

観光関連事業者向けオンラインセミナー

第1回 安全安心な国内観光の発展

2021年11月30日（火）
14:30～16:00

■主催
福岡市

本日の講演内容

スケジュール	テーマ
14 : 30～14 : 35	開催のご挨拶、本セミナーについて
14 : 35～14 : 50	福岡市の観光の取り組みと今後の動向 福岡市観光マーケティング課
14 : 50～15 : 15	GoToトラベル利用動向等を踏まえた国内宿泊旅行の動向 ・宿泊旅行調査から読み解く、福岡の現状と機会 ・GoToトラベルの利用動向 ・福岡市の宿泊動向と今後の対策
15 : 15～15 : 45	SNS等から見る福岡市の観光動向 ・SNSにおける福岡旅行の話題 ・福岡市への旅行者における九州域内の回遊状況 ・観光資源（食、自然、歴史、MICE、文化芸術）で見る福岡市の特徴
15 : 45～15 : 55	ビジネスにつながる、今後取り組むべき方向性 ・上記分析結果から、観光客等の集客を行う上での取り組むべき内容
15 : 55～16 : 00	閉会のご挨拶、次回のテーマについて

＜＜目的＞＞

データを活用したマーケティング分析を行い、**福岡の観光の現状や世界のトレンド**等について、観光関連事業者の皆様に分かりやすくお伝えし、今後予定されている**GoToトラベルや世界水泳選手権2022福岡大会**に見据え、ビジネスチャンスの獲得につなげる。

＜＜スケジュール＞＞



福岡市の観光の取り組みと今後の動向

福岡市 観光マーケティング課

野田 優



このパートでお伝えしたいこと

コロナ禍での変化

- ・観光客等のニーズ（安全安心、密を避ける、量より質、マイクロツーリズム 等）
- ・デジタル化の加速に伴う、事業者のビジネスや旅行の在り方（混雑表示、非接触、ワーケーション等）

感染症拡大防止と社会経済活動の維持の両立
持続可能な観光へのチャレンジ

伝えたいこと

国内観光の全体動向を踏まえ、
福岡市に訪れる観光客等の回遊動向やニーズ

ビジネスチャンスへつなげる！！

観光ニーズの変化を踏まえた市の取り組み

Beforeコロナ

対面・接触/
リアルな交流/ア
ナログ

人のにぎわい
イベント・
アトラクション

量の観光
(リーズナブル・
短期間・複数回・
大人数)

遠距離旅行・
海外旅行

Withコロナ/
ニューノーマル

非対面・非接触/
オンライン/デジタル

密を避ける
自然・アウトドア

質の観光
(高価値・長期間・少回数・少人数)

マイクロツーリズム

感染症対応シティ
促進事業



MICEハイブリッド
開催支援



福岡型ワーケーション
推進事業



福岡STAY
安全安心キャンペーン

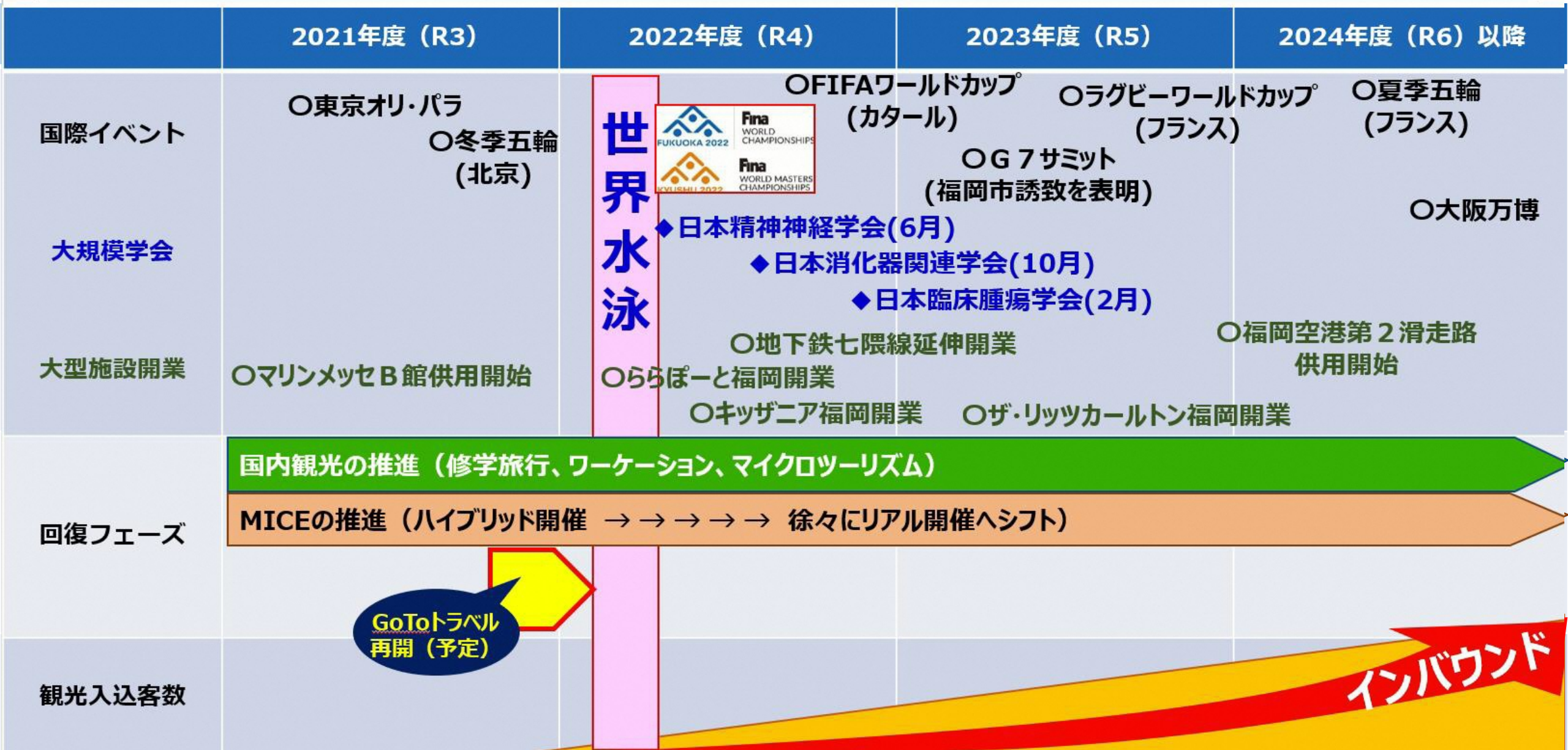


マイクロツーリズムの推進
(East&West Coast,
博多旧市街等)



福岡市における今後の観光の動き

7



感染拡大時に備えた国の取り組み（ワクチン検査パッケージ）

<概要>

- ・ ワクチン接種歴又は検査結果の陰性のいずれかを確認することで、人数制限等の緩和を行う。
- ・ ワクチン検査パッケージを活用する場合でも、基本的な感染防止策の徹底を継続。

<具体的制限緩和の考え方（緊急事態宣言下での比較）>

飲食店

酒類の禁止
営業時間短縮（20時迄）
一卓5名以上の会食回避の要請等

**利用者の
人数制限
なし**



※自治体からの感染対策の認証を受けていること

イベント

参加上限5,000名又は収容定員
50%のいずれか大きい方

**収容定員
まで追加可能**



※大声を出さないイベントであること
※感染防止計画を策定すること

都道府県をまたぐ移動

不要不急の移動は極力控える
避けられない場合は検査を推奨

**国として
自粛要請の対象に
含めない**



※修学旅行等の学校行事は移動の制限の対象外

社会経済活動を進めていく上での取り組み（新たなGoToトラベル・県民割）

県民割

<概要>

GoToトラベル事業が再開するまでの間、
同一都道府県内での旅行代金を割引+クーポンの付与
1人1泊あたり最大5,000円補助+最大2,000円のクーポン

隣県へ拡大（R3.11.19以降）
ワクチン検査パッケージの活用を前提

地域ブロックへ拡大（年明け以降）

新たなGo Toトラベル

再開時期：感染状況を見極めながら実施時期を決定

	従来	再開時~GW前	GW後~夏の繁忙期前
旅行代金の割引額	旅行代金の35% 上限1万4,000円	旅行代金の30% 上限1万円 (交通付商品以外は 上限7,000円)	旅行代金の20%上限 上限8,000円 (交通付商品以外は 上限5,000円)
クーポン券	旅行代金の15% 上限6,000円	定額 平日3,000円 休日1,000円	定額 3,000円上限

※ワクチン接種や
検査の陰性証明の提示が条件

R3

県民割

R4

県民割
(隣県拡大)

県民割
(ブロック拡大)

新たな
Go Toトラベル

本題に・・・

観光客の動向とニーズを知るには

旅行者の行動

認知

【旅行前】

検討

【旅行前・旅行中】

手配

【旅行前・旅行中】

訪問・体験
・宿泊

【旅行中】

共有

【旅行中・旅行後】

実際の行動

観光PR動画・Web等で
把握

SNS・YouTube等



観光PR動画

情報サイト等で詳細に検索

インターネット検索
(Google検索)



観光情報
サイト

SNS

実際の申し込み

予約サイト

(旅行、体験コンテンツ、飲食店など)



滞在行動の可視化



SNS投稿等



Web
アンケート
など



予約サイト等を通じて旅行客を対象に、アンケート等を実施

フィードバック

分析・検証

コロナ禍のピンチをチャンスに！！

安全安心への配慮と
社会経済活動との両立は重要

そのためには、データに基づき観光客等の動向や
ニーズを分析し情報を届ける

一緒に観光産業を盛り上げて
いきましょう！！

GoToトラベル利用動向等を踏まえた国内宿泊旅行の動向について

株式会社リクルート
じゃらんリサーチセンター 研究員
森戸 香奈子





じゃらんリサーチセンター 研究員

研究冊子『とーりまかし』デスク

森戸 香奈子 (もりと かなこ)

- 東京都出身
- 1998年株式会社リクルート入社
- 同年株式会社リクルートリサーチに出向、6年間リサーチャーとしての経験を積む
- 旅行事業部へ移動、『じゃらん』編集部、広告制作を経て2007年よりじゃらんリサーチセンター研究員
- 「じゃらん宿泊旅行調査」「2030年観光の未来需要予測」「三方よしの観光地経営」などを担当

2020年度 コロナ禍における国内宿泊旅行実態

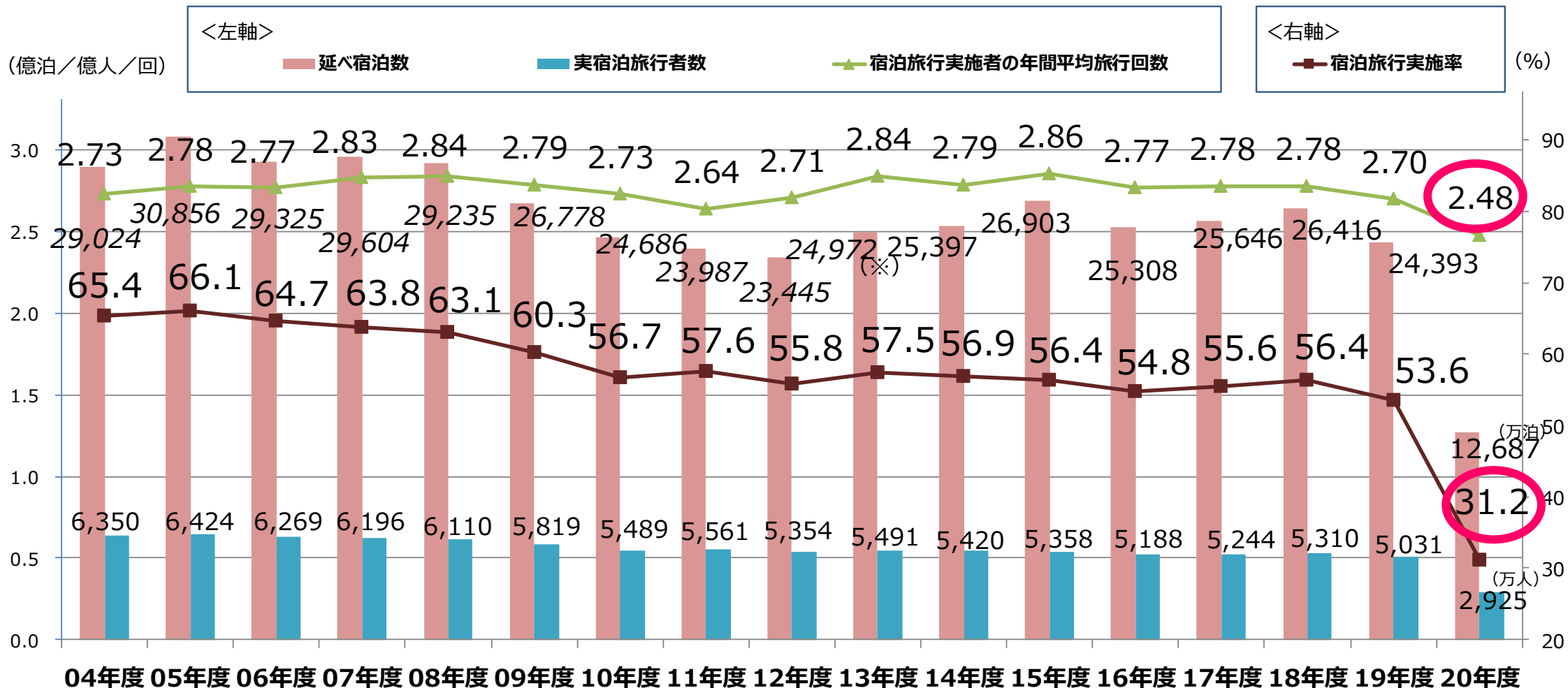
「じゃらん宿泊旅行調査 2021」より

国内宿泊旅行実施率と延べ宿泊数、平均旅行回数の推移

16

- 国内宿泊旅行実施率は前年度53.6%から31.2%へ減少したものの、年間平均旅行回数は2.48回にとどまる。

※ 延べ宿泊数 = 人口 × 旅行実施率 (= 実宿泊旅行者数) × 年間平均旅行回数 × 泊数
 ※ 宿泊数の設問形式を14年度から変更したため、13年度以前の延べ宿泊数(斜体の部分)とは直接比較できない

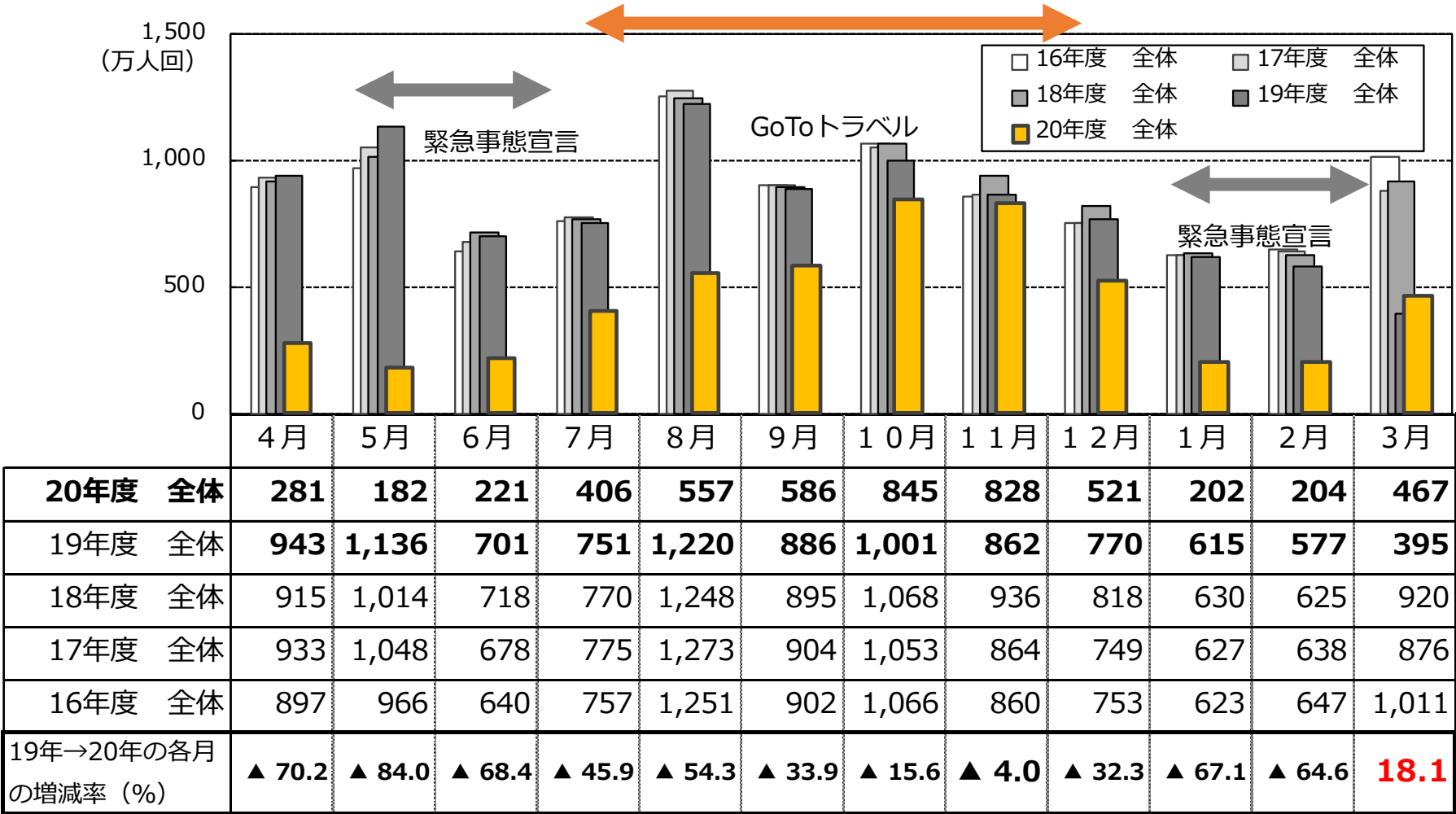




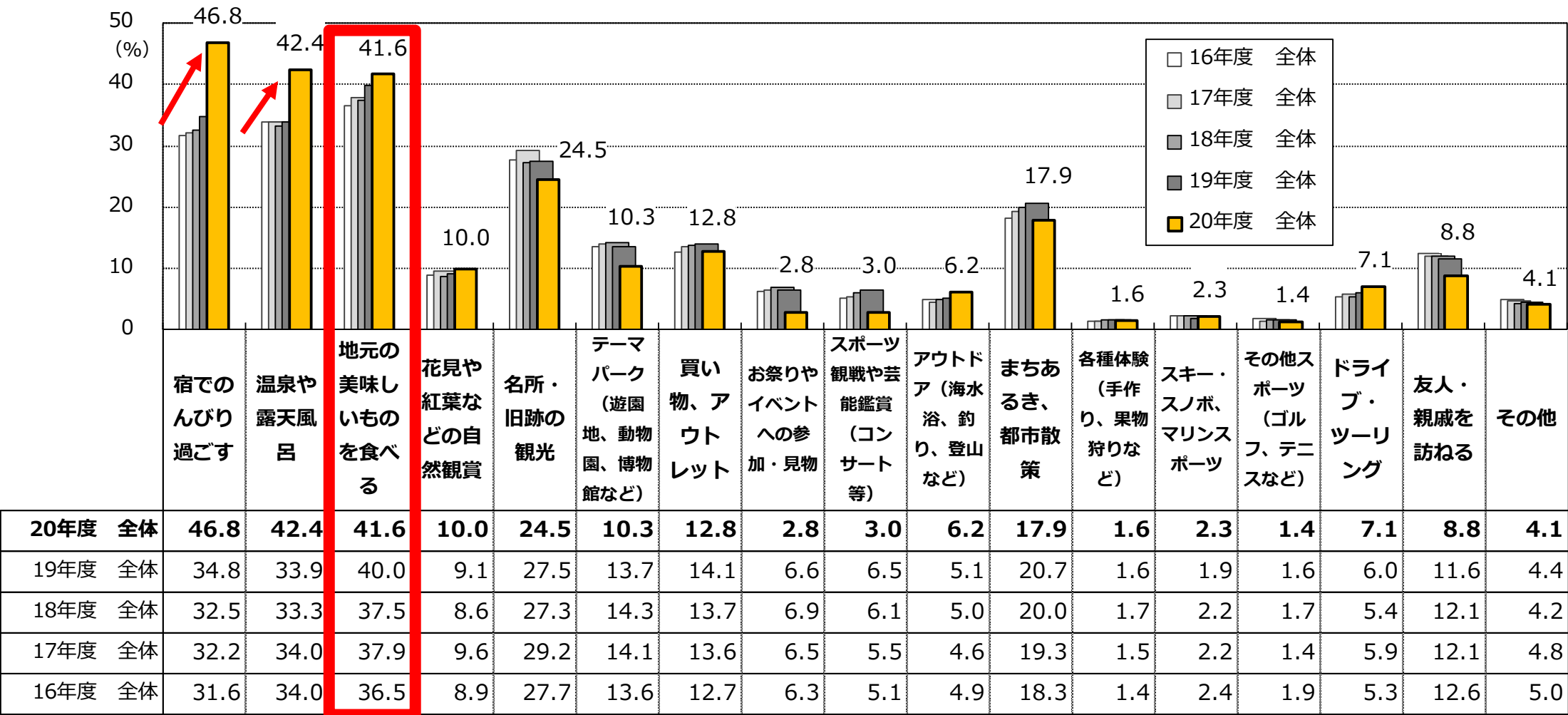
- どの世代においても、19年度から20pt前後と大幅減少。
- 特に減少幅が大きいのは35～49歳女性（▲25.0pt）、50～79歳女性（▲23.7pt）。

	16年度	17年度	18年度	19年度	20年度	20－ 19年度
全体	54.8	55.6	56.4	53.6	31.2	▲ 22.4
男性 / 20～34歳	51.7	54.8	56.2	55.1	35.7	▲ 19.4
女性 / 20～34歳	60.3	60.5	64.3	61.4	39.1	▲ 22.3
男性 / 35～49歳	52.0	53.3	53.5	53.5	31.4	▲ 22.1
女性 / 35～49歳	53.8	55.5	56.2	52.1	27.1	▲ 25.0
男性 / 50～79歳	55.0	54.7	54.8	51.4	30.2	▲ 21.2
女性 / 50～79歳	55.6	56.1	56.8	52.9	29.2	▲ 23.7

- 緊急事態宣下の4～5月は前年度比で7割から8割減と減少幅が最も大きい時期。一方、11月はほぼ前年度レベルに持ち直していた。



- 「宿でのんびり過ごす」が大きく上昇して1位に。2位の「温泉や露天風呂」も10pt近く上昇。3位の「地元の美味しいものを食べる」はコロナに関わらず例年増加傾向。

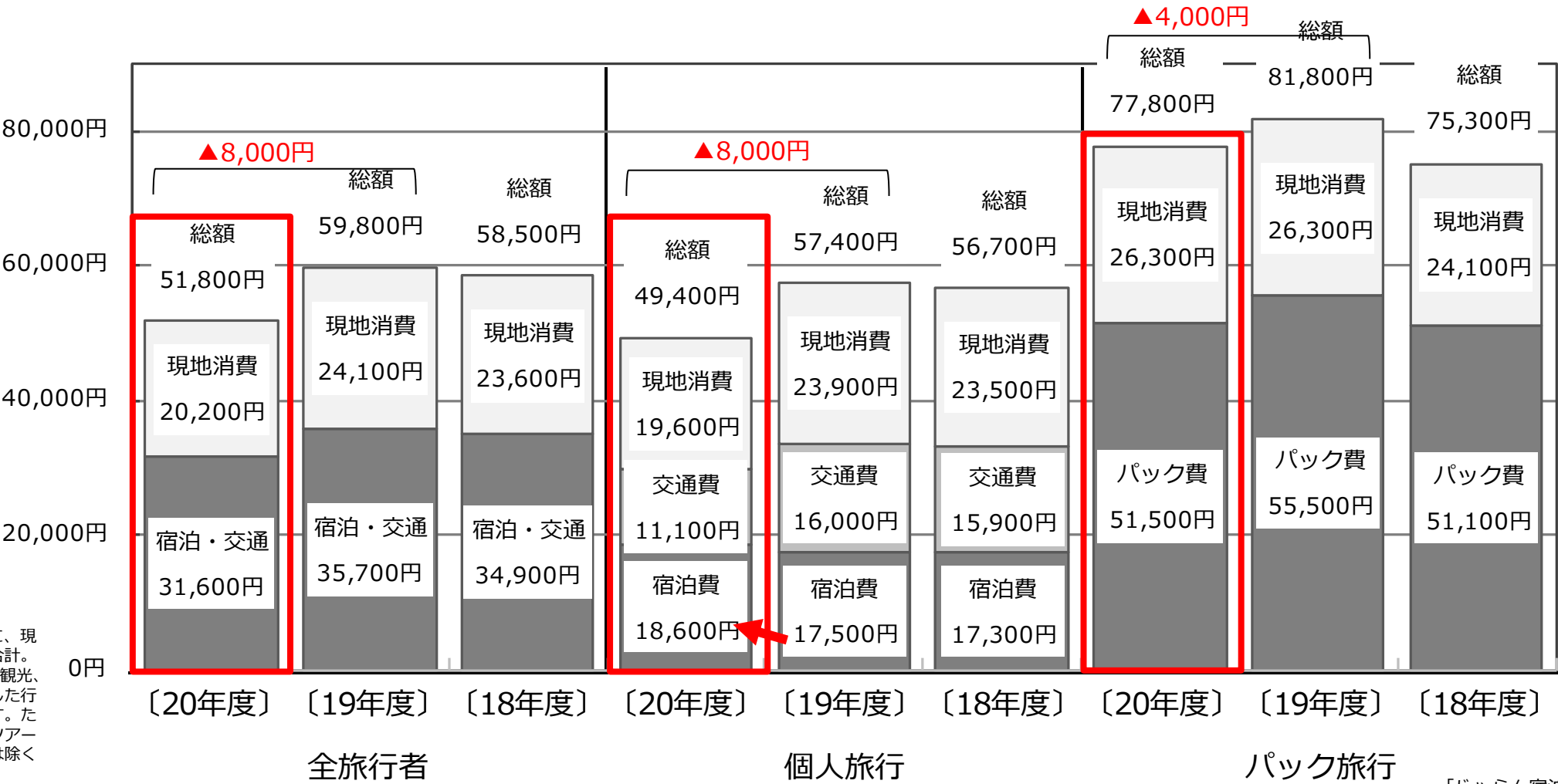


- 「夫婦二人での旅行」が3割を占め、前年度から4.5pt増加。「友人との旅行」が2.6pt減少。
- 「一人旅」は17.8%で、ここ数年の増加傾向はストップ。

		一人旅	恋人との旅行	夫婦二人での旅行	子連れ家族旅行	小学生以下家族旅行	中学生以上家族旅行	親連れ家族旅行	その他の家族旅行	友人との旅行	職場やサークルなど団体旅行	その他	
													(%)
〔20年度〕	全体	17.8	9.4	29.7				11.6	4.3	8.1	7.5	9.9	0.9 0.8
〔19年度〕	全体	18.6	8.2	25.2				11.5	4.2	8.4	7.9	12.5	2.5 1.1
〔18年度〕	全体	18.0	7.8	25.2				12.0	4.5	8.4	7.8	12.8	2.7 1.0
〔17年度〕	全体	17.2	7.3	25.7				11.1	4.5	8.9	8.4	12.7	2.9 1.2
〔16年度〕	全体	17.2	7.0	25.5				11.8	4.3	8.5	8.3	13.1	3.2 1.2

国内宿泊旅行の費用総額（大人一人あたり平均／旅行件数ベース）

- ・ 総額で51,800円、19年度より8,000円減少。
- ・ 個人旅行では総額49,400円、▲8,000円だが、内訳をみると宿泊費は1,100円のプラス。



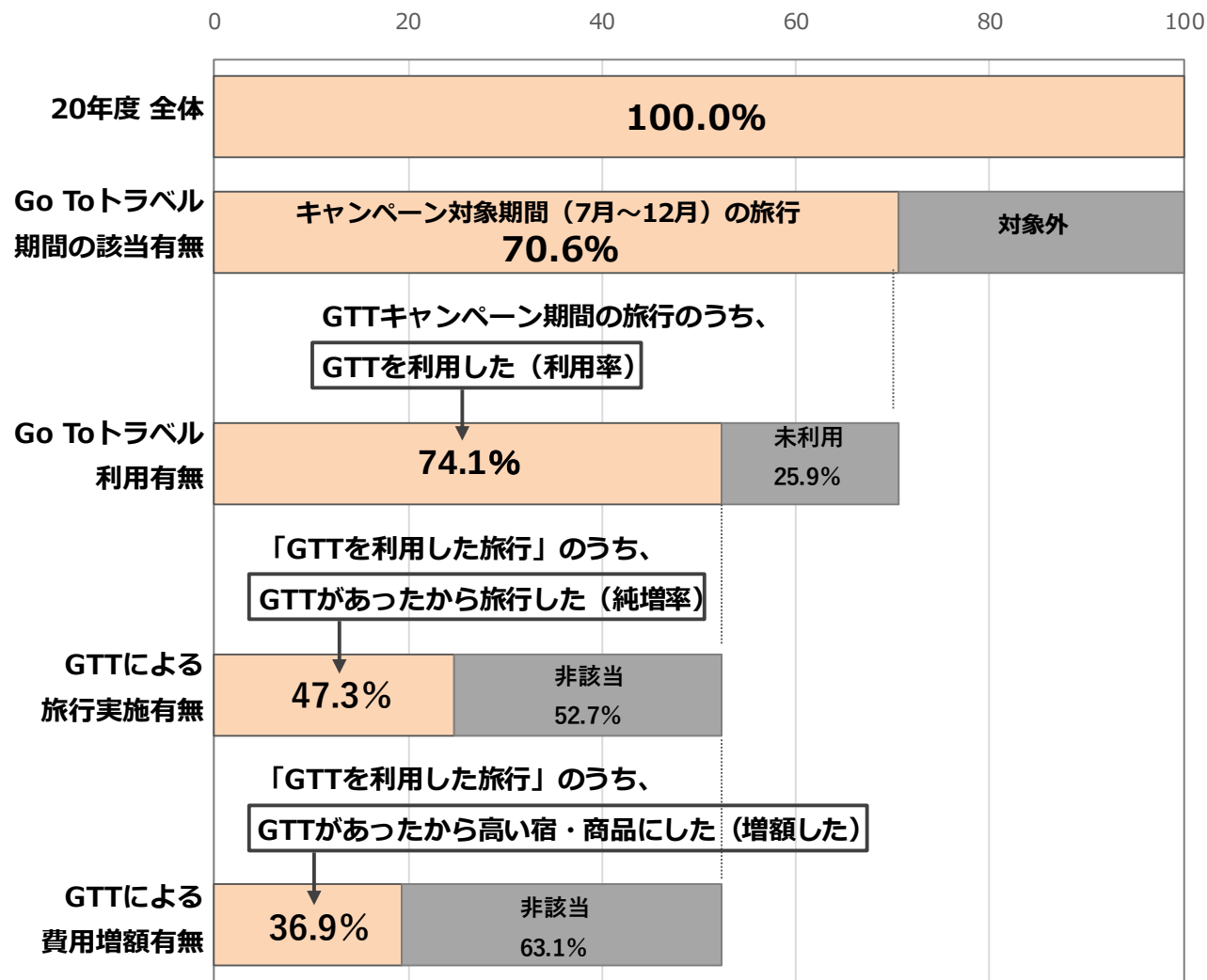
※ 現地消費：旅行中に、現地で消費した費用の合計。買い物、飲食、体験・観光、移動のなかで、実施した行動の費用の合計を指す。ただし、宿泊プラン・ツアーに含まれていた費用は除く

Go To トラベルキャンペーンの 利用実態と効果検証

(調査対象者からの回答数値による)



- 2020年度に実施された宿泊旅行のうちGo To トラベルキャンペーンを利用した旅行は半数以上



全旅行件数ベースの割合
↓
Go Toトラベル対象期間内
70.6%

Go Toトラベル利用率
52.3%

Go Toトラベル純増率
24.8%

Go Toによる増額率
19.3%

Go To トラベルキャンペーン 利用別にみる旅行実態まとめ（調査対象者からの回答数値による）

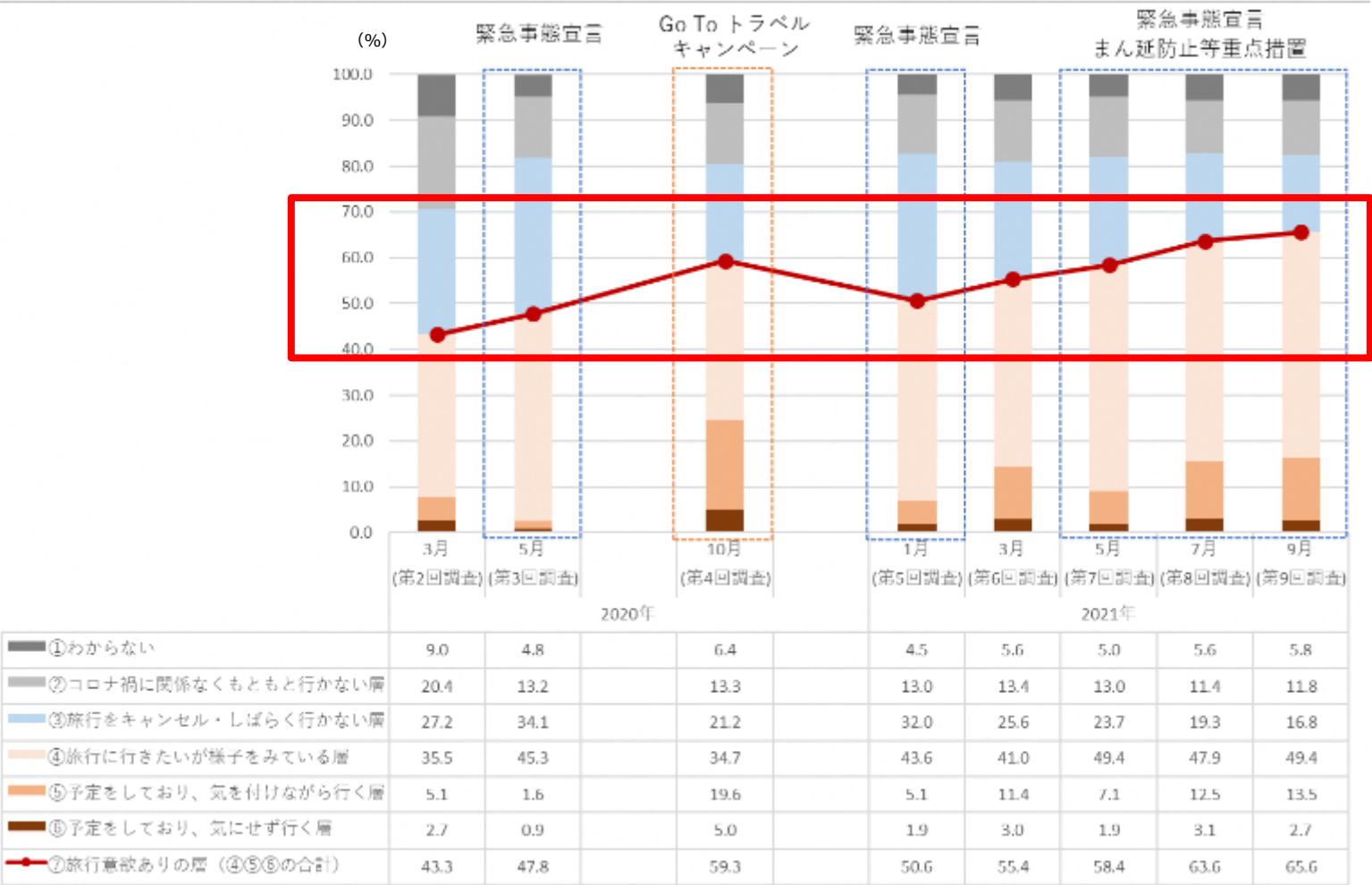
24

	Go To 利用者	Go To 未利用者
属性	女性 、特に 50～79歳 の比率が高く、28.2%を占める	男性 比率が高い
同行者	① 夫婦二人 （32.7%） ② 一人旅 （14.0%） ③小学生以下の子連れ家族旅行（11.6%） 他、未利用者と比べて「 親連れ家族旅行 」が高め	①夫婦二人（26.4%） ② 一人旅 （22.0%） ③小学生以下の子連れ家族旅行（11.6%） 他、利用者と比べて「 恋人 」が高め
旅行先	県内旅行23.4% 居住ブロック内旅行48.2%	県内旅行 24.9% 居住ブロック内旅行 51.3% *関東ブロックが21.8%と高め
旅行目的	① 宿でのんびり （48.6%） ②温泉や露天風呂（46.3%） ③ 地元の美味しいもの （45.8%） *他、未利用者と比べて「 名所、旧跡 」「 テーマパーク 」「 まちあるき 」が高め	①宿でのんびり（44.9%） ②温泉や露天風呂（38.1%） ③地元の美味しいもの（37.1%） *他、利用者と比べて「 アウトドア 」「 スポーツ 」「 友人・親戚を訪ねる 」が高め
宿泊数	平均泊数1.67泊	平均泊数 1.82 泊
旅行日	夏休み・GW・年末年始等の長期休暇を利用した旅行10.5% 土日利用 54.4% 平日旅行比率 35.1%	夏休み・GW・年末年始等の長期休暇を利用した旅行 14.4% 土日利用51.7% 平日旅行比率33.9%
宿泊施設	①旅館（30.1%） ②リゾートホテル（28.4%） ③ビジネスホテル（18.0%）	①旅館（21.9%） ②ビジネスホテル（21.0%） ③リゾートホテル（20.6%）

今後の市場回復の見込み

「第9回 新型コロナウイルス感染症の旅行市場への影響」
調査より

- 「旅行意欲ありの層」（「予定をしており、気にせず行く層」「予定をしており、気を付けながら行く層」「旅行に行きたいが様子を見ている層」の合計）は65.6%で、前回調査（2021年7月）から増加（+2.0pt）し全9回で最高値を更新。



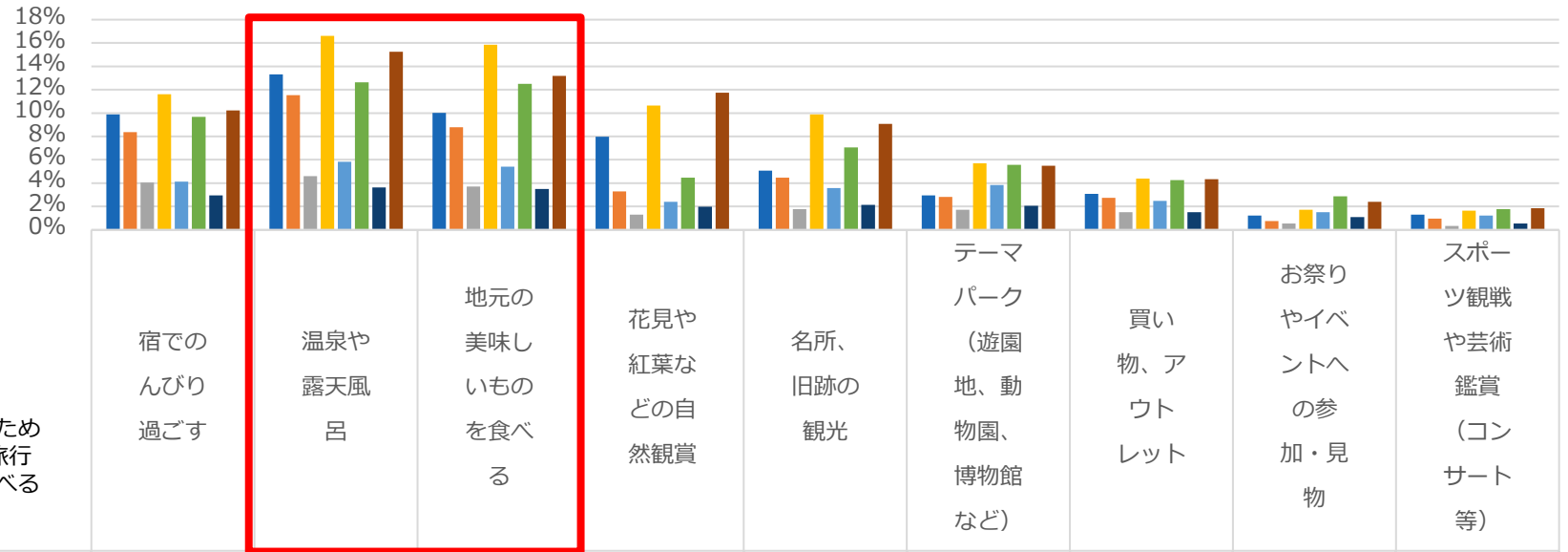
※各項目は以下の回答を合計した

- ・わからない：「わからない」
- ・コロナ禍に関係なくもとも行かない層：「新型コロナウイルス感染症に関係なく、もとも行きたいと思わない・機会がない」
- ・旅行をキャンセル・しばらく行かない層：「予定をしていたが、キャンセルした（したい）」「予定はないが、気になるのでもしばらく行くつもりはない」
- ・旅行に行きたいが様子を見ている層：「予定をしていたが、延期した（したい）」「予定をしていたが、どうするか考えている」「予定はないが、事態が落ち着いたら行きたい」「予定はないが、むしろ積極的に行きたい」
- ・予定をしており、気を付けながら行く層：「予定をしており、気を付けながら行く」
- ・予定をしており、気にせず行く層：「予定をしており、気にせず行く」

※いずれの調査もN=1,652
※第1・2回調査は2020年3月中に行ったため、第2回調査データを利用した

希望する国内宿泊旅行の目的①（複数回答／国内宿泊旅行意向者）

- 食や温泉は引き続き人気が続く。「名所、旧跡の観光」は2022年春以降、回復の見込み。



※第9回の調査実施時期が2021年9月27日(月)～28日(火)であるため「2021年秋（9月～11月）」の回答者は、実質的に10月以降の旅行のみを想定して回答することとなるため、前回調査や他期間と比べると数値が低く出ている可能性がある。

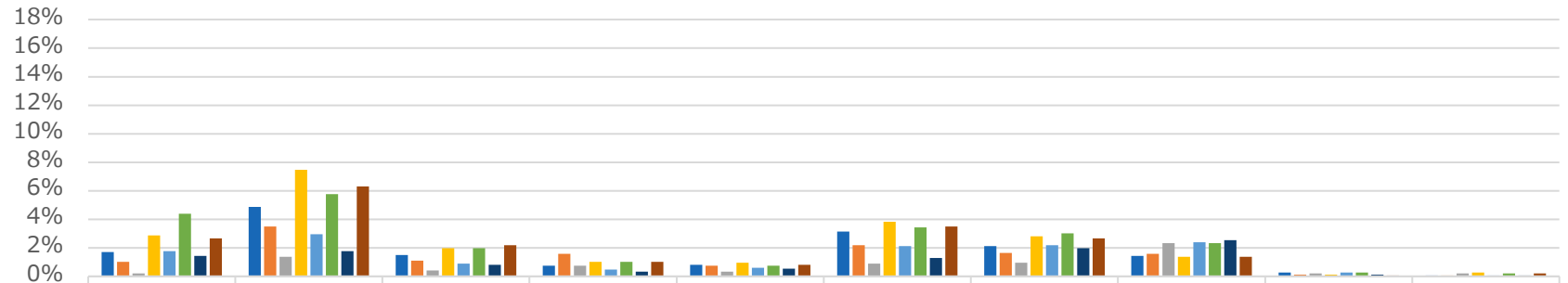
目的	2021年 秋 (9月～11月)	2021年～2022年 冬 (2021年12月～2022年2月) 年末年始を除く	2021年～2022年 年末年始	2022年 春 (3月～5月) GW除く	2022年 GW	2022年 夏 (6月～8月) お盆の期間除く	2022年 お盆の期間	2022年 秋以降 (2022年9月以降)
宿でのんびり過ごす	9.9%	8.4%	4.0%	11.6%	4.1%	9.7%	3.0%	10.2%
温泉や露天風呂	13.3%	11.5%	4.6%	16.6%	5.8%	12.6%	3.6%	15.2%
地元の美味しいものを食べる	10.0%	8.8%	3.7%	15.9%	5.4%	12.5%	3.5%	13.2%
花見や紅葉などの自然観賞	8.0%	3.3%	1.3%	10.6%	2.4%	4.5%	2.0%	11.7%
名所、旧跡の観光	5.1%	4.5%	1.8%	9.9%	3.6%	7.1%	2.1%	9.1%
テーマパーク（遊園地、動物園、博物館など）	3.0%	2.8%	1.7%	5.7%	3.8%	5.6%	2.1%	5.5%
買い物、アウトレット	3.1%	2.7%	1.5%	4.4%	2.5%	4.3%	1.5%	4.3%
お祭りやイベントへの参加・見物	1.2%	0.8%	0.5%	1.7%	1.5%	2.9%	1.1%	2.4%
スポーツ観戦や芸術鑑賞（コンサート等）	1.3%	1.0%	0.3%	1.6%	1.2%	1.8%	0.5%	1.9%

(N= 1,457) 今後のレジャー計画に関する設問において、現時点で国内宿泊旅行について「新型コロナウイルス感染症に関係なく、もともと行きたいと思わない・機会がない」を選択した者を除いたものを母数とみなし、各項目への回答をこれで除した値を%表記した。

「第9回 新型コロナウイルス感染症の旅行市場への影響」調査より

希望する国内宿泊旅行の目的②（複数回答／国内宿泊旅行意向者）

- 「まちあるき、都市散策」は2022年春に1割近くまで上昇する。



	アウトドア (海水浴、釣り、登山など)	まちあるき、 都市散策	各種体験 (手 作り、果物狩 りなど)	スキー・スノ ボード、マリンス ポーツ	その他スポー ツ (ゴルフ、 テニスなど)	ドライブ・ ツーリング	友人・親戚を 訪ねる	帰省も兼ねて	ワークেশ ン	その他
■ 2021年 秋 (9月～11月)	1.7%	4.9%	1.5%	0.8%	0.8%	3.2%	2.1%	1.4%	0.3%	0.1%
■ 2021年～2022年 冬 (2021年12月～2022年2月) 年末年始を除く	1.0%	3.5%	1.1%	1.6%	0.8%	2.2%	1.6%	1.6%	0.1%	0.1%
■ 2021年～2022年 年末年始	0.2%	1.4%	0.4%	0.8%	0.3%	0.9%	1.0%	2.3%	0.2%	0.2%
■ 2022年 春 (3月～5月) GW除く	2.9%	7.5%	2.0%	1.0%	1.0%	3.8%	2.8%	1.4%	0.1%	0.3%
■ 2022年 GW	1.8%	3.0%	0.9%	0.5%	0.6%	2.1%	2.2%	2.4%	0.3%	0.1%
■ 2022年 夏 (6月～8月) お盆の期間除く	4.4%	5.8%	2.0%	1.0%	0.8%	3.4%	3.0%	2.3%	0.3%	0.2%
■ 2022年 お盆の期間	1.4%	1.8%	0.8%	0.3%	0.5%	1.3%	2.0%	2.5%	0.1%	0.1%
■ 2022年 秋以降 (2022年9月以降)	2.7%	6.3%	2.2%	1.0%	0.8%	3.5%	2.7%	1.4%	0.1%	0.2%

(N= 1,457) 今後のレジャー計画に関する設問において、現時点で国内宿泊旅行について「新型コロナウイルス感染症に関係なく、もともと行きたいと思わない・機会がない」を選択した者を除いたものを母数とみなし、各項目への回答をこれで除した値を%表記した。

「第9回 新型コロナウイルス感染症の旅行市場への影響」調査より

- 【宿泊施設】 前回調査（2021年7月）より「個室での食事」の要望が4.6pt増加し、第2位に。また「チェックイン、チェックアウト時に混雑しないよう対策を取っている」が3.5pt増加した。
- 【屋内型施設】 「入館・入場時に顧客が各自消毒をする」が3.8pt増加。
- 増加している項目が多く、旅行再開に向けた期待感が背景にあると思われる。

		2021年9月 (第9回調査) (%)	2021年7月 (第8回調査) (%)	両者の差 (pt)
宿泊施設				
1	従業員がマスク・消毒を徹底して行っている	62.4	61.5	0.9
2	個室での食事	47.8	43.2	4.6
3	部屋の備品(TVのリモコンや充電器など)までチェックイン前に、消毒がされている	46.7	44.7	2.0
4	従業員に検温を行っている	45.2	44.1	1.1
5	従業員の安全対策が、施設内・HPに掲載され、徹底している	43.9	43.1	0.7
6	各部屋やスペースごとに消毒用アルコールがある	43.8	43.7	0.1
7	一日に数回換気を行っている	41.0	40.1	0.9
8	下駄や館内スリッパ等、共用物の消毒が徹底されている	38.6	37.5	1.1
9	チェックイン、チェックアウト時に混雑しないよう対策を取っている	38.3	34.8	3.5
10	入館・入場時に顧客に検温を行っている	38.1	38.3	-0.3

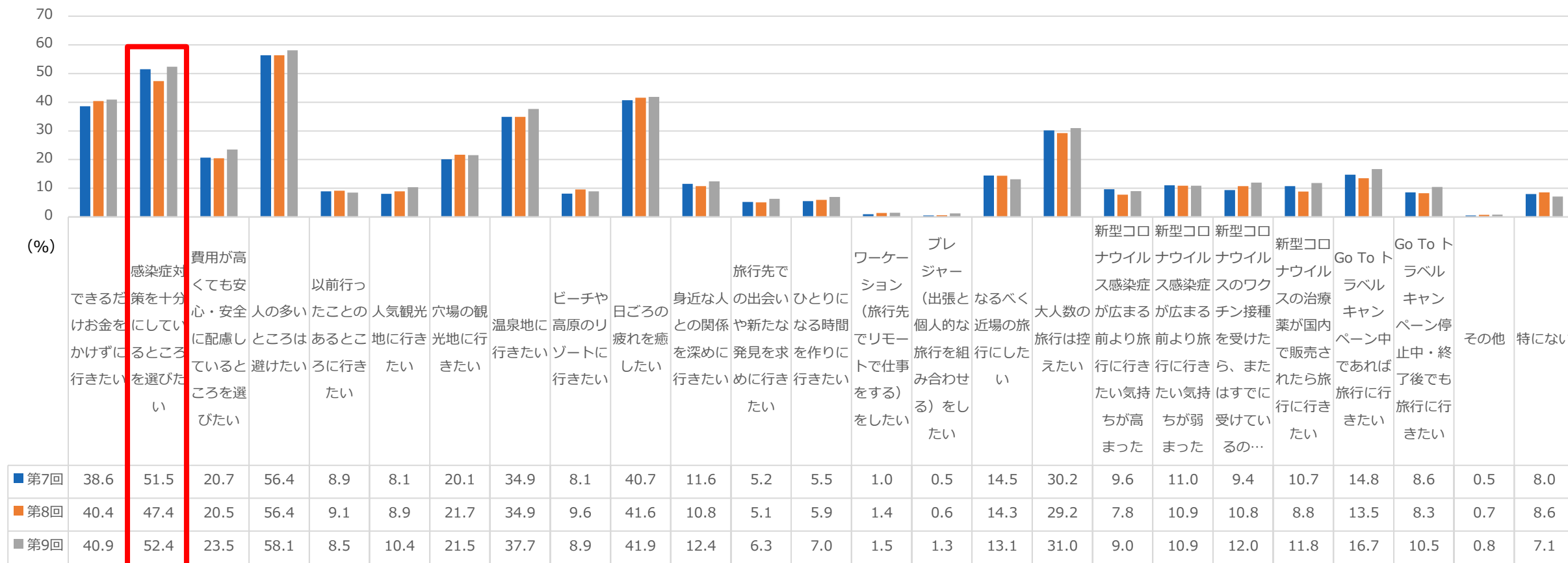
屋内型のテーマパークや美術館、道の駅などの立ち寄りスポット		2021年9月 (第9回調査) (%)	2021年7月 (第8回調査) (%)	両者の差 (pt)
1	従業員がマスク・消毒を徹底して行っている	60.0	57.9	2.1
2	従業員に検温を行っている	45.6	43.2	2.4
3	各部屋やスペースごとに消毒用アルコールがある	45.4	43.7	1.6
4	一日に数回換気を行っている	40.5	38.1	2.4
5	従業員の安全対策が、施設内・HPに掲載され、徹底している	39.9	38.1	1.7
6	入館・入場時に顧客が各自消毒をする	38.2	34.4	3.8
7	入館・入場時に顧客に検温を行っている	38.0	36.6	1.5
8	共用スペースに消毒液が配置されている	36.9	37.3	-0.4
9	並ぶ際にソーシャル・ディスタンスが守られている	34.7	31.6	3.1
10	一日に数回、施設内の消毒作業を行っている	34.5	33.7	0.8

屋外型のテーマパークや観光スポット		2021年9月 (第9回調査) (%)	2021年7月 (第8回調査) (%)	両者の差 (pt)
1	従業員がマスク・消毒を徹底して行っている	57.0	54.8	2.3
2	従業員に検温を行っている	43.0	42.4	0.6
3	従業員の安全対策が、施設内・HPに掲載され、徹底している	39.3	37.8	1.5
4	各部屋やスペースごとに消毒用アルコールがある	39.0	38.3	0.7
5	入館・入場時に顧客に検温を行っている	37.4	36.8	0.6
6	入館・入場時に顧客が各自消毒をする	35.8	35.0	0.8
7	並ぶ際にソーシャル・ディスタンスが守られている	35.3	34.7	0.7
8	入館・入場人数に制限を設けている	34.6	33.2	1.4
9	一日に数回、施設内の消毒作業を行っている	34.5	32.4	2.1
10	共用スペースに消毒液が配置されている	33.0	34.4	-1.4

今後の国内宿泊旅行で希望すること

30

- 「感染症対策を十分にしているところを選びたい」は前回比較で5.0pt増加。
- 「Go To トラベルキャンペーン中であれば旅行に行きたい」も3.2pt増加しており、再開への期待感が。「費用が高くて安心・安全に配慮しているところを選びたい」も3.0pt増加した。



(いずれもN=1,652)

「第9回 新型コロナウイルス感染症の旅行市場への影響」調査より

コロナ禍における旅行実態

- 旅行実施そのものは大幅に減ったものの、近隣旅行、宿滞在中心あるいは屋外型、周遊を控えるなど、旅行者は**密を回避しながら工夫して旅行を実施している**。
- 遠方旅行が減った影響もあり、消費額は全般に減っているものの、Go To トラベルキャンペーンの影響もあり、個人旅行における宿泊費は全体ではプラスに転じた。

今後の旅行

- 旅行に行きたいという意欲はこれまでになく高まっている
- 名所旧跡や街歩きなど外を周遊するタイプの旅行は、**2022年春以降**、本格的に戻る見込み
- 一方で旅行者には引き続き**混雑を回避したい**意向が読み取れる。
- **感染症対策への関心**は下がることはなく、**継続して高い**。

本格的な旅行需要が戻る際にも、**密を避け旅行者が安心して快適に旅行できる受け入れ態勢を整えていく**必要がある。

GoToトラベル期間中の福岡市のじゃらんnet動向

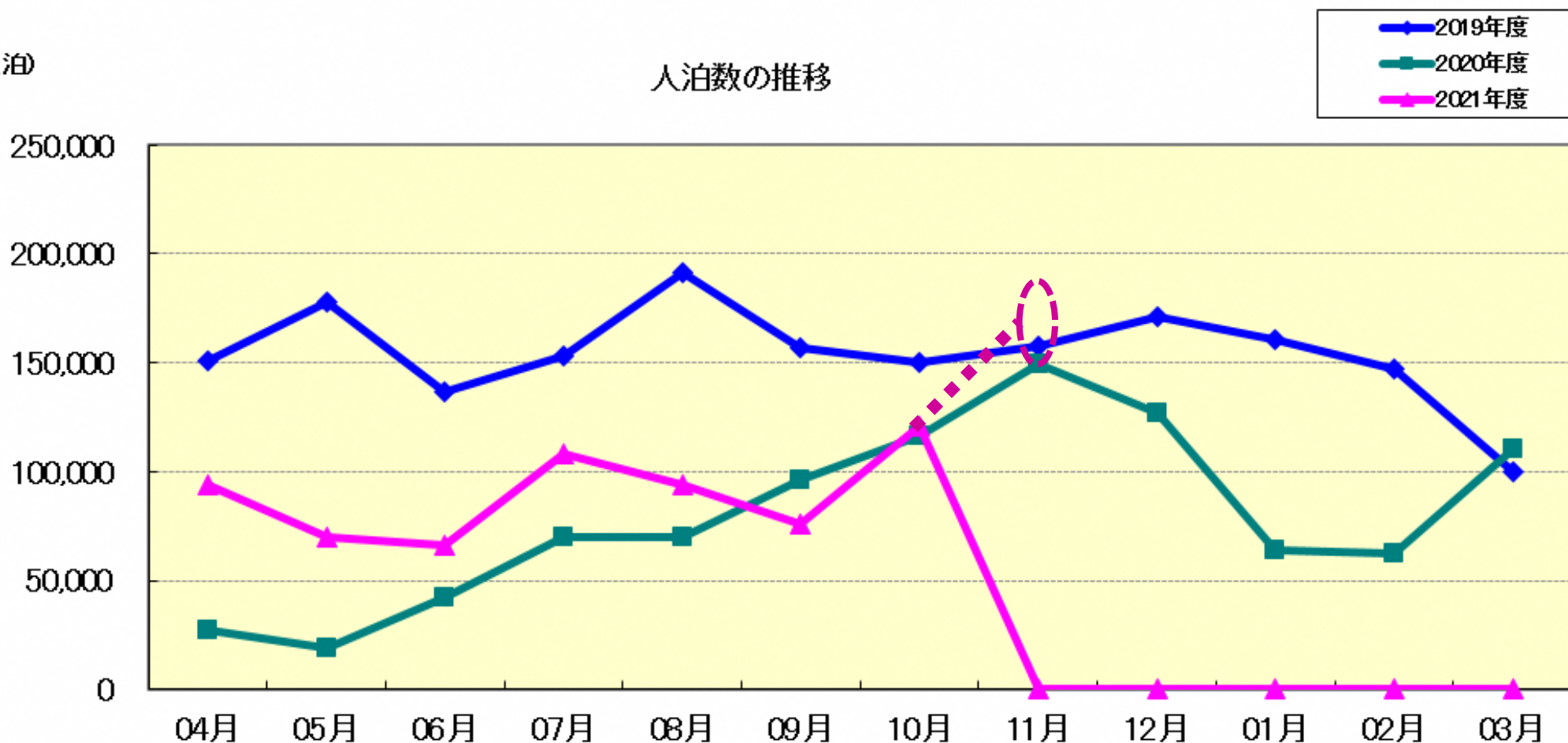
(2020年7月30日チェックイン～2020年12月27日チェックアウト)

人泊数の傾向（2019年4月～2021年10月）

- GoTo時：2020年11月にはコロナ前とほぼ同水準に回復。
- 直近の動き：2021年10月は前年比越え。11月は2019年水準以上の見通し。

（単位：人泊）

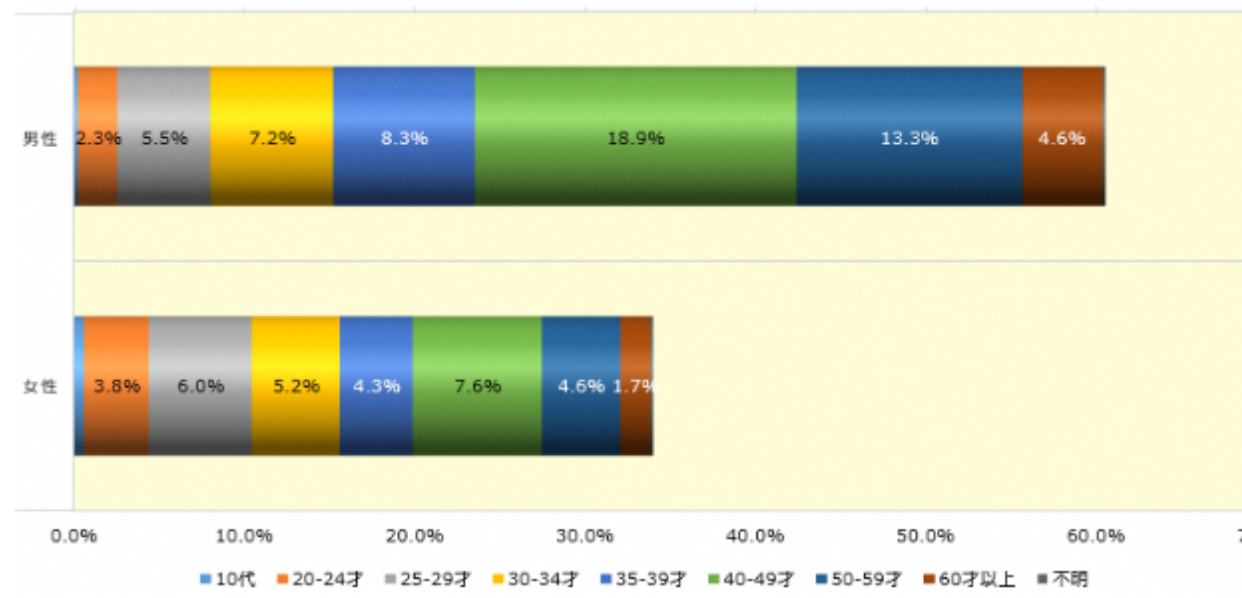
人泊数の推移



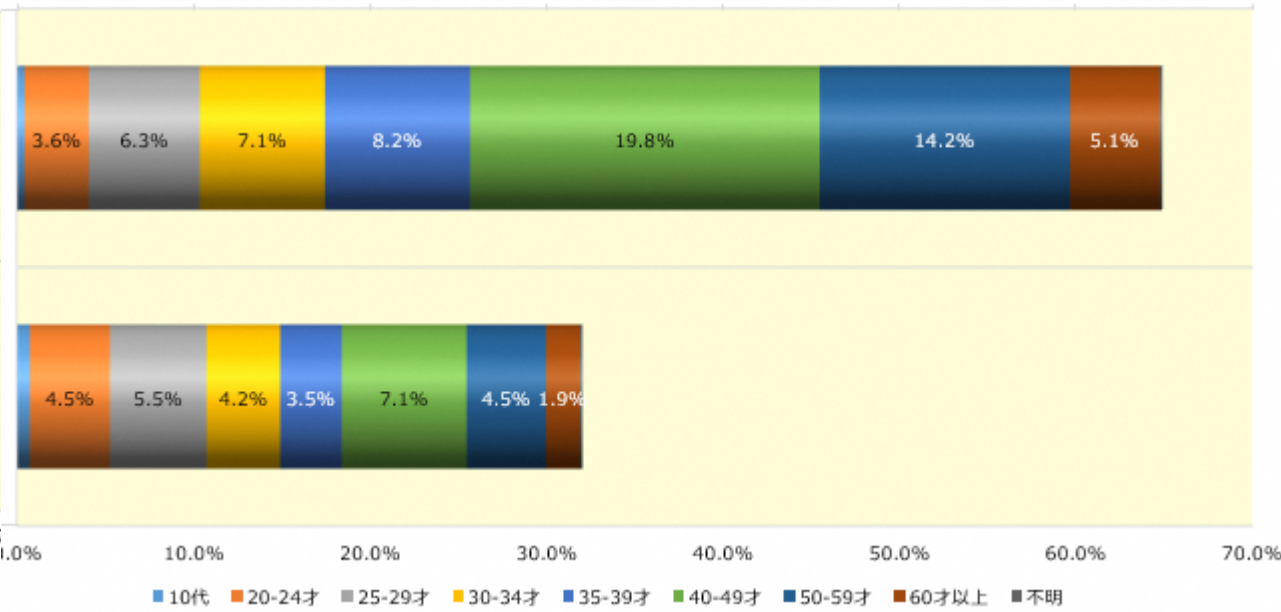
性年代別構成

- 年代構成に大きな変化は無し。
- 全世代を合わせて男性の宿泊比率が約5pt増加。

2019年



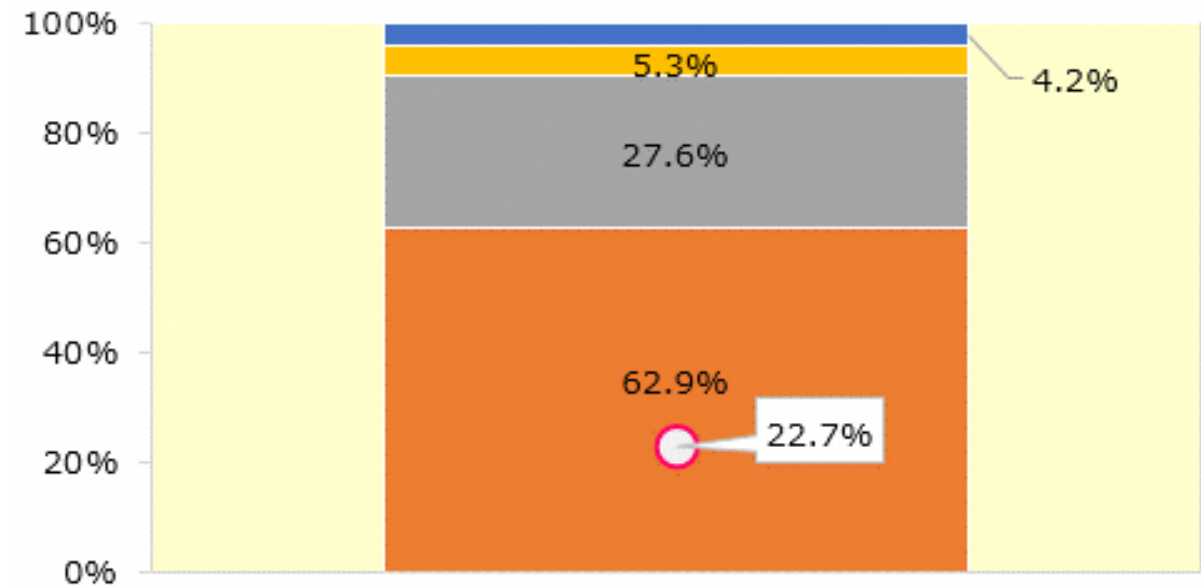
2020年



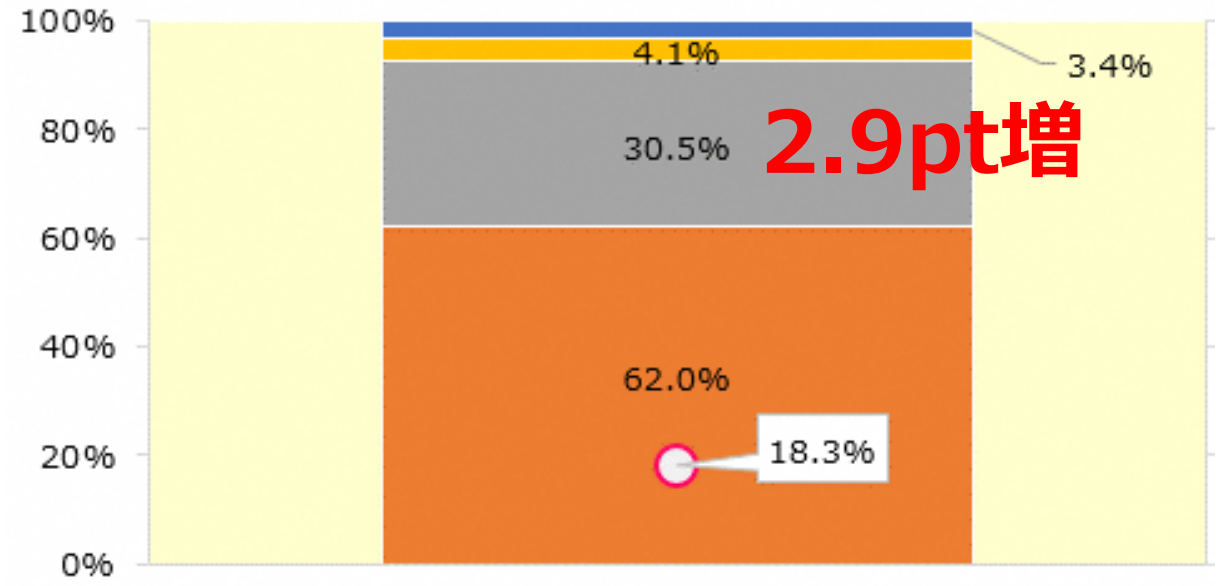
性年代別構成

- 2人旅比率が2.9pt増。女性のみのグループは4.4pt減。
全国の傾向と同様、夫婦・カップル旅が増加したと考えられる。

2019年



2020年



2.9pt増

1人

2人

グループ
(3人以上)

ファミリー

女性のみの
グループ

居住地別の宿泊者

- 福岡県居住者が17.5pt増。遠方からの旅行者も一定数回復。

2019年

2019年	居住地	比率
1位	東京都	13.4%
2位	福岡県	10.5%
3位	大阪府	6.7%
4位	神奈川県	5.3%
5位	長崎県	5.2%
6位	鹿児島県	4.2%
7位	熊本県	4.1%
8位	宮崎県	3.5%
9位	大分県	3.5%
10位	愛知県	3.4%
	その他＋不明	8.9%

2020年

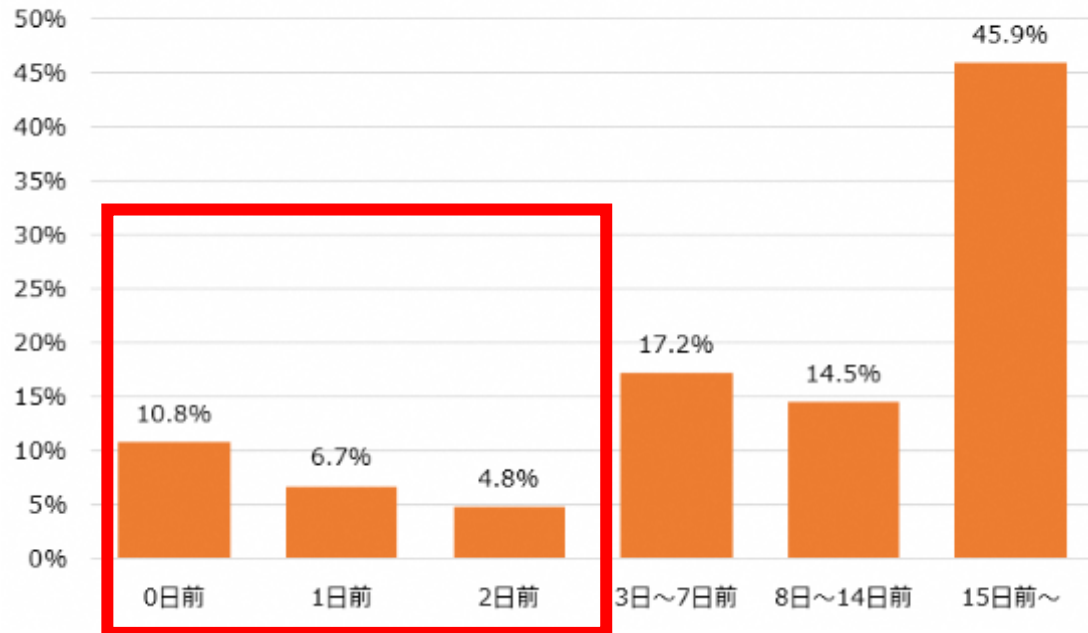
2020年	居住地	比率
1位	福岡県	28.0%
2位	東京都	9.0%
3位	大阪府	6.5%
4位	長崎県	4.5%
5位	神奈川県	4.0%
6位	熊本県	3.9%
7位	兵庫県	3.2%
8位	大分県	2.9%
9位	愛知県	2.7%
10位	広島県	2.4%
	その他＋不明	10.6%

予約から宿泊までのリードタイム

- 2日前までの予約比率が22.3pt → 35.4ptに増加。
予定が直前でも調整できる1人旅もしくは、夫婦・カップル旅行の傾向が強いと考えられる。

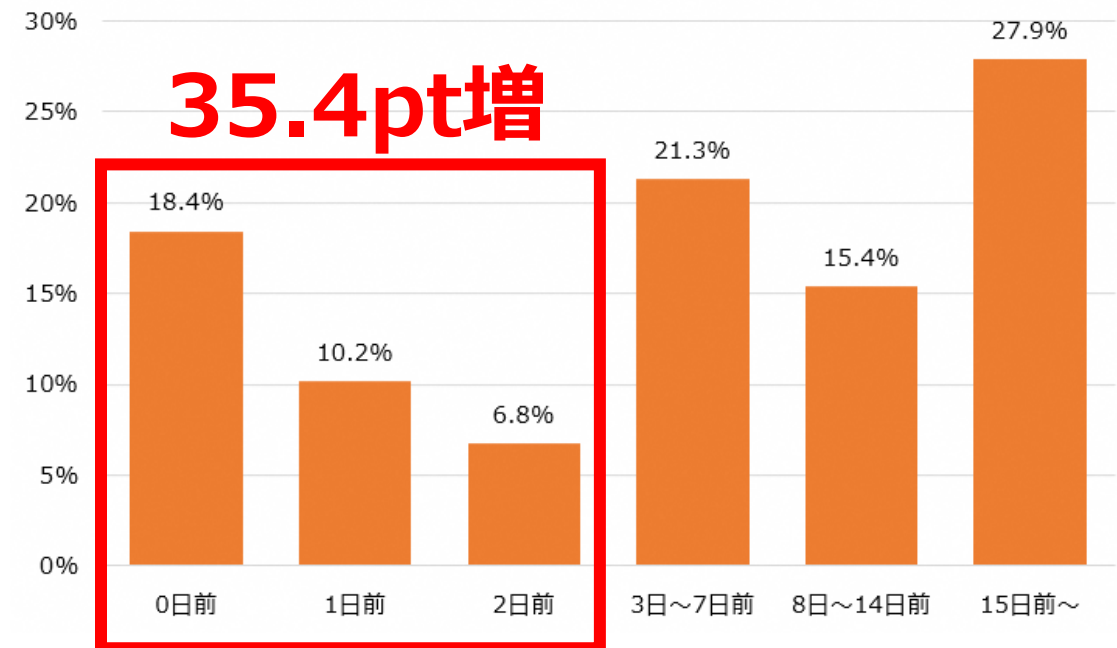
2019年

リードタイム



2020年

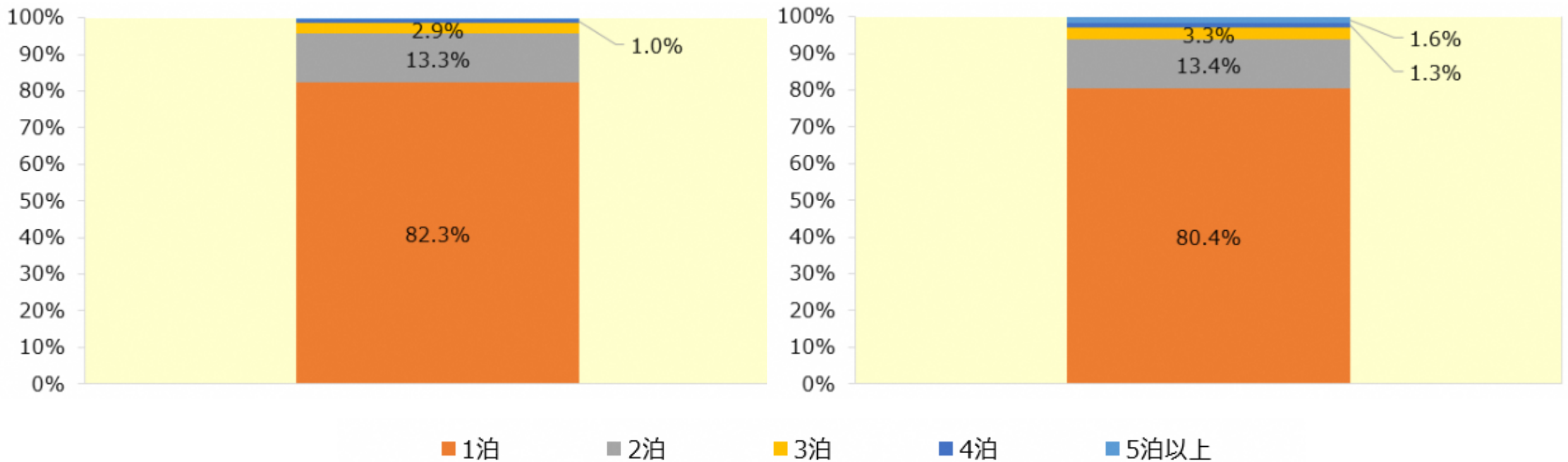
リードタイム



- 3泊以上の連泊比率も微増。

2019年

2020年



GoToトラベル期間における旅行の傾向（データ）

1. 旅行者の性年代に大きな変化は無いが、男性の予約比率が微増。
2. 県内旅行、直前予約比率が高い。（全予約に対する割合：7日前まで約半分、2日前まで約 1 / 3)
3. 連泊も微増。

旅行傾向を受けた今後の対策

●宿泊事業者

- 稼働UP：素泊まりプラン等で当日までの在庫提供
- 単価UP：プチ贅沢プラン（食・リラク・体験）×お得感を創出

●観光・飲食事業者

- 予約が間際化になると、現地（福岡市内入り）してからの情報収集ニーズが高くなる。
 - ・ 地域クーポンのみで楽しめる3000円プランの作成
 - ・ 地域クーポンが使える店舗のマップ作成&宿泊施設への設置

1. 全国の国内出張（じゃらんコーポレートサービスの予約状況）はコロナ前の80%まで回復見込み。
2. 前年同日比で、福岡市内の宿泊動向は、11月、12月ともに90~110%で推移。
3. 県内宿泊キャンペーンは、
年内：2500円・5000円クーポン（1人用）、
年明け：10000円・15000円（2・3人用）クーポンの利用が多い。

SNS等から見る福岡市の観光動向

ソリッドインテリジェンス株式会社
シニアマーケティングスペシャリスト
原田 和馬



福岡市の来訪旅行者の動向

ー デジタルデータを活用した回遊分析業務より

背景

- スマートフォンの普及→旅ナカでの検索・情報拡散の発生
- 新型コロナウイルス感染症の影響→分散型観光へのシフト

調査事業

デジタルデータを活用した観光客動向分析

- 位置情報データ(携帯電話GPS情報)
- ソーシャルメディア(SNS、掲示板、ブログなど)の投稿データなど、旅行者の行動&関心に関するデータを活用した分析

調査のポイント

- 「どのくらい」訪れているかだけでなく、「なぜ」訪れているかまで深掘りした分析
- 新型コロナウイルス感染症によるトレンドの変化などの把握

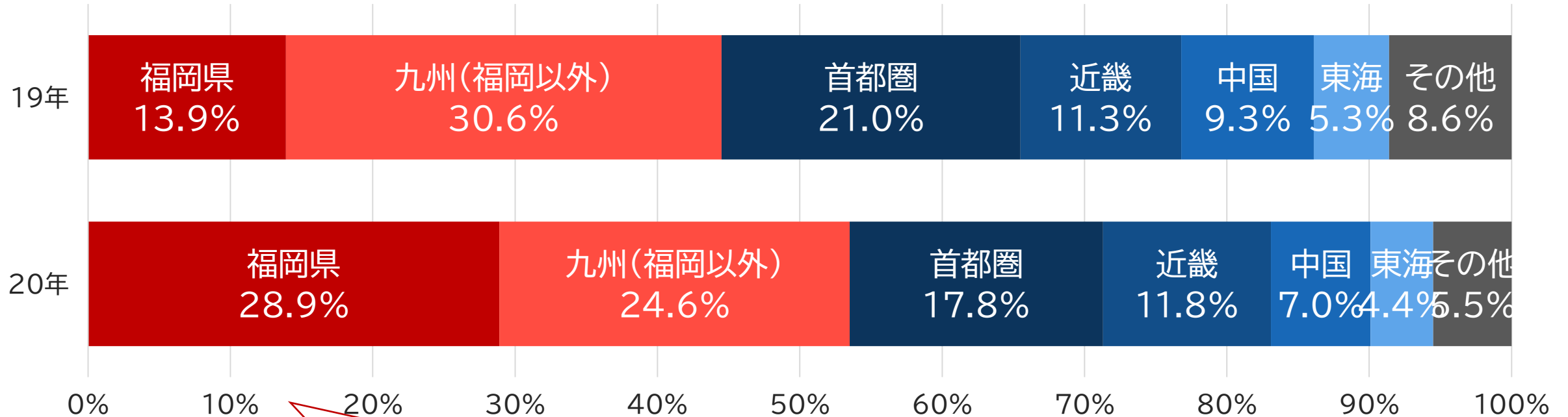


福岡市を訪れた宿泊旅行者数（2019年7/25～12/1・2020年7/23～11/29）



宿泊旅行者の特徴（居住地・7～11月）

来訪者（宿泊旅行者）の居住地

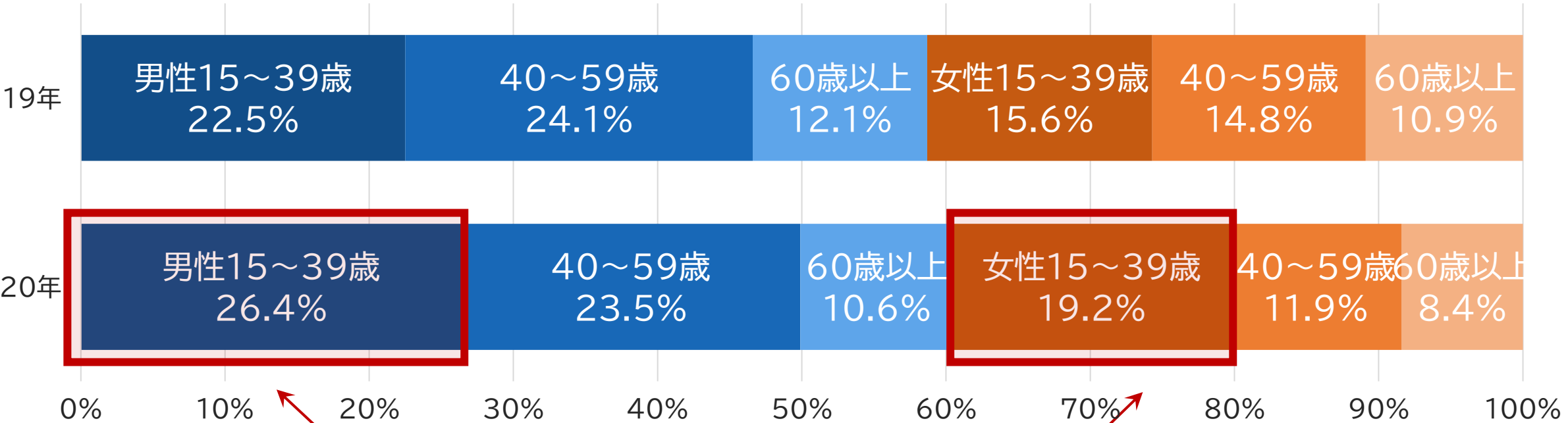


県内居住者の比率UP
→近場旅行、
マイクロツーリズム



宿泊旅行者の特徴（性年代別・7～11月）

性・年代別構成比



男女とも
若年層の比率が増加



福岡に対するイメージ

「福岡×旅行」とセットで話題のキーワード

上位30キーワード

その他主要ワード

順位	キーワード	件数	順位	キーワード	件数	順位	キーワード	件数
1	福岡	16,609	16	予定	1,539	32	鹿児島	977
2	旅行	11,181	17	予約	1,472	33	佐賀	976
3	ホテル	9,120	18	客	1,471	35	ツアー	944
4	博多	6,708	19	新幹線	1,404	39	ライブ	867
5	旅	6,439	20	韓国	1,403	40	ラーメン	833
6	観光	6,412	21	人	1,397	50	GOTO	697
7	月	3,608	22	飛行機	1,389	51	別府	695
8	宿泊	3,437	23	熊本	1,319	63	宮崎	618
9	九州	2,724	24	日本	1,312	65	修学旅行	585
10	東京	2,580	25	旅館	1,205	76	グルメ	504
11	大阪	2,173	26	大分	1,152	100	鍋	403
12	温泉	2,014	27	京都	1,131			
13	宿	1,929	28	空港	1,119			
14	長崎	1,802	29	移動	1,100			
15	バス	1,584	30	天神	1,026			

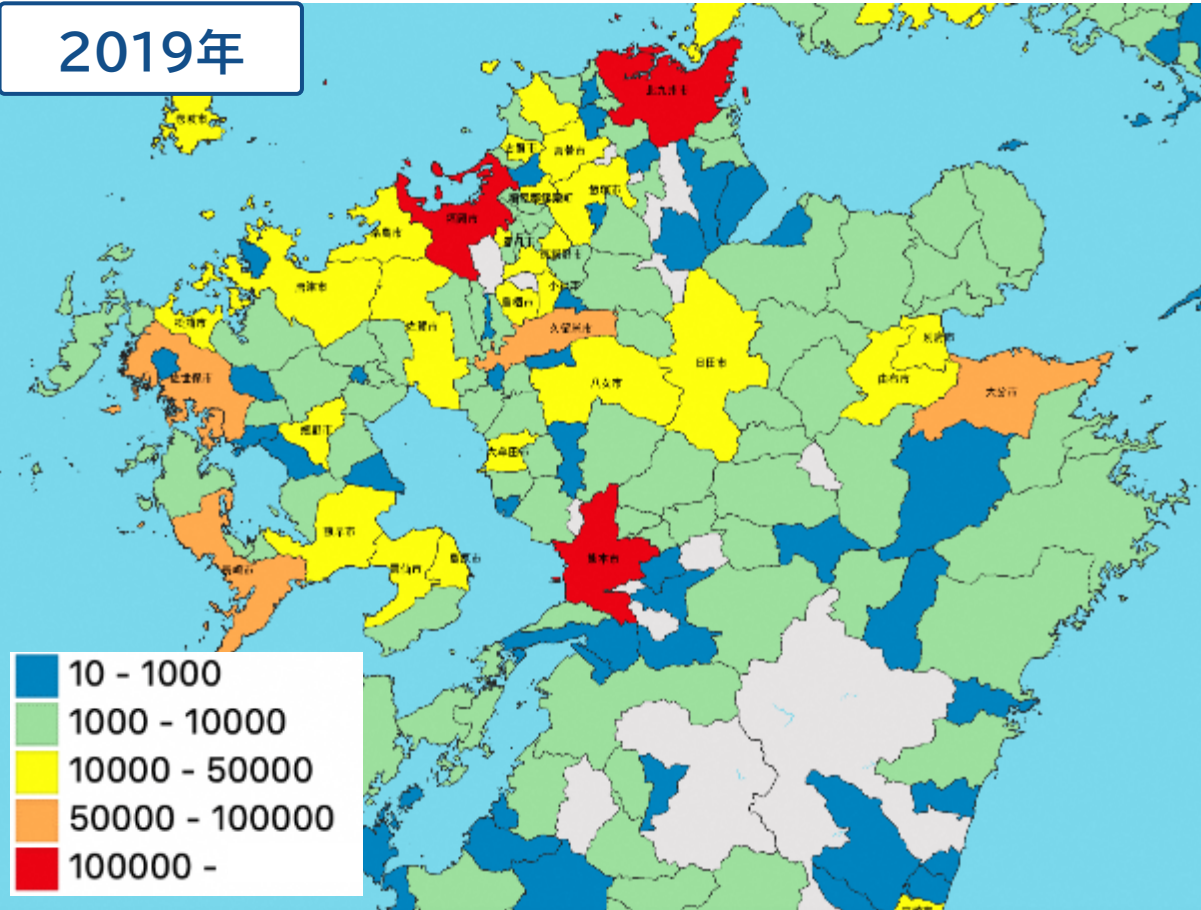
主なイメージ…

- ・九州旅行・温泉
- ・食(鍋・ラーメン)
- ・ライブ・ツアー

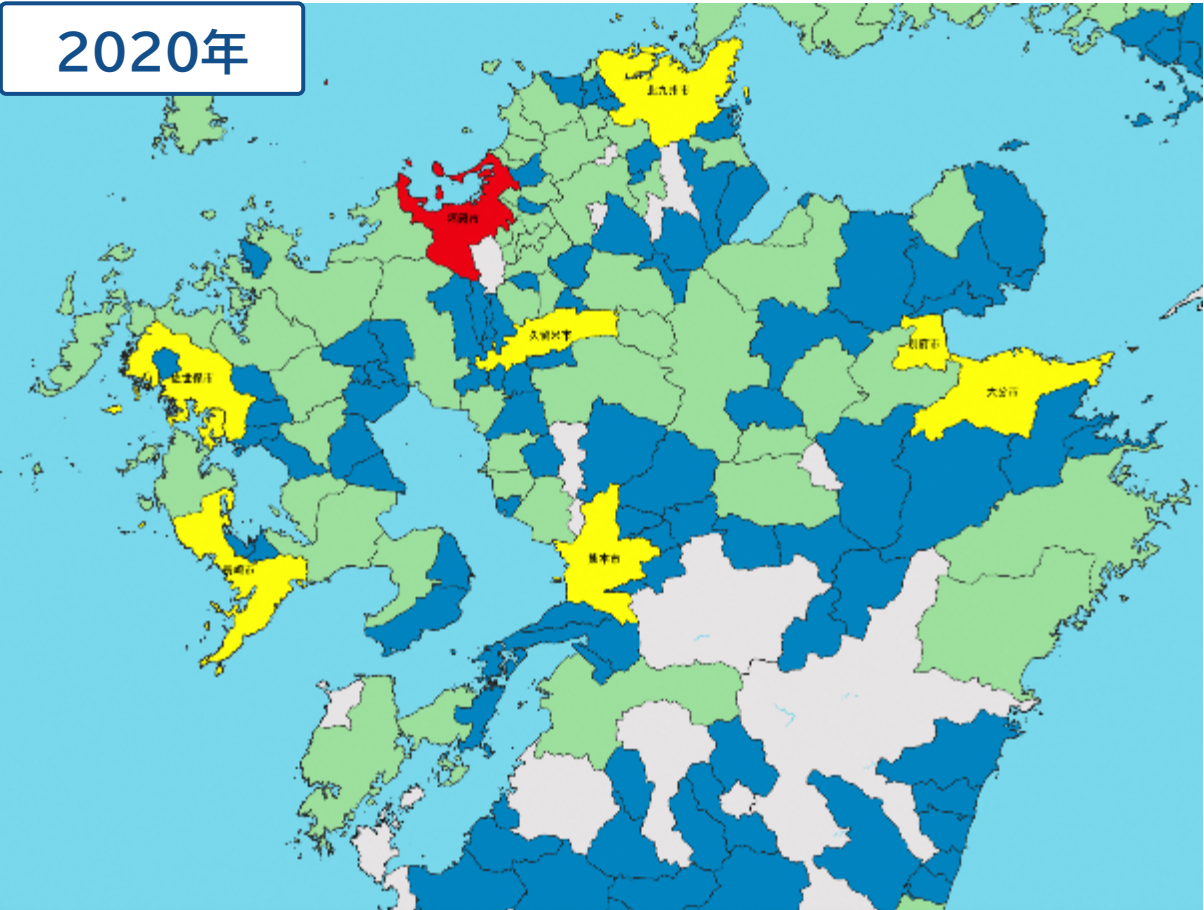


九州旅行 – 福岡市宿泊者・福岡以外の宿泊地の分布（7～11月）

2019年



2020年



福岡をゲートウェイとして北部九州エリアを周遊する旅行形態が人気
→コロナ禍においても(人数は減少したものの)同様の傾向は続いている

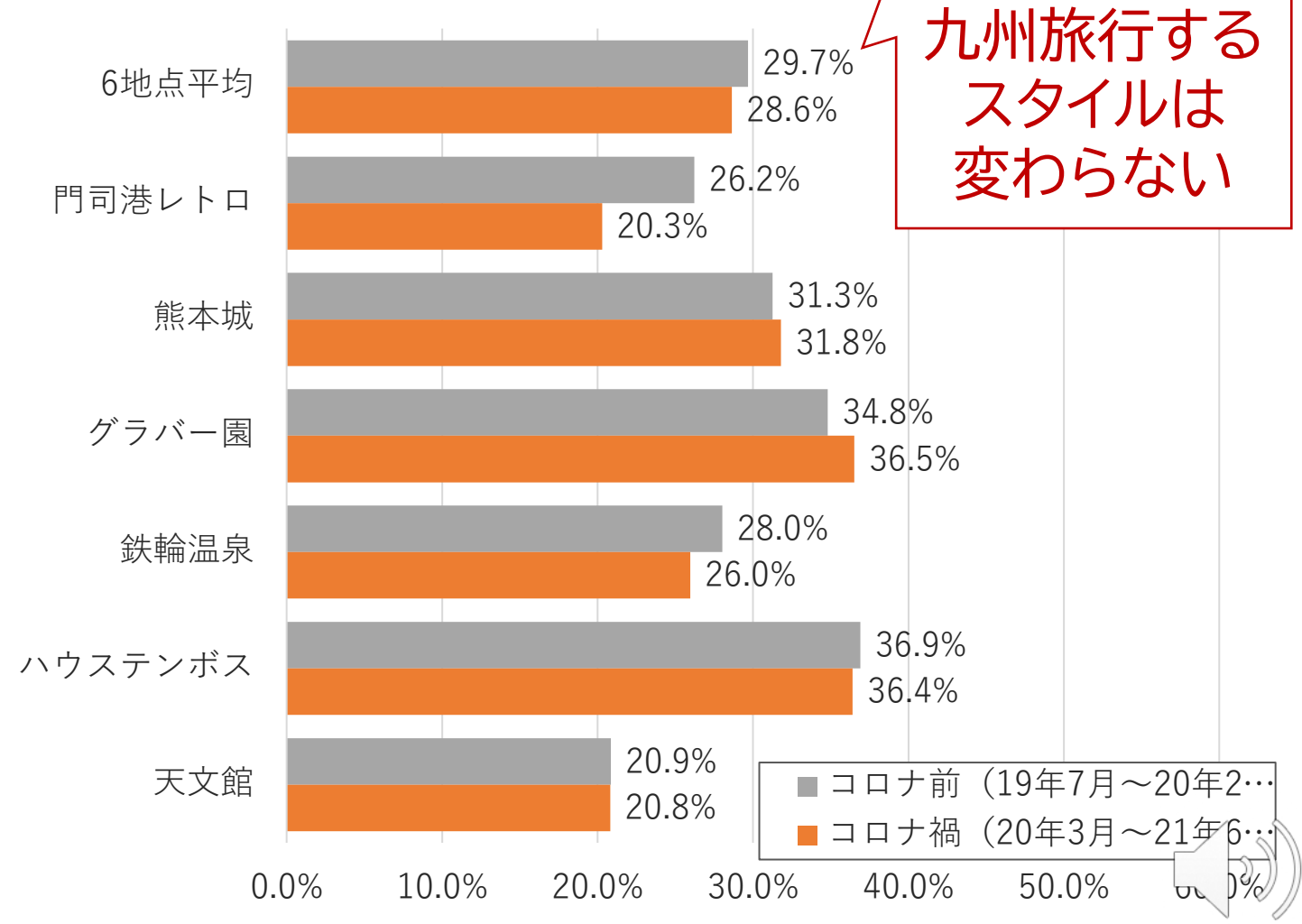


九州旅行 – 九州内観光スポットとの併用状況（1）

九州内観光スポットとの併用者率

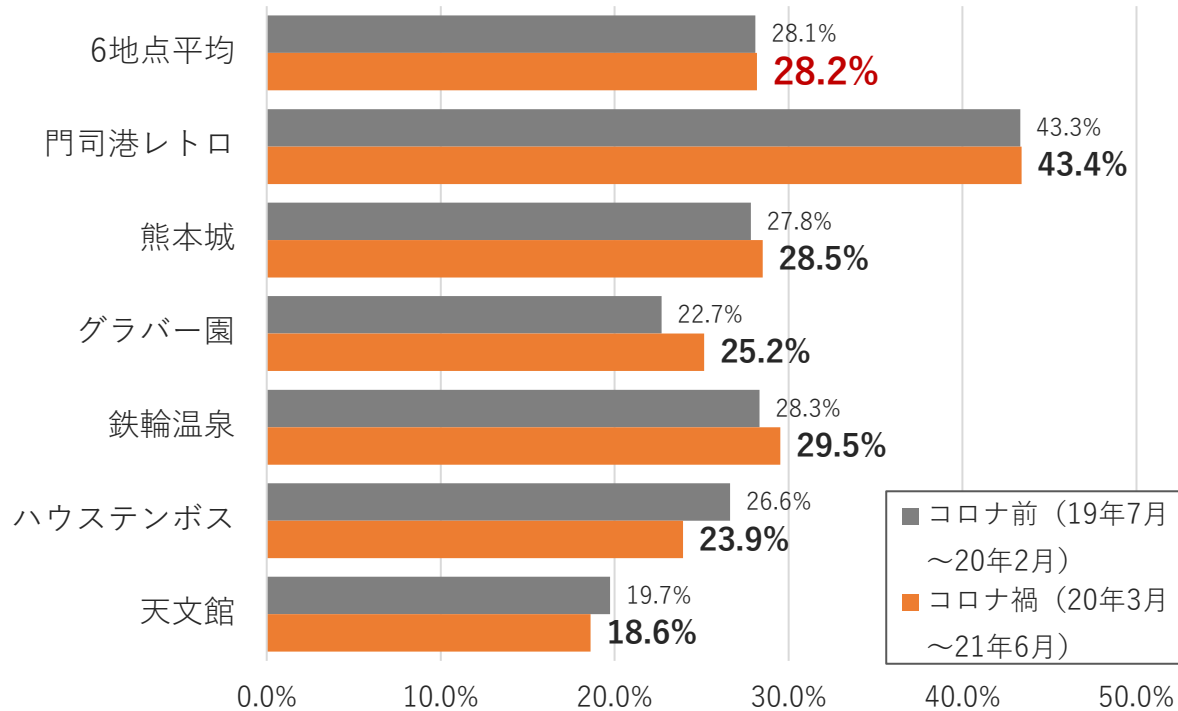
	コロナ前	コロナ禍
北海道	38.0%	32.9%
東北	27.0%	25.2%
北関東甲信	25.0%	23.2%
南関東	28.1%	28.2%
北陸	37.9%	38.2%
東海	35.7%	34.0%
近畿	34.6%	37.5%
中国	33.4%	27.5%
四国	30.7%	27.0%
福岡県	57.7%	53.0%
九州(福岡以外)	20.4%	11.4%
沖縄	46.3%	49.3%
全体合計	27.0%	19.9%
九州外合計	29.7%	28.6%

九州外全体

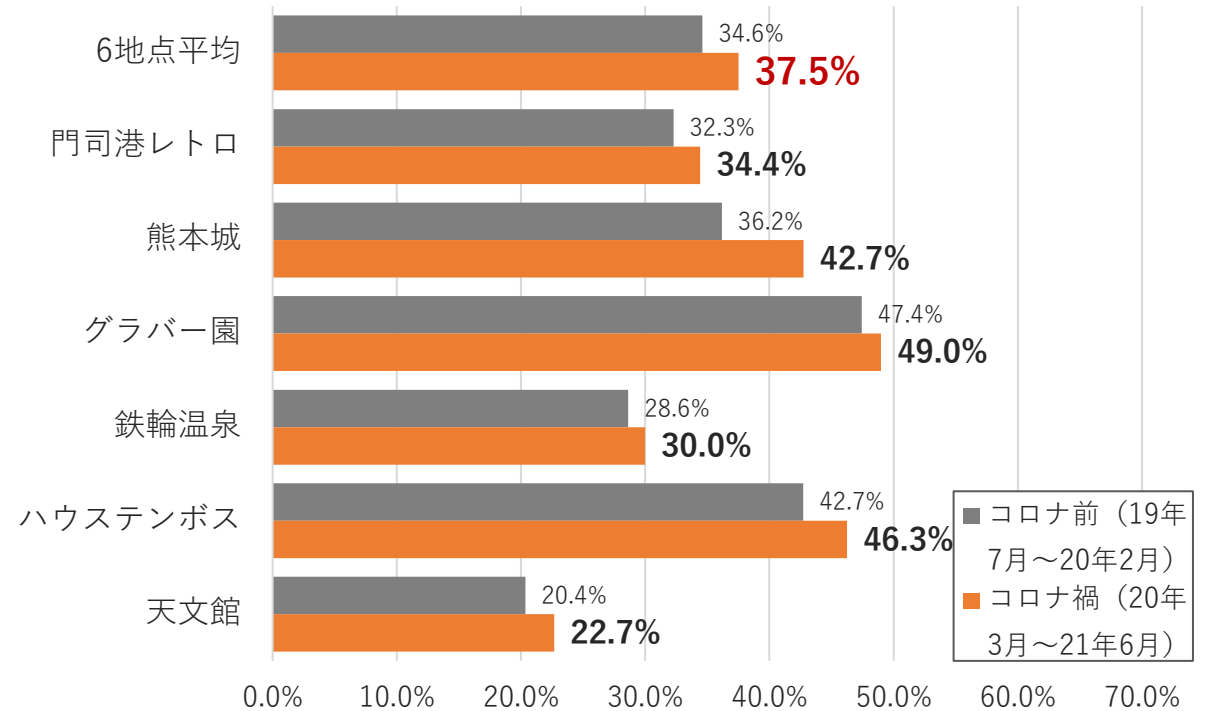


九州旅行 – 九州内観光スポットとの併用状況（2）

首都圏



近畿



- 九州外(首都圏、近畿エリア)からの来訪者→他地域とセットで訪問している人の割合は減少していない／増加している



旅行者のニーズ – じゃらん宿泊旅行調査

20年度 順位	福岡・宿泊旅行の目的	19年度	20年度	(参考)全国・20年度
1	地元の美味しいものを食べる	47.5%	46.8%	41.6%
2	宿でのんびり過ごす	18.5%	32.8%	46.8%
3	まちあるき、都市散策	25.6%	24.3%	17.9%
4	買い物・アウトレット	24.3%	22.9%	12.8%
5	名所旧跡の観光	20.8%	18.3%	24.5%
6	温泉や露天風呂	10.0%	16.9%	42.4%
7	友人・親戚を訪ねる	17.3%	16.6%	8.8%
8	ドライブ・ツーリング	4.0%	6.9%	7.1%
9	テーマパーク	6.3%	6.6%	10.3%
10	スポーツ観戦や芸術鑑賞	15.4%	5.6%	3.0%
11	お祭りやイベントへの参加・見物	9.5%	5.0%	2.8%
12	花見や紅葉などの自然鑑賞	3.5%	3.1%	10.0%
13	アウトドア	1.5%	3.1%	6.2%
14	各種体験	0.5%	0.8%	1.6%
15	スキー、スノボ、マリンスポーツ	0.3%	0.2%	2.3%
16	その他スポーツ	0.7%	0.1%	1.4%
	その他	5.7%	5.3%	4.1%

・グルメ→コロナ禍でも衰えない人気
 ・アウトドア→コロナ禍で人気上昇
 ・スポーツ・芸術鑑賞
 →人気は下がるも、他地域より人気



外食・居酒屋を避けたい

今のところ福岡(主に長谷部と日本号)旅行は11月の予定
料金的に中旬が良さそうなのよね☺
問題は現地での食事…**外食はちょっと避けたいな～
なるべくホテルの部屋で食べたい**
(<https://twitter.com/424kji/status/1313861425278775296>)

静岡県

20/10/8

Neutral

居酒屋とか避けて行動しますがご当地グルメは食べたい、ということで、夜は博多ラーメンを頂きました
どちらかといえばあっさりな方だと思います
夜の散歩もできませんので大人しくホテルで過ごします
(<https://4straight.blog.ss-blog.jp/2020-12-06>) 一部編集

大阪府

20/12/6

Neutral



ワーケーション・リモートワークでグルメ旅

ワーケーションというほどバケーションに重点を置くんじゃなくて、単純に福岡の街中のホテルで2週間位の在宅ワークをしたい
うどんや天ぷらとか観光だと時間が足りなくて寄るのを断念したような店で普通にメシを食う生活したいな
(<http://zetosoku.net/article/477266662.html>) 一部編集

居住地不詳

20/9/5

Positive

ちなみに今は福岡に来てるけど相変わらず飯がうまい、というのに安くてすごい、居心地も良すぎる
GoToトラベルのおかげでビジネスホテルが安く泊まれるから1週間くらいいたい☺リモートで仕事できて旅行好きな人はいま最高の時期だろうなあ
(https://twitter.com/gucci_123/status/1318402025642602496) 一部編集

居住地不詳

20/10/20

Positive



ホテルの朝食が満足につながる

ライブ当日の夕方に現地着→ライブ→終演後は飲食店閉店という状況だったので昨夜のディナーはビールとジンジャーエールの部屋飲みオンリー **今日も昼前に現地発のため観光もグルメもゼロでした☹** 感染対策としては万全です☺ **けどホテルの朝食が思いのほか良かったので満足☺** 福岡また行きたい!!
(https://twitter.com/kutsumi_mio33/status/1370621716402032642)

東京都

21/3/13

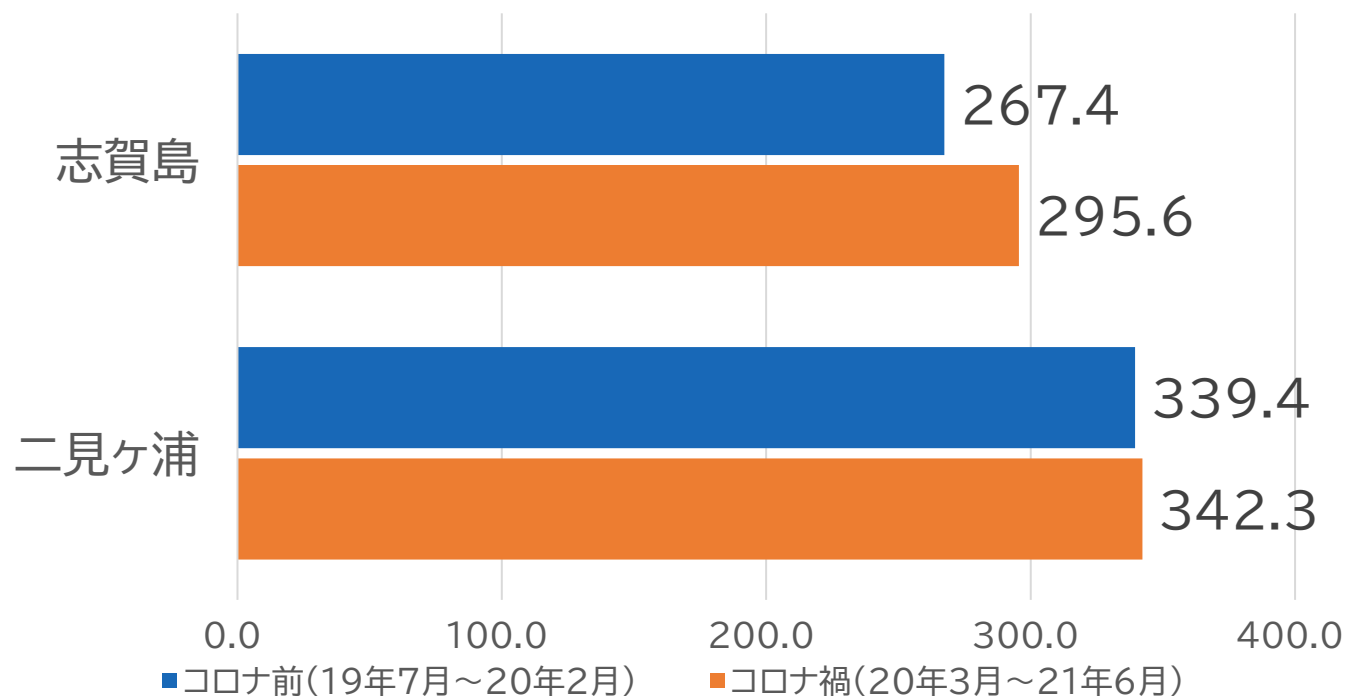
Positive

数は少ないものの、
コロナ禍での新しいニーズに関する声が投稿されている
(テイクアウト・朝食の充実など)
→今後の満足度の向上、
収益拡大につながるヒント





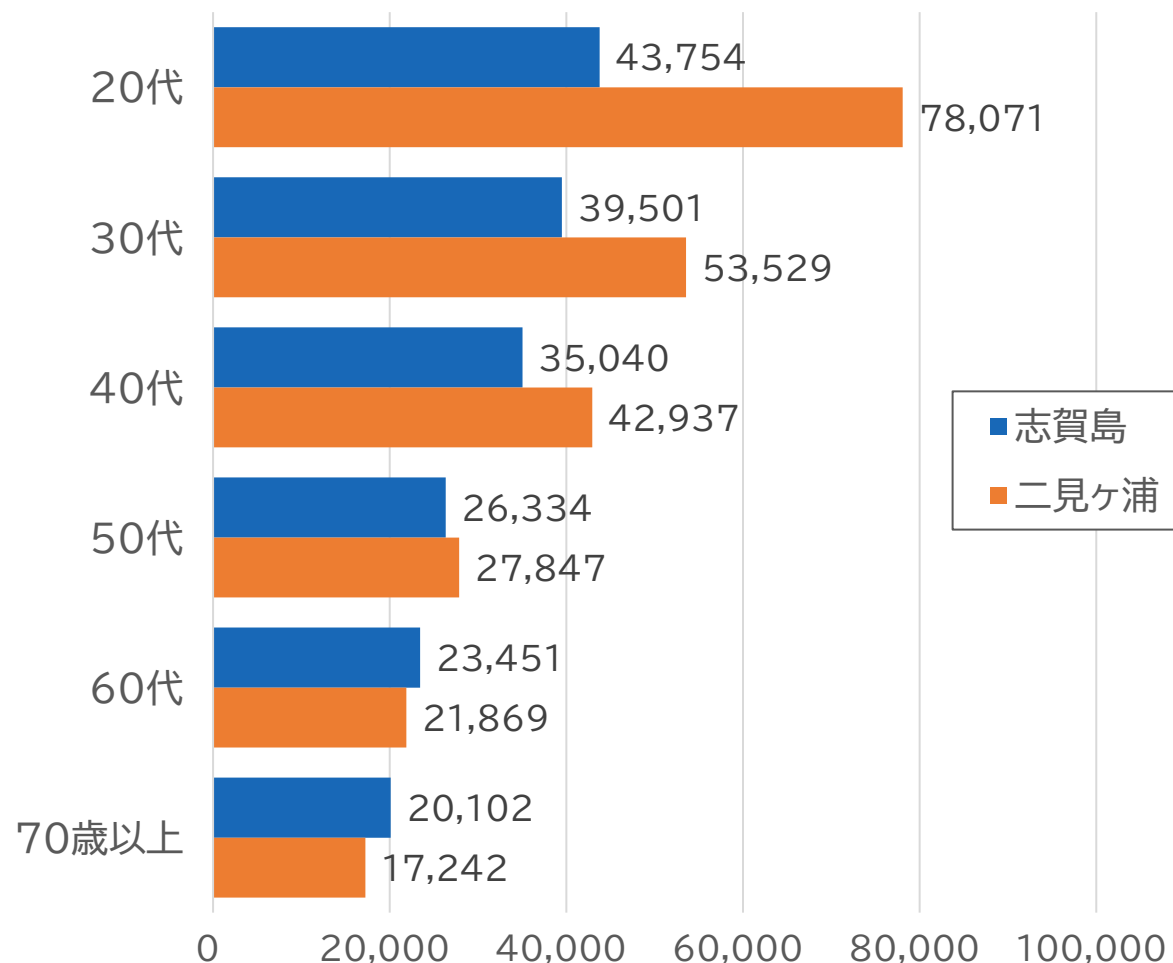
1日あたり来訪者数平均



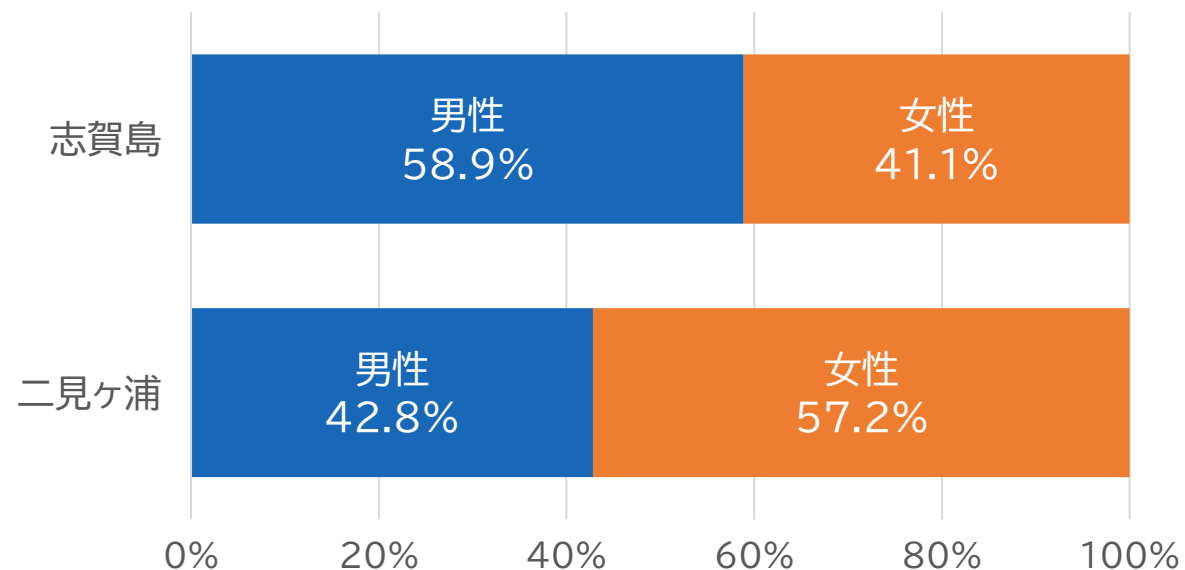
両スポットは
コロナ禍においても
来訪者が増加している



年代



性別



- どちらも若年層メイン
- 志賀島→男性
- 二見ヶ浦→女性 の来訪が多い



アウトドア・自然 – 旅行者の声

旅行者の声 – 志賀島

今日のランチはこちら☺!!何の情報もなく飛び込んだんですが、お刺身が分厚くて天婦羅もネタが大きくて大満足(*´ω`*) 志賀島でもたくさんのライダーさんにヤエーが出来て楽しかった☺(≧▽≦) また行きたい♪

(<https://twitter.com/Jiromaru2020/status/1317779283876532228>) 一部編集

長崎県

20/10/18

Positive



ゴールデンウィーク中になるのですが志賀島に行ってきました。志賀島はこれで5回目なのですが初めて聖地巡礼に行ってきました。ここの海鮮がとにかく美味しいのでまた機会があればお伺いさせていただきます。

(<https://twitter.com/MNltpW9pkmPy5Q5/status/1397423863714119682>) 一部編集

滋賀県

21/5/26

Positive



二見ヶ浦

初めて糸島の夫婦岩に行って沈む夕陽を拝んできました☺☺ 噂で聞いてたロンドンバスカフェも見れたし満足(´・`・´)♡中には入れなかったけど近くのカフェのテラス席で休憩☺☺☺ 天気も良かったし良い休日でした☺

(<https://twitter.com/aterinika.pm/status/1308036079337922562>)

居住地不詳

20/9/21

Positive



そして、この二見ヶ浦の観光名所夫婦岩と鳥居から遠くないところに撮影スポットがあります！この付近は女子に嬉しい映えスポットがいくつもありました。福岡って博多の街中以外にいろいろ見る場所あって楽しい。

(twitter.com/HeToldMe.OK/status/1377907539799547909)

東京都

21/4/2

Positive

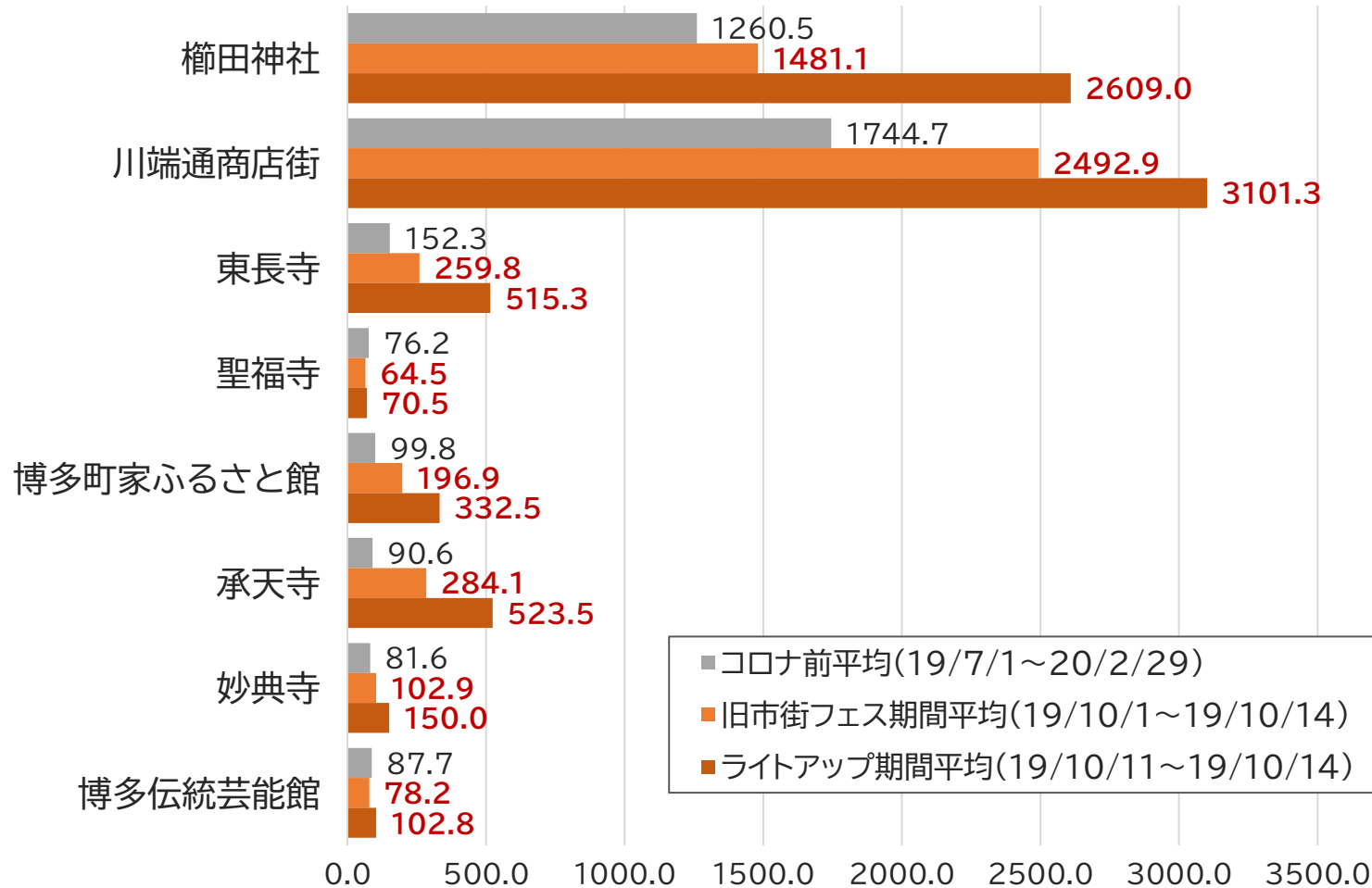
ツーリングや聖地巡礼で来訪、グルメ(海鮮)に高評価
→男性客向けの飲食メニュー充実で満足度向上

写真映えスポット＆カフェなどが女性客に好評
→カフェメニューの充実化や、景色が良いところに持っていけるテイクアウトの充実化などが売上増に効果的

その他福岡市の取り組み①- 歴史（博多旧市街・福岡城跡）



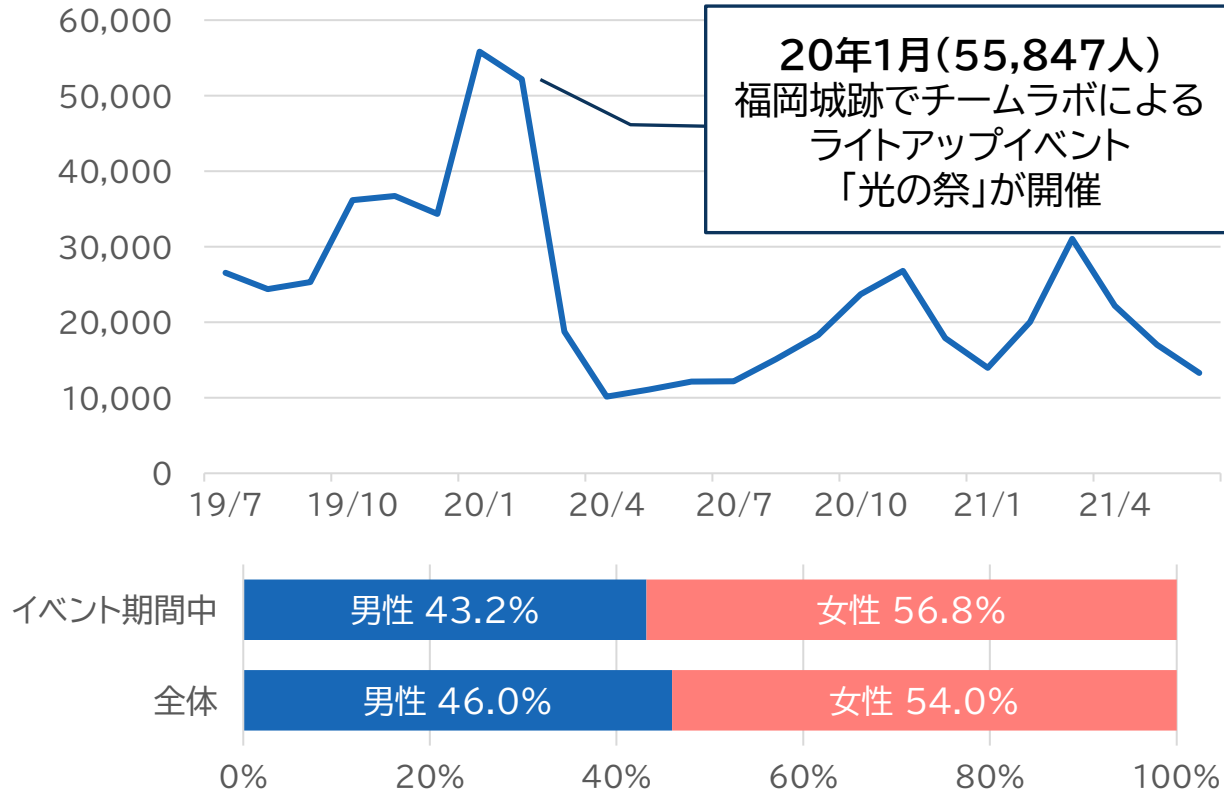
イベント開催時の来訪者数



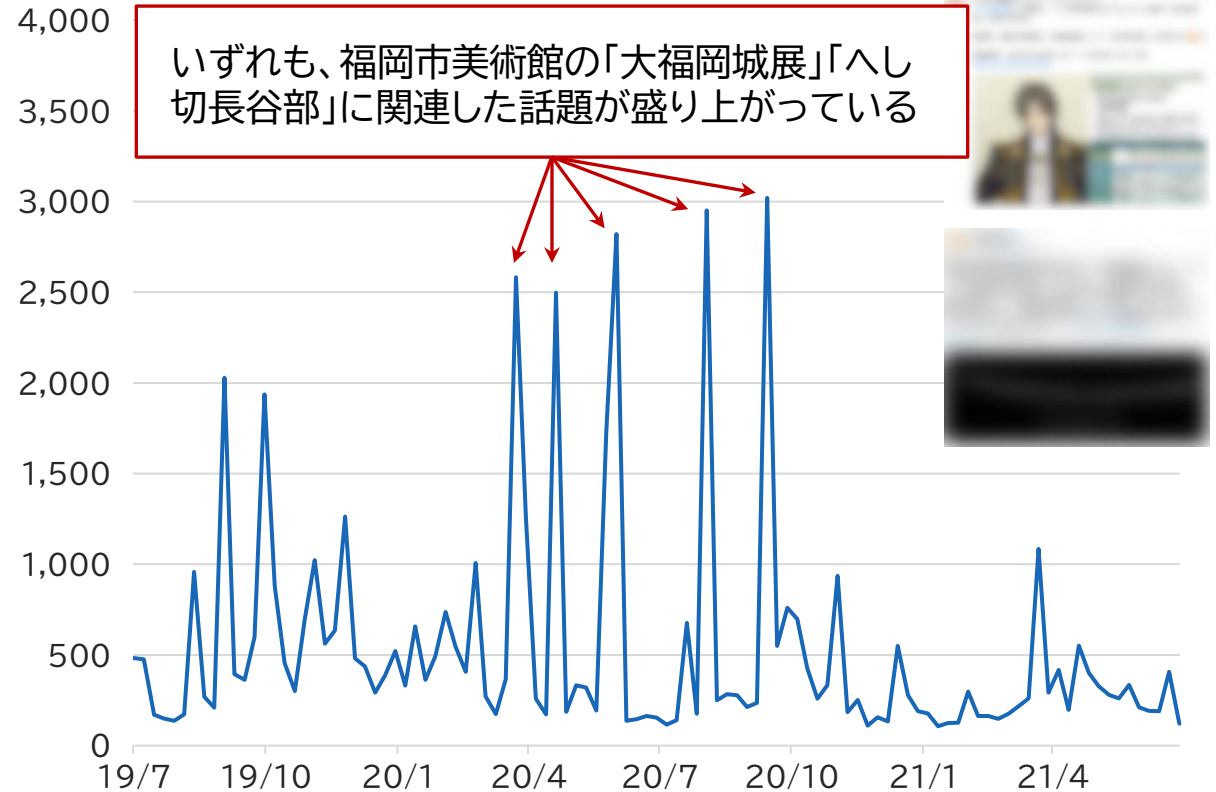
イベントの開催時には各施設で来訪増
→周辺施設(商店街)への来訪も増加
→イベントと連動したキャンペーン等を
展開することで来訪者の消費増が期待



福岡城跡 – 来訪者数の推移



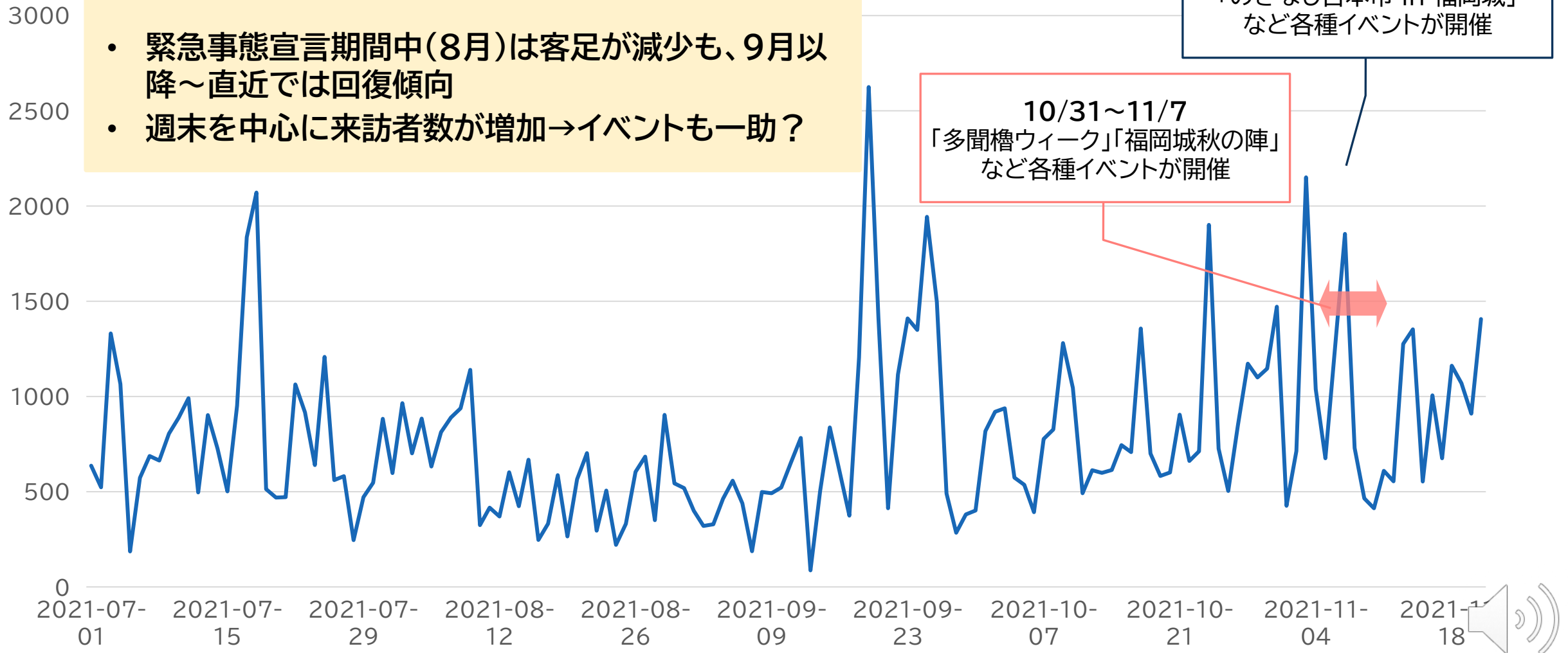
福岡城跡 – ソーシャルの話題量



- 来場者→普段から女性が多い、イベント(ライトアップ)時はさらに女性の比率が増加
 - ソーシャルメディアでも女性人気が高い(「刀剣乱舞」関連の話題が盛り上がる)
- 女性客をターゲットにした宿泊プランの造成&PR(特にイベント開催時)が利用者の取り込みに効果的



来訪者数の推移(21年7～11月・日別)



その他福岡市の取り組み②- MICE誘致

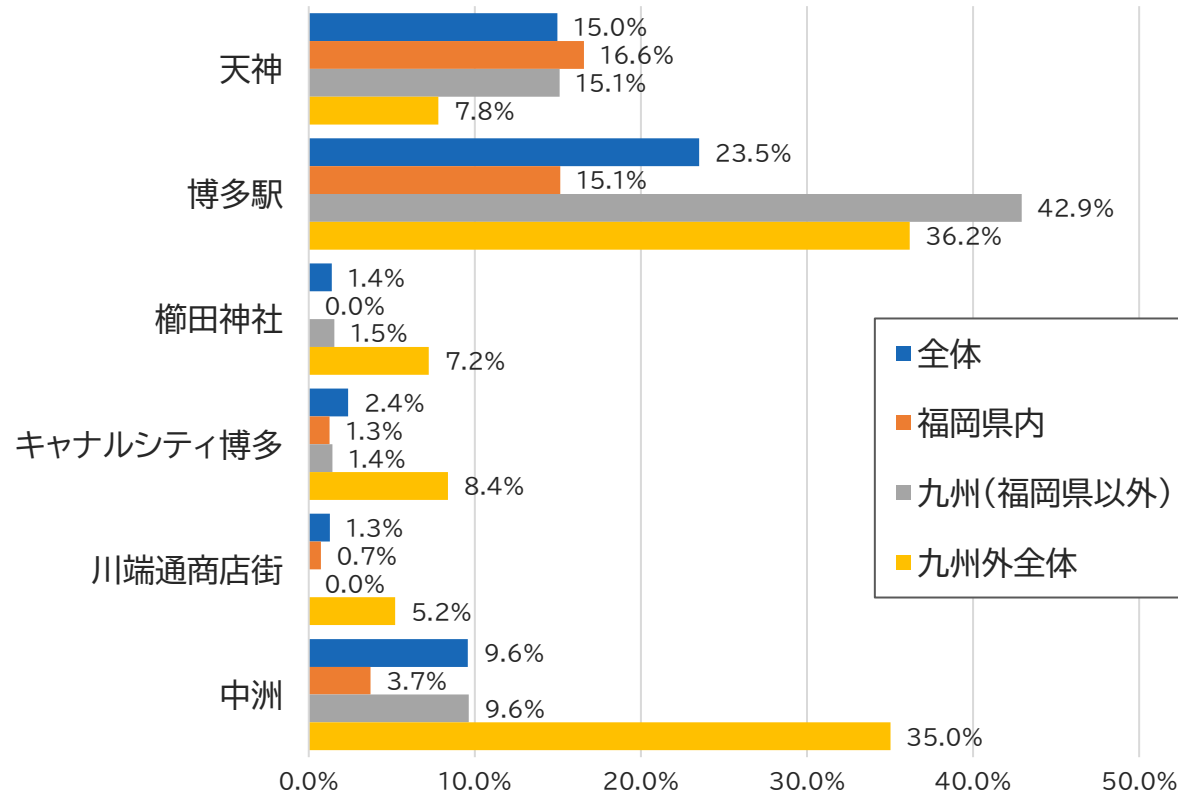


マリンメッセ福岡B館開業
(2021年春)

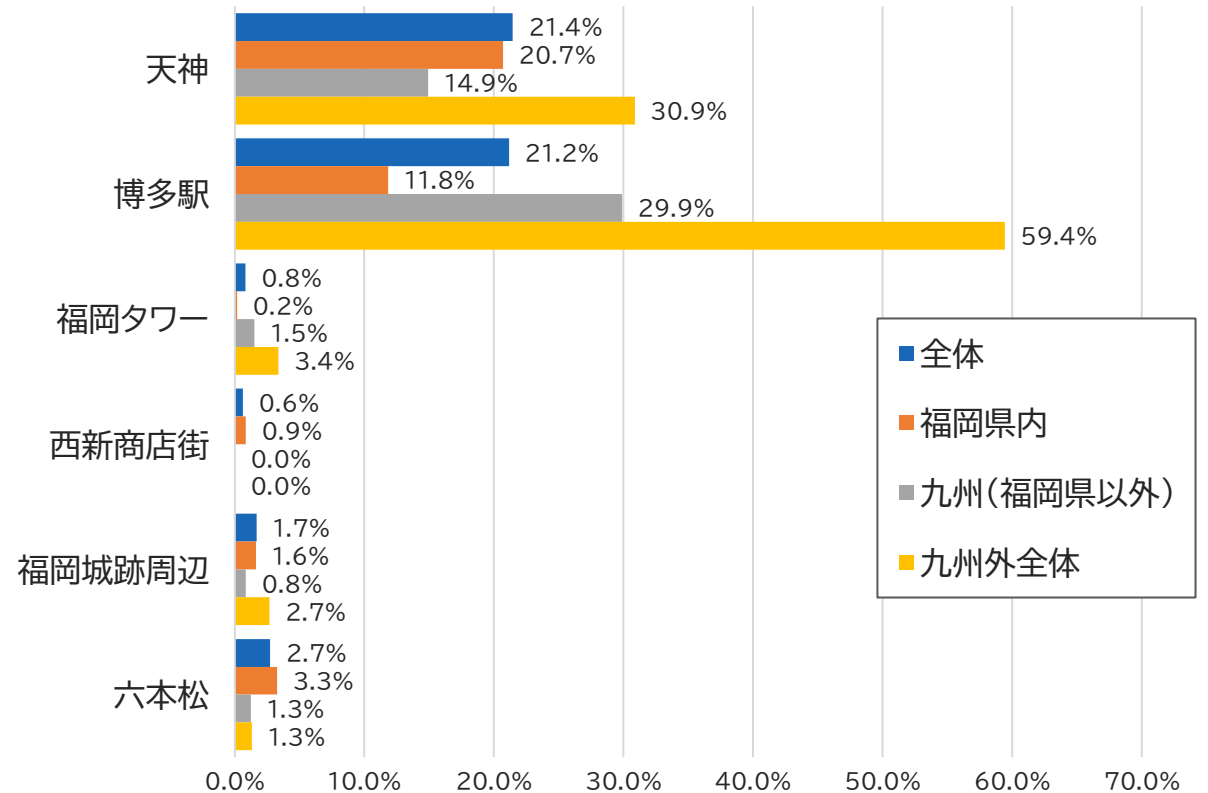


大型イベント（MICE）来訪者の回遊

来訪者回遊 – マリンメッセ福岡・商談会



PayPayドーム来訪者回遊(20年日シリ)



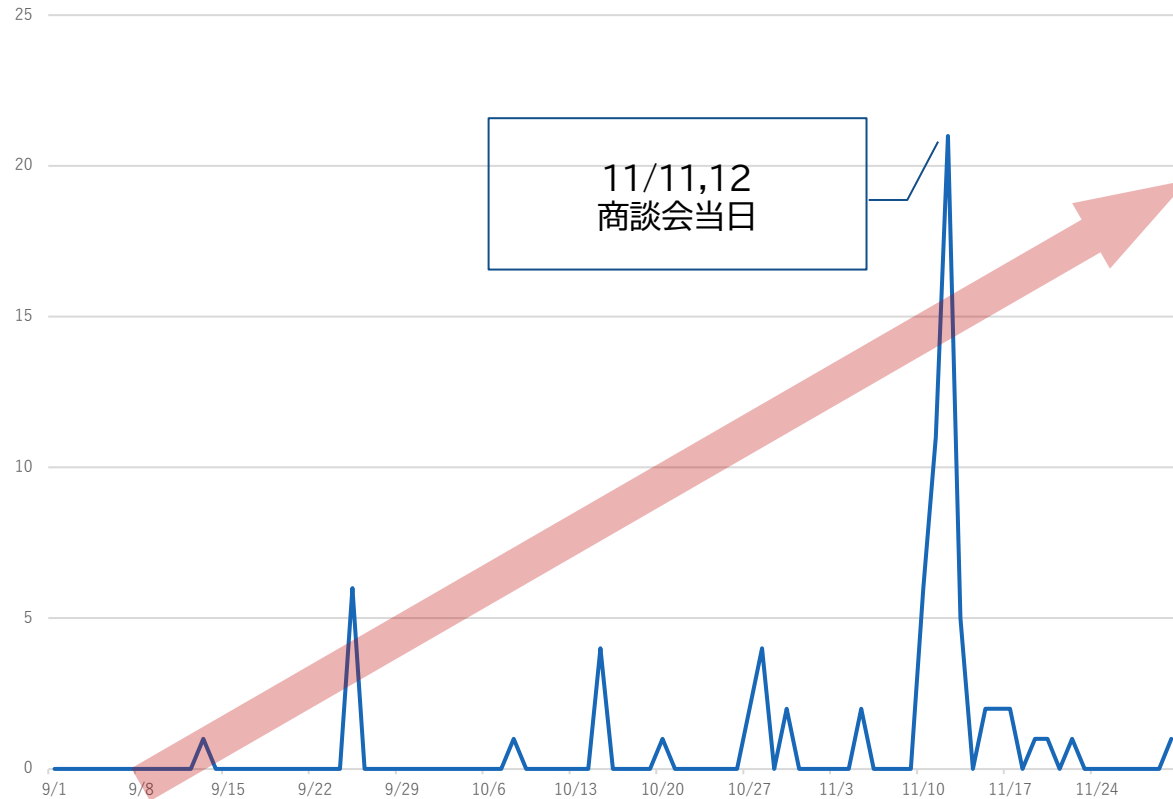
大型イベントによる来訪者の回遊は限定的

→天神や博多駅は訪問しているが、その他の近隣観光スポットはあまり巡られていない

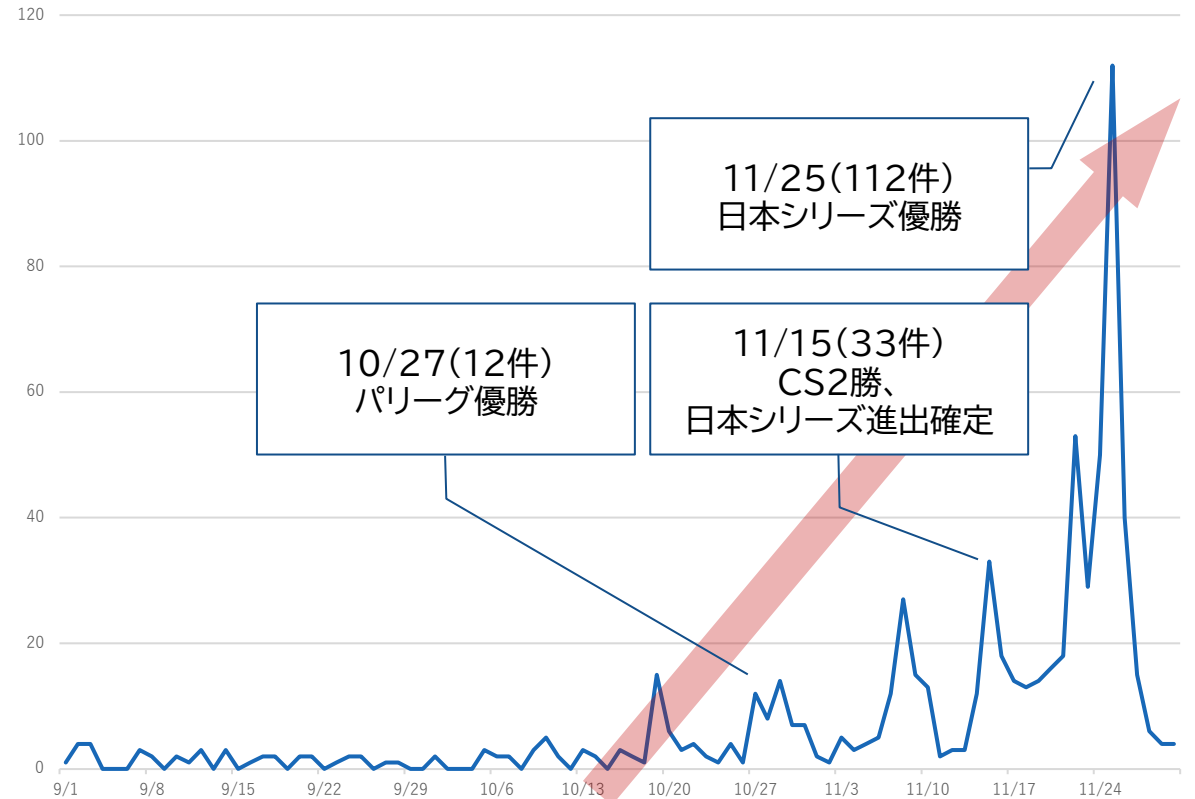


大型イベント（MICE）来訪者の回遊

話題量 – マリンメッセ福岡・商談会



話題量 – 「日本シリーズ」×「旅行・行く」

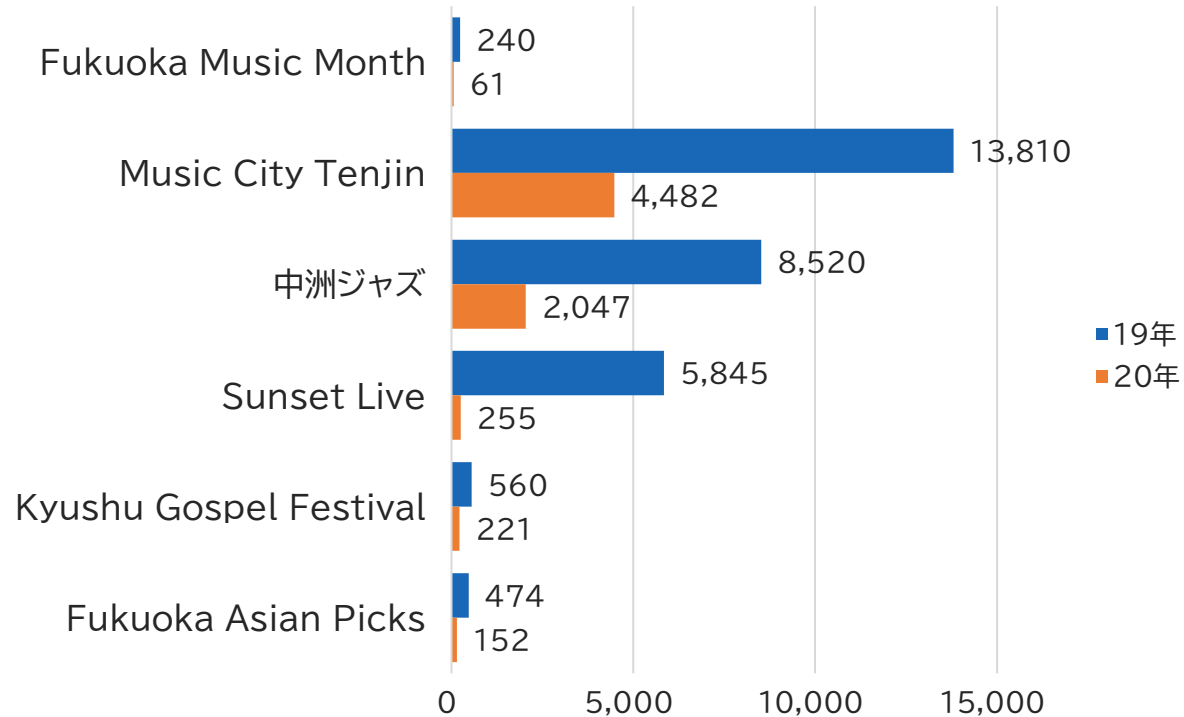


概ね1ヶ月ほど前から話題が盛り上がり始める→この時期から情報収集を開始している？
→イベントによる来訪者を狙った施策(セールや情報発信など)は1ヶ月ほど前から実施すると効果的

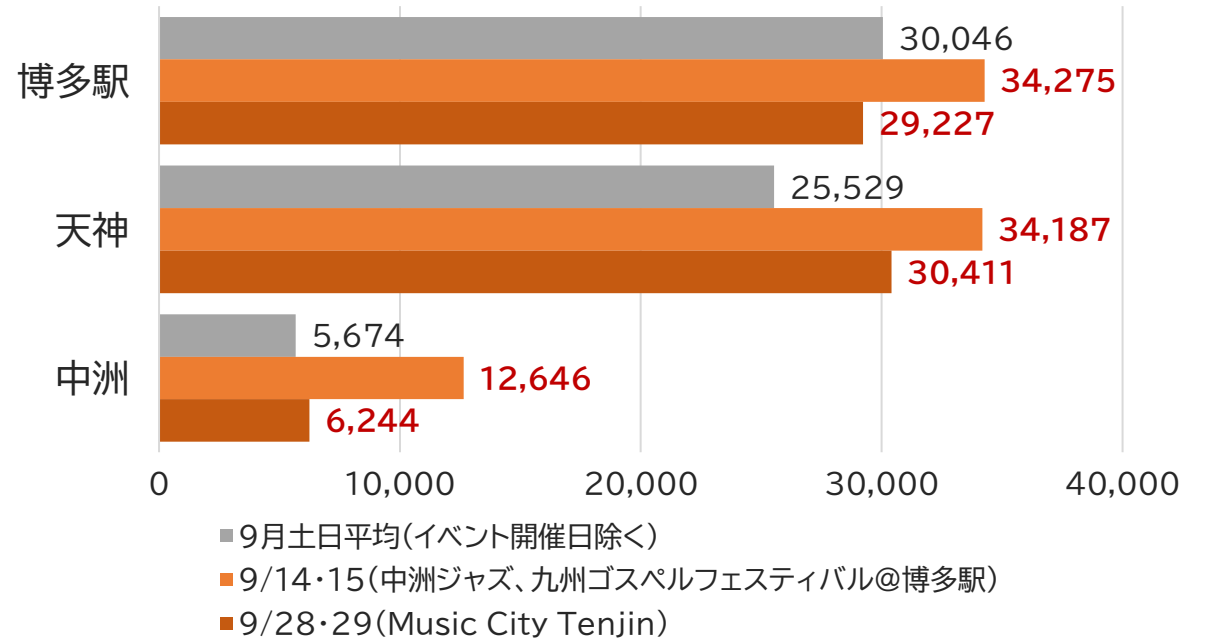


その他福岡市の取り組み - 文化芸術・イベントの開催（音楽）

イベントに関する話題量



イベント開催時の来訪者数(2019年)



Fukuoka Music Month
 9月の福岡は、毎週が「音楽の祭典」だ。

音楽イベント→ソーシャルメディアで多くの投稿
 (20年はオンライン開催も依然多数の投稿)→人気高
 →イベント開催時には各エリアで来訪者数も増加
 →イベントと連動したキャンペーン実施で集客増

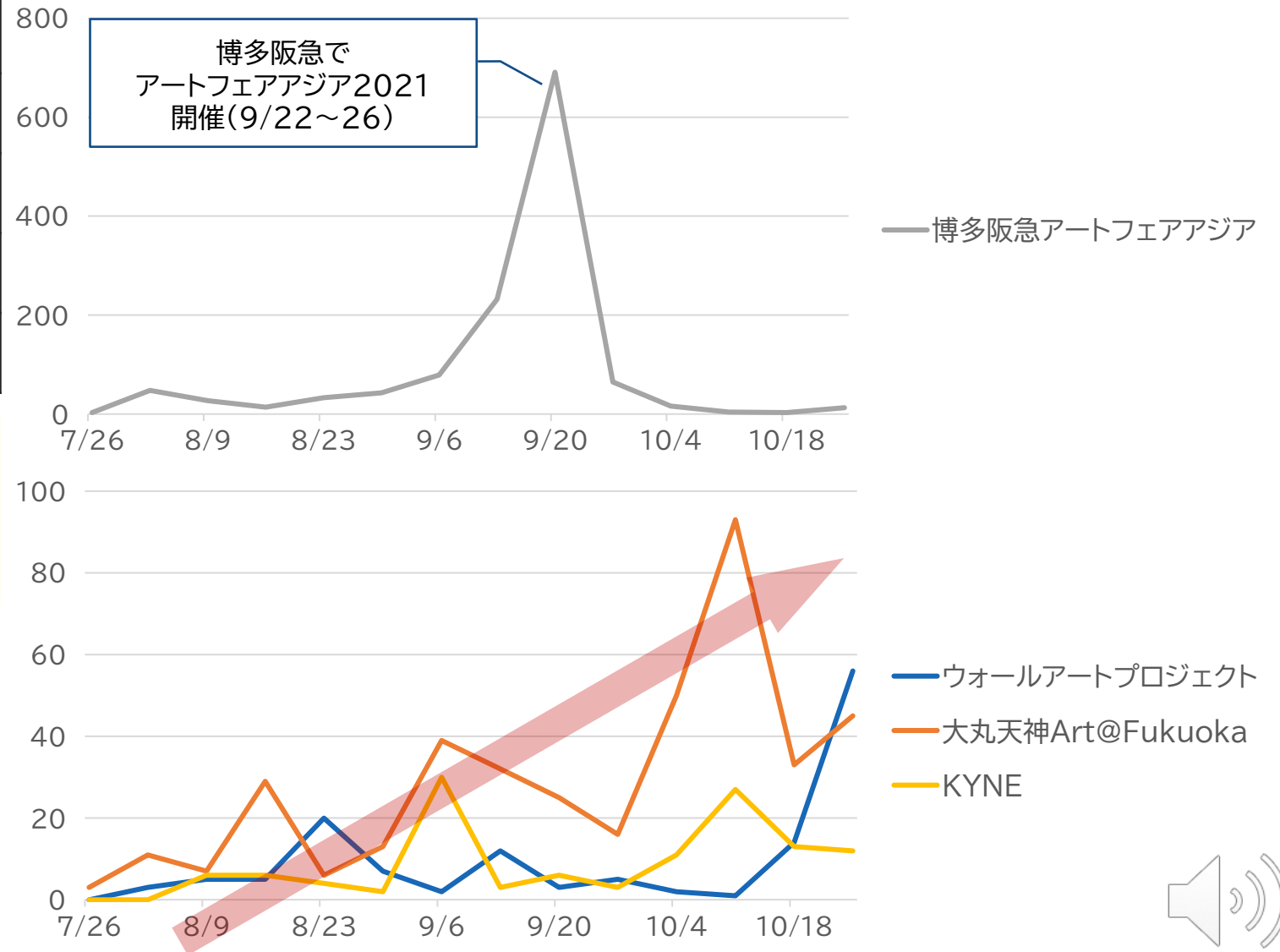


その他福岡市の取り組み - 文化芸術・イベントの開催（アート）

アート関連イベントの話題量（21年8～10月）

ウォールアートプロジェクト	135
大丸天神Art@Fukuoka	402
博多阪急アートフェアアジア	1,271
KYNE	123

アート(絵画)もイベント等で話題が増加



来訪者は減少するもイメージ・都市の魅力は大きく変わっていない
(福岡市に来る理由→ ①(北部)九州旅行の拠点 ②グルメ ③ツアー・ライブ)

コロナ禍において高まったニーズを取り入れることで新しい需要の獲得につなげる
→グルメ(テイクアウトなど新しいグルメの楽しみ方)、
自然観光(若年層、志賀島…男性／二見ヶ浦…女性客向けの対応)など

観光振興に取り組んでいる領域(歴史・アートなど)→イベント等で来訪が増加
→イベントに連動したキャンペーンを展開することで集客増が期待される
→イベント情報の収集も重要(市の公式観光サイト「よかなび」の活用など)



ビジネスにつながる、今後取り組むべきこと

株式会社リクルート

じゃらんリサーチセンターエリアプロデューサー

前田 将汰

取り組むべきこと一覧

- ① 継続したコロナウィルス感染症対策
- ② キャッシュレスへの対応
- ③ 混雑対策
- ④ 直前に開催が決まるイベントへの対応
- ⑤ 宿泊商品の高付加価値化
- ⑥ デジタルを活用した情報発信（SNS）
- ⑦ デジタルを活用した情報発信（Google マイビジネス）

①継続したコロナウィルス感染症対策

宿泊

飲食

観光関連

68

- 従来の対応に加え、個室での食事やチェックイン・チェックアウト時の混雑対策等
他の宿泊者と接する機会を減らすことのニーズが増加。

対応例) 部屋食/チェックイン時に朝食会場の混雑情報提供/大浴場の利用人数の見える化

宿泊施設		2021年9月 (第9回調査) (%)	2021年7月 (第8回調査) (%)	両者の差 (pt)
1	従業員がマスク・消毒を徹底して行っている	62.4	61.5	0.9
2	個室での食事	47.8	43.2	4.6
3	部屋の備品(TVのリモコンや充電器など)までチェックイン前に、消毒がされている	46.7	44.7	2.0
4	従業員に検温を行っている	45.2	44.1	1.1
5	従業員の安全対策が、施設内・HPに掲載され、徹底している	43.9	43.1	0.7
6	各部屋やスペースごとに消毒用アルコールがある	43.8	43.7	0.1
7	一日に数回換気を行っている	41.0	40.1	0.9
8	下駄や館内スリッパ等、共用物の消毒が徹底されている	38.6	37.5	1.1
9	チェックイン、チェックアウト時に混雑しないよう対策を取っている	38.3	34.8	3.5
10	入館・入場時に顧客に検温を行っている	38.1	38.3	-0.3

②キャッシュレス決済への対応

宿泊

飲食

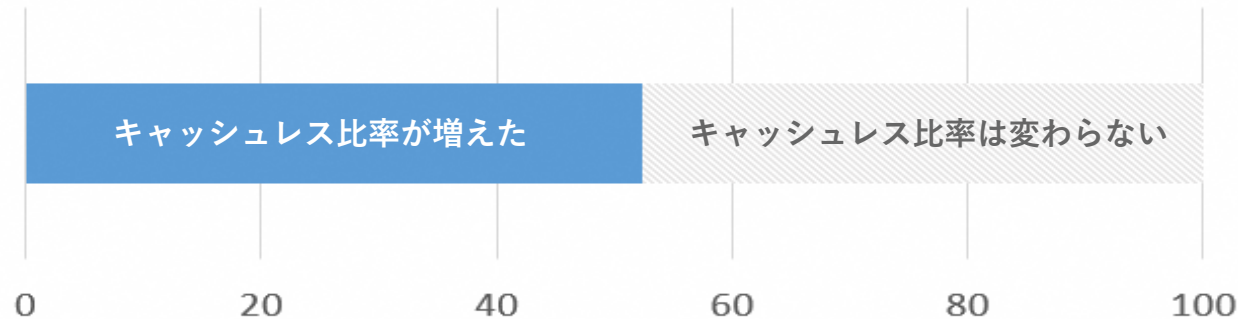
観光関連

69

- 緊急事態宣言発令後、**キャッシュレス決済の利用比率**、**今後の利用意向**ともに増加傾向。

決済に関するアンケート

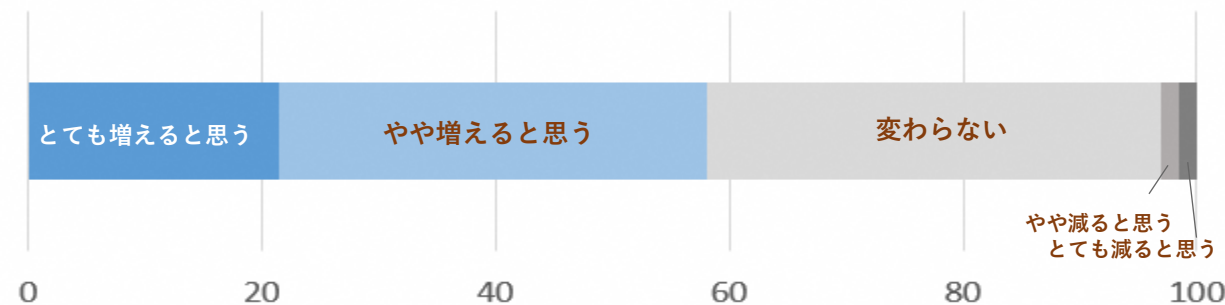
Q.緊急事態宣言発令後、お支払いや買い物に占めるキャッシュレス決済の比率は増えましたか？



＼比率が増えた／

48%

Q.今後、非接触決済を使う回数が増えると思いますか？



＼増えると思う／

58%

出所) 株式会社電通調べ 2020年12月 N=500

<https://www.dentsu.co.jp/news/release/2021/0129-010324.html>

- 各種宿泊キャンペーン等の影響により休日、**特定時間の混雑**が予想される。
対応例) 予約受付時間の設定/待ち受けシステムのオンライン化

日付	集合時間	体験時間
11/20(土)	08:30	09:00 ~ 11:00
	09:30	10:00 ~ 12:00
	10:30	11:00 ~ 13:00
	11:30	12:00 ~ 14:00
	12:30	13:00 ~ 15:00
	13:30	14:00 ~ 16:00
	14:30	15:00 ~ 17:00
	15:30	16:00 ~ 18:00
	16:30	17:00 ~ 19:00
	17:30	18:00 ~ 20:00



④直近に開催が決まるイベントへの対応

宿泊

飲食

観光関連

71

- 例年、多くのイベントは6カ月前に開催が決まるが、**今年は約半数のイベントが2カ月前に決定。**
対応例) 需要に合わせた価格調整/人員、仕入れの補強

8月30日時点：計16イベント

	ドーム	マリニョッセ	その他会場
1 水		横山雅治 ※A館	有線音楽
2 木			
3 金			日本104関連 急学舎 (北九州) CHEMISTRY
4 土		矢沢永吉 ※B館	ライブ！ スーパースターズ
5 日			福岡国際マラソン ※今年最後の日
6 月			
7 火			
8 水			
9 木			
10 金			高血圧関連 急学舎 (久留米)
11 土		SEKAI NO OWARI ※A館	第1回大会
12 日			
13 月			
14 火			
15 水			
16 木			
17 金	AAA DOME TOUR	SnowMan ※A館	Little One Monster
18 土			
19 日			
20 月			
21 火			
22 水			
23 木			
24 金			清水ミチコ
25 土		①DREAMS COME TRUE ※A館 ②サカナクション ※B館	
26 日			
27 月			
28 火			ASKA
29 水			
30 木			
31 金			

10月27日時点：計31イベント

	ドーム	マリニョッセ	マリニョッセ	その他会場
1 水		横山雅治 ※A館		有線音楽
2 木				
3 金				日本104関連 急学舎 (北九州) CHEMISTRY 第1回大会 最終決戦
4 土		矢沢永吉 ※B館	ESSEH ※A館	ライブ！ スーパースターズ
5 日				福岡国際マラソン ※今年最後の日
6 月				ベリーグッドマン
7 火				
8 水		関ジャニ∞ ※A館		上原ひらみ
9 木				
10 金				高血圧関連 急学舎 (久留米) SPYAIR
11 土		SEKAI NO OWARI ※A館		ライブ！急学舎 最終決戦
12 日			ちびっ子2022 ※B館	第1回大会
13 月				
14 火				
15 水				
16 木				
17 金	AAA DOME TOUR	SnowMan ※A館		Little One Monster
18 土				HECTAS ※おしゃべり会
19 日				
20 月				
21 火				
22 水				
23 木				
24 金				清水ミチコ
25 土	三代目 J SOUL BROTHERS	①DREAMS COME TRUE ※A館 ②サカナクション ※B館		蒼井翔太
26 日				ドラゴンゲート プロレス
27 月				TORDER
28 火				ASKA ※公演後
29 水				
30 木		UVERworld ※A館		
31 金				

※公開情報をもとに整理

⑤ 宿泊商品の高付加価値化

宿泊

飲食

観光関連

72

- 各種キャンペーンによる、**旅行単価が上昇**（昨年GoToトラベル時は約11900円UP）
対応例）2食付きプランの造成/近隣の飲食・観光事業者と提携したプラン造成

宿泊×体験連携チェックシート

確認項目	詳細	(参考) おすすめの調整内容
体験在庫管理	在庫提供日程・時間	体験事業者様が宿泊事業者様へ必ず在庫提供が出来る日程、時間
	体験日時	宿泊者が体験を行う日程の制限
	受付可能人数	最低受付人数、最大受付人数
	悪天候時の対応	雨天等、体験が実施出来ない際の対応
	受付可能期限	体験日時の何日前まで受付が可能か
	キャンセル規定	宿泊事業者様→体験事業者様に連絡を行った後にキャンセルが入った際の規定をどうするか。
	予約時の連絡手段	予約が入った際の宿泊事業者様→体験事業者様への連絡手段
料金・精算	卸値	体験事業者様→宿泊事業者様への卸値はいくらか
	こども料金	小学生・小学生未満の料金はどのように設定するか
	精算方法	体験事業者様→宿泊事業者様への精算方法をどうするか

【せとうち体験プラス】切子ちょうちん作り体験付プラン♪（朝食付）

ポイント2% オンラインカード決済可



日付未定 1部屋 大人2名

食事: ☐ 朝のみ ☒ 2食 ☐ 3食 部屋: ☒ ツイン ☐ 禁煙ルーム

チェックイン: 14:00～15:00 チェックアウト: ～11:00

予約受付期間: 2021年09月27日～2022年03月31日
※この期間のみご予約いただけるプランとなります。

キャンセル規定 ⓘ

空室をカレンダーで確認する

📅 昨日この宿を4人が予約しました

⑦デジタルを活用した情報発信（Googleマイビジネス）

宿泊

飲食

観光関連

74

- Googleマイビジネスの情報は**ビジネスオーナーが管理しなくても**、Googleが収集した情報・ユーザーの投稿情報を元に**自動的に作成し、マップに反映**。

※**実際と異なる情報が表出されている可能性がある**。

対応例) googleマイビジネスに登録し、店舗情報を登録・更新。



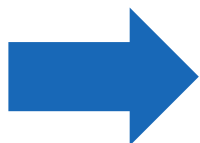
1. 名前（店舗名）
2. ビジネスカテゴリ
3. 住所
4. 営業時間
5. 健康、安全
6. 電話
7. メニュー
8. 予約
9. 注文
10. 商品
11. 質問と回答 等

諸連絡・次回のテーマ

セミナー視聴後アンケート&アーカイブ配信について

配信終了後にアンケート、アーカイブ視聴URLをご送付します。

※第1回目のアーカイブ配信は12月31日までです。



【11月30日】第1回
安全安心な国内観光の発展
ご視聴後アンケート

※第1回「安全安心な国内観光の発展」を視聴後、アンケートにご協力をお願いいたします。
※一部のコンテンツのみ視聴の都合上、アンケートに回答できない場合があります。

* 必須

1. 事業名 *

2. 氏名 *



視聴URL

※アンケートURLは配信終了時に配信画面にも表示されます

※セミナー資料やアーカイブは、福岡市のホームページでもお知らせします。

本日はありがとうございました。
次回もどうぞよろしくお願いいたします。



次回テーマ：インバウンド動向（世界水泳に向けて）
日 時：1月下旬予定（1月上旬お知らせ予定）