

「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調査部は、(株)日本政策投資銀行(以下、「DBJ」と(公財)日本交通公社(以下、「JTBF」)が2020年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調査を取り纏めましたのでリリースします。

今後、「公庫レポート」を発売し関係機関への配布を予定しております。

## 調査結果のポイント

## I. 海外旅行への意向・自国で実施した活動 (図表1～4)

新型コロナ収束後の海外観光旅行への意向は、アジア・欧米豪ともに行きたい意向が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。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85%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%)。

## II. 訪日旅行・沖縄旅行の意向 (図表5～8)

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。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。

## III. 日本の観光地及び沖縄、宮古／石垣の認知度と訪問意向 (図表9～18)

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。

#### IV. 沖縄訪問希望者の意向 (図表 19~26)

「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(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。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(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。

#### V. まとめ (図表 27)

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. 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

〔調査内容についての問い合わせ先〕



沖縄振興開発金融公庫

調査部 地域連携情報室（担当：伊東）

沖縄県那覇市おもろまち 1-2-26

電話：098-941-1853 FAX：098-941-1920

本件に該当するSDGs



## 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

### 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

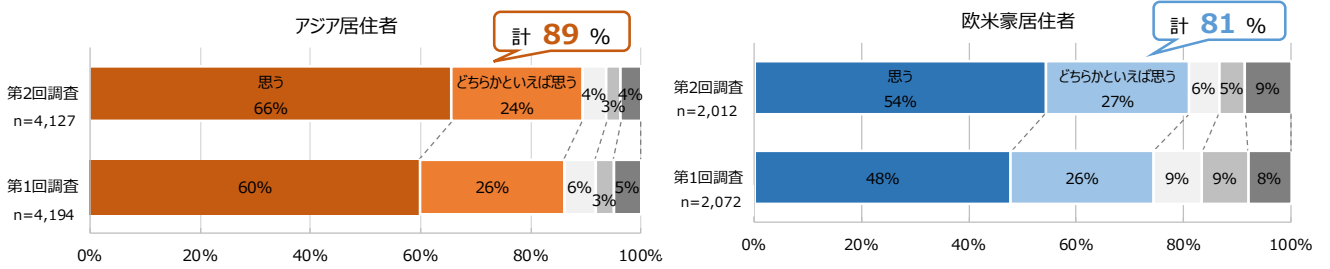
沖縄訪問希望者

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

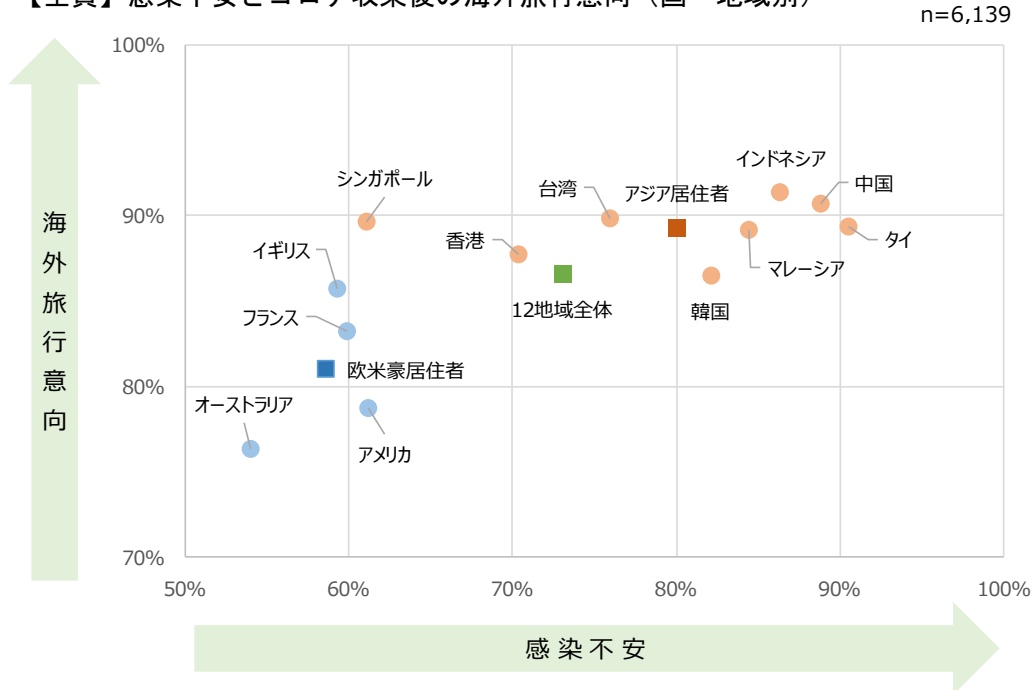
### 本調査の設問の地域区分

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、二セコ、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
東海	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、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

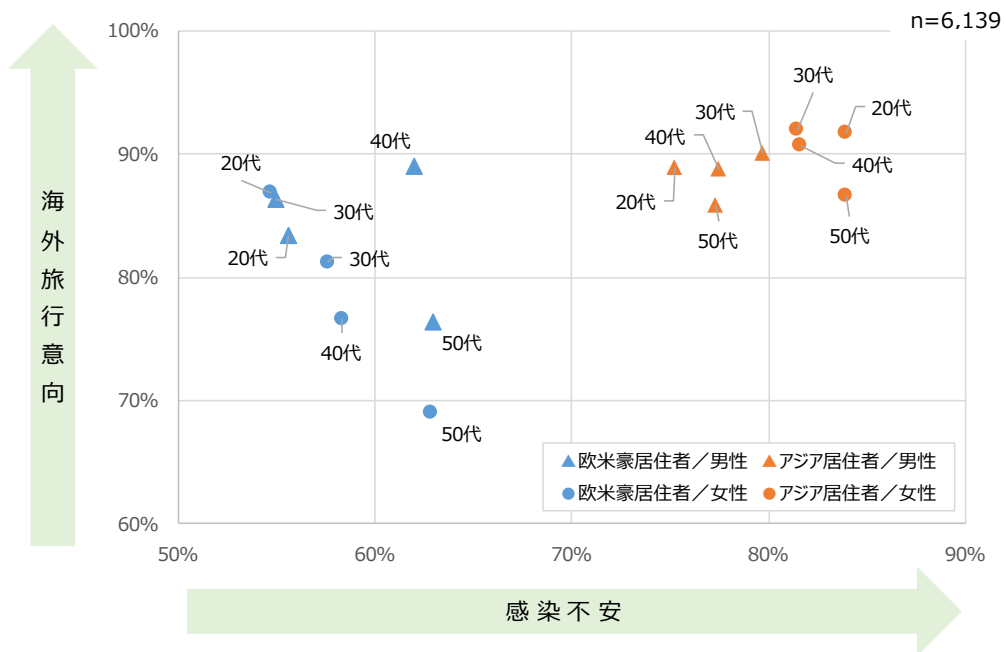
図表1 【全員】新型コロナ流行収束後における海外観光旅行の意向



図表2 【全員】感染不安とコロナ収束後の海外旅行意向（国・地域別）



図表3 【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）

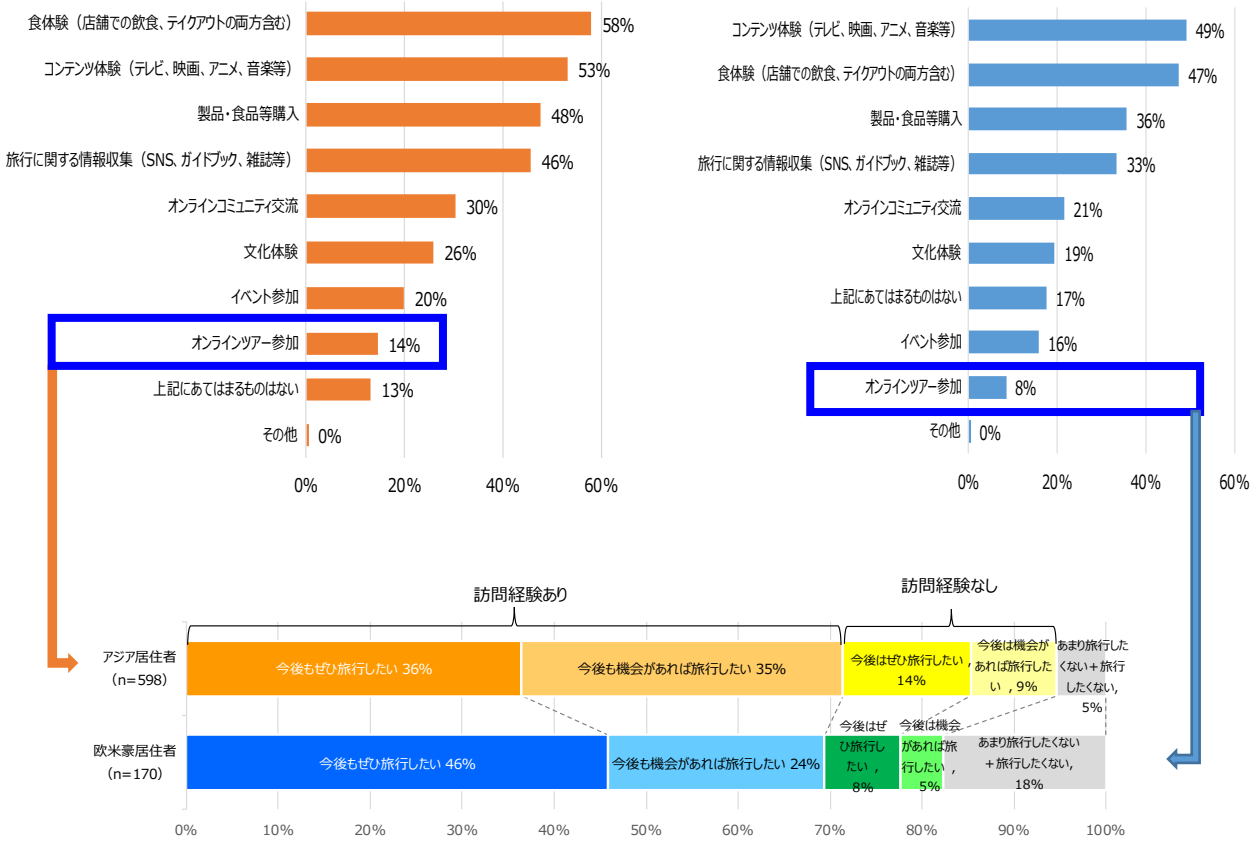


※図表2,3：感染不安は「不安がある」「やや不安がある」の合計、海外旅行意向は新型コロナ収束後に海外旅行したいと「思う」「どちらかといえば思う」の合計。

図表4 【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

アジア居住者 (n=4,127)

欧米豪居住者 (n=2,012)



オンラインツアーで訪問した地域への訪問経験

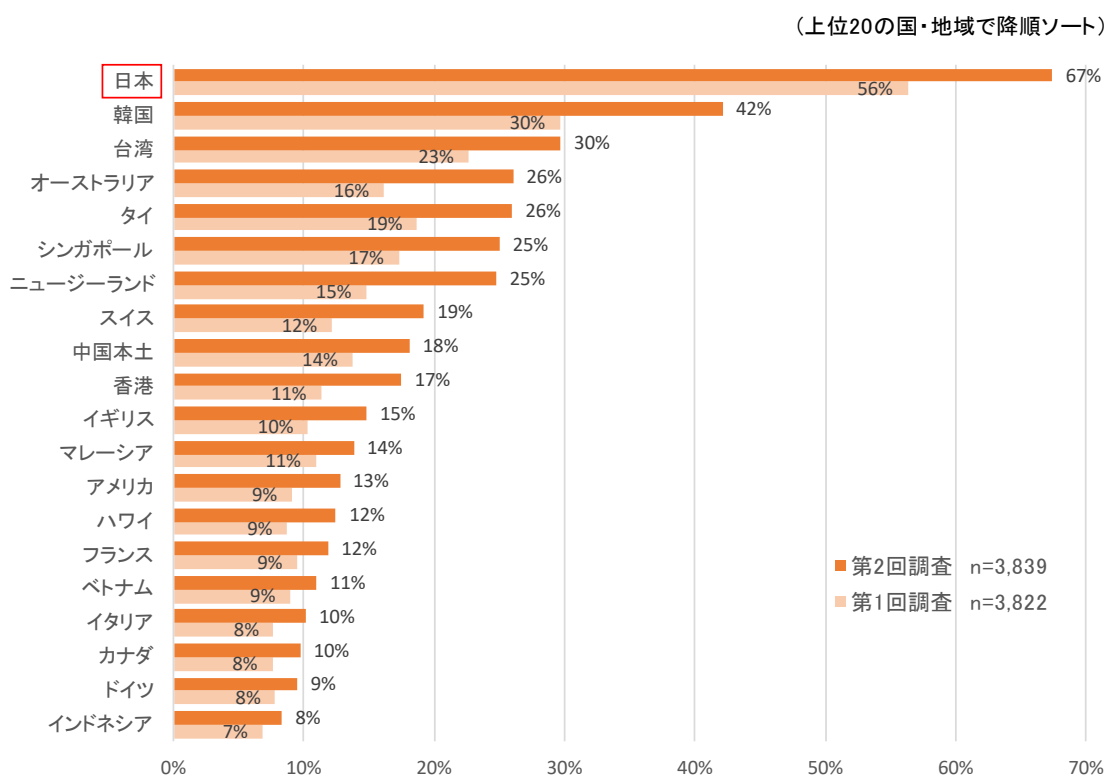
	訪問経験 (%)	
	あり	なし
アジア居住者 (n=598)	75	25
欧米豪居住者 (n=170)	84	16

オンラインツアーで訪問した地域への訪問意向

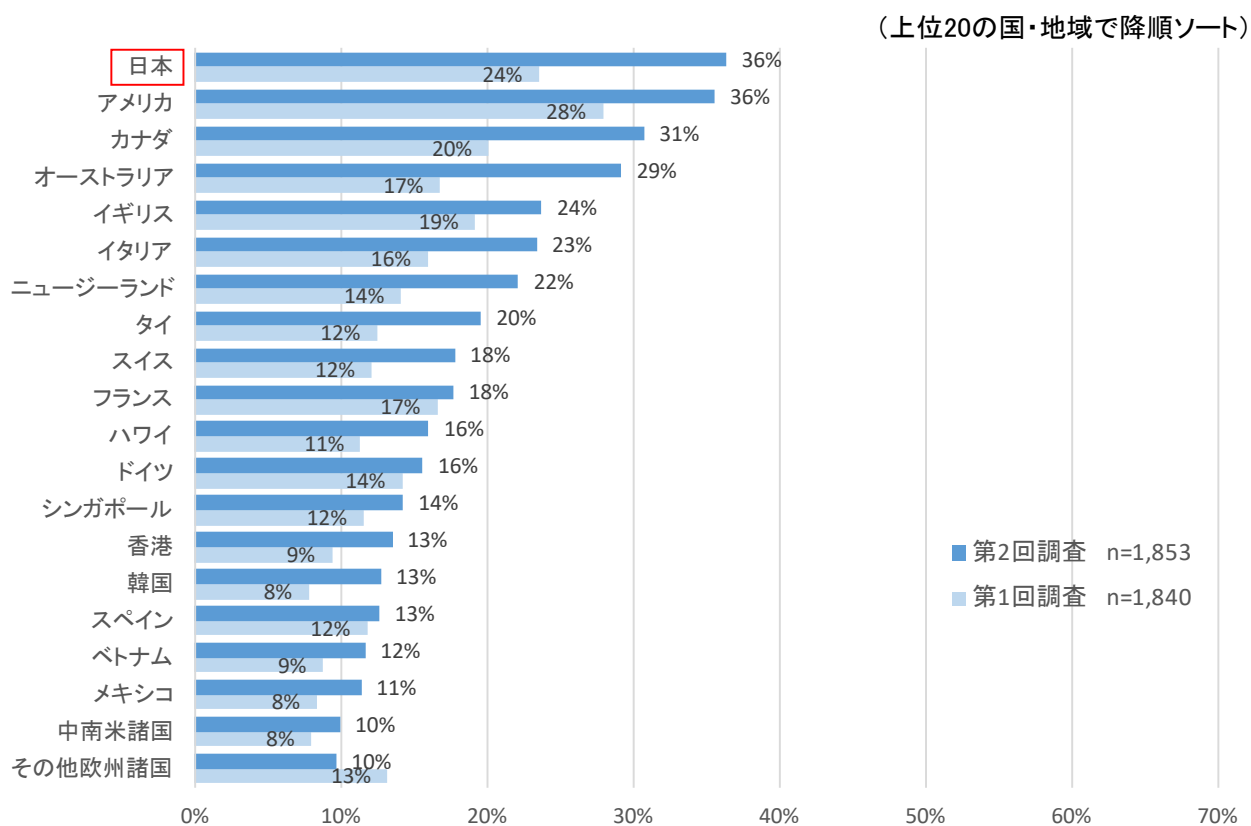
	訪問意向 (%)	
	あり	なし
アジア居住者 (n=598)	95	5
欧米豪居住者 (n=170)	82	18

※訪問意向は、「今後もぜひ旅行したい」「今後機会があれば旅行したい」の合計

図表5 【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）

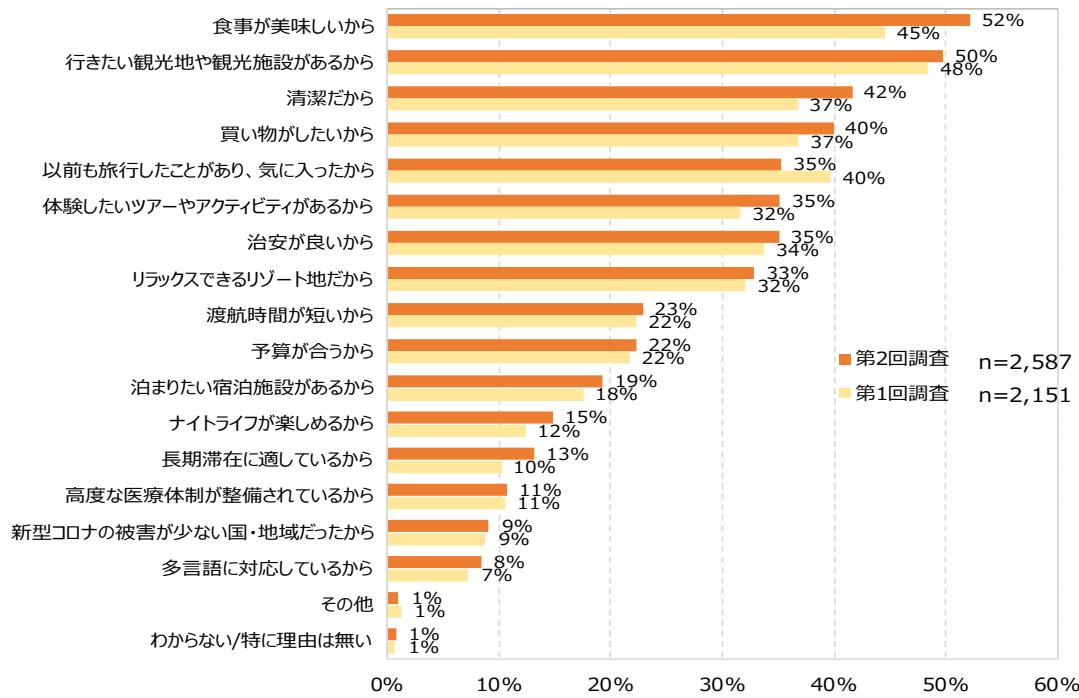


図表6 【海外旅行希望者】新型コロナの流行収束後に、観光旅行したい国・地域（欧米豪居住者）

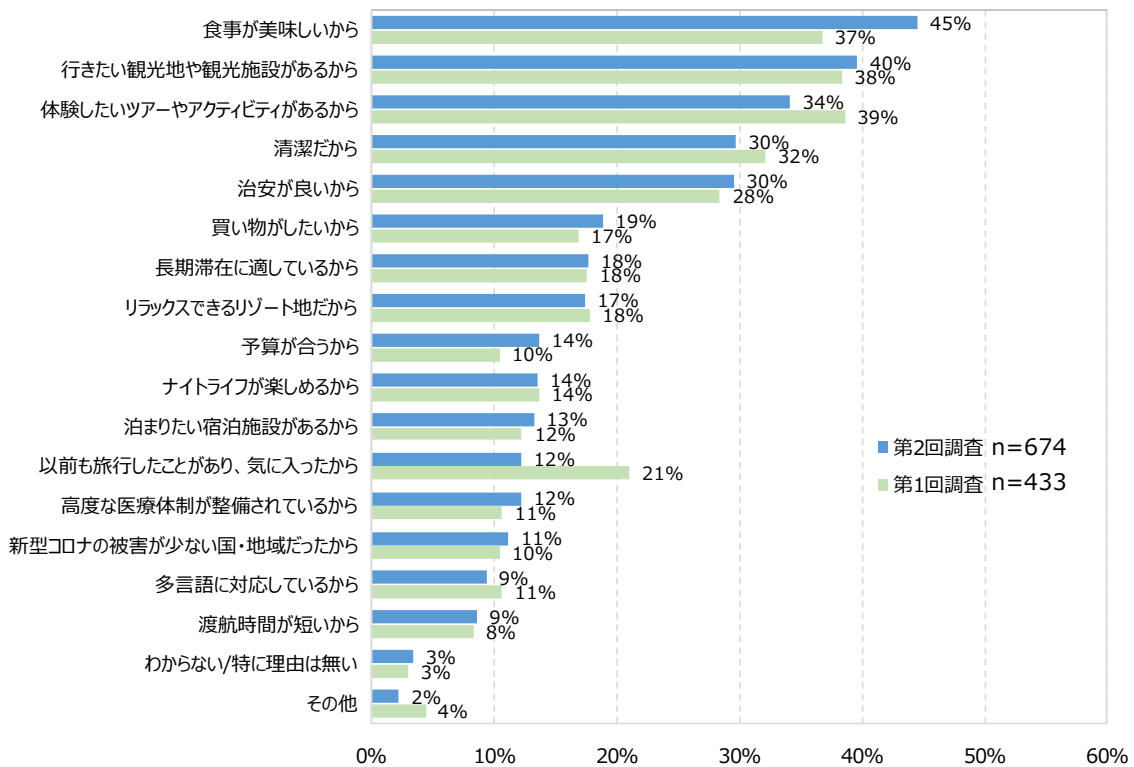


※図表5.6:「観光旅行したい国・地域」の選択肢からは回答者の国・地域及び近隣の国・地域（中国ー香港ーマカオ、マレーシアーシンガポール、タイーマレーシア、アメリカーカナダ・メキシコ・ハワイ・グアム、オーストラリアーニュージーランド、イギリス・フランスー欧州各国）を除いている。

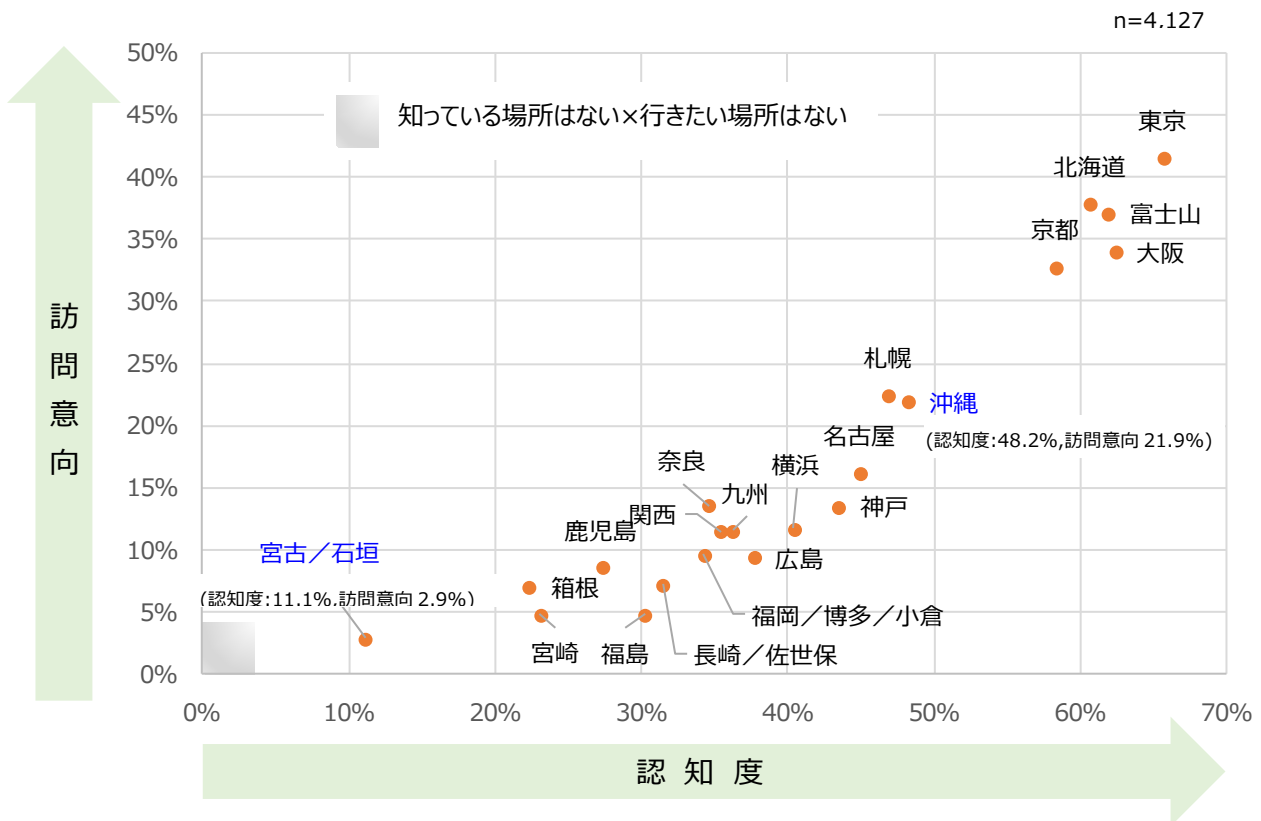
図表 7【訪日旅行希望者】新型コロナの流行収束後に観光のために日本を訪問したい理由（アジア居住者）



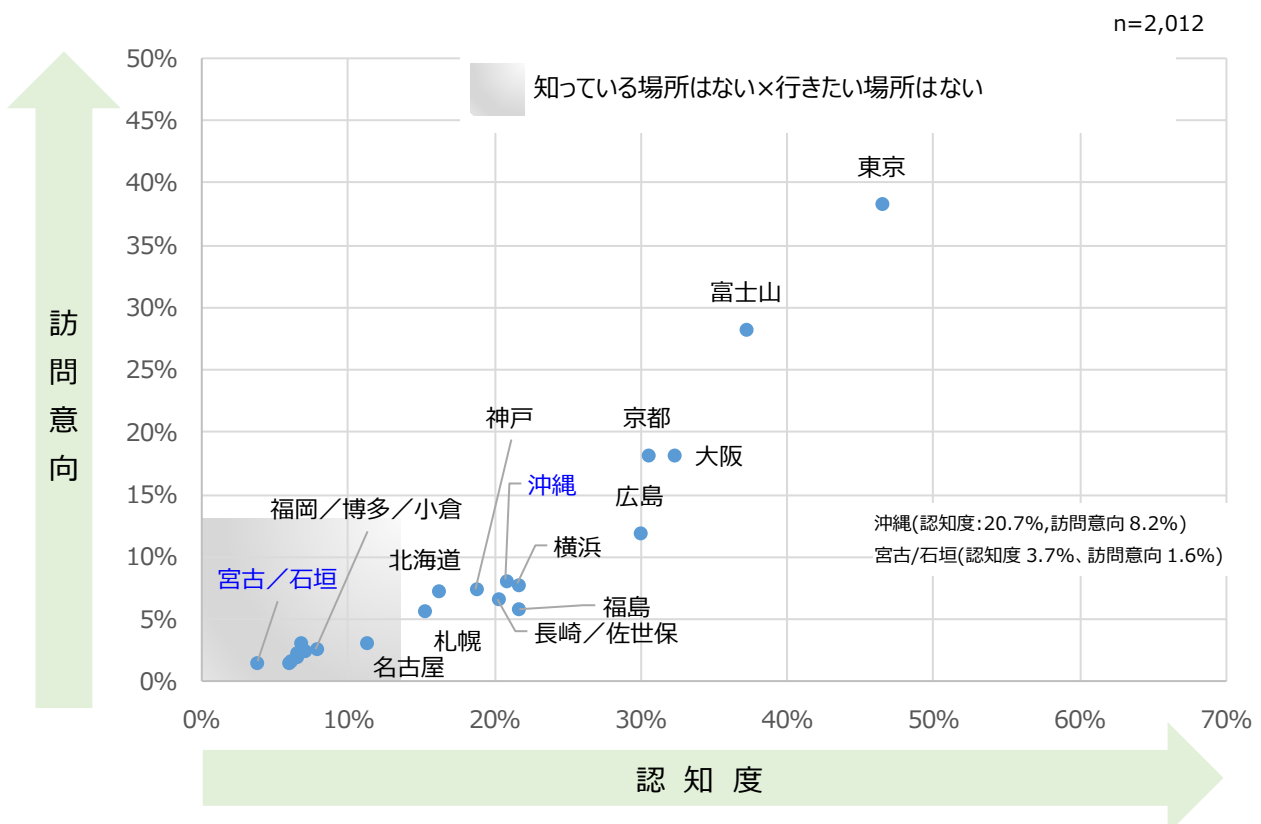
図表 8【訪日旅行希望者】新型コロナの流行収束後に観光のために日本を訪問したい理由（欧米豪居住者）



図表 9 【全員】日本の観光地の認知度×訪問意向（アジア居住者）



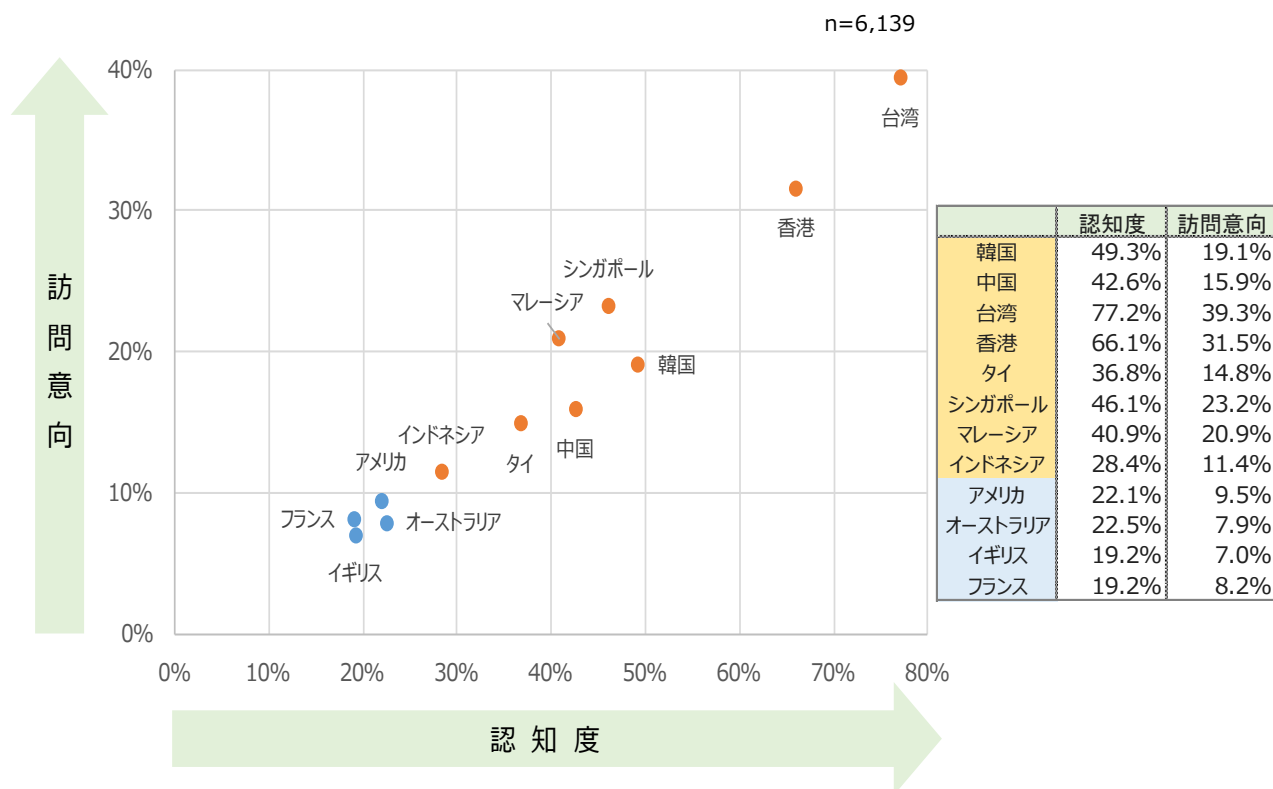
図表 10 【全員】日本の観光地の認知度×訪問意向（欧米豪居住者）



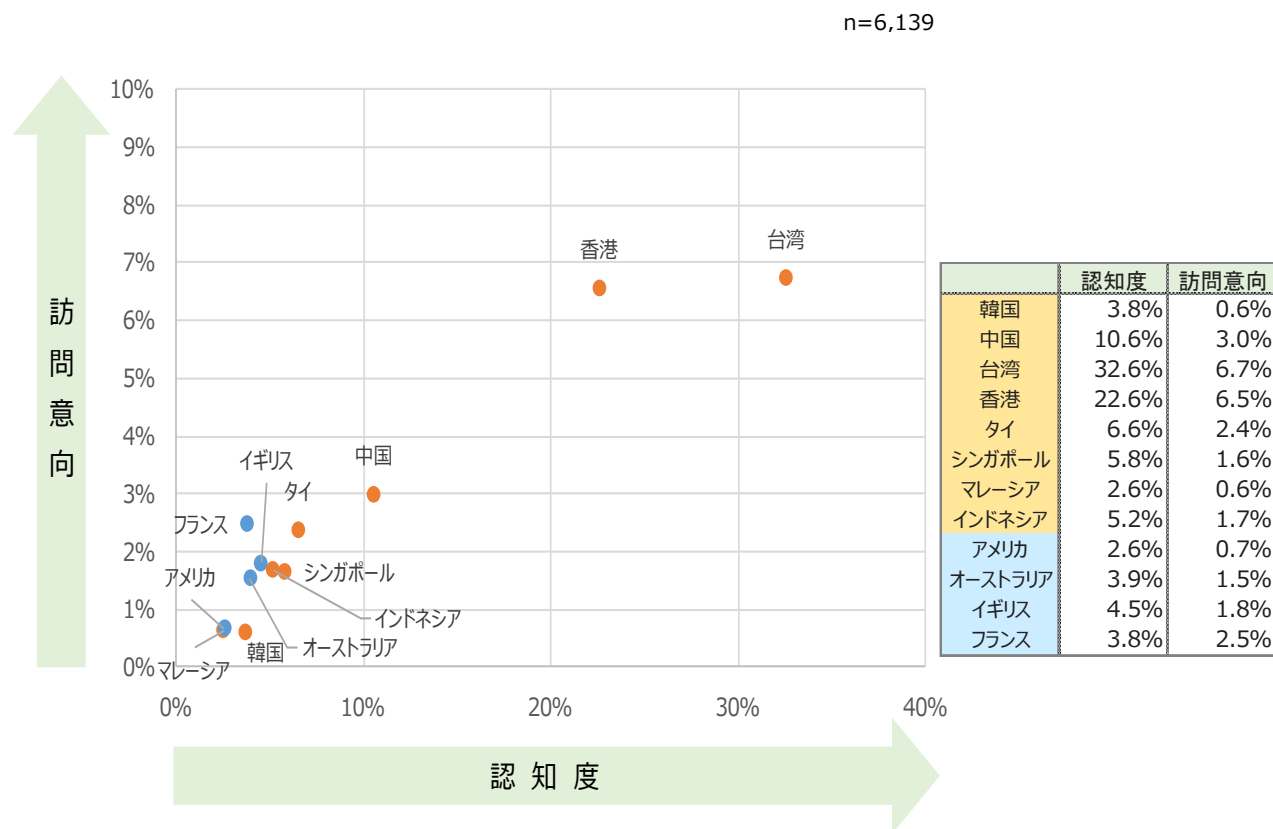
※図表 9, 10 : 認知度は、〇〇（地名）を知っていると回答した数/全回答者、  
 訪問意向は、〇〇（地名）に行きたいと回答した数/〇〇（地名）を知っていると回答した対象者  
 以下、図表 11～18 まで同じ。  
 図表 9, 10 にはアジア、欧米豪の認知度各上位 20 先と宮古/石垣を掲載。



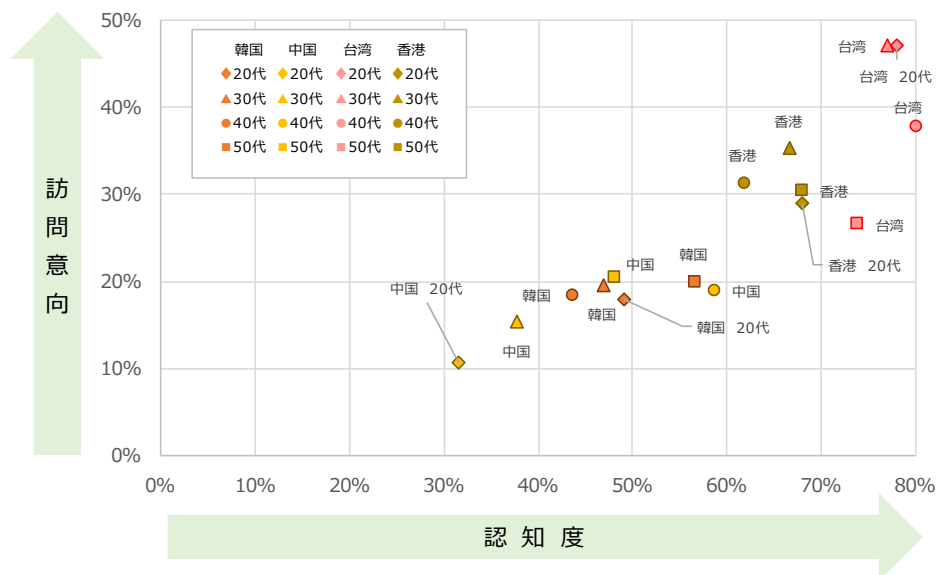
図表 11 【全員】沖縄の認知度×訪問意向（国別）



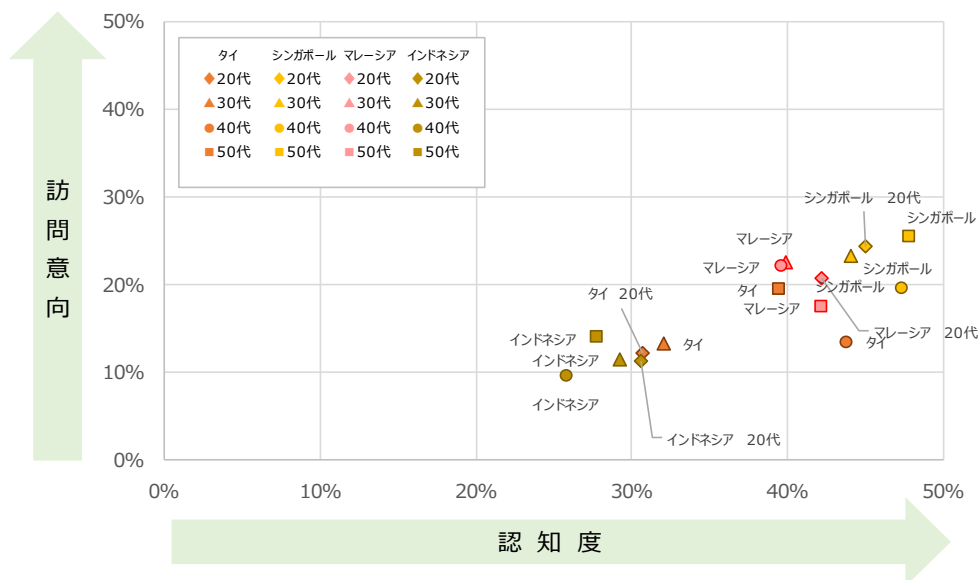
図表 12 【全員】宮古／石垣の認知度×訪問意向（国別）



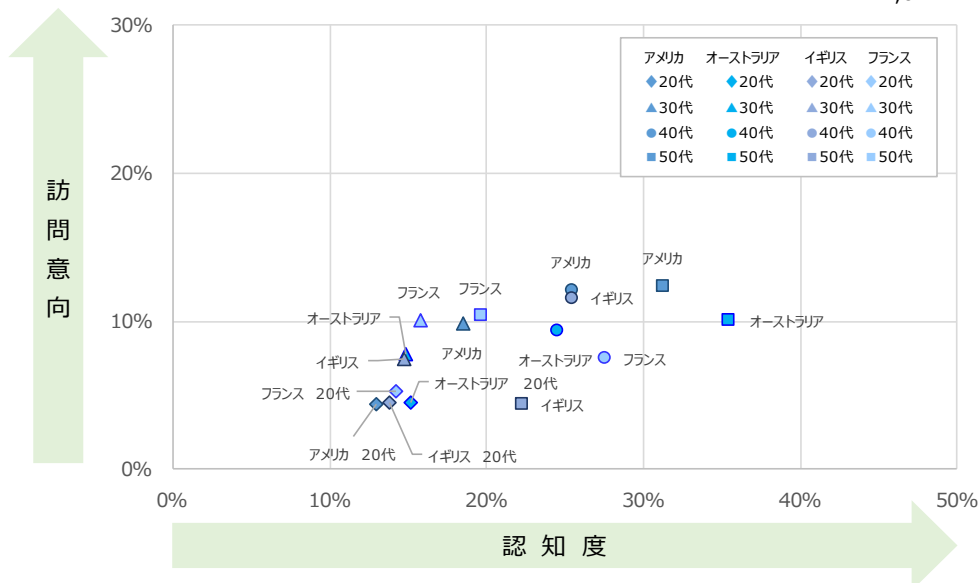
図表 13 【全員】沖縄の認知度×訪問意向（東アジア・国・年代別） n=2,067



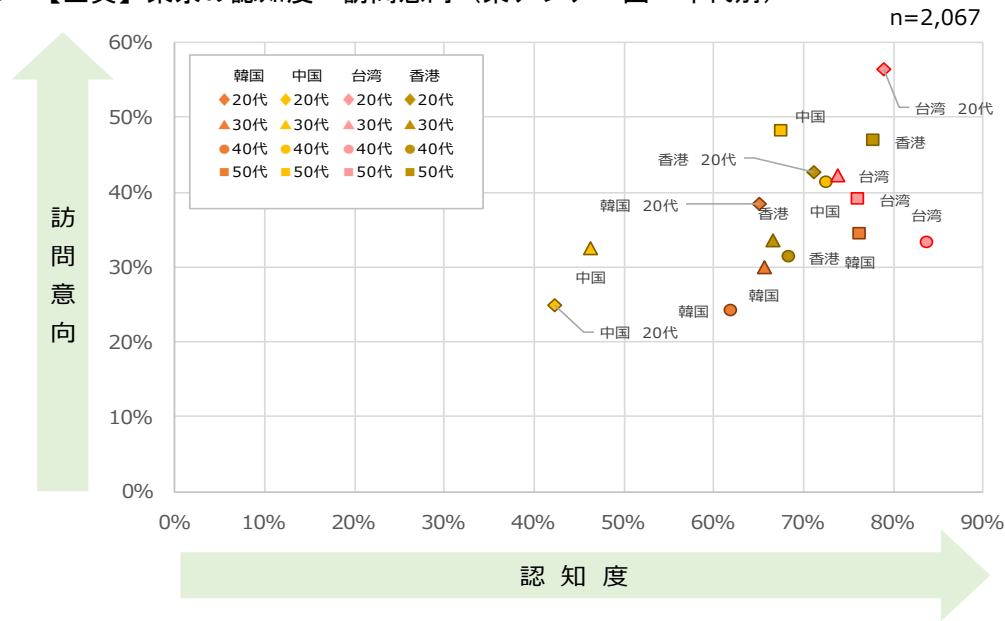
図表 14 【全員】沖縄の認知度×訪問意向（東南アジア・国・年代別） n=2,060



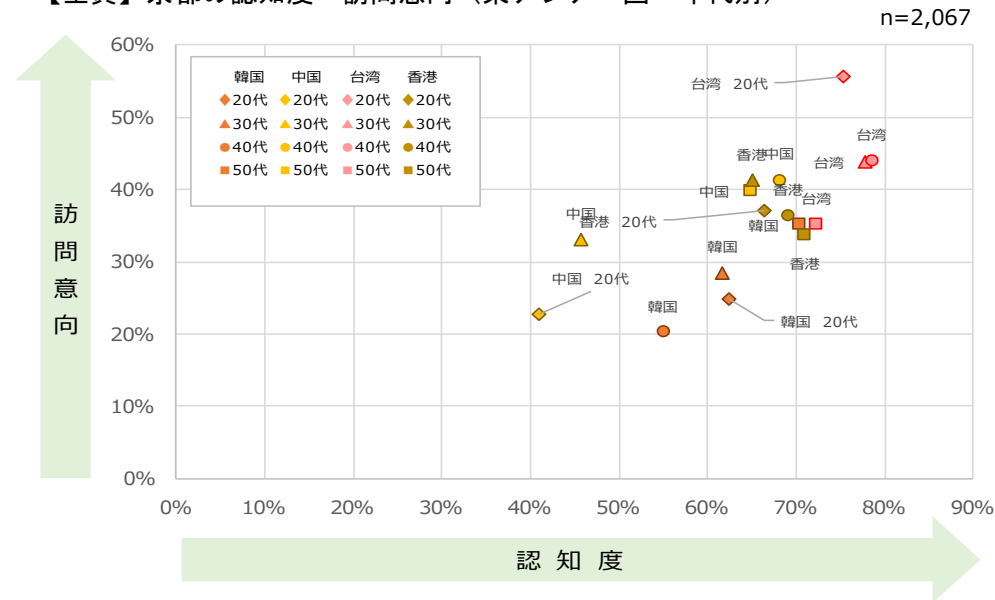
図表 15 【全員】沖縄の認知度×訪問意向（欧米豪・国・年代別） n=2,012



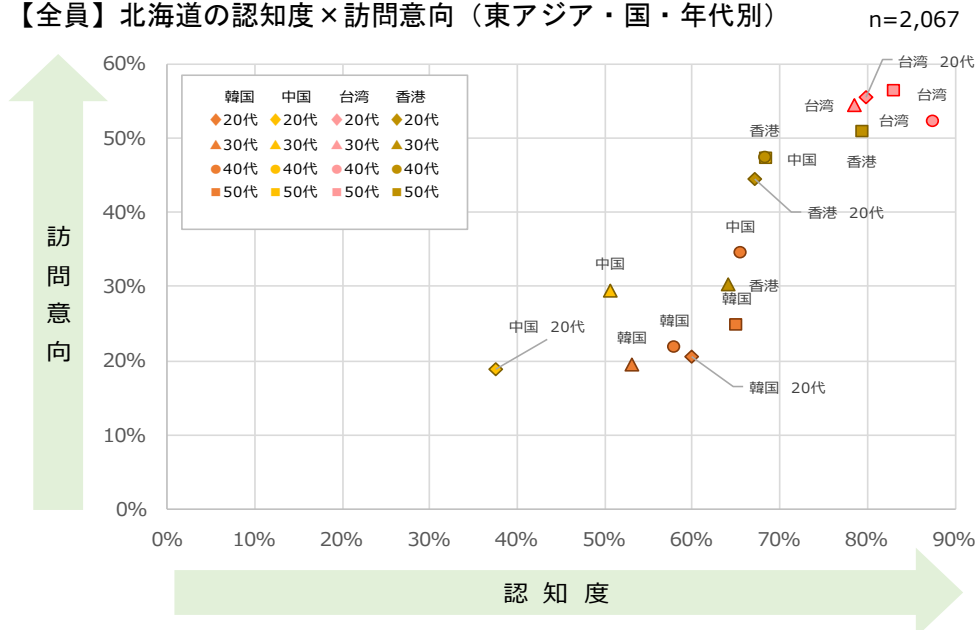
図表 16 【全員】東京の認知度×訪問意向（東アジア・国・年代別）



図表 17 【全員】京都の認知度×訪問意向（東アジア・国・年代別）



図表 18 【全員】北海道の認知度×訪問意向（東アジア・国・年代別）



図表 19 【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
<b>「見る」項目</b>													
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%
<b>「楽しむ/体験する」項目</b>													
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%
マリナ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%
<b>「食べる」項目</b>													
伝統的日本人料理	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%
<b>「買う」項目</b>													
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%

※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。

図表 20 【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
<b>「見る」項目</b>													
自然や風景の見物	47%	42%	45%	40%	23%	37%	<b>49%</b>	<b>48%</b>	39%	33%	40%	29%	<b>48%</b>
雪景色観賞	26%	25%	<b>35%</b>	23%	23%	<b>32%</b>	<b>29%</b>	20%	18%	25%	23%	26%	<b>22%</b>
桜の観賞	<b>42%</b>	<b>38%</b>	<b>36%</b>	28%	36%	25%	34%	32%	26%	30%	28%	28%	<b>32%</b>
紅葉の観賞	31%	<b>35%</b>	<b>34%</b>	28%	28%	<b>37%</b>	28%	30%	25%	27%	25%	33%	<b>32%</b>
有名な史跡や歴史的な建築物の見物（説明の充実度含む）	<b>56%</b>	41%	<b>45%</b>	37%	23%	30%	39%	41%	34%	<b>44%</b>	38%	26%	<b>42%</b>
日本庭園の見物（説明の充実度含む）	<b>48%</b>	40%	<b>44%</b>	34%	31%	37%	38%	40%	33%	38%	31%	31%	<b>42%</b>
近代的／先進的な建築物の見物（説明の充実度含む）	<b>51%</b>	<b>37%</b>	24%	26%	23%	29%	17%	19%	24%	<b>32%</b>	21%	28%	<b>19%</b>
ドラマや映画のロケ地・アニメの舞台の見物	28%	<b>31%</b>	20%	25%	<b>33%</b>	<b>30%</b>	16%	18%	16%	27%	20%	29%	<b>20%</b>
伝統工芸品の工房見学・体験	30%	32%	<b>33%</b>	29%	<b>33%</b>	23%	26%	24%	27%	<b>34%</b>	21%	28%	<b>27%</b>
世界遺産の見物（説明の充実度含む）	<b>49%</b>	<b>43%</b>	<b>43%</b>	34%	33%	32%	36%	39%	34%	39%	37%	33%	<b>36%</b>
イベント・祭りの見物	<b>41%</b>	<b>30%</b>	28%	25%	28%	<b>29%</b>	22%	21%	23%	29%	22%	22%	<b>25%</b>
スポーツ観戦	<b>27%</b>	<b>29%</b>	17%	14%	<b>26%</b>	19%	10%	13%	14%	23%	10%	12%	<b>14%</b>
<b>「楽しむ/体験する」項目</b>													
美術館や博物館の鑑賞（説明の充実度含む）	<b>37%</b>	31%	27%	27%	<b>33%</b>	24%	20%	22%	24%	<b>39%</b>	21%	28%	<b>27%</b>
遊園地やテーマパーク	<b>33%</b>	<b>26%</b>	18%	16%	21%	<b>27%</b>	15%	15%	19%	19%	14%	16%	<b>18%</b>
繁華街の街歩き	<b>58%</b>	<b>35%</b>	34%	27%	23%	25%	28%	29%	26%	27%	22%	29%	<b>36%</b>
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%	<b>22%</b>	19%	<b>22%</b>	21%	20%	13%	13%	18%	17%	17%	<b>22%</b>	<b>20%</b>
マリニアクティビティを楽しむこと	18%	<b>23%</b>	20%	19%	<b>23%</b>	21%	13%	14%	15%	<b>22%</b>	20%	10%	<b>16%</b>
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%	<b>31%</b>	16%	19%	18%	<b>29%</b>	18%	17%	<b>26%</b>
伝統芸能鑑賞（歌舞伎や能）	<b>29%</b>	<b>32%</b>	<b>29%</b>	25%	15%	26%	24%	21%	19%	23%	20%	24%	<b>19%</b>
ナイトライフ（バーやクラブ、芸者遊び等）体験	<b>38%</b>	<b>30%</b>	21%	24%	23%	<b>27%</b>	15%	17%	19%	21%	19%	24%	<b>17%</b>
温泉への入浴	25%	23%	27%	21%	<b>31%</b>	<b>28%</b>	25%	24%	24%	25%	20%	24%	<b>29%</b>
フルーツ狩り	15%	24%	17%	17%	<b>26%</b>	<b>25%</b>	16%	16%	17%	<b>26%</b>	18%	17%	<b>18%</b>
日本文化の体験（茶道、華道、着物試着など）	<b>40%</b>	33%	<b>36%</b>	31%	28%	33%	35%	30%	26%	29%	30%	26%	<b>39%</b>
伝統工芸品の制作や購入	29%	<b>30%</b>	<b>31%</b>	<b>31%</b>	21%	19%	24%	28%	18%	25%	25%	29%	<b>28%</b>
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	<b>42%</b>	36%	35%	33%	26%	36%	<b>37%</b>	34%	34%	35%	32%	24%	<b>44%</b>
<b>「食べる」項目</b>													
伝統的・日本料理	<b>58%</b>	41%	44%	39%	26%	29%	<b>44%</b>	40%	34%	31%	36%	40%	<b>48%</b>
現地の人が普段利用しているカジュアルな食事	<b>45%</b>	<b>38%</b>	<b>39%</b>	25%	18%	25%	31%	29%	25%	36%	30%	17%	<b>38%</b>
日本の酒（日本酒・焼酎）	<b>32%</b>	<b>31%</b>	<b>30%</b>	26%	18%	29%	24%	21%	20%	22%	18%	19%	<b>22%</b>
スイーツ	<b>34%</b>	<b>30%</b>	<b>26%</b>	23%	18%	24%	20%	23%	19%	23%	20%	21%	<b>24%</b>
<b>「買う」項目</b>													
ブランド品や宝飾品のショッピング	<b>28%</b>	<b>26%</b>	18%	20%	18%	20%	14%	15%	17%	<b>30%</b>	19%	22%	<b>13%</b>
洋服やファッション雑貨のショッピング	<b>37%</b>	<b>26%</b>	18%	20%	<b>33%</b>	25%	14%	20%	21%	21%	24%	24%	<b>16%</b>
電化製品のショッピング	<b>28%</b>	<b>24%</b>	14%	16%	23%	<b>25%</b>	9%	15%	21%	20%	15%	22%	<b>13%</b>
化粧品や医薬品の購入	22%	<b>27%</b>	15%	21%	21%	<b>32%</b>	13%	15%	17%	24%	21%	<b>26%</b>	<b>16%</b>
食品や飲料のショッピング	<b>39%</b>	<b>31%</b>	26%	26%	26%	27%	21%	27%	27%	<b>33%</b>	28%	22%	<b>30%</b>
その他	2%	3%	1%	3%	3%	1%	3%	3%	4%	1%	5%	2%	<b>1%</b>

※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。

図表 21 【沖縄訪問希望者】沖縄で体験したいこと(東アジアの国別・訪日経験有無別)

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 マリンア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 マリンア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 マリンア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%

台湾

訪日未経験者 (n=29)		訪日経験者 (n=169)	
1位 マリンア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 マリンア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 マリンア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 マリンア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%

※順位の色は 「見る」項目 「楽しむ/体験する」項目 「食べる」項目 「買う」項目  
 ※「マリンア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」を赤字表示した。

図表 22 【沖縄訪問希望者】沖縄で体験したいこと(東南アジアの国別・訪日経験有無別)

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 雪景色観賞	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 紅葉の観賞	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 桜の観賞	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 紅葉の観賞	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%		

図表 23 【沖縄訪問希望者】沖縄で体験したいこと(欧米豪の国別・訪日経験有無別)

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	桜の観賞 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	伝統的日本料理 43%	2位	伝統的日本料理 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	スキー・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%



図表 24 【訪日希望者】日本国内で使いたい交通機関（国別）

(%)

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・モルルール	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 25 【訪日希望者】日本国内で使いたい交通機関（地域・年代別）

(%)

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・モルルール	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 26 【沖縄訪問希望者】日本国内で使いたい交通機関（国別）

(%)

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・モルルール	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

※図表 24～26：回答はあてはまるもの全て。

なお図表 26 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。

図表 27 今回調査結果から求められる取組の視点

	第 2 回調査結果	求められる取組の視点
1	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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 1】。</li> <li>・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 2,3】</li> <li>・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 4】</li> <li>・訪日意向は、アジア・欧米豪居住者ともに高く【図表 5,6】、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 7,8】</li> <li>・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 9~14】</li> <li>・宮古／石垣の認知度は低い【図表 9,10,12】</li> <li>・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 9,10,12】</li> </ul>	<p><b>ターゲット層への効果的なアプローチ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・訪沖経験者へは、オンラインツアー等「参加型・交流型イベント」による「つながり」を継続</li> <li>・認知度が低い国・地域に対しては、ターゲットとする国や年代等を特定した上で、日本政府観光局(JNTO)や国内地域と連携したプロモーションを実施</li> <li>・若年層に対しては、各国のデジタル世代が利用する SNS、インフルエンサー等の活用による発信</li> </ul>
2	<ul style="list-style-type: none"> <li>・沖縄で体験したいことは、東アジアではマリンア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 19~23】</li> <li>・“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 19~23】</li> </ul>	<p><b>サステナブル・ツーリズム（持続可能な観光）への取組</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・サステナブル・ツーリズムは、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。</li> <li>・沖縄県でも次期振興計画にて「持続可能で責任ある観光の推進」を掲げており、「質」の高い観光への取組が求められる。</li> </ul>
3	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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 24,26】</li> <li>・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 25】</li> </ul>	<p><b>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</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・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や多言語発信、決済システムの一元化</li> <li>・観光地・観光施設側からも車を利用しない観光客向けのアクセス方法を多言語発信</li> </ul>