

「インバウンドの影響とその取組に関する調査」について

沖縄振興開発金融公庫企画調査部は、標題について調査結果をとりまとめました。今後同報告書を発刊し、関係機関への配布を予定しております。

本調査は、当公庫が年4回実施している「県内企業景況調査」の特別調査として、平成27年12月に景況調査対象先にアンケート調査を実施したもので、併せてヒアリングによる補足調査を行った（調査票発送先368社、回答企業321社、回答率87.2%）。

調査結果のポイント

I. インバウンド増加の影響

1. 飲食店・宿泊業の約8割（77.3%）、小売業の約6割（55.9%）の企業がインバウンドの増加により売上へプラスの効果があり、その他の業種にも波及効果が及んでいる（図表1、2）。
2. 飲食店・宿泊業の約6割（63.6%）、小売業の約3割（32.6%）の企業がインバウンド増加を売上増に結び付ける取組を実施している（図表3、4）。
3. 飲食店・宿泊業の約9割（90.9%）、小売業の約6割（58.2%）の企業でインバウンドの来訪があり、製造業（兼業販売施設等）の約2割（21.4%）の企業でもインバウンドの来訪があった（図表5、6）。

II. インバウンド受入の取組

1. 飲食店・宿泊業の全企業、小売業の約6割（62.8%）の企業がインバウンド受入に前向きな方針であった（図表7）。
2. インバウンドの受入を増やすために今後取り組みたいことは、「外国語に対応できる人材の確保」が約5割（50.9%）と最も高く、次いで「旅行会社との提携」（34.3%）となった（図表8、9）。
3. 飲食店・宿泊業は約7割（68.2%）の企業が外国人を雇用している。従業員の国・地域はネパール（32.8%）が最も高く、中国本土（29.7%）、台湾（21.9%）と続いている（図表10～13）。

III. まとめ

沖縄県ではLCCによる航空路線拡充の動きや大型クルーズ船の寄港回数的大幅増加見込に加え、2020年の那覇空港第二滑走路の供用開始等インバウンドの更なる増加が見込まれる好環境にある。インバウンドの経済効果を持続的なものとするためには、リピーターの増加やモノからサービス消費への拡大、多国化の推進等の取組が必要となるとともに、地域で魅力づくりを推進し、線（商店街・通り会等）となり面（地域・地区等）となる取組も重要である。県経済への貢献や地域振興に向けて官・民・地域が連携した効果的な取組が求められる。



沖縄振興開発金融公庫 企画調査部
[調査内容についての問い合わせ先]
企画調査部 調査課（波多野）
沖縄県那覇市おもろまち1-2-26

電話：098-941-1725 FAX：098-914-1920

<調査要領>

1. 調査目的

沖縄県の年間入域観光客数（歴年）は3年連続で過去最高を更新し、インバウンド（訪日外国人観光客）もアジアを中心に著増し今後も増加が見込まれていることから、当公庫の県内企業景況調査の一環としてインバウンドの影響とその取組を把握する。

2. 調査実施期間

2015年11月下旬～2016年1月上旬

（調査票発送：2015年11月27日、回収基準日：2015年12月11日）

3. 調査対象

当公庫県内企業景況調査対象企業

（沖縄県内に本社がある法人企業で、原則として資本金1千万円以上かつ従業員20名以上の企業）

4. 調査対象企業社数及び回答状況

	調査対象企業（社）	回答企業（社）	回答率（%）
全産業	368	321	87.2
製造業	68	59	86.8
建設業	73	65	89.0
卸売業	43	41	95.3
小売業	49	43	87.8
運輸業	35	29	82.9
情報通信業	19	18	94.7
サービス業	51	40	78.4
飲食店・宿泊業	26	22	84.6

（注）回答社数が2以下の業種は秘匿

5. 調査方法

対象企業に調査票を郵送し自社記入、電話によるヒアリングを実施

I. インバウンド増加の影響

1. 飲食店・宿泊業は約8割の企業で売上へプラスの効果あり、幅広い業種に波及（全業種は約4割）（図表1、2）

- (1) インバウンドの増加による売上へのプラスの影響について、「大いにある」と回答した企業は8.8%で、「多少ある」(34.7%)と合わせた約4割の企業が売上へプラスの影響がある結果となった。一方、業種や事業内容によってはインバウンドとの関係が薄い企業もあることから「全くない」は53.0%となった。
- (2) 業種別では、「大いにある」は飲食店・宿泊業（27.3%）が最も高く、次いで運輸業（21.4%）、小売業（14.0%）となった。また「大いにある」と「多少ある」を合わせたプラスの影響が5割超の業種は、飲食店・宿泊業（77.3%）が最も高く、次いで小売業（百貨店・スーパーや土産品）は55.9%、運輸業（道路旅客や貨物）は53.5%とインバウンドと直接関わりの強い業種が高かった。また卸売業（飲食料品や家電）、製造業（食料品や飲料）やサービス業（観光施設、リネンやビルメンテナンス）でも4割を超える企業がプラスの影響がある等、裾野が広く各業種でプラスの効果が見られた。一方、建設業や情報通信業はインバウンドとの関係が希薄でありプラスの影響は約2割に留まった。

2. 飲食店・宿泊業は約6割の企業で売上増に結び付ける取組を実施（全業種は約2割）（図表3、4）

- (1) インバウンドの増加を売上増に結び付ける取組について、「現在取り組んでいる」と回答した企業は16.2%、「現在取り組んでいないが、今後取り組む予定」は12.4%となった。一方、69.1%の企業は「現在取り組んでおらず、今後も予定はない」と回答したが、その理由は建設業や一部の製造業などは「取り組む必要性がないから」や「立地や事業内容等から取組の効果が見込めないから」との回答が多かった。
- (2) 業種別では、「現在取り組んでいる」は飲食店・宿泊業が63.6%と最も高く、次いで小売業（32.6%）となった。また「現在取り組んでいないが、今後取り組む予定」は飲食店・宿泊業（27.3%）や小売業（18.6%）のほか卸売業（20.0%）や運輸業（17.2%）が高い結果となった。
- (3) 取組内容は、各業種で「社員の外国語研修を行う」との回答が多く見られ、飲食店・宿泊業では「施設内やメニュー等の多言語対応、海外向け予約サイト強化（宿泊業）」、小売業は「免税店の許可取得、店内POPの多言語対応」、運輸業は「旅行業者との連携強化（旅客）、海外宅配便商品の強化（貨物）」、卸売業は「店頭で品切が発生しないよう、得意先への在庫確保推進（家電）、ハラル食品推進（食品）」との回答があった。

3. 飲食店・宿泊業は約9割の企業でインバウンドの来訪あり（全業種は約3割）（図表5、6）

- (1) 自社の店舗・施設等についてインバウンドの有無を尋ねたところ、「よくいる」（10.7%）と「たまにいる」（14.3%）を合わせた約3割の企業でインバウンドの来訪ありの結果となった。業種別では、「よくいる」は飲食店・宿泊業（50.0%）が最も高く、次いで小売業（25.6%）となった。また「よくいる」と「たまにいる」を合わせて5割を超えた業種は飲食店・宿泊業（90.9%）、小売業（58.2%）と高い結果となった。製造業（兼業販売施設等）でも約2割（21.4%）の来訪があった。
- (2) インバウンドが「よくいる」又は「たまにいる」と回答した企業に、どのようにして自社の店舗・施設等を知ったかを尋ねたところ（複数回答）、「旅行ガイドブックや観光マップ・ガイドを見てくる」が32.0%と最も高く、「パッケージツアーに組み込まれている」（29.3%）、「旅行関連のホームページを見てくる」及び「自社のホームページを見てくる」（各22.7%）等、事前に確認している場合が多いが、「たまたま通りかかる」（30.7%）のような商機を示唆するケースも一定割合あった。
- (3) 業種別では、「旅行ガイドブックや観光マップ・ガイドを見てくる」はサービス業（観光施設）が100%と最も高く、次いで製造業（主に見学コースがある食料品や飲料）が58.3%となった。「たまたま通りかかる」は小売業（44.0%）、製造業（41.7%）が高く、「パッケージツアーに組み込まれている」は飲食店・宿泊業（52.6%）、運輸業（37.5%）、製造業（33.3%）、「旅行関連のホームページを見てくる」は飲食店・宿泊業（42.1%）、「自社のホームページを見てくる」はサービス業（50.0%）、飲食店・宿泊業（42.1%）と業種により異なる結果となった。

II. インバウンド受入の取組

1. 飲食店・宿泊業は全ての企業がインバウンド受入に前向き（全業種は約4割）（図表7）

(1) インバウンドの受入方針について尋ねたところ、「積極的に受け入れたい」（15.4%）と「受け入れてもよい」（21.6%）を合わせた約4割の企業がインバウンド受入に前向きな結果となった。業種別では、「積極的に受け入れたい」と「受け入れてもよい」を合わせて4割を超えた業種は飲食店・宿泊業（100%）、小売業（62.8%）と高かったが、製造業（35.8%）、運輸業（34.5%）でも3割を超す結果となった。

2. インバウンド受入を増やす今後の取組は、約5割が外国語に対応できる人材の確保（図表8、9）

- (1) 上記1で「積極的に受け入れたい」及び「受け入れてもよい」と回答した企業に、インバウンド受入を増やすために今後取り組みたいことを尋ねたところ（複数回答）、「外国語に対応できる人材の確保」（50.9%）が最も高く、次いで「旅行会社との提携」（34.3%）、「商工会議所・商工会や観光協会など公的機関との連携」（29.6%）、「旅行ガイドブックや観光マップ・ガイドへの掲載依頼」（26.9%）、「外国語に対応した自社ホームページの作成」（25.9%）となった。
- (2) 業種別では、「外国語に対応できる人材の確保」は飲食店・宿泊業が68.2%と最も高く、次いでサービス業（主に観光施設）は66.7%となり、「旅行会社との提携」は運輸業（80.0%）、飲食店・宿泊業（59.1%）、「商工会議所・商工会や観光協会など公的機関との連携」はサービス業（66.7%）、小売業（44.4%）、製造業（36.8%）、「旅行ガイドブックや観光マップ・ガイドへの掲載依頼」は飲食店・宿泊業（40.9%）、小売業及びサービス業（各33.3%）、「外国語に対応した自社ホームページの作成」は飲食店・宿泊業（54.5%）、小売業（33.3%）がそれぞれ高かった。
- (3) 今後取り組みたいことについて、「積極的に受け入れたい」は全産業と比較して取り組みたい割合が全体的に高いが、特に「旅行ガイドブックや観光マップ・ガイドへの掲載依頼」（46.7%）、「商工会議所・商工会や観光協会など公的機関との連携」（42.2%）、「外国語に対応したホームページの作成」（37.8%）は10ポイント以上高い結果となった。

3. 飲食店・宿泊業は約7割の企業が外国人を雇用（全業種は約2割）（図表10～13）

- (1) 外国人従業員を雇用の有無の質問について（複数回答）、78.5%の企業が「外国人従業員はいない」と回答した。一方、約2割の企業が外国人を雇用し「正社員として雇用」（9.0%）、「非正規社員として雇用」（13.5%）となった。業種別では、「正社員として雇用」は飲食店・宿泊業（ホテル）が27.3%、サービス業（建築設計）が12.5%と高く、「非正規社員として雇用」は飲食店・宿泊業が45.5%、小売業が25.6%、サービス業（リネンやビルメンテナンス）が25.0%と高かった。なお「非正規社員としての雇用」はインバウンド対応のほか人手不足のためとの回答も見られた。
- (2) 外国人従業員の国・地域を尋ねたところ、「ネパール」は32.8%と最も高く、次いで「中国本土」（29.7%）となった。業種別では、「ネパール」はサービス業（46.2%）、「中国本土」は小売業（66.7%）が高かった。
- (3) 外国人従業員の採用方法を尋ねたところ（複数回答）、日本語学校を中心とした「大学・専門学校の紹介」（42.2%）が最も高く、次いで「友人・知人の紹介」（26.6%）となった。業種別では、「大学・専門学校の紹介」は飲食店・宿泊業が57.1%、サービス業（主にリネンやビルメンテナンス）が46.2%と高く、「友人・知人の紹介」は小売業が33.3%、サービス業が30.8%と他業種より高かった。
- (4) 外国人材の活用方針について尋ねたところ（複数回答）、外国人材を活用したい企業は「専門知識や技術・技能を有する外国人材であれば活用したい」（28.6%）、「現場作業員・スタッフ等として外国人材を活用したい」（23.3%）となった。業種別では、「専門知識や技術・技能を有する外国人材であれば活用したい」は飲食店・宿泊業（特にホテル）が63.2%、サービス業（建築設計や観光施設）が43.2%、「現場作業員・スタッフ等として外国人材を活用したい」は飲食店・宿泊業が68.4%、サービス業（リネンやビルメンテナンス）が35.1%、小売業が28.9%とそれぞれ高い結果となった。

Ⅲ.まとめ ～インバウンドの経済効果を持続させるために～

(1) 沖縄県の平成 27 年（暦年）入域観光客数は 776 万人と 3 年連続で過去最高を更新、このうちインバウンドは前年の 89 万人から 150 万人と大幅に増加し、入域観光客全体の約 2 割を占めるようになった。この影響は消費を通して県経済に寄与しており、当公庫の県内企業景況調査においても業況判断は 11 期連続プラスとなった。

(2) 本調査で、インバウンドの増加により直接・間接効果を含めて裾野広く影響が及んでいることが明らかになった。

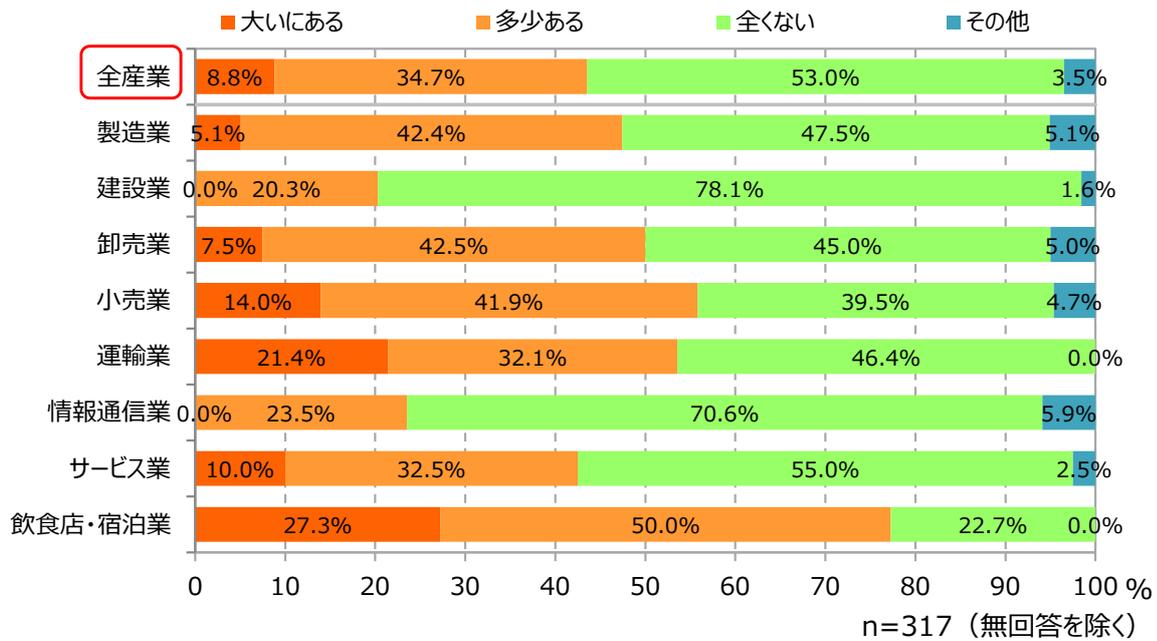
直接接客する機会が多い飲食店・宿泊業、運輸業及び小売業が売上に大きくプラスの効果が見られたが、製造業、卸売業やサービス業などの業種においてもプラスの効果が一定程度見られた。また飲食店・宿泊業の約 6 割、小売業の約 3 割の企業がインバウンドへの取組を実施している。店舗や施設の認知方法としては「旅行ガイドブックや観光マップ・ガイドへの掲載」が最も高かったが「ホームページ」や「たまたま通りかかる」との回答も一定程度あり、外国語対応のホームページ作成や魅力ある店舗を形成していくことも効果的な取組となろう。

飲食店・宿泊業の全企業及び小売業の約 6 割の企業がインバウンド受入に前向きな回答をしている。受入を増やすために取り組みたいことは「外国語に対応できる人材の確保」や「旅行会社との提携」といった企業単位の取組割合が高かったが、「商工会議所・商工会や観光協会など公的機関との連携」との回答も多く見られ、今後の効果が注目される。

外国語対応については、人材の確保のほか、社員教育などの回答があった。マンパワー以外のコミュニケーション手段として、多言語 POP の作成や指差し会話シート等特段費用をかけることなく実施できることから導入し、効果が出ている企業も見られる。なお、最近ではスマートフォン・タブレットが普及し翻訳アプリも提供されており、今後は接客場面等で一層活用が進むものと見込まれる。

(3) 沖縄県では LCC による航空路線拡充の動きや大型クルーズ船の寄港回数的大幅増加見込に加え、2020 年の那覇空港第二滑走路の供用開始等インバウンドの更なる増加が見込まれる好環境にある。インバウンドの経済効果を持続的なものとするためには、リピーターの増加やモノからサービス消費への拡大、多国化の推進等の取組が必要となるとともに、地域で魅力づくりを推進し、線（商店街・通り会等）となり面（地域・地区等）となる取組も重要である。県経済への貢献や地域振興に向けて官・民・地域が連携した効果的な取組が求められる。

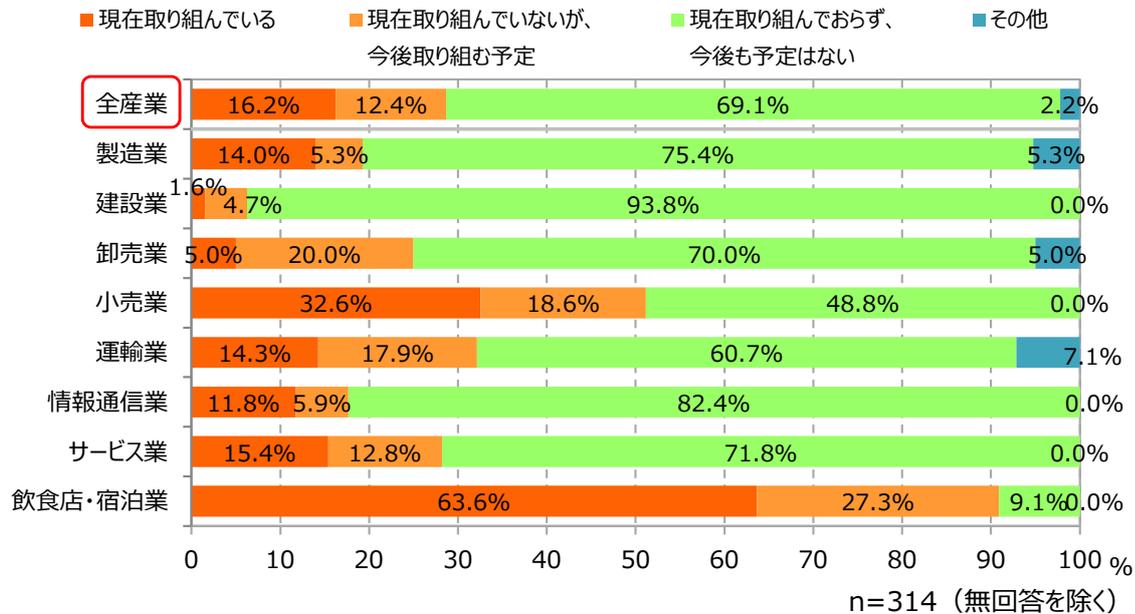
図表1 インバウンドの増加による売上へのプラスの影響



図表2 売上へのプラスの影響の具体例

業種	具体例
製造業	<ul style="list-style-type: none"> ・宿泊施設や飲食店、小売店（土産品店、コンビニ、スーパー等）への商品納入が増加 ・観光施設等の建設に伴う建築・土木資材の需要 ・外国人観光客向けの印刷物の受注増 ・自社工場見学後の製品販売が増加 ・兼業の観光施設やアンテナショップでの売上が増加
建設業	<ul style="list-style-type: none"> ・観光客増加に伴うインフラ整備の受注
卸売業	<ul style="list-style-type: none"> ・粉ミルクや化粧品、医薬品、家電製品、土産物等の納入増 ・ホテル・飲食店向けの売上増 ・兼業の宿泊施設でのインバウンド増による売上増
小売業	<ul style="list-style-type: none"> ・家電製品・化粧品・医薬品・土産物等の販売数量の増加 ・高単価な商品の売上増 ・レンタカーの利用増に伴う車両売上が増加 ・観光バスやレンタカーへの燃料売上が増加
運輸業	<ul style="list-style-type: none"> ・観光バスの売上増 ・外国客船の入港増に伴う曳船作業の増加 ・物流増加により売上が増加 ・家電商品等の爆買いに伴い輸配送が大幅に増加
情報通信業	<ul style="list-style-type: none"> ・観光業からの業務受注
サービス業	<ul style="list-style-type: none"> ・観光施設にて、クルーズ船利用者や海外からの個人客が増加し、入場料、食事、土産品のいずれも増収。 ・レンタカー利用増に伴う車両整備収入の増 ・ホテルへのリネン売上の増加 ・ホテルへの客室整備業務の売上増 ・空港警備業務の増加
飲食店	<ul style="list-style-type: none"> ・来店者数の増加による売上増 ・大勢で来店し、多く注文することによる売上増 ・国際通りの飲食店でクルーズ船からの集客が増加
宿泊業	<ul style="list-style-type: none"> ・外国人宿泊客が大幅に増加し、売上増 ・平日、特に日曜、月曜の閑散期の稼働UPにつながっている ・ランチや夕食の取込みにより、料飲収入が増加

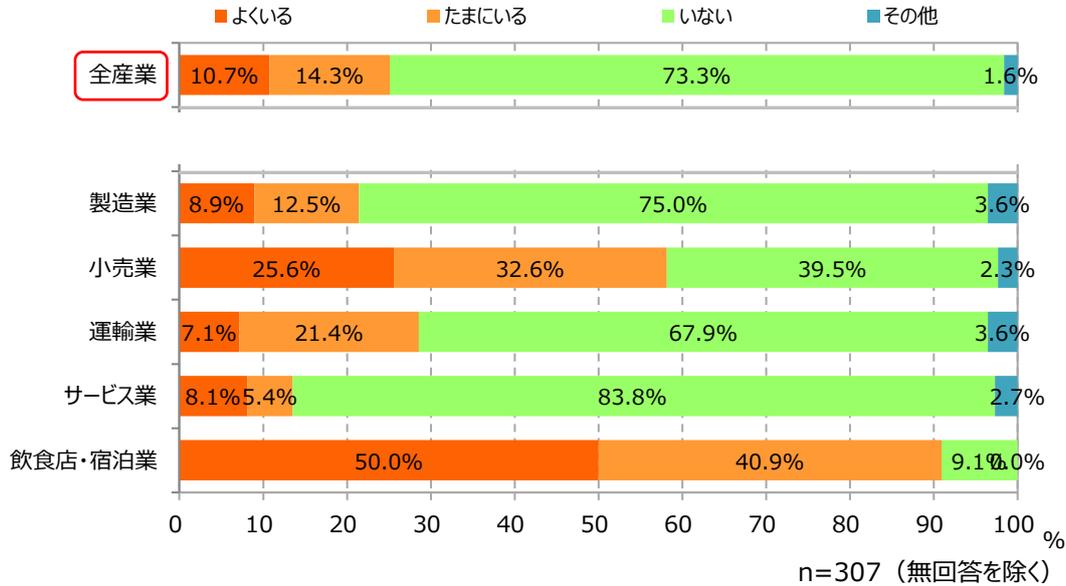
図表3 インバウンドの増加を売上増に結び付ける取組



図表4 インバウンドの増加を売上増に結び付ける取組の具体例

業種	具体例
製造業	<ul style="list-style-type: none"> ・免税店の許可を取得 ・社員の外国語研修を行う ・工場見学用ビデオの字幕を多言語で作成する ・販売店舗にて、指さし会話、外国人雇用、店内での外国語放送案内 ・デパート、スーパー、土産品店に自社製品の売込みや納品強化 ・外国人観光客が多く見込まれる商業施設に自社商品の販売のため飲食テナントを出店 ・外国語の印刷に対応できるよう、様々な書体を準備する
卸売業	<ul style="list-style-type: none"> ・店頭で品切にならないよう、取引先への在庫を確保する ・ハラール食品を推進する
小売業	<ul style="list-style-type: none"> ・免税店の許可を取得する ・多言語POPを作成する ・指さし会話シート等を使う ・社員の外国語研修を行う ・外国人を採用する ・通訳できるタブレットなどの導入 ・外国人観光客が好みそうな商品をリサーチし、取り扱っている ・OCVBの「eコマース」企画に参加 ・海外向け「eコマース」を取り組み予定
運輸業	<ul style="list-style-type: none"> ・旅行業者との連携を強化 ・海外宅配便商品を強化 ・社員の外国語研修を実施 ・外国語リーフレットを配布
情報通信業	<ul style="list-style-type: none"> ・観光関連業界への営業重視 ・免税システムの販売 ・多言語対応人材の採用
サービス業	<ul style="list-style-type: none"> ・ホームページや施設内を多言語対応にする ・物販所に免税コーナーを導入 ・社員の外国語研修を行う
飲食店	<ul style="list-style-type: none"> ・料金等掲示物への多言語対応 ・多言語に対応したメニューの作成 ・社員の語学研修 ・外国人の採用 ・海外旅行社への営業
宿泊業	<ul style="list-style-type: none"> ・取扱旅行会社へのセールスを強化する ・インバウンド向けインターネット宿泊予約サイトへ登録する ・自社ホームページを多言語対応にする ・パンフレット、施設案内表示を多言語対応にする ・社員の外国語研修を行う ・外国語に対応可能なスタッフを常駐する ・全館Wi-Fi環境整備 ・観光コースの中に組み込んでもらい、ランチやデザートを提供 ・香港、台湾、韓国に営業拠点を設けたり、旅行博へ積極的に参加

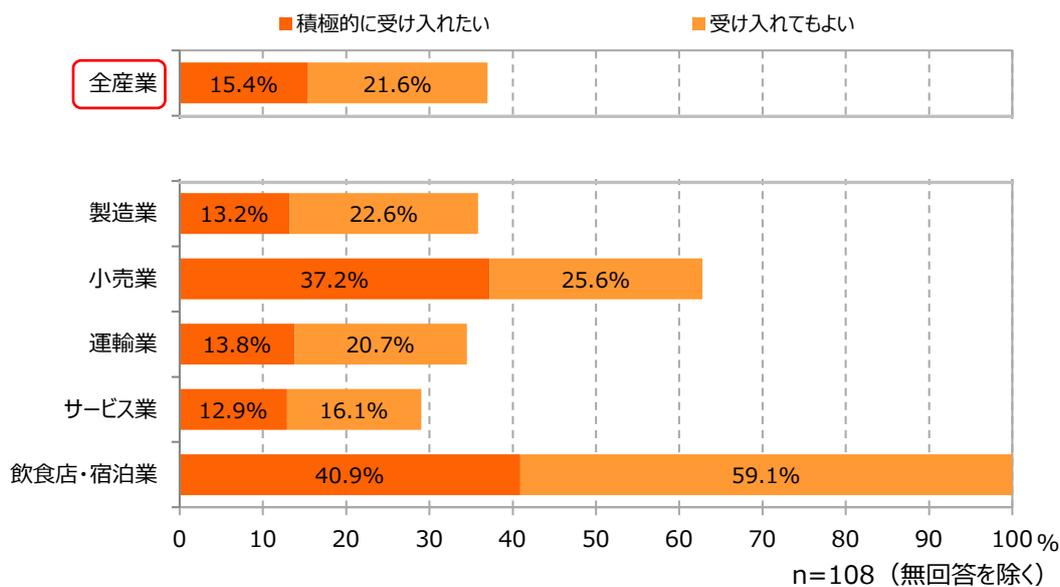
図表5 インバウンドの来訪状況



図表6 インバウンドの当該施設の認知方法 (複数回答)

	旅行ガイドブックや観光マップ・ガイドを見る	たまたま通る	パッケージツアーに組み込まれている	旅行関連のホームページを見る	自社のホームページを見る	ブログや口コミを見る	宿泊しているホテル・旅館に紹介される	わからない	友人・知人に薦められる	テレビ・ラジオ・出版物の広告を見る	その他	有効回答社数
全産業	32.0% (24)	30.7% (23)	29.3% (22)	22.7% (17)	22.7% (17)	17.3% (13)	13.3% (10)	13.3% (10)	9.3% (7)	6.7% (5)	12.0% (9)	(75)
製造業	58.3% (7)	41.7% (5)	33.3% (4)	16.7% (2)	8.3% (1)	33.3% (4)	0.0% (0)	0.0% (0)	0.0% (0)	0.0% (0)	0.0% (0)	(12)
小売業	20.0% (5)	44.0% (11)	16.0% (4)	16.0% (4)	12.0% (3)	8.0% (2)	16.0% (4)	24.0% (6)	12.0% (3)	12.0% (3)	24.0% (6)	(25)
運輸業	25.0% (2)	0.0% (0)	37.5% (3)	12.5% (1)	25.0% (2)	12.5% (1)	12.5% (1)	12.5% (1)	12.5% (1)	0.0% (0)	12.5% (1)	(8)
サービス業	100.0% (4)	0.0% (0)	25.0% (1)	25.0% (1)	50.0% (2)	25.0% (1)	25.0% (1)	0.0% (0)	25.0% (1)	0.0% (0)	0.0% (0)	(4)
飲食店・宿泊業	26.3% (5)	5.3% (1)	52.6% (10)	42.1% (8)	42.1% (8)	21.1% (4)	21.1% (4)	10.5% (2)	10.5% (2)	10.5% (2)	10.5% (2)	(19)

図表7 インバウンドの受入方針



図表8 インバウンドの受入を増やすため今後取り組みたいこと（複数回答）

	外国語に対応できる人材の確保	旅行会社との提携	商工会議所・商工会や観光協会など公的機関との連携	旅行ガイドブックや観光マップ・ガイドへの掲載依頼	外国語に対応した自社ホームページの作成	旅行関連ホームページへの掲載依頼	とくにない	地域の同業者や組合・商店街メンバーとの連携	ホテル・旅館との連携	テレビ・ラジオ・出版物の広告への掲載依頼	その他	有効回答社数
全産業	50.9% (55)	34.3% (37)	29.6% (32)	26.9% (29)	25.9% (28)	24.1% (26)	14.8% (16)	13.0% (14)	10.2% (11)	9.3% (10)	5.6% (6)	(108)
製造業	47.4% (9)	31.6% (6)	36.8% (7)	31.6% (6)	15.8% (3)	21.1% (4)	15.8% (3)	10.5% (2)	10.5% (2)	10.5% (2)	5.3% (1)	(19)
小売業	44.4% (12)	25.9% (7)	44.4% (12)	33.3% (9)	33.3% (9)	29.6% (8)	14.8% (4)	14.8% (4)	3.7% (1)	18.5% (5)	3.7% (1)	(27)
運輸業	50.0% (5)	80.0% (8)	0.0% (0)	10.0% (1)	20.0% (2)	10.0% (1)	10.0% (1)	0.0% (0)	10.0% (1)	0.0% (0)	10.0% (1)	(10)
サービス業	66.7% (6)	22.2% (2)	66.7% (6)	33.3% (3)	11.1% (1)	22.2% (2)	0.0% (0)	11.1% (1)	11.1% (1)	0.0% (0)	0.0% (0)	(9)
飲食店・宿泊業	68.2% (15)	59.1% (13)	22.7% (5)	40.9% (9)	54.5% (12)	40.9% (9)	4.5% (1)	13.6% (3)	22.7% (5)	13.6% (3)	9.1% (2)	(22)

図表9 インバウンドの受入を増やすため今後取り組みたいことと受入方針（複数回答）

	外国語に対応できる人材の確保	旅行会社との提携	商工会議所・商工会や観光協会など公的機関との連携	旅行ガイドブックや観光マップ・ガイドへの掲載依頼	外国語に対応した自社ホームページの作成	旅行関連ホームページへの掲載依頼	とくにない	地域の同業者や組合・商店街メンバーとの連携	ホテル・旅館との連携	テレビ・ラジオ・出版物の広告への掲載依頼	その他	有効回答社数
全産業	50.9% (55)	34.3% (37)	29.6% (32)	26.9% (29)	25.9% (28)	24.1% (26)	14.8% (16)	13.0% (14)	10.2% (11)	9.3% (10)	5.6% (6)	(108)
積極的に受け入れたい	57.8% (26)	40.0% (18)	42.2% (19)	46.7% (21)	37.8% (17)	33.3% (15)	4.4% (2)	20.0% (9)	8.9% (4)	17.8% (8)	4.4% (2)	(45)
受け入れてもよい	46.0% (29)	30.2% (19)	20.6% (13)	12.7% (8)	17.5% (11)	17.5% (11)	22.2% (14)	7.9% (5)	11.1% (7)	3.2% (2)	6.3% (4)	(63)

図表10 外国人従業員の採用状況（複数回答）

	正社員として雇用	非正規社員として雇用	外部社員として雇用	繁忙期のみ短期雇用	いない	有効回答社数
全産業	9.0% (28)	13.5% (42)	0.6% (2)	2.2% (7)	78.5% (245)	(312)
製造業	6.9% (4)	5.2% (3)	0.0% (0)	1.7% (1)	89.7% (52)	(58)
小売業	9.3% (4)	25.6% (11)	2.3% (1)	2.3% (1)	72.1% (31)	(43)
運輸業	3.7% (1)	3.7% (1)	3.7% (1)	0.0% (0)	88.9% (24)	(27)
サービス業	12.5% (5)	25.0% (10)	0.0% (0)	0.0% (0)	65.0% (26)	(40)
飲食店・宿泊業	27.3% (6)	45.5% (10)	0.0% (0)	13.6% (3)	31.8% (7)	(22)

図表11 外国人従業員の国・地域（複数回答）

	ネパール	中国本土	台湾	フィリピン	韓国	その他アジア	米国	その他	有効回答社数
全産業	32.8% (21)	29.7% (19)	21.9% (14)	15.6% (10)	12.5% (8)	23.4% (15)	7.8% (5)	10.9% (7)	(64)
製造業	33.3% (2)	33.3% (2)	16.7% (1)	0.0% (0)	16.7% (1)	16.7% (1)	0.0% (0)	16.7% (1)	(6)
小売業	25.0% (3)	66.7% (8)	25.0% (3)	16.7% (2)	16.7% (2)	25.0% (3)	16.7% (2)	8.3% (1)	(12)
運輸業	0.0% (0)	33.3% (1)	33.3% (1)	0.0% (0)	0.0% (0)	66.7% (2)	0.0% (0)	0.0% (0)	(3)
サービス業	46.2% (6)	7.7% (1)	7.7% (1)	23.1% (3)	0.0% (0)	23.1% (3)	0.0% (0)	15.4% (2)	(13)
飲食店・宿泊業	35.7% (5)	35.7% (5)	28.6% (4)	14.3% (2)	35.7% (5)	28.6% (4)	7.1% (1)	14.3% (2)	(14)

図表 12 外国人従業員の採用方法（複数回答）

	大学・専門 学校の紹介	友人・知人 の紹介	人材派遣 業者経由	求人誌	その他	有効回答社数
全産業	42.2% (27)	26.6% (17)	17.2% (11)	17.2% (11)	21.9% (14)	(64)
製造業	16.7% (1)	16.7% (1)	16.7% (1)	0.0% (0)	50.0% (3)	(6)
小売業	33.3% (4)	33.3% (4)	25.0% (3)	33.3% (4)	8.3% (1)	(12)
運輸業	33.3% (1)	33.3% (1)	33.3% (1)	0.0% (0)	0.0% (0)	(3)
サービス業	46.2% (6)	30.8% (4)	23.1% (3)	7.7% (1)	23.1% (3)	(13)
飲食店・宿泊業	57.1% (8)	21.4% (3)	21.4% (3)	28.6% (4)	21.4% (3)	(14)

図表 13 外国人材の活用（複数回答）

	専門知識や技術・技能 を有する外国人材 であれば活用したい	現場作業員・スタッフ等 として外国人材 を活用したい	繁忙期など短期の 雇用として外国人材 を活用したい	外国人材の 活用は 考えていない	その他	有効回答社数
全産業	28.6% (82)	23.3% (67)	11.5% (33)	48.8% (140)	3.8% (11)	(287)
製造業	21.2% (11)	13.5% (7)	13.5% (7)	63.5% (33)	1.9% (1)	(52)
小売業	21.1% (8)	28.9% (11)	10.5% (4)	55.3% (21)	2.6% (1)	(38)
運輸業	21.4% (6)	10.7% (3)	10.7% (3)	57.1% (16)	7.1% (2)	(28)
サービス業	43.2% (16)	35.1% (13)	16.2% (6)	21.6% (8)	5.4% (2)	(37)
飲食店・宿泊業	63.2% (12)	68.4% (13)	26.3% (5)	15.8% (3)	0.0% (0)	(19)

(参考資料)

アンケートの自由回答欄に寄せられた意見・要望等

業種	自由意見
製造業	<p>・泡盛の認知度が低い。お土産としてのブランド力の向上が必要。</p> <p>○行政への要望： ・外国人向けの商品表示について各社任せにせず、統一对応が望まれる。</p>
建設業	<p>・日本（沖縄も含めて）に外国人観光客が来るのは国内の安全性、食料品（食文化）、自然、輸送インフラ、日本製品物等の良さがあるからだと思う。沖縄の場合美しい海、海岸線を維持し、マリッジ等々を充実させる必要がある。</p>
卸売業	<p>・インバウンドによる影響は、消費と観光産業の裾野の拡大など、経済活性化へ大きな役割を果たしている。建材卸売・建設業では、宿泊・商業施設やインフラ整備による間接的な受注が多く、影響を把握しにくい面もある。先進的な事例や効果的な施策があれば参考にしたい。</p> <p>・語学や文化、風習が学べる講演会の充実。国内、海外のインバウンド先進事例に直接ふれる視察の充実などがあれば参加したい。</p>
小売業	<p>・沖縄観光の繁忙期のインバウンド増加により国内客が減少している状況の為、外国人の受入を積極的に行っていかなければならない現状ではあるが、国内客とのバランスを考えて国内客受注に関する取り組みを行っていく必要があると思います。</p> <p>○行政への要望： ・一事業者だけでは外国人観光客をおもてなしする事には色々な問題があるため行政の力をかりて地域全体の底上げをお願いしたいです。（外国語に対するサポート・助成金等（パンフレット作り等））。</p> <p>・外国に輸出、移出するときの手続きの簡素化を要望します。</p> <p>・「ここに電話をしたら言葉のやりとりができる」等の言葉の壁のヘルプセンターがあれば良いと思う。外国人の方がスマートフォンを持っているので、チャット式の質問HPのような形で、訳があれば簡単だと思う。</p>
サービス業	<p>・これからも国際化が進む中、受入側の体制が整っていないという事がある。特に会話等、難しい部分も沢山ある（メニューの外国語表記）。</p> <p>・現在、インバウンドは好調で今後受け入れするホテルと連携していき、SNSの強化をして接客していきたい。</p> <p>・沖縄県も10年後には人口減少が始まると思います。労働力の確保は今から取り組む課題だと思う。外国人の活用を考える必要があると思う。その方策を今から考え手を打つ！</p> <p>○行政への要望： ・中国本土、台湾からの客層、爆買いも魅力的だが、一時的な事だと感じています。当社では宿泊数が長い客をターゲットとし、沖縄ならではの魅力、ゆったりとした感覚を味わって頂ける商品構築を目指しております。実際ヨーロッパ諸国からの客数も増加しており、このような上質な旅プランを好む傾向にあり滞在日数を延ばす取り組みも強化していく為には、各行政機関との連携は必要だと考えます。</p> <p>・留学生については日本語を学ぶと言うより、出稼ぎ労働者としての来日だと見ています。企業として助かっています。しかし、国・県は実情に合った制度をつくるべきです。彼等の要望・話を聞く機関も設けて慣習のちがいを啓発するよう、企業と共に取り組むべきです。それが雇用安定につながります。</p>
情報通信業	<p>・国外在住の外国人向けの情報発信力の強化が課題です。</p>
飲食店・宿泊業	<p>・人材育成や外国語を話せる方の派遣を積極的に取り組んで頂きたい。</p> <p>・人手不足の解消と既存スタッフのケアが課題。</p> <p>・インバウンドは一時的なものと考えていますので、既存のお客様とのバランス等、このゲームに流されて後になってなにも残らないということがないようにしたいと考えてます。</p> <p>・外国での観光集客の為に取り組んでいる実例をもっと知りたい。</p> <p>○行政への要望： ・WiFiの完全網羅（Free）は観光立県としてやって欲しいです。</p>