

コロナ感染拡大から3年の今みる、旅の変化と宿泊業の雇用動向 —持続可能な観光には外部人材活用と現場の働きやすさによる地域の魅力づくりが鍵—

株式会社リクルート（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：北村 吉弘、以下リクルート）は、新型コロナウイルスの感染拡大から3年経った今の旅行の在り方の変化や雇用動向を解説いたします。人や地域を生かす取り組みや兆しについてもお伝えします。

■コロナ禍を経た、観光旅行の変化～個人化や高付加価値化が進む～

国内宿泊旅行におけるグループサイズは縮小傾向にあり、旅行の個人化は既に起きていました。それがコロナ感染拡大に伴い、一気に加速したとみられます。2021年度に実施された国内宿泊旅行のうち、「夫婦二人での旅行」が27.4%。次いで「一人旅」は20.1%で過去最高値となっていました。

◆国内宿泊旅行の動向形態（単一回答／延べ宿泊旅行件数ベース）

	一人旅	恋人との旅行	夫婦二人での旅行	小学生以下の家族旅行	中学生以上の家族旅行	親連れの家族旅行	その他の家族旅行	友人との旅行	職場やサークルなど団体旅行	その他
(21年度) 全体	20.1	9.1	27.4	11.8	5.1	7.5	7.3	10.0	9.0	9.8
(20年度) 全体	17.8	9.4	29.7	11.6	4.3	8.1	7.5	9.9	9.0	9.8
(19年度) 全体	18.6	8.2	25.2	11.5	4.2	8.4	7.9	12.5	2.5	11.1
(18年度) 全体	18.0	7.8	25.2	12.0	4.5	8.4	7.8	12.8	2.7	11.0
(17年度) 全体	17.2	7.3	25.7	11.1	4.5	8.9	8.4	12.7	2.9	11.2
(04年度) 全体	10.5	8.1	22.4	14.6	4.3	7.3	8.6	15.3	5.8	3.0

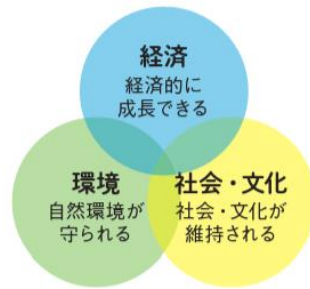
出所：「じゃらん宿泊旅行調査」（リクルートじゃらんリサーチセンター調べ）

旅行が個人化することによって、旅行に求めるものが「みんなが好きな旅」から「私が好きな旅」に変化しつつあります。すると、聖地巡礼やアドベンチャーツーリズムのように、旅行者はやりたいことが一つでもあれば、旅に出やすくなります。コロナ禍を経て、『量から質へ』という戦略転換が各観光地、宿泊施設で強く求められている今、旅行の高付加価値化への挑戦も始まっています。

地域の観光を盛り上げることは、地方創生につながるともいわれ、コロナ禍で一度、止まってしまったインバウンド需要も今後、拡大していくことが予想されます。一方で、コロナ前は、オーバーツーリズムが発生し、旅行需要の多寡が発生していました。

このような経緯などもあり、観光旅行業界で注目されているのがサステナブルツーリズムです。これは地域における「経済」「社会・文化」「環境」の3つの観点を共存させつつ、旅行者を迎え入れる、旅の在り方です。日本全体で観光の力を活用しながら、持続的な地方創生を実現するためには、それぞれの観光資源を

生かした「地域の魅力づくり」をした上で、その魅力を体現する「人を育てる」ことが必要となるでしょう。



出所：リクルートじゃらんリサーチセンター「とーりまかし」vol.68
https://jrc.jalan.net/wp-content/uploads/2022/05/Vol68-X4_all.pdf

■人材獲得の難易度が上昇

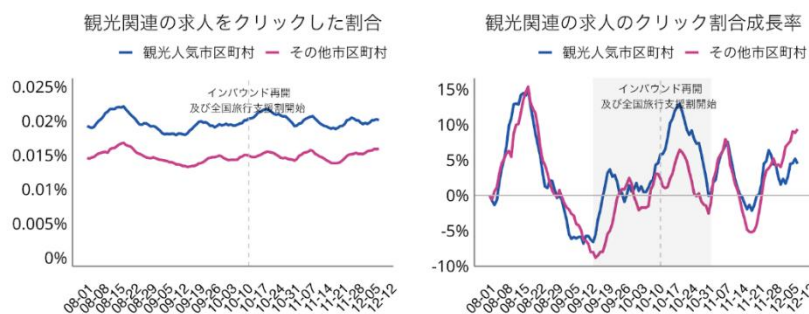
宿泊業界においては、全国旅行支援の開始やインバウンド旅行者増加への期待等により、先の需要を見越し、早期に人材確保に動いています。しかし、現在、どの業界においても人材における需給のバランスから、アルバイト・パートにおける募集時平均時給は上昇傾向にあり、人材獲得の難易度は一層上昇しています。特に、サービス業においては、コロナ禍における2年以上もの間、欠員補充ができず、新規採用も先行き不安から凍結していたケースもあるため、その穴埋めの必要性和、感染対策が追加されたことによる現場オペレーションの増加によって、今までよりも多くの人材確保が急務となっています。

求職者は「通勤の利便性がよい」「転勤がない」「家から近い」といったアクセスを重要視する人が多く(※1)、観光に関する求人への求職者の関心にもばらつきが生じています。著名な観光地については求職者の関心は高めにあります。その他の地域には関心が集まりにくいなど、地方の宿泊施設における人材確保の難易度は急上昇しています。宿泊ニーズの高まりを受け、コロナ禍の間限定していた予約を開放したくても、働き手を十分に確保できないがために、目の前の需要に対応しきれないという状態もいまだ続いています。

(※JBRC[業界別レポート]働く人と職場/業界イメージレポート 2019(ホテル・旅館編)(https://jbrc.recruit.co.jp/data/data20191126_1386.html))

▼観光関連の求人における、求職者の関心度(2022年8月1日から2022年12月12日)

求職者関心は観光地の方が高く、インバウンド再開直前直後の上昇率が高い



出所: Indeed。データは7日移動平均、季節調整値。
 成長率は2022年8月1日を0%に基準、灰色領域は観光地とその他地域で差が生じている期間を表す。

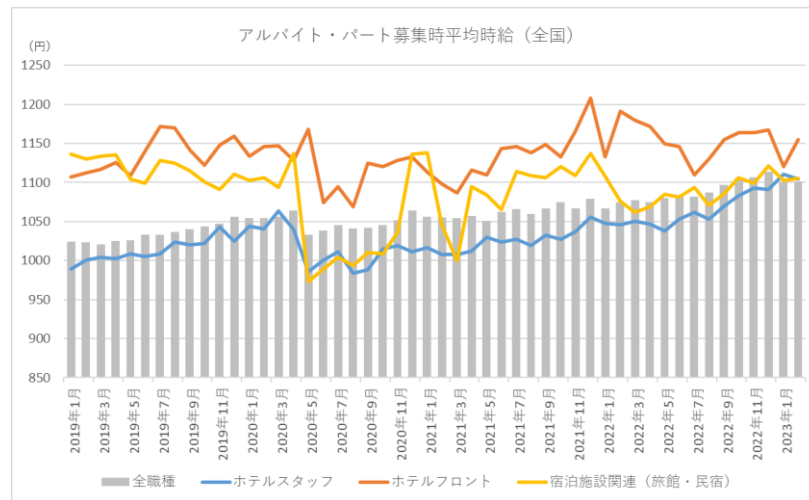


出所：Indeed Hiring Lab

求職者の求人クリック数全体に占める観光関連の求人のクリック数の割合とその成長率を、観光人気市区町村とその他市区町村に分けて示したものの。灰色線は、インバウンド再開日及び全国旅行支援期間開始日(2022年10月11日)を表す。

人気観光市区町村かどうかの判別には、ブランド総合研究所による「市区町村別観光人気ランキング」で2018年、2019年、2020年いずれかに50位以内にランクインしている市区町村全てを人気観光地として識別。パンデミックによって本来人気であっても密な地域を避けることによるランク漏れがありえるため、2020年だけでなく過去年を含めている。また政令指定都市においては区まで含む。(例：札幌市南区)

▼アルバイト・パート募集時平均時給調査（全国／2019年1月～2023年1月）



出所：リクルート「アルバイト・パート募集時平均時給調査」（2019年1月度～2023年1月度）
 ※上記分類は大分類「販売・サービス系」に包含、ホテルスタッフはフロント以外の業務に該当

■地域の魅力づくりを担う人材開発

①地域の魅力づくり・発信には、外部人材の登用が有効

地域や宿の魅力を見いだす際に、自分たちにとっては当たり前だったポイントが、外部人材にとっては、その「地域らしい魅力」だと、見直される場合があります。こういった外部人材ならではの視点やスキル、知識に地域の企業が注目し、取り入れようとする事例をご紹介します。

<事例：副業人材の知見を生かし、まず目の前の取り組みを進化>

◆SEN.RETREAT TAKAHARA（和歌山県田辺市）

<https://sen-retreat.com/stay/takahara/>



【抱えていた課題】

- ・ SNS の運用やイベント企画作成のクオリティが低下
- ・ EC 事業といった新規事業に着手する時間が不足

【取組内容】

- ・ 都市部で働く人が地方企業に副業として参画する「ふるさと副業」(※2)を通して、地域外人材（4人）に参画してもらう
- ・ SNS の運用やイベント企画作成、EC・CRM の経験が豊富な副業者が、地域や宿の魅力を見出したうえで、企画や運用を実施。

※2 都市部で働く人材が地方企業に参画できるリクルートの『サンカク』サービス利用



<副業者について 例>

Aさん：東京都在住の30代。IT系ベンチャー企業で5年以上、SNSマーケティングに従事。

Bさん：東京都在住の30代。アパレル系事業会社で5年以上、デジタルマーケティングに従事。

【効果】

●宿泊施設にとって

- ・取り組み後に、SNS のフォロワー数が倍増。学生インターンを巻き込んで発信の仕組み化も実現。
- ・受け入れ側は一部の業務を副業者に任せることで、宿泊施設として注力したい事業へ集中できた。

●副業人材にとって

自分のスキルや知識を生かす、地域に貢献ができるという実感を持たた。

②現場で働く人が、地域の魅力を生き生きと体現できるように

「何が魅力なのか」「魅力をどう発信するか」を企画した上で、それを体現するのも“人”。しかし、観光や宿泊施設の現場は、コロナ禍以前から人手不足の状態が続いており、本来やりたかったおもてなしまで手が回らないこともあります。深刻化する人手不足の状況下で、現場で働く人が、地域の魅力をいきいきと体現でき

るように働く環境を工夫されている取り組みをご紹介します。

<事例：DX を活用し、働き手の負担を軽減。活躍し続けられる環境づくり>

◆皆生松月／皆生游月（鳥取県米子市）

<https://www.shogetsu.co.jp>

<https://kaike-yugetsu.jp/>



【抱えていた課題】

- ・各種業務を基本的に人力で行うことで、働き手の負担が大きい状態
- ・「遅い」「忘れた」「間違えた」などのミスが多く発生

【取組内容】

- ・部署間の情報連携：口頭＆手書きのアナログ対応から、タブレットを導入へ
- ・予約受付：電話対応（約 15 分/件あたり要）→WEB ホームページ予約へ誘導
- ・総務&経理：勤怠管理や給料計算、仕入れなど、ツール導入
- ・集客：価格調整業務のシステム導入
- ・館内案内：手書きから、コード読み取りに変更。即時に情報変更が可能に

【効果】

●トラブルが減少し、スタッフ間コミュニケーションが円滑化

- ・部署間における伝達ミスが激減&即時連携が可能になり、「言った言わない」等のトラブルが減少
- ・電話予約数&対応時間を大幅削減。（予約対応スタッフ数：常時 4～5 人→2 人、待機時間：1 日 24 時間待機→朝 10 時半～夜 8 時ごろまで）

●スタッフが旅行者に目を配る余裕をもてるようになった

- ・売上げ規模に対して、大幅に少ない人員で総務経理といったバックヤード運営が可能になった
- ・以前は、目の前の対応に追われ、旅行者の様子に目を配るのが難しいこともあったが、今では宿泊客から聞かれる前に困りごとに気が付けるなど、周辺に目を配る余裕が持てるようになった

<事例：柔軟な働き方を提供し、シニアや主婦も働ける&活躍できる環境へ>

◆三重県鳥羽市（宿泊業は市内最大の産業。旅館、ホテルなど様々な規模の宿泊施設が約 160 軒ほど）

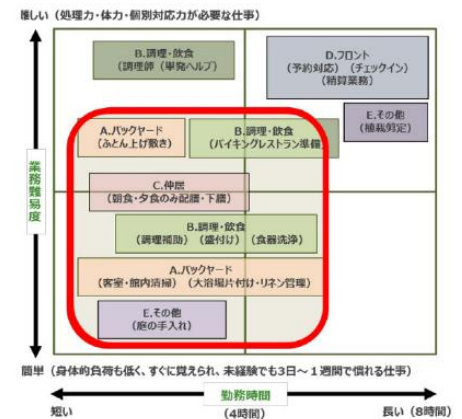
【抱えていた課題】

- ・十分な数の人材を確保できないことで、各宿の稼働を制限して運営
 - ・地元に住むシニアや女性は働きたいが、働ける条件の仕事が見つからない&そもそも知らないという状態
- 人材不足の状況は「短時間勤務が無い」や「休日が取れない」ことであると判明

【取組内容】

多くの市民が働く宿泊施設が、今よりも「いきいきと活躍できる」職場となること、またそれが観光地としての魅力向上に繋がるといった好循環サイクルを目指し、以下実施

- ・短時間ジョブの創出：時間や体力に制約のあるシニアや女性が働きやすいよう、「朝食の補助」や「昼間のフロア清掃」といった 1日4時間ほどの業務を切り出し
- ・短時間ジョブ求人の告知：短時間ジョブを冊子化し、『プチ勤務お仕事カタログ』を作成。地域イベントにて、「からだ測定」と一緒にシニアや女性の潜在層に告知



【効果】

●市民からの反響

「(カタログにある旅館の) 職場を実際に見たい」(60代女性)と職場見学ツアーへの申込あり

●事業者からの反響

「求人を掲載したい」(ホテル採用担当者)や、「他の業種でもこのようなカタログを作成してほしい」(市長地区懇談会)との声あり

■よりよい未来に向けて

<事例：長期的な人材育成のため、地元の中学生と一緒に考える>

◆塩尻市立塩尻西部中学校（長野県塩尻市）



【抱えていた課題】

地方部に住む若者たちは「地元には仕事がない」というイメージを持ち、かつ、地域の魅力を感じ切れないことで、高校大学などへの進学で地域外に。観光宿泊業を含む、地域の産業の担い手が不足するという状況に。

【取組内容】

- ・同校の総合的な学習の時間で、地域産業に触れる機会を増やし、地域の未来の担い手を育てている。
- ・ワインが有名な塩尻市。2022年度は「塩尻市産のぶどうのファンを増やすには」という問いに対して、ファンを増やす手段を検討するだけでなく、地域にある資源を使ってファンを増やすために「商品開発」「マーケティング」についても取り組んだ。

【効果】

●地域にとって

中学生を中心に、学校や地域教育協議会、地域事業者、商工会議所などこれまで接点がなかったところがつながり、「地域内の「関係の質」」が向上。地域の人材を、地域全体で育てていく基盤が整った。

●学生にとって

「塩尻とぶどうの可能性は無限大だと思った」というコメントが出るなど、「地域への興味関心」が高まった。

■持続可能な地域観光を進めていくために



じゃらんリサーチ
センター
主席研究員
森戸 香奈子

持続可能な観光のためにも、観光に関わる人々の誰もが、犠牲にならないことこそが求められます。旅行者、観光事業者、地域住民の三方よしが大事なのです。また、持続可能性＝サステナビリティというと、「環境」が注目されがちですが、地域の方々にとっては「経済」「社会・文化」も大切です。例えば、「経済」については宿泊価格を不当に安くせず、適正な価格に設定（レベニューマネジメント）し、宿を運営し続けられるようにすることが、地域の持続可能性につながります。ただ価格を変更するのではなく、地域性や独自性のあ

る魅力を旅行者が感じとれるようにする必要があります。そのためにも、まずは各地域が持つ魅力を見出して、磨き込む。そして、現地ではより良いおもてなしをすることで、

旅行者がよりいっそう「行きたくなる」場所となっていくことが重要なのです。
今だからこそ、地域ぐるみの魅力づくりやレベニューマネジメントを進めていけたらと思います。また、宿泊施設を持続可能なかたちで運営していくためには、<ヒトの活性化：現場で働く人の ES 向上>とそのため
の<モノの省力化：DX>が重要です。さらに DX によって発注内容や顧客情報が可視化され、マーケティングへの展開もできるというメリットも考えられるので、より進化した観光産業を提供することも可能となります。

■地域の観光業を「働きたい場所」に



ジョブズリサーチ
センター長
宇佐川 邦子

コロナ禍で大きな影響を受けた宿泊業では、現在も人材確保は急務となっています。上記に挙げたような「プチ勤務」を創出することで、潜在労働力に目を向けることは人材確保の活路になると考えられます。しかしそれ以上に重要なことは、せっかく採用できた人材に長く働いてもらう、ということです。宿泊施設では、業務を人の手で一生懸命行う一方、業務が複雑で多岐にわたってもいるため、ミスが発生しやすい状況にあります。ミスによって、旅行者にお叱りをもらったり、施設内の連携がとりづらくなったり、と働き手が苦しい思いをすることにもつながります。DX を始めることで、「遅れ」「漏れ」「誤り」といったミスが起こりづらくなり、業務の効率化が進めば、本来やりたかった、おもてなしに注力できるようになり、「ありがとう」の数は増えていくと思います。

すると、観光・宿泊業の働き手が大事にしている「旅行者の喜び」を感じられる機会が増え、働く人材の定着に繋がっていきます。ES（従業員満足度）が CS（顧客満足度）に繋がり、それが業績の向上につながっていく流れが期待できます。

地域の観光・宿泊業はグローバル＝グローバル（世界規模で通用する）＋ローカル（地域に根差す）な産業です。今後よりいっそうインバウンドも増えていくため、グローバル視点、水準も学べます。地域の宿はたくさん「ありがとう」であふれた、グローバルな職場と進化することで、多くの人にとって「働きたい」場所が変わっていくことが今、求められています。

リクルートグループについて

1960年の創業以来、リクルートグループは、就職・結婚・進学・住宅・自動車・旅行・飲食・美容などの領域において、一人ひとりのライフスタイルに応じたより最適な選択肢を提供してきました。現在、HRテクノロジー、マッチング&ソリューション、人材派遣の3事業を軸に、60を超える国・地域で事業を展開しています。リクルートグループは、新しい価値の創造を通じ、社会からの期待に応え、一人ひとりが輝く豊かな世界の実現に向けて、より多くの『まだ、ここにはない、出会い。』を提供していきます。

詳しくはこちらをご覧ください。

リクルートグループ：<https://recruit-holdings.com/ja/> リクルート：<https://www.recruit.co.jp/>

本件に関する
お問い合わせ先

<https://www.recruit.co.jp/support/form/>