

## II. 沖縄旅行の市場構造とリピーターの特徴

# 1. 沖縄旅行の市場構造

## 1-1. 沖縄旅行の市場構造

リピーター層の実態およびさらなるリピートを促すことが可能な層を絞り込むためには、まず沖縄旅行市場の構造を正しく把握することが必要である。

沖縄旅行の市場構造を整理すると、まず母集団は沖縄県在住者を除く日本人全てが対象であり、そのうち沖縄を1回でも訪れたことがある旅行者が本事業におけるターゲットとなる。

本事業の目的である“リピーターの創造”を目指すにあたっては、ヘビーリピーターを増やすのか、それとも初めて来沖した人をリピートさせるのか等によって講じる施策は異なることが予想される。そのため、ターゲットをより明確にするために沖縄旅行経験者をさらに細分化することが必要と考えられる。

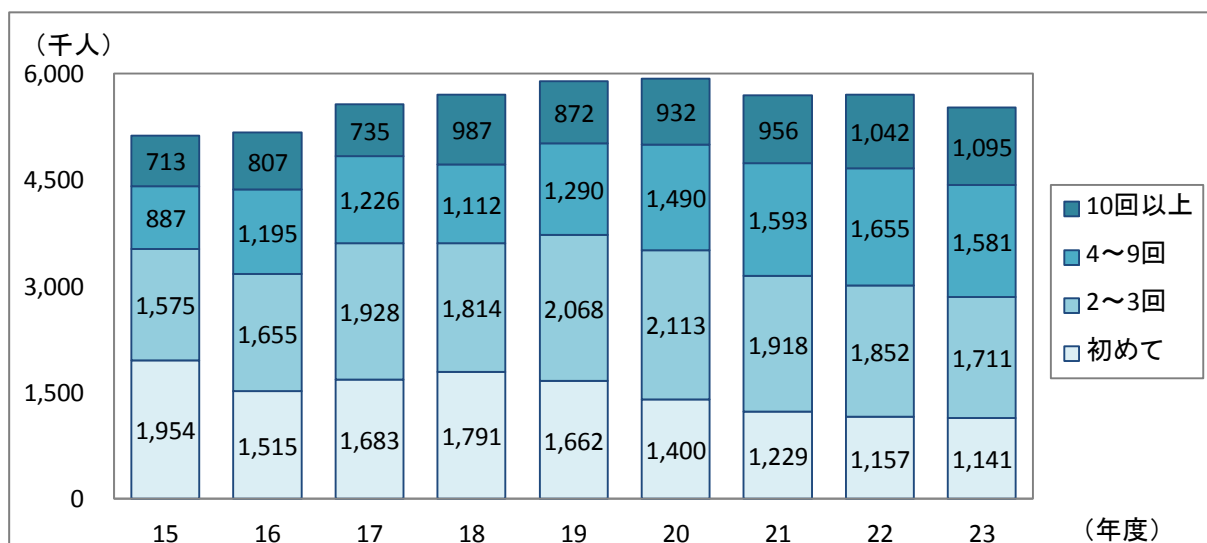
過去の観光統計実態調査の調査結果から来沖回数によって旅行内容等に様々な違いがあることが明らかになっていることから来沖回数による特徴を分析し本事業でのターゲットの絞り込みを行う。また、しばらく沖縄を訪れていない層と、最近も沖縄を訪れている層ではアプローチ方法も変わってくることから、直近の来沖時期による細分化も行いターゲットを設定する。

### (1) 来沖回数および前回来沖時期による沖縄旅行者の分類

まず、これまでの観光客数の推移を来沖回数別に見ると、来沖3回以下の観光客数は平成19年度をピークとして減少傾向にある。一方、来沖4回以上の観光客数は、年々増加傾向にある。

つまり、沖縄の観光客数のさらなる獲得にあたっては、来沖4回以上の層を維持しつつ、来沖3回以下を増やすことが必要と言える。

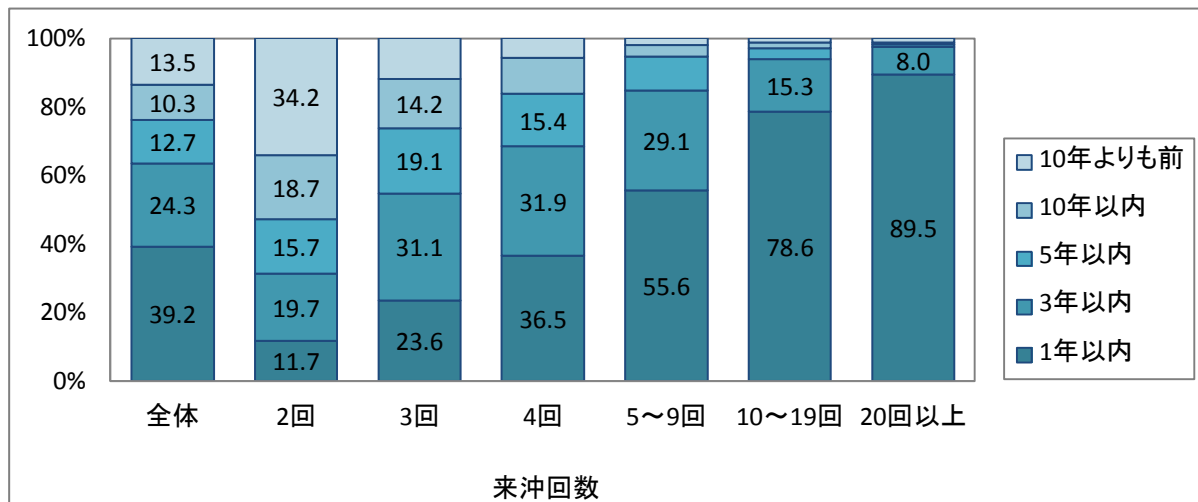
図表 II-1-1 来沖回数別の観光客数の推移



資料：沖縄県観光要覧、沖縄県観光統計実態調査データより作成

次にリピーターの前回沖縄を訪れた時期を見ると、全体の約4割が過去1年以内に沖縄を訪れている。5年以内に沖縄を訪れているリピーターまで含めると8割近くを占める。来沖回数が4回以上になると「1年以内」が最も多くなり、その比率は来沖回数が増えるにつれ増加する。

図表 II-1-2 リピーターの前回来沖時期（帰省、業務目的を除く）

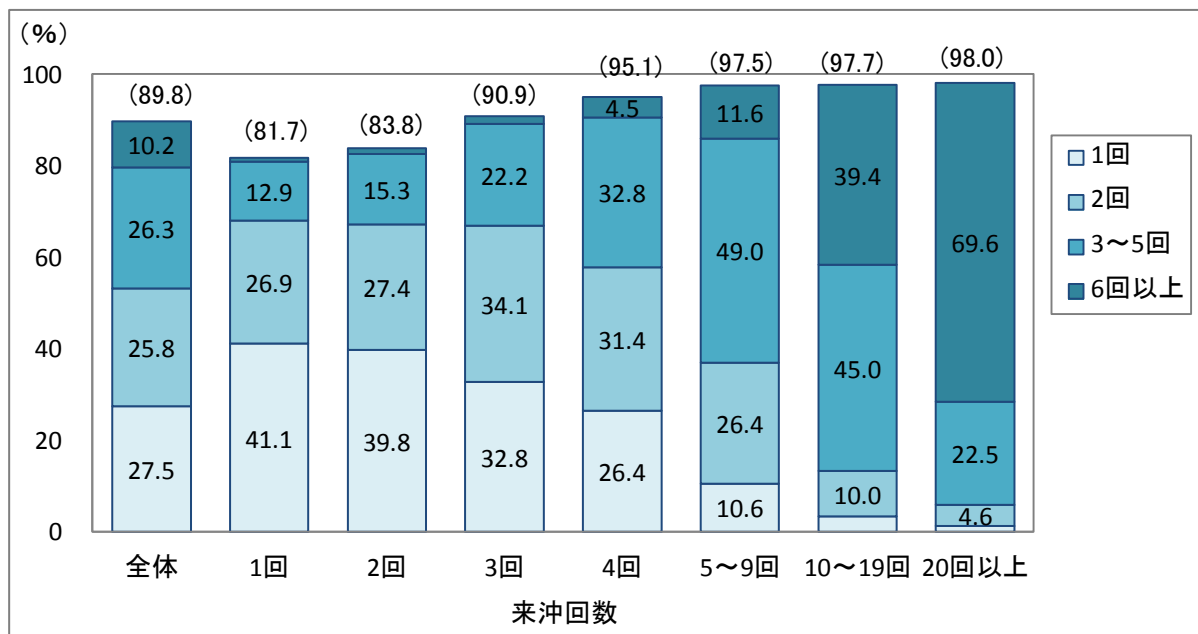


資料:平成20~23年度沖縄県観光統計実態調査データより作成

来沖回数別に今後5年間の再訪意向を見ると、来沖回数が3回以上になると今後5年以内に1回以上再訪すると回答した比率が9割を超える。特に4回以上は95%を超えており、ほぼ全ての人々が再訪すると回答している。また、来沖回数が増えるにつれ、今後5年間の再訪回数も多くなる傾向が見られる。

図表 II-1-3 来沖回数別の今後5年間の再訪意向（帰省、業務目的を除く）

（カッコ内は今後5年以内に1回以上再訪すると回答した比率）

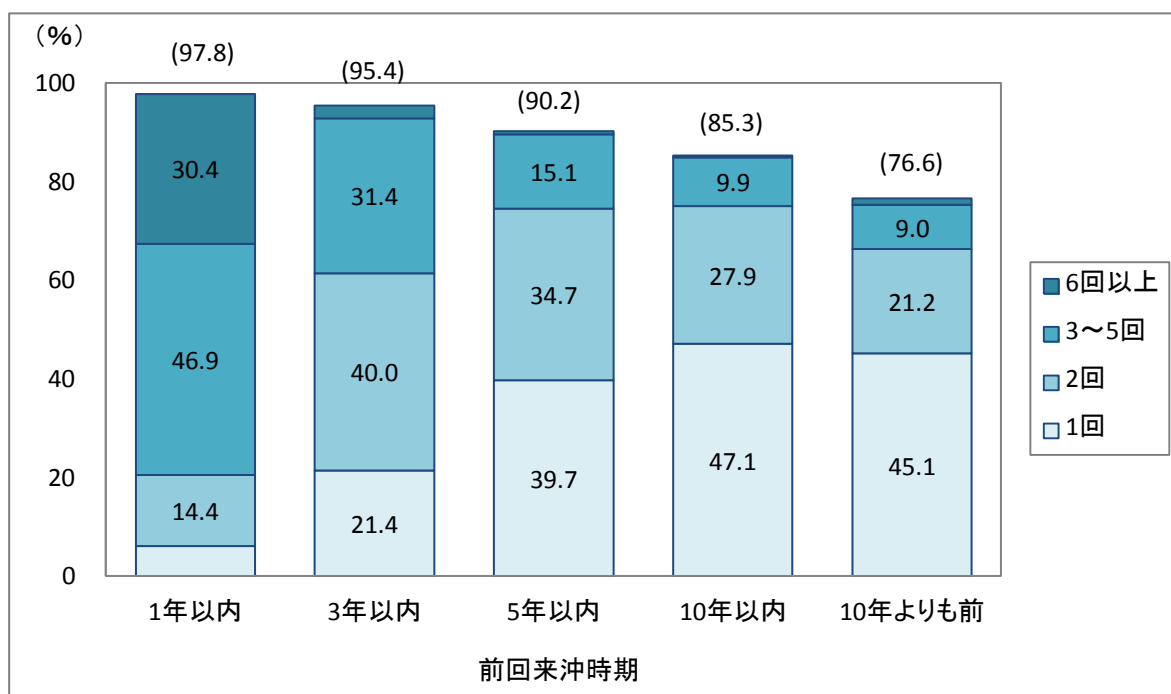


資料:平成21~23年度沖縄県観光統計実態調査データより作成

来沖回数が4回を超えると毎年のように繰り返し沖縄を訪れ、今後もほぼ全員が再訪したいと回答している一方で、来沖3回以下の場合には今後の再訪意向は4回以上と比べやや低く、今後5年間に再訪したい回数も「1回」が多くを占めることから、完全にリピーターとして定着しているわけではないことがうかがえる。そのため、本報告書では来沖回数3回以下を“ライトリピーター”、来沖回数4回以上を“定着リピーター”と定義し分類する。

次に前回来沖を訪れた時期別に今後5年以内の再訪意向を見ると（図表Ⅱ-1-4）、過去5年以内に沖縄を訪れた旅行者の9割以上が今後5年以内に再び沖縄を訪れると回答している。また、今後5年以内に訪れたいという回数も2回以上が多くを占めることから、本調査では過去5年以内に沖縄を訪れている旅行者を“アクティブ”層、過去5年以内に沖縄を訪れていない旅行者を“休眠”層と定義する。

図表Ⅱ-1-4 前回来沖時期別の今後5年以内の再訪意向（帰省、業務目的を除く）



資料：平成21～23年度沖縄県観光統計実態調査データより作成

## (2) 沖縄旅行市場の推計方法

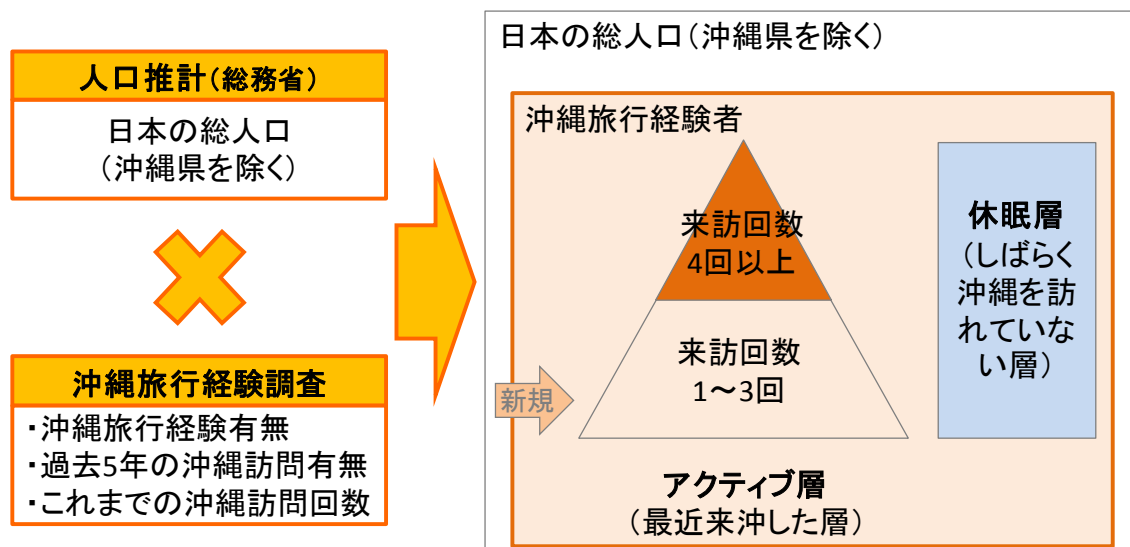
市場構造を推計するために、全国の消費者を対象とした沖縄旅行経験調査を実施し、沖縄旅行経験有無、過去5年間の沖縄訪問有無、これまでの沖縄訪問回数を調べる。

調査結果から沖縄在住者を除いた性年代別沖縄旅行経験率を算出する。算出した性年代別沖縄旅行経験率に国勢調査の性年代別総人口（沖縄県を除く）を掛けて、年代別の沖縄旅行経験者数を算出、それを総人口（沖縄県を除く）で割り、沖縄旅行経験率を算出する。

次に、沖縄旅行経験者の年代別過去5年の来沖比率を各年代の沖縄旅行経験者数に掛けることで、年代別にアクティブ層、休眠層の比率を算出する。その合計がそれぞれアクティブ層／休眠層の旅行者数となる。

そして、アクティブ層／休眠層別に年代別の来沖回数シェアを旅行者数にそれぞれ掛けて、年代別にアクティブ層の来沖回数4回以上の“定着リピーター”、来沖回数3回以下の“ライトリピーター”それぞれの旅行者数、休眠層の“定着リピーター”“ライトリピーター”の旅行者数を算出、それぞれの合計がアクティブ層の来沖回数別の旅行者数、休眠層の来沖回数別の旅行者数となる。

図表 II-1-5 推計イメージ



### (3) 沖縄旅行経験調査

#### ① 沖縄旅行経験調査の目的

沖縄旅行経験を尋ね、沖縄旅行市場の構造および規模を明らかにする。

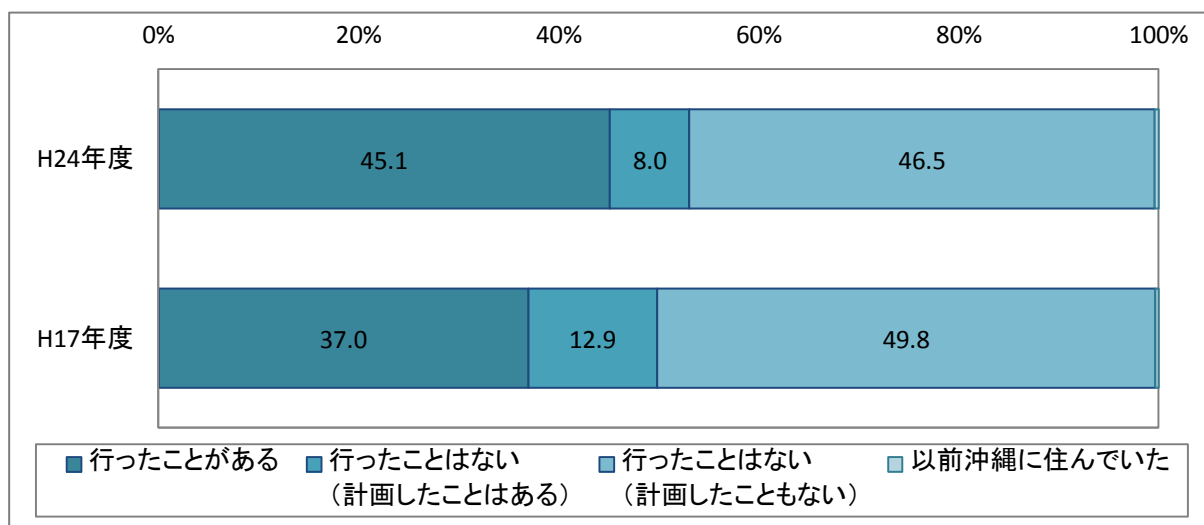
#### ② 沖縄旅行経験調査の概要

調査項目	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 沖縄への旅行回数</li> <li>・ 今後の沖縄県への旅行意向</li> <li>・ 目的別来沖経験</li> <li>・ 居住地域、居住地の都市規模、性、年齢、職業、世帯収入</li> </ul>
調査時期	平成 24 年 9 月
調査対象	全国に居住する 15～79 歳の男女、1 地点 6 人×200 地点
調査方法	住宅地図データベースから世帯を抽出し、個人を割当て。 専属調査員による訪問留置調査方式。
回収数	1,200 票

### (4) 沖縄旅行経験率

(2) の推計方法および(3) の調査に基づいて、沖縄旅行経験率を算出した。その結果、15～79 歳で沖縄を訪れたことがある比率（沖縄旅行経験率）は平成 24 年度は 45.1%であった。平成 17 年度調査と比較すると、沖縄旅行経験率は 10%近く上昇している。

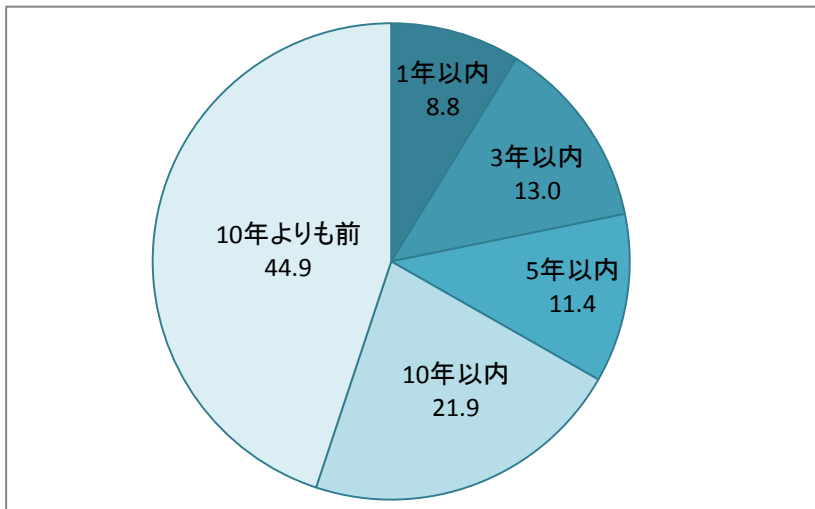
図表 II-1-6 沖縄旅行経験率変化（15～79 歳のみ）



資料：沖縄旅行経験調査  
注)平成 17 年度の沖縄旅行経験率は平成 17 年度沖縄県観光統計実態調査データより作成

沖縄旅行経験者の前回来沖時期を見ると、アクティブ層（過去5年以内に来沖）は約3割に留まることが分かった。半数近くが「10年よりも前」に旅行して以来、来沖していない。

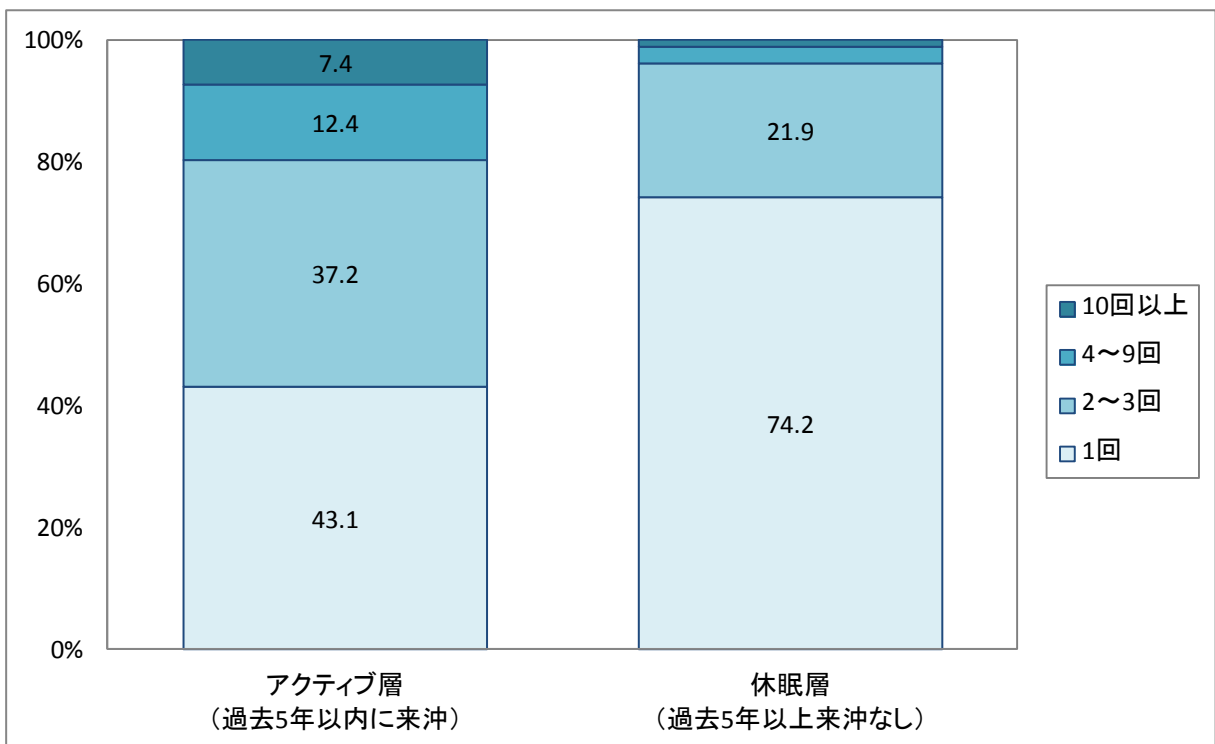
図表 II-1-7 沖縄旅行経験者の前回来沖時期



資料: 沖縄旅行経験調査

次にアクティブ層、休眠層別に来沖回数のシェアを算出した。休眠層の3/4が1度沖縄を訪れたきり、再訪していないことがわかる。

図表 II-1-8 アクティブ層・休眠層の来沖回数シェア



資料: 沖縄旅行経験調査

## (5) 沖縄旅行の市場構造

15～79歳の日本人のうち沖縄旅行経験率は45.1%、つまり沖縄旅行経験者数は約4,580万人と推計される。うち、過去5年以内に来沖している“アクティブ層”は約1,520万人、過去5年以内に来沖していない“休眠層”は約3,060万人と推計される(図表Ⅱ-1-9)。

“アクティブ層”のうち、来沖3回以下が全体の8割を占めている。そのうち、来沖回数が1回、2～3回がそれぞれ4割ずつを占める。つまり、来沖回数3回以下の“ライトリピーター”が休眠せずに引き続き沖縄を再訪してもらい、来沖回数が1回の方は2～3回へ、来沖回数2～3回の方は4回以上の“定着リピーター”へとランクアップさせることが必要である。

過去5年以内に来沖していない“休眠層”においては、来沖3回以下が全体の約96%を占めている。中でも沖縄を1回訪れたきり再訪していない人が全体の3/4と非常に大きなボリュームを占めていることから、リピーター創造のためには休眠層への働きかけが必要である。この中には例えば年々増加を続けている修学旅行で沖縄を訪れた旅行者や、MICE目的で来沖した旅行者など、様々なタイプの旅行者が混在していると考えられる。それぞれのタイプにより、有効な施策は異なると考えられることからまずは旅行者を分類し、タイプ別に分析を行うことで必要な施策を検討していく。修学旅行経験者とMICE経験者については、第III章で詳しく述べる。

本章ではそういった特別な経験を経っていない一般の旅行者について、さらに掘り下げていくこととする。

まずはアクティブ層の特徴を明らかにするため過去の観光統計実態調査データを再分析し、来沖回数4回以上の“定着リピーター”の特徴、またリピーターとしてどのように定着したかを整理する。次に来沖回数3回以下の“ライトリピーター”の特徴を把握し、“定着リピーター”へと導くために必要なことを明らかにする。

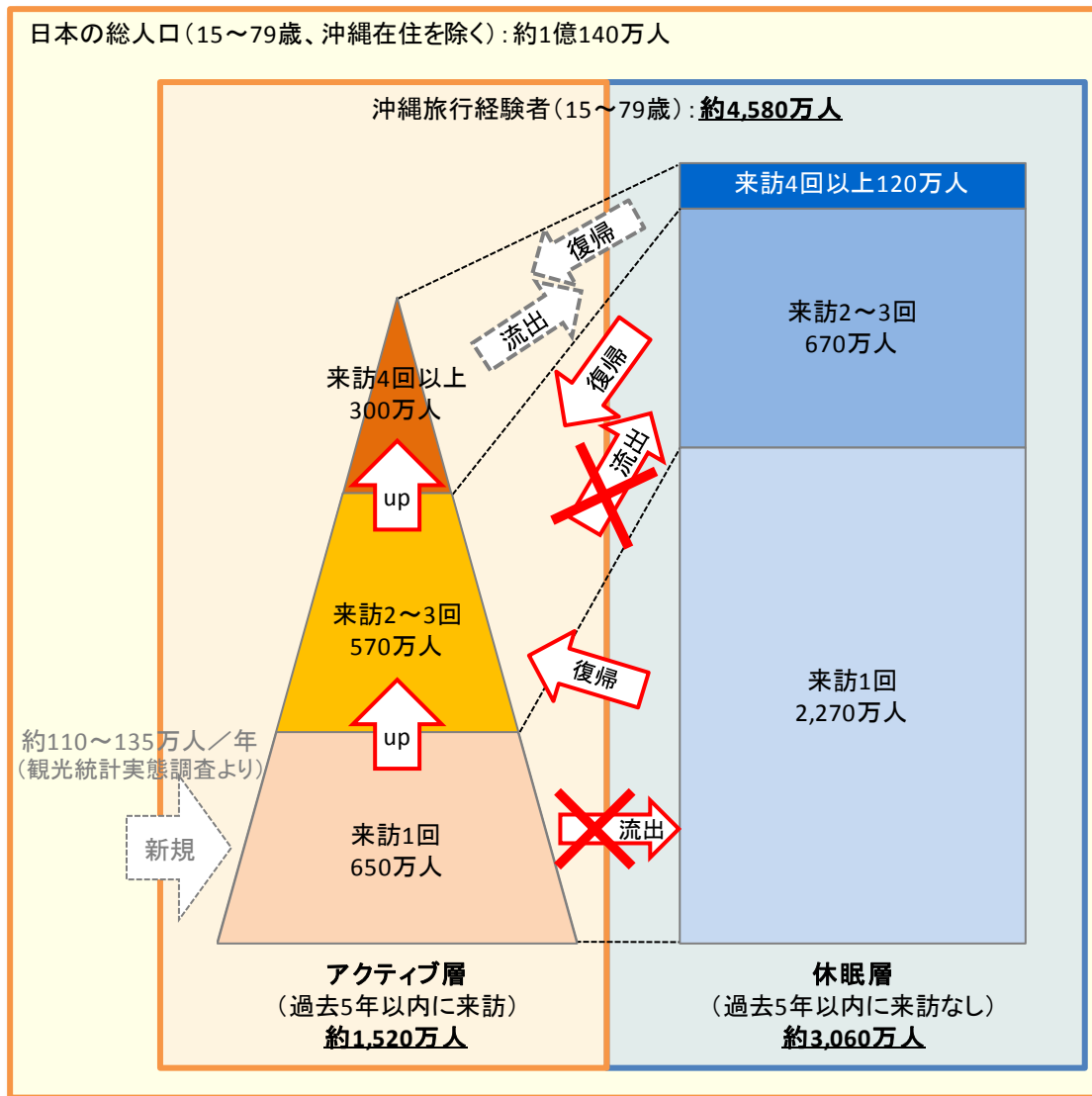
そして全体の2/3を占める休眠層について分析を行い、なぜ再訪せず休眠したのかを分析することで、休眠層をアクティブ層に復帰させる手掛かりを得るとともに、アクティブ層が休眠層へ流出することを防ぐために必要なことについても整理を行う。

### リピーター促進のために必要なアクション

- ① 休眠層への流出阻止＝“ライトリピーター”から“定着リピーター”へのランクアップ
- ② 休眠層からアクティブ層への復帰促進



図表 II-1-9 沖縄旅行の市場構造



## 2. リピーターの特徴

### 2-1. アクティブ層の特徴

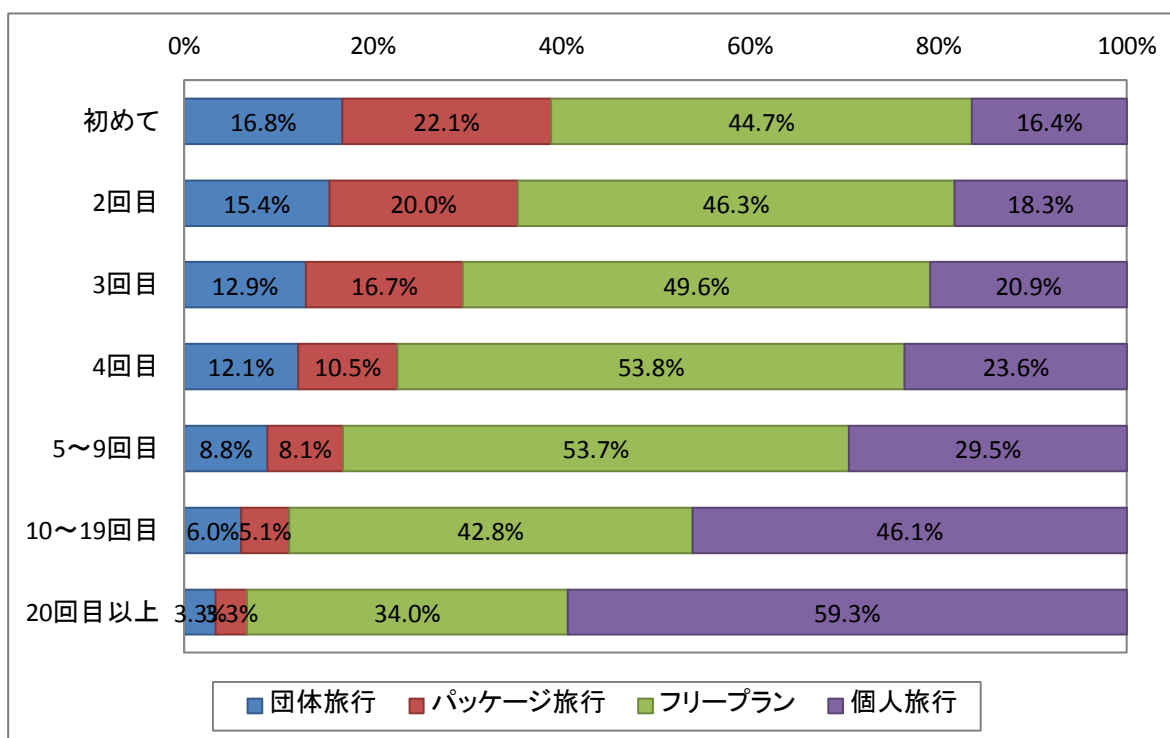
#### (1) 来沖回数別分析

まずはアクティブ層の特徴を把握するため、過去の観光統計実態調査のデータを用いて分析を行う。前述したように”ライトリピーター”と”定着リピーター”では旅行行動や再訪意向に違いがあることから、来沖回数別に見ることでアクティブ層の”ライトリピーター”と”定着リピーター”それぞれの特徴を明らかにする。

#### ① 旅行形態

来沖回数が少ない場合は約8割が団体旅行かパッケージ旅行やフリープラン等のツアーを利用して訪れている。来沖回数が多くなるにつれ「個人旅行」比率が増加し、「団体旅行」「パッケージ旅行」比率が減少する。「フリープラン」比率は来沖回数20回目以上を除いて4～5割程度と他の旅行形態に比べて差は小さい。

図表 II-2-1 旅行形態（来沖回数別）



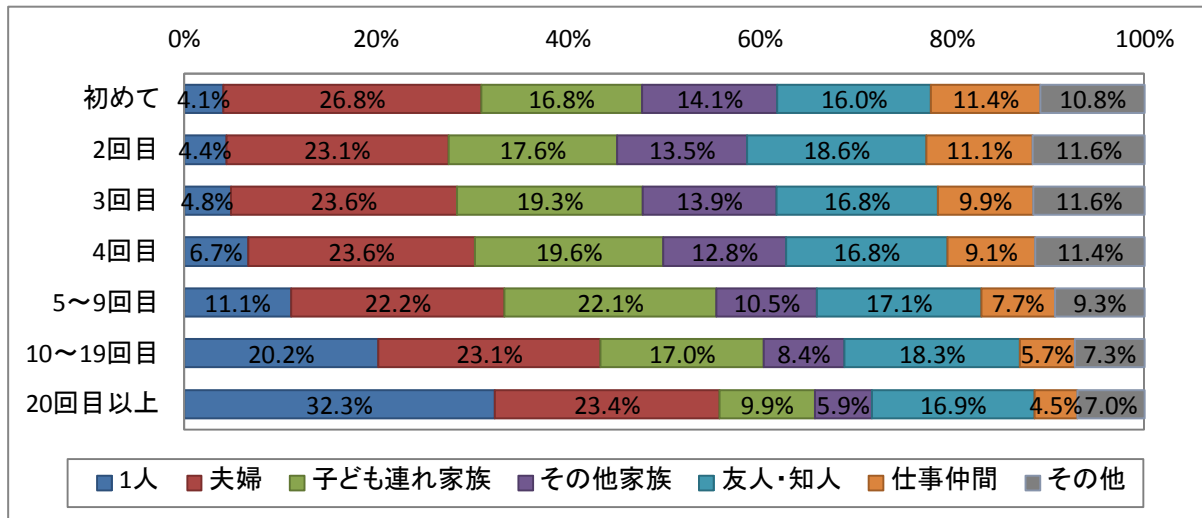
資料：平成19～23年度沖縄県観光統計実態調査

## ② 同行者

来沖回数が多くなるにつれ、「1人」の比率が多くなる。来沖回数『20回目以上』では「1人」が最も多く、全体の3割強を占める。

「夫婦」「友人・知人」は来沖回数による違いは少ない。「子ども連れ家族」は来沖回数3～9回で多くなっている。

図表 II-2-2 同行者（来沖回数別）

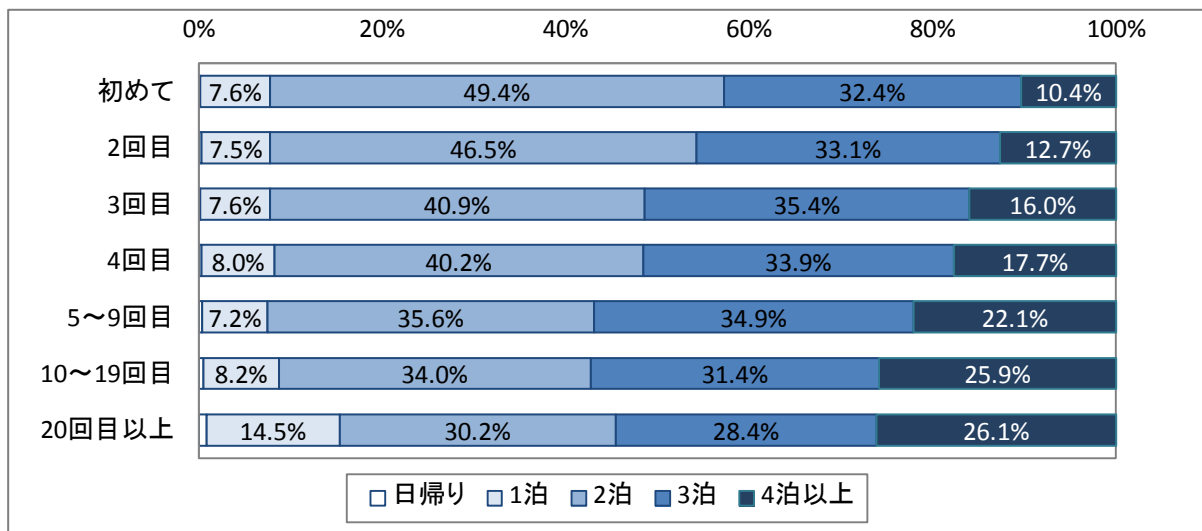


資料:平成 19～23 年度沖縄県観光統計実態調査

## ③ 泊数

来沖回数が多くなるにつれて泊数の長期化の傾向が見られる。

図表 II-2-3 泊数構成比（来沖回数別）



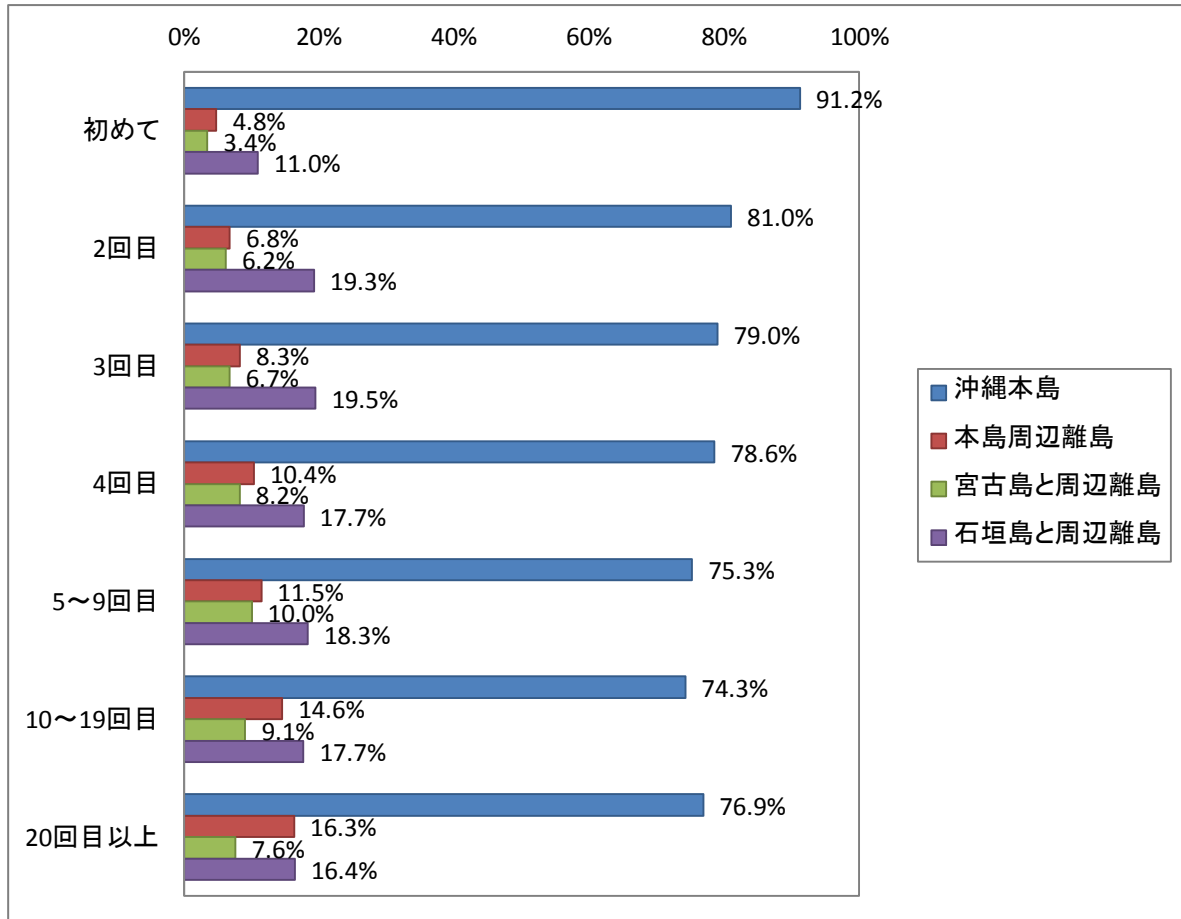
資料:平成 19～23 年度沖縄県観光統計実態調査

#### ④ 旅行先

来沖が「初めて」では、約9割が沖縄本島を訪れている。沖縄本島の比率は来沖回数が多くなるほど減少しているが、来沖回数「20回目以上」では「5～9回目」「10～19回目」に比べてやや多くなっている。

来沖回数が多くなるほど本島周辺離島の比率が多くなる。

図表 II-2-4 旅行先（来沖回数別）



資料:平成 19～23 年度沖縄県観光統計実態調査

## ⑤ 旅行先（詳細）

訪問地は複数回答形式で尋ねているため、訪れた地域の組合せを来沖回数別に多い順に集計した。

来沖回数が少ないうちは、複数の地域を組み合わせで訪れている割合が多い。来沖回数が多くなるにつれ、ひとつのエリアのみを訪れる割合が多くなる傾向が見られる。

図表 II-2-5 旅行先の組合せ上位 10 地域（来沖回数別）

### 初めて

1	本部半島、北部西海岸、中部西海岸、那覇、南部	7.9%
2	本部半島、北部西海岸、那覇	6.7%
3	本部半島、北部西海岸、那覇、南部	6.3%
4	石垣島のみ	5.7%
5	本部半島、北部西海岸、中部西海岸、那覇	5.1%
6	本部半島、那覇、南部	4.9%
7	本部半島、那覇	4.2%
8	那覇のみ	3.5%
9	本部半島、北部西海岸、中部西海岸、中部東海岸、那覇、南部	3.1%
10	本部半島、中部西海岸、那覇、南部	2.7%

### 2回目

1	石垣島のみ	12.5%
2	本部半島、北部西海岸、那覇	5.2%
3	本部半島、北部西海岸、中部西海岸、那覇、南部	5.0%
4	本部半島、北部西海岸、那覇、南部	4.7%
5	本部半島、北部西海岸、中部西海岸、那覇	4.1%
6	宮古島のみ	3.9%
7	本部半島、那覇、南部	3.3%
7	本部半島、那覇	3.3%
9	那覇のみ	3.3%
10	那覇、南部	2.1%

### 3回目

1	石垣島のみ	14.1%
2	本部半島、北部西海岸、那覇	4.2%
2	本部半島、北部西海岸、那覇、南部	4.2%
4	宮古島のみ	4.2%
5	那覇のみ	3.7%
6	本部半島、那覇、南部	3.2%
7	本部半島、北部西海岸、中部西海岸、那覇	2.9%
8	本部半島、那覇	2.7%
8	那覇、南部	2.7%
10	本部半島、中部西海岸、那覇	2.3%
10	本島周辺離島のみ	2.3%

### 4回目

1	石垣島のみ	11.3%
2	宮古島のみ	5.9%
3	那覇のみ	4.3%
4	本部半島、北部西海岸、那覇	3.4%
4	本部半島、北部西海岸、那覇、南部	3.4%
6	本部半島、北部西海岸、中部西海岸、那覇、南部	3.1%
7	本島周辺離島のみ	3.0%
8	本部半島、那覇	2.9%
9	那覇、南部	2.8%
10	本部半島、北部西海岸、中部西海岸、那覇	2.7%

### 5～9回目

1	石垣島のみ	13.3%
2	宮古島のみ	7.4%
3	那覇のみ	4.8%
4	本島周辺離島のみ	3.5%
5	中部西海岸のみ	3.2%
6	那覇、南部	3.0%
7	本部半島、北部西海岸、那覇	2.5%
8	那覇、本島周辺離島	2.4%
9	北部西海岸のみ	2.3%
10	中部西海岸、那覇	2.2%

### 10～19回目

1	石垣島のみ	14.0%
2	那覇のみ	8.4%
3	宮古島のみ	6.5%
4	本島周辺離島のみ	4.9%
5	那覇、南部	4.0%
5	中部西海岸、那覇	4.0%
7	中部西海岸のみ	3.5%
8	北部西海岸のみ	3.4%
9	那覇、本島周辺離島	3.0%
10	本部半島、北部西海岸、那覇	2.3%

### 20回目以上

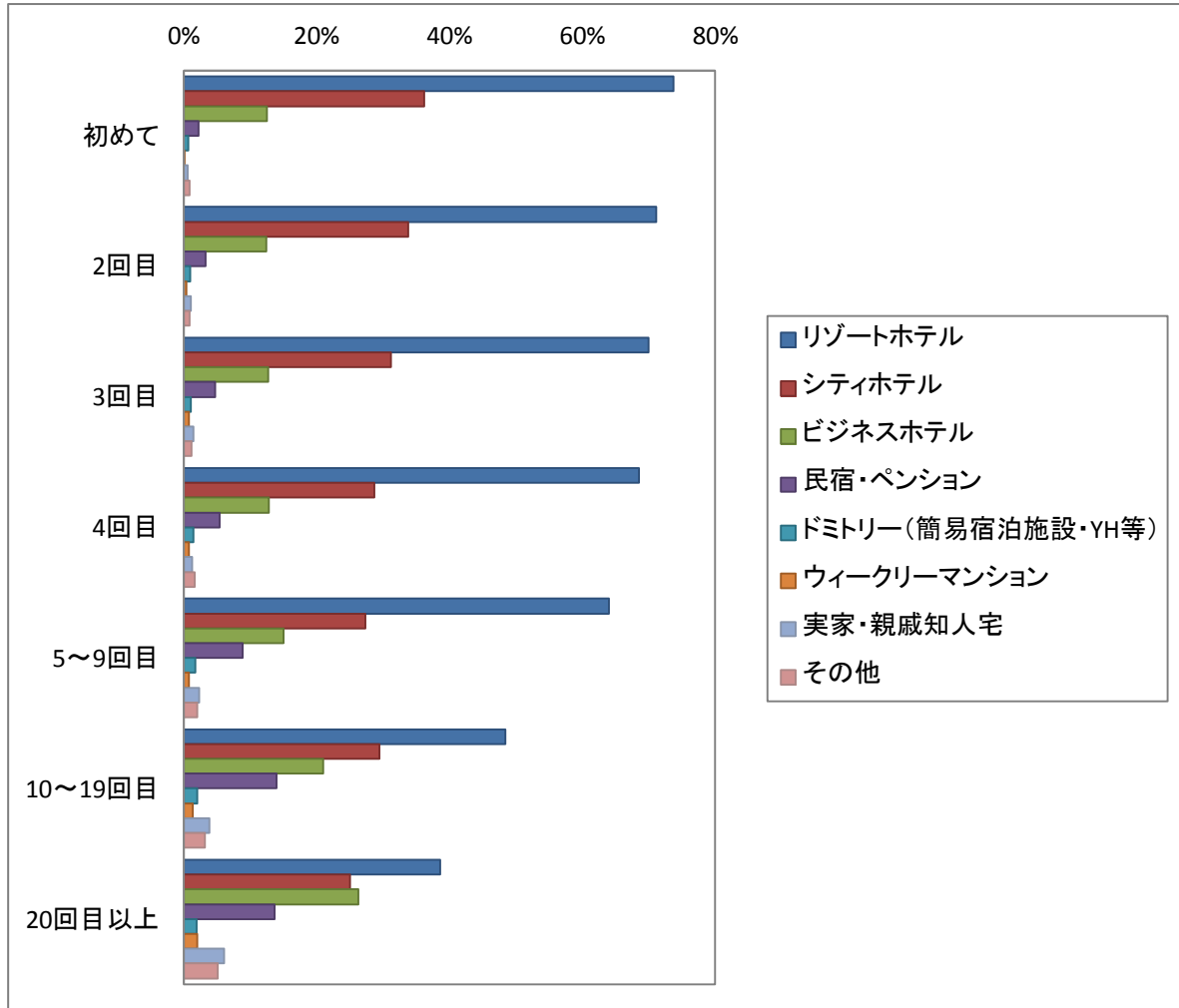
1	石垣島のみ	12.0%
2	那覇のみ	11.9%
3	本島周辺離島のみ	6.0%
4	宮古島のみ	4.7%
4	那覇、本島周辺離島	4.7%
6	中部西海岸のみ	3.9%
7	那覇、南部	3.7%
8	中部西海岸、那覇	2.3%
8	北部西海岸のみ	2.3%
8	中部西海岸、那覇、南部	2.3%

資料：平成 21～23 年度沖縄県観光統計実態調査

## ⑥ 宿泊施設タイプ

来沖回数が多くなるほど「リゾートホテル」「シティホテル」利用率が減少、代わりに「ビジネスホテル」「民宿・ペンション」利用率が増加。「リゾートホテル」は来沖回数が10回以上で利用率が大きく減少するものの、最も利用率が多い。

図表 II-2-6 宿泊施設タイプ（来沖回数別）



資料:平成 19~23 年度沖縄県観光統計実態調査

## ⑦ 旅行の目的

旅行の目的について来沖回数別に見ると、最も多いのは「休養・リフレッシュ」で、5割前後を占めている。「沖縄県に住んでいる友人・知人を訪問」については来沖回数が多くなるほど増える傾向があり、来沖回数が“20回目以上”では30.2%にも上る。他には「スポーツ・レジャー」や「ホテルで上質な時間を過ごす」等も来沖回数が多くなるにつれ増える傾向が見られる。

図表 II-2-7 旅行の目的（3つまで回答）

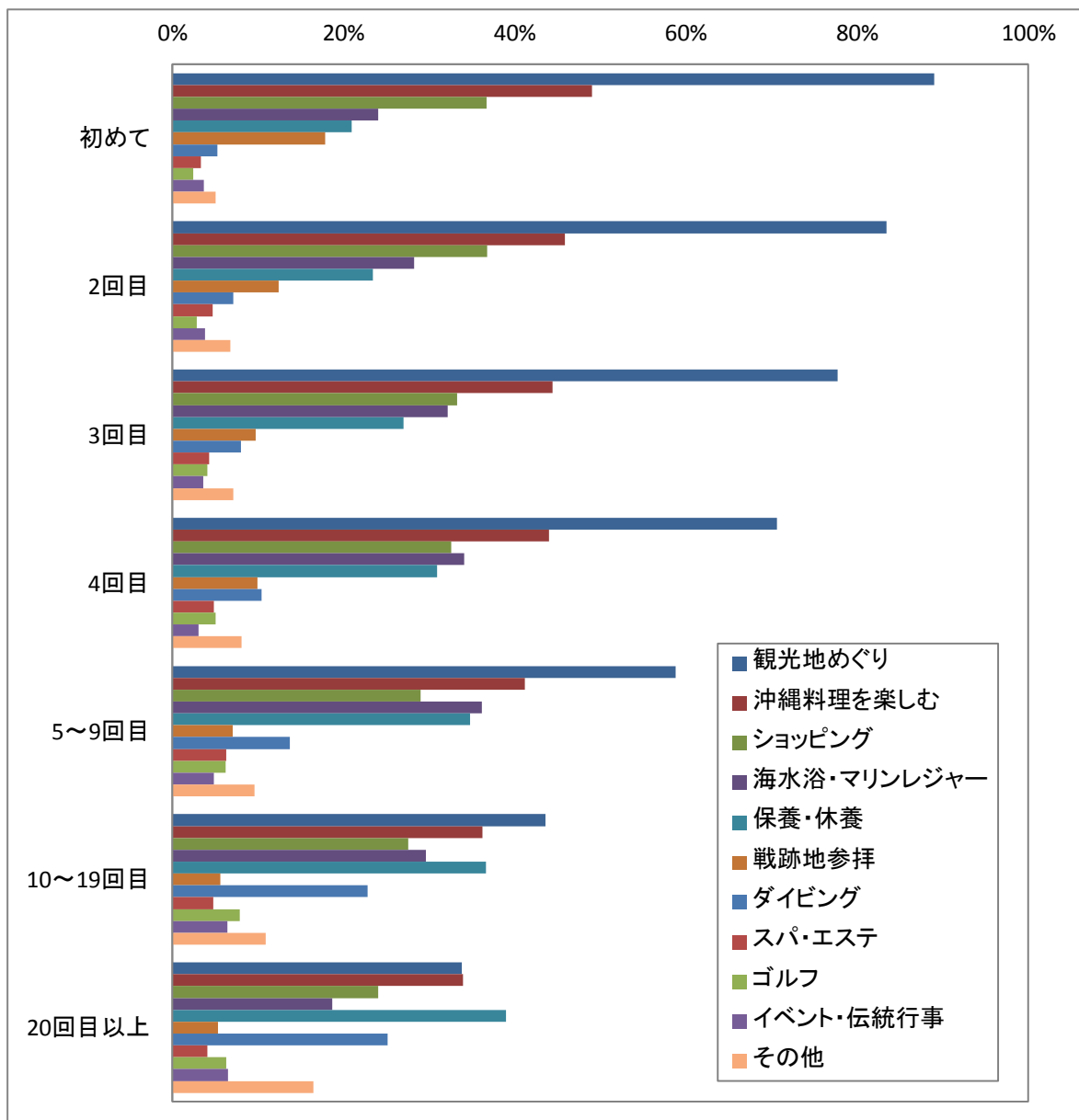
	初めて	2回目	3回目	4回目	5～9回目	10～19回目	20回目以上	合計
休養・リフレッシュ	55.3%	54.5%	53.9%	55.3%	53.6%	49.2%	42.1%	53.5%
美しい海やビーチ	46.0%	47.8%	52.0%	41.6%	48.2%	39.0%	27.0%	45.8%
美味しいものを食べる	25.2%	25.9%	27.2%	24.3%	27.6%	18.7%	23.0%	25.4%
沖縄の歴史・文化に触れる	40.0%	25.3%	22.4%	21.7%	14.7%	11.2%	6.3%	24.0%
同行者とのコミュニケーション	23.4%	21.9%	20.3%	19.5%	14.0%	9.6%	10.3%	18.8%
ゆっくりした時間を楽しむ	13.9%	18.9%	21.6%	15.9%	19.5%	20.3%	22.2%	18.3%
スポーツ・レジャー	10.7%	11.4%	13.1%	16.8%	21.7%	34.2%	29.4%	16.5%
沖縄県に住んでいる友人・知人を訪問	3.5%	7.6%	5.1%	7.1%	14.0%	20.3%	30.2%	9.5%
ホテルで上質な時間を過ごす	6.2%	8.8%	9.3%	9.7%	10.4%	13.4%	9.5%	9.0%
ショッピング	8.8%	9.7%	12.0%	4.4%	9.5%	5.9%	8.7%	9.0%
森や川などの自然	5.6%	7.0%	6.7%	6.2%	6.6%	6.4%	4.0%	6.3%
亜熱帯の気候を楽しむ	7.2%	7.8%	5.9%	6.6%	2.9%	3.2%	3.2%	5.8%
地元の人とのふれあい	2.5%	4.6%	5.3%	3.1%	3.6%	8.0%	12.7%	4.6%
仕事・会議・研修、帰省・親戚等の訪問	2.8%	2.3%	2.1%	3.5%	3.6%	2.1%	4.0%	2.8%
その他	12.9%	16.0%	14.9%	14.6%	14.9%	15.0%	16.7%	14.7%
合計	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
サンプル数	568	525	375	226	442	187	126	2,449

資料：平成21年度沖縄県観光統計実態調査（満足度調査）

## ⑧ 活動

来沖回数が少ないほど「観光地めぐり」「沖縄料理を楽しむ」「ショッピング」の実施率が多い。一方、来沖回数が多いほど「保養・休養」「ダイビング」「その他」の実施率が増加する。「その他」の自由回答を見ると、⑦旅行の目的で述べたような「友人訪問」が多く含まれていた。

図表 II-2-8 活動タイプ（複数回答、来沖回数別、上位 10 活動+その他）



資料:平成 19~23 年度沖縄県観光統計実態調査

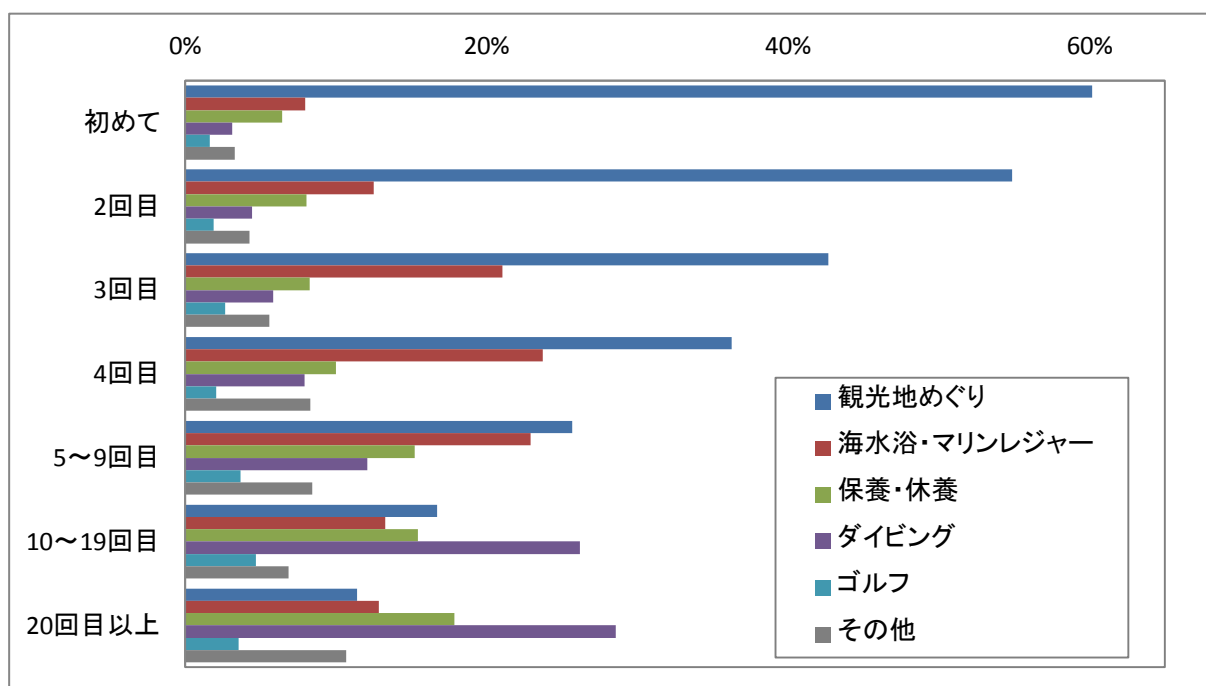


## ⑨ 主な活動

複数行った活動の中で、主な活動をひとつだけ尋ねたところ、⑧活動の項で上位に挙がっていた「沖縄料理を楽しむ」や「ショッピング」は主な活動では下位となっており、副次的な目的であることがわかる。

⑧活動の項で触れたように、「観光地めぐり」は来沖回数が少ない場合は非常に多くなっているが、来沖回数を重ねるにつれ選択率は低下する。一方、「保養・休養」や「ダイビング」は来沖回数が多くなればなるほど多くなる。「海水浴・マリレジャー」はについて、来沖回数3～9回で多く、それ以上になると逆に少なくなる傾向が見られる。

図表 II-2-9 主な活動（単一回答、来沖回数別、上位5活動+その他）



資料:平成 22 年度沖縄県観光統計実態調査

## ⑩ 来沖回数別に見たアクティブ層の特徴

過去の観光統計実態調査のデータを用いて、来沖回数別にアクティブ層の旅行内容について分析を行った。その結果、来沖回数が少ない”ライトリピーター”はツアーを利用して来沖し観光地めぐりを行っており、泊数が短めで様々な場所を訪れるため、慌ただしい旅行になっている特徴が見えてきた。

一方で、来沖回数が多い人はダイビングや海水浴・マリレジャー、保養・休養、友人訪問などを行っており、泊数は長めという傾向が見られた。

このように、”ライトリピーター”と”定着リピーター”では旅行スタイルが大きく異なっている。来沖回数別に細かく見ていくと、来沖が1回増えるごとに徐々に変化していくことが確認されることから、旅行を通じて徐々に沖縄旅行のパターンが定まってくるものと考えられる。

## (2) “定着リピーター”の沖縄旅行のパターン

過去の観光統計実態調査のデータから、来沖回数を重ねるに従って活動や旅行形態に徐々に変化が生じることがわかった。来沖を重ねていくうちに自分の好みの旅行スタイルが定着していくものと考えられる。

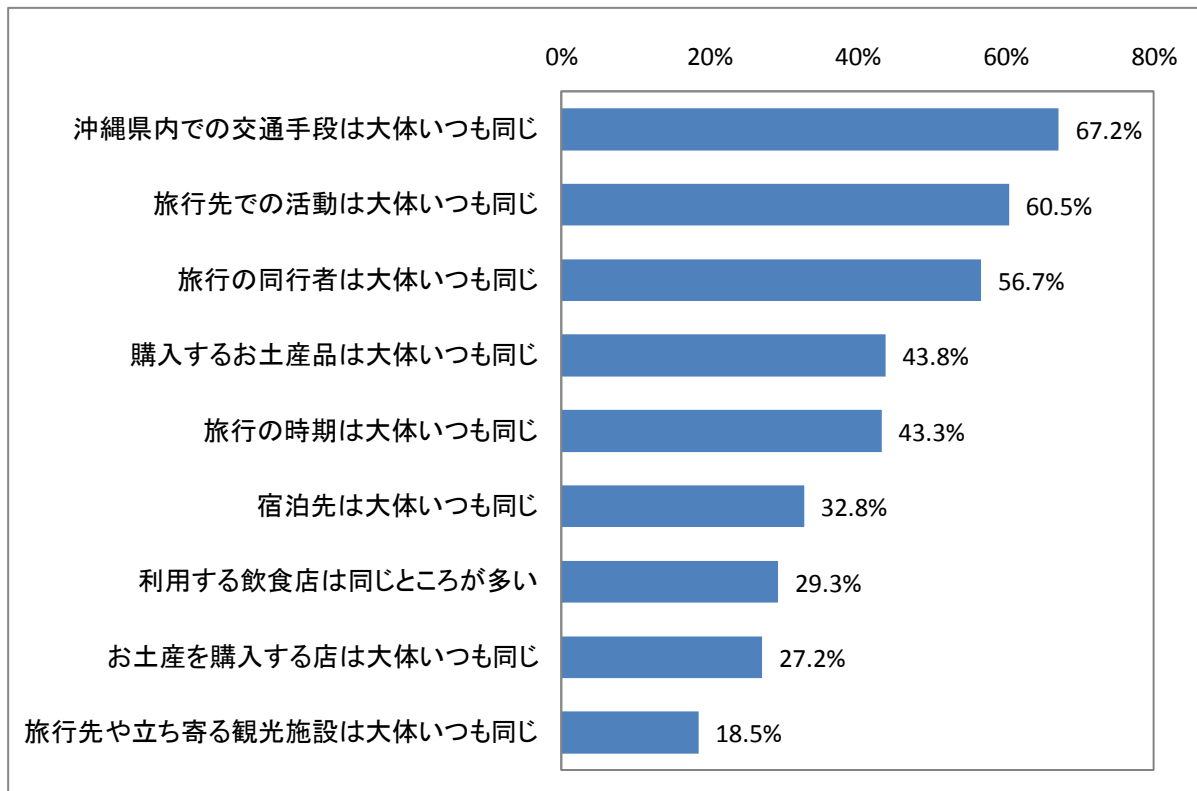
そこでここでは”定着リピーター”の旅行のパターンに着目し、過去の観光統計実態調査データを用いて見ていくこととする。

### ① “定着リピーター”の沖縄旅行のパターン化

来沖回数4回以上の”定着リピーター”について、過去3年間の沖縄旅行についてあてはまる旅行パターンを見ると、最も多いのは「沖縄県内での交通手段は大体いつも同じ」で67.2%であった。次いで、「旅行先での活動は大体いつも同じ」「旅行の同行者は大体いつも同じ」が6割前後で続いている。

一方、「旅行先や立ち寄る観光施設は大体いつも同じ」は18.5%と低くなっている。

図表 II-2-10 “定着リピーター”の旅行のパターン化



資料：平成17年度沖縄県観光統計実態調査(8月、11月調査のみ)  
注：前回来沖時期が5年より前の旅行者、会議・研修、仕事、帰省・親戚等の訪問、沖縄居住経験者を除いている

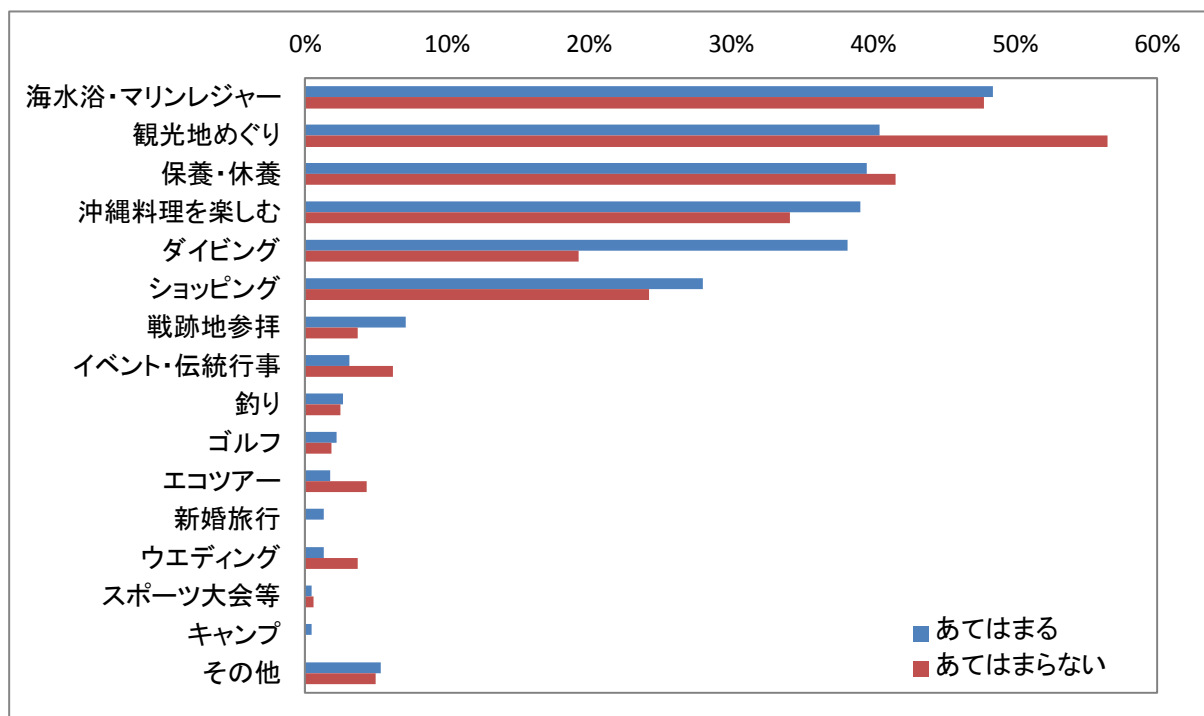
## ② 活動内容がパターン化しているリピーター

“旅行先での活動は大体いつも同じ”と回答したかどうか別に沖縄旅行で行った活動を見ると、“旅行での活動は大体いつも同じ”にあてはまる旅行者で最も多いのは「海水浴・マリンスポーツ」であった。次いで「観光地めぐり」「保養・休養」「沖縄料理を楽しむ」「ダイビング」がほぼ同じ割合で続いている。

しかし、「観光地めぐり」については“旅行先での活動は大体いつも同じ”にあてはまらない旅行者の方が高い選択率となっている。また、⑨主な活動の項で述べたように「沖縄料理を楽しむ」は他の活動に付随して行われる副次的な活動である。これらのことを考慮すると、「海水浴・マリンスポーツ」「保養・休養」「ダイビング」がリピートに結びつきやすい活動であると考えられる。

特に「ダイビング」は“旅行先での活動は大体いつも同じ”にあてはまるかあてはまらないかで大きな違いが見られることから、非常に強いリピートの動機になる活動であることがわかる。

図表 II-2-1 1 沖縄旅行で行った活動（来沖回数4回以上のみ）

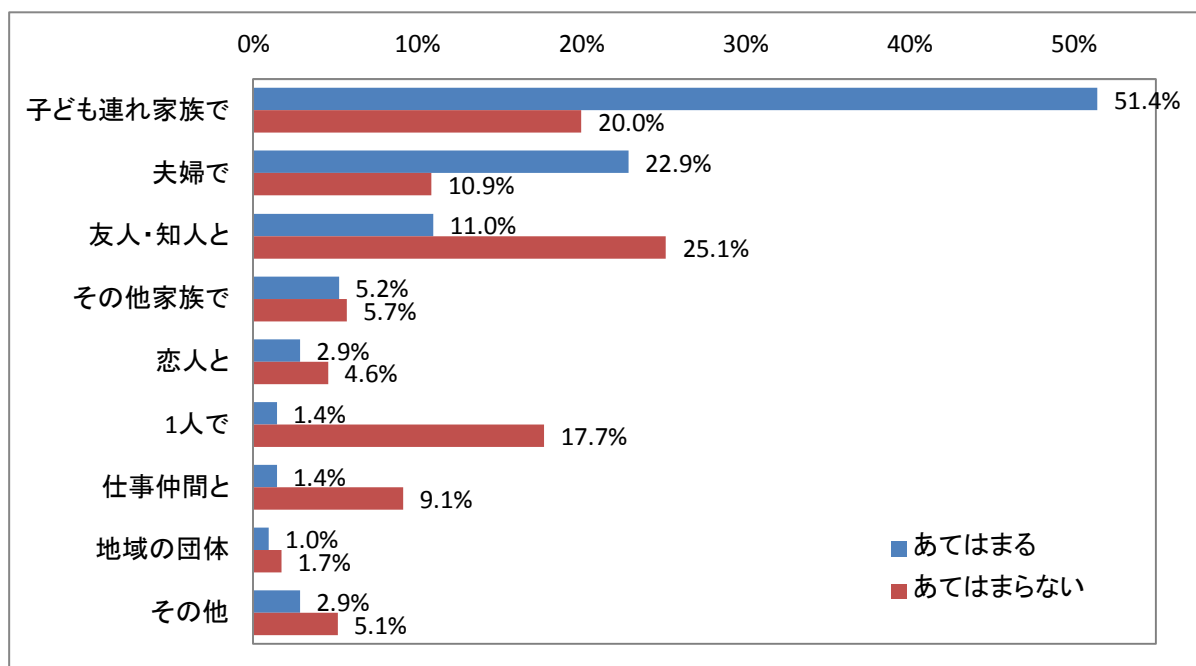


資料：平成17年度沖縄県観光統計実態調査（8月、11月調査のみ）  
注：前回来沖時期が5年より前の旅行者、会議・研修、仕事、帰省・親戚等の訪問、沖縄居住経験者を除いている

## ③ 同行者がパターン化しているリピーター

“旅行の同行者は大体いつも同じ”と回答したかどうか別に沖縄旅行の同行者を見ると、“旅行の同行者は大体いつも同じ”にあてはまる旅行者で最も多いのは「子ども連れ家族」で突出している。次いで「夫婦」となっており、いずれも“旅行の同行者は大体いつも同じ”にあてはまらない旅行者と比較して高い割合を示している。

図表 II-2-1 2 沖縄旅行の同行者（来沖回数 4 回以上のみ）

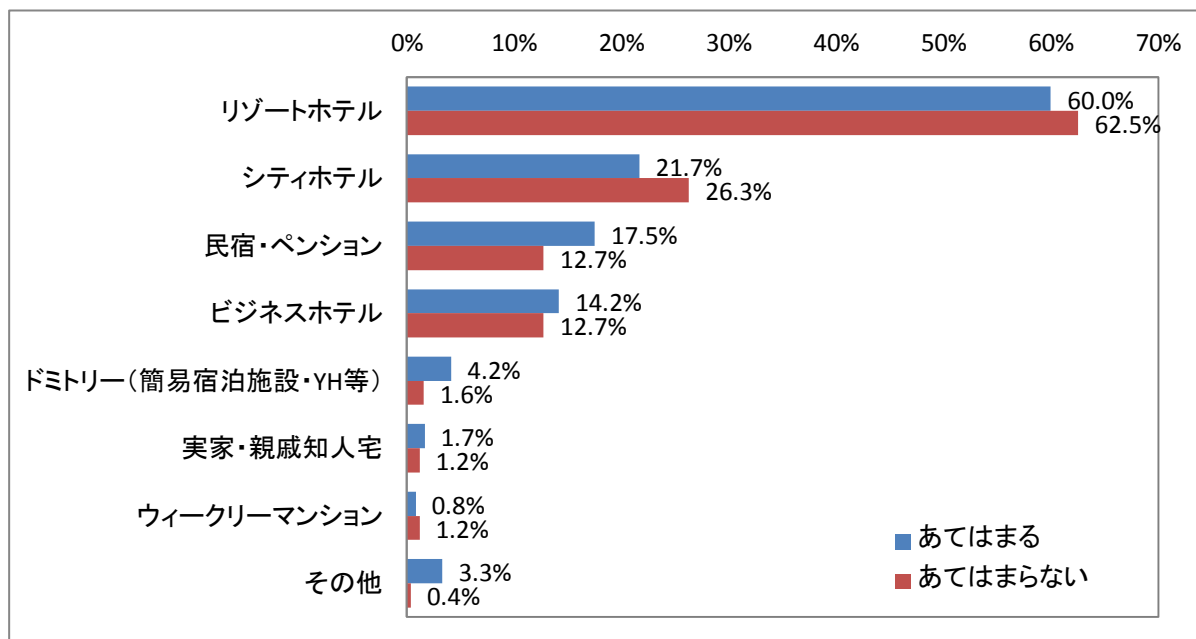


資料：平成 17 年度沖縄県観光統計実態調査（8 月、11 月調査のみ）  
 注：前回来沖時期が 5 年より前の旅行者、会議・研修、仕事、帰省・親戚等の訪問、沖縄居住経験者を除いている

#### ④ 利用宿泊施設がパターン化しているリピーター

“宿泊先は大体いつも同じ”と回答したかどうか別に沖縄旅行で利用した宿泊施設を見ると、“リゾートホテル”が突出している。

図表 II-2-1 3 沖縄旅行の利用宿泊施設（来沖回数 4 回以上のみ）



資料：平成 17 年度沖縄県観光統計実態調査（8 月、11 月調査のみ）  
 注：前回来沖時期が 5 年より前の旅行者、会議・研修、仕事、帰省・親戚等の訪問、沖縄居住経験者を除いている

## ⑤ “定着リピーター” の特徴的なパターン

毎回旅行で同じ行動を繰り返し行っている来沖回数4回以上の”定着リピーター”に着目し、その旅行内容を見てきた。その結果、「ダイビング」「海水浴・マリンレジャー」「保養・休養」といった活動を繰り返すリピーター、子ども連れの家族で繰り返し訪れるリピーター、同じ宿泊施設に繰り返し泊まるリピーターというように分類されることが分かった。

他には「友人訪問」も”定着リピーター”に特徴的な活動であることから、こちらもリピーターの分類に含めることとする。

来沖回数が3回以下の”ライトリピーター”をリピーターとして定着させるには、来沖経験が浅いうちに旅行のパターンを確立できるかどうかがかぎを握る。特に上記のような”定着リピーター”の分類にうまく誘導し当てはまった場合は、リピーターとして定着し毎年のように再訪することが期待できる。

では次に、どうすれば来沖回数が少ない”ライトリピーター”が”定着リピーター”へ移行するのかを明らかにするため、”ライトリピーター”について詳しく見ていくことにする。

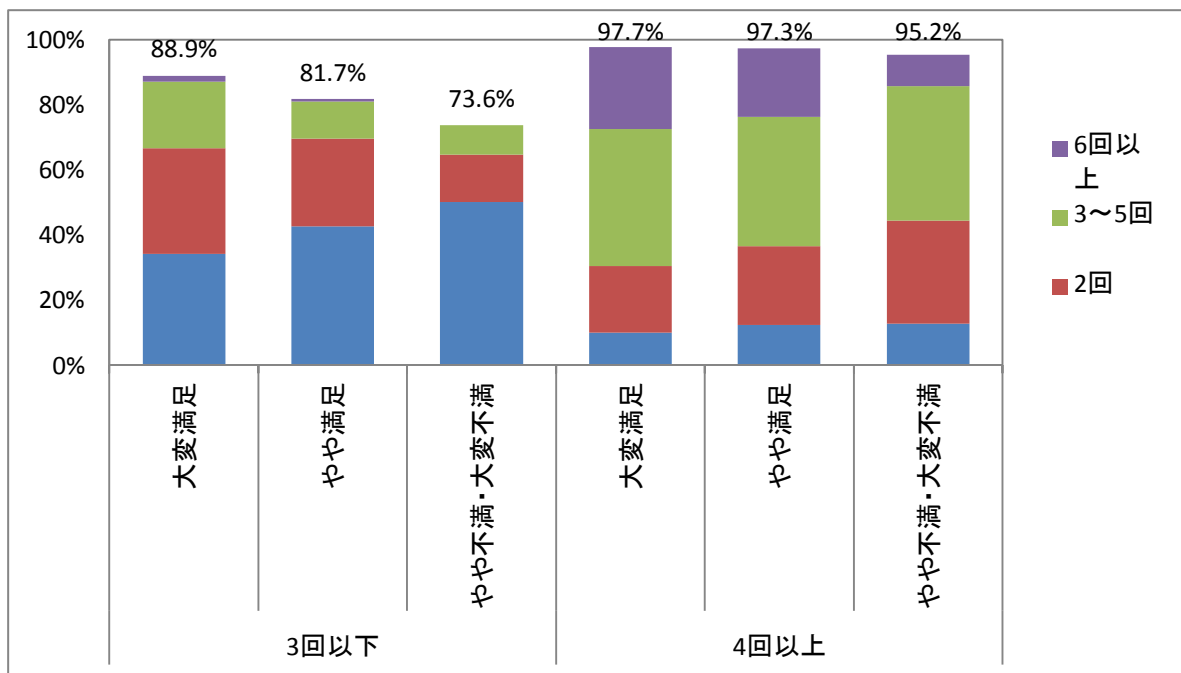
(3) 来沖回数3回以下の“ライトリピーター”をリピーターとして定着させるために

① 旅行の満足度と再訪意向

旅行の満足度と再訪意向を見ると、来沖回数3回以下で旅行の満足度が“大変満足”だった場合、今後5年以内に1回以上沖縄を訪れると回答した割合は88.9%と高い再訪意向を示した。旅行の満足度が下がるに従って再訪意向は低下し、今後5年以内に再訪したい回数も少なくなる傾向が見られた。来沖回数4回以上の”定着リピーター”では旅行の満足度による今後5年以内の再訪回数に違いは見られるものの、今後5年以内に1回以上再訪したいという比率はほぼ100%近くで差は見られない。

つまり、リピーターとして定着した後は、旅行の内容に関わらず再訪するが、“ライトリピーター”については旅行の満足度が再訪するかしないかを大きく左右する。つまり、沖縄旅行経験そのものが次回の旅行へ影響を与えることから、リピーターとして定着させるためには旅行の満足度を上げることが何より求められる。

図表 II-2-14 旅行の満足度と再訪意向

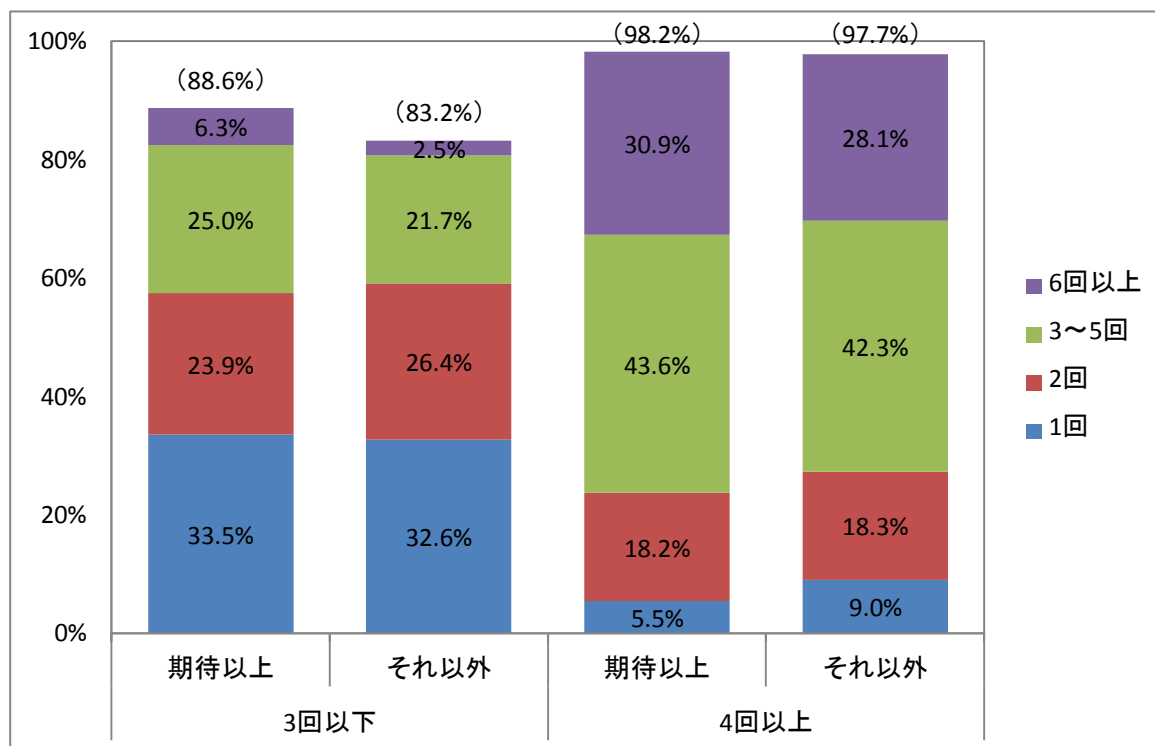


資料:平成21年度沖縄県観光統計実態調査(満足度調査)

また、旅行前の期待度に対して“期待以上”だったかどうかで再訪意向を見ると、来沖回数3回以下では“期待以上”だった場合の再訪意向は88.6%であるのに対して、それ以外の場合は83.2%と低くなっている。

つまり、旅行の満足度を上げるだけでなく、“想定していたより素晴らしかった”という強い感情を喚起させることが再訪に結び付くと考えられる。

図表 II-2-15 期待度別の再訪意向（来沖回数別）



資料:平成18年度沖縄県観光統計実態調査(満足度調査)

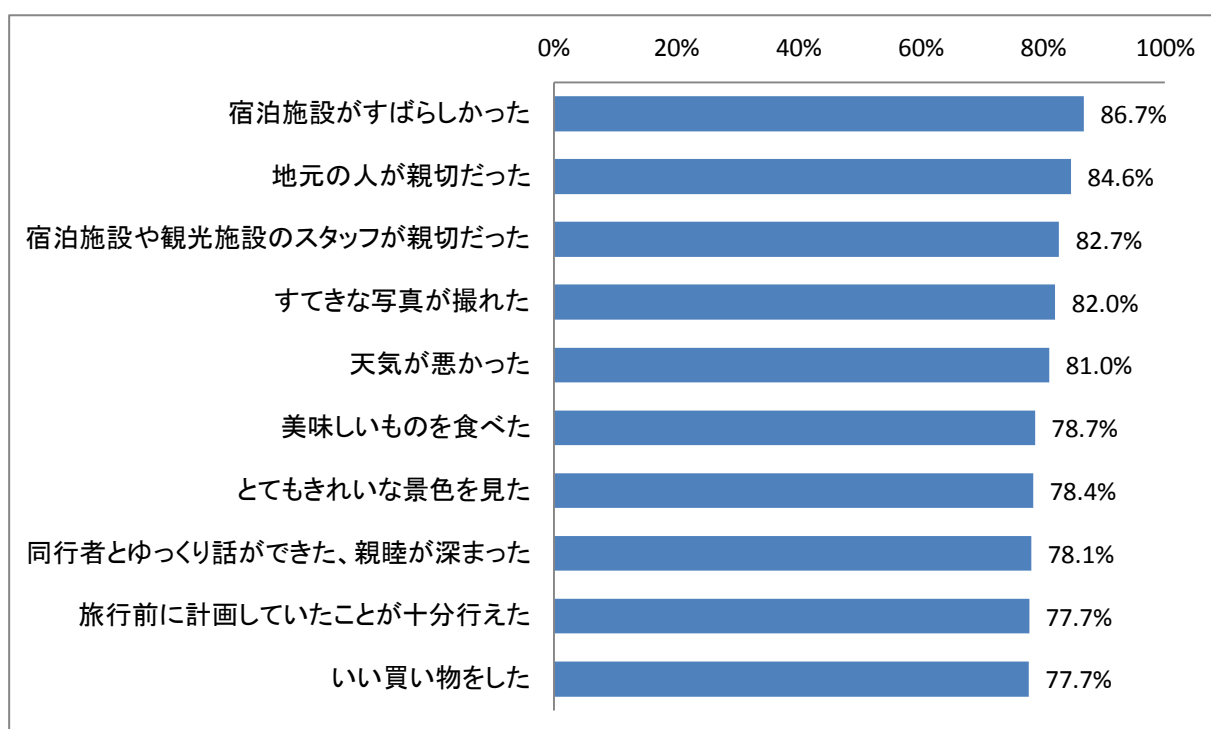
## ② 旅行中の経験が再訪意向に与える影響

そこで、旅行中の経験や感じたことが再訪意向にどのような影響を及ぼすかを明らかにするため、沖縄旅行経験者を対象としたインターネット調査を行った。

まず、旅行中に経験したこと別に今後5年以内に再訪したいと回答した比率を多い順に並べたのが、図表 II-2-16 である。

その結果、もっとも再訪意向が高かった経験は「宿泊施設がすばらしかった」であった。ついで「地元の人が親切だった」「宿泊施設や観光施設のスタッフが親切だった」と、人との交流を経験した場合に再訪意向が高い結果となっており、ホスピタリティを向上させることが重要であることがわかる。

図表 II-2-16 直近の沖縄旅行で経験したこと別の今後5年以内の再訪意向（来沖3回以下のみ）



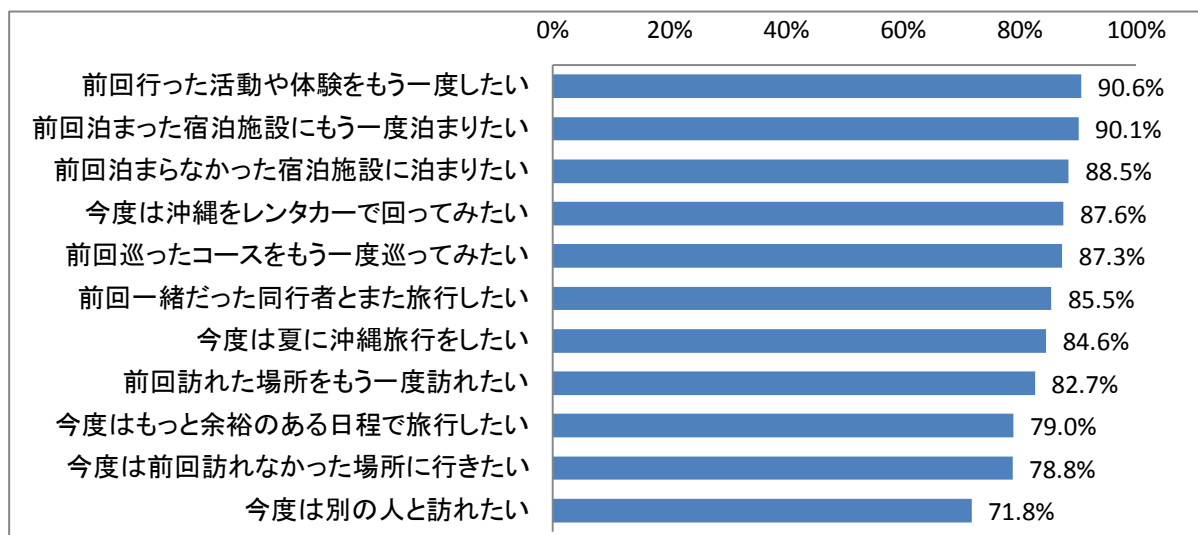
資料：沖縄旅行経験者インターネット調査

次に、沖縄旅行をしたことにより感じた内容別に再訪意向を見ると、最も多かったのは「前回行った活動や体験をもう一度したい」であった。次いで「前回泊まった宿泊施設にもう一度泊まりたい」が続いている。また、「前回訪れた場所をもう一度訪れたい」は「今度は前回訪れなかった場所に行きたい」よりも再訪意向が高くなっている。

つまり、来沖回数が3回以下の”ライトリピーター”に再訪してもらうには、沖縄旅行でいかに次回も行いたいと思えるような活動や宿泊施設、訪問場所を経験させることが重要となる。



図表 II-2-17 沖縄旅行を通じて感じたこと別の今後5年以内の再訪意向（来沖3回以下のみ）



資料：沖縄旅行経験者インターネット調査

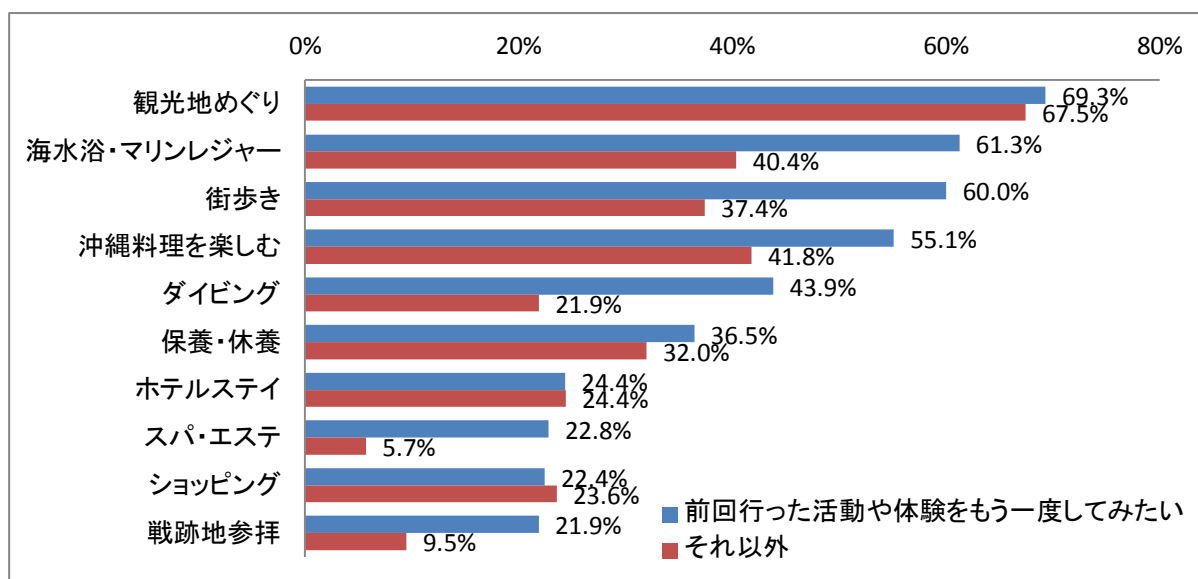
“前回行った活動や体験をもう一度してみたい”を選択した／選択していない別に、次回行いたい活動について見ると、最も多いのは「観光地めぐり」で、違いはほとんど見られない。

一方で、「海水浴・マリレジャー」「街歩き」「沖縄料理を楽しむ」「ダイビング」「スパ・エステ」等は、“前回行った活動や体験をもう一度してみたい”かどうかで大きな違いが見られた。

つまり「海水浴・マリレジャー」や「街歩き」「ダイビング」については行った活動を気に入って次もやりたい、つまりリピートにつながる活動であるということが言える。特に「海水浴・マリレジャー」「ダイビング」については（2）“定着リピーター”の沖縄旅行のパターンの項で述べたように、“定着リピーター”として定着しやすい活動であることが分かっている。

こういった次回も行いたいという意向が強い活動を、来沖回数が少ない時点で体験できる機会を積極的に設けることで再訪意向を高めることが期待できる。

図表 II-2-18 次回行いたい活動（複数回答、来沖3回以下のみ）

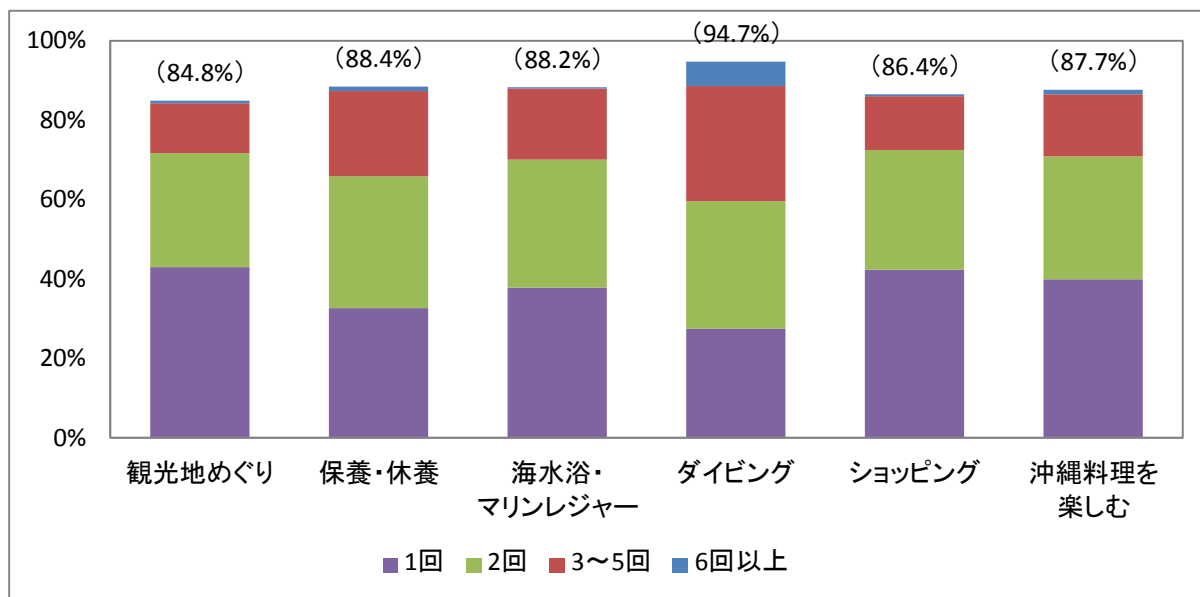


資料：沖縄旅行経験者インターネット調査

“観光地めぐり”は、選択率自体は非常に高いものの、前回行ったかどうかは次回の意向に影響を及ぼさない。つまりこれまで述べてきたようにパターン化に結びつきにくい活動であると言える。

さらに、平成 23 年度観光統計実態調査によると、観光地めぐりを行った”ライトリピーター”の再訪意向は他の活動と比較して低い傾向が見られるという課題も明らかとなっている。

図表 II-2-19 今回の沖縄旅行で行った活動別の再訪意向（来沖回数3回以下のみ）



資料:平成 23 年度沖縄県観光統計実態調査

同調査によると、観光地めぐりを行った”ライトリピーター”は多くの地域を短い泊数で訪れていることが明らかとなっている。

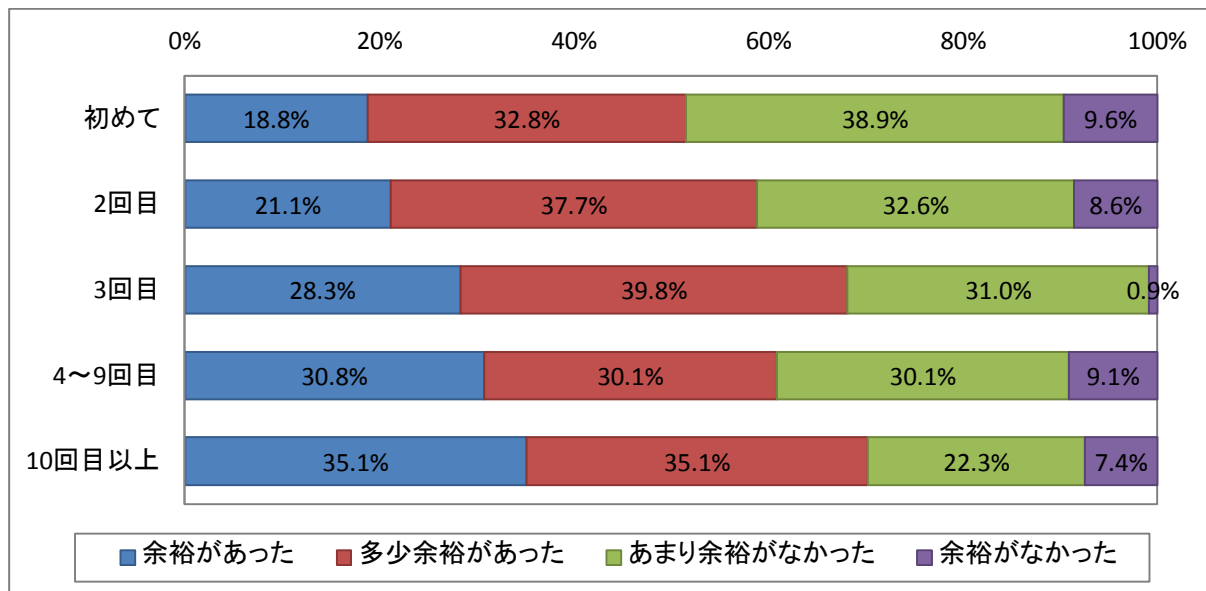
図表 II-2-20 今回の沖縄旅行で行った活動別の訪問地域と平均泊数

訪問地域（複数回答）	今回行った活動（複数回答）					
	観光地めぐり	保養・休養	海水浴・マリンレジャー	ダイビング	ショッピング	沖縄料理を楽しむ
やんばる(最北部)	8.1	7.8	5.1	6.8	7.5	8.0
本部半島	64.0	55.4	56.9	45.5	66.3	63.1
北部西海岸	48.7	41.1	49.0	36.4	52.4	48.2
北部東海岸	8.8	6.8	6.9	3.8	9.4	8.8
中部西海岸	37.7	36.6	36.7	34.1	41.0	38.8
中部東海岸	17.6	12.0	11.2	8.3	18.7	17.7
那覇市	77.0	66.2	66.0	70.5	84.4	78.8
南部	45.9	34.3	32.0	33.3	45.7	44.6
久米島	0.7	1.3	1.5	3.0	0.4	0.6
久米島以外の沖縄本島の周辺離島	1.4	1.5	5.1	11.4	1.8	2.3
宮古島および周辺離島	3.6	5.5	5.5	6.8	2.4	3.9
石垣島および周辺離島	15.5	19.8	17.9	18.9	12.6	14.6
平均訪問地域数	<b>3.29</b>	2.88	2.94	2.79	<b>3.43</b>	<b>3.29</b>
平均泊数	<b>2.61</b>	2.98	3.12	3.27	<b>2.59</b>	2.72
1泊あたりの平均訪問地域数	<b>1.26</b>	0.97	0.94	0.85	<b>1.32</b>	1.21

資料:平成 23 年度沖縄県観光統計実態調査

さらに、平成 19 年度観光統計実態調査では旅行のスケジュールに余裕があったかどうかを尋ねており、それを見ると来沖回数が少ないほど「時間に余裕があった」割合が少なく、「あまり時間に余裕がなかった」が多くなっている。

図表 II-2-2 1 今回の旅行のスケジュール（平成 19 年度 11 月調査）



資料：平成 19 年度沖縄県観光統計実態調査(11 月期調査)

### ③ 来沖回数3回以下の”ライトリピーター”をリピーターとして定着させるために

旅行の満足度と再訪意向を見ると、来沖回数が少ないセグメントでは満足度と再訪意向に相関が見られた。つまり来沖回数が浅い旅行者をリピーターとして定着させるためには、旅行の満足度を向上させることが何より重要ということである。

特に事前の想定を上回る経験をした場合、再訪意向が高くなることがわかっている。沖縄旅行経験者を対象とした調査結果から、地元の人や宿泊施設や観光施設のスタッフといった“人”に親切にされた経験が再訪意向を高める強い動機となることが明らかとなった。

もうひとつは活動の楽しさを知ってもらうことである。”ライトリピーター”の8割が行っている「観光地めぐり」は「ダイビング」「海水浴・マリトレジャー」「保養・休養」といった活動と比べてリピートに結びつきにくい活動であることが分かった。そのため、観光地めぐり中心の旅行でも、ツアーの行程に次回も行いたいという傾向の強い“海水浴・マリトレジャー”、“ダイビング”、“街歩き”などの活動を体験メニューとして組み込むことが有効であると考えられる。

また、「観光地めぐり」を行う旅行者の今後5年以内の再訪意向は他の活動と比べると低く、課題があることがわかった。短い泊数で多くの場所を巡る、詰め込み型の商品造成が旅行から時間の余裕を失わせ、満足度を低下させていることが過去の観光統計実態調査のデータから示唆された。こうした詰め込み型の観光地巡りをやめ、ツアーの満足度を向上させることも併せて必要であると考えられる。

- 期待以上の感動を与える
- カギのひとつはホスピタリティ、もうひとつは活動の楽しさ
- リピートに結びつきやすい活動を最初の旅行で体験できる機会をつくる
- 詰め込み型の観光地めぐりをやめる

## 2-2. 休眠層の特徴

次に、沖縄旅行市場の多数を占める休眠層の特徴について見ていくことにする。休眠層の特徴については沖縄旅行経験者を対象としたインターネット調査を実施し、分析を行った。

### (1) 沖縄旅行経験者インターネット調査の目的

沖縄を訪れたことのある人を対象に、沖縄旅行をリピートする理由、しない理由を明らかにする。

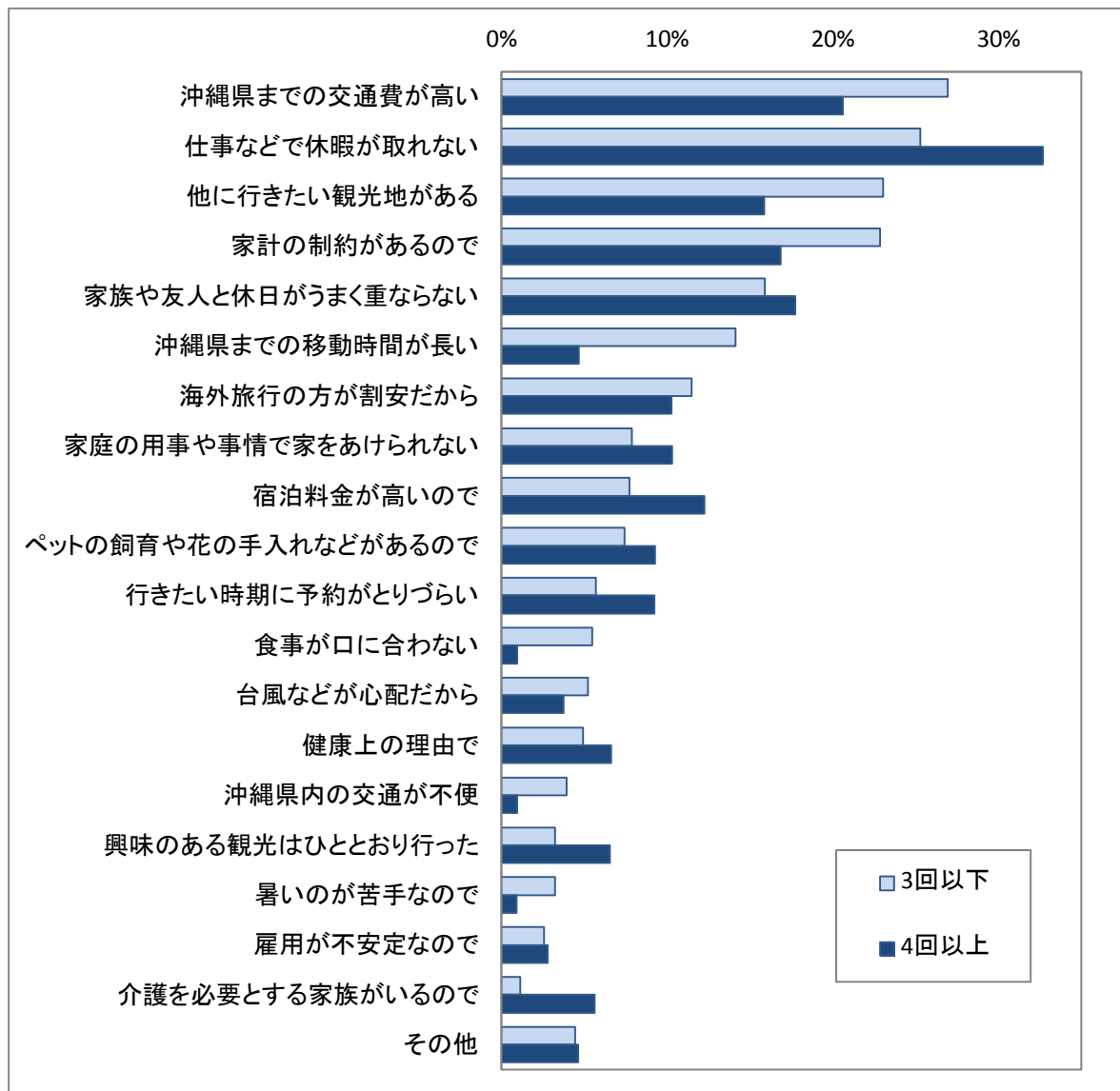
### (2) 調査の概要

調査項目	沖縄への旅行回数、前回来訪時期、今後の沖縄県への旅行意向、前回の沖縄旅行の旅行内容、次回の沖縄旅行の旅行内容、沖縄をしばらく訪れていない理由、趣味、生活の変化、居住地域、性、年齢、同居している人、子どもの年齢、職業、世帯収入
調査時期	平成 24 年 12 月
調査対象	全国に居住する 18～79 歳の男女
調査方法	インターネット調査
回収数	1,500 票

### (3) 休眠層がしばらく沖縄を訪れていない理由

来沖回数別に過去5年以内に沖縄旅行をしていない理由を尋ねると、来沖回数が“3回以下”については「沖縄県までの交通費が高い」「他にいきたい観光地がある」が“4回以上”と比べて多い傾向が見られる。一方で来沖回数が“4回以上”については「仕事などで休暇が取れない」「家族や友人と休日が重ならない」といった忙しさを理由に挙げる意見が目立つ。

図表 II-2-2 2 しばらく沖縄旅行をしていない理由  
(来沖回数別、過去5年以内に来沖していない人のみ)



資料: 沖縄旅行経験者インターネット調査

#### (4) 休眠層の生活の変化

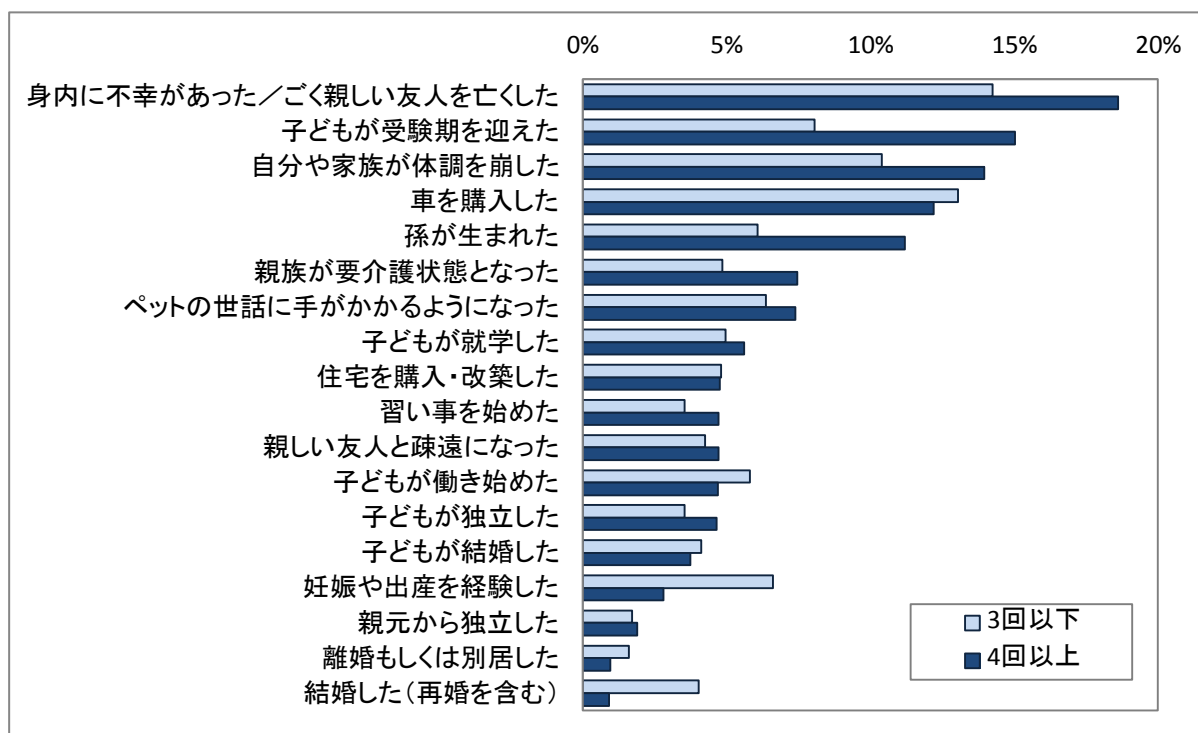
次に、ここ3年ほどの間に生活全般において何か大きな変化があったかどうか尋ねたところ、来沖回数によって大きな違いが見られた。

来沖回数が“4回以上”については、「子どもが受験期を迎えた」が“3回以下”と比べて差が大きい。このことから、子どもが小さい頃は家族で沖縄を繰り返し訪れていたが、受験をきっかけに沖縄旅行から遠ざかるという事情がうかがえる。

それ以外にも「身内に不幸があった／ごく親しい友人を亡くした」「孫が生まれた」などで来沖回数“4回以上”とそれ以下で違いが大きい。

子どもの年齢を見ると、来沖回数“4回以上”では「中学生」「高校生」の子どもの比率が多く、“3回以下”では小学生以下の子どもの割合が多くなっている（図表 II-2-2 4）。

図表 II-2-2 3 ここ3年ほどの生活の変化（休眠層のみ、来沖回数別）



資料：沖縄旅行経験者インターネット調査

図表 II-2-2 4 子どもの年齢（休眠層のみ、来沖回数別）

	来沖回数 (%)	
	3回以下	4回以上
0～3歳未満の乳幼児	5.1	1.9
3～6歳の未就学児	8.8	4.7
小学生	12.7	11.3
中学生	8.5	13.1
高校生または15歳以上18歳未満	9.2	14.9
18歳以上(同居している)	21.3	25.2
18歳以上(独立している)	21.8	27.1
子どもはいない	37.4	32.6

資料：沖縄旅行経験者インターネット調査

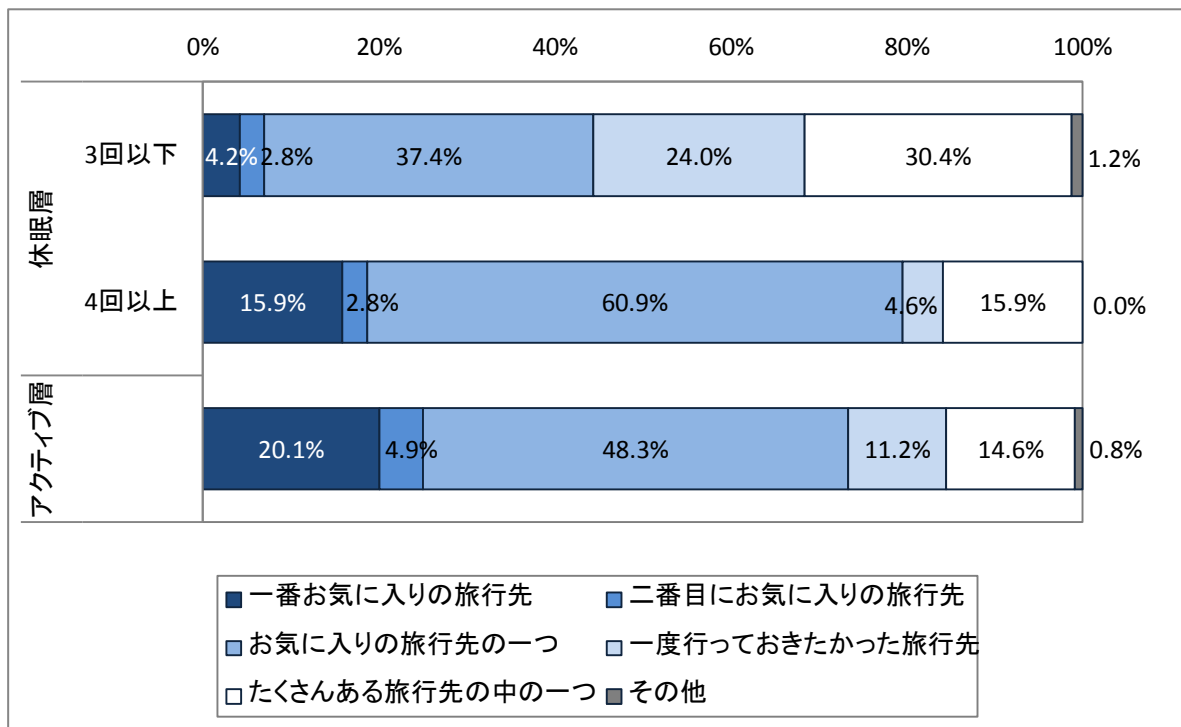
(5) 休眠層にとっての沖縄の位置づけ

来沖回数別に沖縄の位置づけを見ると、来沖回数が増えるにつれて沖縄を「一番お気に入りの旅行先」と回答した比率が増加し、「たくさんある旅行先の中の一つ」の比率が減少する。

休眠層のうち来沖回数が“4回以上”のセグメントについては、「一番お気に入りの旅行先」「二番目にお気に入りの旅行先」「お気に入りの旅行先の一つ」を合わせた比率はアクティブ層全体よりも多く、休眠していながらも沖縄の位置づけは非常に高いことがわかる。

一方で、来沖回数が“3回以下”では、「お気に入りの旅行先の一つ」が最も多く、「一度行っておきたかった旅行先」「たくさんある旅行先の中の一つ」の比率も多く、沖縄の位置づけが来沖回数4回以上やアクティブ層と比べて低いことがわかる。

図表 II-2-25 沖縄の位置づけ（来沖回数別）



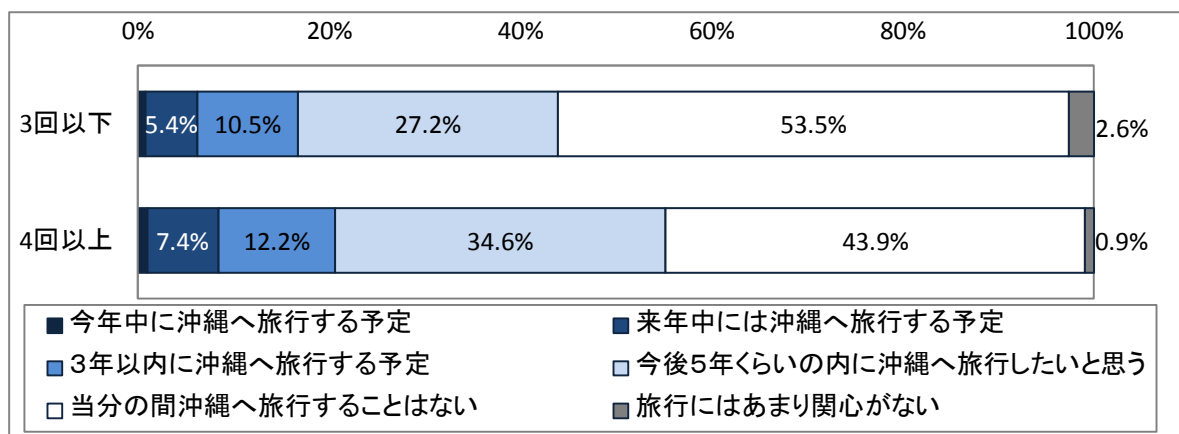
資料：沖縄旅行経験者インターネット調査



## (6) 休眠層の来沖意向

休眠層の今後5年以内の来沖意向を尋ねたところ、来沖回数に関わらず「当分の間沖縄へ旅行することはない」が大半を占めた。特に来沖回数が“3回以下”については、「当分の間沖縄へ旅行することはない」「旅行にはあまり関心がない」を合わせて6割近くを占めており、再訪意向は低い。

図表 II-2-26 休眠層の再訪意向（来沖回数別）

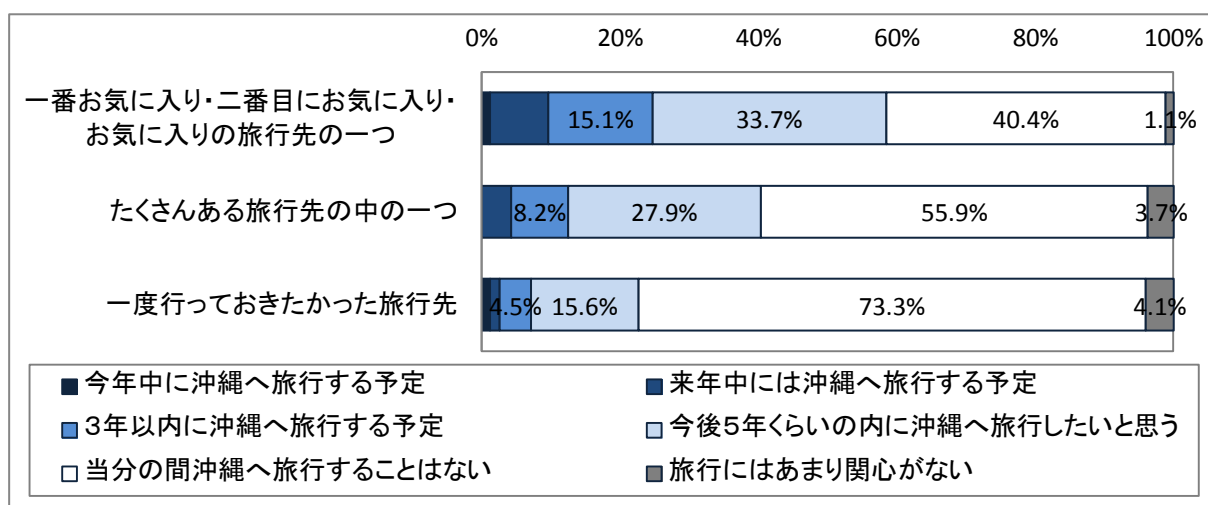


資料：沖縄旅行経験者インターネット調査

来沖回数3回以下の休眠層について、沖縄の位置づけ別に見ると再訪意向に大きな違いが見られた。沖縄の位置づけが「一度行っておきたかった旅行先」では「当分の間沖縄へ旅行することはない」「旅行にはあまり関心がない」と回答した比率が約8割に上り、極めて再訪意向が低いことがわかった。

一方で、「一番お気に入りの旅行先」「二番目にお気に入りの旅行先」「お気に入りの旅行先の一つ」の場合は今後5年以内の再訪意向は6割と再訪意向は高いことが分かる。

図表 II-2-27 休眠層の再訪意向（来沖回数3回以下のみ、沖縄の位置づけ別）



資料：沖縄旅行経験者インターネット調査  
注)「その他」はサンプル数が少ないため表示していない。

## (7) 休眠層の分類

ここまでの分析から、休眠層の中には①来沖回数4回以上の層、②金銭的な理由で休眠している層、③沖縄は一度行けば十分・旅行にはあまり関心がない層に分けられる。

上記の分類のいずれにも当てはまらないグループについて、別に国内旅行と海外の旅行頻度を見ると、旅行頻度が非常に高い人々が含まれていることがわかった（図表 II-2-28）。

図表 II-2-28 分類別旅行頻度

		(%)			
		来沖回数4 回以上	金銭面が ネック	一度行けば十分・ 旅行に無関心	いずれもあて はまらない
国内 旅行 頻度	年に3回以上	26.1	13.6	17.6	27.5
	年に1～2回	44.8	51.9	30.9	53.8
	2～3年に1回	12.2	16.2	6.3	14.8
	それ以下	5.6	9.5	26.2	3.0
	していない	11.2	8.8	19.0	1.0
海外 旅行 頻度	年に2回以上	5.5	2.6	2.4	7.0
	ほぼ毎年・年によっては2回以上	9.3	8.4	10.8	16.5
	2～3年に1回程度	10.2	7.5	4.5	15.5
	この5年で1～2回	15.0	12.5	18.5	14.5
	この5年間は1回も海外に行っていない 海外には行ったことがない	53.4	49.4	45.5	36.5
		6.5	19.6	18.3	9.9

資料：沖縄旅行経験者インターネット調査

そこで、このグループを国内旅行及び海外旅行頻度で分け、下記のA～Eの5分類とした。

### A. 来沖回数4回以上

－来沖回数が4回以上の休眠者

### B. 旅行好き

－国内旅行頻度が年に3回以上、もしくは海外旅行頻度が年に1回以上の休眠者

### C. 金銭面がネック

－沖縄旅行をしていない理由で「沖縄県までの交通費が高い」「宿泊料金が高いので」「家計の制約があるので」のいずれかを選択

### D. 一度行けば十分・旅行に無関心

－沖縄の位置付けで「一度行っておきたかった旅行先」と回答

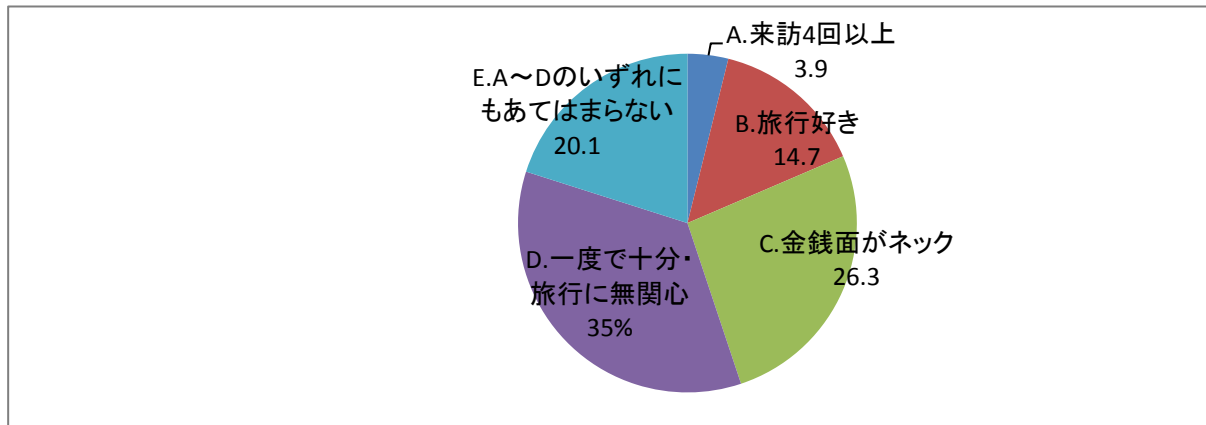
－国内旅行頻度および海外旅行頻度が2～3年に1回以下、または今後5年以内の来沖意向で「旅行にあまり関心がない」と回答

### E. A～Dのいずれにもあてはまらない

### (8) 休眠層の分類別構成比

上記の分類にしたがって休眠者を分類したところ、下図のような構成比となった。

図表 II-2-29 休眠層の分類別構成比



資料: 沖縄旅行経験者インターネット調査

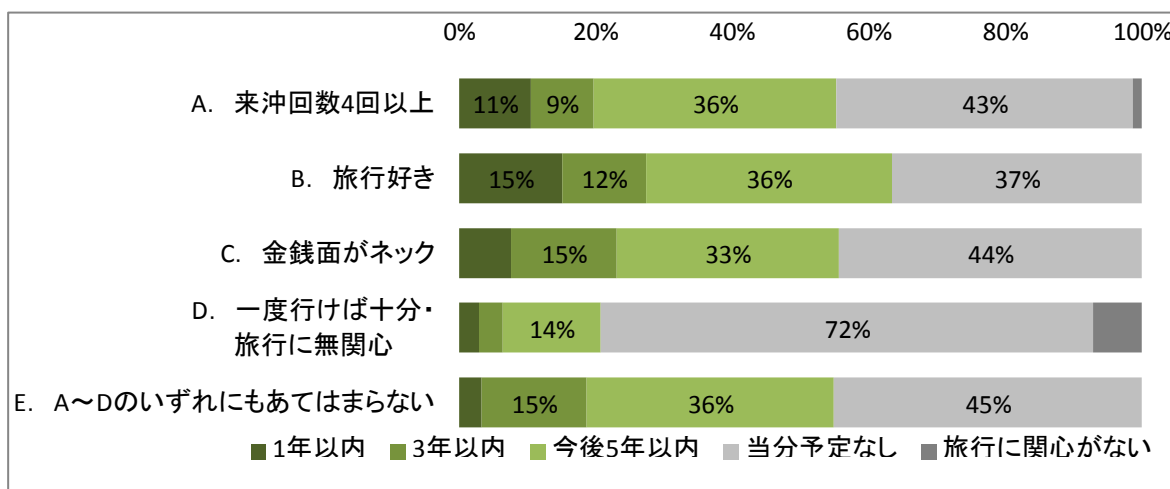
### (9) 休眠層の分類別の来沖意向

分類別に今後5年以内の来沖意向を見ると、“D. 一度行けば十分・旅行に無関心”は前述したとおり来沖意向は著しく低く、施策を講じることで来沖を促すことは極めて困難だと考えられる。

一方で、“A. 来沖回数4回以上”については、来沖意向は高いものの、先に示したとおり家庭の事情等で旅行が行えない状況にあることから、こちらも現時点で来沖を促すことは困難である。

一方で、“B. 旅行好き”は“A. 来沖4回以上”のグループよりも高い来沖意向を示している。また、“C. 金銭面がネック”“E. A~Dのいずれにもあてはまらない”についても、“A. 来沖回数4回以上”のグループとほぼ同程度の来沖意向を示していることから、B、C、Eの3グループについてさらに分析を行い、来沖を促すための方策を検討する。

図表 II-2-30 休眠者分類別の来沖意向



資料: 沖縄旅行経験者インターネット調査

## (10) 休眠層の分類別に見た特徴

分類別の属性を見ると、年代別では C と D は若年層が他のグループに比べやや多く、A は 40・50 代が多い傾向にある。

地域については“C. 金銭面がネック”で関東以北の比率が高い傾向にある。

子どもについて見ると、“A. 来沖回数 4 回以上”では他のグループに比べ「中学生」「高校生」の比率が多い。また、“C. 金銭面がネック”で 3～6 歳の未就学児や「小学生」が多い。E については、「3 歳未満」と「18 歳以上（独立）」が多い。

世帯年収については、B、A の順に「1,000 万円以上」の比率が多くなっている。「400 万円未満」は“D. 一度行けば十分・旅行に無関心”で多い。“C. 金銭面がネック”も「400 万円未満」が最も多いが他のグループと比べて「600～800 万円未満」も多くなっている。

図表 II-2-31 分類別属性

		(%)				
		A. 来沖回数 4回以上	B. 旅行好き	C. 金銭面 がネック	D. 一度行 けば十 分・旅行 に無関心	E. A～D のいずれ もあては まらない
年代	10・20代	0.0	2.4	7.2	8.1	3.0
	30代	3.8	16.8	18.0	20.8	18.2
	40代	38.4	28.0	33.6	30.1	31.3
	50代	33.5	25.0	25.6	25.2	22.7
	60代	18.7	21.0	13.9	11.8	18.7
	70代	5.6	6.8	1.6	4.1	6.2
	地域	北海道・東北	2.9	4.6	12.3	7.6
関東		39.2	49.5	46.4	42.1	34.4
中部		9.3	11.7	10.6	15.2	9.4
近畿		31.8	20.3	18.3	21.8	31.1
中国・四国		8.5	6.3	8.3	6.8	8.7
九州		8.3	7.6	4.1	6.5	6.0
子ども	3歳未満	1.9	0.6	5.3	5.6	7.2
	6歳未満	4.7	5.8	13.7	7.3	7.2
	小学生	11.3	8.1	15.0	14.4	10.2
	中学生	13.1	2.4	13.0	9.0	6.2
	高校生	14.9	3.9	11.6	9.0	10.2
	18歳以上(同居)	25.2	30.3	18.3	19.1	22.5
	18歳以上(独立)	27.1	23.8	17.2	19.4	30.5
	子どもはいない	32.6	40.1	34.8	40.1	34.1
世帯年収	400万円未満	21.5	17.1	32.6	39.7	23.8
	400～600万円未満	20.6	21.6	24.6	21.1	28.1
	600～800万円未満	18.7	21.9	22.5	16.2	17.9
	800～1,000万円未満	16.9	7.2	11.0	13.1	13.3
	1,000万円以上	22.3	32.2	9.4	10.0	16.9

資料：沖縄旅行経験者インターネット調査

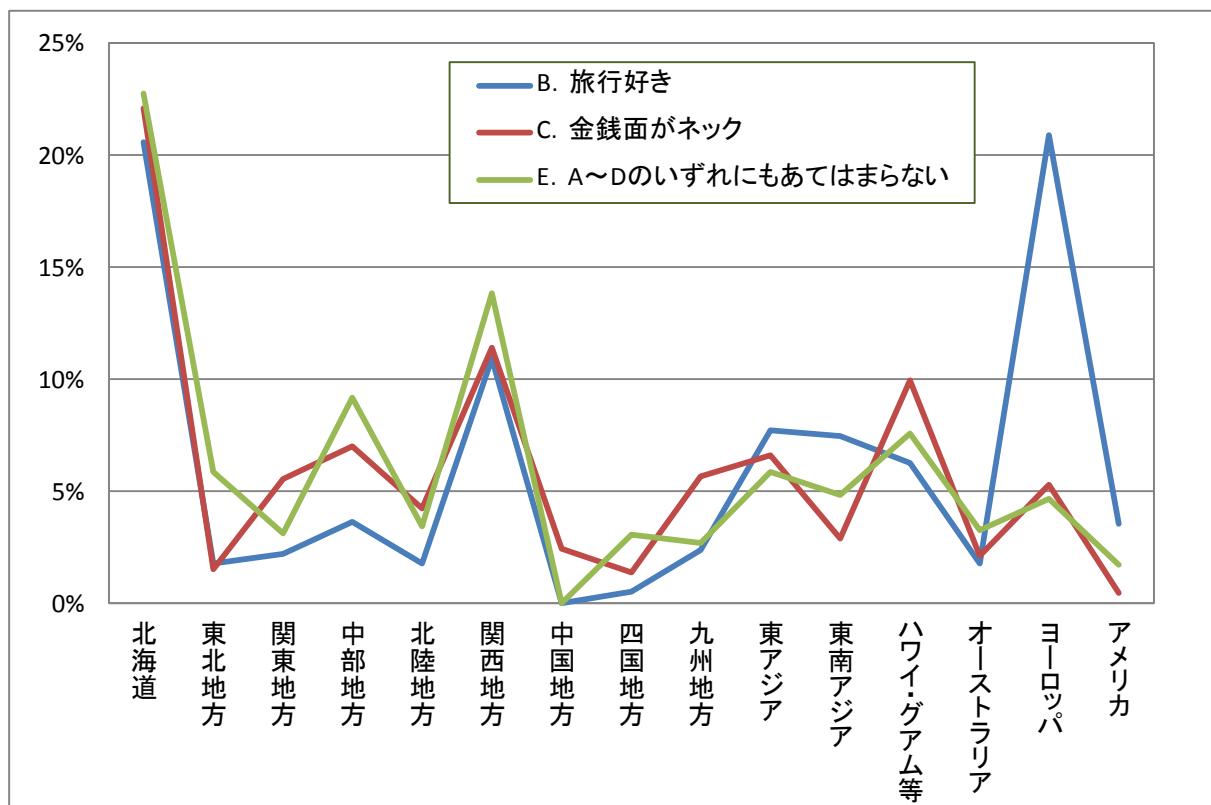
分類別に沖縄の位置付けを見ると、“B. 旅行好き”については「たくさんある旅行先の中の一つ」が半数を占めている。“B. 旅行好き”が一番お気に入りの旅行先は「ヨーロッパ」が突出している。“C. 金銭面がネック”については「一番お気に入りの旅行先」「お気に入りの旅行先の一つ」が“A. 来沖4回以上”に次いで多い。

図表 II-2-3 2 休眠層分類別に見た沖縄の位置づけ

	(%)				
	A. 来沖4回以上	B. 旅行好き	C. 金銭面 がネック	D. 一度で十分・ 旅行に無関心	E. A~Dのいずれ にもあてはまらない
一番お気に入りの旅行先	15.9	1.6	6.1	3.9	4.1
二番目にお気に入りの旅行先	2.8	2.4	2.2	2.1	5.2
お気に入りの旅行先の一つ	60.9	40.6	53.1	16.6	50.6
一度行っておきたかった旅行先	4.6	0.0	0.0	65.9	0.0
たくさんある旅行先の中の一つ	15.9	50.8	37.6	11.5	38.8
その他	0.0	4.6	1.0	0.0	1.3

資料: 沖縄旅行経験者インターネット調査

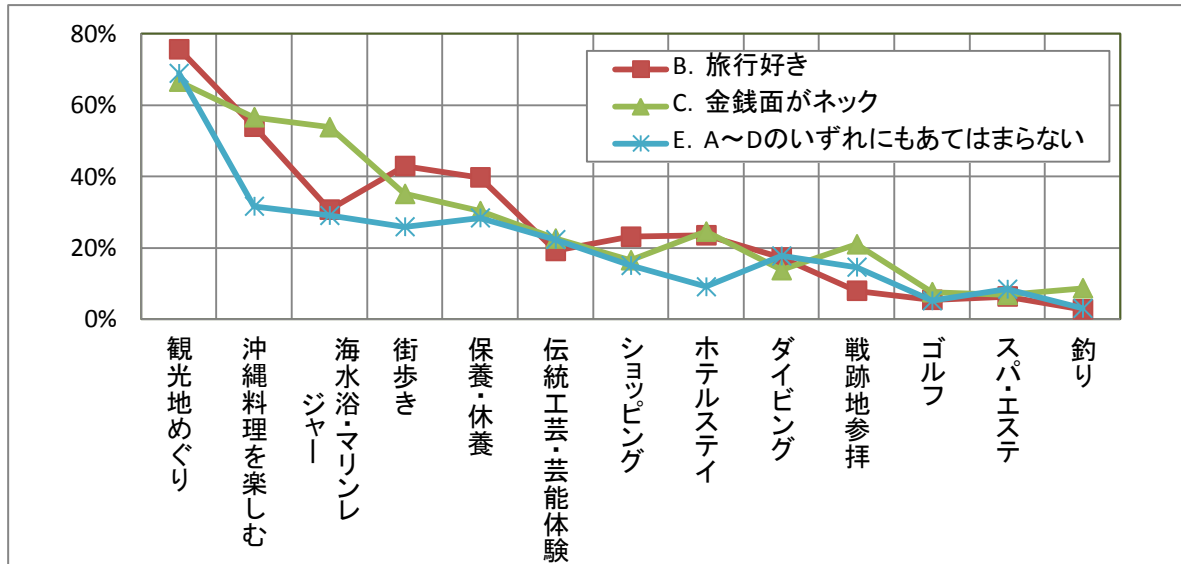
図表 II-2-3 3 一番お気に入りの旅行先



資料: 沖縄旅行経験者インターネット調査

次回行いたい活動を見ると、“B. 旅行好き”については、「観光地めぐり」「街歩き」「保養・休養」が多い。一方、“C. 金銭面がネック”では「海水浴・マリンレジャー」がB、Eに比べて多くなっている。

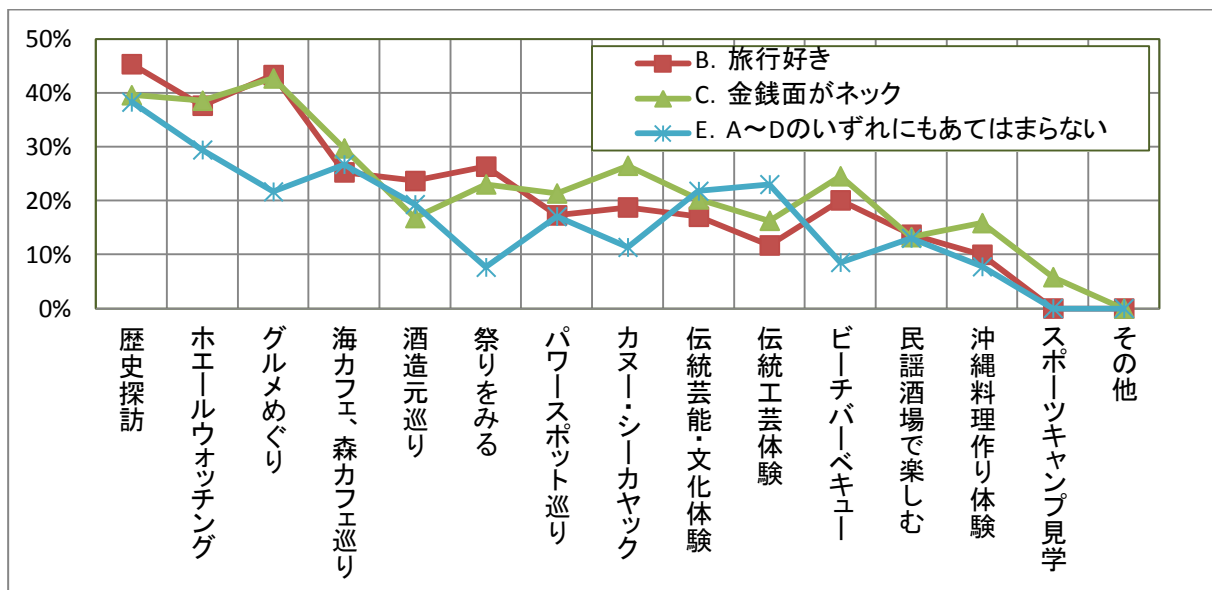
図表 II-2-3 4 次回の沖縄旅行で行いたい活動



資料: 沖縄旅行経験者インターネット調査

“B. 旅行好き”は「歴史探訪（城郭や古い集落など）」や「酒造元巡り（ビール・泡盛等）」、「祭りを見る」が他の分類と比較して多い。一方“C. 金銭面がネック”では「海カフェ、森カフェ巡り」「パワースポット巡り」「カヌー・シーカヤック」等が他の分類と比べて多い傾向が見られた。“E. A~Dのいずれにもあてはまらない”では「伝統芸能・文化体験」「伝統工芸体験」がB、Cに比べて多くなっている。

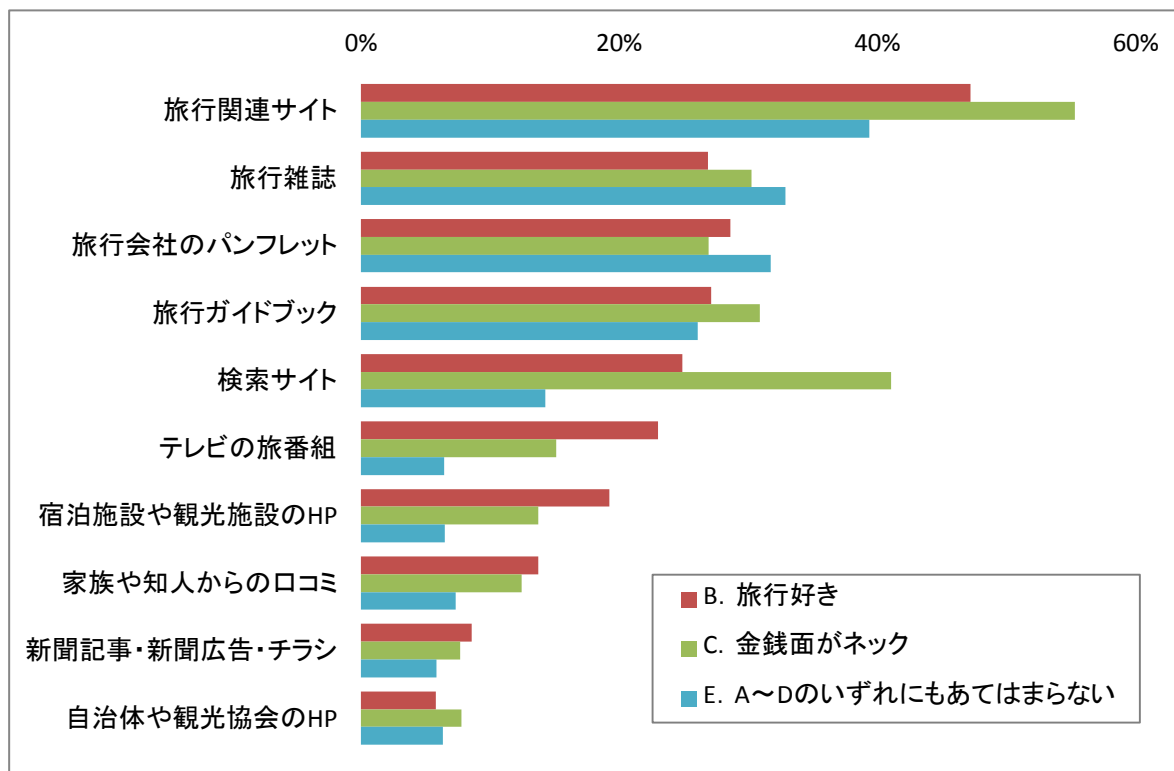
図表 II-2-3 5 次回行いたい体験



資料: 沖縄旅行経験者インターネット調査

次回の沖縄旅行について情報を得る媒体について尋ねたところ、タイプ別に利用する媒体に着違いが見られた。“C. 金銭面がネック”では「旅行関連サイト」や「検索サイト」などインターネットで情報収集する割合が他のタイプよりも多くなっている。“B. 旅行好き”については様々な媒体位の利用率が高くなっており、幅広く情報収集を行っていると言える。“E. A～D以外”は「旅行雑誌」や「旅行会社のパンフレット」など、従来型の紙媒体を好む傾向が見られる。

図表 II-2-36 沖縄旅行の情報を得る媒体



資料：沖縄旅行経験者インターネット調査

## (11) 沖縄旅行経験者グループインタビューの実施

### ① グループインタビューの目的

休眠層の中で、再訪の可能性が高い“旅行好き”と“金銭面がネック”のグループを対象に、再訪しない理由、どうしたら再訪するかをインタビューを通じて明らかにする。

### ② グループインタビューの概要

調査項目	海外旅行経験・頻度、国内旅行頻度、一番好きな旅行先・好きな理由、沖縄旅行経験、休眠している理由、沖縄への再訪意向、どうしたら再訪したいと思うか、等
調査時期	平成 25 年 2 月
調査対象	II. 2-2. (7) 休眠層の分類の“B. 旅行好き”、“C. 金銭面がネック”に分類される条件を満たす回答者
調査方法	グループインタビュー
回収数	“B. 旅行好き”グループ：5名 “C. 金銭面がネック”グループ：4名（5名の予定だったが当日1名が欠席）



## (12) 休眠層を再訪に導くために

“B. 旅行好き”については、全員が国内外の旅行を年に数回も行っている非常にアクティブな旅行者である。グループインタビュー参加者のうち何名かは一番好きな旅行先として海外を挙げていた。海外に対して沖縄は現地での費用に対して割高感があるという意見が目立った。沖縄旅行経験は複数回または長期間の滞在経験があり再訪意向もあるが、コストパフォーマンスを考慮すると海外の旅行先を選んでしまうという声が出た。そのコスト面を乗り越えるだけの、沖縄ならではの、沖縄でしかできないものが足りないと感じているという意見が目立った。街歩きや時期限定の観光地を組み込んだツアー商品を提示したところ、時期限定のツアー商品に対していずれもポジティブな反応を示し、具体的に来沖を検討したいと回答したメンバーもいた。また、街歩きについても参加意向が高かったが、こうした商品の存在については認知がされていなかった。また、沖縄ならではの楽しみ方についてディープな情報発信を求める意見が出た。“B. 旅行好き”については、旅行経験が豊富で、観光地を見る目が厳しい一方で、シーズン毎に必ず旅行をする人も多く、たくさんある旅行機会のうちの1回を沖縄に振り向けることは可能であると考えられる。このグループを再訪に導くには、沖縄でしか楽しめない沖縄独自の魅力を伝えることが何より必要である。また、時期限定商品に強い関心を示していたことから、時期限定のコンテンツを組み込んだ商品造成も効果的であると考えられる。

次に“C. 金銭面がネック”については、沖縄旅行に対するハードルが非常に高いことが明らかとなった。1名を除いては過去に2～3回沖縄を訪れた経験があり、沖縄はお気に入りの旅行先で行きたいという気持ちは持っているものの、実際に行くとなれば綿密に計画を立てなければならず、一人当たりの旅費も最低7万円、もしくは10万円以上くらいかかるという印象を持っている。そのため、行きたいとは思っていてもなんとなく行かないまま最後の沖縄旅行から5年以上が経過し休眠層となった経緯がインタビューから見えてきた。参加したメンバーはいずれもLCCが那覇に就航していることを知らず、またオフシーズンのツアー価格についても十分に認知をしていなかった。LCCの価格やオフシーズンのツアー商品のパンフレットを提示したところ、想定を下回る価格であることに各メンバーが驚いており、十分に計画を立てなくても気軽に週末に沖縄旅行してもよいという気持ちになったという意見が挙げられた。

LCCやオフシーズンの低価格のツアー商品は高くなっていった沖縄旅行のハードルを下げる効果が期待できる。休眠層については沖縄旅行の高いハードルを下げてアクティブ層へと復帰させることが何よりも重要であることから、LCCや低価格商品の認知度を向上させて、沖縄旅行への意識を変える施策を講じる必要があると言える。

- 休眠層の中では“旅行好き”と“金銭面がネック”のグループが再訪の可能性が高い
- “旅行好き”に対しては限定商品やディープな情報発信が効果的
- “金銭面がネック”にとって今の沖縄旅行はハードルが高い
- LCCや低価格商品は高いハードルを下げる効果がある、認知度向上が課題

