

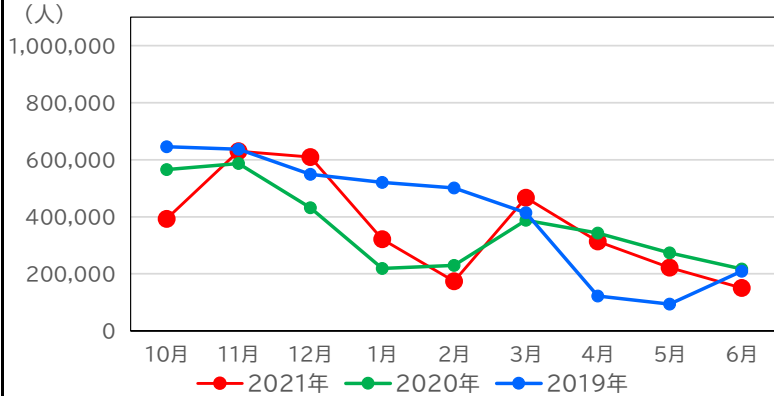
大分県観光予報観光動向レポート 1月号

対象都市	大分県	集計対象期間	2022年1月～2022年6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（1～3月）
14.9% 増

前々年比（1～3月）
-33.0% 減

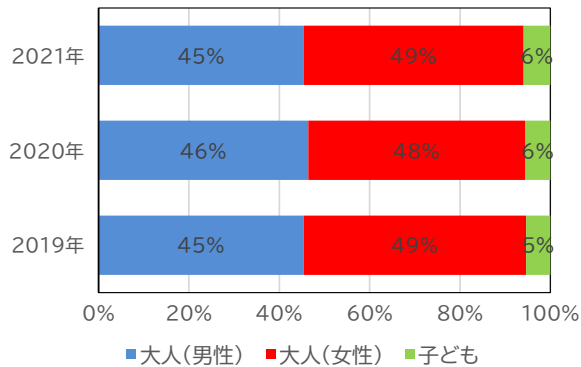
宿泊者最大月（2021年）
11月 629,931人

宿泊者最小月（2022年）
2月 173,989人

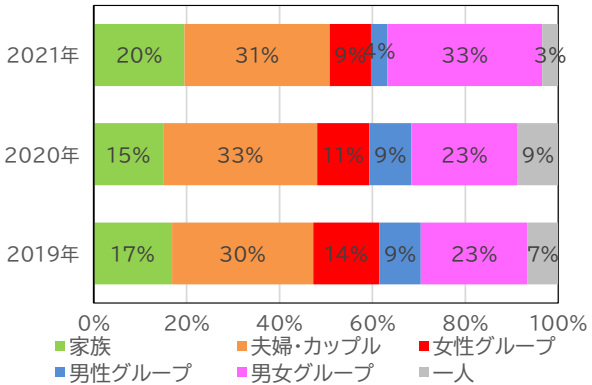
※2021年、2022年の数値について 新型コロナウイルス緊急事態宣言等によるキャンセル値を随時反映、それにより数値が変化しております。

■宿泊者属性の動向

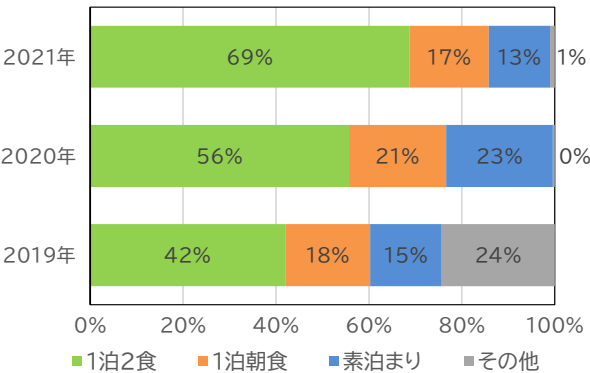
【大人・小人の別（1～3月計）】



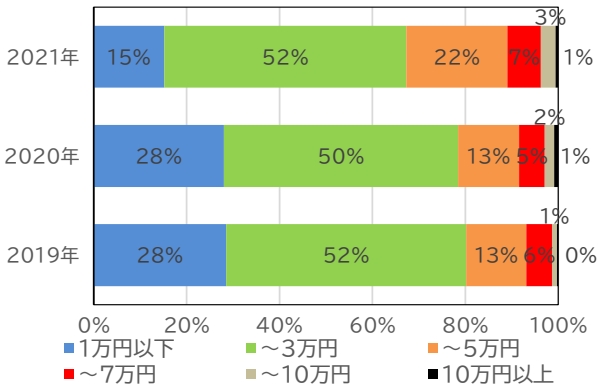
【同伴形態の別（1～3月計）】



【食事条件の別（1～3月計）】



【一人あたり宿泊購入額（1～3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	138,795	26%	6位	広島県	26,202	5%
	2位	東京都	63,277	12%	7位	埼玉県	18,460	3%
	3位	大阪府	44,383	8%	8位	愛知県	18,426	3%
	4位	大分県	37,784	7%	9位	兵庫県	18,116	3%
	5位	神奈川県	34,201	6%	10位	千葉県	16,281	3%

【大分県の宿泊動向】

- ・2022年の1月の宿泊者数は、2021年1月と比べてやや回復傾向にあります。2020年12月以降のコロナ発生直後と比べると依然として宿泊予想は低いものの、3月は新型コロナウイルス感染発生直後と同程度まで回復する見込みです。
- ・新しい変異種拡大の懸念はあるものの、感染対策が定着したこともあり、春の卒業シーズンに向けて、需要は伸びるものと想定されます。
- ・宿泊者の属性傾向については、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、同伴形態の別では男女グループ、家族の割合が高まっています。
- ・卒業や就職を機として、思い出づくりのために、親しい友人や家族と過ごしていること考えられます。
- ・また、宿泊購入額は、過年度と比べて、3万円以上の割合が増加しており、客単価の向上が見受けられます。

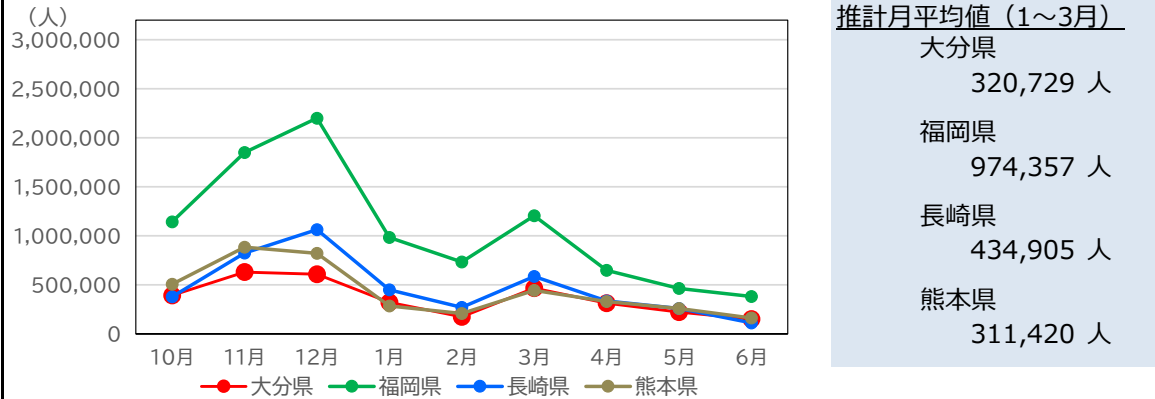
日:2022/1/01

※備考:2022年1月以降の予測値は、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。

比較対象都市との比較 (この先6か月間の宿泊動向)

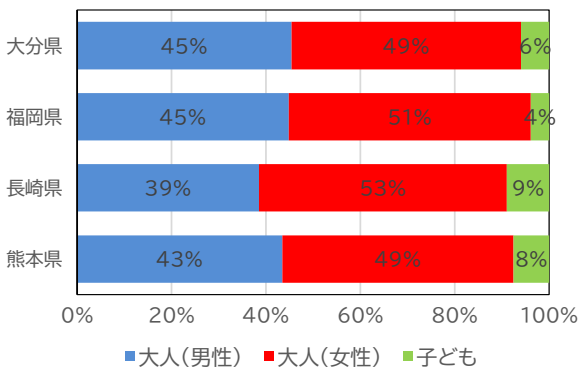
■宿泊者数の推移の比較

[この先6か月間の月別宿泊動向 (推計値)]

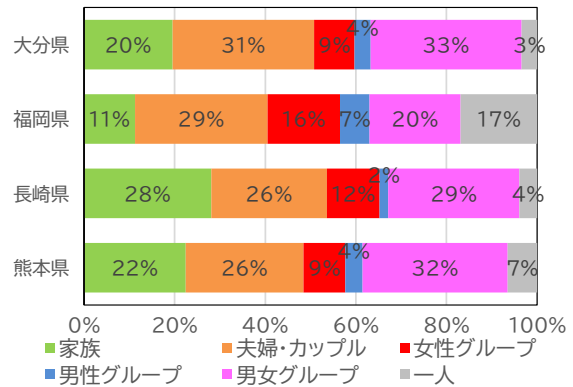


■宿泊者属性の動向比較

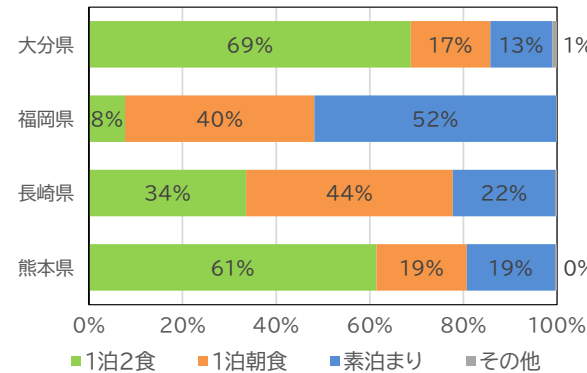
[大人・小人の別 (1~3月計)]



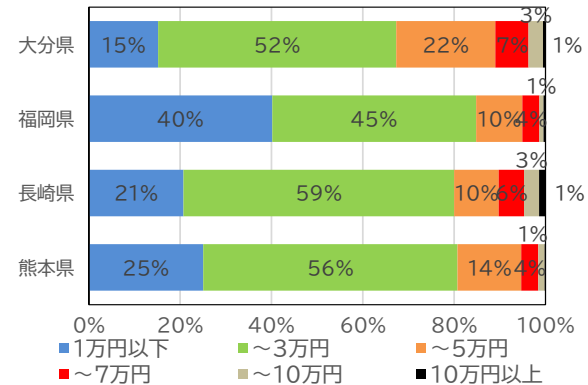
[同伴形態の別 (1~3月計)]



[食事条件の別 (1~3月計)]



[一人あたり宿泊購入額 (1~3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】

- ・1月以降の宿泊需要は、各県ともに3月に向けてやや増加傾向になっています。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。
- ・同伴形態では、福岡県を除く3県で、夫婦、男女グループの割合が高くなっており、熊本県・大分県は特に男女グループの割合が高くなっています。
- ・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ており、自県である大分県より、東京都、大阪府からの宿泊者数が増える見込みです。宿泊需要全体は依然として低い状況ではあるものの、九州圏域以外からの宿泊需要が徐々に回復し、客単価は向上しています。
- ・郊外の福岡県からの需要が全体の約3割程度を占めていることから、直近の予約確保には、手軽な旅行として、自県・近隣県からの誘客が有効ですが、関西・関東に対しても春の長期休暇に向けて積極的にPRし、需要喚起のための取組みが必要です。
- ・新型コロナウイルス感染拡大の傾向は、完全に収束しておらず、新たな変異株も拡大傾向にありますが、個人での感染対策のための習慣も定着しつつあります。滞在型商品提供によるwithコロナをテーマとした取組みが徹底されていることが宿泊施設や観光施設の付加価値にもなることから、引き続き対策を徹底・PRし、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からの需要をさらに高めるための取組みと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。