

第3章 観光客満足度・消費動向調査

3-1. 旅行サイト口コミ分析

(1) 実施概要

大手旅行サイトに掲載されている観光施設（22 施設）、宿泊施設（39 施設）、飲食施設（35 施設）に対して投稿されている口コミ 2,307 件を分析対象として、投稿者属性、評価の集計、テキストマイニング（自然言語の統計処理）による感情分析、頻出単語の把握等を行った。

【旅行サイト口コミ分析の実施概要】

調査対象	<ul style="list-style-type: none"> 平成 29 年 4 月から令和 3 年 9 月までに、一定数の口コミの投稿が確認できた市内観光関連施設（宿泊施設、観光施設、飲食施設）を対象 ※閉業した施設は対象外としている。 				
		施設数	口コミ数	日本語・外国語の内訳	
				日本語	外国語
	宿泊施設	39	812	650	162
	観光施設	22	904	753	151
飲食施設	35	591	440	151	
合計	96	2,307	1,843	464	
分析項目	<ul style="list-style-type: none"> ①口コミデータの概要（施設の区分、言語、評価、投稿された年月） ②観光地ごとの評価（点数） ③テキストマイニング分析（AI によるポジネガや頻出語等の分析） <ul style="list-style-type: none"> ・ポジティブ・ネガティブ分析、感情分析、ワードクラウド、単語頻出頻度 				
分析方法	<ul style="list-style-type: none"> ○施設の評価、口コミ内容等の分析にあたっては、旅行サイトの種類は区分せず合算して行った。 ○昨年度使用したユーザーローカル社の AI テキストマイニングツールにて実施した。 				

【分析項目③に関するテキストマイニングの詳細】

<ul style="list-style-type: none"> ・ポジティブ・ネガティブ分析 	<p>○文書全体を分析し、感情の傾向の可視化を行う。文章に含まれるポジティブな感情の文とネガティブな感情の文を解析し割合を表示。</p>
<ul style="list-style-type: none"> ・感情分析 	<p>○「感情」は、文章に含まれる各感情の度合いを数値に換算する。なお、各感情の数値は、全ての感情の平均値を50%とした偏差値を指す。</p>
<ul style="list-style-type: none"> ・ワードクラウド 	<p>○口コミにおける重要度の高い単語を選び出し可視化。 ○単語の重要度については、出現回数だけではなく、「一般的な文書でよく出る単語は、重要ではないため、重み付けを軽く」し、対して「一般的な文書ではあまり出現しないが、調査対象の文書だけに多く出現する単語は重くする」ことにより算出している。</p>
<ul style="list-style-type: none"> ・単語頻出頻度 	<p>○文章中に出現する単語の頻出度を表に整理。 ○単語ごとに表示されている「重要度」は、与えられた文書の中で当該単語が全文中においてどの程度特徴的であるかを表す。</p>

(2) 分析する口コミデータの概要

1) 対象施設・施設ごとの投稿数

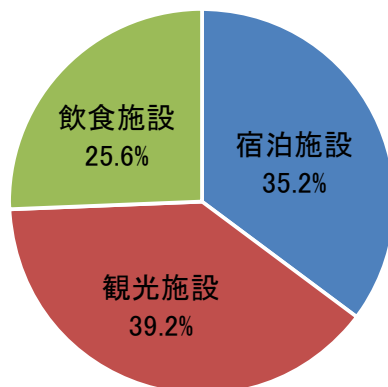
調査対象とした施設および施設ごとの口コミの投稿数を以下に示す。

No	施設名	区分	投稿数	No	施設名	区分	投稿数
1	オキナワ グランメールリゾート	宿泊	367	49	アリドイ タイレストラン	飲食	9
2	東南植物楽園	観光	298	50	コザ麦酒工房	飲食	9
3	ちゃんぶる一市場	観光	221	51	ステーキハウスビッグハート 美里店	飲食	9
4	沖縄こどもの国	観光	163	52	バードランドカフェ	飲食	9
5	ホテル コザ	宿泊	110	53	和風亭 泡瀬店	飲食	9
6	サムズバイザシー 泡瀬店	飲食	57	54	トリップショットホテルズ・コザ	宿泊	9
7	チャーリー多幸寿	飲食	47	55	空港通り(ゲート通り)	観光	9
8	クラウンホテル沖縄	宿泊	45	56	サンシティ	観光	8
9	ヒヤグン・ラナイ・リゾート	宿泊	39	57	一番街商店街	観光	8
10	ブラザハウスショッピングセンター	観光	39	58	テキサスホテル	宿泊	7
11	泡瀬漁港食堂 / 泡瀬漁港パヤオ直売店	飲食	39	59	比謝川	観光	7
12	ジバゴ コーヒー ワークス オキナワ	飲食	34	60	中部農連市場	観光	7
13	Mr.KINJO in 沖縄北インター<沖縄市>	宿泊	34	61	民宿さざんか	宿泊	7
14	デイゴホテル	宿泊	33	62	ZHYVAGO COFFEE WORKS OKINAWA	飲食	6
15	ライカム クリスタルホテル	宿泊	32	63	トリップショットホテルズ コザ	宿泊	5
16	ちゃんぶる～市場	観光	29	64	赤坂 ホテル	宿泊	5
17	ホテルニューセンチュリー	宿泊	28	65	アーケードリゾートオキナワ	宿泊	5
18	パヤオ直売店	飲食	28	66	知花城跡	観光	5
19	コザゲート通り	観光	27	67	コザしんきんスタジアム	観光	5
20	ソムチャイ	飲食	26	68	沖縄市役所展望台	観光	5
21	タイヨーステキハウス	飲食	26	69	沖縄市音楽資料館おんがく村	観光	5
22	チャーリー多幸寿 アベニュー店	飲食	26	70	アーケイド	観光	5
23	だいこんの花 美里店	飲食	21	71	ごーや一荘	宿泊	4
24	セニョールターコ	飲食	18	72	ライカムクリスタルホテル	宿泊	3
25	サムズバイザシー泡瀬店	飲食	18	73	ホテルシャララ	宿泊	3
26	クリシュナ	飲食	17	74	沖縄シティホテル	宿泊	3
27	本格中華料理 月苑飯店	飲食	17	75	隠れ家 ヴィラ叶	宿泊	3
28	コザミュージックタウン 音市場	観光	17	76	ウエスタンホテル	宿泊	3
29	レストランPEACE	飲食	16	77	沖縄市立 郷土博物館	観光	3
30	だるまそば	飲食	16	78	島ごはん コザ ミュージックタウン店	飲食	3
31	Mother Coffee	飲食	15	79	クラウンホテル沖縄アネックス	宿泊	2
32	サンライズ観光ホテル	宿泊	14	80	ミスターキンジョウ イン リンズ ライカム	宿泊	2
33	パンブーカフェ	飲食	14	81	ゲストハウス キャサリン	宿泊	2
34	麺や けいじろう	飲食	14	82	知花テラス	宿泊	2
35	沖縄市戦後文化資料展示室 ヒストリート	観光	13	83	和風亭泡瀬	飲食	2
36	泡瀬漁港食堂	飲食	13	84	Mr.KINJO in 沖縄北インター	宿泊	1
37	HOTEL 紅 -BIN-	宿泊	13	85	ヴィラ泡瀬111	宿泊	1
38	ステーキハウス ビッグハート 泡瀬店	飲食	12	86	Take Hotel Okinawa	宿泊	1
39	ドレスダイナー	飲食	12	87	タイムリッチ	宿泊	1
40	和琉 Sushi 珠那	飲食	12	88	オールステイ胡屋	宿泊	1
41	手づくりソーセージ テシオ	飲食	12	89	オリンピック観光ホテル	宿泊	1
42	Okinawa City Hotel	宿泊	12	90	ナチュラル サーフ ファクトリー	宿泊	1
43	泡瀬ビジュアル (泡瀬神社)	観光	11	91	ゲストハウス 羊屋 胡屋支店	宿泊	1
44	沖縄市観光物産振興協会	観光	11	92	ゲストハウス 羊屋本店	宿泊	1
45	ステーキハウス四季 園田本店	飲食	11	93	グリーンガーデンヒルズ	宿泊	1
46	上間てんぷら店 ゴヤ市場	飲食	11	94	ゲストハウス Unity	宿泊	1
47	よしだホテル	宿泊	9	95	新小屋	飲食	1
48	コザ銀天街	観光	9	96	Birdland Café	飲食	1
全体							2,307

2) 施設区分ごとの投稿数の割合

宿泊施設、観光施設、飲食施設の各項目の投稿数の割合を以下に示す。

○観光施設が39.2%と最も多く次いで、宿泊施設（35.2%）、飲食施設（25.6%）となっている。

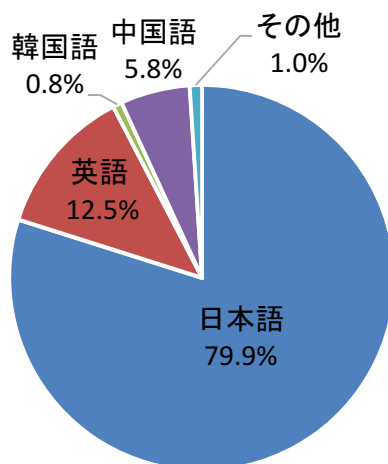


N=2,307

3) 投稿された言語

投稿された言語（日本語、英語、中国語、韓国語、その他）の割合を以下に示す。

○日本語が最も多く79.9%、英語は12.5%、中国語は5.8%、韓国語は0.8%、その他言語は1.0%となっている。

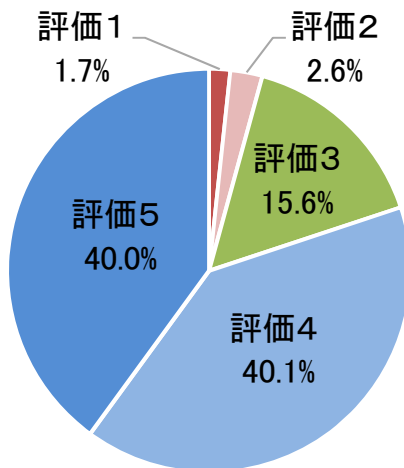


N=2,307

4) 投稿の評価

投稿の評価の割合を以下に示す。

○評価5、評価4の合計は80.1%。次いで評価3は15.6%。評価1、評価2は4.3%となっている。

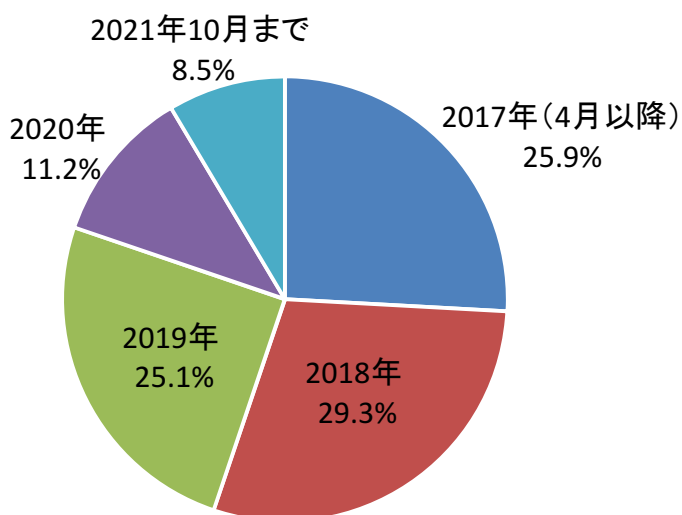


N=2,307

5) 投稿された年

投稿された年（暦年）の投稿数の割合を以下に示す。

○2018年が最も多く29.3%、次いで2017年（25.9%）、2019年（25.1%）となっている。

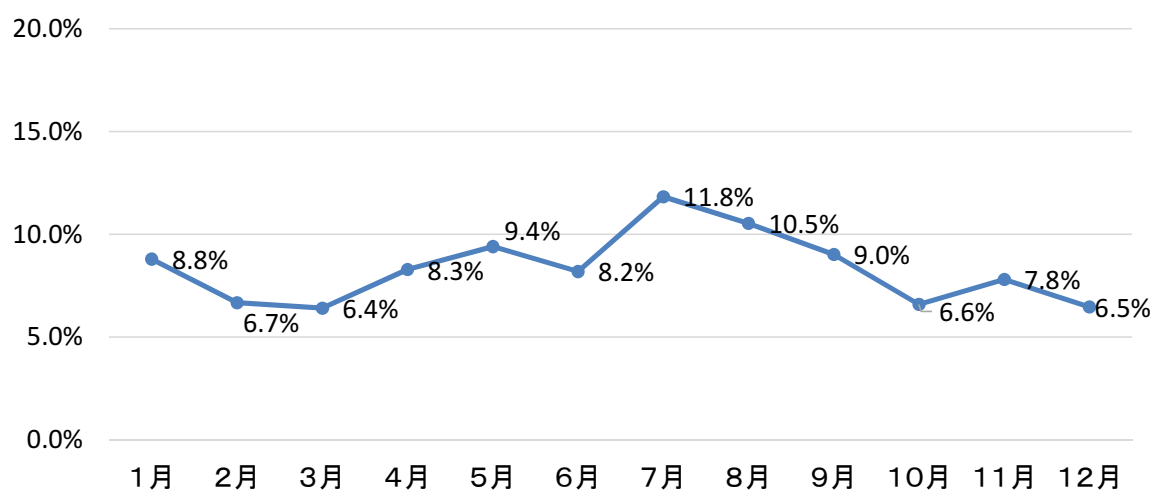


N=2,307

6) 投稿された月

投稿された月の投稿数の割合を以下に示す。

〇7月が11.8%、8月は10.5%と多くなっており、3月が6.4%と最も少ない。



N=2,307

(3) 実施結果

1) 観光地ごとの評価

○オキナワグランメールリゾートの投稿数が最も多く（16%）、次いで東南植物楽園（13%）、ちゃんぷるー市場（10%）が多くなっている。□コミ件数が多い施設については、平均評価は4以上となっている。

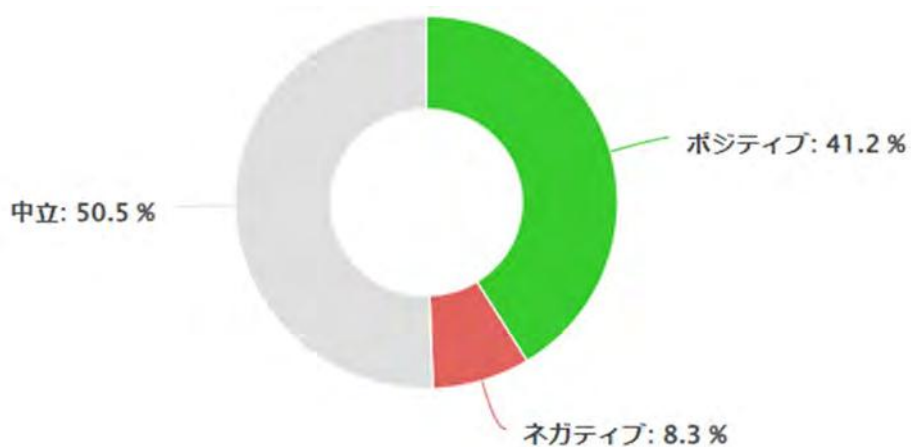
No	施設名	区分	投稿数	割合	平均評価	No	施設名	区分	投稿数	割合	平均評価
1	オキナワ グランメールリゾート	宿泊	367	16%	4.1	49	アリドイ タイレストラン	飲食	9	0%	4.7
2	東南植物楽園	観光	298	13%	4.4	50	コザ麦酒工房	飲食	9	0%	4.2
3	ちゃんぷるー市場	観光	221	10%	4.3	51	ステーキハウスビッグハート 美里店	飲食	9	0%	3.9
4	沖縄こどもの国	観光	163	7%	4.1	52	バードランドカフェ	飲食	9	0%	4.3
5	ホテル コザ	宿泊	110	5%	3.9	53	和風亭 泡瀬店	飲食	9	0%	4.2
6	サムズバイザシー 泡瀬店	飲食	57	2%	4.3	54	トリップショットホテルズ・コザ	宿泊	9	0%	4.7
7	チャーリー多幸寿	飲食	47	2%	4.2	55	空港通り(ゲート通り)	観光	9	0%	4.0
8	クラウンホテル沖縄	宿泊	45	2%	4.3	56	サンシティ	観光	8	0%	3.4
9	ヒヤグン・ラナイ・リゾート	宿泊	39	2%	4.3	57	一番街商店街	観光	8	0%	3.0
10	プラザハウスショッピングセンター	観光	39	2%	4.2	58	テキサスホテル	宿泊	7	0%	3.3
11	泡瀬漁港食堂 / 泡瀬漁港バヤオ直売店	飲食	39	2%	3.8	59	比謝川	観光	7	0%	4.0
12	ジバゴ コーヒー ワークス オキナワ	飲食	34	1%	4.6	60	中部農産市場	観光	7	0%	3.7
13	Mr.KINJO in 沖縄北インター<沖縄市>	宿泊	34	1%	3.7	61	民宿ざんか	宿泊	7	0%	4.4
14	デイゴホテル	宿泊	33	1%	4.2	62	ZHYVAGO COFFEE WORKS OKINAWA	飲食	6	0%	4.3
15	ライカム クリスタルホテル	宿泊	32	1%	4.1	63	トリップショットホテルズ コザ	宿泊	5	0%	4.8
16	ちゃんぷるー市場	観光	29	1%	4.1	64	赤坂 ホテル	宿泊	5	0%	3.2
17	ホテルニューセンチュリー	宿泊	28	1%	3.4	65	アーケードリゾートオキナワ	宿泊	5	0%	3.0
18	バヤオ直売店	飲食	28	1%	4.2	66	知花城跡	観光	5	0%	2.8
19	コザゲート通り	観光	27	1%	3.9	67	コザしんきんスタジアム	観光	5	0%	3.4
20	ソムチャイ	飲食	26	1%	4.5	68	沖縄市役所展望台	観光	5	0%	4.0
21	タイヨースステーキハウス	飲食	26	1%	4.5	69	沖縄市音楽資料館おんがく村	観光	5	0%	3.8
22	チャーリー多幸寿 アベニュー店	飲食	26	1%	4.2	70	アーケイド	観光	5	0%	3.0
23	だいごんの花 美里店	飲食	21	1%	4.4	71	ごみやー荘	宿泊	4	0%	3.8
24	セニョールターコ	飲食	18	1%	3.9	72	ライカムクリスタルホテル	宿泊	3	0%	3.7
25	サムズバイザシー泡瀬店	飲食	18	1%	4.5	73	ホテルシャララ	宿泊	3	0%	4.0
26	クリシュナ	飲食	17	1%	3.8	74	沖縄シティホテル	宿泊	3	0%	3.3
27	本格中華料理 月苑飯店	飲食	17	1%	4.6	75	隠れ家 ヲイラ叶	宿泊	3	0%	4.0
28	コザミュージックタウン 音市場	観光	17	1%	3.4	76	ウエスタンホテル	宿泊	3	0%	2.7
29	レストランPEACE	飲食	16	1%	4.5	77	沖縄市立 郷土博物館	観光	3	0%	3.3
30	だるまそば	飲食	16	1%	4.3	78	鳥ごはん コザ ミュージックタウン店	飲食	3	0%	4.7
31	Mother Coffee	飲食	15	1%	4.5	79	クラウンホテル沖縄アネックス	宿泊	2	0%	4.0
32	サンライズ観光ホテル	宿泊	14	1%	3.4	80	ミスターキンジョウ イン リンズ ライカム	宿泊	2	0%	2.5
33	パンブーカフェ	飲食	14	1%	4.6	81	ゲストハウス キャサリン	宿泊	2	0%	3.5
34	麺や けいじろう	飲食	14	1%	3.7	82	知花テラス	宿泊	2	0%	5.0
35	沖縄市戦後文化資料展示室 ヒストリート	観光	13	1%	4.1	83	和風亭泡瀬	飲食	2	0%	3.5
36	泡瀬漁港食堂	飲食	13	1%	3.2	84	Mr.KINJO in 沖縄北インター	宿泊	1	0%	3.0
37	HOTEL 紅 -BIN-	宿泊	13	1%	4.9	85	ヱィラ泡瀬111	宿泊	1	0%	5.0
38	ステーキハウス ビッグハート 泡瀬店	飲食	12	1%	4.4	86	Take Hotel Okinawa	宿泊	1	0%	5.0
39	ドレスダイナー	飲食	12	1%	3.9	87	タイムリッチ	宿泊	1	0%	3.0
40	和琉 Sushi 珠那	飲食	12	1%	3.7	88	オールステイ胡屋	宿泊	1	0%	4.0
41	手づくりソーセージ テシオ	飲食	12	1%	4.2	89	オリンピア観光ホテル	宿泊	1	0%	5.0
42	Okinawa City Hotel	宿泊	12	1%	4.5	90	ナチュラル サーフ ファクトリー	宿泊	1	0%	5.0
43	泡瀬ビジュル (泡瀬神社)	観光	11	0%	4.2	91	ゲストハウス 羊屋 胡屋支店	宿泊	1	0%	3.0
44	沖縄市観光物産振興協会	観光	11	0%	3.7	92	ゲストハウス 羊屋本店	宿泊	1	0%	2.0
45	ステーキハウス四季 園田本店	飲食	11	0%	4.3	93	グリーンガーデンヒルズ	宿泊	1	0%	5.0
46	上間てんぷら店 ゴヤ市場	飲食	11	0%	4.0	94	ゲストハウス Unity	宿泊	1	0%	5.0
47	よしだホテル	宿泊	9	0%	3.1	95	新小屋	飲食	1	0%	4.0
48	コザ銀天街	観光	9	0%	2.4	96	Birdland Café	飲食	1	0%	3.0
							全体		2,307	100%	4.1

2) 観光施設における AI テキストマイニング

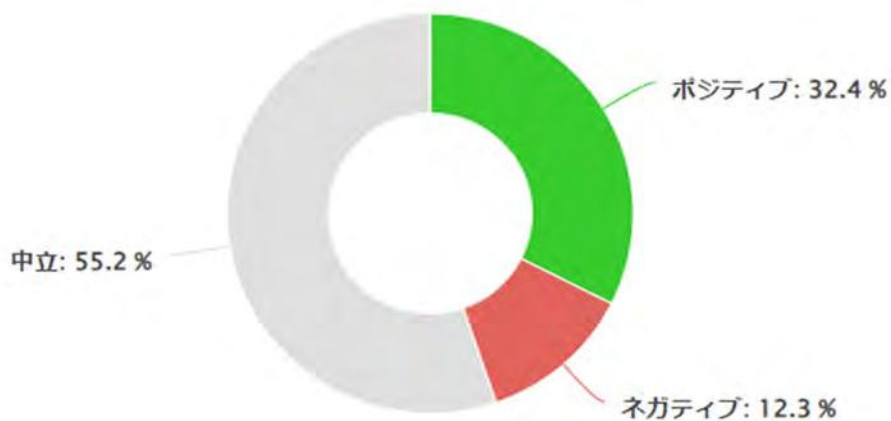
① ポジティブ・ネガティブ分析

文章に含まれるポジティブな感情の文とネガティブな感情の文の存在比を示す。

○日本語の結果は、ポジティブな口コミは全体の41.2%、ネガティブな口コミは全体の8.3%で、外国語は、ポジティブが32.4%、ネガティブ12.3%となっており、日本語の方がポジティブの割合が8.8%高くなっている。



【日本語】



【外国語】

【ポジティブ・ネガティブに判定されている主なキーワード】

■ ポジティブ

⇒イルミネーション、眺め、野菜、新鮮、値段、バード、ショー、餌、池 など

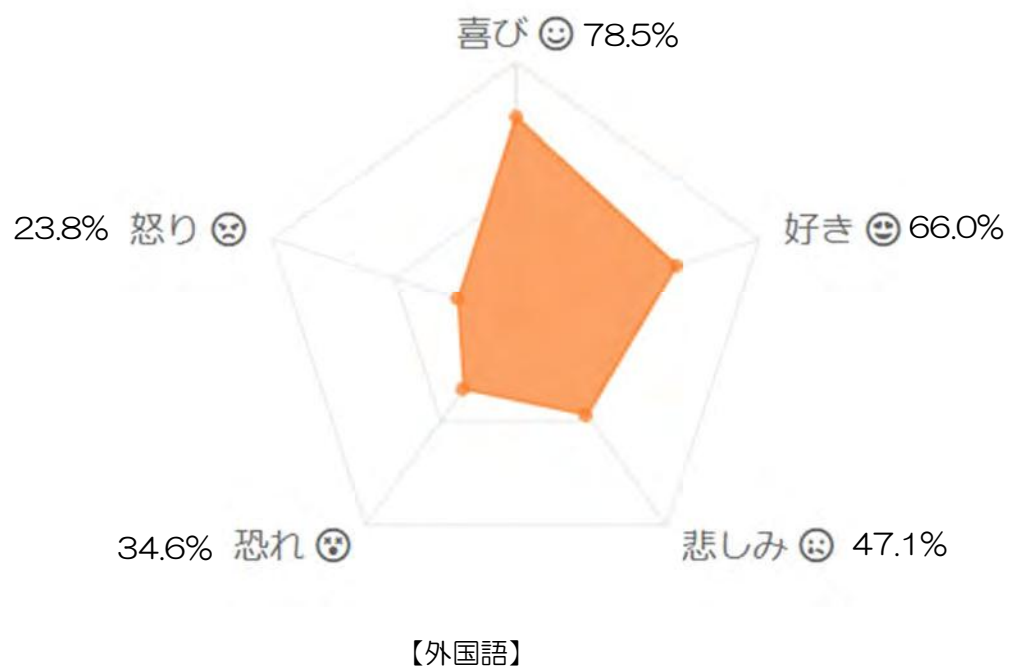
■ ネガティブ

⇒天気（寒い）、空（暗い）、場所（狭い）、動物園（古い） など

②感情分析

文章に含まれる各感情の存在比を示す。

○日本語の結果は、喜びが最も多く（82.3%）、ついで好き（63.3%）が多い。また、外国語についても、喜びが最も多く（78.5%）、ついで好き（66.0%）が多く、好印象となっている。



④単語頻出頻度

各品詞の単語の頻出頻度を確認した。

【日本語】

○名詞は「沖縄」が最も多く、「動物」が次いで多い。動詞は、「できる」や「行く」、「楽しめる」などポジティブなワードが多くなっている。

■ 名詞			■ 動詞		
	スコア	出現頻度		スコア	出現頻度
沖縄	786.11	255	できる	43.54	192
動物	386.05	137	行く	21.18	170
野菜	235.29	115	思う	14.91	164
場所	95.34	106	楽しめる	190.68	112
植物	411.38	96	買う	7.52	74
園内	633.10	88	見る	3.35	68
地元	94.40	86	おる	11.73	59
市場	311.75	85	売る	21.62	52
子供	43.28	69	歩く	24.00	45
お土産	128.27	67	並ぶ	29.98	44
体験	105.55	63	楽しむ	10.18	43
食材	182.47	61	感じる	9.06	42
雰囲気	50.83	58	くれる	1.90	40
動物園	183.42	55	出来る	3.75	38
新鮮	103.03	51	入る	3.07	37

【外国語】

○名詞は「場所」が最も多く、「動物」がついで多い。動詞は、「できる」や「行く」、「楽しむ」などポジティブなワードが多くなっている。

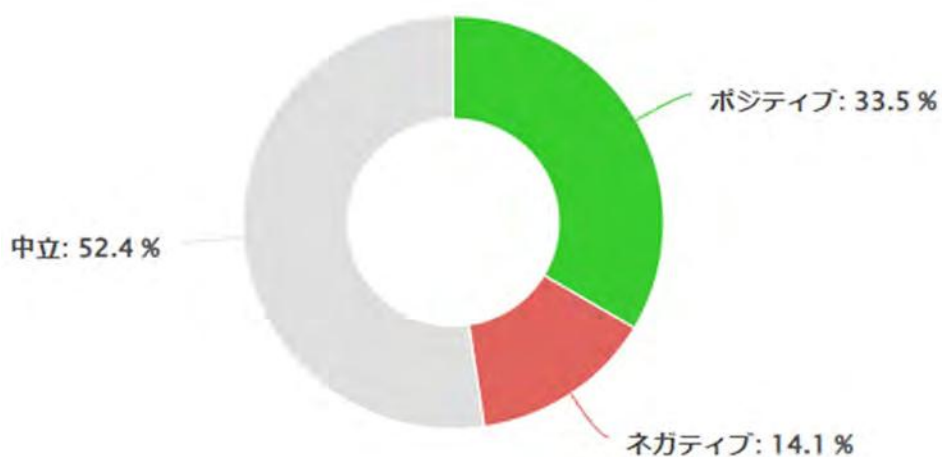
■ 名詞			■ 動詞		
	スコア	出現頻度		スコア	出現頻度
場所	56.73	79	できる	6.25	71
私たち	163.09	73	行く	2.80	61
動物	151.75	73	楽しむ	5.41	31
動物園	265.64	72	持つ	2.25	28
あなた	24.75	46	くださる	1.55	28
いくつか	87.24	42	見る	0.26	19
非常	51.73	41	訪れる	24.49	16
子供	15.10	39	歩く	2.63	14
多く	40.43	33	行う	0.79	14
彼ら	44.79	32	思う	0.10	13
子供たち	70.47	31	過ごす	2.70	12
すべて	19.89	26	見える	0.76	12
エリア	30.06	25	ふれあう	37.79	11
沖縄	19.82	25	しれる	0.68	11
植物	52.56	22	愛す	2.72	10

3) 宿泊施設における AI テキストマイニング

① ポジティブ・ネガティブ分析

文章に含まれるポジティブな感情の文とネガティブな感情の文の存在比を示す。

○日本語の結果は、ポジティブな口コミは全体の 33.5%、ネガティブな口コミは全体の 14.1% で、外国語は、ポジティブが 28.9%、ネガティブ 9.0%となっており、日本語の方がポジティブの割合が 4.6%高くなっている。



【日本語】



【外国語】

【ポジティブ・ネガティブに判定されている主なキーワード】

■ ポジティブ

⇒部屋、ロケーション、立地、接客、対応、景色、綺麗、値段、料理 など

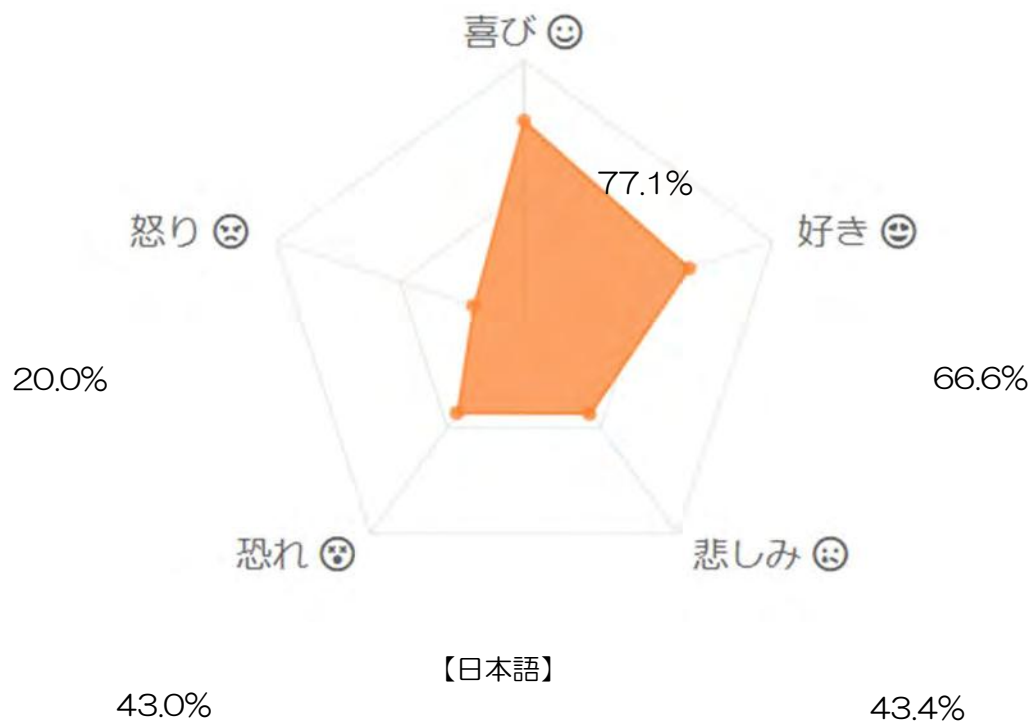
■ ネガティブ

⇒部屋（狭い・古い）、建物（古い）、設備（古い）、防音（悪い） など

②感情分析

文章に含まれる各感情の存在比を示す。

○日本語の結果は、喜びが最も多く（77.1%）、ついで好き（66.6%）が多い。また、外国語についても、喜びが最も多く（75.8%）、ついで好き（69.8%）が多く、好印象となっている。

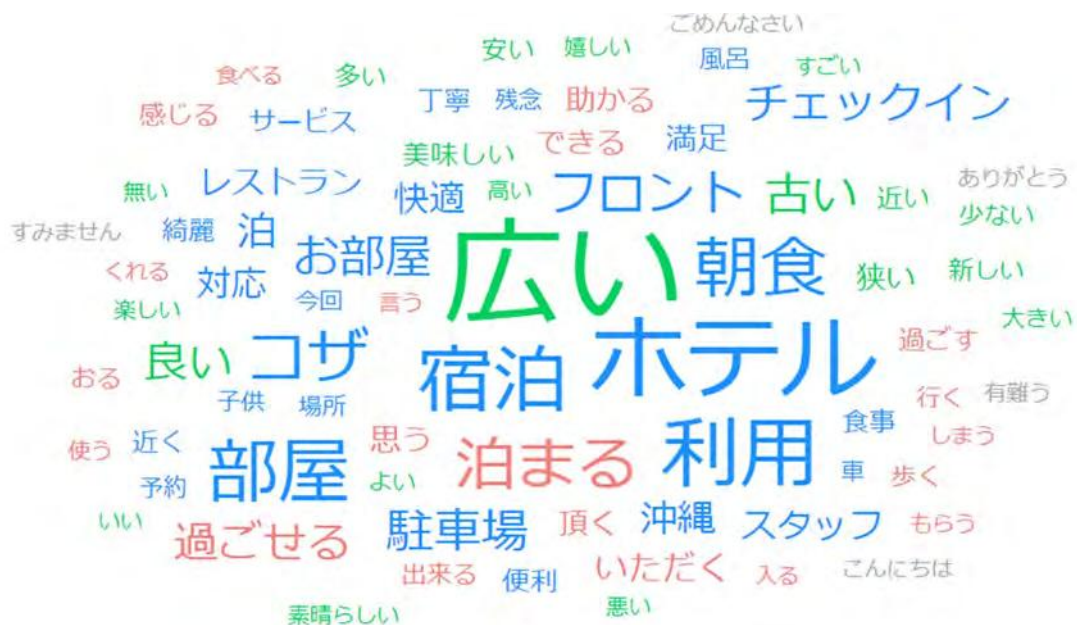


③ワードクラウド

スコアが高い単語を複数選び出し、その値に応じた大きさと色で図示。単語の色は品詞の種類で異なっており、青色が名詞、赤色が動詞、緑色が形容詞、灰色が感動詞を表記している。

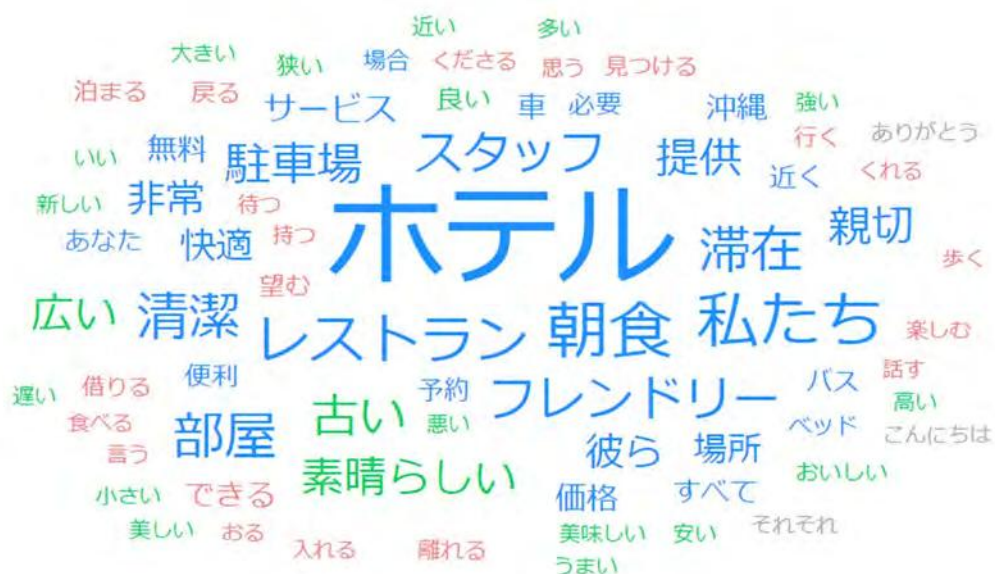
【日本語】

○宿泊施設（客室）に関する内容では「広い」「ホテル」が大きく表示されている。



【外国語】

○宿泊施設（客室）に関する内容では「ホテル」「朝食」「レストラン」が大きく表示されている。



④単語頻出頻度

各品詞の単語の頻出頻度を確認した。

【日本語】

○名詞は「ホテル」が最も多く、「部屋」が次いで多い。動詞は、「できる」や「行く」、「泊まる」など宿泊に関するワードが多くなっている。

品詞	単語	スコア	出現頻度	品詞	単語	スコア	出現頻度
名詞	ホテル	1405.81	482	動詞	思う	53.82	316
	部屋	938.25	477		できる	46.20	198
	利用	1088.16	333		いただく	72.79	113
	宿泊	1006.17	221		行く	8.68	108
	朝食	830.30	199		泊まる	252.13	104
	対応	212.64	144		出来る	19.69	89
	駐車場	428.19	134		感じる	28.77	77
	フロント	461.22	120		頂く	42.21	73
	お部屋	392.41	118		おる	17.22	72
	沖縄	254.45	118		くれる	5.58	69
	スタッフ	229.06	115		入る	7.93	60
	綺麗	78.35	107		過ごせる	121.56	56
	満足	145.50	102		食べる	5.20	56
	近く	70.52	95		言う	2.60	56
	風呂	61.38	95		しまう	4.20	52

【外国語】

○名詞は「ホテル」が最も多く、「部屋」が次いで多い。動詞は、「できる」や「行く」が多くなっている。

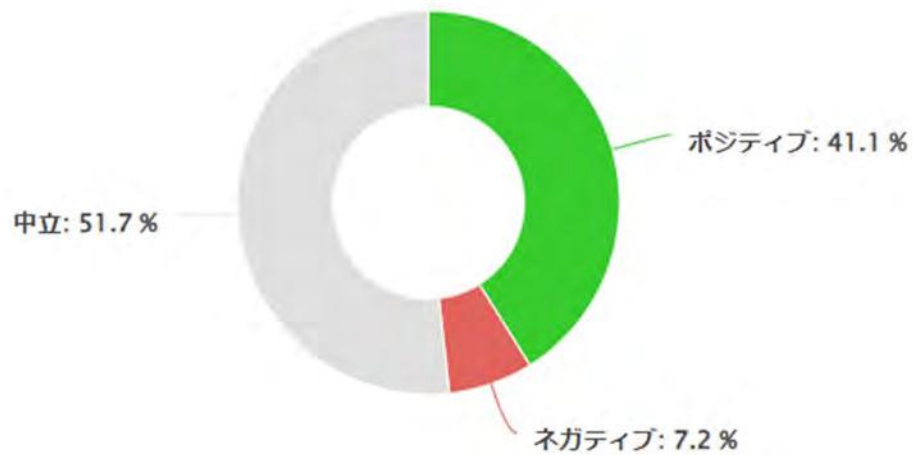
品詞	単語	スコア	出現頻度	品詞	単語	スコア	出現頻度
名詞	ホテル	696.21	298	動詞	できる	14.25	108
	部屋	178.02	172		行く	2.62	59
	私たち	252.70	98		くださる	1.67	29
	朝食	272.16	88		くれる	0.81	26
	スタッフ	142.66	85		戻る	4.88	24
	場所	60.63	82		持つ	1.52	23
	車	33.28	66		食べる	0.68	20
	レストラン	198.99	63		言う	0.34	20
	必要	29.73	62		思う	0.23	20
	近く	30.66	60		見つける	4.16	18
	駐車場	123.16	57		おる	1.14	18
	提供	105.60	56		離れる	4.42	15
	非常	81.35	54		話す	1.60	15
	滞在	177.45	52		楽しむ	0.98	13
	無料	39.88	47		入れる	0.62	13

4) 飲食施設における AI テキストマイニング

① ポジティブ・ネガティブ分析

文章に含まれるポジティブな感情の文とネガティブな感情の文の存在比を示す。

○日本語の結果は、ポジティブな口コミは全体の41.1%、ネガティブな口コミは全体の7.2%で、外国語は、ポジティブが38.9%、ネガティブ9.7%となっており、日本語の方がポジティブの割合が2.2%高くなっている。



【日本語】



【外国語】

【ポジティブ・ネガティブに判定されている主なキーワード】

■ ポジティブ

⇒料理、タコス、味、雰囲気、値段 など

■ ネガティブ

⇒店内（暗い）、夕食（少ない）、サービス など

②感情分析

文章に含まれる各感情の存在比を示す。

○日本語の結果は、喜びが最も多く（79.7%）、ついで好き（68.2%）が多い。また、外国語についても、喜びが最も多く（78.3%）、ついで好き（69.1%）が多く、好印象となっている。



【日本語】



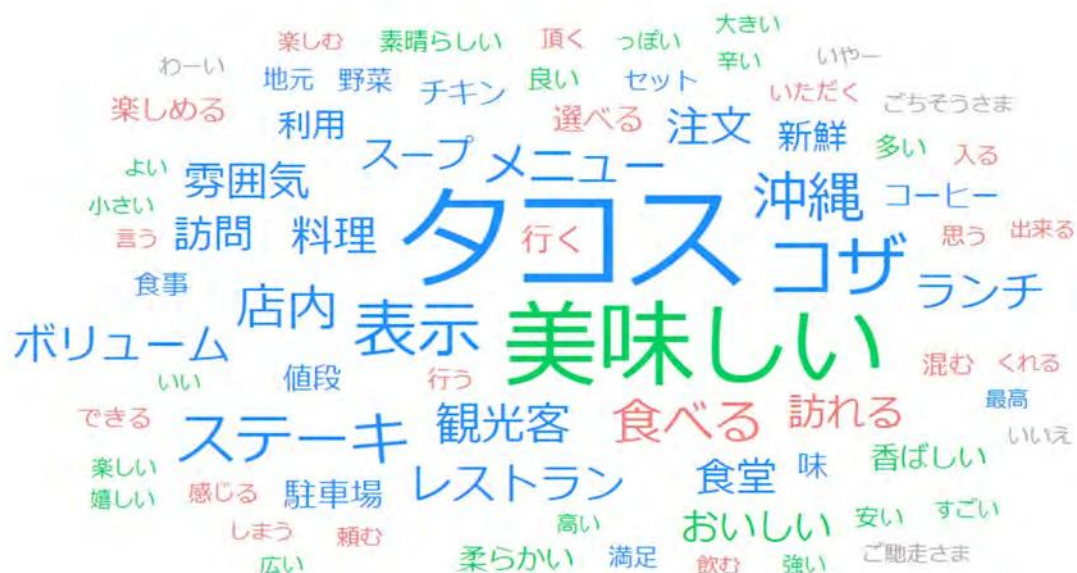
【外国語】

③ワードクラウド

スコアが高い単語を複数選び出し、その値に応じた大きさと色で図示。単語の色は品詞の種類で異なり、青色が名詞、赤色が動詞、緑色が形容詞、灰色が感動詞を表示。

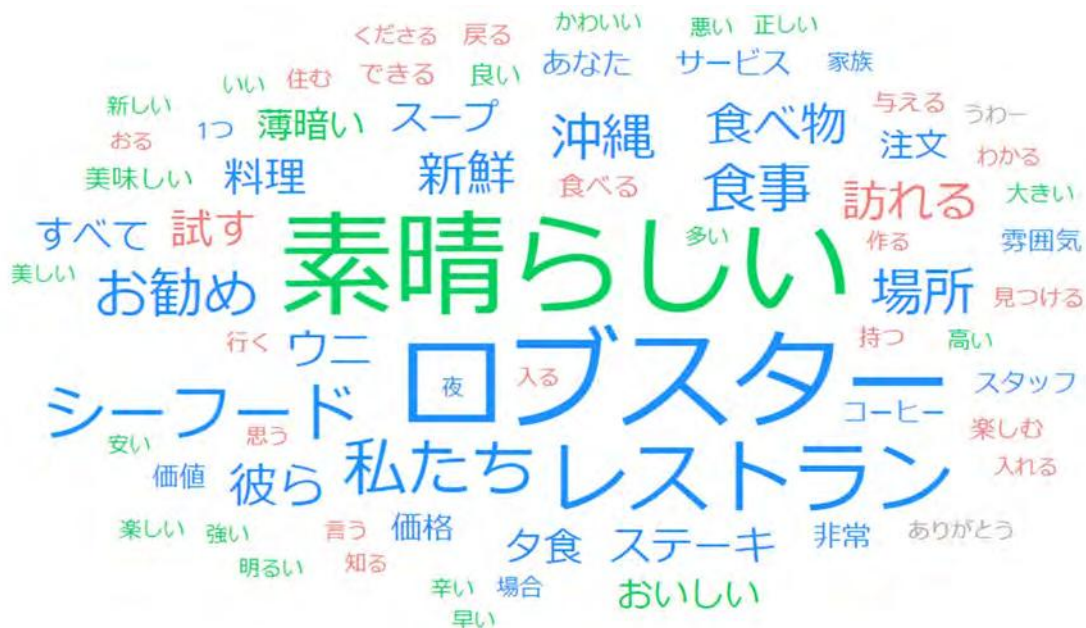
【日本語】

○飲食施設の投稿と思われる「タコス」「美味しい」が大きく表示されている。



【外国語】

○飲食施設の投稿と思われる「素晴らしい」「ロブスター」が大きく表示されている。



④単語頻出頻度

各品詞の単語の頻出頻度を確認した。

【日本語】

○名詞は「タコス」「料理」「ステーキ」が多い。動詞は、「食べる」や「行く」など飲食に関するワードが多くなっている。

名詞	スコア	出現頻度	動詞	スコア	出現頻度
表示	223.42	104	食べる	45.05	170
沖縄	159.00	87	行く	12.70	131
タコス	580.67	82	思う	3.17	75
雰囲気	72.17	71	できる	4.79	62
料理	81.77	69	入る	2.45	33
ステーキ	184.29	61	くれる	1.00	29
味	34.42	59	しまう	1.06	26
メニュー	101.76	56	いただく	3.30	22
注文	78.51	56	行方	1.93	22
店内	127.85	50	出来る	1.16	21
ランチ	82.98	48	楽しめる	9.76	20
利用	46.46	43	感じる	2.13	20
コーヒー	30.51	42	言う	0.34	20
値段	28.66	38	頂く	2.67	17
スープ	59.13	37	飲む	0.75	16

【外国語】

○名詞は「食事」「レストラン」「ロブスター」が多い。動詞は、「できる」や「食べる」、「行く」など飲食に関するワードが多くなっている。

名詞	スコア	出現頻度	動詞	スコア	出現頻度
場所	58.01	80	できる	2.77	47
食事	66.17	54	食べる	3.38	45
私たち	91.14	50	行く	1.53	45
レストラン	135.16	48	思う	0.36	25
沖縄	56.65	46	試す	12.21	22
食べ物	48.15	42	持つ	1.04	19
料理	34.78	42	くださる	0.72	19
彼ら	49.46	34	楽しむ	1.67	17
あなた	14.14	34	戻る	1.96	15
ロブスター	210.08	33	言う	0.14	13
新鮮	49.44	32	訪れる	15.28	12
すべて	28.67	32	入れる	0.44	11
お勤め	65.74	30	作る	0.30	10
注文	22.72	27	知る	0.25	10
雰囲気	10.28	24	わかる	0.16	9

3-2. 来訪者へのアンケート調査

(1) 調査目的

観光客の満足度やニーズ、観光動向、消費金額を把握することを目的として、昨年度より継続して沖縄市観光物産振興協会と連携し、WEB アンケートシステムを用いて、観光客へのアンケート調査を実施した。市内の宿泊施設、観光施設等の協力のもと、アンケートページへのQRコードを掲載した名刺サイズのカードを観光客へ配布し、調査を行った。

(2) 調査概要

1) 調査実施概要

過年度に引き続き、沖縄市観光物産協会と連携し、市内の宿泊施設、観光施設等の協力のもと、アンケートページへのQRコードを掲載した名刺サイズのカード（次項）を観光客へ配布し、調査を行った。

【来訪者へのアンケート調査の実施概要】

調査対象	・市内宿泊施設や観光施設に訪れた国内外観光客 (日本語・英語・韓国語・繁体字)
調査箇所	・市内宿泊施設(11施設)、市内観光施設(3施設) ①オキナワグランメールリゾート ②ホテルニューセンチュリー ③クラウンホテル ④デイゴホテル ⑤ホテルシャララ ⑥ホテルコザ ⑦サンライズ観光ホテル ⑧ホテルタイムリッチ ⑨デイリーウィークリーマンズリーマンション(ぷらり) ⑩ヒヤグン・ラナイ・リゾート ⑪トリップショットホテルズ・コザ ⑫沖縄こどもの国 ⑬東南植物楽園 ⑭沖縄市観光物産振興協会
調査期間	・令和3年10月8日～令和4年2月23日
調査方法	・宿泊施設、観光施設等においてアンケートページへのQRコードを掲載した名刺サイズのカードを観光客へ配布。
配布枚数	・第1回配布：12,500部(10月7日に各施設へ配布) ・第2回配布：12,500部(12月28日に各施設へ配布)
回答者数 (サンプル数)	・県内客：178件(沖縄市民除く) ・県外客：197件 ・英語：1件、中国語2件
質問項目	①基本属性：居住地(国籍)／性別・年齢・職業／来訪経験 ②来訪目的・観光行動：行程／目的／情報源／訪問箇所／移動手手段 ③消費行動：市内での消費額(ツアー・宿泊・交通・食事等) ④沖縄市の評価：満足度／再訪意向／推薦意向

2) 配布ツール

市内の宿泊施設及び観光施設において、名刺サイズの添付のツールを設置した。

<オモテ面：日本語及び英語を記載>



<ウラ面：繁体字及び韓国語を記載>

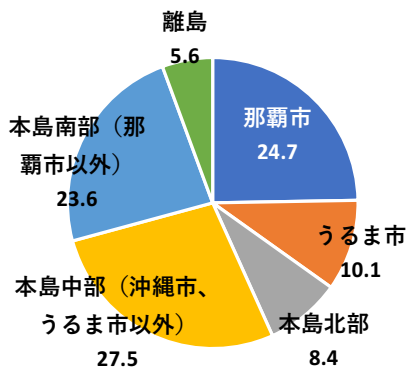


(3) 調査結果

来訪者へのアンケート調査結果を以下に示す。

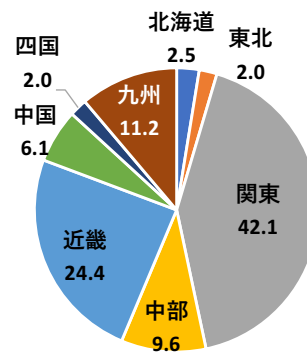
1) 居住地

○県内客の居住地は、「本島中部（沖縄市、うるま市以外）」が27.5%と最も多く、次いで「那覇市」が24.7%となっている。
 ○県外客の居住地は、「関東」が42.1%と最も多く、次いで「近畿」が24.4%となっている。



(N=178)

【県内客の居住地（市町村）】

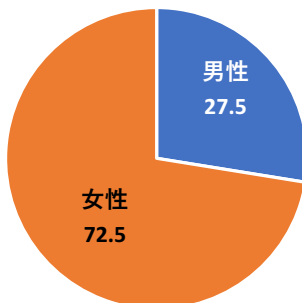


(N=197)

【県外客の居住地（都道府県）】

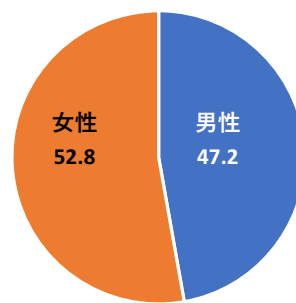
2) 性別

○県内客の性別は、男性が27.5%、女性が72.5%で、県外客の性別は、男性47.2%、女性52.8%でどちらも女性の割合が多くなっている。



(N=178)

【県内客の性別】

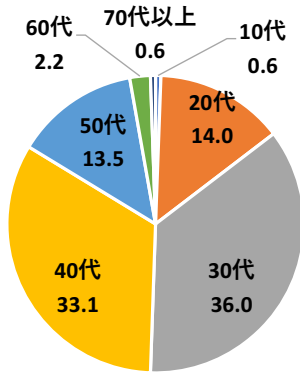


(N=197)

【県外客の性別】

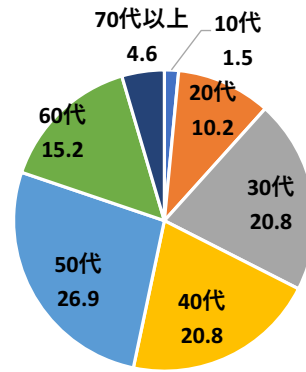
3) 年代

○県内客の年代は、「30代」が36%と最も多く、次いで「40代」が33.1%となっている。
 ○県外客の年代は、「50代」が26.9%と最も多く、次いで「40代」、「30代」が20.8%となっている。



(N=178)

【県内客の年代】

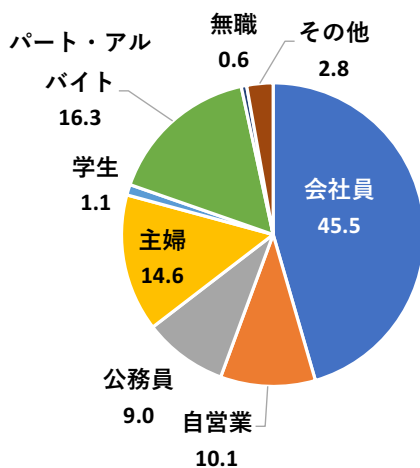


(N=197)

【県外客の年代】

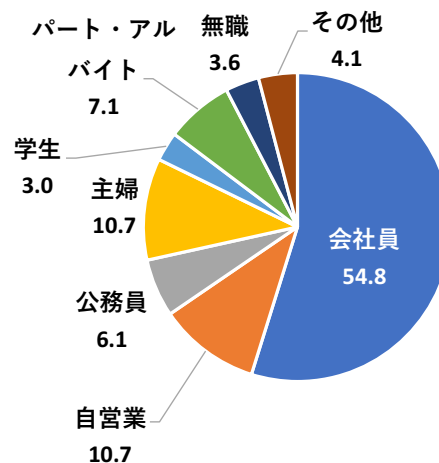
4) 職業

○県内客の職業は、「会社員」が45.5%と最も多く、次いで「パート・アルバイト」が16.3%となっている。
 ○県外客の職業は、「会社員」が54.8%と最も多く、次いで「自営業」、「主婦」が10.7%となっている。



(N=178)

【県内客の職業】

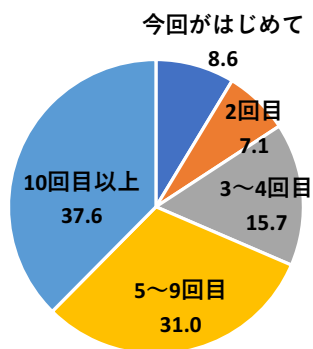


(N=197)

【県外客の職業】

5) 沖縄県への来訪経験（県外客のみ）

○沖縄県への来訪経験は、「10回目以上」が37.6%と最も多く、次いで「5～9回目」が31%となっている。



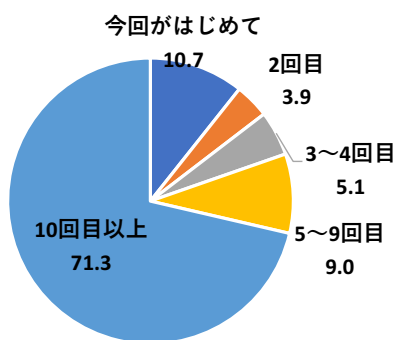
(N=197)

【沖縄県への来訪経験（県外客）】

6) 沖縄市への来訪経験

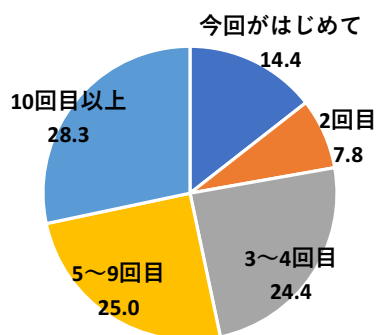
○県内客の来訪経験は、「10回目以上」が71.3%と最も多く、次いで「今回がはじめて」が10.7%となっている。

○県外客の来訪経験は、「10回目以上」が28.3%と最も多く、次いで「5～9回目」25%となっている。



(N=178)

【県内客の沖縄市への来訪経験】

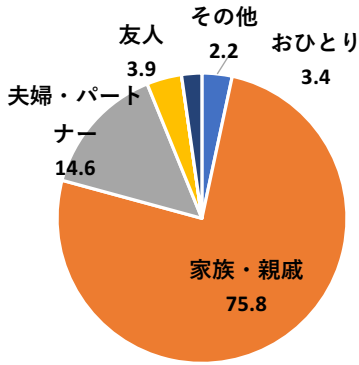


(N=197)

【県外客の沖縄市への来訪経験】

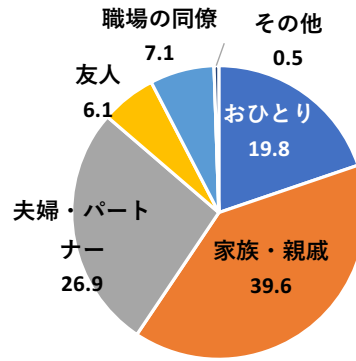
7) 同行者

○県内客の同行者は、「家族・親戚」が75.8%と最も多く、次いで「夫婦・パートナー」が14.6%となっている。
 ○県外客の同行者は、「家族・親戚」が39.6%と最も多く、次いで「夫婦・パートナー」が26.9%となっている。



(N=178)

【県内客の同行者】

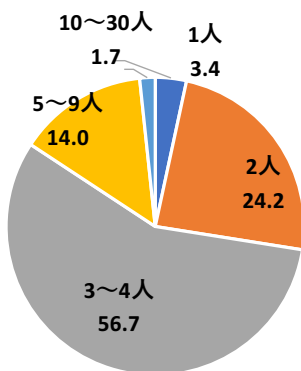


(N=197)

【県外客の同行者】

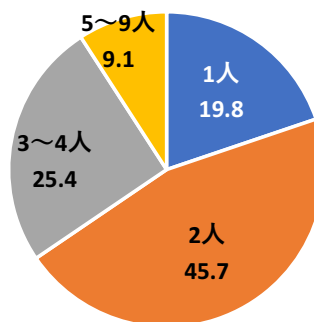
8) 同行者数（自身を含む）

○県内客の同行人数は、「3～4人」が56.7%と最も多く、次いで「2人」が24.2%となっている。
 ○県外客の同行人数は、「2人」が45.7%と最も多く、次いで「3～4人」が25.4%となっている。



(N=178)

【県内客の同行人数】

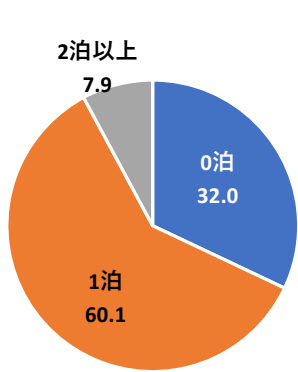


(N=197)

【県外客の同行人数】

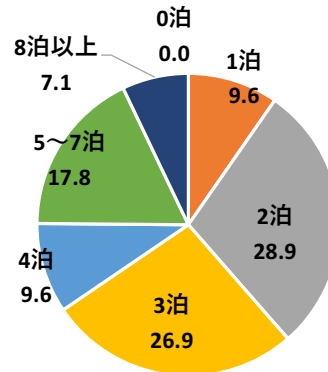
9) 旅行全体の宿泊数

○県内客の旅行全体の宿泊数は、「1泊」が60.1%と最も多く、次いで「0泊」が32%となっている。
 ○県外客の旅行全体の宿泊数は、「2泊」が28.9%と最も多く、次いで「3泊」が26.9%となっている。



(N=178)

【県内客の旅行全体の宿泊数】

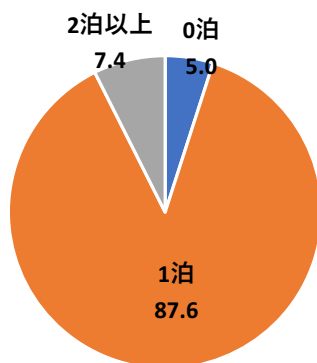


(N=197)

【県外客の旅行全体の宿泊数】

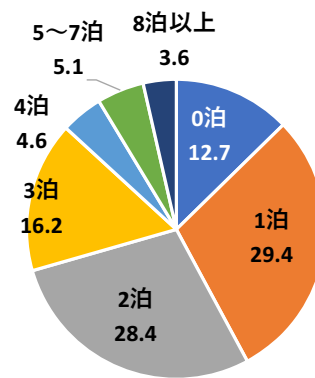
10) 沖縄市における宿泊数（宿泊した方のみ）

○県内客の沖縄市における宿泊数は、「1泊」が87.6%と最も多く、次いで「2泊以上」が7.4%となっている。
 ○県外客の沖縄市における宿泊数は、「1泊」が29.4%と最も多く、次いで「2泊」が28.4%となっている。



(N=121)

【県内客の沖縄市における宿泊数】



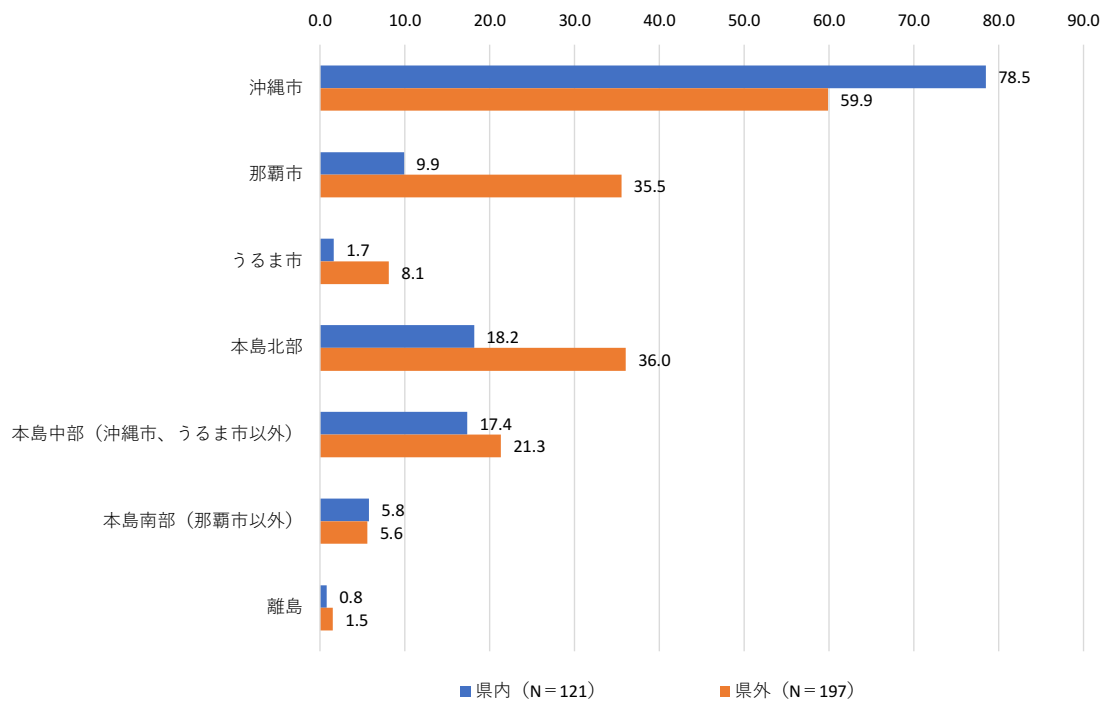
(N=197)

【県外客の沖縄市における宿泊数】

1 1) 今回の旅行で宿泊した地域

○今回の旅行で宿泊した地域は、県内については、「沖縄市」が78.5%と最も多く、次いで「本島北部」が18.2%となっている。

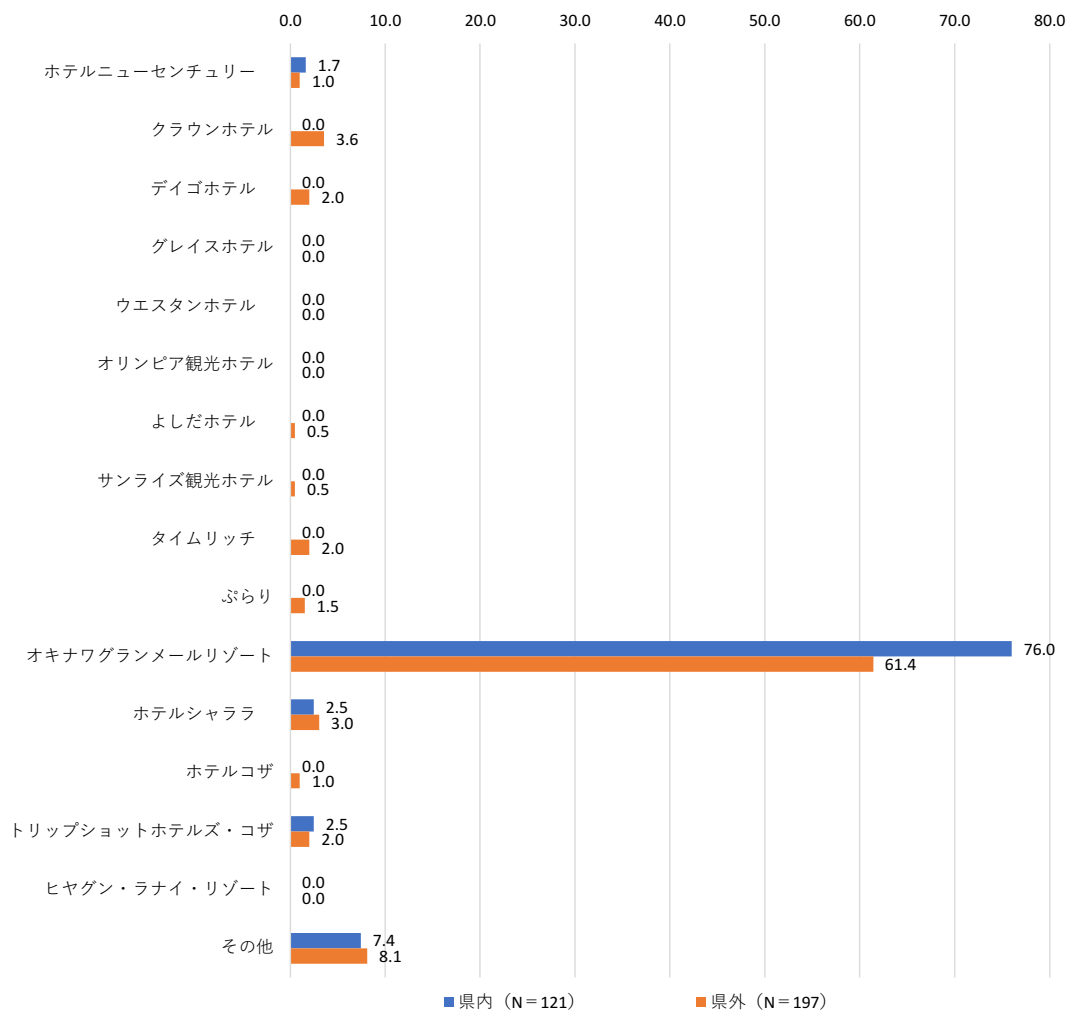
○県外については、「沖縄市」が59.9%と最も多く、次いで「本島北部」が36.0%となっている。



【今回の旅行で宿泊した地域（県内・県外）】

1 2) 今回の旅行で宿泊した市内宿泊施設

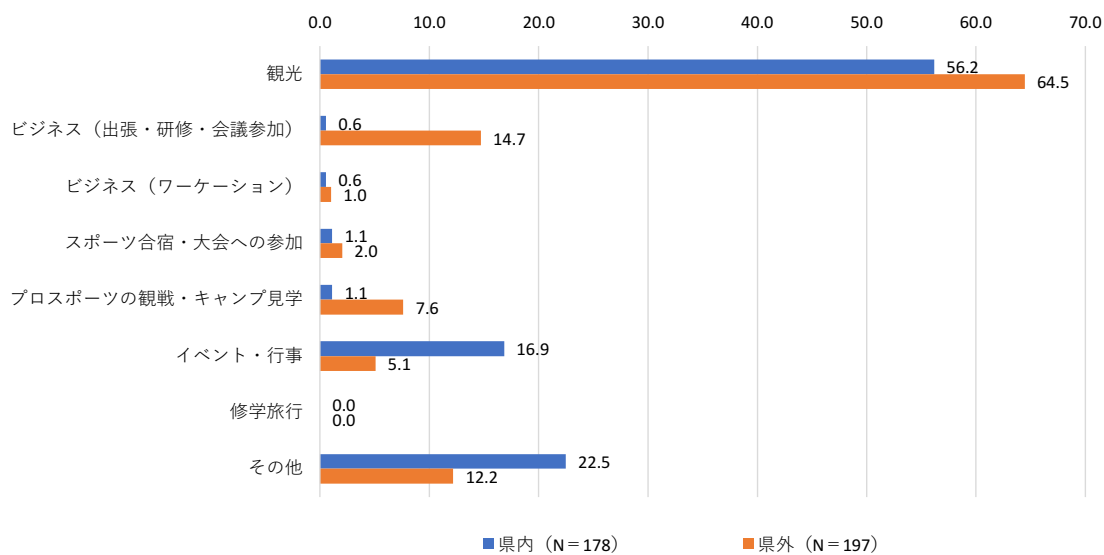
○今回の旅行で宿泊した市内宿泊施設は、県内・県外ともに「ホテルグランメールリゾート」が最も多くなっている。



【宿泊した市内宿泊施設（県内・県外）】

1 3) 沖縄市内を訪れた理由

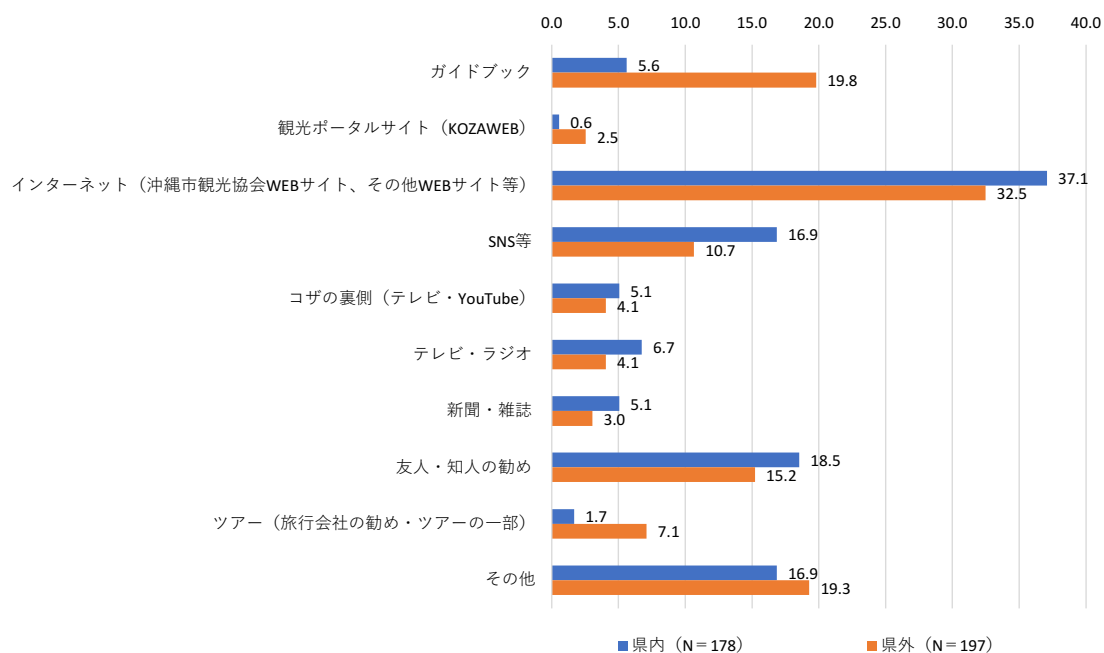
○沖縄市内を訪れた理由は、県内・県外ともに「観光」が最も多くなっている。
○県内については、2番目に「イベント・行事」が16.9%と多くっており、県外については、「ビジネス」が14.7%と多くなっている。



【沖縄市内を訪れた理由（県内・県外）】

1 4) 沖縄市内を訪れるきっかけとなった情報源、媒体

○沖縄市内を訪れるきっかけとなった情報源、媒体は、県内については、「インターネット」が37.1%と最も多く、次いで「友人・知人の勧め」が18.5%となっている。
 ○県外については、「インターネット」が32.5%と最も多く、次いで「ガイドブック」が19.8%となっている。

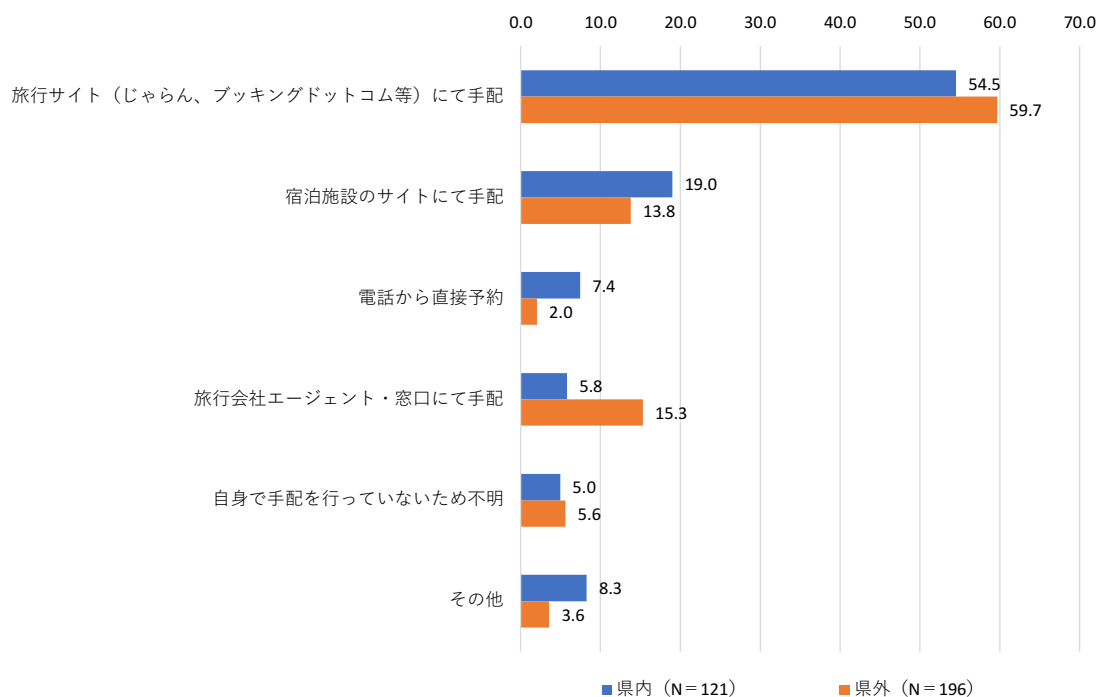


【沖縄市内を訪れるきっかけとなった情報源、媒体（県内・県外）】

15) 宿泊施設の手配方法

○宿泊施設の手配方法は、県内については、「旅行サイト」が54.5%と最も多く、次いで「宿泊施設のサイトにて手配」が19%となっている。

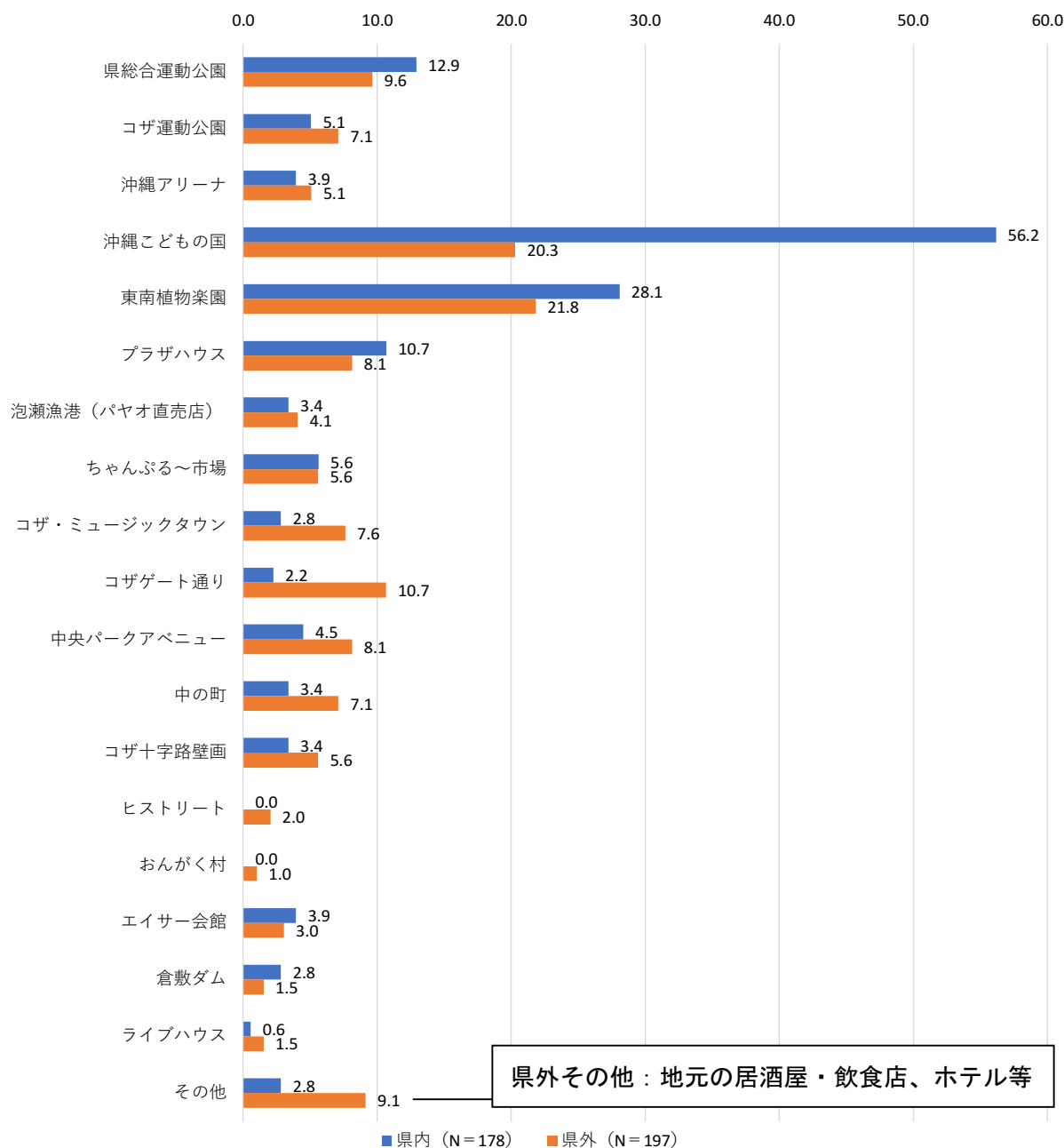
○県外については、「旅行サイト」が59.7%と最も多く、次いで「旅行会社エージェント・窓口にて手配」が15.3%となっている。



【宿泊施設の手配方法（県内・県外）】

16) 沖縄市内で訪れた場所

○沖縄市内で訪れた場所は、県内については、「沖縄こどもの国」が56.2%と最も多く、次いで「東南植物楽園」が28.1%となっている。
 ○県外については、「東南植物楽園」が21.8%と最も多く、次いで「沖縄こどもの国」が20.3%となっている。

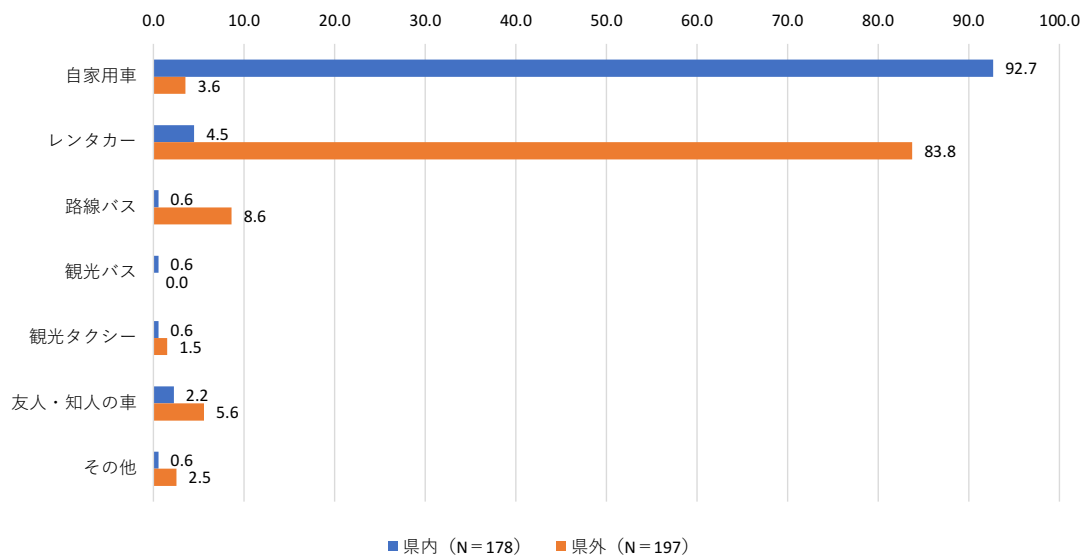


【沖縄市内で訪れた場所（県内・県外）】

1 7) 沖縄市までの交通手段および市内の交通手段

○沖縄市までの交通手段および市内の交通手段は、県内については、「自家用車」が92.7%と最も多く、次いで「レンタカー」が4.5%となっている。

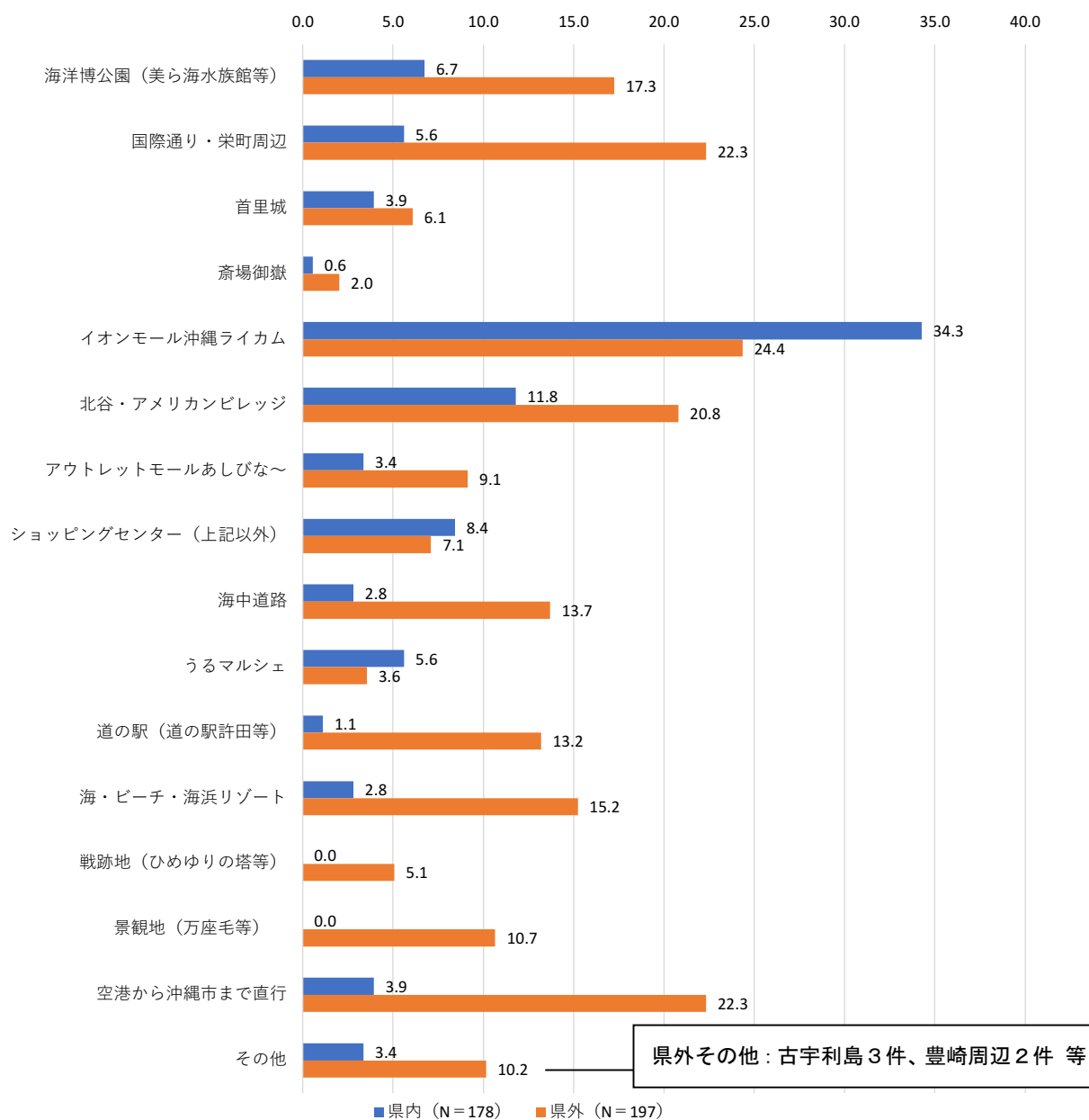
○県外については、「レンタカー」が83.8%と最も多く、次いで「路線バス」が8.6%となっている。



【沖縄市までの交通手段および市内の交通手段（県内・県外）】

18) 沖縄市に訪れる「前」に訪れた場所

○沖縄市に訪れる「前」に訪れる場所は、県内については、「イオンモール沖縄ライカム」が34.3%と最も多く、次いで「北谷・アメリカンビレッジ」が11.8%となっている。
 ○県外については、「イオンモール沖縄ライカム」が24.4%と最も多く、次いで「国際通り・栄町」、「空港から沖縄市まで直行」が22.3%となっている。

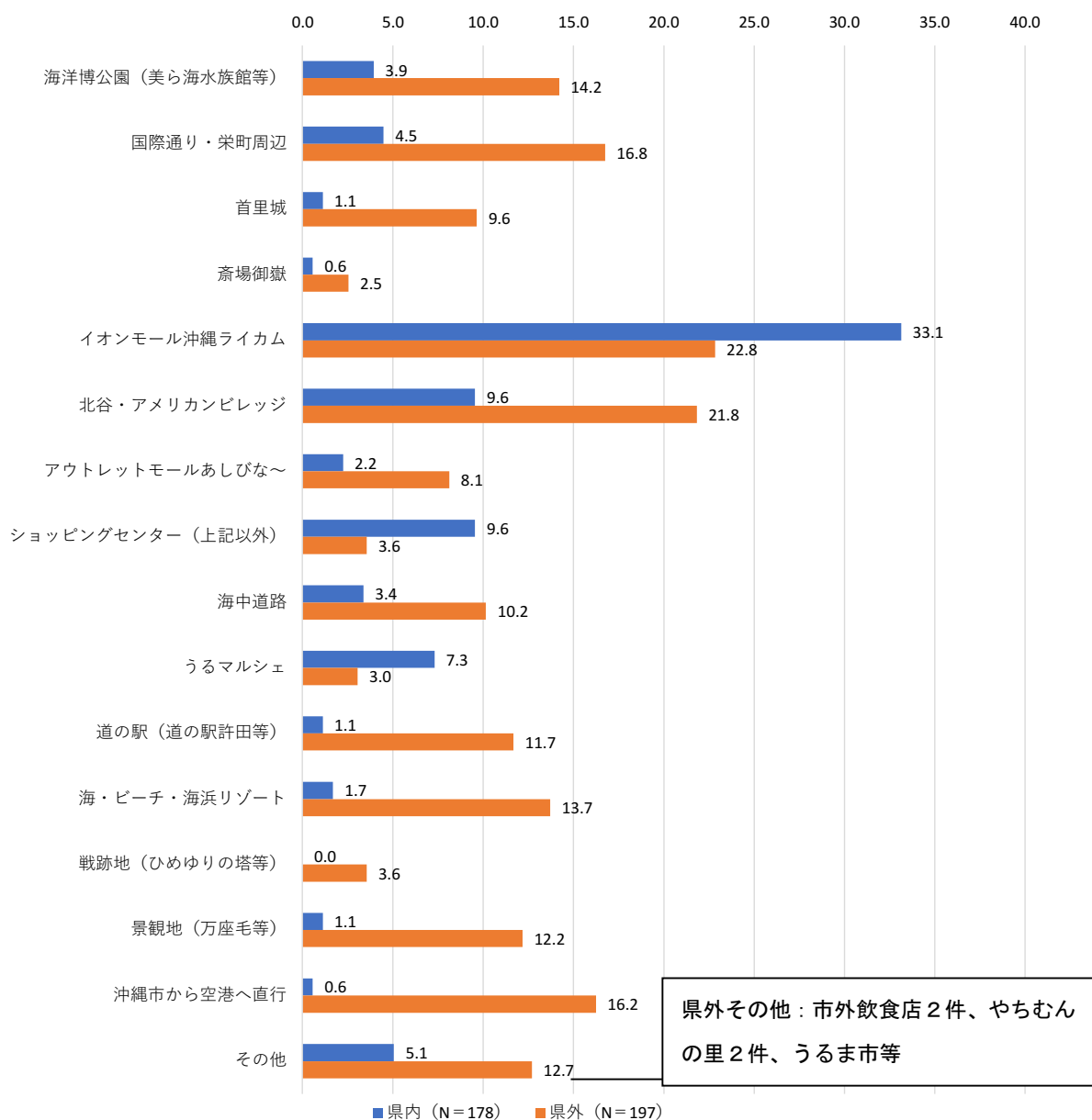


【沖縄市に訪れる「前」に訪れた場所（県内・県外）】

19) 沖縄市に訪れた「後」に訪れた場所

○沖縄市に訪れた「後」に訪れた場所は、県内については、「イオンモール沖縄ライカム」が33.1%と最も多く、次いで「北谷・アメリカンビレッジ」、「ショッピングセンター」が9.6%となっている。

○県外については、「イオンモール沖縄ライカム」が22.8%と最も多く、次いで「北谷・アメリカンビレッジ」が21.8%となっている。

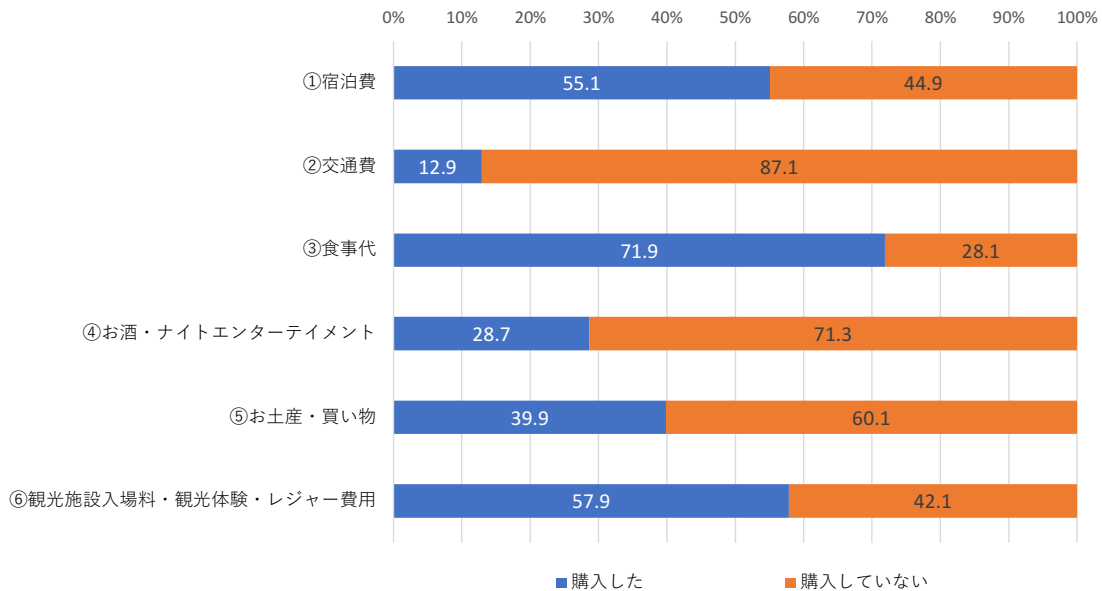


【沖縄市に訪れた「後」に訪れた場所 (県内・県外)】

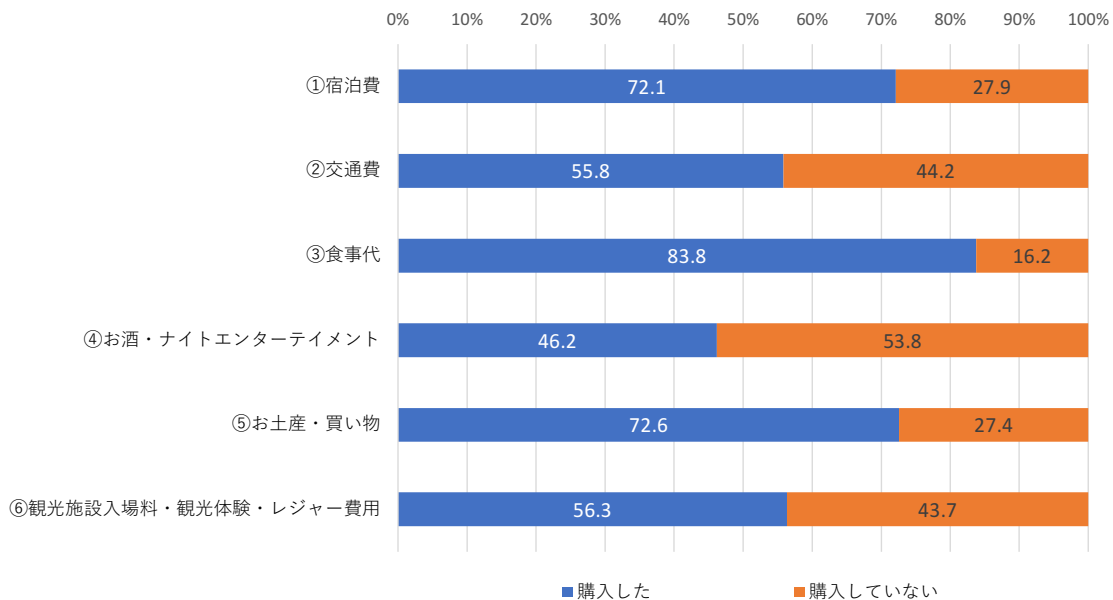
20) 沖縄市での消費や購買の有無

○県内客の沖縄市での消費・購買の有無は、「③食事代」が71.9%と購入した割引が最も多く、次いで「⑥観光施設入場料・観光体験・レジャー」が57.9%となっている。

○県外客の沖縄市での消費・購買の有無は、「③食事代」が83.8%と最も多く、次いで「⑤お土産・買物」が72.6%となっている。



【県内客の沖縄市での消費・購買の有無】



【県外客の沖縄市での消費・購買の有無】

2 1) ひとりあたりの消費金額

○県内客の未購入者を含めた平均消費額は、「宿泊代」が 4,526 円と最も多く、次いで「食事代」が 2,582 円となっている。

○県外客の未購入者を含めた平均消費額は、「宿泊代」が 14,328 円と最も多く、次いで「交通費」が 9,770 円となっている。

【県内客の平均消費額 (N=178)】

費目	未購入者も含めた 平均消費額	1円以上購入者の 平均消費額
宿泊代	4,526 円	8,854 円
交通費	264 円	2,140 円
食事代	2,582 円	4,104 円
お酒・ナイトエンターテイメント	577 円	2,446 円
お土産・買い物代	1,357 円	3,895 円
施設入場料、レジャー・体験料、その他	1,189 円	2,227 円
市内総消費単価	10,496 円	12,455 円

【県外客の平均消費額 (N=197)】

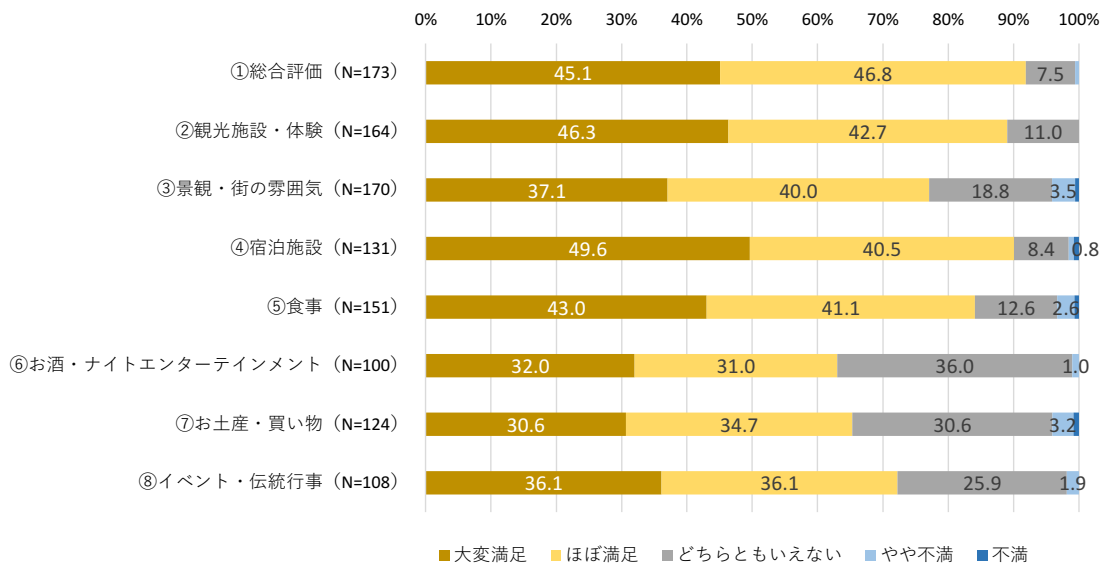
費目	未購入者も含めた 平均消費額	1円以上購入者の 平均消費額
宿泊代	14,328 円	25,429 円
交通費	9,770 円	23,190 円
食事代	9,118 円	11,975 円
お酒・ナイトエンターテイメント	3,013 円	7,239 円
お土産・買い物代	6,604 円	10,085 円
施設入場料、レジャー・体験料、その他	3,829 円	7,395 円
市内総消費単価	46,662 円	51,355 円

2 2) 沖縄市観光における各項目の満足度

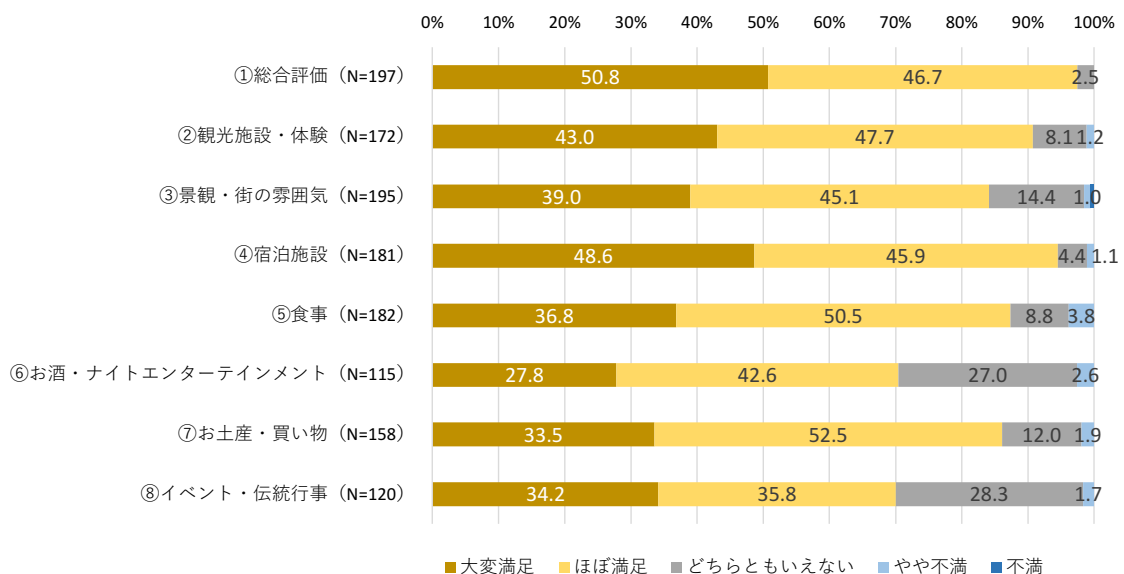
○沖縄市観光における満足度（総合評価）は、県内客については、「大変満足」または「ほぼ満足」と回答した割合が91.9%、県外客については、97.5%となっている。

○各項目ごとにとみると、県内客については、「宿泊施設」の「大変満足」または「ほぼ満足」と回答した割合が90.1%と最も高く、次いで「観光施設・体験」が89%となっている。

○県外客については、「宿泊施設」が「大変満足」または「ほぼ満足」と回答した割合が94.5%と最も高く、次いで「観光施設・体験」が90.7%となっている。



【県内客の沖縄市観光における各項目の満足度】

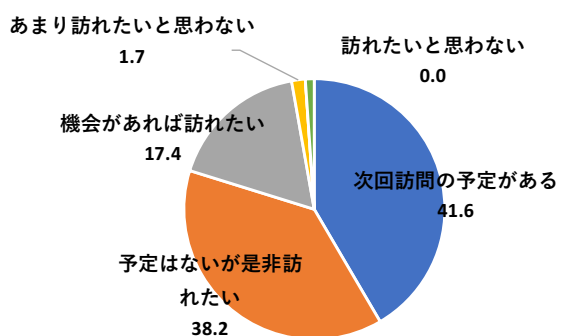


【県外客の沖縄市観光における各項目の満足度】

2 3) 沖縄市への再訪意向

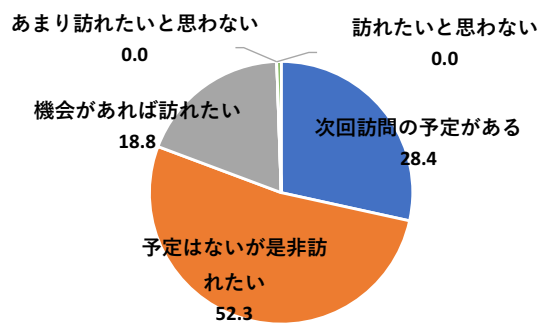
○県内客の沖縄市への再訪意向は、「次回訪問の予定がある」が41.6%と最も多く、次いで「予定はないが是非訪れたい」が38.2%となっている。

○県外客の沖縄市への再訪意向は、「予定はないが是非訪れたい」が52.3%と最も多く、次いで「次回訪問の予定がある」が28.4%となっている。



(N=178)

【県内客の沖縄市への再訪意向】



(N=197)

【県外客の沖縄市への再訪意向】

3-3. スポーツイベント時等のアンケート調査

(1) 調査目的

沖縄アリーナやタピック県総ひやごんスタジアムでの試合やイベント開催時等に、来訪客に対し満足度やニーズ、観光動向（観戦前後に市内を周遊したかどうか等）、消費金額等を把握することを目的としてアンケート調査を実施した。

琉球ゴールデンキングス、FC 琉球等の市内プロスポーツ団体及び施設運営者の協力のもと、アンケートページへのQRコードを掲載したA4サイズのチラシの配布等により調査を行った。

(2) 調査概要

調査概要を以下に示す。

【スポーツイベント時等のアンケート調査の実施概要】

調査対象	・スポーツイベント時にアリーナ等の施設に来場した国内観光客（市民は対象外）
調査箇所	・沖縄アリーナ、タピック県総ひやごんスタジアム
調査方法	・プロスポーツ団体及び施設運営者の協力のもとイベント時の来訪者に対しアンケートカードを配布し、回答者に対しては、抽選で沖縄市特産品をプレゼント。 ・FC 琉球、琉球ゴールデンキングス、琉球アスティータ、RIZINの計6イベントにおいてアンケートを実施
実施日・回収	<ul style="list-style-type: none"> ■琉球ゴールデンキングスホーム戦：会場（沖縄アリーナ） <ul style="list-style-type: none"> ①11/13（土） 対「群馬クレインサンダーズ」 ②11/14（日） 対「群馬クレインサンダーズ」 ③12/15（水） 対「京都ハンナリーズ」 ■FC 琉球ホーム戦：会場（タピック県総ひやごんスタジアム） <ul style="list-style-type: none"> ④11/13（土） 対「ジェフユナイテッド市原・千葉」 ■その他イベント：会場（沖縄アリーナ） <ul style="list-style-type: none"> ⑤11/20（日） Yogibo presents RIZIN.32 ⑥12/21（火） アスティータフェスティバル
質問項目	<ul style="list-style-type: none"> ①基本属性：居住地／性別・年齢・職業／来訪経験／観戦した試合等 ②来訪目的・観光行動：行程／目的／情報源／訪問箇所／移動手段 ③消費行動：市内での消費額（ツアー・宿泊・交通・食事等） ④沖縄市の評価：再訪意向 ⑤その他：行動変容のポイント（何があれば観戦・観賞前後に市内に来訪・周遊してもらえるか等）等

【各イベントの回収状況】

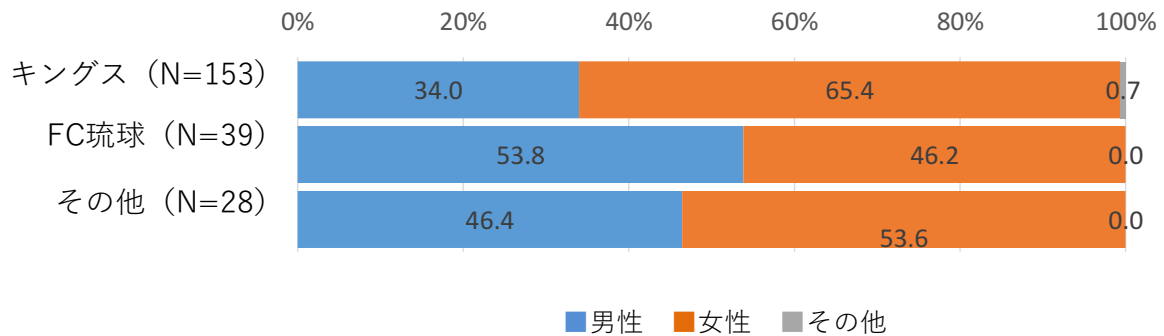
試合・イベント		票数	計
琉球ゴールデンキングス ホーム戦 会場（沖縄アリーナ）	①11/13（土） 対「群馬クレインサンダーズ」	46	153
	②11/14（日） 対「群馬クレインサンダーズ」	45	
	③12/15（水） 対「京都ハンナリーズ」	62	
FC 琉球 ホーム戦 会場（タピック県総ひやごん スタジアム）	④11/13（土） 対「ジェフユナイテッド市原・千葉」	39	39
その他イベント 会場（沖縄アリーナ）	⑤11/20（日） Yogibo presents RIZIN.32	5	28
	⑥12/21（火） アスティーダフェスティバル	23	
合計		220	

(2) 調査結果の概要

1) 回答者の基本情報

①性別

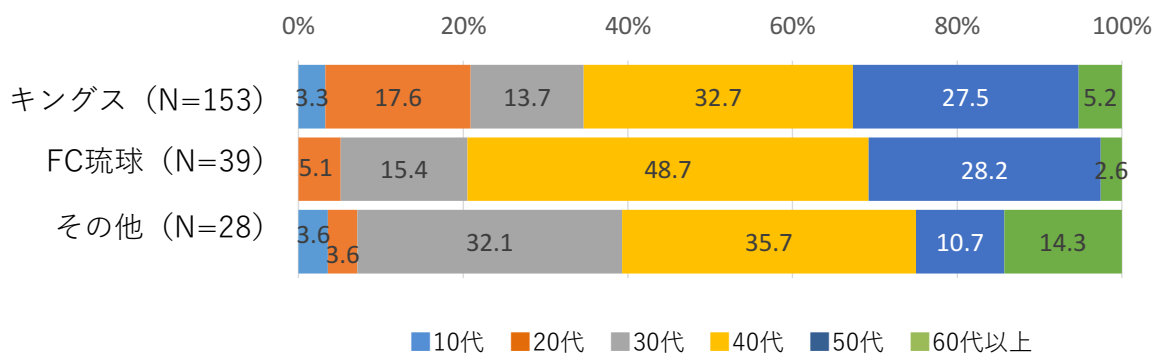
○性別は、キングスについては、「男性」34%、「女性」65.4%で女性の割合が多く、FC琉球については、「男性」53.8%、「女性」46.2%で男性の割合が多くなっている。



【イベント別の性別の割合】

②年代

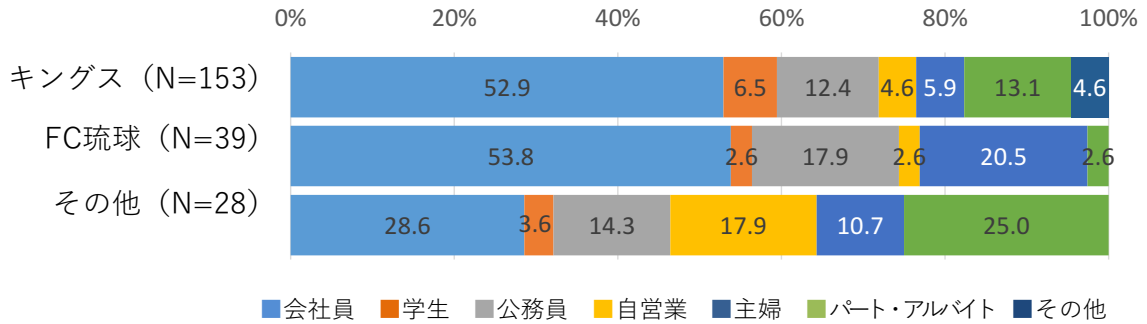
○年代は、キングスについては「40代」が32.7%と最も多く、次いで「50代」が27.5%となっている。
 ○FC琉球については、「40代」が48.7%と最も高く、ついで、「50代」が28.2%となっている。



【イベント別の年代の割合】

③職業

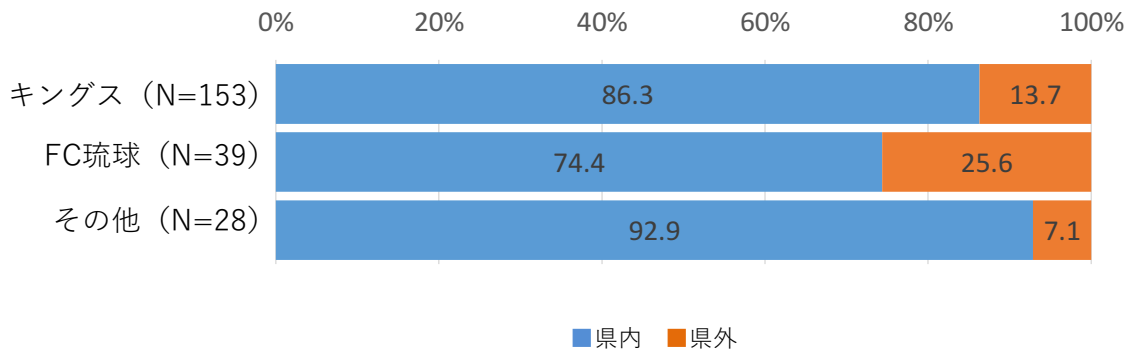
○職業は、キングスについては、「会社員」が52.9%と最も多く、次いで「パート・アルバイト」が13.1%となっている。
 OFC 琉球については、「会社員」が53.8%と最も多く、次いで「主婦」が20.5%となっている。



【イベント別の職業の割合】

④居住地（県内外）

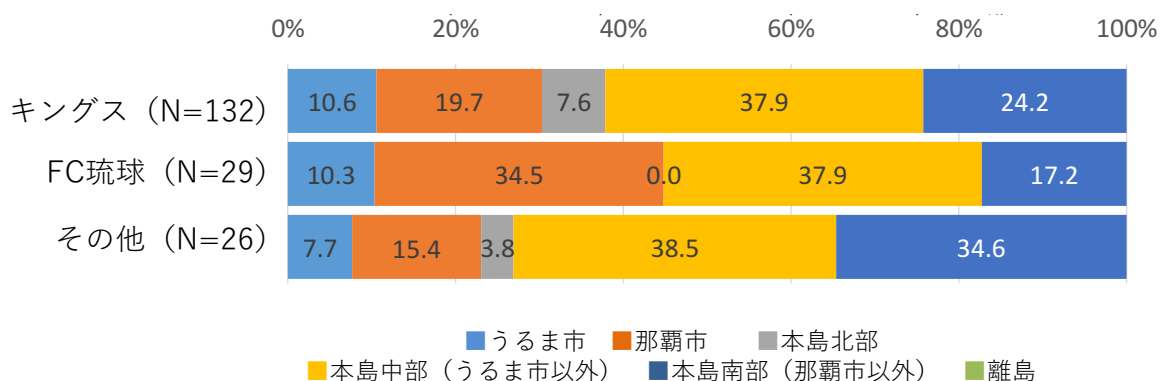
○居住地は、各イベントともに「県内」と回答した割合が多くなっている。



【イベント別の県内外の割合】

⑤居住している市町村（県内のみ）

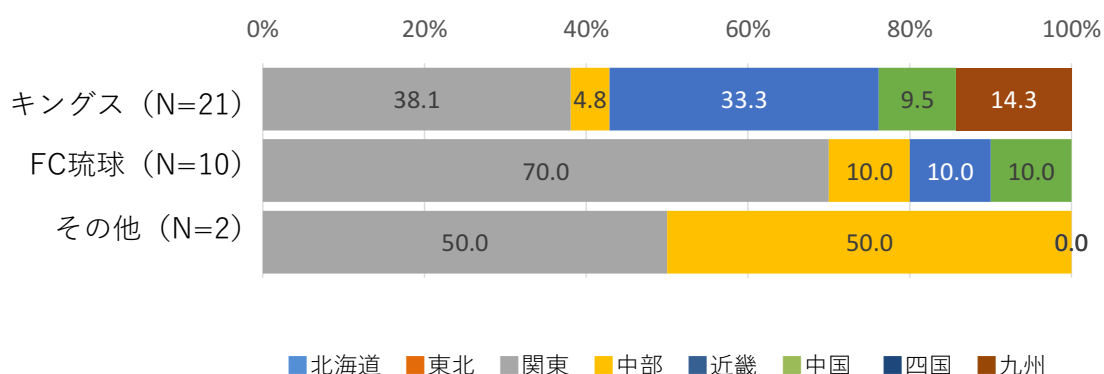
○居住している市町村は、キングスについては、「本島中部（うるま市以外）」が37.9%と最も多く、次いで「本島南部（那覇市以外）」が24.2%となっている。
 OFC 琉球については、「本島中部（うるま市以外）」が37.9%と最も多く、次いで「那覇市」が34.5%となっている。



【イベント別の市町村別（居住地）の割合】

⑥居住している都道府県（県外のみ）

○居住している都道府県は、キングスについては、「関東」が38.1%と最も多く、次いで「近畿」が33.3%となっている。
 OFC 琉球については、「関東」が70%と最も多く、次いで「中部」、「近畿」が10%となっている。

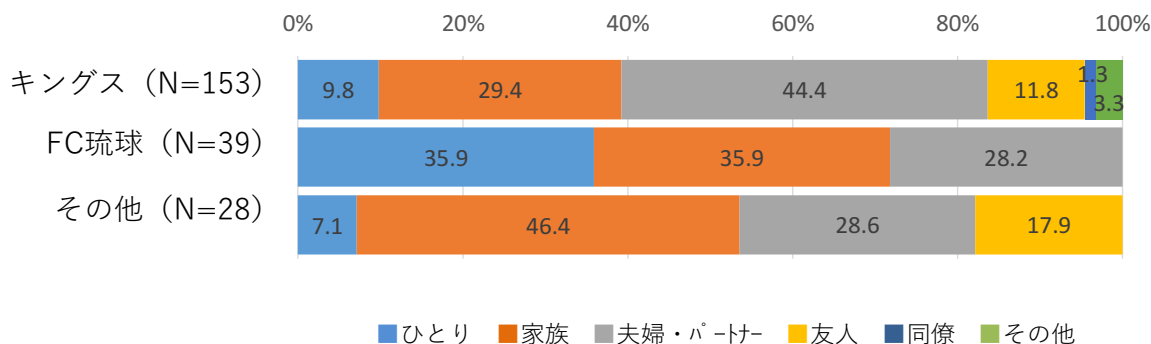


【イベント別の都道府県（居住地）の割合】

⑦同行者の種別

○同行者は、キングスについては、「夫婦・パートナー」が44.4%と最も多く、次いで「家族」が29.4%となっている。

OFC琉球については、「家族」、「ひとり」が35.9%と最も多く、次いで「夫婦・パートナー」が28.2%となっている。

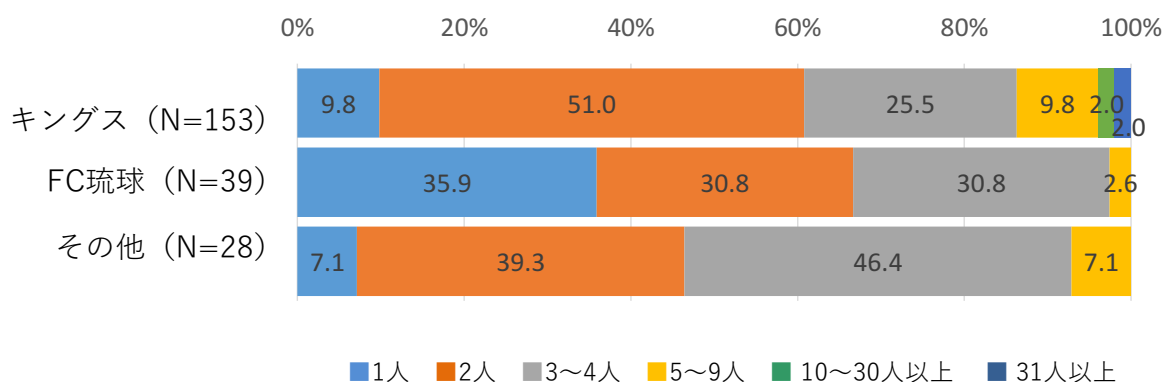


【イベント別の同行者別の割合】

⑧同行者数（自身も含む）

○同行者数は、キングスについては、「2人」が51%と最も多く、次いで「3~4人」が25.5%となっている。

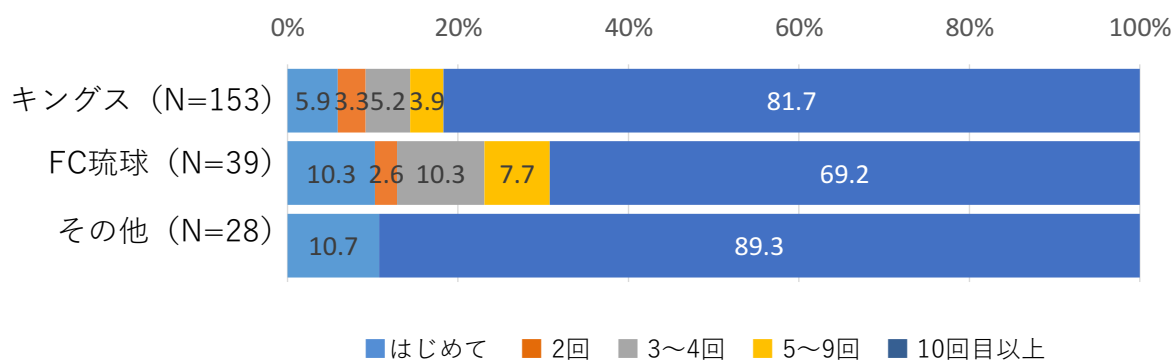
OFC琉球については、「1人」が35.9%と最も多く、次いで「2人」、「3~4人」が30.8%となっている。



【イベント別の同行者数の割合】

⑨沖縄市への来訪回数

○沖縄市への来訪回数は、キングスについては、「10回目以上」が81.7%と最も多く、次いで「はじめて」が5.9%となっている。
 OFC琉球については、「10回目以上」が69.2%と最も多く、次いで「はじめて」、「3～4回」が10.3%となっている。



【イベント別の沖縄市への来訪回数の割合】

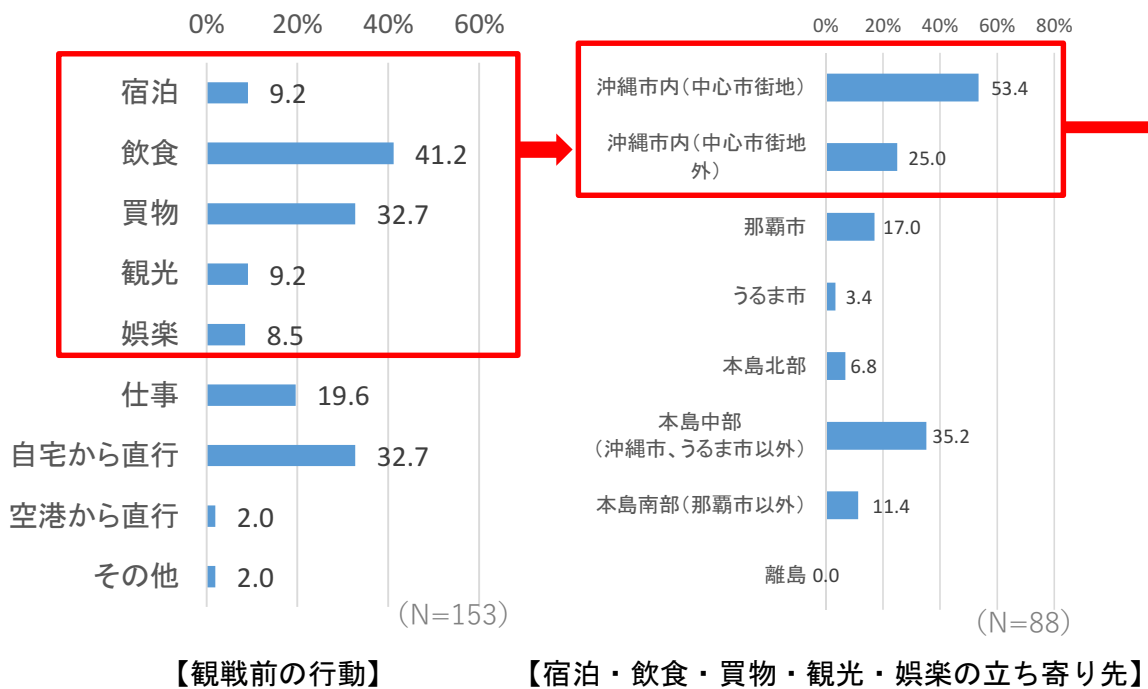
2) 琉球ゴールデンキングスの観戦前後の行動等について

① 試合観戦の「前」の行動・消費

○試合観戦の「前」の行動は、「飲食」が41.2%と最も多く、次いで「買物」が32.7%となっている。

○宿泊・飲食・買物・観光・娯楽の立ち寄り先は、「沖縄市内（中心市街地）」が53.4%と最も多く、次いで「本島中部」が35.2%となっている。

○観戦前の市内における平均消費額は、「お土産・買い物代」が2,243円と最も多く、次いで「食事代」が1,382円となっている。



【観戦前の市内における平均消費額 (N=153)】

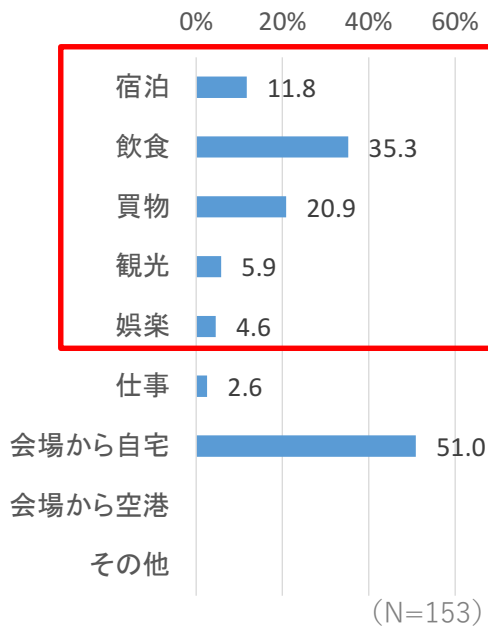
費目	未購入者を含めた平均消費額	1円以上購入者の平均消費額
宿泊代	847円	8,640円
食事代	1,382円	2,610円
お酒・ナイトエンターテイメント	418円	3,200円
お土産・買い物代	2,243円	6,600円
施設入場料、レジャー・体験料、その他	998円	5,656円
交通費	1,197円	2,774円
市内総消費単価	7,085円	—

②試合観戦の「後」の行動・消費

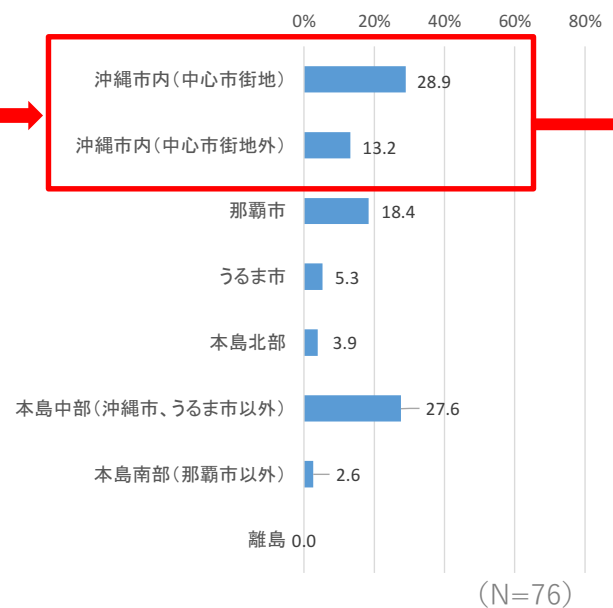
○試合観戦の「後」の行動は、「飲食」が35.3%と最も多く、次いで「買物」が20.9%となっている。

○宿泊・飲食・買物・観光・娯楽の立ち寄り先は、「沖縄市内（中心市街地）」が28.9%と最も多く、次いで「本島中部（沖縄市、うるま市以外）」が27.6%となっている。

○観戦後の市内における平均消費額は、「食事代」が1,091円と最も多く、次いで「宿泊代」が968円となっている。



【観戦後の行動】



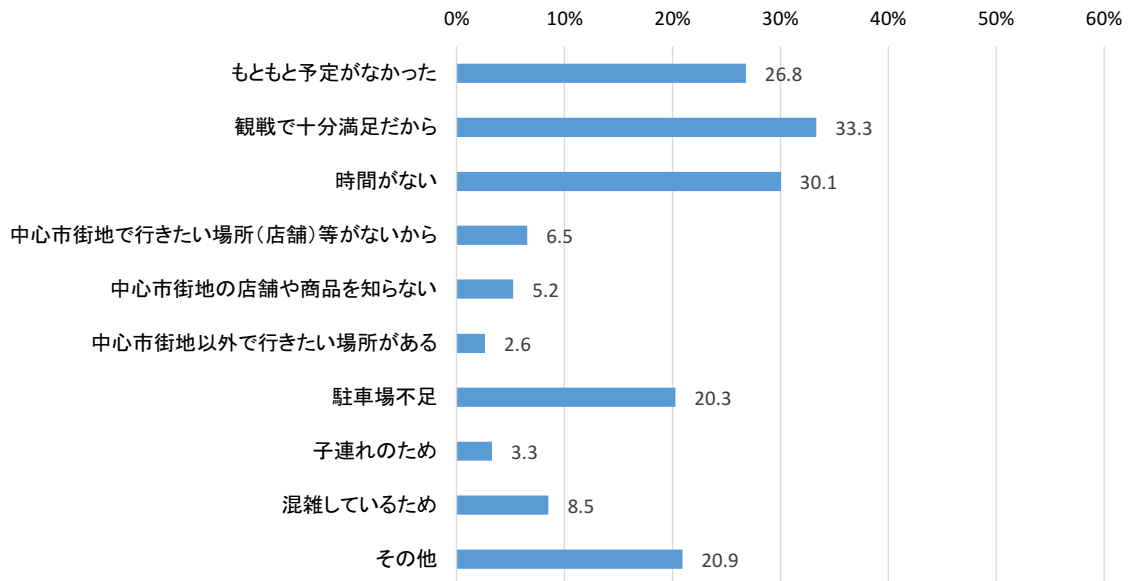
【宿泊・飲食・買物・観光・娯楽の立ち寄り先】

【観戦後の市内における平均消費額 (N=153)】

費目	未購入者を含めた平均消費額	1円以上購入者の平均消費額
宿泊代	968円	8,712円
食事代	1,091円	2,736円
お酒・ナイトエンターテイメント	353円	2,842円
お土産・買い物代	952円	4,044円
施設入場料、レジャー・体験料、その他	228円	3,490円
交通費	957円	2,482円
市内総消費単価	4,549円	—

③観戦前後に沖縄市中心部に立ち寄らない理由

○観戦前後に沖縄市中心部に立ち寄らない理由は、「観戦で十分満足だから」が33.3%と最も多く、次いで「時間がない」が30.1%となっている。

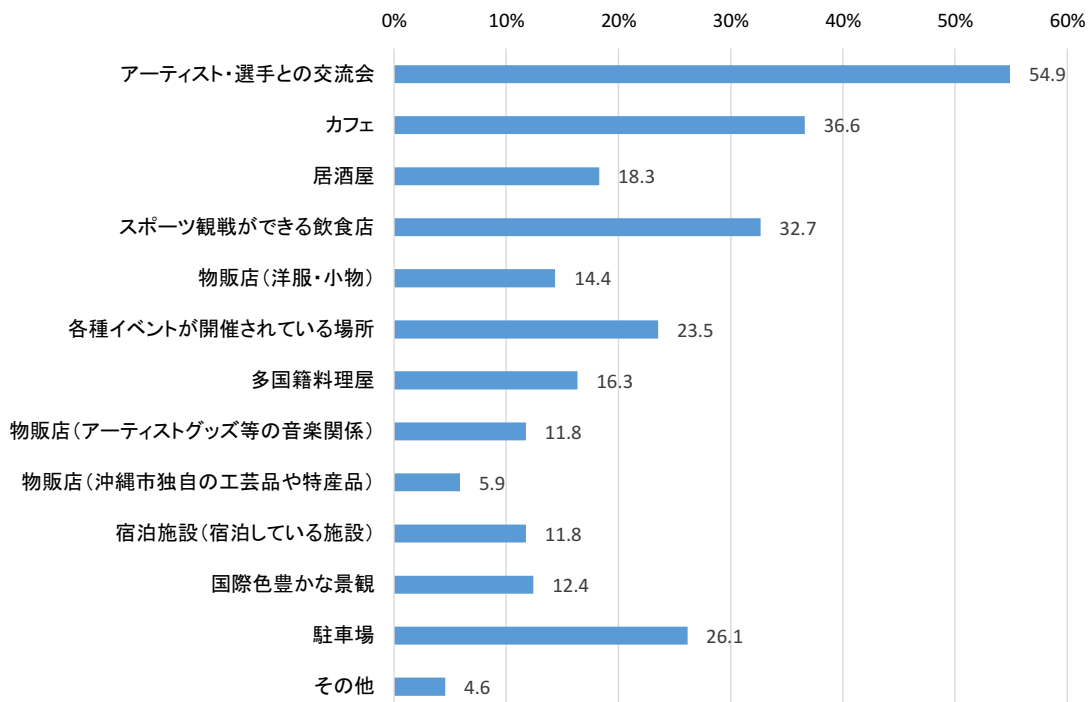


(N=153)

【観戦前後に沖縄市中心部に立ち寄らない理由の割合】

④どのような場所があれば観戦前後に立ち寄るか

○どのような場所があれば観戦前後に立ち寄るかは、「アーティスト・選手との交流会」が54.9%と最も多く、次いで「カフェ」が36.6%となっている。

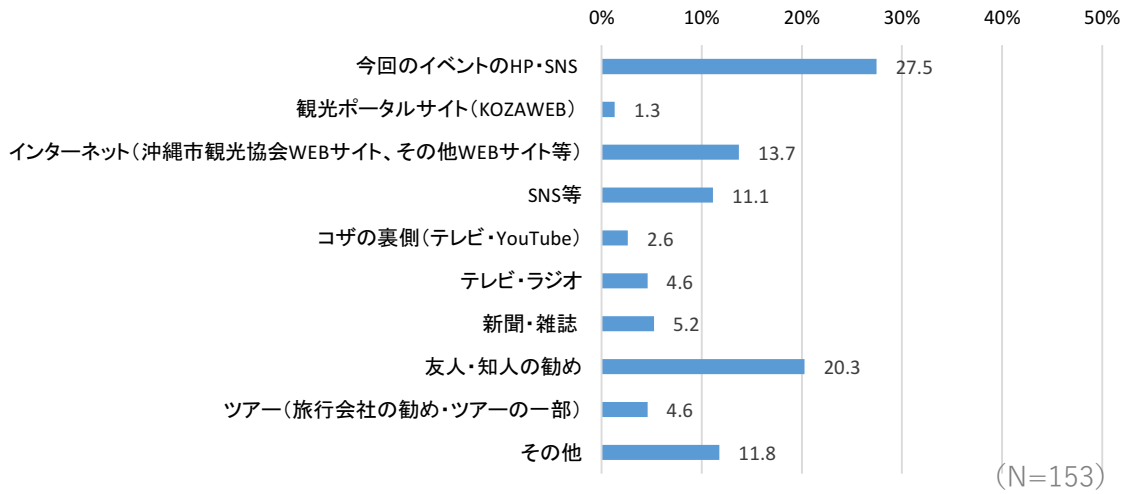


(N=153)

【どのような場所があれば観戦前後に立ち寄るかの割合】

⑤試合会場以外に沖縄市内に立ち寄ったきっかけ

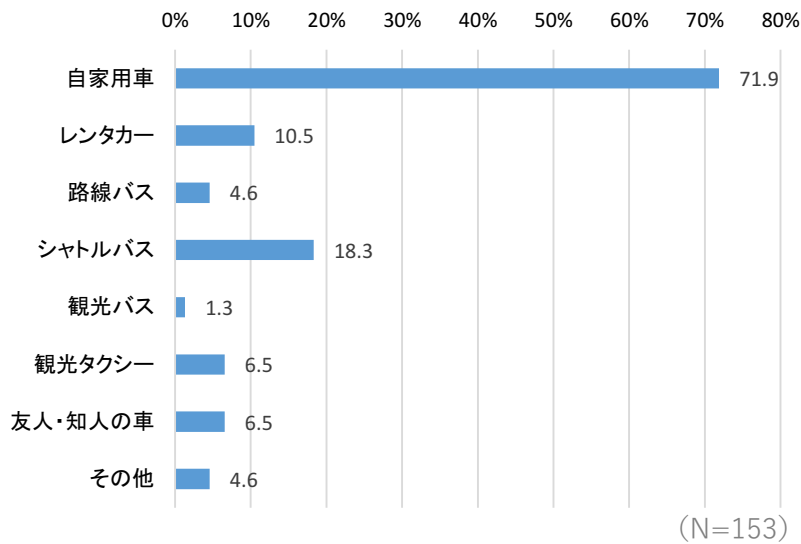
○試合会場以外に沖縄市内に立ち寄ったきっかけは、「今回のイベントのHP・SNS」が27.5%と最も多く、次いで「友人・知人の勧め」が20.3%となっている。



【試合会場以外に沖縄市に訪れたきっかけの割合】

⑥試合会場までの交通手段

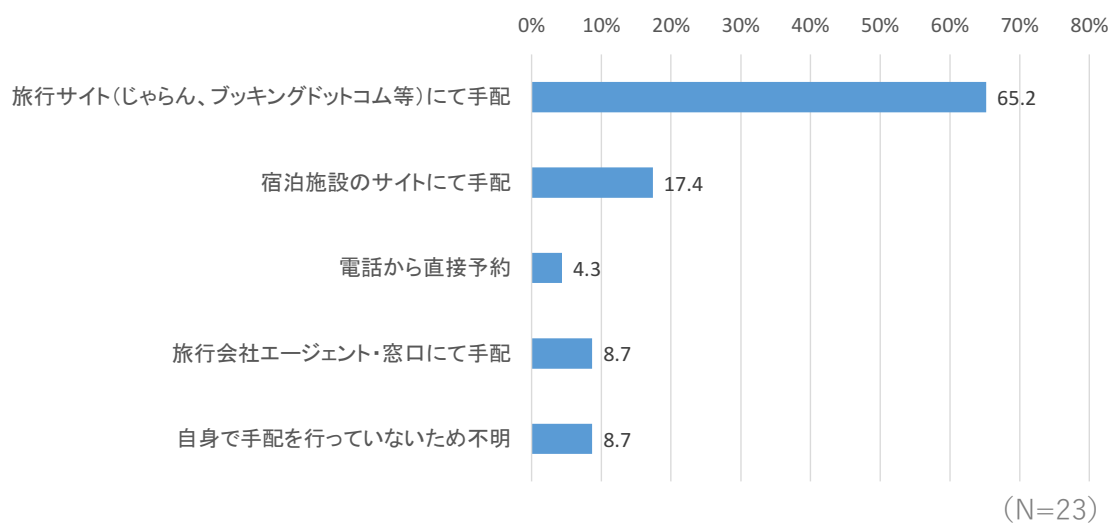
○試合会場までの交通手段は、「自家用車」が71.9%と最も多く、次いで「シャトルバス」が18.3%となっている。



【試合会場までの交通手段の割合】

⑦宿泊施設の手配方法

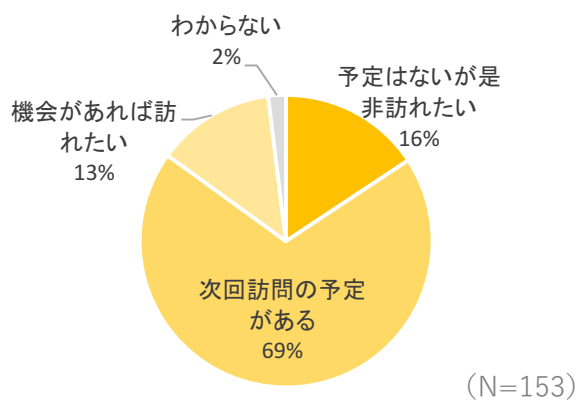
○宿泊施設の手配方法は、「旅行サイト」が65.2%と最も多く、次いで「宿泊施設のサイトにて手配」が17.4%となっている。



【宿泊施設の手配方法の割合】

⑧沖縄市への再訪意向

○沖縄市への再訪意向については、「次回訪問の予定がある」が69%と最も多く、次いで「予定はないが是非訪れたい」が16%となっている。



【沖縄市の再訪意向の割合】

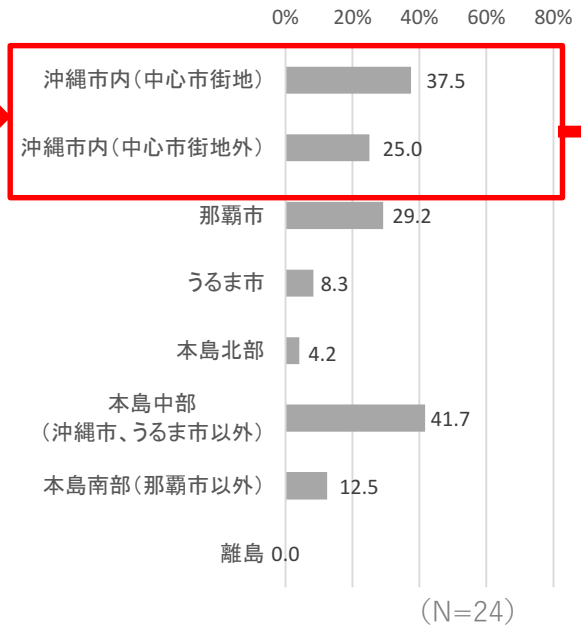
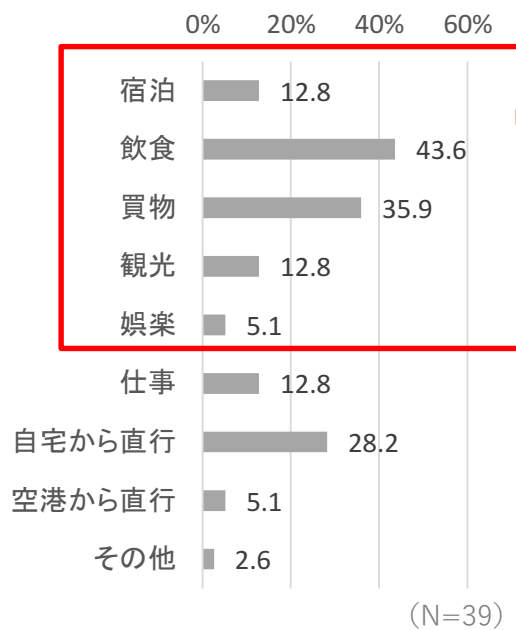
3) FC 琉球の観戦前後の行動等について

①試合観戦の「前」の行動・消費

○試合観戦の「前」の行動・消費は、「飲食」が 43.6%と最も多く、次いで「買物」が 35.9%となっている。

○宿泊・飲食・買物・観光・娯楽の立ち寄り先は、「本島中部（沖縄市、うるま市以外）」が 41.7%と最も多く、次いで「沖縄市内（中心市街地）」が 37.5%となっている。

○平均消費額は、「交通費」が 1,855 円と最も多く、次いで「宿泊代」が 1,308 円となっている。

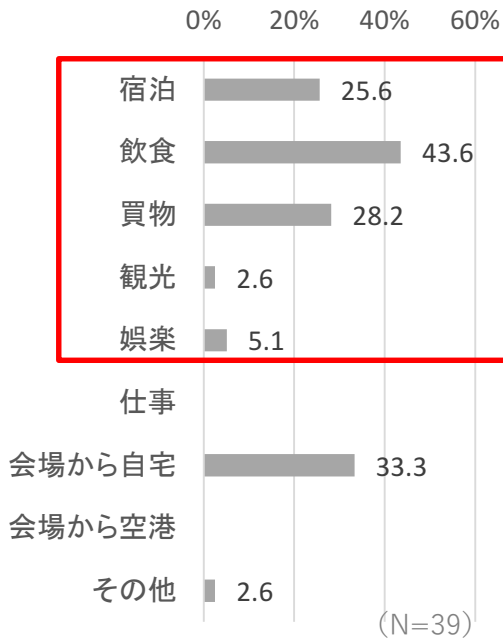


【観戦前の市内における平均消費額 (N=39)】

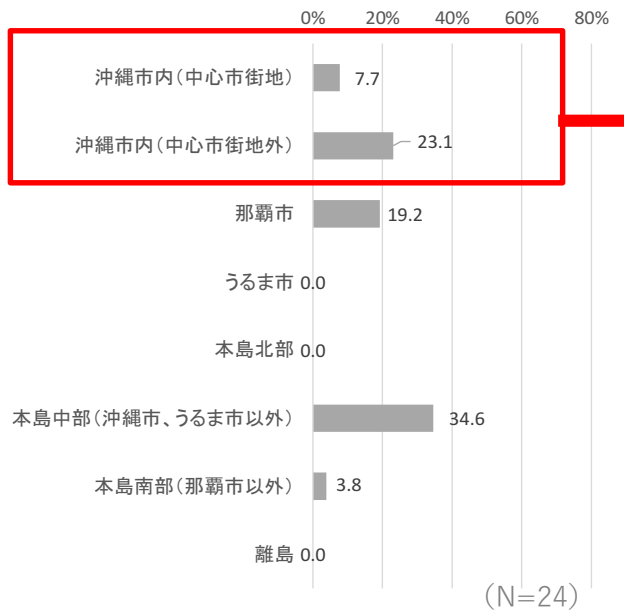
費目	未購入者を含めた平均消費額	1円以上購入者の平均消費額
宿泊代	1,308 円	17,000 円
食事代	1,305 円	1,958 円
お酒・ナイトエンターテイメント	231 円	2,250 円
お土産・買い物代	833 円	2,167 円
施設入場料、レジャー・体験料、その他	590 円	3,833 円
交通費	1,855 円	4,823 円
市内総消費単価	6,122 円	—

②試合観戦の「後」の行動・消費

○試合観戦の「後」の行動・消費は、「飲食」が43.6%と最も多く、次いで「買物」が28.2%となっている。
 ○宿泊・飲食・買物・観光・娯楽の立ち寄り先は、「本島中部（沖縄市、うるま市以外）」が34.6%と最も多く、次いで「沖縄市内（中心市街地外）」が23.1%となっている。
 ○平均消費額は、「宿泊代」が15,903円と最も多く、次いで「食事代」が913円となっている。



【観戦後の行動】



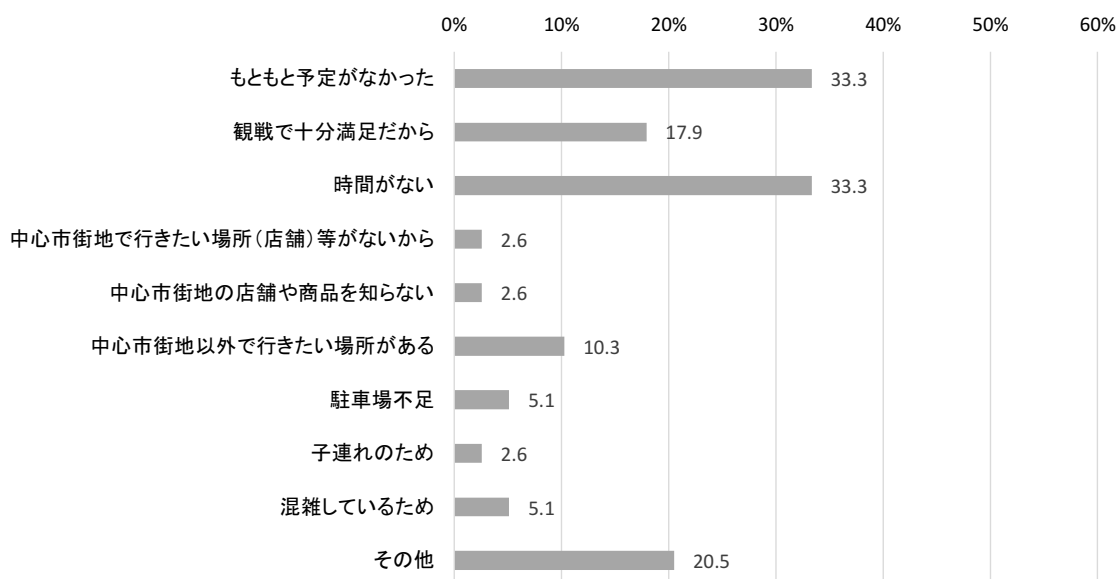
【宿泊・飲食・買物・観光・娯楽の立ち寄り先】

【観戦後の市内における平均消費額 (N=39)】

費目	未購入者を含めた平均消費額	1円以上購入者の平均消費額
宿泊代	1590円	12,400円
食事代	913円	2,094円
お酒・ナイトエンターテイメント	308円	4,000円
お土産・買い物代	359円	2,333円
施設入場料、レジャー・体験料、その他	51円	2,000円
交通費	512円	1,663円
市内総消費単価	3,732円	—

③観戦前後に沖縄市中心部に立ち寄らない理由

○観戦前後に沖縄市中心部に立ち寄らない理由は、「もともと予定がなかった」、「時間がない」が33.3%と最も多く、次いで「観戦で十分満足だから」が17.9%となっている。

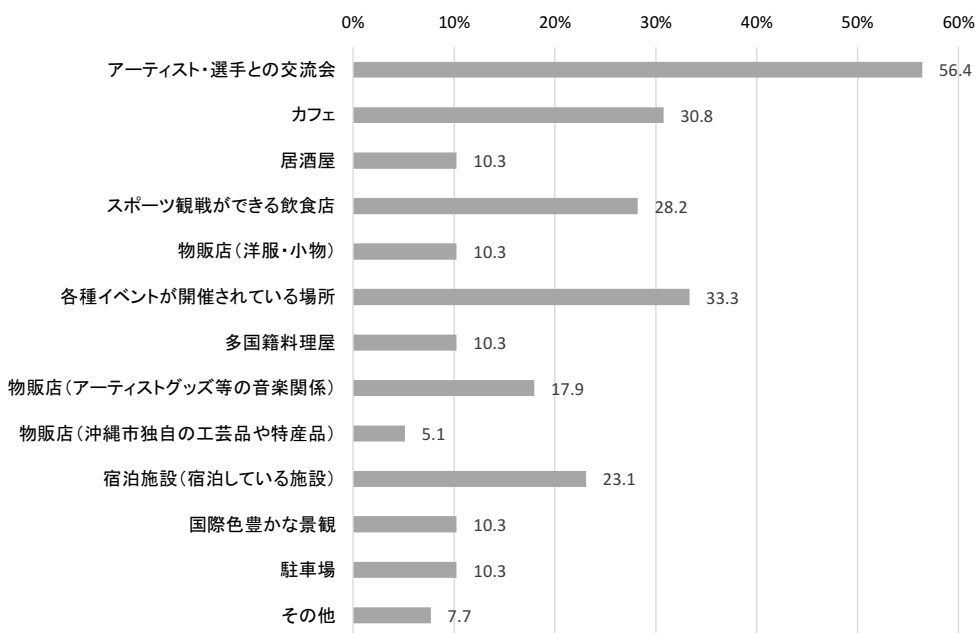


(N=39)

【観戦前後に沖縄市中心部に立ち寄らない理由の割合】

④どのような場所があれば観戦前後に立ち寄るか

○どのような場所があれば観戦前後に立ち寄るかは、「アーティスト・選手との交流」が56.4%と最も多く、次いで「各種イベントが開催されている場所」が33.3%となっている。

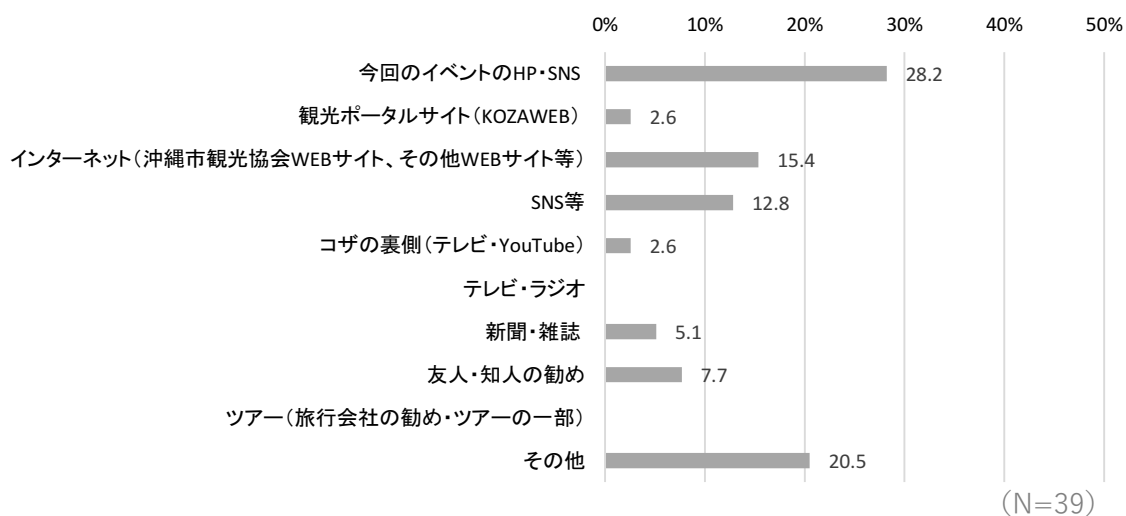


(N=39)

【どのような場所があれば観戦前後に立ち寄るかの割合】

⑤ 試合会場以外に沖縄市内に立ち寄ったきっかけ

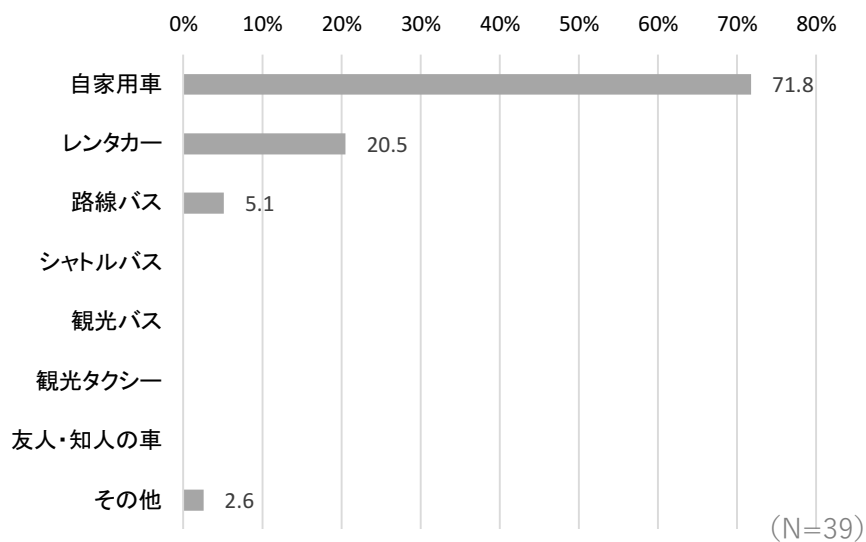
○試合会場以外に沖縄市内に立ち寄ったきっかけは、「今回のイベントのHP・SNS」が28.2%と最も多く、次いで「インターネット」が15.4%となっている。



【試合会場以外に沖縄市に訪れたきっかけの割合】

⑥ 試合会場までの交通手段

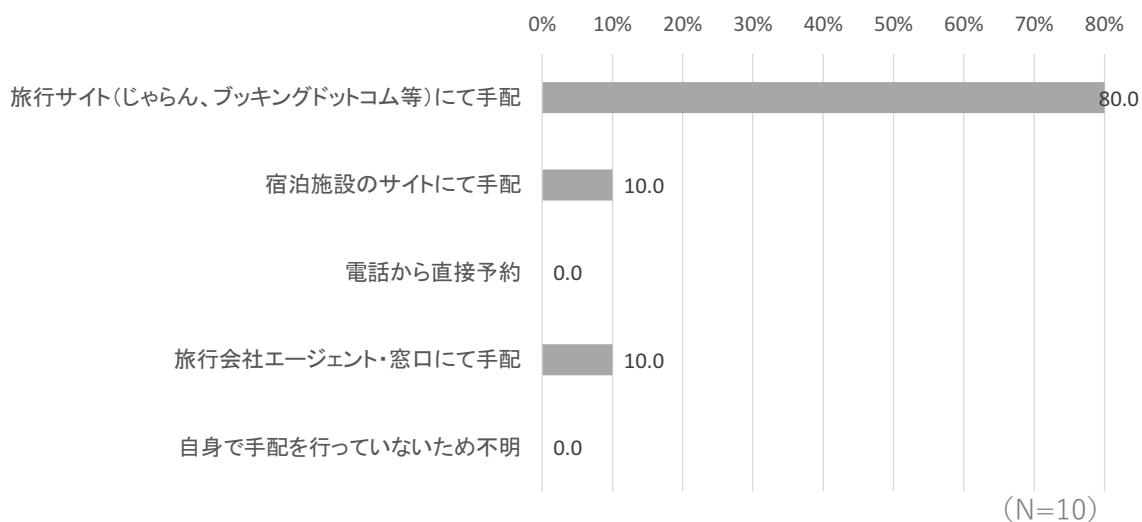
○試合会場までの交通手段は、「自家用車」が71.8%と最も多く、次いで「レンタカー」が20.5%となっている。



【試合会場までの交通手段の割合】

⑦宿泊施設の手配方法

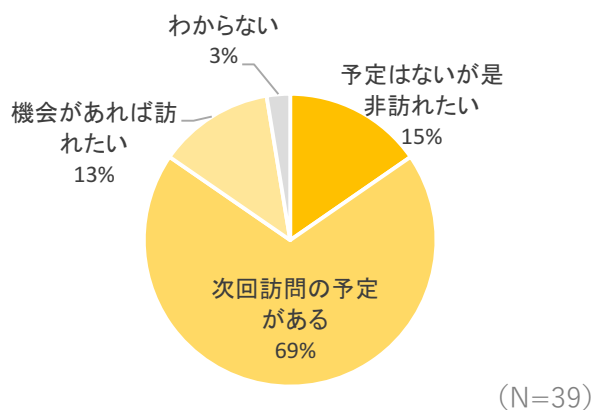
○宿泊施設の手配方法は、「旅行サイトにて手配」が80%と最も多く、次いで「宿泊施設のサイトにて手配」、「旅行会社エージェント・窓口にて手配」が10%となっている。



【宿泊施設の手配方法の割合】

⑧沖縄市への再訪意向

○沖縄市への再訪意向は、「次回訪問の予定がある」が69%と最も多く、次いで「予定はないが是非訪れたい」が15%となっている。



【沖縄市の再訪意向の割合】

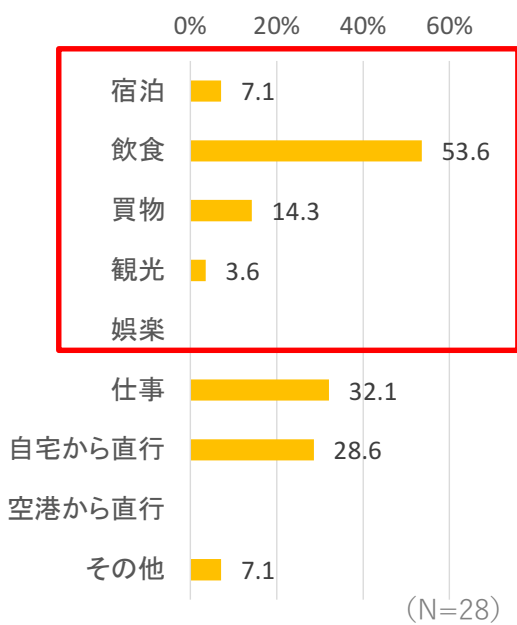
4) その他イベントの観戦前後の行動等について

①試合観戦の「前」の行動・消費

○試合観戦の「前」の行動・消費は、「飲食」が53.6%と最も多く、次いで「買物」が14.3%となっている。

○宿泊・飲食・買物・観光・娯楽の立ち寄り先は、「沖縄市内（中心市街地）」が64.7%と最も多く、次いで「沖縄市内（中心市街地外）」が17.6%となっている。

○平均消費額は、「食事代」が2,282円と最も多く、次いで「交通費」が1,453円となっている。



【観戦前の行動】



【宿泊・飲食・買物・観光・娯楽の立ち寄り先】

【観戦前の市内における平均消費額 (N=28)】

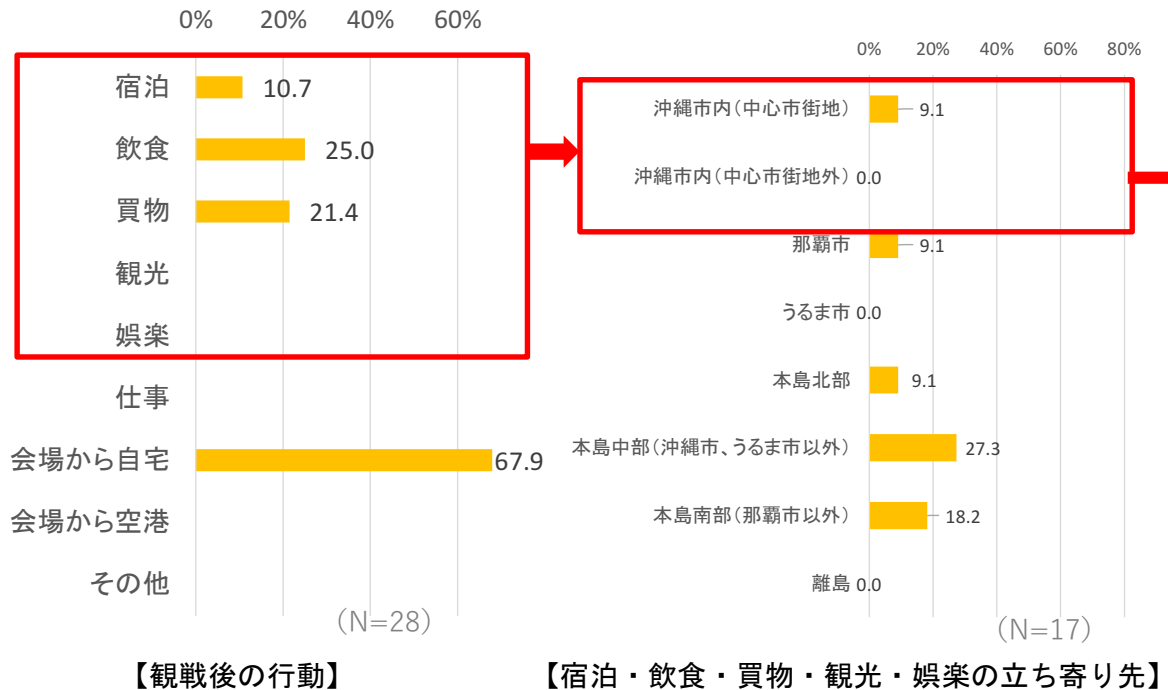
費目	未購入者を含めた平均消費額	1円以上購入者の平均消費額
宿泊代	714円	20,000円
食事代	2,282円	2,663円
お酒・ナイトエンターテイメント	621円	2,486円
お土産・買い物代	1,213円	2,831円
施設入場料、レジャー・体験料、その他	1,250円	4,375円
交通費	1,453円	2,393円
市内総消費単価	7,534円	—

②試合観戦の「後」の行動・消費

○試合観戦の「後」の行動・消費は、「飲食」が25%と最も多く、次いで「買物」が21.4%となっている。

○宿泊・飲食・買物・観光・娯楽の立ち寄り先は、「本島中部（沖縄市、うるま市以外）」が27.3%と最も多く、次いで「本島南部（那覇市以外）」が18.2%となっている。

○平均消費額は、「交通費」が1,219円と最も多く、次いで「食事代」が607円となっている。

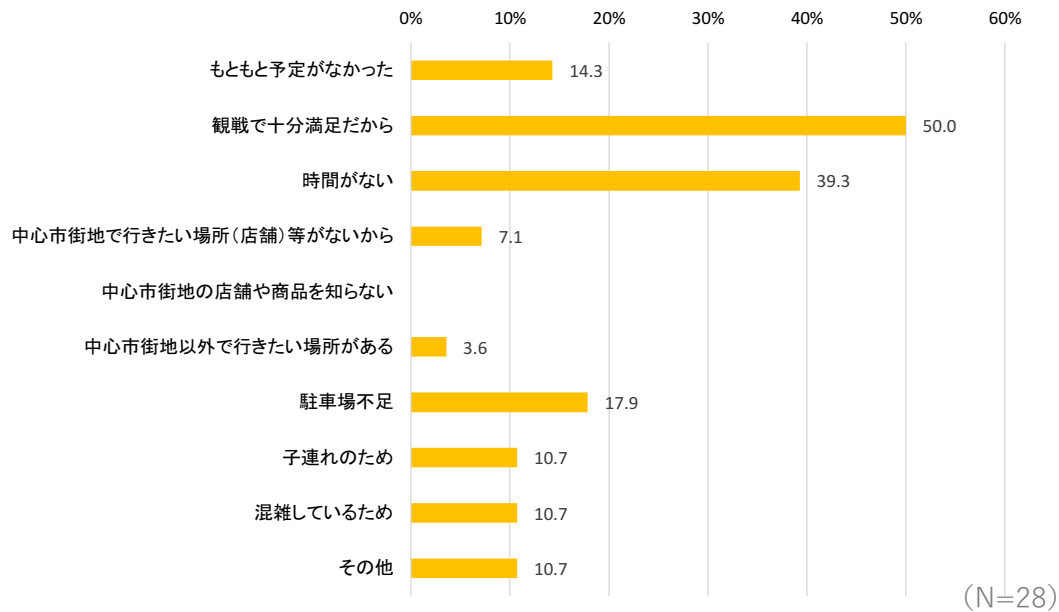


【観戦後の市内における平均消費額 (N=28)】

費目	未購入者を含めた平均消費額	1円以上購入者の平均消費額
宿泊代	143円	4,000円
食事代	607円	2,125円
お酒・ナイトエンターテイメント	357円	3,333円
お土産・買い物代	325円	1,300円
施設入場料、レジャー・体験料、その他	357円	3,333円
交通費	1,219円	2,275円
市内総消費単価	3,008円	—

③観戦前後に沖縄市中心部に立ち寄らない理由

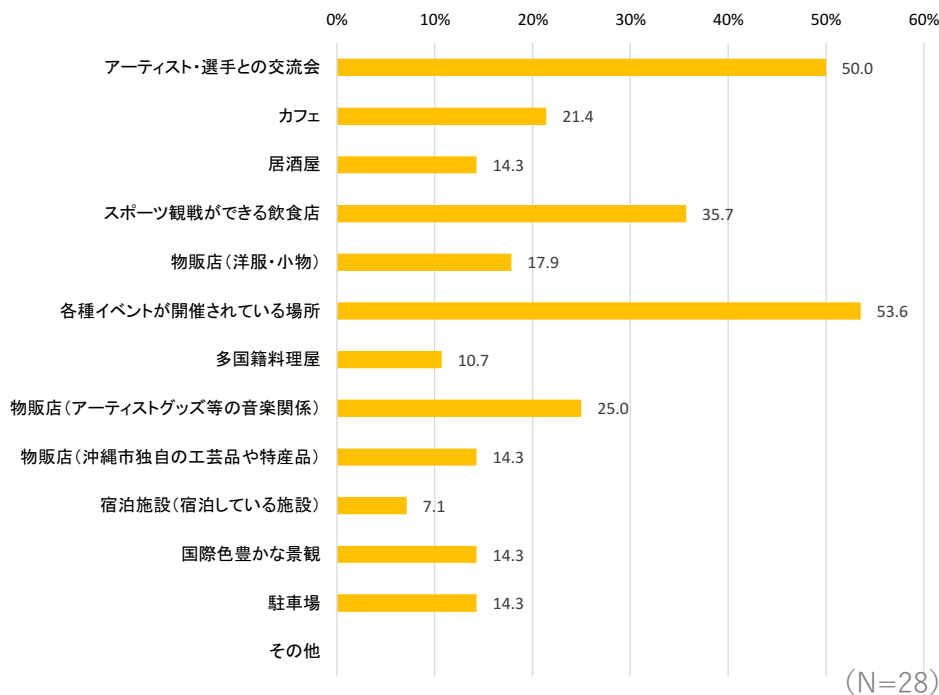
○観戦前後に沖縄市中心部に立ち寄らない理由は、「観戦で十分満足だから」が50%と最も多く、次いで「時間がない」が39.3%となっている。



【観戦前後に沖縄市中心部に立ち寄らない理由の割合】

④どのような場所があれば観戦前後に立ち寄るか

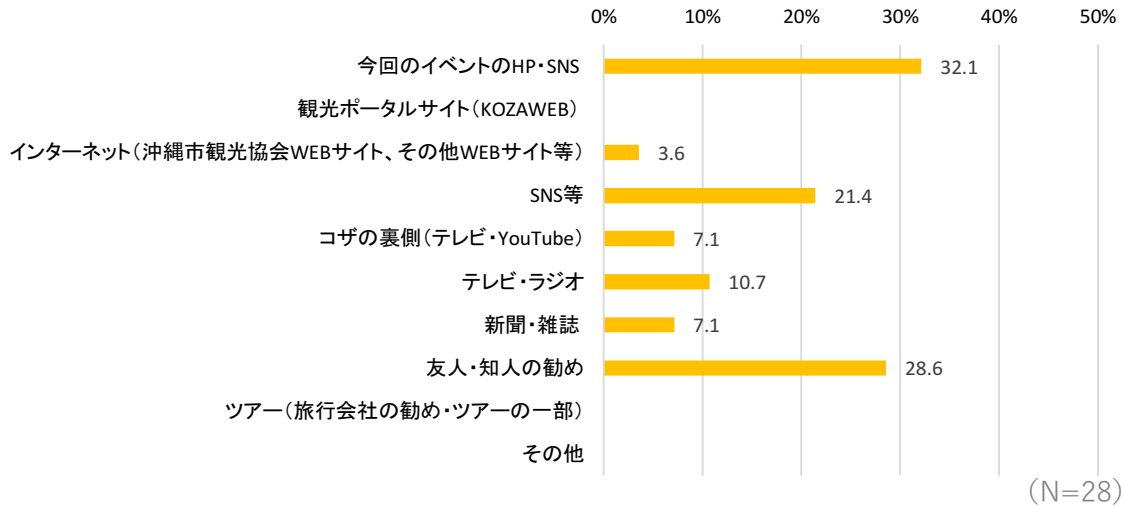
○どのような場所があれば観戦前後に立ち寄るかは、「各種イベントが開催されている場所」が53.6%と最も多く、次いで「アーティスト・選手との交流会」が50%となっている。



【どのような場所があれば観戦前後に立ち寄るかの割合】

⑤試合会場以外に沖縄市内に立ち寄ったきっかけ

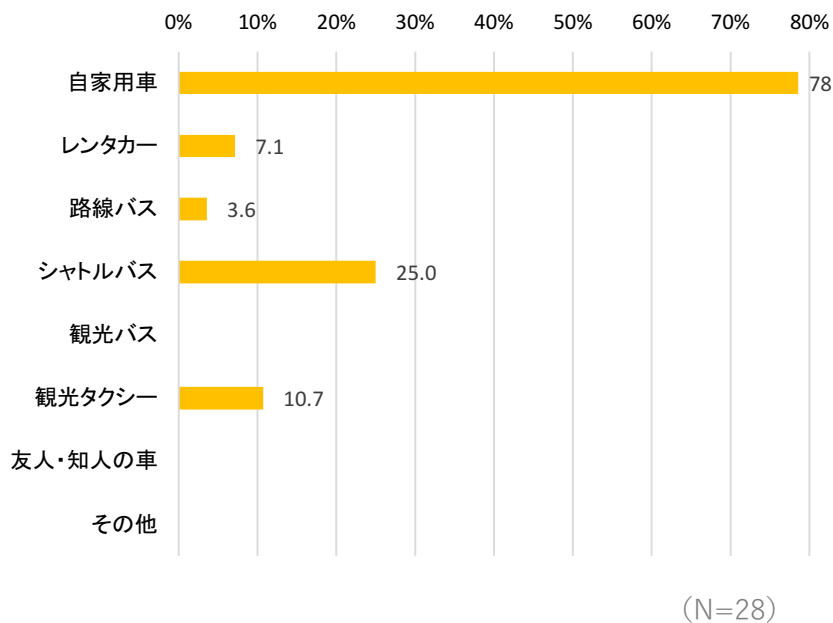
○試合会場以外に沖縄市内に立ち寄ったきっかけは、「今回のイベントのHP・SNS」が32.1%と最も多く、次いで「友人・知人の勧め」が28.6%となっている。



【試合会場以外に沖縄市に来訪したきっかけの割合】

⑥試合会場までの交通手段

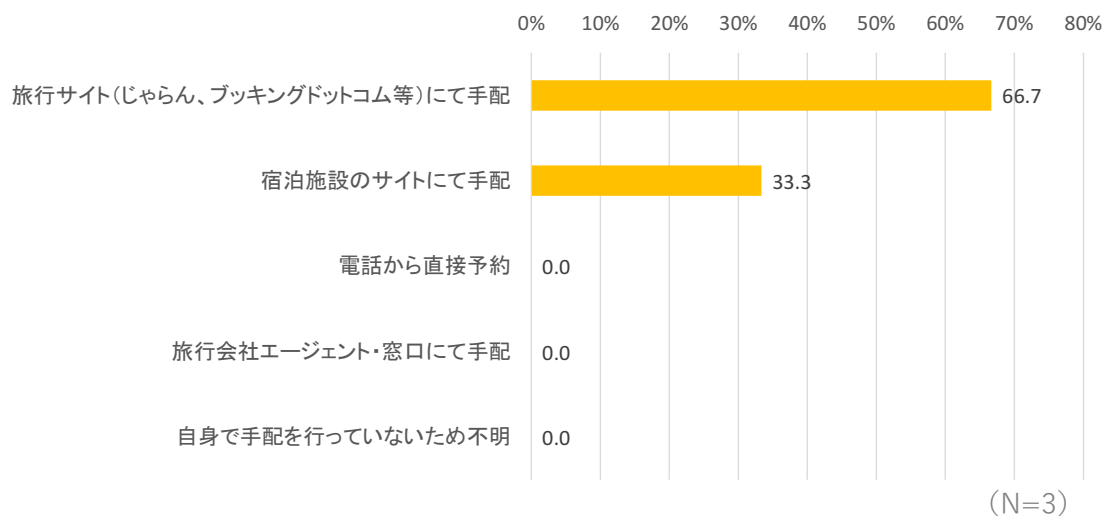
○試合会場までの交通手段は、「自家用車」が78%と最も多く、次いで「シャトルバス」が25%となっている。



【試合会場までの交通手段の割合】

⑦宿泊施設の手配方法

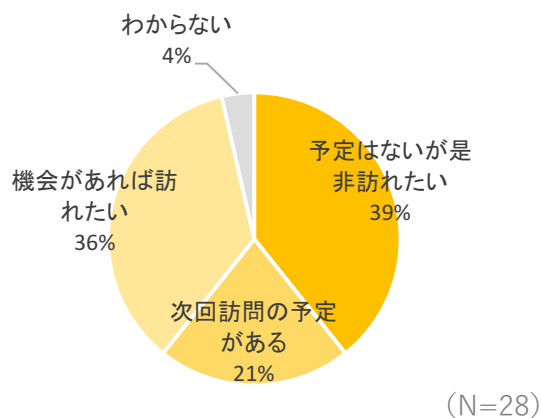
○宿泊施設の手配方法は、「旅行サイトにて手配」が66.7%と最も多く、次いで「宿泊施設のサイトにて手配」が33.3%となっている。



【宿泊施設の手配方法の割合】

⑧沖縄市への再訪意向

○沖縄市への再訪意向は、「予定はないが是非訪れたい」が39%と最も多く、次いで「次回訪問の予定がある」が21%となっている。

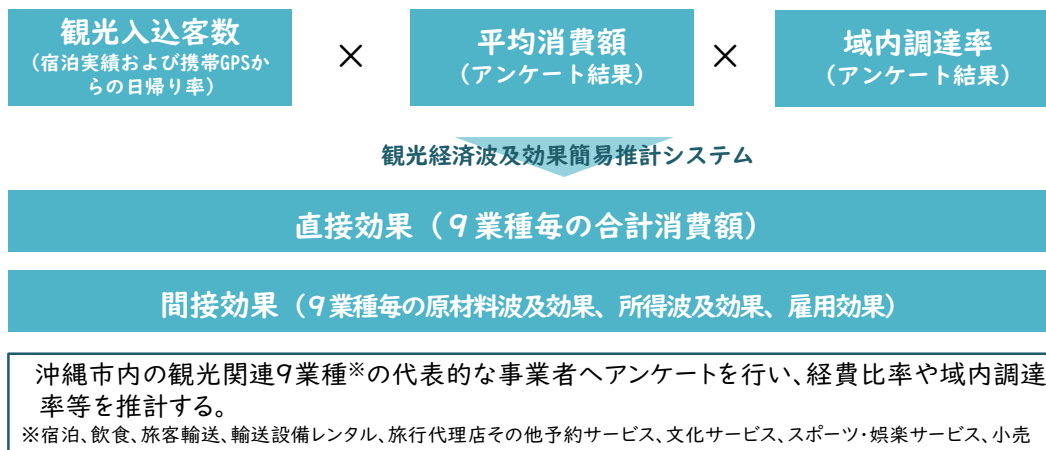


【沖縄市の再訪意向の割合】

第4章 経済波及効果の推計

各種調査結果の通り、沖縄市では市内・県内を含め、多くの観光客が来訪している。本章では、通年で沖縄市に訪れる観光客によって、市内にどの程度の経済効果がもたらされているかを推計する。

推計に際しては、沖縄市独自で産業連関表を作成されていないことを踏まえ、「観光経済波及効果簡易推計システム」(H26 経済産業省)をベースとした分析を想定し、各種データを取りまとめた。



【経済波及効果の推計の概要】

4-1. 観光入込客数の推計

前章に示す通り、宿泊施設統計調査にて、主要な宿泊施設における延宿泊者数、実宿泊者数を調査している。また、一部の宿泊施設においては、宿泊者の属性（居住地等）も加えて調査している。

一方、日帰客数については、主要な観光施設における入込客数は整理されていないものの、過年度の携帯GPS調査にて、沖縄市を訪れる県内、県外、外国人観光客の日帰り率を調査している。

以上から、観光入込客数（日帰り・宿泊客）の推計については、宿泊施設統計調査で得られた実宿泊者数を宿泊観光客数として取りまとめ、日帰り観光客数は実宿泊者数に日帰り率を乗じて推計することとする。

加えて、県内、県外、外国人観光客別の宿泊割合及び日帰り率も整理されていることから、観光入込客数はそれぞれの属性別で推計する。

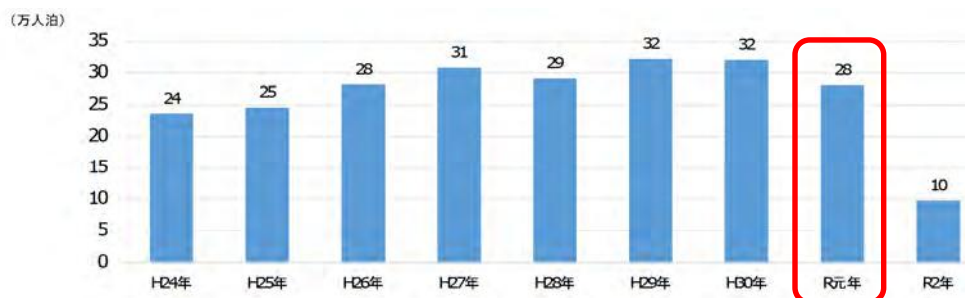
(1) 調査概要

調査対象	沖縄市の観光客数（総数、宿泊数・日帰客数）
出典元	過年度の調査結果を活用
調査方法	○宿泊客数：沖縄市観光振興課が整理している延宿泊者数から、実宿泊者数を算出 ○日帰客数：携帯 GPS 調査の日帰り率を用い、実宿泊者数をベースに算出
調査対象	○宿泊施設：宿泊施設統計調査対象施設 16 箇所、追加対象施設 39 箇所 ○日帰地域：沖縄市全域
対象時期	宿泊客数：令和元年暦年分、滞在日数：令和元年 Web 調査 日帰り率：平成 30 年、令和元年、令和 2 年度分
調査内容・算出方法	○宿泊客数 1. 宿泊施設統計調査の結果から、延べ宿泊者数、実宿泊者数を算出※ 2. 一部施設（3施設）の回答が得られていないこと、その他市からの提供施設については、平成 30 年度に検討した総宿泊者数の推計方法（未回答施設の推計）により市内総宿泊者数を算出したものへ変更する。 ※1）未回答施設の収容規模に応じて、同程度の回答のある宿泊施設との対比で算出。算出式は以下の通り。 $\text{未回答施設の実宿泊数} = \text{未回答施設の収容規模} \times \text{回答施設の宿泊者数} \div \text{回答施設の宿泊規模}$ ○日帰客数 ◆日帰り・宿泊率 ・沖縄県内：3.2%（平成 30 年度携帯 GPS 調査）PDF 32P ⇒県内客のうち市内外問わず宿泊する方は 9.7%、 うち市内に宿泊する方は 33.7% よって県内客のうち市内宿泊する方は 3.2% ・沖縄県外：16.5%（令和元年度携帯 GPS 調査） ⇒県外客のうち市内外問わず宿泊する方は 99.2%、 うち市内に宿泊する方は 16.6%、 よって県外客のうち市内宿泊する方は 16.5% ・外国人：33.5%（令和 2 年度報告書）PDF 10P ⇒沖縄市内に宿泊があった方、35.5%

(2) 延宿泊者数・実宿泊者数の推計

毎年実施されている宿泊施設調査に加え、その他宿泊施設（民宿、ペンション、ドミトリー施設など）の宿泊規模を整理し、既存の調査結果を踏まえ、延宿泊者数・実宿泊者数を推計した。

【参考】過年度調査結果※宿泊者数（令和元年）



沖繩市における延べ宿泊者数の推移（平成24年～令和2年）※暦年

【※宿泊者数（令和元年）※沖繩市提供施設を追加】

項目	補正前	施設追加
延宿泊者数（人泊）	280,886	432,160
実宿泊者数（人）	128,056	192,064
平均宿泊数（泊）	2.19	2.25
補正の考え方	・民宿、ペンション、ドミトリー施設については、収容人数の一番少ない、タイムリッチの実績を踏まえて推計。そのため、平均宿泊数は増加している。	

なお、後述する県内・県外・外国人観光客へ人数を配分するにあたり、「オキナワ グランメールリゾート」と他の宿泊施設の割合が大きく異なることが想定されたことから、上記の結果について、「①オキナワ グランメールリゾート」のみ、「②それ以外の市内宿泊施設」に分けて整理した。

【宿泊施設別の延宿泊者数・実宿泊者数・平均宿泊数】

項目	①オキナワ グランメールリゾート	②それ以外の市内宿泊施設
延宿泊者数（人泊）	174,901	257,259
実宿泊者数（人）	93,082	98,982
平均宿泊数（泊）	1.88	2.60

(3) 実宿泊者数に対する県内・県外・外国人の算出

宿泊施設調査から得られる県内・県外、外国人の構成比を踏まえ、実宿泊者数の県内・県外、外国人を算出する。

①オキナワ グランメールリゾート、②それ以外の市内宿泊施設別で算出する。なお、オキナワグランメールリゾートの調査結果は延宿泊者数の県内・県外、外国人の構成しか無いこと、沖縄県調査で

は県内客を対象としていないことから、延宿泊者数の構成比と実宿泊者数の構成比は同等とみなすこととする。

【宿泊施設別の県内・県外・外国人観光客の構成比】

項目	①オキナワ グランメー ルリゾート（延べ）	②それ以外の市内宿泊 施設（実）	【参考】 全施設
県内	4.8%	18.3%	6.9%
県外	52.8%	67.0%	57.1%
外国人	42.4%	14.8%	36.0%

【宿泊施設別の県内・県外・外国人観光客の宿泊者数】

項目	①オキナワ グランメー ルリゾート（延べ）	②それ以外の市内宿泊 施設（実）	全施設 （①+②）
県内	4,488	18,078	22,566
県外	49,135	66,271	115,406
外国人	39,459	14,633	54,092

（４）日帰客数の推計

過去の調査結果から、日帰り・宿泊構成率を元に推計する。

【県内・県外・外国人観光客の日帰客数】

項目	宿泊者数（人）	宿泊率	日帰り率	日帰客数（人）
県内	22,566	3.2%	96.8%	682,622
県外	115,406	16.5%	83.5%	584,024
外国人	54,092	33.5%	66.5%	107,377
合計	192,064	—	—	1,374,023

（５）日帰り・宿泊客の推計結果（まとめ）

沖縄市の経済波及効果（直接効果、間接効果）の推計に向けた、観光入込客の推計は以下の通りである。

実観光客数 : 1,566,087 人 (1,566.1 千人)

うち実日帰客数 : 1,374,023 人 (1,374.0 千人)

うち実宿泊客数 : 192,064 人 (192.1 千人)

【沖縄市の経済波及効果（直接効果、間接効果）の推計に向けた、観光入込客の推計結果】

項目	日帰客数（人）	宿泊者数（人）	実観光客数（人）
県内	682,622	22,566	705,188
県外	584,024	115,406	699,430
外国人	107,377	54,092	161,469
合計	1,374,023	192,064	1,566,087

4-2. 平均消費額単価の算出

過年度の調査結果を踏まえ、沖縄市に訪れる観光客の属性別（県内・県外・海外／日帰り・宿泊の6属性）の平均消費額単価を算出する。

算出に際して、調査の費目と、観光経済波及効果簡易推計システムで必要な単価の費目が異なることから、他の調査結果等を踏まえ消費額を振り分ける。

(1) 調査概要

調査対象	沖縄市内の平均消費額（宿泊・日帰客）
出典元	過年度の調査結果を活用
調査方法	○過年度のアンケート調査結果にて、宿泊・日帰客単価を整理 ○不足する項目の消費額を推計
対象時期	○平成30年度業務アンケート調査（ハイシーズン、オフシーズン） ※県内・県外・海外／日帰り・宿泊／金額回答のある328票を対象 （平成30年8月～9月（ハイシーズン）、10月～11月）
調査内容・算出方法	○平成30年度業務アンケート調査結果の整理 1. 調査結果の元データから、日帰客・宿泊客の単価を整理。 2. 購入者で金額が明記されている票を対象に、県内・県外・海外／日帰り・宿泊の6属性別の全体消費額及び対象人数を算出し、それぞれの属性の一人当たりの消費額単価を算出。 ○観光経済波及効果簡易推計システムで必要な単価の推計 1. 観光経済波及効果簡易推計システムの観光消費額単価8項目に金額を振り分ける。 2. 重複する項目（②交通費、⑥施設入場料、レジャー体験料、その他）については、「平成29年度観光統計実態調査における詳細品目別消費額構成比調査（沖縄県：次項参照）」の割合で案分する。 3. 上記結果は、宿泊客の割合のみの計算となり、日帰客の単価が不明。

【過年度調査結果と観光経済波及効果簡易推計システムの項目との突合】

沖縄市調査項目		観光経済波及効果簡易推計システム
①宿泊代	→	(1)宿泊サービス
②交通費	→	(2)飲食サービス
③食事代	→	(3)旅客運送サービス
④お酒・ナイトエンターテイメント	→	(4)運送設備レンタルサービス
⑤お土産代・買い物代	→	(5)旅行代理店その他の予約サービス
⑥施設入場料、レジャー・体験料、その他	→	(6)文化サービス
	→	(7)スポーツ・娯楽サービス
	→	(8)小売

※留意点：沖縄県内の交通費はレンタカー利用割合が大きいので、(4)運送設備レンタルサービス（レンタカー）> (3)旅客運送サービスとなる。

【旅行・観光消費動向調査（全国）と沖縄県観光統計実態調査の構成比の対比】

2017年 旅行・観光消費動向調査（全国） 品目別消費額構成比		平成29年度 沖縄県観光統計実態調査 品目別消費額構成比	
項目	県外客		県外客
交通費	100%	交通費	100%
バス	3.76%	路線バス・観光バス	4.44%
タクシー・ハイヤー	2.48%	タクシー	13.02%
新幹線	26.63%		
鉄道（新幹線を除く）	8.14%	モノレール	2.63%
レンタカー代	4.46%	レンタカー・レンタバイク	41.81%
飛行機（国内線）	20.23%	航空機（県内）	13.04%
船舶（内航）	2.05%	船（県内）	5.24%
ガソリン代	14.78%	ガソリン代	10.72%
高速道路料金	13.61%	有料道路代	4.48%
駐車場・有料道路料金（高速道路料金を除く）	3.85%	駐車場代	3.37%
その他	0.00%	その他	1.26%
宿泊費	100%	宿泊費	100%
飲食費	100%	飲食費	100%
土産・買物費	100%	土産・買物費	100%
農産物・農産加工品	8.61%	農産物（果物・野菜・花など）	6.05%
水産物・水産加工品	10.51%	水産物（鮮魚・魚介類など）	3.01%
その他の食料品	18.41%	お酒・飲料	19.11%
菓子類	38.44%	その他食料品・菓子	34.96%
たばこ	-	たばこ	0.46%
繊維製品	8.91%	繊維製品（衣料品・帽子・織物など）	6.79%
靴・カバン類	3.90%	靴・カバン類	8.23%
陶磁器・ガラス製品	1.75%	陶磁器・ガラス製品・焼き物	5.79%
出版物	0.86%	絵はがき・本・雑誌など	0.49%
木製品・紙製品	1.24%		
医薬品・化粧品	1.37%	化粧品・香水	3.86%
		医療品・日焼け止め・歯磨き・シャンプーなど	0.40%
フィルム	0.09%		
電気機器・関連商品	0.51%	電気製品・電池	0.42%
カメラ・眼鏡・時計	1.15%	カメラ・時計・メガネ	1.91%
その他の製造品	4.25%	貴金属品・装飾品（ネックレス・指輪・アクセサリなど）	6.25%
		その他の製造品（文具・玩具・キーホルダーなど）	2.27%
娯楽・入場費	100%	娯楽・入場費	100%
立寄温泉・温浴施設・エステ	12.24%	エステ	6.96%
遊園地・博覧会	32.91%	スパ・立ち寄り温泉・温浴施設	2.66%
美術館・博物館・動植物園・水族館	14.95%	テーマパーク・レジャーランドなど	5.44%
スポーツ施設	7.68%	水族館・歴史資料館（首里城等）・美術館・植物園など	12.56%
スキー場リフト代	3.83%	ゴルフ場・テニスコートなど	15.05%
スポーツ観戦・芸術鑑賞	11.55%	演劇や映画の鑑賞・スポーツ観戦・コンサート	0.95%
展示会・コンベンション参加費	2.26%	展示会、コンベンションなどへの参加費	0.87%
観光農園	1.07%	観光農園	0.74%
遊魚船	2.82%	遊魚船（釣り・ホエールウォッチング・グラスボートなど）	8.43%
ガイド料	2.86%	ダイビング	31.69%
		エコツアー	3.40%
		その他ガイド料（工芸体験・三線体験・料理体験など）	3.09%
レンタル料	3.10%	レンタル料（パラソル・自転車・ボートなど）	3.50%
マッサージ	4.73%	マッサージ（鍼灸・あん摩）	4.65%
その他	100%	その他	100%
宅配便	43.12%	宅配便	36.48%
写真撮影代	11.12%		
郵便・通信料	4.17%		
その他	41.58%	その他	63.52%

(2) 観光経済波及効果簡易推計システムに対応した消費額の振り分け

沖縄市の経済波及効果(直接効果、間接効果)の推計に向けた、観光消費額単価は以下の通りである。

【令和2年度(GoTo適用後)観光消費額単価(算出方法は、P-5参照)】

項目	県内		県外		外国人	
	日帰り	宿泊	日帰り	宿泊	日帰り	宿泊
①宿泊代	0	3,773	0	10,990	0	14,474
②交通費	254	1,864	1,252	4,986	2,792	6,226
③食事代	1,016	1,591	4,130	7,090	2,986	11,157
④お酒・ナイトエンターテイメント	98	273	1,198	4,600	1,515	3,342
⑤お土産代・買い物代	775	1,000	1,890	5,583	3,292	8,692
⑥施設入場料、レジャー・体験料、その他	347	455	876	2,319	1,840	2,852
合計	2,490	8,955	9,347	35,568	12,426	46,742

②交通費、⑥施設入場料、レジャー体験料、その他は、P-5に示した計算式にて「沖縄県観光統計実態調査の構成比」の割合で案分する。案分方法及び割合は以下の通りとする。

<②交通費>

沖縄市来訪に際し、航空機(県内)の利用は想定されないことから、航空機(県内)を削除し、構成比を見直す。

<⑥施設入場料、レジャー体験料、その他>

旅行代理店その他の予約サービスは、「ツアー申込費用」を指し、沖縄県観光統計実態調査の費目に位置付けられていないことから、0%とする。

【交通費の構成比】

項目	構成比		経済波及効果算出区分
	見直し前	見直し後	
航空機(県内)	13.04%	—	(3)旅客運送サービス
タクシー	13.02%	14.96%	(3)旅客運送サービス
船(県内)	5.24%	6.03%	
有料道路代	4.48%	5.15%	
路線バス・観光バス	4.44%	5.10%	
駐車場代	3.37%	3.87%	
モノレール	2.63%	3.02%	
その他	1.26%	1.44%	
レンタカー・レンタバイク	41.81%	48.07%	(4)運送設備レンタルサービス
ガソリン代	10.72%	12.32%	(8)小売

【経済波及効果算出区分（交通費）の構成比】

区分（交通費）	構成比	
	見直し前	見直し後
(3)旅客運送サービス	47.47%	39.59%
(4)運送設備レンタルサービス	41.81%	48.07%
(8)小売	10.72%	12.32%

【施設入場料、レジャー体験料、その他の構成比】

項目	構成比	経済波及効果算出区分
水族館・歴史資料館・美術館・植物園など	12.56%	(6)文化サービス
展示会、コンベンションなどへの参加費	0.87%	
エステ	6.96%	(7)スポーツ・娯楽サービス
スパ・立ち寄り温泉・温浴施設	2.66%	
テーマパーク・レジャーランドなど	5.44%	
ゴルフ場・テニスコートなど	15.05%	
演劇や映画の鑑賞・スポーツ観戦・コンサート	0.95%	
観光農園	0.74%	
遊漁船	8.43%	
ダイビング	31.69%	
エコツアー	3.40%	
その他ガイド料	3.09%	
レンタル料	3.50%	
マッサージ（鍼灸・あん摩）	4.65%	

【経済波及効果算出区分（施設入場料、レジャー体験料、その他）の構成比】

区分（交通費）	構成比
(5)旅行代理店その他の予約サービス	—（該当無し）
(6)文化サービス	13.43%
(7)スポーツ・娯楽サービス	86.57%

上記の構成比を踏まえ、観光経済波及効果簡易推計システムへ振り分けた金額は以下の通りである。

【観光経済波及効果簡易推計システム 消費額単価（一例：県外 算出方法）】

項目	平均消費額		算出方法(県内、県外共通)
	日帰り	宿泊	
(1)宿泊サービス	0	11,124	①宿泊代のみ
(2)飲食サービス	3,170	11,326	③食事代+ ④お酒・ナイトエンターテイメント
(3)旅客運送サービス	347	1,967	②交通費×39.59%
(4)運送設備レンタルサービス	421	2,389	②交通費×48.07%
(5)旅行代理店その他の予約サービス	0	0	(該当なし)
(6)文化サービス	92	302	⑥施設入場料、レジャー・体験料、その他 ×13.43%
(7)スポーツ・娯楽サービス	596	1,948	⑥施設入場料、レジャー・体験料、その他 ×86.57%
(8)小売	1,554	6,532	⑤お土産代・買い物代+ ②交通費×12.32%
合計	6,181	35,588	(1)～(8)の合算 ※端数処理により合算値とは異なる。

【観光経済波及効果簡易推計システム 消費額単価（県内・県外・外国人）】

項目	県内		県外		外国人	
	日帰り	宿泊	日帰り	宿泊	日帰り	宿泊
(1)宿泊サービス	0	3,773	0	10,990	0	14,474
(2)飲食サービス	1,114	1,864	5,328	11,690	4,501	14,499
(3)旅客運送サービス	101	738	496	1,974	1,106	2,465
(4)運送設備レンタルサービス	122	896	602	2,397	1,343	2,993
(5)旅行代理店その他の予約サービス	0	0	0	0	0	0
(6)文化サービス	47	61	118	312	247	383
(7)スポーツ・娯楽サービス	300	393	759	2,008	1,593	2,469
(8)小売	806	1,230	2,045	6,197	3,636	9,459
合計	2,490	8,955	9,347	35,568	12,426	46,742

観光入込客数（実人数）に観光消費額単価を乗じた費目別観光消費額は以下の通りである。

日帰り観光客消費額 1,902 百万円、宿泊観光客消費額 9,563 百万円、合計 15,328 百万円（約 153 億）の消費額（直接効果）の試算結果となった。

また、県内観光客消費額 1,902 百万円、県外観光客消費額 9,563 百万円、外国人観光客消費額 3,863 百万円、合計 15,328 百万円（約 153 億）の消費額（直接効果）の試算結果となった。

【観光消費額（費目別、総額）】

観光入込客数（実人数）	県内	
	日帰り	宿泊
合計：1,566,087 人	1,374,023	192,064
観光消費額（百万円）	日帰り	宿泊
(1) 宿泊サービス	0	2,136
(2) 飲食サービス	4,355	2,175
(3) 旅客運送サービス	477	378
(4) 運送設備レンタルサービス	579	459
(5) 旅行代理店その他の予約サービス	0	0
(6) 文化サービス	127	58
(7) スポーツ・娯楽サービス	819	374
(8) 小売	2,135	1,255
合計	8,493	6,835
	15,328 百万円	

【観光消費額（属性別、費目別、総額）】

	県内		県外		外国人	
	日帰り	宿泊	日帰り	宿泊	日帰り	宿泊
観光入込客数（実人数）						
合計：1,566,087人	682,622	22,566	584,024	115,406	107,377	54,092
観光消費額（百万円）						
(1)宿泊サービス	0	85	0	1,268	0	783
(2)飲食サービス	760	42	3,111	1,349	483	784
(3)旅客運送サービス	69	17	290	228	119	133
(4)運送設備レンタルサービス	83	20	352	277	144	162
(5)旅行代理店その他の予約サービス	0	0	0	0	0	0
(6)文化サービス	32	1	69	36	27	21
(7)スポーツ・娯楽サービス	205	9	443	232	171	134
(8)小売	550	28	1,194	715	390	512
合計	1,700	202	5,459	4,105	1,334	2,528
	1,902 百万円		9,563 百万円		3,863 百万円	
	15,328 百万円					

4-3. 域内調達率の推計（市内事業者へのアンケート調査）

観光客などによる市内での消費が、市内事業所の売上や従業員の雇用などにどのような効果を及ぼしているかを調査するとともに、市内事業者から見た近年の観光の状況や観光振興への意見を調査する。

また、経済波及効果の算出に向け、市内事業者の域内調達率を把握する。

（1）実施概要

調査対象	<p>①沖縄市観光物産振興協会に加盟している事業者等（92 事業所） ②沖縄市観光バリアフリー調査回答事業者（107 事業所） ※①・②の重複を除いた 164 事業者を対象に実施 ただし、調査対象者数は、宛先不明などとして返答されてきた 4 事業所を除いた <u>160 事業所</u>とする。</p>
実施方法	<p>○沖縄市の封筒にて郵送 ○料金後納封筒にて回収 ○電話等で調査票の受領を確認 ○回収の一部施設に対しては、電話等で協力依頼を実施（督促）</p>
調査内容 （アンケート票は次項）	<p>1. 事業者概要 ①事業者名称、②本所・支所の別、③従業員数、うち域内従業員数 ④主な業種（複数の業種にまたがるのはメインとの他も回答） ⑤年間売上高（事業所単独、支店・本社合計） ⑥旅行・観光客への売上比率</p> <p>2. 経費割合、原材料費内訳（特定事業者） ・各経費割合（原材料費（売上原価）、営業経費、人件費、その他経費、営業利益） ・原材料費内訳（特定事業者）（農林漁業者、造業者、小売・卸売業、その他（上記以外））</p> <p>3. 域内調達率 ・各経費（原材料費、営業経費、人件費）の域内調達率 ※沖縄市内、沖縄県内、沖縄県外</p> <p>4. 仕入れることを難しくしている原因</p> <p>5. 経済的な状況変化（ここ数年。コロナ禍などの要因）</p> <p>6. 観光の売り上げ増加のための、住民や民間事業者、行政が取り組むべき内容</p>

Q4 貴事業所(店舗)において原材料や商品を沖縄市内から仕入れることを難しくしている原因があれば教えてください。

＜回答例＞ 輸入品の不足、価格が高騰し、沖縄市内では調達していないため

Q5 貴事業所(店舗)における経済的な状況について、ここ数年(5年程度、コロナ禍含む)でどのような変化が感じられたか教えてください。

＜回答例＞ 東証1部上場(パルコ)の増収、売上の増加(コロナ禍による0.5割増しの増加)、労働人続内務の増進による売上増進、など

Q6 観光での売上を増やすために、沖縄市内内の住民や民間事業者、行政を取り組んでいくと良いと思われることがありましたら教えてください。

＜回答例＞ 企画型観光、観光客のサービス向上など

ご協力ありがとうございました。

沖縄市観光に関する事業者アンケート調査

本調査は、観光客などによる市内での消費が、市内事業者の売上や従業員の雇用などにどのような効果を及ぼしているかを調査するとともに、市内事業者から見た近年の観光の状況や観光振興への意見を調査するものです。お忙しいとは存じますが、可能な範囲でご回答を頂ければ幸いです。
 ご回答は、**11月25日(木)**までに郵送にてお願いたします。
 ※お伺いした内容の公表はさせていただきますのでご了承ください。
 ※各問に特段の指定がなければ、令和元年10月1日現在(新型コロナウイルス感染症の影響前)の状況をお答え下さい。
 ※各問については、貴事業所(店舗)単独での状況をお答え下さい。(貴事業所が本所(本店、本社)もしくは支所(支店、支社)である場合にも本所、支所単独での状況をお知らせ下さい。)

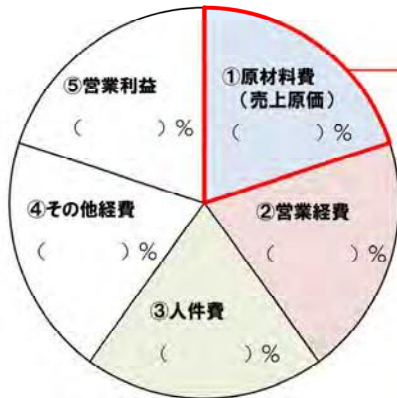
Q1 貴事業所(店舗)の概要について教えてください。

①事業所(店舗)の名称			
②本所・支所の別 ※いずれかに○	1. 本所(本店・本社・単独の事業所) 2. 支所(支店・支社)		
③従業員数	〃 人 うちうち沖縄市内在住者() 人		
④主な業種 ※いずれかに○ ※複数の業種にまたがる場合は、 ・主なものに○ ・それ以外に△ で回答ください。	01. 農業	02. 漁業	03. 建設業
	04. 飲食料品製造業	05. 工業製品製造業	06. その他製造業
	07. 情報通信業	08. バス・タクシー等	09. 鉄道業
	10. その他運輸業	11. 卸売業	12. 土産品小売業
	13. 飲食店小売業	14. ガソリンスタンド	15. その他小売業
	16. 駐車場業	17. 観光業	18. 娯楽・バー等
	19. 宿泊業(旅館・民宿等)	20. 情報業・娯楽業・娯楽施設等	21. 観光レクリエーション施設(観光地・遊園地等)
	22. レンタカー業	23. 旅行業	24. その他サービス業
	25. その他の業種()		
	⑤年間売上高 ※最近の決算における額をご記入ください	貴事業所(店舗)単独 () 千円/年 支店・本社などとの合計 ※支店・本社などがある場合 () 千円/年	
⑥旅行・観光客への売上比率	売上全体のうち、旅行・観光客等へのおおよその直接的売上比率 約() % ※非日常利用(月1回以上の頻度で訪れる人数の割合)を目安にご記入ください		

中画に続きます

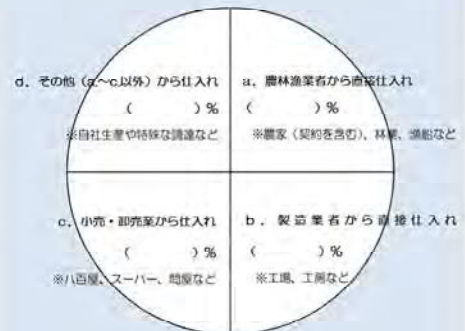
Q2 令和元年(新型コロナウイルス感染症影響前)の年間売上高の中で、貴事業所(店舗)単独で各経費がどの程度かかっていたかのおおよその割合(%)をご記入下さい。

①原材料費(売上原価)	製造や料理などの原材料費や販売用商品の仕入れなどの費用。
②営業経費	製品やサービスを提供するに当たって必要となる費用。 ・消耗品費、修繕費 ・水道光熱費、通信費 ・旅費交通費 ・広告宣伝費 など、
③人件費	貴事業所で働かれている従業員(パートなどを含む)の人工費、役員給与や賞与、退職労務費や福利厚生費なども含む。 ※個人事業主・家族経営の方は、本人や家族の人工費は〇とし、所得は全て営業利益に含める。
④その他経費	・減価償却費 ・租税公課(固定資産税等) ・支払利息 など
⑤営業利益	売上高から上記の①～④を引いた額。

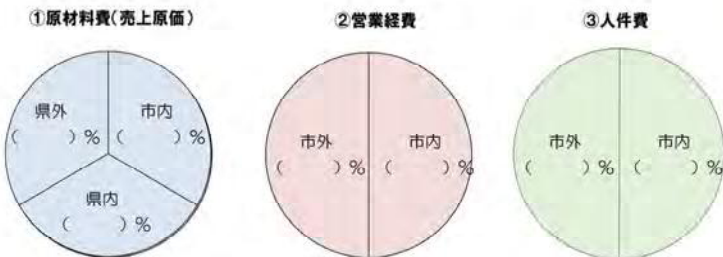


※以下の設問は、宿泊・飲食サービス・小売に該当する事業者(店舗)のみお答えください。

Q2における「①原材料費(売上原価)」の内訳について、おおよその割合(%)をご記入下さい。また、沖縄市内にある仕入れ先を具体的に記入ください。



Q3 各経費(原材料費(売上原価)、営業経費)について、貴事業所(店舗)単独での支払先(市内、県内、県外もしくは市内、市外)のおおよその割合(%)をご記入ください。



科目	具体的な沖縄市内の仕入れ先
a. 農林漁業	
b. 製造業	
c. 小売・卸売業	
d. その他(上記以外)	

裏面に続きます

(2) 発送・回収状況

沖縄市観光に関する事業者アンケート調査期間、調査票発送・回収状況を以下に示す。

調査期間	2021年11月5日(金)～12月10日(金)まで ※12月24日(金)到着分までを集計			
回収状況 (概要)	<ul style="list-style-type: none"> 有効回答数 62件 (回収率※ 38.8%) 辞退数 8件 (辞退率※ 5.0%) 			
回収状況 (詳細)	回答属性	調査対象 有効事業者数	回収数	回収率
	沖縄市観光物産振興協会 加盟事業者 及び沖縄市観光バリアフ リー調査回答事業者 (以下:協会加盟・BF回 答と略す)	23	13	56.5%
	沖縄市観光物産振興協会 加盟事業者 (以下:協会加盟と略す)	62	17	27.4%
	沖縄市観光バリアフリー 調査回答事業者 (以下:BF回答と略す)	75	32	42.7%
	合計	160	62	38.8%
着信・督促状況	<ul style="list-style-type: none"> ①受領連絡(発送後1週間以内) ②締め切り1週間前連絡 ③締め切り後連絡(適宜) 			

(3) 回答者の属性

62 件の回答について、経済波及効果推計に向けて業種分けを行った。業種別の件数は下表の通りであり、主に「宿泊サービス」、「飲食サービス」、「小売り」の件数が多くなっている。

【業種（大区分・小区分）別の回答件数】

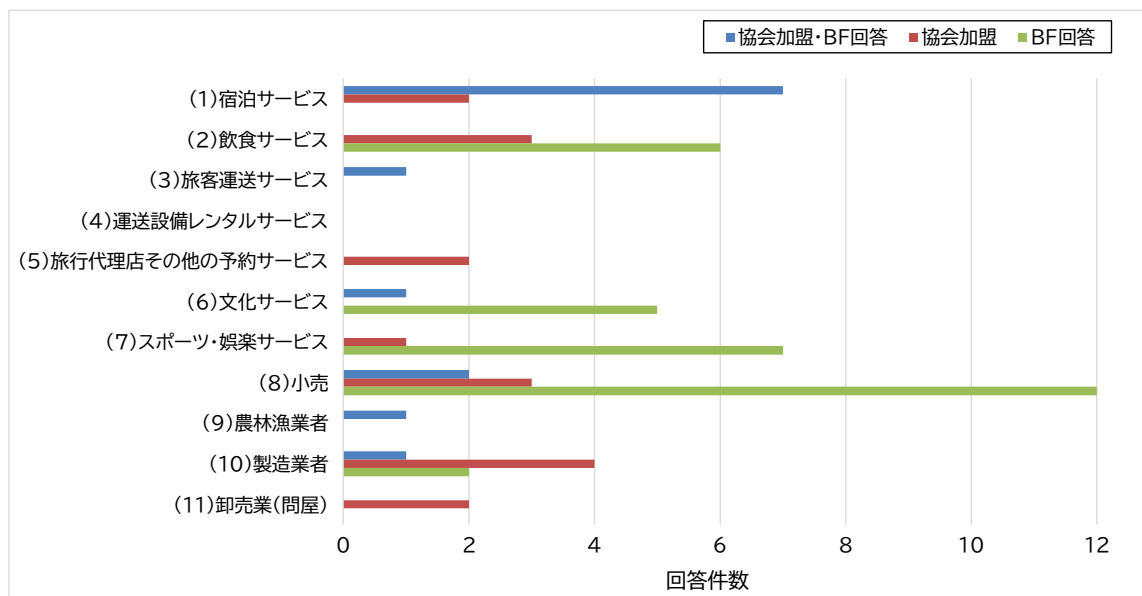
区分	業種（大区分）	業種（小区分 アンケート項目）	件数	
			小区分	大区分
一 次 波 及	(1)宿泊サービス	19. 宿泊業（旅館・民宿等）	9	9
	(2)飲食サービス	17. 飲食店業	8	9
		18. 酒場・バー等	1	
	(3)旅客運送サービス	08. バス・タクシー等	1	1
		09. 鉄道業	0	
		10. その他運輸業	0	
		16. 駐車場業	0	
	(4)運送設備レンタルサービス	22. レンタカー業	0	0
	(5)旅行代理店その他の予約サービス	23. 旅行業	2	2
	(6)文化サービス	20. 博物館・資料館・植物園等	6	6
	(7)スポーツ・娯楽サービス	07. 情報通信業	0	8
		21. 観光・レクリエーション施設（観光体験・遊漁含む）	3	
		24. その他サービス業	5	
(8)小売	12. 土産品小売業	0	17	
	13. 飲食料品小売業	3		
	14. ガソリンスタンド	0		
	15. その他小売業	14		
二 次 波 及	(9)農林漁業者	01. 農業	1	1
		02. 漁業	0	
	(10)製造業者	03. 建設業	0	7
		04. 飲食料品製造業	1	
		05. 工芸品製造業	3	
		06. その他製造業	3	
	(11)卸売業（問屋）	11. 卸売業	2	2
			62	

(4) 調査結果 (概況)

1) 回答属性別の主な業種区分 (配布区分×Q1④)

62 件の回答について、経済波及効果推計に向けて業種分けを行った。業種別の件数は下表の通りであり、主に「小売り」(17 件)、「飲食サービス」、「宿泊サービス」(各 9 件)、「スポーツ・娯楽サービス」(8 件) の件数が多くなっている。

回答属性別では、協会加盟事業者では「宿泊サービス」、「製造業者」の回答が多く、BF 回答事業者では、「小売り」、「スポーツ・娯楽サービス」、「飲食サービス」、「文化サービス」の回答が多くなっている。

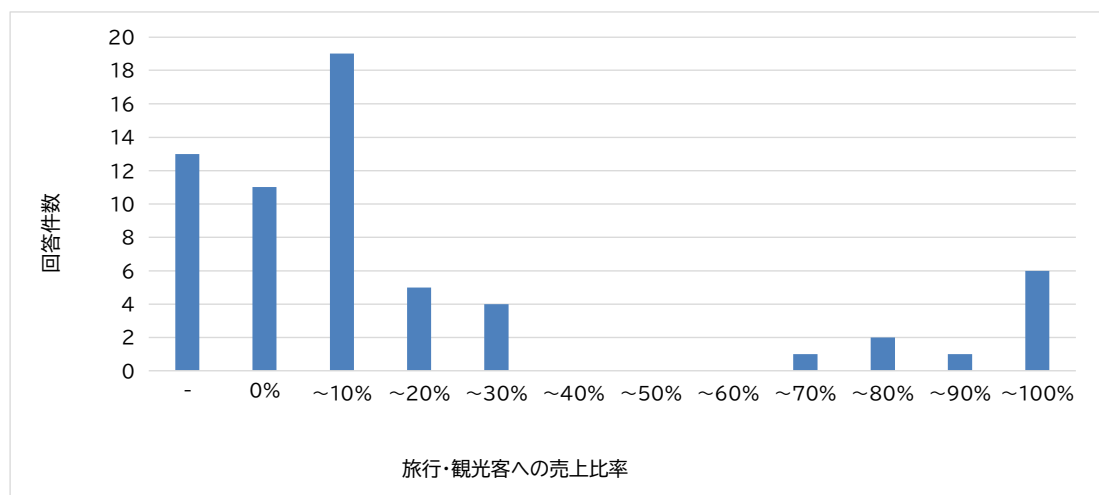


【回答属性別の業種別回答者数】

主な業種区分	回答属性			合計
	協会加盟・BF回答	協会加盟	BF回答	
(1) 宿泊サービス	7	2		9
(2) 飲食サービス		3	6	9
(3) 旅客運送サービス	1			1
(4) 運送設備レンタルサービス				0
(5) 旅行代理店その他の予約サービス		2		2
(6) 文化サービス	1		5	6
(7) スポーツ・娯楽サービス		1	7	8
(8) 小売	2	3	12	17
(9) 農林漁業者	1			1
(10) 製造業者	1	4	2	7
(11) 卸売業(問屋)		2		2
合計	13	17	32	62

2) 主な業種区分の旅客・観光客の売上比率（最大、平均）

旅客・観光客の売上比率の分布図（回答無しは「-」表記）は以下の通りである。10%以下（19件）、回答無し（13件）、0%（11件）、の回答が多い。一方、「宿泊サービス」、「旅客輸送サービス」、「旅行代理店その他の予約サービス」は100%の回答も見受けられる。



【旅行・観光客への売上比率】

主な業種区分	旅行・観光客の売上比率	
	最大	平均
(1) 宿泊サービス	100.0%	80.7%
(2) 飲食サービス	20.0%	8.0%
(3) 旅客輸送サービス	100.0%	100.0%
(4) 運送設備レンタルサービス	-	-
(5) 旅行代理店その他の予約サービス	100.0%	50.0%
(6) 文化サービス	30.0%	10.0%
(7) スポーツ・娯楽サービス	50.0%	9.8%
(8) 小売	90.0%	11.1%
(9) 農林漁業者	2.0%	2.0%
(10) 製造業者	70.0%	19.6%
(11) 卸売業（問屋）	10.0%	10.0%
合計	100.0%	24.8%

3) 産業別にみる産業構造、主な業種区分別の各経費の割合

沖縄市内の産業についてみると、「人件費」が最も高く、35.4%を占めていることが特徴といえる。次いで「原材料費」28.6%、「営業経費」25.9%と続く。

これを産業別にみると、次のような特徴が上げられる。

- ◆「売上原価」が高い業種
 - ・小売り（約6割）
- ◆「営業経費」が高い業種
 - ・文化サービス、農林漁業者（4割を超える）
- ◆「人件費」が高い業種
 - ・旅客運送サービス（約6割）
- ◆営業利益が多い施設
 - ・「卸売業（問屋）」、「宿泊サービス」、「飲食サービス」（1割を超える）
 - ・文化サービスはマイナスである。

【主な業種区分別の各経費の割合】

主な業種区分	回答 件数	①原材料費 (売上原価)	②営業経費	③人件費	④その他 経費	⑤営業利益
(1)宿泊サービス	7	33.9%	24.5%	26.1%	1.3%	14.2%
(2)飲食サービス	7	36.6%	20.7%	25.3%	3.6%	13.7%
(3)旅客運送サービス	1	8.0%	31.3%	58.0%	1.8%	0.9%
(4)運送設備レンタルサービス	-	-	-	-	-	-
(5)旅行代理店その他の予約サービス	2	36.2%	9.4%	39.0%	7.6%	7.8%
(6)文化サービス	2	4.6%	45.4%	47.1%	8.4%	-5.5%
(7)スポーツ・娯楽サービス	7	12.5%	35.1%	41.1%	3.4%	8.0%
(8)小売	14	59.2%	12.5%	22.8%	4.3%	1.2%
(9)農林漁業者	1	23.0%	40.0%	30.0%	4.0%	3.0%
(10)製造業者	4	14.2%	31.0%	41.6%	5.1%	8.1%
(11)卸売業（問屋）	2	32.6%	13.6%	30.6%	6.7%	16.4%
全産業	47	28.6%	25.9%	35.4%	4.1%	6.0%

分類	回答 件数	①原材料費 (売上原 価)	②営業経費	③人件費	④その他 経費	⑤営業利益
(1)宿泊サービス	6	23.5%	20.1%	35.9%	13.6%	6.9%
全産業	46	26.4%	26.2%	39.1%	5.5%	2.8%

※算出方法：各事業者の年間売上に対し、売上高に対する各項目の割合から、事業者毎の項目別売上額を算出した。

事業分類別で累計し、その総額の割合を算出した。

※宿泊業で、大手リゾートホテルを除くと、売上額の大きさから宿泊業及び全産業の項目別の割合が大きく変化する。

4) 産業別にみる域内調達率

経費科目毎の域内調達率は、全産業で見ると「売上原価」が17.0%、「営業経費」が45.0%、「人件費」が47.1%となっている。これを産業別にみると、次のような特徴が上げられる。

- ◆売上原価の域内調達率が高い業種
 - ・スポーツ・娯楽サービス
 - ・飲食サービス
- ◆「営業経費」の域内調達率が高い業種
 - ・文化サービス
 - ・スポーツ・娯楽サービス
- ◆「人件費」の域内調達率が高い業種
 - ・飲食サービス
 - ・スポーツ・娯楽サービス
 - ・小売

【各経費の支払先（購入先）の比率（1）】

分類	①原材料費（売上原価）			②営業経費		③人件費	
	A：沖縄 市内	B：沖縄 県内	C：沖 縄県外	A：沖縄 市内	B：沖縄 県内	A：沖縄 市内	B：沖縄 県内
(1)宿泊サービス	23.4%	66.6%	10.0%	17.7%	82.3%	59.0%	41.0%
(2)飲食サービス	36.4%	61.1%	2.4%	57.4%	42.6%	68.8%	31.2%
(3)旅客運送サービス	10.0%	90.0%	0.0%	45.0%	55.0%	35.0%	65.0%
(4)運送設備レンタルサービス	—	—	—	—	—	—	—
(5)旅行代理店その他の予約サービス	4.3%	49.9%	45.8%	10.0%	90.0%	19.7%	80.3%
(6)文化サービス	28.0%	48.0%	24.0%	81.2%	18.8%	50.6%	49.4%
(7)スポーツ・娯楽サービス	46.8%	32.5%	20.7%	73.2%	26.8%	68.1%	31.9%
(8)小売	10.8%	66.2%	22.9%	22.2%	77.8%	65.0%	35.0%
(9)農林漁業者	30.0%	30.0%	40.0%	40.0%	60.0%	50.0%	50.0%
(10)製造業者	1.4%	28.8%	69.9%	43.8%	56.2%	8.1%	91.9%
(11)卸売業（問屋）	7.2%	17.0%	75.8%	68.7%	31.3%	58.0%	42.0%
全産業	17.0%	60.3%	22.7%	45.0%	55.0%	47.1%	52.9%

※算出方法：各事業者の年間売上に対し、売上高に対する各項目の割合から、事業者別の項目別売上額を算出。

事業分類別で累計し、その総額の割合を算出した。

5) 原材料費（売上原価）の内訳

観光関連業種の「宿泊サービス」「飲食サービス」「小売」に該当する事業者のみ回答をお願いした。

原材料費（売上原価）の内訳は、「小売・卸売業からの仕入れ」が89.7%と一番高く、次いで「製造業者から直接仕入れ」が5.6%「農林漁業者から直接仕入れ」が4.1%となっている。

【各経費の支払先（購入先）の比率（2）】

分類	回答 件数	a. 農林漁業 者から直接仕 入れ	b. 製造業者 から直接仕入 れ	c. 小売・卸 売業から仕入 れ	d. その他 (上記以外) から仕入れ
(1)宿泊サービス	7	0.0%	9.3%	90.7%	0.0%
(2)飲食サービス	6	0.0%	0.0%	97.7%	2.3%
(8)小売	6	10.3%	0.9%	87.5%	1.4%
全産業	19	4.1%	5.6%	89.7%	0.6%

※算出方法：各事業者の年間売上に対し、売上高に対する各項目の割合から、事業者別の項目別売上額を算出。

事業分類別で累計し、その総額の割合を算出した。

科目別の具体的な沖縄市内の仕入れ先は以下の通りである。

【科目別の具体的な沖縄市内の仕入れ先】

科目	具体的な沖縄市内の仕入れ先
a. 農林漁業	・沖縄市漁協組合員、沖縄市漁業協同組合パヤオ直売店
b. 製造業	・ビクター、ユニバーサル（CDプレス）、サン食品、
c. 小売・卸売業	<ul style="list-style-type: none"> <小売り（スーパー）> ・市内スーパー、サンエー、かねひで、ユニオン、Aプライス、イオン 業務スーパー、ビッグワン <小売り（スーパー以外の食品）> ・玉城商店、照喜名ミート、譜久原精肉店、竜青果、安村青果、まるみ つ青果、酒屋、八百屋、コザベーカーリー <小売り（その他）> ・メイクマン、ホームセンターさくもと、マルフクレコード、普久原楽 器、照屋楽器、新崎太鼓三味線店他、みつわ産業 <卸売業> ・仲松商事、リアンズ、知念製麺、三幸鶏卵、双葉食品、沖縄市養鶏団 地組合、知念製麺所、沖縄米穀商事、えびすや
d. その他 (上記以外)	<ul style="list-style-type: none"> ・海外OEN ・沖縄コカコーラ、しまや酒店、アメリカンボーリングサービス ・新栄設備工業株式会社、三蔵産業、宜野湾ガス株式会社、ニューラッ キーランドリ

6) その他定性意見

①原材料や商品を沖縄市内から仕入れることを難しくしている原因

主な要因としては、「仕入先の不足・卸元業者が無い」、「仕入先の料金」、「商品が揃わない（流通していない・専門性を要する）」、「市内・県内では仕入れられない（県外産・輸入）」、「立地（近隣の市の方が近い）」、「長年の付き合いによる変更の難しさ」、「業務内容による仕入れの問題」などが上げられ、業種の分類により要因も異なっている。

【分類別の仕入れが難しい原因】

分類	仕入れが難しい原因
(1)宿泊サービス	<ul style="list-style-type: none"> ・ホテルアメニティ類、支店が廃止の為。灯油、ガス等長い付き合いのため。 ・商品が沖縄市内でそろわないので那覇方面からの仕入れ。 ・沖縄市内で流通していないのがほとんど。 ・<u>立地的にうるま市の店に行きがち。</u>
(2)飲食サービス	<ul style="list-style-type: none"> ・店舗が少なく（品薄である）、駐車場がない。 ・取扱業者が少ない。 ・お酒類は市内業者を利用するが、食材は使いたいと思った物がたまたま市外の業者のため。 ・<u>長年の取引の為、変更する事が難しい。</u> ・沖縄市内では流通していない。 ・<u>仕入先の不足。仕入値の値上げ。</u>
(3)旅客運送サービス	<ul style="list-style-type: none"> ・消耗品等は従来から沖縄市内業者を優先している。 ・燃料は店舗購入ではないので、県内業者に委託している。
(4)運送設備レンタルサービス	—
(5)旅行代理店その他の予約サービス	<ul style="list-style-type: none"> ・県内の方を県外へ案内するため県外の取引が多い。 ・元々仕入する業種では無い。
(6)文化サービス	<ul style="list-style-type: none"> ・市内では流通していない商品を取り扱っているため。 ・専門性を要する業務や取扱いがない物品は市外から調達。 ・書籍等の購入は市内業者を優先。 ・消耗品等は市内業者よりなるべく購入。
(7)スポーツ・娯楽サービス	<ul style="list-style-type: none"> ・画材、美術材料の専門店なし。 ・3D プリンターの流通がない為。日本国内より海外の方が安く精度が高いので<u>国外の原材料がメイン。</u>
(8)小売	<ul style="list-style-type: none"> ・<u>冷凍卸元業者等が少ない。</u> ・沖縄市内の農家が直接出荷するので、沖縄市内から仕入れることがあまりない。ちゃんぷるー市場は委託販売方式。 ・OEM 商品のため工場が県外にある。 ・沖縄市内では流通していない ・革及びパーツの仕入先がない。 ・沖縄市内で仕入れることはできない。 ・取扱商品が<u>主に県外産であるため。</u> ・沖縄市（県内）で入手できない（輸入品）。
(9)農林漁業者	<ul style="list-style-type: none"> ・沖縄市内では流通していない。
(10)製造業者	<ul style="list-style-type: none"> ・沖縄市内では流通していない。 ・主な原材料の糸は、<u>沖縄県内では製造していないため</u>県外の業者より仕入れている。 ・取引先が市内にない。値段が高い。
(11)卸売業（問屋）	<ul style="list-style-type: none"> ・沖縄市内では流通していない。 ・沖縄市内では製造できない、値段が高い。

②経済的な状況について、ここ数年（５年程度、コロナ禍含む）での変化の状況

どの業種においても、新型コロナウイルスの影響の変化が大きく、ほとんどの業種で、「来訪者の減少（イベントの中止も含む）」、「売上減少」、「営業自粛（販売等ができない）」、「リピーターの減少・稼働率の低下」などの意見をあげられている。特に宿泊サービスや飲食サービスでは、では、「インバウンド客の減少による売上げの低下」など、外国人観光客の減少による影響もあげられている。

また、コロナ禍の安全対策として、「空気清浄機の稼働等コロナ対策による光熱水費の増加」、「外国人来訪者によるクレーム」などの意見もあげられている。

一方、コロナ禍においての行動変化も見受けられ、小売業者では「内食増による来訪者増加」、飲食店では、「テイクアウトの増加」や「ファミリー層の増加（企業予約の減少）」、「非対面による取引の増加」などの意見もあげられた。

【分類別のここ数年での経済的な変化】

分類	ここ数年（５年程度、コロナ禍含む）での経済的な変化
(1) 宿泊サービス	<ul style="list-style-type: none"> ・県内外、国内外問わず観光宿泊客の激減・レストラン営業自粛による売上減・職場や会合への弁当宅配。 ・イベントや祭りの中止。往来の禁止等による客の減少。 ・全体的に売上減少、稼働率の減少（コロナの影響）。 ・コロナ前は、満室状態が今現在対策としてネット販売も始めましたが前のような売上がでない。 ・県内外、インバウンド客の減少による売上減。軽石で荷物（船便）が届かないのでキャンセルあり。 ・インバウンドの供給過多で売上減。国内客にシフトし売上が回復しつつあったところにコロナ禍で再び減少した。
(2) 飲食サービス	<ul style="list-style-type: none"> ・キャンセル等が続き、客数減少に伴い売上減少。 ・持ち帰り商品の浸透。 ・外国人観光客、日本人観光客（コロナ禍）で減少。 ・カープキャンプシーズンの需要減。 ・企業の予約が減りファミリー層が目立つ。 ・コロナ前は、上り調子で売上も伸びていたが、コロナ禍での時短や休業に伴い売上が大幅に減少し人材不足等厳しい状況。 ・コロナ禍で来店が減り、持ち帰りは少し増加した。 ・Bar の為、コロナ禍において自粛を余儀なく。また、千ペロなど外食の低価格化が激しい。
(3) 旅客運送サービス	<ul style="list-style-type: none"> ・国内外からの旺盛な旅行需要を背景に団体客及び旅行外社を通したバスツアー客の利用が増加した。 ・昨年の新型コロナの感染拡大でバス旅行の予約キャンセルが相次ぎ学校の部活動、修学旅行、地元自治会などの予約団体も一瞬に消滅した。 ・国の「Goto トラベル」の後押しはあったが、感染再拡大で低迷した。貸切りバス事業は安全運行上の費用は削られないので収益面で苦しい状況下にある。
(4) 運送設備レンタルサービス	—
(5) 旅行代理店その他の予約サービス	<ul style="list-style-type: none"> ・非対面による取引の増加。 ・行動自粛による売上減、コロナ禍で販売ができない為。
(6) 文化サービス	<ul style="list-style-type: none"> ・コロナ禍の影響により休業していた期間もあり収入減。 ・来街者が激減しており、宣言解除後も回復が遅い。 ・空気清浄機の稼働等コロナ対策による光熱水費の増加。 ・稼働率の低下（コロナ禍による利用キャンセル）。 ・コロナ禍によりイベントの中止等稼働率の低下。

分類	ここ数年（5年程度、コロナ禍含む）での経済的な変化
(7)スポーツ・娯楽サービス	<ul style="list-style-type: none"> ・外出自粛になるとお客様の足が遠のく。 ・緊急事態宣言の為にずっと休業で売上減です。
(8)小売	<ul style="list-style-type: none"> ・外国人観光客の減少による売上減。 ・コロナ禍では内食が多くなったせいか来店者が増加した。しかし、<u>売り場の来店制限をしないのか、外国人の来店はなかなかのものかなど、一部お客様から意見（クレーム）があり、正直店舗運営が難しかった。</u> ・<u>コロナ対策商品を取り扱っていたため一時的に売上は増加した。しかしイベント等の中止、営業活動ができないこともあり売上は減少している。</u> ・コロナによるイベントの中止等で困難な状態。 ・<u>新型コロナウイルス感染症・緊急事態宣言で「おきなわワールド」が休園になり観光客が激減とても厳しい状況が続いている。</u> ・ECサイトが主な為、変化はさほど感じられない。 ・<u>開店当時（17年前）にくらべると、店舗の営業日や時間などの短縮、営業内容が変わり、来店客がここ数年で減っていたところコロナでの外出自粛で、常連のお客様の来店まで減ってしまった。</u> ・<u>集団にならないで運動ができるツールとして、自転車の購入が増えた。</u> ・音楽（音源）を手に入れる選択肢が増え（ダウンロード、サブスクリプション等）音楽ソフト（CD等）の小売卸は年々厳しくなっているのを感じる。 ・<u>コロナ禍では卸し先の観光地の閉店が響いたのと、小売、卸業が元々低迷している中で、イベント企画等でフォローしていたが、それもなくなり全体の売上がかなり落ちた。</u> ・<u>コロナ前は新商品（プラン）を打ち出すことで少しずつ向上していくように思えたが、コロナ禍ではその機会が失われた。現在少しずつ回復していると感じるが、上昇率は期待できない。</u> ・<u>競合店（大型SC等）の増加による顧客流出による客数減少。</u> ・<u>顧客の高齢化による来店回数の減少（特にコロナ禍においては半減した）。</u> ・<u>商店街に来る客が年々減少。駐車場、店舗が少ない。</u> ・<u>来店客数（コロナ禍による）の減少により売上減少。県内・県外含む。</u> ・<u>イオンライカムやサンエーパルコシティに新しい楽器店が出店したことによる楽器店の増加→それによるお客様の来店数の減少。</u>
(9)農林漁業者	<ul style="list-style-type: none"> ・<u>コロナで観光客がほとんどいない。</u>
(10)製造業者	<ul style="list-style-type: none"> ・<u>観光産業の低迷による売上の減少！！コロナ禍による営業利益の低迷。</u> ・<u>イベント中止によりワークショップなどもできず売上減少。</u> ・<u>コロナにより店頭のお客様は減少したが、ECでの売上増加。TESIOでのイベントを行い、コザでもお店が営めること、コザの盛り上げを周知することを取り組んだ。TESIOめがけて来るお客様のも他にも楽しいお店がある事を伝えている。売上は年々増加し続けている。</u> ・<u>客の減少。イベントの減少。</u> ・<u>コロナ前までは約10年（リーマンショック以後）右肩上がりだったが、コロナ禍になり一番の得意客である米軍関係者が基地の外へ出ることの制限により来店客が減り令和2年度は前年の売上の半分にも満たなかった。</u> ・<u>現在はワクチン接種の普及による効果なのか米兵の外出制限も解かれ、少しずつではあるが回復しつつある。</u>
(11)卸売業（問屋）	<ul style="list-style-type: none"> ・<u>コロナになり、客足が全体的に止まった。</u> ・<u>コロナ禍による海外・国内観光客の減少による売上減。</u>

③観光での売上を増やすために、沖縄市内の住民や民間事業者、行政が取り組んでいくと良いと思われること

業種による意向はあまり変わらないことから、すべての業種の意見を集約し、カテゴリ別に整理した。

【分類別のここ数年での経済的な変化】

分類	沖縄市内の住民や民間事業者、行政が取り組んでいくと良いこと
全体	<ul style="list-style-type: none"> 観光地らしい場所ではないと思うため、体験というサービスでは他の市町村には勝てない。工芸品などを使った商品を新しく開発することで売上の向上が見込めると思う。その商品開発にかかる企画や補助があると良いと思う。 アリーナやミュージックタウンでのビッグイベントごとに運動公園周辺だけでなく胡屋十字路、コザ十字路、プラザハウス、泡瀬、美里の主要幹線道路沿いにノボリを連ねるなど市をあげてツアー主催者と観客を歓迎するムードを高めるような盛り上げをして欲しい。 専門家による講演会・セミナー・シンポジウム、異業種交流会などイベント企画で市内全体が学んでいく必要がある。 地域と行政、話し合いを設けていてもいつも問いのような課題があると思う。屋中の営みがある事をちゃんと知り来たくなるようなカッコイイマップがあったり、街が汚いのが一番問題だと思うので、根本的にそこから改善したほうがいいと思う。気持ちの良い街にすることがまず必要だと思う。
アリーナの活用	<ul style="list-style-type: none"> アリーナイベント回数の増大。アリーナを活用しイベントを誘致。 沖縄アリーナの営業時に売上がUPする。 アリーナは人がたくさん来るけど商店街まで来ない。車で来る人が多数なので駐車場を商店街の方にもっと作って駐車してもらい食事などにつなげたい。 アリーナ利用のお客様がだいぶ増えているが、道路が混んでいる、タクシーがつかまらない！等インフラの整備が必要！ アリーナがせっかくできたので、市内ホテル利用のお客様に対し、何%かの割引など考えておりますが、市の方で取り組んでいただけたらうれしく思う。 アリーナの活用・サーキット場活用・夜の飲食等の案内サービス・旅行、宿泊、出張に対して、夜の飲食の重要性向上。店舗に委託等。安心して飲める街。
イベントの展開	<ul style="list-style-type: none"> 出展できるよう色々イベントを企画して欲しい。 今後、地域と連携し、イベント等を行い周辺地域の活性化に取り組む必要がある。 イベント等を増やして、その中で市の業者の出展を受け入れる（出展料と売上が見合わなくて出展をしないことが多いので出展料を安価にして欲しい）無料でとめられる駐車場をたくさん増やす。 イベント・フリーマーケット開催。 感染対策の上、イベントを各地で行って欲しい。イベントの来客数よりも、イベントを行う事が大事。
コザ市街地 (商店街のサービス向上)	<ul style="list-style-type: none"> 市内観光地の活性化。 コザ街の活性化（飲食店、土産店、沖縄料理店等）→未だお店がたくさん閉まりました！と言われる。駐車場が少ない点が問題であり、那覇や北部観光地付近からの高速バスの充実（下車はゴヤや中の町） 無料駐車場、店舗を増やす観光客地元の人でも買い物できる商店街にして欲しい。 「コザ」を売りにするなら、コザの名店、特に閉店した店（ピグモンとかニューヨークレストラン）の名物メニュー等の復活と、そのお店の歴史紹介する展示会などを連動して行ってみるとどうか？（ヒストリーとか博物館とかで）展示を見た人に復活メニューの整理券を渡して（限定20食等）復活メニューを出す飲食店への誘導が出来るかもしれないし、施設入場者も植えたりしないか。「限定食」なので食材ロスも少なくなるかもしれない→その日発行した整理券数で予測できる。 コザ地区（パークアベニュー、一番街、ゲート通りまとまったイベントはできないか）、若い人に来てもらえる商店街づくりにしてほしい。 商店街のサービス向上

分類	沖縄市内の住民や民間事業者、行政が取り組んでいくと良いこと
街づくり・ハード整備	<ul style="list-style-type: none"> • 駐車場の整備、料金を安くする。 • 沖縄市以外の市町村の方々の「沖縄市」のイメージは「駐車場が少ない・有料である」とよく耳にする。駐車場の不便さを解消できれば県外観光客も来てくれるのでは？ 駐車場問題が解消されれば、新たな出店者も増えお店が増えると人も来ると思う。 • 見栄えする（例えばアートの、色彩力など）街づくり。 • 魅力的な観光地にする。 • 花火を上げる。 • 東地区に大きなモールを作り、ビーチやホテルを作る。 • 基地も近いので9.11のテロ以降は縮小してつまらなくなった。カーニバルを全島と同じ場所を使って盛大に復活させてほしい。 • 沖縄アリーナ～一番街・ミュージックタウン～パークアベニューへの導線作り（イベント等による客引き込み）パークアベニュー交互通行とアーケード修繕（無料駐車場）の完備 • 歩道の草が伸び放題なのでせめて自分の家や店舗の前の草刈りや清掃を徹底してやってもらって観光客が歩きやすい街にする。
特産品・農作物	<ul style="list-style-type: none"> • 沖縄市の特産品のアピールが少ない。エイサーだけでなく加工品や農産物を積極的に使用するレストランやホテルなどを増やすことが必要である。こだわりの（沖縄市ならでは）お店があればよい。そしてもっと観光物産振興協会のアドバイスや販路開拓などの協力も欲しい。 • 農産物直売所は観光客にPRできる商材として、マンゴーや黒糖等、商品の偏りがある。沖縄市内の観光施設スタンプラリーなどを企画して、足を運んでもらうシステム構造が必要と思う。 • 観光関連で使える体験クーポン券やお買物券等があるとよい。 今回、エイサー商品券の利用等を常連のお客様に声掛けしたところ、来店いただけることが多くあった。今後も同じような取組をしていただけると助かる。 • 連携した商品開発など。
交通（バス・二次交通）、	<p><バス支援></p> <ul style="list-style-type: none"> • 観光バスの換気は5分毎に行われ、感染防止対策もガイドラインに沿って的確に行われ安全性は高い。観光バス事業には、国認可制度の安全評価制度があり（1～3つ星「☆・☆☆・☆☆☆」）沖縄市内の公共機関、学校、自治会、事業者にはぜひ安全運行に欠かせない。三ツ星獲得バス会社を協力をバックアップして頂きたい。 <p><二次交通></p> <ul style="list-style-type: none"> • 沖縄市、北谷町、嘉手納町など近隣との循環バスの連携（周遊バス）。 • 市内バスを増やし、運賃を安くする。長崎の市内電車は100円です。
情報発信	<ul style="list-style-type: none"> • 県内外のお客様でこどもの国を目的で来るお客様は少なく、ほとんどの方が知りません。沖縄市にはこどもの国も在るという事をアピールしては！？ • コロナ禍の中では何とも言えません。インスタとか活用して宣伝販路がひろがればと思っている。 • イベントなどの事前の情報共有が必要。
コロナ対策	<ul style="list-style-type: none"> • 優先順位はまずコロナが終息する事。これが落ち着かない限り手を打っても意味がない。逆に無駄な経費を使う事になる。 • 観光での売上を沖縄市は増やしていくべきか？という選択質問がないと、観光ありきの沖縄市への誘導となり偏ったデータになると思う。コロナ禍やロックダウンでも持続可能な沖縄市。
その他	<p><サーキット場の活用></p> <ul style="list-style-type: none"> • サーキット場の活用。一般の人でもレース体験やカート走行などの体験 <p><サイクリング></p> <ul style="list-style-type: none"> • サイクリング観光を視野に入れた道の整備 <p><音楽の活用></p> <ul style="list-style-type: none"> • 国際観光都市と宣言しているのもっと音楽をクローズアップして欲しい。

4-4. 経済波及効果の推計

(1) 経済波及効果の推計の考え方

沖縄市の観光業者から地域の商工業者・サービス業者のサプライチェーンを分析し、観光産業と地域経済全体の産業連関を明らかにすることを目的に実施した。

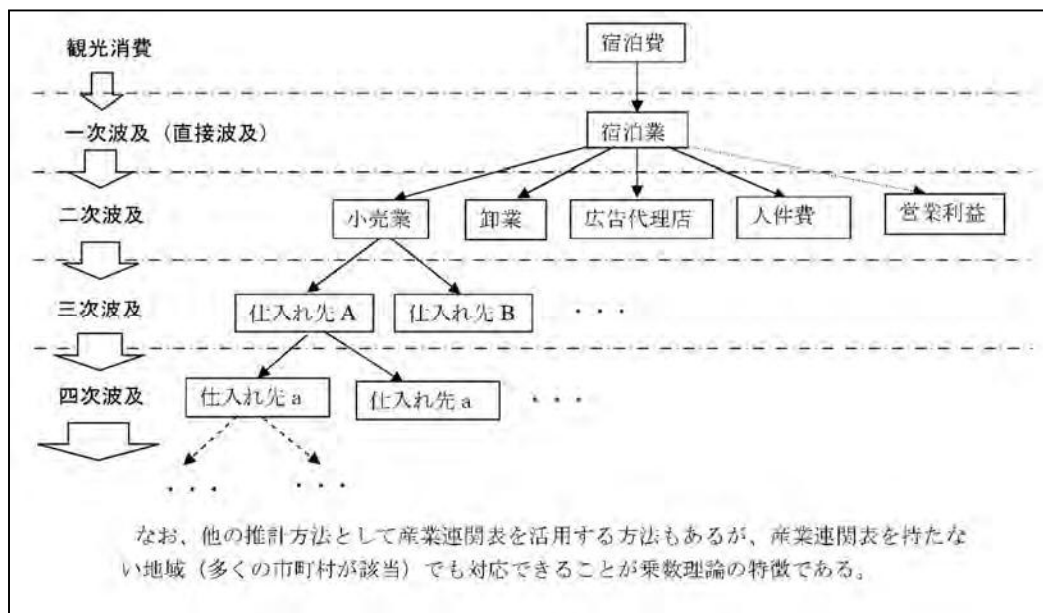
推計に際しては、「観光産業の地域経済への波及効果分析手法の検討及び地域ストーリーづくりに関する調査(平成27年3月 公益財団法人 日本交通公社)(以降:経済波及効果分析手法調査と称す)」にて公開されている、「観光経済波及効果簡易推計システム」を用いて推計した。

推計に際しては、乗数理論を用いることとする。沖縄市の産業連関表が作成されていないことから、産業連関表を持たない地域(多くの市町村が該当)でも対応できることが乗数理論の特徴である。

＜乗数理論(経済波及効果分析手法調査報告書P-3参照)＞

この方法は、観光客の消費額を起点として、その消費が施設や箇所等に及ぼす効果を乗数の形で推計するというものである。

例えば、観光客が宿泊施設に宿泊する場合、その代金が宿泊施設に入ることとなる(これを「一次波及」と呼ぶ)。その代金(消費額)は、原材料調達費(例えば各部屋の備品・調度品、レストランにおける飲食材料費や什器、売店における土産品など)、人件費(例えばフロント係、客室係、宴会場係、ドアマン、経営者など)、営業経費(例えば広告宣伝費、旅費、通信費、水道光熱費、消耗品費、修繕費など)、減価償却費、固定資産税支払い等に費やされることとなる。各々の費用は、調達先に配分されることとなる(これを「二次波及」と呼ぶ)。さらに、その調達先が得た代金は、さらに仕入れ先に配分される。このように三次、四次、…と繰り返していくことで、理論的には、地域全体に及ぼす波及効果が網羅されることとなる(これを「n次波及」と呼ぶ)。



【推計の考え方】

(2) 推計に必要なデータの取得

「観光経済波及効果簡易推計システム」に必要なデータの算出及び取得を行った。

1) 観光客数及び観光消費額

前述した算出結果を踏まえ、推計システム用に下記の通り整理した。

県内・県外・外国人観光客を含めた沖縄市全体の観光消費額に対する経済波及効果推計を以下に示し、「県内観光客」、「県外観光客」、「外国人観光客」それぞれの経済波及効果の推計結果を巻末に示す。

1 調査エリア名を入力してください。

調査エリア名	沖縄市(対象:県内、県外、外国人観光客すべて)
--------	-------------------------

2 観光客数を入力してください。

	(日帰客)	(宿泊客)	(合計)
観光客数	1,374 千人	192 千人	1,566 千人

3 観光消費単価を入力してください。

	(日帰客)	(宿泊客)	(平均*)
(1)宿泊サービス	0 円	11,124 円	1,364 円
(2)飲食サービス	3,170 円	11,326 円	4,170 円
(3)旅客運送サービス	347 円	1,967 円	546 円
(4)運送設備レンタルサービス	421 円	2,389 円	663 円
(5)旅行代理店その他の予約サービス	0 円	0 円	0 円
(6)文化サービス	92 円	302 円	118 円
(7)スポーツ・娯楽サービス	596 円	1,948 円	762 円
(8)小売	1,554 円	6,532 円	2,164 円
合計	6,181 円	35,588 円	9,787 円

*平均は日帰り客と宿泊客の人数で加重平均を算出

【沖縄市への観光客数及び観光消費額単価（県内・県外・外国人観光客含む）】

2) その他のデータの取得

下記の手法にて数値を取得した。

【その他推計に必要なデータ】

推計に必要なデータ	今回使用するデータ	数値
限界消費性向	<ul style="list-style-type: none"> 総務省の「家計調査年報家計収支編」より算出する（「総世帯のうち勤労者世帯」における実収入に対する消費支出の比率）。 可処分所得に対する消費支出の割合を算出する。対象年の2019年の沖縄県を対象とする。 	67.9%
域内消費率	<ul style="list-style-type: none"> 域内消費率は、消費を行う際に地域内で使う割合のことを指す。「平成30年度沖縄県買物動向調査」に掲載されている品目別の地元購買率（沖縄市：8項目）から平均値を算出した。 	50.8%
年間給与所得平均（全国）	<ul style="list-style-type: none"> 「令和元年賃金構造基本統計調査」の全国の年間給与を算出した。 	¥5,006,900
給与地域補正值	<ul style="list-style-type: none"> 雇用効果を推計する際に利用する指標で、自地域の所得水準を全国平均100と比較した値。 「令和元年賃金構造基本統計調査」の沖縄県の年間給与について、全国の年間給与に対する比率を算出した。 $¥3,773,800 \div ¥5,006,900$ 	75.4%
域内人口	<ul style="list-style-type: none"> 域内人口 沖縄市人口統計（2019年10月1日時点）を参照した。 	142,404人
域内事業者の本社比率	<ul style="list-style-type: none"> 「平成28年経済センサス活動調査事業所に関する集計」の産業分類を推計システムに当てはめ、沖縄市内の事業所数を算出した。 	下表に示す

【域内事業者の本社比率】

推計システムの区分	本社率
宿泊サービス	86%
飲食サービス	86%
旅客輸送サービス	80%
輸送設備レンタルサービス	91%
旅行代理店その他の予約サービス	85%
文化サービス	89%
スポーツ・娯楽サービス	85%
小売	74%
農林漁業者	100%
製造業者	89%
卸売業	74%
全産業（17業種）	80%

3) 各業種の経費構造（対売上比率）の整理

観光産業に係る、サービス分野8業種における事業構造を把握し、売上高の内訳（構成比）を整理した。

5 各業種の経費構造（対売上比率）を入力してください。

(1)宿泊サービス		(2)飲食サービス	
(対売上比率:①+②+③+④+⑤=100)		(対売上比率:①+②+③+④+⑤=100)	
①売上原価	34%	①売上原価	37%
うち、農林漁業者から直接仕入れる割合	0%	うち、農林漁業者から直接仕入れる割合	0%
うち、製造業者から直接仕入れる割合	9%	うち、製造業から直接仕入れる割合	0%
うち、卸売業(問屋)から仕入れる割合	91%	うち、卸売業(問屋)から仕入れる割合	98%
うち、その他(上記以外)から仕入れる割合	0%	うち、その他(上記以外)から仕入れる割合	2%
合計	100%	合計	100%
②営業経費	25%	②営業経費	21%
③人件費	26%	③人件費	25%
④その他経費	1%	④その他経費	4%
⑤営業利益	14%	⑤営業利益	14%
(3)旅客運送サービス		(4)運送設備レンタルサービス	
(対売上比率:①+②+③+④+⑤=100)		(対売上比率:①+②+③+④+⑤=100)	
①売上原価	8%	①売上原価	
②営業経費	31%	②営業経費	
③人件費	58%	③人件費	
④その他経費	2%	④その他経費	
⑤営業利益	1%	⑤営業利益	
(5)旅行代理店その他の予約サービス		(6)文化サービス	
(対売上比率:①+②+③+④+⑤=100)		(対売上比率:①+②+③+④+⑤=100)	
①売上原価	36%	①売上原価	5%
②営業経費	9%	②営業経費	50%
③人件費	39%	③人件費	47%
④その他経費	8%	④その他経費	8%
⑤営業利益	8%	⑤営業利益	-5%
(7)スポーツ・娯楽サービス		(8)小売	
(対売上比率:①+②+③+④+⑤=100)		(対売上比率:①+②+③+④+⑤=100)	
①売上原価	12%	①売上原価	59%
うち、農林漁業者から直接仕入れる割合		うち、農林漁業者から直接仕入れる割合	10%
うち、製造業者から直接仕入れる割合		うち、製造業から直接仕入れる割合	1%
うち、卸売業(問屋)から仕入れる割合		うち、卸売業(問屋)から仕入れる割合	88%
うち、その他(上記以外)から仕入れる割合		うち、その他(上記以外)から仕入れる割合	1%
合計		合計	100%
②営業経費	35%	②営業経費	12%
③人件費	41%	③人件費	23%
④その他経費	3%	④その他経費	4%
⑤営業利益	8%	⑤営業利益	1%
★全産業			
(対売上比率:①+②+③+④+⑤=100)			
①売上原価	29%		
②営業経費	25%		
③人件費	36%		
④その他経費	4%		
⑤営業利益	6%		

【各業種の経費構造（対売上比率）】

4) 二次波及（仕入先）等の経費構造（対売上比率）

下記の事業構造を把握し、売上高の内訳（構成比）を整理した。

6 二次波及（仕入先）等の経費構造（対売上比率）を入力してください。

(9) 農林漁業	
(対売上比率: ①+②+③+④+⑤=100)	
①売上原価	23%
②営業経費	40%
③人件費	30%
④その他経費	4%
⑤営業利益	3%

(10) 製造業	
(対売上比率: ①+②+③+④+⑤=100)	
①売上原価	14%
②営業経費	31%
③人件費	42%
④その他経費	5%
⑤営業利益	8%

(11) 卸売業	
(対売上比率: ①+②+③+④+⑤=100)	
①売上原価	33%
②営業経費	14%
③人件費	31%
④その他経費	7%
⑤営業利益	16%

【二次波及（仕入先）等の経費構造（対売上比率）】

5) 各業種の域内調達率

上記で取りまとめた域内調達率を整理した。

7 各業種の域内調達率を入力してください。

(1)宿泊サービス	
①売上原価	23%
②営業経費	18%
③人件費	59%
(2)飲食サービス	
①売上原価	36%
②営業経費	57%
③人件費	69%
(3)旅客運送サービス	
①売上原価	10%
②営業経費	45%
③人件費	35%
(4)運送設備レンタルサービス	
①売上原価	
②営業経費	
③人件費	
(5)旅行代理店その他の予約サービス	
①売上原価	4%
②営業経費	10%
③人件費	20%
(6)文化サービス	
①売上原価	28%
②営業経費	81%
③人件費	51%
(7)スポーツ・娯楽サービス	
①売上原価	47%
②営業経費	73%
③人件費	68%
(8)小売	
①売上原価	11%
②営業経費	22%
③人件費	65%
★全産業	
①売上原価	16%
②営業経費	46%
③人件費	48%

【各業種別の域内調達率】

6) 二次波及（仕入先）等の域内調達率

二次波及の域内調達率とは、仕入先が原材料等をどこから調達しているかを指す。

本調査にて、「農林漁業者」、「製造業者」、「卸売業者（問屋）」から回答が得られたことから、それら事業者の域内調達率を用いて推計する。

8 二次波及（仕入先）等の域内調達率を入力してください。

(1) 宿泊サービスの仕入れ先

農林漁業者

①売上原価	30%
②営業経費	40%
③人件費	50%

製造業者

①売上原価	1%
②営業経費	44%
③人件費	8%

卸売業（問屋）

①売上原価	7%
②営業経費	69%
③人件費	58%

(2) 飲食サービスの仕入れ先

農林漁業者

①売上原価	30%
②営業経費	40%
③人件費	50%

製造業者

①売上原価	1%
②営業経費	44%
③人件費	8%

卸売業（問屋）

①売上原価	7%
②営業経費	69%
③人件費	58%

(3) 小売の仕入れ先

農林漁業者

①売上原価	30%
②営業経費	40%
③人件費	50%

製造業者

①売上原価	1%
②営業経費	44%
③人件費	8%

卸売業（問屋）

①売上原価	7%
②営業経費	69%
③人件費	58%

【二次波及等の域内調達率】

(3) 推計に必要なデータの取得

1) 全観光客（県内・県外・外国人）がもたらす経済波及効果

沖縄市へ来訪する観光客がもたらす観光消費額の経済波及効果の推計結果（令和元年暦年）は以下のとおりである。経済波及効果は203.98億円（乗数1.33）、付加価値効果（所得効果）は53.89億円、雇用効果は528人となった。

【経済波及効果の算出結果】

項目※	推計結果
1.観光消費額（A）	153.28億円
うち域内に残る額	52.24億円
うち域外に出る額	101.04億円
2.生産誘発効果（B）	32.11億円
3.家計迂回効果（C+D）	18.59億円
●消費分（C）	15.54億円
●生産誘発効果分（D）	3.05億円
4.経済波及効果（A+B+C+D）	203.98億円
●乗数	1.33
5.付加価値効果（所得効果）（F+G）	53.89億円
●直接波及（E）	41.15億円
●波及効果（F-E+G）	12.74億円
6.雇用効果（H+I）	528人
●直接効果（観光雇用者数）（H）	670人
●波及効果（誘発雇用者数）（I）	-142人

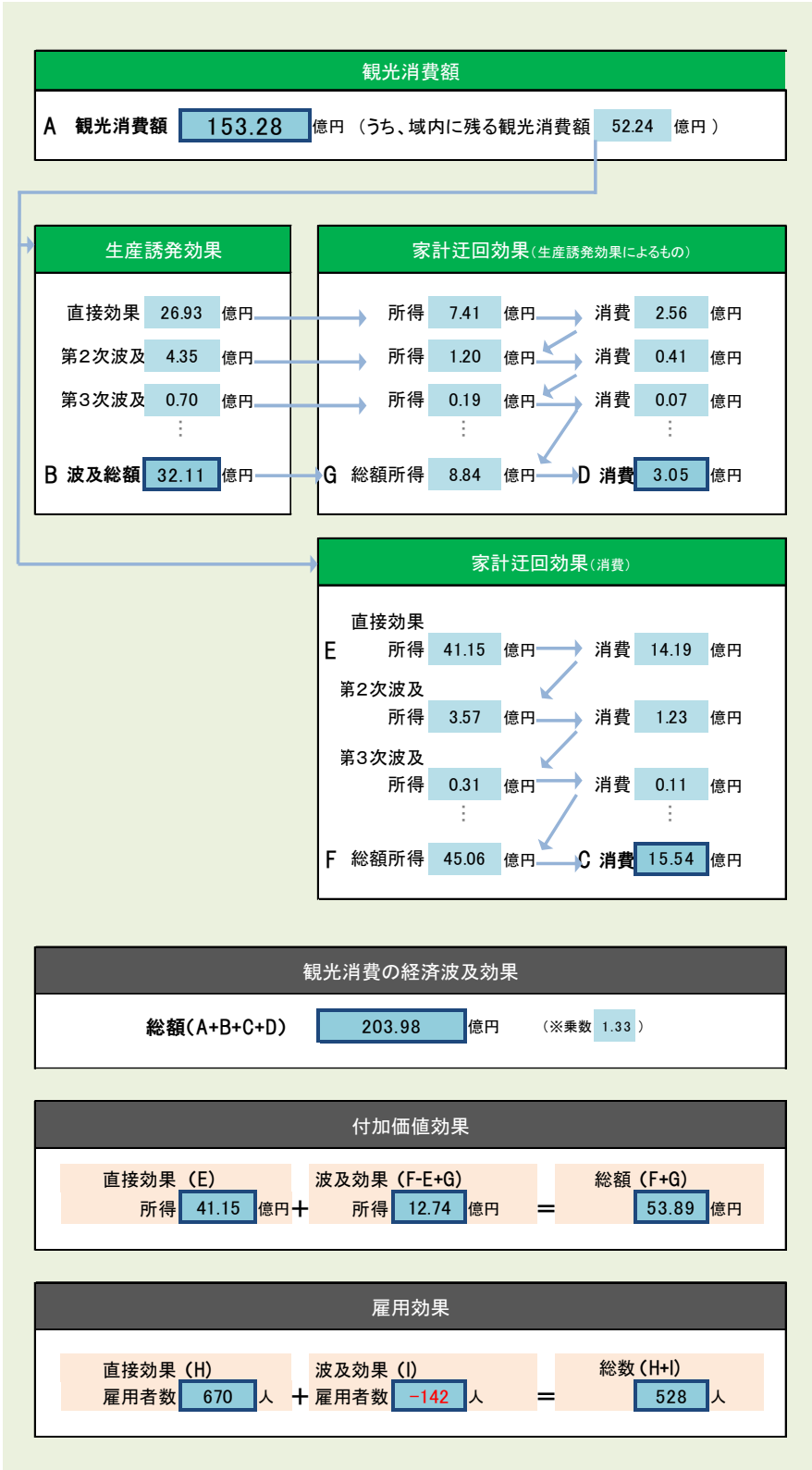
【※項目ごとの用語の定義】

用語	定義
1.生産誘発効果	・観光客が購入する商品等の原材料が仕入れ先に波及し、またその仕入れ先からさらなる仕入れ先に波及していくという繰り返しのより得られる効果。
2.家計迂回効果（生産誘発効果によるもの）	・1.の原材料が波及する過程（新たな生産が行われる過程）において発生する付加価値（人件費、租税公課、原価償却費、営業利益など）により得られる効果。
3.家計迂回効果（消費によるもの）	・域内に残る観光消費額における人件費（＝従業員の給与）をもとに行われる消費から得られる効果。
4.経済波及効果	・観光消費額及び1～3により得られる効果。
5.付加価値効果	・人件費、租税公課、原価償却費、営業利益などの付加価値により得られる効果。
6.雇用効果	・観光により発生される雇用者数。観光消費額による直接的な雇用効果に加え、波及効果による間接的な雇用効果も推計される。

【県内・県外・外国人別の観光消費額における経済波及効果の算出結果】

項目※	全体	県内	県外	外国人
観光消費額（A）	153.28億円	19.02億円	95.63億円	38.63億円
うち域内に残る額	52.24億円	6.72億円	32.95億円	12.57億円
うち域外に出る額	101.04億円	12.30億円	62.68億円	26.06億円
経済波及効果	203.98億円	25.48億円	127.84億円	50.66億円

推計結果			
日帰り客観光消費単価が	6,181	円	観光客数が 1,566 千人 の推計結果
宿泊客観光消費単価が	35,588	円	



【全観光客（県内・県外・外国人）がもたらす経済波及効果の算出結果】

2) 県内観光客がもたらす経済波及効果

沖縄市へ来訪する県内観光客がもたらす観光消費額の経済波及効果の推計結果（令和元年暦年）は以下のとおりである。

1 調査エリア名を入力してください。

調査エリア名	沖縄市(対象: 県内観光客)
--------	----------------

2 観光客数を入力してください。

	(日帰客)	(宿泊客)	(合計)
観光客数	683 千人	23 千人	705 千人

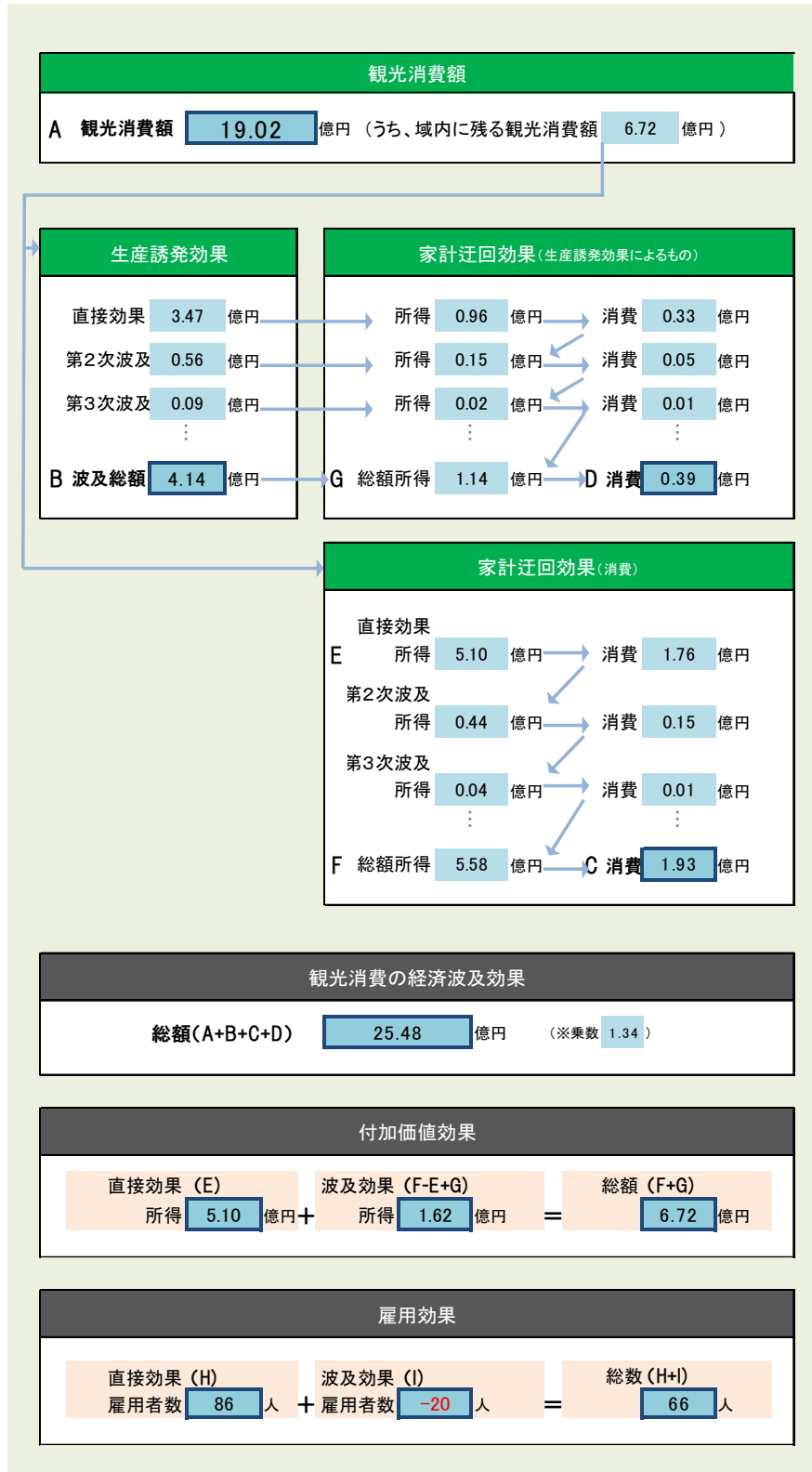
3 観光消費単価を入力してください。

	(日帰客)	(宿泊客)	(平均*)
(1)宿泊サービス	0 円	3,773 円	121 円
(2)飲食サービス	1,114 円	1,864 円	1,138 円
(3)旅客運送サービス	101 円	738 円	121 円
(4)運送設備レンタルサービス	122 円	896 円	147 円
(5)旅行代理店その他の予約サービス	0 円	0 円	0 円
(6)文化サービス	47 円	61 円	47 円
(7)スポーツ・娯楽サービス	300 円	393 円	303 円
(8)小売	806 円	1,230 円	820 円
合計	2,490 円	8,955 円	2,697 円

*平均は日帰り客と宿泊客の人数で加重平均を算出

【沖縄市への観光客数及び観光消費額単価（県内観光客）】

推計結果			
日帰り客観光消費単価が	2,490	円	観光客数が 705 千人 の推計結果
宿泊客観光消費単価が	8,955	円	



【県内観光客がもたらす経済波及効果の算出結果】

3) 県外観光客がもたらす経済波及効果

沖縄市へ来訪する県外観光客がもたらす観光消費額の経済波及効果の推計結果(令和元年暦年)は以下のとおりである。

1 調査エリア名を入力してください。

調査エリア名	沖縄市(対象:県外観光客)
--------	---------------

2 観光客数を入力してください。

	(日帰客)	(宿泊客)	(合計)
観光客数	584 千人	115 千人	699 千人

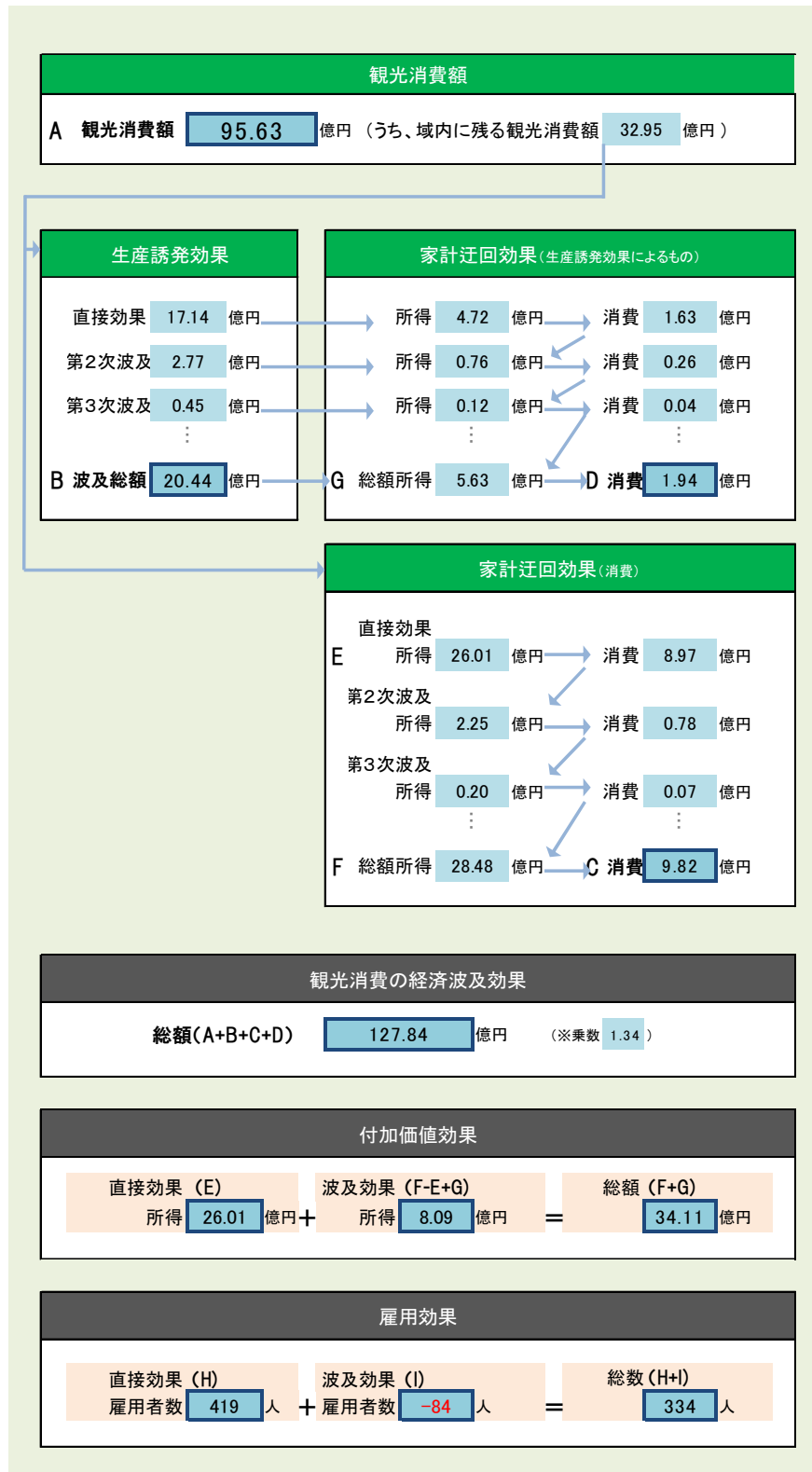
3 観光消費単価を入力してください。

	(日帰客)	(宿泊客)	(平均*)
(1)宿泊サービス	0 円	10,990 円	1,813 円
(2)飲食サービス	5,328 円	11,690 円	6,377 円
(3)旅客運送サービス	496 円	1,974 円	740 円
(4)運送設備レンタルサービス	602 円	2,397 円	898 円
(5)旅行代理店その他の予約サービス	0 円	0 円	0 円
(6)文化サービス	118 円	312 円	150 円
(7)スポーツ・娯楽サービス	759 円	2,008 円	965 円
(8)小売	2,045 円	6,197 円	2,730 円
合計	9,347 円	35,568 円	13,673 円

*平均は日帰り客と宿泊客の人数で加重平均を算出

【沖縄市への観光客数及び観光消費額単価(県外観光客)】

推計結果			
日帰り客観光消費単価が	9,347	円	観光客数が 699 千人 の推計結果
宿泊客観光消費単価が	35,568	円	



【県外観光客がもたらす経済波及効果の算出結果】

4) 外国人観光客がもたらす経済波及効果

沖縄市へ来訪する外国人観光客がもたらす観光消費額の経済波及効果の推計結果（令和元年暦年）は以下のとおりである。

1 調査エリア名を入力してください。

調査エリア名	沖縄市(対象:外国人観光客)
--------	----------------

2 観光客数を入力してください。

	(日帰客)	(宿泊客)	(合計)
観光客数	107 千人	54 千人	161 千人

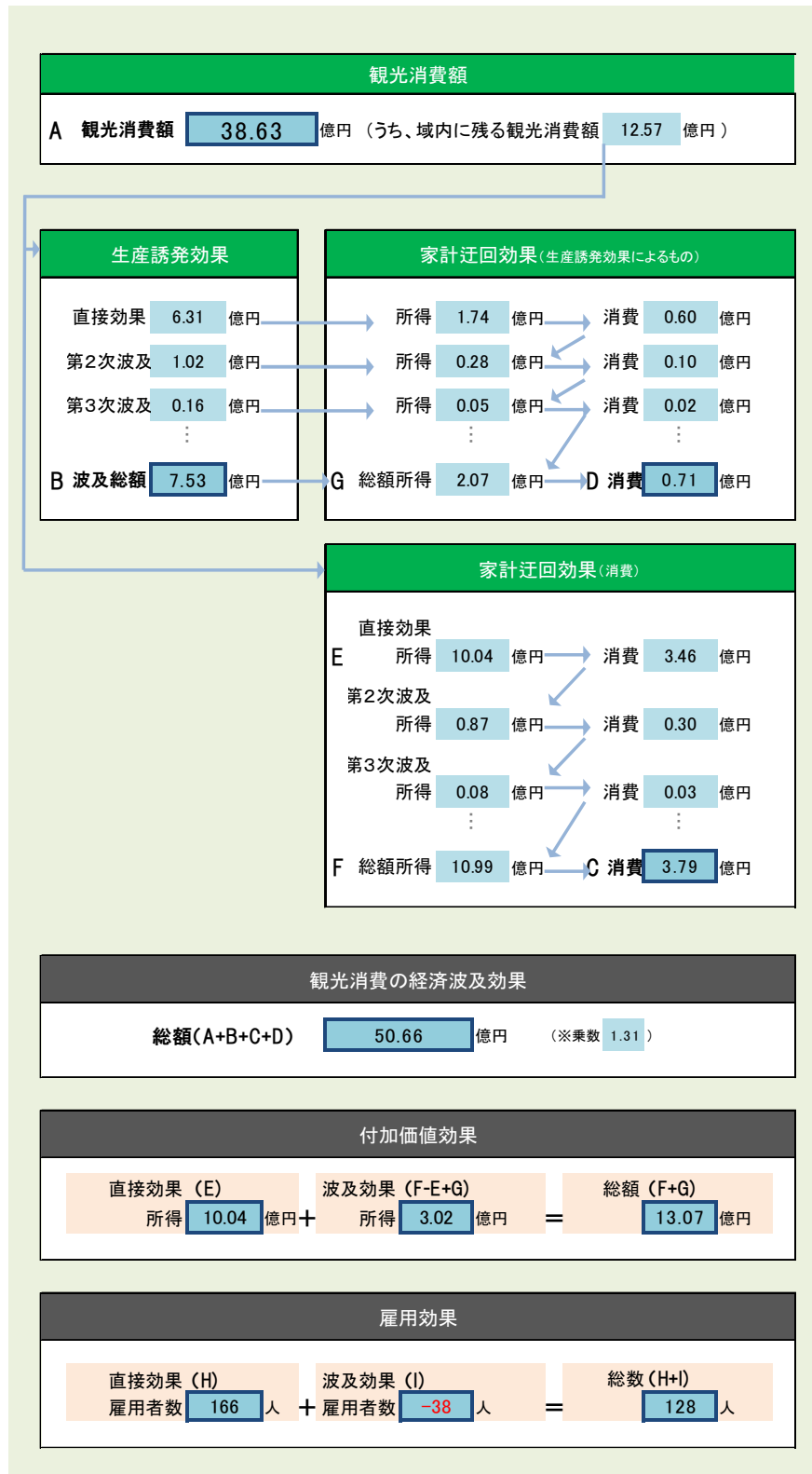
3 観光消費単価を入力してください。

	(日帰客)	(宿泊客)	(平均*)
(1)宿泊サービス	0 円	14,474 円	4,849 円
(2)飲食サービス	4,501 円	14,499 円	7,851 円
(3)旅客運送サービス	1,106 円	2,465 円	1,561 円
(4)運送設備レンタルサービス	1,343 円	2,993 円	1,896 円
(5)旅行代理店その他の予約サービス	0 円	0 円	0 円
(6)文化サービス	247 円	383 円	293 円
(7)スポーツ・娯楽サービス	1,593 円	2,469 円	1,886 円
(8)小売	3,636 円	9,459 円	5,586 円
合計	12,426 円	46,742 円	23,922 円

*平均は日帰り客と宿泊客の人数で加重平均を算出

【沖縄市への観光客数及び観光消費額単価（外国人観光客）】

推計結果		
日帰り客観光消費単価が	12,426 円	観光客数が 161 千人 の推計結果
宿泊客観光消費単価が	46,742 円	



【外国人観光客がもたらす経済波及効果の算出結果】

4-5. 推計結果のまとめ

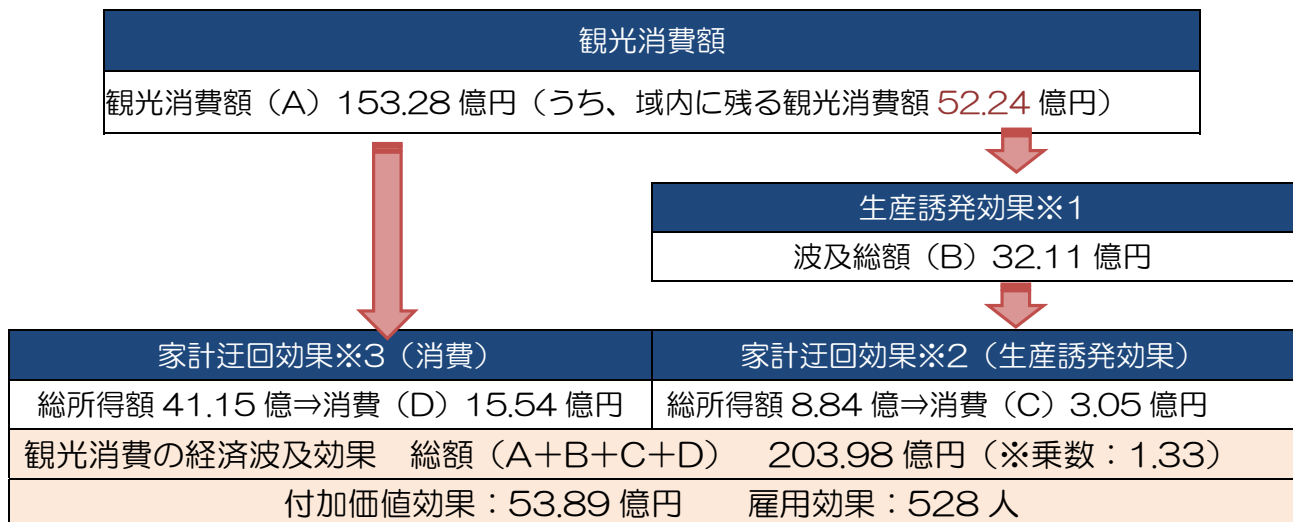
(1) 推計結果のまとめ (概要)

沖繩市における観光客の経済波及効果 (推計)

■ 観光入込客数 (実人数) は約 157 万人、観光消費額は約 153 億円と推計

観光入込客数		1,566,087 人			
総観光消費額		15,328 百万円			
属性		観光入込客数 (人)	観光消費額単価 (円)	観光消費額 (百万円)	
県内	日帰り	682,622	2,490	1,700	1,902
	宿泊	22,566	8,955	202	
県外	日帰り	584,024	9,347	5,459	9,563
	宿泊	115,406	35,568	4,105	
外国人	日帰り	107,377	12,426	1,334	3,863
	宿泊	54,092	46,742	2,528	

■ 観光消費額約 153 億円に対する経済波及効果は総額約 204 億円と推計



<参考: 県内観光客・県外観光客・外国人観光客に対する経済波及効果 (内訳) >

項目※	全体	県内	県外	外国人
観光消費額 (A)	153.28億円	19.02億円	95.63億円	38.63億円
うち域内に残る額	52.24億円	6.72億円	32.95億円	12.57億円
うち域外に出る額	101.04億円	12.30億円	62.68億円	26.06億円
経済波及効果	203.98億円	25.48億円	127.84億円	50.66億円

※沖繩市内の観光関連9業種の代表的な事業者へアンケートを行い、経費比率や域内調達率等を推計し、乗数理論にて算出

※1: 観光客が購入する商品等の原材料が仕入れ先に波及し、またその仕入れ先からさらなる仕入れ先に波及していくという繰り返しにより得られる効果。

※2: 「生産誘発効果」の原材料が波及する過程 (新たな生産が行われる過程) において発生する付加価値 (人件費、租税公課、原価償却費、営業利益など) により得られる効果。

※3: 観光消費額の直接効果における総所得額に対する効果。

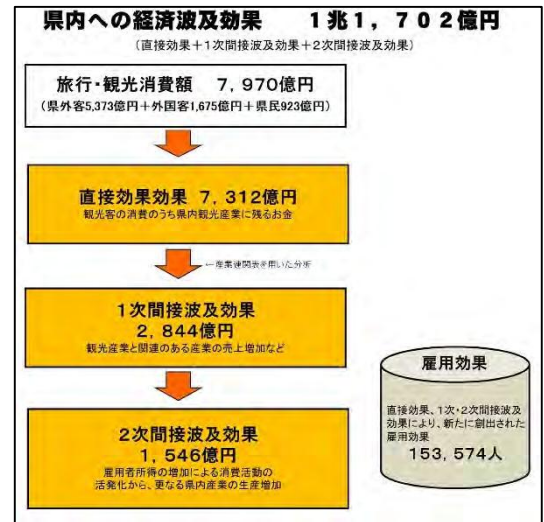
(2) 推計結果の比較

沖縄市の経済波及効果（推計）が沖縄県全体と比べてどの程度の規模かを把握するため、沖縄県全体及び他の自治体の推計結果を整理する。

1) 沖縄県

コロナ禍前の令和元年度の沖縄県における旅行・観光消費額は 7,970 億円（県外客 5,373 億円＋外国客 1,675 億円＋県民 923 億円）とされ、旅行・観光消費の経済波及効果は 1 兆 1,702 億円と推計されている。

沖縄市の観光消費額が 153.28 億円であることから、沖縄県全体の 1.92% を占める。また、経済波及効果は 203.98 億円であり、沖縄県全体の 1.74% を占める。



【沖縄県における旅行・観光消費額の経済波及効果（令和元年）】

2) 沖縄市（市内総生産との比較）

沖縄市の市町村総生産は、平成 30 年度で 3,238 億円となる。（出典：平成 30 年度沖縄県市町村所得（令和 3 年 11 月 19 日公表））。経済波及効果において、沖縄市の付加価値効果は 53.89 億円となり、市内総生産は 3,238 億に対して 1.7% に相当する。

第5章 観光バリアフリー実態調査

(1) 調査目的

沖縄市において、「バリアフリー観光の推進」は観光振興基本計画の中の柱の一つとして位置付けられており、ハードの整備を推進するとともに、誰もが相互に人格と個性を尊重し支え合える「心のバリアフリー」を推進し、誰もが安心して楽しめる観光地づくりを推進している。

今年度の事業において、市内事業者の観光バリアフリー取組状況等を把握し、今後の施策につなげることを目的として、宿泊施設や観光関連施設等を対象にアンケート調査を実施した。

(2) 実施概要

観光バリアフリー実態調査の実施概要を以下に示す。

【観光バリアフリー実態調査の実施概要】

調査対象	<p>○「KozaWeb」に掲載のある事業者（620 事業所）</p> <p>○沖縄市観光物産振興協会に加盟している宿泊事業者等（59 事業所）</p> <p>※ただし、調査対象有効事業者数は、宛先不明などとして返答されてきた 101 事業所を除いた 578 事業所とする。</p>
実施方法	<p>○沖縄市の封筒にて郵送</p> <p>⇒メールやFAX、回答者の持参にて、沖縄市観光物産振興協会が回収</p>
調査内容	<ol style="list-style-type: none"> 1. 施設の整備状況および取組状況について <ol style="list-style-type: none"> (1) バリアフリーの整備状況 <ol style="list-style-type: none"> ①障害者用トイレ ②車いす使用者用駐車施設 ③車いす対応の客室（※宿泊施設のみ） (2) 対象者ごと（肢体不自由者・高齢者、視覚、聴覚、食物アレルギー、LGBTQ、インバウンド）の取組状況 2. 待遇・対応に関する取組状況について <ol style="list-style-type: none"> ①障害者や高齢者等への対応に関するマニュアルの整備 ②専門家・障害当事者による施設内の整備に関するチェック・アドバイス ③施設や設備、サービスに関するバリアフリー情報等の発信 ④他事業者（介助、移送サービス等の福祉系）との連携 ⑤障害者や高齢者への対応に関する研修への参加 ⑥従業員による人的対応・サポート ⑦備品等の準備・サービスの拡充 3. バリアフリー観光に関する認知度、バリアフリー観光に対する意識 <ol style="list-style-type: none"> ①沖縄市におけるバリアフリー観光の認知度 ②バリアフリー観光に関する意識 4. バリアフリー観光に係る取組を推進する上での課題、今後の取組意向 <ol style="list-style-type: none"> ①取組を推進する上での課題、取組を実施できていない理由 ②今後の取組意向 ③補助制度の活用意向 ④バリアフリー観光に関する意見、要望など 5. 施設・団体の基本情報

(3) 回収状況

観光バリアフリー実態調査の調査期間、調査票発送・回収状況を以下に示す。

【回収状況】

調査期間	2021年9月6日(月)～10月20日(水)まで ※10月20日(水)到着分までを集計				
回収状況 (概要)	<ul style="list-style-type: none"> 有効回答数 107件 (回収率※18.5%) 辞退数 77件 (辞退率※ 13.3%) ※調査対象有効事業者数に対し 				
回収状況 (詳細)	区分	調査対象 有効事業者数	回収数	回収率	
	「KozaWeb」掲載事業者	522	88	16.9%	
	協会加盟の宿泊施設	56	19	33.9%	
	合計	578	107	18.5%	
回答事業者 属性	<ul style="list-style-type: none"> 業種別の回答率は以下の通りである。Q12. 業種・事業規模を踏まえ、業種別の回答数を整理したが、その他が散見されたことから、下記の通り修正した(区分分けは次頁参照、発送・回収リストは別紙参照) ◆修正 <ul style="list-style-type: none"> ・その他回答：事業者名及びKozaWebの事業区分を踏まえ、対応する業種別に振り分け ・修正後のその他業種：沖縄市立図書館など(次頁参照) 				
	業種別	修正前		修正後	
		回答数 (n=107)	回答率	回答数 (n=107)	回答率
	宿泊施設	11	10.3%	11	10.3%
	観光施設	4	3.7%	11	10.3%
	飲食店	33	30.8%	42	39.3%
	土産物店	4	3.7%	21	19.6%
	交通事業者	1	0.9%	1	0.9%
	体験・アクティビティ	3	2.8%	14	13.1%
	その他	51	47.7%	7	6.5%

【「その他」回答の振り分け】

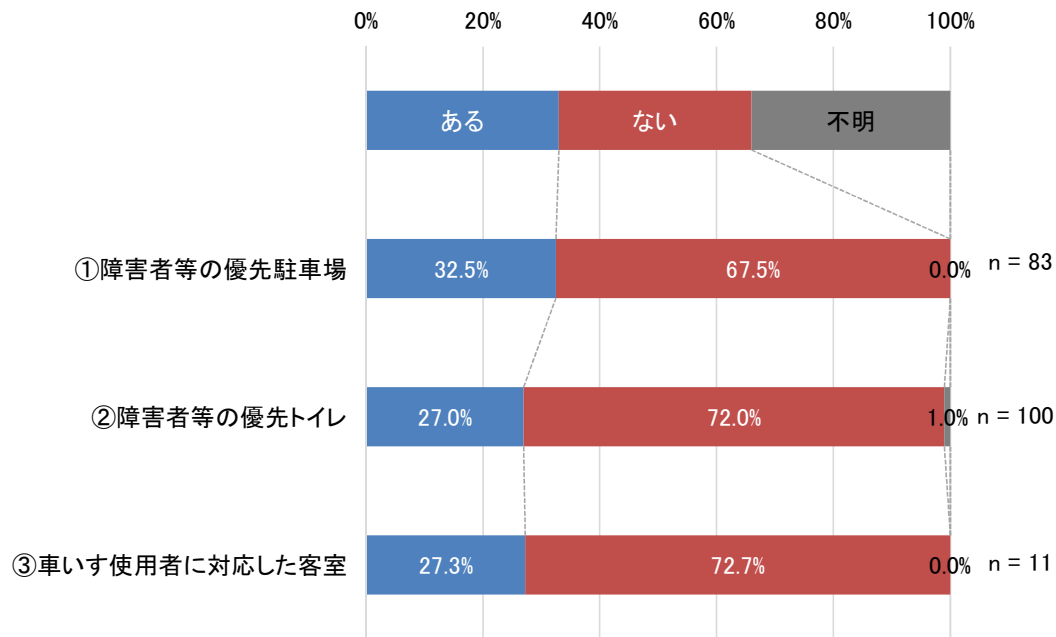
アンケート内 選択肢の業種別	KozaWeb 等のカテゴリ
1) 宿泊施設	—
2) 観光施設	テーマパーク・資料館、劇場
3) 飲食店	カフェ・喫茶店、おやつ、クラブ・ライブハウス、ステーキ・焼肉、テイクアウト（スイーツ）、テイクアウト（フード）、フード、レストラン、沖縄そば、そば、ラーメン、イタリアン・フレンチ、居酒屋・ダイニング、食品・酒、多国籍料理、沖縄ファーストフード、スナック、クラブ、民謡酒場、大衆食堂、弁当、和洋菓子・パン、バー・ミュージックバー
4) 土産物店	お土産、インテリア、ファッション、工芸品、CD・楽譜・楽器
5) 交通事業者	—
6) 体験・アクティビティ	スタジオ・スクール、運動公園、美容・マッサージ、沖縄アリーナ
7) その他	加工品（株式会社ウォータージャパン、）、案内所（FM KOZA）、資料館（沖縄市戦後文化資料展示館ヒストリート、沖縄市立図書館）、沖縄市民会館、その他（沖縄3Dスキャン屋、もろみゴルフレンジ）

(4) 実施結果／設問ごとの単純集計

1) 貴施設におけるバリアフリーの整備状況および取組状況

Q1. 貴施設におけるバリアフリーの整備状況を教えてください。(SA)

○施設のバリアフリーの整備状況において、「該当しない・無回答」を対象外として集計した結果、①優先駐車場 32.5%、②優先トイレ 27.0%、③車いす使用者に対応した客室 27.3%の整備状況である。

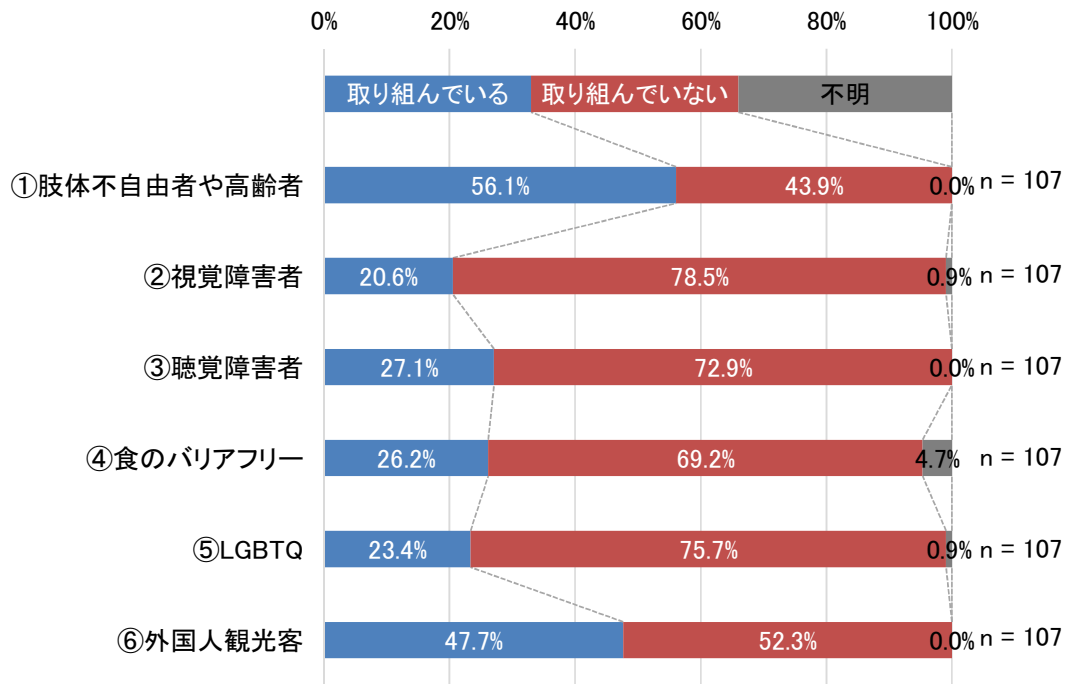


【機能別のバリアフリー整備状況】

Q2. 貴施設における対象者ごとの取組状況を教えてください。(SA)

○対象者ごとの取組状況について、「①肢体不自由者や高齢者」への取組が最も多く、56.1%が取り組んでいる。次いで、「⑥外国人観光客」への取組が多く、47.7%となっている。

○②視覚障害者、③聴覚障害者、④食のバリアフリー、⑤LGBTQ への対応について、取組状況は30%以下となっている。



【対象者ごとの取組状況】

また、取組内容を具体的に教えてください。(MA)

○「取り組んでいる」と回答のあった取り組みについて、具体的な内容を以下に示す。

○①肢体不自由者や高齢者について、「バリアフリールート（スロープ）の整備」が最も多い（53.3%）。

○②視覚障害者について、「視覚障害者誘導用ブロックの設置」が最も多い（72.7%）。次いで、「案内図やエレベーター等における点字案内」が多い（50%）。一方で、「文字サイズ、コントラストに配慮した案内図」は13.6%となっている。

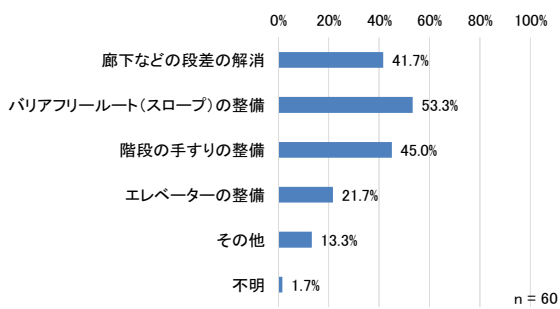
○③聴覚障害者について、「手話や筆談による案内」が最も多い（82.8%）。

○④食のバリアフリーについて、「食物アレルギーへの対応」が最も多い（75.0%）。一方で、「ヴィーガンやハラルフードへの対応（25%）」や「きざみ食の用意（14.3%）」は少ない。

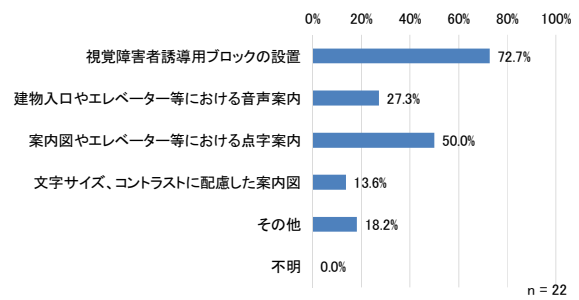
○⑤LGBTQについて、「男女共用トイレの設置」が最も多い（80.0%）。一方で、「LGBTQの受入に関する情報発信（20%）」は少ない。

○⑥外国人観光客について、「多言語表記のサインの設置」が最も多い（54.9%）。

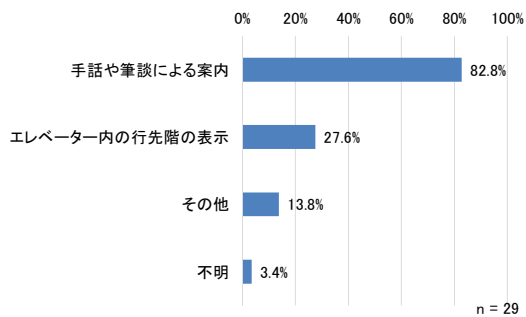
①肢体不自由者や高齢者



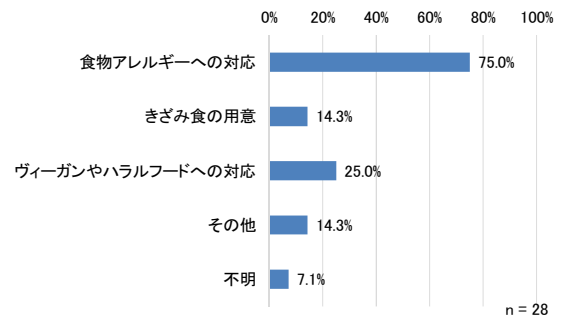
②視覚障害者



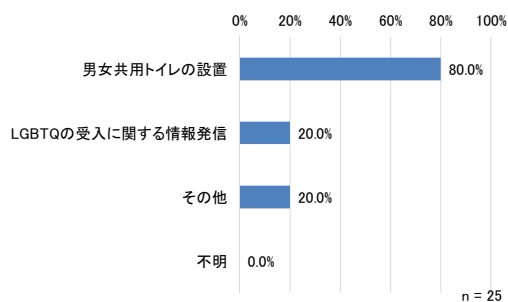
③聴覚障害者



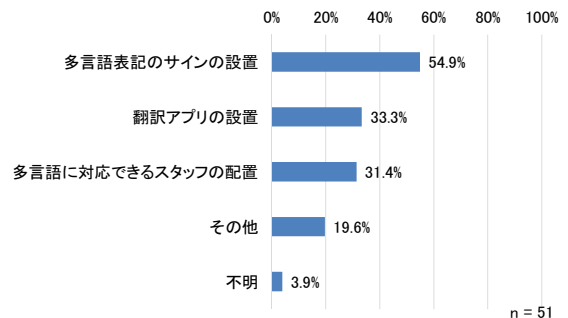
④食のバリアフリー



⑤LGBTQ



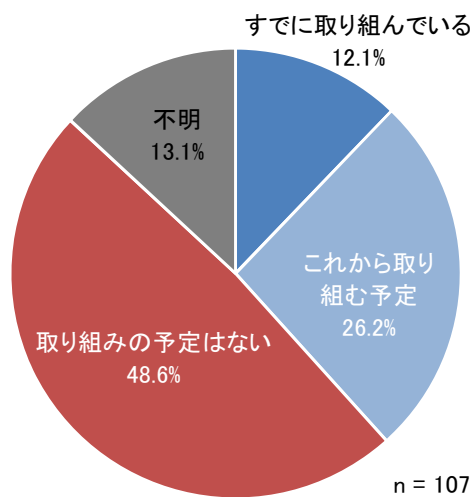
⑥外国人観光客



Q3. Q1・Q2 の回答を踏まえ、貴施設の建物や敷地内のバリアフリー化の意向を教えてください。

(SA)

○建物や敷地内のバリアフリー化の意向について、「すでに取り組んでいる」が 12.1%、「これから取り組む予定」が 26.2%となっている。一方で「取り組みの予定はない」が 48.6%となっている。



【建物や敷地内のバリアフリー化の意向】

2) 障害者や高齢者等への接遇・対応に関する取組状況

Q4. 障害者や高齢者等を受け入れるにあたり、貴施設で実施している取組の状況を教えてください。

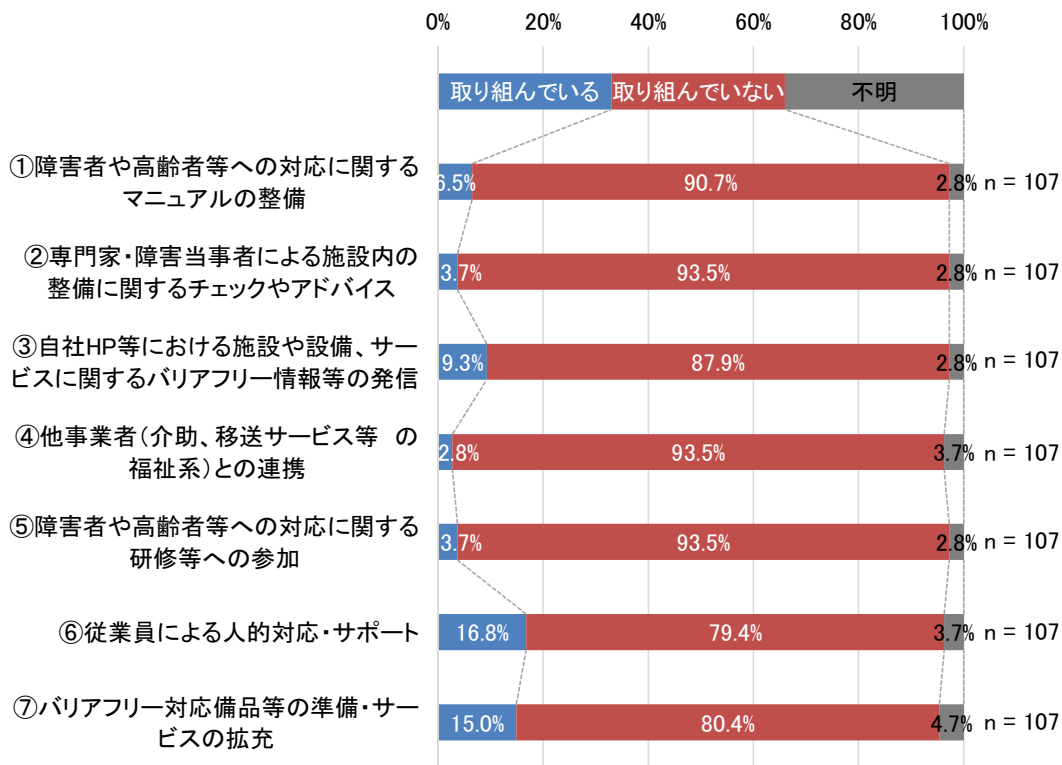
(SA)

○障害者や高齢者等の受け入れにあたる取組状況について、①～⑦の全項目において、「取り組んでいない」が79%以上となっており、取組状況が低い。

○その中でも、「⑥従業員による人的対応・サポート（16.8%）」、「⑦バリアフリー対応備品等の準備・サービスの拡充（15.0%）」が、他の項目に比べ多くなっている。

○具体的な取組内容（次頁）を見ると、⑥においては「イベント内容によっては手話や車いす移動の補助を実施」、⑦においては「車いす貸出」、「筆談ボードの設置」等の取組が見られる。

⇒沖縄県が県内事業者を対象に実施した「観光バリアフリー効果検証・整備状況調査（H30）」の結果をみると、どの項目も沖縄市ではあまり取り組まれていないことがわかる。

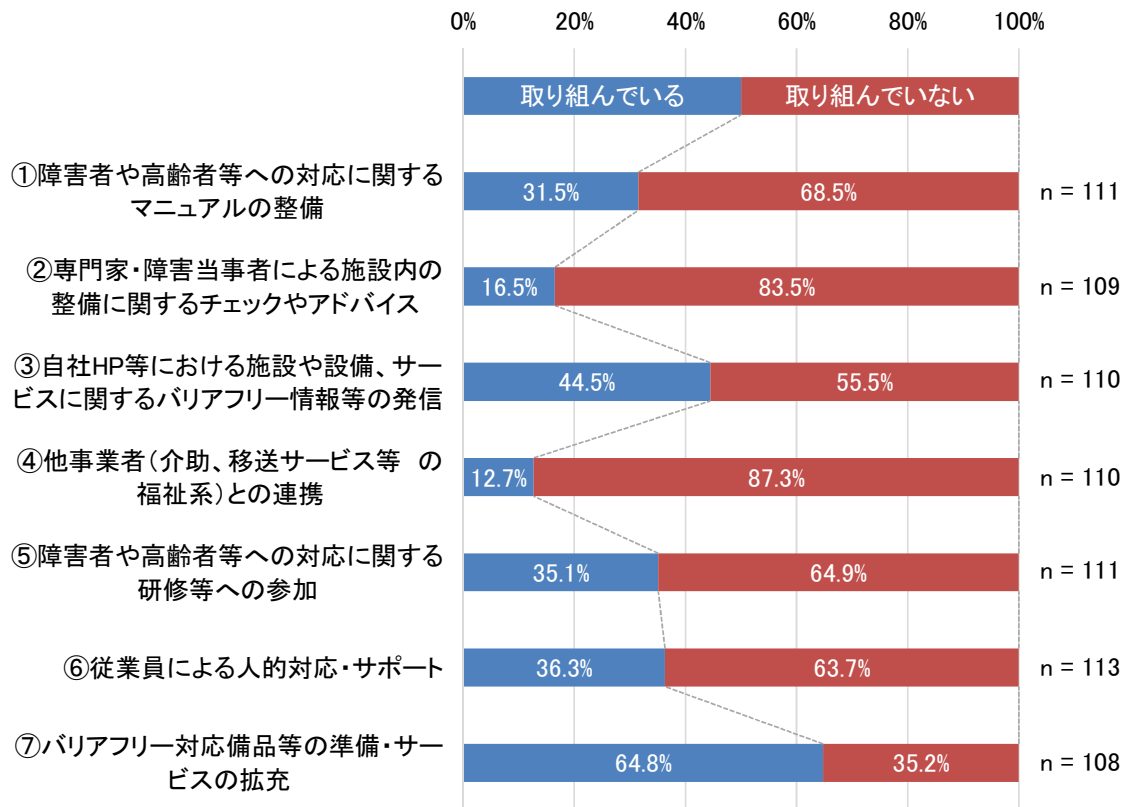


【障害者や高齢者等の受け入れにあたる取組状況】

【項目ごとの具体的な取組内容】

項目	具体的な取組内容
①マニュアルの整備	<ul style="list-style-type: none"> ・イラストを使用しゆっくり話す・聞く意識をもつようなマニュアルを整備している。 ・「沖縄市立図書館読書サポート実施計画」策定中
②専門家・障害当事者によるチェックやアドバイス	<ul style="list-style-type: none"> ・建築設備点検を実施している ・沖縄県身体障害者福祉協議会の方が来園し、整備が必要なものを調整し対応している ・移転開館建設中に専門家のアドバイスを受ける
③施設や設備、サービスに関するバリアフリー情報等の発信	<ul style="list-style-type: none"> ・劇場内の車いす席の場所か複合施設の駐車場の場所、劇場までの順路案内をHPに掲載 ・HPにバリアフリー状況を発信している ・車いす設置の分かる地図をHPに載せている
④他事業者との連携	<ul style="list-style-type: none"> ・デイサービス利用者に「回想法」を提供実施している ・沖縄市社会福祉協議会を通して音訳ボランティアを立ち上げている
⑤対応に関する研修等への参加	<ul style="list-style-type: none"> ・博物館向けの高齢者障害者向け講習参加 ・認知症サポーター育成講座を受講したスタッフが対応 ・図書館関係の障害者サービスの研修会参加
⑥従業員による人的対応・サポート	<ul style="list-style-type: none"> ・イベント内容によっては手話や車いす移動の補助を実施 ・帰る際のタクシーを店舗前まで来てもらっている。その他もお手伝いサポートはしている。 ・出入りのお手伝い。荷物のお手伝い。LINE を使用しての会話など。
⑦バリアフリー対応備品等の準備・サービスの拡充	<ul style="list-style-type: none"> ・車いす貸出（5件） ・筆談ボードの設置（4件） ・窓口までの点字ブロック ・拡大読書機。音声読み上げ機。電子図書館。大活字本。対面朗読。 ・ガーデニング用のイスをお風呂場用に貸し出し ・陸上競技場のシャワー室のみ男女シャワーチェアを設置 ・シャワーのある施設へのシャワーチェアの設置 ・すべてにはないがスロープの設置 ・トレーニング室には車イス対応器具 ・メールやLINE を使用しての多言語・筆談対応
⑧その他	—

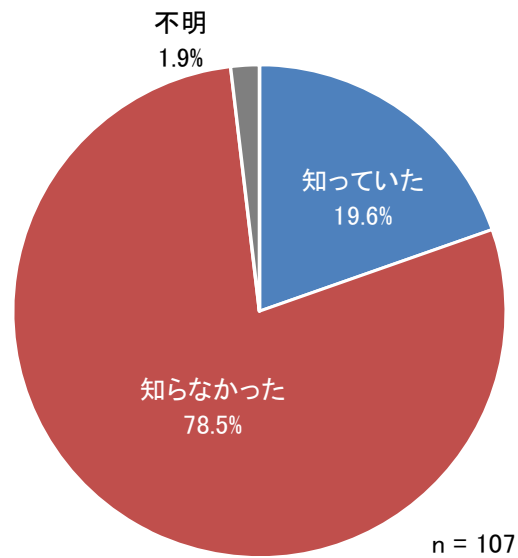
【参考：H30 沖縄県 観光バリアフリー効果検証・整備状況調査】



3) バリアフリー観光の認知度、バリアフリー観光に対する意識

Q5. 沖縄市が「バリアフリー観光の推進」を観光振興の柱の一つとして位置づけ、誰もが安心して楽しめる観光地づくりを推進していることを知っていましたか。(SA)

○沖縄市においてバリアフリー観光を推進していることについて、「知っている」が 19.6%、「知らなかった」が 78.5%となっている。



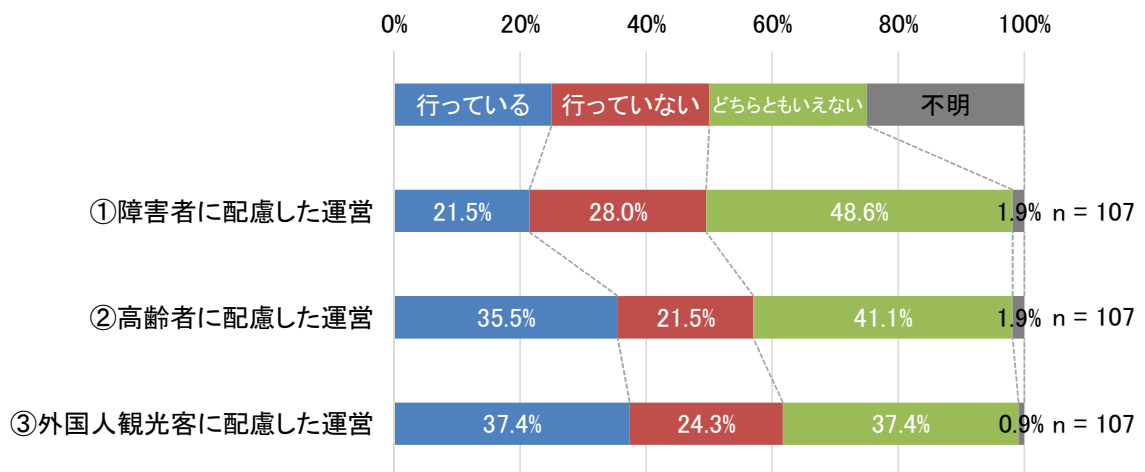
【沖縄市におけるバリアフリー観光の推進に関する認知度】

Q6. バリアフリー観光に関する貴施設のお考えについて教えてください。(SA)

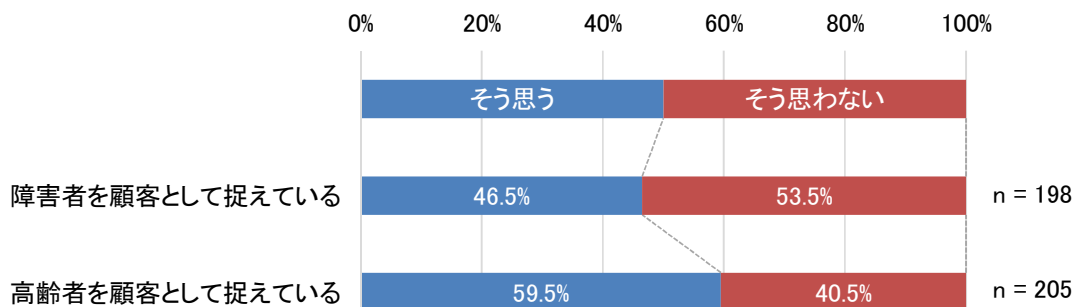
○対象者ごとに配慮した運営の実施について、③外国人観光客(37.4%)、②高齢者(35.5%)、①障害者(21.5%)の順で「行っている」割合が高く、「③外国人観光客」を最も意識していることがわかる。

○「行っていない」の回答を見ると、①障害者が最も多く(28.0%)、次いで③外国人観光客が多い(24.3%)。

⇒沖縄県の調査結果(H30)と比較すると、沖縄市の調査結果は「障害者」、「高齢者」ともに「行っている(そう思う)」の割合が25ポイント程度低くなっている。



【対象者ごとの取組の意識】



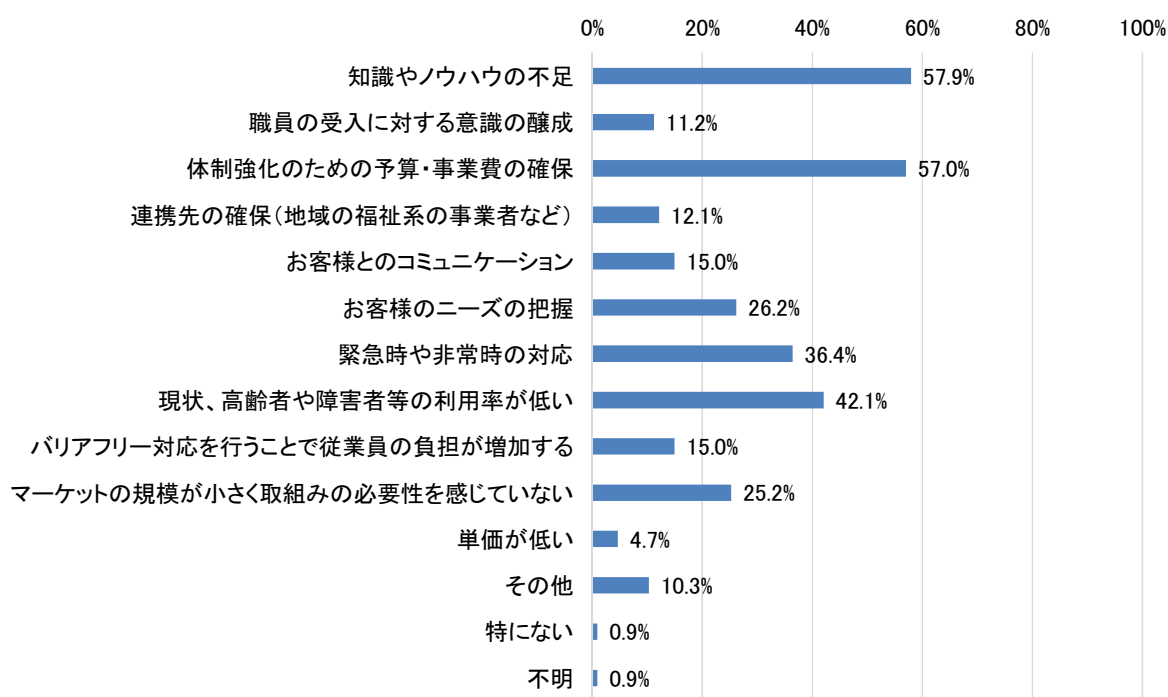
【参考：H30 沖縄県 観光バリアフリー効果検証・整備状況調査】

4) バリアフリー観光を推進する上での課題、今後の取組意向

Q7. バリアフリー観光に係る取組を推進する上で、課題に感じていることや、取組を実施できていない理由はありますか。(MA)

○バリアフリー観光に係る取組を推進する上で、課題に感じていることや、取組を実施できていない理由について、「知識やノウハウの不足」が最も多く(57.9%)次いで「体制強化のための予算・事業費の確保」が多い(57.0%)。

○一方で、「職員の受入に対する意識の醸成(11.2%)」、「連携先の確保(12.1%)」、「お客様とのコミュニケーション(15.0%)」、「単価が低い(4.7%)」の回答が少なく、課題として認識されていないことが考えられる。

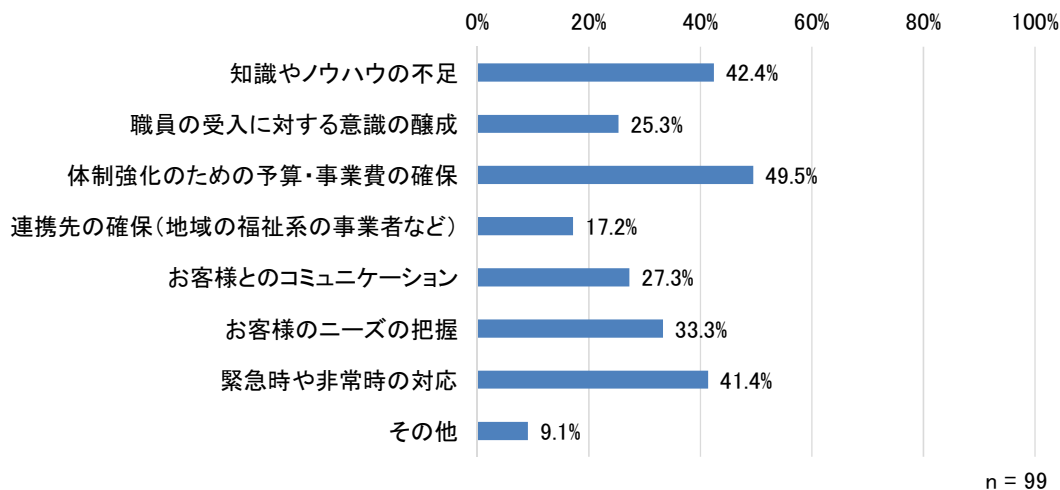


n = 107

【バリアフリー観光の推進における課題】

【参考：H30 沖縄県 観光バリアフリー効果検証・整備状況調査】

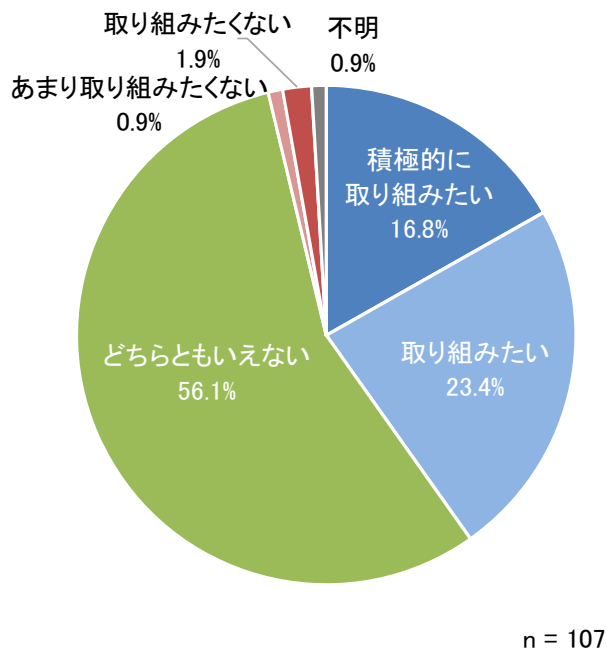
※バリアフリーに関する取組を「積極的に取り組んでいる」または「取り組んでいる」事業者の回答となっている。



【観光バリアフリー効果検証・整備状況】

Q8. 今後、バリアフリー観光に係る取組を行いたいと思いますか。(SA)

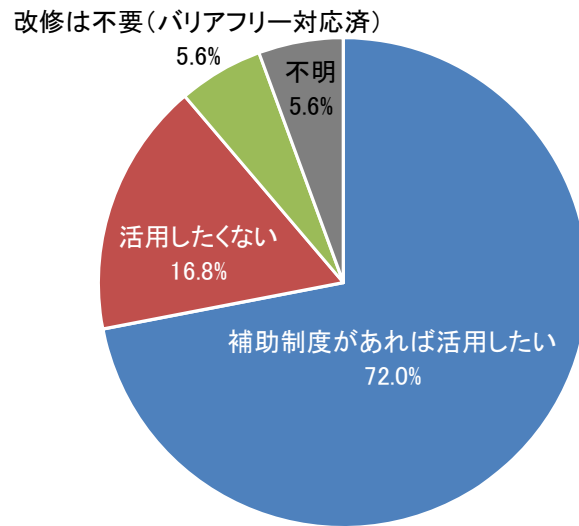
○バリアフリー観光に関する今後の取組意向について、「積極的に取り組みたい」または「取り組みたい」の合算値が40.2%、「取り組みたくない」または「あまり取り組みたくない」の合算値は2.8%となっている。



【バリアフリー観光に関する今後の取組意向】

Q9. バリアフリー観光に係る改修について、新たな補助制度が創設されたら、活用したいと思いますか。(SA)

○バリアフリー観光に係る補助制度の活用意向について、「補助制度があれば活用したい」は72%、「活用したくない」は16.8%となっている。



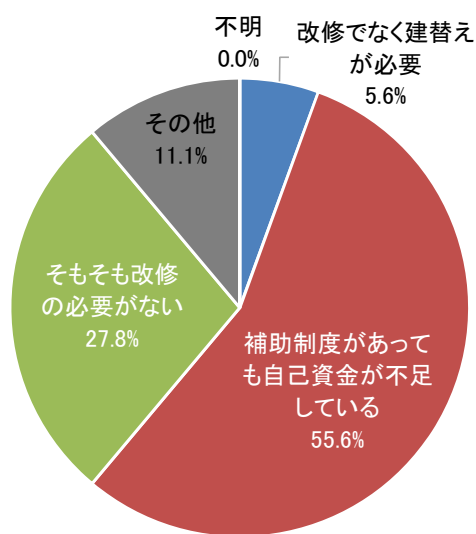
n = 107

【補助制度の活用意向について】

Q10. Q9で「活用したくない」と回答した方へお聞きします。理由を教えてください。(SA)

※Q9で「活用したくない」と回答した方のみ

○補助制度を活用したくない理由について、「補助制度があっても自己資金が不足している」が最も多く(55.6%)、次いで「そもそも改修が必要ない」が多い(27.8%)。



n = 18

【補助制度の活用したくない理由】

Q11. バリアフリー観光の推進や、本市における観光政策についてのご意見など、ご自由にご記入ください。(FA)

○バリアフリー観光の推進や観光政策に関する自由意見について、「バリアフリー観光の推進に係る課題」として、採算性や予算の確保に関する課題の回答が見られた。

○また、「バリアフリー観光の推進に係る意見」や「沖縄市への要望」として、バリアフリー観光を推進するための仕組みづくりや整備などの回答が見られた。

■詳細

《バリアフリー観光の推進に係る課題》

- ・当ホテルは福祉ルーム 1 室設けているが、年に 10 回も利用予約がない。取り組みたいと回答したが、あまり需要がなければ、採算が合わなければ増室は厳しい。
- ・そもそもコザゲート通りそのものがバリアフリー化されておらず、アメリカ人（米兵）への対応が中心となっている。コロナ禍で経営継続すら厳しい中、ハードへの投資は極めて困難である。
- ・店舗が 2 階で階段が急なため、エスカレーター設置を検討中だが、個人の負担では厳しい。

《バリアフリー観光の推進に係る意見》

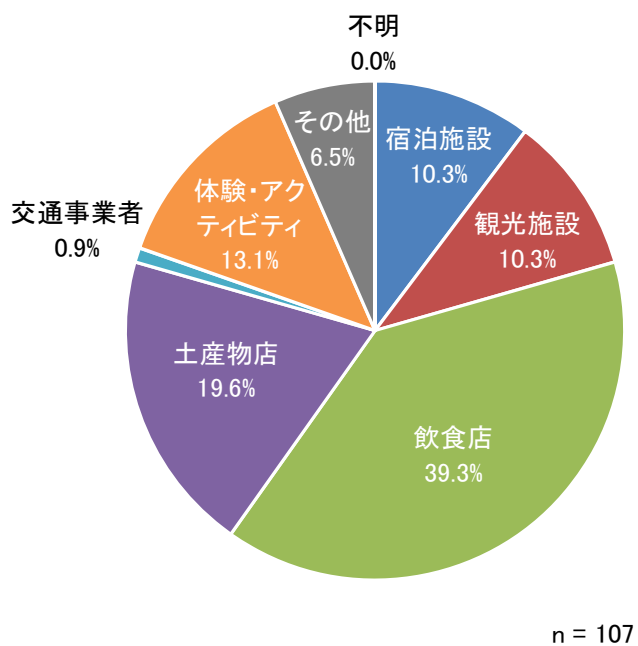
- ・2020 東京パラリンピックの影響により障害者に対する意識は高まっていくことを踏まえて今後バリアフリー観光の推進を積極的に取り組みたい。
- ・今後の事業展開で観光や様々な人が足を運ぶ場所となれば、バリアフリーの設備の仕組みにも力を入れていきたい。
- ・施設の改修に伴う、補助制度の活用が不可欠である。
- ・安心安全が第一である。
- ・立地が商店街のため、駐車場（優先駐車を含む）の整備が不可欠だと思う。
- ・市民はもとよりだれもが納得できる取組み、整備が必要だと思われる。

《沖縄市への要望》

- ・事業所がバリアフリーの取り組みをしやすい形態を構築してほしい。
- ・「バリアフリー観光の推進」について、知らなかったため、もっとアピールしてほしい。現状では需要が少ないと思うが、沖縄アリーナ周辺や東部海浜に、宴会場施設のあるホテルを増やしてほしい。
- ・観光政策がどのような指針で推進されているか知りたい。

Q12. 業種を教えてください。(SA)

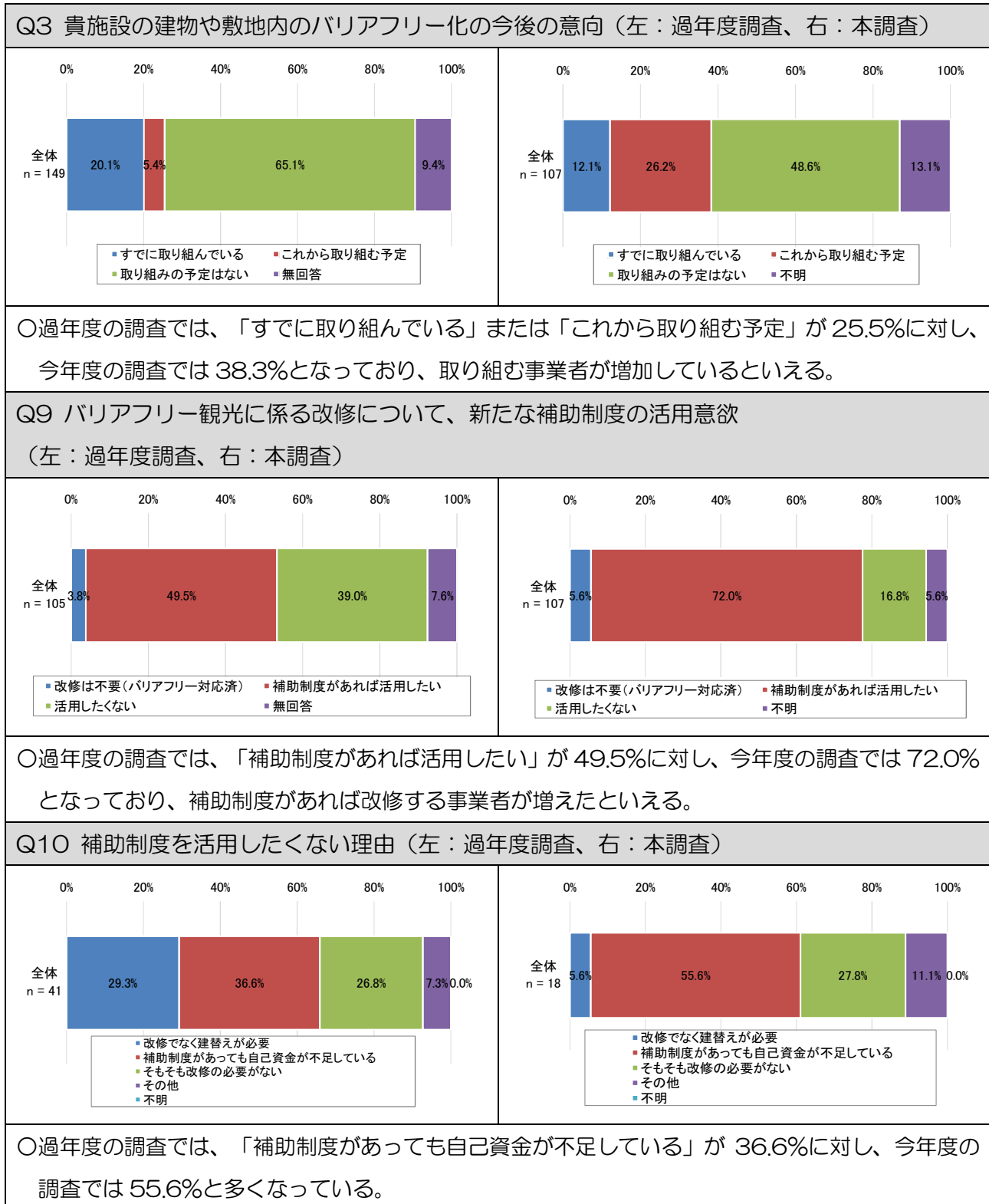
○業種について、「飲食店」が最も多く（39.3%）、次いで「土産物店」が多い（19.6%）。



【業種】

(5) 過年度調査との比較

過年度に沖縄市にて「KozaWeb」に掲載されている事業者を対象に実施した調査において、同様の設問を設けており、今回の調査結果と比較した。

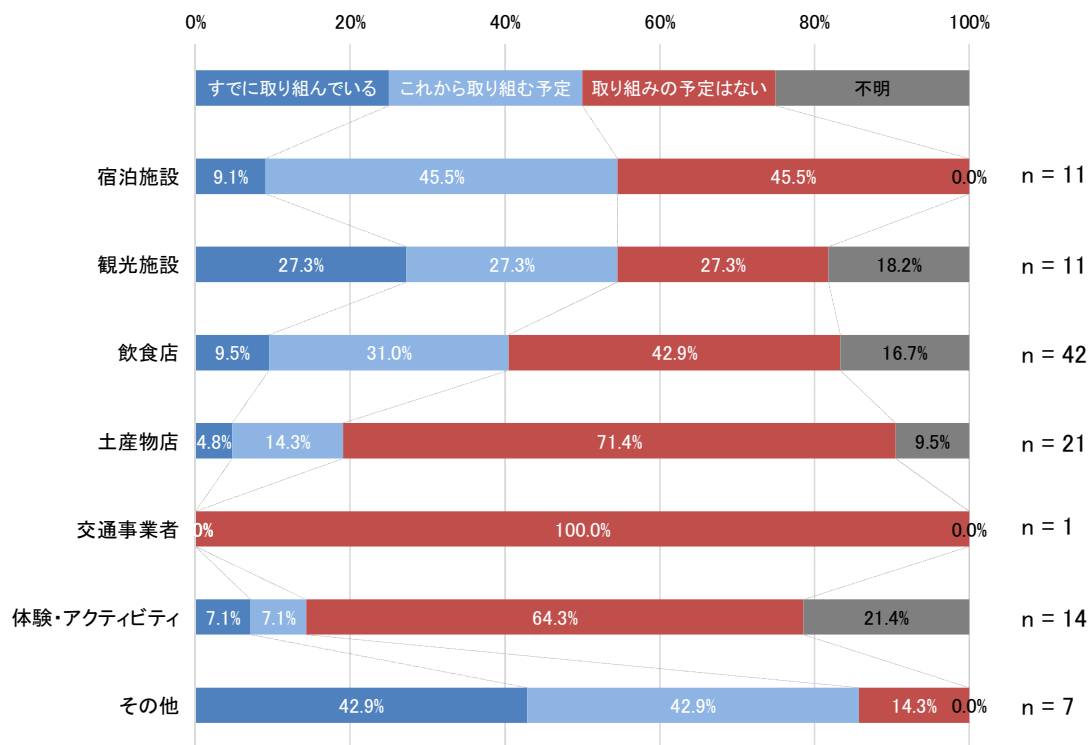


(6) クロス集計／業種別の取組意向・バリアフリー観光を推進する上での課題

事業者の業種によりバリアフリー化の今後の取組意向や、バリアフリー観光を推進する上での課題が異なることが考えられるため、業種別に集計し比較した。

「業種」×「Q3. 建物や敷地内のバリアフリー化の取組意向」

○建物や敷地内のバリアフリー化の取組意向について、「すでに取り組んでいる」または「これから取り組む予定」の割合をみると、宿泊施設と観光施設がともに54.6%で最も多い。一方、「土産物店（19.1%）」、「体験・アクティビティ（14.2%）」の取組意向が低い。



【業種別のバリアフリー化の取組意向】

「業種」×「Q7. 取組を推進する上での課題・取組を実施できていない理由」

○取組を推進する上での課題・取組を実施できていない理由について、取組の意向が高い宿泊施設と観光施設では、「体制強化のための予算・事業費の確保」を課題と感じている割合が高い。

○また、業種ごとに課題に感じている内容（濃い赤色の箇所）が異なり、取組を推進する上での課題・取組を実施できていない理由は業種ごとに異なることがわかる。

【業種別の推進の課題（割合）】

業種	回答数	知識やノウハウの不足	職員の受入に対する意識の醸成	体制強化のための予算・事業費の確保	連携先の確保（地域の福祉系の事業者など）	お客様とのコミュニケーション	お客様のニーズの把握	緊急時や非常時の対応	現状、高齢者や障害者等の利用率が低い	バリアフリー対応を行うことで従業員の負担が増加する	マーケットの規模が小さく取組みの必要性を感じていない	単価が低い	その他	特になし	不明
全体	107	57.9%	11.2%	57.0%	12.1%	15.0%	26.2%	36.4%	42.1%	15.0%	25.2%	4.7%	10.3%	0.9%	0.9%
宿泊施設	11	54.5%	9.1%	63.6%	9.1%	27.3%	27.3%	45.5%	63.6%	9.1%	36.4%	0.0%	9.1%	0.0%	0.0%
観光施設	11	54.5%	9.1%	72.7%	18.2%	18.2%	27.3%	54.5%	9.1%	27.3%	18.2%	0.0%	9.1%	0.0%	0.0%
飲食店	42	61.9%	14.3%	52.4%	9.5%	9.5%	26.2%	33.3%	42.9%	14.3%	19.0%	4.8%	11.9%	0.0%	2.4%
土産物店	21	52.4%	9.5%	47.6%	28.6%	19.0%	23.8%	23.8%	52.4%	9.5%	42.9%	14.3%	14.3%	0.0%	0.0%
交通事業者	1	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	100.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
体験・アクティビティ	14	64.3%	14.3%	64.3%	0.0%	14.3%	14.3%	50.0%	35.7%	14.3%	21.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
その他	7	57.1%	0.0%	71.4%	0.0%	14.3%	42.9%	28.6%	28.6%	28.6%	0.0%	0.0%	14.3%	14.3%	0.0%
凡例								全体より10%以上		全体より5%以上		全体より5%以下		全体より10%以下	

※赤色が濃いほど他の業種に比べて課題に感じており、青色が濃いほど他の業種に比べて課題に感じていないことを表す。

【業種別の推進の課題（件数）】

業種	回答数	知識やノウハウの不足	職員の受入に対する意識の醸成	体制強化のための予算・事業費の確保	連携先の確保（地域の福祉系の事業者など）	お客様とのコミュニケーション	お客様のニーズの把握	緊急時や非常時の対応	現状、高齢者や障害者等の利用率が低い	バリアフリー対応を行うことで従業員の負担が増加する	マーケットの規模が小さく取組みの必要性を感じていない	単価が低い	その他	特になし	不明
全体	107	62	12	61	13	16	28	39	45	16	27	5	11	1	1
宿泊施設	11	6	1	7	1	3	3	5	7	1	4	0	1	0	0
観光施設	11	6	1	8	2	2	3	6	1	3	2	0	1	0	0
飲食店	42	26	6	22	4	4	11	14	18	6	8	2	5	0	1
土産物店	21	11	2	10	6	4	5	5	11	2	9	3	3	0	0
交通事業者	1	0	0	0	0	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0
体験・アクティビティ	14	9	2	9	0	2	2	7	5	2	3	0	0	0	0
その他	7	4	0	5	0	1	3	2	2	2	0	0	1	1	0

(7) クロス集計／バリアフリー化の取組意向×バリアフリー観光を推進する上での課題

バリアフリー化の取組意向の高い事業者、意向の低い事業者間では、バリアフリー観光を推進する上での課題が異なることが考えられるため、バリアフリー化の取組意向別にバリアフリー観光を推進する上での課題を集計し比較した。

「Q3. 建物や敷地内のバリアフリー化の取組意向」×

「Q7. 取組を推進する上での課題・取組を実施できていない理由」

○バリアフリー化の取組意向が高い事業者（「すでに取り組んでいる」と回答している事業者）は、「知識やノウハウの不足」や「体制強化のための予算・事業費の確保」、「お客様とのコミュニケーション」、「お客様のニーズの把握」、「緊急時や非常時の対応」など、取組みを実践しているからこそその課題を感じている。

○また、「これから取り組む予定」と回答している事業者は、「知識やノウハウの不足」や「体制強化のための予算・事業費の確保」をより課題に感じている。

○一方で、取組意向が低い事業者（「取り組みの予定はない」と回答している事業者）は、「現状、高齢者や障害者等の利用率が低い」や「マーケットの規模が小さく取組みの必要性を感じていない」の割合が高く、マーケットの規模や重要性を感じてもらう取組みが必要だと言える。

【バリアフリー化の取組意向×バリアフリー観光を推進する上での課題（割合）】

業種	回答数	知識やノウハウの不足	職員の受入に対する意識の醸成	体制強化のための予算・事業費の確保	連携先の確保（地域の福祉系の事業者など）	お客様とのコミュニケーション	お客様のニーズの把握	緊急時や非常時の対応	現状、高齢者や障害者等の利用率が低い	バリアフリー対応を行うことで従業員の負担が増加する	マーケットの規模が小さく取組みの必要性を感じていない	単価が低い	その他	特にない	不明
全体	107	57.9%	11.2%	57.0%	12.1%	15.0%	26.2%	36.4%	42.1%	15.0%	25.2%	4.7%	10.3%	0.9%	0.9%
すでに取り組んでいる	13	76.9%	7.7%	84.6%	15.4%	30.8%	53.8%	69.2%	23.1%	23.1%	0.0%	0.0%	15.4%	0.0%	0.0%
これから取り組む予定	28	71.4%	10.7%	71.4%	14.3%	14.3%	32.1%	32.1%	28.6%	17.9%	0.0%	3.6%	10.7%	3.6%	0.0%
取り組みの予定はない	52	50.0%	11.5%	46.2%	13.5%	15.4%	19.2%	32.7%	53.8%	15.4%	48.1%	7.7%	9.6%	0.0%	0.0%
不明	14	42.9%	14.3%	42.9%	0.0%	0.0%	14.3%	28.6%	42.9%	0.0%	14.3%	0.0%	7.1%	0.0%	7.1%
凡例		全体より10%以上		全体より5%以上		全体より5%以下		全体より10%以下							

※赤色が濃いほど他の業種に比べて課題に感じており、青色が濃いほど他の業種に比べて課題に感じていないことを表す。

【バリアフリー化の取組意向×バリアフリー観光を推進する上での課題（件数）】

業種	回答数	知識やノウハウの不足	職員の受入に対する意識の醸成	体制強化のための予算・事業費の確保	連携先の確保（地域の福祉系の事業者など）	お客様とのコミュニケーション	お客様のニーズの把握	緊急時や非常時の対応	現状、高齢者や障害者等の利用率が低い	バリアフリー対応を行うことで従業員の負担が増加する	マーケットの規模が小さく取組みの必要性を感じていない	単価が低い	その他	特にない	不明
全体	107	62	12	61	13	16	28	39	45	16	27	5	11	1	1
すでに取り組んでいる	13	10	1	11	2	4	7	9	3	3	0	0	2	0	0
これから取り組む予定	28	20	3	20	4	4	9	9	8	5	0	1	3	1	0
取り組みの予定はない	52	26	6	24	7	8	10	17	28	8	25	4	5	0	0
不明	14	6	2	6	0	0	2	4	6	0	2	0	1	0	1

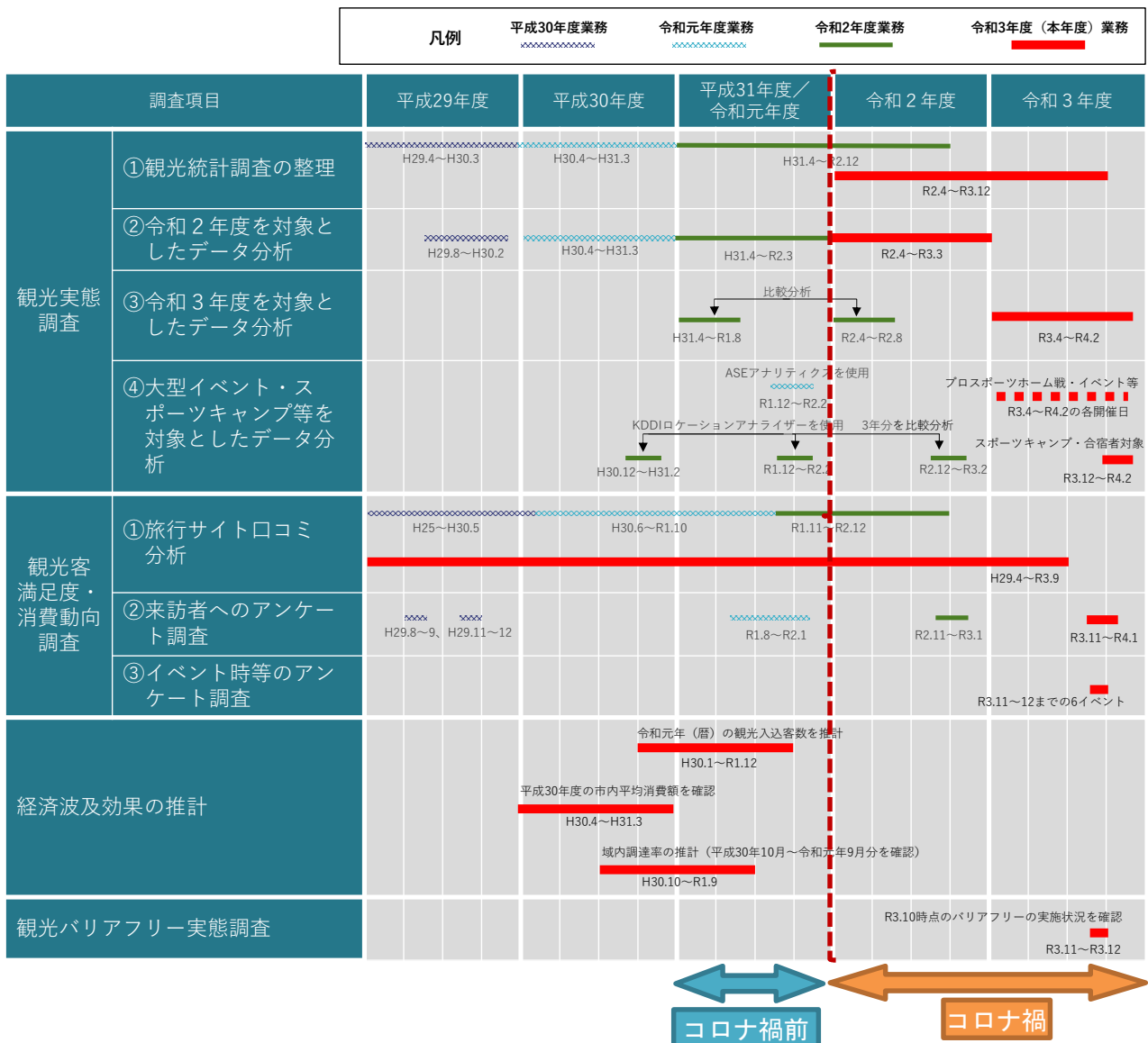
第6章 マーケティング分析

各種調査結果を踏まえ、沖縄市を訪れる観光客の動態や特徴、沖縄市を訪れる来訪者像の詳細分析等を取りまとめるとともに、これらの検討を通じて沖縄市における観光施策の効果検証を行った。

令和2年度業務（下図緑色）の取りまとめでは、調査結果の概要を整理し、コロナ禍前・中での観光動態を含めた分析結果を取りまとめている。今年度業務（下図赤色）では、取得したデータの多くはコロナ禍の観光動態であることから、今年度の調査結果の概要の整理及び、コロナ禍前（令和元年度）の観光動態との比較分析を行い、コロナ禍（令和2年度以降）における観光動態の特徴を整理する。

そして、戦略的かつ効果的に観光客の受入環境整備や情報発信、ターゲティングを絞り込んだ観光地づくり等の検討を行った。

【各調査のデータ取得対象期間一覧表（年度ごとに色分け）（再掲）】



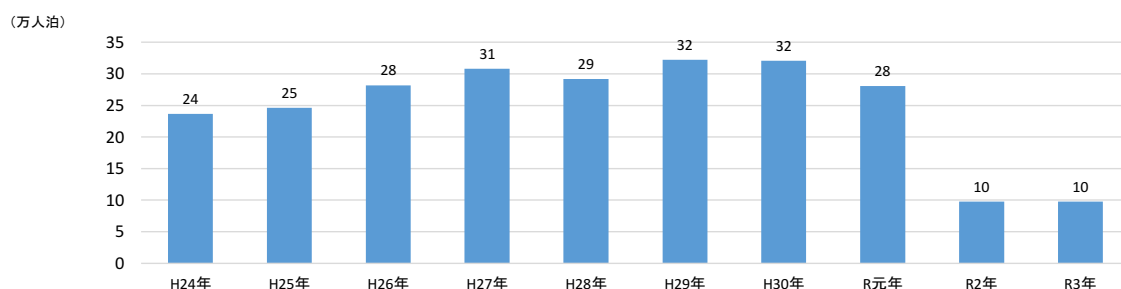
6-1. 今年度（令和3年度）調査結果の概要

今年度の調査結果の概要及び、過年度調査結果を踏まえ、コロナ禍前後の観光動態の変化を取りまとめた。

(1) 観光実態調査（観光客数、属性、観光形態等）

① 延べ宿泊者数の年別推移（平成24年～令和3年（暦年））

○沖縄市の継続的に取得している10施設を対象とした年間宿泊者数は、令和2年度と同程度の年間約10万人泊であり、コロナ前（令和元年）と比べて約6.5割減の状況である。

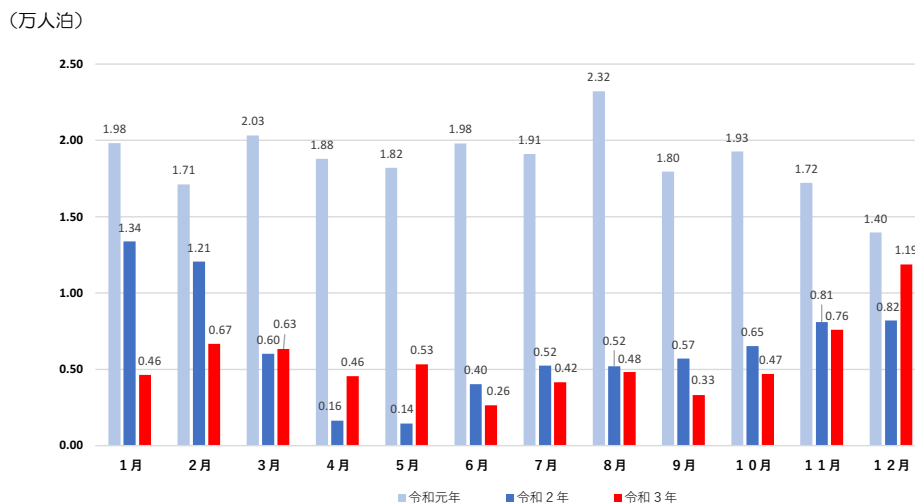


【沖縄市における延べ宿泊数の推移（平成24年～令和3年）】

観光統計調査の整理より

② 沖縄市における延べ宿泊者数の月別推移比較（令和元年～令和3年）

○継続的に取得している市内宿泊施設（6施設）を対象にみると県全体の傾向と同様にコロナ前の令和元年度（令和2年3月）と比較すると大きく減少している。
○コロナ禍におけるGoToキャンペーン（令和2年7月～12月）、緊急事態宣言、まん延防止等重点措置等期間などの影響を多分に受けていると想定される。

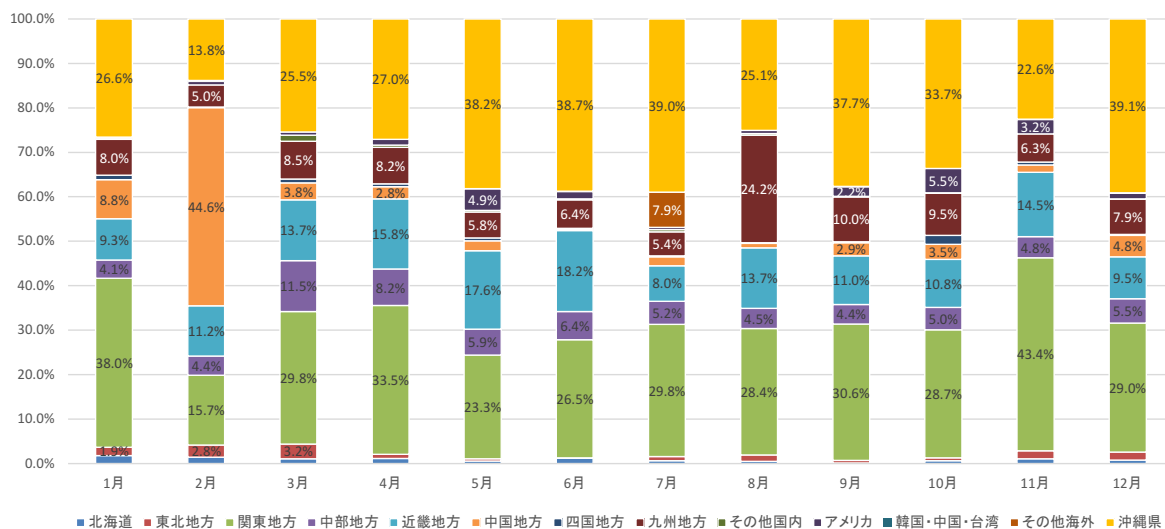


【沖縄市における延べ宿泊者数の月別推移】

観光統計調査の整理より

③ 沖縄市内延べ宿泊者の居住地別・月別の割合（過年度との比較データ無し）

○令和3年度は通年を通じて、沖縄県のほか、関東地方、近畿地方が多い傾向にある。
 ○2月は中国地方が最も多く、広島東洋カープのキャンプ（選手、スタッフ）の効果と推察される。

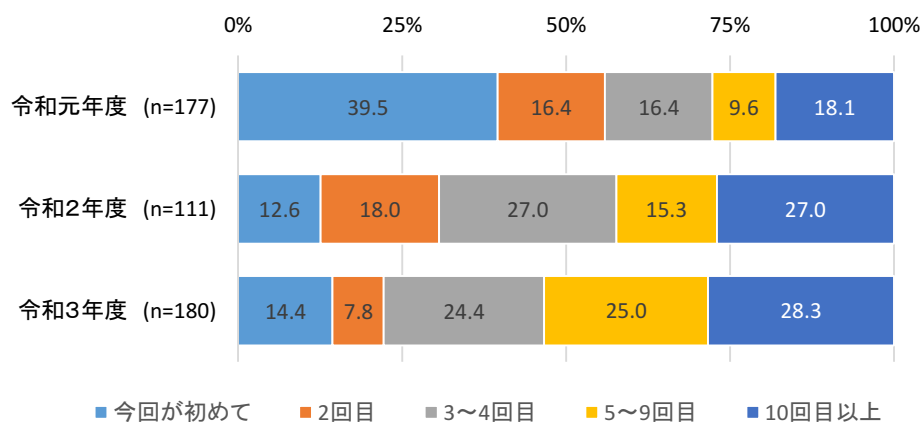


【令和3年市内宿泊者の居住地（地方区分別）割合】

観光統計調査の整理より

④ 観光客の来訪回数（令和元年度～令和3年度）

○令和3年度は10回目以上が約3割を占めており、ハードリピーターの割合が増加している傾向にある。
 ○コロナ禍前後で比較すると、令和元年度は新規来訪者が約4割を占めるに対し、令和3年度は5回目以上のハードリピーターが5割を超えている。



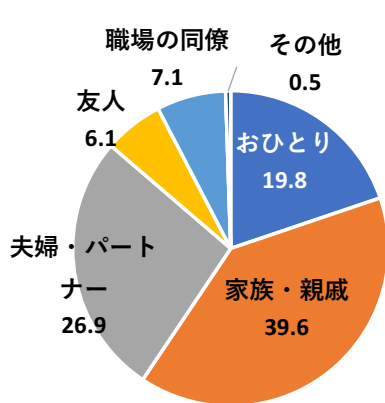
【沖縄市に訪れた国内客（県外客）の来訪回数（令和元年度～令和3年度）】

来訪者へのアンケート調査より

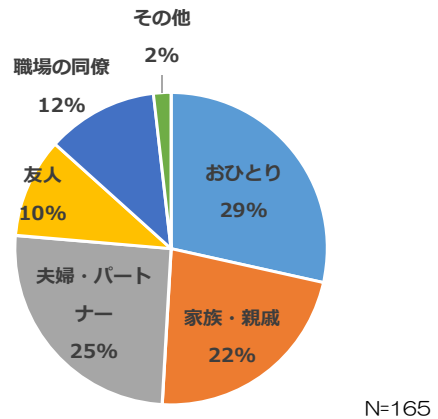
⑤ 沖縄市内宿泊（県外）の同行者・同行人数（令和3年度、令和元年度）

○令和3年度の同行者は、「家族・親戚」が39.6%と最も多く、次いで「夫婦・パートナー」が26.9%となっている。「おひとり」は19.8%と3番目に多い。また、同行人数は2人が5割近くを占めている。

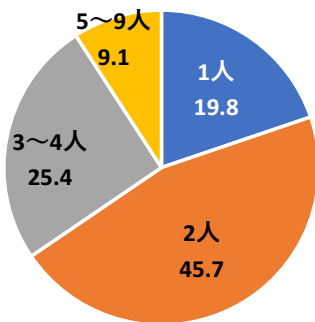
○令和元年度は、「おひとり」が29%と最も多く、次いで「夫婦・パートナー」が25%、「家族・親戚」が22%となっており、コロナ禍において同行者の構成も変化している。また、同行人数は令和3年度と同じく2人が5割近くを占めているが、3人以上の割合は令和3年度の方が多く、より家族旅行にシフトし、家族構成により同行人数の傾向が変化したものと推察される。



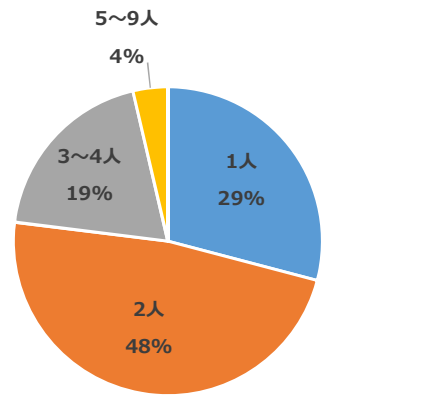
【同行者（令和3年度）】



【同行者（令和元年度）】



【同行人数（令和3年度）】



【同行人数（令和元年度）】

来訪者へのアンケート調査より

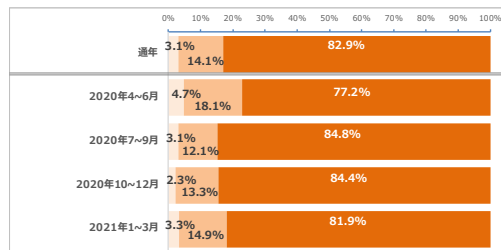
⑥観光客の滞在日数（令和元年度～令和2年度）GPS 分析

○沖縄市へ訪れる観光客の旅程は、令和2年度は、日帰りが3.1%、1泊が14.1%となり、2泊以上が82.9%となっている。また、令和元年度は、日帰りが1%、1泊が7.0%、2泊以上が92.0%であることから、コロナ禍により全体旅程の宿泊数が減少している。

○域内の宿泊割合は令和2年度で25.7%に対し、令和元年度で15.8%と10ポイント増えており、コロナ禍においては沖縄市を明確な目的地として来訪する方が増えており、令和元年度より沖縄市に宿泊し、市内外を周遊する観光が増えていると推察される。

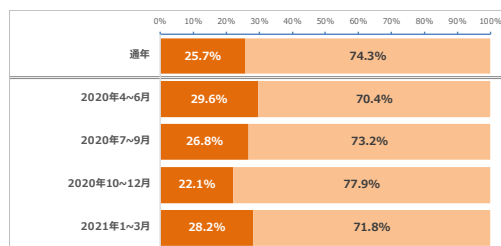
旅程別 来訪者数・構成比

期間	来訪者数	日帰り	1泊	2泊以上
通年	4,273	130	601	3,542
2020年4~6月	609	29	110	470
2020年7~9月	1,045	33	126	886
2020年10~12月	1,622	37	216	1,370
2021年1~3月	998	32	148	817



宿泊場所区分別 宿泊人泊数・構成比

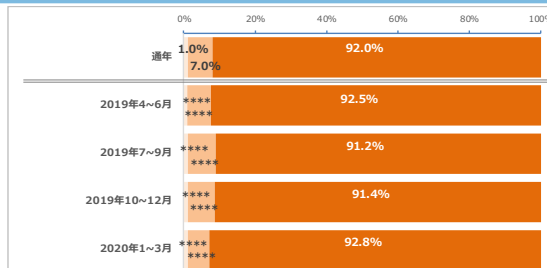
期間	人泊数	域内宿泊	域外宿泊
通年	11,671	3,001	8,670
2020年4~6月	1,538	455	1,083
2020年7~9月	3,065	822	2,243
2020年10~12月	4,431	980	3,451
2021年1~3月	2,637	743	1,894



【沖縄市に訪れた国内客（県外客）の滞在日数（令和2年度）】

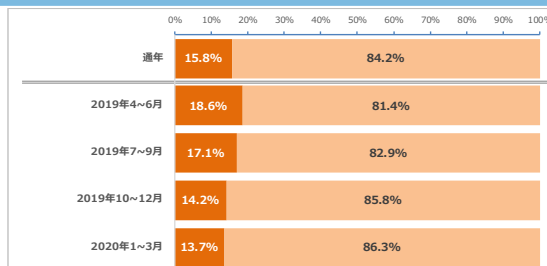
旅程別 来訪者数・構成比

期間	来訪者数	日帰り	1泊	2泊以上
通年	2,378	25	166	2,188
2019年4~6月	559	****	****	518
2019年7~9月	534	****	****	487
2019年10~12月	668	****	****	611
2020年1~3月	617	****	****	573



宿泊場所区分別 宿泊人泊数・構成比

期間	人泊数	域内宿泊	域外宿泊
通年	7,063	1,115	5,948
2019年4~6月	1,660	309	1,351
2019年7~9月	1,651	282	1,368
2019年10~12月	1,928	274	1,653
2020年1~3月	1,824	249	1,574



【沖縄市に訪れた国内客（県外客）の滞在日数（令和元年）】

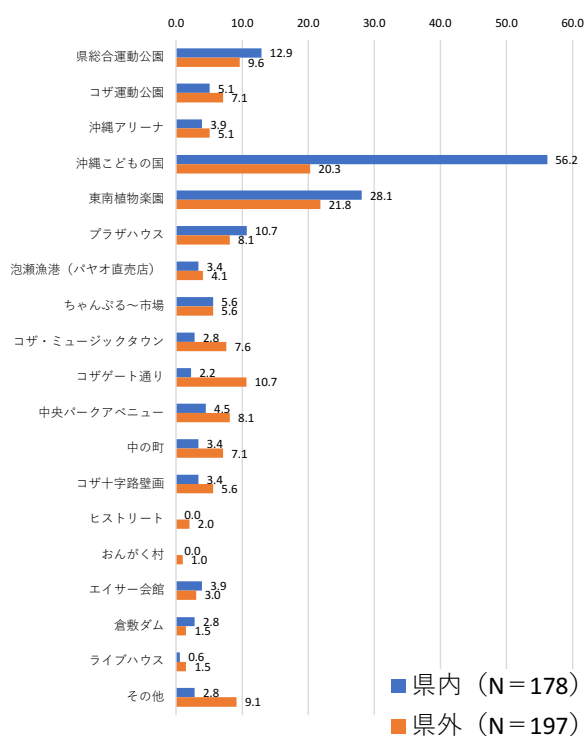
携帯 GPS 調査より

(2) 観光動態・満足度（立ち寄り先、属性、観光形態等）

① 市内の立ち寄り状況（令和3年度、令和元年度）

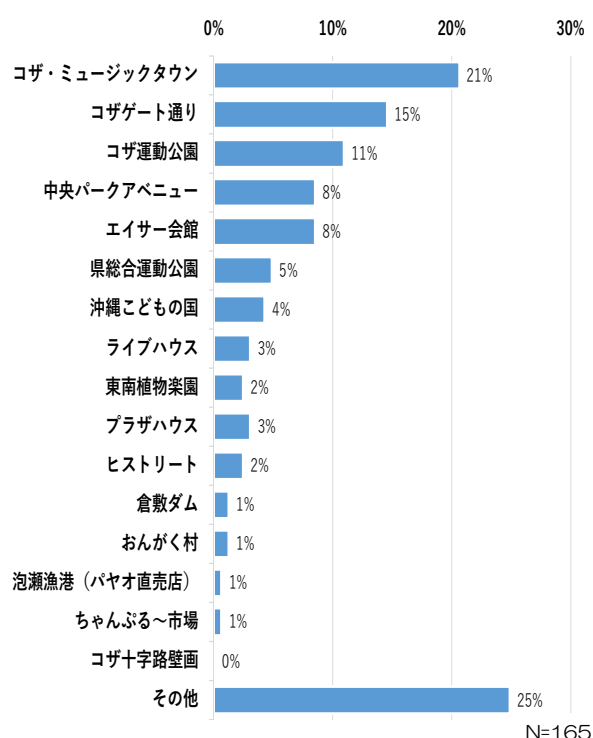
○令和3年度の沖縄市内で訪れた場所は、県内客は、「沖縄こどもの国」が56.2%と最も多く、次いで「東南植物楽園」が28.1%となっている。また、県外については、「東南植物楽園」が21.8%と最も多く、次いで「沖縄こどもの国」が20.3%となっている。

○コロナ禍前の令和元年度は、県内外客を併せて集計しており、令和3年度と調査箇所が異なるため一概に比較は難しいが、「コザ・ミュージックタウン」が21%と最も多く、次いで「コザゲート通り」が15%、「コザ運動公園」が11%と3箇所のみ10%を超えている。調査地点以外の令和3年度の上位立ち寄り地（県外）は、「コザゲート通り」、「県総合運動公園」、「中央パークアベニュー」、「プラザハウス」と続き、「県総合運動公園」の立ち寄り割合が高くなっている。



【市内の立ち寄り状況（令和3年度）】

※市内宿泊施設（11施設）、市内観光施設（3施設）にて調査



【市内の立ち寄り状況（令和元年度）】

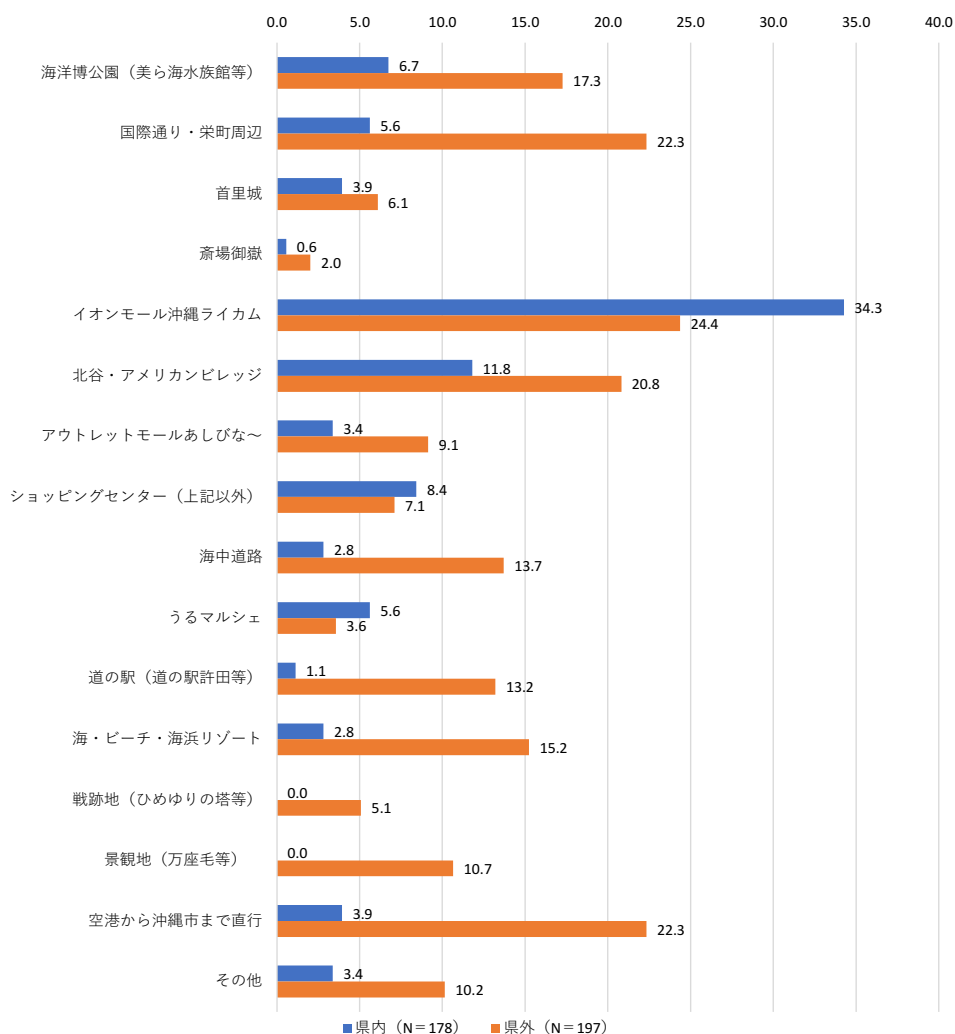
※市内宿泊施設（9施設）にて調査

来訪者へのアンケート調査より

② 沖縄市の前に訪れる場所（令和3年度、令和2年度・元年度）

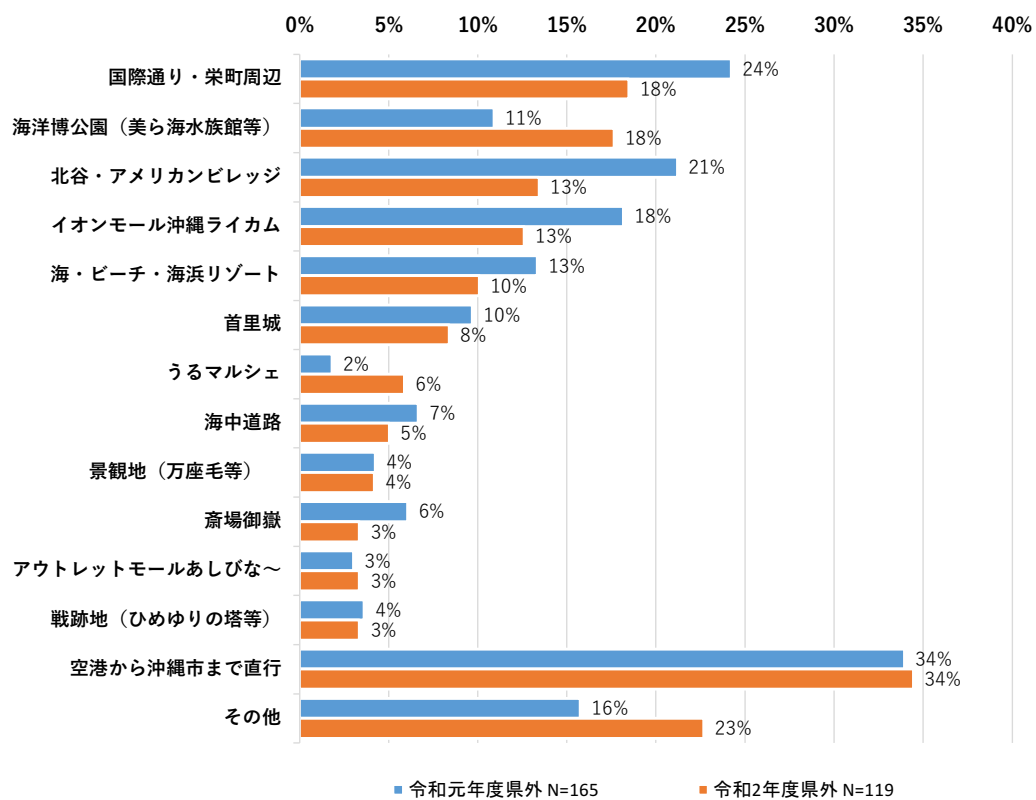
○沖縄市に訪れる「前」に訪れる場所は、令和3年度の県内については、「イオンモール沖縄ライカム」が34.3%と最も多く、次いで「北谷・アメリカンビレッジ」が11.8%となっている。県外については、「イオンモール沖縄ライカム」が24.4%と最も多く、次いで「国際通り・栄町」、「空港から沖縄市まで直行」が22.3%となっている。

○コロナ禍前の令和元年度と比較すると、「空港から沖縄市まで直行」が34%と最も多く、次いで「国際通り・栄町」が24%、「北谷・アメリカンビレッジ」が21%となり、令和元年度と比べ「イオンモール沖縄ライカム」の立ち寄り割合が増加し、空港から沖縄市までの直行は減少している（到着後、立ち寄りながらの沖縄市への来訪割合が増えている）。



【沖縄市の前に訪れる場所移（令和3年度）】

来訪者へのアンケート調査より



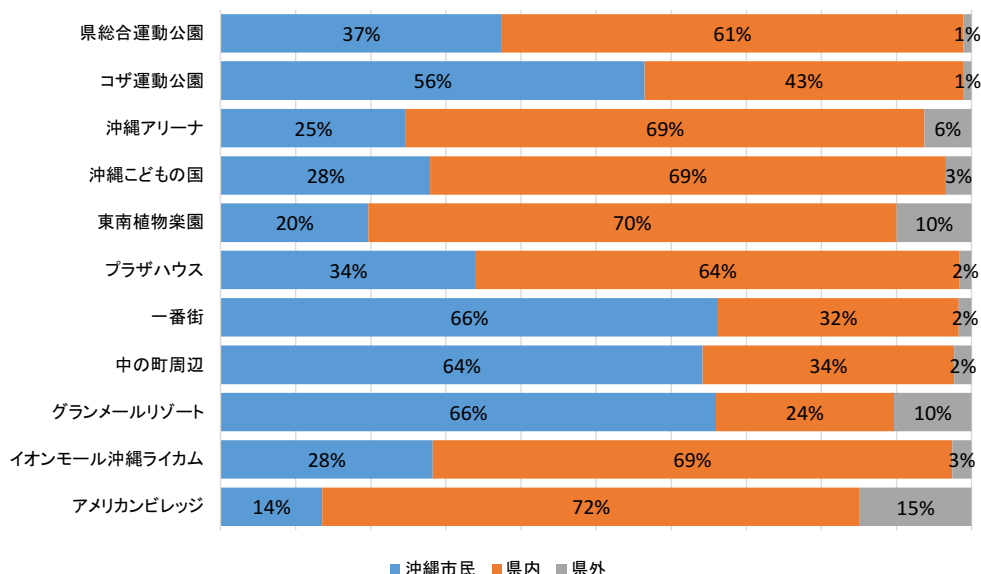
【沖縄市の前に訪れる場所移（令和元年度、令和2年度）】

来訪者へのアンケート調査より

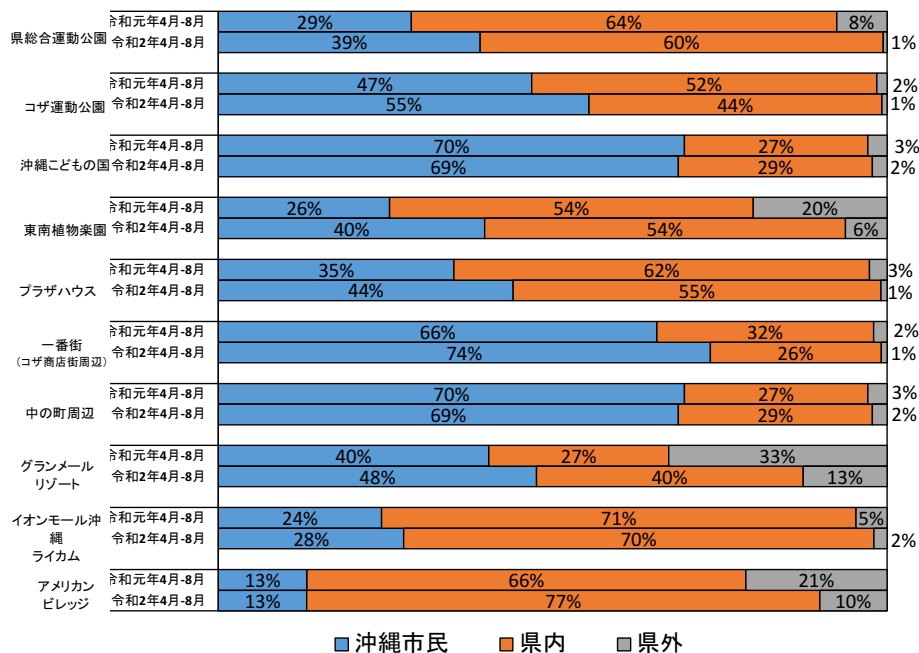
③各エリアにおける滞在者の居住地割合（令和3年度 通年）

○県外観光客の多い観光地は、「アメリカンビレッジ」、「東南植物楽園」、「グランメールリゾート」の順となり、令和3年では10%を超えている。令和元年度（コロナ禍）も上記3地点は10%を超えているが、すべての地点で県外の構成比は減少している。

○コロナ禍において県内観光客の割合が増加した施設として、「沖縄こどもの国」（27%（令和元年）⇒69%（令和3年））が大きく増加しており、コロナ禍における県内マーケットの割合が増加した施設と考えられる。



【エリア別の滞在者の居住地割合（令和3年通年）】



【エリア別の滞在者の居住地割合（令和元年～2年）】

携帯 GPS 調査より

④周遊分析（令和3年度、令和元年度）

○令和3年度の分析結果では、各観光地から「アメリカンビレッジ」への周遊割合は約2～6割程度確認され、次いで各観光地から「イオンモール沖縄ライカム」への結びつきが強い。市内の観光地間では、「中の町周辺⇄コザ商店街周辺」で35%を超えており、結びつきが強くなっている。

○令和元年度の分析結果でも、対象としている季節は異なるものの、同様の傾向にある。これの結びつきの強い周遊ルート間での情報発信が効果的になると考えられる。

	県総合運動公園	コザ運動公園	沖縄こどもの国	東南植物楽園	プラザハウス	コザ商店街周辺	中の町周辺	グランメールリゾート	イオンモール沖縄ライカム	アメリカンビレッジ	沖縄アリーナ
県総合運動公園		1.9%	16.0%	0.0%	0.0%	13.6%	9.6%	14.0%	22.1%	24.4%	2.8%
コザ運動公園	4.0%		0.0%	0.0%	0.0%	13.7%	20.1%	0.0%	15.9%	27.4%	0.0%
沖縄こどもの国	13.2%	0.0%		0.0%	0.0%	0.0%	7.8%	1.2%	18.6%	23.2%	0.0%
東南植物楽園	0.0%	0.0%	0.0%		0.0%	0.0%	6.8%	0.9%	10.6%	57.2%	1.3%
プラザハウス	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%		10.2%	15.4%	0.0%	44.7%	49.4%	0.8%
コザ商店街周辺	4.5%	2.2%	0.0%	0.0%	4.7%		43.4%	0.9%	16.1%	51.9%	2.4%
中の町周辺	2.6%	2.6%	2.5%	4.9%	5.7%	35.1%		2.6%	18.9%	32.8%	1.6%
グランメールリゾート	11.0%	0.0%	1.2%	2.0%	0.0%	2.2%	7.6%		22.4%	28.4%	6.3%
イオンモール沖縄ライカム	2.0%	0.7%	2.0%	2.6%	5.6%	4.4%	6.4%	2.6%		38.6%	2.3%
アメリカンビレッジ	0.5%	0.3%	0.6%	3.2%	1.4%	3.3%	2.6%	0.8%	8.9%		0.8%
沖縄アリーナ	2.6%	0.0%	0.0%	3.2%	1.0%	6.8%	5.7%	7.6%	23.6%	34.0%	

【各エリアにおける周遊割合（令和3年4～6月）】

	延べ滞在者数	県総合運動公園	コザ運動公園	沖縄こどもの国	東南植物楽園	プラザハウス	コザ商店街周辺	中の町周辺	グランメールリゾート	イオンモール沖縄ライカム	アメリカンビレッジ
県総合運動公園	13,207		1.6%	2.6%	0.3%	0.3%	5.6%	4.1%	4.9%	20.9%	19.2%
コザ運動公園	4,245	4.9%		2.6%	2.7%	1.8%	8.4%	16.5%	1.2%	23.7%	29.1%
沖縄こどもの国	7,781	4.3%	1.4%		3.6%	2.0%	4.0%	5.9%	4.0%	29.1%	23.5%
東南植物楽園	13,971	0.3%	0.8%	2.0%		0.3%	0.7%	0.7%	2.9%	5.1%	15.0%
プラザハウス	3,712	1.0%	2.1%	4.1%	1.1%		9.5%	19.0%	2.3%	24.6%	37.0%
コザ商店街周辺	9,232	8.0%	3.9%	3.4%	1.1%	3.8%		43.3%	2.6%	27.9%	25.9%
中の町周辺	16,627	3.3%	4.2%	2.8%	0.6%	4.3%	24.1%		2.1%	20.3%	21.3%
グランメールリゾート	10,322	6.3%	0.5%	3.0%	3.9%	0.8%	2.4%	3.4%		27.2%	31.2%
イオンモール沖縄ライカム	63,187	4.4%	1.6%	3.6%	1.1%	1.4%	4.1%	5.3%	4.4%		29.2%
アメリカンビレッジ	200,190	1.3%	0.6%	0.9%	1.0%	0.7%	1.2%	1.8%	1.6%	9.2%	

【各エリア別の滞在者の居住地割合（令和元年）】

携帯 GPS 調査より

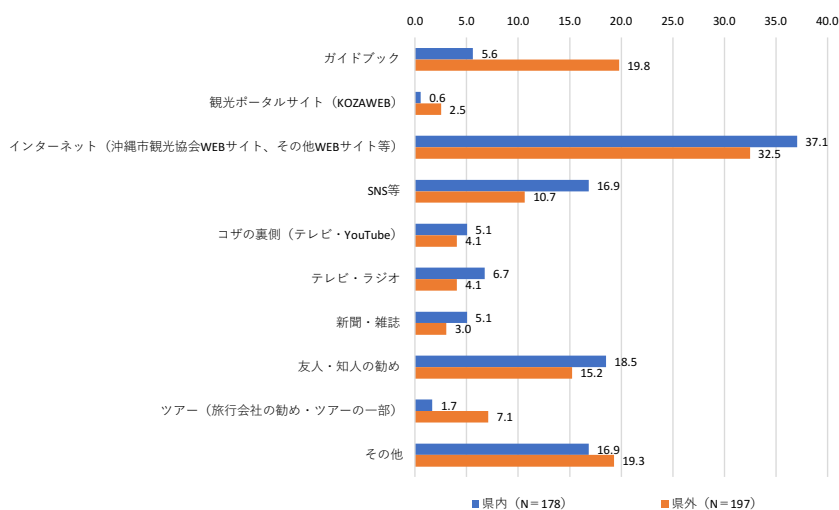
⑤ 沖縄市内を訪れるきっかけとなった情報源、媒体（令和3年度、令和元年度）

○沖縄市内を訪れるきっかけとなった情報源、媒体は、県内については、「インターネット」が37.1%と最も多く、次いで「友人・知人の勧め」が18.5%となっている。

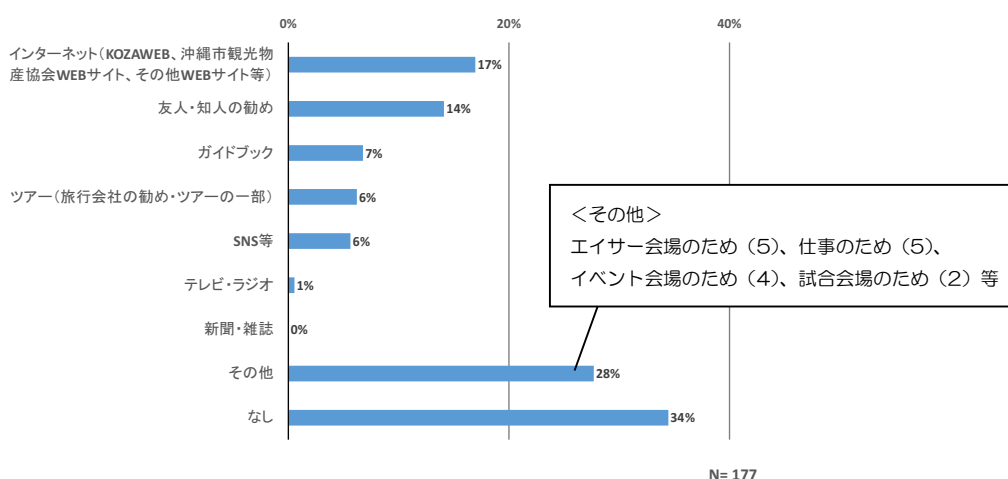
○県外については、「インターネット」が32.5%と最も多く、次いで「ガイドブック」が19.8%となっている。「インターネット」に次いで、県外では「ガイドブック」、県内では「友人・知人の勧め」、「SNS等」の口コミの割合が高くなっている。

○コロナ禍前の令和元年では、「なし」及び「その他」を除き、「インターネット」が17%と最も多く、次いで「友人・知人の勧め」が14%と続く。

○以上より、コロナ禍前よりインターネット(17%から32.5%)やSNS(6%から16.9%)の割合の増加については、市にて実施しているメディアプロモーションの成果と推察され、継続的な実施が重要である。



【沖縄市内を訪れるきっかけとなった情報源、媒体（県内・県外 令和3年）】



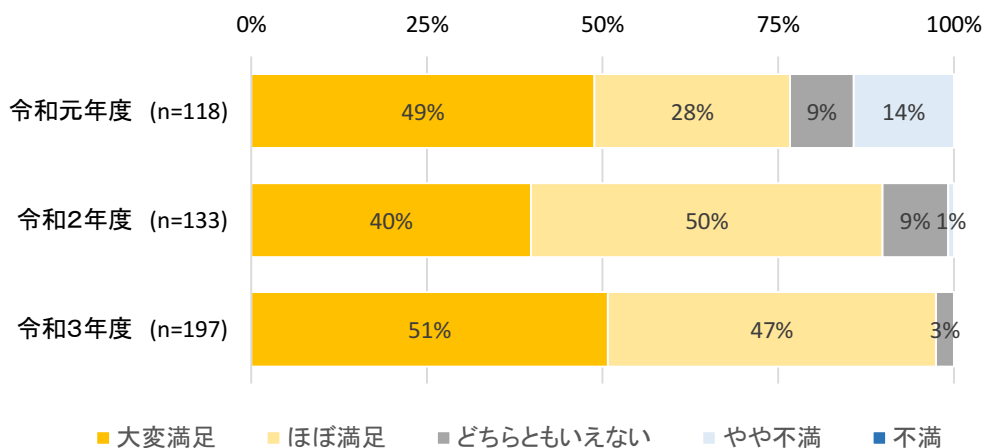
【沖縄市内を訪れるきっかけとなった情報源、媒体（全体 令和元年）】

来訪者へのアンケート調査より

⑥観光客の満足度（令和元年度～令和3年度）

○令和3年度の沖縄市の満足度は「大変満足」が令和2年度より11pt増加し、令和元年度と同程度となっている。

ハードリピーターの割合が高く、沖縄市での観光に対して一定の満足度を持っている観光客がさらに満足度を高めているものと推察される。

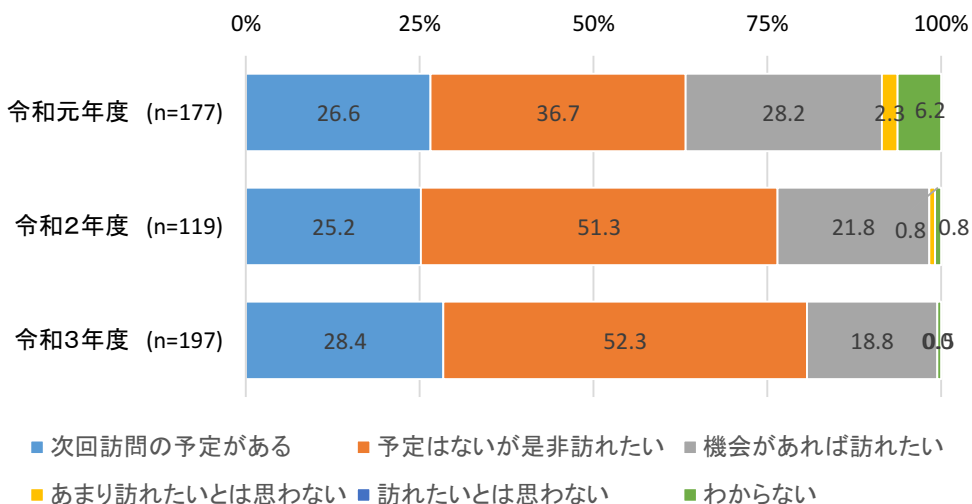


【沖縄市に訪れた国内客（県外客）の来訪回数（令和元年度～令和3年度）】

来訪者へのアンケート調査より

⑦観光客の再来訪意向（令和元年度～令和3年度）

○令和3年度の沖縄市の再来訪意向は、訪れたい（来訪の予定＋是非）の割合が8割を超えており、満足度との相関が高いことが想定される。満足度が高く、再来訪意欲の高い層については引き続き情報発信等を行うとともに、機会があれば訪れたい層に対しさらに魅力を伝えていく必要がある。



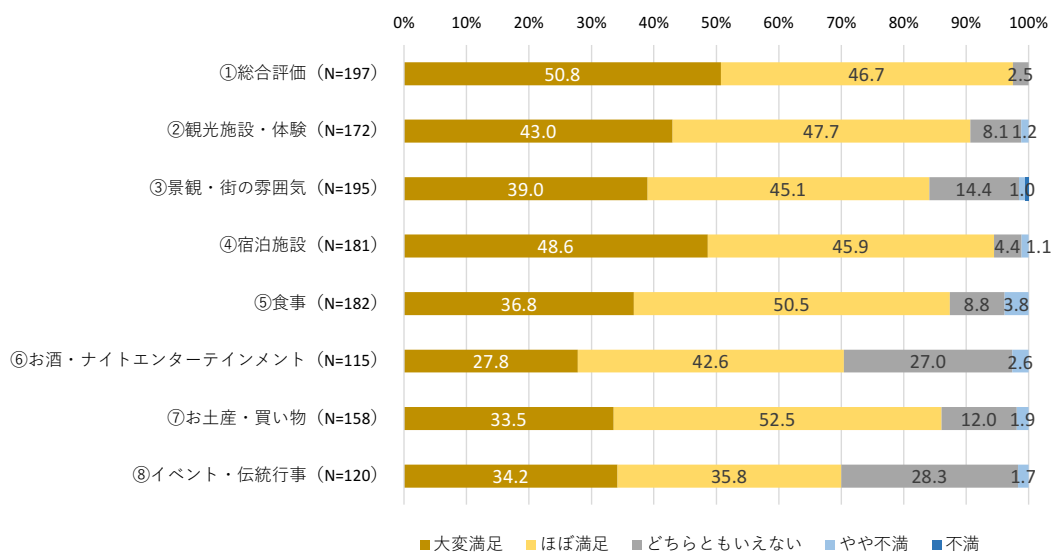
【沖縄市に訪れた国内客（県外客）の再来訪意向（令和元年度～令和3年度）】

来訪者へのアンケート調査より

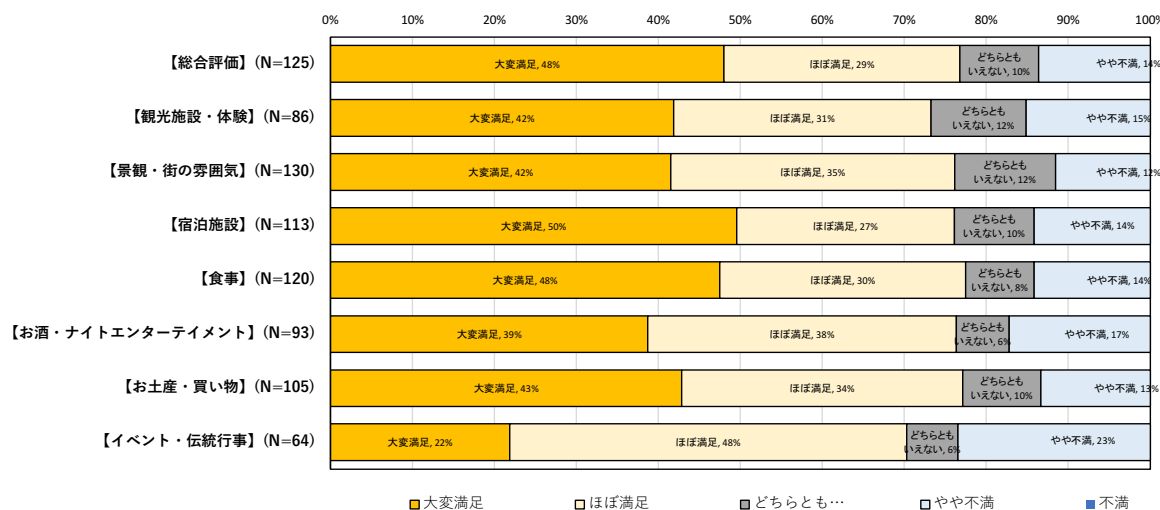
⑧ 沖縄市に対する評価（各項目における満足度）（令和3年度、令和元年度）

○令和3年度の県外客については、「大変満足」または「ほぼ満足」と回答した割合が97.5%となっている。各項目別にみると、「宿泊施設」が「大変満足」または「ほぼ満足」と回答した割合94.5%と最も高く、次いで「観光施設・体験」が90.7%となっている。

○コロナ禍前の令和元年度と比較すると、「やや不満」の割合が大幅に減少していること、リピーターの割合が多いことから、沖縄市の観光に満足している方が再来訪し、より満足度が高まっていることが想定される。一方、項目別にみると、「総合評価」、「観光施設・体験」、「イベント・伝統行事」以外は令和元年より「大変満足」の割合が減少していることから、リピーターの方の満足度を高めるためには、これらの項目に対する魅力を高めていく必要がある。



【沖縄市観光の満足度（令和3年度）※県外客のみ】



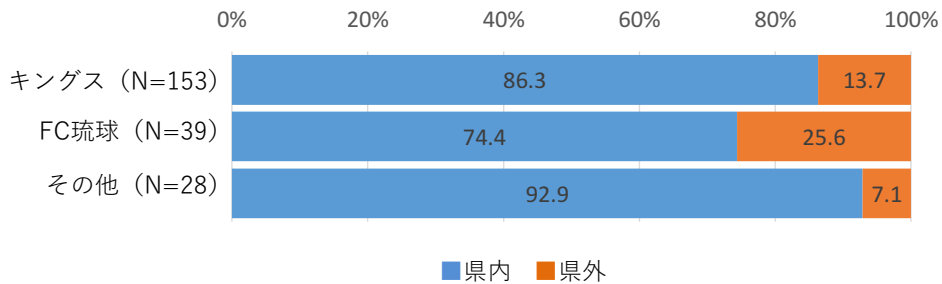
【沖縄市観光の満足度（令和元年度）】

来訪者へのアンケート調査より

(3) スポーツイベント調査（令和3年度調査のみ）

①居住地（県内外）

○居住地は、各イベントともに「県内」と回答した割合が多くなっている。
 ○イベントごとの県内の割合をみると、キングスについては86.3%、FC琉球については74.4%、その他（琉球アスティーダフェスティバルおよびRIZIN）については92.9%となっている。

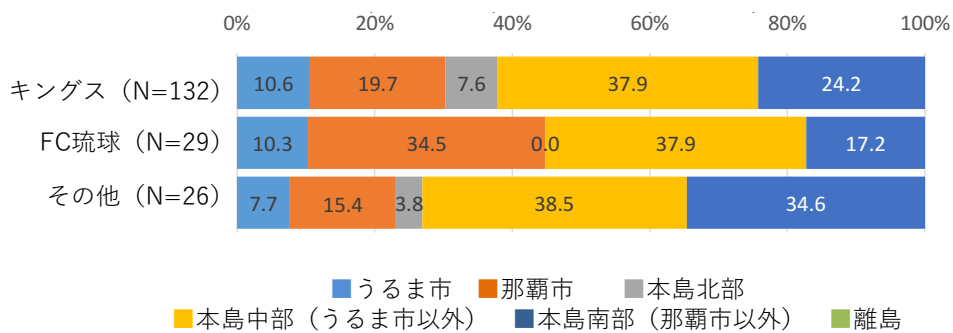


【イベント別の県内外の割合】

イベント時等のアンケート調査より

②居住している市町村（県内のみ）

○居住している市町村は、キングスについては、「本島中部（うるま市以外）」が37.9%と最も多く、次いで「本島南部（那覇市以外）」が24.2%となっている。
 ○FC琉球については、「本島中部（うるま市以外）」が37.9%と最も多く、次いで「那覇市」が34.5%となっている。

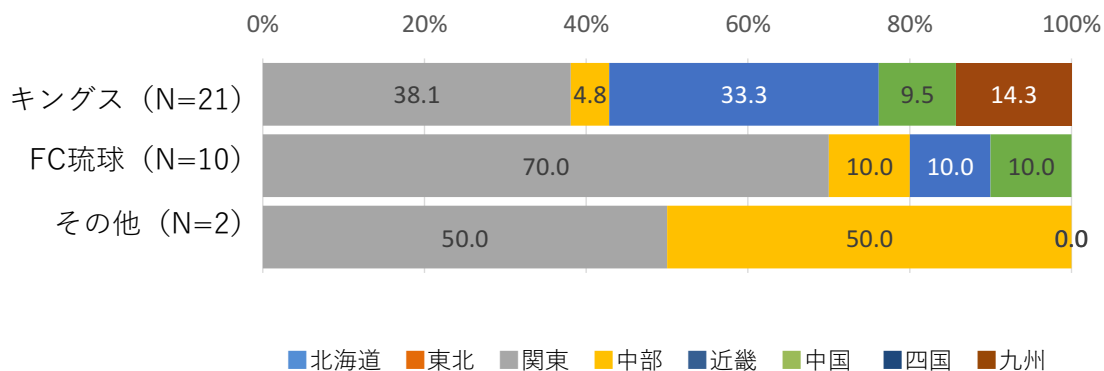


【イベント別の市町村別（居住地）の割合】

イベント時等のアンケート調査より

③居住している都道府県（県外のみ）

○居住している都道府県は、キングスについては、「関東」が38.1%と最も多く、次いで「近畿」が33.3%となっている。
 OFC琉球については、「関東」が70%と最も多く、次いで「中部」、「近畿」が10%となっている。

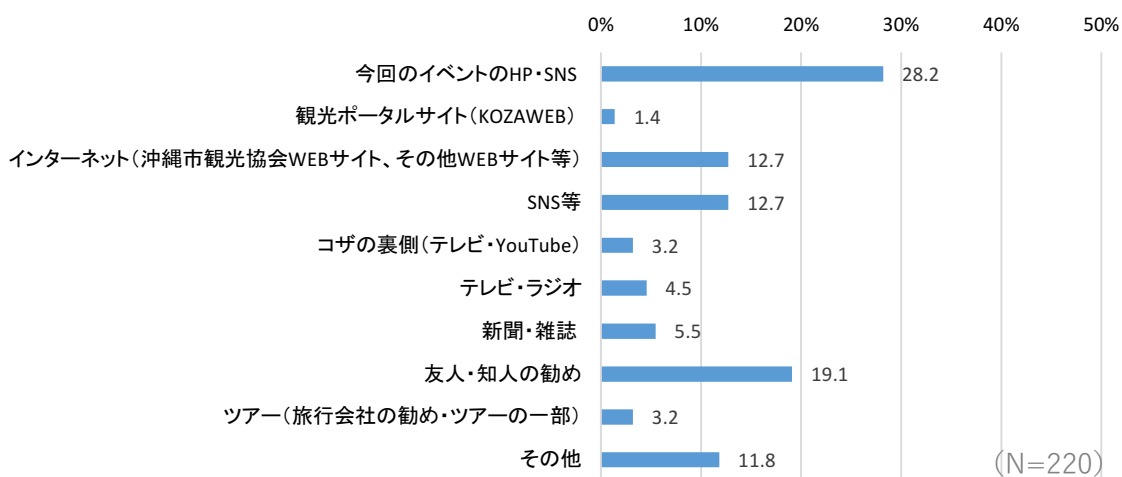


【イベント別の都道府県（居住地）の割合】

イベント時等のアンケート調査より

④試合会場以外に沖縄市内に立ち寄ったきっかけ

○試合会場以外に沖縄市内に立ち寄ったきっかけは、「今回のイベントのHP・SNS」が28.2%と最も多く、次いで「友人・知人の勧め」が19.1%となっている。

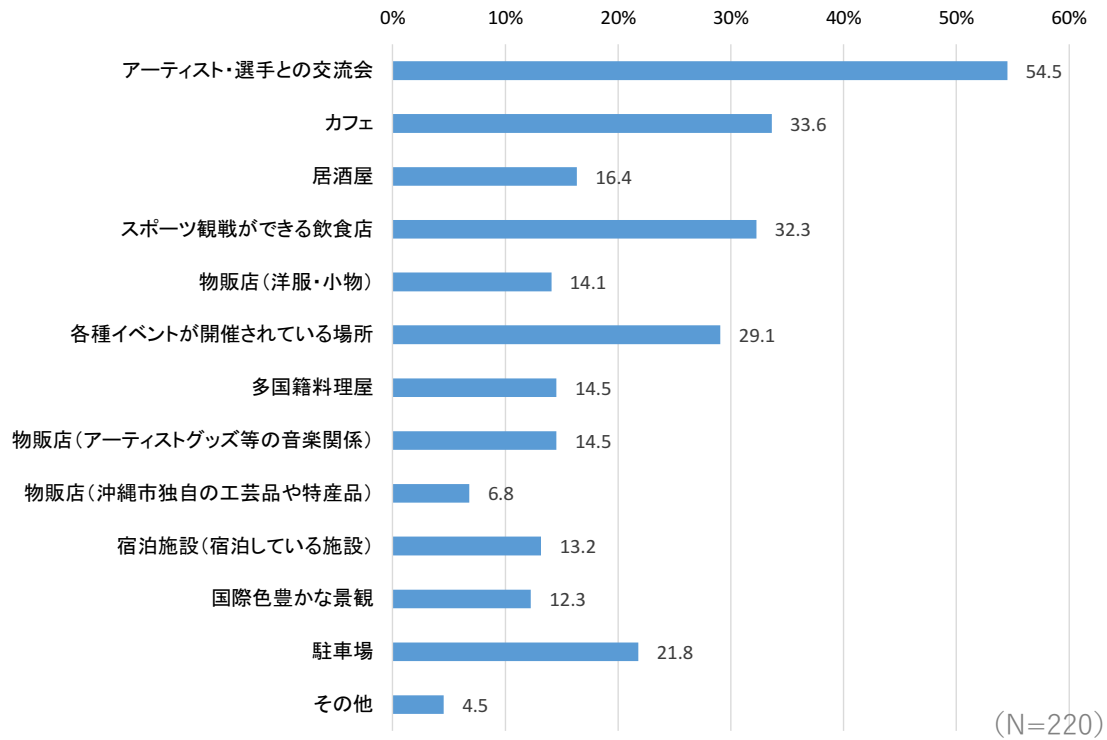


【試合会場以外に沖縄市に訪れたきっかけの割合（キングス戦）】

イベント時等のアンケート調査より

⑤どのような場所があれば観戦前後に立ち寄るか

○どのような場所があれば観戦前後に立ち寄るかは、「アーティスト・選手との交流会」が54.5%と最も多く、次いで「カフェ」が33.6%となっている。



【どのような場所があれば観戦前後に立ち寄るかの割合】

イベント時等のアンケート調査より

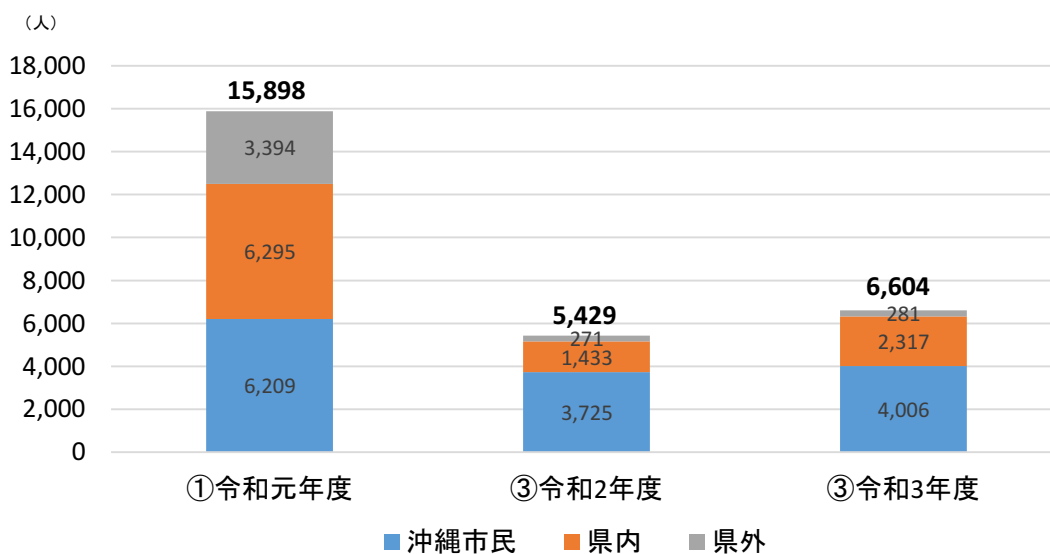
(4) その他事業者調査

① キャンプ会場における滞在者数の年度比較（令和元年度～令和3年度）

○ 広島東洋カープがキャンプを行っているコザ運動公園（コザしんきんスタジアム・グリーンフィールド）における過去3年分の12月から翌2月末までの滞在者数を以下に示す。

○ 令和2年度については、新型コロナウイルス感染症拡大防止の観点から見学なしの処置がとられたため、大きく減少している。特に県外の滞在者数については271人と前年度の1割以下と大きく減少している。

○ 令和3年度については、制限付きで見学可能となっている状況であるためか令和2年度より微増している状況である。



【キャンプ会場における滞在者数の推移（直近3カ年）】

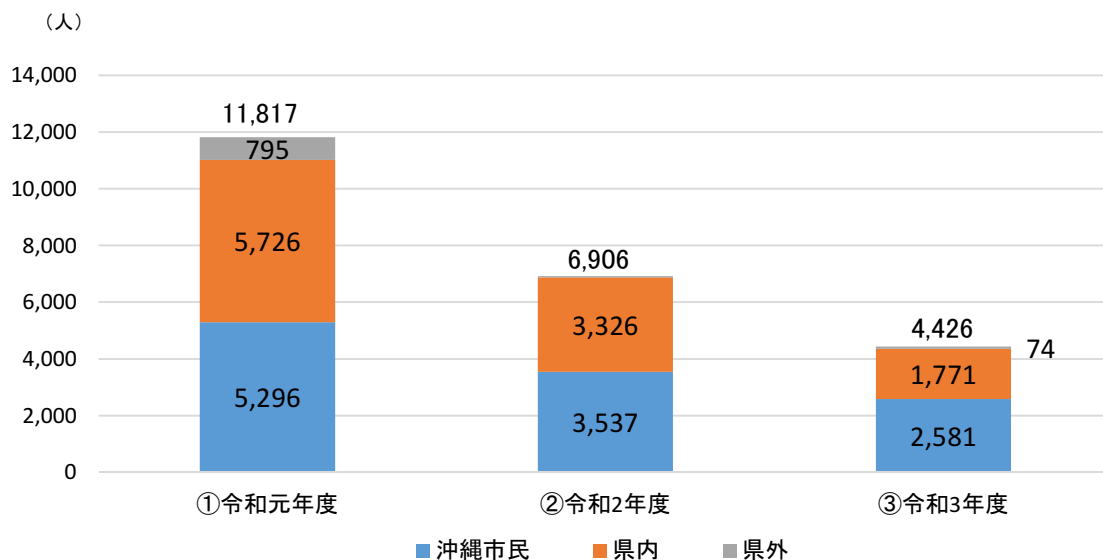


【キャンプ会場における滞在者の居住地別の割合（直近3カ年）】

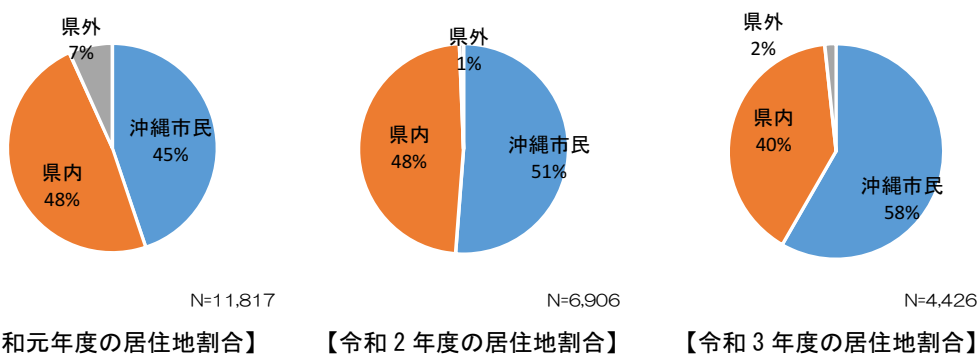
大型イベント・スポーツキャンプ等を対象としたデータ分析より

②合宿利用施設・大会利用施設における滞在者数の年度比較（令和元年度～令和3年度）

○例年、合宿利用施設であるコザ運動公園（陸上競技場）の直近3年分の12月から翌2月末までの滞在者数の推移を以下に示す。
 ○過去3年では、令和元年度が陸上競技場（合宿利用施設）の滞在者が最も多かった。
 ○今年度は、過去2年のいずれの年度よりも低かった。



【コザ運動公園（陸上競技場）における滞在者数の推移（直近3カ年）】

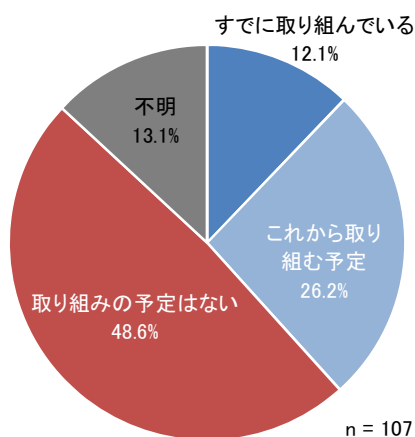


【コザ運動公園（陸上競技場）における滞在者の居住地別の割合（直近3カ年）】

大型イベント・スポーツキャンプ等を対象としたデータ分析より

③バリアフリー調査：施設の建物や敷地内のバリアフリー化の意向

○建物や敷地内のバリアフリー化の意向について、「すでに取り組んでいる」が12.1%、「これから取り組む予定」が26.2%となっている。一方で「取り組みの予定はない」が48.6%となっている。

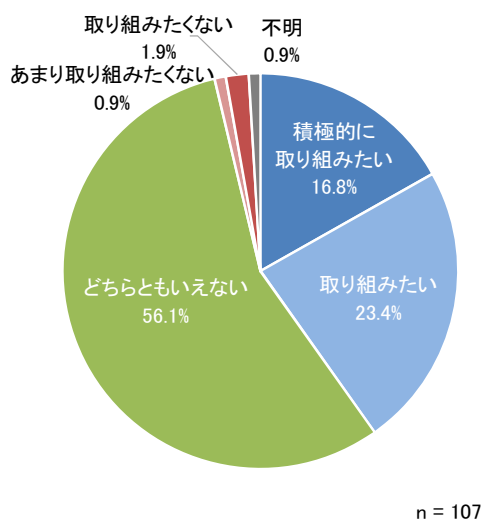


【建物や敷地内のバリアフリー化の意向】

観光バリアフリー実態調査より

④今後、バリアフリー観光に係る取組を行いたいと思いますか。

○バリアフリー観光に関する今後の取組意向について、「積極的に取り組みたい」または「取り組みたい」の合算値が40.2%、「取り組みたくない」または「あまり取り組みたくない」の合算値は2.8%となっている。



【バリアフリー観光に関する今後の取組意向】

観光バリアフリー実態調査より

⑤経済波及効果調査（産業別にみる域内調達率）

経費科目毎の域内調達率は、全産業で見ると「売上原価」が17.0%、「営業経費」が45.0%、「人件費」が47.1%となっている。これを産業別にみると、次のような特徴が上げられる。

◆売上原価の域内調達率が高い業種

- ・スポーツ・娯楽サービス
- ・飲食サービス

◆「営業経費」の域内調達率が高い業種

- ・文化サービス
- ・スポーツ・娯楽サービス

◆「人件費」の域内調達率が高い業種

- ・飲食サービス
- ・スポーツ・娯楽サービス
- ・小売

【各経費の支払先（購入先）の比率（1）】

分類	①原材料費（売上原価）			②営業経費		③人件費	
	A：沖縄 市内	B：沖縄 県内	C：沖 縄県外	A：沖縄 市内	B：沖縄 県内	A：沖縄 市内	B：沖縄 県内
(1)宿泊サービス	23.4%	66.6%	10.0%	17.7%	82.3%	59.0%	41.0%
(2)飲食サービス	36.4%	61.1%	2.4%	57.4%	42.6%	68.8%	31.2%
(3)旅客運送サービス	10.0%	90.0%	0.0%	45.0%	55.0%	35.0%	65.0%
(4)運送設備レンタルサービス	—	—	—	—	—	—	—
(5)旅行代理店その他の予約サービス	4.3%	49.9%	45.8%	10.0%	90.0%	19.7%	80.3%
(6)文化サービス	28.0%	48.0%	24.0%	81.2%	18.8%	50.6%	49.4%
(7)スポーツ・娯楽サービス	46.8%	32.5%	20.7%	73.2%	26.8%	68.1%	31.9%
(8)小売	10.8%	66.2%	22.9%	22.2%	77.8%	65.0%	35.0%
(9)農林漁業者	30.0%	30.0%	40.0%	40.0%	60.0%	50.0%	50.0%
(10)製造業者	1.4%	28.8%	69.9%	43.8%	56.2%	8.1%	91.9%
(11)卸売業（問屋）	7.2%	17.0%	75.8%	68.7%	31.3%	58.0%	42.0%
全産業	17.0%	60.3%	22.7%	45.0%	55.0%	47.1%	52.9%

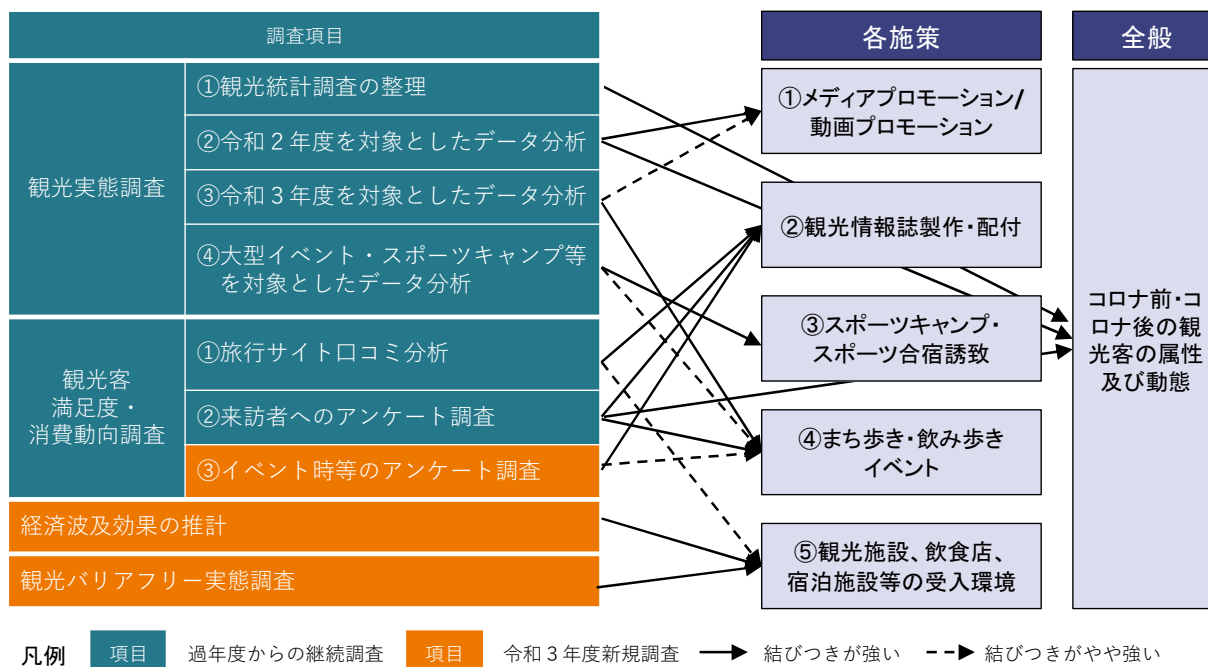
※算出方法：各事業者の年間売上に対し、売上高に対する各項目の割合から、事業者別の項目別売上額を算出。

事業分類別で累計し、その総額の割合を算出した。

経済波及効果の推計より

6-2. 各施策の効果の検証

沖縄市でこれまで取り組んできた施策について、関連調査結果から効果を検証し、改善方策等について検討を行った。関連調査結果と改善方策の関係性は以下の通りである。



なお、検討した施策は、「①メディアプロモーション/動画プロモーション」、「②観光情報誌制作・配付」、「③スポーツキャンプ・合宿誘致」、「④市内プロスポーツ」「④まち歩き・飲み歩きイベント」、「⑤観光施設、飲食店、宿泊施設等の受入環境」を対象とした。

①メディアプロモーション/動画プロモーションについて

1) 関連調査結果からの施策の効果検証
<p>◆コロナ禍で宿泊者数は減少しているものの、県外のリピーターの割合は年々増加している。また、各エリア（観光地等）の滞在者の居住地割合において、コロナ禍前と比較すると、県内居住者は「沖縄こどもの国（42pt アップ）」、「東南植物楽園（16pt アップ）」の2カ所で構成割合が増加している。</p> <p>◆県内・県外ともに来訪のきっかけとなった情報源・媒体として、インターネットをあげている。観光ポータルサイト「KOZAWEB」を情報源とする来訪客は多くないものの、県内客に対する県外客の認知率は4倍程度となっている。そのため、「KOZAWEB」等のメディアプロモーションの効果とも推察される。</p> <p>◆また、過年度と比較し、「SNS」の回答割合が2倍程度増加している。</p>
2) 今後の改善方策
<p>◆コロナ禍において、マイクロツーリズム（近隣地域での観光）が促進されており、県内来訪者の割合が増加している地点に対するプロモーションを実施し、ポテンシャルのある那</p>

覇市民の誘客を図ることが望まれる。

- ◆県内・県外ともに取り込むためにインターネット（KOZAWEB、協会 WEB サイト等）による継続的な情報発信が重要である。特に、県外リピーターの方を再訪させるための、魅力的な情報発信が必要である。
- ◆県内客に対しては、SNS や友人・知人の勧めの割合が高いことから、観光やスポーツイベントを通じ、市の魅力を広めるツールや情報展開を考える必要がある。
- ◆コロナ収束後を見据えた県外客およびインバウンド向けの SNS 発信も重要である。

②観光情報誌制作・配付について

1) 関連調査結果からの施策の効果検証

- ◆コロナ禍において、滞在日数は日帰り客及び1泊の観光客が増加し、2泊以上の観光客が減少している。
- ◆Web アンケート調査において、県外客の情報取得はインターネットが主であるが、紙媒体の「ガイドブック」の割合も2割程度利用されていることを確認した。一方、県内客は「ガイドブック」の割合は5.6%と県外客よりも低い傾向にある。
- ◆スポーツイベント調査において、8割強を占める県内客の回答に対し、紙媒体の「新聞・雑誌」は5.2%であり、一般の観光と同程度の割合である。
- ◆各エリアにおける周遊分析では、「中の町周辺⇄コザ商店街周辺」などの結びつきが強く、沖縄市外では「イオンモール沖縄ライカム」、「アメリカンビレッジ」と各観光地での結びつきが強い。

2) 今後の改善方策

- ◆宿泊者の延泊及びさらなる市内周遊を図るため、宿泊施設等の観光情報誌の配付等、各観光施設と連携した取組みが重要である。
- ◆来訪頻度の高い県外客のリピーターの満足度をより高めるために、よりディープな魅力を伝えられるような内容を盛り込んだ観光情報誌の配付や SNS の発信が重要である。
- ◆県内客に対しては、旅行会社等が発行する「ガイドブック」だけではなく、SNS による情報発信や市内イベントを通じた情報発信が効果的である。情報発信については、特に旅行サイト口コミ分析で整理した「ポジティブ」な意見に対するキーワードを整理して取りまとめることが望まれる。

③スポーツキャンプ・スポーツ合宿誘致（1～2月）について

1) 関連調査結果からの施策の効果検証

- ◆スポーツキャンプにおいて、新型コロナウイルス感染症の影響によりプロスポーツについては見学なし及び制限付きでの見学となっているため、コロナ禍前より大幅に減少している。
- ◆コロナ禍での、キャンプ会場の滞在者数において、令和3年は制限付きでの見学措置をとったため、県内客の入込数が大幅に増え、割合も高くなっている。一方、スポーツ合宿誘致は県内客の利用者数が半分程度減少している。

2) 今後の改善方策
<ul style="list-style-type: none"> ◆コロナ収束後の早期回復を目指し、各団体との継続的な関係性構築およびファン等に対しての発信が重要である。 ◆スポーツキャンプについて、令和3年度は制限付きで観客を受けいれていることから、社会情勢を注視しつつ、コロナ禍における観客の受入方法を関係者間で協議し対応していく必要がある。

④まち歩き・飲み歩きイベント

1) 関連調査結果からの施策の効果検証
<ul style="list-style-type: none"> ◆スポーツイベント時等のアンケートの調査結果において、琉球ゴールデンキングスの観戦「前」、「後」の行動について、宿泊・飲食・買物・観光・娯楽を市内の中心市街地で行った割合は、観戦前は53.4%、観戦後は28.9%となっている。 ◆観戦前後に沖縄市中心部に立ち寄らない理由としての上位に、「観戦で十分満足」、「時間が無い」、「もともと予定がなかった」などが上げられている。
2) 今後の改善方策
<ul style="list-style-type: none"> ◆スポーツイベントの観戦前後に立ち寄らせる目的として、「アーティスト・選手との交流会」など観光客が望む取組みを推進することが必要である。

⑤観光施設、飲食店、宿泊施設等の受入環境

1) 関連調査結果からの施策の効果検証
<ul style="list-style-type: none"> ◆市内の満足度については、総合評価について「大変満足」が5割を超え、次いで「宿泊施設」の割合が高い。一方、「食事」、「お酒・ナイトエンターテインメント」、「お土産・買い物」など飲食・物販の満足度が他の項目よりも低い。 ◆観光施設・宿泊施設の口コミ投稿における感情 AI 分析結果では、ポジティブの感情が40%と一定の評価を受けている。 ◆観光施設の建物やバリアフリー化の取組状況は、「すでに取り組んでいる」、「これから取り組む予定」の合算で約4割であり、取組意向も「積極的に取り組みたい」、「取り組みたい」の合算で4割を超える。 ◆市内の観光施設の域内調達率では、原材料費で17.0%、営業経費・人件費は5割弱である。
2) 今後の改善方策
<ul style="list-style-type: none"> ◆飲食・物販の満足度を高めるための受入環境を推進する必要がある。 ◆バリアフリー観光の推進による高付加価値化の観光プログラムの構築が望まれる。 ◆経済波及効果を高めていくための、原材料費の域内調達率の向上を図る必要がある（沖縄市の特産品のブランド化、飲食店等での地産地消の推進など）。

6-3. 市内観光関係者との勉強会の開催

(1) 実施目的

昨年度の観光統計調査業務では、調査結果を関係者へ共有し、アウトプットを促進することを企図し、勉強会（計3回）を開催した。今年度は昨年度の勉強会であげられた課題に応じたテーマを設定し、課題を解決するための具体的な取組内容について検討し、さらなる取組につなげていくことを目的として市内観光関係者を対象として、勉強会（計3回）開催した。

取組内容についてはテーマごとにグループを組成し、即時的に実施できる（すぐに予算をかけずにできること）を中心に検討を行った。テーマとして、「沖縄アリーナ（琉球ゴールデンキングス）と周辺エリア（一番街・中の町等）の連携」、「タピックスタジアム（FC 琉球）と周辺エリア（泡瀬地区）の連携」を設定した。

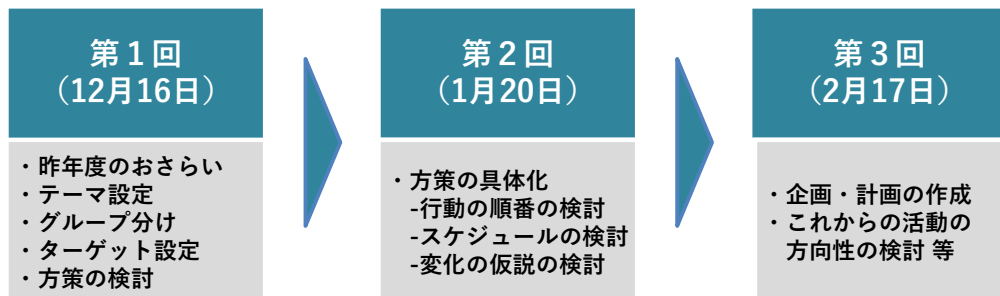
(2) 各勉強会の実施概要

各勉強会の実施概要を以下に示す。

【勉強会の実施概要】

	開催日時	テーマ・内容
第1回	令和3年12月16日 17:00～18:45	具体的な取組内容を考え実践する ・昨年度の勉強会であげられた課題に応じたテーマを設定し、課題を解決するための具体的な取組内容について検討
第2回	令和4年1月20日 17:00～19:00	方策を具体化する ・スポーツ時アンケート調査結果の共有 ・検討した方策の優先順位の設定、実施スケジュール、変化の仮説の検討を実施
第3回	令和4年2月17日 17:00～19:00	計画を現実／実現に近づける ・スポーツ・イベント時の携帯GPS調査結果の共有 ・企画・計画の作成、今後の活動の方向性の検討

【勉強会の実施の流れ】



(3) 実施結果

1) 第1回勉強会開催結果

第1回勉強会の実施結果を以下に示す。

【第1回勉強会の実施結果】

開催日時	・令和3年12月16日 17:00～18:45
テーマ	・具体的な取組内容を考え実践する
開催場所	・沖縄市役所 地下2階 大ホール
参加機関	<p>【参加者】(計7名)</p> <p>①沖縄アリーナ(琉球ゴールデンキングス)との連携チーム</p> <ul style="list-style-type: none"> ・スポーツ関係団体(1名) ・市内宿泊事業者(1名) ・市内商工関係事業者(1名) ・市内まちづくり団体(1名) <p>②タピックスタジアム(FC琉球)との連携チーム</p> <ul style="list-style-type: none"> ・プロスポーツ団体(1名) ・市内観光関連事業者(1名) ・市内まちづくり団体(1名) <p>【事務局】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・沖縄市 ・(株)オリエンタルコンサルタンツ ・ファシリテーター
プログラム	<p>17:00～ 昨年度の検討結果と今年度の取組方針</p> <p>17:10～ 沖縄市観光の課題(テーマ)を踏まえた具体的な取組内容の検討</p> <p>18:40～ 今後の進め方について</p>
議事概要	<p>①沖縄アリーナと周辺エリアの連携</p> <ul style="list-style-type: none"> ・キングス戦やオールスターに訪れる方をターゲットとして、最終的には「試合がない日にも市内へ来訪」、「バスケの聖地として認知」されるような変化を起こすことを目指す。 ・そのために、オールスターやアリーナ周辺のポスターや看板を設置し、来訪者に対し受動的に市内散策につながる情報を与える。 ・歩道やアーケード等を活用し歩いて楽しい公共空間を検討する。 <p>②タピックスタジアムと周辺エリアの連携</p> <ul style="list-style-type: none"> ・サッカー観戦者を対象として、そのまま帰らずに周辺の店舗やまちなか(泡瀬エリア等)に立ち寄ってもらえるようにしたい。市内への宿泊の促進や将来的にはクルマ以外の来訪を促進を目指す。 ・まず、当事者である地域関係者でユニフォームを着て食べ歩きからはじめたい。 ・その他、情報の集約やスタジアムと連携した配布物の連携、ホテルパック等の構築を実施する。

2) 第2回勉強会開催結果

第2回勉強会の実施結果を以下に示す。

【第2回勉強会の実施結果】

開催日時	・令和4年1月20日 17:00～19:00
テーマ	・方策を具体化する
開催方法	・オンライン開催
参加機関	<p>【参加者】(計12名)</p> <p>①沖縄アリーナ(琉球ゴールデンキングス)との連携チーム</p> <ul style="list-style-type: none"> ・プロスポーツ団体(2名) ・市内観光関連事業者(1名) ・市内宿泊事業者(1名) ・市内商工関係事業者(1名) ・市内まちづくり団体(2名) <p>②タピックスタジアム(FC琉球)との連携チーム</p> <ul style="list-style-type: none"> ・プロスポーツ団体(1名) ・市内観光関連事業者(1名) ・市内宿泊事業者(1名) ・市内商工関係事業者(1名) ・市内まちづくり団体(1名) <p>【事務局】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・沖縄市 ・(一社)沖縄市観光振興物産協会 ・(株)オリエンタルコンサルタンツ ・ファシリテーター
プログラム	<p>17:00～ 説明および情報共有</p> <p>17:15～ グループワーク</p> <ul style="list-style-type: none"> ①行動の順番の検討、②スケジュールの検討、 ③変化の仮説の検討、④議論内容の報告・振り返り <p>18:55～ 今後の進め方・閉会</p>
議事概要	<p>①沖縄アリーナと周辺エリアの連携</p> <ul style="list-style-type: none"> ・アリーナから半径5キロに住んでいる方にアプローチするためにタクシーとのセットでの販売を考える。 ・シャトルバスを利用される方にアプローチするためにシャトルバスのバス停や車内でのチラシ設置やルート検討等を行い市内周遊の促進を図る。 <p>②タピックスタジアムと周辺エリアの連携</p> <ul style="list-style-type: none"> ・県内サポーター、アウェイサポーター(特に沖縄との直行便のあるチーム)にアプローチするために地域関係者・市民の観戦の声掛けや実施から始め、市民にFC琉球を好きになってもらう。また、アウェイサポーターの方々と大交流会を実施し、最終的に滞在時間・消費額・宿泊の増加を促進する。また、内需の拡大も目指す。

3) 第3回勉強会開催結果

第3回勉強会の実施結果を以下に示す。

【第3回勉強会の実施結果】

開催日時	・令和4年2月17日 17:00～19:00
テーマ	・計画を現実／実現に近づける
開催方法	・オンライン開催
参加機関	<p>【参加者】(計11名)</p> <p>①沖縄アリーナ(琉球ゴールデンキングス)との連携チーム</p> <ul style="list-style-type: none"> ・プロスポーツ団体(1名) ・市内観光関連事業者(1名) ・市内宿泊事業者(1名) ・市内商工関係事業者(1名) ・市内まちづくり団体(2名) <p>②タピックスタジアム(FC琉球)との連携チーム</p> <ul style="list-style-type: none"> ・プロスポーツ団体(1名) ・市内観光関連事業者(1名) ・市内宿泊事業者(1名) ・市内商工関係事業者(1名) ・市内まちづくり団体(1名) <p>【事務局】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・沖縄市 ・(一社)沖縄市観光振興物産協会 ・(株)オリエンタルコンサルタンツ ・ファシリテーター/グラフィックレコーダー
プログラム	<p>17:00～ 説明および情報共有</p> <p>17:10～ グループワーク</p> <ul style="list-style-type: none"> ①アイデアの選定 ②企画の立案 ③企画内容を伝える ④議論内容の報告・振り返り <p>18:55～ 閉会</p>
議事概要	<p>①沖縄アリーナと周辺エリアの連携</p> <ul style="list-style-type: none"> ・観光協会にて運営しているコザWEBに地域の情報を集約するとともに、シャトルバスやアリーナ、地域の各施設に情報発信を行い、観光客に対し市内周遊のきっかけをつくる。 <p>②タピックスタジアムと周辺エリアの連携</p> <ul style="list-style-type: none"> ・まず、直近のホーム戦(2月26日(土))に、FC琉球のユニフォームを着て、観戦に行く。 ・今後、戦略的に取り組むために、飲食店側の状況把握や意識情勢活動、関係構築を進めていく。 ・東南植物楽園等の市内観光施設と連携した「アウェイ観戦×沖縄市観光」を検討する。

(4) ワークの結果 (第3回勉強会より)

今年度勉強会のとりまとめにあたる第3回にて作成した取組イメージ等を以下に示す。

①第2回勉強会までの振り返り及びスポーツ関連調査の情報提供

本日3回目
 沖縄市観光をデータから考える会

背景・目的
 観光の変化
 観光客の増加
 DATA
 沖縄市観光をデータから考える会
 TEAM ①タピック・FC ②アリーナ

前回の振り返り
 2チームに分かれて
 アイデア提案
 達成目標の発表

調査分析 (試合開催日と関係)
 60%以上滞在
 20%滞在
 土曜日の滞在
 勝った試合の時
 滞在が多い

**第3回 反響を伺って
 検証をする**
 アイデアを
 企画する
 誰かに説明する

2022.2.17. (木) 17:00~19:00 第3回 沖縄市観光をデータから考える会 ONLINE

②タピックスタジアム及び沖縄アリーナと周辺エリアとの連携のキーワード

タピック
 連携
 A&W
 情報集約
 連携
 PR
 2022.2.17

アリーナ
 Twitter
 SNS
 情報誌
 @yaku
 12

連携
 A&W
 情報集約
 PR
 ホテルと連携
 2022.2.17

2022.2.17. (木) 17:00~19:00 第3回 沖縄市観光をデータから考える会 ONLINE

(5) 勉強会の成果

本勉強会では、昨年度勉強会にて検討した沖縄市観光の課題のうち、琉球ゴールデンキングス（沖縄アリーナ）及びFC琉球（タピックスタジアム）との地域連携を目的として、計3回開催した。

以下では本勉強会の成果を整理した。

【勉強会の成果について】

①沖縄市観光客（主にスポーツ）の特性、課題の共有	<ul style="list-style-type: none"> ・本年度事業にて実施したスポーツ・イベント時のアンケート調査や携帯 GPS 調査の中間報告を勉強会時に共有を行うことができた。 ・上記により調査結果を踏まえた地域課題の検討が可能となった。 ・また、調査結果に対して、地域関係者より新たな分析の視点や考えを伺うことができた。
②コロナ禍中における市内関係者間の連携促進	<ul style="list-style-type: none"> ・今回、新型コロナウイルス感染症を踏まえ2回、オンライン開催となり、対面での開催は叶わなかったが、グループワークを通じて市内関係者間の連携促進に寄与できたと考えられる。
③プロスポーツ団体と市内関係者の連携促進	<ul style="list-style-type: none"> ・市内に拠点を置くプロスポーツ2団体と近隣地域・施設との連携促進につながった。 ・また、今回の勉強会を通じて、プロスポーツ団体と地域が連携することで、市全体としてスポーツ文化を育むことを確認した。
④調査協力の理解促進への寄与	<ul style="list-style-type: none"> ・本事業では、市内宿泊施設や観光施設の協力のもと、宿泊実績の把握やアンケート調査を実施しており、本勉強会を通じて協力いただいている各種調査の成果を共有することにより、各施設に対し、調査協力に対する理解促進につながった。

本勉強会の実施については、上記にあるように、プロスポーツ団体と地域関係者間の連携促進等の効果が確認でき、沖縄市の観光振興に寄与すると考えられる。

また、参加者より継続を求める声も多くあげられたため、今後の沖縄市観光の状況に合わせたテーマで継続的に開催検討をすることが重要である。

6-4. 観光バリアフリーに関する勉強会の開催

沖縄市において、ハード面のバリアフリー整備だけでなく、沖縄市を訪れる、高齢者・障がい者・妊産婦・子供連れ・外国人観光客など、すべての方々と沖縄市民の“誰もが安心して楽しめる、やさしい観光地”づくりを推進している。

その一環として、本事業において、沖縄市における観光バリアフリーの現状や、観光事業者に求められるバリアフリー対応の基本や基礎知識を学ぶ勉強会を開催した。

なお、本勉強会は、「第1部：バリアフリーの基本的な考え方・障がい者等への接遇のポイント」、「第2部：沖縄市における逃げるバリアフリー」の2部構成で実施したが、本事業では第1部を開催・運営した。

【参考：開催案内】

令和3年度 沖縄市観光統計事業、沖縄市観光危機管理計画事業 勉強会

沖縄市における観光バリアフリー勉強会

(主催：沖縄市 経済文化部 観光スポーツ振興課)

沖縄市において、ハード面のバリアフリー整備だけでなく、沖縄市を訪れる、高齢者・障がい者・妊産婦・子供連れ・外国人観光客など、すべての方々と沖縄市民の“誰もが安心して楽しめる、やさしい観光地”づくりを推進しています。

その一環として、沖縄市における観光バリアフリーの現状や、観光事業者に求められるバリアフリー対応の基本や基礎知識、また災害発生時における対応方法を学ぶ勉強会を開催いたします。

高齢者や障がい者の受入れにお困りの方、新たな顧客やビジネスチャンスを拡大させたい方など、少しでもご関心のある方はぜひご参加いただけますようお願いいたします。

■日時：令和4年2月11日(金) 13:30~17:30

第1部：13:30~15:20 (13:00開場)
(休憩：30分)

第2部：15:50~17:30

■場所：沖縄こどもの国 ZOO ホール (沖縄県沖縄市胡屋5丁目7-1)

- ・対象者：沖縄市内において観光関連のお仕事に従事されている方
(宿泊事業者、飲食・土産品店、観光施設、沖縄市関係部署職員 など)
- ・定員：30名
- ・プログラム(予定)

13:30 開会・挨拶

【第1部】
13:35~(25分)
「沖縄市における観光バリアフリーの現状」
*観光バリアフリーに関する実態調査結果
*観光バリアフリーに関する取組紹介
*沖縄市の今後の取組

14:00~(60分)
「バリアフリーの基本的な考え方・障がい者等への接遇のポイント」
(NPO法人バリアフリーネットワーク会議
代表 親川 修 氏)
*観光バリアフリーの取組む意義、マーケット規模
*障がい種別ごとの特性、接遇のポイント など

15:00~(20分)
質疑・意見交換

【第2部】
15:50~(5分)
「沖縄市観光危機管理計画の取り組み」

15:55~(65分)
「沖縄市における逃げるバリアフリー(逃げるバリア)」
(NPO法人バリアフリーネットワーク会議
代表 親川 修 氏)
*逃げるバリアフリーの重要性・必要性
*災害発生時の配慮事項
*事業者側の受け入れ態勢 など

16:55~(20分)
質疑・意見交換

17:25 閉会

【講師】NPO法人バリアフリーネットワーク会議 代表：親川 修 氏

NPO法人バリアフリーネットワーク会議代表。障害児童デイサービスそら施設長。那覇空港しようがい者・こわい者観光案内所を運営するなど、県内の観光バリアフリーの発展に尽力。2015年1月に第8回国土交通省バリアフリー化推進功労者大臣表彰受賞。



参加費
無料

(1) 開催概要

観光バリアフリー勉強会の開催概要を以下に示す。

タイトル	沖縄市における観光バリアフリー勉強会
目的	<ul style="list-style-type: none">・市内におけるバリアフリー整備に関する現状の把握・障害者や高齢者のマーケット規模、商業において消費拡大につながることの認識・要支援観光客に配慮した受入体制（ハード面、ソフト面）の充実・強化に向けた知識やノウハウの習得
実施日時	令和4年2月11日（金・祝） 13:30~17:30（13:00開場）
実施場所	沖縄こどもの国 Zooホール
対象者	沖縄市内において観光関連のお仕事に従事されている方 （宿泊事業者、飲食・土産品店、観光施設、沖縄市関係部署職員 など）
参加者	計28名 （宿泊施設、観光施設、体験・アクティビティ、行政、教育関係、小売店・団体など）
実施内容	<p>【第1部】※本事業で運営</p> <p>①開会・挨拶</p> <p>②沖縄市における観光バリアフリーの現状</p> <ul style="list-style-type: none">・今年度実施した市内の観光バリアフリーに関する実態調査結果・沖縄市内事業者による観光バリアフリーに関する取組事例・国や沖縄県の取組み、調査結果を踏まえた沖縄市の対応方針 <p>③バリアフリーの基本的な考え方・障がい者等への接遇のポイント （NPO 法人バリアフリーネットワーク会議 代表 親川 修氏）</p> <ul style="list-style-type: none">・沖縄県の観光バリアフリーに関する取組み・障害者や高齢者の近年の入域状況・バリアフリーとユニバーサルデザインの違い・バリアフリー対応の基礎・障害ごとの特徴、障害者や高齢者への接遇、コミュニケーション方法・活用できる備品等の紹介 <p>④質疑応答</p> <p>【第2部】※別事業で運営（参考として掲載）</p> <p>①沖縄市観光危機管理計画の取組み</p> <p>②沖縄市における逃げるバリアフリー （NPO 法人バリアフリーネットワーク会議 代表 親川 修氏）</p> <ul style="list-style-type: none">・逃げバリの重要性、沖縄県の逃げバリの紹介・高齢者・障がい者への対応方法（支援方法、コミュニケーションの方法など）・受け入れ側の対応（体制、備品など）・その他配慮事項 <p>③質疑応答</p> <p>④閉会</p>

(2) 開催結果

1) 開会・挨拶

沖縄市より開会の挨拶を行った。



2) 沖縄市における観光バリアフリーの現状

事務局より、今年度実施した市内の観光バリアフリーに関する実態調査結果や、沖縄市内事業者による観光バリアフリーに関する取組事例、国や沖縄県の取組み、について報告した。

また、沖縄市より調査結果を踏まえた沖縄市の対応方針について報告した。



3) バリアフリーの基本的な考え方・障がい者等への接遇のポイント

親川修氏（NPO 法人バリアフリーネットワーク会議 代表）より、以下の内容について講演いただいた。

〈主な講演内容〉

- NPO 法人バリアフリーネットワーク会議の取組み
⇒事業概要、しょうがい者・こうれい者観光案内所への相談件数など
- 沖縄県の観光バリアフリーに関する取組み
- 障害者や高齢者の近年の入域状況
- バリアフリー対応の基礎、障害ごとの特徴
⇒加齢に伴う障害、車イス利用者、目の不自由な方、視覚に障害をお持ちの方への接遇方法やコミュニケーション方法など
- 活用できる備品等の紹介について



(3) 観光バリアフリー勉強会アンケート結果

1) 調査項目

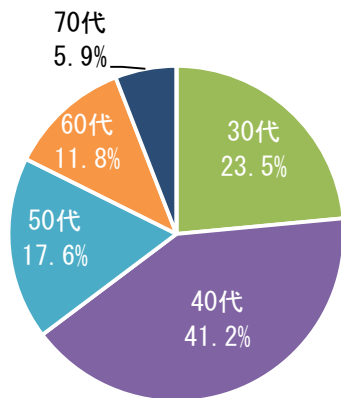
- ◇参加者属性
年齢／業種
- ◇本日の勉強会について
年齢／職業／1部の内容／1部で参考になったと感じた具体的な内容や今後取り組みたいと思ったこと
- ◇全体について
勉強会全体の感想／観光バリアフリー関連について今後、沖縄市と取り組んでほしいもの

2) 調査結果

①参加者属性

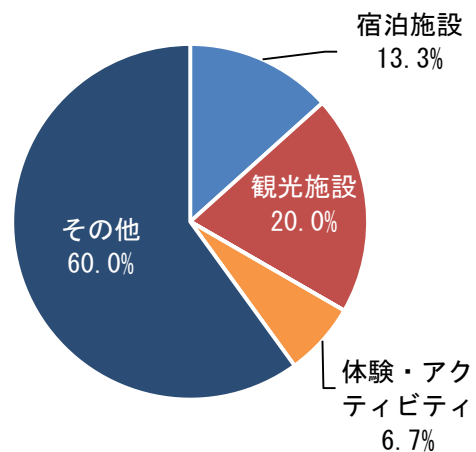
- 本勉強会への参加者の年齢層は、30代（23.5%）、40代（41.2%）が多い。
- 参加者の業種は、その他（60.0%）が多く、次いで観光施設（%）が多い。

Q1.《年 齢》



n=14

Q2.《業 種》



n=12

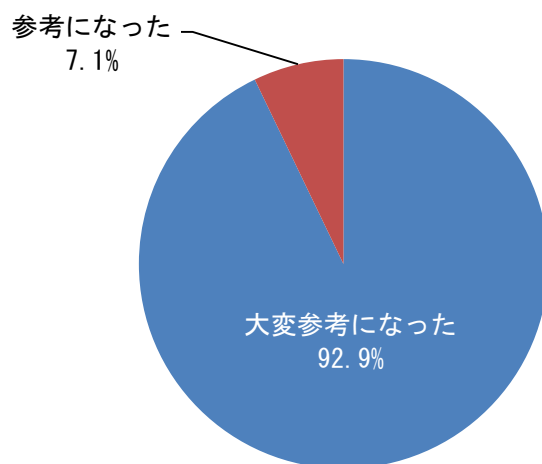
《その他の回答（業種）》

公務員、行政、教育、小売店・団体 など

②勉強会について

Q1.第 1 部の内容は参考になりましたか。

○「大変参考になった」が最も多かった。



n=14

Q2.第 1 部で参考になったと感じた具体的な内容や、今後取り組みたいと思ったこと（自由記述）

- ・車イスマークや、障がい者の方へサポート、お手伝いをしますよ、の表示をするだけで助かるうれしいという事が分かった。今できる事を取り入れ、かまえないBFの取り組みが見えてきた。
- ・視覚、聴覚障がい者に対するの気づかひや、バリアフリーの考え方が参考になった。
- ・バリアフリーとはハード整備がメインだと思っていましたが、ソフトでも十分対応できることがあるということを知れて良かった。整備が完璧にできなくてもステッカーや100円グッズで障がい者や高齢者の「安心」をつくれることが知れて良かった。
- ・障がい者への対応や心遣いに対する気づきがあった。
- ・（受け入れる）気持ち大切だということが参考になった。
- ・視覚障害のある方ともコミュニケーション方法、とても参考になりました。これから障害者の方々に対する緊急事態の際の対応に関する件はぜひ取り組みたい。
- ・視覚障害のある方ともコミュニケーション方法、とても参考になった。これから障害者の方々に対する緊急事態の際の対応に関する件はぜひ取り組みたい。
- ・簡単な小物でもバリアフリーになることがわかった。
- ・忘れていた事を思い出し、気づきもありました。とても力強く勉強になった。
- ・ちょっとした情報が大事ということがわかった。
- ・無知により大きなマーケットの損失を招かないよう力を入れていきたい。
- ・高齢者に対する配慮、目の不自由な方のSOSが参考になった。

③全体について

Q1. 勉強会全体の感想

- 今回はダイジェスト版だったかなと思いました。また今回の参加者数ではまだまだ足りないと思った。もっと詳しく知りたい。ぜひまた開催してほしい。
- 一つ一つマニュアル化した情報を広く周知できる手法を検討して欲しい。
- 親川さんの説明がとても上手で時間はあっという間だった。ただ、やはり座学なので忘れてしまったりする部分もある。私も人に親川さんから習ったことを少しでも伝えて自分に再度インプットしながら周りにも広めていきたい。
- 障害者への対応方等勉強になった。
- もう少し具体的なところを見たかった。
- 親川さんのお話し、すごくリアリティがあり勉強になった。
- 安全と安心は全ての人々に平等であることの重要度を認識した。
- 考え方の変化が必要そうと思った。

Q2. 観光バリアフリー関連について今後、沖縄市として取り組んでほしいもの

- すぐにできることはホームページに「ワンストップサービス」で各ページやサイトに散らばっている情報をまとめて欲しい。街中での見える化も必要と思います。一番街のタイルがでこぼこすぎて車イスの人がガタガタしている。
- 市の政策として取り組んでいただきたい。
- 多くの器具の紹介があったが、揃えるのに費用がかかる。人命に必要な最低限の器具を揃える為の一部を補助していただきたい。
- 補助のやり方の具体的な講習をしてほしい。
- 親川さんがお話しされていたご指摘事項や、様々な逃げるための道具などの整備が必要である。
- 地域の安全な場所、危険な場所（建物等）に目印がほしい。
- 今日のような勉強会を今後もぜひつづけてほしい。

第7章 今後の方向性

本業務では、多様化する観光ニーズに対応し、より効果的な観光振興による地域活性化を目的として、各種調査を実施するとともに、マーケティング分析や地域関係者との勉強会を実施してきた。

以下では、本業務において実施した各種調査及び取組の今後の方向性について示す。

①観光統計調査の整理

1) 実施結果の概要

国・県・市の観光統計について整理・分析を行った。また、宿泊実績については、令和3年12月までの結果をとりまとめることで新型コロナウイルス感染症による市内の宿泊状況や観光動向を把握した。

2) 今後の方向性

国・県・市の動向把握を行う上で、今後も継続的に基礎的な観光統計の整理・分析を行うことが必要である。

宿泊実績については、本事業にて取得をはじめて3年目となった。市内観光の状況を適切に把握するために重要な基礎資料となるため、観光協会を調査主体として、市内関係者の協力のもと継続的に取得することが重要である。また、宿泊施設の負担を減らすための簡易化につながる改善等も適宜検討する必要がある。

②データ分析（携帯GPS調査）

1) 実施結果の概要

令和2年度および令和3年度について携帯GPSデータによる市内観光動向の分析を行った。昨年度に引き続き沖縄市と周遊関係の高い北谷アメリカンビレッジ及び沖縄イオンモールライカムを加えて分析を行った。また令和3年度については開業した沖縄アリーナを対象に加えて分析を行った。

2) 今後の方向性

新型コロナウイルス感染症の影響下における情勢変化が続くなかで、市内を取り巻く観光動向の変化およびプロモーション等の施策の効果検証を行う上で、携帯GPSデータを用いた分析は有効であり、今後も継続的にデータを取得・蓄積するとともに、分析を行っていくことが重要である。

また、よりきめ細やかに観光動態を分析し施策に反映していく上で、エリア内の来訪状況やエリア間の周遊といったマクロ的な分析に加えて、観光客がどの経路を利用しているのかといったミクロな視点での分析についても検討していく必要がある。

③大型イベント・スポーツキャンプ等を対象としたデータ分析

1) 実施結果の概要

令和3年度の大型イベントやスポーツキャンプ等の観光動向について、KDDI ロケーションアナライザーを用いて、動態把握・分析を実施した。プロ野球キャンプ、スポーツ合宿、プロサッカー観戦、プロバスケットボール観戦、その他イベントのグループごとに、各グループ会場となるエリアの滞在者数・属性の分析を行うとともに周辺エリアへの周遊状況を確認した。

2) 今後の方向性

スポーツコンベンション、スポーツツーリズムの観光振興への効果を適切に把握し、さらなる施策や取組に繋げていくことが重要であり、その上では今後も継続的にデータを取得し分析をしていくことが求められる。特に昨年開業した沖縄アリーナを取り巻く来訪や周遊の動向、市内観光振興への効果等は引き続きモニタリングをしていく必要がある。

④旅行サイト口コミ分析

1) 実施結果の概要

大手旅行サイトの口コミについて、市内観光地の評価や観光ニーズ等の分析を行った。

本年度は昨年度に引き続き AI によるテキストマイニングを導入することにより継続的に分析把握を行う体制を構築した。

2) 今後の方向性

口コミ評価や内容を分析することで、多角的に本市の強み等を把握することが可能であるため、沖縄市観光物産振興協会を中心に継続的な実施が重要である。

⑤アンケート調査

1) 実施結果の概要

WEB アンケートシステムにより観光客の満足度、ニーズ、消費行動等を取得・分析した。本年度は昨年度に引き続き、宿泊施設だけではなく観光施設にも対象を広げることで、より多様な意見を収集・分析することが可能となった。

また本年度は、沖縄アリーナやタピック県総ひやごんスタジアムでの試合、イベント開催時等に、来訪客に対し満足度やニーズ、観光動向（観戦前後に市内を周遊したかどうか等）、消費金額等を把握することを目的としたアンケート調査を実施した。

2) 今後の方向性

継続実施により沖縄市来訪者の実態把握が可能であるため、沖縄市観光物産振興協会を中心に継続的な実施が重要である。また、本調査については市内宿泊施設及び観光施設、プロスポーツ団体、施設運営者等の協力が必要不可欠であるため、定期的な調査結果の共有を行うことが重要である。

⑥経済波及効果の推計

1) 実施結果の概要

沖縄市に訪れる観光客によって、市内にどの程度の経済効果がもたらされているかを推計するための調査・分析を行った。また、経済波及効果の推計にあたっては、観光入込客数、域内調達率の分析、推計等を行った。

2) 今後の方向性

本年度の調査により、沖縄市を訪れる観光客による経済波及効果を算出することで、観光振興による効果の見える化を実施することができた。本業務では新型コロナウイルス感染症の影響前の状況を分析したが、今後は施策の効果検証や復興状況の確認等として、時期を見据えて調査を実施することが求められる。

⑦観光バリアフリー実態調査

1) 実施結果の概要

市内観光関連施設を対象として、観光バリアフリーの実態・意識の把握調査を実施した。調査により市内観光関連施設の観光バリアフリーに対する意識や取組状況を把握するとともに課題についても確認することができた。

2) 今後の方向性

沖縄市において、「観光バリアフリーの推進」は、引き続き観光振興における重要な取組みの一つである。ハード整備ならびに心のバリアフリー（ソフト）を推進し、誰もが安心して楽しめる観光地づくりを実現する上では、定期的の実態調査を実施し、その結果を踏まえた改善、施策につなげ、市内観光バリアフリーの体制構築を図ることが重要である。

⑧マーケティング分析

1) 実施結果の概要

沖縄市観光のマーケティング分析を実施するため、上記①から⑦の調査結果等を踏まえ、沖縄市における観光施策の効果検証等を実施した。

2) 今後の方向性

引き続き新型コロナウイルス感染症の影響下にあるなかで、次年度以降の回復に向けての具体的な取組が重要となる。各種調査の実施により状況把握に努めるとともに、取組状況の確認や対応方針の検討について市内関係者と継続的に実施していく必要がある。その上では、本分析の結果を踏まえ効果のあった施策については継続実施するとともに、課題のある施策については改善を図っていくことが重要である。

⑨市内関係者との勉強会の開催

1) 実施結果の概要

マーケティング分析の一環として、市内関係者を対象とした計4回（沖縄市観光をデータ

から考える会、観光バリアフリー勉強会)の勉強会を開催した。

2) 今後の方向性

本勉強会は、データに基づく課題認識の共有や取組の検討、地域関係者間の連携促進等に寄与することが認められるとともに、官民一体となった観光振興を進める上で非常に重要な場となっている。参加者から継続を求める声も高く、観光統計調査のアウトプットの場として継続的に実施していくことが必要である。

観光統計調査業務
報告書

令和4年3月
沖縄市

【受託事業者】 オリエンタルコンサルタンツ・沖縄市観光物産振興協会共同企業体