

日本銀行熊本支店

熊本市中央区山崎町15番地

TEL 096-359-9501 FAX 096-311-1022

URL <https://www3.boj.or.jp/kumamoto/index.html>



熊本県内の観光の現状と今後の課題

2025年3月6日

日本銀行熊本支店

【要 旨】

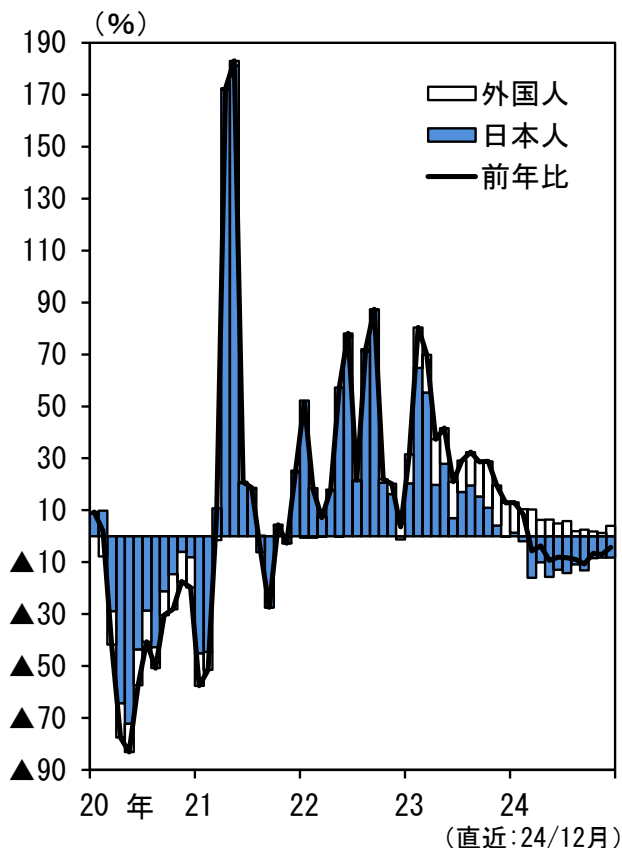
- 熊本県の宿泊者数は、国内客が減少に転じている一方、台湾を中心に、インバウンド客（外国人）が増加を続けていることから、高水準で推移している。インバウンド客は、九州他県と比べてもコロナからの回復ペースが速い。この背景には、半導体関連企業の集積に伴う海外との交流増加や、直行便の就航・増便の効果が影響していると考えられる。
- 先行きも、訪日旅行全体の需要が増加を続けると見込まれる中、インバウンド客は増加基調を辿る可能性が高く、全体としても高水準を維持する見込み。国内客についても、2026年のデスティネーションキャンペーン（DC）に向けて熊本への旅行の機運が高まっていくことが期待される。
- 今後の熊本県観光の課題としては、（1）観光消費単価の引き上げ、（2）人手不足への対応、（3）県内幅広い地域への波及などが挙げられる。県内観光消費額や観光関連企業の収益の最大化を図るべく、県内関係者一丸となった取り組みが期待される。

熊本県内の宿泊者数の推移

- 熊本県内の延べ宿泊者数をみると、国内客が減少に転じているものの、インバウンド客（外国人）が増加を続けていることから、コロナ前を上回る高水準で推移。宿泊・飲食サービス業の業況感も改善している。

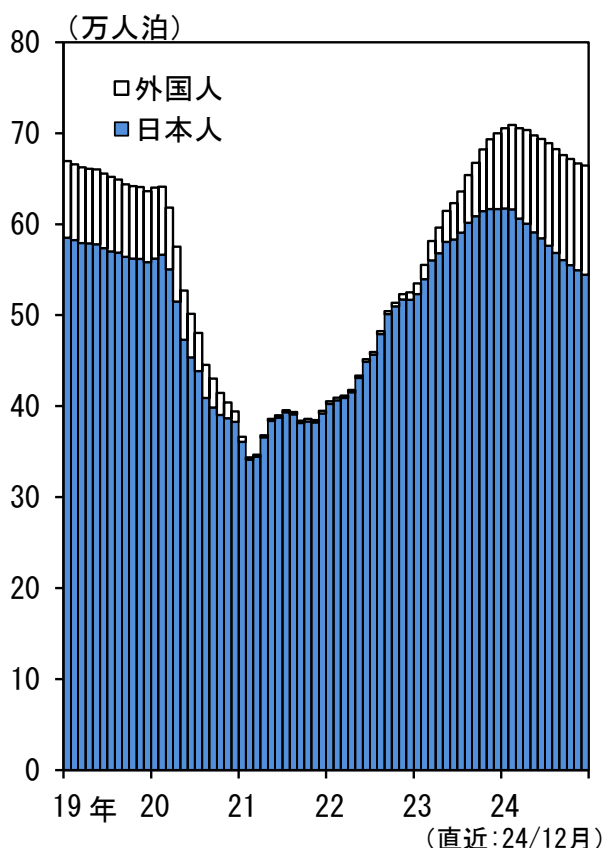
▽延べ宿泊者数

＜熊本県、前年比寄与度＞



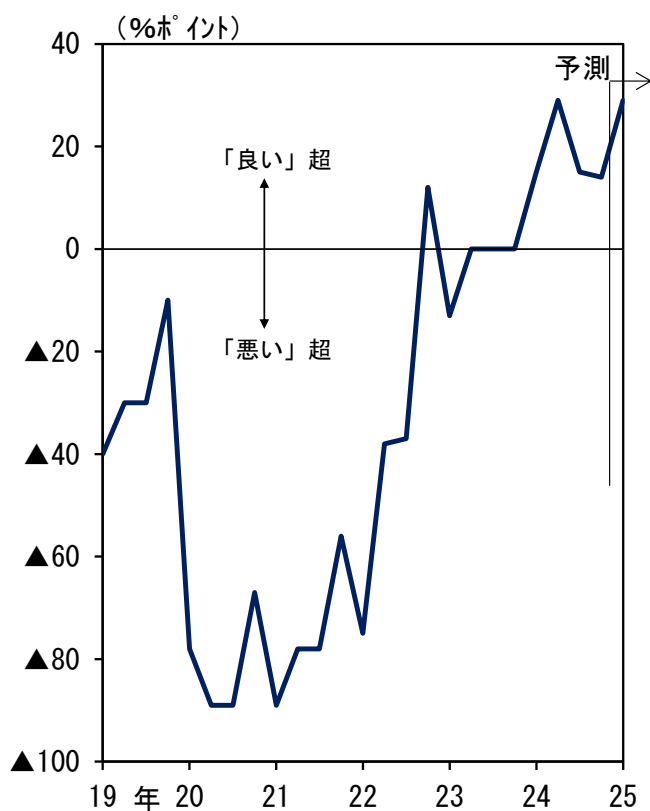
▽同左

＜熊本県、後方12か月移動平均＞



▽業況判断D.I.（宿泊・飲食）

＜熊本県＞



(注) 延べ宿泊者数の2024年は速報値。

(出所) 観光庁「宿泊旅行統計調査」、日本銀行熊本支店「県内企業短期経済観測調査結果」

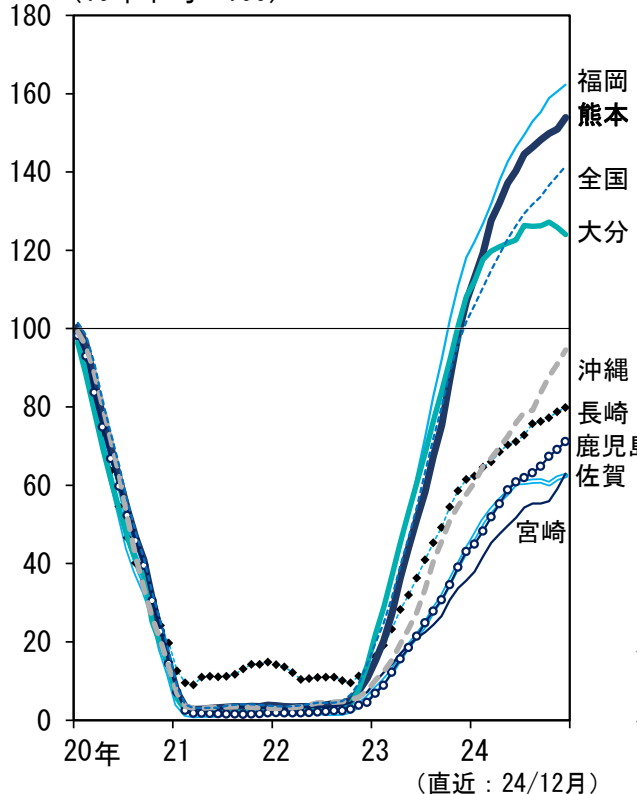
インバウンド客増加の特徴（1）

- 外国人延べ宿泊者数の水準をみると、熊本県は、全国や九州（除く福岡県）と比べて速いペースで回復している。
- コロナ前と比較すると、台湾の増加が顕著。

▽外国人延べ宿泊者数

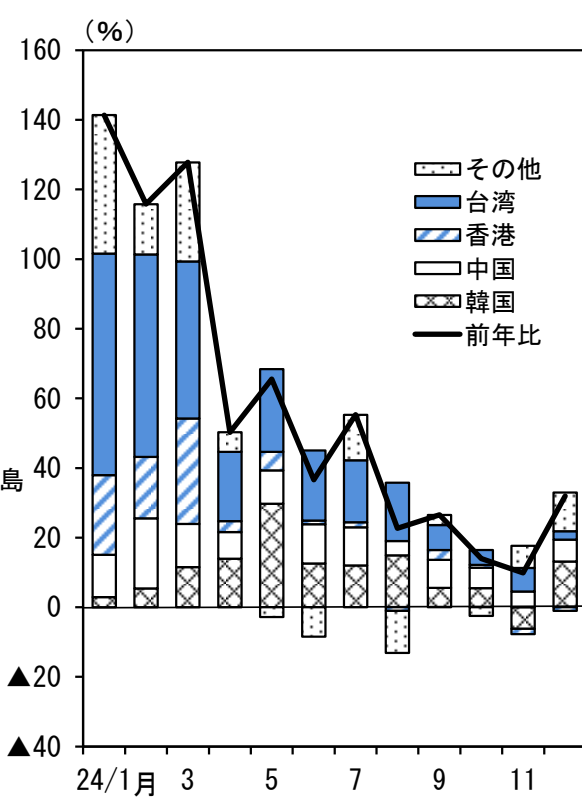
<後方12か月移動平均、2019年=100>

(19年平均=100)



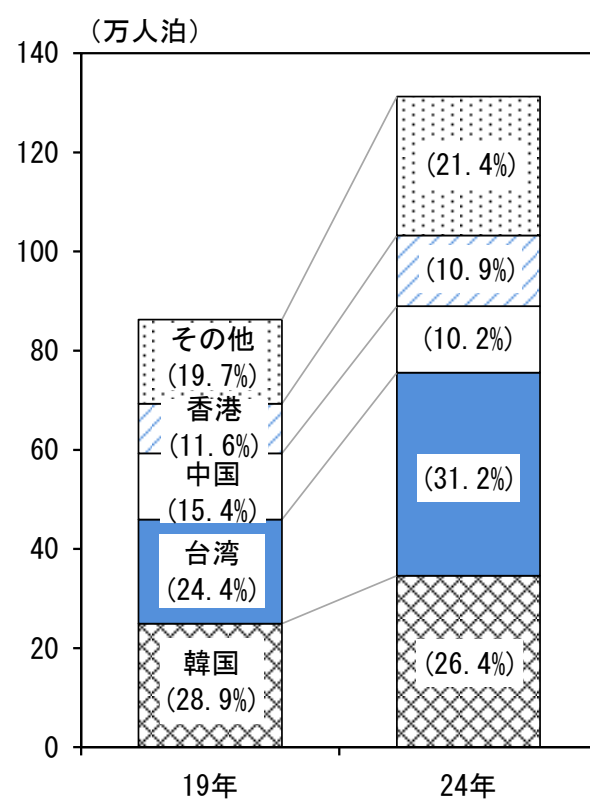
▽同左

<熊本県、前年比寄与度>



▽同左

<熊本県、カッコ内は構成比>



(注) 2024年は速報値。国籍（出身地）別のデータは、従業者数10人以上の施設。
 (出所) 観光庁「宿泊旅行統計調査」

インバウンド客増加の特徴（2）

- 熊本県のインバウンド客増加の背景には、半導体関連企業の集積に伴う海外との交流増加や、直行便の就航・増便の効果が影響していると考えられる。実際、就航・増便以降の阿蘇くまもと空港乗降客数は、国際線を中心に増加している。
- このほか、アニメコンテンツを目的に来訪するインバウンド客も目立つ。

▽国際定期便（直行便）

<2023年冬ダイヤ>

<25/2月時点>

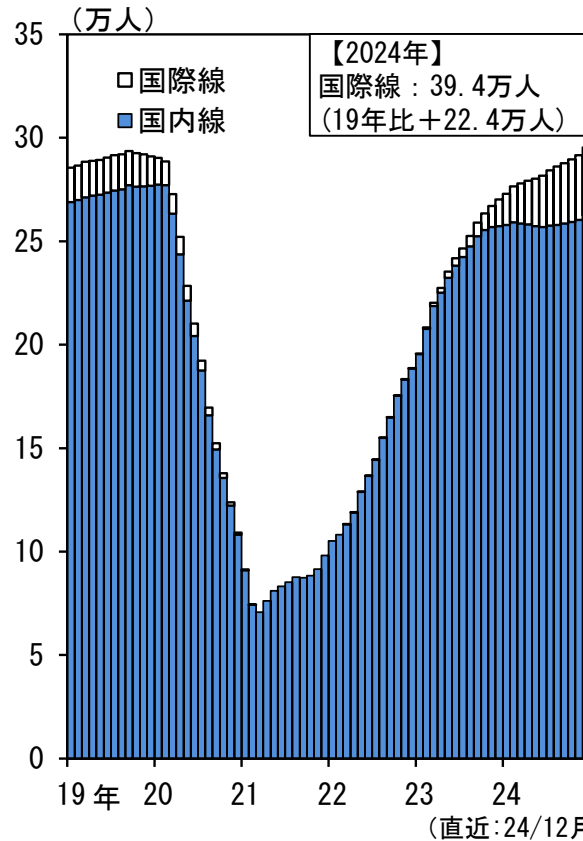
【阿蘇くまもと空港】

空港	便数/週	19年差	路線	便数/週
福岡	388	+ 93	韓国（釜山）	7
佐賀	8	▲ 1	香港	4
長崎	1	▲ 4	台湾（台北）	12
大分	3	+ 3	台湾（高雄）	3
熊本	18	+ 12	合計	43
宮崎	3	▲ 2		
鹿児島	6	▲ 18		
那覇	119	▲ 68		

更に拡大し、過去最多の水準

▽阿蘇くまもと空港の乗降客数

<後方12か月移動平均>



▽ヒアリング情報

業態	ヒアリング情報
ホテル	23年以降、インバウンド客が増加。特に、台湾からの宿泊客の伸びが顕著であり、半導体関連企業の集積の影響から、ビジネス利用客の長期連泊がみられるほか、23/9月から就航した熊本ー台北間の定期便の効果もあって、観光客も増加傾向。
観光施設	当施設近くのアニメキャラクターの銅像目当てにインバウンド客が多く来訪している。もっとも、当施設に立ち寄ることなく帰ってしまうケースも相応にあるため、今後は、周辺施設で消費してもらう工夫が必要。

（注1）2019年冬ダイヤは10月27日～11月2日、2023年冬ダイヤは10月29日～11月4日の集計。出発+到着を1便としてカウント。旅客便のみ。

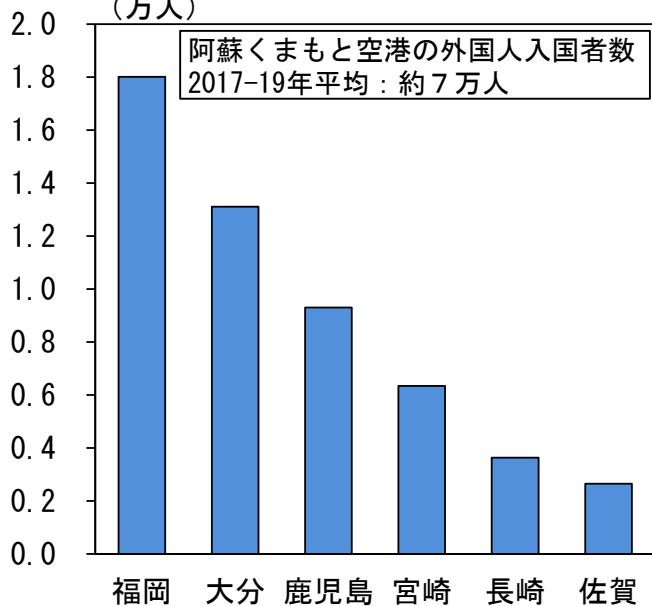
（注2）阿蘇くまもと空港の乗降客数の2024年は速報値。

（出所）国土交通省「国際線就航状況」、「空港管理状況」、阿蘇くまもと空港

(参考) インバウンド客の九州内の周遊

- 阿蘇くまもと空港から入国するインバウンド客のうち、相応の割合が、熊本県内のみの滞在にとどまらず、九州他県にも足を運んでいるとみられる。
- 例えば、大分県では、台湾から直接入国するインバウンド客は僅少だが、台湾の宿泊者数は足もと増加しており、熊本における台湾直行便の増加の影響が一定程度波及している可能性。今後は、熊本が福岡に次ぐ、九州におけるインバウンド客受け入れのハブとしての機能を高めていくことも期待される。

▽阿蘇くまもと空港から入国した外国人の都道府県別訪問者数
 <熊本県以外、2017-19年平均>
 (万人)



▽台湾からの入国者数、延べ宿泊者数
 <大分県、原数値>
 (万人、万人泊)



▽ヒアリング情報

業態	ヒアリング情報
旅館	南小国でもインバウンド客が増加しているが、当地を訪れた後、 大分県や福岡県まで足を伸ばして宿泊するケースが相応に存在している。
経済団体	インバウンド誘致にあたっては、熊本だけでなく、 九州という単位で、いかに周遊させるか を考えた方が良いでしょう。

(注1) 都道府県別の訪問者数は、同一人物が1回の旅行で複数回同一都道府県を訪問した場合、重複カウントして訪問者数を集計。旅行目的は全目的。「RESAS (地域経済分析システム)-外国人入出国空港分析-」を加工して本店が作成。

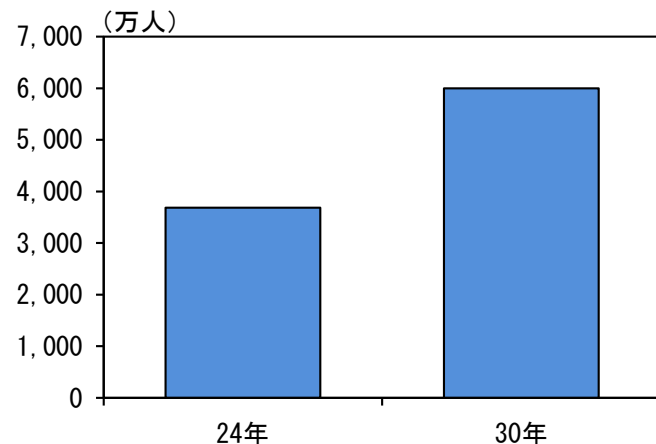
(注2) 延べ宿泊者数は、従業者数10人以上の施設、2024年は速報値。

(出所) 「RESAS (地域経済分析システム)」、国土交通省「FF-Data (訪日外国人流動データ)」、観光庁「宿泊旅行統計調査」、出入国在留管理庁「出入国管理統計統計表」

先行き見通し

- 先行きのインバウンド客は、訪日旅行全体の需要が増加を続けると期待されるも、半導体関連企業の集積に伴う海外との交流増加や、直行便の就航・増便の効果も相俟って、引き続き増加基調を辿ると考えられる。
- 国内客についても、当面は、足もとの物価高の影響もあって、弱めの動きが続くと見込まれるものの、来年のデスティネーションキャンペーン（DC）開催に向けて、熊本への旅行の機運も高まっていくことが期待される。

▽訪日外客数の直近実績と政府目標 <全国> ▽デスティネーションキャンペーン（DC）の概要 ▽2019年熊本DCの経済波及効果



- JRグループ6社と地元行政、観光関係者が連携して実施する大型観光キャンペーン。
- 熊本地震から10年の節目となる**2026年夏（7～9月）、熊本県で開催されることが決定。**熊本県での開催は、2019年以来、7年振り。

波及効果	宿泊客	日帰り客
第1次波及効果	26.6	29.1
第2次波及効果	5.0	5.4
小計	31.6	34.5
総計	66.1	

(注1) 訪日外客数の2024年は推計値。

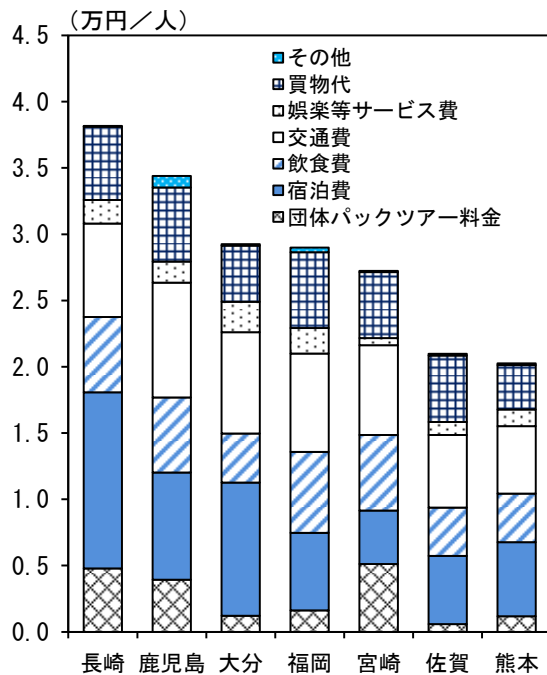
(注2) 第1次波及効果は、熊本DC期間中の観光消費に伴う県内需要増加から生じる生産額および各産業に波及する生産誘発額。第2次波及効果は、第1次波及効果によって生じた雇用者所得の増加分が新たに消費されることで、県内の各産業に波及する生産誘発額。

(出所) 日本政府観光局（JNTO）、明日の日本を支える観光ビジョン構想会議「明日の日本を支える観光ビジョン」（平成28年3月30日決定）、熊本県、熊本県観光連盟

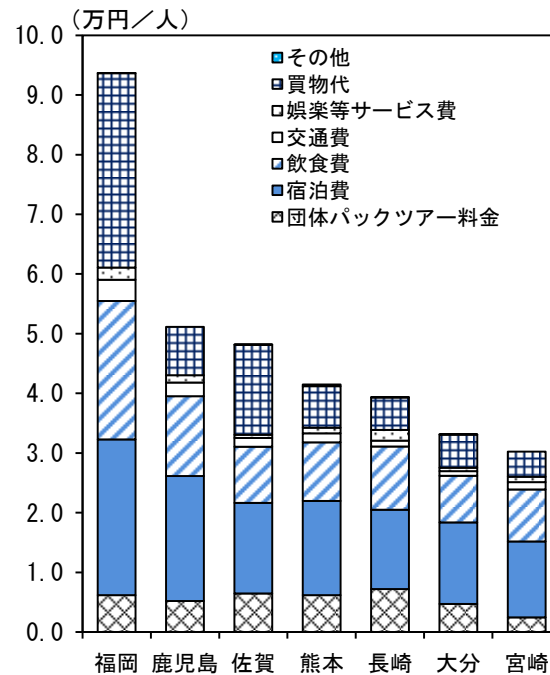
今後の課題（1）観光消費単価の引き上げ

- 九州各県（除く沖縄県）の観光消費単価をみると、国内客は、熊本県が最も低い水準（宿泊費、飲食費、買物代等）となっており、引き上げの余地が大きい。
- 今後、熊本県内の観光消費額および観光関連企業の収益を最大化するためには、国内客向けとインバウンド客向けの戦略を使い分けつつ、熊本での滞在日数、時間を延ばしたり、消費単価の引き上げを図る取り組みが重要。

▽観光消費単価（全目的）
＜2023年、日本人＞



▽同左
＜2023年、外国人＞



▽観光消費単価引き上げ策（例）

- ✓ 熊本の強みである多様なジャンルや資源と観光を掛け合わせた、魅力的かつ高付加価値な**観光コンテンツ**の造成
- ✓ **デジタルクーポン**や**地域通貨**など、地域内の周遊を促し、域内消費を高める仕組みづくり、キャッシュレス決済導入拡大
- ✓ 夜市やライトアップ・伝統芸能の公演など、夜間の回遊性・滞在性を促進するコンテンツ（**ナイトエコノミー**）の造成
- ✓ 知られていない地域の魅力を**SNSで発信**
- ✓ 消費者の価格感応度等を踏まえた**価格設定面の工夫**（「高級志向」への対応）、需給動向に連動して価格を大きく伸縮させる**ダイナミック・プライシング**の採用
- ✓ 観光消費単価が高い**欧米豪**からの旅行者の誘客（**次頁参照**）

（注）都道府県間交通費は含まれない。外国人は、2023年4-12月の集計値。

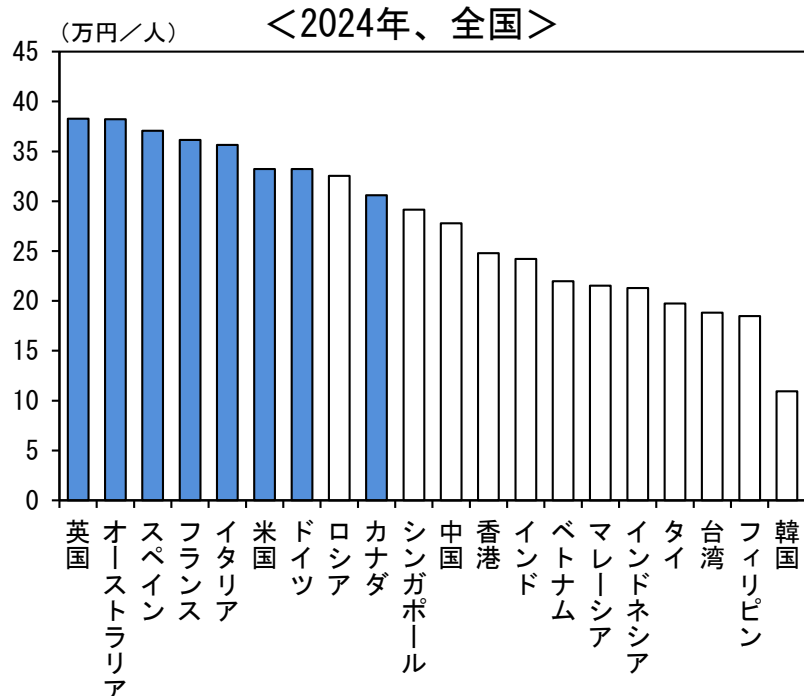
（出所）観光庁「旅行・観光消費動向調査」、「インバウンド消費動向調査」、熊本県「ようこそくまもと観光立県推進計画(2024年度-2027年度)」(素案)

(参考) 欧米豪の旅行客の特徴

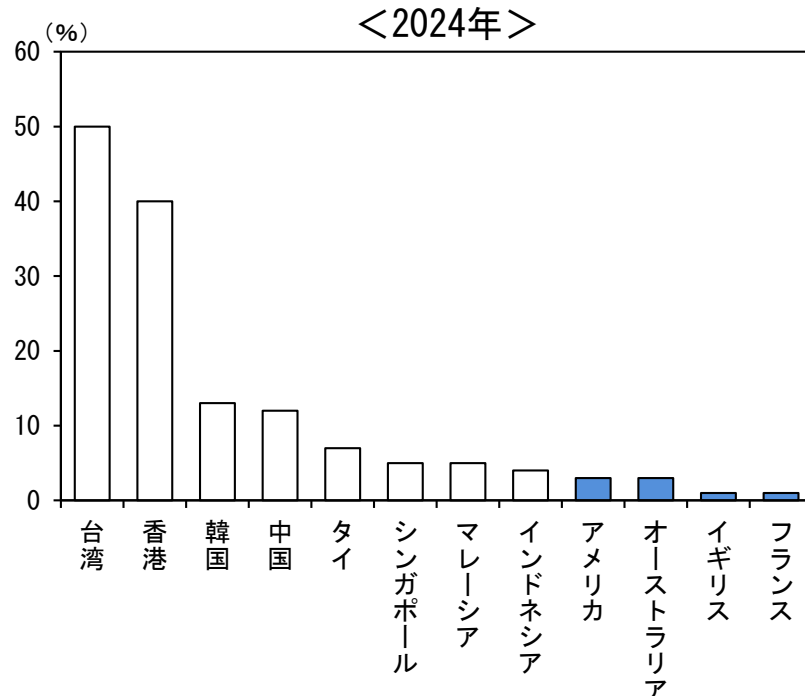
- 訪日外国人客の観光消費単価を国籍・地域別にみると、欧米豪が高い傾向。もっとも、欧米豪における「熊本／阿蘇」の認知率はアジアと比べて低い。
- 今後は、引き続きアジアをメインの誘客対象としつつも、欧米豪にも目を配り、食やアニメ、アウトドアアクティビティ、伝統文化体験など熊本の豊かな資源を活かした観光コンテンツを造成し、情報発信にも一段と注力して幅広い国・地域からの誘客を図っていくことが有効と考えられる。

—— 例えば、目先の好機として、「2025大阪・関西万博」で関西地域を訪れるインバウンド客をいかに熊本まで誘客できるか、など。

▽訪日外国人の観光消費単価（全目的）



▽「熊本／阿蘇」の認知率



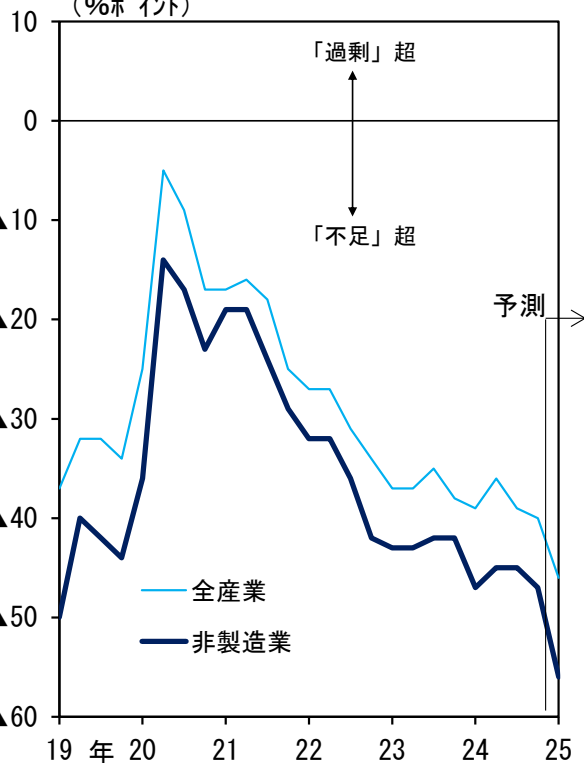
(注) 観光消費単価は速報値。

(出所) 観光庁「インバウンド消費動向調査」、日本政策投資銀行・日本交通公社「DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査 2024年度版」(調査期間: 2024年7月8日~7月18日)

今後の課題（2）人手不足への対応

- 県内の観光関連企業からは、最近の人手不足の深刻化がサービス供給の制約となり、需要の取りこぼしに繋がっているとの声も聞かれている。
- 人手の確保に向けては、人材獲得チャネルの多様化を図るとともに、（1）の消費単価引き上げに向けた取り組みなどを通じて、継続的な賃上げを実施することが求められる。また、省人化・省力化投資の進展も期待される。

▽雇用人員判断D. I.（熊本県）（%ポイント） ▽人手不足が制約となっている事例 ▽人手不足への対応策



業態	ヒアリング情報
旅館	人手不足が深刻化するもとで、 全ての客室での料理の提供が困難 となっており、素泊まりプランを強化している。もっとも、周辺に飲食店が不足していることから、団体客などの誘客に苦戦している。
飲食店	観光客を中心に集客は好調だが、熊本市内の1店舗については、 人手不足を理由に休業 しており、営業再開は難しい。

①賃上げを中心とした処遇改善

- 正社員、パート等の非正規社員の**賃上げ**
- 福利厚生の充実、柔軟な働き方の推進など**勤務環境の改善**
- **国の支援策**（業務改善助成金等）の活用

②人材獲得チャネルの多様化

- **経験者採用**の強化、副業人材の登用、従業員紹介制度、一度退職した人材の**復職制度**の導入、**事業承継**や**M&A**
- 定年の延長・廃止、選択的な短時間勤務の導入など**シニア層の活躍推進**
- **外国人労働者**の採用強化

③継続的な賃上げに向けた対応

- 賃上げを見据えた**価格設定**
- 設備投資やデジタル化などによる**生産性向上**
- 事業再構築、他社との連携強化、M&Aなどの**抜本的な経営変革**

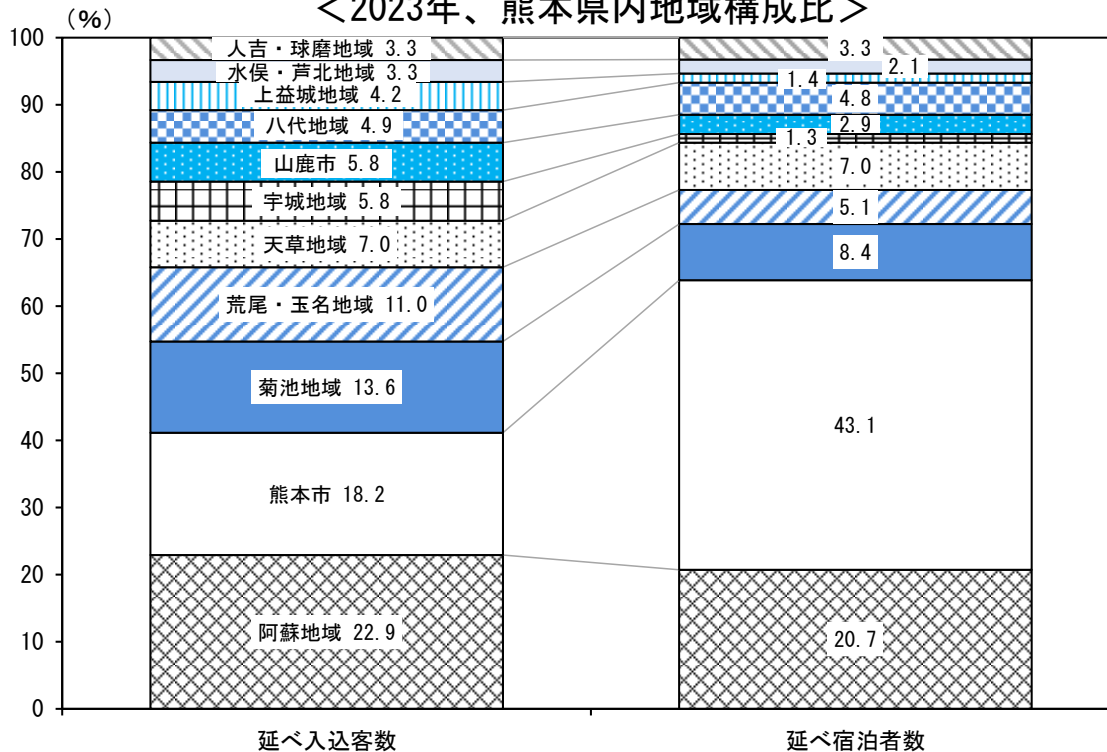
（出所）日本銀行熊本支店「県内企業短期経済観測調査結果」

今後の課題（3） 県内幅広い地域への波及

- オーバーツーリズムを緩和する観点からも、特定のエリアに集中して誘客するのではなく、各地の宿泊キャパシティを踏まえつつ、県内幅広い地域への誘客を図ることが望ましい。特に、被災地域への誘客は復興支援の観点からも重要と考えられる。
- 上記を実現するためには、交通アクセスの向上、渋滞緩和に向けた取り組みも重要。

▽延べ入込客数・延べ宿泊者数

＜2023年、熊本県内地域構成比＞



▽県内各地域への波及を図る方策（例）

- ✓ **被災地域**を対象とした実効性の高いプロモーション展開
- ✓ 観光地へのラストワンマイルをつなぐ**二次交通**（観光バス、ライドシェア等）の充実
- ✓ **熊本の玄関口**である熊本駅、阿蘇くまもと空港、くまもんポート八代等からの観光地への**アクセス向上**

（出所）熊本県「令和5年（2023年）熊本県観光統計表」、「ようこそくまもと観光立県推進計画(2024年度-2027年度)」（素案）

おわりに

- 観光は、幅広い分野への波及効果が期待できる重要な産業である。熊本県内では、観光関連産業の一段の成長・発展を通じた地域活性化への期待が高まっている。
- 先行きの観光需要を展望すると、特にインバウンド客は、日本全体として増加基調を辿ることが期待される。この点、最近では、オーバーツーリズムの抑制等の観点から、地方への誘客が促されていることもあって、これまでインバウンド客があまり訪れていなかった地域にもチャンスが到来しているといえる。
- 今後、こうした需要を取り込み、県内観光消費額や観光関連企業の収益の最大化に繋げるためには、交通インフラの改善を図るとともに、県内の幅広い地域の資源の紹介を通じて、熊本の魅力を観光コンテンツとして磨き上げることが重要である。県内関係者一丸となった取り組みが期待される。

以 上