



# **BOJ** *Reports & Research Papers*

日本銀行大分支店 特別調査レポート

## 大分県における観光業復活に向けた取り組み

2020年10月23日  
日本銀行大分支店

本稿は、安川恭平が作成しました。

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（<https://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

大分県においても、新型コロナウイルス感染症（以下、感染症）の拡大に伴う影響がみられており、観光業においては厳しい状況が続いている。

感染症の収束が見通せない中では、海外客の急激な回復は見込み難く、国内客獲得の重要性が高まっている。

本レポートでは、観光庁の宿泊旅行統計調査などを基に、大分県における観光業復活に向けた方向性を検討する。

# 1. 大分県の観光業における 感染症拡大の影響等

# 大分県は全国有数の観光県

- 大分県は、全産業に占める宿泊業の事業所数・従業者数の割合がいずれも全国5位と高いほか、人口当たり延べ宿泊者数も全国7位と上位に位置しているなど、「全国有数の観光県」と言える。

(図表1) 事業所数・従業者数に占める宿泊業の割合(2016年)

順位	事業所数に占める 宿泊業の割合(%)		従業者数に占める 宿泊業の割合(%)	
	1	長野県	3.58	山梨県
2	山梨県	2.93	長野県	3.21
3	福井県	1.84	沖縄県	2.81
4	福島県	1.71	鳥取県	2.22
5	大分県	1.65	大分県	2.18
6	沖縄県	1.62	岩手県	2.07
7	新潟県	1.52	福島県	2.05
8	静岡県	1.44	山形県	2.01
9	鹿児島県	1.44	長崎県	1.93
10	山形県	1.42	島根県	1.92

(図表2) 人口千人当たり延べ宿泊者数(2019年)

順位	人口千人当たり 延べ宿泊者数(人泊)		人口千人当たり外国人 延べ宿泊者数(人泊)	
	1	沖縄県	22,619	沖縄県
2	京都府	11,905	京都府	4,655
3	山梨県	11,187	山梨県	2,534
4	長野県	8,810	東京都	2,108
5	石川県	8,085	大阪府	2,035
6	北海道	7,044	北海道	1,677
7	大分県	6,963	大分県	1,063
8	福島県	6,857	石川県	865
9	静岡県	6,430	岐阜県	836
10	和歌山県	5,756	福岡県	835

(注) 図表1は事業所数、従業者数ともに公務を除く。

(資料) 総務省・経済産業省「平成28年経済センサス-活動調査結果」、総務省統計局「人口推計」、観光庁「宿泊旅行統計調査」

# 観光関連産業の重要性

➤ 大分県において、観光関連産業の経済波及効果は高い。このため、観光関連産業の振興は当県にとって重要であると言える。

—— 産業連関分析によれば、観光客の消費による県内需要額に対する波及倍率は1.48倍。  
また、宿泊業や運輸・郵便、飲食サービスといった観光に関連する産業の影響力係数※は他の産業と比較しても高く、域内への経済波及効果が高い。

※当該産業に対する需要が全産業に与える影響の度合いを示す係数

(図表3)大分県の観光客の消費による経済波及効果

(百万円)

	生産誘発額	うち粗付加価値 誘発額
総合効果	320,435	165,461
直接効果(県内需要額)	215,822	110,239
第1次間接波及効果	72,717	36,134
第2次間接波及効果	31,896	19,089
県内需要額に対する波及倍率	1.48倍	-

<総合効果の内訳>

(百万円)

	生産誘発額	うち粗付加価値 誘発額
宿泊業	82,215	39,273
運輸・郵便	47,878	21,208
商業	35,205	23,647
飲食サービス	34,634	14,915
その他の対個人サービス	16,594	11,241

(図表4)大分県の産業別の影響力係数(41部門、除く分類不明)

順位	業種	影響力係数	順位	業種	影響力係数
1	鉄鋼	1.41	21	漁業	0.97
2	輸送機械	1.19	22	一般機械	0.97
3	金属製品	1.17	23	電子部品	0.96
4	化学製品	1.11	24	その他の非営利団体サービス	0.96
5	鉱業	1.10	25	電気機械	0.95
6	水道	1.08	26	その他の対個人サービス	0.94
7	事務用品	1.07	27	印刷・製版・製本	0.94
8	宿泊業	1.05	28	商業	0.94
9	運輸・郵便	1.05	29	娯楽サービス	0.93
10	パルプ・紙・木製品	1.05	30	金融・保険	0.93
11	農業	1.04	31	公務	0.93
12	電力・ガス・熱供給	1.04	32	繊維製品	0.92
13	その他の製造工業製品	1.03	33	情報・通信機器	0.92
14	飲食品	1.03	34	物品賃貸サービス	0.91
15	飲食サービス	1.02	35	その他の対事業所サービス	0.91
16	情報通信	1.00	36	廃棄物処理	0.91
17	窯業・土石製品	0.99	37	不動産	0.89
18	林業	0.98	38	教育・研究	0.87
19	建設	0.98	39	非鉄金属	0.87
20	医療・福祉	0.97	40	石油・石炭製品	0.82

(注1) 図表3は、大分県の経済波及効果分析ツール(観光消費Ver2)を使用。観光客数のうち、宿泊客数は観光庁「宿泊旅行統計調査」(2019年)、日帰り客数は観光庁「共通基準による観光入込客統計」(2019年)を参照。1人当たり消費単価は観光庁「共通基準による観光入込客統計」(2019年)の観光消費額を観光客数で割ることにより算出。発地不明の観光客は県外客として算出。第1次間接波及効果は、直接効果として必要とされる財・サービスが生産されるときに必要な原材料等の購入によって誘発される生産額。第2次間接波及効果は、直接効果や第1次間接波及効果によって発生した雇用者所得が消費に回ることによって生じる需要の増加によって誘発される生産額。消費転換係数は0.537(2019年大分市家計調査年報より算出)と設定。

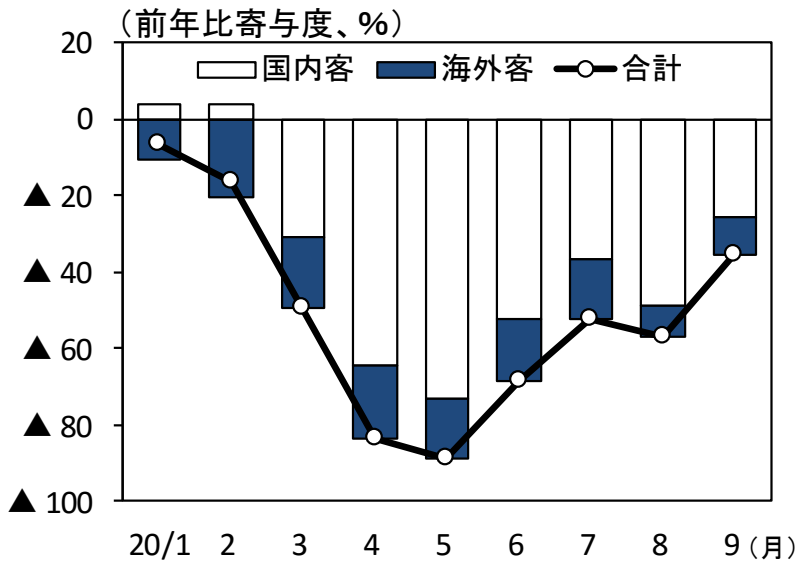
(注2) 図表4の影響力係数は産業連関表における逆行列係数の各列和と、全列平均との比率で、ある産業に1単位の最終需要があったときに、各産業に直接・間接に与える影響の大きさをみたものであり、この値が大きいほど、他の産業に与える影響が大きい。平成23年表の観光分析用41部門表を使用。

(資料) 観光庁「宿泊旅行統計調査」、観光庁「共通基準による観光入込客統計」、総務省統計局「家計調査年報」、大分県「平成23年大分県産業連関表」

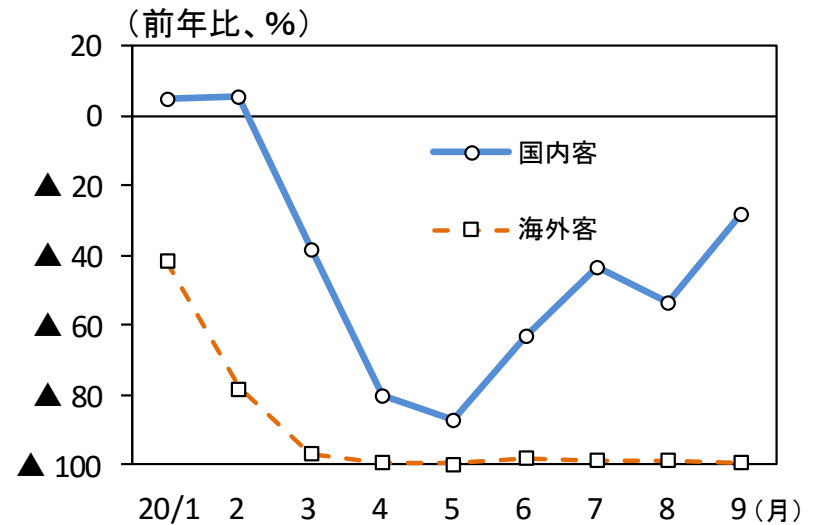
# 大分県における感染症拡大の影響

- 大分県内の宿泊者数は、2月以降、減少幅が大きく拡大し、5月には前年比▲89.0%と極めて厳しい水準まで落ち込んだ。その後、緊急事態宣言の解除に加え、政府・自治体の観光支援策の効果もあって、国内客を中心にマイナス幅が縮小しているが、直近9月でも前年比▲35.5%と引き続き低水準となっている。

(図表5) 大分県の宿泊者数と属性別寄与度



(図表6) 大分県の国内、海外別宿泊客数



(注) データは速報値。  
 (資料) 大分県「大分県観光統計調査」

# 県内の宿泊施設から聞かれる声

(図表7) 県内の宿泊客動向に関する声

事例番号	企業	時期	ヒアリング情報
1	宿泊業	2月	国内客は堅調に推移したものの、感染症が大きく報道されるようになった頃から、好調であった台湾の団体客からのキャンセルと予約の減少がみられた。
2	観光団体	2月	感染症の影響により、下旬から個人の国内客を中心に減少。海外客はほとんどみられなかった。
3	宿泊業	3～5月	宿泊客数は壊滅的。営業しても採算が取れないため休館日を増やした。雇用調整助成金を申請したが、支給までタイムラグがあるため金融機関からの融資で補った。
4	宿泊業	5月	緊急事態宣言の延長により全日休館とした。雇用調整助成金や金融機関からの融資で何とか凌いでいるほか、設備機器のメンテナンス頻度を下げるなど、固定費の削減を行っている。
5	観光団体	7月	回復の動きが多少はみられるものの、依然として厳しい。7月の連休はある程度の予約が入っていたが、豪雨の影響でキャンセルが発生している。当地域での豪雨被害はないが、県外客からすれば大分県という括りでみられているようだ。
6	宿泊業	8月	Go To トラベル事業の効果もあって宿泊客数は前年を上回って着地。特徴として、県内の新規客が大きく増加している。
7	宿泊業	8月	13～15日のお盆期間は満室となったものの、7月末からの感染症再拡大に伴い、キャンセルが増加。夏休みの短縮に伴い家族連れも減少し、厳しい状況。
8	宿泊業	9月	4連休はほぼ満室となるなど明るい動きもみられ始めたものの、平日は引き続き動きが鈍く、回復にはまだ時間がかかる見込み。

## 2. 統計からみた大分県内における 国内客獲得の展望



# 大分県の宿泊者数の減少幅（他県対比での立ち位置）

- 大分県の宿泊者数の減少幅は、全都道府県の中で中位に位置している。宿泊客数を県内、県外、海外別に分けてみると、海外客はほぼゼロ（前年比▲100%）に近い状況が続く一方、県内、県外客に関しては持ち直しの動きがみられている。

（図表8）発地別で見た延べ宿泊者数の推移と都道府県内での順位

		（％）						
		20/1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月
全体	前年同月比	▲ 9.5	▲ 12.2	▲ 41.0	▲ 82.0	▲ 86.7	▲ 64.9	▲ 49.2
	都道府県内順位	46	29	15	35	31	31	25
県内客	前年同月比	1.9	▲ 1.2	▲ 37.0	▲ 71.7	▲ 73.9	▲ 23.7	▲ 15.2
	都道府県内順位	15	18	18	27	24	3	16
県外客	前年同月比	▲ 4.0	10.3	▲ 30.9	▲ 78.7	▲ 86.4	▲ 65.2	▲ 48.3
	都道府県内順位	33	4	7	26	29	29	21
海外客	前年同月比	▲ 37.8	▲ 75.7	▲ 95.2	▲ 99.0	▲ 98.9	▲ 97.0	▲ 98.1
	都道府県内順位	47	44	46	43	32	20	33

（資料）観光庁「宿泊旅行統計調査」

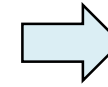
# 国内客の獲得に向けて

- 大分県における2019年の宿泊者数構成比は県内13.5%、県外63.6%、海外15.3%となっている。
- 感染症の収束が見通せない中、入国制限等もあって海外客の急速な回復は見込み難い。このため、今後は、国内客で海外客の落ち込み分(約120万人)を補っていく必要があり、政府・自治体の各種観光応援策がある今こそ国内客獲得のチャンスと考えられる。
- 国内客(宿泊)の1日当たりの旅行消費額(2.4万円)は、訪日客(1.8万円)の1.3倍であることから、国内旅行客を獲得できれば、宿泊施設だけでなく周辺の観光関連産業も一段と潤うことが期待される。

(図表9) 宿泊客数の構成比(2019年)

<県内客>			<県外客>			<海外客>		
順位	都道府県	構成比	順位	都道府県	構成比	順位	都道府県	構成比
1	北海道	35.6%	1	群馬県	77.4%	1	京都府	39.1%
2	岩手県	29.0%	2	福井県	77.2%	2	大阪府	37.8%
3	山形県	27.1%	3	徳島県	76.0%	3	東京都	37.2%
4	宮城県	26.0%	4	滋賀県	75.1%	4	北海道	23.8%
5	新潟県	25.7%	5	鳥取県	74.2%	5	沖縄県	23.6%
<b>39</b>	<b>大分県</b>	<b>13.5%</b>	<b>34</b>	<b>大分県</b>	<b>63.6%</b>	<b>13</b>	<b>大分県</b>	<b>15.3%</b>
43	沖縄県	10.5%	43	愛知県	48.8%	43	高知県	3.3%
44	和歌山県	10.2%	44	京都府	46.8%	44	島根県	2.9%
45	奈良県	10.2%	45	大阪府	44.5%	45	山口県	2.8%
46	山梨県	8.6%	46	東京都	37.2%	46	福井県	2.4%
47	京都府	7.6%	47	北海道	36.1%	47	福島県	1.7%

海外の宿泊客数は約120万人。先行きも回復が見込み難い



国内客で補う必要

政府・自治体の各種観光応援策がある今こそ国内客獲得のチャンス

(図表10) タイプ別の1日当たり旅行消費額(2019年、全国)

	国内客(宿泊)	国内客(日帰り)	海外客
1日当たり旅行消費額	¥24,368	¥17,334	¥17,925

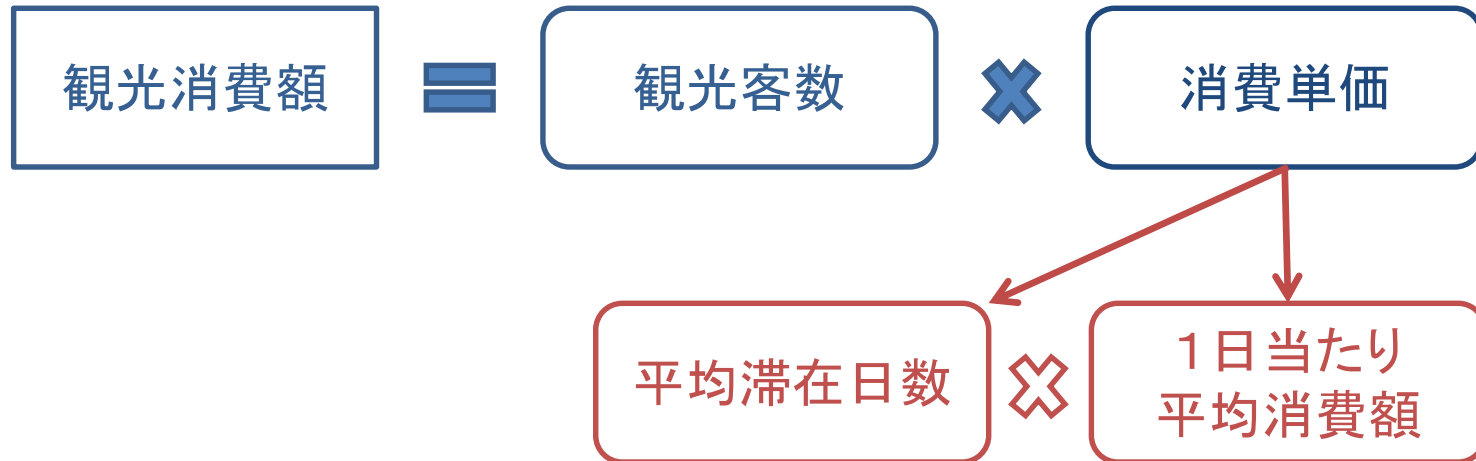
(注) 宿泊者数は発地不明も含むため、構成比の合計は必ずしも100%にはならない。

(資料) 観光庁「宿泊旅行統計調査」、「旅行・観光消費動向調査」、「訪日外国人消費動向調査」

# コロナ禍における観光消費額の引き上げに向けたアプローチ

- コロナ禍における観光消費額の引き上げに向けたアプローチとして、「観光消費額」を「観光客数」と「消費単価」に、さらに「消費単価」を「平均滞在日数」と「1日当たり平均消費額」に分解。以下では、各構成要素の施策について考察する。

## <観光消費額の構成要素>



## <各構成要素の施策>

### 1. 観光客数

- 国内客(県内、近隣県、関東・近畿など)で海外客の減少を補う
- シニア層の繋ぎ止め
- 送客手段(1次交通)の充実

### 2. 滞在日数

- 連泊の促進

### 3. 消費額

- コロナ禍に適したコンテンツの整備・アピール強化
- 国内客をターゲットにした宿泊プラン・料理・お土産等の見直し

# 1. 観光客数 ～県内客数の増加に向けて①～

➤ 大分県でも県内客の宿泊は持ち直してきているが、前年比大幅なプラスの県も存在している。こうした県では、県独自の割引施策を大規模に実施していることも影響していると考えられる。今後は、各県の割引施策とその効果等も検証しつつ、大分県独自の更なる観光応援策を展開していくことが期待される。

—— なお、Go Toトラベル事業の受入態勢が整わない被災地域や、風評被害を受けた県内の観光関連産業を支援することなどを狙いとして、大分県ではGo Toトラベル事業と同等の誘客対策のため、8月の専決予算で約10億67百万円を確保している。

(図表11) 県内客の前年比上位5県と大分県の比較

順位	20/4月		5月		6月		7月		8月	9月
	県名	前年比、%	県名	前年比、%	県名	前年比、%	県名	前年比、%		
1	神奈川県	▲ 50.2	神奈川県	▲ 51.7	群馬県	8.8	群馬県	109.7		
2	福島県	▲ 51.4	茨城県	▲ 52.9	長崎県	▲ 13.5	徳島県	43.4		
3	埼玉県	▲ 56.7	福井県	▲ 57.4	大分県	▲ 23.7	福井県	21.0		
4	青森県	▲ 58.1	青森県	▲ 58.3	徳島県	▲ 26.9	愛媛県	9.2		
5	宮崎県	▲ 58.4	広島県	▲ 60.1	宮崎県	▲ 26.9	長崎県	4.6		
大分県	27位	▲ 71.7	24位	▲ 73.9	-	-	16位	▲ 15.2		
(参考) 大分県観光統計調査	▲ 74.1		▲ 76.3		▲ 43.2		▲ 14.5		▲ 32.0	0.4

(図表12) 各県独自の観光応援策

名称	県	概要
泊まって! 応援キャンペーン	群馬県	6/5日～7/31日の間、群馬県内の登録宿泊施設に宿泊した群馬県民は1人1泊あたり5,000円の割引が適用される。人数制限なし。
とくしま応援割	徳島県	6/8日～8/31日の間、徳島県内の登録宿泊施設に宿泊した徳島県民は1人1泊あたり上限5,000円の割引が適用される。規模は4万人分。
ふくいdeお泊りキャンペーン	福井県	7/1日～8/7日の間、福井県内の「安心の宿」に宿泊した福井県民は宿泊施設の料金に応じて3,000～15,000円の割引が適用される。4万6千人分の予約があった時点で終了となった(その後第2弾実施)。

# 1. 観光客数 ～県内客数の増加に向けて②～

- 大分県内に住んでいる方で、大分県の宿に宿泊したことがない、あるいは過去に宿泊したきり最近は宿泊していないという方は、全国的に高い評価を受けている大分県の宿に宿泊し、今一度大分県の良さを見つめ直してはどうでしょうか。

(図表13)じゃらん宿泊旅行調査

<良い宿・ホテルがあった>

順位	2017年度	2018年度	2019年度
1	大分県	大分県	大分県
2	栃木県	群馬県	栃木県
3	静岡県	栃木県	静岡県
4	群馬県	和歌山県	福島県
5	福島県	静岡県	兵庫県
6	和歌山県	神奈川県	群馬県
7	神奈川県	三重県	千葉県
8	岩手県	熊本県	神奈川県
9	長野県	兵庫県	熊本県
10	三重県	山形県	沖縄県

<魅力的な温泉があった>

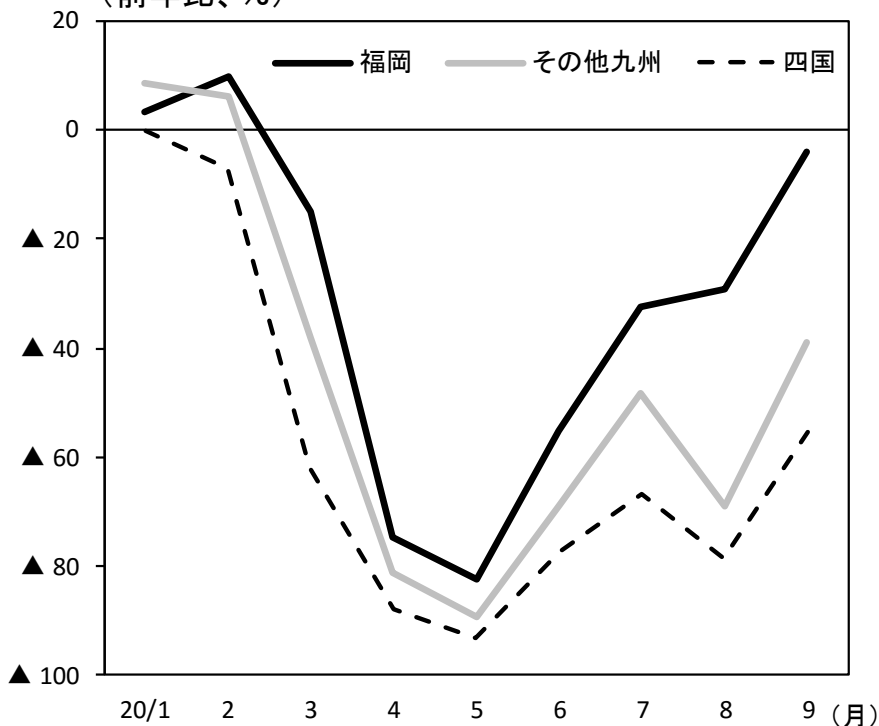
順位	2017年度	2018年度	2019年度
1	大分県	大分県	大分県
2	群馬県	群馬県	群馬県
3	愛媛県	愛媛県	愛媛県
4	山形県	山形県	佐賀県
5	和歌山県	栃木県	栃木県
6	栃木県	熊本県	福島県
7	鳥取県	佐賀県	熊本県
8	岐阜県	鳥取県	山形県
9	鹿児島県	静岡県	岐阜県
10	福島県	岐阜県	鹿児島県

# 1. 観光客数 ～近隣県からの客数増加に向けて～

- 近隣県からの客数をみると、福岡県からの客数が持ち直している一方、その他九州や四国からの客数は動きが鈍い。
- 先行きにかけて、隣県からの誘客を企図した観光応援策が効果をあげることが期待される。

(図表14) 近隣地域における発地別宿泊客数

(前年比、%)



(図表15) 隣県からの誘客を企図した観光応援策

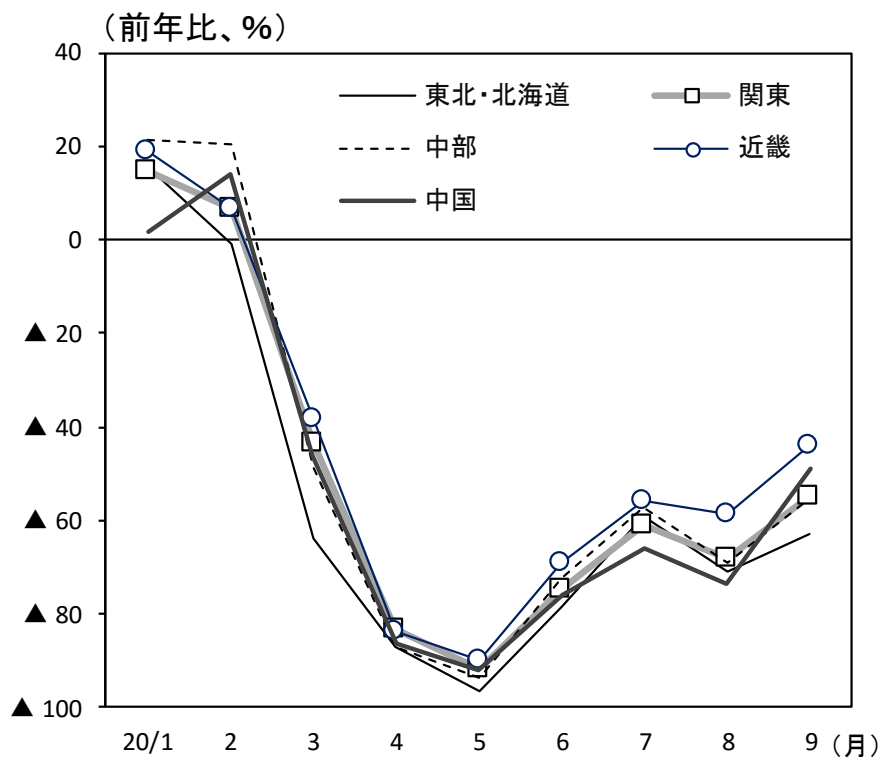
名称	期間	概要
大分↔宮崎 おとなり割	2020/7/13 ～2020/12/31 (10/20終了)	宮崎・熊本県民が大分県へ、大分県民が宮崎・熊本県へ旅行する際に、条件を満たした旅行商品を購入すると、宿泊の場合5,000円/人、日帰りの場合2,500円/人の割引が実施される。
大分↔熊本 おとなり割	2020/7/13 ～2020/12/31	宮崎・熊本県民が大分県へ、大分県民が宮崎・熊本県へ旅行する際に、条件を満たした旅行商品を購入すると、宿泊の場合5,000円/人、日帰りの場合2,500円/人の割引が実施される。
大分↔愛媛 おとなり割	2020/7/21 ～2020/12/31	愛媛県民が大分県へ旅行する際に、条件を満たした宿泊商品を購入すると、1名につき5,000円の割引が実施される。

(注)データは速報値。  
(資料)大分県「大分県観光統計調査」

# 1. 観光客数 ～関東・近畿などからの客数増加に向けて①～

➤ 関東や近畿などからの客数は、持ち直しペースが緩やかに止まっている。

(図表16) 県外客(九州・四国除く)における  
発地別宿泊者数



(図表17) 県外客(九州・四国除く)における  
発地別宿泊者数の詳細

(前年比、%)

	東北・北海道	関東	中部	近畿	中国
20/1月	15.6	14.9	21.6	19.0	2.0
2月	▲ 0.6	6.8	20.6	6.9	13.9
3月	▲ 64.2	▲ 43.7	▲ 48.6	▲ 38.1	▲ 46.4
4月	▲ 87.2	▲ 83.4	▲ 87.2	▲ 84.0	▲ 86.6
5月	▲ 96.8	▲ 92.0	▲ 93.8	▲ 89.9	▲ 91.9
6月	▲ 78.7	▲ 74.8	▲ 72.7	▲ 69.1	▲ 76.2
7月	▲ 59.0	▲ 60.9	▲ 57.3	▲ 55.9	▲ 66.0
8月	▲ 71.1	▲ 68.2	▲ 69.0	▲ 58.9	▲ 73.8
9月	▲ 62.9	▲ 55.1	▲ 55.3	▲ 44.1	▲ 49.0

(注) データは速報値。

(資料) 大分県「大分県観光統計調査」

# 1. 観光客数 ～関東・近畿などからの客数増加に向けて②～

- 観光客数を増やすためには、感染症の拡大によって海外旅行に行けなくなった層を獲得することが重要と考えられる。通常、海外旅行を検討する人を国内旅行へ振り向けるのは難しいとみられるが、海外旅行に行けないという現状では、国内旅行への振替余地は十分にあると考えられる。

—— 2019年中の日本人海外旅行者は2,000万人に上り、それに関連する旅行消費額は、訪日外国人の日本国内での消費額に匹敵する。

(図表18) 訪日外国人と日本人海外旅行者の比較(2019年、全国)  
(億円、万人)

	日本人海外旅行者	訪日外国人
旅行消費額	48,412	48,135
出国/入国者数	2,008	3,119

(注) 日本人海外旅行者の旅行消費額は、旅行中のみでなく、旅行前後における旅行関連の消費(旅行鞆の購入費、撮影した写真のプリント費など)も含む。

(資料) 観光庁「旅行・観光消費動向調査」、「訪日外国人消費動向調査」、法務省「出入国管理統計」



# 1. 観光客数 ～関東・近畿などからの客数増加に向けて③～

- 日本人海外旅行者を地域別にみると、大都市を抱える関東や近畿が多く、こうした地域から旅行者を呼び込めるかがポイント。
- 大分県の宿泊者数を発地別にみると、関東や近畿の人数は多くなく、拡大の余地がある。

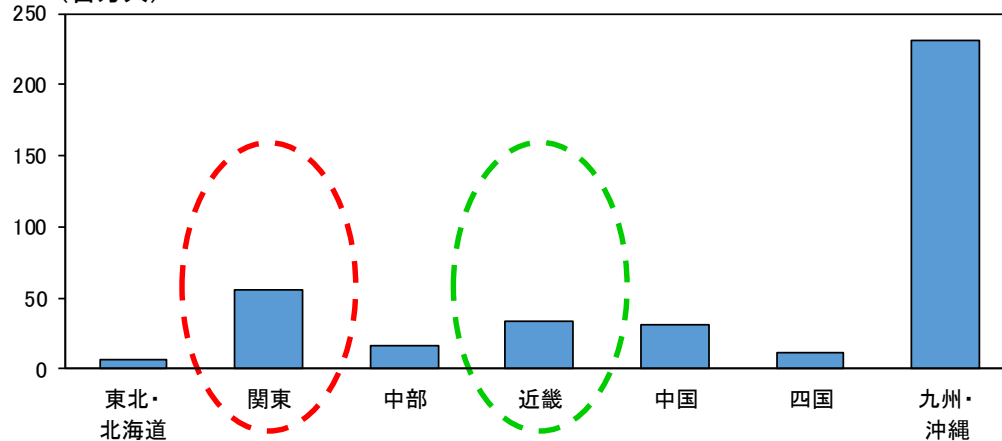
(図表19) 地域別に見た日本人海外旅行者(2019年)

(百万円、千人)

居住地	北海道	東北	関東	北陸信越	中部	近畿	中国	四国	九州	沖縄
消費額	188,251	203,295	2,363,056	119,392	614,517	798,110	158,209	90,811	256,360	49,219
延べ旅行者数	586	840	9,000	619	2,547	4,191	599	360	1,032	257
(構成比)	2.9%	4.2%	44.9%	3.1%	12.7%	20.9%	3.0%	1.8%	5.2%	1.3%

(図表20) 発地別で見た大分県の延べ宿泊者数の状況(2019年)

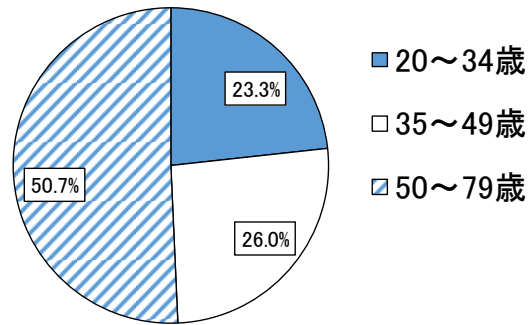
(百万人)



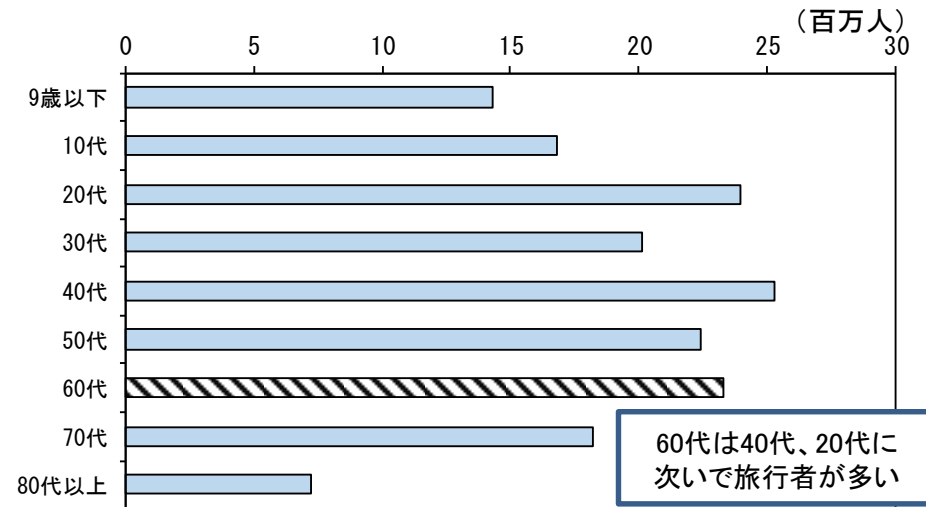
# 1. 観光客数 ～シニア層の繋ぎ止め～

- 国内宿泊客を年代別にみると、50～79歳が半数以上を占めている。こうした層では、感染症の罹患を懸念して、若者層に比べ旅行マインドが回復していない。
- 平日の稼働率を高めていくためには、こうした層の需要を獲得していく必要がある。このためには、他県で実施されているような、宿泊客の自宅から宿泊施設までを往復送迎する宿泊プランなどを整備していくことも有効と考えられる。

(図表21) 宿泊旅行者の年代別構成比(2019年度、全国)



(図表23) 日本人国内宿泊旅行における年代別旅行者数(2019年、全国)



(図表22) 大分県におけるシニア層宿泊客の動向に関する声

事例番号	企業	ヒアリング情報
9	宿泊業	平日の主力であったシニア層が動かないことで宿泊客数が戻らず、厳しい状況となっている。
10	宿泊業	感染症拡大前に多くみられた、シニアの10名前後の団体宿泊が全くみられない。

(注) 図表23の計数は宿泊目的が「観光・レクリエーション」を抽出。

(資料) じゃらんリサーチセンター「じゃらん宿泊旅行調査」、観光庁「旅行・観光消費動向調査」

# 1. 観光客数 ～送客手段(1次交通)の充実～

- 感染症の拡大を受け、大分空港発着の航空便が減少していることから、空港連絡バスも一部減便・運休となっている。
- 観光客を増やすためには、送客手段の充実(例えば、運転免許を有しておらず、レンタカーでの移動が難しい顧客をターゲットに、空港までの送迎サービスつき宿泊プランを整備することなど)が期待される。また、観光タクシーの情宣なども必要と考えられる。

(図表24)バスを用いた大分空港から各地域への直接移動方法(10/23日時点)

各地域	状況
大分方面	減便
別府方面	減便
湯布院方面	運休
日田方面	なし
中津方面	通常運行
宇佐方面	通常運行
豊後高田方面	通常運行
臼杵方面	運休
佐伯方面	運休
竹田方面	なし

(資料)大分空港HP、大分交通HPより

(図表25)送迎手段の充実に取り組む先

事例番号	企業	ヒアリング情報
11	宿泊業	ハイヤーと契約を結び、宿泊施設への送迎を行っているほか、送迎途中で利用客の希望があれば、観光地に立ち寄るサービスを実施している。

<大分県タクシー協会が実施している取り組み>



**GO TO 観光タクシー**

大分県内のタクシー利用で  
お1人様  
2,000円  
おトク!!

キャンペーン期間: 2020.9.1-2021.3.31  
ご利用人数が予定数に達し次第終了となります

**ご利用例**

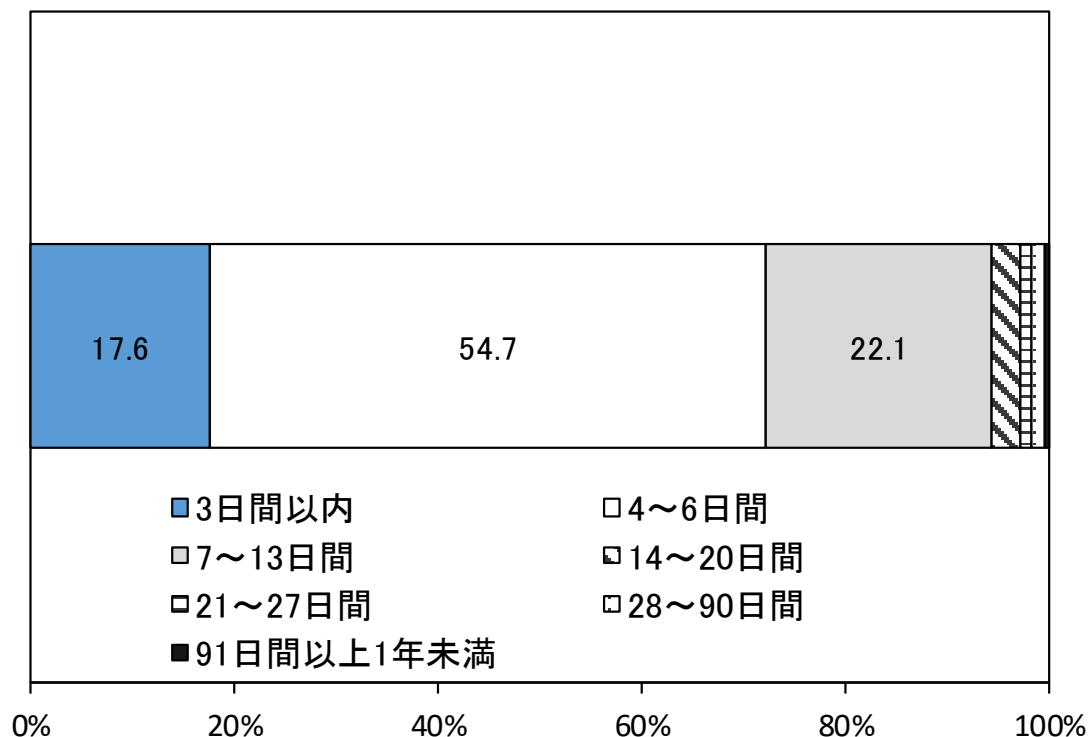
タクシーを利用して大分県内の観光地巡りの途中で食事 (60分以上のご利用が条件) → お食事代及び施設利用料からお1人様あたり上限2,000円を乗務員がお支払いいたします

※一般社団法人全国ハイヤー・タクシー連合会のガイドラインに沿ったコロナ対策を実施しております

## 2. 滞在日数 ～連泊の促進～

- 大分県に宿泊した訪日外国人客の日本国内での滞在日数は、4日以上が8割を上回っている。こうした点を踏まえると、国内客についても、旅行日数を増やす取り組みが重要である。具体的には、連泊を促すような宿泊プランの拡充や、県内複数地域間の周遊を容易にする取り組みが期待される。

(図表26) 大分県に宿泊した訪日外国人旅行者の日本での滞在日数構成比(2019年)



(資料) 観光庁「訪日外国人消費動向調査」

### 3. 消費額 ～コロナ禍に対応したコンテンツの整備、アピール強化～

- 国内旅行者は大分県内での旅行において、自然景観や文化的名所を見る、あるいはスポーツやアウトドアを楽しむことに対する期待は大きくない。ただ、県内にも優れた自然景観や文化的名所などの観光資源は数多くあり、コロナ禍で三密を避ける観点からは、こうしたコンテンツの一段の整備、アピールが重要となる。

(図表27) 旅行先別の最も楽しみにしていたこと(2019年)

	大分	全国
自然景観を見ること	6.0%	12.8%
文化的な名所を見ること	4.1%	11.1%
スポーツやアウトドア活動を楽しむこと	3.5%	6.3%

コロナ禍で三密を避ける観点から整備、  
アピール強化が必要なコンテンツ

#### <観光資源事例>

県内の主な自然景観
タデ原湿原(九重町)、金鱗湖(由布市)、原尻の滝(豊後大野市)、深耶馬溪(中津市)、豊後二見ヶ浦(佐伯市)
県内の主な文化的名所
杵築の城下町(杵築市)、臼杵石仏(臼杵市)、地獄めぐり(別府市)、岡城趾(竹田市)、両子寺(国東市)、富貴寺(豊後高田市)、宇佐神宮(宇佐市)、豊後森機関庫(玖珠町)、豆田町(日田市)
県内の主なスポーツ、アウトドアなど
九重“夢”大吊橋(九重町)、つくみイルカ島(津久見市)、高崎山自然動物園(大分市)

(注)観光資源事例は「(公社)ツーリズムおおいたHP」のモデルコースに選定されている観光資源から抜粋。

(資料)公益財団法人日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

### 3. 消費額 ～国内客をターゲットにした宿泊プランの見直し～

- 足許では、これまで海外客をターゲットにしてきた宿泊施設を中心に、国内客に合わせた形で宿泊プランや料理、お土産等を見直す動きがみられている。

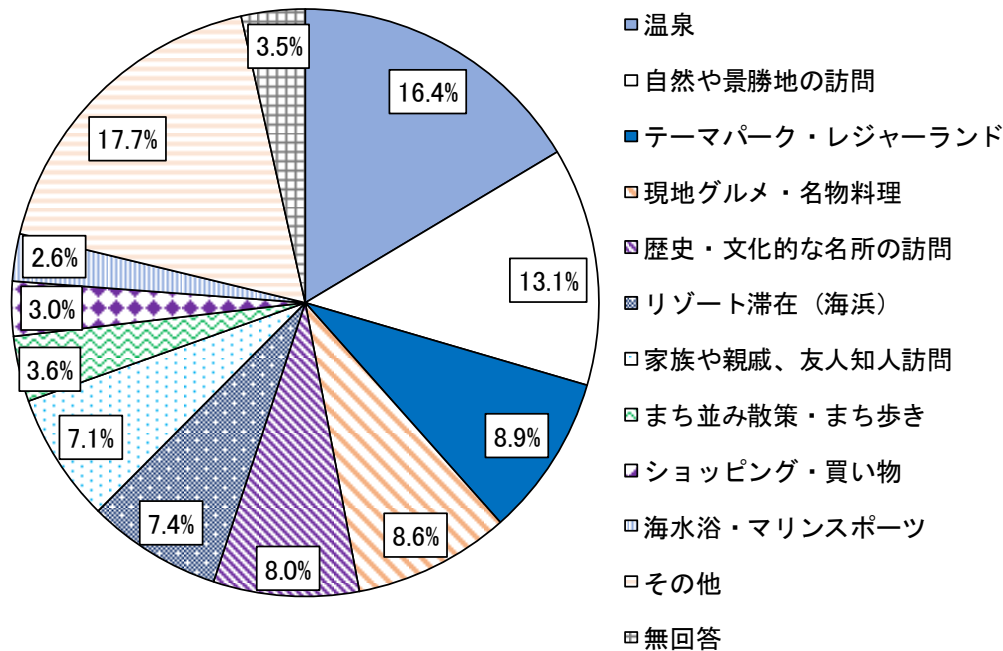
(図表28)新たな施策への取り組みに関する声

事例番号	企業	ヒアリング情報
12	観光団体	一部の宿泊施設では、顧客満足度を高めるために食材のグレードを高め、より質の高い料理を提供することで、宿泊単価を引き上げる動きがみられている。
13	宿泊業	感染症拡大前は、専用のレストランに宿泊客を集めて食事を提供していたが、顧客のニーズに合わせ、部屋食の提供も開始。これにより宿泊単価も上昇している。
14	宿泊業	宿泊客の旅行形態が、団体から個人へと変化していることに合わせ、接客方法の見直しに取り組んでいる。
15	宿泊業	国内客への訴求力を高めるべく、地域企業と連携し、施設内で使用・販売する新たな商品の開発に取り組んでいる。食事に止まらず、地元産の良い商品を総合的にアピールしていきたい。
16	宿泊業	宿泊以外の需要も取り込むため、料理のテイクアウトサービスを開始した。そのほか、宿泊客が安心できるよう、配膳を工夫し、従業員と接する機会を減らした。

# 適切な情報発信の必要性

- 感染症収束後に、旅行先で最も行いたい活動を聞く調査では、『温泉』が最も高い比率となったほか、温泉と回答した人が訪れたい場所では、『大分県』がトップとなった。こうした点を踏まえると、大分県の各宿泊施設が実施している感染予防策や、観光情報を適切に発信すれば、県外客を呼び込む余地は大きいと考えられる。

(図表29) 感染症収束後に旅行先で最も行いたい活動



(図表30) 感染症収束後に最も行いたい活動のために訪れたい場所

## <温泉>

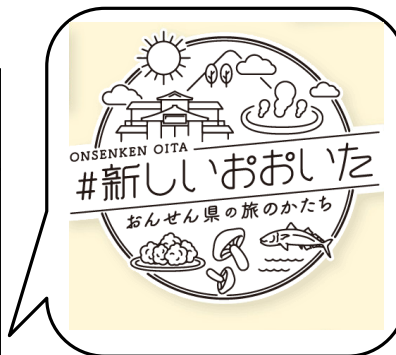
順位	県	構成比
1	大分県	18.1%
2	群馬県	10.5%
3	静岡県	9.9%

# 行政による情報発信

- 大分県では、感染症対策情報や最新の観光情報を集約した新しい観光サイトを立ち上げており、SNSを活用するほか、PR動画、テレビCM等も公開していく方針にある。また、別府市においても独自のPR動画を公開している。感染症に対応した新しい観光の仕方をいち早く発信することは、観光客の安心感の醸成にも繋がると考えられる。

(図表31) 感染症に対応した行政によるPRの一例

名称	実施者	概要
#新しいおおいた おんせん県の 旅のかたち	大分県	県民が大分の魅力を伝えるとともに、感染症対策や市町村の割引情報等も掲載した特設サイトを開設。11月からは県内外のテレビCMを開始し、県観光を強力にアピール。
別府温泉 おもてなし再開	別府市 (B-biz LINK)	12の観光施設及び市長が協力し、PR動画を公開。「来てくれとは言えないがお客様を待っている」という複雑な気持ちをユーモラスに表現している。
沸騰大分	大分県	観光専用のYouTubeチャンネル「沸騰大分」を開設し、大分の魅力を毎週土曜に配信。地元の観光業者等が自ら出演し、地域の自慢を語る。多言語にも対応。





# 先行きの展望（国内客）

➤ 大分県では、宿泊した観光旅行者の9割強が再来訪の意向を示しているほか、リピーター率が高い（全国7位）ことが特徴。こうした点を踏まえると、足許で国内客の呼び込みに成功すれば、その後も定期的に当地を訪問してくれる可能性が高く、感染症収束後は従前よりも多くの宿泊客を獲得できる可能性がある。

⇒ ピンチをチャンスに変えることが可能！！！！

（図表32）再来訪意向

順位	都道府県	再来訪意向ありの割合
1	沖縄県	92.5%
2	京都府	92.0%
3	北海道	91.8%
4	東京都	91.1%
5	神奈川県	90.7%
6	秋田県	90.6%
7	千葉県	90.6%
8	福岡県	90.4%
9	大分県	90.4%
10	長野県	90.1%

（図表33）来訪回数

順位	都道府県	2回以上の来訪割合
1	京都府	84.1%
2	大阪府	82.7%
3	神奈川県	81.4%
4	千葉県	80.5%
5	栃木県	77.2%
6	東京都	77.1%
7	大分県	75.8%
8	福島県	74.4%
9	静岡県	73.7%
10	山梨県	73.6%

# 先行きの展望（海外客）

- 感染症収束後に行きたい国を挙げるアンケートでは、日本がトップとなるなど、海外客の日本への旅行マインドは損なわれていない。
- このため、感染症収束後の海外客獲得に向けて、引き続き準備しておくことが必要と考えられる。

（図表34）訪問したい国

順位	国	比率
1	日本	45.6%
2	韓国	21.9%
3	台湾	17.0%
4	オーストラリア	16.3%
5	タイ	16.3%
6	シンガポール	15.0%
7	ニュージーランド	14.6%
8	アメリカ	14.1%
9	スイス	12.1%
10	イギリス	12.0%

（図表35）国別にみた訪問したい地域

順位	全体	比率	韓国	比率	香港	比率
1	東京	46.6%	東京	42.5%	東京	41.2%
2	北海道	41.8%	九州	40.7%	関西	37.3%
3	関西	36.6%	北海道	37.2%	北海道	35.9%
4	東京近郊	29.8%	東京近郊	31.9%	九州	31.8%
5	九州	25.9%	沖縄	31.9%	東京近郊	22.8%

# 先行きの展望(ワーケーション)

- コロナ禍でリモート勤務が普及したことから、仕事(Work)と休暇(Vacation)を組み合わせた新しい旅行スタイルである「ワーケーション」についても注目が高まっている。
- ワーケーションによって、国内観光需要の底上げや、観光シーズンの平準化が期待できるほか、企業においても多様な働き方のツールとなる可能性がある。大分県でも、既にいくつかのプロジェクトが実施されており、今後、徐々に成果があがることが期待される。

(図表36)ワーケーションに関する声

事例番号	企業・自治体	ヒアリング情報
17	宿泊業	別府周辺はその立地の良さから、九州・関東両方から集客が見込めるため、ワーケーションの拠点として強みがあると考えており、行政と協力して取り組みたい。
18	大分県	9月の一般会計補正予算案に11月からの実証事業のため約1,855万円を計上。全国から10社ほど企業を公募し、企業の要望をもとに県内3地域を選択。各地域5つほどの宿泊施設に参加を募る予定。
19	宿泊業	ワーケーションは平日利用の増加をもたらすことから、実現すれば安定した旅行需要が見込める。感染症の影響で特に平日の利用者が減っている現状、ワーケーションは積極的に取り組んでいきたい。
20	宿泊業	Wi-Fi環境の整備や、ワーキングスペースを施設内に用意することで、ワーケーションなどの要望に対応している。実際の利用もあり、評判は悪くない。

# 結びにかえて

足許の大分県経済は引き続き厳しい状況にあるものの、持ち直しの動きがみられている。今後持ち直しの動きを加速させるためには、県内での波及効果が大きい観光業の復活が欠かせない。

感染症の影響により、観光客が減少している中でも、新たな顧客獲得策を打つことが出来れば、感染症収束後、より一層の飛躍を遂げることが期待できる。

当レポートが、観光業の復活に向けての前向きなメッセージとして伝わり、大分県経済の再活性化の一助になれば幸いである。

## <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)

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

(大分県内の景気動向)

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

(短観)

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

(特別調査レポートのご案内)

[https://www3.boj.or.jp/oita/kohyo/tokubetu\\_repo.html](https://www3.boj.or.jp/oita/kohyo/tokubetu_repo.html)

(支店見学のご案内)

[https://www3.boj.or.jp/oita/tennai\\_kengaku/kenngaku\\_annai.html](https://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>

- [大分県における観光業復活に向けた取り組み](#) (20年10月23日公表)
- [新型コロナウイルスの感染拡大を受けた大分県民の消費行動の変化](#) (20年9月11日公表)
- [県内企業における人材の確保・育成に向けた取り組み](#) (20年2月20日公表)
- [大分県の輸出構造と最近の動き](#) (19年11月1日公表)
- [大分県の企業立地](#) (19年10月25日公表)
- [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)