

IV. 修学旅行、MICE 経験者のリピーター市場

1. 修学旅行経験者における有望市場の分析

修学旅行と MICE は、沖縄県が長く誘致活動を進めてきた分野であり、顧客（経験者）の蓄積が非常に大きくなっている。本章では、両市場について、その市場規模と有望な客層等についての調査・分析を行い、第1節では修学旅行経験者、第2節では MICE 経験者について、観光目的でのリピーター化促進へ向けた課題について整理する。

1-1. 修学旅行経験者調査の目的と概要

(1) 修学旅行経験者調査の目的

① 修学旅行経験者調査の背景

沖縄県への修学旅行者数は、1975年から2012年迄の累計で延べ706万人を数える（大学生等を含む数字。沖縄県「修学旅行統計」より）。長年の関係者の努力によって築いてきたこの顧客層は沖縄観光にとって大切な財産である。

後述するが、修学旅行経験者の約3分の2は18歳から29歳の若い層が占めている。修学旅行を除けば、沖縄への観光客数に占める若年層の数は相対的に伸び悩んでいることから、若年層が中心となっている修学旅行経験者層に観光目的で再訪してもらうことは重要な戦略課題と言える。

② 修学旅行経験者調査の目的

本調査では、先ずこれまでの修学旅行経験者数の推計を既存統計を用いて行う。次に、インターネット調査の結果を用いて、再訪意向を持つ有望市場の属性別の分布構造、予定旅行内容等の把握を行う。

【調査の目的】

- ・ 修学旅行経験者の市場規模の把握
- ・ 修学旅行経験者の再訪意向の把握と属性別市場構造の把握
- ・ 修学旅行の満足度とその要因の把握
- ・ 修学旅行誘致の効果の把握
- ・ 修学旅行以降に観光目的で再訪した人の旅行内容の把握
- ・ 再訪意向を持つ層の希望旅行内容の把握
- ・ 再訪意向を持つ層が接する情報媒体の把握

(2) 修学旅行経験者調査の概要

① 修学旅行経験者調査の概要

修学旅行経験者の市場規模については、沖縄県「修学旅行入込状況調査」を基に試算を行った。年代別の経験者数や経験率（沖縄県民を除く）については、総務省の人口に関する統計を用いて試算を行っている。

18歳以上49歳以下の沖縄県民を除く全国のインターネットパネルを対象に、高等学校または小中学校時代に修学旅行で沖縄に来訪した経験があり、今後5年以内に観光目的での再訪意向がある有望客層を抽出し（スクリーニング調査）、修学旅行の体験内容、満足度や、再訪した場合に希望する旅行内容等を聞いている。

調査方法	インターネットによるアンケート調査
調査項目	①一次調査（スクリーニング調査）： 居住地、性年代等の属性。沖縄での修学旅行経験の有無。観光目的での沖縄への再訪意向等 ②二次調査（本調査）： 修学旅行の時期、体験内容、満足度。観光目的での再訪経験、再訪旅行の内容。再訪意向の有無、再訪時に予定する旅行内容、旅行の参考にする情報媒体等
調査時期	平成24年11月12日から14日
調査対象	18歳以上49歳以下の沖縄県民を除く全国のインターネットパネル (沖縄での修学旅行経験者に占める50代以上の割合は1%であることから、調査効率を考慮し、50代以上を対象から除外している。)
回収数	1,023人 年代別にみた回答傾向を一定の精度で把握するため、「修学旅行統計」から試算される経験者の年代別構成比に比べて、30代、40代の標本数を多く回収した

② 回収標本数

調査の年代別にみた調査標本数は以下の通りである。

	a.	b.	c.=b./a.	d.	e.=d./b.	f.=d./a.		
年代	スクリーニング調査配信数	スクリーニング調査回収数	スクリーニング調査有効回収数	沖縄修学旅行経験サンプル数	経験サンプル率	条件通過本調査サンプル数	5年以内観光再訪希望率	条件通過率
18-22歳	57,087	2,467	2,287	570	24.9%	282	49.5%	12.3%
23-29歳	90,000	3,499	3,290	560	17.0%	317	56.6%	9.6%
30代	135,582	10,290	10,015	621	6.2%	320	51.5%	3.2%
40代	99,421	10,256	10,166	230	2.3%	104	45.2%	1.0%
全体	382,090	26,512	25,758	1,981	7.7%	1,023	51.6%	4.0%

※年代別の分析を行うため、予備調査を踏まえて30代と40代のスクリーニング調査回収目標数をそれぞれ300、100と高めに設定した。このため年代別の構成比は母集団の実態よりも、30代、40代が高くなっている。

1-2. 修学旅行経験者及び有望市場の市場規模

(1) 修学旅行経験者数の試算

① 市場規模の基礎資料と試算方法

沖縄県では、1975年から2012年にわたり修学旅行取扱旅行会社を対象に、「修学旅行入込状況調査」を実施してきている。これを基に、これまでの沖縄への修学旅行者経験者数の試算を行う。

但し、「修学旅行入込状況調査」は、1988年以前のデータについては、公表データが無い年があることから、欠測年について前後の数値を基に補完推計を行った（線形補完）。

また、学校の種別については7区分（小学校、中学校、高等学校、専門学校、短大、大学、その他）となっているが、専門学校、短大、大学、その他の区分については、年次による変動が大きいことや欠損値（0人の年）があること、1975年から2012年の累計値に占めるウェイトが5.0%と低いことから試算値から除外し、小学校、中学校、高等学校の合計値を累計して試算値とした。

※修学旅行入込状況調査の概要（平成23年の例）

■目的

沖縄県への修学旅行入込状況を把握し、今後の修学旅行の誘致及び受け入れ体制の充実に資するとともに、観光行政の基礎資料とすることを目的とする。

■調査の方法

沖縄県への修学旅行取扱旅行会社から、月毎の受入校数（校種別）、人数、学校所在都道府県、宿泊地、滞在日数が把握できる取扱実績データの提供を受け、集計を行い、以下の統計表を作成。

■公表統計データ

- 年次別・月別入込状況
- 年次別・校種別入込状況
- 公立・私立別入込状況
- 月別・校種別入込状況
- 月別・地域別入込状況
- 発地（都道府県）別入込状況
- 宿泊地別入込状況
- 滞在日数別入込状況

② 市場規模の試算値

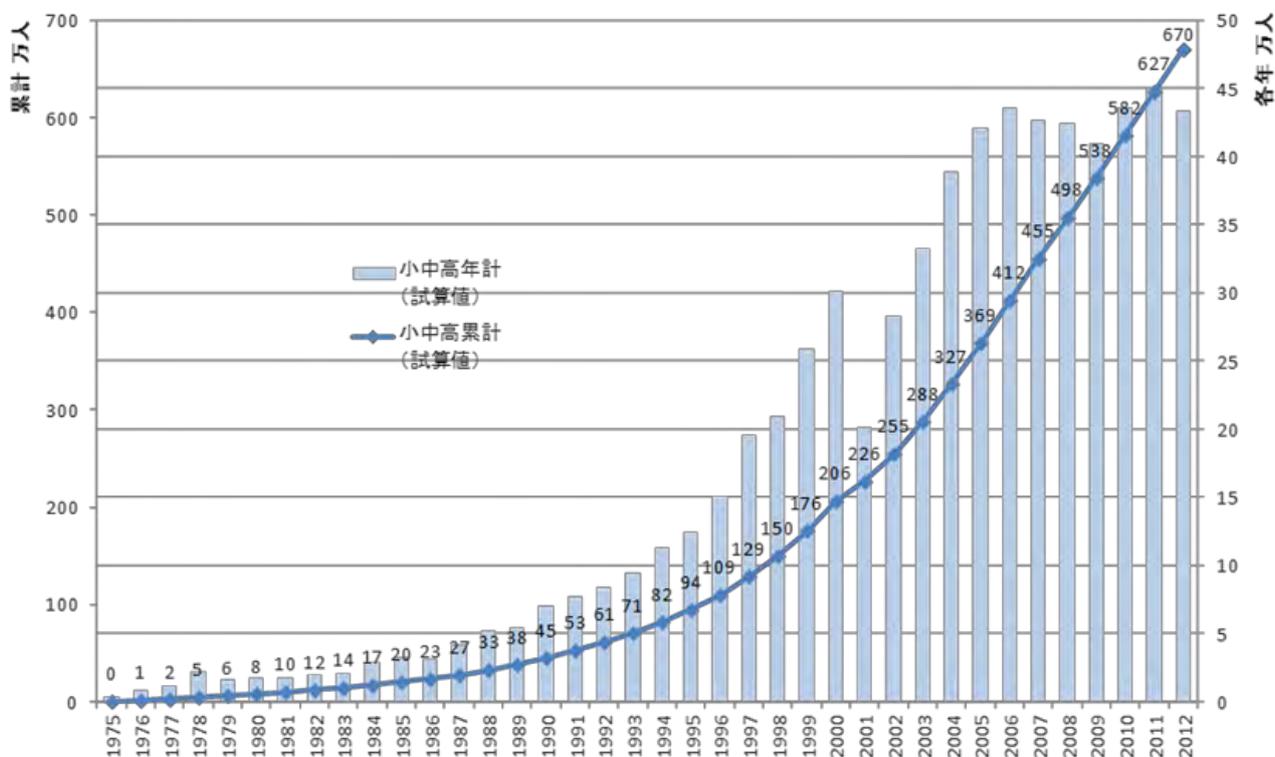
「修学旅行入込状況調査」を基に、試算した小中学校・高等学校の修学旅行者数とその累計値は図表 IV-1-1 の通りである（タテ棒が年間値、折れ線が累計値を指す）。

2012 年末までの修学旅行経験者の累計は実に **670.4 万人** に上ると試算される。

年間の修学旅行者数は 2000 年代半ばまで長期にわたって右肩上がりでも推移し、2005 年には 40 万人を越えたが、その後は横ばい気味で推移している。大きな落ち込みを記録したのは、2001 年 9 月の米国同時多発テロ事件と 2009 年の新型インフルエンザ発生の時期である。

累計修学旅行者数が 100 万人に達したのは 1996 年であり、1975 年から数えて 22 年を要しているが、4 年後の 2000 年には累計 200 万人に達している。2012 年迄の累計の約半数は 2005 年以降に修学旅行を経験した人達である。

図表 IV-1-1 小中高での来沖修学旅行経験者数の推移と累計値



③ 年代別修学旅行経験者数

次に、年代別の経験者数を計算するため、修学旅行実施年の標準年齢を学校種別に設定し、2012年末現在の年代別の修学旅行経験者数を試算した。

670万人の内訳は、18歳から29歳に66.1%と約3分の2が集中している。30代は22.6%だが、40代は5.6%と急減し、50代は1.0%に過ぎないことがわかる。

年代別の人口を分母にして経験者数を除した修学旅行経験率は、18-22歳では35.5%と3人に1人が経験しているという高い数字になっている。18歳から59歳の人口に対しては、9.7%と試算される。

学校種別にみると、高等学校が537.4万人（累計の80.2%）、中学校129.5万人（同19.3）、小学校3.5万人（同0.5%）と、高校での経験者が多くを占めていることがわかる。

図表 IV-1-2 小中高での来沖修学旅行経験者数の年代別構成比と標本構成

年代 (2012年末 現在)	a.				小中高計 構成比% (観光要覧)	b.		c.=a./b.	インターネット 調査標本 構成比%
	小中高計	小学校	中学校	高校		年代別人 口試算値 (万人)	年代別 経験率 (%)		
12-17歳	317,051	6,732	310,319	0	4.7	-	-	0.0	
18-22歳	2,166,501	2,774	541,106	1,622,621	32.3	611	35.5	27.6	
23-29歳	2,267,939	5,004	354,892	1,908,043	33.8	962	23.6	31.0	
30代	1,515,616	2,402	76,041	1,437,172	22.6	1,757	8.6	31.3	
40代	372,860	17,847	11,975	343,038	5.6	1,706	2.2	10.2	
50代	63,699	0	992	62,706	1.0	1,573	0.4	0.0	
計	6,703,665	34,760	1,295,326	5,373,580	100.0	-	-	100.0	
18-59歳	6,386,614	28,028	985,007	5,373,580	95.3	6,609	9.7	-	

※1975年以降の小中学校・高等学校における訪沖修学旅行経験者数を、「沖縄県観光要覧」より試算。
2回以上修学旅行で来訪した人は考慮していない。人口試算値は2012年12月値（沖縄県民を除く全国人口）。
修学旅行実施時の標準年齢を、小学校12歳、中学校15歳、高校18歳と設定した。

(2) 修学旅行経験者における有望客層

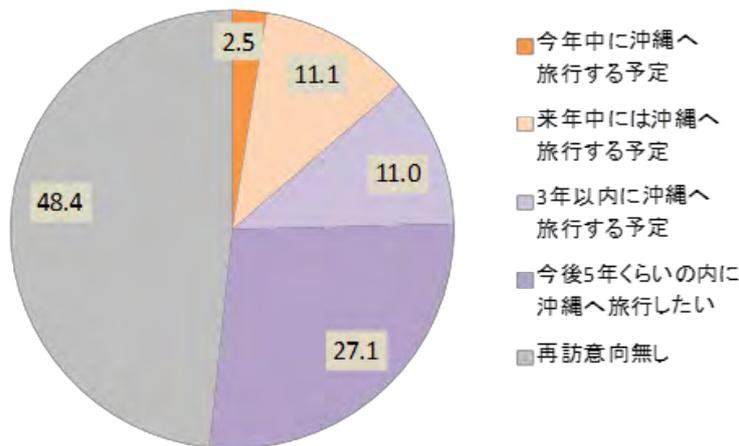
① 修学旅行経験者の再訪意向

ここでは、インターネット調査の結果を用いて、修学旅行経験者の属性別分布状況、そのうち再訪意向のある有望客層の分布状況について整理する¹。

沖縄を除く全国の18歳から49歳を対象としたインターネット調査（一次調査）の結果をみると、沖縄での修学旅行経験率は全体で7.7%であった。そのうち、5年以内に観光目的で沖縄へ再訪する意向のある人の比率は4.0%（経験者の51.6%）となっている。

経験者51.6%のうち、「今年中に沖縄へ旅行する予定」の人は2.5%、「来年中に沖縄へ旅行する予定」の人は11.1%、「3年以内に沖縄へ旅行する予定」の人は11.0%となっている。「今後5年くらいの内に沖縄へ旅行したい」という人も27.1%を占めている。

図表 IV-1-3 来沖修学旅行経験者の再訪意向



② 属性別の再訪意向

■ 性・年代別

修学旅行経験率を性別にみると、男性8.0%、女性7.4%、そのうち再訪意向がある人の比率は男性4.0%（経験者の49.7%）、女性4.0%（同53.5%）となっている。

次に、修学旅行経験率を年代別にみると、18-22歳で24.9%と最も高く、23-29歳で17.0%、30代で6.2%、40代で2.3%となっている²。

再訪意向を持つ人を年代別にみると、18-22歳で12.3%（経験者の49.5%）、23-29歳で9.6%（同56.6%）、30代3.2%（同51.5%）、40代1.0%（同45.2%）となっている。23-29歳で最も経験者中の再訪意向者の比率が強いという結果となっている。

¹ 図中の数値の合計は、四捨五入の関係で100%にならない場合がある（以下同様）。

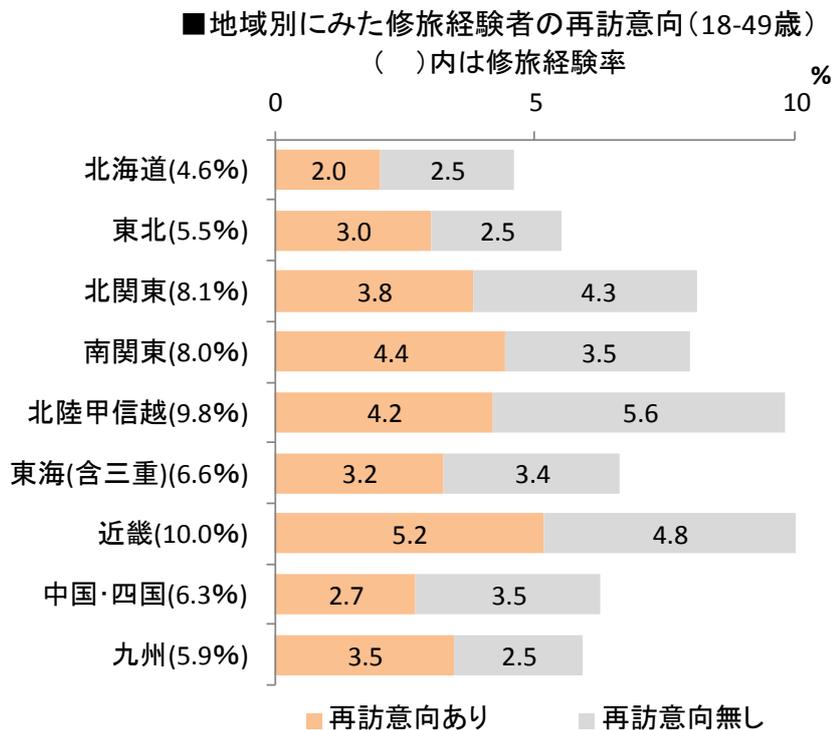
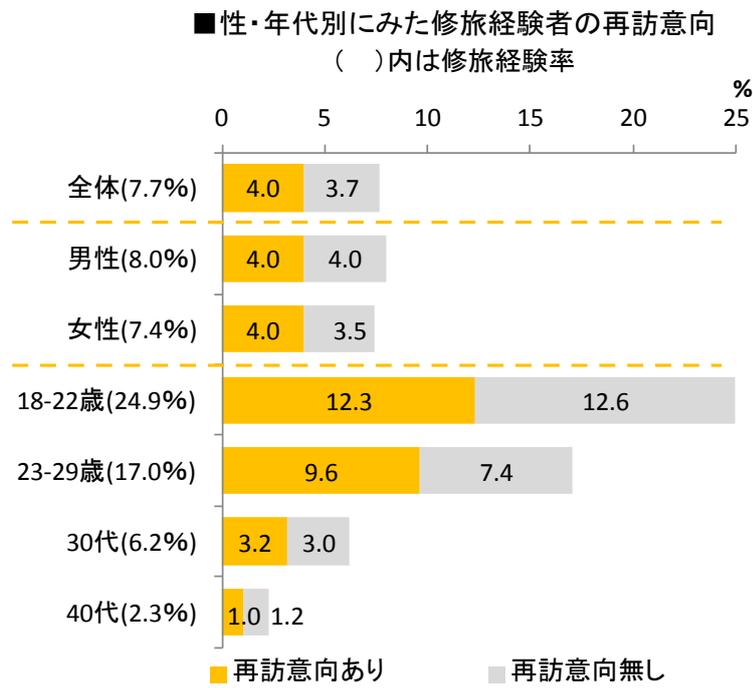
² この数字は、既存統計から試算された年代別経験率と比べると年代別傾向は反映しているが、経験率の水準は幾分低いものとなっている。この理由としては、インターネット調査パネルの母集団構成に対する偏りに加え、一次調査における無効回答比率の高さも影響していると考えられる。一次調査については、設問数が少ないことから、論理チェック等による無効回答の除去が難しい。

■地域別

地域別に修学旅行経験率をみると、近畿 10.0%、北陸甲信越が 9.8%と高水準となっている。これに、北関東 8.1%、南関東（埼玉・千葉・東京・神奈川）が 8.0%と続く。逆に、経験率が低いのは、北海道 4.6%、東北 5.5%、九州 5.9%、中国・四国 6.3%、東海（含三重） 6.6%となっている。

5年以内に観光目的で沖縄へ再訪する意向のある人の比率は、近畿 5.2%（経験者の 51.6%）、南関東 4.4%（同 55.6%）、北陸甲信越 4.2%（同 42.8%）、北関東 3.8%（同 47.0%）、九州 3.5%（同 58.4%）の順となった。経験者の中では、南関東、九州、東北、近畿の順で再訪意向が強い傾向がみられる。

図表 IV-1-4 沖縄での修学旅行経験者の分布と5年以内の再訪意向（インターネット調査）



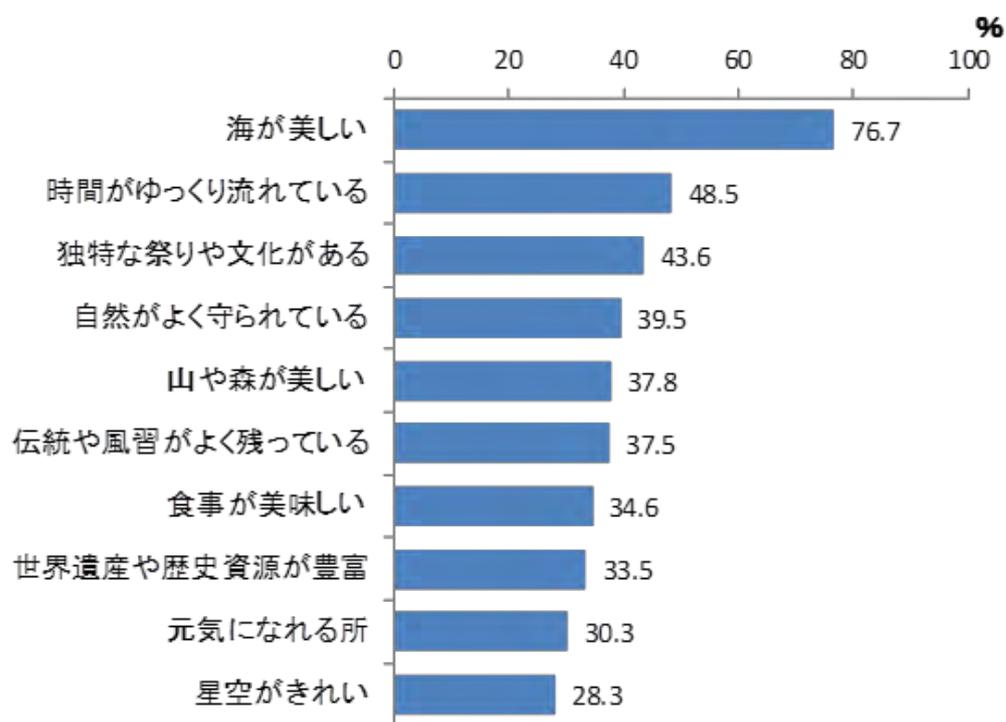
(3) 修学旅行の誘致効果

① 修学旅行を通じて感じた沖縄の魅力

修学旅行誘致がもたらす効果は、670.4万人の誘客による直接的な経済効果だけに止まらない。修学旅行での来訪をきっかけに、沖縄の魅力を体感することが、その後の再訪や周囲への口コミの効果など、様々なプラスの影響をもたらすことになる。修学旅行で来ることが無ければ、知り得なかった沖縄の魅力を知ってもらうことが、修学旅行誘致の大きな効果と言える。

図表Ⅲ-1-5は、修学旅行を通じて感じた沖縄の魅力を選択肢から選んでもらったものである（複数回答）。回答結果は、「海が美しい」が76.7%、「時間がゆっくり流れている」48.5%、「独特な祭りや文化がある」43.6%の順で高くなっている。こうした、自然や文化、沖縄独特の世界観などは、実際に来訪して改めて認識されることが多い魅力でもある。

図表 IV-1-5 修学旅行を通じて感じた沖縄の魅力



② 修学旅行誘致の効果

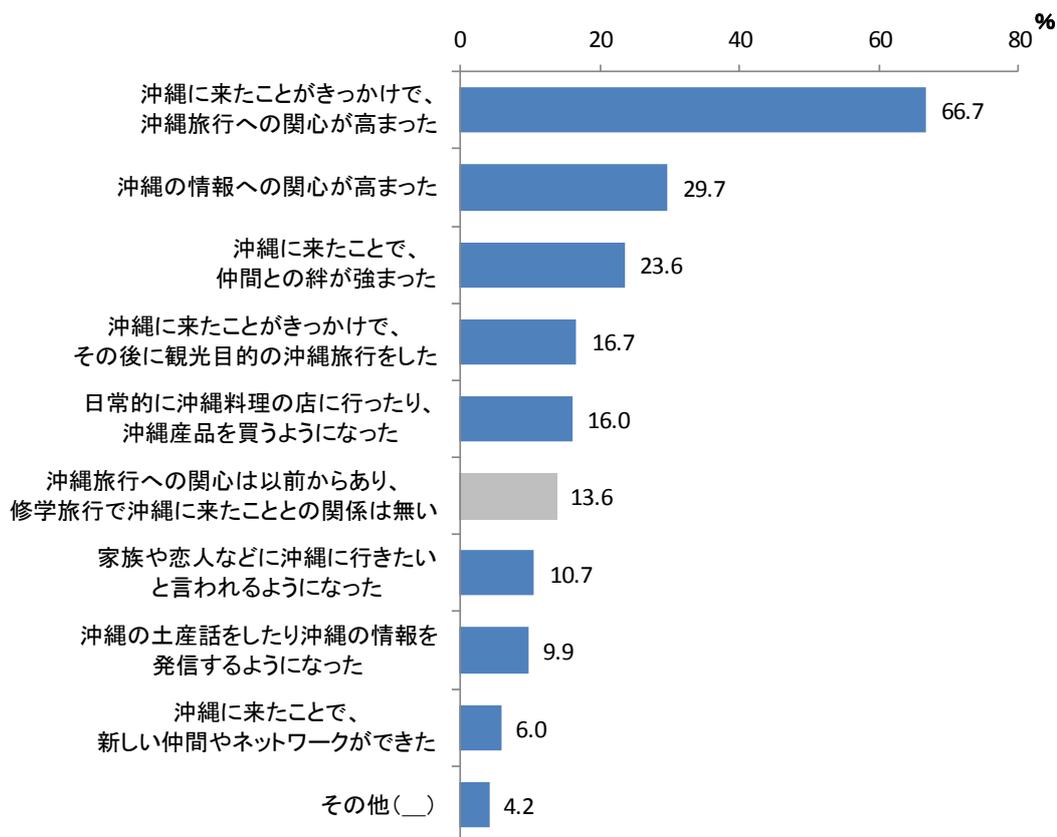
今回の調査では、旅行者本人の観光目的での再訪、沖縄旅行情報への関心度向上等に加え、沖縄料理や製品の日常的購入、情報発信や口コミとそれによる態度変容等の効果などについて選択肢を構成し、あてはまるものを聞いた（複数回答）。

まず、本人への直接的な効果のうち、実際に「沖縄に来たことがきっかけで、その後に観光目的の沖縄旅行をした」人が 16.7%に上っている。また、沖縄旅行への関心度の高まりとして、「沖縄に来たことがきっかけで、沖縄旅行への関心が高まった」という人は 66.7%と高い回答率となっている。但し、「沖縄旅行への関心は以前からあり、修学旅行で沖縄に来たこととの関係は無い」という人も 13.6%に上る。

旅行行動ではないものの、「日常的に沖縄料理の店に行ったり、沖縄産品を買うようになった」という人も、16.0%に上り、移出にも貢献している。

「沖縄の土産話をしたり沖縄の情報を発信するようになった」という人は 9.9%、「家族や恋人などに沖縄に行きたいと言われるようになった」人は 10.7%となっており、周囲への影響も少なくないことがわかる。

図表 IV-1-6 修学旅行誘致の効果

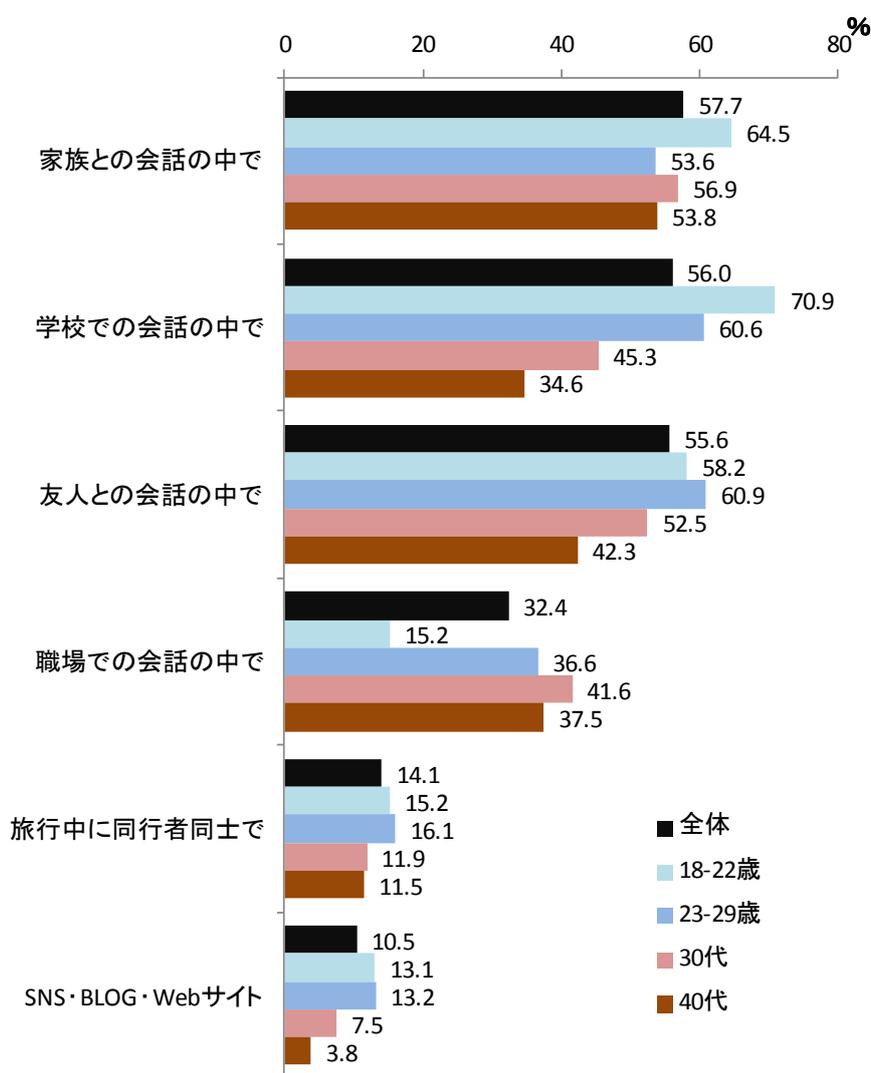


③ 情報発信への貢献

情報発信の状況について詳しく知るために、修学旅行で知った沖縄の魅力について、どんな相手に話をしたり、ネット上での発信をしたことがあるか、について聞いた（複数回答）。

その結果、「家族との会話の中で」57.7%、「学校での会話の中で」56.0%、「友人との会話の中で」55.6%が高くなっており、家族、学校、友人などで身近な対象に修学旅行の話がされていることがわかる。なお、「SNS・BLOG・Web サイト」での発信は、全体では10.5%だが、23-29歳では13.2%、18-22歳では13.1%と、若年層で高い傾向がみられる。

図表 IV-1-7 沖縄の魅力を話した場面や SNS での発信の経験について



1-3. 修学旅行の内容と満足度

(1) 修学旅行の内容

① 修学旅行の時期・泊数・形態

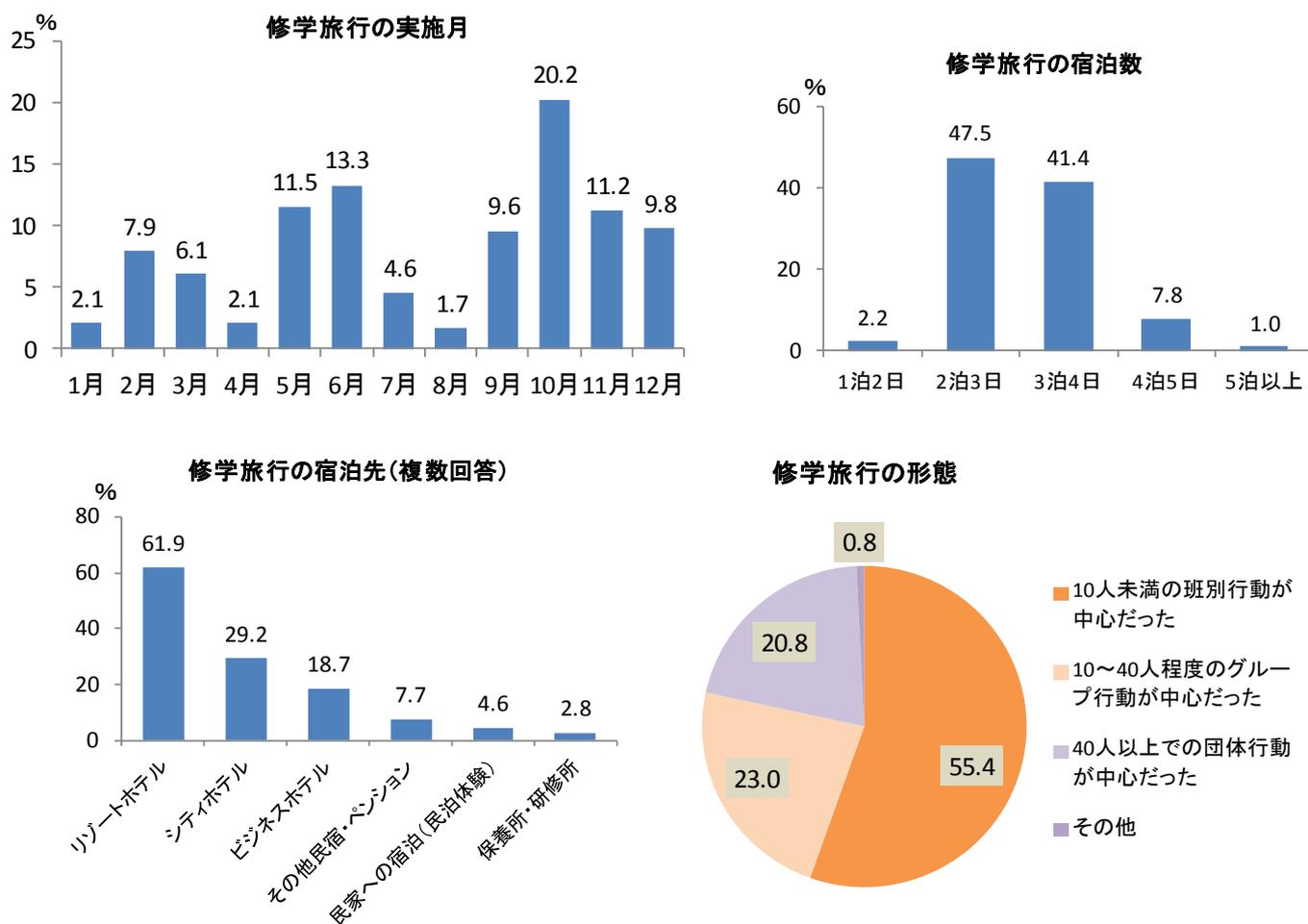
沖縄県で実施した修学旅行の内容について、アンケート結果から整理する。

まず、修学旅行の実施月は、10月が20.2%と最も多く、次いで6月が13.3%、5月が11.5%、11月が11.2%となっている。沖縄のオンシーズンである8月は1.7%に留まる。

泊数の分布は、「2泊3日」47.5%と「3泊4日」41.4%が中心である。宿泊先はリゾートホテルが61.9%、シティホテル（市街地の高級ホテル）が29.2%となっている。民家への宿泊は4.6%であった。

次に、修学旅行の実施形態は、「10人未満の班別行動が中心だった」が55.4%と過半数となっている。「10～40人程度のグループ行動が中心だった」が23.0%、「40人以上での団体行動が中心だった」は20.8%であった。

図表 IV-1-8 沖縄修学旅行の内容（実施月・泊数・宿泊先・形態）

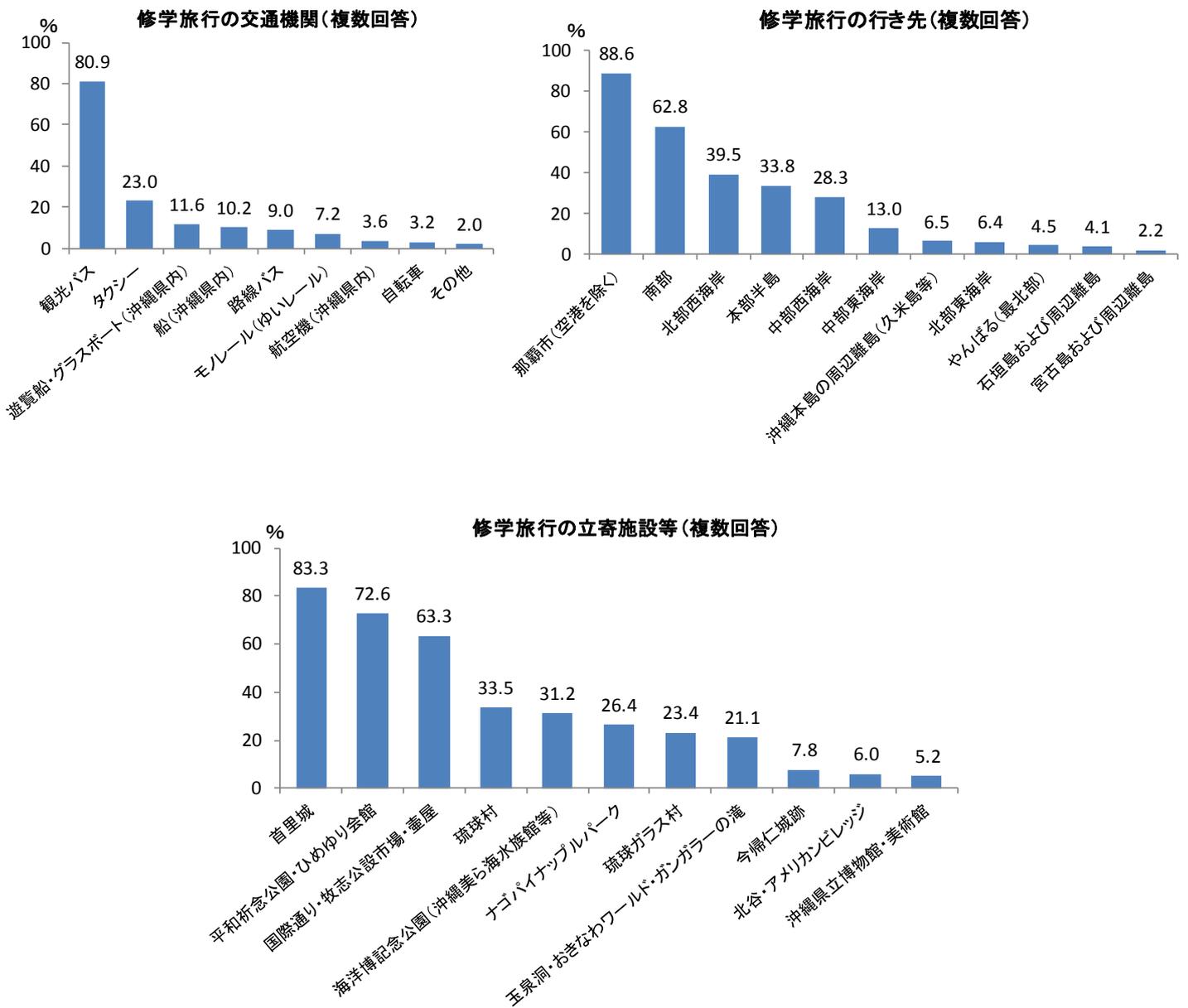


② 修学旅行の交通機関と訪問先

修学旅行での交通機関は、観光バスが 80.9% を占める。タクシーも 23.0% に上った。

修学旅行の行き先（方面）は、那覇市（空港を除く）が 88.6%、南部 62.8%、北部西海岸 39.5%、本部半島 33.8% の順となっている。立寄施設については、「首里城」83.3%、「平和祈念公園・ひめゆり会館」が 72.6%、「国際通り・牧志公設市場・壺屋」が 63.6% などが多く挙げられた。

図表 IV-1-9 沖縄修学旅行の内容（実施月・泊数・宿泊先・形態）

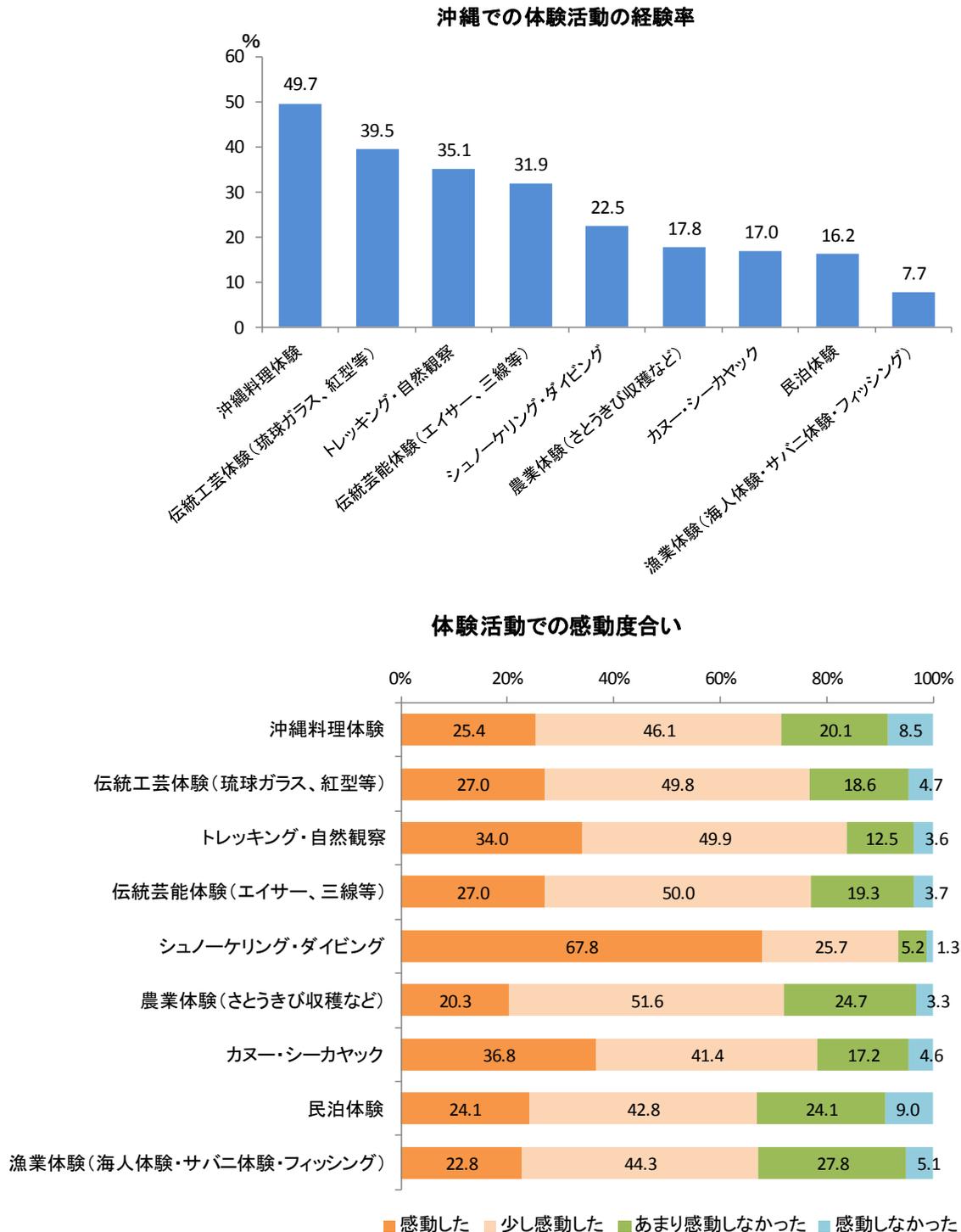


③ 修学旅行での活動内容と感動体験

修学旅行の体験活動については、「沖縄料理の体験」49.7%、「伝統工芸体験」39.5%、「トレッキング・自然観察」35.1%、「伝統芸能体験」31.9%の順で経験率が高くなっている。

その体験に感動したかどうかについても聞いたところ、「シュノーケリング・ダイビング」が67.8%と最も高く、「カヌー・シーカヤック」36.8%、「トレッキング・自然観察」34.0%が次いでいる。

図表 IV-1-10 体験活動の経験率と感動度



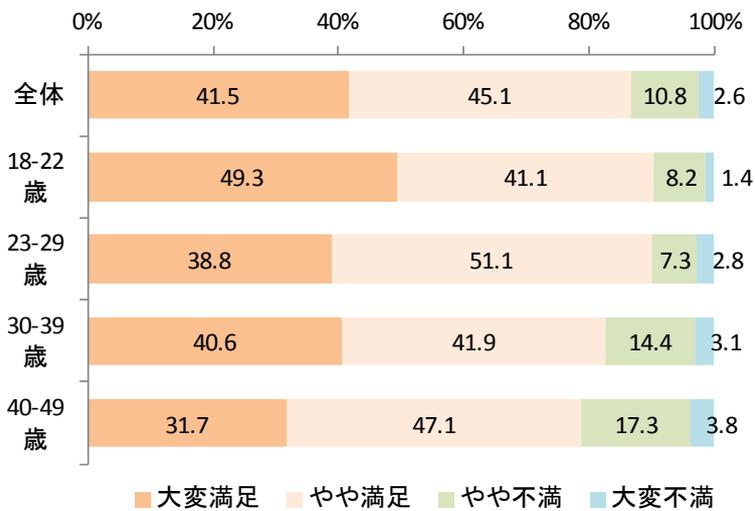
(2) 修学旅行の満足度と再訪意向

① 修学旅行の満足度

沖縄県での修学旅行の満足度について聞いた。回答者全体では、「大変満足」が41.5%、「やや満足」が45.1%、「やや不満」10.8%、「大変不満」2.6%という結果となっている。

これを回答者の年代別にみると、18-22歳で「大変満足」が49.3%と最も高く、23-29歳と30-39歳は40%前後、40-49歳では31.7%と相対的に低い結果となっている。

図表 IV-1-1-1 修学旅行の満足度（全体・年代別）

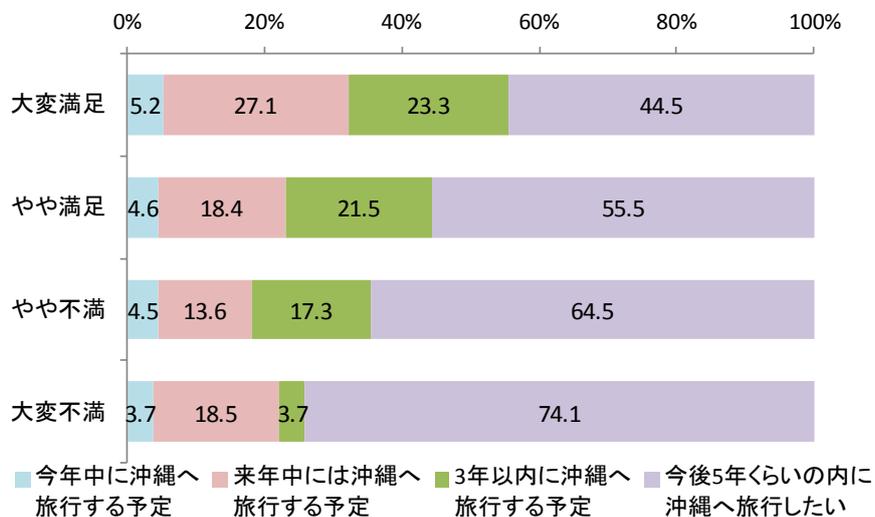


② 満足度と再訪意向の関係

図表IV-1-1-2は修学旅行の満足度と再訪希望時期の意向との関係をみたものである。

その結果、3年以内の再訪意向は、満足度が高いほど高くなる傾向が認められる。従って、修学旅行体験者の再訪を促進するには、先ず修学旅行での満足度を高めることが重要と言える。

図表 IV-1-1-2 満足度と再訪希望時期の関係

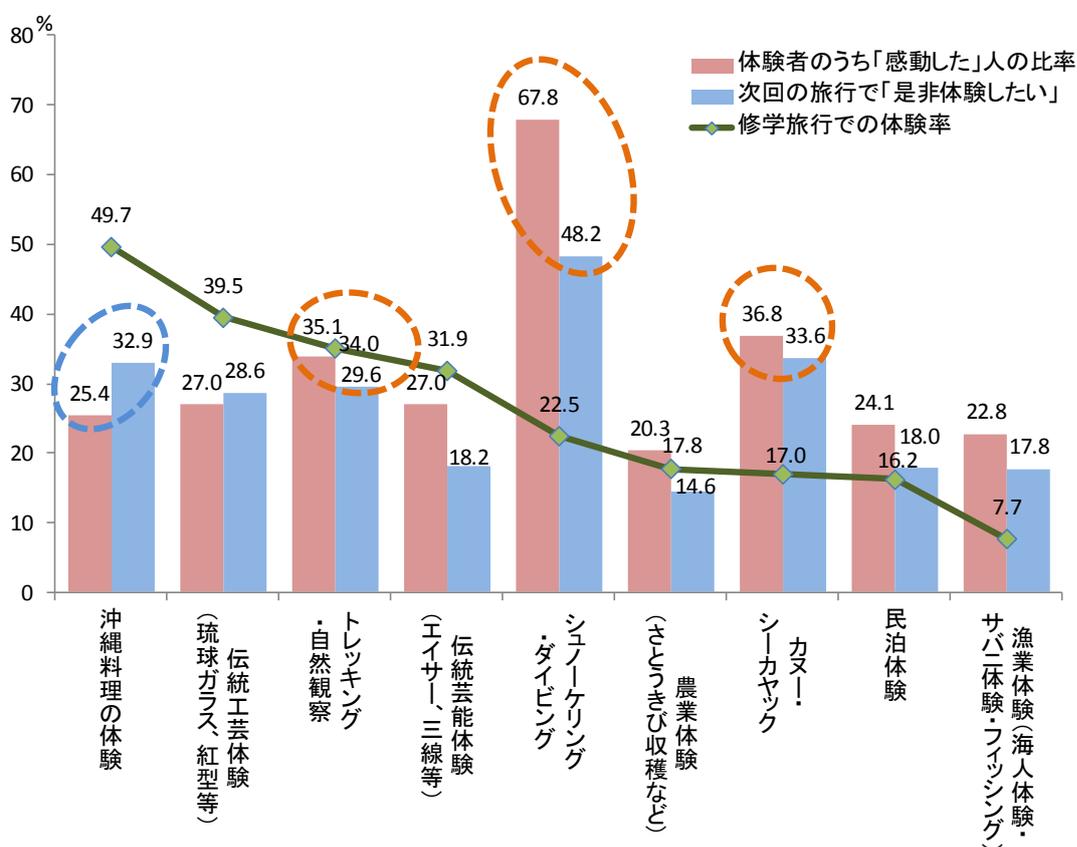


③ 体験活動での感動と再訪時の体験希望率

修学旅行での体験活動について、「感動した」人の比率と、次回の旅行で「是非また体験したい」人の比率を比較した（折れ線は体験率）。その結果、「シュノーケリング・ダイビング」「カヌー・シーカヤック」「トレッキング・自然観察」など、修学旅行で感動した体験ほど、再訪時の希望率が高い傾向がみられる。

なお、「沖縄料理の体験」で感動した人の比率は25.4%に留まっているが、次回の体験希望率は32.9%と高い。他の活動とは異なり「食事」自体が必ず旅行行程に組み込まれる体験であることから、より良い食の体験を求める声が顕れたものとも考えられる。必須の活動だけに、その満足度を底上げしていくことがリピーター確保のために一層重要となると考えられる。

図表 IV-1-1-3 体験活動の評価と再訪時の希望率



④ 最も感動した時（自由回答）

「修学旅行を通じて最も感動した時はどんな時か」について自由に回答してもらい、類似の回答をカテゴリー化して集計した（複数の内容が書かれている場合は、最初に書かれている事柄を集計した）。

その結果、「海を見たとき」「きれいな海と夕日を友達と見れたこと」など、沖縄の綺麗な海に感動したという声が39.3%圧倒的に多く挙がっていた。海以外も含めた沖縄の自然に感動したとの声も9.5%あり、「自然の美しさに感動した」「飛行機からの景色」「気候の違い」「といった意見が挙げられている。さらに、マリレジャーや海水浴についての回答も5.0%に上っている。

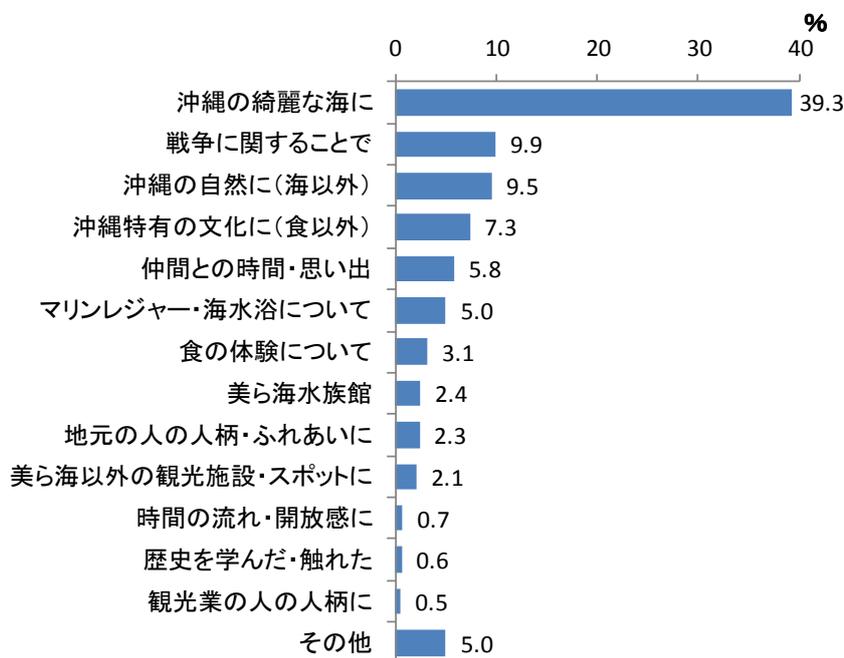
この結果は、前述の「感動」体験の比率が、ダイビングやカヌーなど、海や自然の美しさ・綺麗さを体感できるもので高いことと同様の回答状況である。

戦争に関連した回答は9.9%が挙げている。回答例としては、「ひめゆりで生き残った方のおはなし」など、戦跡地での体験を挙げる声が多い。また、「米軍基地を間近に見れたこと」といった基地に関する回答も幾つかあった。

「本州とかなり違う文化、風土、気候、植物を見たとき」「外国にいるような、異文化な感じがとても好きで、また行きたいと思った」といった沖縄特有の文化について回答する人も7.3%と多かった。

「そば」「サトウキビ」など食の体験についても3.1%の回答があった。

図表 IV-1-14 最も感動した時はどんな時か（自由回答を集計）



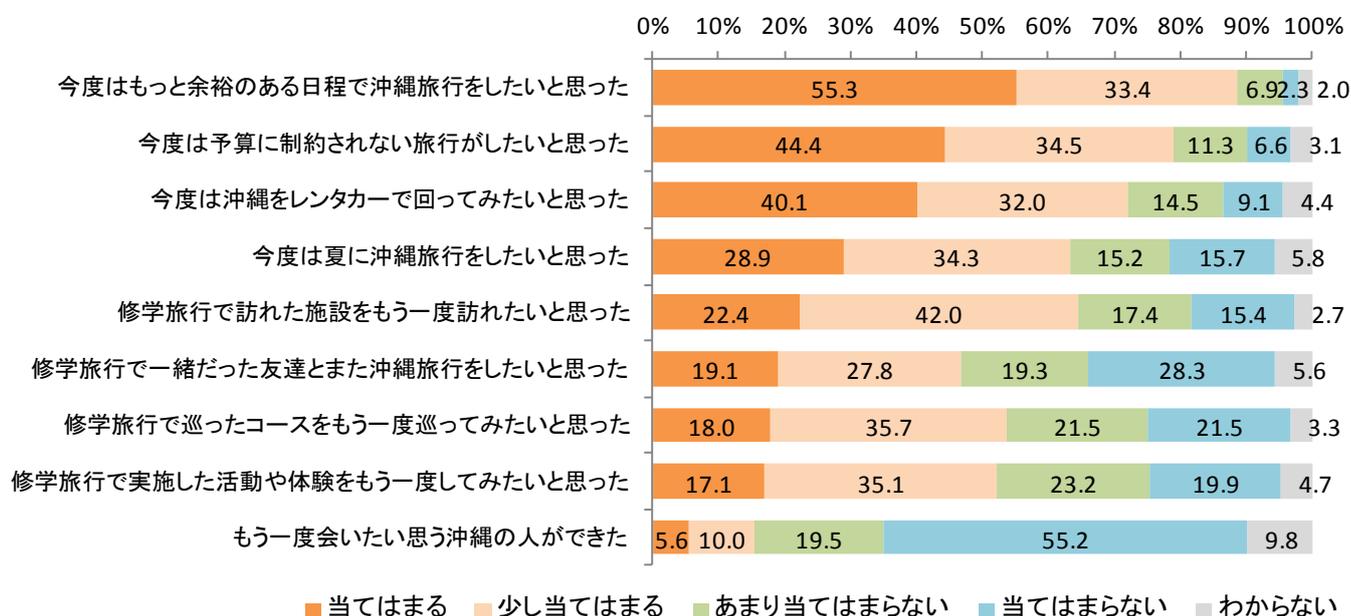
⑤ 今後の沖縄旅行に対する考え方の変化

修学旅行をきっかけに、今後の沖縄旅行についてどのように思うようになったかについて、旅行時期や予算など9つの項目について当てはまるかどうかを聞いた。

最も「当てはまる」が多かった項目は、「今度はもっと余裕のある日程で沖縄旅行をしたいと思った」で過半数の55.3%が回答している。次いで、「今度は予算に制約されない旅行がしたいと思った」44.4%、「今度は沖縄をレンタカーで回ってみたいと思った」40.1%、「今度は夏に沖縄旅行をしたいと思った」28.9%が続いている。

「修学旅行で一緒だった友達とまた沖縄旅行をしたいと思った」は19.1%に留まり、「当てはまらない」28.3%を下回った。

図表 IV-1-15 体験活動の評価と再訪時の希望率

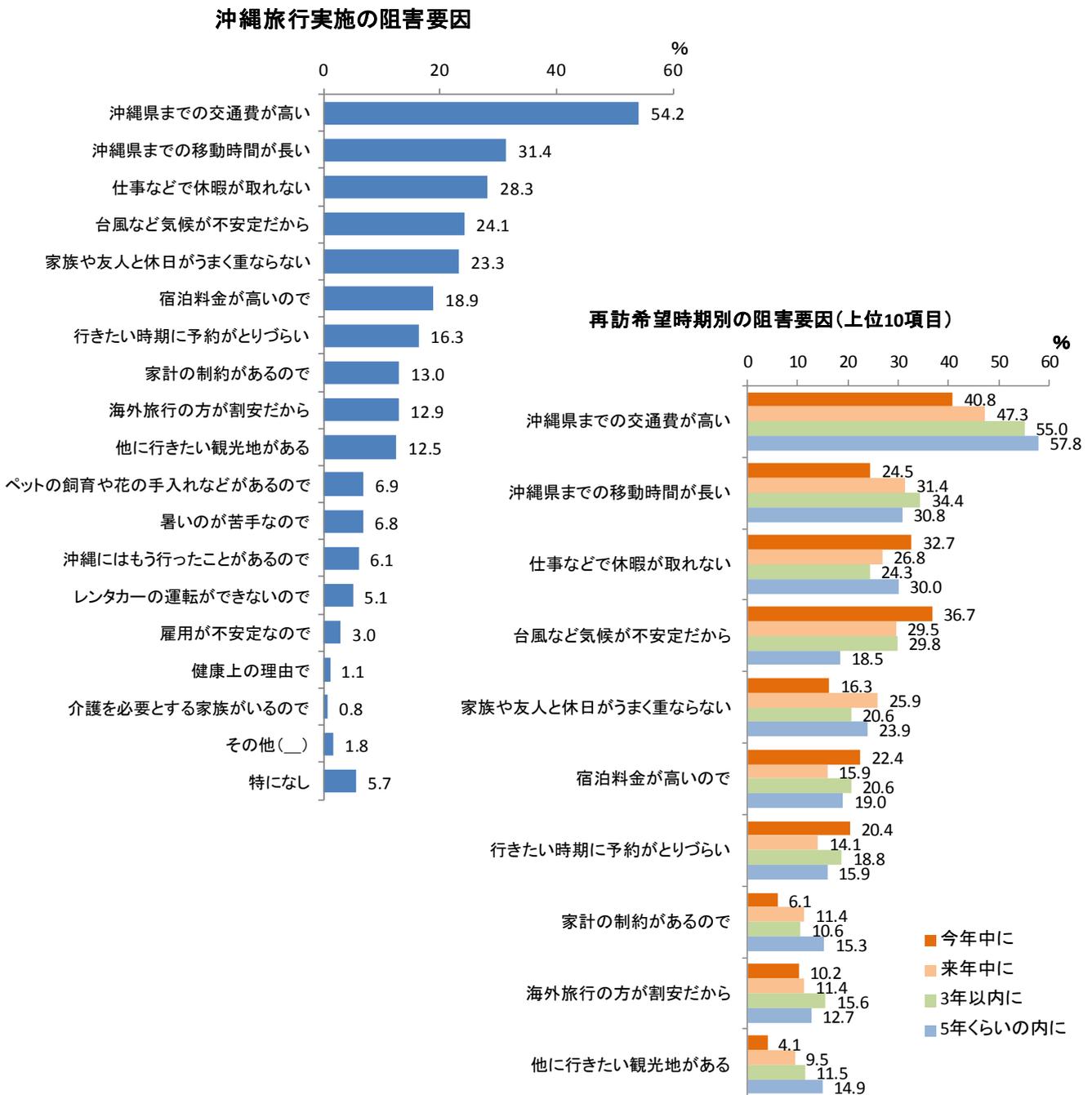


(3) 沖縄再訪の阻害要因

沖縄旅行の阻害要因としては、「沖縄県までの交通費が高い」54.2%、「沖縄県までの移動時間が長い」31.4%、「仕事などで休暇が取れない」28.3%、「台風など気候が不安定だから」24.1%、「家族や友人と休日がうまく重ならない」23.3%の順で高い。

「今年中に」「来年中に」など早めの再訪を希望する人では、「仕事などで休暇が取れない」「台風など気候が不安定だから」などが阻害要因として多く挙げられている。「3年以内に」「5年くらいの内に」という人では、「沖縄県までの交通費が高い」「沖縄県までの移動時間が長い」「家計の制約があるので」「海外旅行の方が割安だから」「他に行きたい観光地がある」などが比較的高い。

図表 IV-1-16 沖縄旅行実施の阻害要因



1-4. 再訪時に希望する旅行内容と情報収集

(1) 希望する旅行内容

① 希望する旅行月・旅行形態・同行者

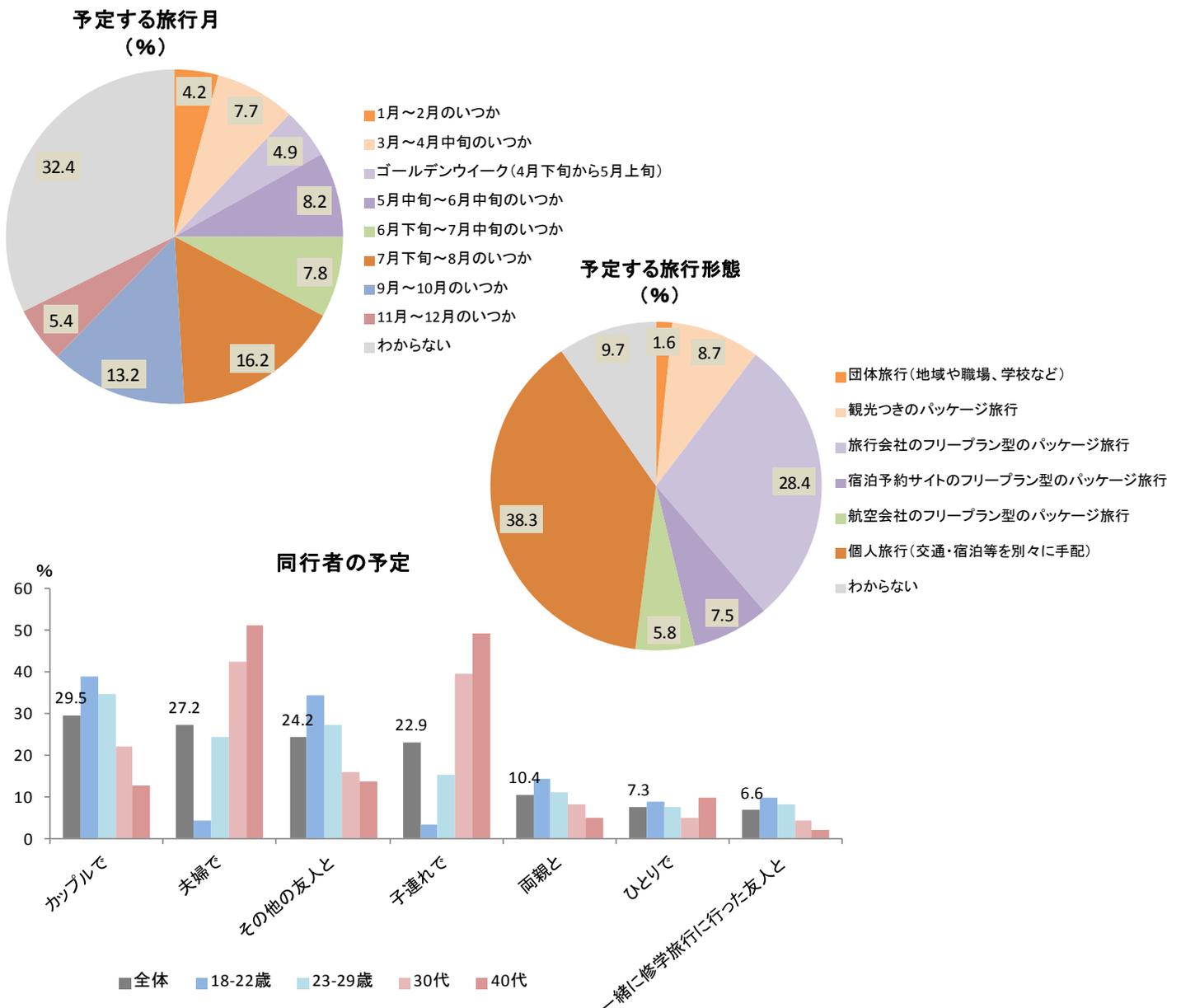
今後沖縄へ観光目的で再訪する際の希望旅行月や旅行形態、同行者について聞いた。

希望する旅行時期としては、「7月下旬～8月」16.2%、「9月から10月」13.2%、「5月中旬～6月中旬」8.2%、「3月～4月中旬」7.7%の順で多くなっている。「わからない」も32.4%を占める。

旅行形態については、「個人旅行（交通・宿泊等を別々に手配）」が38.3%、「旅行会社のフリープラン型パッケージ旅行」が28.4%などとなっている（パッケージ旅行全体では50.4%）。

同行者の予定では、若年層が多いことを反映して「カップルで」が29.5%と多い。顧客の年代が進むと、新しいライフステージに沿った同行者（夫婦、子供連れ、子育て後など）に変化していく。

図表 IV-1-17 再訪時に希望する時期・旅行形態・同行者

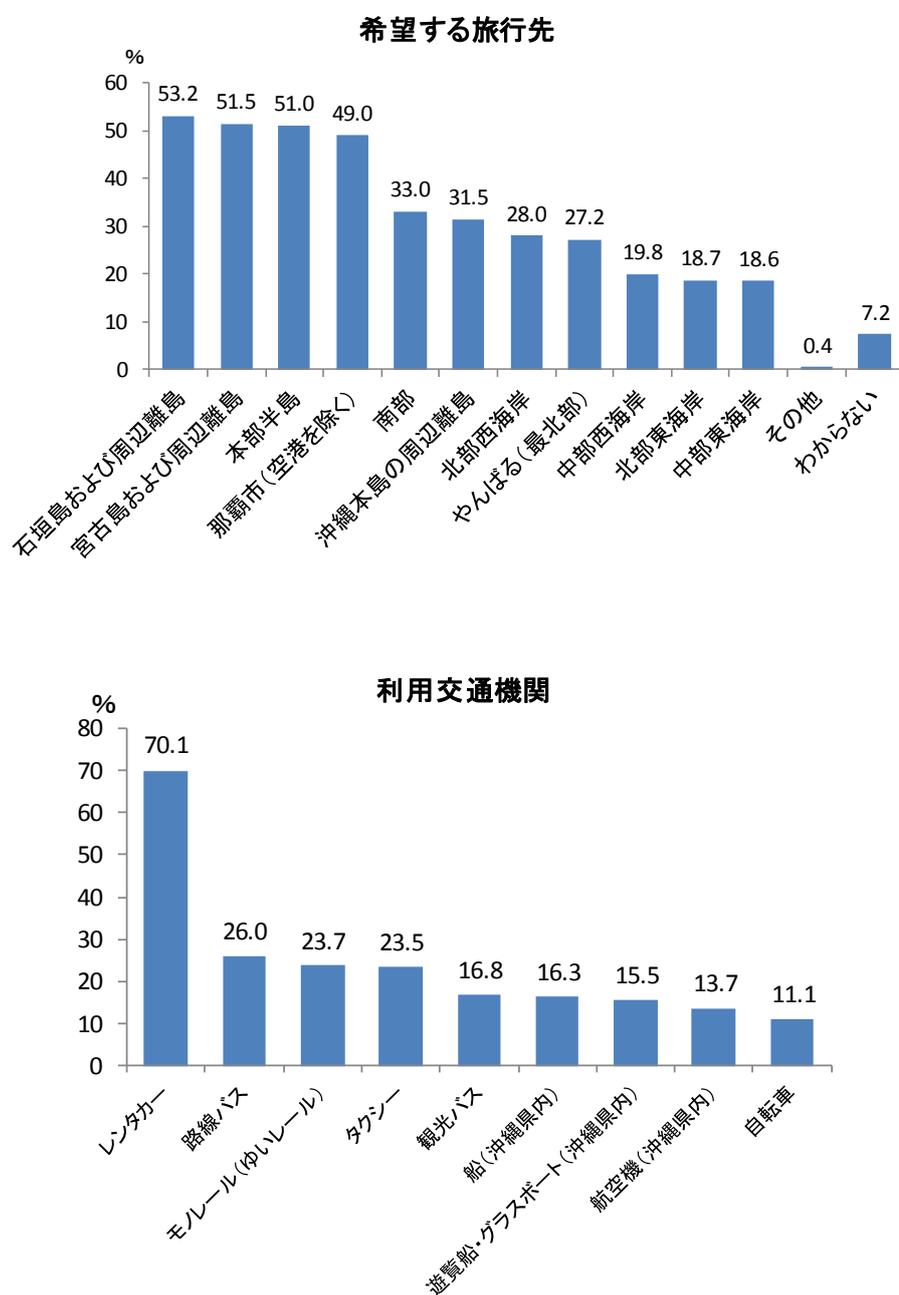


② 希望旅行先・利用交通機関

沖縄での希望旅行先は、「石垣島および周辺離島」53.2%、「宮古島および周辺離島」51.5%、「本部半島」51.0%、「那覇市（空港を除く）」49.0%がそれぞれ約半数の回答を集めた。

利用交通機関の予定については、レンタカーが70.1%に上っている。これに、路線バスが26.0%、モノレールが23.7%、タクシー23.5%、観光バス16.8%の順で続いている。（なお、18-22歳のデータに限定すると、レンタカーの比率は57.1%に留まり、代わりに路線バスが31.2%、観光バスが20.9%と高めになっている。）

図表 IV-1-1-8 再訪時に希望する旅行先・利用交通機関

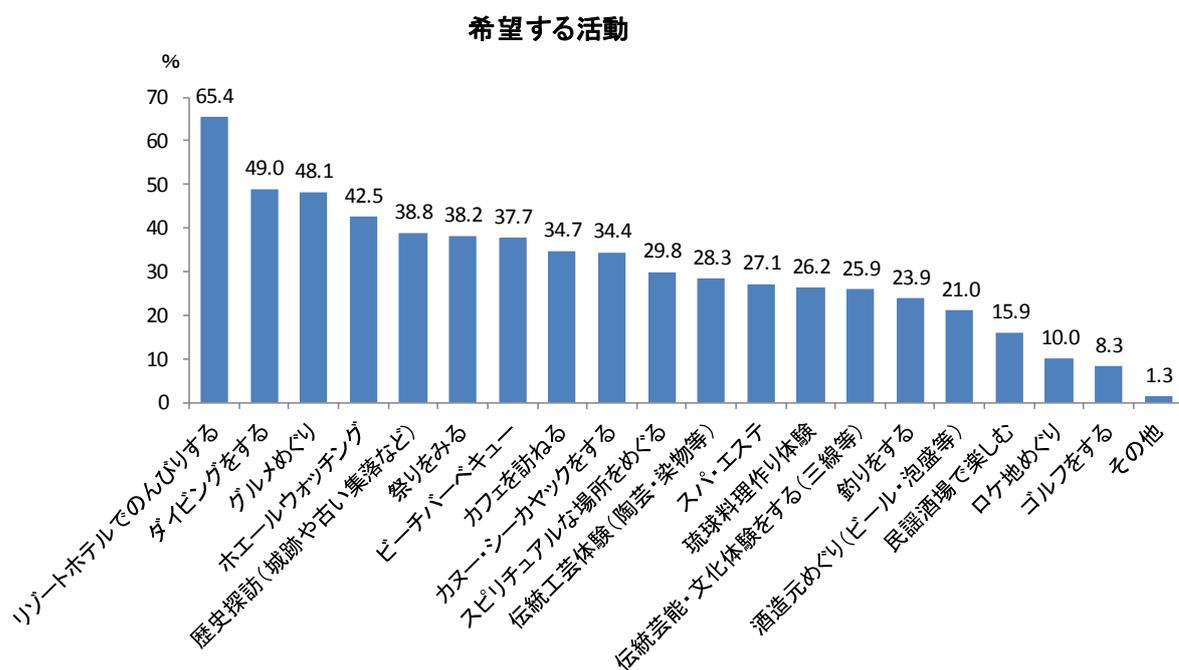


③ 希望旅行活動・体験

沖縄で希望する旅行活動（複数回答）は、「リゾートホテルでのんびりする」が65.4%と最も多くなっている。以下、「ダイビングをする」49.0%、「グルメめぐり」48.1%、「ホエールウォッチング」42.5%、「歴史探訪（城跡や古い集落など）」38.8%、「祭りをみる」38.2%、「ビーチバーベキュー」37.7%、「カフェを訪ねる」34.7%、「カヌー・シーカヤックをする」34.4%の順となった。

「ダイビングをする」は、男性や20代で高い傾向があるなど、活動毎に性別、年代別の回答率には特徴がみられる。

図表 IV-1-19 再訪時に希望する活動



希望する活動（性別・年代別）

	全体	男性	女性	18-22歳	23-29歳	30代	40代
リゾートホテルでのんびりする	65.4	60.8	69.5	66.3	63.7	66.3	65.4
ダイビングをする	49.0	55.7	42.9	55.3	56.2	41.9	31.7
グルメめぐり	48.1	42.9	52.8	50.0	51.7	44.4	43.3
ホエールウォッチング	42.5	39.8	45.0	40.8	39.7	44.4	50.0
歴史探訪（城跡や古い集落など）	38.8	39.6	38.1	34.8	40.7	41.3	36.5
祭りをみる	38.2	34.0	42.0	40.8	40.1	37.8	26.9
ビーチバーベキュー	37.7	39.6	36.1	41.1	42.9	34.4	23.1
カフェを訪ねる	34.7	26.2	42.4	36.9	39.7	32.2	21.2
カヌー・シーカヤックをする	34.4	38.8	30.5	37.6	38.5	30.0	26.9
スピリチュアルな場所をめぐる	29.8	24.9	34.2	30.1	33.1	29.1	21.2
伝統工芸体験（陶芸・染物等）	28.3	17.5	38.1	28.4	28.4	30.0	23.1
スパ・エステ	27.1	16.3	36.8	23.8	29.7	26.9	28.8
琉球料理作り体験	26.2	18.8	32.9	29.4	26.5	24.4	22.1
伝統芸能・文化体験をする（三線等）	25.9	18.4	32.7	22.7	27.4	26.9	26.9
釣りをする	23.9	33.6	15.1	24.8	24.9	21.9	24.0
酒造元めぐり（ビール・泡盛等）	21.0	23.1	19.1	14.2	22.4	24.1	26.0
民謡酒場で楽しむ	15.9	13.8	17.8	13.5	19.6	14.1	17.3
ロケ地めぐり	10.0	9.3	10.6	10.6	10.7	9.1	8.7
ゴルフをする	8.3	12.2	4.8	4.6	8.5	9.7	13.5
その他	1.3	0.6	1.9	0.4	1.3	1.3	3.8
延べ回答率	606.5	565.8	643.3	606.0	645.7	589.7	540.4

(2) 旅行情報の収集

① 沖縄旅行に関する情報源

沖縄旅行に関する情報をどんな媒体から得ることが多いかについて聞いたところ（複数回答）、「旅行雑誌」が48.1%と最も多く、以下、「旅行ガイドブック」40.7%、「インターネットの旅行関連サイト」40.2%、「インターネットの沖縄関連サイト」31.9%、「インターネットの検索サイト」25.4%が上位となった。

性別にみて情報源の回答率の高さが目立つ媒体は、男性で「インターネットの沖縄関連サイト」、女性で「旅行雑誌」「旅行ガイドブック」「旅行会社のパンフレット」などである。

年代別にみると、「旅行雑誌」は23-29歳で高く、「インターネットの旅行関連サイト」「インターネットの沖縄関連サイト」は40代で高い、「旅行会社のパンフレット」は18-22歳で高いといった傾向がみられる。

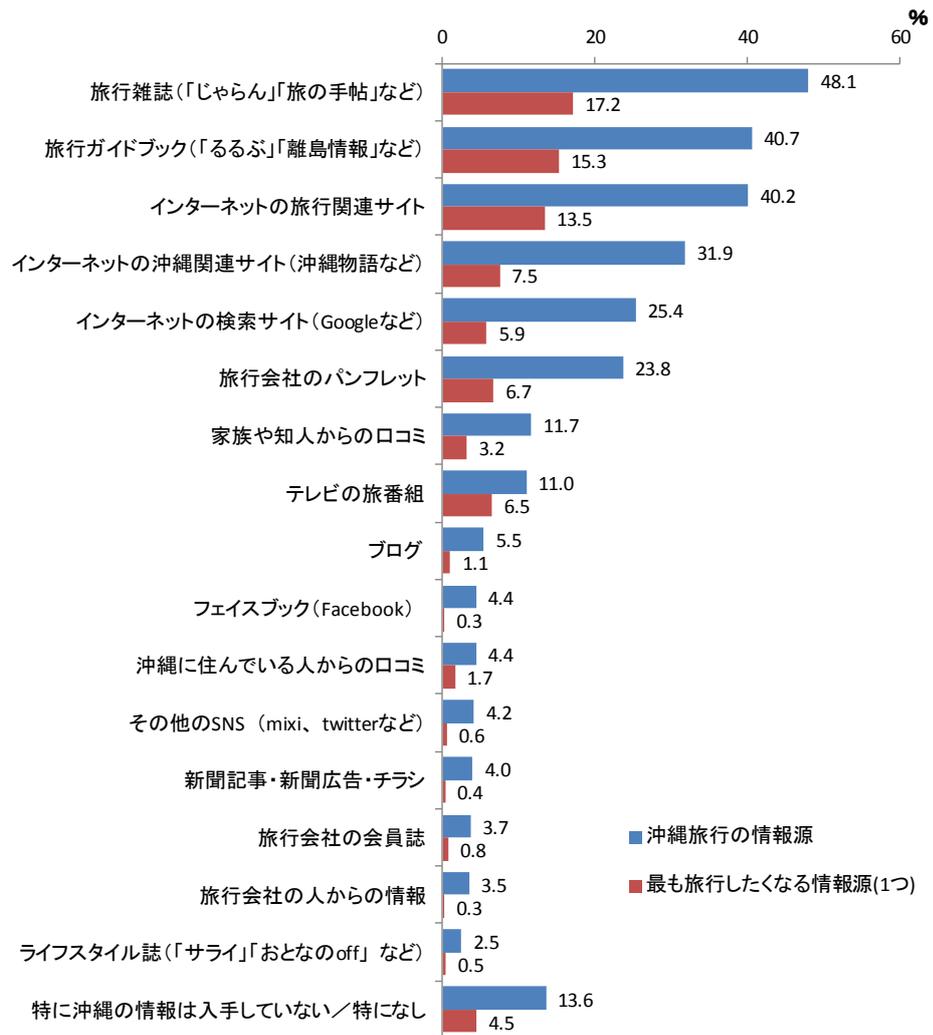
② 一番沖縄に旅行したいと思わせる情報源

旅行の情報源として選んでもらった媒体の中から、そのうち最も旅行したくなる情報源を1つだけ選んでもらった。

その結果、「旅行雑誌」17.2%、「旅行ガイドブック」15.3%、「インターネットの旅行関連サイト」13.5%の順で回答率が高かった。

情報源の回答率の中から、最も旅行したくなる情報源として選択される率が高かった媒体は、「テレビの旅番組」（選択率59.3%）、「沖縄に住んでいる人からの口コミ」（同37.8%）、「旅行ガイドブック」（同37.7%）、「旅行雑誌」（同35.8%）、「旅行会社のパンフレット」（同28.4%）の順である。

図表 IV-1-20 沖縄旅行に関する情報源（複数回答）と最も旅行したくなる情報源（単数回答）



■沖縄旅行の情報源(性別・年代別)

沖縄旅行の情報源	a.								b.		c.=b./a.
	全体	男性	女性	18-22歳	23-29歳	30代	40代	最も旅行したくなる情報源(1つ)	最も旅行したくなる情報源選択率		
旅行雑誌(「じゃらん」「旅の手帖」など)	48.1	46.6	49.4	47.9	53.3	45.3	41.3	17.2	35.8%		
旅行ガイドブック(「るるぶ」「離島情報」など)	40.7	34.0	46.7	41.8	40.4	39.7	41.3	15.3	37.7%		
インターネットの旅行関連サイト	40.2	40.8	39.6	33.3	41.0	41.9	51.0	13.5	33.6%		
インターネットの沖縄関連サイト(沖縄物語など)	31.9	34.6	29.4	24.8	31.5	34.7	43.3	7.5	23.6%		
インターネットの検索サイト(Googleなど)	25.4	26.6	24.3	22.0	27.8	28.8	17.3	5.9	23.1%		
旅行会社のパンフレット	23.8	17.9	29.0	25.2	22.7	23.1	25.0	6.7	28.4%		
家族や知人からの口コミ	11.7	9.3	13.9	14.2	10.7	11.6	8.7	3.2	27.5%		
テレビの旅番組	11.0	12.2	10.0	11.3	8.2	11.9	16.3	6.5	59.3%		
ブログ	5.5	5.8	5.2	4.3	3.5	9.4	2.9	1.1	19.6%		
フェイスブック(Facebook)	4.4	5.4	3.5	4.6	5.7	4.1	1.0	0.3	6.7%		
沖縄に住んでいる人からの口コミ	4.4	4.9	3.9	6.0	3.5	3.8	4.8	1.7	37.8%		
その他のSNS (mixi, twitterなど)	4.2	4.3	4.1	6.7	4.4	2.5	1.9	0.6	14.0%		
新聞記事・新聞広告・チラシ	4.0	3.7	4.3	3.9	3.5	3.8	6.7	0.4	9.8%		
旅行会社の会員誌	3.7	3.3	4.1	3.2	5.0	3.1	2.9	0.8	21.1%		
旅行会社の人からの情報	3.5	5.4	1.9	3.9	3.5	3.1	3.8	0.3	8.3%		
ライフスタイル誌(「サライ」「おとなのoff」など)	2.5	2.5	2.6	2.5	2.5	3.1	1.0	0.5	19.2%		
特に沖縄の情報は入手していない	13.6	14.2	13.0	20.6	11.7	9.7	12.5	4.5	33.1%		
旅行会社以外の会員誌	0.7	0.8	0.6	0.4	0.6	0.9	1.0	0.1	14.3%		
その他雑誌	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	-		
その他	0.3	0.4	0.2	0.7	0.3	0.0	0.0	0.3	100.0%		

1-5. 修学旅行経験者における有望市場の分析結果のポイントと今後への課題

■再訪希望のある層の特性と修学旅行の品質改善

- ・平成24年末までの修学旅行経験者の累計は実に670.4万人に上る。このうち再訪意向が強い潜在需要に対して、効果的なプロモーション活動や受入体制強化を進めていくことが重要である。
- ・経験者は、18歳から29歳に66.1%と約3分の2が集中している。若年層の観光客を増加させていくためにも、この年代の修学旅行経験者へのアプローチは効果的である。
- ・5年以内に観光目的で沖縄へ再訪する意向のある人の比率は修学旅行経験者の51.6%である。再訪意向を持つ人の比率は18-22歳、23-29歳の順で高い。地域では、近畿地方、南関東で高い。
- ・修学旅行誘致は、誘客による直接的な経済効果だけではなく、観光目的での再訪、沖縄旅行への関心度の向上、沖縄料理や製品の日常的購入、情報発信や口コミなど、多様な効果につながっている。
- ・SNS・BLOG・Webサイトでの発信は、18-29歳の若年層で比較的高い傾向があり。こうしたサービスの中で沖縄情報発信を増やしてもらい取り組みを検討すべきである。
- ・満足度が高いほど早めの再訪を希望する人が増える傾向がある。同様に、修学旅行で感動した体験ほど（「シュノーケリング・ダイビング」等）、再訪時の希望率が高い。従って、修学旅行体験者の再訪を促進するには、先ず修学旅行での満足度を高めることが重要である。
- ・修学旅行の品質を今一度洗練させいくために、修学旅行の課題を再検討し、旅行会社や学校、受入観光事業者と一体となった取り組みの強化が不可欠である。品質については、アンケートなどにより何らかの指標化を行い、旅行会社等へフィードバックしていくことも検討に値する。

■修学旅行経験者の再訪促進に向けた取り組みの強化

- ・今後の沖縄旅行では、「もっと余裕のある日程で沖縄旅行をしたい」との意見が多い。ダイビングやシーカヤックなど「感動体験」には、ある程度の時間的余裕も必要と考えられる。詰めこみ過ぎの修学旅行が満足度を低下させている可能性もあり、旅程の改善余地がないか検証することも必要である。
- ・但し、教育的見地から、修学旅行には生徒が満足しない内容も一定程度含まれる。このため、生徒が満足できなかった内容を次回の沖縄旅行で補完してもらいような提案型の情報提供（時間を十分に取ったダイビング体験、ゆるやかな時間の流れを感じるリゾートホテル滞在、海辺のカフェ体験など）を強化することもリピート率向上につながると考えられる。
- ・希望旅行月は、「7月下旬～8月」「9月～10月」の順で、修学旅行時期と異なり夏期の再訪意向が強い。太陽の日差しが強い夏の沖縄ならではの景色をビジュアルに訴求することが効果的である。
- ・旅行形態は、個人手配旅行やフリープラン型パッケージ旅行が多い。同行者は若年層でカップルや友人が多い。30～40代になると、夫婦や子供連れでの再訪希望が多くなるなど変化がみられる。
- ・希望旅行先は石垣や宮古などの離島と、本部半島が上位に上がっている。レンタカー利用希望は7割だが、再訪希望の多い18-22歳では、路線バスや観光バスの希望が多いことに留意する必要がある。若年層向けの観光バスで巡る旅行商品や、路線バス等の利便性向上に向けた周遊チケットやPRを検討することも重要である。
- ・沖縄で希望する活動は、「リゾートホテルでのんびりする」「ダイビングをする」「グルメめぐり」「ホエールウォッチング」の順であった。こうした人気コンテンツについて若年層への発信を強化していくべきである。

- ・沖縄旅行の情報源は、「旅行雑誌」「インターネットの旅行関連サイト」「インターネットの沖縄関連サイト」「旅行ガイドブック」の4つが3分の1以上の回答を集めている。「旅行雑誌」は23-29歳で、「旅行会社のパンフレット」は18-22歳で高い傾向がある。沖縄に旅行したいと思わせる媒体としては、「旅行雑誌」「旅行ガイドブック」の評価が高い。こうしたメディアを適切に選択・活用することで効果的な観光宣伝を進めることが望まれる。
- ・また、若年層ではミクシーや facebook などの SNS、ブログなどを情報発信や情報収集に用いるケースが多いことから、プロモーションにおいても、こうしたメディアを用いた修学旅行経験者向け、あるいは若年層向けの旅行情報の発信と顧客の囲い込みに取り組んでいくことも検討すべきである。

2. MICE 旅行経験者における有望市場の分析

2-1. MICE 経験者調査の目的と概要

(1) MICE 経験者調査の目的

① MICE 経験者調査の背景

MICE の誘致活動は、沖縄県が長い間にわたって取り組んできた事業であり、平成 12 年 7 月の「九州・沖縄サミット」等を経た後も、来客数は堅調に推移してきた。長期間にわたる MICE 経験者の蓄積は大きいことから、このうち有望な客層の市場構造を明らかにし、観光目的での再訪促進の可能性を分析することは重要と言える。

② MICE 経験者調査の目的

本調査では、先ずこれまでの MICE 旅行経験者数を既存統計を用いて試算する※。次に、沖縄での MICE 目的での来訪経験者へのインターネット調査結果を用いて、再訪意向を持つ有望市場の属性別の分布構造、予定旅行内容等の把握を行う。

【調査の目的】

- ・ MICE 旅行経験者の市場規模の把握
- ・ MICE 旅行経験者の再訪意向の把握と属性別市場構造の把握
- ・ MICE 旅行の満足度とその要因の把握
- ・ MICE 旅行誘致の効果の把握
- ・ MICE 以降に観光目的で再訪した人の旅行内容の把握
- ・ 再訪意向を持つ層の希望旅行内容の把握
- ・ 再訪意向を持つ層が接する情報媒体の把握

※インターネット調査が対象とする MICE の範囲は、「平成 22 年度 MICE 開催実績及び開催予定統計調査」(OCVB) の定義に準じ、会議 (Meeting、Congress/Convention)、報奨旅行・研修旅行・社員慰労旅行 (Incentive)、または見本市 (Exhibition) とした。但し、このうち、Incentive 旅行については、各種統計によって対象とする範囲はまちまちであり、報奨旅行のみを指す場合も多い。市場規模の試算に用いた沖縄県の「観光統計実態調査」では、空港アンケート調査票の選択肢を「会議・研修」と大括りにしており、インターネット調査に比べると対象範囲はやや限定的である。

(2) MICE 経験者調査の概要

① MICE 経験者調査の概要

最初に MICE 旅行経験者の市場規模について、沖縄県「観光統計実態調査」を基に 2002 年度から 2011 年度にかけての来訪客数（延べ数）の試算を行った。

次に、20 歳以上 74 歳以下の沖縄県民を除く全国のインターネットパネルを対象に、MICE 参加を目的に過去に沖縄に来訪した経験があり、今後 5 年以内に観光目的での再訪意向がある有望客層を抽出した（スクリーニング調査）。次に、抽出された有望客層に対して、MICE 旅行の体験内容や満足度、再訪した場合に希望する旅行内容等を聞いている。

調査方法	インターネットによるアンケート調査。
調査項目	①一次調査（スクリーニング調査）： 居住地、性年代等の属性。沖縄での MICE 旅行経験の有無、観光目的での沖縄への再訪意向等。 ②二次調査（本調査）： MICE 旅行の時期、体験内容、満足度。観光目的での再訪経験、再訪旅行の内容。再訪意向の有無、再訪時に予定する旅行内容、旅行の参考にする情報媒体等。
調査時期	平成 24 年 11 月 13 日から 15 日
調査対象	20 歳以上 74 歳以下の沖縄県民を除く全国のインターネットパネル
回収数	1,115 人。

② 回収標本数

調査の年代別にみた調査標本数は以下の通りである。

	a.	b.	c.=b./a.	d.	e.=d./b.	f.=d./a.			
年代	スクリーニング調査配信数	スクリーニング調査回収数	スクリーニング調査有効回収数	沖縄MICE経験サンプル数	経験サンプル率	条件通過サンプル数	5年以内観光再訪希望率	条件通過率	本調査標本数
20-39歳	290,000	23,032	22,744	2,109	9.3%	1,377	65.3%	6.1%	253
40-49歳	290,000	13,086	13,037	1,910	14.7%	1,008	52.8%	7.7%	277
50-59歳	63,200	7,027	7,012	1,175	16.8%	600	51.1%	8.6%	291
60-74歳	41,800	6,482	6,464	1,209	18.7%	630	52.1%	9.7%	294
全体	685,000	49,627	49,257	6,403	13.0%	3,615	56.5%	7.3%	1,115

※年代別に分析するため、各年代について同数程度の回収数を目標とし、回収数の上限を設定した。

本調査に必要なサンプル数を確保するためにスクリーニング調査の配信数を大目に設定している。

※インターネット調査パネルの特性から、高齢層では実態よりも出現率が高めに出ている可能性がある。

2-2. MICE 旅行経験者及び有望市場の市場規模

(1) MICE 経験者数の試算

① 市場規模の基礎資料と試算方法

MICE 参加を目的とした沖縄旅行に関する統計には、県が作成する「沖縄県観光統計実態調査」、JNTO（日本政府観光局）の作成している「国際会議統計」がある。

この他に、OCVB が平成 22 年度に「MICE 開催実績及び開催予定統計調査」という事業者や自治体への調査を実施し、集計・公表しているが、今のところ単発の調査に留まっている。また、会議への参加人数については、規模別に会議件数を集計しているものの、実数の統計とはなっていない。

「沖縄県観光統計実態調査」については、空港アンケート調査の調査項目に「会議・研修」という区分が加えられたのは平成 14 年以降である。それ以前は、主に宿泊施設での留め置き葉書アンケートが観光統計調査として実施されており、質問項目の中に MICE に関する設問は無かった。

また、JNTO の国際会議統計は、外国人客が参加している国際会議のみが対象となっており、沖縄への MICE 旅行市場の規模を測る統計としては情報が不足している。

こうした統計の制約を踏まえて、ここでは過去 10 年間(平成 14 年度から 23 年度)の「会議・研修」参加者の延べ数を市場規模として試算することとする。

参考。「沖縄県観光統計実態調査」の活動区分（平成 23 年度）

問. 今回の旅行中に行った活動はどのようなものでしたか。(いくつでも)

1)観光地めぐり	2)保養・休養	3)海水浴・マリレジャー	4)ダイビング
5)ゴルフ	6)釣り	7)スパ・エステ	8)キャンプ
9)スポーツ大会等	10)エコツアー	11)イベント・伝統行事	12)ショッピング
13)沖縄料理を楽しむ	14)戦跡地参拝	15)新婚旅行	16)ウエディング
17)会議・研修	18)仕事	19)帰省・親戚等の訪問	20)その他 (_____)

参考表. MICE 種別会議件数（平成 22 年度）

種別	件数	構成比
M(会議等)	72	16.5%
I(報償旅行等)	212	48.5%
C(国際会議等)	101	23.1%
E(展示会等)	23	5.3%
その他	29	6.6%
計	437	100.0%

資料:「MICE 開催実績及び開催予定統計調査」OCVB

MICE 開催実績及び開催予定統計調査における MICE の定義

- M : Meeting
(会議・大会・説明会・講習会・セミナー・シンポジウム等)
- I : Incentive travel
(報奨旅行・研修旅行・社員慰労旅行等)
- C : Convention, Conference
(国際会議・学術会議・学会・研究会等)
- E : Event, Exhibition
(展示会・見本市・イベント等)

※県外・海外から参加者があり、かつ上記 MICE に該当する催事。
※県内参加者が多い MICE（合同企業説明会等）については、県外及び海外からの参加者が全体の 1 割以上、または 50 名以上ある場合のみ抽出。

※催事名及び開催期間によって同一催事とみなされたものは統合。但し、関連した催事ではあるが、別の趣旨、枠組み等で開催された催事については別催事とみなす。回答があった催事のうち、詳細が不明の催事については、「その他」に分類。但し、名称等から判断可能なものは「MICE」に区分して掲載。

② 市場規模の試算値

「沖縄県観光統計実態調査」における活動区分「会議・研修」の比率に観光客数を乗じ、各年の会議・研修参加者数を算出し、10年間(2002年度から2011年度)の累計を試算すると 382.4万人となる。

また、この10年間の観光客数 5,523.2万人に対する比率は 6.9%となっている。

図表 IV-2-1 会議・研修参加者の延べ人数

年度	会議・研修 比率(%)	観光客数 (万人)	会議・研修参 加者延人数 (万人)
2002年度	7.9	483.5	38.2
2003年度	6.7	508.5	34.1
2004年度	7.0	515.3	36.1
2005年度	5.7	570.5	32.5
2006年度	6.4	570.5	36.5
2007年度	6.2	589.2	36.5
2008年度	9.1	593.4	54.0
2009年度	7.2	569.0	41.0
2010年度	6.2	570.5	35.4
2011年度	6.9	552.8	38.1
2002-2011年 度計	6.9	5,523.2	382.4

(2) MICE 旅行経験者における有望客層の分布

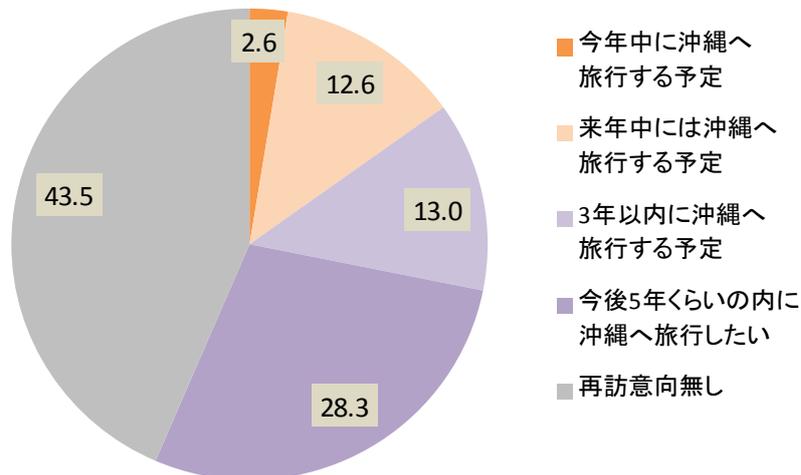
① MICE 経験者の再訪意向

以下では、インターネット調査の結果を用いて、MICE 旅行経験者の属性別分布状況、及び再訪意向のある有望客層の分布状況について整理する。

沖縄を除く全国の 20 歳から 74 歳を対象としたインターネット調査（一次調査）の結果、沖縄での MICE 旅行経験率は全体で 13.0%であった。そのうち、5 年以内に観光目的で沖縄へ再訪する意向のある人の比率は 7.3%（経験者の 56.5%）となっている。

経験者 56.5%のうち、「今年中に沖縄へ旅行する予定」の人は 2.6%、「来年中に沖縄へ旅行する予定」の人は 12.6%、「3 年以内に沖縄へ旅行する予定」の人は 13.0%となっている。「今後 5 年くらいの内に沖縄へ旅行したい」という必ずしも積極的でない層が 28.3%と半数近く含まれる。

図表 IV-2-2 訪沖 MICE 旅行経験者の再訪意向



② 属性別の再訪意向

■ 性・年代別

MICE 旅行経験率を性別にみると、男性 15.7%、女性 9.3%と、男性の経験率が大きく上回っている。そのうち再訪意向がある人の比率は男性 9.0%（経験者の 57.3%）、女性 5.1%（同 54.4%）となっている。

MICE 旅行経験率を年代別にみると、60-74 歳で 18.7%と最も高く、50-59 歳で 16.8%、40-49 歳で 14.7%、20-39 歳で 9.3%となっている。年代が上がるに連れて、MICE 旅行の経験率が上昇するという傾向が見て取れる。

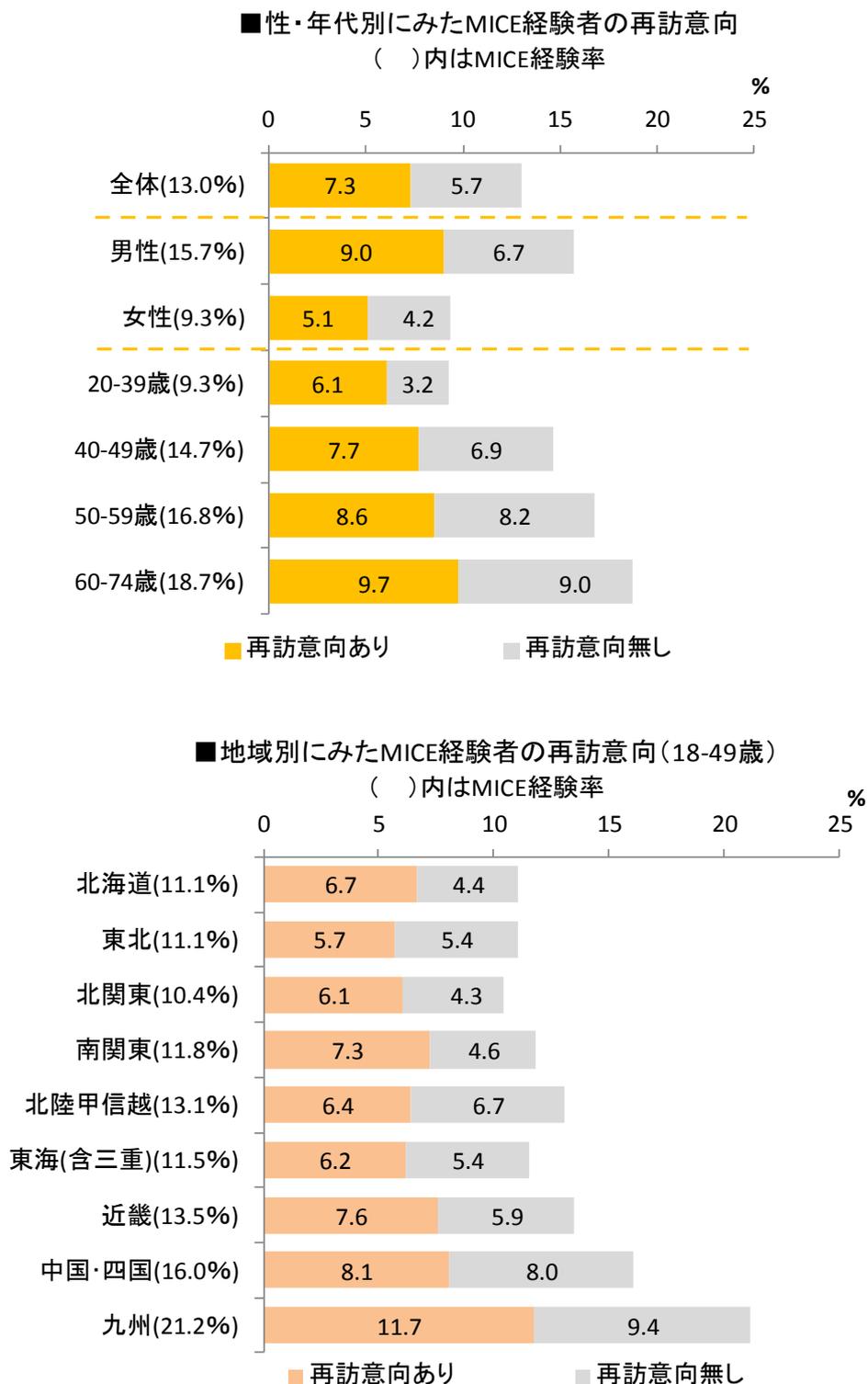
年代別にみた再訪意向を持つ人の比率も、60-74 歳で 9.7%（経験者の 52.1%）、50-59 歳で 8.6%（同 51.1%）、40-49 代 7.7%（同 52.8%）、20-39 歳 6.1%（同 65.3%）となっている。経験者中の再訪意向は、若い世代である 20-39 歳で最も強い。

■地域別

地域別に MICE 旅行経験率をみると、九州 21.2%、中国・四国が 16.0%、近畿 13.5%の順で高くなっている。距離が近く、経済的な結びつきが比較的強い地域が上位となっている。

5年以内に観光目的で再訪する意向のある人の比率は、九州 11.7%（経験者の 55.4%）、中国・四国（同 50.2%）、南関東 7.3%（同 61.4%）、近畿 7.6%（同 56.1%）の順となった。経験者の中では、南関東、北海道で再訪意向が比較的強くなっている。

図表 IV-2-3 沖縄での MICE 旅行経験者の分布と 5 年以内の再訪意向（インターネット調査）



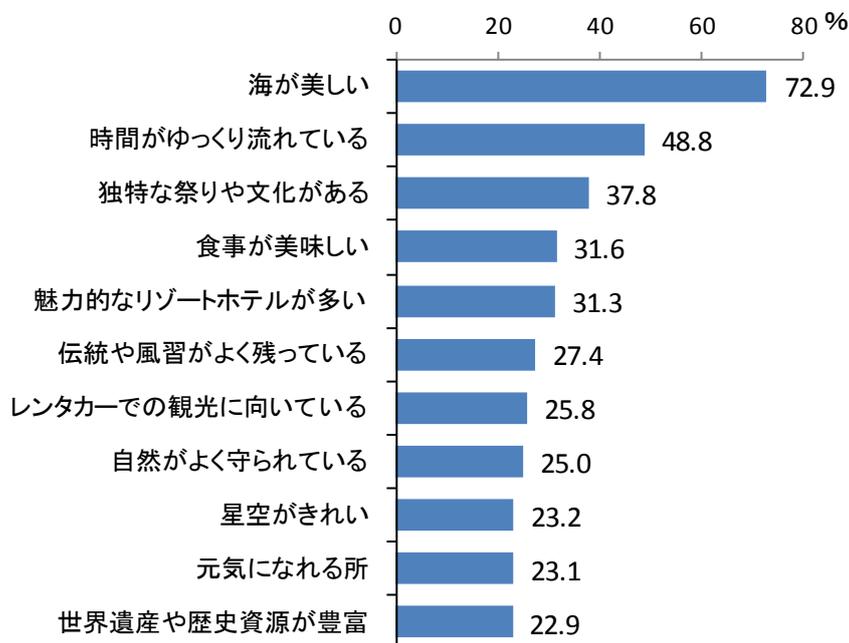
(3) MICE 旅行の誘致効果

① MICE 旅行を通じて感じた沖縄の魅力

MICE 旅行での来訪をきっかけにして、その後の観光での再訪や、情報発信による効果など、様々なプラスの影響がもたらされている。

図表IV-2-4は、MICE 旅行を通じて感じた沖縄の魅力を選択肢から選んでもらったものである(複数回答)。回答結果は、「海が美しい」が72.9%、「時間がゆっくり流れている」48.8%、「独特な祭りや文化がある」37.8%の順で高くなっている。こうした、自然や文化、沖縄独特の世界観などは、実際に来訪して改めて認識されることが多い魅力でもある。

図表 IV-2-4 MICE 旅行を通じて感じた沖縄の魅力



② MICE 旅行誘致の効果

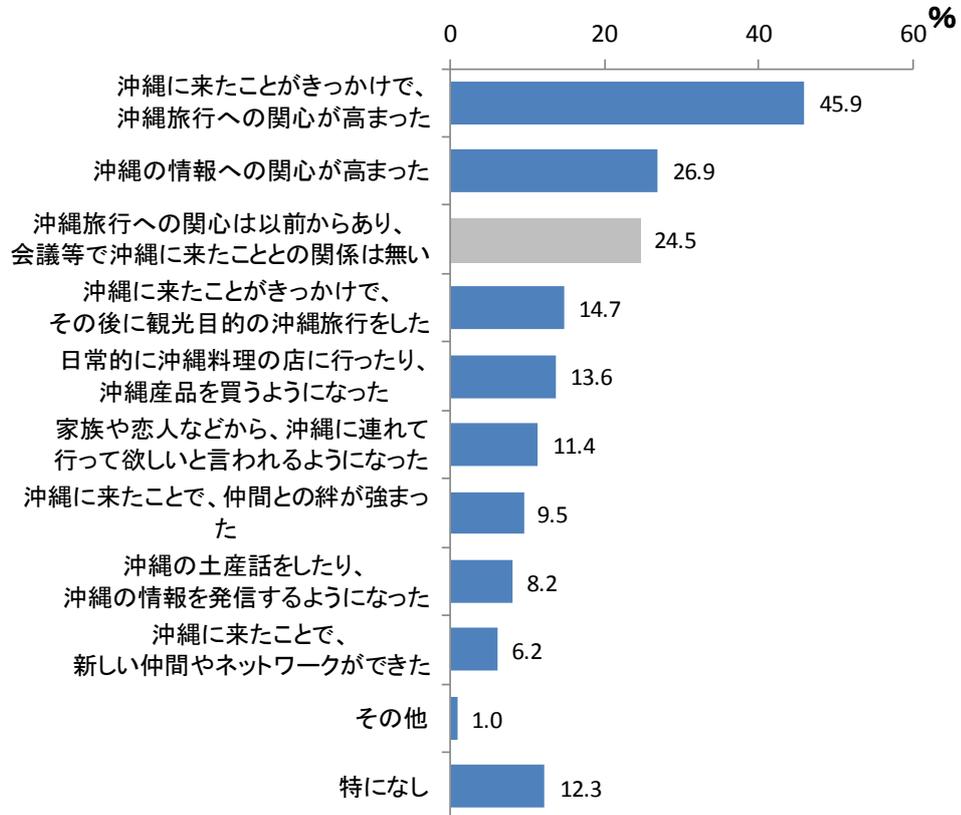
MICE 経験後の観光目的での再訪の有無、沖縄旅行情報への関心度向上、沖縄料理や製品の日常的購入、情報発信や口コミとそれによる態度変容、等の効果について複数回答で聞いた。

まず、本人への直接的な効果のうち、実際に「沖縄に来たことがきっかけで、その後に観光目的の沖縄旅行をした」人は14.7%に上っている。また、沖縄旅行への関心度の高まりとして、「沖縄に来たことがきっかけで、沖縄旅行への関心が高まった」という人は45.9%となっている。但し、「沖縄旅行への関心は以前からあり、会議等で沖縄に来たこととの関係は無い」という人も24.5%に上っている。

「家族や恋人などに沖縄に行きたいと言われるようになった」人は11.4%、「沖縄の土産話をしたり沖縄の情報を発信するようになった」という人は8.2%で、周囲にもある程度影響を与えていることがわかる。

また、旅行以外にも「日常的に沖縄料理の店に行ったり、沖縄産品を買うようになった」という人も、13.6%に上っている（移出効果）。

図表 IV-2-5 MICE 旅行誘致の効果



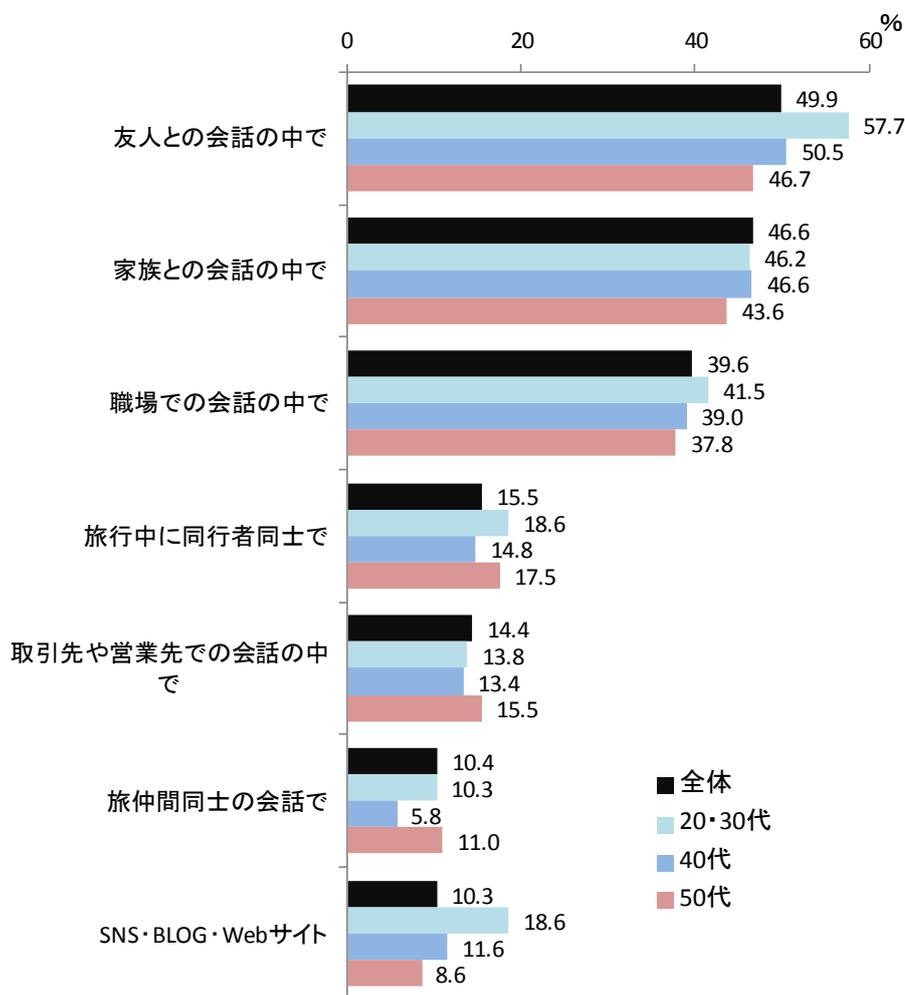
③ 情報発信への貢献

情報発信の状況について詳しく知るために、MICE 旅行で知った沖縄の魅力について、話をした相手や場面、ネット上での発信の有無、等について聞いた（複数回答）。

その結果、「友人との会話の中で」49.9%、「家族との会話の中で」46.6%、「職場での会話の中で」39.6%が高くなっており、友人、家族、職場などで MICE 旅行の話がされている。

なお、「SNS・BLOG・Web サイト」での発信は、全体では 10.3%だが、20・30代で 18.6%と、若年層で多く用いられている。

図表 IV-2-6 沖縄の魅力を話した場面や SNS 等での発信の経験について



2-3. MICE 旅行の内容と満足度

(1) MICE 旅行の内容

① MICE 旅行の実施年・月

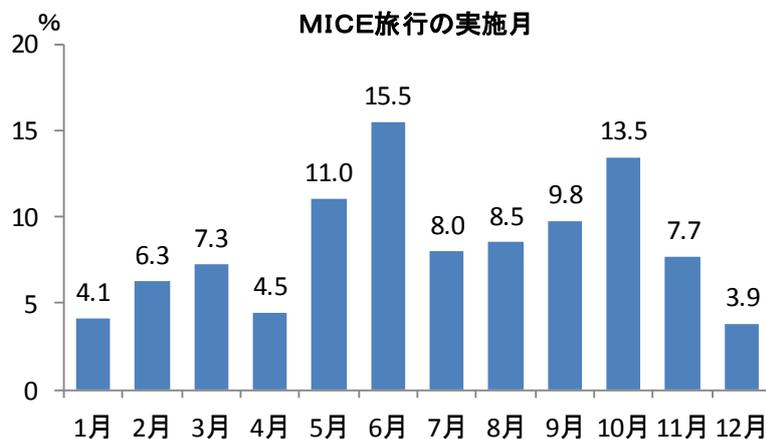
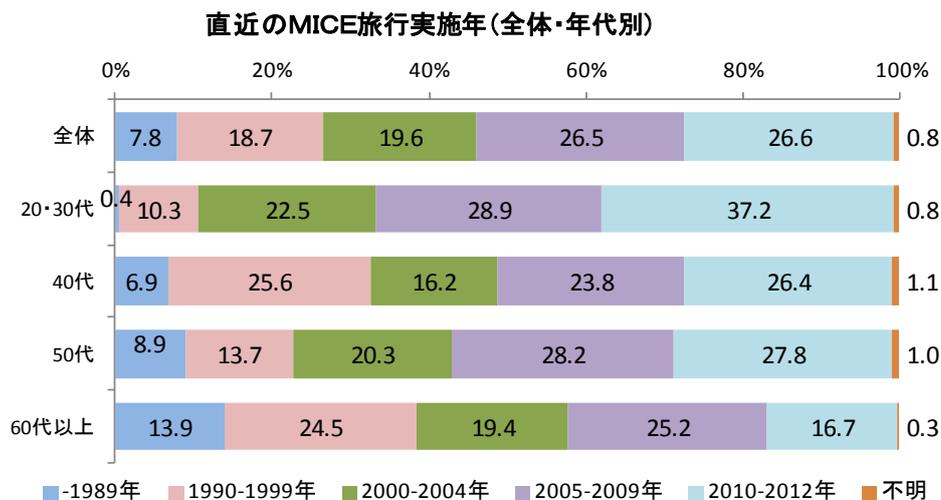
アンケートでは、直近の MICE 旅行について旅行内容の詳細を聞いている。以下では、沖縄県で実施された MICE 旅行の内容について、アンケート結果から整理する。

直近 MICE 旅行の実施年の分布は、2010-2012 年が 26.6%、2005-2009 年が 26.5%、2000-2004 年が 19.6%と、2000 年以降の MICE が 72.6%を占めており、1990-1999 年は 18.7%、1989 年以前は 7.8%となっている。

年代別にみると、60 代以上では、2010-2012 年の MICE 経験者は 16.7%に留まる。40 代でも 1999 年以前に来たのが最後という人が 32.5%を占めている（40 代女性が 46.9%と高い）。

実施月をみると、6 月が 15.5%と最も多い。次いで 10 月が 13.5%、5 月が 11.0%、9 月が 9.8%などが多くなっている。MICE が少ないのは、1 月、4 月、12 月である。

図表 IV-2-7 沖縄 MICE 旅行の内容（実施年・月）・泊数・宿泊先・形態）



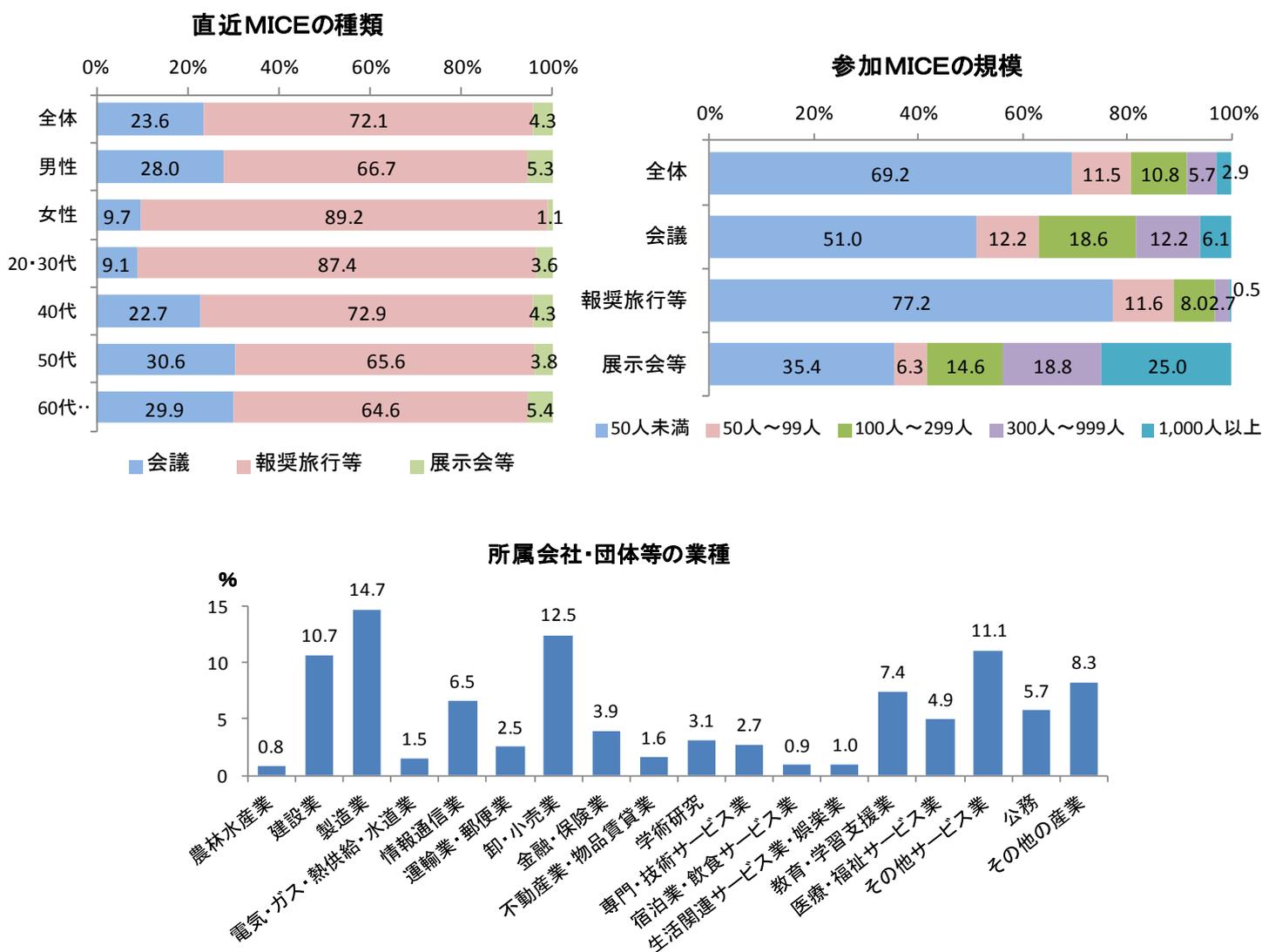
② MICE 旅行の種類・規模・業種

直近の MICE 旅行の種類は、「会議に出席するための旅行（以下会議と言う）」が 23.6%、「報奨旅行・研修旅行・社員慰労旅行（以下報奨旅行等と言う）」が 72.1%、「展示会や見本市に出席するための旅行（以下展示会等と言う）」が 4.3% となり、「報奨旅行等」の比率が最も大きい。性別、年代別にみると、女性や 20・30 代で「報奨旅行等」の比率が高いことがわかる。

参加した MICE の規模は、「展示会等」で「1,000 人以上」との回答が 25.0% を占めるなど規模の大きさが目立つ。「報奨旅行等」では「50 人未満」が 77.2% と多くを占めている。

所属会社・団体が属する業種については（現在の業種、もしくは MICE 参加時）、「製造業」が 14.7%、「卸小売業」12.5%、「その他サービス業」11.1%、「建設業」が 10.7% などが多く挙げられている。

図表 IV-2-8 沖縄 MICE 旅行の種類・規模・業種



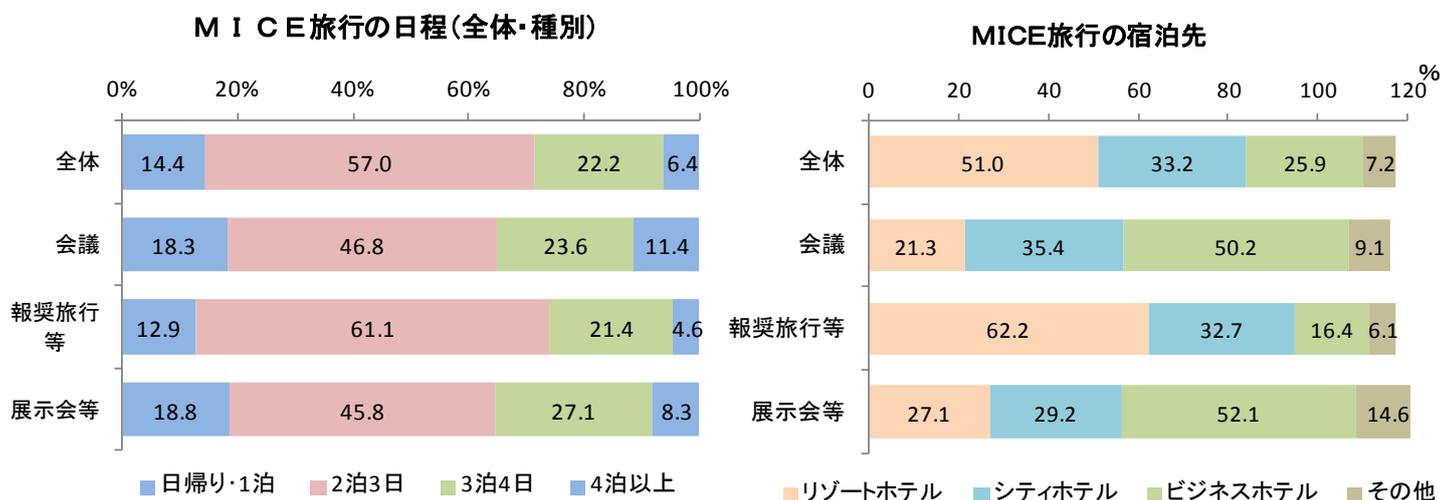
③ MICE 旅行の泊数・宿泊先・手配方法

MICE 旅行の日程は、「日帰り旅行・1泊」が14.4%、「2泊3日」57.0%、「3泊4日」22.2%、「4泊以上」6.4%となっている。「会議等」と「展示会等」では、「日帰り旅行・1泊」も18%程度あるが、4泊以上も1割前後の回答がある。「報奨旅行等」の日程は、2泊3日が61.1%を占めている。

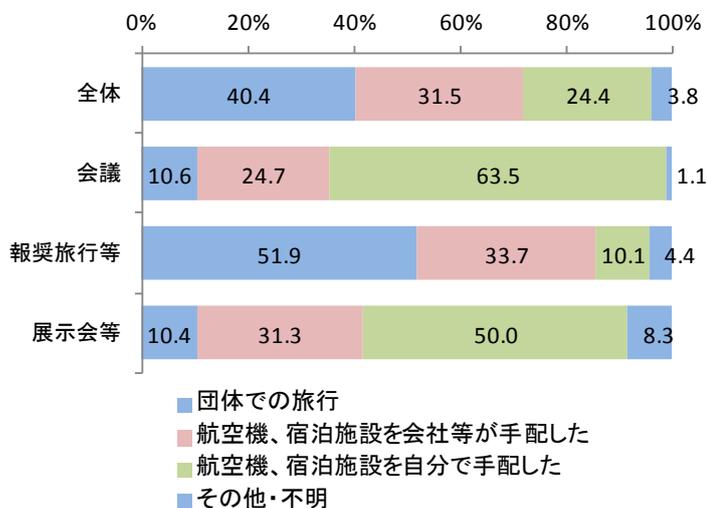
MICE 旅行の宿泊先（複数回答）は、「リゾートホテル」51.0%、「シティホテル」33.2%、「ビジネスホテル」25.9%、その他が7.2%という分布になっている。「会議」「展示会等」では、「ビジネスホテル」の利用が多く、「報奨旅行等」では「リゾートホテル」の利用が6割を占める。

次に、MICE 旅行の手配方法については、「団体での旅行」が40.4%、「航空機、宿泊施設を会社等が手配」が31.5%、「航空機、宿泊施設を自分で手配」が24.4%となった。「報奨旅行等」では団体旅行が多く、「会議」「展示会等」では個人手配が多くなっている。

図表 IV-2-9 沖縄 MICE 旅行の泊数・宿泊先



MICE 旅行の手配方法(全体・種別)



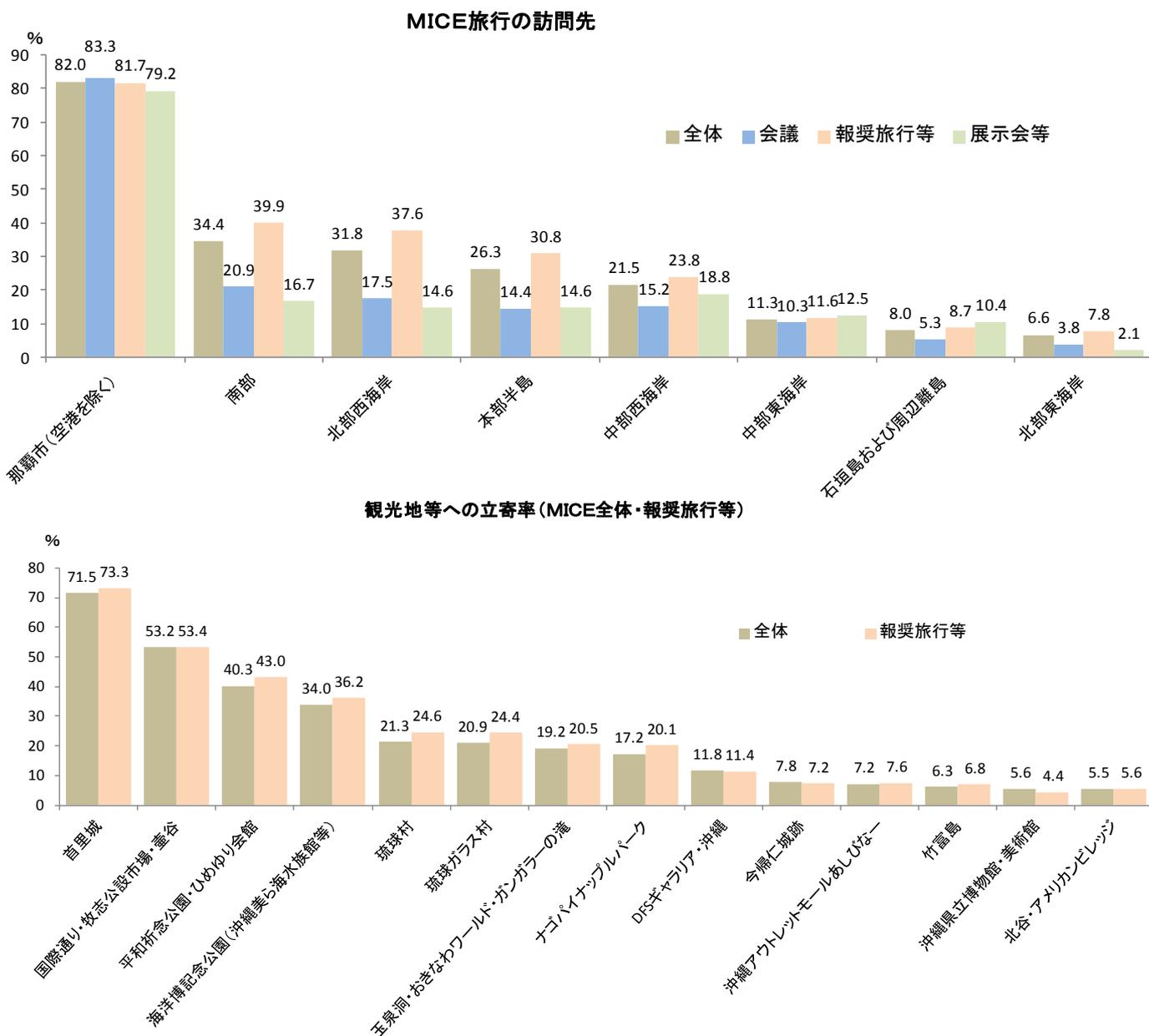
④ MICE 旅行の訪問先

■訪問先と立寄観光地

直近 MICE 旅行での訪問地域（複数回答）は、那覇市（空港除く）が 82.0%に上っている。以下、南部 34.4%、北部西海岸 31.8%、本部半島 26.3%、中部西海岸 21.5%と続いている。那覇市以外は、全般に「報奨旅行等」での立寄率が高めとなっている。

観光地等への立寄率は、「首里城」が 71.5%と高く、「国際通り・牧志公設市場・壺屋」が 53.2%、「平和祈念公園・ひめゆり会館」が 40.3%、「海洋博記念公園（美ら海水族館等）」34.0%の順となった。

図表 IV-2-10 沖縄 MICE 旅行の訪問地域と観光地等への立寄率

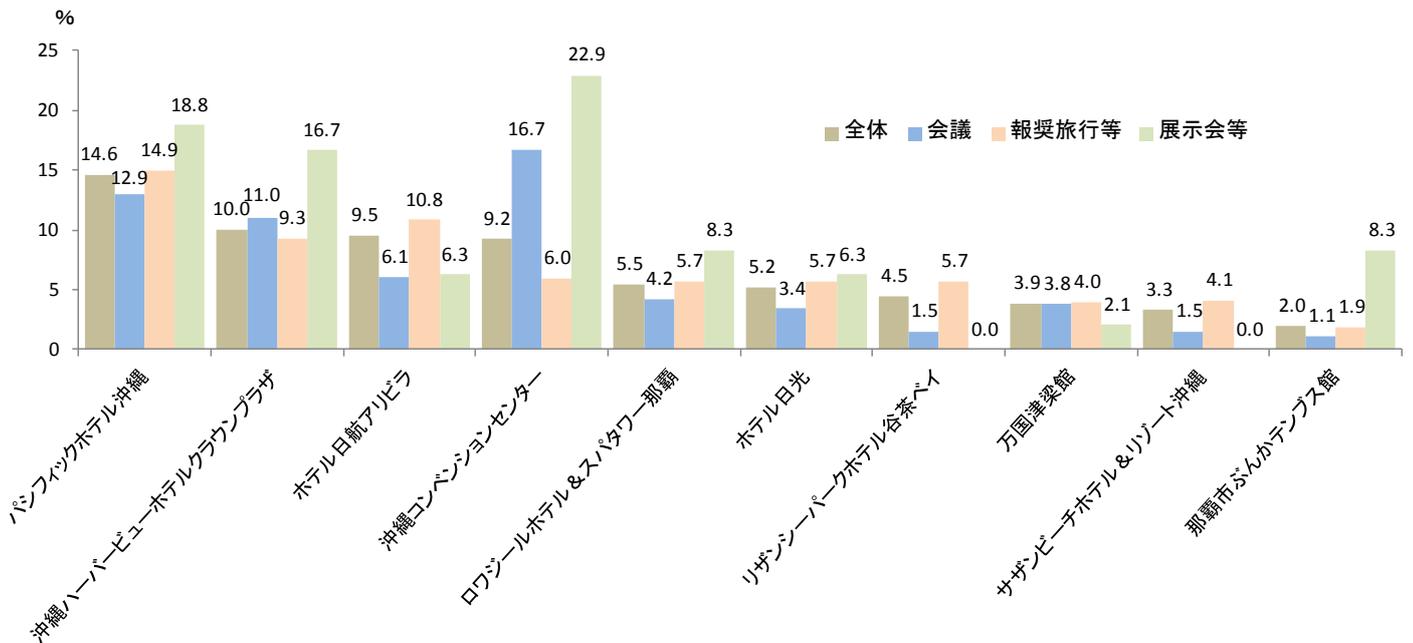


■MICE 施設への立寄率

MICE 施設への立寄率（複数回答）は、「パシフィックホテル沖縄」「沖縄ハーバービューホテル」「ホテル日航アリビラ」の順で高い。「沖縄コンベンションセンター」の利用率は、「展示会等」で 22.9%、「会議」で 16.7%となっている。

図表 IV-2-1 1 MICE 施設の利用率

MICE施設への立寄率(立寄率2%以上)



⑤ MICE 旅行での利用交通機関

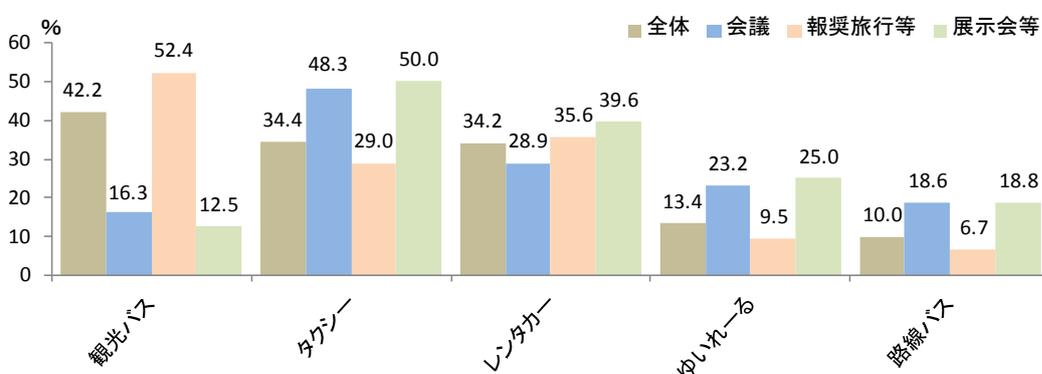
直近 MICE 旅行での利用交通機関（複数回答）は、「観光バス」42.2%、「タクシー」34.4%、「レンタカー」34.2%の順となっている。

「観光バス」の利用は「報奨旅行等」で52.4%と多く、「タクシー」は、「会議」「展示会等」で5割程度と高い。「レンタカー」は「展示会等」で39.6%、「報奨旅行等」で35.6%を占めている。

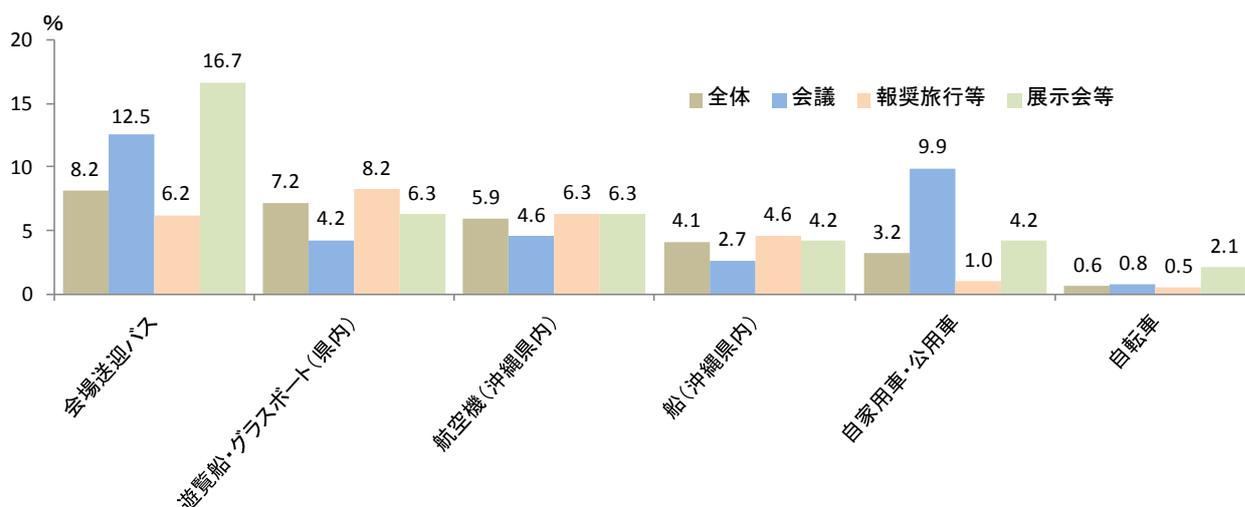
この他、「ゆいレール」「路線バス」「会場送迎バス」「自家用車・公用車」は「展示会等」「会議」で高い傾向があり、「遊覧船・グラスボート」「船（県内）」は「報奨旅行等」で高い傾向がある。

図表 IV-2-1 2 沖縄 MICE 旅行での利用交通機関

① MICE旅行での利用交通機関(MICE全体の利用率10%以上)



② MICE旅行での利用交通機関(MICE全体の利用率10%未満)



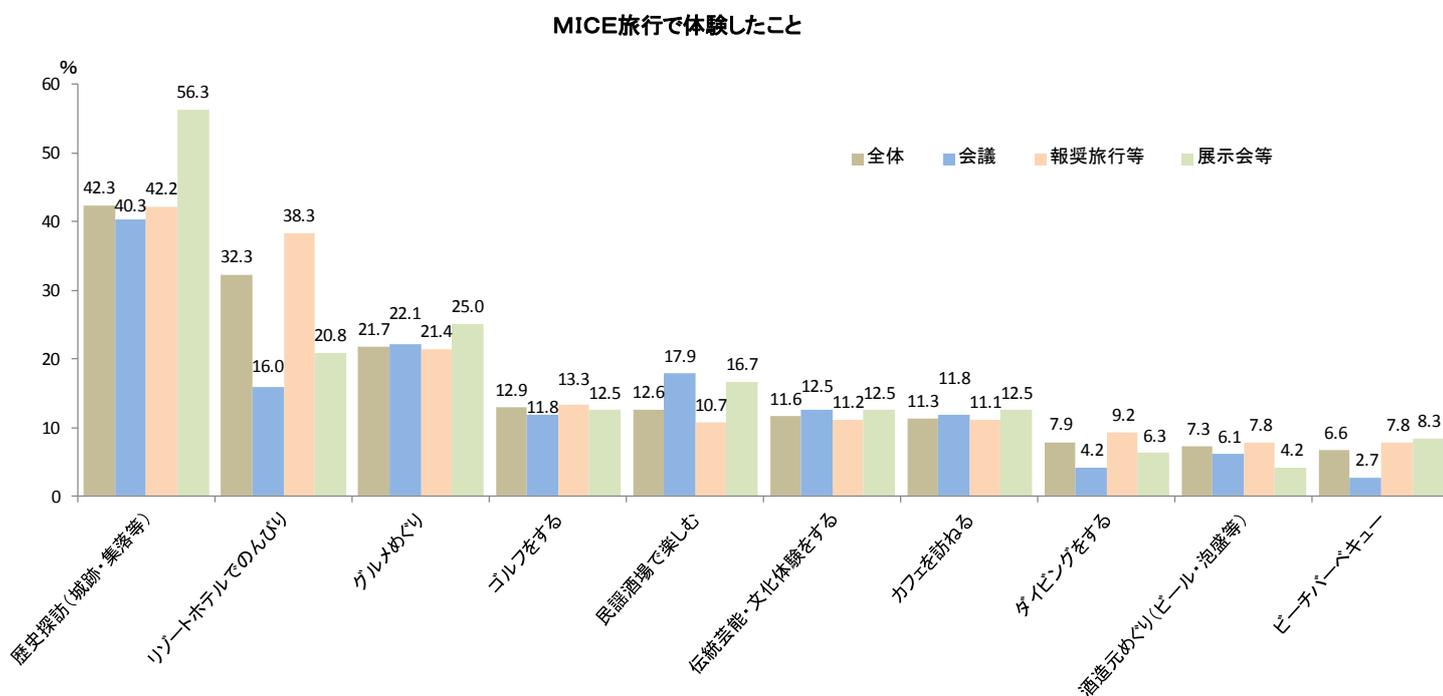
⑥ MICE 旅行での体験内容

MICE 旅行における体験内容では、「歴史探訪（城跡や古い集落等）」が 42.3%と最も多かった。以下、「リゾートホテルでのんびりする」32.3%、「グルメめぐり」21.7%、「ゴルフをする」12.9%、「民謡酒場で楽しむ」12.6%、「伝統芸能・文化体験をする」11.6%、「カフェをたずねる」11.3%が続く。

MICE 種別にみると、「歴史探訪」は「展示会等」で高く、「リゾートホテルでのんびりする」は「報奨旅行等」で高いといった傾向がある。

年代別にみると、20・30代では、「グルメめぐり」「カフェをたずねる」「ダイビングをする」が比較的高く、60代以上では、「歴史探訪」「ゴルフをする」「民謡酒場で楽しむ」「伝統芸能・文化体験をする」が高いといった傾向がみられる。

図表 IV-2-13 MICE 旅行での体験



	全体	会議	報奨旅行等	展示会等	男性	女性	20・30代	40代	50代	60代以上
歴史探訪(城跡や古い集落等)	42.3	40.3	42.2	56.3	43.6	38.3	36.0	32.1	43.6	56.1
リゾートホテルでのんびりする	32.3	16.0	38.3	20.8	30.6	37.5	39.5	35.4	30.2	25.2
グルメめぐり	21.7	22.1	21.4	25.0	21.4	22.7	26.9	22.0	17.2	21.4
ゴルフをする	12.9	11.8	13.3	12.5	15.6	4.5	9.9	11.6	12.0	17.7
民謡酒場で楽しむ	12.6	17.9	10.7	16.7	14.1	8.2	10.3	6.5	13.1	20.1
伝統芸能・文化体験をする	11.6	12.5	11.2	12.5	11.7	11.2	8.7	6.1	8.9	21.8
カフェを訪ねる	11.3	11.8	11.1	12.5	9.1	18.2	14.6	10.1	12.4	8.5
ダイビングをする	7.9	4.2	9.2	6.3	7.2	10.0	12.6	6.9	9.3	3.4
酒造元めぐり(オリオンビール・泡盛等)	7.3	6.1	7.8	4.2	8.2	4.5	8.7	5.1	7.2	8.2
ビーチバーベキュー	6.6	2.7	7.8	8.3	6.7	6.3	8.7	5.8	7.6	4.8
伝統工芸体験(陶芸・染物等)	4.5	3.4	4.7	6.3	4.1	5.6	4.7	4.0	2.4	6.8
スピリチュアルな場所をめぐる	3.2	2.7	3.6	0.0	2.6	5.2	5.5	2.9	1.7	3.1
スパ・エステ	3.2	1.1	4.0	2.1	1.5	8.6	6.7	5.1	1.4	0.3
祭りをみる	2.8	3.4	2.0	12.5	3.0	2.2	2.4	2.9	3.8	2.0
釣りをする	2.2	1.5	2.2	4.2	2.6	0.7	1.2	2.9	2.1	2.4
カヌー・シーカヤックをする	2.2	0.8	2.6	2.1	1.7	3.7	4.7	1.8	0.7	1.7
琉球料理作り体験	2.1	0.8	2.4	4.2	2.0	2.2	1.6	1.1	2.4	3.1
ホエールウォッチング	1.0	0.8	1.0	2.1	1.1	0.7	2.0	0.4	1.0	0.7
ロケ地めぐり	1.0	0.8	1.1	0.0	1.3	0.0	0.8	1.8	1.0	0.3
その他	10.2	14.4	9.0	8.3	9.2	13.4	9.5	14.1	11.0	6.5

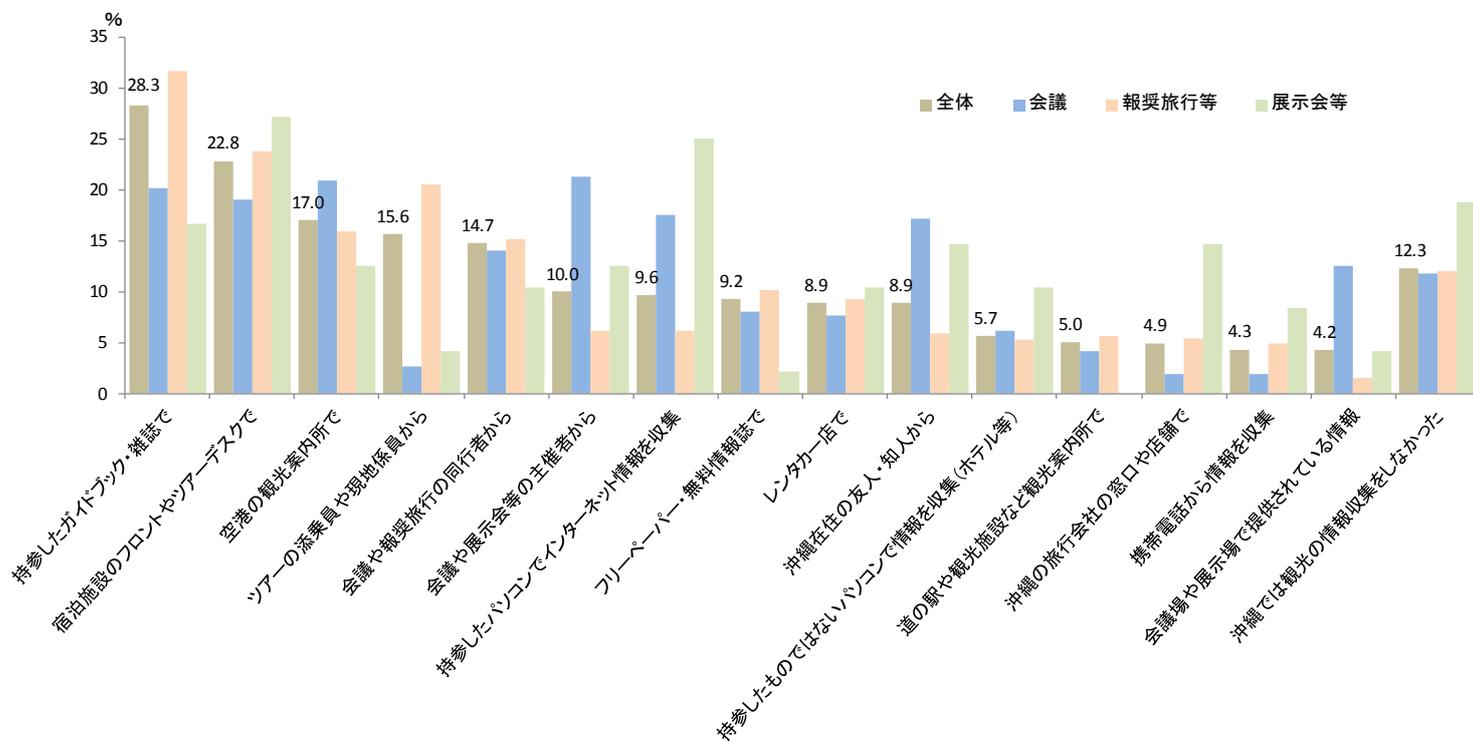
⑦ MICE 旅行中の観光情報の入手

MICE 旅行中に観光情報（交通、飲食、買物等を含む）をどのように入手したかについて聞いた（複数回答）。なお、沖縄では観光の情報収集をしなかった人は 12.3%に留まっている。

最も多かった回答は「持参したガイドブック・雑誌で」で、28.3%の回答を集めた。以下、「宿泊施設のフロントやツアーデスク」22.8%、「空港の観光案内所で」17.0%、「ツアーの添乗員や現地係員から」15.6%、「会議や報奨旅行の同行者から」14.7%と続いている。

MICE の種別にみると、「持参したガイドブック・雑誌で」「ツアーの添乗員や現地係員から」は「報奨旅行等」で高く、「会議や展示会等の主催者から」「持参したパソコンでインターネット情報を収集」「沖縄在住の友人・知人から」は「会議」や「展示会等」で高くなっている。

図表 IV-2-1 4 MICE 旅行中に入手した観光情報



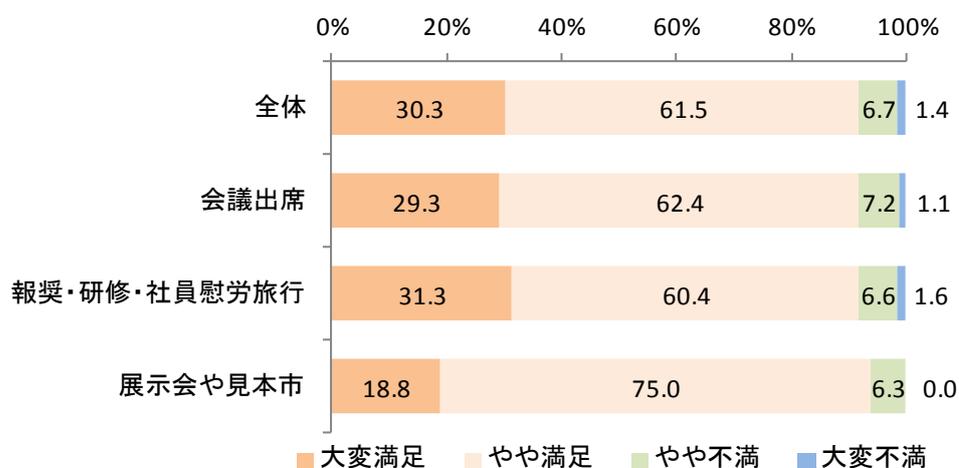
(2) MICE 旅行の満足度と再訪意向

① MICE 旅行の満足度

沖縄県での MICE 旅行の満足度について聞いた。回答者全体では、「大変満足」が 30.3%、「やや満足」が 61.5%、「やや不満」6.7%、「大変不満」1.4%という結果となっている。

「大変満足」を MICE 種別にみると、「報奨旅行等」で 31.3%、「会議」で 29.3%、「展示会等」で 18.8%となっている。

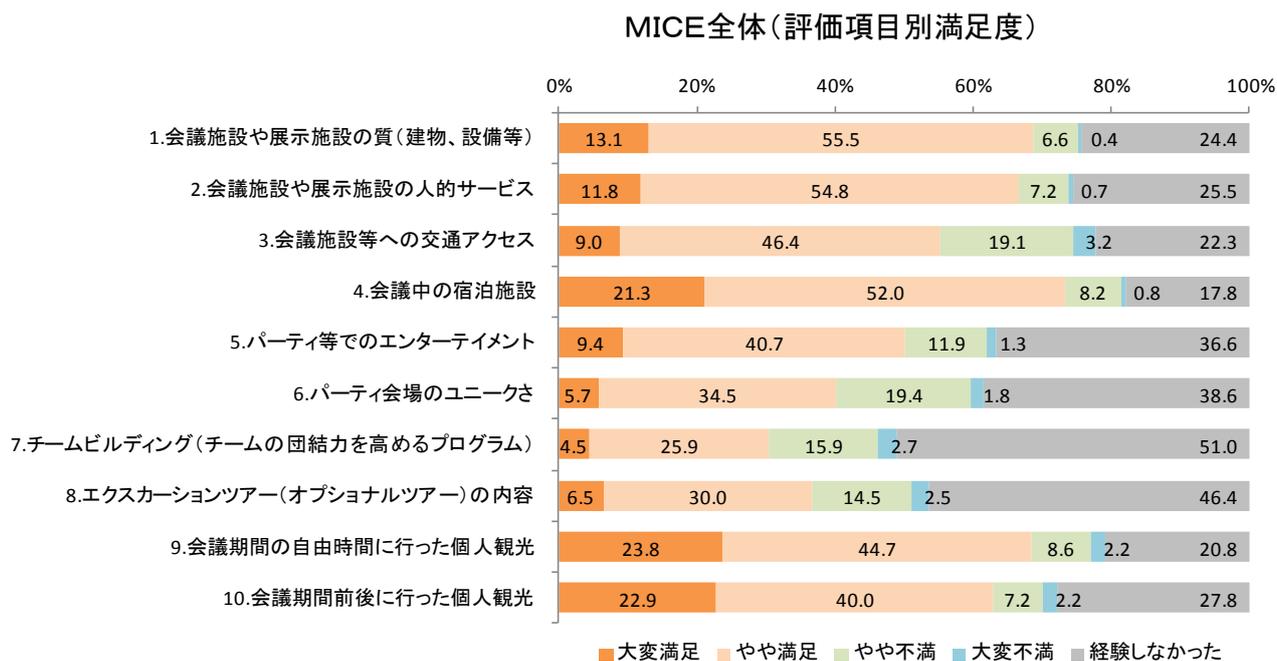
図表 IV-2-15 MICE 旅行の満足度（種別）



② 項目別の満足度

MICE 旅行の評価項目を 10 項目設定して、それぞれの満足度についても聞いている。「大変満足」との回答が多いのは、「会議期間の自由時間に行った個人観光」23.8%、「会議期間前後に行った個人観光」22.9%、「会議中の宿泊施設」21.3%の順となった。「大変不満」は、「会議施設等への交通アクセス」3.2%、「チームビルディング（チームの団結力を高めるプログラム）」2.7%等でやや目立つ。

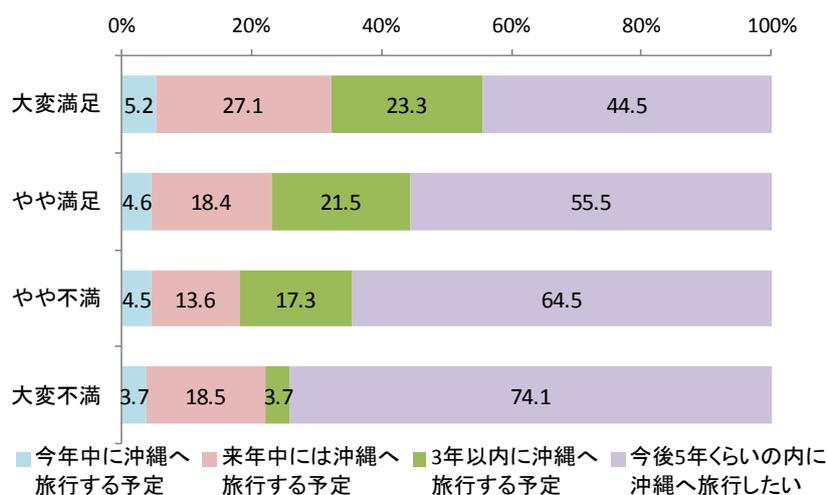
図表 IV-2-16 体験活動の評価と再訪時の希望率



③ 満足度と再訪意向の関係

MICE 旅行の満足度が高い人ほど、3年以内での再訪意向を持つ人の比率が高い傾向が認められる。MICE 旅行体験者の観光での再訪を促進するには、MICE 旅行の満足度を高めていくことが重要と考えられる。

図表 IV-2-17 満足度と再訪希望時期との関係

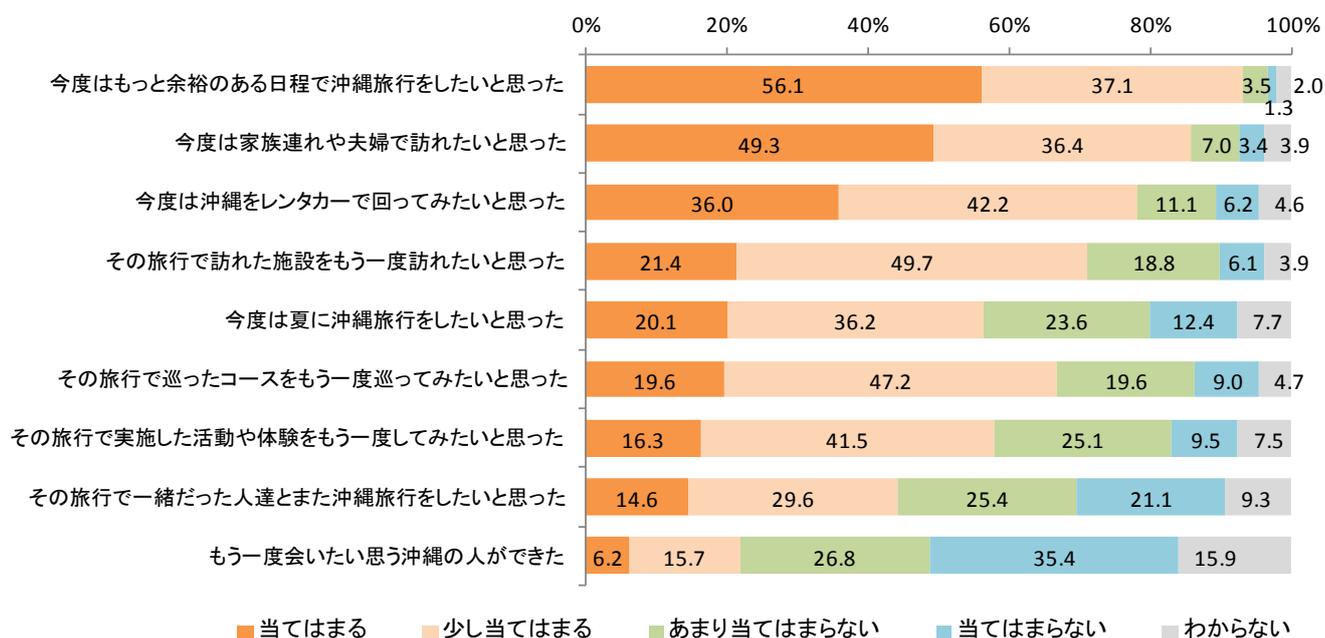


④ 今後の沖縄旅行に対する考え方の変化

MICE 旅行をきっかけに、今後の沖縄旅行についてどのように思うようになったかについて、旅行時期や予算など9項目について当てはまるかどうかを聞いた（複数回答）。

「当てはまる」との回答は、「今度をもっと余裕のある日程で沖縄旅行をしたいと思った」56.1%、「今度は家族連れや夫婦で訪れたいと思った」49.3%、「今度は沖縄をレンタカーで回ってみたいと思った」36.0%の順で多くなっている。「その旅行で訪れた施設をもう一度訪れたいと思った」も 21.4%に上っている。

図表 IV-2-18 今後の沖縄旅行に対する考え方の変化

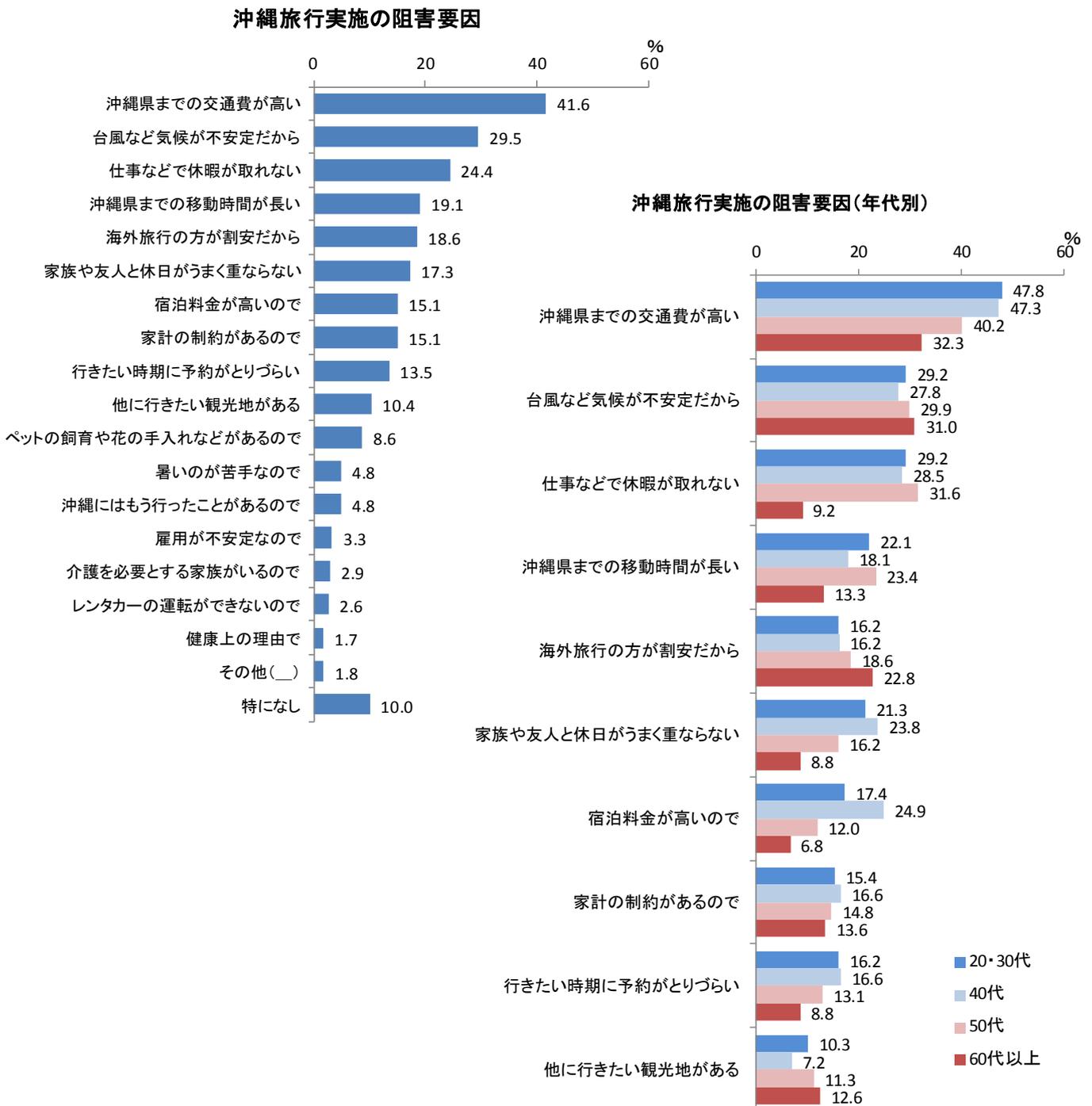


(3) 沖縄再訪の阻害要因

沖縄旅行の阻害要因としては、「沖縄への交通費が高い」41.6%、「台風など気候が不安定だから」29.5%、「仕事などで休暇が取れない」24.4%、「沖縄までの移動時間が長い」19.1%、「海外旅行の方が割安だから」18.6%、「家族や友人と休日がうまく重ならない」23.3%の順で回答が多い。

阻害要因を年代別にみると、「沖縄への交通費が高い」や「家族や友人と休日がうまく重ならない」は20～40代で高い傾向がある。「海外旅行の方が割安だから」は60代以上で多い。

図表 IV-2-19 沖縄旅行実施の阻害要因



2-4. 再訪時に希望する旅行内容と情報収集

(1) 希望する旅行内容

① 希望する旅行月・旅行形態・同行者

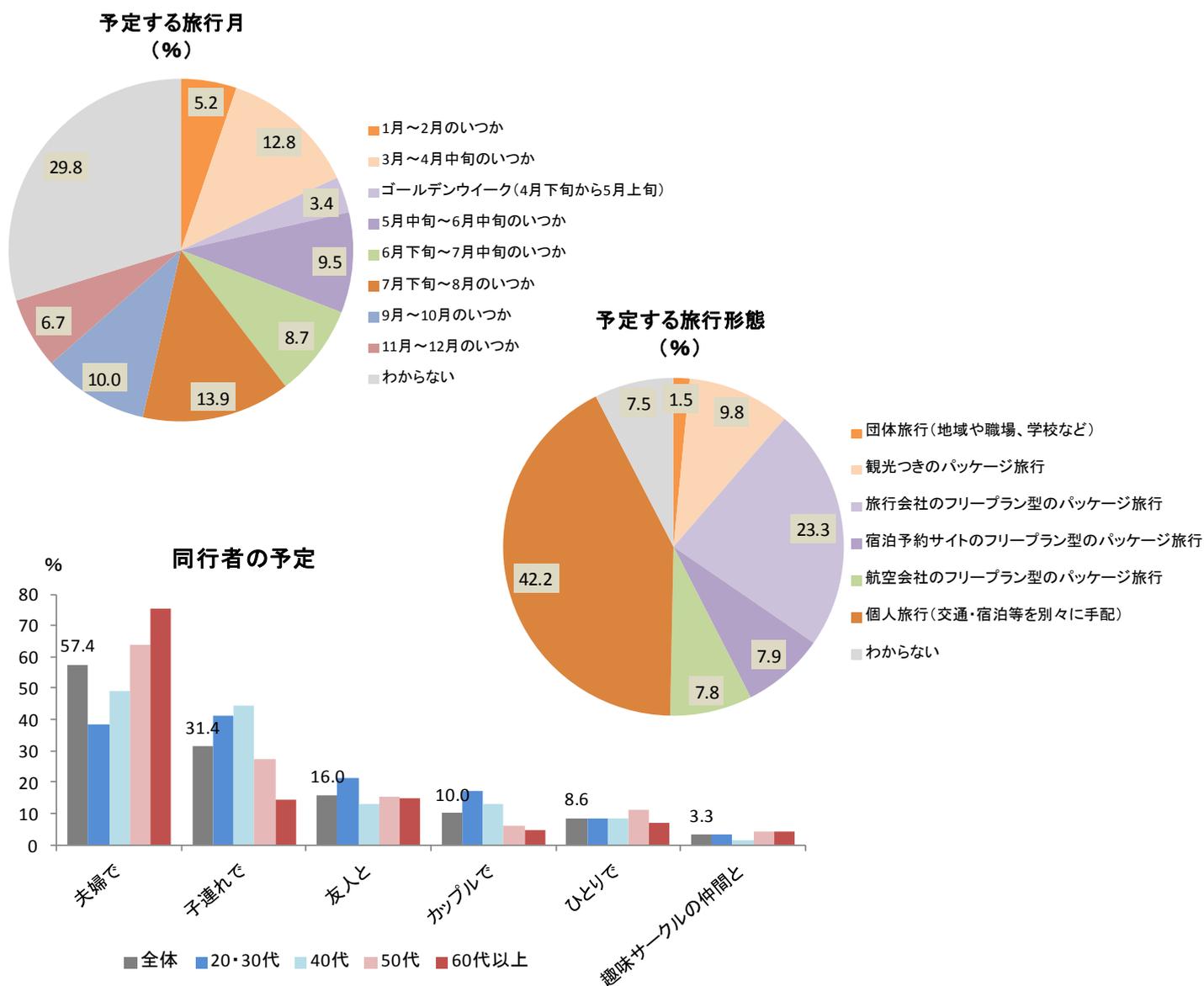
沖縄へ観光目的で再訪する場合に、希望する旅行時期等について聞いた。

希望する旅行時期としては、「7月下旬～8月」13.9%、「3月～4月中旬」12.8%、「9月から10月」10.0%、「5月中旬～6月」9.5%の順で回答が多い。「わからない」は29.8%となっている。

旅行形態については、「個人旅行（交通・宿泊を別々に手配）」が42.2%、「旅行会社のフリープラン型パッケージ旅行」が23.3%となっている（パッケージ旅行全体では48.8%）。

希望する同行者は、中高年が多いことから「夫婦で」が57.4%と過半数を占め、次いで「子連れで」31.4%、「友人と」16.0%と続いている。

図表 IV-2-20 再訪時に希望する月・旅行形態・同行者

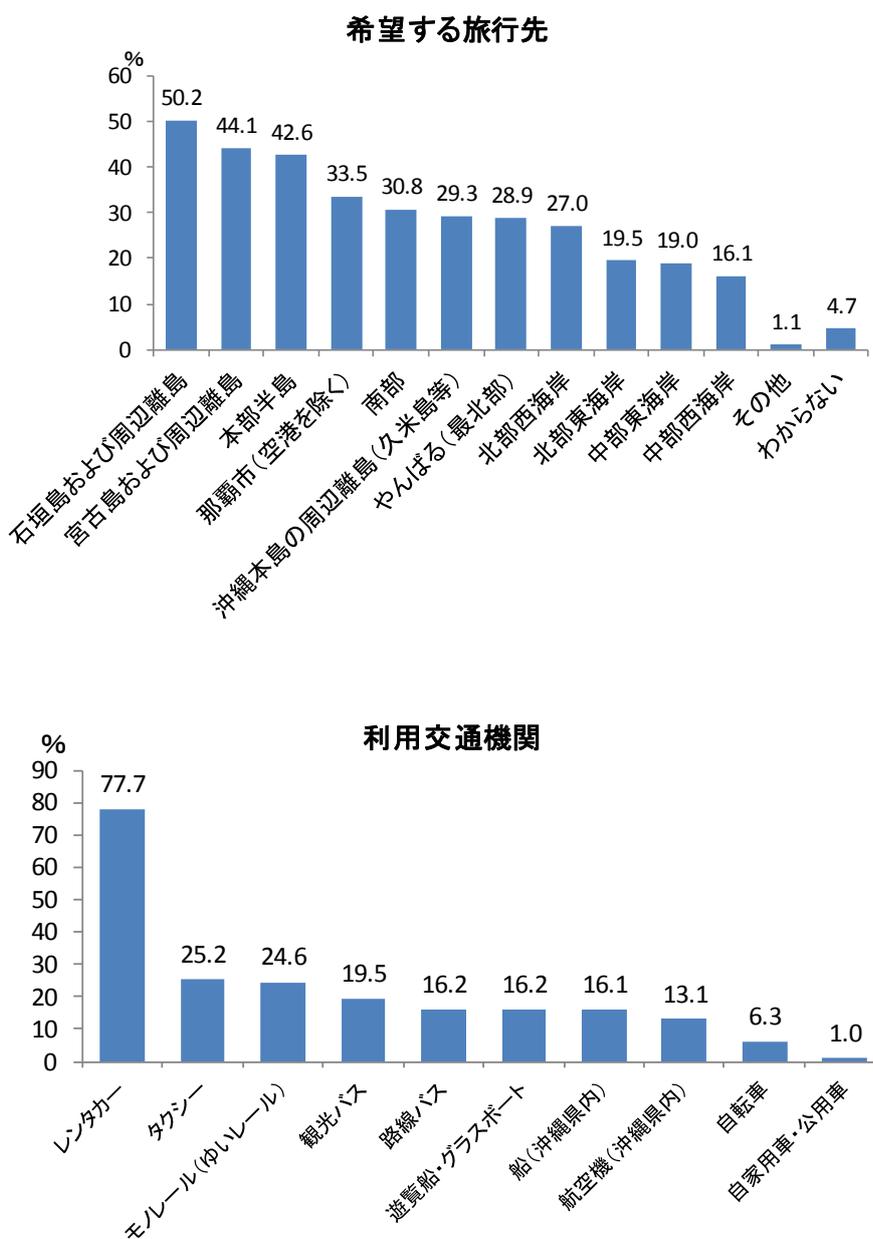


② 希望旅行先・利用交通機関

沖縄での希望旅行先は、「石垣島および周辺離島」50.2%、「宮古島および周辺離島」44.1%、「本部半島」42.6%の順で多い。以下、「那覇市（空港を除く）」33.5%、「南部」30.8%の順となった。

利用交通機関の予定については、レンタカーが77.7%に上っている。これに、レンタカーが25.2%、ゆいレールが24.6%、観光バス19.5%、路線バス16.2%の順で続いている。

図表 IV-2-2 1 再訪時に希望する旅行先・利用交通機関

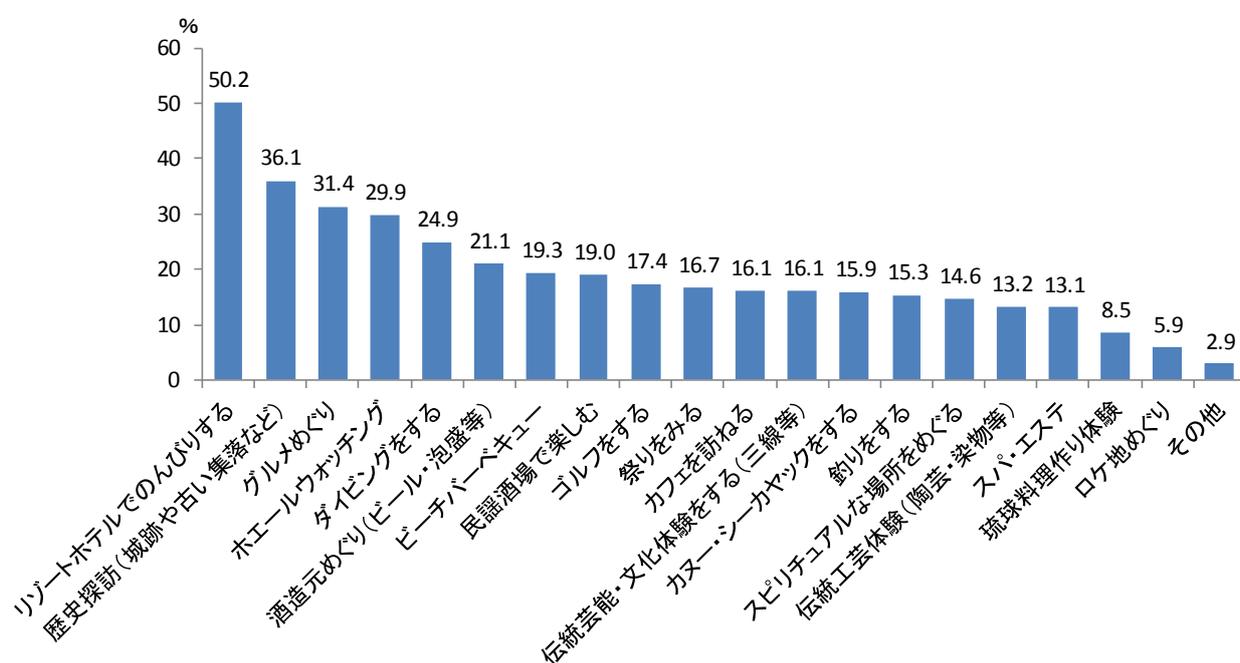


③ 希望旅行活動・体験

沖縄で希望する旅行活動（複数回答）は、「リゾートホテルでのんびりする」が50.2%と約半数が回答している。以下、「歴史探訪（城跡や古い集落など）」36.1%、「グルメめぐり」31.4%、「ホエールウォッチング」29.9%、「ダイビングをする」24.9%、「酒造元めぐり（ビール・泡盛等）」21.1%の順で人気が集まっている。

性別にみると、「リゾートホテルでのんびりする」「ホエールウォッチング」は女性で、「歴史探訪」「酒造元めぐり」は男性で高いといった傾向が見られる。年代別にみると、「リゾートホテルでのんびりする」は40代、「歴史探訪」は60代以上で高くなっている。

図表 IV-2-2 2 再訪時に希望する活動



(%)

	全体	男性	女性	20・30代	40代	50代	60代以上	会議	報奨旅行等	展示会等
リゾートホテルでのんびりする	50.2	48.1	56.9	47.4	59.9	50.5	43.2	48.3	51.6	37.5
歴史探訪（城跡や古い集落など）	36.1	37.5	31.6	27.7	32.1	40.2	42.9	38.8	34.3	50.0
グルメめぐり	31.4	31.6	30.9	32.4	34.3	31.3	27.9	34.2	31.0	22.9
ホエールウォッチング	29.9	28.5	34.2	32.4	37.2	26.1	24.5	27.0	31.6	16.7
ダイビングをする	24.9	24.3	26.8	32.0	30.0	24.7	14.3	21.7	26.2	20.8
酒造元めぐり（ビール・泡盛等）	21.1	22.8	15.6	17.4	20.2	23.4	22.8	22.8	20.0	29.2
ビーチバーベキュー	19.3	21.2	13.4	22.1	22.7	16.8	16.0	16.7	20.6	10.4
民謡酒場で楽しむ	19.0	20.8	13.4	15.0	18.1	20.6	21.8	20.5	18.3	22.9
ゴルフをする	17.4	20.9	6.3	10.3	20.6	16.8	21.1	19.0	16.8	18.8
祭りをみる	16.7	16.3	17.8	18.2	18.1	14.8	16.0	17.5	15.7	29.2
カフェを訪ねる	16.1	13.6	24.2	23.7	18.1	13.4	10.5	14.8	16.5	16.7
伝統芸能・文化体験をする（三線等）	16.1	15.7	17.5	12.3	12.3	16.5	22.8	16.7	15.3	27.1
カヌー・シーカヤックをする	15.9	16.2	14.9	18.2	18.4	16.8	10.5	15.2	16.7	6.3
釣りをする	15.3	18.2	6.3	11.5	15.5	12.7	21.1	18.3	14.6	12.5
スピリチュアルな場所をめぐる	14.6	11.5	24.5	25.7	14.1	12.4	7.8	13.3	15.0	14.6
伝統工芸体験（陶芸・染物等）	13.2	10.8	20.8	13.4	12.3	10.7	16.3	9.5	14.3	14.6
スパ・エステ	13.1	8.0	29.0	22.9	18.8	7.6	4.8	8.4	14.9	8.3
琉球料理作り体験	8.5	7.8	10.8	12.3	7.6	6.5	8.2	6.8	8.7	14.6
ロケ地めぐり	5.9	6.4	4.5	5.5	6.9	7.6	3.7	3.8	6.5	8.3
その他	2.9	2.8	3.0	4.0	3.2	2.1	2.4	4.6	2.4	2.1

(2) 旅行情報の収集

① 沖縄旅行に関する情報源

沖縄旅行に関する情報をどんな媒体から得ることが多いかについて聞いたところ（複数回答）、「インターネットの旅行関連サイト」49.6%、「インターネットの沖縄関連サイト」42.7%、「旅行ガイドブック」36.2%、「旅行雑誌」が35.2%、「旅行会社のパンフレット」28.5%、「インターネットの検索サイト」28.4%の順で回答が多かった。

性別にみると、回答率が比較的高い媒体は、男性で「インターネットの沖縄関連サイト」「旅行会社のパンフレット」、女性で「旅行ガイドブック」「旅行雑誌」などである。

年代別にみると、「インターネットの旅行関連サイト」「インターネットの沖縄関連サイト」は50代で高い、「旅行雑誌」は20・30代で高い等の傾向がみられる。

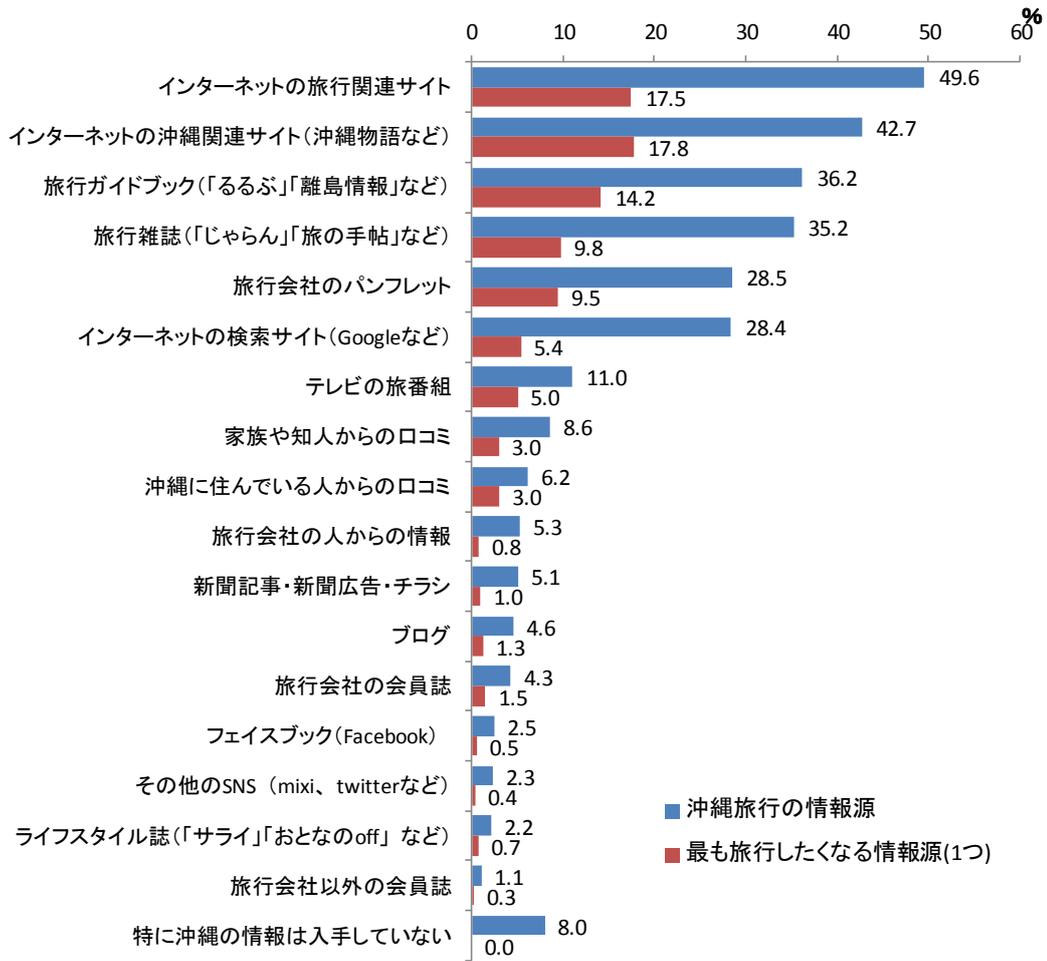
② 一番沖縄に旅行したいと思わせる情報源

旅行の情報源として選んでもらった媒体の中から、最も旅行したくなる情報源を1つだけ選んでもらった。

その結果、「インターネットの沖縄関連サイト」17.8%、「インターネットの旅行関連サイト」17.5%、「旅行ガイドブック」14.2%、「旅行雑誌」9.8%の順で回答率が高かった。

旅行情報源の中から、最も旅行したくなる情報源として選択される率が高かった媒体は、「沖縄に住んでいる人からの口コミ」（選択率49.3%）、「テレビの旅番組」（同45.5%）、「インターネットの沖縄関連サイト」（同41.6%）などである。

図表 IV-2-2-3 沖縄旅行に関する情報源（複数回答）と最も旅行したくなる情報源（単数回答）



■沖縄旅行の情報源(性別・年代別) a.

b. c=b/a(%)

沖縄旅行の情報源	a.										b.	
	全体	男性	女性	20・30代	40代	50代	60代以上	会議	報奨旅行等	展示会等	最も旅行したくなる情報源(1つ)	最も旅行したくなる情報源選択率
インターネットの旅行関連サイト	49.6	51.3	44.2	45.1	48.7	54.6	49.3	47.1	50.5	47.9	17.5	35.3%
インターネットの沖縄関連サイト(沖縄物語など)	42.7	45.0	35.3	36.4	45.1	48.8	39.8	43.3	42.3	45.8	17.8	41.6%
旅行ガイドブック(「るるぶ」「離島情報」など)	36.2	34.0	43.1	39.9	39.4	34.7	31.6	33.1	37.8	27.1	14.2	39.1%
旅行雑誌(「じゃらん」「旅の手帖」など)	35.2	33.5	40.9	41.1	37.5	33.0	30.3	31.2	37.1	27.1	9.8	27.7%
旅行会社のパンフレット	28.5	29.8	24.5	23.7	23.1	27.8	38.4	24.0	29.6	35.4	9.5	33.3%
インターネットの検索サイト(Googleなど)	28.4	30.6	21.6	29.6	30.3	25.4	28.6	34.2	26.4	31.3	5.4	18.9%
テレビの旅番組	11.0	11.6	9.3	7.5	10.5	10.3	15.3	9.9	11.1	16.7	5.0	45.5%
家族や知人からの口コミ	8.6	6.6	14.9	15.4	9.0	6.2	4.8	9.1	8.8	2.1	3.0	34.4%
沖縄に住んでいる人からの口コミ	6.2	5.6	8.2	7.9	5.4	7.6	4.1	8.7	4.9	14.6	3.0	49.3%
旅行会社の人からの情報	5.3	5.4	4.8	4.7	2.9	4.1	9.2	4.6	5.5	6.3	0.8	15.3%
新聞記事・新聞広告・チラシ	5.1	5.2	4.8	2.4	3.2	4.1	10.2	7.6	4.2	6.3	1.0	19.3%
ブログ	4.6	3.7	7.4	8.7	5.8	2.1	2.4	3.0	5.2	2.1	1.3	27.5%
旅行会社の会員誌	4.3	5.0	2.2	2.4	4.3	3.8	6.5	4.6	4.0	8.3	1.5	35.4%
フェイスブック(Facebook)	2.5	2.2	3.3	4.7	2.5	2.1	1.0	1.1	2.7	6.3	0.5	21.4%
その他のSNS (mixi, twitterなど)	2.3	1.8	4.1	3.6	2.5	2.4	1.0	2.3	2.5	0.0	0.4	15.4%
ライフスタイル誌(「サライ」「おとなのoff」など)	2.2	2.4	1.5	2.0	3.2	2.4	1.0	1.5	2.2	4.2	0.7	33.3%
旅行会社以外の会員誌	1.1	1.3	0.4	0.8	1.1	0.7	1.7	1.5	0.9	2.1	0.3	25.0%
特に沖縄の情報は入手していない	8.0	7.2	10.4	9.1	10.5	6.2	6.5	8.4	8.0	6.3	8.0	100.0%

2-5. MICE 旅行経験者における有望市場の分析結果のポイントと今後への課題

■有望市場の規模と再訪希望のある層の特性

- ・「観光統計実態調査」における活動区分「会議・研修」に対応する沖縄での MICE 経験者数は、10 年間（2002 年度から 2011 年度）の累計で 382.4 万人と試算される。
- ・直近の MICE 旅行の種類は、「会議」が 23.6%、「報奨旅行等」が 72.1%、「展示会等」が 4.3%で、「報奨旅行等」の比率が大きい。「報奨旅行等」の比率は、女性や 20・30 代で高い傾向がある。
- ・MICE 経験率は、年代が高いほど高い傾向がある。沖縄での MICE 経験者のうち、5 年以内に観光目的で沖縄へ再訪する意向のある人の比率は 56.5%である。経験者中の再訪意向は、若い世代である 20-39 歳で最も強いことから、若年層の再訪に向けた取り組みを重視する必要がある。
- ・MICE 旅行誘致、誘客による直接的な経済効果に加え、観光目的での再訪、沖縄旅行への関心度向上、沖縄料理や製品の日常的購入、情報発信や口コミなど、多様な効果につながっている。SNS・BLOG・Web サイトでの発信は、18-29 歳の若年層で比較的高い傾向がある。

■MICE 満足度を高める取り組みの強化

- ・満足度が高いほど早めの再訪を希望する人が増える傾向がある。観光での再訪を促進するには、MICE 旅行の満足度を高めていくことが大切である。
- ・項目別評価では、「会議期間の自由時間に行った個人観光」「会議期間前後に行った個人観光」「会議中の宿泊施設」の満足度が高い反面、「会議施設等への交通アクセス」「チームビルディング」で不満の声がやや目立っている。個人観光の自由時間を取りやすいツアー造成や、会議施設への交通アクセス、魅力的なチームビルディング作りなどを推進することが求められる。
- ・満足度向上のためには、旅行会社や観光事業者と一体となった取り組みの強化が不可欠である。アンケート等によりツアー品質の指標化や点検を行い、旅行会社等へフィードバックする仕組みも検討されるべきである。
- ・MICE 旅行中の観光情報源は、「持参したガイドブック・雑誌」「宿泊施設のフロントやツアーデスク」「空港の観光案内所」の順で多いが、会議や展示会では主催者からの情報も重要である。再訪を促す情報発信の場としても、宿泊施設、空港案内所、主催者への PR 資料提供が重要である。

■旅行ニーズや情報源を踏まえた施策の推進

- ・今後の沖縄旅行では、「もっと余裕のある日程で沖縄旅行をしたい」「今度は家族連れや夫婦で訪れたいと思った」との声が多い。MICE で訪れた施設の再訪希望も約 2 割ある。
- ・希望する旅行形態は、個人手配旅行が 4 割以上を占める。予定する同行者は「夫婦」が多い。夫婦での再訪を前提にしたパンフレット等の情報提供を強化する必要がある。
- ・希望旅行先は石垣、宮古、本部半島の順である。新石垣空港の開港は、石垣に関心を持つ層に再訪してもらおうきっかけとして重要であり、MICE 客への八重山の情報提供も効果的と考えられる。
- ・希望する活動は、「リゾートホテルでのんびりする」「歴史探訪」「グルメめぐり」の順である。リゾートホテルの魅力や沖縄の歴史探訪に関する情報発信も重要である。
- ・沖縄旅行の情報源は、男性で「インターネットの沖縄関連サイト」「旅行会社のパンフレット」、女性で「旅行ガイドブック」「旅行雑誌」などで回答が多い。
- ・夫婦での再訪、リゾートホテルや歴史探訪、離島への関心など、希望の多い旅行を切り口とした観光宣伝活動を、MICE 期間中の情報源や沖縄関連サイト等を活用して効果的に進めることが重要である。

3. MICE 旅行参加者調査

3-1. MICE 旅行参加者調査の目的と概要

(1) MICE 旅行参加者調査の背景と目的

第2項「MICE 経験者における有望市場の分析」では MICE 経験者の有望な客層の市場構造を明らかにし、観光目的での再訪促進の可能性を分析した。本項では、実際に会議及び報奨旅行への参加で沖縄県を訪れた来訪客を対象とした現地アンケート調査を行った結果を集計・分析した。集計に当たっては特に自由回答記述で得られた回答を細かく記載するようにした。

(2) MICE 旅行参加者調査の概要

行ったアンケート調査の概要は下記のとおりである。

図表 Ⅲ-3-1 調査の構成（会議参加者アンケート）

	会議 A	会議 B
開催地	南風原市内の民間施設	那覇市内のホテル
調査項目	・ 旅行者の属性（居住地、性年代、旅行回数） ・ 旅行満足度（沖縄での開催、宿泊施設、観光、食事、買い物） ・ 次回の沖縄旅行（再訪意向、同行者、次回行いたい活動） ・ 旅行中支出の費用負担者 等	
調査時期	・ 平成 24 年 12 月	・ 平成 24 年 12 月
調査対象	・ 会議への参加を目的に沖縄を訪問した日本人客を対象に調査票を配布。	
調査方法	・ 会議初日参加者へ配布、最終日に回収ボックスにて回収	・ 会議初日参加者へ配布し、返信用封筒を用いて郵送にて回収
配布数	100 票	116 票
回収数	35 票	51 票
回収率	35.0%	44.0%

図表 Ⅲ-3-2 調査の構成（報奨旅行参加者アンケート）

	報奨旅行C	報奨旅行D
発地	東京	北海道
調査項目	<ul style="list-style-type: none"> ・ 旅行者の属性（居住地、性年代、旅行回数） ・ 旅行満足度（沖縄での開催、宿泊施設、観光、食事、買い物） ・ 次回の沖縄旅行（再訪意向、同行者、次回行いたい活動） ・ 旅行中支出の費用負担者 等 	
調査時期	・ 平成 25 年 1 月	・ 平成 25 年 2 月
調査対象	・ 報奨旅行への参加を目的に沖縄を訪問した日本人客を対象に調査票を配布。	
調査方法	・ 参加者は電子ファイル上で回答を入力。 主催企業から入力データを提供いただく。	・ 報奨旅行の手配を行っている旅行会社を通じて参加者へ配布。後日まとめて郵送にて回収。
配布数	150 票	75 票
回収数	84 票	73 票
回収率	56.0%	97.3%

なお、アンケート調査を行った2つの報奨旅行はともに2泊3日の行程で行われ、添乗員が同行するパッケージツアー型の旅行であった。いずれも最終日に自由行動（選択式）の時間が設けられていた。

図表 Ⅲ-3-3 報奨旅行のツアー日程

日次	月日	行程	食事
1	●／●● (土)	新千歳空港 → 那覇空港 ホテルにて懇親会 ＜リゾートホテル泊＞	朝：－ 昼：－ 夕：○
2	●／●● (日)	【中・北部コース】 ホテル-----●●-----●●-----●●-----ホテル 【南部コース】 ホテル-----●●-----●●-----●●-----ホテル 【ゴルフコース】 ホテル-----ゴルフ-----ホテル ＜リゾートホテル泊＞	朝：○ 昼：－ 夕：○
3	●／●● (月)	【観光班】 ホテル-----●●-----●●-----●●-----那覇空港 【自由行動班】 出発時間まで自由行動 那覇空港 → 新千歳空港	朝：○ 昼：－ 夕：－

3-2. 会議・報奨旅行参加者への現地アンケート調査結果

(1) 回答者属性

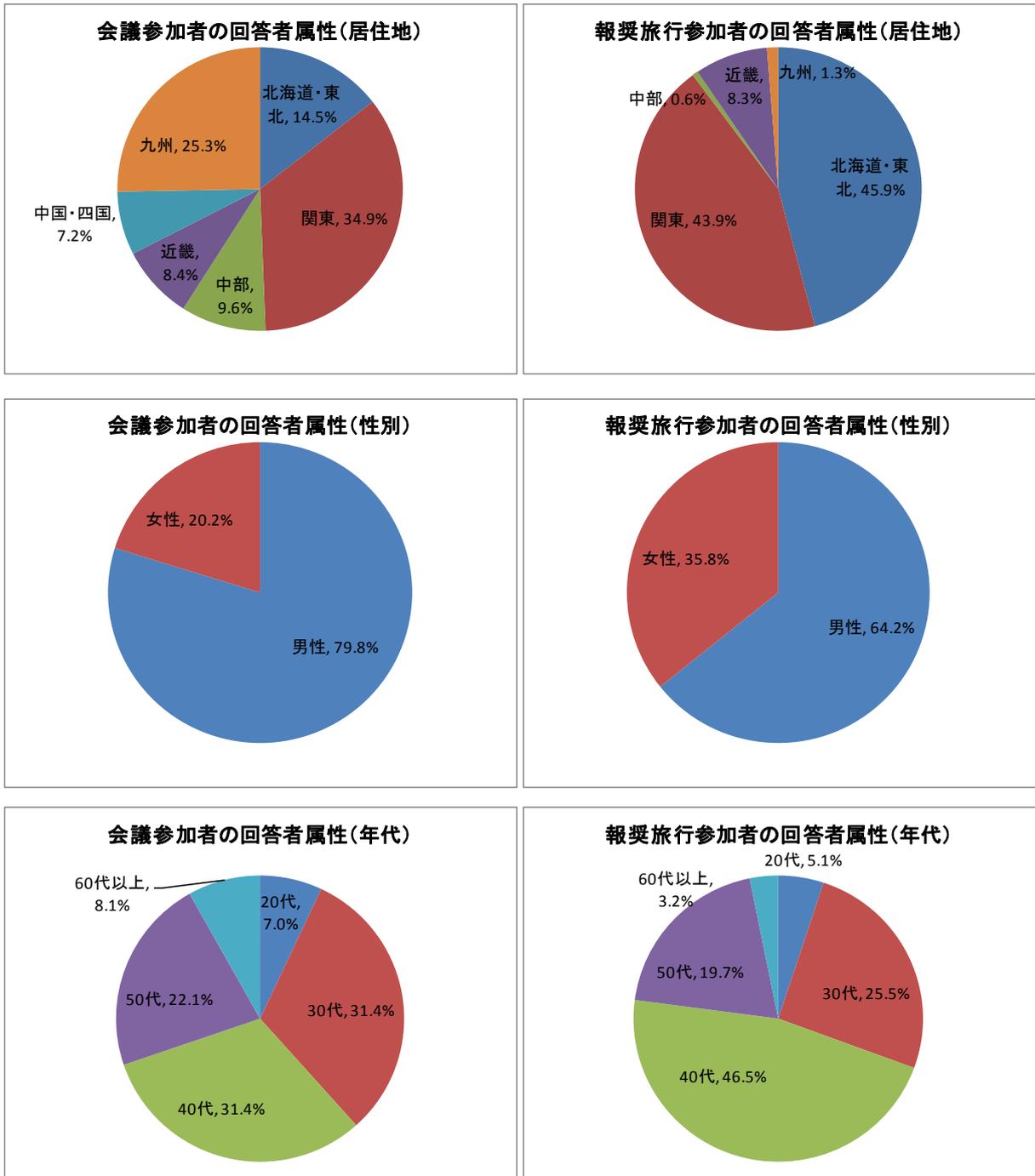
会議・報奨旅行の参加者の回答者属性は次の通りとなった。

居住地について、会議参加者は「関東」が 34.9%と多いほか、会議Bは九州に本社を持つ企業による主催であったことから、「九州」で 25.3%と多い。報奨旅行参加者は東京都と北海道に本社を持つ企業の報奨旅行で調査を行ったことから、居住地は「北海道・東北」が 45.9%、「関東」が 43.9%となった。

性別ではいずれも「男性」が多く、会議参加者では 79.8%、報奨旅行参加者では 64.2%を占めた。

年代では会議参加者で「30代」「40代」が共に3割を超えた。報奨旅行参加者では「40代」は多く全体の 46.5%を占めた。

図表 Ⅲ-3-4 アンケート回答者の基本的な属性（居住地、性別、年齢）

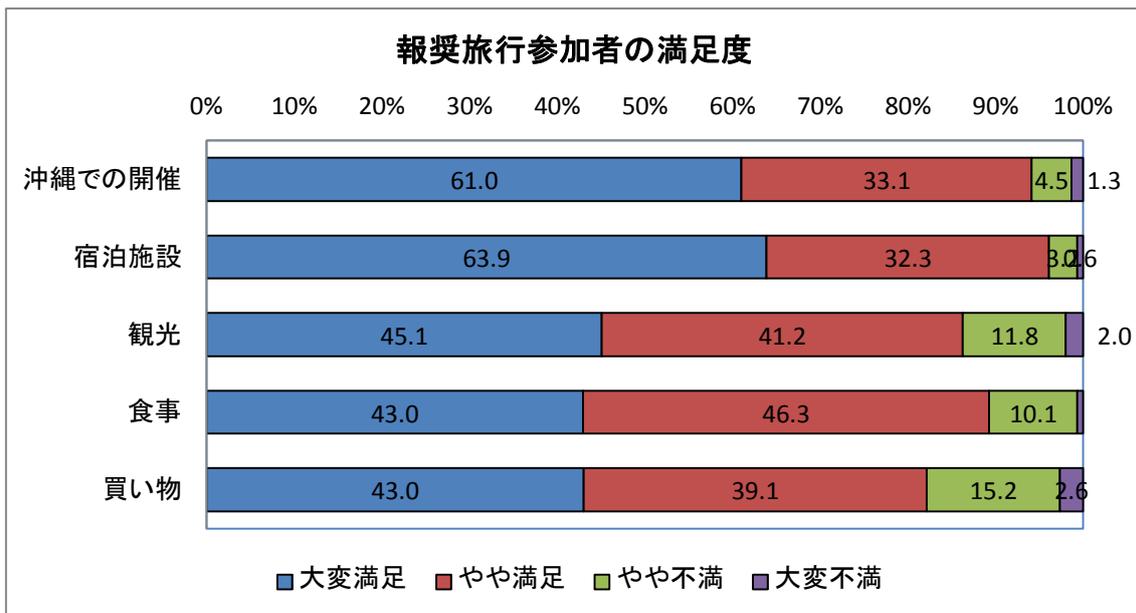
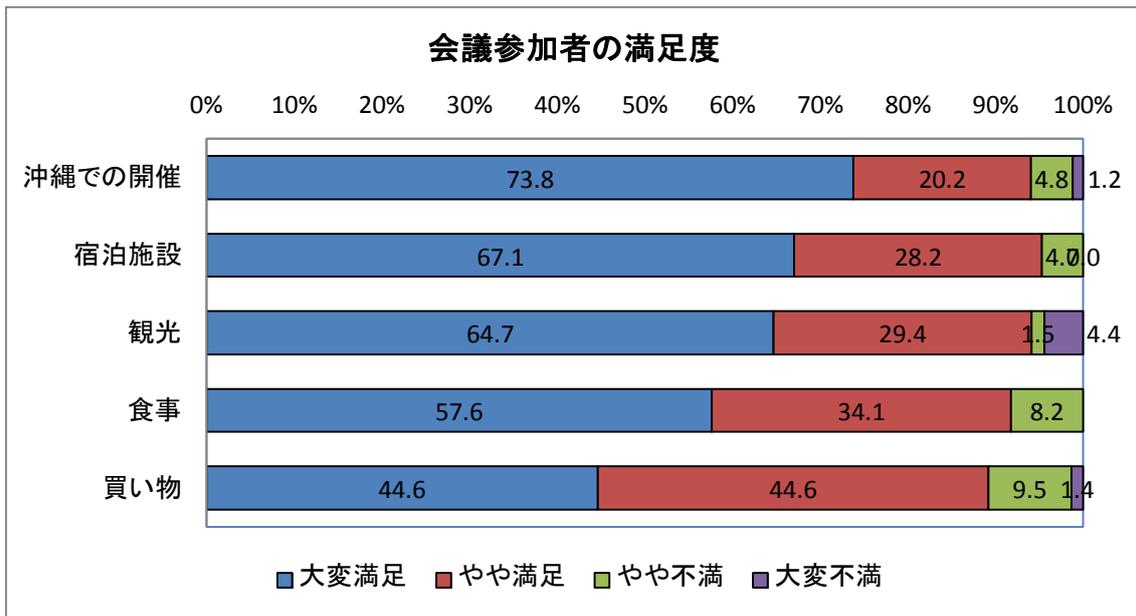


(2) 旅行中の満足度

① 旅行中の満足度

今回の旅行満足度について尋ねたところ、会議参加者では「沖縄県での開催」で”大変満足”の割合が73.8%と最も多く、次いで「宿泊施設」で67.1%であった。報奨旅行参加者では比率こそ下がるものの”大変満足”の割合は「沖縄での開催」は61.0%、「宿泊施設」は63.9%と多い。「買い物」は会議参加者及び報奨旅行参加者で共に”大変満足”の割合が最も少ない結果となった。

図表 Ⅲ-3-5 会議参加者・報奨旅行参加者の満足度



② 旅行中に不満を感じた点

報奨旅行参加者に対しては、「やや不満」「大変不満」を選択した理由を自由回答形式で尋ねた。回答をカテゴリ化して集計すると、最も多かったのは「じっくり観光する時間がなかった」や「時間が少ないので、もっと行きたいところがあった」など旅行のスケジュールに対する不満で 19 件であった。次いで「もう少し沖縄らしい料理が食べられると嬉しかったです。」や「郷土料理をメニューの中に入れてほしかった。」など、旅行中の食事に対する不満の声が 14 件と多かった。

(ア) 訪れた季節について

夏など、冬以外の季節に来たいという意見が見られた。

- ・時期的に沖縄観光に適した時期じゃない。(男性, 40 代)
- ・やはり夏にいきたくかったです。(男性, 40 代)

(イ) 宿泊施設について

宿泊施設の立地や設備環境に関して不満の声が上がった。

- ・宿泊施設が国際通りから遠かった(タクシー代と時間が掛かる)(男性, 40 代)
- ・宿泊施設は、都心からも遠くであるため移動に苦労した。(男性, 30 代)
- ・ホテルは部屋が寒い。(男性, 40 代)
- ・ホテルの室内が寒かった。(男性, 40 代)
- ・沖縄らしい食事が無かった(男性, 40 代)
- ・片道 3 時間かけて沖縄に行く意味があったのかとおもいます。食事もホテルばかりだったし、観光もほとんどなかったのので、沖縄でのやる意味があまり感じられませんでした。大変疲れが残った感じがあります。

(ウ) 食事について

沖縄料理が食べられなかったことに対する不満のほか、食事の提供方法に対する意見も見られた。

- ・沖縄らしい食事が無かった(男性, 40 代)"
- ・2 日目の昼食は、人数が多すぎて、食べ物がなくなっていた。(男性, 60 代以上)
- ・食事・・・沖縄特有の料理が少なかった。(男性, 40 代)
- ・ホテルでの沖縄らしい料理があまりないように感じました。(男性, 50 代)
- ・もう少し沖縄らしい料理が食べられると嬉しかったです。(男性, 30 代)
- ・食事はせっかくなら沖縄料理っぽいものをもっと食べたかった。(男性, 30 代)"
- ・ホテルでの食事は、現地の料理を中心にだしてほしかった。(男性, 40 代)
- ・夕食はおいしかったのですが、昼食が残念でした。
- ・1 日目はあまり美味しくなかったですし、2 日目は人数が多いのでバイキングは辛いです。(女性, 40 代)
- ・団体なので仕方ないが食事は味の水準がそれ相応だったため(男性, 50 代)
- ・ツアーで食事が決まっていたのですが、沖縄独特の食事を食べられる機会が少なく、残念でした。(女性, 30 代)
- ・2 日目の昼食、夕食のメニューで、沖縄らしいものを多くしてほしかった。(男性, 30 代)
- ・食べたかった料理がなかった(女性, 20 代)
- ・食事が少しかたくるしい(女性, 40 代)
- ・郷土料理をメニューの中に入れてほしかった。本場ゴーヤーチャンプルーが食べられなくて残念でした。(女性,

40代)

(エ) ツアー行程やスケジュールについて

慌ただしい行程で落ち着いて楽しめなかったという意見のほか、移動にかかる時間が多かったという意見も見られた。

- ・観光する時間が少なかったこと。沖縄は観光する場所（リゾート、自然、歴史、建造物など）が多いので、最低でもあと1日はほしかった。(男性, 40代)
- ・じっくり観光する時間がなかったため(男性, 30代)
- ・観光に時間が割けなかった。最終日の6時間くらいのみ。北部の方へもいければよかった。(男性, 40代)"
- ・片道3時間かけて沖縄に行く意味があったのかとおもいます。食事ホテルばかりだったし、観光もほとんどなかったので、沖縄でのやる意味があまり感じられませんでした。大変疲れが残った感じがあります。(男性, 30代)
- ・観光時間が短過ぎて何もできなかった。綺麗な海が目の前にあったのに、ホテルに籠りっきりで残念でした。沖縄自体は素晴らしいと思います。離島とか行きたかったです。(男性, 30代)
- ・観光・買い物はほとんど時間をとれていません。(男性, 40代)
- ・初日、二日目については時間が短かったため。(男性, 30代)
- ・自由に観光できる時間がなかったため、もっと観光したかったです。(女性, 30代)"
- ・夜まで拘束されるのであれば、2日目がリゾートホテルでなくても良かったのではないかと思います。(市内に近いビジネスホテル等でも良かったのでは?)移動時間と荷物を移動する手間がかかっただけな気がします。(男性, 40代)
- ・短期間のため、行きたいところに行けない(女性, 50代)
- ・時間が少ないので、もっと行きたいところがあった。(性別不明, 50代)
- ・観光：自由時間が足りなかった(女性, 40代)

(オ) 観光施設について

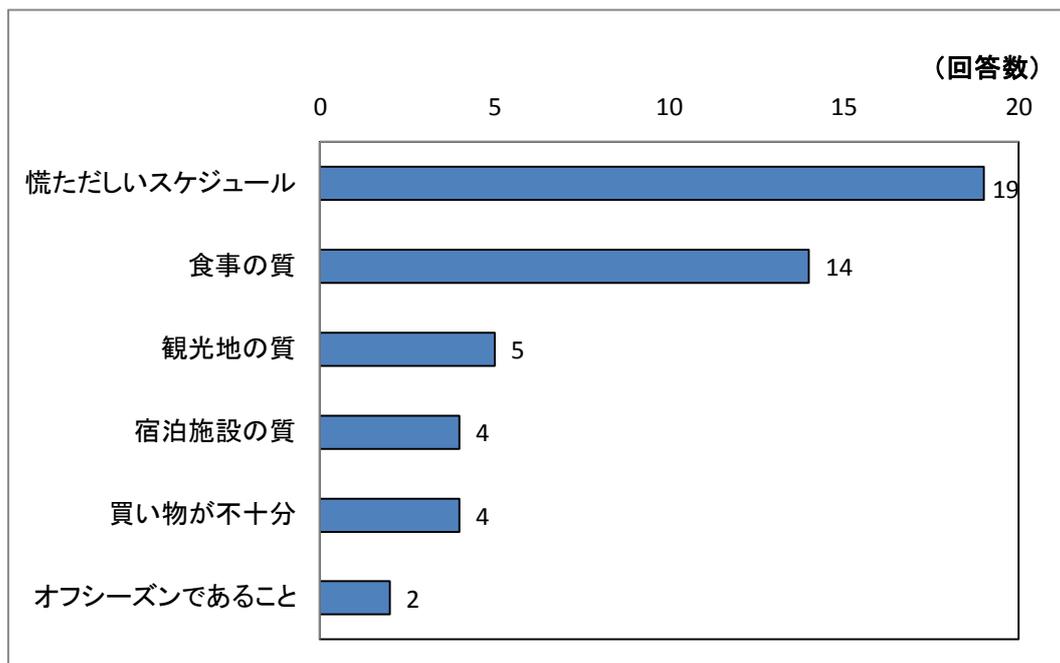
ツアーで訪れた施設に対する不満が寄せられた。

- ・観光は3日目を離団した結果、ほぼ回ることができなかった。(男性, 40代)

(カ) 買い物について

- ・どこにでもありそうなみやげが多い(男性, 20代)

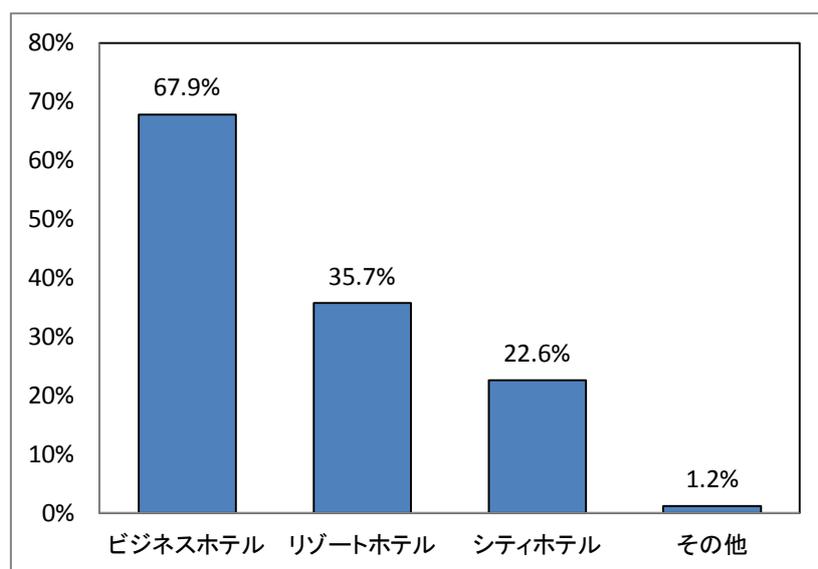
図表 Ⅲ-3-6 旅行中に不満を感じた点（報奨旅行参加者、自由回答をカテゴリ化）



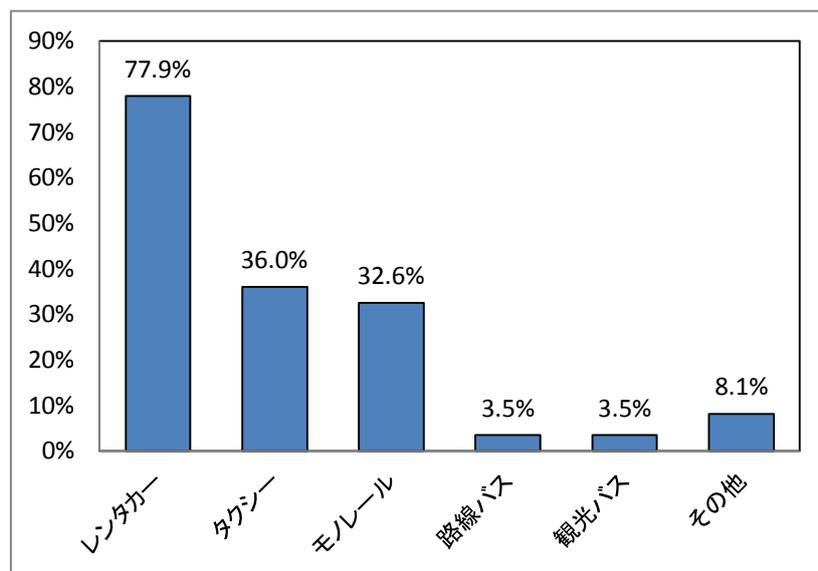
(3) 旅行中に利用した宿泊施設、交通手段

会議参加者に対し、利用した宿泊施設と交通手段を尋ねたところ¹、宿泊施設は「ビジネスホテル」が67.9%と最も多く、次いで「リゾートホテル」が35.7%であった。交通手段は、「レンタカー」が77.9%と最も多く、「タクシー」が36.0%、「モノレール」が32.6%となった。

図表 Ⅲ-3-7 旅行中に利用した宿泊施設（会議参加者）



図表 Ⅲ-3-8 旅行中に利用した交通手段（会議参加者）



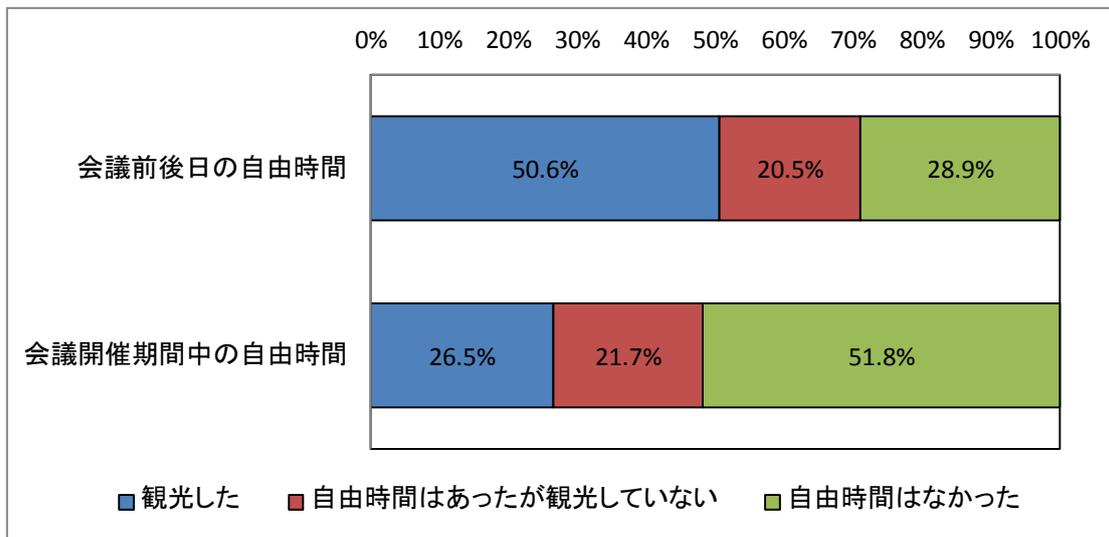
¹今回調査を行った報奨旅行は予め宿泊施設が決められた、旅行会社によるパッケージツアーであったため。

(4) 沖縄滞在中の活動

① 自由時間の有無

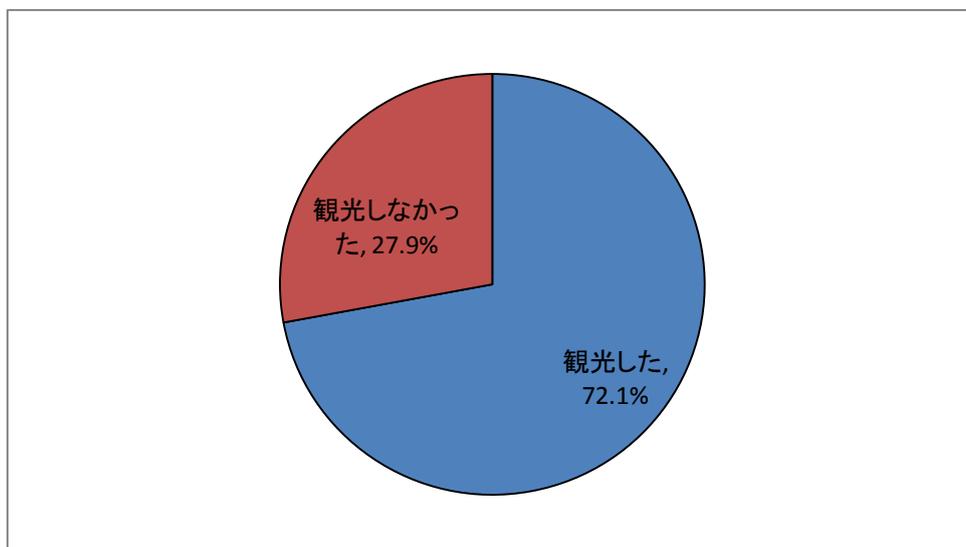
会議参加者に対し、今回の会議期間中と会議の前後日の自由時間の有無を尋ねた。会議前後日に「自由時間があり観光をした」と回答した割合は 50.6%と全体の約半数を占めた。一方で会議期間中に「自由時間があり観光をした」と回答した割合は 26.5%で、「自由時間はなかった」と回答した割合は 51.8%を占めた。

図表 Ⅲ-3-9 自由時間の有無とその使い方（会議参加者）



会議期間中あるいは会議日前後の少なくともどちらかの時間に観光を行った人を「観光した」として集計すると、観光した人の割合は全体の 72.1%であった。

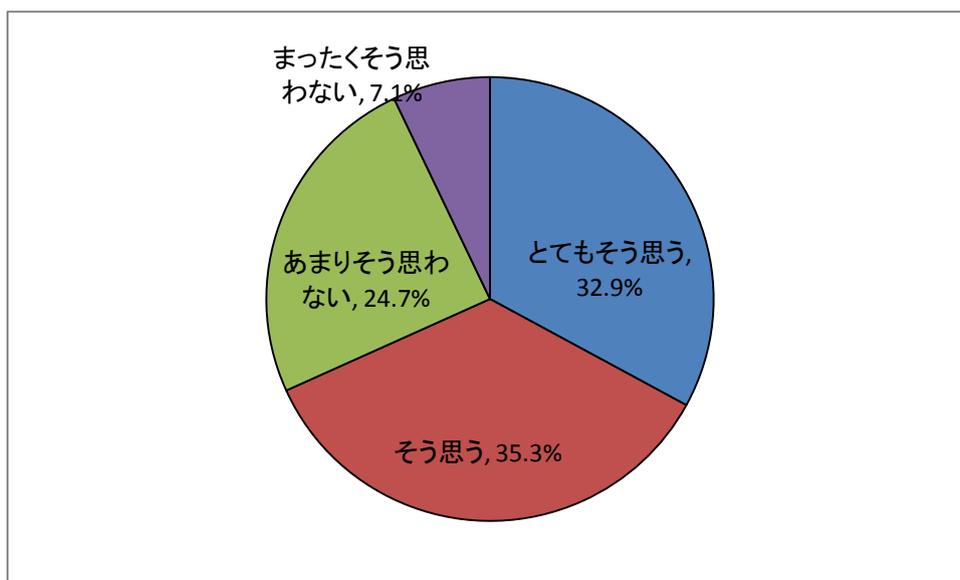
図表 Ⅲ-3-10 今回の旅行中に観光した割合（会議参加者）



② 半日から1日程度の観光ツアーへのニーズ

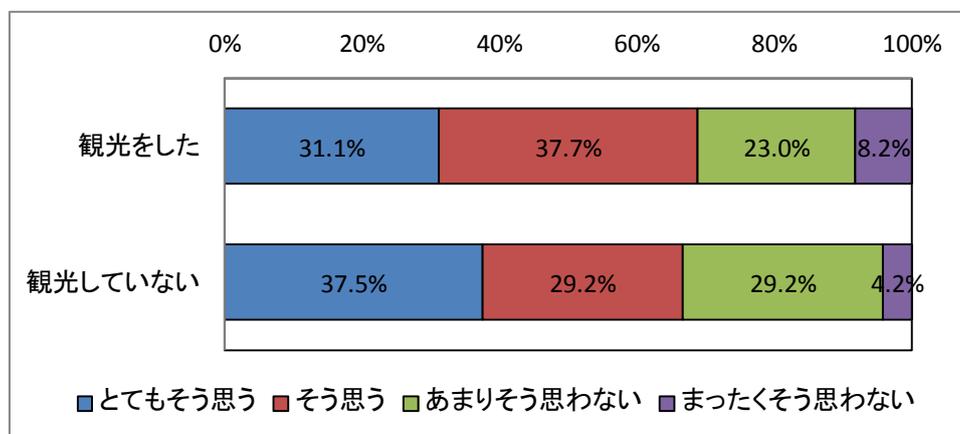
また、会議の開催日前後に半日から1日程度の観光ツアー（エクスカージョンツアー）が用意されていたら参加してみたいか尋ねたところ、「とてもそう思う」「そう思う」が全体の7割弱を占めた。

図表 Ⅲ-3-1 1 半日から1日程度の観光ツアーへの参加意向（会議参加者）



会議参加者について、今回の旅行中の観光有無とエクスカージョンへの参加意向を比較すると、「観光をした」人の31.1%が半日から1日程度の観光ツアーの参加を「とてもそう思う」と回答しているのに対し、「観光していない」人では37.5%が半日から1日程度の観光ツアーの参加を「とてもそう思う」と回答しており、その割合は「観光をしていない人」のほうが多い。

図表 Ⅲ-3-1 2 半日から1日程度の観光ツアーへの参加意向と今回の旅行中の観光有無（会議参加者）

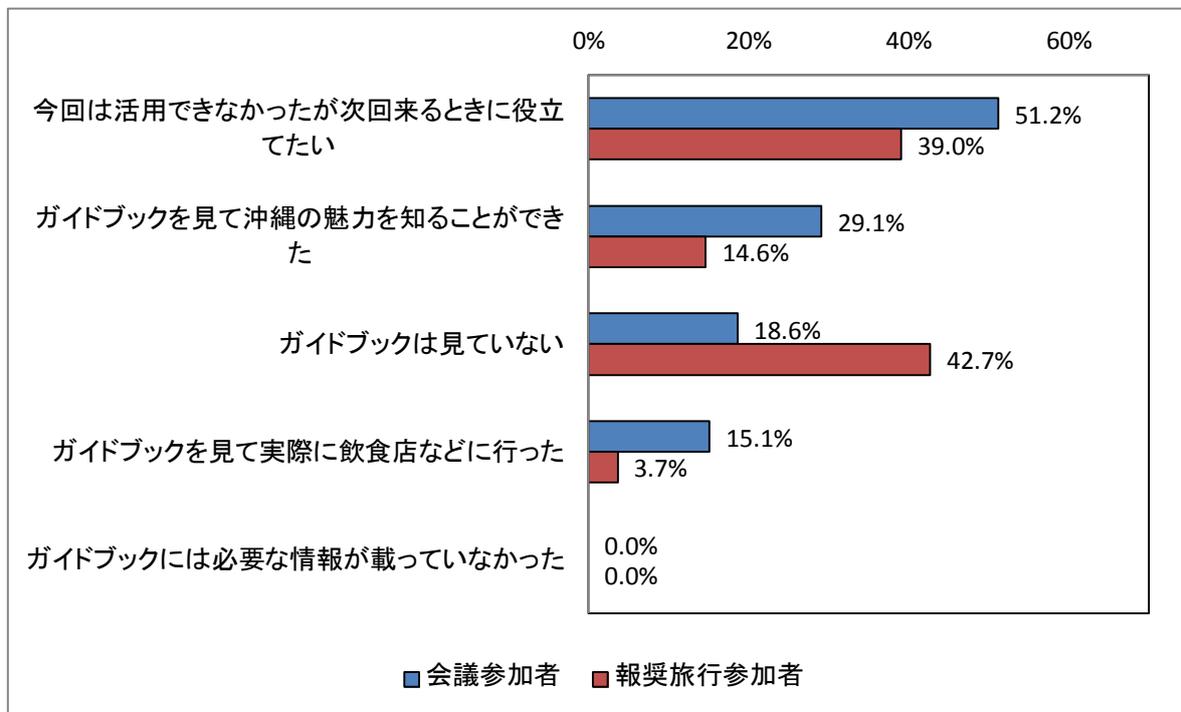


③ 観光ガイドブックの利用

沖縄観光コンベンションビューローでは沖縄県内で開催される MICE への支援の一環として、参加者へガイドブックを配布している。そのガイドブックを旅行中に活用したか尋ねたところ、会議参加者では「今回は活用できなかったが次回来るときに役立てたい」が 51.2%と最も多く、次いで「ガイドブックを見て沖縄の魅力を知ることができた」が 29.1%となった。一方報奨旅行参加者では、「ガイドブックは見ていない」が 42.7%と最も多く、次いで「今回は活用できなかったが次回来るときに役立てたい」が 39.0%となった。

「ガイドブックを見て実際に飲食店などに行った」は会議参加者で 15.1%、報奨旅行参加者で 3.7%に留まった。

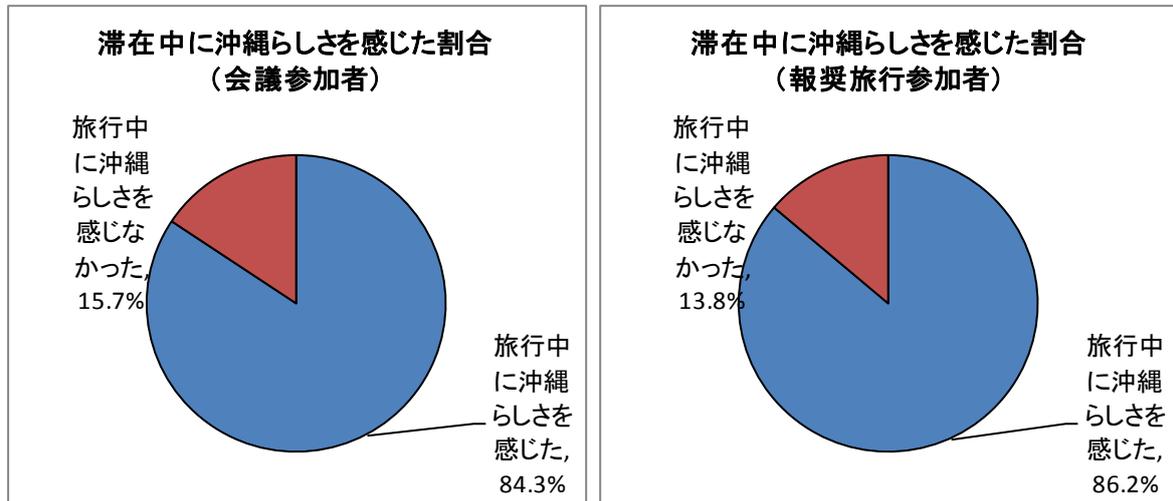
図表 Ⅲ-3-13 配布されたガイドブックの利用について（会議・報奨旅行参加者別）



④ 沖縄らしさを感じた場面

今回の旅行中に沖縄らしさを感じた場面があったかを尋ねたところ、会議参加者で84.3%、報奨旅行参加者で86.2%が沖縄らしさを感じた場面があったと回答した。

図表 Ⅲ-3-1 4 滞在中に沖縄らしさを感じた割合（左：会議参加者、右：報奨旅行参加者）



さらに沖縄らしさを感じた具体的な場面を自由回答形式で尋ねた結果をカテゴリ化したところ、会議参加者・報奨旅行参加者ともに「美しい海を見て」が最も多くそれぞれ25.9%、40.4%となった。次いで会議参加者では「訪問した場所」で22.2%、「飲食で」が14.8%と多く、報奨旅行参加者では「沖縄文化を感じて」が17.4%、「飲食で」が16.5%の順で多かった。ここでは特に印象的な自由回答を紹介する。

(ア) 天候・気候について

- ・12月のこの温かさには驚き、快適であった(女性, 50代)
- ・冬とは思えないほど温かかった(女性, 40代)
- ・東京に比べて暖かかったので沖縄らしかった。(男性, 30代)"
- ・桜の開花を聞いた時(男性, 40代)
- ・暖かいところで、ゴルフができたこと。(男性, 30代)
- ・温暖な気候が南国感を感じた。
- ・2月なのに夏を感じた。泡盛がおいしかった。(女性, 40代)
- ・沖縄の料理と気候に沖縄らしさを感じた(女性, 40代)

(イ) 食事

- ・飲み屋での踊り(男性, 20代)
- ・沖縄料理や泡盛など、現地の非常においしい食事を頂いた所。(男性, 30代)
- ・食事に沖縄らしさを感じた。(男性, 40代)"
- ・パイナップルを食べて沖縄らしさを感じた(女性, 20代)

- ・ふーチャンプルーがおいしかった(女性, 40代)

(ウ) 美しい海

- ・きれいな海が見えたとき(男性, 40代)
- ・ゴルフ場から見えた海岸(男性, 50代)
- ・残波岬への道を通り過ぎたとき(男性, 30代)
- ・海とリゾートが沖縄のイメージなので、ホテルはとても素敵でよかった。沖縄に来た実感をした。(女性, 40代)"
- ・宿泊ホテルから綺麗な海を見て、夏に再訪したいと感じた。(男性, 50代)
- ・海に出て綺麗な海岸を見た時。(男性, 40代)
- ・泳げない季節ではあったが沖縄の海はとても美しかった。
- ・バスからキレイな海を見たとき、次はビーチに行きたいと思いました。(男性, 30代)
- ・海岸を眺めて、今度は夏に来てみたいと思いました。(男性, 40代)
- ・沖縄の海に行き、サンゴの砂浜や貝殻をみてとても美しく、沖縄にいる実感をしました。是非、海に入れる季節にいきたくかったです。(男性, 40代)"
- ・海がとてもキレイ!!次は泳ぎたいです。(女性, 40代)
- ・沖縄のキレイな海はイメージ通りでした(男性, 30代)
- ・海が北海道とは違ってキレイだった。建物の造りが北海道とは全く違った。(女性, 30代)
- ・青い海と砂浜を見て。足だけ海に入った。(女性, 30代)

(エ) 訪問した場所

- ・琉球太鼓を二日目の夕食時に見られた時と、国際通りでうろうろしている時です。(女性, 30代)
- ・国際通りの裏方面（市場通り）は非常に沖縄らしさを感じた。次回は是非家族と来て、いろんな経験をさせてあげたい。(男性, 40代)"
- ・エイサー、沖縄太鼓、獅子舞等様々な沖縄ならではの伝統芸術も存分に楽しませていただきました。(女性, 50代)
- ・城跡を見たときに、もっと見たいと思った。(女性, 40代)

(オ) 滞在中に行った活動

- ・暖かいところで、ゴルフができたこと。(男性, 30代)

(カ) 自然

- ・パイナップルの木や海(男性, 30代)
- ・沖縄料理、海の透明度、珊瑚礁、エイサー（創作含む）、琉球太鼓、島唄、三線、ガマ、空気、方言、民家、とうきび畑 など沖縄のすべて。(男性, 40代)

(キ) 宿泊施設

- ・リゾートホテルに宿泊時、家族と来たいと思った(男性, 40代)

(ク) 沖縄文化に触れて

- ・沖縄の歴史深さを感じた(男性, 40代)
- ・初日の料亭での食事と2日目の獅子舞を見て、沖縄らしさを感じました。(男性, 50代)
- ・夕食のときに見た、色々な演舞はおもしろかったです。(女性, 40代)
- ・シーサーが至る所にあった(男性, 40代)
- ・歴史を感じて沖縄のもう一つの側面を見たいと思った(男性, 40代)

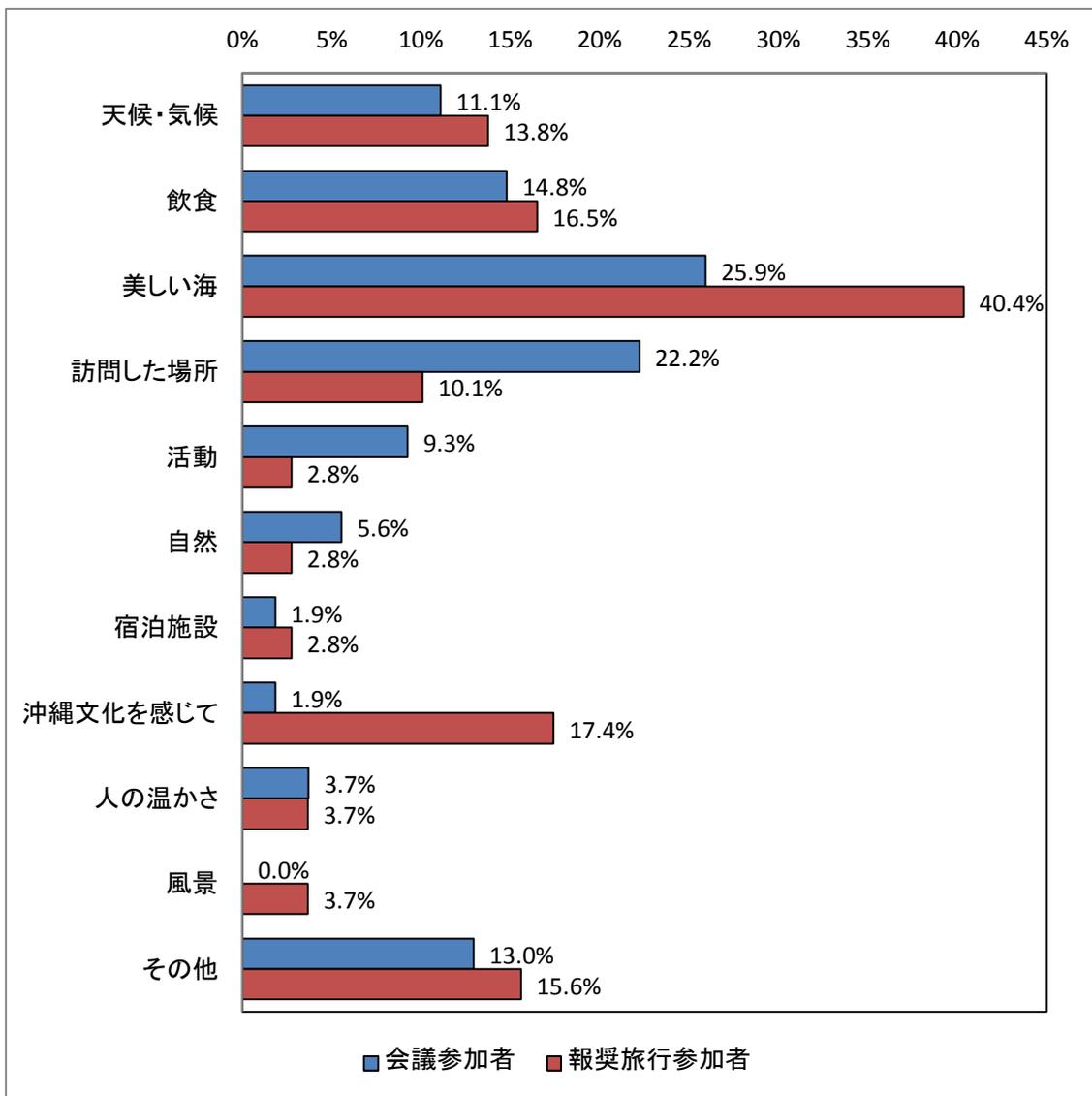
(ケ) 人の温かさ

- ・そこかしこで人の温かさ、飲み屋で三線弾いて歌って踊って、というのは東京にはないので・・・(男性, 30代)
- ・やはり、島らしさ、島の空気は違うなと思いました。人々もやさしくゆったりとしていて、またプライベートでぜひ訪れたいと思いました。(男性, 40代)"
- ・料理、言葉、風景すべてがやさしくてのんびりとゆっくりとしていた。(女性, 40代)
- ・方言を聞いて(女性, 30代)

(コ) 風景を見て

- ・サトウキビ畑(男性, 60代以上)
- ・古宇利島の景色が素晴らしい(男性, 20代)

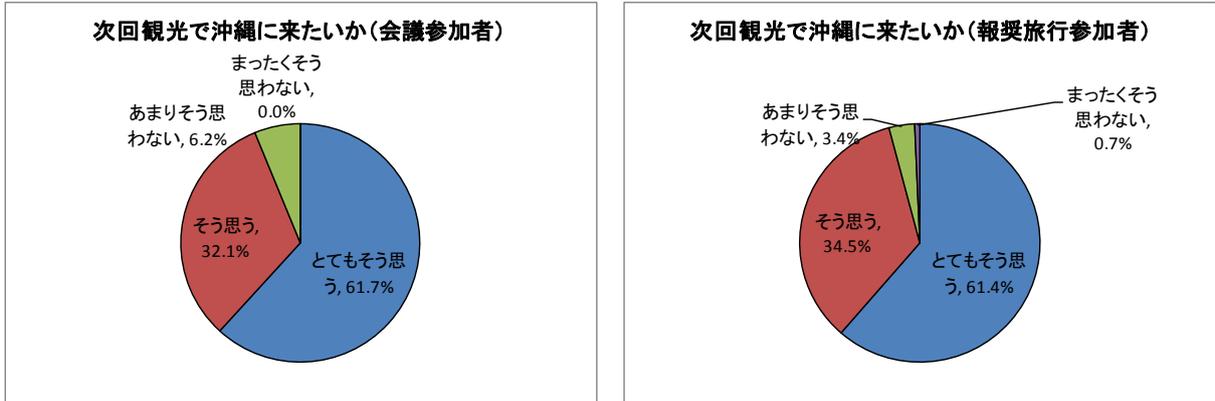
図表 Ⅲ-3-15 滞在中に沖縄らしさを感じた点（会議参加者・報奨旅行参加者別）



(5) 今後の再訪意向

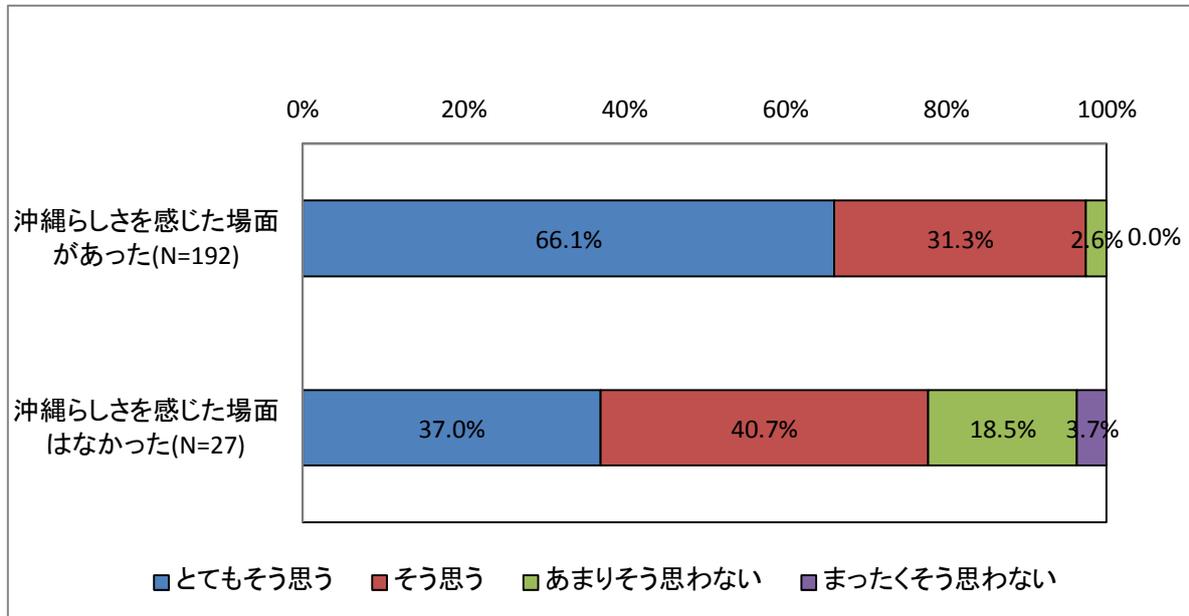
今後沖縄に観光で再訪したいか尋ねたところ、会議参加者・報奨旅行参加者ともに「とてもそう思う」が6割を超え、「とてもそう思う」、「そう思う」を合わせると9割に上った。

図表Ⅲ-3-16 再訪意向（左：会議参加者、右：報奨旅行参加者）



沖縄らしさを感じた場面の有無で再訪意向を比較すると、「沖縄らしさを感じた場面があった」方が再訪意向は高く、「とてもそう思う」が66.1%であった。一方、「沖縄らしさを感じた場面はなかった」と回答した場合のその割合は37.0%と低い。

図表 Ⅲ-3-17 沖縄らしさを感じたかどうかと再訪意向

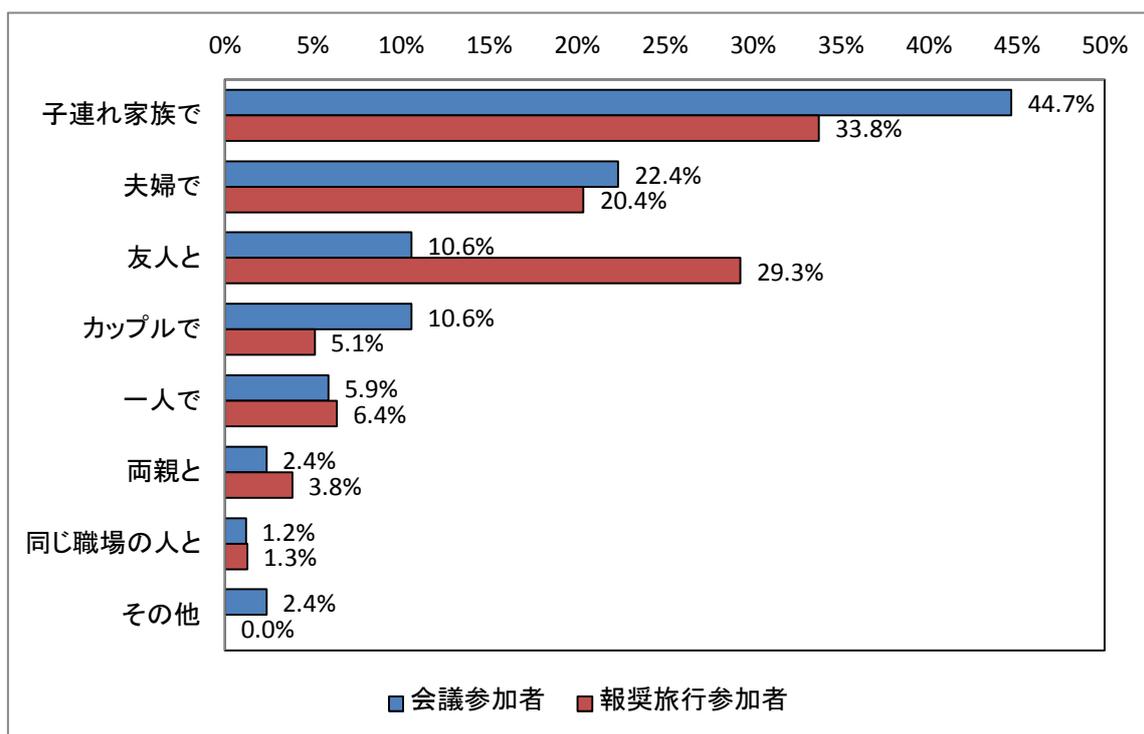


(6) 次回来訪時の活動

① 次回訪問時の同行者

次回の旅行で一緒に来たい相手は、「子連れ家族で」が会議参加者で44.7%、報奨旅行参加者で33.8%と共に最も多くなった。会議参加者は次いで「夫婦」、「友人と」と続き、報奨旅行参加者は「友人と」「夫婦で」と続く。いずれの参加者も「同じ職場の人と」は最も少なかった。

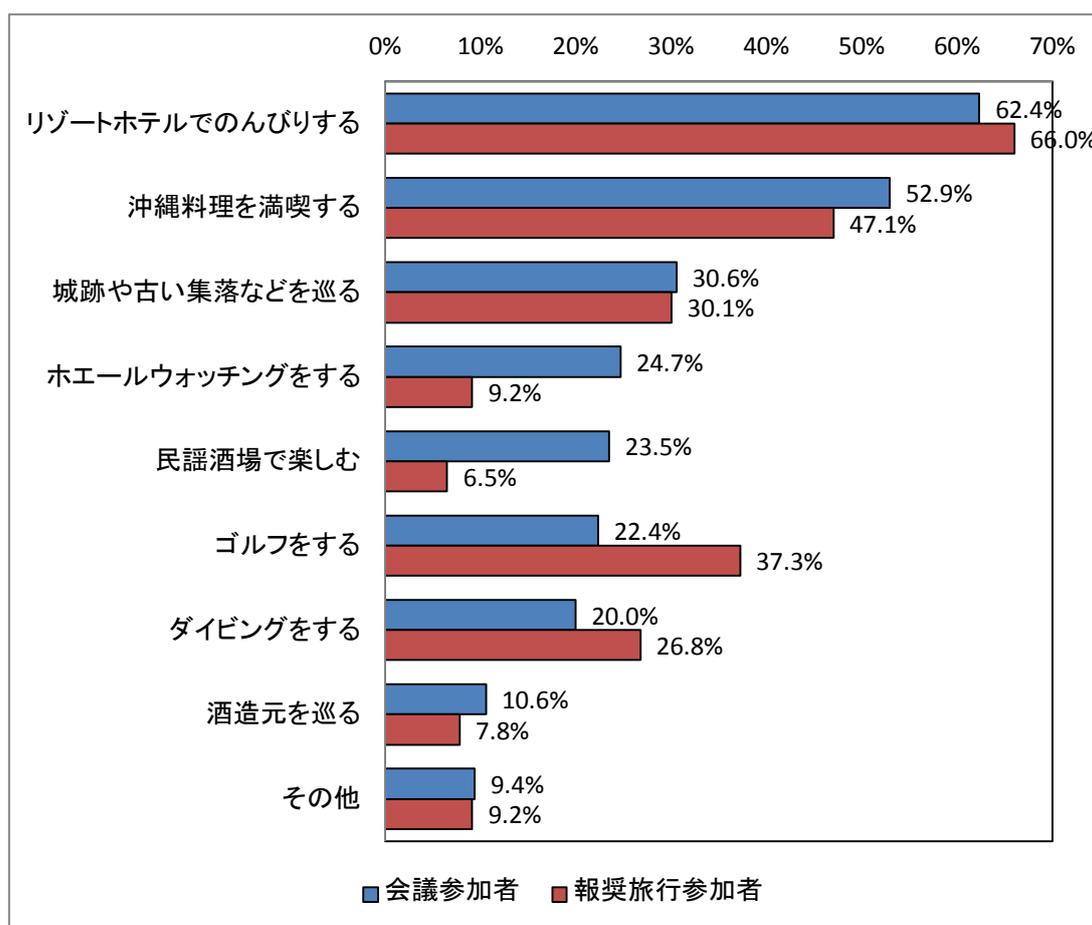
図表 Ⅲ-3-18 次回訪問時の同行者



② 次回訪問時の活動（複数回答）

次回行いたい活動として最も多いのはいずれの参加者も「リゾートホテルでのんびりする」で会議参加者は62.4%、報奨旅行参加者は66.0%に上った。次いで「沖縄料理を満喫する」が多く、会議参加者は52.9%、報奨旅行参加者は47.1%あった。また、報奨旅行参加者では「ゴルフをする」が37.3%と多く、会議参加者では「民謡酒場で楽しむ」が23.5%と多い。

図表 Ⅲ-3-19 次回訪問時に行いたい活動



コラム MICE参加者の旅費等負担者

本アンケート調査では、MICE参加者の旅費等の負担者を尋ねた。

航空運賃は、会議参加者・報奨旅行参加者ともに「会社等組織」の負担が9割を超えている。

宿泊費は、会議参加者・報奨旅行参加者ともに「会社等組織」の負担が最も多いが、報奨旅行参加者では「会社等組織と自身の両者」が2割程度であった。

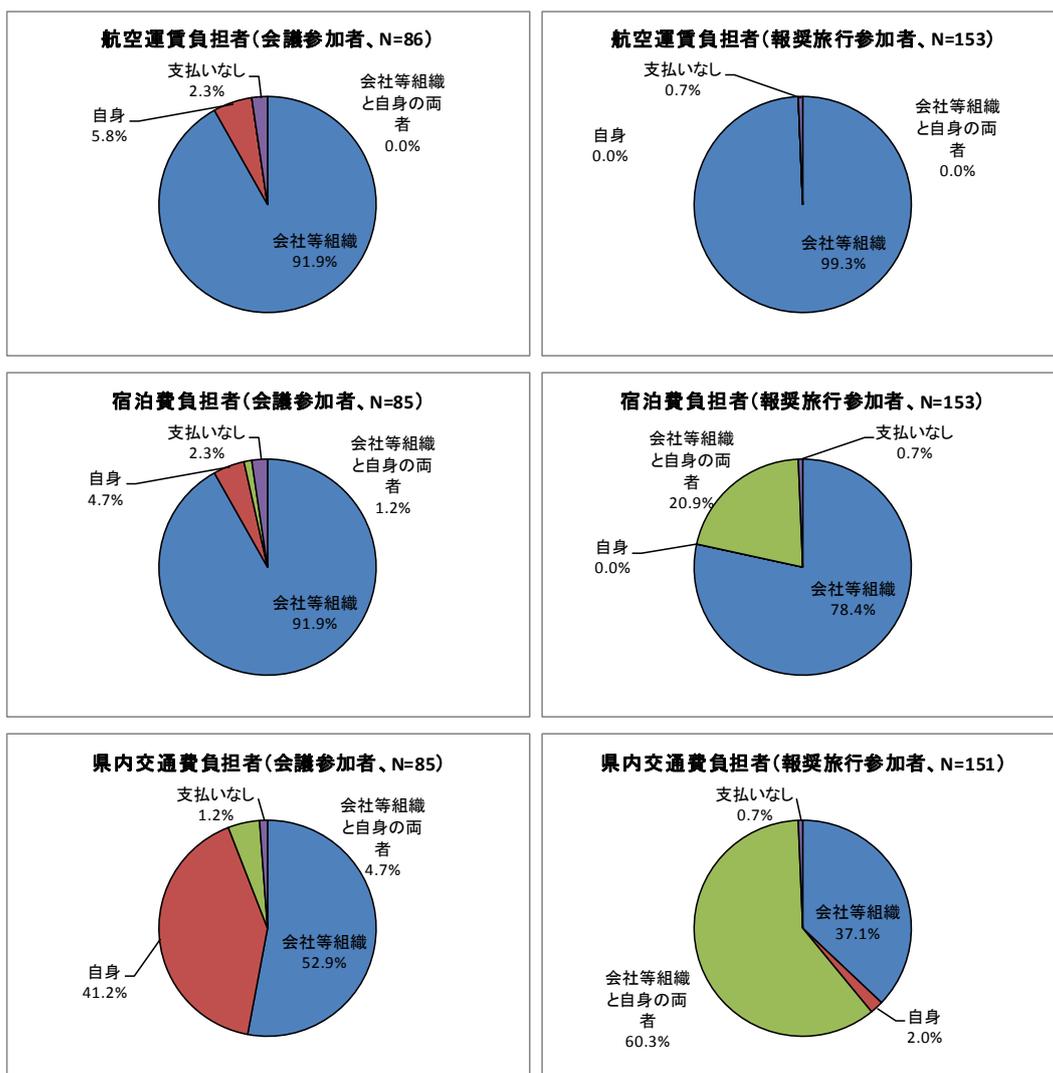
県内交通費は、会議参加者で「会社等組織」が半数を超え、報奨旅行参加者では「会社等組織と自身の両者」が6割を超える。

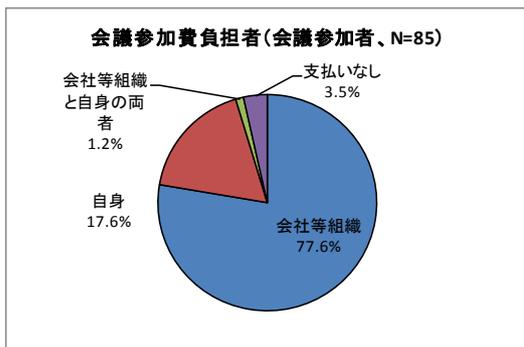
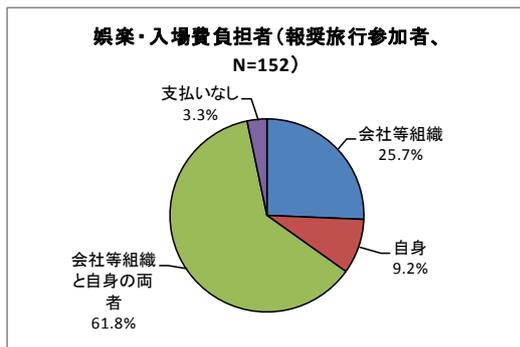
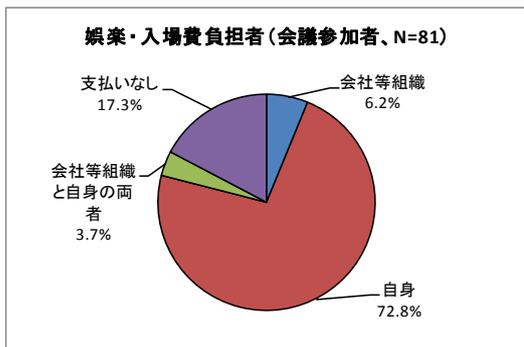
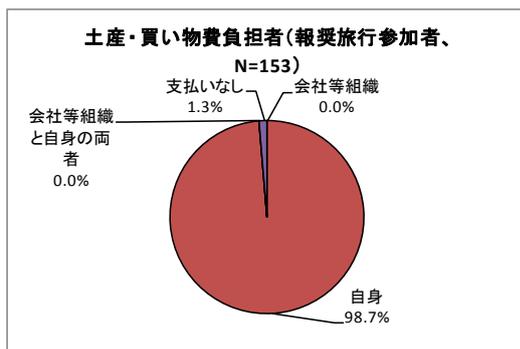
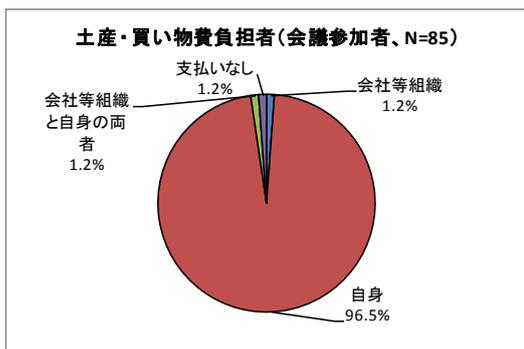
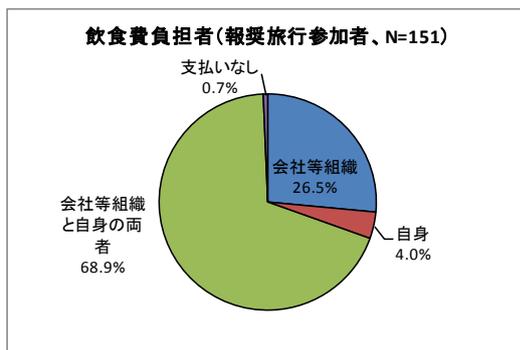
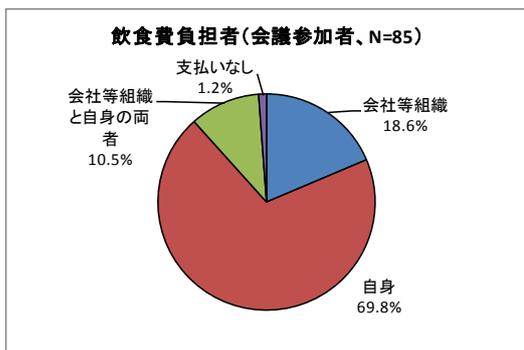
飲食費は、会議参加者で「自身」、報奨旅行参加者では「会社等組織と自身の両者」がそれぞれ7割程度であった。

土産・買い物費は会議参加者・報奨旅行参加者ともに「自身」が9割を超える。

娯楽・入場費は会議参加者で「自身」が7割を超え、報奨旅行参加者では「会社等組織と自身の両者」が6割を超える。

会議参加者に限り会議参加費の負担者を尋ねたところ、77.6%が「会社等組織」の負担であった。





3-3. まとめ

① MICE の質と参加者の満足度の向上を目指して

報奨旅行参加者は観光・食事・買い物いずれも「大変満足」の割合が5割を切っており、それらの満足度を向上させる必要がある。報奨旅行参加者は団体旅行で沖縄を訪問しており、予め決められたルートで観光をしている。今回アンケート調査を行った2つの報奨旅行では自由行動の時間は数時間に限られていたため、訪問した場所や食事、旅行全体のスケジュールに対する不満が挙げられた。報奨旅行参加者の満足度を上げるためには、自由行動の時間を増やしたり比較的時間に余裕のある行程のツアーを提供するなどの工夫が求められる。

一方、会議参加者の多くは個人で航空券や宿泊施設を手配しており、会議の前後日に沖縄県内を観光する割合は7割を超えたが、「自由時間はあったが観光しなかった」という回答者も2割程度見られた。「会議前後日に半日から一日程度の観光ツアーがあったら参加したいか」という問いについて7割弱が参加を希望しており、特にその意向は今回の訪問中に観光できなかった層で高かったことから、会議参加者に対して会議期間中に参加できるようなツアーを提供することも検討する必要があるだろう。

② MICE 参加者の観光リピート化を促進するために必要な視点

限られた時間かつ拘束時間が長い MICE 来訪者ではあるが、約 85%の回答者が沖縄訪問中に何らかの沖縄らしさを感じられる場面があったと回答している。その内訳としては「美しい海」が最も多く、リゾートホテル滞在中や目的地までの移動中に海を見て沖縄らしさを感じたと考えられる。また、「沖縄らしさを感じられた」と回答した人は「沖縄らしさを感じられなかった」と回答した人に比べ再訪意向は高い。MICE の行程中に美しい海を訪れる時間を設けたり沖縄文化に触れる機会を作ったり沖縄料理を食べる機会を作ったりするなど、「沖縄らしさ」を感じられるようなポイントを組み合わせることで、参加者が沖縄らしさを感じられる場面を提供することは、MICE 参加者の観光客としてのリピート化を促すきっかけとして有効であろう。

また、沖縄観光コンベンションビューローが MICE 参加者へ配布しているガイドブックは、訪問中に実際に活用される場面は多くはないが、ガイドブックは「次回来るときに役立てたい」や「ガイドブックを見て沖縄の魅力を知ることができた」など、次の来訪へのきっかけづくりには役に立っていることが分かった。次回観光で訪れる際に一緒に来たい相手は会議参加者・報奨旅行参加者ともに「子連れ家族」や「夫婦」など家族での再訪を希望する割合が高かったこと、また、次回行いたい活動として「リゾートホテルでのんびりする」「沖縄料理を満喫する」を挙げる割合が多かったことから、ガイドブックではこれらの情報を載せ、次回沖縄を訪問する際に参考になるような情報を提供することがリピート化を促進するうえで有効ではないかと考えられる。