

---

平成24年度  
沖縄旅行未経験者需要開拓事業  
報告書



平成25年3月  
沖縄県 文化観光スポーツ部 観光政策課



# 目次

<b>I はじめに</b> .....	3
1. 事業の目的 .....	4
2. 事業の実施内容 .....	5
1) 事業の構成 .....	5
2) 実施フロー .....	6
3. 報告書表記上の注意点 .....	7
<b>II 本事業のポイントと今後の展開方針</b> .....	9
1. 本事業のポイントのまとめ .....	10
1) 有望セグメントの抽出およびプロモーション戦略の立案 .....	10
2) プロモーションの実施と効果検証 .....	10
2. 本事業のポイントの詳細 .....	11
1) 有望セグメントの抽出およびプロモーション戦略の立案 .....	11
2) プロモーションの実施と効果検証 .....	32
3. 今後の展開について .....	41
1) 今後のプロモーション展開について .....	41
2) プロモーション展開の方策 .....	41
<b>III 実施結果</b> .....	43
1. 沖縄旅行未経験者実態調査 .....	44
1) 調査の目的 .....	44
2) 調査の実施方法 .....	44
3) 調査結果の総括 .....	46
4) 調査結果の分析 .....	55
2. LCC(格安航空会社)利用者実態調査 .....	97
1) 調査の目的 .....	97
2) 調査の実施方法 .....	97
3) 調査結果の総括 .....	98
4) 調査結果の分析 .....	101
3. 有望セグメントに対するプロモーション手法提案・検証 .....	125
1) 概要 .....	125
2) ターゲット分類の方法 .....	126
3) 有望ターゲットの設定と誘因コンテンツ・キーワードの抽出 .....	130
4) プロモーションの実施内容 .....	159
5) プロモーションの効果 .....	167
4. シンポジウムの開催 .....	193
1) シンポジウムの目的 .....	193
2) 開催概要 .....	193
3) 論点のまとめ .....	194
4) シンポジウム開催の効果 .....	202



<b>参考 資料編</b>	.....	211
---------------	-------	-----



# I はじめに

---

# 1. 事業の目的

沖縄県は、他県と異なる自然環境や文化、歴史的遺産など多くの地域資源を有し、県内入込客数はこれまで順調に推移してきた。

しかし、平成21年度の沖縄県への入込客数は8年ぶりに減少に転じ、それ以降伸び悩んでいる。また、沖縄県への入域観光客の来訪回数は、リピーターの比率が年々増加傾向にあり、相対的に新規旅行者の割合が減少している。

現在、沖縄への入域観光客数の9割以上が国内からの旅行者であり、今後、入域観光客数を安定的に確保し観光振興を図るためには、国内の新規旅行者の開拓を図ることが重要な課題のひとつとなっている。

本事業は、沖縄旅行未経験者の属性把握と旅行に対する意識(志向)等を調査・分析し、各種施策を展開する方向付けを行うことを狙いとし、実施した。

## <事業実施における視点>

### 【現状・課題】

- これまで、バブル期の大型リゾートホテル進出、航空運賃値下げ、沖縄を舞台にしたドラマ放映などの要因により、入域観光客数は年々増加。
- 近年は増加率が低下。平成21年度は4.1%の減少を記録。回復に寄与するような「次のテーマ」が求められる。

### 【課題解決のヒント】

- 入域観光客のうち、新規顧客が約2割まで減少している一方で、リピート比率は8割と高い。
- つまり、リピート比率が高く、いちど来訪すれば囲い込みのしやすい土壌である。

### 【沖縄旅行未経験者開拓の方向性】

- 「旅行経験者」かつ「沖縄旅行未経験者」かつ「沖縄旅行に興味あり」をセグメントの軸として、ターゲットを明確にした。
- 新規旅行者となりうる客層への効果的なプロモーションと、その中からリピーターへ誘導する好循環なサイクルの構築が沖縄観光の持続的発展につながると思われる。
- 新規顧客層の明確化と、その顧客層に対する効果的なプロモーション手法確立のための調査・実証実験を行った。

## 2. 事業の実施内容

### 1) 事業の構成

本事業は、以下のように構成・実施した。

#### (1) 沖縄旅行未経験者実態調査

##### ① Webアンケート調査

新規顧客となりうる客層(有望ターゲット)の属性や普段の旅行および沖縄旅行に対する意識・志向を明らかにし、またそれらのターゲットを沖縄旅行に誘因するキーワードを把握するため、インターネットによるアンケート調査を実施した。

##### ② グループインタビュー調査

本事業で実施するプロモーションについて沖縄旅行未経験者を効果的に誘客するものとしてブラッシュアップするため、アンケート調査で明らかになる沖縄旅行に誘因するキーワードについて深掘するとともに、ターゲットの沖縄旅行に対する意識や志向を定性的に把握するため、グループインタビュー調査を実施した。

#### (2) LCC(格安航空会社)利用者実態調査

LCCを利用して沖縄に来訪するターゲットの属性を把握するとともに、LCC利用者の沖縄県内での旅行行動の変化についても把握することによって、LCCを利用した新たなマーケット開拓の可能性およびアプローチの方法を検討するための調査を実施した。

#### (3) 有望セグメントに対するプロモーション手法の提案・実証

##### ① 有望セグメントの抽出および誘客戦略立案

沖縄旅行未経験者実態調査の結果から有望セグメントを抽出しターゲットを設定するとともに、ターゲットに訴求するコンテンツや訴求方法など、プロモーション戦略を設定した。

##### ② プロモーションの実施と効果検証

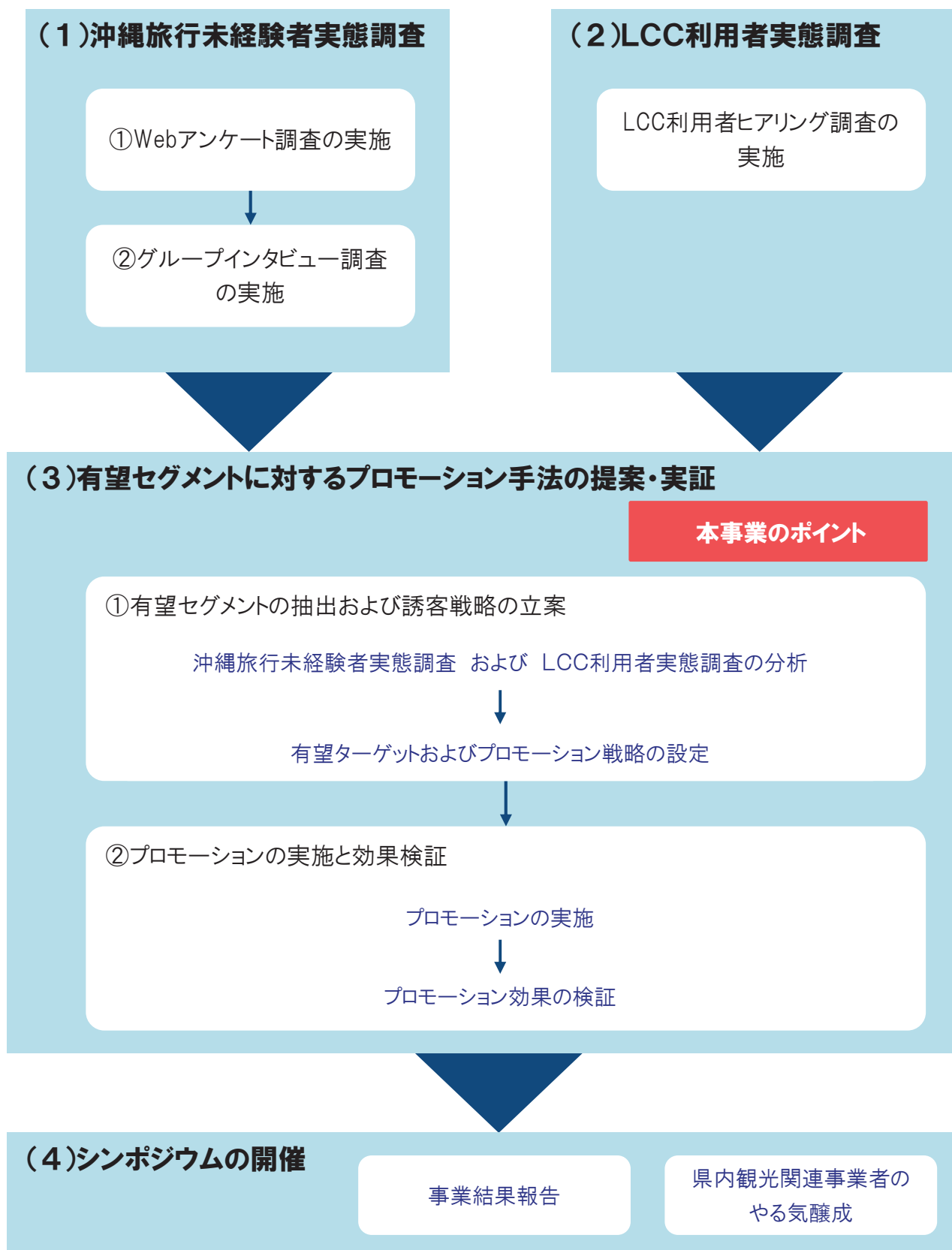
立案したプロモーション戦略を実施するとともに、実施したプロモーションが有望ターゲットの誘客に有効だったかを明らかにするため、実施したキャンペーンプロモーションの参加者に対して効果検証アンケート調査を実施した。

#### (4) シンポジウムの開催

上記で実施した調査結果をもとに、県内旅行・観光関連事業者や行政の観光担当者に向けて未経験者獲得に有効な情報を提供し、県内の旅行・観光関連のステークホルダーが一丸となって、新規顧客(未経験者)獲得に取り組む機運を醸成するためのシンポジウムを開催した。

## 2) 実施フロー

本事業は以下のフローで実施した。





### 3. 報告書表記上の注意点

本報告書における沖縄旅行未経験者実態調査(アンケート調査)およびLCC(格安航空会社)利用者実態調査(ヒアリング調査)等のデータ表記については、以下の点に注意を要する。

- 回答は各質問の回答者数(nまたはサンプル数で表す)を基数とした百分率で表示してある。  
※条件付の設問の場合、同じ調査でも回答者数が異なる。
- 百分率は小数第二位を四捨五入してあるため、比率の合計が100%にならない場合がある。
- 複数回答の場合には回答比率の合計が100%を超える場合がある。
- 作図・表の都合上、設問や回答の選択肢及び数値を省略している場合がある。

