

観光を基軸とした  
域内経済の循環促進に関する提言書

令和6年3月

観光を基軸とした域内経済の循環促進に関する万国津梁会議



## 目次

1	はじめに .....	1
(1)	会議設置の経緯 .....	1
(2)	会議設置の意義・目的 .....	1
2	既存統計による現状分析 .....	3
(1)	観光収入と経済波及効果 .....	3
(2)	来訪者数 .....	5
(3)	観光消費 .....	6
(4)	域内調達率 .....	9
3	観光関連事業者向け調査による現状分析 .....	10
(1)	調査概要 .....	10
(2)	アンケート調査の結果 .....	12
(3)	ヒアリング調査の結果 .....	20
(4)	結果の整理 .....	27
4	域内経済の循環促進に向けた課題 .....	29
(1)	課題の整理 .....	29
5	観光を基軸とした域内経済の循環促進に関する提言 .....	31
(1)	観光を基軸とした域内経済の循環促進に向けた考え方 .....	31
(2)	対応方針と具体的施策 .....	33
	巻末資料 .....	45
	委員（五十音順） .....	45
	審議経過 .....	45
	観光関連事業者向け調査 アンケート調査票 .....	46

# 1 はじめに

## (1) 会議設置の経緯

沖縄県では、沖縄 21 世紀ビジョンに掲げる将来像の実現及び新時代沖縄を構築するためのさらなる施策展開に向けて、令和元年度に万国津梁会議を設置した。そして、令和 2・3 年度の「稼ぐ力に関する万国津梁会議」においては、県民所得の底上げに資する取組を確実に進めていくため、観光分野において「観光需要の年間平準化による稼ぐ力の強化」と「観光を基軸とした経済循環の促進等」に取り組む必要性が示された。このうち、令和 5 年度は「観光を基軸とした経済循環の促進等」をテーマに議論をすることとし、本会議が立ち上げられた。

## (2) 会議設置の意義・目的

「稼ぐ力に関する万国津梁会議」の提言にあるとおり、県民の給与所得を向上させることが、本県の貧困率を低減させるための抜本的な解決につながる有効な手段である。あらゆる産業で「稼ぐ力」に資する取組を積極的に推進し、県内企業の成長を図る必要がある。そして、その成果が労働者に分配され、社会全体で貧困問題を解決する先に、未来への投資が生まれる「社会の成長サイクル」が創出されることで、持続可能な社会経済の成長を実現できる。

沖縄県にとって、観光産業はリーディング産業のひとつである。県外から外貨として獲得する観光収入は、宿泊、飲食、交通、娯楽サービス、土産品店などの観光産業にとどまらず、その仕入・外注先である食品製造業、農林水産業、卸売業、対事業所サービスなど、様々な産業へと経済効果が波及することになる。豊富な観光資源を有し、年間数百～1 千万人近くの観光客が訪れることで観光収入を得ている沖縄県にとって、観光で稼ぐことは、地域の経済成長を促進するうえで必要不可欠である。

しかし、県外から観光収入を獲得しても、その多くが県外に流出してしまう産業構造では、効率的な経済成長は望めない。図表 1-1 に示すように、バケツを地域の経済に例えると、水（観光収入）はたくさん注がれているが、バケツに穴が開いているため、そこから外（県外）に水が漏れてしまい、なかなか溜まらない状態にある。この穴からの漏出を減らすことで、観光収入を地域内に循環させ、地域の経済成長に活かしていくことが求められている。

図表 1-1 バケツからの漏出



出典：沖縄県企画部、沖縄における経済循環の構造把握調査分析報告書,2021

そのために、沖縄県ではこれまでも、観光政策に加えて、地産地消や県産品の活用促進など様々な施策が展開されてきた。また、国や市町村などの行政機関や、業界団体、民間企業等においても、それぞれで域内経済の循環に資する取組が展開されてきている。こうした施策については、観光、商工、農水等の関連分野が連携を強化し、観光収入による経済効果を最大限に高めていくことが必要である。

また、沖縄県は「世界から選ばれる持続可能な観光地」を目指しており、独自の自然・歴史・文化を保全・活用しつつ、社会・経済・環境においてバランスが取れた状態が求められる。

さらに、持続可能な開発目標※（以下、「SDGs」と記す）の理念や、市場ニーズの変化などにも対応した、新たな施策を展開する必要性も生じている。

このような視点を踏まえ、本会議は沖縄の稼ぐ力を高めるべく、観光を基軸とした域内経済の循環を促進するための効果的な施策について、提言を行うことを目的とする。

---

※「2015年9月の国連サミットで加盟国の全会一致で採択された『持続可能な開発のための2030アジェンダ』に記載された、2030年までに持続可能でよりよい世界を目指す国際目標です。17のゴール・169のターゲットから構成され、地球上の『誰一人取り残さない (leave no one behind)』ことを誓っています」

引用：外務省 Web サイト <https://www.mofa.go.jp/mofaj/gaiko/oda/sdgs/about/index.html>

## 2 既存統計による現状分析

### (1) 観光収入と経済波及効果

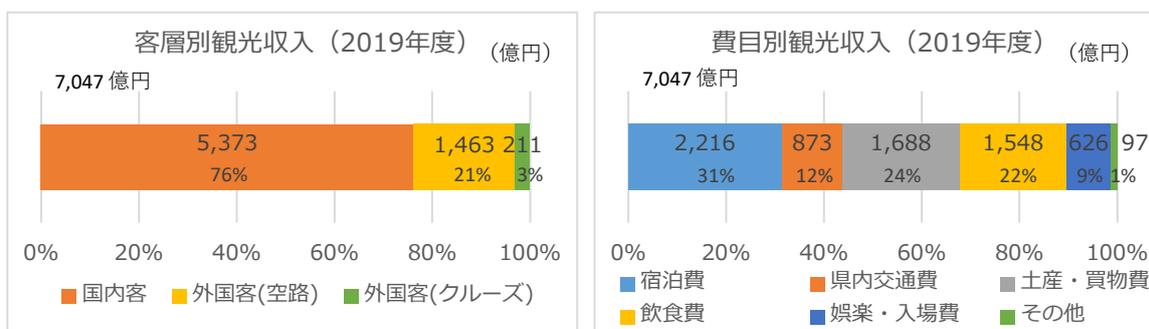
本会議の主題である観光に関して、既存統計からその現状等について整理する。  
なお、現状分析にあたっては、新型コロナウイルス感染症の影響を考慮し、2019年度以前の数値を使用する。

#### <観光収入>

観光収入は、新型コロナウイルス感染症の拡大により大きく落ち込んだ2020年度以降は回復基調にあり、2022年度は7,013億円と、2019年度の水準まで戻りつつある。

観光収入について客層別にみると、国内客が3/4程度を占めている現状にある。費目別にみると、宿泊費が31%と大きく、次いで土産・買物費(24%)、飲食費(22%)となっている。一方、娯楽・入場費は9%と小さい。

図表 2-1 観光収入

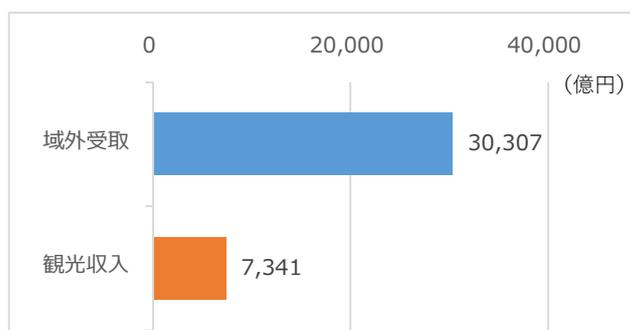


出典：沖縄県文化観光スポーツ部。【年度】令和元年度の観光収入について、2020より事務局推計

県経済における観光収入の重要性を確認するため、観光収入を域外受取と比較する。域外受取※とは、域内から見た視点で、移出入などの取引によって域外から受け取る金額であり、沖縄県が県外から獲得している外貨の総額を示している。観光収入は域外受取の約1/4の規模となっており、沖縄県にとって重要な外貨獲得の手段であると位置付けられる。

※中央政府等からの経常移転（地方交付税交付金や国庫負担金など）、米軍基地関連収入、観光収入などが含まれる。

図表 2-2 域外受取と観光収入の比較



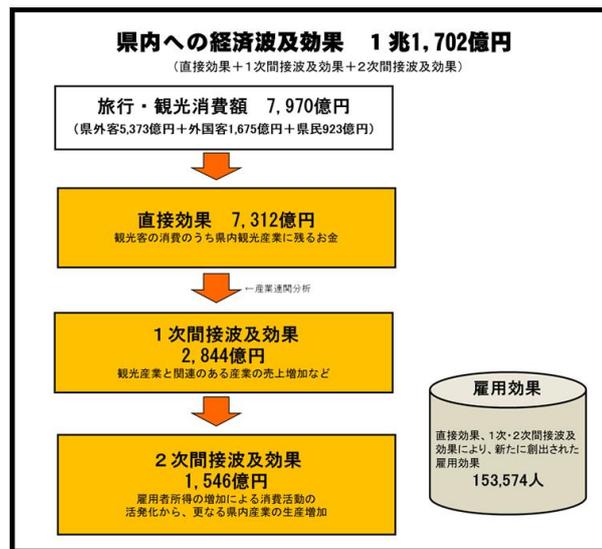
出典：沖縄県企画部。県民経済計算 域外受取の推移、2023  
沖縄県文化観光スポーツ部。観光要覧、2022

## <経済波及効果>

観光消費は、県内観光事業者の売上増加(直接効果)だけではなく、その仕入・外注先の売上増加(1次間接波及効果)や、その雇用者の所得とそれによる消費の増加(2次間接波及効果)を通じて、県内の様々な産業に波及することになる。沖縄県では、自給率等を加味し経済波及効果を算出しており、2019年度では、7,970億円の旅行・観光消費額に対して1兆1,702億円の経済波及効果が推計されている。

なお、旅行・観光消費額と直接効果の差額である658億円が県外へ漏出していると推測される。

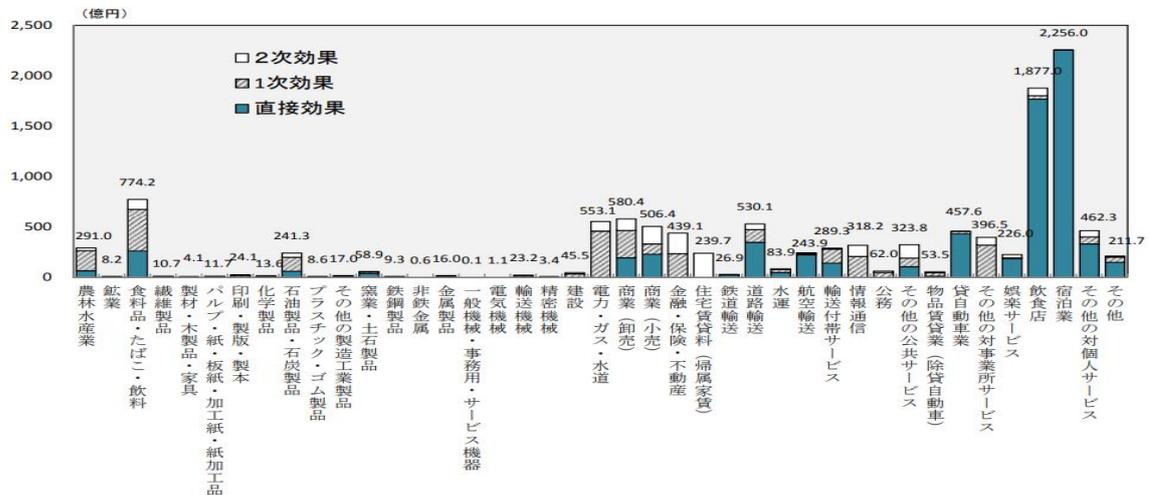
図表2-3 沖縄県内への経済波及効果(2019年度)



出典：沖縄県文化観光スポーツ部. 観光要覧、2022

また、沖縄県が算出した2017年度の経済波及効果を産業別にみると、宿泊業や飲食業、道路輸送(バスやタクシー)、貸自動車業(レンタカー)、娯楽サービスなどの観光産業に加えて、農林水産業や食料品・たばこ・飲料、電力・ガス・水道、商業、情報通信、その他の対事業所サービスなど、様々な産業に波及していることが分かる。

図表2-4 産業別経済波及効果(2017年度)

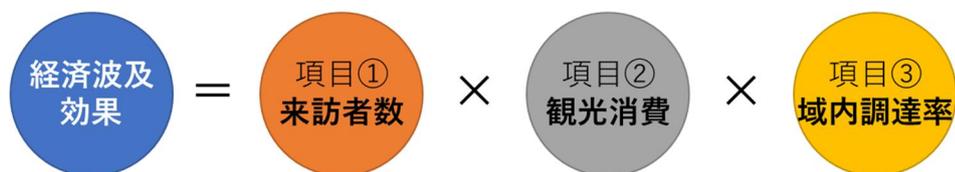


出典：沖縄県文化観光スポーツ部. 沖縄県における旅行・観光経済波及効果、2018

続いて、経済波及効果を3つの項目に分け、各種調査結果に基づきそれぞれの現状について整理する。

来訪者数は県外から沖縄県に入域する観光客数、観光消費は観光客の沖縄県内での1人当たり支出額、域内調達率は観光事業者が県内から仕入や外注をする割合を意味する。

図表 2-5 経済波及効果の構成要素

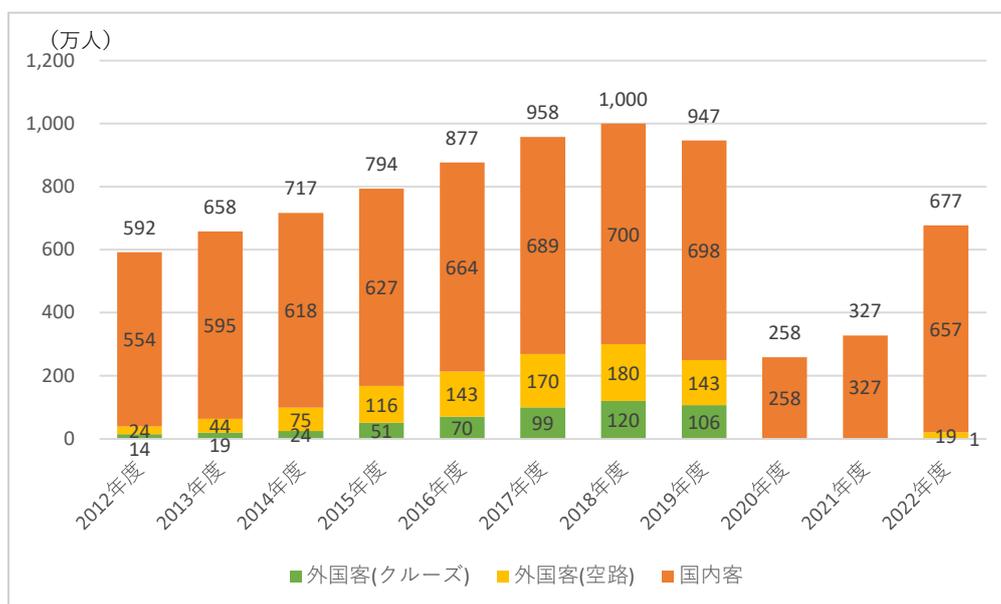


## (2) 来訪者数 (項目①)

### < 来訪者数 >

入域観光客数は2018年度に過去最高の1千万人を記録したが、新型コロナウイルス感染症拡大の影響で2020年度は約1/4まで減少した。2022年度は7割近くまで回復している。

図表 2-6 入域観光客数の推移

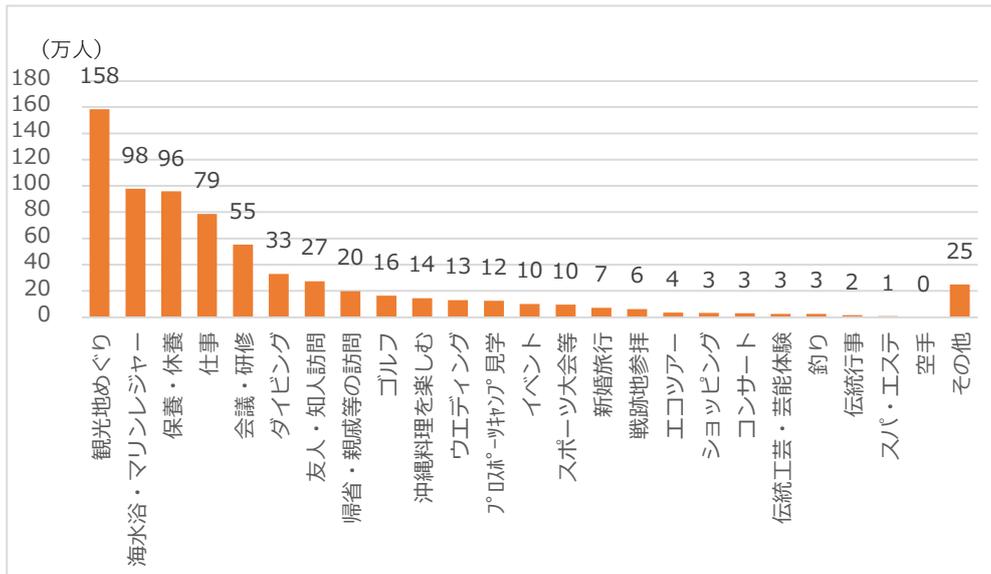


出典：沖縄県文化観光スポーツ部、入域観光客統計概況、2023

### < 沖縄県を来訪した一番の目的 >

2019年度における「国内客が沖縄県を来訪した一番の目的」は、「観光地めぐり」、「海水浴・マリンレジャー」、「保養・休養」目的が圧倒的に多い。一方、「沖縄料理を楽しむ」、「伝統工芸・芸能体験」、「空手」などの文化関連の体験活動の割合が低い。

図表 2-7 国内客が沖縄県を来訪した一番の目的 (2019 年度)



出典：沖縄県文化観光スポーツ部. 観光統計実態調査、2020

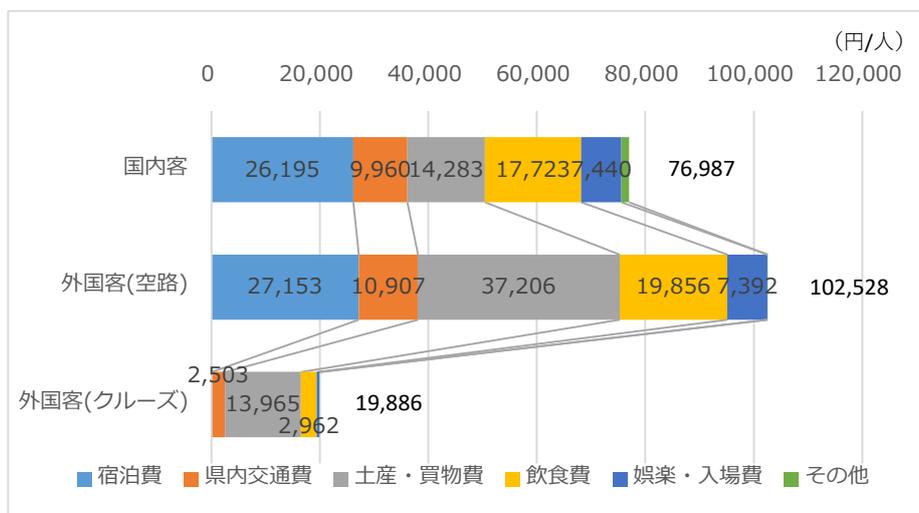
### (3) 観光消費 (項目②)

#### <客層・費目別の消費単価>

2019 年度の観光客の消費単価について客層別にみると、外国客(空路)が高く約 10.3 万円、次いで国内客が約 7.7 万円である一方、外国客(クルーズ)は約 2.0 万円と小さい。

費目別にみると、国内客・外国客ともに宿泊費が大きい割合を占めるが、外国客(空路)に関しては特に「土産・買物費」の大きさが目立つ。

図表 2-8 客層別消費単価 (2019 年度)

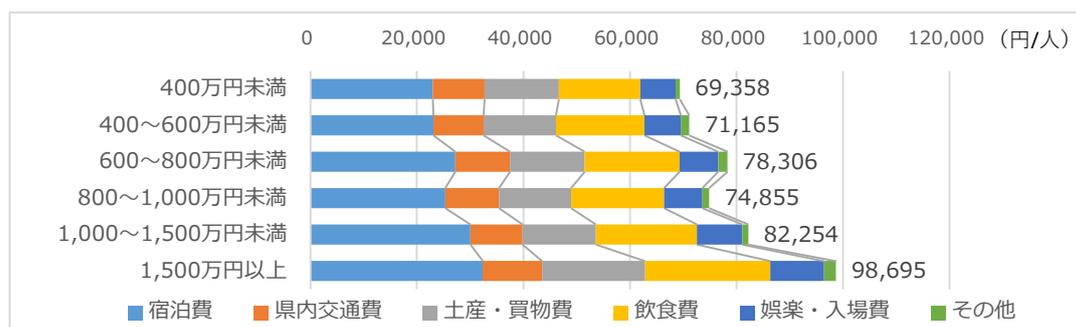


出典：沖縄県文化観光スポーツ部. 【年度】令和元年度の観光収入について、2020

## <世帯年収の消費単価>

2019年度の国内客の消費単価について世帯年収別にみると、世帯年収の増加に伴って消費単価も概ね増加傾向にあるものの、世帯年収の増加幅に応じた消費単価の伸びとなっていない。なお、これらは平均値であり、数十万円から百万円以上の消費を行う観光客も存在することから、実態は統計情報以上に多様化している可能性がある。

図表 2-9 世帯年収別消費単価（2019年度）

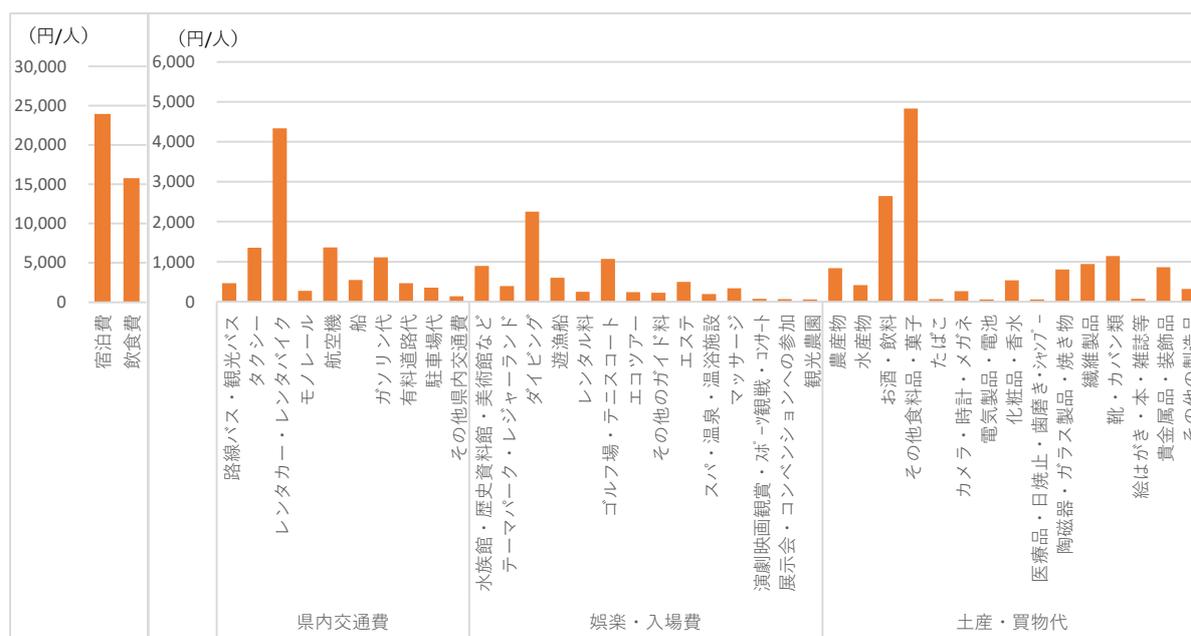


出典：沖縄県文化観光スポーツ部. 観光統計実態調査、2020

## <費目別の消費単価(国内客)>

2017年度の国内客の消費単価を費目別にみると、「宿泊費」「飲食費」のほか、「レンタカー」「ダイビング」「お酒・飲料」「その他食料品・菓子」などが高い。娯楽・入場費については、「ダイビング」「ゴルフ場・テニスコート」「水族館・歴史資料館・美術館など」以外のほとんどの費目の支出額が小さい。

図表 2-10 細品目別国内客消費単価（2017年度）【参考値】

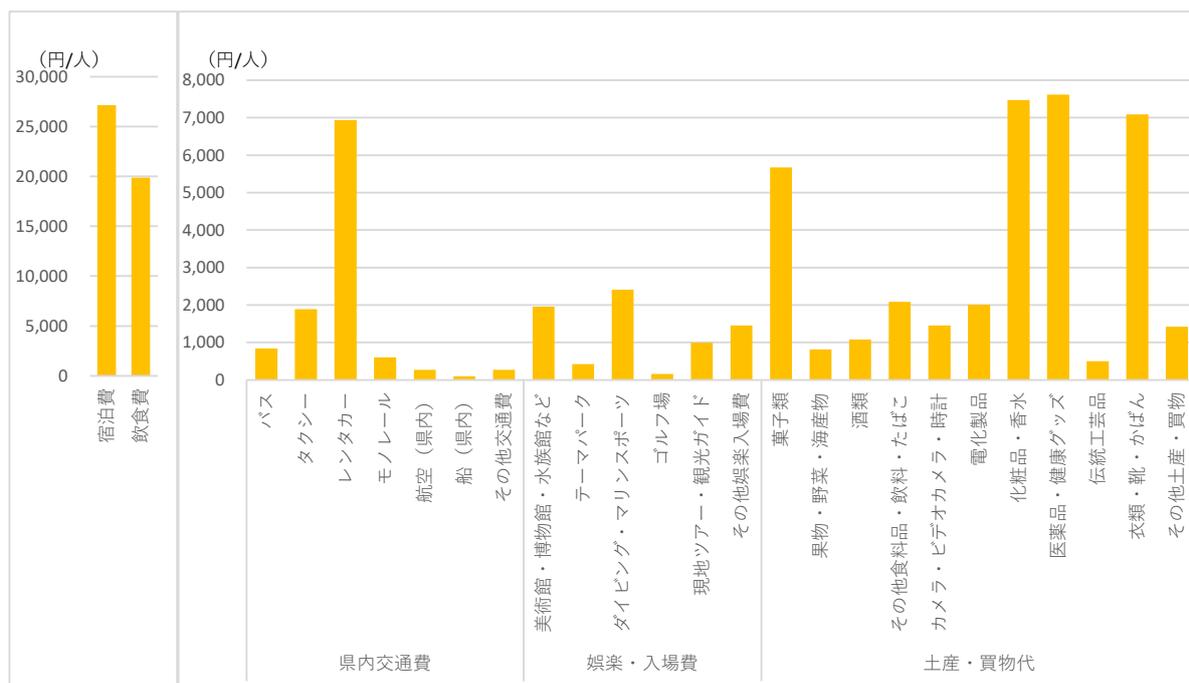


出典：沖縄県文化観光スポーツ部. 観光統計実態調査における詳細品目別消費額構成比調査、2018

## <費目別の消費単価(外国客・空路)>

2019年度の外国客(空路)の消費単価を費目別にみると、「宿泊費」「飲食費」のほか、「レンタカー」「菓子類」「化粧品・香水」「医薬品・健康グッズ」「衣類・靴・かばん」などが高い。国内客と同様に、娯楽・入場費については、「ダイビング・マリンスポーツ」「美術館・博物館・水族館など」以外のほとんどの費目の支出額が小さい。

図表2-11 細品目別外国客(空路)消費単価(2019年度)【参考値】



出典：沖縄県文化観光スポーツ部. 外国人観光客実態調査における詳細品目別消費額構成比調査、2020

#### (4) 域内調達率（項目③）

観光産業における域内調達率※について、既存統計ではほとんど把握されていない。

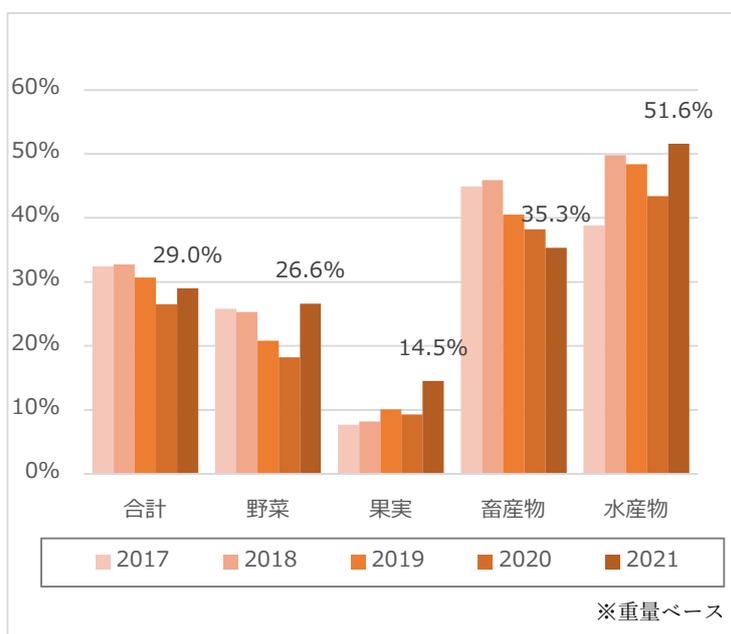
参考で示すとおり、県産品の利用実態について把握している一部の調査があるものの、観光産業全体の状況について網羅的に分析するには不十分である。

そこで本会議においては、域内調達率の実態について把握するための新たな調査を実施することとし、次の3章において、その概要と結果について取りまとめた。

※ 域内調達率は観光事業者が県内から仕入や外注をする割合を意味する。

#### <参考>

図表 2-1 2 県内ホテル等における県産品利用率



出典：沖縄県農林水産部、県内ホテルにおける県産農林水産物利用状況調査報告書、2022

### 3 観光関連事業者向け調査による現状分析

#### (1) 調査概要

2.(4)で整理したとおり、経済波及効果を構成する項目のひとつである域内調達率について、観光産業全体の状況を把握できる既存統計がないことから、本会議において新たな調査を実施した。

調査はアンケート調査とヒアリング調査から構成されている。

#### <アンケート調査>

アンケート調査は、定量的な側面から域内調達の状況について把握することと、定性的な側面から県内調達に関する意見を収集することを目的として実施した。調査対象は、県内に事業所を有し、観光客の主な支出に対応する業種で、かつ多くの仕入・外注が発生すると考えられる宿泊業、飲食業と、土産品を製造している菓子製造業、土産品店である小売業の県内事業者とした。

図表3-1 アンケート調査概要

調査目的	<ul style="list-style-type: none"> <li>域内調達の状況把握、域内調達に関する意見の収集</li> </ul>																							
調査方法	<ul style="list-style-type: none"> <li>郵送配布・郵送またはインターネット経由での回収</li> </ul>																							
調査対象	<ul style="list-style-type: none"> <li>沖縄県内に事業所のある①宿泊業、②飲食業、③菓子製造業（土産品）、④小売業（土産品店）</li> <li>ただし、④小売業は国際通り周辺と那覇空港内の店舗のみを対象とした</li> </ul>																							
調査期間	<ul style="list-style-type: none"> <li>2023年10月13日(金)～10月27日(金)</li> <li>※小売業・菓子製造業は、未回答者に督促を行い11月17日(金)まで締切を延長</li> </ul>																							
調査内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>経営組織</li> <li>売上金額</li> <li>平均客室単価、観光割合</li> <li>費用総額に占める各費目の割合、その域内調達率（生産者や外注先等の地域別割合）</li> <li>品目別の域内調達率と調達理由</li> <li>その他意見</li> </ul>																							
配布・回収数	<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>①宿泊業</th> <th>②飲食業</th> <th>③菓子製造業 (土産品)</th> <th>④小売業 (土産品店)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>配布数</td> <td>1,286</td> <td>733</td> <td>65</td> <td>77</td> </tr> <tr> <td>有効回収数</td> <td>114</td> <td>76</td> <td>34</td> <td>35</td> </tr> <tr> <td>有効回収率</td> <td>8.9%</td> <td>10.4%</td> <td>52.3%</td> <td>45.5%</td> </tr> </tbody> </table>					①宿泊業	②飲食業	③菓子製造業 (土産品)	④小売業 (土産品店)	配布数	1,286	733	65	77	有効回収数	114	76	34	35	有効回収率	8.9%	10.4%	52.3%	45.5%
	①宿泊業	②飲食業	③菓子製造業 (土産品)	④小売業 (土産品店)																				
配布数	1,286	733	65	77																				
有効回収数	114	76	34	35																				
有効回収率	8.9%	10.4%	52.3%	45.5%																				

### <ヒアリング調査>

ヒアリング調査は、定性的な側面から域内調達の状況について把握することに加え、観光消費の観点から、観光客への販売状況の把握や観光客による消費促進に関する意見を収集することを目的として実施した。調査対象は、アンケート調査で対象とした4業種に、観光消費と関連する泡盛、陶器(やちむん)、琉球ガラス、伝統染織物の製造業を加えた8業種とし、県内の業界関連団体もしくは代表的な事業者に対して実施した。

図表3-2 ヒアリング調査概要

<b>調査目的</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>域内調達の状況把握、域内調達に関する意見の収集</li> <li>観光客への販売状況把握、観光客による消費促進に関する意見の収集</li> </ul>																							
<b>調査方法</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>対面による聞き取り調査</li> </ul>																							
<b>調査対象</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>沖縄県内の下記業種における、業界関連団体又は事業者</li> </ul> <p>対象業種：宿泊業、飲食業、菓子製造業（土産品）、小売業（土産品店）、泡盛製造業、陶器製造業、琉球ガラス製造業、伝統染織物製造業</p>																							
<b>調査期間</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2023年9月29日(金) ～ 12月13日(水)</li> </ul>																							
<b>調査件数</b>	<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>①宿泊業</th> <th>②飲食業</th> <th>③菓子製造業 (土産品)</th> <th>④小売業 (土産品店)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>件数</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>1</td> <td>2</td> </tr> <tr> <th></th> <th>⑤泡盛製造業</th> <th>⑥陶器製造業</th> <th>⑦琉球ガラス 製造業</th> <th>⑧伝統染織物 製造業</th> </tr> <tr> <td>件数</td> <td>2</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>2</td> </tr> </tbody> </table>					①宿泊業	②飲食業	③菓子製造業 (土産品)	④小売業 (土産品店)	件数	2	1	1	2		⑤泡盛製造業	⑥陶器製造業	⑦琉球ガラス 製造業	⑧伝統染織物 製造業	件数	2	2	1	2
	①宿泊業	②飲食業	③菓子製造業 (土産品)	④小売業 (土産品店)																				
件数	2	1	1	2																				
	⑤泡盛製造業	⑥陶器製造業	⑦琉球ガラス 製造業	⑧伝統染織物 製造業																				
件数	2	2	1	2																				

## (2) アンケート調査の結果

アンケートの調査結果については、調査票で設定した項目のうち、費用総額に占める各費目の割合と域内調達率(その仕入・外注先の地域別割合)について、業種ごとに示す。

なお、調査票では、仕入・材料費の「生産・製造した業者の地域別割合」を尋ねており、特に生鮮品に関しては生産地を把握することとしている。

しかし、県外産の生鮮品であったとしても、県内で精米・精麦等の精穀、食肉や魚介類の小分け・パッキング等の加工が行われた場合、「沖縄県内」として回答していることも考えられる。

よって、生鮮品の域内調達率(地域別割合における「沖縄県内」の割合)については、生産地の観点からすると実態よりも高い数値となっている可能性があることに、留意する必要がある。

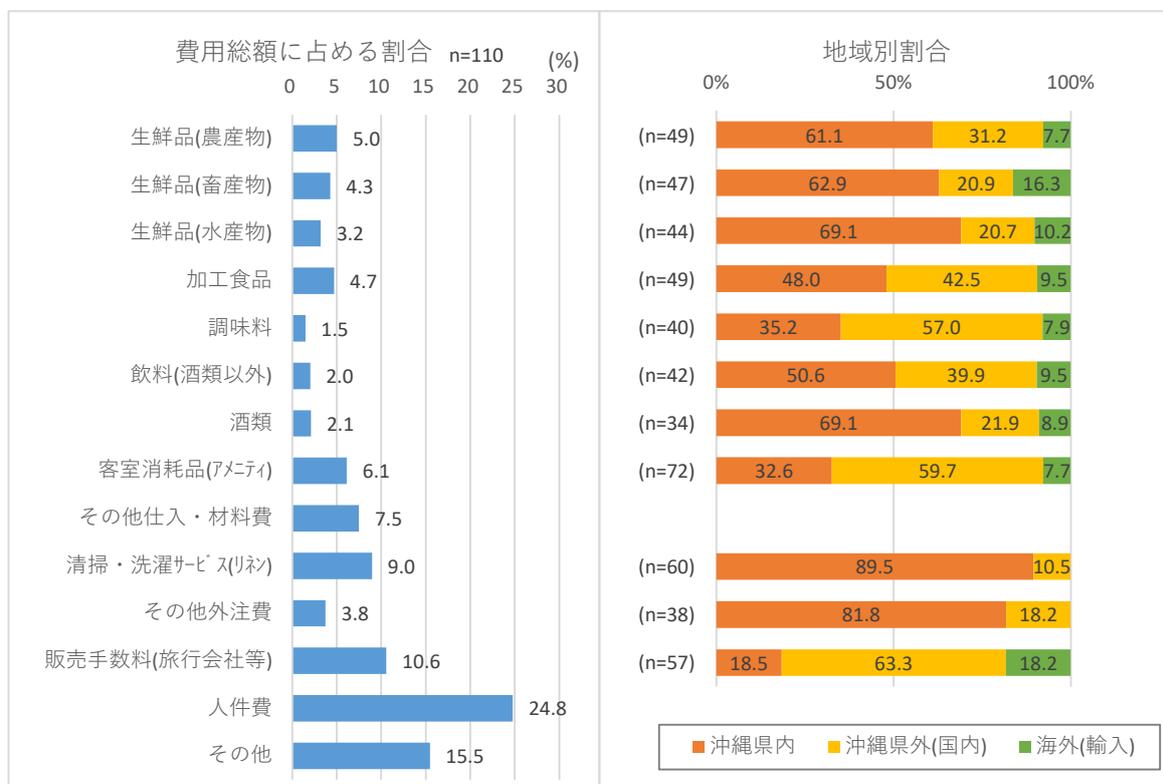
### ① 宿泊業

#### <費用総額に占める割合と域内調達率>

費用総額に占める割合が大きい費目は、生鮮品(合わせて約13%)、販売手数料(約11%)、清掃・洗濯サービス(リネン)(9%)、客室消耗品(アメニティ)(約6%)の順となっている。

このうち、域内調達率が比較的低い費目は客室消耗品(アメニティ)(約33%)、販売手数料(約19%)となっている。

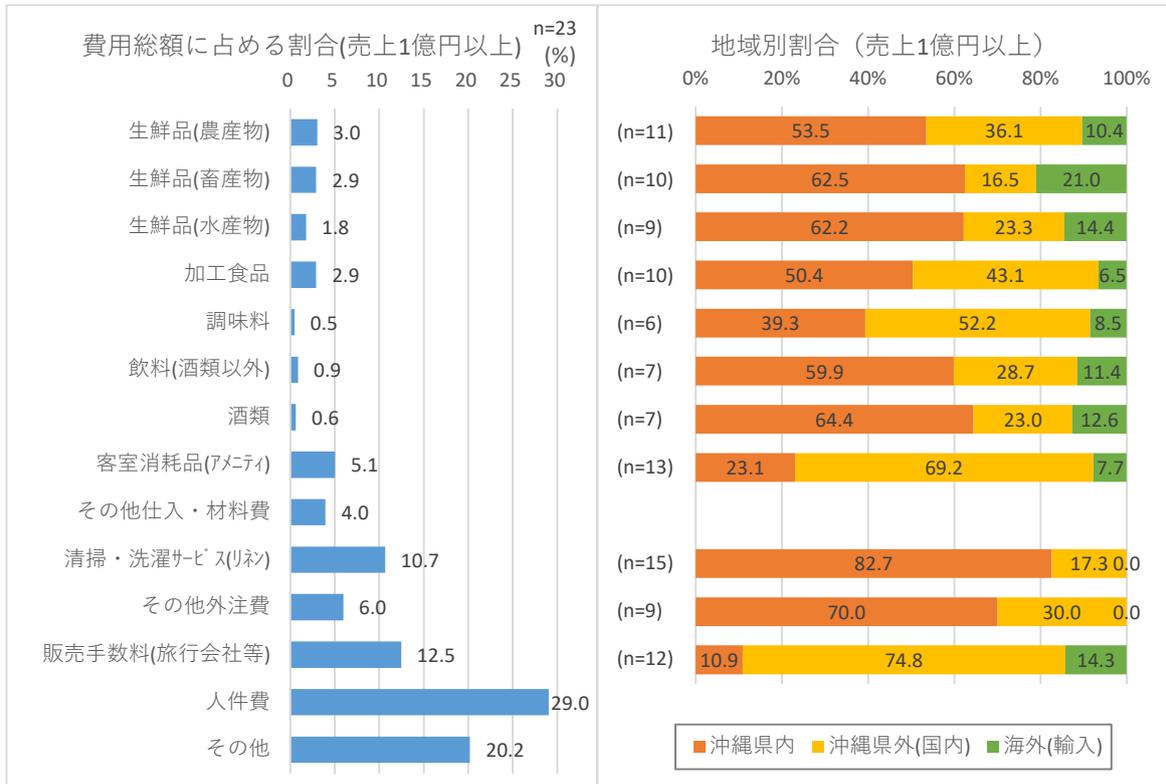
図表3-3 費用総額に占める割合と地域別割合 (① 宿泊業)



<費用総額に占める割合と域内調達率（売上1億円以上の事業者）>

宿泊業のうち、売上1億円以上の比較的大きな事業者のみに絞った結果を見ると、生鮮品や客室消耗品(アメニティ)、清掃・洗濯サービス(リネン)の域内調達率が、宿泊業全体の結果と比較して低くなっている。

図表3-4 費用総額に占める割合と地域別割合 (① 宿泊業・売上1億円以上)



<意見>

域内調達を増やすうえでの課題として、季節による商品の偏りや、流通面において調達が困難である点などが示された。域内調達を増やすための施策・サポートとしては、県産品をアピールするためのイベントや補助に関する意見が示された。

図表3-5 主な意見 (① 宿泊業)

【県内調達を増やすうえでの課題】

区分	主な意見
安定的な調達が困難	・地元の直売所を利用して地産地消に努めているが、季節により商品に偏りがあるため苦労している（特に野菜）。
県産品の入手が困難	・県内の卸売業者に注文すると、必要量が手に入らない。 ・複数の店をまわらなければ、県内産品の調達ができない。 ・県内産は品質が良いが流通ルートにのってない場合が多く、直接買いに行くしかない。
県産品の価格が高額	・県内の作物はブランド化して単価が上がっており購入できない。
県産品に関する情報が不足	・地産地消の促進に向け、特産品を周知してほしい。

## 【域内調達を増やすために必要な施策・サポート】

主 な 意 見
・ 県産のブランド豚やブランド牛、県内各地の産品をアピールするイベントの開催。
・ 県産食材をアピールするための補助。
・ 地産地消をしたいので、県内産品を扱う卸売業者を紹介してほしい。

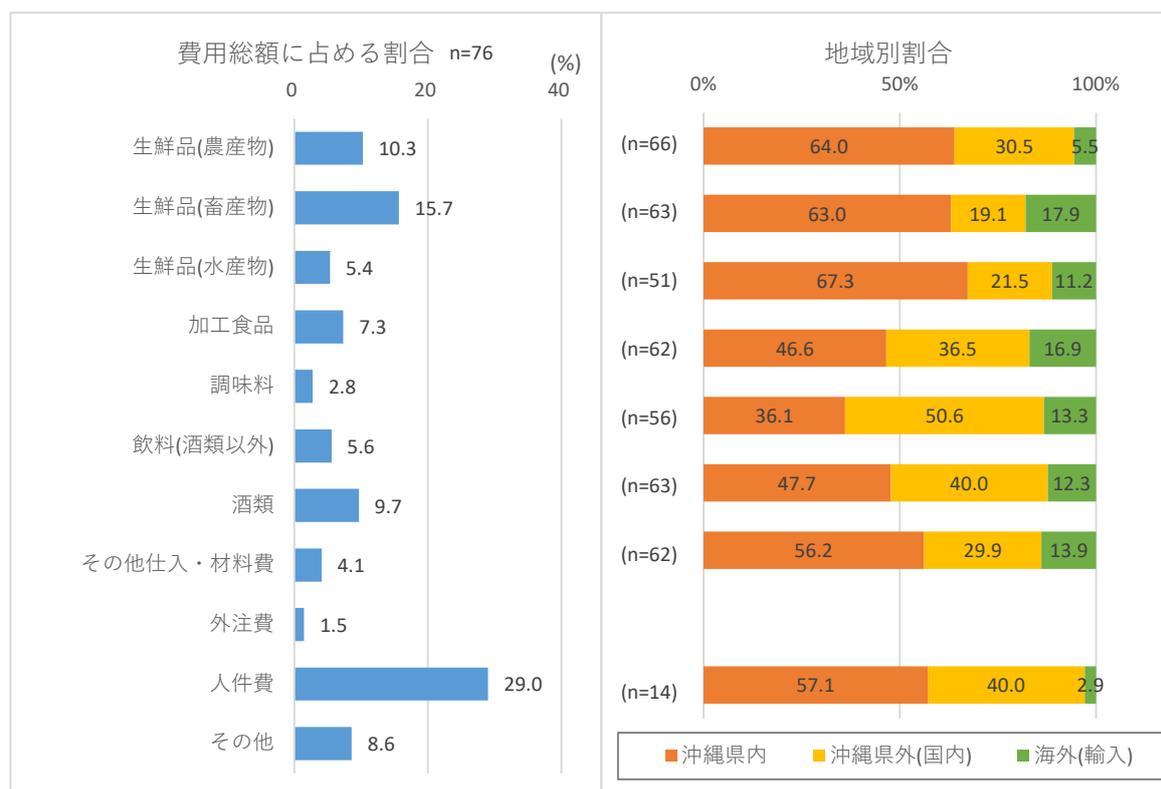
## ② 飲食業

### <費用総額に占める割合と域内調達率>

費用総額に占める割合が大きい費目は、畜産物(約 16%)、農産物(約 10%)、酒類(約 10%)、加工食品(約 7%)の順となっている。

このうち、域内調達率が比較的低い費目は加工食品(約 47%)となっている。

図表 3-6 費用総額に占める割合と地域別割合 (② 飲食業)



### <意見>

域内調達を増やすうえでの課題として、台風などの災害によって調達が困難である点などが示された。県内調達を増やすために必要な施策・サポートとしては、生産者の支援や、県産品のアピールについての意見が示された。

図表3-7 主な意見 (② 飲食業)

【域内調達を増やすうえでの課題】

区 分	主 な 意 見
安定的な調達が困難	・台風などの災害があると調達が難しくなるため、必要量を確保するためには県外頼りになる。
県産品に関する情報が不足	・沖縄県内で、無農薬の野菜や抗生物質を使用していない肉類などが欲しいが、そもそもあるのかわからない。

【域内調達を増やすために必要な施策・サポート】

主 な 意 見
・車海老（養殖）、黒毛和牛、小麦など、市場のニーズに生産が追いついていない一次産業の拡大を支援すべき。
・生産者を全面的に支える政策が必要。
・県内の小規模生産者が将来の不安なく、事業を続けていけるような政策が必要。
・県内産野菜や加工品の知名度が低い。観光客の需要を促すには県外へのアピールが必要。
・野菜、鮮魚、肉類や旬の物について、買い方などをメディアでもっと広げてもらいたい。
・農産品は「ブランド力」があるものも豊富にあるので、「オーギー・ビーフ」のような名称や、ライセンス料を取る仕組みなどがあると良いのではないかと。
・こだわりをもって県内産を使っているお店をピックアップして、貢献度に応じて補助するのはどうか。

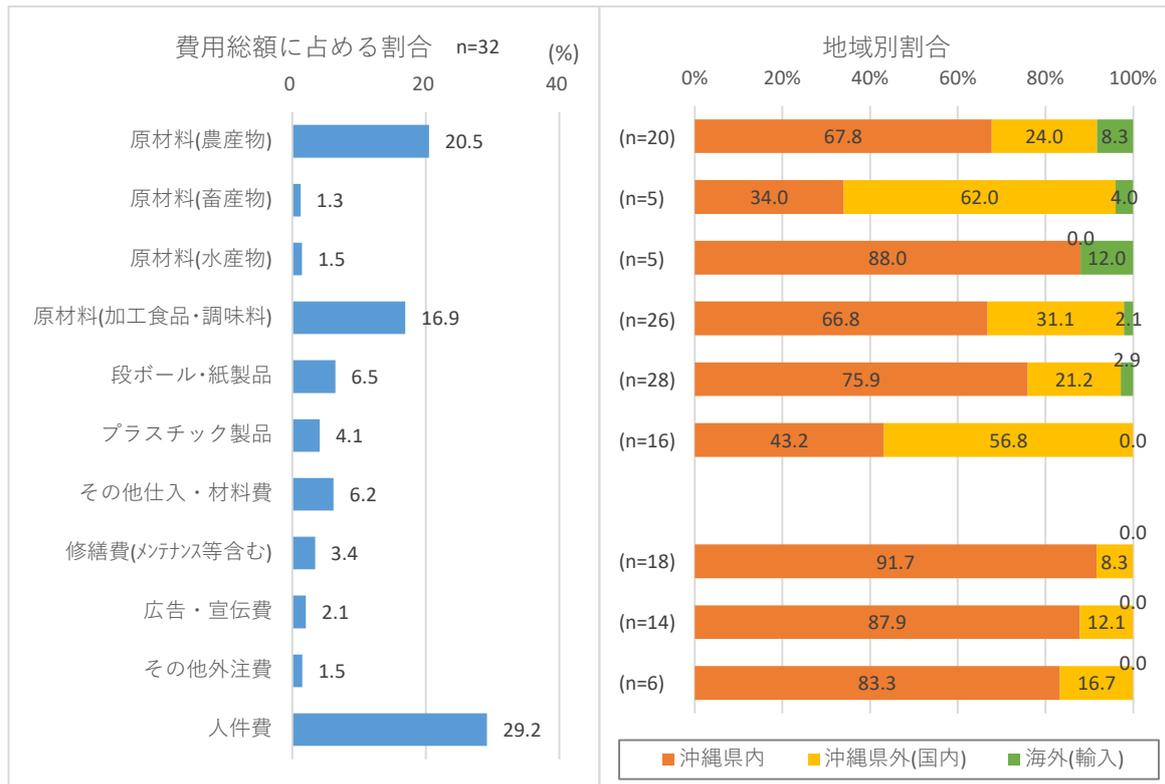
### ③ 菓子製造業(土産品)

#### <費用総額に占める割合と域内調達率>

費用総額に占める割合が大きい費目は、農産物(約 21%)、加工食品・調味料(約 17%)、段ボール・紙製品(約 7%)、プラスチック製品(約 4%)の順となっている。

このうち、域内調達率が比較的低い費目はプラスチック製品(約 43%)となっている。

図表 3-8 費用総額に占める割合と地域別割合 (③ 菓子製造業(土産品))



#### <意見>

域内調達を増やすうえでの課題として、流通ルートや輸送費の点についての意見が示された。県内調達を増やすために必要な施策・サポートとしては、県内食材の認知度向上や生産者支援についての意見が示された。

図表 3-9 主な意見 (③ 菓子製造業(土産品))

#### 【域内調達を増やすうえでの課題】

区分	主な意見
流通ルートの問題	・ 県内業者に頼むと配達ができなかったりする。県外業者だと必然的に運送業者を使うので、店まで配達してもらえ。配達してもらえ県内業者をさがしている。
輸送費の問題	・ 離島だと、県内調達でも船賃などいろいろ経費がかかる。

## 【域内調達を増やすために必要な施策・サポート】

主 な 意 見
・ 沖縄県内の特色ある食材の認知度向上に期待。
・ 県内生産者の支援や農作面積拡大（休耕地の借用料支援等）が重要。

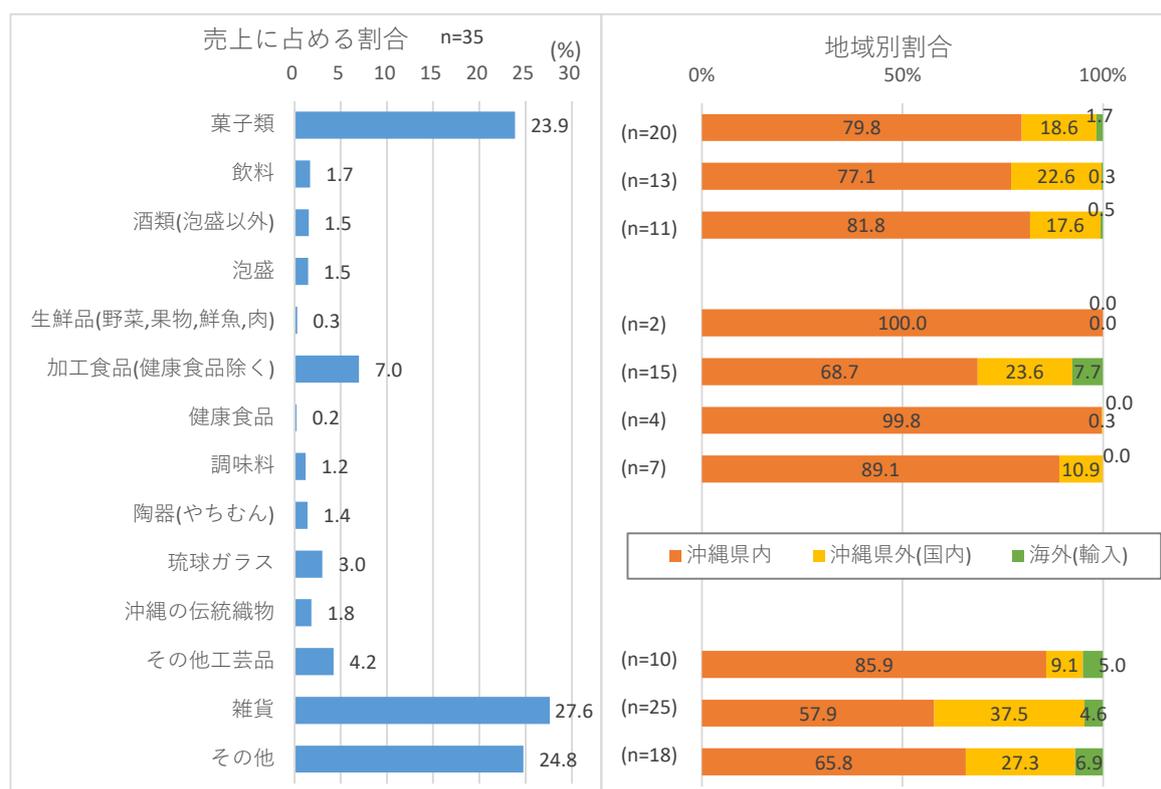
### ④ 小売業(土産品店)

#### <費用総額に占める割合と域内調達率>

小売業については、他業種と異なり、売上に占める品目別の割合を調査している。売上に占める割合が大きい品目は、雑貨(約 28%)、菓子類(約 24%)である。一方、健康食品や、陶器(やちむん)、琉球ガラス、沖縄の伝統織物などの工芸品の割合は低い。

このうち、域内調達率が比較的低い費目は雑貨(約 58%)となっている。

図表 3-10 費用総額に占める割合と地域別割合 (④ 小売業(土産品店))



#### <意見>

域内調達を増やすうえでの課題として、県内製造業者が少ない点や、あったとしても必要としている量に対応できないことなどが示された。域内調達を増やすために必要な施策・サポートとしては、伝統工芸職人の育成と支援等に関する意見が示された。

図表3-11 主な意見（④ 小売業(土産品店)）

【域内調達を増やすうえでの課題】

区 分	主 な 意 見
安定的な調達が困難	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 県内製造メーカーが少ない。工場用地も限られている。</li> <li>・ なるべく地元企業の商品を導入するよう心掛けているが、需要の量に対応できる業者となると県外企業のほうが有利になる。量に対応できるのであれば、県内からの調達を増やすことも可能。</li> </ul>
県産品に関する情報が不足	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 本社が県外なので、地元の商材についての情報が少ない。その為、道の駅等を回って商材を探している。</li> </ul>
県産品の価格が高額	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 観光客は沖縄らしさ&amp;リゾート感を求めているが、「かりゆしウェア」は価格の壁がある。企業ロゴTシャツが今年良く売れたのは手軽に「沖縄らしさ」を演出できるから。県産の値段が高い「かりゆしウェア」とは別に、もっとカジュアルな「かりゆしウェア」を製造・販売できればよい。</li> </ul>

【県内調達を増やすために必要な施策・サポート】

主 な 意 見
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 伝統工芸職人の育成と支援。数が少ないため安定した調達ができない。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 県内業者による商品企画力の向上。</li> </ul>

### ⑤ 県内/県外から調達する理由の比較

費用(小売業は売上)に占める割合が大きい品目の「県内から調達する理由」と「県外から調達する理由」を調査した。図表3-12は、業種・品目別に、各理由の選択率を整理したものである。表中の色の濃淡は、横方向で比較した際の相対的な数値の大きさを基準としており、各品目の県内産・県外産別の、強みや弱みとして捉えることができる。

宿泊業においては、県内から調達する理由として、「肉」の品質や「卵」の価格、「パン・めん」の納期が多く選択されている。一方、県外から調達する理由としては「米」の品質や「野菜」「肉」「米」の価格、「パン・めん」の品揃えが多く選択されている。

飲食業においては、県内から調達する理由として、「果実」の品質のほか、「肉」「酒・アルコール類」「魚」について顧客ニーズや特産品としての提供が多く選択されている。一方、県外から調達する理由としては「米」の品質や「肉」「果実」の価格が多く選択されている。

宿泊業と飲食業を比較すると、県内産の「肉」「野菜」について、飲食業では顧客ニーズや特産品としての提供が多く選択されているが、宿泊業ではあまり選択されていない傾向が示された。

菓子製造業においては、「調味料」「小麦粉」について、県内から調達する理由としては単純に調達先があること、県外から調達する理由としては必要な量を調達できないことが多く選択されている。

小売業においては、「雑貨」について、県外から調達する理由としては県内に調達先がないことが多く選択されている。

図表3-12 県内/県外から調達する理由の比較

		宿泊業								飲食店					菓子製造業		小売業			
		野菜	肉	米	飲料	卵	酒・アルコール類	パン・めん	魚	肉	酒・アルコール類	野菜	魚	米	果実	調味料	小麦粉	焼菓子	衣類	雑貨
県内から調達する理由	県内の方が品質が良いから	29.5%	40.6%	13.3%	0.0%	23.1%	0.0%	30.0%	25.0%	30.0%	13.2%	36.1%	34.8%	14.3%	50.0%	17.2%	11.1%	6.9%	0.0%	7.7%
	県内の方が価格が安いから	29.5%	28.1%	26.7%	25.0%	38.5%	16.7%	30.0%	12.5%	25.0%	13.2%	36.1%	30.4%	14.3%	8.3%	13.8%	33.3%	17.2%	15.8%	7.7%
	県内の方が納期が早いから	27.3%	25.0%	46.7%	50.0%	38.5%	33.3%	80.0%	50.0%	26.7%	26.3%	30.6%	17.4%	57.1%	8.3%	31.0%	44.4%	37.9%	36.8%	30.8%
	県内の方が品揃えが良いから	15.9%	12.5%	6.7%	16.7%	7.7%	8.3%	20.0%	12.5%	1.7%	5.3%	5.6%	8.7%	0.0%	25.0%	0.0%	11.1%	10.3%	5.3%	7.7%
	県内から必要な量を調達できるから	25.0%	28.1%	26.7%	8.3%	0.0%	33.3%	10.0%	25.0%	31.7%	18.4%	25.0%	30.4%	14.3%	16.7%	24.1%	44.4%	31.0%	36.8%	38.5%
	県内に調達先があるから	36.4%	28.1%	40.0%	58.3%	23.1%	25.0%	40.0%	12.5%	28.3%	18.4%	25.0%	21.7%	0.0%	8.3%	62.1%	55.6%	44.8%	42.1%	30.8%
	県内の調達先を知っているから	13.6%	18.8%	0.0%	8.3%	7.7%	8.3%	0.0%	12.5%	6.7%	10.5%	11.1%	8.7%	0.0%	0.0%	20.7%	33.3%	10.3%	10.5%	15.4%
	県内事業者との取引関係があるから	20.5%	21.9%	20.0%	8.3%	7.7%	16.7%	10.0%	12.5%	23.3%	23.7%	8.3%	21.7%	14.3%	8.3%	3.4%	0.0%	20.7%	15.8%	15.4%
	流通業者に頼むと結果的にそうなる	9.1%	12.5%	13.3%	0.0%	23.1%	0.0%	0.0%	0.0%	3.3%	7.9%	5.6%	0.0%	0.0%	0.0%	13.8%	22.2%	6.9%	10.5%	7.7%
	県内産に顧客ニーズがあるから	13.6%	9.4%	6.7%	0.0%	0.0%	16.7%	10.0%	25.0%	51.7%	50.0%	30.6%	47.8%	28.6%	8.3%	10.3%	0.0%	41.4%	42.1%	30.8%
県内産や特産品を提供したいため	22.7%	21.9%	26.7%	16.7%	0.0%	33.3%	10.0%	0.0%	53.3%	44.7%	41.7%	60.9%	28.6%	25.0%	31.0%	11.1%	48.3%	15.8%	30.8%	
その他	2.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	8.3%	10.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	8.7%	0.0%	0.0%	6.9%	0.0%	0.0%	5.3%	23.1%	
県外から調達する理由	県外の方が品質が良いから	22.2%	4.5%	56.3%	9.1%	0.0%	0.0%	25.0%	0.0%	22.0%	21.4%	36.4%	33.3%	53.8%	28.6%	27.3%	33.3%	10.0%	0.0%	23.5%
	県外の方が価格が安いから	44.4%	50.0%	50.0%	36.4%	20.0%	20.0%	25.0%	0.0%	51.2%	14.3%	31.8%	20.0%	30.8%	85.7%	36.4%	22.2%	0.0%	0.0%	
	県外の方が納期が早いから	11.1%	9.1%	12.5%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	7.3%	3.6%	4.5%	0.0%	0.0%	14.3%	27.3%	0.0%	0.0%	0.0%	
	県外の方が品揃えが良いから	29.6%	22.7%	12.5%	0.0%	20.0%	0.0%	75.0%	25.0%	26.8%	64.3%	40.9%	33.3%	7.7%	28.6%	36.4%	22.2%	0.0%	0.0%	41.2%
	県内で必要な量を調達できないから	37.0%	22.7%	12.5%	9.1%	20.0%	0.0%	50.0%	25.0%	24.4%	32.1%	45.5%	20.0%	23.1%	14.3%	54.5%	55.6%	30.0%	16.7%	35.3%
	県内に調達先がないから	22.2%	0.0%	6.3%	36.4%	0.0%	40.0%	0.0%	25.0%	7.3%	25.0%	0.0%	6.7%	7.7%	14.3%	27.3%	44.4%	20.0%	33.3%	88.2%
	県内の調達先を知らないから	3.7%	0.0%	6.3%	45.5%	0.0%	20.0%	0.0%	0.0%	2.4%	10.7%	4.5%	0.0%	0.0%	0.0%	27.3%	11.1%	0.0%	0.0%	35.3%
	県外事業者との取引関係があるから	7.4%	4.5%	0.0%	9.1%	20.0%	0.0%	25.0%	0.0%	7.3%	14.3%	4.5%	13.3%	7.7%	0.0%	9.1%	11.1%	10.0%	33.3%	29.4%
	流通業者に頼むと結果的にそうなる	14.8%	31.8%	6.3%	27.3%	60.0%	0.0%	25.0%	50.0%	19.5%	3.6%	9.1%	6.7%	23.1%	14.3%	18.2%	22.2%	10.0%	0.0%	5.9%
	県外産に顧客ニーズがあるから	0.0%	0.0%	6.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	2.4%	39.3%	9.1%	6.7%	0.0%	0.0%	0.0%	11.1%	0.0%	0.0%	0.0%
その他	7.4%	9.1%	6.3%	0.0%	0.0%	40.0%	0.0%	0.0%	7.3%	7.1%	9.1%	20.0%	15.4%	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	33.3%	0.0%	

### (3) ヒアリング調査の結果

ヒアリングの調査結果については、調達、販売、体験、観光客への対応等に区分して整理を行った。

#### ① 宿泊業

食材や客室消耗品(アメニティ)、リネンサプライの調達における課題や求められる施策などについて意見が示された。

図表 3-13 ヒアリング調査の結果 (① 宿泊業)

① 宿泊業	
【調査対象者：業界団体、宿泊施設 (リゾートホテル)】	
<b>【調達について】</b>	
食材	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 基本的に県内事業者からの調達を望む施設が多い。しかし、そもそも県内の農地や農家で供給が可能なのかという問題がある。</li><li>・ 地産地消を行っている宿泊施設での食材は、市場か生産者から直接仕入れている。</li><li>・ 県産食材を活用し、高価格帯で食事を提供しているホテルもある。</li></ul>
客室消耗品(アメニティ)	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 共同購買している客室消耗品(アメニティ)は、調達できる島内企業がないため県外企業から仕入れている。</li></ul>
リネンサプライ	<ul style="list-style-type: none"><li>・ リネン・清掃サービスも人手不足で、取引できなくなる宿泊施設も発生している。</li></ul>
<b>【意見】</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 食材について、欲しいタイミングで供給されることが条件となる。鮮度も需要で、すべてを冷凍にはできない。</li><li>・ 規格外の食材はもっと扱える可能性がある。ただし、こうした食材を扱う場、ルートが必要となる。</li><li>・ 沖縄の産品に関する情報を得られる機会が少ない。</li><li>・ 地元では当たり前素材の良さが、宿泊施設には伝わっていない。</li></ul>

## ② 飲食業

食材を県内から調達することの限界や、食材価格高騰への対応状況などについて意見が示された。

図表 3-14 ヒアリング調査の結果 (② 飲食業)

② 飲食業 【調査対象者：業界団体】
<b>【調達について】</b> 食材 <ul style="list-style-type: none"><li>・ 肉などメインの食材としての利用なら考えられるが、サブの食材にはお金をかけられない。</li><li>・ サブの食材で県産品を使わない理由としては、コストがかかること、年間を通じて購入できないこと。県外産は農業生産の規模が異なるからどうしても県内産では価格の面で太刀打ちできない。</li><li>・ 島野菜も年間を通じて供給されない。</li></ul>
<b>【意見】</b> <ul style="list-style-type: none"><li>・ 県内外いずれも、食材の価格が高騰している。価格転嫁が難しい状況にあるため、苦しんでいる事業者が多くいる。</li><li>・ 県内食材の中でも、畜産や水産は県外に売った方が高く売れて利益が出ると聞く。県内で消費することが生産者にとって必ずしもメリットがあるとは限らない。</li></ul>

## ③ 菓子製造業(土産品)

食材の調達状況や県内生産者の抱える課題、機械メンテナンスの外注状況などについて意見が示された。

図表 3-15 ヒアリング調査の結果 (③ 菓子製造業(土産品))

③ 菓子製造業 (土産品) 【調査対象者：菓子製造業者】
<b>【調達について】</b> 食材 <ul style="list-style-type: none"><li>・ 主原料の農作物は県内の農家から直接調達している。小麦粉やバターはほとんど県外からの調達。調味料は県内も県外もある。</li></ul>
その他 <ul style="list-style-type: none"><li>・ パッケージデザインや広告宣伝は県内の事業者をお願いしている。</li><li>・ 菓子を製造する機械は県外から購入している。機械のメンテナンスは簡単なものは県内業者でも担えるが、専門的なものは県外に発注している。しかし専門的なものでも、県内業者でできる可能性はある。</li></ul>
<b>【意見】</b> <ul style="list-style-type: none"><li>・ 県内素材を使って提供することにこだわっており、商品パッケージにも県産原料を表示している。</li><li>・ 主原料の農作物は、病気が広がったことが主な原因で県内からの調達が困難になっている。病気により、農家の方は安心して作付けができない。行政で連携して対処して欲しい。</li></ul>

#### ④ 小売業(土産品店)

菓子類や工芸品の販売状況や観光客の購買傾向、今後可能性がある商品などについて意見が示された。

図表 3-16 ヒアリング調査の結果 (④ 小売業(土産品))

④ 小売業 (土産品店) 【調査対象者：業界団体、土産品店】
<p><b>【調達・販売について】</b></p> <p><b>菓子類</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>・ 日本人観光客の多くは、ばらまき用の土産品として「沖縄らしさ」がわかるエッセンス（食材など）が入っていることを求める。</li><li>・ 修学旅行生向けの店などは、安さを売りにしていることもあり、県内産にそこまでこだわりはない。</li><li>・ 大人の方や旅慣れている方などで、土産を個別に渡すために購入される方は、県内産にこだわる。</li><li>・ インバウンド客は沖縄よりも日本の土産品、もしくは韓国も含めた東アジアの土産品を求めている。</li></ul> <p><b>工芸品</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>・ 売上において、やちむんや琉球ガラス、伝統染織物などが占める割合は低く、それぞれ1%未満。</li><li>・ 工芸品は、沖縄に来てから一目ぼれして購入されることもある。しかし一流品を置いている店は少ない。</li></ul> <p><b>【意見】</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>・ 健康食品は今後も可能性がある。リピートされる傾向にあるので、メディアなどでPRされると何か月も売れ続ける。</li><li>・ 観光客のSDGsに関する意識は、Z世代に限らず全体的に広がっていると感じる。しかし、購買行動にまではつながっていない。</li></ul>

## ⑤ 泡盛製造業

原材料の調達状況や、高付加価値商品の販売における課題、観光客対応の状況などについて意見が示された。

図表 3-17 ヒアリング調査の結果 (⑤ 泡盛製造業)

⑤ 泡盛製造業 【調査対象者：業界関係団体】
<p><b>【調達について】</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>・ 原材料の米は、主にタイ産米が使用されているが、沖縄県産米を使用した商品も一部ある。</li><li>・ ビンやキャップは、県内に業者がないため、主に県外の企業から直接仕入れたものが使用されている。</li><li>・ ラベルの印刷などは県内業者を使用しているところが多い。</li></ul>
<p><b>【販売について】</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>・ 観光客の土産品としては値段の高い古酒が良く売れている。古酒は50年ものを55万円で販売した酒造所もある。しかし有名ブランドの25年ものウイスキーが300万円なので、それと比べるとまだまだ安いと感じる。</li><li>・ プライベートジェットで沖縄を訪れた海外の富裕層が泡盛を気に入り、ホテル経由で酒造所に一番高い酒を求めたが、数万円のものしか出せなかったと聞く。</li><li>・ 海外の方にも泡盛の魅力を知っていただきたい。古酒の魅力をしっかり伝えていければと思う。</li></ul>
<p><b>【観光客への対応について】</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>・ これまで各酒造所では無料で見学を受け入れていたが、今後は解説を付けることで付加価値をつけて有料化を進めたい。</li><li>・ 酒造所によっては古酒になるまで預かってもらうサービスがある。鍾乳洞で保管する酒造所もある。観光客の利用も多く、見学で酒造所を訪れたときに、ついでに利用されることが多い。</li></ul>

## ⑥ 陶器製造業

原材料の調達状況と販売における課題、観光客や富裕層への対応状況などについて意見が示された。

図表 3-18 ヒアリング調査の結果 (⑥ 陶器製造業)

⑥ 陶器製造業 【調査対象者：業界関係団体、陶器製造業者】	
<b>【調達について】</b>	
<ul style="list-style-type: none"><li>・ 原材料はほぼ土で、費用総額に占める割合は約 20%。土のうち 7 割は組合の共同購買によるもの。</li><li>・ 組合が組合員へ販売している土の 3~5 割が県外産。</li><li>・ 県内の土を使う理由は品質が良いからではなく、昔から伝統的に使っているから。</li><li>・ 県外から仕入れているものは、県内から仕入れられないことが理由。</li></ul>	
<b>【販売について】</b>	
<ul style="list-style-type: none"><li>・ 土産品店の小さくて安価な焼物も「やちむん」として売られているが、県外産や海外産も混じっている。</li><li>・ 小売店ではやちむんを仕入れて並べているだけなので、作り手が本来伝えたいことが伝わらない。</li><li>・ 職人は陶芸が好きなので、生活できる程度に稼ぐことができればいいという人が多く、観光客にどう売るかを考えている作り手はほとんどいないのではないかと。また、商品開発やブランディングに関する知識を持つ人材が少ない。</li></ul>	
<b>【観光客への対応について】</b>	
<ul style="list-style-type: none"><li>・ 観光客との接点を増やす方策として、飲食店でやちむんを使ってもらうことは十分可能性がある。ホテルのレストランでの使用も考えられる。</li><li>・ 富裕層への対応は現状あまりできていない。</li></ul>	

## ⑦ 琉球ガラス製造業

原材料の調達や販売の状況、リサイクルガラスなどの SDGs 対応、今後の体験型観光の可能性などについて意見が示された。

図表 3-19 ヒアリング調査の結果 (⑦ 琉球ガラス製造業)

<b>⑦ 琉球ガラス製造業</b> 【調査対象者：琉球ガラス製造業者】
<p><b>【調達について】</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>・ 原材料と着色料は 100% 県外から仕入れている。</li><li>・ 県内からの調達率を高めるとい点では、リサイクルガラスがそれに当たる。昨今は市内で廃棄される車の窓ガラスを原料として購入して、溶かして製品にすることもしている。現在太陽光パネルの廃棄が問題になっているので、太陽光パネルのガラスの再生を考えている。</li></ul>
<p><b>【販売について】</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>・ 販路は直販が 4~5 割、小売店への卸が 5~6 割程度。</li><li>・ 付加価値の高いものは、県外企業が応接室に飾る、新社屋の落成、ホテル開業などで購入されることが多い。県が認定する工芸士や厚労省の現代の名工に認定された職人の作品が、高価格帯の商品となる。</li><li>・ 再生ガラスの商品は、最近マスメディアにも取り上げられており、多少値段が高くても環境保全に寄与できるということで消費者にも注目されている。</li></ul>
<p><b>【体験について】</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>・ アメリカではスタジオガラスといい、職人がガラスをつくる過程をパフォーマンス化し、エンタテインメントとして売っているモデルがある。また、ガラス作品を見せる有料施設も検討している。こうした、入場料を払って見せるビジネスモデルに変えていくことが必要。</li><li>・ 県内産は、海外産と比べて高価なイメージがあるが、その価値をストーリーとして伝えることが大事。</li></ul>

## ⑧ 伝統染織物製造業

原材料の調達や外注加工、販売の状況、観光客対応における課題、体験の重要性などについて意見が示された。

図表 3-20 ヒアリング調査の結果 (⑧ 伝統染織物製造業)

⑧ 伝統染織物製造業 【調査対象者：業界団体（織物、染物）】
<p><b>【調達について】</b></p> <p>原材料</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・ 主な材料の多くは県外から仕入れている。</li><li>・ 生地によっては、輸入品でさえ調達が難しくなっていることもある。</li></ul> <p>外注加工</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・ 染物をペンケースなどの小物やかりゆしに仕立てる加工は、県内の加工業者に外注している。一方、県内事業者は個人事業主であり、大量発注することになる財布などは県外の業者に外注している。</li><li>・ 小物を大量に加工できる県内業者が少ないことが課題だと捉えている。</li></ul> <p><b>【販売について】</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>・ 織物の販売先の割合は、県外の間屋が最も大きく 8 割程度、小物やかりゆしは 2 割程度。着物好きの方が直接沖縄に来て購入されることもある。</li><li>・ 染物の反物や帯は問屋を通して。問屋に卸すのが精いっぱい、売ることにまでは手が回っていない。</li><li>・ 外国人観光客に対しての PR があまりできていない。</li><li>・ 高価格帯の商品については、富裕層の方から直接注文を受けられるようになると良い。業界としては対応できる。</li></ul> <p><b>【体験について】</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>・ 外国人観光客が来ることもあるが PR の仕方がわからない。</li><li>・ 体験を通じて染物に触れることが重要。例えば空港など観光客の多いところに、看板でも展示でもいいので、触れる機会があるといいのではないか。ただし、作品を飾っているだけで何の解説もなければ通り過ぎてしまう。</li></ul>

#### (4) 結果の整理

観光事業者向け調査の結果を整理すると、仕入や外注などの①調達についての現状（域内調達率関連）と、観光客に対する土産品（菓子、泡盛、工芸品）の②販売についての現状（観光消費関連）に区分することができる。

##### ① 調達についての現状（域内調達率関連）

<観光業における域内調達の現状>

宿泊業、飲食業、菓子製造業、小売業については、調達している品目のうち、費用総額(小売業は売上)に占める割合が大きく、かつ域内調達率が低い品目として以下が示された。

- ・宿泊業：客室消耗品(アメニティ)、販売手数料(旅行会社等)
- ・飲食業：加工食品
- ・菓子製造業：プラスチック製品（包材等）
- ・小売業：雑貨

食材については、宿泊業、飲食業、菓子製造業いずれにおいても域内調達率はおおむね60%~70%程度であることが示された。食材以外の費目と比較して低い数値ではないものの、域内調達率を高められる余地は十分にあるものと考えられる。また、県産品の調達を望んでいる事業者が存在するものの、主に価格面や量の安定確保の点から、域内調達ができない状況にあることが示された。特に大規模な事業者にとって、量の確保は重要な点であり、宿泊業においては、大規模宿泊施設の生鮮品や客室消耗品(アメニティ)、リネンの域内調達率が低い現状が示された。

加えて、客室消耗品(アメニティ)や雑貨については、そもそも製造している業者が県内には少ないために、調達が困難である現状が示された。

さらに、泡盛や工芸品における原材料の多くは域内調達が難しく、一部では県外からの調達ですらも困難になりつつある状況であることから、県内産への切り替えは現実的ではないことが示された。

<安定調達>

台風等による農作物への影響、陶器の原材料である土の不足など、沖縄の地理的条件に起因する課題により、原材料等の安定的な調達が困難であることが示された。また、季節によって、野菜などは生産量の変動が大きいことも示されており、域内調達を難しくする要因のひとつとなっている。

<県産品の優位性>

県産品は量や価格、安定供給などの点では不利にあるものの、品目によっては、品質や顧客ニーズなどの点で、優位性があることも示されている。また、同一品目であっても、業種によって調達先とその理由が異なることも確認された。

<流通ルートの不足>

事業者は卸売業者経由で仕入を行っていると考えられるが、現状では県産品の入手が困難となっていることが示された。県産品を調達するために複数の小売店や市場などに赴くという意見もあり、県産品の流通ルートの不足が生じている。

<県産品に関する情報不足>

地元では当たり前前の素材の良さを知る機会が少ないなど、事業者は、顧客ニーズのある県産品を活用したいと考えているが、こうした県産品に関する情報が簡単には手に入らない現状がある。他にも、飲食業における無農薬の食材や、小売業における地元商材についての、情報不足を指摘する意見も挙げられた。

このように、顧客ニーズがあるにもかかわらず、情報の不足により活用されていない県産品が他にも数多く存在する可能性がある。

## ② 販売についての現状（観光消費関連）

### <土産品の販売状況>

土産品のうち、売上の多くを占めているのは菓子類と雑貨であり、この2品目だけで、全体の約半数を占めている。一方、泡盛や工芸品の割合は低いという現状が示された。

### <高所得者層への対応>

高所得者層への対応としては、高価格帯の商品が求められるものの、県産品においては十分な対応ができていない可能性が示された。商品開発の面では、そもそも高価格帯の商品が少ないこと、流通の面では、空港や国際通りなど多くの観光客が訪れる主要なエリアに、高価格帯の商品を扱う店が少ないことなどが示された。

### <工芸品の商品開発・マーケティング力>

工芸品については、外国人観光客が関心を示す可能性が十分にあるものの、対応が十分にできていない現状が示された。また、SDGsを意識した商品など、まだ顕在化はしていないものの、新たな市場についての意見が示された。さらに、観光客を意識した商品開発やマーケティングにまで手が回っていない現状や、そのような商品開発やブランディングに関するノウハウを持っている人材が少ないことについての意見が挙げられた。

### <観光客と工芸品との接点不足>

工芸品については、観光客との接点が少ないために、認知度が低いことや、魅力が十分に伝わっていない可能性が示された。

### <体験型観光の可能性>

泡盛や工芸品などによる体験型観光は、既に多くの事業者によって、様々な形で提供されている。事業者自身も、体験に新たな付加価値をつけることや、より大規模な提供の体制を整えることに前向きな姿勢であり、今後も十分に伸ばしていける可能性がある。

## 4 域内経済の循環促進に向けた課題

### (1) 課題の整理

2や3における現状分析では、経済波及効果を構成する3つの項目（来訪者数、観光消費、域内調達率）のうち、主に観光消費（モノ消費、コト消費）と域内調達率に関連する現状が示された。それらを踏まえ、以下のように課題を整理する。

#### 観光を基軸とした域内経済の循環促進に向けた課題

課題1 量的又はコスト的な問題で県内調達が困難

課題2 観光客のニーズに合った商品等の不足

課題3 域内経済の循環促進のための基盤が弱い

課題4 観光客に対する県産品プロモーションが不十分

#### 【課題1 量的又はコスト的な問題で県内調達が困難】

##### ① 食材や土産品等の包装容器、客室消耗品(アメニティ)等の県内調達が困難

「観光関連事業者向け調査」において、観光関連事業者が仕入れる原材料等に関して、県内で必要量を確保できない、価格面で劣位にある等の理由で、県外産に頼らざるをえない品目等がある現状が確認された。

県外産の品目等に頼らざるをえない状況が、域外への資金流出を生み、また、事業者にとっては、輸送コスト等の負担にも繋がることから、県内産品の更なる活用を促進する必要がある。

##### ② 季節や台風災害等により、原材料の安定供給が難しい

農作物等については、県内産を使用したいが年間を通じて調達できない、特定の季節にしか生産されない、といった季節による商品の偏りや、台風等の影響などにより、安定供給が難しいことが大きな課題となっている。

県内産品の積極的な利用を促していく上で、安定的に確保できる環境を整える必要がある。

#### 【課題2 観光客のニーズに合った商品等の不足】

##### ① さまざまな世代等のニーズに合った商品開発が必要

観光消費では、世帯年収の差ほど消費単価に大きな開きが見られないなど、観光客の予算やニーズに見合った商品展開ができていない可能性がある。観光消費額の向上を図るため、観光客が求める商品の把握に努める必要がある。

とりわけ、過去の訪沖回数が比較的少ないと思われるZ世代等は、将来、リピーター層となることが期待されるが、商品展開の多様さなどが再訪意欲を喚起する一因にもなり得るため、そのニーズを把握することは重要である。

② 沖縄の豊富な資源が有効活用されていない

国内観光客の旅行目的について、「沖縄料理を楽しむ」、「伝統工芸・芸能体験」、「空手」などの文化関連の体験活動の割合が低く、また、消費単価の内訳を見ても、文化関係を体験する分野への消費が低い状況にある。

県では、琉球王朝時代から培われてきた伝統文化や伝統芸能、空手、泡盛や琉球料理といった、本県のソフトパワーを生かした多彩で付加価値の高い多様なツアーリズムを推進することとしており、引き続き、魅力あるコンテンツの開発等に取り組む必要がある。

また、沖縄が有する豊富な生物資源や海洋資源など、独自性のある資源を使った商品開発にも、大いに可能性があるものと考えられる。

③ 高付加価値商品が不足している

①でも触れたとおり、訪沖観光客のうち世帯年収が高い層と比較的低い層の消費単価に大きな開きが見られない現状があるが、一方で、富裕層などから、より高額な土産品を求める声もある、とのことである。

付加価値の高い商品の展開は、観光消費額の向上や事業者の利益に大きく寄与することから、積極的に進めていく必要がある。

**【課題3 域内経済の循環促進のための基盤が弱い】**

① 観光関連事業者、生産者等事業者間で情報が共有されていない

観光関連事業者に対するヒアリングから、特に県外資本の事業者が、地元の素材や県産品・特産品に関する情報を得られていない実態が確認された。また、「県産品の調達方法が分からない」、「県内の卸売業者だけだと必要量が入手できない」とのコメントもあり、流通分野も含めて、事業者間の連携を強化する必要がある。

② 域内経済の好循環を生み出すための人材確保が必要

観光分野における域内経済の好循環を維持するためには、原材料の生産者や伝統芸能の継承者など、あらゆる側面で人材を安定的に確保する必要があるが、コロナ禍の影響もあり、人材の確保が難しい状況にある。

また、陶器製造業においては、高付加価値な商品を求める観光客もいるとのことであるが、業界内に商品開発やブランディングに関する知識を持っている人材が少ない、とのことである。

**【課題4 観光客に対する県産品プロモーションが不十分】**

① 観光客に対する県産品等のPRの方法が未整備

自然・歴史・文化など、沖縄のソフトパワーを活用したコンテンツや、優れた生物資源などを原料とした商品など、他地域と比べ優位性、独自性がある場合でも、観光客にその魅力や価値が伝わっていない可能性がある。より大きな消費に繋げるために、「商品の魅力・価値をいかに伝えるか」について、戦略的にPRを展開する必要がある。

② 必要な時に観光客が県産品情報を得られる工夫が必要

①により商品等の魅力・価値を戦略的に伝えるだけでなく、観光客が県産品の情報について、知りたい時に手に入れられるような環境を整える必要がある。

## 5 観光を基軸とした域内経済の循環促進に関する提言

### (1) 観光を基軸とした域内経済の循環促進に向けた考え方

#### ① 提言の目的

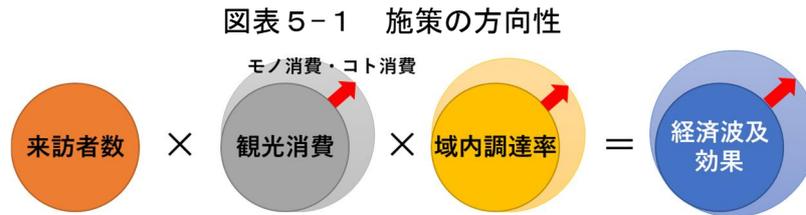
県民の給与所得を向上させ、持続可能な社会経済の成長を実現するためには、あらゆる産業で「稼ぐ力」に資する取組を積極的に推進し、県内企業の成長を図る必要がある。

とりわけ、沖縄県のリーディング産業である観光産業は、関連する分野が多岐にわたる「裾野の広い産業」であり、様々な産業へと経済効果が波及することから、観光を基軸とした域内経済の循環促進が重要である。

以上を念頭に、観光を基軸とした域内経済の循環促進を図るための有効な施策等を提言するものである。

#### ② 施策の方向性

観光を基軸とした域内経済循環を促進するためには、域内調達率を高めることが重要であるが、量やコスト等の問題によってそれだけでは限界があることから、併せて観光消費（モノ消費・コト消費）を拡大し、経済波及効果を高めることを目指すべきである。



#### ③ 沖縄の優位性の活用

我が国唯一の島しょ県である本県では、それぞれの島ごとに豊かで多様な自然環境が形成されており、青い海やサンゴ礁などの豊かな自然環境・景観のほか、多くの固有種や希少種が生息・生育するなど、世界でも稀に見る生物多様性に富んだ地域となっている。

また、琉球王朝時代から培われてきた伝統文化や芸能、伝統行事が各地域で脈々と受け継がれ、他地域にはない独自の文化、芸能、伝統行事、工芸品が沖縄ならではのコンテンツとなっており、さらに、長い歴史や諸外国との交流の中で人々の生活に根付いて育まれてきた沖縄の食文化も、本県独自のものとして観光客に喜ばれている。

こうした本県の有するソフトパワーは、多くの観光客を惹きつけており、他県と比べ優位性のあるものとして、更なる活用を図っていくべきである。

#### ④ 事業者の競争力向上の視点

観光消費や域内調達率の向上を促すためには、事業者の競争力向上が不可欠であり、事業者が自らの経営判断により域内調達を増やすことで、結果的に域内経済循環が促進されることが望ましい。そのためには、県産品そのものの競争力を高めるための支援や、県産品を調達することが事業者の競争力向上につながるような仕組みが必要である。

ただし、地場産業は生産体制が脆弱な小規模事業者も多いため、事業者の規模に適した支援方法が求められる。

## ⑤ SDGs 施策との相乗効果

域内経済の循環促進は、遠方からの輸送によるエネルギー消費や CO2 排出量の削減、プラスチック資源循環法（令和 4 年 4 月施行）を踏まえた脱プラスチックなどの環境負荷低減、資源のリサイクルや有効活用、物流 2024 年問題への対応などにも寄与することから、SDGs との親和性が高い。そのため、SDGs 施策との相乗効果を得られるような域内経済循環の促進策を検討すべきである。

コラム

**観光を通じた持続可能な開発目標（SDGs）の達成（観光プロジェクトのための指標ツールキット（TIPs））**

「観光の取組と SDGs との整合性を図り、その進捗をモニタリングするためのツールキット」※として、UNWTO・JICA によって 2023 年 7 月に示された報告書。観光施策や観光事業などによる SDGs への貢献を、客観的に測定・評価できるようにするための指標が整理されている。



本提言と関連する SDGs とそのための具体的なアプローチ

SDGs	具体的なアプローチ
ターゲット 2.3 小規模食料生産者の生産性と所得の倍増	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 観光バリューチェーンで使用される地域の製品の増大（需要と供給のタイミングや質を合わせること）</li> <li>・ 観光開発プロジェクトを通じた食料生産の研修</li> <li>・ 地方自治体による小規模食品生産者のための資金調達プログラム</li> </ul>
ターゲット 8.2 経済生産性の改善	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 観光事業従事者のスキル習得、スキルアップ、リスクリングを支援する研修・教育プログラム造成</li> <li>・ 観光セクターの生産性向上のための革新的手法の導入支援</li> </ul>
目標 17 持続可能な開発のためのパートナーシップ	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ SDGs や包摂的な経済成長への観光の貢献を示すこと</li> </ul>

※出典・画像引用：UNWTO・JICA, 観光を通じた持続可能な開発目標（SDGs）の達成  
—観光プロジェクトのための指標ツールキット（TIPs）

## ⑥ 各主体の役割

沖縄県は本提言の推進主体として、関係する様々な主体をリードし、施策を実行するとともに、その効果が最大限に高められるよう、各主体に働きかけを行うことが求められる。また、各種支援施策の実施にあたっては、域内経済の循環促進が安定的に継続されるよう、事業者等に対して自主的な取り組み（自走化）を促すことも考慮すべきである。

国や市町村等においては、県全体として効率的な施策展開や相乗効果の発揮につなげられるよう、県との連携を強化することが望ましい。

各地域で産業振興の中心的な役割を担う観光協会や DMO、商工会・商工会議所などの支援機関、各業界団体においては、域内経済循環促進の意義を理解のうえ、地域経済のために行政と事業者とをつなぐ役割など、各施策への協力が期待される。

民間事業者においては、行政機関が展開する域内経済循環促進策を、自社の競争力向上の機会であると捉えて積極的に活用し、将来的には行政の支援

等から自立(自走化)した状態を目指すことが期待される。また、近年はSDGsに関する社会的関心が高まっており、施策の活用にあたっては、SDGsの視点が将来的な競争力向上にも繋がる可能性があることを念頭に置くべきである。

県民においては、観光客の観光消費が地域の発展に寄与することを理解しながら、自らも持続可能な観光地づくりに関わる者として、温かくおもてなしの心で観光客を迎え入れることが期待される。

観光客においては、訪問地の自然や生態系への配慮、その土地の慣習、マナー、地域住民の生活等を尊重するレスポンシブルツーリズムの考えのもと、沖縄観光を満喫することが期待される。

## (2) 対応方針と具体的施策

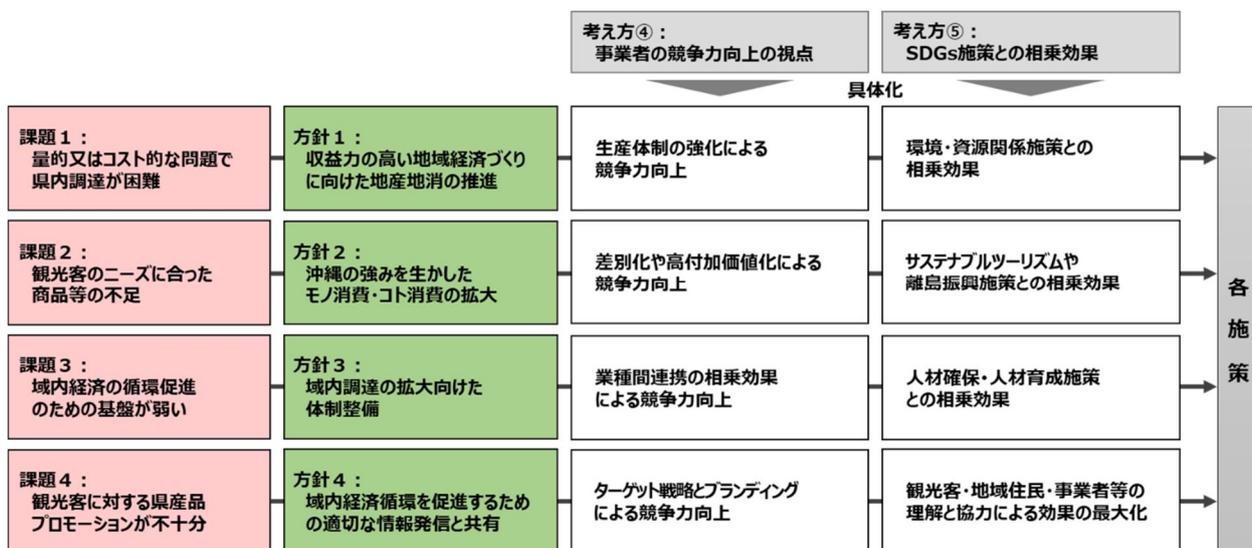
(1)の考え方を踏まえ、課題に対して4つの対応方針とそれに連なる施策等について、以下のとおり提言する。

観光を基軸とした域内経済の循環促進に関する方針	
方針1	収益力の高い地域経済づくりに向けた地産地消の推進
方針2	沖縄の強みを生かしたモノ消費・コト消費の拡大
方針3	域内調達への拡大に向けた体制整備
方針4	域内経済循環を促進するための適切な情報発信と共有

なお、方針1が主に域内調達率を高めるための施策、方針2が主に観光消費を高めるための施策、そして方針3・4が方針1・2を促進するための共通の施策となっている。

また、「考え方④ 事業者の競争力向上の視点」と「考え方⑤ SDGs施策との相乗効果」の関係性については、下図に示すとおりである。

図表5-2 対応方針と考え方④⑤との関係性



## 【方針1 収益力の高い地域経済づくりに向けた地産地消の推進】

台風などの気候特性や生産力の問題など、特有の制約条件が存在するなかで域内調達率を高めるためには、ニーズが高い品目の安定供給、優位性が高い品目の利用促進及び域内調達を促進するための方策を検討する必要がある。

それらを踏まえ、以下のとおり施策及び取組例を示す。

### 施策① 原材料の安定確保の推進

観光関連事業者が調達する原材料について、観光客が求める食材等に関するニーズの把握を行うとともに、県産品の活用に優位性がある範囲において、必要量の安定確保を推進する。

#### 取組例

- 観光客の嗜好や生産・販売の動向把握
- ニーズが高い食材の生産・供給体制強化（技術支援、施設整備、品種改良による生産効率向上 等）
- 規格外農産品の有効活用促進（カット・ペースト加工での利用促進 等）

### 施策② 宿泊施設・飲食店等における県産品の利用促進

観光関連事業者の県産品利用を促進するため、需要と供給のタイミングや質も考慮しながら、県産品と事業者をつなぐ機会の提供や県産品が活用しやすい環境づくりに取り組む。

#### 取組例

- 事業者に対する県産品に係る情報提供（観光協会・DMO・商工会等を通じた情報発信、「県産品奨励月間」等における取組強化 等）
- 生産者と観光事業者のマッチング機能の充実（沖縄大交易会・産業まつり・果報庭 等）
- 業種間の新たなマッチング機会の創出（デジタル技術を活用したマッチングの推進、業種別・商材別など様々なテーマの商談会等の開催）
- 各種登録・認証制度（「おきなわ食材の店」、「琉球料理が味わえる店」等）の効果的な運用

### コラム（先進事例1）

### 食材のマッチング支援（福島県会津若松市）

主体：特定非営利活動法人 素材広場

生産者と宿泊施設・飲食店のマッチングを行う取組み。生産者から食材に関する情報を収集し、宿や飲食店に対して旬野菜の出荷情報やお買い得情報をメールで配信しており、市場にはあまり流通していない食材（米、野菜、果物、鶏肉、川魚、卵、牛乳、麺、漬物、ソーセージ、日本酒、ワインなど）を幅広く扱う。



このほか、宿泊施設や飲食店の料理人と生産現場を視察しながら、収穫前の食材について農家とディスカッションを行う企画なども実施している。

市場に流通していない地域の伝統野菜や、生産者がこだわりを持って作った食材について、新たな購入や料理・メニューの企画化を促進している。

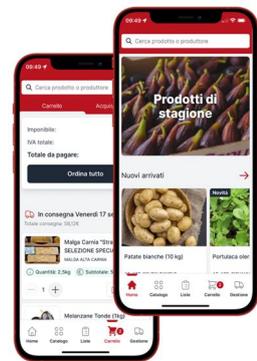
出典・画像引用：公益財団法人日本交通公社 編著、インバウンドの消費促進と地域経済活性化、ぎょうせい

### コラム（先進事例2）

### 生産者と宿泊施設等をつなぐサービス（イタリア）

主体：soplaya(イタリアの新興企業)

スマホアプリとインターネット、AIを利用して、食材の生産者と宿泊施設・飲食店・小売店をダイレクトにつなげるサービス。商品は、新鮮で本物志向の食材や、季節限定、オーガニック、ローカルフード、グルテンフリーの食材など付加価値の高いものを扱う。物流ハブと配送車両を有し毎日24時間に以内に商品を配送している。



イタリア国内15都市で展開され、2022年時点で300の生産者と2,000の購入者が利用、生産者の利益の18%増加、購入者の費用の12%減少、CO2排出の50%削減に寄与したとしている。

出典・画像引用：soplaya Web サイト <https://soplaya.com/index.html>

### 施策③ 域外調達を代替する新技術の導入の検討等

「観光事業者向け調査」によって、域外調達率が高く、かつ経費がかかっていることが確認できた客室消耗品(アメニティ)・加工食品・プラスチック製品(包材等)・雑貨等について、3R (Reduce/Reuse/Recycle) の促進等による循環型社会の形成を見据えつつ、地域の実情を考慮した域内での製造強化や域内調達を促進するための新たな技術や仕組み等の導入を検討する。

## 取組例

- 客室消耗品(アメニティ)の削減・廃止に向けた取組(代替品(県産の天然素材を使った石鹸、化粧品等)の開発や利用促進に対する支援等)
- 食材の長期保存・加工のための体制整備(急速凍結設備などの整備等)
- 県内調達を促すための設備の導入支援、技術支援等
- リサイクル素材の活用促進(宿泊施設・飲食店などでのリサイクルガラス製品(醤油さし、グラス、花瓶等)の導入促進等)

### コラム(先進事例3) 地元出資によるリネンサプライ事業(島根県海士町)

主体：株式会社島ファクトリー

観光協会が出資して設立した会社を中心となり、島に無かったリネンサプライ事業を立ち上げた取組み。洗濯は本土業者並みの価格で受注し、時期によって週1~4回ほど稼働している。



同社ではこのほか、客室清掃事業や旅行ツアーの企画造成、古民家宿泊施設の運営なども担っている。

本土のリネンサプライ業者を利用するために島内の宿泊業者が負担していたコスト(輸送費用の支払いや、長いリードタイムをカバーするために抱えるリネン類の在庫など)の削減につながっている。

出典・画像引用：島ファクトリーWebサイト <https://shima-factory.themedia.jp/>

### コラム(先進事例4) 急速凍結技術の導入(島根県海士町)

主体：島根県海士町

CAS※と呼ばれる急速凍結技術を、自治体では全国で初めて島に導入した取組み。町が施設を整備し、第3セクターが運営を担っている。

夏~秋が旬の「白いか」、春が旬の「岩牡蠣」などの特産品を冷凍することで、新鮮なまま通年で供給することが可能となった。このほか農産加工品や牛肉などもCAS冷凍品として供給している。

首都圏への販売や海産物のブランド化に加え、漁業者の収入安定化にも寄与している。



※Cells Alive System 細胞組織を破壊せずに凍結させるシステム

出典・画像引用：海士町 Web サイト [http://www.town.ama.shimane.jp/kurashi/guide/10800/10802/post-](http://www.town.ama.shimane.jp/kurashi/guide/10800/10802/post-29.html)

29.html

## 【方針2 沖縄の強みを生かしたモノ消費・コト消費の拡大】

経済波及効果を増大させるためには、観光消費（モノ消費・コト消費）も高めるべきであり、そのために観光客のニーズに基づく沖縄ならではの資源を活用した商品やコンテンツの提供及び付加価値の向上、さらには滞在日数の延伸が必要である。

また、特徴的な自然や文化を有する離島地域等においては、来訪する観光客の消費に焦点を当て、既存特産品のブラッシュアップとともに、新たな基幹産業になりうる特産品の開発を目指すなど、更なる観光消費の拡大を図ることで、地域経済の好循環を生み出すことも期待される。

さらに、実際に沖縄に来なければできない体験に県産品を組み合わせることや、伝統的な工芸品などの「沖縄の宝」を見せて稼ぐ視点も必要となる。

それらを踏まえ、以下のとおり施策及び取組例を示す。

### 施策① 新たな沖縄観光ニーズの掘り起こし

様々な観光客のニーズに合った商品開発に向けて、外国人観光客やZ世代・ミレニアル世代など、SDGsに関心の高い層のニーズを把握する。

#### 取組例

- 外国人観光客やZ世代、SDGsに関心の高い層等のニーズ調査 等

### 施策② 優位性・独自性ある資源の活用推進

観光消費を促すため、市場での競争力が確保できる自然、歴史、文化、特産物など、優位性・独自性が高い沖縄の特徴を活用した商品やコンテンツの開発支援、現在は利用されていない資源の活用促進、コト消費とモノ消費を組み合わせた観光コンテンツの活用等に取り組む。

#### 取組例

- 体験交流型観光プログラムの開発（インバウンドやZ世代を意識した農泊、文化体験 等）
- 自然・歴史・文化などソフトパワーを活用した観光の推進（伝統工芸体験の受入体制拡充、工房と観光客をつなぐwebサイトの設置、収穫体験コンテンツの開発促進 等）
- 沖縄の豊富な生物資源・海洋資源等を活用した商品の開発促進
- 地域の強みを活かした新たな基幹産業づくりの強化、支援 等

### コラム（先進事例5）

### かりゆしウェアのレンタルサービス（沖縄県）

主体：株式会社 BAGASSE UPCYCLE

製糖工場で発生するバガス（さとうきびの搾りかす）から生成された生地で製品化された「かりゆしウェア」によって、ホテルなどで観光客向けにレンタルサービスを行っている。

沖縄の資源の有効活用によって、観光消費を促すことにつながっている。



出典：BAGASSE UPCYCLE Web サイト <https://circular.bagasse-upcycle.com/>

画像引用：沖縄県 美ら島沖縄 2021年8月号, 独立行政法人農畜産業振興機構

### コラム（先進事例6）

### 商品開発の支援（熊本県阿蘇市）

主体：道の駅阿蘇

道の駅に商品を出展する生産・製造者に対して5万円の支援と商品開発アドバイスを行う新商品開発助成制度や、商品出展者による研究会に50万円の研究費をサポートして商品開発を促すなどの取組み。財源は道の駅運営による利益から捻出されている。

後述する阿蘇プレミアムコーナー（先進事例8）等の取組みも実施することで、売りに占める阿蘇市産、もしくは阿蘇市内で製造された商品の割合は、2012年の60%台から2017年の85%に大きく上昇した。

#### 開発を支援した製品

#### ●木の実の阿蘇パネトーネ●

- ・形状と原料についてアドバイスをを行い従来の商品を改良
- ・生産者の売り上げアップに貢献



出典・画像引用：公益財団法人日本交通公社 編著,インバウンドの消費促進と地域経済活性化,ぎょうせい

## コラム（先進事例7）

## 地場産業の形成（岩手県葛巻町）

主体：岩手県葛巻町

町が中心となって、地域資源を活かした「ミルクとワインとエネルギー」による地域産業政策が行われている。葛巻町畜産開発公社の立ち上げによるチーズ製造事業や、葛巻高原食品加工株式会社(第3セクター)の立ち上げによるワイン製造事業をはじめ、ジュース、ジェラートなどの特産品開発、風力発電などのクリーンエネルギーの推進、宿泊・体験型施設の運営など、地域で6次産業化や農商工観光連携等が図られている。

地場産業が観光資源となり、視察や観光による訪問者が増加し、コロナ前は年間約50万人が訪問した。



出典・画像引用：熊坂敏彦，観光を基軸とした新しい地域産業政策と「循環型地場産業」の形成，第3回 観光を基軸とした域内経済の循環促進に関する万国津梁会議 資料

### 施策③ 観光商品等の高付加価値化

商品の高付加価値化や付加価値の高い商品の販売等を支援し、高付加価値商品の需要喚起を図る。

#### 取組例

- 「おきなわブランド戦略」によるブランド力の強化
- 商品の価値を伝えるヒストリーを背景としたストーリーの構築支援（富裕層向けガイドブックへの特産品の掲載 等）
- 高付加価値商品の販売促進（海外コンクール等への出品支援、取扱店の拡充支援 等）
- 業種間でのコラボレーションによる高付加価値商品製作の支援（工芸品、特産品）
- 地域特産品のブランド化支援

### コラム（先進事例 8）

### 高品質地産品を揃えた特設コーナー（熊本県阿蘇市）

主体：道の駅阿蘇

道の駅内に、コンクールなど、第三者による評価を受けた商品のみを揃えた「阿蘇プレミアムコーナー」を設置した取組。コーナーに置かれた商品は、休日に道の駅側で試食販売スタッフを配置して販促を行っている。

消費者にとっては、確実に品質の高い地産品を購入できる安心感がある。道の駅を訪れるバイヤーもこのコーナーを一番に注目する。

生産者にとっては、売上増加や販路拡大のチャンスが得られるため、品質の高い特産品開発を行うインセンティブになっている。



出典・画像引用：公益財団法人日本交通公社 編著,インパウンドの消費促進と地域経済活性化,ぎょうせい

### 施策④ 滞在日数の延伸

観光客と地域・住民が価値を共有するサステナブル（持続可能）、観光に携わる全ての人とその土地の環境や文化などに与える影響に責任を持つレスポンシブル（責任ある）の視点を踏まえつつ、滞在型旅行の推進等によって、滞在日数の延伸に取り組む。

#### 取組例

- サステナブルツーリズムの推進
- 離島の資源やスポーツ、イベントなどの既存コンテンツを活用した滞在型ツアーの造成支援（泡盛・伝統芸能を活用した体験やプロ野球キャンプの舞台裏ツアーの開発支援 等）

### 施策⑤ 離島地域等における観光振興

各離島地域等の優位性・独自性を踏まえつつ、新たな観光コンテンツの創出等に取り組むとともに、効果的なプロモーションを展開する。

#### 取組例

- 地域の強みを活かした新たな基幹産業づくりの強化、支援
- 離島の資源やスポーツ、イベントなどの既存コンテンツを活用した滞在型ツアーの造成支援（泡盛・伝統芸能を活用した体験やプロ野球キャンプの舞台裏ツアーの開発支援 等）
- 小型ラグジュアリー船による小規模離島の周遊促進
- 離島地域等の観光振興のための支援（専門知識を有するアドバイザー派遣、観光人材採用のための渡航費支援 等）

### 【方針3 域内調達の拡大に向けた体制整備】

域内経済循環の促進には様々な産業が関係しており、効果的な施策の展開にあたっては、観光部門のみならず商工・農水部門との連携が不可欠であるとともに、国や市町村などの行政機関、民間事業者やその支援機関、関係団体等との連携体制構築も求められる。

また、事業者の競争力向上や持続可能な観光振興のため、人材育成や労働生産性向上の視点も重要となる。

それらを踏まえ、以下のとおり施策及び取組例を示す。

#### 施策① 産業間・業種間の連携強化

観光、商工、農水分野が連携し、「おきなわブランド」の浸透に向けた推進体制を整備するとともに、人材育成や技術力の向上において重要な役割を担う教育・研究機関や、投資による域内経済循環の促進において重要な役割を担う金融機関、更には沖縄の優位性のひとつである健康長寿に係る医療機関なども含め、産学官金医を中心とした業種の連携強化を図る。併せて、生産者と観光事業者をつなぐ流通機能の整備も図る。

##### 取組例

- 域内調達促進に向けた観光、商工、農水分野による連携体制構築（定期的な情報交換 等）
- 他業種との協働を目的とした交流会等の開催（交流会・商談会のPR強化 等）
- 様々なニーズに対応可能な流通機能の整備（道の駅・小売店・卸売業者の流通機能強化支援 等）
- 産学官金医での連携促進（スタートアップと関係機関のマッチング支援 等）
- 業種間の新たなマッチング機会の創出（デジタル技術を活用したマッチングの推進、業種別・商材別など様々なテーマでの商談会等の開催 等）

#### 施策② 持続的な観光振興を支える体制整備

観光関連産業に必要な人材の育成・確保を行うとともに、人材不足等へ対応するため、労働生産性の向上を図る。

##### 取組例

- 生産者や文化継承者など担い手の育成（事業化を担う人材育成の講座・研修、海外人材の教育支援や活用促進 等）
- 商品化から販売までをサポートするコーディネート人材の活用促進（セミナーの開催、事業者への専門家派遣 等）
- 高付加価値旅行者を取り込むための観光関連産業人材の確保、育成（観光学部等を有する大学と連携した教育プログラム開発 等）
- 労働生産性の向上支援（デジタル化・施設整備への支援 等）

#### 【方針4 域内経済循環を促進するための適切な情報発信と共有】

域内経済循環を促進するためには、観光客に向けた効果的なプロモーションが必要である。沖縄観光ブランドである「Be.Okinawa」により、南国リゾートとしての沖縄イメージは広く浸透しているものの、必ずしも沖縄県内で生産されている製品と結びついているわけではない。沖縄の地場産品と結びついたブランドイメージを確立することで、地場産品の価値向上や消費の促進を図るべきである。

また、持続可能な観光の振興にあたっては、観光客・地域住民・事業者等の観光に携わる全ての人々の理解や協力が不可欠である。そのため、観光や域内経済循環の実態について正しい情報の把握に努めつつ、観光がいかに地域経済に影響を及ぼしているか、適切に情報を発信・共有することで、関係者間の理解の深化を図る必要がある。

それらを踏まえ、以下のとおり施策及び取組例を示す。

##### 施策① 観光客への効果的なプロモーション

観光客が特産品等を認知・利用できるよう、これまでに培った「Be.Okinawa」の世界観や「おきなわブランド戦略」等を踏まえて、魅力発信や触れる機会の創出等、ターゲット別の効果的なプロモーションを行う。

また、県外に販売しているものの、地元では消費されていない地場産品について、来訪する観光客にも消費してもらえるようなプロモーションを行う。

##### 取組例

- 観光客向け県産品 PR のためのガイドブック作成
- 多くの観光客が目にする場所での工芸品の PR 促進（空港・観光地・交通機関での工芸品等の展示・活用促進、宿泊施設・飲食店におけるやちむんや琉球ガラス利用促進 等）
- 高品質県産品の販売拡充・強化（空港・道の駅・小売店での特設コーナー設置促進 等）
- デジタル技術の活用による発信力強化（工房と観光客をつなぐ Web サイトの設置 等）
- 土産品販売における優良県産品の活用促進（試食やレシピの提供に関する補助、ノベルティや販促品の提供 等）
- 域内調達の高い商品の効果的な PR（飲食店や土産品での「原材料の県内調達率」表示促進 等）
- 認証制度創設（土産販売員の工芸品や県産品の知識、観光事業者のサービス品質 等）
- 「おきなわブランド戦略」を踏まえ、「Be.Okinawa」を活用したターゲット別のプロモーション強化

主体：Qualmark New Zealand

観光事業者のサービス品質を保証する「Qualmark」という認証制度で、政府観光局と自動車協会が設立した団体が運営している。認証制度は、持続可能な観光の国際基準（GSTS）にも準拠し、安全、経営、環境、人材、地域社会・文化の5つの領域における基準を設定しており、各基準を通じて地域経済への貢献についても間接的に評価される。

事業者は、認証の取得が市場での優位性を獲得する手段として認識しており、店舗やパンフレットなどでロゴマークを表示している。

政府観光局が展開するデスティネーションブランド「100% Pure New Zealand」と紐づけられており、ブランドが保証する価値を、観光事業者が提供できるようにするための仕組みとして機能している。



出典・画像引用：Qualmark ウェブサイト <https://www.qualmark.co.nz/>

主体：Shorefast(カナダの慈善団体)

ホテル、ショップ、レストラン等で提供する商品やサービスについて、お金が何に支払われたのか(費用と利益の構成)と、どこの地域に行くのかという情報を、食品の栄養ラベルをモデルに開発した「経済成分表」で示す取組み。団体が島内で提供する商品やサービスのすべてに経済成分表を表示している。

消費者は自身の消費行動が地域にどの程度貢献できているのかを把握することができる。

お金が何に支払われたかを示す

- 労務費：49%
  - 食材・客室消耗品：12%
  - 販売手数料：5%
  - 管理費：18%
  - 販売費：4%
  - 利益：12%
- ↳ 利益は慈善団体を通じて地域に再投資される

お金がどこへ行くかを示す

- 地域(fogo island) : 65%
- 州(Newfoundland) : 13%
- 国(Canada) : 19%
- 海外(Rest of the world) : 3%

宿泊施設「フォーゴアイランド・イン」の経済成分表

Economic Nutrition <sup>CM</sup>	
fogo island inn	
NIGHTLY STAY	WHERE THE MONEY GOES
Labour	49%
Food, Room Supplies	12%
Commissions, Fees	5%
Operations, Admin	18%
Sales, Marketing	4%
Surplus	12%
Reinvested in the community of Fogo Island	
Economic Benefit Distribution	
Fogo Island	65%
Newfoundland	13%
Canada	19%
Rest of the World	3%

ECONOMIC NUTRITION is a certification trademark of Shorefast Foundation, used under license by Shorefast Social Enterprises Inc.



出典・画像引用：fogo island inn Web ページ <https://fogoislandinn.ca/contact-us/economic-nutrition/>

施策② 域内経済循環の定量把握と共有・活用

観光と域内経済循環に関して、観光客・地域住民・事業者等の観光に携わる全ての人々の理解や協力を得るため、情報発信に取り組むとともに、その根拠となる統計情報等の精緻化を図るほか、更なる観光振興に向けたデータ収集や分析にも取り組む。

取組例

- 観光や域内調達が県経済へ与える効果の PR 促進 (経済波及効果等の算出及びその情報発信 等)
- 観光関連統計の精緻化 (各種調査の手法見直し 等)
- 域内経済循環のための深掘り調査の実施 等

## 巻末資料

### 委員（五十音順）

氏名	所属・職名	
大島 佐喜子	一般社団法人竹富町観光協会 会長	
下地 芳郎	一般財団法人沖縄観光コンベンションビューロー 会長	副委員長
末吉 康敏	イオン琉球株式会社 取締役会長	委員長
平良 由乃	株式会社プラザハウス 代表取締役社長	
玉城 直美	株式会社うなゑ沖縄 代表取締役	
内藤 重之	琉球大学 農学部 学部長	
林 優子	名桜大学 副学長	
古屋 秀樹	東洋大学 国際観光学部 教授	

### 審議経過

月日	会議等 (場所)	議事等
令和5年 8月21日(月)	第1回会議 (県庁6階第1特別会議室)	【議事】 ・観光事業者向け調査案について 【報告事項】 ・会議の目的とスケジュールについて ・沖縄県の観光経済の現状について
令和5年 9月21日(木)	第2回会議 (県庁6階第1特別会議室)	【議事】 ・本会議で議論する施策について ・観光事業者向け調査案について 【報告事項】 ・第1回会議での委員意見等について
令和5年 12月27日(水)	第3回会議 (県庁6階第1特別会議室)	【議事】 ・観光事業者向け調査の結果について ・外部有識者による話題提供 ・観光を基軸とした域内経済の循環促進に関する課題と対応方針(案)について
令和6年 2月1日(木)	第4回会議 (県庁6階第2特別会議室)	【議事】 ・「観光を基軸とした域内経済の循環促進に関する提言」について 【報告事項】 ・提言書(案)(たたき台)の全体構成について ・域内経済の循環促進に関する先進事例について
令和6年 3月18日(月)	第5回会議 (沖縄県教職員共済会館 八汐荘 4階 中会議室)	【議事】 ・提言書(案)について

# 観光関連事業者向け調査 アンケート調査票

## ① 宿泊業

### 仕入・外注に関する調査 ＜宿泊事業者＞

この調査は、観光による県内経済の循環促進策を検討するため、仕入・外注の状況や県内調達に関する実態を把握するものです。ご協力のほどよろしくお願い申し上げます。

PC/スマートフォンからも回答いただけます。QRコードからアクセスください。

**回答期限 令和5年10月27日(金)**  
 沖縄県文化観光スポーツ部観光政策課(調査主体)  
 公益財団法人日本交通公社(調査実施)

問1 経営組織を選択してください。

1. 株式会社(県内資本が過半数)	2. 株式会社(県外資本が過半数)
3. 個人経営	4. その他( )

問2 宿泊事業について2022年(1年間又は1年度)の売上(収入)金額を選択してください。

1. 500万円未満	2. 500万円～1,000万円未満
3. 1,000万円～3,000万円未満	4. 3,000万円～1億円未満
5. 1億円～5億円未満	6. 5億円～15億円未満
7. 15億円～25億円未満	8. 25億円以上

問3 宿泊施設について、2022年(1年間又は1年度)の平均客室単価を 円/室 記入してください。  
※正確な数値の把握が困難な場合は、概算値で構いません。

問4 宿泊事業について、2022年(1年間又は1年度)の「費用総額(売上原価+販売費及び一般管理費)」のうち、各費用項目の占める「割合」をそれぞれの欄に記入してください(①)。また、それらについて、仕入・材料費は生産・製造した業者の地域別割合(生産地)、外注費や販売手数料は支払先業者の地域別割合を、合計が100となるように割合で記入してください(②)。卸売業者経由の場合は、県内卸売業者の割合も記入してください(③)。  
※正確な数値の把握が困難な場合は、概算値で構いません。

項目	費用総額に占める割合(①)	生産・製造した業者/支払先業者(②)				県内卸売業者の割合(③)
		沖縄県内	沖縄県外(国内)	海外(輸入)	②計	
仕入・材料費	生鮮品(農産物)	%	%	%	100%	%
	生鮮品(畜産物)	%	%	%	100%	%
	生鮮品(水産物)	%	%	%	100%	%
	加工食品	%	%	%	100%	%
	調味料	%	%	%	100%	%
	飲料(酒類以外)	%	%	%	100%	%
	酒類	%	%	%	100%	%
	客室消耗品(アメニティ)	%	%	%	100%	%
	その他仕入・材料費	%	-	-	-	100%
外注費	清掃・洗濯サービス(リネン)	%	%	%	100%	
	その他外注費	%	%	%	100%	
販売手数料(旅行会社等)	%	%	%	%	100%	
人件費	%					
その他	%					
①計	100%					

1

- 問5 (1) 問4で記入した「生鮮品、加工食品、調味料、飲料、酒類」などの食料品のうち、詳細な品目を費用の大きな順に5つまで選び、具体例を記入してください。品目は下欄の品目例から選択してください。それらについて生産・製造した業者の地域別割合(生産地)を合計が100となるように割合で記入してください(2022年(1年間又は1年度)の数値)。  
※正確な数値の把握が困難な場合は、概算値で構いません。
- (2) 各品目について、県内から調達する理由と県外から調達する理由を下記の理由一覧からそれぞれ選択してください。(いくつでも)

品目例：  
 米、麦、豆類、きのこ類、小麦粉、野菜、果実、肉、卵、生花、ジャム、ハム・ソーセージ、乳製品、その他農産加工品、干物、練り製品、その他水産加工品、調味料、コーヒー、お茶、めん、パン、菓子類、弁当、その他調理済み食品、酒・アルコール類、清涼飲料、ミネラルウォーター、水、たばこ、その他

品目	具体例	生産・製造した業者の地域別割合				県内から調達する理由	県外から調達する理由
		沖縄県内	沖縄県外(国内)	海外(輸入)	ヨコ計		
例：野菜	例：ニンジン	50%	20%	30%	100%	4,6,7	2,4,5,9
		%	%	%	100%		
		%	%	%	100%		
		%	%	%	100%		
		%	%	%	100%		
		%	%	%	100%		

**県内から調達する理由**

1. 県内の方が品質が良いから
2. 県内の方が価格が安いから
3. 県内の方が納期が早いから
4. 県内の方が品揃えが良いから
5. 県内から必要な量を調達できるから
6. 県内に調達先があるから
7. 県内の調達先を知っているから
8. 県内事業者との取引関係があるから
9. 流通業者(商社、問屋、代理店等)に頼むと結果的にそうなる
10. 県内産に顧客ニーズがあるから
11. 県内産や特産品を提供したいため
12. その他( )

**県外から調達する理由**

1. 県外の方が品質が良いから
2. 県外の方が価格が安いから
3. 県外の方が納期が早いから
4. 県外の方が品揃えが良いから
5. 県内で必要な量を調達できないから
6. 県内に調達先がないから
7. 県内の調達先を知らないから
8. 県外事業者との取引関係があるから
9. 流通業者(商社、問屋、代理店等)に頼むと結果的にそうなる
10. 県外産に顧客ニーズがあるから
11. その他( )

- 問6 仕入・外注について、県内からの調達を増やせる可能性のある商品・サービスがありましたらご記入ください。また、県内からの調達を増やすために工夫していることや、必要な行政の施策等がありましたらご記入ください。(自由回答)

ご協力ありがとうございました。

② 飲食業

### 仕入・外注に関する調査 ＜飲食事業者＞

この調査は、観光による県内経済の循環促進策を検討するため、仕入・外注の状況や県内調達に関する実態を把握するものです。ご協力のほどよろしくお願い申し上げます。



PC/スマートフォンからも  
回答いただけます。QR コード  
からアクセスください。

回答期限 令和5年10月27日(金)  
沖縄県文化観光スポーツ部観光政策課(調査主体)  
公益財団法人日本交通公社(調査実施)

問1 経営組織を選択してください。

- |                   |                   |
|-------------------|-------------------|
| 1. 株式会社(県内資本が過半数) | 2. 株式会社(県外資本が過半数) |
| 3. 個人経営           | 4. その他( )         |

問2 飲食事業について2022年(1年間又は1年度)の売上(収入)金額を選択してください。

- |                      |                    |
|----------------------|--------------------|
| 1. 500万円未満           | 2. 500万円~1,000万円未満 |
| 3. 1,000万円~3,000万円未満 | 4. 3,000万円~1億円未満   |
| 5. 1億円~5億円未満         | 6. 5億円以上           |

問3 飲食業について、2022年(1年間又は1年度)の売上(収入)金額  
に占める観光客向けの割合(観光割合)を記入してください。

 %

※正確な数値の把握が困難な場合は、  
日常的な感覚等で構いません。

問4 飲食事業について、2022年(1年間又は1年度)の「費用総額(売上原価+販売費及び一般管理費)」のうち、各費用項目の占める「割合」をそれぞれの欄に記入してください(①)。  
また、それらについて、仕入・材料費は生産・製造した業者の地域別割合(生産地)、外注費  
や販売手数料は支払先業者の地域別割合を、合計が100となるように割合で記入してくだ  
さい(②)。卸売業者経由の場合は、県内卸売業者の割合も記入してください(③)。

※正確な数値の把握が困難な場合は、概算値で構いません。

項目	費用総額 に占める 割合(①)	生産・製造した業者/支払先業者(②)				県内卸売 業者の 割合(③)
		沖縄県内	沖縄県外 (国内)	海外 (輸入)	②計	
仕入・ 材料費	生鮮品(農産物)	%	%	%	100%	%
	生鮮品(畜産物)	%	%	%	100%	%
	生鮮品(水産物)	%	%	%	100%	%
	加工食品	%	%	%	100%	%
	調味料	%	%	%	100%	%
	飲料(酒類以外)	%	%	%	100%	%
	酒類	%	%	%	100%	%
	その他仕入・材料費	%	-	-	-	-
外注費( )	%	%	%	%	100%	
人件費	%					
その他	%					
①計	100%					

問5 (1) 問4で記入した「生鮮品、加工食品、調味料、酒類、飲料」などの食料品のうち、詳細な品目を費用の大きな順に5つまで選び、具体例を記入してください。品目は下欄の品目例から選択して記入してください。それらを生産・製造した業者の地域別割合（生産地）を合計が100となるように割合で記入してください（2022年(1年間又は1年度)の数値）。

※正確な数値の把握が困難な場合は、概算値で構いません。

(2) 各品目について、県内から調達する理由と県外から調達する理由を下記の理由一覧からそれぞれ選択してください。（いくつでも）

品目例：

米、麦、豆類、きのこ類、小麦粉、野菜、果実、肉、卵、生花、ジャム、ハム・ソーセージ、乳製品、その他農産加工品、干物、練り製品、その他水産加工品、調味料、コーヒー、お茶、めん、パン、菓子類、弁当、その他調理済み食品、酒・アルコール類、清涼飲料、ミネラルウォーター、氷、たばこ、その他

品目	具体例	生産・製造した業者の地域別割合				県内から調達する理由	県外から調達する理由
		沖縄県内	沖縄県外(国内)	海外(輸入)	ヨコ計		
例：肉	例：牛肉	50%	20%	30%	100%	4,6,7	2,4,5,9
		%	%	%	100%		
		%	%	%	100%		
		%	%	%	100%		
		%	%	%	100%		
		%	%	%	100%		

**県内から調達する理由**

1. 県内の方が品質が良いから
2. 県内の方が価格が安いから
3. 県内の方が納期が早いから
4. 県内の方が品揃えが良いから
5. 県内から必要な量を調達できるから
6. 県内に調達先があるから
7. 県内の調達先を知っているから
8. 県内事業者との取引関係があるから
9. 流通業者（商社、問屋、代理店等）に頼むと結果的にそうなる
10. 県内産に顧客ニーズがあるから
11. 県内産や特産品を提供したいため
12. その他〔 〕

**県外から調達する理由**

1. 県外の方が品質が良いから
2. 県外の方が価格が安いから
3. 県外の方が納期が早いから
4. 県外の方が品揃えが良いから
5. 県内で必要な量を調達できないから
6. 県内に調達先がないから
7. 県内の調達先を知らないから
8. 県外事業者との取引関係があるから
9. 流通業者（商社、問屋、代理店等）に頼むと結果的にそうなる
10. 県外産に顧客ニーズがあるから
11. その他〔 〕

問6 仕入・外注について、県内からの調達を増やせる可能性のある商品・サービスがありましたらご記入ください。また、県内からの調達を増やすために工夫していることや、必要な行政の施策等がありましたらご記入ください。（自由回答）

ご協力ありがとうございました。

③ 菓子製造業(土産品)

**仕入・外注に関する調査**  
**<菓子製造事業者>**

この調査は、観光による県内経済の循環促進策を検討するため、仕入・外注の状況や県内調達に関する実態を把握するものです。ご協力のほどよろしくお願ひ申し上げます。



PC/スマートフォンからも  
回答いただけます。QR コー  
ドからアクセスください。

**回答期限 令和5年10月27日(金)**  
沖縄県文化観光スポーツ部観光政策課(調査主体)  
公益財団法人日本交通公社(調査実施)

問1 経営組織を選択してください。

- |                   |                   |
|-------------------|-------------------|
| 1. 株式会社(県内資本が過半数) | 2. 株式会社(県外資本が過半数) |
| 3. 個人経営           | 4. その他( )         |

問2 菓子製造事業について2022年(1年間又は1年度)の売上(収入)金額を選択してください。

- |                      |                    |
|----------------------|--------------------|
| 1. 500万円未満           | 2. 500万円~1,000万円未満 |
| 3. 1,000万円~3,000万円未満 | 4. 3,000万円~1億円未満   |
| 5. 1億円~5億円未満         | 6. 5億円~15億円未満      |
| 7. 15億円~25億円未満       | 8. 25億円以上          |

問3 菓子製造事業について、2022年(1年間又は1年度)の売上(収入)金額に占める観光客向け商品の割合(観光割合)を記入してください。 %

※正確な数値の把握が困難な場合は、日常的な感覚等で構いません。

問4 菓子製造事業について、2022年(1年間又は1年度)の「費用総額(売上原価+販売費及び一般管理費)」のうち、各費用項目の占める「割合」をそれぞれの欄に記入してください(①)。また、それらについて、仕入・材料費は生産・製造した業者の地域別割合(生産地)、外注費や販売手数料は支払先業者の地域別割合を、合計が100となるように割合で記入してください(②)。卸売業者経由の場合は、県内卸売業者の割合も記入してください(③)。

※正確な数値の把握が困難な場合は、概算値で構いません。  
※全ての商品について記載することが困難な場合は、複数の主力商品についてご記入ください。

項目	費用総額に占める割合(①)	生産・製造した業者/支払先業者(②)			②計	県内卸売業者の割合(③)
		沖縄県内	沖縄県外(国内)	海外(輸入)		
仕入・材料費	原材料(農産物)	%	%	%	100%	%
	原材料(畜産物)	%	%	%	100%	%
	原材料(水産物)	%	%	%	100%	%
	原材料(加工食品・調味料)	%	%	%	100%	%
	段ボール・紙製品	%	%	%	100%	%
	プラスチック製品	%	%	%	100%	%
	その他仕入・材料費	%	-	-	-	-
修繕費(メンテナンス費用等含む)	%	%	%	%	100%	
広告・宣伝費(デザイン費用等含む)	%	%	%	%	100%	
その他外注費	%	%	%	%	100%	
人件費	%	-	-	-	-	
その他	%	-	-	-	-	
①計	100%					

問5 (1) 問4で記入した「農・畜・水産物、加工食品、調味料」などの原材料のうち、**詳細な品目を費用の大きな順に5つまで選び、具体例**を記入してください。品目は下欄の品目例から選択してください。また、それらについて**生産・製造した業者の地域別割合（生産地）**を合計が100となるように割合で記入してください（2022年(1年間又は1年度)の数値）。

※正確な数値の把握が困難な場合は、概算値で構いません。  
※全ての商品について記載することが困難な場合は、複数の主力商品についてご記入ください。

(2) 各品目について、**県内から調達する理由**と**県外から調達する理由**を下記の理由一覧からそれぞれ選択してください。（いくつでも）

品目例：  
米、麦、豆類、きのこ類、小麦粉、野菜、果実、肉、卵、生花、ジャム、ハム・ソーセージ、乳製品、その他農産加工品、干物、練り製品、その他水産加工品、調味料、コーヒー、お茶、めん、パン、菓子類、その他調理済み食品、酒・アルコール類、清涼飲料、ミネラルウォーター、氷、その他

品目	具体例	生産・製造した業者の地域別割合				県内から調達する理由	県外から調達する理由
		沖縄県内	沖縄県外(国内)	海外(輸入)	ヨコ計		
例：小麦粉	例：中力粉	50%	20%	30%	100%	4,6,7	2,4,5,9
		%	%	%	100%		
		%	%	%	100%		
		%	%	%	100%		
		%	%	%	100%		
		%	%	%	100%		

- 県内から調達する理由**
1. 県内の方が品質が良いから
  2. 県内の方が価格が安いから
  3. 県内の方が納期が早いから
  4. 県内の方が品揃えが良いから
  5. 県内から必要な量を調達できるから
  6. 県内に調達先があるから
  7. 県内の調達先を知っているから
  8. 県内事業者との取引関係があるから
  9. 流通業者（商社、問屋、代理店等）に頼むと結果的にそうなる
  10. 県内産に顧客ニーズがあるから
  11. 県内産や特産品を提供したいため
  12. その他 [ ]

- 県外から調達する理由**
1. 県外の方が品質が良いから
  2. 県外の方が価格が安いから
  3. 県外の方が納期が早いから
  4. 県外の方が品揃えが良いから
  5. 県内で必要な量を調達できないから
  6. 県内に調達先がないから
  7. 県内の調達先を知らないから
  8. 県外事業者との取引関係があるから
  9. 流通業者（商社、問屋、代理店等）に頼むと結果的にそうなる
  10. 県外産に顧客ニーズがあるから
  11. その他 [ ]

問6 仕入・外注について、県内からの調達を増やせる可能性のある商品・サービスがありましたらご記入ください。また、県内からの調達を増やすために工夫していることや、必要な行政の施策等がありましたらご記入ください。（自由回答）

ご協力ありがとうございました。

④ 小売業(土産品店)

### 商品に関する調査

#### <小売事業者>

この調査は、観光による県内経済の循環促進策を検討するため、商品の状況や県内調達に関する実態を把握するものです。ご協力のほどよろしくお願い申し上げます。



PC/スマートフォンからも  
回答いただけます。QR コード  
からアクセスください。

回答期限 令和5年10月27日(金)

沖縄県文化観光スポーツ部観光政策課(調査主体)  
公益財団法人日本交通公社(調査実施)

問1 経営組織を選択してください。

- |                   |                   |
|-------------------|-------------------|
| 1. 株式会社(県内資本が過半数) | 2. 株式会社(県外資本が過半数) |
| 3. 個人経営           | 4. その他( )         |

問2 小売事業について2022年(1年間又は1年度)の売上(収入)金額を選択してください。

- |                      |                    |
|----------------------|--------------------|
| 1. 500万円未満           | 2. 500万円~1,000万円未満 |
| 3. 1,000万円~3,000万円未満 | 4. 3,000万円~1億円未満   |
| 5. 1億円~5億円未満         | 6. 5億円~15億円未満      |
| 7. 15億円~25億円未満       | 8. 25億円以上          |

問3 小売事業について、2022年(1年間又は1年度)の売上(収入)金額に占める観光客向け商品の割合(観光割合)を記入してください。 %

※正確な数値の把握が困難な場合は、日常的な感覚等で構いません。

問4 小売事業について、2022年(1年間又は1年度)の「売上」のうち、各商品の占める「割合」をそれぞれの欄に記入してください(①)。また、それらについて、製造者もしくは販売者の地域別割合を、合計が100となるように割合で記入してください(②)。卸売業者を通じて仕入れている場合は、県内卸売業者の割合も記入してください(③)。

※正確な数値の把握が困難な場合は、概算値で構いません。

項目	売上に占める割合(①)	製造者もしくは販売者の地域別割合(②)				②計	県内卸売業者の割合(③)
		沖縄県内	沖縄県外(国内)	海外(輸入)			
商品	菓子類	%	%	%	%	100%	%
	飲料	%	%	%	%	100%	%
	酒類(泡盛以外)	%	%	%	%	100%	%
	泡盛	%	-	-	-	-	-
	生鮮品(野菜、果物、鮮魚、肉)	%	%	%	%	100%	%
	加工食品(健康食品除く)	%	%	%	%	100%	%
	健康食品	%	%	%	%	100%	%
	調味料	%	%	%	%	100%	%
	陶器(やちむん)	%	-	-	-	-	-
	琉球ガラス	%	-	-	-	-	-
	沖縄の伝統織物	%	-	-	-	-	-
	その他工芸品	%	%	%	%	100%	%
	雑貨	%	%	%	%	100%	%
	その他( )	%	%	%	%	100%	%
①計	100%						

問5 (1) 問4で記入した商品のうち、**詳細な品目を売上の大きな順に5つまで選び、具体例**を記入してください。品目は下欄の品目例から選択してください。また、それらについて**製造者もしくは販売者の地域別割合（生産地）を合計が100となるように割合で記入**してください（2022年(1年間又は1年度)の数値）。

※正確な数値の把握が困難な場合は、概算値で構いません。

(2) 各品目について、**県内から調達する理由と県外から調達する理由**を下記の理由一覧からそれぞれ選択してください。（いくつでも）

品目例：  
 黒糖、餡・梅、焼菓子、油菓子、珍味、半生菓子、甘味菓子、氷菓子、豆・ゴマ菓子、健康食品、飲料、酒類、生鮮果物、生鮮海鮮類、レトルト・即席食品、麺類、畜産・農産加工品(冷蔵・冷凍)、調味料、雑貨、その他

品目	具体例	製造者もしくは販売者の地域別割合				県内から調達する理由	県外から調達する理由
		沖縄県内	沖縄県外(国内)	海外(輸入)	ヨコ計		
例：焼菓子	例：ちんすこう	60%	20%	20%	100%	4,6,7	2,4,5,9
		%	%	%	100%		
		%	%	%	100%		
		%	%	%	100%		
		%	%	%	100%		
		%	%	%	100%		

- 県内から調達する理由**
1. 県内の方が品質が良いから
  2. 県内の方が価格が安いから
  3. 県内の方が納期が早いから
  4. 県内の方が品揃えが良いから
  5. 県内から必要な量を調達できるから
  6. 県内に調達先があるから
  7. 県内の調達先を知っているから
  8. 県内事業者との取引関係があるから
  9. 流通業者（商社、問屋、代理店等）に頼むと結果的にそうなる
  10. 県内産に顧客ニーズがあるから
  11. 県内産や特産品を提供したいため
  12. その他 [ ]

- 県外から調達する理由**
1. 県外の方が品質が良いから
  2. 県外の方が価格が安いから
  3. 県外の方が納期が早いから
  4. 県外の方が品揃えが良いから
  5. 県内で必要な量を調達できないから
  6. 県内に調達先がないから
  7. 県内の調達先を知らないから
  8. 県外事業者との取引関係があるから
  9. 流通業者（商社、問屋、代理店等）に頼むと結果的にそうなる
  10. 県外産に顧客ニーズがあるから
  11. その他 [ ]

問6 商品について、**県内からの調達を増やせる可能性のあるものがありましたらご記入**ください。また、**県内からの調達を増やすために工夫していることや、必要な行政の施策等**がありましたらご記入ください。（自由回答）

ご協力ありがとうございました。

以上

