

今年こそ!
沖縄へ

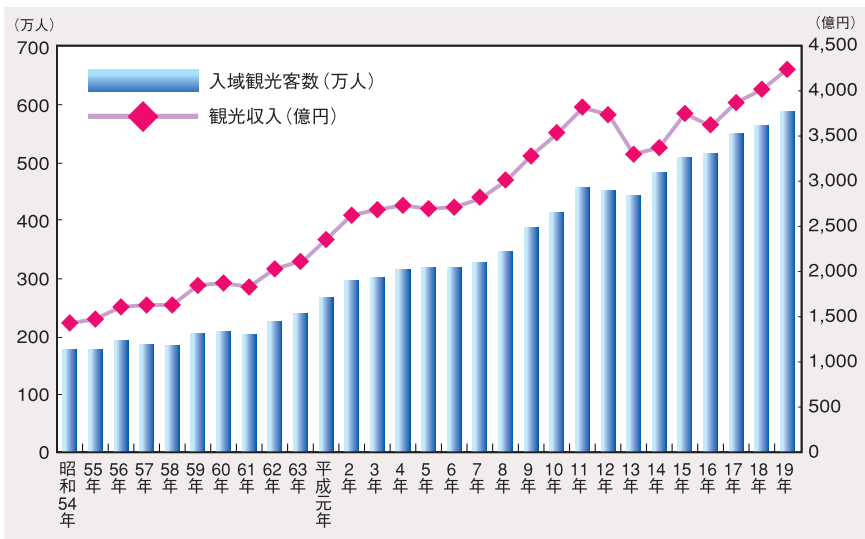
沖縄観光の 潜在マーケット

平成19年度
観光統計実態調査
(概要版)

平成20年3月
沖縄県 観光商工部

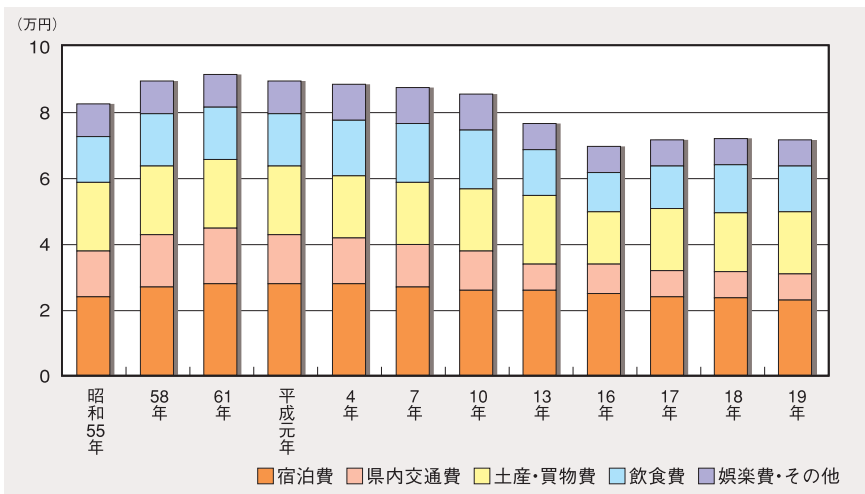
沖縄県における観光の重要性

■入域観光客数と観光収入



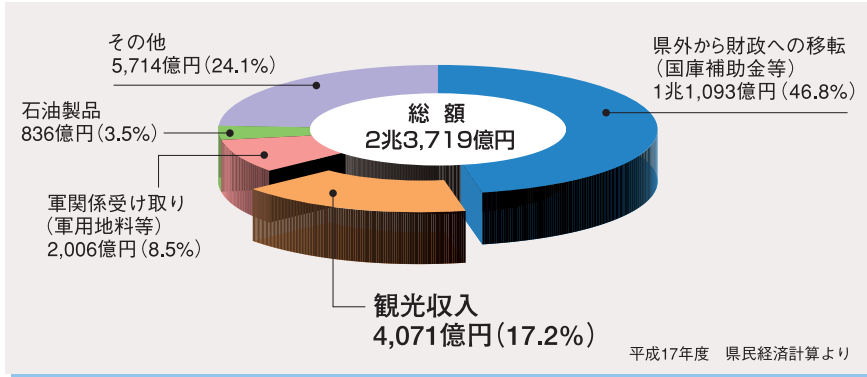
平成19年の入域観光客数は587万人となり、6年連続の増加となった。これにともない、観光収入も4,240億円と、前年比3.3%の増加となった。

■観光客一人あたりの県内消費額



平成19年の観光客一人あたりの県内消費額は、前年比0.8%減の72,239円となった。総額はここ数年伸び悩んでいるものの、土産・買物費や飲食費には増加傾向がみられる。

■ 県外受け取りの内訳 (平成17年度)



県経済が県外から得た収入のうち、観光収入は17.2%となった。産業としては最も高いシェアであり、県経済の自立にとって重要な地位を占めていることがわかる。

～ 航空乗客アンケート調査を実施しています～

沖縄県では、観光客の消費額や旅行実態を把握するため、空港を利用して帰宅される観光客の方々を対象に、アンケート調査を行っています。次のページでは、この調査データを利用して、居住地別にみた観光客の特徴についてご紹介しています。

■ 航空乗客アンケート調査の概要

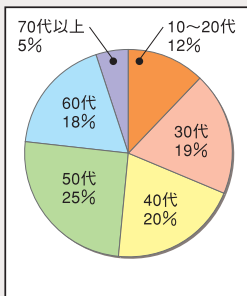
調査時期：春期、夏期、秋期、冬期（四半期ごとに調査を実施）

調査項目：旅行目的、旅行内容、費目別消費額、等

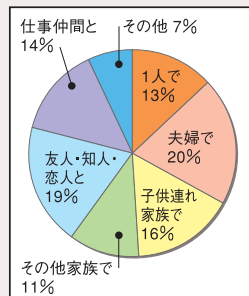
（各年度の調査テーマに関連した独自の質問項目を加える場合がある）

■ 回答者の属性 (平成19年度 航空乗客アンケート調査)

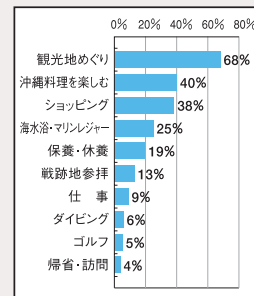
年齢



同行者

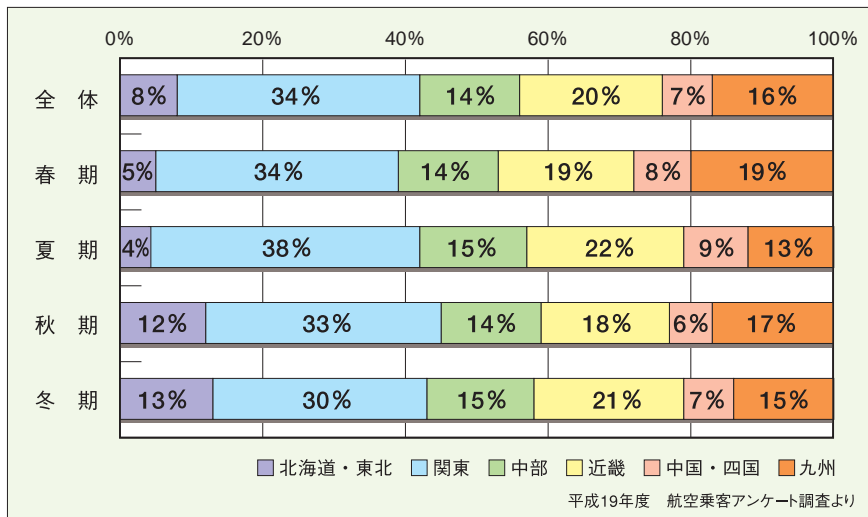


活動内容



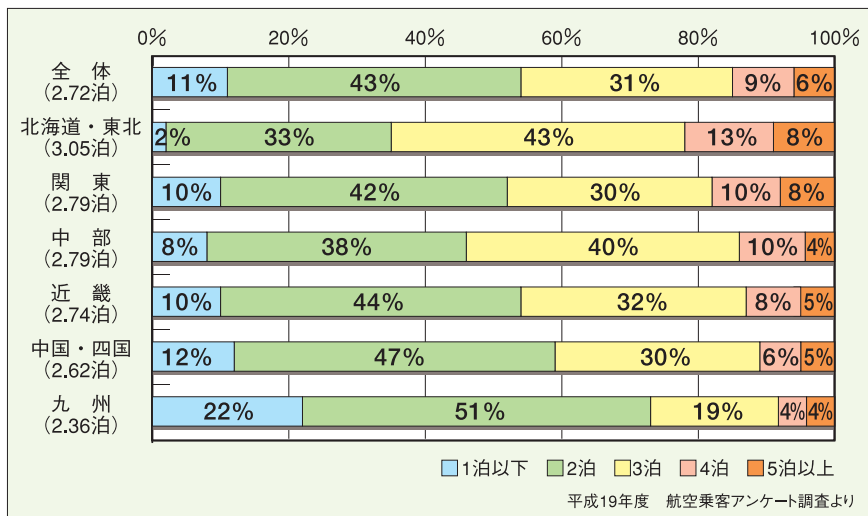
居住地別に見た特徴 ～航空乗客アンケートの結果より

居住地（四半期別）



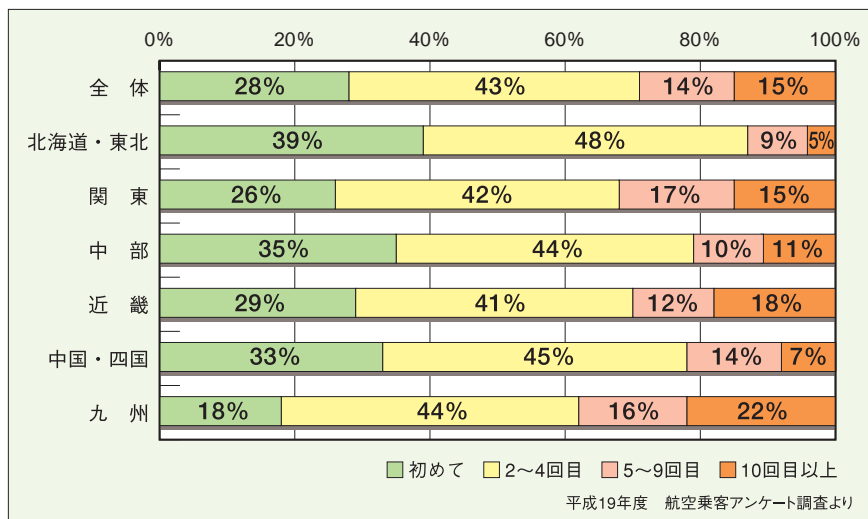
“関東”が最も多く3割強を占めており、つづいて“近畿”と“九州”となっている。季節別に見ると、「夏期」は「関東」が多く、「秋期」と「冬期」は“北海道・東北”が多くなっている。

泊数（居住地別）



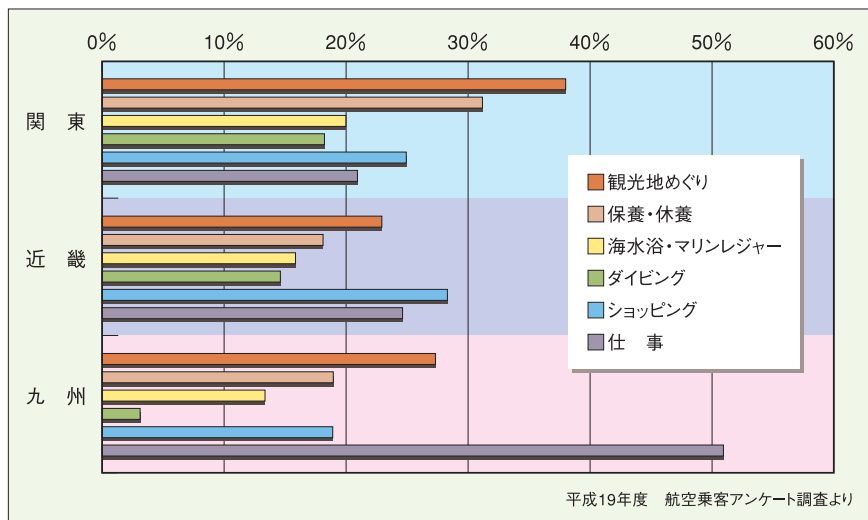
平均泊数は、「北海道・東北」が3.05泊と最も長く、「関東」、「中部」、「近畿」がづづいている。

■来訪経験（居住地別）



「関東」や「近畿」、「九州」では、来訪経験が豊富な観光客が多い。

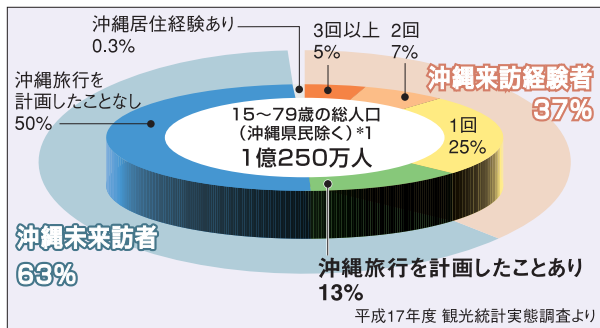
■活動内容（居住地別、来訪経験10回以上）



来訪経験が10回以上の観光客では、「関東」は「観光地めぐり」や「保養・休養」が多く、「近畿」は「ショッピング」がやや多い。「九州」は「仕事」が半数を占めている。同じリポーターでも、地域によってその活動内容は異なっている。

潜在需要マーケティング調査 ～沖縄未来訪者インターネット調査

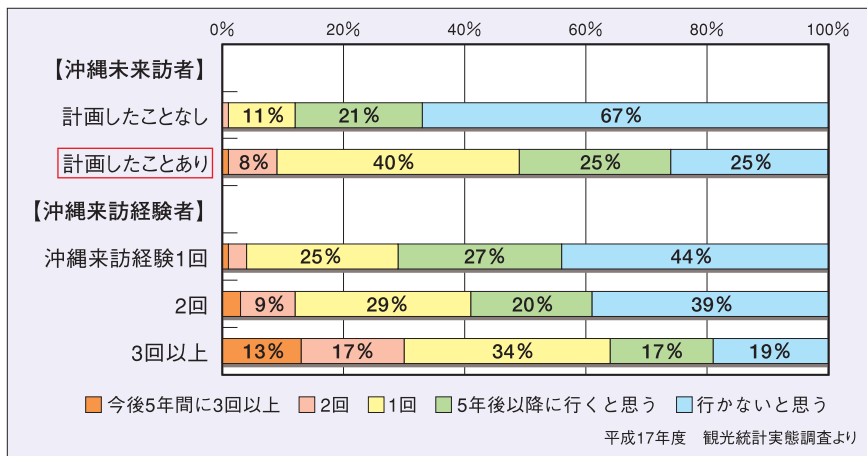
■日本人の沖縄旅行経験



平成17年度観光統計実態調査によると、沖縄旅行をしたことがない人は6割以上を占めている。また、沖縄旅行経験がないものの、沖縄旅行を計画したことがある人は13%となった。

*1 平成17年度観光統計実態調査(全国消費者アンケート調査)の調査対象者にあわせている

■沖縄来訪経験別に見た沖縄旅行意向



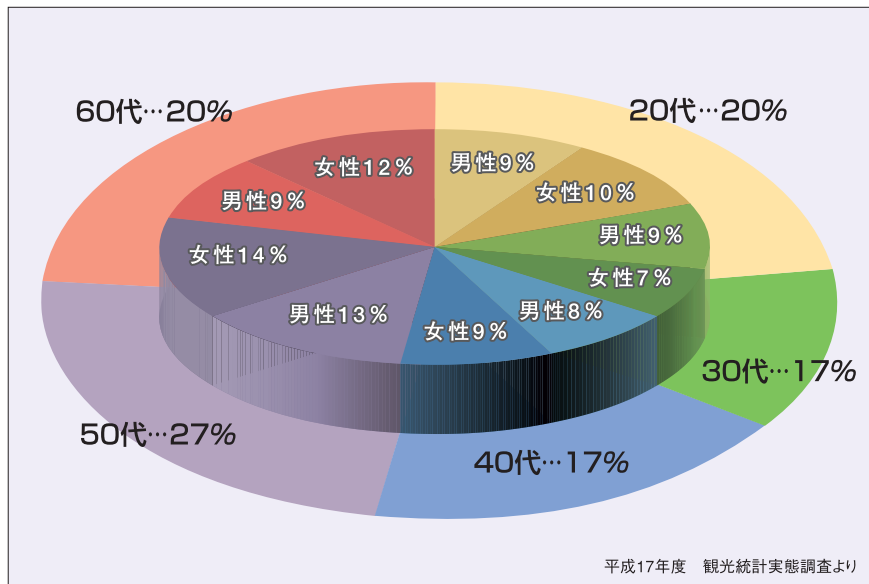
沖縄来訪経験別に今後の旅行意向をみると、沖縄未来訪者のうち沖縄旅行を計画したことはある人の沖縄旅行意向が高い。そこで、彼らの沖縄旅行のイメージやニーズを明らかにするため、以下の構成でインターネット調査を実施した。

■沖縄未来訪者インターネット調査の概要

調査対象: 沖縄旅行未経験者であり、かつ沖縄旅行の計画を立てたことのある20代以上の男女。ただし、旅行が好きではない者、宿泊観光旅行が年に1回未満の者は、調査対象から除外している。

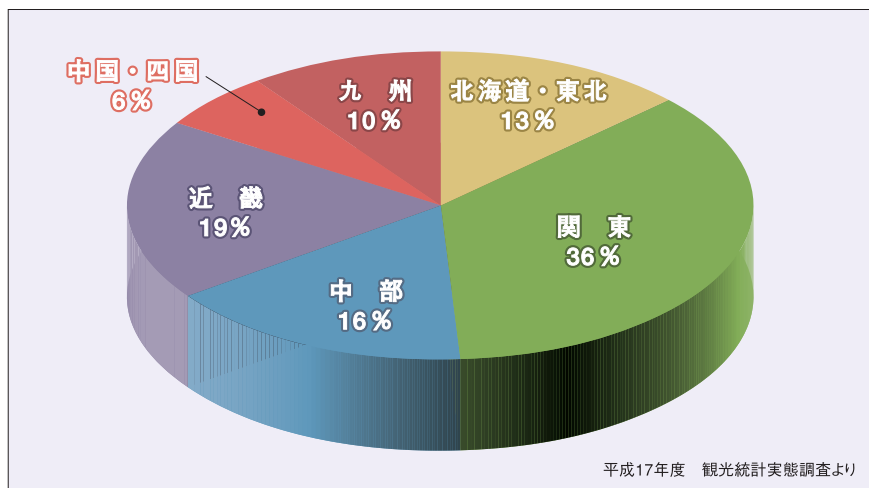
調査項目: 人気旅行タイプとその旅行先、沖縄の魅力の認知度とハワイとの比較、沖縄の食事、沖縄旅行の阻害要因、居住地、性年齢、世帯年収、等

■沖縄未来訪者（計画したことあり）の性年代別シェア



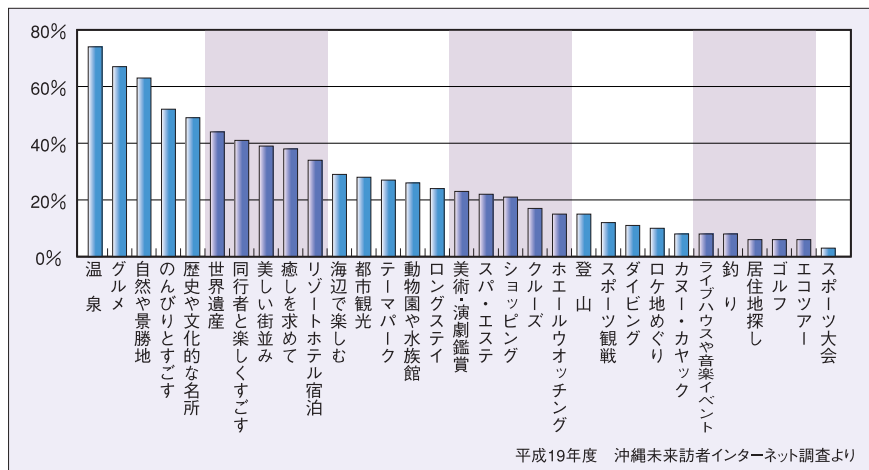
沖縄未来訪者で沖縄旅行を計画したことはある人は、50代が最も多い。

■沖縄未来訪者（計画したことあり）の居住地別シェア



沖縄未来訪者で沖縄旅行を計画したことがある人は、「関東」が最も多く、次に多い「近畿」の2倍近くに達している。

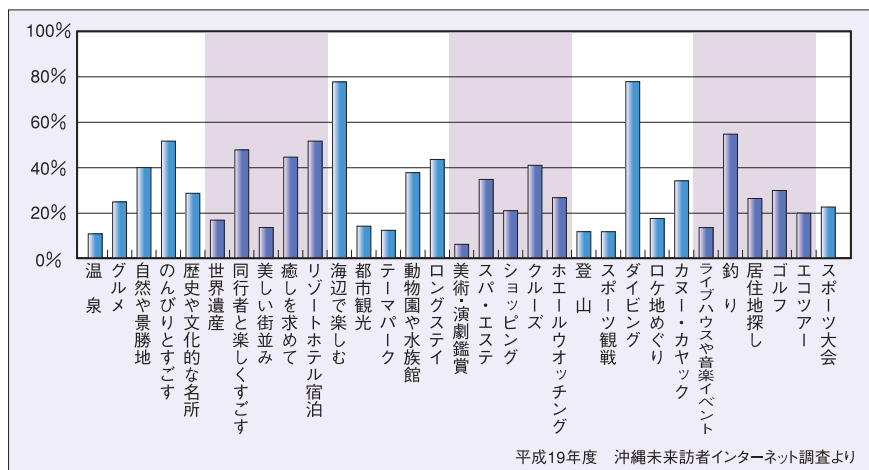
■旅行タイプの人気度（沖縄以外も含む）



☆旅行タイプの人気度：各旅行タイプを沖縄に限らず「今後してみたい」と回答した人の比率

「温泉」が最も人気が高く、「グルメ」、「自然や景勝地」がつづく。日本人全体の傾向と大きな違いはみられない。

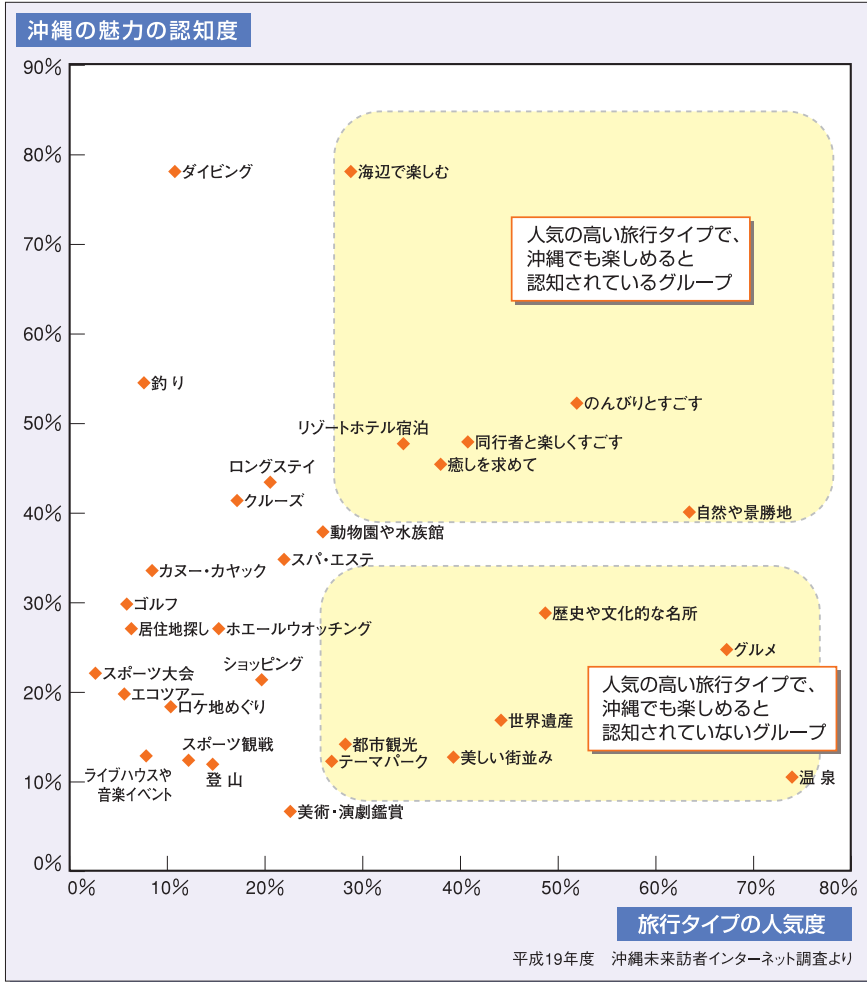
■沖縄の魅力の認知度



☆沖縄の魅力の認知度：各旅行タイプを沖縄に限らず「今後してみたい」と回答した人のうち、その旅行タイプを沖縄で「とても楽しめる」と回答した人の比率

「ダイビング」と「海辺で楽しむ」の魅力は十分に認識されている。「エコツアー」や「世界遺産」など、沖縄の魅力が十分には認識されていないものもある。

旅行タイプの人気度と沖縄の魅力の認知度



☆旅行タイプの人気度:各旅行タイプを沖縄に限らず「今後してみたい」と回答した人の比率

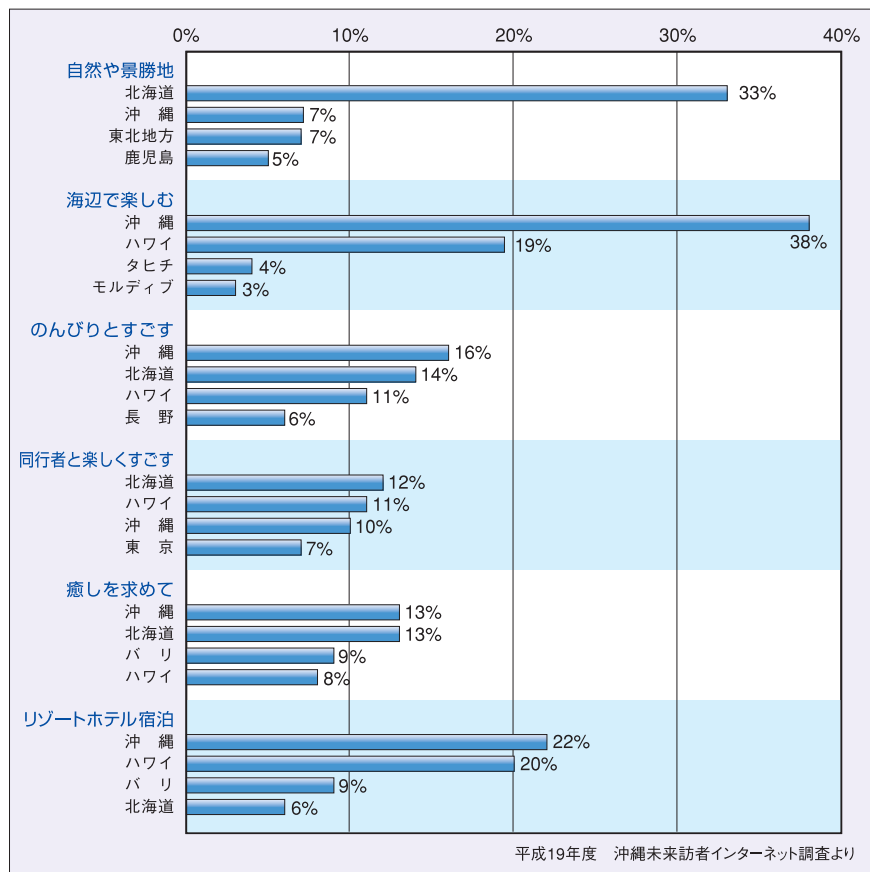
☆沖縄の魅力の認知度:各旅行タイプを沖縄に限らず「今後してみたい」と回答した人のうち、その旅行タイプを沖縄で「とても楽しめる」と回答した人の比率

☆横軸に旅行タイプの人気度、縦軸に沖縄の魅力の認知度をとり、旅行タイプをプロットした

「自然や景勝地」、「のんびりとすごす」、「同行者と楽しくすごす」、「癒しを求めて」、「リゾートホテル宿泊」などは、人気が高く、沖縄の魅力も十分に認識されており、未来訪者誘客の中心的な観光メニューといえる。

人気が高く、沖縄の魅力が十分には認識されていないものとして、「グルメ」、「歴史や文化的な名所」や「世界遺産」などがあげられる。

■人気の高い旅行先（旅行タイプ別）



☆人気の高い旅行先（旅行タイプ別）：各旅行タイプを沖縄に限らず「今後してみたい」と回答した人のうち、その旅行タイプの希望旅行先として回答した人の比率

「自然や景勝地」で最も人気の高い旅行先は“北海道”である。“沖縄”は2番目となっているものの、“北海道”との差は非常に大きい。

「海辺で楽しむ」で最も人気の高い旅行先は“沖縄”であり、“ハワイ”にも大きな差をつけている。

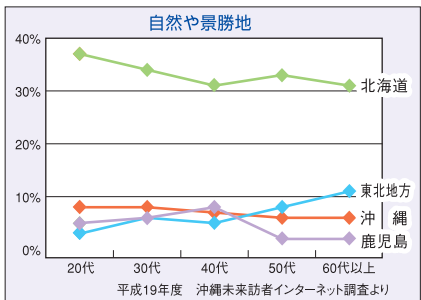
「のんびりと過ごす」では、“沖縄”が最も人気が高くなっているものの、“北海道”や“ハワイ”との差は比較的小さい。

「同行者と楽しく過ごす」では、“北海道”、“ハワイ”につづき、“沖縄”は3番目となっている。

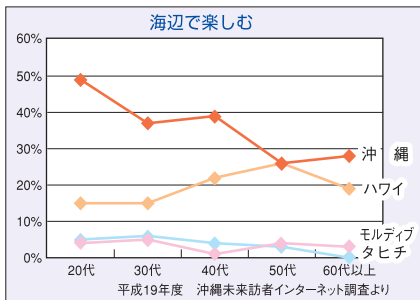
「癒しを求めて」では、“沖縄”と“北海道”がほぼ同率で並んでいる。

「リゾートホテル宿泊」では、“沖縄”が一番人気となっているものの、“ハワイ”との差は比較的小さい。

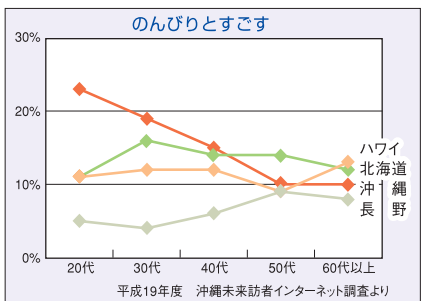
■人気の高い旅行先(旅行タイプ別・年代別)



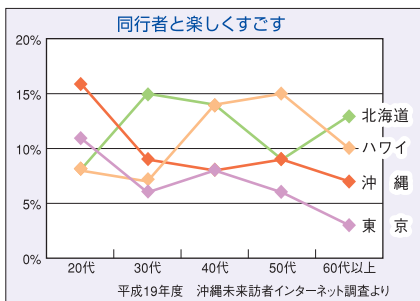
北海道と沖縄は若年層で人気が高く、東北地方は熟年層で人気が高い。



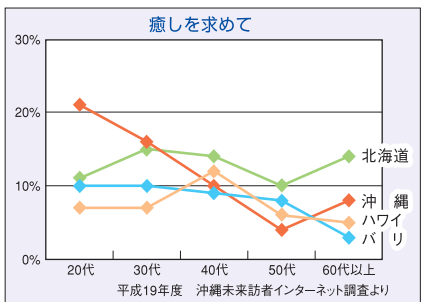
沖縄は若年層で圧倒的な人気を誇るが、熟年層ではハワイとの差が縮まっている。



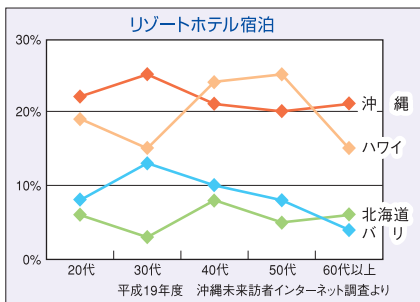
沖縄は40代以下では一番人気だが、50代以上では北海道に、60代以上ではハワイに抜かれている。



沖縄は20代では一番人気だが、その他の年代では北海道やハワイが人気となっている。

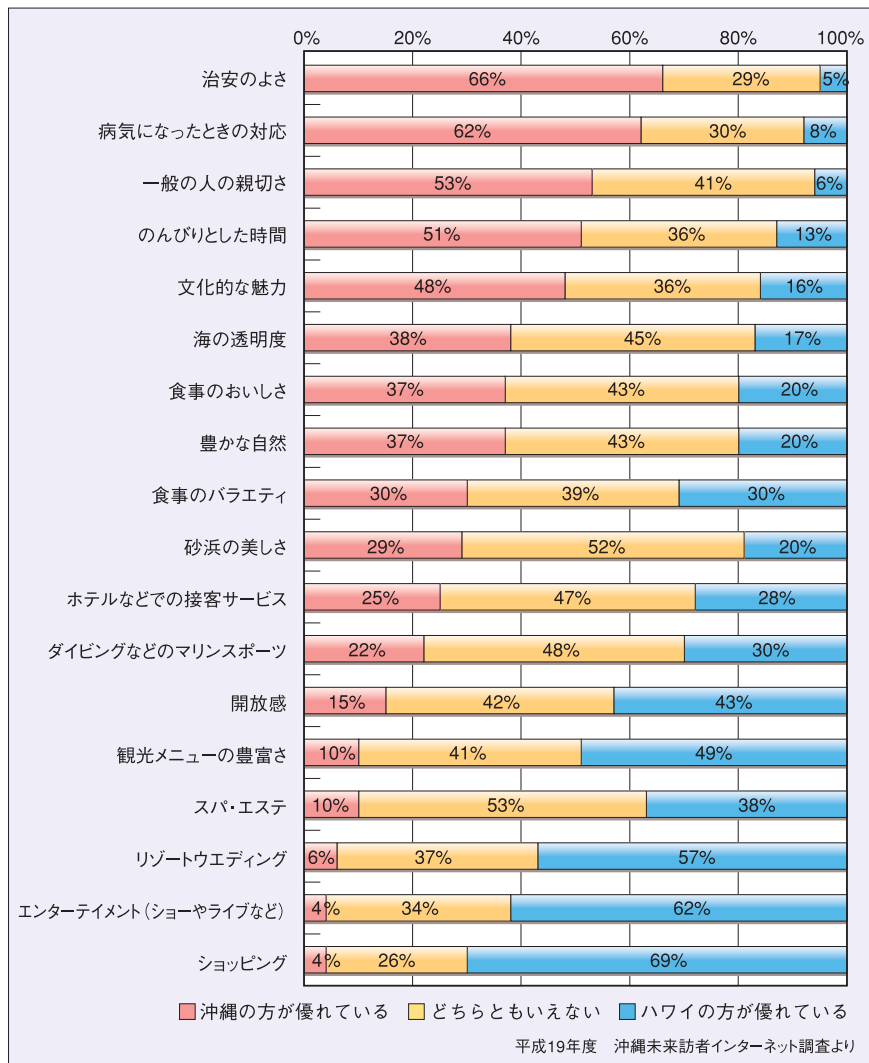


沖縄は30代以下では一番人気で、60代以上でもハワイより人気が高くなっている。



沖縄は各年代で安定した人気を誇っているが、40代から50代ではハワイが1番人気となっている。

■沖縄とハワイの魅力の比較

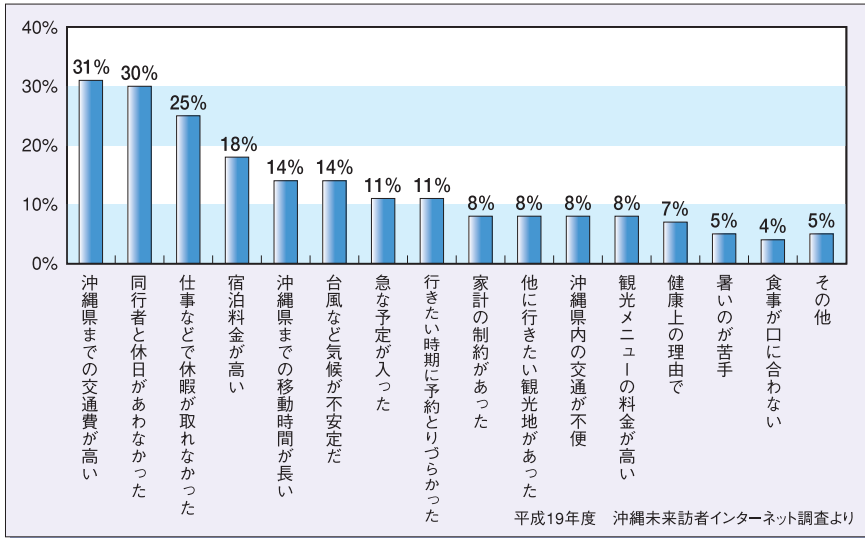


沖縄はハワイと比較されることが多いことから、ここではハワイと比較した沖縄のイメージについて調査を行った。

「治安のよさ」、「病気になったときの対応」、「一般の人の親切さ」、「のんびりとした時間」などは、沖縄の評価のほうが高い。

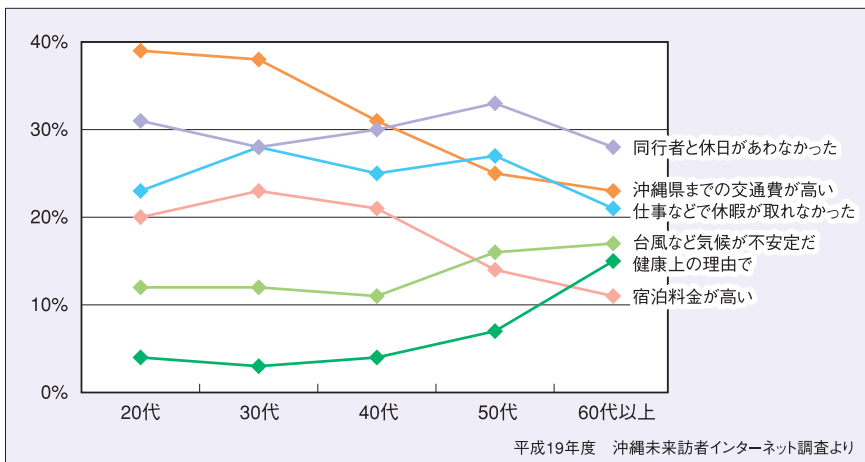
「観光メニューの豊富さ」、「スパ・エステ」、「リゾートウエディング」、「エンターテインメント」、「ショッピング」などでは、ハワイの評価のほうが高くなっている。

■沖縄旅行の阻害要因



沖縄県までの交通費や宿泊料金といった費用面のほか、同行者と休日が重ならないといった日常生活の忙しさも阻害要因として多くあげられている。「他に行きたい観光地があった」では、ハワイやグアムといった海外や、北海道が多くあげられている。

■沖縄旅行の阻害要因（年代別）



交通費や宿泊費などの費用面は40代以下で、不安定な気候や健康上の理由は50代以上で、より大きな阻害要因となっている。

潜在需要マーケティング調査 ～沖縄来訪経験者アンケート調査

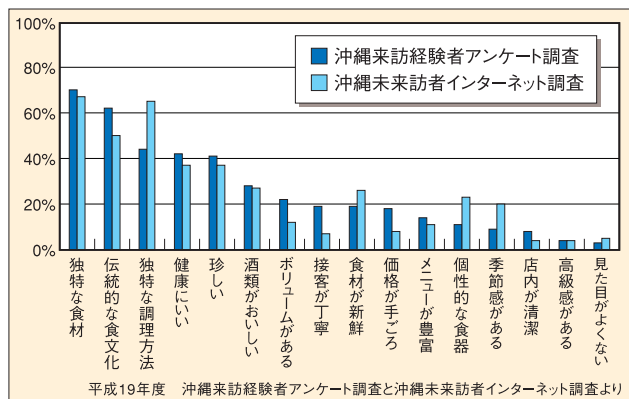
■沖縄来訪経験者アンケート調査の概要

調査目的: 沖縄来訪経験者の沖縄イメージの整理や、沖縄来訪経験者と沖縄未来訪者の沖縄イメージの比較を行う

調査項目: 好きな旅行タイプ、沖縄の魅力の認知度、沖縄の食事、沖縄の歴史資源、等 (航空乗客アンケート調査に追加)

調査対象: 空港を利用して帰宅する観光客 (航空乗客アンケート調査対象者)

■沖縄の食事イメージ (沖縄来訪経験者と沖縄未来訪者との比較)

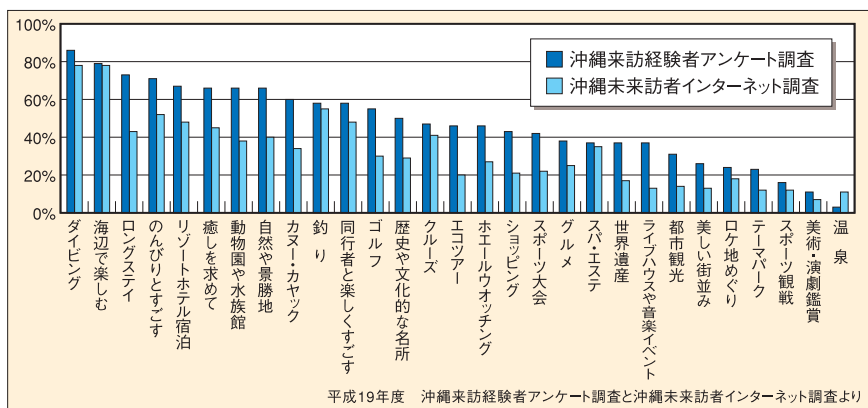


「伝統的な食文化」や「接客が丁寧」などは、来訪経験者の方がよくイメージしている。

一方で、「独特な調理方法」や「個性的な食器」などは、来訪経験者の方がイメージしていない。

☆沖縄の食事イメージ: 各イメージ要素が、沖縄の食事のイメージに「とてもあてはまる」と回答した人の比率

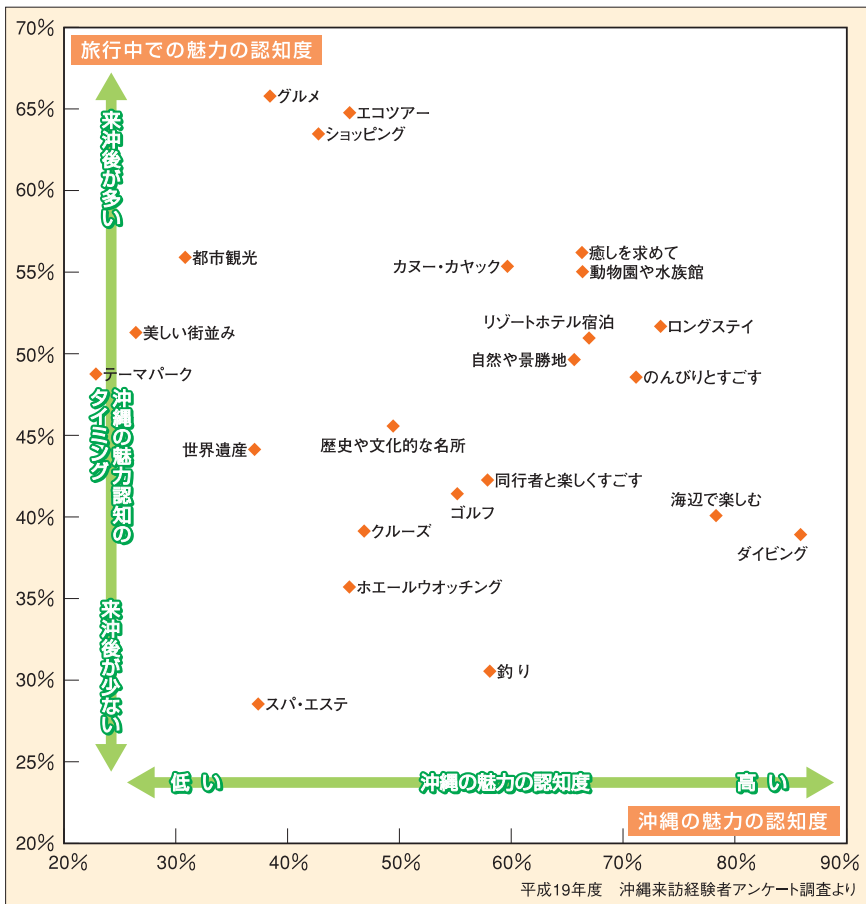
■沖縄の魅力の認知度 (沖縄来訪経験者と沖縄未来訪者との比較)



☆沖縄の魅力の認知度: 各旅行タイプを沖縄に限らず「今後してみたい」と回答した人のうち、その旅行タイプを沖縄で「とても楽しめる」と回答した人の比率

「ロングステイ」や「エコツアー」など、来訪経験者と未来訪者との差が大きくなっているものは、未来訪者への情報提供が効果的であると考えられる。

■沖縄の魅力の認知のタイミング（沖縄来訪経験者）



☆ 沖縄の魅力の認知度：各旅行タイプを沖縄に限らず「今後してみたい」と回答した人のうち、その旅行タイプを沖縄で「とても楽しめる」と回答した人の比率

☆ 旅行中での魅力の認知度：各旅行タイプを沖縄に限らず「今後してみたい」と回答した人で、その旅行タイプを沖縄で「とても楽しめる」と回答した人のうち、沖縄に来てから「とても楽しめると思った」と回答した人の比率

☆ 横軸に沖縄の魅力の認知度、縦軸に沖縄旅行中での魅力の認知度をとり、旅行タイプをプロットした

「ロングステイ」や「癒しを求めて」など、来沖してからその魅力に気づく傾向が強いものは、未来訪者への積極的な情報提供が効果的であると考えられる。

「グルメ」や「エコツアー」など、旅行中に魅力に気づく傾向が強いが、魅力の認知度は高くないタイプは、沖縄の魅力は十分ではあるものの、魅力に触れる機会が少ないと考えられる。未来訪者への情報発信とともに、旅行中にその魅力に触れられるような仕掛け作りが効果的であると考えられる。



平成19年度観光統計実態調査

◆平成19年度航空乗客アンケート調査

調査時期：平成19年6月、7月、11月、平成20年2月

調査項目：旅行目的、旅行内容、費目別消費額、居住地、性年齢、等
(11月調査のみ、沖縄来訪経験者アンケート調査の設問を追加)

◆沖縄未来訪者インターネット調査

調査時期：平成19年9月

調査項目：人気旅行タイプとその旅行先、沖縄の魅力の認知度とハワイとの比較、
沖縄の食事、沖縄旅行の阻害要因、居住地、性年齢、世帯年収、等

沖縄県 観光商工部 観光企画課

〒900-8570 沖縄県那覇市泉崎1-2-2

TEL：098-866-2763 FAX：098-866-2767

URL：<http://www3.pref.okinawa.jp/site/view/cateview.jsp?cateid=233>

沖縄観光統計調査

検索

※ この冊子は、調査結果のうち特徴的な部分を抜粋して作成しています。より詳しい内容につきましては報告書をご覧ください。
報告書は上記URL等よりダウンロードできます。

※ このパンフレットの数値、URL等は、基礎資料の改訂等に伴って今後修正される場合があります。

※ このパンフレットで使用した写真は、(財)沖縄観光コンベンションビューローから提供を受けています。