

01_2 市町村/時間帯別観光施設訪問傾向 | 北部リゾートホテル (名護市)

□ : 該当市町村内で相対的に訪問が多い施設と時間帯 (深夜～早朝を除く)

spot	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	合計
不明	5.1%	3.6%	3.1%	2.9%	2.9%	7.9%																10.2%	10.2%	7.1%	43.1%
海洋博公園(沖縄美ら海水族館・熱帯ド リームセンター)									0.6%	3.8%	3.4%	2.3%	1.8%	1.8%	2.1%	2.0%	0.6%	0.3%	0.0%	0.0%					18.6%
国際通り										0.3%	1.4%	2.0%	2.0%	2.0%	1.7%	1.2%	1.4%	1.7%	1.6%	1.3%	0.8%	0.5%	0.2%	0.1%	18.1%
北谷アメリカンビレッジ・デポアイラン ド									0.0%	0.1%	0.6%	1.0%	1.2%	1.0%	0.9%	0.9%	0.6%	0.7%	0.3%	0.3%	0.1%	0.1%	0.0%	0.0%	8.0%
古宇利島・古宇利大橋	0.0%					0.0%	0.1%	0.0%	0.1%	0.8%	1.3%	1.0%	1.1%	0.9%	0.8%	0.7%	0.3%	0.4%	0.0%				0.0%		7.6%
道の駅許田									0.1%	0.3%	0.4%	0.5%	0.4%	0.5%	0.4%	0.7%	0.3%	0.4%	0.0%						3.8%
ナゴパイナップルパーク										0.1%	0.6%	0.5%	0.4%	0.4%	0.4%	0.4%	0.3%	0.1%							3.1%
おきなわワールド										0.2%	0.4%	0.3%	0.3%	0.4%	0.3%	0.0%	0.0%								1.9%
首里城公園									0.0%	0.6%	0.4%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.2%	0.0%							1.8%
久茂地・松山										0.0%	0.1%		0.1%	0.1%	0.0%	0.1%	0.1%	0.2%	0.3%	0.3%	0.2%	0.2%	0.1%	0.1%	1.7%
タビックススタジアム名護(名護市営球場)	0.4%	0.2%	0.2%	0.1%	0.1%	0.1%	0.2%	0.2%	0.1%	0.1%	0.0%		0.0%	0.0%		0.0%	0.0%	0.1%	0.0%	0.1%	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%	1.7%
万座毛									0.1%	0.2%	0.2%	0.3%	0.1%	0.1%	0.2%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.0%				1.6%
瀬底島									0.0%	0.1%	0.3%	0.2%	0.4%	0.2%	0.2%	0.1%	0.1%							0.0%	1.6%
ブセナ海中公園	0.0%							0.0%	0.1%	0.4%	0.1%	0.3%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%				1.6%
おんなの駅 なかゆくい市場									0.1%	0.1%	0.3%	0.2%	0.2%	0.2%	0.3%	0.2%	0.1%	0.1%	0.0%						1.6%
瀬長島ウミカジテラス											0.1%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.4%	0.1%	0.1%	0.0%			0.0%			1.6%
みどり街	0.2%	0.1%	0.0%					0.0%	0.0%			0.0%	0.1%	0.1%	0.1%	0.0%	0.1%	0.1%	0.2%	0.1%	0.2%	0.0%		0.1%	1.2%
備瀬のフクギ並木										0.0%	0.1%	0.3%	0.2%	0.3%	0.2%	0.1%	0.0%	0.0%							1.2%
御菓子御殿 恩納店									0.0%	0.1%	0.1%	0.2%	0.1%	0.2%	0.2%	0.1%		0.1%							1.1%
御菓子御殿 名護店										0.1%	0.1%	0.2%	0.2%	0.1%	0.1%	0.2%	0.1%								1.1%
DFS(免税店)										0.0%	0.1%	0.0%	0.1%	0.1%	0.1%	0.2%	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%			0.9%
平和記念公園							0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.3%	0.1%	0.0%	0.0%	0.2%	0.2%	0.1%		0.0%						0.9%
道の駅かでな								0.0%	0.0%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.0%								0.9%
OKINAWAフルーツらんど										0.1%	0.2%	0.1%	0.3%	0.1%	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%							0.8%
ハナサキマルシェ								0.0%			0.0%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%			0.8%
イオンモール沖縄ライカム											0.1%	0.1%	0.1%	0.2%	0.1%	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%			0.8%
ネオパークオキナワ										0.1%	0.0%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.2%	0.1%				0.0%				0.7%
合計	5.6%	3.7%	3.4%	2.9%	3.0%	8.0%	0.2%	0.3%	1.3%	8.6%	11.3%	11.8%	11.8%	10.7%	10.2%	9.3%	6.0%	5.0%	3.1%	2.3%	1.5%	11.1%	10.6%	7.4%	100.0%

※上位訪問観光施設を表示

特徴

道の駅許田、ナゴパイナップルパーク、ネオパークオキナワ、御菓子御殿名護店には日中を通して幅広く訪問がある。ブセナ海中公園、OKINAWAフルーツらんどは午前中、名護市の繁華街であるみどり街には夕方、深夜の訪問が確認できた

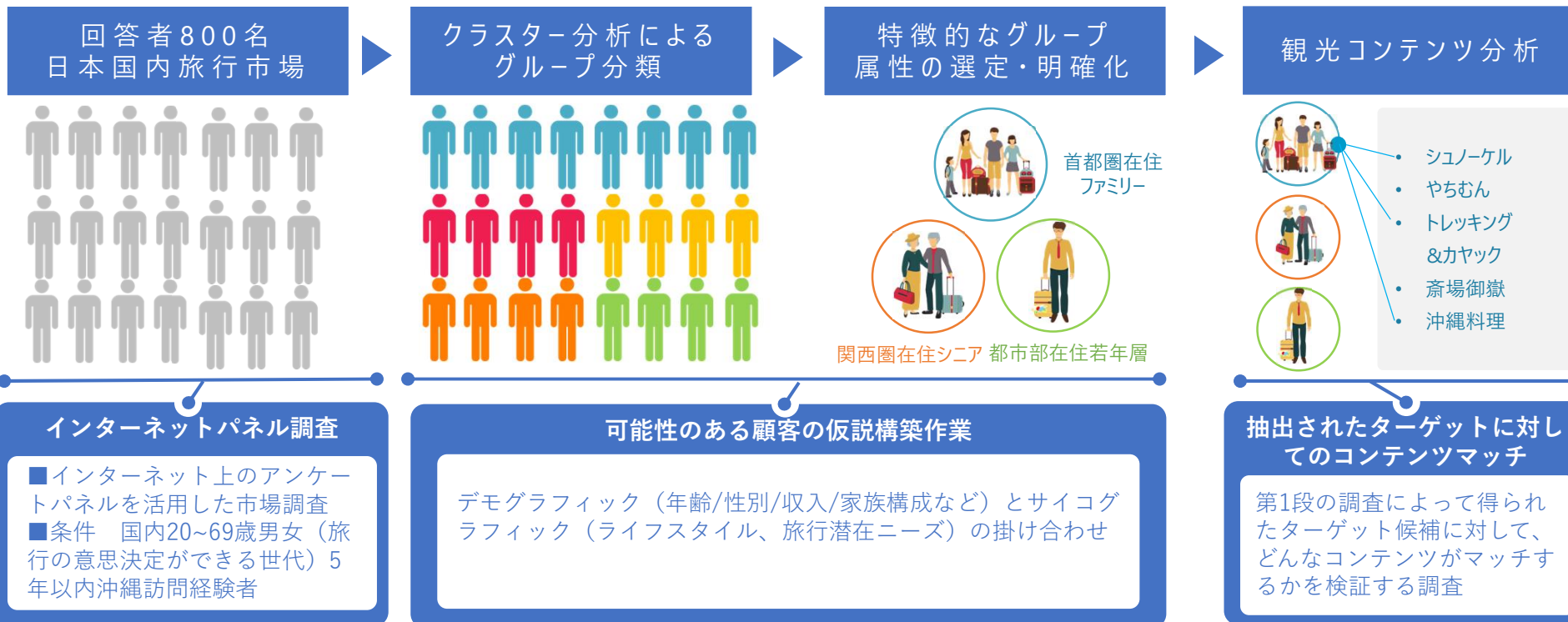
02 国内旅行潜在ニーズ調査

調査概要

クラスター分析によりプロモーションを考える上での旅行の潜在ニーズを把握し、ペルソナを抽出。さらに観光コンテンツ分析により沖縄の観光コンテンツに対する需要を探る。

第1段 ターゲット分析（ペルソナ）

第2段 観光コンテンツ分析



インターネットパネル調査

- インターネット上のアンケートパネルを活用した市場調査
- 条件 国内20~69歳男女（旅行の意思決定ができる世代）5年以内沖縄訪問経験者

可能性のある顧客の仮説構築作業

デモグラフィック（年齢/性別/収入/家族構成など）とサイコグラフィック（ライフスタイル、旅行潜在ニーズ）の掛け合わせ

抽出されたターゲットに対してのコンテンツマッチ

第1段の調査によって得られたターゲット候補に対して、どんなコンテンツがマッチするかを検証する調査

クラスター分析とは

多くの情報の中から仮説を元に、情報の関連性を明らかにする「多変量解析」の手法の一つ。クラスターは英語で「集団」「群れ」のことで、似ているものが多く集まっている様子を指す言葉であり、「クラスター分析」は異なる性質のものが混ざり合っている集合体の中から、互いに類似した性質のものを集めて集団（クラスター）を作り、対象を分類する分析手法のことを指す。

マーケティングのターゲット戦略を考える際、生活者の意識や行動の特性により、グルーピングを行うときに用いられる。

分類の形式として、階層的方法と非階層的方法の2つに大きく分かれるが、本調査では非階層的方法を用いて分析した。

大項目	小項目	狙い等
属性、旅行経験など基本項目	属性(性別/年齢/居住地/収入/職業) 国内旅行経験（過去5年の国内宿泊旅行回数・地域） 旅行形態・価値観（同行者・旅行のきっかけ・価値観）	・属性の分類 ・旅行に対する価値観の把握
日常生活、旅行に関するサイコグラフィック	旅行ニーズ（食事/買い物/家族・恋人友人と楽しみたい/ストレス解消/自然景色/歴史/交流/日常を離れてゆっくり/緊張感/写真/スポーツ/テーマパーク/博物館/ロケ地/地域の生活体験/街の散策/SNSに投稿）	・旅行に行くきっかけ、旅行ニーズ等の把握
観光コンテンツマッチング分析	観光コンテンツを5つ選定し体験意向を調査 費用を追加してでも体験したいことの調査	・ターゲットが潜在的に求める沖縄の観光コンテンツの把握

ペルソナの特徴詳細データ

国内旅行潜在ニーズ調査・分析_定性調査（パネル調査）

日本人観光客

首都圏在住沖縄レポートファミリー



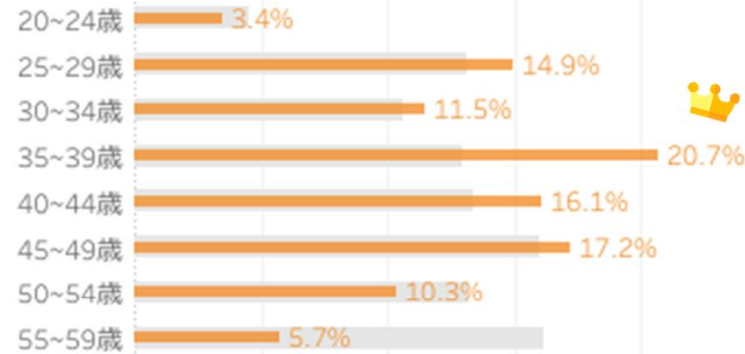
アクティビティ因子



属性



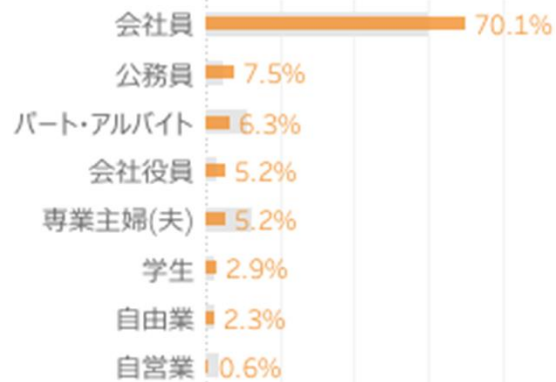
年齢



世帯年収

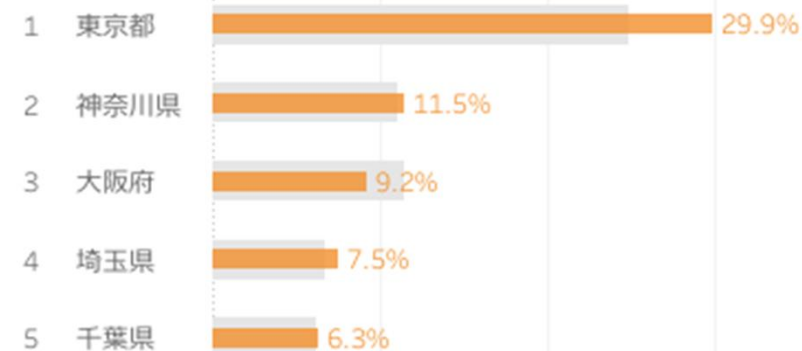


職業

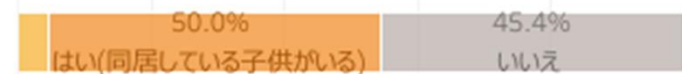


*グレーバーは全体の割合

居住地 Top 5



お子様がいらっしゃいますか



結婚していらっしゃいますか

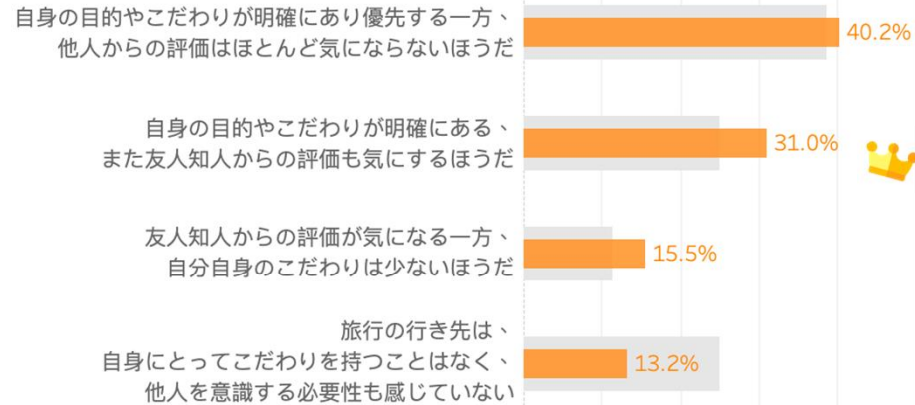
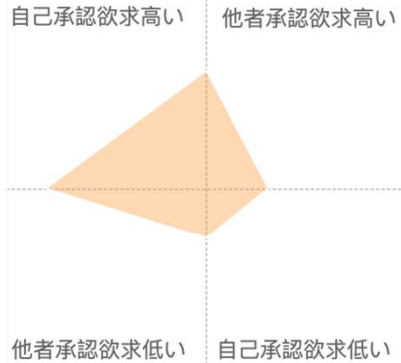


首都圏在住沖縄リピートファミリー

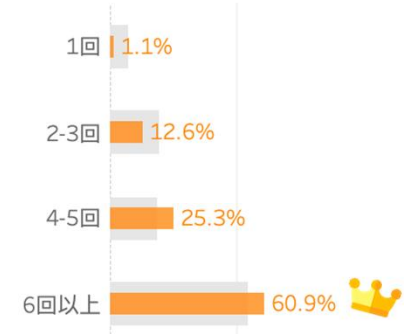


旅行行為

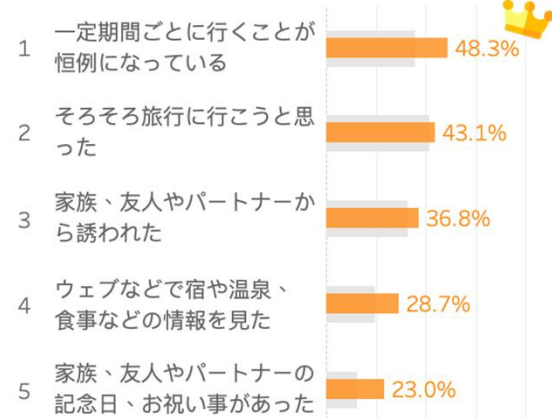
旅行の価値観



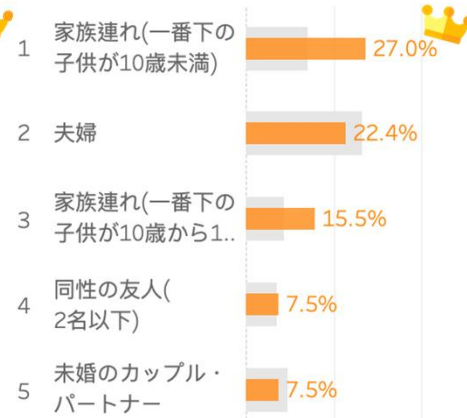
5年間で宿泊を伴う国内旅行を実施した回数



旅行にいくきっかけ Top 5



一番よくある旅行形態（同行者） Top 5



過去5年間に宿泊を伴う国内旅行の実行地域 Top 5



過去5年間に実施した、沖縄旅行の回数



過去沖縄に旅行した後、家族や友人に旅行内容を紹介、おすすめしましたか

6.25点

(0点：まったくお勧めできなかった
7点：ぜひ訪問してほしいと勧めた)



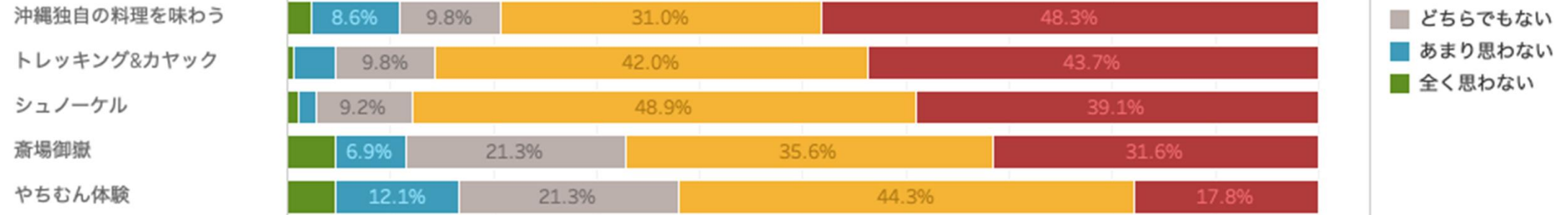
*グレーバーは全体の割合

*沖縄訪問者に絞り込んでいるため沖縄は100%になる

首都圏在住沖縄リピーターファミリー 沖縄コンテンツ体験意向

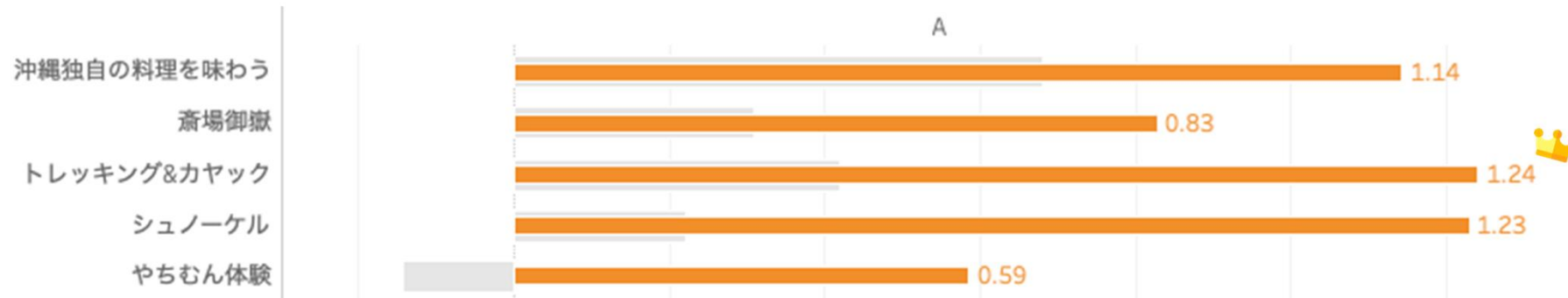


写真の観光アクティビティを予約したいと思いますか



写真の観光アクティビティを予約したいと思いますか

(強く思う=2点、やや思う=1点、どちらでもない=0点、あまり思わない=-1点、全く思わない=-2点)



他のペルソナを含めて「沖縄独自の料理を味わう」の体験意向が高い中、本ペルソナは、トレッキング&カヤック、シュノーケルの体験意向も高い。沖縄にはアクティブ要素を求めている。



都市部在住アクティブ若年層



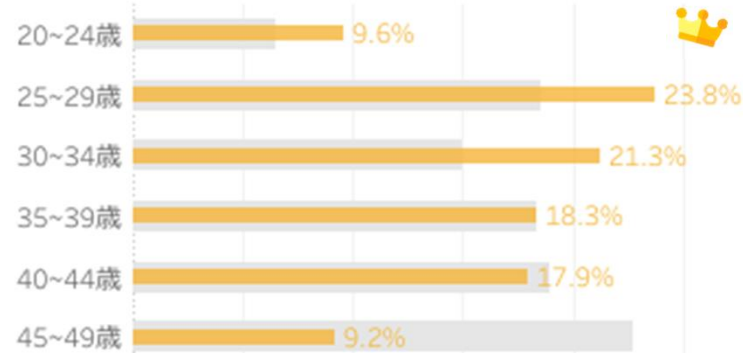
アクティビティ因子



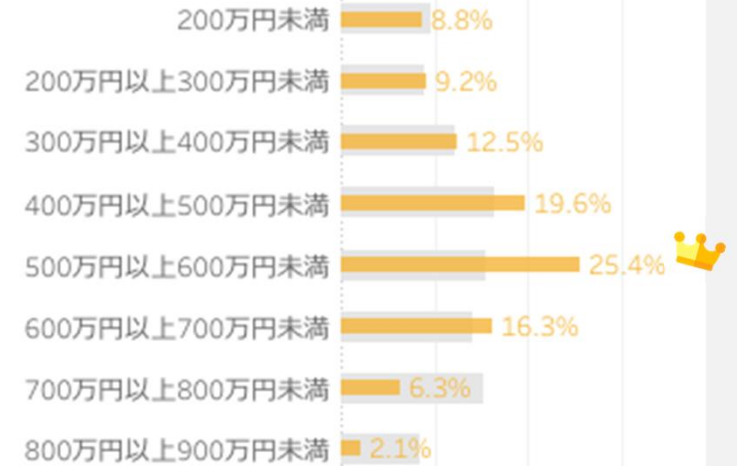
属性



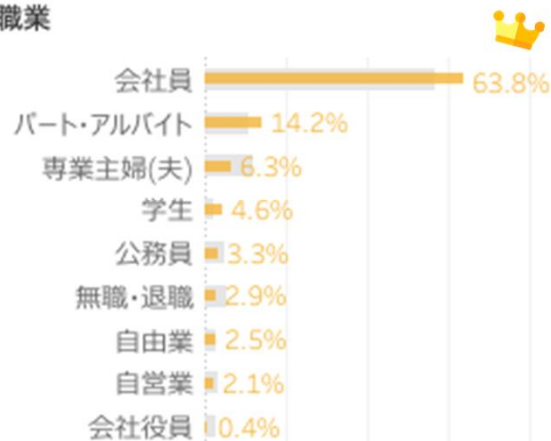
年齢



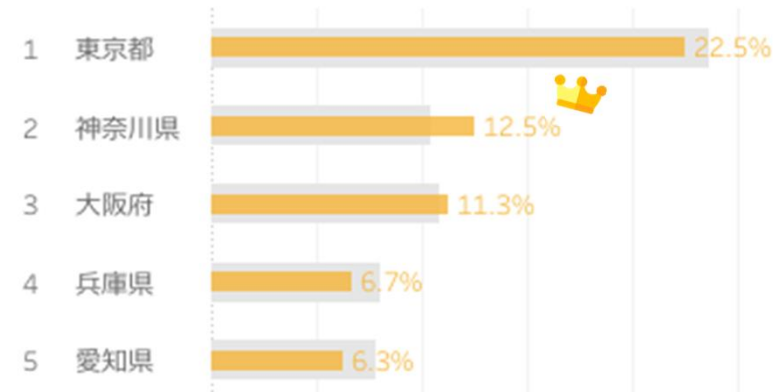
世帯年収



職業



居住地 Top 5



お子様がいらっしゃいますか



結婚していらっしゃいますか



*グレーバーは全体の割合



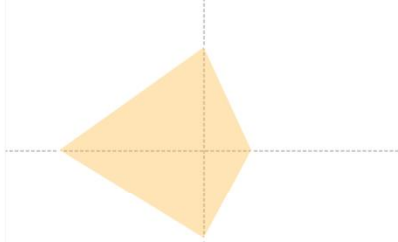
都市部在住アクティブ若年層



旅行行為

旅行の価値観

自己承認欲求高い 他者承認欲求高い



他者承認欲求低い 自己承認欲求低い

自身の目的やこだわりが明確にあり優先する一方、他人からの評価はほとんど気にならないほうだ



自身の目的やこだわりが明確にある、また友人知人からの評価も気にするほうだ



旅行の行き先は、自身にとってこだわりを持つことはなく、他人を意識する必要も感じていない



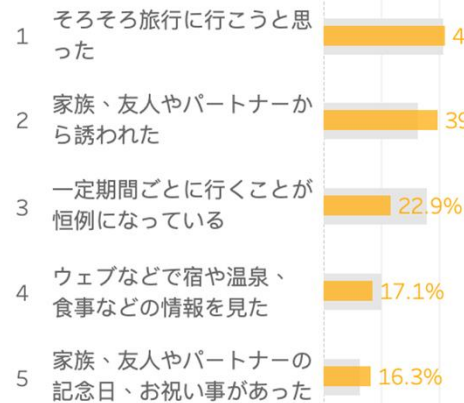
友人知人からの評価が気になる一方、自分自身のこだわりは少ないほうだ



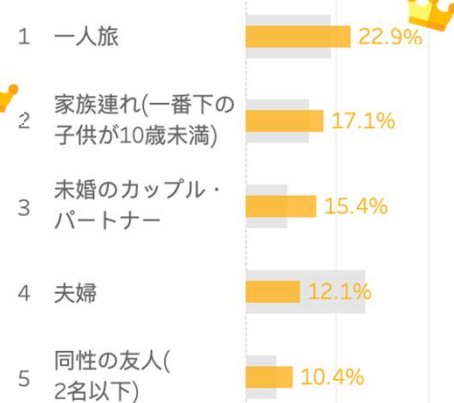
5年間で宿泊を伴う国内旅行を実施した回数



旅行にいくきっかけ Top 5



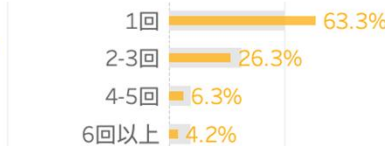
一番よくある旅行形態（同行者） Top 5



過去5年間に宿泊を伴う国内旅行の実行地域 Top 5



過去5年間に実施した、沖縄旅行の回数



過去沖縄に旅行した後、家族や友人に旅行内容を紹介、おすすめしましたか

5.48点
(0点：まったくお勧めできなかった～7点：ぜひ訪問してほしいと勧めた)

*グレーバーは全体の割合

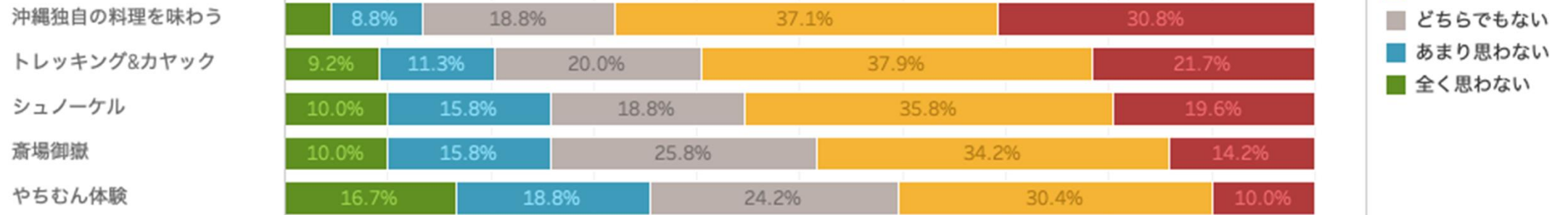
*沖縄訪問者に絞り込んでいるため沖縄は100%になる



都市部在住アクティブ若年層 沖縄コンテンツ体験意向

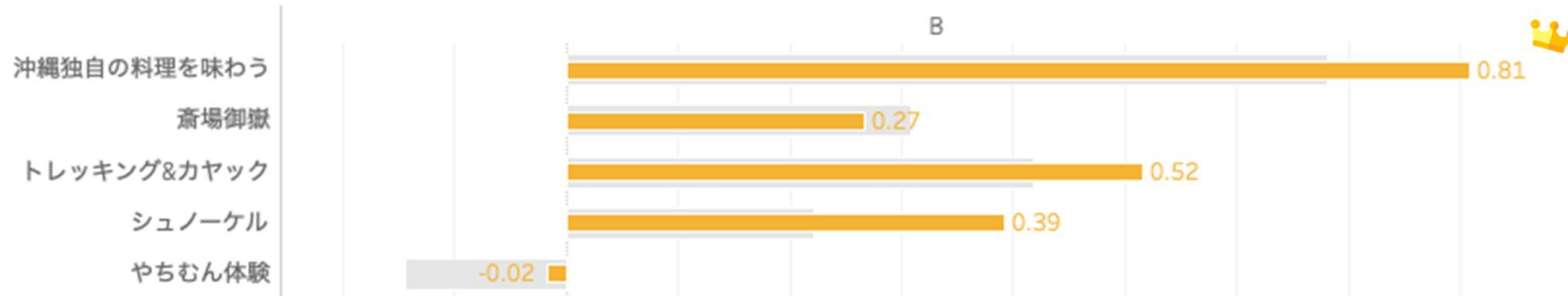


写真の観光アクティビティを予約したいと思いますか



写真の観光アクティビティを予約したいと思いますか

(強く思う=2点、やや思う=1点、どちらでもない=0点、あまり思わない=-1点、全く思わない=-2点)



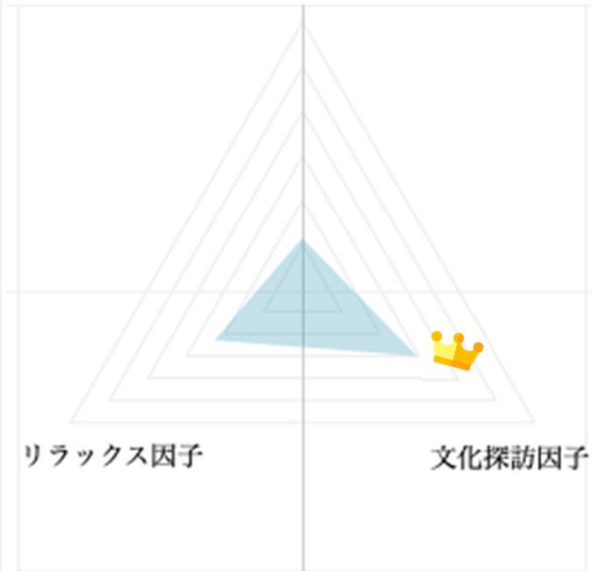
「沖縄独自の料理を味わう」の体験意向が高く、
トレッキングやシュノーケルも全体平均より高い



関西圏在住旅好きシニア夫婦



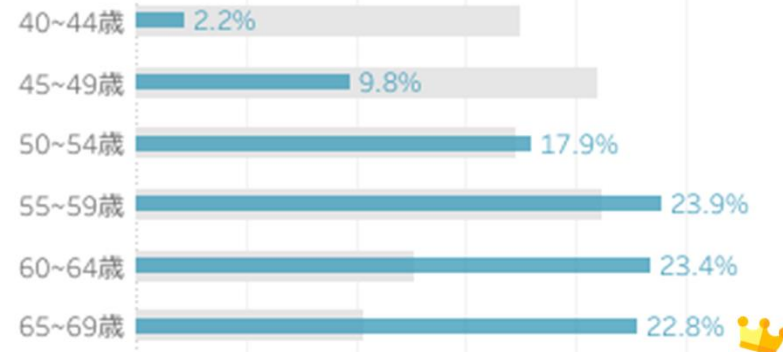
アクティビティ因子



属性



年齢



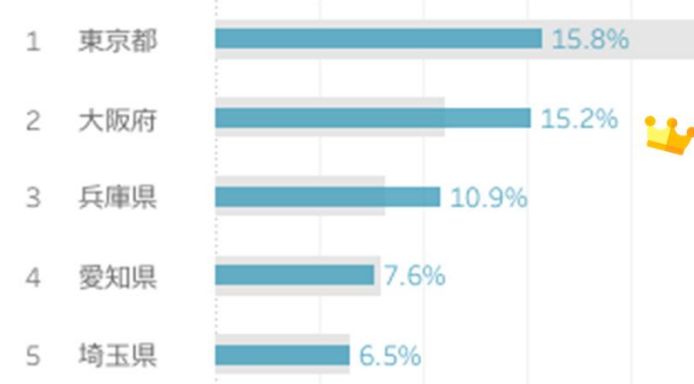
世帯年収



職業



居住地 Top 5



お子様がいらっしゃいますか



結婚していらっしゃいますか



*グレーバーは全体の割合

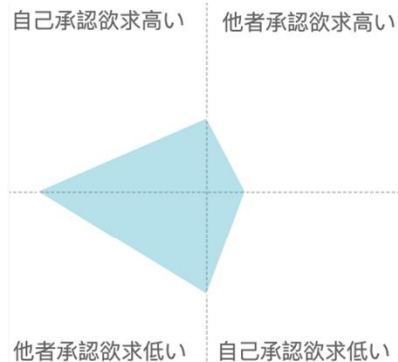


関西圏在住旅好きシニア夫婦



旅行行為

旅行の価値観



自身の目的やこだわりが明確にあり優先する一方、
他人からの評価はほとんど気にならないほうだ



42.9%

旅行の行き先は、
自身にとってこだわりを持つことはなく、
他人を意識する必要も感じていない

27.7%

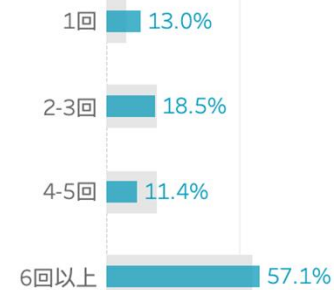
自身の目的やこだわりが明確にある、
また友人知人からの評価も気にするほうだ

19.6%

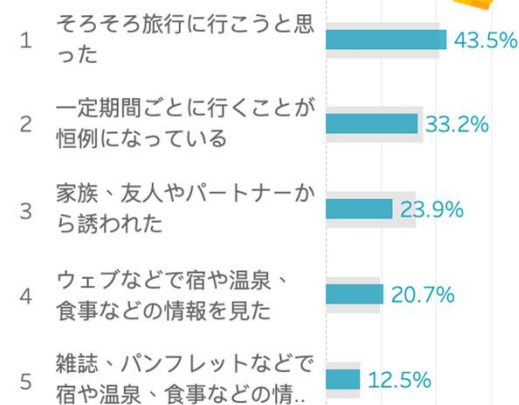
友人知人からの評価が気になる一方、
自分自身のこだわりは少ないほうだ

9.8%

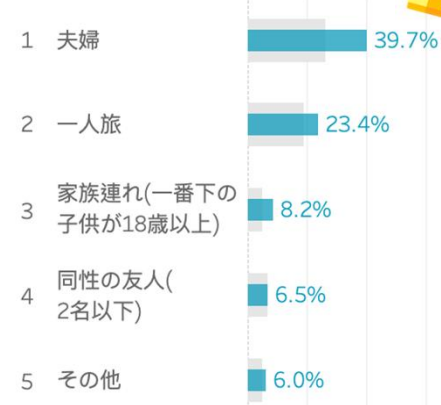
5年間で宿泊を伴う国内旅行を実施した回数



旅行にいききっかけ Top 5



一番よくある旅行形態（同行者） Top 5

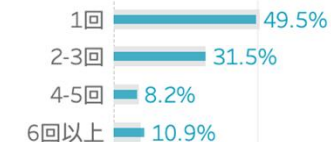


過去5年間に宿泊を伴う国内旅行の実行地域 Top 5



*沖縄訪問者に絞り込んでいるため沖縄は100%になる

過去5年間に実施した、沖縄旅行の実行回数の回数



過去沖縄に旅行した後、家族や友人に旅行内容を紹介、おすすめしましたか

5.43点

(0点：まったくお勧めできなかった～7点：ぜひ訪問してほしいと勧めた)

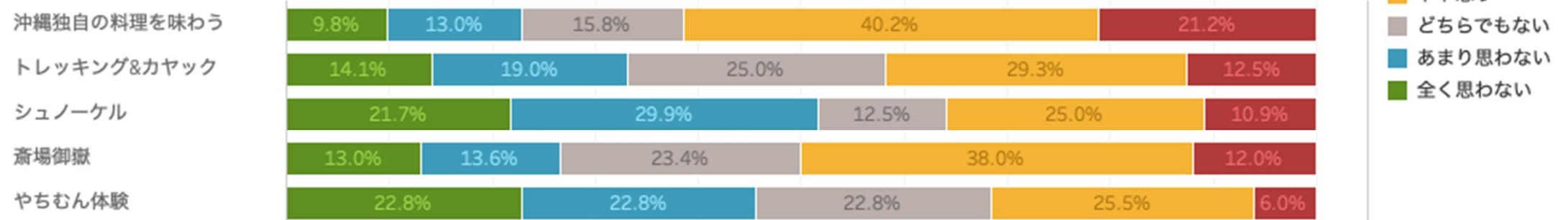
*グレーバーは全体の割合



関西圏在住旅好きシニア夫婦 沖縄コンテンツ体験意向

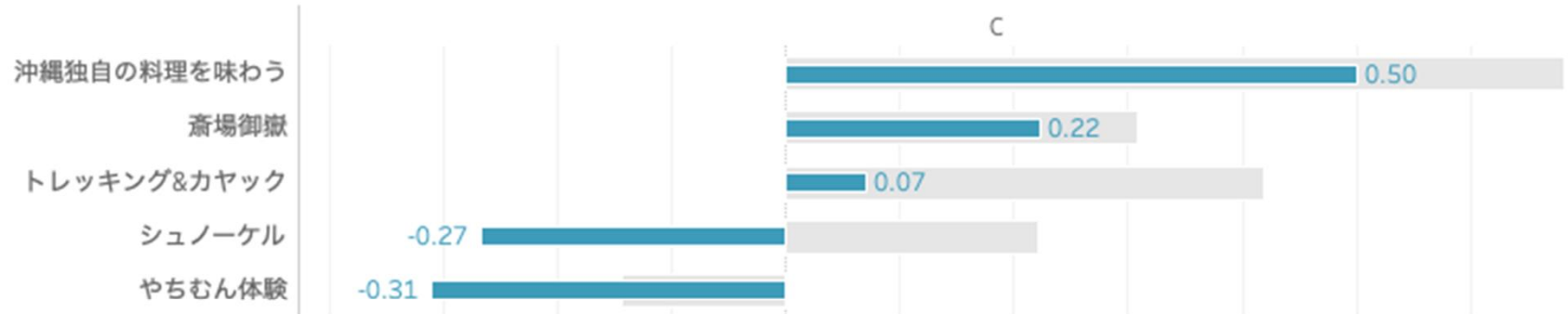


写真の観光アクティビティを予約したいと思いますか



写真の観光アクティビティを予約したいと思いますか

(強く思う=2点、やや思う=1点、どちらでもない=0点、あまり思わない=-1点、全く思わない=-2点)



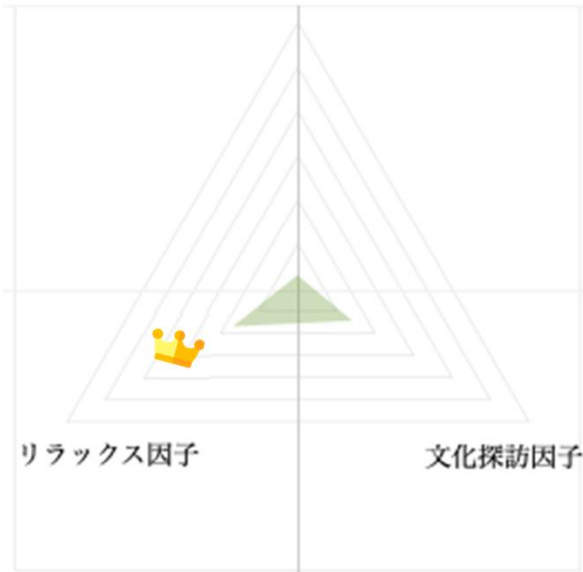
全てのコンテンツで全体平均より体験意向が低い。
その中で需要があるのは沖縄料理、斎場御嶽、トレッキング&カヤック



中高年リッチトラベラー



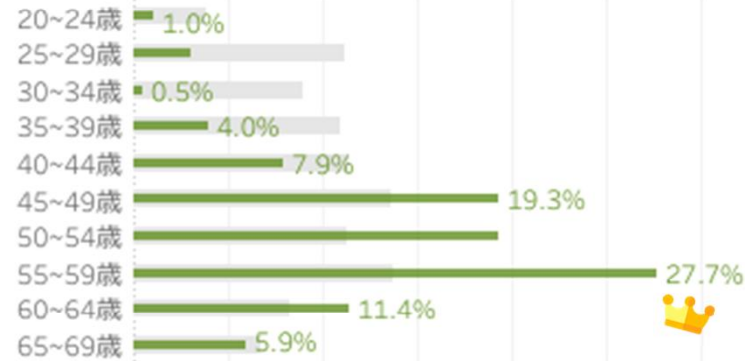
アクティビティ因子



属性



年齢



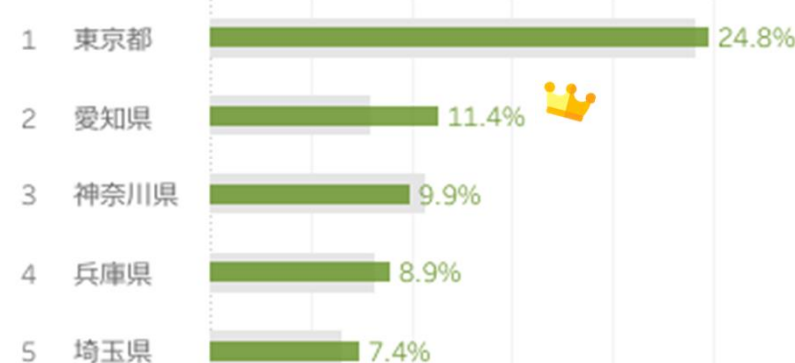
世帯年収



職業



居住地 Top 5



お子様がいらっしゃいますか



結婚していらっしゃいますか



*グレーバーは全体の割合

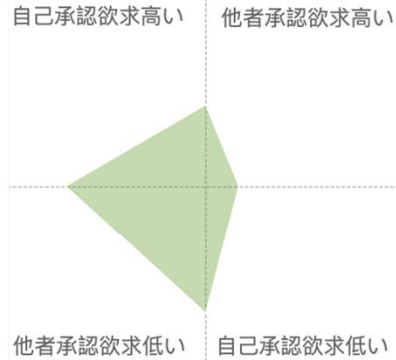


中高年リッチトラベラー



旅行行為

旅行の価値観



自身の目的やこだわりが明確にあり優先する一方、他人からの評価はほとんど気にならないほうだ

35.6%

旅行の行き先は、自身にとってこだわりを持つことはなく、他人を意識する必要性も感じていない

34.2%

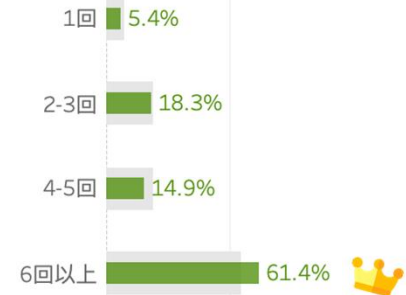
自身の目的やこだわりが明確にある、また友人知人からの評価も気にするほうだ

21.8%

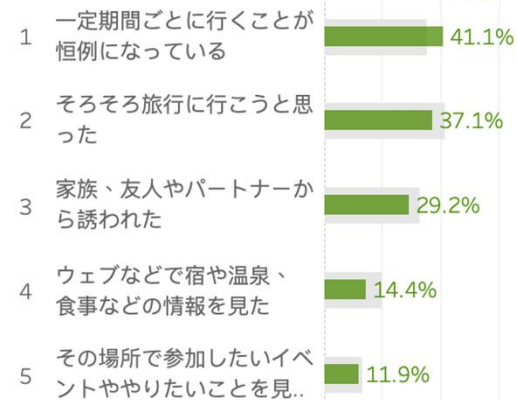
友人知人からの評価が気になる一方、自分自身のこだわりは少ないほうだ

8.4%

5年間で宿泊を伴う国内旅行を実施した回数



旅行にいききっかけ Top 5



一番よくある旅行形態（同行者） Top 5



過去5年間に宿泊を伴う国内旅行の実行地域 Top 5



過去5年間に実施した、沖縄旅行の回数



過去沖縄に旅行した後、家族や友人に旅行内容を紹介、おすすめしましたか

4.65点

(0点：まったくお勧めできなかった～7点：ぜひ訪問してほしいと勧めた)

*沖縄訪問者に絞り込んでいるため沖縄は100%になる

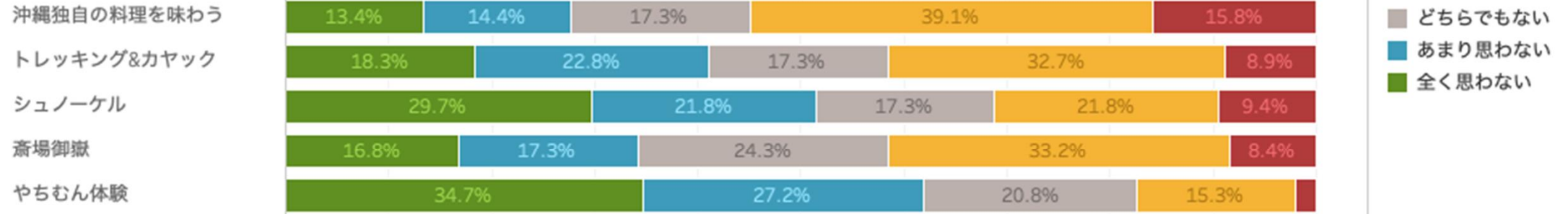
*グレーバーは全体の割合



中高年リッチトラベラー 沖縄コンテンツ体験意向

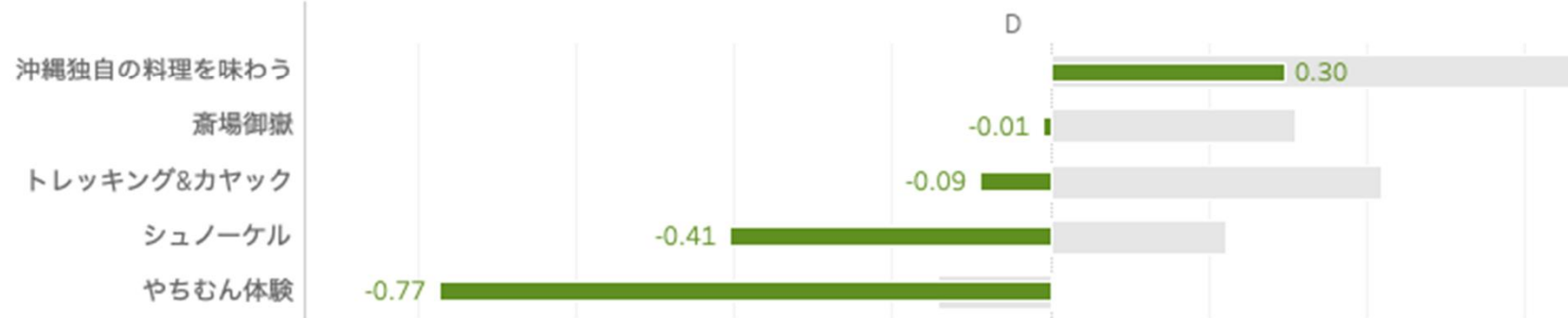


写真の観光アクティビティを予約したいと思いますか



写真の観光アクティビティを予約したいと思いますか

(強く思う=2点、やや思う=1点、どちらでもない=0点、あまり思わない=-1点、全く思わない=-2点)



全体的に観光コンテンツの体験意向は低い

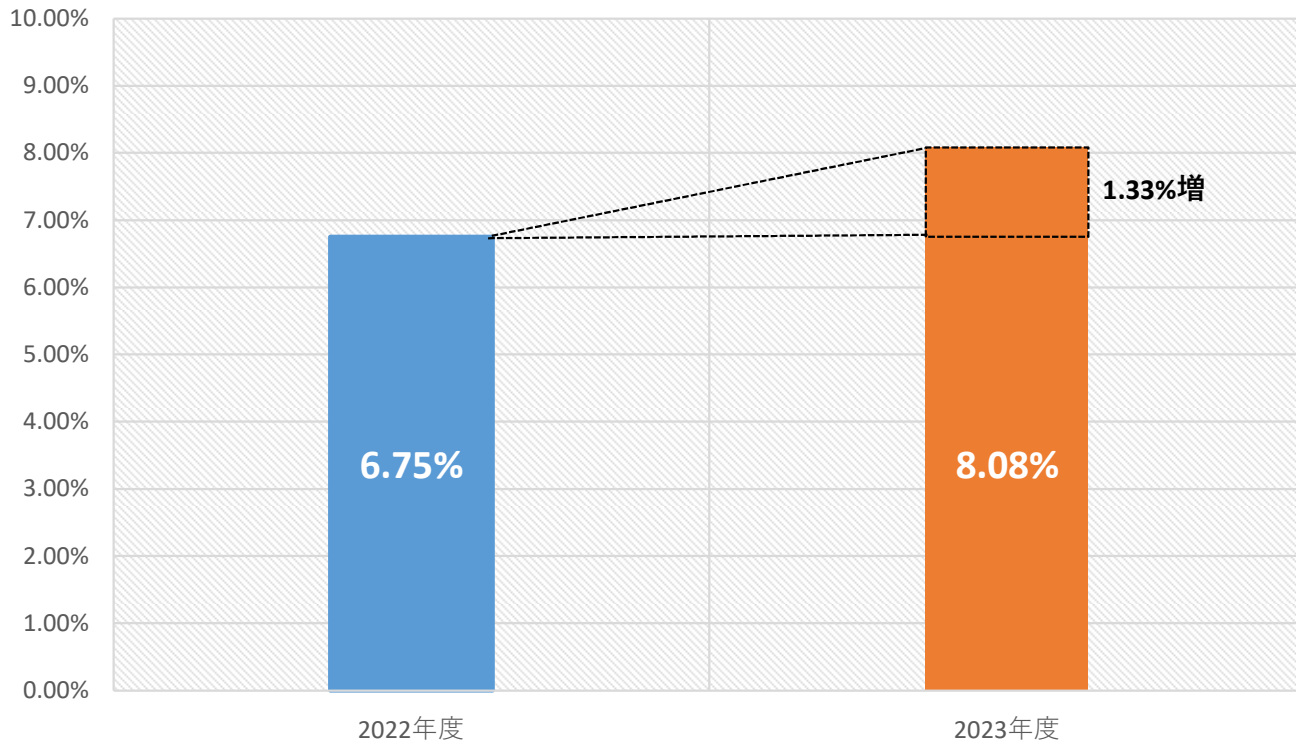


03

特徴的な事項に着目した 要因調査

03 特徴的な事項に着目した要因調査 | 海洋博公園来訪者数増加の要因

◆ 基礎的動態調査02_1 施設別訪問件数にて、訪問先の構成比で海洋博公園(沖縄美ら海水族館・熱帯ドリームセンター)が2022年度に比べて2023年が増加してる要因を考察する



03 特徴的な事項に着目した要因調査 | 海洋博公園来訪者数増加の要因

- ◆ SNSの投稿から要因になってる共通のコンテンツを抽出
- ◆ 2021年7月17日より県内で実施する「そらとぶピカチュウプロジェクト」のデジタルスタンプラリーが2024年3月31日を以って終了に伴い来訪者増の可能性

ホーム > お知らせ > 7/17(土)「そらとぶピカチュウプロジェクト」との取り組みをスタート!

2022年03月09日 イベント情報

7/17(土)「そらとぶピカチュウプロジェクト」との取り組みをスタート!

2021年7月17日(土)より、沖縄美ら海水族館では、人と人、人と地域を繋ぎ、旅の楽しみを届ける「そらとぶピカチュウプロジェクト」との取り組みが開始します。
沖縄県内の観光施設が連携し、沖縄美ら海水族館では、そらとぶピカチュウと写真を撮れるフォトスポットの設置やオリジナルステッカーの配布などを実施します。
また、オリジナルデザインが施された電気遊覧車で海洋博公園内を移動することができます。

カテゴリ

- 施設情報 (79)
- イベント情報 (44)
- 展示情報 (145)

アーカイブ

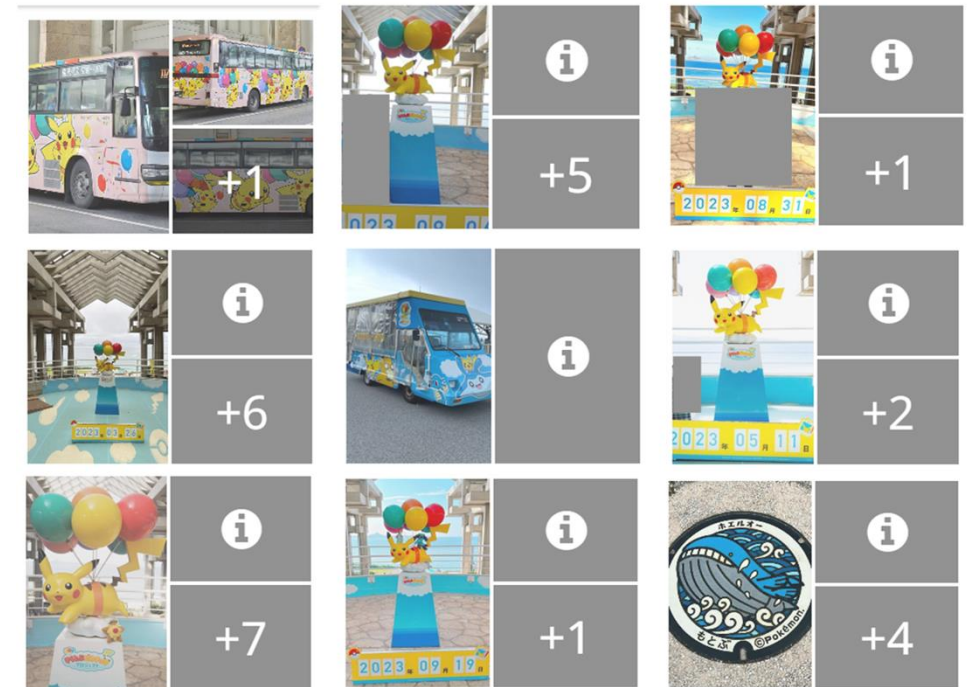
- 2024年 (18)
- 2023年 (62)



水族館3F 入り口案内所付近

沖縄県にあるさまざまな施設を回って、スタンプを3つ以上集めると、そらとぶピカチュウプロジェクト オリジナルステッカーがもらえます。

期間: 2022年3月19日(土)~2024年3月31日(日)
詳しくは[コチラ](#)



個人情報保護の観点からマスキング処理

03 特徴的な事項に着目した要因調査 | 海洋博公園来訪者数増加の要因

- ◆ ふるさと納税による域内での消費活発化に来訪者増による可能性。
- ◆ 電子決済アプリ「ふるさと納税払い チョイスPay」は沖縄県内では現時点で5自治体のみ利用可。本部町内では約81箇所(※)で利用可能な事から、域内での消費活発化に来訪者増による可能性。

※ふるさとチョイス-使えるお店-を参照
<https://www.furusato-tax.jp/feature/detail/47308/11428/>

ホーム > お知らせ > 「ふるさと納税払い チョイスPay」を使って水族館をお得に楽しもう!

2022年05月24日 施設情報

「ふるさと納税払い チョイスPay」を使って水族館をお得に楽しもう!

沖縄美ら海水族館のある本部町では、ふるさと納税の返礼品として、水族館のカフェやレストランでも使える「ふるさと納税払い チョイスPay」がスタートしています。
 住民税の控除や所得税の還付もあり、お得にご利用できます。










詳しくは下記の専用サイトをご覧ください。



出所：沖縄美ら海水族館HPより抜粋
<https://churaumi.okinawa/topics/1653032315/>

本部町の返礼品ランキング

寄附額の安い順 寄附額の高い順 還元率の高い順 コスパの高い順 人気順

 しろくまツアーふるさと納税払い 【本部町】しろくまツアーで利用可能なWEB旅行クー... 寄附金額：3,150,000 円 沖縄県 本部町	 ふるさと納税払い チョイスPay 900,000 pt 贈り物 沖縄県 本部町 本部町チョイスPay 900,000pt (1pt=1円) 寄附金額：3,000,000 円 沖縄県 本部町	 JTBふるさと旅行券 【本部町】JTBふるさと旅行券(紙券)90,000円分 寄附金額：3,000,000 円 沖縄県 本部町
 しろくまツアーふるさと納税払い 沖縄県本部町の対象施設で使える楽天トラベルクーポン... 寄附金額：3,000,000 円 沖縄県 本部町	 【山川酒造】沖縄本土復帰50周年記念 限定秘蔵酒... 寄附金額：2,716,000 円 沖縄県 本部町	 しろくまツアーふるさと納税払い 【本部町】しろくまツアーで利用可能なWEB旅行クー... 寄附金額：2,100,000 円 沖縄県 本部町
 ふるさと納税払い チョイスPay 600,000 pt 贈り物 沖縄県 本部町 本部町チョイスPay 600,000pt (1pt=1円) 寄附金額：2,000,000 円 沖縄県 本部町	 しろくまツアーふるさと納税払い 【本部町】しろくまツアーで利用可能なWEB旅行クー... 寄附金額：1,600,000 円 沖縄県 本部町	 ルカナトモテ 一日一組限定 一様貸切りリゾート (1泊... 寄附金額：1,200,000 円 沖縄県 本部町

出所：goo ランキングより抜粋
<https://ranking.goo.ne.jp/furusato/region/1952?sort=2>

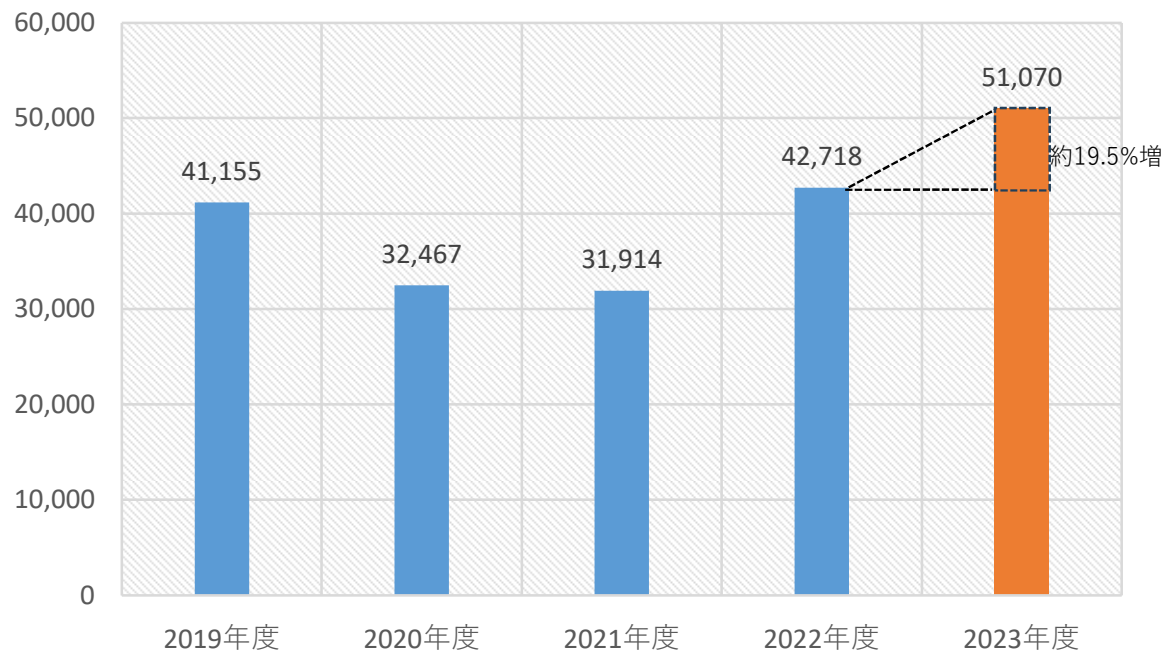


出所：ふるさとチョイス PAY アプリ(本部町)

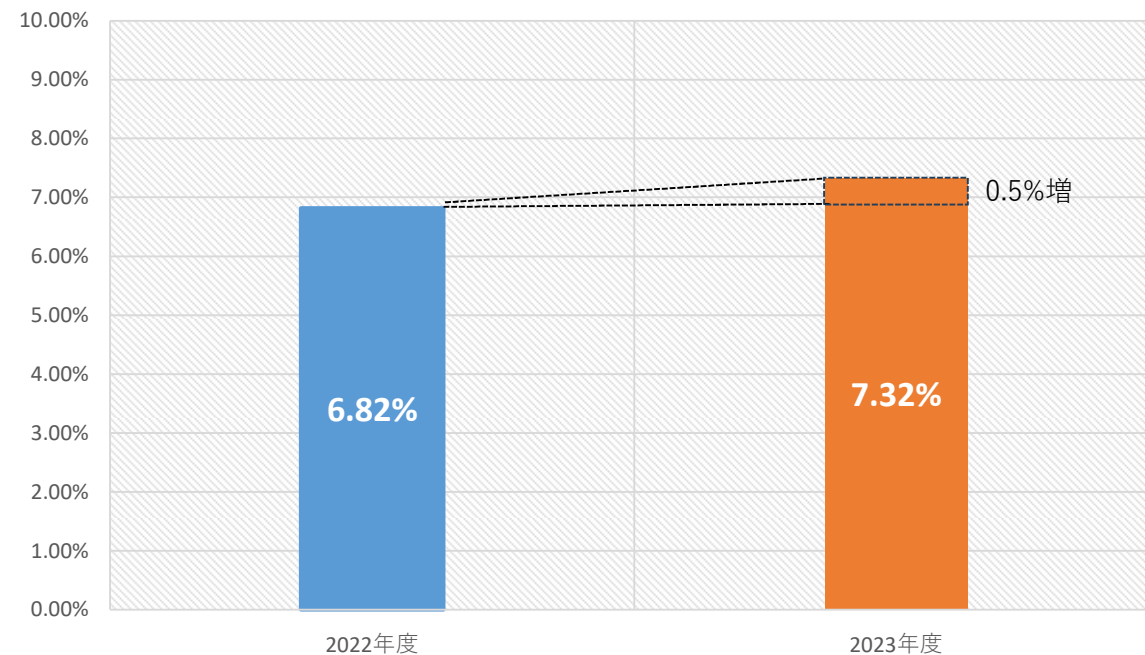
03 特徴的な事項に着目した要因調査 | 海洋博公園来訪者数増加の要因

◆ 課題となっていたレンタカー不足が解消され本部地域へのアクセス増による可能性

沖縄県レンタカー車両数



本部町_訪問者別構成比



出所：沖縄県総合事務局「令和6年3月末現在_沖縄県レンタカー事業者数車両数」より作成
https://www.ogb.go.jp/-/media/Files/OGB/Unyu/news/240415_1.pdf

04 関係機関へのヒヤリング・ 課題抽出

04_1 地方部から訪問する観光客の特性 | 調査・分析サマリー

地方部から訪問する観光客の特性では以下の項目について調査・分析を行なった

収集・分析 スコープ	04_1 地方部から訪問する観光客の特性					
調査目的	地方路線の搭乗率が低く、路線の維持・拡大に寄与する施策を検討するための根拠が不足しており、マーケティングデータの獲得のため調査分析を行う					
調査対象 都道府県	新潟県 (新潟空港)	山口県/広島県 (岩国錦帯橋空港)	静岡県 (富士山静岡空港)	愛媛県 (松山空港)	香川県 (高松空港)	鹿児島県 (鹿児島空港)
結果	<ul style="list-style-type: none"> 10月～12月に、10代以下の女性が多い 30代女性が4,5月に多く訪問している 10代以下の長岡市、十日町市、20代、30代の長岡市在住者の来訪が多い 	<ul style="list-style-type: none"> 30代女性の4～5月、20代・30代女性の10月の訪問が多い 岩国市からの訪問は30代及び40代の訪問が多い 岩国錦帯橋空港に近い広島の都市では20代・40代の廿日市市在住者が比較的多い 	<ul style="list-style-type: none"> 10代以下男女の11月、12月の訪問が突出して多い 20代女性の9月、30代女性の7月、8月が比較的多い。また50代は男性が比較的多く来訪 居住地は富士市の30代、50代が最も訪問者が多く、次いで磐田市の20代の訪問者が多かった 	<ul style="list-style-type: none"> 20代女性の11月、9月の訪問が多い。また、30代女性は9月～12月にかけて訪問者数が多くなっている 愛媛県からの来訪者は全年代共通で松山市が最も多い。松山市在住の20代が最も多く、次いで同市在住の30代、40代が来訪が多い。 	<ul style="list-style-type: none"> 20代女性の9月・11月、30代女性の5月の訪問が最も多く、次いで40代女性の4月に訪問が多くなっている。 香川県からの来訪者は全年代共通で高松市が最も多い。高松市在住の30代が最も多く、次いで同市在住の20代、40代が来訪が多い。 	<ul style="list-style-type: none"> 20代女性の4月、9月、30代女性の8月～11月の訪問が多い。40代以降は男性が多い傾向となっている。 鹿児島県からの来訪者は全年代共通で鹿児島市が最も多い。鹿児島市在住の20代が最も多く、次いで同市在住の30代、40代が来訪が多い。
提言	<ul style="list-style-type: none"> 10代以下は修学旅行生の来訪と考えられるため、引き続き修学旅行需要の獲得に勤める 20代及び30代女性をターゲットとしたプロモーションで需要安定化を図る 	<ul style="list-style-type: none"> 山口県内では岩国市の30代・40代を中心とした世代へのプロモーション展開で需要を獲得 広島県でも岩国錦帯橋空港に近い廿日市市に住む20代をターゲットとしたプロモーションを行う 	<ul style="list-style-type: none"> 10代以下は修学旅行生の来訪と考えられるため、引き続き修学旅行需要の獲得に勤める 富士市在住の30代女性及び50代男性をターゲットとしたプロモーションを展開 	<ul style="list-style-type: none"> 松山市在住の20～30代女性を意識したプロモーションを展開 	<ul style="list-style-type: none"> 高松市在住の20～40代女性をターゲットとしたプロモーションを展開 	<ul style="list-style-type: none"> 鹿児島市在住の20代及び30代女性、40代男女を意識したプロモーションを展開

04_2 ホテル-北中城村観光スポット移動分析 | 観光バス移動ルート の提案

北中城村のホテルを起点に訪問する需要及び時間に応じて観光バス周遊ルートの提案。さらに、北中城村内での観光消費額向上を図るため、各コースに北中城村の独自コンテンツの体験の時間を入れた



04_3 北谷町を起点とした中部を周遊する観光客の特性 | 調査・分析サマリー

北谷町を拠点とした中部を周遊する観光客の特性では以下の項目について調査・分析を行なった

収集・分析 スコープ	04_3 北谷町を起点とした中部を周遊する観光客の特性			
調査目的	北谷町を訪問する観光客を中部域で周遊させることが十分にできていないという仮説の検証と対策に資するデータの収集			
結果 (属性)	最も訪問の多い属性	中部/沖縄市に比較的多い属性		沖縄市に比較的多い属性
	E_都市部の会社員 都心部近郊在住、25-29歳、世帯年収が高い若い単身世帯	H_地方の賃貸住宅ファミリー 地方都市在住、40-44歳、世帯年収が低い若い夫婦と子供の家族世帯層	K_地方都市の共働き世帯 地方都市の市街地周辺在住、65-69歳、世帯年収が低い三世帯世帯の層	G_地方中核都市の若者世代 地方都市の繁華街在住、25-29歳、世帯年収が低い若い単身世帯層
結果 (周遊傾向)	北谷町起点の市町村周遊傾向		北谷アメリカンビレッジ起点の観光スポット周遊傾向	
	沖縄全体	中部	沖縄全体	中部
	北谷町を起点に北部の恩納村や本部町、名護市、南部的那覇市や豊見城市へ移動している観光客が多い	北谷町と沖縄市の往来が最も多い	北部の海洋博公園や南部の国際通りなど沖縄本島横断的に有名観光地を訪問する傾向	イオンモール沖縄ライカム、アラハビーチ、沖縄アリーナなど北谷アメリカンビレッジとの往来が多く、中部観光スポットの周遊はあまり見られない
提言	<ul style="list-style-type: none"> 仮説通り、北谷町に訪問した観光客は沖縄市を始めとした中部地域への訪問は多くないと言える。最も訪問の多い属性である「E_都市部の会社員」や沖縄市への訪問が他の市町村より多い割合の「G_地方中核都市の若者世代」を中心にターゲットマーケティングの展開をしていくことで訪問を増やす 中部の拠点である北谷町・北谷アメリカンビレッジからの2次交通やモデルコースの設定をすることにより流通基盤を構築し、同地域、観光スポット内で旅ナカの情報発信を行うことにより流入を増やす 			

04_4 ホテル-北谷町観光スポット訪問分析 | 調査・分析サマリー

ホテル-北谷町観光スポット訪問分析では以下の項目について調査・分析を行った

収集・分析 スコープ	04_4 ホテル-北谷町観光スポット訪問分析
調査目的	宿泊施設と観光客の動態を調査し、北谷町宿泊者の北谷町内観光スポットへの訪問傾向について分析
結果 (訪問傾向)	北谷町ホテル滞在者の78.9%は北谷アメリカンビレッジへ訪問しており、2.1%はアラハビーチにも訪問している。北谷アメリカンビレッジ・デポアイランド内ではデポアイランド付近への訪問が多い
結果 (属性)	<ul style="list-style-type: none">• 全年代の中で、20代、30代の北谷町宿泊者が最も多い。また、20代、30代のアラハビーチ訪問割合が他の世代より高い• 50代の北谷アメリカンビレッジ・デポアイランドの訪問割合が全世代の中で最も高いが、アラハビーチへの訪問割合は低い
提言	<ul style="list-style-type: none">• 北谷町宿泊者の78.9%は北谷アメリカンビレッジ、2.1%はアラハビーチへ訪問しており北谷町への宿泊が地域の観光地への訪問に大きく貢献していると言える• 20代、30代はアラハビーチとの相関が他の年代と比較し高いため、20代、30代へアラハビーチの魅力を訴求することにより分散化に繋がられる可能性がある

04_5 恩納村内を移動する観光客の移動傾向分析 | 調査・分析サマリー

恩納村内を移動する観光客の移動傾向分析では以下の項目について調査・分析を行った

収集・分析 スコープ	04_5 恩納村内を移動する観光客の移動傾向分析
調査目的	村内の公共バスやオンデマンド交通の導入検討にあたり根拠となるデータ収集
結果 (移動傾向)	<ul style="list-style-type: none">・ 季節に関わらず年間通して20時- 23時に観光客が集中して移動している・ 4-7時の移動も年間通して多い傾向
提言	<ul style="list-style-type: none">・ 村内公共交通の導入を検討するのであれば、20-23時間、恩納村北部および南部地域の移動需要のある時間帯に優先的に導入することを提言・ 4-7時も季節に関わらず移動が多い傾向にあるため、20-23時以外の時間帯として導入することを提言

04_6 4~6日滞在する観光客の特性（南城市） | 調査・分析サマリー

4~6日滞在する観光客の特性（南城市）では以下の項目について調査・分析を行なった

収集・分析 スコープ	04_6 4~6日滞在する観光客の特性（南城市）
調査目的	南城市を訪れる観光客の滞在日数が短い課題を解決するため、すでに中・長期滞在をしている訪問者の特性を把握し、施策への示唆を得る
結果	<ul style="list-style-type: none">• 南城市に4~6日滞在している観光客は南城市の宿泊施設や観光スポットに訪問している• 最も多い属性は「D_郊外住まいの若い家族」沖縄全体と比較し訪問割合が多い属性は「M_高齢化地域の住民」。どちらの属性もおきなわワールドやユインチホテル南城などへの訪問もあったが、企業等への訪問もあった• 沖縄全体と比較し、南城市の4-6日滞在者の属性のうち「E_都市部の会社員」の訪問割合が少なかった
提言	<ul style="list-style-type: none">• 沖縄全体よりも訪問割合が低い「E_都市部の会社員」をターゲットにプロモーションを行い、観光目的の中・長期滞在者を増加させることで観光による地域振興に繋げる