

公庫レポート

◇サステナブルツーリズムの実現に向けた
日本人観光客の意向調査



沖縄振興開発金融公庫

THE OKINAWA DEVELOPMENT FINANCE CORPORATION

「サステナブルツーリズムの実現に向けた日本人観光客の意向調査」報告書

目次

第1章 調査要領	1
1. 調査の目的	1
2. 調査概要	1
第2章 調査要旨	2
[調査趣旨及び実施内容]	2
[事業者が実施するサステナブルツーリズムに繋がる取組に対する評価]	2
[事業者及び行政・観光協会等に求められる取組]	2
第3章 サステナブルツーリズムの現状と課題の整理	3
1. サステナブルツーリズムを取り巻く県内外の状況整理	3
(1) サステナブルツーリズムの概念整理	3
(2) サステナブルツーリズムに対する市場の意識	4
(3) サステナブルツーリズムの実現に向けた取組状況	5
2. サステナブルツーリズムの普及における課題	6
第4章 沖縄旅行経験者・希望者に対するサステナブルツーリズムの意向調査結果	7
1. サステナブルに関する意識・行動	7
(1) 日常で意識して取り組んでいること	7
(2) 旅行時に意識して取り組んでいること	8
(3) 意識・取組の背景にある考え方	9
2. サステナブルツーリズムに対する意識	10
(1) サステナブルツーリズムの言葉・意味の認知	10
(2) 沖縄でサステナブルツーリズムを推進する中で重要だと思う取組	11
3. 事業者が行うサステナブルツーリズムの取組に対する評価	12
(1) 「宿泊施設」が行う取組に対する評価	12
(2) 「飲食施設」が行う取組に対する評価	13
(3) 「アクティビティ事業者」が行う取組に対する評価	14
(4) 「土産品製造・小売店」が行う取組に対する評価	15
(5) 「交通事業者」が行う取組に対する評価	16
(6) サステナブルツーリズムに取り組む事業者に対する利用・支払意思	17
4. サステナブルツーリズムに取り組む事業者・行政への要請事項	20
(1) サステナブルツーリズムに取り組む“事業者”に求めること	20
(2) サステナブルツーリズムに取り組む“行政・観光協会”に求めること	20
5. サステナブルツーリズムに対する自由記述	21
(1) 過去の旅行で魅力的に感じたサステナブルツーリズムに係る取組	21
(2) “沖縄らしい” サステナブルツーリズムの取組としてイメージすること	22

第5章 サステナブルツーリズムを実現するために沖縄に求められる取組の考察	23
1. 調査データを元にした分析	23
(1) 追加コストの支払意思による意識・評価の違い	23
(2) 日常の行動タイプによる意識・評価の違い	25
2. 調査結果をもとにした提言内容	29
(1) 県内の“事業者”に求められる取組	29
(2) 県内の“行政・観光協会”に求められる取組	30
3. 参考となる事例	31
(1) 「地域」×「他業種連携」の取組	31
(2) 「地域」×「姿勢を伝える」取組	32
(参考資料) 回答者属性	33
□ 沖縄旅行経験の有無・年代	33
□ 性別	33
□ 未既婚／子どもの有無	33
□ 職業／学生種別	34
□ 世帯年収	34
(参考資料) アンケート調査票	35

第1章 調査要領

1. 調査の目的

当公庫が令和4年度に公表した調査「訪日外国人旅行者のサステナブルツーリズムへの意向と沖縄観光について（公庫レポートNo.184）」において、欧米豪はもとよりアジア居住者のなかにもサステナブルな取組への関心が強い層があり、訪沖意向のある外国人旅行者を含めてサステナブルな取組に対する関心が強い傾向にあることが明らかになった。

一方、様々な調査機関が実施しているSDGsやサステナビリティに関する調査では、外国人旅行者と比べて日本人はSDGsやサステナビリティに対する意識が低い傾向にあり、特に旅先ではその意識が更に低下していることが報告されている。

よって、受入側（沖縄県）でサステナブルツーリズムの実現にむけて能動的に取り組む必要があるが、受入側の住民や行政、観光事業者の中にサステナブルな取組が浸透しているとは言い難い。SDGsや脱炭素といった潮流の中で、このままでは中長期的に観光地として選択されなくなるおそれがある。

本調査は、上記背景を踏まえて、沖縄の主要産業である観光業を経済・自然・文化的に持続可能なものとするために、アンケート調査を通して観光客のサステナブルツーリズムに対する意向や取組のニーズについて把握し、「サステナブルツーリズムに取り組むことで観光客から選ばれる観光地・事業者になるために必要なこと」、「事業者や行政が取り組めること」を探り、今後の沖縄観光施策への一助に資すること及び観光関連事業者への情報を発信することを目的とし、公益財団法人日本交通公社へ委託のもと実施した。

2. 調査概要

- 調査名：サステナブルツーリズムの実現に向けた日本人観光客の意向調査
- 調査項目：日常および旅行時における意識・行動
 - ・ サステナブルツーリズムの認知
 - ・ 事業者が実施する取組に対する評価
 - ・ 事業者に対するコスト支払意思
 - ・ 事業者および行政等に求めること等
- 調査対象：今後沖縄に観光で訪れたいと考える全国16～79歳の男女 ※ 調査会社のパネルより抽出
- 調査方法：ウェブ調査
- 調査時期：2023年11月
- 標本の大きさ：1044（沖縄観光経験者522 / 未経験者522）

第2章 調査要旨

[調査趣旨及び実施内容]

- 沖縄公庫調査部は、今後沖縄に観光で訪れたいと考える全国 16~79 歳の男女 1044 人（調査会社のパネル）を対象にサステナブルツーリズムの実現に向けた日本人観光客の意向調査（ウェブ調査）を実施した。

[事業者が実施するサステナブルツーリズムに繋がる取組に対する評価]

- 事業者が行うサステナブルツーリズムに繋がる取組に対して、サンゴ保全や地域の食文化の取り込みなど、多くの取組が評価に関わる（「実施していないと評価が下がる」+「実施していると評価が上がる」）傾向にある。一方、アクティビティ事業者における「安全・安心のための従業員教育や訓練を定期的に行っている」、「参加者にルールやマナーの呼びかけを行っている」などは実施していないと評価低下に繋がる可能性がある。
- 各業種に対して、サステナブルツーリズムに繋がる取組を実施する事業者を「1割以上」高くても利用と回答する“コスト支払者”は約 2 割存在していた。一方で「同価格であれば優先して利用」が最も多く、約 1/2 を占めた。

[事業者及び行政・観光協会等に求められる取組]

- サステナブルツーリズムに取り組む事業者に対して追加コストを支払っても良いと回答した人は全体の約 2 割に留ましたが、日常のサステナブルな行動から分析された行動タイプのうち、全体の約 2 割に相当する【選択消費】タイプに限ると、その割合は約 5 割まで上昇することが分かった。そのため、サステナブルツーリズムに取り組むにあたっては、最初は【選択消費】タイプのようなサステナブルツーリズムに比較的理 解のある層に対象を絞って開始し、社会的要請や市場の拡大に応じて取組の規模を変えていくなど、柔軟なターゲット戦略の構築が求められる。
- また、調査結果からは、事業者に求めることとして、利便性・快適性を落とさないことに加えて、取組内容（何をしているか）や、背景にある企業姿勢・スタンス（なぜしているか）、取り組んだ結果・成果（何に繋がったか）をしっかり伝えて欲しいという声が多く挙がった。こうしたコミュニケーションを求める声に応えるために、自社の取組の背景・内容・成果それぞれについて、積極的に情報発信していくことが求められる。
- 一方、本調査で行政・観光協会等に求められる取組として多く挙がったのは、地域において「守るべきルール」や「大事にしているもの・考え方」を伝えることであった。現時点では、サステナブルツーリズムに敏感に反応する層は限定的であることが想定されるため、【選択消費】タイプをはじめとしたサステナブルツーリズムに親和性の高い層に、地域としての姿勢や価値観を伝えることで、地域に共感してもらい、さらに口コミ等によってほかの層へと理解者を拡大していくような取組が求められる。
- 加えて、「適切な事業者の紹介」あるいは「不適切な事業者を取り締まる仕組み」などを求める声に対応するため、事業者の現状の取組に対して適切に評価を行い、評価の結果が取組事業者のメリットとなるように還元していくことが必要である。

(担当：砂川)

第3章 サステナブルツーリズムの現状と課題の整理

1. サステナブルツーリズムを取り巻く県内外の状況整理

(1) サステナブルツーリズムの概念整理

- 持続可能性（Sustainability）という概念は、現在の観光を考える上で不可欠なものとなっている。しかし、その意味するところは必ずしも明確に定義されているわけではない。原点に立ち返るならば、まずその概念は二つの基礎的な概念に基づいているといえる。
- 一つは国連の「環境と開発に関する世界委員会（ブルントラント委員会）」が1987年に発行した報告書「地球の未来を守るために」の中で説明された“持続可能な発展（Sustainable Development）”である。すなわち「将来の世代のニーズを満たす能力を損なうことなく、今日の世代のニーズを満たすこと」と定義された、世代間衡平性の原理を意味する概念である。もう一つは、1994年にイギリスの環境コンサルタントであるエルキントン氏が提唱したトリプルボトムライン（Triple Bottom Lines: TBL）という概念である。それは、企業活動を経済、環境および社会の3つの側面から評価し、その結果を対外的に持続可能性レポートとして報告するというものである。
- 観光分野における持続可能性については、これら二つの基本となる概念に依拠しつつ、観光分野独自の定義づけがなされていくこととなる。その中でも代表的な定義として、世界観光機関（UNWTO）が観光の持続可能な発展を簡潔に説明したものが挙げられる。
- UNWTO 定義では、TBL における「社会」の側面を「地域のコミュニティ」と読み替えた上で、1) 環境資源、2) ホストコミュニティ、3) 長期的経済活動の適切な均衡の必要性を説き、加えてツーリストの高い満足も維持すべきとしている。こうした考え方が、その後の世界各地の観光地経営の考え方・姿勢および観光地計画・戦略の内容へと反映されていくこととなる。例えばハワイ州政府観光局（HTA）が定める長期観光戦略にも「コミュニティ」の満足度に係る指標が取り入れられるようになり、ニュージーランドでは、世界の持続可能な観光をリードすることを目標に、「経済（Economy）」「観光客（Visitor）」「コミュニティ（Community）」「環境（Environment）」の4つの視点から観光戦略の達成目標を設定している。

「観光の持続可能な発展」（UNWTO 定義）

持続可能な観光開発の方針とマネジメントの実践は、マスツーリズムやニッチ市場向けの多様な観光をはじめ、あらゆるタイプの観光地で、あらゆる形態の観光に適用することができる。持続可能性の原理は、観光の発展における、環境、経済、社会文化的な側面に関わっており、長期間の持続可能性を保証するためには、これら3つの領域間で適切な均衡がとれていなければならない。

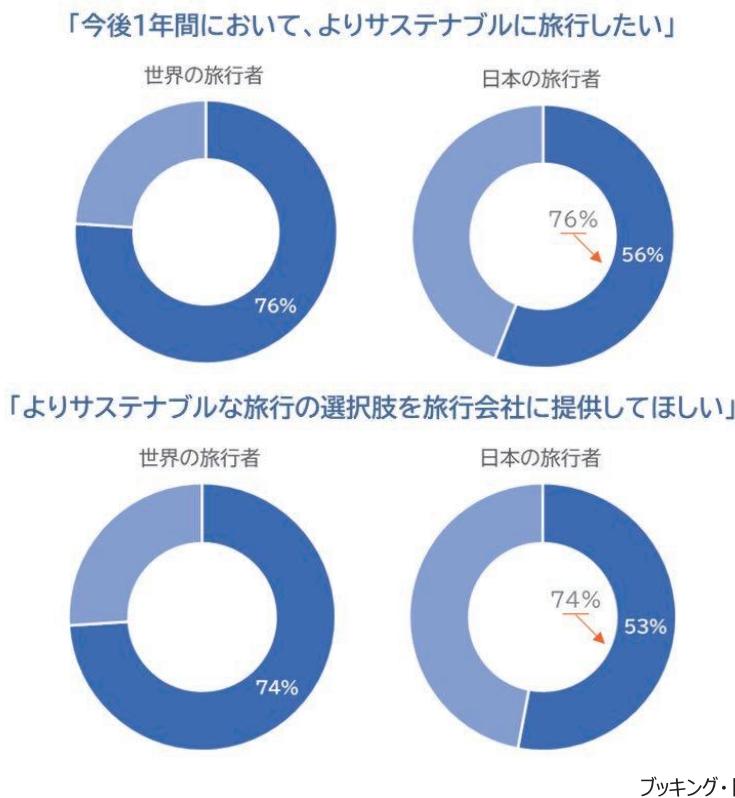
したがって、持続可能な観光は

1. 環境資源を最適に利用しなければならない。
2. ホストコミュニティの社会文化的な真正性を尊重しなければならない。
3. 存続可能な長期的経済活動を保証しなければならない。

持続可能な観光の発展は、関連する全てのステークホルダーが知識を持って参画するとともに、幅広い参加と同意形成を確実にするための強い政治的リーダーシップが求められる。持続可能な観光を達成することは、継続的なプロセスであり、観光の影響を常にモニタリングする必要があり、場合によっては必要な予防的、調整的措置を導入することになる。同時に、持続可能な観光はツーリストの高いレベルの満足を維持すべきであり、有意義な体験を保証し、持続可能性の課題についての意識を高め、持続可能な観光の実施を促進するようにしなければならない。

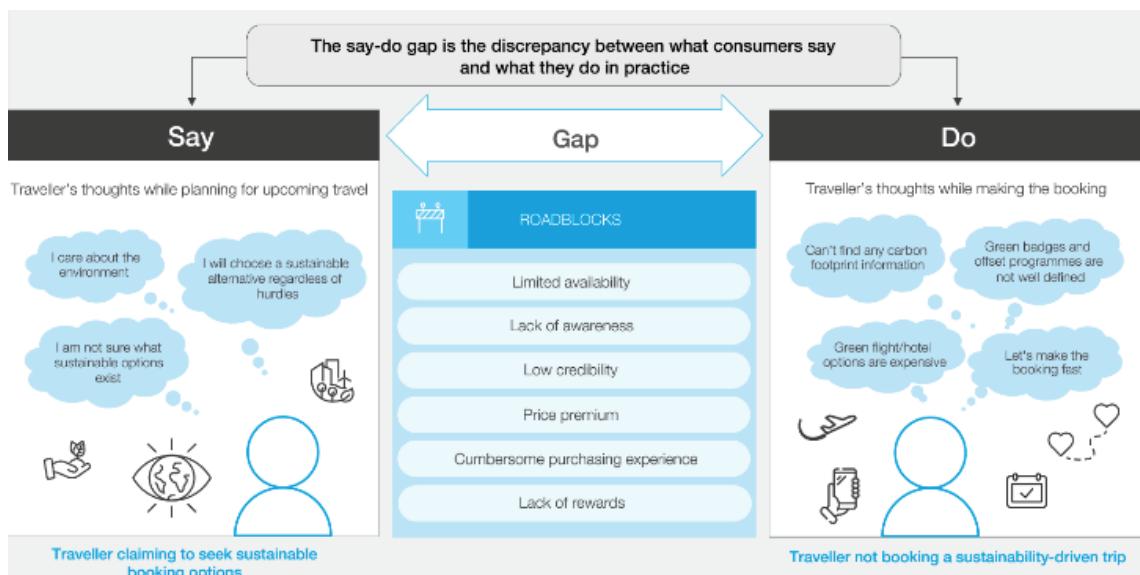
(2) サステナブルツーリズムに対する市場の意識

- 各種調査において、サステナブルツーリズムに対する旅行者の意識は年々向上している結果が出ている。ただ、日本の旅行者は世界の旅行者と比べると、サステナブルツーリズムに対する意識が薄いことも指摘されている。



ブッキング・ドットコム「サステナブルトラベルレポート 2023」

- 一方、世界の旅行者の中には、サステナブルツーリズムへの関心を示す人でも、実際の旅行を決める際にあまり考慮していない人がいることも報告されている。例えば、環境配慮に関する高い人であっても、持続可能性に基づいて移動手段や宿泊施設について旅行の決定を下した人は 5 人に 1 人未満との調査結果も出ている。



(3) サステナブルツーリズムの実現に向けた取組状況

- 世界規模では、UNWTO の経験や世界各地域での実践事例を踏まえて、世界持続可能観光委員会（GSTC）が 2008 年に「世界持続可能観光クライテリア」として持続可能な観光指標（Sustainable Tourism Indicator: STI）の国際基準を定めている。初期はホテルなどの宿泊施設および旅行事業者を対象とした評価基準から始まり、その後、観光地（地域）の持続可能性を評価する基準（GSTC-D）についても開発・発表を行った。
- 世界の動きに遅れつつ、日本では持続可能な観光の実現に向けて、観光庁が 2018 年に全庁的な組織「持続可能な観光推進本部」を設置、2019 年に報告書「持続可能な観光先進国に向けて」を取りまとめた上で、2020 年に持続可能な観光地マネジメントを行うための支援ツールとして、国際基準に準拠した持続可能な観光指標「日本版持続可能な観光ガイドライン：JSTS-D」を開発した。
- 同指標（ガイドライン）は、各地方自治体や観光地域づくり法人（DMO）等が活用することを想定しており、地域での多面的な現状把握を可能にし、継続的なモニタリングと証拠資料（エビデンス）に基づいた観光政策や計画の策定、それらに基づく持続可能な観光地マネジメントの促進を目的としている。
- 観光庁では、完成した同指標（ガイドライン）の内容を元に、オーバーツーリズム対策の必要性が顕在化している主要な自治体等における観光計画改定等による STI 導入や、国のモデル事業を通じたアドバイザー派遣、ハード・ソフト面の補助制度の活用といった形で支援を行っており、沖縄県もそのモデル地区の一つに選ばれている。モデル事業の中では、持続可能な観光の国際的認証団体であるグリーン・デスティネーションズが実施する表彰制度「TOP100 選」への応募も行っており、2020 年は沖縄県の他、ニセコ町、釜石市、三浦半島、白川村、京都市と、日本から一気に 6 地区が選出される結果となった。
- 一方、沖縄県では、第 5 次観光振興基本計画（計画期間：平成 24 年度～令和 3 年度）の策定にあたり、世界各国の事例を収集・検証したうえで、2022 年に向けた持続可能な沖縄観光の目指すべき姿である“世界水準の観光リゾート地”を達成した際の状態を、「地域住民」「事業者」「観光客」「地域資源」の 4 つの視点から記述することとした。加えて、将来像の実現に向けて 4 つの視点から成る達成イメージに対して成果指標を設定、関係者で情報共有し、監視と評価を行うことを同計画に盛り込んだ。2014 年には、4 つの視点に「マネジメント」を加えた 5 分類 40 項目から成る「沖縄観光成果指標」が定められた。この指標は、我が国における持続可能な観光のための指標の開発・導入としては初の事例となっている。
- これらの背景も踏まえて、2019 年度のエコツーリズム推進プラットフォーム事業において開催された「沖縄県のサステナブル・ツーリズムのあり方検討会」においても、“住んで良し、訪れて良し、受け入れて良し、循環して良し”の標語の下に、「沖縄が目指すべき持続可能な観光の姿」を“観光客の満足度”「地域住民の満足度」「観光産業の活性化」および「観光資源（自然・文化）の保全・継承」が、バランス良く保たれることで、相互に好循環が生み出され、それにより県民が観光振興の意義を実感できるようになるもの”として再定義している。

2. サステナブルツーリズムの普及における課題

- 国内では観光庁を中心に、国内版ガイドライン等をベースにサステナブルツーリズムの推進が図られているが、観光地としての取り組みの多くは現況評価や体制の構築など、緒についたばかりで、市場も追いついていない。
- 一方、世界では、コロナ前からパラオ誓約（観光客がパラオに入国する際に、パラオの環境保護を目的として誓約への同意を求めるもの）に取り組むパラオや、マラマ・ハワイをスローガンとしてレスポンシブルツーリズムの取り組みを進めるハワイ、そして豪州・ニュージーランドなど、先行する観光地もある。サステナブルツーリズムの普及にあたっては、国内より先行している海外の状況を適切に把握しておくことが求められる。
- 沖縄県内に目を向けてみると、県内には自身で強い動機づけを持ち、中長期の視点に立ってサステナブルツーリズムに取り組む主体も少なくない。県内の取組主体を育て、殖やし、基礎力を高めて中長期的な市場変化に備えることが重要となる。
- 併せて、先行ケース（モデル）を示しつつ、市場側の意識の変化等を分かりやすく示すことで、観光業界全体の底上げ・意識変容を起こしていくことが観光地ブランディングの観点から強く求められている。

第4章 沖縄旅行経験者・希望者に対するサステナブルツーリズムの意向調査結果

1. サステナブルに関する意識・行動

(1) 日常で意識して取り組んでいること

- 日常で意識して取り組んでいることとしては「エコバッグを使う」がもっと多く、全体の約3/4の人が実施している。
- 次いで、「ひとつの物を長く使う・長く使えるものを買う」、「食品ロスを減らす・食品を無駄なく使い切る」、「無駄な消費をしない・消費を抑える」等の節約志向の取組が上位に上がり、半数以上の選択率となつた。

Q. あなたが日常で意識して取り組んでいることを教えてください。

複数回答		n	%
	全体	(1044)	
1	無駄な消費をしない・消費を抑える	537	51.4
2	食品ロスを減らす・食品を無駄なく使い切る	567	54.3
3	地産地消を意識する・地元の消費を増やす	255	24.4
4	自然由来・オーガニックな商品を選択する	127	12.2
5	エコバッグを使う	778	74.5
6	マイボトルを持ち歩く	441	42.2
7	リサイクルを意識する・中古品や古書・再生品を購入する	252	24.1
8	ゴミを出さないように心がける・ゴミを減らす	411	39.4
9	エシカル消費を意識する	74	7.1
10	ひとつの物を長く使う・長く使えるものを買う	613	58.7
11	環境や社会貢献活動に積極的な企業の商品を買う	102	9.8
12	社会をよりよくするための活動に募金や寄付・署名を行う	105	10.1
13	上記以外【　】	2	0.2
14	意識して取り組んでいることはない	41	3.9

(2) 旅行時に意識して取り組んでいること

- 沖縄旅行に限らず、旅行時に意識して取り組んでいることとしては、「歯ブラシ・化粧品を持参する」、「ゴミを持ち帰ったり・ゴミを出さないようにする」、「郷土料理や地元食材の選択など地産地消を意識する」が上位で約4割の人が実施していた。一方で、過半数が意識して実施しているような項目はなかった。

Q. あなたが旅行時に意識して取り組んでいることを教えてください。

複数回答	n	%
全体	(1044)	
1 歯ブラシ・化粧品を持参する	427	40.9
2 ゴミを持ち帰ったり・ゴミを出さないようにする	437	41.9
3 郷土料理や地元食材の選択など地産地消を意識する	401	38.4
4 できるだけ徒歩や自転車などで移動する	259	24.8
5 マイカーではなく公共交通機関を使う	293	28.1
6 飛行機を使わない	70	6.7
7 地域の経済を考えて地域の農産品や工芸品を購入する	218	20.9
8 地元資本のホテルや店舗・事業者を利用する	105	10.1
9 宿泊先のシーツの取り換えや客室清掃を辞退する	149	14.3
10 地域の文化・歴史などを学ぶ体験プログラムに参加する	91	8.7
11 閑散期や空いている場所を選んで訪問する	307	29.4
12 地元の人と挨拶や会話などのコミュニケーションを取る	203	19.4
13 上記以外【 】	1	0.1
14 意識して取り組んでいることはない	96	9.2

(3) 意識・取組の背景にある考え方

- 日常や旅行時に意識して取り組んでいることの背景にある考え方については、「節約に繋がる」が最も多く56.1%となった。次いで、「身体や健康に良さそうだと思う」が42.9%で、多くの人は自身に直接的なメリットを感じることによってサステナブルに繋がる行動を取っていることが分かる。
- 一方、「同じようなものを購入するなら環境や社会に貢献できるものを選びたい」(28.5%) や「環境問題や社会問題を解決したい」(20.8%) 等は、3割以下に留まっている。

Q. 日常や旅行時に意識して取り組んでいることがあるとお答えの方に伺います。前問まで答えた意識や取組の背景にあるあなたの考え方に対するものをお聞かせください。

複数回答		n	%
	全体	(1020)	
1	同じようなものを購入するなら環境や社会に貢献できるものを選びたい	291	28.5
2	節約に繋がる	572	56.1
3	環境問題や社会問題を解決したい	212	20.8
4	地元の地域の活性化に繋げたい	298	29.2
5	日常生活で資源やエネルギーを無駄にしている実感がある	222	21.8
6	子どもたちの未来に役立てたい	228	22.4
7	環境や社会に貢献した満足感が得られる	157	15.4
8	ライフスタイルに憧れる・生活を豊かにする	224	22.0
9	身体や健康に良さそうだと思う	438	42.9
10	取組を広げたい・周りの人にも薦めたい	88	8.6
11	家族や友人等が取り組んでいる	131	12.8
12	憧れの人や有名人が取り組んでいる	52	5.1
13	その他【 】	17	1.7

※この設問では、日常及び旅行時のいずれにおいても「意識して取り組んでいることはない」と回答した人は対象外としている

2. サステナブルツーリズムに対する意識

(1) サステナブルツーリズムの言葉・意味の認知

- 国連世界観光機関（UNWTO／現・UN Tourism）が定めている定義の通りにサステナブルツーリズム（持続可能な観光）を認知・理解している人は、2割弱の18.9%に留まった。
- 回答の中で最も多かったのは、「聞いたことはなかった」で約4割の39.7%。次いで「言葉は知っていたが、意味はよく分からなかった」が約3割で29.2%となり、合わせて約7割の人はサステナブルツーリズムの内容を知らない現状が明らかとなった。

Q. 国連世界観光機関（UNWTO）は、サステナブルツーリズム（持続可能な観光）を、「訪問客、業界、環境および訪問客を受け入れるコミュニティーのニーズに対応しつつ、現在および将来の経済、社会、環境への影響を十分に考慮する観光」と定義しています。あなたは、「サステナブルツーリズム」という言葉を知っていましたか。

単一回答		n	%
全体		(1044)	
1 定義通りの意味で理解していた	197	18.9	
2 定義とはやや違った内容で理解していた	128	12.3	
3 言葉は知っていたが、意味はよく分からなかった	305	29.2	
4 聞いたことはなかった	414	39.7	

(2) 沖縄でサステナブルツーリズムを推進する中で重要なと思う取組

- 沖縄でサステナブルツーリズムを推進するための取組の中で、重要なと思う取組を尋ねたところ、「サンゴを保全する」(51.1%)、「海洋ゴミを処理する」(48.8%)などの海の環境に関する事、オーバーツーリズムと関連していると思われる「観光客のマナーが向上し、地域の文化や慣習を尊重するようにする」(47.9%)や、その他「景観を保全する」(47.0%)が多く挙がった。
- 一方で、沖縄県内では話題や課題として挙げられてきた道路やスーパー等の混雑、物価の上昇などの選択率は比較的低く、外から見る視点と内から見る視点に差があることが推測される結果となった。

Q. 沖縄でサステナブルツーリズムを推進するための取組の中で、あなたが重要なと思う取組について教えてください。

複数回答	n	%
全体	(1044)	
1 景観を保全する	491	47.0
2 サンゴを保全する	533	51.1
3 節水・節電、ゴミの減量等自然環境への負荷を軽減する	415	39.8
4 海洋ゴミを処理する	509	48.8
5 二酸化炭素排出量を低減させる	351	33.6
6 道路混雑を解消する	220	21.1
7 観光客のマナーが向上し、地域の文化や慣習を尊重するようにする	500	47.9
8 街並みを保全する	379	36.3
9 物価上昇を抑制する	196	18.8
10 治安悪化を抑制する	392	37.5
11 住宅街や集落、聖地へ観光客が侵入しないようにする	294	28.2
12 年中行事やイベントの扱い手不足を解消する	163	15.6
13 騒音やゴミの増加等により生活環境が悪化しないようにする	428	41.0
14 コンビニ・スーパー等の混雑を解消する	115	11.0
15 幅広い観光客への多言語対応を行う	184	17.6
16 地域で作られた工芸品や製品の購入を促進する	304	29.1
17 経済効果の県外流出を抑制する	164	15.7
18 食料自給率を向上させる	326	31.2
19 観光客のリピーター率を向上させる	379	36.3
20 観光客の新規顧客を獲得する	246	23.6
21 あてはまるものはない	66	6.3

3. 事業者が行うサステナブルツーリズムの取組に対する評価

(1) 「宿泊施設」が行う取組に対する評価

- ホテル・ペンションなどの「宿泊施設」が行うサステナブルツーリズムに繋がる取組については、多くの項目で「実施していると評価が上がる」の回答が過半数を占めている。
- 一方、多くの宿泊施設で取り組まれている「アメニティの提供を取りやめている」に対しては「実施していると評価が上がる」は 21.9%に留まり、「気にならない・何とも思わない」が 49.5%に上った。

Q. 沖縄のホテル・ペンションなどの「宿泊施設」が行う以下のサステナブルツーリズムに繋がる取組について、どう思いますか。

単一回答マトリクス		全体	1 実施していないと評価が下がる	2 気にならない・何とも思わない	3 実施していると評価が上がる	4 よく分からぬい
1	アメニティの提供を取りやめている	(1044)	156	517	229	142
	%		14.9	49.5	21.9	13.6
2	地域産品や環境に配慮したアメニティを取り入れている	(1044)	46	286	621	91
	%		4.4	27.4	59.5	8.7
3	施設内に環境に配慮した照明（LED等）を導入している	(1044)	78	361	524	81
	%		7.5	34.6	50.2	7.8
4	再生可能エネルギー（太陽光、風力等）を導入している	(1044)	80	315	559	90
	%		7.7	30.2	53.5	8.6
5	施設として地域の環境保護（清掃・サンゴ保全等）の取組を行っている	(1044)	87	204	681	72
	%		8.3	19.5	65.2	6.9
6	宿泊者が地域の自然や文化を体験・体感できるプログラムが用意されている	(1044)	59	326	564	95
	%		5.7	31.2	54.0	9.1
7	地域の自然や文化を紹介するコーナー・展示・配布物を用意している	(1044)	55	342	551	96
	%		5.3	32.8	52.8	9.2
8	室内装飾や食器などに沖縄の伝統工芸を取り入れている	(1044)	50	272	632	90
	%		4.8	26.1	60.5	8.6
9	地域の住民を積極的に雇用している	(1044)	61	334	555	94
	%		5.8	32.0	53.2	9.0

(2) 「飲食施設」が行う取組に対する評価

- レストラン・カフェ・食堂などの「飲食施設」が行うサステナブルツーリズムに繋がる取組については、「割り箸以外の箸やプラスチック以外のストローを用意している」以外の取組に対して過半数が「実施していると評価が上がる」と回答した。
- 一方、「割り箸以外の箸やプラスチック以外のストローを用意している」に対しては、「実施していると評価が上がる」が最も多いものの、「気にならない・何とも思わない」の回答も比較的多く、35.9%となつた。

Q. 沖縄のレストラン・カフェ・食堂などの「飲食施設」が行う以下のサステナブルツーリズムに繋がる取組について、どう思いますか。

		单一回答マトリクス	全体	1 実施していないと評価が下がる	2 気にならない・何とも思わない	3 実施していると評価が上がる	4 よく分からぬ
1	食材を余すところなく使用し生ごみを減らしている	(1044) %	99 9.5	221 21.2	658 63.0		66 6.3
2	食事の量の変更や、テイクアウトを可能にしている	(1044) %	75 7.2	239 22.9	656 62.8		74 7.1
3	生ごみや食事の残り物を堆肥化・飼料化している	(1044) %	81 7.8	247 23.7	651 62.4		65 6.2
4	割り箸以外の箸やプラスチック以外のストローを用意している	(1044) %	99 9.5	375 35.9	497 47.6		73 7.0
5	食材に地元産品を一定割合以上使っている	(1044) %	80 7.7	275 26.3	613 58.7		76 7.3
6	沖縄独自のグルメや伝統食など、地域の食文化をメニューに取り入れている	(1044) %	86 8.2	214 20.5	677 64.8		67 6.4
7	食器やクロスなどに沖縄の伝統工芸を取り入れている	(1044) %	70 6.7	264 25.3	637 61.0		73 7.0

(3) 「アクティビティ事業者」が行う取組に対する評価

- ダイビングやカヌー・トレッキング、集落案内などのガイド等を行う「アクティビティ事業者」が行うサステナブルツーリズムに繋がる取組については、いずれの取組に対しても「実施していると評価が上がる」の回答が過半数となった。
- 「安全・安心のための従業員教育や訓練を定期的に行っている」(16.2%)、「地域の事業者同士の共通ルールや住民との約束ごとに基づいて活動している」(12.6%)、「参加者にルールやマナーの呼びかけを行っている」(12.1%)では「実施していないと評価が下がる」と回答した割合が、他事業種に比べて比較的高くなっている。

Q. 沖縄のダイビングや、カヌー・トレッキング、集落案内などのガイド等を行う「アクティビティ事業者」が行う以下のサステナブルツーリズムに繋がる取組について、どう思いますか。

	全体	1	2	3	4
		実施していないと評価が下がる	気にならない・何とも思わない	実施していると評価が上がる	よく分からぬ
1 参加者にルールやマナーの呼びかけを行っている	(1044)	126 %	264 25.3	565 54.1	89 8.5
2 予約制・人数制限を行うことで地域の環境負荷が高まり過ぎないようにしている	(1044)	99 %	318 30.5	538 51.5	89 8.5
3 地域の事業者同士の共通ルールや住民との約束ごとに基づいて活動している	(1044)	132 %	285 27.3	541 51.8	86 8.2
4 参加者に地域の自然や文化に対する分かりやすいガイダンス（解説）を行っている	(1044)	94 %	252 24.1	619 59.3	79 7.6
5 安全・安心のための従業員教育や訓練を定期的に行っている	(1044)	169 %	204 19.5	597 57.2	74 7.1
6 ツアーとは別に地域の環境保護（清掃・サンゴ保全等）の取組を行っている	(1044)	89 %	212 20.3	661 63.3	82 7.9
7 地元出身のガイドが案内をしている	(1044)	70 %	330 31.6	554 53.1	90 8.6

(4) 「土産品製造・小売店」が行う取組に対する評価

- 土産品店などの「土産品製造・小売店」が行うサステナブルツーリズムに繋がる取組については、「簡易包装を心掛けている」を除いた取組で「実施していると評価が上がる」の回答が過半数を占める結果となった。
- 「簡易包装を心掛けている」については、「実施していると評価が上がる」の回答が最も多く47.5%であったが、一方で「気にならない・何とも思わない」の回答も比較的多く、39.1%となつた。

Q. 沖縄のお土産屋さんなどの「土産品製造・小売店」が行う以下のサステナブルツーリズムに繋がる取組について、どう思いましたか。

		1	2	3	4	
		全体	実施していないと評価が下がる	気にならない・何とも思わない	実施していると評価が上がる	よく分からぬ
1	簡易包装を心掛けている	(1044) %	70 6.7	408 39.1	496 47.5	70 6.7
2	商品自体あるいは原材料が地元産品を使っている	(1044) %	73 7.0	263 25.2	643 61.6	65 6.2
3	地元の事業者や職人が作った商品を取り扱っている	(1044) %	83 8.0	256 24.5	641 61.4	64 6.1
4	パッケージやデザインに沖縄らしさや説明を加えて、地域文化を伝えている	(1044) %	86 8.2	255 24.4	643 61.6	60 5.7
5	収益の一部をサンゴ礁や文化財の保全に充てるなどの貢献活動を行っている	(1044) %	79 7.6	217 20.8	684 65.5	64 6.1
6	福祉施設等が制作した商品の取扱いや、障がい者雇用に積極的である	(1044) %	83 8.0	324 31.0	542 51.9	95 9.1

(5) 「交通事業者」が行う取組に対する評価

- 観光・路線バスやタクシー・レンタカーなどの「交通事業者」が行うサステナブルツーリズムに繋がる取組については、いずれも「実施していると評価が上がる」と回答した人の割合が5~6割前後で最も多くなっている。

Q. 沖縄の観光・路線バスやタクシー、レンタカーなどの「交通事業者」が行う以下のサステナブルツーリズムに繋がる取組について、どう思いますか。

	单一回答マトリクス		1	2	3	4
		全体	実施していないと評価が下がる	気にならない・何とも思わない	実施していると評価が上がる	よく分からぬい
1	ハイブリッド車や電気自動車など環境を意識した車両を取り入れている	(1044)	49	348	557	90
		%	4.7	33.3	53.4	8.6
2	バス・タクシーなどの運転手がエコドライブ（環境にやさしい運転）を心がけている	(1044)	89	293	577	85
		%	8.5	28.1	55.3	8.1
3	レンタカー事業者などが利用者に自然や住環境に配慮した運転を促している	(1044)	93	338	520	93
		%	8.9	32.4	49.8	8.9
4	バスやモノレールが連携して周遊きっぷを販売して公共交通利用を促している	(1044)	83	264	621	76
		%	8.0	25.3	59.5	7.3

(6) サステナブルツーリズムに取り組む事業者に対する利用・支払意思

① 宿泊施設

- サステナブルツーリズムに繋がる取組を総合的に実施している「宿泊施設」に対しては、「今までと同価格であれば優先して利用する」とした回答者が最も多く、過半数の 57.1%となった。
- 一方で、「価格が 1 割高くても利用する」とした回答者（選択肢 1、2 の合計）も約 2 割（22.2%）存在している。なお、「サステナブルは判断基準にならない」とした回答者は 1 割強の 12.3%。

Q. 今後、サステナブルツーリズムに繋がる取組を総合的に実施している沖縄の「宿泊施設」をあなたは利用しますか。

単一回答		n	%
	全体	(1044)	
1	価格が2割以上高くても利用する	30	2.9
2	価格が1割高くても利用する	202	19.3
3	今までと同価格であれば優先して利用する	596	57.1
4	サステナブルは判断基準にならない	128	12.3
5	分からない	88	8.4

② 飲食施設

- サステナブルツーリズムに繋がる取組を総合的に実施している「飲食施設」に対しては、「今までと同価格であれば優先して利用する」とした回答者が最も多く、過半数の 56.3%となった。
- 一方で、「価格が 1 割高くても利用する」とした回答者（選択肢 1、2 の合計）も約 2 割（24.2%）存在している。なお、「サステナブルは判断基準にならない」とした回答者は 1 割強の 11.6%。

Q. 今後、サステナブルツーリズムに繋がる取組を総合的に実施している沖縄の「飲食施設」をあなたは利用しますか。

単一回答		n	%
	全体	(1044)	
1	価格が2割以上高くても利用する	29	2.8
2	価格が1割高くても利用する	223	21.4
3	今までと同価格であれば優先して利用する	588	56.3
4	サステナブルは判断基準にならない	121	11.6
5	分からない	83	8.0

③ アクティビティ事業者

- サステナブルツーリズムに繋がる取組を総合的に実施している「アクティビティ事業者」に対しては、「今までと同価格であれば優先して利用する」とした回答者が最も多く、過半数の 55.7%となつた。
- 一方で、「価格が 1 割高くても利用する」とした回答者（選択肢 1、2 の合計）も約 2 割（21.5%）存在している。なお、「サステナブルは判断基準にならない」とした回答者は 1 割強の 11.1%。

Q. 今後、サステナブルツーリズムに繋がる取組を総合的に実施している沖縄の「アクティビティ事業者」をあなたは利用しますか。

単一回答		n	%
全体		(1044)	
1 価格が2割以上高くても利用する	37	3.5	
2 価格が1割高くても利用する	188	18.0	
3 今までと同価格であれば優先して利用する	582	55.7	
4 サステナブルは判断基準にならない	116	11.1	
5 分からない	121	11.6	

④ 土産品製造・小売店

- サステナブルツーリズムに繋がる取組を総合的に実施している「土産品製造・小売店」に対しては、「今までと同価格であれば優先して利用する」とした回答者が最も多く、過半数の 56.8%となつた。
- 一方で、「価格が 1 割高くても利用する」とした回答者（選択肢 1、2 の合計）も約 2 割（23.2%）存在している。なお、「サステナブルは判断基準にならない」とした回答者は 1 割強の 11.7%。

Q. 今後、サステナブルツーリズムに繋がる取組を総合的に実施している沖縄の「土産品製造・小売店」をあなたは利用しますか。

単一回答		n	%
全体		(1044)	
1 価格が2割以上高くても利用する	35	3.4	
2 価格が1割高くても利用する	207	19.8	
3 今までと同価格であれば優先して利用する	593	56.8	
4 サステナブルは判断基準にならない	122	11.7	
5 分からない	87	8.3	

⑤ 交通事業者

- サステナブルツーリズムに繋がる取組を総合的に実施している「交通事業者」に対しては、「今までと同価格であれば優先して利用する」とした回答者が最も多く、過半数の 59.1%となつた。
- 一方で、「価格が 1 割高くても利用する」とした回答者（選択肢 1、2 の合計）も 19.7%存在している。なお、「サステナブルは判断基準にならない」とした回答者は 1 割強の 12.5%。

Q. 今後、サステナブルツーリズムに繋がる取組を総合的に実施している沖縄の「交通事業者」をあなたは利用しますか。

単一回答		n	%
全体		(1044)	
1 価格が2割以上高くても利用する	32	3.1	
2 価格が1割高くても利用する	173	16.6	
3 今までと同価格であれば優先して利用する	617	59.1	
4 サステナブルは判断基準にならない	130	12.5	
5 分からない	92	8.8	

4. サステナブルツーリズムに取り組む事業者・行政への要請事項

(1) サステナブルツーリズムに取り組む“事業者”に求めること

- サステナブルツーリズムに繋がる取組を実施する観光関連事業者に対して求めることとしては、「利便性・快適性を落とさない」が最も多く 56.4% となった。
- 次いで「取組内容を利用者にしっかり伝える」(43.8%)、「取り組んだ結果・成果を利用者にしっかり伝える」(43.2%)、「取組の背景にある企業姿勢・スタンスを利用者にしっかり伝える」(37.3%) が多くなり、利用者とのコミュニケーションを求める声が多く聞かれた。

Q. サステナブルツーリズムに繋がる取組を実施する沖縄の「観光関連事業者（全般）」にあなたが求めることはどんなことですか。

複数回答

	n	%
全体	(1044)	
1 利便性・快適性を落とさない	589	56.4
2 取組内容（何をしているか）を利用者にしっかり伝える	457	43.8
3 取組の背景にある企業姿勢・スタンス（なぜしているか）を利用者にしっかり伝える	389	37.3
4 取り組んだ結果・成果（何に繋がったか）を利用者にしっかり伝える	451	43.2
5 取組内容を証明できる認証を取得する	139	13.3
6 上記以外【　】	5	0.5
7 特に求める事はない	124	11.9

(2) サステナブルツーリズムに取り組む“行政・観光協会”に求めること

- サステナブルツーリズムに繋がる取組を実施する観光地（行政や観光協会等）に求めることとしては、「地域で守るべきルールを観光客に伝える」(57.5%)、「地域で大事にしているもの・考え方を観光客に伝える」(53.9%) が多く、事業者へ求めることと同様、利用者とのコミュニケーションを求める声が多く挙がった。

Q. サステナブルツーリズムに繋がる取組を実施する沖縄の「観光地（行政や観光協会等）」にあなたが求めることはどんなことですか。

複数回答

	n	%
全体	(1044)	
1 適切に取り組む事業者を紹介する	318	30.5
2 不適切な事業者を取り締まる仕組みを用意する	318	30.5
3 地域で守るべきルールを観光客に伝える	600	57.5
4 地域で大事にしているもの・考え方を観光客に伝える	563	53.9
5 サステナブルツーリズムに関する国際的な認証を取得する	168	16.1
6 上記以外【　】	2	0.2
7 特に求める事はない	162	15.5

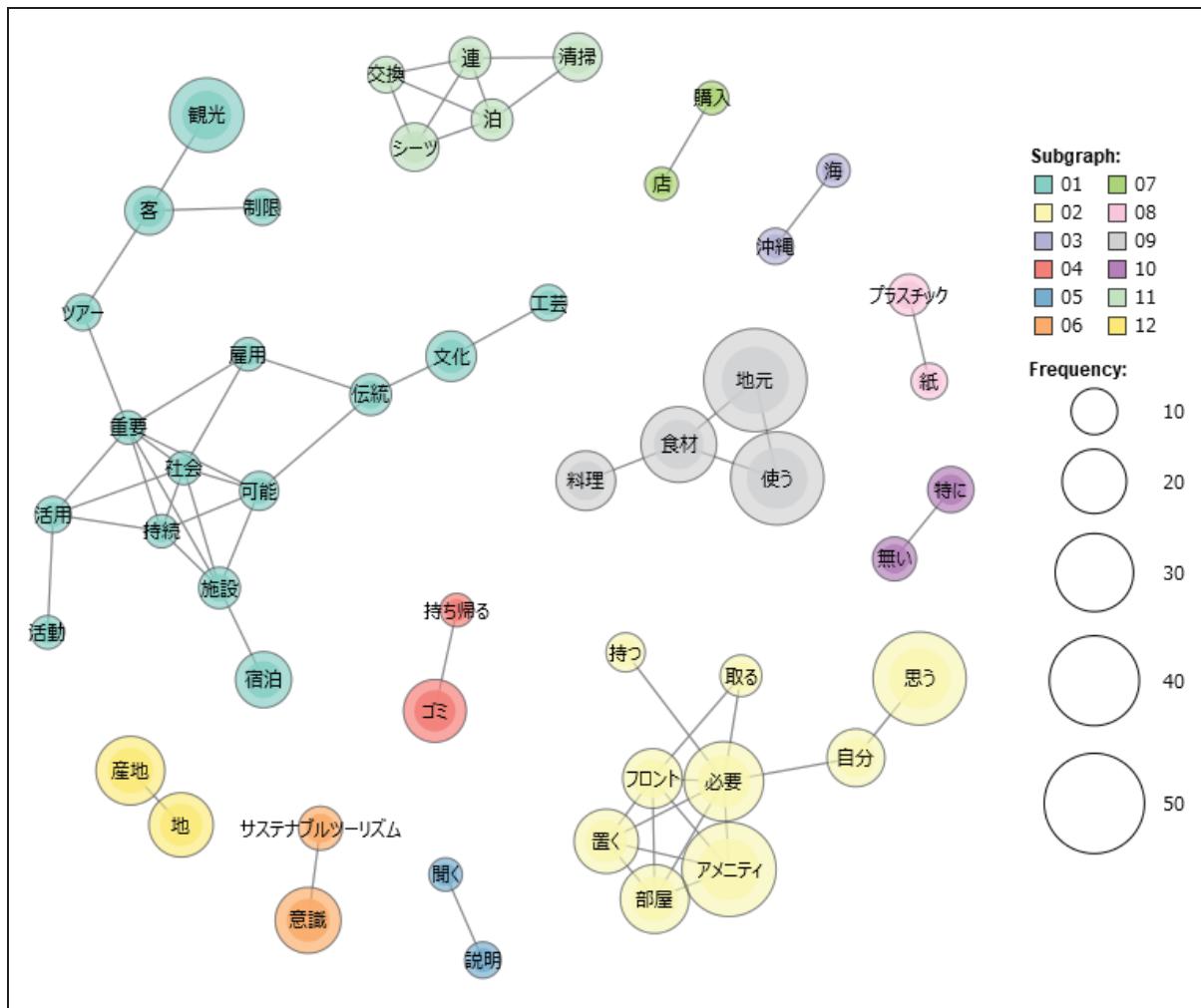
5. サステナブルツーリズムに対する自由記述

(1) 過去の旅行で魅力的に感じたサステナブルツーリズムに係る取組

- 過去の旅行において魅力的だと感じたサステナブルツーリズムに係る取組としては、様々な観点から具体的な事例が挙げられた。それらの回答結果から、単語同士の関連性の強さを可視化した共起ネットワーク図を作成した。
- 共起ネットワーク図からは、いくつかのパターンの回答が読み取れる。例えば、右下・黄色のアメニティ提供の取りやめや、真ん中・グレーの地元食材を使った料理の提供などに関する回答が多く挙がっていることが分かる。
- その他、ゴミの持ち帰りや、連泊時のシーツ交換の省略などの取組も見られる。

Q. あなたがこれまで旅行中に体験した中で、魅力的に感じたサステナブルツーリズムに係る取組があれば教えてください。

図 回答結果を元にした共起ネットワーク図（魅力的に感じたサステナブルツーリズムに係る取組）

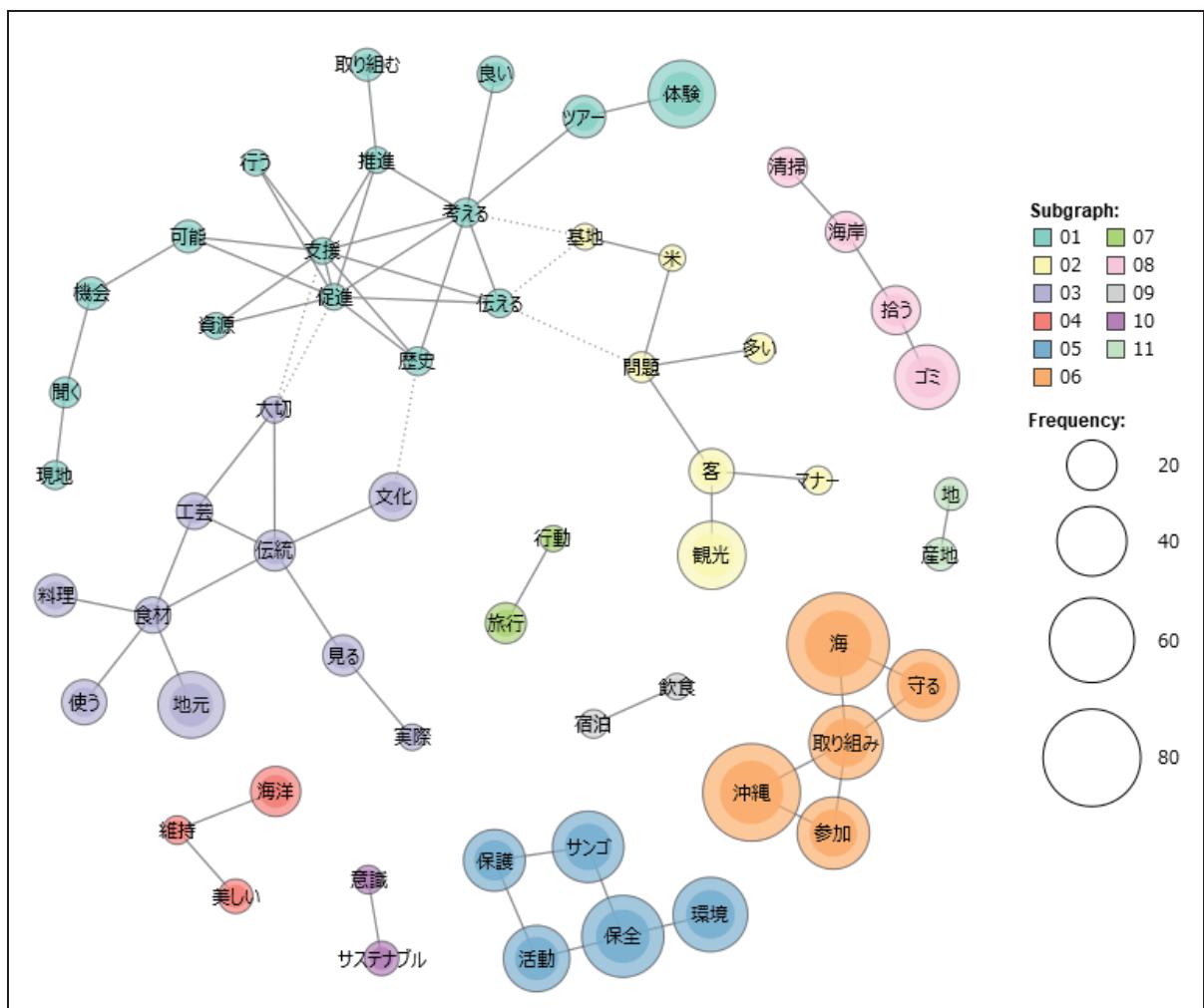


(2) “沖縄らしい” サステナブルツーリズムの取組としてイメージすること

- “沖縄らしい” サステナブルツーリズムの取組としてイメージすることについての共起ネットワーク図からは、右下・橙色の沖縄の海を守るための取組、下・青色のサンゴ礁の保全・保護に関する取組など、沖縄の海に関する取組が多く挙げられていることが読み取れる。
- その他、地元食材や、伝統文化・工芸、体験ツアー、海岸のゴミ清掃に関する回答が挙げられていることが分かる。

Q. “沖縄らしい” サステナブルツーリズムを推進する取組として、あなたがイメージすることや参加してみたいことがあれば教えてください。

図 回答結果を元にした共起ネットワーク図（沖縄らしいサステナブルツーリズムの取組）



第5章 サステナブルツーリズムを実現するために沖縄に求められる取組の考察

1. 調査データを元にした分析

(1) 追加コストの支払意思による意識・評価の違い

- ① 観光関連事業に対して求めること
- サステナブルツーリズムに繋がる取組を実施する観光関連事業者に対して求めることについて、調査結果から、取組を実施する事業者に対してコストを追加的に払えると回答した人のみを抽出したところ、回答者全体では「利便性・快適性を落とさない」が最も多い回答であったのに対し、追加コストを支払える人においては「取組内容を利用者にしっかり伝える」を求める声の方がいずれの事業種別に対しても高くなっている。
- また、取組の背景や取組の結果・成果を伝えることに対しても、回答者全体と比較して高い選択率となっている。

Q. サステナブルツーリズムに繋がる取組を実施する沖縄の「観光関連事業者（全般）」にあなたが求めることはどんなことですか。

n = 30 以上			利便性・快適性を落とさない	取組内容（何をしているか）を利用者にしっかり伝える	取組の背景にある企業姿勢・スタンス（なぜしているか）を利用者にしっかり伝える	取り組んだ結果・成果（何に繋がったか）を利用者にしっかり伝える	取組内容を証明できる認証を取得する	上記以外【 】	特に求めることはない	
[比率の差]										
全体 +10%										
全体 + 5%										
全体 - 5%										
全体 -10%										
		全体	(1,044)	56.4	43.8	37.3	43.2	13.3	0.5	11.9
[1 価格が2割以上高くても利用する]+ [2 価格が1割高くても利用する]		「宿泊施設」	(232)	49.1	56.9	45.3	47.8	20.3	0.0	3.4
		「飲食施設」	(252)	49.2	61.9	47.6	50.0	17.1	0.0	4.4
		「アクティビティ事業者」	(225)	51.1	60.4	49.8	50.2	21.3	0.0	3.1
		「土産品製造・小売店」	(242)	49.2	61.6	51.7	51.2	19.4	0.0	3.7
		「交通事業者」	(205)	47.8	61.5	48.3	50.7	18.5	0.0	2.9

② 観光地（行政や観光協会等）に求めること

- サステナブルツーリズムに繋がる取組を実施する観光地（行政や観光協会等）に求めることについて、追加コストを支払える人のみを抽出したところ、全ての項目で追加コストを支払える人の方が、選択率が高くなっている。
- 特に、「地域で大事にしているもの・考え方を観光客に伝える」については、いずれの事業種別においても6割を超える選択率となっており、強く求めていることが分かる。

Q. サステナブルツーリズムに繋がる取組を実施する沖縄の「観光地（行政や観光協会等）」にあなたが求めることはどんなことですか。

n = 30 以上		適切に取り組む事業者を紹介する	不適切な事業者を取り締まる仕組みを用意する	地域で守るべきルールを観光客に伝える	地域で大事にしているもの・考え方を観光客に伝える	サステナブルツーリズムに関する国際的な認証を取得する	上記以外【 】	特に求めることはない		
[比率の差]										
全体 +10%										
全体 + 5%										
全体 - 5%										
全体 -10%										
		全体	(1,044)	30.5	30.5	57.5	53.9	16.1	0.2	15.5
[1 価格が2割以上高くても利用する]+ [2 価格が1割高くても利用する]	「宿泊施設」	(232)	43.5	36.6	59.9	61.6	28.4	0.0	3.9	
	「飲食施設」	(252)	41.3	38.5	65.1	64.7	27.8	0.0	4.4	
	「アクティビティ事業者」	(225)	45.3	40.0	64.0	66.2	29.3	0.0	2.7	
	「土産品製造・小売店」	(242)	46.7	39.3	63.2	65.3	27.3	0.0	4.5	
	「交通事業者」	(205)	44.4	36.6	65.9	67.3	29.3	0.0	1.5	

(2) 日常の行動タイプによる意識・評価の違い

- 日常で意識して取り組んでいる行動に関する設問から、3つの特徴的な行動タイプを抽出した。タイプの分類は、各タイプで一定の対象者（サンプル数）が確保されること前提に、相関係数の比較的高い選択肢（35%以上）同士をグルーピングした上で、各タイプに応じた名称を設定した。
- 今回、分析から抽出したタイプは、コストに対する意識が敏感な「消費抑制」タイプ、食品ロスやゴミ削減への意識が敏感な「ロス削減」タイプ、そしてオーガニックやエシカル、社会貢献等の社会的な意識の高い「選択消費」タイプの3タイプである。

日常で意識して取り組んでいる行動に関する調査結果における選択肢の相関係数

	Q1_1	Q1_2	Q1_3	Q1_4	Q1_5	Q1_6	Q1_7	Q1_8	Q1_9	Q1_10	Q1_11	Q1_12	Q1_13	Q1_14
Q1_1	1													
Q1_2	0.2976	1												
Q1_3	0.14201	0.19025	1											
Q1_4	0.15054	0.14133	0.3136	1										
Q1_5	0.18394	0.25359	0.12776	0.03603	1									
Q1_6	0.1636	0.20045	0.10058	0.13854	0.19743	1								
Q1_7	0.10023	0.20283	0.21073	0.16671	0.08325	0.16111	1							
Q1_8	0.30046	0.38092	0.2629	0.16196	0.2237	0.14443	0.25104	1						
Q1_9	0.05927	0.09599	0.25997	0.27402	-0.0012	0.07361	0.18437	0.12123	1					
Q1_10	0.29853	0.28931	0.15519	0.07993	0.17942	0.14991	0.15928	0.2217	-0.0034	1				
Q1_11	0.11964	0.15934	0.27847	0.40062	0.02953	0.09087	0.23657	0.21688	0.36167	0.09245	1			
Q1_12	0.03818	0.1277	0.22499	0.25553	-0.0091	0.08154	0.23559	0.16729	0.2303	0.07987	0.32974	1		
Q1_13	-0.0013	-0.0478	0.02608	-0.0163	0.02562	0.00688	0.02648	0.00953	-0.0121	0.03674	-0.0144	-0.0147	1	
Q1_14	-0.2081	-0.2204	-0.1149	-0.0752	-0.3458	-0.1729	-0.114	-0.1629	-0.0558	-0.2411	-0.0665	-0.0676	-0.0089	1

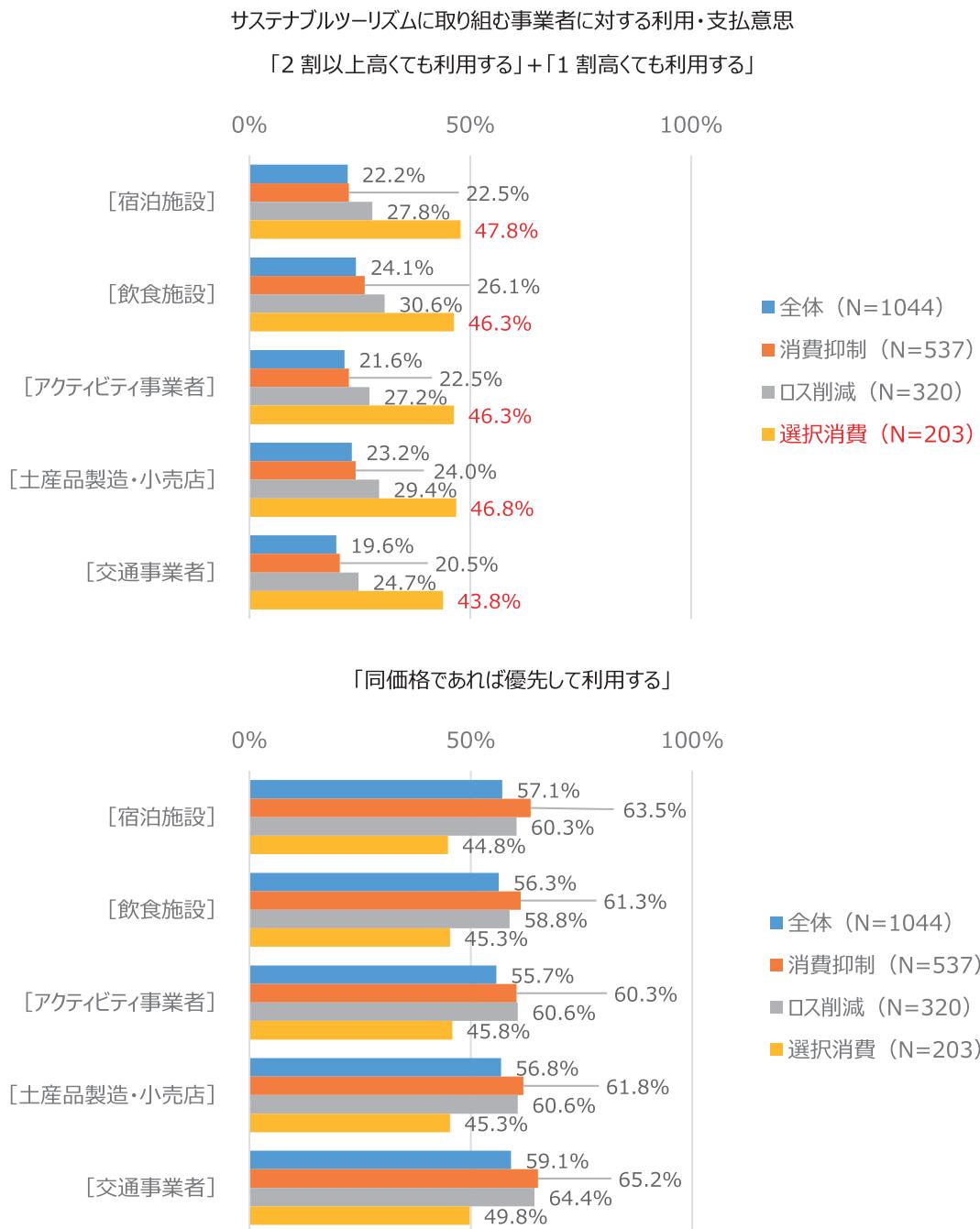
Q1_1	無駄な消費をしない・消費を抑える
Q1_2	食品ロスを減らす・食品を無駄なく使い切る
Q1_3	地産地消を意識する・地元の消費を増やす
Q1_4	自然由来・オーガニックな商品を選択する
Q1_5	エコバッグを使う
Q1_6	マイボトルを持ち歩く
Q1_7	リサイクルを意識する・中古品や古書・再生品を購入する
Q1_8	ゴミを出さないように心がける・ゴミを減らす
Q1_9	エシカル消費を意識する
Q1_10	ひとつの物を長く使う・長く使えるものを買う
Q1_11	環境や社会貢献活動に積極的な企業の商品を買う
Q1_12	社会をよりよくするための活動に募金や寄付・署名を行う
Q1_13	上記以外【 】
Q1_14	意識して取り組んでいることはない

※回答者によって、いずれの3つのタイプにも属さない、あるいは複数のタイプに含まれるケースも存在する

サステナブルに関する意識・行動に基づいたタイプ分類



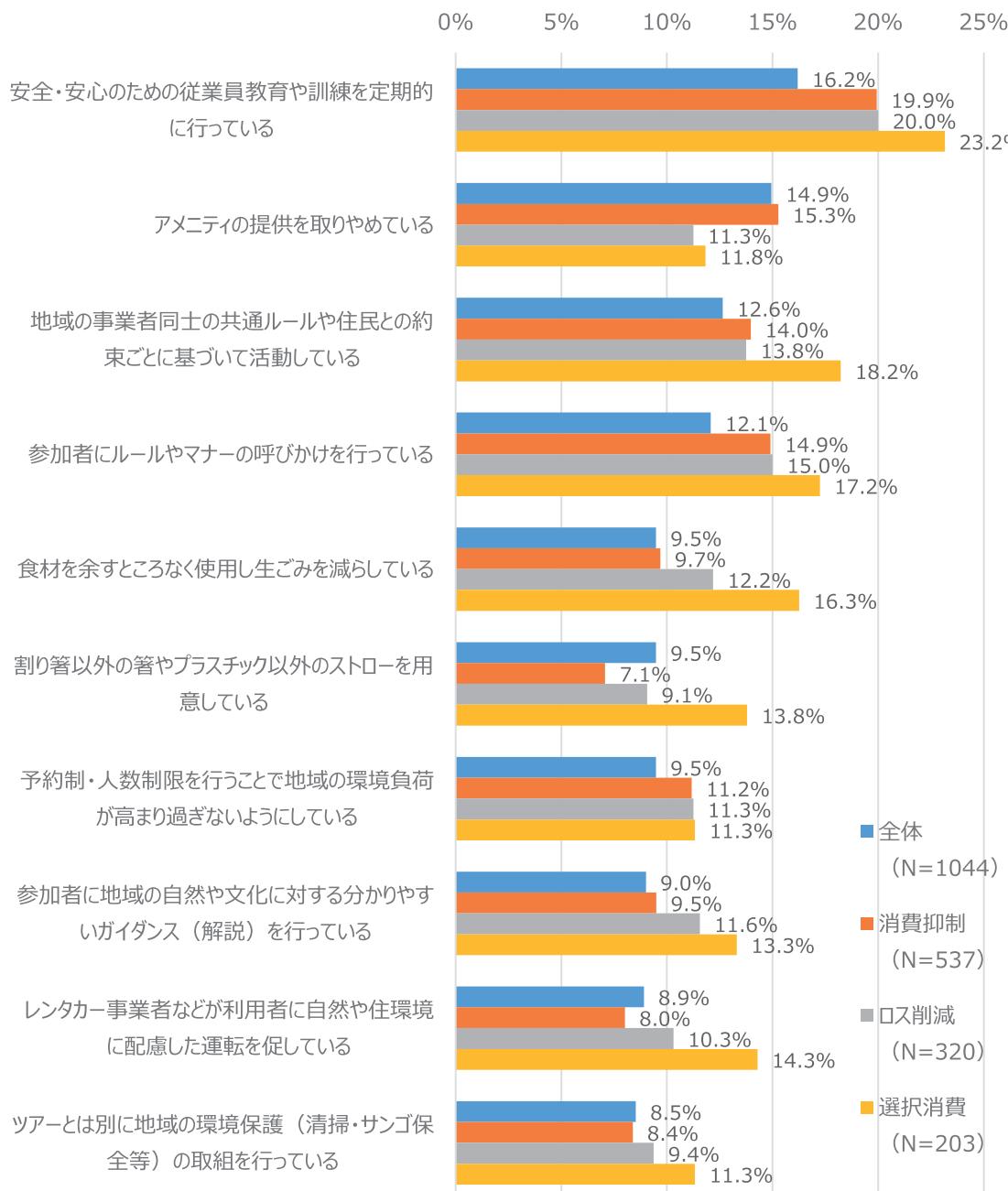
- サステナブルツーリズムに取り組む事業者に対して、[選択消費] タイプは、半数弱が追加コスト支払の意志を持ち、他のタイプとは明確に異なる特徴を持っていることが分かる。
- 一方で、[消費抑制] タイプおよび [ロス削減] タイプは、今までと同価格であることを求める声が多くなっている。



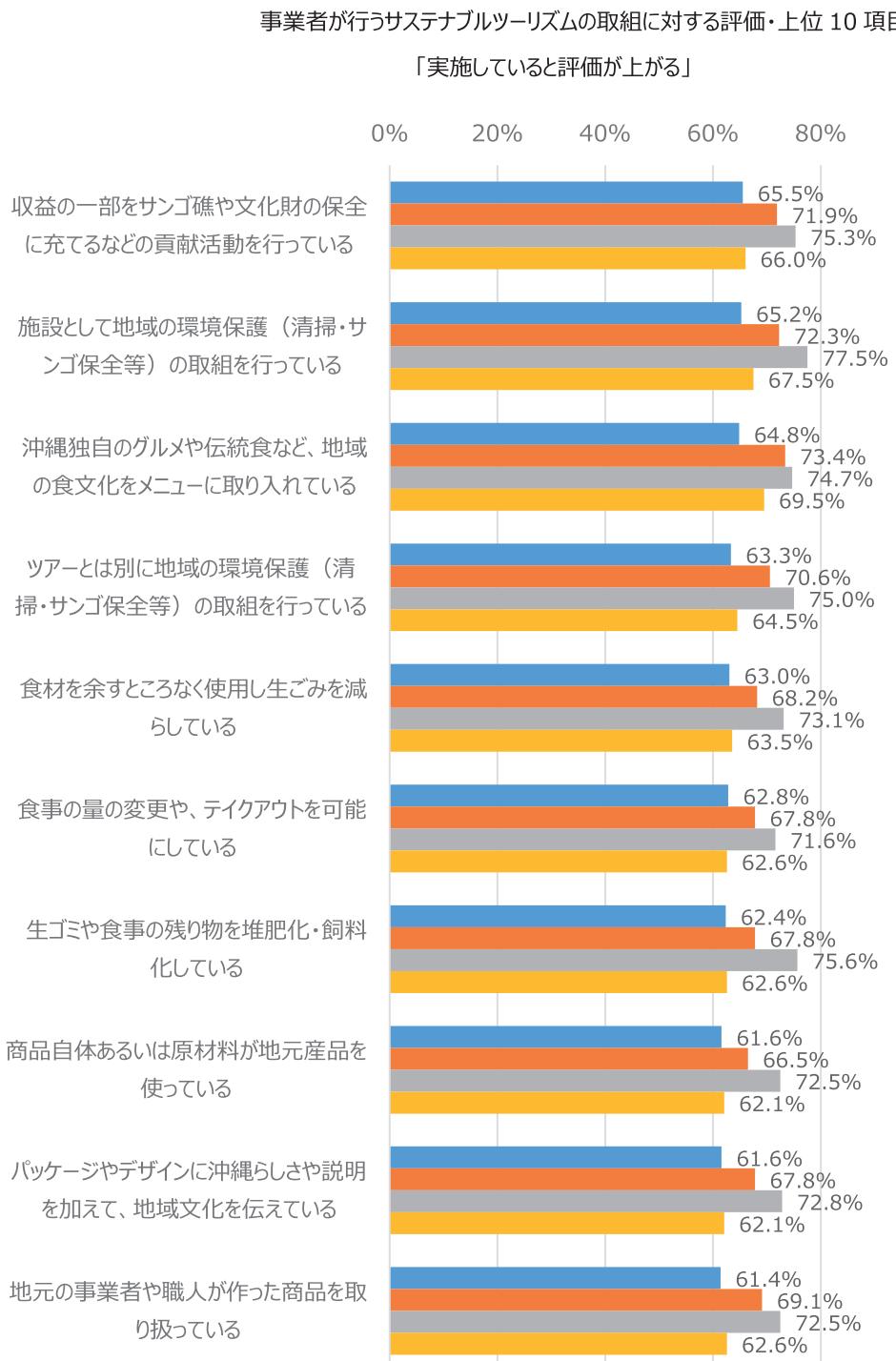
- 事業者が行うサステナブルツーリズムに繋がる取組について、「実施していないと評価が下がる」と回答した割合は【選択消費】タイプで高くなっている。
- 【消費抑制】【ロス削減】の各タイプは、概ね全体の回答と同じ傾向となっている。

事業者が行うサステナブルツーリズムの取組に対する評価・上位 10 項目

「実施していないと評価が下がる」



- 事業者が行うサステナブルツーリズムに繋がる取組について、「実施していると評価が上がる」と回答した割合は【ロス削減】タイプで高くなっている。
- 一方、【消費抑制】タイプも、全体と比較すると「実施していると評価が上がる」と回答した割合は高くなっている。



2. 調査結果をもとにした提言内容

(1) 県内の“事業者”に求められる取組

[事業者ごとのターゲット戦略の構築]

- 国内旅行者のサステナブルツーリズムに対する意識は高まりつつあるが、本調査でサステナブルツーリズムに取り組む事業者に対して追加コストを支払って良いと回答した人は全体の約2割であった。
- 日常のサステナブルな行動から分析された行動タイプのうち、全体の約2割に相当する〔選択消費〕タイプに限ると、サステナブルツーリズムに取り組む事業者に追加コスト支払の意思を持っている人の割合は約5割まで上昇することが分かった。
- サステナブルツーリズムに取り組むにあたっては、最初は「選択消費」タイプのようなサステナブルツーリズムに比較的の理解のある層に対象を絞って開始し、社会的要請や市場の拡大に応じて取組の規模を変えていくなど、柔軟なターゲット戦略の構築が求められる。

[自社の取組の見える化]

- 本調査では、サステナブルツーリズムに繋がる取組を実施する観光関連事業者に求めることとして、利便性・快適性を落とさないことに加えて、取組内容（何をしているか）や、背景にある企業姿勢・スタンス（なぜしているか）、取り組んだ結果・成果（何に繋がったか）をしっかりと伝えて欲しいという声が多く挙がった（特にコスト支払者においてその傾向が強い）。
- こうしたコミュニケーションを求める声に応えるために、自社の取組の背景・内容・成果それぞれについて、積極的に情報発信していくことが求められる。なお、情報を伝える際は、グリーンウォッシュ[※]とならないよう、観光客自身が取組に参加することで「どれだけ」「何に」貢献できるのかを、“具体的”に示していくことも重要となる。
- 背景・内容・成果を具体的に示すことは、自社の取組の客観的な振り返りとなり、目標設定や取組効果の検証にも繋がるものである。それらは、関係先に対する取組の正当性を示す機会となる他、日々取組に関わっている従業員の士気の向上や、今後は新規入職者に対するアピールにも繋がることなども期待される。

※ グリーンウォッシュ：実際には環境に配慮していないにも関わらず、あたかも配慮しているように見せかけている環境保護対策やサービスのこと

(2) 県内の“行政・観光協会”に求められる取組

[地域の取組への共感者の獲得]

- 本調査で行政・観光協会等に求められる取組として多く挙がったのは、地域において「守るべきルール」や「大事にしているもの・考え方」を伝えることであった。
- 現時点では、サステナブルツーリズムに敏感に反応する層は限定的であることが想定されるため、【選択消費】タイプ※をはじめとしたサステナブルツーリズムに親和性の高い層に、地域としての姿勢や価値観を伝えることで、地域に共感してもらい、さらに口コミ等によってほかの層へと理解者を拡大していくような取組が求められる。
- その際、CSR※にも関心の高い【選択消費】タイプの新たな巻き込みには、同タイプが支持するような他業種の事業者と連携を図り、旅行以外の場面で情報を伝える機会を作ることも有効な一手として考えられる。

[取組事業者に対する評価・支援]

- 本調査で行政・観光協会等に求めることとして、「適切な事業者の紹介」あるいは「不適切な事業者を取り締まる仕組み」などを求める声が多く挙がった。
- サステナブルツーリズムに取り組む事業者あるいは取組の数・バリエーションをさらに拡大させていくためには、現状の取組に対して適切に評価を行い、評価の結果が取組事業者のメリットとなるように還元していくことが必要である。

[地域単位での目標・行動指針の設定]

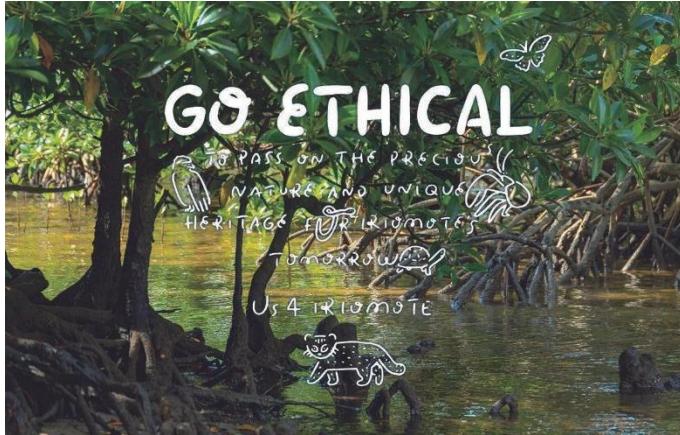
- サステナブルツーリズムの内容が幅広いため、事業者が取り組む際に戸惑いを感じることがある。県あるいは市町村・広域圏等の単位で、行政や観光協会等が、サステナブルツーリズムに対する方針と目標を明確にした上で、事業者の取組の旗振り役として行動指針を示していくことが求められる。
- ※ 【選択消費】タイプには、「サステナブルな取組を広げたい・周りの人にも薦めたい」と考える人が、【消費抑制】タイプの約2倍、【ロス削減】タイプの約1.5倍おり、市場を拡大する上で先行的に取り込むべき対象としても考えられる。
- ※ CSR：企業活動において、社会的公正や環境などへの配慮を組み込み、従業員、投資家、地域社会などの利害関係者に対して責任ある行動をとるとともに、説明責任を果たしていくことを求める考え方

3. 参考となる事例

(1) 「地域」×「他業種連携」の取組

[Us 4 IRIOMOTE]

- アウトドア&フットウェアブランドである KEEN（キーン）が、「美しい西表島の自然を未来に残すためにアウトドアシユーズメーカーとしてできることはないか」という想いを元に、2019 年に沖縄の写真家・編集者と共にプロジェクトを発足。
- 西表島で自然保護や文化継承活動を行うパートナー団体の活動サポートや、「GO ETHICAL」をキーワードに、旅先での敬意と思いやりを忘れない「エシカルな旅」の啓蒙活動を実施。イリオモテヤマネコをモチーフとした『UNEEK EVO（ユニークエヴォ）』の売り上げの 10%を始め、協賛企業、個人寄付、クラウドファンディング、チャリティグッズの販売を通じて基金を集め、同活動に活用している。
- 同プロジェクトでは、環境省事業も活用し、島を訪れる観光客に「エシカルな旅」を促すための特設サイトも制作。今なぜ、「エシカルな旅」が必要なのか、漂着ゴミやヤマネコのロードキルなど西表島が抱える課題に触れながら、訪問者が守るべき島のルールや参加できるエシカルな取組、旅のためのヒントなどが紹介されている。
- 環境意識が高いことが想定される同社の顧客層は、サステナブルツーリズムとの親和性が高いと考えられる。こうした層をオピニオンリーダー的に先行して地域に取り込むことで、その後の市場拡大（フォロワーの獲得）に繋がることが期待される。2024 年 1 月に一般社団法人アスノタビを設立、活動域を西表島以外にも広げている。



BRING WHAT YOU NEED.
WHEN YOU SEE YOURSELF
AS A PART OF NATURE.
NATURE WILL BECOME A PART OF YOU.

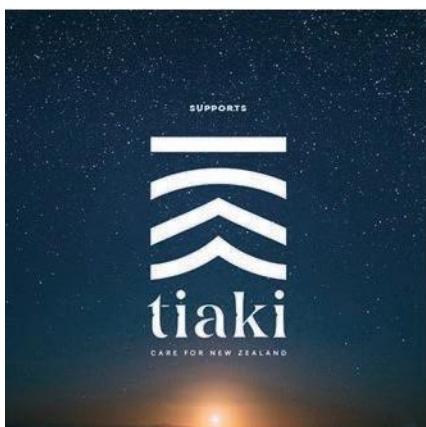
自分のものは、自分で持っていく。
自然の中にいる自分を想像してみて、ゴミは出さない、持ち込まない工夫をしよう。
そうすれば、もっと自然と仲良くなれる。

KEEN 特設サイト : <https://www.keenfootwear.jp/blogs/keen-blog/us4iriomote-4-year-anniversary>

(2) 「地域」×「姿勢を伝える」取組

[ニュージーランド「Tiaki Promise」]

- ティアキはマオリ語で、人と場所を守るという意味で、Tiaki Promise（ティアキ・プロミス）は今現在から、未来の世代まで、ニュージーランドを守っていくという宣言である。
- コロナ以前、ニュージーランドの訪問者は右肩上がりに増加。そうした中で旅行者のマナー違反等への打開策のひとつとして、新たに開始されたもの。
- 旅行者に対して、マオリのレンズを通して世界を見て、態度や行動に反映させることを求めるもので、地域古来の価値観を示すことで旅行者の共感を上手く得ている事例である。



Become one of the locals

How can you embrace the spirit of Kiwi people?

Strike up conversations along your journey - a casual chat at a bar or restaurant or at a local market - it's the best way to get insider knowledge on the area you're visiting and you may even pick up the local Kiwi lingo and make new life-long friends!

Tiaki Promise 特設サイト：<https://www.tiakinezealand.com>

[竹富町「責任ある観光」]

- 「またねっ！」と、言いたいから。」をキーワードに、旅行者に対して環境や暮らしへ配慮した行動を呼びかけている。
- 旅行者が地域に受け入れられるための 8 つのアクション（例：ゴミの持ち帰り 等）や竹富町が取り組んでいる活動などを特設サイトを通じて発信している。
- 観光客が我慢するだけではなく、楽しめる、持続可能で新しい観光を目指しており、押しつけ・強制ではなく、旅行者の情緒的価値に訴えかけることで、地域の「共感者」となってもらうことを目指している。



竹富町「責任ある観光」サイト：<https://taketomi-shimajikan.okinawa/responsible-tourism>

(参考資料) 回答者属性

● 沖縄旅行経験の有無・年代

単一回答		n	%
	全体	(1044)	
1	【沖縄旅行希望者】かつ【沖縄旅行経験者】15-19歳	75	7.2
2	【沖縄旅行希望者】かつ【沖縄旅行経験者】20代前半	38	3.6
3	【沖縄旅行希望者】かつ【沖縄旅行経験者】20代後半	38	3.6
4	【沖縄旅行希望者】かつ【沖縄旅行経験者】30代	75	7.2
5	【沖縄旅行希望者】かつ【沖縄旅行経験者】40代	74	7.1
6	【沖縄旅行希望者】かつ【沖縄旅行経験者】50代	74	7.1
7	【沖縄旅行希望者】かつ【沖縄旅行経験者】60代	74	7.1
8	【沖縄旅行希望者】かつ【沖縄旅行経験者】70-80代	74	7.1
9	【沖縄旅行希望者】かつ【沖縄旅行「未」経験者】15-19歳	75	7.2
10	【沖縄旅行希望者】かつ【沖縄旅行「未」経験者】20代前半	38	3.6
11	【沖縄旅行希望者】かつ【沖縄旅行「未」経験者】20代後半	38	3.6
12	【沖縄旅行希望者】かつ【沖縄旅行「未」経験者】30代	75	7.2
13	【沖縄旅行希望者】かつ【沖縄旅行「未」経験者】40代	74	7.1
14	【沖縄旅行希望者】かつ【沖縄旅行「未」経験者】50代	74	7.1
15	【沖縄旅行希望者】かつ【沖縄旅行「未」経験者】60代	74	7.1
16	【沖縄旅行希望者】かつ【沖縄旅行「未」経験者】70-80代	74	7.1

● 性別

単一回答		n	%
	全体	(1044)	
1	男性	499	47.8
2	女性	545	52.2

● 未既婚／子どもの有無

単一回答		n	%
	全体	(1044)	
1	未婚	467	44.7
2	既婚	577	55.3

単一回答		n	%
	全体	(1044)	
1	子供なし	528	50.6
2	子供あり	516	49.4

● 職業／学生種別

単一回答		n	%
	全体	(1044)	
1	公務員	47	4.5
2	経営者・役員	19	1.8
3	会社員(事務系)	134	12.8
4	会社員(技術系)	85	8.1
5	会社員(その他)	137	13.1
6	自営業	35	3.4
7	自由業	20	1.9
8	専業主婦(主夫)	102	9.8
9	パート・アルバイト	138	13.2
10	学生	168	16.1
11	その他	26	2.5
12	無職	133	12.7

● 世帯年収

単一回答		n	%
	全体	(1044)	
1	～300万円未満	164	15.7
2	300～400万円未満	118	11.3
3	400～500万円未満	89	8.5
4	500～600万円未満	93	8.9
5	600～800万円未満	139	13.3
6	800～1000万円未満	86	8.2
7	1000～1500万円未満	65	6.2
8	1500～2000万円未満	17	1.6
9	2000万円以上	10	1.0
10	わからない・答えたくない	263	25.2

(参考資料) アンケート調査票

Q1

あなたが日常で意識して取り組んでいることを教えてください。（いくつでも）

▲ 設問文を折りたたむ

- 1. 無駄な消費をしない・消費を抑える
- 2. 食品ロスを減らす・食品を無駄なく使い切る
- 3. 地産地消を意識する・地元の消費を増やす
- 4. 自然由来・オーガニックな商品を選択する
- 5. エコバッグを使う
- 6. マイボトルを持ち歩く
- 7. リサイクルを意識する・中古品や古書・再生品を購入する
- 8. ゴミを出さないように心がける・ゴミを減らす
- 9. エシカル消費を意識する
- 10. ひとつの物を長く使う・長く使えるものを買う
- 11. 環境や社会貢献活動に積極的な企業の商品を買う
- 12. 社会をよくするために活動に募金や寄付・署名を行う
- 13. 上記以外【FA】
- 14. 意識して取り組んでいることはない

[Q1_13FA](#)

Q2

あなたが旅行時に意識して取り組んでいることを教えてください。（いくつでも）

▲ 設問文を折りたたむ

- 1. 歯ブラシ・化粧品を持参する
- 2. ゴミを持ち帰ったり・ゴミを出さないようにする
- 3. 郷土料理や地元食材の選択など地産地消を意識する
- 4. できるだけ徒歩や自転車などで移動する
- 5. マイカーではなく公共交通機関を使う
- 6. 飛行機を使わない
- 7. 地域の経済を考えて地域の農産品や工芸品を購入する
- 8. 地元資本のホテルや店舗・事業者を利用する
- 9. 宿泊先のシーツの取り換えや客室清掃を辞退する
- 10. 地域の文化・歴史などを学ぶ体験プログラムに参加する
- 11. 閑散期や空いている場所を選んで訪問する
- 12. 地元の人と挨拶や会話などのコミュニケーションを取る
- 13. 上記以外【FA】
- 14. 意識して取り組んでいることはない

[Q2_13FA](#)

Q3

日常や旅行時に意識して取り組んでいることがあるとお答えの方に伺います。

前問までで答えた意識や取組の背景にあるあなたの考え方についてまるもの教えてください。（いくつでも）

▲ 設問文を折りたたむ

- 1. 同じようなものを購入するなら環境や社会に貢献できるものを選びたい
- 2. 節約に繋がる
- 3. 環境問題や社会問題を解決したい
- 4. 地元の地域の活性化に繋げたい
- 5. 日常生活で資源やエネルギーを無駄にしている実感がある
- 6. 子どもたちの未来に役立てたい
- 7. 環境や社会に貢献した満足感が得られる
- 8. ライフスタイルに憧れる・生活を豊かにする
- 9. 身体や健康に良さそうだと思う
- 10. 取組を広げたい・周りの人にも薦めたい
- 11. 家族や友人等が取り組んでいる
- 12. 憧れの人や有名人が取り組んでいる
- 13. その他【FA】

[Q3_13FA](#)

Q4

国連世界観光機関（UNWTO）は、サステナブルツーリズム（持続可能な観光）を、「訪問客、業界、環境および訪問客を受け入れるコミュニティーのニーズに対応しつつ、現在および将来の経済、社会、環境への影響を十分に考慮する観光」と定義しています。

あなたは、「サステナブルツーリズム」という言葉を知っていましたか。

▲ 設問文を折りたたむ

- 1. 定義通りの意味で理解していた
- 2. 定義とはやや違った内容で理解していた
- 3. 言葉は知っていたが、意味はよく分からなかった
- 4. 聞いたことはなかった

Q5

沖縄でサステナブルツーリズムを推進するための取組の中で、あなたが重要だと思う取組について教えてください。（いくつでも）

▲ 設問文を折りたたむ

- 1. 景観を保全する
- 2. サンゴを保全する
- 3. 節水・節電、ゴミの減量等自然環境への負荷を軽減する
- 4. 海洋ゴミを処理する
- 5. 二酸化炭素排出量を低減させる
- 6. 道路混雑を解消する
- 7. 観光客のマナーが向上し、地域の文化や慣習を尊重するようにする
- 8. 街並みを保全する
- 9. 物価上昇を抑制する
- 10. 治安悪化を抑制する
- 11. 住宅街や集落、聖地へ観光客が侵入しないようにする
- 12. 年中行事やイベントの担い手不足を解消する
- 13. 騒音やゴミの増加等により生活環境が悪化しないようにする
- 14. コンビニ・スーパー等の混雑を解消する
- 15. 幅広い観光客への多言語対応を行う
- 16. 地域で作られた工芸品や製品の購入を促進する
- 17. 経済効果の県外流出を抑制する
- 18. 食料自給率を向上させる
- 19. 観光客のリピーター率を向上させる
- 20. 観光客の新規顧客を獲得する
- 21. あてはまるものはない

Q6

沖縄のホテル・ペンションなどの「宿泊施設」が行う以下のサステナブルツーリズムに繋がる取組について、どう思いますか。

▲ 設問文を折りたたむ

項目リスト

- | | |
|------|---------------------------------------|
| Q6S1 | 1. アメニティの提供を取りやめている |
| Q6S2 | 2. 地域産品や環境に配慮したアメニティを取り入れている |
| Q6S3 | 3. 施設内に環境に配慮した照明（LED等）を導入している |
| Q6S4 | 4. 再生可能エネルギー（太陽光、風力等）を導入している |
| Q6S5 | 5. 施設として地域の環境保護（清掃・サンゴ保全等）の取組を行っている |
| Q6S6 | 6. 宿泊者が地域の自然や文化を体験・体感できるプログラムが用意されている |
| Q6S7 | 7. 地域の自然や文化を紹介するコーナー・展示・配布物を用意している |
| Q6S8 | 8. 室内装飾や食器などに沖縄の伝統工芸を取り入れている |
| Q6S9 | 9. 地域の住民を積極的に雇用している |

選択肢リスト

- 1. 実施していないと評価が下がる
- 2. 気にならない・何とも思わない
- 3. 実施していると評価が上がる
- 4. よく分からない

Q7

今後、サステナブルツーリズムに繋がる取組を総合的に実施している沖縄の「宿泊施設」をあなたは利用しますか。

▲ 設問文を折りたたむ

- 1. 価格が2割以上高くても利用する
- 2. 価格が1割高くても利用する
- 3. 今までと同価格であれば優先して利用する
- 4. サステナブルは判断基準にならない
- 5. 分からない

Q8

沖縄のレストラン・カフェ・食堂などの「飲食施設」が行う以下のサステナブルツーリズムに繋がる取組について、どう思いますか。

▲ 設問文を折りたたむ

項目リスト

Q8S1	1. 食材を余すところなく使い生ごみを減らしている
Q8S2	2. 食事の量の変更や、テイクアウトを可能にしている
Q8S3	3. 生ごみや食事の残り物を堆肥化・飼料化している
Q8S4	4. 割り箸以外の箸やプラスチック以外のストローを用意している
Q8S5	5. 食材に地元産品を一定割合以上使っている
Q8S6	6. 沖縄独自のグルメや伝統食など、地域の食文化をメニューに取り入れている
Q8S7	7. 食器やクロスなどに沖縄の伝統工芸を取り入れている

選択肢リスト

- 1. 実施していないと評価が下がる
- 2. 気にならない・何とも思わない
- 3. 実施していると評価が上がる
- 4. よく分からない

Q9

今後、サステナブルツーリズムに繋がる取組を総合的に実施している沖縄の「飲食施設」をあなたは利用しますか。

▲ 設問文を折りたたむ

- 1. 価格が2割以上高くても利用する
- 2. 価格が1割高くても利用する
- 3. 今までと同価格であれば優先して利用する
- 4. サステナブルは判断基準にならない
- 5. 分からない

Q10

沖縄のダイビングや、カヌー・トレッキング、集落案内などのガイド等を行う「アクティビティ事業者」が行う以下のサステナブルツーリズムに繋がる取組について、どう思いますか。

▲ 設問文を折りたたむ

項目リスト

Q10S1	1. 参加者にルールやマナーの呼びかけを行っている
Q10S2	2. 約制・人数制限を行うことで地域の環境負荷が高まり過ぎないようにしている
Q10S3	3. 地域の事業者同士の共通ルールや住民との約束ごとにに基づいて活動している
Q10S4	4. 参加者に地域の自然や文化に対する分かりやすいガイド（解説）を行っている
Q10S5	5. 安全・安心のための従業員教育や訓練を定期的に行っている
Q10S6	6. ツアーとは別に地域の環境保護（清掃・サンゴ保全等）の取組を行っている
Q10S7	7. 地元出身のガイドが案内をしている

選択肢リスト

- 1. 実施していないと評価が下がる
- 2. 気にならない・何とも思わない
- 3. 実施していると評価が上がる
- 4. よく分からない

Q11

今後、サステナブルツーリズムに繋がる取組を総合的に実施している沖縄の「アクティビティ事業者」をあなたは利用しますか。

▲ 設問文を折りたたむ

- 1. 價格が2割以上高くても利用する
- 2. 價格が1割高くても利用する
- 3. 今までと同価格であれば優先して利用する
- 4. サステナブルは判断基準にならない
- 5. 分からない

Q12

沖縄のお土産屋さんなどの「土産品製造・小売店」が行う以下のサステナブルツーリズムに繋がる取組について、どう思いますか。

▲ 設問文を折りたたむ

項目リスト

Q12S1
Q12S2
Q12S3
Q12S4
Q12S5
Q12S6

- 1. 簡易包装を心掛けている
- 2. 商品自体あるいは原材料が地元産品を使っている
- 3. 地元の事業者や職人が作った商品を取り扱っている
- 4. パッケージやデザインに沖縄らしさや説明を加えて、地域文化を伝えている
- 5. 収益の一部をサンゴ礁や文化財の保全に充てるなどの貢献活動を行っている
- 6. 福祉施設等が制作した商品の取扱いや、障がい者雇用に積極的である

選択肢リスト

- 1. 実施していないと評価が下がる
- 2. 気にならない・何とも思わない
- 3. 実施していると評価が上がる
- 4. よく分からない

Q13

今後、サステナブルツーリズムに繋がる取組を総合的に実施している沖縄の「土産品製造・小売店」をあなたは利用しますか。

▲ 設問文を折りたたむ

- 1. 價格が2割以上高くても利用する
- 2. 價格が1割高くても利用する
- 3. 今までと同価格であれば優先して利用する
- 4. サステナブルは判断基準にならない
- 5. 分からない

Q14

沖縄の観光・路線バスやタクシー、レンタカーなどの「交通事業者」が行う以下のサステナブルツーリズムに繋がる取組について、どう思いますか。

▲ 設問文を折りたたむ

項目リスト

Q14S1
Q14S2
Q14S3
Q14S4

- 1. ハイブリッドカーや電気自動車など環境を意識した車両を取り入れている
- 2. バス・タクシーなどの運転手がエコドライブ（環境にやさしい運転）を心がけている
- 3. レンタカー事業者などが利用者に自然や住環境に配慮した運転を促している
- 4. バスやモノレールが連携して周遊きっぷを販売して公共交通利用を促している

選択肢リスト

- 1. 実施していないと評価が下がる
- 2. 気にならない・何とも思わない
- 3. 実施していると評価が上がる
- 4. よく分からない

Q15

今後、サステナブルツーリズムに繋がる取組を総合的に実施している沖縄の「交通事業者」をあなたは利用しますか。

▲ 設問文を折りたたむ

- 1. 價格が2割以上高くても利用する
- 2. 價格が1割高くても利用する
- 3. 今までと同価格であれば優先して利用する
- 4. サステナブルは判断基準にならない
- 5. 分からない

Q16

サステナブルツーリズムに繋がる取組を実施する沖縄の「観光関連事業者（全般）」にあなたが求めるることはどんなことですか。（いくつでも）

▲ 設問文を折りたたむ

- 1. 利便性・快適性を落とさない
- 2. 取組内容（何をしているか）を利用者にしっかりと伝える
- 3. 取組の背景にある企業姿勢・スタンス（なぜしているか）を利用者にしっかりと伝える
- 4. 取り組んだ結果・成果（何に繋がったか）を利用者にしっかりと伝える
- 5. 取組内容を証明できる認証を取得する
- 6. 上記以外【FA】
- 7. 特に求める事はない

[Q16_6FA](#)

Q17

サステナブルツーリズムに繋がる取組を実施する沖縄の「観光地（行政や観光協会等）」にあなたが求めるとはどんなことですか。（いくつでも）

▲ 設問文を折りたたむ

- 1. 適切に取り組む事業者を紹介する
- 2. 不適切な事業者を取り締まる仕組みを用意する
- 3. 地域で守るべきルールを観光客に伝える
- 4. 地域で大事にしているもの・考え方を観光客に伝える
- 5. サステナブルツーリズムに関する国際的な認証を取得する
- 6. 上記以外【FA】
- 7. 特に求める事はない

[Q17_6FA](#)

Q18

あなたがこれまで旅行中に体験した中で、魅力的に感じたサステナブルツーリズムに係る取組があれば教えてください。
※沖縄に限らずお考え下さい。

▲ 設問文を折りたたむ

[Q18FA](#)

Q19

“沖縄らしい”サステナブルツーリズムを推進する取組として、あなたがイメージすることや参加してみたいことがあれば教えてください。

▲ 設問文を折りたたむ

[Q19FA](#)

Q20

あなたの世帯年収（税込）についてお答えください。

▲ 設問文を折りたたむ

- 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. 600~800万円未満
- 6. 800~1000万円未満
- 7. 1000~1500万円未満
- 8. 1500~2000万円未満
- 9. 2000万円以上
- 10. わからない・答えたくない

「公庫レポート」既刊目録

[数字は号数、()は発行年月]

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

○ 地域産業トピックス 不動産賃貸 空室率が高い沖縄の貸ビル サービス 沖縄県内の人材派遣業 自動車分解整備業の概要	22 (H 1.12)
○ データ解説 昭和63年度個人住宅建設資金利用者調査報告 労働生産性が低い県内製造業(工業統計調査より)	22 (H 1.12)
○ 平成元・2年度設備投資計画調査報告(平成元年9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 —沖縄県の有望作目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)
○ 沖縄県の花卉農業	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产地形成に向けての課題	41 (H 7. 3)
○ 総合産業への変容が求められる500万人時代の沖縄観光	42 (H 7. 3)
○ 県内製糖業の現状	43 (H 7. 3)
○ 平成6・7年度設備投資計画調査報告(平成7年3月調査)	44 (H 7. 5)
○ 公庫住宅資金利用者に係る耐久消費財等購入実態調査	45 (H 7. 8)

○ 県内駐車場業の現状と課題	46	(H 7. 9)
○ データ解説 平成6年度マイホーム新築資金利用者調査報告 平成6年度マンション購入資金利用者調査報告	47	(H 7. 9)
○ 平成6・7年度設備投資計画調査報告(平成7年9月調査)	48	(H 7. 12)
○ 薬草加工販売業の現状と課題	49	(H 8. 1)
○ 新規開業の実態	50	(H 8. 1)
○ 持家取得実態調査	51	(H 8. 3)
○ 「わしたショップ」—拠点方式による県産品のマーケティング—	52	(H 8. 5)
○ 平成7・8年度設備投資計画調査報告(平成8年3月調査)	53	(H 8. 6)
○ 沖縄県におけるタラソテラピー事業可能性の検討 (フランス・タラソテラピー業界視察報告)	54	(H 8. 6)
○ 沖縄での展開が有望なタラソテラピーについて	54	(H 8. 6)
○ 県内小売業の現状	55	(H 8. 7)
○ データ解説 平成7年度マイホーム新築資金利用者調査報告 平成7年度マンション購入資金利用者調査報告	56	(H 8. 7)
○ 沖縄の養蜂	57	(H 8. 8)
○ 平成7・8年度設備投資計画調査報告(平成8年9月調査)	58	(H 8. 12)
○ 県内レンタカー業の現状 一大規模な規制緩和のもと、更なる発展が見込まれる県内レンタカー業—	59	(H 9. 1)
○ 県内貸ビル業の現状 —空室率が高い沖縄の貸ビル—	60	(H 9. 2)
○ マイホーム新築資金住宅の建設実態	61	(H 9. 3)
○ 車エビ養殖業の現状と課題 —全国一の生産県となるも市況悪化への対応が迫られる車エビ養殖業界—	62	(H 9. 4)
○ 台湾の中小企業とOEM	63	(H 9. 5)
○ 平成8・9年度設備投資計画調査報告(平成9年3月調査)	64	(H 9. 6)
○ データ解説 平成8年度マイホーム新築資金利用者調査報告 平成8年度マンション購入資金利用者調査報告	65	(H 9. 10)
○ 公庫住宅資金利用者に係る耐久消費財等購入実態調査	66	(H 9. 10)
○ 平成8・9年度設備投資計画調査報告(平成9年9月調査)	67	(H 9. 12)
○ 廃棄物リサイクル産業の現状と課題	68	(H 10. 6)
○ 平成9・10年度設備投資計画調査報告(平成10年3月調査)	69	(H 10. 6)
○ 沖縄の産業振興とマルチメディア	70	(H 10. 7)
○ データ解説 平成9年度マイホーム新築資金利用者調査報告 平成9年度マンション購入資金利用者調査報告	71	(H 10. 10)
○ 平成9・10年度設備投資計画調査報告(平成10年9月調査)	72	(H 10. 12)
○ 平成9年度ホテル経営状況	73	(H 10. 12)
○ ダイビング業界の現状と課題	74	(H 11. 3)
○ 平成10・11年度設備投資計画調査報告(平成11年3月調査)	75	(H 11. 8)
○ 平成10・11年度設備投資計画調査報告(平成11年9月調査)	76	(H 11. 12)
○ 平成10年度ホテル経営状況	77	(H 12. 2)
○ 新規開業の現状と創業支援	78	(H 12. 5)
○ 沖縄観光の構造転換に向けた整備課題 —ハワイを比較軸として—	79	(H 12. 7)
○ 1999・2000年度設備投資計画調査報告(2000年3月調査)	80	(H 12. 8)
○ 1999・2000年度設備投資計画調査報告(2000年9月調査)	81	(H 12. 12)
○ データ解説 平成11年度マイホーム新築資金利用者調査報告 平成11年度マンション購入資金利用者調査報告	82	(H 13. 1)
○ 台湾アグロインダストリー調査報告	83	(H 13. 3)
○ 1999年度ホテル経営状況	84	(H 13. 3)

○ 2000・2001年度設備投資計画調査報告(2001年3月調査)	85 (H 13. 5)
○ 地方都市の水産物市場と水産業の振興 —自由な市場と消費の拡大—	86 (H 13. 7)
○ 2000・2001年度設備投資計画調査報告(2001年9月調査)	87 (H 13. 12)
○ マンションの維持管理に関する調査報告	88 (H 14. 1)
○ 台湾情報通信産業調査報告	89 (H 14. 2)
○ 2000年度ホテル経営状況	90 (H 14. 3)
○ 県内ホテルの経営課題と改善に向けた方向性	90 (H 14. 3)
○ 2001・2002年度設備投資計画調査報告(2002年3月調査)	91 (H 14. 6)
○ データ解説 平成13年度マイホーム新築資金利用者調査報告 平成13年度マンション購入資金利用者調査報告	92 (H 14. 11)
○ 2001・2002年度設備投資計画調査報告(2002年9月調査)	93 (H 14. 12)
○ 2001年度ホテル経営状況	94 (H 15. 7)
○ 2002・2003年度設備投資計画調査報告(2003年3月調査)	95 (H 15. 8)
○ 2002・2003年度設備投資計画調査報告(2003年9月調査)	96 (H 16. 1)
○ 2003・2004年度設備投資計画調査報告(2004年3月調査)	97 (H 16. 6)
○ データ解説 平成14年度マイホーム新築資金利用者調査報告 平成14年度マンション購入資金利用者調査報告	98 (H 16. 7)
○ 2002年度ホテル経営状況	99 (H 16. 8)
○ 2003・2004年度設備投資計画調査報告(2004年9月調査)	100 (H 16. 11)
○ 2004・2005年度設備投資計画調査報告(2005年3月調査)	101 (H 17. 6)
○ 2004・2005年度設備投資計画調査報告(2005年9月調査)	102 (H 17. 11)
○ 2005・2006年度設備投資計画調査報告(2006年3月調査)	103 (H 18. 9)
○ 泡盛業界の現状と課題 —最近の泡盛・もろみ酢の動向を中心に—	104 (H 18. 10)
○ 2005・2006年度設備投資計画調査報告(2006年9月調査)	105 (H 18. 12)
○ 2006・2007年度設備投資計画調査報告(2007年3月調査)	106 (H 19. 9)
○ 2006・2007年度設備投資計画調査報告(2007年9月調査)	107 (H 19. 11)
○ バイオエタノールの現状 —JETRO・ブラジルバイオエタノールミッション報告—	108 (H 20. 3)
○ 2007・2008年度設備投資計画調査報告(2008年3月調査)	109 (H 20. 6)
○ 沖縄公庫取引先からみた新規開業の現状	110 (H 20. 7)
○ 2007・2008年度設備投資計画調査報告(2008年9月調査)	111 (H 20. 11)
○ 2007年度県内主要ホテルの稼動状況	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動状況	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動状況	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動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 一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 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	160 (H 31. 3)
○ 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 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～	171 (R 3. 6)
○ 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 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	176 (R 4. 3)
○ 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 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～	178 (R 4. 5)
○ 「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”的意向を踏まえた観光(観光地)とは～	179 (R 4. 6)
○ 2021・2022年度設備投資計画調査報告(2022年3月調査)	180 (R 4. 6)
○ 2021・2022年度設備投資計画調査報告(2022年9月調査)	181 (R 4. 11)
○ 2021年度県内主要ホテルの稼働状況	182 (R 5. 1)
○ ポストコロナ時代における沖縄観光の二次交通に関する調査 ～レンタカーを利用しない観光客のニーズから考える移動手段～	183 (R 5. 6)
○ コロナ禍からの再始動に向けた日本人・訪日外国人の沖縄旅行に関する調査 第一部 コロナ禍における日本人の沖縄旅行に関する調査(2022年度版) 第二部 訪日外国人旅行者のサステナブルツーリズムへの意向と沖縄観光について	184 (R 5. 6)
○ 県内都市公園の現況と課題に関する調査	185 (R 5. 6)
○ 2022・2023年度 設備投資計画調査報告(2023年3月調査)	186 (R 5. 6)
○ 沖縄振興計画に沖縄公庫が果たしてきた役割 ～政策金融にみる20年間(平成14～令和3年度)の沖縄振興～	187 (R5.7)
○ 2022年度県内主要ホテルの稼働状況 第一部 2022年度県内主要ホテルの稼働状況 第二部 (寄稿)人手不足が県内宿泊施設の稼働に与える影響の試算	188 (R5.10)
○ 2022・2023年度 設備投資計画調査報告(2023年9月調査)	189 (R5.11)
○ 日本人・訪問客の沖縄旅行に関する調査(2023年版) 第一部 日本人の沖縄旅行に関する調査 第二部 訪日客の沖縄旅行に関する調査	190 (R6.6)
○ サステナブルツーリズムの実現に向けた日本人観光客の意向調査	191 (R6.6)

公 庫 レ ポ ート

令和 6 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 株式会社尚生堂

本レポートは再生紙を使用しています。

