

**平成29年第1四半期
豊岡市の外国人宿泊者数の状況
～海外からの宿泊者が前年同期比約1.17倍～**

速報値

市内の各観光協会、および城崎温泉旅館協同組合に協力を得て外国人延べ宿泊者数を調査したので、その結果をお知らせする。

1 外国人延べ宿泊者数調査概要

(1) 調査期間

平成29年第1四半期（1月～3月）

(2) 調査方法

市内の宿泊施設を対象に、調査票提出により調査を実施

2 豊岡市全域の調査結果

(1) 外国人宿泊者数（豊岡市全体）

平成29年第1四半期の外国人宿泊者数は、12,356人で前年比約1.17倍となった。

《外国人延べ宿泊者数》

(単位:人泊)

地 域	平成29年 1～3月 (7)	平成28年		増減人数 (7-4)	前年同期比 (7/4)
		1～3月 (4)	年間		
豊 岡	583	699	2,125	△ 116	83.4 %
城 崎	11,230	9,323	40,345	1,907	120.5 %
竹 野	143	64	754	79	223.4 %
日 高	354	454	1,334	△ 100	78.0 %
出 石	0	0	0	0	—
但 東	46	2	90	44	2300.0 %
計	12,356	10,542	44,648	1,814	117.2 %

3 城崎地域の調査結果

(1) 国(地域)別の外国人延べ宿泊者数

ア 第1四半期の国別の外国人延べ宿泊者数は、中国が3,106人で最も多く、次いで台湾2,046人、香港1,807人であった。

イ 第1四半期の国(地域)別の前年比は、タイ(約2.63倍)、インドネシア(約2.04倍)、フランスが(約1.47倍)が高い伸び率となった。

《外国人延べ宿泊者数》

(単位:人泊)

順位	国(地域)	平成29年 1～3月 (7)	平成28年 1～3月 (1)	増減人数 (7-1)	前年同期比 (7/1)
1	中国	3,106	3,063	43	101.4%
2	台湾	2,046	1,563	483	130.9%
3	香港	1,807	1,327	480	136.2%
4	タイ	1,087	414	673	262.6%
5	韓国	589	539	50	109.3%
6	オーストラリア	446	411	35	108.5%
7	アメリカ	399	319	80	125.1%
8	シンガポール	265	262	3	101.1%
9	カナダ	194	154	40	126.0%
10	マレーシア	177	167	10	106.0%
11	イギリス	171	144	27	118.8%
12	フランス	154	105	49	146.7%
13	ドイツ	97	85	12	114.1%
14	イタリア	77	90	△13	85.6%
15	インドネシア	53	26	27	203.8%
—	その他	562	654	△92	85.9%
	計	11,230	9,323	1,907	120.5%

(2) 全国との比較

(対象期間：平成29年1月～2月)

ア 外国人延べ宿泊者数比較

(単位：人泊)

地 域	平成29年 1～2月 (7)	平成28年		増減人数 (7-1)	前年同期比 (7/1)
		1～2月 (1)	年間		
城 崎	7,899	6,349	40,345	1,550	124.4%
全 国	11,046,550	10,709,130	64,067,520	337,420	103.2%

注) 「国土交通省観光庁」の外国人延べ宿泊者数の発表値を集計

平成29年1月分は第2次速報、2月分は第1次速報の発表値を集計

イ 外国人延べ宿泊者数のシェア比較

地 域	東アジア	東南アジア	欧米 豪州 (誘客ターゲット)		その他	計
城 崎	72.6%	13.9%	8.3%	3.7%	1.5%	100%
			(12.0%)			
全 国	72.1%	9.0%	8.6%	3.5%	6.8%	100%
			(12.1%)			

注) 「国土交通省観光庁」の外国人延べ宿泊者数の発表値を集計

平成29年1月分は第2次速報、2月分は第1次速報の発表値を集計

4 その他

(1) インバウンド戦略

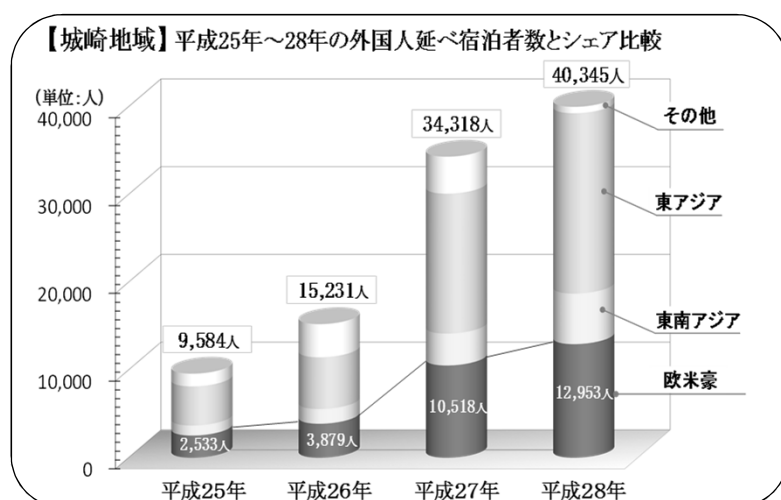
ア 引き続き、欧米豪のFIT（個人旅行）をメインターゲットにし、城崎の閑散期（第2・3四半期）の需要を平準化させる。

イ 特に、京都で上位を占めるアメリカを特に重視した取組みを進める。

ウ 市内延泊へと導くため、城崎以外の地域への誘客促進を図る。

エ 神鍋を中心とした東南アジア（タイ・台湾）からの誘客促進の取組みを図る。

オ 東アジアは、政策的な誘客促進はせず国内全体の自然増加に任せる。



〔問合せ〕 豊岡市環境経済部大交流課 TEL：0796-21-9016