

公庫レポート

◇コロナ禍における日本人・訪日外国人 の沖縄旅行に関する調査

第一部 コロナ禍における日本人の沖縄旅行に関する調査
(2021年版)

第二部 コロナ禍における訪日外国人旅行者の意向調査
【沖縄版】～DBJ・JTBFアジア・欧米豪訪日外国人旅
行者の意向調査（第2回 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

コロナ禍における日本人・訪日外国人の沖縄旅行に関する調査

<目次>

第一部	コロナ禍における日本人の沖縄旅行に関する調査(2021年版).....	1
第1章	調査要領	1
1.	調査の目的	1
2.	調査概要	1
第2章	調査要旨	4
第3章	沖縄旅行実施者及び国内旅行者全体の動向	6
1.	旅行者の属性と旅行内容.....	6
(1)	回答者属性	6
(2)	居住地	7
(3)	同行者	8
(4)	予約時期	9
(5)	旅行形態	10
(6)	旅行先での交通手段【複数回答】	11
(7)	宿泊数	12
(8)	宿泊施設【複数回答】	13
(9)	現地で楽しんだ活動【複数回答】、現地ツアー等の参加率.....	14
(10)	旅行費用	16
(11)	来訪経験・他検討先.....	17
2.	満足度と再来訪意向.....	18
(1)	総合満足度	18
(2)	再来訪意向	19
3.	コロナ禍における旅行意識・行動.....	20
(1)	実施した旅行へのコロナ禍の影響.....	20
(2)	旅行実施にあたっての気持ち【複数回答】	21
(3)	実施した旅行の感想【複数回答】	22
(4)	旅行中の新型コロナウイルス対策【複数回答】	23
第4章	沖縄旅行意向者の特徴・ニーズ	24
1.	沖縄旅行意向者の属性.....	24
(1)	性別・年代	24
(2)	居住地	24
(3)	ライフステージ.....	25
(4)	世帯収入	25
(5)	旅行頻度	26

2.	沖縄旅行意向者のニーズ	27
(1)	旅行の動機【複数回答】	27
(2)	今後1～2年の間に行ってみたい旅行タイプ【複数回答】	28
(3)	旅行タイプ別の今後1～2年の間に行ってみたい旅行先	29
第5章	受入側の沖縄に求められる取組	32
	結びに	38

第二部 コロナ禍における訪日外国人旅行者の意向調査【沖縄版】～DBJ・JTBF アジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査（第2回 新型コロナ影響度 特別調査）より～ 39

第1章	調査要領	39
1.	調査の目的	39
2.	データ提供を受けた調査の概要	40
第2章	調査要旨	42
第3章	調査結果	44
1.	コロナ禍での海外旅行への意向・自国で実施した活動（全体調査）	44
(1)	新型コロナ収束後の海外観光旅行意向	44
(2)	新型コロナ感染リスクに対する不安と旅行意向	45
(3)	自国で実施した、海外旅行で行きたい国・地域に関する活動	46
(4)	自国で実施した日本に関する活動と、活動による訪日意向の変化	47
2.	訪日旅行の意向（全体調査）	48
(1)	新型コロナ収束後に観光旅行したい国・地域	48
(2)	新型コロナ収束後に観光のために日本を訪問したい理由	49
(3)	訪日旅行で体験したいこと	50
3.	日本の観光地及び沖縄、宮古／石垣の認知度と訪問意向（全体調査）	53
(1)	日本の観光地の認知度と訪問意向	53
(2)	沖縄、宮古／石垣の国別認知度と訪問意向	55
(3)	沖縄の国・年代別認知度と訪問意向	56
4.	沖縄訪問希望者の意向	59
(1)	訪日希望者が、行きたい日本の地域で体験したいこと	59
(2)	沖縄訪問希望者が、沖縄で体験したいこと	61
(3)	訪日希望者及び沖縄訪問希望者が日本国内で使いたい交通機関	66
(4)	交通事業者・宿泊事業者がとるべき新型コロナ対策	67
第4章	受入側の沖縄に求められる取組	68
	結びに	71

第一部

第一部 コロナ禍における日本人の沖縄旅行に関する調査(2021年版)

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。直近の状況は、爆発的な感染急拡大のピークは超えたものの国内全体の感染者数は横ばいが続いている。今後は、感染者数が減少し、それに伴い国内旅行の需要回復が想定されるが、引き続き感染リスクは残っており、今後も一定の行動抑制や感染症対策は必要となろう。

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、日本人の旅行動向を定点観測しているが、2020年からは、新型コロナに関する設問を加えて「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」に係る調査報告を定期的に行っている。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、昨年度は、沖縄を訪問・あるいは訪問したい日本人旅行者のニーズを分析し、受入側の沖縄県が取り組むべき事項について取りまとめた。今年度も、未だ沖縄経済及び沖縄観光が厳しい状況にあることから、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

<2021年度調査>

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、旅行の内容		主に、旅行に対する意識
調査対象	全国 16～79 歳の男女 調査会社のパネルより抽出*2		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	
調査方法	ウェブ調査		郵送自記式調査
調査時期	第1回：2021/5/18～25 第2回：2021/7/5～9 第3回：2021/10/1～7		2021/5/26～6/16
標本の大きさ (人) / トリップ数*4 (件)	各回 50,000	第1回：1,008/1,384 第2回：1,022/1,445 第3回：1,018/1,434	1,473

*1：海外観光旅行も調査対象としているが、海外観光旅行実施票を十分に得られなかったため、今回の分析対象からは除外した。

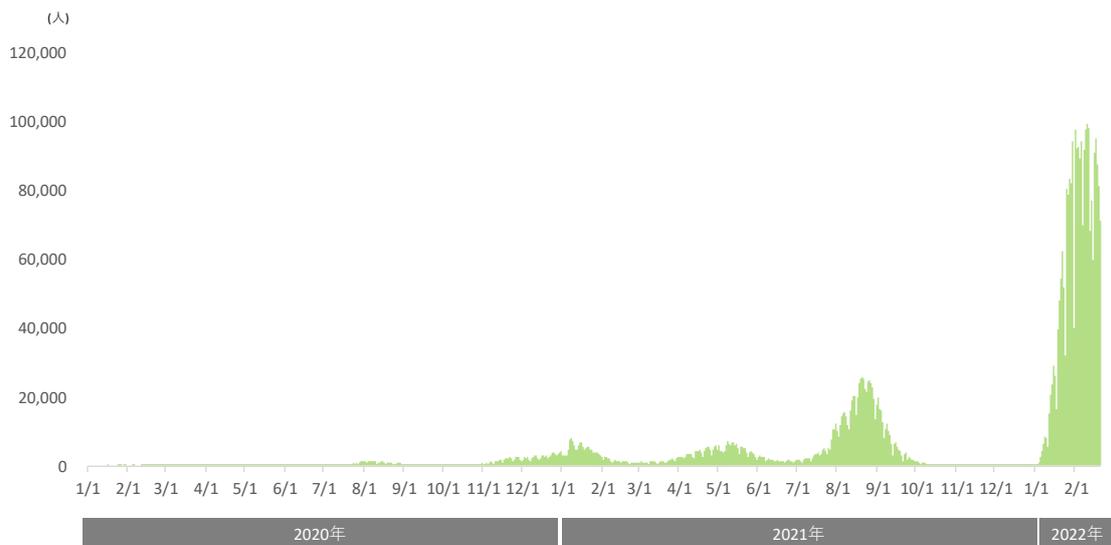
*2：国勢調査時の人口（地域・性別・年代）に基づき、調査会社のモニターを割り当てた。

*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て個人を割り当てた。

*4：トリップ数は旅行回数を指す。例えば、期間中に1人が2回旅行に行った場合は、標本の大きさは1人、トリップ数は2件となる。

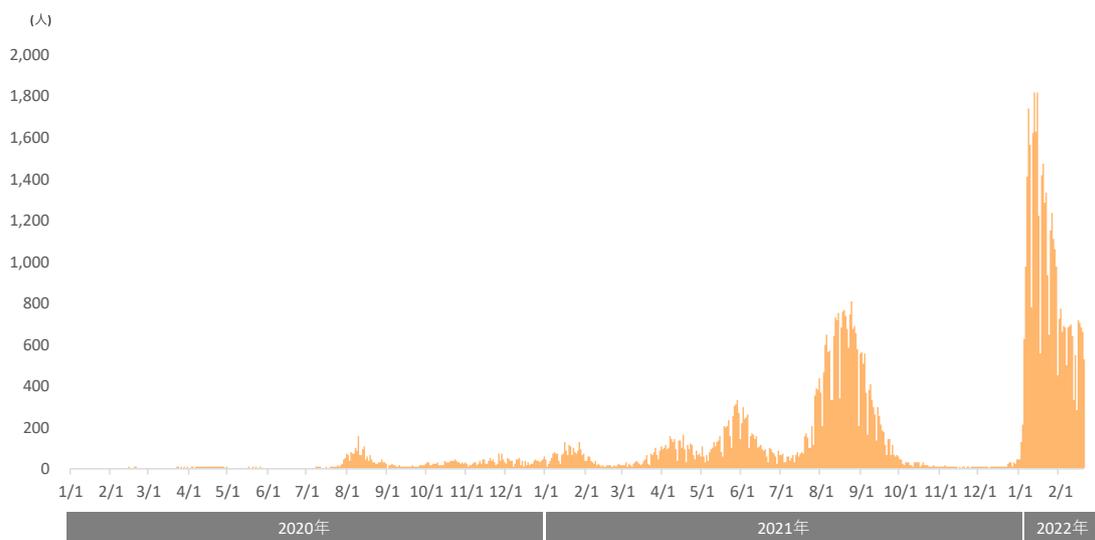
※比較対象とした2019年、2020年も、概ね同時期に同規模で調査を実施（旅行実態調査は第4回調査を1月に実施）。

(参考) 新型コロナウイルス感染症の国内発生動向



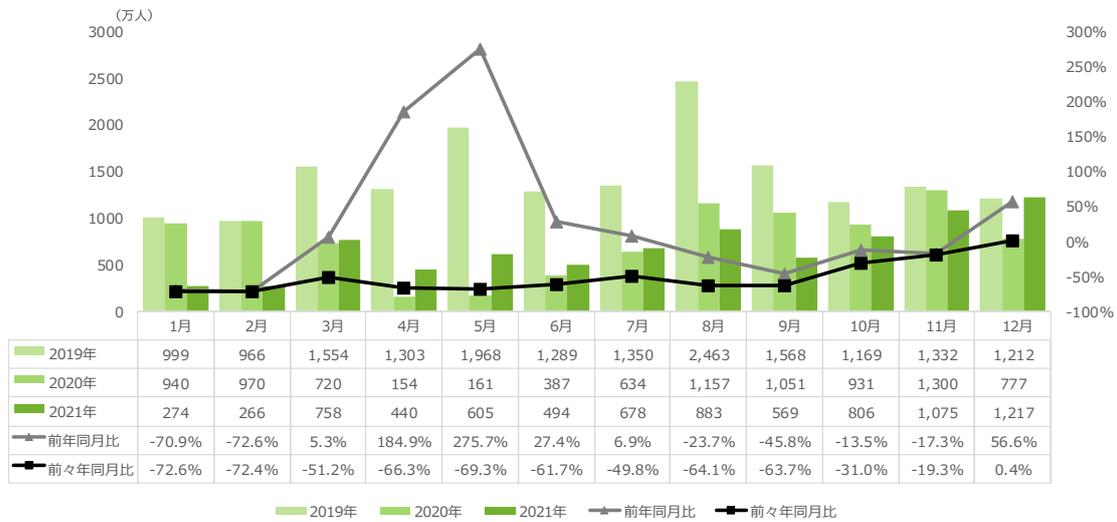
出典：厚生労働省「新規陽性者数の推移（日別）」（2022年2月21日時点）より JTBF 作成

(参考) 新型コロナウイルス感染症の沖縄県内発生動向



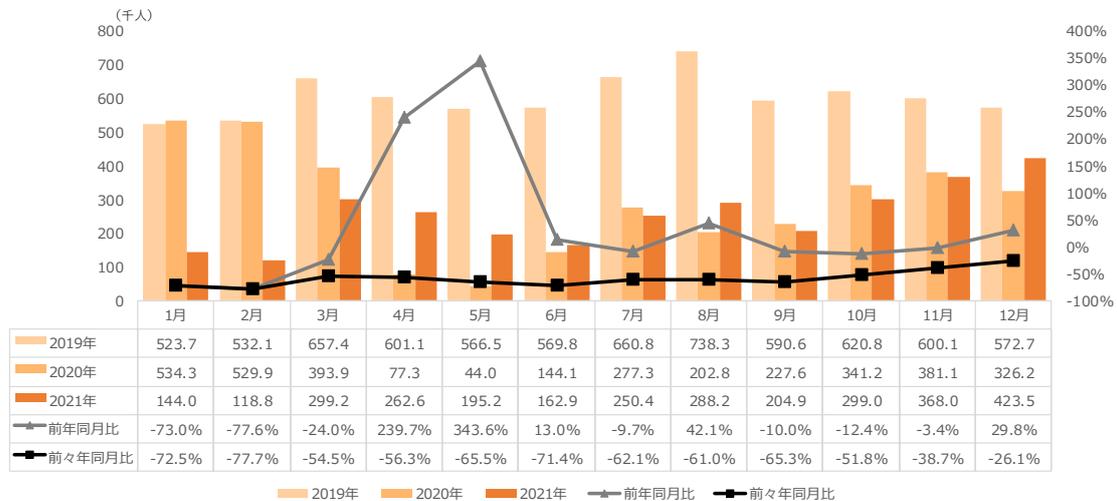
出典：厚生労働省「新規陽性者数の推移（日別）」（2022年2月21日時点）より JTBF 作成

(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（1～9月期：確報、10～12月期：速報）」（2022年2月21日時点）よりJTBF作成

(参考) 沖縄県入域観光客数（国内客）の推移



出典：沖縄県「入域観光客数概況」（2022年1月25日時点）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。直近の状況は、爆発的な感染急拡大のピークは超えたものの国内全体の感染者数は横ばいが続いている。今後は、感染者数が減少し、それに伴い国内旅行の需要回復が想定されるが、引き続き感染リスクは残っており、今後も一定の行動抑制や感染症対策は必要となろう。

昨年度に引き続き、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、2020年、2021年と経年で比較するとともに、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ウィズコロナ時代における新たなニーズを分析した。なお、2021年、2020年の沖縄旅行者はサンプル数が少ないため読み取りには注意が必要だが、傾向把握の参考になる分析結果と考える。

2021年の沖縄旅行実施者及び国内旅行者全体の動向

- ・ 2021年においては、沖縄・全国ともに域内旅行及び自家用車による旅行は前年に比べて減少しつつあるものの、コロナ禍前に比べると高い水準が続く。連動して沖縄・全国ともに1泊比率はコロナ禍前に比べて増えたが、前年に比べ減少した。沖縄では長期滞在割合の増加も特徴である。
- ・ 沖縄旅行の同行者はひとり旅の増加が目立つ。友人旅行は全国的にも減少が続いており、少人数での旅行・個々人の嗜好にあわせたパーソナライズ化が進む。また、コロナ禍においては大人数での行動や密が避けられる傾向にあること、柔軟な予約変更が求められることから、自ら自由にアレンジが可能な個人手配が選好される。旅行先での活動は、沖縄・全国ともに、コロナ禍前に比べて平均活動数や現地ツアー等の参加率の減少が続いており、3密回避や不特定多数との接触への懸念から活動が厳選されていると考えられる。
- ・ 沖縄・全国ともに来訪経験が5回目以上の地域への訪問が増加しており、特に沖縄では大きく伸びた。コロナ禍においても沖縄のハードリピーターの再来訪意向は高いが、コロナ禍での初来訪者の再来訪意向は低下する傾向であった。
- ・ コロナ禍における沖縄旅行の実施前の気持ちとしては『コロナに対する不安は感じなかった』『心配しても仕方ない』『旅行先の観光地を応援したい』という回答が多い。またコロナ禍に旅行を実施した感想は、沖縄・全国ともに『混雑がなく快適』が最も多かったが、沖縄旅行では『休業・時短の店舗や施設があり残念』も多い。沖縄旅行中のマスク着用や手指消毒等の感染対策の実施率は2021年に入ってから徐々に低下しており、かつ、全国に比べてやや低めであった。

2021年の沖縄旅行意向者の特徴・ニーズ

- ・ 2021年の沖縄旅行意向者は全体に比べて20～40代が多く、コロナ禍前及び前年と比較してもその傾向は変わらない。ライフステージの観点ではコロナ禍前から男女ともに『子育て世代』の

比率が高く、2021 年もその傾向が続いた。沖縄旅行意向者の世帯年収は若干高めであり、『1,000 万円以上』がさらに増加した。

- ・ 旅行の動機をみると、全国と比べて、より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』であった。これらはコロナ禍においてこれまで以上に求められるようになったニーズであり、この傾向は前年と変わらない。
- ・ 沖縄旅行意向者が今後 1～2 年の間に行ってみたい旅行タイプのトップは『海浜リゾート』であった。コロナ禍前及び前年と比べて増加傾向にあり、コロナ疲れの癒やしやリフレッシュを求める意向が読み取れる。他地域と比較して沖縄に求めるものは、『海浜リゾート』、『リゾートホテル』、『マリンスポーツ』、『海水浴』、『離島観光』、『ロングステイ』など、いわゆる海や島、リゾートにかかる旅行タイプであり、旅行動機『日常生活からの解放』ともリンクする内容である。行ってみたい旅行先としては、コロナ禍前と比べて海外のシェアが縮小し、沖縄県の位置づけが相対的に高まっている。海外に関してはコロナ禍のみならずコロナ収束後においてもかなり慎重な姿勢がみられることから、国内旅行へのシフトは今後も暫く続く可能性が高い。
- ・ コロナ禍においては『密の回避』『感染症対策』がまず求められるが、今後の旅行においては、密回避や感染症対策はあってあたりまえのものであり、観光地本来の魅力が求められる。また、ファン観光地がある人は、コロナ禍において半数弱が『訪問』や『物産品購入』『地域発の動画等の視聴・閲覧』など何らかのアクションを行っていた。ファンは訪問できない状況であっても様々なアクションを起こしていることから、改めてファンをつくっていくことが重要であると言える。

今回の調査結果を踏まえ、ポストコロナを見据えて特に求められる視点として以下の 3 点を挙げる。

1. 空間的・時間的な分散化
2. 地元も含めた沖縄ファンづくり
3. レスポンシブル・ツーリズム（責任ある観光）の実現

以上

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、沖縄及び国内全体のコロナ流行下における旅行動向を把握するため、2021年（第三四半期まで）、2020年、2019年の旅行内容の比較分析、コロナ禍の旅行意識・行動に関する分析を行う。

※2021年、2020年の沖縄旅行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

		1-3月						4-6月					
		沖縄県			全国			沖縄県			全国		
		2019年 (n=132)	2020年 (n=122)	2021年 (n=38)	2019年 (n=2362)	2020年 (n=2076)	2021年 (n=1384)	2019年 (n=110)	2020年 (n=49)	2021年 (n=48)	2019年 (n=2228)	2020年 (n=1401)	2021年 (n=1445)
性別	男性	62.9	49.2	50.0	52.8	55.2	50.4	60.9	49.0	56.3	53.9	53.5	52.0
	女性	37.1	50.8	50.0	47.2	44.8	49.6	39.1	51.0	43.8	46.1	46.5	48.0
年代	10代	3.8	2.5	2.6	4.5	3.7	4.4	4.5	0.0	4.2	4.6	4.0	4.2
	20代	18.9	13.9	0.0	15.5	15.8	12.4	17.3	18.4	8.3	13.6	14.5	13.1
	30代	17.4	12.3	23.7	17.3	15.3	14.5	22.7	24.5	12.5	14.6	15.5	14.0
	40代	21.2	23.8	23.7	19.3	19.3	18.1	22.7	18.4	33.3	19.1	19.3	18.4
	50代	15.9	15.6	34.2	14.6	16.2	17.2	12.7	26.5	20.8	15.3	16.0	16.5
	60代	15.2	18.0	15.8	16.9	15.9	17.3	10.0	10.2	18.8	17.6	15.8	17.2
	70代	7.6	13.9	0.0	11.9	13.7	16.0	10.0	2.0	2.1	15.2	14.9	16.5

		7-9月						10-12月			
		沖縄県			全国			沖縄県		全国	
		2019年 (n=103)	2020年 (n=37)	2021年 (n=48)	2019年 (n=2349)	2020年 (n=1530)	2021年 (n=1434)	2019年 (n=105)	2020年 (n=55)	2019年 (n=2425)	2020年 (n=1504)
性別	男性	62.1	64.9	58.3	51.6	51.1	52.3	55.2	56.4	52.6	51.7
	女性	37.9	35.1	41.7	48.4	48.9	47.7	44.8	43.6	47.4	48.3
年代	10代	5.8	2.7	4.2	4.1	4.4	4.5	4.8	3.6	4.4	4.0
	20代	16.5	24.3	12.5	13.4	13.1	12.6	19.0	27.3	13.8	11.8
	30代	19.4	18.9	25.0	15.7	13.7	14.6	15.2	12.7	15.2	14.3
	40代	24.3	24.3	22.9	19.7	19.7	18.8	18.1	21.8	19.6	18.4
	50代	15.5	10.8	12.5	14.9	17.1	15.8	17.1	18.2	16.3	17.6
	60代	13.6	16.2	16.7	17.7	16.9	17.0	18.1	7.3	17.3	17.7
	70代	4.9	2.7	6.3	14.6	15.0	16.8	7.6	9.1	13.4	16.2

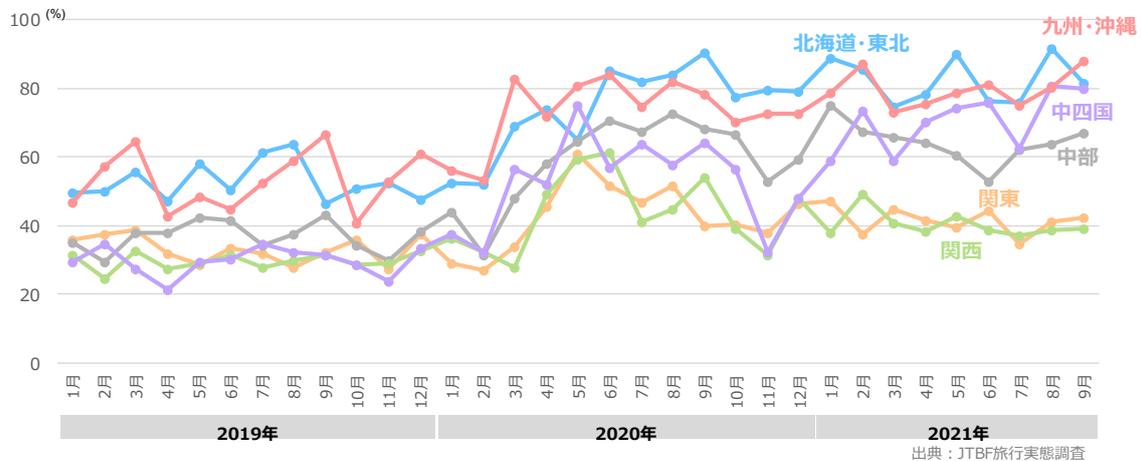
(2) 居住地

- 沖縄旅行者の居住地は、19年・20年同様、すべての時期で『関東』が最多となった。コロナ禍の特徴である『沖縄県内』は、夏休みシーズンを含む7-9月は、コロナ禍前と比べ15ポイント程度増だが、20年同期に比べやや落ち着きが見られた。なお、20年同期は県内旅行を促進する「おきなわ彩発見キャンペーン第1・2弾」が含まれる期間であった。
- 全国的にみると、域内旅行の割合は、北海道・東北では8割前後で継続している。関東・関西では20年に比べて落ち着きつつも、コロナ禍前に比べて底上げされている。

		1-3月						4-6月					
		沖縄県			全国			沖縄県			全国		
		2019年 (n=132)	2020年 (n=122)	2021年 (n=38)	2019年 (n=2362)	2020年 (n=2076)	2021年 (n=1384)	2019年 (n=110)	2020年 (n=49)	2021年 (n=48)	2019年 (n=2228)	2020年 (n=1401)	2021年 (n=1445)
居住地	北海道	1.5	1.6	13.2	4.2	4.0	4.7	4.5	0.0	6.3	4.3	4.4	4.2
	東北	3.8	3.3	0.0	7.0	7.0	7.6	4.5	4.1	0.0	8.1	6.6	7.3
	関東	38.6	40.2	42.1	34.2	35.8	35.8	37.3	40.8	45.8	34.0	34.5	36.1
	中部	15.9	11.5	2.6	18.5	17.7	16.4	20.0	10.2	6.3	18.3	18.5	17.4
	近畿	18.2	14.8	18.4	17.4	16.4	16.4	14.5	18.4	16.7	16.6	16.4	16.5
	中四国	9.1	4.1	0.0	7.6	7.4	7.6	8.2	6.1	2.1	7.6	8.0	7.5
	九州	8.3	20.5	5.3	10.0	10.7	10.5	5.5	10.2	6.3	9.9	10.9	10.0
	沖縄県内	4.5	4.1	18.4	1.2	1.0	1.0	5.5	10.2	16.7	1.2	0.7	1.0

		7-9月						10-12月			
		沖縄県			全国			沖縄県		全国	
		2019年 (n=103)	2020年 (n=37)	2021年 (n=48)	2019年 (n=2349)	2020年 (n=1530)	2021年 (n=1434)	2019年 (n=105)	2020年 (n=55)	2019年 (n=2425)	2020年 (n=1504)
居住地	北海道	4.9	2.7	2.1	4.3	4.4	4.3	6.7	5.5	4.0	4.1
	東北	1.0	0.0	2.1	7.4	7.0	6.9	4.8	0.0	8.2	7.0
	関東	34.0	32.4	27.1	36.1	35.1	36.5	40.0	47.3	35.6	35.2
	中部	15.5	10.8	25.0	17.5	17.6	18.1	15.2	1.8	17.7	18.6
	近畿	13.6	8.1	8.3	16.1	16.8	16.4	14.3	14.5	15.5	16.9
	中四国	8.7	5.4	8.3	7.6	7.6	7.1	5.7	5.5	7.9	7.2
	九州	13.6	8.1	4.2	10.0	10.6	9.6	7.6	7.3	10.1	9.8
	沖縄県内	8.7	32.4	22.9	0.9	0.8	1.2	5.7	18.2	1.0	1.3

(参考) 域内旅行割合の推移



(3) 同行者

- 沖縄旅行の同行者は、『ひとり旅』の増加が目立ち、コロナ禍前の最大シェアである『夫婦旅行』を上回る時期もみられた。一方、『友人旅行』は減少が続き、少人数での旅行が意識された結果となった。
- 全国でも『友人旅行』での減少は同傾向だが、『ひとり旅』の増加はみられない。『家族旅行』については公共交通が避けられる傾向にあるが、『ひとり旅』なら公共交通機関利用もさほどいとわないと捉えられている可能性がある。

(%)

		1-3月						4-6月					
		沖縄県			全国			沖縄県			全国		
		2019年 (n=132)	2020年 (n=122)	2021年 (n=38)	2019年 (n=2362)	2020年 (n=2076)	2021年 (n=1384)	2019年 (n=110)	2020年 (n=49)	2021年 (n=48)	2019年 (n=2228)	2020年 (n=1401)	2021年 (n=1445)
同行者	子供連れ家族 (小中高生連れ)	11.4	13.1	13.2	10.9	10.4	11.8	10.0	6.1	6.3	10.3	9.9	10.3
	子供連れ家族 (乳幼児連れ)	9.8	4.1	0.0	6.1	4.1	4.8	11.8	6.1	4.2	6.1	6.0	6.0
	大人のみ家族	7.6	5.7	26.3	9.9	11.8	12.3	10.9	6.1	6.3	10.8	11.0	8.7
	夫婦	25.0	25.4	23.7	26.3	25.2	27.2	29.1	32.7	20.8	27.1	27.5	30.3
	カップル	12.1	9.0	5.3	11.0	9.1	10.6	6.4	8.2	18.8	8.1	12.3	12.7
	友人や知人	14.4	17.2	7.9	17.9	19.7	14.1	17.3	20.4	10.4	18.5	13.8	14.2
	自分ひとり	19.7	23.0	23.7	16.0	18.3	18.4	13.6	20.4	33.3	17.4	18.8	16.3
	その他	0.0	2.5	0.0	2.0	1.5	0.8	0.9	0.0	0.0	1.8	0.6	1.5

		7-9月						10-12月			
		沖縄県			全国			沖縄県		全国	
		2019年 (n=103)	2020年 (n=37)	2021年 (n=48)	2019年 (n=2349)	2020年 (n=1530)	2021年 (n=1434)	2019年 (n=105)	2020年 (n=55)	2019年 (n=2425)	2020年 (n=1504)
同行者	子供連れ家族 (小中高生連れ)	18.4	13.5	12.5	13.4	13.5	15.1	18.1	7.3	10.7	9.6
	子供連れ家族 (乳幼児連れ)	6.8	2.7	4.2	5.3	7.1	5.2	4.8	3.6	5.0	4.6
	大人のみ家族	12.6	2.7	4.2	10.1	10.7	10.1	5.7	3.6	10.1	11.0
	夫婦	19.4	32.4	14.6	25.7	29.5	26.2	25.7	29.1	28.0	33.0
	カップル	10.7	21.6	18.8	9.1	11.2	10.6	9.5	12.7	9.1	9.5
	友人や知人	18.4	13.5	12.5	17.3	14.2	14.6	22.9	20.0	18.0	15.4
	自分ひとり	13.6	13.5	33.3	17.2	12.2	16.9	10.5	23.6	16.8	15.6
	その他	0.0	0.0	0.0	1.8	1.6	1.3	2.9	0.0	2.3	1.3

(4) 予約時期

- コロナの感染状況等で先が見通せないことから、前年同様、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傾向が続く。ただし、沖縄では夏休みシーズンを含む7-9月は県外客の割合が高いこともあり、前年に比べて早めの予約が増えている。
- 全国的にも、コロナ禍以前に比べると出発日に近づいてからの予約が多いものの、20年に比べると早めの予約も増えつつある。

		1-3月						4-6月					
		沖縄県			全国			沖縄県			全国		
		2019年 (n=129)	2020年 (n=121)	2021年 (n=36)	2019年 (n=2256)	2020年 (n=1993)	2021年 (n=1323)	2019年 (n=106)	2020年 (n=49)	2021年 (n=47)	2019年 (n=2118)	2020年 (n=1343)	2021年 (n=1386)
予約時期	1年以上前	1.6	2.5	5.6	1.2	1.1	1.4	1.9	2.0	0.0	1.5	1.1	0.4
	半年～1年前	9.3	18.2	13.9	7.4	7.7	4.2	19.8	26.5	4.3	7.7	7.1	3.1
	3～5か月前	34.1	27.3	22.2	20.8	21.1	11.0	25.5	30.6	19.1	21.0	12.8	12.4
	1～2か月前	31.0	33.9	38.9	35.1	33.2	29.5	34.0	14.3	40.4	35.1	22.0	30.2
	3～4週間前	9.3	10.7	11.1	15.5	15.6	19.1	9.4	10.2	14.9	15.2	17.1	18.6
	1～2週間前	10.9	5.8	8.3	12.0	12.1	20.2	4.7	6.1	10.6	11.5	22.3	20.6
	6日前～出発後	3.9	1.7	0.0	8.0	9.2	14.7	4.7	10.2	10.6	8.0	17.6	14.7
	1か月前まで	76.0	81.8	80.6	64.5	63.2	46.0	81.1	73.5	63.8	65.3	43.0	46.1
	1か月を切ってから	24.0	18.2	19.4	35.5	36.8	54.0	18.9	26.5	36.2	34.7	57.0	53.9

		7-9月					10-12月				
		沖縄県			全国		沖縄県		全国		
		2019年 (n=102)	2020年 (n=36)	2021年 (n=48)	2019年 (n=2267)	2020年 (n=1481)	2021年 (n=1390)	2019年 (n=99)	2020年 (n=53)	2019年 (n=2309)	2020年 (n=1458)
予約時期	1年以上前	2.9	0.0	2.1	1.4	0.9	1.4	0.0	3.8	0.7	1.2
	半年～1年前	11.8	8.3	12.5	7.8	2.3	4.1	19.2	3.8	8.6	4.5
	3～5か月前	37.3	13.9	33.3	24.3	9.5	14.2	34.3	20.8	20.3	15.1
	1～2か月前	32.4	30.6	29.2	33.3	29.9	31.9	34.3	45.3	36.3	40.8
	3～4週間前	7.8	22.2	16.7	14.4	21.3	17.7	8.1	18.9	15.4	17.1
	1～2週間前	2.9	11.1	6.3	10.9	22.2	18.8	2.0	7.5	11.0	13.4
	6日前～出発後	4.9	13.9	0.0	8.0	13.9	11.9	2.0	0.0	7.8	8.0
	1か月前まで	84.3	52.8	77.1	66.7	42.6	51.6	87.9	73.6	65.8	61.6
	1か月を切ってから	15.7	47.2	22.9	33.3	57.4	48.4	12.1	26.4	34.2	38.4

(5) 旅行形態

- 旅行形態については、沖縄・全国ともに、コロナ禍前と比べて『団体型ツアー参加』減、『個人手配』増が続く。コロナ禍においては大人数での行動や密が避けられる傾向にあることから、自らアレンジ可能な『個人手配』が選好されている。
- コロナ禍前から、沖縄では全国に比べ『パッケージ旅行』の割合が高く、3割程度を占めていたが、コロナ禍においてはその割合が低下。ただし、夏休みシーズンを含む7-9月は3割を占めた。

(%)

		1-3月						4-6月					
		沖縄県			全国			沖縄県			全国		
		2019年 (n=132)	2020年 (n=122)	2021年 (n=38)	2019年 (n=2362)	2020年 (n=2076)	2021年 (n=1384)	2019年 (n=110)	2020年 (n=49)	2021年 (n=48)	2019年 (n=2228)	2020年 (n=1401)	2021年 (n=1445)
旅行形態	個人手配	55.3	59.8	76.3	76.3	77.2	91.4	43.6	59.2	79.2	78.1	85.9	91.1
	パッケージ旅行	29.5	31.1	21.1	14.1	15.7	6.7	35.5	34.7	18.8	12.5	9.6	6.6
	団体型ツアー参加	15.2	9.0	2.6	9.5	7.1	1.9	20.9	6.1	2.1	9.4	4.5	2.2

		7-9月						10-12月			
		沖縄県			全国			沖縄県		全国	
		2019年 (n=103)	2020年 (n=37)	2021年 (n=48)	2019年 (n=2349)	2020年 (n=1530)	2021年 (n=1434)	2019年 (n=105)	2020年 (n=55)	2019年 (n=2425)	2020年 (n=1504)
旅行形態	個人手配	58.3	73.0	68.8	79.2	89.2	92.3	51.4	61.8	76.5	82.0
	パッケージ旅行	26.2	21.6	29.2	13.3	7.6	5.4	32.4	29.1	13.6	11.7
	団体型ツアー参加	15.5	5.4	2.1	7.5	3.2	2.4	16.2	9.1	9.9	6.3

(6) 旅行先での交通手段【複数回答】

- 沖縄旅行で最も多い交通手段である『レンタカー』は、4-6月までは前年同期に比べて減少となったが、7-9月はコロナ禍前と同程度の割合となった。県内旅行の増加にともなう『自家用車』の増加は、前年に比べると落ち着きがみられた。
- 全国的には、いまだ不特定多数との接触が避けられる傾向が続き、『自家用車』はコロナ禍前と比べて大幅増のままだが、前年に比べると4-6月は同程度、7-9月は減少となり、列車などの公共交通機関も微増傾向にある。

(%)

	1-3月						4-6月						
	沖縄県			全国			沖縄県			全国			
	2019年 (n=132)	2020年 (n=122)	2021年 (n=38)	2019年 (n=2362)	2020年 (n=2076)	2021年 (n=1384)	2019年 (n=110)	2020年 (n=49)	2021年 (n=48)	2019年 (n=2228)	2020年 (n=1401)	2021年 (n=1445)	
旅行先での交通手段	自家用車	6.1	6.6	15.8	35.6	37.4	51.7	3.6	14.3	4.2	36.4	51.1	51.5
	列車	15.2	21.3	7.9	30.1	29.5	16.7	8.2	10.2	18.8	29.5	18.0	18.0
	レンタカー	64.4	57.4	55.3	14.5	13.0	9.0	60.0	53.1	47.9	14.1	10.4	10.7
	路線バス	9.8	20.5	21.1	14.1	14.8	9.2	8.2	8.2	16.7	14.3	8.1	8.2
	タクシー	10.6	17.2	5.3	9.0	8.1	3.3	16.4	4.1	14.6	8.3	4.7	5.5
	飛行機	30.3	30.3	7.9	9.4	8.9	1.7	27.3	28.6	22.9	7.8	3.9	2.6
	貸切・定期観光バス	6.8	4.1	7.9	7.5	7.1	1.2	7.3	2.0	2.1	7.4	2.2	1.5
	船	8.3	7.4	5.3	3.4	2.5	1.2	4.5	8.2	8.3	3.2	1.6	2.3
	観光客向けの巡回バスなど	6.8	1.6	0.0	4.2	4.5	1.7	5.5	4.1	2.1	3.9	2.1	2.4
	レンタサイクル	6.1	0.8	0.0	1.2	1.3	0.7	2.7	0.0	4.2	1.5	1.3	1.0
	その他	2.3	3.3	0.0	0.9	2.0	0.8	0.9	4.1	2.1	0.9	1.1	0.7
	利用なし	0.0	0.8	7.9	6.8	9.3	16.0	3.6	2.0	4.2	7.6	14.3	14.2

	7-9月						10-12月				
	沖縄県			全国			沖縄県		全国		
	2019年 (n=103)	2020年 (n=37)	2021年 (n=48)	2019年 (n=2349)	2020年 (n=1530)	2021年 (n=1434)	2019年 (n=105)	2020年 (n=55)	2019年 (n=2425)	2020年 (n=1504)	
旅行先での交通手段	自家用車	11.7	29.7	16.7	38.7	55.9	49.4	8.6	20.0	37.6	44.2
	列車	13.6	13.5	20.8	29.3	14.9	18.5	19.0	18.2	30.6	20.9
	レンタカー	62.1	43.2	60.4	13.6	9.3	11.1	57.1	49.1	12.5	10.6
	路線バス	10.7	13.5	10.4	14.1	8.6	10.0	8.6	14.5	14.1	11.4
	タクシー	20.4	10.8	8.3	8.4	5.6	3.8	15.2	10.9	8.4	4.2
	飛行機	35.0	13.5	16.7	8.1	1.9	2.5	29.5	20.0	8.2	2.6
	貸切・定期観光バス	4.9	2.7	2.1	6.8	1.7	2.4	11.4	9.1	8.0	5.1
	船	6.8	10.8	8.3	2.6	2.2	2.4	7.6	5.5	2.2	2.5
	観光客向けの巡回バスなど	3.9	0.0	2.1	4.1	1.7	1.2	3.8	3.6	3.7	2.5
	レンタサイクル	3.9	2.7	4.2	1.4	0.8	0.7	1.9	1.8	1.1	1.1
	その他	0.0	0.0	4.2	1.2	0.7	1.2	1.0	1.8	1.5	1.2
	利用なし	0.0	5.4	0.0	7.0	13.9	15.1	1.9	1.8	7.1	15.6

※2021年7-9月期の全国を基準に並び替え

(7) 宿泊数

- 前年に比べて県内・近隣旅行の割合が減少していることもあり、沖縄・全国ともに『1泊』の割合はコロナ禍前に比べて増えているものの、前年に比べ減少した。
- 沖縄の特徴としては、『5泊以上』の長期滞在割合の増加が挙げられる。コロナ禍においては以前にも増して分散化旅行が促進されており、時間や場所の密を避けてゆっくり滞在を楽しむ長期滞在も着目される。

(%)

		1-3月						4-6月					
		沖縄県			全国			沖縄県			全国		
		2019年 (n=132)	2020年 (n=122)	2021年 (n=38)	2019年 (n=2362)	2020年 (n=2076)	2021年 (n=1384)	2019年 (n=110)	2020年 (n=49)	2021年 (n=48)	2019年 (n=2228)	2020年 (n=1401)	2021年 (n=1445)
泊数	1泊	11.4	13.9	18.4	50.9	52.5	69.4	10.9	26.5	18.8	49.8	68.1	65.2
	2泊	35.6	41.0	31.6	29.9	26.3	18.7	32.7	36.7	27.1	29.2	18.8	20.3
	3泊	32.6	30.3	18.4	11.9	12.7	6.1	32.7	22.4	29.2	12.0	7.4	8.1
	4泊	10.6	10.7	2.6	3.5	4.3	1.7	9.1	4.1	10.4	3.9	2.6	3.3
	5泊以上	9.8	4.1	28.9	3.7	4.2	4.0	14.5	10.2	14.6	5.2	3.1	3.0
	平均宿泊数	2.80	2.52	3.13	1.82	1.85	1.55	2.94	2.37	2.90	1.89	1.56	1.61

		7-9月						10-12月			
		沖縄県			全国			沖縄県		全国	
		2019年 (n=103)	2020年 (n=37)	2021年 (n=48)	2019年 (n=2349)	2020年 (n=1530)	2021年 (n=1434)	2019年 (n=105)	2020年 (n=55)	2019年 (n=2425)	2020年 (n=1504)
泊数	1泊	6.8	24.3	14.6	50.8	67.3	63.7	13.3	29.1	51.0	64.0
	2泊	35.9	24.3	18.8	28.8	20.3	20.3	36.2	23.6	29.0	23.2
	3泊	32.0	27.0	18.8	12.3	6.5	8.8	31.4	34.5	11.7	7.2
	4泊	17.5	8.1	16.7	3.9	2.2	2.9	5.7	9.1	3.7	3.3
	5泊以上	7.8	16.2	31.3	4.1	3.7	4.3	13.3	3.6	4.7	2.3
	平均宿泊数	2.87	2.84	3.58	1.85	1.58	1.69	2.82	2.38	1.86	1.59

(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、コロナ禍前と比べると減少傾向にある。その分、『ビジネスホテル』や『シティホテル』が増加した。
- 全国では、種別を問わず『ホテル』が減少していたが、21年4-6月からは増加に転じた。また、7-9月においては、ボリュームは小さいものの、『キャンプ・オートキャンプ』の増加がみられた。

(%)

	1-3月						4-6月						
	沖縄県			全国			沖縄県			全国			
	2019年 (n=132)	2020年 (n=122)	2021年 (n=38)	2019年 (n=2362)	2020年 (n=2076)	2021年 (n=1384)	2019年 (n=110)	2020年 (n=49)	2021年 (n=48)	2019年 (n=2228)	2020年 (n=1401)	2021年 (n=1445)	
宿泊施設 タイプ	ホテル	90.2	88.5	81.6	59.9	62.6	51.6	89.1	79.6	89.6	63.2	51.5	54.9
	リゾートホテル	50.8	54.9	47.4	21.8	23.3	19.9	64.5	44.9	50.0	22.4	20.9	22.6
	ビジネスホテル	25.0	28.7	15.8	23.8	25.7	18.1	14.5	14.3	18.8	25.3	19.3	21.3
	シティホテル	28.0	13.1	23.7	19.1	17.8	15.1	22.7	22.4	25.0	19.8	13.2	13.1
	旅館	7.6	6.6	0.0	29.7	25.8	33.0	2.7	0.0	2.1	25.8	29.1	30.5
	比較的規模大	5.3	3.3	0.0	18.6	14.6	16.4	1.8	0.0	0.0	15.9	16.0	15.4
	比較的規模小	3.0	3.3	0.0	11.8	11.6	16.8	0.9	0.0	2.1	10.5	13.3	16.1
	民宿・ペンション	9.1	6.6	2.6	3.9	4.2	2.3	7.3	10.2	8.3	4.8	4.6	4.5
	キャンプ・オートキャンプ	2.3	1.6	5.3	0.9	1.7	3.0	0.0	2.0	0.0	2.2	3.2	2.7
	実家・親戚・知人宅	3.0	1.6	2.6	6.6	7.6	4.7	1.8	4.1	0.0	7.7	7.6	6.6
	別荘・会員制宿泊施設	2.3	2.5	5.3	2.8	2.3	2.7	3.6	0.0	2.1	2.2	4.4	2.8
	公共の宿	0.8	0.8	0.0	1.9	1.7	2.8	0.0	2.0	0.0	2.0	1.4	1.5
	ゲストハウス	0.0	0.0	2.6	0.0	0.0	1.2	0.0	0.0	2.1	0.0	0.0	0.8
	民泊	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.4
その他	1.5	0.8	2.6	1.4	1.6	1.7	1.8	2.0	0.0	1.8	2.3	1.9	

	7-9月						10-12月				
	沖縄県			全国			沖縄県		全国		
	2019年 (n=103)	2020年 (n=37)	2021年 (n=48)	2019年 (n=2349)	2020年 (n=1530)	2021年 (n=1434)	2019年 (n=105)	2020年 (n=55)	2019年 (n=2425)	2020年 (n=1504)	
宿泊施設 タイプ	ホテル	86.4	91.9	87.5	64.2	52.1	54.2	85.7	94.5	61.1	57.6
	リゾートホテル	67.0	54.1	45.8	24.4	22.0	24.0	53.3	61.8	22.4	25.2
	ビジネスホテル	12.6	27.0	25.0	24.6	17.7	20.3	19.0	18.2	23.3	19.3
	シティホテル	19.4	21.6	33.3	19.7	14.3	12.2	19.0	18.2	19.2	15.2
	旅館	11.7	2.7	2.1	25.9	33.3	29.4	7.6	3.6	28.1	35.8
	比較的規模大	9.7	0.0	2.1	15.6	18.1	16.9	4.8	3.6	18.3	22.4
	比較的規模小	4.9	2.7	0.0	11.1	16.1	13.1	2.9	0.0	10.5	14.6
	民宿・ペンション	9.7	5.4	14.6	4.3	6.2	5.6	6.7	5.5	3.3	3.2
	キャンプ・オートキャンプ	1.9	0.0	0.0	2.0	2.4	4.7	0.0	0.0	1.1	1.1
	実家・親戚・知人宅	1.0	0.0	0.0	6.6	5.0	4.7	2.9	1.8	8.4	2.9
	別荘・会員制宿泊施設	1.9	0.0	0.0	2.6	3.3	3.1	1.9	0.0	2.4	2.1
	公共の宿	1.0	2.7	0.0	1.5	1.3	1.7	0.0	0.0	1.7	2.0
	ゲストハウス	0.0	0.0	4.2	0.0	0.0	1.4	0.0	0.0	0.0	0.0
	民泊	0.0	0.0	4.2	0.0	0.0	0.8	0.0	0.0	0.0	0.0
その他	0.0	10.8	0.0	2.0	2.4	1.6	1.0	1.8	2.1	1.4	

※2021年7-9月期の全国を基準に並び替え

(9) 現地で楽しんだ活動【複数回答】、現地ツアー等の参加率

- 沖縄旅行で楽しんだ活動は、1-3 月期は『自然や景勝地の訪問』、4-6 月期は『現地グルメ』、7-9 月期は『海水浴・マリンスポーツ』が最多となり、季節によって異なる傾向がみられた。特に、夏休みシーズンを含む 7-9 月期の『海水浴・マリンスポーツ』の伸びが大きく、コロナ禍においても安心して楽しめるアクティビティとして捉えられた。
- 全国と比べ、沖縄の特徴は『自然や景勝地の訪問』、『海水浴・マリンスポーツ』、『リゾート滞在（海浜）』などが挙げられる。全国的には、コロナ禍においては『温泉』が最も多い活動であった。
- 沖縄・全国ともに、コロナ禍前に比べ、平均活動数や現地ツアー・体験プログラム参加率の減少が続く。3密回避や不特定多数との接触への懸念から、行動範囲や活動が厳選されていると考えられる。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は減少したままの状態となっている。沖縄県においては、緊急事態宣言発出に伴い、『美ら海水族館』がコロナ感染拡大防止のために臨時休館していたことも大きく影響していると考えられる（21 年の臨時休館 5/23～9/30）。

	1-3月						4-6月					
	沖縄県			全国			沖縄県			全国		
	2019年 (n=132)	2020年 (n=122)	2021年 (n=38)	2019年 (n=2362)	2020年 (n=2076)	2021年 (n=1384)	2019年 (n=110)	2020年 (n=49)	2021年 (n=48)	2019年 (n=2228)	2020年 (n=1401)	2021年 (n=1445)
温泉	9.1	7.4	10.5	40.2	39.3	48.2	10.9	2.0	12.5	36.4	45.3	47.1
自然や景勝地の訪問	61.4	59.0	60.5	37.6	33.4	32.4	68.2	51.0	47.9	41.3	35.0	40.3
現地グルメ	43.9	47.5	34.2	37.3	35.7	30.9	48.2	32.7	52.1	36.0	30.0	37.7
まち歩き	43.2	39.3	36.8	33.6	28.2	21.2	35.5	32.7	31.3	32.4	23.8	25.3
ショッピング	37.1	37.7	26.3	27.0	24.0	17.2	48.2	24.5	22.9	24.9	19.3	22.1
歴史・文化的な名所の訪問	42.4	36.1	26.3	30.9	25.6	19.3	35.5	16.3	18.8	31.0	19.5	24.2
都市観光	28.0	23.0	18.4	19.9	18.0	10.5	28.2	16.3	16.7	19.3	12.1	12.2
ドライブ	15.9	18.0	18.4	6.1	7.4	7.8	17.3	16.3	0.0	8.1	8.9	8.6
観光施設・動物園水族館	28.8	27.9	13.2	11.5	9.1	6.4	24.5	12.2	8.3	10.7	6.2	8.7
テーマパーク・リゾート	8.3	6.6	2.6	10.3	8.3	4.2	9.1	2.0	2.1	9.2	3.7	6.4
海水浴・マリンスポーツ	12.1	13.1	10.5	1.2	1.2	0.9	22.7	20.4	12.5	2.1	1.3	1.0
登山・トレッキング	3.8	1.6	2.6	1.2	2.3	2.3	1.8	0.0	2.1	2.5	3.0	3.9
家族や親戚、友人訪問	2.3	9.0	5.3	7.0	9.0	5.5	2.7	2.0	4.2	7.4	6.8	5.5
美術館・博物館	0.8	7.4	0.0	6.0	6.0	3.8	3.6	2.0	0.0	6.0	2.9	5.6
リゾート滞在(高原)	3.0	0.8	5.3	2.5	2.6	2.4	2.7	4.1	2.1	2.9	4.1	3.8
リゾート滞在(海浜)	31.8	22.1	23.7	4.9	3.8	3.0	40.0	28.6	39.6	4.6	4.5	4.2
写真・写生	7.6	4.9	2.6	4.0	3.2	2.2	8.2	0.0	2.1	4.0	2.1	2.7
アウトドア体験	9.1	4.1	10.5	1.9	1.4	2.1	5.5	4.1	6.3	2.1	1.8	2.9
芸術鑑賞	2.3	3.3	0.0	4.6	4.5	2.6	2.7	0.0	2.1	4.6	1.2	2.3
ゴルフ	2.3	3.3	5.3	1.3	1.9	1.6	3.6	2.0	0.0	2.1	2.0	1.3
世界遺産訪問	11.4	9.8	13.2	3.8	2.9	1.6	3.6	0.0	4.2	3.2	1.8	2.3
季節の花見	3.0	2.5	2.6	6.2	3.5	4.3	3.6	2.0	4.2	7.4	4.1	6.4
祭り・イベント	9.8	4.1	0.0	6.1	5.5	1.2	9.1	2.0	0.0	6.6	2.1	1.9
スポーツ観戦	2.3	3.3	0.0	2.5	2.1	1.5	0.9	0.0	0.0	2.7	0.4	1.7
スパ・エステ	4.5	3.3	0.0	1.2	1.4	0.7	7.3	0.0	6.3	1.5	1.1	1.2
サイクリング	3.8	1.6	0.0	0.8	1.3	1.1	4.5	2.0	6.3	1.6	1.4	1.2
果物狩り・農林漁業体験	0.0	0.0	0.0	1.7	1.3	0.8	1.8	0.0	0.0	1.4	1.1	1.1
生活文化体験	5.3	1.6	0.0	1.1	1.1	0.4	3.6	2.0	0.0	1.1	0.9	0.7
野生動物観察	4.5	3.3	2.6	0.6	1.1	0.9	2.7	0.0	4.2	1.3	0.6	1.2
マラソン・ジョギング	1.5	0.8	0.0	0.8	0.6	0.2	0.0	0.0	0.0	0.9	0.4	0.8
産業観光	0.8	0.8	0.0	0.9	1.3	0.3	1.8	2.0	0.0	1.2	0.9	0.6
スキー・スノーボード	0.0	0.0	2.6	3.9	4.7	4.8	0.0	0.0	0.0	0.4	0.4	0.5
その他	0.8	1.6	2.6	1.3	2.1	3.7	0.0	2.0	6.3	2.6	2.8	2.9
平均活動数	4.41	4.05	3.37	3.20	2.93	2.46	4.58	2.82	3.15	3.19	2.52	2.89
現地ツアー等の参加率	42.4	23.8	7.9	15.0	12.3	2.7	45.5	32.7	18.8	12.5	8.7	5.4

※2021年7-9月期の全国を基準に並び替え

(%)

	7-9月						10-12月			
	沖縄県			全国			沖縄県		全国	
	2019年 (n=103)	2020年 (n=37)	2021年 (n=48)	2019年 (n=2349)	2020年 (n=1530)	2021年 (n=1434)	2019年 (n=105)	2020年 (n=55)	2019年 (n=2425)	2020年 (n=1504)
温泉	12.6	2.7	16.7	36.4	47.6	44.8	17.1	7.3	38.6	46.4
自然や景勝地の訪問	49.5	48.6	41.7	40.7	41.1	37.7	61.0	54.5	37.4	44.6
現地グルメ	38.8	37.8	31.3	35.2	33.4	33.4	39.0	38.2	35.3	36.0
まち歩き	30.1	29.7	20.8	31.1	24.7	21.9	28.6	21.8	31.5	25.5
ショッピング	28.2	40.5	22.9	24.8	19.4	20.9	33.3	34.5	26.5	23.6
歴史・文化的な名所の訪問	29.1	16.2	4.2	28.3	20.7	18.5	41.0	30.9	29.7	27.3
都市観光	29.1	21.6	6.3	18.9	12.4	9.8	32.4	18.2	20.1	14.4
ドライブ	10.7	21.6	16.7	6.5	8.0	9.8	12.4	10.9	6.3	7.2
観光施設・動物園水族館	25.2	8.1	8.3	11.6	8.8	8.4	29.5	18.2	10.6	9.2
テーマパーク・レジャーランド*	5.8	5.4	6.3	10.3	5.9	6.8	14.3	3.6	10.7	7.8
海水浴・マリンスポーツ	41.7	35.1	64.6	4.6	3.8	5.9	15.2	10.9	1.2	0.7
登山・トレッキング	1.9	2.7	2.1	3.9	4.7	5.7	1.0	3.6	2.0	3.2
家族や親戚、友人訪問	3.9	0.0	0.0	6.3	5.2	5.1	1.9	7.3	8.0	5.0
美術館・博物館	2.9	0.0	0.0	7.6	5.4	4.6	6.7	0.0	7.8	6.1
リゾート滞在(高原)	4.9	2.7	2.1	4.7	4.6	4.3	1.9	0.0	2.9	2.7
リゾート滞在(海浜)	34.0	43.2	35.4	4.8	4.3	4.1	25.7	38.2	4.5	3.9
写真・写生	9.7	0.0	10.4	4.3	2.7	3.2	1.9	9.1	3.0	3.2
アウトドア体験	9.7	8.1	12.5	2.9	3.3	3.1	10.5	7.3	1.7	1.3
芸術鑑賞	5.8	0.0	0.0	5.1	0.8	2.9	2.9	1.8	5.4	1.9
ゴルフ	7.8	8.1	2.1	2.7	2.5	2.6	3.8	0.0	1.5	1.7
世界遺産訪問	5.8	2.7	4.2	2.6	2.2	2.4	8.6	9.1	2.7	3.8
季節の花見	4.9	2.7	0.0	2.9	2.0	2.0	1.9	0.0	2.7	2.4
祭り・イベント	8.7	8.1	2.1	8.2	1.7	1.8	6.7	5.5	6.7	1.9
スポーツ観戦	1.9	2.7	2.1	3.2	1.6	1.8	2.9	0.0	2.7	1.1
スパ・エステ	3.9	10.8	2.1	1.6	0.9	1.3	1.0	1.8	1.7	0.7
サイクリング	5.8	5.4	2.1	1.2	1.3	1.3	1.9	5.5	0.9	1.0
果物狩り・農林漁業体験	5.8	2.7	0.0	2.2	1.5	1.0	1.9	0.0	1.7	1.0
生活文化体験	7.8	0.0	0.0	1.4	0.6	0.7	2.9	5.5	1.5	0.4
野生動物観察	7.8	5.4	0.0	1.2	0.7	0.6	1.9	0.0	0.7	0.6
マラソン・ジョギング	3.9	5.4	0.0	0.6	0.4	0.6	1.9	1.8	0.7	0.1
産業観光	4.9	0.0	2.1	1.4	0.6	0.5	4.8	1.8	2.1	0.7
スキー・スノーボード	1.0	0.0	0.0	0.3	0.0	0.0	0.0	0.0	1.6	0.5
その他	0.0	2.7	0.0	2.9	3.3	3.3	1.9	5.5	1.8	2.8
平均活動数	4.44	3.81	3.19	3.20	2.76	2.71	4.18	3.53	3.12	2.89
現地7等以上の参加率	41.7	24.3	20.8	13.0	7.6	5.3	38.1	20.0	12.7	4.8

※2021年7-9月期の全国を基準に並び替え

(10) 旅行費用

- 沖縄旅行の旅行費用をみると、夏休みシーズンを含む 7-9 月期は、1泊比率の減少、5泊以上比率の増加等と関連し、前年同期と比較して費用分布が高価格帯に移動した。4-6月 は県内比率の高まりに伴い低価格層が増加。1-3月 は低価格層と高価格層への分散化が特徴として挙げられる。
- 全国的にも、前年に比べて域内旅行や 1泊比率が落ち着いたこともあり、旅行費用が若干増加しつつある。

(%)

		1-3月						4-6月					
		沖縄県			全国			沖縄県			全国		
		2019年 (n=131)	2020年 (n=117)	2021年 (n=32)	2019年 (n=2297)	2020年 (n=2018)	2021年 (n=1343)	2019年 (n=107)	2020年 (n=48)	2021年 (n=46)	2019年 (n=2162)	2020年 (n=1369)	2021年 (n=1398)
旅行費用	1万円未満	1.5	0.0	3.1	3.1	5.7	11.7	0.9	2.1	2.2	4.1	10.3	9.7
	1~2万円未満	3.8	4.3	12.5	13.7	15.2	24.8	2.8	8.3	4.3	13.4	26.5	21.2
	2~3万円未満	2.3	6.8	12.5	19.0	18.3	20.8	3.7	6.3	17.4	17.7	20.9	23.1
	3~4万円未満	6.1	11.1	9.4	15.8	15.5	12.3	5.6	12.5	4.3	14.6	13.7	13.5
	4~5万円未満	12.2	12.0	0.0	13.8	13.1	9.8	7.5	6.3	15.2	12.3	9.6	11.7
	5~7万円未満	22.9	24.8	18.8	12.4	12.6	9.1	15.0	16.7	15.2	14.0	8.3	7.7
	7~10万円未満	17.6	20.5	6.3	9.1	9.5	5.3	18.7	18.8	15.2	10.7	5.6	5.6
	10万円以上	33.6	20.5	37.5	13.0	10.1	6.2	45.8	29.2	26.1	13.1	5.2	7.7

		7-9月						10-12月			
		沖縄県			全国			沖縄県		全国	
		2019年 (n=102)	2020年 (n=37)	2021年 (n=46)	2019年 (n=2285)	2020年 (n=1484)	2021年 (n=1390)	2019年 (n=100)	2020年 (n=52)	2019年 (n=2367)	2020年 (n=1457)
旅行費用	1万円未満	2.0	13.5	4.3	3.5	11.1	9.2	1.0	5.8	4.5	8.9
	1~2万円未満	3.9	2.7	6.5	13.7	22.9	20.9	4.0	7.7	13.2	24.2
	2~3万円未満	2.0	0.0	2.2	18.2	22.5	20.7	6.0	17.3	17.3	18.7
	3~4万円未満	13.7	16.2	2.2	17.6	14.2	13.0	6.0	11.5	16.3	14.4
	4~5万円未満	7.8	10.8	2.2	12.0	10.5	11.2	11.0	11.5	14.3	12.0
	5~7万円未満	15.7	10.8	10.9	13.2	8.0	10.7	19.0	17.3	13.1	9.7
	7~10万円未満	18.6	13.5	19.6	9.5	4.9	6.7	25.0	15.4	10.0	5.8
	10万円以上	36.3	32.4	52.2	12.2	5.9	7.6	28.0	13.5	11.3	6.2

(11) 来訪経験・他検討先

- コロナ禍においては、沖縄・全国ともに、来訪経験『5 回目以上』の割合が増加。域内旅行や慣れ親しんだ愛着のある地域への来訪が増えていると考えられる。特に、沖縄は『5 回目以上』の伸びが全国に比べて大きいことが特徴として挙げられる。
- また、今回の沖縄旅行を決める際に他に検討した旅行先があったか、という設問に対して「ない」と回答した割合をみると、コロナ禍においてはその割合は 1~2 割程度増加し、8~9 割であった。期別で見ると、特に夏期において沖縄 1 択の傾向が強まる。全国についても、コロナ禍においては他検討先なしの傾向がみられた。

(%)

		1-3月						4-6月					
		沖縄県			全国			沖縄県			全国		
		2019年 (n=132)	2020年 (n=122)	2021年 (n=38)	2019年 (n=2362)	2020年 (n=2076)	2021年 (n=1384)	2019年 (n=110)	2020年 (n=49)	2021年 (n=48)	2019年 (n=2228)	2020年 (n=1401)	2021年 (n=1445)
来訪 経験	初めて	29.5	22.1	21.1	19.9	21.9	21.4	24.5	20.4	20.8	22.3	21.2	22.1
	2回目	27.3	20.5	18.4	26.1	21.4	19.0	33.6	30.6	16.7	27.5	26.3	19.4
	3~4回目	13.6	25.4	13.2	19.0	17.5	18.4	17.3	26.5	18.8	18.2	16.8	19.1
	5回目以上	29.5	32.0	47.4	35.0	39.1	41.3	24.5	22.4	43.8	32.0	35.8	39.4

		7-9月						10-12月			
		沖縄県			全国			沖縄県		全国	
		2019年 (n=103)	2020年 (n=37)	2021年 (n=48)	2019年 (n=2349)	2020年 (n=1530)	2021年 (n=1434)	2019年 (n=105)	2020年 (n=55)	2019年 (n=2425)	2020年 (n=1504)
来訪 経験	初めて	22.3	21.6	22.9	23.2	22.8	24.1	16.2	25.5	20.3	25.7
	2回目	34.0	24.3	8.3	27.7	22.8	19.9	31.4	25.5	25.5	22.1
	3~4回目	17.5	16.2	8.3	18.5	17.6	19.8	26.7	23.6	19.8	18.8
	5回目以上	26.2	37.8	60.4	30.7	36.8	36.2	25.7	25.5	34.3	33.4

(%)

		1-3月						4-6月					
		沖縄県			全国			沖縄県			全国		
		2019年 (n=132)	2020年 (n=122)	2021年 (n=38)	2019年 (n=2362)	2020年 (n=2076)	2021年 (n=1384)	2019年 (n=110)	2020年 (n=49)	2021年 (n=48)	2019年 (n=2228)	2020年 (n=1401)	2021年 (n=1445)
他 検 討 先	ある(国内)	25.0	21.3	15.8	17.8	16.9	10.9	24.5	16.3	14.6	15.4	17.8	14.3
	ある(海外)	18.2	14.8	0.0	5.5	5.5	0.6	10.9	8.2	4.2	4.2	2.4	0.8
	ない	69.7	73.8	84.2	80.6	81.6	88.9	72.7	79.6	83.3	83.1	81.3	85.6

		7-9月						10-12月			
		沖縄県			全国			沖縄県		全国	
		2019年 (n=103)	2020年 (n=37)	2021年 (n=48)	2019年 (n=2349)	2020年 (n=1530)	2021年 (n=1434)	2019年 (n=105)	2020年 (n=55)	2019年 (n=2425)	2020年 (n=1504)
他 検 討 先	ある(国内)	17.5	16.2	10.4	15.2	12.8	12.3	23.8	9.1	15.5	13.0
	ある(海外)	8.7	2.7	0.0	4.2	0.7	0.9	12.4	0.0	4.6	0.9
	ない	80.6	83.8	89.6	83.4	87.1	87.6	71.4	90.9	83.2	86.5

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の最頻値は、コロナ禍前は10-12月期を除き『大変満足』だったが、コロナ禍においては、ほとんどの時期において『満足』が最頻値となり、満足度はやや低下した。しかしながら、前年と比較すると、4-6月、7-9月ともに『大変満足』率は増加した。
- 全国においても、4-6月、7-9月の『大変満足』率は増加傾向、旅行者側・受入側ともに、コロナ禍での楽しみ方・楽しませ方が前年に比べて浸透してきたと考えられる。

(%)

		1-3月						4-6月					
		沖縄県			全国			沖縄県			全国		
		2019年 (n=132)	2020年 (n=122)	2021年 (n=38)	2019年 (n=2362)	2020年 (n=2076)	2021年 (n=1384)	2019年 (n=110)	2020年 (n=49)	2021年 (n=48)	2019年 (n=2228)	2020年 (n=1401)	2021年 (n=1445)
総合満足度	大変満足	50.0	43.4	34.2	34.3	31.2	26.2	47.3	24.5	35.4	31.1	22.5	30.4
	満足	32.6	41.8	47.4	43.8	45.2	47.5	36.4	44.9	47.9	47.3	42.3	45.5
	やや満足	15.2	11.5	15.8	16.3	17.2	19.2	11.8	20.4	8.3	16.4	23.3	17.9
	どちらでもない	2.3	2.5	2.6	4.3	4.8	5.6	0.0	6.1	4.2	3.7	8.6	4.0
	やや不満	0.0	0.8	0.0	0.9	1.0	1.1	0.9	2.0	4.2	0.9	2.6	1.5
	不満	0.0	0.0	0.0	0.1	0.3	0.1	0.9	2.0	0.0	0.3	0.6	0.2
	大変不満	0.0	0.0	0.0	0.3	0.2	0.4	2.7	0.0	0.0	0.3	0.1	0.6
総合満足度指数		6.30	6.25	6.13	6.05	5.99	5.90	6.15	5.78	6.06	6.02	5.71	5.97

		7-9月						10-12月			
		沖縄県			全国			沖縄県		全国	
		2019年 (n=103)	2020年 (n=37)	2021年 (n=48)	2019年 (n=2349)	2020年 (n=1530)	2021年 (n=1434)	2019年 (n=105)	2020年 (n=55)	2019年 (n=2425)	2020年 (n=1504)
総合満足度	大変満足	49.5	37.8	39.6	34.7	28.8	29.4	37.1	50.9	31.2	32.8
	満足	35.0	43.2	43.8	45.2	46.0	44.7	45.7	36.4	45.8	46.6
	やや満足	12.6	10.8	6.3	15.3	19.5	19.2	13.3	7.3	16.3	15.3
	どちらでもない	2.9	2.7	2.1	3.6	3.9	4.5	2.9	3.6	5.4	3.8
	やや不満	0.0	0.0	6.3	0.7	1.3	1.5	0.0	1.8	0.9	1.1
	不満	0.0	0.0	0.0	0.3	0.3	0.5	0.0	0.0	0.2	0.1
	大変不満	0.0	5.4	2.1	0.2	0.3	0.3	1.0	0.0	0.2	0.3
総合満足度指数		6.31	5.95	6.00	6.08	5.95	5.93	6.13	6.31	6.00	6.05

※満足度指数：大変満足（7点）～大変不満（1点）の7段階評価の平均値。

(2) 再来訪意向

- 再来訪意向については、全国的には『そう思う』が最頻値であるが、沖縄はコロナ禍においても『大変そう思う』が最頻値であり、時期によってはコロナ禍前と同程度若しくはそれ以上、『ぜひまた訪れたい（大変そう思う）』と評価された。
- リピーター醸成に不可欠である満足度及び再来訪意向は、21年も全国に比べて沖縄旅行は高い。
- 来訪経験別では、コロナ禍においても沖縄のハードリピーターの再来訪意向は高いが、コロナ禍での初来訪者の再来訪意向は低下する傾向であった。ハードリピーターのみならず、初来訪者が2度3度訪れたいくなるよう、初来訪者も含めた現地での満足度を高める取組が一層必要であると考えられる。

(%)

		1-3月						4-6月					
		沖縄県			全国			沖縄県			全国		
		2019年 (n=132)	2020年 (n=122)	2021年 (n=38)	2019年 (n=2362)	2020年 (n=2076)	2021年 (n=1384)	2019年 (n=110)	2020年 (n=49)	2021年 (n=48)	2019年 (n=2228)	2020年 (n=1401)	2021年 (n=1445)
再来訪意向	大変そう思う	52.3	41.0	42.1	32.6	31.1	27.6	43.6	40.8	45.8	27.0	26.7	30.2
	そう思う	25.0	35.2	34.2	31.0	31.8	33.9	30.9	16.3	29.2	34.2	32.0	33.8
	やや思う	12.9	11.5	13.2	18.5	17.7	19.5	16.4	24.5	12.5	18.0	19.7	17.1
	どちらでもない	5.3	4.9	2.6	10.3	11.4	11.6	4.5	16.3	8.3	12.6	13.9	12.1
	あまり思わない	3.8	4.9	2.6	4.4	5.2	5.4	2.7	2.0	2.1	4.8	4.9	4.0
	思わない	0.8	0.0	5.3	2.4	1.9	1.3	0.0	0.0	2.1	2.2	1.9	2.3
	全く思わない	0.0	2.5	0.0	0.7	0.9	0.7	1.8	0.0	0.0	1.3	0.9	0.4
	再来訪意向指数	6.14	5.93	5.95	5.67	5.63	5.60	6.01	5.78	6.02	5.54	5.53	5.66

		7-9月						10-12月			
		沖縄県			全国			沖縄県		全国	
		2019年 (n=103)	2020年 (n=37)	2021年 (n=48)	2019年 (n=2349)	2020年 (n=1530)	2021年 (n=1434)	2019年 (n=105)	2020年 (n=55)	2019年 (n=2425)	2020年 (n=1504)
再来訪意向	大変そう思う	45.6	51.4	50.0	30.1	24.9	29.1	40.0	50.9	29.3	25.5
	そう思う	30.1	18.9	25.0	34.4	31.4	32.6	37.1	21.8	35.4	31.5
	やや思う	13.6	13.5	18.8	17.5	19.7	19.4	11.4	7.3	17.2	18.1
	どちらでもない	8.7	8.1	6.3	10.8	14.1	12.5	10.5	10.9	11.5	14.2
	あまり思わない	1.0	8.1	0.0	4.4	6.3	3.4	0.0	5.5	4.0	6.5
	思わない	1.0	0.0	0.0	2.2	2.5	2.2	1.0	1.8	2.1	2.5
	全く思わない	0.0	0.0	0.0	0.5	1.0	0.9	0.0	1.8	0.5	1.7
	再来訪意向指数	6.08	5.97	6.19	5.66	5.43	5.61	6.04	5.89	5.66	5.41

※再来訪意向指数：大変そう思う（7点）～全く思わない（1点）の7段階評価の平均値。

来訪経験別再来訪意向

(%)

2019年1-12月計	沖縄県			全国		
	初めて (n=106)	2~4回目 (n=224)	5回目以上 (n=120)	初めて (n=2002)	2~4回目 (n=4270)	5回目以上 (n=3092)
大変そう思う	39.6	41.5	59.2	21.0	23.8	43.7
そう思う～全く思わない	60.4	58.5	40.8	79.0	76.2	56.3
再来訪意向指数	5.85	5.99	6.42	5.15	5.54	6.09

2021年1-9月計	沖縄県			全国		
	初めて (n=29)	2~4回目 (n=37)	5回目以上 (n=68)	初めて (n=961)	2~4回目 (n=1643)	5回目以上 (n=1659)
大変そう思う	13.8	45.9	60.3	18.7	20.8	43.0
そう思う～全く思わない	86.2	54.1	39.7	81.3	79.2	57.0
再来訪意向指数	5.41	6.05	6.34	5.22	5.47	6.01

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、『予定通り実施した』割合はいずれの時期も 8 割程度となり、1-3 月を除き前年に比べて増加した。
- 全国的にも同様の傾向がみられるが、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かった。飛行機などの公共交通機関での長時間移動が含まれることから、感染状況に応じた変更が他地域よりも多く生じたと考えられる。

	1-3月				4-6月				7-9月				10-12月	
	沖縄県		全国		沖縄県		全国		沖縄県		全国		沖縄県	全国
	2020年 (n=122)	2021年 (n=38)	2020年 (n=2076)	2021年 (n=1384)	2020年 (n=49)	2021年 (n=48)	2020年 (n=1401)	2021年 (n=1445)	2020年 (n=37)	2021年 (n=48)	2020年 (n=1530)	2021年 (n=1434)	2020年 (n=55)	2020年 (n=1504)
予定通り旅行を実施	84.4	81.6	86.0	83.0	67.3	79.2	71.7	83.3	70.3	81.3	82.5	84.9	92.7	86.8
旅行内容等を変更して実施	15.6	18.4	14.0	17.0	32.7	20.8	28.3	16.7	29.7	18.8	17.5	15.1	7.3	13.2

(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。

	1-3月				4-6月				7-9月				10-12月	
	沖縄県		全国		沖縄県		全国		沖縄県		全国		沖縄県	全国
	2020年 (n=19)	2021年 (n=7)	2020年 (n=290)	2021年 (n=235)	2020年 (n=16)	2021年 (n=10)	2020年 (n=397)	2021年 (n=242)	2020年 (n=11)	2021年 (n=9)	2020年 (n=268)	2021年 (n=217)	2020年 (n=4)	2020年 (n=198)
活動内容や訪問先	47.4	42.9	39.7	36.6	56.3	70.0	38.0	40.1	18.2	44.4	32.1	41.9	75.0	43.9
旅行先 (国内→国内)	15.8	14.3	23.1	26.0	6.3	0.0	22.7	24.4	18.2	11.1	29.9	39.2	0.0	21.7
泊数	26.3	28.6	25.9	30.6	25.0	10.0	27.2	27.3	27.3	33.3	28.0	22.1	0.0	25.8
宿泊施設	0.0	14.3	16.2	18.3	43.8	0.0	15.4	22.7	45.5	11.1	17.9	12.4	0.0	18.7
交通手段	26.3	0.0	16.6	11.1	25.0	0.0	20.2	12.8	18.2	11.1	24.3	10.6	25.0	18.7
旅行先 (海外→国内)	31.6	14.3	16.9	5.1	18.8	0.0	10.3	2.5	36.4	33.3	8.6	4.1	50.0	8.1
同行者人数	5.3	0.0	6.2	4.7	6.3	20.0	5.5	5.4	0.0	0.0	2.2	2.8	0.0	3.5
同行者	5.3	0.0	7.2	1.7	0.0	0.0	3.8	2.5	0.0	0.0	3.0	2.3	25.0	2.0
その他	5.3	14.3	1.7	3.4	0.0	0.0	4.3	4.5	0.0	0.0	5.2	4.1	0.0	5.1

※2021年7-9月期の全国を基準に並び替え

(2) 旅行実施にあたっての気持ち【複数回答】

- コロナ禍における沖縄旅行の実施前の気持ちは、20年1-3月は『コロナに対する不安は感じない』が半数を占めたが、その後は『心配しても仕方ない』が最多となり3~5割で推移、GoToトラベルが実施されていた10-12月は『値段が通常より安い』が最多となった。21年に入ってから、1-3月は『心配しても仕方ない』が再び半数弱を占めたが、以降その割合は低下。4-6月は『旅行先の観光地を応援したい』、7-9月は『コロナに対する不安は感じない』が最多となった。
- 全国でも概ね沖縄旅行と同傾向であるが、21年において沖縄のほうが10ポイント以上高い項目（沖縄の特徴）は以下の通りであった。
 - ◇ 1-3月期：心配しても仕方ない／コロナに対する不安は感じない／旅行先の観光地を応援したい／自分にはあまりかわりはない／外国人観光客が少ない
 - ◇ 4-6月期：旅行先の観光地を応援したい
 - ◇ 7-9月期：コロナに対する不安は感じない／自分自身が感染対策を万全にすれば問題ない

	1-3月		4-6月				7-9月				10-12月			
	沖縄県		全国		沖縄県		全国		沖縄県		全国			
	2020年 (n=122)	2021年 (n=38)	2020年 (n=2076)	2021年 (n=1384)	2020年 (n=49)	2021年 (n=48)	2020年 (n=1401)	2021年 (n=1445)	2020年 (n=37)	2021年 (n=48)	2020年 (n=1530)	2021年 (n=1434)	2020年 (n=55)	2021年 (n=1504)
心配しても仕方ない	15.6	44.7	17.2	28.5	30.6	20.8	28.3	29.9	54.1	25.0	35.8	27.2	25.5	27.3
コロナに対する不安は感じない	45.1	36.8	47.0	24.6	24.5	27.1	21.1	28.4	18.9	41.7	22.5	25.0	20.0	24.3
旅行して良いのか迷った	-	23.7	-	20.4	-	25.0	-	18.8	-	25.0	-	18.7	-	-
自分自身が感染対策を万全にすれば問題ない	-	13.2	-	15.6	-	22.9	-	15.3	-	29.2	-	16.1	-	-
いまの状況では空いている	4.9	26.3	4.5	18.5	16.3	20.8	10.1	19.0	10.8	18.8	8.7	16.0	3.6	5.9
どうしても行きたい旅行	18.9	10.5	11.6	13.4	10.2	8.3	11.5	15.6	13.5	22.9	13.7	15.2	16.4	16.6
旅行先の観光地を応援したい	9.8	28.9	7.1	17.2	20.4	33.3	18.8	17.2	27.0	20.8	20.7	14.1	25.5	22.8
旅行先の感染者数が少ないので安心	12.3	21.1	13.3	18.1	28.6	10.4	21.6	19.1	13.5	6.3	20.6	13.9	18.2	22.3
自粛に疲れた／我慢ばかりしてられない	1.6	15.8	1.7	12.1	4.1	12.5	5.4	14.0	5.4	18.8	5.7	12.3	0.0	2.8
訪問先や交通機関等が感染対策を徹底しているので問題ない	-	10.5	-	12.9	-	6.3	-	12.2	-	16.7	-	12.2	-	-
自分にはあまりかわりはない	18.9	21.1	26.4	10.7	14.3	6.3	13.3	10.4	10.8	8.3	10.4	10.1	9.1	10.4
経済の停滞は避けるべき	4.9	15.8	5.3	12.2	10.2	20.8	12.3	11.2	24.3	4.2	12.7	8.9	9.1	13.9
外国人観光客が少ない	9.0	23.7	7.9	9.9	10.2	14.6	10.3	10.8	8.1	10.4	10.6	8.8	14.5	11.6
同行者の考えに応じた	9.0	7.9	6.7	6.2	6.1	8.3	9.4	7.9	2.7	10.4	10.3	8.6	16.4	10.8
旅行先には迷惑はかからない	13.9	10.5	6.9	6.9	4.1	4.2	7.7	7.5	2.7	8.3	7.5	7.9	5.5	6.1
全国的にワクチン接種が始まっているので問題ない	-	0.0	-	0.6	-	2.1	-	2.0	-	8.3	-	7.8	-	-
今しか楽しめない旅行（卒業旅行など）	3.3	7.9	6.0	7.2	4.1	8.3	5.3	6.9	8.1	8.3	5.3	7.1	5.5	8.0
値段が通常より安い	0.8	13.2	2.5	9.2	6.1	16.7	8.9	7.3	18.9	10.4	16.3	6.7	29.1	20.6
自分は感染しない／感染しても発症しない・軽症で済む	6.6	13.2	10.2	4.7	12.2	0.0	10.8	3.9	13.5	10.4	7.3	5.6	5.5	6.1
キャンセル料が嫌	4.1	7.9	6.3	5.0	12.2	4.2	5.1	3.7	8.1	4.2	2.7	4.0	5.5	4.6
旅行の中止や変更をするのが面倒	4.1	0.0	3.4	2.6	4.1	0.0	2.4	2.8	2.7	0.0	1.4	2.9	1.8	2.7
冠婚葬祭への出席を兼ねるので仕方ない	1.6	5.3	1.8	1.2	2.0	2.1	1.8	1.2	0.0	0.0	2.0	1.3	3.6	1.7
その他	9.0	2.6	7.9	2.3	10.2	4.2	4.4	1.7	0.0	2.1	3.5	2.6	1.8	3.6

※2021年7-9月期の全国を基準に並び替え -：2021年度調査から追加

(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、20年1-3月は『コロナ禍前と特段変わらない』が7割を占めたが、以降は『混雑がなく快適』が5割以上を占めて最多となった。21年に入っても最多は『混雑がなく快適』が続くものの、その割合は徐々に低下した。『感染が不安』、『閑散としていて寂しい』、『旅行先で快く思われなかったのではと不安』も、前年に比べて減少している。いわゆる“コロナ慣れ”している様子が窺える。
- 全国でも概ね沖縄旅行と同傾向であるが、21年において沖縄のほうが10ポイント以上高い・低い項目（沖縄の特徴）は以下の通りであった。
 - ◇ 1-3月期：【高】休業・時短の店舗や施設があり残念／閑散としていて寂しい
【低】旅行先の感染対策が徹底されていた／想定より混雑
 - ◇ 4-6月期：【高】休業・時短の店舗や施設があり残念
 - ◇ 7-9月期：【高】休業・時短の店舗や施設があり残念／旅行が自分にとって重要なことを再確認
- 『内緒で行ったため旅行後に土産話ができなかった』も、沖縄旅行で目立つ。他者への土産の購入や口コミによる推奨にも影響することから、社会全体として旅行に行ってもよいと思える環境の回復が望まれる。

	1-3月		4-6月				7-9月				10-12月			
	沖縄県		全国		沖縄県		全国		沖縄県		全国			
	2020年 (n=122)	2021年 (n=38)	2020年 (n=2076)	2021年 (n=1384)	2020年 (n=49)	2021年 (n=48)	2020年 (n=1401)	2021年 (n=1445)	2020年 (n=37)	2021年 (n=48)	2020年 (n=1530)	2021年 (n=1434)	2020年 (n=55)	2021年 (n=1504)
混雑がなく快適	25.4	50.0	23.2	46.5	57.1	47.9	46.0	49.1	54.1	41.7	48.4	47.4	52.7	43.4
旅行先の感染対策が徹底されていた	-	15.8	-	34.2	-	27.1	-	30.1	-	27.1	-	31.0	-	-
コロナ禍前と特段変わらない	67.2	23.7	65.8	27.7	16.3	25.0	29.8	31.5	29.7	35.4	37.1	29.2	40.0	44.7
旅行が自分にとって重要なことを再確認	-	15.8	-	13.6	-	14.6	-	17.6	-	29.2	-	17.1	-	-
休業・時短の店舗や施設があり残念	5.7	26.3	6.5	9.9	22.4	27.1	15.1	14.7	13.5	37.5	8.9	15.0	12.7	6.7
旅行先で歓迎された	13.1	21.1	11.9	16.3	16.3	12.5	15.1	17.6	13.5	12.5	13.3	12.9	14.5	11.6
感染が不安	17.2	13.2	15.3	13.2	16.3	8.3	19.1	12.7	21.6	12.5	17.0	11.6	20.0	19.2
想定より混雑	7.4	2.6	8.7	12.4	6.1	10.4	7.9	12.2	10.8	16.7	16.4	11.0	14.5	14.0
閑散としていて寂しい	9.8	34.2	9.7	13.2	28.6	14.6	21.4	14.6	13.5	8.3	10.4	10.9	14.5	8.4
内緒で行ったため旅行後に土産話ができなかった	-	5.3	-	7.3	-	12.5	-	7.5	-	16.7	-	8.1	-	-
自分が感染源にならないか心配	9.8	7.9	9.6	9.5	20.4	4.2	10.2	8.3	16.2	14.6	9.8	7.7	12.7	10.6
感染を気にして疲れた	3.3	2.6	7.5	4.5	6.1	0.0	7.0	5.0	2.7	4.2	5.3	4.7	0.0	5.8
旅行先で快く思われなかったのではと不安	4.9	0.0	2.8	2.8	14.3	0.0	5.4	3.4	8.1	2.1	3.6	3.1	5.5	2.8
旅行先の感染対策が徹底されておらず不安	-	0.0	-	1.2	-	2.1	-	1.7	-	4.2	-	0.8	-	-
旅行後に周囲の人から非難された	0.0	0.0	1.6	0.7	2.0	0.0	1.1	0.5	2.7	0.0	0.4	0.5	0.0	0.4
その他	2.5	5.3	0.8	0.9	4.1	2.1	0.9	0.8	0.0	2.1	1.1	1.5	3.6	1.5

※2021年7-9月期の全国を基準に並び替え - : 2021年度調査から追加

(4) 旅行中の新型コロナウイルス対策【複数回答】

- 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く8～9割を占め、『手洗い・うがいの励行・徹底』、『アルコール除菌（携行、励行・徹底）』も6～7割を占める。『マスクの着用』に着目して推移をみると、20年10-12月期までは実施率は向上していたが、21年に入ると実施率は徐々に低下している。他の対策についても、多くが21年4-6月期から低下しており、7-9月期は『特に何もしていない』が1割を越えた。

- 全国でも概ね沖縄旅行と同傾向であるが、21年において沖縄のほうが10ポイント以上高い・低い項目（沖縄の特徴）は以下の通りであった。

◇ 1-3月期：【高】不特定多数が触れる箇所をなるべく触らない／他人がそばにいる場所では、会話を控える

◇ 4-6月期：【低】設置されている手指消毒を励行・徹底

◇ 7-9月期：【高】特に何もしていない

【低】マスクの着用／設置されている手指消毒を励行・徹底／手洗い・うがいの励行・徹底

	1-3月				4-6月				7-9月				10-12月	
	沖縄県		全国		沖縄県		全国		沖縄県		全国		沖縄県	全国
	2020年 (n=122)	2021年 (n=38)	2020年 (n=2076)	2021年 (n=1384)	2020年 (n=49)	2021年 (n=48)	2020年 (n=1401)	2021年 (n=1445)	2020年 (n=37)	2021年 (n=48)	2020年 (n=1530)	2021年 (n=1434)	2020年 (n=55)	2020年 (n=1504)
マスクの着用	57.4	92.1	53.3	94.3	83.7	89.6	87.1	95.6	89.2	79.2	94.7	93.9	96.4	97.2
設置されている手指消毒を励行・徹底	34.4	73.7	33.4	76.9	67.3	62.5	64.3	76.1	62.2	64.6	75.9	78.1	78.2	82.0
手洗い・うがいの励行・徹底	50.0	65.8	46.5	73.6	59.2	66.7	67.9	71.8	67.6	60.4	72.5	71.3	74.5	76.5
手指消毒剤の携行	36.1	60.5	35.8	65.8	69.4	64.6	56.4	61.2	64.9	54.2	62.3	63.1	60.0	66.0
多数が集まる密集空間の回避	28.7	60.5	22.4	55.5	44.9	52.1	44.4	53.8	51.4	58.3	52.1	52.5	40.0	55.6
ソーシャルディスタンスの確保	20.5	57.9	17.2	53.4	40.8	52.1	41.0	48.4	37.8	50.0	49.9	47.4	41.8	58.2
換気の悪い密閉空間の回避	27.0	57.9	22.4	48.6	38.8	43.8	40.8	45.1	35.1	45.8	46.3	46.4	41.8	50.5
飲食時の注意(黙食や個食、マスク会食、少人数での食事等)	18.0	47.4	15.2	46.2	38.8	45.8	31.0	43.7	27.0	45.8	34.4	44.8	32.7	45.3
不特定多数が触れる箇所をなるべく触らない	23.0	52.6	21.1	41.0	38.8	43.8	38.5	41.9	37.8	31.3	40.2	40.2	32.7	46.0
他人がそばにいる場所では、会話を控える	0.0	50.0	0.0	36.3	0.0	41.7	0.0	35.2	0.0	35.4	0.0	35.3	0.0	0.0
間近で会話等の密接空間の回避	20.5	47.4	15.7	39.4	26.5	37.5	28.8	36.1	40.5	35.4	33.7	33.8	30.9	42.5
キャッシュレス決済の利用	0.0	36.8	0.0	36.0	0.0	41.7	0.0	32.5	0.0	22.9	0.0	31.2	0.0	0.0
訪問予定の施設のコロナ対策情報のチェック	0.0	15.8	0.0	16.6	0.0	14.6	0.0	14.3	0.0	20.8	0.0	13.7	0.0	0.0
旅行先の地域のコロナ対策情報のチェック	0.0	15.8	0.0	13.4	0.0	16.7	0.0	11.8	0.0	16.7	0.0	10.0	0.0	0.0
接触確認アプリのダウンロード	0.0	15.8	0.0	13.4	0.0	20.8	0.0	12.0	0.0	8.3	0.0	9.6	0.0	0.0
体温計を持参し、毎日検温	0.0	18.4	0.0	9.5	0.0	16.7	0.0	8.2	0.0	4.2	0.0	7.5	0.0	0.0
“新しい旅のエチケット”や“新しい旅のルール”のチェック	0.0	5.3	0.0	9.8	0.0	10.4	0.0	9.2	0.0	12.5	0.0	7.0	0.0	0.0
PCR検査を受けてから旅行に行く	0.0	0.0	0.0	0.9	0.0	8.3	0.0	2.4	0.0	8.3	0.0	2.8	0.0	0.0
その他	0.8	0.0	0.7	0.1	2.0	0.0	0.4	0.3	0.0	0.0	0.3	0.3	0.0	0.1
特に何もしていない	26.2	2.6	28.9	0.9	2.0	2.1	2.9	0.6	2.7	14.6	1.5	1.5	1.8	0.5

※2021年7-9月期の全国を基準に並び替え

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、2021年（第三四半期まで）、2020年、2019年の属性や意識についての比較分析、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 20～40代が多く、コロナ禍前及び前年と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)	2021年 (n=297)	2019年 (n=1,380)	2020年 (n=1,370)	2021年 (n=1,376)
男性	52.8	48.5	54.2	49.9	50.2	50.3
女性	47.2	51.5	45.8	50.1	49.8	49.7
10代	2.8	3.0	1.3	2.1	3.6	1.9
20代	16.3	14.5	17.8	14.1	11.7	14.5
30代	23.6	24.5	23.2	16.7	15.9	16.3
40代	23.3	21.5	25.3	20.1	19.1	19.6
50代	13.5	17.0	14.5	15.6	16.3	14.9
60代	11.8	13.0	12.5	17.1	19.8	18.9
70代	8.7	6.4	5.4	14.3	13.7	14.0

(2) 居住地

- 沖縄旅行意向者の居住地は、コロナ禍前に比べると『関東』が減少しているが、前年に比べて増加。
- 沖縄旅行意向者、全体ともに、コロナ禍前に比べて『大都市』の減少傾向が続く。

(%)

	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)	2021年 (n=297)	2019年 (n=1,380)	2020年 (n=1,370)	2021年 (n=1,376)
北海道・東北	12.2	10.3	12.8	11.4	10.8	12.0
関東	46.2	42.4	45.1	41.3	34.1	35.2
中部・北陸	13.5	12.7	14.5	15.5	15.3	15.8
近畿	12.5	18.2	13.1	14.5	18.2	15.2
中四国・九州・沖縄	15.6	16.4	14.5	17.3	21.6	21.8
大都市（政令指定都市及び東京都都区部）	37.2	33.9	33.7	36.1	33.4	33.6
中都市（大都市を除く人口15万以上の市）	33.7	28.5	30.6	31.7	30.3	29.1
小都市（人口15万未満の市）	22.6	27.9	25.3	26.0	27.2	28.7
町村	6.6	9.7	10.4	6.2	9.1	8.6

(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『子育て世代』の比率が高く、コロナ禍前に比べて強まった。21年もその傾向が続く。
- しかしながら、沖縄旅行実施者の同行者をみると、子供連れ家族旅行はコロナ禍前に比べて減少傾向にある。自宅からの移動も含めて子供連れで訪沖することがリスクと捉えられている可能性があり、行きたい気持ちはあるが躊躇してしまうといった状況が発生していると考えられる。

(%)

	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)	2021年 (n=297)	2019年 (n=1,380)	2020年 (n=1,370)	2021年 (n=1,376)
男性・未婚	11.8	10.9	11.1	10.9	10.1	11.3
男性・既婚/子供なし	3.8	1.8	2.4	3.3	2.4	2.5
男性・子育て中	26.4	27.6	34.0	23.3	25.3	25.0
男性・子育て後	10.1	8.5	5.7	11.6	12.4	11.4
女性・未婚	7.6	6.1	7.7	8.6	7.8	8.9
女性・既婚/子供なし	2.1	3.3	1.3	2.4	2.0	2.0
女性・子育て中	27.4	32.1	29.6	24.9	23.4	22.2
女性・子育て後	10.1	9.7	7.1	13.6	16.3	16.5
無回答	0.7	0.0	1.0	1.4	0.2	0.2

(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。沖縄旅行意向者は『400万円未満』がさらに減少し、『1,000万円以上』がさらに増加した。
- 高所得者層は、海外旅行から沖縄旅行に振り替えようと思っている層も含まれると考えられる。

(%)

	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)	2021年 (n=297)	2019年 (n=1,380)	2020年 (n=1,370)	2021年 (n=1,376)
400万円未満	29.9	24.2	21.5	30.7	30.6	32.7
400~500万円未満	13.9	16.7	11.1	14.6	15.3	12.9
500~600万円未満	11.5	11.8	13.8	9.9	12.3	11.0
600~700万円未満	9.4	11.2	14.5	10.4	10.9	11.0
700~800万円未満	11.1	8.8	9.8	9.9	8.8	9.1
800~1,000万円未満	12.2	13.9	10.4	10.0	10.3	10.0
1,000万円以上	9.4	12.4	16.8	10.7	10.1	11.1
収入なし	0.7	0.3	0.0	0.4	0.7	0.4
無回答	2.1	0.6	2.0	3.6	1.1	1.6

(5) 旅行頻度

- 沖縄旅行意向者のほうが全体に比べて旅行慣れしている人（年に1回程度以上旅行に行く人）が多い。前年はその傾向が顕著に表れたが、21年は全体よりやや多いもののコロナ禍前の割合に近い値となった。

(%)

	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)	2021年 (n=297)	2019年 (n=1,380)	2020年 (n=1,370)	2021年 (n=1,376)
あまり行かない	28.8	19.7	23.9	30.4	24.5	25.2
2年に1回程度	9.4	9.1	7.1	9.3	10.7	7.8
年に1～2回程度	47.6	57.0	54.5	46.0	51.1	50.2
年に3～5回程度	11.8	11.8	12.1	10.4	11.0	13.5
年に6回以上	2.4	1.8	2.0	2.6	2.3	2.9
無回答	0.0	0.6	0.3	1.3	0.4	0.4
2年に1回以下	38.2	28.8	31.0	39.6	35.2	33.0
年に1回以上	61.8	70.6	68.7	59.1	64.4	66.6

2. 沖縄旅行意向者のニーズ

(1) 旅行の動機【複数回答】

- 全国的には、コロナ禍前から継続して『旅先のおいしいもの』がトップとなった。一方、沖縄旅行意向者は、コロナ禍前は全国同様『旅先のおいしいもの』が最も多いが、コロナ禍においては『日常生活からの解放』が最も多く、これまで以上に求められるようになった。21年もその傾向が続く。旅行に求めるものは大きくは変わらないが、その優先順位には多少変動がある。
- 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』であり、この傾向は前年と変わらない。

(%)

	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)	2021年 (n=297)	2019年 (n=1,380)	2020年 (n=1,370)	2021年 (n=1,376)
旅先のおいしいものを求めて	63.5	70.3	68.7	65.0	67.3	68.1
日常生活から解放されるため	62.8	73.0	73.4	62.5	64.8	65.6
思い出をつくるため	61.8	64.2	65.3	56.8	56.4	56.5
保養、休養のため	47.2	51.2	49.8	44.3	44.5	47.2
家族の親睦のため	47.2	50.9	48.8	45.0	46.2	42.0
美しいものにふれるため	27.8	38.2	36.7	34.2	38.3	37.7
未知のものにふれたくて	30.2	30.0	32.3	32.0	30.0	31.9
感動したい	26.0	26.1	29.0	28.7	27.8	30.7
友達とのつきあいを楽しむため	17.0	24.2	20.5	20.9	23.9	22.6
知識や教養を深めるため	18.1	17.6	13.8	20.1	19.9	19.3
現地の人や生活にふれたくて	14.9	11.8	14.8	13.6	11.2	12.6
ぜいたくしたい	12.2	14.2	13.1	9.5	10.9	11.4
思い出の場所を訪れるため	9.0	13.0	9.4	10.7	12.4	11.1
何の予定もない時間を求めて	5.6	4.5	6.4	5.7	4.7	5.4
なんとなく	1.7	3.0	4.4	3.8	3.3	4.2
健康増進のため	3.8	1.8	2.0	4.2	2.9	3.3
自分を見つけるため	2.8	2.4	2.4	3.0	3.0	2.8
一人になりたい	0.7	1.8	2.0	2.0	2.1	2.8
ハブニングを求めて	2.1	2.4	3.4	1.4	1.5	1.7
みんなが行くから	2.4	2.1	1.0	3.5	2.4	1.4
新しい友達を求めて	0.7	0.3	1.0	1.1	0.7	1.0
上記のいずれにもあてはまらない	1.0	0.6	0.3	0.4	0.4	0.4
旅行をしたいとは思わない	0.7	0.3	1.3	0.8	1.0	1.5
無回答	0.0	0.0	0.0	0.1	0.0	0.1

※2021年の国内旅行意向者全体を基準に降順

(2) 今後1～2年の間に行ってみたい旅行タイプ【複数回答】

- 全国的には行ってみたい旅行タイプは『温泉旅行』『自然観光』が過半数を超え、『現地グルメ・名物料理』『歴史・文化観光』『テーマパーク・レジャーランド』が4割台で続く。特に、『温泉旅行』の伸びが大きく、コロナ疲れを癒やしたいという思いが表れていると考えられる。
- 一方、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、コロナ禍前及び前年と比べても増加傾向にある。温泉同様、コロナ疲れの癒やしやリフレッシュを求める意向が反映された。
- 他地域と比較して沖縄に求めるものは、『海浜リゾート』、『リゾートホテル』、『マリンスポーツ』、『海水浴』、『離島観光』、『ロングステイ』など、いわゆる海や島、リゾートにかかる旅行タイプであり、旅行動機『日常生活からの解放』（P27）ともリンクする内容である。

(%)

	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)	2021年 (n=297)	2019年 (n=1,380)	2020年 (n=1,370)	2021年 (n=1,376)
温泉旅行	49.7	45.8	59.3	51.2	48.3	58.4
自然観光	46.9	49.7	51.9	51.5	49.3	50.7
現地グルメ・名物料理	47.2	42.7	48.1	44.4	42.9	45.9
歴史・文化観光	38.2	32.1	35.0	43.6	38.6	41.6
テーマパーク・レジャーランド	31.6	38.8	49.8	33.3	32.8	41.5
海浜リゾート	54.9	56.1	62.0	34.8	33.1	37.3
都市観光	25.7	28.5	27.3	26.9	25.4	29.8
ショッピング	20.8	25.5	29.3	18.4	19.9	24.9
リゾートホテル	26.4	22.1	37.4	18.3	16.8	24.4
町並み散策	20.5	17.6	18.9	23.6	22.5	24.3
動物園・水族館	22.2	16.7	26.6	18.3	16.0	23.7
ロングステイ	26.0	26.4	31.0	21.2	21.1	23.7
離島観光	-	-	32.3	-	-	23.7
和風旅館	14.9	16.1	23.2	17.5	17.4	23.4
高原リゾート	15.3	17.6	22.9	14.2	14.3	23.0
世界遺産巡り	22.2	15.2	21.9	21.6	17.7	23.0
おしゃべり旅行	13.2	16.4	17.2	12.2	13.9	17.2
芸術鑑賞	11.1	8.2	10.4	14.1	12.7	17.0
パワースポット	14.2	10.9	18.2	14.7	12.0	16.2
観光列車旅行	16.3	10.0	7.1	15.8	14.7	15.3
花の名所巡り	8.7	7.6	9.1	13.3	10.7	15.2
祭・イベント	8.7	10.0	13.1	9.6	11.0	15.0
海水浴	24.3	23.0	25.3	14.9	12.1	15.0
自然現象鑑賞	10.8	9.7	11.1	12.0	11.3	14.8
登山・山歩き	9.4	8.8	10.4	11.7	10.7	14.2
マリンスポーツ	25.0	23.0	24.6	12.8	12.2	14.0
スキー・スノーボード	16.7	13.0	17.5	9.8	8.9	13.5
秘境ツアー	9.4	8.8	12.1	9.7	8.8	12.1
スポーツ観戦	9.7	8.8	12.1	10.9	8.3	11.7
ホテルステイ	9.4	14.2	12.5	9.1	10.4	11.6

※沖縄旅行意向者 2021年の上位30位までを掲載/2021年の国内旅行意向者全体を基準に降順 - : 2021年度調査から追加
(注)本設問は、最も行きたい旅行先で行き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きたい旅行タイプであり、沖縄で行きたい旅行タイプではない。)

(3) 旅行タイプ別の今後1～2年の間に行ってみたい旅行先

- 旅行タイプ別に行ってみたい旅行先を尋ねたところ、沖縄県が上位3位以内となった旅行タイプは以下の通りであった。
 - ・ 自然観光
 - ・ 海浜リゾート
 - ・ リゾートホテル
 - ・ 動物園・水族館
 - ・ ロングステイ
 - ・ おしゃべり旅行
 - ・ 海水浴
 - ・ マリンスポーツ
- 『自然観光』や『海浜リゾート』、『リゾートホテル』、『ロングステイ』、『マリンスポーツ』などはコロナ禍前と比べて海外のシェアが縮小し、沖縄県の位置づけが相対的に高まっている。

行ってみたい旅行タイプ上位6位

温泉旅行

2021年 (n=836)			2020年 (n=691)			2019年 (n=742)		
1位	大分県	22.5%	1位	大分県	16.6%	1位	大分県	16.4%
2位	神奈川県	14.2%	2位	群馬県	12.0%	2位	群馬県	12.5%
3位	群馬県	8.9%	3位	神奈川県	6.5%	3位	静岡県	7.3%

自然観光

2021年 (n=725)			2020年 (n=701)			2019年 (n=742)		
1位	北海道	27.2%	1位	北海道	19.8%	1位	北海道	22.4%
2位	沖縄県*	10.1%	2位	沖縄県	8.7%	2位	沖縄県	8.0%
3位	鹿児島県	4.3%	3位	ハワイ	6.0%	3位	ハワイ	7.0%

*石垣島：4、離島：3、宮古島：2、やんばる：2、八重山諸島：2、西表島：1、小浜島：1

現地グルメ・名物料理

2021年 (n=655)			2020年 (n=605)			2019年 (n=631)		
1位	北海道	41.8%	1位	北海道	36.7%	1位	北海道	40.7%
2位	石川県	6.1%	2位	台湾	6.4%	2位	韓国	6.7%
3位	韓国	3.7%	3位	大阪府	4.6%	3位	台湾	6.0%

歴史・文化観光

2021年 (n=586)			2020年 (n=547)			2019年 (n=625)		
1位	京都府	41.3%	1位	京都府	21.8%	1位	京都府	24.0%
2位	イタリア	5.3%	2位	イタリア	5.1%	2位	イタリア	9.0%
3位	石川県	3.9%	3位	広島県、フランス	2.9%	3位	奈良県	5.6%

テーマパーク・レジャーランド

2021年 (n=585)			2020年 (n=461)			2019年 (n=474)		
1位	千葉県	41.7%	1位	千葉県	36.9%	1位	大阪府	38.2%
2位	大阪府	31.8%	2位	大阪府	25.8%	2位	千葉県	36.5%
3位	東京都	5.5%	3位	東京都	8.2%	3位	東京都	8.4%

海浜リゾート

2021年 (n=521)			2020年 (n=466)			2019年 (n=490)		
1位	沖縄県*	32.2%	1位	ハワイ	37.3%	1位	ハワイ	38.0%
2位	ハワイ	31.3%	2位	沖縄県	28.1%	2位	沖縄県	33.1%
3位	和歌山県	5.0%	3位	グアム	3.2%	3位	グアム	5.1%

*石垣島：10、宮古島：8、竹富島：2、恩納村：2、沖縄の離島：2、小浜島：1、波照間島：1、那覇：1

沖縄県が上位の旅行タイプ

リゾートホテル

2021年 (n=342)			2020年 (n=235)			2019年 (n=258)		
1位	沖縄県*	30.1%	1位	沖縄県	20.9%	1位	沖縄県	26.0%
2位	ハワイ	15.2%	2位	ハワイ	19.1%	2位	ハワイ	20.9%
3位	長野県	5.6%	3位	北海道	6.0%	3位	北海道	6.6%

*石垣島：3、宮古島：2、沖縄本島：2、沖縄の離島：1、竹富島：1

動物園・水族館

2021年 (n=336)			2020年 (n=226)			2019年 (n=262)		
1位	沖縄県*	26.2%	1位	沖縄県	22.6%	1位	沖縄県	27.9%
2位	北海道	15.2%	2位	北海道	16.8%	2位	北海道	25.6%
3位	和歌山県	9.8%	3位	和歌山県	9.3%	3位	和歌山県	8.0%

*美ら海水族館：28

ロングステイ

2021年 (n=334)			2020年 (n=301)			2019年 (n=300)		
1位	ハワイ	21.3%	1位	ハワイ	20.3%	1位	ハワイ	27.3%
2位	沖縄県*	13.5%	2位	沖縄県	10.3%	2位	沖縄県	8.0%
3位	アメリカ合衆国本土	4.5%	3位	アメリカ合衆国本土	6.3%	3位	アメリカ合衆国本土	7.0%

*石垣島：3、八重山諸島：1、宮古島：1、座間味：1、沖縄の離島：1

おしゃべり旅行

2021年 (n=249)			2020年 (n=198)			2019年 (n=180)		
1位	東京都、神奈川県	6.0%	1位	静岡県	7.1%	1位	北海道	6.7%
2位	静岡県	5.6%	2位	沖縄県	6.6%	2位	神奈川県	6.1%
3位	沖縄県*	4.8%	3位	北海道	5.6%	3位	東京都	5.0%

*沖縄本島：1、石垣島：1

海水浴

2021年 (n=209)			2020年 (n=169)			2019年 (n=211)		
1位	沖縄県*	32.5%	1位	沖縄県	42.0%	1位	沖縄県	42.2%
2位	ハワイ	20.1%	2位	ハワイ	27.2%	2位	ハワイ	25.1%
3位	和歌山県、静岡県	9.6%	3位	静岡県	5.9%	3位	グアム	6.6%

*宮古島：3、石垣島：2、波照間島：2

マリンスポーツ

2021年 (n=195)			2020年 (n=170)			2019年 (n=180)		
1位	沖縄県*	52.3%	1位	沖縄県	49.4%	1位	沖縄県	42.2%
2位	ハワイ	22.6%	2位	ハワイ	20.0%	2位	ハワイ	28.3%
3位	グアム	6.2%	3位	グアム	6.5%	3位	グアム	7.8%

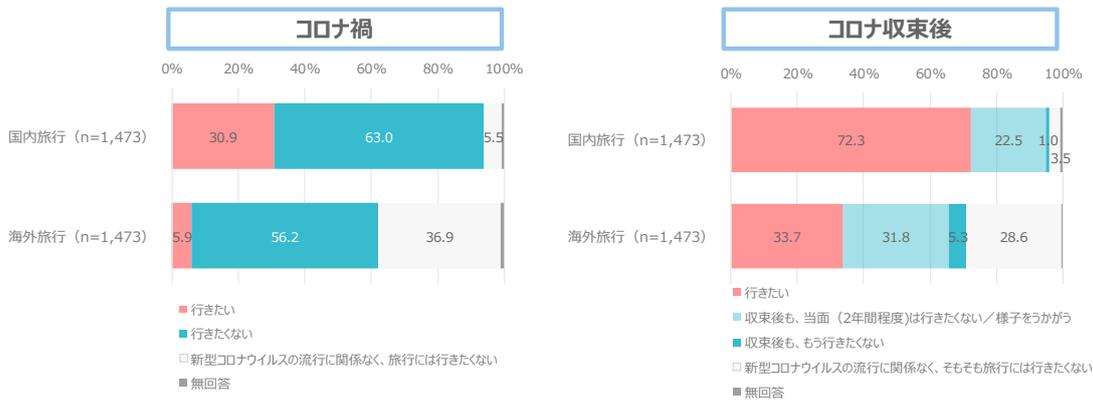
*宮古島：4、石垣島：3、離島：2、那覇：2、慶良間諸島：1

※行ってみたい旅行先は、国内・海外問わず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。
 ※沖縄県については、沖縄県・沖縄以外の具体的な回答を注釈で加えた。

【参考】今後の旅行意向、行きたい地域・行きたくない地域【日本人全体】

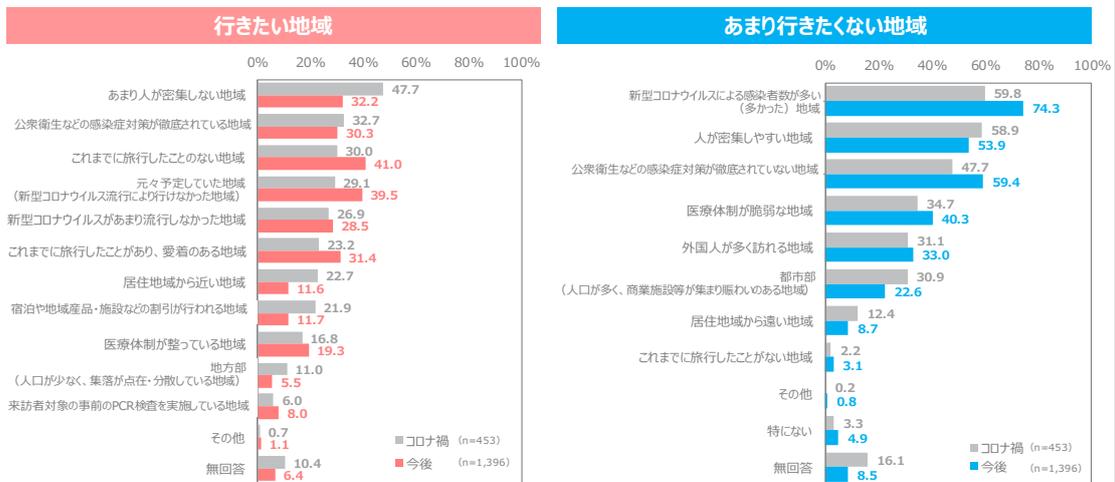
- コロナ禍・コロナ禍収束後の旅行意向は、海外旅行に関してはコロナ禍のみならずコロナ収束後においてもかなり慎重な姿勢がみられる。海外旅行の国内旅行へのシフトは、今後も暫く続く可能性が高い。
- コロナ禍に行きたい地域としては「あまり人が密集しない地域」が最も多く、「感染症対策が徹底されている地域」が続く。一方、今後行きたい地域として多く挙げられたのは「これまで旅行したことのない地域」「元々予定していた地域」「これまでに旅行したことがあり愛着のある地域」であった。あまり行きたくない地域としては、コロナ禍・今後ともに「感染者が多かった地域」「公衆衛生が徹底されていない地域」「人が密集している地域」が多く挙げられた。コロナ禍においては「密の回避」「感染症対策」がまず求められるが、今後の旅行においては、密回避や感染症対策はあってもあたりまえのものであり、観光地本来の魅力が求められる。

図 コロナ禍・コロナ収束後の旅行意向（国内旅行・海外旅行別）



出典：公益財団法人日本交通公社「第31回旅行動向シンポジウム資料」～コロナ禍における日本人旅行者の動向・意識/JTBF 旅行意識調査（21年5月調査）

図 コロナ禍・今後の旅行で行きたい地域・行きたくない地域【複数回答】



出典：公益財団法人日本交通公社「第31回旅行動向シンポジウム資料」～コロナ禍における日本人旅行者の動向・意識/JTBF 旅行意識調査（20年12月・21年5月調査）

【参考】ファンと言える観光地の有無・その地域に対する行動【日本人全体】

- 「自分はこの地域のファンだ」と言える観光地があるか尋ねたところ、3割強が「ある」と回答した。ファン観光地がある人に対して、20年3月以降、つまりコロナ禍において、その観光地に対して行ったことがあるかを尋ねたところ、半数弱が何らかのアクションを行っていた。具体的なアクションとしては、「訪問」や「物産品購入」が5割弱で最も多く、「地域発の動画等の視聴・閲覧」も2.5割が行っており、訪問はできずとも様々なアクションを起こしている。通常時においてもファンづくりは重要であるが、こういった状況においては、改めてファンをつくっていくことが重要であると言える。
- ここで、ファン観光地として「沖縄（県内観光地含む）」を挙げた人を抽出し、沖縄に対して行ったことの有無を確認したところ、何かしらアクションを起こした人は4.5割と全体とほぼ同程度であった。具体的な活動内容をみると、「物産品購入」が最も多く、半数を超えた。一方、「地域発の動画やウェブサイト等の視聴・閲覧」は、ハワイの6割に対し、沖縄は3割にとどまる。海外観光地は訪問や物産品購入のハードルが高いため、比較的に接触しやすい方法が多くなったと考えられる。

図 「自分はこの地域のファンだ」と言える観光地の有無

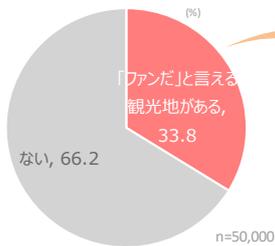


図 2020年3月以降、その観光地に対して行ったことの有無

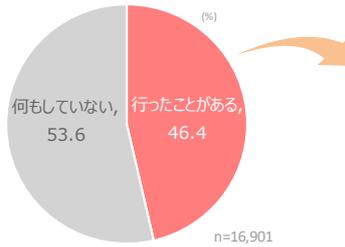


図 2020年3月以降、その観光地に対して行ったこと【複数回答】

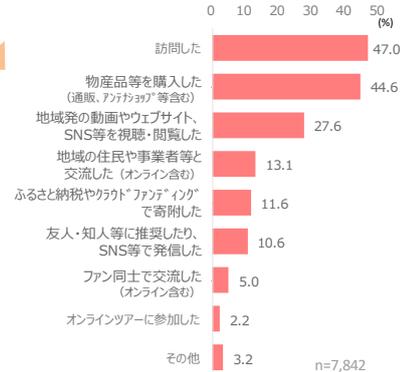


図 2020年3月以降、ファン観光地に対して行ったこと

	沖縄	北海道	京都	ハワイ	全体
訪問した	39.1	27.9	55.0	12.7	47.0
物産品等を購入した (通販、アフィリエイト等含む)	53.4	68.1	41.2	29.2	44.6
その地域発の動画やウェブサイト、SNS等を視聴・閲覧した	27.0	17.0	27.4	61.9	27.6
その地域の住民や事業者等と交流した (オンライン含む)	10.8	9.7	7.4	12.7	13.1
ふるさと納税やクラウドファンディングで寄附した	12.0	22.8	7.0	3.8	11.6
その地域を友人・知人等に推奨したり、SNS等で発信した	7.5	8.0	7.1	11.0	10.6
その地域のファン同士で交流した (オンライン含む)	1.7	3.7	2.8	6.8	5.0
オンラインツアーに参加した	1.2	1.8	0.5	5.5	2.2
その他	2.0	2.6	2.9	4.2	3.2
行ったことがある	44.0	55.1	37.7	33.1	46.4
特に何もしていない	56.0	44.9	62.3	66.9	53.6

出典：JTBF 旅行実態調査 (21年7月調査)

第5章 受入側の沖縄に求められる取組

昨年度調査では、受入側の沖縄が取り組むべき事項として以下の10の視点を取りまとめた。

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）

以上の10点は継続して取り組むことが必要であるが、今年度調査では、前章までの集計・分析結果を踏まえ、ポストコロナを見据えて特に求められる視点として以下の3点を挙げる。

	調査結果	求められる取組の視点
1	<ul style="list-style-type: none"> ・ コロナ禍の長期化に伴い、コロナ疲れを癒やしたい・リフレッシュしたいという意向が高まっている。そのような中、沖縄旅行は海外旅行からのシフトも相まって、自然観光や海浜リゾート、マリンスポーツなどに人気集中している（p28・29・30【今後1～2年の間に行ってみたい旅行タイプ・旅行先、コロナ禍収束後の旅行意向】） ・ ウィズコロナ・ポストコロナ社会においては密の回避は必要最低限の条件となる（p30【行きたい地域・行きたくない地域】） ・ また、コロナ禍を経て混雑がない状態を知ったこと、個・パーソナライズ化が促進したことで、人々はより快適な環境を求めることは想像に難くない（p8・10・22【同行者、旅行形態、実施した旅行の感想】） 	空間的・時間的な分散化
2	<ul style="list-style-type: none"> ・ 沖縄は5回目以上のハードリピーターが多い。コロナ禍においても沖縄のハードリピーターの再来訪意向は高いが、コロナ禍での初来訪者の再来訪意向は低下する傾向であった（p17・19【来訪経験、来訪経験別再来訪意向】） ・ ファン観光地には来訪以外のアクションも起こす（p31【ファン観光地の有無・行動】） ・ 県民旅行は、20年ほどの勢いではないが、コロナ禍前に比べて底上げ（p7【居住地】） 	地元も含めた沖縄ファンづくり
3	<ul style="list-style-type: none"> ・ 沖縄旅行の実施にあたっては、コロナに対する不安は感じないという回答が多い（p21【旅行実施にあたっての気持ち】） ・ 多くの沖縄旅行意向者は日常生活からの解放を求めることから、コロナ対策が疎かになる可能性も懸念される（p27【旅行の動機】） ・ 沖縄旅行中のマスク着用や手指消毒等の感染対策の実施率は2021年に入ってから徐々に低下しており、かつ、全国に比べてもやや低め（p23【旅行中の新型コロナウイルス対策】） 	レスポンシブル・ツーリズム（責任ある観光）の実現

1. 空間的・時間的な分散化

コロナ禍の長期化に伴い、旅行においてもコロナ疲れを癒やしたい・リフレッシュしたいという意向が高まっている。そのような中、沖縄旅行に関しては海外旅行からのシフトも相まって、自然観光や海浜リゾート、マリンスポーツなどに人気が集中している。ウィズコロナ・ポストコロナ社会においては密の回避は必要最低限の条件となる。また、コロナ禍を経て混雑がない状態を知ったこと、個・パーソナライズ化が促進したことで、人々はより快適な環境を求めることは想像に難くない。このような状況下においては、単なる密回避だけではなく、快適性の確保も意図した空間的・時間的な分散化がこれまで以上に求められる。あわせて、沖縄の魅力は自然環境によるところも大きいため、環境負荷軽減という視点でも分散化は有効である。分散化には、分散の仕方を旅行者に示すなどの情報発信による分散や、地域全体に魅力を散在させる空間的な分散、事前予約や人数制限などの時間的な分散など様々な手法がある。

（参考）ずらし旅の楽しみ方を具体的に提示【JR 東海】

JR 東海では、「旅は、ずらすと、面白い。これからの旅は、あなたらしい巡り方で」をキャッチコピーに、分散型旅行を推進している。旅する時間や場所、行動をずらすことで、今まで知らなかったことに気付く「発見」のある新しい旅を提案。“ずらし旅インタビュー記事サイト”では、様々なジャンルのエキスパート達が、「清水寺は朝 6 時に行く」、「お伊勢参りは手前の餅街道から歩く」、「観光案内所では隅っこのパンフレットを狙う」、「小さい自転車で街の解釈が 180 度変わる」など、ずらし旅を楽しむコツを具体的に紹介している。



出典：JR 東海「ずらし旅」(<https://recommend.jr-central.co.jp/zurashi-tab/>)

（参考）まち全体をひとつのホテルと捉える分散型ホテル

【NIPPONIA】【アルベルゴ・ディフーズ】【まちやど】

まち全体をひとつのホテルと捉える分散型ホテルは、貸切できる建物が多くプライベート空間を確保しやすいことから、コロナ禍にあっては 3 密回避の観点で注目を集めた。一方、その起源は過疎化した地域における空き家対策である。密回避、個・パーソナライズ化、空き家対策、地域連携による消費機会の創出など様々な効果が見込めることから、分散型ホテルのさらなる展開が期待される。



出典：NIPPONIA
(<https://nipponia.or.jp/>)



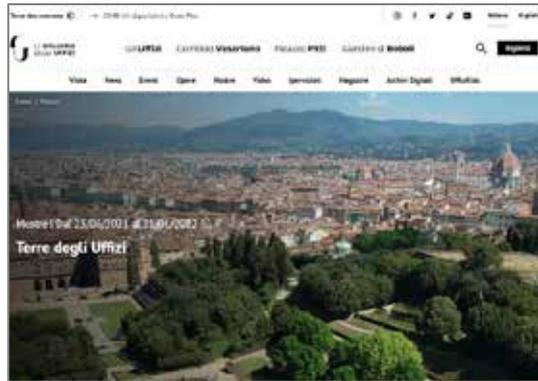
出典：アルベルゴ・ディフーズ・ジャパン
(<https://albergo-diffuso-japan.jp/>)



出典：日本まちやど協会
(<http://machi-yado.jp/>)

（参考）地域全体をつかったコレクションの分散展示【ウフィッツィ美術館】

イタリア・フィレンツェにあるウフィッツィ美術館では、そのコレクションの一部をトスカーナ州内の周辺地域に分散展示する‘Uffizi Diffusi（散在するウフィッツィ）’プロジェクトを計画。コロナ禍前に過剰に訪れていた来訪者を、あまり訪問されていない街や村、芸術家の故郷やその作品が生まれた土地に分散することで、オーバーツーリズムの回避を狙う。長期的な目標は、芸術と文化を人々の日常生活の一部にし、海外からの旅行者だけでなくすべての人が楽しめるようにすること、そして地域経済を支援することでもある。



出典：ウフィッツィ美術館公式サイト (<https://www.uffizi.it/>)
Italy magazine website (<https://www.italymagazine.com/featured-story/uffizi-gallery-plans-display-its-famed-collection-across-tuscany>、<https://www.italymagazine.com/featured-story/uffizi-diffusi-project-set-launch-five-art-exhibitions-scattered-across-tuscany>)

（参考）混雑緩和&環境負荷軽減のための事前予約・人数制限【ハワイ・ハナウマ湾】

ハナウマ湾自然保護区は美しいサンゴ礁が広がり、シュノーケリングが楽しめるオアフ島を代表する観光地。1990年代から駐車台数制限や教育プログラムの実施、入場料の徴収等、環境負荷を軽減するための様々な措置を講じてきた。コロナ禍を経て、2021年からオンラインによる事前予約システムを導入。入場者全員必須のハナウマ湾の歴史や環境保護、禁止事項等に関する9分間の教育ビデオ視聴の予約で、10分毎に予約可能。同時に予約できるのは10名まで。



出典：Honolulu Parks & Recreation website (<https://pros2.hnl.info/hanauma-bay>)
Hanauma Bay State Park website (<https://hanaumabaystatepark.com/>)

2. 地元も含めた沖縄ファンづくり

沖縄は 5 回目以上のハードリピーターが多い。コロナ禍においても沖縄のハードリピーターの再来訪意向は高いが、コロナ禍での初来訪者の再来訪意向は低下する傾向であった。「もう一度来たい」と思ってもらうためには、現地滞在中にいかにも満足してもらうか、家に帰っても思い出したくなるような経験をしてもらうかが重要であり、現地での経験こそが最大の PR になる。そのためには、そこに何があるかではなく、そこで何ができるか、どのような時間を過ごせるのかを演出すること。その空間に浸る、その空間で時間を過ごす体験によって、その場所の面白さが深く心に刺さることになる。また、獲得したファンを維持する取組も欠かせない。ファン観光地には来訪以外のアクションも起こすことから、獲得したファンを維持する取組として、ふるさと納税やネット催事、動画や SNS での情報発信等の様々な接点を提供し、来訪できない間もファンに沖縄とのつながりを感じてもらい、その関係性を維持していくことが重要となる。なお、沖縄ファンは地域外だけではない。県民旅行は 2020 年ほどの勢いではないが、コロナ禍前に比べて底上げされており、地元も含めたファンづくりが必要。県内旅行は既にある程度知っている場所を旅することになるので、新たな体験やいつも見ている景色の違った見方など、新たな視点を提供することが求められる。ポストコロナに向けては、国内シフトが起きている間に固定客を作ること、一時的に離れている客層を取り戻すことが重要となる。

【参考】いつでもどこでもハワイを感じられる動画【ハワイ州観光局】

ハワイ観光局では、各種の動画を公式サイト上に掲載している。ハワイの魅力が詰まったプロモーション動画、ハワイの文化や自然を守るためにできることを紹介するメッセージ動画、ハワイのアクティビティを楽しめるバーチャル動画、ハワイアンミュージックやハワイのミュージシャンによるミュージック動画、ハワイで体験できるカルチャープログラム紹介動画などを、いつでも見たいときに楽しむことができる。多くのハワイファンが楽しんでいるコンテンツであり、来訪できないハワイファンとの接点として、重要な来訪需要維持・喚起策になっている。



出典：ハワイ州観光局公式ポータルサイト allhawaii (<https://www.allhawaii.jp/hawaiiitv/>)

【参考】季節毎に開発するエコツアーを市報にも掲載して地域住民も多数参加【飯能市】

埼玉県飯能市は豊かな自然と文化を活かしたエコツーリズムの取組が盛んな地域。「里山を五感で味わう～こんにやく手作り体験～」 「里山のお宝を飾ろう！～飾り炭づくり体験～」 「夜空を大滑空！ムササビを盛りだくさんに楽しむナイトツアー」 「西川材で作る家具」など季節毎にツアーを開発。市報に掲載して市民にも広報を行っており、ツアー参加者は地域外の方のみならず、地域住民も多数参加している。



出典：飯能エコツアー サイト (<https://hanno-eco.jp/>)

3. レスポンシブル・ツーリズム（責任ある観光）の実現

沖縄旅行の実施にあたっては、コロナに対する不安は感じないという回答が多い。多くの沖縄旅行意向者は日常生活からの解放を求めることから、コロナ対策が疎かになる可能性も懸念される。実際、沖縄旅行中のマスク着用や手指消毒等の感染対策の実施率は 2021 年に入ってから徐々に低下しており、かつ、全国に比べてやや低めであった。このような状況においては、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「レスポンシブル・ツーリズム」（責任ある観光）の実現に向けた取組がより一層必要である。観光はその地域の資源を一時的に利用する行為であり、地域住民との交流も当然発生する。そのような中で、住民が安心して観光客を受け入れるためには、どのような来訪者を望むのか・望まないのか、具体的にどのような行動を取ってほしいのかといった地域の姿勢を示すことは必要であろう。また、旅行者に求めるだけでなく、より良い観光地づくりのために地域で取り組んでいることや、地域の意思・想いを伝えることは、共感できる人に来てもらうことにも繋がる。観光客と、観光客を受け入れる住民との関係構築は重要であり、どのような地域でありたいのか、観光客にはどうあってほしいのか、観光客の責任とは何なのか、地域住民も一緒になって取り組む意義は大きい。

（参考）感染リスクの高い人は、歓迎しないという姿勢を示す【KURABITO STAY】

酒造りを行う職人たちが寝泊まりしていた酒蔵にある古民家をリフォームした宿泊施設に滞在し、本格的な蔵人体験を味わうことができる長野県佐久市にある KURABITO STAY では、新型コロナウイルス感染予防対策のひとつとして「行動履歴の確認：チェックイン前日より起算して、過去 14日以内に夜の接待を伴うお店の利用のある方および利用歴のある方との濃厚接触がある方は大変申し訳ございませんがご予約いただくことができません。」を挙げている。受入姿勢を示すことで外部からの感染リスクの持ち込みを回避し、ゲスト・ホスト双方がともに安心安全な時間を作り上げている。 出典：KURABITO STAY サイト (<https://kurabitostay.com/>)



（参考）よりよい観光地のために旅行者ができることや地域の取組を紹介【ハワイ州観光局】

ハワイ州観光局は、観光に携わる全ての人々が、その土地の自然環境や文化などに与える影響に責任を持つことでより良い観光地をつくることを目指し、「マラマハワイ～地球にやさしい旅を～」キャンペーンを展開。その一環として、ハワイ州レスポンシブルツーリズム特設サイト「Mālama Hawai'i（マラマハワイ）」を開設し、マラマハワイのメッセージ動画、そのために旅行者ができることや、ハワイで参加することができる社会貢献活動を紹介。それだけではなく、ハワイ州や地域、観光関連企業等の取組、ハワイ版 SDGs「アロハプラスチャレンジ」の目標と達成状況など、旅行者に求めることだけではなく、地域の取組も公開している。



出典：ハワイ州レスポンシブルツーリズム特設サイト「Mālama Hawai'i（マラマハワイ）」 (<https://www.allhawaii.jp/malamahawaii/>)

【参考】西表島でエシカルな旅人になるためのヒントを紹介【Us4IRIOMOTE】

西表島の豊かな自然と文化を継承するため、環境に配慮した新たな観光「エシカル ツーリズム」の発信や、環境保護活動や希少動物の保護活動を行う団体のサポートを行うプロジェクト「Us 4 IRIOMOTE (アス・フォー・イリオモテ)」では、特設サイト「Go ETHICAL」を開設。エシカルな旅とは何か、今なぜエシカルな旅が必要かのほか、エシカルな旅人になるためのヒントとして、西表島のルール、旅の持ち物、旅行者も参加できるエシカルな取組、エシカルな旅のプログラム、エシカルなお土産などを具体的に紹介。島の自然や暮らしに対する思いやりのある旅を促している。



出典：Us4IRIOMOTE「Go ETHICAL」特設サイト (<https://www.us4iriomote.org/ethical-tourism>)

【参考】一般市民も参加して「責任ある行動」を検討【フランス】

フランスでは、責任ある持続的な観光のために必要な取組・行動について一般市民に公募したところ、国内外の約 5 万人から回答が寄せられた。その結果を集約し、10 の基本アイデアとして取りまとめた。多くの一般市民が参画してどのようなことを望んでいるのかを取りまとめた意義は大きい。



賛同が得られた提言の一例：

1	持続可能な交通手段の開発と運用	あらゆる種類の自転車の列車による運搬を容易にするべき。
2	企業・観光客に地元産品の活用を促すこと	観光客の滞在時には、サプライチェーンの短い商品の消費を優遇するべき。
3	観光地や自然地域におけるゴミの増加との戦い	ビーチや森林などの場所におけるゴミとの戦い（意識改革、監視、ゴミ拾いなど）はより優先的な事項とするべき。
4	国土の地域間における均衡のとれた観光活動	フランス人も外国人も、国土内の今日あまり人が行かない場所に行きたい気持ちにさせることが必要。
5	観光によって生じるゴミの管理体制改善と活用	各地の観光事業体に解説付き分別ゴミ袋を用意させて、パカンス中により習慣を身につけてもらう。
6	観光地のコンクリート化の制限と自然地域の再評価	新規の観光開発は注意深く監視し、守るべき自然の生態系をこれ以上危機にさらさないこと。
7	包装用品とプラスチックの生産・消費の制限	食品の必要以上の包装（特にプラスチック）を減らすべき。
8	地元の文化自然遺産や住民と結びついた周辺地域の観光開発	観光を最早必要悪のように見なさず、地元との絆を再発見する真のチャンスと見なすべき。
9	幼児期からの「責任ある観光」教育	子どもたちにごく幼いうちから動植物や環境を大切にすることを教える。そのためには最大限の実地見学をさせる。
10	責任ある観光の実践事業者の明示、支援、強調	規制を遵守し革新的な観光開発を目指す民間プロジェクトに寄り添い具体的な支援をするべき。

出典：フランス観光開発機構プレスリリース「フランスにおける責任ある観光 5 万人近い一般市民の皆様から具体的な行動案をいただきました！」 (<http://jp.media.france.fr/>)

結びに

昨年度に引続き 2021 年度も、公益財団法人日本交通公社の協力を得て本調査を取りまとめた。

2021 年度の旅行意向調査において、「今後行きたい地域」として多く挙げられたのが、「これまで旅行したことのない地域」「元々予定していた地域」「これまでに旅行したことがあり愛着のある地域」だったことや、旅行の動機や旅行先で行ってみたいことが、コロナ禍前より一層ニーズが高まっていることは、コロナ禍の長期化によって日本人の「旅行に行きたい機運」がより高まっていることの現れであろう。

また旅行実態調査では、沖縄がいかにハードリピーターに支えられているか、ということが改めて明らかになった一方で、コロナ禍での初来訪者の再来訪意向が低下していることは懸念すべき点である。JTBF によると、再来訪意向は旅行後に尋ねた結果であり、この時点で「ぜひまた行きたい」という強い思いを持っていないと今後の旅行では選ばれない、とのこと。すなわち、コロナ禍での初来訪者がリピーターに繋がらない可能性がある、ということになる。観光施設の休館や店舗の閉鎖等の影響、あるいは自粛要請期間中で周りの人に言えず旅行した等、要因は様々あるだろうが、2022 年に来訪する観光客が沖縄滞在期間中に満足度を高め、また来たいという気持ちにさせるための受入側の取組が重要になろう。

一方で観光地側から、住民が安心して観光客を受け入れるために、どのような来訪者を望む／望まないのか、具体的にどのような行動を取ってほしいのかといった地域の姿勢を示すことも重要である。観光客が「旅先での解放感」からマスクを外して歩いている姿をみて、来てほしくないという感情を抱いた県民が少なからずいるのも事実であろう。

今は、行政も事業者も「一日でも早く観光客に戻って来てほしい」という気持ちが強いと思うが、忘れてはならないのは「コロナ禍前の観光に戻ることはない」という現実である。沖縄は 2022 年 5 月に本土復帰 50 年を迎えるが、新しい時代や環境に対応し、変化を柔軟に受け入れながら、「持続可能な観光」の実現に進んでいくことを祈念したい。

[担当：伊東]

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調査【沖縄版】～DBJ・JTBF アジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査（第2回 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

2021年は新型コロナウイルス感染症（以下、「新型コロナ」という）が前年以上に猛威を振るい、観光・飲食業を中心に大きな打撃を受けた。国内客は、年末にかけて感染状況が落ち着き徐々に回復基調にあったが、外国人観光客は入国制限措置が続いており、ゼロが続いている。2022年もオミクロン株による感染拡大がみられ、未だ観光の回復は見通せない状況である。しかし、海外ではウイズコロナを掲げ、欧米を中心に入国制限が緩和され、国境を越えた観光が再開していることから、日本でも来たる日に備えて、受入準備を行っておく必要がある。

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るため、特別調査を2020年6月（「第1回新型コロナ影響度特別調査」）と2020年12月（「第2回新型コロナ影響度特別調査」）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、沖縄公庫では、DBJ及びJTBFの協力により、調査データの提供を受け、沖縄への観光に対する訪日外国人旅行者の意向調査を取りまとめ、受入側の沖縄に求められる取組の視点を提言した。なお、第1回特別調査は公庫レポート第171号にて報告済、今回は第2回調査を取りまとめた。

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
(第2回新型コロナ影響度特別調査)
(注) 2020年6月2日～6月12日に実施された前回調査を「第1回新型コロナ影響度特別調査」、
2020年12月1日～12月12日に実施された調査を「第2回新型コロナ影響度特別調査」とする。
- ・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12月1日～12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6,139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

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	3,097	2,061	259	264	250	251	264	258	254	261	1,036	260	264	252	260
女性	3,034	2,061	271	272	249	248	251	255	255	260	973	243	241	253	236
その他	8	5	1	1	1	0	1	1	0	0	3	0	2	1	0
総計	6,139	4,127	531	537	500	499	516	514	509	521	2,012	503	507	506	496

訪日希望者

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	1,718	1,334	106	163	183	205	187	164	152	174	384	88	98	90	108
女性	1,540	1,250	63	193	160	178	177	154	155	170	290	49	81	81	79
その他	3	3	0	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
総計	3,261	2,587	169	357	344	383	365	318	307	344	674	137	179	171	187

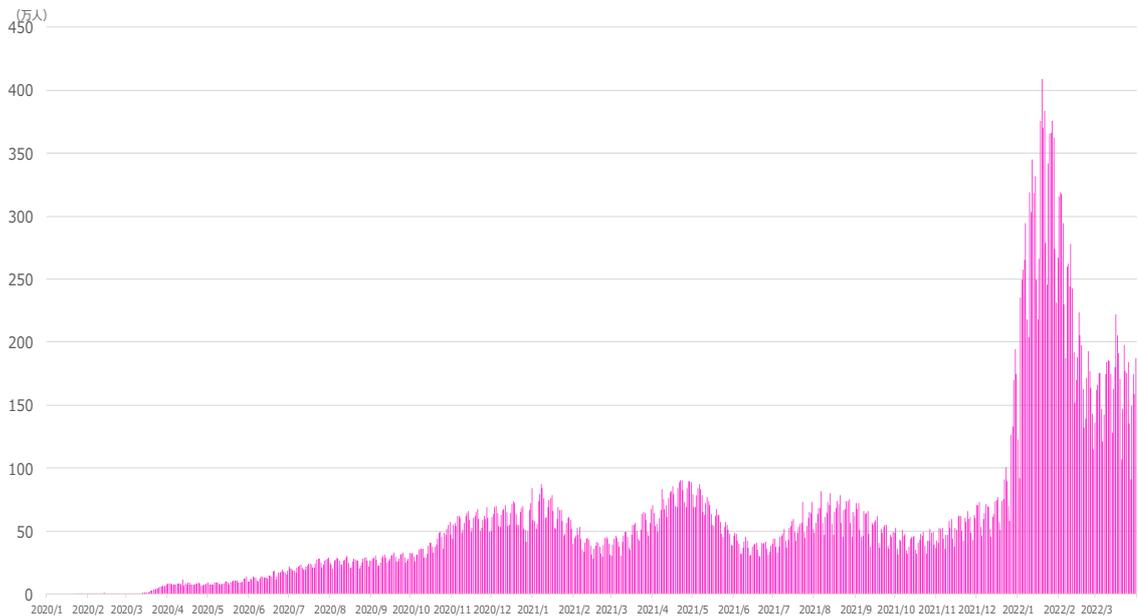
沖縄訪問希望者

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	508	421	45	33	99	88	37	46	43	30	87	15	24	22	26
女性	578	500	54	61	99	77	45	72	60	32	78	29	17	17	15
その他	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
総計	1,087	922	99	95	198	165	82	118	103	62	165	44	41	39	41

図表 2 本調査の設問の地域区分

地域	該当する地名
東京	東京
東京近郊	日光、川越、横浜、箱根、松本/白馬、軽井沢
北海道	北海道、札幌、函館、帯広/十勝、ニセコ、知床/阿寒、旭川/富良野
東北	東北、青森、秋田/角館、山形/蔵王、岩手/平泉、仙台/松島、福島
新潟	新潟/佐渡、妙高/湯沢
北陸	北陸、金沢、富山、立山/黒部、福井
中部	富士山、飛騨/高山、名古屋、伊勢志摩/伊賀
関西	紀伊半島/高野山/熊野古道、関西、京都、奈良、大阪、神戸
中国	岡山、倉敷、広島、山口、鳥取、松江/出雲/石見
四国	四国、高松/香川、直島、松山/道後、愛媛、徳島、高知
九州	九州、福岡/博多/小倉、佐賀、長崎/佐世保、大分/別府/湯布院、熊本/阿蘇
南九州	宮崎、鹿児島、奄美
沖縄	沖縄、宮古/石垣

(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(2022年3月31日までの情報)

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

第2章 調査要旨

今般、DBJとJTBFが2020年12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（第2回新型コロナ影響度特別調査）」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を取りまとめた。

海外旅行への意向・自国で実施した活動

- ・新型コロナ収束後の海外観光旅行への意向は、アジア・欧米豪ともに8割を超えた。また新型コロナへの感染不安と収束後の海外旅行の関係をみると、アジア居住者は感染不安が高く、海外旅行への意向も高い。年代別では、アジア・欧米豪ともに50代の海外旅行への意向がやや低い。
- ・海外旅行に行きたい国・地域に関する活動をみると、食体験やコンテンツ体験（テレビ、映画、アニメ等）が上位で、オンラインツアー参加やイベント参加等「参加型」の体験の実施率は低い。一方で、オンラインツアーを実施した人の今後の訪問意向（「今後ぜひ旅行したい」+「機会があれば旅行したい」の合計）は、アジア居住者で95%、欧米豪居住者で82%と高い。また、訪問経験のある地域へのオンラインツアー参加率が高い（アジア居住者75%、欧米豪居住者84%）。
- ・自国で実施した日本に関する活動と、その活動による訪日意向の高まりをみると、「日本文化の体験」や「オンラインツアー参加」といった「参加型」の体験について、実施率は低いものの、訪日意向は高まる傾向がみられた。

訪日旅行の意向

- ・新型コロナ収束後に海外観光旅行したい国・地域として、日本はアジア・欧米豪ともに1位と、コロナ禍でも訪日意欲は高い。
- ・新型コロナ収束後に観光のために日本を訪問したい理由は、アジア・欧米豪ともに、「食事が美味しい」が1位、「行きたい観光地や観光施設があるから」が2位となった。また前回同様、アジア、欧米豪ともに「清潔だから」「治安がよいから」「体験したいツアーやアクティビティがあるから」も上位となった。

日本の観光地及び沖縄、宮古／石垣の認知度と訪問意向

- ・日本の観光地の認知度と訪問意向の関係をみると、アジア居住者では、東京、大阪、富士山、北海道、京都の認知度が6割を超え、訪問意向も3割以上となった。沖縄は、認知度が48%、訪問意向が22%、また本調査から追加された宮古／石垣については、認知度が11%、訪問意向が3%となった。一方、欧米豪居住者は、最も高い東京でも認知度は50%を下回った。沖縄は、認知度21%、訪問意向が8%、宮古／石垣は、認知度4%、訪問意向は2%となった。
- ・沖縄の認知度・訪問意向を国別にみると、台湾が認知度77%、訪問意向39%で最も高く、次に香港が認知度66%、認知度32%で、他のアジア諸国は認知度が概ね3～4割となった。一方、欧米豪の4カ国の認知度は2割前後、訪問意向は1割未満である。宮古／石垣も、沖縄同様に台湾と香港の認知度が高いが、この2カ国以外の認知度は低い。

- ・国・年代別に沖縄の認知度・訪問意向の関係をみると、中国、タイと欧米豪 4 カ国で 20 代、30 代の認知度が低い。なお参考まで東京、京都、北海道について、東アジアの国・年代別の認知度・訪問意向をみたところ、沖縄と同様に中国の若い世代の認知度及び訪問意向は低い。

沖縄訪問希望者の意向

- ・「沖縄訪問希望者が沖縄で体験したいこと」は、アジア居住者では、「マリナクティビティを楽しむこと」の選択率が他の地域と比べて高く、「自然や資源を損なうことのないよう配慮されている観光地・観光ツアー（以下、「環境に配慮したツアー）」も選択率が高い。アジア居住者は、他の地域でも、その地域ならではの項目が選択されている。一方、欧米豪居住者では「自然や風景の見物」「伝統的な日本料理」、「環境に配慮したツアー」が他の地域と比べて上位だが、「マリナクティビティ」の選択率は低い。他の地域も、アジア居住者の回答に比べると地域の特色があまり出ておらず、「認知度の低さ」が影響していると考えられる。
- ・国別・訪日経験有無別に分けてみると、東アジア 4 カ国は、訪日未経験者でも「マリナクティビティ」が中国、台湾、香港で上位に挙がり、台湾では 1 位となった。訪日経験者は「マリナクティビティ」や、「環境に配慮したツアー」、「有名な史跡や世界遺産等の見物（説明の充実度含む）」の選択率が高い。なお、「買う」体験については、「食品や飲料のショッピング」が中国、台湾、香港で挙がった。
- ・東南アジア 4 カ国では、訪日未経験者／経験者ともに「自然や風景の見物」が 1 位、「環境に配慮したツアー」も上位に挙がった。また「マリナクティビティ」は、タイ、マレーシアで選択率が高い。なお、訪日経験者でも「紅葉の鑑賞」がタイ、シンガポール、インドネシアで上位となった。
- ・欧米豪 4 カ国は、訪日未経験者／経験者ともに「桜の鑑賞」「紅葉の鑑賞」等が上位に挙がり、「マリナクティビティ」の回答はない。全般的に見学、鑑賞等「見る」項目や、「繁華街の街歩き」「日本料理」等の選択率が高い。なおアジア・欧米豪のいずれの国においても「環境に配慮したツアー」や「説明の充実度を含む見学」も上位に選択されており、「質」の高い観光への期待がみられる。
- ・「日本国内で利用したい交通機関」について、訪日希望者全体では新幹線、鉄道・モノレールの選択率が高く、近郊バスやレンタカー等はやや低い。またアジア・欧米豪居住者を年齢別にみると、20 代のレンタカー利用の割合が他の年代より低い。一方、沖縄訪問希望者の回答は、訪日希望者全体に比べるとレンタカー等の利用率がやや高く、韓国、台湾、マレーシア、インドネシアでは 3 割を超えた。しかし 7 割以上が希望していないことから、レンタカー利用を前提としない交通体系の整備が求められよう。

今回の調査結果を踏まえ、ポストコロナを見据え特に求められる視点として以下の 3 点を挙げる。

1. ターゲット層への効果的なアプローチ
 2. サステナブル・ツーリズム（持続可能な観光）への取組
 3. レンタカーに依存せず移動できる交通体系の構築とアクセス方法の発信
- 以上
[担当：伊東]

第3章 調査結果

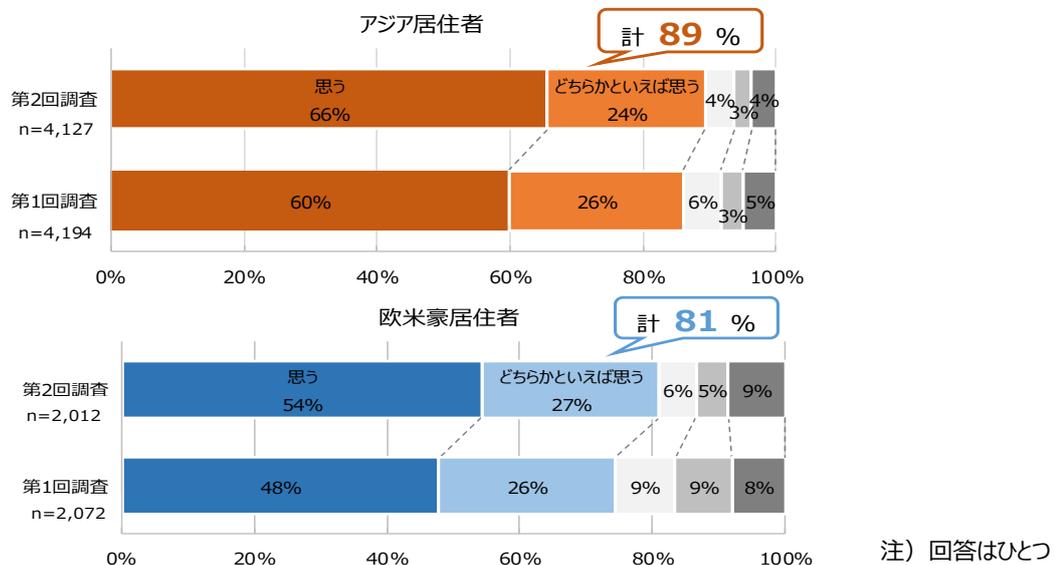
本章では、新型コロナ収束後のインバウンドの訪日意向について、DBJとJTBFが調査・分析した本調査の結果から、沖縄の観光に関連する内容について取りまとめた。

1. コロナ禍での海外旅行への意向・自国で実施した活動（全体調査）

(1) 新型コロナ収束後の海外観光旅行意向

新型コロナ収束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89%、欧米豪居住者で81%と、第1回調査と比べていずれも上昇し、特に旅行をしたいと「思う」と答えた人の割合が上昇した。

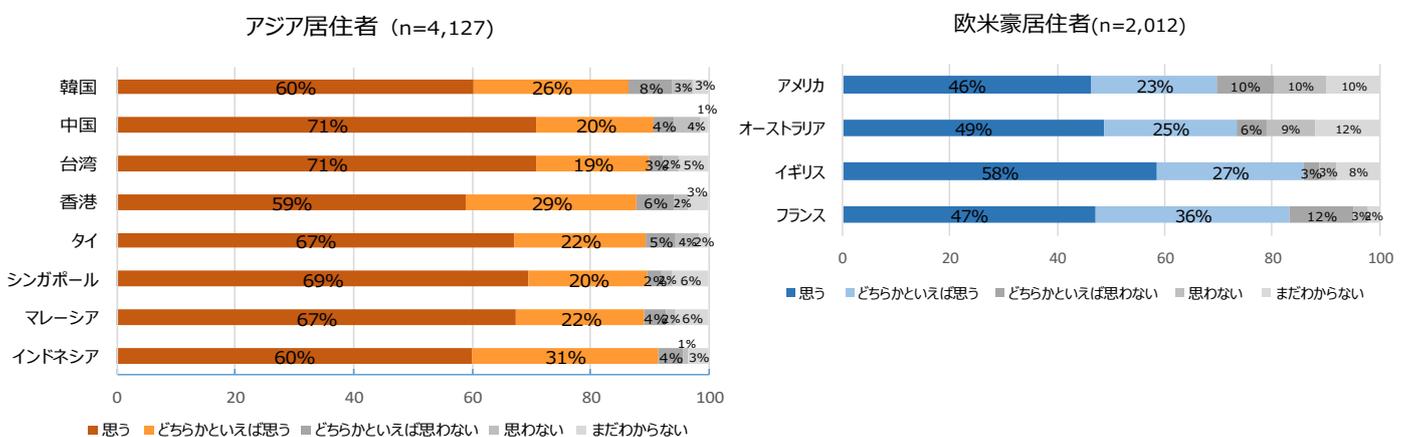
図表3 【全員】新型コロナ流行収束後における海外観光旅行の意向



国別にみると、アジア居住者では「行きたいと思う」が大半の国で60~70%台と高く、「思う」「どちらかといえば思う」の合計では90%前後となった。

欧米豪居住者では、「行きたいと思う」が50%前後、「思う」「どちらかといえば思う」の合計はイギリス、フランスで80%台となった。

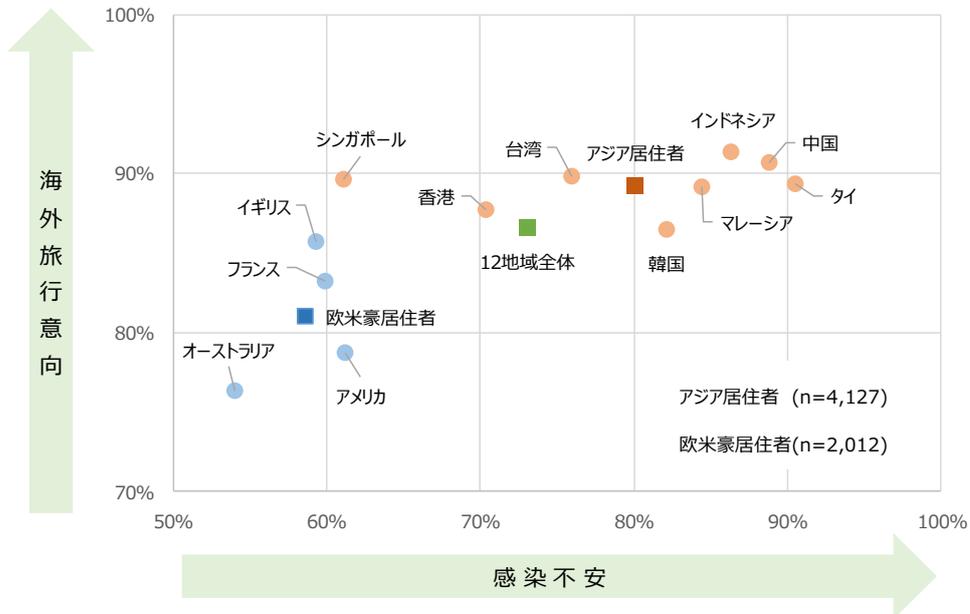
図表4 【全員】新型コロナ流行収束後における海外観光旅行の意向（国別）



(2) 新型コロナ感染リスクに対する不安と旅行意向

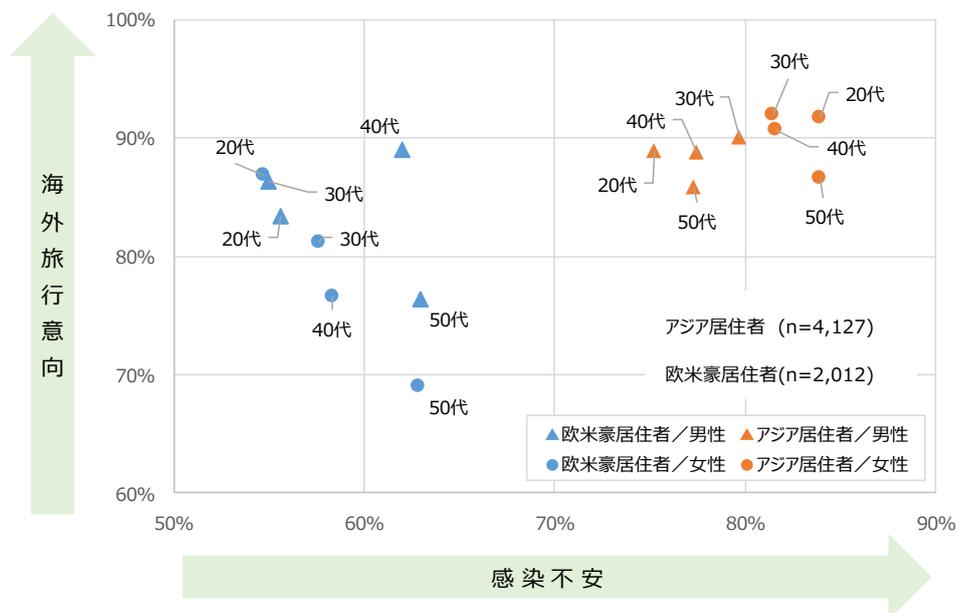
新型コロナへの感染不安と収束後の海外旅行の関係を見ると、アジア居住者は感染不安が高く、海外旅行への意向も高い。なおシンガポールは、感染不安は欧米豪居住者に近いが、海外旅行への意向はアジア居住者に近い傾向となった。

図表5 【全員】 感染不安とコロナ収束後の海外旅行意向（国・地域別）



地域別・年代別でみると、アジア居住者では男性より女性の感染不安が高く、欧米豪居住者では、感染不安の男女差はみられない。一方、海外旅行意向については、アジア・欧米豪いずれも若い世代の旅行意向が高く、50代はやや低い傾向がみられた。

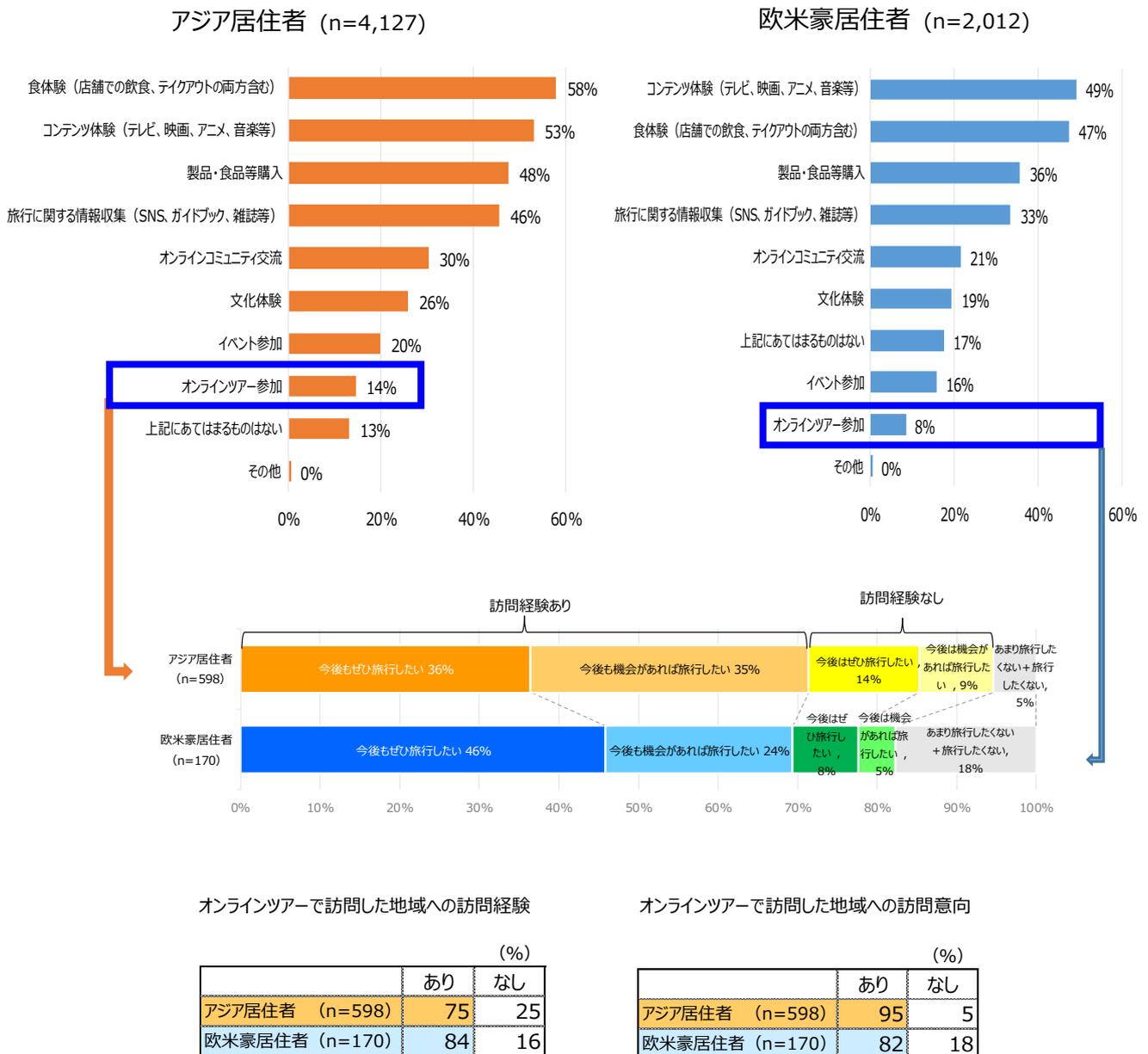
図表6 【全員】 感染不安とコロナ収束後の海外旅行意向（居住地域、性、年代別）



(3) 自国で実施した、海外旅行で行きたい国・地域に関する活動

海外旅行に行きたい国・地域に関する活動をみると、食体験やコンテンツ体験（テレビ、映画、アニメ等）が上位で、オンラインツアー参加やイベント参加等「参加型」の体験の実施率は低い。一方で、オンラインツアーを実施した人の今後の訪問意向（「今後ぜひ旅行したい」+「機会があれば旅行したい」の合計）は、アジア居住者で95%、欧米豪居住者で82%と高い。また、訪問経験のある地域へのオンラインツアー参加率が高い（アジア居住者75%、欧米豪居住者84%）。

図表7 【全員】自国で実施した、海外旅行で行きたい国・地域に関する活動と【オンラインツアー参加者】オンラインツアー参加による訪問意向の変化

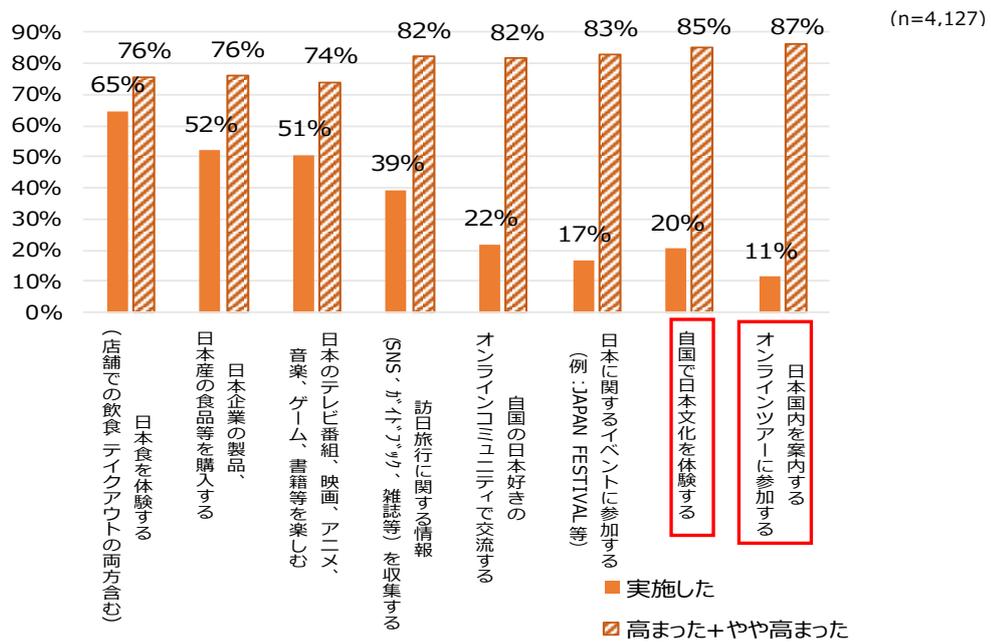


注）訪問意向は、「今後ぜひ旅行したい」「今後も機会があれば旅行したい」の合計

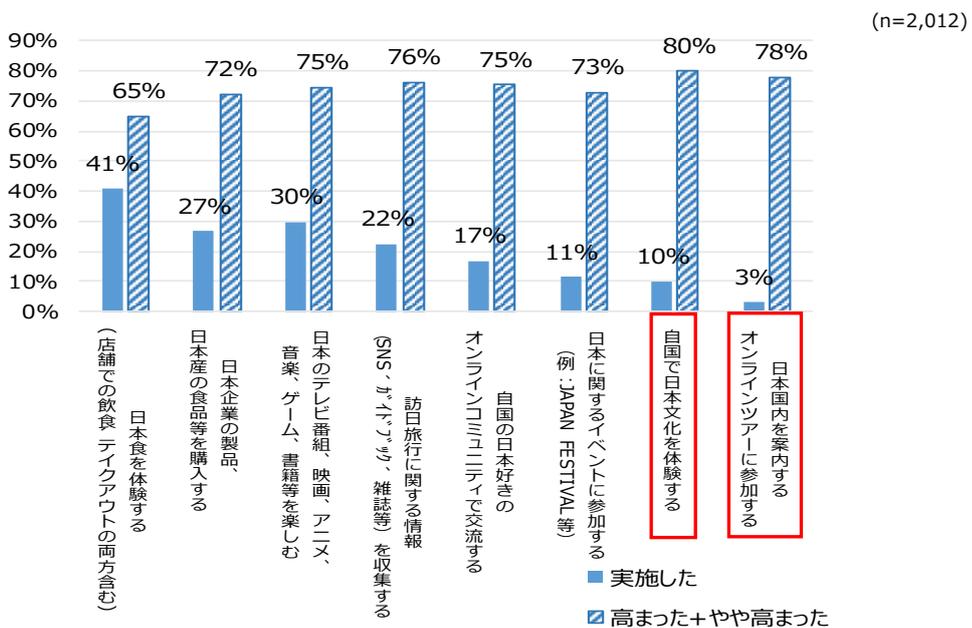
(4) 自国で実施した日本に関する活動と、活動による訪日意向の変化

自国で実施した日本に関する活動の実施状況と、実施による訪日意向の高まりをみると、活動は日本食の体験、日本企業の製品・食品の購入、日本のテレビ番組、映画、アニメ等の実施率が高いが、訪日意向の高まりは相対的に小さい。一方、日本文化の体験やオンラインツアーへの参加といった「参加型」の体験については、訪日意向が高まる傾向がみられた。なお、オンラインツアーは、前ページでみたように、「訪問経験のある国」のツアーの参加率が高かったことから、日本国内のオンラインツアーも訪日経験者が参加し、再訪意向を高めた可能性があるかと推察されよう。

図表 8 【全員】 自国で実施した日本に関する活動と、【体験した人】 実施による訪日意向（アジア居住者）



図表 9 【全員】 自国で実施した日本に関する活動と、【体験した人】 実施による訪日意向（欧米豪居住者）

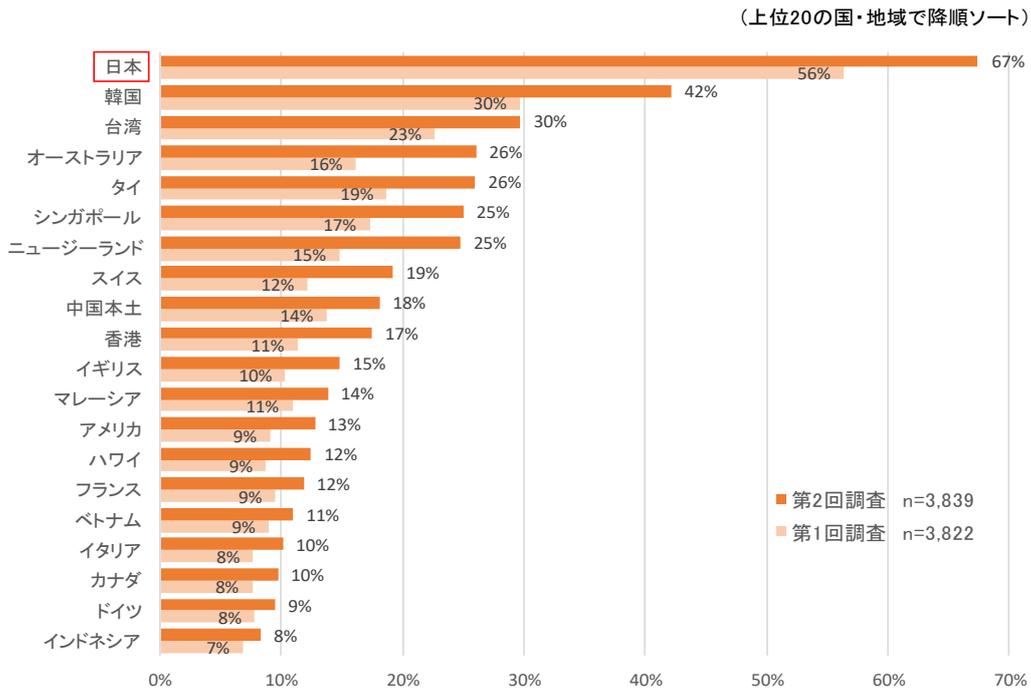


2. 訪日旅行の意向（全体調査）

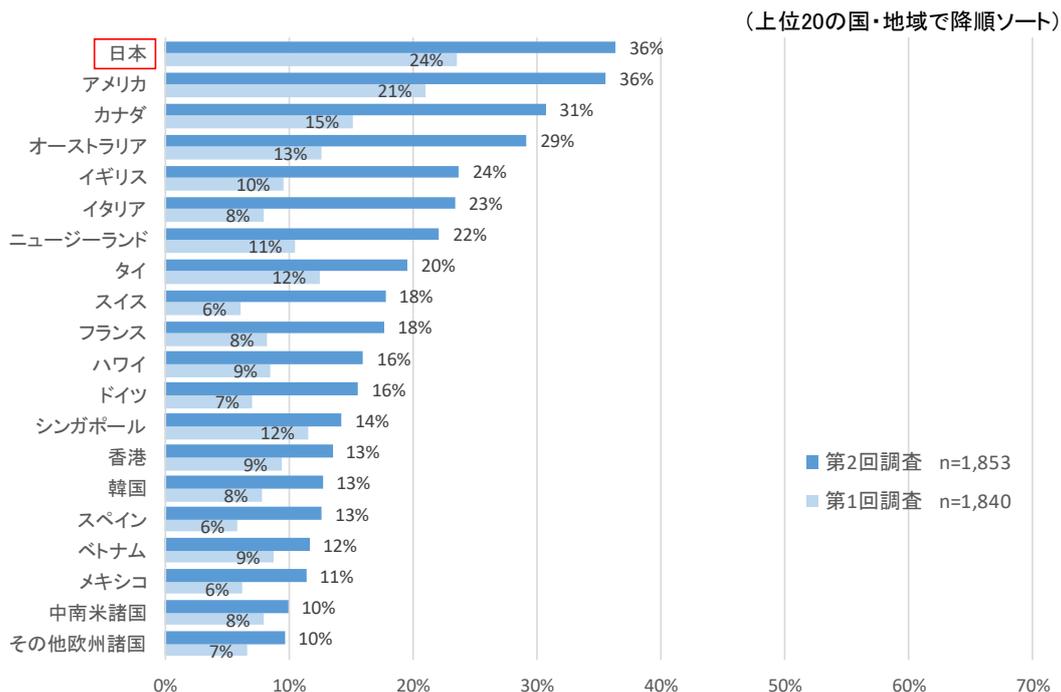
(1) 新型コロナ収束後に観光旅行したい国・地域

新型コロナ収束後に海外観光旅行したい国・地域として、日本は、アジア居住者では前回に引き続き1位、欧米豪居住者は前回2位から1位へ上昇し、コロナ禍でも日本の人気は高い。なお、前回調査より、どの国・地域も訪問意向は上昇しており、海外旅行に行きたい気持ちの高まりが窺える。

図表 10 【海外旅行希望者】新型コロナの流行収束後に、観光旅行したい国・地域（アジア居住者）



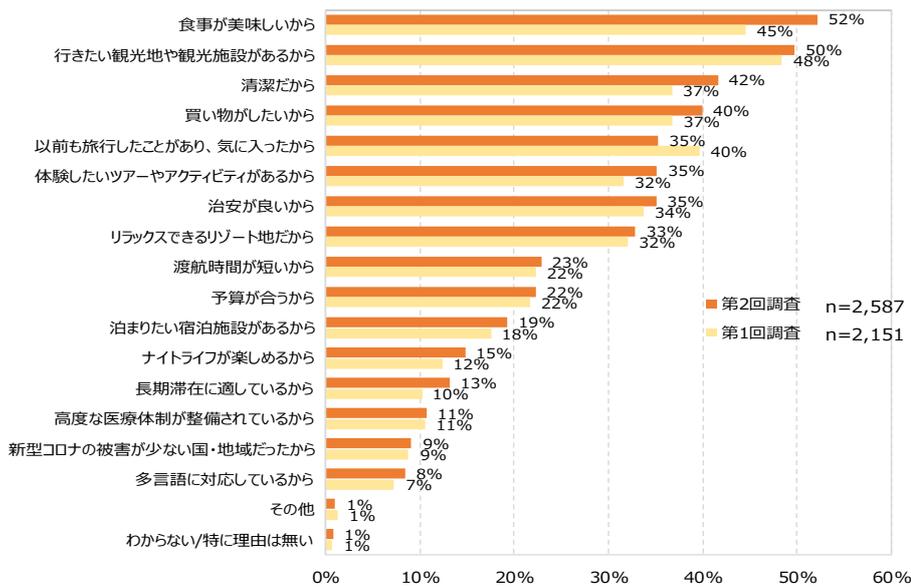
図表 11 【海外旅行希望者】新型コロナの流行収束後に、観光旅行したい国・地域（欧米豪居住者）



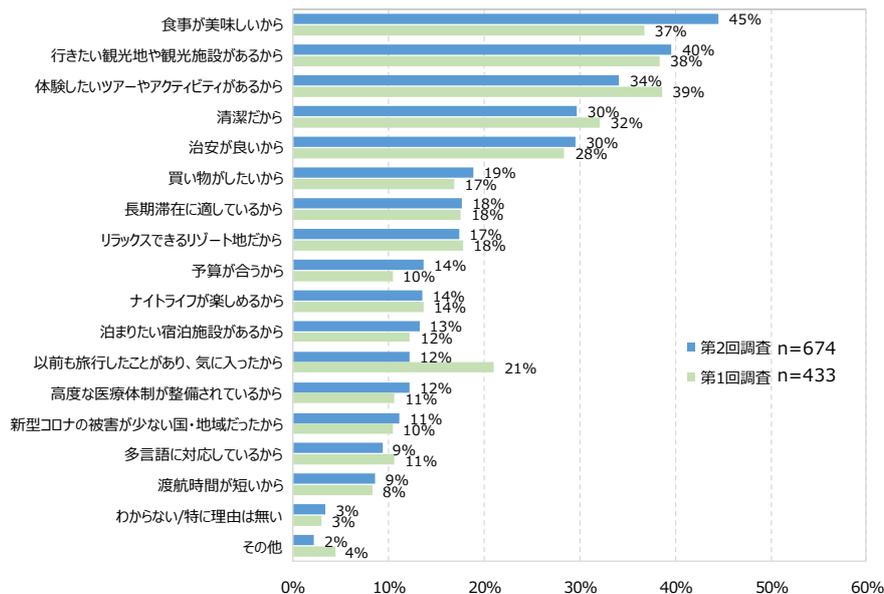
(2) 新型コロナ収束後に観光のために日本を訪問したい理由

新型コロナ収束後に観光のために日本を訪問したい理由は、アジア・欧米豪ともに、「食事が美味しい」が1位、「行きたい観光地や観光施設があるから」が2位となった。また前回同様、アジア、欧米豪ともに「清潔だから」「治安がよいから」「体験したいツアーやアクティビティがあるから」も上位となった。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」の選択率は低い。

図表 12 【海外旅行希望者】新型コロナの流行収束後に、観光のために日本を訪問したい理由（アジア居住者）



図表 13 【海外旅行希望者】新型コロナの流行収束後に、観光のために日本を訪問したい理由（欧米豪居住者）



(3) 訪日旅行で体験したいこと

訪日旅行で体験したいことは、アジア・欧米豪ともに「桜の鑑賞」「自然や風景の見物」「伝統的日本人料理」等が上位となった。

アジア居住者では、「温泉への入浴」「雪景色鑑賞」「紅葉の鑑賞」など、日本らしい風情や四季を味わいたい意向が反映されている

図表 14 【訪日旅行希望者】訪日旅行で体験したいこと（アジア居住者）

アジア居住者 (n=2,587)		
1位	桜の観賞	62.6%
2位	自然や風景の見物	62.4%
3位	伝統的日本人料理	53.9%
4位	温泉への入浴	52.6%
5位	雪景色観賞	50.4%
6位	有名な史跡や歴史的な建築物の見物（説明の充実度含む）	47.6%
7位	紅葉の観賞	46.9%
8位	現地の人が普段利用しているカジュアルな食事	38.6%
9位	世界遺産の見物（説明の充実度含む）	38.4%
10位	繁華街の街歩き	38.0%
11位	遊園地やテーマパーク	37.3%
12位	日本庭園の見物（説明の充実度含む）	37.0%
13位	食品や飲料のショッピング	35.4%
14位	日本文化の体験（茶道、華道、着物試着など）	34.6%
15位	イベント・祭りの見物	33.8%
16位	洋服やファッション雑貨のショッピング	29.3%
17位	化粧品や医薬品の購入	28.5%
18位	自然や資源を損なうことのないよう配慮されている観光地・観光ツアー	28.1%
19位	近代的／先進的な建築物の見物（説明の充実度含む）	27.9%
20位	スイーツ	27.6%
21位	日本の酒（日本酒・焼酎）	26.4%
22位	伝統工芸品の工房見学・体験	24.2%
23位	スノーアクティビティ（スキー、スノーボード等）を楽しむこと	23.5%
24位	ドラマや映画のロケ地・アニメの舞台の見物	21.4%
25位	フルーツ狩り	20.3%

注) 回答はあてはまるもの全て。上位 25 位。

欧米豪居住者では、“説明の充実度も含んだ”日本庭園や史跡、世界遺産の見物や、「繁華街の街歩き」「自然や資源を損なうことのないよう配慮されている観光地・観光ツアー」「日本文化の体験」など、「体験」の項目がアジア居住者に比べて上位となった。

図表 15 【訪日旅行希望者】訪日旅行で体験したいこと（欧米豪居住者）

欧米豪居住者（n=674）		
1位	自然や風景の見物	52.1%
2位	日本庭園の見物（説明の充実度含む）	50.1%
3位	桜の観賞	47.6%
3位	伝統的日本料理	47.6%
5位	有名な史跡や歴史的な建築物の見物（説明の充実度含む）	46.9%
6位	世界遺産の見物（説明の充実度含む）	40.5%
7位	繁華街の街歩き	37.5%
8位	自然や資源を損なうことのないよう配慮されている観光地・観光ツアー	31.6%
9位	日本文化の体験（茶道、華道、着物試着など）	31.3%
10位	現地の人が普段利用しているカジュアルな食事	30.9%
11位	温泉への入浴	29.5%
12位	近代的／先進的な建築物の見物（説明の充実度含む）	29.4%
13位	イベント・祭りの見物	28.8%
14位	伝統工芸品の工房見学・体験	27.9%
15位	紅葉の観賞	26.3%
16位	雪景色観賞	25.4%
17位	伝統芸能鑑賞（歌舞伎や能）	24.3%
18位	日本の酒（日本酒・焼酎）	22.8%
19位	美術館や博物館の鑑賞（説明の充実度含む）	20.9%
20位	ナイトライフ（バーやクラブ、芸者遊び等）体験	20.0%
20位	食品や飲料のショッピング	20.0%
22位	遊園地やテーマパーク	18.7%
23位	伝統工芸品の制作や購入	17.7%
24位	ドラマや映画のロケ地・アニメの舞台の見物	17.5%
24位	スイーツ	17.5%

注) 回答はあてはまるもの全て。上位 25 位（24 位が同率）。

国別にみると、マレーシア、インドネシアで、一般的に選択率が高く、日本で様々なことを体験してみたという意向が現れている。

「見る」項目については、東南アジア居住者で、「雪景色」「紅葉」「桜」といった日本の四季に関連した見る観光への期待が高い。欧米豪居住者は、日本庭園の見物（説明の充実度含む）の選択率が高い。

「楽しむ／体験する」項目は、アジアの各国で「温泉への入浴」の割合が高い。

「食べる」項目は、シンガポール、マレーシアの期待が高く、台湾・香港では「スイーツ」への期待も高い。

「買う」項目は、台湾・香港、シンガポールの期待が高く、特に台湾では「化粧品や医薬品」「電化製品」の選択率が高い。

図表 16 【訪日旅行希望者】訪日旅行で体験したいこと（国別）

	12地域全体 サンプル数⇒	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
「見る」項目													
自然や風景の見物	60%	55%	59%	63%	55%	62%	73%	70%	62%	47%	50%	57%	53%
雪景色観賞	45%	34%	30%	53%	52%	52%	59%	66%	51%	22%	36%	18%	24%
桜の観賞	60%	41%	50%	67%	66%	64%	66%	75%	63%	49%	51%	43%	47%
紅葉の観賞	43%	19%	26%	49%	55%	55%	51%	62%	46%	25%	28%	23%	28%
有名な史跡や歴史的な建築物の見物（説明の充実度含む）	47%	34%	41%	56%	46%	42%	47%	51%	59%	48%	46%	44%	49%
日本庭園の見物（説明の充実度含む）	40%	19%	27%	32%	31%	35%	41%	50%	55%	45%	47%	49%	58%
近代的／先進的な建築物の見物（説明の充実度含む）	28%	14%	24%	21%	20%	30%	28%	39%	42%	33%	31%	27%	28%
ドラマや映画のロケ地・アニメの舞台の見物	21%	20%	25%	16%	17%	23%	19%	23%	27%	22%	22%	11%	16%
伝統工芸品の工房見学・体験	25%	14%	20%	22%	22%	23%	24%	31%	32%	26%	25%	27%	32%
世界遺産の見物（説明の充実度含む）	39%	21%	27%	42%	33%	46%	40%	45%	46%	35%	34%	47%	45%
イベント・祭りの見物	33%	31%	21%	41%	30%	29%	29%	45%	45%	28%	27%	29%	31%
スポーツ観戦	9%	5%	13%	8%	8%	8%	7%	4%	6%	14%	12%	9%	14%
「楽しむ／体験する」項目													
美術館や博物館の鑑賞（説明の充実度含む）	19%	12%	9%	19%	18%	24%	17%	26%	24%	15%	20%	21%	26%
遊園地やテーマパーク	33%	27%	30%	49%	39%	35%	41%	39%	33%	18%	22%	13%	21%
繁華街の街歩き	38%	33%	21%	41%	38%	28%	48%	53%	42%	36%	37%	37%	39%
スノーアクティビティ（スキー、スノーボード等）を楽しむこと	20%	8%	10%	26%	24%	30%	29%	28%	26%	9%	9%	6%	5%
マリナクティビティを楽しむこと	11%	8%	12%	9%	10%	12%	11%	13%	12%	9%	7%	11%	10%
その他のアウトドアアクティビティ（サイクリング、フィッシング等）を楽しむこと	11%	4%	5%	10%	10%	13%	12%	17%	18%	12%	11%	7%	11%
伝統芸能鑑賞（歌舞伎や能）	18%	10%	14%	15%	12%	19%	13%	23%	25%	27%	20%	20%	31%
ナイトライフ（バーやクラブ、芸者遊び等）体験	17%	6%	21%	13%	11%	27%	16%	19%	13%	23%	20%	19%	19%
温泉への入浴	48%	53%	44%	56%	58%	50%	59%	55%	47%	26%	32%	33%	27%
フルーツ狩り	18%	2%	7%	16%	31%	24%	28%	25%	21%	16%	8%	3%	11%
日本文化の体験（茶道、華道、着物試着など）	34%	16%	34%	35%	25%	33%	31%	47%	49%	35%	25%	36%	30%
伝統工芸品の制作や購入	18%	8%	13%	21%	17%	15%	14%	26%	26%	15%	14%	16%	24%
自然や資源を損なうことのないよう配慮されている観光地・観光ツアー	29%	21%	11%	24%	23%	30%	47%	40%	29%	30%	30%	35%	32%
「食べる」項目													
伝統的日本人料理	53%	45%	37%	60%	60%	53%	64%	59%	50%	46%	49%	49%	46%
現地の人が普段利用しているカジュアルな食事	37%	36%	27%	28%	34%	47%	53%	46%	39%	28%	35%	29%	30%
日本の酒（日本酒・焼酎）	26%	34%	29%	26%	23%	27%	27%	34%	17%	26%	22%	24%	21%
スイーツ	26%	24%	12%	38%	42%	34%	22%	20%	24%	21%	16%	9%	24%
「買う」項目													
ブランド品や宝飾品のショッピング	12%	9%	13%	6%	14%	16%	12%	15%	10%	12%	9%	9%	10%
洋服やファッション雑貨のショッピング	26%	32%	22%	25%	36%	32%	35%	30%	24%	16%	16%	13%	17%
電化製品のショッピング	15%	10%	17%	27%	15%	12%	15%	19%	12%	10%	17%	8%	8%
化粧品や医薬品の購入	24%	20%	26%	46%	33%	28%	26%	27%	17%	13%	7%	4%	8%
食品や飲料のショッピング	32%	33%	16%	43%	48%	28%	51%	41%	25%	23%	23%	13%	21%
その他	0%	0%	0%	1%	0%	0%	1%	0%	0%	0%	1%	2%	0%

注) 各項目ごとに、12地域全体より5%以上高い国に薄い色、10%以上高い国に濃い色を付した。

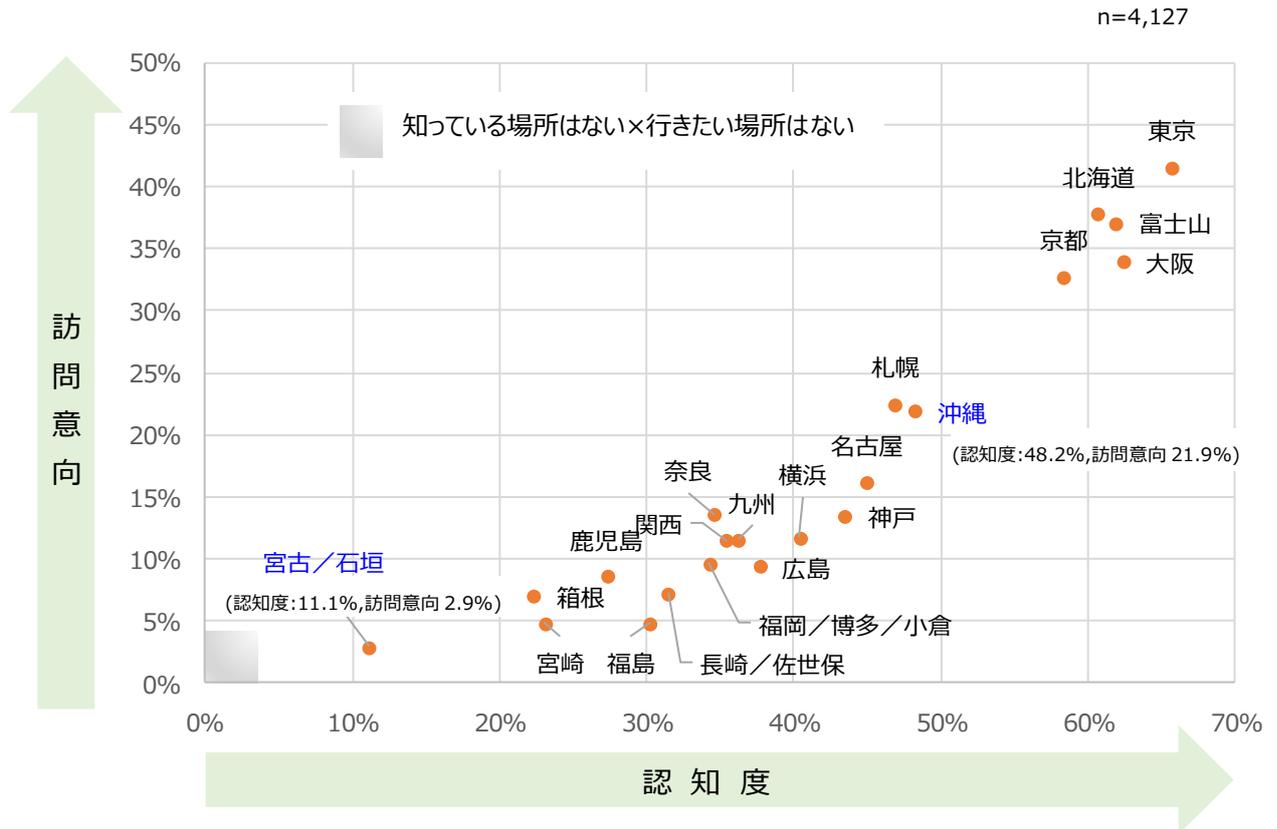
3. 日本の観光地及び沖縄、宮古／石垣の認知度と訪問意向（全体調査）

(1) 日本の観光地の認知度と訪問意向

日本の観光地の認知度と訪問意向の関係をみると、アジア居住者では、東京、大阪、富士山、北海道、京都の認知度が6割を超え、訪問意向も3割超となった。沖縄は認知度48%、訪問意向22%で、いわゆる“ゴールデンルート”の地域や北海道に次いで比較的高い。

また、今回調査から追加された「宮古／石垣」については、認知度11%、訪問意向は3%となった。

図表 17 【全員】日本の観光地の認知度×訪問意向（アジア居住者）

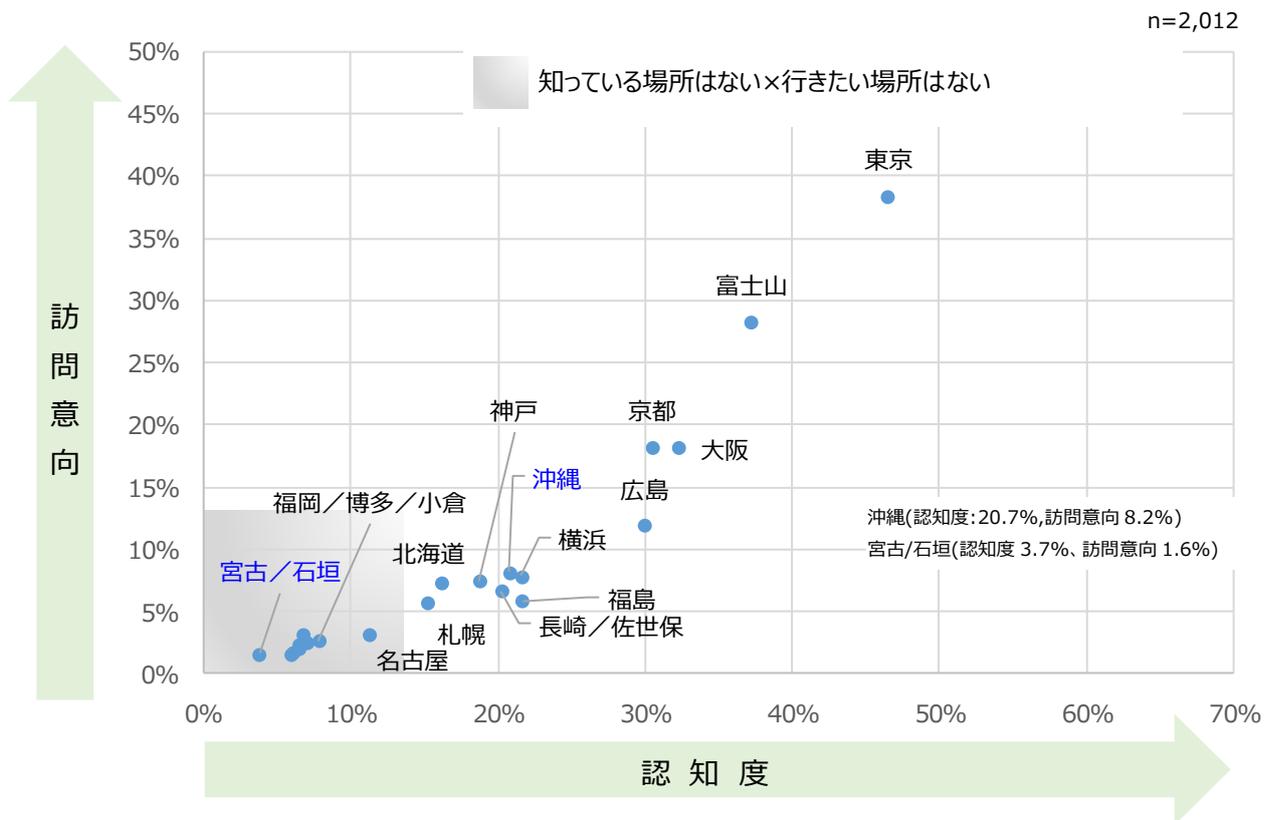


注) 認知度は、○○(地名)を知っていると回答した数/全回答者、訪問意向は、○○(地名)に行きたいと回答した数/○○(地名)を知っていると回答した対象者
 以下、図表 26 まで同じ。
 上図には認知度上位 20 先と宮古/石垣を掲載。

欧米豪居住者は、最も高い東京でも認知度は50%を下回り、富士山、大阪、京都、広島と続いた。また沖縄は、認知度21%、訪問意向8%、宮古/石垣は、認知度4%、訪日意向2%となった。

なお、アジア、欧米豪ともに、広島、長崎、福島など、原爆被害や東日本大震災の影響を受けた地域の認知度が比較的上位に挙がっており、沖縄も、国や年代によっては沖縄戦や米軍基地等による認知の可能性も窺える。

図表 18 【全員】日本の観光地の認知度×訪問意向（欧米豪居住者）

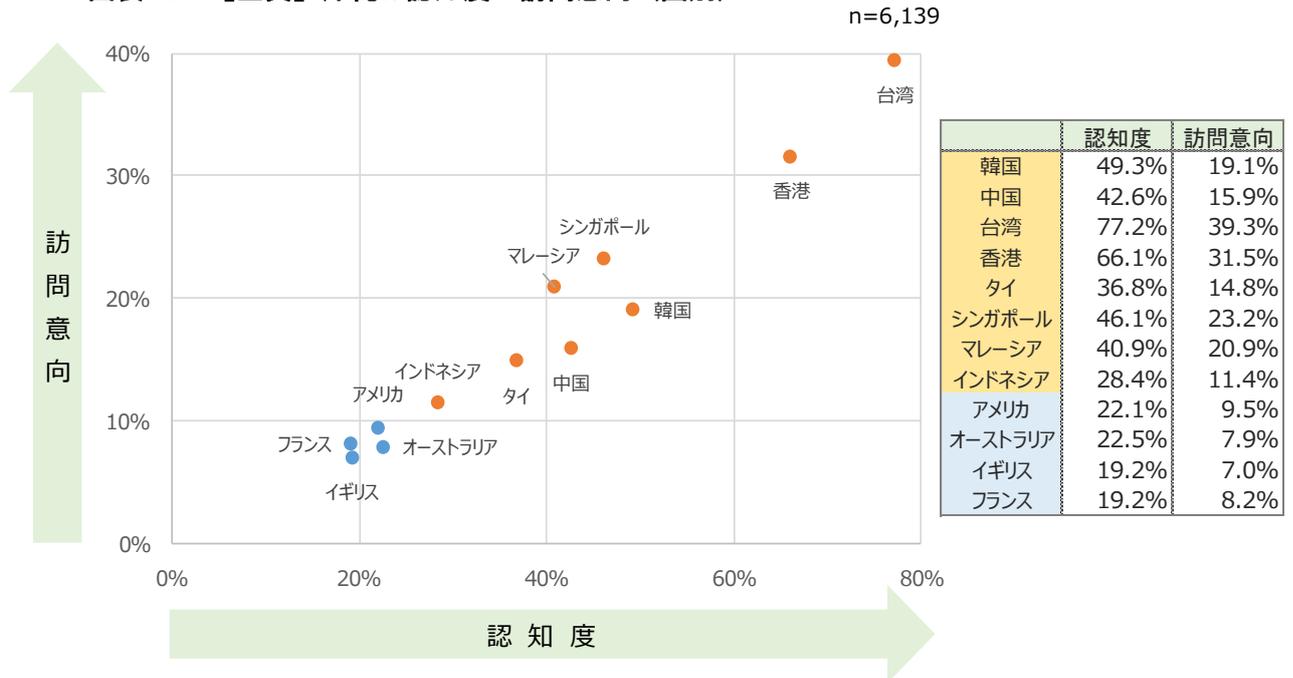


注) 認知度上位 20 先と宮古/石垣を掲載。

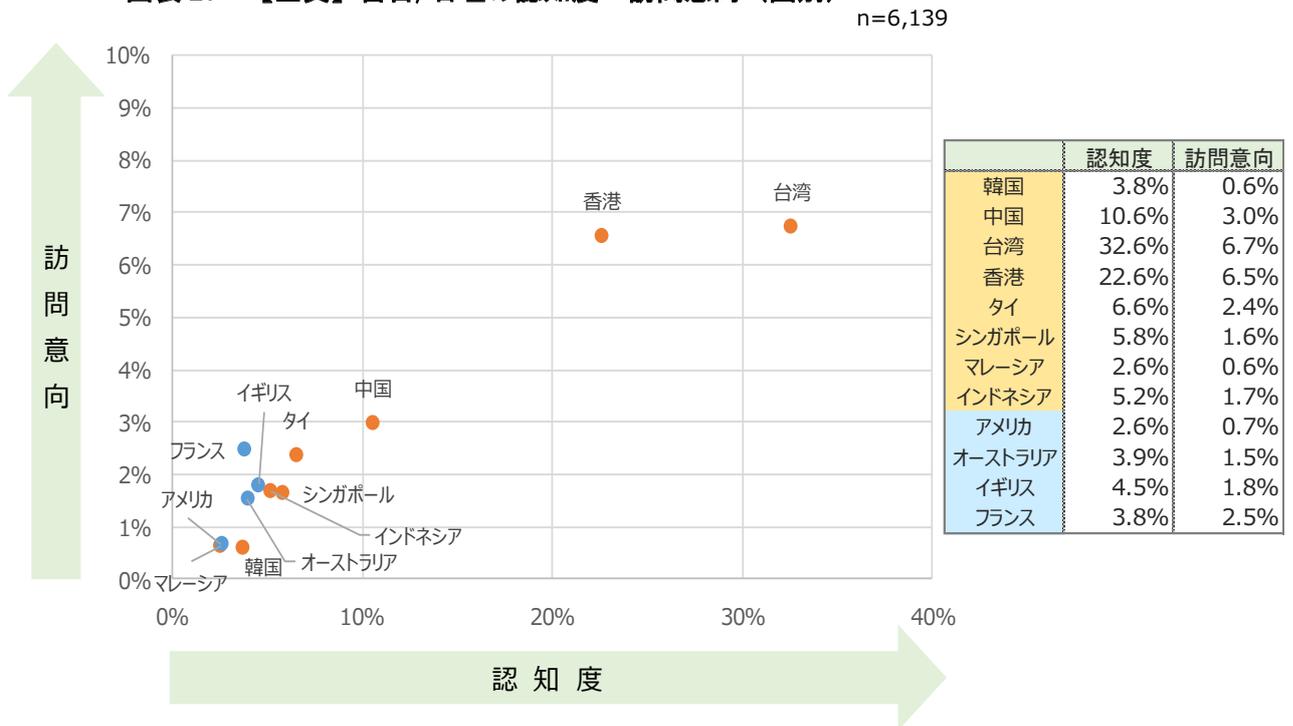
(2) 沖縄、宮古／石垣の国別認知度と訪問意向

沖縄の認知度・訪問意向を国別にみると、台湾が認知度 77%、訪問意向 39%で最も高く、次に香港が認知度 66%、認知度 32%で、他のアジア諸国は認知度が概ね 3～4 割となった。一方、欧米豪の 4 カ国の認知度は 2 割前後、訪問意向は 1 割未満である。宮古／石垣も、沖縄同様に台湾と香港の認知度が高いが、この 2 カ国以外の認知度は低い。

図表 19 【全員】 沖縄の認知度×訪問意向（国別）



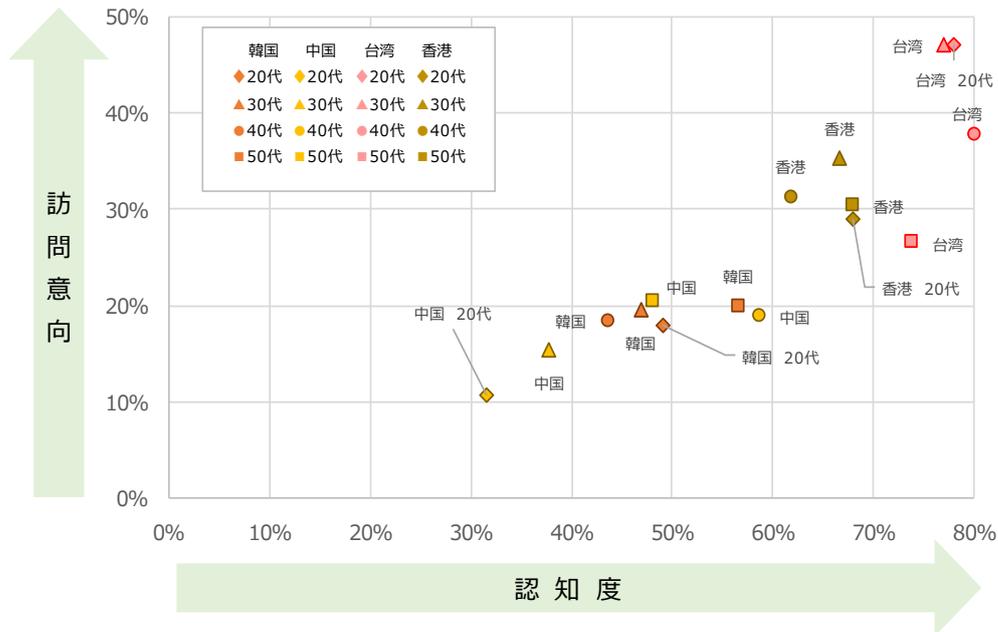
図表 20 【全員】 宮古/石垣の認知度×訪問意向（国別）



(3) 沖縄の国・年代別認知度と訪問意向

国・年代別に沖縄の認知度・訪問意向の関係をみると、東アジア（中国、韓国、台湾、香港）では、台湾の認知度はどの年代も7割以上と高く、訪問意向は20～30代で高い。次に認知度及び訪問意向が高いのが香港でどの年代も6割以上の認知度がある。一方、中国の20代については、認知度が3割、訪問意向が1割と、他の東アジアの国・年代と比べて特に低く、中国の30代もやや低い。

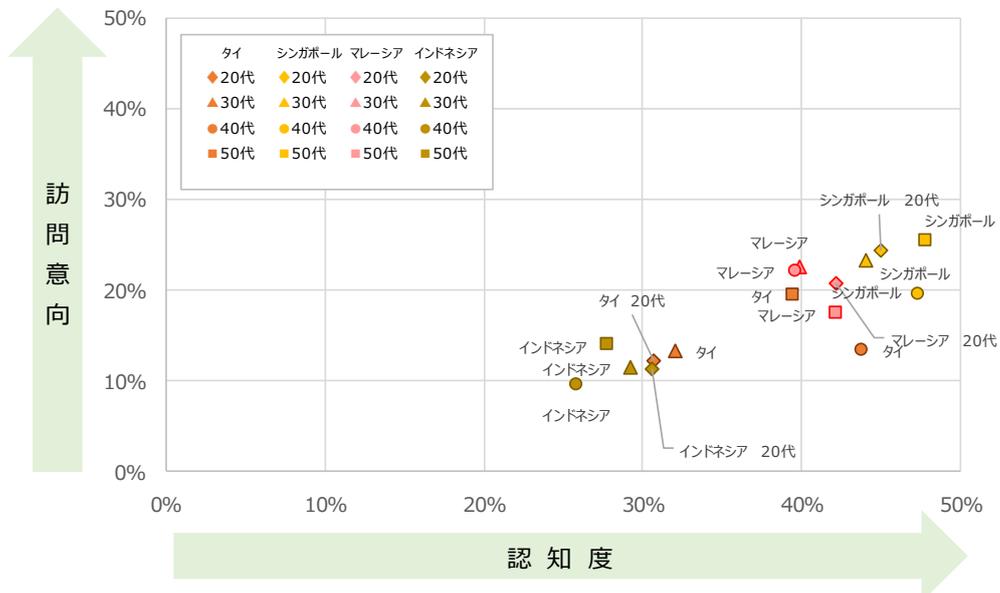
図表 21 【全員】 沖縄の認知度×訪問意向（東アジア・国・年代別） n=2,067



東南アジア4カ国（タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア）では、シンガポールとマレーシアでの認知度は4割台だが、タイ、インドネシアでは2～3割と低い。なお年代別では、タイでは40代と30代以下の認知度に10%ほどの差があり、若年層の認知度が低い。

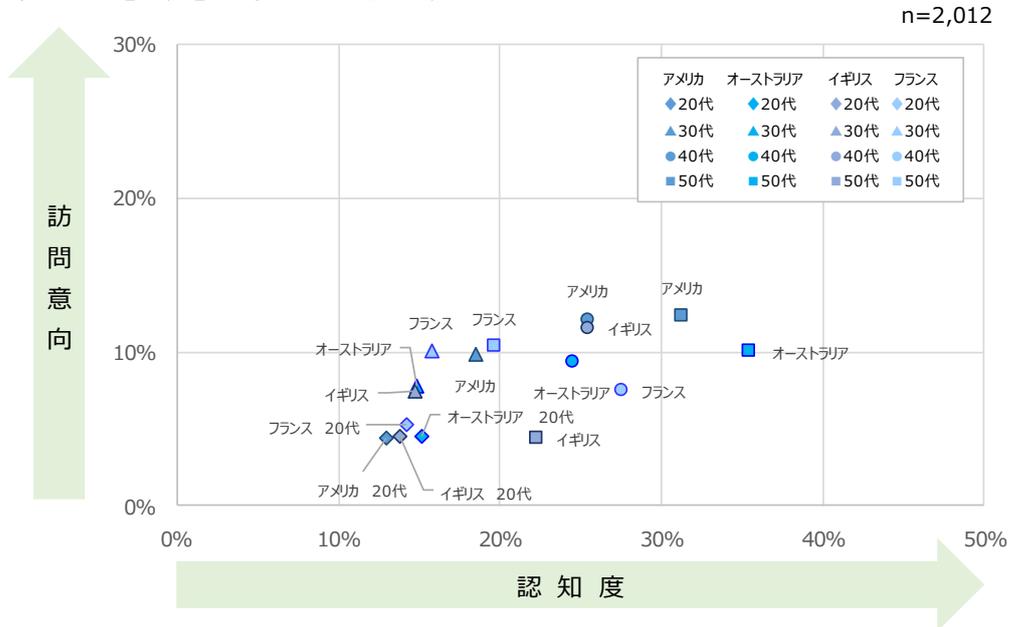
図表 22 【全員】 沖縄の認知度×訪問意向（東南アジア・国・年代別）

n=2,060



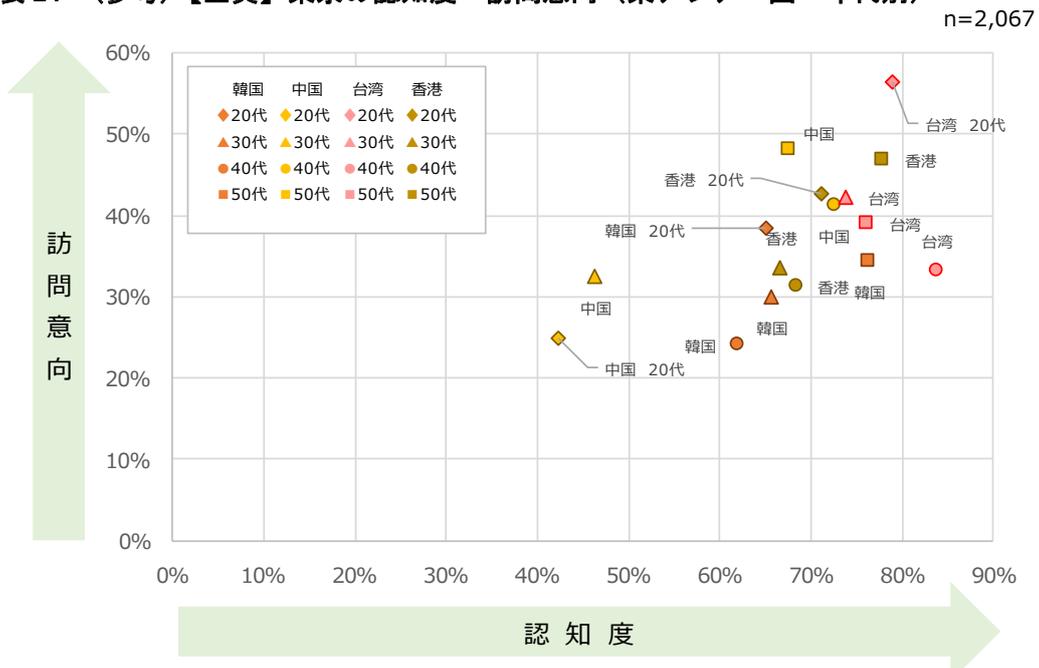
欧米豪居住者は、どの国の認知度も低く、アメリカとオーストラリアの50代のみ3割となっている。どの国も共通して20代の認知度及び訪問意向が低く、今後、観光の中心となる世代へ認知される必要があろう。

図表 23 【全員】沖縄の認知度×訪問意向（欧米豪・国・年代別）

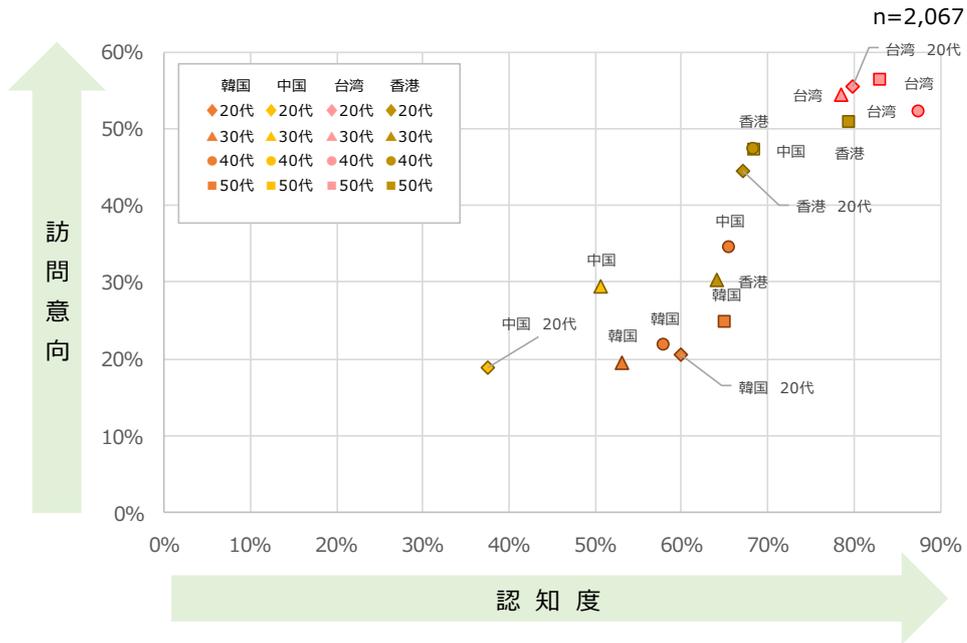


なお、中国の若い世代の認知度が低いことに関して、東京、北海道、京都の東アジア4カ国の認知度と訪問意向も確認したところ、沖縄と同様の傾向がみられ、最も知名度が高いであろう東京でも4割台に留まっている。中国は、一人っ子政策の影響で急速な少子化が進んでいるが、それでもZ世代と呼ばれる10代後半から20代前半の世代は約2.6億人おり、人口の2割弱を占める。この世代は、自国の製品等を好み、外国への憧れが低く、日本文化の影響も薄いと云われており、年を経ても訪日・訪沖意向が高まらない懸念があるため、この層に向けた取組が求められよう。

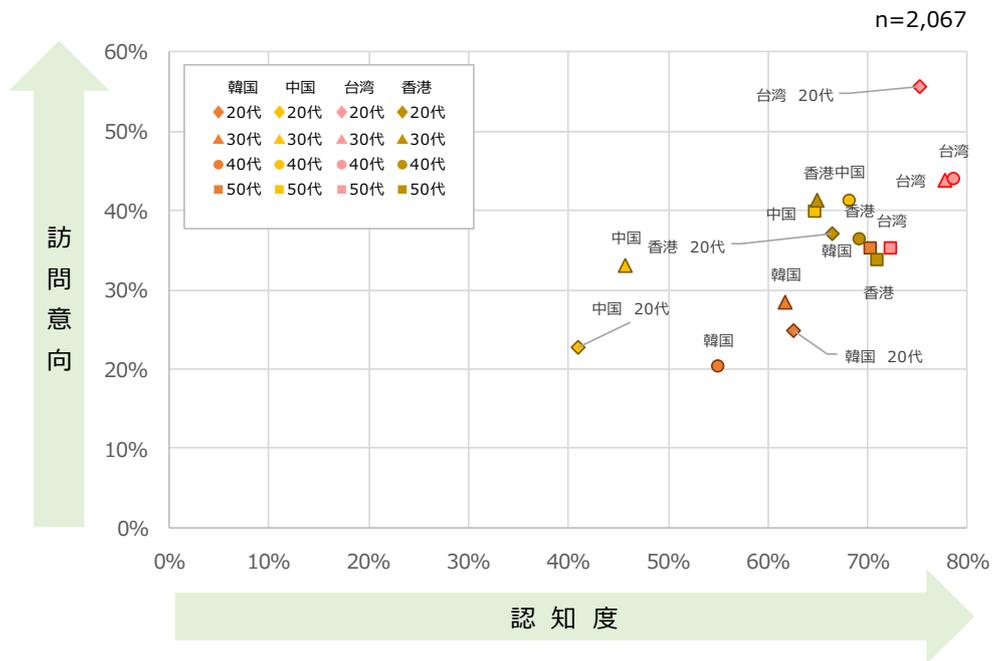
図表 24 (参考) 【全員】東京の認知度×訪問意向（東アジア・国・年代別）



図表 25 (参考) 【全員】北海道の認知度×訪問意向 (東アジア・国・年代別)



図表 26 (参考) 【全員】京都の認知度×訪問意向 (東アジア・国・年代別)



4. 沖縄訪問希望者の意向

(1) 訪日希望者が、行きたい日本の地域で体験したいこと

訪日旅行を希望するアジア居住者が、行きたい日本の各地域でそれぞれ体験したいことをみると、「沖縄訪問希望者が沖縄で体験したいこと」は、「マリンアクティビティを楽しむこと」の選択率が他の地域と比べて高く、「自然や資源を損なうことのないよう配慮されている観光地・観光ツアー（以下、「環境に配慮したツアー」）」も選択率が高い。アジア居住者には訪日経験者も多いことから、各地域の特色を概ね認識しており、たとえば北海道訪問希望者は「雪景色鑑賞」「スノーアクティビティを楽しむこと」や「食べる」項目が多く選択され、東京は「近代的／先進的な建築物の見物」「繁華街の街歩き」「食べる」や「買う」項目全般、九州で「温泉の入浴」の選択率が高い。

図表 27 【訪日旅行希望者】訪日希望者が日本の各地域で体験したいこと（アジア居住者）

アジア居住者	東京	東京近郊	北海道	東北	新潟	北陸	中部	関西	中国	四国	九州	南九州	沖縄
サンプル数⇒	1,656	824	1,860	633	139	478	1,805	2,012	599	372	963	455	922
「見る」項目													
自然や風景の見物	49%	44%	35%	29%	35%	26%	33%	35%	24%	27%	29%	25%	23%
雪景色観賞	26%	24%	65%	32%	32%	34%	28%	24%	23%	20%	22%	17%	16%
桜の観賞	52%	45%	35%	29%	35%	27%	32%	36%	23%	26%	29%	25%	21%
紅葉の観賞	36%	39%	36%	34%	36%	36%	31%	36%	27%	30%	29%	22%	23%
有名な史跡や歴史的な建築物の見物（説明の充実度含む）	46%	37%	35%	36%	37%	37%	34%	44%	37%	41%	38%	32%	33%
日本庭園の見物（説明の充実度含む）	39%	38%	34%	29%	32%	28%	32%	38%	31%	33%	31%	27%	24%
近代的／先進的な建築物の見物（説明の充実度含む）	61%	37%	24%	22%	27%	24%	22%	26%	22%	21%	23%	21%	16%
ドラマや映画のロケ地・アニメの舞台の見物	45%	32%	28%	21%	33%	22%	21%	24%	23%	23%	24%	16%	20%
伝統工芸品の工房見学・体験	30%	28%	32%	29%	32%	29%	27%	32%	25%	30%	29%	21%	27%
世界遺産の見物（説明の充実度含む）	38%	32%	37%	32%	34%	35%	34%	39%	36%	37%	31%	29%	33%
イベント・祭りの見物	44%	33%	34%	28%	29%	26%	24%	29%	22%	28%	27%	21%	29%
スポーツ観戦	41%	25%	17%	16%	19%	13%	16%	16%	16%	14%	14%	12%	10%
「楽しむ/体験する」項目													
美術館や博物館の鑑賞（説明の充実度含む）	40%	32%	26%	25%	29%	26%	25%	27%	26%	25%	23%	21%	18%
遊園地やテーマパーク	55%	34%	23%	19%	19%	16%	20%	27%	18%	17%	19%	15%	18%
繁華街の街歩き	60%	39%	31%	25%	32%	22%	26%	34%	25%	23%	26%	20%	25%
スノーアクティビティ（スキー、スノーボード等）を楽しむこと	19%	21%	50%	25%	22%	25%	23%	18%	19%	18%	17%	11%	17%
マリンアクティビティを楽しむこと	17%	16%	21%	16%	15%	16%	18%	19%	17%	14%	20%	17%	42%
その他のアウトドアアクティビティ（サイクリング、フィッシング等）を楽しむこと	22%	25%	27%	24%	30%	24%	24%	24%	20%	26%	22%	21%	31%
伝統芸能鑑賞（歌舞伎や能）	30%	25%	22%	23%	27%	20%	26%	28%	22%	25%	22%	16%	17%
ナイトライフ（バーやクラブ、芸者遊び等）体験	48%	29%	20%	19%	23%	16%	18%	24%	17%	18%	18%	16%	14%
温泉への入浴	33%	35%	54%	34%	35%	37%	34%	33%	25%	26%	38%	29%	24%
フルーツ狩り	18%	21%	29%	27%	23%	28%	27%	25%	23%	23%	26%	20%	23%
日本文化の体験（茶道、華道、着物試着など）	37%	32%	33%	28%	27%	27%	30%	37%	27%	25%	29%	23%	24%
伝統工芸品の制作や購入	28%	25%	29%	25%	27%	26%	27%	31%	27%	25%	23%	22%	25%
自然や資源を損なうことのないよう配慮されている観光地・観光ツアー	30%	32%	44%	34%	40%	34%	36%	36%	33%	37%	36%	30%	39%
「食べる」項目													
伝統的・日本料理	57%	44%	52%	44%	40%	44%	43%	49%	37%	39%	47%	38%	44%
現地の人が普段利用しているカジュアルな食事	50%	42%	46%	37%	39%	37%	37%	42%	36%	36%	40%	36%	41%
日本の酒（日本酒・焼酎）	44%	35%	34%	26%	27%	28%	29%	30%	25%	30%	29%	26%	28%
スイーツ	47%	37%	37%	32%	31%	29%	27%	33%	28%	32%	31%	27%	32%
「買う」項目													
ブランド品や宝飾品のショッピング	47%	28%	18%	17%	23%	20%	16%	19%	16%	19%	16%	13%	12%
洋服やファッション雑貨のショッピング	56%	33%	23%	20%	19%	21%	21%	26%	21%	20%	21%	16%	18%
電化製品のショッピング	51%	30%	16%	18%	13%	16%	17%	21%	17%	19%	15%	15%	13%
化粧品や医薬品の購入	53%	34%	24%	23%	24%	21%	22%	27%	22%	26%	22%	18%	18%
食品や飲料のショッピング	58%	37%	38%	34%	36%	33%	30%	37%	31%	35%	34%	31%	35%
その他	0%	0%	0%	0%	0%	1%	0%	0%	0%	1%	0%	0%	0%

注）各項目の上位3地域を赤字表示し、沖縄は35%以上の項目を色付けした。

一方、欧米豪居住者は、前述したように日本の観光地の認知度が低いことから、アジア居住者に比べると、各地域ならではの項目の選択率が低い。

沖縄で体験したいことの上位は、「自然や風景の見物」「伝統的・日本料理」「環境に配慮したツアー」「繁華街の待ち歩き」「日本庭園への見物等」が上位になっており、「マリナクビティを楽しむこと」の選択率は低い。

図表 28 【訪日旅行希望者】訪日希望者が日本の各地域で体験したいこと (欧米豪居住者)

欧米豪居住者	東京	東京近郊	北海道	東北	新潟	北陸	中部	関西	中国	四国	九州	南九州	沖縄
サンプル数⇒	667	208	245	183	39	102	544	545	285	150	210	58	165
「見る」項目													
自然や風景の見物	47%	42%	45%	40%	23%	37%	49%	48%	39%	33%	40%	29%	48%
雪景色観賞	26%	25%	35%	23%	23%	32%	29%	20%	18%	25%	23%	26%	22%
桜の観賞	42%	38%	36%	28%	36%	25%	34%	32%	26%	30%	28%	28%	32%
紅葉の観賞	31%	35%	34%	28%	28%	37%	28%	30%	25%	27%	25%	33%	32%
有名な史跡や歴史的な建築物の見物 (説明の充実度含む)	56%	41%	45%	37%	23%	30%	39%	41%	34%	44%	38%	26%	42%
日本庭園の見物 (説明の充実度含む)	48%	40%	44%	34%	31%	37%	38%	40%	33%	38%	31%	31%	42%
近代的/先進的な建築物の見物 (説明の充実度含む)	51%	37%	24%	26%	23%	29%	17%	19%	24%	32%	21%	28%	19%
ドラマや映画のロケ地・アニメの舞台の見物	28%	31%	20%	25%	33%	30%	16%	18%	16%	27%	20%	29%	20%
伝統工芸品の工房見学・体験	30%	32%	33%	29%	33%	23%	26%	24%	27%	34%	21%	28%	27%
世界遺産の見物 (説明の充実度含む)	49%	43%	43%	34%	33%	32%	36%	39%	34%	39%	37%	33%	36%
イベント・祭りの見物	41%	30%	28%	25%	28%	29%	22%	21%	23%	29%	22%	22%	25%
スポーツ観戦	27%	29%	17%	14%	26%	19%	10%	13%	14%	23%	10%	12%	14%
「楽しむ/体験する」項目													
美術館や博物館の鑑賞 (説明の充実度含む)	37%	31%	27%	27%	33%	24%	20%	22%	24%	39%	21%	28%	27%
遊園地やテーマパーク	33%	26%	18%	16%	21%	27%	15%	15%	19%	19%	14%	16%	18%
繁華街の街歩き	58%	35%	34%	27%	23%	25%	28%	29%	26%	27%	22%	29%	36%
スノーアクティビティ (スキー、スノーボード等) を楽しむこと	15%	22%	19%	22%	21%	20%	13%	13%	18%	17%	17%	22%	20%
マリナクビティを楽しむこと	18%	23%	20%	19%	23%	21%	13%	14%	15%	22%	20%	10%	16%
その他のアウトドアアクティビティ (サイクリング、フィッシング等) を楽しむこと	21%	25%	23%	18%	15%	31%	16%	19%	18%	29%	18%	17%	26%
伝統芸能鑑賞 (歌舞伎や能)	29%	32%	29%	25%	15%	26%	24%	21%	19%	23%	20%	24%	19%
ナイトライフ (バーやクラブ、芸者遊び等) 体験	38%	30%	21%	24%	23%	27%	15%	17%	19%	21%	19%	24%	17%
温泉への入浴	25%	23%	27%	21%	31%	28%	25%	24%	24%	25%	20%	24%	29%
フルーツ狩り	15%	24%	17%	17%	26%	25%	16%	16%	17%	26%	18%	17%	18%
日本文化の体験 (茶道、華道、着物試着など)	40%	33%	36%	31%	28%	33%	35%	30%	26%	29%	30%	26%	39%
伝統工芸品の制作や購入	29%	30%	31%	31%	21%	19%	24%	28%	18%	25%	25%	29%	28%
自然や資源を損なうことのないよう配慮されている観光地・観光ツアー	42%	36%	35%	33%	26%	36%	37%	34%	34%	35%	32%	24%	44%
「食べる」項目													
伝統的・日本料理	58%	41%	44%	39%	26%	29%	44%	40%	34%	31%	36%	40%	48%
現地の人が普段利用しているカジュアルな食事	45%	38%	39%	25%	18%	25%	31%	29%	25%	36%	30%	17%	38%
日本の酒 (日本酒・焼酎)	32%	31%	30%	26%	18%	29%	24%	21%	20%	22%	18%	19%	22%
スイーツ	34%	30%	26%	23%	18%	24%	20%	23%	19%	23%	20%	21%	24%
「買う」項目													
ブランド品や宝飾品のショッピング	28%	26%	18%	20%	18%	20%	14%	15%	17%	30%	19%	22%	13%
洋服やファッション雑貨のショッピング	37%	26%	18%	20%	33%	25%	14%	20%	21%	21%	24%	24%	16%
電化製品のショッピング	28%	24%	14%	16%	23%	25%	9%	15%	21%	20%	15%	22%	13%
化粧品や医薬品の購入	22%	27%	15%	21%	21%	32%	13%	15%	17%	24%	21%	26%	16%
食品や飲料のショッピング	39%	31%	26%	26%	26%	27%	21%	27%	27%	33%	28%	22%	30%
その他	2%	3%	1%	3%	3%	1%	3%	3%	4%	1%	5%	2%	1%

注) 各項目の上位3地域を赤字表示し、沖縄は35%以上の項目を色付けした。

(2) 沖縄訪問希望者が、沖縄で体験したいこと

次に、沖縄訪問希望者が沖縄で体験したいことを、国別に、訪日経験者・未経験者に分けて上位10項目を比較した。

まず、東アジア(韓国、中国、台湾、香港)の4カ国をみると、回答者は訪日経験者の方が多く、沖縄訪問経験者も含まれているものと推察される。訪日未経験者では、「雪景色鑑賞」や「紅葉の鑑賞」など沖縄の自然環境等を把握していない回答もみられるが、台湾・中国・香港では未経験者でも「マリナクティビティ」が上位となり、沖縄が認知されている。

訪日経験者は、「マリナクティビティ」「環境に配慮したツアー」「有名な史跡や世界遺産等の見物(説明の充実度含む)」の選択率が高い。なお、「買う」体験については、「食品や飲料のショッピング」が中国、台湾、香港で拳がった。

図表 29 【沖縄訪問希望者】沖縄で体験したいこと(東アジア居住者)

韓国

訪日未経験者 (n=17)		訪日経験者 (n=82)	
1位 自然や風景の見物	59%	1位 自然や風景の見物	73%
2位 現地の人が普段利用しているカジュアルな食事	47%	2位 マリナクティビティを楽しむこと	51%
3位 有名な史跡や歴史的な建築物の見物(説明の充実度含む)	41%	3位 自然や資源を損なうことのないよう配慮されている観光地・観光ツアー	41%
4位 世界遺産の見物(説明の充実度含む)	41%	3位 伝統的日本料理	39%
5位 温泉への入浴	41%	3位 現地の人が普段利用しているカジュアルな食事	35%
6位 自然や資源を損なうことのないよう配慮されている観光地・観光ツアー	41%	3位 その他のアウトドアアクティビティ(サイクリング、フィッシング等)を楽しむこと	29%
6位 イベント・祭りの見物	35%	7位 日本の酒(日本酒・焼酎)	29%
8位 伝統的日本料理	35%	7位 イベント・祭りの見物	28%
9位 雪景色鑑賞	29%	9位 世界遺産の見物(説明の充実度含む)	26%
9位 繁華街の街歩き	29%	9位 遊園地やテーマパーク	26%
9位 スイーツ	29%	9位 スイーツ	26%

中国

訪日未経験者 (n=11)		訪日経験者 (n=84)	
1位 自然や風景の見物	36%	1位 自然や風景の見物	46%
1位 紅葉の鑑賞	36%	2位 マリナクティビティを楽しむこと	37%
3位 日本庭園の見物(説明の充実度含む)	27%	3位 有名な史跡や歴史的な建築物の見物(説明の充実度含む)	25%
3位 ドラマや映画のロケ地・アニメの舞台の見物	27%	3位 現地の人が普段利用しているカジュアルな食事	25%
3位 イベント・祭りの見物	27%	5位 自然や資源を損なうことのないよう配慮されている観光地・観光ツアー	23%
3位 フルーツ狩り	27%	5位 日本の酒(日本酒・焼酎)	23%
7位 有名な史跡や歴史的な建築物の見物(説明の充実度含む)	18%	7位 日本庭園の見物(説明の充実度含む)	19%
7位 近代的/先進的な建築物の見物(説明の充実度含む)	18%	7位 スイーツ	19%
7位 スポーツ観戦	18%	9位 世界遺産の見物(説明の充実度含む)	18%
7位 遊園地やテーマパーク	18%	9位 その他のアウトドアアクティビティ(サイクリング、フィッシング等)を楽しむこと	18%
7位 マリナクティビティを楽しむこと	18%	9位 温泉への入浴	18%
7位 温泉への入浴	18%	9位 日本文化の体験(茶道、華道、着物試着など)	18%
7位 日本文化の体験(茶道、華道、着物試着など)	18%	9位 伝統的日本料理	18%
7位 伝統工芸品の制作や購入	18%	9位 化粧品や医薬品の購入	18%
		9位 食品や飲料のショッピング	18%

注) 各国の上位10項目(10位までに複数項目ある場合にはその順位まで)。

順位の色は 図表 27,28 の各項目に準じる。

「マリナクティビティを楽しむこと」「自然や資源を損なうことのないよう配慮されている観光地・観光ツアー」を青字に、

「雪景色鑑賞」「スノーアクティビティを楽しむこと」「桜の鑑賞」「紅葉の鑑賞」を赤字とした。

以下、図表 31 まで同じ。

台湾

訪日未経験者 (n=29)		訪日経験者 (n=169)			
1位	マリナクティビティを楽しむこと	55%	1位 自然や風景の見物	59%	
2位	自然や風景の見物	52%	2位	マリナクティビティを楽しむこと	57%
3位	自然や資源を損なうことのないよう配慮されている観光地・観光ツアー	41%	3位	伝統的日本料理	49%
4位	日本文化の体験（茶道、華道、着物試着など）	38%	4位	食品や飲料のショッピング	47%
4位	伝統的日本料理	38%	5位	現地の人が普段利用しているカジュアルな食事	41%
4位	現地の人が普段利用しているカジュアルな食事	38%	6位	スイーツ	40%
7位	イベント・祭りの見物	34%	7位	自然や資源を損なうことのないよう配慮されている観光地・観光ツアー	38%
8位	その他のアウトドアアクティビティ（サイクリング、フィッシング等）を楽しむこと	24%	8位	その他のアウトドアアクティビティ（サイクリング、フィッシング等）を楽しむこと	36%
8位	温泉への入浴	24%	9位	有名な史跡や歴史的な建築物の見物（説明の充実度含む）	35%
10位	紅葉の鑑賞	21%	10位	世界遺産の見物（説明の充実度含む）	33%
10位	有名な史跡や歴史的な建築物の見物（説明の充実度含む）	21%			
10位	世界遺産の見物（説明の充実度含む）	21%			
10位	伝統芸能鑑賞（歌舞伎や能）	21%			
10位	伝統工芸品の制作や購入	21%			
10位	日本の酒（日本酒・焼酎）	21%			
10位	食品や飲料のショッピング	21%			

香港

訪日未経験者 (n=12)		訪日経験者 (n=153)			
1位	世界遺産の見物（説明の充実度含む）	58%	1位	自然や風景の見物	59%
2位	伝統工芸品の工房見学・体験	50%	2位	伝統的日本料理	48%
2位	伝統的日本料理	50%	3位	現地の人が普段利用しているカジュアルな食事	44%
2位	現地の人が普段利用しているカジュアルな食事	50%	4位	マリナクティビティを楽しむこと	42%
2位	スイーツ	50%	5位	食品や飲料のショッピング	39%
6位	自然や風景の見物	42%	6位	スイーツ	35%
6位	有名な史跡や歴史的な建築物の見物（説明の充実度含む）	42%	7位	自然や資源を損なうことのないよう配慮されている観光地・観光ツアー	33%
6位	イベント・祭りの見物	42%	8位	イベント・祭りの見物	32%
6位	マリナクティビティを楽しむこと	42%	9位	世界遺産の見物（説明の充実度含む）	31%
6位	食品や飲料のショッピング	42%	10位	その他のアウトドアアクティビティ（サイクリング、フィッシング等）を楽しむこと	30%

次に、東南アジア(タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア)の4カ国では、訪日未経験者／経験者ともに「自然や風景の見物」が1位、「環境に配慮したツアー」も上位に挙げた。沖縄の認知度が東アジアの国々より低いことも影響し、訪日経験者でも「紅葉の鑑賞」や「桜の鑑賞」など、日本の四季を体験したい回答が入ったほか、訪日未経験者では「スノーアクティビティ」という回答もみられた。なお、「マリナクティビティ」は、タイ、マレーシアでは訪日未経験者・経験者ともに選択率が高い。

図表 30 【沖縄訪問希望者】沖縄で体験したいこと(東南アジア居住者)

タイ

訪日未経験者 (n=18)		訪日経験者 (n=64)	
1位 自然や風景の見物	72%	1位 自然や風景の見物	56%
2位 現地の人が普段利用しているカジュアルな食事	56%	2位 紅葉の観賞	39%
3位 その他のアウトドアアクティビティ(サイクリング、フィッシング等)を楽しむこと	50%	2位 自然や資源を損なうことのないよう配慮されている観光地・観光ツアー	39%
3位 日本文化の体験(茶道、華道、着物試着など)	50%	4位 マリンアクティビティを楽しむこと	36%
3位 伝統工芸品の制作や購入	50%	5位 有名な史跡や歴史的な建築物の見物(説明の充実度含む)	33%
6位 桜の観賞	44%	6位 フルーツ狩り	31%
6位 紅葉の観賞	44%	6位 伝統的日本料理	31%
6位 自然や資源を損なうことのないよう配慮されている観光地・観光ツアー	44%	6位 食品や飲料のショッピング	31%
9位 日本庭園の見物(説明の充実度含む)	39%	9位 世界遺産の見物(説明の充実度含む)	30%
9位 世界遺産の見物(説明の充実度含む)	39%	9位 その他のアウトドアアクティビティ(サイクリング、フィッシング等)を楽しむこと	30%
9位 遊園地やテーマパーク	39%	9位 現地の人が普段利用しているカジュアルな食事	30%
9位 スノーアクティビティ(スキー、スノーボード等)を楽しむこと	39%		
9位 マリンアクティビティを楽しむこと	39%		
9位 洋服やファッション雑貨のショッピング	39%		
9位 食品や飲料のショッピング	39%		

シンガポール

訪日未経験者 (n=49)		訪日経験者 (n=69)	
1位 自然や風景の見物	61%	1位 自然や風景の見物	70%
2位 伝統的日本料理	59%	2位 伝統的日本料理	61%
3位 現地の人が普段利用しているカジュアルな食事	51%	3位 現地の人が普段利用しているカジュアルな食事	57%
4位 食品や飲料のショッピング	49%	4位 自然や資源を損なうことのないよう配慮されている観光地・観光ツアー	52%
5位 日本文化の体験(茶道、華道、着物試着など)	45%	5位 繁華街の街歩き	42%
6位 桜の観賞	43%	5位 食品や飲料のショッピング	42%
6位 紅葉の観賞	43%	7位 世界遺産の見物(説明の充実度含む)	41%
6位 有名な史跡や歴史的な建築物の見物(説明の充実度含む)	43%	8位 桜の観賞	39%
6位 温泉への入浴	43%	8位 日本庭園の見物(説明の充実度含む)	39%
10位 伝統工芸品の工房見学・体験	41%	10位 紅葉の観賞	38%
10位 自然や資源を損なうことのないよう配慮されている観光地・観光ツアー	41%		

マレーシア

訪日未経験者 (n=59)		訪日経験者 (n=44)	
1位 自然や風景の見物	64%	1位 自然や風景の見物	68%
2位 伝統的日本料理	54%	2位 伝統的日本料理	64%
3位 有名な史跡や歴史的な建築物の見物(説明の充実度含む)	42%	3位 自然や資源を損なうことのないよう配慮されている観光地・観光ツアー	59%
3位 繁華街の街歩き	42%	3位 現地の人が普段利用しているカジュアルな食事	59%
3位 現地の人が普段利用しているカジュアルな食事	42%	5位 スイーツ	55%
6位 世界遺産の見物(説明の充実度含む)	39%	5位 食品や飲料のショッピング	55%
6位 その他のアウトドアアクティビティ(サイクリング、フィッシング等)を楽しむこと	39%	7位 マリンアクティビティを楽しむこと	50%
8位 紅葉の観賞	36%	7位 その他のアウトドアアクティビティ(サイクリング、フィッシング等)を楽しむこと	50%
8位 マリンアクティビティを楽しむこと	36%	9位 繁華街の街歩き	48%
8位 伝統芸能鑑賞(歌舞伎や能)	36%	9位 日本の酒(日本酒・焼酎)	48%
8位 フルーツ狩り	36%		
8位 日本の酒(日本酒・焼酎)	36%		

インドネシア

訪日未経験者 (n=42)		訪日経験者 (n=20)	
1位 自然や風景の見物	60%	1位 自然や風景の見物	65%
2位 有名な史跡や歴史的な建築物の見物 (説明の充実度含む)	55%	2位 日本庭園の見物 (説明の充実度含む)	60%
3位 伝統工芸品の工房見学・体験	50%	2位 世界遺産の見物 (説明の充実度含む)	60%
4位 雪景色鑑賞	48%	4位 自然や資源を損なうことのないよう配慮されている観光地・観光ツアー	55%
5位 スノーアクティビティ (スキー、スノーボード等) を楽しむこと	45%	5位 紅葉の鑑賞	50%
5位 自然や資源を損なうことのないよう配慮されている観光地・観光ツアー	45%	5位 伝統的日本料理	50%
7位 桜の鑑賞	43%	7位 伝統工芸品の制作や購入	45%
7位 温泉への入浴	43%	7位 現地の人が普段利用しているカジュアルな食事	45%
9位 紅葉の鑑賞	40%	9位 伝統工芸品の工房見学・体験	40%
9位 世界遺産の見物 (説明の充実度含む)	40%	9位 美術館や博物館の鑑賞 (説明の充実度含む)	40%
9位 イベント・祭りの見物	40%		

欧米豪4カ国は、沖縄の認知度がアジア居住者より低いことから、訪日未経験者／経験者ともに「桜の鑑賞」「紅葉の鑑賞」等が上位に挙がり、「マリナクティビティ」の回答はない。全般的に見学、鑑賞等「見る」項目や、「繁華街の街歩き」「日本料理」「日本文化の体験」等の地域の文化に触れる観光の選択率が高い。

なお、アジア・欧米豪のいずれの国においても「環境に配慮したツアー」や「説明の充実度を含む見学」が上位に選択されており、「質」の高い観光への期待がみられる。

図表 31 【沖縄訪問希望者】沖縄で体験したいこと (欧米豪居住者)

アメリカ

訪日未経験者 (n=29)		訪日経験者 (n=15)	
1位 伝統的日本料理	72%	1位 自然や風景の見物	33%
2位 自然や風景の見物	55%	1位 有名な史跡や歴史的な建築物の見物 (説明の充実度含む)	33%
2位 日本文化の体験 (茶道、華道、着物試着など)	55%	1位 繁華街の街歩き	33%
2位 自然や資源を損なうことのないよう配慮されている観光地・観光ツアー	55%	1位 伝統的日本料理	33%
5位 日本庭園の見物 (説明の充実度含む)	52%	1位 現地の人が普段利用しているカジュアルな食事	33%
6位 桜の鑑賞	41%	6位 ドラマや映画のロケ地・アニメの舞台の見物	27%
6位 伝統工芸品の工房見学・体験	41%	7位 世界遺産の見物 (説明の充実度含む)	20%
6位 現地の人が普段利用しているカジュアルな食事	41%	7位 イベント・祭りの見物	20%
6位 食品や飲料のショッピング	41%	7位 遊園地やテーマパーク	20%
10位 世界遺産の見物 (説明の充実度含む)	38%	7位 その他のアウトドアアクティビティ (サイクリング、フィッシング等) を楽しむこと	20%
10位 繁華街の街歩き	38%	7位 食品や飲料のショッピング	20%

オーストラリア

訪日未経験者 (n=28)		訪日経験者 (n=13)	
1位 自然や風景の見物	50%	1位 自然や風景の見物	69%
2位 自然や資源を損なうことのないよう配慮されている観光地・観光ツアー	46%	2位 自然や資源を損なうことのないよう配慮されている観光地・観光ツアー	62%
3位 伝統的日本人料理	43%	2位 伝統的日本人料理	62%
4位 有名な史跡や歴史的な建築物の見物 (説明の充実度含む)	36%	4位 世界遺産の見物 (説明の充実度含む)	54%
4位 世界遺産の見物 (説明の充実度含む)	36%	5位 有名な史跡や歴史的な建築物の見物 (説明の充実度含む)	46%
4位 日本文化の体験 (茶道、華道、着物試着など)	36%	5位 日本庭園の見物 (説明の充実度含む)	46%
4位 現地の人が普段利用しているカジュアルな食事	36%	5位 繁華街の街歩き	46%
8位 紅葉の観賞	32%	5位 日本文化の体験 (茶道、華道、着物試着など)	46%
8位 日本庭園の見物 (説明の充実度含む)	32%	5位 現地の人が普段利用しているカジュアルな食事	46%
8位 繁華街の街歩き	32%	10位 桜の観賞	38%
		10位 紅葉の観賞	38%
		10位 スイーツ	38%
		10位 食品や飲料のショッピング	38%

イギリス

訪日未経験者 (n=30)		訪日経験者 (n=9)	
1位 自然や風景の見物	43%	1位 桜の観賞	78%
2位 有名な史跡や歴史的な建築物の見物 (説明の充実度含む)	40%	2位 自然や風景の見物	67%
3位 日本庭園の見物 (説明の充実度含む)	37%	2位 有名な史跡や歴史的な建築物の見物 (説明の充実度含む)	67%
3位 伝統的日本人料理	37%	2位 世界遺産の見物 (説明の充実度含む)	67%
5位 伝統工芸品の工房見学・体験	30%	2位 自然や資源を損なうことのないよう配慮されている観光地・観光ツアー	67%
5位 日本文化の体験 (茶道、華道、着物試着など)	30%	2位 日本の酒 (日本酒・焼酎)	67%
5位 自然や資源を損なうことのないよう配慮されている観光地・観光ツアー	30%	7位 日本庭園の見物 (説明の充実度含む)	56%
5位 現地の人が普段利用しているカジュアルな食事	30%	7位 美術館や博物館の鑑賞 (説明の充実度含む)	56%
9位 紅葉の観賞	27%	7位 繁華街の街歩き	56%
9位 繁華街の街歩き	27%	7位 日本文化の体験 (茶道、華道、着物試着など)	56%
		7位 伝統的日本人料理	56%
		7位 現地の人が普段利用しているカジュアルな食事	56%

フランス

訪日未経験者 (n=27)		訪日経験者 (n=14)	
1位 有名な史跡や歴史的な建築物の見物 (説明の充実度含む)	59%	1位 紅葉の観賞	50%
2位 日本庭園の見物 (説明の充実度含む)	52%	1位 日本庭園の見物 (説明の充実度含む)	50%
3位 自然や資源を損なうことのないよう配慮されている観光地・観光ツアー	48%	1位 温泉への入浴	50%
3位 伝統的日本人料理	48%	1位 日本文化の体験 (茶道、華道、着物試着など)	50%
5位 温泉への入浴	44%	1位 食品や飲料のショッピング	50%
6位 自然や風景の見物	37%	6位 自然や風景の見物	43%
6位 桜の観賞	37%	6位 有名な史跡や歴史的な建築物の見物 (説明の充実度含む)	43%
6位 世界遺産の見物 (説明の充実度含む)	37%	6位 世界遺産の見物 (説明の充実度含む)	43%
6位 日本文化の体験 (茶道、華道、着物試着など)	37%	6位 繁華街の街歩き	43%
6位 伝統工芸品の制作や購入	37%	6位 スノーアクティビティ (スキー、スノーボード等) を楽しむこと	43%
6位 現地の人が普段利用しているカジュアルな食事	37%	6位 自然や資源を損なうことのないよう配慮されている観光地・観光ツアー	43%
6位 食品や飲料のショッピング	37%	6位 現地の人が普段利用しているカジュアルな食事	43%

(3) 訪日希望者及び沖縄訪問希望者が日本国内で使いたい交通機関

訪日希望者が日本国内で利用したい交通機関については、訪日希望者全体では新幹線(58%)、鉄道・モノレール(54%)の選択率が高く、近郊バス(20%)やレンタカー(19%)等はやや低い。なお国別では、韓国、マレーシア、アメリカ、台湾、タイでレンタカーが2割を超えた。またアジア・欧米豪居住者を年齢別にみると、20代のレンタカー利用意向が他の年代より低い。一方、沖縄訪問希望者の回答は、訪日希望者全体に比べるとレンタカーの選択率がやや高く(25%)、韓国、台湾、マレーシア、インドネシアでは3割を超えた。しかし7割以上が希望していないことや、欧米豪居住者は、レンタカーよりタクシー、近郊バスの割合が高いことから、レンタカー利用を前提としない交通体系の整備が求められよう。

図表 32 【訪日希望者】日本国内で使いたい交通機関（国別）

(回答はあてはまるもの全て、%)

交通機関名	全体	アジア居住者									欧米豪居住者				
		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		
n	3261	2587	169	357	344	383	365	318	307	344	674	137	179	171	187
新幹線	58	66	60	64	87	74	73	54	51	59	25	19	35	20	26
鉄道・モノレール	54	56	56	43	64	61	44	58	61	61	47	47	51	60	33
タクシー・ハイヤー	22	21	30	34	14	19	14	19	17	25	25	26	29	23	21
近郊バス	20	21	30	30	15	19	27	19	19	15	16	16	18	15	14
長距離バス	19	20	15	30	18	20	14	24	19	19	16	15	19	17	14
レンタカー	19	20	25	16	22	18	20	16	25	18	16	23	12	13	16
貸切バス	14	14	9	26	13	8	14	13	15	14	11	11	14	8	12
レンタサイクル	11	13	8	7	7	6	18	7	14	32	7	10	8	9	1
船舶	4	4	2	7	6	4	2	2	3	8	4	4	2	3	6
その他	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0

図表 33 【訪日希望者】日本国内で使いたい交通機関（居住地域・年代別）

(回答はあてはまるもの全て、%)

交通機関名	全体	アジア居住者				欧米豪居住者			
		20代	30代	40代	50代	20代	30代	40代	50代
n	3261	642	705	641	599	157	194	179	144
新幹線	58	63	65	70	66	28	22	26	26
鉄道・モノレール	54	55	56	58	53	43	48	43	57
タクシー・ハイヤー	22	21	23	20	19	27	25	20	28
近郊バス	20	23	24	20	18	15	17	16	14
長距離バス	19	22	22	18	18	22	16	16	10
レンタカー	19	17	22	20	20	10	17	17	18
貸切バス	14	14	17	12	14	18	12	8	7
レンタサイクル	11	14	13	13	10	9	7	6	5
船舶	4	4	4	5	5	3	6	1	5
その他	0	0	0	0	0	0	0	0	0

図表 34 【沖縄訪問希望者】日本国内で使いたい交通機関（国別）

(回答はあてはまるもの全て、%)

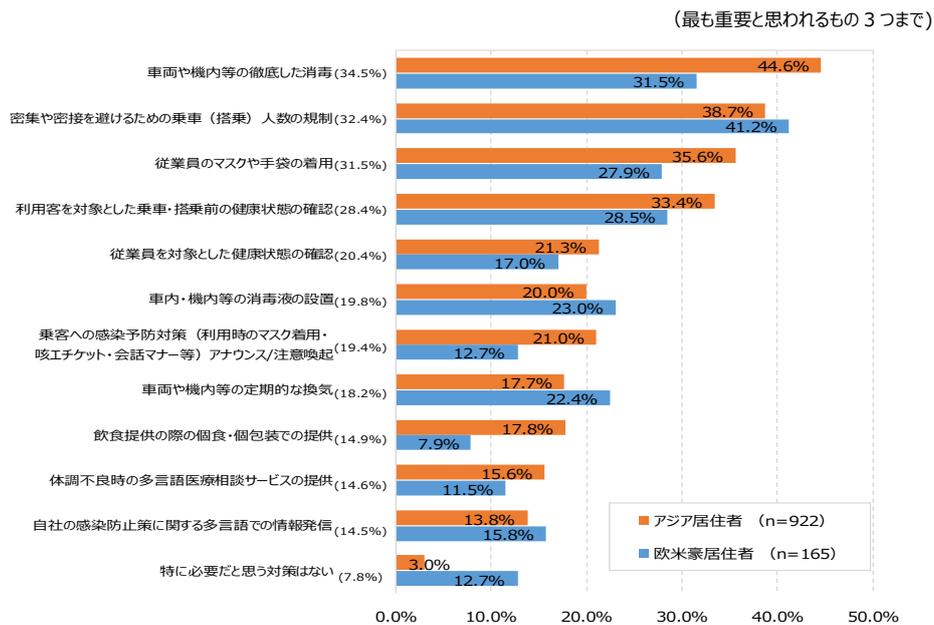
交通機関名	全体	アジア居住者									欧米豪居住者				
		韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア	アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス		
n	785	692	46	73	153	141	66	87	78	48	93	24	29	20	20
新幹線	71	75	72	64	86	82	82	56	64	81	38	25	48	30	45
鉄道・モノレール	65	65	74	51	66	68	53	67	76	56	67	67	72	80	45
近郊バス	25	26	39	27	20	22	41	20	31	21	25	29	28	25	15
レンタカー	25	26	35	21	31	22	21	18	35	33	19	21	17	25	15
タクシー・ハイヤー	23	23	39	34	16	22	18	21	18	27	29	33	34	30	15
長距離バス	23	24	13	36	16	29	18	29	24	25	14	8	24	10	10
レンタサイクル	14	14	13	8	11	10	20	9	18	42	11	13	17	10	0
貸切バス	13	14	9	27	13	6	14	14	15	21	10	13	17	5	0
船舶	7	7	4	7	7	6	6	3	8	17	11	13	7	10	15
その他	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0

注) 図表 34 は、訪日希望者のうち、行きたい地域として「沖縄」を選択した者が、「日本国内で」使いたい交通機関を回答したもので、「沖縄で」使いたい交通機関ではない。

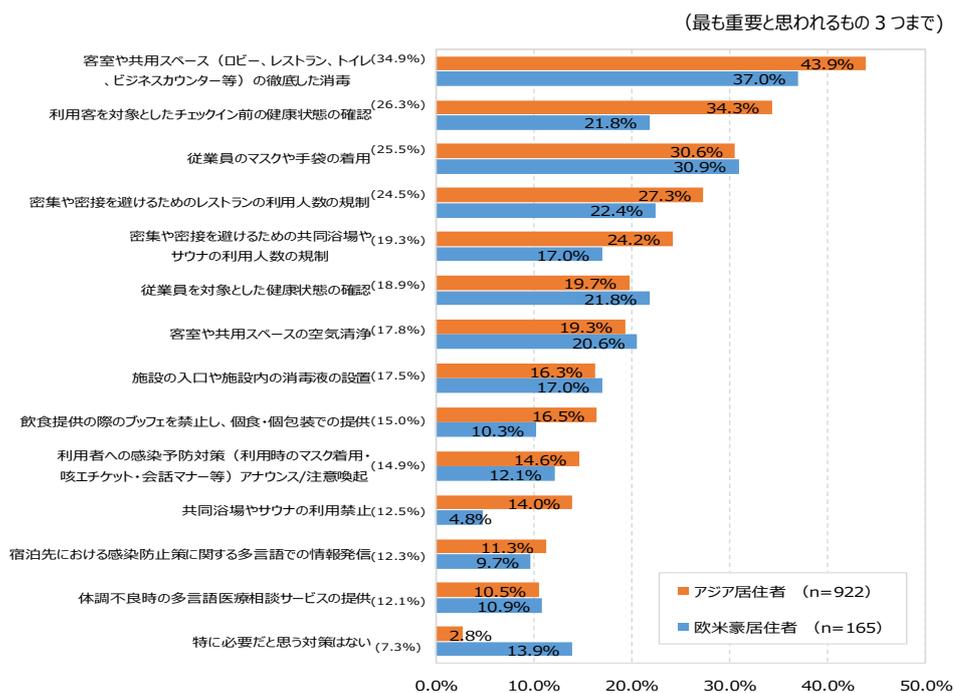
(4) 交通事業者・宿泊事業者がとるべき新型コロナ対策

交通事業者及び宿泊事業者がとるべき新型コロナ対策については（最も重要と思われるものを3つまで選択）、車両や機内、客室等の「徹底した消毒」の選択率が高い。また欧米豪居住者では、交通事業者が取るべき対策の「密を避けるための人数規制」の選択率が最も高い。欧米豪居住者は「特に必要だと思う対策はない」がアジア居住者を大きく上回っているが、個々の対策についてアジア居住者を上回る項目もある。感染防止策や医療サービスの多言語での情報発信については、欧米豪居住者がアジア居住者をやや上回っており、多言語サービスへの期待が高いことが窺える。

図表 35 【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 36 【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 受入側の沖縄に求められる取組

前回調査では、受入側の沖縄が取り組むべき事項として以下の7つの視点を取りまとめた。

前回調査で取りまとめた、沖縄が取り組むべき視点
① 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 外国人ニーズへの準備・対応
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

以上の7点は継続して取り組む必要があるが、第2回調査から求められた視点として、以下の3点を挙げる。

	第2回調査結果	求められる取組の視点
1	<ul style="list-style-type: none"> ・コロナ収束後の海外旅行への意向は、アジア・欧米豪いずれも高い【図表 3,4】 ・アジア居住者は感染リスクに対する不安が高い一方、収束後の海外旅行意向も高い【図表 5,6】 ・オンラインツアーは、過去に訪問したことのある地域への参加が多い。またオンラインツアー体験により、訪問意向は高まる【図表 7～9】 ・訪日意向は、アジア・欧米豪居住者ともに高く【図表 9,10】、訪日したい理由の上位は「食事が美味しいから」「行きたい観光地や観光施設があるから」【図表 12,13】 ・国・地域・年代によって沖縄の認知度は異なり、台湾、香港の認知度が高い。年代別では中国、欧米豪の若年層の認知度が低い【図表 17～26】 ・宮古／石垣の認知度は低い【図表 17,18,20】 ・認知度や訪日経験の有無によって「沖縄で体験したいこと」に違いが現れている【図表 29～31】 	ターゲット層への効果的なアプローチ
2	<ul style="list-style-type: none"> ・沖縄で体験したいことは、東アジアではマリナクティビティの意向が高い。また、アジア・欧米豪各国で「自然や資源に配慮した観光地・観光ツアー」の選択率が高い【図表 29～31】 ・“説明の充実度も含めた”見学や体験への興味・関心も高い【図表 27～31】 	サステナブル・ツーリズム（持続可能な観光）への取組
3	<ul style="list-style-type: none"> ・沖縄訪問希望者は訪日希望者全体に比べるとレンタカー利用希望者が多いが、全体としては公共交通機関の利用希望者が多い【図表 32,34】 ・若い世代でレンタカー利用希望の割合が低い傾向がある【図表 33】 	レンタカーに依存せず移動できる交通体系の構築とアクセス方法の発信

1. ターゲット層への効果的なアプローチ

本調査から、「国・年代によって日本の観光地の認知に差があること」「観光地の地名を「知っている」人のうち、「行きたい」という訪問意向に繋がる割合は、約半数であること」「若者の認知度が低い国があること」「オンラインツアーなど双方向体験のできるものは、訪問経験のある地域での体験が多い＝リピーター向きであること」が確認された。

まず、訪沖経験者については、オンラインツアーやイベント等、「参加型・交流型イベント」による「繋がり」を継続することが重要であり、新型コロナ収束後の再来訪に向けた仕掛けが必要であろう。この間、沖縄県の海外事務所や委託駐在員が、沖縄をPRするイベントや現地旅行代理店との連携等を行っているが、今後もこれらの取組の継続が重要と考える。

オンラインツアーについては、コロナ禍の長期化により、受け手・作り手双方に「オンライン疲れ」が起きている頃であろうが、「行ったことがある地域のツアー参加」が多かったことを踏まえると、“ターゲット層を明確”にした「コロナ収束後に再訪してもらうためのオンラインツアー」の造成が必要であろう。

認知度については、これまで沖縄訪問者も多かった中国で、若い世代の日本への関心が低いのではないかと懸念される。デジタルネイティブ世代と呼ばれる若い世代には、この世代が利用するSNSやインフルエンサー等を活用して、「日本」あるいは「沖縄」の魅力を発信し、関心を示した人へは訪日・訪沖してもらうための更なるアプローチを行う等、早急に取り組む必要がある。また欧米豪4カ国についても、若い世代へのアプローチが必要と思料される。なおこれらは、地方の観光地が各々取組むには限界があることから、日本政府観光局（JNTO）や国内の観光地との連携が重要となろう。

また宮古／石垣については、現時点では台湾、香港以外の国の認知度は低いが、まずは「地域の魅力が何なのか」を改めて見直し、それを磨き上げつつ「その魅力に適したターゲット層」を選定してアプローチしていくことが効果的と考える。コロナ禍前、クルーズ船で島を訪れた外国人観光客が団体バスで免税店に向かい「日本製」の医薬品や家電等を買って帰っていくという光景が多くみられたが、それは「島の魅力」ではなかったはずだ。本当に地域に必要なのは、「地域の魅力」を知って来てくれる観光客であり、「地域の産品」を「地域で消費・購入」してもらい、そのことによって地域（作り手・担い手）の所得向上に繋げることである。

2. サステナブル・ツーリズム（持続観光な可能）への取組

「持続可能な観光」とは、国連世界観光機関（UNWTO）の定義によると、「訪問客、業界、環境および訪問客を受け入れるコミュニティのニーズに対応しつつ、現在および将来の経済、社会、環境への影響を十分に考慮する観光」である。もう少し細かくと、地域の資源である「自然」や「文化」「伝統」「そこに暮らす人々」を活かして旅行者を受け入れると同時に、「自然環境」や「文化・伝統」を守ること、とも言えよう。沖縄県でも新たな振興計画にて「持続可能で責任ある観光の推進」を掲げており、今後ますます「質」の高い観光への取組が求められる。

1. の“ターゲット層”の選定にも繋がるが、「地域固有の価値を認識し、相応の対価を払ってくれる顧客層を選んで受け入れること」が必要になる。コロナ禍前の「オーバーツーリズム」の教訓や、「地域医

療における観光客の受入体制」も鑑みると、今後は「人数制限」「事前予約制」といった視点も重要と考える。

また、コロナ収束後の観光においては、これまで以上に「通訳案内士」の存在が重要性を増すものと考えられる。訪日観光は、高所得者層の少人数旅行から再開していくであろうが、“説明の充実度も含めた”、“質の高い見学や体験”を求める訪日外国人観光客への対応において、コロナ禍の厳しい状況下でも観光再開に向け自己研鑽を図っている通訳案内士の活躍の場が期待されよう。加えて、今後、医療通訳案内士のニーズの高まりも必至であることから、行政による資格取得支援や、通訳案内士の待遇向上等も望まれる。

3. レンタカーに依存せず移動できる交通体系の構築とアクセス方法の発信

地域内交通の課題については、2022年2月に当公庫とJTBFにて共同発表した「「ポストコロナ時代における沖縄観光のあり方に関する調査研究～これからの“旅行牽引世代”の意向を踏まえた観光（観光地）とは～」にて、日本人の若い世代の「車離れ」でも触れたところだが、外国人観光客にも通じる課題である。交通ルールの異なる見知らぬ土地でのレンタカー利用となると、非常にハードルが高く、なかなか選択肢には入らないだろう。

コロナ収束後の観光は、これまで以上に「少人数での旅行」が加速する可能性が高く、コロナ禍前の「団体客を大型観光バスで輸送する」ことを前提とした観光客の受入は減少すると考えられることから、地域の公共交通を「外国人観光客の目線」で見直すことが必要であろう。この「外国人観光客の目線」には、国内客向けの取組に加えて「多言語での発信」や「決済システムの一元化」等が求められるが、これは行政や交通事業者だけが取組めばよいのではなく、観光地・観光施設側にも求められる取組である。

結びに

新型コロナの影響が長期化し、先行き不透明な状況が続いているが、海外に目を向けると、欧米諸国を中心に、デジタルワクチンパスポートや PCR 検査などを活用した隔離なしでの国際往来の再開や、さらにはワクチン接種有無に関係なく隔離なしの全面解除に動き出した国もある。日本は、未だ観光目的での国際往来再開の方向へ舵を切れずにいるが、いずれは再び多くの人々が旅行し、国を行き交う時代が戻ってくるであろう。コロナ禍の長期化によって沖縄の観光事業者、そして沖縄県全体が非常に厳しい業況に陥っているが、コロナ収束後を見据え、観光事業者と行政が一丸となってどれだけ受入再開に向けた準備をできるかが、収束後の明暗を分けることになるものと思料される。

本調査から、新型コロナ収束後の海外旅行先としての日本人気の高さは継続していることが確認された一方で、国や年代、訪日経験有無によって、認知度や訪問意向には差があるため、ターゲットとする層ごとに様々なアプローチが必要であることが確認された。また、前回調査でも「質の高い観光」を今後の取組の視点として提言したが、今回の調査でも、「サステナブル・ツーリズム(持続可能な観光)」の取組が改めて重要であることが確認された。加えて、コロナ収束後の観光が「団体旅行」から「個人旅行」に加速することも見据え、レンタカーに依存しない地域内交通の構築の重要性も浮き彫りとなった。

「コロナ禍前には戻らない」ことは誰もが気付いている。過去の成功体験やこれまでの業界の常識や価値観が通用しない部分については、環境の変化を受入れ、沖縄観光を地域一丸となって改革する機会と捉え、逆境を乗り越えた先の持続可能な明るい未来を祈願したい。

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調査部及び公益財団法人日本交通公社観光政策研究部にこの場を借りて感謝の意を表す。

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	13	(S 62. 11)
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を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		
○ 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)
○ グラム・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	17	(S 63. 11)
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		
○ 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 競合激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	47	(H 7. 9)
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		
○ 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)
○ 葉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)
○ 「わたしたショップ」―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	56	(H 8. 7)
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		
○ 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	59	(H 9. 1)
―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―		
○ 県内貸ビル業の現状	60	(H 9. 2)
―空室率が高い沖縄の貸ビル―		
○ 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	62	(H 9. 4)
―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―		
○ 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	65	(H 9. 10)
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		
○ 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	71	(H 10. 10)
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		
○ 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	82	(H 13. 1)
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		
○ 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ー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～		
○ 2020・2021年度設備投資計画調査報告(2021年3月調査)	172	(R 3. 6)
○ 2020・2021年度設備投資計画調査報告(2021年9月調査)	173	(R 3. 10)
○ 2020年度県内主要ホテルの稼働状況	174	(R 3. 11)
○ 新型コロナウイルス感染症の県内景況に及ぼす影響について	175	(R 4. 2)
○ 令和2年度 沖縄公庫教育資金利用者調査	176	(R 4. 3)
第一部 令和2年度 沖縄公庫教育資金利用者調査		
第二部 令和2年度 沖縄公庫教育資金利用者意識調査		
○ ポストコロナ時代に向けた自治体経営の状況と今後の展望	177	(R 4. 5)
○ コロナ禍における日本人・訪日外国人の沖縄旅行に関する調査	178	(R 4. 5)
第一部 コロナ禍における日本人の沖縄旅行に関する調査(2021年版)		
第二部 コロナ禍における訪日外国人旅行者の意向調査【沖縄版】～DBJ・JTBFアジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査(第2回 新型コロナ影響度 特別調査)より～		

公庫レポート

令和4年5月発行

編集兼発行者 大西 公一郎
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 丸正印刷株式会社

本レポートは再生紙を使用しています。

