

ウィズコロナ時代の九州宿泊施設動向

2021年12月21日



九州支店



要旨

1. 本稿は、宿泊動向に関するデータを整理することで、ウィズコロナ時代の九州における、宿泊業の可能性を考察するものである。
2. コロナ前の九州における宿泊市場動向に関して、2019年の各県データを整理している。延べ宿泊者数で見ると、沖縄、福岡、長崎、熊本、大分、鹿児島、佐賀、宮崎、山口の順となる。相対的に見てビジネスホテルに比重が高い福岡、旅館比率が高い佐賀や大分、リゾートホテル比率が高い沖縄などの特徴がみられる。
3. 2019年1月以降の月次推移よりコロナ渦中における宿泊動向を把握・考察。観光宿泊需要は感染状況やGO TO Travelキャンペーンの影響を受けており、2021年1月以降は概ねコロナ前との比較で3－7割程度の延宿泊者数で推移。ビジネス宿泊需要は、GO TO Travelキャンペーンによる底上げは小さかったが、コロナ前との対比で4－8割程度の延宿泊者数で推移。
4. データや観光業界専門家へのヒアリングを踏まえると、MICEやインバウンド需要が見込めない中、個人旅行や家族旅行需要に加えて、工事関連の出張宿泊需要は回復傾向にある。また、地域別では、県内居住者に限った宿泊料等の割引キャンペーンを展開した場合と比べて、県外居住者をも対象としてキャンペーンを展開した地域の宿泊者数は、比較的良好。個別の宿泊施設動向に関しては二極分化が進展。高価格帯（客室単価1.5万円超）の категорияにある施設において、客室単価を引き上げて客室収入（RevPAR）を増加させている事例が確認された。これらの施設は、付加価値向上を通じて差別化を図り、客室単価を引き上げながら一定数の需要を確保し増収に繋げているものと推測された。

目次

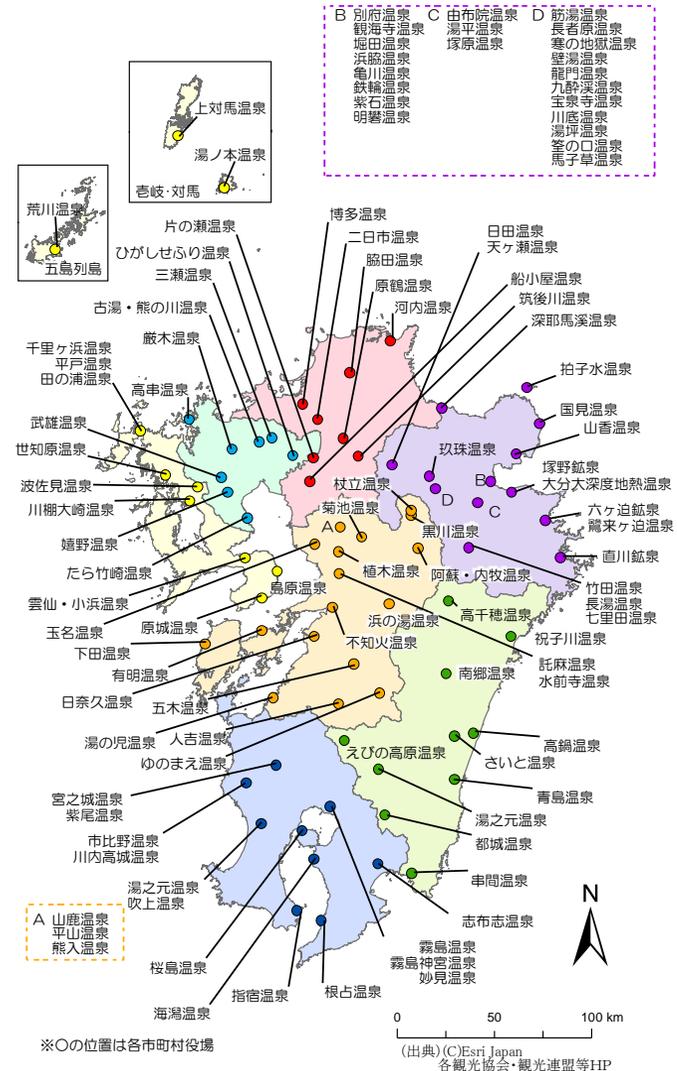
1. はじめに	p.3
2. コロナ前の各県市場動向（2019年）	p.4
3. コロナ禍における宿泊動向	p.7
4. ウイズコロナ時代の宿泊施設動向	p.11

<別冊>

- 参考資料1 マクロ動向分析 その他
- 参考資料2 県別の宿泊動向データ
- 参考資料3 県別の支援施策詳細
- 参考資料4 OTAデータ分析

1.はじめに

- 多くの温泉地や世界遺産、魅力的な自然景観などを有する九州は、日本有数の魅力的な観光地のひとつである。
- しかし、地震や豪雨などの被害に加えて、世界的に猛威を振るうCOVID-19の感染拡大により、九州の宿泊事業者は大きな影響を受けている。
- 係る状況下、2019年以前の状況と2020年以降の最新状況との比較など、近年の宿泊動向に関するデータを整理することで、九州におけるウィズコロナ時代の宿泊業の可能性を考察することを、本調査の目的としている。
- 本レポートの作成に際して、ヒアリングに御協力を頂いた各社・各団体の皆様に感謝を申し上げます。



2. コロナ前の各県市場動向（2019年）

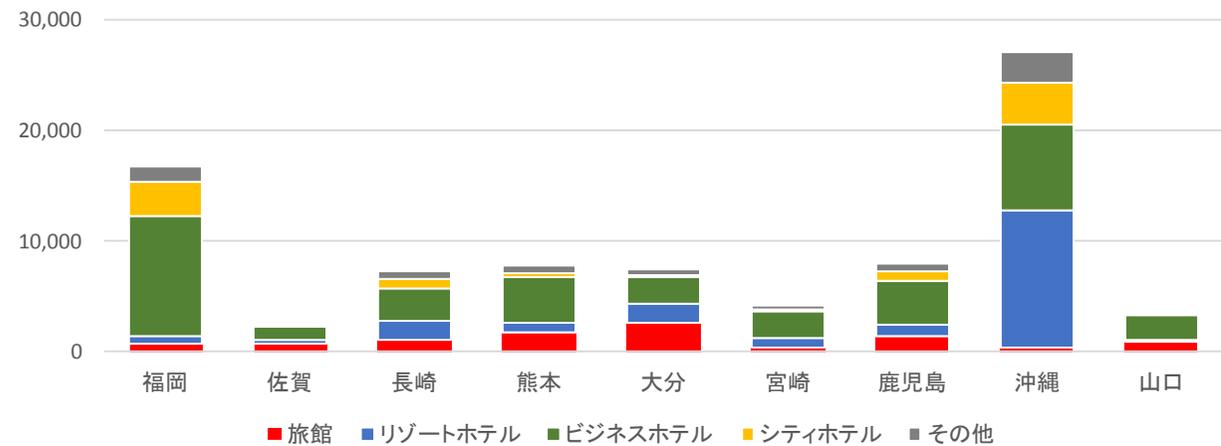
参照データ：
マクロデータ（延宿泊者数）：観光庁_宿泊旅行統計調査他

2. コロナ前の各県市場動向 (2019年)

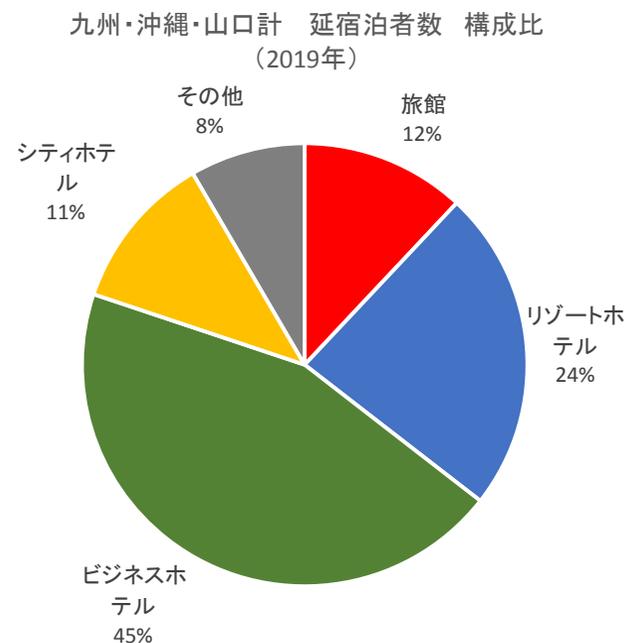
県別の延宿泊者数 宿泊施設タイプ別

- 2019年通年の延宿泊者数の大小は、沖縄> 福岡> 長崎・熊本・大分・鹿児島> 佐賀・宮崎・山口、の順
- 総じてビジネスホテルの宿泊者数が大きい。
- 旅館では長崎・熊本・大分・鹿児島が100万人超、リゾートホテルでは沖縄が1,200万人超、シティホテルでは福岡・沖縄が300万人超、と存在感を示している。

2019年 延宿泊者数(千人泊)



延宿泊者数 (千人泊)	福岡	佐賀	長崎	熊本	大分	宮崎	鹿児島	沖縄	山口
全体	16,696	2,685	7,251	7,802	7,533	4,202	7,962	27,039	3,694
旅館	682	778	1,142	1,735	2,626	423	1,427	359	980
リゾートホテル	801	300	1,690	992	1,697	790	1,061	12,521	149
ビジネスホテル	10,733	1,279	2,956	4,045	2,513	2,498	4,016	7,694	2,139
シティホテル	3,221	115	794	439	195	209	770	3,718	262
その他	1,259	213	669	589	502	281	688	2,746	164

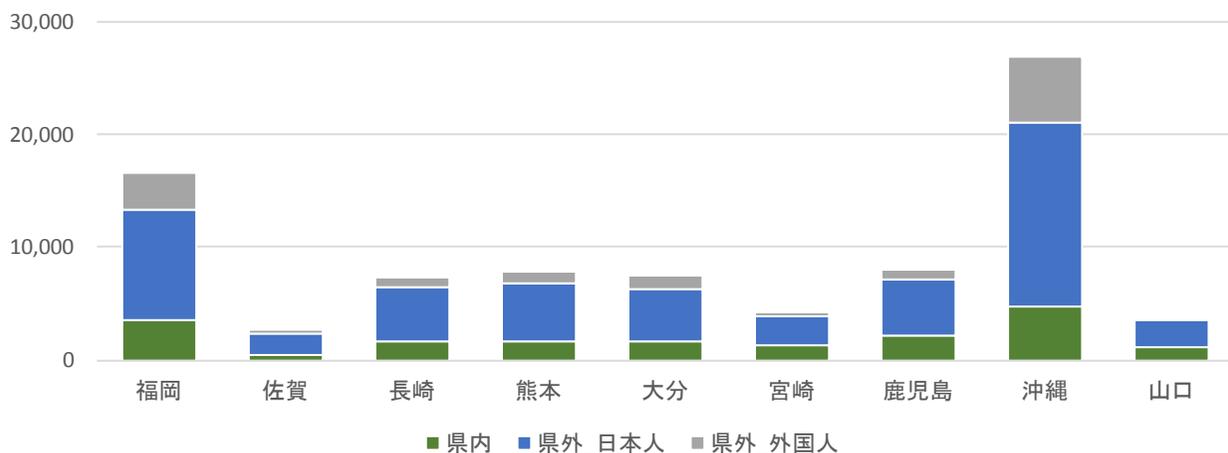


2. コロナ前の各県市場動向（2019年）

県別の延宿泊者数 宿泊者居住地別

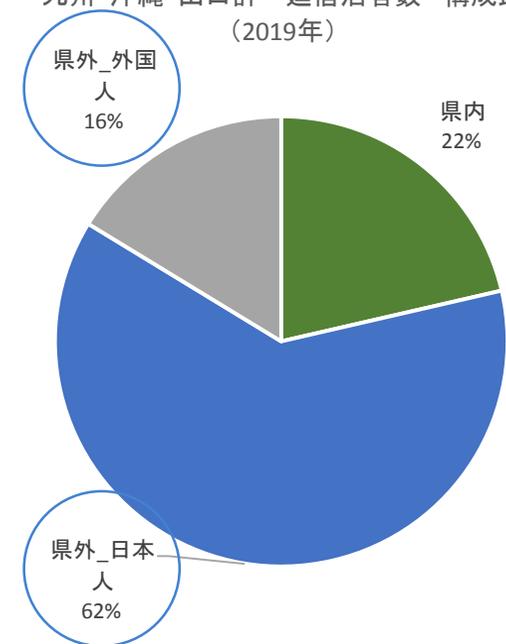
▶ 宿泊者の居住地別では、県外の日本人利用が最も大きく全体の6割程度。外国人の利用は2割弱程度。その多くは福岡と沖縄にて宿泊。

2019年 延宿泊者数(千人泊)



延宿泊者数(千人泊)	福岡	佐賀	長崎	熊本	大分	宮崎	鹿児島	沖縄	山口
全体	16,696	2,685	7,251	7,802	7,533	4,202	7,962	27,039	3,694
県内	3,566	464	1,627	1,698	1,590	1,217	2,143	4,729	1,107
県外_日本人	9,744	1,882	4,882	5,179	4,762	2,664	5,028	16,301	2,488
県外_外国人	3,386	338	743	925	1,181	321	791	6,009	99

九州・沖縄・山口計 延宿泊者数 構成比 (2019年)



3. コロナ禍における宿泊動向

2019年1月～2021年7月の月次推移

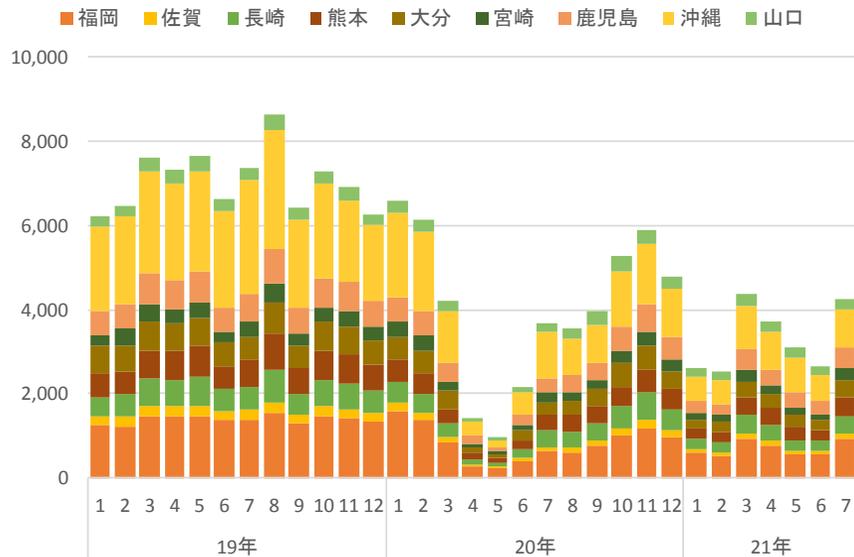
参照データ：
マクロデータ（延宿泊者数）：観光庁_宿泊旅行統計調査

3. コロナ禍における宿泊動向

延宿泊数 月次推移

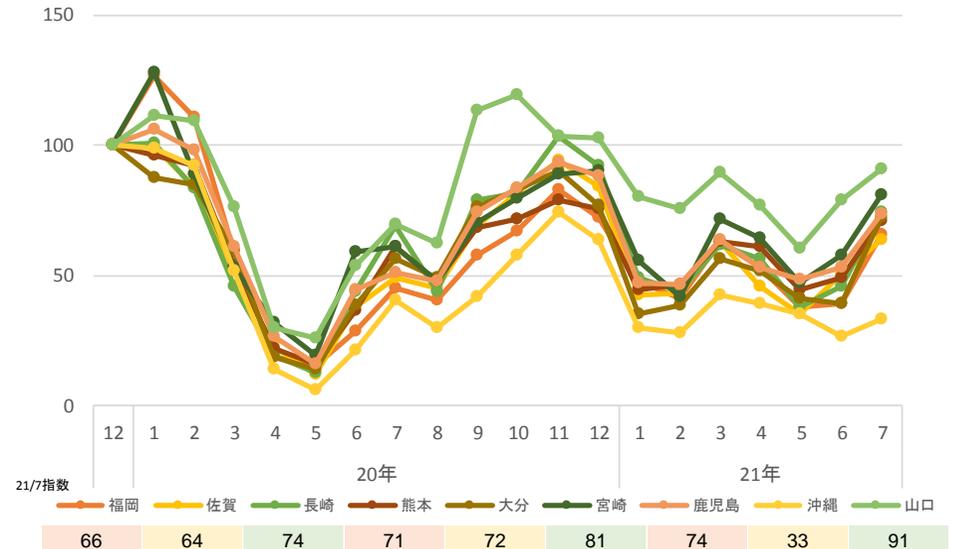
- 2019年1月以降の月次推移よりコロナ禍中における回復動向を把握・考察。
- 直近1年では、GOTOキャンペーンの追い風を受けた2020年11月が最も宿泊者数が伸び、600万人泊程度まで回復。インバウンドを除く日本人ベースで略コロナ前水準（2019年11月）まで回復している。但し、県ごとによって以下の通り回復状況にはバラツキが見られた。
 - ・ 前年並み～1割減程度：長崎・山口・佐賀・大分・宮崎・鹿児島
 - ・ 2割～3割減程度：福岡・熊本・沖縄
- GOTOキャンペーン停止後、各県毎に宿泊関連施策を講じるも都市圏からの観光客減少が影響し、21年7月時点で全体ではコロナ前同月の約6割程度の集客に留まる。

九州・沖縄・山口計 延宿泊数推移(千人泊)



九州・沖縄・山口計 指数推移

(19年同月=100)

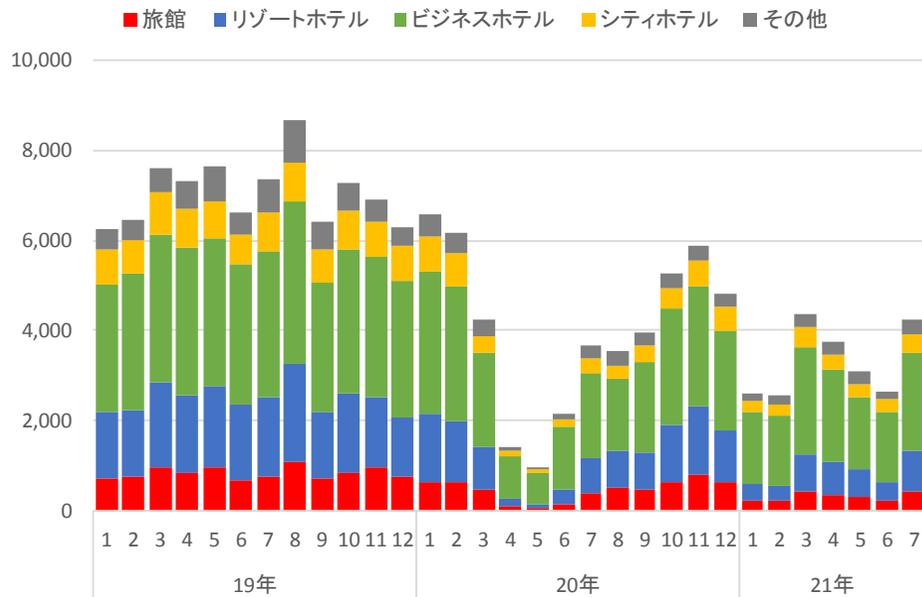


3. コロナ禍における宿泊動向

施設タイプ別延宿泊数 月次推移

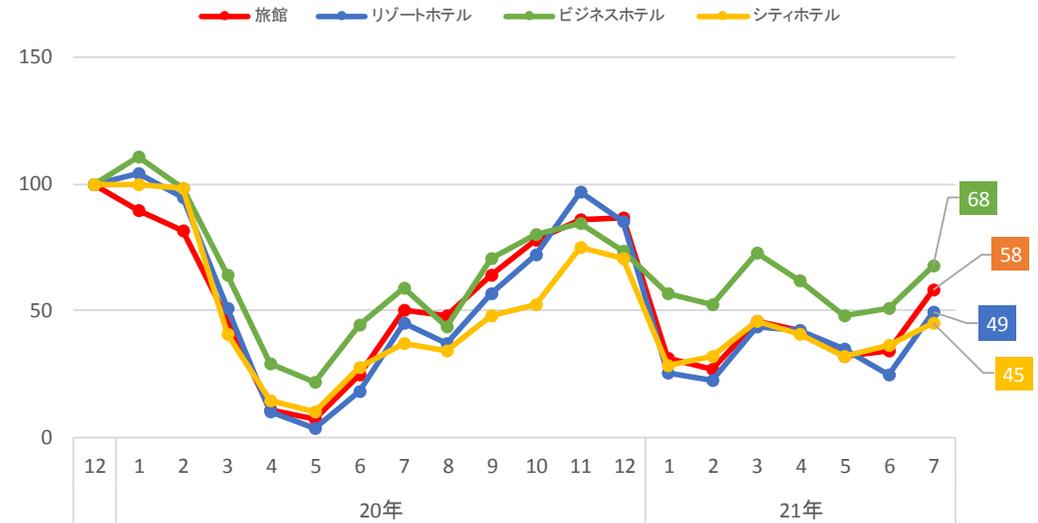
- ▶ 宿泊施設タイプ毎の回復状況は、ビジネスホテル> 旅館・シティホテル・リゾートホテル。
- ▶ リゾートホテルは、GOTOキャンペーンの追い風を受けた2020年11月には他施設を上回り大きく回復したものの、キャンペーン停止後は他施設同様に集客に苦戦している状況。

九州・沖縄・山口計 延宿泊数推移(千人泊)



九州・沖縄・山口計 指数推移

(19年同月=100)



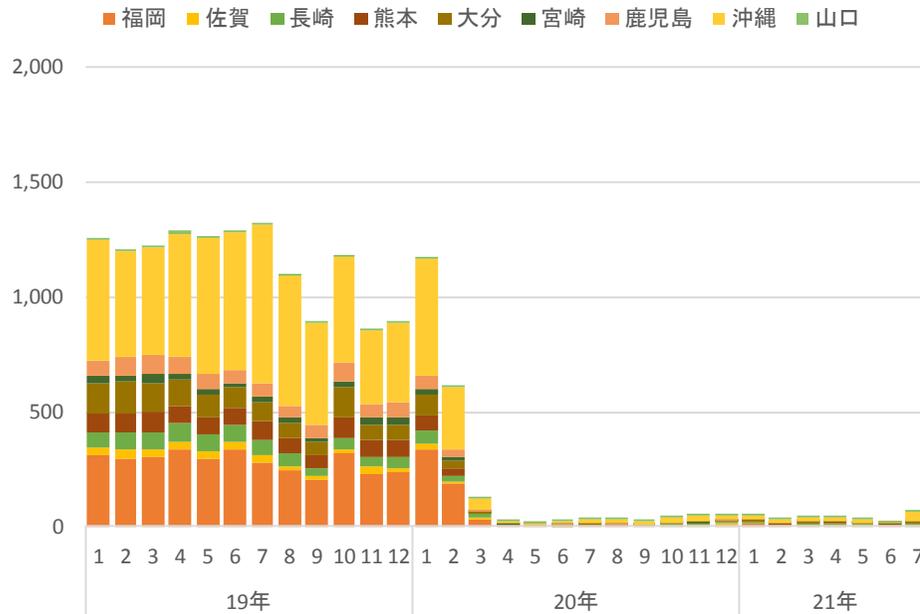
3. コロナ禍における宿泊動向

外国人延宿泊数 月次推移

- コロナ影響前は月間100万人程度の外国人宿泊者需要あり。
- 但し足許はコロナ禍の海外渡航の制限の影響を受け、足許多くの県では前年の1割程度と大きく減少し回復傾向は見られない。

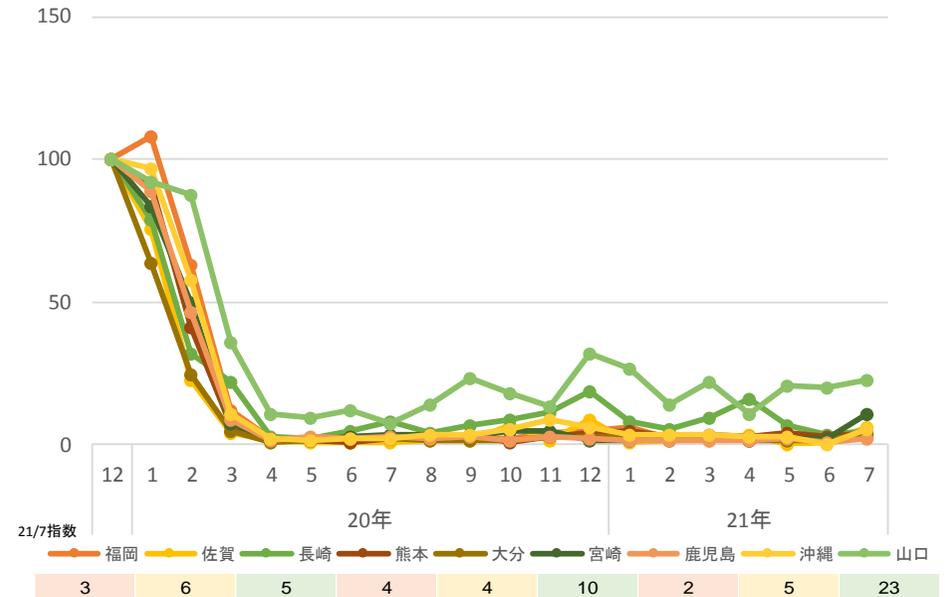
※比較対象とする2019年は、九州エリアに多く訪れていた韓国人観光客が日韓関係悪化を背景に大きく減少したタイミング。
2018年との比較した場合、よりインバウンド客の落ち込みが大きい点、留意要。

九州・沖縄・山口計 外国人延宿泊数推移(千人泊)



九州・沖縄・山口計 外国人指数推移

(19年同月=100)



4. ウィズコロナ時代の宿泊施設動向

- 宿泊者需要の変動
- 各県における施策
- 各施設取り組み

- 前章までの分析、マイクロデータ（九州経済調査協会のDATA SALAD）及び、九州各地域における観光業界専門家へのヒアリングを通じて、整理

4. ウィズコロナ時代の宿泊施設動向 - 宿泊者需要の変動

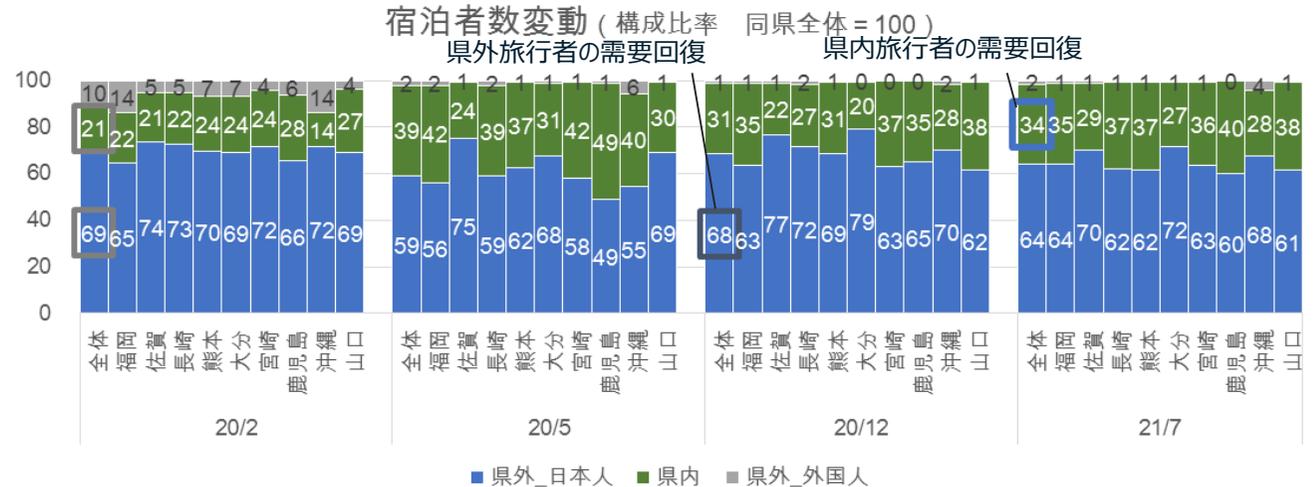
➤ コロナ影響を受けた各県の宿泊者需要推移は右図の通り。

<2020年の動向>

➤ 第一回目の緊急事態宣言時（20年5月頃）をボトムに、20年12月頃まではGO TO Travelキャンペーンを背景に**県外を含む日本人の需要が大きく回復**し、沖縄県を除き概ね**コロナ前の水準まで回復**（除くインバウンド）。

<2021年以降>

➤ GO TO Travelキャンペーンが停止された21年以降は、**地域を跨ぐ形の旅行は自粛され、都市圏から地方への旅行需要は減少傾向**。足許は官民割を背景に自家用車等で**個人・家族単位での近隣への旅行が中心**となっている模様。



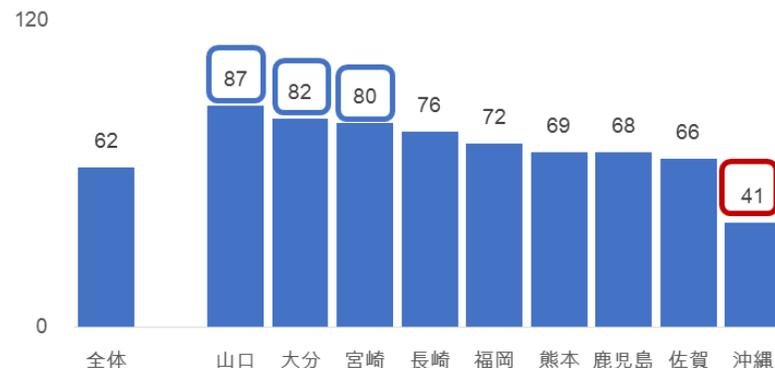
4. ウィズコロナ時代の宿泊施設動向 - 宿泊者需要の変動（21年7月時点）

- 直近21年7月の宿泊者内訳をみると、コロナ前（19年7月）対比で**県外日本人は7～8割程度、県内日本人では10割前後の水準で回復**（除く沖縄）。
- 回復上位3県に関する考察は以下の通り。
 - ✓ 宿泊者全体で戻りが早い山口・宮崎は県外日本人集客の戻りが寄与している。
 - ✓ 大都市で多くの居住者を抱える福岡の他、大都市圏からやや離れた立地にある熊本・鹿児島では、同県内の宿泊者の戻りが顕著で全体回復に寄与。

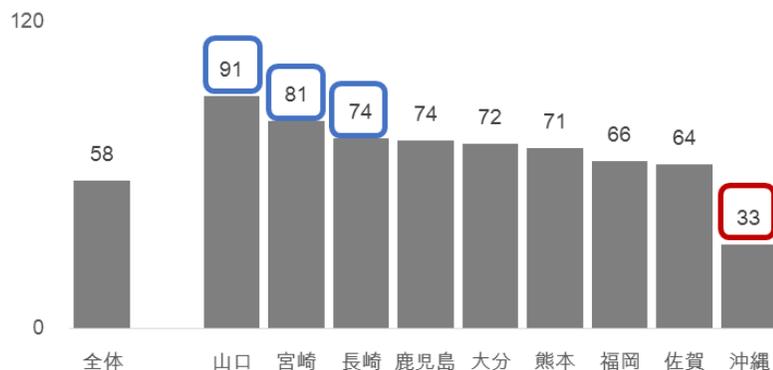
21年7月 回復上位3県（指数、19年7月 = 100）

全体		県外_日本人		県内_日本人	
山口	91	山口	87	熊本	114
宮崎	81	大分	82	福岡	108
長崎	74	宮崎	80	鹿児島	107

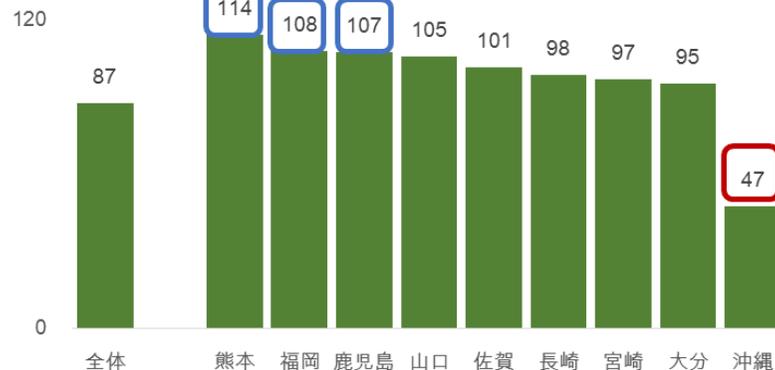
コロナ前対比回復状況 うち県外日本人
(21年7月、19年7月 = 100)



コロナ前対比回復状況 全体
(21年7月、19年7月 = 100)

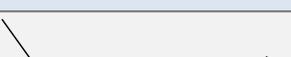


コロナ前対比回復状況 うち県内日本人
(21年7月、19年7月 = 100)



4. ウィズコロナ時代の宿泊施設動向 - 宿泊者需要の変動（旅行者タイプ別の動向）

- 専門家へのヒアリングによると、現状、**MICE・インバウンドの需要はほぼ皆無**。
- 団体客も大きく減少しており、**個人での旅行が主流**となっている模様。

旅行者タイプ	回復状況	コメント
国内旅行者		
観光目的		
個人・家族	○ 	一人もしくは普段生活を共にしている家族単位での旅行者はリラックス等を目的に需要は緩やかに回復傾向にある
グループ	△ 	小規模の友人同士での旅行はGOTOキャンペーン以降は控えられる傾向にある
団体	▲ 	団体宿泊の需要はほとんど戻っていない
ビジネス目的		
出張	△ 	一定程度の出張需要は戻りつつあるも、コロナ前よりは控えられている
MICE	× 	オンライン会議等の代替手段が普及し、リアルでの大規模会議等開催は控えられ需要は略戻っていない
その他（工事関連他）	○ 	工事やメンテナンス関連（現地往訪の必要性が高い業務）見合の出張は緩やかに回復傾向にある
海外旅行者	× 	海外旅行者の回復は略戻っていない

< 観光業界専門家へのヒアリング内容 >

コロナ前から団体顧客より個人顧客へ需要シフトしつつあったが、コロナ禍でそれが加速した。

現在は、団体客の利用が全くない

修学旅行受け先の宿泊施設では、コロナ後は延期や中止が大半のため大変厳しい状況である。

福岡県はインバウンド需要の消失や、MICE等をはじめとするビジネス需要減の影響を大きく受けている。

MICEは、大半がオンライン開催となり、MICEでの客は現状皆無に等しい。

ビジネスホテルの需要回復の一因は、工事やメンテナンス関連のみ出張需要が回復していることにある。

4. ウィズコロナ時代の宿泊施設動向 - 各県における施策

- ▶ 国によるGO TO Travelキャンペーン停止された21年1月以降は、各県における宿泊料割引等の施策で需要喚起を図っている状況（感染者増加時にはキャンペーンは適宜停止）。**九州各県における施策は1泊当たり最大5千円、地域クーポン発行を併用する形でほぼ横並びの状況。**割引対象者は県内居住者に限る形で**県内のマイクロツーリズムを推奨**するもの。
 - ✓ 山口県では、県内居住者のみならず県外居住者も対象とした割引施策を展開。地域を跨ぐ形での集客を図る点で九州各県と異なる。この点が、足許山口県の宿泊者の需要回復が他県と比べ相対的に良好である要因と考えられる。
- ▶ 直接的な宿泊需要喚起策の他、感染防止やコロナ後を含む**中長期の競争力強化（高付加価値化）に資する設備投資の一部補助も各県で支援策として設けている。**概ね上限750万円（施設規模等によって異なる）、支援率50-75%にて、宿泊施設側の一部負担は必要となる。

参考：ヒアリング時に要望のあった施策案

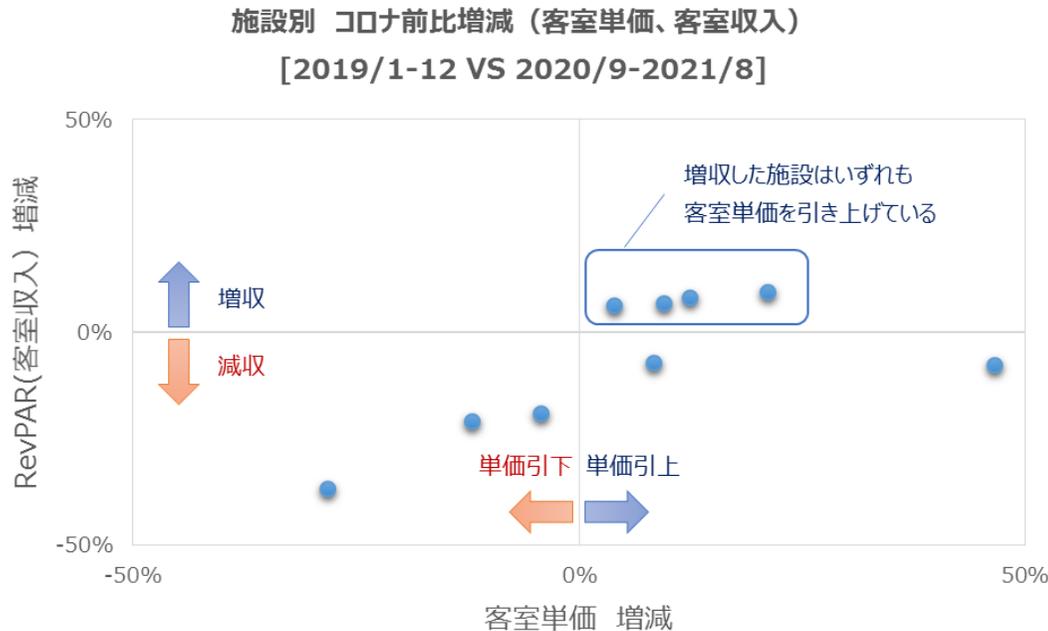
- ✓ 感染小地域同士での旅行者交流支援（地方同士での臨時航空便の促進など）
- ✓ 県割の上限額によって、利用者は「お得感が最も大きい」価格帯の宿泊施設に集中する傾向にあることから、需要が集中しない制度設計。

21/9時点で確認される各県毎の施策

	宿泊料割引施策				設備投資支援			
	実施	対象者		最大割引額	その他	実施	上限額	対象となる経費
		県内居住者	県外居住者	(1泊当)				
福岡	●	●	-	¥5,000		●	750万円	主に ・感染防止対策 ・新規需要対応 高付加価値化 に資する経費の一部補助 （支援率：50～75%程度）
佐賀	●	●	-	¥5,000	地域クーポン発行	●	750万円	
長崎	●	●	-	¥5,000	地域クーポン発行	●	750万円	
大分	●	●	-	¥5,000	地域クーポン発行	●	750万円	
熊本	●	●	-	¥5,000	地域クーポン発行	●	750万円	
宮崎	●	●	-	¥5,000	地域クーポン発行	●	750万円	
鹿児島	●	●	-	¥5,000	地域クーポン発行	●	750万円	
沖縄	●	●	●	旅行代理店毎に異なる		●	500万円	
山口	●	●	●	¥5,000	地域クーポン発行・7日リ割引	●	750万円	

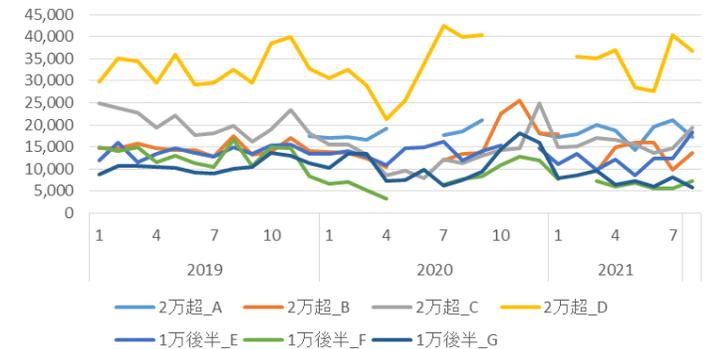
4. ウィズコロナ時代の宿泊施設動向 - 各施設取り組み

- ▶ 個々の宿泊施設動向について、コロナ前（2019年通年）と直近1年（20年9月～21年8月）の実績をDATASALADデータを用いて比較した結果、高価格帯（客室単価1.5万円超）で増収（=RevPAR（客室収入）が上昇）している施設が複数確認された。
- ▶ **増収した施設はいずれも客室単価を引き上げている**点が注目に値する。後述の通り、各施設において付加価値向上を通じて差別化を図り、客室単価を引き上げながらも一定数の需要を確保し、増収につなげたと考えられる。



直近RevPAR推移に差がみられた嬉野市・武雄市、鹿児島市の高価格帯施設を対象に分析

嬉野市・武雄市 施設別RevPAR推移(円)

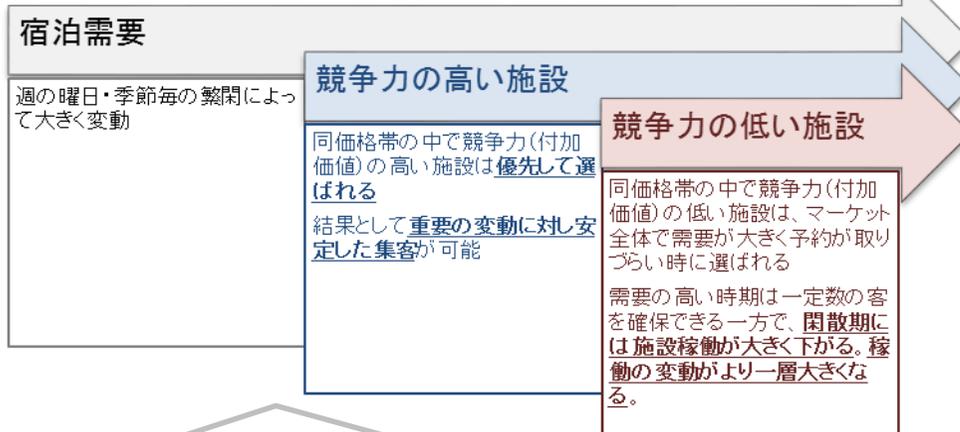


鹿児島市 施設別RevPAR推移(円)



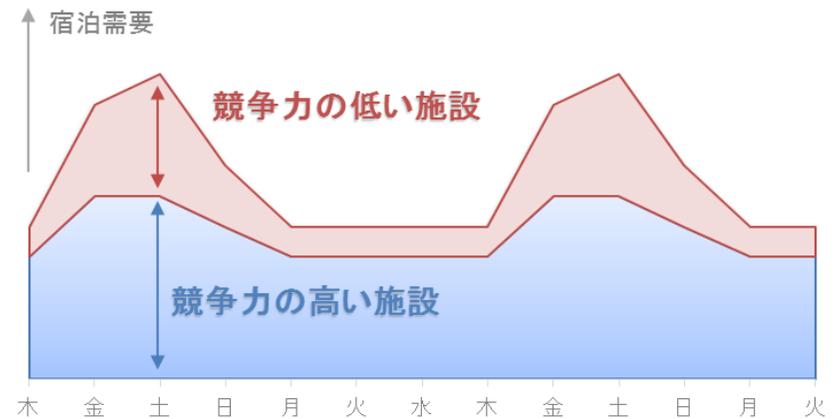
4. ウィズコロナ時代の宿泊施設動向 - 各施設取り組み

- ▶ 業界専門家へのヒアリングの結果、宿泊需要が大きく変動するなか、競争力の高い施設と低い施設間で集客力の差が広がり、**二極化が進んでいる**模様。
 - ✓ GO TO Travelキャンペーンや県割などの宿泊料金割引施策は、宿泊施設毎の客室数等に応じて公平にその利用枠が設定されているが、競争力の高い施設ではその枠がすぐに消化された一方、利用枠が消化されずに残存し続ける施設も多数あったとのこと。
- ▶ 需要が高い時期では人気の施設の予約が取れないこともあり需要は分散されるものの、閑散期においては**競争力の高い施設が需要を獲得し結果として安定した集客・経営の安定につながっている**。

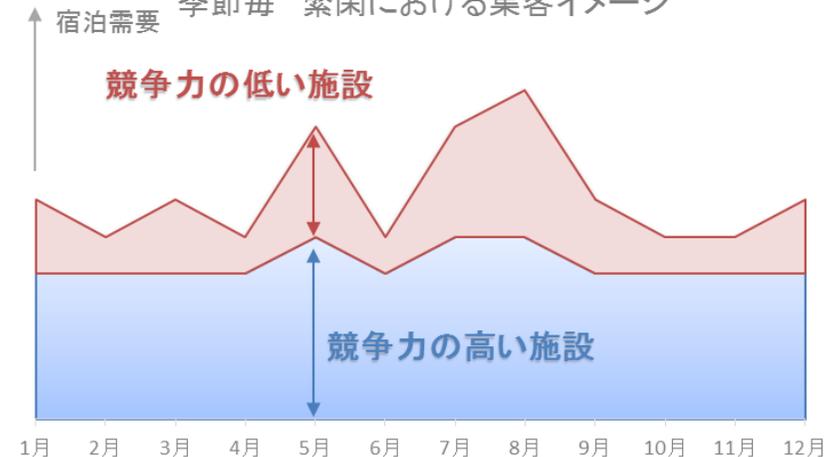


業界専門家ヒアリングより
GO TO Travelキャンペーンや県割の各施策では、宿泊施設の部屋数に応じて公平にその枠を配賦。実際の利用は施設毎に大きく異なり、**施設利用の二極化**(枠がすぐなくなる施設 vs 枠が余り続ける施設)が確認された。

週間 繁忙期における集客イメージ



季節毎 繁忙期における集客イメージ



4. ウィズコロナ時代の宿泊施設動向 – 各施設取り組み

- コロナ禍の需要低迷時においても、新規宿泊施設の建設・リニューアル計画は数多く存在。
 - ✓ 別府では、スーパーホテルやアパホテルなど大手チェーン系の新ホテル、星野リゾートの新ホテルや杉の井ホテルのリニューアルなど、数多くの建設・リニューアル計画が確認される。
- 既存の宿泊施設が数多あるなか、上記宿泊施設は **自社施設の競争力を評価し集客の見込みをもって進出・展開**するものと考えられる。大きく分けて「バジェット型」と「付加価値型」の2タイプに分類できる。
 - ✓ 「バジェット型」では、**宿泊そのものにフォーカスを当て、標準化された快適性を提供しつつ、省人化・効率性を高める形で、費用対満足度を獲得**するサービス展開を行っている。
 - ✓ 「付加価値型」では宿泊のみならず**当施設滞在中の体験価値にもフォーカスを当て、他宿泊施設とは異なるハード施設・体験プログラム・接客等で差別化し、価格帯は高いものの顧客の期待値を上回る高付加価値のサービス提供**を行っている。

バジェット型 宿泊施設

特徴

目的	宿泊
価格	安価
特徴	標準化された快適性 省人化・高い効率性

コロナ蔓延以降に別府にて開業（を予定）する宿泊施設

- 20/7 スーパーホテル別府駅前
- 21/10 グランヴィリオホテル別府湾
(ルートインホテルズ)
- 22年春 アパホテル別府駅前

付加価値型 宿泊施設

特徴

目的	宿泊 + 滞在
価格	中～高級
特徴	差別化されたハード施設 接客による顧客満足

コロナ蔓延以降に別府にて開業（を予定）する宿泊施設

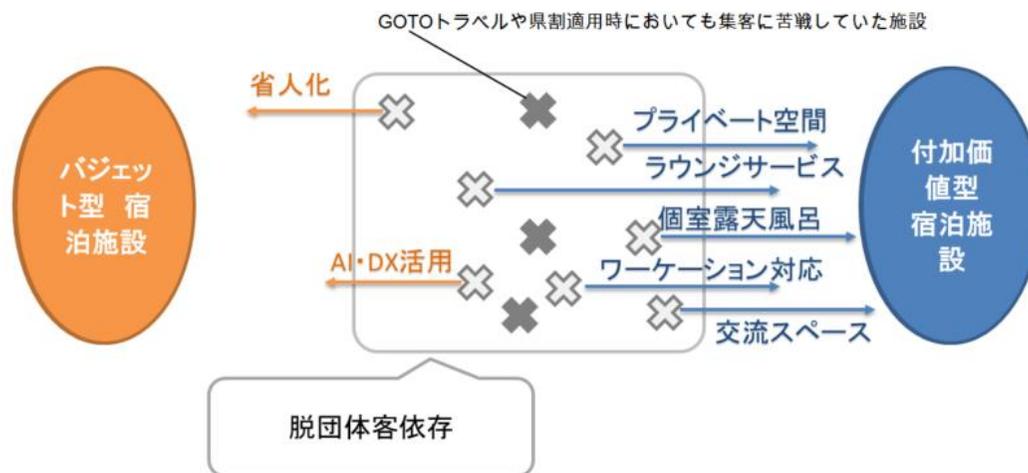
- 22年春 星野リゾート 界 別府
- ～25年 杉の井ホテル 新築・建替

4. ウィズコロナ時代の宿泊施設動向 – 各施設取り組み

- **需要が大きく低下した昨今の状況下、従前より施設の付加価値強化に努めてきた宿泊施設とそれ以外の宿泊施設間において、競争力の大小がより明確にあらわれた**と捉えることができる。
- コロナ影響やインバウンド回復の見通しが不透明なかで不確実な外的要因に依存することよりも、**各施設において「どのような付加価値が提供できるのか」「他施設とどのように差別化できるのか」検討・実行していくことが、競争力強化につながり将来の収益安定・底上げにつながると考えられる。**
- **現場で直接接客する従業員からの積極的な提案や、それを受入れ顧客満足度向上へ試行錯誤するマネジメント層の姿勢、また顧客満足向上へつながった取り組みについて公平に評価する体制**などが、他施設との差別化・付加価値向上につながっているとの声も聞かれた。上記取組等を通じた各施設の特徴・強みを高める形での付加価値向上が重要と考えられる。

ご参考：ヒアリングより推測された＜トレンド変化＞

- ✓ 団体客⇒個人客への需要シフト
- ✓ 特徴的な小規模施設の需要の高まり
- ✓ プライベート空間需要（離れ、各部屋露天風呂、個室での食事）
- ✓ 新たな働き方への対応需要（ワーケーション、テレワーク、交流スペース）



著作権(C)Development Bank of Japan Inc. 2021、(C)Kyushu Economic Research Center 2021

本資料は、株式会社日本政策投資銀行(DBJ)、株式会社日本経済研究所(JERI)及び公益財団法人九州経済調査協会(以下「当行ら」という。)により作成されたものです。

本資料は情報提供のみを目的として作成されたものであり、取引等を勧誘するものではありません。本資料は当行らが信頼に足ると判断した情報に基づいて作成されていますが、当行らはその正確性・確実性を保証するものではありません。本資料のご利用に際しましては、ご自身のご判断でなされますようお願い致します。本資料は著作物であり、著作権法に基づき保護されています。本資料の全文または一部を転載・複製する際は、著作権者の許諾が必要です。当行までご連絡下さい。著作権法の定めに従い引用・転載・複製する際には、必ず、『出所：日本政策投資銀行』と明記して下さい。

(お問合せ先)

株式会社 日本政策投資銀行 九州支店
〒810-0001 福岡県福岡市中央区天神2-12-1
電話 : 092-741-7734