

公庫レポート

◇「コロナ禍における旅行者の動向と沖縄 が取り組むべき事項」に関する調査

第一部 「コロナ禍における日本人旅行者の動向と沖縄が取り組むべき事項」に関する調査報告

第二部 「コロナ禍における訪日外国人旅行者の意向と沖縄が取り組むべき事項」

～DBJ・JTBFアジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査
(2020年度 新型コロナ影響度 特別調査)より～



沖縄振興開発金融公庫

THE OKINAWA DEVELOPMENT FINANCE CORPORATION

「コロナ禍における旅行者の動向と沖縄が取り組むべき事項」に関する調査

第一部 「コロナ禍における日本人旅行者の動向と沖縄が取り組むべき事項」 に関する調査報告

第二部 「コロナ禍における訪日外国人旅行者の意向と沖縄が取り組むべき事項」 ～DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査 (2020 年度 新型コロナ影響度 特別調査) より～

－ 目 次 －

第一部 「コロナ禍における日本人旅行者の動向と沖縄が取り組むべき事項」に関する調査報告

第 1 章 調査要領	1
1. 調査の目的	1
2. 調査概要.....	1
(参考) 新型コロナウイルス感染症の国内発生動向	2
(参考) 新型コロナウイルス感染症の沖縄県内発生動向	2
(参考) 国内宿泊観光・レクリエーション延べ旅行者数の推移.....	2
(参考) 沖縄県入域観光客数の推移	2
第 2 章 調査要旨	3
第 3 章 沖縄旅行実施者及び国内旅行者全体の動向	5
1. 旅行者の属性と旅行内容	5
(1) 回答者属性	5
(2) 居住地.....	5
(3) 同行者.....	6
(4) 予約時期	6
(5) 旅行形態	7
(6) 旅行先での交通手段【複数回答】	7
(7) 宿泊数.....	8
(8) 宿泊施設【複数回答】	8
(9) 現地で楽しんだ活動【複数回答】	9
(10) 旅行費用	10
2. 満足度と再来訪意向.....	11
(1) 総合満足度	11
(2) 再来訪意向	11
3. コロナ禍における旅行意識・行動.....	12
(1) 実施した旅行へのコロナ禍の影響.....	12
(2) 旅行実施にあたっての気持ち【複数回答】	13
(3) 実施した旅行の感想【複数回答】	14
(4) 旅行中の新型コロナウイルス対策	15

第4章 沖縄旅行意向者の特徴・ニーズ	16
1. 沖縄旅行意向者の属性	16
(1) 性別・年代	16
(2) 居住地	16
(3) ライフステージ	17
(4) 世帯収入	17
(5) 旅行頻度	17
2. 沖縄旅行意向者のニーズ	18
(1) 旅行の動機【複数回答】	18
(2) 今後1～2年の間に行ってみたい旅行タイプ【複数回答】	19
3. コロナ収束後に行いたい活動と旅行先	20
第5章 受入側の沖縄が取り組むべき事項	22
結びに	34

第二部 「コロナ禍における訪日外国人旅行者の意向と沖縄が取り組むべき事項」
～DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査
(2020年度 新型コロナ影響度 特別調査) より～

第1章 調査要領	35
1. 調査の目的	35
2. データ提供を受けた調査の概要	36
(参考) 新型コロナウイルス感染症の世界の新規陽性者数(日別)の推移	37
(参考) 新型コロナウイルス感染症の国内の新規陽性者数(日別)の推移	37
第2章 調査要旨	38
第3章 調査結果	40
1. 全体調査の動向	40
(1) 新型コロナ終息後の海外観光旅行意向	40
(2) 新型コロナ終息後に観光旅行したい国・地域	41
(3) 新型コロナ終息後に観光のために日本を訪問したい理由	42
(4) 新型コロナ終息後に訪問したい日本の地域	44
2. 沖縄訪問希望者の特徴・ニーズ	47
(1) 新型コロナ終息後に沖縄旅行へ期待すること	47
(2) 交通事業者・宿泊事業者がとるべき新型コロナ対策	51
第4章 受入側の沖縄が取り組むべき事項	52
結びに	64

第一部

第一部 「コロナ禍における日本人旅行者の動向と沖縄が取り組むべき事項」に関する調査報告

第1章 調査要領

1. 調査の目的

新型コロナウイルスの感染拡大により入域観光客数が激減し、沖縄県のリーディング産業である観光リゾート産業をはじめ、県内各産業に深刻な影響をもたらしている。国内の感染収束に伴い都道府県をまたぐ移動自粛が緩和され、経済は回復基調となっているものの、以前の水準に回復する見通しは立っていない。また、引き続き感染拡大のリスクは残っており、一定の行動抑制や感染症対策は必要となる。

公益財団法人日本交通公社（以下、「JTBF」という）では、毎年、「JTBF 旅行意識調査」「JTBF 旅行実態調査」を実施しているが、2020年度は同調査を基に「新型コロナウイルス感染症流行下の日本人旅行者の動向」に係る調査・分析を実施しており、国内旅行に係る日本人の動向を定点観測している。同調査には、沖縄旅行を実施した者及び沖縄へ旅行したい意向のある者のサンプルがあることから、これらを抽出し、沖縄を訪問した・あるいは訪問したい日本人旅行者のニーズを分析し、受入側の沖縄が取り組むべき事項としてとりまとめ、今後の観光復興に寄与することを目的として本調査を行う。

2. 調査概要

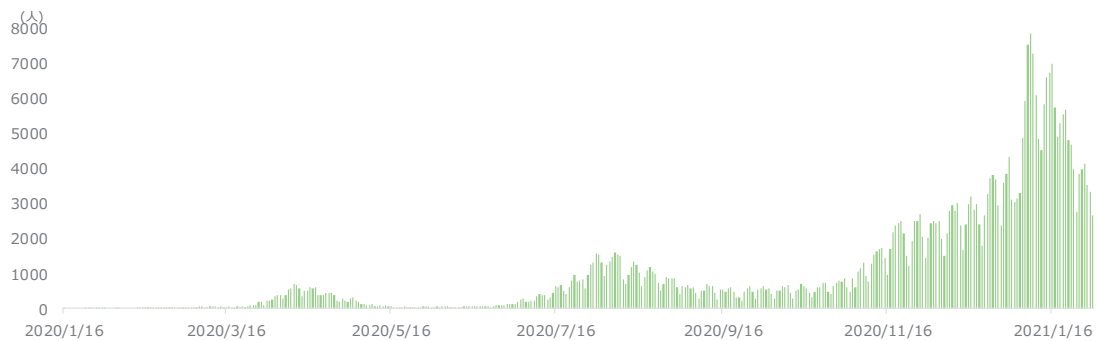
調査名	JTBF 旅行実態調査		JTBF 旅行意識調査
	全体調査	トリップ調査 国内宿泊観光旅行 ^{*1}	
調査項目	主に、旅行実態内容		主に、旅行に対する意識
調査対象	全国 16～79 歳の男女		全国 18～79 歳の男女 調査会社のパネルより抽出 ^{*3}
	—	期間中に観光・レクリエーション旅行を実施した人 調査会社のパネルより抽出 ^{*2}	
調査方法	ウェブ調査		郵送自記式調査
調査時期	2020/7/9～15（4-6 月の旅行実態） 2020/10/1～7（7-9 月の旅行実態）		2020/5/20～6/5
標本の 大きさ (人)	各回 50,000	7 月調査：1,069 10 月調査：1,043	1,472
トリップ数 (件)	—	7 月調査：1,401 10 月調査：1,530	—

^{*1}：海外観光旅行も調査対象としているが、海外観光旅行実施状況が不透明であるため、今回の分析対象からは除外。

^{*2}：国勢調査時の人口（地域・性別・年代）に基づき、調査会社のモニターを割り当て。ただし、一部若年層および高齢層において不足した属性あり。

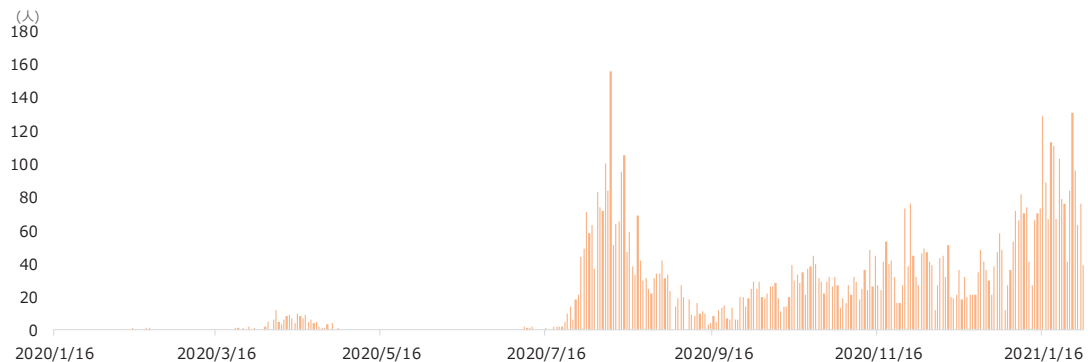
^{*3}：国勢調査時の人口に基づき、住宅地図データベースから世帯を抽出し、個人を割り当てた。これにより、地域、性年代の偏りなく調査対象を抽出した。

(参考) 新型コロナウイルス感染症の国内発生動向



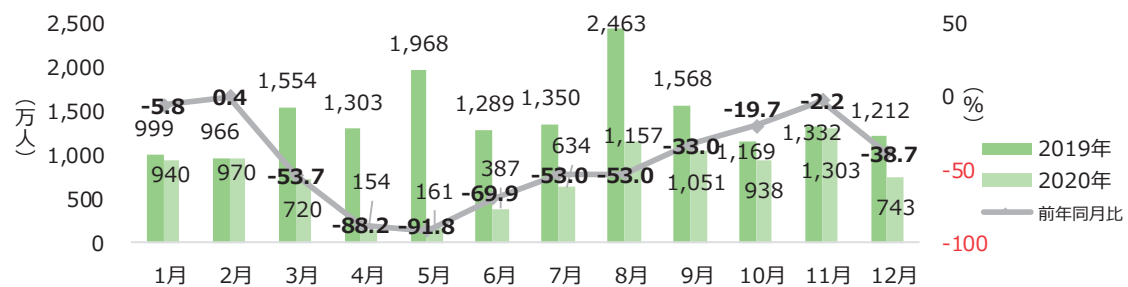
出典：厚生労働省資料（2021年2月8日時点）、各種報道資料等より JTBF 作成

(参考) 新型コロナウイルス感染症の沖縄県内発生動向



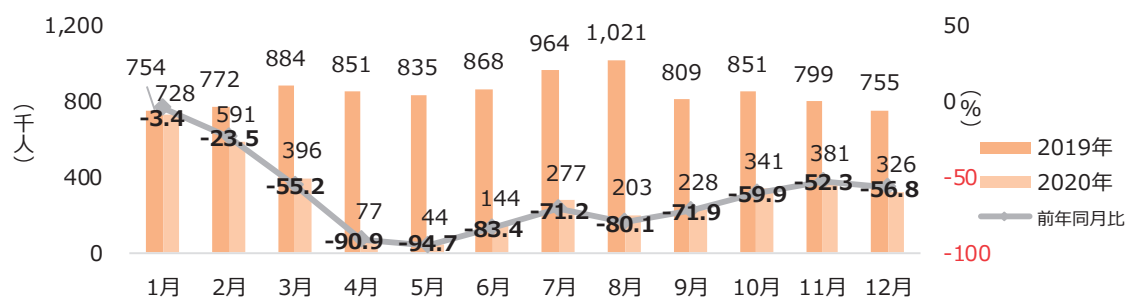
出典：NHK 資料（2021年2月8日時点）より JTBF 作成

(参考) 国内宿泊観光・レクリエーション延べ旅行者数の推移



出典：観光庁「旅行・観光消費動向調査」より JTBF 作成

(参考) 沖縄県入域観光客数の推移



出典：沖縄県「入域観光客数概況」より JTBF 作成

第2章 調査要旨

新型コロナウイルスの感染拡大は、沖縄県のリーディング産業である観光リゾート産業はじめ各産業に深刻な影響をもたらしている。2020年の沖縄県の入域観光客数は、全国的な緊急事態宣言下にあった4月から5月において前年同月比-90%以上の減少となっており、6月以降も深刻な状況が続いた。

今般、公益財団法人日本交通公社（以下、「JTBF」という）が毎年実施している「JTBF 旅行意識調査」「JTBF 旅行実態調査」の中から「沖縄旅行実施者」「沖縄旅行意向者」を抽出し、2019年と2020年、そして沖縄旅行と国内旅行全体を比較し、コロナ禍における沖縄旅行の変化および with コロナ時代における新たなニーズを分析した。

沖縄旅行実施者及び国内旅行者全体の動向

- ・ 沖縄県・国内旅行実施者ともに域内旅行の割合が高まり、自家用車を使用する旅行の割合が増加した。沖縄旅行では県民旅行増加の影響から、全国ではそれに加えて「公衆衛生の徹底」や「密の回避」に対する意識から、自家用車を交通手段とする割合が高まっている。
- ・ コロナ禍での同行者は、住居を共にする夫婦やひとり旅など、密を避けた少人数や個人での旅行が増加した。また旅行予定日の1か月を切ったからの予約が沖縄県・全国ともに高まっており、様子をみながら直前に実施を決定した旅行者が増加したと考えられる。
- ・ コロナ禍の旅行実施にあたっての気持ちは、沖縄県・全国ともに「心配しても仕方ない」と答えた旅行実施者の割合が最も高かった。沖縄旅行実施者の特徴では、6月以降「旅行先の観光地を応援したい」と回答した割合が全国よりも高いことが挙げられる。
- ・ 旅行を実施した際の感想については、「混雑がなく快適」と答えた割合が最も高い値で推移した。沖縄旅行においては「旅行先で歓迎された」は時期を追うごとに増加した。またネガティブな意見では「旅行先で快く思われなかったのではと不安」が1割以上で推移しており、沖縄旅行実施時の不安要素になっていることを表している。
- ・ 旅行中での感染対策では沖縄県・全国ともに、マスク着用や手洗い・うがい等の徹底が進んでおり、感染対策が日常生活だけでなく旅行実施時においても浸透しているといえる。

沖縄旅行意向者の特徴・ニーズ

- ・ 2019年同様、2020年においても沖縄旅行意向者は30～40代が多かった。ライフステージの観点からみると、特に子育て中の女性の比率が高まった。
- ・ 沖縄旅行意向者の世帯年収『1,000万円以上』が増加した。また、かねてから沖縄旅行は旅行頻度が高く旅慣れた意向者が多かったが、2020年においてその割合はさらに増加している。
- ・ 沖縄旅行意向者の旅行の動機は、「日常生活からの解放」を求める割合が最も高く、コロナ禍を機にその割合は10ポイント増加している。そのほか、前年・全国と比べて沖縄に求められているものは、『思い出をつくる』『家族の親睦』『保養・休養』であった。
- ・ 沖縄旅行意向者の行ってみたい旅行のタイプには2019年同様「海浜リゾート」が最も多く挙げられ、その割合はやや増加した。全国と比較して沖縄旅行では「海浜リゾート」、「ホテルステイ」、

「リゾートホテル」といった日常生活からの解放にリンクした旅行タイプが人気であり、3 密を避けた行動が意識されていた。

- ・ 新型コロナウイルス収束後に行いたい活動別に訪れたい旅行先を尋ねたところ、沖縄県は「自然や景勝地の訪問」／「リゾート滞在（海浜）」／「まち並み散策・まち歩き」／「海水浴・マリンスポーツ」において上位 3 位以内であった。
- ・ 沖縄旅行意向者を含む日本人全体での新型コロナウイルス収束後の国内旅行意向は 7 割が「行きたい」と回答している一方で、2.5 割が「当面（2 年程度）は行きたくない」と回答し、旅行を当面控えるという層も一定数存在した。また、収束後に行きたくない地域は「公衆衛生が徹底されていない地域」が 5 割を超え最も高く、次いで「人が密集している地域」、「新型コロナウイルス感染者が多かった地域」であった。旅行先が安全・安心であることが今後の旅行の大前提となる。

今回の調査結果を踏まえ、受入側の沖縄が取り組むべき事項を下記の 10 の視点として提言した。

- ① 沖縄滞在中の一貫した安全・安心の確保、周知
- ② 発地からの移動も含めた安全・安心の確保、周知
- ③ 地域医療体制の充実
- ④ リアルタイムな情報発信による時間的・空間的な分散化
- ⑤ 新しい生活様式を前提としたサービスデザイン
- ⑥ 沖縄ファン・リピーターに向けた訪沖需要の維持・喚起
- ⑦ 県内旅行の醸成
- ⑧ 地域連携による消費機会の創出
- ⑨ 歓迎の意思を伝える
- ⑩ レスポンシブル・ツーリズム（責任ある観光）

以上

公益財団法人 日本交通公社 観光地域研究部
担当：五木田(ごきた)・仲(なか)

沖縄振興開発金融公庫 調査部 地域連携情報室
担当：伊東

第3章 沖縄旅行実施者及び国内旅行者全体の動向

本章では、沖縄旅行及び国内旅行全体のコロナ流行下における旅行動向を把握するため、2020年4～9月期と2019年4～9月期の旅行動向との比較分析、コロナ禍の旅行意識・行動に関する分析を行う。分析にあたっては、コロナの感染状況によって動向が変化することが想定されるため、「4～5月（全国の緊急事態宣言発出期）」、「6～7月（要請緩和期）」、「8～9月（沖縄県緊急事態宣言発出期）」の期毎に集計した。

※2020年の沖縄旅行実施者はサンプル数が少ないため、分析結果読み取りの際に注意。

1. 旅行者の属性と旅行内容

(1) 回答者属性

	4～5月 (%)				6～7月 (%)				8～9月 (%)			
	沖縄県		全国		沖縄県		全国		沖縄県		全国	
	2019年 (n=75)	2020年 (n=21)	2019年 (n=1,624)	2020年 (n=681)	2019年 (n=75)	2020年 (n=45)	2019年 (n=1,422)	2020年 (n=1,135)	2019年 (n=63)	2020年 (n=20)	2019年 (n=1,531)	2020年 (n=1,115)
男性	60.0	47.6	53.7	59.2	62.7	53.3	52.5	50.0	61.9	70.0	51.8	50.4
女性	40.0	52.4	46.3	40.8	37.3	46.7	47.5	50.0	38.1	30.0	48.2	49.6
10代	4.0	0.0	5.0	6.3	6.7	0.0	3.4	2.3	4.8	5.0	4.5	4.9
20代	17.3	14.3	14.2	16.7	18.7	24.4	11.9	12.7	14.3	20.0	14.2	13.1
30代	24.0	23.8	15.0	16.7	14.7	22.2	15.0	14.8	25.4	20.0	15.4	12.9
40代	24.0	14.3	19.9	19.5	21.3	20.0	17.8	19.5	25.4	30.0	20.4	19.6
50代	10.7	23.8	15.4	14.7	17.3	22.2	14.4	16.8	14.3	10.0	15.4	17.4
60代	10.7	19.0	16.5	14.5	13.3	11.1	19.1	17.2	11.1	10.0	17.5	16.8
70代	9.3	4.8	14.0	11.5	8.0	0.0	18.4	16.7	4.8	5.0	12.6	15.3

(2) 居住地

- 沖縄旅行の居住地は、前年同期同様、すべての時期で『関東』が最多となった。コロナ禍の特徴としては『沖縄県内』が増加しており、前年同期と比べ、8～9月は約25ポイント、6～7月は約10ポイント増加した。
- 全国的にみても、コロナ禍において域内旅行実施率の急増がみられる。

	4～5月 (%)				6～7月 (%)				8～9月 (%)			
	沖縄県		全国		沖縄県		全国		沖縄県		全国	
	2019年 (n=75)	2020年 (n=21)	2019年 (n=1,624)	2020年 (n=681)	2019年 (n=75)	2020年 (n=45)	2019年 (n=1,422)	2020年 (n=1,135)	2019年 (n=63)	2020年 (n=20)	2019年 (n=1,531)	2020年 (n=1,115)
北海道	4.0	0.0	4.4	3.5	6.7	2.2	4.6	5.1	3.2	0.0	3.9	4.2
東北	4.0	4.8	7.8	5.1	2.7	2.2	8.8	7.5	1.6	0.0	6.7	7.1
関東	33.3	33.3	34.7	34.8	40.0	37.8	35.0	34.0	33.3	40.0	35.5	35.7
中部	17.3	14.3	17.5	19.4	18.7	11.1	17.4	18.1	17.5	5.0	18.7	17.1
近畿	18.7	9.5	17.2	16.6	12.0	20.0	15.7	16.6	11.1	5.0	16.0	16.7
中四国	10.7	14.3	7.5	8.4	2.7	2.2	7.1	7.3	12.7	5.0	8.1	8.0
九州	6.7	14.3	9.6	11.2	10.7	6.7	10.3	10.7	11.1	10.0	10.1	10.5
沖縄県内	5.3	9.5	1.2	1.0	6.7	17.8	1.1	0.7	9.5	35.0	0.8	0.7

(参考) 域内旅行実施率

		北海道	東北	関東	中部	近畿	中四国	九州・沖縄
4～5月 (%)	2019年	50.6	42.5	27.7	40.2	28.2	25.0	45.5
	2020年	66.7	73.7	51.2	60.3	52.9	56.7	74.4
6～7月 (%)	2019年	53.2	44.8	29.1	37.8	29.3	32.4	49.2
	2020年	80.6	83.1	49.9	69.4	54.0	59.3	80.3
8～9月 (%)	2019年	36.8	55.9	27.2	40.4	30.6	31.8	62.3
	2020年	95.7	82.9	45.3	69.9	50.3	61.5	79.7

(3) 同行者

- 沖縄旅行の同行者は、すべての時期で『夫婦旅行』が最大シェアとなり、前年同期と比べて 5～15 ポイント増加した。『ひとり旅』も増加しており、住居を共にする夫婦やひとり旅など少人数での旅行が増加する傾向がみられた。一方、『家族旅行』は、すべての時期で 10～20 ポイントの大幅な減少となった。
- 国内旅行全体では、全国的に緊急事態宣言が発令されていた 4～5 月は、『家族旅行』や『夫婦旅行』は前年同期比減、『ひとり旅』は増だったが、6 月以降は『家族旅行』や『夫婦旅行』増、『ひとり旅』減となった。『友人旅行』は、すべての時期で 3 ポイント程度減少した。
- コロナ禍において、沖縄では夫婦やひとり旅など少人数旅行の増加、家族旅行の減少が顕著であったのに対し、全国的には緊急事態宣言が解除された 6 月以降は家族旅行が微増した。不特定多数と接する公共交通が避けられる傾向にあることから（後述）、沖縄旅行では家族旅行が減少したが、全国的には自家用車を利用した家族旅行が増加したと考えられる。

			4～5月 (%)				6～7月 (%)				8～9月 (%)			
			沖縄県		全国		沖縄県		全国		沖縄県		全国	
			2019年 (n=75)	2020年 (n=21)	2019年 (n=1,624)	2020年 (n=681)	2019年 (n=75)	2020年 (n=45)	2019年 (n=1,422)	2020年 (n=1,135)	2019年 (n=63)	2020年 (n=20)	2019年 (n=1,531)	2020年 (n=1,115)
家族旅行	子供連れ	小中高生連れ (乳幼児含む)	12.0	9.5	11.8	12.6	13.3	6.7	9.2	9.9	17.5	15.0	14.5	13.2
		乳幼児連れ (小中高生含まない)	13.3	4.8	6.7	4.8	6.7	6.7	4.9	6.7	7.9	0.0	5.4	7.4
	大人のみ		12.0	4.8	11.0	10.3	10.7	4.4	9.6	10.5	12.7	5.0	10.6	11.5
	友人や知人との旅行		16.0	14.3	18.5	14.7	17.3	22.2	17.9	13.3	20.6	10.0	17.2	14.3
	夫婦での旅行		29.3	42.9	26.3	22.2	25.3	31.1	29.4	31.6	17.5	25.0	23.7	29.3
自分ひとりの旅行		12.0	14.3	15.7	21.7	13.3	17.8	18.8	14.7	15.9	20.0	17.6	12.1	
カップルでの旅行		4.0	9.5	8.4	13.1	13.3	11.1	8.2	12.4	7.9	25.0	9.1	10.3	
その他		1.3	0.0	1.6	0.6	0.0	0.0	2.0	0.9	0.0	0.0	1.9	1.8	

※2019年8～9月期の沖縄県を基準に並べ替え

(4) 予約時期

- 沖縄旅行の予約時期は、コロナ前はいずれの時期も『1 か月前まで』が約 8 割を占めたが、コロナ禍においては大幅に減少した（6～7 月：6.5 割、8～9 月：4.5 割）。
- 国内旅行全体では、コロナ禍以前から沖縄旅行よりも予約時期は遅いものの、『1 か月前まで』が前年同期と比較して 10～30 ポイント下回った。
- コロナ禍においては、コロナの感染状況等で先が見通せないことから、沖縄、全国ともに予約時期が遅くなり、出発日に近づいてからの予約が増えている。

	4～5月 (%)				6～7月 (%)				8～9月 (%)			
	沖縄県		全国		沖縄県		全国		沖縄県		全国	
	2019年 (n=72)	2020年 (n=21)	2019年 (n=1,543)	2020年 (n=644)	2019年 (n=73)	2020年 (n=44)	2019年 (n=1,372)	2020年 (n=1,101)	2019年 (n=63)	2020年 (n=20)	2019年 (n=1,470)	2020年 (n=1,079)
1年以上前	1.4	4.8	1.6	1.9	4.1	0.0	1.7	0.9	1.6	0.0	1.0	0.6
半年～1年前	19.4	19.0	8.3	9.8	12.3	25.0	7.0	4.0	15.9	5.0	7.8	2.1
3～5か月前	30.6	42.9	21.8	17.2	26.0	22.7	23.3	9.4	38.1	5.0	23.2	9.2
1～2か月前	30.6	14.3	35.3	25.3	41.1	18.2	33.7	23.3	27.0	35.0	33.4	29.5
3～4週間前	9.7	4.8	15.5	13.0	11.0	20.5	14.5	21.3	4.8	15.0	14.3	20.9
1～2週間前	6.9	9.5	10.6	18.2	0.0	2.3	12.0	24.0	4.8	20.0	11.0	22.9
6日前～出発後	1.4	4.8	6.9	14.6	5.5	11.4	7.9	17.1	7.9	20.0	9.3	14.9
1か月前まで	81.9	81.0	67.0	54.2	83.6	65.9	65.6	37.6	82.5	45.0	65.4	41.3
1か月を切ってから	18.1	19.0	33.0	45.8	16.4	34.1	34.4	62.4	17.5	55.0	34.6	58.7

※『わからない』と回答したサンプルを除き集計

(5) 旅行形態

- 沖縄旅行の旅行形態は、前年同期と比べて『個人旅行』が増加した。時期を追うごとに増加幅は大きくなり、8～9月には20ポイント増加している。一方、『パッケージ旅行』、『団体ツアー参加』は減少傾向にある。
- 国内旅行全体においては『個人旅行』比率が8～9割を占め、いずれの時期においても前年同期比プラスとなった。一方、『パッケージ旅行』、『団体ツアー参加』は減少傾向にある。
- コロナ禍においては、沖縄、全国ともに、大人数での行動や密閉空間は避けられ、『個人旅行』が選好されている。

	4～5月 (%)				6～7月 (%)				8～9月 (%)			
	沖縄県		全国		沖縄県		全国		沖縄県		全国	
	2019年 (n=75)	2020年 (n=21)	2019年 (n=1,624)	2020年 (n=681)	2019年 (n=75)	2020年 (n=45)	2019年 (n=1,422)	2020年 (n=1,135)	2019年 (n=63)	2020年 (n=20)	2019年 (n=1,531)	2020年 (n=1,115)
個人旅行	44.0	47.6	78.0	80.2	49.3	66.7	77.0	90.3	60.3	80.0	81.0	89.4
パッケージ旅行	32.0	38.1	12.7	12.8	34.7	33.3	13.7	7.0	25.4	10.0	12.4	7.5
団体ツアー参加	24.0	14.3	9.4	7.0	16.0	0.0	9.3	2.6	14.3	10.0	6.6	3.0

※2019年8～9月期の沖縄県を基準に並べ替え

(6) 旅行先での交通手段【複数回答】

- 沖縄旅行での現地交通手段は、時期を問わず『レンタカー』が4～5.5割で最大であるが、前年同期と比較すると、いずれの時期においても10ポイント以上減少した。『飛行機』や『タクシー』といった人との接触がある交通手段も大幅に減少している。その一方で、『自家用車』は10～20ポイント程度増加した。沖縄県民による県内旅行の増加にともない、『レンタカー』が減少、『自家用車』が増加したものと思われる。
- 国内旅行全体でも、『自家用車』が前年同期と比べて10～20ポイント程度増加した。一方、沖縄同様、人との接触がある交通手段は減少、さらに全国では『路線バス』、『船』、『列車』、『貸切バス・定期観光バス』も減少しており、その範囲は広域となる。また、全国ではいずれの時期においても『利用なし』が増加していることから、どこにも立ち寄らずに宿泊先に直行してゆっくり滞在して帰るといった観光行動が増えていると想像される。
- コロナ禍においては、沖縄では県民県内旅行の増加から、全国では不特定多数との接触を避ける目的で『自家用車』が増加した。

	4～5月 (%)				6～7月 (%)				8～9月 (%)			
	沖縄県		全国		沖縄県		全国		沖縄県		全国	
	2019年 (n=75)	2020年 (n=21)	2019年 (n=1,624)	2020年 (n=681)	2019年 (n=75)	2020年 (n=45)	2019年 (n=1,422)	2020年 (n=1,135)	2019年 (n=63)	2020年 (n=20)	2019年 (n=1,531)	2020年 (n=1,115)
レンタカー	60.0	42.9	14.5	10.0	68.0	55.6	14.8	10.2	54.0	40.0	12.4	9.3
飛行機	25.3	23.8	7.9	5.1	37.3	24.4	9.1	3.0	30.2	15.0	7.0	1.3
タクシー	16.0	4.8	7.8	4.7	21.3	6.7	9.1	5.4	17.5	10.0	8.2	5.2
自家用車	5.3	23.8	38.6	51.0	2.7	17.8	33.9	52.2	15.9	25.0	39.8	56.6
路線バス	6.7	9.5	14.8	8.4	10.7	6.7	13.0	7.8	11.1	20.0	14.7	8.8
船	1.3	0.0	2.8	1.3	6.7	8.9	3.4	1.9	9.5	20.0	2.6	2.3
列車	9.3	0.0	28.5	20.4	13.3	17.8	29.7	16.4	9.5	10.0	30.1	13.9
貸切バス・定期観光バス	9.3	4.8	6.7	3.1	4.0	0.0	8.4	1.4	4.8	5.0	6.3	1.8
レンタサイクル	4.0	0.0	1.4	2.1	1.3	0.0	1.5	0.5	4.8	5.0	1.4	0.9
観光客向けの巡回バスなど	4.0	9.5	3.4	2.3	6.7	0.0	4.6	1.8	3.2	0.0	4.0	1.8
その他	1.3	0.0	1.2	0.9	0.0	4.4	0.9	1.1	0.0	0.0	1.1	0.7
利用無し	1.3	0.0	7.3	13.1	4.0	4.4	7.7	15.2	0.0	5.0	7.0	13.7

※2019年8～9月期の沖縄県を基準に並べ替え

(7) 宿泊数

- 沖縄旅行の宿泊数は、4～5月には『3泊』が、6～7月及び8～9月には『1～2泊』が最多となった。前年同期と比較すると、いずれの時期も『1泊』が10～20ポイント増加した。この傾向は特に6～7月において顕著であり、平均宿泊数は3.12泊から2.24泊に短期化した。8～9月においては『1泊』が増加した一方で、『5泊以上』の比率も高まった。
- 国内旅行全体では、すべての期間で『1泊』が6～7割を占める。前年同期と比較すると、その割合はさらに高まり、特に6～7月では20ポイント増と顕著であった。また、すべての期間で平均宿泊数がやや短くなっている。
- コロナ禍において、沖縄、全国ともに、『1泊』の割合が増加した。8～9月は、全国的には平均宿泊数が短期化された一方で、沖縄では5泊以上の比較的長期の滞在の増加がみられた。

	4～5月 (%)				6～7月 (%)				8～9月 (%)			
	沖縄県		全国		沖縄県		全国		沖縄県		全国	
	2019年 (n=75)	2020年 (n=21)	2019年 (n=1,624)	2020年 (n=681)	2019年 (n=75)	2020年 (n=45)	2019年 (n=1,422)	2020年 (n=1,135)	2019年 (n=63)	2020年 (n=20)	2019年 (n=1,531)	2020年 (n=1,115)
1泊	5.3	14.3	48.8	62.4	13.3	33.3	50.3	70.4	7.9	20.0	51.9	68.2
2泊	38.7	28.6	29.4	21.3	22.7	33.3	29.5	18.4	42.9	30.0	28.2	19.7
3泊	34.7	33.3	12.6	8.1	30.7	20.0	11.9	6.7	31.7	25.0	12.0	6.4
4泊	9.3	0.0	3.8	3.8	16.0	8.9	4.1	1.8	14.3	5.0	3.9	2.2
5泊	5.3	19.0	2.9	2.1	9.3	0.0	2.0	1.1	3.2	10.0	1.8	1.8
6泊	4.0	4.8	1.5	1.3	5.3	2.2	1.1	0.4	0.0	5.0	1.4	0.7
7泊以上	2.7	0.0	1.1	1.0	2.7	2.2	1.2	1.2	0.0	5.0	0.9	1.1
平均宿泊数	2.93	2.95	1.91	1.70	3.12	2.24	1.86	1.51	2.62	2.90	1.83	1.56

※「7泊以上」は7泊として平均宿泊数を計算

(8) 宿泊施設【複数回答】

- 沖縄旅行の宿泊施設は、すべての時期を通じて『リゾートホテル』が4～5割を占めるが、前年同期に比べて大幅に減少しており、特に8～9月で約30ポイント減少した。
- 国内旅行全体では、前年同期と比較して種別を問わず『ホテル』が減少した一方で、『比較的小規模な旅館』が増加した。また、『民宿・ペンション・ロッジ』、『キャンプ・オートキャンプ』、『別荘・会員制の宿泊施設等』が微増傾向にあった。
- コロナ禍においては、沖縄、全国ともに、密集が想起される規模の大きい施設が敬遠され、『ホテル』が減少した。

		4～5月 (%)				6～7月 (%)				8～9月 (%)			
		沖縄県		全国		沖縄県		全国		沖縄県		全国	
		2019年 (n=75)	2020年 (n=21)	2019年 (n=1,624)	2020年 (n=681)	2019年 (n=75)	2020年 (n=45)	2019年 (n=1,422)	2020年 (n=1,135)	2019年 (n=63)	2020年 (n=20)	2019年 (n=1,531)	2020年 (n=1,115)
ホテル	シティホテル	20.0	28.6	18.7	14.7	24.0	15.6	21.1	12.8	19.0	30.0	19.5	14.3
	ビジネスホテル	13.3	4.8	26.2	21.1	14.7	24.4	23.8	17.9	12.7	25.0	24.7	17.5
	リゾートホテル	69.3	47.6	21.6	18.1	58.7	53.3	25.3	23.0	69.8	40.0	23.6	22.0
旅館	比較的大規模	1.3	0.0	15.9	14.1	8.0	0.0	15.4	17.1	7.9	0.0	15.9	18.9
	比較的小規模	1.3	0.0	10.9	11.6	5.3	0.0	11.0	15.3	1.6	5.0	10.4	16.1
民宿・ペンション・ロッジ		6.7	9.5	4.9	5.3	9.3	6.7	4.3	4.9	9.5	10.0	4.4	6.0
キャンプ・オートキャンプ		0.0	4.8	2.4	4.0	0.0	0.0	1.8	2.4	3.2	0.0	2.2	2.5
別荘・会員制の宿泊施設等		2.7	0.0	2.2	5.3	4.0	0.0	2.4	3.6	1.6	0.0	2.7	3.1
公共の宿		0.0	0.0	2.1	1.3	1.3	4.4	1.4	1.7	0.0	0.0	1.8	1.1
実家・親戚・知人宅		2.7	0.0	7.9	9.3	1.3	4.4	6.1	5.7	0.0	0.0	7.1	4.8
その他		0.0	4.8	2.0	2.3	2.7	2.2	1.3	2.6	0.0	15.0	2.2	2.2

(9) 現地で楽しんだ活動【複数回答】

- 沖縄旅行で楽しんだ活動は、すべての時期において『自然や景勝地の訪問』が最も多く、この傾向はコロナ前と比べて変わらない。その一方で、コロナ前と比べ、平均活動数が減少した。1泊の比率が高まったことや、3密回避や衛生管理への意識から行動範囲や活動が厳選され1つ1つの活動の安全性や質を吟味して行動したことなどが影響したものと推察される。不特定多数との接触への懸念から、現地ツアー・体験プログラム等への参加率も減少した。
- 国内旅行全体では、コロナ前は『自然や景勝地の訪問』が最も多かったが、コロナ禍においては『温泉』が最も多い活動となった。宿泊をとまなう旅行においては、“あちこち立ち寄らずに目的の温泉宿でゆっくりしてそのまま帰る”という旅行スタイルが多かったと推察される。平均活動数、現地ツアー等への参加率は、沖縄同様、コロナ前と比べて減少傾向にある。
- コロナ禍においては、沖縄、全国ともに平均活動数が減少した。特に、『都市観光』や『歴史・文化的な名所の訪問』、『観光施設・動物園・水族館』といった密集を想起しやすい活動が減少した。その一方で、『ドライブ』といった同行者のみで行う活動が増加した。

	4～5月 (%)				6～7月 (%)				8～9月 (%)			
	沖縄県		全国		沖縄県		全国		沖縄県		全国	
	2019年 (n=75)	2020年 (n=21)	2019年 (n=1,624)	2020年 (n=681)	2019年 (n=75)	2020年 (n=45)	2019年 (n=1,422)	2020年 (n=1,135)	2019年 (n=63)	2020年 (n=20)	2019年 (n=1,531)	2020年 (n=1,115)
自然や景勝地の訪問	70.7	38.1	42.7	36.1	58.7	55.6	40.6	37.6	46.0	50.0	39.6	40.1
海水浴・マリンスポーツ	22.7	9.5	1.8	1.0	30.7	31.1	3.9	2.4	44.4	35.0	4.6	3.8
現地グルメ・名物料理	50.7	33.3	36.3	28.3	40.0	33.3	34.7	31.9	39.7	40.0	35.6	33.7
リゾート滞在（海浜）	40.0	33.3	4.2	4.4	36.0	28.9	5.1	4.9	34.9	50.0	4.8	3.9
ショッピング・買い物	53.3	33.3	26.4	19.4	30.7	26.7	23.1	19.8	30.2	40.0	24.8	18.9
まち並み散策・まち歩き	40.0	28.6	33.3	25.1	28.0	33.3	30.0	23.5	30.2	30.0	31.7	24.5
都市観光	29.3	14.3	20.1	15.1	28.0	20.0	17.8	10.9	28.6	20.0	19.3	11.9
歴史・文化的な名所の訪問	36.0	23.8	31.4	20.9	34.7	13.3	28.8	19.4	25.4	15.0	28.4	20.4
観光施設・動物園・水族館	29.3	14.3	11.0	5.6	20.0	11.1	10.9	7.0	25.4	5.0	11.6	9.3
温泉	13.3	4.8	36.9	39.4	10.7	0.0	36.4	49.9	11.1	5.0	35.7	47.4
野生動物観察	4.0	0.0	1.3	0.7	2.7	2.2	1.5	0.7	9.5	5.0	0.8	0.6
写真・写生	8.0	0.0	4.3	2.5	9.3	0.0	3.9	1.9	9.5	0.0	4.4	2.9
ドライブ	20.0	28.6	9.2	9.8	12.0	15.6	6.1	8.6	9.5	15.0	6.3	7.3
生活文化体験（陶芸体験など）	5.3	4.8	1.2	1.3	4.0	0.0	1.1	0.5	7.9	0.0	1.4	0.6
ゴルフ	5.3	0.0	2.3	1.6	4.0	8.9	2.0	2.5	7.9	0.0	2.9	2.4
果物狩り・農林漁業体験	2.7	0.0	1.4	0.7	2.7	0.0	1.7	1.2	6.3	5.0	2.4	1.8
サイクリング	4.0	0.0	1.7	1.8	5.3	2.2	1.3	1.1	6.3	10.0	1.2	1.4
世界遺産訪問	5.3	0.0	3.3	1.8	2.7	2.2	2.6	2.1	6.3	0.0	2.7	2.1
季節の花見	1.3	4.8	8.1	6.3	6.7	0.0	4.3	2.6	4.8	5.0	2.5	1.4
リゾート滞在（高原）	1.3	4.8	2.8	4.6	5.3	4.4	4.3	3.5	4.8	0.0	4.4	5.1
テーマパーク・レジャーランド	10.7	4.8	10.1	5.3	6.7	0.0	8.6	2.9	4.8	10.0	10.6	6.6
芸術鑑賞（観劇、ライブなど）	2.7	0.0	4.4	1.3	5.3	0.0	4.7	0.9	4.8	0.0	5.4	0.9
アウトドア体験（カヌーなど）	6.7	9.5	2.3	2.3	10.7	0.0	1.9	1.5	4.8	15.0	3.2	3.9
産業観光（工場見学など）	2.7	4.8	1.4	1.2	2.7	0.0	1.1	0.6	4.8	0.0	1.5	0.5
祭り・イベント	9.3	4.8	6.8	3.8	13.3	4.4	7.0	1.1	3.2	5.0	8.4	1.6
美術館・博物館	4.0	4.8	5.8	2.3	2.7	0.0	6.1	4.8	3.2	0.0	8.6	4.8
スポーツ観戦	1.3	0.0	2.6	0.9	0.0	0.0	2.5	0.7	3.2	5.0	3.7	1.4
マラソン・ジョギング	0.0	0.0	0.9	0.7	2.7	0.0	0.6	0.2	3.2	10.0	0.7	0.4
スパ・エステ	5.3	0.0	1.3	1.3	8.0	2.2	1.7	0.9	3.2	15.0	1.8	0.9
家族や親戚、友人知人訪問	2.7	4.8	7.2	8.2	4.0	0.0	7.1	5.1	3.2	0.0	6.1	5.4
登山・トレッキング	2.7	0.0	2.5	3.2	1.3	0.0	3.5	3.7	1.6	5.0	3.7	4.5
スキー・スノーボード	0.0	0.0	0.6	0.9	0.0	0.0	0.1	0.0	1.6	0.0	0.4	0.0
その他	0.0	4.8	2.8	1.8	0.0	0.0	2.1	3.3	0.0	5.0	3.3	3.7
平均活動数	4.91	3.14	3.28	2.60	4.29	2.96	3.07	2.58	4.30	4.00	3.22	2.74
現地ツアー・体験プログラム等への参加率	42.7	33.3	12.3	12.8	52.0	28.9	14.8	6.1	34.9	25.0	11.4	7.4

※2019年8～9月期の沖縄県を基準に並べ替え

(10) 旅行費用

- 沖縄旅行の旅行費用は、県民の県内旅行比率の増加や1泊比率の増加と関連し、前年同期と比較して費用分布が低価格帯に移動した。
- 国内旅行全体でも、域内旅行の増加や1泊比率の増加にともない、前年同期では『2～3万円未満』だった最頻値が『1～2万円未満』となり、旅行費用の低下がみられた。
- コロナ禍においては、沖縄、全国ともに旅行費用は低下した。

	4～5月 (%)				6～7月 (%)				8～9月 (%)			
	沖縄県		全国		沖縄県		全国		沖縄県		全国	
	2019年 (n=75)	2020年 (n=21)	2019年 (n=1,624)	2020年 (n=681)	2019年 (n=75)	2020年 (n=45)	2019年 (n=1,422)	2020年 (n=1,135)	2019年 (n=63)	2020年 (n=20)	2019年 (n=1,531)	2020年 (n=1,115)
1万円未満	1.3	4.8	3.9	10.4	1.3	6.7	3.4	9.7	1.6	10.0	3.7	11.1
1万円以上2万円未満	4.0	9.5	12.7	24.5	2.7	4.4	13.0	24.7	3.2	5.0	13.8	23.0
2万円以上3万円未満	4.0	4.8	17.4	21.3	2.7	4.4	17.0	19.8	1.6	0.0	17.9	22.4
3万円以上4万円未満	4.0	14.3	14.4	13.2	6.7	13.3	15.5	12.6	19.0	15.0	17.2	14.8
4万円以上5万円未満	6.7	4.8	11.3	9.3	9.3	6.7	12.1	10.2	6.3	15.0	12.1	9.7
5万円以上7万円未満	17.3	19.0	13.3	8.5	12.0	11.1	14.1	8.6	15.9	15.0	12.3	6.9
7万円以上10万円未満	17.3	14.3	10.1	4.1	21.3	20.0	10.8	6.3	15.9	10.0	8.6	4.4
10万円以上15万円未満	12.0	14.3	7.5	3.1	16.0	20.0	6.8	3.7	7.9	20.0	5.6	3.6
15万円以上20万円未満	12.0	4.8	3.0	1.5	16.0	8.9	2.8	0.9	15.9	0.0	3.1	0.9
20万円以上	20.0	4.8	2.9	1.2	9.3	4.4	2.3	0.9	11.1	10.0	2.8	0.6
よく憶えていない／わからない	1.3	4.8	3.4	2.9	2.7	0.0	2.2	2.6	1.6	0.0	2.8	2.6

2. 満足度と再来訪意向

(1) 総合満足度

- 沖縄旅行の総合満足度は、4～5月及び6～7月は前年同期と異なり、『満足』が『大変満足』を上回ったが、8～9月にはその値は逆転し、『大変満足』が『満足』を上回った。満足度指数をみると、4～5月及び6～7月は前年同期比減であったが、8～9月には増加した。
- 国内旅行全体では、前年同期と比べて『大変満足』がすべての時期で5～10ポイント減少し、満足度指数も微減した。
- 沖縄、全国ともに、4～5月及び6～7月の満足度は減少した。一方、沖縄においては、8～9月の『大変満足』率は前年同期を上回り、コロナ禍においても高い満足度となった。

	4～5月 (%)				6～7月 (%)				8～9月 (%)			
	沖縄県		全国		沖縄県		全国		沖縄県		全国	
	2019年 (n=75)	2020年 (n=21)	2019年 (n=1,624)	2020年 (n=681)	2019年 (n=75)	2020年 (n=45)	2019年 (n=1,422)	2020年 (n=1,135)	2019年 (n=63)	2020年 (n=20)	2019年 (n=1,531)	2020年 (n=1,115)
大変満足	46.7	23.8	31.0	20.3	48.0	22.2	32.2	24.9	50.8	55.0	35.5	30.0
満足	38.7	38.1	47.6	38.8	37.3	51.1	45.9	47.0	30.2	35.0	45.1	44.7
やや満足	9.3	23.8	15.6	25.7	12.0	17.8	17.0	20.7	15.9	5.0	15.0	19.3
どちらでもない	0.0	4.8	4.1	10.0	1.3	4.4	3.3	5.8	3.2	5.0	3.5	4.0
やや不満	1.3	4.8	0.9	4.1	0.0	0.0	1.2	0.9	0.0	0.0	0.5	1.7
不満	1.3	4.8	0.4	1.0	0.0	0.0	0.1	0.4	0.0	0.0	0.3	0.3
大変不満	2.7	0.0	0.4	0.1	1.3	4.4	0.3	0.3	0.0	0.0	0.1	0.1
満足度指数	6.15	5.57	6.01	5.57	6.27	5.73	6.03	5.87	6.29	6.40	6.10	5.96

(2) 再来訪意向

- 沖縄旅行の再来訪意向は、コロナ禍においても『大変そう思う』が最も多い。再来訪意向指数は、満足度の傾向と同様、前年同期と比べて4～5月及び6～7月はやや減少、8～9月はやや増加した。
- 国内旅行全体についても、満足度の傾向と同様、再来訪意向指数はコロナ前と比べてやや減少した。
- 沖縄、全国ともに、4～5月及び6～7月の再来訪意向指数は減少した。一方、沖縄では、8～9月の再来訪意向指数は増加した。沖縄旅行の総合満足度及び再来訪意向の高さは、沖縄にとって非常に重要なリピーター層の醸成につながる。

	4～5月 (%)				6～7月 (%)				8～9月 (%)			
	沖縄県		全国		沖縄県		全国		沖縄県		全国	
	2019年 (n=75)	2020年 (n=21)	2019年 (n=1,624)	2020年 (n=681)	2019年 (n=75)	2020年 (n=45)	2019年 (n=1,422)	2020年 (n=1,135)	2019年 (n=63)	2020年 (n=20)	2019年 (n=1,531)	2020年 (n=1,115)
大変そう思う	40.0	42.9	26.5	26.7	56.0	40.0	29.3	27.0	36.5	60.0	30.2	23.9
そう思う	30.7	14.3	34.9	30.8	28.0	17.8	33.5	32.3	33.3	20.0	34.4	31.7
やや思う	18.7	28.6	18.5	20.7	8.0	22.2	17.3	18.8	19.0	5.0	17.5	20.1
どちらでもない	5.3	14.3	12.1	15.4	5.3	13.3	12.1	12.7	9.5	10.0	10.8	14.5
あまり思わない	2.7	0.0	4.7	4.0	1.3	6.7	4.6	6.0	1.6	5.0	4.4	6.3
思わない	0.0	0.0	1.9	1.3	1.3	0.0	2.5	2.5	0.0	0.0	2.2	2.5
全く思わない	2.7	0.0	1.4	1.0	0.0	0.0	0.7	0.7	0.0	0.0	0.5	1.1
再来訪意向指数	5.89	5.86	5.55	5.53	6.28	5.71	5.60	5.52	5.94	6.20	5.67	5.40

3. コロナ禍における旅行意識・行動

(1) 実施した旅行へのコロナ禍の影響

- 実施した沖縄旅行について、コロナ禍の影響で旅行予定に変更が生じたか否かを尋ねたところ、全国的な緊急事態宣言下の4～5月、沖縄県の緊急事態宣言下の8～9月は、『旅行内容等を変更した』割合が3.5～4割と高めとなった。
- 国内旅行全体については、全国的な緊急事態宣言下の4～5月の内容変更率が最も高かった。
- いずれの時期においても、全国に比べて、沖縄旅行のほうが旅行内容等の変更率が高い。

	4～5月 (%)		6～7月 (%)		8～9月 (%)	
	沖縄県 (n=21)	全国 (n=681)	沖縄県 (n=45)	全国 (n=1,135)	沖縄県 (n=20)	全国 (n=1,115)
予定通り旅行を実施	57.1	66.4	75.6	79.2	65.0	82.1
旅行内容等を変更して実施	42.9	33.6	24.4	20.8	35.0	17.9

(参考) コロナ禍の影響で変更した内容【複数回答】

※沖縄県はサンプル数が僅少のため、コメント割愛。

	4～5月 (%)		6～7月 (%)		8～9月 (%)	
	沖縄県 (n=9)	全国 (n=229)	沖縄県 (n=11)	全国 (n=236)	沖縄県 (n=7)	全国 (n=200)
海外から国内に変更	11.1	14.0	27.3	5.9	42.9	9.0
宿泊施設	44.4	16.2	45.5	15.3	42.9	18.0
国内の他の地域から変更	11.1	21.8	0.0	23.7	28.6	32.0
泊数	33.3	31.4	18.2	24.2	28.6	27.0
交通手段	33.3	20.1	18.2	22.0	14.3	23.5
活動内容や訪問先	55.6	35.8	54.5	38.6	0.0	32.0
同行者	0.0	4.4	0.0	2.1	0.0	4.0
同行者の人数	0.0	6.6	9.1	3.8	0.0	2.0
その他	0.0	2.6	0.0	5.5	0.0	6.0

※8～9月期の沖縄県を基準に並べ替え

(2) 旅行実施にあたっての気持ち【複数回答】

- 沖縄旅行の実施にあたっての気持ちは、『心配しても仕方ない』が時期を問わず最も多い（4～5月：38.1%、6～7月：31.1%、8～9月：65.0%）。『新型コロナに対する不安は感じない』が1.5～2.5割にとどまることから、同時に不安も感じていることがうかがえる。『旅行先の観光地を応援したい』は4～5月には9.5%だったものの、6～7月には28.9%、8～9月には25.0%と3割に迫る割合となった。また、8～9月になると、『経済の停滞は避けるべき』が35.0%と、『心配しても仕方ない』に次ぐ割合となった。『価格が通常より安い』は、時期を追うごとに増加傾向にあった。
- 国内旅行全体では、沖縄旅行と同様に、不安を感じつつも『心配しても仕方ない』が3～4割で最も多い。『旅行先の感染者が少ないので安心』は、6～7月において2番目に、4～5月、8～9月においては3番目に多い割合であることから、感染者が少ない地域を選ぶ意識が高いと考えられる。
- 沖縄、全国ともに、旅行実施にあたっては、不安を感じつつも『心配しても仕方ない』が多い。沖縄の特徴としては、6月以降の『旅行先の観光地を応援したい』の高まりが挙げられる。

	4～5月 (%)		6～7月 (%)		8～9月 (%)	
	沖縄県 (n=21)	全国 (n=681)	沖縄県 (n=45)	全国 (n=1,135)	沖縄県 (n=20)	全国 (n=1,115)
心配しても仕方ない	38.1	28.8	31.1	29.9	65.0	36.7
経済の停滞は避けるべき	9.5	10.7	11.1	12.9	35.0	13.2
旅行先の観光地を応援したい	9.5	13.4	28.9	23.3	25.0	20.2
新型コロナウイルスに対する不安は感じない	23.8	20.4	24.4	21.1	15.0	23.3
旅行先の感染者数が少ないので安心	23.8	18.2	24.4	23.6	15.0	20.3
値段が通常より安い	9.5	4.7	11.1	12.6	15.0	17.8
どうしても行きたい旅行	14.3	12.9	8.9	11.6	15.0	13.5
いまの状況では自分にはあまりかわりはない	23.8	15.3	8.9	11.4	10.0	10.1
どこも空いている	14.3	10.3	15.6	10.6	10.0	7.6
外国人観光客が少ない	14.3	8.8	6.7	11.5	10.0	10.5
今しか楽しめない旅行（記念旅行など）	9.5	7.5	2.2	3.4	10.0	5.8
感染しても発症しない・軽症で済む	9.5	7.2	8.9	3.6	5.0	3.4
旅行先には迷惑はかからない	0.0	7.6	4.4	7.3	5.0	7.9
旅行の中止や変更をするのが面倒	4.8	3.5	2.2	1.9	5.0	1.0
キャンセル料が嫌	19.0	8.1	8.9	2.8	5.0	2.2
休暇が変更できない	19.0	11.3	8.9	5.6	5.0	4.7
自粛には耐えられなかった	4.8	5.9	4.4	4.8	5.0	6.1
同行者の考えに応じた	9.5	9.8	2.2	9.3	5.0	10.5
自分は感染しない	0.0	10.7	11.1	5.1	0.0	4.4
冠婚葬祭への出席を兼ねるので仕方ない	4.8	2.8	0.0	1.5	0.0	1.7
その他	14.3	3.5	4.4	4.6	0.0	3.5

※8～9月期の沖縄県を基準に並べ替え

(3) 実施した旅行の感想【複数回答】

- 沖縄旅行した際の感想は、『混雑がなく快適』がすべての時期で 5 割以上と最多であった。『平常時と特段変わらない』は、4～5月：14.3%、6～7月：20.0%、8～9月：35.0%と時期を追うごとに増加しており、観光客が戻っている様子が伺える。その一方で、『感染が不安』も、4～5月（14.3%）から 8～9月（25.0%）にかけて、時期を追うごとに増加している。
- 国内旅行全体でも、『混雑がなく快適』がいずれの時期においても最も多く、概ね沖縄旅行と同様の傾向がみられた。
- 沖縄、全国ともに、『混雑がなく快適』が最多ではあるが、沖縄旅行では全国よりも高い割合で推移した。『旅行先で歓迎された』は、沖縄旅行では時期を追うごとに増加しているものの、全国ではその傾向はみられなかった。『旅行先で快く思われなかったのではと不安』は全国に比べて沖縄旅行での割合は高いものの、時期を追うごとに減少した。

	4～5月 (%)		6～7月 (%)		8～9月 (%)	
	沖縄県 (n=21)	全国 (n=681)	沖縄県 (n=45)	全国 (n=1,135)	沖縄県 (n=20)	全国 (n=1,115)
混雑がなく快適	52.4	42.0	57.8	50.7	55.0	46.8
平常時と特段変わらない	14.3	25.7	20.0	33.2	35.0	38.7
感染が不安	14.3	21.6	17.8	16.9	25.0	16.9
旅行先で歓迎された	4.8	12.0	17.8	16.0	20.0	13.5
自分が感染源にならないか心配	19.0	13.1	17.8	7.9	20.0	10.2
休業の店舗・施設があり残念	28.6	15.9	15.6	13.2	15.0	8.0
閑散としていて寂しい	28.6	25.0	24.4	16.8	10.0	8.8
想定より混雑	0.0	5.3	11.1	10.6	10.0	18.5
旅行先で快く思われなかったのではと不安	14.3	7.8	11.1	3.3	10.0	3.5
感染を気にして疲れた	9.5	9.5	2.2	5.2	5.0	4.9
旅行後に周囲から批判された	0.0	1.9	4.4	0.4	0.0	0.4
旅行後の待機要請対応等が大変	0.0	1.5	0.0	0.4	0.0	0.3
その他	4.8	0.9	2.2	0.9	0.0	1.3

※8～9月期の沖縄県を基準に並べ替え

(4) 旅行中の新型コロナウイルス対策

- 沖縄旅行中の新型コロナウイルス対策は、『マスクの着用』がすべての時期で最も高い（4～5月：66.7%、6～7月：93.3%、8～9月：90.0%）。『手洗い・うがいの励行・徹底』、『アルコール除菌（携行、励行・徹底）』は時期を追うごとに増加しており、8～9月には7割以上の実施率となっている。『密閉空間の回避』も4割以上が実施した。
- 国内旅行全体では、沖縄旅行と同様、『マスクの着用』がすべての時期において最も高く、『手洗い・うがいの励行・徹底』、『アルコール除菌（携行、励行・徹底）』等含め、時期を追うごとに感染対策実施率が高まった。
- 沖縄、全国ともに、マスク着用、手洗い・うがい等、徐々に旅行先での感染対策の徹底が進んだ。沖縄旅行においては、県外からの移動については必ず飛行機等の公共交通に乗車するためか、全国に比べて『アルコール除菌の携行』率が高いという特徴がみられた。

	4～5月 (%)		6～7月 (%)		8～9月 (%)	
	沖縄県 (n=21)	全国 (n=681)	沖縄県 (n=45)	全国 (n=1,135)	沖縄県 (n=20)	全国 (n=1,115)
マスクの着用	66.7	80.9	93.3	93.6	90.0	94.7
手洗い・うがいの励行・徹底	47.6	61.4	64.4	72.7	75.0	73.3
アルコール除菌剤の携行	66.7	51.4	66.7	61.1	70.0	62.8
設置されているアルコール除菌の励行・徹底	61.9	54.2	64.4	73.1	70.0	77.5
多数が集まる密集空間の回避	38.1	40.7	48.9	49.9	55.0	51.7
不特定多数が触れる箇所をなるべく触らない	38.1	34.5	35.6	41.8	45.0	39.9
間近で会話等の密接場面の回避	23.8	25.7	31.1	32.5	45.0	33.5
ソーシャルディスタンスの確保	33.3	34.8	40.0	47.9	45.0	50.0
換気の悪い密閉空間の回避	28.6	38.0	40.0	44.1	40.0	46.8
飲食時の注意（ビュッフェ、食べ歩き回避等）	28.6	26.6	40.0	34.7	25.0	34.7
その他	4.8	0.3	0.0	0.4	0.0	0.3
特に何もしていない	4.8	4.1	2.2	1.5	0.0	1.7

※8～9月期の沖縄県を基準に並べ替え

第4章 沖縄旅行意向者の特徴・ニーズ

本章では、沖縄への旅行意向がある者の特徴やニーズを把握するため、属性や意識について、2020年と2019年との比較分析、国内旅行意向者全体との比較分析を行う。

1. 沖縄旅行意向者の属性

(1) 性別・年代

- 沖縄旅行意向者は全体に比べて 30～40代 が多く、コロナ前後で比較してもその傾向は変わらない。

(%)

	沖縄旅行意向者 (最も行きたい国内旅行先が沖縄)		国内旅行意向者全体	
	2019年 (n=288)	2020年 (n=330)	2019年 (n=1,380)	2020年 (n=1,370)
男性	52.8	48.5	49.9	50.2
女性	47.2	51.5	50.1	49.8
10代	2.8	3.0	2.1	3.6
20代	16.3	14.5	14.1	11.7
30代	23.6	24.5	16.7	15.9
40代	23.3	21.5	20.1	19.1
50代	13.5	17.0	15.6	16.3
60代	11.8	13.0	17.1	19.8
70代	8.7	6.4	14.3	13.7

(2) 居住地

- 沖縄旅行意向者は、前年に比べ『関東』が減少し、『近畿以西』が増加。
- 沖縄旅行意向者、国内旅行意向者全体ともに、『大都市』が減少し、『小都市・町村』が増加した。

(%)

	沖縄旅行意向者 (最も行きたい国内旅行先が沖縄)		国内旅行意向者全体	
	2019年 (n=288)	2020年 (n=330)	2019年 (n=1,380)	2020年 (n=1,370)
北海道・東北	12.2	10.3	11.4	10.8
関東	46.2	42.4	41.3	34.1
中部・北陸	13.5	12.7	15.5	15.3
近畿	12.5	18.2	14.5	18.2
中四国・九州・沖縄	15.6	16.4	17.3	21.6
大都市（政令指定都市及び東京都区部）	37.2	33.9	36.1	33.4
中都市（大都市を除く人口15万以上の市）	33.7	28.5	31.7	30.3
小都市（人口15万未満の市）	22.6	27.9	26.0	27.2
町村	6.6	9.7	6.2	9.1

(3) ライフステージ

- 沖縄旅行意向者は、全体に比べて男女ともに『子育て中』、特に『女性・子育て中』の比率が高く、コロナ前と比べてその傾向がさらに強まった。

(%)

	沖縄旅行意向者 (最も行きたい国内旅行先が沖縄)		国内旅行意向者全体	
	2019年 (n=288)	2020年 (n=330)	2019年 (n=1,380)	2020年 (n=1,370)
男性・未婚	11.8	10.9	10.9	10.1
男性・既婚/子供なし	3.8	1.8	3.3	2.4
男性・子育て中	26.4	27.6	23.3	25.3
男性・子育て後	10.1	8.5	11.6	12.4
女性・未婚	7.6	6.1	8.6	7.8
女性・既婚/子供なし	2.1	3.3	2.4	2.0
女性・子育て中	27.4	32.1	24.9	23.4
女性・子育て後	10.1	9.7	13.6	16.3

(4) 世帯収入

- 沖縄旅行意向者のほうが、全体よりも世帯年収が若干高めである。
- 沖縄旅行意向者は『400万円未満』が減少し、『1,000万円以上』が増加した。

(%)

	沖縄旅行意向者 (最も行きたい国内旅行先が沖縄)		国内旅行意向者全体	
	2019年 (n=288)	2020年 (n=330)	2019年 (n=1,380)	2020年 (n=1,370)
400万円未満	29.9	24.2	30.7	30.6
400～500万円未満	13.9	16.7	14.6	15.3
500～600万円未満	11.5	11.8	9.9	12.3
600～700万円未満	9.4	11.2	10.4	10.9
700～800万円未満	11.1	8.8	9.9	8.8
800～1,000万円未満	12.2	13.9	10.0	10.3
1,000万円以上	9.4	12.4	10.7	10.1
収入なし	0.7	0.3	0.4	0.7

(5) 旅行頻度

- 沖縄旅行意向者のほうが旅行頻度の高い人が多いことから、全体よりも“旅慣れた人”が多い。
- 沖縄、全体ともに、普段あまり旅行に行かない人の旅行意向の比率が低下していることから、“あまり行かない人”はより行かない傾向が強まる。

(%)

	沖縄旅行意向者 (最も行きたい国内旅行先が沖縄)		国内旅行意向者全体	
	2019年 (n=288)	2020年 (n=330)	2019年 (n=1,380)	2020年 (n=1,370)
あまり行かない	28.8	19.7	30.4	24.5
2年に1回程度	9.4	9.1	9.3	10.7
年に1～2回程度	47.6	57.0	46.0	51.1
年に3～5回程度	11.8	11.8	10.4	11.0
年に6回以上	2.4	1.8	2.6	2.3

2. 沖縄旅行意向者のニーズ

(1) 旅行の動機【複数回答】

- 沖縄旅行意向者は『日常生活からの解放』が最も多い。コロナ前から 6 割超を占めるが、コロナ禍中の 2020 年はさらに 10 ポイント程度増加して 7 割超と、その思いがさらに強まった。
- 全国的には、コロナ前後ともに『旅先のおいしいもの』がトップであった。一方、沖縄旅行意向者は、コロナ前は同じく『旅先のおいしいもの』だが、2020 年は『日常生活からの解放』となった。全国と比べても、前年と比べても増加していることから、これまで以上に『日常生活からの解放』が求められていると言える。（『日常生活からの解放』は、前年は全体と比較しても同程度だが、2020 年は全体よりも 10 ポイント程度高く、沖縄旅行意向者で特徴的。）
- 前年・全国と比べて、いま沖縄に求められているものは、『日常生活からの解放』、『思い出をつくる』、『家族の親睦』、『保養・休養』であった。

(%)

	沖縄旅行意向者 (最も行きたい国内旅行先が沖縄)		国内旅行意向者全体	
	2019年 (n=288)	2020年 (n=330)	2019年 (n=1,380)	2020年 (n=1,370)
日常生活から解放されるため	62.8	73.0	62.5	64.8
旅先のおいしいものを求めて	63.5	70.3	65.0	67.3
思い出をつくるため	61.8	64.2	56.8	56.4
保養、休養のため	47.2	51.2	44.3	44.5
家族の親睦のため	47.2	50.9	45.0	46.2
美しいものにふれるため	27.8	38.2	34.2	38.3
未知のものにふれたくて	30.2	30.0	32.0	30.0
感動したい	26.0	26.1	28.7	27.8
友達とのつきあいを楽しむため	17.0	24.2	20.9	23.9
知識や教養を深めるため	18.1	17.6	20.1	19.9
ぜいたくしたい	12.2	14.2	9.5	10.9
思い出の場所を訪れるため	9.0	13.0	10.7	12.4
現地の人や生活にふれたくて	14.9	11.8	13.6	11.2
何の予定もない時間を求めて	5.6	4.5	5.7	4.7
なんとなく	1.7	3.0	3.8	3.3
ハブニングを求めて	2.1	2.4	1.4	1.5
自分を見つめるため	2.8	2.4	3.0	3.0
みんなが行くから	2.4	2.1	3.5	2.4
健康増進のため	3.8	1.8	4.2	2.9
一人になりたい	0.7	1.8	2.0	2.1
新しい友達を求めて	0.7	0.3	1.1	0.7
上記のいずれにもあてはまらない	1.0	0.6	0.4	0.4
旅行をしたいとは思わない	0.7	0.3	0.8	1.0
無回答	0.0	0.0	0.1	0.0

(2) 今後 1～2 年の間に行ってみたい旅行タイプ【複数回答】

- 沖縄旅行意向者の行ってみたい旅行タイプのトップは『海浜リゾート』であり、次いで『自然観光』となった。これらは、コロナ前と比べてやや増加傾向にある。全体的な傾向は大きくは変わらない。
- 一方、全国的には『自然観光』と『温泉』の人気の高い。
- 他地域と比較して、沖縄に求めるものは、『海浜リゾート』、『ホテルステイ』、『リゾートホテル』、『ロングステイ』である。これらは、旅行動機『日常生活からの解放』ともリンクした旅行タイプである。コロナ禍では、旅行においても 3 密を避けた行動が意識される。

(%)

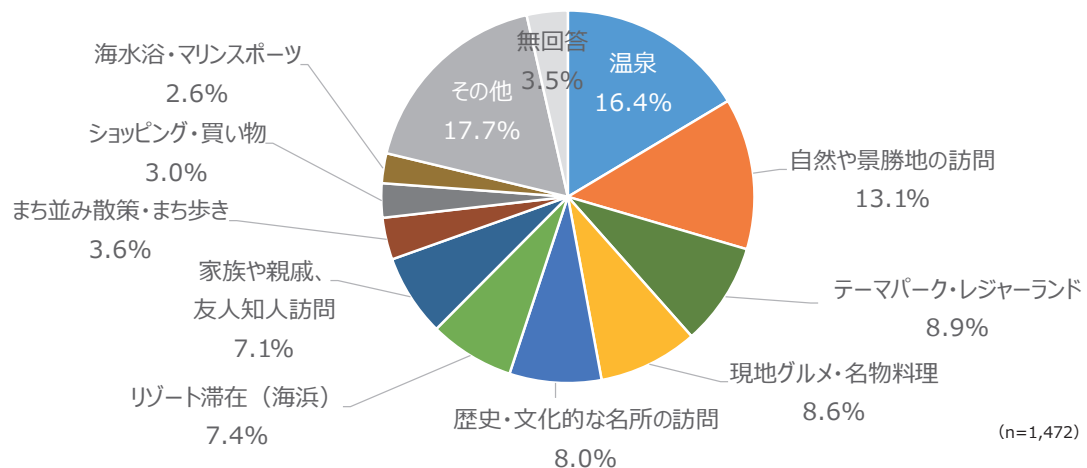
	沖縄旅行意向者 (最も行きたい国内旅行先が沖縄)		国内旅行意向者全体	
	2019年 (n=288)	2020年 (n=330)	2019年 (n=1,380)	2020年 (n=1,370)
海浜リゾート	54.9	56.1	34.8	33.1
自然観光	46.9	49.7	51.5	49.3
温泉旅行	49.7	45.8	51.2	48.3
グルメ	47.2	42.7	44.4	42.9
テーマパーク	31.6	38.8	33.3	32.8
歴史・文化観光	38.2	32.1	43.6	38.6
都市観光	25.7	28.5	26.9	25.4
ロングステイ	26.0	26.4	21.2	21.1
ショッピング	20.8	25.5	18.4	19.9
マリンスポーツ	25.0	23.0	12.8	12.2
海水浴	24.3	23.0	14.9	12.1
リゾートホテル	26.4	22.1	18.3	16.8
高原リゾート	15.3	17.6	14.2	14.3
町並み散策	20.5	17.6	23.6	22.5
動物園・水族館	22.2	16.7	18.3	16.0
おしゃべり旅行	13.2	16.4	12.2	13.9
和風旅館	14.9	16.1	17.5	17.4
世界遺産巡り	22.2	15.2	21.6	17.7
ホテルステイ	9.4	14.2	9.1	10.4
スキー・スノーボード	16.7	13.0	9.8	8.9
パワースポット	14.2	10.9	14.7	12.0
祭・イベント	8.7	10.0	9.6	11.0
観光列車旅行	16.3	10.0	15.8	14.7
自然現象鑑賞	10.8	9.7	12.0	11.3
登山・山歩き	9.4	8.8	11.7	10.7
スポーツ観戦	9.7	8.8	10.9	8.3
秘境ツアー	9.4	8.8	9.7	8.8
芸術鑑賞	11.1	8.2	14.1	12.7
花の名所巡り	8.7	7.6	13.3	10.7
エコツアー	4.5	5.2	4.6	4.9

※沖縄旅行意向者 2020 年の上位 30 位までを掲載

(注)本設問は、最も行きたい旅行先で行いたい旅行タイプではない点に注意（沖縄旅行意向者が沖縄に限らず旅行を実施するにあたって行いたい旅行タイプであり、沖縄で行いたい旅行タイプではない。）。

3. コロナ収束後に行いたい活動と旅行先

- 沖縄旅行意向者を含む日本人全体でみたときにコロナ収束後に行いたい活動は、「温泉」16.4%、「自然や景勝地の訪問」13.1%が1割を超えた。コロナ収束後も、意向は大きくは変わらない。
- 行いたい活動別に訪れたい旅行先を尋ねたところ、沖縄県は以下の活動において上位3位以内であった。「自然や景勝地の訪問【2位】」/「リゾート滞在（海浜）【1位】」/「まち並み散策・まち歩き【2位】」/「海水浴・マリンスポーツ【1位】」。いずれも、コロナ前と比べて海外のシェアが縮小し、沖縄県のシェアが相対的に高まっている。



温泉 (n=171)			参考：2019年（回答数：742）		
1位	大分県	18.1%	1位	大分県	16.4%
2位	群馬県	10.5%	2位	群馬県	12.5%
3位	静岡県	9.9%	3位	静岡県	7.3%

リゾート滞在（海浜） (n=77)			参考：2019年（回答数：490）		
1位	沖縄県*	40.3%	1位	ハワイ	38.0%
2位	ハワイ	32.5%	2位	沖縄県	33.1%
3位	静岡県	5.2%	3位	グアム	5.1%

*沖縄：22、石垣島：4、宮古島：3、小浜島：1、読谷：1

自然や景勝地の訪問 (n=137)			参考：2019年（回答数：742）		
1位	北海道	24.1%	1位	北海道	22.4%
2位	沖縄県*	16.8%	2位	沖縄県	8.0%
3位	静岡県	3.6%	3位	ハワイ	7.0%

*沖縄：15、石垣島：4、宮古島：2、八重山：1、西表島：1

家族や親戚、友人知人訪問 (n=74)		
1位	東京都	9.5%
2位	神奈川県、広島県、北海道	6.8%

テーマパーク・レジャーランド (n=93)			参考：2019年（回答数：474）		
1位	千葉県	59.1%	1位	大阪府	38.2%
2位	大阪府	20.4%	2位	千葉県	36.5%
3位	東京都	4.3%	3位	東京都	8.4%

まち並み散策・まち歩き (n=38)			参考：2019年（回答数：340）		
1位	石川県	10.5%	1位	京都府	17.1%
2位	沖縄県*	5.3%	2位	イタリア	7.9%
3位	兵庫県、シカゴ・ボストンなど多数	2.6%	3位	石川県	7.6%

*沖縄：2

現地グルメ・名物料理 (n=90)			参考：2019年（回答数：631）		
1位	北海道	34.4%	1位	北海道	40.7%
2位	福岡県、台湾	5.6%	2位	韓国	6.7%
			3位	台湾	6.0%

ショッピング・買い物 (n=31)			参考：2019年（回答数：260）		
1位	大韓民国	25.8%	1位	ハワイ	30.0%
2位	東京都	9.7%	2位	韓国	15.8%
3位	ハワイ	9.7%	3位	東京都	11.9%

歴史・文化的な名所の訪問 (n=83)			参考：2019年（回答数：625）		
1位	京都府	31.3%	1位	京都府	24.0%
2位	広島県、三重県	4.8%	2位	イタリア	9.0%
			3位	奈良県	5.6%

海水浴・マリンスポーツ (n=27)			参考：2019年（回答数：211）		
1位	沖縄県*	55.6%	1位	沖縄県	42.2%
2位	ハワイ、パラオ共和国	7.4%	2位	ハワイ	25.1%
			3位	グアム	6.6%

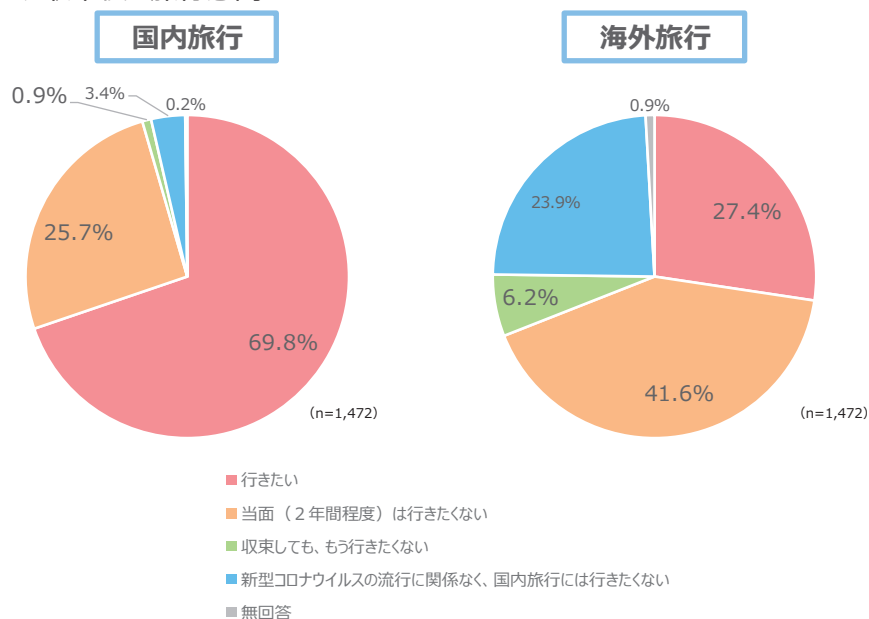
*沖縄：14、竹富島：1

※訪れたい旅行先は、国内・海外問わずに自由に回答してもらい、その回答を国内は都道府県別（または地方別）、海外は国別（または島別）に整理して集計した。

※参考として掲載した2019年は今後1～2年の間に行ってみたい旅行タイプ別の旅行先であり、コロナ収束後に行きたい旅行先と直接比較できるものではない点に留意。

- コロナ収束後の旅行意向は、国内旅行は約 7 割が行きたいと回答した一方、海外旅行は約 4 割が当面は行きたくないと回答していることから、海外旅行から国内旅行へのシフトは暫く続く可能性が高いと考えられる。
- あまり行きたくない地域としては、「公衆衛生が徹底されていない地域」「人が密集している地域」「感染者が多かった地域」が多く挙がった。これらは、行きたい地域の上位にはなっていないことから、十分条件ではなく必要条件として捉えられており、満たされたからといって行きたくなる訳ではないが、満たされないと旅行先候補から脱落する、最低限満たして欲しいことと考えられる。

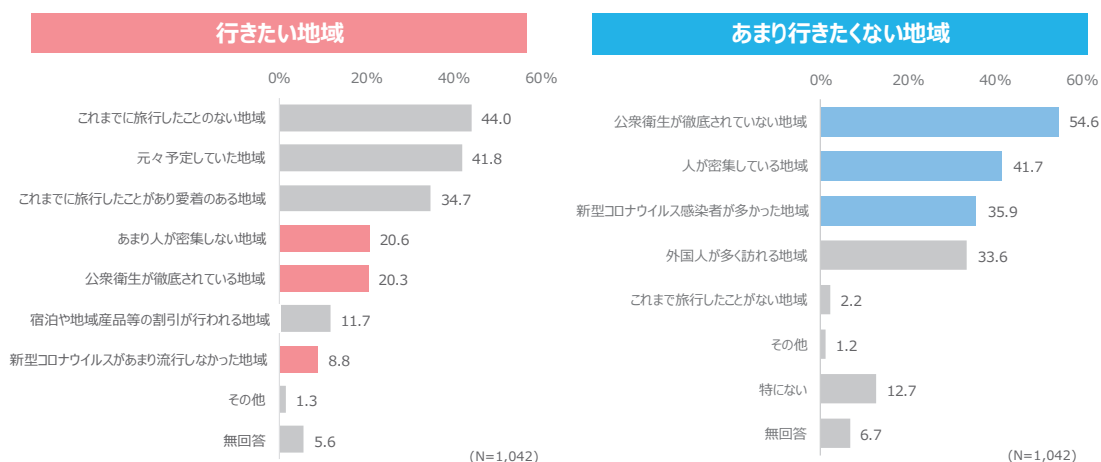
(参考) コロナ収束後の旅行意向



出典：公益財団法人日本交通公社「新型コロナウイルス感染症流行下の日本人旅行者の動向 (その4)」

(参考) コロナ収束後に行きたい地域・あまり行きたくない地域

(収束後に旅行に行きたいと回答した人のみ) 【複数回答】



出典：公益財団法人日本交通公社「新型コロナウイルス感染症流行下の日本人旅行者の動向 (その4)」

第5章 受入側の沖縄が取り組むべき事項

本章では、前章までの集計・分析結果をふまえ、受入側の沖縄が取り組むべき事項を10の視点としてとりまとめた。

調査結果	求められる取組の視点
安全・安心は旅行の必要条件となっている（p.21【コロナ収束後に行きたい地域・あまり行きたくない地域】）	① 沖縄滞在中の一貫した安全・安心の確保、周知（p.23）
「公衆衛生の徹底」や「密の回避」への意識から公共交通機関を回避する傾向にある（p.7【旅行先での交通手段】）	② 発地からの移動も含めた安全・安心の確保、周知（p.25）
安全・安心は旅行の必要条件となっている（p.21【コロナ収束後に行きたい地域・あまり行きたくない地域】）	③ 地域医療体制の充実（p.26）
3 密回避を意識した旅行計画・行動が取られている（p.15【旅行中の新型コロナウイルス対策】、p.21【コロナ収束後に行きたい地域・あまり行きたくない地域】）／旅行計画の直前検討、直前予約が増加している（p.6【予約時期】）	④ リアルタイムな情報発信による時間的・空間的な分散化（p.27）
密を避けた少人数旅行、個人旅行が増加している（p.7【旅行形態】）／感染対策は日常生活だけでなく旅行中においても浸透している（p.15【旅行中の新型コロナウイルス対策】）	⑤ 新しい生活様式を前提としたサービスデザイン（p.28）
リゾート滞在や海水浴・マリンスポーツ、自然・景勝地訪問の旅行先として沖縄が人気（p.20【コロナ収束後に行きたい活動と旅行先】）／新型コロナウイルスの影響を受けて旅行は当面は控えるという層も一定数存在している（p.21【コロナ収束後の旅行意向】）	⑥ 沖縄ファン・リピーターに向けた訪沖需要の維持・喚起（p.29）
県民旅行が増加している（p.5【居住地】）	⑦ 県内旅行の醸成（p.30）
3 密回避の意識から宿泊先でのステイを楽しむ観光が着目されている（p.19【今後1～2年の間に行ってみたい旅行タイプ】）／沖縄旅行意向者において高所得者層が増加傾向にある（p.17【世帯収入】）	⑧ 地域連携による消費機会の創出（高付加価値・高単価の体験コンテンツ提供、オンラインでの地場製品の消費機会の創出、等）（P31）
コロナ禍での旅行には「旅行先で快く思われなかったのでは」といった不安がある（p.14【実施した旅行の感想】）	⑨ 歓迎の意思を伝える（p.32）
旅行における「日常生活からの解放」への欲求が高まっている（p.18【旅行の動機】）／沖縄訪問意向者が沖縄に求めているのは海浜リゾートや自然観光であり、環境への配慮という視点が欠かせない（p.19【今後1～2年の間に行ってみたい旅行タイプ】）	⑩ レスポンシブル・ツーリズム（責任ある観光）（p.33）

① 沖縄滞在中の一貫した安全・安心の確保、周知

ウィズ／ポストコロナにおいては、安全・安心は十分条件ではなく必要条件として捉えられ、満たされないと旅行先候補から脱落することが想定される。安全・安心の確保については、各施設での取組はもちろんのこと、沖縄全体で滞在中一貫した感染対策を実施・周知（見える化）することが観光客の安心感に繋がる。沖縄県でも、2020 年 6 月に旅行者の安全・安心アクションプラン「沖縄 Tour Style With コロナ」を策定。業種別ガイドラインの遵守を実施している施設等に「沖縄県感染防止対策徹底宣言ステッカー」を発行して観光客や県民の皆様に安心して利用できる施設であることを周知するとともに、LINE を活用した接触可能性通知システム「RICCA（リッカ）」を運用している。OCVB 作成の YouTube「A safe trip to Okinawa with Smiles」でも、沖縄滞在中のニューノーマルなおもてなしや安全を紹介。さらなる徹底に向けては、現地調査を加えた認証等も考えられる。

（参考）観光分野における“認証”に関する取組例：国内

地域	名称	概要	対象者	特徴
国内	群馬県 ストップコロナ！対策認定制度  https://stopcovid19map.pref.gunma.jp	事業者の多くが客足回復に不安を抱き、消費者も各店舗が感染症対策を心配する状況下、業界団体等が作成したガイドラインに基づき、感染症対策を適切に行っている店舗を現地調査・審査し、県が認定する制度。	・県内店舗	・事業規模に応じて申請先が異なる（中小：商工団体、大企業：県） ・認定取得が補助金の申請要件
	山梨県 やまなしグリーン・ゾーン認証制度  https://greenzone-ninsho.jp/	あらゆる感染症に強い社会を目指す「やまなしグリーン・ゾーン構想」のもと、基準に沿って徹底した感染予防対策を行っている飲食店や宿泊施設等を対象に、現地を確認し責任を持って認証する制度。	・宿泊業 ・飲食業 ・ワイナリー ・酒蔵	・認証施設を含む観光コースの紹介サイトを作成 ・これからのおもてなしとして、各施設の取組を動画で紹介
	鳥取県 「新型コロナ対策認証事業所」認証制度  https://www.pref.tottori.lg.jp/secure/1232385/e4a8isyu.pdf	県民の不安解消、経済活動の回復、感染拡大予防対策の向上を図る目的。対策手順書を独自に策定の上、実際の運用を行うことが必要。県職員による立入検査後、感染症対策の専門家が妥当と評価した場合に認証書を交付。	・飲食業 ・理美容業 ・宿泊業等	・認証取得を感染症対策の専門家が支援・サポート ・認証された事業所は、協賛店の模範となるモデル的事业所となる
	徳島県 新型コロナウイルス感染拡大予防ガイドライン実践店ステッカー  https://andhin.pref.tokushima.jp/docs/2020071700010/	事業者の社会経済活動を促し、県民の安全で安心な暮らしを守るための「とくしまスマートライフ宣言！」にもとづき、各業界団体が取組状況を確認して認定。	・県内事業者	・業界団体を通じて県に申請 ・認定後も定期的に各団体が実践状況確認し、県に報告
	長崎市・雲仙市・佐世保市 チームカサセーフティ  https://www.sasebo99.com/nagasaki/safety	長崎大学の協力のもと、長崎市・雲仙市・佐世保市が、官民一体のチームで取り組む宿泊施設に対する安全性を可視化し、宿泊客の感染リスクの不安軽減を図るため認証制度。実地審査を行い、認証を行う。	・宿泊施設	・長崎大学監修ビデオ教材の全従業員の受講 ・認証後の定期的な継続審査

※ 上記の事例はすべて、「現地調査」、「認定証・ステッカー等の配布」、「認定取得施設の HP への掲載」を実施。

出典：各自治体ホームページをもとに作成

(参考) 観光分野における“認証”に関する取組例：海外

地域	名称	概要	対象者	特徴	
海外	トルコ	セーフ・ツーリズム認証  http://www.tourismturkey.jp/pressrelease/TurkeyNR_20200828.pdf	トルコ政府文化観光省が主導するプログラム。宿泊、飲食、運輸サービス分野を包括し、旅行中の全ての段階における感染予防対策の評価基準を策定し、その基準を満たす「ホテル」「飲食施設」「車両」を認定。	・宿泊施設 ・飲食施設 ・観光施設 ・公共交通機関等	・30室以上を有する全ての宿泊施設で取得を義務づけ ・毎月の定期点検に加え、覆面検査官による検証 ・証明書には検査結果QRコードが付与され、施設利用者も検証結果を確認可
	タイ	アメージング・タイランド 健康安全基準（SHA）プロジェクト  https://thailandsha.tourismthailand.org/index	コロナ後に行きたい国としてタイが選ばれるよう、厳しい衛生基準と認証制度を設け、国内外の旅行者からの信頼を高め、旅の安心感を提供する国を挙げた取組。保健省等と協力して観光庁が主導。観光に関連する10分野が対象。厳格な審査あり。	・飲食施設 ・宿泊施設 ・観光施設 ・交通機関 ・土産店等	・検査官の厳格なチェックとタイ国政府観光庁（TAT）の審査に合格しなければならない ・認証の有効期限は2年で、違反があれば認証の取り消しがある
	シンガポール	SGクリーン認証  https://www.sgclean.gov.sg/	シンガポール政府が推奨する消毒衛生の各種管理基準（事業タイプごとに定められた衛生管理方法およびマネジメントの管理監督責任、清掃方法および公衆衛生）に徹底準拠する施設を認証する制度。査定人から評価を受け、要件が満たされれば認証。	・観光地 ・会議施設 ・屋台 ・マーケット等	・「清潔を保つ文化」を啓蒙し、衛生環境の引き上げを図る環境庁主導のSGクリーンキャンペーンの一環 ・違反による認証取消時に査定人が必要な対応を助言、改善すれば再認証可
	ニューサウスウェールズ州（オーストラリア）	COVID SAFE  https://www.nsw.gov.au/covid-19/covid-safe#COVID19safetyplans	NSW州政府保健局によって設計され、Chief Health Officerによって承認されたチェックリストである安全計画を基に行う認証制度。事業者は業種ごとの安全計画を確認し、それに基づいて店舗ごとの安全計画を作成・申請する。登録事業者はQRコードの発行がされ、これを読み取った訪問者の記録が閲覧可能となっている。	州内事業者	・ジム、ホスピタリティ施設（レストラン、カフェ、カラオケバー等）などでは登録が義務付け ・公衆衛生命令に違反した場合、罰金の支払いが命じられ、違反が続いた場合、営業停止となることもある

※上記の事例はすべて、「現地調査」、「認定証・ステッカー等の配布」を実施。

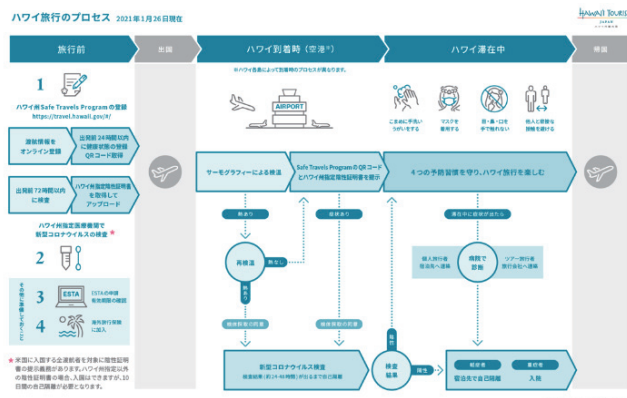
出典：政府観光局等ホームページをもとに作成

②発地からの移動も含めた安全・安心の確保、周知

コロナ禍においては、旅行時だけでなく、日常生活においても「公衆衛生の徹底」や「密の回避」への意識から公共交通機関が回避されており、この傾向は一定程度続くと考えられる。沖縄へのアクセスには飛行機による移動が避けられないことから、現地での感染対策のみならず、発地から那覇空港に到着するまで安心して移動できることを、対策の徹底はもちろんのこと航空会社等と一体となって伝えることが重要である。

【参考】コロナ禍の旅行プロセスを詳しく紹介【ハワイ州観光局】

ハワイ州観光局では、日本人観光客専用の新型コロナウイルス情報サイトを設置。ハワイでの感染者発生状況の提供だけでなく、ハワイ旅行におけるスクリーニングのプロセスを紹介。事前検査プログラムや入国時必要書類についての説明が順を追って詳細に掲載されている。島間移動の条件や各航空会社、宿泊施設での感染症対策への取り組みも紹介。旅行前の準備から到着時、旅行中の対応と、コロナ禍におけるハワイ旅行のプロセスをわかりやすく詳細に伝えている。



出典：ハワイ州観光局「新型コロナウイルス情報サイト」ホームページ (<https://www.allhawaii.jp/covid19>)

【参考】コロナ対策周知における航空会社と観光局の連携【トルコ航空×トルコ政府観光局】

独自の認証制度「セーフ・ツーリズム認証」を行っているトルコでは、トルコ航空とトルコ政府観光局が連携して同制度の周知を行っている。公開されている動画では、発地から一貫した安全・安心な旅が提供されていることを伝えており、トルコ到着後の空港やホテル、観光地で実際の取組や認証制度の活用方法を知ることができる。



出典：YouTube「Safe Tourism Program Türkiye | Go Türkiye」(<https://www.youtube.com/watch?v=r7LNSYTKnqA>)

③地域医療体制の充実

コロナ禍に旅行者から選ばれる観光地となるためには、各施設における感染対策だけでなく、安全・安心な医療体制があることも重要となる。沖縄においても、旅行者専用相談センター（TACO）の設置や那覇空港 PCR 検査プロジェクト（NAPP）の実施等、県民が安心して旅行者を迎え入れ、旅行者が安全・安心に沖縄で楽しめるよう、医療機関や検査機関等と連携した取組を実施しているが、旅行先で感染の疑いがあった場合や体調が悪くなった際の対応など事前に詳細な情報を提供すること、地域の連携体制が明確であること、旅行者を受け入れることのできる医療体制があることは旅行者にとっての安心に繋がる。また、不特定多数との接触が多い観光従事者への PCR 検査の実施など、旅行者だけでなく観光従事者を守ることも安全・安心な観光地の実現に向けて必要な取組である。

（参考）地域医療機関との連携で安全・安心の観光地に【新潟県妙高市】

妙高市では「日本一安全・安心観光地宣言」を掲げ、地域医療との連携を組み込んだ市民主体のウィズコロナ時代の観光戦略「妙高モデル」に取り組んでいる。DMO による査察、免疫力を高める地元食材の提供、COCOA の普及に加え、地元の医療機関と連携して感染症対策の独自基準を設定・感染症対策の相談体勢を確立。アフターコロナ・ニューノーマル時代における「安全・安心で選ばれる観光地・妙高」を目指す。

出典：妙高観光局「妙高市日本一安全・安心観光地宣言サイト」

(<https://www.myoko-note.jp/safety/>)



（参考）旅行先での「万が一」のために【トルコ】

「セーフ・ツーリズム認証」プログラムでは、30 室以上の宿泊施設では、海外からのゲストからのリクエストに基づき新型コロナ検査を実施できる設備を整えることが求められる。これらの施設では、医療従事者を配置するか、医療機関との合意の下で検査サービス機能を提供している。加えて、ベッド数が 30 床以上の宿泊施設は、訪問者に隔離エリアを割り当てる義務があり、訪問者が新型コロナと診断された場合、訪問者とその近親者は、宿泊施設内の隔離スペースとして定められた部屋に収容される。また、トルコ滞在中に新型コロナに罹患した場合の治療費をカバーするトルコ独自の保険を用意している。



	パッケージ①	パッケージ②	パッケージ③
保証限度額	3.000 Euro	5.000 Euro	7.000 Euro
保険料	7 日間	15 Euro	19 Euro
	8 日間	17 Euro	22 Euro
	9 日間	19 Euro	24 Euro
	10 日間	21 Euro	27 Euro
			23 Euro
			26 Euro
			30 Euro
			33 Euro

出典：トルコ共和国大使館文化広報参事官室「『セーフ・ツーリズム認証』プログラムにおけるトルコ休暇に関する Q&A」

(http://www.tourismturkey.jp/pressrelease/TurkeyNR_20200828.pdf)

④リアルタイムな情報発信による時間的・空間的な分散化

ICT の活用により、予約システム、価格付け、動態情報の活用を進め、“密”を避け、時間的、空間的な平準化と合わせて観光空間の快適化を図ることが求められる。観光地別の混雑状況を提示することは空いている場所への誘導に繋がる。「混んでいるから来ないで」ではなく、「空いているところで楽しんで」というメッセージを示すことが重要である。コロナ禍においては、コロナの感染状況や、政府や自治体による施策・要請等に応じて旅行計画を立てることになることから、従来よりも旅行に行く計画を立てるのが遅くなり、直前検討、直前予約が増える傾向にある。コロナへの対応状況や混雑状況等、これまでよりも、よりリアルタイムな情報発信が求められている。

【参考】京都観光快適度マップ【京都市観光協会】

人気観光スポット周辺の時間帯別の観光快適度（観光地の人の量を5段階で示したもの）の予測やリアルタイム情報のほか、日中でも比較的空いている魅力的な観光スポットなど、密を避けた観光に役立つ情報を提供。

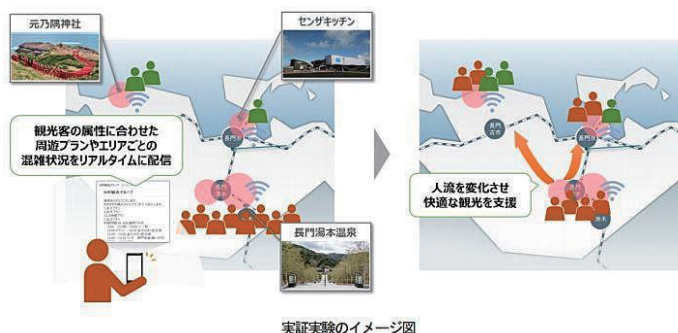


出典：京都観光オフィシャルサイト「京都観光 Navi」ホームページ（<https://ja.kyoto.travel/comfort/>）

【参考】観光客の属性に合わせた周遊プランやエリアごとの混雑状況をリアルタイムに配信

【山口県長門市・株式会社日立システムズ】

山口県長門市と株式会社日立システムズは、長門市内の観光施設や地元企業約 30 社の協力を得て、新型コロナウイルス感染拡大防止と観光産業活性化の両立をめざす実証実験を開始した。長門市内の主要な観光地計 7 か所に整備した「ながとフリーWi-Fi」を活用し、観光客の属性に合わせた周遊プランや観光エリアごとの混雑状況などの情報をプッシュ型でリアルタイムに配信する。これにより、観光客に観光地の周遊や消費行動を促し、地域のさまざまな魅力を知ってもらうとともに 3 密を回避した安全・安心な旅を提供することで、満足度やリピート率を高めることをめざす。



出典：山口県長門市・株式会社日立システムズ報道発表資料「長門市と日立システムズが地方創生に向けて新型コロナウイルス感染防止と観光振興の両立をめざす実証実験を開始」（2020 年 11 月 27 日）
<https://www.hitachi-systems.com/-/media/news/2020/download/20201127.pdf>

⑤新しい生活様式を前提としたサービスデザイン

コロナ禍においては密を避けた少人数の旅行が推奨され、個人旅行の比率がより高まっている。マスク着用、除菌剤の励行、ソーシャルディスタンスの確保等の感染対策も、日常生活だけでなく旅行中においても浸透している。こういった“新しい生活様式”は日常になりつつあり、コロナ禍における一過性の動きではなく、今後もその傾向は長期的に続くと考えられる。このような状況下では、新しい生活様式を前提として前向きな新しい付加価値としてサービスを提供していくことを工夫することは、施設や観光地のブランディング向上にもつながる。

（参考）“ピクニックスタイルディナー”という新たな付加価値を提案

【星野リゾート リゾナーレ小浜島】

星野リゾート リゾナーレ小浜島では、ピクニックスタイルでディナーを楽しめる「ティンガーラナイトディナー」を実施。豊かな自然を身近に感じる屋外の空間で、開放的な雰囲気の中、レジャーシート、ランタン、グラス、星座表などが入ったオリジナルのおでかけバスケットとともに、レストランの料理を楽しむことができる。ピクニックスタイルのディナーは 3 密回避になるだけでなく、屋外空間で優雅な夜のひとときを過ごすという新たな付加価値を提供している。



出典：リゾナーレ小浜島ホームページ（<https://risonare.com/kohamajima/experiences/tingara-nightpicnic/>）

（参考）“知床トコさん”を活用した観光地ブランディング×感染対策

【北海道斜里町】

北海道斜里町では、知床を訪れる観光客に抵抗感無く新しい生活様式への対応をお願いできるよう、観光ブランディング事業の一環で誕生したヒグマのシンボルキャラクター「知床トコさん」を使ったオリジナルのピクトグラムや受付カウンターの 2m 間隔誘導用表示を作成。ピクトグラムは町内の事業者が無料で使用でき、町内の至るところでコロナ対策に活用している。知床トコさんは、タンブラーや T シャツ、トートバッグ、タオルなどのグッズ販売も行っており、お土産だけではなく自分用としても人気。また、一体感が生まれ町のイメージ向上に繋がることを期待し、斜里町内の事業者に知床トコさんがデザインされたマスクを無料で配布している。

出典：一般社団法人知床しゃりホームページ（<https://www.shiretoko-sustainable.com/>）

マスクの着用を
お願いします
Please wear a Mask



ひと席ずつ
お開けください
Thank you
Keep a safe distance



⑥ 沖縄ファン・リピーターに向けた訪沖需要の維持・喚起

リゾート滞在や海水浴・マリンスポーツ、自然・景勝地訪問の旅行先として沖縄を想起し、早く沖縄に行きたいと思っている層は多い。その一方で、新型コロナウイルスの影響を受けて旅行は当面は控えるという層も一定数存在しており、特に高齢者にその傾向が強い。年齢や体調不安等から、沖縄に行きたいけれども今はまだ控えようという沖縄ファンも多くいるだろう。“沖縄観光情報 WEB サイトおきなわ物語”でも「うちでおきなわ気分」「オンライン旅行特集」等のコンテンツを発信しているが、こういった沖縄の魅力や情報を発信し続けること、オンラインツアーや e コマース等を活用して常に観光客とのタッチポイントを切れさせないことで、沖縄ファン・リピーターの訪沖需要の維持・喚起につなげていくことが重要である。

【参考】Airbnb と提携して公認の様々なオンライン体験コンテンツを紹介【渋谷区観光協会】

国内の自治体として初めて Airbnb と提携し、渋谷区観光協会公認の様々なオンライン体験コンテンツを紹介。コロナで途絶えたインバウンドで低迷する観光業の新しい事例づくりを目的とし、国際文化観光都市「渋谷」が誇る渋谷ならではのユニークなコンテンツを、Airbnb プラットフォームを通じて世界に提供する。渋谷観光大使と楽しむプログラムの他、フォトジェニックツアー、地元のひとと渋谷での一日、レシピ伝授等、新たな渋谷を再発見するプログラムを展開。



出典：渋谷区観光協会ホームページ (<http://play-shibuya.com/>)、Airbnb 特設サイト:渋谷オンライン体験 (<http://airbnb.jp/shibuya>)

【参考】特産品の消費×生産者と繋がるオンラインツアー【あうたび合同会社】

「日本中の素敵な人に出会う旅」をテーマに人と人が繋がる旅を提供する、あうたび合同会社では、飲んで食べて地域を応援し、生産者に会うオンラインツアーを全国の自治体や観光協会、農家等と提携し開催している。果物や野菜、お肉などの生鮮食品だけでなく、加工食品やお酒まで様々な食品を組み合わせた応援セットの購入がツアー参加費となっており、金額や好みによって好きなセットを選ぶことができる。オンラインで直接生産者の話を聞いたり、生産者との懇親会が開かれるなど、消費に貢献するだけでなく人との繋がりを感じられる旅行を提供している。

出典：あうたびオンラインツアーホームページ (<https://autabi.com/>)

⑦県内旅行の醸成

沖縄県において観光産業は基幹産業であり、このコロナ禍を機に、改めてリスクに対して頑健な産業を目指していく必要がある。中期的には国内需要を観光需要のベースに置き、固定客としての県民を含めたりピーター層や、地域のファン層を重視することが重要となる。コロナ禍以前より県民向けの「島あっちい（体験型モニターツアー）」事業も行われているが、離島観光の促進、県民が県内の観光を楽しむ気持ちの醸成、日常の中にある非日常の楽しみ方の提案、自宅ではできない過ごし方を提案することでの宿泊の動機づけなどの取組が挙げられる。修学旅行においても、これまで訪問先に挙げられなかった県内を訪れることは、改めて沖縄の魅力を感じる機会にもつながる。県内でも既に一部地域では、観光産業と教育機関が連携し、ホテルでの接客体験など観光産業でのキャリア教育を絡めた県内修学旅行も実施されている。県民が地域を知ること、観光業界を知ること、郷土愛の醸成につながる。

【参考】「地元を知る」×「観光産業を知る」修学旅行【本部町立瀬底小学校】

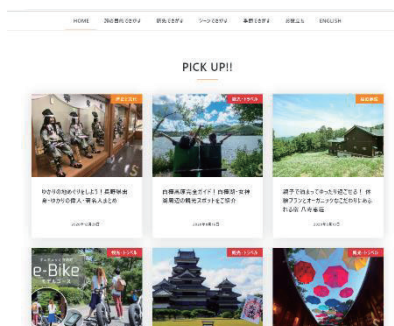
例年は本島南部での平和学習を中心とした修学旅行を実施しているが、コロナ禍の影響で実施が危ぶまれた。そこで、自分たちの居住地域である北部であれば安心できること、また、自分たちの地域を知る機会になることから、北部での体験学習を中心とした修学旅行に変更。東村村民の森つつじエコパーク、やんばるアドベンチャーフィールドでのアドベンチャー体験に加え、ヒルトン沖縄瀬底リゾートと連携し、キャリア教育のプログラムを実施した。マナー講座（あいさつ・おじぎの仕方、接客方法、おもてなしの心）や英語の大切さ、ホテルの理念や職業人として大切にしていること等を学ぶことで、ホテルの仕事に興味を持つようになった児童も多く、どの職業に就いても共通する職業人としての心構えを学んだことは子どもたちにとって大きな収穫となった。なお、ヒルトン沖縄瀬底リゾートとは、修学旅行以外でも美化活動への協力、異文化交流会等での交流も行っている。また、地域学習としては、地元のダイバーやボランティア等の協力も得て、瀬底の海・サンゴ礁を学びながらのシュノーケリング体験も実施。



出典：本部町立瀬底小学校 学校便り「瀬底っ子がじゅまる」No.11、12、23、26（2021年1月28日発行）、本部町立瀬底小学校ヒアリング

【参考】地元のスキマ旅【Sukima 信州】

「信州のスキマを好きで埋める」をコンセプトに「スキマ旅」の魅力を発信しているローカルメディア「Sukima 信州」では、地元の人も楽しめるニッチな長野県の観光情報を公開している。スキマ旅では、どこに行くのか、どのくらい移動するのかよりも「訪れた先で何をするのか」「何を目的に旅するのか」「自分は何が好きなのか」を大事にする観光スタイルを推奨している。いつもと違った視点から地元を見ることで新しい魅力を発見できるよう、目的やエリア、同行者などによって違う楽しみ方を提供している。



出典：Sukima 信州ホームページ（<https://skima-shinshu.com/>）

⑧地域連携による消費機会の創出

コロナ禍においては、3密を避けた行動が意識されることから、あちこち巡る観光からじっくり滞在する観光へのシフトがより促進され、宿泊先でのステイを楽しむ観光も着目されている。海外旅行から国内旅行へのシフトの影響もあってか、沖縄旅行意向者において高所得者層が増加傾向にあるが、例えば、いわゆるラグジュアリーホテルでは、滞在価値を最大化するために、地域性の高い体験型コンテンツを提供している。“ステイ”はその性質上、消費が宿泊施設内に限定される傾向があるが、施設単体の取組とするのではなく地域とも連携することで、地域への経済効果波及はもちろん、相互の消費機会の拡大につなげることができる。また、地域全体で十分に感染防止対策を講じることが前提となるが、「地域での飲食やアクティビティへ誘導するような施設内での情報発信」、あるいは逆に「地域の飲食やアクティビティの施設内への「出前」」といった取組を行うことなども考えられる。さらに、沖縄県でも、コロナ対策緊急応援サイト「まいにちに。おきなわ」を立ち上げているが、現地での対応だけではなく、オンライン上での地域連携も、地場製品の消費機会の創出に寄与する効果的な取組である。

（参考）宿泊者に高品質・高単価の地域体験プランを提供【星のや竹富島】

星のや竹富島では、達人の指南のもとで島の素材を編み込んで民具を作る「手業の学び舎」、絶景の滝へ向けリバーポートレッキングをしながら西表島を満喫する「西表島ジャングルリバーポートレッキング」等、高品質・高単価の地域企業と連携した地域体験アクティビティを提供。ホテル内だけではなく、地域での消費機会に繋がっている。



出典：星のや竹富島ホームページ (<https://hoshinoya.com/taketomijima/experience/>)

（参考）ご当地キャラクターによる地域消費の誘発【高知県須崎市】

高知県須崎市では市の公式マスコットキャラクター「しんじょう君」のグッズ通販サイトを、地元事業者の生鮮食品や特産品を購入できる「高知かわうそ市場」にリニューアルした。しんじょう君が店長となり、「かわうそキッチン」として調理法などを伝達しているなど、ご当地キャラならではの取組が魅力的だ。須崎市の特産である海鮮品のみならず、高知県内のブランド肉の販売や各種特産品の販売を行っており、県全体の消費を促している。サイトのリニューアル以降、半年間の売上は2.5億円となっており、県内の特産品開発会社と提携した商品販売なども実施している。



出典：高知かわうそ市場ホームページ (<https://kochi-kawauso.com/>)

⑨ 歓迎の意思を伝える

旅行者にとってコロナ禍での旅行は、旅行前には「自分がウイルスを持ち込まないか」「旅行に行くことで周囲から批判されないか」「旅行先の事業者や地域住民から快く受け入れてもらえないのではないか」、旅行後には「旅行先で快く思われなかったのではないか」といった不安がある。沖縄県でも、知事によるメッセージ動画を公開して「まっちょーいびーんどー（お待ちしております）」と歓迎の意を表しているが、感染対策の情報を発信するだけでなく、心から旅行者の訪問を歓迎している気持ちを伝えることは、旅行に対して敏感になっている旅行者に安心感を与える。また、現地においても、観光従事者や地域住民から温かく迎え入れてもらったという経験は旅行者の高い満足度にも繋がる。人とのつながりが希薄になっているコロナ禍においては、観光関連事業者だけでなく、地域住民を含めた地域全体が旅行者を歓迎する姿勢で接することが、これまで以上に重要である。

（参考）最新状況をふまえた旅行者へのメッセージ【長野県観光機構】

サイトを開くと、ポップアップで最新状況をふまえた県知事からのメッセージ「長野県への旅行をお考えいただいている皆さまへ」が表示され、いまの状況下の来訪について、長野県としてのスタンスを確認することができる。（確認した時点では一部地域に緊急事態宣言が発出されている状況であり、居住地の自治体から発出されている要請をふまえた行動のお願い、県民に対しては県民限定プランの利用呼びかけを掲載。）

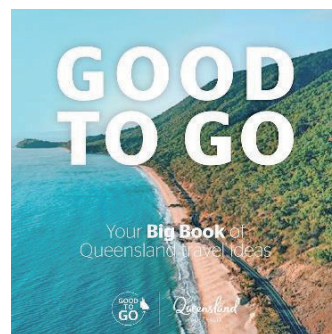
出典：長野県公式観光サイト「GoNAGANO」(<https://www.go-nagano.net/>)



（参考）観光客を歓迎する準備ができていることを発信【オーストラリア・クイーンズランド州観光局】

オーストラリア・クイーンズランド州観光局では、ホームページ（英語）を通じて、「Queensland is Good to Go」という表現で、安全に観光客を受け入れる準備ができていること、観光客を歓迎していることを発信している。ウェブ上では、必要なコロナ対策をとった上で営業している施設・店舗を「Good to Go」で表示し、“今までとは違う新しい旅を楽しもう”というメッセージとともに紹介。また、今すべきこととして 292 の旅行のアイデア集もあわせて紹介している。

出典：クイーンズランド州観光局ホームページ（英語）(<https://www queensland.com/us/en/info/good-to-go.html>)



⑩レスポンスブル・ツーリズム（責任ある観光）

沖縄訪問意向者は「日常生活からの解放」への欲求が高まっていることから、旅行先で開放的な気持ちになり、感染予防対策が疎かになる人もいるかもしれない。このような状況において、観光客に自分の行動が地域や環境へ負荷をかけているという事を意識した自律した行動をとってもらうことで、より良い観光地を作っていくという考え方である「レスポンスブル・ツーリズム」（責任ある観光）が注目される。観光客に安心して楽しい時間を過ごしてもらうためには、受入側だけでなく観光客にも求めるべきものがある。「来てくれる人は誰でもウェルカム」という発想を切り替え、地域側で「来て欲しい」人を明確にイメージして誘導することが重要となる。その際には、ルールを押し付けるのではなく、地域が大切にしている思いを丁寧に伝えることも欠かせない。観光地は住民にとっては日常生活の場であり、住民にとって大切なことを知ってもらうことで、住民が大切に思うものを大事にする観光につなげていく。また、沖縄訪問意向者が沖縄に求めているのは海浜リゾートや自然観光であり、環境への配慮という視点においても、責任を持つて楽しんでもらうことが必要になる。

（参考）日本一サンゴと人にやさしい村の実現に向けて～Green Fins の導入～【沖縄県恩納村】

恩納村は、2018 年に「サンゴの村宣言」をし、2019 年に「SDGs 未来都市」にも選定。サンゴを守ることで持続可能な村を実現するための取組の一貫として、環境に優しいダイビングやシュノーケリングの国際的なガイドライン「Green Fins」の導入を進めている。Green Fins はサンゴ礁の生態系を保全するためのプログラムであり、環境に配慮したダイビングやシュノーケリングのガイドラインの作成と、それを遵守しているダイビングショップの評価・認定を行う。世界的には政府主導で導入されることが多く、自治体で導入するのは恩納村が世界初。観光客がダイビングやシュノーケリングを行なう際には、認証を受けたダイビングショップの選択・ガイドライン遵守等、海やサンゴ礁に配慮した責任ある行動を求めている。

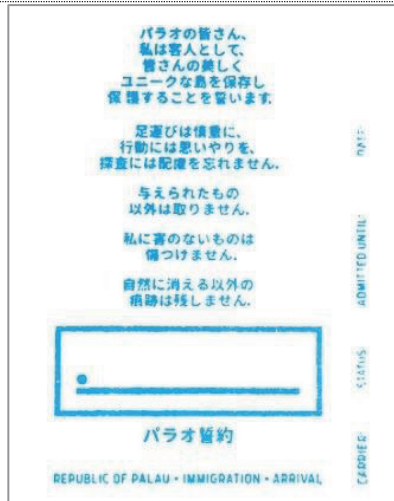
出典：恩納村 Green Fins（グリーン・フィンズ）サイト（<http://www.vill.onna.okinawa.jp/politics/1508724757/1610705037/>）



（参考）自然を守るための誓い【パラオ】

パラオでは2017年12月より、“Palau Pledge”（パラオ誓約）への同意署名欄が含まれた入国スタンプに変更。入国審査官の指示に従って署名し、署名したものにだけ入国が許可される。違反が認められた場合は最大100万ドルの罰金となる。パラオへ向かう機内ではこの誓約についての案内ビデオが上映される。このほか、サンゴ礁に有害な成分を含む日焼け止め製品の輸入、販売及び持ち込みを禁止する法律が2020年1月から施行されている。

出典：駐日パラオ共和国大使館「パラオ・プレッジ（誓約）導入について」
（<http://palauembassy.or.jp/blog/2017/12/palau-pledge/#.YCHS7-j7Tcs>）



結びに

2020 年は、年初に誰もが予想しなかった新型コロナウイルスの世界的な感染拡大により、国内・海外・訪日の全ての旅行需要が消失してしまう事態を招き、全世界の観光業が、世界経済が打撃を受けた。

本来、2020 年は東京五輪・パラリンピックの開催年であり、また那覇空港第二滑走路の供用開始(3 月下旬)等、沖縄観光に更なる追い風が吹くことが期待されていたが、同感染症が景色を一変させた。観光関連産業のみならず幅広い業種に影響が及び、売上等が急減、休業や廃業を余儀なくされる事業者も多数出て、従業員の雇用への影響（解雇や雇い止め、内定取消等）も大きく、2021 年に入っても県経済は厳しい状況が続いている。

一方で、このような厳しい経済環境下でも、知恵を出し、創意工夫を行いながら、この難局を生き残り、乗り切ろうとする民間事業者の取組も数多く生まれており、今後、それを支える共助・公助のサポートが重要となるであろう。

当公庫としても、今後の観光復興につながる一助となればという思いから、公益財団法人日本交通公社に調査を委託し、コロナ禍において沖縄を訪問した・あるいは訪問したい日本人旅行者のニーズを分析、受入側の沖縄が取り組むべき事項を 10 の視点としてとりまとめた。

調査結果からは、「安全・安心」は旅行の必要条件であり、発地からの移動を含め滞在中のあらゆる場面において安全・安心の確保、周知が必要であること、またコロナ禍を経験したことによる「新たな生活様式」を前提としたサービスの提供が求められること、一方で、観光客にも環境や住民への配慮といった「レスポンスブル・ツーリズム（責任ある観光）」すなわち自律した行動をとってもらうことが必要になる等、これまで以上に「量」から「質」を高める取組が求められることが確認された。

沖縄県は 2021 年 2 月に、第 6 次沖縄県観光振興基本計画策定に向けた基本的な方向性として「With コロナ、After コロナ時代の新たな沖縄観光方針案」を発表した。同方針案は、「安全・安心」を前提としつつ、「量」から「質」に重きを置き、文化や歴史等のソフトパワーを活用した高付加価値型の「持続可能な観光」を推進する内容であることから、今回の調査結果が県の方針案に沿ったものであることが確認できた。今後は、同方針を実現する具体性のある施策展開についても併せて期待したい。

日本国内でも同感染症に対するワクチン接種が開始されている。当面は医療関係者や高齢者等を中心とした接種となる予定であるが、その効果による感染者の抑制を期待したい。

沖縄の本土復帰 50 年という節目を目前に、コロナ禍で打撃を受けた沖縄経済を立て直しながら、「持続可能な沖縄観光」の実現に向け、観光関連分野の業界や関係する民間事業者の創意工夫が促進され、県内自治体や県民も一体となった官民連携による取組に、本調査の内容が少しでも貢献できれば幸いである。

第二部

第二部 「コロナ禍における訪日外国人旅行者の意向と沖縄が取り組むべき事項」

～DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査

(2020 年度 新型コロナ影響度 特別調査) より～

第 1 章 調査要領

1. 調査の目的

2020 年は、新型コロナウイルス感染症（以下、「新型コロナ」という）の世界的な感染拡大により国際観光客数が激減し、世界中の観光事業者が大きな打撃を受ける事態となった。沖縄県も 1 月下旬からは新型コロナの影響によりクルーズ船の寄港キャンセルが相次いだ。3 月下旬からは全ての航空路線が運休、急激に外国客が減少し、4 月以降は台湾、中国、香港、韓国を含む国や地域から日本への入国制限措置をとった影響から、外国人観光客が皆減となった。2021 年に入っても、世界各国の感染状況が収束しないことから入国制限が続いており、目下のところ回復の兆しは見通せない状況である。

株式会社日本政策投資銀行（以下、「DBJ」という）は 2012 年より継続的に「アジア 8 地域・訪日外国人旅行者の意向調査」（以下、「本調査」という）を公表し、2015 年からは公益財団法人日本交通公社（以下、「JTBF」という）と共同で本調査を実施している。2020 年度は、新型コロナが外国人旅行者の海外旅行意向に与えた影響を調査すべく、緊急アンケート調査を 2020 年 6 月に実施した。同調査には、沖縄への訪問意向者の回答も含まれていることから、DBJ 及び JTBF の協力により、調査データの提供を受け、沖縄への旅行に対する訪日外国人旅行者の意向調査を取り纏め、受入側の沖縄が取り組むべき事項をまとめた。

なお、全体の調査結果の詳細については、「DBJ・JTBF アジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査（2020 年度 新型コロナ影響度 特別調査）」(2020 年 8 月)を、また沖縄以外の地域の意向調査については、DBJ 各支店公表の調査をご参照いただきたい。

2. データ提供を受けた調査の概要

- ・調査名：DBJ・JTBF アジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査
(2020 年度新型コロナ影響度特別調査)
- ・調査実施者：株式会社日本政策投資銀行（DBJ）・公益財団法人日本交通公社（JTBF）
- ・調査方法：インターネットによる調査
- ・実施時期：2020 年 6 月 2 日～6 月 12 日
- ・調査地域：韓国、中国（上海・北京のみ）、台湾、香港、タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア、アメリカ、オーストラリア、イギリス、フランスの 12 地域
(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%）
- ・調査対象者：20 歳～59 歳の男女、かつ、海外旅行経験者
(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－欧州各国間の旅行については、海外旅行経験から除く。
- ・有効回答者数：上記各地域に居住する住民計 6,266 人
- ・協力実査会社：楽天インサイト株式会社

図表 1 本調査の有効回答者数

有効回答者数															(人)	
項目	全体	アジア全体										欧米豪全体				
		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		アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス		
男性	3,177	2,101	266	264	261	252	264	266	263	265	1,076	271	268	259	278	
女性	3,089	2,093	263	284	269	259	257	251	257	253	996	249	257	246	244	
総計	6,266	4,194	529	548	530	511	521	517	520	518	2,072	520	525	505	522	

うち訪日希望者														(人)	
項目	全体	アジア全体									欧米豪全体				
		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		アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス	
男性	1,365	1,108	66	165	181	180	174	120	116	106	257	61	57	71	68
女性	1,219	1,043	47	169	187	179	149	115	95	102	176	36	60	39	41
総計	2,584	2,151	113	334	368	359	323	235	211	208	433	97	117	110	109

※新型コロナ終息後に海外観光旅行したい地域として「日本」を選択した者

うち沖縄訪問希望者														(人)	
項目	全体	アジア全体									欧米豪全体				
		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	アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス		
男性	312	261	17	25	41	39	55	31	27	26	51	8	12	15	16
女性	317	281	19	37	51	39	33	43	26	33	36	6	13	7	10
総計	629	542	36	62	92	78	88	74	53	59	87	14	25	22	26

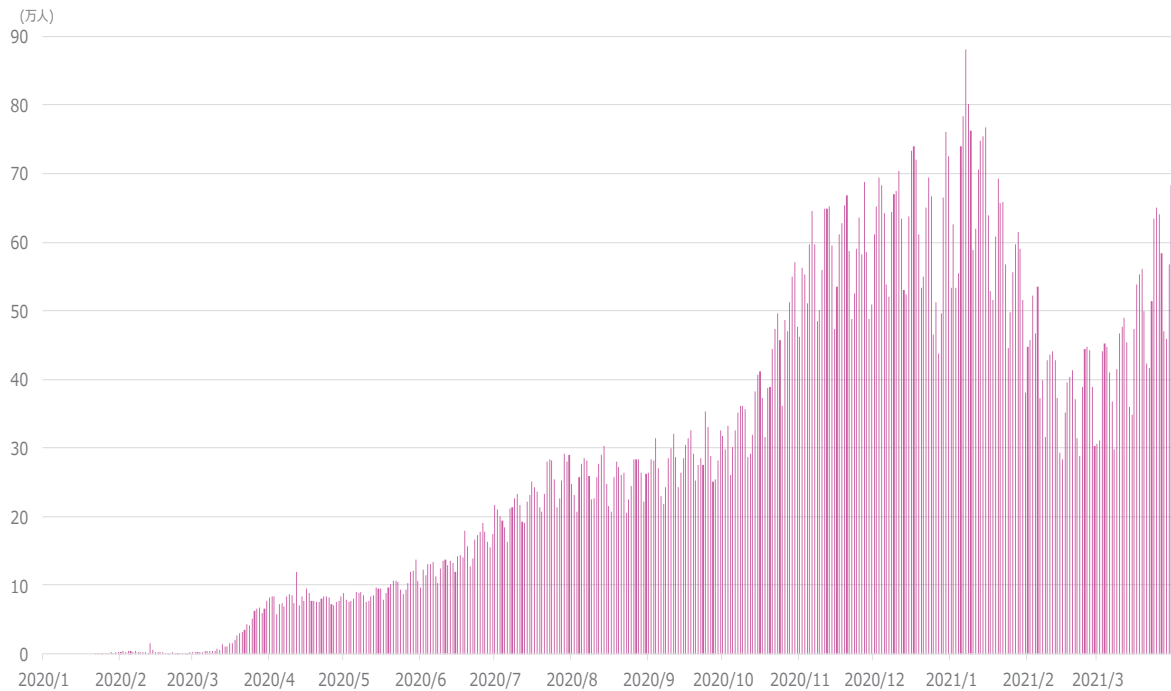
※新型コロナ終息後に海外観光旅行したい日本の地域として「沖縄」を選択した者

図表 2 本調査の設問の地域区分

東京
東京近郊（例：横浜、箱根、軽井沢、日光）
北海道（例：札幌、函館、ニセコ、知床）
東北（例：仙台、青森、秋田、山形、岩手、福島）
新潟（例：妙高、湯沢、佐渡）
北陸（例：金沢、富山、福井、立山・黒部）
中部（例：名古屋、飛騨/高山、伊勢志摩、静岡）
関西（例：京都、大阪、奈良、神戸）
中国（例：広島、岡山、鳥取、松江）
四国（例：香川、直島、愛媛、徳島、高知）
九州（例：福岡、佐賀、長崎、熊本、大分、宮崎、鹿児島）
沖縄

※左記（ ）内の地名は、あくまでアンケート回答者が回答しやすいように例示として示したものを。

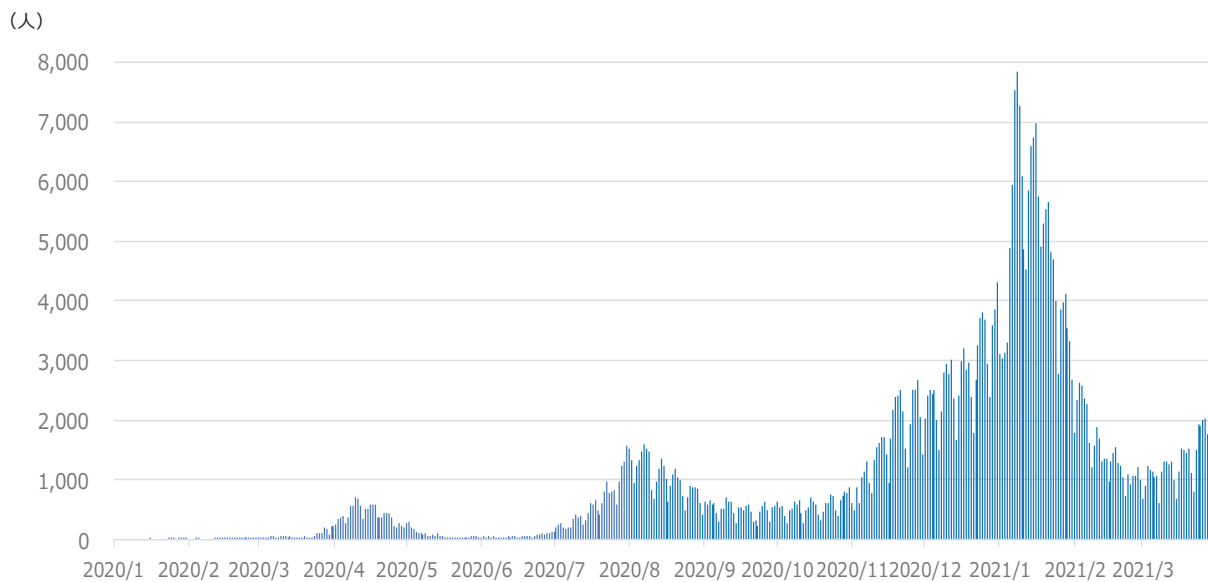
(参考) 新型コロナウイルス感染症の世界の新規陽性者数(日別)の推移



出典：Our World in Data のオープンデータを基に当公庫作成(2021 年 3 月 31 日までの情報)

<https://ourworldindata.org/coronavirus-source-data>

(参考) 新型コロナウイルス感染症の国内の新規陽性者数(日別)の推移



出典：厚生労働省オープンデータを基に当公庫作成 <https://covid19.mhlw.go.jp/>(2021 年 3 月 31 日までの情報)

注) ～2020 年 7 月 31 日：PCR 検査陽性者数(単日)

2020 年 8 月 1 日～：新規陽性者数の推移(日別)

第2章 調査要旨

今般、(株)日本政策投資銀行（以下、「DBJ」）と（公財）日本交通公社（以下、「JTBF」）が2020年6月に実施した「DBJ・JTBF アジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査（2020年度新型コロナウイルス影響度特別調査）」の調査データの提供を受け、沖縄への旅行に対する訪日外国人旅行者の意向調査を取り纏めた。

全体調査の動向

- ・ 新型コロナ終息後に海外観光旅行したい国・地域として、日本はアジア居住者では1位、欧米豪居住者でも2位と、コロナ禍でも日本の人気は高い。
- ・ 新型コロナ終息後に観光のために日本を訪問したい理由として、アジア居住者は、「行きたい観光地や観光施設がある」「食事が美味しい」「以前も旅行したことがあり気に入った」「買い物がしたい」が上位に挙がった。国別にみると、「旅行経験があり気に入った」が上位に挙がっており、リピーターが多いことがわかる。一方、欧米豪居住者は、「体験したいツアーやアクティビティがあるから」「すなわちコト消費が1位、次いで「行きたい観光地や観光施設があるから」「食事が美味しいから」の順となった。なおアジア、欧米豪ともに「清潔だから」「治安がよいから」も上位に挙がっており、日本は「安全性」に対するポテンシャルが高い。一方で、「高度な医療体制が整備されているから」「新型コロナウイルス被害の少ない国だったから」「多言語に対応しているから」の割合は低い。
- ・ 新型コロナ終息後に、訪問したい日本の地域を訪ねたところ、東京（東京近郊を含む）、北海道、関西の人気が高く、九州、沖縄と続いた。東アジア居住者については、九州が沖縄を上回っているが、東南アジアについては沖縄への訪問意向が高い。欧米豪については、東京、関西、北海道に次ぎ、中国地方、沖縄の順となった。
- ・ 訪日経験者と訪日未経験者に分けたところ、訪日未経験者は、多くの国で東京への訪問意向が50%を超えている。沖縄は全体では5位で概ね東京、北海道、関西に続いており、特に東南アジアの居住者については、沖縄訪問意向が比較的上位に位置している。
- ・ 訪日経験者は、全体・アジア居住者で東京が50%を下回った一方、地方の回答が概ね2桁台となっており、訪日経験があると地方への訪問意向が高まる傾向がみられた。沖縄は全体で6位、国別にみると、タイ、シンガポール、マレーシアで東京、北海道、関西に次ぐ4位、インドネシアでも5位となり、訪日経験者でも東南アジア居住者の沖縄訪問意向が高い結果となった。また、欧米豪では、フランス居住者が東京に次いで2位となった。

沖縄訪問希望者の特徴・ニーズ

- ・ 沖縄訪問希望者が、新型コロナ終息後に沖縄旅行に期待することは、アジア・欧米豪いずれにおいても「衛生面における配慮、清潔さ、消毒などのウィルス対策全般の継続」がトップで、「文化体験アクティビティの種類や質の充実、ブラッシュアップ」が続いた。第一部「コロナ禍における日本人旅行者の動向と沖縄が取り組むべき事項に関する調査」では、沖縄旅行意向者の今後行ってみたい旅行のタイプは「海浜リゾート」が最も多く挙がっていたが、海外からみた場合には沖縄はあくまでも「日本」であり、「文化」への期待も高いことが窺える。
- ・ 国別の回答をみると、どの国でも「ウィルス対策全般の継続」が上位となっているほか、「混雑回避の措置」も挙がっており、安全・安心への取組、3密回避の取組が求められる。また中国、韓国で「自然アクティビティ」も上位に位置しているが、全般的には「文化体験アクティビティ」が上位に挙がった。このほか、韓国、アメリカの1位、イギリスの2位には「観光地へのアクセス改善」が挙がった。新型コロナ終息後は感染リスクを考慮して近い人との少人数旅行化が加速していくことが推察されることから、利便性の高い周遊型の公共交通の環境整備は不可欠であろう。
- ・ 交通事業者及び宿泊事業者が取るべき新型コロナ対策については、全般的に選択率が高く「大変そう思う」「そう思う」の回答が、アジアでは大半の項目で9割程度、欧米豪でも8割程度となった。利用する観光客だけではなく、従業員の健康状態の確認や従業員のマスク・手袋の着用など従業員の対策への期待も高いほか、感染防止策の多言語での情報発信、体調不良時の多言語医療サービス提供へのニーズも高い。このほか、密集を避けるための人数規制や飲食提供の際の「個食・個包装での提供」についても、今後「密や接触を避ける取組」として対策が求められよう。

今回の調査結果を踏まえ、受入側の沖縄がインバウンドの受入再開までの準備期間に取り組むべき事項を下記の7つの視点として提言する。

- ① 訪日経験者／未経験者、国・地域別、年代別など、ターゲット層毎の適切な需要の維持・喚起、日本政府観光局（JNTO）や国内他地域と連携したプロモーション
- ② 日本国内及び沖縄滞在中の安全・安心の確保と周知
- ③ 質の高い観光コンテンツ、沖縄文化体験アクティビティのブラッシュアップ
- ④ 二次交通の環境整備
- ⑤ 外国人にも対応できる医療体制の整備
- ⑥ 外国人のニーズへの準備・対応
- ⑦ 在日外国人や在沖外国人の観光受入による、①～⑥の取組の実践・ブラッシュアップ

以上

[担当：伊東]

第3章 調査結果

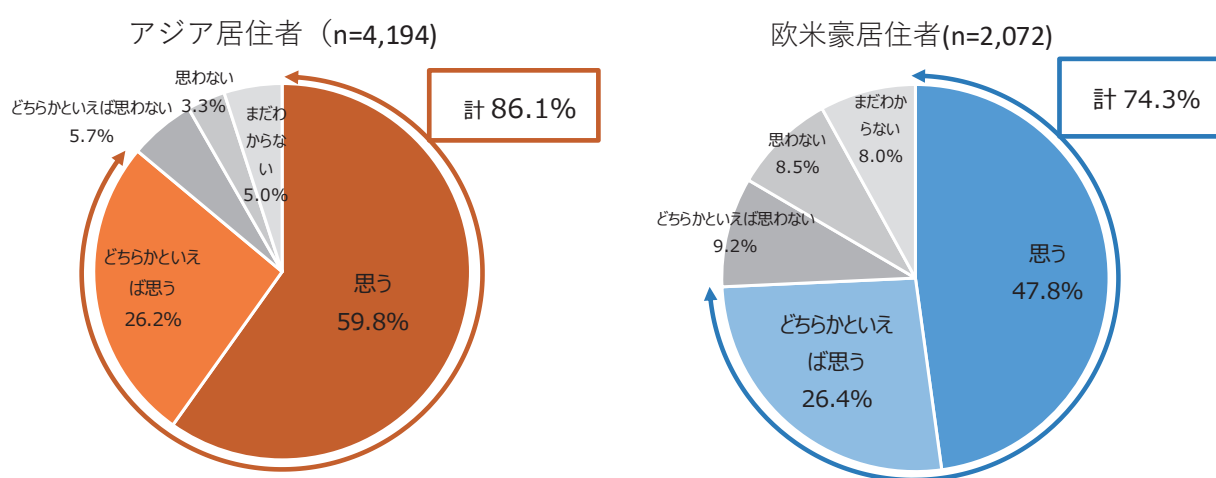
本章では、新型コロナ終息後のインバウンドの訪日意向について、DBJ と JTBF が調査・分析した本調査の結果から、沖縄観光に関連する内容について取り纏めた。

1. 全体調査の動向

(1) 新型コロナ終息後の海外観光旅行意向

新型コロナ終息後の海外観光旅行の意向（「思う」と「どちらかといえば思う」の合計）は、アジア居住者で 86.1%、欧米豪居住者で 74.3%と、いずれも高い傾向にあり、アジア居住者の方が欧米豪居住者より強い意向を示している。

図表3 新型コロナ流行終息後における海外観光旅行の意向（回答者全員）

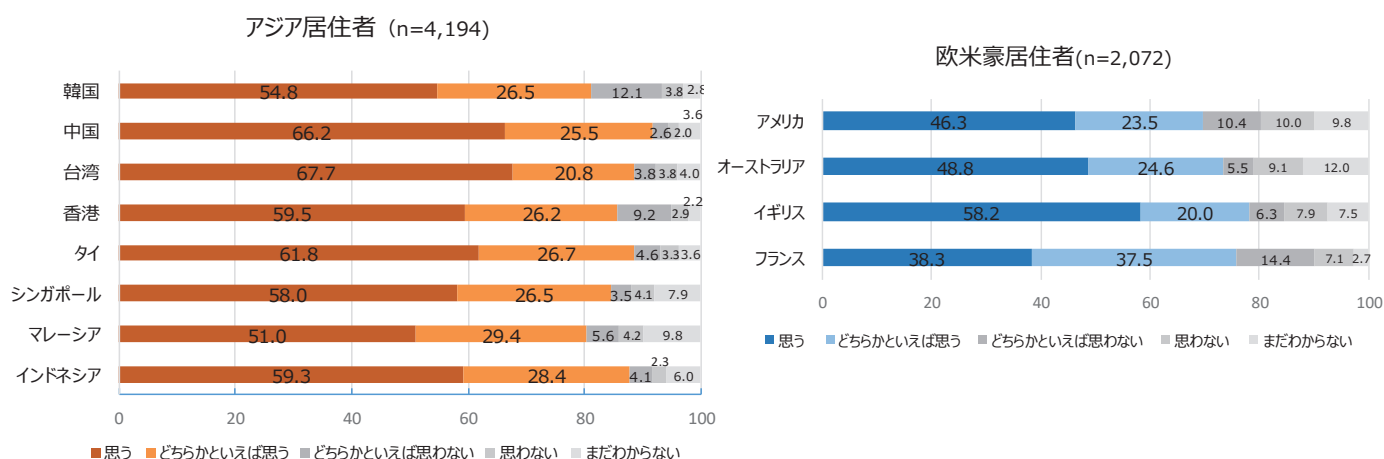


注）回答はひとつ

国別にみると、アジア居住者では全ての国で「行きたいと思う」が 50%を超えており、「思う」「どちらかといえば思う」の合計も中国では 90%を超え、他のアジア諸国も 80%を上回っている。

一方、欧米豪居住者は、アメリカ、オーストラリア、フランスで「行きたいと思う」が 50%を下回り、「思う」「どちらかといえば思う」の合計ではアメリカが 7 割を下回り、他の 3 カ国も 70%台となっている。

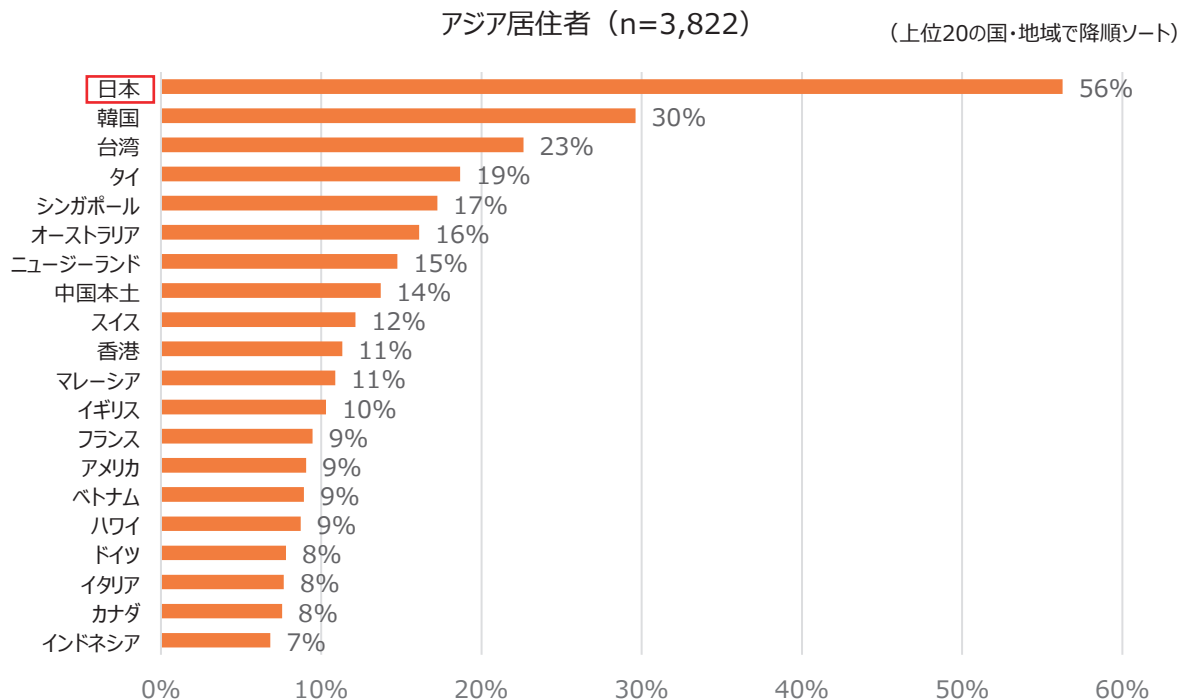
図表4 新型コロナ流行終息後における海外観光旅行の意向（回答者全員・国別）



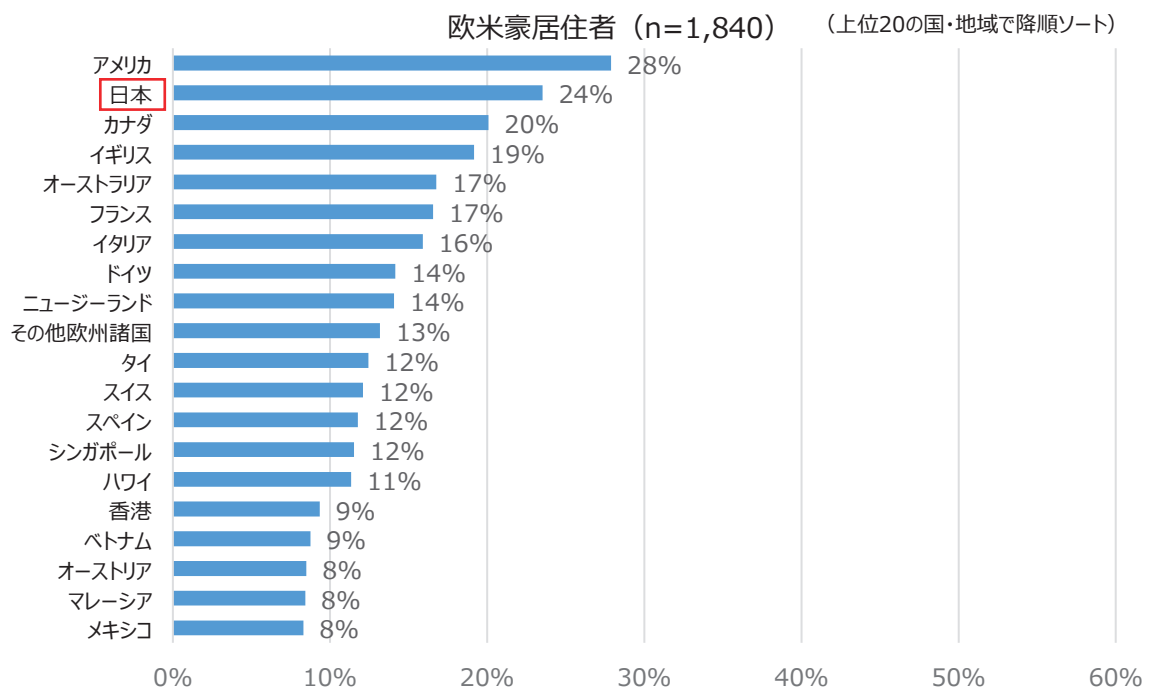
(2) 新型コロナ終息後に観光旅行したい国・地域

新型コロナ終息後に海外観光旅行したい国・地域として、日本はアジア居住者では 1 位、欧米豪居住者でも 2 位と、コロナ禍でも日本の人気は高い。

図表 5 【海外旅行希望者】新型コロナの流行終息後に、観光旅行したい国・地域
(アジア居住者)



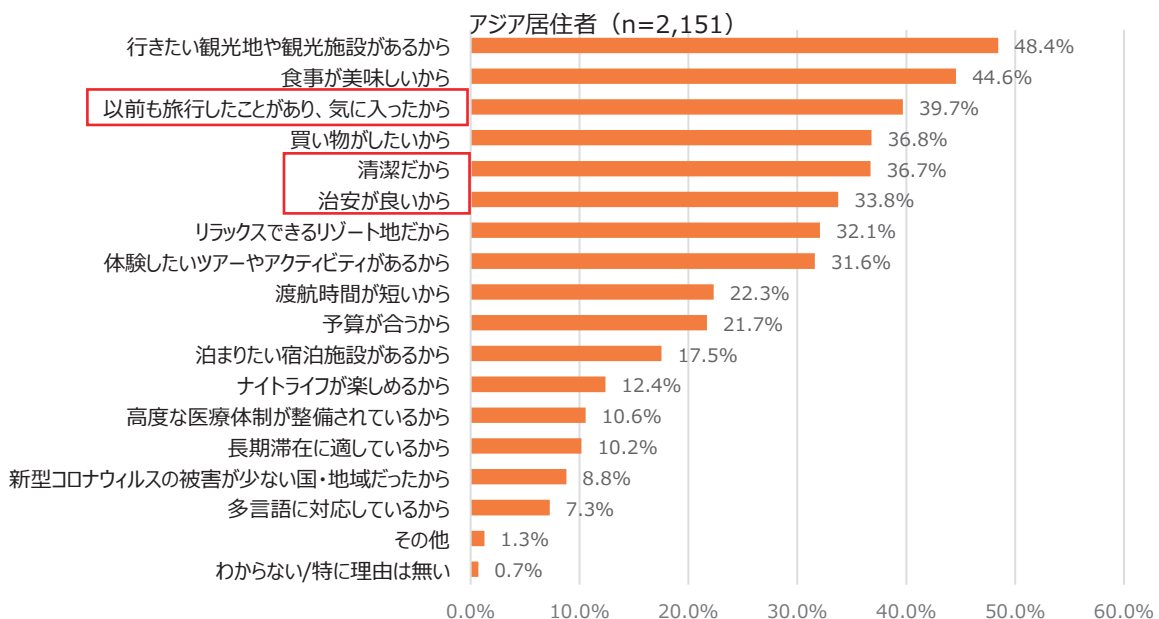
図表 6 【海外旅行希望者】新型コロナの流行終息後に、観光旅行したい国・地域
(欧米豪居住者)



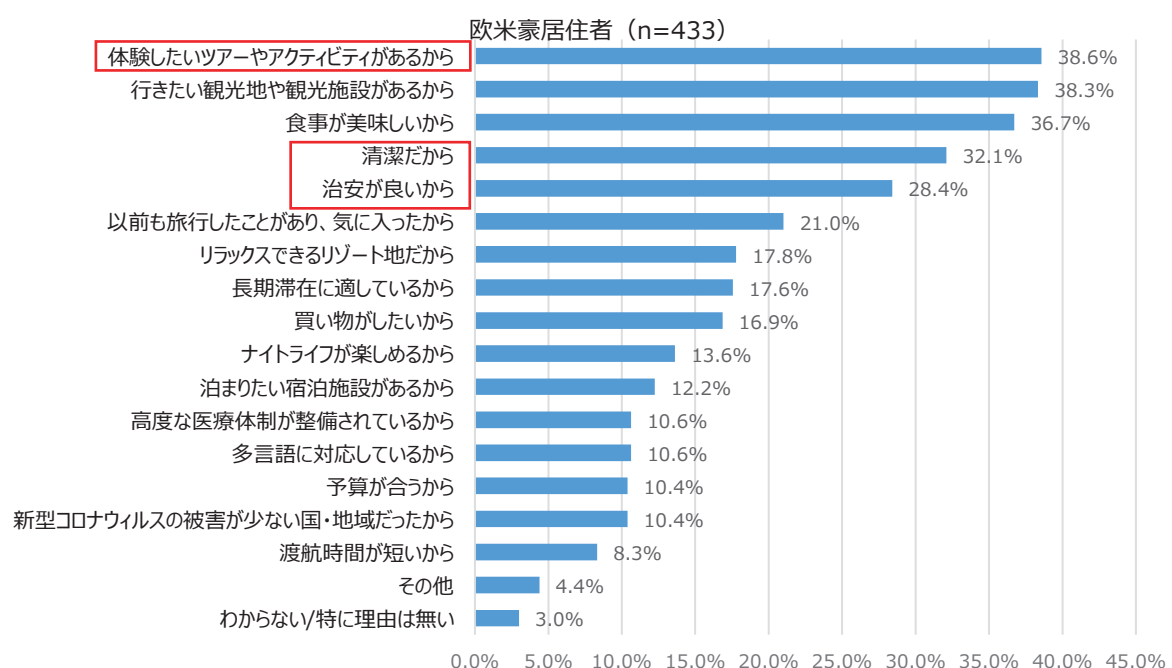
(3) 新型コロナ終息後に観光のために日本を訪れたい理由

新型コロナ終息後に観光のために日本を訪れたい理由として、アジア居住者は、「行きたい観光地や観光施設がある」「食事が美味しい」「以前も旅行したことがあり気に入った」「買い物したい」が上位に挙がった。一方、欧米豪居住者は、「体験したいツアーやアクティビティがあるから」、すなわちコト消費が1位、次いで「行きたい観光地や観光施設があるから」「食事が美味しいから」の順となった。なおアジア、欧米豪ともに「清潔だから」「治安がよいから」も上位に挙がっており、日本は「安全性」に対するポテンシャルが高い。一方で、「高度な医療体制が整備されているから」「新型コロナウイルス被害の少ない国だったから」「多言語に対応しているから」の割合は低い。

図表7 【海外旅行希望者】新型コロナの流行終息後に、観光のために日本を訪れたい理由（アジア居住者）



図表8 【海外旅行希望者】新型コロナの流行終息後に、観光のために日本を訪れたい理由（欧米豪居住者）



国別にみると、「以前も旅行経験があり気に入ったから」は韓国及び台湾で1位、他のアジア諸国も上位に挙がっており、リピーターが多いことがわかる。「体験したいツアーやアクティビティがあるから」は、イギリスで1位、アメリカで2位、フランスで3位、オーストラリアで4位と欧米豪の各国でアジア各国より上位に挙がった。

図表9 【訪日旅行希望者】新型コロナの流行終息後に、観光のために日本を訪問したい理由（国別）

		1 位	2 位	3 位	4 位	5 位	6 位
アジア	韓国 (n=113)	旅行経験があり気に入った 38.9%	渡航時間が短い 34.5%	行きたい場所がある 32.7%	食事が美味しい 31.0%	買い物したい 28.3%	清潔だから 22.1%
	中国 (n=334)	リラックスできるリゾート地 34.4%	食事が美味しい 30.8%	買い物したい 30.2%	旅行経験があり気に入った 29.9%	行きたい場所がある 29.3%	体験したいツアーなどがある 25.7%
	台湾 (n=368)	旅行経験があり気に入った 55.4%	行きたい場所がある 52.7%	リラックスできるリゾート地 45.9%	渡航時間が短い 45.7%	食事が美味しい 45.1%	体験したいツアーなどがある 39.1%
	香港 (n=359)	食事が美味しい 59.1%	買い物したい 56.8%	旅行経験があり気に入った 49.3%	リラックスできるリゾート地 47.1%	清潔だから 42.6%	行きたい場所がある 42.1%
	タイ (n=323)	行きたい場所がある 58.5%	食事が美味しい 40.9%	買い物したい 38.4%	旅行経験があり気に入った 35.6%	清潔だから 34.7%	治安が良い 33.1%
	シンガポール (n=235)	食事が美味しい 61.7%	行きたい場所がある 50.2%	治安が良い 42.1%	旅行経験があり気に入った 41.3%	清潔だから 40.4%	体験したいツアーなどがある 39.1%
	マレーシア (n=211)	行きたい場所がある 58.8%	清潔だから 52.6%	食事が美味しい 45.0%	治安が良い 43.6%	体験したいツアーなどがある 40.8%	リラックスできるリゾート地 36.0%
	インドネシア (n=208)	行きたい場所がある 63.0%	清潔だから 49.5%	食事が美味しい 34.1%	治安が良い 31.7%	旅行経験があり気に入った 26.4%	体験したいツアーなどがある 26.0%
欧米豪	アメリカ (n=97)	食事が美味しい 33.0%	体験したいツアーなどがある 30.9%	旅行経験があり気に入った, 買い物したい 25.8%		行きたい場所がある 24.7%	清潔だから 22.7%
	オーストラリア (n=117)	行きたい場所がある 41.0%	食事が美味しい 40.2%	清潔だから 36.8%	体験したいツアーなどがある 35.0%	治安が良い 33.3%	旅行経験があり気に入った 22.2%
	イギリス (n=110)	体験したいツアーなどがある 50.0%	行きたい場所がある 42.7%	食事が美味しい 36.4%	清潔だから 28.2%	治安が良い 25.5%	リラックスできるリゾート地,長期滞在に適している 16.4%
	フランス (n=109)	行きたい場所がある 43.1%	清潔だから 39.4%	体験したいツアーなどがある 37.6%	食事が美味しい 36.7%	治安が良い 32.1%	リラックスできるリゾート地,長期滞在に適している 22.9%

(4) 新型コロナ終息後に訪問したい日本の地域

新型コロナの流行終息後に訪問したい日本の地域を訪ねたところ、東京（東京近郊を含む）、北海道、関西の人气が高く、九州、沖縄と続いた。東アジア居住者（韓国、中国、台湾、香港）については、九州が沖縄を上回っているが、東南アジア居住者（タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア）は沖縄への訪問意向が高い。欧米豪居住者は、東京、関西、北海道に続き、中国地方、沖縄の順となった。

図表 10 【訪日旅行希望者】新型コロナ終息後に訪問したい日本の地域

順位	全体 (n=2,584)		アジア居住者 (n=2,151)		韓国		中国		台湾	
1位	東京	46.6 %	東京	45.3 %	東京	42.5 %	東京	41.3 %	北海道	45.4 %
2位	北海道	41.8 %	北海道	45.2 %	九州	40.7 %	北海道	38.3 %	関西	40.2 %
3位	関西	36.6 %	関西	37.8 %	北海道	37.2 %	関西	36.5 %	東京	37.5 %
4位	東京近郊	29.8 %	東京近郊	29.8 %	東京近郊	31.9 %	東京近郊	31.4 %	東京近郊	31.3 %
5位	九州	25.9 %	九州	27.3 %	沖縄	31.9 %	九州	29.3 %	九州	29.1 %
6位	沖縄	24.3 %	沖縄	25.2 %	関西	31.0 %	中部	27.2 %	沖縄	25.0 %
7位	中部	17.5 %	中部	18.4 %	中部	16.8 %	沖縄	18.6 %	中部	22.3 %
8位	中国	14.6 %	東北	14.2 %	中国	13.3 %	中国	17.7 %	東北	20.9 %
9位	東北	14.0 %	中国	13.1 %	北陸	11.5 %	北陸	15.6 %	北陸	16.3 %
10位	四国	13.2 %	四国	12.9 %	東北	9.7 %	四国	15.6 %	四国	13.3 %
11位	北陸	12.5 %	北陸	12.1 %	新潟	8.8 %	東北	14.7 %	中国	11.7 %
12位	新潟	9.9 %	新潟	9.7 %	四国	6.2 %	新潟	12.0 %	新潟	10.3 %

順位	アジア居住者									
	香港		タイ		シンガポール		マレーシア		インドネシア	
1位	東京	41.2 %	北海道	55.4 %	北海道	57.0 %	北海道	50.7 %	東京	55.3 %
2位	関西	37.3 %	東京	50.8 %	東京	54.5 %	東京	45.5 %	東京近郊	45.2 %
3位	北海道	35.9 %	関西	35.6 %	関西	36.6 %	関西	39.3 %	関西	43.8 %
4位	九州	31.8 %	東京近郊	28.8 %	沖縄	31.5 %	沖縄	25.1 %	北海道	41.3 %
5位	東京近郊	22.8 %	沖縄	27.2 %	東京近郊	29.8 %	東京近郊	21.3 %	沖縄	28.4 %
6位	沖縄	21.7 %	九州	26.9 %	九州	21.7 %	九州	18.5 %	九州	22.1 %
7位	中部	21.2 %	東北	15.5 %	中部	14.0 %	中部	14.7 %	中部	15.9 %
8位	四国	15.3 %	四国	13.0 %	四国	13.6 %	中国	10.4 %	中国	15.4 %
9位	東北	13.9 %	中国	11.5 %	東北	13.2 %	北陸	7.6 %	四国	14.4 %
10位	中国	12.3 %	新潟	11.5 %	中国	12.3 %	東北	7.1 %	東北	10.6 %
11位	北陸	12.0 %	北陸	9.6 %	北陸	11.1 %	新潟	6.2 %	北陸	9.1 %
12位	新潟	8.9 %	中部	9.3 %	新潟	9.8 %	四国	5.2 %	新潟	7.2 %

順位	欧米豪居住者 (n=433)		アメリカ		オーストラリア		イギリス		フランス	
1位	東京	53.1 %	東京	56.7 %	東京	56.4 %	東京	52.7 %	東京	46.8 %
2位	関西	30.3 %	東京近郊	25.8 %	東京近郊	36.8 %	関西	37.3 %	東京近郊	27.5 %
3位	東京近郊	30.0 %	関西	24.7 %	関西	35.9 %	東京近郊	29.1 %	沖縄	23.9 %
4位	北海道	24.7 %	北海道	21.6 %	北海道	32.5 %	北海道	23.6 %	関西	22.0 %
5位	中国	21.9 %	九州	19.6 %	中国	29.1 %	中国	20.9 %	北海道	20.2 %
6位	沖縄	20.1 %	北陸	18.6 %	九州	22.2 %	沖縄	20.0 %	中国	20.2 %
7位	九州	18.5 %	東北	17.5 %	沖縄	21.4 %	東北	14.5 %	九州	18.3 %
8位	北陸	14.8 %	新潟	17.5 %	中部	17.9 %	北陸	13.6 %	四国	15.6 %
9位	四国	14.3 %	四国	17.5 %	四国	14.5 %	九州	13.6 %	北陸	13.8 %
10位	東北	13.2 %	中国	16.5 %	北陸	13.7 %	新潟	10.0 %	東北	8.3 %
11位	中部	12.9 %	中部	15.5 %	東北	12.8 %	中部	10.0 %	中部	8.3 %
12位	新潟	11.3 %	沖縄	14.4 %	新潟	11.1 %	四国	10.0 %	新潟	7.3 %

訪日経験者と訪日未経験者に分けたところ、訪日未経験者は、多くの国で東京への訪問意向が50%を超えているが、国別にみると、台湾、タイでは北海道が東京を上回っている。沖縄は全体で5位で、国別では中国、アメリカで希望者が少ないが、それ以外の国では、概ね東京、北海道、関西に続き、特に東南アジアの居住者については、沖縄訪問意向が比較的上位に位置している。

図表 11 【訪日旅行希望者】新型コロナ終息後に訪問したい日本の地域（訪日未経験者）

順位	全体 (n=830)		アジア居住者 (n=581)		韓国		中国		台湾	
1位	東京	51.1 %	東京	50.6 %	東京	64.7 %	関西	36.5 %	北海道	45.8 %
2位	北海道	37.6 %	北海道	45.1 %	東京近郊	41.2 %	東京	32.7 %	関西	35.4 %
3位	関西	36.4 %	関西	39.4 %	沖縄	35.3 %	九州	26.9 %	東京近郊	31.3 %
4位	東京近郊	29.6 %	東京近郊	28.9 %	九州	29.4 %	北海道	26.9 %	東京	29.2 %
5位	沖縄	21.8 %	九州	23.2 %	北海道	23.5 %	中部	21.2 %	沖縄	27.1 %
6位	九州	21.1 %	沖縄	23.1 %	関西	17.6 %	中国	19.2 %	九州	27.1 %
7位	中国	14.0 %	中部	12.9 %	東北	11.8 %	東京近郊	17.3 %	中部	16.7 %
8位	中部	11.7 %	中国	11.0 %	北陸	11.8 %	北陸	11.5 %	東北	12.5 %
9位	東北	9.9 %	四国	9.3 %	中国	5.9 %	新潟	9.6 %	中国	10.4 %
10位	四国	9.8 %	東北	8.8 %	四国	5.9 %	東北	7.7 %	北陸	6.3 %
11位	北陸	9.3 %	北陸	7.4 %	新潟	5.9 %	四国	7.7 %	新潟	6.3 %
12位	新潟	7.0 %	新潟	6.4 %	中部	0.0 %	沖縄	5.8 %	四国	6.3 %

順位	香港		タイ		シンガポール		マレーシア		インドネシア	
1位	東京	56.1 %	北海道	62.4 %	東京	64.3 %	東京	50.4 %	東京	58.1 %
2位	関西	34.1 %	東京	45.2 %	北海道	52.4 %	北海道	46.5 %	関西	47.9 %
3位	九州	34.1 %	関西	40.9 %	関西	36.9 %	関西	39.5 %	東京近郊	46.2 %
4位	沖縄	26.8 %	九州	25.8 %	東京近郊	33.3 %	沖縄	21.7 %	北海道	41.9 %
5位	北海道	26.8 %	東京近郊	24.7 %	沖縄	32.1 %	東京近郊	20.2 %	沖縄	27.4 %
6位	中部	19.5 %	沖縄	15.1 %	九州	25.0 %	九州	15.5 %	九州	20.5 %
7位	四国	17.1 %	東北	12.9 %	四国	17.9 %	中部	11.6 %	中国	14.5 %
8位	東京近郊	14.6 %	中部	10.8 %	東北	14.3 %	中国	7.8 %	中部	11.1 %
9位	中国	4.9 %	中国	10.8 %	中部	11.9 %	北陸	7.0 %	四国	8.5 %
10位	東北	2.4 %	四国	9.7 %	新潟	11.9 %	東北	5.4 %	東北	6.0 %
11位	新潟	2.4 %	新潟	9.7 %	北陸	11.9 %	四国	3.9 %	北陸	5.1 %
12位	北陸	0.0 %	北陸	7.5 %	中国	10.7 %	新潟	1.6 %	新潟	5.1 %

順位	欧米豪居住者 (n=249)		アメリカ		オーストラリア		イギリス		フランス	
1位	東京	52.2 %	東京	51.2 %	東京	56.2 %	東京	50.6 %	東京	50.0 %
2位	東京近郊	31.3 %	関西	25.6 %	東京近郊	37.0 %	関西	34.2 %	東京近郊	31.5 %
3位	関西	29.3 %	東京近郊	23.3 %	関西	31.5 %	東京近郊	30.4 %	関西	22.2 %
4位	中国	20.9 %	東北	20.9 %	中国	24.7 %	北海道	24.1 %	沖縄	20.4 %
5位	北海道	20.1 %	中国	18.6 %	沖縄	23.3 %	沖縄	20.3 %	中国	18.5 %
6位	沖縄	18.9 %	北海道	18.6 %	九州	20.5 %	中国	20.3 %	北海道	16.7 %
7位	九州	16.1 %	九州	18.6 %	北海道	19.2 %	北陸	16.5 %	九州	11.1 %
8位	北陸	13.7 %	北陸	18.6 %	四国	13.7 %	九州	13.9 %	北陸	9.3 %
9位	東北	12.4 %	新潟	16.3 %	中部	13.7 %	東北	12.7 %	四国	9.3 %
10位	四国	10.8 %	四国	11.6 %	東北	11.0 %	四国	8.9 %	東北	7.4 %
11位	中部	8.8 %	沖縄	7.0 %	北陸	11.0 %	中部	8.9 %	中部	3.7 %
12位	新潟	8.4 %	中部	7.0 %	新潟	8.2 %	新潟	7.6 %	新潟	3.7 %

訪日経験者は、全体・アジア居住者で東京が50%を下回った一方、地方の回答が概ね2桁台となっており、訪日経験があると地方への訪問意向が高まる傾向がみられた。沖縄は全体で6位、国別に見ると、タイ、シンガポール、マレーシアで東京、北海道、関西に次ぐ4位、インドネシアでも5位となり、訪日経験者でも東南アジア居住者の沖縄訪問意向が高い結果となった。また、欧米豪では、フランス居住者が東京に次いで2位となった。

図表12 【訪日旅行希望者】新型コロナ終息後に訪問したい日本の地域（訪日経験者）

順位	全体 (n=1,754)		アジア居住者 (n=1,570)		韓国		中国		台湾	
1位	東京	44.5 %	北海道	45.2 %	九州	42.7 %	東京	42.9 %	北海道	45.3 %
2位	北海道	43.7 %	東京	43.4 %	北海道	39.6 %	北海道	40.4 %	関西	40.9 %
3位	関西	36.7 %	関西	37.3 %	東京	38.5 %	関西	36.5 %	東京	38.8 %
4位	東京近郊	29.9 %	東京近郊	30.1 %	関西	33.3 %	東京近郊	34.0 %	東京近郊	31.3 %
5位	九州	28.1 %	九州	28.9 %	沖縄	31.3 %	九州	29.8 %	九州	29.4 %
6位	沖縄	25.5 %	沖縄	26.0 %	東京近郊	30.2 %	中部	28.4 %	沖縄	24.7 %
7位	中部	20.2 %	中部	20.4 %	中部	19.8 %	沖縄	20.9 %	中部	23.1 %
8位	東北	16.0 %	東北	16.2 %	中国	14.6 %	中国	17.4 %	東北	22.2 %
9位	中国	14.8 %	四国	14.3 %	北陸	11.5 %	四国	17.0 %	北陸	17.8 %
10位	四国	14.8 %	中国	13.8 %	東北	9.4 %	北陸	16.3 %	四国	14.4 %
11位	北陸	14.1 %	北陸	13.8 %	新潟	9.4 %	東北	16.0 %	中国	11.9 %
12位	新潟	11.3 %	新潟	10.9 %	四国	6.3 %	新潟	12.4 %	新潟	10.9 %

順位	アジア居住者									
	香港		タイ		シンガポール		マレーシア		インドネシア	
1位	東京	39.3 %	東京	53.0 %	北海道	59.6 %	北海道	57.3 %	東京	51.6 %
2位	関西	37.7 %	北海道	52.6 %	東京	49.0 %	関西	39.0 %	東京近郊	44.0 %
3位	北海道	37.1 %	関西	33.5 %	関西	36.4 %	東京	37.8 %	北海道	40.7 %
4位	九州	31.4 %	沖縄	32.2 %	沖縄	31.1 %	沖縄	30.5 %	関西	38.5 %
5位	東京近郊	23.9 %	東京近郊	30.4 %	東京近郊	27.8 %	東京近郊	23.2 %	沖縄	29.7 %
6位	中部	21.4 %	九州	27.4 %	九州	19.9 %	九州	23.2 %	九州	24.2 %
7位	沖縄	21.1 %	東北	16.5 %	中部	15.2 %	中部	19.5 %	中部	22.0 %
8位	東北	15.4 %	四国	14.3 %	中国	13.2 %	中国	14.6 %	四国	22.0 %
9位	四国	15.1 %	新潟	12.2 %	東北	12.6 %	新潟	13.4 %	中国	16.5 %
10位	北陸	13.5 %	中国	11.7 %	四国	11.3 %	東北	9.8 %	東北	16.5 %
11位	中国	13.2 %	北陸	10.4 %	北陸	10.6 %	北陸	8.5 %	北陸	14.3 %
12位	新潟	9.7 %	中部	8.7 %	新潟	8.6 %	四国	7.3 %	新潟	9.9 %

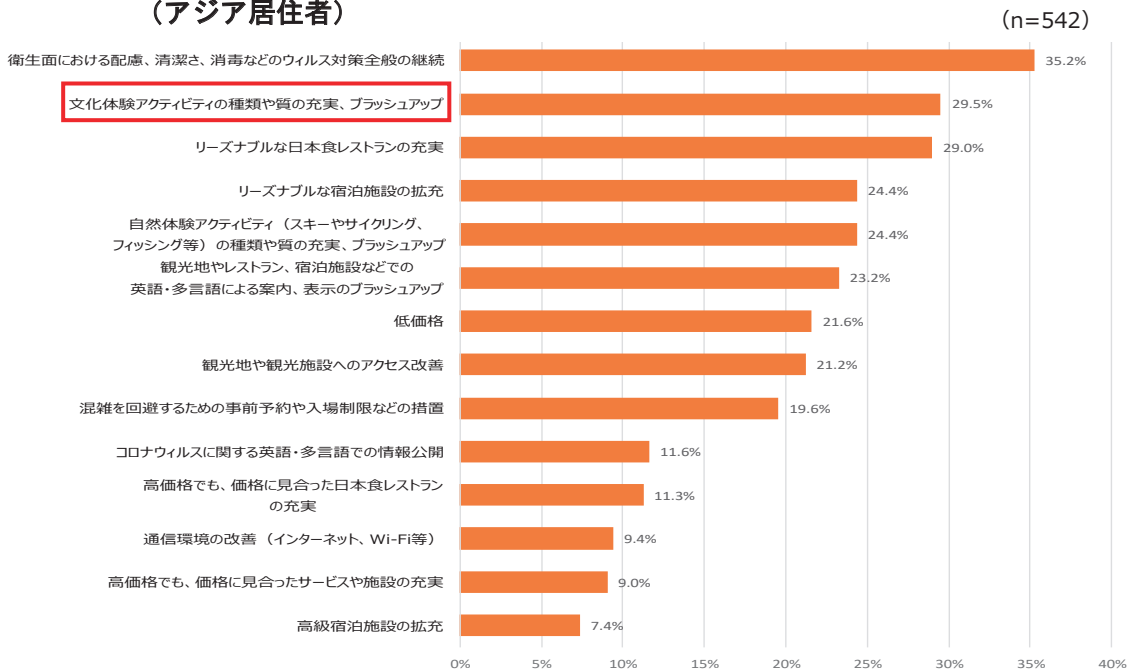
順位	欧米豪居住者 (n=184)									
			アメリカ		オーストラリア		イギリス		フランス	
1位	東京	54.3 %	東京	61.1 %	東京	56.8 %	東京	58.1 %	東京	43.6 %
2位	関西	31.5 %	東京近郊	27.8 %	北海道	54.5 %	関西	45.2 %	沖縄	27.3 %
3位	北海道	31.0 %	関西	24.1 %	関西	43.2 %	東京近郊	25.8 %	九州	25.5 %
4位	東京近郊	28.3 %	北海道	24.1 %	東京近郊	36.4 %	北海道	22.6 %	東京近郊	23.6 %
5位	中国	23.4 %	四国	22.2 %	中国	36.4 %	中国	22.6 %	北海道	23.6 %
6位	沖縄	21.7 %	中部	22.2 %	中部	25.0 %	沖縄	19.4 %	関西	21.8 %
7位	九州	21.7 %	沖縄	20.4 %	九州	25.0 %	東北	19.4 %	中国	21.8 %
8位	四国	19.0 %	九州	20.4 %	沖縄	18.2 %	新潟	16.1 %	四国	21.8 %
9位	中部	18.5 %	北陸	18.5 %	北陸	18.2 %	九州	12.9 %	北陸	18.2 %
10位	北陸	16.3 %	新潟	18.5 %	四国	15.9 %	中部	12.9 %	中部	12.7 %
11位	新潟	15.2 %	中国	14.8 %	新潟	15.9 %	四国	12.9 %	新潟	10.9 %
12位	東北	14.1 %	東北	14.8 %	東北	15.9 %	北陸	6.5 %	東北	9.1 %

2. 沖縄訪問希望者の特徴・ニーズ

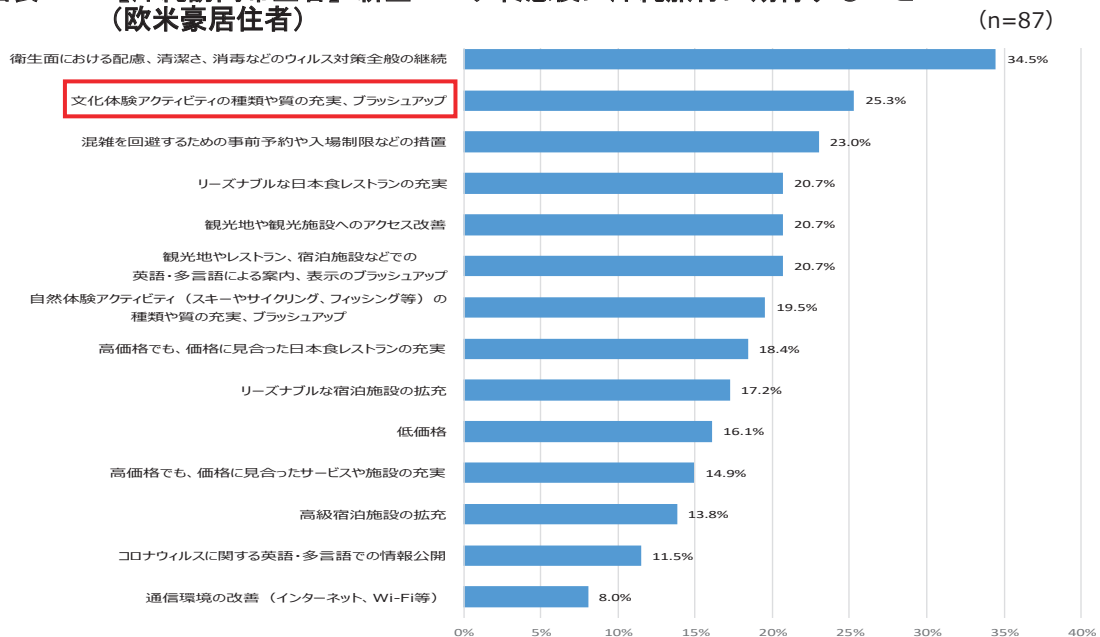
(1) 新型コロナ終息後に沖縄旅行へ期待すること

沖縄訪問希望者が、新型コロナの流行終息後に沖縄旅行へ期待することは、アジア・欧米豪いずれにおいても「衛生面における配慮、清潔さ、消毒などのウィルス対策全般の継続」がトップで、「文化体験アクティビティの種類や質の充実、ブラッシュアップ」が続いた。本レポート第一部「コロナ禍における日本人旅行者の動向と沖縄が取り組むべき事項に関する調査」では、沖縄旅行意向者の今後行ってみたい旅行のタイプは「海浜リゾート」が最も多く挙がっていたが、海外からみた場合には沖縄はあくまでも「日本」であり、「文化」への期待も高いことが窺える。

図表 13 【沖縄訪問希望者】新型コロナ終息後に沖縄旅行に期待すること
(アジア居住者)



図表 14 【沖縄訪問希望者】新型コロナ終息後に沖縄旅行に期待すること
(欧米豪居住者)



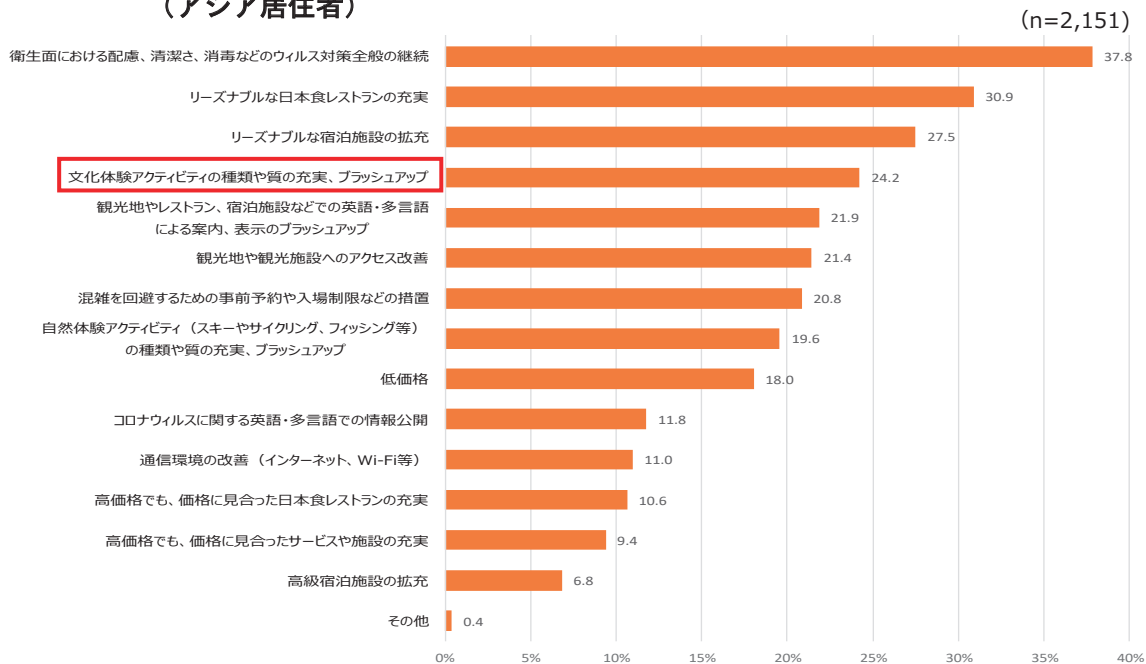
また、沖縄訪問希望者の国別の回答をみると、韓国以外の国については「ウィルス対策全般の継続」が上位となっているほか、「混雑回避の措置」も挙がっており、安全・安心への取組、3密回避の取組が求められる。また中国、韓国で「自然アクティビティ」も上位に位置しているが、全般的には「文化体験アクティビティ」が上位に挙がった。このほか、韓国、アメリカの1位、イギリスの2位には「観光地へのアクセス改善」が挙がっている。新型コロナ終息後は、感染リスクを考慮して近い人との少人数旅行化が加速していくことが推察されることから、利便性の高い周遊型の公共交通の環境整備は不可欠であろう。

図表 15 【沖縄訪問希望者】新型コロナ終息後に沖縄旅行に期待すること（国別）

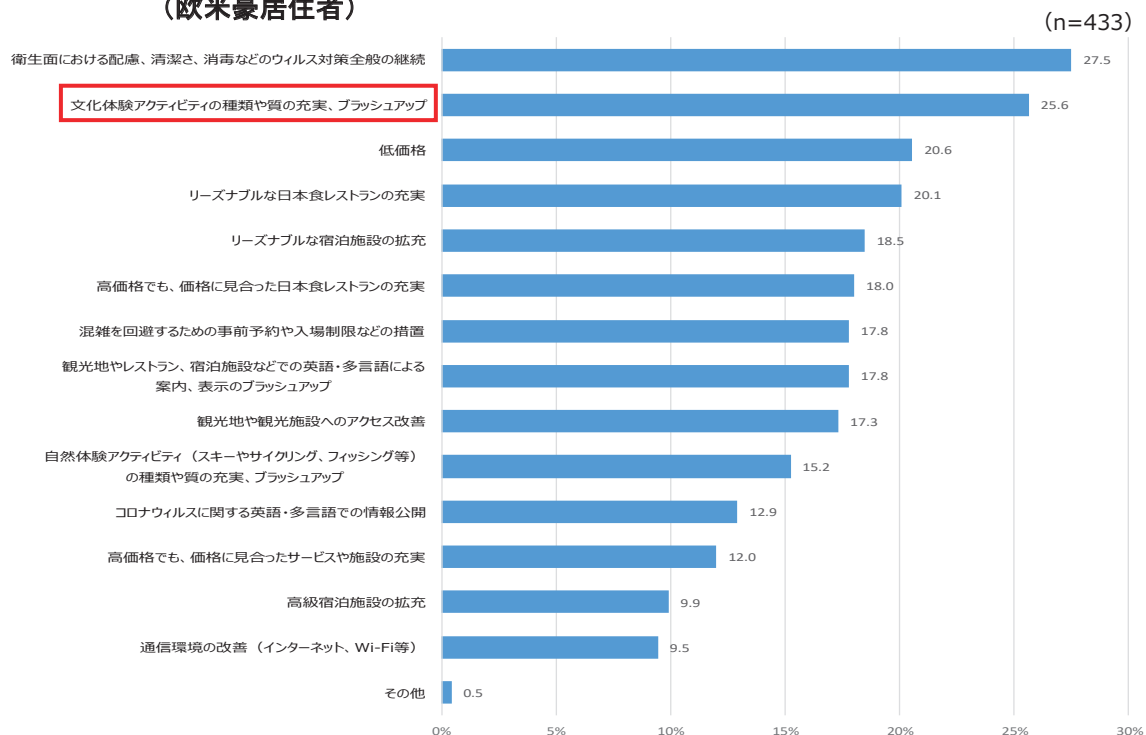
	1位	2位	3位	4位	5位	6位
アジア	韓国 (n=36)	観光地へのアクセス改善 27.8%	自然体験アクティビティ 27.8%	リーズナブルな宿泊施設 25.0%	文化体験アクティビティ 22.2%	リーズナブルな日本食レストラン 22.2%
	中国 (n=62)	自然体験アクティビティ 37.1%	文化体験アクティビティ 32.3%	ウィルス対策全般 29.0%	英語・多言語案内 24.2%	混雑回避の措置 24.2%
	台湾 (n=92)	ウィルス対策全般 43.5%	リーズナブルな日本食レストラン 41.3%	文化体験アクティビティ 37.0%	自然体験アクティビティ 30.4%	観光地へのアクセス改善 21.7%
	香港 (n=78)	リーズナブルな日本食レストラン 39.7%	ウィルス対策全般 38.5%	文化体験アクティビティ 29.5%	自然体験アクティビティ 28.2%	英語・多言語案内 25.6%
	タイ (n=88)	ウィルス対策全般 35.2%	文化体験アクティビティ 27.3%	混雑回避の措置 27.3%	ウィルスに関する多言語での情報公開 27.3%	観光地へのアクセス改善 23.9%
	シンガポール (n=74)	低価格 39.2%	リーズナブルな宿泊施設 33.8%	ウィルス対策全般 29.7%	英語・多言語案内 25.7%	文化体験アクティビティ 25.7%
	マレーシア (n=53)	ウィルス対策全般 34.0%	低価格 28.3%	文化体験アクティビティ 28.3%	リーズナブルな日本食レストランの充実 28.3%	観光地へのアクセス改善 26.4%
	インドネシア (n=59)	ウィルス対策全般 44.1%	英語・多言語案内 30.5%	文化体験アクティビティ 28.8%	低価格 27.1%	リーズナブルな日本食レストラン 22.0%
欧米豪	アメリカ (n=14)	観光地へのアクセス改善 35.7%	リーズナブルな日本食レストラン 35.7%	ウィルス対策全般 35.7%	リーズナブルな宿泊施設の拡充 28.6%	通信環境の改善（インターネット、Wi-Fi等） 21.4%
	オーストラリア (n=25)	ウィルス対策全般 40.0%	文化体験アクティビティ 36.0%	混雑回避の措置 32.0%	高価格でも価格に見合ったサービス 24.0%	英語・多言語案内 20.0%
	イギリス (n=22)	低価格 36.4%	観光地へのアクセス改善 27.3%	自然体験アクティビティ 27.3%	文化体験アクティビティ 27.3%	高価格でも、価格に見合った日本食 27.3%
	フランス (n=26)	英語・多言語案内 38.5%	ウィルス対策全般 34.6%	自然体験アクティビティ 23.1%	混雑回避の措置 23.1%	リーズナブルな宿泊施設 19.2%

なお、参考に「訪日希望者が訪日旅行に期待すること」をみると、アジア・欧米豪ともに「ウイルス対策」への期待が最も高いが、「リーズナブルな日本食レストランの充実」「リーズナブルな宿泊施設の拡充」「低価格」も上位に位置している。なお、「リーズナブルな日本食」は、「安い店」という意味だけではなく「自国で日本食を食べるよりも、現地で安く食べられる」という期待も込められていると史料される。また、低価格についても、遠距離となる欧米豪居住者は、訪日のための交通費も高額になることから、価格への訴求が現れているものと史料される。

図表 16 (参考)【訪日希望者】新型コロナ終息後に訪日旅行に期待すること
(アジア居住者)

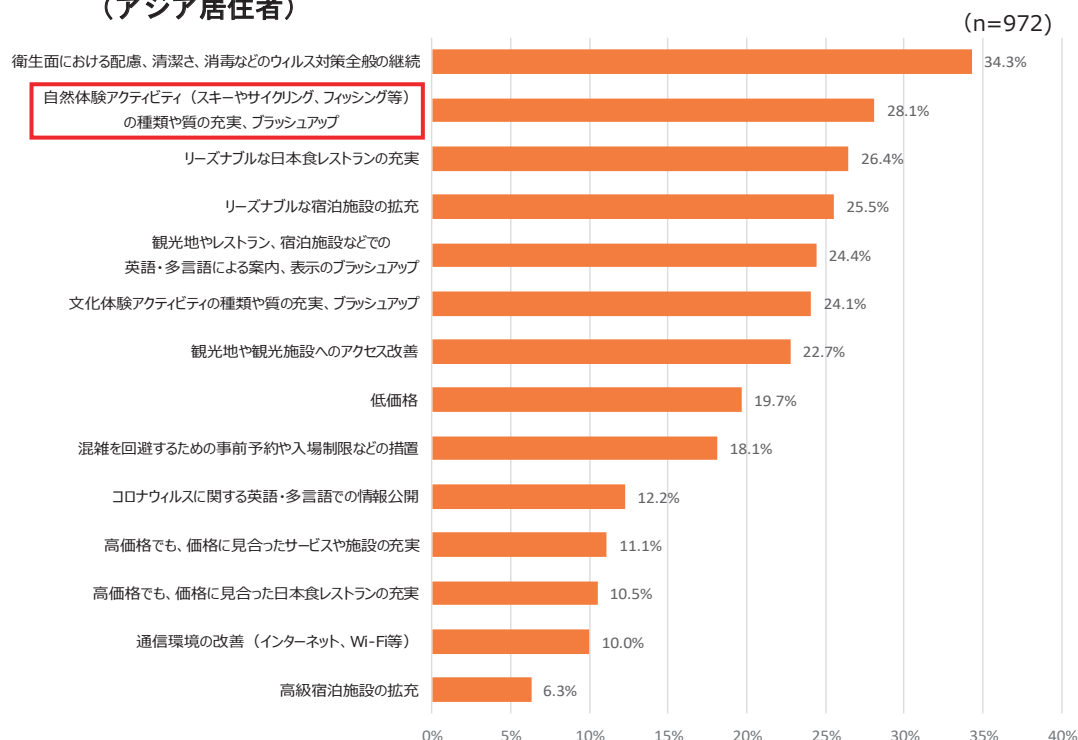


図表 17 (参考)【訪日希望者】新型コロナ終息後に訪日旅行に期待すること
(欧米豪居住者)

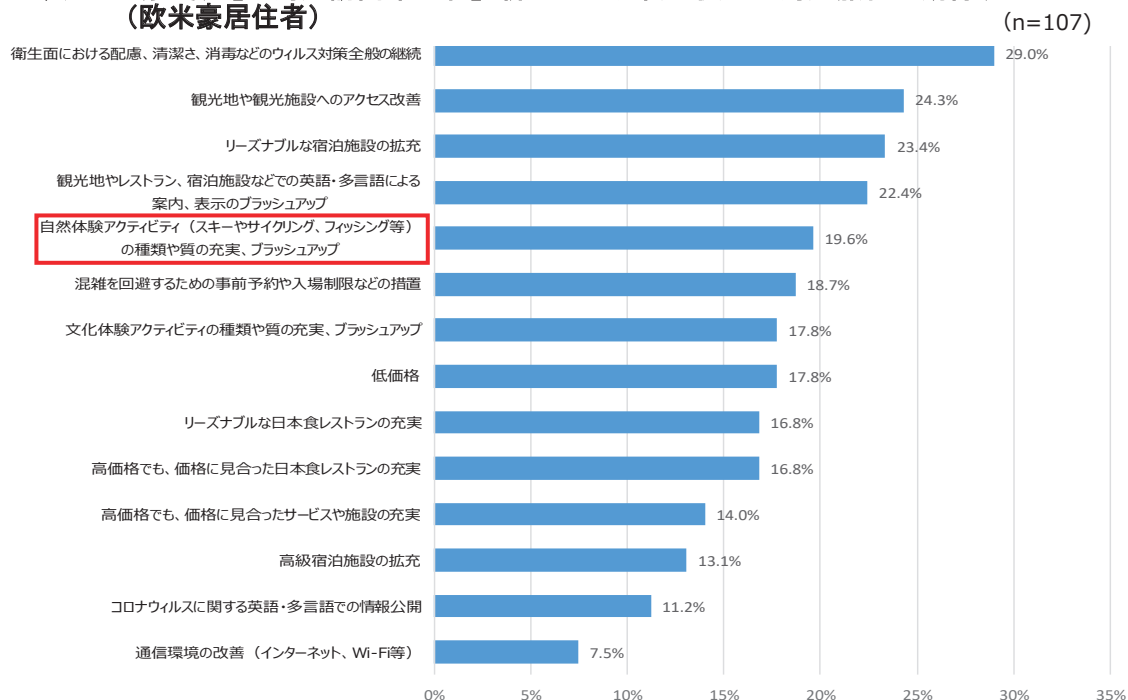


また、同じく参考に「北海道訪問希望者が北海道旅行に期待すること」をみると、沖縄旅行希望者や訪日希望者と比べて「自然体験アクティビティの種類や質の充実、ブラッシュアップ」が上位となっており、特にアジア居住者では2位となった。図表10～12でもアジア居住者の行きたい地域として北海道は上位に挙がっており、北海道の知名度の高さと自然への憧れ・期待が高いことが窺える。

図表18 (参考)【北海道訪問希望者】新型コロナ終息後に北海道旅行に期待すること
(アジア居住者)



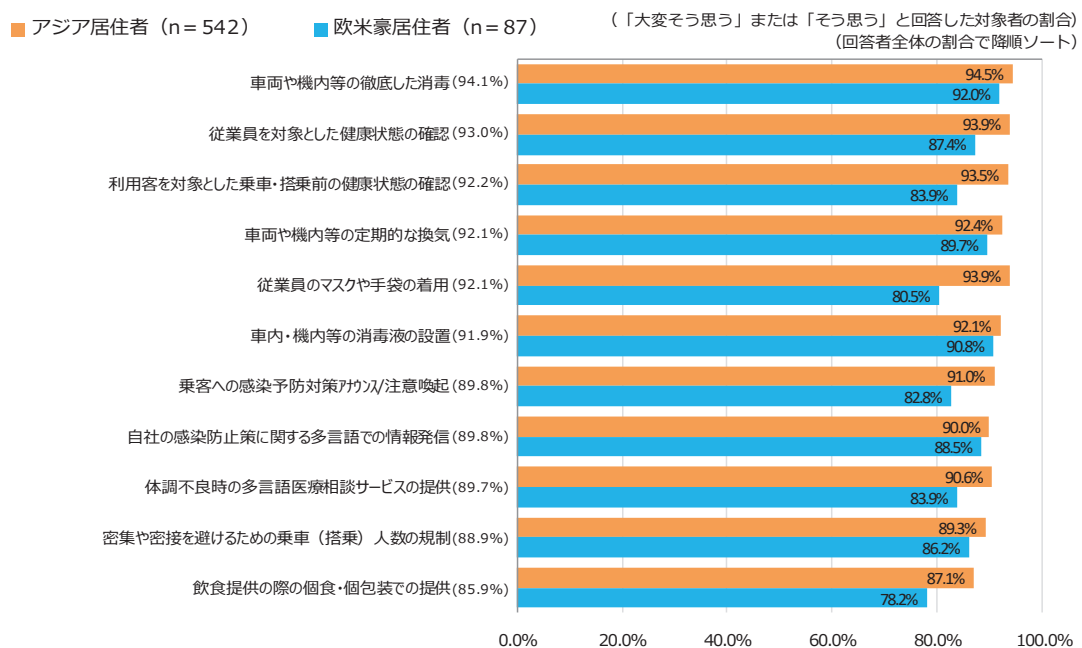
図表19 (参考)【北海道訪問希望者】新型コロナ終息後に北海道旅行に期待すること
(欧米豪居住者)



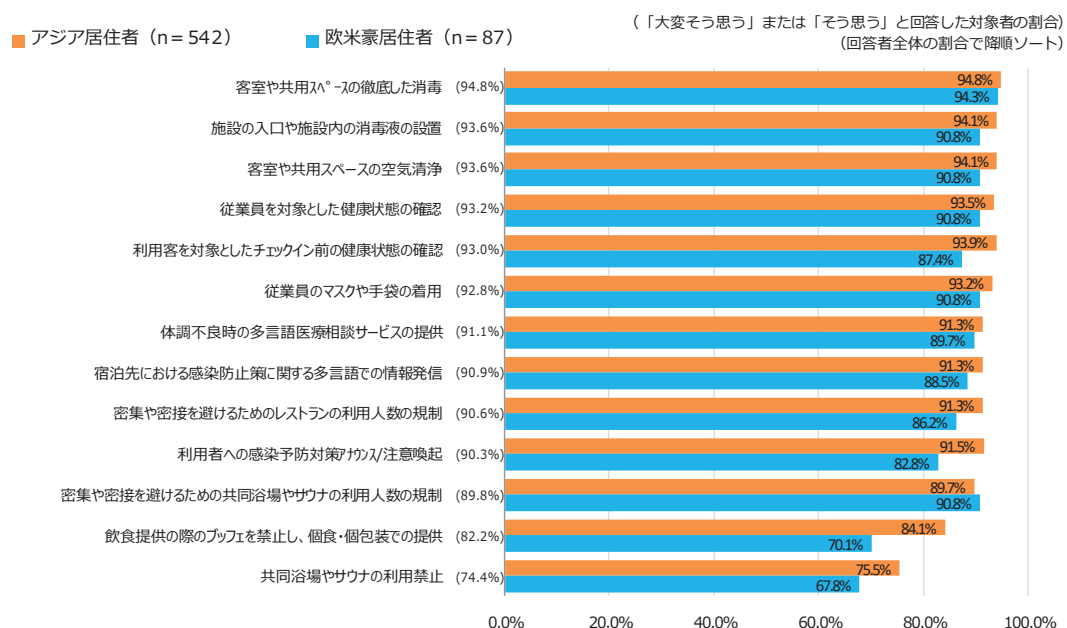
(2) 交通事業者・宿泊事業者がとるべき新型コロナ対策

交通事業者及び宿泊事業者が取るべき新型コロナ対策については、全般的に選択率が高く「大変そう思う」「そう思う」の回答が、アジアでは大半の項目で 9 割程度、欧米豪でも 8 割程度となっている。利用する観光客だけではなく、従業員の健康状態の確認や従業員のマスク・手袋の着用など従業員の対策への期待も高いほか、感染防止策の多言語での情報発信、体調不良時の多言語医療サービス提供へのニーズも高い。このほか、密集を避けるための人数規制や飲食提供の際の「個食・個包装での提供」についても、今後「密や接触を避ける取組」として対策が求められよう。

図表 20 【沖縄訪問希望者】交通事業者がとるべき新型コロナ対策



図表 21 【沖縄訪問希望者】宿泊事業者がとるべき新型コロナ対策



第4章 受入側の沖縄が取り組むべき事項

本章では、前章の結果を踏まえ、受入側の沖縄が取り組むべき事項を7つの視点としてとりまとめた。

調査結果	求められる取組の視点
・新型コロナ終息後の海外観光旅行先としての日本人気は引き続き高い。(p.41【新型コロナの流行終息後に観光旅行したい国・地域】) ・訪日未経験者は、まず「東京」に行きたい。次いで「関西」「北海道」「九州」そして「沖縄」である。また、訪日未経験者より訪日経験者の方が沖縄含め地方への意向が高い。(p.44～46【新型コロナ終息後に訪問したい日本の地域】)	① (訪日経験者／未経験者、国・地域別、年代別など) ターゲット層毎の適切な需要の維持・喚起、日本政府観光局(JNTO)や国内他地域と連携したプロモーション (p.53)
・日本はもとも「清潔だから」「治安が良いから」行きたい。(p.42【新型コロナ終息後に観光のために日本を訪問したい理由】) ・新型コロナ終息後の沖縄旅行に期待することの最上位は「ウイルス対策全般」。(p.47【新型コロナ終息後に沖縄旅行へ期待すること】)	② 日本国内及び沖縄滞在中の安全・安心の確保と周知 (p.54)
・「新型コロナ終息後に沖縄旅行へ期待すること」の上位に「文化体験アクティビティの種類や質の充実、ブラッシュアップ」。 ・中国、韓国からは「自然体験アクティビティ」への期待も高い。(p.47,48【新型コロナ終息後に沖縄旅行へ期待すること】)	③ 質の高い観光コンテンツ、沖縄文化体験アクティビティのブラッシュアップ (p.54)
・「新型コロナ終息後に沖縄旅行へ期待すること」の韓国・アメリカの1位、イギリスの2位は「観光地へのアクセス改善」。各地を巡る滞在型観光が増えていくことを考えると、利便性の高い公共交通等の環境整備は不可欠。(p.48【新型コロナ終息後に沖縄旅行へ期待すること】)	④ 二次交通の環境整備 (p.56) (例：MaaSの導入。基幹となるバス路線を軸に、各自治体でオンデマンドバスやシェアサイクルなどを効率的かつ利用しやすい形で提供することで、路線バスの維持と観光地への足の確保を行う等。)
・日本を訪問したい理由として「高度な医療体制が整備されているから」の割合は低い。(p.42【新型コロナ終息後に観光のために日本を訪問したい理由】) ・交通事業者・宿泊事業者がとるべき新型コロナ対策として「体調不良時の多言語医療相談サービスの提供」等が挙げられている。(p.51【交通事業者・宿泊事業者がとるべき新型コロナ対策】)	⑤ 外国人にも対応できる医療体制の整備 (p.57)
・「新型コロナ終息後に沖縄旅行へ期待すること」「交通事業者・宿泊事業者がとるべき新型コロナ対策」として「感染防止策の多言語での情報発信」が挙げた。 ・「体調不良時の多言語医療サービスの提供」、「飲食提供の際の個食・個包装での提供」も求められている。(p.47【新型コロナ終息後に沖縄旅行へ期待すること】、p.51【交通事業者・宿泊事業者がとるべき新型コロナ対策】)	⑥ 外国人ニーズへの準備・対応 (p.59)
・上記結果を踏まえると、今から訪日外国人旅行者の受入に向けて準備が必要だが、受入再開が当面見通せないことから、日本国内に生活・滞在している在留外国人や、沖縄県内に生活・滞在する外国人の観光受入も一策である。 【在留外国人の国内観光意向について、他機関の調査結果を参照した】	⑦ 在留外国人や在沖外国人の観光受入による、①～⑥の取組の実践・ブラッシュアップ (p.61)

①訪日経験者／未経験者、国・地域別、年代別など、ターゲット層毎の適切な需要の維持・喚起、
日本政府観光局（JNTO）や国内他地域と連携したプロモーション

2021 年も新型コロナは世界的な流行が続いており、海外渡航の再開は見通せない状況であるが、コロナ禍においてもインバウンドの訪日需要は依然として高い。このため、訪日・訪沖需要の維持・喚起のために情報発信しつづけることは欠かせない。一方で旅行需要の回復は、近距離→遠距離、リピーター→ビギナー、FIT（個人旅行者；Foreign Independent Tour）→団体の順に回復するであろうことから、ターゲット地域やターゲット層に向けて異なるプロモーションが必要である。世界中の観光地がコロナ終息後の旅行再開に向けてプロモーション活動を行っていることや、訪日未経験者からすれば沖縄はゴールデンルート(東京、箱根、富士山、名古屋、京都、大阪等の主要観光地を巡る人気ルート)や北海道の次に行きたい地域、ともすれば知らない地域であることを考えると、日本の地方都市のひとつである沖縄から情報発信しても、沖縄ファンでなければ直接伝わることは難しい。このため、日本政府観光局（JNTO）と連携し、訪日未経験者や沖縄を知らない層への認知・周知活動や、訪日経験者・訪沖経験者やリピーター層へのアプローチ等、ターゲット層毎へのプロモーションを行うことが有効と考える。

（参考事例）JNTO シンガポール事務所と沖縄県シンガポール事務所の連携による
フェイスブックライブ配信 - 沖縄への興味・関心を維持するための仕組み作り -

JNTO は、シンガポール、タイ、マレーシア、インドネシア、インド、オーストラリアの 6 カ国にある海外事務所の公式フェイスブックのフォロワーを対象に、シンガポールに拠点を置く日本の自治体の事務所などと連携し、日本の観光地の様子をライブ配信で伝える企画「Fun From Home」を 2020 年 10 月から開始した。

第 1 回は静岡県東南アジア駐在員事務所のフェイスブック上で動画を配信、第 2 回は沖縄県シンガポール事務所と共同し、2020 年 11 月 8 日に（一財）沖縄観光コンベンションビューロー（OCVB）と JNTO 海外事務所のフェイスブックで、那覇市内で島唄ライブを開催する飲食店と中継を結び、島唄の生ライブや沖縄に関するトーク、クイズ企画などを生配信した。

第 2 回の動画再生回数は 2 万回超、320 件のコメントが寄せられ、「沖縄が恋しい！沖縄はとっても美しい島！コロナで行けなくなったけど早く行きたい！」などという声も挙がった。

出典：（一財）沖縄観光コンベンションビューロー
「観光人材育成オンラインセミナー」
沖縄県シンガポール事務所提供資料
<https://www.facebook.com/visitokinawajapan/videos/2507877489510689/>



②日本国内及び沖縄滞在中の安全・安心の確保と周知

コロナ禍及び新型コロナ終息後は、地域全体としての衛生管理に対する取組、すなわち安全・安心の確保が、旅行先を選定する必要条件となろう。国内旅行客の受入においては、沖縄として取り組む目線で良いだろうが、海外からの旅行客受入にあたっては、「日本国内どこでも安全・安心で過ごせる」ということを、海外に向け多言語でタイムリーに発信する必要がある。また、単に安全・安心への取組を伝えるだけではなく、併せて「歓迎の意思を伝える」ことも、「行きたい国・地域」として選ばれる要素になろう。

（※）安全・安心の確保・周知に関する国内外の認証制度の事例は、本レポート 第一部「コロナ禍における日本人旅行者の動向と沖縄が取り組むべき事項」に関する調査報告 23,24 ページ参照

③質の高い観光コンテンツ、沖縄文化体験アクティビティのブラッシュアップ

新型コロナ終息後の訪日旅行は、3密を避ける行動が意識され、あちこち巡る観光からじっくり滞在する観光へのシフトがより促進されると推察される。また、今回の調査結果によると、沖縄訪問希望者においてアジア居住者・欧米豪居住者ともに「文化体験アクティビティの種類や質の充実、ブラッシュアップ」への期待が上位に位置し、加えて訪日旅行全般に比べて「自然体験アクティビティの種類や質の種類、ブラッシュアップ」への期待も高い。本調査結果からは「沖縄固有の文化」の認知度を測ることはできないが、日本の他地域とは異なる「沖縄ならではの」「体験型観光コンテンツ」のブラッシュアップは沖縄観光の「質」の向上へも繋がると期待される。

（参考事例）「那覇まちま〜い」がコロナ終息を見据えて英語案内ガイドを養成

那覇市観光協会と OTS サービス経営研究所は、地元ガイドが那覇の魅力や歴史、文化等を紹介する「那覇まちま〜い」の英語案内ガイドの養成に取組み、約 3 カ月間の講座や実地研修を経て、2021 年 3 月に 29 人のガイドが認定された。

ガイドが案内するコースは「首里城」「壺屋」「市場」の 3 コースで、基本的には従来の「那覇まちま〜い」のガイド養成時に使用するシナリオを翻訳して使用しているが、首里城コースでは、通常の案内ルートを変更したり、外国人向けにぶくぶく茶や泡盛、沖縄料理といった「食」のコンテンツも追加した。沖縄科学技術大学院大学（OIST）の研究者らを招いたモニターツアーでも、ガイド満足度 97%と高評価を得た。

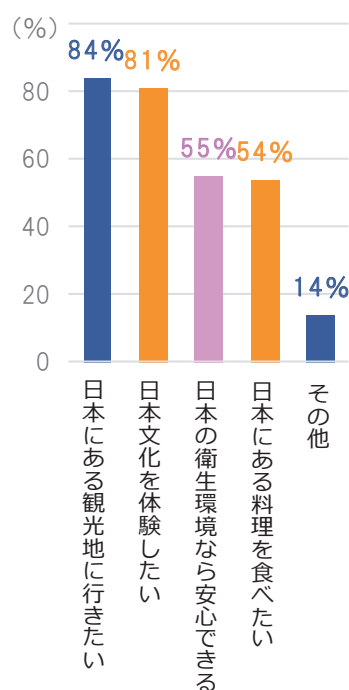


出典：（一社）那覇市観光協会

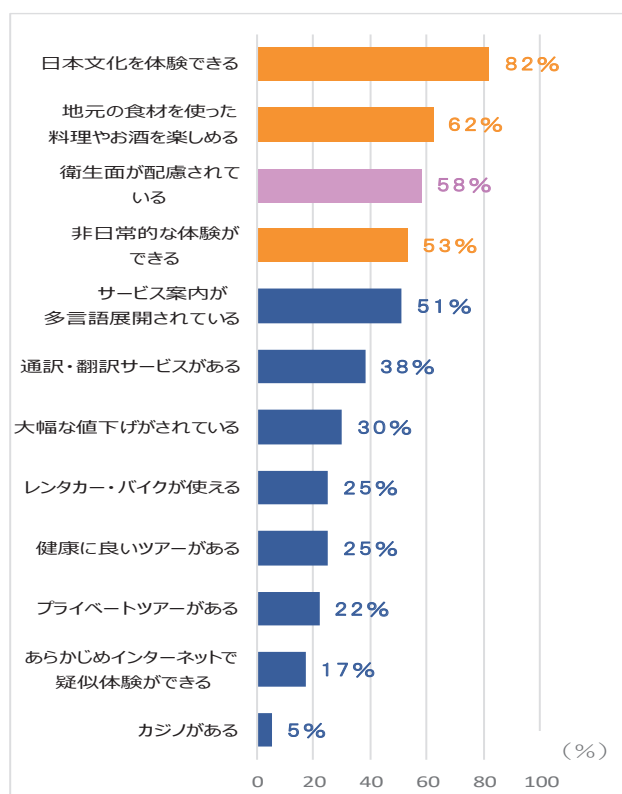
（参考：他機関調査）在留外国人が考える新型コロナ終息後に再び外国人が日本へ訪れる理由（株式会社 YOLO JAPAN 調査）

在留・在日外国人向け求人情報の発信をはじめ、暮らしに関するさまざまなサービスを提供する株式会社 YOLO JAPAN が、在留外国人会員向けに実施した「新型コロナウイルス終息後の観光に関するアンケート調査」では、「新型コロナ終息後再び外国人が日本へ訪れる理由」として、「日本文化を体験したいから」「日本の衛生環境なら安心できる」「日本にある料理を食べたいから」が 50%を超え、本調査の「海外に在住する外国人の希望」と本調査における「日本に住む外国人から見た外国人が日本を訪れたい理由」は同様の結果となった。また、「在留外国人が考える訪日外国人を誘致する方法」についても、「日本文化を体験できること」「地元の食材を使った料理やお酒を楽しめること」「非日常的な体験ができること」等、ご当地ならではの体験への期待が寄せられ、加えて「衛生面が配慮されていること」も上位に挙がった。

・在留外国人が考える、コロナ終息後に再び外国人が日本へ訪れる理由
(n = 353)



・在留外国人が考える、コロナ終息後に再び外国人が日本へ訪れる理由（在留外国人が考える訪日外国人を誘致する方法）
(n = 353)



出典：株式会社 YOLO JAPAN 「在留外国人会員向け新型コロナウイルス終息後の観光に関するアンケート調査」

アンケート実施期間：2020 年 4 月 27 日～5 月 11 日、回答者：63 カ国 372 名の YOLO JAPAN 会員

※ 株式会社 YOLO JAPAN は、在留・在日外国人向け求人情報の発信をはじめ、暮らしに関するさまざまなサービスを提供しており、世界 226 の国や地域出身の在留外国人 16 万人超が会員登録している。

④二次交通の環境整備

訪日外国人観光客の沖縄県内での移動手段は、これまでモノレール、団体向け貸切バス、レンタカー、タクシーが多かったが、今後個人旅行者（FIT）がさらに増加し、主要観光地を巡る観光から各地を巡る滞在型観光が増えていくことを考えると、利便性の高い公共交通等の環境整備は不可欠である。沖縄の公共交通の柱は路線バスだが、県民は自動車利用が多く、バス利用者が減少の一途にあることや、人手不足の深刻化（運転手の高齢化や採用難、貸切バス事業者からの引抜き等）により路線の廃止や便数が減少する等、住民及び観光客双方の利便性が低下している。加えて外国人対応となると、多言語対応や決済手段の対応（カードや電子マネー）等の課題が増す。

このような課題に対し、沖縄県内では今後 MaaS(Mobility as a Service (※))の導入が必要と考える。MaaS はスマートフォンアプリを通じて、ルート検索や混雑状況、予約・決済機能を一括で管理し、最適かつリーズナブルなモビリティサービスの組み合わせを提供できることから、「密を避ける」「非接触型」等、コロナ終息後の観光行動に適したサービスとも言えよう。沖縄県内でも八重山地域（石垣市及び竹富町）や宮古島市、南城市、さらには県全域を対象とした MaaS の実証実験が行われたが、今後、住民、日本人観光客に留まらず、訪日外国人にも対応できる MaaS の実用化に期待したい。

（※様々な交通手段(鉄道、バス、タクシー、飛行機、フェリー、自転車など)を一つのサービスに統合して提供するビジネスの総称）。

（参考事例）訪日外国人向け観光型 MaaS「くるり奈良」実証実験

（株）電通国際情報サービス、（株）デンソー、ActiveScaler Inc.、奈良交通（株）及び（一社）運輸デジタルビジネス協議会は、訪日外国人向けの観光型 MaaS「くるり奈良」の実証実験を、2019 年 10 月～12 月に実施した。

「くるり奈良」は、訪日外国人を主な対象として、旅の出発地（シンガポール）から目的地（奈良）まで、飛行機、リムジンバス、奈良市内周遊バス、タクシーなどの交通網をスマートフォンで検索・予約・決済できるサービスで、奈良各所の SNS 映え映像を AI が自動配信する Web アプリ「くるり奈良 Web」と、気に入った場所への交通手段の検索、チケット予約・決済、目的地ナビゲーションなどの機能を提供するスマートフォン向けアプリ「IMRIDE（アイムライド）」を用いて、シンガポールから奈良への誘客・移動・周遊をシームレスに連携させた。

なお、新型コロナウイルスによる影響のため本実証実験は終了したが、本協議会では引き続きワーキンググループによる MaaS に関する研究を継続している。

出典：（一社）運輸デジタルビジネス協議会ホームページ（<https://unyu.co/news/319/>）



⑤外国人にも対応できる医療体制の整備

本調査においても、「体調不良時の多言語医療相談サービスの提供」への取組の期待が挙がっていたが、日本そして沖縄が旅行先として選ばれるためには、外国人にも対応できる安全・安心な医療体制があることも重要となる。これまでも、沖縄県内の医療機関は訪日外国人観光客の旅行中の病気や怪我等に対応してきたが、今後は新型コロナ等、感染症発症時の対応にも備える必要がある。沖縄県は島嶼県かつ周辺離島を多く抱え、医療体制が脆弱である等課題は多いものの、新型コロナ終息後に旅行需要が回復することを見越して、官民一体となった医療体制の整備は不可欠である。また体制を整え、「受け入れる準備ができていること」を発信することで、沖縄が旅先として「選ばれる」ことにも繋がる。

（参考：他機関調査）新型コロナ収束後に旅行者が目的地を決める基準とは（トリップアドバイザー調査）

世界最大の旅行プラットフォームであるトリップアドバイザーが実施した、6 カ国（日本、アメリカ、イギリス、イタリア、オーストラリア、シンガポール）の旅行者意識調査において、「旅行先を決める上で今後重要になること」として、「最新設備のある病院へ安全かつ容易にアクセスできること」を選択した割合が、日本は 20%であるのに対し、日本以外の 5 カ国では 50%を超えていた。今後、旅行先を決める「旅マエ」段階において、医療体制も旅行先を決定する要因の一つになると思料される。

・旅行先を決める上で今後重要になることは？

	日本	アメリカ	イギリス	シンガポール	オーストラリア	イタリア
旅行中に人混みを避けることができる/避けられる場所があること	49%	52%	53%	64%	61%	44%
新型コロナウイルス感染者数（陽性者数または死亡者数）の低下	42%	35%	34%	45%	38%	26%
地域で個人の衛生管理および公衆衛生に大規模に取り組んでいること	40%	48%	47%	62%	51%	51%
夜間外出自粛、ソーシャルディスタンス、マスク着用などの政府の規制が行われていること	37%	17%	22%	23%	17%	14%
十分な対人距離をとる文化があること	30%	14%	17%	23%	15%	23%
公共交通機関の利用時間が短いこと	28%	17%	18%	24%	21%	9%
最新設備のある病院へ安全かつ容易にアクセスできること	20%	54%	52%	51%	50%	56%
非接触型決済が広く普及していること	13%	42%	51%	66%	47%	39%
短距離フライトで行けること	12%	30%	34%	37%	34%	18%
飛行機の欠航が少ないこと	8%	32%	38%	42%	33%	21%

出典：トリップアドバイザー「新型コロナウイルス感染症（COVID-19）に関する旅行者調査」

対象者：過去 12 ヶ月に 1 回以上旅行を経験した人、かつ旅行の意思決定者

（意思決定にほとんど関わらない人は除外）

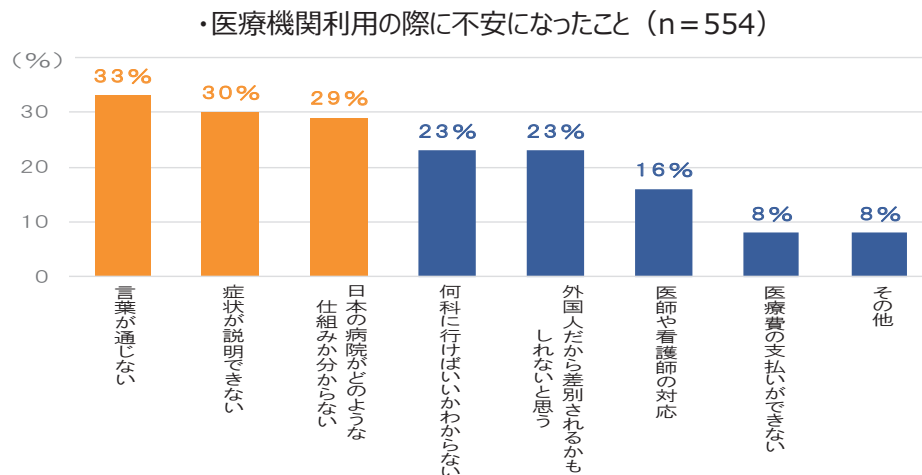
対象国：日本、アメリカ、イギリス、イタリア、オーストラリア、シンガポール

回答者数：各国約 400 人

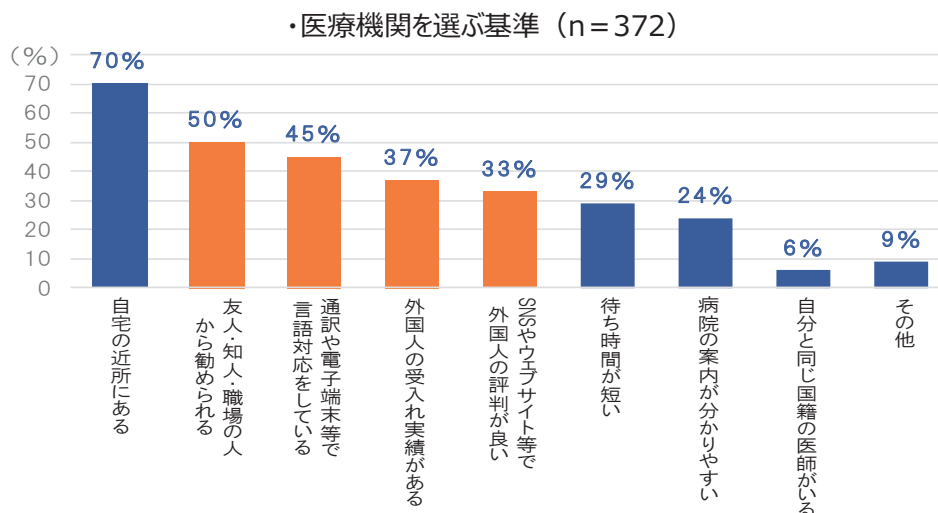
調査期間：2020 年 4 月 22 日～28 日、2020 年 5 月 29 日～6 月 2 日、
2020 年 6 月 10 日～15 日、2020 年 6 月 24～30 日

（参考：他機関調査）在留外国人から見た日本の医療機関（株式会社 YOLO JAPAN 調査）

株式会社 YOLO JAPAN が在留外国人会員向けに実施した「医療機関の対応に関するアンケート調査」では、「医療機関利用の際に不安になったこと」として、「言葉が通じない」「症状が説明できない」「日本の病院がどのような仕組みか分からない」が上位に挙げた。言葉の問題と日本の医療制度の周知に関する課題であり、訪日外国人旅行者にも共通する課題と考えられる。



また、在留外国人が「医療機関を選ぶ基準」としては、「自宅の近所にある」の回答が最も多く、次いで「友人・知人・職場の人から勧められる」「通訳や電子端末等で言語対応している」「外国人の受け入れ実績がある」等と続いた。「自宅の近所」は「利便性」に関するもので、トリップアドバイザーの調査における「病院に容易にアクセスできる」ことに類似する内容であろう。また言語対応や外国人への対応ができる施設が求められることも、訪日外国人旅行者への対応へと繋がる内容である。



出典：株式会社 YOLO JAPAN 「在留外国人から見た医療機関の対応に関するアンケート調査」
アンケート実施期間：2020年4月13日～5月13日、回答者：69カ国 554名のYOLO JAPAN 会員

⑥外国人ニーズへの準備・対応

現在、訪日外国人旅行者は受入停止状態だが、国内旅行者は、昨年の緊急事態宣言解除後、徐々に動いている。しかし、日本人旅行者と外国人旅行者では、旅行先でのニーズが異なることも多々ある。⑤の医療機関と同様、多言語対応や非接触型決済、飲食等における「個包装」、入場規制（事前予約制）等、外国人旅行者の受入再開までに準備しておく必要がある。

（参考：他機関調査）新型コロナ収束後に旅行者が体験・アクティビティ、宿泊施設、飲食施設等を決める上で重要視すること（トリップアドバイザー調査）

前述のトリップアドバイザーの6カ国調査では、宿泊施設や飲食施設、今後の体験・アクティビティを決める上で重要になることを聞いているが、この調査においても、日本と日本以外の5カ国で異なる傾向があり、「非接触型」へのニーズ（チェックイン／アウトや注文、決済、メニューは使い捨て又は消毒、調味料の個包装等）や、事前予約・チケット制といった「密を避ける」行動への期待が高いことが窺える。

・今後の体験やアクティビティで魅力を感じるものは？

	日本	アメリカ	イギリス	シンガポール	オーストラリア	イタリア
プライベートツアー（知っている人と行く少人数での）	92%	54%	42%	71%	55%	57%
プライベートツアー（知らない人と行く少人数での）	9%	30%	19%	25%	28%	22%
団体ツアー（知らない人と行く大人数での）	7%	17%	10%	12%	13%	11%
通常の営業時間中に一般入場できるチケット制のアクティビティ	16%	33%	27%	21%	29%	33%
通常の営業時間前に早期入場できるチケット制のアクティビティ	15%	30%	24%	30%	27%	24%
オーディオツアー（オーディオガイドを利用したプライベートツアー）	7%	19%	15%	19%	13%	14%
バーチャル体験（オンライン）	7%	19%	18%	21%	13%	12%

・体験やアクティビティを予約する際に重要視するものは？

	日本	アメリカ	イギリス	シンガポール	オーストラリア	イタリア
触れることが多い器具の消毒頻度の増加	53%	51%	52%	62%	59%	51%
スタッフが個人用保護具（手袋、マスクなど）を着用	51%	56%	43%	62%	34%	57%
従業員および旅行者の体温と症状のチェック	47%	46%	40%	64%	50%	42%
各旅行者に手指消毒剤を提供	41%	53%	54%	57%	63%	58%
政府の安全性基準を遵守していることを公開	40%	37%	43%	46%	48%	26%
必要な個人用保護具（手袋、マスクなど）を配布	38%	39%	35%	53%	34%	49%
各旅行者に除菌シートを提供	36%	52%	50%	55%	58%	44%
病気の時には出勤しないことを奨励する運営者ポリシー	36%	36%	36%	43%	40%	30%
清掃および衛生管理手順の公開	36%	45%	46%	51%	55%	40%
緊急対応手順（救急医療処置、接触者追跡通知など）	32%	28%	33%	50%	39%	32%
非接触式でのチケット払い戻し	24%	35%	40%	45%	39%	28%
独立系専門家による清潔度/衛生度の認定	20%	55%	46%	59%	62%	44%

出典：トリップアドバイザー「新型コロナウイルス感染症（COVID-19）に関する旅行者調査」

・宿泊施設を決める上で今後重要になることは？

	日本	アメリカ	イギリス	シンガポール	オーストラリア	イタリア
ゲストおよびスタッフ用手指消毒剤が用意されている	52%	70%	71%	66%	70%	67%
スタッフは定期的に手洗いをすることを義務付けられている	49%	57%	64%	59%	65%	43%
共用エリアではスタッフはマスクの着用が義務付けられている	49%	58%	47%	68%	27%	58%
共用エリアではゲストはマスクの着用が義務付けられている	47%	55%	42%	68%	24%	58%
スタッフの体温チェックを定期的に行っている	47%	48%	47%	60%	49%	42%
シーツなどのリネン類はすべて高温洗浄で殺菌されている	46%	56%	64%	56%	61%	68%
通行の多いエリアを定期的に消毒する	43%	61%	62%	64%	64%	38%
ダイニングテーブルと待合エリアのソーシャルディスタンスを確保する	34%	60%	63%	68%	60%	60%
アメニティが個別包装されている	33%	47%	48%	51%	45%	47%
床にソーシャルディスタンスの間隔を示すマークが付けられている	30%	41%	53%	51%	40%	31%
非接触型のチェックインが可能である	28%	46%	52%	52%	49%	23%
症状のあるスタッフに有給での自宅待機ポリシーがある	27%	37%	40%	39%	37%	45%
非接触型のチェックアウトが可能である	27%	45%	50%	51%	46%	20%
非接触型決済が可能である	26%	42%	55%	51%	47%	27%
客室を次のゲストのチェックインまで最低 24時間以上空室とする	24%	42%	42%	46%	34%	23%
ゲストおよびスタッフ用に除菌シートが用意されている	23%	40%	43%	43%	48%	31%
医師が毎日 24時間待機している	12%	27%	31%	47%	31%	27%

・飲食施設を決める上で今後重要になることは？

	日本	アメリカ	イギリス	シンガポール	オーストラリア	イタリア
ゲストごとにテーブルを消毒している	58%	58%	69%	63%	65%	62%
スタッフは定期的に手洗いをすることを義務付けられている	50%	60%	62%	63%	63%	43%
ゲストおよびスタッフ用手指消毒剤が用意されている	49%	63%	66%	67%	68%	65%
共用エリアではスタッフはマスクの着用が義務付けられている	47%	60%	42%	65%	27%	48%
ダイニングテーブル間のソーシャルディスタンスが確保されている	45%	60%	63%	68%	66%	62%
スタッフの体温チェックを定期的に行っている	42%	44%	44%	53%	48%	35%
通行の多いエリアを定期的に消毒する	40%	58%	58%	62%	64%	37%
共用エリアではゲストはマスクの着用が義務付けられている	40%	49%	32%	61%	24%	44%
メニューは使い捨てまたは消毒されている	34%	52%	54%	49%	51%	39%
床にソーシャルディスタンスの間隔を示すマークが付けられている	27%	40%	47%	53%	45%	28%
座席数の減少	27%	36%	42%	42%	41%	24%
非接触型注文が可能である	27%	37%	46%	49%	37%	19%
店外/店頭での受け取りが可能である	27%	41%	25%	29%	22%	11%
症状のあるスタッフに有給での自宅待機ポリシーがある	26%	35%	47%	41%	41%	45%
調味料は1回分/個別に包装されている	26%	50%	46%	48%	44%	33%
非接触型決済が可能である	25%	42%	59%	50%	47%	26%
利用は予約/事前の電話確認がある場合のみ可能	22%	30%	37%	38%	39%	36%
屋外席	14%	24%	27%	17%	22%	24%

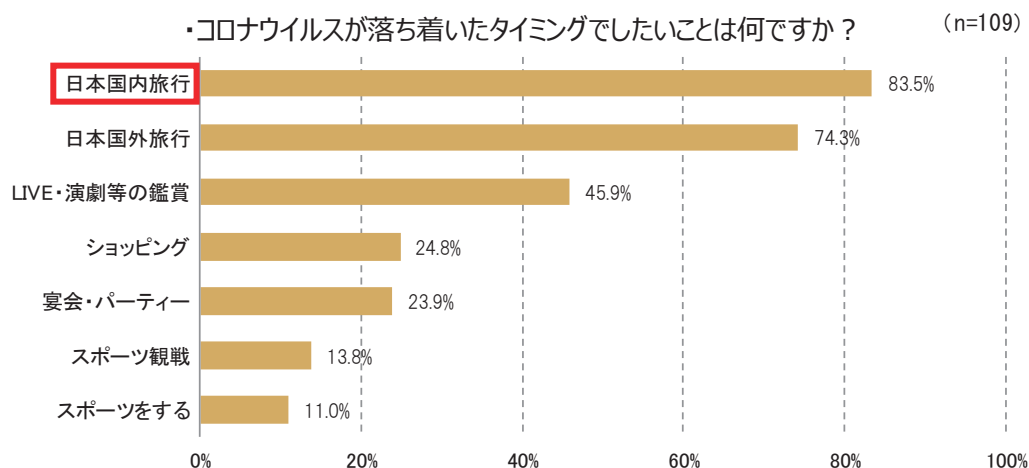
出典：トリップアドバイザー「新型コロナウイルス感染症（COVID-19）に関する旅行者調査」

⑦在留外国人や在沖外国人の観光受入による、①～⑥の取組の実践・ブラッシュアップ

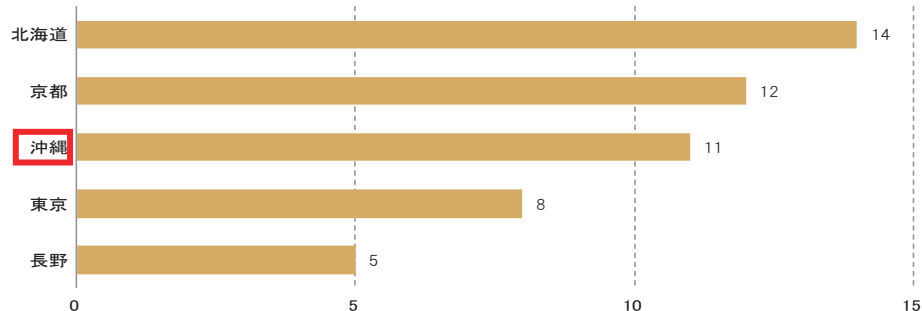
本調査結果を踏まえると、訪日外国人旅行者の受入に向けて様々な取組が必要ではあるものの、新型コロナの終息及び受入再開は未だ見通せない状況である。このため、日本国内に生活・滞在している在留外国人や沖縄県内に生活・滞在する外国人の観光受入により、外国人旅行者へのニーズ対応の実践ができるものとする。なお、複数の機関が実施した在留外国人向けの旅行に関するアンケートで、沖縄は行きたい県・地域の上に挙がっており、今後の訪沖需要が期待されることから、在留外国人をターゲットとした訪沖需要喚起のためのプロモーション・情報発信も必要な取組である。

（参考：他機関調査）「在住外国人の外出・旅行に関する意識調査」（ENGAWA 株式会社調査）

日本に居住する外国人向け英字ライフスタイルメディア「Tokyo Weekender」等を運営している ENGAWA 株式会社が実施した「在住外国人の「外出・旅行」に関する意識調査」によると、新型コロナウイルスが落ち着いたタイミングでしたいこととして、8 割超が「日本国内旅行」を希望している。また、今まで行った国内旅行の場所で一番満足度が高かった場所として、北海道、京都に次いで沖縄が挙がったほか、日本国内旅行で行きたい地域の 3 位も沖縄となった。



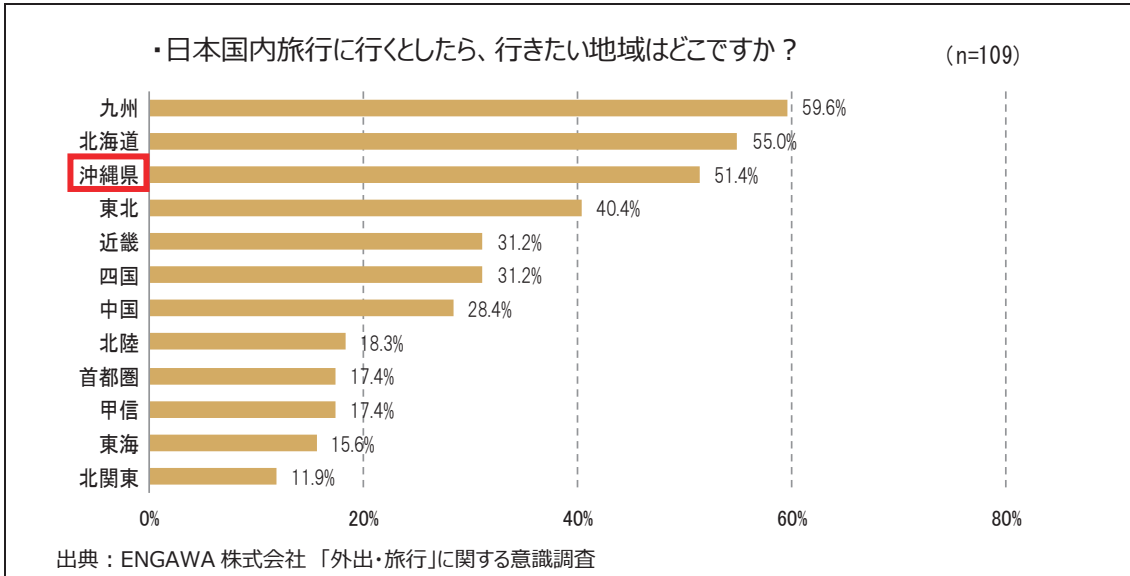
・今まで行った国内旅行の場所で一番満足度が高かった場所はどこですか？ (n=109)



出典：ENGAWA 株式会社「外出・旅行に関する意識調査」

調査方法：インターネットによるアンケート 調査期間：2020 年 7 月 10 日～7 月 26 日 回答者：在住外国人 109 人

※ ENGAWA 株式会社は、創刊 50 年以上の歴史を誇る在住外国人向け英字ライフスタイルメディア「Tokyo Weekender」を運営している。Tokyo Weekender 読者を中心とする在住外国人コミュニティに向けて、「外出・旅行」に関する意識調査を実施。



(参考：他機関調査) 在留外国人会員向け新型コロナウイルス終息後の観光に関するアンケート (株式会社 YOLO JAPAN 調査)

株式会社 YOLO JAPAN が実施した「在留外国人会員向け新型コロナ終息後の観光に関するアンケート調査」では、新型コロナ終息後に旅行に行きたい都道府県として沖縄が 1 位となっており、インバウンド再開の前に、日本国内に住む外国人の沖縄訪問が期待される。

・2020 年版 在留外国人が新型コロナ終息後に旅行に行きたい都道府県ランキング

順位	都道府県名	票数	14	鹿児島県	26	31	福島県	15
1	沖縄県	139	17	熊本県	25	31	三重県	15
2	東京都	112	18	青森県	24	31	大分県	15
3	北海道	101	18	兵庫県	24	35	山形県	14
4	大阪府	94	20	宮崎県	23	35	新潟県	14
5	京都府	90	21	栃木県	21	35	福井県	14
6	奈良県	52	21	埼玉県	21	38	秋田県	12
7	広島県	40	21	鳥取県	21	38	岡山県	12
8	福岡県	39	24	群馬県	20	38	高知県	12
9	静岡県	37	25	岐阜県	19	41	香川県	11
10	神奈川県	36	25	愛知県	19	42	滋賀県	9
11	千葉県	32	27	富山県	18	42	徳島県	9
12	長崎県	30	28	茨城県	17	42	佐賀県	9
13	山梨県	29	29	宮城県	16	45	愛媛県	8
14	長野県	26	29	石川県	16	46	山口県	7
14	和歌山県	26	31	岩手県	15	47	島根県	6

出典：株式会社 YOLO JAPAN「在留外国人会員向け新型コロナウイルス終息後の観光に関するアンケート調査」
アンケート実施期間：2020 年 4 月 27 日～5 月 11 日、回答者：63 カ国 372 名の YOLO JAPAN 会員

（参考事例）「文武両道のまち・金沢」を日本在住の外国人向けに発信【金沢文化スポーツ
コミッション】

海外との往来制限が続き、インバウンドの回復が当面見込めない中、将来の賑わい創出に向けた
布石のひとつとして、金沢文化スポーツコミッションでは、日本在住の人気米国人 YouTuber ジョン・ド
ーブ氏*を招き、「文武両道のまち・金沢」をジョン氏の目線で英語で発信する YouTube の番組制
作を依頼した。

当面は国内在住の外国人向けに金沢の魅力を伝え、将来的には海外在住の外国人に金沢に來
てもらえるよう、何年経っても色褪せない内容に仕上げている。

*ジョン氏の You Tube チャンネル→



↑「400 Year Old Japanese Cuisine | What did they Eat ?」

（400 年前の日本人の晩餐。彼らは何を食していたのか？）

加賀藩前田家の大名の食にフォーカスした。



↑ 2020 年 7 月 7 日

近江町市場を歩きながらの LIVE 配信

出典：金沢文化スポーツコミッションホームページ（<https://www.kanazawa-csc-kk.jp/news/200707john/>）

結びに

新型コロナの発生・感染拡大から1年以上が経過したが、未だに終息の見通しが立たず、世界中の観光関連事業者が困難に直面している。コロナウイルス感染症は、2002 年末～2003 年の SARS、2012 年の MERS、2019 年末からの COVID-19(新型コロナウイルス)と概ね 10 年周期で新たな型が出現しており、新型コロナ終息後も新たな感染症の出現リスクは容易に想定される。加えて観光は、豪雨や台風、地震等の自然災害や、経済情勢、国家間問題等、様々な要因の影響を受けやすい。これらを踏まえると、コロナ禍の現状を「今回限りの非常事態」として捉えるのではなく、「また起こりうる」という危機意識を持ち、かつ「コロナ前の観光の姿には戻らない」という現実を受け入れて、環境に合わせて適応していかなければならない。

本調査からは、訪日外国人観光客にとって「安全・安心」は旅行の必要条件であり、移動を含め滞在中のあらゆる場面において安全・安心の確保・周知が必要であることや、沖縄への訪問を希望する訪日外国人旅行者は、「体験型観光」へのニーズが高く、文化体験や自然体験アクティビティの種類や質の充実・ブラッシュアップといった「質」を高める取組が求められることが確認された。

日本は、これまでも海外から「清潔さ」や「治安の良さ」から「安全・安心な旅行先」として選ばれていたが、今後の「安全・安心」とは「医療体制が整い、ウイルス対策が各自治体や宿泊施設、飲食施設、商業施設等あらゆる場所で取り組まれており、かつその情報が、歓迎の意を表すメッセージとともにタイムリーに発信され、相手に伝わること」ではないだろうか。

また、観光の「質」に関しては、これまでも再三「量から質へ」と云われていたものの、国の「2030 年に訪日外国人旅行者数 6 千万人」目標や、沖縄県の「2021 年度に入域観光客数 1,200 万人、うち外国人観光客 400 万人」等、「量」の目標達成に向けたインフラ整備等が進められた。しかし今後は、「密にならない観光」がスタンダードとなり、「少人数」で「質」を求める取組（地域性を出した満足度の高いコンテンツを提供し、長い滞在時間でいかに一人あたり単価を高められるか）が求められよう。

沖縄県は、日本の 47 都道府県の一つではあるものの、亜熱帯性気候と島嶼性が育んだ「自然環境」や、「琉球王朝時代」や「米軍統治下時代」等、歴史・文化においても他の都道府県とは異なる。「日本には亜熱帯の自然環境や独自の文化を有する OKINAWA がある」ということを海外に発信し認知してもらい、来訪、体験してもらうことで、沖縄観光の「質」は高まっていくと期待したい。

最後に、調査データの利用についてご承諾いただいた株式会社日本政策投資銀行地域企画部及び公益財団法人日本交通公社観光経済研究部にこの場を借りて感謝の意を表する。

既刊目録

「公庫レポート」既刊目録

[数字は号数、()は発行年月]

○ 沖縄県産業連関表による公共投資の波及効果分析 -特に沖縄公庫住宅融資を中心にして-	創刊号 (S 56. 3)
○ 沖縄の住宅事情と需要の動向	創刊号 (S 56. 3)
○ 昭和57年度設備投資計画調査報告	2 (S 56. 7)
○ 沖縄公庫の融資効果の評価と今後の方向 -沖縄公庫モデルを中心とした計量分析-	2 (S 56. 7)
○ 沖縄のホテル業界の現状と課題	3 (S 57. 3)
○ 沖縄県経済の現状と工業振興の方向	4 (S 57. 8)
○ 昭和58年度設備投資計画調査報告	4 (S 57. 8)
○ 沖縄県主要企業の財務行動	4 (S 57. 8)
○ 昭和58・59年度設備投資計画調査報告	5 (S 58. 8)
○ 沖縄の工業開発と技術集積	6 (S 59. 3)
○ 沖縄県における食肉加工業	6 (S 59. 3)
○ 昭和59・60年度設備投資計画調査報告	7 (S 59. 8)
○ アメリカの地域開発 -いくつかの事例を中心に-	7 (S 59. 8)
○ 昭和59・60年度設備投資計画調査報告(昭和59年10月調査)	8 (S 60. 1)
○ 21世紀沖縄の経済・社会構造と政策課題の提案	8 (S 60. 1)
○ 昭和60・61年度設備投資計画調査報告(昭和60年9月調査)	9 (S 60. 12)
○ 昭和60・61年度設備投資計画調査報告(昭和61年3月調査)	10 (S 61. 7)
○ 復帰特別措置の体系的検討	10 (S 61. 7)
○ 昭和61・62年度設備投資計画調査報告(昭和61年9月調査)	11 (S 62. 2)
○ 規制緩和下における沖縄の航空体制の課題	11 (S 62. 2)
○ 昭和61・62年度設備投資計画調査報告(昭和62年3月調査)	12 (S 62. 6)
○ 動向調査 沖縄の主要産業-昭和61年度の動向と見通し-	13 (S 62. 11)
○ 地域産業トピックス 水産 急成長を遂げるも市況悪化への対応に迫られる車エビ養殖 流通 中規模店化が進む小売業 環境変化への対応を迫られる婦人服店 急成長下、経営戦略が問われる中古車業界 需要低迷と価格低下で厳しさ増すガソリンスタンド サービス 質的变化が著しい飲食業界 振興事業に着手した美容業界 リゾート型参入で新展開が見込まれる県内ゴルフ場	13 (S 62. 11)
○ データ解説 昭和61年度個人住宅資金(一般住宅・建売住宅)利用者調査報告	13 (S 62. 11)
○ 開発調査 沖縄のリゾート開発の課題と開発資金の検討	13 (S 62. 11)
○ 昭和62・63年度設備投資計画調査報告(昭和62年9月調査)	14 (S 62. 12)
○ 昭和62・63年度設備投資計画調査報告(昭和63年3月調査)	15 (S 63. 6)
○ グアム・サイパン市場差別化策の検討	16 (S 63. 8)
○ 動向調査 沖縄の主要産業-昭和62年度の動向と見通し-	17 (S 63. 11)
○ 地域産業トピックス 製造 市場環境の変化と技術革新が著しい印刷業界 小売 変貌する鮮魚店、食肉店の需要環境 サービス 新たなサービスのあり方を探る理容業界	17 (S 63. 11)
○ データ解説 昭和62年度個人住宅建設資金利用者調査報告	17 (S 63. 11)
○ 昭和63・平成元年度設備投資計画調査報告(昭和63年9月調査)	18 (S 63. 12)
○ 沖縄県の住宅需要動向	19 (H 1. 4)
○ ハワイリゾートの現状と沖縄のリゾート開発の課題 -ハワイリゾート調査報告書-	20 (H 1. 4)
○ 昭和63・平成元年度設備投資計画調査報告(平成元年3月調査)	21 (H 1. 6)
○ 動向調査 沖縄の主要産業の動向-昭和63年度の動向を中心に	22 (H 1.12)

○ 地域産業トピックス 不動産賃貸 空室率が高い沖縄の貸ビル サービス 沖縄県内の人材派遣業 自動車分解整備業の概要	22	(H 1.12)
○ データ解説 昭和63年度個人住宅建設資金利用者調査報告 労働生産性が低い県内製造業(工業統計調査より)	22	(H 1.12)
○ 平成元・2年度設備投資計画調査報告(平成元年3月調査)	22	(H 1.12)
○ 沖縄洋ラン切花生産の実態・本土市場調査	23	(H 2. 3)
○ タイ国の熱帯果樹農業の現状と輸出産業としての地位 —沖縄県の有望作物としての熱帯果樹産業に関する調査—	23	(H 2. 3)
○ データ解説 平成元年度個人住宅建設資金利用者調査報告	24	(H 2. 7)
○ 平成元・2年度設備投資計画調査報告(平成2年2月調査)	24	(H 2. 7)
○ 沖縄県におけるバイオマス資源活用産業 —新規胎動産業を探る—	25	(H 2. 8)
○ 地域産業トピックス 琉球ガラス産業界の現況 成長著しい県内の生花小売業 県内水産加工業の生産状況 競合厳しい県内クリーニング業	26	(H 3. 3)
○ 平成2・3年度設備投資計画調査報告(平成2年9月調査)	26	(H 3. 3)
○ データ解説 平成2年度個人住宅建設資金利用者調査報告	27	(H 3. 7)
○ 平成2・3年度設備投資計画調査報告(平成3年3月調査)	27	(H 3. 7)
○ 沖縄県の観光土産品店	28	(H 4. 1)
○ 平成3・4年度設備投資計画調査報告(平成3年9月調査)	28	(H 4. 1)
○ データ解説 平成3年度個人住宅建設資金利用者調査報告	29	(H 4. 8)
○ 平成3・4年度設備投資計画調査報告(平成4年3月調査)	29	(H 4. 8)
○ 平成4・5年度設備投資計画調査報告(平成4年10月調査)	30	(H 5. 2)
○ データ解説 平成4年度マイホーム新築資金利用者調査報告	31	(H 5. 9)
○ 平成4・5年度設備投資計画調査報告(平成5年3月調査)	31	(H 5. 9)
○ 平成5・6年度設備投資計画調査報告(平成5年9月調査)	32	(H 6. 2)
○ 平成5・6年度設備投資計画調査報告(平成6年3月調査)	33	(H 6. 7)
○ 正念場を迎えるエステティック業界	34	(H 6. 8)
○ 泡盛製造業の現況について	34	(H 6. 8)
○ 需要低迷下生産性の向上が求められる生コン業界	35	(H 6. 9)
○ 沖縄県の花弁農業	35	(H 6. 9)
○ 沖縄県の伝統工芸産業	35	(H 6. 9)
○ データ解説 平成5年度マイホーム新築資金利用者調査報告 平成5年度マンション購入資金利用者調査報告	36	(H 6. 10)
○ 沖縄のデンファレ(切花)について	37	(H 6. 10)
○ 生産性の向上と新しい生産技術への対応が求められる印刷業界	37	(H 6. 10)
○ 貸アパート業実態調査	38	(H 6. 11)
○ 沖縄県のプレハブ住宅の現状について	38	(H 6. 11)
○ 競争激化が進む中で経営体質強化が求められる建設業	39	(H 6. 12)
○ 平成6・7年度設備投資計画調査報告(平成6年9月調査)	39	(H 6. 12)
○ インドネシア・バリ島リゾートの現状	40	(H 7. 2)
○ マンゴー栽培の現状と産地形成に向けての課題	41	(H 7. 3)
○ 総合産業への変容が求められる500万人時代の沖縄観光	42	(H 7. 3)
○ 県内製糖業の現状	43	(H 7. 3)
○ 平成6・7年度設備投資計画調査報告(平成7年3月調査)	44	(H 7. 5)
○ 公庫住宅資金利用者に係る耐久消費財等購入実態調査	45	(H 7. 8)

○ 県内駐車場業の現状と課題	46	(H 7. 9)
○ データ解説 平成6年度マイホーム新築資金利用者調査報告 平成6年度マンション購入資金利用者調査報告	47	(H 7. 9)
○ 平成6・7年度設備投資計画調査報告(平成7年9月調査)	48	(H 7. 12)
○ 薬草加工販売業の現状と課題	49	(H 8. 1)
○ 新規開業の実態	50	(H 8. 1)
○ 持家取得実態調査	51	(H 8. 3)
○ 「わしたショップ」—拠点方式による県産品のマーケティング—	52	(H 8. 5)
○ 平成7・8年度設備投資計画調査報告(平成8年3月調査)	53	(H 8. 6)
○ 沖縄県におけるタラソテラピー事業可能性の検討 (フランス・タラソテラピー業界視察報告)	54	(H 8. 6)
○ 沖縄での展開が有望なタラソテラピーについて	54	(H 8. 6)
○ 県内小売業の現状	55	(H 8. 7)
○ データ解説 平成7年度マイホーム新築資金利用者調査報告 平成7年度マンション購入資金利用者調査報告	56	(H 8. 7)
○ 沖縄の養蜂	57	(H 8. 8)
○ 平成7・8年度設備投資計画調査報告(平成8年9月調査)	58	(H 8. 12)
○ 県内レンタカー業の現状 —大規模な規制緩和のもと、更なる発展が見込まれる県内レンタカー業—	59	(H 9. 1)
○ 県内貸ビル業の現状 —空室率が高い沖縄の貸ビル—	60	(H 9. 2)
○ マイホーム新築資金住宅の建設実態	61	(H 9. 3)
○ 車エビ養殖業の現状と課題 —全国一の生産県となるも市況悪化への対応が迫られる車エビ養殖業界—	62	(H 9. 4)
○ 台湾の中小企業とOEM	63	(H 9. 5)
○ 平成8・9年度設備投資計画調査報告(平成9年3月調査)	64	(H 9. 6)
○ データ解説 平成8年度マイホーム新築資金利用者調査報告 平成8年度マンション購入資金利用者調査報告	65	(H 9. 10)
○ 公庫住宅資金利用者に係る耐久消費財等購入実態調査	66	(H 9. 10)
○ 平成8・9年度設備投資計画調査報告(平成9年9月調査)	67	(H 9. 12)
○ 廃棄物リサイクル産業の現状と課題	68	(H 10. 6)
○ 平成9・10年度設備投資計画調査報告(平成10年3月調査)	69	(H 10. 6)
○ 沖縄の産業振興とマルチメディア	70	(H 10. 7)
○ データ解説 平成9年度マイホーム新築資金利用者調査報告 平成9年度マンション購入資金利用者調査報告	71	(H 10. 10)
○ 平成9・10年度設備投資計画調査報告(平成10年9月調査)	72	(H 10. 12)
○ 平成9年度ホテル経営状況	73	(H 10. 12)
○ ダイビング業界の現状と課題	74	(H 11. 3)
○ 平成10・11年度設備投資計画調査報告(平成11年3月調査)	75	(H 11. 8)
○ 平成10・11年度設備投資計画調査報告(平成11年9月調査)	76	(H 11. 12)
○ 平成10年度ホテル経営状況	77	(H 12. 2)
○ 新規開業の現状と創業支援	78	(H 12. 5)
○ 沖縄観光の構造転換に向けた整備課題 —ハワイを比較軸として—	79	(H 12. 7)
○ 1999・2000年度設備投資計画調査報告(2000年3月調査)	80	(H 12. 8)
○ 1999・2000年度設備投資計画調査報告(2000年9月調査)	81	(H 12. 12)
○ データ解説 平成11年度マイホーム新築資金利用者調査報告 平成11年度マンション購入資金利用者調査報告	82	(H 13. 1)
○ 台湾アグロインダストリー調査報告	83	(H 13. 3)
○ 1999年度ホテル経営状況	84	(H 13. 3)

○ 2000・2001年度設備投資計画調査報告(2001年3月調査)	85	(H 13. 5)
○ 地方都市の水産物市場と水産業の振興 —自由な市場と消費の拡大—	86	(H 13. 7)
○ 2000・2001年度設備投資計画調査報告(2001年9月調査)	87	(H 13. 12)
○ マンションの維持管理に関する調査報告	88	(H 14. 1)
○ 台湾情報通信産業調査報告	89	(H 14. 2)
○ 2000年度ホテル経営状況	90	(H 14. 3)
○ 県内ホテルの経営課題と改善に向けた方向性	90	(H 14. 3)
○ 2001・2002年度設備投資計画調査報告(2002年3月調査)	91	(H 14. 6)
○ データ解説 平成13年度マイホーム新築資金利用者調査報告 平成13年度マンション購入資金利用者調査報告	92	(H 14. 11)
○ 2001・2002年度設備投資計画調査報告(2002年9月調査)	93	(H 14. 12)
○ 2001年度ホテル経営状況	94	(H 15. 7)
○ 2002・2003年度設備投資計画調査報告(2003年3月調査)	95	(H 15. 8)
○ 2002・2003年度設備投資計画調査報告(2003年9月調査)	96	(H 16. 1)
○ 2003・2004年度設備投資計画調査報告(2004年3月調査)	97	(H 16. 6)
○ データ解説 平成14年度マイホーム新築資金利用者調査報告 平成14年度マンション購入資金利用者調査報告	98	(H 16. 7)
○ 2002年度ホテル経営状況	99	(H 16. 8)
○ 2003・2004年度設備投資計画調査報告(2004年9月調査)	100	(H 16. 11)
○ 2004・2005年度設備投資計画調査報告(2005年3月調査)	101	(H 17. 6)
○ 2004・2005年度設備投資計画調査報告(2005年9月調査)	102	(H 17. 11)
○ 2005・2006年度設備投資計画調査報告(2006年3月調査)	103	(H 18. 9)
○ 泡盛業界の現状と課題 —最近の泡盛・もろみ酢の動向を中心に—	104	(H 18. 10)
○ 2005・2006年度設備投資計画調査報告(2006年9月調査)	105	(H 18. 12)
○ 2006・2007年度設備投資計画調査報告(2007年3月調査)	106	(H 19. 9)
○ 2006・2007年度設備投資計画調査報告(2007年9月調査)	107	(H 19. 11)
○ バイオエタノールの現状 —JETRO・ブラジルバイオエタノールミッション報告—	108	(H 20. 3)
○ 2007・2008年度設備投資計画調査報告(2008年3月調査)	109	(H 20. 6)
○ 沖縄公庫取引先からみた新規開業の現状	110	(H 20. 7)
○ 2007・2008年度設備投資計画調査報告(2008年9月調査)	111	(H 20. 11)
○ 2007年度県内主要ホテルの稼働状況	112	(H 20. 12)
○ 2008・2009年度設備投資計画調査報告(2009年3月調査)	113	(H 21. 6)
○ 2008・2009年度設備投資計画調査報告(2009年9月調査)	114	(H 21. 12)
○ 沖縄県内ホテルのホスピタリティ向上への取り組み状況 2008年度県内主要ホテルの稼働状況	115	(H 22. 3)
○ 2009・2010年度設備投資計画調査報告(2010年3月調査)	116	(H 22. 6)
○ 2009年度県内主要ホテルの稼働状況	117	(H 22. 7)
○ 沖縄公庫取引先からみた新規開業の現状2010	118	(H 22. 9)
○ 2009・2010年度設備投資計画調査報告(2010年9月調査)	119	(H 22. 11)
○ 沖縄県内の「道の駅」と「農産物直売所」	120	(H 23. 4)
○ 2010・2011年度設備投資計画調査報告(2011年3月調査)	121	(H 23. 6)
○ 2010年度県内主要ホテルの稼働状況 東日本大震災による県内主要ホテルへの影響	122	(H 23. 7)
○ 2010・2011年度設備投資計画調査報告(2011年9月調査)	123	(H 23. 11)
○ 平成22年度 沖縄公庫教育資金利用者調査報告	124	(H 24. 4)

○ 2011・2012年度設備投資計画調査報告(2012年3月調査)	125	(H 24. 6)
○ 2011年度県内主要ホテルの稼働状況 八重山主要ホテルの稼働状況	126	(H 24. 10)
○ 2011・2012年度設備投資計画調査報告(2012年9月調査)	127	(H 24. 11)
○ 沖縄:新たな挑戦 経済のグローバル化と地域の繁栄 世界の目を沖縄へ、沖縄の心を世界へ	128	(H 25. 2)
○ OKINAWA: THE CHALLENGES AHEAD THRIVING LOCALLY IN A GLOBALIZED ECONOMY "AS THE EYES OF THE WORLD FOCUS ON OKINAWA OKINAWA OFFERS ITS HEART TO THE WORLD"	129	(H 25. 2)
○ 2012・2013年度設備投資計画調査報告(2013年3月調査)	130	(H 25. 6)
○ 2012年度県内主要ホテルの稼働状況	131	(H 25. 9)
○ 2012・2013年度設備投資計画調査報告(2013年9月調査)	132	(H 25. 12)
○ 平成24年度 沖縄公庫教育資金利用者調査報告	133	(H 26. 5)
○ 2013・2014年度設備投資計画調査報告(2014年3月調査)	134	(H 26. 6)
○ 世界自然遺産登録を活かした奄美・琉球の地域活性化策 (やんばる地域・西表島編)～持続可能な地域づくりに向けて～	135	(H 26. 6)
○ 県内主要ホテルの動向分析 第一部 2013年度県内主要ホテルの稼働状況 第二部 シティホテルの長期稼働状況からみた今後の取組 第三部 県内の宿泊特化型ホテルの動向分析	136	(H 26. 10)
○ 2013・2014年度設備投資計画調査報告(2014年9月調査)	137	(H 26. 11)
○ 「人手不足の影響と人材確保の取組」に関する調査報告	138	(H 27. 4)
○ 「沖縄の6次産業化認定企業の現況と今後の取組」に関する調査報告	139	(H 27. 5)
○ 2014・2015年度設備投資計画調査報告(2015年3月調査)	140	(H 27. 6)
○ 沖縄公庫取引先からみた新規開業の現状2015	141	(H 27. 10)
○ 県内主要ホテルの動向分析 第一部 2014年度県内主要ホテルの稼働状況 第二部 新石垣空港開港に伴う八重山地域主要ホテルの稼働状況	142	(H 27. 11)
○ 2014・2015年度設備投資計画調査報告(2015年9月調査)	143	(H 27. 11)
○ 平成26年度 沖縄公庫教育資金利用者調査報告	144	(H 28. 3)
○ 「インバウンドの影響とその取組」に関する調査報告	145	(H 28. 3)
○ 2015・2016年度設備投資計画調査報告(2016年3月調査)	146	(H 28. 6)
○ 2015・2016年度設備投資計画調査報告(2016年9月調査)	147	(H 28. 11)
○ 県内主要ホテルの動向分析 第一部 2015年度県内主要ホテルの稼働状況 第二部 沖縄県内主要ホテルの人手不足に関する調査報告	148	(H 28. 12)
○ 「沖縄における若年雇用問題 ミスマッチを生む意識構造の分析を中心にー」 に関する調査報告	149	(H 29. 2)
○ 定住・交流人口の維持・増加に向けた考察 第一部 沖縄への移住意向に関する調査報告 第二部 沖縄の離島観光に関する意識調査報告	150	(H 29. 5)
○ 2016・2017年度設備投資計画調査報告(2017年3月調査)	151	(H 29. 5)
○ 県内主要ホテルの動向分析 第一部 2016年度県内主要ホテルの稼働状況 第二部 リーマンショック直前からの長期推移	152	(H 29. 10)
○ 2016・2017年度設備投資計画調査報告(2017年9月調査)	153	(H 29. 11)
○ 拡大する沖縄経済の下で深刻化する人手不足 ～県内企業への影響と課題への対応～	154	(H 30. 1)
○ 県内小規模企業実態調査報告	155	(H 30. 5)
○ 2017・2018年度設備投資計画調査報告(2018年3月調査)	156	(H 30. 6)
○ 教育資金と進学意識に関する調査結果 第一部 平成28年度 沖縄公庫教育資金利用者調査 第二部 進学に対する親と学生の意識調査	157	(H 30. 6)
○ 沖縄公庫取引先からみた泡盛メーカーの現状と課題について	158	(H 30. 7)

○ 2017・2018年度設備投資計画調査報告(2018年9月調査)	159	(H 30. 11)
○ 県内主要ホテルの動向分析	160	(H 31. 3)
第一部 2017年度県内主要ホテルの稼働状況		
第二部 県内主要ホテルの改装動向		
○ 2018・2019年度設備投資計画調査報告(2019年3月調査)	161	(R 1. 6)
○ 2018・2019年度設備投資計画調査報告(2019年9月調査)	162	(R 1. 11)
○ 2018年度県内主要ホテルの稼働状況	163	(R 1. 12)
○ 平成30年度 沖縄公庫教育資金利用者調査	164	(R 2. 3)
○ 2019・2020年度設備投資計画調査報告(2020年3月調査)	165	(R 2. 6)
○ 2019・2020年度設備投資計画調査報告(2020年9月調査)	166	(R 2.12)
○ 沖縄県内の物流需給バランスの現状と将来推計について	167	(R 3. 3)
○ 沖縄公庫取引先の事業承継に関する実態調査	168	(R 3. 3)
○ 2019年度県内主要ホテルの稼働状況	169	(R 3. 6)
○ コロナ禍における自治体経営の状況と今後の展望	170	(R 3. 6)
○ 「コロナ禍における旅行者の動向と沖縄が取り組むべき事項」に関する調査	171	(R 3. 6)
第一部 「コロナ禍における日本人旅行者の動向と沖縄が取り組むべき事項」に関する調査報告		
第二部 「コロナ禍における訪日外国人旅行者の意向と沖縄が取り組むべき事項」～DBJ・JTBFアジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査(2020年度 新型コロナ影響度 特別調査)より～		

公 庫 レ ポ ー ト

令和 3 年 6 月発行

編集兼発行者 酒巻 浩

発 行 所 沖縄振興開発金融公庫

調査部 地域連携情報室

那覇市おもろまち 1 丁目 2 番 26 号

電話 (098) 941-1853

FAX (098) 941-1920

URL <https://www.okinawakouko.go.jp>

印 刷 所 有限会社 アイドマ印刷

本レポートは再生紙を使用しています。



沖縄振興開発金融公庫

THE OKINAWA DEVELOPMENT FINANCE CORPORATION