

第 11 回:ハワイ!(その1:観光概要)

・ ハワイ概要

- 人口136万人(2010年)
- 面積 沖縄の約 7.4倍
- ハワイ州の平均余命(男性77.1歳、女性82.5歳)は全米一
- 一人当たり税徴収額は全米一
- 平均物価全米一
- 軍需と観光が経済の柱
- 年収平均は全米平均並み
- 全米で最も住宅価格が高額 ▶ 2000年住宅価格の中央値は211,500ドル(全米は119,600ドル) ▶ ホノルルの一戸建て住宅価格中央値は、シリコンバレーの602,000ドルを抜き、607,600ドル(全米は173,200ドル)と破格に高い

図表 3-1 面積と人口

ハ ワ イ		沖 縄	
有 人 島	7	有 人 島	43
総 面 積 km ²	16,750	総面積km ²	2,263
ハ ワ イ 島	10,330	沖 縄 本 島	1,216
マ ウ イ 島	1,880	西 表 島	284
オ ア フ 島	1,581	石 垣 島	221
カ ウ ア イ 島	1,429	宮 古 島	159
モ ロ カ イ 島	675	久 米 島	56
ラ ナ イ 島	361	南 大 東 島	31
ニ イ ハ ウ 島	182	伊 良 部 島	30

・ 観光地ハワイの歴史

1867年 米本土・ハワイ間の定期客船就航

1898年 アメリカの属領となる

1901年 モアナホテル開業

1922年 ワイキキ埋め立て事業

◇ ワイキキは元々わずかな砂地の海岸のある湿地帯だったが、ダイヤモンドヘッドに近く、南に大きく湾曲していて、観光ビーチとしては最高の立地と考えられた。水抜きのためにアラワイ運河が掘られ、大量の砂が運び入れられてワイキキビーチが完成する。

◇ 1920年～40年代のワイキキはエレガントで最高のサービスと施設が代名詞だった。

◇ ハワイアン音楽やフラダンスの多くはこの時代に作られる

◇ HVB(Hawaii Visitors Bureau)のアロハ・スピリット・キャンペーン

1927年 ロイヤルハワイアンホテル開業 上流階級の3ヶ月のバケーションに対応するサービス

1928年 入込数2万人

1936年 ハワイ・カリフォルニア間の航空輸送開始

1948年 空路利用が75%に

1950年 入込数4.6万人

- 1959年 米国50番目の州に。州外投資が増加
- 1960年 シェラトン社のハワイ進出
 - 航空機のジェット化により西海岸からの所要時間が10時間から5時間に半減
 - ハワイの近代の観光産業元年
 - 入込数24.3万人
 - ▶13観光開発地区を指定、以後30年以上にわたり計画的なリゾート開発が行われる
 - ▶ワイキキは高密度アーバンリゾート、マウイ島・ハワイ島は大規模滞在型リゾート
- 1964年 日本の海外渡航自由化、B747就航、米国内航空自由化などにより市場が中流に拡大
- 1970年 観光産業が軍事支出を抜き、ハワイのリーディング産業に
 - 以降、日系資本の大量投資が始まる
- 1978年 カーター政権、航空会社規制緩和法による米国内航空自由化
- 1986年 円高を契機に日本人観光客の急増、総観光消費額の42%が日本人と言われる

・ ハワイの風土

- 主要8島と124の小さな島々からなる、有人島はこのうち7島だが、ニイハウ島はロビンソン家の私有の島であり、観光が可能なのは次の6島
 - ◇ カウアイ島： 火山活動が最初に終わった島、雄大なワイメア渓谷、幻想的なシダの洞窟、ジュラシックアイランド
 - ◇ オアフ島： 州都ホノルルの所在地、ワイキキビーチ、ハワイのビバリーヒルズカハラ地区
 - ◇ モロカイ島：
 - ◇ ラナイ島： 島の殆どを、ドール・パイナップルが所有、宿泊施設の50%以上が超高級ホテル、最も平均客室単価が高い
 - ◇ マウイ島： ハワイ王朝時代の旧都、質の高いリゾートを多く擁する
 - ◇ ハワイ島： 諸島最大の島、地質学的に最も若く、活火山の島、海拔4207mのマウナ・ケア山は降雪し、スキーが可能 ▶ ハワイ島ではいまだに火山活動が続いている

・ ハワイ観光産業の戦略的構築

- 1959年から、世界的に著名な観光地の実態調査を行い、観光振興の条件をまとめる
 - ◇ レクリエーション活動、イベント活動の量と質が、リゾート地の成長と強い相関がある
 - ◇ リゾート地には最低1500室のホテル客室が建設できる用地が必要、広さに上限はない、広いほど、アトラクションの数が多いほど人気が出るし、初期イメージが持続する
 - ◇ 政府、住民の姿勢がリゾート地の成功には重要
 - ◇ イメージ、マーケティング
 - ◇ 交通、ロケーション
 - ◇ アトラクション
 - ◇ 地域特性(土地、水、気候、自然)
- 上記調査結果に基づき、翌1960年、ハワイ観光用地計画が発表
 - ◇ ワイキキ、ホノルル、ワイアナエ海岸、クイリマ(オアフ島)、ウイルア、ポイプ、ハナレイ(カウアイ島)、ハナ、カアナパリ、ワイレア、カパルア(マウイ島)、ハラワ(モロカイ島)、カラパナ、コナ、ワイメア(ハワイ島)を観光地区として指定
 - ◇ 指定地区における道路、上下水道、公園、港湾、その他インフラ整備の公共投資を提言
 - ▶ 1960年～70年代には、指定地区に活発な開発が行われた ▶ 80年代には環境問題から開発鈍化
 - ◇ 郡政府の計画

- 郡政府は、①指定区域の細かなゾーニングと、②土地利用、都市景観、公共施設の設置など多項目からなる、具体的かつ明瞭な開発計画を定め、運用・管理している
 - 郡政府は、各リゾート施設の特性を明確にするため、開発業者にマスタープラン作成を義務づけている
- 1970年頃から、観光該産業への投資振り向け、観光への課税、海洋・海岸利用の規制など、州政府の観光開発規制が厳しくなる。
- ◇ 市街地区、保護地区、農業地区、荒野に4区分され、2年ごとに見直しが見られる
 - ◇ 区分変更は州政府に、細かなゾーニングの決定・変更は郡政府に権限がある
 - ◇ 市街地区は全体の4.8%（91年の時点でも4.3%：資料）に過ぎず、ハワイの土地利用規制は全米一厳しいと言われる
 - ◇ 一方で、開発のためのガイドラインは明確で曖昧さが少ない ▶ 開発業者への配慮
- アーバンリゾートとデスティネーションリゾートの棲み分け
- ◇ ワイキキにはアーバン・リゾート：ハワイのホテルの中心、高層、高稼働、中低価格、60年代の施設が多い
 - ◇ 隣島にはデスティネーション・リゾートが開発：自然景観を損なわない低層中心、高額

図表5-4 ハワイの土地利用規制

単位：エーカー

	面積	比率
市街地区	178.1	4.3%
保護地区	1,960.6	47.7%
農業地区	1,963.5	47.8%
荒野	10.2	0.2%
合計	4,112.4	100.0%

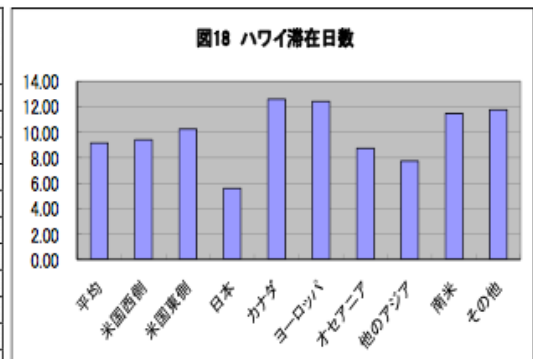
(Hawaii Data Book より)

・ ハワイ観光産業の現在

- ハワイへの来訪者は60年代で80%、70年代で55%、80年代で39%の増加を遂げたが、90年代は0.26%となり、30年以上に亘って堅調に推移して来た市場が大きな転機を迎える（91年湾岸戦争、92年ハリケーン「イニキ」直撃はきっかけに過ぎない）
- 2000年に向けて大きく回復、01年の同時多発テロ、SARS 流行、イラク戦争開戦などで打撃を受けたもののよく耐えた ▶ 90年代後半の構造転換がなければ、大きなダメージを生んでいただろう ▶ 2004年以降順調に成長し、
- 1998年ハワイ・ツーリズム・オーソリティ(HTA)設立、観光再生へドラスティックな改革
- 97年に日本人観光客数(全体の約1/3)がピークとなったにも拘らず、99年から明確な回復基調(911後の数年を除く)、2005年以降入込数700万人台へ ▶ 米国本土からの来訪者数が増加 ▶ フロリダ、ラスベガス、カンクン、バハマ、バミューダなどの人気リゾート地区と比較しても競争力が増した
- 週間航空便数：米本土685便、日本94便、合計841便
- ハワイの土地利用規制は全米で最も厳しいと言われる。州政府、郡政府も土地利用の基本方針と開発に際しての詳細で明快なガイドラインを明らかにしている

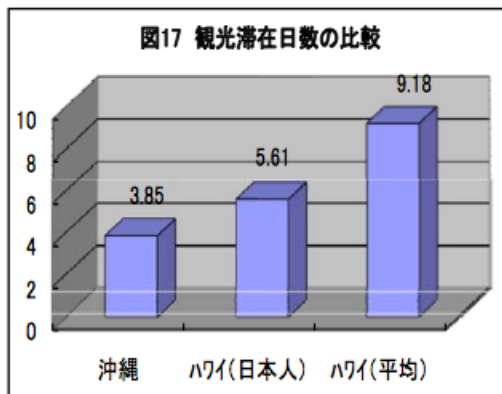
一日あたりの消費額は182.3ドル。平均滞在日数は9.47日。日本人観光客は、滞在日数が短い(5.38日)が、一日あたりの消費額は突出して高い。(2011年のデータ)

	Visitor Arrivals	Avg. Length of Stay (days)	Per Person Per Day Spending (\$)	Total Visitor Spending (\$mil.)
TOTAL	7,284,069	9.47	182.3	12,581.2
Visitor arrivals by air	7,159,613	9.55	183.6	12,546.9
U.S. West	2,994,661	9.61	146.6	4,218.4
U.S. East	1,642,229	10.46	183.5	3,153.1
Japan	1,176,546	6.02	289.9	2,054.3
Canada	477,567	12.65	152.2	919.6
Europe	114,823	13.10	158.3	238.1
Oceania	212,124	9.98	224.3	474.6
Other Asia	201,327	6.91	278.5	387.5
Latin America	22,237	11.41	213.9	54.3
All Others	318,099	12.60	261.2	1,047.0
Visitors by Cruise Ships	124,456	5.38	51.2	34.2

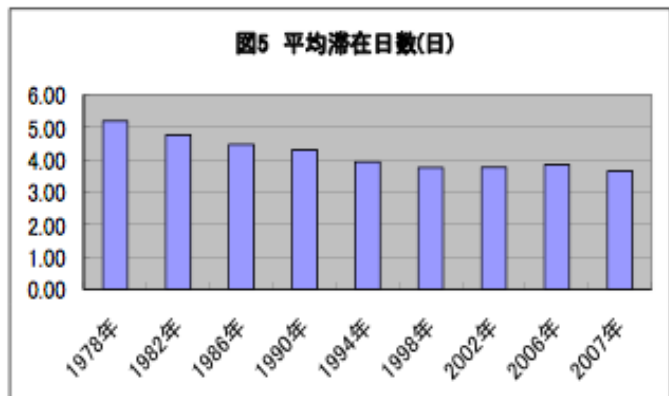


出所: hawaii.gov/dbedt/info/visitor-stats/

ハワイと沖縄の観光滞在日数の決定的な差。観光地としての質の差はこの数値に集約されている。更に、沖縄の平均滞在日数は、長期間にわたって低下傾向にあり、今のところ改善の兆しはない。



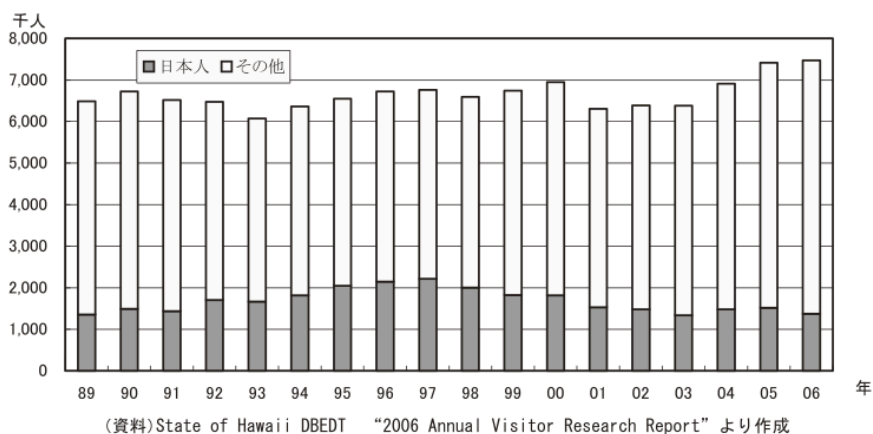
出所: hawaii.gov/dbedt/info/visitor-stats/



出所: 観光要覧平成17年度版、沖縄県

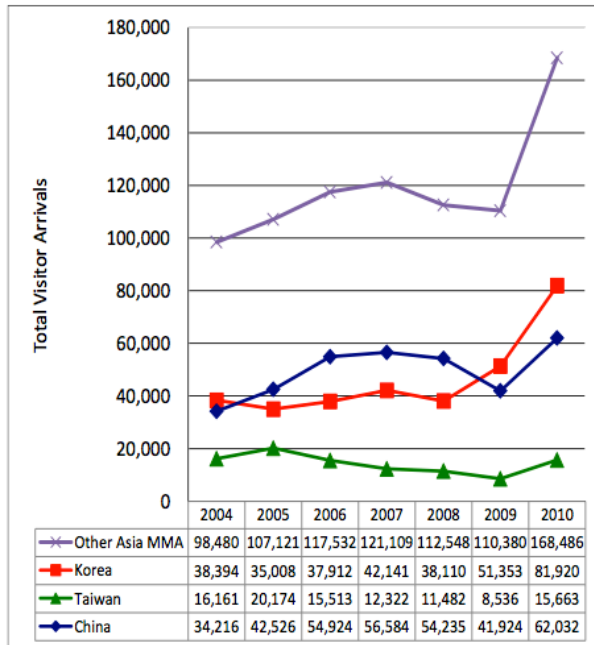
ハワイは、湾岸戦争開戦などをきっかけに、1990年代前半大きな打撃を受ける。このことが、質を重視する観光戦略に舵を切る大きなきっかけとなる。その後90年代後半までに再生、2001年の同時多発テロによって再び大きなダメージを受けるが、観光戦略の転換が、苦境を切り抜ける大きな支えとなる。(資料は2008年伊藤秀文先生の論文「日本マーケットから見たハワイツーリズムの現状と課題」より)

(図1) 全ハワイ訪問者数と日本人訪問者数の推移



日本人に代わって、中国人・韓国人を中心とした観光客が増加傾向にある。特に中国人は滞在日数、一日あたりの消費額(2010年、一人一日あたり実に350ドル)双方ともトップとなっている(右の表は松鷹彰弘先生の92年9月の論文「沖縄観光事業の国際競争力」より)。沖縄観光においても、質を高め、中国人などアジア諸国からのインバウンド観光客を惹き付けることによって、大きな経済効果が望めることを示唆するデータである。

Figure 10: 2004-2010 Other Asia MMA Total Visitor Arrivals



図表 6-16 国籍別滞在日数

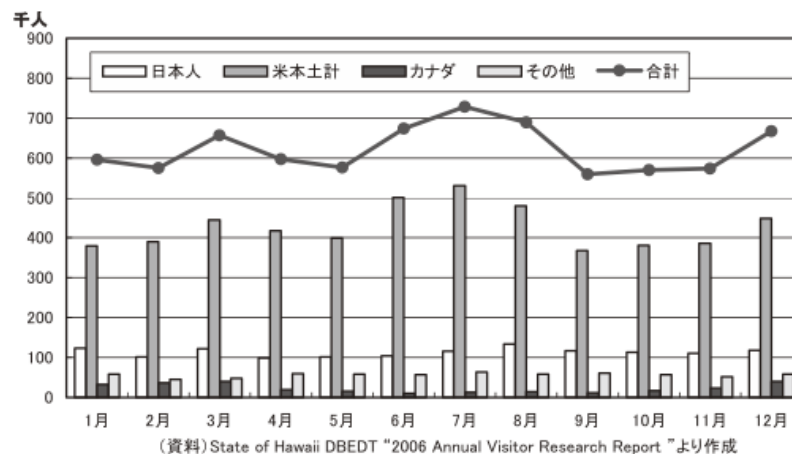
日本	5.9日
オーストラリア	6.2日
イギリス	8.4日
ニュージーランド	7.2日
ドイツ	11.2日
韓国	4.7日
台湾	4.1日
中国	13.2日
スイス	10.7日
フランス	7.8日
香港	5.2日
スウェーデン	9.3日
フィリピン	7.1日
イタリア	7.9日
シンガポール	4.0日
インドネシア	4.5日

・ ツーリズムを構成する4つの要素

➤ ①市場特性(顧客属性ごとの特質)

- ◇ 長い滞在日数、多様な顧客ミックス ▶ 遠距離であることを強みに
- ◇ 平準な季節変動 ▶ 月平均/ピーク=85%、オフ/ピーク=77% ▶ 穏やかな気候に加えて、多様な顧客層、高品質が寄与している
- ◇ ホノルル年間稼働率84%、州全体80%: 季節変動少なさと、観光客の長期滞在を反映

(図3) 2006年 月別ハワイ訪問客数の季節変動

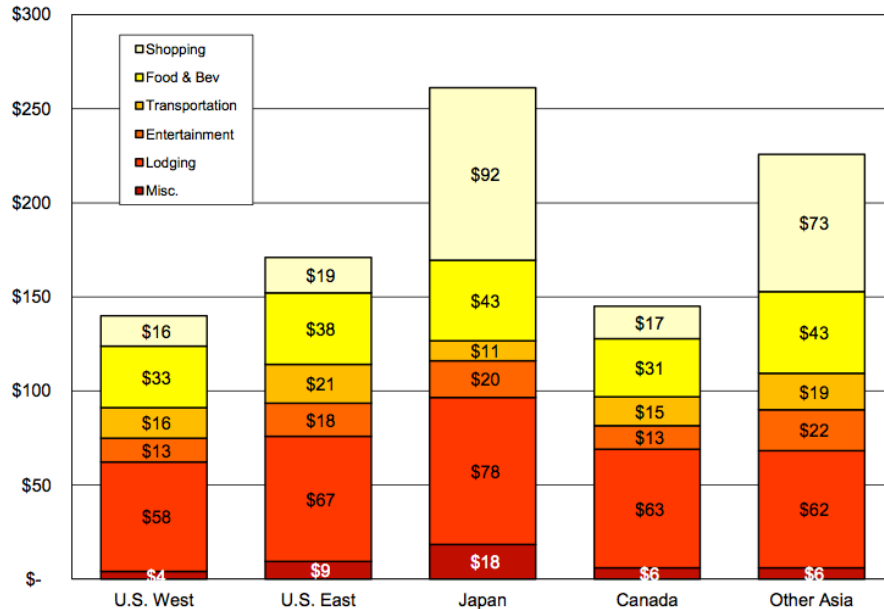


➤ ②インフラ、観光資源

- ◇ 商業施設の充実 ▶ DFS、アラモアナなどのメガモール、プレミアム・アウトレット ▶ 近年はホールフーズなどのオーガニックマーケット、ファーマーズマーケットが加わる(次回)

ショッピング最大のお客は日本人

Figure 22: 2010 Visitor Personal Daily Spending by Category and Selected MMA



- ◇ 1997年ワイキキ市街区画条例緩和によって、次世代にマッチするマスタープラン作成 ▶ ワイキキ再開発へ
 - カラカウア通り、クヒオ通りのワイキキ美化工事
 - DFS ギャラリー大改築
 - 高級ショッピングセンターカラカウア2100開業
 - ワイキキビーチウオーク開業
 - ワイキキ最大のロイヤルショッピングセンター大改造
- ◇ ホノルル空港の滑走路は、4本(ただし軍民共用)
- ◇ 水資源は重要度の高い要素 ▶ 溶岩層に蓄えられる地下水源に恵まれている
- ◇ 自然環境、個性的な島々、独立国としての文化、伝統芸能

➤ ③市場と観光資源を結ぶ媒介

- ◇ 全米20都市から年間773万席の供給、ロードファクター70%
- ◇ 日本からは182万席、ロードファクター77%
- ◇ 各島間の路線 ▶ アロハ航空、アイランドエア(04)、GO!(06)
- ◇ 各種雑誌、インターネット、クーポン誌のホテル、空港、SC、市内拠点での情報提供

世界と繋がるハワイの航空路線。主要都市へ一週間の便数。全米685便、毎日約100便が飛んでいる。日本は94便、毎日13便以上、日本国内主要路線の便数に匹敵する。

**Table 18.39-- NON-STOP FLIGHTS TO DEPART STATE OF HAWAII,
BY DESTINATION: JULY 2010**

[Transpacific flights to depart from the State of Hawaii during a one-week period,
including scheduled and chartered flights]

Destination	Flights during week	Destination	Flights during week
Transpacific	841	Canada	12
U.S.	685	Vancouver	12
West	601	Japan	94
Anchorage	3	Nagoya	7
Denver	12	Osaka	14
Las Vegas	18	Tokyo	73
Los Angeles	244	Other Asia	10
Oakland	21	Seoul	10
Orange County	14	Oceania	13
Phoenix	50	Auckland	3
Portland	28	Sydney	10
Sacramento	14	Other	26
Salt Lake City	7	Apia	1
San Diego	18	Christmas Island	1
San Francisco	91	Guam	7
San Jose	14	Majuro	4
Seattle	66	Manila	7
East	84	Nadi	2
Atlanta	7	Pago Pago	3
Charlotte	7	Papeete	1
Chicago	21		
Dallas / Fort Worth	21		
Detroit	3		
Houston	14		
Minneapolis	4		
New York	7		

Source: Official Airline Guide, records; calculations by the Hawaii Tourism Authority, Tourism Research.

沖縄と比較すると、ハワイの離島間のネットワークの強さは非常に強い

(エ)離島間交通のほとんど全部が航空機利用で、90年の離島間旅客輸送実績は990万人になっている。

図表 6-18 離島訪問率(ハワイ)

カウアイ島	18.5%
マウイ郡	34.3%
ハワイ郡	16.8%
オアフのみ	46.7%
一島のみ	65.6%

図表 6-19 離島訪問率(沖縄)

周辺離島	2.6%
宮古島	4.1%
石垣島	7.2%
西表島	3.9%
与那国島	0.5%

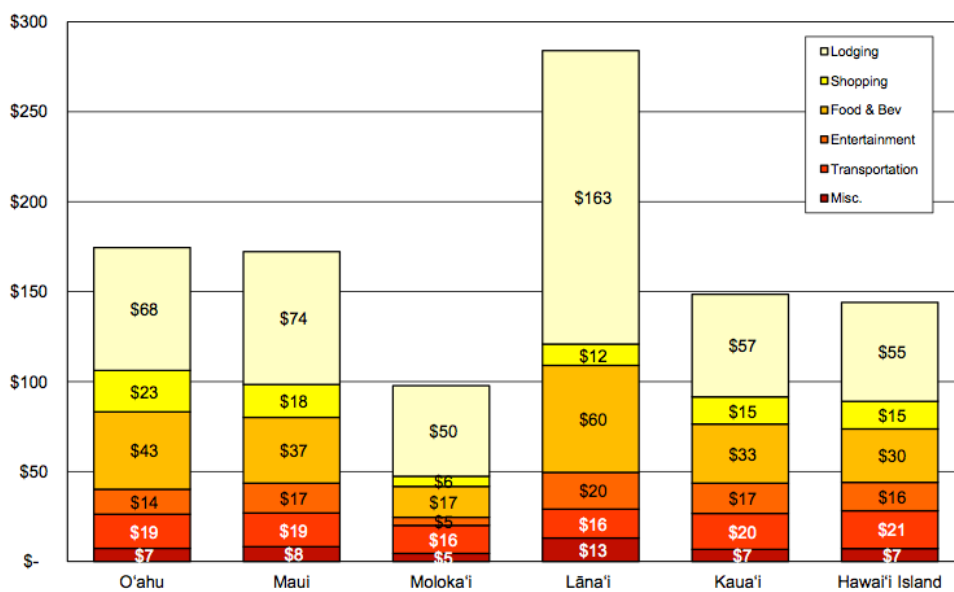
➤ ④促進と規制

- ◇ 98年ハワイ州観光局 (HTA) 設立 ▶ 長期計画が立てられない、活動が米本土向き過ぎ、予算の恒常的な不足など、HVCB の欠点を解消 ▶ 州税の一部 (ホテル税を6%から7.25%に引き上げ、2.25%、66億円) を目的税化した財源措置
- ◇ 99年、ハワイツーリズムに関する戦略方針で、持続的な観光を目指す方針へ ▶ 訪問者数よりも支出消費額に重点
- ◇ 長期間高戦略プラン ▶ 高品質化に舵を切る
- ◇ 単なる訪問者数の拡大は、持続可能な観光に繋がらない ▶ リゾートの質を高め、観光を再生し、限りある観光資源を有効に利用し、持続的観光を繁栄させるために ▶ 訪問客数を伸ばすより、一日あたりの消費額を上げながら適正な訪問客数を維持する運営が必要
- ◇ 中国、韓国へ、入国査証の緩和

・ ハワイと沖縄、顧客層の比較

ホテル客室単価の最も高い島は、ラナイ島、次いでマウイ島。ハワイの観光客は宿泊施設に多額の支出を惜しまない。リゾートの滞在にたくさんお金を使う、というパケションスタイル。

Figure 23: 2010 Visitor Personal Daily Spending by Category and Island

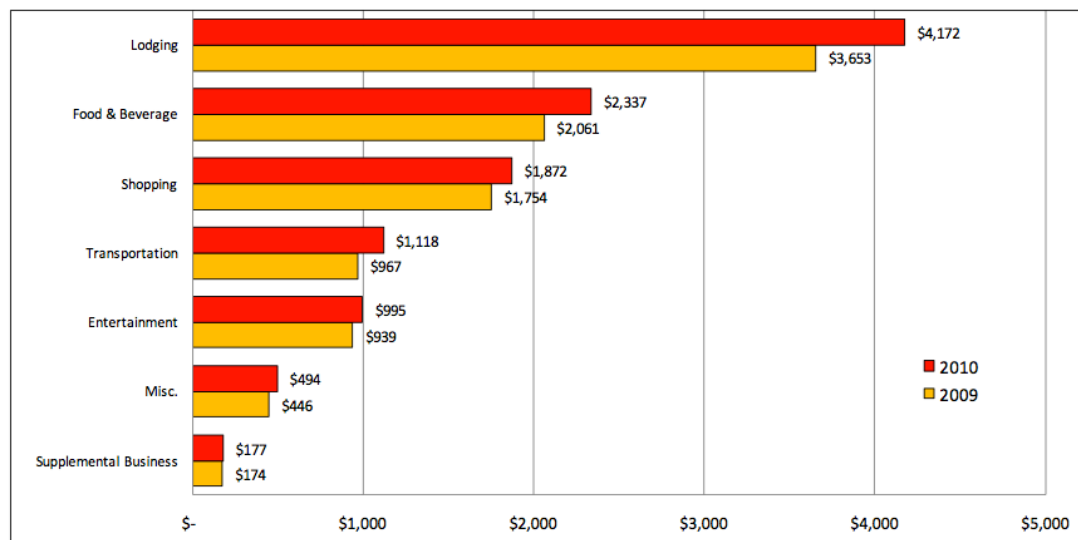


ラナイ島は宿泊施設の96%が1泊250ドル以上、約半分が1泊500ドルの超高級ホテルである。ハワイ全島でも、ほぼ6割のホテルが1泊250ドル以上。ハワイ観光客は惜しげもなく宿泊費にお金を使う。単価を下げなければ顧客を維持できない沖縄と、何が違うのだろうか？

ISLAND	CLASS	PERCENT OF TOTAL UNITS		Percentage Point Change from 2009
		2010 ^{1/}	2009 ^{2/}	
O'AHU	BUDGET (UP TO \$100)	7.2%	8.1%	-0.9%
	STANDARD (\$101 TO \$250)	34.9%	41.1%	-6.2%
	DELUXE (\$251 TO \$500)	42.4%	33.4%	9.0%
	LUXURY (OVER \$500/NIGHT)	15.5%	17.3%	-1.8%
	TOTAL	100%	100%	
LĀNA'I	BUDGET (UP TO \$100)	0.9%	0.8%	0.1%
	STANDARD (\$101 TO \$250)	3.1%	3.4%	-0.3%
	DELUXE (\$251 TO \$500)	50.0%	49.9%	0.1%
	LUXURY (OVER \$500/NIGHT)	46.0%	45.9%	0.1%
	TOTAL	100%	100%	
STATEWIDE	BUDGET (UP TO \$100)	7.6%	7.6%	0.0%
	STANDARD (\$101 TO \$250)	33.2%	36.5%	-3.3%
	DELUXE (\$251 TO \$500)	37.8%	33.4%	4.4%
	LUXURY (OVER \$500/NIGHT)	21.4%	22.4%	-1.0%
	TOTAL			

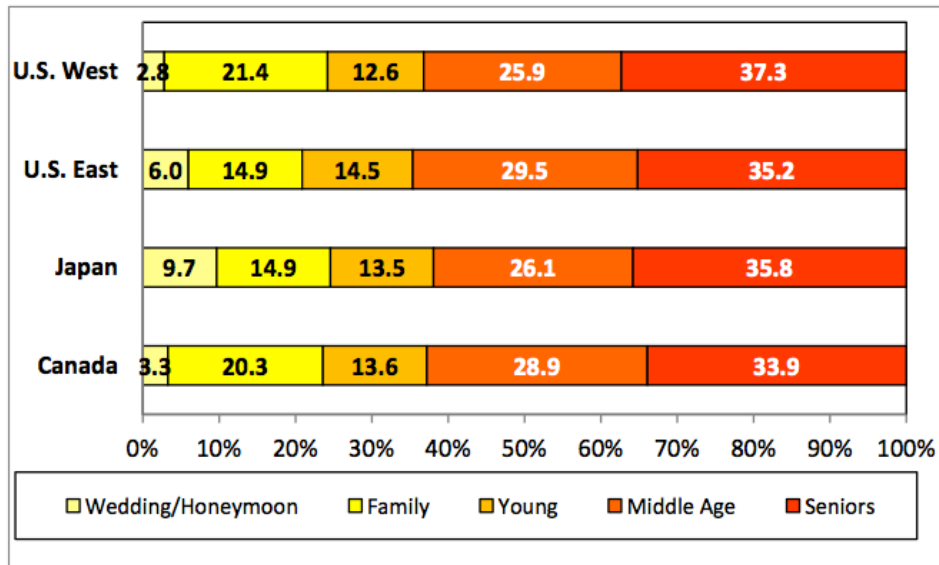
さらに、この不況下にあつて、顧客が宿泊施設に使うお金は増加傾向にある。

Figure 21: Total Visitor Expenditures by Category: 2010 vs. 2009 (in Millions)



顧客の高支出額を理解する、重要なカギは顧客層にある。ミドルからシニア中心の、成熟かつ落ち着いた顧客層が6割を超える。ハワイには、良いものにお金を惜しまない層が多く訪れる。

Figure 29: Lifestyle/Lifestage by MMA [Percentage by Visitors]



ハワイを訪れる観光客の54%が年収10万ドル(+/-1000万円)。6人に1人(16.5%)は20万ドルを超える。ハワイを訪れる日本人は、年収700万円~1000万円の所得層が最も多い。

Table 8.2 Income Level – U.S. Total [Percentage of 2010 Visitors by Island]

	State	O'ahu	Kaua'i	Maui	Hawai'i Island
INCOME					
\$14,999 or less	1.3	1.6	1.2	1.3	0.6
\$15,000 - \$24,999	1.6	2.0	0.9	1.0	2.0
\$25,000 - \$29,999	2.0	2.2	1.6	1.6	2.2
\$30,000 - \$34,999	2.2	2.6	1.2	1.8	2.3
\$35,000 - \$39,999	2.0	2.3	2.2	1.6	2.5
\$40,000 - \$44,999	2.4	2.6	2.3	1.3	2.0
\$45,000 - \$49,999	3.3	3.5	2.6	3.4	3.2
\$50,000 - \$69,999	12.1	13.8	9.9	11.2	11.2
\$70,000 - \$99,999	19.4	19.2	20.9	19.5	18.2
\$100,000 - \$124,999	16.1	16.1	18.5	17.6	16.5
\$125,000 - \$149,999	9.9	10.1	10.6	10.3	11.6
\$150,000 - \$199,999	11.2	11.5	11.7	10.8	11.5
\$200,000 or more	16.5	12.6	16.4	18.7	16.2

Table 8.5 Income Level – Japan [Percentage of 2010 Visitors by Island]

	State	O'ahu	Kaua'i	Maui	Hawai'i Island
INCOME in 10,000 Japanese Yen					
150 or less	2.9	3.1	5.1	1.3	1.5
150 - 249.999	4.7	5.0	9.9	4.9	4.6
250 - 299.999	5.9	6.1	3.7	6.0	6.3
300 - 349.999	5.9	6.3	11.9	5.0	6.1
350 - 399.999	5.6	5.8	2.4	3.1	5.8
400 - 449.999	4.9	5.1	2.4	4.3	5.0
450 - 499.999	6.8	6.9	5.8	5.6	6.7
500 - 699.999	17.5	17.7	16.1	16.5	16.6
700 - 999.999	20.5	20.2	18.7	21.4	20.6
1,000 - 1,249.999	10.1	9.7	10.5	11.0	11.3
1,250 - 1,499.999	5.1	4.9	3.5	6.4	4.8
1,500 - 1,999.999	5.0	4.8	3.7	6.5	5.3
2,000 or more	5.0	4.5	6.2	8.0	5.6

教育レベルは、顧客属性を顕著に示している。アメリカからハワイに訪れる観光客のおよそ3人に1人は大学院卒。

Table 8.8 Education [Percentage of 2010 Visitors by MMA]

	U.S. Total	U.S. West	U.S. East	Japan	Canada
HIGHEST LEVEL OF SCHOOL					
No high school	0.0	0.0	0.0	1.1	0.0
Some high school	0.4	0.4	0.4	1.0	1.9
High school grad	7.1	5.7	9.1	29.2	13.3
Some college	15.3	16.3	13.9	2.1	14.6
2-year degree	9.1	9.7	8.4	14.7	6.9
4-year degree	34.5	34.5	34.6	39.3	32.1
Post grad degree	31.6	31.4	32.0	4.1	23.7
Vocational/technical	1.8	2.1	1.5	8.6	7.4

顧客の満足度

極めて高い顧客満足度、非常に低い不満足度。満足度は更に上昇傾向。

Figure 1: Overall Satisfaction Trends (% of Visitors)

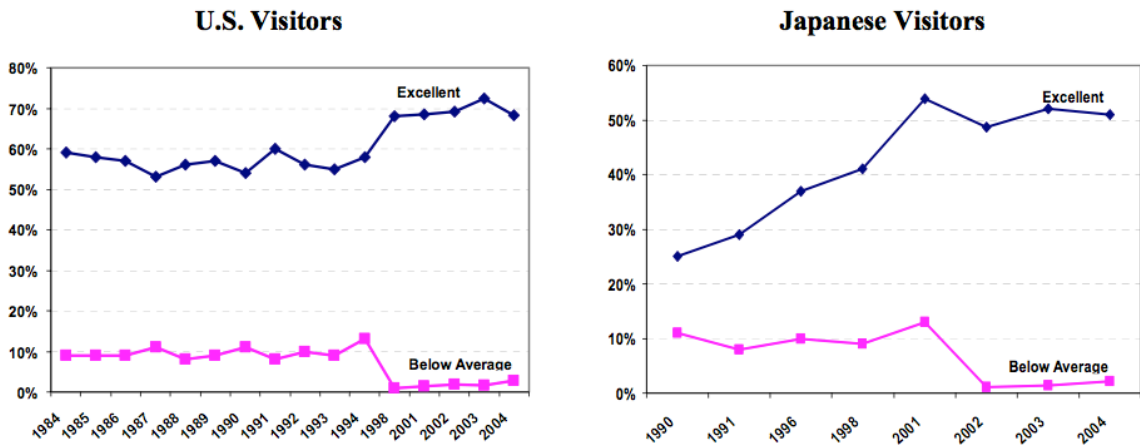


Figure 1: Overall Rating of Trip [Percentage of visitors who rated most recent trip "Excellent" by MMA]

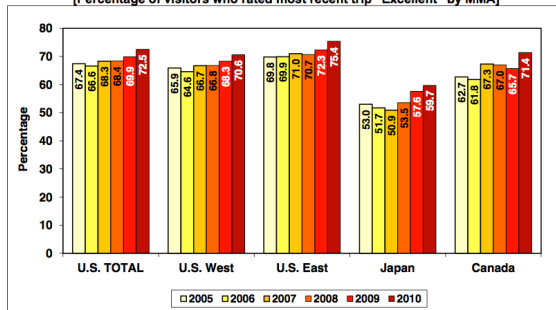
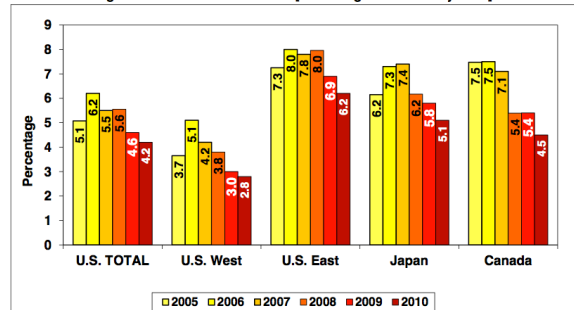


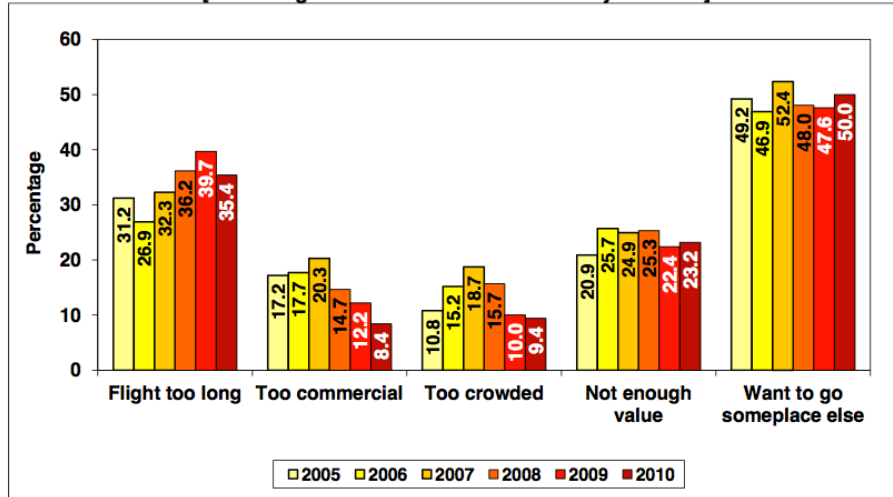
Figure 4: Overall Dissatisfaction [Percentage of Visitors by MMA]



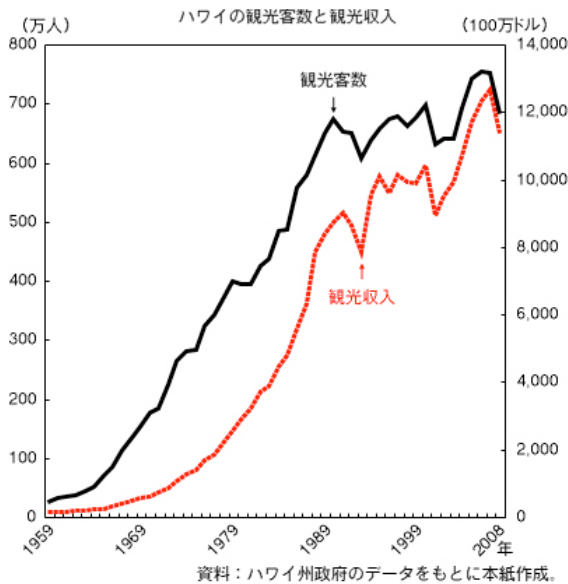
特に、「商業的過ぎる(Too commercial)」という不満項目が激減している。商売本位ではない、質を重視した、人間的な接点が改善していることを伺わせる。

更に、顧客は、ハワイでの支出が割高(Not enough value)だとはまったく考えていない。全体の約15%がハワイに再び訪れることはないとは回答し、そのうちの約25%が「割高」だったと感じているに過ぎない。すなわち、全体の4%以下の観光客が、ハワイでのサービスの価格が割高だと感じている、と推測できる。沖縄に比べるとよほど高額なホテルに泊まり、さまざまなサービスを楽しんでいるにも関わらず、価格を下げなければ顧客を維持できない沖縄との差はどうして生じるのだろうか？

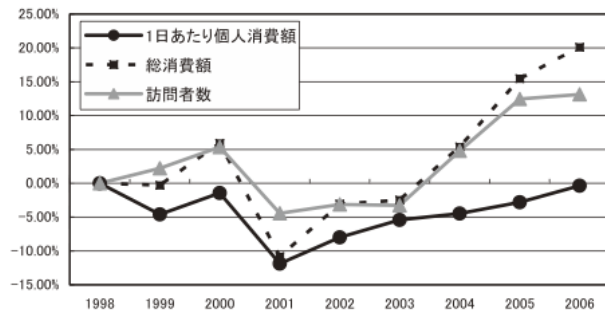
Figure 10: Reasons for Not Revisiting Hawai'i – U.S.
[Percentage of visitors who were not likely to revisit]



質を高め、顧客満足度が向上した結果、一人当たりの消費額が増加し、観光客数の増加を遥かに上回るペースで観光収入が増加しつつある。これが、特に90年代以降、質の向上を追求したハワイの大きな成果と言えるだろう。



(図5) 訪問者数、総消費額と1日あたり個人消費額、伸長率比較



・ 沖縄観光の課題

入域観光客数は、それほど変わらないにも関わらず、観光地の質の違いを反映して、平均滞在日数、平均消費額が大きく異なる。そしてその結果として観光関連総売上が、ハワイの1.4兆円に対して、沖縄は4400億円に過ぎず、経済効果は3倍異なる。逆に考えれば、質を向上させることによる経済効果がいかに大きいか推測される。

項目	ハワイ(H17)	沖縄(H20)	沖縄／ハワイ
年間入域者数	741万人	605万人	82%
うち外国人観光客数	245万人	25万人	10%
平均滞在日数	9.11日 (うち日本人5.71日)	3.73日	41%
1滞在平均消費額	190,560円 (うち日本人175,080円)	72,209円	38% (41%)
観光関連総売上	1兆3,980億円	4,365億円	31%
航空座席	1,031万席	921万席	89%
うち国内線	735万席	901万席	123%
うち国際線	296万席 (うち日本発197万席)	20万席	7%
宿泊施設数	1,266軒	1,170軒	92%
宿泊施設総室数	72,889室	35,005室	48%
観光関連雇用数	183,800人	78,850人(H16)	43%
観光関連雇用割合	22.8%	14.2%(H16)	—

質の低い沖縄は、ハワイに比べて顧客の満足度も低い

図表6-21 満足度比較

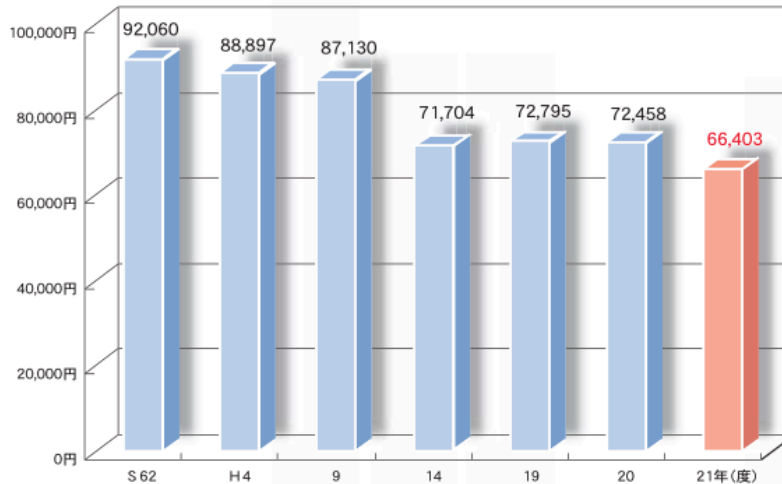
	ハワイ	沖縄
自然景観	97%	82.8%
伝統工芸・芸能	73%	38.7%
歴史・文化的施設	63%	33.0%
人情	82%	44.8%
土産品	52%	35.4%
宿泊施設	70%	58.9%
交通	49%	9.8%

当然ながら、顧客は満足しないものにお金は払わない。一人当たりの消費量は低下の一途。(消費単価は滞在日数が短い方が割高に表示される？ ▶ 現実はずっと格差がある？)

平成21年度の入域観光客の消費単価は66,403円

入域観光客(県外客、外国客)の消費単価とは、観光客が1人1回あたりの旅行で県内において消費する額のことであり、宿泊費や飲食費、土産費などの合計金額です。

■入域観光客の1人あたり消費単価



注) H19から年度のデータを掲載

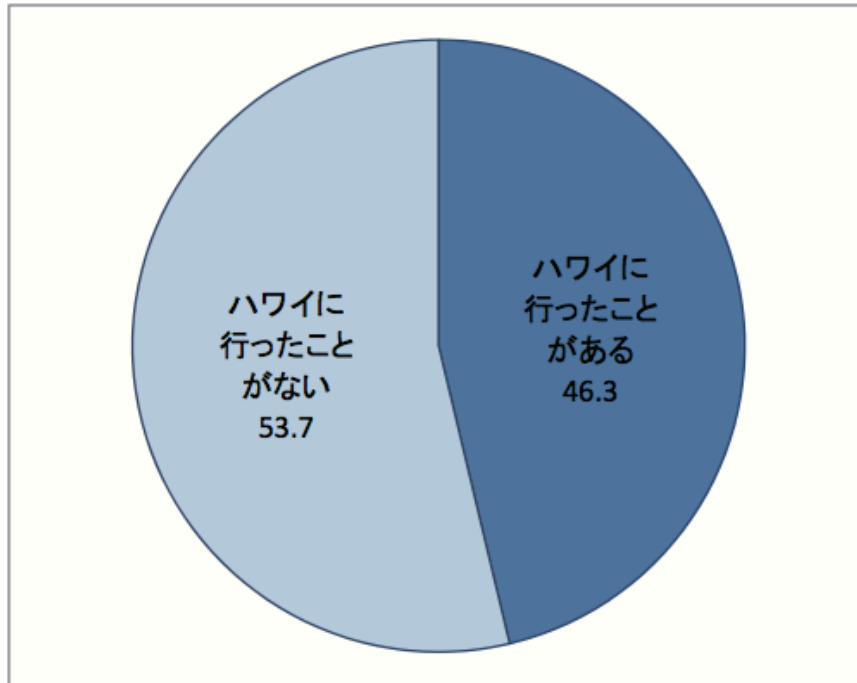
必然的に、沖縄の主力産業であるホテル(宿泊費)にもお金は使わない。平均2泊として1人当たり1日の宿泊費は約1万円に過ぎない(平均滞在日数3.5日で割ると、一人一日あたり6000円程度。恐らくこの数字の方が現実に近い)。1泊500ドルを超えるリゾートが珍しくないハワイと比較して、沖縄のホテル産業の現状が想像できると思う。

	観光客全体単価						
		単価(円)	宿泊費	県内 交通費	土産・ 買物費	飲食費	娯楽・ 入場費
22年度	単価(円)	70,536	21,160	8,497	16,920	14,734	7,831
	前年度比	6.2%	3.4%	18.8%	-3.4%	6.4%	28.7%
春期	単価(円)	72,409	21,631	8,776	17,624	14,790	8,188
	前年度比	12.7%	12.3%	19.1%	-1.0%	11.1%	35.9%
夏期	単価(円)	77,477	23,193	9,081	16,323	17,614	9,576
	前年度比	9.5%	1.2%	17.9%	-4.1%	4.1%	3.9%
秋期	単価(円)	66,746	19,544	8,659	16,864	12,844	7,481
	前年度比	7.6%	-0.6%	17.3%	-5.9%	-0.5%	64.7%
冬期	単価(円)	63,122	19,609	7,232	17,035	12,769	5,448
	前年度比	5.9%	0.9%	18.5%	-2.4%	9.4%	37.9%

・ 顧客について

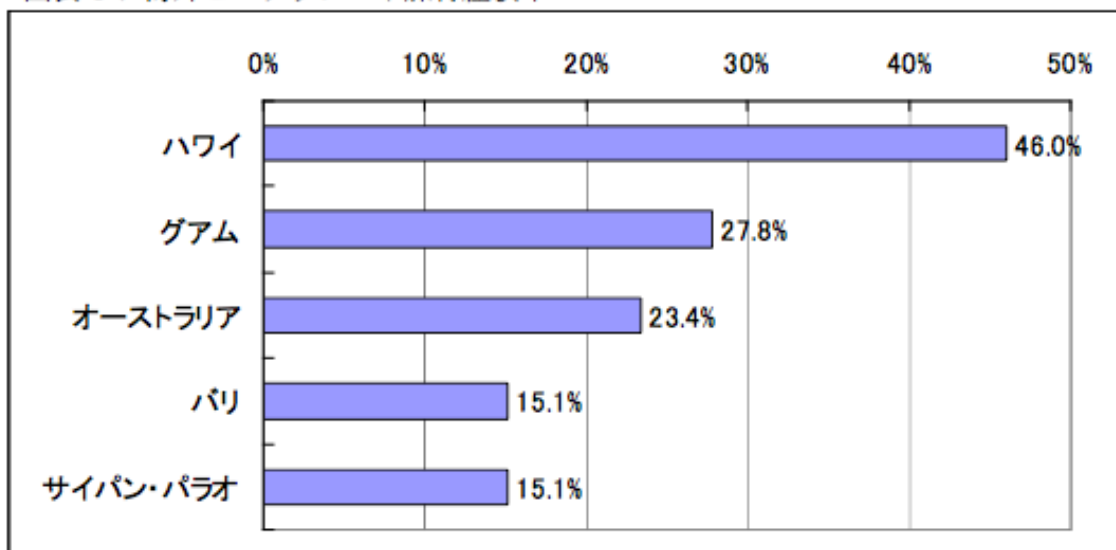
沖縄観光客の約半数はハワイを経験している、と言う事実。実質的に同じ顧客が、ハワイに行くと沖縄で使う額の2倍以上のお金を惜しげもなく使っている。沖縄でお金を使わないのは、使うだけの価値がないからだ。

図表 3-16 ハワイ旅行経験率

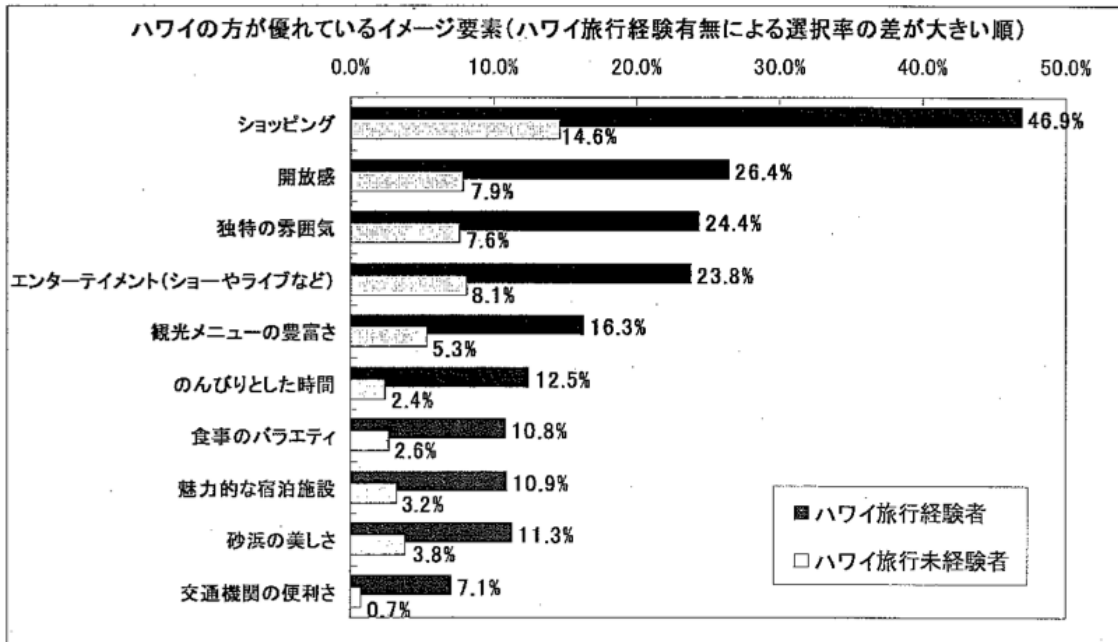


ハワイだけではない。沖縄に来ている観光客は、世界の一流リゾート地を既に見て、その水準を体験している人たちだ。彼らにごまかしはきかない。

図表 4-7 海外ビーチリゾート旅行経験率



ハワイを体験した顧客は、沖縄との格差をはっきり自覚して戻ってくる。ハワイ体験前と後では、沖縄との相対的な比較が圧倒的に高まっている。



(平成22年版観光要覧)

沖縄のリピーターは、「沖縄の」というよりも、「旅行体験の」リピーターである。ハワイなど他の観光地に優先して沖縄を選んでいるのではなく、海外により大きな魅力を感じながら、いわば二番手かつ近場で安価な訪問先として沖縄を選び分けている。今まで、沖縄の観光市場が不況期にそれほど大きなマイナスを被らなかった原因の一つでもある。不況期に、顧客は海外旅行をあきらめ、沖縄にシフトすると思われるからである。

図表 4-8 海外ビーチリゾート旅行経験率 (来沖回数別)

