

平成 30 年度

下地島空港旅客に向けた  
コンテンツ創出業務報告書

平成 31 年 3 月

宮古島市

## 目 次

### 第1章 業務概要

|          |   |
|----------|---|
| 1. 業務の目的 | 1 |
| 2. 業務の内容 | 1 |

### 第2章 コンテンツ創出・提供の基本的な調査に関する業務

|                        |    |
|------------------------|----|
| I. 宮古島市の現状調査           | 3  |
| 1. 宮古島市の観光事業者等ヒアリングの実施 | 3  |
| (1) 目的                 | 3  |
| (2) 実施日                | 3  |
| (3) ヒアリング事業者           | 3  |
| (4) ヒアリング内容            | 4  |
| (5) 調査まとめ              | 5  |
| 2. 動態分析概要              | 6  |
| (1) 分析の目的              | 6  |
| (2) 分析の手法              | 6  |
| (3) 用語の定義              | 6  |
| (4) 分析項目               | 7  |
| (5) 取得したデータの留意事項       | 7  |
| 3. 動態分析結果              | 8  |
| (1) GPSデータ取得状況         | 9  |
| (2) 来訪者数の国別・地域別内訳      | 10 |
| (3) 国・地域別の訪日回数         | 11 |
| (4) 国・地域別の訪日目的         | 12 |
| (5) 測位の状況              | 13 |
| (6) 滞在の状況              | 14 |
| (7) 宿泊の概要              | 15 |
| (8) 宮古島市宿泊者の入出国空港      | 17 |
| (9) 宮古島市宿泊者の日本旅程の実際    | 18 |

|                          |    |
|--------------------------|----|
| 4. SNS分析概要               | 19 |
| (1) 分析の目的                | 19 |
| (2) 分析の手法                | 19 |
| 5. SNS分析結果               | 19 |
| (1) 結果の概要                | 19 |
| (2) 投稿写真のカテゴリー・キーワード     | 20 |
| (3) 投稿写真                 | 21 |
| <br>                     |    |
| Ⅱ. 海外エージェントへのヒアリング調査     | 24 |
| 1. 調査目的                  | 24 |
| 2. 調査概要                  | 24 |
| 3. 調査対象                  | 25 |
| (1) 沖縄県台北事務所およびOCVB台北事務所 | 25 |
| (2) 現地旅行会社、企画造成担当者       | 25 |
| (3) アンケート・ヒアリング項目        | 26 |
| (4) アンケート・ヒアリング結果        | 27 |
| ①沖縄県台北事務所およびOCVB台北事務所    | 27 |
| ②現地旅行会社・企画造成担当者          | 28 |
| 4. ITF旅行博視察              | 29 |
| 5. 調査のまとめ                | 30 |
| <br>                     |    |
| Ⅲ. ワークショップの実施            | 31 |
| 1. 実施目的                  | 31 |
| 2. 実施概要                  | 31 |
| 3. 参加者                   | 32 |
| 4. タイムスケジュール             | 33 |
| 5. ワークショップ実施内容           | 34 |
| 6. 調査のまとめ                | 40 |

### 第3章 地域資源の磨き上げに関する業務

|                           |       |
|---------------------------|-------|
| 1. 既存資源の調査                | 31    |
| (1) 調査目的                  | 31    |
| (2) 実施方法                  | 31    |
| (3) 宮古島市の既存観光資源リスト        | 32    |
| (4) 宮古島市の既存観光資源MAP        | 41    |
| 2. 新たな資源の開発               | 47    |
| (1) 調査目的                  | 47    |
| (2) 調査日程                  | 47    |
| (3) コンテンツ案                | 47    |
| (4) コンテンツ案創出にあたってのポイント    | 47    |
| 3. 新たな観光資源の開発（スポット創出10ヶ所） | 48    |
| ◆スポット1～10                 | 49～58 |
| 4. SNS素材の開発（スポット創出3ヶ所）    | 59    |

### 第4章 下地島空港を拠点としたコンテンツの開発業務

|                               |       |
|-------------------------------|-------|
| 1. 専門家等を招聘した現地視察の実施           |       |
| (1) 実施目的                      | 60    |
| (2) 実施概要                      | 60    |
| (3) 評価対象施設／体験                 | 63    |
| (4) 評価結果                      | 65    |
| (5) 調査のまとめ                    | 69    |
| 2. 下地島空港を起点とする周遊ルートの策定        | 70    |
| (1) 基本的考え方                    | 70    |
| (2) 下地島空港を起点とする周遊ルート（タイトル一覧表） | 71    |
| 下地島空港を活用した旅程案                 | 72～81 |
| (3) プロモーション方針                 | 82    |

### 第5章 今後の観光促進方策の検討

|       |    |
|-------|----|
| 1. 総括 | 86 |
|-------|----|

# 第1章 業務概要

## 1. 業務の目的

下地島空港は現在、国際線等旅客ターミナル施設の整備が進められており、ターミナル供用開始後は、国際線や国内 LCC 等の就航が見込まれ、宮古島市における新たな空の玄関口としての活用が見込まれている。

下地島空港旅客に向けたコンテンツ創出業務では、宮古島市が有する地域資源の磨き上げを通じて下地島空港を拠点としたコンテンツを創出し、同空港を利用する旅客等に対し発信・提供し、地域活性化に資することを目的とするものである。

## 2. 業務の内容

### ①コンテンツの創出・提供の基本的な調査に関する業務

#### 1) 現状に関する調査

- ✓宮古島市でインバウンド関連ビジネスを行う観光事業者やクルーズ関係者に対し、個別ヒアリングを実施する。
- ✓スマートフォンや携帯アプリケーションなどから取得できる GPS データ等を用いて、現状の滞在状況等を把握する。

#### 2) 海外エージェントへのヒアリング

- ✓海外エージェントへのネットワークを持つ大手旅行会社を訪問、アジアの現地海外旅行会社担当にヒアリングを実施する。
- ✓ヒアリングは香港・台湾など、現在、沖縄への来訪が多いアジア地域を中心とする。その他の地域を実施する際には、宮古島市と協議するものとする。

#### 3) ワークショップの実施

- ✓1) および2) の調査結果を踏まえ、市民・事業者・商工会等の地域団体等を含めたワークショップを開催し、宮古島市に求められているインバウンド観光のあり方を検討し、今後の展開方針案を策定する。

### ②地域資源の磨き上げに関する業務

#### 1) 既存資源の調査

✓宮古島市にある既存の観光資源を調査・リスト化し、ベースとなる体験オプション作成を行う。

2) 新たな資源の開発

✓一般的な観光施設だけでなく、新たな資源の掘り起こしを行う。

✓地元旅行会社や専門性の高い情報メディアの参画など、今後の発信・提供の展開を踏まえた検討を行うものとする。

✓新たな資源の開発数については、10 個以上を原則とする。

3) SNS 素材の開発・展開

✓国内外の事例を参考に、インスタグラム等 SNS で拡散されることを意識した写真スポットを発掘・創出する。

③下地島空港を拠点としたコンテンツの開発業務

1) 専門家等を招聘した現地視察の実施

✓既存資源や新たに掘り起こした資源等について、外国人のジャーナリストや旅行関係者、KOL 等の専門家を招聘した現地視察を行う。

✓現地視察については、単なるファムツアーでなく、観光資源に関するヒアリングを目的としたものとする。

2) 下地島空港を起点とする周遊ルートの策定

✓ルートは、利用者の目的別・時間別に区分けし、宮古島市全体を網羅するものとする。

✓ルートは、バスツアー、レンタカーなどアクセスニーズを考慮した設定とする。

✓ルート策定にあたっては、商工会等の地域団体と協議し進めるものとする。

✓ルートの策定数については、原則5つ以上とする。

## 第2章

## コンテンツ創出・提供の基本的な調査に関する業務

### I. 宮古島市の現状調査

#### 1. 宮古島市の観光事業者等ヒアリングの実施

##### (1) 目的

宮古島市の観光団体、インバウンド受入企業等関係者を対象に個別ヒアリングを行い、日頃接している視点での気づきや改良点など、現状の課題と今後の方向性について把握した。

##### (2) 実施日

平成30年9月11日

##### (3) ヒアリング事業者

以下の事業者等とヒアリングを実施した。

| No | 事業者            | 役職                | 氏名                    | 訪問時刻        |
|----|----------------|-------------------|-----------------------|-------------|
| 1  | ホテル共和          | 代表取締役社長           | 砂川靖夫                  | 09:00～09:30 |
| 2  | 一般社団法人宮古青年会議所  | 理事長               | 池間正樹                  | 09:45～10:15 |
| 3  | 宮古島観光協会        | 青年部長              | 山本ゆかり                 | 10:30～11:00 |
| 4  | 宮古島商工会議所青年部    | 会長<br>専務理事<br>副会長 | 坂口大明<br>佐久川力也<br>川満正人 | 11:15～11:45 |
| 5  | 下地島エアポートマネジメント | 航空営業課長            | 金田宗一郎                 | 13:15～13:45 |
| 6  | 宮古島市青年伊良部商工会   | 青年部長              | 豊見山貴仁                 | 14:30～15:00 |

## (4) ヒアリング内容

| No | 項目                                                                                                                                                                                                                                 | ヒアリング内容                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1  | 宮古島訪問される旅行者の特徴について                                                                                                                                                                                                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・クルーズ船の外国人観光客の増加。</li> <li>・クルーズ船来た際は大変。バスもタクシーも人手もごっそり持ってかれる。</li> <li>・買い物はドン・キホーテやドラッグストア等へ一極集中しており、地元にお金が落ちてない。</li> <li>・宿泊施設宿泊者の9割は国内観光客が多数。</li> <li>・欧米系の旅行者もわずかだがいる。</li> <li>・レンタカー利用客が多くなった。これまでなかった渋滞がたまに発生する。</li> </ul> |
| 2  | 宮古島観光の全体の現状<br>現状の観光需要とサービス供給バランスについてどのように考えられていますか？                                                                                                                                                                               | <p>需要過多。サービスが追い付かないので、受入人員制限している時もある。(人手不足、人材スキルの問題もあり)</p> <p>観光入域客数増えているが、地元への恩恵がない。お金を落としてない。</p>                                                                                                                                                                         |
| 3  | <ul style="list-style-type: none"> <li>・新たな観光需要に対応するためには何をしていますか？何をされていますか？</li> <li>・宮古島市の既存観光価値(掘り起し)や新たな観光コンテンツは何かございますか？</li> </ul>                                                                                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>・入店観光客の受入れ制限。(サービスが追い付かない為)</li> <li>・外国人観光客への対応は急務だと感じるが、現場の受入れ状況で手いっぱいの状況。</li> <li>・宮古島の観光消費拡大、もっと地域に落ちる仕組みが出来るはず。</li> </ul>                                                                                                      |
| 4  | <p>今後の展望</p> <p>①訪日外国人観光客の増加に伴い、観光関連サービスの競争力向上の為に必要な事<br/>(例：あらゆる標識を多言語化、ユニバーサルサイン化すべき)</p> <p>②今後どんな課題がでてくるか？解決策は何か(例：主要な場所に集中してしまうため、交通網を強化する)</p> <p>③どのようなサービスを強化すべきか<br/>(例：店舗・施設内の外国語対応環境の整備、人材教育)</p> <p>④今後宮古島市に期待すること</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>・宮古島の観光はもっと良くなる。</li> <li>・黒糖工場見学など、地元資本企業巻き込んだ観光型産業への期待。地域のカフェや商店など、地元之恩恵ある観光スタイルへの期待。</li> <li>・地元へお金を落としてもらう打開策</li> <li>・人手不足と人材スキルアップ</li> <li>・外国人観光客受入体制の整備は急務。</li> <li>・観光サインの設置と充実化</li> <li>・キャッシュレスへの対応</li> </ul>        |

### (5) 調査まとめ

外国人インバウンド動向について、中国語圏旅行者の買い物が医療品、化粧品等に集中。地元商店街などにどうやってお金を落としてもらうか？地元之恩恵がない現状の打開策を望む声が強い。また、観光サインや情報量などが不足しており、ハード面での受入対策が課題として挙げられた。

宮古島市全体の宿泊者の内訳は、全体の9割が国内利用客であった。宮古島市への外国人入域観光客数は、過去最高記録更新と右肩上がり増加しているが、クルーズ船観光客は宿泊を伴わないことが要因と思われる。

地元の観光事業者等が外国人観光客数増加という割に恩恵がないという理由に、クルーズ船観光客は、自然景勝地観光など無料で観光できる箇所が多いこと、また、ショッピングでは、医療品ドラッグストア、ドン・キホーテ等、大手商業施設へ一極集中化していることに懸念を示している。

外国人観光客を積極的に受け入れているかという質問に対し、今後受け入れなければならないと感じてはいるものの、現状の受入れをこなすだけで精一杯と、対策を講じきれてないのが現状。

また、昨今の急激な増加に伴い、宮古島市内の観光事業者等は人手不足が常態化していることに懸念を示している。売上高（観光消費額）伸ばしたいが、従業員の不足やスキル不足などの要因によって、店舗への観光客受け入れ制限等をしている実態があり、これらは特に飲食店に多いとのことであった。

これら調査結果から、地元関連の消費が低いアジア系（特に中国圏）の観光客において、地元商店街へお金を落とす仕組み、特に日中における受入対応可能な時間帯に対応したコンテンツ創出が必要である。

## 2. 動態分析概要

### (1) 分析の目的

本章では、複数のデータを活用し、宮古島市を訪問する外国人の属性及び人数を把握するとともに訪問（滞在）エリアや他の市町村への訪問傾向を明らかにすることを目的とした。

### (2) 分析の手法

本分析では、入出国管理統計表（法務省）やOAG 社が保有する発券データから宮古空港の現状を把握するとともに、ナビタイムジャパンが運営する訪日外国人向け経路検索・多言語観光案内アプリ「NAVITIME for Japan Travel」にて、利用規約・プライバシーポリシーへの同意を得られた利用者から取得した利用者属性（「国・地域」、「訪日回数」及び「訪日目的」）、移動実績（GPS）を統計化・匿名処理し、動態分析を実施した。

### (3) 用語の定義

表 動態分析で使用する用語

| 用語           | 解説                                                                                                                |
|--------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| GPS          | Global Positioning System（全地球測位システム）                                                                              |
| UU（ユニークユーザー） | 集計期間内に当該エリアを訪問したアプリ利用者の数を表す数値<br>集計期間内なら同じエリアに同じアプリ利用者が何度も訪問した場合でも、1UUとしてカウントされる<br>本書では特別な記述がない限りすべてUU数でカウントしている |
| 測位者          | 特定のメッシュ内において1回でもGPSデータが測位されたUU数<br>匿名処理の関係によりサンプル数（N）が3人以上のメッシュのみ表示                                               |
| 測位率          | 当該エリアにおいて測位されたUU数を宮古島市全体で測位されたUU数で除した値                                                                            |
| 滞在者          | 同一1kmメッシュ内で連続して30分以上の測位が確認されたUU数<br>匿名処理の関係によりサンプル数（N）が3人以上のメッシュのみ表示                                              |
| 滞在地          | 同一メッシュ内に30分以上連続で測位されたエリア                                                                                          |
| 滞在率          | 当該エリアにおいて滞在判定されたUU数を当該エリアの測位者数で除した値。当該エリアを通過せずに立ち寄った比率を示す                                                         |
| 宿泊者          | 21時～翌3時の間においてGPSデータが測位された者                                                                                        |
| 旅程日数         | 入道日から出道日までの延べ日数                                                                                                   |
| 未測位          | 当該集計条件において、GPSデータの測位を確認できなかった状態                                                                                   |

## (4) 分析項目

表 分析項目

| 分析項目      | 内容                                                                              |
|-----------|---------------------------------------------------------------------------------|
| 基礎集計      | 国・地域別の測位者数、滞在者数及び滞在率を集計                                                         |
| 滞在分析      | 測位者及び滞在者の 1km メッシュ図を用いて当該エリアにおけるアプリ利用者の動態・傾向を分析                                 |
| 宿泊地/滞在地分析 | 分析対象市町村に宿泊したアプリ利用者の国・地域、来道回数、入出道空港、延べ宿泊日数及び平均宿泊日数、直前直後の宿泊地及び滞在地、その他の宿泊地及び滞在地を分析 |

## (5) 取得したデータの留意事項

- GPS データはオフライン、端末スリープ状態でも取得できるが、携帯端末の位置情報の利用を許可しない限り取得できない。  
また、携帯端末の位置情報の利用を許可しても、地下街やトンネルなど GPS 電波が届かない場所では GPS データを取得できない。
- GPS データには、外国人ビジネス客・日本在住外国人等観光客以外のデータやレンタカー以外の交通機関を利用する外国人観光客のデータが含まれていることが想定される。
- アプリで取得する GPS データは、端末により数十m程度の誤差が生じることがある。
- 以下に掲げるデータは分析対象から除外している。
  - ・アプリ初回起動時アンケートで、国・地域を「日本」と回答したアプリ利用者のデータ
  - ・滞在期間が 31 日以上となるアプリ利用者の GPS データ
- GPS データの分析では、匿名処理の関係により（一部のデータを除き）サンプル数（N）が 3 人以上のデータのみを表示している。
- 国・地域別の集計において「その他」としているのは、匿名処理のため表示していない国・地域のことをいい、「その他」における測位者数等は、表示していない複数の国・地域における測位者数等の合計を示している。
- 国・地域別の集計において「不明」としているのは、アプリ初回起動時アンケートにおいて、利用者の国・地域に「Other\_Country」を選択した者をいう。
- 滞在分析等において、特定の観光地・施設等への「滞在を確認できた」等と記述しているのは、厳密には当該メッシュ図及び測位地点データ等に基づく推測である。

### 3. 動態分析結果

#### ～宮古島市空港の現状～

法務省の入出国管理統計表（2016 年）によれば、宮古空港の入国訪日外国人数は、韓国人が最も多く 1,542 人、次いでアメリカ人が 10 人となっている。この数字は直接、宮古島へ就航したチャーター便であると考えられる。

また、OAG 社の発券データによると、宮古空港を出発空港とした発券は 2,606 券であり、その目的空港は、韓国の仁川空港が全体の 85%を占め最も多く 2,216 券、次いで数は大分減るが、桃園空港（台湾）、香港空港（香港）、金浦国際（韓国）と続いている。

今後のターゲットとなる国籍は「韓国・台湾・香港」といった既存の来島観光客に加え、新たに就航が期待できる、「中国」の観光客であると考えられる。

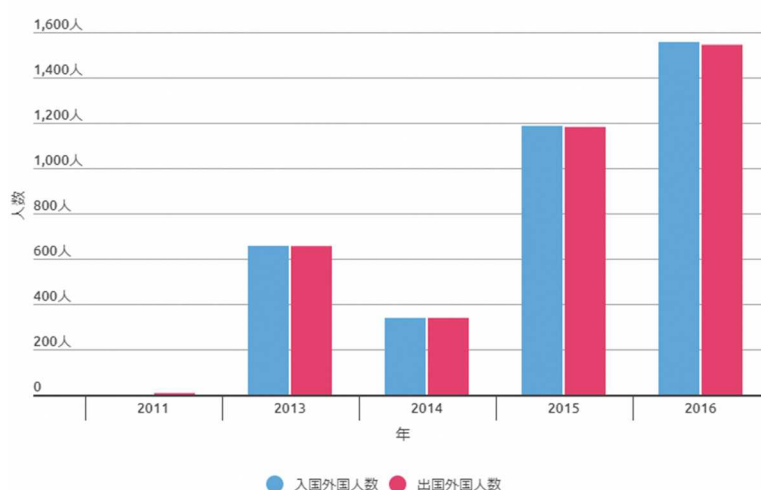


図 宮古空港における入出国外国人数（入出国管理統計表）

表 宮古空港出発旅客

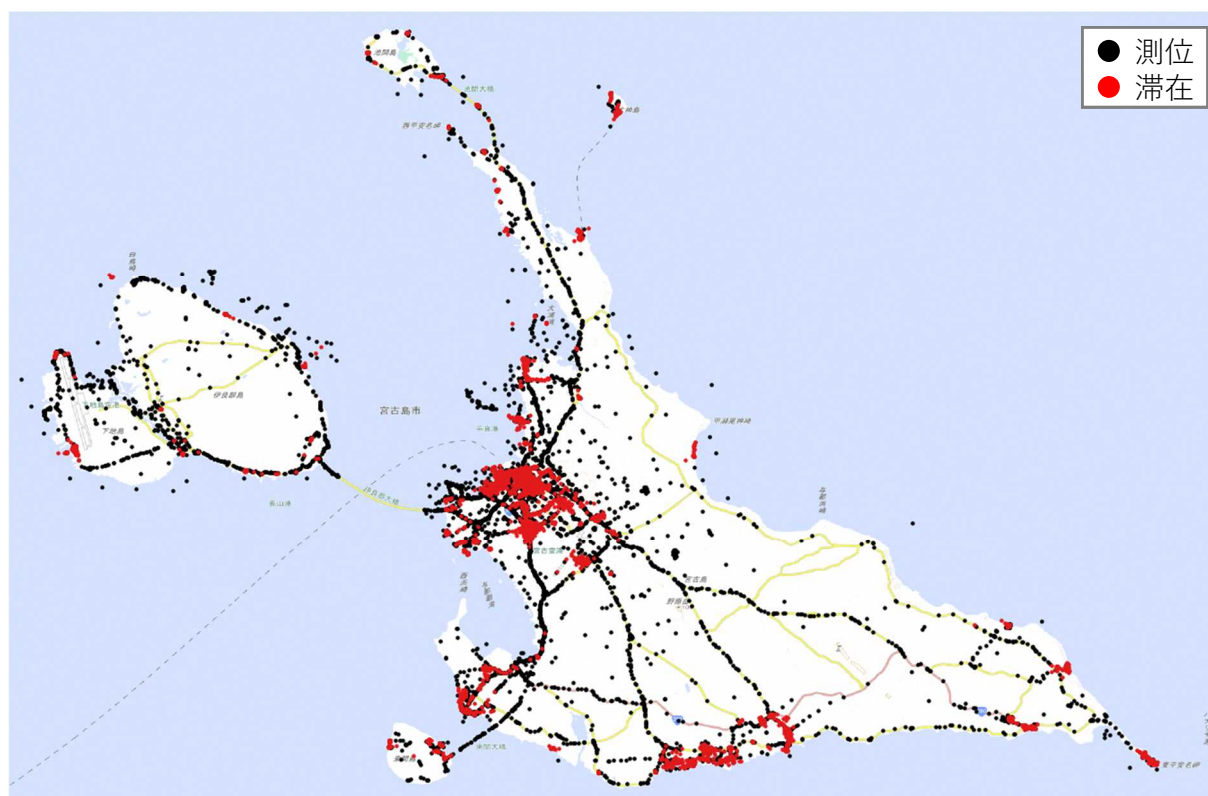
| 空港名    | 国・地域 | 旅客数   | 割合     |
|--------|------|-------|--------|
| 仁川     | 韓国   | 2,216 | 85.0%  |
| 台北・桃園  | 台湾   | 154   | 5.9%   |
| 香港     | 香港   | 76    | 2.9%   |
| 金浦国際   | 韓国   | 44    | 1.7%   |
| ホノルル   | アメリカ | 28    | 1.1%   |
| 上海浦東国際 | 中国   | 18    | 0.7%   |
| その他    | その他  | 70    | 2.7%   |
| 計      |      | 2,606 | 100.0% |

（出典）OAG Traffic Analyser

## (1) GPS データ取得状況

下図に宮古島市で取得された GPS データを示す。

北は池間島、西は伊良部島や下地島、南は来間島、東は東平安名崎といった島の先端エリアにおいてもデータが測位されており、宮古島市役所平良庁舎が所在する平良市街地周辺やシギラリゾート周辺、東急ホテル&リゾート周辺にて滞在が多く観測された。



※滞在：同一 1km メッシュ内で 30 分以上連続してデータを取得

図 GPS データの取得状況

## (2) 来訪者数の国別・地域別内訳

宮古島市内で測位された GPS データは合計 151 サンプルで、国・地域別にみると台湾が最も多く 19.9%、次いで香港 (13.2%)、アメリカ (8.6%)、フランス (7.9%)、ドイツ (6.6%)、イタリア (5.3%) となっており、上位 6 か国・地域で全体の約 6 割を占める。また、アジアと欧米豪の比率でみると、アジアが約 5 割、欧米豪が約 4 割、その他・不明が約 1 割であった。中国国籍については、アプリのダウンロード環境などの外的要因によって取得数が少なくなっていると見込まれる。

| 順  | 国・地域    | 測位者数 |        |
|----|---------|------|--------|
|    |         | UU 数 | 割合     |
| 1  | 台湾      | 30   | 19.9%  |
| 2  | 香港      | 20   | 13.2%  |
| 3  | アメリカ    | 13   | 8.6%   |
| 4  | フランス    | 12   | 7.9%   |
| 5  | ドイツ     | 10   | 6.6%   |
| 6  | イタリア    | 8    | 5.3%   |
| 7  | イギリス    | 7    | 4.6%   |
| 8  | タイ      | 7    | 4.6%   |
| 9  | オーストラリア | 4    | 2.6%   |
| 10 | 中国      | 4    | 2.6%   |
| 11 | 韓国      | 4    | 2.6%   |
| 12 | シンガポール  | 4    | 2.6%   |
| 13 | カナダ     | 3    | 2.0%   |
| 14 | インド     | 3    | 2.0%   |
| 15 | フィリピン   | 3    | 2.0%   |
| -  | その他・不明  | 19   | 12.6%  |
| -  | アジア 計   | 78   | 51.7%  |
| -  | 欧米豪 計   | 59   | 39.1%  |
| 計  |         | 151  | 100.0% |

※匿名化処理の関係で 3 未満の国・地域はその他・不明に含めている。また、アジア、欧米豪の集計時には、個別の国・地域では匿名化したものも割り振ったため、個別の国・地域の合計数と一致しない。

## (3) 国・地域別の訪日回数

宮古島市を訪れるアジアの国・地域の方においては、初訪日が28.9%と沖縄県全体の傾向（30.0%）と同様で、日本全国の41.9%より約10ポイント低く、訪日経験がある外国人が約7割である。また、日本全国と沖縄県全体と比較して、訪日回数が10回以上の割合が28.9%と約12～16ポイント高い傾向があり、訪日経験の豊富なアジアの国・地域の方に訪れられている。また、欧米豪では、アジアとは反対に初訪日の割合が高く、64.4%となっており、日本全体の傾向と同程度、沖縄県全体の傾向よりも約10ポイント高くなっている。

表 アジアにおける訪日回数

|       | 宮古島市   |        | 日本全国との差 | 沖縄県    | 日本全国   |
|-------|--------|--------|---------|--------|--------|
|       |        | 沖縄県との差 |         |        |        |
| 初訪日   | 28.9%  | -1.1%  | -13.0%  | 30.0%  | 41.9%  |
| 2-5回目 | 28.9%  | -10.9% | -6.3%   | 39.8%  | 35.3%  |
| 6-9回目 | 13.2%  | -0.1%  | 3.4%    | 13.3%  | 9.7%   |
| 10回以上 | 28.9%  | 12.1%  | 15.9%   | 16.9%  | 13.1%  |
| 計     | 100.0% | -      | -       | 100.0% | 100.0% |

表 欧米豪における訪日回数

|       | 宮古島市   |        | 日本全国との差 | 沖縄県    | 日本全国   |
|-------|--------|--------|---------|--------|--------|
|       |        | 沖縄県との差 |         |        |        |
| 初訪日   | 64.4%  | 9.8%   | 2.2%    | 54.6%  | 62.2%  |
| 2-5回目 | 23.7%  | -2.5%  | 1.4%    | 26.3%  | 22.3%  |
| 6-9回目 | 5.1%   | -0.6%  | 0.4%    | 5.7%   | 4.7%   |
| 10回以上 | 6.8%   | -6.6%  | -4.0%   | 13.4%  | 10.8%  |
| 計     | 100.0% | -      | -       | 100.0% | 100.0% |

※訪日回数はNAVITIME for Japan Travelの初回起動時におけるアンケート回答による

## (4) 国・地域別の訪日目的

宮古島市を訪問した外国人の訪日目的を見ると、アジアでは、「日本食を食べること」が最も多く 27.1%、次いで、「自然・景勝地観光」が 21.4%、「繁華街の街歩き」が 18.6%、ショッピングが 15.7%となっている。また、欧米豪では、「繁華街の街歩き」が最も多く 22.9%、次いで、「日本食を食べること」が 18.8%、「自然・景勝地観光」と「日本の歴史・伝統文化体験」がそれぞれ 16.7%となっている。

表 アジアにおける訪日目的

|           | 宮古島市  |        |         | 沖縄県   | 日本全国  |
|-----------|-------|--------|---------|-------|-------|
|           |       | 沖縄県との差 | 日本全国との差 |       |       |
| 日本食を食べること | 27.1% | 5.1%   | 6.3%    | 22.0% | 20.9% |
| 自然・景勝地観光  | 21.4% | 2.1%   | 3.8%    | 19.3% | 17.7% |
| 繁華街の街歩き   | 18.6% | 4.1%   | 1.2%    | 14.4% | 17.4% |
| ショッピング    | 15.7% | -1.7%  | 0.3%    | 17.4% | 15.4% |

※宮古島市のサンプル数が 10 以上

表 欧米豪における訪日目的

|              | 宮古島市  |        |         | 沖縄県   | 日本全国  |
|--------------|-------|--------|---------|-------|-------|
|              |       | 沖縄県との差 | 日本全国との差 |       |       |
| 繁華街の街歩き      | 22.9% | 8.1%   | 6.6%    | 14.8% | 16.3% |
| 日本食を食べること    | 18.8% | -1.7%  | -5.1%   | 20.4% | 23.8% |
| 自然・景勝地観光     | 16.7% | 2.6%   | 4.3%    | 14.0% | 12.3% |
| 日本の歴史・伝統文化体験 | 16.7% | -2.5%  | -0.6%   | 19.2% | 17.3% |

※宮古島市のサンプル数が 8 以上

※訪日目的は NAVITIME for Japan Travel の初回起動時におけるアンケート回答による。なお、訪日外国人消費動向調査と同様の 20 項目の中から回答している。

## (5) 測位の状況

市役所平良庁舎が所在する平良市街地周辺の測位が最も多く、そこから各観光資源へ向かう道路を移動している傾向が見られる。また、各島への測位も確認でき、伊良部島や下地島を1周している様子が伺える。他には、滞在先として考えられるシギラリゾート周辺、東急ホテル&リゾート周辺にも測位が多く観測されている。

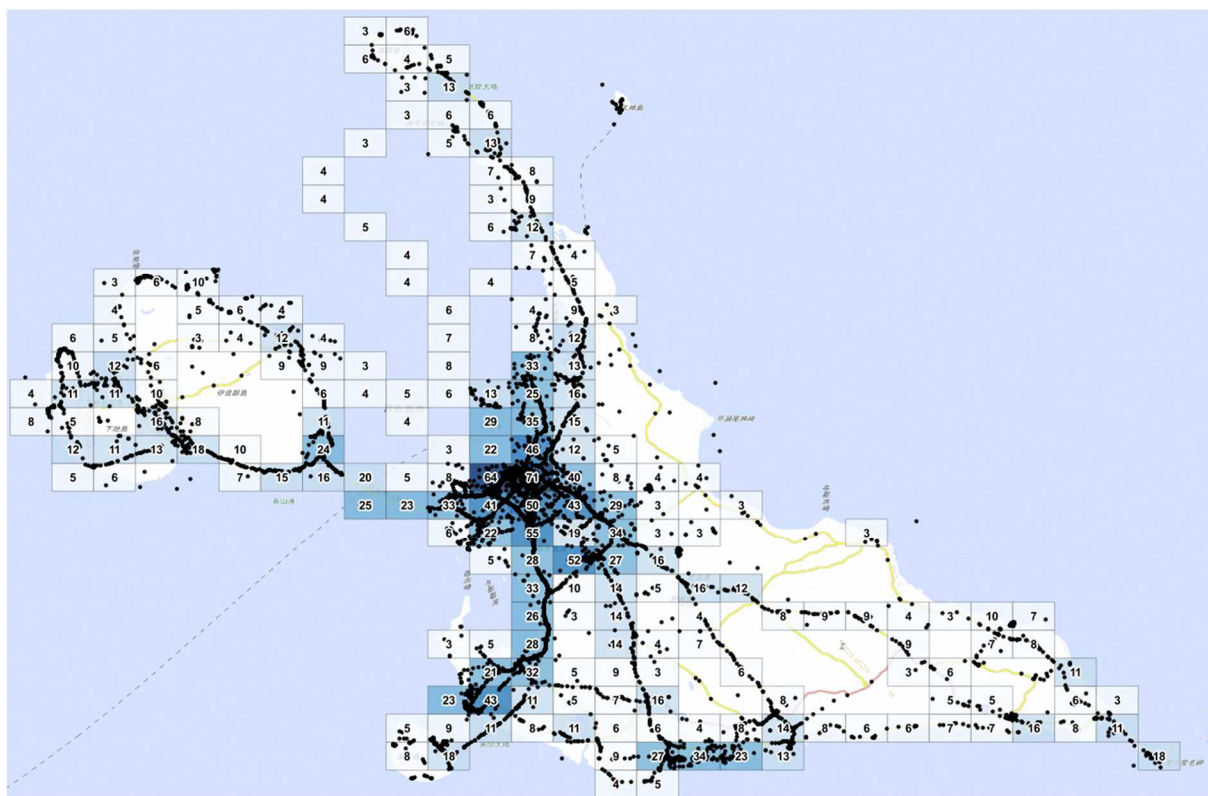


図 1km メッシュ測位者数

(6) 滞在の状況

市役所平良庁舎が所在する平良市街地周辺が最も多く滞在している他、各地のビーチ、滞在先と考えられるシギラリゾート周辺、東急ホテル＆リゾート周辺での30分以上の滞在が確認された。また、10分以上30分未満の滞在箇所も各地で確認でき、30分以上は滞在しないがそれぞれの観光地に立ち寄っている様子が見て取れる。

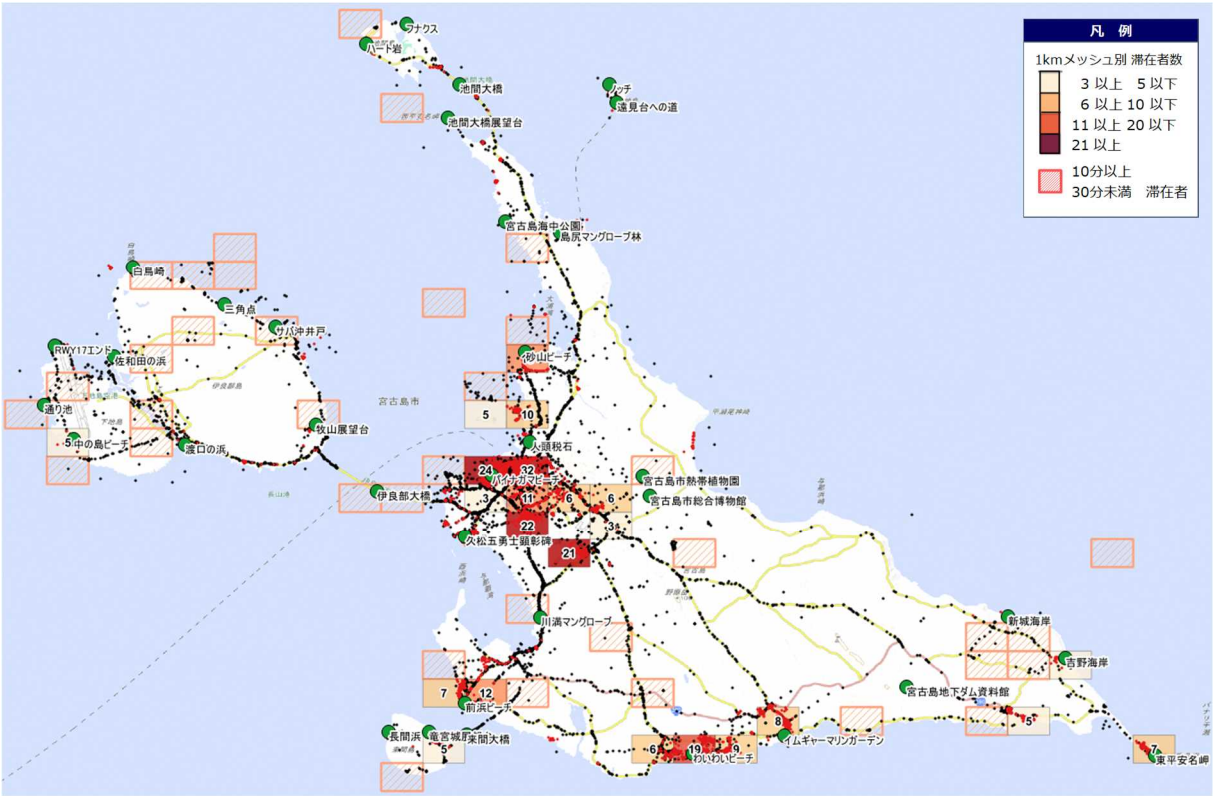


図 宮古島の滞在状況

## (7) 宿泊の概要

宮古島市内における外国人宿泊者の概要を以下に整理した。

宮古島市で宿泊が確認されたユーザー数は73UU、196延べ宿泊数で、宮古島市への宿泊は平均2.7日/旅程であり、宮古島市を訪れる訪日外国人の日本全体における旅程数は平均11.73日であった。

表 宮古島市宿泊者の概要

|                |                    |
|----------------|--------------------|
| 宮古島市宿泊ユーザー数    | 73UU               |
| 宮古島市宿泊者宿泊数延べ日数 | 783延べ日（データ未測位日を含む） |
| 宿泊データ取得延べ日数    | 612延べ日（取得率78.2%）   |
| 宮古島市宿泊延べ日数     | 196延べ日（宿泊率25.0%）   |
| 宮古島市宿泊者平均旅行日数  | 11.73日/UU          |

表 宮古島市宿泊者の国・地域

| 国・地域    | 人数 | 割合     |
|---------|----|--------|
| フランス    | 12 | 16.4%  |
| アメリカ    | 9  | 12.3%  |
| ドイツ     | 8  | 11.0%  |
| イタリア    | 7  | 9.6%   |
| 香港      | 5  | 6.8%   |
| 韓国      | 4  | 5.5%   |
| オーストラリア | 3  | 4.1%   |
| 台湾      | 3  | 4.1%   |
| カナダ     | 2  | 2.7%   |
| インド     | 2  | 2.7%   |
| スペイン    | 1  | 1.4%   |
| シンガポール  | 1  | 1.4%   |
| タイ      | 1  | 1.4%   |
| ベトナム    | 1  | 1.4%   |
| 不明      | 10 | 13.7%  |
| 合計      | 73 | 100.0% |

表 宮古島市宿泊者の訪日回数

| 訪日回数     | 人数 | 割合     |
|----------|----|--------|
| なし       | 25 | 34.2%  |
| 1回       | 14 | 19.2%  |
| 2回       | 7  | 9.6%   |
| 3回       | 7  | 9.6%   |
| 4回       | 4  | 5.5%   |
| 5回       | 2  | 2.7%   |
| 6 - 9回   | 4  | 5.5%   |
| 10 - 19回 | 3  | 4.1%   |
| 20回以上    | 7  | 9.6%   |
| 総計       | 73 | 100.0% |

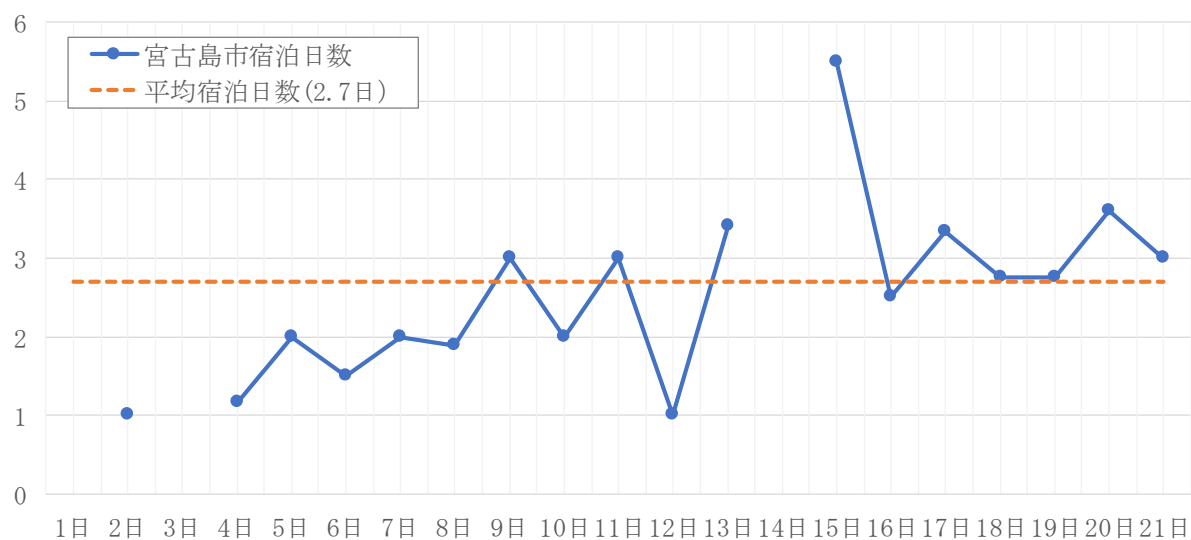


図 日本旅行の旅程に占める宮古島市宿泊の日数

表 国・地域別の日本旅行の旅程数と宮古島市宿泊数

| 国・地域    | 平均旅程数<br>(日本全国) | 平均宿泊数<br>(宮古島市) |
|---------|-----------------|-----------------|
| インド     | 16.0            | 3.5             |
| タイ      | 8.0             | 3.0             |
| ドイツ     | 13.8            | 2.9             |
| イタリア    | 11.7            | 2.6             |
| アメリカ    | 11.7            | 2.4             |
| フランス    | 11.8            | 2.3             |
| スペイン    | 9.0             | 2.0             |
| イギリス    | 12.8            | 2.0             |
| シンガポール  | 8.0             | 2.0             |
| ベトナム    | 5.0             | 2.0             |
| オーストラリア | 11.0            | 1.7             |
| 韓国      | 4.5             | 1.5             |
| 台湾      | 5.3             | 1.3             |
| 香港      | 3.2             | 1.2             |
| カナダ     | 15.0            | 1.0             |
| 不明      | 17.1            | 3.3             |
| 総計      | 11.7            | 2.7             |

## (8) 宮古島市宿泊者の入出国空港

表 宮古島市宿泊者の入出国空港

| 入国空港   | 人数 | 割合     | 宿泊地  | 出国空港   | 人数 | 割合     |
|--------|----|--------|------|--------|----|--------|
| 成田国際空港 | 11 | 15.1%  | 宮古島市 | 成田国際空港 | 9  | 12.3%  |
| 東京国際空港 | 6  | 8.2%   |      | 東京国際空港 | 14 | 19.2%  |
| 那覇空港   | 4  | 5.5%   |      | 那覇空港   | 3  | 4.1%   |
| 関西国際空港 | 1  | 1.4%   |      | 関西国際空港 | 2  | 2.7%   |
| 久米島空港  | 1  | 1.4%   |      | 下地島空港  | 1  | 1.4%   |
| 新千歳空港  | 1  | 1.4%   |      | 宮古空港   | 1  | 1.4%   |
| 新石垣空港  | 1  | 1.4%   |      | (未測位)  | 43 | 58.9%  |
| (未測位)  | 48 | 65.8%  |      |        |    |        |
| 計      | 73 | 100.0% |      | 計      | 73 | 100.0% |

## (9) 宮古島市宿泊者の日本旅程の実際

| 順位 | 旅程<br>日数 | 国籍             | 訪日<br>回数 | 入国<br>空港 | 出国<br>空港 | 初回<br>測位 | 初回<br>滞在 | 日別宿泊市区町村 |          |            |            |                 |                 |                 | 最終<br>滞在           | 最終<br>測位           | 宮古島<br>市<br>宿泊数 |
|----|----------|----------------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|------------|------------|-----------------|-----------------|-----------------|--------------------|--------------------|-----------------|
|    |          |                |          |          |          |          |          | 初日       | 2日目      | 3日目        | 4日目        | 5日目             | 6日目             | 7日目             |                    |                    |                 |
| 1  | 8        | フランス           | 2<br>回   |          |          | 渋谷区      | 新宿区      | 新宿区      | 新宿区      | 新宿区        | 那覇市        | 宮古島<br>市        | 宮古島<br>市        | 宮古島<br>市        | 宮古島<br>市           | 宮古島<br>市           | 3               |
| 2  | 8        | タイ             | 5<br>回   | 那覇       | 那覇       | 那覇市      | 那覇市      | 那覇市      | 宮古島<br>市 | 宮古島<br>市   | 宮古島<br>市   | 那覇市             | 那覇市             | 那覇市             | 那覇市                | 那覇市                | 3               |
| 3  | 8        | フランス           | なし       |          | 東京<br>国際 | 中野区      |          | 渋谷区      | 渋谷区      | 渋谷区        | 宮古島<br>市   |                 | 宮古島<br>市        | 宮古島<br>市        | 宮古島<br>市           | 大田<br>区            | 3               |
| 4  | 8        | 台湾             | 4<br>回   | 那覇       | 関西<br>国際 | 那覇市      | 名護市      | 名護市      | 名護市      | 宮古島<br>市   | 宮古島<br>市   | 大阪市<br>阿倍野<br>区 | 大阪市<br>阿倍野<br>区 | 大阪市<br>阿倍野<br>区 | 泉南<br>郡<br>田尻<br>町 | 泉南<br>郡<br>田尻<br>町 | 2               |
| 5  | 8        | シン<br>ガポ<br>ール | 4<br>回   |          |          | 宮古島<br>市 | 宮古島<br>市 | 宮古島<br>市 | 宮古島<br>市 | 国頭郡<br>本部町 | 国頭郡<br>本部町 | 国頭郡<br>本部町      | 中頭郡<br>北谷町      | 那覇市             | 那覇市                | 那覇市                | 2               |
| 6  | 8        | ドイツ            | なし       |          | 成田<br>国際 | 宮古島<br>市 | 宮古島<br>市 | 宮古島<br>市 |          |            |            |                 |                 | 富里市             | 成田<br>市            | 旭<br>市             | 1               |
| 7  | 8        | ドイツ            | なし       | 東京<br>国際 |          | 大田区      | 大田区      |          | 宮古島<br>市 | 国頭郡<br>本部町 |            | 台東区             | 台東区             | 台東区             |                    | 文京<br>区            | 1               |

|   |   |      |    |  |  |      |      |      |  |  |  |  |  |  |  |     |   |
|---|---|------|----|--|--|------|------|------|--|--|--|--|--|--|--|-----|---|
| 8 | 8 | フランス | なし |  |  | 宮古島市 | 宮古島市 | 宮古島市 |  |  |  |  |  |  |  | 新宿区 | 1 |
|---|---|------|----|--|--|------|------|------|--|--|--|--|--|--|--|-----|---|

## 4.SNS 分析概要

### (1) 分析の目的

SNS に投稿された訪日外国人の写真を調査することで、評価されている観光地や観光資源を把握する。

### (2) 分析の手法

2018 年 1 月 1 日から 2018 年 12 月 31 日までの 1 年間に宮古島市で投稿されたツイッターの投稿に対して、国・地域別に投稿者数や投稿数、投稿される写真のカテゴリ・キーワードなどを調査した。

## 5.SNS 分析結果

### (1) 結果の概要

年間での投稿者は 45 人であり、投稿数は 145 であった。そのうちフィリピンが最も多く 12 人、次いでアメリカ、インドネシア・台湾であった。

| 国・地域     | 投稿者数 | 投稿数 | 平均投稿数 |
|----------|------|-----|-------|
| フィリピン    | 12   | 29  | 2.4   |
| アメリカ     | 5    | 5   | 1.0   |
| インドネシア   | 4    | 4   | 1.0   |
| 台湾       | 4    | 5   | 1.3   |
| シンガポール   | 2    | 2   | 1.0   |
| フランス     | 2    | 53  | 26.5  |
| 中国       | 2    | 3   | 1.5   |
| 韓国       | 2    | 5   | 2.5   |
| タイ       | 2    | 8   | 4.0   |
| イギリス     | 2    | 2   | 1.0   |
| カナダ      | 2    | 2   | 1.0   |
| スペイン     | 2    | 4   | 2.0   |
| ニュージーランド | 1    | 7   | 7.0   |
| カンボジア    | 1    | 5   | 5.0   |
| マレーシア    | 1    | 3   | 3.0   |
| オーストリア   | 1    | 8   | 8.0   |
| 計        | 45   | 145 | 3.2   |

## (2) 投稿写真のカテゴリー・キーワード

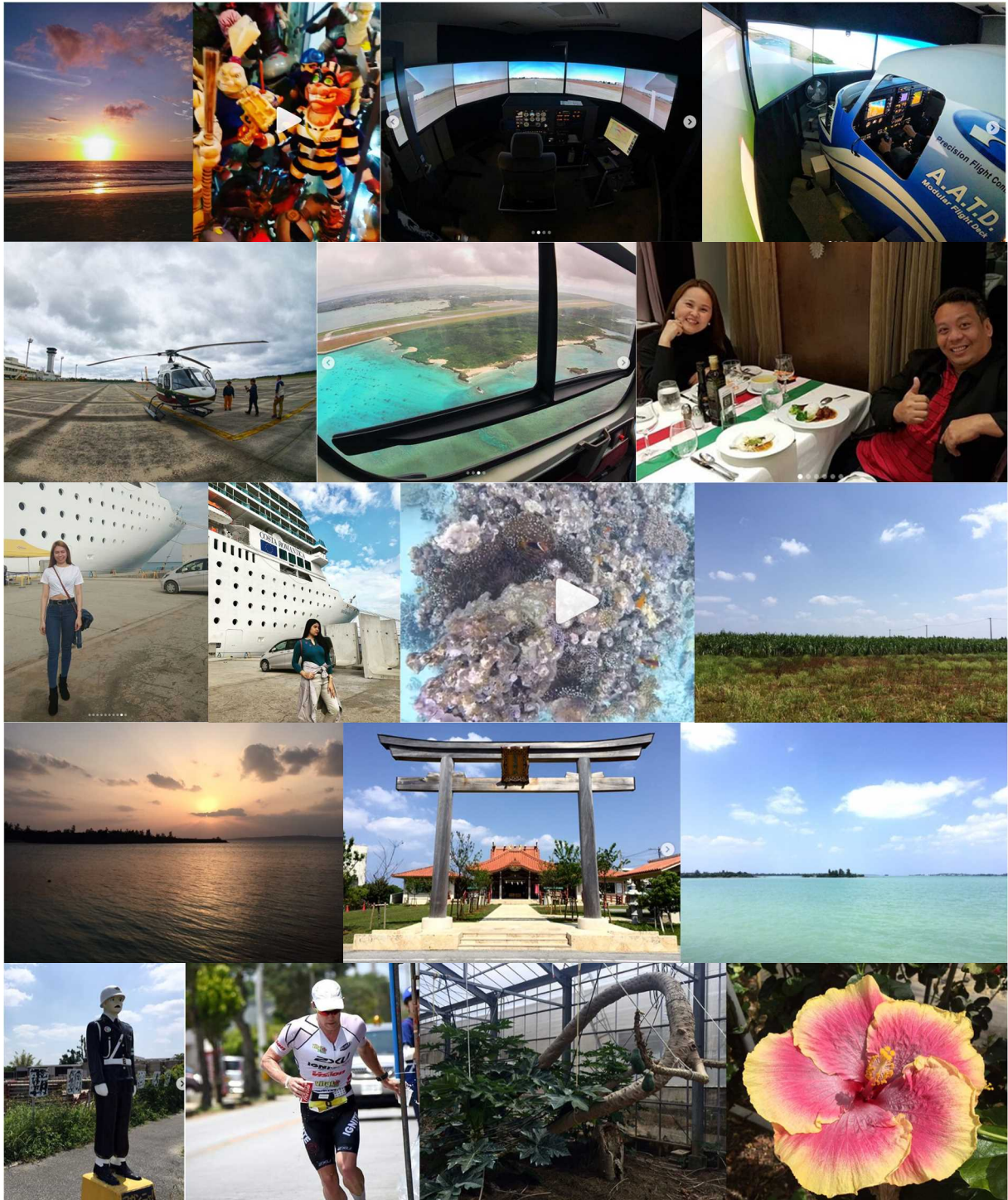
投稿された写真について、カテゴリーやキーワードを付与した。最も多かった投稿は、海などの風景や海などの景観の投稿であった。

| 順  | カテゴリー・キーワード | 数  |
|----|-------------|----|
| 1  | 風景          | 87 |
| 2  | 海           | 73 |
| 3  | 1人          | 54 |
| 4  | 人物          | 29 |
| 5  | 植物          | 21 |
| 6  | お花          | 17 |
| 7  | 食べ物         | 14 |
| 8  | 記事          | 13 |
| 9  | 2人          | 9  |
| 9  | 木           | 8  |
| 9  | 街並み         | 8  |
| 12 | 乗り物         | 7  |
| 12 | 店           | 7  |
| 14 | レストラン       | 6  |
| 15 | 夕日          | 5  |
| 16 | スポーツ        | 4  |
| 16 | 建築          | 4  |
| 16 | 3人          | 4  |
| 16 | 船           | 4  |
| 16 | 定食          | 4  |
| 16 | 灯台          | 4  |
| 16 | 大勢          | 4  |
| 23 | 風景          | 3  |
| 23 | 石碑          | 3  |
| 23 | 店員          | 3  |
| 23 | 寺           | 3  |
| 23 | 橋           | 3  |
| 23 | ソーキそば       | 3  |
| 23 | ダイビング       | 3  |
| 30 | 貝殻          | 2  |
| 30 | 室内          | 2  |
| 30 | お店          | 2  |
| 30 | 店内          | 2  |
| 30 | ヘリ          | 2  |
| 30 | マラソン        | 2  |
| 30 | 人形          | 2  |
| 30 | 鳥居          | 2  |
| 30 | 植木          | 2  |
| 30 | ラーメン        | 2  |
| 30 | 自転車         | 2  |
| 30 | オリオンビール     | 2  |

| 順  | カテゴリー・キーワード | 数 |
|----|-------------|---|
| 42 | おもちゃ        | 1 |
| 42 | レシート        | 1 |
| 42 | 足元          | 1 |
| 42 | 生物          | 1 |
| 42 | 文章          | 1 |
| 42 | メモ          | 1 |
| 42 | ゼッケン        | 1 |
| 42 | 洋服          | 1 |
| 42 | 集合写真        | 1 |
| 42 | 表彰式         | 1 |
| 42 | ショッピングモール   | 1 |
| 42 | 地図          | 1 |
| 42 | オブジェ        | 1 |
| 42 | クラブ         | 1 |
| 42 | 自転車         | 1 |
| 42 | ビーチ         | 1 |
| 42 | 旅の思い出       | 1 |
| 42 | 置物          | 1 |
| 42 | 海           | 1 |
| 42 | コックピット      | 1 |
| 42 | 草原          | 1 |
| 42 | 昆虫          | 1 |
| 42 | 牡蠣          | 1 |
| 42 | ししゃも        | 1 |
| 42 | 湖           | 1 |
| 42 | 峠           | 1 |
| 42 | 餃子          | 1 |
| 42 | アイス         | 1 |
| 42 | 神社          | 1 |
| 42 | 装飾          | 1 |
| 42 | デッキ         | 1 |
| 42 | お寿司         | 1 |
| 42 | マンゴープリン     | 1 |
| 42 | カツ          | 1 |
| 42 | 岬           | 1 |
| 42 | 風車          | 1 |
| 42 | ハンバーガー      | 1 |
| 42 | ロビー         | 1 |
| 42 | パラソル        | 1 |
| 42 | カクテル        | 1 |

### (3) 投稿写真

実際に投稿された写真を下図に示す。







## Ⅱ．海外エージェントへのヒアリング調査

### 1．調査目的

台湾からの沖縄入域客数は2017年度に80万人を超え、年々増加傾向にあり堅調な伸び率を維持している。また台湾と宮古島は距離約400km、航空運航となれば空路約50分と至近であり、身近な海外旅行地としての新たなポテンシャルは高い。現地旅行代理店及び関係者へヒアリング等を実施し、さらなる誘客へ向けた必要な要素や課題等の抽出を行った。

### 2．調査概要

#### ① 沖縄県台北事務所およびOCVB台北事務所 - 訪問ヒアリング

台湾人訪日インバウンドに関する市場のトレンド及び国民性の把握（情報収集）を行い、下地島空港開業後の誘客プロモーションについて効果的な手法について情報収集を行った。

#### ② ITF 台北商談会

現地旅行代理店経営者又は商品造成担当者へ、直接宮古島の魅力と下地島空港開業のPRを行い、商品造成に必要な条件等、宮古島市誘客促進へ向けた情報交換及び課題抽出等を行った。

#### ③ ITF 旅行博視察

現地旅行代理店が発信する訪日商品を調査分析する為、ITF 旅行博を視察した。

#### ④ 訪問スケジュール

表 台北訪問のスケジュール（初日～3日目：2018年11/21～11/23）

| 月日           | 地名 | 現地時間                               | 行程スケジュール                                    |
|--------------|----|------------------------------------|---------------------------------------------|
| 11/21<br>(水) | 台北 | 15:00                              | ◆沖縄県台北事務所・OCVB台北事務所<br>(約50分)               |
| 11/22<br>(木) | 台北 | AM<br>13:00<br>14:00 開始<br>16:30 迄 | 移動・打合せ<br>会場入り準備<br>◆ITF台北商談会/<br>(約2時間30分) |
| 11/23<br>(金) | 台北 | AM                                 | ◆ITF旅行博 視察                                  |



### 3. 調査対象

#### (1) 沖縄県台北事務所および OCVB 台北事務所

2018 年 11 月 21 日（水）に沖縄県台北事務所・OCVB 台北事務所（同一事務所）にて下記対象者に実施した。

| 所属         | ヒアリング対象者  |
|------------|-----------|
| 沖縄県台北事務所   | 吉永亮太/所長   |
|            | 翁長良樹/副所長  |
| OCVB 台北事務所 | 邱 萱之/特別助理 |

#### (2) 現地旅行会社、企画造成担当者

2018 年 11 月 22 日（木）台湾市・シェラトン台北 B 2 F にて下記対象に実施した。

| No | 事業者                                       | 業種                      | 備考                            |
|----|-------------------------------------------|-------------------------|-------------------------------|
| 1  | 大榮国際旅行社                                   | 旅行業（訪日全般）               | 北海道、沖縄旅行人気                    |
| 2  | 正宇旅行社有限公司                                 | 旅行業（訪日全般）               |                               |
| 3  | 巨鼎旅行社有限公司                                 | 旅行業（訪日全般）               |                               |
| 4  | 欣傳媒股份有限公司 -Xin Media<br>(雄獅集團/LION GROUP) | 旅行業（訪日全般）<br>メディア雑誌媒体発行 |                               |
| 5  | 大榮旅遊集團<br>(株式會社沖縄大榮)                      | 旅行業（訪日全般）               |                               |
| 6  | 創造旅行社股份有限公司<br>(JR 東日本創造旅遊)               | 旅行業（訪日全般）               |                               |
| 7  | 日紳旅行社有限公司                                 | 旅行業（本州団体専門）             | 沖縄商品無し。興味有り。<br>東北で年間 70 機取扱有 |
| 8  | 傑森全球整合行銷股份有限公司<br>(雄獅集團/LION GROUP)       | 旅行業（訪日全般）<br>プロモーション    | 主に団体旅行が多い。<br>プロモーション力実績豊富    |
| 9  | 易遊網旅行社-Ez Travel                          | 旅行業（訪日全般）               |                               |
| 10 | 麗寶旅遊 喜泰旅行社股份有限公司                          | 旅行業（訪日全般）               |                               |



図 商談会・ヒアリングの様子

### (3) アンケート・ヒアリング項目

#### ① 沖縄県台北事務所および OCVB 台北事務所

| No | 項目              |
|----|-----------------|
| 1  | 台湾人の国民性と特徴について  |
| 2  | 行動傾向（消費傾向）      |
| 3  | 効果的なプロモーションについて |
| 4  | その他             |

#### ② 現地旅行会社、企画造成担当者

| No | 項目                     |
|----|------------------------|
| 1  | 訪日旅行動向                 |
| 2  | 宮古島のイメージ               |
| 3  | 下地島空港開業後に向けた旅行商品造成について |
| 4  | その他                    |

## (4) アンケート・ヒアリング結果

## ① 沖縄県台北事務所および OCVB 台北事務所

| No | 項目              | ヒアリング内容                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|----|-----------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1  | 台湾人の国民性と特徴について  | <ul style="list-style-type: none"> <li>・台湾人は買い物好き・買い物上手・外食好き・せっかち。</li> <li>・親日派が多く、訪日旅行が好き（北海道スキーも人気）</li> <li>・海は好きだけど泳がない（泳げないから）</li> <li>・マグロ、サーモンが大好き（イクラ盛りなど）<br/>#規格外のサイズ好む傾向</li> <li>・FB や LINE を積極的に活用（アジアで一番利用率が高い）</li> <li>・台湾人観光客は MAP 好き<br/>#グーグル MAP 閲覧するが、事前情報得るために MAP を活用。</li> <li>・台湾の大型連休は日本と比べて少ない。</li> </ul> |
| 2  | 行動傾向<br>(消費傾向)  | <ul style="list-style-type: none"> <li>・訪日旅行は国内3泊4日～4泊5日、沖縄2泊3日～3泊4日が主流</li> <li>・来沖再訪率2割、新規8割。母体は年々増加傾向。</li> <li>・Made in Japan（日本製）の土産類、化粧品や電化製品購入多い。</li> <li>・台湾人の家計の支出（対日本比較）<br/>#医療と健康、美容にお金を使う（日本の4倍使っている）<br/>#健康に対する支出は財布の紐がゆるい傾向。<br/>#宮古島では、肝油の売れ行きが好調。</li> </ul>                                                         |
| 3  | 効果的なプロモーションについて | <ul style="list-style-type: none"> <li>・見た目のお得感と規格外やエンターテインメント的演出が効果的。</li> <li>・短い旅行期間でどれだけ観光とショッピングを提供できるかが鍵。<br/>#フリータイム設定するより、ショッピング時間を設ける方が良い。</li> </ul>                                                                                                                                                                          |
| 4  | その他             | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ゴルフ需要も高い #早朝1人ゴルフプレーして出勤される方もいる。</li> <li>・ヨガは若者に流行中。</li> <li>・キャンプ（及びBBQ）好きが多い。<br/>#台湾で開催されるキャンプイベントは大盛況。<br/>#中秋節（10月お月見）の際は、商業ビルや道路沿いなど街のいたるところでBBQを行っている。</li> </ul>                                                                                                                      |



② 現地旅行会社、企画造成担当者

| No | 項目                     | ヒアリング内容                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|----|------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1  | 訪日旅行動向                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・沖縄本島の旅行商品取り扱い AGT 多数有り。送客数好調。</li> <li>・台北発、沖縄本島の旅行商品ツアー平均価格は、3泊4日1名当たり2～3万台湾元（8～12万円）が主流</li> <li>・離島では石垣島を一部の AGT が取り扱っている。（宮古島は無し）</li> <li>・FIT化が進んでいる。</li> <li>・企業のインセンティブツアー需要有り。（200～300名クラス）</li> <li>・雪国の北海道や東北旅行は台湾人に人気。<br/>#日紳旅行社有限公司は、東北だけで年間航空機70機分の送客実績有。</li> <li>・その他、ゴールデンルート（東京・大阪・九州）も人気だ。</li> </ul> |
| 2  | 宮古島のイメージ               | <ul style="list-style-type: none"> <li>・海が綺麗。</li> <li>・遠い離島のイメージ。那覇は近く離島は乗継不便ロス時間勿体ない。</li> <li>・宮古島一周した場合どのくらいで観光できるのか？</li> <li>・宮古島で何が体験できる？ショッピングはできる？</li> <li>・台北ー宮古島近い（驚き）。</li> </ul> <p>#航空路線開通した場合、飛行時間約50分（距離約400km）。</p>                                                                                                                              |
| 3  | 下地島空港開業後に向けた旅行商品造成について | <ul style="list-style-type: none"> <li>・旅行商品造成した際のインセンティブ（メリット）はあるか？</li> <li>・台北ー下地島空港 定期路線運航するのか？</li> <li>・グループで食事できる場所あるか？</li> <li>・3日間、4日間滞在した場合に満足できるコース設計が可能か？</li> <li>・モデルルートを教えて欲しい。</li> </ul>                                                                                                                                                         |
| 4  | その他                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>・台湾人は動き回る。観光・体験コンテンツが豊富にあると良い。</li> <li>・旅行商品造成のための現地ランド（客室・輸送等）手配は、台湾人ネットワーク（専門ツアーオペレーター）を主に利用。在庫不足で仕入調達できない日があり、その場合の解決策は？</li> <li>・那覇-宮古島路線1日14路線運航数に意外と多い（驚き）</li> </ul>                                                                                                                                               |

#### 4. ITF 旅行博視察

2018 年 11 月 23 日（金）に台北南港展覽館一館にて開催された ITF 台北国際旅博 2018 (Taipei International Travel Fair) を視察した。



図 ITF 台北国際旅博 2018 (Taipei International Travel Fair) の様子

## 5. 調査のまとめ

○「静」より「動」を好む台湾人。明るくて親切、フレンドリーで大雑把でこまかいことは気にしないストレートで率直な性格面を持つ。また親日派が多く日本への理解が強く日本は良き隣人と考えている人が多い。日本製品に対する信頼度も高い。効率の良さを重視しクオリティーより、スピードを重視する。健康や美容に対してお金を使う傾向が多い。食事はほぼ外食で、仲間内グループでワイワイ食事するのが好き。食事へのこだわりは強い。訪日旅行においても日本での食事は大きな楽しみとしている。また流行りにつられやすく、すぐに飛びつく傾向がある。ただ一方で熱しやすく冷めやすい一面もある。

○現地旅行代理店ツアー企画造成担当者のヒアリングにおいて、訪日旅行は根強い人気があり、沖縄本島への送客数好調に推移しているが、宮古島についてツアー商品造成している箇所は皆無であった。また、宮古島の存在を知っているものの、何があり何が体験できるのか？那覇から宮古島へのアクセス（定期路線1日14本）あることも大半が知らなかった。

ツアー造成するにあたっては、インセンティブはあるのか？特別な支援策があるのかという質問が多く、次いで、3日間又は4日間滞在した際に、フルで満喫できる体験やショッピングのコース設計が可能か？モデルルートはあるか？という質問が多かった。またグループで食事提供できる場所はあるかという点や、インセンティブツアー（200～300名規模）の会議やパーティ等の受入れできる施設はあるかという質問もあった。

○ITF 旅行博は訪日商品も豊富で大活況であった。訪日旅行商品はゴールデンルート（東京・大阪・福岡）や、雪国北海道や東北などスキーや食にこだわったツアーが多く見受けられた。その他、全国の自治体も誘客へ力が入っており、熱気を帯びていた。

沖縄ブースにおいて、沖縄本島はもちろん、久米島や石垣島など多くの自治体が誘客プロモーションの為に参加しており、台湾市場への熱い期待度を垣間見ることができた。

調査結果からアクティブに行動する国民性で、観光やショッピングなど連続的に周遊し、飽きさせない観光スタイルが好まれる傾向がありこれらは中華圏特有の傾向であることが分かった。また、訪日ゴールデンルート（東京・大阪・福岡等大都市圏）に経験豊かなリピーターが多く、これら以外の魅力ある地域観光へシフトしている傾向がある。宮古島市の存在は知っているものの、観光コンテンツ詳細についてはほぼ知られていないのが現状である。従って今後の宮古島市観光誘致におけるポテンシャルは非常に高い。

## Ⅲ. ワークショップ開催

### 1. 実施目的

市民・事業者・商工会等の地域団体等を含めたワークショップを開催し、宮古島市に求められているインバウンド観光のあり方を検討し、今後の展開方針案を策定する。

### 2. 実施概要

#### ① 開催日時

2018年9月25日（火）13時00分～18時00分

#### ② 開催場所

宮古島市役所平良庁舎6階会議室

#### ③ テーマ

下地島空港旅客に向けたコンテンツ創出

## 3. 参加者

表 ワークショップ参加者

| 所属                     | No. | 部課名・役職                | 氏名     |
|------------------------|-----|-----------------------|--------|
| 宮古島市                   | 1   | 企画政策部企画調整課 係長         | 前原 敦   |
|                        | 2   | 観光商工課観光推進課            | 蛭川 泰一朗 |
|                        | 3   | 企画政策部<br>エコアイランド推進係長  | 三上 暁   |
|                        | 4   | 交流推進課交流推進課            | 仲宗根 佑  |
| 下地島エアポートマネジメント<br>株式会社 | 5   | 代表取締役社長               | 伴野 賢太郎 |
|                        | 6   | 企画部 課長補佐              | 下地 未紀  |
| 伊良部商工会青年部              | 7   | 部長                    | 豊見山 貴仁 |
|                        | 8   |                       | 嘉手納 竜一 |
|                        | 9   |                       | 富谷 剛   |
|                        | 10  |                       | 久貝 博義  |
|                        | 11  |                       | 石塚 亮   |
|                        | 12  |                       | 手登根 光彦 |
| 一般社団法人宮古青年会議所          | 13  | 理事長                   | 池間 正樹  |
| 一般社団法人宮古島観光協会青年部       | 14  | 部長                    | 山本 ゆかり |
| 宮古島市住民(八千代バスガイド)       | 15  |                       | 菅原 里美  |
| 宮古島市住民(フリーランス)         | 16  |                       | 山口 万貴子 |
| 全日本空輸株式会社              | 17  | 宮古支店 支店長              | 香取 尚   |
| 宮古島海宝館                 | 18  | 営業部長                  | 佐藤 賢成  |
| 日本旅行沖縄                 | 19  | 沖縄インバウンド・MICE 営業<br>部 | 吉岡 一彦  |
|                        | 20  | 旅行部 課長                | 漢那 元基  |

## 講師・スタッフ

1. 藤澤政志／株式会社ナビタイムジャパン（ファシリテーター）
2. 小竹輝幸／株式会社ナビタイムジャパン（書記）
3. 丹波みずほ／株式会社ナビタイムジャパン（デザイン記録）
4. 中澤光／株式会社ナビタイムジャパン（デザイン記録）

## 4. タイムスケジュール

表 タイムスケジュール

| 順 | 内容                                  | 担当                       |
|---|-------------------------------------|--------------------------|
| 1 | 趣旨説明                                | 日本旅行沖縄<br>漢那 元基          |
| 2 | 開催挨拶                                | 宮古島市役所<br>前原 敦           |
| 3 | 下地島空港国際線等旅客施設整備・運営及びプライベート機受け入れ事業概要 | 下地島エアポートマネジメント<br>伴野 賢太郎 |
| 4 | ワークショップの実施                          | 講師：ナビタイムジャパン<br>藤澤 政志    |
| 5 | 閉会の挨拶                               | 宮古島市役所<br>前原 敦           |



趣旨説明



開催挨拶

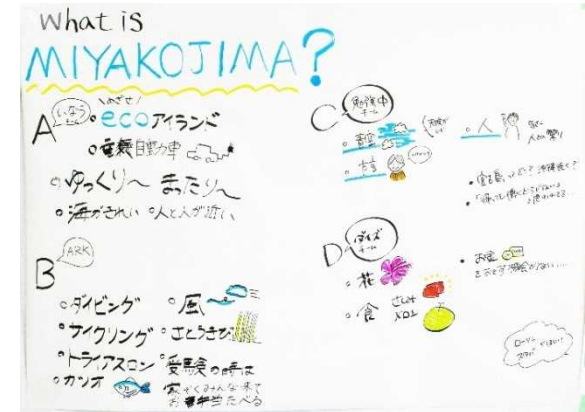


下地島空港国際線等旅客施設整備・運営及びプライベート機受け入れ事業概要

5. ワークショップ実施内容

【ワークショップ1】：What is MIYAKOJIMA？

|                                                                                   |               |
|-----------------------------------------------------------------------------------|---------------|
| 宮古島を一言で言い表すと何か？をチーム毎にディスカッションし付箋にどんどん書き出していく作業を実施。<br>⇒最後に各チームで書き出した内容について全員の前で発表 | 各チームでディスカッション |
|-----------------------------------------------------------------------------------|---------------|



各チームから宮古島を一言で表現

| チーム 1                                                                | チーム 2                                                                     | チーム 3                                              | チーム 4                            |
|----------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|----------------------------------|
| ・Ecoアイランド<br>（電気自動車）<br>・ゆっくり～まったり～<br>（時間を忘れる）<br>・海がきれい<br>・人と人が近い | ・ダイビング<br>・サイクリング<br>・トライアスロン<br>・カツオ<br>・風<br>・さとうきび<br>・受験の時は家族皆でお弁当食べる | ・青空<br>・方言<br>・人（気さくな人）<br>・帰ってきても職がない<br>・宮古島はどこ？ | ・花<br>・食（刺身・メロン）<br>・お金を落とす機会がない |

# 【ワークショップ2】: Unique to MIYAJIKOJIA?

⇒宮古島らしい他の地域と差別化できる観光資源を洗い出していく。

Learn (学ぶ)、Make (作る)、Eat/Drink (食べる/飲む)、Play (遊ぶ/活動する)、Wow (感動する) といったメニューごとに観光資源の洗い出しを各チームで実施。  
各チーム5分程度で1つのメニューについて考え、終了したら次のチームに書き出した観光資源の紙を回し、回ってきた紙に関して、抜けている観光資源を追加していく。

各チームで  
ディスカッション



メニューごとに観光資源の洗い出しを行った。

| Learn<br>(学ぶ)                                                                                                                                                                                                                                        | Make<br>(作る)                                                                                                                                                                                                                | Eat/Drink<br>(食べる・飲む)                                                                                                                                                                                        | Play<br>(遊ぶ・活動する)                                                                                                                                                                                                                  |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>・ゆかりの地巡り</li> <li>・言い伝え (昔話)</li> <li>・記念碑巡り</li> <li>・人頭税</li> <li>・宮古上布</li> <li>・追い込み漁</li> <li>・池間民族</li> <li>・博愛精神など</li> <li>・おおらかさ</li> <li>・島時間 (時間を気にしない)</li> <li>・食文化</li> <li>・ワーケーション</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>・サーターアンダギー</li> <li>・ミルク酒</li> <li>・島料理</li> <li>・オトリー体験</li> <li>・Myマンゴー</li> <li>・スムージー作り</li> <li>・かつお捌き</li> <li>・貝細工体験</li> <li>・写真教室</li> <li>・オリジナル三線</li> <li>・植樹</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>・島ダコ</li> <li>・宮古そば</li> <li>・ソーキ汁</li> <li>・もずく</li> <li>・うずまきパン</li> <li>・ぜんまい</li> <li>・冬メロン</li> <li>・ピンク玄米</li> <li>・ヤシガニ</li> <li>・ヤギ</li> <li>・なまり節</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>・なりやまあやぐ</li> <li>・とうがに</li> <li>・サンセット見ながら生ビール</li> <li>・ダイビング</li> <li>・シュノーケル</li> <li>・海中鑑賞</li> <li>・星空観賞</li> <li>・鉄人ゴルフ</li> <li>・トライアスロン</li> <li>・クイチャ</li> <li>・鍾乳洞ツアー</li> </ul> |

【ワークショップ3】 ターゲットとインサイトを考える

洗い出した観光資源をどんな人に対してPRするのか？誰をターゲットにするのかを具体的に想定する。(年代、性別、個人 or 何人の旅行、どんな生活をしているかなど)

各チームでディスカッション



【ワークショップ4】 旅行ツアーを作成する

ワーク1～3で作成してきた資料をもとに、実際の宮古島を巡るツアーを具体的に作成し、全員の前でチームごとに発表する。

各チームでディスカッション



ワーク3、ワーク4から各チームで作成したターゲットごとの旅行ツアー

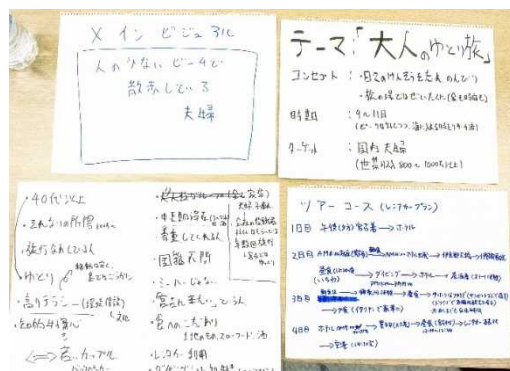
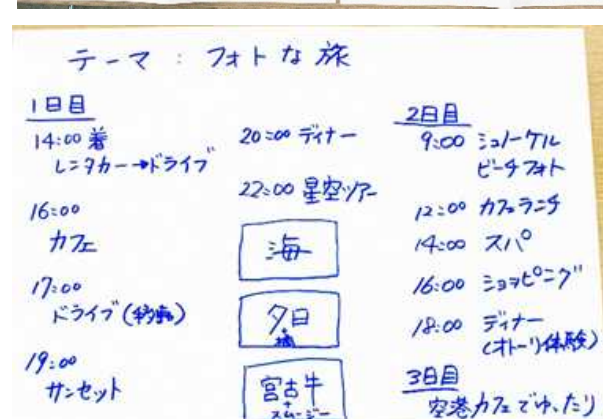
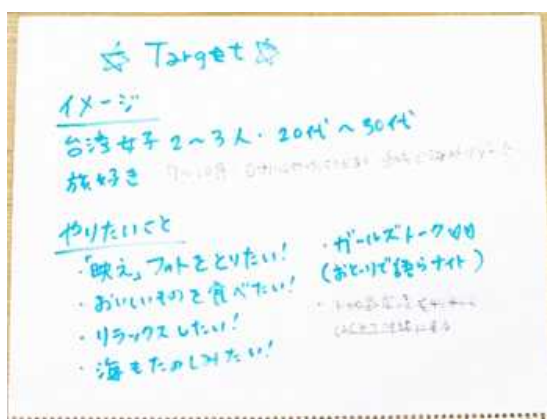
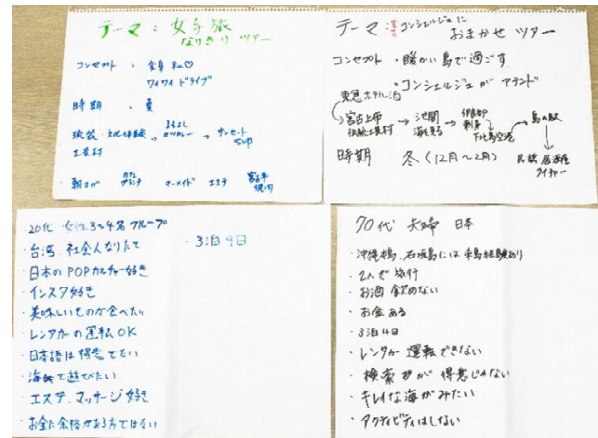
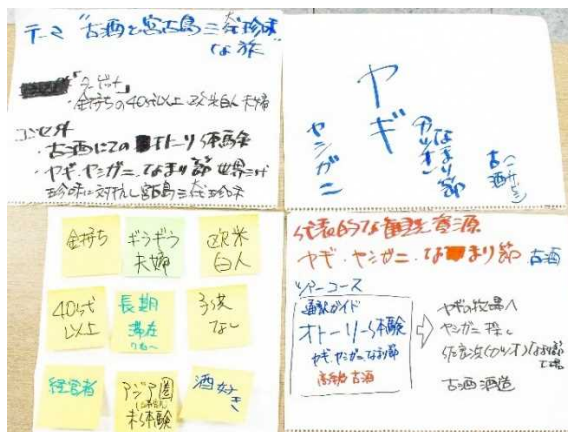
| 古酒と宮古島三大珍味な旅                                                                                                                                                                  |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>コンセプト：古酒でオトリー体験</p> <p>ヤギ、ヤシガニ、なまり節を世界三大珍味に対抗し宮古島三大珍味を食する旅</p> <p>ターゲット：富裕層 40 才以上、欧米夫婦</p> <p>旅行ツアー：下地島空港～代表的な観光資源～ヤギの牧場～佐良浜カツオなまり節工場～古酒酒造～通訳ガイドによるオトリー体験（古酒＋宮古島三大珍味）</p> |

| 女子旅なりきりツアー                                                                                                                                                                                                                               |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>コンセプト：変身私ワイワイ - ドライブ</p> <p>琉装、文化体験、まるよしカツカレー、サンセット <b>sup</b>、工芸村、朝ヨガ、カフェランチ、マーメイド、エステ、宮古牛焼肉</p> <p>ターゲット：20才代、女性3～4名グループ</p> <p>旅行ツアー：</p> <p>1日目：下地島空港～琉装工芸村～文化体験～まるよしカツカレー～サンセットSUP～ホテル</p> <p>2日目：朝ヨガ～カフェランチ～マーメイド～エステ～宮古牛焼肉</p> |

| コンシェルジュにおまかせツアー                                                                                                                                          |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>コンセプト：暖かい島で過ごす、コンシェルジュがアテンド</p> <p>ターゲット：70代富裕層、日本人夫婦、お酒飲めない、富裕層、リピーター、検索が不得意</p> <p>旅行ツアー：リゾートホテル～宮古上布伝統工芸村～池間島～伊良部島（刺身）～下地島空港～島の駅みやこ～民謡居酒屋クイチャー</p> |

| フォトな旅                                                                                                                                                                                                                                  |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>コンセプト：「映え」フォトを撮りたい！、ガールズトーク（オトリーで語らナイト）、おいしいもの食べたい、リラックスしたい、海も楽しみたい、</p> <p>ターゲット：台湾女子2～3人、20～30代。旅好き。</p> <p>旅行ツアー：</p> <p>1日目：下地島空港～カフェ～サンセット～ホテル</p> <p>2日目：ホテル～シュノーケル～ビーチフォト～カフェランチ～スパ～SP～ディナー</p> <p>3日目：ホテル～下地島空港カフェでゆったり</p> |

| 大人のゆとり旅                                                                                                                                                                                                                                                          |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>コンセプト：日々の喧騒を忘れ、のんびり。旅の場では贅沢に（お金も時間も）</p> <p>ターゲット：夫婦、40代以上（富裕層）、旅行慣れしている人、高リテラシー</p> <p>旅行ツアー：</p> <p>1日目：宮古島到着～ホテル</p> <p>2日目：ホテル～伊良部大橋～伊良部島観光～昼食（いちわ）～ダイビング～ホテル/居酒屋</p> <p>3日目：ホテル～体験～昼食～フリータイム/ゆったりなりゆきで（サンセットやドライブ）</p> <p>4日目：ホテル～ショッピング～昼食（宮古そば）～空港</p> |





～当日のワークショップディスカッションの議事録～

当日はワークショップのディスカッションに合わせて、運営スタッフが部屋の壁にディスカッション内容（下図）を掲示していき、各ディスカッション時にこれまでの議論や他のチーム内でのディスカッション内容を振り返れるようにして実施した。



## 6. 調査のまとめ

ワークショップを通して、多様な意見交換やアイデアを出し合い、宮古島市観光素材の掘り起こしと新たな観光モデルの可能性の検証を行い、モデル周遊ルートの作成を実施した。

観光カテゴリーとして、歴史文化や食文化に触れる旅。インスタ映えスポット。カツオ捌き体験、工芸体験やオトリー体験など、地元の方との交流に触れて宮古島ならではの体験できないものなどが挙げられた。

ターゲット属性は、ミドルアッパー層の夫婦旅、島時間を楽しむゆったり旅や、フォト好きな女子旅、アクティブ女子などが多かった。

ワークショップで出た「下地島空港拠点としたモデルルート策定におけるテーマは以下の通り。

- ・フォトジェニックな旅（SNS インスタ映え）
- ・アクティブ女子
- ・食文化に触れる旅
- ・伝統歴史文化に触れる旅
- ・ヘルスツーリズム（健康と美容）
- ・エコツーリズム
- ・スポーツ
- ・ナイトツアー（天体観測や蛍）
- ・酒造ツーリズム
- ・島民と交流する旅