

大分県観光予報観光動向レポート 3月号

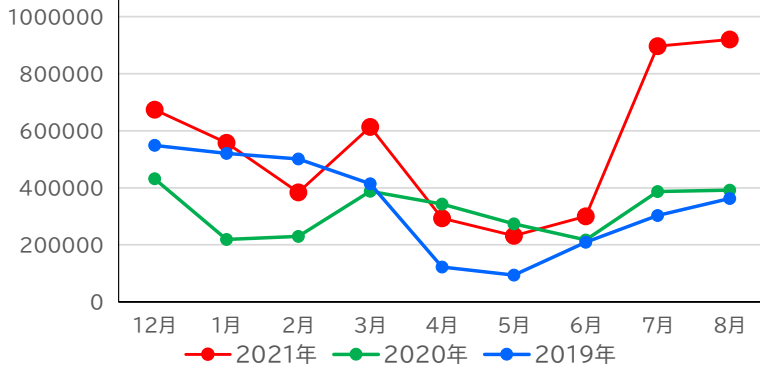
対象都市	大分県	集計対象期間	2022年3月～2022年8月（6か月間）
比較対象都市	福岡県・長崎県・熊本県		隣接県（指定）

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）】

（人）



前年比（3～5月）

13.4% 増

前々年比（3～5月）

80.7% 増

宿泊者最大月（2022年）

8月 919,771人

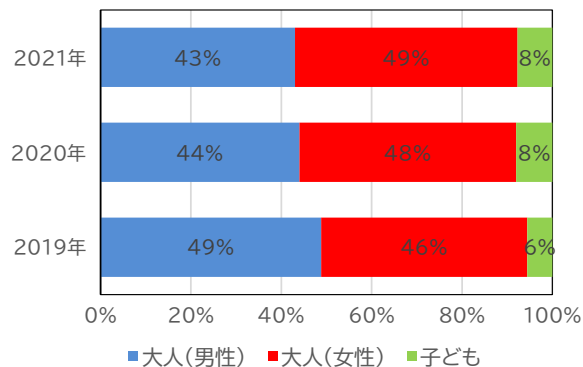
宿泊者最小月（2022年）

5月 231,925人

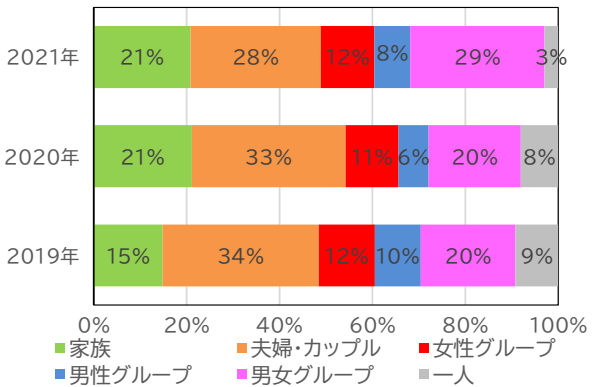
※2021年、2022年の数値について新型コロナウイルス緊急事態宣言等によるキャンセル値を随時反映、それにより数値が変化しております。

■宿泊者属性の動向

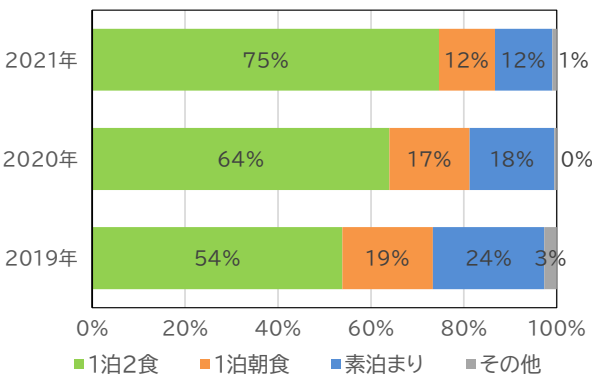
【大人・小人の別（3～5月計）】



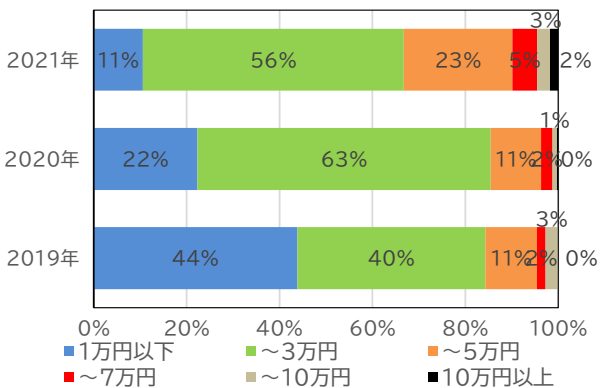
【同伴形態の別（3～5月計）】



【食事条件の別（3～5月計）】



【一人あたり宿泊購入額（3～5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	大分県	188,024	31%	6位	兵庫県	17,930	3%
	2位	福岡県	114,235	19%	7位	千葉県	16,396	3%
	3位	東京都	47,155	8%	8位	愛知県	16,379	3%
	4位	大阪府	34,013	6%	9位	広島県	16,052	3%
	5位	神奈川県	30,009	5%	10位	埼玉県	14,515	2%

【大分県の宿泊動向】

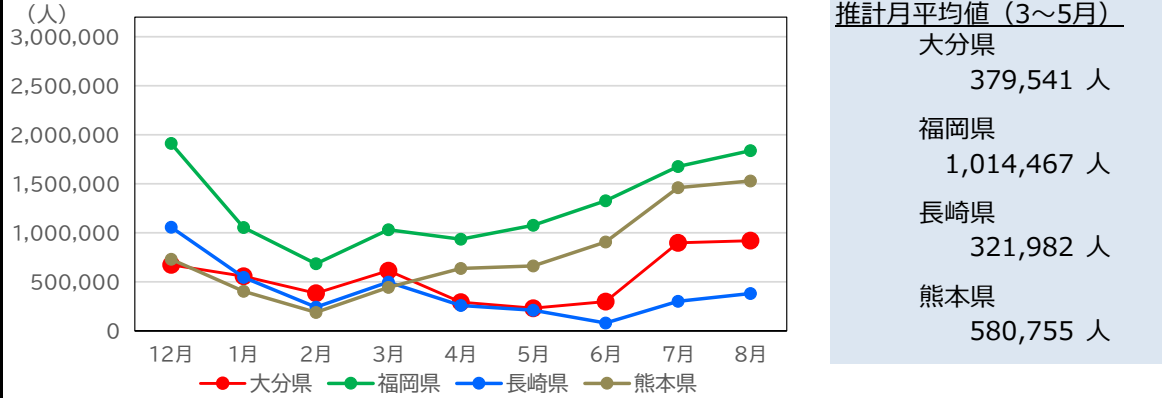
- ・2022年度の3月の宿泊者数は、昨年、一昨年を上回る見込みです。九州地域全般でまん延防止法が解除されたこともあり、春の長期休暇に向け、宿泊需要は伸びると思われれます。
- ・宿泊者の属性傾向について、大人・小人の別については、過年度と比較し、大きな傾向差が見られません。食事条件の別では、1泊2食の割合、同伴形態の別では男女グループの割合が高くなっています。家族、夫婦の割合がやや減少しており、少しずつ、友人や団体での旅行形態の需要が戻りつつあると考えられます。
- ・また、宿泊購入額は、過年度と比べて、5万円以上の割合が増加しており、客単価の向上が見受けられます。

※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。
2020年以降の新型コロナウイルスの影響により、一部、数値が大きく変更することがあります。実績値の確定には3~4か月を要し、それまでは暫定値となります。

比較対象都市との比較 (この先6か月間の宿泊動向)

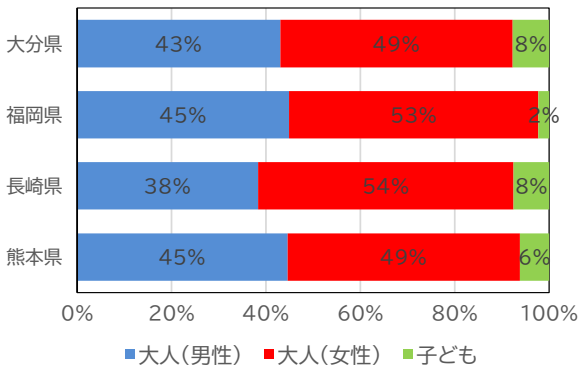
■宿泊者数の推移の比較

[この先6か月間の月別宿泊動向 (推計値)]

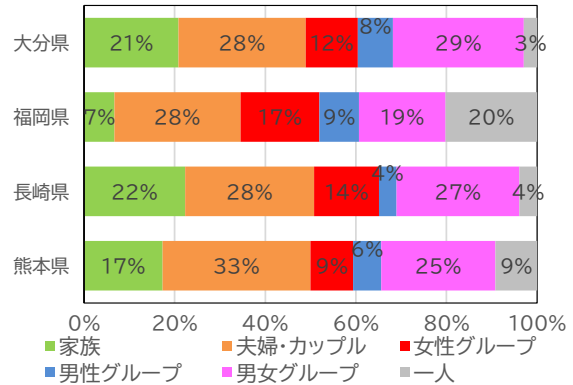


■宿泊者属性の動向比較

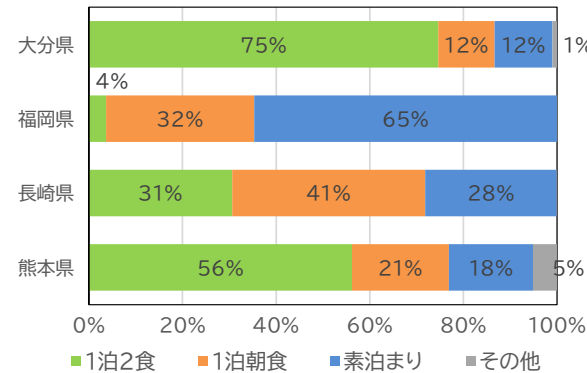
[大人・小人の別 (3~5月計)]



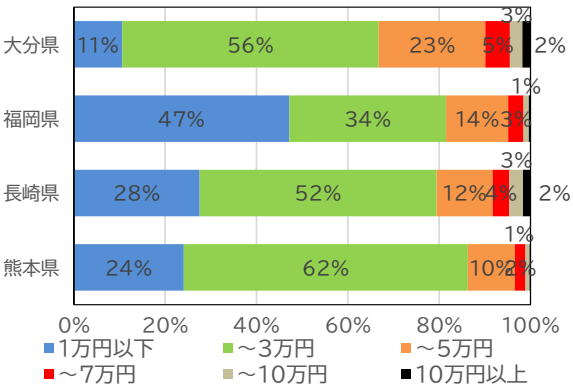
[同伴形態の別 (3~5月計)]



[食事条件の別 (3~5月計)]



[一人あたり宿泊購入額 (3~5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】

- ・3月以降、夏の長期休暇に向けて各県とも緩やかな増加傾向にあります。
- ・同伴形態では、各県ともに夫婦、男女グループの割合が高くなっています。特に大分県は、他の県と比べて男女グループの割合が最も高くなっており、食事条件の1泊2食の割合についても他県と比べ高い傾向にあります。また、宿泊購入額も高い傾向であることから、まとまった日数での旅行を予定していることが考えられます。
- ・福岡県は、同伴形態の別では、一人の割合が夫婦・カップルの次に多く、食事条件においても一泊朝食・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】

- ・今期も九州圏域の需要が高くなっています。大分圏域の宿泊者が全体の3割を占める一方、前期と比べて宿泊購入額の3万円以上の割合は高くなっていることから、近郊の旅行地でまとまった日数を過ごしていると考えられます。
- ・リピーター層の定着と、中長期の滞在者を取り込むために、引き続き、感染対策についての情報発信や、高品質なサービスのPRを実施する等の取組が必要です。
- ・また、次のゴールデンウィークに向けて、関西・関東を対象とし、男女グループに向けた積極的なPRを実施するなどの取組が必要です。
- ・新型コロナウイルス感染拡大の動向の把握は困難なままですが、ワクチン接種率も高く、個人での感染対策のための習慣が定着していることから、滞在型商品提供によるwithコロナをテーマとした取組み等、感染対策を徹底することで、付加価値の向上や旅行先の候補に選ばれやすくなると思われます。