

経済情報ピックアップ

茨城県「観光客動態調査」結果と茨城デスティネーションキャンペーン (DC) について

○茨城県内観光消費額は2022年に過去最高額

8月29日に茨城県が公表した「観光客動態調査結果」によれば、2022年における茨城県内観光入込客の延べ人数（県内の観光地点、行祭事・イベントの入込客数を単純合計した入込客の総数）は、4,963万5千人と21年に比べ+25.0%（+991万8千人）の増加となりました。

入込客数が大きく増加した地点・イベントとして、前年が開催中止の「土浦全国花火競技大会」（21年比約45万人増）や「石岡のおまつり」（約42万人増）、21年9月に開業した「道の駅かさま」（約43万人増）、「アクアワールド茨城県大洗水族館」（約41万人増）、「茨城空港」（約40万人増）などが挙げられています。

また、入込客数を地域別にみると（地域別の結果はゴルフ場利用者数を含まないベースで公表）、県北は同+25.3%、県央は同+33.0%、鹿行は同+33.6%、県南は同+25.7%、県西は同+25.0%と、県内全域で入込客数が持ち直しました。ただし、新型コロナ流行前の19年と比較すると、県全体で8割弱の水準に止まっています。

一方で、22年の観光消費額は2,958億48百万円と21年に比べ+29.1%、19年と比べても+19.0%の増加と過去最高額を記録しました。一人当たりの観光消費額も8,251円と21年（6,396円）に比べ大きく増加しています。

観光消費額の増加について、同調査結果では、感染症の落ち着いたほか、プレデスティネーションキャンペーン（プレDC）による観光需要の増加、宿泊代金を割引く「いば旅あんしん割」などによる宿泊需要の高まり、消費単価

の上昇などを理由に挙げています。

○10月から大型観光キャンペーン茨城DCが開始

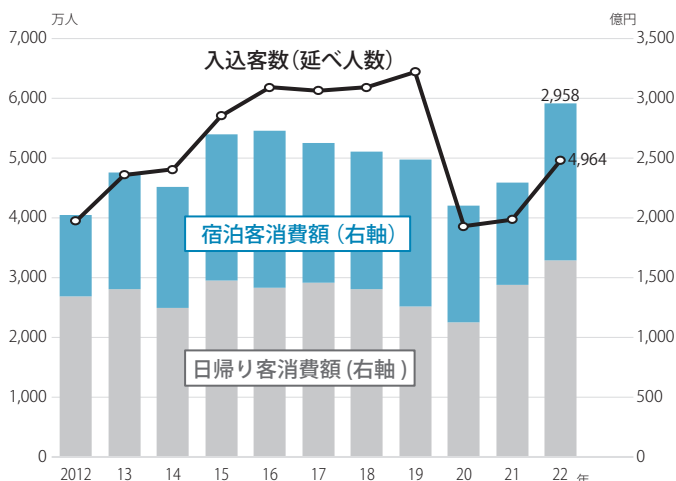
2022年時点で持ち直しがみられた県内観光ですが、23年に入ってから本格的な回復を迎えつつあります。茨城空港の旅客数をみると、国内線は既にコロナ前の水準まで回復しています。国際線は未だ低調ですが、23年3月からは台北定期便、8月からは上海定期便が運航を再開するなど、コロナ前の状況に戻りつつあります。

こうしたなか、23年10～12月にかけて、地域（県・市町村・観光事業者など）とJRグループが一体となって実施する国内最大規模の観光キャンペーンであるDCが約21年振りに茨城県で開催されます。「アウトドア・食・新たな旅のスタイル」といったテーマをもとに「体験王国いばらき」「想像超えいばらき」のキャッチコピーを掲げて、本県の地域資源を活かしたイベントなどが多数企画されています。県は、同期間における目標として観光消費額1,000億円、観光入込客の延べ人数2,000万人をめざしています。

コロナ禍で大きな打撃を受けた観光業では、現在、人手不足が深刻な状況にあり観光客の受入れ態勢整備が課題となっています。しかし、コロナ禍で抑えられていた旅行需要が強く、かつ、新型コロナの5類移行など経済活動正常化が一段と進展しているなかでの茨城DCの開催は、絶好のタイミングであり、茨城県経済に好影響を与えるものと考えます。

（筑波総研 研究員 金田 憲一）

茨城県内観光入込客数と観光消費額の推移



出所：茨城県「観光客動態調査結果」、「観光レクリエーション現況」より当社作成

茨城デスティネーションキャンペーン(DC)の概要

DCとは	地域（県・市町村・観光事業者等）とJRグループが一体となって行う国内最大規模の観光キャンペーン。茨城県での開催は2002年4～6月以来、約21年振り3回目。
キャンペーン期間	プレDC : 2022年10月1日～12月31日 茨城DC : 2023年10月1日～12月31日 アフターDC : 2024年10月1日～12月31日
テーマ・キャッチコピー	テーマ : アウトドア、食、新たな旅のスタイル キャッチコピー : 体験王国いばらき サブコピー : 想像超えいばらき
目的・ねらい	茨城観光のプレゼンス向上による観光入込客数の増加・観光消費の拡大 ・地域に眠る資源の掘り起こしと、観光資源化・旅行商品化への挑戦 ・強みであるアウトドアコンテンツや食資源をフックとした観光動機の創出 ・コロナ禍での旅行者意識の変化を的確に捉えて、早期需要回復を実現
目標 (DC期間)	観光消費額 : 1,000億円 観光入込客数 (延べ人数) : 2,000万人

出所：茨城県「『茨城デスティネーションキャンペーン』の実施について」より当社作成