

第 1 回会議での委員意見等について

1 第 1 回会議での主な委員意見

	区分	委員	発言要旨
1	資料に対する質問	玉城委員	平準化策に関わることだが、温暖化が進む中、県として、今後どのような観光開発を目指すのか。持続可能な沖縄の観光開発を目指す方針の中で、SDG s の視点を踏まえてどのように考えているのか。
2		内藤委員	「仕入れに関する宿泊事業者へのヒアリング結果」（資料 2 の p19）で出てくる「県内からの仕入れ」、「県外からの仕入れ」というのは、産地なのか仕入れ業者の所在のことなのか。
3		平良委員	小売はダイナミックプライスができない。バケツから漏れているものをリストアップしてほしい。そのために、域外に出て行っているものについて調査をする必要がある。
4		平良委員・末吉委員	もっとマクロな数字を把握したい。県内の一次産業の生産額・量は把握しているはずで、県民と観光客で必要な量も分かるはず。沖縄で何%シェアできているのか。それを域内で賄うにはあとどれくらい増やせばよいのかを知りたい。
5		古屋委員	Z世代やパルス消費の実態については様々な報告書が出ているので事務局でまとめてはどうか。
6	域内調達	平良委員	国際線ができたとき、内地の企業がたくさん入ってきた。沖縄の玄関口でそういった状況なのは、どのような政策によるものなのか。外資のホテルがたくさん入ってくる中で県内資本のホテルは苦しんでいる。県としての政策介入が必要ではないか。雇用や賃金、仕入れなどの面で、沖縄で商売をする上での条件付けができないか。
7		末吉委員	空港や国際通りでの土産品は、県内の素材を少し加えているだけで、アイテム数の 7 割くらいは他府県で作られている。沖縄で生産できれば雇用と経済循環が生まれていく。
8		林委員	「仕入れに関する宿泊事業者へのヒアリング結果」（資料 2 の p19）のパイナップルや豚は沖縄県内でも生産されているもの。県産品を使っていくにしても問題が多岐にわたっている。
9		末吉委員	沖縄県産パイナップルは、収穫時期には出まわっている。パイナップルやマンゴーは形の悪いもの、落ちたものをピュールにするなど、活用方法を考える必要がある。
10		末吉委員	沖縄は亜熱帯地域なので、トロピカルフルーツを出せばよいが、マンゴーやパイナップルは夏だけであり、種類もパッションフルーツ、ドラゴンフルーツなどに限られている。冷凍保存して一年中出せる体制にするか、長期的な視点からドリアンなど新たな南国のフルーツを育てていく必要があるのではないか。
11		末吉委員	域内経済を循環させる代表的なものが泡盛の促進。各離島に蔵があるため、離島・地方の雇用促進に繋がる。個人的には、ハイボールの代わりに泡盛の炭酸割を勧めている。域内循環を県民が理解する必要があり、県としても周知しなければならない。
12	観光事業者向け調査	内藤委員	アンケートの対象業種として想定している 10 業種はどのような業種か。また、アンケートで分かることは定量的なことのみだが、それを補完するヒアリングが 10 件程度では分からないことが多いのではないか。
13		末吉委員	アンケートに答えることによるインセンティブはあるか。
14		内藤委員	支払先の内訳(資料 3 別添 1 問 6)について。流通(納入)業者で答えられてしまうと、産地は分からないのではないか。このような聞き方で今回のテーマに関する結果を得られるのか。

第1回会議での委員意見等について

1 第1回会議での主な委員意見

	区分	委員	発言要旨
15	観光事業者向け調査	古屋委員	アンケート(資料3のP2)について。似たような調査を東北でも実施しているが、売上などを聞くので回答に対する抵抗感がある。郵送またはインターネットだと回収率が見込めないのではないかと。商工会等から吸い上げる仕組みや色々なところにご協力いただくことが必要かもしれない。
16		古屋委員	支払先の内訳(資料3別添1)は、県内・県外だけでよいのか。島内・島外まで聞く必要はないか。
17		末吉委員	商工会、観光協会、飲食業組合等の協力を得ることは重要。インセンティブについて聞いたのはそのため。
18		内藤委員	県内調達理由(資料3別添1の問7)として、「顧客ニーズがあるから」も加えてはどうか。また、「域内からの調達を増やすためには何が必要か。」を聞いてもいい。項目を増やすと回収率に影響が出るが、検討してはどうか。
19		古屋委員	域内調達率の調査は、観光庁でも10年に1度やるかやらないかの頻度なので大規模な調査になる。域内調達率は今後も変化していくので、大規模ではなくとも、特定の施設や代表的な施設で、時系列での変化を見ていくことが重要ではないか。
20	高付加価値化・ラグジュアリー	平良委員	入域観光客数は現在670万人まで戻ってきたが、小売でいうと粗利がいくら残っているのかという考え方が必要。人数を変えないまま、粗利を増やすためにはどうしたらよいか。資料2のp6で、消費単価は世帯年収の差ほど大きくなく、世帯年収のわりに低いと感じる。あまりお金を使ってもらえていないのではないかと。Made in Okinawaの価値・価格がどうなるかが大事。農産物だと、大手のホテルは安定供給を目指すので県内産は難しいかもしれないが、小型のラグジュアリーホテルであれば可能かもしれない。
21		林委員	沖縄県では「観光の質の向上」を掲げているが、高所得者層へ提供するものがないことが課題ではないか。
22		末吉委員	恩納村にハレクラニができたが、ハワイのハレクラニの7割はリピーターらしい。ハワイのハレクラニの(従業員の)待遇はとてよく、社会全体でも中の上程度。高い価格で商売をして従業員に還元している。この循環が大切。
23	新たな市場ニーズ	玉城委員	豪華客船が来ると離島で品不足になる。外国人は沖縄とは関係ない化粧品や衣料品等を買っている。外からのニーズと沖縄が提供しているものにギャップがないか懸念している。外国人の方が本当は何を求めているのかを知りたい。
24		平良委員	事業者向け調査も大切だが、旅行者がいま何を求めているのか把握しなければならない。県の事業であれば、次の世代を捉えていく必要もあるのではないかと。Z世代など、インターネットにつながる人たちに話を聞いてみてはどうか。若い世代は、かつての観光地巡りとは異なる場所を訪れているかもしれない。こうしたテーマも議題に入れてほしい。
25		玉城委員	Z世代向けには、環境配慮や性の多様性がとても大事だと思っている。彼らは消費することが豊かであるとは思っていない。バーチャルの世界に生きている人たちにどうお金を使ってもらうのか。事業者のアンケートだけではなく、外からの視点も調査するべきではないか。
26		林委員	ありきたりの観光コンテンツではなく、スマホの影響力が強い若い世代は何に興味関心があるのが重要。発信力や影響力はすごいものがある。
27		古屋委員	いま中国人観光客が最も利用する媒体はRED(小紅書)というスマホのアプリで、旅行に来る前に調べるのではなく、リアルタイムのレコメンド機能を利用している。感覚的な消費と他人へのコミットという傾向はこれまでと違う現象。観光収入をいかに増やすのかについて、Z世代やパルス消費と絡めて、域内循環率を高めるだけではなく、効果的なプロモーションを考えるべきではないか。

第1回会議での委員意見等について

1 第1回会議での主な委員意見

	区分	委員	発言要旨
28	体験型観光	内藤委員	資料2のp4で、目的別では観光地巡りが目的の1位となっている。単価を上げるためには観光地巡りや海水浴だけでは難しく、滞在を延ばすことが必要。全国的には大人の社会見学が流行っているので、酒蔵見学や農作業体験など、体験型の旅行をもっと増やしていく仕組みづくりが必要。
29		林委員	最近では文化・歴史体験だけではなく、サトウキビやコーヒー農場体験もある。実際に来なくてはできない体験を見つけて、そこに県産品を組み合わせることが必要。
30		末吉委員	沖縄に足りないのは夜のエンターテインメント。例えば国際通りに、沖縄の民謡、空手、獅子舞などを一度に観られるようなところがあればいい。
31		末吉委員	今回の台風では、観光客は海にも入れないし本土にも帰れないという状況となった。そのような状況に対処するためにも歴史・文化にフォーカスすることが必要。
32		平良委員	伝統工芸品などの沖縄の宝について、体験には対応しているが、魅力的なものづくりができていない気がする。見せるだけでお金を徴収できるぐらいのものづくりが必要ではないか。
33		内藤委員	修学旅行には民泊・農泊があるが、大人の農泊のようなものも進めていく必要があるのではないか。
34		SDGs	玉城委員
35	林委員		資料2のp25にて、関連する業種について幅広く示されているため、SDGsの観点から公共交通についても考える必要がある。例えば、北部においては、環境負荷をこれ以上かけられない中、テーマパークができた際に北部の交通をどのように考えるのか。
36	古屋委員		域内循環の促進は、経済面だけではなく環境面にも影響が大きい。農産物の場合、域外から仕入れるには、輸送に大きなエネルギーを使う。域内循環の向上は環境面にやさしいことをもっと主張してもよいと考える。
37	玉城委員		外資企業には太刀打ちできない業種がある。域内経済を回すうえでは、小さな商売でもこの島で生きていけることが大事だが、なぜそれが難しいのか、制度上何が障壁になっているのかを知りたい。ヒアリングで把握してほしい。
38	玉城委員		これまで沖縄ではスクラップ&ビルドで新しいものを作ってきたが結果としては外資に勝てない状況となっている。それに対処するためには個々の県民の取組だけでは難しく、政策が必要。 台湾では、大手の土産品店もあるが、若手のアーティストが食べていくためのハンドクラフト・アート（現地住民）を応援する仕組みや夜市などもある。SDGs、LGBTや環境配慮のためのイノベーション、古きよきを再生するという点でも進んでおり、いつも感心する。
39	人材育成 ・ 人材確保	林委員	伝統文化を守りながら人材育成も必要になる。
40		玉城委員	観光業に関わる人をどう育てていくのかという観点も必要。
41		末吉委員	観光はリーディング産業だが、待遇が悪く離職率も高い。将来的にはリーディング産業としての地位もおぼつかない。
42	その他	末吉委員	沖縄に来なくてもどう沖縄にお金を落としてもらうかを考える時代に来た。
43		玉城委員	旅行者は必ず食事を取るが、特にベジタリアン、ハラル対応が足りていないと感じる。インドネシアの人口・GDPが増えているが、彼らが沖縄へ行きにくいのは豚肉が関係していると思う。選択肢があることが重要でないかと考えており、ハード整備（ハラル認証等）は県が支援してもよいのではないか。
44		平良委員	地域らしさを楽しむことも旅の醍醐味なので、あまりマイノリティに寄りすぎなくてもよいのではないか。それよりも琉球の宝を突き詰めていくことが必要ではないか。選択肢を増やすのは民間企業がそれなりに対応すればよく、行政が音頭をとるのはどうかと感じた。

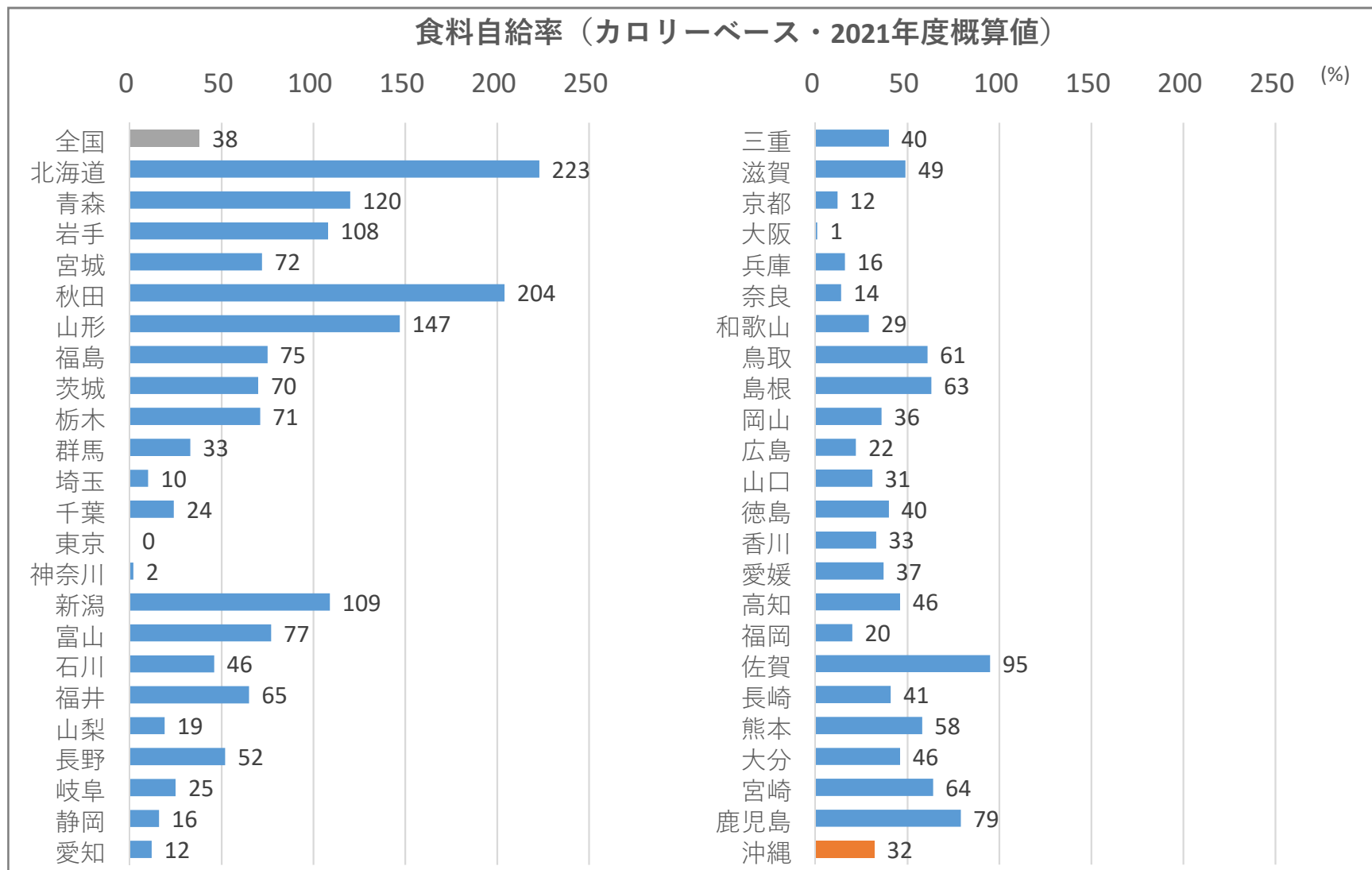
第1回会議での委員意見等について

2 確認事項への回答

	区分	委員	発言要旨	回答
1	資料に対する質問	内藤委員	「仕入れに関する宿泊事業者へのヒアリング結果」(資料2のp19)で出てくる「県内からの仕入れ」、「県外からの仕入れ」というのは、産地なのか仕入れ業者の所在のことなのか。	「仕入れ業者の所在」となります。
2		平良委員	小売はダイナミックプライスができない。バケツから漏れているものをリストアップしてほしい。そのために、域外に出て行っているものについて調査をする必要がある。	今回実施する観光事業者向け調査によって、域外漏出を確認していきたいと考えております。
3		平良委員・ 未吉委員	もっとマクロな数字を把握したい。県内の一次産業の生産額・量は把握しているはずで、県民と観光客で必要な量も分かるはず。沖縄で何%シェアできているのか。それを域内で賄うにはあとどれくらい増やせばよいのかを知りたい。	P5～6参照
4		古屋委員・ 林委員・ 玉城委員・ 平良委員	Z世代(若い世代)やパルス消費の実態、興味関心について	P7参照
5	観光事業者向け調査	内藤委員	支払先の内訳(資料3別添1問6)について。流通(納入)業者で答えられてしまうと、産地は分からないのではないかと。このような聞き方で今回のテーマに関する結果を得られるのか。	「仕入・材料費」については、生産地で把握できるよう調査票を修正しました(「資料3別添」参照)。
6		古屋委員	アンケート(資料3のP2)について。似たような調査を東北でも実施しているが、売上などを聞くので回答に対する抵抗感がある。郵送またはインターネットだと回収率が見込めないのではないかと。商工会等から吸い上げる仕組みや色々なところにご協力いただくことが必要かもしれない。	沖縄県ホテル協会、沖縄県ホテル旅館生活衛生同業組合、沖縄県飲食業生活衛生同業組合等の調査対象の組合・協会に対し、会員への周知について協力を依頼したいと考えております。
7		古屋委員	支払先の内訳(資料3別添1)は、県内・県外だけでよいのか。島内・島外まで聞く必要はないか。	本会議では、県内での経済循環を検討していること、調査内容の複雑化による回収率への影響等を踏まえ、本島・離島の別は設けない予定であります。
8	高付加価値化・ラグジュアリー	平良委員	入域観光客数は現在670万人まで戻ってきたが、小売でいうと粗利がいくら残っているのかという考え方が必要。人数を変えないまま、粗利を増やすためにはどうしたらよいのか。資料2のp6で、消費単価は世帯年収の差ほどは大きくなく、世帯年収のわりに低いと感じる。あまりお金を使ってもらえていないのではないかと。Made in Okinawaの価値・価格がどうなるかが大事。農産物だと、大手のホテルは安定供給を目指すので県内産は難しいかもしれないが、小型のラグジュアリーホテルであれば可能かもしれない。	県産品と高付加価値化については、今回実施する観光事業者向け調査等によって、実態を確認していきたいと考えております。
9	新たな市場ニーズ	玉城委員	豪華客船が来ると離島で品不足になる。外国人は沖縄とは関係ない化粧品や衣料品等を買っている。外からのニーズと沖縄が提供しているものにギャップがないか懸念している。外国人の方が本当は何を求めているのかを知りたい。	P8参照
10	SDGs	玉城委員	外資企業には太刀打ちできない業種がある。域内経済を回すうえでは、小さな商売でもこの島で生きていけることが大事だが、なぜそれが難しいのか、制度上何が障壁になっているのかを知りたい。ヒアリングで把握してほしい。	ご指摘の点も踏まえながら、観光事業者向けのヒアリングを実施していきたいと考えております。

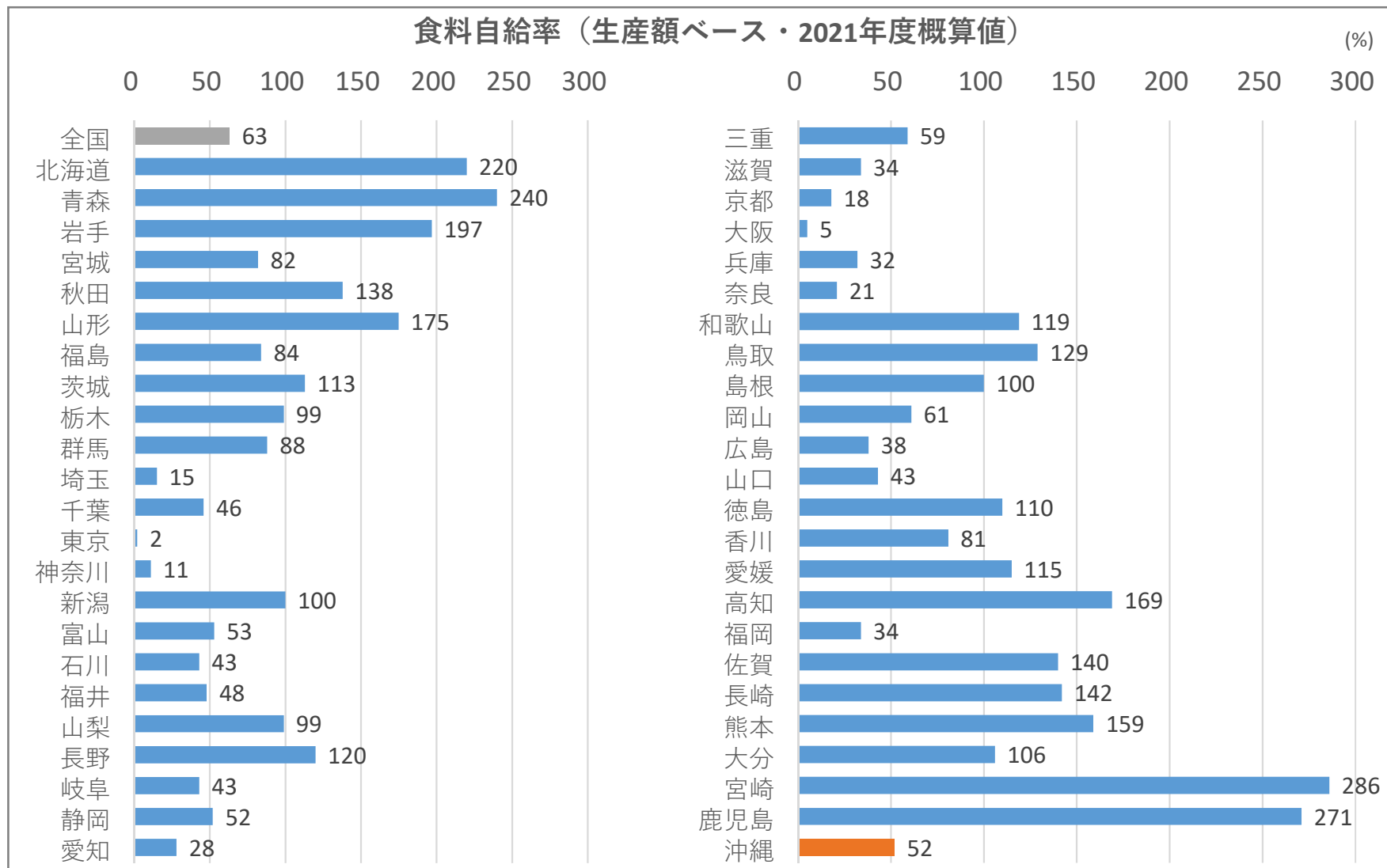
【参考データ】食料自給率（2021年度、カロリーベース）

- 最も基礎的な栄養価である熱量（カロリー）に着目したものが「カロリーベースの食料自給率」。
- 「1人1日当たりの各都道府県産熱量／1人1日当たりの供給熱量（全国）」で算出されている。
- 単位重量当たりのカロリーが高い、米、小麦や油脂類の影響が大きくなるという特徴がある。
- 沖縄県は32%と全国平均38%よりも低い水準にある。



【参考データ】食料自給率（2021年度、生産額ベース）

- 経済活動を評価する観点から、生産額等を基に計算した自給率が「生産額ベースの食料自給率」。
- 「各都道府県の食料生産額／食料消費仕向額」で算出されている。
- 単価の高い畜産物や野菜、魚介類の影響が大きくなるという特徴がある。
- 沖縄県は52%と全国平均63%よりも低い水準にある。



【参考データ】Z世代の旅行意向（2021年10月調査）

ミレニアル世代：1981-1996生まれ
Z世代：1997-2012生まれ

- ・ Z世代の旅行者は、自分の関心ごとをテーマとした旅行を好む。環境への影響やコストパフォーマンスも重視。
- ・ 情報探索行動においては、SNSを中心に用い、インフルエンサーから大きな影響を受ける。

【ミレニアル、Z世代の旅行】

区分	ミレニアル世代	Z世代
旅行の目的やスタイル	自分の関心ごとをテーマとした旅行を选好 (行きたい場所、やりたいことが明確)	
	画一的な大衆観光より、多様でパーソナライズされた経験を选好	
	自慢できる、SNSなどで投稿できるような場所を选好	
	旅行中に冒険的な体験も选好	
	自己啓発を旅行目的にする傾向が高い	
旅行に対する価値観	一人旅行も选好	
	環境への影響を考慮	
	コストパフォーマンスを重視	
情報探索行動	地域とのつながりを重視	
	オンラインが主な手段+伝統的コミュニケーション手段(電話及び雑誌など)	主にオンライン(スマートフォン、タブレット)
	知り合いの情報に対する信頼が高い	インフルエンサーの情報に対する信頼が高い
		情報は事前に徹底的に検索(主にインスタで)
		リアルタイム双方向の情報交換をしたい傾向がある (必要な情報をリアルタイムで得られること)
情報共有	情報の品質と真実性を重視	
	オンラインレビューを読むが作成する傾向は少ない	非日常、治癒、特別感の表現するため情報を発信 オンラインレビューの作成するにも積極的
移動手段	電車やバスの利用の割合が高い (価格面、同行者に気を使わないことなどが主な理由)	
	滞在先では環境にやさしい交通手段を使うことにも興味が高い	
技術活用	宿泊施設でのWifi環境の充実を重視	
	宿泊施設の予約は主にオンライン	
	オンライン旅行にも肯定的	
コロナ禍での旅行意向	コロナ収束後、旅行に意欲的	コロナ収束後、旅行にもっと意欲的 (コロナ禍でも前向き)

【参考データ】外国人観光客が沖縄旅行で行った活動（2019年度）

- 「ショッピング」、「沖縄料理・特産品を使用した料理を楽しむ」、「自然・景勝地観光」、「都市観光、街歩き」、「日本料理を楽しむ」、「歴史的・伝統的な景観、旧跡観光」の割合が高い。

