

経済を読み解く「インバウンドの消費動向」

<2024/10/22 大分合同新聞掲載>

今回は、海外からの旅行者(いわゆるインバウンド)の旅行消費額を切り口に、大分県の経済について考えてみたいと思います。

まず、観光庁が公表している2024年4~6月期の「インバウンド消費動向調査」を見ると、大分県のインバウンド旅行消費額は83億円で、コロナ禍前(19年)から1.4倍に増加しています。

この変化の要因を確認するため、旅行消費額を「旅行者数×消費単価(1人当たり旅行支出額)」に分解してみると、この二つの要素はいずれも、コロナ禍前の1.2倍に増えています。

つまり大分県では、インバウンドの旅行者が増加する中で、1回の旅行で使われるお金も増えていることが分かります。

こうしたインバウンド消費の増加は、宿泊業や飲食業、小売業、運輸業などに幅広い恩恵をもたらし、大分県経済の押し上げに寄与しています。

もっとも、他の都道府県と比較すると、インバウンド消費の見え方は少し変わってきます。

大分県のインバウンド旅行消費額は、全国の平均よりは上(17番目)ですが、国内宿泊旅行先の満足度ランキング「じゃらん観光国内宿泊旅行調査」で上位の常連になっていることを踏まえると、もう少し高くても良さそうです。

また、先ほどの要素分解に着目してみると、24年4~6月期は「旅行者数」が33万人で15番目なのに対し、「消費単価」は2.5万円で44番目と、かなり低いことが分かります。

実は、こうした状況はコロナ禍前から変わっていません。

なぜ大分県では、インバウンドの「消費単価」がこれほど低いのでしょうか? その原因を調べるために、消費単価を品目別に細かく見ていくと、幅広い項目で他県よりも消費が少ない中で、特に「団体・パック参加費」や「宿泊費」「飲食費」「買物代」が小さいことが分かります。

リピート率が高いと言われる韓国人客が大分県のインバウンドの5割を占めていることと併せて考えると、福岡県を宿泊拠点に個人で自由に観光し、日帰りで大分県を訪れる方がかなり多いのではないかと推測されます。

つまり、日帰りの多さや滞在時間の短さが「消費単価」の少なさにつながって

いるのではないかと、ということですが。

実際、大分県の宿泊費は、同じく福岡県から日帰りしやすい熊本県や佐賀県と同水準となっていますし、宿泊業者の方からも、この推測を裏付けるような話が聞かれます。

それでは、インバウンドの消費単価を伸ばすためには、どのような施策が考えられるでしょうか。

ここでは、付加価値の高い「体験型サービス」の提供に着目してみたいと思います。

近年のインバウンドは、かつての中国人客などによる「爆買い」のような「モノ消費」から、宿泊や娯楽・サービス等の体験を重視する「コト消費」にシフトしていると言われています。

この点、大分県には、長い年月をかけて生み出された数々の観光資源—別府・湯布院などの「温泉」や阿蘇くじゅう国立公園などの豊かな「自然」、関あじ・関さばなどの「食」、宇佐神宮や臼杵石仏などの「国宝」、国東市の「世界農業遺産」など—があり、「コト消費」につながる材料が豊富にそろっています。

また最近では交流サイト（SNS）などを通じて、日本人が気づかないものが日本ならではのコンテンツとして注目され、人気を呼ぶケースも増えています。

こうした「今ある資源」の価値を再発見し、体験型のコンテンツとして磨き上げることができれば、インバウンド消費の取り込みにつながるでしょう。

つまり、さまざまな観光資源に恵まれた大分県は、インバウンド消費を伸ばす余地が大きいのです。

県内では、コト消費の需要を取り込むため、観光資源の魅力を生かした高付加価値の体験型サービスを提供する宿泊事業者も多く見られます。

こうしたコンテンツの充実が進むことで、宿泊者数や滞在時間が増加し、飲食や買い物などのインバウンド消費にも、プラスの効果が波及していくことが期待されます。（日本銀行大分支店 高谷 快立）