

I. 戦略的リピーター創造事業の概要

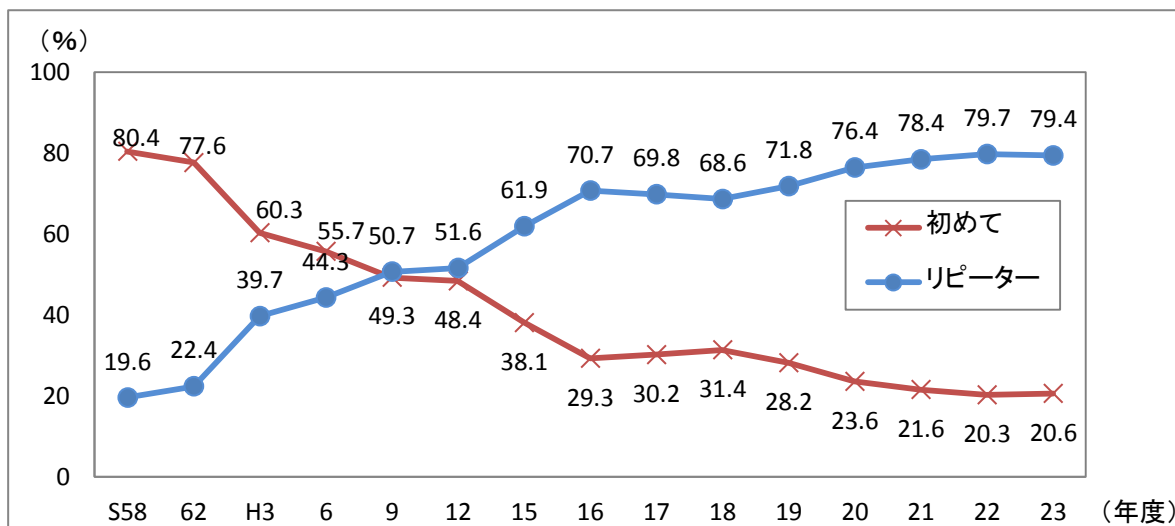
1. 戦略的リピーター創造事業の概要

1-1. リピーターの規模、推移

沖縄県を訪れる観光客のうち、リピーター（2回以上来沖）は年々増加傾向にあり、平成9年度にはリピーターが初来沖を上回った。平成23年度のリピーター比率は79.4%に上る。

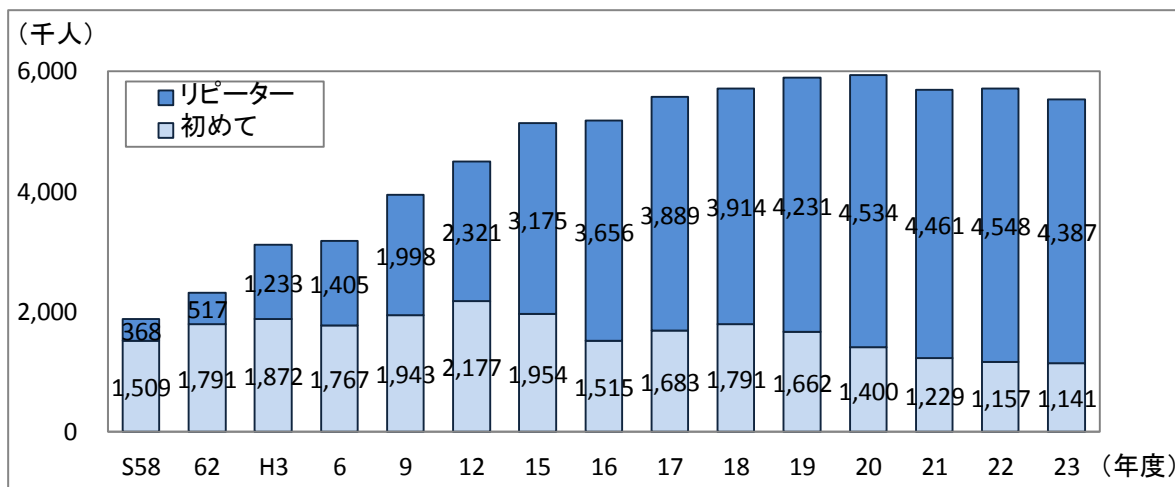
観光客の増加に伴い、平成12年度には約232万人だったリピーターは平成20年度にはほぼ倍増となる453万人にまで増加した。その後、新型インフルエンザや東日本大震災等の影響もあり、ほぼ横ばいで推移、平成23年度に沖縄を訪れたリピーター数は439万人と推計される。初めて訪れる観光客数は年々減少傾向にあり、リピーターが存在感を増している。

図表 I-1-1 リピーター比率の推移



資料:「観光要覧」(沖縄県)
注)平成12年度、15年度、18年度は航空機内で行った大規模調査による数値

図表 I-1-2 入域観光客数に占める初来沖・リピーター数の推移



資料:「観光要覧」(沖縄県)から作成

1-2. 事業の背景と目的

前項で示したとおり、現在の沖縄観光はリピーター層に支えられている状況にある。本事業では、今後もしピーター層を安定的に確保していくことを目的として、リピート客の傾向やニーズ等を調査・分析し、その結果を踏まえた形での誘客・受入体制の拡充について検討するとともに、新たなリピーター層を創造するため、修学旅行生や MICE 参加者等を将来の個人客として再訪させるための方策を調査・検討する。

また、沖縄県では毎四半期実施している観光統計実態調査で、県外から訪れた観光客がどのエリアを訪れているかについて調査を行っているが、沖縄を訪れる観光客がどのように移動して、どこに滞留しているかといったことについては、十分に調査がなされてこなかった。そのため本事業では、県外客が1時間毎にどの地域にどのように分布しているのかを、携帯電話の位置情報を活用した統計データを用いて明らかにする。

さらに、同手法を用いてイベントを目的として訪れる県外客がどのくらいいるのかを把握するため、実際にデータを取得して推計を行い、手法の妥当性を検証する。

1-3. 事業の構成

戦略的リピーター創造事業は以下の4つで構成されている。

(1) 沖縄を訪れるリピーター客についての調査・分析

①再来訪回数、目的、活動内容、満足な点、不満足な点等、リピーター層の実態とそのニーズを明らかにするための詳細な調査の実施・分析を行う。

②調査結果を基に、リピーター層の傾向を分析し、更なるリピートを促すことが可能な層や分野を絞り込み、実証事業を実施する。

(2) 修学旅行生、MICE 参加者への調査

①過去に修学旅行や MICE で沖縄を訪問した人のリピート化についての調査の実施

②調査結果を基に、修学旅行生や MICE 参加者のリピート化に向けた実証事業の実施

(3) 沖縄を訪れている観光客の実態調査

①観光客数や観光客がどのようなルートで観光をしているか等について、ICT を活用した調査を実施し、結果を分析する。

②沖縄で行われる各種イベントにおける観光客数やアンケートの実施について、ICT を活用した調査を実施し、その動向を分析する。

(4) シンポジウムの開催

①本事業で実施した調査結果をまとめ、シンポジウムを開催し発表する。

②シンポジウムの参加者に対するアンケートの実施及び集計

図表 I-1-3 事業構成

