

令和7年度 沖縄観光グローバル事業

外国人観光客誘致強化戦略策定事業

事業報告書（抜粋版）

2026年3月

エグゼクティブサマリー

21市場の横断分析とスコアリングの結果、沖縄のインバウンド市場は5つに分類された。市場特性に応じた戦略の実行が、「世界から選ばれる持続可能な観光地」実現の鍵となる。

多様な観光データによる市場調査

統計データ（観光庁等）・航空データ・WEBアンケート（12市場・プレミアムFIT*対象）を用いて21市場を横断分析

各種公式統計

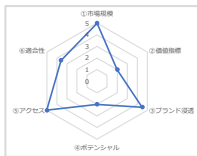
航空データ

顧客アンケート



定量評価による市場特性の可視化

各市場を①市場規模、②価値指標、③ブランド浸透、④ポテンシャル、⑤アクセス ⑥適合性の6軸でスコアリング。市場の特性を可視化した。



特性に応じた5つの市場分類

| 分類 | 該当市場 | 位置付け |
|----------------|-------------------------------|-------------------------------|
| A. 主力市場 | 韓国、台湾、香港 | アクセス確立・ブランド浸透済。既存基盤の深耕と高付加価値化 |
| B. 拡大市場 | 中国、タイ、シンガポール | アクセス一定確立。沖縄訪問率の改善による成長加速 |
| C. 高質市場 | 米国、豪州、イギリス、フランス、ドイツ、イタリア、スペイン | 長期滞在・高消費。認知～理解の底上げと質重視のアプローチ |
| D. 開拓市場 | フィリピン、ベトナム、インドネシア、マレーシア | 高ポテンシャル。アクセス整備と市場認知の同時推進 |
| E. 検証市場 | インド、ロシア、スウェーデン、フィンランド | データ蓄積段階。定期的な検証による将来性を見極め |



今後の取り組みの方向性

本分類を踏まえ、「A.主力市場」はリピーター獲得と高付加価値化の取り組みを維持しつつ、「B.拡大市場」の沖縄訪問率の改善と「C.高質市場」の認知・理解促進に重点投資を行い、市場の分散を段階的に進めることを提言する。「D.開拓市場」はアクセス改善を前提とした中期的な施策、「E.検証市場」はデータ収集を優先し将来の格上げ判断に備える。

*プレミアムFIT：個人旅行者（FIT：Free Independent Traveler）の中でも、高付加価値な体験やサービスを好む層

台湾市場

令和7年度沖縄観光グローバル事業「外国人観光客誘致強化戦略策定事業」

訪日客数（2025年）

6,763,424人

全市場中 3位

出典：日本政府観光局（JNTO）訪日外客統計

沖縄県訪問率（2024年）

11.52%

全市場中 1位

出典：観光庁インバウンド消費動向調査

沖縄来訪意向率（2025年）

85.0%

12市場中 6位

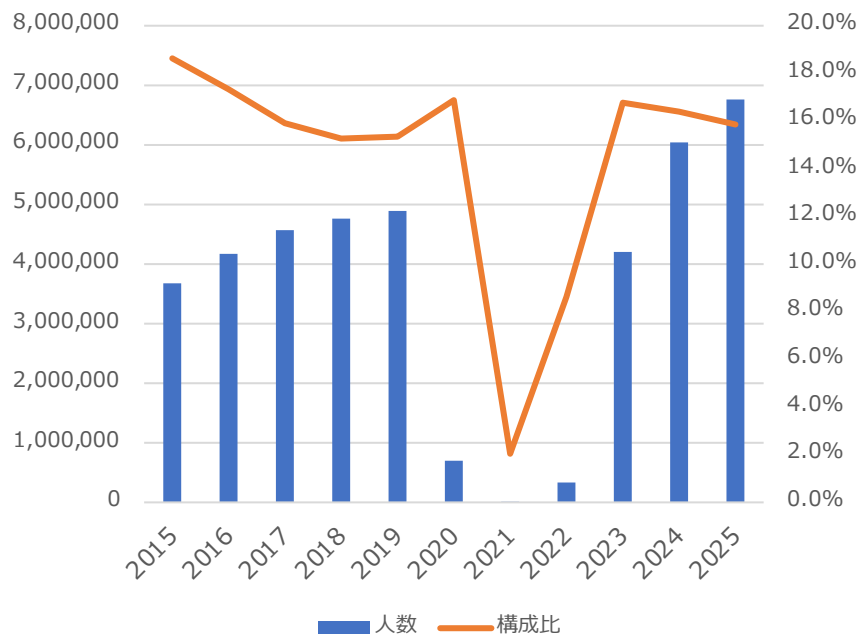
出典：R7沖縄県 海外アンケート調査

主要示唆

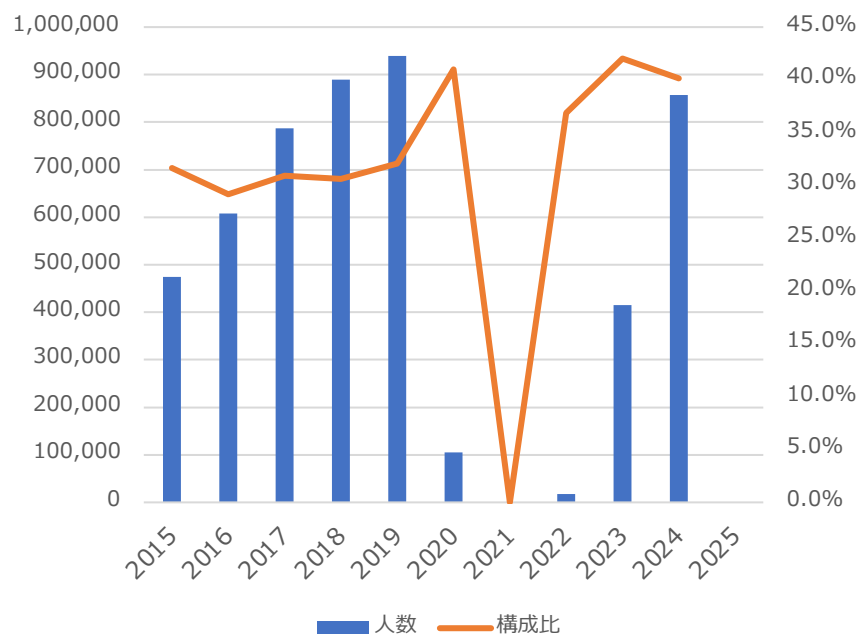
- ・ 認知率99.0%・訪問経験率61.3%と高水準で、日本旅行が定着した成熟市場
- ・ 海外旅行の重視点は「治安の良さ」「土地の食事やお酒」「自然を満喫」が上位
- ・ 沖縄のイメージは「料理やお酒」「豊かな自然」「治安の良さ」が強く認知されている
- ・ 懸念する部分は「天候（台風）リスク」「言語不安」が上位
- ・ 滞在日数は4-5泊が63.9%と最多。直行率は99.9%と極めて高い。60日以上の計画型予約が59.6%

- 訪日客数は2025年に676万人（2019年比+38%）と成長継続。
- 訪沖は2024年に85.7万人で沖縄最大の送客市場（構成比40%）。2019年比では▲9%だが、前年比+107%と急回復中。沖縄訪問率11.5%は全市場中最高。

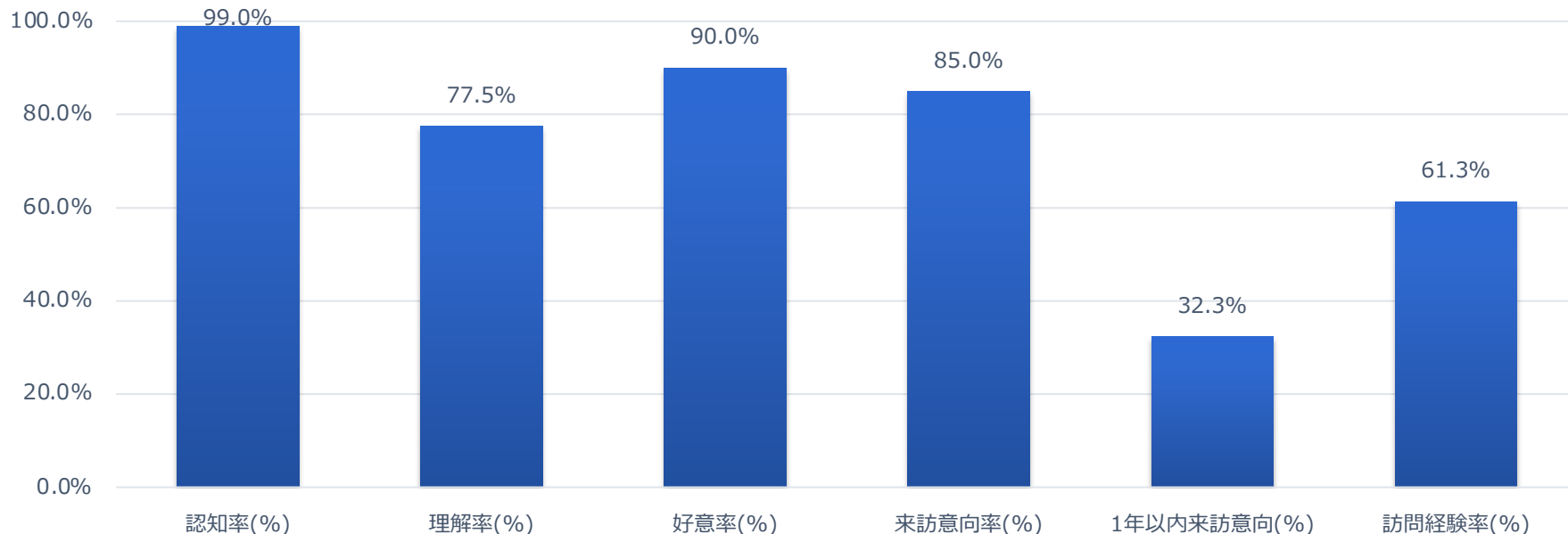
日本全体 | 訪問客数・構成比の推移



沖縄県 | 訪問客数・構成比の推移



- 来訪意向率(85.0%)は7市場平均(87.5%)を下回る。
- 訪問経験率(61.3%)は認知者の過半数が訪問済みであり、意向と経験のギャップ(23.7pt)が小さい点も特徴。



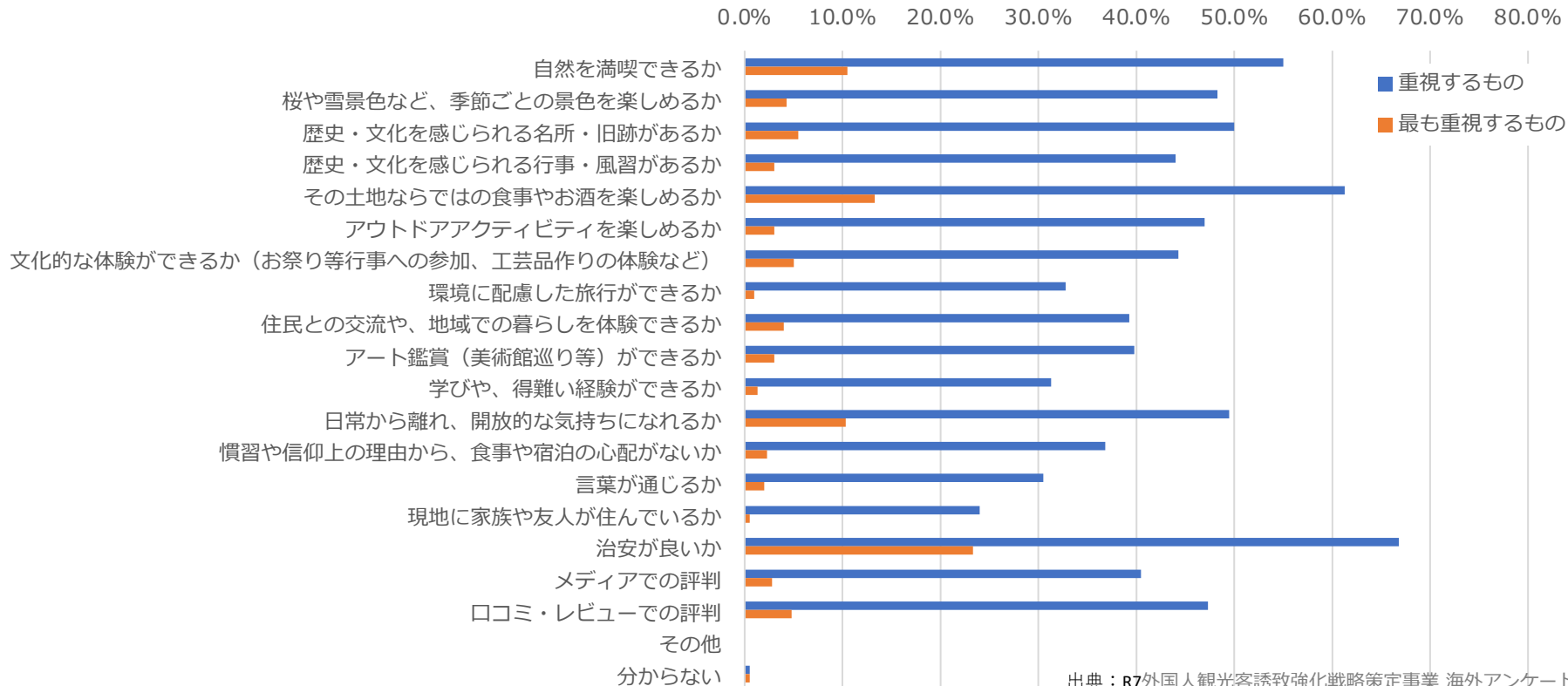
- 認知率：沖縄のことを知っている人の割合
- 理解率：認知者のうち、4段階のTOP2（歴史や文化などをよく知っている／観光名所程度は知っている）の割合
- 好意率：認知者のうち、4段階のTOP2（とても好き／やや好き）の割合
- 来訪意向率：認知者のうち、いつかは行きたい割合
- 1年以内来訪意向：認知者のうち、1年以内に行きたい割合
- 訪問経験率：認知者のうち、1回以上行ったことがある人の割合

- 日本国内エリア（東京・大阪・京都・北海道）は全指標で高水準。沖縄もこれらに準ずる位置にある。
- 沖縄の「1年以内来訪意向」(32.3%)は東京(36.2%)、京都(34.4%)に次ぐ3位で、直近需要の獲得に期待できる。
- 東南アジアのリゾート地（タイ、インドネシア、フィリピン等）と比較し、沖縄は認知・好意・来訪意向の全てで優位。
- 課題は「理解率」(77.5%)で、東京(88.4%)、京都(82.9%)と比沖縄の魅力が十分に伝わっていない可能性がある。

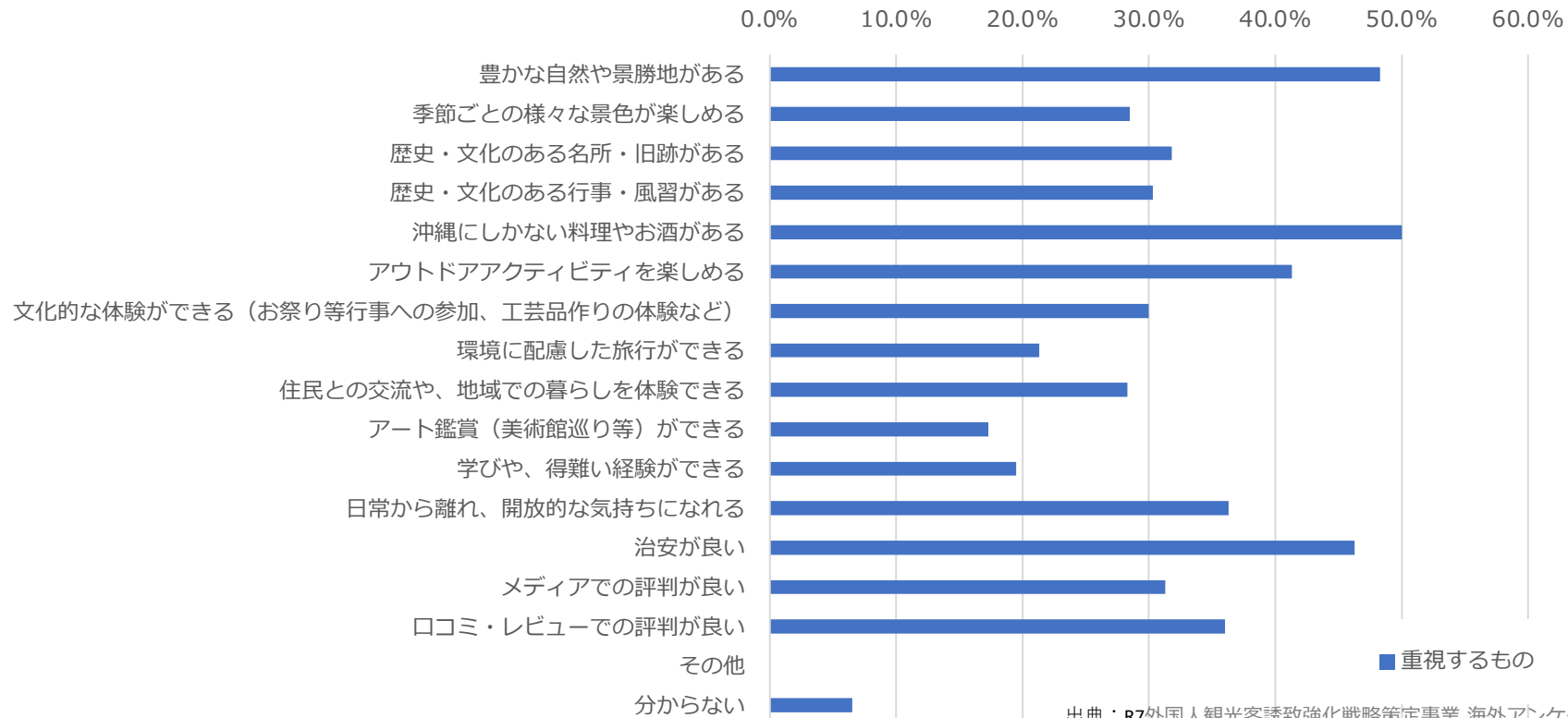
単位：(%)

| 指標 | ハワイ | タイ | インドネシア | ベトナム | フィリピン | 東京 | 大阪 | 京都 | 北海道 | 福岡 | 沖縄 |
|----------|------|------|--------|------|-------|------|------|------|------|------|-------|
| 認知率 | 92.8 | 88.8 | 88.2 | 84.8 | 84.0 | 99.5 | 99.2 | 99.5 | 99.8 | 93.0 | 100.0 |
| 理解率 | 61.5 | 70.4 | 58.4 | 63.7 | 59.8 | 88.4 | 80.6 | 82.9 | 78.7 | 75.3 | 77.5 |
| 好意率 | 82.2 | 79.7 | 74.5 | 73.2 | 70.2 | 94.2 | 91.2 | 91.2 | 89.0 | 91.1 | 90.0 |
| 来訪意向率 | 84.9 | 80.3 | 76.8 | 78.8 | 75.0 | 93.7 | 89.9 | 89.9 | 89.0 | 90.9 | 85.0 |
| 1年以内来訪意向 | 16.4 | 13.8 | 10.8 | 11.2 | 11.3 | 36.2 | 27.5 | 34.4 | 31.1 | 21.8 | 32.3 |
| 訪問経験率 | 33.2 | 50.5 | 30.8 | 35.2 | 28.2 | 79.5 | 64.8 | 69.8 | 60.8 | 48.8 | 61.3 |

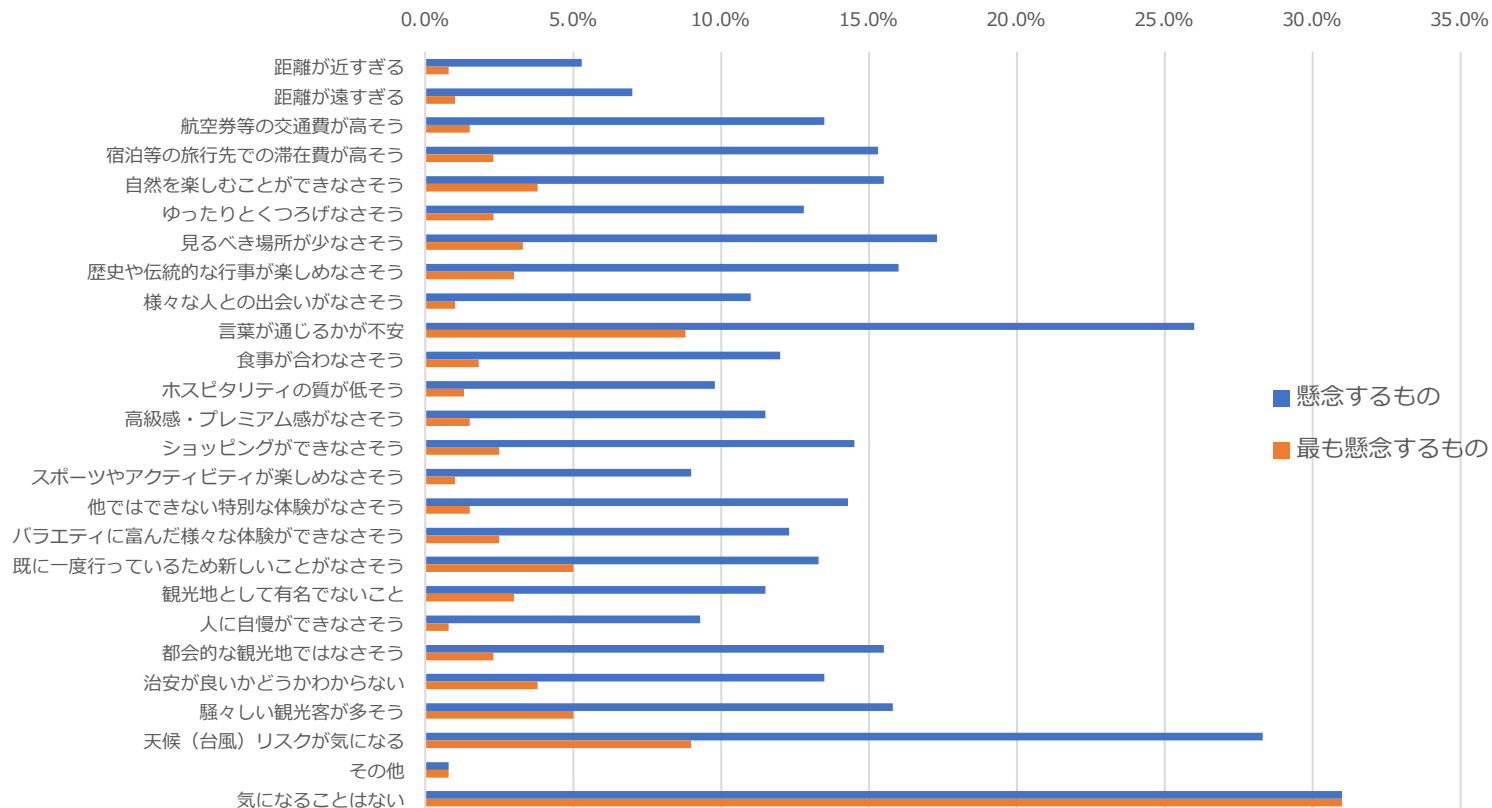
- 「治安が良いか」(66.8%)が重視する人が多い項目。最も重視する人が多い項目も同じく「治安が良いか」(23.2%)。



- 「料理やお酒」(50.0%)、「豊かな自然」(48.2%)、「治安が良い」(46.2%)が突出。

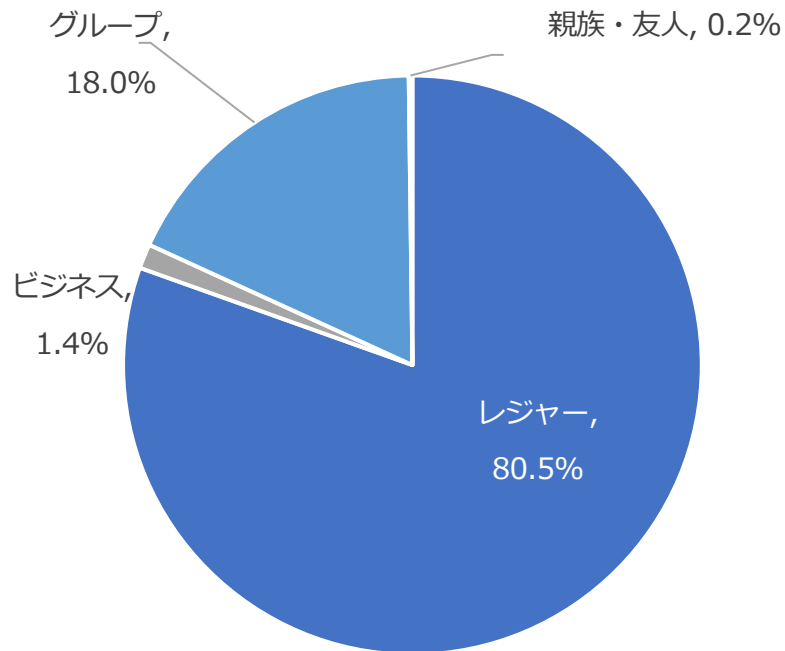


- 「天候リスク」(28.2%)、「言語不安」(26.0%)、「見るべき場所少ない」(17.2%)が主な懸念。

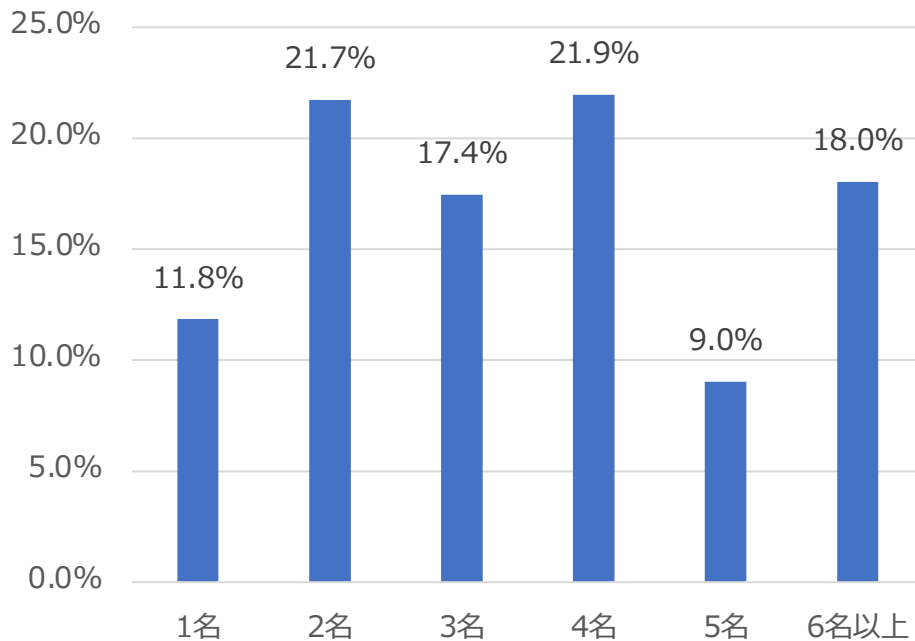


- 沖縄訪問客の属性はレジャー旅行が80.5%で中心。グループ旅行が18.0%と比較的高い。
- 同行者数は4名(21.9%)が最多で、6名以上も18.0%。グループ旅行の比率が他市場に比べて高いのが特徴。

訪問者属性

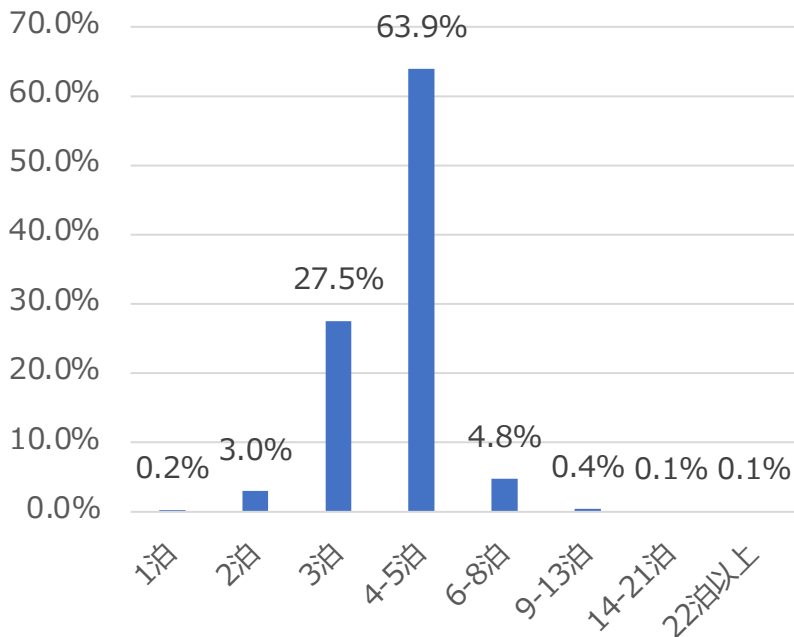


同行者数

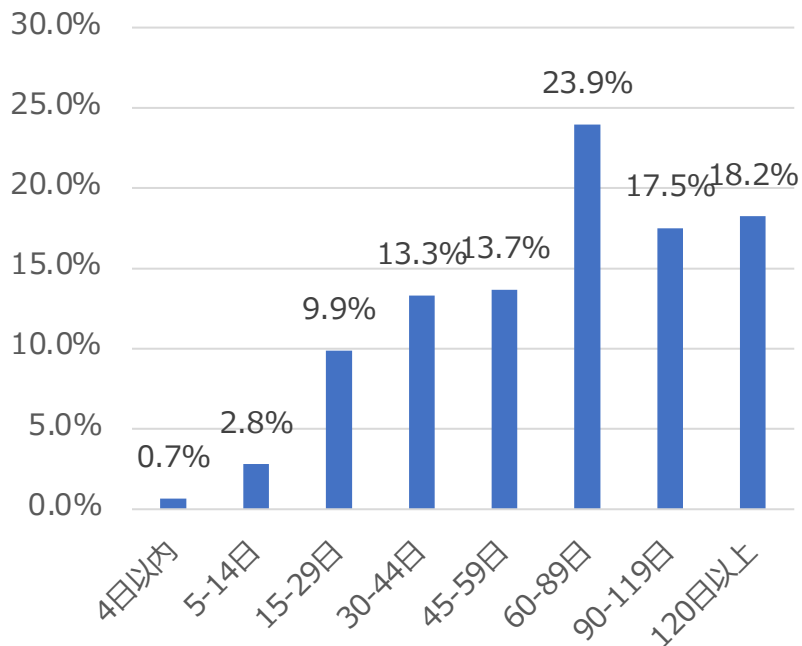


- 沖縄での滞在日数は4-5泊(63.9%)に大きく集中。中期滞在が主流の市場。
- 予約リードタイムは60-89日(23.9%)が最も多い。60日以上の長期計画型が特徴的。

沖縄滞在日数

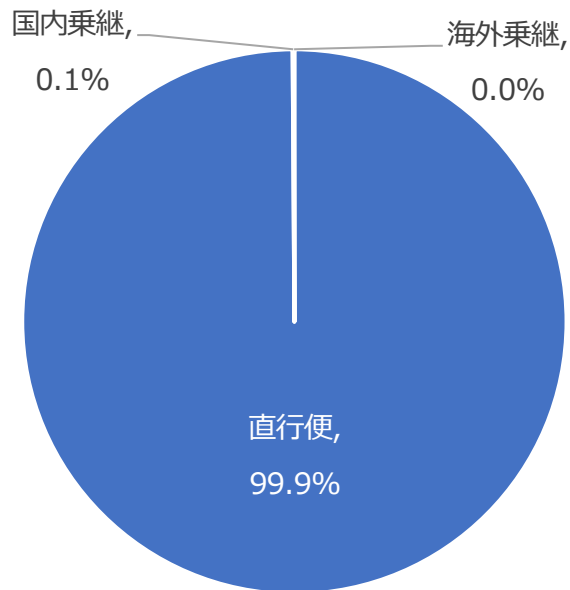


予約リードタイム



- 直行率99.9%と全市場中で最高水準。台湾-沖縄間の直行便が非常に充実している。
- 主な経由地は東京が27.7%、ついで香港18.2%、石垣11.2%である。

直行・乗継構成



主要な経由地 (TOP10)

| 乗継箇所 | 比率 |
|------|-------|
| 東京 | 27.7% |
| 香港 | 18.2% |
| 石垣 | 11.2% |
| 福岡 | 8.6% |
| 大阪 | 8.5% |
| ソウル | 7.3% |
| 宮古 | 3.3% |
| 上海 | 3.3% |
| 名古屋 | 2.4% |
| 下地島 | 2.4% |