

公庫レポート

◇「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
～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～



沖縄振興開発金融公庫
THE OKINAWA DEVELOPMENT FINANCE CORPORATION

「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
～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～

－ 目 次 －

第1章 調査要領.....	1
1. 背景.....	1
2. 目的.....	1
3. 調査内容.....	2
第2章 調査要旨.....	3
第3章 旅行市場の現状分析	5
1. 新型コロナ以前から起こっていた旅行市場の変化	5
2. 新型コロナの影響による旅行市場の変化.....	8
3. 沖縄観光についての現状分析と課題の整理	13
(1) 「旅行牽引世代」の誘客.....	13
(2) 旅行中の交通手段	14
(3) 旅行中の活動	15
(4) 二次交通の課題や最新動向の整理（需要側）	16
(5) 二次交通の課題や最新動向の整理（地域側）	20
第4章 旅行牽引世代と目される「Z世代」「ミレニアル世代」の特徴・旅行への意向等	23
第5章 これからの旅行牽引世代の旅行全般や沖縄観光に関する意向調査	25
1. インタビュー調査	25
(1) 調査概要	25
(2) 調査結果	25
2. インターネット調査	27
(1) 調査概要	27
(2) 調査結果	27
第6章 まとめ.....	42
1. 旅行牽引世代の意向・意識を踏まえた沖縄観光の現状と課題	42
2. 現状と課題を踏まえた沖縄観光に対する提言	43
【参考資料】インターネット調査 設問	47

第1章 調査要領

1. 背景

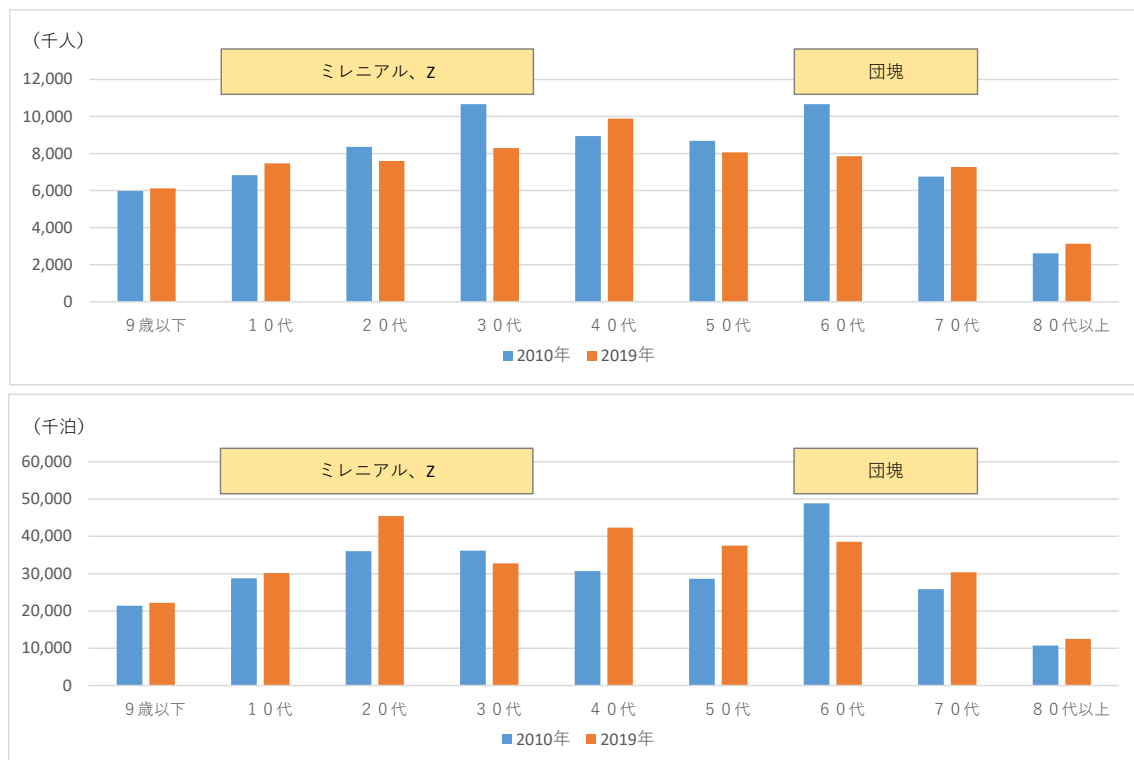
これまでの国内旅行市場は、人口ボリュームの大きい団塊世代に支えられてきた。

宿泊観光旅行者の年代別動向を2010年と2019年で比較すると、団塊世代（70代）は、10年前（当時60代）と比べて、実旅行者数・延べ泊数ともに大幅に減少している一方、2019年の延べ泊数が最も多い年代は20代となっている。

今後「Z世代」「ミレニアル世代」と呼ばれる、主に現在10代後半～30代の世代が「これからの旅行市場を牽引する世代」（以下「旅行牽引世代」という。）となることが想定され、また、旅行に行けない期間であるコロナ禍の後、すなわちポストコロナ時代においては、この世代交代は一気に加速していくものと推察される。

ポストコロナ時代に向けた国内旅行市場の再興にあたっては、今後の「旅行牽引世代」のニーズ、価値観を踏まえて観光（観光地）としての今後のあり方を明らかにする必要がある。

国内宿泊旅行（観光・レクリエーション）の実旅行者数（上）と延べ泊数（下）の年代別変化



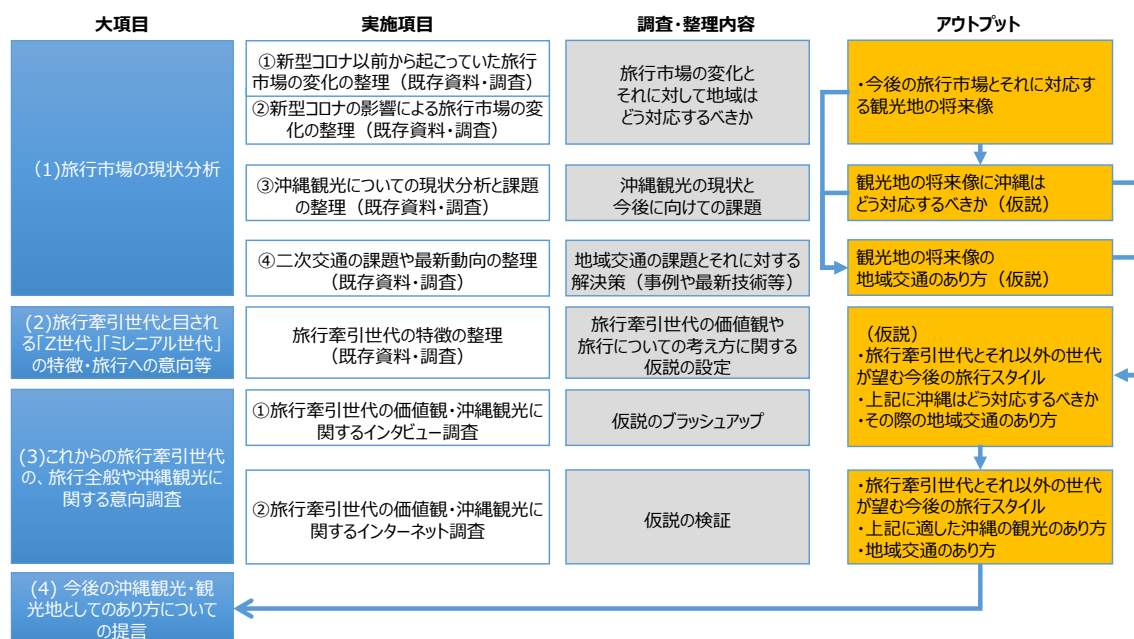
出典：観光庁「旅行・観光消費動向調査」より作成

2. 目的

旅行牽引世代の価値観を把握するとともに、沖縄観光（観光地）に対する意向・意識調査を行った上で、中長期的な視点から観光地としてのあり方を提言することで、ポストコロナ時代における沖縄観光施策への一助となるとともに観光関連事業者への情報発信・情報提供を行う。

3. 調査内容

本調査は下記の内容から構成される。



（参考）旅行牽引世代と目される「Z世代」「ミレニアル世代」

世代名称		年代 (2021年基準)	特徴
世界	日本 (2021年基準)		
X世代 (1965-1980)	バブル世代 (1960-1970) (51-61歳)	40代 ～50代	いわゆるバブル期に消費を謳歌した世代。男女雇用機会均等法の施行で男性並みに働く女性も増加した。様々なモノやコトの経験が豊富で、価値を認めたものには支出を惜しまない。
	団塊Jr.世代 (1971-1975) (46-50歳)		成人前後にバブル崩壊を経験し、期待外れ感を味わった世代。子供の頃にはファミコンが流行し、ゲーム好きも多い。
	ポスト団塊Jr.世代 (1976-1980) (41-45歳)		就職氷河期を経験し、無駄な消費は嫌う世代。派遣労働などを経験している人も多い。高校生の時にポケベルが流行った。
ミレニアル (1981-1996)	プレゆとり世代 (1981-1988) (33-40歳)	20代中盤 ～30代	日本の景気が良かった時代を知らないため、現状に特に不満を持っていない世代。ただし先の見えない社会には不安を持っており、友人や仲間を大切にする傾向。mixiや2ちゃんねるなどネットでの発信も広がった。
	ゆとり世代 ミレニアル世代 (1989-1995) (26-32歳)		プレゆとり世代同様に日本の景気が良かった時代を知らず、現状への不満は少ない。しかしバブル世代である親世代の価値観を共有し、ブランドなどを好む一面も。10年代の後半からスマホ利用も多い。いわゆる「ゆとり教育」を受けた「ゆとり世代」とも重なる。
Z世代 (1997-2012)	Z世代 (1996-1999) (22-25歳)	10代 ～20代中盤	ミレニアル世代同様に、バブル世代である親世代の価値観を共有する。子供のころからデジタル社会に適応し、シェアリングなど新しい経済の形にも抵抗がない。自分たちは「ゆとり」世代ではないことにプライドを持つ。

出典：Pew Research Center の世代区分※（2019）および（株）JTB 総合研究所「旅と生活の未来地図 2019」（2019）より作成

※<https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/>

第2章 調査要旨

調査研究の一環として実施した「旅行牽引世代の旅行全般や沖縄観光に関する意向調査」（インターネット調査）の結果の要約と、その結果も踏まえて取りまとめた「今後の沖縄観光・観光地としてのあり方についての提言（骨子）」は以下の通り。

旅行牽引世代の旅行全般や沖縄観光に関する意向調査（結果の要約）

・旅行牽引世代の車離れは明らか

- 「レンタカーの運転に抵抗はない」割合は旅行牽引世代では約38%、Z世代のみで見ると約28%と年齢が下になるほど低くなる。また、「運転免許を持っておらず、レンタカーを利用することはない」の割合はZ世代では約32%にのぼる（40歳以上は約6%）。

・車離れが旅行牽引世代の沖縄旅行意向の低下を招いている

- 観光目的での沖縄旅行意向について、運転免許保有・レンタカー意識別に見ると、レンタカーへの運転に抵抗がない、もしくは同行者が運転してくれる場合で意向が高く、レンタカーへの抵抗がある、もしくは免許を持っていない場合に意向は低い傾向にある。
- 「沖縄県内の交通が不便」や「レンタカー利用に抵抗がある・運転が苦手」が旅行牽引世代で多く選択されている。旅行牽引世代にとっては、沖縄への移動時間や交通費だけでなく県内での交通も、沖縄旅行をしていない理由のひとつと考えられる。
- 移動に求める要素として旅行牽引世代が40歳以上よりも「他者運転」「有意義」「仕様」を好み、40歳以上は「3密回避」「安心」「安全性」「快適」「衛生面」を重視する傾向が見られた。

・沖縄に行かない理由は「遠い」、「移動時間が長い」、「交通費が高い」

- 沖縄に行かない理由としては、どの世代も「移動時間が長い」「交通費が高い」を選択した割合が高いが、特にZ世代で多く選択されている。

・沖縄を訪れた経験が修学旅行のみの場合、再訪意向が低い傾向がある

- 観光レジャー目的での訪沖経験がある場合、Z世代では「具体的に沖縄への観光旅行を計画している」が2割、「3年以内に行きたい」「いつか行きたい」も含めると約7割が訪沖意向を示している。一方で、訪沖経験が修学旅行のみの場合、40代以上の8割、ミレニアル世代で約7割、Z世代でも半数近くが「当分の間沖縄へ旅行することはない」と回答し、各世代で再訪意向が低い傾向があるが、年齢が下がるにつれてその割合は低下している。

・マリレジャー等のアクティビティへの関心や参加意向は高い一方で、マリレジャー経験が少ないことから、旅行先や活動検討の際の動機や目的の選択肢として想起されない恐れがある

- 旅行牽引世代のマリレジャー経験は全般的に低く、もっとも高い「海水浴」も40歳以上と比べると低い。

・旅行牽引世代、特に Z 世代は Instagram と Twitter の利用率が高く、旅行の検索にも活用している

- 旅行牽引世代、特に Z 世代は、「家族や友人・知人に尋ねる」と「Instagram」、「Twitter」などの SNS の利用が 40 代以上より高い。一方、40 歳以上は旅行牽引世代と比べて「インターネットの検索サイトを使う」や宿泊施設や観光局・観光協会や国・自治体などの「ホームページを見る」と答えた人の割合が高い。

今後の沖縄観光・観光地としてのあり方についての提言（骨子）

- 車を利用しない旅行牽引世代でも沖縄を旅行しやすくするため、
 - 車（レンタカー）に依存しないで移動できる交通体系の構築
 - 観光地・観光施設側からの、車を利用しない観光客向けのアクセス方法の発信
- 長い距離や移動時間、高額な交通費といった制約を超えて旅行牽引世代の来訪を促すため、
 - 移動時間が長く、また交通費が高くても、行きたくなるような魅力の磨き上げと発信
 - 飛行機での長時間の移動が抵抗にならないような仕掛けづくり
- 修学旅行で訪れる旅行牽引世代に沖縄をより深く知って学んでもらい、一人でも多くリピーターとなってもらうため、
 - 地域に関する「主体的な探求」や「より高密な交流」を通じて、沖縄を深く知り、さらに興味・関心を高めるために、修学旅行の内容の創意工夫
 - 修学旅行における「体験学習」費用上限見直しの働きかけや、体験学習への補助金交付
- 旅行牽引世代に、マリンレジャーの経験を沖縄への旅行の動機づけとしてもらうため、
 - 修学旅行のプログラムにおける「海に接する機会」の設定
 - マリンレジャーを自分ごとにしてもらうための情報発信
- 旅行牽引世代に訴求する情報発信を行うため、
 - Instagram 等の旅行牽引世代で利用率の高い媒体を通じた情報発信の強化、および当該世代が魅力に感じる映像や手法の活用

以上

公益財団法人 日本交通公社 観光政策研究部
担当：相澤、菅野、工藤、パク

沖縄振興開発金融公庫 調査部 地域連携情報室
担当：伊東

第3章 旅行市場の現状分析

1. 新型コロナ以前から起こっていた旅行市場の変化

本調査では市場の主役となる世代（旅行牽引世代）が、これまでの「団塊世代」から「Z・ミレニアル世代」へ移行していくことを前提としている。

この変化は蓋然性の高い事項ではあるが、新型コロナウイルス感染症が拡大する以前から、構造的に生じている複数の市場の変化の中の一つまで一側面として位置づけ、それらの変化を総合的に捉える必要がある。

【顧客が価格を決める「サービス経済社会」化】

我が国においては、GDP や労働者の大半がサービス業に従事する「サービス経済社会」となっており、沖縄においてもサービス業は高い割合を示している。このサービス経済社会においては、「観光地や産業＝供給側」ではなく、「顧客となる旅行者＝需要側」が求める「経験価値」に応じて、サービスの価格等が決定されることが特徴である。

サービス経済社会における価格決定の構造

機能的価値 + 情緒的価値 + 自己表現的価値

顧客の嗜好、性格などの影響

価格を決定

- ・ 機能的価値：そのモノやサービスを通じて直接的、実利的に得られる価値
- ・ 情緒的価値：事業者と需要者との相互作用によって生じる価値
- ・ 自己表現的価値：そのサービスを利用することが、自分自身の価値観やライフスタイルを社会に示すような価値

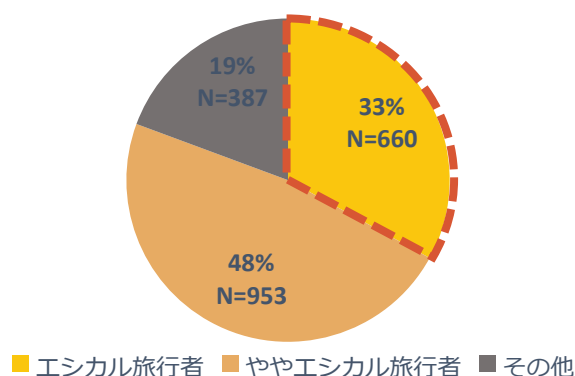
出典：（公財）日本交通公社作成

【エシカルな旅行者の出現】

自然環境や水・エネルギーの消費、地域の文化尊重、地域の経済共有、旅行先での情報共有、法律・規則遵守、多様性への理解などの特徴を持つ「エシカル（Ethical）」な旅行者が出現している。「エシカル旅行者に関する市場調査（JTBF,2020）」によると、エシカルな旅行者の特徴としては、地域に対する経済的支援の意識も高く、コロナ禍でも地域への迷惑を心配しているなど地域へ及ぼす影響をよく考慮する傾向がみられる。

エシカル旅行者の特徴

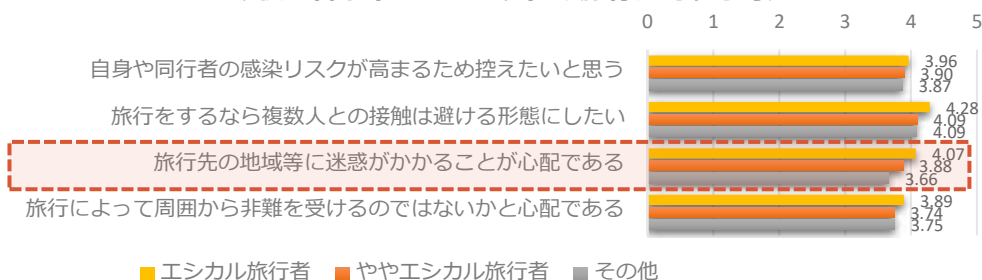
エシカル旅行者の割合



旅行先の自然環境・歴史文化の保全や、コミュニティを支援するための支援金（協力金や寄付金等）に対する支払い意思



今後1年間（Withコロナ）の旅行に対する考え



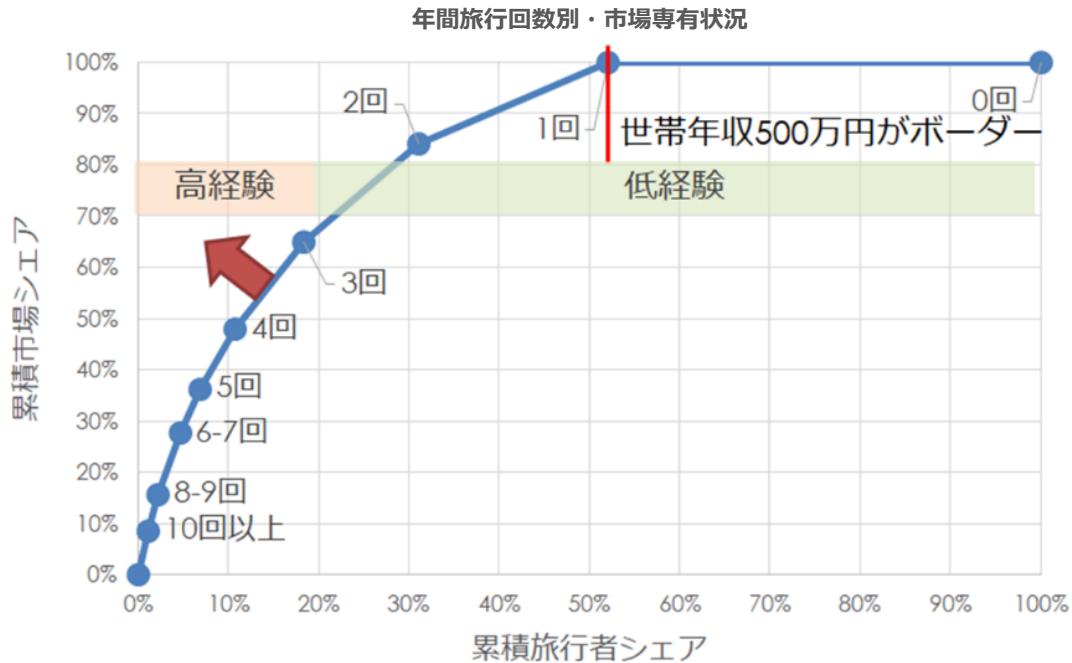
※5段階のリッカート尺度(*)を使った質問

*「賛成」「やや賛成」「どちらともいえない」「やや反対」「反対」といったように、賛成と反対を両極とし、各選択肢の意味的間隔が等しくなるように配列された尺度のこと。

出典：（公財）日本交通公社「エシカル旅行者に関する市場調査」（2020）

【「旅行する人」と「旅行しない人」の格差拡大】

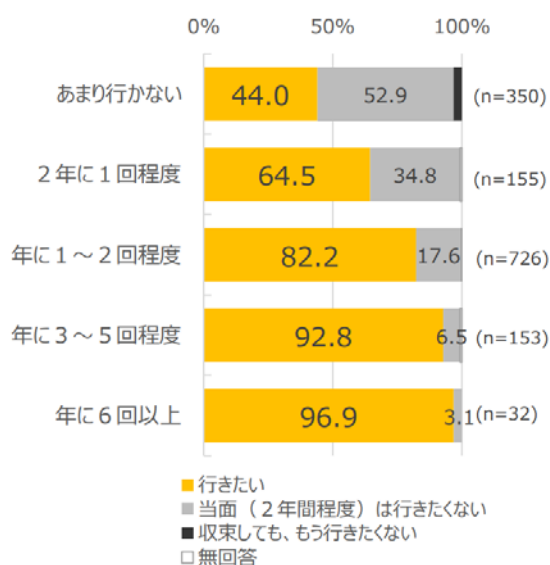
国内旅行需要の動向と課題として、国民1人あたりの国内宿泊旅行回数は伸び悩み、「旅行する人」と「旅行しない人」の格差も広がっている。その主な要因としては、世帯年収が挙げられている。



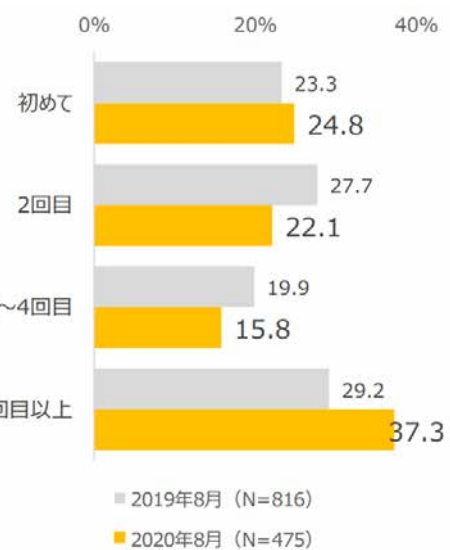
出典：観光庁「旅行・観光消費動向調査」（2019）より作成

これらの状況はコロナ禍でも明確に見られ、旅行・来訪経験でも旅行する人・旅行しない人の2極化が進み、なじみの地域を再び訪問するハードリピーターが増えるということがわかる。

新型コロナウイルス収束後の国内旅行意向（普段の旅行頻度別）



訪れた地域への来訪経験

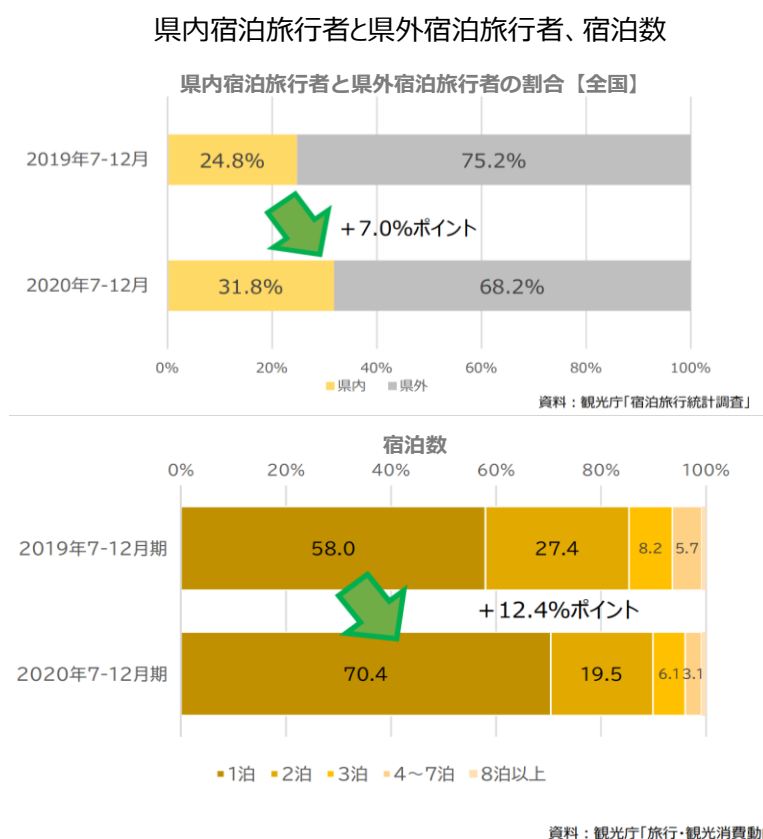


出典：（公財）日本交通公社「JTBF 旅行意識調査」（2020）

2. 新型コロナの影響による旅行市場の変化

【訪問先の多様化（マイクロツーリズム、アウトドア傾向等）】

コロナ禍では、近場を旅行するというマイクロツーリズムのトレンドが生じ、遠方を訪れる際も大都市以外の観光地やアウトドアを含めた幅広いエリアが訪問先として検討されるという傾向が強まった。こうした傾向は、コロナ禍で有名観光地への訪問が制約されることで、新しい旅行の在り方・価値に人々の注目が集まったことが影響していると考えられる。世界最大の民泊プラットフォームである Airbnb の予約データに基づく調査によると、観光が再開し始めた 2021 年以降も、こうした訪問先の多様化という傾向は世界中で継続している。沖縄でも、一部の観光地へ集中するのではなく、「典型的な観光地」以外の地域への訪問意向が高まると予想される。



出典：観光庁「令和3年版観光白書について（概要版）」（2021）

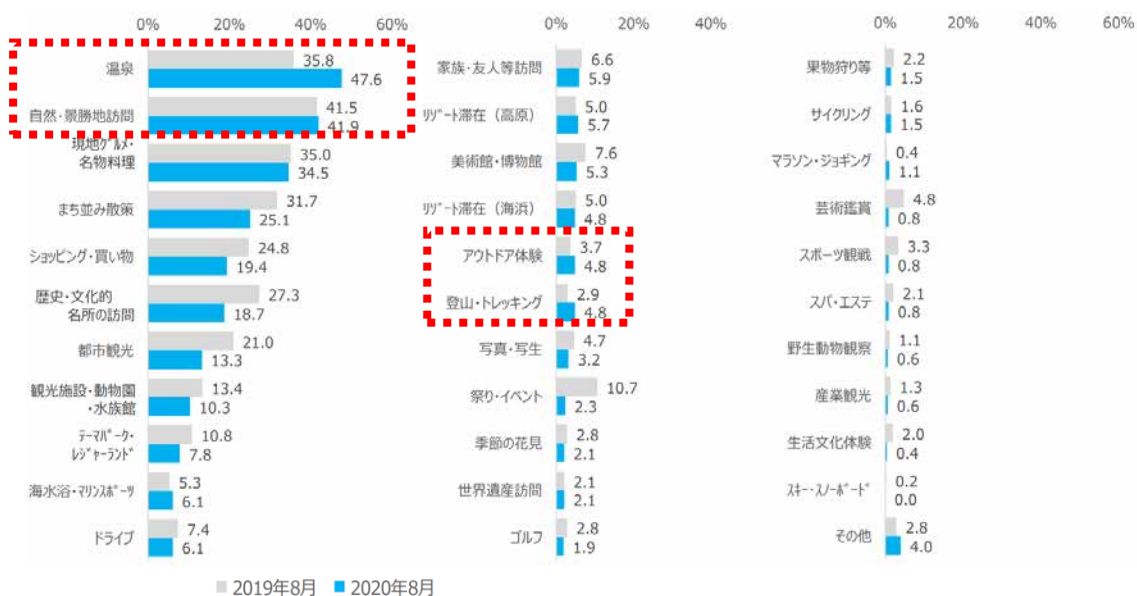
新型コロナウイルスの影響で変更した内容

											(%)
	活動内容 ・訪問先	(国内↓国内) 旅行先	宿泊施設	泊数	交通手段	(海外↓国内) 旅行先	同行者	同行者の人数	その他		
1月 (N=66)	36.4	25.8	15.2	28.8	19.7	16.7	10.6	6.1	3.0		
2月 (N=92)	42.4	19.6	15.2	28.3	18.5	15.2	8.7	8.7	1.1		
3月 (N=134)	39.6	23.9	17.9	23.1	14.2	18.7	4.5	4.5	1.5		
4月 (N=155)	34.8	21.9	14.8	29.0	20.0	11.6	4.5	5.8	3.2		
5月 (N=74)	37.8	21.6	18.9	36.5	20.3	18.9	4.1	8.1	1.4		
6月 (N=168)	41.1	23.8	14.3	21.4	20.2	5.4	3.0	4.2	6.5		
7月 (N=68)	32.4	23.5	17.6	30.9	26.5	7.4	0.0	2.9	2.9		
8月 (N=85)	29.4	36.5	20.0	20.0	24.7	9.4	5.9	1.2	5.9		
9月 (N=115)	33.9	28.7	16.5	32.2	22.6	8.7	2.6	2.6	6.1		
10月 (N=64)	48.4	17.2	14.1	20.3	21.9	14.1	1.6	3.1	1.6		
11月 (N=56)	42.9	21.4	17.9	35.7	17.9	1.8	1.8	5.4	8.9		
12月 (N=78)	41.0	25.6	23.1	23.1	16.7	7.7	2.6	2.6	5.1		

出典：（公財）日本交通公社「JTBF 旅行実態調査 2020」（2021）

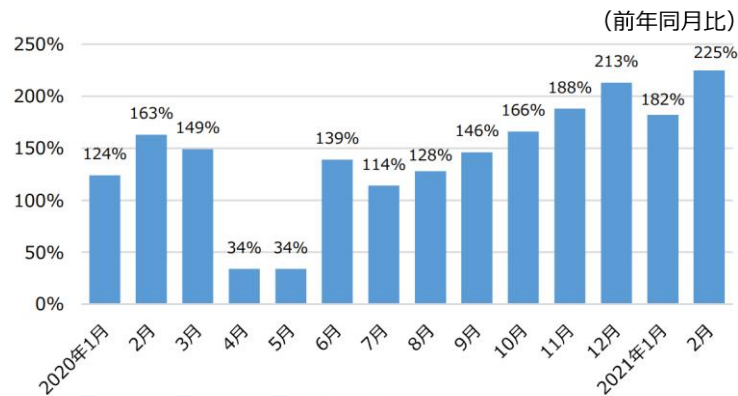
マイクロツーリズムは、基本的に「密集、密閉、密接」という要素を考慮した旅行スタイルとして、新型コロナウイルスの影響によって遠方を訪れる際も大都市以外の観光地やアウトドアを含めた幅広いエリアが訪問先として検討されるという傾向が強まった。具体的な内容としては、温泉やアウトドア体験、登山、キャンプなどの活動が増加したことが見られる。

旅行活動内容



出典：（公財）日本交通公社「JTBF 旅行実態調査 2019、2020」（2020、2021）

キャンプ場 1 施設当たりの平均予約件数



資料：キャンプ場検索・予約サイト「なっぷ」データ

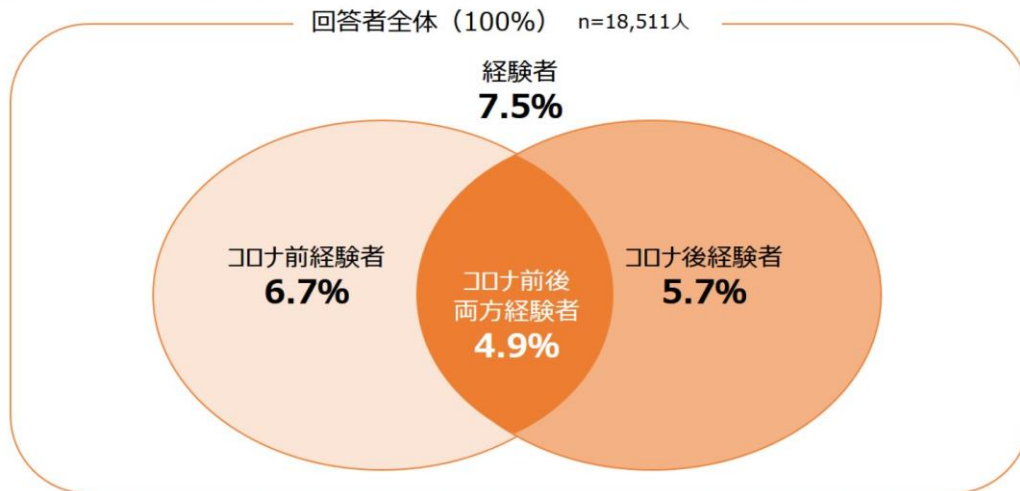
出典：観光庁「令和 3 年版観光白書について（概要版）」（2021）

【日常と非日常の近接（長期滞在、ワーケーション等）】

コロナ後に初めてワーケーションを実施した人は 5.7%、コロナ前を含めた経験者は 7.5%とまだ限定的ではあるが、「新しい旅のスタイル」として各省庁および全国各地で環境整備が進んでおり今後増加が期待される。ワーケーションのような日常と非日常の境界線が曖昧になった旅行形態の出現は、首都圏居住者や IT 企業を中心にテレワークの実施率が増加したことに影響されており、コロナ禍によって一気に加速した。

休暇の旅行中に業務を行ったことがある割合

設問：あなたは休暇の旅行中に業務(いわゆるワーケーション)を行ったことがありますか(※本格的な業務(会議出席や資料作成等)実施のみ)



経験者→2019年1月～現在での経験者

※コロナ前（2019年1月～2020年3月）

※コロナ後（2020年4月以降）

出典：（当財団実施）休暇旅行中の業務経験に関する調査

・調査対象者条件：下記を除く全国の20歳～69歳の男女

※除外対象：パート・アルバイト、家事専業、学生、無職

・回収サンプル数：スクリーニング18,511サンプル、本調査300サンプル

・調査期間：2021年3月25日（木）～26日（金）

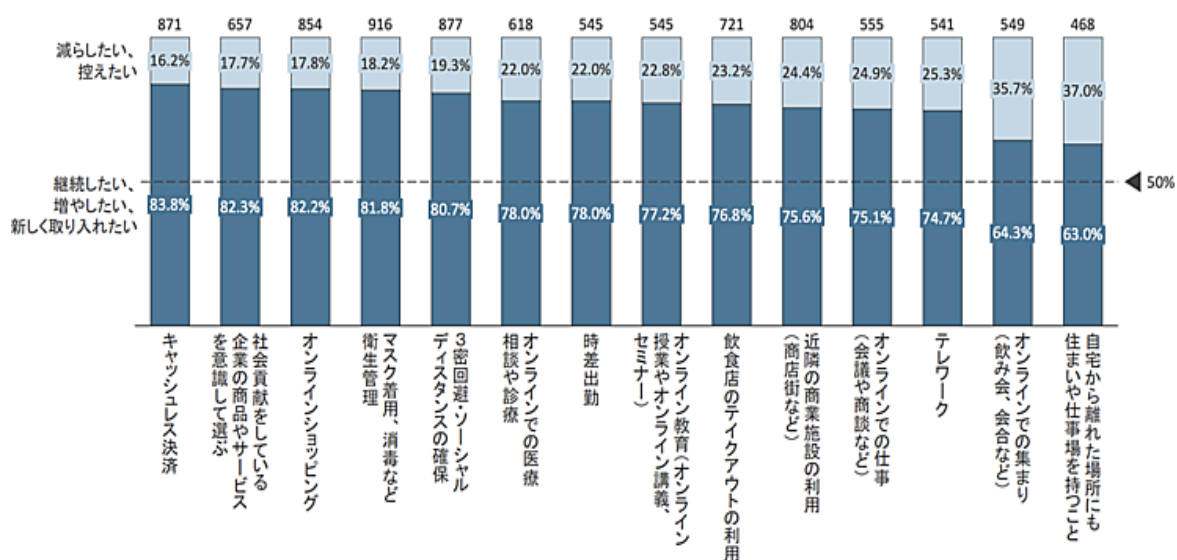
・調査手法：インターネット調査（株式会社クロス・マーケティングの回答者パネルを利用）

出典：（公財）日本交通公社「休暇旅行中の業務経験に関する調査」（2021）

【デジタルとリアルのハイブリッド】

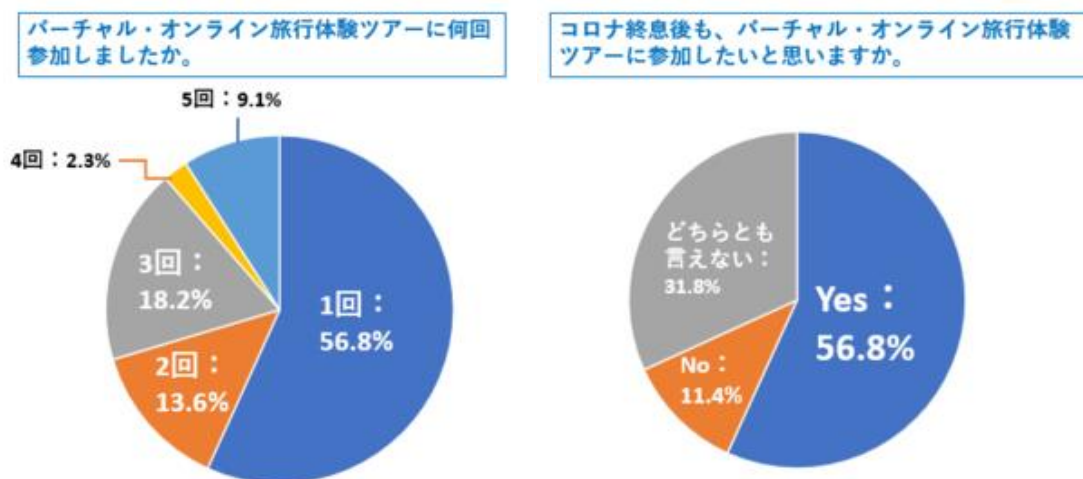
人と人の交流が重視される旅行・観光業界ではデジタル化への対応が遅れていたが、コロナ禍において非接触型の体験が求められ、消費者のデジタル対応力が飛躍的に向上したことで、同業界におけるデジタル化も加速している。消費者視点で考えると、デジタルがリアルかという 2 択ではなく、どのように最適な体験を構築できるのかという観点から、デジタルとリアルの適切な組み合わせが求められている。

今後の生活で利用を継続した／減らしたいこと（単一回答）

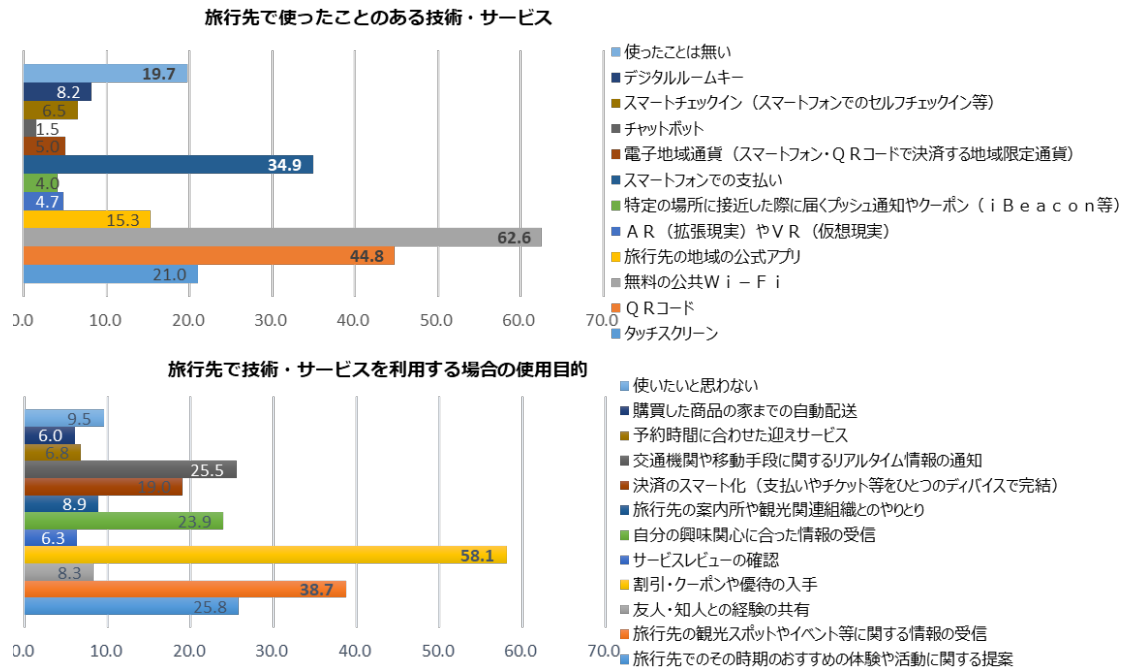


出典：（株）JTB・（株）JTB 総合研究所「新型コロナウイルス感染拡大による、暮らしや心の変化および旅行再開に向けての意識調査（2020）」（2020）

オンライン旅行実態調査（有効回答数：477）

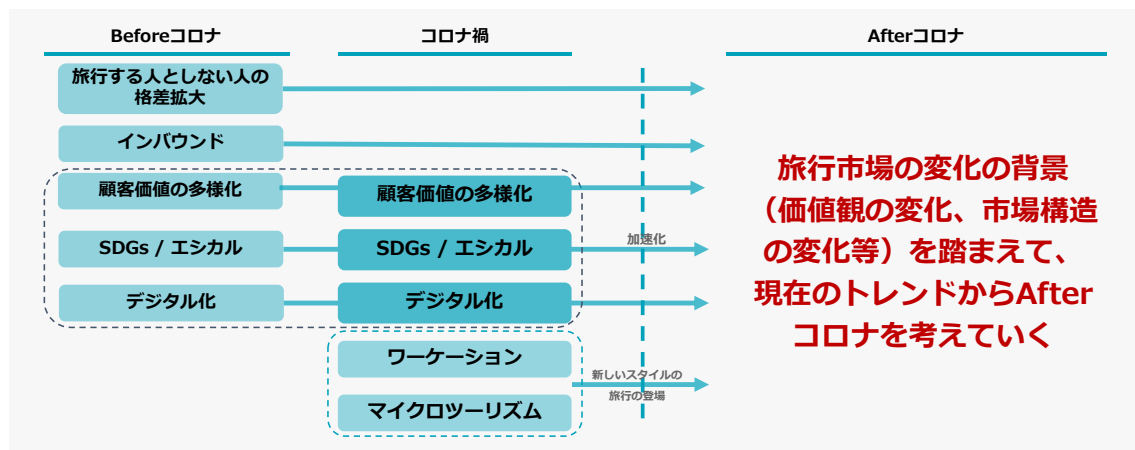


出典：トラベルズー・ジャパン（株）「オンラインツアー実態調査」（2021）



出典：（公財）日本交通公社「エシカル旅行者に関する市場調査 2020」（2020）

上記を踏まえると、新型コロナウイルス感染症の拡大により、以前から生じていた旅行市場の変化が加速するとともに、コロナ禍でニューノーマル(新しい生活様式)を経験したことで新しい旅のスタイルも追加されたことから、ポストコロナ時代に旅行者が求める様々な「経験価値」に対応する観光地のあり方が求められる。



出典：（公財）日本交通公社作成

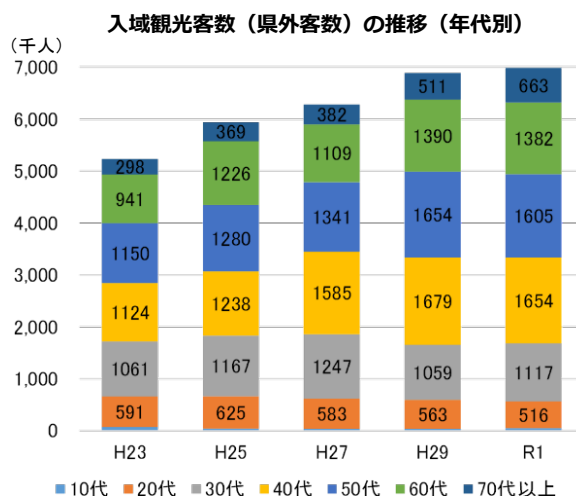
3. 沖縄観光についての現状分析と課題の整理

(1)「旅行牽引世代」の誘客

【20 代旅行者の伸び悩みと市場の高齢化による市場の縮退】

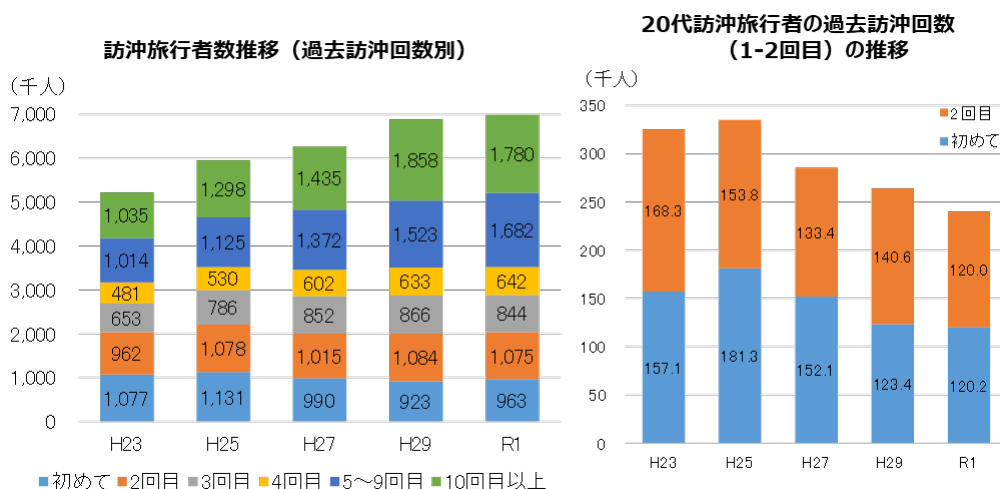
沖縄を訪れる入域観光客数は長期にわたり増加が続いている。インバウンドの伸びが顕著ではあるが、平成 24 年度から平成 30 年度にかけては県外客数自体も増加が続いてきた。しかし、年代別に見ると 40 代以上の増加が目立つのに対し 20 代と 30 代は横ばいで推移している。国内観光宿泊旅行市場全体で見ると 20 代の旅行が活発化しているが、こと沖縄においては伸び悩んでいる。

このまま 30 代以下の旅行者数が増加しなければ市場の高齢化が進み、やがて市場は縮退することが懸念される。



【新規旅行者の伸び悩み】

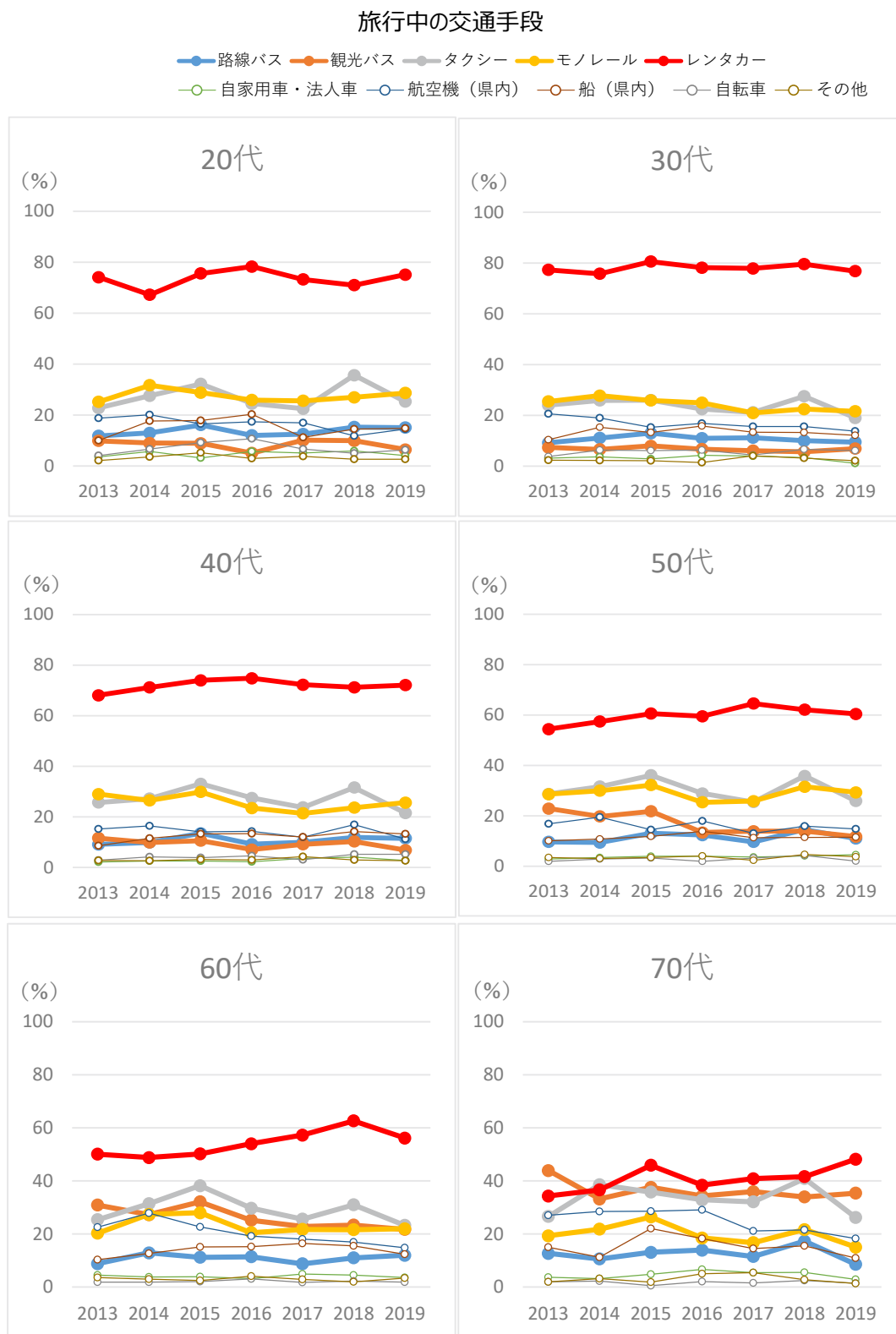
訪沖観光客数のうちリピーター比率は 8 割超に上る。リピーターは市場を安定させる一方で、新規旅行者が増えなければ市場は縮小する。訪沖旅行者数の推移を訪沖回数別に見ると、訪沖 2 回以下の割合は減少傾向にあり、ビギナーが多い 20 代で見ても同様の傾向にある。また 20 代の訪沖旅行者数は横ばいであることから、訪沖 2 回以下の 20 代旅行者は年々減少している。



(2) 旅行中の交通手段

年代が上がるにつれ、レンタカーの利用率は低くなり、観光バスの利用率は上がる傾向にある。

レンタカー利用率について経年での変化を見ると、20代～40代は横ばい、50代～70代は増加傾向にある。

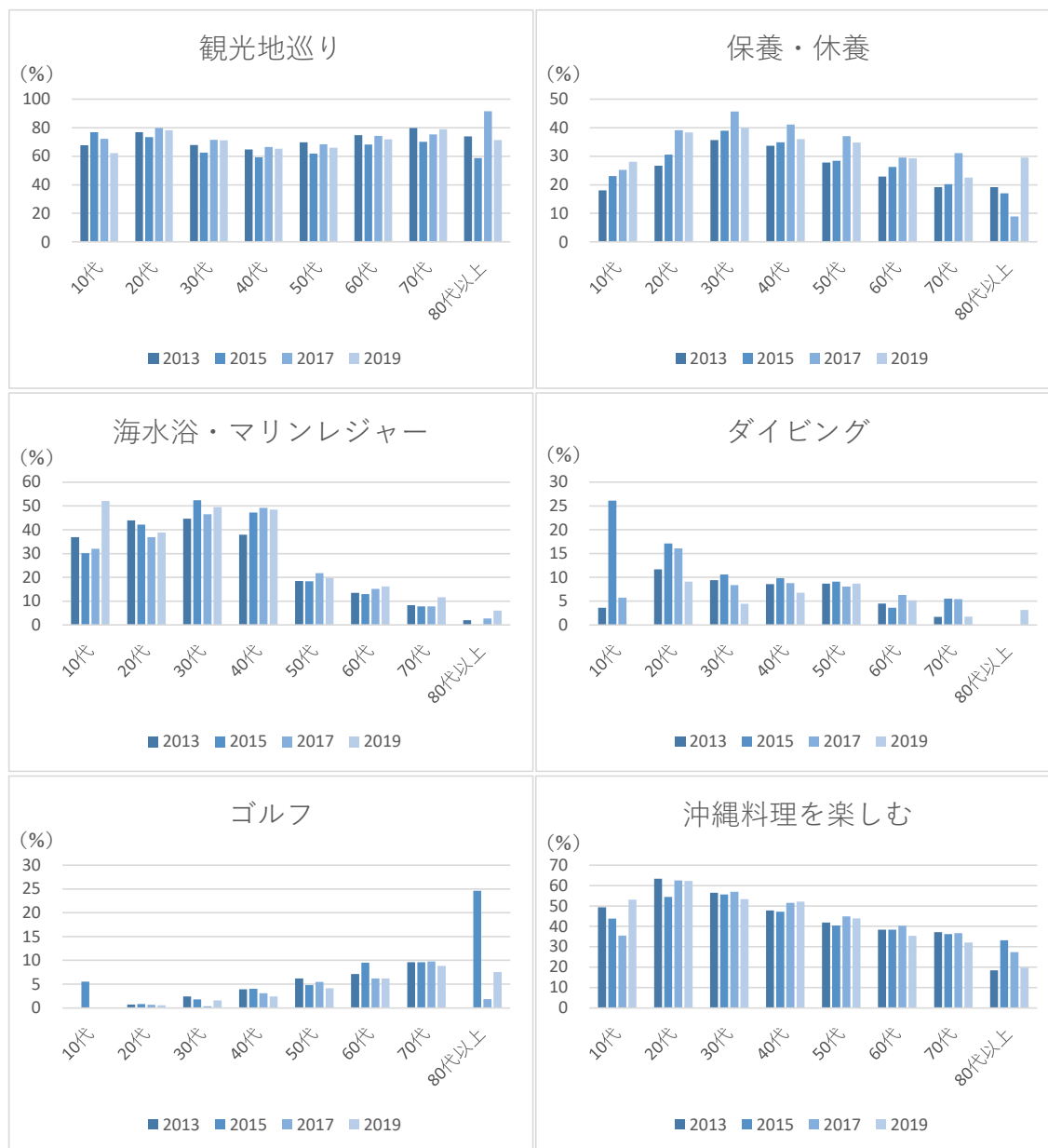


出典：沖縄県「観光統計実態調査」より作成

(3) 旅行中の活動

旅行中に行った活動として、「ダイビング」や「沖縄料理を楽しむ」は20代が多く選択している。しかし、20代の「ダイビング」の選択率は近年減少傾向にある。

旅行中に行った活動



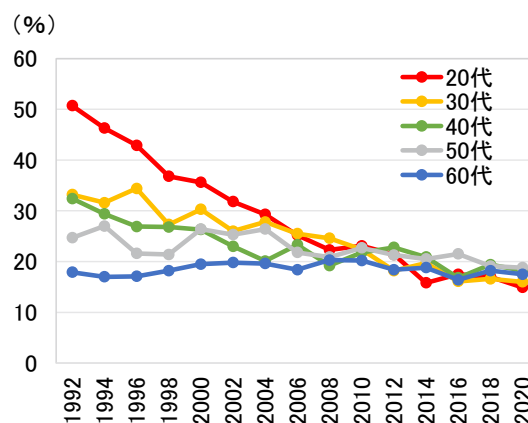
出典：沖縄県「観光統計実態調査」より作成

(4) 二次交通の課題や最新動向の整理（需要側）

【若年層や大都市居住者のドライブ離れ】

博報堂生活総研の「生活定点」調査によると、よくするスポーツや趣味として「自動車・ドライブ」と回答する割合は、1992 年では 20 代は 5 割、30 代は 3 割を超えていたが、年々減少が続き 2020 年の時点では年代別の差がほぼなくなっており、若年層のドライブ離れは顕著である。また、20 代の運転免許保有率も減少傾向が続いているが、特に東京都などの大都市圏で減少幅が多いという傾向がある。

「よくするスポーツや趣味は何ですか？」という質問に「自動車・ドライブ」と回答した割合



出典：博報堂生活総研「生活定点」調査より作成

【20 代の沖縄旅行でのレンタカー利用率は減少していない】

一方で、沖縄旅行で利用する交通手段はレンタカーが最も多く、過去 10 年は横ばいで推移している。20 代を見てもレンタカー利用率は 75%前後と高い（業務、親族訪問等除く）。

しかし、前述のとおり 20 代のドライブ離れが進んでいることを考えると、運転ができない 20 代は沖縄を訪問していないという状況も想定される。

20 代の沖縄旅行で利用した交通手段（複数回答）
（会議・研修、仕事、帰省・親族等の訪問を除く）

	H23	H25	H27	H29	R1
レンタカー	76.4	74.1	75.6	73.2	75.1
タクシー	27.4	22.8	32.2	-	-
貸切タクシー	-	-	-	1.9	2.8
一般タクシー	-	-	-	20.5	22.4
モノレール	21.1	25.2	28.8	25.6	28.7
路線バス	5.2	11.8	16.1	12.5	15.1
航空機（県内）	15.6	18.8	16.5	16.9	14.5
船（県内）	13.7	10.0	17.9	11.2	14.8
観光バス	11.3	9.9	8.9	10.1	6.5
自転車	7.1	4.1	9.2	6.7	6.3
自家用車・法人車	3.3	3.6	3.2	5.1	4.1
その他	2.0	2.1	5.2	3.7	2.7

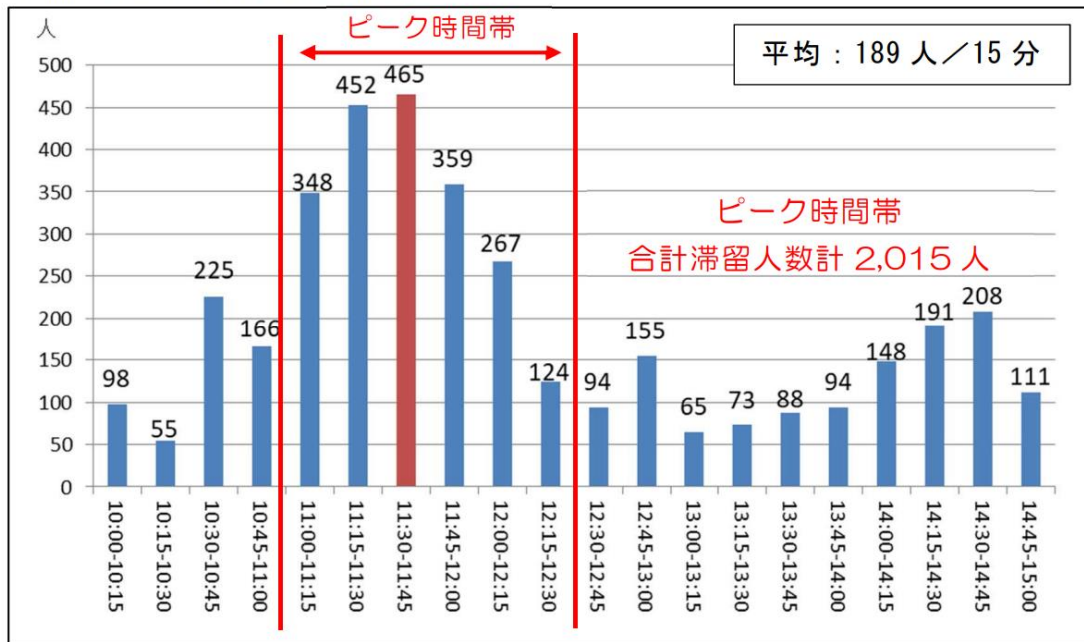
出典：沖縄県「観光統計実態調査」より作成

【レンタカーを借りるまでの所要時間の長さ】

沖縄総合事務局「平成 29 年度那覇空港の接車帯における混雑緩和検討調査業務」によると、夏期ピーク期は空港到着からレンタカーを借り受けるまでの所要時間が最大 2 時間となっており、観光客の満足度低下の要因となっている。

レンタカー送迎車両乗り場（中之島）の滞留人数（休日）

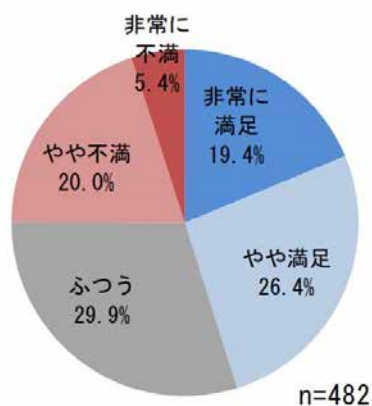
▼平成 28 年 8 月 21 日（日）



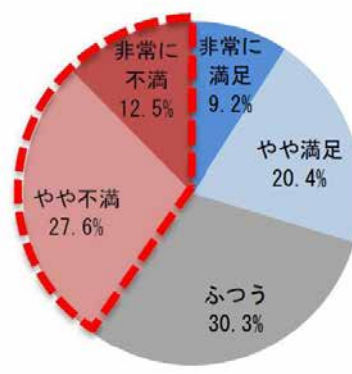
出典：沖縄総合事務局「平成 29 年度那覇空港の接車帯における混雑緩和検討調査業務」（2018）

レンタカーを借りるまでの時間、サービス等についての満足度（H28 調査結果）

＜レンタカー貸渡の満足度（夏季全般）＞



＜レンタカー貸渡の満足度（夏季ピーク期）＞



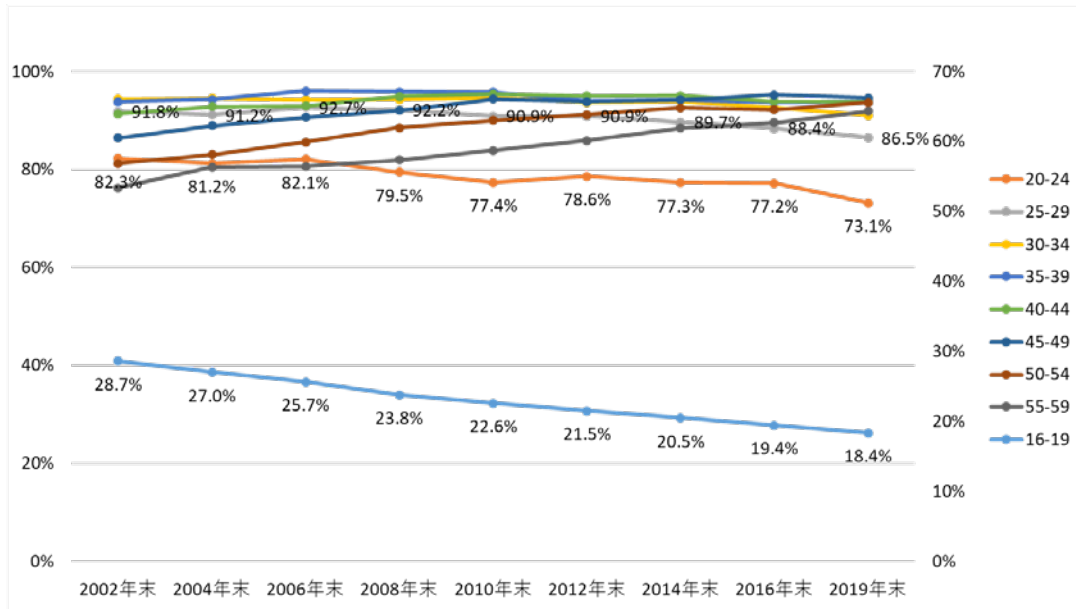
混雑の激しい
夏季ピーク期
はレンタカー
貸渡に関して
4 割が不満

出典：沖縄総合事務局「平成 29 年度那覇空港の接車帯における混雑緩和検討調査業務」（2018）

【運転免許保有率の推移】

29 歳以下の運転免許保有率は全国的に減少傾向にはあるものの、20 代の保有率は直近でも 7 割を超えている。

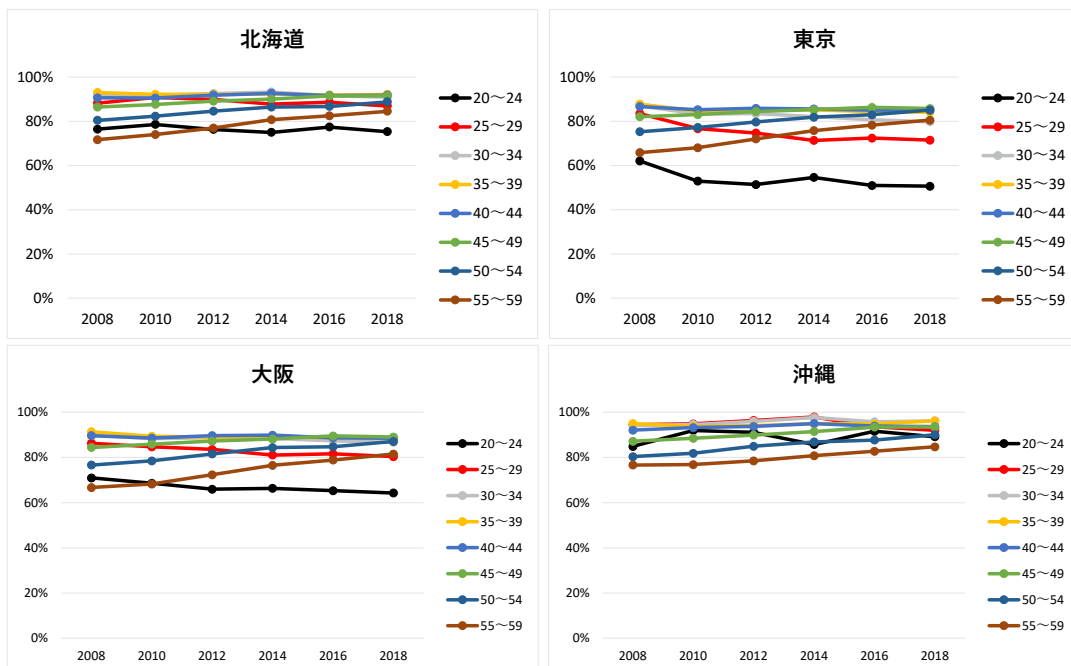
運転免許保有者数の人口に占める割合推移



出典：警察庁「運転免許統計」より作成

東京、大阪といった大都市部では 20 代の運転免許保有率は減少傾向にある。一方北海道や沖縄といった、車社会であることが想定される都市では、減少傾向は見られない。

運転免許保有者数の人口に占める割合（主要な都道府県の比較）

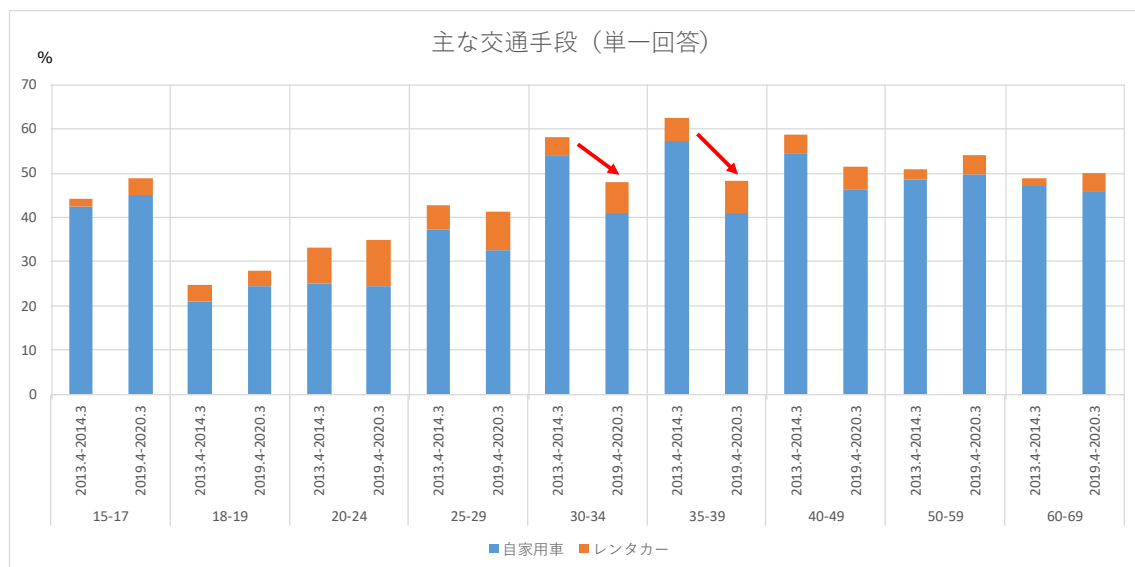


出典：警察庁「運転免許統計」より作成

【旅行先で利用した主な交通手段】

国内旅行全体では18-29歳の自動車利用率は他の年代と比べて低いものの、6年前から大きな変化はない。一方、30代で自動車利用の割合が大きく減少している。これはミレニアル世代とそのひとつ上の世代で既に自動車離れが起こっており、20代は下げ止まりの状態にあることが要因とも想定される。

宿泊観光旅行の主な利用交通機関（自家用車及びレンタカー利用率）



出典：（公社）日本観光振興協会「観光の実態と志向」より作成

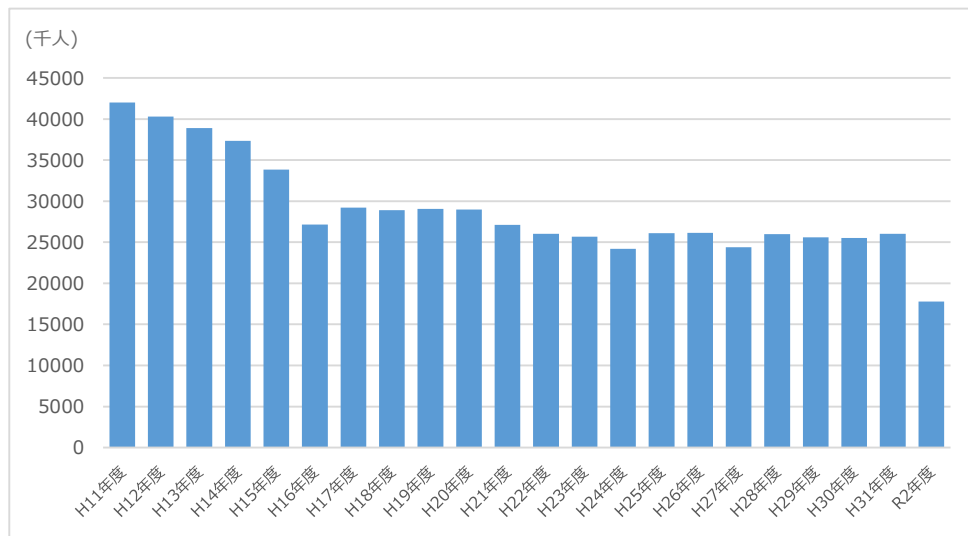
(5) 二次交通の課題や最新動向の整理（地域側）

【公共交通、タクシー産業の現状】

沖縄本島のバス輸送人員は平成 16 年度頃まで減少傾向にあり、その後は年間 2,500 万人前後で横ばいの傾向が続いている。なお、令和 2 年度は新型コロナの影響で大幅に減少した。

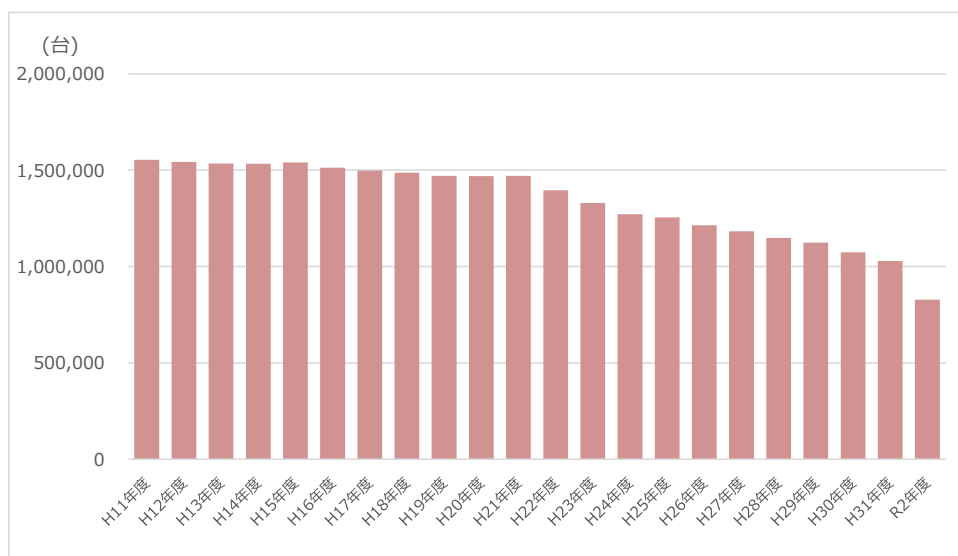
また、タクシー・ハイヤーの実働車両数、輸送人員も長期的に減少傾向にあり、輸送人員については、平成 11 年度には年間約 6,000 万人であったものが、平成 29 年度には 4,000 万人を下回り、令和 2 年度は 3,000 万人を下回った。

乗合旅客自動車運送事業の年間輸送人員の推移（沖縄本島）



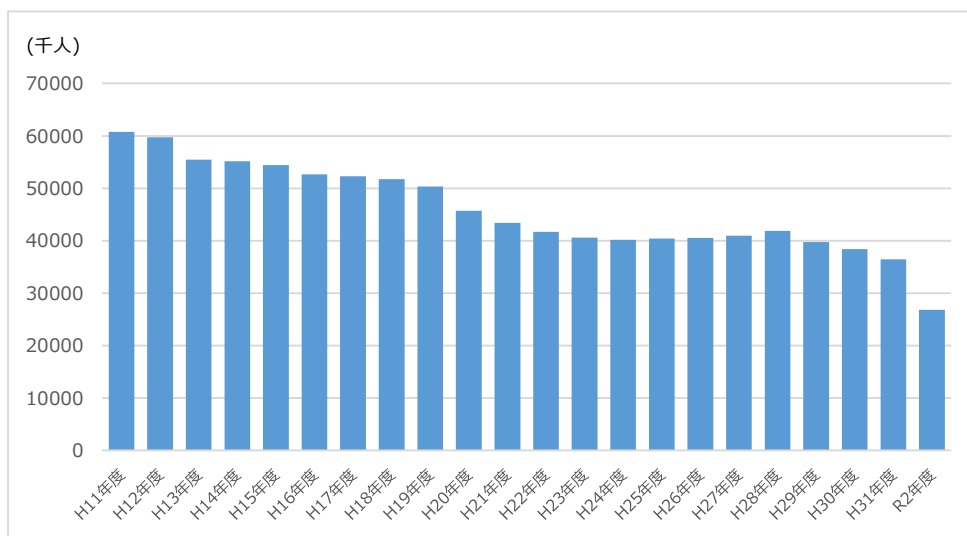
出典：沖縄総合事務局「運輸要覧」より作成

タクシー・ハイヤー実働車両数（沖縄本島）



出典：沖縄総合事務局「運輸要覧」より作成

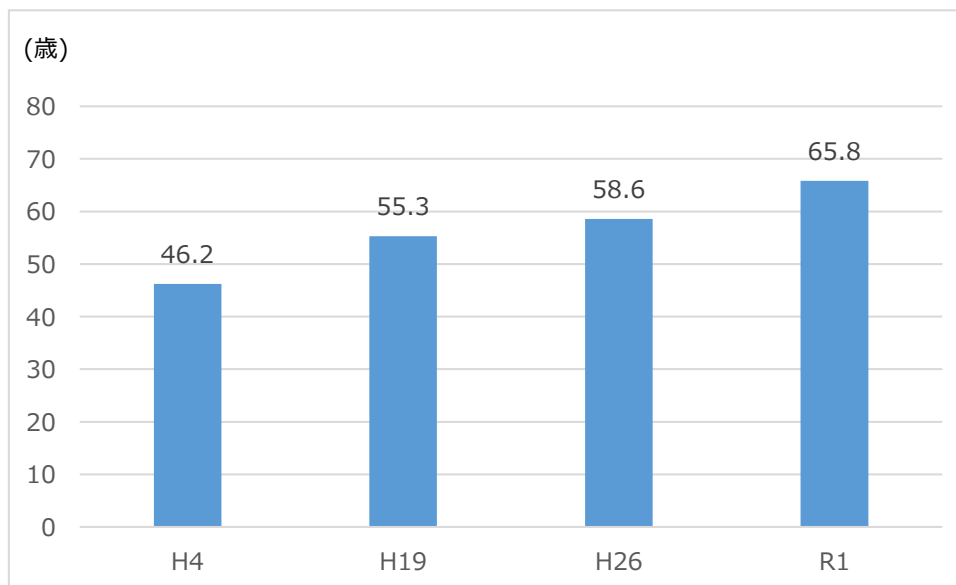
タクシー・ハイヤー輸送人員の推移（沖縄本島）



出典：沖縄総合事務局「運輸要覧」より作成

また、沖縄県のタクシー運転者の平均年齢（男性）は、平成4年には46.2歳であったが、平成19年には55.3歳、令和元年には65.8歳と高齢化が進行している状況が窺える。

沖縄県のタクシー運転者の平均年齢（男）

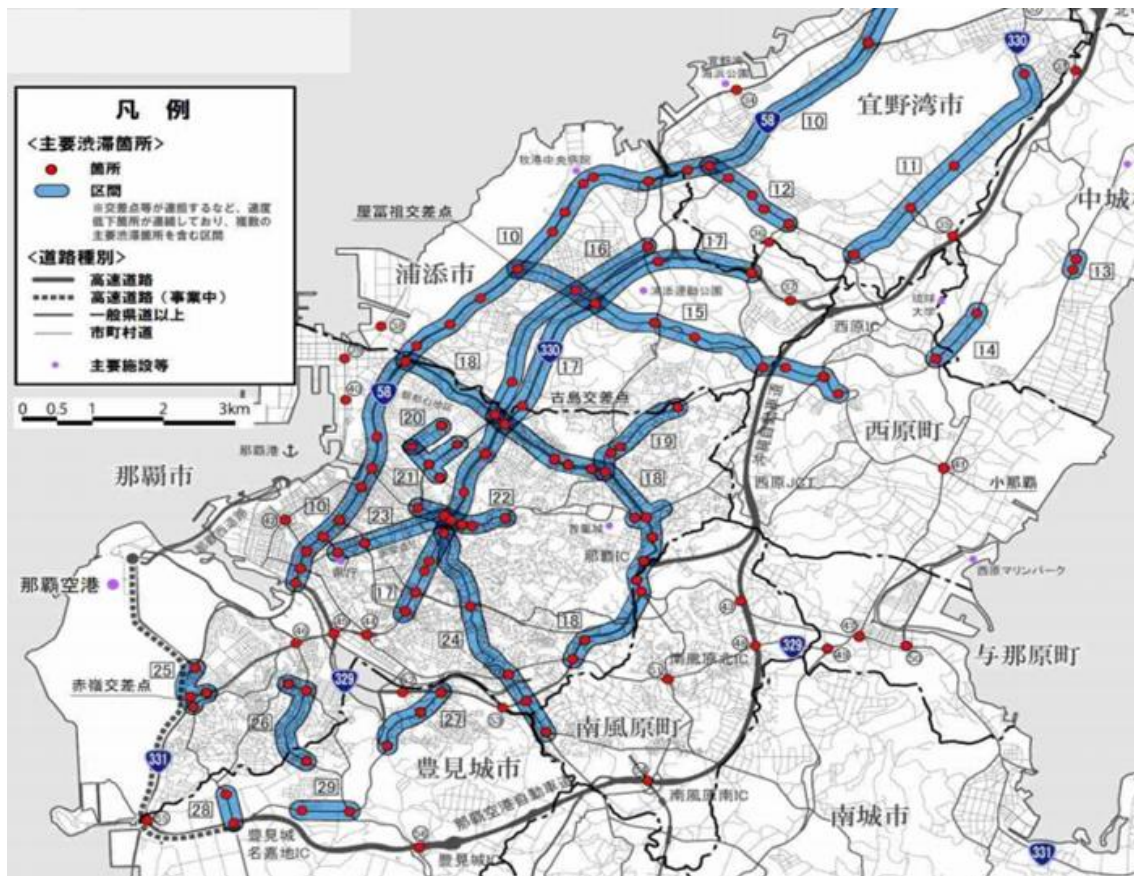


出典：厚生労働省「賃金構造基本統計調査」より作成

【交通渋滞の状況】

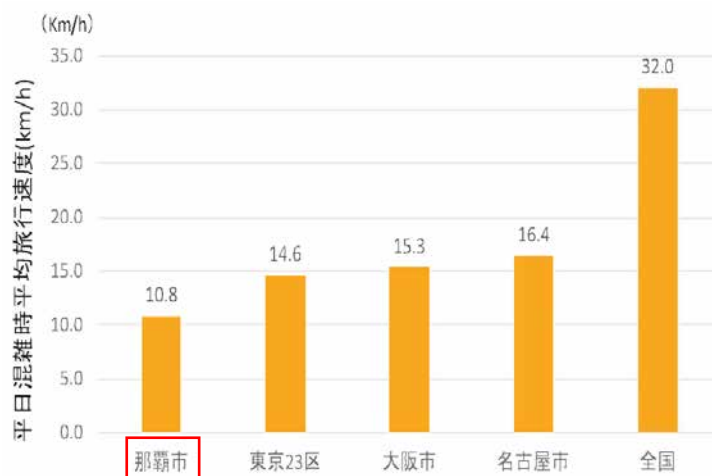
那覇市内を中心として通勤時間帯を中心に交通渋滞が発生している。また、那覇市における道路混雑時の旅行速度は、東京 23 区などの三大都市圏を下回る低い水準となっている。

主要渋滞箇所（中南部都市圏）



出典：沖縄総合事務局 沖縄次世代都市交通システム検討会アドバイザー会合資料「道路交通の状況」（2017）

平日混雑時平均旅行速度



出典：沖縄県「沖縄県の道路 2021」（2021）

第 4 章 旅行牽引世代と目される「Z 世代」「ミレニアル世代」の特徴・旅行への意向等

旅行牽引世代と目される「Z 世代」「ミレニアル世代」の価値観やライフスタイル、あるいは旅行への意向等について、既存の文献資料を基に整理すると、以下の 3 点が特徴として挙げられる。

【デジタルネイティブである「Z 世代」「ミレニアル世代」】

ミレニアル世代と Z 世代はデジタルネイティブであり、両世代が育った生活環境には高速インターネット、スマートフォン、ビデオ・オン・デマンド（VOD）、さまざまなゲーム機器、そして SNS が当たり前のように存在していた。

【パーソナライズされたサービス】

両世代はデジタルネイティブであることから、自分の行動に関するデータを企業が集めることについても、それが自分に対するサービス向上や、より自分好みのリワード（ポイントや報酬等）提供につながるのであれば、問題ないと考えている。自分にとって意義深い体験を紹介してもらえるのであれば、喜んで個人情報もシェアする傾向にある。

【「コト消費」から「トキ消費」、「イミ消費」への進化】

ミレニアル・Z 世代は、幼少期に「コト消費」（商品やサービスが溢れ、モノは満たされていると感じるため、より精神的な豊かさを求める）の時代を過ごしてきた。その後、両世代の成長に伴って「トキ消費」（SNS 上での個人のシェアによりコトの疑似体験が可能となり、目新しさや魅力を感じなくなる一方、その場そのトキに価値を見出す）、「イミ消費」（環境保全や地域貢献などのキーワードが付帯した商品を通じ間接的な貢献に意義を見出す）といった消費性向に移行している。

【ミレニアル、Z世代の価値観・ライフスタイル】

区分	ミレニアル世代	Z世代
自分自身について	日々の生活の充実度が高い 現在を重視（現在の幸せを追求） 楽観/理想主義 Me重視	将来を重視（未来価値を追求） 現実/実利主義 Me重視 + We重視
	平等、リベラルを重視 多様性を認め、個性を尊重 ジェンダーや社会問題に対しても興味関心が強い 真正性を重視 Z世代に比べボランティア精神は高くない	ボランティア活動に肯定的 安定感を重視
	スキルアップを重視	スキルアップを重視 (特に海外経験、インバースヨンスキル、ボランティアなど)
消費・体験活動	モノよりコトを重視 自身の意志に基づいた消費 + ブランドカ コスバを重視するが、主観的に価値のある ことには高くても消費 SNSの情報に影響を受けて買い物をする (特にインスタ)	自身の意志に基づいた消費 コスバだけでなく、タムパも重視 SNSの情報に影響を受けて買い物をする (特にツイッター、インスタ順)
	商品の品質と入手しやすさを重視 シェアリングエコノミーに前向き	
	人との交流を重視 仲間との関係・評価を重視	
コミュニティ・人間関係	日常でオンライン（特にSNS、YouTube）の使用時間の割合が高い 1つのSNSで複数のアカウントを使い分けている人の割合が高い イメージにも慣れているが、テキストをベース	テキストよりイメージを嗜好 (テキストをベースにした情報に比べ、動画や画像を通じた情報の習得力と理解力が高い)

※タムパ：タイム・パフォーマンス（時間対効果）の略

自分らしさ
平等 リベラル
真正性 利便性
個性・自分のスタイル
多様な価値観
イメージ情報
コスバ タムパ 共有
SNS 仲間

【ミレニアル、Z世代の旅行】

区分	ミレニアル世代	Z世代
旅行の目的やスタイル	自分の関心ごとをテーマとした旅行を嗜好 (行きたい場所、やりたいことが明確) 画一的な大衆観光より、多様でパーソナライズされた経験を嗜好 自慢できる、SNSなどで投稿できるような場所を嗜好 旅行中に冒険的な体験も嗜好 自己啓発を旅行目的にする傾向が高い	一人旅行も嗜好 環境への影響を考慮 コストパフォーマンスを重視 地域とのつながりを重視
	オンラインが主な手段 + 伝統的コミュニケーション手段（電話及び雑誌など） 知り合いの情報に対する信頼が高い	主にオンライン（スマートフォン、タブレット） インフルエンサーの情報に対する信頼が高い 情報は事前に徹底的に検索（主にインスタで） リアルタイム双方向の情報交換をしたい傾向がある (必要な情報をリアルタイムで得られること)
	情報の品質と真実性を重視	非日常、治癒、特別感の表現するため情報を発信 オンラインレビューの作成するにも積極的
情報共有	オンラインレビューを読むが作成する傾向は少ない 電車やバスの利用の割合が高い (価格面、同行者に気を使わないことが主な理由)	
移動手段	滞在先では環境にやさしい交通手段を使うことにも興味が高い	
技術活用	宿泊施設でのWifi環境の充実を重視 宿泊施設の予約は主にオンライン	オンライン旅行にも肯定的
コロナ禍での旅行意向	コロナ収束後、旅行に意欲的	コロナ収束後、旅行にもっとも意欲的 (コロナ禍でも前向き)

関心事が明確
カスタマイズ
自慢 特別感
体験 自己啓発
一人旅行
コスバ
環境への影響
地域との関係
インスタ
リアルタイム
Wi-Fi

出典：各種資料より（公財）日本交通公社作成

第5章 これからの旅行牽引世代の旅行全般や沖縄観光に関する意向調査

1. インタビュー調査

(1) 調査概要

調査対象	Z世代、ミレニアル世代から男女各1名、計4名
実施期間	2021年9月25日、26日
調査方法	オンラインによる個別インタビュー
調査項目	• 普段の価値観と消費行動 日常生活の情報源／インフルエンサー／余暇の過ごし方／ライフスタイル・価値観 など • 旅行や交通手段に対する意識 旅行についての価値観や求めるもの／「交通手段」に対する意識 • 沖縄への旅行・観光 沖縄への来訪経験／沖縄のイメージ／沖縄での行動

(2) 調査結果

【エシカル（倫理的）】

- ・ 4人全員 10分前にログイン
- ・ 環境や多様性への意識の高さ

【実利追及】

- ・ 仕事への意欲がある人、ない人に分かれた
- ・ 仕事への意欲がある人は、やりがいを求めているが、会社での地位を求めるわけではない
- ・ 購買行動も同様で、上の世代のようにブランド物であればいいというのではなく、自分にとって価値があるかどうかを独自の価値基準に照らして判断し決定する

【応援消費、ストーリーマーケティング、メリハリ消費】

- ・ 自分の中で価値を感じるものにはしっかりお金をかける

【間違えたくない消費】

- ・ 『「自由に使えるお金が限られている」「SNSで情報収集が可能」「周りの目も気になる」といった背景から、Z世代は買い物に失敗したくない傾向が特に強い。その結果、事前の情報収集を入念に行う傾向があり、「口コミの評価が高いかどうか」「信頼する人がおすすめしているかどうか」「自分に合っているかどうか」といったことを慎重に判断する』（出所：SHIBUYA109 lab.）

【沖縄への憧れや特別感は上の世代に比べて薄れている】

- ・ 修学旅行や部活の大会などで訪問していることも影響か

【「ビーチリゾート」と言えば「ハワイ」ではなく「グアム」】

- ・ ハワイ訪問経験者でも「ハワイ」より先に「グアム」を想起
- ・ 距離、価格の影響か

【沖縄やリゾートやダイビングは自分たちには関係のないもの】

- ・ 休日を過ごす際に想起する選択肢に入っていない

【地域の人との交流を望んでいない】

- ・ 観光スポットやグルメに関心を寄せる一方で、地域の人との交流には関心がない

【日常生活で車の運転に対する抵抗感がややある】

- ・ 普段の生活での、車の運転に対する抵抗感はややある

【普段の生活での車の運転頻度が旅行先の選択に影響している】

- ・ 旅行先での交通費や交通手段の状況によって運転する選択肢もあり
- ・ 一方で、普段の生活で運転に抵抗感がある又は運転しない場合、抵抗感がより強く、観光地では公共交通機関を求める

2. インターネット調査

(1) 調査概要

調査対象	全国18～54歳の男女* ¹ （沖縄を除く） 調査会社のパネルより抽出* ²
実施期間	2021年10月22日～24日
調査方法	オンライン調査
調査項目	- 旅行に関する一般的な意見（きっかけ、重視する点、情報源など） - 希望する旅行パターン（同行者、活動、宿泊施設、交通手段など） - 沖縄に関する一般的な意見及び沖縄旅行に関する意見（訪沖目的、位置づけ、魅力、沖縄旅行での活動など） - 旅行時の交通手段に関する意見 - コロナ禍で自粛度合
サンプル数	1,800人

*1：2016年4月以降に観光旅行に行ったことがある方のみを分析対象としている。

*2：1,800人（18-19歳男女・沖縄旅行意向有無：各30人、20代～70代男女・沖縄旅行意向有無：各年代別60人）

(2) 調査結果

① 旅行中の移動や交通に関する意識

【運転免許の保有有無とレンタカー利用に対する意向】

「レンタカーの運転に抵抗はない」割合は旅行牽引世代では約38%、Z世代のみで見ると約28%と年齢が下になるほど低くなる。また、「運転免許を持っておらず、レンタカーを利用することはない」の割合はZ世代では約32%にのぼる（40歳以上は約6%）。

運転免許の保有有無とレンタカー利用に対する意向（世代別）

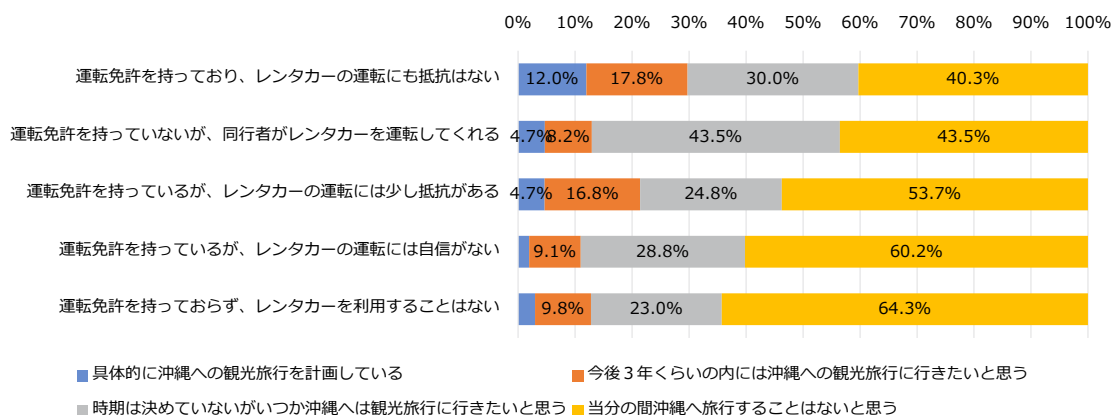
	Z世代 (n=402)	ミレニアル世代 (n=678)	(小計) 旅行牽引世代 (n=1080)	40歳以上 (n=720)	合計 (n=1800)
運転免許を持っており、レンタカーの運転にも抵抗はない	28.1	43.4	37.7	53.8	44.1
運転免許を持っているが、レンタカーの運転には少し抵抗がある	15.9	21.2	19.3	15.8	17.9
運転免許を持っているが、レンタカーの運転には自信がない	17.4	22.0	20.3	20.1	20.2
運転免許を持っていないが、同行者がレンタカーを運転してくれる	7.0	3.7	4.9	4.4	4.7
運転免許を持っておらず、レンタカーを利用することはない	31.6	9.7	17.9	5.8	13.1
合計	100	100	100	100	100

(%)

【沖縄への観光旅行での来訪意向（運転免許保有・レンタカー利用に対する意向別）】

観光目的での沖縄旅行意向について、運転免許保有・レンタカー意識別に見ると、レンタカーへの運転に抵抗がない、もしくは同行者が運転してくれる場合で意向が高く、レンタカーへの抵抗がある、もしくは免許を持っていない場合に、来訪意向は低い傾向がある。

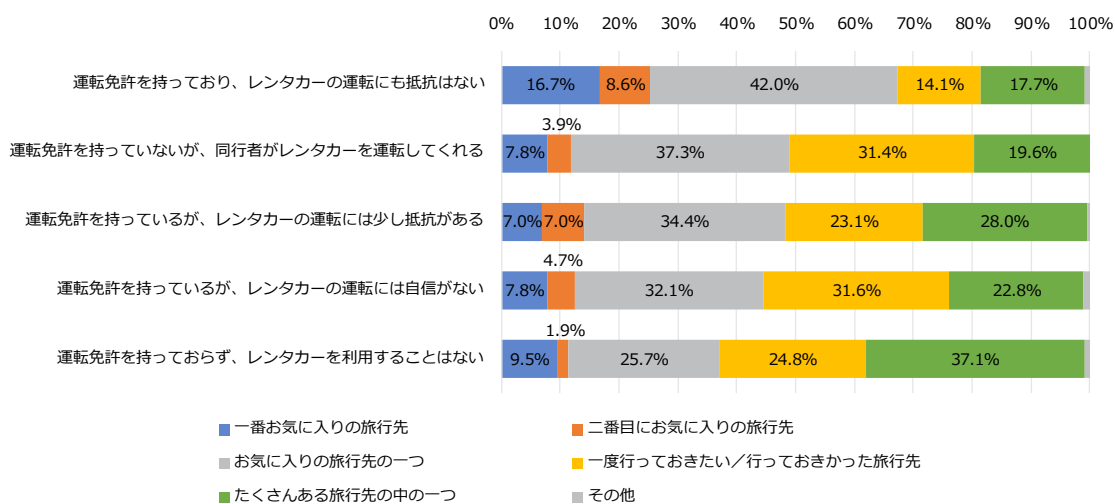
沖縄への観光旅行での来訪意向（運転免許保有・レンタカー利用に対する意向別）



【沖縄の旅行先としての位置づけ（運転免許保有・レンタカー利用に対する意向別）】

レンタカーへの抵抗がないと回答した人で、沖縄の位置づけが高い傾向が見られた。一方でレンタカーへの抵抗がある、もしくは免許を持っていない場合、「一度行っておきたい/行っておきかった旅行先」「たくさんある旅行先の一つ」と回答した割合が多く、沖縄の位置づけが低い傾向がある。

沖縄の旅行先としての位置づけ（運転免許保有・レンタカー利用に対する意向別）



【旅行先の移動についてよい、便利だと思うこと（世代別）】

移動に求める要素について、Z・ミレニアル世代と 40 歳以上の 5 段階評価の分布に差があるかを確
認するため、マンホイットニーの U 検定*を行った。その結果、旅行牽引世代が 40 歳以上よりも「他者
運転」「有意義」「仕様」を好み、40 歳以上は「3 密回避」「安心」「安全性」「快適」「衛生面」を重視す
る傾向が見られた。

* 順序尺度（連続した値ではなく、満足度の 5 段階評価のように数字の大小関係にのみ意味がある尺度）について、2 群の間
の分布に差があるかを検証するための統計手法

旅行先の移動についてよい、便利だと思うこと（世代別）

		(%)				
		Z世代 (n=402)	ミレニアル 世代 (n=678)	(小計) 旅行牽引世代 (n=1080)	40歳以上 (n=720)	合計 (n=1800)
3密回避：3密（密閉・密接・密 集）を避けて移動したい	大変あてはまる	36.3	35.3	35.6	41.9	38.2
	やや当てはまる	40.5	37.5	38.6	38.2	38.4
	どちらともいえない	19.2	21.7	20.7	16.1	18.9
	あまりあてはまらない	2.5	3.4	3.1	2.2	2.7
	まったくあてはまらない	1.5	2.2	1.9	1.5	1.8
	合計	100	100	100	100	100
安心：安心して移動したい	大変あてはまる	45.3	43.8	44.4	49.6	46.4
	やや当てはまる	36.6	36.7	36.7	35.1	36.1
	どちらともいえない	15.9	16.2	16.1	14.2	15.3
	あまりあてはまらない	1.5	1.6	1.6	0.4	1.1
	まったくあてはまらない	0.7	1.6	1.3	0.7	1.1
	合計	100	100	100	100	100
安全性：安全性高く移動したい	大変あてはまる	43.5	41.2	42.0	46.7	43.9
	やや当てはまる	33.3	34.8	34.3	35.0	34.6
	どちらともいえない	20.6	21.1	20.9	16.7	19.2
	あまりあてはまらない	1.5	1.5	1.5	1.3	1.4
	まったくあてはまらない	1.0	1.5	1.3	0.4	0.9
	合計	100	100	100	100	100
衛生面：衛生面に配慮して移動し たい	大変あてはまる	36.6	34.8	35.5	39.3	37.0
	やや当てはまる	38.1	36.3	36.9	37.8	37.3
	どちらともいえない	22.1	25.4	24.2	20.3	22.6
	あまりあてはまらない	2.2	1.6	1.9	1.5	1.7
	まったくあてはまらない	1.0	1.9	1.6	1.1	1.4
	合計	100	100	100	100	100
快適：ゆったりと座って快適に移 動したい	大変あてはまる	39.6	37.0	38.0	40.1	38.8
	やや当てはまる	38.1	36.7	37.2	40.1	38.4
	どちらともいえない	19.4	22.9	21.6	18.8	20.4
	あまりあてはまらない	2.2	2.1	2.1	0.7	1.6
	まったくあてはまらない	0.7	1.3	1.1	0.3	0.8
	合計	100	100	100	100	100
他者に運転：疲労時などは他者に 運転してもらい楽に移動したい	大変あてはまる	26.4	23.3	24.4	19.0	22.3
	やや当てはまる	38.6	31.6	34.2	34.0	34.1
	どちらともいえない	29.4	36.7	34.0	35.4	34.6
	あまりあてはまらない	3.2	5.5	4.6	7.9	5.9
	まったくあてはまらない	2.5	2.9	2.8	3.6	3.1
	合計	100	100	100	100	100
有意義に過ごす：道中有意義に時 間を過ごし移動したい（学習・自 己研磨、睡眠、娯楽等）	大変あてはまる	29.6	23.3	25.6	20.1	23.4
	やや当てはまる	34.3	35.7	35.2	36.1	35.6
	どちらともいえない	29.4	34.4	32.5	37.8	34.6
	あまりあてはまらない	5.0	4.7	4.8	4.4	4.7
	まったくあてはまらない	1.7	1.9	1.9	1.5	1.7
	合計	100	100	100	100	100
ユニークな仕様・デザイン：普段 と違う仕様・デザインを楽しみな がら移動したい	大変あてはまる	20.1	13.0	15.6	12.1	14.2
	やや当てはまる	30.6	26.5	28.1	21.8	25.6
	どちらともいえない	34.3	42.5	39.4	45.8	42.0
	あまりあてはまらない	11.2	13.0	12.3	14.7	13.3
	まったくあてはまらない	3.7	5.0	4.5	5.6	4.9
	合計	100	100	100	100	100

②沖縄旅行に対する意識

【沖縄旅行をしていない理由（世代別）】

「沖縄を訪れたことがない」、または「過去５年以上沖縄を訪れていない」と回答した人が沖縄旅行をしていない理由は、どの世代も、「移動時間が長い」「交通費が高い」を選択した割合が高く、約４～５割である。移動時間の長さに関しては、特にＺ世代での選択率が高い。

「沖縄県内の交通が不便」や「レンタカー利用に抵抗がある・運転が苦手」の選択率は、４０歳以上に比べ、旅行牽引世代で高い。旅行牽引世代にとっては、沖縄への移動時間や交通費だけでなく県内の交通も、沖縄旅行をしていない理由に一定程度なり得ると考えられる。

沖縄旅行をしていない理由（世代別）

(%)

	Z世代 (n=276)	ミレニアル世代 (n=488)	(小計) 旅行牽引世代 (n=764)	40歳以上 (n=574)	合計 (n=1338)
沖縄県までの移動時間が長い	50.0	47.1	48.2	39.9	44.6
沖縄県までの交通費が高い	46.0	43.9	44.6	42.5	43.7
他にいきたい観光地がある	13.8	15.4	14.8	17.8	16.1
沖縄県内の交通が不便	14.5	13.5	13.9	8.5	11.6
仕事などで休暇が取れない	14.9	13.3	13.9	13.8	13.8
台風などが心配だから	9.4	11.3	10.6	9.9	10.3
宿泊料金が高いので	9.8	11.1	10.6	12.2	11.3
レンタカー利用に抵抗がある・運転が苦手	4.7	4.9	4.8	2.1	3.7
行きたい時期に予約がとりづらい	5.1	4.1	4.5	6.4	5.3
家庭の用事や事情で家をあけられない	2.5	2.0	2.2	3.8	2.9
興味のある観光はひととおり行った	1.8	1.6	1.7	4.0	2.7
海外旅行の方が割安だから	1.4	1.8	1.7	3.7	2.5

※回答は、あてはまるもの全て

【沖縄への観光旅行意向（世代別・過去の訪沖目的別）】

観光レジャー目的での訪沖経験がある場合、Z 世代では「具体的に沖縄への観光旅行を計画している」が約 2 割、「3 年以内に行きたい」「いつか行きたい」も含めると約 7 割が訪沖意向を示している。一方で、訪沖経験が修学旅行のみの場合、40 代以上の 8 割、ミレニアル世代で約 7 割、Z 世代でも半数近くが「当分の間沖縄へ旅行することはない」と回答し、各世代で再訪意向が低い傾向があるが、年齢が下がるにつれてその割合は低下している。

修学旅行のように「他者の判断で来訪する場合」と、観光旅行のように「自主的な判断で来訪する場合」を比較すると、後者のほうが満足度や再訪意向（ロイヤリティ）が高まる傾向があることは既往研究で指摘されており、本調査においても同様の結果が得られた。

沖縄への観光旅行意向（世代別・過去の訪沖目的*）

(%)

	Z世代 (18-25)			ミレニアル世代(26-39)			40歳以上			合計		
	修学旅行のみ (n=67)	観光レジャーなど (n=116)	それ以外 (n=17)	修学旅行のみ (n=71)	観光レジャーなど (n=321)	それ以外 (n=34)	修学旅行のみ (n=10)	観光レジャーなど (n=375)	それ以外 (n=33)	修学旅行のみ (n=148)	観光レジャーなど (n=812)	それ以外 (n=84)
具体的に沖縄への観光旅行を計画している	6.0	18.1	35.3	0.0	14.0	23.5	0.0	8.0	0.0	2.7	11.8	16.7
今後3年以内には沖縄への観光旅行に行きたいと思う	6.0	26.7	17.6	9.9	21.8	17.6	0.0	17.6	15.2	7.4	20.6	16.7
時期は決めていないがいつか沖縄へは観光旅行に行きたいと思う	41.8	25.0	11.8	23.9	26.5	20.6	20.0	35.5	30.3	31.8	30.4	22.6
小計	53.7	69.8	64.7	33.8	62.3	61.8	20.0	61.1	45.5	41.9	62.8	56.0
当分の間沖縄へ旅行することはないと思う	46.3	30.2	35.3	66.2	37.7	38.2	80.0	38.9	54.5	58.1	37.2	44.0
合計	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

* 過去の訪沖目的

①修学旅行のみ：過去の訪沖目的が修学旅行のみの人

②観光レジャーなど：①以外で、過去の訪沖目的に「観光レジャー」「新婚旅行」「ウェディング」を一度でも含む人

③それ以外：①以外で、過去の訪沖目的に「親族・知人訪問」「部活や試合」「イベントなど」「インセンティブツアー」「出張・業務旅行」「その他」を一度でも含む人

※②および③には、修学旅行を目的として訪問したことがある人も含む

【沖縄への観光旅行での来訪意向（コロナ禍での自粛度合い別）】

コロナ禍での自粛度合い別に沖縄観光旅行の意向をみると、自粛度合いが低い人の方が、沖縄旅行意向が高い。

男女別では、男性の自粛度合いが低い方が比較的沖縄への旅行意向が高く、世代別で見るとZ世代とミレニアル世代の男性で「具体的に計画している、3年くらいの内に行く意向がある」と答えた割合が高い。

沖縄への観光旅行での来訪意向（コロナ禍での自粛度合い・性・世代別）

		Z世代 (18-25)			ミレニアル世代 (26-39)			40歳以上			合計		
		男性 (n=129)	女性 (n=122)	合計 (n=251)	男性 (n=211)	女性 (n=195)	合計 (n=406)	男性 (n=220)	女性 (n=169)	合計 (n=389)	男性 (n=560)	女性 (n=486)	合計 (n=1046)
自粛 度合い高	具体的に計画している、 3年くらいの内に行く意向あり	13.9	17.7	15.9	17.2	13.9	15.4	16.4	9.9	12.7	16.2	12.8	14.3
	時期は決めていないがいつか 沖縄へは観光旅行に行きたいと思う	27.8	34.2	31.1	27.3	34.0	30.9	35.0	39.8	37.8	30.6	36.7	34.0
	(小計) 沖縄へ旅行意向あり	41.7	51.9	47.0	44.5	47.9	46.3	51.4	49.7	50.5	46.8	49.5	48.3
	当分の間沖縄へ旅行することはないと思う	58.3	48.1	53.0	55.5	52.1	53.7	48.6	50.3	49.5	53.2	50.5	51.7
	合計	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
自粛 度合い低	具体的に計画している、 3年くらいの内に行く意向あり	34.9	23.0	29.1	37.0	23.6	30.5	22.3	18.9	20.8	30.7	21.8	26.6
	時期は決めていないがいつか 沖縄へは観光旅行に行きたいと思う	20.9	28.7	24.7	15.6	26.2	20.7	26.8	31.4	28.8	21.3	28.6	24.7
	(小計) 沖縄へ旅行意向あり	55.8	51.6	53.8	52.6	49.7	51.2	49.1	50.3	49.6	52.0	50.4	51.2
	当分の間沖縄へ旅行することはないと思う	44.2	48.4	46.2	47.4	50.3	48.8	50.9	49.7	50.4	48.0	49.6	48.8
	合計	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

* 自粛度合い低：「緊急事態宣言期間中の「外出」に関して、あなたがとった行動はどれですか。（いくつでも）」の質問に対し、以下

のいずれかひとつ以上を選択

- －食料品や日用品以外の買い物に行く（人が集まる商業施設など）
- －多数が集まる密集空間に行く（イベント、コンサート、スポーツ観戦など）
- －三人以上でも外食する
- －飲み会に行く
- －友人知人に会う

かつ、以下のいずれも選択していない

- －外出する時は必ずマスクを着用する
- －アルコール除菌、手洗いうがいを徹底する
- －感染症対策としてワクチンを接種する

自粛度合い高：上記以外

【沖縄について魅力的だと感じる点（世代別）】

沖縄について魅力的だと感じる点として、「海が美しい」「きれいな空や景色」「豊かな自然」については、旅行牽引世代、40 歳以上のどちらからも多く選択されている。沖縄独特の景観や文化など、従来と変わらない沖縄の魅力については 40 歳以上から多く選択されており、「アクティビティ」や「ショッピング」、「パワースポット」など、アクティブな観光活動については旅行牽引世代（特に Z 世代）から多く選択されている。なお選択率は低いものの、「安価なリゾート地であること」は、40 歳以上に比べ旅行牽引世代の方が多く選択している。

沖縄について魅力的だと感じる点（世代別）

(%)

	Z世代 (n=402)	ミレニアル世代 (n=678)	(小計) 旅行牽引世代 (n=1080)	40歳以上 (n=720)	合計 (n=1800)
海が美しい	76.1	77.6	77.0	78.5	77.6
きれいな空や景色	35.3	43.4	40.4	43.5	41.6
豊かな自然	35.6	34.2	34.7	35.6	35.1
沖縄独特の景観、雰囲気	31.1	35.1	33.6	39.7	36.1
南国の雰囲気が味わえる	26.4	28.5	27.7	32.1	29.4
沖縄ならではの食材や料理がある	26.6	25.7	26.0	31.7	28.3
独自の文化がある・伝統・言葉が残っている	24.1	22.6	23.1	27.4	24.8
星空がきれい	23.1	22.9	23.0	19.0	21.4
元氣になれる	12.7	13.1	13.0	9.2	11.4
夏に訪れると楽しい	16.2	10.8	12.8	9.3	11.4
アクティビティが楽しめる	14.2	10.2	11.7	8.1	10.2
ショッピングが楽しめる	13.9	9.0	10.8	7.1	9.3
地元の人が親切	10.2	7.1	8.2	5.6	7.2
パワースポットがある	7.2	7.1	7.1	4.6	6.1
素敵なカフェが多い	6.0	5.3	5.6	2.1	4.2
フォトスポットが充実している	7.2	4.3	5.4	3.6	4.7
安価なリゾート地であること	6.7	4.9	5.6	2.9	4.5
グループで訪れる旅行に向いている	6.2	3.8	4.7	1.5	3.4
高級リゾート地であること	4.7	3.1	3.7	2.8	3.3
その他	0.0	0.4	0.3	0.1	0.2

※回答は、あてはまるもの全て

【沖縄について魅力的だと感じる点（性・世代別）】

沖縄の魅力について、性・世代別にみると、多くの項目で男性より女性の選択率が高く、逆に「特に魅力を感じる点はない」は男性がどの世代でも 10%を超えている。

特に男女の選択率に差が出ているのが「ショッピングが楽しめる」で、Z 世代やミレニアル世代でその差が大きい。このほか、Z 世代の女性で「星空がきれい」、Z 世代の男性で「食事が美味しい」の割合が高い。

沖縄について魅力的だと感じる点（性・世代別）

(%)

	Z世代 (18-25)		ミレニアル世代 (26-39)		40歳以上		合計		
	男性 (n=201)	女性 (N=201)	男性 (n=339)	女性 (n=339)	男性 (n=360)	女性 (n=360)	男性 (n=900)	女性 (n=900)	合計 (n=1800)
海が美しい	70.1	82.1	71.1	84.1	74.4	82.5	72.2	83.0	77.6
きれいな空や景色	31.8	38.8	39.8	46.9	36.7	50.3	36.8	46.4	41.6
沖縄独特の景観、雰囲気	25.9	36.3	31.6	38.6	34.2	45.3	31.3	40.8	36.1
豊かな自然	32.8	38.3	33.0	35.4	29.7	41.4	31.7	38.4	35.1
南国の雰囲気が味わえる	25.9	26.9	22.4	34.5	25.0	39.2	24.2	34.7	29.4
沖縄ならではの食材や料理がある	23.9	29.4	21.5	29.8	25.3	38.1	23.6	33.0	28.3
独自の文化がある・伝統・言葉が残っている	24.9	23.4	20.4	24.8	21.7	33.1	21.9	27.8	24.8
星空がきれい	16.9	29.4	23.3	22.4	17.2	20.8	19.4	23.3	21.4
世界遺産や歴史資源が魅力的	21.4	20.9	17.7	17.1	16.9	25.3	18.2	21.2	19.7
時間がゆっくり流れている	10.0	18.4	15.3	25.7	15.6	25.6	14.2	24.0	19.1
食事が美味しい	23.9	15.9	18.3	20.4	16.4	18.6	18.8	18.7	18.7
癒される	13.4	21.4	13.3	25.4	11.9	23.3	12.8	23.7	18.2
魅力的な観光スポットがある	16.4	14.9	12.4	15.9	13.3	16.9	13.7	16.1	14.9
元氣になれる	10.0	15.4	10.6	15.6	8.1	10.3	9.4	13.4	11.4
夏に訪れると楽しい	16.4	15.9	10.3	11.2	10.0	8.6	11.6	11.2	11.4
夏以外でも楽しめる	10.4	12.4	9.7	9.4	11.1	12.8	10.4	11.4	10.9
アクティビティが楽しめる	11.4	16.9	8.6	11.8	6.7	9.4	8.4	12.0	10.2
ショッピングが楽しめる	10.0	17.9	5.9	12.1	5.6	8.6	6.7	12.0	9.3
素敵な宿泊施設が多い	10.4	10.0	8.3	9.7	8.3	7.8	8.8	9.0	8.9
ドライブが楽しめる	9.0	9.5	8.8	8.6	5.6	8.1	7.6	8.6	8.1
地元の人が親切	9.5	10.9	5.9	8.3	4.4	6.7	6.1	8.2	7.2
パワースポットがある	8.0	6.5	7.1	7.1	2.8	6.4	5.6	6.7	6.1
子ども連れの旅行に向いている	6.5	6.0	3.8	5.3	4.2	6.1	4.6	5.8	5.2
フォトスポットが充実している	6.5	8.0	5.0	3.5	2.8	4.4	4.4	4.9	4.7
安価なリゾート地であること	5.5	8.0	5.9	3.8	2.2	3.6	4.3	4.7	4.5
素敵なカフェが多い	4.5	7.5	4.1	6.5	1.4	2.8	3.1	5.2	4.2
グループで訪れる旅行に向いている	8.0	4.5	5.0	2.7	1.1	1.9	4.1	2.8	3.4
高級リゾート地であること	6.0	3.5	2.7	3.5	2.2	3.3	3.2	3.4	3.3
その他	0.0	0.0	0.6	0.3	0.0	0.3	0.2	0.2	0.2
特に魅力を感じる点はない	12.4	8.5	10.6	7.1	11.4	4.2	11.3	6.2	8.8

※回答は、あてはまるもの全て

【沖縄旅行で希望する同行者（世代別）】

沖縄旅行で希望する同行者について、40代以上及びミレニアル世代は「子ども連れ家族」「夫婦」の選択率が高く、Z世代は「友人・知人（2～3人）」「親や兄弟などの家族」「恋人」の選択率が高い。

「ひとりで」の選択率は、年齢が下がるにつれて若干選択率が高くなる。なお、Z世代では「友人・知人（4～5人）」も他の世代と比べて希望する割合が高い。

沖縄旅行で希望する同行者（世代別）

(%)

	Z世代 (n=402)	ミレニアル世代 (n=678)	(小計) 旅行牽引世代 (n=1080)	40歳以上 (n=720)	合計 (n=1800)
子ども連れ家族で	6.8	38.6	26.5	46.7	34.6
友人・知人（自分含めて2～3人で）	36.9	17.1	24.6	15.8	21.1
恋人	31.6	18.3	23.3	9.7	17.9
親や兄弟などの家族	32.5	15.6	22.0	8.9	16.8
夫婦	5.3	26.9	18.7	36.7	25.9
ひとりで	16.0	15.3	15.6	13.9	14.9
友人・知人（自分含めて4～5人で）	15.5	2.4	7.4	2.8	5.6
サークル等の団体旅行	2.4	2.1	2.2	0.3	1.4
友人・知人（自分含めて6名以上で）	2.4	1.5	1.9	1.4	1.7
その他家族で（三世代、親族など）	0.0	2.4	1.5	4.2	2.6
その他	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

※「誰と行きたいか」2 つまで選択

【過去の訪沖回数（子ども時代の宿泊を伴う家族旅行経験別）】

子どもの頃の宿泊を伴う家族旅行経験と沖縄の訪問回数についてみると、家族旅行の経験が低いほど「沖縄には行ったことない」と答えた人の割合が高い傾向である。特に、子どもの頃の家族旅行経験が「年に3回以上」の人は、沖縄訪問回数が2回以上の割合が高い。

沖縄への来訪回数（子ども時代の宿泊を伴う家族旅行経験別）

(%)

	年に3回以上 (n=141)	年に1～2回 (n=911)	2～3年に1回 (n=282)	それ以下 (n=253)	していない (n=213)	合計 (n=1800)
沖縄には行ったことがない	32.6	39.1	41.8	52.2	48.8	42.0
1回	18.4	31.6	32.3	27.7	32.4	30.2
2回	17.7	13.2	14.5	8.3	8.5	12.5
3回	9.9	7.0	5.3	6.3	4.2	6.6
4回	5.0	3.1	2.1	3.6	2.3	3.1
5～9回	10.6	4.3	2.5	1.2	0.9	3.7
10～19回	2.1	1.0	0.4	0.8	1.4	1.0
20回以上	3.5	0.8	1.1	0.0	1.4	1.0

【沖縄観光旅行で利用したい宿泊施設（子ども時代の宿泊を伴う家族旅行経験別）】

子どもの頃の宿泊を伴う家族旅行経験が「年に 3 回以上」と答えた回答者は、沖縄旅行で利用したい宿泊施設の「リゾートホテル」の割合がもっとも高いほか、「民宿・ペンション」、「ゲストハウス・ドミトリ」、「民泊」など、様々なタイプの宿泊施設で選択率が高い。一方「シティホテル」や「一般的な旅館」「ビジネスホテル」は、子どもの頃の旅行経験が低い回答者でやや高い傾向がある。

沖縄観光旅行で利用したい宿泊施設（子ども時代の宿泊を伴う家族旅行経験別）

(%)

	年に 3回以上 (n=115)	年に 1～2回 (n=731)	2～3年 に1回 (n=229)	それ以下 (n=189)	していない (n=86)	合計 (n=1350)
リゾートホテル（主に観光客に利用されるホテル、 価格は2万～数万円以上）	53.9	47.6	42.8	41.8	33.7	45.6
シティホテル（ビジネス客や観光客等様々な用途で利用されるホテル、 価格は数千円～2万円程度）	37.4	41.7	47.2	46.6	41.9	43.0
一般的な旅館（主に観光客に利用される和風の宿泊施設、 価格は数千円～2万円程度）	30.4	30.1	33.2	36.5	36.0	31.9
ビジネスホテル（主にビジネス客に利用されるホテル、 価格は数千円～1万円程度）	25.2	24.6	26.2	35.4	25.6	26.5
高級旅館（主に観光客に利用される和風の宿泊施設、 価格は2万～数万円以上）	20.9	15.5	14.0	14.8	14.0	15.5
民宿・ペンション（個人・家族経営の小規模な宿泊施設、 価格は数千円～1万円程度）	14.8	11.6	12.7	13.2	4.7	11.9
ゲストハウス・ドミトリ（素泊まりの簡易的な宿泊施設。キッチンなどの 設備は共用で寝室も相部屋が多い。価格は2千円～5千円程度）	10.4	6.0	5.2	6.9	7.0	6.4
民泊（個人の住宅の一部または全部を利用した宿泊サービス。 Airbnbもこれに含まれる。価格は数千円～1万円程度）	14.8	4.7	1.7	2.1	3.5	4.6
別荘・リゾートマンション・会員制の宿泊施設	6.1	3.4	2.2	1.6	4.7	3.3
親族・友人知人宅	6.1	1.8	2.2	3.7	3.5	2.6
その他	0.0	0.8	0.0	0.5	0.0	0.5

【沖縄観光旅行で利用したい交通手段（子ども時代の旅行経験別）】

子どもの頃の旅行経験が「年に 3 回以上」と答えた回答者は、希望する交通手段として「レンタカー」を選んだ割合が比較的高く、「路線バス」、「貸切バス・定期観光バス」、「観光タクシー」など全般的に選択率が高い。

沖縄観光旅行で利用したい交通手段（子ども時代の旅行経験別）

(%)

	年に 3回以上 (n=115)	年に 1～2回 (n=731)	2～3年 に1回 (n=229)	それ以下 (n=189)	していない (n=86)	合計 (n=1350)
列車（鉄道・地下鉄・路面電車・モノレールなど）	61.7	55.8	56.3	61.9	61.6	57.6
レンタカー	42.6	35.6	29.3	34.9	26.7	34.4
自家用車	27.8	22.4	24.5	18.0	25.6	22.8
路線バス	30.4	20.2	24.9	20.1	19.8	21.9
貸切バス・定期観光バス	20.0	8.9	10.5	11.6	11.6	10.7
観光タクシー	19.1	8.9	10.0	6.3	7.0	9.5
タクシー・ハイヤー・その他配車サービス	16.5	9.6	7.9	6.3	9.3	9.4
レンタサイクル	13.0	7.5	8.7	8.5	3.5	8.1
船（フェリー、観光船など）	14.8	6.6	10.5	7.9	4.7	8.0
その他	1.7	1.5	1.7	2.6	2.3	1.8

【沖縄への来訪経験・来訪意向（年収別）】

沖縄への来訪経験を年収別にみると、「沖縄に行ったことがない」と答えた人の割合は「年収が300万円未満」がもっとも高く、「収入なし」も高い。来訪経験が「4回以上」になると、「1,500～2,000万円未満」が高くなっており、「2,000万円以上」は「20回以上」と答えた人の割合が最も高い。

また、今後の来訪意向と年収の関係をみると、年収が「1,500～2,000万円未満」の半数超、「2,000万円以上」の4割が、沖縄旅行を「具体的に計画している/3年ぐらいの内に行く意向あり」と回答した一方、「300万円未満」「300～400万円未満」「400～500万円未満」「収入なし」では半数超が「当分の間沖縄へ旅行することはないと思う」と回答している。

沖縄への来訪経験（年収別）

(%)

	300万円未満 (n=304)	300～400万円未満 (n=207)	400～500万円未満 (n=240)	500～600万円未満 (n=215)	600～700万円未満 (n=167)	700～800万円未満 (n=157)	800～1,000万円未満 (n=199)	1,000～1,500万円未満 (n=145)	1,500～2,000万円未満 (n=42)	2,000万円以上 (n=39)	収入なし (n=85)	合計 (n=1800)
沖縄には行ったことがない	56.9	44.9	42.5	44.2	36.5	34.4	39.2	28.3	19.0	28.2	47.1	42.0
1回	26.3	29.5	35.4	27.9	32.3	27.4	32.2	35.9	21.4	28.2	29.4	30.2
2回	6.6	16.4	12.5	16.7	16.2	12.7	10.6	15.9	7.1	15.4	5.9	12.5
3回	4.9	4.3	4.6	5.1	3.6	13.4	8.0	11.0	9.5	12.8	4.7	6.6
4回	2.0	1.0	2.9	1.4	6.0	4.5	2.5	4.1	11.9	0.0	4.7	3.1
5～9回	2.3	2.4	1.3	3.7	3.6	6.4	5.5	3.4	14.3	2.6	4.7	3.7
10～19回	0.3	0.0	0.4	0.9	1.2	1.3	1.5	0.7	9.5	2.6	1.2	1.0
20回以上	0.7	1.4	0.4	0.0	0.6	0.0	0.5	0.7	7.1	10.3	2.4	1.0

沖縄への来訪意向（年収別）

(%)

	300万円未満 (n=304)	300～400万円未満 (n=207)	400～500万円未満 (n=240)	500～600万円未満 (n=215)	600～700万円未満 (n=167)	700～800万円未満 (n=157)	800～1,000万円未満 (n=199)	1,000～1,500万円未満 (n=145)	1,500～2,000万円未満 (n=42)	2,000万円以上 (n=39)	収入なし (n=85)	合計 (n=1800)
具体的に計画している、 3年ぐらいの内に行く意向あり	16.1	15.0	20.0	25.1	18.0	25.5	23.1	24.1	52.4	41.0	17.6	21.4
時期は決めていないがいつか 沖縄へは観光旅行に行きたいと思う	27.3	29.0	27.1	25.1	34.1	30.6	31.7	31.0	21.4	25.6	23.5	28.6
当分の間沖縄へ 旅行することはないと思う	56.6	56.0	52.9	49.8	47.9	43.9	45.2	44.8	26.2	33.3	58.8	50.0

③ マリンレジャーに対する意識

【マリンレジャーの経験・参加意向（世代別）】

旅行牽引世代のマリンレジャー経験は全般的に低く、もっとも高い「海水浴」も 40 歳以上と比べると低い。

一方、マリンレジャーの参加意向をみると、特に Z 世代で、「クルージング」、「グラスボート」、「シュノーケリング」、「体験ダイビング」など、経験では他の世代に比べて低い項目について、参加意向では高い傾向がみられる。

マリンレジャーの経験（世代別）

(%)

	Z世代 (n=402)	ミレニアル世代 (n=678)	(小計) 旅行牽引世代 (n=1080)	40歳以上 (n=720)	合計 (n=1800)
海水浴	60.2	59.7	59.9	75.8	66.3
あてはまるものはない	30.6	29.8	30.1	17.5	25.1
シュノーケリング	17.9	21.2	20.0	27.2	22.9
バナナボートなど（ボートで牽引されるアクティビティ）	17.4	19.8	18.9	22.6	20.4
海釣り	17.7	18.1	18.0	24.9	20.7
クルージング（小型のボートで夕陽や花火を見に行く、夕食を取るなど）	12.7	17.3	15.6	23.1	18.6
グラスボート（船の底がガラスになっていて、海の中の世界を覗くことが出来る海底観光船）	13.4	12.2	12.7	25.6	17.8
体験ダイビング（ライセンス不要でインストラクターに誘導してもらふダイビング）	8.5	11.5	10.4	14.4	12.0
イルカ・ホエールウォッチング	9.0	8.7	8.8	15.4	11.4
シーカヤック	7.5	5.2	6.0	7.1	6.4
スキューバダイビング（ライセンス（Cカード）を持つ人が行うダイビング）	6.2	5.5	5.7	4.7	5.3
サーフィン、ボディボード	5.2	5.8	5.6	5.8	5.7
パラセーリング	3.7	5.5	4.8	8.3	6.2
スタンドアップパドルボード（SUP）	3.2	2.5	2.8	2.6	2.7
その他	0.2	0.0	0.1	0.0	0.1

マリンレジャーの参加意向（世代別）

(%)

	Z世代 (n=402)	ミレニアル世代 (n=678)	(小計) 旅行牽引世代 (n=1080)	40歳以上 (n=720)	合計 (n=1800)
あてはまるものはない	40.0	41.6	41.0	39.4	40.4
クルージング（小型のボートで夕陽や花火を見に行く、夕食を取るなど）	25.9	21.4	23.1	23.1	23.1
イルカ・ホエールウォッチング	25.1	19.2	21.4	27.2	23.7
グラスボート（船の底がガラスになっていて、海の中の世界を覗くことが出来る海底観光船）	23.9	19.8	21.3	21.7	21.4
シュノーケリング	22.6	16.7	18.9	19.9	19.3
体験ダイビング（ライセンス不要でインストラクターに誘導してもらふダイビング）	23.9	15.8	18.8	17.6	18.3
海水浴	14.2	19.8	17.7	16.7	17.3
バナナボートなど（ボートで牽引されるアクティビティ）	19.7	14.6	16.5	13.5	15.3
スキューバダイビング（ライセンス（Cカード）を持つ人が行うダイビング）	21.1	13.7	16.5	14.0	15.5
海釣り	18.4	14.0	15.6	19.9	17.3
シーカヤック	17.4	13.3	14.8	18.2	16.2
パラセーリング	17.9	12.1	14.3	14.7	14.4
サーフィン、ボディボード	17.4	10.6	13.1	9.3	11.6
スタンドアップパドルボード（SUP）	15.9	11.4	13.1	12.1	12.7
その他	0.0	0.0	0.0	0.1	0.1

④旅行に関する情報収集・発信

【旅行に行くきっかけ（世代別）】

旅行に行くきっかけは、40代以上では「そろそろ旅行に行きたいと思って」が最も高く、ミレニアル世代・Z世代では「休みがあって」が最も高い。「自分へのご褒美として」を選んだ人の割合は旅行牽引世代で比較的高く、その中でもミレニアル世代がもっとも高い。40歳以上は「テレビ番組を見て」「旅行関連サイトを見て」などが高く、「Instagram」や「YouTube」等 SNS や動画配信サービスを見て選んだ人の割合は旅行牽引世代が高い。

旅行に行くきっかけ（世代別）

(%)

	Z世代 (n=402)	ミレニアル世代 (n=678)	(小計) 旅行牽引世代 (n=1080)	40歳以上 (n=720)	合計 (n=1800)
休みがあって	46.5	48.8	48.0	45.3	46.9
そろそろ旅行に行きたいと思って	36.6	47.2	43.2	49.9	45.9
家族や友人との思い出を作ろうと思って	34.1	41.2	38.5	41.3	39.6
自分へのご褒美として	29.6	33.2	31.9	24.6	28.9
誘われて	22.6	17.6	19.4	14.0	17.3
貯金がたまって	13.4	14.2	13.9	9.3	12.1
誕生日や記念日などがあって	13.2	12.8	13.0	9.0	11.4
行ったことがなかったの	10.2	13.4	12.2	15.1	13.4
以前に行ってよかったの	10.9	12.1	11.7	15.8	13.3
家族や友人・知人から話を聞いて	9.7	11.4	10.7	11.9	11.2
テレビ番組を見て	5.5	10.5	8.6	13.5	10.6
旅行関連サイトを見て	6.2	8.6	7.7	10.4	8.8
ボーナスなどの臨時収入があって	4.5	9.1	7.4	6.4	7.0
Instagramを見て	9.5	5.8	7.1	2.2	5.2
YouTubeや動画配信サービスを見て	5.7	6.0	5.9	2.1	4.4
Twitterを見て	4.7	4.3	4.4	1.5	3.3
雑誌を見て	2.7	5.2	4.3	6.7	5.2
その他のサイト・ニュースサイトやニュースアプリを見て	2.5	3.5	3.1	2.5	2.9
Facebookを見て	0.2	2.1	1.4	0.7	1.1
その他	1.0	1.5	1.3	1.3	1.3
TikTokを見て	1.7	0.9	1.2	0.0	0.7
合計	2.7	3.1	3.0	2.8	2.9

【旅行前・旅行中の情報収集手段（世代別）】

旅行前の情報収集手段は、旅行牽引世代、特に Z 世代で、「家族や友人・知人に尋ねる」と「Instagram」、「Twitter」などの SNS 利用が 40 代以上より高い。一方、40 歳以上は旅行牽引世代と比べて「インターネットの検索サイトを使う」や宿泊施設や観光局・観光協会や国・自治体などの「ホームページを見る」と答えた人の割合が高い。旅行中の情報収集手段も、旅行前と類似の傾向がみられる。なお、「旅行先の宿泊施設やお店の人に尋ねる」や「地元の人に尋ねる」など現地の人とのコミュニケーションは、旅行牽引世代が 40 歳以上より低い水準である。

旅行前の情報収集手段（世代別）

(%)

	Z世代 (n=402)	ミレニアル世代 (n=678)	(小計) 旅行牽引世代 (n=1080)	40歳以上 (n=720)	合計 (n=1800)
インターネットの検索サイトを使う	44.8	50.6	48.4	64.0	54.7
旅行ガイドブック	34.3	38.8	37.1	44.7	40.2
宿泊施設のホームページを見る	23.4	26.7	25.5	36.1	29.7
家族や友人・知人に尋ねる	27.1	23.3	24.7	19.7	22.7
インターネットの旅行情報サイトを見る	22.6	26.0	24.7	37.6	29.9
Instagram	32.8	19.3	24.4	7.9	17.8
地図サイト（GoogleMap等）を使う	23.4	24.8	24.3	26.8	25.3
旅行雑誌	21.9	22.7	22.4	26.3	23.9
ブログや口コミサイトを見る	19.7	23.0	21.8	20.8	21.4
観光施設のホームページを見る	18.2	19.6	19.1	27.4	22.4
Twitter	21.6	13.1	16.3	5.1	11.8
旅行会社のパンフレットを見る／店に行く／問い合わせる	17.2	14.7	15.6	21.3	17.9
YouTube	17.4	13.4	14.9	7.6	12.0
情報収集はしない	15.9	11.9	13.4	7.4	11.0
観光局・観光協会や国・自治体のホームページを見る	11.2	13.4	12.6	21.1	16.0
旅行会社のホームページを見る	12.4	11.8	12.0	17.5	14.2
Facebook	1.7	5.5	4.1	1.8	3.2
TikTok	4.2	2.9	3.4	0.3	2.2
オンラインツアーに参加する	3.5	2.4	2.8	0.8	2.0
その他	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

旅行中の情報収集手段（世代別）

(%)

	Z世代 (n=402)	ミレニアル世代 (n=678)	(小計) 旅行牽引世代 (n=1080)	40歳以上 (n=720)	合計 (n=1800)
インターネットの検索サイトを使う	34.1	42.0	39.1	46.1	41.9
地図サイト（GoogleMap等）を使う	27.9	28.3	28.1	26.0	27.3
旅行ガイドブック	21.6	26.4	24.6	30.6	27.0
情報収集はしない	19.9	15.6	17.2	15.0	16.3
Instagram	24.1	12.5	16.9	3.9	11.7
インターネットの旅行情報サイトを見る	12.9	14.5	13.9	19.7	16.2
ブログや口コミサイトを見る	10.4	11.9	11.4	7.9	10.0
旅行雑誌	9.7	11.2	10.6	12.1	11.2
旅行先の宿泊施設やお店の人に尋ねる	10.0	10.5	10.3	20.3	14.3
Twitter	13.2	8.1	10.0	2.5	7.0
家族や友人・知人に尋ねる	11.7	8.4	9.6	6.3	8.3
観光施設のホームページを見る	9.5	8.3	8.7	9.7	9.1
宿泊施設のホームページを見る	8.5	8.3	8.3	7.4	7.9
地元の人に尋ねる	5.7	7.5	6.9	9.6	7.9
観光局・観光協会や国・自治体のホームページを見る	6.0	5.6	5.7	9.6	7.3
YouTube	5.2	5.0	5.1	2.2	3.9
旅行会社のホームページを見る	5.2	3.4	4.1	2.8	3.6
Facebook	1.2	2.7	2.1	0.8	1.6
TikTok	2.5	0.9	1.5	0.1	0.9
オンラインツアーに参加する	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
その他	0.0	0.0	0.0	0.4	0.2

【旅行中の SNS への投稿（世代別）】

旅行中の SNS への写真や動画の投稿については、「投稿しない」が 40 歳以上で 85%、ミレニアル世代で 72%、Z 世代で 53%と、どの世代も半数超となっているが、世代が下がるにつれて割合は低下する。なお Z 世代は「Instagram」と「Twitter」への投稿が多い。

旅行中の SNS への投稿（世代別）

(%)

	Z世代 (n=402)	ミレニアル世代 (n=678)	(小計) 旅行牽引世代 (n=1080)	40歳以上 (n=720)	合計 (n=1800)
投稿しない	52.7	72.3	65.0	84.7	72.9
Instagram	33.1	14.3	21.7	7.8	16.1
Twitter	19.9	12.5	15.4	5.0	11.2
LINE	7.2	7.1	7.2	3.8	5.8
Facebook	3.0	5.2	4.4	5.3	4.7
YouTube	3.0	1.8	2.2	0.7	1.6
TikTok	2.0	1.8	1.9	0.3	1.2
その他	1.0	0.9	0.4	0.8	0.6

第 6 章 まとめ

1. 旅行牽引世代の意向・意識を踏まえた沖縄観光の現状と課題

○旅行牽引世代の車離れは明らか

「レンタカーの運転に抵抗はない」割合は旅行牽引世代では約 38%、Z 世代のみで見ると約 28%と年齢が下になるほど低くなる。また、「運転免許を持っておらず、レンタカーを利用することはない」の割合は Z 世代では約 32%にのぼる（40 歳以上は約 6%）。

○車離れが旅行牽引世代の沖縄旅行意向の低下を招いている

観光目的での沖縄旅行意向について運転免許保有・レンタカー意識別に見ると、レンタカーへの運転に抵抗がない、もしくは同行者が運転してくれる場合で意向が高く、レンタカーへの抵抗がある、もしくは免許を持っていない場合に意向は低い傾向にある。

「沖縄県内の交通が不便」や「レンタカー利用に抵抗がある・運転が苦手」が旅行牽引世代で多く選択されている。旅行牽引世代にとっては、沖縄への移動時間や交通費だけでなく県内での交通も、沖縄旅行をしていない理由のひとつと考えられる。

移動に求める要素として旅行牽引世代が 40 歳以上よりも「他者運転」「有意義」「仕様」を好み、40 歳以上は「3 密回避」「安心」「安全性」「快適」「衛生面」を重視する傾向が見られた。

○沖縄に行かない理由は「遠い」、「移動時間が長い」、「交通費が高い」

沖縄に行かない理由としては、どの世代も「移動時間が長い」「交通費が高い」を選択した割合が高いが、特に Z 世代で多く選択されている。

○沖縄を訪れた経験が修学旅行のみの場合、再訪意向が低い傾向がある

観光レジャー目的での訪沖経験がある場合、Z 世代では「具体的に沖縄への観光旅行を計画している」が 2 割、「3 年以内に行きたい」「いつか行きたい」も含めると約 7 割が訪沖意向を示している。一方で、訪沖経験が修学旅行のみの場合、40 代以上の 8 割、ミレニアル世代で約 7 割、Z 世代でも半数近くが「当分の間沖縄へ旅行することはない」と回答し、各世代で再訪意向が低い傾向があるが、年齢が下がるにつれてその割合は低下している。

○マリンレジャー等のアクティビティへの関心や参加意向は高い一方で、マリンレジャー経験が少ないことから、旅行先や活動検討の際の動機や目的の選択肢として想起されない恐れがある

旅行牽引世代のマリンレジャー経験は全般的に低く、もっとも高い「海水浴」も 40 歳以上と比べると低い。

○旅行牽引世代、特に Z 世代は Instagram と Twitter の利用率が高く、旅行の検索にも活用している

旅行牽引世代、特に Z 世代は、「家族や友人・知人に尋ねる」と「Instagram」、「Twitter」などの SNS の利用が 40 代以上より高い。一方、40 歳以上は旅行牽引世代と比べて「インターネットの検索サイトを使う」や宿泊施設や観光局・観光協会や国・自治体などの「ホームページを見る」と答えた人の割合が高い。

2. 現状と課題を踏まえた沖縄観光に対する提言

■車（レンタカー）に依存しないで移動できる交通体系を構築する

車を利用しない旅行牽引世代でも沖縄を旅行しやすくするため、既存の路線バス等の交通体系における事業者間での運行情報の集約が必要である。

現在、沖縄総合事務局の支援を受けた「のりもの NAVI Okinawa」の機能強化や、沖縄県による「観光 2 次交通機能強化事業（オープンデータ整備）」などが進められており、このような取組のさらなる推進が求められる。

また、地域における交通体系にハブ＆スポーク方式の概念を導入して、旅行者の移動の利便性を向上させるといった取組も必要である。これについては、北谷エリアや南城市などで導入に向けて取組が進んでいることから、当該事業の成果を検証しつつ、他地域における導入可能性を検討していくことが求められる。

■観光地・観光施設側から車を利用しない観光客向けのアクセス方法を発信する

車を利用しない旅行牽引世代でも沖縄を旅行しやすくするため、観光地・観光施設側からも車を利用しないで来訪しうるアクセス方法をわかりやすく発信する必要がある。

その際には、公共交通の乗り換えや所要時間といった情報だけでなく、降りた最寄りの駅や停留所から目的地までの経路も含めて、利用者目線に立ったきめ細やかな情報提供が求められる。

■移動時間が長く、また交通費が高くても、行きたくなるような魅力を磨き上げ、発信する

長い距離や移動時間、高額な交通費といった制約を超えて旅行牽引世代の来訪を促すため、地域資源の魅力を磨き上げが必要である。

例えば、自然環境や歴史文化を含めた地域資源の磨き上げに関する取組に対して、行政が支援を行う事業の予算化などが想定される。

■飛行機での長時間の移動が抵抗にならないような仕掛けをつくる

長い距離や移動時間、高額な交通費といった制約を超えて旅行牽引世代の来訪を促すため、長時間の移動が抵抗にならないような仕掛けをつくることも必要である。

例えば、飛行機内（LCC 含む）での視聴コンテンツや通信環境の充実などの取組が想定される。

■ 地域に関する「主体的な探求」や「より高密な交流」を通じて、沖縄を深く知り、さらに興味・関心を高めるために、修学旅行の内容を創意工夫する

修学旅行で訪れる旅行牽引世代に沖縄をより深く知って学んでもらい、一人でも多くリピーターとなってもらうため、修学旅行の内容の創意工夫が求められる。

例えば、オンライン会議等を活用した事前学習（訪問地域の課題の発見）、住民との交流・意見交換を通じた課題の解決策の探求、事後のオンライン報告会での地域住民からのフィードバックといった取組が想定される。

■ 修学旅行における「体験学習」費用上限見直しの働きかけや、体験学習への補助金交付を行う

一般的に、公立学校においては、各都道府県の教育委員会によって修学旅行の費用総額に上限が設定されていることが多い。このことは来訪手段が航空機にほぼ限定される沖縄にとって、旅行費用に占める旅費の比率が高く、その分現地での体験や交流に対して、その充実のために十分な費用を充当することが難しい要因ともなっている。

例えば、修学旅行における「体験学習」に充当しうる費用上限を見直すための各都道府県に対する働きかけや、行政による体験学習への補助金交付などの取組が想定される。

■ 修学旅行のプログラムにおける「海に接する機会」を設定する

旅行牽引世代に、マリンレジャーの経験を沖縄への旅行の動機づけとしてもらうため、修学旅行のプログラムにおける「海に接する機会」をより効果的に設定する必要がある。ただし、その際、学習の機会としての修学旅行の本来の目的に鑑み、内容が観光やレジャーの目的に偏りすぎることのないよう留意が必要である。

■ マリンレジャーを自分ごとにしてもらうための情報発信を行う

旅行牽引世代に、マリンレジャーを自分ごとにしてもらうため、業界としての情報発信や働きかけも必要となる。

■ Instagram 等の旅行牽引世代で利用率の高い媒体を通じた情報発信の強化を行うとともに、当該世代が魅力を感じる映像や手法を活用する

旅行牽引世代に訴求する情報発信を行うため、Instagram 等の旅行牽引世代で利用率の高い媒体を通じた情報発信の強化を行うとともに、当該世代が魅力を感じる映像や手法を活用する必要がある。

ただし、SNS の流行は、刻々と変化するので、ターゲットとする世代が現時点で利用する媒体・訴求方法を選択することが必要。そのためにも、地域の同世代（旅行牽引世代）を活用して情報発信を行うことも有用である。

今後の沖縄観光・観光地としてのあり方についての提言（骨子）

課題	提言（骨子）
車離れが旅行牽引世代の沖縄旅行意向の低下を招いている	車を利用しない旅行牽引世代でも沖縄を旅行しやすくするため、 ➤ 車（レンタカー）に依存しないで移動できる交通体系を構築する 例）・既存の路線バス等の交通体系における事業者間での運行情報の集約（「のりもの NAVI Okinawa」の機能強化、沖縄県「観光 2 次交通機能強化事業（オープンデータ整備）」のさらなる推進など） ・ハブ＆スポーク方式の導入 ※北谷エリア、南城市で導入に向けて取組中 ➤ 観光地・観光施設側から車を利用しない観光客向けのアクセス方法を発信する
沖縄に行かない理由は「遠い」「移動時間が長い」、「交通費が高い」	長い距離や移動時間、高額な交通費といった制約を超えて旅行牽引世代の来訪を促すため、 ➤ 移動時間が長く、また交通費が高くても、行きたくなるような魅力を磨き上げ、発信する 例）・自然環境や歴史文化を含めて対象とする「地域資源の磨き上げ事業」の予算化 ➤ 飛行機での長時間の移動が抵抗にならないような仕掛けをつくる 例）・機内（LCC 含む）での視聴コンテンツや通信環境の充実
沖縄を訪れた経験が修学旅行のみの場合、再訪意向が低い傾向がある	修学旅行で訪れる旅行牽引世代に沖縄をより深く知って学んでもらい、一人でも多くリピーターとなってもらうため、 ➤ 地域に関する「主体的な探求」や「より高密な交流」を通じて、沖縄を深く知り、さらに興味・関心を高めるために、修学旅行の内容を創意工夫する 例）・オンライン会議等を活用した事前学習（訪問地域の課題の発見）、住民との交流・意見交換を通じた課題の解決策の探求、事後のオンライン報告会での地域住民からのフィードバック ➤ 修学旅行における「体験学習」費用上限見直しの働きかけや、体験学習への補助金交付を行う

マリンレジャー等のアクティビティへの関心や参加意向は高い一方で、マリンレジャー経験が少ないことから、旅行先や活動検討の際の動機や目的の選択肢として想起されない恐れがある	旅行牽引世代に、マリンレジャーの経験を沖縄への旅行の動機づけとしてもらうため、 ➤ 修学旅行のプログラムにおける「海に接する機会」を設定する ※観光・レジャー目的に偏りすぎることのないよう留意が必要。 ➤ マリンレジャーを自分ごとにしてもらうための情報発信を行う
旅行牽引世代、特に Z 世代は Instagram と Twitter の利用率が高く、旅行の検索にも活用している	旅行牽引世代に訴求する情報発信を行うため、 ➤ Instagram 等の旅行牽引世代で利用率の高い媒体を通じた情報発信の強化を行うとともに、当該世代が魅力に感じる映像や手法を活用する ※SNSの流行は、刻々と変化するので、ターゲットとする世代が現時点で利用する媒体・訴求方法を選択することが必要。そのためにも、地域の同世代（旅行牽引世代）の活用も有用。

【参考資料】インターネット調査 設問

Q1

未婚をお知らせください。

- 1 ☐ 未婚
2 ☐ 既婚
3 ☐ 離婚・死別

Q2

現在同居なさっている方をすべてお知らせください。(いくつでも)

- 1 ☐ 配偶者
2 ☐ 子ども
3 ☐ 親(義父母)
4 ☐ 祖父母(義祖父母)
5 ☐ 孫
6 ☐ 兄弟姉妹(義兄弟姉妹)
7 ☐ 恋人・パートナー(婚約者含む)
8 ☐ 友人・知人(シェアハウス等)
9 ☐ その他
10 ☐ 一人暮らし

Q3

あなたの職業をお知らせください。

- 1 ☐ 会社勤務(一般社員)
2 ☐ 会社勤務(管理職)
3 ☐ 会社経営(経営者・役員)
4 ☐ 公務員・教職員・非営利団体職員
5 ☐ 派遣社員・契約社員
6 ☐ 自営業(商工サービス)
7 ☐ SOHO
8 ☐ 農林漁業
9 ☐ 専門職(弁護士・税理士等・医療関連)
10 ☐ パート・アルバイト
11 ☐ 主婦・主夫
12 ☐ 学生
13 ☐ 無職
14 ☐ その他の職業

Q4

ご自身の職種または所属部門をお選びください。

- 1 ○ 経営者・役員
- 2 ○ 事務職(企画・広報)
- 3 ○ 事務職(総務・人事・経理・財務・法務)
- 4 ○ 事務職(その他)
- 5 ○ 営業・販売
- 6 ○ 製造・生産・品質管理
- 7 ○ 情報システム、情報処理・通信技術
- 8 ○ 技術・研究開発
- 9 ○ 建設・採掘
- 10 ○ 輸送・機械運転
- 11 ○ 運搬・清掃
- 12 ○ サービス職
- 13 ○ 医療職
- 14 ○ 法務、社会福祉、経営・金融・保険等の専門職
- 15 ○ 教員
- 16 ○ 著述家、記者、編集者
- 17 ○ 美術家、デザイナー、写真家、映像撮影者
- 18 ○ 音楽家、舞台芸術家
- 19 ○ その他の専門職
- 20 ○ 農林漁業
- 21 ○ 公務・団体職員
- 22 ○ その他

Q5

あなたは以下のSNS等を利用していますか。利用しているSNS等についてはどのように利用しているかを答えてください。(それぞれいくつでも)

 回答方向		他人とメッセージのやり取りをする	自分が記事や写真・動画などを投稿する	他人の記事や写真・動画・メッセージを閲覧する	他人の記事や写真・動画・メッセージにコメントする	その他	利用していない
		1 ☐ LINE	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	6 ☐
2	Twitter	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	6 ☐
3	Instagram	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	6 ☐
4	Facebook	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	6 ☐
5	YouTube	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	6 ☐
6	TikTok	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	6 ☐
7	その他	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	6 ☐

Q6

あなたが旅行に行きかけはなんですか。(いくつでも)
(国内・海外旅行は問いません)

- 1 ☐ 休みがあって
- 2 ☐ そろそろ旅行に行きたいと思って
- 3 ☐ 自分へのご褒美として
- 4 ☐ ボーナスなどの臨時収入があって
- 5 ☐ 貯金がたまって
- 6 ☐ 家族や友人との思い出を作ろうと思って
- 7 ☐ 誕生日や記念日などがある
- 8 ☐ 誘われて
- 9 ☐ 行ったことがなかったので
- 10 ☐ 以前に行ってきたので
- 11 ☐ 雑誌を見て
- 12 ☐ テレビ番組を見て
- 13 ☐ 旅行関連サイトを見て
- 14 ☐ その他のサイト・ニュースサイトやニュースアプリを見て
- 15 ☐ Twitterを見て
- 16 ☐ Instagramを見て
- 17 ☐ Facebookを見て
- 18 ☐ YouTubeや動画配信サービスを見て
- 19 ☐ TikTokを見て
- 20 ☐ 家族や友人・知人から話を聞いて
- 21 ☐ その他

Q7

あなたは旅行する際に、どのような点を重視しますか。(いくつでも)

- 1 ☐ 観光スポット
- 2 ☐ グルメ
- 3 ☐ 宿泊施設
- 4 ☐ 温泉
- 5 ☐ 自然
- 6 ☐ アクティビティが充実している
- 7 ☐ 体験
- 8 ☐ ショッピング
- 9 ☐ お土産
- 10 ☐ フォトスポットが充実している
- 11 ☐ 安価で行ける
- 12 ☐ 旅行先にアクセスしやすい
- 13 ☐ 定番・人気の旅行先である
- 14 ☐ SNSで話題になっている
- 15 ☐ 旅行先までの移動時間の短さ
- 16 ☐ 旅行先を公共交通で周りやすい
- 17 ☐ その他

Q8 旅行に行く前、また旅行中はどのように情報収集をしますか。(それぞれいくつでも)

↑ 回答方向	1	2
	旅行前	旅行中
旅行ガイドブック	1 ☐	1 ☐
旅行雑誌	2 ☐	2 ☐
旅行会社のパンフレットを見る/店に行く/問い合わせる	3 ☐	3 ☐
家族や友人・知人に尋ねる	4 ☐	4 ☐
Twitter	5 ☐	5 ☐
Instagram	6 ☐	6 ☐
Facebook	7 ☐	7 ☐
YouTube	8 ☐	8 ☐
TikTok	9 ☐	9 ☐
ブログや口コミサイトを見る	10 ☐	10 ☐
インターネットの検索サイトを使う	11 ☐	11 ☐
地図サイト(GoogleMap等)を使う	12 ☐	12 ☐
インターネットの旅行情報サイトを見る	13 ☐	13 ☐
旅行会社のホームページを見る	14 ☐	14 ☐
観光局・観光協会や国・自治体のホームページを見る	15 ☐	15 ☐
宿泊施設のホームページを見る	16 ☐	16 ☐
観光施設のホームページを見る	17 ☐	17 ☐
オンラインツアーに参加する	18 ☐	18 ☐
旅行先の宿泊施設やお店の人に尋ねる	19 ☐	19 ☐
地元の人に尋ねる	20 ☐	20 ☐
その他	21 ☐ (具体的に:)	21 ☐ (具体的に:)
情報収集はしない	22 ☐	22 ☐
	旅行前	旅行中
	1	2

Q9 あなたは旅行中にSNSに写真や動画を投稿しますか。(いくつでも)

- 1 ☐ LINE(ライン)
- 2 ☐ Twitter(ツイッター)
- 3 ☐ Instagram(インスタグラム)
- 4 ☐ Facebook(フェイスブック)
- 5 ☐ YouTube(ユーチューブ)
- 6 ☐ TikTok(ティックトック)
- 7 ☐ その他
- 8 ☐ 投稿しない

Q10 あなたの旅行の好みや考え方について、次の選択肢でどちらか当てはまるものを選んでください。(それぞれひとつずつ)

A		B	
どちらともいえない	Aが当てはまる	Bが当てはまる	
1	行ったことのない場所を訪れたい方だ	同じ場所を何度も訪れたい	
2	旅行先では一箇所に滞在したい方だ	旅行先ではいろんな場所に滞在したい方だ	
3	観光名所を中心に巡りたい方だ	あまり人に知られていない場所を訪れたい方だ	
4	旅行のスケジュールは事前に綿密に決める方だ	旅行のスケジュールはあまり決めないで訪れる方だ	
5	旅行中はできるだけ多くのことをやりたい、訪れたい方だ	旅行中は予定をあまり詰め込まない方だ	
6	レンタカーで移動したい方だ	公共交通機関などで移動したい方だ	

Q11

あなたはこれまで以下のマリンレジャーを行ったことがありますか、また今後行いたいですか。(それぞれ1〜5まで)

	1	2
	これまで行ったことがある	今後行ってみたい
海水浴	1 ☐	1 ☐
バナナボートなど(ボートで牽引されるアクティビティ)	2 ☐	2 ☐
グラスボート(船の窓がガラスになっていて、海の中の世界を覗くとお出まる海底観光船)	3 ☐	3 ☐
クルージング(小型のボートで夕陽や花火を見に行く、夕暮を眺めるなど)	4 ☐	4 ☐
シュノーケリング	5 ☐	5 ☐
体験ダイビング(ライセンス不要でインストラクターに誘導してもらふダイビング)	6 ☐	6 ☐
スキューバダイビング(ライセンス(カード)を持つ人が行うダイビング)	7 ☐	7 ☐
イルカ・ホエールウォッチング	8 ☐	8 ☐
パラセーリング	9 ☐	9 ☐
サーフィン、ボディボード	10 ☐	10 ☐
スタンドアップパドルボード(SUP)	11 ☐	11 ☐
シーカヤック	12 ☐	12 ☐
海釣り	13 ☐	13 ☐
その他	14 ☐	14 ☐
あてはまるものはない	15 ☐	15 ☐
	これまで行ったことがある	今後行ってみたい
	1	2



Q12

ご自身の旅行前〜旅行中〜旅行後の行動や意識について、お教えください。(いくつでも)

- ☐ サステイナブル・ツーリズム(持続可能な観光)に取り組んでいる地域を旅行先として選ぶ
- ☐ 旅行前に、目的地の習慣や伝統、歴史、言語(方言)等を学ぶ
- ☐ 旅行前に、目的地でやるべきことと、やってはならないことを調べる
- ☐ 旅行中、見るだけでなく学び、理解するように努める
- ☐ 旅行中、目的地の歴史、建築、宗教、服装、芸術、料理など地域のユニークな経験をするように努める
- ☐ 旅行中、やりがいのある体験を探し、地元の名物や味を味わう
- ☐ 旅行中、目的地での社会的規則(ならわし)を順守する
- ☐ 旅行中、自然環境や住民の生活環境の保護のため、旅行者の立ち入りが許可されている場所のみアクセスする
- ☐ 旅行中、可能な限り、水とエネルギーの消費を減らすようにする
- ☐ 旅行中、環境への悪影響を最小限にするため、可能な限り公共交通機関を利用する
- ☐ 旅行中、環境に配慮したモビリティ(例:電気自動車、電動キックボード、電動バイク等)を利用する
- ☐ 旅行中、地元で作られた手工芸品や製品を購入する
- ☐ 旅行後に、目的地での旅行経験を良い点、悪い点含めて評価した上で友人やSNS等に共有する
- ☐ 旅行後に、通販での商品購入、寄付(ふるさと納税等)を通じて地域とのつながりを持ちつつ経済的な貢献を行う
- ☐ その他
- ☐ あてはまるものはない

Q13

あなたは子どもの頃、どのくらいの頻度で宿泊を伴う家族旅行をしていましたか。

- ☐ 1 〇年に3回以上
- ☐ 2 〇年に1〜2回
- ☐ 3 〇2〜3年に1回
- ☐ 4 〇それ以下
- ☐ 5 〇していない

Q14

まとまった休み(2泊3日もしくは3泊4日程度)が取れたとしたら行きたい旅行先はどこですか。(3つまで)。(国内・海外は問いません)

※コロナ禍の影響はないと仮定してお答えください。

1位

2位

3位

☐ 特になし

Q15

その旅行は誰と一緒に行きたいですか。(2つまで)

1 ☐ 夫婦

2 ☐ 子ども連れ家族で

3 ☐ 親や兄弟などの家族

4 ☐ その他家族で(三世代、親族など)

5 ☐ 友人・知人(自分含めて2~3人で)

6 ☐ 友人・知人(自分含めて4~5人で)

7 ☐ 友人・知人(自分含めて6名以上で)

8 ☐ 恋人

9 ☐ サークル等の団体旅行

10 ☐ ひとり

11 ☐ その他

Q16

まとまった休みにあなただが一番訪れたい旅行先「○○○(Q14_1回答再掲)」で行いたい活動をお答えください。(いくつでも)

1 ☐ 自然や景勝地の訪問

2 ☐ 歴史・文化的な名所の訪問

3 ☐ まち並み散歩・まち歩き

4 ☐ 温泉

5 ☐ 祭り・イベント

6 ☐ 季節の花見

7 ☐ 保養・休養

8 ☐ テーマパーク・レジャーランド

9 ☐ 観光施設・動物園・水族館

10 ☐ 美術館・博物館

11 ☐ ショッピング・買い物

12 ☐ ガルメ・地元料理を楽しむ

13 ☐ 芸術鑑賞(観劇、コンサート・ライブなど)

14 ☐ スポーツ観戦

15 ☐ 生活文化体験(陶芸体験、そば打ち体験など)

16 ☐ 果物狩り・農林漁業体験

17 ☐ アクティビティ(カヌー、乗馬体験、気球など)

18 ☐ 登山・トレッキング

19 ☐ 海水浴・マリンスポーツ

20 ☐ スキー・スノーボード

21 ☐ その他スポーツを楽しむ

22 ☐ サイクリング

23 ☐ 写真撮影

24 ☐ スパ・エステ

25 ☐ ドライブ

26 ☐ 現地の友人・知人と会う

27 ☐ バーやパブなどでお酒を楽しむ

28 ☐ その他

Q17

まとまった休みにあなたが一番訪れたい旅行先「〇〇〇(Q14.1 回答再掲)」で利用したい宿泊施設タイプをお選びください。(いくつでも)

- 1 ☐ リゾートホテル(主に観光客に利用されるホテル、価格は2万～数万円以上)
- 2 ☐ シティホテル(ビジネス客や観光客等様々な用途で利用されるホテル、価格は数千円～2万円程度)
- 3 ☐ ビジネスホテル(主にビジネス客に利用されるホテル、価格は数千円～1万円程度)
- 4 ☐ 高級旅館(主に観光客に利用される和風の宿泊施設、価格は2万～数万円以上)
- 5 ☐ 一般的な旅館(主に観光客に利用される和風の宿泊施設、価格は数千円～2万円程度)
- 6 ☐ 民宿・ペンション(個人・家族経営の小規模な宿泊施設、価格は数千円～1万円程度)
- 7 ☐ ゲストハウス・ドミトリー(素泊まりの簡易的な宿泊施設。キッチンなどの設備は共用で寝室も大部屋が多い。価格は2千円～5千円程度)
- 8 ☐ 民泊(個人の住宅の一部または全部を利用した宿泊サービス。Airbnbもこれに含まれる。価格は数千円～1万円程度)
- 9 ☐ 親族・友人知人宅
- 10 ☐ 別荘・リゾートマンション・会員制の宿泊施設
- 11 ☐ その他

Q18

まとまった休みにあなたが一番訪れたい旅行先「〇〇〇(Q14.1 回答再掲)」で利用したい交通手段をお選びください。(いくつでも)

- 1 ☐ 列車(鉄道・地下鉄・路面電車・モノレールなど)
- 2 ☐ 自家用車
- 3 ☐ レンタカー
- 4 ☐ 貸切バス・定期観光バス
- 5 ☐ 路線バス
- 6 ☐ タクシー・ハイヤー・その他配車サービス
- 7 ☐ 観光タクシー
- 8 ☐ レンタサイクル
- 9 ☐ 船(フェリー、観光船など)
- 10 ☐ その他

Q19

まとまった休みにあなたが一番訪れたい旅行先「〇〇〇(Q14.1 回答再掲)」で旅行中にお金をかけたいこと/なるべく費用を抑えたいことについてお選びください。(それぞれいくつでも)

 回答方向		1	2
		お金をかけた	費用を抑えた
出発地と旅行先の間の交通費・ツアー代	1	☐	1 ☐
宿泊費	2	☐	2 ☐
飲食費	3	☐	3 ☐
現地での交通費	4	☐	4 ☐
娯楽・レジャー費	5	☐	5 ☐
買物代	6	☐	6 ☐
その他	7		7
特になし	8	☐	8 ☐

Q20

これまでに沖縄を訪れたことが「ある」と答えた方におたずねします。
過去に沖縄を訪れた際の目的をお知らせください。(いくつでも)

- 1 ☐ 観光・レジャー
- 2 ☐ 親族・知人訪問
- 3 ☐ 新婚旅行
- 4 ☐ ウェディング
- 5 ☐ 修学旅行・学校関連の旅行
- 6 ☐ 部活や試合
- 7 ☐ イベント、コンサート、スポーツ観戦
- 8 ☐ インセンティブツアー
- 9 ☐ 出張・業務旅行
- 10 ☐ その他

Q21

直近で沖縄を訪れたのはいつですか。

※プライベートの旅行、修学旅行や社員旅行、業務出張など全て含めてお知らせください。

- 1 ☐ 1年以内
- 2 ☐ 3年以内
- 3 ☐ 5年以内
- 4 ☐ 10年以内
- 5 ☐ 10年よりも前

Q22

あなたにとって沖縄は次の中でどのような位置づけになりますか。

- 1 ☐ 一番お気に入りの旅行先
- 2 ☐ 二番目にお気に入りの旅行先
- 3 ☐ お気に入りの旅行先の一つ
- 4 ☐ 一度行っておきたい/行ってよかった旅行先
- 5 ☐ たくさんある旅行先の中の一つ
- 6 ☐ その他

Q23

あなたが沖縄について魅力的だと感じる点は何ですか。(いくつでも)

- 1 ☐ 海が美しい
- 2 ☐ きれいな空や景色
- 3 ☐ 星空がきれい
- 4 ☐ 豊かな自然
- 5 ☐ 世界遺産や歴史資源が魅力的
- 6 ☐ 独自の文化がある・伝統・言葉が残っている
- 7 ☐ 沖縄独特の景観、雰囲気
- 8 ☐ 南国の雰囲気が味わえる
- 9 ☐ 食事が美味しい
- 10 ☐ 沖縄ならではの食材や料理がある
- 11 ☐ 素敵な宿泊施設が多い
- 12 ☐ 素敵なカフェが多い
- 13 ☐ ショッピングが楽しめる
- 14 ☐ 時間がゆっくり流れている
- 15 ☐ 元気になる
- 16 ☐ 癒される
- 17 ☐ 地元の人が親切
- 18 ☐ アクティビティが楽しめる
- 19 ☐ 魅力的な観光スポットがある
- 20 ☐ パワースポットがある
- 21 ☐ 子ども連れの旅行に向いている
- 22 ☐ グループで訪れる旅行に向いている
- 23 ☐ 安価なリゾート地であること
- 24 ☐ 高級リゾート地であること
- 25 ☐ 夏に訪れると楽しい
- 26 ☐ ドライブが楽しめる
- 27 ☐ 夏以外でも楽しめる
- 28 ☐ フォトスポットが充実している
- 29 ☐ その他
- 30 ☐ 特に魅力を感じる点はない

Q24

普段の生活の中であなたにあってはまるものをお選びください。(1いくつでも)

- 1 ☐ SNSで沖縄に関する写真や動画を見ることがある
- 2 ☐ SNSで沖縄関連のアカウントをフォローしている
- 3 ☐ 沖縄についてインターネットやSNS等で検索したことがある
- 4 ☐ 沖縄料理が好きだ
- 5 ☐ 沖縄の食材やお酒、名産品などを地元のお店や通信販売で買うことがある
- 6 ☐ 沖縄のビールや泡盛を飲む
- 7 ☐ 沖縄に友人・知人がいる
- 8 ☐ 沖縄出身の友人・知人がいる
- 9 ☐ 沖縄にお気に入りの場所やお店がある
- 10 ☐ どちらかというと沖縄のファンである
- 11 ☐ できることなら将来沖縄に住みたい
- 12 ☐ 自宅で沖縄料理を作ることがある
- 13 ☐ 普段から沖縄料理のお店に行く
- 14 ☐ 沖縄特集のテレビ番組を観る
- 15 ☐ 沖縄特集の雑誌が出たら買う
- 16 ☐ 人に沖縄のお勧めの場所等を紹介したことがある
- 17 ☐ その他
- 18 ☐ あてはまるものはない

Q25

沖縄に観光目的で旅行したいと答えた方にお尋ねします。
沖縄旅行は誰と一緒にいきたいですか。(2つまで)

- 1 ☐ 夫婦
- 2 ☐ 子ども連れ家族で
- 3 ☐ 親や兄弟などの家族
- 4 ☐ その他家族で(三世代、親族など)
- 5 ☐ 友人・知人(自分含めて2～3人で)
- 6 ☐ 友人・知人(自分含めて4～5人で)
- 7 ☐ 友人・知人(自分含めて6名以上で)
- 8 ☐ 恋人
- 9 ☐ サークル等の団体旅行
- 10 ☐ ひとりで
- 11 ☐ その他

Q26
 次の沖縄旅行で行いたい活動は何ですか。
 Q25で答えた同行者と一緒に行く場合に行いたい活動をお選びください。
 (それぞれいくつでも)

	1		2		
	同行者 1 (O O O (I T E M - Q 2 5 - 2 回 答 再 掲))		同行者 2 (O O O (I T E M - Q 2 5 - 1 回 答 再 掲))		
	観光地めぐり	1	□	1	□
	散歩	2	□	2	□
	保養・休養	3	□	3	□
	ホテル・スパ(ホテルでの滞在を楽しむ旅行)	4	□	4	□
	海水浴・マリナレジャー	5	□	5	□
	ダイビング	6	□	6	□
	ゴルフ	7	□	7	□
	釣り	8	□	8	□
	スパ・エステ	9	□	9	□
	スポーツ大会への参加・応援	10	□	10	□
	スポーツ観戦	11	□	11	□
	イベント・ライブ・コンサート等への参加	12	□	12	□
	エコツアー	13	□	13	□
	ショッピング	14	□	14	□
	沖縄料理を楽しむ	15	□	15	□
地元の人と交流をする	16	□	16	□	

友人訪問	17	□	17	□
現地のガイドツアーに参加する	18	□	18	□
海辺や森の中のカフェをめぐり	19	□	19	□
歴史探訪(城跡や古い集落など)	20	□	20	□
ホエールウォッチング	21	□	21	□
パワースポットをめぐり	22	□	22	□
グルメめぐり	23	□	23	□
ビーチパーベキュー	24	□	24	□
沖縄料理作り体験	25	□	25	□
伝統芸能・文化体験をする(三線・琉球舞踊等)	26	□	26	□
伝統工芸体験(陶芸・染物等)	27	□	27	□
祭りをみる	28	□	28	□
カヌー・シーカヤックをする	29	□	29	□
民謡酒場で楽しむ	30	□	30	□
酒造元めぐり(ビール・泡盛等)	31	□	31	□
スポーツキャンプ見学	32	□	32	□
その他	33	□	33	□
	同行者 1 (O O O (I T E M - Q 2 5 - 2 回 答 再 掲))	1	同行者 2 (O O O (I T E M - Q 2 5 - 1 回 答 再 掲))	2

Q27

沖縄を訪れたことが「ない」と答えた方、または過去5年以上沖縄を訪れていないと答えた方にお尋ねします。
沖縄旅行をしていない理由は何ですか。(いくつでも)

- 1 ☐ 沖縄県までの移動時間が長い
- 2 ☐ 沖縄県までの交通費が高い
- 3 ☐ 沖縄県内の交通が不便
- 4 ☐ レンタカー利用に抵抗がある・運転が苦手
- 5 ☐ 宿泊料金が高いので
- 6 ☐ 興味のある観光はひととおり行った
- 7 ☐ 食事が口に合わない
- 8 ☐ 暑いのが苦手なので
- 9 ☐ 台風などが心配だから
- 10 ☐ 他にいきたい観光地がある
- 11 ☐ 海外旅行の方が割安だから
- 12 ☐ 仕事などで休暇が取れない
- 13 ☐ 家族や友人と休日がうまく重ならない
- 14 ☐ 家庭の用事や事情で家をあげられない
- 15 ☐ 行きたい時期に予約がとれない
- 16 ☐ 雇用が不安定なので
- 17 ☐ 家計の制約があるので
- 18 ☐ 健康上の理由で
- 19 ☐ 介護を必要とする家族がいるので
- 20 ☐ ペットの飼育や花の手入れなどがあるので
- 21 ☐ その他

Q28

旅行に行かれる際のレンタカー利用についてあてはまるものをお答えください。

- 1 ☐ 運転免許を持っており、レンタカーの運転にも抵抗はない
- 2 ☐ 運転免許を持っているが、レンタカーの運転には少し抵抗がある
- 3 ☐ 運転免許を持っているが、レンタカーの運転には自信がない
- 4 ☐ 運転免許を持っていないが、同行者がレンタカーを運転してくれる
- 5 ☐ 運転免許を持っておらず、レンタカーを利用することはない

Q29

旅行先の移動についてこういうことがあるとよい、便利だと思うことはなんですか。
(それぞれひとつずつ)

 回答方向		大変あてはまる	やや当てはまる	どちらともいえない	あまりあてはまらない	まったくあてはまらない
1	3密回避:3密(密閉・密集・密着)を避けて移動したい	1○	2○	3○	4○	5○
2	安心・安心して移動したい	1○	2○	3○	4○	5○
3	安全性・安全性高く移動したい	1○	2○	3○	4○	5○
4	乗換え無し:一つの移動手段で目的地まで移動したい	1○	2○	3○	4○	5○
5	安価・移動料金が安い	1○	2○	3○	4○	5○
6	快適:ゆったりと座って快適に移動したい	1○	2○	3○	4○	5○
7	時間通り:時間通りに出発/到着してほしい	1○	2○	3○	4○	5○
8	短時間移動:移動手段(クルマ、バス、等)のスピードが速く、短時間で移動したい	1○	2○	3○	4○	5○
9	待時間少:乗り換えや乗車に係る待ち時間なく、なるべく待時間少に移動したい	1○	2○	3○	4○	5○
10	衛生面:衛生面に配慮して移動したい	1○	2○	3○	4○	5○

 回答方向		まったくあてはまらない	あまりあてはまらない	どちらともいえない	やや当てはまる	大変あてはまる	
	11	個室空間:人の目を気にしない個室空間で移動したい	10	20	30	40	50
	12	乗り物で走る喜び・走る喜びを感じながら移動したい	10	20	30	40	50
	13	大スペース:大人数/大きな荷物を楽に運んで移動したい	10	20	30	40	50
	14	他者に運転・疲労時などは他者に運転してもらい楽に移動したい	10	20	30	40	50
	15	有意義な情報提供:移動中におススメスポットなど、目的に合った有意義な情報を提供してほしい	10	20	30	40	50
	16	手続きの簡素化:乗降車に係る手続き(予約・決済・駐車など)を楽に利用したい	10	20	30	40	50
	17	有意義に過ごす道中:有意義に時間を過ごし移動したい(学習・自己研習・睡眠・娯楽等)	10	20	30	40	50
	18	環境配慮:環境に配慮して移動したい	10	20	30	40	50
	19	プレミアム感:プレミアム感を感じながら移動したい	10	20	30	40	50
20	ユニークな仕様・デザイン:普段と違う仕様・デザインを楽しみながら移動したい	10	20	30	40	50	
		まったくあてはまらない	あまりあてはまらない	どちらともいえない	やや当てはまる	大変あてはまる	

Q30

緊急事態宣言期間中の「外出」に関して、あなたがとった行動はどれですか。(いくつでも)

- 1 ☐ 食料品の購入など生活上必要なものの買い物に行く
- 2 ☐ 食料品や日用品以外の買い物に行く(人が集まる商業施設など)
- 3 ☐ 多数が集まる密集空間に行く(イベント、コンサート、スポーツ観戦など)
- 4 ☐ 二人以下であれば外食する
- 5 ☐ 三人以上でも外食する
- 6 ☐ 飲み会に行く
- 7 ☐ 友人知人に会う
- 8 ☐ 遠方に住んでいる家族や親族に会いに行く
- 9 ☐ 自都道府県内で旅行をする
- 10 ☐ 都道府県を超えて旅行をする
- 11 ☐ 外出する時は必ずマスクを着用する
- 12 ☐ アルコール除菌、手洗、うがい徹底する
- 13 ☐ 感染症対策としてワクチンを接種する
- 14 ☐ 旅行や帰省の前にPCR検査を受ける
- 15 ☐ その他

Q31

あなたの世帯の年収をお答えください。

- 1 ☐ 300万円未満
- 2 ☐ 300～400万円未満
- 3 ☐ 400～500万円未満
- 4 ☐ 500～600万円未満
- 5 ☐ 600～700万円未満
- 6 ☐ 700～800万円未満
- 7 ☐ 800～1,000万円未満
- 8 ☐ 1,000～1,500万円未満
- 9 ☐ 1,500～2,000万円未満
- 10 ☐ 2,000万円以上
- 11 ☐ 収入なし

「公庫レポート」既刊目録

[数字は号数、()は発行年月]

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

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

○ 県内駐車場業の現状と課題	46	(H 7. 9)
○ データ解説	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)
○ 薬草加工販売業の現状と課題	49	(H 8. 1)
○ 新規開業の実態	50	(H 8. 1)
○ 持家取得実態調査	51	(H 8. 3)
○ 「わしたショップ」一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～	
○ 「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 ～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～	179 (R 4. 6)

公庫レポート

令和4年6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	光文堂コミュニケーションズ株式会社

本レポートは再生紙を使用しています。



沖縄振興開発金融公庫

THE OKINAWA DEVELOPMENT FINANCE CORPORATION