



BOJ
Reports & Research Papers

2025年5月27日

日本銀行青森支店

県内におけるGW期間中の観光動向と インバウンド需要獲得に向けた取り組み

1. 調査概要

- 日本銀行青森支店では、県内におけるGW期間中の観光動向とインバウンド需要獲得に向けた取り組み状況の把握を目的として、県内企業等を対象にアンケート調査を実施した。本稿では、同アンケートの集計結果および企業等から聞かれた声について整理する。

■ アンケート調査の概要

- ・ 調査対象：青森県内の宿泊施設、観光施設、道の駅、土産物店など100先
- ・ 調査時期：2025年4月17日(木)～5月21日(水)
- ・ 回収率：81.0%
- ・ 集計対象期間：＜2024年＞4月27日(土)～5月6日(月)
＜2025年＞4月26日(土)～5月6日(火)

	4/26	4/27	4/28	4/29	4/30	5/1	5/2	5/3	5/4	5/5	5/6
2024年	金	土	日	月	火	水	木	金	土	日	月
2025年	土	日	月	火	水	木	金	土	日	月	火

【参考1】 県内における桜の開花日・満開日

	弘前市		青森市		八戸市
	開花日	満開日	開花日	満開日	
2024年	4/14	4/19	4/15	4/18	4/14
2025年	4/18	4/23	4/17	4/22	4/16
平年	4/22	4/27	4/22	4/26	4/19

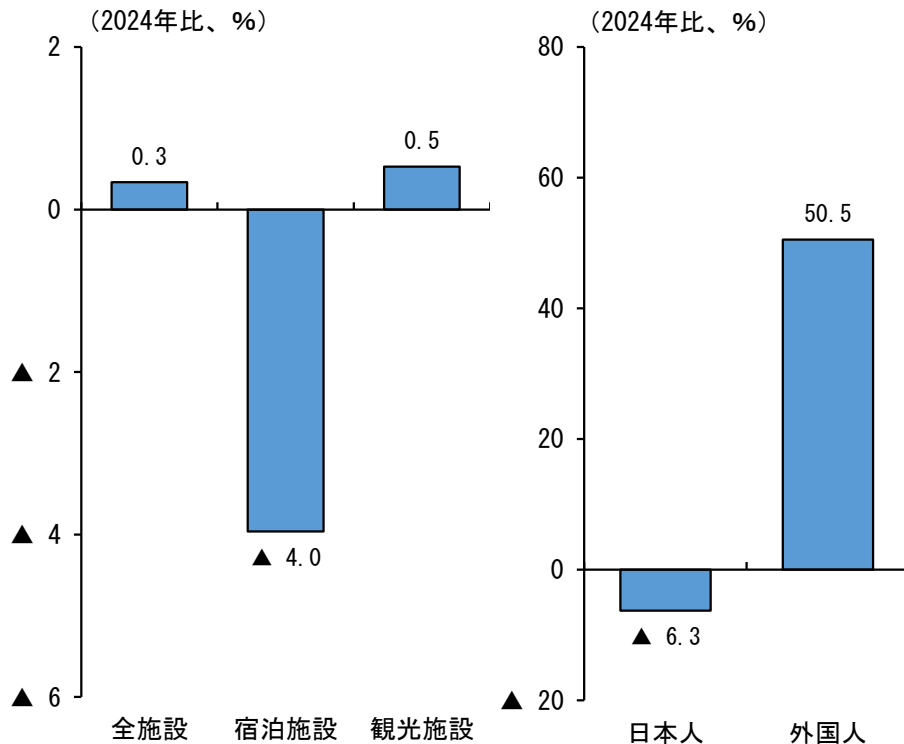
【参考2】 青森市の天気・平均気温の推移

		4/26	4/27	4/28	4/29	4/30	5/1	5/2	5/3	5/4	5/5	5/6
2024年	天気	曇のち晴	曇のち晴	晴	晴のち曇	雨のち曇	曇のち晴	晴	晴	晴	晴	曇のち雨
	平均気温(℃)	18.1	16.1	16.4	15.4	12.6	11.6	12.2	14.6	14.6	15.1	16.3
2025年	天気	晴	曇のち雨	曇のち雨	雨	雨	晴	曇のち雨	雨のち曇	雨のち曇	雨のち曇	曇
	平均気温(℃)	10.3	12.7	10.7	8.1	8.8	10.5	14.7	14.4	12.3	12.8	11.8

2. 来客数の動向

- 2025年のGW期間中の1日あたり来客数は、概ね前年並みとなった。インバウンド需要の拡大や桜の開花期間の長さが増加に寄与した一方、日並びが悪く、宿泊需要が喚起されにくかったことなどが減少に寄与した。

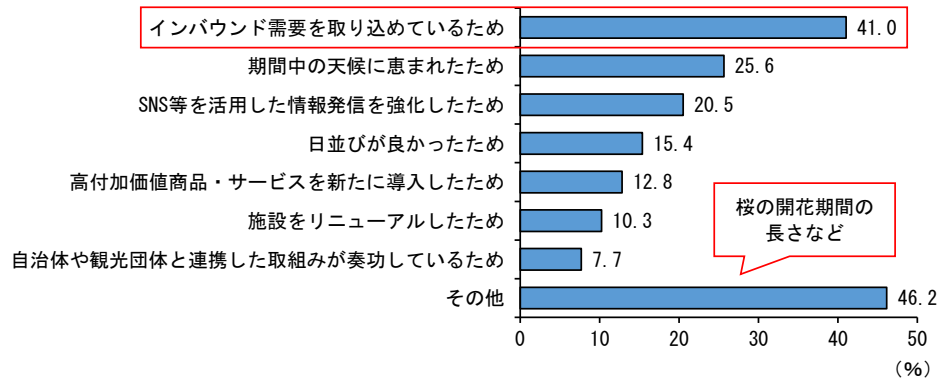
【図表1】1日あたり来客数（2024年比）



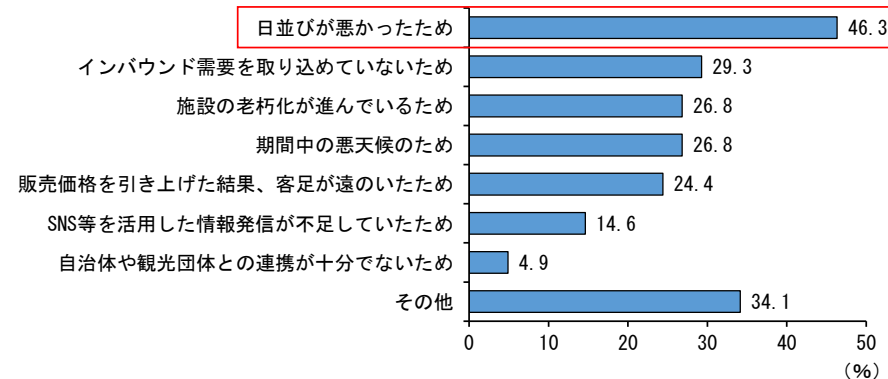
(注1) 有効回答先数は、左図：77先、右図：40先。
 (注2) 観光施設は、道の駅・土産物店などを含む（以下同様）。
 (出所) 日本銀行青森支店（以下、断りのない限り同様）

【図表2】来客数の変動要因（複数回答）

＜来客数が増加した先＞



＜来客数が横ばい/減少した先＞



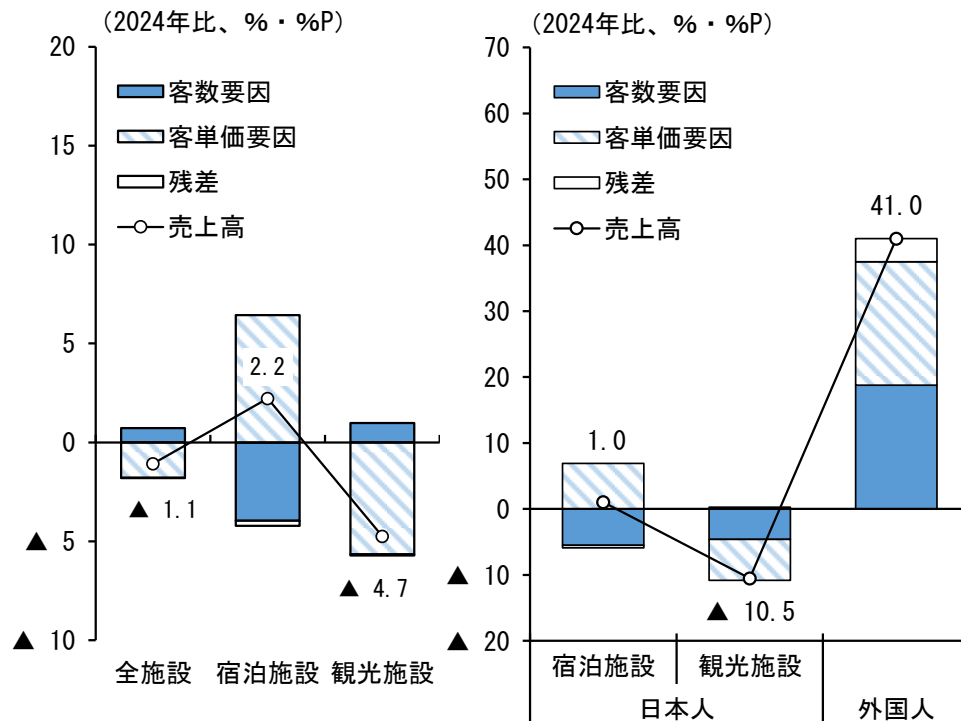
(注) 有効回答先数は、上段：39先、下段：41先。

3. 売上高・客単価の動向

- 2025年のGW期間中の1日あたり売上高は、客単価の減少を背景に前年を幾分下回った。
- 顧客属性・施設別にみると、外国人観光客は、来客数・客単価ともに増加に寄与した一方、日本人観光客は、宿泊・観光施設双方で来客が減少したほか、観光施設では、節約志向の影響等により客単価も減少した。

➤ この間、宿泊・観光施設ともに、コスト上昇分の価格転嫁を進める動きがみられた。

【図表3】1日あたり売上高（2024年比）



【図表4】客単価の増減に関する企業等の声

<客単価が横ばい/減少した先>

業態	ヒアリング情報
観光施設 道の駅 (各地域)	物価高騰を受けた消費者の節約志向の強まりを背景に、購入点数が減少。
宿泊施設 (西北地域)	宿泊需要は堅調だったが、消費者の節約志向の強まりから売店の売上が振るわず、客単価を下押した。
道の駅 (三八地域)	日並びの悪さを背景に、購入金額の高い県外客の来客が減少。

<客単価が増加した先>

業態	ヒアリング情報
宿泊施設 観光施設 土産物店 道の駅 (各地域)	物価高騰による各種コストの上昇を受けて、販売価格（宿泊価格・入館料など）を引き上げた。
観光施設 (中南地域)	クルーズ船による来航者など、外国人観光客による高単価の土産物の購入が増加。
宿泊施設 (東青地域)	施設のリニューアルや、接客サービスの向上が奏功し、高単価プランの利用が増加。

(注1) 有効回答先数は、左図：70先、右図：30先。

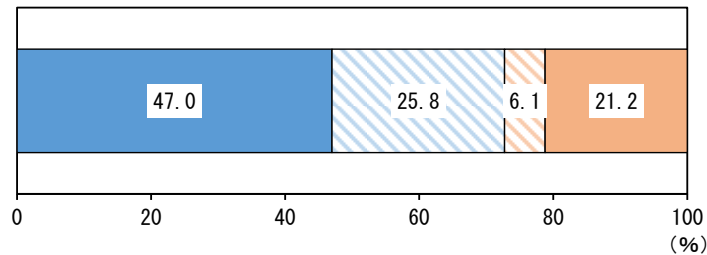
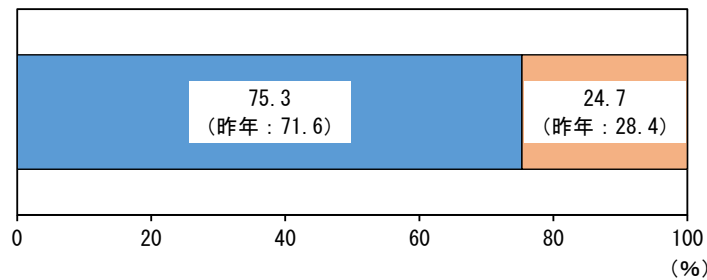
(注2) 客単価は、売上高を来客数で除して算出。

(注3) 図表内のラベルは、売上高（2024年比、%）。

4. インバウンド需要の取り込みスタンス(1)

- 企業等のインバウンド需要の取り込みスタンスをみると、積極的なスタンスの先は、全体の2割強にとどまっている。また、積極的ではない先のうち過半の先では、実際に外国人観光客を取り込めていない。
- 取り込みのボトルネックとしては、人材確保の課題を挙げる先が多くみられたほか、来客数が横ばい/減少した先では、二次交通の不足や資金の確保を指摘する先もみられた。

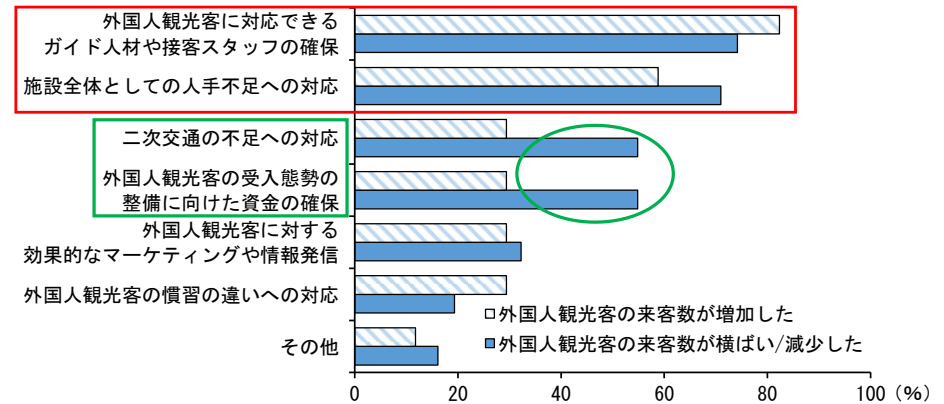
【図表5】企業等におけるインバウンド需要の取り込みスタンス



- 積極的な取り込みは行っていない・外国人観光客の来客数が横ばい/減少した
- 積極的な取り込みは行っていない・外国人観光客の来客数が増加した
- 積極的な取り込みを行っている・外国人観光客の来客数が横ばい/減少した
- 積極的な取り込みを行っている・外国人観光客の来客数が増加した

(注) 有効回答先数は、上段：77先、下段：66先。

【図表6】インバウンド需要の取り込みに積極的ではない先における理由



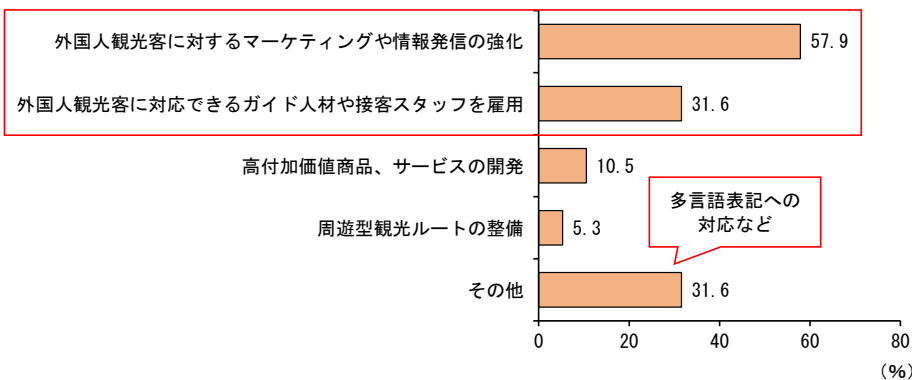
業態	ヒアリング情報
道の駅 (中南地域)	施設内の多言語対応などに努めているが、人手不足のもとで、HPでの情報発信など一段の取り組みは困難。
土産物店 (下北地域)	青森市内からの交通アクセスが不便なため当地を訪れる外国人観光客が少なく、需要の取り込みが困難。
観光施設 (中南地域)	外国人観光客向けの観光バスやタクシーの往来が少なく、インバウンド需要の取り込み余地が乏しい。
宿泊施設 (三八地域)	宿泊料金への価格転嫁が進まず減益となる中、外国人観光客の取り込みに向けた人材育成や情報発信強化の原資確保が困難。

(注) 上段は、複数回答。有効回答先数は、外国人観光客の来客数が増加した先：17先、同横ばい/減少した先：31先。

5. インバウンド需要の取り込みスタンス(2)

- インバウンド需要を積極的に取り込んでいる先では、情報発信の強化や、外国人観光客に対応できる高度人材の雇用といった施策を挙げる先が多くみられた。
- もっとも、こうした先においても、先行き一段と取り込みを強化する上で、人材確保の課題を挙げる先が多くみられた。また、一部先からは、観光需要の繁閑差が大きい点が、人材を安定的に雇用する上でネックになっているとの声も聞かれた。

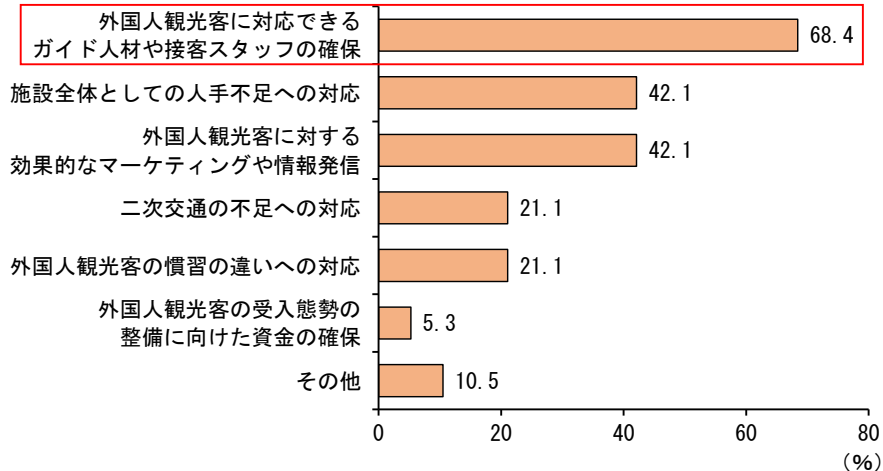
【図表7】 インバウンド需要の取り込みに積極的な先における施策



業態	ヒアリング情報
宿泊施設 (東青・中南地域)	販売チャネルの拡大を企図して、海外のオンライン予約サイトを活用。
観光施設 (東青地域)	外国人労働者の採用を強化。
観光施設 (中南地域)	外国人観光客への対応に長けたガイド学校の卒業生を繁忙期に採用し、接客体制を強化。
観光施設 (東青地域)	AI通訳機を接客スタッフに配備。

(注) 上段は、複数回答。【図表5】の上段で「積極的な取り込みを行っている」と回答した19先を集計。

【図表8】 今後一段とインバウンド需要の取り込みを強化していく上での課題



業態	ヒアリング情報
観光施設 (東青地域)	外国人観光客に対応できる高度人材はもとより、施設全体で人手が不足する中、インバウンド需要の取り込みに一段と注力する余力は限定的。
観光施設 (中南地域)	季節によって繁閑の波が大きく、高度人材の効率的な採用・配置が困難。

(注) 上段は、複数回答。【図表5】の上段で「積極的な取り込みを行っている」と回答した19先を集計。

6. まとめ

(調査結果のポイント)

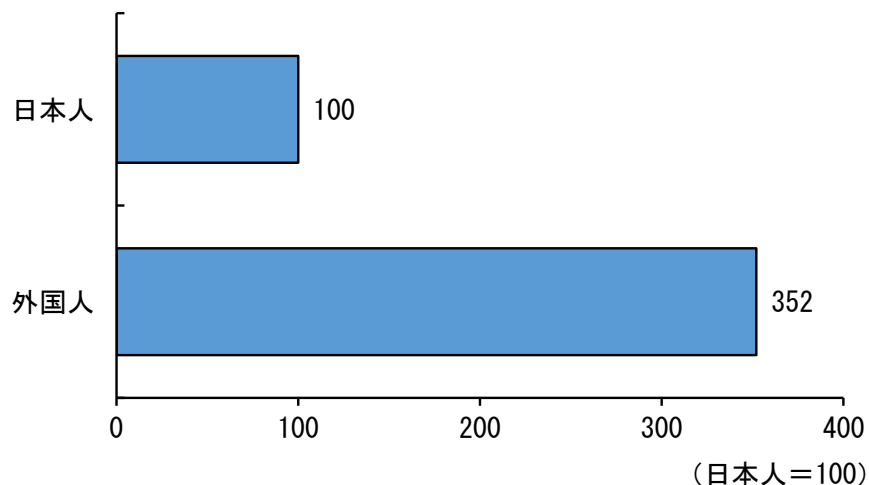
- 2025年のGW期間中の1日あたり来客数は、概ね前年並みとなった。インバウンド需要の拡大や桜の開花期間の長さが増加に寄与した一方、日並びの悪さが宿泊需要の減少に寄与した。
- 同期間中の1日あたり売上高は、前年を幾分下回った。外国人観光客が増加に寄与した一方、日本人観光客は、来客減に加え、節約志向の影響等による観光施設での客単価減少が、全体の減少に寄与した。
- 企業等のインバウンド需要の取り込みスタンスをみると、前年と然程変わらず、積極的な取り込みを行う先は2割強にとどまった。
 - 積極的でない理由としては、①人手不足が最も多く、次いで、②二次交通や資金の不足。特に②は、実際に外国人観光客を取り込めていない要因に繋がっている可能性。
 - 積極的な先では、情報発信の強化や高度人材の確保等を実現。もっとも、人材確保は、一段と取り込みを強化していく上で、引き続き主要な課題。

(まとめ)

- 県内の観光消費を一段と拡大していく観点からは、より消費額が大きい外国人観光客を一段と取り込んでいくことが有益と考えられる。
- そのためには、今後、①各企業・団体において、成功事例を参考にしたり、地元金融機関等が行う経営支援を活用することで、新規雇用・人材育成や収益力改善を進め、施策展開のための人材・資金面のリソースを確保していくこと、②民間だけでは対応が難しい二次交通の整備や閑散期の観光コンテンツの創出等については、公的な組織を含め、地域が協力しながら、引き続き課題解決に向けて連携して取り組んでいくことが期待される。

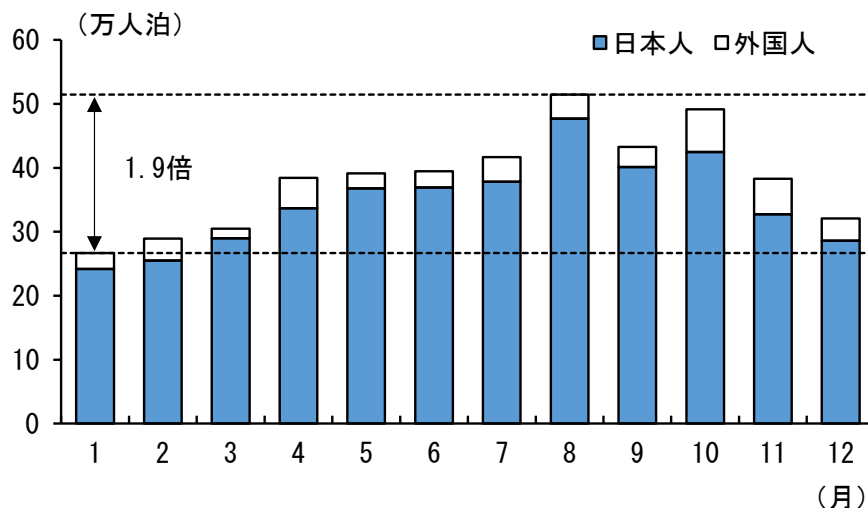
(参考)顧客属性別の客単価、月別延べ宿泊者数

【図表9】顧客属性別の客単価



(注) 有効回答先数：30先

【図表10】当県の月別延べ宿泊者数（2024年）



(出所) 観光庁

本稿の執筆は、末政 駿が担当しました。本稿の作成過程においては、棟方 大氏、内藤 伊玖真氏、岩淵 諒氏、菅原 健斗氏、伊澤 沙保氏、附田 紗弓氏から様々なご助力をいただきました。ここに記して感謝いたします。

本稿の内容について、商用目的で転載・複製を行う場合は、予め日本銀行青森支店までご相談ください。転載・複製を行う場合は、出所を明記してください。本稿の内容に関するお問い合わせは、日本銀行青森支店総務課（TEL：017-734-2154）までお願いいたします。なお、レポートで示された意見は執筆者に属し、必ずしも日本銀行の見解を示すものではありません。