

訪日客の沖縄旅行に関する調査 (2023年版)

[調査内容についてのお問い合わせ先]

〒900-8520 那覇市おもろまち1-2-26

沖縄振興開発金融公庫 調査部地域連携情報室

担当:砂川 TEL:098-941-1853

概要

- 沖縄振興開発金融公庫調査部は、株式会社日本政策投資銀行(以下、DBJ)および公益財団法人日本交通公社(以下、JTBF)が実施している「DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査」を基礎データとして使用し、2023年における訪日客の沖縄旅行の実施と意向に焦点を当てた調査を実施しました。
- なお本調査は、公益財団法人日本交通公社への委託事業として実施しました。
- 今後、「公庫レポート」を発刊し関係機関への配布を予定しています。

<調査の概要>

| | |
|-------|---|
| 調査方法 | インターネットによる調査 |
| 実施時期 | 2023年7月6日～7月14日 |
| 調査地域 | ■アジア：韓国、中国、台湾、香港、タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア ■欧米豪：アメリカ、オーストラリア、イギリス、フランス (12ヶ国・地域) <small>(注) 中国は北京および上海在住者のみ(割合は北京50%：上海50%) (注) アメリカ、オーストラリア、イギリス、フランスは2016年度調査から追加</small> |
| 調査対象者 | 20歳～79歳の男女、かつ、海外旅行経験者 <small>(注) 中国-香港-マカオ間、マレーシア-シンガポール間、タイ-マレーシア間、アメリカ-カナダ・メキシコ・ハワイ・グアム間、オーストラリア-ニュージーランド間、イギリス・フランス-欧州各国間の旅行は、海外旅行経験から除く</small> |
| 有効回答者 | 上記各地域に居住する住民計7,414人 |

- 2019年6月25日～7月8日に実施された調査を「DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査(2019年度版)」(以下、2019年度調査)とする。
- 2020年6月2日～6月12日に実施された調査を「第1回新型コロナ影響度特別調査」(以下、第1回調査)とする。
- 2020年12月1日～12月12日に実施された調査を「第2回新型コロナ影響度特別調査」(以下、第2回調査)とする。
- 2021年10月5日～10月19日に実施された調査を「第3回新型コロナ影響度特別調査」(以下、第3回調査)とする。
- 2022年6月21日～7月4日に実施された調査を「DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査(2022年度版)」(以下、2022年度調査)とする。

※ “有意差検定”とは、調査結果から得られたある2つの値の差が、統計的に信頼できるものであるか、もしくは偶然のものであるかを判別する検定。前者である場合、本レポートでは「5%水準で有意」と記載している。

※ 数値を整数表示(小数点第1位を四捨五入)にしているため、構成比の数値を合計しても必ずしも100%とはならない。

1. 外客数と国際定期便の回復状況

- 海外渡航者数は、コロナ禍前の水準に回復しつつある。
- 沖縄への外国人入域客数は、直近の2023年12月で、2019年同月比の52%。
- 那覇空港における国際定期便(直行便)の回復状況は、直近の23年冬ダイヤで2019年同期比△36%。
- いずれもコロナ禍前の水準に至っておらず、回復途上にある。

<海外渡航者数の回復状況>

(単位：%)

| 地域 | 比較月 | 海外旅行回復状況 (対2019年同月比) |
|---------|-----|----------------------|
| 韓国 | 7月 | 82% |
| 台湾 | 6月 | 72% |
| 香港 | 7月 | 78% |
| シンガポール | 7月 | 86% |
| アメリカ※2 | 6月 | 110% |
| オーストラリア | 6月 | 92% |
| イギリス | 3月 | 80% |

※1:「DBJ・JTB アジア・欧米系 訪日外国人旅行者の意向調査」の調査対象地域12国・地域のうち、月単位で出国者数を公表している国・地域を対象に、2023年9月中旬現在で公表されている2023年の最新月の出国者数について、2019年同月の出国者数を100としたときの回復状況を示している。

※2: メキシコやカナダへの陸路による出国者数を除いた数字

出典：各国の統計資料よりJTB作成 (各国の統計資料についてはデータ出処を参照) データ出処

韓国：한국관광공사 한국관광통계 (韓国観光公社 韓国観光統計)

台湾：中華民國交通部觀光局 出國旅客按目的地統計

香港：香港特別行政區 政府統計處 香港統計月刊

シンガポール：Government of Singapore Outbound Departures of Singapore Residents

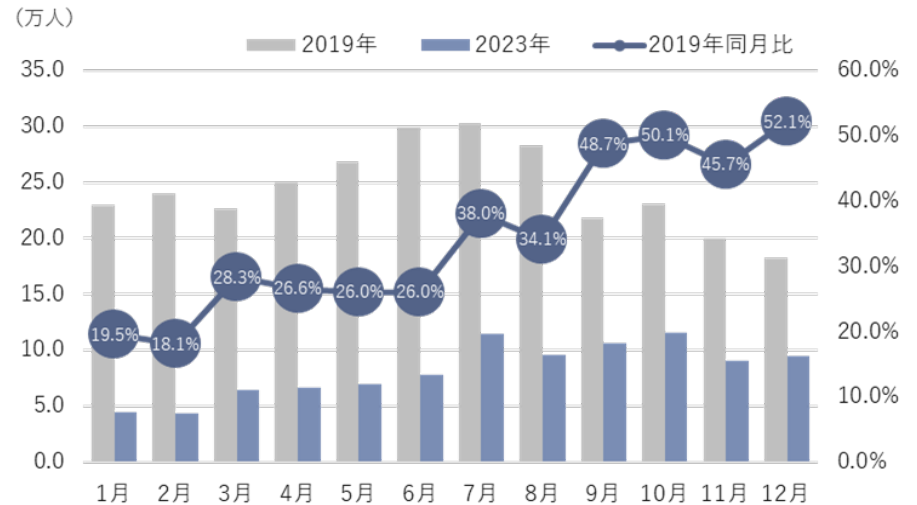
アメリカ：U.S. Department of Commerce Tourism Industries U.S. International Air Travel Statistics

オーストラリア：Australian Bureau of Statistics Overseas Arrivals and Departures

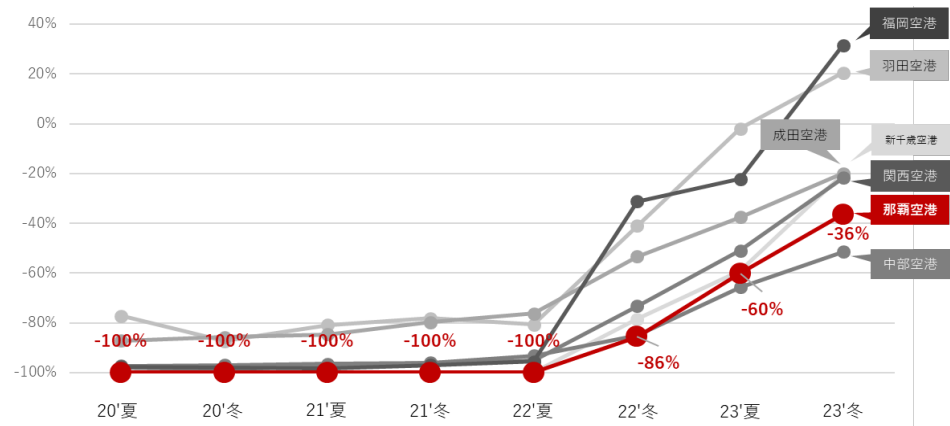
イギリス：Office for National Statistics Overseas travel and tourism, monthly

<沖縄県入域観光客数(外国人)>

出典：沖縄県庁ホームページの「入域観光客数」



<主要空港別の国際定期便(直行便)の回復状況>



出典：国土交通省HP「国際線就航状況」の国際定期便(直行便)における1週当たりの便数

※夏ダイヤは3月下旬～10月下旬ごろ、冬ダイヤは10月下旬～3月下旬ごろ

※2019年夏、2019年冬ダイヤを基準とした場合の各年の夏ダイヤ、冬ダイヤの回復率

2. 沖縄の認知率・訪問意向率

- 全回答者(海外旅行経験者)のうち、沖縄の認知率は全体で38%、地域別にみるとアジアで47%、欧米豪で22%
- 全回答者のうち、沖縄の訪問経験率は7%、訪問意向率は17%、リピート意向率は58%
- 都市別に認知率・訪問経験率・訪問意向率をみたところ、総じて欧米豪に比べてアジアが高い。
- 沖縄のリピート意向率はアジアより欧米豪で高くなっている。

<「沖縄」の認知・訪問経験・訪問意向・リピート意向>

| TOTAL (n=7,414) | 沖縄 | 東京 | 京都 | 北海道 | 福岡/博多/小倉 | 神戸 |
|------------------|-----|-----|-----|-----|----------|-----|
| 認知※1 | 38% | 60% | 48% | 43% | 23% | 31% |
| 訪問経験※1 | 7% | 25% | 16% | 11% | 5% | 6% |
| 訪問意向※1 | 17% | 41% | 26% | 27% | 7% | 10% |
| リピート意向※2 | 58% | 66% | 63% | 73% | 48% | 45% |
| アジア居住者 (n=4,857) | 沖縄 | 東京 | 京都 | 北海道 | 福岡/博多/小倉 | 神戸 |
| 認知※1 | 47% | 66% | 58% | 59% | 30% | 39% |
| 訪問経験※1 | 10% | 34% | 23% | 16% | 7% | 9% |
| 訪問意向※1 | 22% | 44% | 32% | 38% | 9% | 13% |
| リピート意向※2 | 56% | 64% | 62% | 73% | 48% | 44% |
| 欧米豪居住者 (n=2,557) | 沖縄 | 東京 | 京都 | 北海道 | 福岡/博多/小倉 | 神戸 |
| 認知※1 | 22% | 49% | 30% | 13% | 8% | 16% |
| 訪問経験※1 | 2% | 9% | 4% | 1% | 1% | 1% |
| 訪問意向※1 | 9% | 36% | 15% | 6% | 2% | 5% |
| リピート意向※2 | 75% | 81% | 67% | 54% | 56% | 53% |

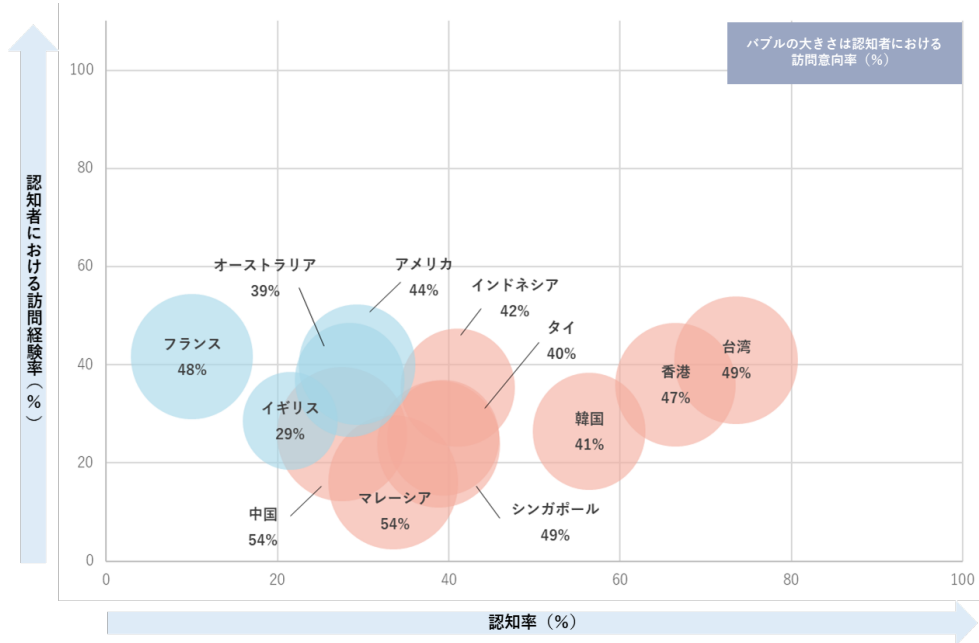
※1 認知、訪問経験、訪問意向は、それぞれ記載のあるサンプル数をベースに算出した。この調査の全回答者のうち、それぞれそのエリアを知っている人の割合（認知率）、そのエリアに訪問時期を問わず行ったことがある人の割合（訪問経験率）、そのエリアに過去の訪問経験の有無にかかわらず、今後行ってみたい人の割合（訪問意向率）となっている。

※2 リピート意向は各地の訪問経験者における訪問意向率を算出したもの。欧米豪居住者における「北海道」「福岡」「神戸」のリピート意向率は、いずれもn=50未満のため、参考値。

2. 国・地域別に見た沖縄の認知率・訪問意向率

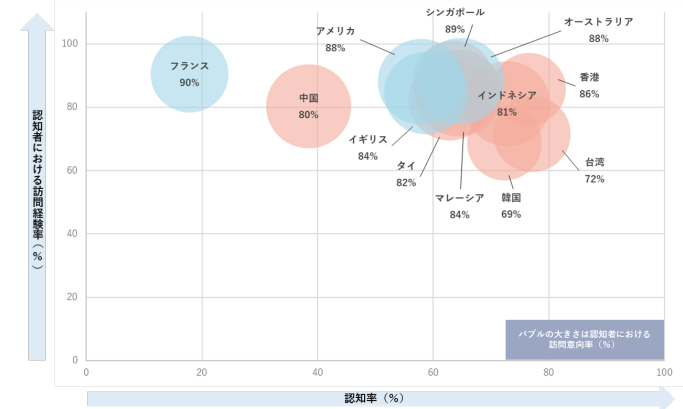
- 沖縄の認知、訪問経験、訪問意向の関係性を国・地域別にみると、国・地域によって認知率(バブルの左右)に大きな差はあるが、認知者における訪問経験率(バブルの上下)、訪問意向率(バブルの大きさ)の差は小さい。
- 認知率の低い東南アジア・欧米豪は、認知率を上げることで訪問経験へ繋げる必要がある。

<「沖縄」の認知率・訪問経験率・訪問意向率の関係性>



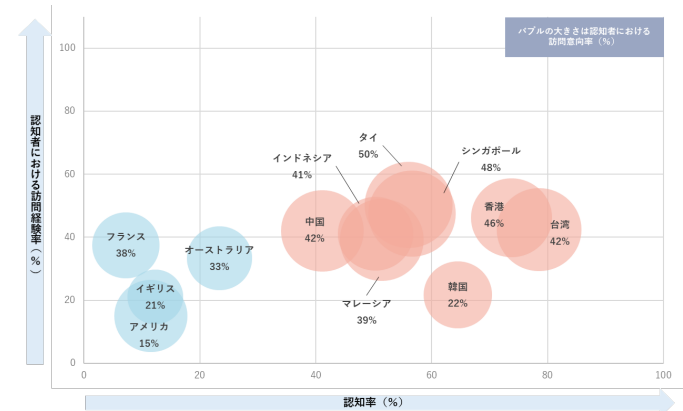
※訪問経験率、訪問意向率はいずれも認知者ベースの値。
※アメリカ、イギリス、フランスの訪問経験率はn=50未満のため、参考値。

<参考:「東京」の認知率・訪問経験率・訪問意向率の関係性>



※フランスの訪問経験率はn=50未満のため、参考値。

<参考:「北海道」の認知率・訪問経験率・訪問意向率の関係性>



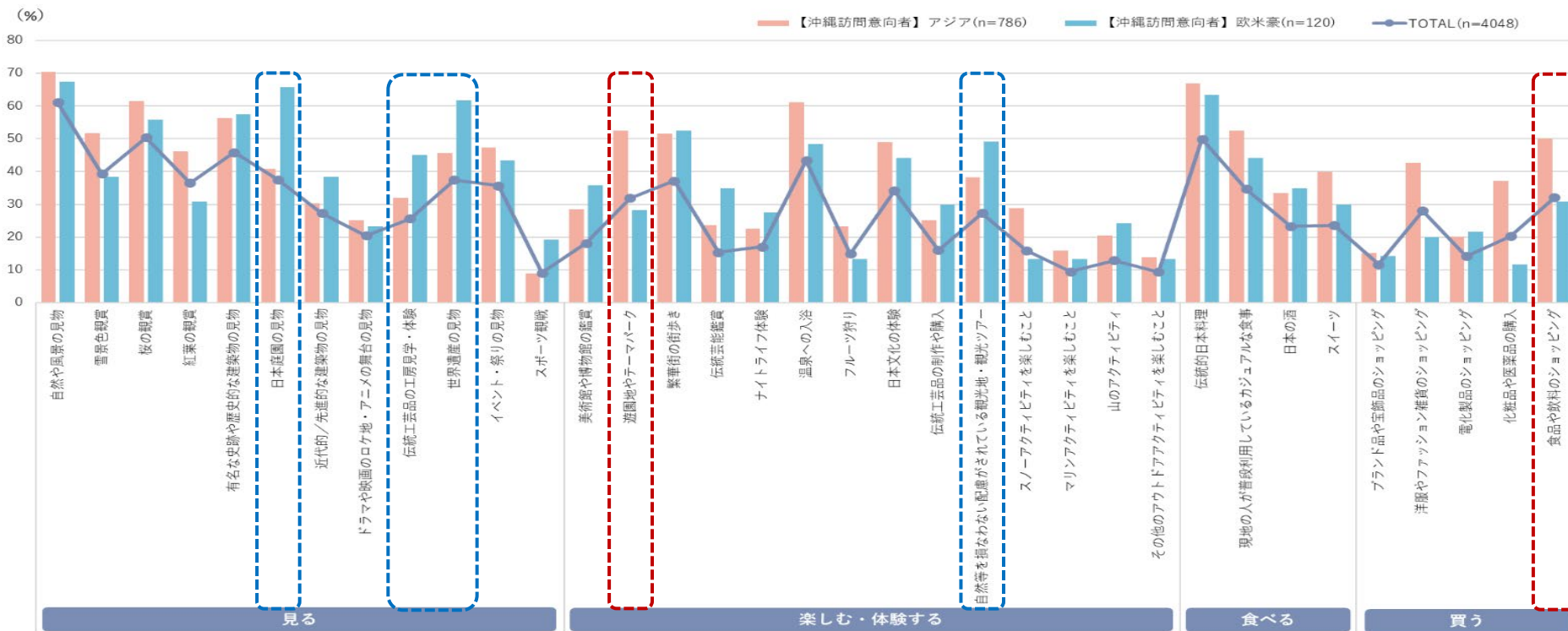
※アメリカ、イギリス、フランスの訪問経験率はn=50未満のため、参考値。

3. 沖縄訪問意向者のニーズ

- 沖縄訪問意向者における訪日時の希望体験について、アジアと欧米豪で比較すると、アジアの選択率が高くかつ欧米豪との差分が大きい体験は「遊園地やテーマパーク」、「食品や飲料のショッピング」であった。

- 欧米豪の選択率が高くかつアジアとの差分が大きい体験は「日本庭園の見物」、「世界遺産の見物」、「伝統工芸品の工房見学・体験」、「自然等を損なわない配慮がされている観光地・観光ツアー」である。

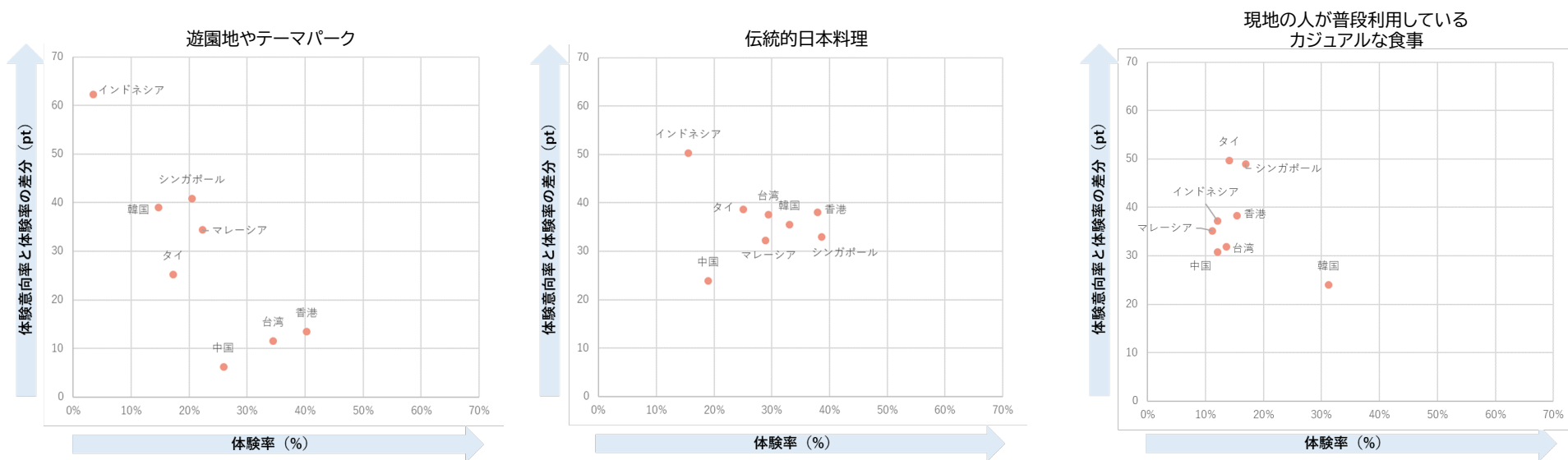
＜沖縄訪問意向者における訪日時の希望体験＞



3. アジアからの沖縄訪問意向者の体験ニーズ

- アジアで体験意向率が高い体験のうち、7つの項目について、体験率と体験意向率の関係性を確認した。
- 項目ごとにみると、同じアジア地域であっても、国・地域によって体験率と体験意向率の差にバラつきがあることが分かる。
- 「遊園地やテーマパーク」、「伝統的・日本料理」、「カジュアルな食事」は、東南アジアを中心に体験率と意向率の差が大きく、新たな顧客を取り込むチャンスがあると言える。

＜沖縄訪問経験者における訪日時の体験率と沖縄訪問意向者における訪日時の体験意向率の関係性＞

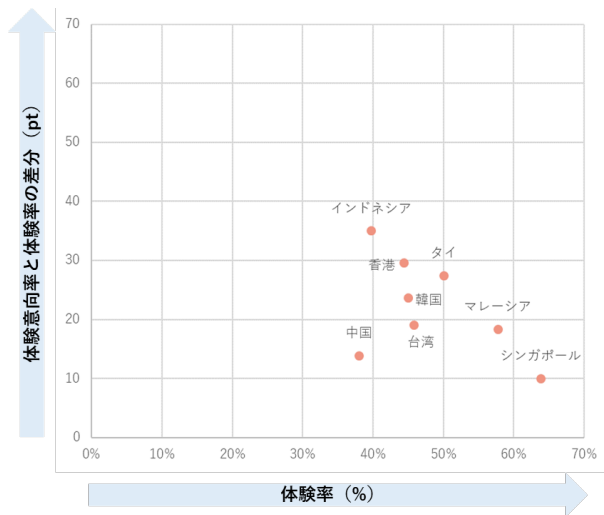


※体験率は沖縄訪問経験者が訪日時に体験した割合、体験意向率は沖縄訪問意向者が訪日時に体験したい割合である。また、体験意向率と体験率の差分は「体験意向率 - 体験率」である。

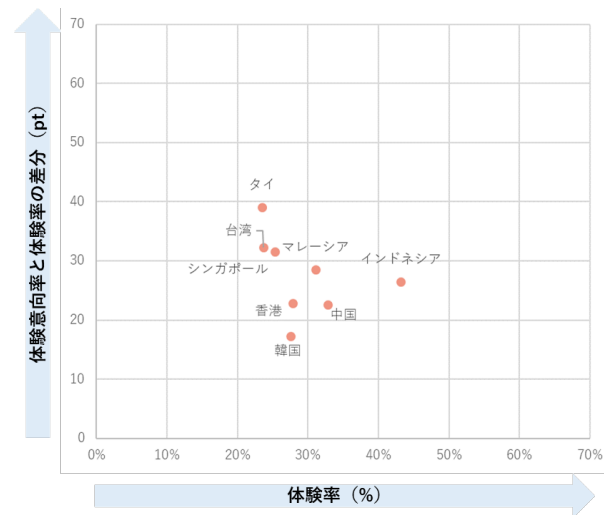
3. アジアからの沖縄訪問意向者の体験ニーズ

- 「自然や風景の見物」「有名な史跡や歴史的な建築物の見物」は、いずれも国ごとに大きなバラつきはないが、「自然や風景の見物」の方が体験率が高い国が多い。

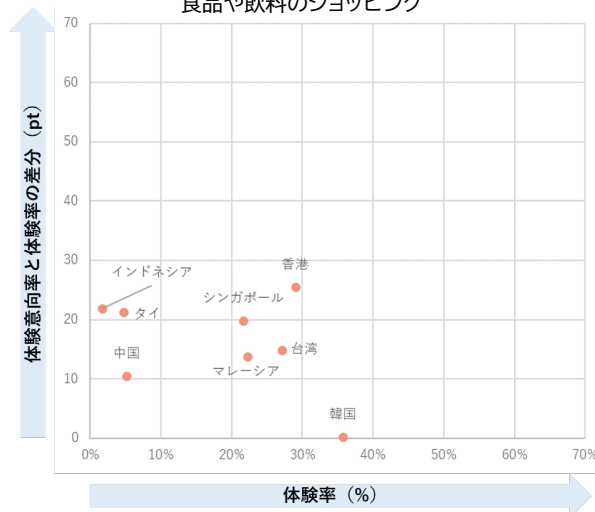
自然や風景の見物



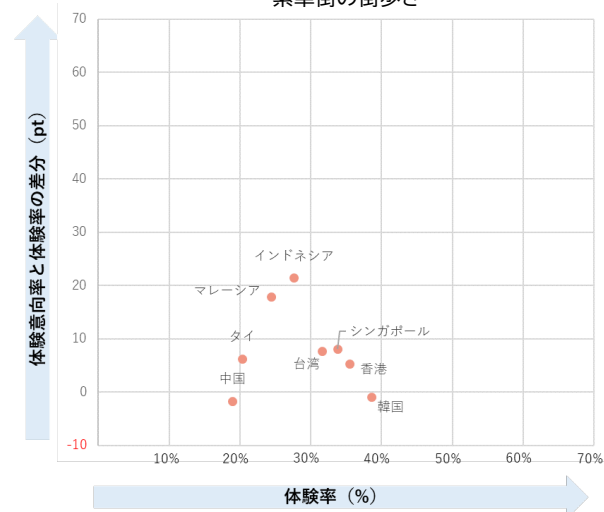
有名な史跡や歴史的な建築物の見物



食品や飲料のショッピング



繁華街の街歩き

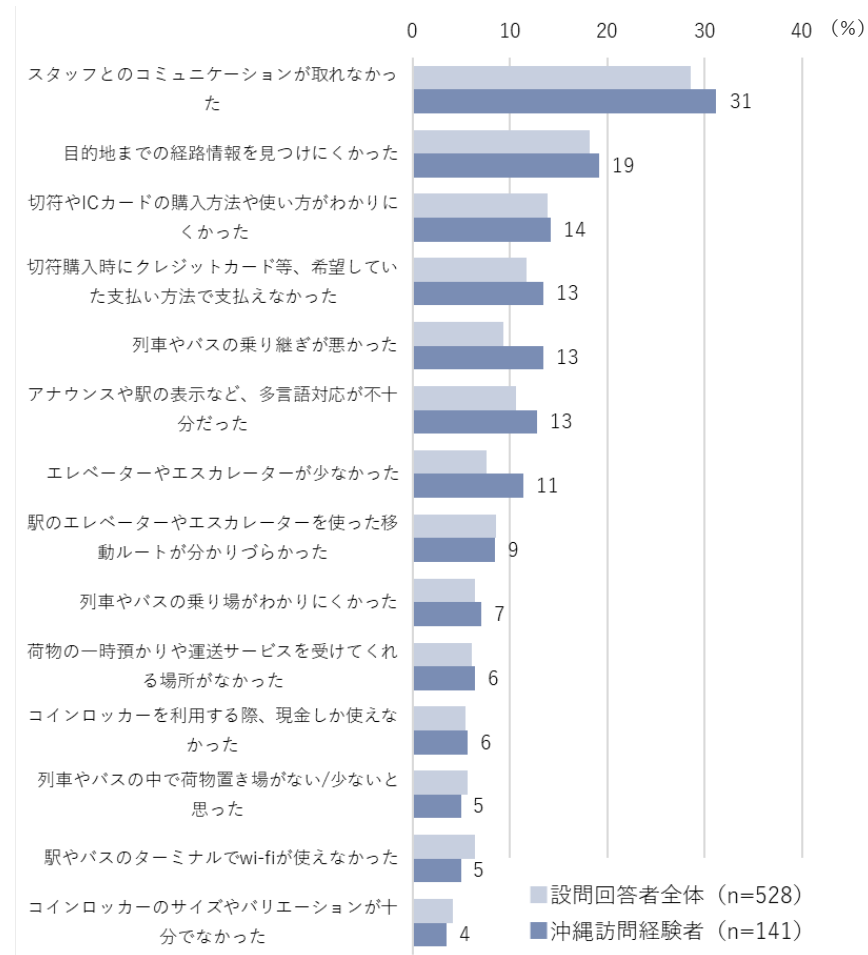
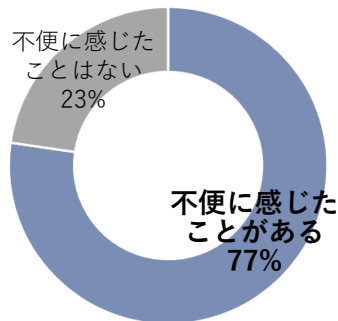


※体験率は沖縄訪問経験者の結果、体験意向率は沖縄訪問意向者の結果である。また、体験意向率と体験率の差分は「体験意向率 - 体験率」である。

4. 交通機関利用に関する課題

- 沖縄訪問経験者のうち、2022年10月以降に訪日経験のある人において、訪日旅行の際の交通機関利用時(沖縄に限らない)に不便を感じたケースは約8割。
- 沖縄訪問経験者で不便を感じた割合が高かったのは、「スタッフとのコミュニケーションが取れなかった」「目的地までの経路情報を見つけにくかった」であった。
- 特に、全回答者と比較して沖縄訪問経験者における割合が高い項目は、「列車やバスの乗り継ぎが悪かった」、「エレベーターやエスカレーターが少なかった」であった。

<沖縄訪問経験者が訪日旅行の交通機関利用時に不便を感じたこと※1>



※1 本表は沖縄訪問経験者が訪日旅行時に交通機関利用に際し不便を感じたことを表しており、必ずしも沖縄で感じた不便とは限らない。
 ※2 「乗るべき列車の種類や料金体系が複雑でわかりにくかった」「交通機関やエリアが変わる都度、切符を購入しなければならなかった」は除外した。

5. 沖縄に求められる取組の視点

エリアにより異なる認知度

- 東南アジア、欧米豪は、東アジアと比較すると、認知率が低い。
- 東アジアは、認知率、訪問経験率、訪問意向率いずれも高い。
- エリアに関わらず、「沖縄」は訪問意向、リピート意向が高い。

沖縄の認知度を踏まえた誘客

- 東南アジア・欧米豪からの誘客には、**沖縄の認知率向上に重点を置く必要がある。**
- 東アジアからの誘客には、認知、訪問経験、訪問意向の更なる向上を目指す必要がある。
- 初訪問者はリピーターへ、リピーターは沖縄ファンへと育てられるよう、次の沖縄訪問に繋がる更なる工夫や取組が必要である。

国・地域ごとに異なる体験ニーズ

- アジア・欧米豪に関わらず、沖縄訪問意向者に人気が高い体験のキーワードは「自然」「歴史」「食」。
- アジア圏の特徴的なニーズは「遊園地・テーマパーク」「買い物」。
- アジア圏でニーズが高い体験でも、国・地域ごとに状況が異なる。

体験率と体験意向に合わせたニーズへの対応

- どの地域でもニーズが高い「自然」「歴史」「食」に関する体験は、誰もが気軽に体験できるような環境整備が必要である。
- アジア圏でニーズの高い「遊園地やテーマパーク」「買い物」体験は、国・地域によって体験率や体験意向が異なるため、**情報発信の内容や方法に工夫が必要である。**

日本の交通機関で感じた不便

- 日本の交通機関利用時(沖縄に限らない)に不便に感じたことがある割合は約8割。
- 特に沖縄訪問経験者において高い項目は「スタッフとのコミュニケーションが取れなかった」「列車やバスの乗り継ぎが悪かった」「エレベーターやエスカレーターが少なかった」等。

交通課題への対応

- 訪日客数の回復に伴い、沖縄で公共交通機関を利用する訪日客も今後増えていくことが想定される。
- 初めて沖縄に来た訪日客でも目的地まで確実にたどり着ける工夫(詳細な経路情報の案内、スタッフとのコミュニケーションの改善、多言語対応、乗り継ぎのしやすさ、キャッシュレス対応など)が必要である。