



BOJ *Reports & Research Papers*

日本銀行大分支店 特別調査レポート

大分県のインバウンド動向 — 世界的スポーツイベントの開催を前に —

2019年7月31日
日本銀行大分支店

本稿は、武井北斗と山田寛樹が作成しました。
内容に関する照会は、日本銀行大分支店総務課（TEL：097-533-9106 FAX：097-538-7085）までお寄せください。
本稿はインターネット（<http://www3.boj.or.jp/oita/>）からもご覧いただけます。
本稿の内容について、商用目的で転載・複製を行う場合は、予め日本銀行大分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。

はじめに

世界的スポーツイベントであるラグビーワールドカップ2019™の開催を間近に控え、当地ではインバウンド（訪日外国人）の受入れに向けた様々な準備が進められている。

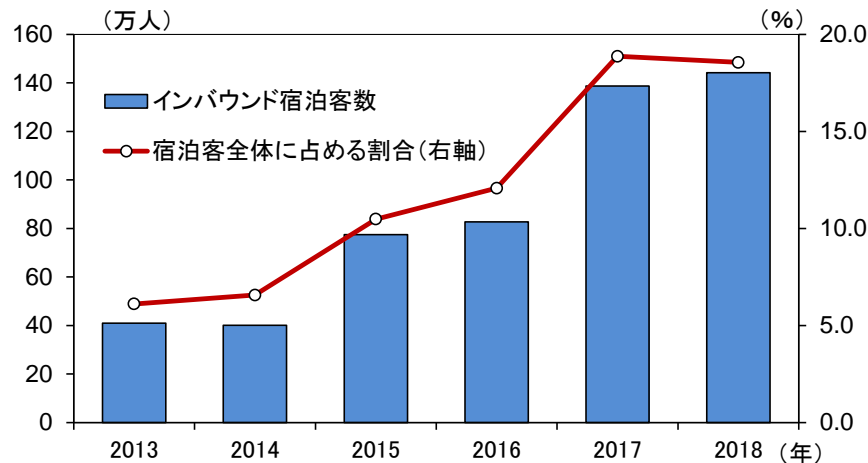
本レポートでは、インバウンドに関連するデータを交えつつ、ラグビーワールドカップ2019™開催に向けた取組み状況とともに、開催後を見据えた中長期的な課題について整理した。

1. インバウンドの現状

最近のインバウンド動向

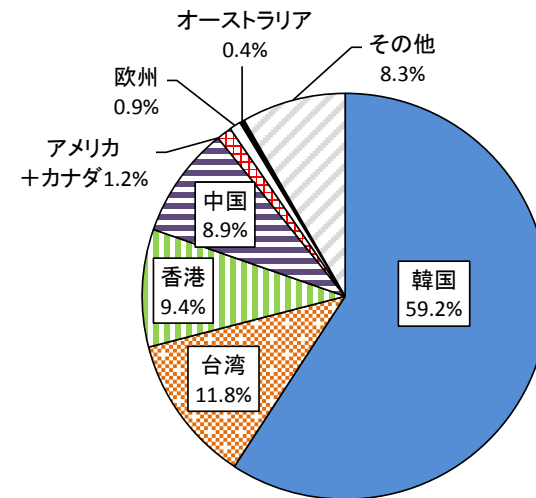
- 大分県を訪れるインバウンドは、増加を続けている。2018年のインバウンド宿泊客数は約144万人となっており、2013年対比で約4倍となった。また、宿泊客数全体に占めるインバウンドの割合は、2018年に18.6%となっており、2013年対比で約3倍となっている。
- インバウンド宿泊客の内訳をみると、韓国が約6割と過半を占めているほか、東アジア系が約9割となっている。

(図表1) インバウンドの宿泊客数と宿泊客数全体に占める割合(大分県)



前年比 32.0% ▲2.3% 93.3% 6.9% 67.7% 4.0%

(図表2) インバウンド宿泊客の内訳(2018年)



(注) 図表1下に示した前年比はインバウンド宿泊客数のもの。

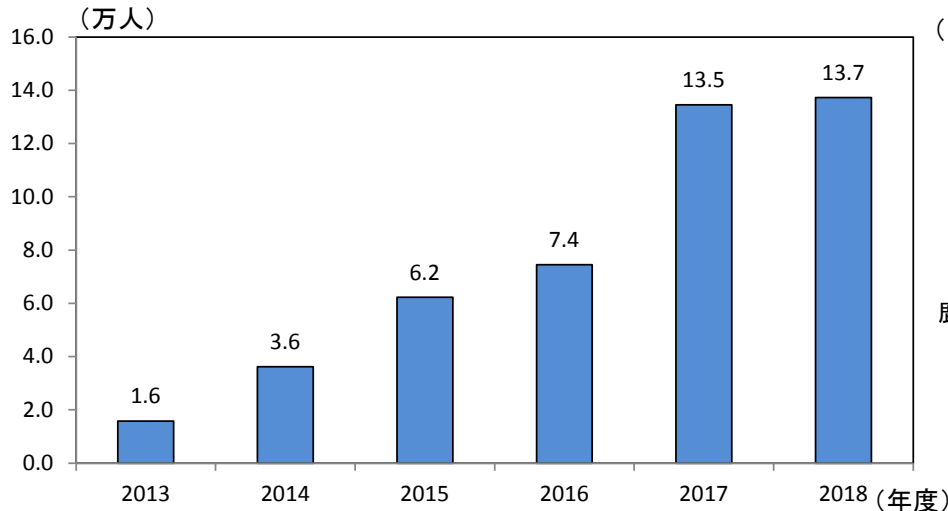
図表2の欧州には、イギリス、ドイツ、フランス、イタリア、スペインの5か国が該当。その他は、国籍不詳を含む。

(資料) 観光庁「宿泊旅行統計調査」

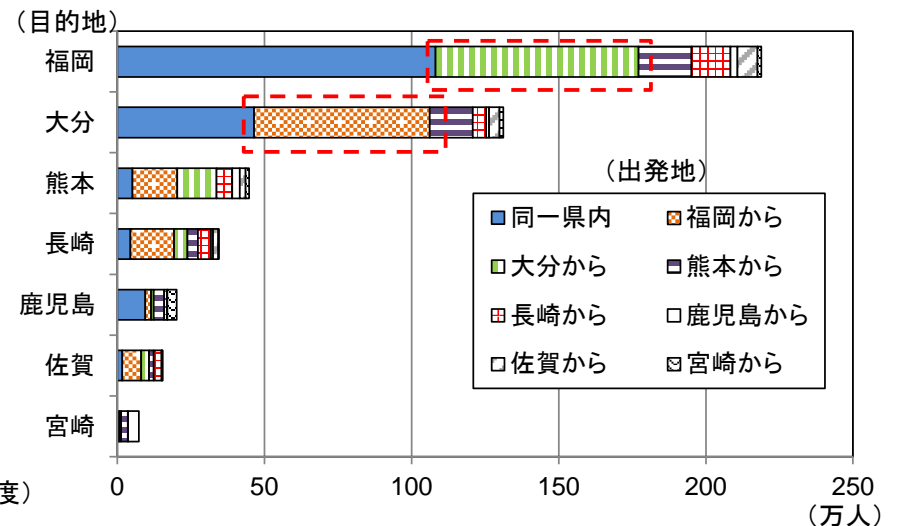
インバウンド増加の背景

- 当県のインバウンドは、ビザ要件の緩和や国際線の就航を背景に増加してきた。また、東九州自動車道を活用して、近隣空港から大分へ入るといったルートで送客している動きもある。
- 国土交通省の調査をみると、九州内の移動では、大分県を目的地とするインバウンドは福岡県に次いで多いほか、移動する出発地と目的地の組み合わせでは、福岡県⇔大分県のルートが最も多い。

(図表3) 大分空港国際線の利用客数推移



(図表4) 九州内のインバウンド流動量(2017年)

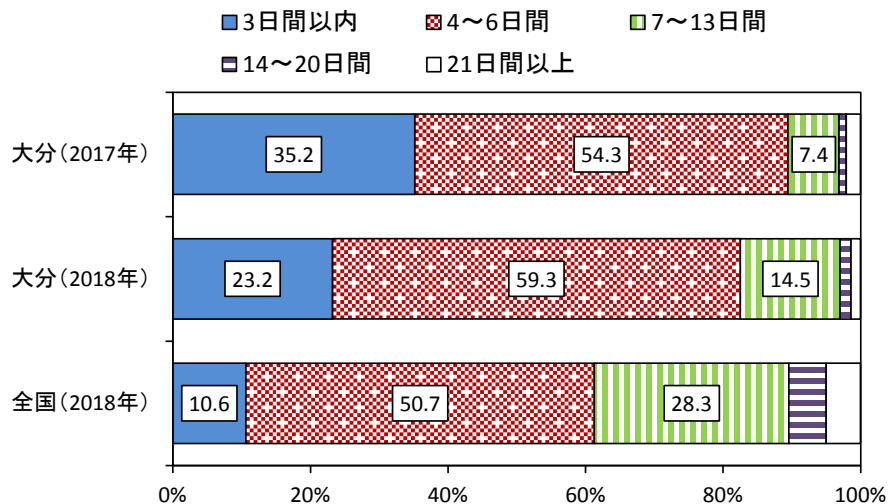


(資料) 大分県「大分空港利用者数」、国土交通省「FF-Data(訪日外国人流動データ)」

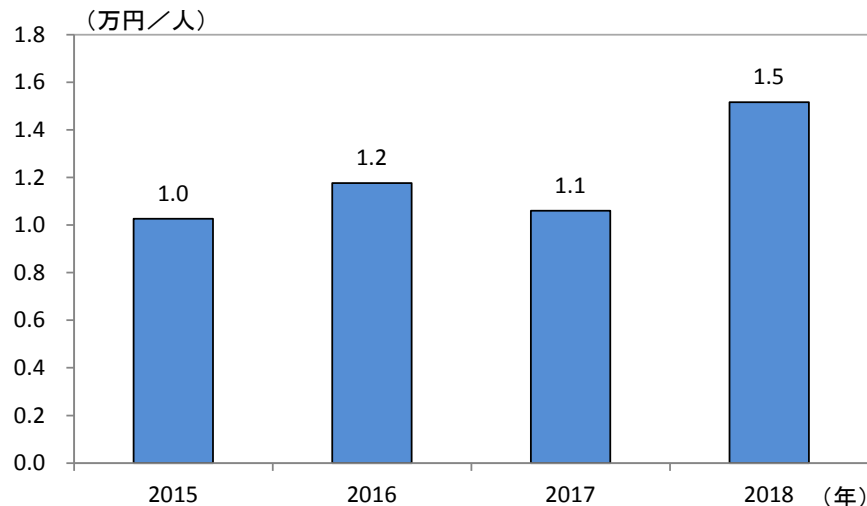
インバウンドの消費状況

➤ インバウンドの滞在日数は前年に比べ長期化が進んでおり、同一施設における平均宿泊数も、前年対比で幾分改善している。旅行消費単価は、直近で1万5千円程度。

(図表5) インバウンドの滞在日数構成比



(図表7) インバウンドの1人1回当たり旅行消費単価
(観光・レジャー目的、大分県)



(図表6) 同一施設における1人当たり平均宿泊数

	大分県 平均宿泊数			全国 平均宿泊数		
	国内	海外	(泊)	国内	海外	(泊)
2017	1.15 (47位)	1.16 (45位)	1.09 (47位)	1.32	1.29	1.56
2018	1.19 (41位)	1.21 (41位)	1.14 (46位)	1.33	1.29	1.57

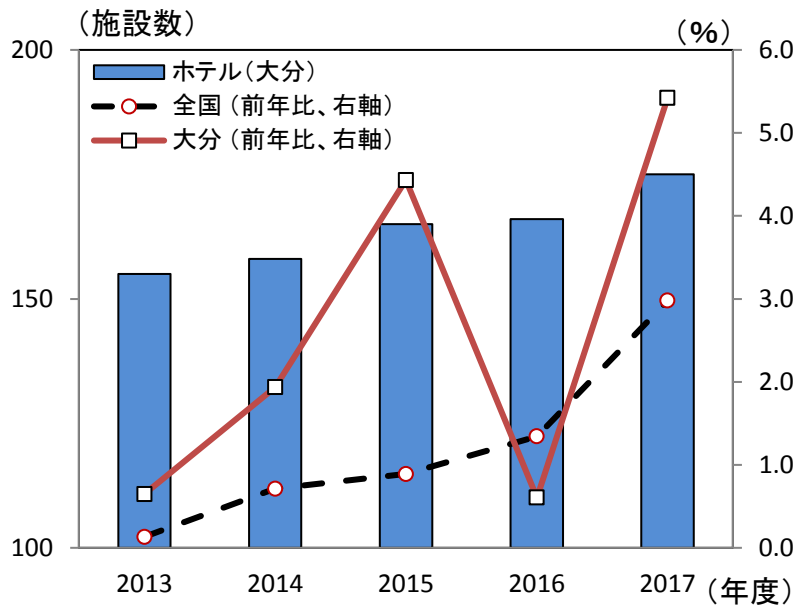
旅行消費単価は、2018年より調査方法が変更となっているため、それ以前の数値と単純に比較することができないことに留意が必要。

(注) 図表6は延べ宿泊者数を実宿泊者数で除して算出。
(資料) 観光庁「宿泊旅行統計調査」、「訪日外国人消費動向調査」

宿泊施設の増加

- インバウンドの増加を背景に、県内のホテル施設数は全国を上回るペースで増加している。今後も、新設や改装などが予定されている。
- これらの新設や改装は、インバウンドや富裕層向けなど、ターゲットを明確化しているものも目立つ。受け入れる顧客層の幅が広がることで、当地の観光地としての魅力向上につながるとみられる。

(図表8) ホテル数の推移



(図表9) 主なホテルの新設・リニューアル案件

ホテル名	開業時期
レックスホテル別府	2019年4月
灯りの宿 燈月	2019年4月
潮騒の宿 晴海	2019年7月
ANAインターコンチネンタル別府リゾート&スパ	2019年8月
ガハマタワー (潮騒の宿 晴海)	2019年11月
ガレリア御堂原	2020年9月
ホテルアマネク別府	2021年春
星野リゾート 界 別府	2021年春
杉乃井ホテル	2025年

(資料)厚生労働省「衛生行政報告例」、図表9は各種報道資料より作成。

2. ラグビーワールドカップ2019™ の開催を控えて

ラグビーワールドカップ2019™を契機にインバウンドを呼び込もうと、県内では様々な取組みが進められている。特にキャッシュレス決済の取組みが進展しているほか、多言語対応やコト消費メニューの拡充も進められている。

国際的なスポーツイベントはそのスポーツの振興・普及だけでなく、観光面で開催地の魅力をアピールするチャンスであることを再認識して、受入態勢の整備が一段と進むことを期待。

(1) キャッシュレス決済

- 大分県や商工会議所などが中心となってキャッシュレス決済の取組みを強化。足もとでは、ラグビーワールドカップ2019™の開催や消費税率引上げに伴う政府のポイント還元策を背景にキャッシュレス決済を導入する事業者が増加。クレジットカード決済に加え、QRコード決済、電子マネー決済の導入も広がっている。
- 一部の事業者では、売上増加の効果の声も既に聞かれている。

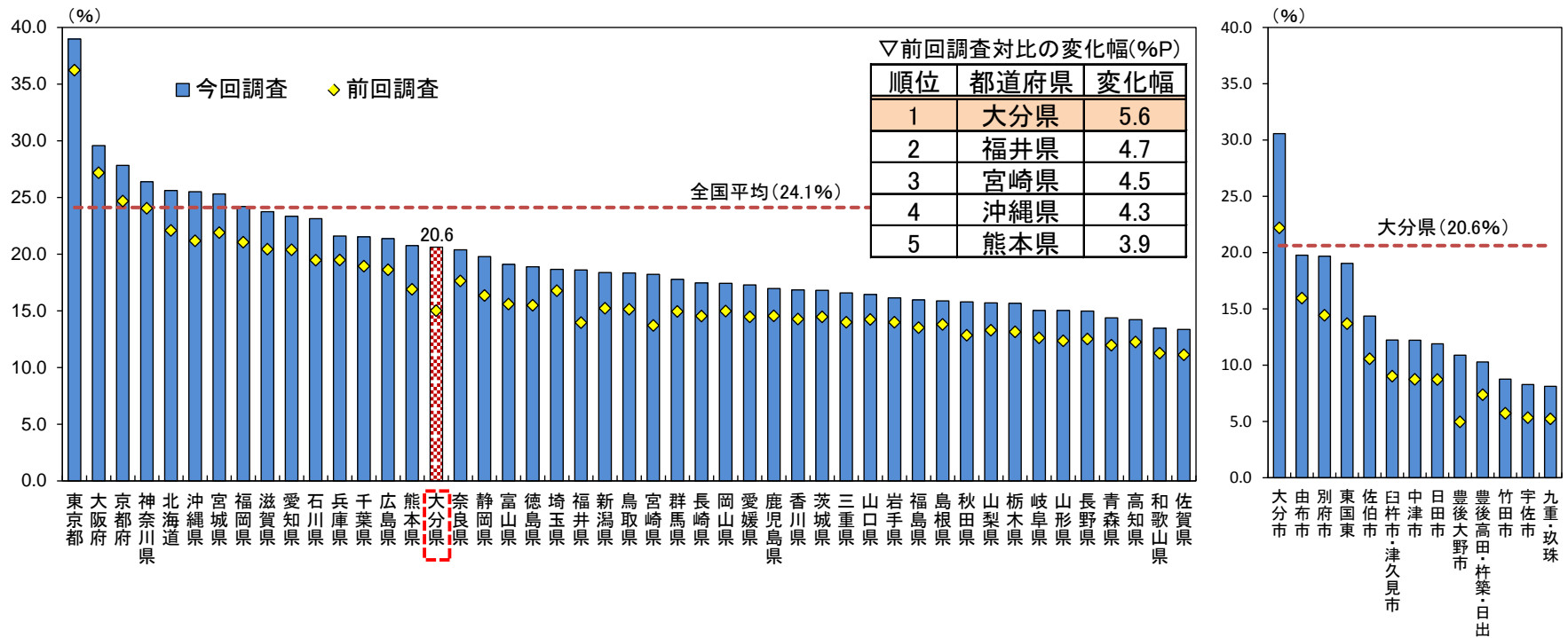
(図表10) キャッシュレス決済に対する取組み事例

事例番号	企業	ヒアリング情報
1	宿泊施設	インバウンド客の増加と国内でのキャッシュレス需要の高まりを背景に、AlipayやWeChat Pay、PayPayなどのQRコード決済を充実させた。
2	運輸	10円単位の支払いが煩わしいと感じている顧客も相応に多いと思われることから、PayPayなどのQRコード決済や交通系電子マネー決済を導入。この結果、利用客数が増加し、売上が改善した。
3	運輸	インバウンドが増加しており、ラグビーワールドカップ2019™期間中はさらに増加すると見込まれるため、クレジットカード対応の券売機を新設する計画。
4	小売	インバウンドの需要を満たし、消費に繋げてもらうには、キャッシュレス決済の導入が必須。PayPay、LINE Pay、Alipayを導入した。
5	行政機関	クレジットカード決済でミールクーポンを事前に購入してもらい、飲食店ではクーポンを出すだけで食事が可能となる仕組みを導入。
6	行政機関	消費税率引上げに伴う政府のポイント還元策により、キャッシュレス決済を導入する企業が増加。当施策の消費者による需要は相応にあるとみている先が多い。
7	金融機関	地域の小規模事業者でもキャッシュレス対応が不可欠とみて、Origami Payと連携。導入する事業者も増えてきている。

(1) キャッシュレス決済(続)

- 飲食店におけるクレジットカード決済可能店舗の割合をみると、全体的に前回調査(2018/9月)に比べて上昇。都道府県別の伸び率をみると、大分県が全国で最も高くなっている。

(図表11) 飲食店のカード決済可能店舗の割合(2019年7月時点)



(注)「カード決済可能店舗」は、「食べログ」でカード決済可能としている飲食店の数。今回調査は2019年7月18日時点。前回調査は2018年9月26日時点。県内エリアの区分は「食べログ」による。なお、カード決済の情報を掲載していない店舗が存在する可能性がある。

(資料)食べログ

(2) 多言語対応

- 多言語対応の取組みもこのところ進展。各事業者が提供するサービスをインバウンドに認知してもらい、消費へとつなげるには多言語対応が重要との認識から、小規模店舗でも取り組む事例が広がってきている。
- こうした広がりには、翻訳アプリなど低コストのツールが普及し、小規模事業者でも対応が可能となったことも背景。また、外国人留学生など、当地に居住する人材を積極的に活用するケースもみられている。

(図表12) 多言語化に対する取組み事例

事例番号	企業	ヒアリング情報
8	運輸	インバウンド利用率の向上を狙って、自社HPや行先表示の多言語化を実施。英語・韓国語・中国語に対応した。
9	金融機関	商店街などの小規模店舗でも多言語化が進展。翻訳機や翻訳無料アプリを導入するなど、インバウンドとのコミュニケーション充実を図っている。
10	金融機関	取引先からは多言語対応のニーズが多い。直近では、インバウンドが増加している旅館に対して、補助金を活用しながら、外国語対応のHP作成を支援した。
11	宿泊施設	インバウンド需要の高まりやラグビーワールドカップ開催を契機に、台湾・中国・韓国の外国人スタッフの採用やホテルのHPの多言語化(英語、韓国語、中国語2種)を実施。
12	観光施設	インバウンドが増加し、翻訳機だけでは問い合わせに対応できなくなったため、案内パンフレットを多言語化して問題を解消した。
13	金融機関	当地において留学生を多く受け入れている大学があることは強み。若くて優秀で日本語を話せる留学生は貴重な人材であり、彼らをモニターとして付加価値の高いサービスや商品の開発に取り組む企業もみられている。

(3) 欧米豪のニーズへの対応

- インバウンドの中でも、アジアでは温泉への興味が高い一方、欧米豪では、日本の歴史・伝統文化体験により高い関心を持つ傾向にある点は引き続き変化していない。
- ラグビーワールドカップ2019™で初めて訪れる欧米豪のインバウンドに当地のリピーター・発信者となってもらうためには、訪日前までにこれらのコト消費に関する取組みへの認知・関心を高めていくことが重要。

(図表13) 訪日前に最も期待していたこと

(全国、2018年、単一回答、シャドーは上位5項目)

	韓国	台湾	香港	中国	英国	米国	オーストラリア
日本食を食べること	37.6	17.2	25.3	15.6	24.9	34.9	22.7
日本の酒を飲むこと(日本酒・焼酎等)	3.0	1.1	0.4	0.6	1.2	1.3	1.3
旅館に宿泊	2.7	1.5	1.9	1.1	1.6	1.9	1.3
温泉入浴	12.1	7.1	10.9	8.9	3.7	3.8	1.8
自然・景勝地観光	10.3	18.3	18.2	17.9	15.1	10.8	10.6
繁華街の街歩き	2.6	4.5	2.9	5.9	2.5	1.5	1.2
ショッピング	11.6	13.9	15.0	19.3	1.2	3.4	2.4
美術館・博物館・動植物園・水族館	3.6	5.7	3.1	3.5	5.7	4.3	5.0
テーマパーク	9.2	8.0	5.9	8.1	1.1	2.2	4.5
スキー・スノーボード	0.3	2.5	2.7	2.4	6.5	2.2	16.6
その他スポーツ(ゴルフ等)	0.7	0.9	1.0	0.4	0.3	0.4	0.6
舞台・音楽鑑賞	1.0	1.0	1.3	1.2	1.5	1.5	1.0
スポーツ観戦(相撲・サッカー等)	0.1	0.6	0.1	0.1	3.6	1.5	0.8
自然体験ツアー・農漁村体験	0.2	1.2	1.3	1.0	1.2	2.7	1.5
四季の体感(花見・紅葉・雪等)	0.7	7.7	3.9	3.8	4.3	2.9	7.0
映画・アニメ縁の地を訪問	0.4	0.4	0.8	1.0	1.5	1.1	0.8
日本の歴史・伝統文化体験	0.7	3.5	2.4	3.8	17.2	14.7	13.8
日本の日常生活体験	1.2	3.1	1.2	2.3	4.3	6.1	2.7
日本のポップカルチャーを楽しむ	1.3	1.2	1.0	1.9	1.4	1.4	1.8
治療・健診	0.0	0.1	0.1	0.4	0.0	0.0	0.2
上記には当てはまるものがない	0.6	0.4	0.5	0.8	1.1	1.4	2.5

(注) 図表13は「観光・レジャー」を来訪目的とした旅行者についての集計結果。

(資料) 観光庁「訪日外国人消費動向調査」

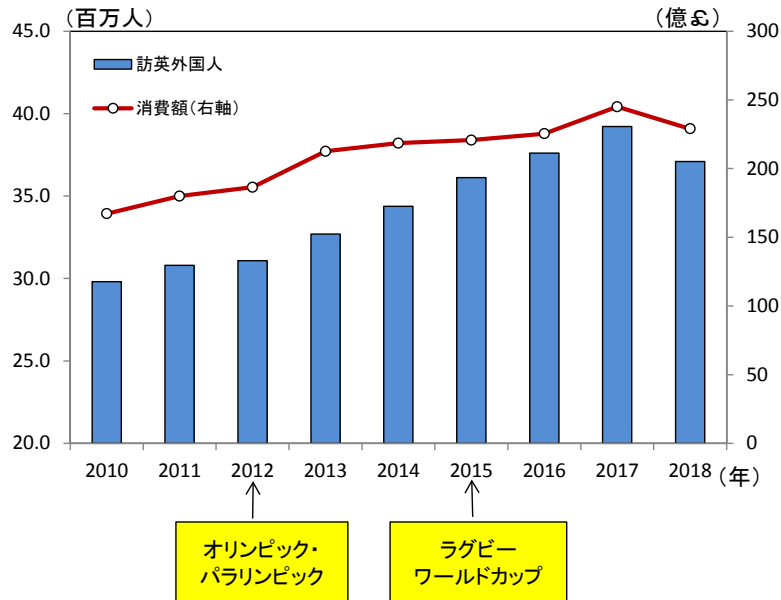
(図表14) コト消費に関する取組み事例

事例番号	企業	ヒアリング情報
14	関係団体	インバウンド向けに着物の着付け体験を実施。利用者は年々増加しており、評価も高い。歴史や文化も同時に体験してもらうため、観光ガイドを新設。観光消費額の拡大に繋げる狙い。
15	宿泊施設	ラグビーワールドカップで訪日するインバウンド、特に欧米客向けに、スポーツジムを開設。宿泊日数の長期化を図る。
16	宿泊施設	裸での入浴に抵抗があるインバウンドに対応するため、水着入浴型の温泉を造成。性別や国籍、年代問わず幅広い層が利用している。
17	金融機関	別府では温泉の蒸気を利用した料理体験が人気。当地ならではの体験として需要が高まっている。

(4) スポーツイベントの意義・効果

- ラグビーワールドカップ2019™のような世界的スポーツイベントは、開催地の認知度を上げ、魅力を伝えることができる好機。英国の事例では、イベント翌年の訪英外国人数や観光消費額が増加するなど、経済的な効果が確認されている。
- ラグビーワールドカップ2019™を一過性のイベントとせず、将来的な需要拡大につなげるため、他国の事例を参考に、観戦に訪れたインバウンドの満足度を高め、当地の魅力をアピールすることが求められる。

(図表15) 訪英外国人数、消費額の推移



(図表16) ロンドン五輪(2012年)における経済効果

● 海外からの観光客増(2012年に前年比1%)、観光消費増(2012年に前年比4%)
● 280~410億ポンドの経済効果、62~90万人の雇用創出(2020年まで)
● 2014年ワールドカップ、2016年リオ五輪に向けた新規契約の獲得(1.2億ポンド)
● 失業者への雇用創出(7万人)

(資料) 英国統計局、総務省「ラグビーワールドカップ2019を通じた地域活性化についての調査研究報告書」

【BOX】ラグビーワールドカップの開催実績

	開催地	優勝チーム
第1回(1987年)	オーストラリア、ニュージーランド	ニュージーランド
第2回(1991年)	イングランド、フランス、ウェールズ、スコットランド、アイルランド	オーストラリア
第3回(1995年)	南アフリカ共和国	南アフリカ
第4回(1999年)	ウェールズ (イングランド、スコットランド、フランス、アイルランドでも開催)	オーストラリア
第5回(2003年)	オーストラリア	イングランド
第6回(2007年)	フランス(ウェールズ、スコットランドでも開催)	南アフリカ
第7回(2011年)	ニュージーランド	ニュージーランド
第8回(2015年)	イングランド(ウェールズでも開催)	ニュージーランド
第9回(2019年)	日本	??

近年の大会では、レガシーを遺すため、ラグビー振興(第6、8回)、観光振興(第7、8回)、都市のPR(第6、7、8回)、国際交流(第6回)などに取り組んできた。

今回の日本大会は、こうしたラグビー伝統国以外で開催される初めての大会(アジアでも初)となる。この意味で、これまでとは違った新しい価値が生まれることが期待されている。

(資料)総務省「ラグビーワールドカップ2019を通じた地域活性化についての調査研究報告書」

3. 中長期的な課題

ラグビーワールドカップ2019™後を展望すると、残された観光課題は多い。人口減少に伴う人手不足は観光関連でも例外ではなく、観光客が集中することによる弊害にも目を向ける必要がある。大分県の観光資源の多様性を活かすためにも、観光地間で緊密に連携し、当地全体としての魅力を高めていくことが求められている。

(1) 人手不足

- 当県では観光関連産業のプレゼンスは高く、人口あたりの宿泊施設数をみると、全国でも既に上位にある。今後、宿泊施設が増加する中で、人手不足の問題は一層深刻化することが懸念される。
- 宿泊施設では、現行サービスを前提とした業務のマルチタスク化、従業員の処遇改善のほか、部屋食の提供取止め、宿泊分離などサービスの縮小で対応してきた。最近では、インバウンド需要の強さを背景に、宿泊単価の引上げにより人手に見合った客数に絞り、宿泊客の満足度を高めることで、売上・収益増加につなげる先もみられ始めている。

(図表17) 人口100万人あたりの宿泊施設数(2017年) (図表18) 人手不足に関連した声と影響

順位	都道府県	宿泊施設数
1	山梨県	1,588
2	長野県	1,259
3	福井県	1,242
4	大分県	987
5	新潟県	930
全国平均		383

事例番号	企業	ヒアリング情報
18	宿泊施設	人件費の上昇が当社の収益を圧迫していることから業務内容のマルチタスク化を実施。人件費は削減できたが、接客が減った分、サービスは低下した。
19	宿泊施設	人手が不足している接客担当について、派遣会社への外注により補充しているほか、食事提供を部屋から食堂でのサービスに変更して負担を軽減している。
20	宿泊施設	人手不足の状況で、客数ではなく収益を重視。宿泊客数を抑制し、サービスの質を向上させた結果、宿泊単価を引き上げることができた。

(注) 宿泊施設数は、ホテルと旅館の合計。

(資料) 厚生労働省「衛生行政報告例」、総務省「住民基本台帳等」
(いずれも2017年分)

(2) オーバーツーリズム

- 全国では、交通渋滞やごみ問題など、インバウンドを含めた観光客の集中による弊害(オーバーツーリズム)が表れている。
- 当地でも、別府や湯布院を訪れるインバウンドは急激に増加しており、一部の施設からは、観光地としてのイメージ悪化を懸念する声も聞かれる。これに対し、外国人向けの啓発活動のほか、インバウンドの比率を一定程度に抑え、国内客離れを防ごうとする動きもみられている。

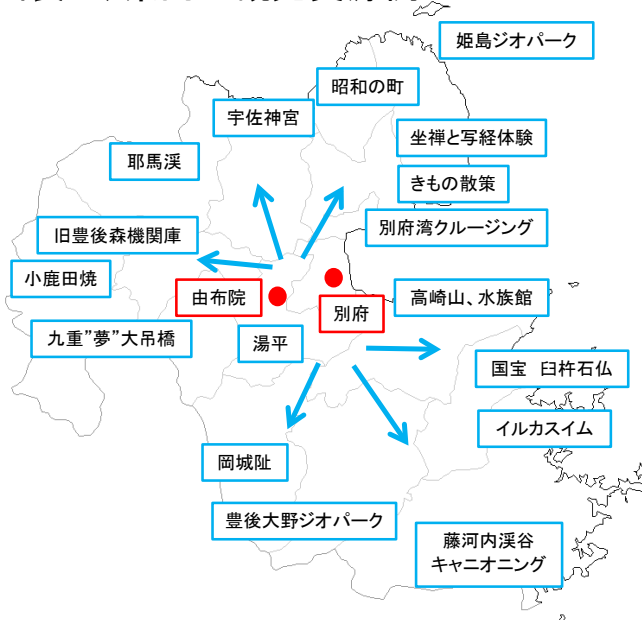
(図表19) 観光客の集中を懸念する声

事例番号	企業	ヒアリング情報
21	関係団体	近年のインバウンド急増によって「湯布院＝外国人が行くところ」とのイメージを持たれている。「閑静で落ち着いた雰囲気」といった湯布院らしさが失われ、国内客が遠のいてしまっている。
22	宿泊施設	インバウンド客の増加が著しい湯布院では、既にオーバーツーリズムが発生していると言える。車道の歩行、唾吐き、ごみのポイ捨て、指定場所以外での喫煙などがみられ、観光客の満足度を落としている。
23	金融機関	インバウンドの取り込みに注力し、業績好調の先もある一方で、騒音問題などを嫌い、インバウンド比率を抑制している先も多い。
24	宿泊施設	オーバーツーリズムの問題として、ごみや交通量の増加が問題となっている。最近では、交通量が増加したことによる接触事故が増えている様子。
25	宿泊施設	以前はインバウンド向けのマナー集を部屋に置いていたが見てもらえなかったため、留学生と協力してマナー動画を作成し、各部屋で流している。日本のマナーを知らない人でも、しっかり説明すると守ってくれるようになるため、現在ではマナー面での問題はほとんど起きていない。

(3) 観光地間の連携

- アジアに加え、欧米豪を含めたインバウンドを継続的に呼び込んでいくためには、季節に応じた大分県の多様な観光資源を活かして、各々の志向・ニーズに合った観光メニューを提供していくことが重要。
- 観光メニューの選択肢を増やすには、県内各地の魅力あるスポットを周遊してもらうことが有効であり、観光地間の連携強化が不可欠。こうした観光地間の連携は、インバウンドの集中を避ける観点からオーバーツーリズムへの対応策ともなりうる。

(図表20) 県内の観光資源例



(図表21) 他地域でのインバウンド分散に関する取り組み

事例番号	企業 (都道府県)	ヒアリング情報
26	行政機関 (京都)	時間・季節・場所の3つの切り口で分散に取り組んでいる。訪問地の偏りを是正することや、混雑や渋滞などの問題を緩和・解消させることが目的。
27	行政機関 (神奈川)	特定の時間帯やルートに観光客が集中することで、市民生活に支障が生じている。その他の観光地の魅力をSNSで発信するなど、分散のための施策を展開している。
28	行政機関 (愛媛)	当地の知名度が既に高いアジアに加えて、今後注力したい欧州や豪州に対して、デジタルマーケティング等を活用したプロモーションを強化している。

(注) 図表20は「(公社)ツーリズムおおいたHP」の観光情報をもとに、日本銀行大分支店が作成。

図表21は日本銀行 さくらレポート別冊「インバウンドの現状:企業等の取り組みと地域活性化の注目点」より抜粋。

(資料)「(公社)ツーリズムおおいたHP」、「CraftMAP」

結びに

ラグビーワールドカップ2019™は、観光面を中心に多くの教訓が得られる機会であり、それらは中長期的な課題への対処の一つの試金石となりうる。この大型イベントを契機に、インバウンドへの対応に一層磨きをかけ、当地が観光地としてのブランド力をますます高められるよう、地域間で連携した取組みが強まることが望まれる。

まずは、まもなく始まるラグビーワールドカップ2019™の大会が成功するよう、県民一体となって楽しみたい。

<当店のホームページのご案内>

(当店ホームページのトップページ)

<http://www3.boj.or.jp/oita/index.html>

(大分県内の景気動向)

<http://www3.boj.or.jp/oita/kohyo/geppou.html>

(短観)

<http://www3.boj.or.jp/oita/kohyo/tankan.html>

(特別調査レポートのご案内)

http://www3.boj.or.jp/oita/kohyo/tokubetu_repo.html

(支店見学のご案内)

http://www3.boj.or.jp/oita/tennai_kengaku/kenngaku_annai.html

<当店の特別調査レポートのご案内>

<WEB上でご覧になっている方は、下記レポートのタイトルをクリックするとそのレポートを閲覧することができます>

- [大分県のインバウンド動向 ―世界的スポーツイベントの開催を前に―](#) (19年7月31日公表)
- [大分県の地価動向](#) (19年6月21日公表)
- [大分県のインターネット消費](#) (19年4月1日公表)
- [大分県の人口減少の緩和に向けて](#) (18年11月28日公表)
- [大分県内のキャッシュレス決済に関する現状整理](#) (18年10月25日公表)
- [観光消費の促進に向けた着眼点](#) (18年10月11日公表)
- [成長力強化が期待される大分県の農業](#) (18年6月19日公表)
- [イノベーションを捉え始めた県内製造業](#) (18年4月2日公表)
- [民泊の本格解禁に向けた県内の動き](#) (18年2月21日公表)
- [事業承継は県内企業の飛躍のチャンス](#) (18年1月24日公表)
- [収益力強化に向けた設備投資の一手](#) (17年11月22日公表)
- [平成29年台風第18号による大分県経済への影響と今後の見通し](#) (17年10月18日公表)
- [付加価値拡大に向けた県内企業の取り組み](#) (17年9月14日公表)
- [平成29年7月九州北部豪雨による大分県経済への影響と今後の見通し](#) (17年8月23日公表)
- [人手不足時代を乗り越えるための5本の柱 ～県内企業の対応状況と今後の課題～](#) (17年6月19日公表)
- [大分県の底力 ～熊本地震から1年を迎えた大分県観光の現状と今後の展望～](#) (17年4月18日公表)