

5章 観光客満足度・消費動向調査

5-1 調査企画

(1) 調査の企画

1) 調査目的

北谷町で発生している観光課題、消費実態を把握し、今後の観光施策を検討することを目的に、北谷町を来訪している観光客の実態を観光満足度、消費額等を把握する。

2) 調査対象者

北谷町を来訪している観光客を対象とするため、町内居住者は対象外とした。

また、修学旅行等の団体旅行も対象とするが、団体移動の実態に偏る恐れがあるため、団体旅行者については、一部の対象にとどめる。

3) サンプル数設計

RESAS による 2022 年の滞在人口（観光客母数）から北谷町の観光客数を約 100 万人と仮定し、母集団構成に対する誤差の許容範囲を 10%、信頼度係数を 1.64（100 回調査をして 90 回が母平均に含まれる設定）、集計カテゴリー数を 10（性別 2 区分、年齢 5 区分として設定）とした際の統計的に必要なサンプル数を試算した。

試算結果として、統計精度を担保できる必要サンプル数としては、2,400 サンプルが必要であるため、2,400 サンプルを獲得目標に設定した。

《サンプル数の計算式》

$$RSD = K \times \sqrt{(ZK - 1) \times (1 - r) \div r \div N}$$

表 サンプル設計指標の意味

指標	使用数値	意味
RSD：標準誤差	10%	母集団構成に対する誤差の許容範囲 *1：誤差率は、母集団構成に対しての誤差の範囲を示す。許容誤差 10%は一般的な数値であり、通常、5～10%で設定する。
K：信頼度	1.64	100 回抽出を行い、90 回が母平均に含まれる数値 *2：信頼度 1.64 は一般的な数値であり、通常、1.64（90%） or 1.96（95%）で設定する。
N：母集団の大きさ	1,000,000 人	RESAS による 2022 年北谷町の観光客数
ZK：カテゴリー数	10	回答選択肢数で設定 *集計カテゴリーによって変動
r：標本率	0.1%	N（母集団）に占めるサンプル割合=1,075 サンプル

4) 調査日時

本調査の調査日時および目標サンプル数、必要調査員数を以下に示す。調査時間帯は観光客が多いと想定される 10時頃～18時頃に実施した。なお、調査実施の判断については、回収率および安全を考慮し、悪天候時は避けるものとし、調査前日（調査日が日曜日の場合は金曜日）の天気予報（11時の气象台発表）をもとに協議決定した。

表 調査日

調査時期および日程			調査地区			サンプル 目標数	調査員数 (日単位)	調査員数 (合計)
調査月	日程	日数	美浜	砂辺	北前			
R05.10月	平常期:通常の週末の土日の2日間(10/21・10/22)	2	●	●	●	400	5	10
R05.10月	イベント期(ハロウィンイベント時)の1日間(10/31)	1	●			200	5	5
R05.11月	3連休期間:(11/3～11/5)のうち2日間	2	●	●	●	800	10	20
R05.11月	連休期間:(11/23～11/26の飛び石連休)のうち2日間	2	●			400	5	10
R06.1月	平常期:通常の週末の土日に2日間	2	●			400	5	10
R06.2月	イベント期:キャンプ開催時期の1日間	1	●			200	5	5
合計			10	6	2	2,400	35	60

5) 調査場所

本調査の調査地区および調査員配置予定の観光施設を以下に示す。詳細な調査員配置位置は巻末の参考資料に示す。



調査地区	観光施設
美浜	アメリカンビレッジ
	フィッシャリーナ
	サンセットビーチ
砂辺	宮城海岸
北前	アラハビーチ

出典：baseMap(一社) 北谷町観光協会

図 調査予定箇所位置図

6) 調査方法

本調査の調査方法（手順）を以下に示す。

- i) 調査対象施設の来訪者に声を掛け、アンケート調査の協力依頼を行う。
- ii) 協力が得られたら、調査票を見せながら、ヒアリング調査を実施する。
協力が得られない場合は、無理強いを行わずヒアリング調査は実施しない。
なお、時間がなく、その場の回答が厳しい方については、WEBでの回答をお願いする。
*調査員手持ちのQRコード読み込み
- iii) 外国人の場合は、英語または中国語（繁体字）や韓国語に翻訳した調査票を用いてヒアリングを実施する。
*調査員は多言語対応な人員も配置する。
- iv) その場で回答をした方に対しては、調査協力の謝礼として粗品を提供する。



令和5年度北谷町観光動向分析調査
アンケート調査員
氏名：〇〇 〇〇

発注機関：北谷町 建設経済部 観光課

受託業者：株式会社日本能率協会総合研究所
沖縄事務所・株式会社アーバンストラフィックエン
ジニアリング沖縄事務所

図 調査で着用する調査員腕章・ネームプレートの例



図 調査イメージ写真

7) 調査項目

調査目的を達成するため、アンケートは下表の項目を把握する。

調査で使用した調査票は参考資料に掲載する。

表 調査項目

項目	内容
(1) 属性	性・年代、居住地、国籍、同行者
(2) 北谷町訪問経験	訪問回数（沖縄県、北谷町別）
(3) 滞在実態	滞在日数・時間、宿泊施設タイプ
(4) 観光目的	海水浴・マリンレジャー、ダイビング、釣り、スパ・エステ、伝統工芸・芸能体験、ショッピング、イベント、伝統行事、帰省・親戚等の訪問、仕事、ワーケーション、プロスポーツキャンプ見学 等
(5) 移動手段	北谷町来訪、北谷町内別（レンタカー、マイカー、タクシー、バス、自動運転バス、自転車、徒歩等）
(6) 町内観光の情報 収集媒体	雑誌、パンフレット、観光案内所、テレビ、SNS 等
(7) 町内での観光 消費額	宿泊費、交通費、土産・買物費、飲食費、娯楽・入場費、その他
(8) 観光満足度 (各5段階)	宿泊、飲食、買い物、娯楽・イベント、情報、総合
(9) 再訪問意向	次回の訪問意向、再訪問の理由
(10) お勧め度	11段階のお勧め度、お勧めする要素
(11) 受入れ環境整備 (外国人のみ)	看板、パンフレット、観光情報HP、バス停時刻表、観光案内所、飲食店、土産・土産店、宿泊施設の多言語対応の充足度

5-2 調査結果

(1) 獲得サンプル数

調査の結果、以下のサンプル数を獲得し、統計精度を担保できるサンプル数を確保した。

調査日	紙調査票			オンライン調査票			獲得票数計		
	日本人	外国人	総計	日本人	外国人	総計	日本人	外国人	総計
10月21日(土)	199	38	237	2	0	2	201	38	239
10月22日(日)	222	44	266	0	0	0	222	44	266
10月31日(火)	225	13	238	0	0	0	225	13	238
11月3日(金)	366	19	385	0	0	0	366	19	385
11月4日(土)	373	29	402	0	0	0	373	29	402
11月25日(土)	183	38	221	0	0	0	183	38	221
11月26日(日)	199	30	229	3	3	6	202	33	235
1月6日(土)	189	30	219	0	0	0	189	30	219
1月7日(日)	191	24	215	0	0	0	191	24	215
2月3日(土)	174	37	211	0	0	0	174	37	211
合計	2,321	302	2,623	5	3	8	2,326	305	2,631

(2) 調査の様子

調査当日の様子は、以下のとおりである。



5-3 調査分析

本項目では主な集計結果を示している。性別、年代、居住地別のクロス集計については、参考資料に掲載する。

(1) 回答者属性

① 性・年代

- 調査回答者は、『女性』の割合が約60%と半数以上を占めている。
- 年代は10～30代と比較的若年層の割合が高く、男性女性ともに10～30代で半数以上を占めている。

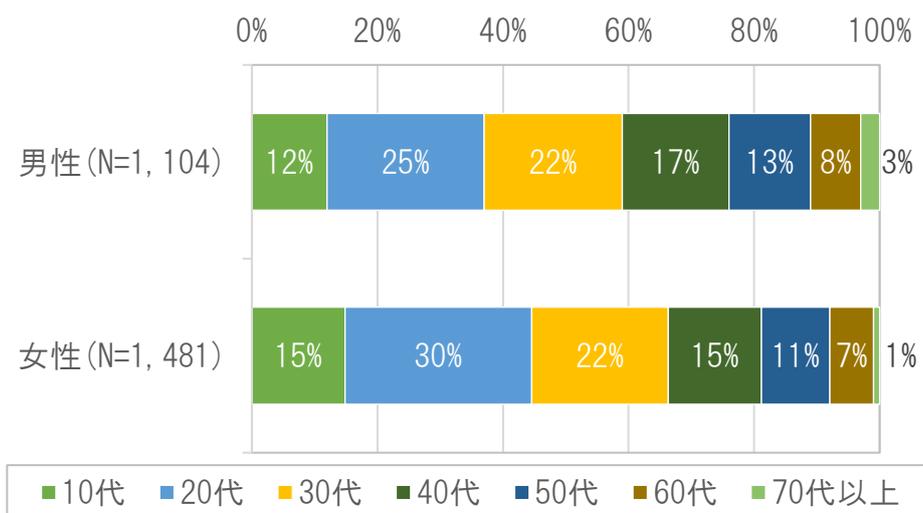


図 性・年代

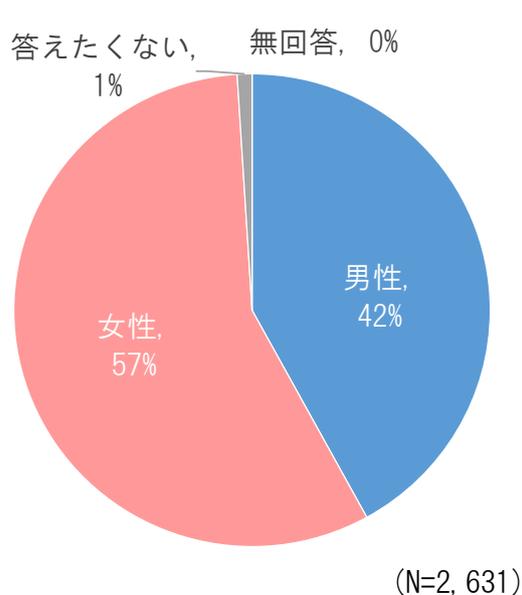


図 性別

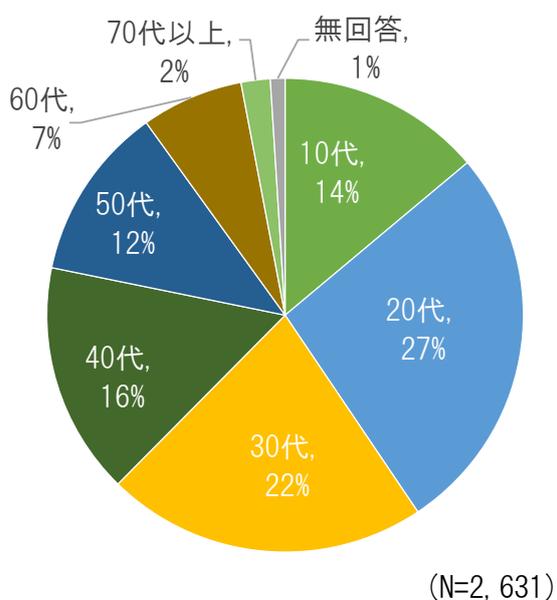


図 年代

- 居住地別でも県内、県外、外国人観光客ともに10～30代までの年齢層で半数以上を占める。
- 令和4年度観光統計実態調査報告書（沖縄県）では、県内全域における県外観光客の年齢構成は、10～30代で約41%であり、今回の調査結果は約62%であることから、相対的に若年層の割合が高い。

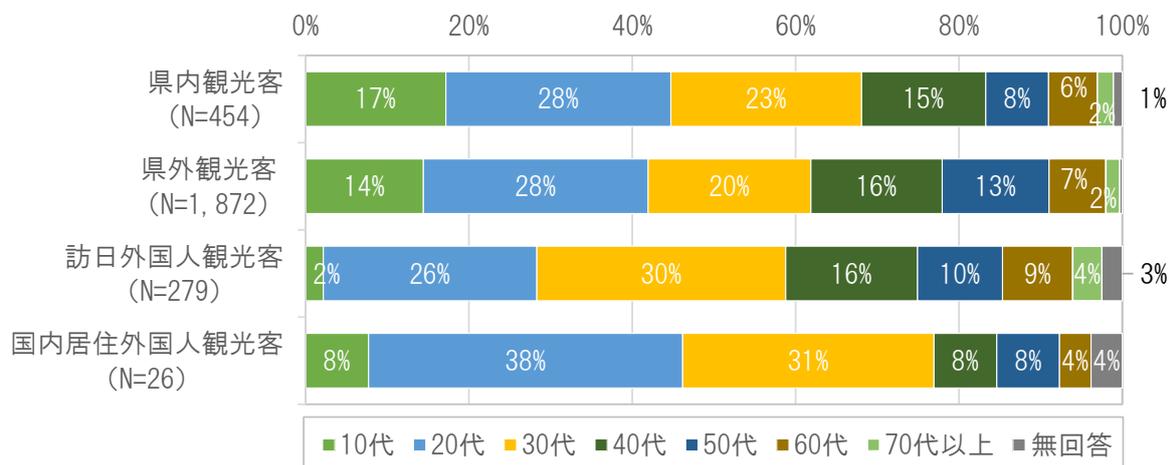


図 居住地別の年代

② 居住地

- 居住地は『県外観光客』が約 71%、『県内観光客』が約 17%、『訪日外国人観光客』が約 11%、『国内居住外国人観光客』が約 1%となっている。
- 県外観光客については、『首都圏』が約 38%と最も高く、『近畿圏』が約 17%、『中京圏』が約 11%、『福岡県』が約 7%と首都圏の比率が半数程度を占める。
- 県内観光客については、『那覇市』が約 29%と最も高く、隣接の『宜野湾市』、『沖縄市』が続いている。
- 外国人観光客については、『台湾』が約 41%と最も高く、『アメリカ』が約 14%、『香港』が約 12%、『韓国』が約 12%、『中国』が約 9%とアメリカと東アジアの国・地域で9割程度を占める。

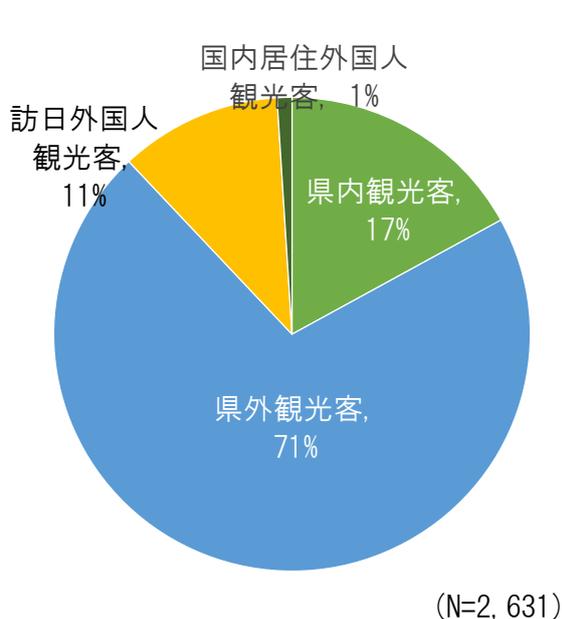


図 居住地

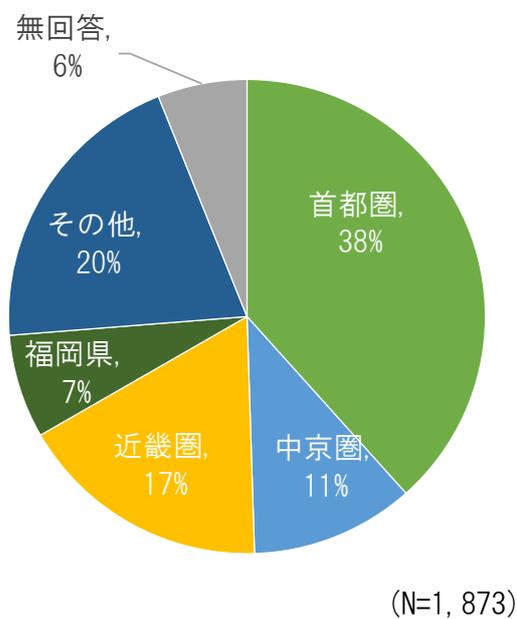


図 県外居住者の居住地分類

* 首都圏は、東京都、千葉県、神奈川県、埼玉県が対象。
 中京圏は、愛知県、静岡県、岐阜県、三重県が対象。
 近畿圏は、京都府、大阪府、兵庫県が対象。

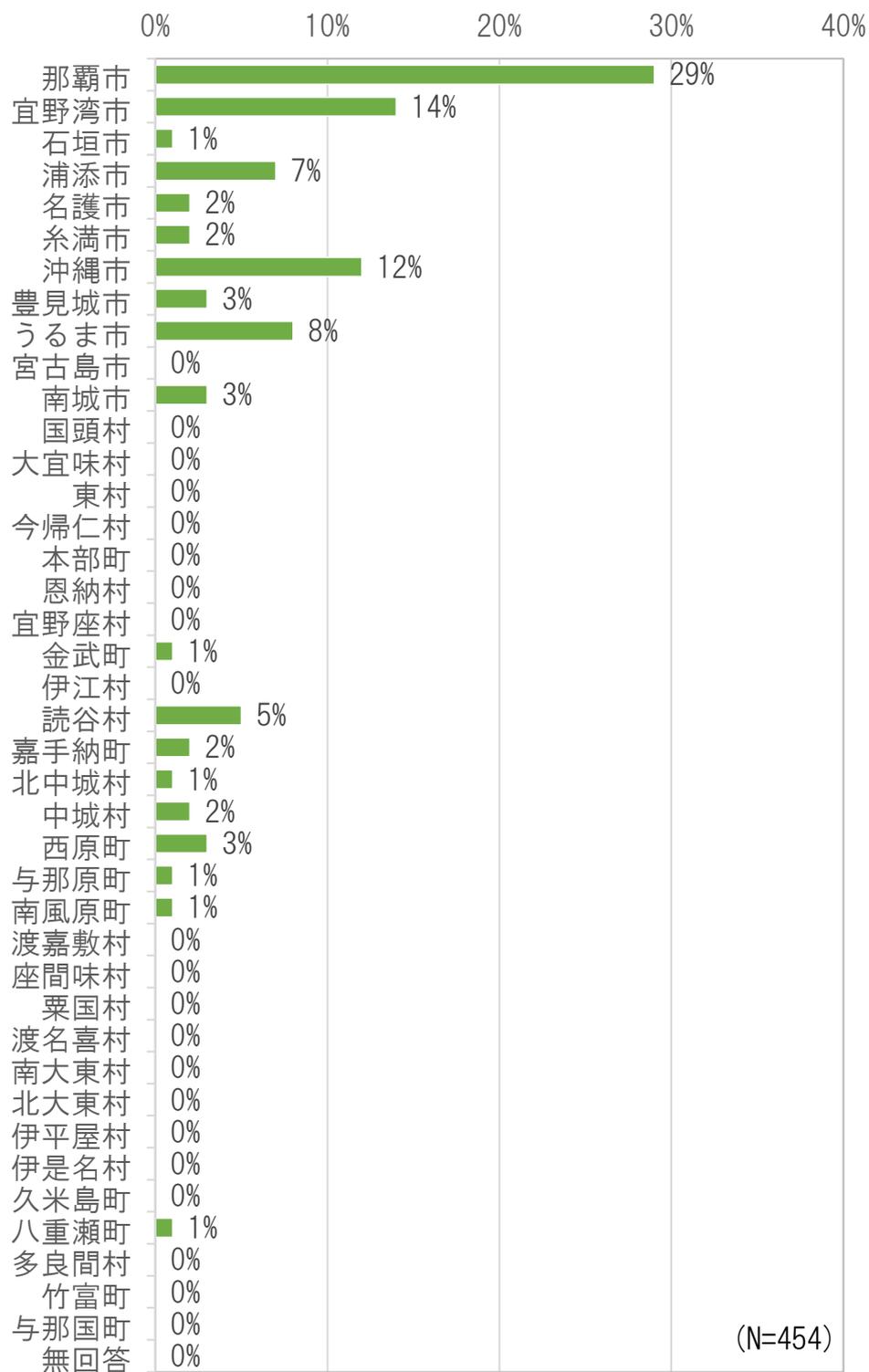


図 県内観光客の居住地

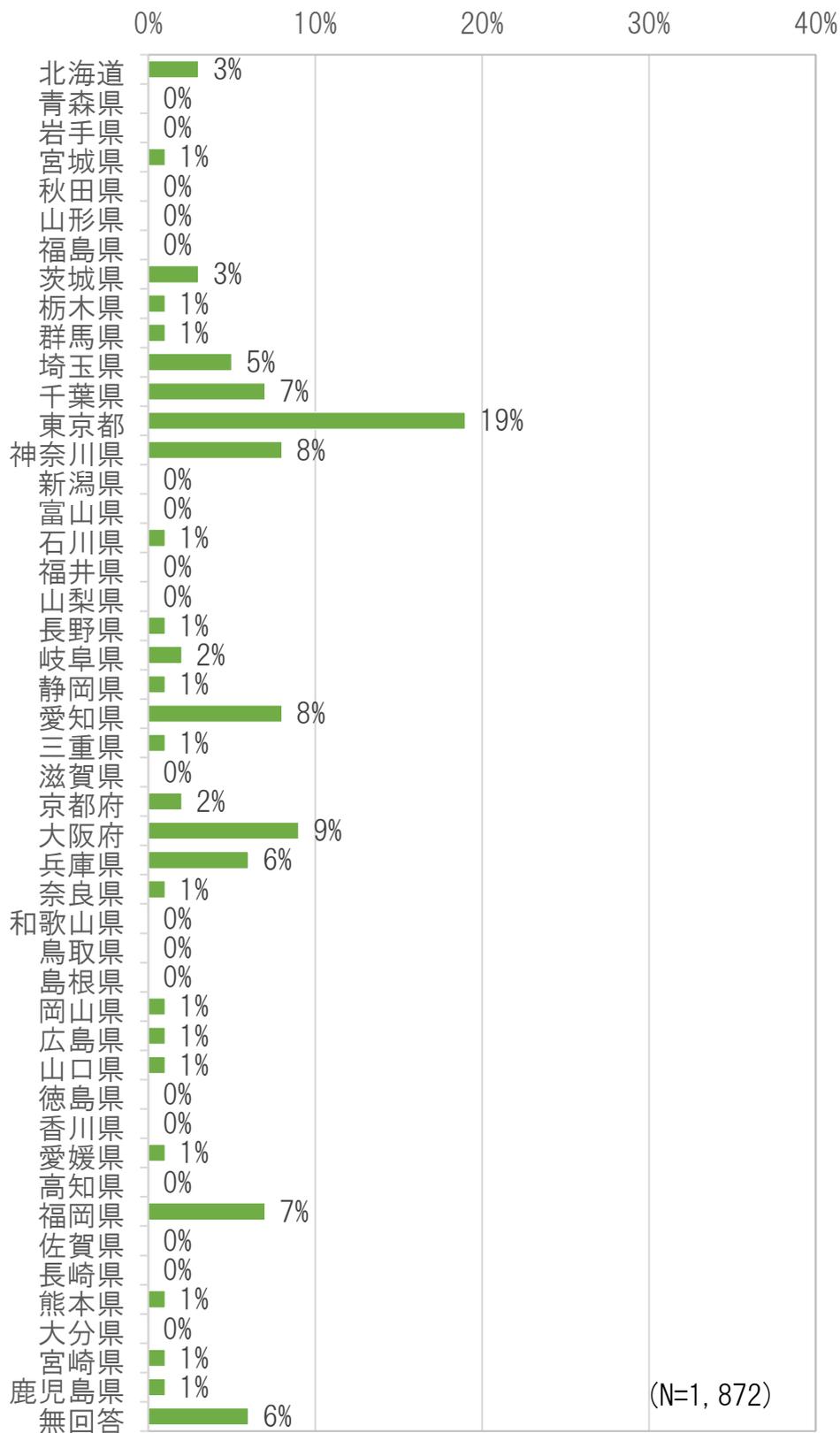


図 県外観光客の居住地

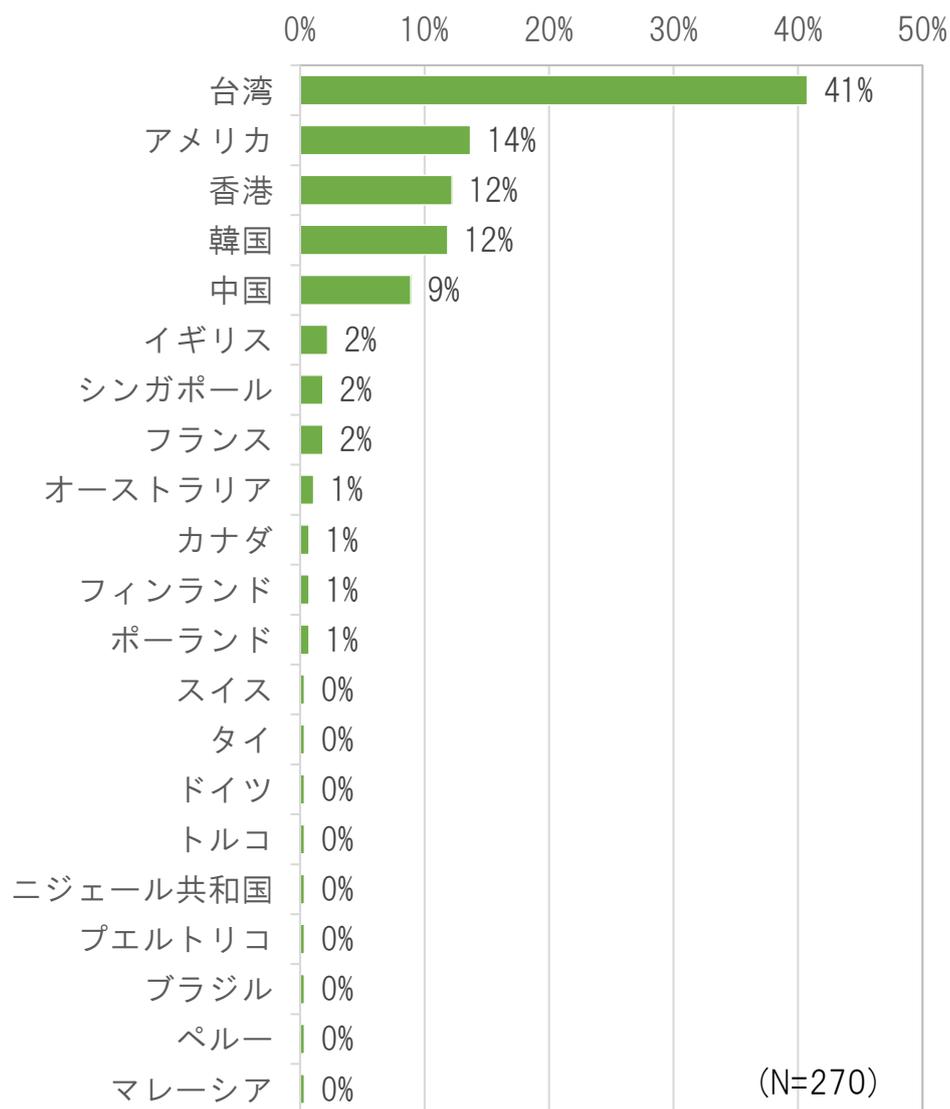


図 訪日外国人観光客の居住地

③ 同行者

- 『複数人グループ』が約94%と圧倒的に高く、人数構成としては『2人』の割合が約40%と最も高い。
- 同行者属性は、『家族（子連れ）』が約29%と最も高いが、『友人・知人』も約28%と高く、『夫婦・カップル』も約26%とファミリー層の割合が高い。

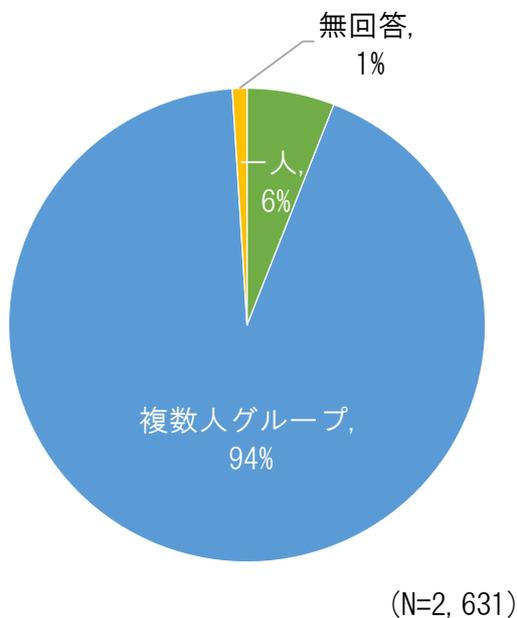


図 グループ人数形態

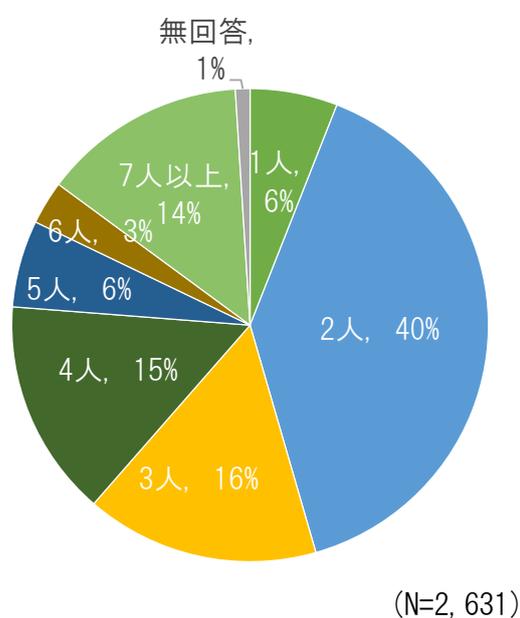


図 グループ人数

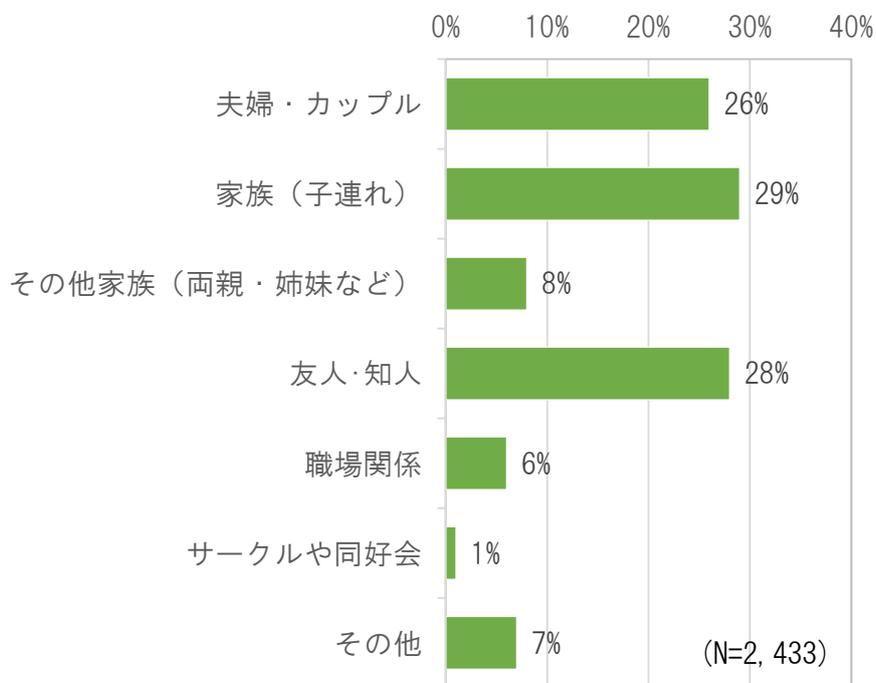


図 同行者

- 県内観光客は「友人・知人」、県外観光客は「夫婦・カップル」、「家族（子連れ）」、「友人・知人」が約26%と多様な同行者構成となっている。
- 訪日外国人観光客は「家族（子連れ）」が最も割合が高い。

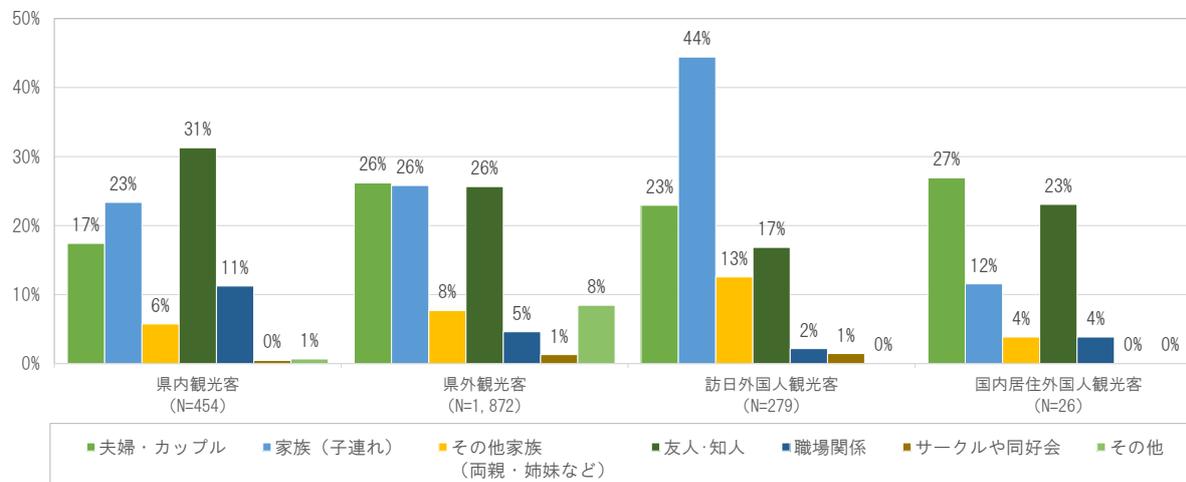


図 居住地別の同行者

(2) 北谷町訪問経験

《県外居住者のみで整理》

- 北谷町を訪れる観光客の沖縄県訪問回数は、『初めて』が約34%に対し、複数回の訪問が約66%を占めるなどリピーターが多い。
- 一方、北谷町の訪問回数は、『初めて』が約59%と沖縄県訪問回数と比較して高い傾向にある。ただし、複数回の訪問も約41%を占めるなどリピーターは一定数存在する。
- なお、北谷町に初めて訪問する観光客の6割は、沖縄県に初めて来る観光客となっている。

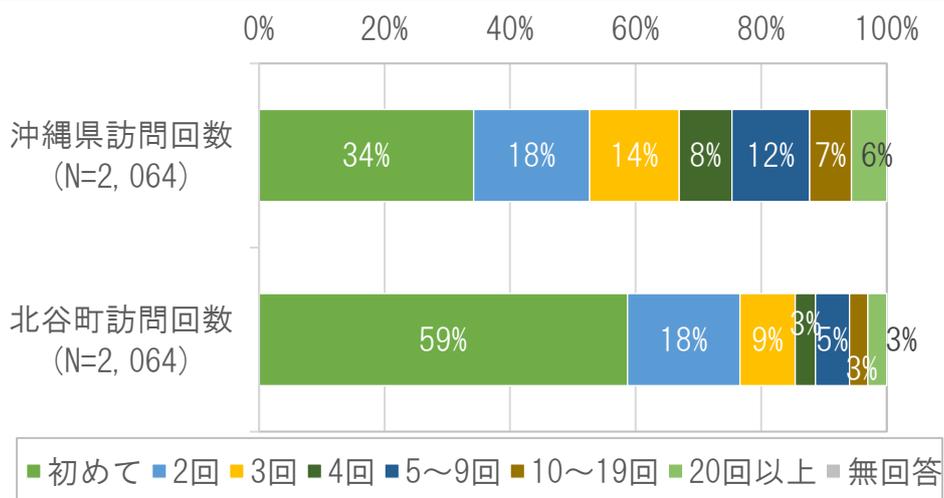


図 沖縄県ならびに北谷町訪問回数（県外居住者のみ）

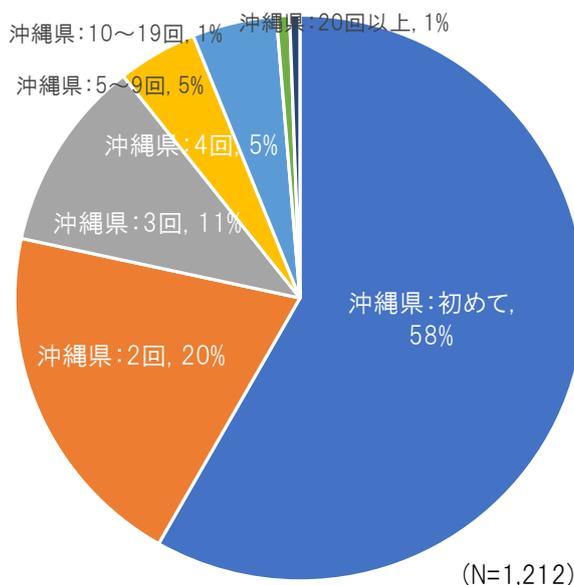


図 北谷町に初めて訪問した観光客の沖縄県訪問回数の関係（県外居住者のみ）

- 居住地別で見ると県外観光客は3割が初めての訪問となっており、7割程度がリピーターとなっている。
- 訪日外国人観光客は6割が初めての訪問だが、リピーターも3割程度いるなど一定数存在する。
- 国内居住外国人観光客は4割が初めての訪問となっている。

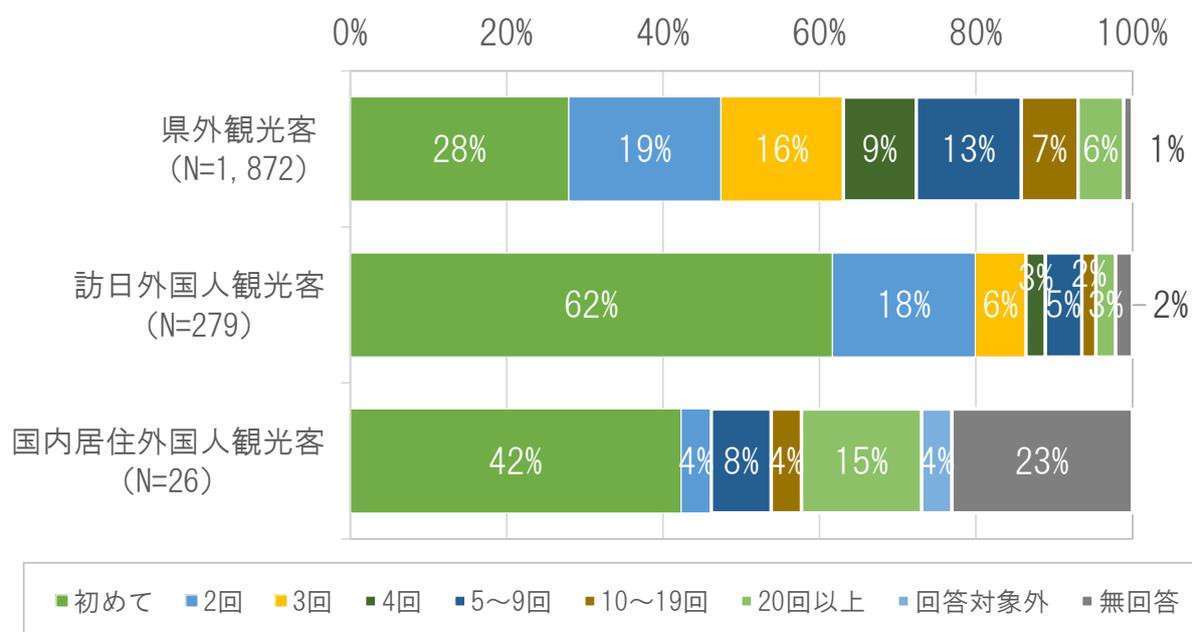


図 居住地別の北谷町訪問回数

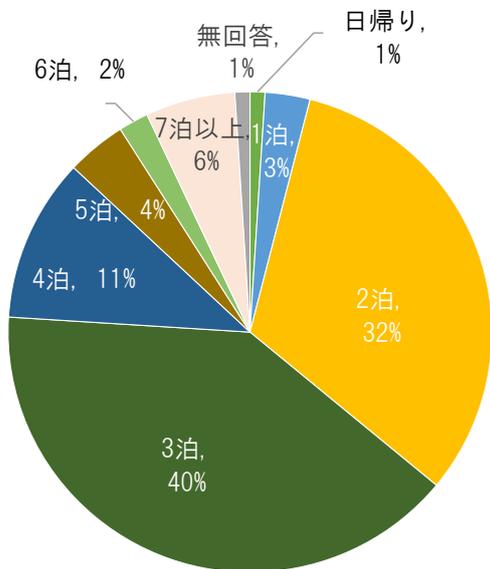
(3) 滞在実態

① 滞在日数

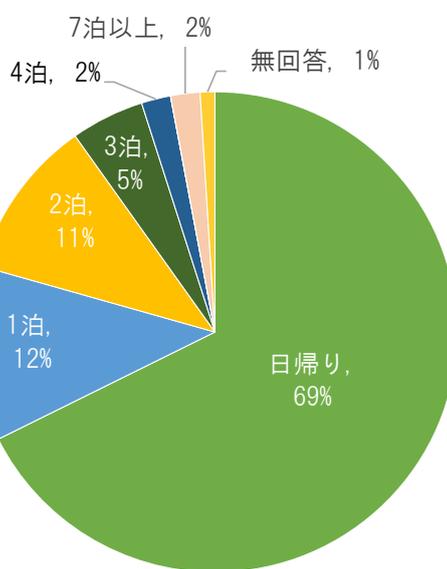
《県外居住者のみで整理》

○ 沖縄県滞在は『3泊』がボリュームゾーンで約40%と半数程度を占める。

○ 一方、北谷町滞在は『日帰り』が7割を占める。



(N=2, 177)



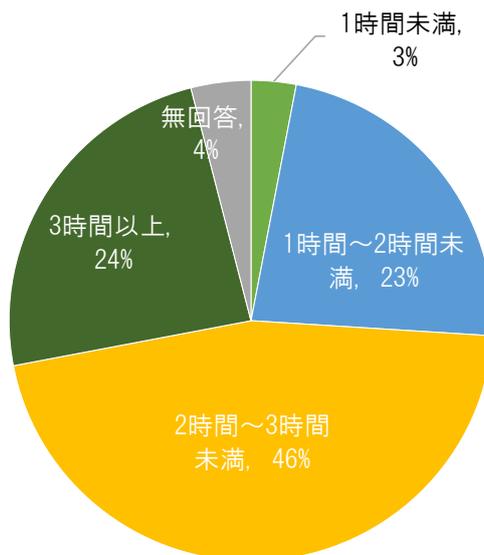
(N=2, 177)

図 沖縄県滞在日数

図 北谷町滞在日数

② 北谷町内滞在時間

○ 北谷町の滞在時間は、『2時間～3時間』が約46%と最も高く、『3時間以上』も約24%存在する。



(N=1, 901)

図 北谷町滞在時間

③ 北谷町内での宿泊施設タイプ

- 『リゾートホテル』が約65%と最も高い。
- GPSデータでは県外観光客の4割が宿泊だが、居住地別でみると日本人宿泊客の7割は「リゾートホテル」の宿泊となっている。
- 一方、訪日外国人観光客は4割が「リゾートホテル」、3割が「シティホテル」と分散傾向にあり、「民宿」、「民泊」も1割程度存在する。

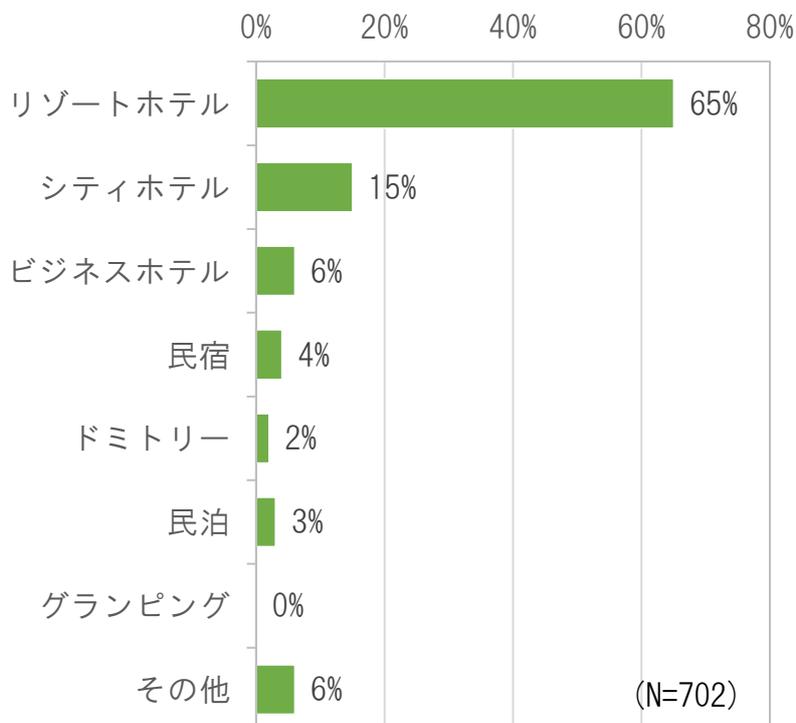


図 北谷町内での宿泊施設タイプ

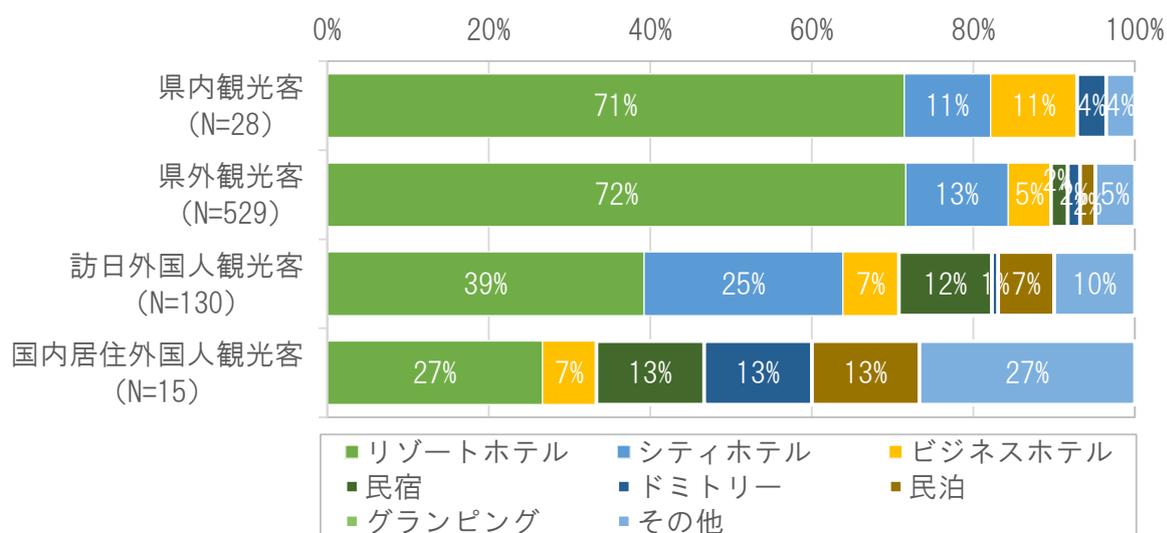


図 居住地別の北谷町内での宿泊施設タイプ

(4) 観光目的

- 『観光地めぐり』が約70%と圧倒的に高く、『ショッピング』が約24%、『保養・休養』が約21%と続く。
- 居住地別で見ると県内観光客は「保養・休養」、「ショッピング」が約31%でともに最も高いが、「観光地めぐり」も約29%と同程度となっている。県外観光客は「観光地めぐり」が約80%と圧倒的に高い。外国人観光客も「観光地めぐり」が訪日、国内居住ともに6割と高いが、訪日は「保養・休養」も約43%と相対的に高い。

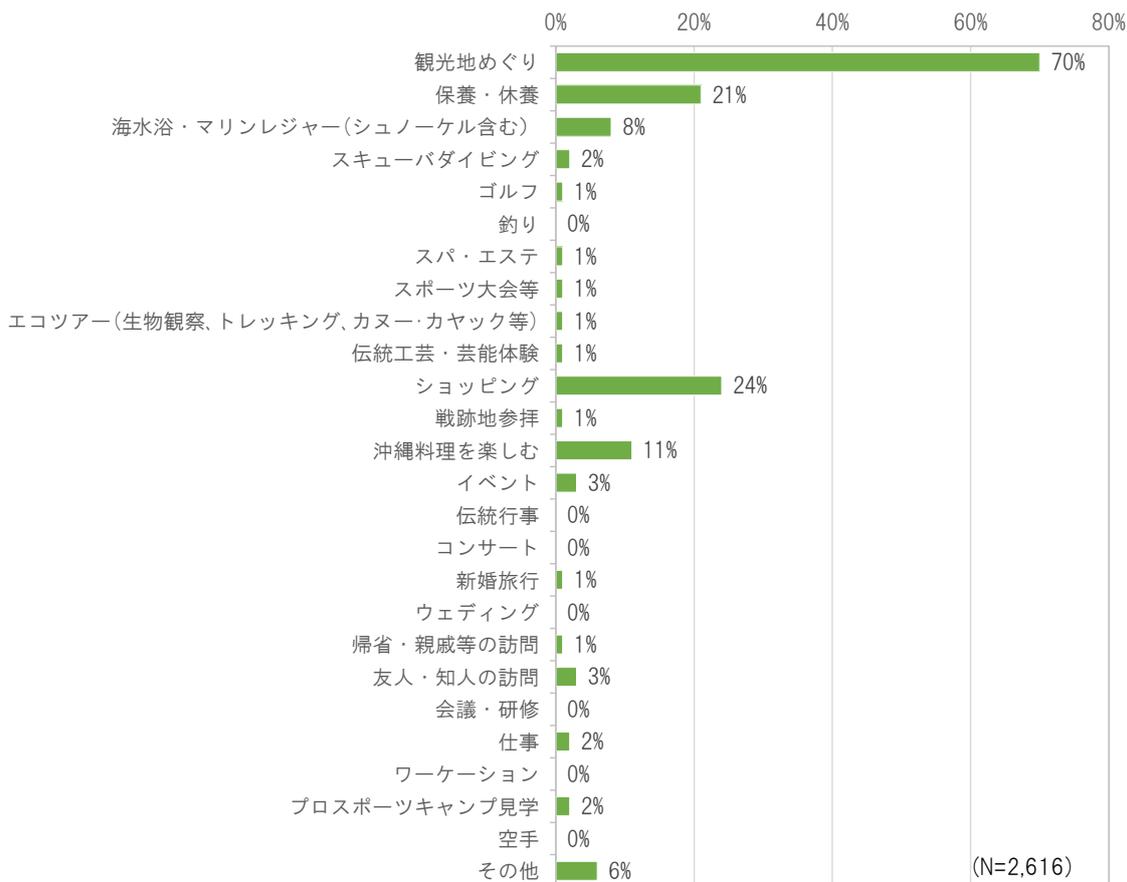


図 観光目的

県内観光客 (N=454)	保養・休養	31%	訪日外国人観光客 (N=279)	観光地めぐり	66%
	ショッピング	31%		保養・休養	43%
	観光地めぐり	29%		ショッピング	23%
	海水浴・マリンレジャー(シュノーケル含む)	12%		沖縄料理を楽しむ	19%
	イベント	11%		海水浴・マリンレジャー(シュノーケル含む)	9%
県外観光客 (N=1,872)	観光地めぐり	80%	国内居住外国人観光客 (N=26)	観光地めぐり	65%
	ショッピング	22%		沖縄料理を楽しむ	31%
	保養・休養	15%		保養・休養	27%
	沖縄料理を楽しむ	11%		ショッピング	27%
	海水浴・マリンレジャー(シュノーケル含む)	6%		海水浴・マリンレジャー(シュノーケル含む)	15%

図 居住地別の観光目的

(左上：県内観光客、右上：訪日外国人観光客、左下：県外観光客、右下：国内居住外国人観光客)

(5) 移動手段

- 北谷町まで、町内移動については、レンタカー、マイカー、知人等のクルマなど『自動車』関係の割合が7割を占める。
- 一方、公共交通である『路線バス』も約11%を占めるなど一定数は存在する。
- 県外観光客の北谷町までの移動手段は多くの年代で『自動車（レンタカー、知人送迎 等）』が多数を占めている。一方、60代以上で『路線バス』の割合が高まる傾向にある。

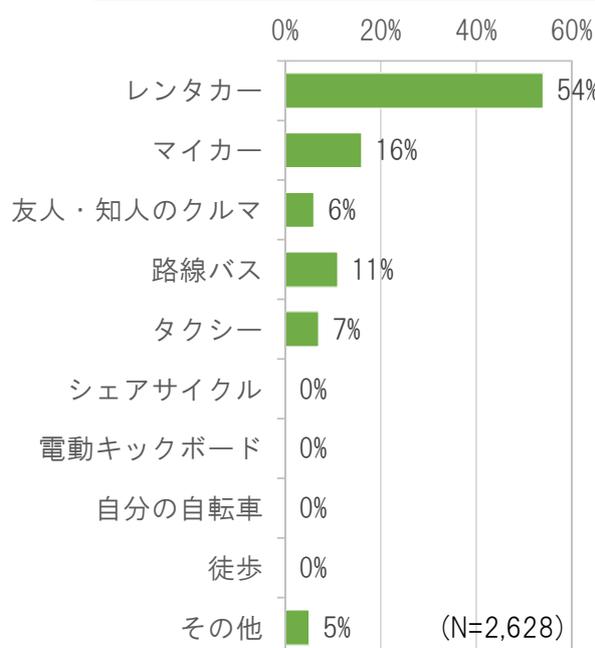


図 北谷町までの移動手段

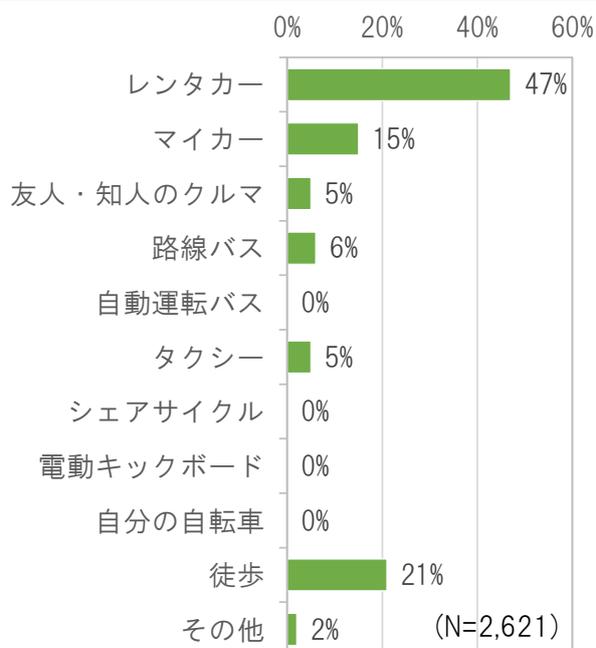


図 北谷町内の移動手段

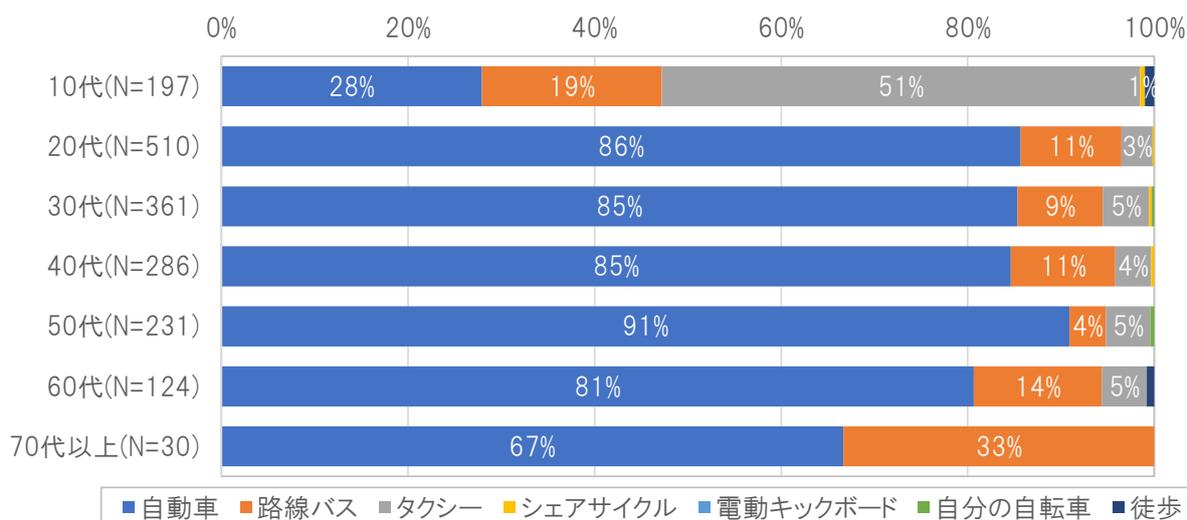


図 年代別の北谷町までの移動手段（県外観光客）

(6) 町内観光の情報収集媒体

○ 『SNS』が約56%と最も高い。

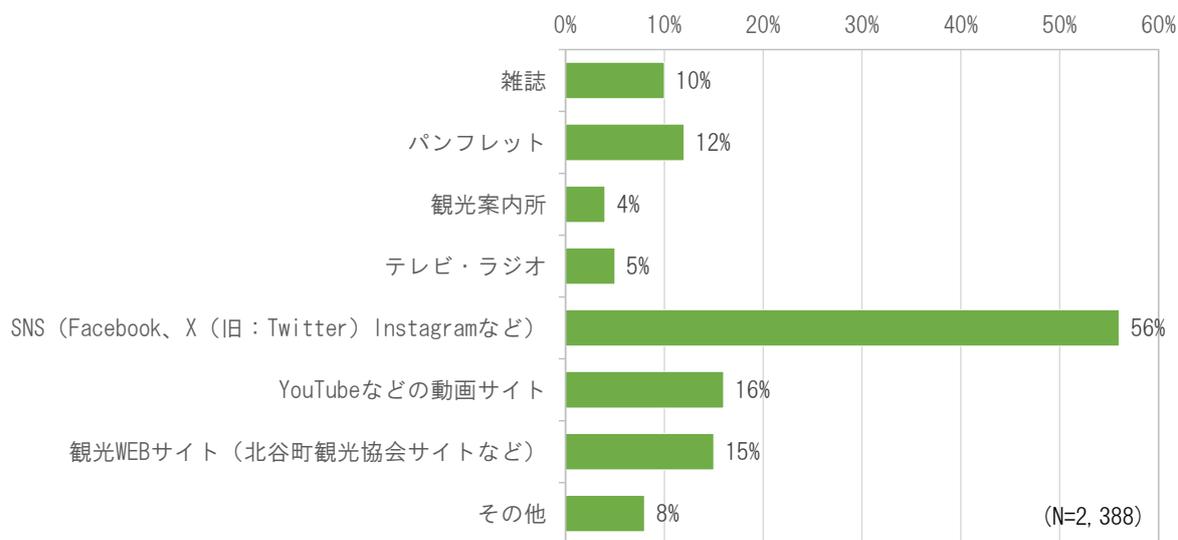


図 町内観光の情報収集媒体

(7) 町内での観光消費額

- 北谷町内での一人当たりの観光消費額の総額は、26,321円/人日となっており、『宿泊費』が19,104円/人日、『交通費』が2,872円/人日、『娯楽・入場料』が2,165円/人日となっている。
- 居住地別でみると、町内の観光消費額は、訪日外国人観光客の総額が高く、一人当たり34,632円/人となっている。県外観光客は、一人当たり27,220円/人となっている。
- GPSデータから推計した観光客数に乗じると、2023年は、約546億円/年の観光収入があったと推計する。(県内観光客：約17億円/年、県外観光客：約518億円/年、外国人観光客：約11億円/年)

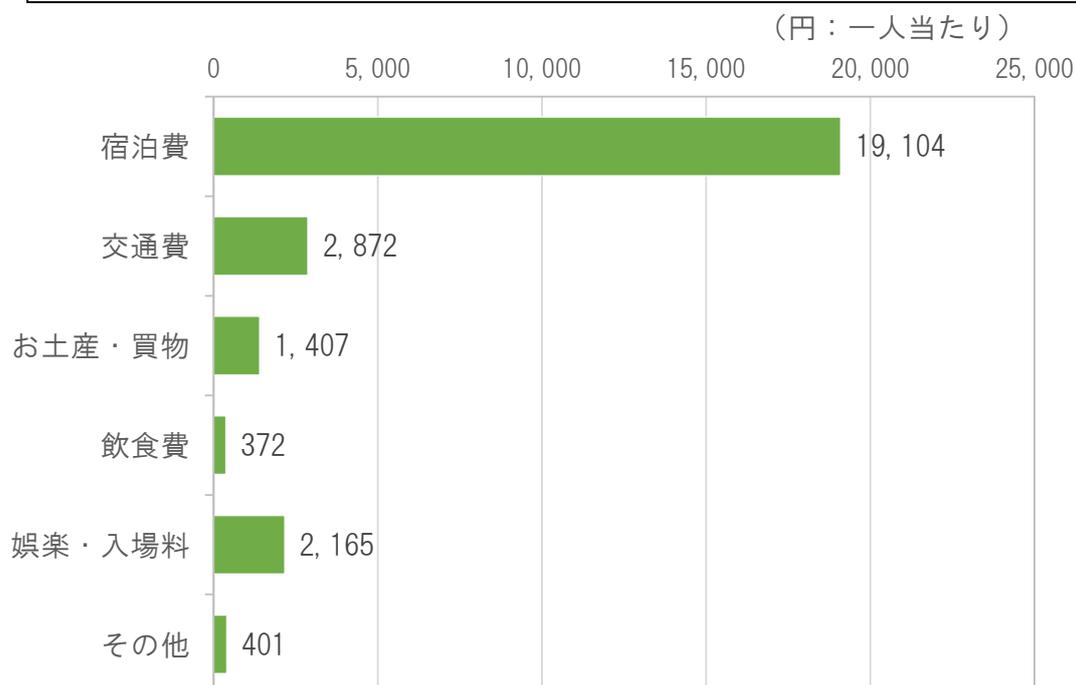


図 町内での一人当たり観光消費額

表 属性別の町内での一人当たり観光消費額

	宿泊	飲食	交通	娯楽	土産	その他	合計
県内観光客 (N=399)	5,571	880	64	130	297	46	6,988
県外観光客 (N=1,644)	19,865	3,003	1,230	307	2,323	492	27,220
訪日外国人観光客 (N=258)	19,909	4,662	4,695	902	4,060	404	34,632
国内居住外国人観光客 (N=24)	10,912	7,808	563	3,188	2,060	5	24,536

○ 年代別の消費額をみると、年代が高いほど消費額が高まる傾向にある。

表 年代別の町内での一人当たり観光消費額

	宿泊	飲食	交通	娯楽	土産	その他	合計
10代	12,291	1,138	1,173	132	1,434	64	16,232
20代	13,729	2,428	1,219	256	1,789	197	19,618
30代	18,164	3,301	795	232	2,005	535	25,032
40代	19,239	3,069	1,068	252	2,755	799	27,182
50代	24,245	3,309	1,435	270	3,131	543	32,933
60代	23,969	4,705	2,116	1,066	3,652	1,277	36,785
70代以上	51,030	6,039	3,168	215	2,523	81	63,056

(8) 観光満足度

○ 観光満足度は各項目において「満足」、「やや満足」を合わせた好意的評価が8割以上になるなど総じて高いが、相対的に『娯楽・イベント』、『情報サービス』が低くなっている。

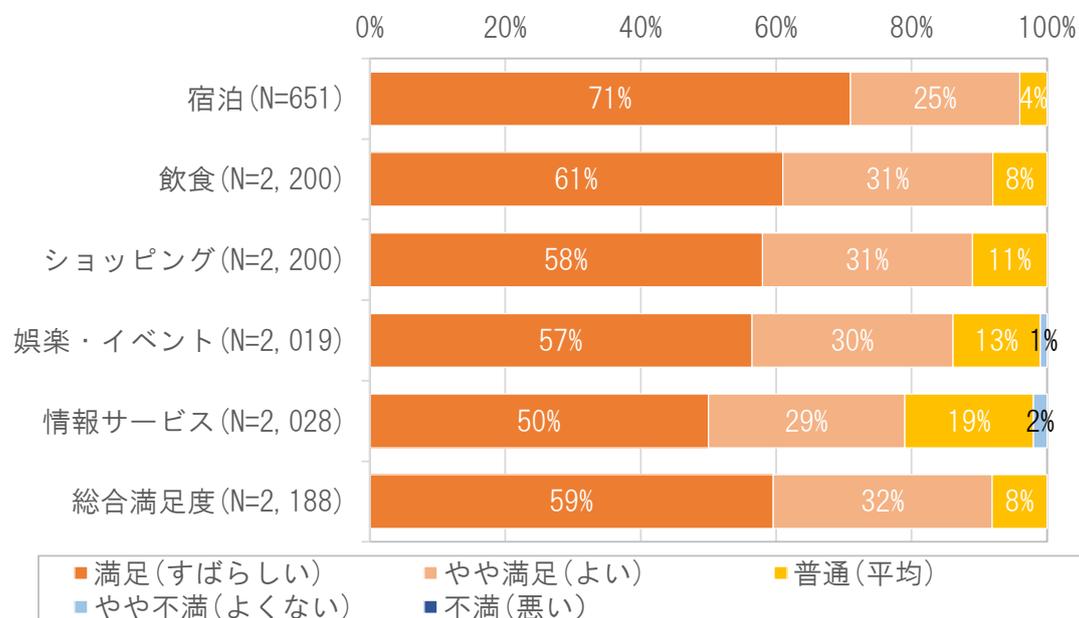


図 観光満足度

- 居住地別でも県外観光客、外国人観光客ともに総じて高く、「宿泊」の評価が高い。相対的に「娯楽・イベント」、「情報サービス」について満足度が低下しており、『不満』をあげる観光客が存在する。
- 不満の理由としては、ショッピングマップ（美浜アメリカンビレッジ内の地図）、トイレ、駐車場や施設情報が少ないとの意見や飲食店の終了時間が早いとの意見がある。

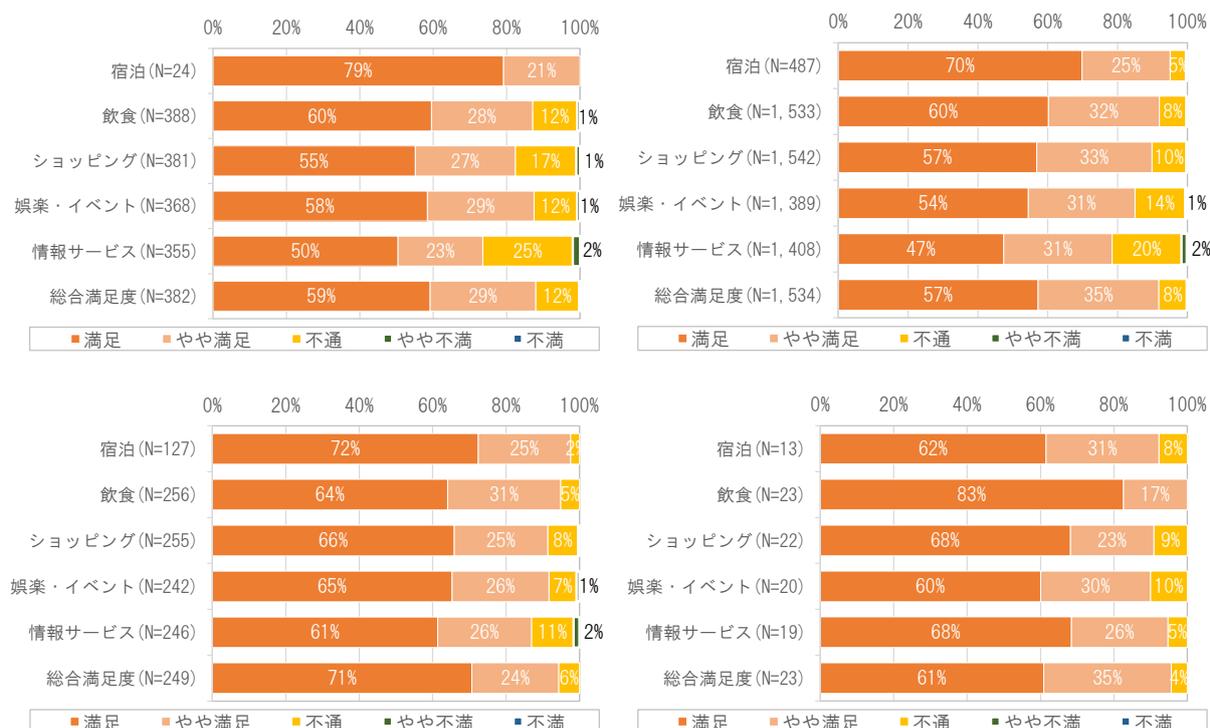


図 居住地別の観光満足度

(左上：県内観光客、右上：県外観光客、左下：訪日外国人観光客、右下：国内居住外国人観光客)

■主な自由回答意見

- ・トイレが少ない。トイレの場所がわかりにくい。
- ・手荷物ロッカーがあったらよかった。
- ・パーキングが少ない。
- ・アメリカンビレッジの地図がわかりにくい。
- ・アメリカンビレッジの分かりやすいマップがあるとよい。イマイチわかりにくかった。
- ・情報量が少ない、情報がどこにあるかわからない。
- ・どこに何があるのかよくわからない、どこも似たりよったり。観光客を集めるには体験が必要。
- ・イベント少ないですが、花火がとてもよかった。
- ・価格が高い。
- ・若年層中心で落ち着いた所が少ない。
- ・飲食店が終わるのが早い、店の閉店が早い。

(9) 再訪問意向

① 再訪問意向

- 強い再訪意向が高い『是非訪問したい』が約65%を占めるなどリピート意向は高く、『訪問したくない』などは0%となっている。
- 居住地別でも、全ての観光客で再訪問意向は高い。

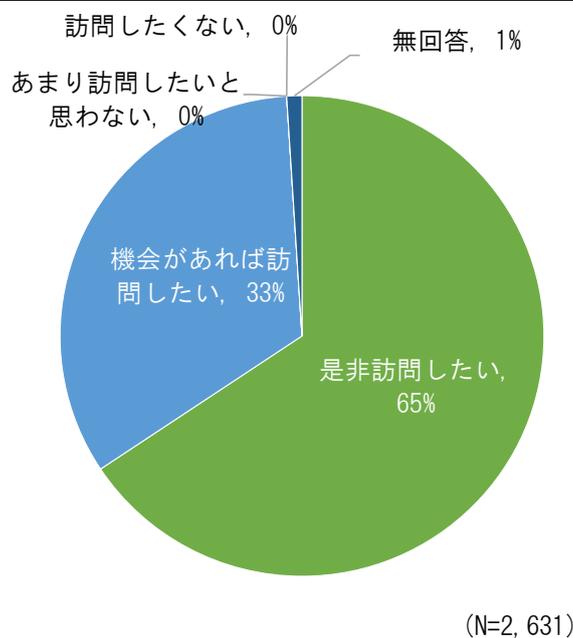


図 再訪問意向

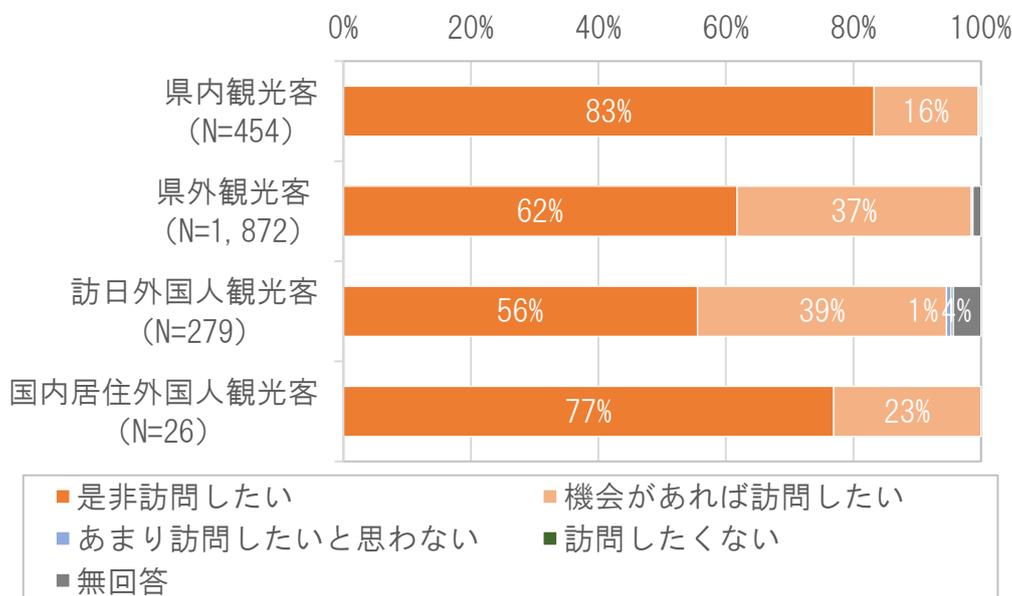


図 居住地別の再訪問意向

② 再訪問の理由

- 再訪問の理由としては、『海や自然が美しいから』が約52%と最も高く、『ショッピング施設が充実しているから』が約45%、『街の景観が良いから』約43%と続いている。
- 居住地別でも、ほとんどの観光客属性共通で「海や自然が美しいから」が最も高いなど、北谷の自然が評価されている。

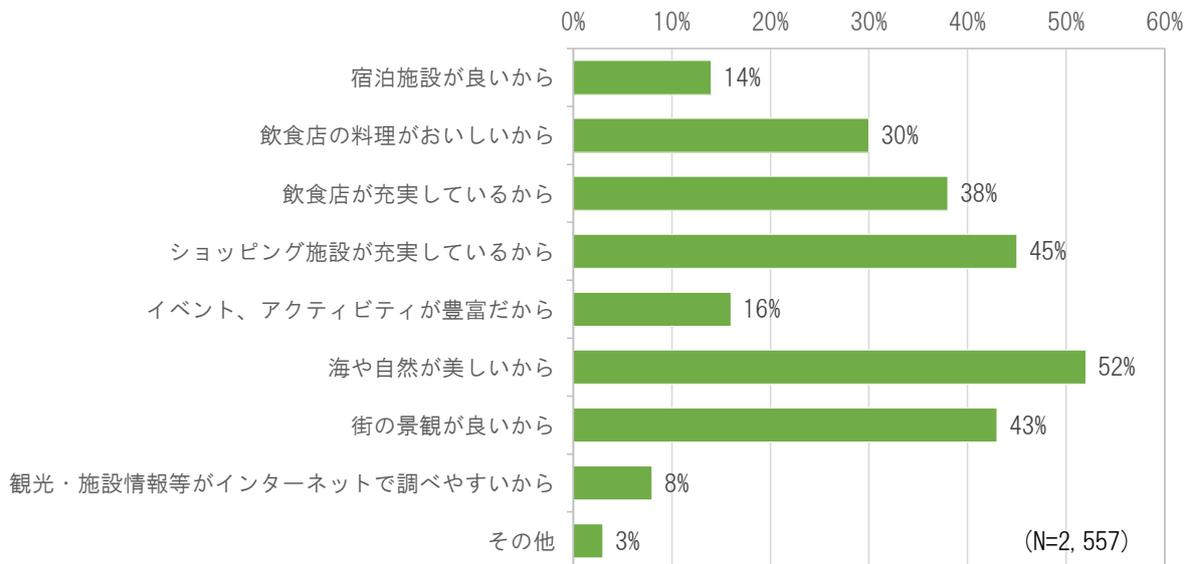


図 再訪問の理由

県内観光客 (N=454)	
海や自然の美しさ	51%
街の景観の良さ	45%
飲食店の充実度	43%
ショッピング施設の充実度	37%
飲食店の料理のおいしさ	30%
イベント、アクティビティの豊富さ	25%
観光・施設情報等のインターネットでの調べやすさ	6%
宿泊施設の良さ	3%
その他	5%

訪日外国人観光客 (N=279)	
海や自然の美しさ	63%
街の景観の良さ	45%
飲食店の料理のおいしさ	43%
飲食店の充実度	39%
ショッピング施設の充実度	34%
宿泊施設の良さ	25%
イベント、アクティビティの豊富さ	23%
観光・施設情報等のインターネットでの調べやすさ	19%
その他	4%

県外観光客 (N=1,872)	
海や自然の美しさ	48%
ショッピング施設の充実度	47%
街の景観の良さ	41%
飲食店の充実度	34%
飲食店の料理のおいしさ	27%
宿泊施設の良さ	14%
イベント、アクティビティの豊富さ	12%
観光・施設情報等のインターネットでの調べやすさ	7%
その他	3%

国内居住外国人観光客 (N=26)	
飲食店の充実度	65%
海や自然の美しさ	62%
飲食店の料理のおいしさ	50%
街の景観の良さ	50%
ショッピング施設の充実度	42%
宿泊施設の良さ	38%
イベント、アクティビティの豊富さ	38%
観光・施設情報等のインターネットでの調べやすさ	19%
その他	4%

図 居住地別の再訪問の理由

(左上：県内観光客、右上：訪日外国人観光客、左下：県外観光客、右下：国内居住外国人観光客)

(10) お勧め度

① ネット・プロモーター・スコア

- 観光客全体のネット・プロモーター・スコアは、『49』となっている。
- 居住地別で見ると、県内観光客が最も高く、訪日外国人観光客の順に高い。他市と比較しても総じて高い数値となっており、観光満足度は高いことが推察される。
- *NPS（ネット・プロモーター・スコア）とは顧客ロイヤルティ（商品やサービスに対する信頼・愛着）を測る指標で、顧客満足度とは異なり、企業の収益と相関が強いといわれており、海外を中心に経営指標としての導入が進んでいる。数値が高いほど良い評価を示している。観光地評価としては、公益社団法人京都市観光協会が導入しており、京都では、日本人観光客が22.5、外国人観光客が40.0となっている。

県内観光客 62

県外観光客 45

訪日外国人
観光客 52

国内居住外国人
観光客 48

② お勧めしたい要素

○ お勧めしたい要素としては、『海や自然が美しいから』が約58%と最も高く、『街の景観が良いから』、『ショッピング施設が充実しているから』がともに約49%と再訪問意向と順位が異なるが項目は同一となっている。

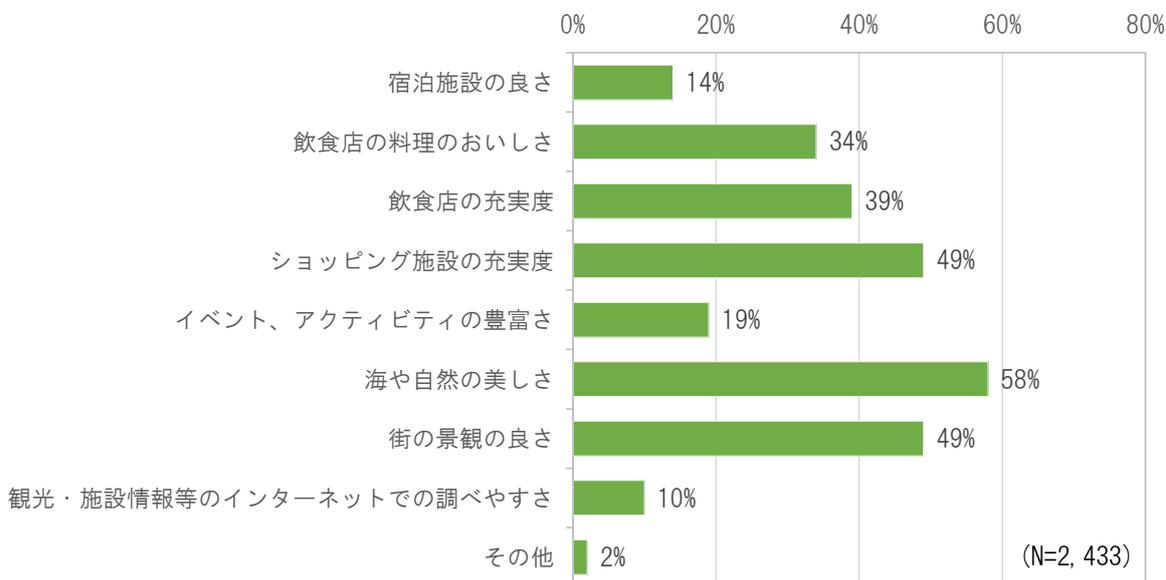


図 お勧めしたい要素

県内観光客 (N=454)	
海や自然の美しさ	56%
街の景観の良さ	50%
飲食店の充実度	41%
ショッピング施設の充実度	35%
飲食店の料理のおいしさ	32%
イベント、アクティビティの豊富さ	31%
観光・施設情報等のインターネットでの調べやすさ	10%
宿泊施設の良さ	3%
その他	2%

訪日外国人観光客 (N=279)	
海や自然の美しさ	65%
街の景観の良さ	48%
飲食店の料理のおいしさ	43%
ショッピング施設の充実度	41%
飲食店の充実度	41%
イベント、アクティビティの豊富さ	24%
宿泊施設の良さ	23%
観光・施設情報等のインターネットでの調べやすさ	20%
その他	5%

県外観光客 (N=1,872)	
海や自然の美しさ	52%
ショッピング施設の充実度	49%
街の景観の良さ	43%
飲食店の充実度	33%
飲食店の料理のおいしさ	30%
宿泊施設の良さ	14%
イベント、アクティビティの豊富さ	14%
観光・施設情報等のインターネットでの調べやすさ	7%
その他	2%

国内居住外国人観光客 (N=26)	
飲食店の充実度	65%
海や自然の美しさ	65%
飲食店の料理のおいしさ	54%
街の景観の良さ	54%
ショッピング施設の充実度	42%
宿泊施設の良さ	35%
イベント、アクティビティの豊富さ	31%
観光・施設情報等のインターネットでの調べやすさ	23%
その他	0%

図 居住地別のお勧め要素

(左上：県内観光客、右上：訪日外国人観光客、左下：県外観光客、右下：国内居住外国人観光客)

(11) 外国語表記の充実度

- 英語の多言語表記は十分との回答割合が各項目で高い。
- 国・地域別でも軒並み高いが、「看板」、「パンフレット」、「バス停時刻表」にて相対的に不十分の割合が高まる。

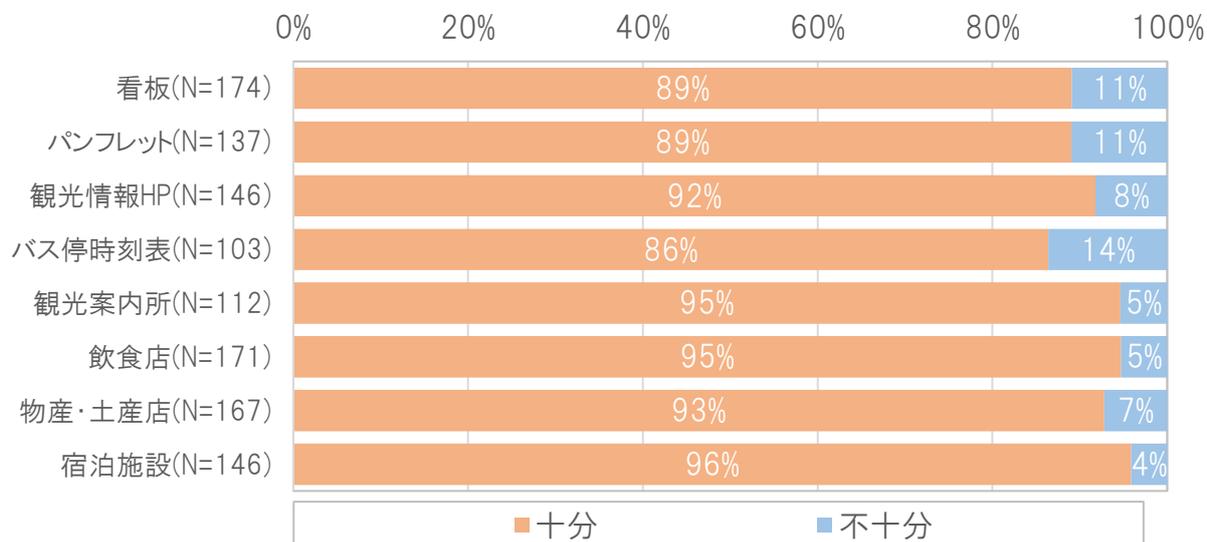


図 英語表記の充実度

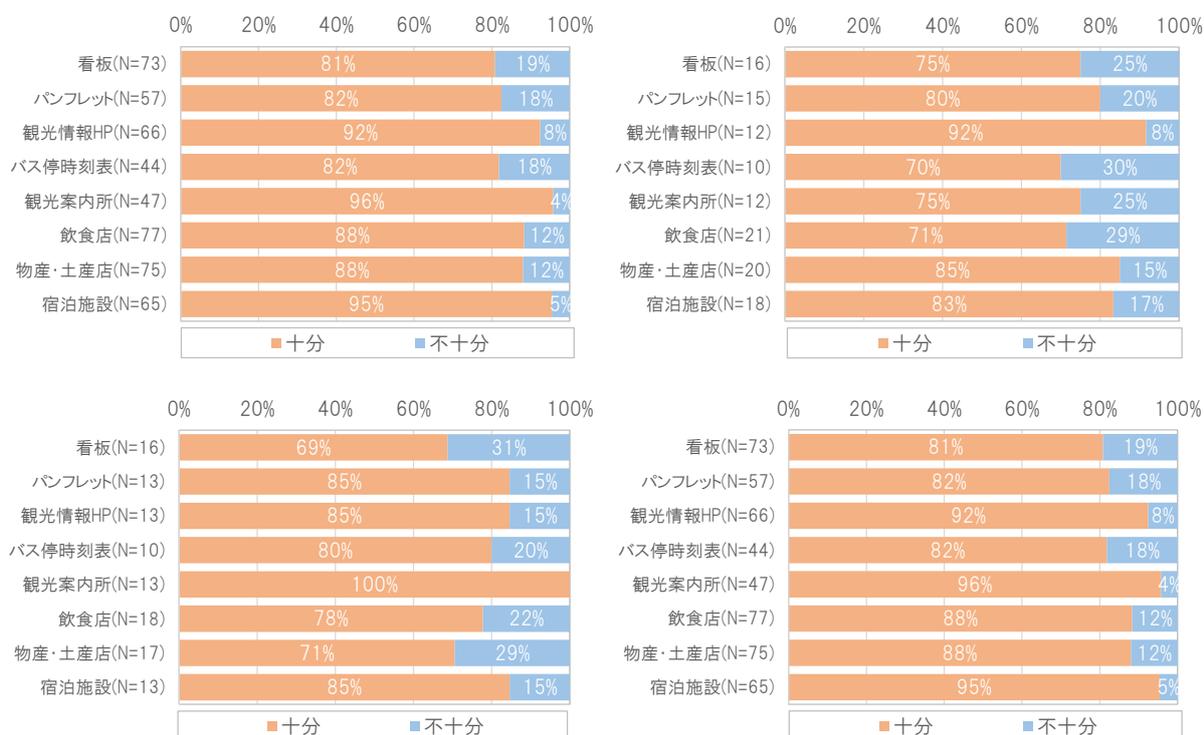


図 母国語表記の充実度

(左上：台湾、右上：香港、左下：韓国、右下：中国)

6章 観光産業調査

6-1 調査企画

(1) 調査企画

1) 調査目的

次年度以降の観光施策立案検討にあたっての基礎資料とするため、北谷町内における観光事業者の売上や域内調達率を把握し、観光業の重要度や域内での循環実態を明らかにした。また、あわせて今後の意向や事業経営上の問題点・課題についても確認することで、今後の施策展開に資する情報を収集した。

2) 調査対象

TSA（旅行・観光サテライト勘定）における観光産業分類のうち、宿泊サービス、飲食サービス、文化サービス、スポーツ・娯楽サービス、小売に該当する事業所。なお、日本標準産業分類ベースで対象とした産業は下表の通り。

なお、アンケート調査対象の抽出にあたっては、「事業所母集団データベース」を利用した。

表 調査対象産業

TSA 観光産業分類	日本標準産業分類
宿泊サービス	(751) 旅館、ホテル、(752) 簡易宿所、(75A) 会社・団体の宿泊所、(75B) 他に分類されない宿泊業
飲食サービス	(761) 食堂、レストラン（専門料理店を除く）、(763) そば・うどん店、(764) すし店、(765) 酒場、ビヤホール、(767) 喫茶店、(76A) 日本料理店、(76B) 中華料理店、(76C) 焼肉店、(76D) その他の専門料理店、(76E) ハンバーガー店、(76F) お好み焼・焼きそば・たこ焼店、(76G) 他に分類されないその他の飲食店、(771) 持ち帰り飲食サービス業
小売	(561) 百貨店、総合スーパー、(569) その他の各種商品小売業、(571) 呉服・服地・寝具小売業、(572) 男子服小売業、(573) 婦人・子供服小売業、(574) 靴・履物小売業、(579) その他の織物・衣服・身の回り品小売業、(581) 各種食料品小売業、(582) 野菜・果実小売業、(583) 食肉小売業、(584) 鮮魚小売業、(585) 酒小売業、(586) 菓子・パン小売業、(58A) 料理品小売業、(58B) 他に分類されない飲食料品小売業
文化サービス	(802) 興行場（別掲を除く）、興行団、(82C) 博物館、美術館、(82D) 動物園、植物園、水族館
スポーツ・娯楽サービス	(705) スポーツ・娯楽用品賃貸業、(785) その他の公衆浴場業、(803) 競輪・競馬等の競走場、競技団、(80B) 体育館、(80C) ゴルフ場、(80F) テニス場、(805) 公園、遊園地

3) 調査方法

郵送配布・郵送回収によるアンケート調査とした。なお、WEB上でも回答ができるよう、WEB入力フォームを作成し、郵送する調査票にQRコードを付すことで、回答者の状況に即した回答を可能にした。

4) 調査項目

下表に記載の調査項目について調査を行った。

調査で使用した調査票は参考資料に掲載する。

表 調査項目

分類	調査項目
(1) 事業所の概要	<ul style="list-style-type: none"> ・ 事業所名・店舗名 ・ 所在地 ・ 事業内容 ・ 従業者数（正社員／パート・アルバイト、町内在住者別） ・ ターゲットとしている客層 ・ プロモーション活動で用いている媒体
(2) 収支構造や取引構造	<ul style="list-style-type: none"> ・ 売上額（うち観光客・観光関連事業者の占める割合）、仕入額（うち観光客・観光関連事業者の占める割合）、経営状況 ・ 仕入先の地域内訳（仕入先のカテゴリー別の金額または金額ベースの割合）
(3) 観光振興への意向	<ul style="list-style-type: none"> ・ 観光推進の重要度 ・ （重要と回答した場合のみ）重要だと思う理由 ・ （重要でないと回答した場合のみ）重要でないと思う理由
(4) 問題点・課題	<ul style="list-style-type: none"> ・ 現在抱えている問題・課題 ・ 今後観光客が増えた場合に想定される問題点・課題

6-2 調査結果

(1) 事業所の概要

① 主たる事業内容

○ 回答者の事業内容は、「飲食サービス」が46%で最も多く、次いで、「小売」が33%、「宿泊サービス」が16%の順となっている。

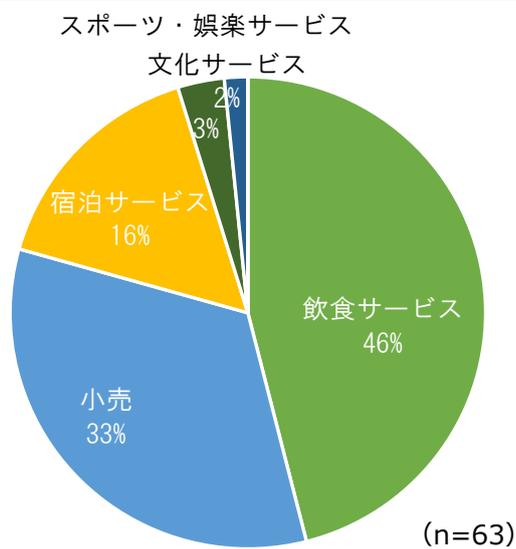


図 主たる事業内容

② 従業員数

- 回答者の従業員数は、全体で見ると、「2～4人」「15人以上」が25%で最も多く、この2区分で半数を占めており、平均従業員数は17人となっている。
- 事業分類別にみると、宿泊サービスや飲食サービスでは「15人以上」がそれぞれ50%、31%で最も多い。一方で、小売では「2～4人」が48%で最も多い。

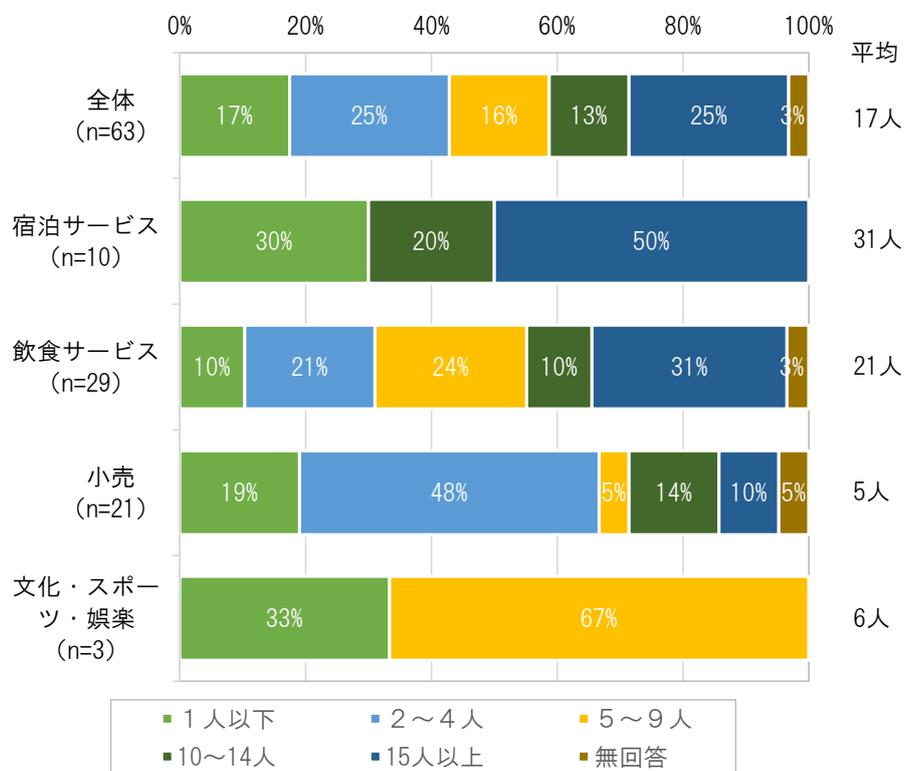


図 従業員数

③ 従業員の居住地

- 従業員の居住地は、全体で見ると、町外在住者が48%と約半数を占めており、町内在住者の割合は4分の1程度にとどまっている。
- 事業分類別にみると、宿泊サービスでは、町内在住者が42%を占めており、全体の傾向よりも高い。また、小売でも、町内在住者が35%を占めており、全体の傾向よりも高い。
- 一方で、飲食サービスでは、町内在住者の割合は15%となっており、全体の傾向よりも低い。ただし、不明が約半数を占めていることにも留意する必要がある。

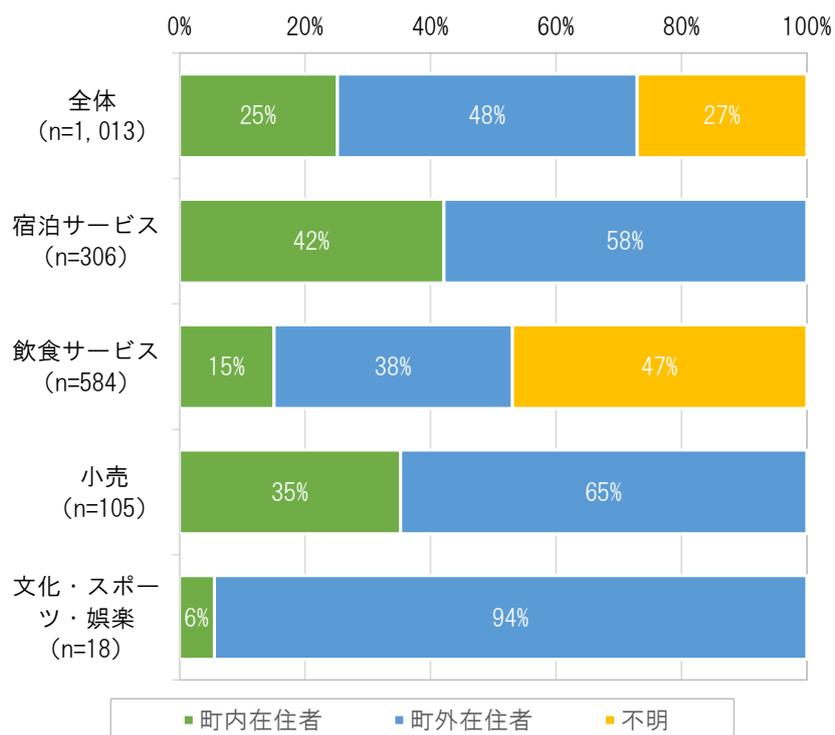


図 従業員の居住地

④ ターゲットとしている客層

- ターゲットとしている客層は、全体で見ると、「他県からの観光客」が84%で最も多く、次いで、「県内各市町村住民」が83%、「北谷町民」が73%、「外国人観光客」が67%となっており、観光客を中心としつつ、幅広く営業対象にしている。
- 事業分類別にみると、宿泊サービスでは、「他県からの観光客」や「外国人観光客」を中心にターゲットとしている。また、飲食サービスでは、「県内各市町村住民」や「北谷町民」、「他県からの観光客」を中心にターゲットとしている。

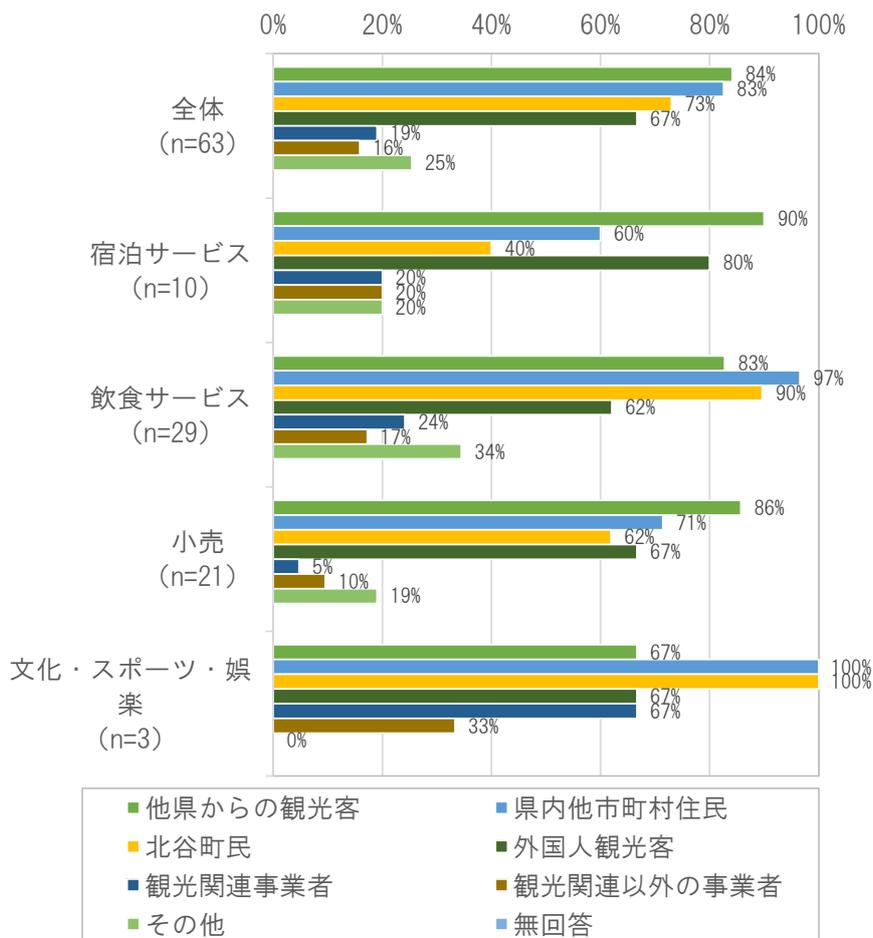


図 ターゲットとしている客層

⑤ プロモーション活動で用いている媒体

- プロモーション活動で用いているツールは、全体でみると、「SNS」が59%で最も多く、次いで「ホームページ」が49%、「Google マップへの情報表示」が43%の順となっている。
- 事業分類別にみると、宿泊サービスでは、「ホームページ」が70%で最も多く、次いで「SNS」が60%となっている。また、飲食サービスでは、「SNS」が最も多く、次いで「Google マップへの情報表示」が48%となっている。小売では、「SNS」と「Google マップへの情報表示」がそれぞれ52%で最も多く、次いで、「ホームページ」が48%となっている。

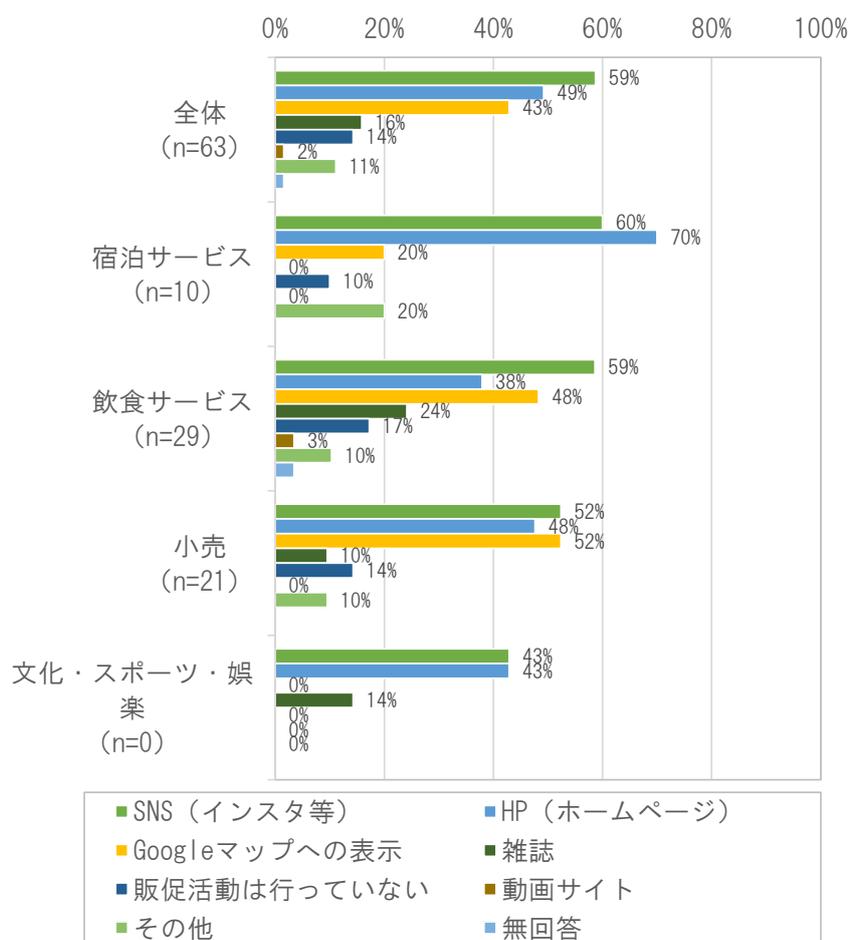


図 プロモーション活動で用いている媒体

(2) 収支構造や取引構造

① 売上額

- 売上額は、全体で見ると、「1,000～4,999万円」が30%で最も多く、次いで「999万円以下」が17%、「10,000～29,999万円」が16%の順となっており、平均売上額は、15,282万円となっている。
- 事業分類別にみると、宿泊サービスでは「10,000～29,999万円」や「30,000万円以上」が最も多く、それぞれ30%となっており、平均売上高は59,557万円となっている。
- 飲食サービスや小売では、「1,000～4,999万円」がそれぞれ28%、38%で最も多く、平均売上高は、それぞれ9,691万円、6,290万円となっている。

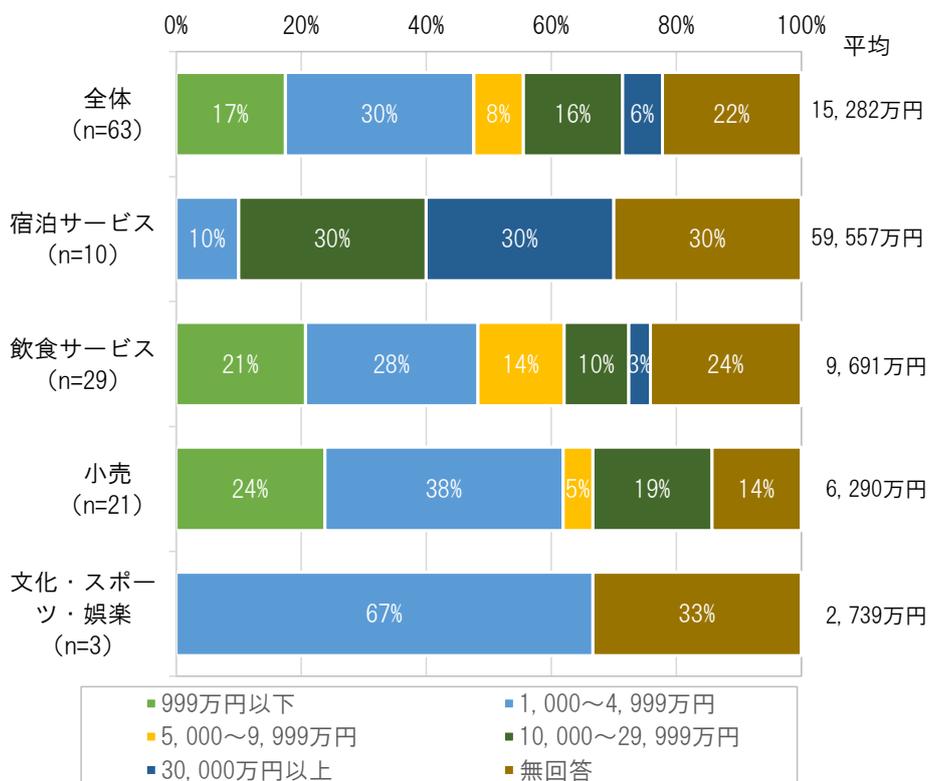


図 売上額

② 売上額に占める観光収入の割合

- 売上額に占める観光収入の割合は、全体で見ると、「19%以下」が33%で最も多いが、次いで「80%以上」が25%、「40～59%」が23%の順となっており、観光収入が大きな割合を占めている事業者も多くなっている。
- 事業分類別にみると、宿泊サービスでは「80%以上」が75%を占めており、観光収入の割合が非常に大きい。また、飲食サービスでは、「19%以下」「40～59%」がそれぞれ33%で最も多くなっており、観光収入の割合が高い事業者と北谷町民をメインターゲットとしている事業者に分かれている。

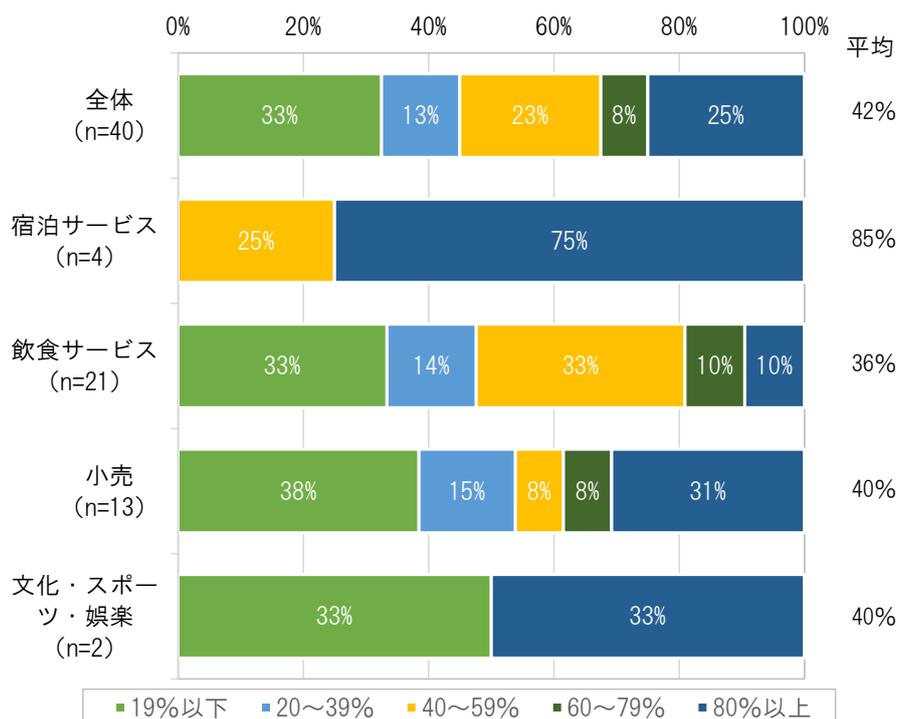


図 売上額に占める観光収入の割合

③ 仕入額

- 仕入額は、全体で見ると、「999万円以下」と「1,000～4,999万円」がそれぞれ30%で最も多く、平均仕入額は、6,653万円となっている。
- 事業分類別にみると、宿泊サービスでは「1,000～4,999万円」が30%で最も多く、次いで、「999万円以下」と「10,000～29,999万円」、「30,000万円以上」がそれぞれ10%となっており、平均仕入額は26,393万円となっている。ただし、無回答が40%を占めていることにも留意する必要がある。
- 飲食サービスでは「999万円以下」が41%で最も多く、次いで「1,000～4,999万円」となっており、平均仕入額は3,558万円となっている。
- 小売では、「1,000～4,999万円」が33%で最も多く、次いで「999万円以下」が29%となっており、平均仕入額は4,257万円となっている。

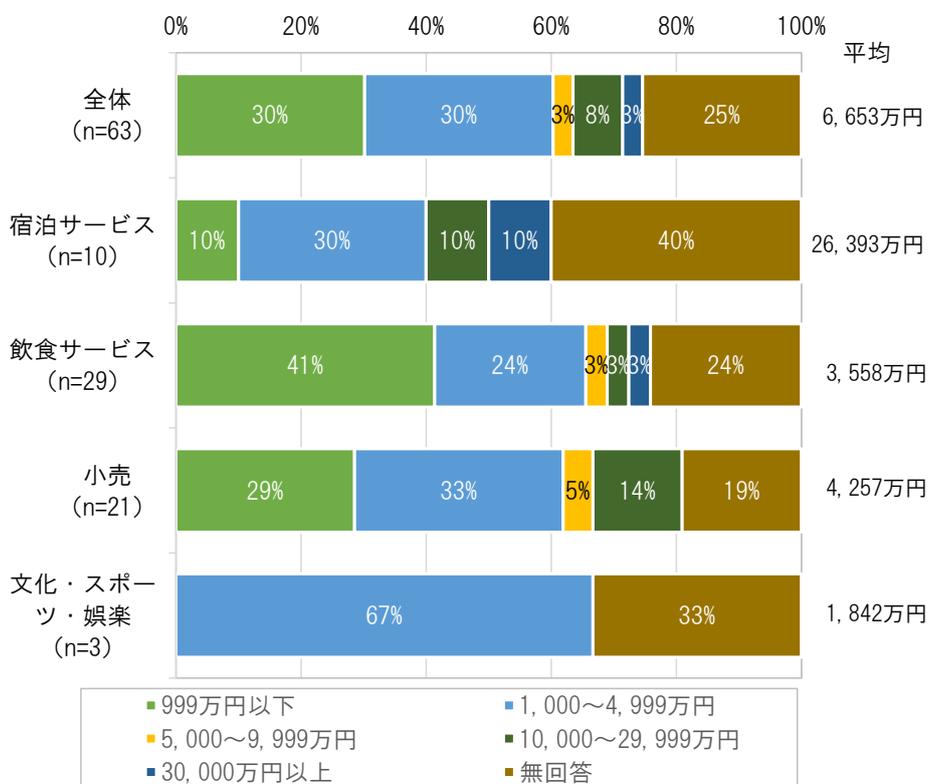


図 仕入額

④ 経営状況

- 経営状況は、全体で見ると、「とても良い」が8%、「やや良い」が51%となっており、合計で約6割の経営状況が良い。
- 事業分類別にみると、「宿泊サービス」は、「やや良い」との回答が80%となっている。また、「飲食サービス」は、「とても良い」との回答が14%となっており、他の事業分類に比べて多くなっている。
- なお、経営状況が「とても良い」「やや良い」と回答した事業者は美浜地区の事業者が多い傾向にある。

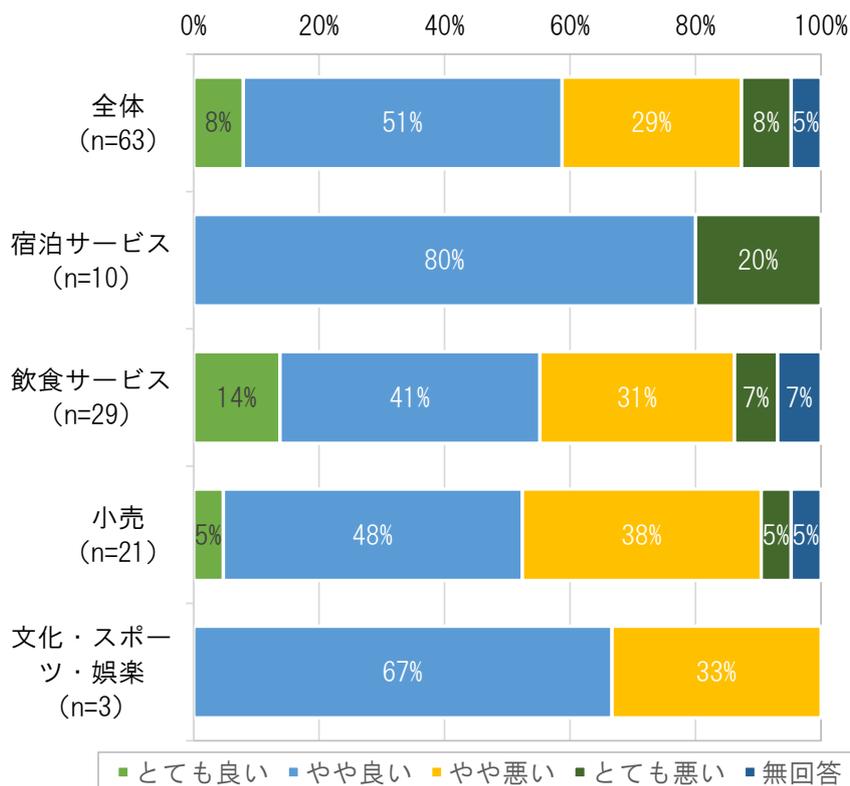


図 経営状況

⑤ 仕入先の地域

○ 仕入先は、全体で見ると、「北谷町内」が15%、「県内他市町村」が52%となっており、沖縄県内が約7割を占めている。

○ 事業分類別にみると、宿泊サービスでは「北谷町内」からの仕入が26%を占めており、他の事業分類に比べて多くなっている。一方で、小売では「北谷町内」からの仕入が全くなく、「他県」からの仕入が47%と約半数を占めている。

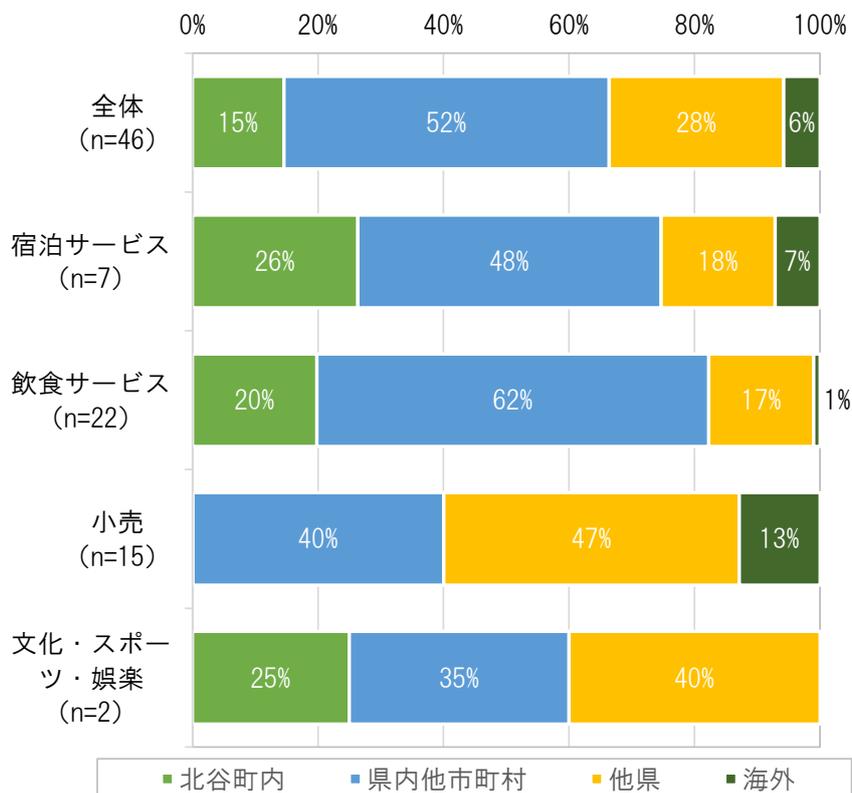


図 仕入先の地域

(3) 観光振興への意向

① 観光推進の重要度

- 観光推進への意向は、全体で見ると、「非常に重要である」が71%、「重要である」が25%を占めており、2つを合わせると96%となっている。また、「あまり重要ではない」「全く重要でない」といった回答は見られなかった。
- 事業分類別にみると、宿泊サービスでは全ての事業者が「非常に重要である」と回答していた。また、飲食サービスや小売でも、「非常に重要である」という回答がそれぞれ62%、71%となっており、北谷町にとって観光推進が重要視されていることが推察される。

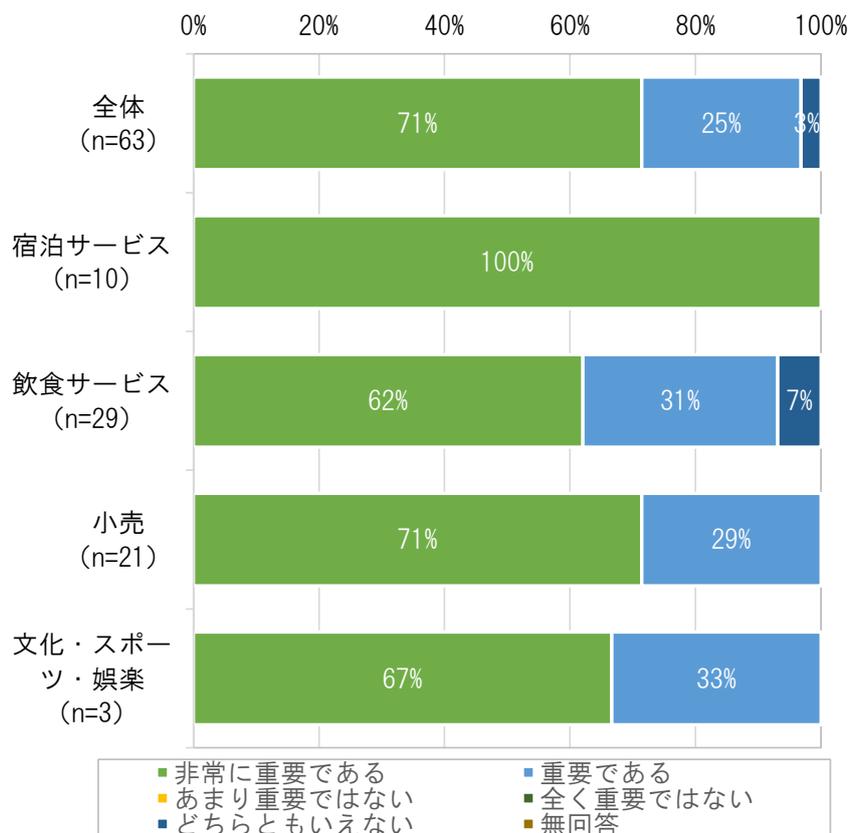


図 観光推進の重要度

② 重要だと思う理由

- 観光推進が重要だと思う理由は、「北谷町の経済発展のために重要な産業だから」が56%と半数以上を占めている。
- 事業分類別にみても、「北谷町の経済発展のために重要な産業だから」という回答が最も多くなっている。なお、小売では「多くの雇用を創出するから」という回答も19%と比較的多くあった。

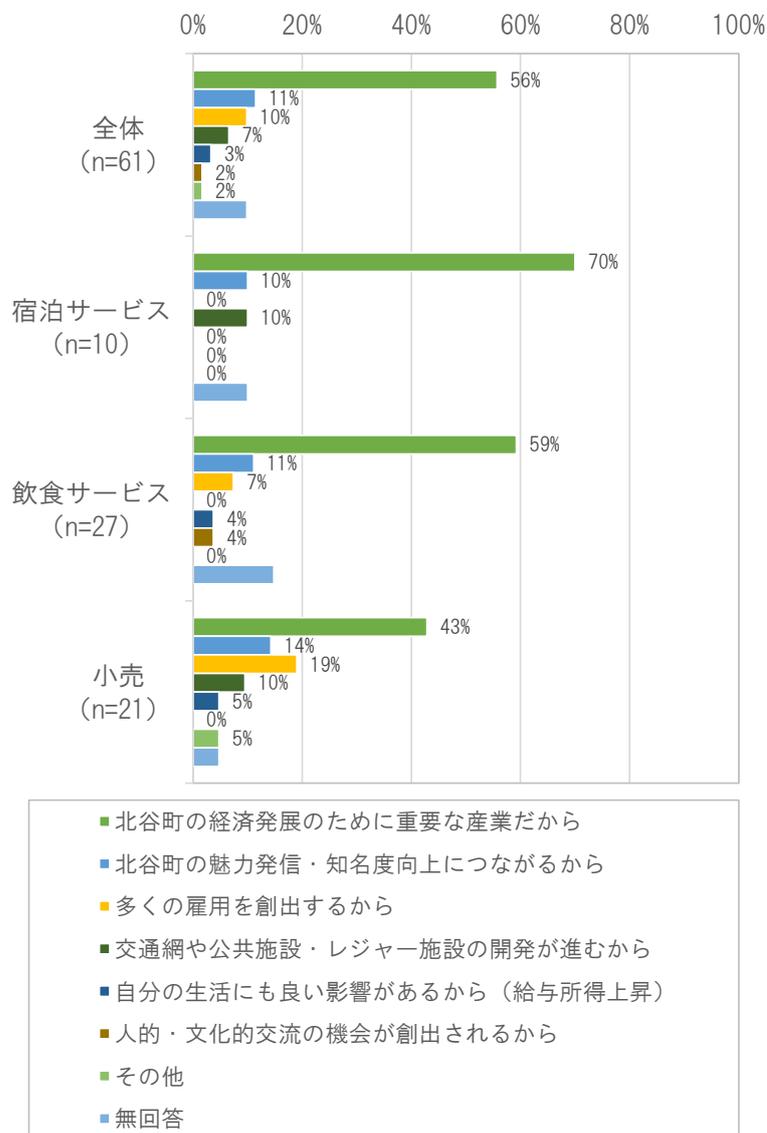


図 重要だと思う理由

(4) 問題点・課題

① 現在抱えている問題・課題

- 事業経営上の問題点・課題は、「原材料等の価格上昇」が最も多く、次いで、「従業員の確保・増員」「人件費の高騰」「売上不振」となっている。
- 事業分類別にみると、宿泊サービスでは「従業員の確保・増員」が50%と最も多くなっており、他の事業分類にくらべて従業員規模が比較的大きく、従業員の確保をより問題視していることが推察される。

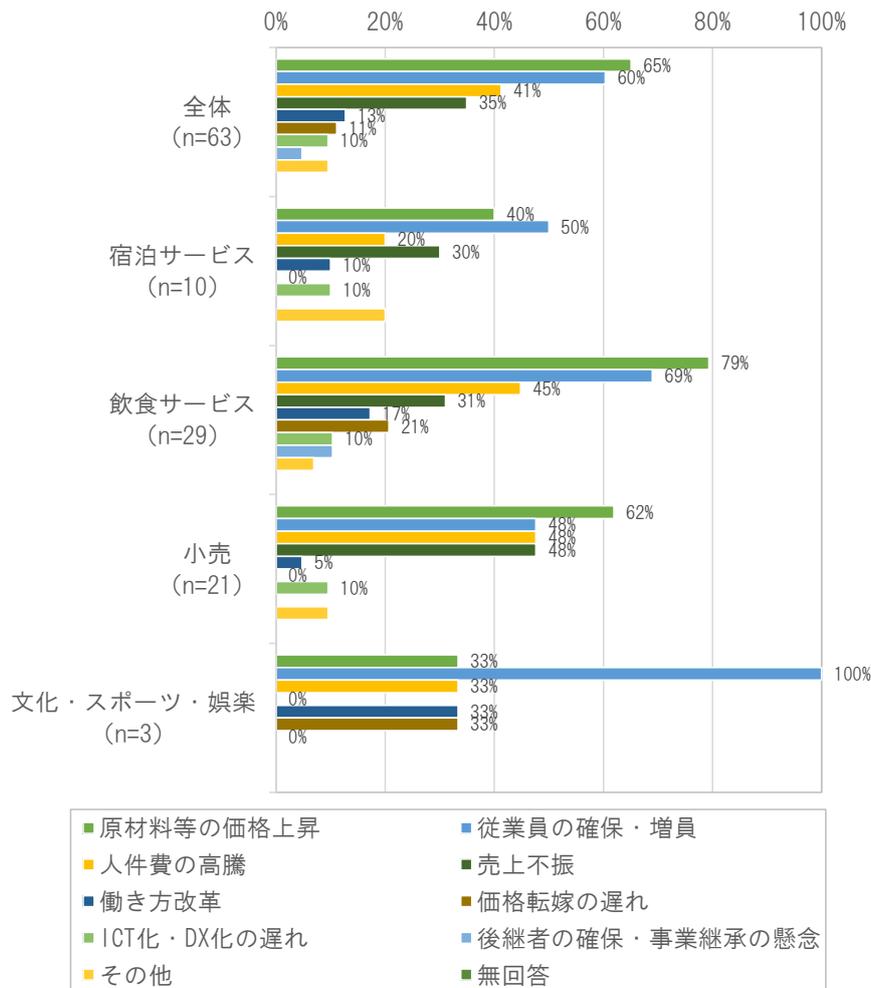


図 現在抱えている問題点・課題

② 今後観光客が増えた場合に想定される問題点・課題

- 今後、観光客がさらに増加した場合に懸念される問題は、「住民の生活環境の悪化」が89%で最も多く、次いで「地域経済への悪影響」が76%、「観光資源の劣化」が65%となっている。
- 各問題について詳細にみても、「住民の生活環境の悪化」として最も問題視しているのは、「交通渋滞・事故」となっていた。また、「地域経済への悪影響」として最も問題視しているのは、「人手・担い手不足」となっていた。

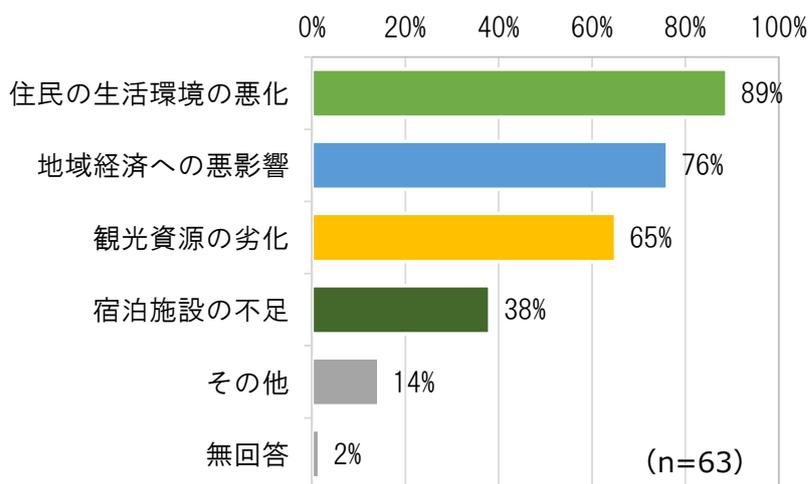


図 今後観光客が増えた場合に想定される問題点・課題

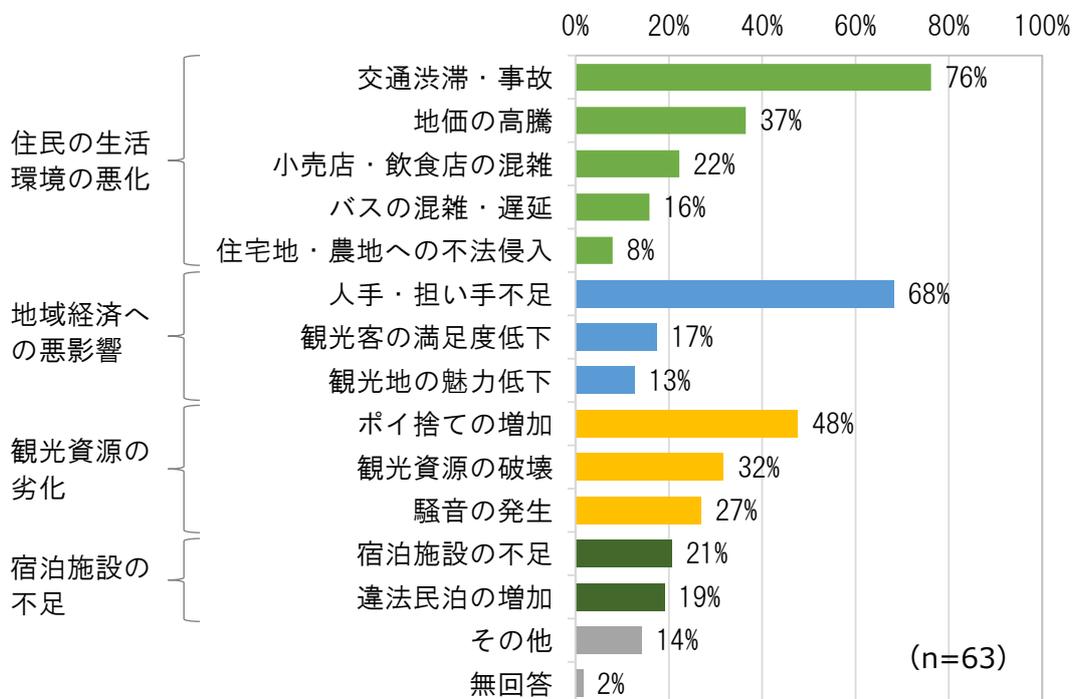


図 今後観光客が増えた場合に想定される問題点・課題（詳細）

表 今後観光客が増えた場合に想定される問題点・課題（事業分類別）

		全体 (n=63)	宿泊サービス (n=10)	飲食サービス (n=29)	小売 (n=21)	文化・スポーツ・娯楽 (n=3)
住民の生活 環境の悪化	交通渋滞・事故	76%	80%	72%	76%	100%
	地下の高騰	37%	20%	41%	33%	67%
	小売店・飲食店の混雑	22%	20%	31%	14%	0%
	バスの混雑・遅延	16%	20%	17%	10%	33%
	住宅地・農地への不法侵入	8%	0%	17%	0%	0%
地域経済への 悪影響	人手・担い手不足	68%	70%	72%	62%	67%
	観光客の満足度低下	17%	20%	31%	0%	0%
	観光地の魅力低下	13%	10%	17%	10%	0%
観光資源の 劣化	ポイ捨ての増加	48%	50%	45%	57%	0%
	観光資源の破壊	32%	30%	41%	24%	0%
	騒音の発生	27%	40%	24%	24%	33%
宿泊施設の 不足	宿泊施設の不足	21%	0%	38%	10%	0%
	違法民泊の増加	19%	20%	10%	29%	33%
その他	その他	14%	10%	7%	24%	33%
	無回答	2%	0%	3%	0%	0%