

ポストコロナ時代における沖縄観光のあり方に関する調査研究

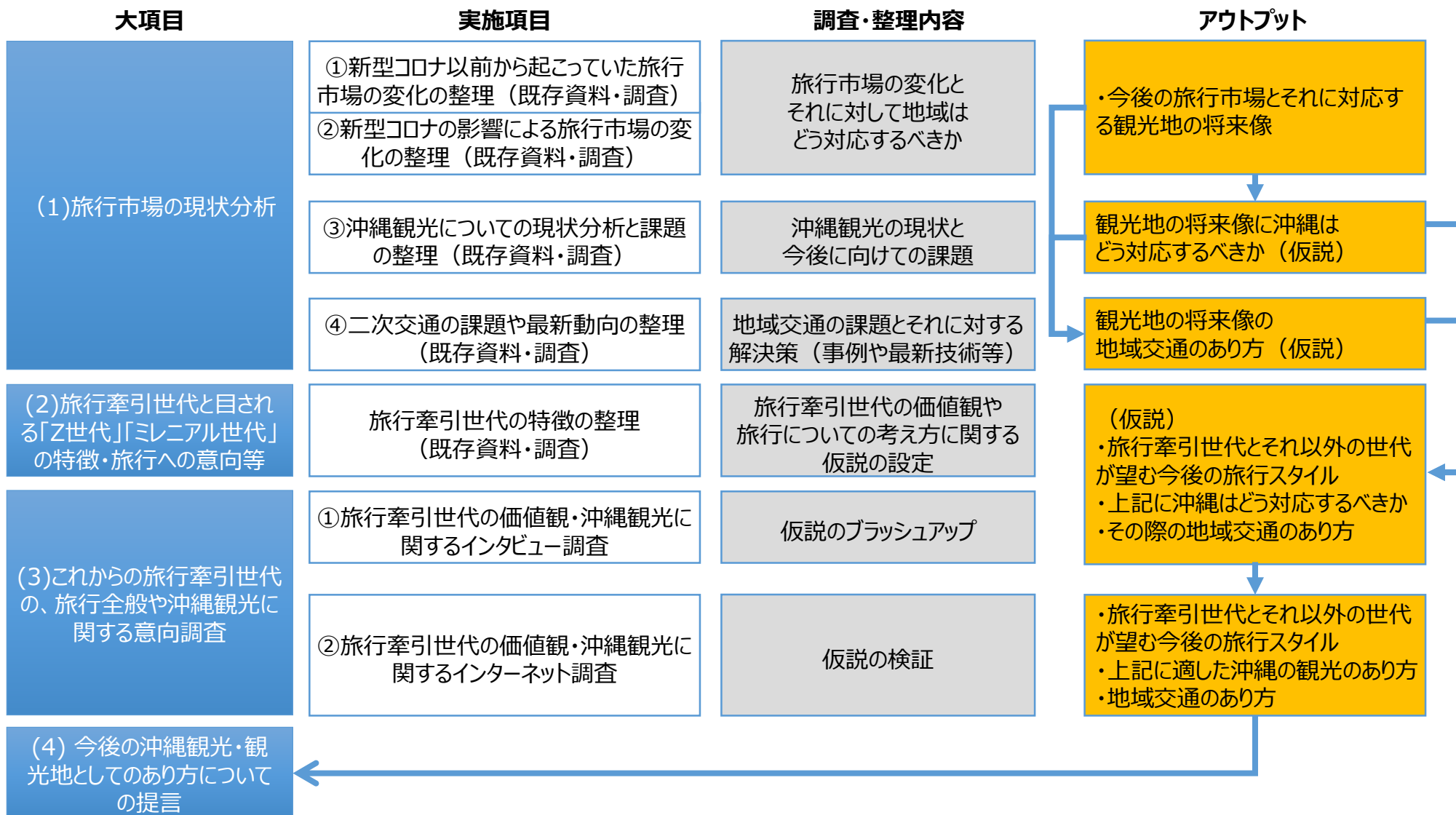
～これからの“旅行牽引世代”の意向を踏まえた観光（観光地）とは～

共同記者発表 付属資料

2022年2月16日

沖縄振興開発金融公庫
公益財団法人日本交通公社

調査の流れ



(1) 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

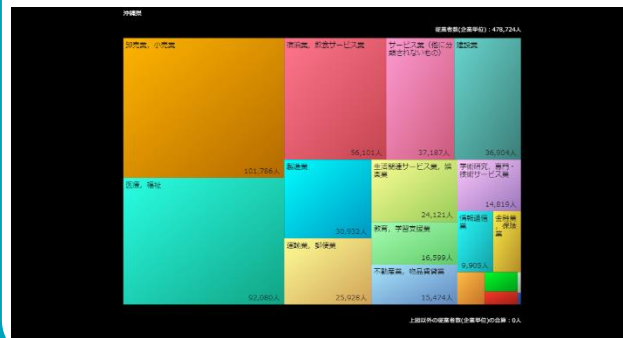
■旅行市場の変化を捉える複眼的な視点の必要性

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。

市場変化の例① 顧客が価格を決める「サービス経済社会」化

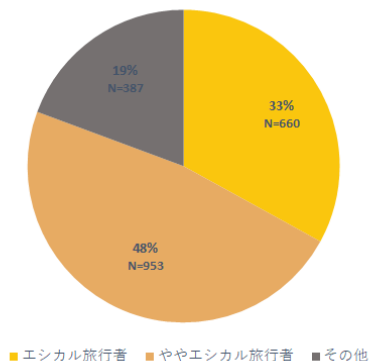
我が国においては、GDPや労働者の大半がサービス業に従事する「サービス経済社会」となっている。このサービス経済社会においては、観光地や産業＝供給側ではなく、顧客となる旅行者＝需要側が求める「経験価値」に応じて、サービスの価格等が決定されることが特徴である。



出典：まち・ひと・しごと創生本部事務局
「RESAS（地域経済分析システム）」

市場変化の例② エシカルな旅行者の出現

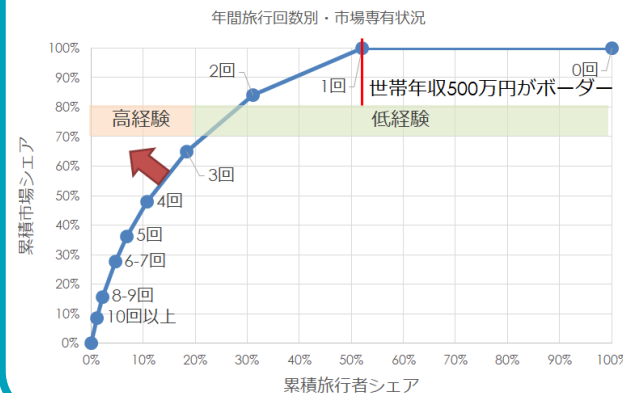
自然環境や水・エネルギーの消費、地域の文化尊重、地域の経済共有、旅行先での情報共有、法律・規則遵守、多様性への理解などの特徴を持つ「エシカル（Ethical）な」旅行者が出現している。



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」

市場変化の例③ 「旅行する人」と「しない人」の格差拡大

主として世帯年収等の要因により、「旅行する人」と「しない人」の格差が広がっている。



出典：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

③沖縄観光についての現状分析と課題の整理 （「旅行牽引世代」の誘客）

（１）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20代は伸び悩んでいる。

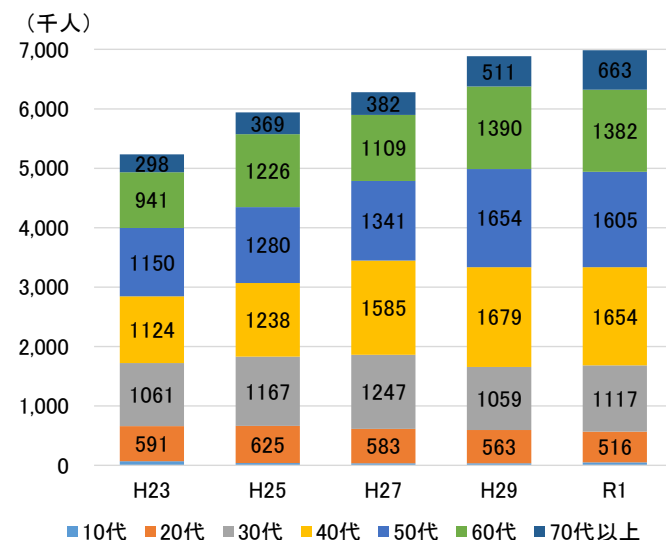
このまま30代以下の旅行者数が増加しなければ市場の高齢化が進み、やがて市場は縮退することが懸念される。

（２）新規旅行者の伸び悩み

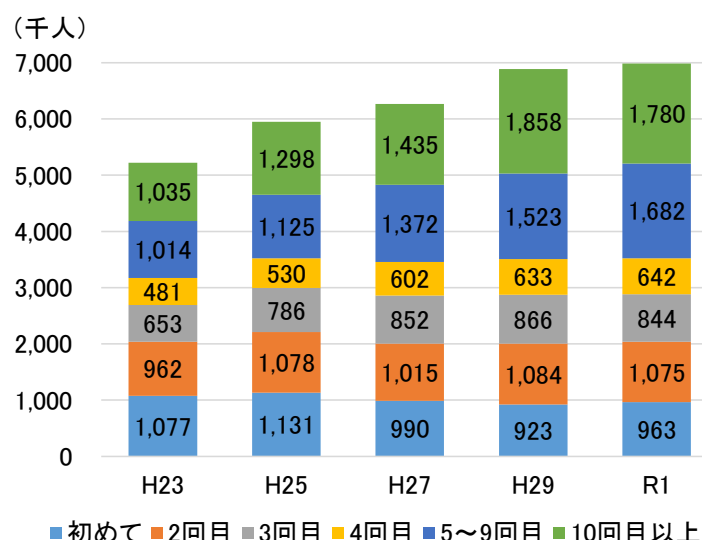
訪沖観光客数のうちリピーター比率は8割超に上る。リピーターは市場を安定させる一方で、新規旅行者が増えなければ市場は縮小する。図表3の訪沖旅行者数の推移を訪沖回数別に見ると、訪沖2回以下の割合は減少傾向にあり、ビギナーが多い20代で見ても同様の傾向にある（図表4）。図表2で示したとおり20代の訪沖旅行者数は横ばいであることから、訪沖2回以下の20代旅行者は年々減少している。

→つまり、20代の国内観光宿泊旅行者数は多いのにも関わらず、沖縄においては20代の旅行者を十分に誘客できていないことが示唆される。

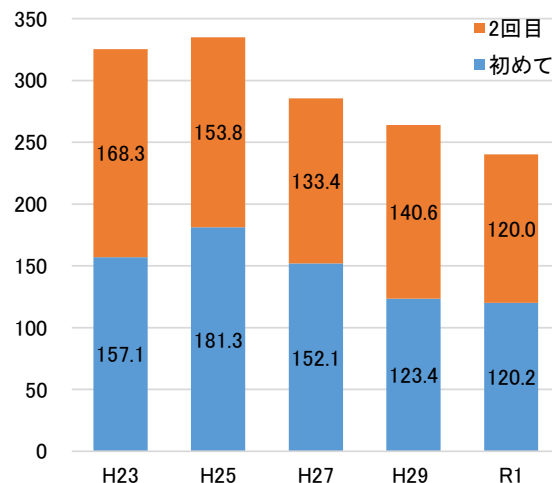
図表2 入域観光客数（県外客数）の推移（年代別）



図表3 訪沖旅行者数推移（過去訪沖回数別）



図表4 20代訪沖旅行者の過去訪沖回数（1-2回目）の推移

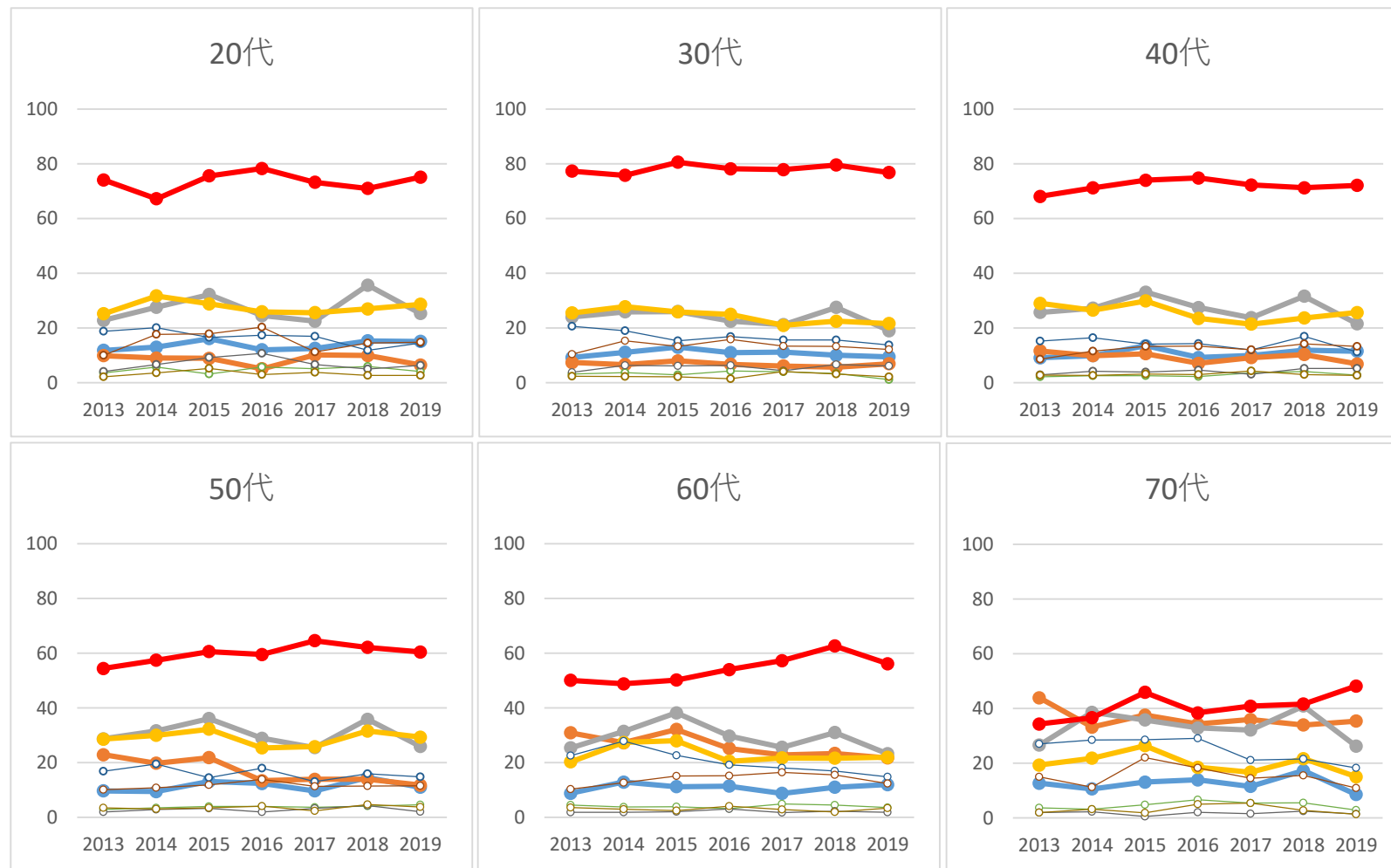


出典：沖縄県「観光統計実態調査」

③ 沖縄観光についての現状分析と課題 (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。

● 路線バス ● 観光バス ● タクシー ● モノレール ● レンタカー ● 自家用車・法人車 ● 航空機（県内） ● 船（県内） ● 自転車 ● その他

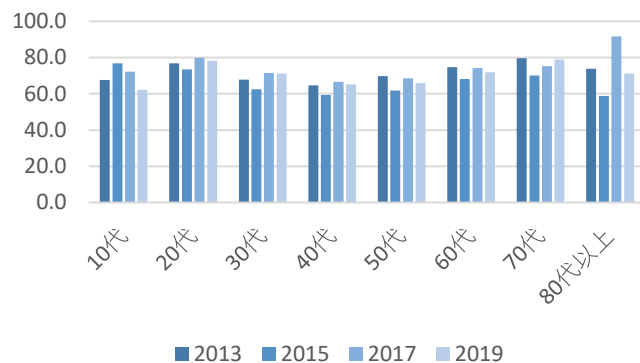


出典：沖縄県「観光統計実態調査」

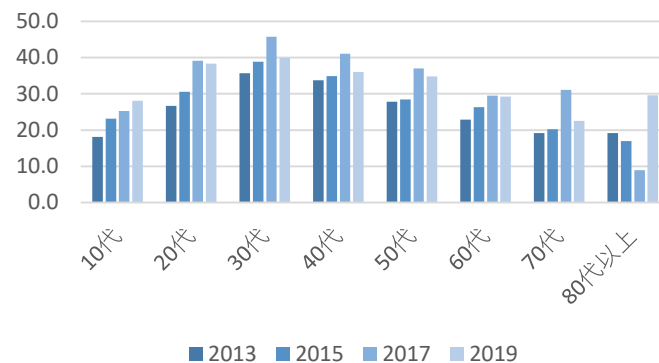
③沖縄観光についての現状分析と課題の整理 (旅行中に行う活動)

- 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。

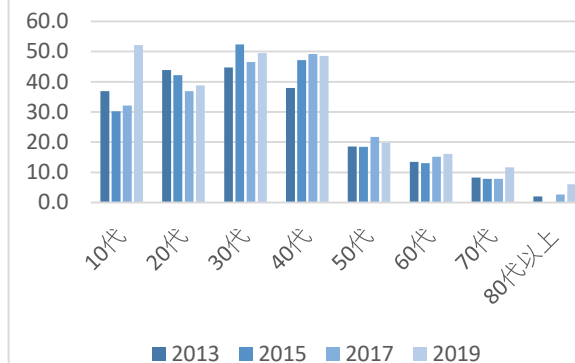
観光地巡り



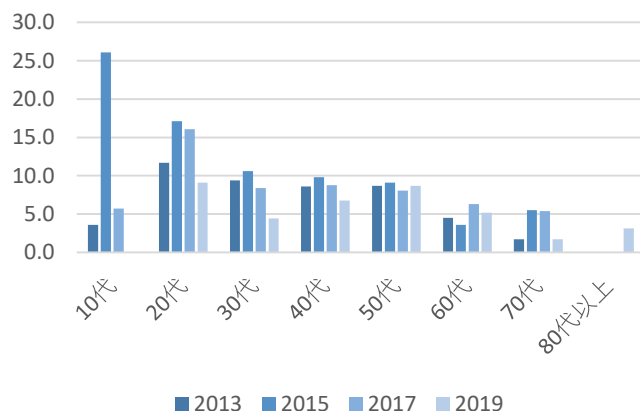
保養・休養



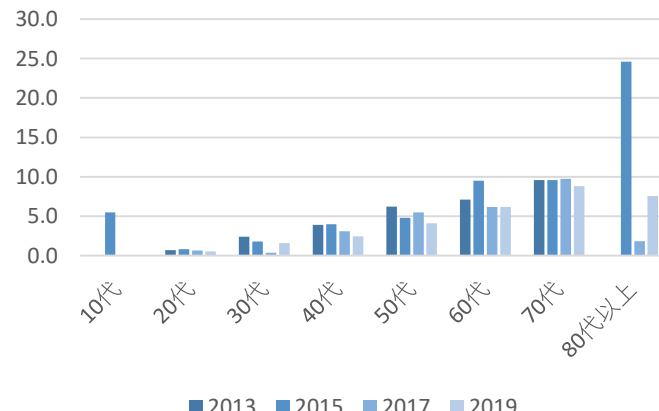
海水浴・マリンレジャー



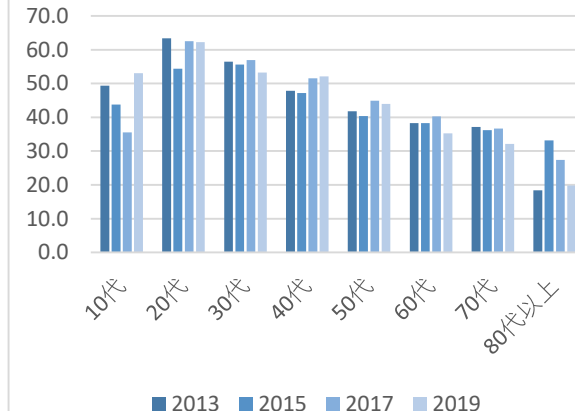
ダイビング



ゴルフ



沖縄料理を楽しむ



出典：沖縄県「観光統計実態調査」

④二次交通の課題や最新動向の整理 (需要側)

(1) 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、よくする趣味として「自動車・ドライブ」と回答する割合は1992年は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(図表5)。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。

(2) 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

→ (仮説) レンタカーを利用できない20代は沖縄に来ていない

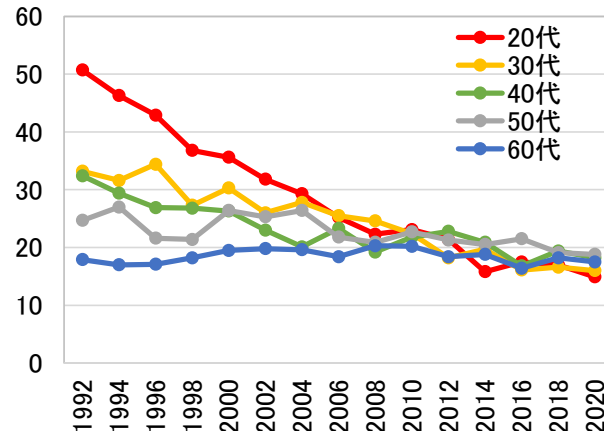
一方で、沖縄旅行で利用する交通手段はレンタカーが最も多く、過去10年は横ばいで推移している。20代を見てもレンタカー利用率は75%前後と高い(図表6、業務、親族訪問等除く)。

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代は沖縄を訪問しないという仮説が考えられる。

(3) 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。

図表5 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

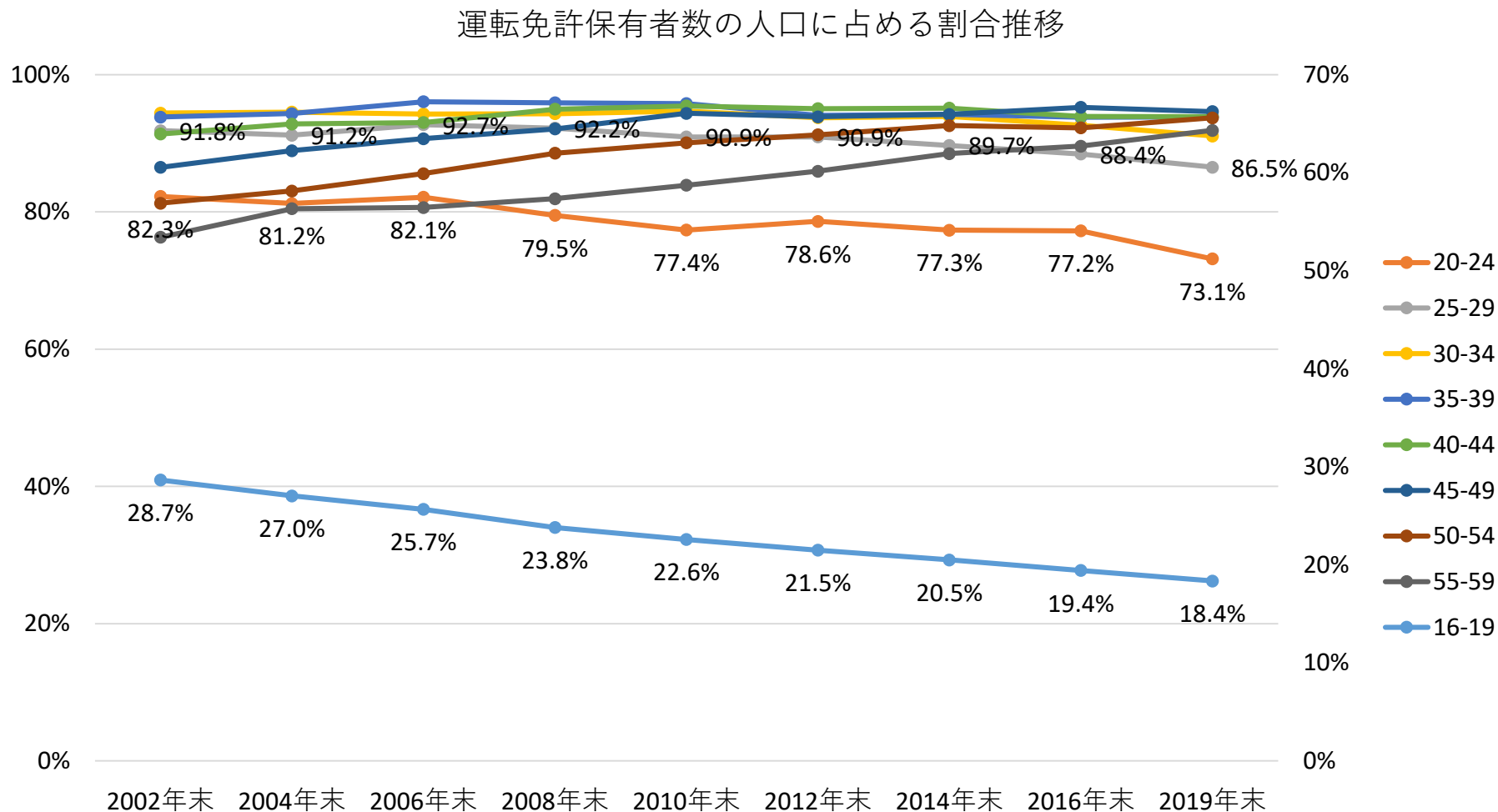
図表6 20代の沖縄旅行で利用した交通手段(複数回答)(会議・研修、仕事、帰省・親族等の訪問を除く)

	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」

④ 二次交通の課題や最新動向の整理 (年代別運転免許保有率の推移)

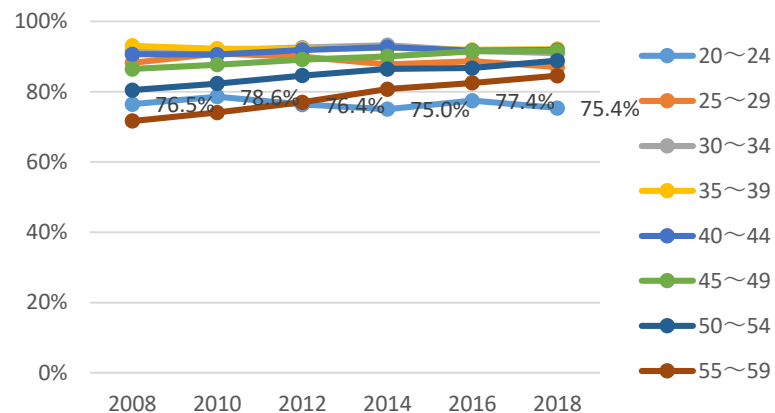
- 29歳以下の運転免許保有率は全国的に減少傾向にはあるが、それでも20代の保有率は7割を超えている



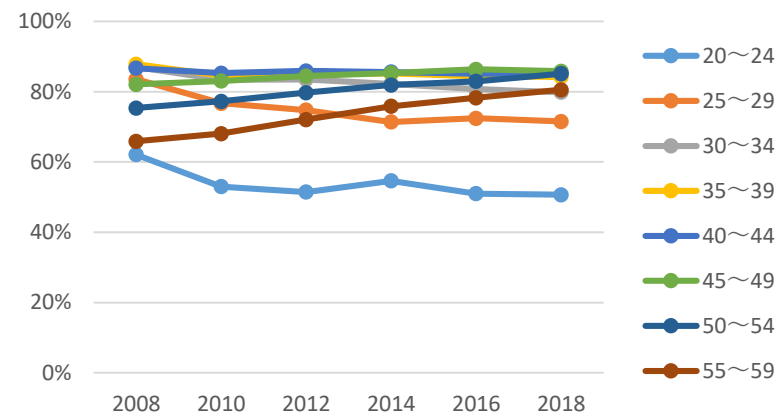
④ 二次交通の課題や最新動向の整理 (都道府県別運転免許保有率の推移)

- 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。
- 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。

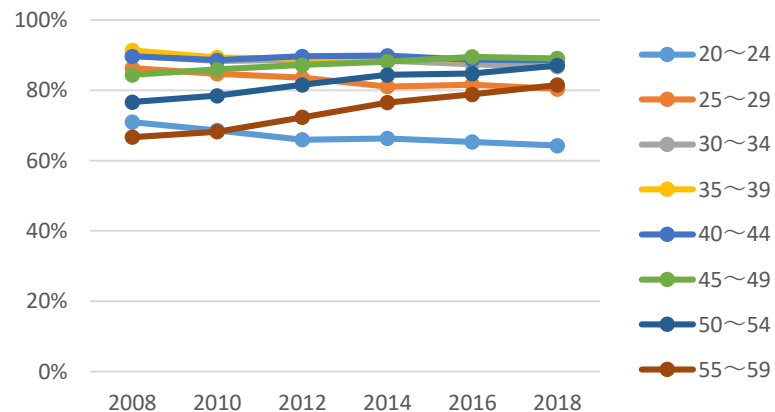
北海道



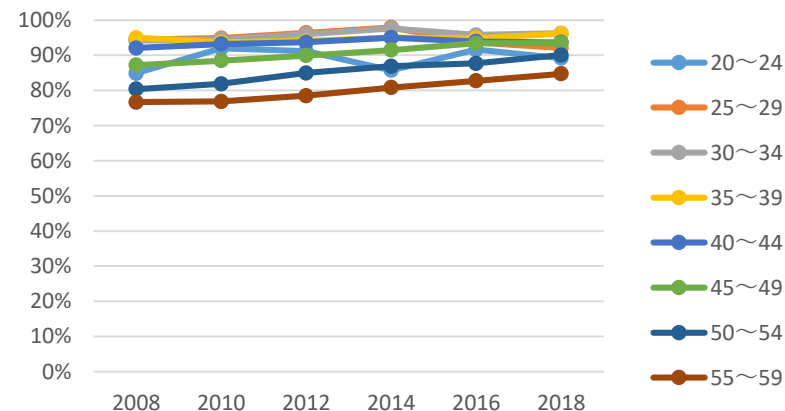
東京



大阪



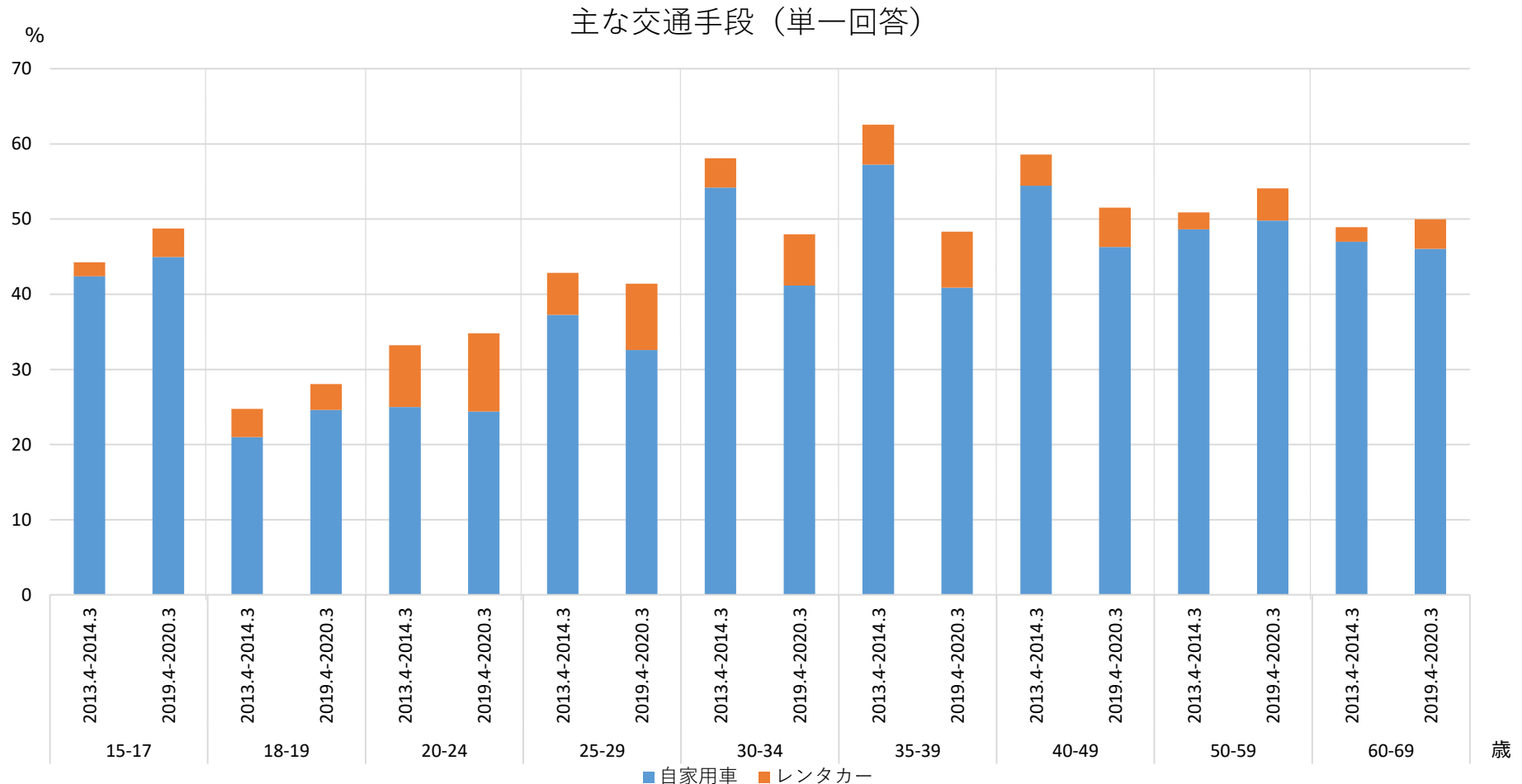
沖縄



出典：警察庁「運転免許統計」

④ 二次交通の課題や最新動向の整理 (旅行先で利用した主な交通手段：単一回答)

- 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し
 - 一方で30代で自動車利用の割合が大きく減少
- ミレニアル世代～ひとつ上の世代ですでに自動車離れが起こっており、20代は下げ止まりの状態か



出典：（公社）日本観光振興協会「観光の実態と志向」

④ 二次交通の課題や最新動向の整理 (旅行中の交通手段)

状況の整理と仮説

- 運転免許保有率は全国的には20代以下で減少が続くものの、20代前半は7割超、20代後半は8割超を維持。一方で東京や大阪などの大都市圏に限ると、20代前半の保有率は5-6割と低い
 - 国内旅行全体で見ると、6年前と比較すると30代で顕著に自動車利用率が低下、20代は下げ止まりなのか低い水準で横ばいで推移
- 車離れはミレニアル世代のひとつ上からすでに起こっていた変化
- また、FIT化の進展が影響してか国内旅行での利用交通機関は多様化傾向
 - 一方で沖縄県の場合は交通機関の選択肢が限られることから、FITはレンタカーを選択せざるを得ない。そのため、観光統計実態調査からは、個人旅行を好む若年層ほど、レンタカーの利用率が高く、以前と比べても大きな変化がない。
 - しかし実際には、車に慣れていないミレニアル・Z世代にとって、レンタカー以外の選択肢が少ない沖縄県は旅行先として選びにくい理由のひとつとして、結果としてこれらの世代の来訪者数が伸びない一因となっているのではないか？



インタビュー調査およびインターネット調査にて、
「普段の生活での、車の運転に対する抵抗感」や、
「車の運転が旅行先を選ぶ上でどれほどハードルになるのか？」等について把握した。

④二次交通の課題や最新動向の整理 (地域側)

(1) 公共交通、タクシー産業の衰退

沖縄県は自動車に依存した社会構造となっており、それに伴い沖縄本島のバス輸送人員は昭和60年と比べて平成23年には約7割弱に減少した。輸送人員の減少はバス会社の経営悪化を招くことになり、悪循環の構造となっている。

また、タクシー・ハイヤーの実働車両数も年々減少が続いており、それにともない輸送人員も減少傾向にある。

このように公共交通やタクシーが衰退することで、観光客にとってはレンタカー以外の選択肢を取る事が難しい状況にあると言える。また、高齢化が進む中で交通弱者をはじめとした人の利便性が失われることから、公共交通の維持は喫緊の課題と言える。

(2) 慢性的な交通渋滞

自動車の数の増加に伴い、那覇市内を中心として慢性的な交通渋滞が発生、特に通勤時間帯は深刻な状況となっている。

(3) 担い手不足

平成27年度観光客を対象としたタクシー利用促進に関する調査業務（沖縄総合事務局）によると、タクシー運転手の高齢化が進んでいる上に、低賃金やキャリアパスが見えないことなどから若手の運転手のなり手が少ないという課題が指摘されている。

図表7 一般乗合旅客自動車運送事業の輸送人員の推移（沖縄本島地区）



図表8 タクシー・ハイヤー実働車両数

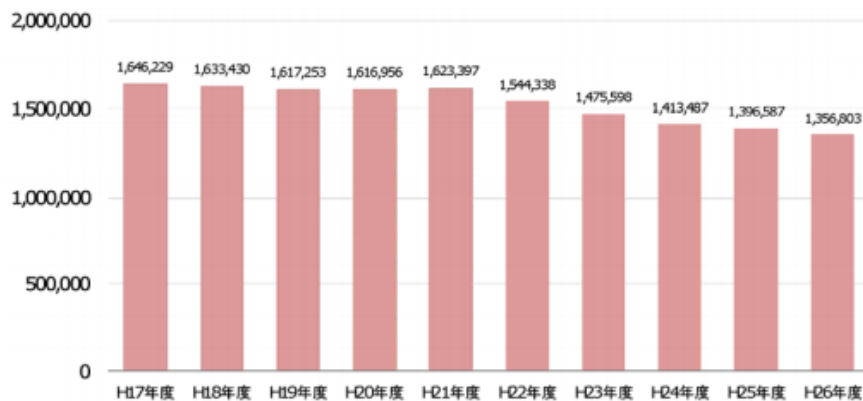


図 タクシー・ハイヤー実働車両数

出典：平成27年度 観光客を対象としたタクシー利用促進に関する調査業務 報告書 平成28年3月
沖縄総合事務局<<http://www.ogb.go.jp/unyu/3729/3729>>

出典：第1回沖縄鉄軌道県民会議資料(平成27年5月)

(2) 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

「Z世代」「ミレニアル世代」の特徴の整理（価値観・ライフスタイル）

【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）	将来を重視（未来価値を追求）
	楽観/理想主義	現実/実利主義
	Me重視	Me重視 + We重視
社会問題	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	
働き方	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、イノベーションスキル、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	自身の意志に基づいた消費
	コスパを重視するが、主観的に価値のある	コスパだけでなく、タムパも重視
	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	SNSの情報に影響を受けて買い物をする
	（特にインスタ）	（特にツイッター、インスタ順）
コミュニティ・人間関係	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	
技術活用・情報・メディア	仲間との関係・評価を重視	
	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選好 （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）

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

コスパ タムパ 共有

SNS 仲間

タムパ：タイム・パフォーマンス（時間対効果）の略

出典：各種資料より作成

「Z世代」「ミレニアル世代」の特徴の整理（旅行）

【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选好 (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选好	
	自慢できる、SNSなどで投稿できるような場所を选好	
	旅行中に冒険的な体験も选好	
	自己啓発を旅行目的にする傾向が高い	
旅行に対する価値観	一人旅行も选好	
	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	
情報探索行動	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）	主にオンライン（スマートフォン、タブレット）
	知り合いの情報に対する信頼が高い	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)
情報共有	情報の品質と真実性を重視	
	オンラインレビューを読むが作成する傾向は少ない	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
移動手段	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などが主な理由)	
	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
 コスパ
 環境への影響
 地域との関係
 インスタ
 リアルタイム
 Wi-Fi

(3) 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旅行牽引世代の価値観・沖縄観光に関するインタビュー調査 (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

①旅行牽引世代の価値観・沖縄観光に関するインタビュー調査 (ミレニアル世代、Z世代の特徴)

・ 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（あまり意識していないと回答する対象者の行動が上の世代の意識していないというレベルと明らかに異なる）

・ 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とか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.）

①旅行牽引世代の価値観・沖縄観光に関するインタビュー調査 (沖縄の課題)

- **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
- **普段の生活での、車の運転に対する抵抗感はややある**
 - 免許を持っても運転ができない又は怖い、運転しても都内や初めての道は不安
- **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
- **沖縄に魅力を感じて訪れている同世代の旅行者は今回のインタビュー対象者とは異なる層ではないか？**

②旅行牽引世代の価値観・沖縄観光に関するインターネット調査 (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旅行牽引世代の価値観・沖縄観光に関するインターネット調査 (結果要約① 交通に関する内容)

■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。

②旅行牽引世代の価値観・沖縄観光に関するインターネット調査 (世代間の特徴)

■ 運転免許保有&レンタカー利用に対する意向 (世代別)

- 「**レンタカーの運転に抵抗はない**」と回答した割合は、40歳以上では5割以上だが、旅行牽引世代では約38%、Z世代のみ見ると約28%と、**若い世代ほどレンタカーへの抵抗がない人の割合が低くなる傾向がある**。
- 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**」と回答した割合は、40歳以上では約6%だが、**Z世代では約32%にまでのぼる**。
- 旅行先でのレンタカーの移動に関しては、若い世代ほど抵抗が強く、**特にZ世代でレンタカー離れが起きていると考えられる**。

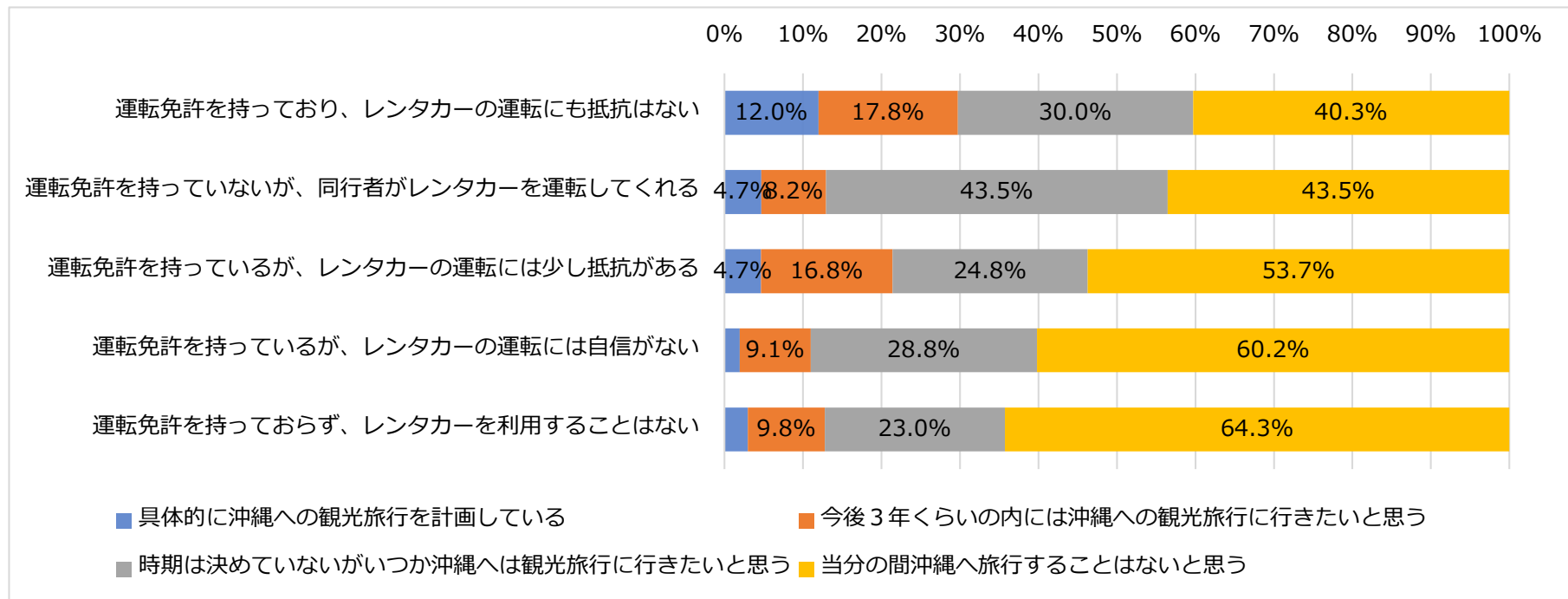
(%)

	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

②旅行牽引世代の価値観・沖縄観光に関するインターネット調査 (世代間の特徴)

■ 運転免許保有&レンタカー利用に対する意向別の沖縄観光旅行意向

- 「沖縄に観光目的で旅行したいと思いますか。」と運転免許保有&レンタカー意識で分析すると、レンタカーへの運転に抵抗がないか同行者が運転してくれる人で沖縄への観光旅行への意向が高く、**レンタカーへの抵抗があるおよび免許を持っていない場合、沖縄への観光旅行意向は顕著に低い傾向が見られた。**



②旅行牽引世代の価値観・沖縄観光に関するインターネット調査 (世代間の特徴)

■ 旅行先の移動についてよい、便利だと思うこと① (世代別)

- ・ 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、40歳以上の方が高い項目が、「3密回避」「安心」「安全性」「快適」「衛生面」で、Z・ミレニアル世代の方が高い項目が、「他者運転」「有意義」「仕様」であった。

(%)

		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

※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。

②旅行牽引世代の価値観・沖縄観光に関するインターネット調査 (世代間の特徴)

■ 旅行先の移動についてよい、便利だと思うこと② (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)
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旅行牽引世代の価値観・沖縄観光に関するインターネット調査 (世代間の特徴)

■ 沖縄旅行をしていない理由（世代別）

- 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割程である。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での交通も、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。

(%)

	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
他に行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
合計	225.0	219.1	221.2	209.9	216.4

②旅行牽引世代の価値観・沖縄観光に関するインターネット調査 (結果要約② 交通に関する内容以外)

■ 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SNSについて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旅行牽引世代の価値観・沖縄観光に関するインターネット調査 (世代間の特徴)

■ 過去の訪沖目的*別の沖縄への観光旅行意向（世代別）

- 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。

(%)

	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年くらいの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

②旅行牽引世代の価値観・沖縄観光に関するインターネット調査 (世代間の特徴)

■ マリンレジャーの経験 (世代別)

- 旅行牽引世代が、40歳以上と比べると全般的に低く見られ、もっとも高い「海水浴」も40歳以上と比べると低い水準である。

(%)

	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うダイビング）	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
合計	213.4	222.7	219.3	275.1	241.6

②旅行牽引世代の価値観・沖縄観光に関するインターネット調査 (世代間の特徴)

■ マリンレジャーの意向 (世代別)

- 旅行牽引世代は、今後の意向が全体的に高くはないものの、「バナナボート」や「サーフィン、ボディボード」などの項目で40歳以上より高い。
- 特にZ世代は、「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」など今まで行ったことを聞く設問で他の世代に比べもっとも低く示された項目について高い傾向がみられる。

(%)

	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 に誘導してもらうダイビング)	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
合計	303.5	243.8	266.0	267.5	266.6

②旅行牽引世代の価値観・沖縄観光に関するインターネット調査 (世代間の特徴)

■ 旅行前の情報収集 (世代別)

- 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SNSについて40代以上より高い。
- その反面、40歳以上は、旅行牽引世代と比べ、「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。

(%)

	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
合計	373.4	364.0	367.5	394.3	378.2

②旅行牽引世代の価値観・沖縄観光に関するインターネット調査 (世代間の特徴)

■ 旅行中の情報収集 (世代別)

- 旅行牽引世代と40歳以上を比べると、旅行前と類似する傾向がみられる。
- 「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」については両世代とも高くはない。特に、旅行牽引世代は40歳以上より低い水準である。

(%)

	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
合計	239.3	231.1	234.2	232.9	233.7

(4) 今後の沖縄観光・観光地としてのあり方についての提言

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り組み中 ➤ 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、当該世代が魅力を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。