将来的には東南 コロナ禍以前は、台湾を中の質問を設定。その結果、 心に東アジア 、インバウンド観光客の受 ジアや欧米も東アジアと れ市場の拡大、 れが多いのはどの 入れ強化を予定している における重点市場(国、 地域はあるか、 バウンド はあったか②現在 の重要度が高 ・観光客の受け ・全体的に顧客向けのサービ足の職種についても質問。また、人手不足や人材不 ススタッ 実施する。 なって 働環境が ていること 「人手不足や人材不足」客受け入れの課題につい も不足し 人員の確保が大きな課題と光産業全体で将来も含めた いう回答が いたところ、 っていることが分かい関係に携わる人材が

春節期間(毎年概ね1月末~2月)

夏休み期間(7月後半~8月末)

| 特に目立って混んでいるシーズンはない

は、

来年

予定。

オールシーズン

スキーシーズン

その他 (自由記述)

している

とを示唆している。早く回復しているこ 光と比べておおむね 年とほぼ同等という 光客数が変動すると 特定の時期ではな 人港などと連動し 回答があった。 また 凹復傾向が強く、 ウンド観光よりも は国内旅行がイン 全体を見ると、 う回答もあった。 国内旅行を含む観 、国際イベン・ インバウンド クル

足や人材

さらに伸長させるための条件は、「人手不足や人材不足の解 「国で自治体の広域連携」 33%が最多。また「国で自治体の広域連携」 34%や 「国で自治体の広域連携」 34%や 「国で自治体の広域連携 みに期待する声が最高でいる」と 5名でパンフレット、W 「国で自治体の取り組 をた(パンフレット、W 「国で自治体の取り組 をた(パンフレット、W 「国で自治体の取り組 をもいくが 4番目で、「外国語対応の拡大」 22%など、「国で自治体の取り組 をた(パンフレット、W 「国で関連を表して、 1000年 1000年

などの長期休暇の時期が注 り具合を2019年と比インバウンド観光客数の 10月1日から)」も中国人 年水準を超えた 。最も多い スター クセスがで も多い。 交通イン 口な課題 路線の復便の遅れ」 「外国語 「主要都市 a Sの の一答が目立っ 対応スタッフの雇 ト、WEB、恝整備が不十分 イナ分」14%などの遅れ」16%、 関から地方へのア 関の遅れ」16%、 ラ整備の回答が いった多言語対 方 「多言語 契約 ミク

秋季

に7%に過ぎなかった。

目されている。「中国国

観光客が多いという

の よりも著しく低下した。 (17/学減)。 (17/学)。 (17/等)。 図)。 のも著しく低下してコロナ禍以前 でコロナ禍以前 重点市場について 人低下した 一度航制限 28

に意識調査」

施した「インバウンド、宿泊事業者などを対(JATA)は、旅行

46件)。調査結果の一部を紹介する。

観光協会60件、DMO

