

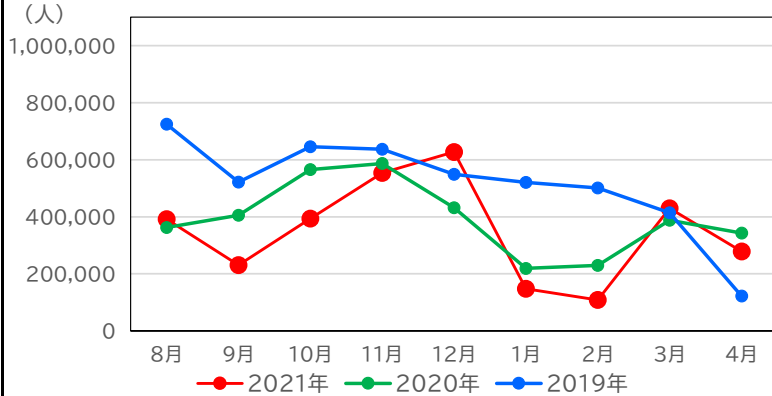
大分県観光予報観光動向レポート 11月号

対象都市	大分県	集計対象期間	2021年11月～2022年4月（6か月間）
比較対象都市	福岡県・長崎県・熊本県		隣接県（指定）

大分県の宿泊動向

■宿泊者数の推移

【この先6か月間の月別宿泊動向（推計値）】



前年比（11～1月）
7.4% 増

前々年比（11～1月）
-22.1% 減

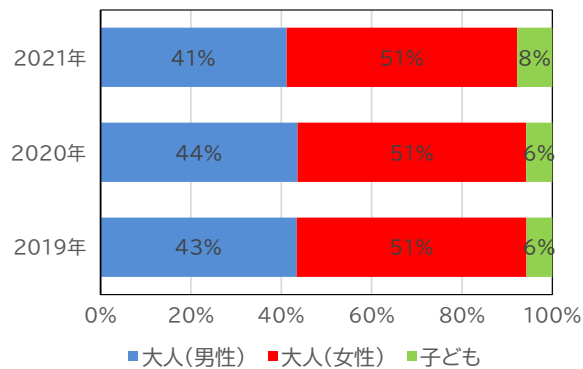
宿泊者最大月（2021年）
12月 627,402人

宿泊者最小月（2022年）
2月 108,301人

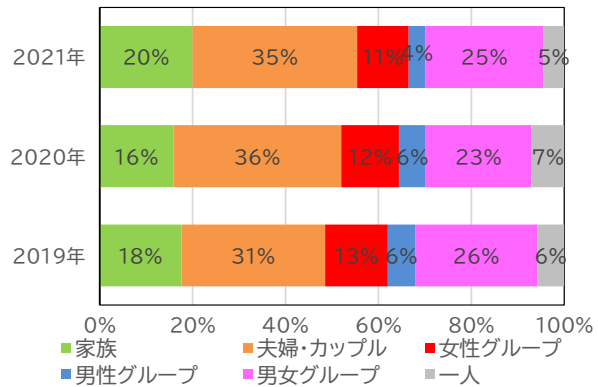
※2021年の数値について 新型コロナウイルス緊急事態宣言等によるキャンセルの数値を随時反映、それにより数値が変化しております。

■宿泊者属性の動向

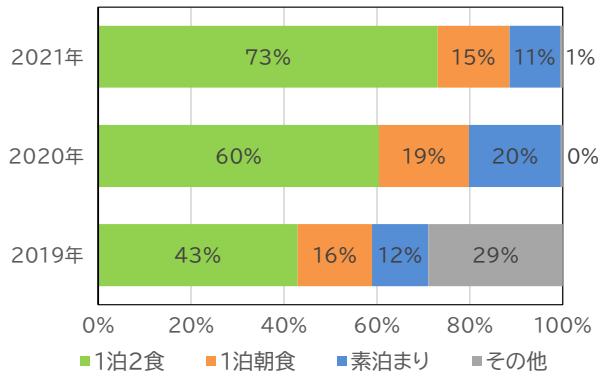
【大人・小人の別（11～1月計）】



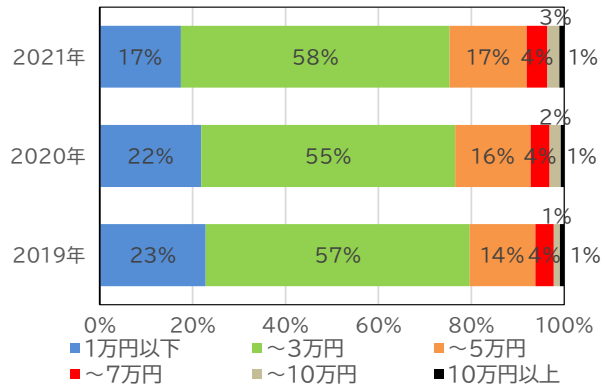
【同伴形態の別（11～1月計）】



【食事条件の別（11～1月計）】



【一人あたり宿泊購入額（11～1月計）】



■当期宿泊者の居住地ランキング ※海外はデータ数小により非表示

国内	順位	都道府県	人数	割合	順位	都道府県	人数	割合
	1位	福岡県	268,250	23%	6位	広島県	40,453	4%
	2位	大分県	216,853	19%	7位	愛知県	39,098	3%
	3位	東京都	102,532	9%	8位	兵庫県	37,720	3%
	4位	大阪府	69,767	6%	9位	埼玉県	37,181	3%
	5位	神奈川県	62,793	5%	10位	千葉県	30,850	3%

【大分県の宿泊動向】

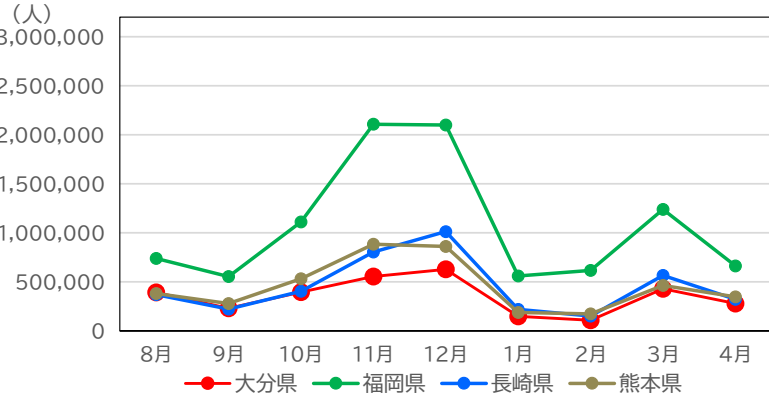
- ・2021年の10月の宿泊者数は、コロナ禍前の2019年、2020年と比較して低い水準となっています。
- ・11月以降の予想値では、12月に向けて多くの予約が見られます。緊急事態宣言の解除、飲食店に対する規制緩和が実施されたことを受け、年末年始の長期休暇に向けて需要は大きく伸びるものと想定されます。
- ・宿泊者の属性傾向について、大人・小人の別については、過年度と比較し、大きな傾向差が見られません。食事条件の別では、1泊2食の割合、同伴形態の別では家族の割合が高まっていることから、コロナ禍中、感染防止のため、館内で過ごし、親族以外との密な接触の回避に配慮した傾向の表れであるものと想定されます。
- ・また、宿泊購入額は、過年度と比べて、3万円以上の割合がやや増加しており、客単価の向上が見受けられます。

※備考：2021年11月以降の値は、現在の予約状況、及び過去の動向を踏まえた推計値です。予約数の増減に応じて随時値は変化します。
特に2020年、2021年の新型コロナウイルスの影響により、一部、大きく変更することがありますので、傾向値としてご参照ください。

比較対象都市との比較（この先6か月間の宿泊動向）

■宿泊者数の推移の比較

【この先6か月間の月別宿泊動向（推計値）】



推計月平均値（11～1月）

大分県
443,023 人

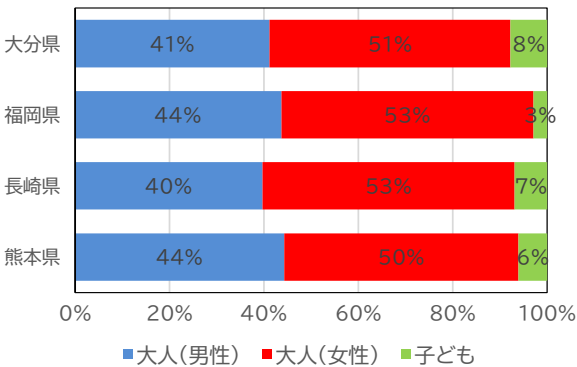
福岡県
1,589,551 人

長崎県
678,961 人

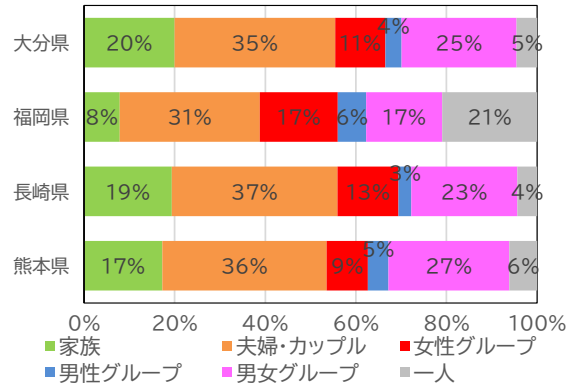
熊本県
644,476 人

■宿泊者属性の動向比較

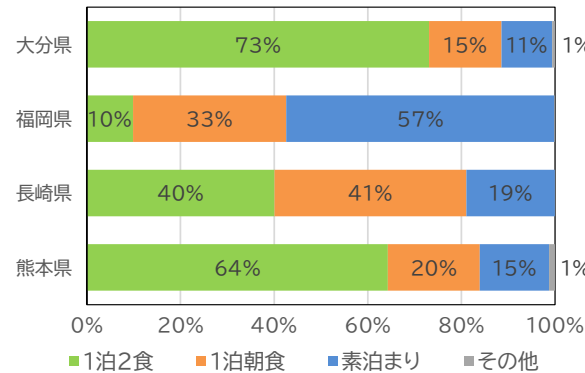
【大人・小人の別（11～1月計）】



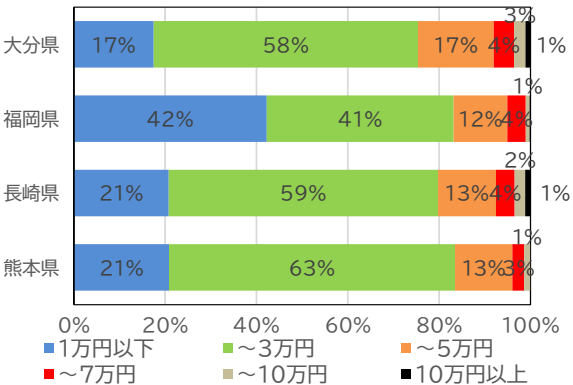
【同伴形態の別（11～1月計）】



【食事条件の別（11～1月計）】



【一人あたり宿泊購入額（11～1月計）】



この先6か月間の宿泊動向の考察

【比較対象都市の動向】

- ・11月以降の宿泊動向は、年末に向け各県ともに増加傾向に転じています。長崎県・熊本県の宿泊数は、大分県と同様のボリュームで推移しています。
- ・同伴形態は、大分県は家族の割合が最も高く、また、子どもの割合も高いことから、子育て世代の宿泊が多い傾向にあることが考えられます。
- ・福岡県は、同伴形態の別では、一人が最も高いほか、食事条件において一泊朝食・素泊まりが大半を占め、かつ宿泊購入単価が1万円未満が多いことから、ビジネス利用が高いことが伺えます。

【今後の提案】

- ・緊急事態宣言が全国的に解除され、11月は10月以上の宿泊需要が見込まれています。特に、自県である大分県、近郊県の福岡県を居住地とする宿泊者が全体の5割を占めています。こうした自県・近郊県からの宿泊者は、その地理的距離感から将来リピーターとなる可能性が高いものと想定され、年末年始の長期休暇に向け、再来訪の需要の顕在化を図るため、シーズンに応じた魅力をアピールし、通年を通じた需要を喚起していくことが望まれます。
- ・新型コロナウイルス感染拡大は、完全には収束していませんが、11月以降の宿泊動向は、コロナ禍前の傾向と同程度の予測となっています。宿泊需要は徐々に回復しつつあるものと考えられますが、1月・2月の需要はコロナ前までは回復していません。コロナ禍で獲得した近隣のリピーターを確実に確保しつつ、滞在型商品提供によるwithコロナをテーマとした取組みも同時に行い、従来から高い需要のあった東京都をはじめとする関東圏、大阪府からの需要をさらに高めるため、ターゲット地域を明確化しつつ、効率的なプロモーションを実施していくことが望まれます。