

令和7年度 那覇市中心市街地商業等振興計画（仮称）策定調査業務
調査報告書

2026年3月

MoxyConsulting合同会社

目次

1. 業務概要	3p
2. 中心市街地の商環境に関する調査	14p
2.1 中心市街地の商環境に関する調査	14p
2.1.1 金融機関等に対するヒアリング調査	15p
2.1.2 基礎条件整理	23p
2.2 事業者・商店街振興組合等への調査	41p
2.2.1 中心市街地の事業者に対する調査	42p
2.2.2 商店街振興組合、通り会等への調査	62p
2.3 市民等の中心市街地の利用実態に関する調査	65p
2.3.1 市民へのアンケート調査	66p
2.3.2 来街者へのアンケート調査	86p
2.3.3 自治会、通勤者等へのヒアリング調査	103p
2.4 その他データの分析	111p
2.4.1 人流データの分析	112p
2.4.2 飲食店への口コミデータの分析	121p
3. 取りまとめ	129p
3.1 中心市街地の商業活性化に向けた課題と次期計画の方向性	130p

1

業務概要

1.1 業務の背景と目的

那覇市中心市街地商業等振興計画（仮称）策定調査業務の背景および目的は以下のとおり。

本業務の背景・目的

- 中心市街地は、戦後の闇市から発展し、現在も多くの来街者で賑わいを見せる那覇市の経済の中心地である。通りやエリアによって特性が異なり、独特の魅力あるまちを形成している。
 - 泉崎1丁目：役所や図書館、大型商業施設やホテルが立地。観光バスの発着も多い玄関口。
 - 久茂地1丁目、3丁目：小規模飲食店や店舗が立地。那覇文化芸術劇場などは一とが新設される等、新たな開発も進む。
 - 牧志1丁目、2丁目：国際通りに面し、小規模飲食店等が立ち並ぶ。住宅街や公園等の居住エリアも混在。
 - 牧志3丁目、松尾2丁目、：第一牧志公設市場が立地。市場本通り、平和通り等、小規模店舗がひしめき合い、通りごとに魅力あるまち並みを形成。学校や住宅地、大小の宿泊施設も混在。
 - 壺屋1丁目：陶芸品やカフェ等の店舗が壺屋やちむん通りに立地。焼き物のまちとして、伝統的・文化的なまち並みが形成されている。
 - 安里：近年の整備で夜にオープンカウンター席のある飲み屋街となる栄町市場等の地元客に人気のエリア。
- 一方、新型コロナウイルスの流行時には、来街者が急減し、観光客へ依存した産業構造の脆弱性が明らかになった。
- 現在は、通行量や観光客数も新型コロナウイルス流行前の水準まで復調傾向にあり、空き店舗数も減少しているが、新たに入居した飲食店等により、騒音、ゴミ等による住環境への悪影響も見られる。
- さらに、DXの推進、都市型MICEへの対応も求められている。
- 上記を踏まえ、本業務では、「那覇市中心市街地商業等振興計画（仮称）」の策定に向け、中心市街地の事業者等を対象とした調査や各種データを収集等の必要な基礎的調査を実施する。

1.2 現行計画との関係性

「那覇市中心市街地商業等振興計画(仮称)」は、「那覇市中心市街地の活性化に関する基本計画」を発展的に引き継ぎ、商業分野に重点を置いて策定される予定である。

現行計画 那覇市中心市街地の活性化に関する基本計画

計画期間

2016年度～2026年度

計画内容

計画の柱	主な事業内容
商業の活性化	中心市街地支援、3大祭り補助、プロ野球キャンプ関連、公設市場関連 など
市街地の整備改善	市街地再開発、那覇文化芸術劇場なはーと整備、道路新設改良、都市公園整備 など
まちなか居住の推進	農連市場地区市営住宅整備、住宅用省エネ設備補助 など
都市福利施設の整備	新文化芸術発信拠点施設整備、高齢者家賃債務保証制度関連 など
交通環境の整備促進	バス停上屋整備、交流オアシス整備、新交通システムの導入 など

主な検討材料

- 公共施設・インフラ、商業、居住、都市福利、交通等の各分野における問題が相互に絡み合う中心市街地において、その活性化に向けた取組を総合的かつ一体的に推進することを目的に策定。



新計画 那覇市中心市街地商業等振興計画(仮称)

2027年度～ 10年間を予定

計画の柱	主な事業内容
商業の活性化	商業活性化に関する分野に特化して、事業内容を強化・拡張
市街地の整備改善	市街地再開発等、那覇文化芸術劇場なはーと整備、道路新設改良、都市公園整備 など
まちなか居住の推進	農連市場地区市営住宅整備、住宅用省エネ設備補助 など
都市福利施設の整備	新文化芸術発信拠点施設整備、高齢者家賃債務保証制度関連 など
交通環境の整備促進	バス停上屋整備、交流オアシス整備、新交通システムの導入 など

- 本調査を通じて、検討材料を収集。
- 中心市街地に立地する事業者、利用者、都市空間の視点から、インタビュー、アンケート、人流データの分析等を実施し、それらをインプットとする。

1.3 業務の実施内容

那覇市中心市街地商業等振興計画（仮称）策定調査業務の実施内容は以下のとおり。

業務の全体像

1	各種調査設計	中心市街地商業等振興計画の構成検討
		論点整理・調査仮説の構築
		ヒアリングによるプレ調査
		プレ調査結果を踏まえた仮説ブラッシュアップ
2	基礎的条件整理	既存調査・計画を対象とした条件整理
		人流データを対象とした来街者分析
3	アンケート調査	個店に対するアンケート調査
		市民に対するアンケート調査
4	ヒアリング調査	個店に対するヒアリング調査
		通り会に対するヒアリング調査
		不動産業・銀行に対するヒアリング調査
		貴市関係課に対するヒアリング調査
		来街者に対するヒアリング調査
5	独自調査	自治会、市内通勤者に対するヒアリング調査
		飲食店の口コミを対象としたデータ分析
6	報告書の作成	調査を踏まえた課題・施策の方向性整理
		報告書の執筆、提出

1.4 調査の論点と調査実施内容との対応関係 1/5

本調査における論点と各種調査との対応関係を、以下のとおり整理した。

調査における論点と各調査との対応関係

視点	論点・問い	金融機関等ヒアリング	統計データ等基礎情報	事業者アンケート/ヒアリング	通り会ヒアリング	市民アンケート	来街者インタビュー	自治会等ヒアリング	人流データ	ロコミデータ	
中心市街地の商環境	産業構造はどのように変化しているか	事業者数は減少していないか	●	●							
		事業者の業種の構成や規模は変わっていないか	●	●						●	
		販売額は減少していないか	●	●							
	商環境はどのように変化しているか	地価・賃料は上昇していないか	●	●							
		土地や店舗は有効に使われているか	●	●							
		商業に活用できる空き地や公共空間は整備・活用されているか		●							
		中心市街地外部に競合する施設はあるか。	●	●				●			
		中心市街地には商業以外にどのような資源があるか		●							
		市民の集客の核となる機能は十分か		●				●			
		中心市街地へ、ストレスなくアクセスできるか	●	●				●			
		産業の新陳代謝は起きているか	●	●		●					
	産業の新陳代謝は起きているか	新規参入する事業者は増加しているか	●	●		●					
		新規参入している事業者はどのような業種、規模か	●	●		●					
		中心市街地に新たに新店可能な余剰はあるか	●	●		●					

1.4 調査の論点と調査実施内容との対応関係 2/5

本調査における論点と各種調査との対応関係を、以下のとおり整理した。

調査における論点と各調査との対応関係

視点	論点・問い	金融機関等ヒアリング	統計データ等基礎情報	事業者アンケート/ヒアリング	通り会ヒアリング	市民アンケート	来街者インタビュー	自治会等ヒアリング	人流データ	ロコミデータ
の中心市街地 商環境	産業の新陳代謝は起きているか	●		●						
	中心市街地以外に新規出店が増えている箇所はあるか	●								
商店街振興組合・通り会	共用施設は整備されているか	●			●					
	通り会は、まちの活性化や事業課題解決のためにどのような取組を行っているか	●			●					
	通り会の活動頻度はどの程度か。どのようにして意思決定を行っているか				●					
	通り会の活動原資は十分か				●					
	通りにおける独自の強みや、魅力は何か	●						●		
	通りの活性化や事業環境改善のために、通り会でどのような取組を行っているか	●				●				
	通りの活性化や事業環境改善のために、実施したいが実施できていないことはあるか。その理由は何か	●				●				

1.4 調査の論点と調査実施内容との対応関係 3/5

本調査における論点と各種調査との対応関係を、以下のとおり整理した。

調査における論点と各調査との対応関係

視点	論点・問い	金融機関等ヒアリング	統計データ等基礎情報	事業者アンケート/ヒアリング	通り会ヒアリング	市民アンケート	来街者インタビュー	自治会等ヒアリング	人流データ	ロコミデータ	
個店・事業者	個店の経営状況はどのように変化しているか	売上、利益率は減少していないか	●	●	●						
		来店客数は減少していないか		●	●						
		来店客の構成は変化しているか、変化に対応できているか		●	●				●		
	個店の経営状況はどのように変化しているか	客単価はどの程度か、個店にとって価格転嫁するうえでの阻害要因はなにか		●	●			●			●
		将来の事業を継続したい、成長させたいという意向はあるか			●						
	事業継続、成長に向けてどのような課題を抱えているか	人手は足りているか、どのような人材が不足しているか	●		●						
		資金繰りは安定しているか	●		●						
		投資的な活動ができているか	●		●						
		資金面の問題に対してどのような対策を行っているか	●		●						
		人材面の問題に対してどのような対策を行っているか	●		●						
課題解決のためにどのようなことに取り組んでいるか	経営課題解決のためにどのような取組を行っているか	●		●							
	経営課題解決のために取り組みたいが取り組めていないことはあるか	●		●							

1.4 調査の論点と調査実施内容との対応関係 4/5

本調査における論点と各種調査との対応関係を、以下のとおり整理した。

調査における論点と各調査との対応関係

視点	論点・問い	金融機関等ヒアリング	統計データ等基礎情報	事業者アンケート/ヒアリング	通り会ヒアリング	市民アンケート	来街者インタビュー	自治会等ヒアリング	人流データ	ロコミデータ	
市民・来街者	来街者の数や構成、行動は変化しているか	中心市街地の来街者数（店前の通行量）は減少していないか。	●						●		
		市民の来街数は減少していないか	●						●		
	来街者の数や構成、行動は変化しているか	来街者は、どのような属性や構成（性年代、居住地別、同伴者）で中心市街地に来訪しているか		●			●	●	●	●	
		来街者はどの程度の頻度で中心市街地を訪問するか					●	●	●		
		来街者は1回の訪問当たり、どの程度の時間・何店舗程度、訪問しているか					●	●	●	●	
		市民の利用時間、利用店舗数は減少しているか					●	●	●		
		利用者の訪問の主目的は何か（性年代、居住地別）					●	●	●		
		来街者の消費額はどの程度か、何に対してお金を使っているか。					●	●	●		
	新たな来街者、新たな消費行動を呼び込む伸びしろはあるか	来街者は中心市街地以外にどこを訪問しているか、その目的は何か					●	●	●	●	
		来街者は中心市街地以外に、何に、どの程度お金を使っているか					●	●	●		

1.4 調査の論点と調査実施内容との対応関係 5/5

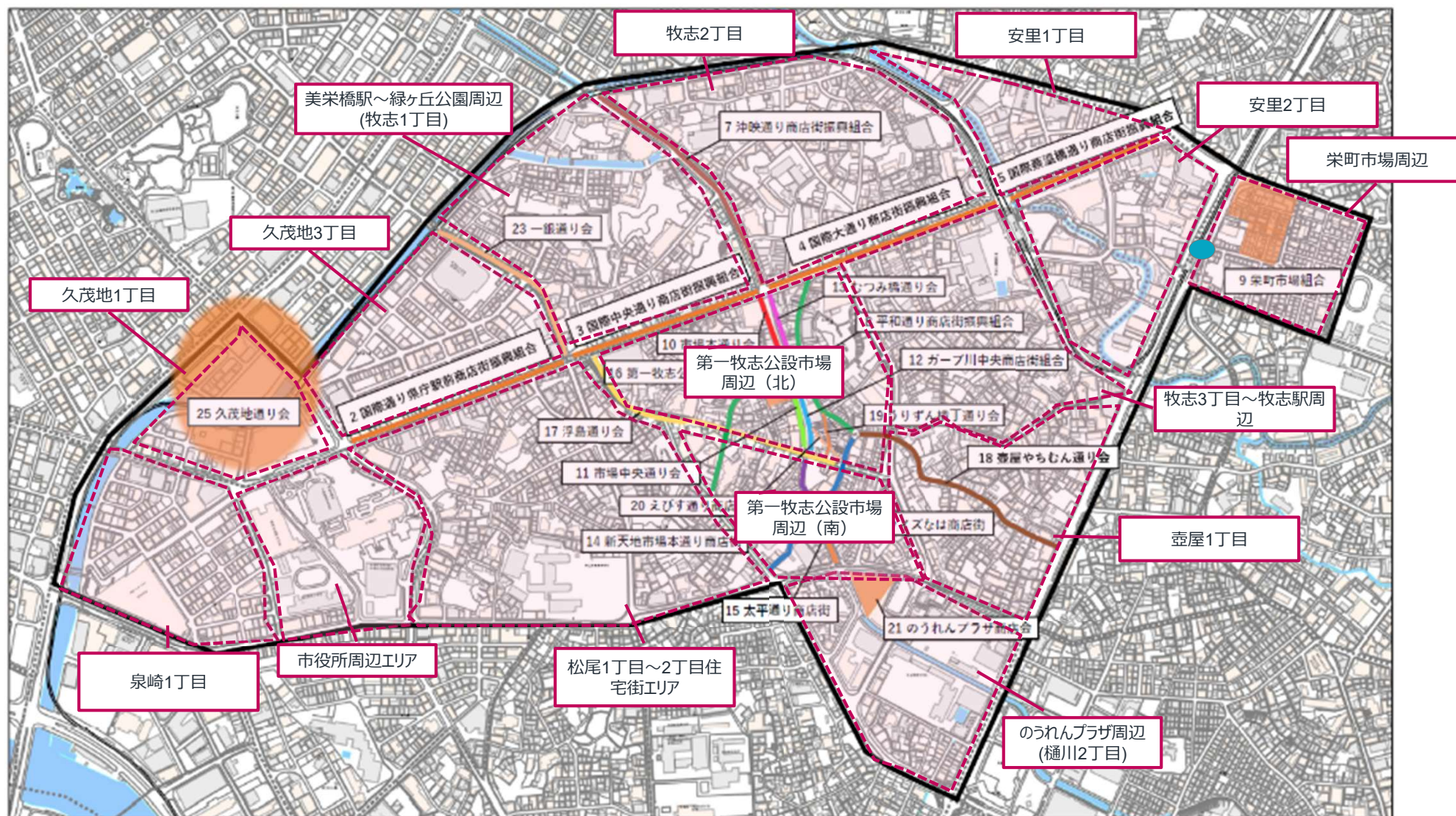
本調査における論点と各種調査との対応関係を、以下のとおり整理した。

調査における論点と各調査との対応関係

視点	論点・問い	金融機関等ヒアリング	統計データ等基礎情報	事業者アンケート/ヒアリング	通り会ヒアリング	市民アンケート	来街者インタビュー	自治会等ヒアリング	人流データ	ロコミデータ
市民・来街者	新たな来街者、新たな消費行動を呼び込む伸びしろはあるか	来街者は中心市街地以外で、何にしてお金を使っているか				●	●	●		
		来街者が「希望をかなえられなかったこと」はあるか。また、その理由は何か					●			
	新たな来街者、新たな消費行動を呼び込む伸びしろはあるか	来街者はいつ、どのように中心市街地へ訪問することを決めたか				●				
		中心市街地を訪問しない市民はどのような特徴を持つか				●				
		中心市街地を訪問しない市民はどこで、何にお金を使っているか				●				
住民の内訳・動向はどう変化しているか		中心市街地を訪問しない市民が消費する場所を選択する上で、重視していることは何か				●				
		中心市街地を訪問しない市民は、中心市街地に対してどのような印象を持っているか				●				
	住民の内訳・動向はどう変化しているか	中心市街地の人口はどの程度か	●					●		
	中心市街地の人口構成はどのように変化しているか		●					●		
	買い物環境や住環境に関する不満はあるか							●		

1.5 本事業の調査の地理的区分

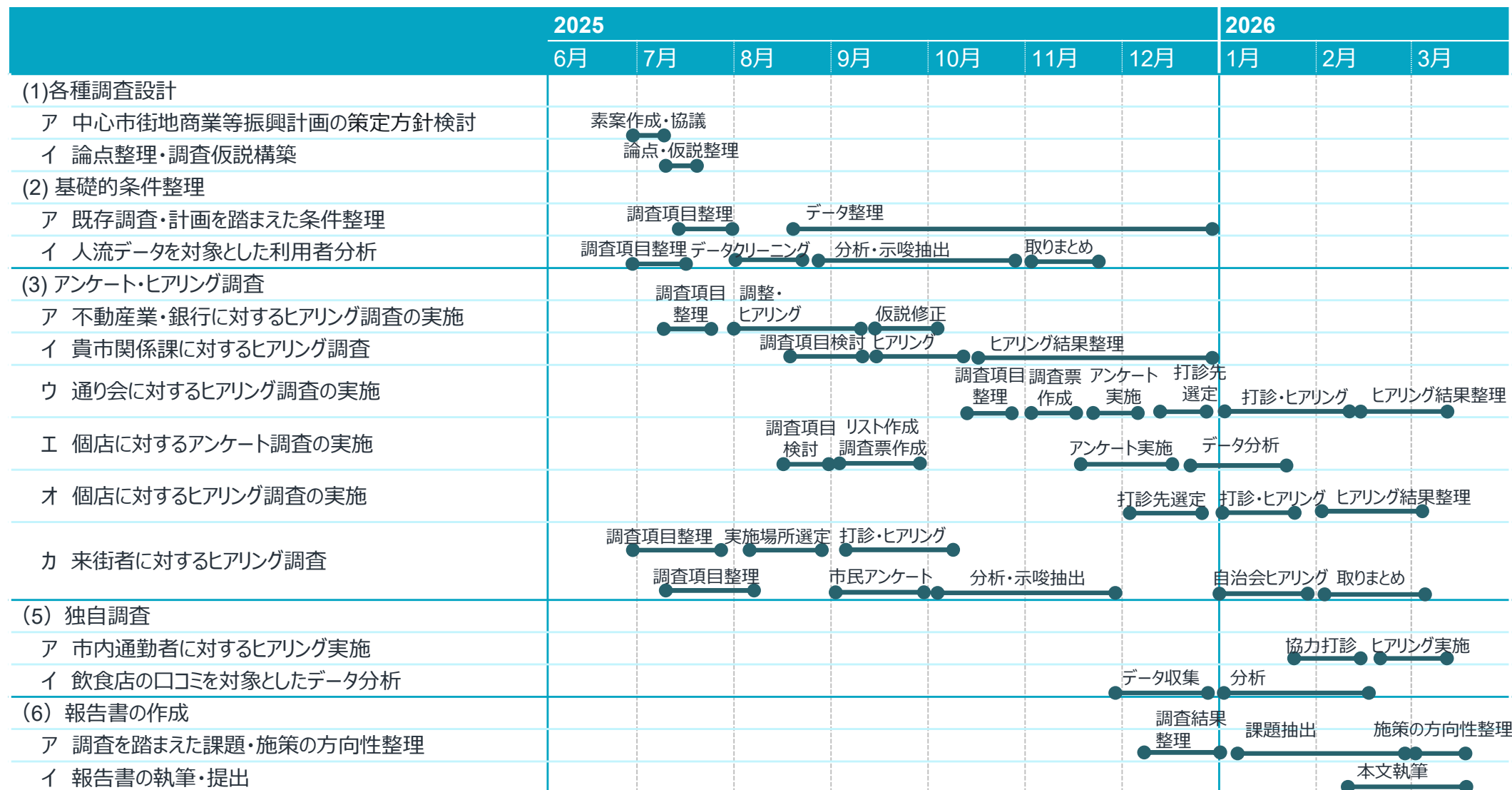
通り会の配置や町名等を参考に、本事業の調査対象である中心市街地の地理的区分を整理した。



1.6 スケジュール

那覇市中心市街地商業等振興計画（仮称）策定調査業務のスケジュールは、以下のとおり。

業務のスケジュール



2

中心市街地の商環境に関する調査

2.1 中心市街地の商環境に関する調査

2.1.1 金融機関等に対するヒアリング調査

(1) 調査概要

中心市街地の個店を支援する立場にある不動産事業者や金融機関等に対してヒアリングを実施することで、個店やの現状や中心市街地の商業環境・利用者の変化等、全体的な動向を把握した。

不動産業・金融機関等を対象とした調査

目的	中心市街地に立地する事業者の傾向、新規出店、閉業する個店等の傾向や事業に対する支援ニーズ等を把握する。
調査項目	<ul style="list-style-type: none">・新規参入／撤退している事業者の傾向（問い合わせ件数、業種等）・新規参入／撤退の理由・中心市街地への出店を希望する理由、選ばない理由・出店誘致に向けて想定される支援
対象	主に中心市街地の物件を管理する不動産業事業者、銀行（沖縄銀行、琉球銀行）
方法	<ul style="list-style-type: none">・個店の新規出店や事業継続を支援する、金融機関や不動産事業者へのヒアリングを実施。・1回1時間程度、ヒアリング先の希望に応じてオンライン又は対面で実施。

2.1.1 金融機関等に対するヒアリング調査

(2) ヒアリング結果等を踏まえた調査仮説 1/7

金融機関等に対するヒアリングや現地踏査調査を踏まえ、本調査における論点、仮説を以下のとおり整理した。

金融機関等に対するヒアリング等、事前調査を踏まえた論点・仮説

視点	論点・問い	金融機関等に対するヒアリング結果等を踏まえた仮説
中心市街地の商環境	産業構造はどのように変化しているか	<ul style="list-style-type: none"> 新型コロナウイルスの龍興寺に事業者数は減少したが、観光客数の回復に伴い、事業者数も回復傾向にある。 経営者の高齢化や経営不振を理由に廃業を検討していた個店が新型コロナウイルスを節目として廃業。その空き店舗に観光客向けの居酒屋や飲食店などが入居したことで、新型コロナウイルスの前後で個店の内訳が大きく変化している。
	事業者の業種の構成や規模は変わっていないか	<ul style="list-style-type: none"> 新型コロナウイルスの流行以前よりも観光需要が伸びたことで、観光関連の飲食、宿泊業の事業者が増加。 新型コロナウイルスの流行以前から同じ潮流があり、新型コロナウイルスで中断された流れが、流行収束後に強化されている。
	販売額は減少していないか	<ul style="list-style-type: none"> 事業者の二極化が進行。特に宿泊業の二極化は著しく、設備投資可能な資本力のある県外の事業者と資金力に乏しい昔から中心市街地に立地する宿泊業者で業績の好調・不調が分かれている。
	商環境はどのように変化しているか	<ul style="list-style-type: none"> 地価・賃料は上昇していないか 賃料は高騰しているが、高騰度合には濃淡がある。国際通り沿いが最も高く、高止まり気味、久茂地1丁目、3丁目急騰している。 居住区になっているアーケード街の2～3階部分の賃料は、他に比べて非常に安価。近年では居住向けから観光客への衣裳レンタルなどに貸し出されているケースもある。
	土地や店舗は有効に使われているか	<ul style="list-style-type: none"> 商店街の1階には空き店舗・空き地はほとんどなく、飲食業が撤退しても居抜きですぐに新たな飲食業が入居している。2階には服飾店や帽子屋などの縫製系の事業所や住居区がある。居住区の住民は建物のオーナーで、1階で事業を営んでいたが、引退し、1階部分を貸し出している。 久茂地や泉崎は比較的事務所利用が多かったエリアだが、飲食店など観光関連の個店が増えている。
	商業に活用できる空き地や公共空間は整備・活用されているか	<ul style="list-style-type: none"> 中心市街地では一般に流通して売買される土地はほとんどないが、県外事業者をはじめとした比較的大資本が一部地域で再開発を進めている。 新型コロナウイルスの流行期に広島不動産会社が久茂地や平和通りを中心とした地権者からの土地買収を進めたことで、新たに事業者が参入するスペースが生まれている。
中心市街地外部に競合する施設はあるか。	<ul style="list-style-type: none"> 市民は、昼間はおもろまち、パルコシティ等の比較的新しく開発された商業地で買い物をしている。夜は若者（主に男性、ビジネスマン）は松山や若狭などで飲食している。 かつては中心市街地にも映画館やアパレル、市場など昼間に地元民が飲食以外に楽しめるスポットがあったが、現在は観光客向けのスポットの割合が増え、中心市街地を利用する理由が薄れている。 	

2.1.1 金融機関等に対するヒアリング調査

(2) ヒアリング結果等を踏まえた調査仮説 2/7

金融機関等に対するヒアリングや現地踏査調査を踏まえ、本調査における論点、仮説を以下のとおり整理した。

金融機関等に対するヒアリング等、事前調査を踏まえた論点・仮説

視点	論点・問い	金融機関等に対するヒアリング結果等を踏まえた仮説	
中心市街地の商環境	商環境はどのように変化しているか	<ul style="list-style-type: none"> 中心市街地には商業以外にどのような資源があるか 市民の集客の核となる機能は十分か 中心市街地へ、ストレスなくアクセスできるか 	<ul style="list-style-type: none"> 久茂地及び泉崎にはオフィスが多数立地。このエリアは県外の事業者の事務所が多い。 那覇文化芸術劇場なはーとには一定の利用者があり、周辺の店舗への回遊につながっている。 市民にとって日常の夕食で利用するには価格が高く、混雑しすぎている。公設市場も観光地化し、市民の足が遠のいている。 国際通りの東側の入口から市役所付近までは一日中渋滞しており、自動車・バスともに移動のストレスが大きい。 歩行者においては、国際通りは久茂地～牧志駅までは人通りが多いが、牧志駅で宿泊先に戻る人が多いため、国際通りの終点付近（安里周辺）の人通りは少ない。
	産業の新陳代謝は起こっているか	<ul style="list-style-type: none"> 新規参入する事業者は増加しているか 新規参入している事業者はどのような業種、規模か 	<ul style="list-style-type: none"> 開業する事業所の数は新型コロナウイルスの流行以前の水準まで回復しているが、空き店舗が限られているため概ね頭打ち。 中心市街地において開業する業種は、飲食店・土産物店をはじめとした小売が特に多い。松尾、浮島通りの周辺では民泊の開業も一定数ある。 開業する事業者は観光客向けの飲食業が多くを占める。また、民泊を開業する事業者も増えている。 事業者の規模は県外資本のチェーン等と市内事業者で二極化している。市内で新たに開業した事業者は、売上1,000万円以下、従業員5人以下の小規模な事業者が多い。
	中心市街地に新たに新店可能な余地はあるか		<ul style="list-style-type: none"> 市内全体ではおもろまち等の他に新しく開発された地域へ事業者が増加する傾向がある。 国際通りは賃料が高いうえ空き物件も発生しないため新規出店はほとんどない。 中心市街地においては、再開発可能なエリア、再開発を進められる事業者が非常に限定的。大規模な再開発可能を進められるのは主に資本力のある県外の事業者。しかし、県外の事業者が再開発に参入しているエリアは久茂地付近が中心で、牧志や松尾、安里などのエリアは参入が困難。その理由は以下の点が指摘されている。 <ul style="list-style-type: none"> ①区画整理される以前に建物が建てられたことで、地権者が不明確なエリアが点在している ②土地が市場に出回っていないため買収が困難 ③県外の事業者への売却を避けている
	どのような経路で店舗を確保したか		<ul style="list-style-type: none"> 中心市街地のマチグラー付近では不動産仲介事業者からは情報が出回らず、知人等の紹介で物件情報が出回っている。
	中心市街地以外に新規出店が増えている箇所はあるか		<ul style="list-style-type: none"> 中心市街地の賃料高騰、人材難に伴って、資本に乏しい事業者は中心市街地を避けて新規出店している。 オフィス利用については、中心市街地から見た北東部（久茂地川以北）で増えている。 飲食店は中心市街地から見た南部で増えている。

2.1.1 金融機関等に対するヒアリング調査

(2) ヒアリング結果等を踏まえた調査仮説 3/7

金融機関等に対するヒアリングや現地踏査調査を踏まえ、本調査における論点、仮説を以下のとおり整理した。

金融機関等に対するヒアリング等、事前調査を踏まえた論点・仮説

視点	論点・問い	金融機関等に対するヒアリング結果等を踏まえた仮説	
商店街振興組合・通り会	共用施設は整備されているか	アーケードや店舗の老朽化しているのはどこか	<ul style="list-style-type: none"> アーケードがある通りは全般的に老朽化が進んでいるものの、平和通り、水上店舗、サンライズなどは商店街の周辺は古い店舗が多く、特に老朽化の影響が目立つ。
	通り会は、まちの活性化や事業課題解決のためにどのような取組を行っているか	通り会の加入店舗数ほどの程度か、新規店舗は加盟しているか	<ul style="list-style-type: none"> 加盟店舗数は県庁駅前振興組合を除いて減少傾向にある。 個店の入れ替えが激しく新規創業する個店が多いエリアが減少傾向で、フランチャイズやチェーン店は通り会に加盟しない割合が高い。
		通り会の活動頻度はどの程度か。どのようにして意思決定を行っているか	<ul style="list-style-type: none"> 事業主の高齢化や新規出店者が通り会の活動に消極的であること等により、通り会の活動の継続が難しくなっている。また、既存の活動においても昔から所属している通り会の構成員に負担が偏っている。
		通り会の活動原資は十分か	<ul style="list-style-type: none"> 会費収入はわずかで、アーケード等の保全や改修に費用を充当することはできない。
		通りにおける独自の強みや、魅力は何か	<ul style="list-style-type: none"> 振興組合として法人化している通り会は比較的組合全体での動き（イベントや景観整備など）を行っているが、法人化していない組合の活動には濃淡が大きく、思うように活動できていない。
		通りの活性化や事業環境改善のために、通り会でどのような取組を行っているか	<ul style="list-style-type: none"> エイサー祭の運営、イベントの企画運営、ゴミ収集などの共同発注、アーケードや街灯をはじめとした共用設備の修繕費の積み立て、クレームの受付などが主な機能。
		通りの活性化や事業環境改善のために、実施したいが実施できていないことはあるか。その理由は何か	<ul style="list-style-type: none"> 法人化している団体でも通り会加盟店舗の減少により会費収入が減り、実施したい取組ができていない。 会費徴収できていない団体もあり、そもそも財源がない。 沖縄県中小企業団体中央会には会員を増やしたいという相談が寄せられるが、会員を増やすには至っていない。 振興組合ではアーケードの修繕や街灯管理のために、会費とは別に共益費を徴収しようという話も挙がったが実行に移せていない。そのため、通り会に加盟していない個店はフリーライダーになっている。

2.1.1 金融機関等に対するヒアリング調査

(2) ヒアリング結果等を踏まえた調査仮説 4/7

金融機関等に対するヒアリングや現地踏査調査を踏まえ、本調査における論点、仮説を以下のとおり整理した。

金融機関等に対するヒアリング等、事前調査を踏まえた論点・仮説

視点	論点・問い	金融機関等に対するヒアリング結果等を踏まえた仮説
個店・事業者	個店の経営状況はどのように変化しているか	<ul style="list-style-type: none"> ・ 泉崎、久茂地エリアは地元客向け店舗が中心。新型コロナウイルス流行前までは集客できていたが、新型コロナウイルスの流行を機に集客が落ち込み、明けた以降も回復しきってはいない。それは、新型コロナウイルスの流行をきっかけに地元客の行動様式が変化し、飲み会の頻度、1回あたりの飲み会の時間や利用する店舗数が減少したことによるもの。 ・ 国際通り沿いのエリアは観光客向け店舗が中心。新型コロナウイルスの収束後の観光客数の回復により、利用客数、単価の平均は上がっている。しかし、内装等のリニューアルに資金をかけられる事業者とそうでない事業者との間で二極化が進行しており、資本の小さい事業者は依然資金繰りが厳しい。 ・ 栄町市場周辺は地元客と観光客のバランスに長けたエリア。安定した地元客からのニーズと伸びている観光客からのニーズの両方を取り込むことができている。 ・ のうれんプラザ周辺エリアは再開発時に見込んでいたほどの集客力を発揮できずに苦戦。地元客、観光客のいずれも客足が遠のいている。
	来店客数は減少していないか	
	来店客の構成は変化しているか、変化に対応できているか	
	客単価はどの程度か、個店にとって価格転嫁するうえでの阻害要因はなにか	
	将来の事業を継続したい、成長させたいという意向はあるか	
事業継続、成長に向けてどのような課題を抱えているか	人手は足りているか、どのような人材が不足しているか	<ul style="list-style-type: none"> ・ 新型コロナウイルス流行の際に、飲食や宿泊、小売業から人材が流出した結果、正社員比率が下がり、非正規社員の比率が上がっている。正社員として募集しても採用できない。 ・ 全般的に人手不足だが、採用できていない事業者と一定の採用ができている事業者の差は大きく、できていない事業者では定休日を増やさざるを得ないほどの影響が出ている。
	資金繰りは安定しているか	
	投資的な活動ができているか	
	資金面の問題に対してどのような対策を行っているか	
		<ul style="list-style-type: none"> ・ 平均では資金繰りは安定しつつあるが、実態としては価格転嫁に成功した個店とそうでない個店で二極化が進んでいる。 ・ 小規模な経営体（売上1,000万円、従業員数名の事業者）は高騰した人件費や賃料、材料費、ゼロゼロ融資の返済が経営を圧迫している。
		<ul style="list-style-type: none"> ・ 一部の資本力のある事業者（シティホテルや国際通り沿いの飲食、小売店など）は積極的に人や設備、システムなどに投資している。他方、小規模な事業者や資本力に乏しい事業者は手元資金を運転資金に充てており、投資はできていない。
		<ul style="list-style-type: none"> ・ 観光客をターゲットにしている事業者はサービスへの価格転嫁に成功し、材料や人件費の高騰を乗り切っているが、地元客をターゲットにしてきた事業者は価格転嫁を進められずにいる。 ・ 利益が挙がっていない事業者は、ゼロゼロ融資返済のリスクなどで延命しているが、抜本的な解決策を見いだせていない。

2.1.1 金融機関等に対するヒアリング調査

(2) ヒアリング結果等を踏まえた調査仮説 5/7

金融機関等に対するヒアリングや現地踏査調査を踏まえ、本調査における論点、仮説を以下のとおり整理した。

金融機関等に対するヒアリング等、事前調査を踏まえた論点・仮説

視点	論点・問い	金融機関等に対するヒアリング結果等を踏まえた仮説
個店・事業者	事業継続、成長に向けてどのような課題を抱えているか	<ul style="list-style-type: none"> 事業者規模の大小問わず、従業員の口コミ・勧誘で採用に至るケースが多い。その反面、自社から狙った人材へのアプローチや、採用手法に改善の余地が見られる。 利益を確保できている事業者は給与などの待遇や働きやすさ（残業が少ない、休みを取りやすいなど）を改善することで訴求力を高めている。
	建物の老朽化や住民の不満など、環境面での事業継続のリスクはあるか	<ul style="list-style-type: none"> 平和通りなどの路地やアーケード街の2階・3階には居住者がおり、1階にある店舗の騒音や酔客が生活に密接に関わる問題になっている。2階以上に住む住民の中には、元々1階で店舗を経営していた建物のオーナーがおり、高齢化によって引退し、店舗を貸し出している。
	課題解決のためにどのようなことに取り組んでいるか	<ul style="list-style-type: none"> 観光客をターゲットに定めている個店は価格転嫁に取り組むことで利益を確保し、賃上げや設備投資、デジタル化に対応している。
	経営課題解決のために取り組みたいが取り組めていないことはあるか	<ul style="list-style-type: none"> 地元客を失うのではないかと懸念から、価格転嫁に消極的になっている。 新都心の発展、観光客向けの業態の増加により、中心市街地から地元客が離れていることを認識していない、もしくは認識していたとしても、これまでにない環境の変化であるため、なにをすればよいかわからない。

2.1.1 金融機関等に対するヒアリング調査

(2) ヒアリング結果等を踏まえた調査仮説 6/7

金融機関等に対するヒアリングや現地踏査調査を踏まえ、本調査における論点、仮説を以下のとおり整理した。

金融機関等に対するヒアリング等、事前調査を踏まえた論点・仮説

視点	論点・問い	金融機関等に対するヒアリング結果等を踏まえた仮説
市民・来街者	来街者の数や構成、行動は変化しているか	<ul style="list-style-type: none"> • 平日夜の久茂地エリアの飲食店のほとんどは1～2組程度。また、外国人観光客もほとんど見られない。 • 国際通りは観光客（特にアジア系のインバウンド）の人通りが多い。平和通りも利用客が多い。そこから通りを1～2本入った路地では人通りが極端に少ない。 • 公設市場の利用者はほとんどが観光客で地元客の利用は少ない。 • 以下、エリア別の特徴 <ul style="list-style-type: none"> -平和通り：比較的大きい店舗が多く、チェーン店も多い -水上店舗周辺：夜10時には9割の店が閉まっている。日中は土産物を買うエリアとして機能している -松尾：古い住宅が立ち並ぶ。8千円～1.2万円／泊の価格帯の比較的新しいホテルやマンションが増えているため宿泊利用の観光客が多い -サンライズ商店街：地元向けの商売をしている個店が多い
	中心市街地の来街者数（店前の通行量）は減少していないか。	
	市民の来街数は減少していないか	
	来街者は、どのような属性や構成（性年代、居住地別、同伴者）で中心市街地に来訪しているか	
	来街者はどの程度の頻度で中心市街地を訪問するか	
	来街者は1回の訪問当たり、どの程度の時間・何店舗程度、訪問しているか	
	市民の利用時間、利用店舗数は減少しているか	
	利用者の訪問の主目的は何か（性年代、居住地別）	
	来街者の消費額はどの程度か、何に対してお金を使っているか。	
	新たな来街者、新たな消費行動を呼び込む伸びしろはあるか	
	来街者は中心市街地以外にどこを訪問しているか、その目的は何か	
	来街者は中心市街地以外に、何に、どの程度お金を使っているか	
	来街者は中心市街地以外で、何に対してお金を使っているか	
	来街者が「希望をかなえられなかったこと」はあるか。また、その理由は何か	
	来街者はいつ、どのように中心市街地へ訪問することを決めたか	
	中心市街地を訪問しない市民はどのような特徴を持つか	
	中心市街地を訪問しない市民はどこで、何にお金を使っているか	
	中心市街地を訪問しない市民が消費する場所を選択する上で、重視していることは何か	
	中心市街地を訪問しない市民は、中心市街地に対してどのような印象を持っているか	

2.1.1 金融機関等に対するヒアリング調査

(2) ヒアリング結果等を踏まえた調査仮説 7/7

金融機関等に対するヒアリングや現地踏査調査を踏まえ、本調査における論点、仮説を以下のとおり整理した。

金融機関等に対するヒアリング等、事前調査を踏まえた論点・仮説

視点	論点・問い	金融機関等に対するヒアリング結果等を踏まえた仮説
市民・来街者	住民の内訳・動向 中心市街地の人口はどの程度か はどう変化しているか	<ul style="list-style-type: none"> 中心市街地内の人口は微減。 住居が古く連棟になっていることから建て替えなども困難な宅地が多いため、自然減が上回っている。
	中心市街地の人口構成はどのように変化しているか	<ul style="list-style-type: none"> 古くから住んでいる人が多く、高齢化が進んでいる。 アーケードのある商店街の2階以上の部分にはオーナーが住んでいるケースが多い。所有権の代替わりに伴い、相続した子などが居住用から事業用に賃貸するケースもみられることから、アーケード街の居住地は縮小する可能性がある。
	買い物環境や住環境に関する不満はあるか	<ul style="list-style-type: none"> 問題はいくつかのタイプに分類される。 ①アーケード街の2、3階が居住用物件になっているため、朝の登校や通勤時にまだ酔客がいたり、下の階から騒音が聞こえてきたりといった生活に密接した問題が頻発する ②大音量で音楽を流す、大声で会話して騒ぐなど騒音を立てる店舗がある ③暗がりなどでは立小便や嘔吐している酔客がみられる ④路面沿いの店が公道に商品を陳列しているため道幅が狭くなっている 等

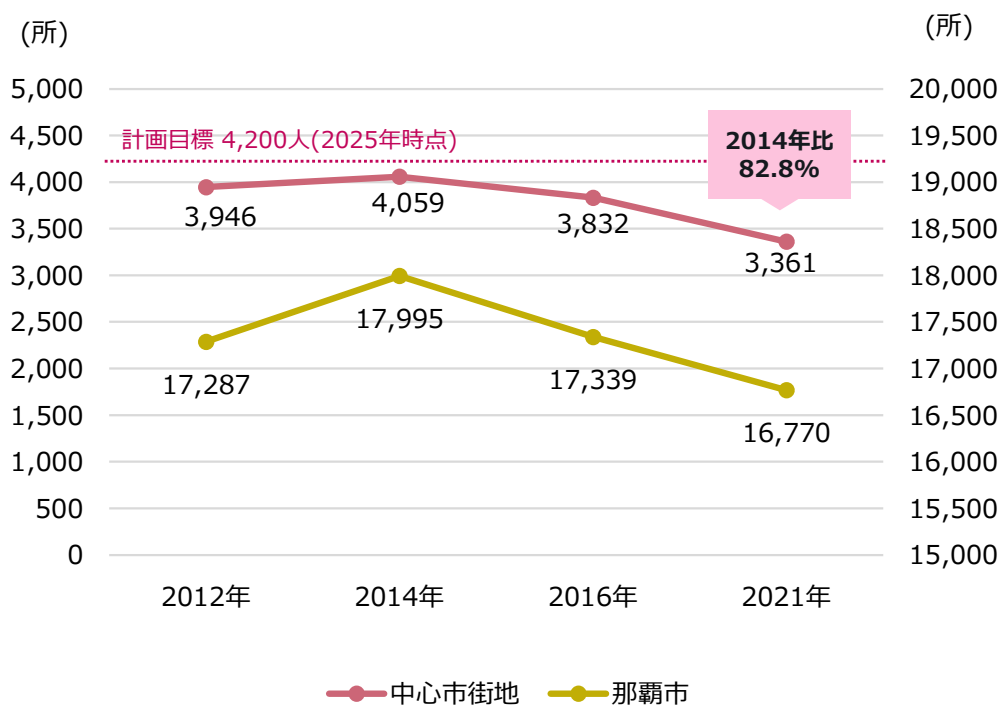
2.1.2 基礎条件整理

(1) 中心市街地の事業所数、従業員数は減少していないか

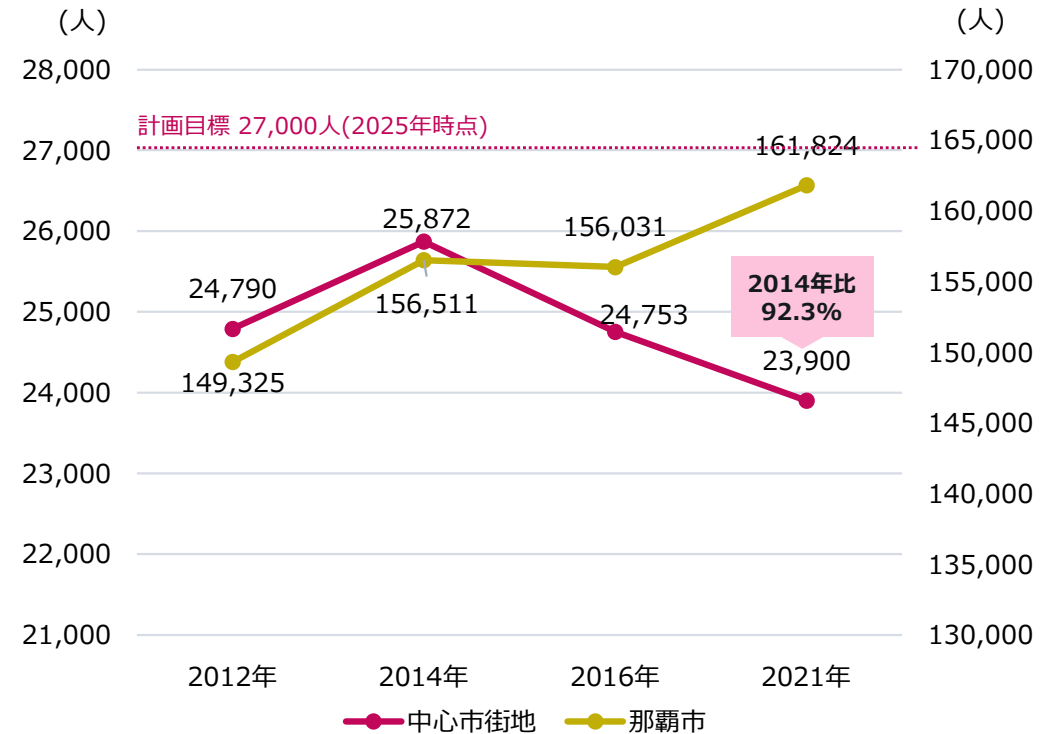
中心市街地の事業者数および従業者数は、2014年から2021年にかけて減少している。従業者数は那覇市全体で増加傾向だが、中心市街地では減少した。

中心市街地の事業所の2014年から2021年にかけての減少率は17.2%、従業者数の減少率は7.7%であり、事業者数の減少率が大きかった。ただし2026年に実施予定の経済センサスでは状況が変化している可能性がある。

中心市街地の事業所数の推移



中心市街地の従業員数の推移



※出典:那覇市統計書より作成

※「中心市街地」は右の丁目単位の合算：泉崎(一)、久茂地(一),(三)、牧志(一),(二),(三)、松尾(一),(二)、樋川(二)、壺屋(一)、安里(一),(二)、字安里

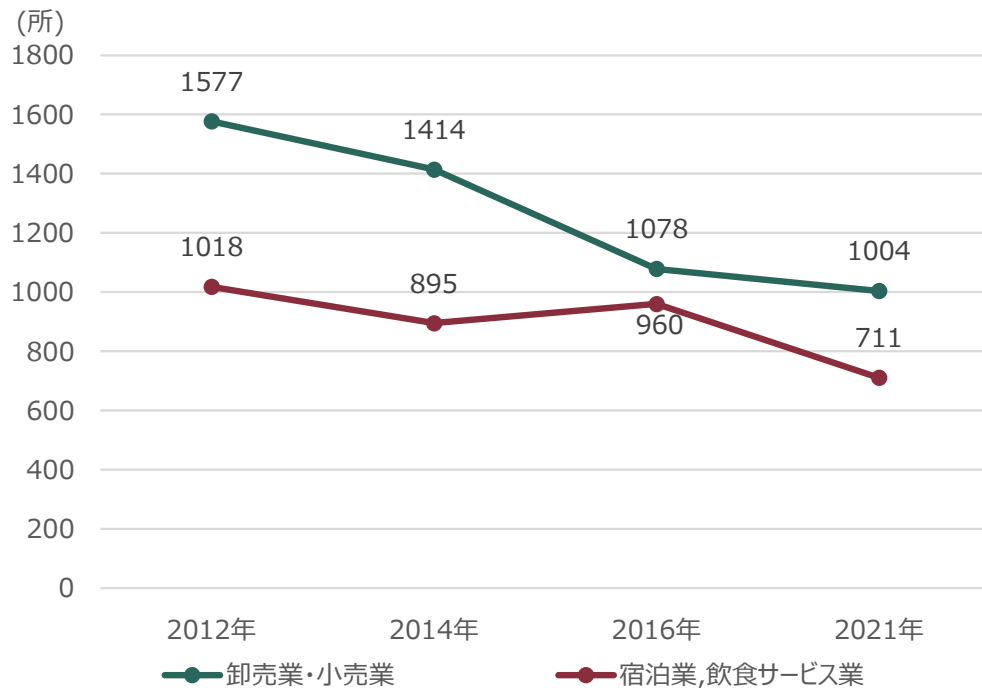
2.1.2 基礎条件整理

(2) 業種の構成や規模は変わっていないか

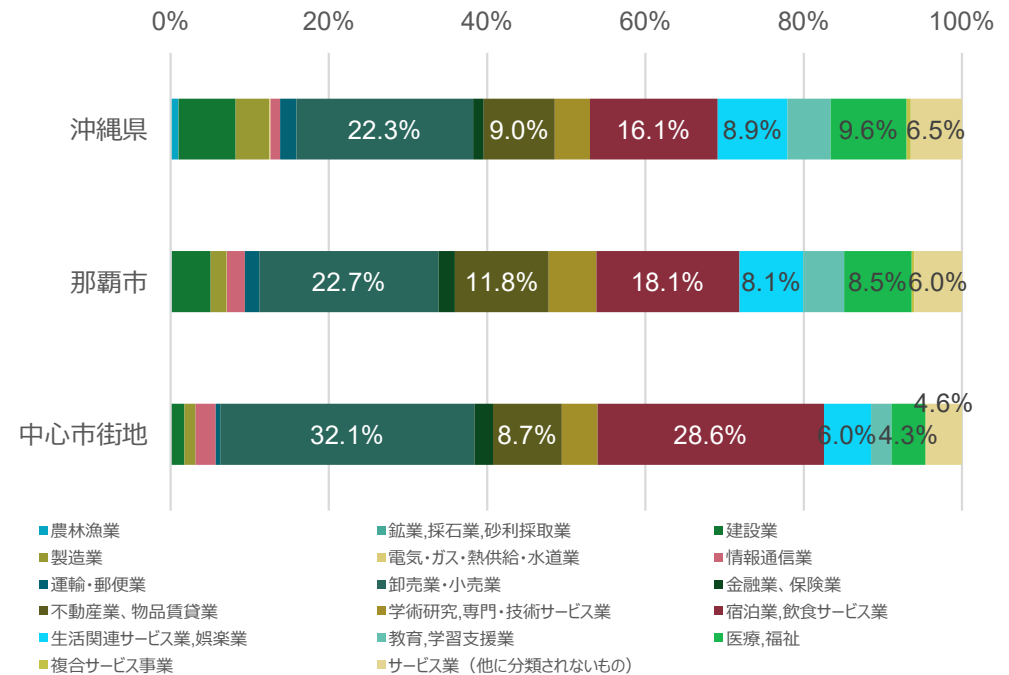
2014年から2021年にかけて、「卸売,小売業」および「宿泊業,飲食サービス業」の事業所の減少が続いている。卸売、小売業や宿泊業、飲食サービス業等は減少傾向にあったが、金融機関等のヒアリングによれば新型コロナウイルスの収束後は飲食サービス業などは増加している可能性がある。

業種別の事業者数に関して、那覇市全体と比較して中心市街地は「卸売,小売業」および「宿泊業,飲食サービス業」の割合が10pt程度高く、合わせて60%程度を占める。

中心市街地の業種別事業所数



中心市街地の業種別事業所割合(2021年)



※出典:経済センサス、及び那覇市統計書より作成

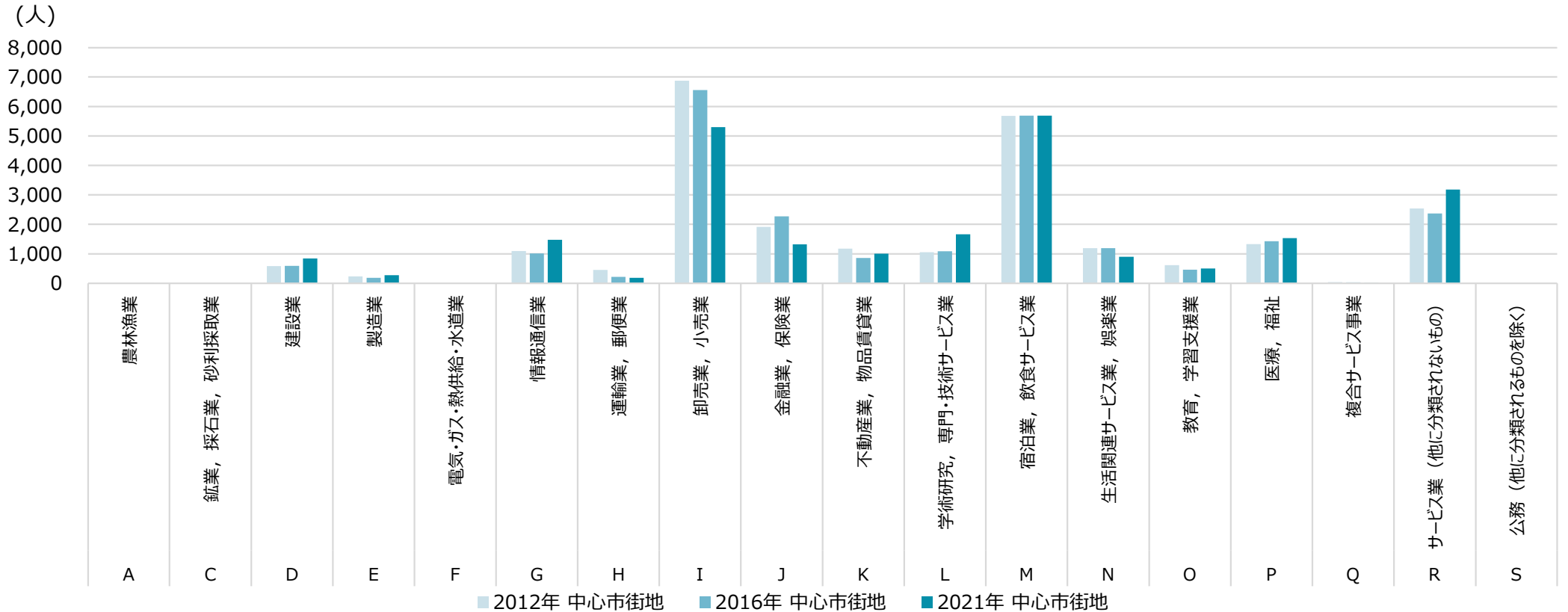
※「中心市街地」は右の丁目単位の合算：泉崎(一)、久茂地(一),(三)、牧志(一),(二),(三)、松尾(一),(二)、樋川(二)、壺屋(一)、安里(一),(二)、字安里

2.1.2 基礎条件整理

(2) 業種の構成や規模は変わっていないか

業種別従業員数でみると、「卸売業,小売業」、「宿泊業,飲食サービス業」、「その他サービス業」の従業員数が多い。「卸売業,小売業」の従業員数は2,000人程度減少しており、宿泊業、飲食サービス業の横ばいで推移している。全体の数は少ないが、情報通信産業、医療・福祉、その他サービス業は増加し、生活関連サービスや金融,保険業は減少した。

中心市街地の業種別従業員数の推移



※出典:経済センサス、及び那覇市統計書より作成

※「中心市街地」は右の丁目単位の合算：泉崎(一)、久茂地(一),(三)、牧志(一),(二),(三)、松尾(一),(二)、樋川(二)、壺屋(一)、安里(一),(二)、字安里

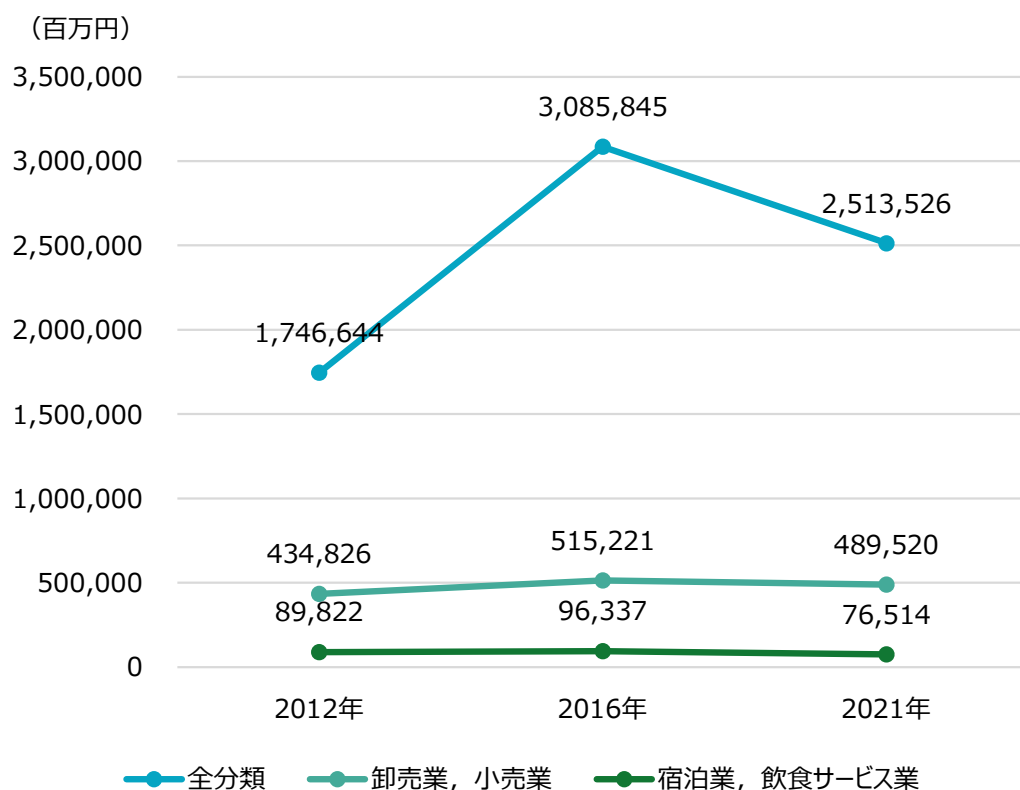
2.1.2 基礎条件整理

(3) 販売額・利益は減少していないか

那覇市全体の販売額に関しては、2012年から2016年にかけて上昇し、その後、減少している。全業種の販売額は2012年から2021年にかけて43.9%の増加、卸売業、小売業は12.6%の増加であったが、宿泊業、飲食サービス業の販売額は14.8%減少した。

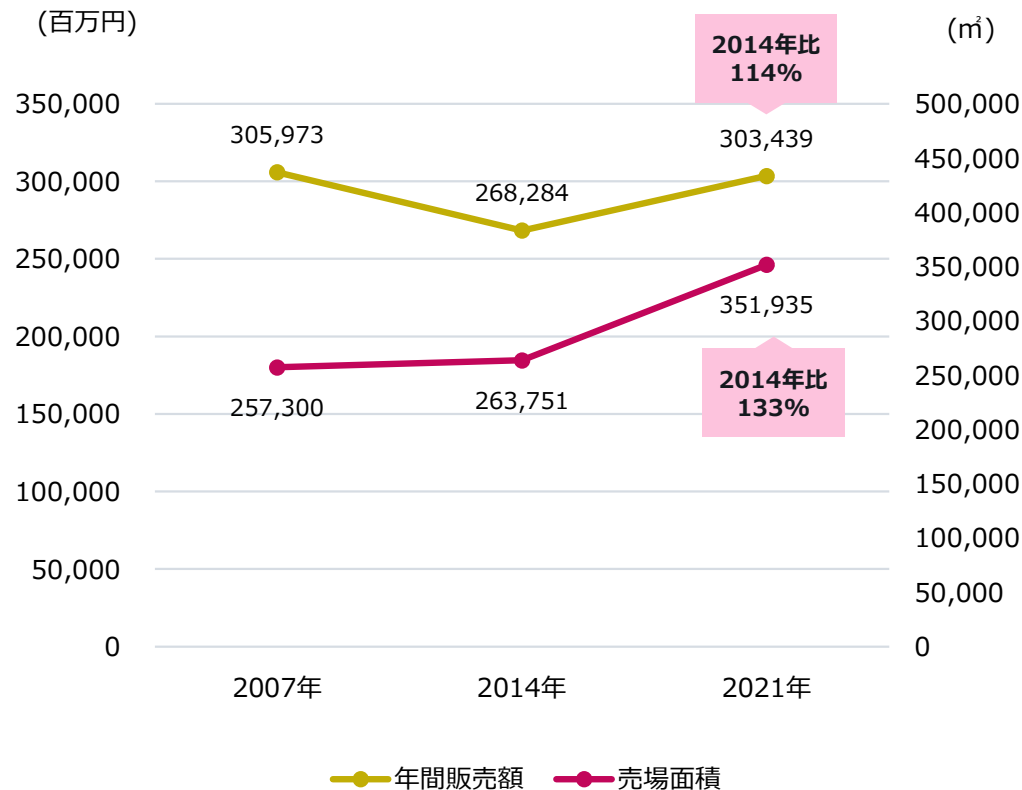
那覇市の小売売場面積、小売販売額は、2014年から2021年にかけて上昇した。売場面積の増加幅に対して販売額の上昇幅が比較的小さいため、面積当たりの販売額は減少しているものと考えられる。

那覇市の業種別販売額（企業あたり）の推移



※出典: RESASより作成

那覇市の小売売場面積、小売販売額の推移



※出典: 那覇市統計書より作成

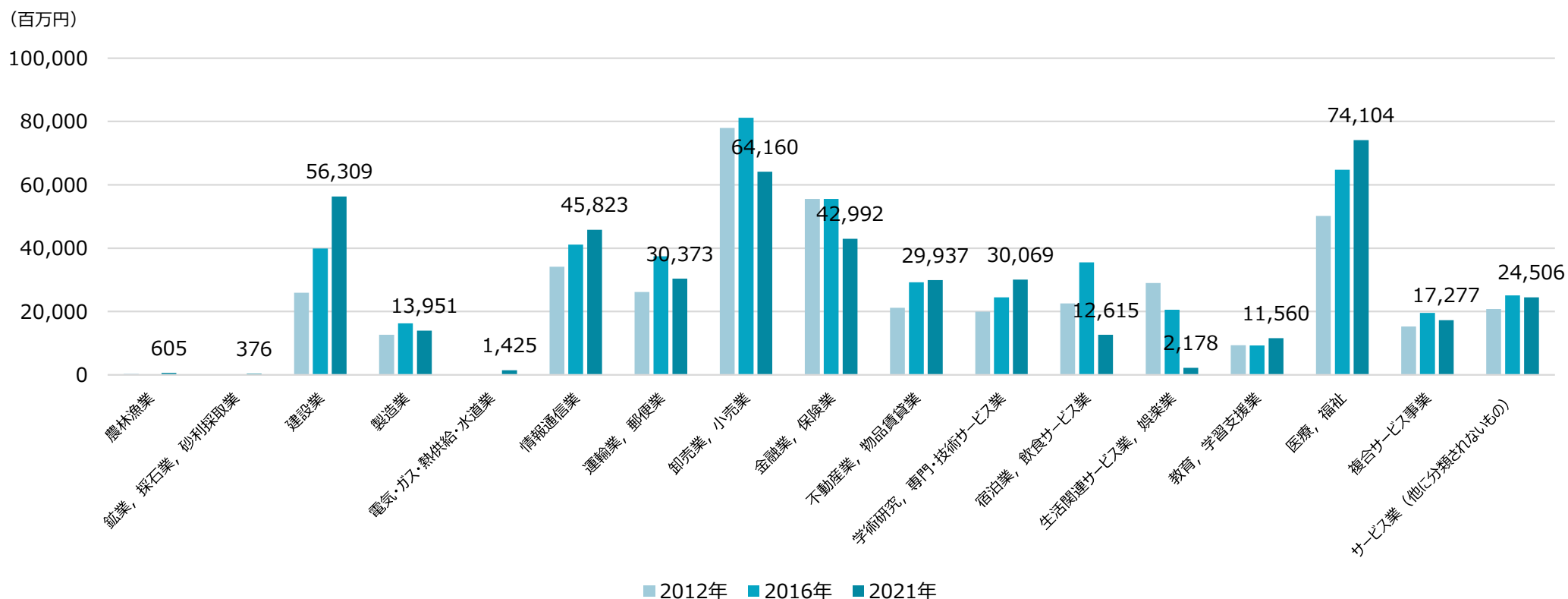
2.1.2 基礎条件整理

(3) 販売額・利益は減少していないか

2021年の那覇市全体で業種別の付加価値額については、医療・福祉が最も高く、次いで卸売業、小売業、建設業の順に高く、宿泊業、飲食サービス業は従業員規模に比べて、業種別の付加価値額が低い。

経年で見ると、建設業や情報通信産業、不動産業、医療・福祉は付加価値額が上昇しているが、卸売小売業、宿泊サービス業、生活関連サービス業等は低下しており、卸売業や小売業、宿泊業、飲食サービス業等の中心市街地に多い業種では、付加価値額が減少している。

那覇市の業種別付加価値額の推移



※出典：RESASより作成

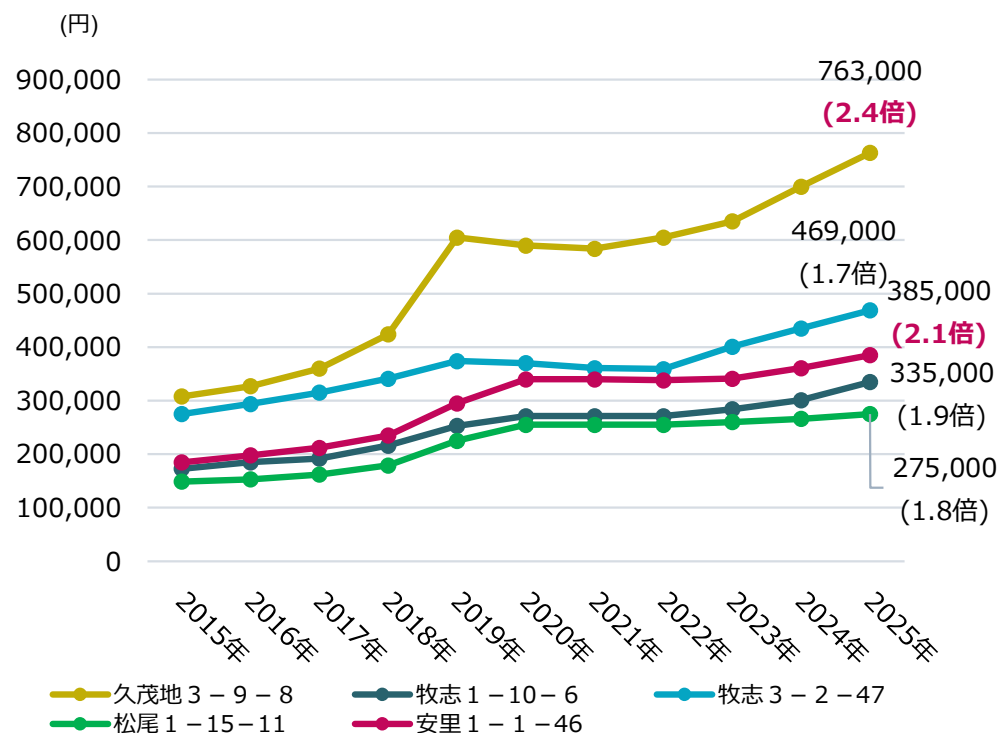
2.1.2 基礎条件整理

(4) 地価・賃料は上昇していないか

中心市街地の地価は10年間上昇を続けており、特に久茂地や安里では、10年間で1㎡当たりの土地単価が2倍以上に上昇している。土地価格の上昇に伴って、駐車場や家賃等の上昇が想定され、中心市街地の事業者の利益率や来街者の滞在コスト等に影響を与える可能性がある。

県が県内の商店街振興組合、通り会等を実施したアンケートでは、2023年時点での那覇市内の商店街等の空き店舗率は2020年と同水準の8.6%と減少傾向にあり、全国水準と比較しても空き店舗が少ない。新規の出店希望者が空き店舗を見つけることが難しいために、新規で小売業や卸売業を延ばす余力が少ない状況であると推察される。

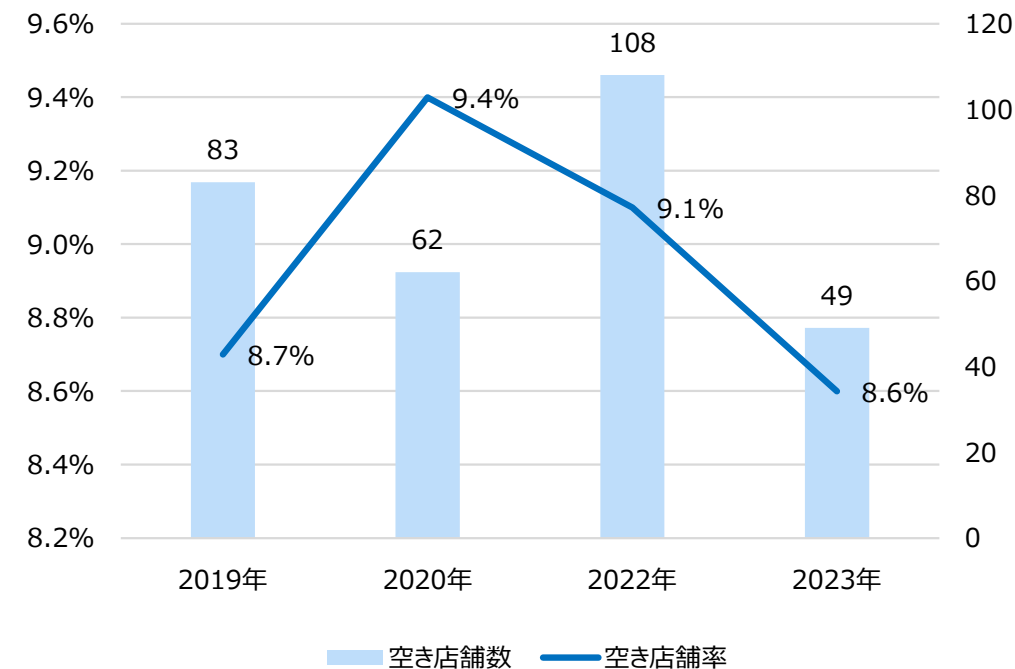
地価調査基準地の標準価格の推移(1㎡あたり)



※出典:那覇市統計書より作成

※括弧内の数字は、2015年の価格に対する2025年時点の倍率

那覇市の商業振興組合等の空き店舗率



※出典:沖縄県 商店街実態調査結果報告書より作成

2.1.2 基礎条件整理

(5) どのような土地利用方針が示されているか

都市計画マスタープランでは、中心市街地における商業地区は、久茂地3丁目、国際通りや第一牧志公設市場周辺の商店街、のうれんプラザ、さいおんスクエア、栄町市場の周辺に設定されている。泉崎一丁目、久茂地一丁目は業務地区、松尾、緑ヶ丘公園周辺、牧志3丁目や安里、壺屋は中高層住宅地区とされているが、低層住宅が立ち並ぶエリアも見られ、今後も住宅等の更新が今後進み、住民構成が変わる可能性がある。

那覇市都市計画マスタープランにおける中心市街地の土地利用等の方針

【土地利用方針】

- ・交通の利便性を活かしたまちなか居住の推進
- ・県都那覇における商業・業務拠点の形成
- ・魅力的なオープンスペースの創出による土地の高度利用の推進

那覇中央地域の土地利用方針図



土地利用			
低層住宅地区	地域型生活サービス地区	都市型リゾート地区	集落環境保全
低中層住宅地区	近隣型商業サービス地区	流通・産業地区	都市公園等
中高層住宅地区	商業サービス地区	地域内幹線沿道地区	学校等(白枠)
住宅団地地区	業務地区	幹線沿道地区	モノレール

※凡例は各地域共通

※出典:那覇市都市計画マスタープランより抜粋

2.1.2 基礎条件整理

(5) どのような土地の利用方針が示されているか

中心市街地では、トランジットモールの拡充や、地元客や観光客が快適に歩ける歩行空間の整備等が掲げられている。また、LRTの導入が計画されており、駅周辺のまちづくりが進む可能性がある。

那覇市都市計画マスタープランにおける中心市街地の土地利用等の方針

【交通体系の方針】

- ・トランジットモールの拡充など、交通の面からまちの活性化を支えるための施策展開
- ・住宅地内における安全安心で快適な交通環境の創出
- ・地元客や観光客が快適に歩ける歩行空間の整備
- ・まちづくりと一体となったLRTなどの基幹的公共交通システムの導入
- ・多様な移動手段の利用環境の向上・充実
- ・都心部へのクルマの乗り入れ抑制
- ・鉄軌道を含む新たな公共交通システム導入との連携
- ・貸し切りバスの乗降場所や待機場所の適正化の推進

那覇中央地域の交通体系方針図



※凡例は各地域共通

公共交通

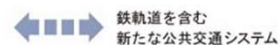


モノレール

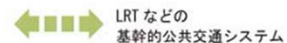
将来公共交通ネットワーク



公共交通軸

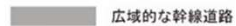


鉄軌道を含む
新たな公共交通システム



LRTなどの
基幹的公共交通システム

道路



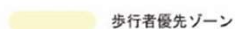
広域的な幹線道路



地域の幹線道路



主要な生活サービス道路



計画・構想道路



トランジットモール



歩行者優先ゾーン



歩行者優先道路



シンボルロード



地域の顔となる道路

交通結節点



交通拠点



パーク&ライド



ライド&ライド

※出典:那覇市都市計画マスタープランより抜粋

2.1.2 基礎条件整理

(5) どのような土地利用方針が示されているか

壺屋やマチグーの魅力を活かした景観整備、公園や水辺等の公共空間を活かした賑わい創出等が進められている。また、マチグーの中心部は浸水リスクのあるエリアが含まれており、まちの基盤改善とともに、浸水リスクへの対策等が進められることが想定される。

那覇市都市計画マスタープランにおける中心市街地の土地利用等の方針

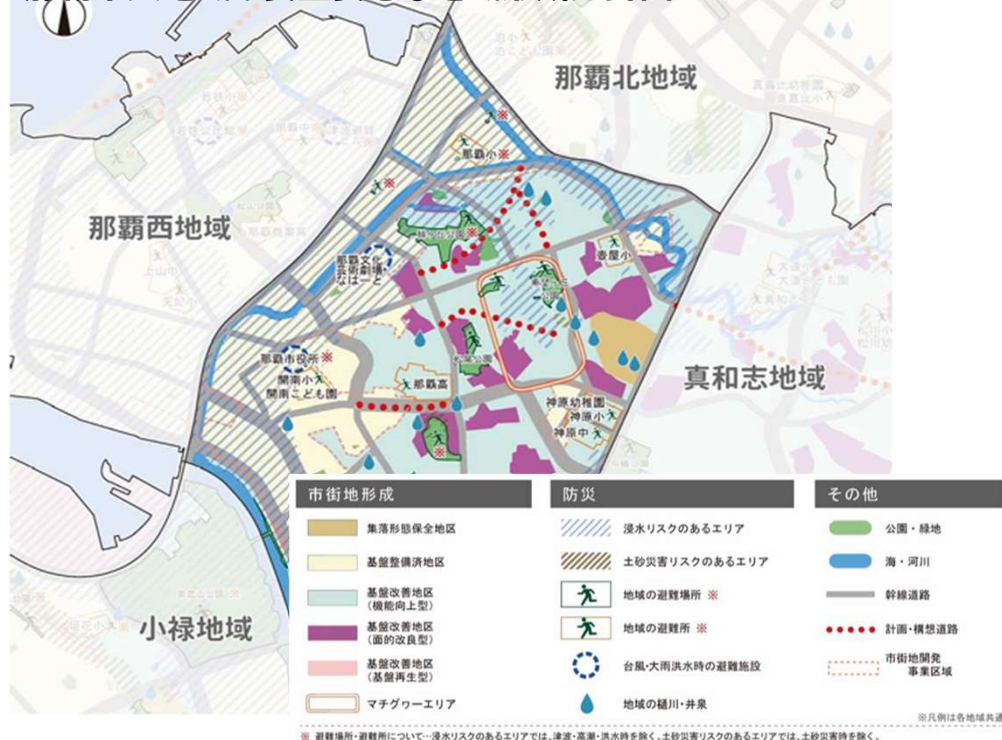
【安全安心な地域形成の方針】

- ・壺屋の集落形態の保全と歴史・文化がきたやちむんの里づくり
- ・密集市街地の改善による都市型住宅地の形成
- ・マチグーの魅力を残した市場の再生

【暮らしと交流の方針】

- ・公園のアプローチの向上と柔軟な利用によるにぎわいの創出
- ・水辺空間の親水化とプロムナード化
- ・壺屋の歴史的・伝統的な景観整備の推進
- ・歴史・文化遺産などの保全とネットワーク化
- ・国際通りとマチグーなどの商業地のにぎわい景観の形成

那覇中央地域の安全安心な地域形成方針図



那覇中央地域の暮らしと交流方針図



※出典:那覇市都市計画マスタープランより抜粋

2.1.2 基礎条件整理

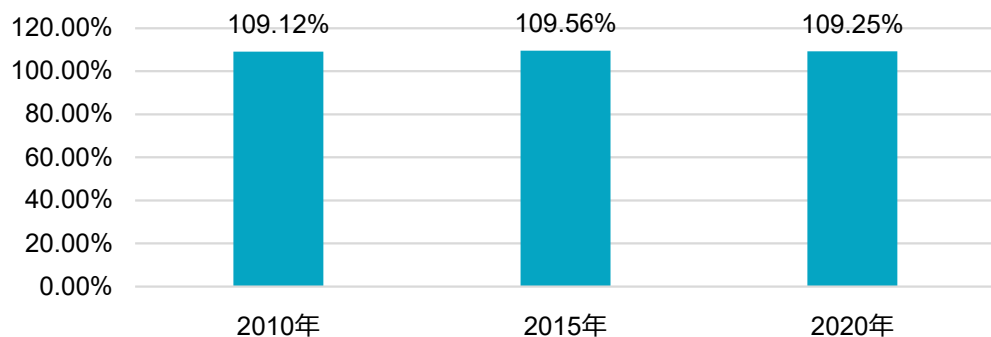
(6) 中心市街地へ、ストレスなくアクセスできるか

那覇市の昼夜間比率に関しては、10%程度で周辺の市町から昼の時間帯に那覇市内へ流入する傾向がある。

那覇市に居住する人の通勤時間に関しては、住み込み～30分未満の場所で働いている人が70%弱と多く、極端に通勤時間がかかっているとは言えない。国際通りの混雑率に関しては、2010年、2015年共に高い水準であるが、2021年には1.09まで減少し、混雑は緩和されていた。

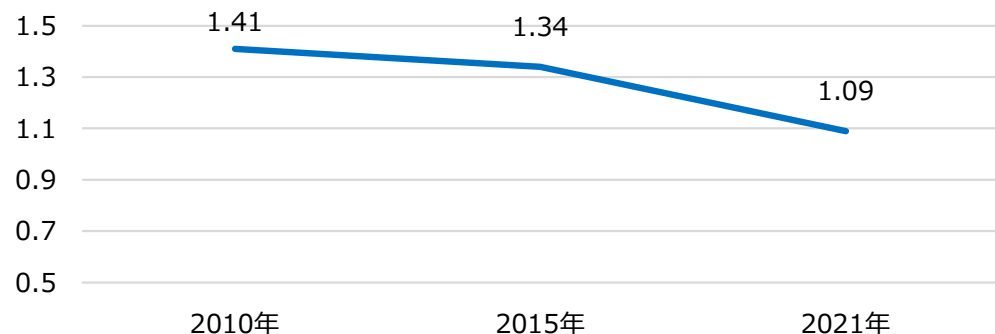
周辺市からの通勤客で那覇市までのアクセスにおいて渋滞することや休日に来街した際に普段と違う場所に駐車しなければならない場合に駐車場が見つからないこと等が、中心市街地の交通アクセスへの不満につながっている可能性がある。

那覇市の昼夜間人口比率



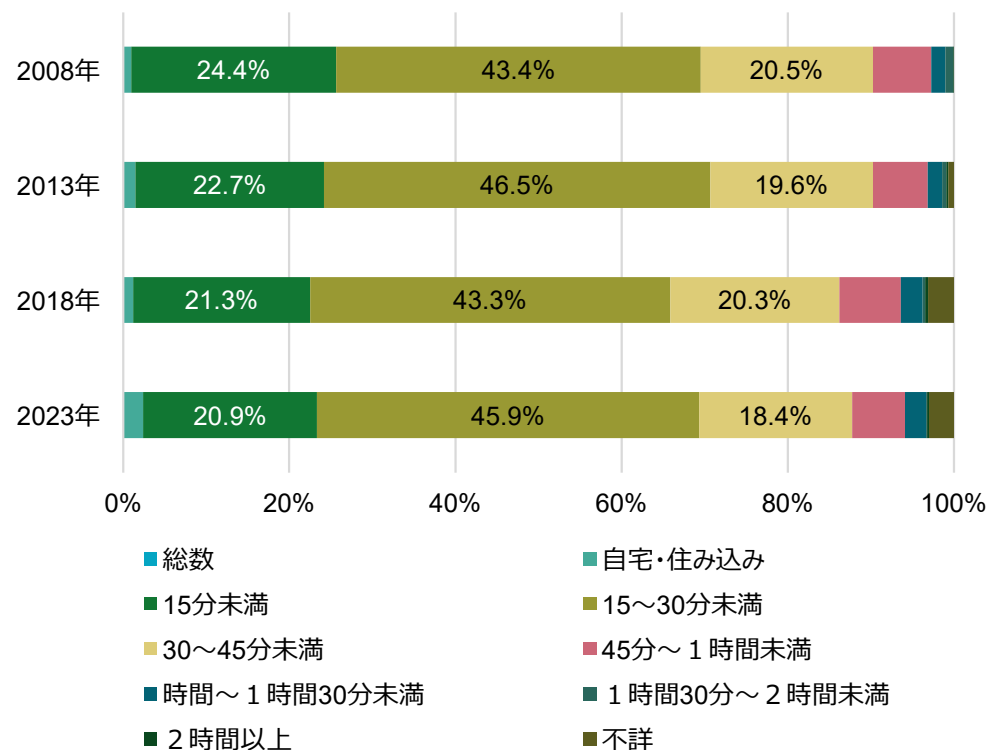
※REASASより作成

国際通り（県道39号）の混雑度



※出典:全国道路・街路交通情勢調査 一般交通量調査より作成

那覇市の通勤時間



※出典:住宅・土地統計調査より作成

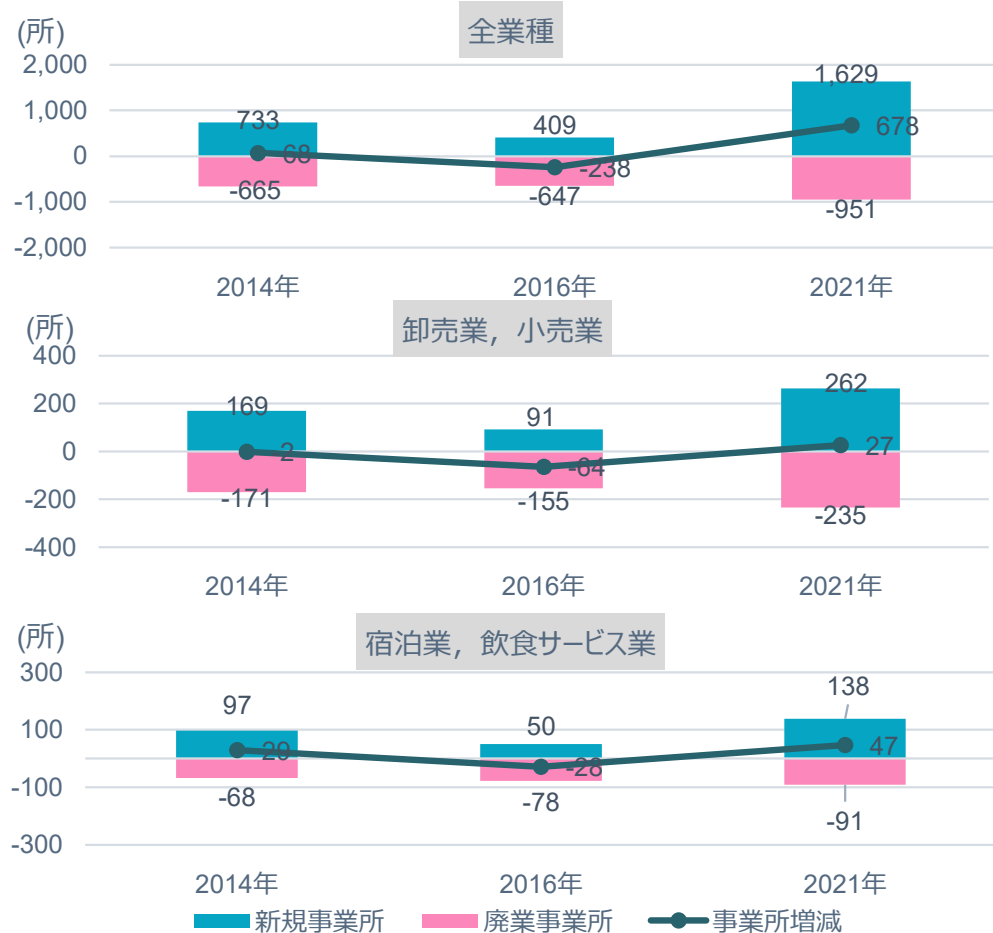
2.1.2 基礎条件整理

(7) 新規参入する事業者は増加しているか


那覇市の開業・廃業数は、2014年から2016年にかけて減少したが、その後、2021年にかけて増加し、事業所の新陳代謝が激しくなった。2021年の開業数は2014年の2.2倍、廃業数は1.4倍で、新型コロナウイルスの流行後に廃業した事業者が新規事業者に置き換わっている。

2016年時点では、卸売、小売業、宿泊業、飲食サービス業ともに廃業数が開業数を上回った。2021年時点では、開業・廃業数ともに増加し、事業者の入れ替わりが激しくなっている。開業数から廃業数を引いた増減数はプラスに転じた。


那覇市の開業・廃業事業所数




関係者へのヒアリング結果

- 

金融関係事業者

 - 新型コロナウイルスの影響で、廃業する事業者が増加したが、ホテル、飲食店、土産物店等は増加している。
 - 国際通りや公設市場付近は家賃が高く、競争率が高い。新規出店場所が見つからず、周辺（久茂地等）に出店する事業者も見られる。
 - 物価や人件費上昇に対し、観光客向けの事業者は価格転嫁できているが、住民向けの事業者は価格転嫁できていない印象がある。
- 

自治会関係者

 - 新型コロナウイルスの外出自粛の際に、昔からの小売店が閉業し、飲食店（居酒屋等）が増えた。
 - 店舗にトイレがない店も多く、嘔吐等の深夜に迷惑行為が見られる。
 - 店のドアを閉めずに営業し、お客の声や店内音楽等で騒がしい店も一部に見られる。
- 

中心市街地の事業者関係者

 - 家賃や駐車場の価格が上昇したことをきっかけに、中心市街地から外に出た事業者もあると聞いている。

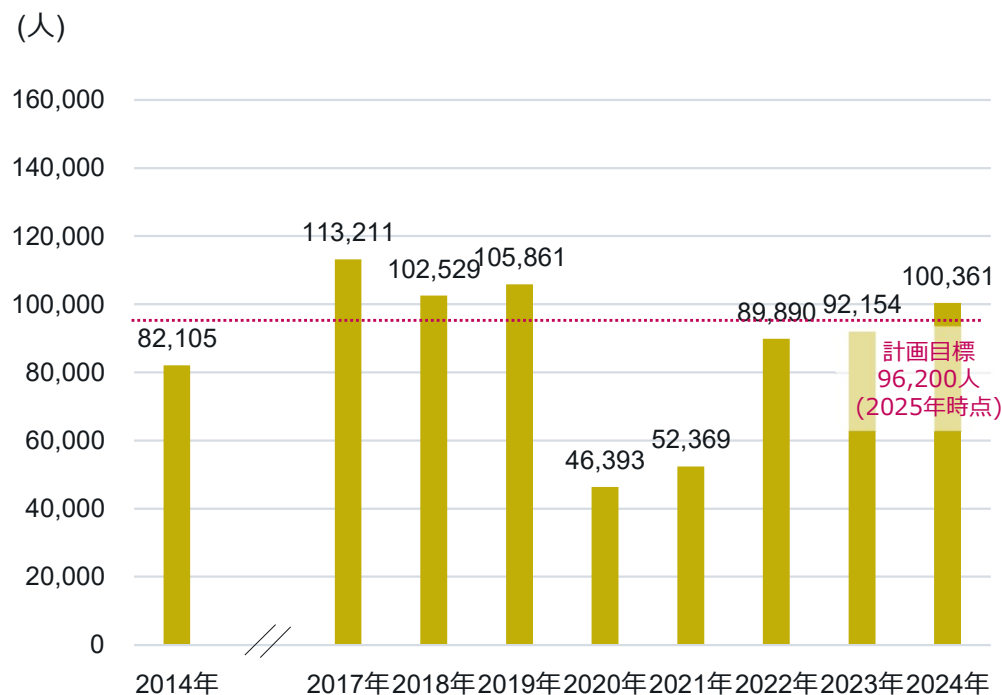
※出典:那覇市統計書より作成

2.1.2 基礎条件整理

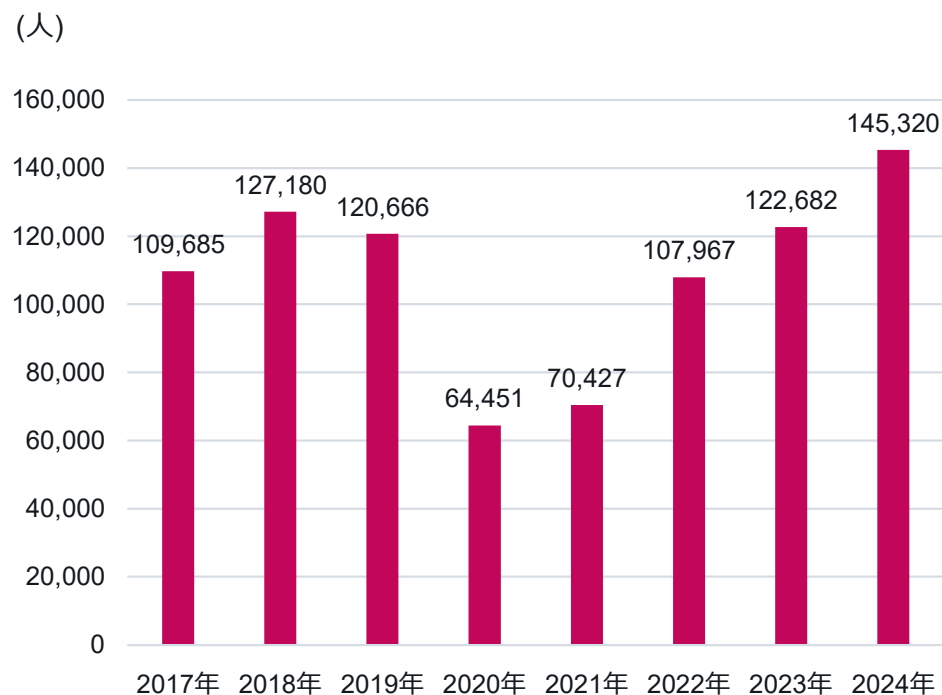
(8) 来店客数は減少していないか

中心市街地の平日・休日の通行量ともに、新型コロナウイルスによる外出制限のあった2020年、2021年は大きく減少したが、2022年以降回復し、再び増加し、新型コロナウイルス流行前の高い水準に戻りつつある。

中心市街地の通行量（平日）



中心市街地の通行量（休日）



※出典:那覇市中心商店街通行量調査報告書より作成

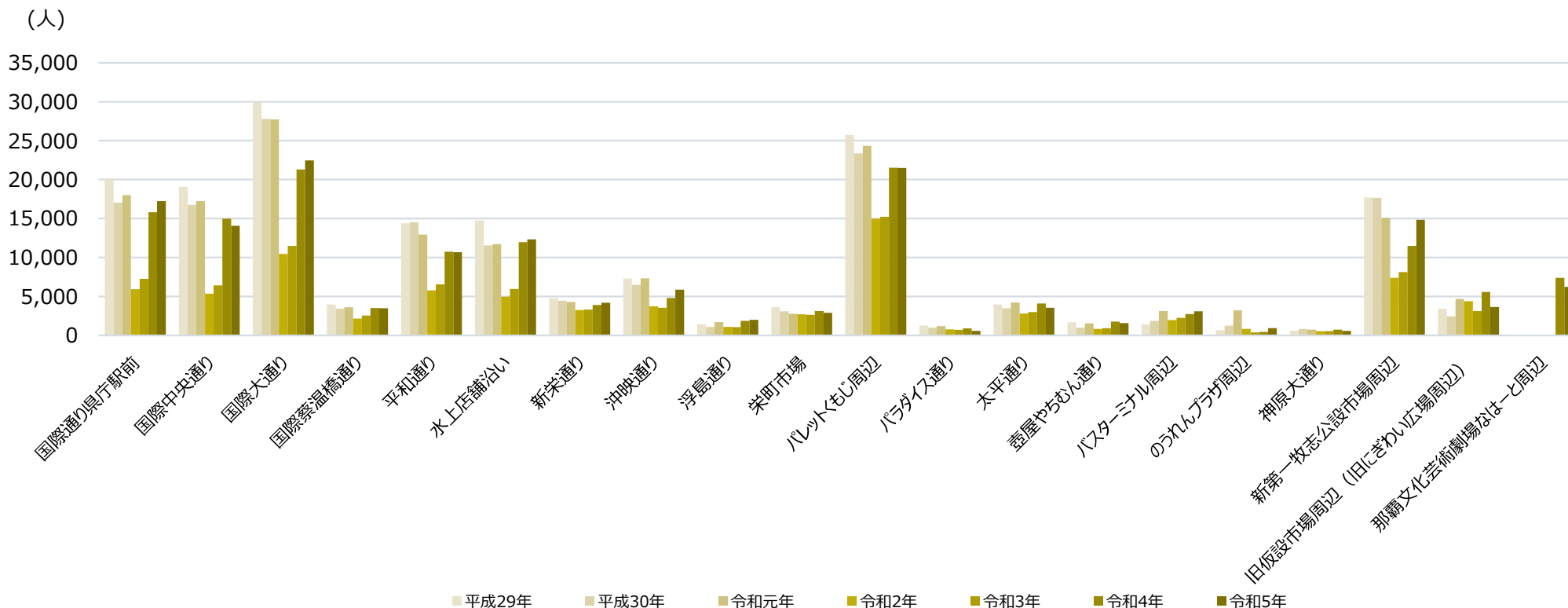
2.1.2 基礎条件整理

(8) 来店客数は減少していないか

中心市街地の通行量は、パレットもじ周辺～国際通りの県庁前～国際大通り、平和通りや水上店舗、第一牧志公設市場周辺の通行量が多く、この傾向は平日、休日共に変わらない。国際通りの中で蔡温通りは比較的通行量が少なく、全体と比較して浮島通り、太平通り、壺屋やちむん通り、パラダイス通り、栄町市場、神原大通り、のうれんプラザ等はやや通行者が少ない傾向にある。

通行量の経年変化については、多くの通りが中心市街地全体の傾向と連動し、新型コロナウイルスの収束後に通行量が戻ってきているが、のうれんプラザ周辺やパラダイス通り、神原大通りは新型コロナウイルス流行後も通行量が戻っていない。また、旧仮設市場周辺も公設市場の移転・開業後、通行量が減少している。

中心市街地の通行量（平日）



※出典:那覇市中心商店街通行量調査報告書より作成

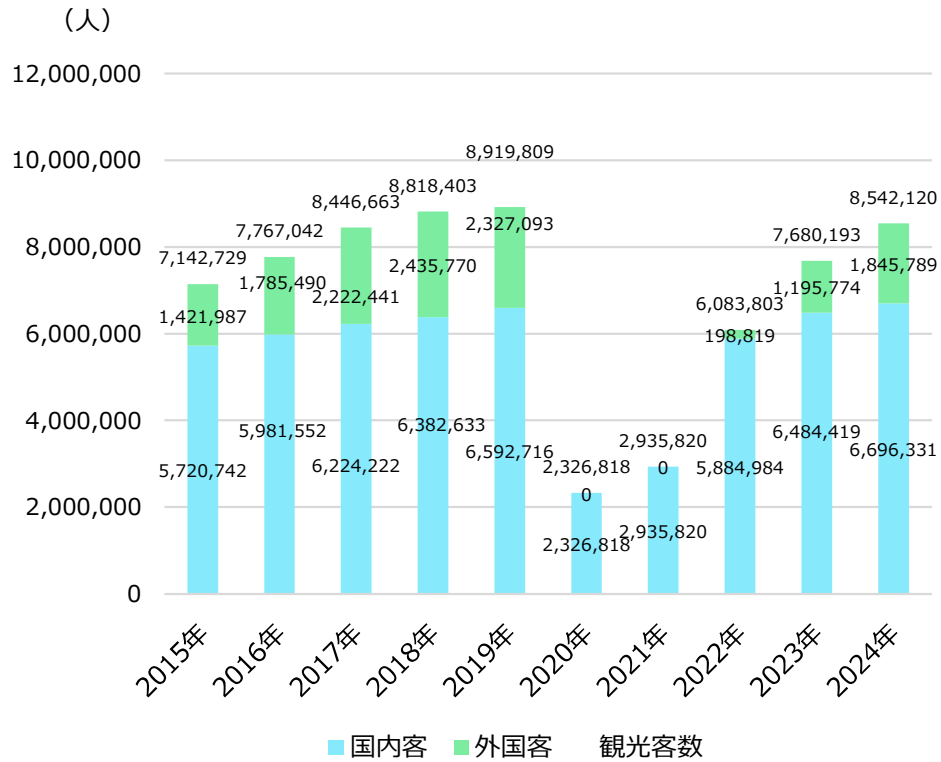
2.1.2 基礎条件整理

(9) 来店客数は減少していないか

那覇市の観光客数は、2020年、2021年に新型コロナウイルスの影響で減少したが、2022年以降増加し、新型コロナウイルス流行前の水準に戻りつつある。全体としても観光客は増加傾向で、特にインバウンドの比率は高まっていると思われる。

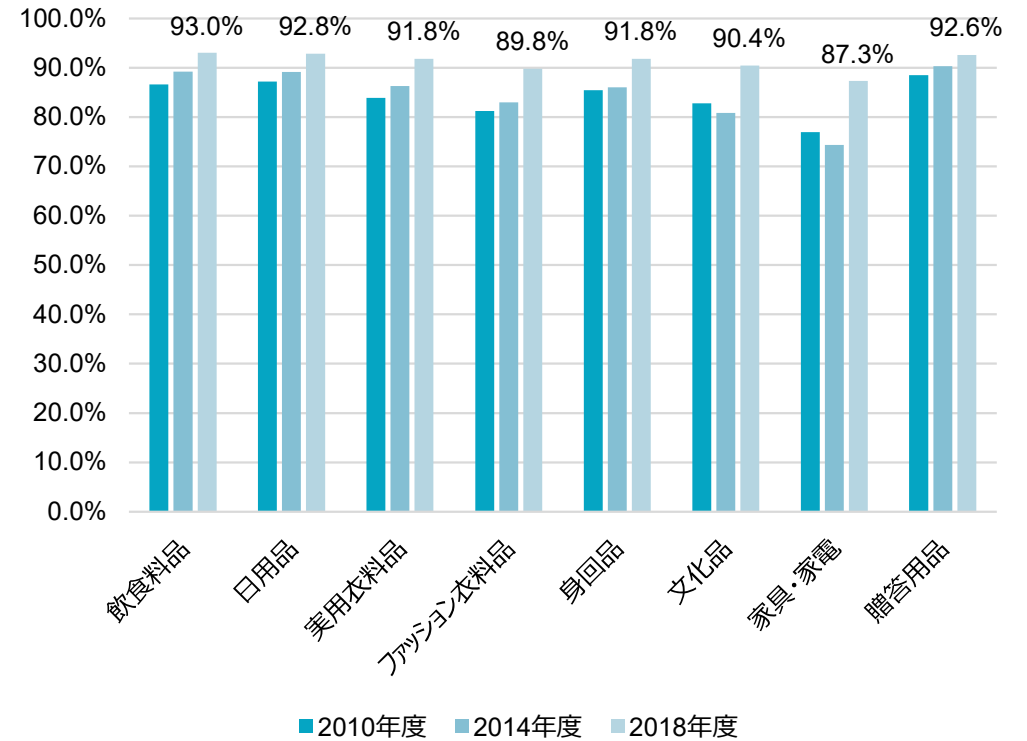
県の実施した調査では、2014年から2018年にかけて那覇市の地元購買率が増加している。

那覇市の観光入込客数



※出典:那覇市 観光統計より作成

那覇市の地元購買率



※出典:沖縄県 買物動向調査より作成

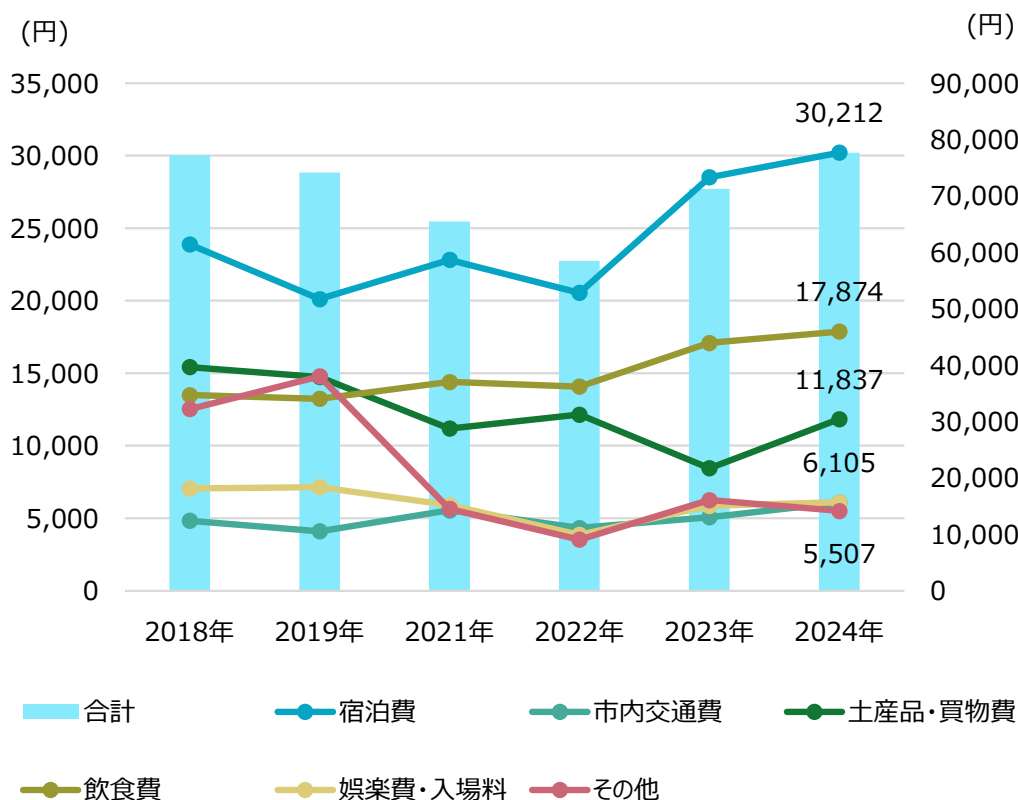
2.1.2 基礎条件整理

(9) 客単価はどの程度か

観光客1人あたりの消費額を品目別にみると、2018年と比較して、宿泊費や交通費、飲食費の消費額は20~30%程度増加している。その一方で土産品や買い物費用は23.3%、娯楽費・入場料は13.4%減少している。支出に占める宿泊や飲食の占める割合が高くなっていることから、土産品関連の事業者の事業環境が悪化している可能性がある。

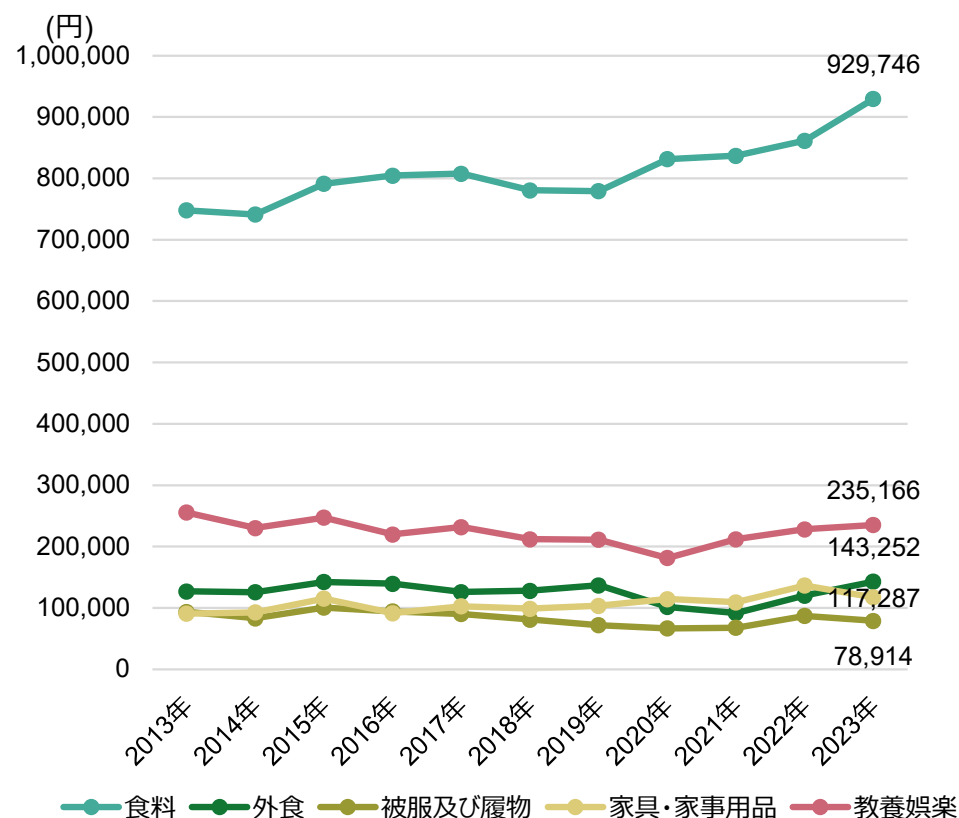
那覇市の年間家計消費額を品目別に見ると、食料品や家具、家事用品、外食の金額が増加しており、被服や履物、教養娯楽費は減少している。2023年の消費額は2013年と比べると、食料品で24.3%、外食費は12.7%、家具・家事用品は29.4%増加している。

那覇市の観光客1人あたりの品目別消費額



※出典:那覇市 観光統計より作成

那覇市民1世帯あたりの品目別年間支出額



※出典:那覇市統計書より作成

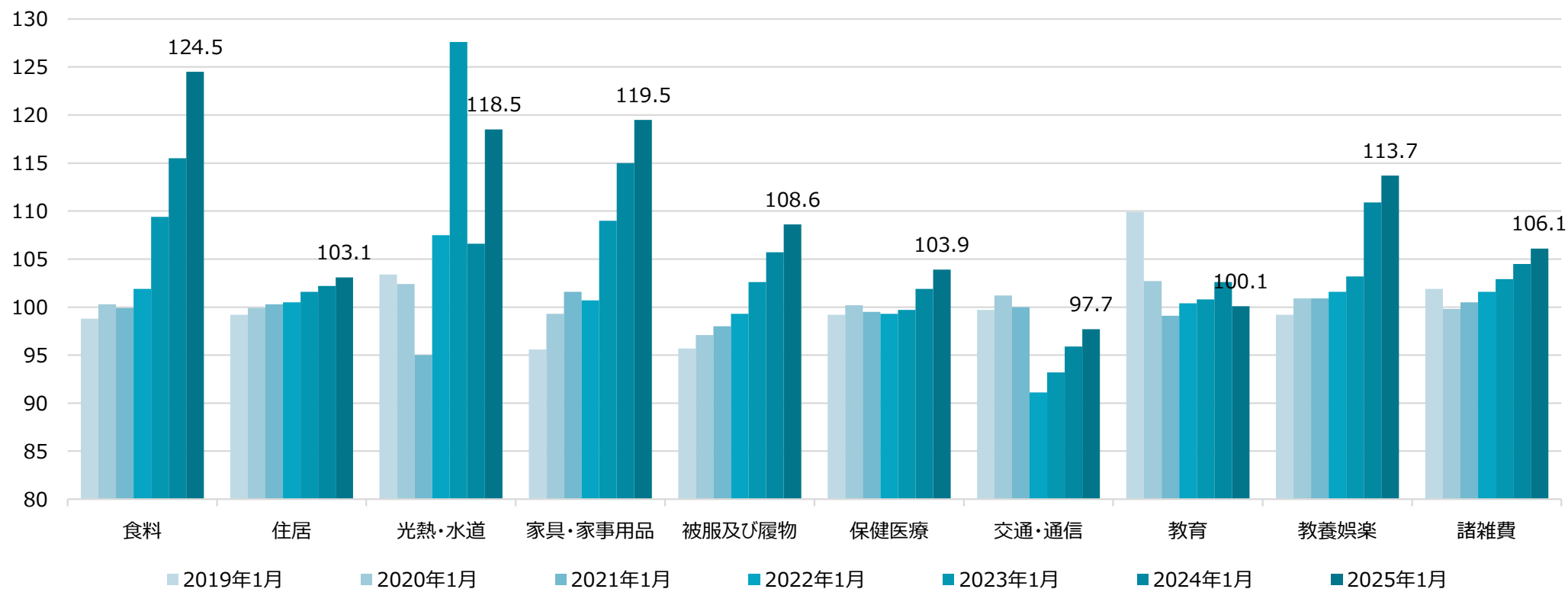
2.1.2 基礎条件整理

(9) 客単価はどの程度か

那覇市の消費者物価指数の推移を見ると、食料品や光熱費・水道代等、多くの品目で近年上昇傾向にある。特に食料品は、2019年から2025年にかけて年平均107.1で年々物価が上昇している。

先に見た売上高の回復に関しては、客数の戻りに加え、物価の上昇が売上の上昇に影響している可能性がある。他方、物価の上昇は、事業者の経費も同様に押し上げるため、事業者の全体の利益率を圧迫している可能性があることに留意が必要である。

那覇市の消費者物価指数の推移



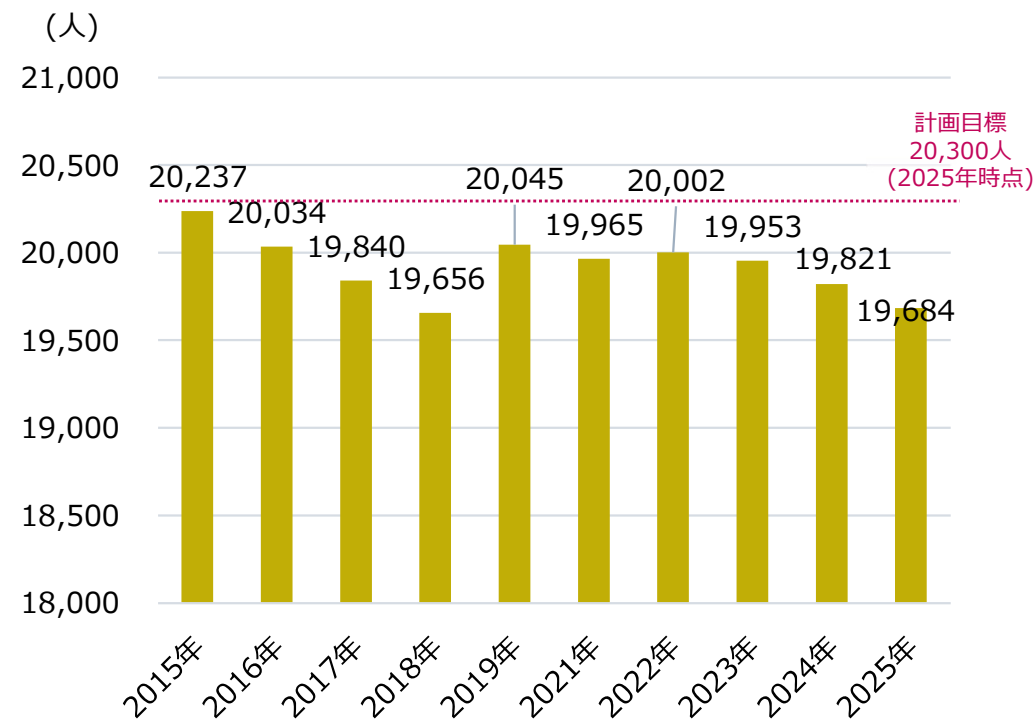
2.1.2 基礎条件整理

(10) 中心市街地の人口はどの程度か

2025年までの10年間で中心市街地の住民数は、2015年～2018年の減少し、2019年に再び増加したものの、その後再びわずかに減少している。

那覇市全体の高齢化率は全国と比較して低いものの、ヒアリングでは、現役世代が比較的手が届きやすい住宅を求めては周辺の市町へ流出するという情報もあるため、今後高齢化率が高まることが懸念される。

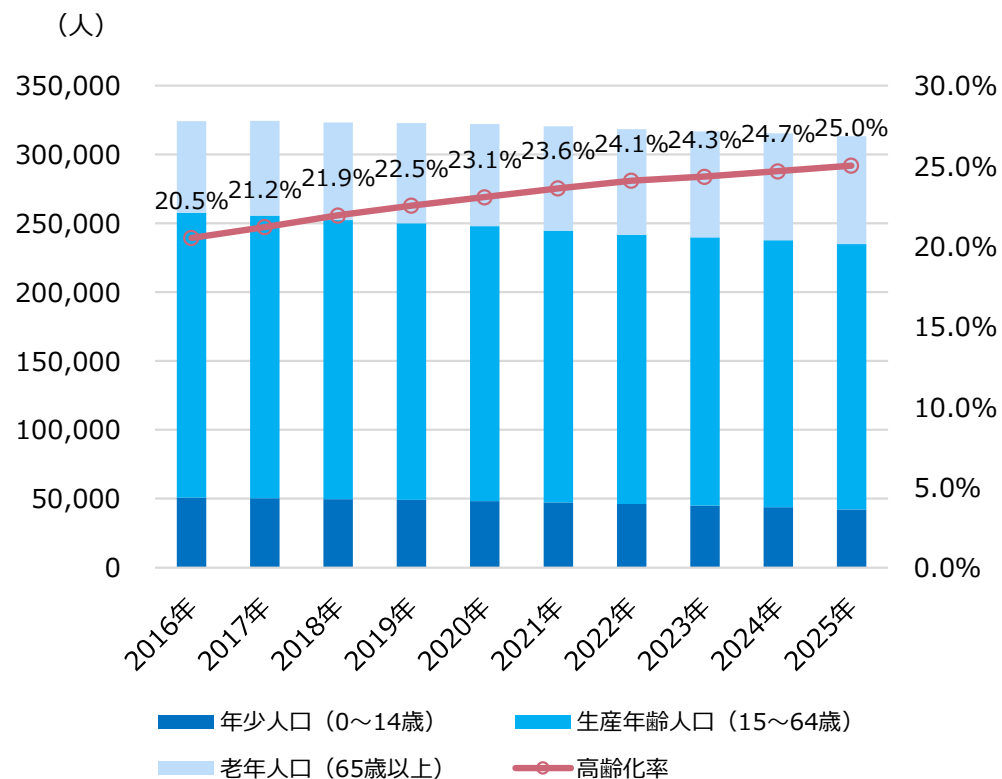
中心市街地の住民数



※出典:那覇市統計書より作成

※「中心市街地」は右の丁目単位の合算：泉崎(一)、久茂地(一),(三)、牧志(一),(二),(三)、松尾(一),(二)、樋川(二)、壺屋(一)、安里(一),(二)、字安里

那覇市の年齢3区分別人口及び高齢化率



※出典:那覇市 毎月年齢層別人口表より作成

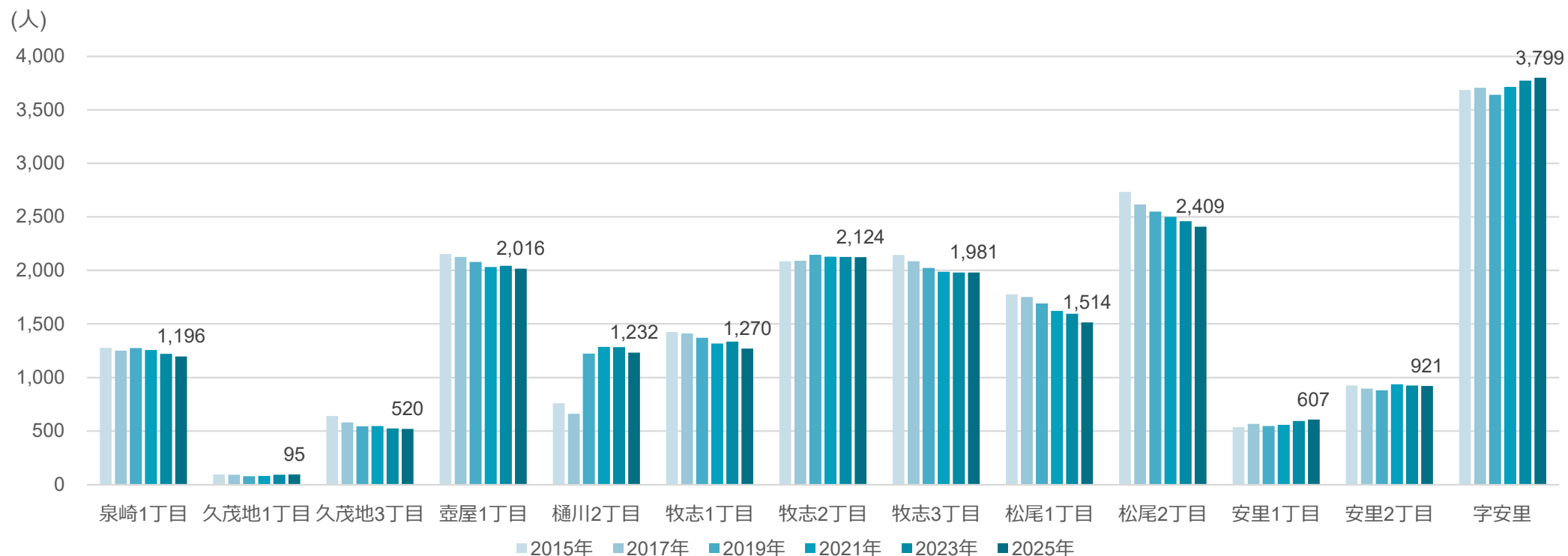
2.1.2 基礎条件整理

(10) 中心市街地の人口はどの程度か

中心市街地内で極端に大きな人口減少は発生していないものの、泉崎1丁目、久茂地3丁目、壺屋1丁目、牧志3丁目、松尾1丁目、2丁目では、人口は年々減少傾向にある。

安里や牧志2丁目では横ばいで推移しており、樋川2丁目に関しては、平成31年から令和2年にかけて大きく人口が増加した。

中心市街地の町目別住民数の推移



※出典:那覇市統計書より作成

※「中心市街地」は右の丁目単位の合算：泉崎(一)、久茂地(一),(三)、牧志(一),(二),(三)、松尾(一),(二)、樋川(二)、壺屋(一)、安里(一),(二)、字安里

2

中心市街地の商環境に関する調査

2.2 事業者・商店街振興組合等への調査

2.2.1 中心市街地の事業者に対する調査

(1) アンケート調査概要

個店の経営状況や経営方針、課題の傾向を明らかにするため以下の要領で調査を実施した。

アンケート調査の実施要領

目的	立地する個店の経営状況、経営方針及び課題、今後注力する取組の傾向を明らかにし、中心市街地の産業の現状及び今後の動向を把握するため			
調査項目	• 立地する事業者の業態 • 地元資本の事業者の比率 • 売上・利益の変化 • 来客数・客構成・客単価の変化 • 経営方針		• 人材面の問題 • サービス面の問題 • 資金面の問題 • 周辺環境の問題 • 問題の優先順位	
対象	• 本調査では、中心市街地に立地する事業者のうち、住所の確認をとることができた1,754件を対象として実施した。 • なお、サービス業の詳細及びその内訳は、以下のとおり。			
	▶ 販売・卸	538件	▶ プロパティ（不動産取引・賃貸・展示場）	104件
	▶ 建設・工事	75件	▶ マネー&ファイナンス（金融・保険・証券）	60件
	▶ 飲食店	531件	▶ トランスポーター（交通・運輸・倉庫）	13件
	▶ トラベル（旅行・観光・温泉・旅館・ホテル）	67件	▶ ドライブ	16件
	▶ スポーツ&レジャー（スポーツ・趣味娯楽・レジャー）	34件	▶ その他サービス	316件
方法	• 事業所・店舗に郵送で調査票を発送。 • WEB回答と紙面回答を併用して、アンケート回答結果を回収。			
実施期間	令和7年10月22日～令和7年11月14日			
回収結果	206件			

2.2.1 中心市街地の事業者に対する調査

(2) アンケート調査で明らかにする論点と仮説

アンケート結果から効果的に示唆を導出するため、あらかじめ論点と仮説を定めたうえで調査を実施した。

個店を対象としたアンケート調査の設計

観点	論点	仮説
経営状況・事業方針	経営指標はどのように変化しているか	<ul style="list-style-type: none"> 新型コロナウイルスの影響で客数や売上が低下していたが、観光客の回復に伴い、観光客をターゲットとした店舗では、客単価や売上や来店客数は回復傾向にある。 観光客をターゲットとしていない店舗は、地元客離れが進むことにより客数や売上が減少。顧客構成に応じて、観光客向けへ業態変更する事業者等も見られる。
	市内事業者に事業拡大意欲はあるか	<ul style="list-style-type: none"> 事業の拡大意欲をもつ事業者の数自体が少ない。 拡大志向なのはある程度の規模の事業者に偏っており、零細事業者については現状維持志向。
事業上の課題	人材面の課題	<ul style="list-style-type: none"> 全般人手不足だが、特に飲食業における正社員が不足している。 また、人手を確保するための活動（賃上げや積極的な採用活動など）に十分に費用・労力をかけることができていない。
	資金面の課題	<ul style="list-style-type: none"> 価格転嫁に成功した事業者とそうでない事業者で二極化が進んでいる。 価格転嫁に成功した事業者は設備やIT投資に積極的に取り組んでいる一方で、そうでない事業者は投資できる金銭的・時間的余裕がない。
	入居店舗や設備の課題	<ul style="list-style-type: none"> 老朽化した小売店を改装して入居した飲食店が多いことから、店舗の老朽化に対して問題意識をもつ事業者が多い。
事業環境の問題	交通・通勤に関する課題	<ul style="list-style-type: none"> 自家用車通勤の人が多く、駐車場の少なさや料金の高さに対して問題意識をもっている。
	共用設備・周辺環境に関する問題	<ul style="list-style-type: none"> アーケードの老朽化に対して問題意識をもつ事業者が多い。 また、観光客が増えたことからごみや清掃に関する問題がより顕著になっている。

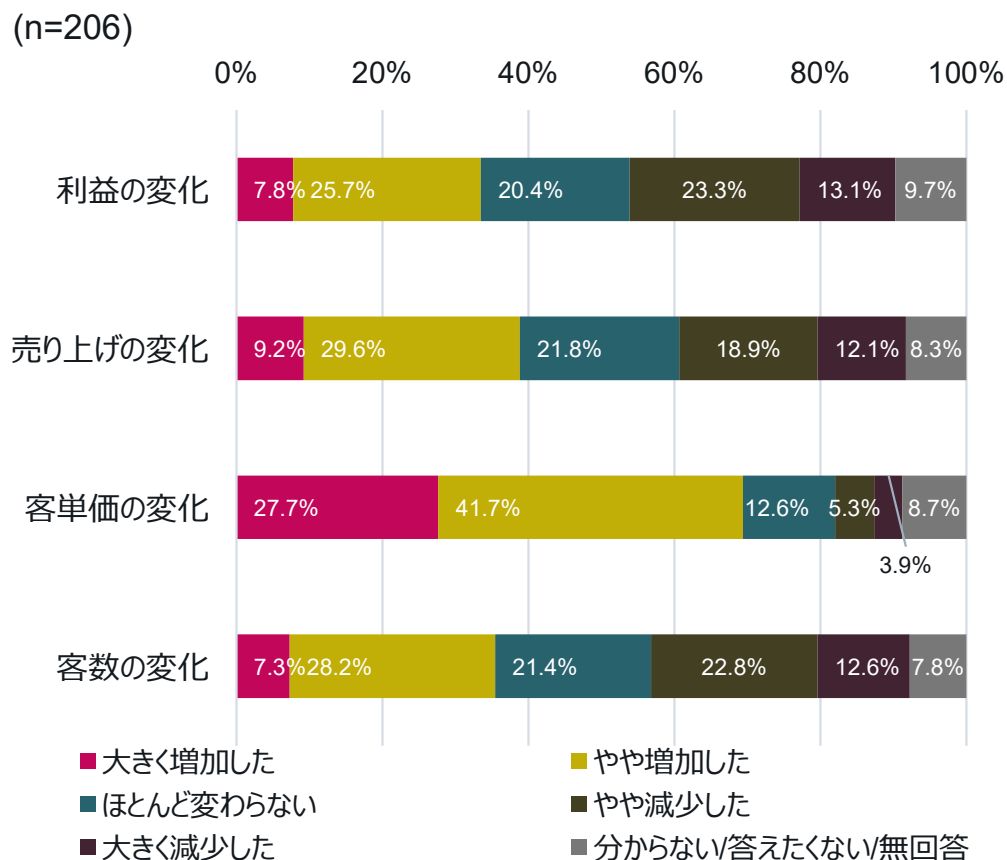
2.2.1 中心市街地の事業者に対する調査

(3) アンケート調査結果 1/8 (経営状況)

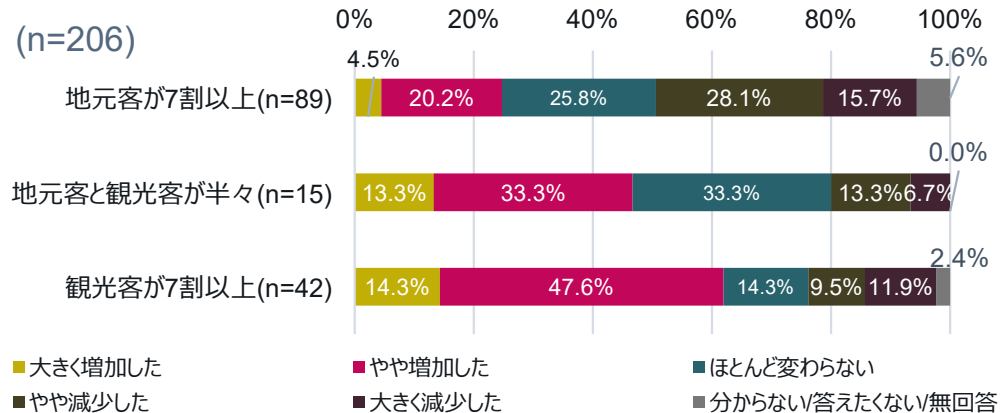
直近の客単価の変化に関しては、「増加した」との回答が70%近くに達するが、利益や売上に関しては、客単価と比較すると「増加した」と回答した割合が低い。特にターゲット客層別に利益額の変化を見ると、観光客向けの事業者に関しては利益が増加しているが、地元客が中心の事業者は利益が減少したと回答した割合が多く、事業者のターゲットによって事業成長の傾向に差が生まれている。

仕入原価は60%程度、人件費は70%近くが大きく増加したと回答しており、客単価が上昇しても、人件費や仕入れの原価が上がり、利益を相殺してしまっている事業者が多いと考えられる。

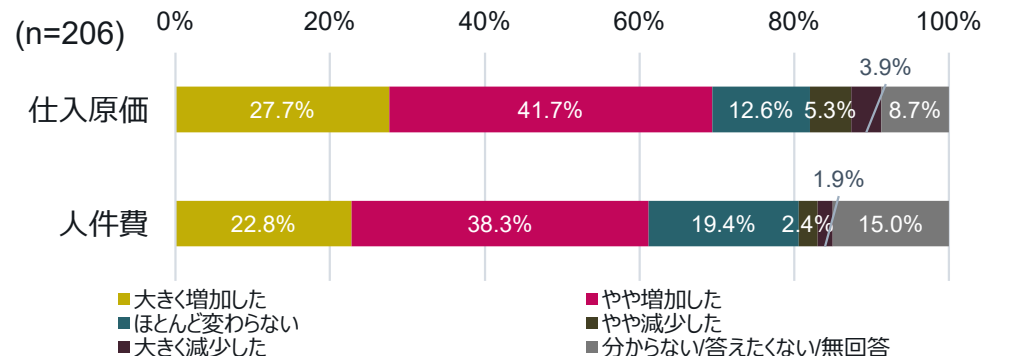
中心市街地の事業者の3年間の利益等の変化



主なターゲット客×利益額の変化



仕入原価と人件費の変化



2.2.1 中心市街地の事業者に対する調査

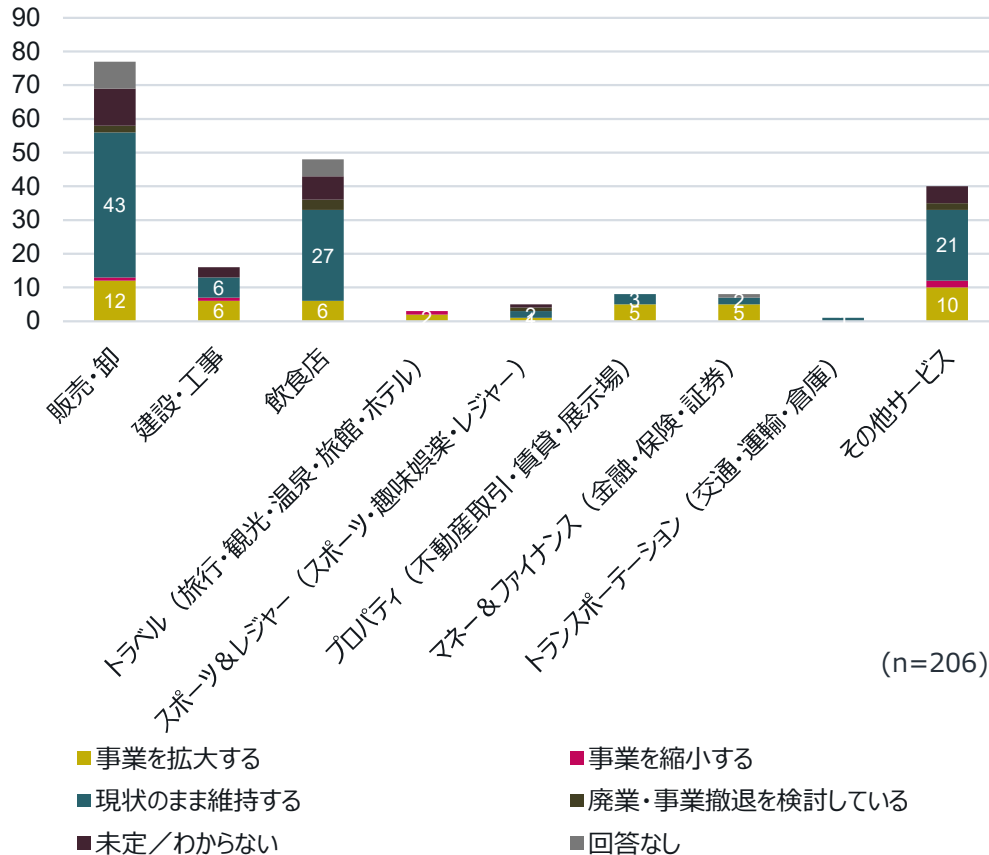
(3) アンケート調査結果 2/8 (事業方針)

全体としては事業の拡大意欲を持つ事業者は少なく、現状維持志向が強いという仮説を裏付ける結果となった。

業種別では、特に販売・卸業、飲食の事業者が現状維持志向が強い。一方で、本社所在地別では、県外資本の事業者が積極的に拡大を狙っている傾向にあることが明らかになった。

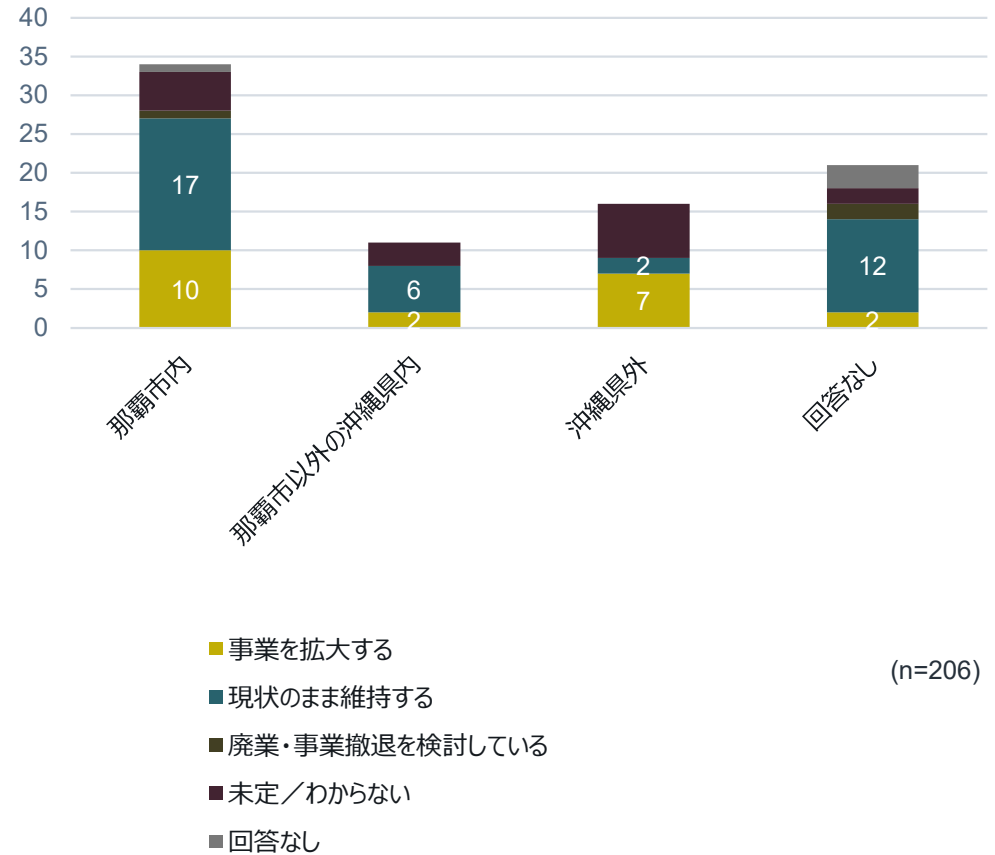
今後の事業方針×業種

単位：件



今後の事業方針×本社所在地

単位：件

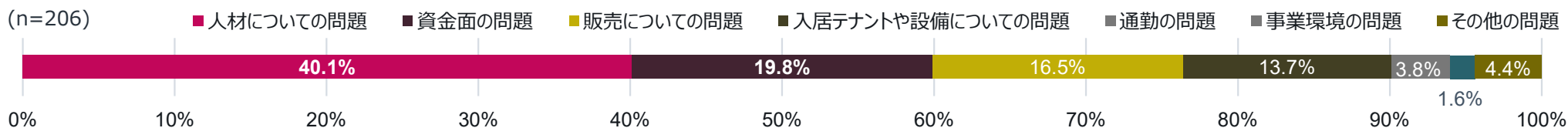


2.2.1 中心市街地の事業者に対する調査

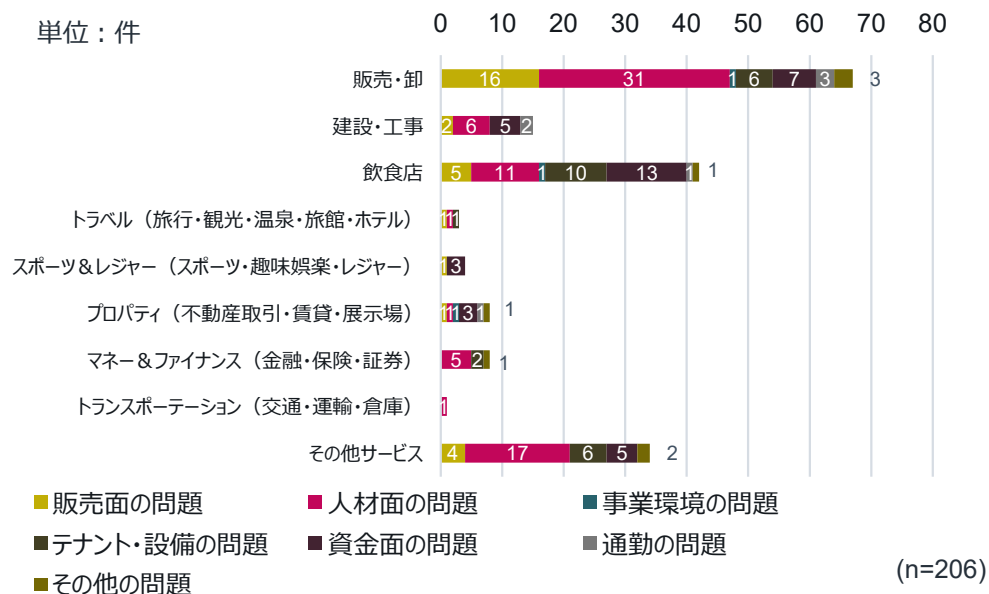
(3) アンケート調査結果 3/8 (自社が抱える問題の優先順位)

中心市街地の事業者の最も優先的に解決したい課題として、人材面での課題が最も多く挙げられている。次いで、資金面、販売面、店舗や設備についての課題が続く。業種別では特に販売・卸の事業者、飲食店において人材面の問題意識が強い。また、従業員規模別では従業員数0～2人の事業者及び3～5人の事業者において、人材面の問題と同数程度、資金面の問題を優先的に解決したいと考える事業者が多い。

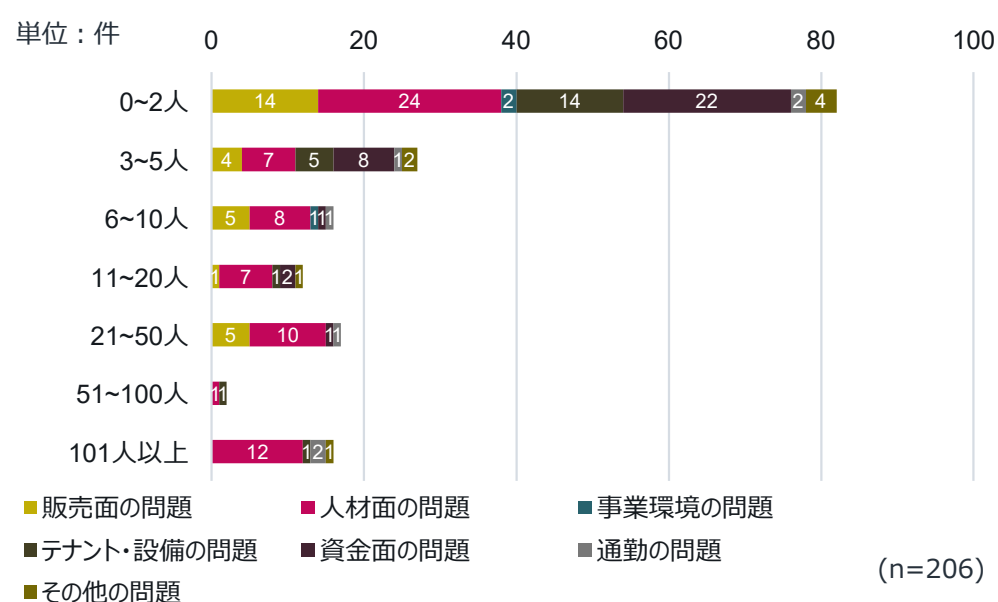
優先的に解決したい自社の課題



優先的に解決したい自社の課題×業種



優先的に解決したい自社の課題×従業員規模



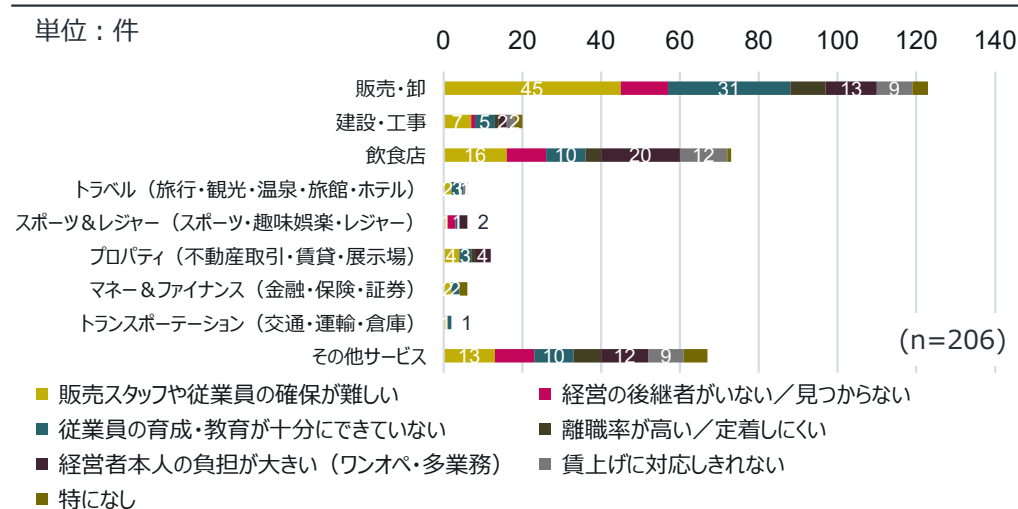
2.2.1 中心市街地の事業者に対する調査

(3) アンケート調査結果 4/8 (人材に関する問題)

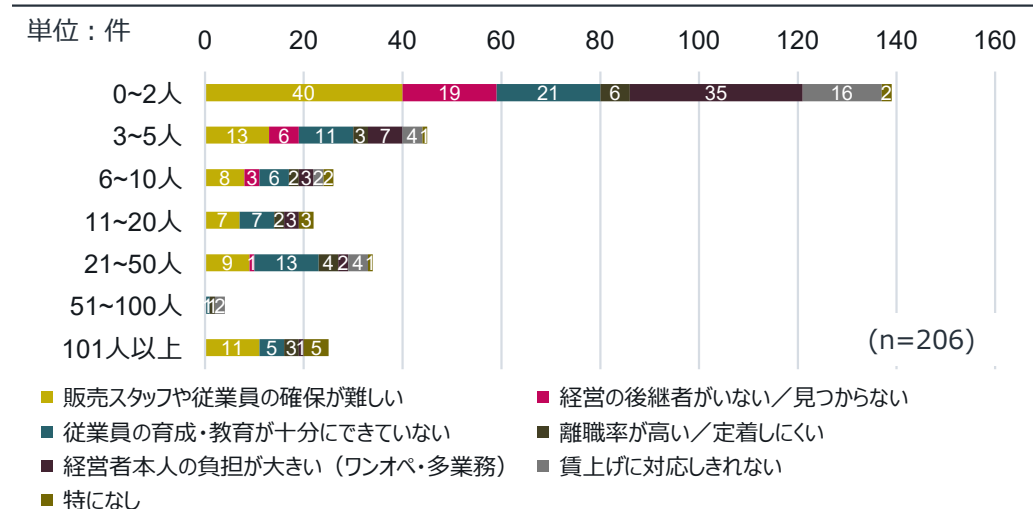
人材面に関する問題については、全業種で「販売スタッフや従業員の確保」への問題意識が共通して高い。従業員規模別に分析すると、従業員数が少ないほど「経営者本人の負担が大きい」傾向にあり、従業員数が大きいほど「販売スタッフや従業員の確保が難しい」という問題意識が強い傾向があることがわかる。

他方、人材獲得に対する取組は消極的であり、費用をかけた採用活動を実施している事業者は4割程度、費用なしでの採用活動を実施している事業者は3割程度である。

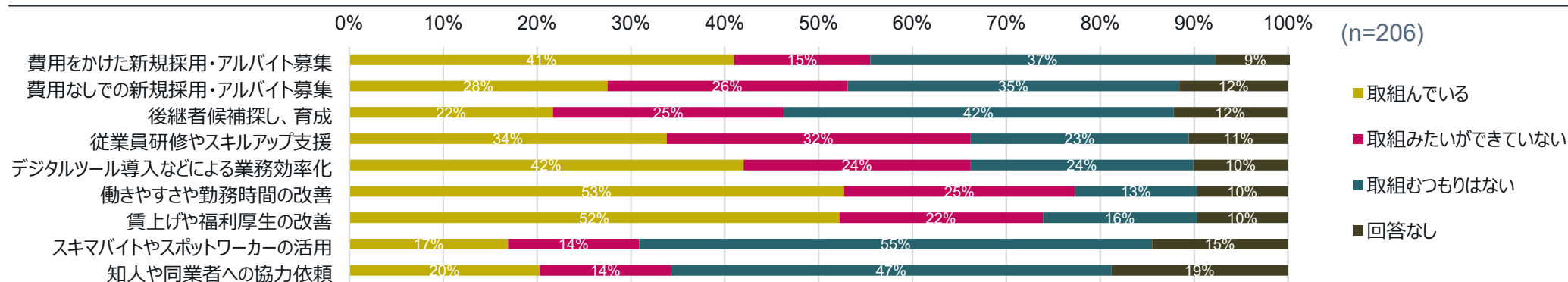
人材に関する問題×業種



人材に関する問題×従業員規模



人材に関する取組状況



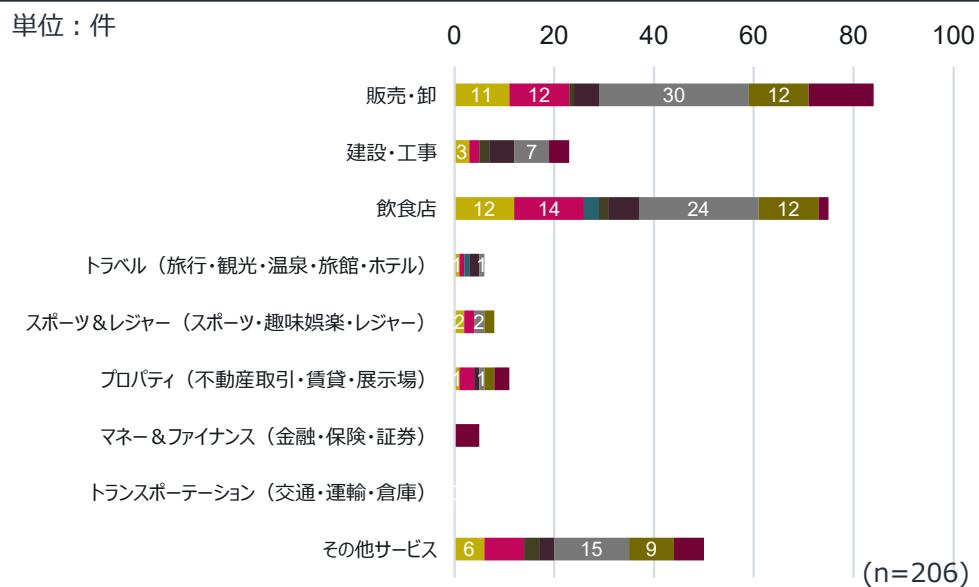
2.2.1 中心市街地の事業者に対する調査

(3) アンケート調査結果 5/8 (資金に関する問題)

資金面の問題については、おおむねすべての業種において「月ごとに収益や利益が不安定」が最多、「設備投資や店舗改善資金の不足」、「経営者個人の資金負担が大きい」が続く。

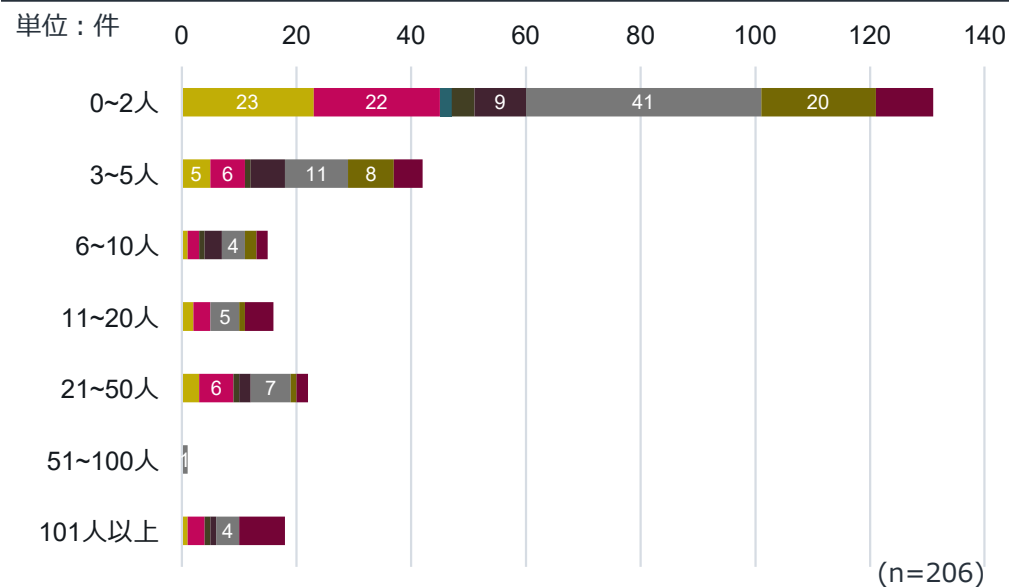
従業員規模別では、従業員数が少ない事業者ほど「月ごとに収益や利益が不安定」なことを問題視している。また、従業員数0~2人の事業者においては「運転資金が不足している」状態である。

資金に関する問題×業種



- 運転資金が不足している
- 設備投資や店舗改善のための資金が足りない
- 融資申請が通らない／希望金額を借りられない
- 売掛金の回収が遅れる／現金化が不安定
- 助成金・補助金申請が難しい／利用できない
- 月ごとに収益や利益が不安定
- 経営者個人の資金負担が大きい
- 特になし

資金に関する問題×従業員規模



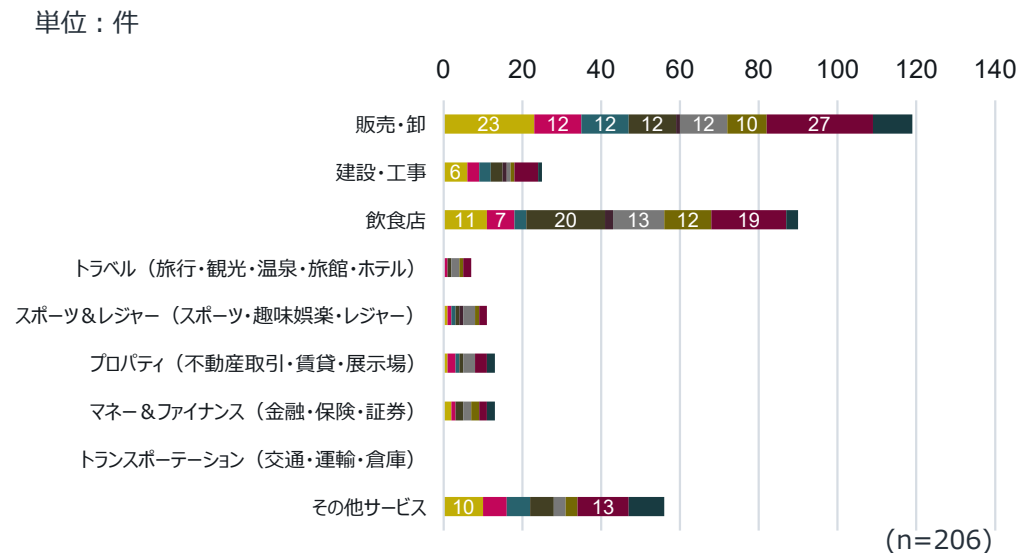
- 運転資金が不足している
- 設備投資や店舗改善のための資金が足りない
- 融資申請が通らない／希望金額を借りられない
- 売掛金の回収が遅れる／現金化が不安定
- 助成金・補助金申請が難しい／利用できない
- 月ごとに収益や利益が不安定
- 経営者個人の資金負担が大きい
- 特になし

2.2.1 中心市街地の事業者に対する調査

(3) アンケート調査結果 6/8 (店舗や設備に関する問題)

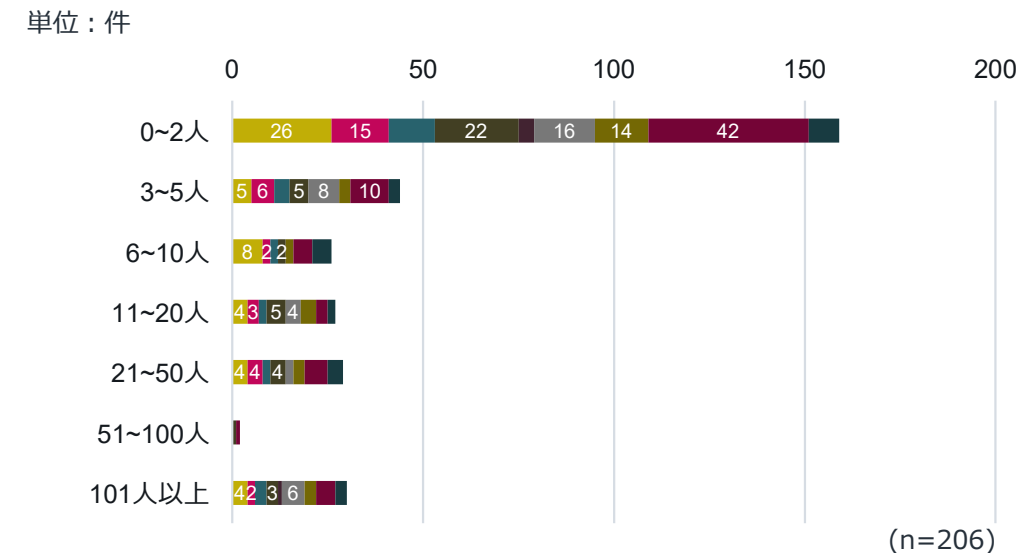
入居している店舗や設備に関する問題については、販売・卸系では「建物の老朽化が激しい」、「店舗・作業スペースが狭い／不足している」ことを問題視している事業者が多く、飲食系では「賃料や維持費が高い／負担が大きい」、「建物の老朽化が激しい」ことを問題視している事業者が多かった。また、従業員規模別では従業員数が少ないほど老朽化に対して問題意識を持つ事業者が多い。

入居している店舗や設備に関する問題×業種



- 店舗・作業スペースが狭い／不足している
- 設備や什器が古く使いにくい
- 共用設備の管理や利用に不便がある
- 賃料や維持費が高い／負担が大きい
- 入退去や契約条件に柔軟性がない
- 空調・換気・衛生設備の問題
- 店舗の外観や看板が不十分／魅力的でない
- 建物の老朽化が激しい
- 特になし／不明

入居している店舗や設備に関する問題×従業員規模



- 店舗・作業スペースが狭い／不足している
- 設備や什器が古く使いにくい
- 共用設備の管理や利用に不便がある
- 賃料や維持費が高い／負担が大きい
- 入退去や契約条件に柔軟性がない
- 空調・換気・衛生設備の問題
- 店舗の外観や看板が不十分／魅力的でない
- 建物の老朽化が激しい
- 特になし／不明

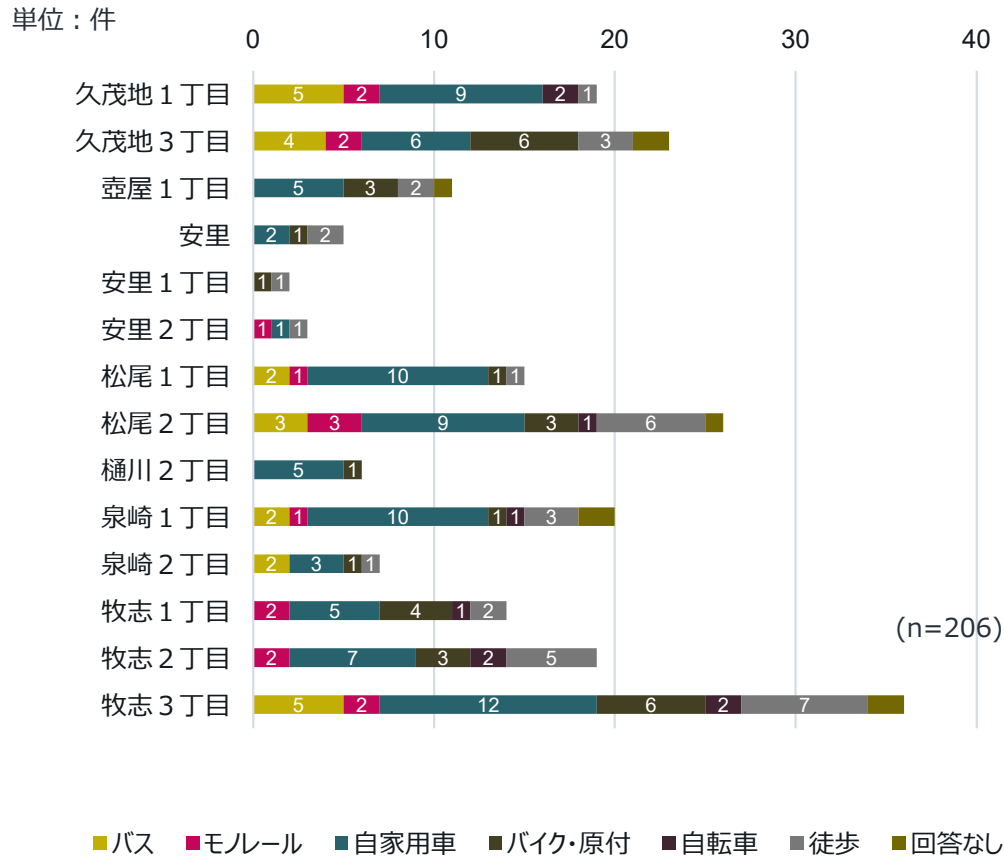
2.2.1 中心市街地の事業者に対する調査

(3) アンケート調査結果 7/8 (通勤に関する問題)

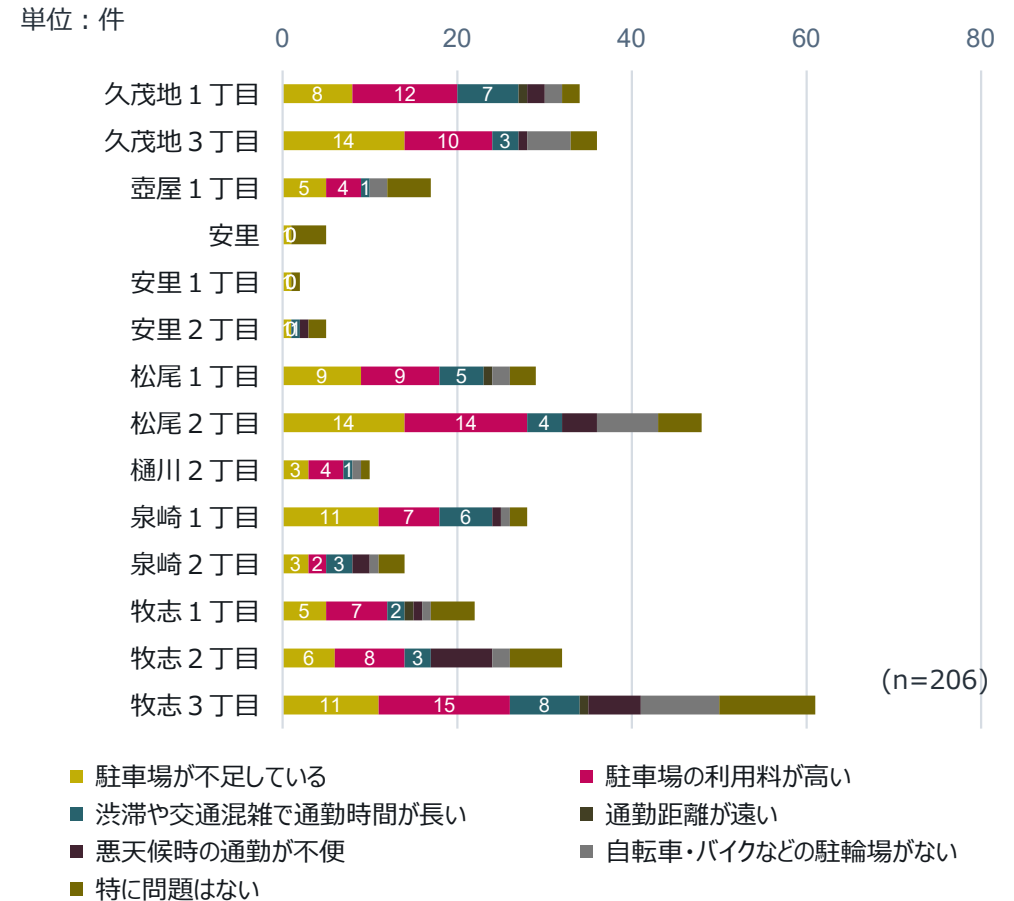
中心市街地を勤務地とする人の通勤手段はどの地域でも自家用車が最多であった。

また、通勤上抱える問題意識については、「駐車場の不足」や「駐車場の利用料の高さ」に対する不満が上位を占めており、特に牧志3丁目、松尾2丁目、久茂地3丁目でその回答数が多かった。

主な通勤手段×事業者住所



通勤についての問題×事業者住所

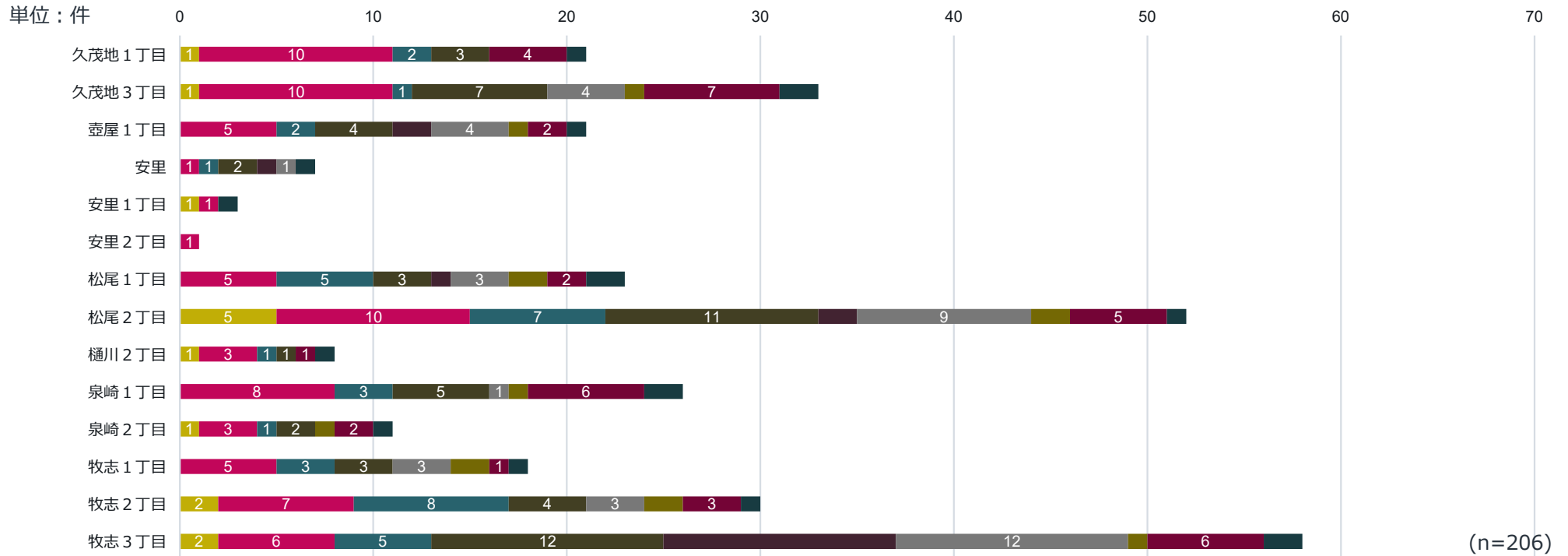


2.2.1 中心市街地の事業者に対する調査

(3) アンケート調査結果 8/8 (周辺環境に関する問題)

周辺環境に関する問題については、久茂地では「駐車場・交通アクセスの不便さ」が最多、松尾2丁目や牧志3丁目といった観光の中心地では、「ごみ・清掃・衛生環境の問題」や「酔客による治安問題」、「アーケード等の共用設備の老朽化」に対する問題意識が強かった。

周辺環境に関する問題×事業者住所



- 騒音やにおいおよびそれらに対する住民や歩行者からのクレーム
- 防犯や安全面の不安 (治安・夜間の安全など)
- アーケード等の共用設備が古くて危険
- 利用客や歩行者によるカスタマーハラスメントや迷惑行為
- 特になし
- 駐車場・交通アクセスの不便さ
- ごみ・清掃・衛生環境の問題
- 酔客による治安問題
- 違法駐車・違法駐輪

2.2.1 中心市街地の事業者に対する調査

(4) アンケート調査のまとめ

中心市街地では観光回復による単価上昇が見られるものの、コスト高騰と深刻な人手不足が利益を圧迫している。観光客をターゲットとする比較的大きな資本の事業者は事業拡大傾向であり、地元客向けの小規模事業者では、現状維持または縮小傾向にある。

また、アンケートで把握した全体像や傾向の背景・構造を明らかにするためにヒアリング調査で確認すべき論点を導出した。

個店を対象としたアンケート調査結果

観点	論点	調査結果	ヒアリングで確認が必要な調査観点
経営状況・事業方針	経営指標はどのように変化しているか	客単価は約70%の事業者が「増加」と回答。一方で、利益面では観光客向け事業者の約6割が増加したのに対し、地元客中心の事業者は約44%が減少しており、ターゲット客層の違いによって業績の二極化が進行している。	<ul style="list-style-type: none"> 現状維持志向の背景にはどのような理由や事情があるか なにが価格転嫁の成否を分けている要因となっているか
	市内事業者に事業拡大意欲はあるか	那覇市内資本の事業者が現状維持志向であるのに対して、沖縄県外資本の事業者は事業拡大意欲が高い。	
事業上の課題	人材面の課題	全業種で人手不足が深刻であり、特に「スタッフの確保」が最大の課題となっている。また、従業員数が少ないほど経営者本人の負担が大きい傾向にある。	<ul style="list-style-type: none"> どのような人材が不足しているか 人材確保に問題意識を持ちながら採用活動に消極的なのはなぜか
	資金面の課題	「月ごとに収益や利益が不安定」が最多、「設備投資や店舗改善資金の不足」、「経営者個人の資金負担が大きい」ことが続く。この問題は小規模な事業者ほど顕著だった。	
	入居店舗や設備の課題	入居している店舗の老朽化に対して問題意識をもっている。一方で設備更新や建替えをできるほどの資金体力がない。	
事業環境の問題	交通・通勤に関する課題	自動車での通勤者が多く、「駐車場の不足」や「駐車場の利用料の高さ」が問題視されている。	<ul style="list-style-type: none"> 駐車場不足や人流増が地域経済に対してどのような影響を与えるか 中心市街地の事業者は地域の共用設備・周辺環境に対して当事者意識をもっているか
	共用設備・周辺環境に関する問題	観光の中心地では、「ごみ・清掃・衛生環境の問題」や「酔客による治安問題」、「アーケード等の共用設備の老朽化」に対する問題意識が強かった	

2.2.1 中心市街地の事業者に対する調査

(5) ヒアリング調査概要

アンケートで把握した傾向を踏まえ、経営状況の変化や課題の背景、注力している取組等を掘り下げるために、アンケートに回答した個店から対象を抽出し、ヒアリング調査を実施した。

個店を対象としたヒアリング調査の設計

目的	アンケートで明らかにした個店の経営状況や課題の背景や構造を掘り下げ、諸課題の原因を把握する。
調査項目	<p>経営状況・事業方針</p> <ul style="list-style-type: none">・ 現状維持志向の背景にはどのような理由や事情があるか・ なにが価格転嫁の成否を分けている要因となっているか <p>事業上の課題</p> <ul style="list-style-type: none">・ どのような人材が不足しているか・ 採用活動を積極的に行っているか・ 資金繰りの改善に向けて、どのような取組を実施しているか・ 老朽化した店舗や設備はどのようなメカニズムで更新されていくか <p>事業環境の問題</p> <ul style="list-style-type: none">・ 駐車場不足や人流増が地域経済に対してどのような影響を与えるか・ 中心市街地の事業者は地域の共用設備・周辺環境に対して当事者意識をもっているか
対象	<ul style="list-style-type: none">・ 中心市街地に立地する事業者11社を対象として選定。・ 対象とする事業者は中心市街地の事業者の業種バランスを踏まえて、販売・卸4社、飲食店3社、その他の業種4社とした。・ また、個別の事業者に加えて本市経済の動向や事業者の悩みを大局的に把握する金融機関及び中小事業者の公的支援機関についてもヒアリングを実施した。
方法	1社あたり30分～1時間程度でヒアリングを実施した。

2.2.1 中心市街地の事業者に対する調査

(6) ヒアリング対象

販売・卸、飲食、その他の業種から中心市街地に立地する事業者の業種及び従業員規模、事業方針のバランスを踏まえて12社を選定。また、市内の経済の動向を俯瞰的に把握する主体として金融機関、公的支援機関に対してヒアリングを実施した。

ヒアリング調査対象事業者の一覧

対象区分	業種	事業者名	本社／本店所在地	従業員規模	事業方針
個別の事業者	販売・卸売	A社	那覇市内	3～5人	現状維持する方針
		B社	沖縄県内	11～20人	事業拡大する方針
		C社	個人事業主（那覇市民）	0～2人	現状維持する方針
		D社	那覇市内	6～10人	現状維持する方針
	飲食店	E社	那覇市内	101人以上	事業拡大する方針
		F社	那覇市内	3～5人	現状維持する方針
		G社	那覇市内	0～2人	事業縮小する方針
	不動産仲介	H社	那覇市内	3～5人	現状維持する方針
	不動産開発	I社	沖縄県外	3～5人	事業拡大する方針
		J社	沖縄県外	11～20人	事業拡大する方針
宿泊業	K社	那覇市内	0～2人	現状維持する方針	
市経済の動向を把握する主体	金融機関	沖縄振興開発金融公庫	—	—	—
		沖縄銀行	—	—	—
		琉球銀行	—	—	—
	公的支援機関	沖縄県よろず支援拠点	—	—	—
		那覇市商工会議所	—	—	—

2.2.1 中心市街地の事業者に対する調査

(7) ヒアリング調査の結果 1/7 (現状維持志向の背景)

現状維持志向は、単なる拡大意欲の欠如ではなく、地元客を失うことに対するリスク回避意識が強まった結果である。

拡大志向の事業者が、ターゲット客の転換や商圈拡大、商品・サービスの付加価値向上によって売価向上を図ることで事業拡大しようとしているのに対して、現状維持志向の事業者は地元常連客への配慮から価格転嫁ができず、コスト増を自社で吸収し続ける姿勢になっている。

戦略をもって経営を変化させる事業者

事業拡大志向の事業者は、ターゲットをより高単価な客層に転換する、商品・サービスの付加価値向上に取り組む、県外の大資本と提携するなど戦略を持っている。



飲食業
E社

当社のお客様は観光客が多いため、(比較的円安な2026年時点で) 売価を上げて集客には困らない。原価や売値を下げるよりもPRや商品開発に力をいれて付加価値を上げることで、利益が出る体質にしていきたい。



販売・卸売業
B社

委託製造(OEM)と小売の両方を営むなかで、利幅の大きい小売業を伸ばすことで事業を拡大していきたい。観光きっかけで当社の商品を知ったお客様に継続的に買ってもらえるようにネットやSNSなどでの販売を強化していく。



不動産開発業
I社

県外のディベロッパーと資本提携することで事業拡大を図っている。県内の地価が上がり続けるなかで、資本力に乏しい県内のディベロッパーは事業撤退している。当社は県外の事業者と組むことで、投資体力を強化して県外の競合に対抗しようとしている。

地元客離れに対する危機意識から変化を躊躇する事業者

現状維持志向の事業者は、地元客が離れることに対する危機意識から地元客に配慮した価格設定を変えることができず、増加したコストを自社で抱えることになっている。



販売・卸売業
A社

新型コロナウイルスの流行以前は色々と新しい取組を考えてはいたが、新型コロナウイルスの流行を経験して何が起るか分からないということを学んだ結果、消極的になっている。そのため、利益はでているが再投資はせずに内部留保している。失敗しないことが一番重要だと思っている。



飲食業
G社

価格転嫁は難しい。値上げすると地元の常連さんが離れていくと思うので価格を上げるつもりはない。個人店のため、資金的・体力的に続く限りは現状維持するつもりだが、そのあとは誰かに引き継ぐつもりはない。



販売・卸売業
C社

新型コロナウイルスの際に金融機関から融資を受けた。その返済がまだ残っていて安定した売上が必要なため、値上げなど今のお客様を失うリスクは冒せない。当店も原価高騰で苦しいが、お客様は基本的に地元の飲食店などで価格にはシビアなためコスト増は当店で負担している。

2.2.1 中心市街地の事業者に対する調査

(7) ヒアリング調査の結果 2/7 (価格転嫁の成否を分ける要因)

売価向上に成功している事業者は、ターゲットを付加価値の高い観光客にしている事業者や、商品・サービスの付加価値向上に取り組む事業者である。

他方、価格転嫁に躊躇している事業者は、減少傾向にある地元の高齢客や既存の取引先との人間関係を維持することを優先している。

価格転嫁に成功している事業者

利益確保に対して意識を向けて、商品に独自性を持たせる、広報に力を入れるなど価格競争から脱却するための工夫をすることで売価向上に成功している。



宿泊業
K社

安売りしたくないということで価格を去年から1000円前後上げた。観光客増加に伴う宿不足で宿泊費相場が上がっているため、宿泊サイト等での発見導線を強化することで昨年を上回る売上を見込んでいる。



販売・卸売業
D社

他社は商品を仕入れて販売しているのに対して、当社ではオリジナルの商品の企画・販売を手掛けている。そのため、オリジナル商品目当ての客を確保できている。また、製造から手掛けることで安定した利益を得られている。



飲食業
E社

当社のお客様は観光客が多いため、(比較的円安な2026年時点で) 売価を上げても集客には困らない。原価や売値を下げるよりもPRや商品開発に力を入れて付加価値を上げることで、利益が出る体質にしていきたい。

価格転嫁に躊躇している事業者

観光客増加、周辺住民の高齢化、新規店舗の立地増加など、個店の周囲を取り巻く環境が変化するなかで、従来の顧客を失うリスクを冒すことができずに価格転嫁に躊躇している。



飲食業
E社

地元客のニーズは低価格で飲めること。センベロのような低価格帯のイベントでは地元のお客さんが結構来てくれる。ただ、コストが増しているなかで、地元客向けの価格帯にし続けると店が立ち行かなくなるとため、ジレンマを抱えている。



飲食業
G社

値上げは難しい。同業や大手の食品メーカーがいるなかで今の取引先との関係を維持するにはどうしても価格を抑えることが求められるため、値上げには躊躇してしまう。



販売・卸売業
C社

値上げすると地元の常連さんが離れていくと思うので価格を上げるつもりはない。ただ、その地元客の客足も高齢化や観光地化の影響で中心地から離れており、先細っていくのが目に見えているため不安。

2.2.1 中心市街地の事業者に対する調査

(7) ヒアリング調査の結果 3/7 (人手不足と消極的な採用活動のギャップの理由)

人手不足には、販売や接客などのオペレーションを担当する人材の不足と経営や特定領域についての専門性をもつ人材の不足の2種類がある。前者は、募集に対して労働者の数が少ないために応募者が集まらないこと、採用後の定着率が低いことも影響している。後者は採用活動におけるノウハウ不足が背景にある。

オペレーションを担う人材不足

販売や接客などのオペレーションを担う人材が不足している事業者は募集はしているものの、人材の需要過多を背景にした応募者不足や早期退職に悩まされ、その結果採用活動自体に消極的になっている。



販売・卸売業
A社

採用したアルバイトの方にはじめての給料を渡した直後に連絡がつかなくなるというケースをいくつも見聞きしている。そういう姿勢の人を見極めることができないため、一般的な採用活動はせず紹介等でのみ採用している。



飲食業
E社

那覇市内は求人倍率が高く、若い人にとっては選び放題で、時給が高く効率よく稼げる店で働きたがる。居酒屋などでは、時給1,500円以上で募集していることもあるため、そもそも応募者が集まりづらい。そのような環境のためすぐに辞める人も多い。



販売・卸売業
B社

沖縄県内の店舗、複数で求人広告を出しているが、特に那覇は募集が集まらない。他の地域はは応募を出したらすぐ来るのだが、那覇は年中募集をかけても1～2名程度しか応募が来ない。

専門人材の不足

経営や事業の中核を担う人材を募集している事業者はHPや人づてで募集をかけているが、採用に至っていない。現在の採用チャンネルや発信内容がターゲット層に適合していないことが採用不振の要因と考えられる。



販売・卸売業
D社

人材確保が最大の課題。現状ネット販売事業については、社内のSEO対策に詳しい人材が担当しているが、事業を拡大するうえではそうした人材の増員が必要。しかし、HPなどで募集をかけているが、なかなかそうした経験・スキルをもつ人材からの応募がそもそもない。



不動産仲介業
H社

新規事業を進めたいが、実質的にそのような取組を進められる人材が経営者自身以外にいない。今後、事業の中核を担うことができる人材を探しているが、どのように探せばよいかわからない。

2.2.1 中心市街地の事業者に対する調査

(7) ヒアリング調査の結果 4/7 (資金繰り改善に向けた取組状況)

新型コロナウイルスの際に受けた融資の返済開始（リスクの限界）が、小規模事業者の経営を直接的に圧迫している。

一方、事業拡大を志向する事業者は補助金を活用して業務効率化に取り組んでいる事業者や環境の変化に応じて事業の見直しを行っている事業者は成長している。

公的支援を活用方法

金融機関から、新型コロナウイルス流行期にその後の改善に向けた取組を企画していたかどうかを明暗を分けているという指摘があり、個店の状況もその証左となっている。



金融機関

新型コロナウイルスの流行時に設備投資や経営改善をしっかりと行った事業者は業績が回復しているが、変化に対応できず価格転嫁もできない事業者はリスクに頼らざるを得ない状況にある。



不動産仲介業
H社

新型コロナウイルスからの回復期に、県のDX促進補助金を活用して長年放置されていた属人化したアナログ業務を専門家と共に見直し、デジタルツールを使って仕組み化することで生産性を高めるための基盤整備に取り組んだ。



販売・卸売業
C社

新型コロナウイルス流行時に受けた融資について、返済スケジュールを後ろ倒しにするリスクを繰り返してきたが、それも限界に達している。資金繰りは今後悪化していく見込み。

事業の戦略の見直し

経済を取り巻く環境が変化しているなかで、事業拡大を志向する事業者はその変化に対応してより利益が出やすい体制づくりを進めているのに対して、現状維持志向の事業者は変化に対応せず先細りしている。



金融機関

新型コロナウイルスの流行を経て市内経済を取り巻く環境が大きく変わり、成り行きで経営している事業者は資金繰りが苦しくなり淘汰されつつある。経営者が戦略をもって業務やサービスの在り方を見つめなおしている事業者とそうでない事業者で二極化している。



販売・卸売業
B社

委託製造事業と小売を営んでいる。委託製造は売上は大きいものの、特定の顧客に依存しているため契約が打ち切られた際のリスクも大きい。そのため小売事業を強化することでリスクへの耐性が高い体質に転換していく。



飲食業
G社

今の取引先との関係を維持するにはどうしても価格を抑えることが求められるため、値上げには躊躇している。このままでは事業承継できるような資金状況ではないため、徐々に縮小しながら、自分たちの代で店をたたむことになると思う。

2.2.1 中心市街地の事業者に対する調査

(7) ヒアリング調査の結果 5/7 (老朽化した店舗や設備が更新されるメカニズム)

老朽化した店舗・設備は不動産資本や新規事業者の参入によって更新され、酒類提供店向けに転用されている。

一方で、建物・土地の複雑な権利関係や建設コストの高さをはじめとした構造的な理由により、刷新が進んでいない建物も存在する。

不動産開発や新規参入者によって新陳代謝が促進

既存店が撤退した跡地を資本力のある県外事業者や新規参入者が取得し、リノベーションや戦略的な価格設定をすることで収益性を高めている。



新型コロナウイルスの流行から収束直後にかけて県外の不動産事業者が、昔から住民向けの商売をしていた物件を買い上げて、居酒屋や飲食店向けテナントとして貸し出している。



新型コロナウイルス流行語に老朽化と資金繰りの悪化で立ち行かなくなったホテルを什器ごと借りることで初期投資を抑えながら事業を始めた。設備は古いが、ターゲットを海外の若者やバックパッカーに設定して、宿泊料を相場よりも安くすることで十分に宿泊業として成立する。



新型コロナウイルス流行期は相場に対してかなり抑えた家賃にしたり、支払いの延期を容認したりといった入居者に対する配慮をしていた。その後は、適正な家賃に戻して利益も出ている。入居事業者の出入りはあるが、すぐに新たな入居希望者が現れるため、満室が続いている。

土地の権利関係の複雑さや建設コストを背景に建物の更新が停滞

一部のエリアでは、建物・土地の複雑な権利関係や建設コストの高さなどを理由に刷新が進んでいない。



公設市場付近の建物は連棟建てになっていて区分所有となっている物件が多いため、一事業者で建て替えができない。資本力のある事業者が再開発に参入しない限りは、建て替え等の刷新は困難。



50～60年前の区画整理がされない時点で建物が建てられ、土地の権利が細分化されているエリアが一定存在する。このようなエリアは所有者の特定・調整が困難なため、建物の刷新や土地の集約が進んでいない。



中心市街地のなかでもアーケード街などの中心部は再開発に莫大な資金がかかるためそもそも意欲的なディベロッパーが少ない。県外資本のディベロッパーが関心をもつこともあるが、沖縄の建設事業者は人手不足で他エリアに比べて工期が長いいため手を引くケースが多い。

2.2.1 中心市街地の事業者に対する調査

(7) ヒアリング調査の結果 6/7 (駐車場不足や人流増が地域経済に対して与える影響)

インバウンドやクルーズ船の往来増は売上回復の強力な追い風となっている一方、突発的な人流の変化が生じる場合に、仕入れ・人員配置の最適化が困難であり、売り逃しが発生している。

また、人流増に伴って駐車場不足が深刻化。中心市街地の一部地域では駐車違反が常態化しており、事業者の円滑な経済活動を阻害している。

人流の増加を販売増につなげることができない要因

来街者は増えているものの、来街者の属性や数が把握できないため、突発的な人流の増加に対して仕入れ・人員配置を最適化したり振り返ったりすることができず、機会損失が発生している。



飲食業
F社

現状、観光客が日ごとにどの程度来沖するか見通すことができないため、仕入れ不足で売り損が起きたり、人手不足になったりしている。機会損失を防ぐためにもおおよその来街者数がわかるような仕組みが欲しい。



販売・卸売業
B社

那覇市全体では来街者が増えていることはわかっているが、当店では来店者数・一人当たりの単価が伸びていない。接客や広報を改善するのはもちろん、どのような人が来沖しているのか、振り返ることができる体制をつくりたい。

駐車違反による事業への影響

人流の増加に伴い自動車等の通行量も増加。その結果、駐車場の少ない中心市街地では違反駐車が常態化し、立地する事業者の活動を阻害している。



金融機関

沖縄県内、特に那覇市周辺の交通渋滞は非常に深刻で、生産性に悪影響を及ぼしている。住民はマイカーで通勤・異動するのが習慣化しているため、公共交通機能を強化するなど、マイカーからの脱却が必要。



飲食業
G社

アーケード街周辺は駐車場が足りないため、駐車違反が常態化しているため、荷物搬入の際に迂回する必要があるが迷惑している。昔は近所が皆知り合いだったため、配慮するのが当たり前だったが、新規の店舗が増えて近所のつながりが薄れたため、深刻になっている。

2.2.1 中心市街地の事業者に対する調査

(7) ヒアリング調査の結果 7/7 (共用設備・周辺環境への当事者意識)

共用設備や周辺環境に対する態度は将来の事業存続に対する意識によって違いがみられた。

事業拡大もしくは現状維持志向の事業者は、周辺環境の悪化を事業成長・維持の阻害要因とみなして積極的に対策をしているのに対して、事業承継意向の薄い事業者は環境の悪化を受け入れざるを得ないコストとみなしている。

周辺環境の悪化に対する事業者の対応

事業拡大もしくは現状維持を志向している事業者は、周辺環境の悪化を成長や維持に対する阻害要因として捉えて自律的に対策をしている。自分の代で店をたたむと決めている事業者は、環境悪化を嘆きつつも、改善のための投資や活動を回収不能なコストと見なしている。



販売・卸売業
B社

観光客や移住者が増えたことで犯罪も増えている。スタッフは女性ばかりのため、自衛や予防を促すだけでなく、店舗前に防犯カメラを設置するなど会社としての防犯対策を行っている。



飲食業
G社

安全面や衛生面を気にせずに気持ちよく過ごせる環境にしたいが、事業縮小していく見通しのため、具体的な要望は特にはない。



販売・卸売業
A社

観光客が増えたことで治安は悪くはなっていると感じる。当店もシャッターを蹴られて壊されたことがあった。新型コロナウイルスの流行以降は、通り一帯でシャッター施錠後に店前に予防線を張って物理的に酔客がシャッターに近づけないようにしている。



販売・卸売業
C社

個人の店のため資金的・体力的に続く限りは現状維持するつもりだが、そのあとは承継するつもりはない。来街者によるゴミ等の清掃の負担は大きいので、通り会や行政に何とかしてほしい。

2.2.2 商店街振興組合、通り会等への調査

(1) 調査概要

中心市街地の個店を支える立場にある通り会（23団体）に対してアンケート調査を実施し、そのうち取組が活発な団体に対してヒアリングを実施した。

通り会を対象とした調査の設計

目的	中心市街地に出店する事業者の事業環境の変化、地域団体の独自の施策の状況や課題認識等を把握する。
調査仮説	<p>論点①：個店に対して行っている支援はどのようなものか？ 新型コロナウイルスからの回復を重視し、通りやエリアごとの誘客を強化するための支援は充実している。他方、個店ごとの利益向上に向けた支援にまでは踏み込んでいない。</p> <p>論点②：住民のニーズはなにか？ 観光需要に偏重した産業構成により、日常的な買い物や飲食をするうえでのコストが高い。飲み屋の増加による生活環境の悪化と対策が求められている。</p> <p>論点③：来街者にとって魅力的な店舗の立地を促すにはどのような支援が必要か？ 独自の店舗構成は維持されているものの、チェーン店が増え、少しずつ元来の特色が薄れている。新規の出店店舗は通り会の活動参加へは消極的。活動の継続性が課題になっている。</p>
調査項目	<ul style="list-style-type: none">・ 加入団体数、範囲・ 立地する主な事業者の業態・ 新規参入／撤退している事業者の傾向・ 通りの混雑度・客構成・客単価等の変化・ 顧客に占める地元住民の割合 <ul style="list-style-type: none">・ 通り会が認識しているまちの課題（地域住民からの苦情や軋轢、通りの設備老朽化等）・ 通り会が独自に行っている取組・ 取組の実施にあたっての課題・ 課題解決のために行政に期待すること
対象	アンケート調査：中心市街地の通り会（23団体） ヒアリング調査：6団体
方法	<ul style="list-style-type: none">・ 中心市街地にある通り会23団体に対してアンケート調査を送付。回収がなかった団体に対しては、督促を1回実施。・ アンケート回答があった団体のうち、取組が活発な6団体にヒアリングを実施する。ヒアリングは1回1時間程度、団体の希望する方法(オンライン/対面)で実施。

2.2.2 商店街振興組合、通り会等への調査

(2) アンケート・ヒアリング調査の結果 1/2

中心市街地の商店街振興組合・通り会に実施したアンケート・ヒアリング調査の結果を、論点ごとに整理した。調査結果の概要は、以下のとおり。

通り会を対象としたアンケート・ヒアリング調査結果（概要）

視点	論点・問い	調査結果
商店街振興組合・通り会	共用施設は整備されているか アーケードや店舗の老朽化しているのはどこか	<ul style="list-style-type: none"> アーケードを保有する古い商店街ほど老朽化問題が死活問題となっており、自主財源だけでは修繕が追いつかないリスクとなっている。特にえびす通りや平和通りでは、この問題が解決すべき最優先事項となっている。 栄町市場では通り一帯の建物自体の老朽化のリスクが確認された。 また、水上店舗では一部の事業者が修繕に努めているものの、全体としての統制がとれておらず、建築基準の問題もあり維持困難と指摘された。
	通り会は、まちの活性化や事業課題解決のためにどのような取組を行っているか 通り会の加入店舗数ほどの程度か、新規店舗は加盟しているか	<ul style="list-style-type: none"> エリアごとに加盟店の増減には差がある。久茂地、栄町市場、新天地、大平通りなど飲食店が密集するエリアでは増加傾向。それ以外の通りでは減少～横ばいの傾向になっている。 新規加盟する事業者は、かつての物販中心から、飲食店（特に酒類提供店）中心に急速に転換している。 また、観光客の通行の多い好立地の場所では、家賃の高さから地元企業ではなく県外・本土資本の進出が目立つ。
	通り会の活動頻度はどの程度か。どのようにして意思決定を行っているか	<ul style="list-style-type: none"> 規模の大きい組合ほど頻繁に活動している。会員規模が大きい栄町市場（91団体）や第一牧志公設市場（87団体）は、月1回以上の役員会を開き組織的に活動している。一方、少人数のえびす通り（14事業所）は会合を持たずに議題が発生するたびに個別に調整している。 イベントの準備や飲み会などを通じた「対面で親睦を深めること」が成功の鍵となっている。他方、新参の飲食店や顔の見えない物件オーナー、県外資本の増加が合意形成を困難にする要因となっている。 特に地域外の資本が急激に増え、なおかつ加盟店舗数も多い平和通りでは、通り一帯としての意思統一を図るのが難しくなっている。
	通り会の活動原資は十分か	<ul style="list-style-type: none"> 通り会の活動原資のほとんどは会員からの会費。1事業者あたり8000円～1万円程度（年間）であり、清掃活動やイベント開催などの定常活動に充当するものがほとんどである。そのため、アーケードをはじめとした共用設備の補修など、一時的に発生する負担に対応することができない。

2.2.2 商店街振興組合、通り会等への調査

(2) アンケート・ヒアリング調査の結果 2/2

中心市街地の商店街振興組合・通り会に実施したアンケート・ヒアリング調査の結果を、論点ごとに整理した。調査結果の概要は、以下のとおり。

通り会を対象としたアンケート・ヒアリング調査結果（概要）

視点	論点・問い	調査結果
商店街振興組合・通り会	通り会は、まちの活性化や事業課題解決のためにどのような取組を行っているか	<p>通りの活性化や事業環境改善のために、通り会でどのような取組を行っているか</p> <ul style="list-style-type: none"> ハード面の整備からソフト面のイベントまで多岐にわたるが、最近では経済面での振興を目的とした活動よりも「安心・安全な環境づくり」・「地元客を呼び戻すこと」を強化することを目的とした動きが強まっている。 観光客が増えるなかで立地する事業者の質も古参の店舗から県外資本を含む新規の飲食店（酒類提供店）に変わり、来街者のモラルも低下したことがその背景にある。
	通りの活性化や事業環境改善のために、実施したいが実施できていないことはあるか。その理由は何か	<ul style="list-style-type: none"> 各通り会が抱える優先課題は会員の内訳、組織の状況により分かれている。アーケードを有し、飲食店が多く立地するえびす通りや太平通り、平和通りでは「共用設備の老朽化」が最大の課題。一方、壺屋や栄町、浮島通りなど多くの団体は「活動・運営に関する問題」を最優先とし、担い手不足や会員間の意識差といった組織課題を重視している。 アーケードの修繕については、ほとんどの通りにおいて財政難で手がつけられていない。全会員から会費を徴収できていないほか、会費のほとんどが固定費（ゴミ収集・アーケードの保険など）で占められており、修繕のための積み立てができていない。 「活動・運営に関する問題」は具体的には「暗黙の了解」のもと行われてきた営業形態（路上へのみ出し、店舗から離れた販売）が、新型コロナウイルスを機に立地した新規の事業者によってより極端に行われるようになったことで歯止めが効かない状態になっていること、そうした経営方針の異なる事業者との意思疎通を図れないことを指していた。また、他店舗や公共の利益を損なうような営業をする店舗に対して、実行力をもったルールがないことが、この流れを助長していることが指摘された。
中心市街地の商環境	産業の新陳代謝は起こっているか	<p>新規参入している事業者はどのような業種、規模か</p> <ul style="list-style-type: none"> 那覇中心市街地は外部資本による再編と観光地化が進行している。栄町市場のように新陳代謝を力に変えているエリアがある一方で、多くの通りでは地元資本の撤退が進んでおり、既存の事業環境をいかに維持もしくは更新していくかが共通の論点となっている。
	中心市街地に新たに新店可能な余剰はあるか	<ul style="list-style-type: none"> ほとんどのエリアにおいて、円滑に事業者の新陳代謝が進んでいる。 一方で投機的な店舗が増えたことで来街者同士の交流が生まれる「余白」がなくなっている。

2

中心市街地の商環境に関する調査

2.3 市民等の中心市街地の利用実態に関する調査

2.3.1 市民へのアンケート調査

(1) 調査概要

中心市街地の商業活性化につながる施策を検討するため、市民の消費傾向や、中心市街地に対する市民の期待、ニーズ、市民が中心市街地を訪問しない理由についてアンケートを実施した。

那覇市民を対象としたアンケート調査

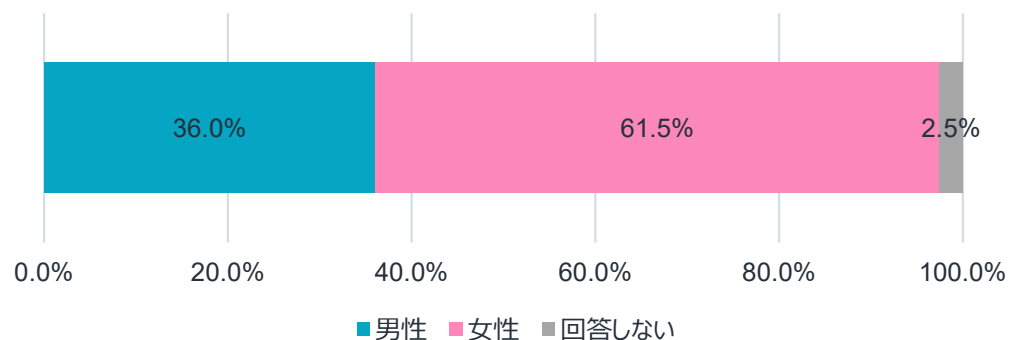
目的	中心市街地の魅力強化、商業活性化につながる施策を検討することを目的として、市民の消費傾向や、中心市街地に対する市民の期待、ニーズ、市民が中心市街地を訪問しない理由について把握すること。
調査対象	15歳以上の那覇市在住・在勤・在学者（特に、中心市街地に訪問しない方）
調査期間	2025年 9月1日～9月30日
調査方法	<ul style="list-style-type: none">調査は、Webアンケートフォームを作成し、実施する。那覇市広報誌にアンケート協力依頼文（QRコード等）を掲載し、回答を募集する。
調査項目	<ul style="list-style-type: none">属性（性別、年代、職業、居住地、通勤・通学場所）普段、消費活動（外食や買い物）を行う場所、頻度普段、消費活動を行う場所を選ぶときに重視していること中心市街地を訪問する頻度新型コロナウイルスの流行前後での中心市街地の訪問頻度の変化中心市街地で消費活動（外食や買い物）をする頻度中心市街地を訪問する目的中心市街地を訪問する際の同伴者中心市街地内で訪問した場所中心市街地で行った消費活動（直近のもの）中心市街地を訪問しない（利用しない）理由中心市街地の利用を促進する上で、重要だと思うこと中心市街地に関して情報を得る媒体、得たい情報

2.3.1 市民へのアンケート調査

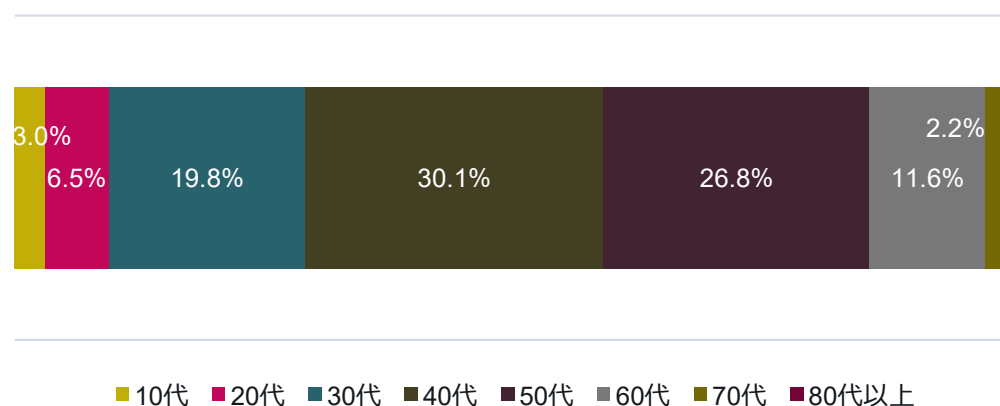
(2) 回答者全体の属性

媒体の特性上、やや女性の回答が多い。20代以下は10%程度であるが、30代～50代、60代以上の年代はバランスよく回答されている。やや公務員の比率が高いが、多様な職業の回答が得られた。

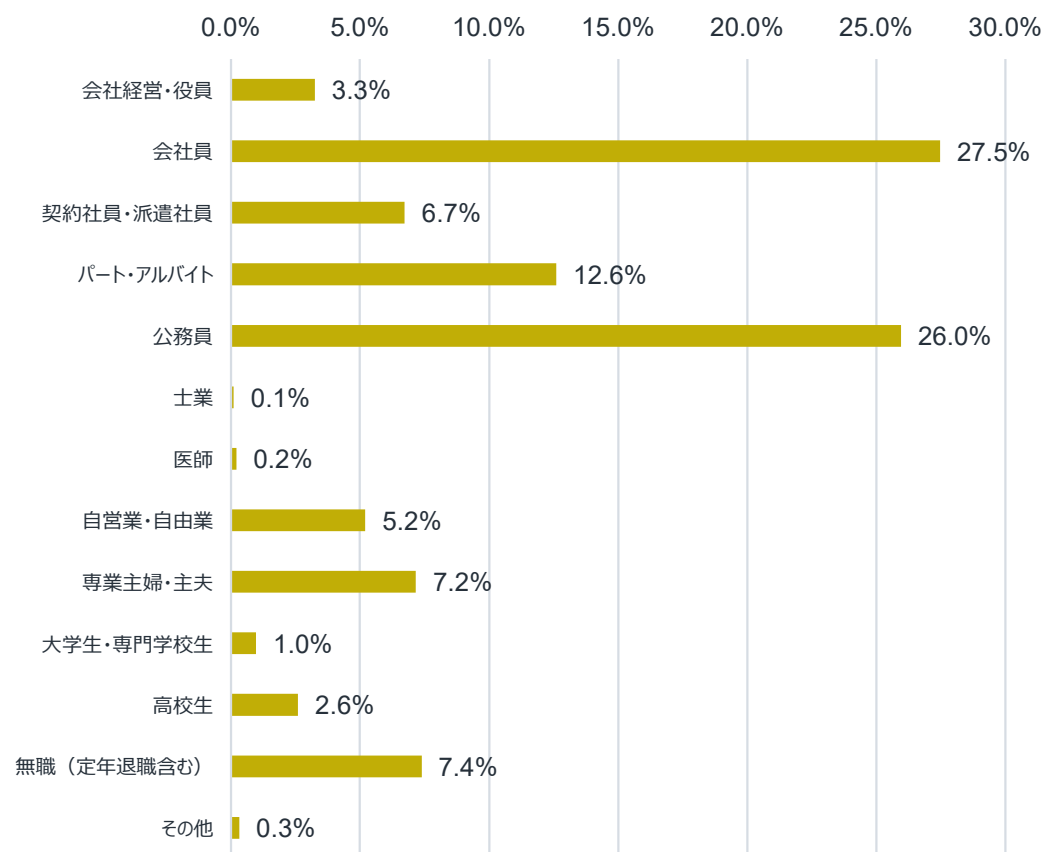
性別 (n=921)



年代 (n=921)



職業 (n=921)

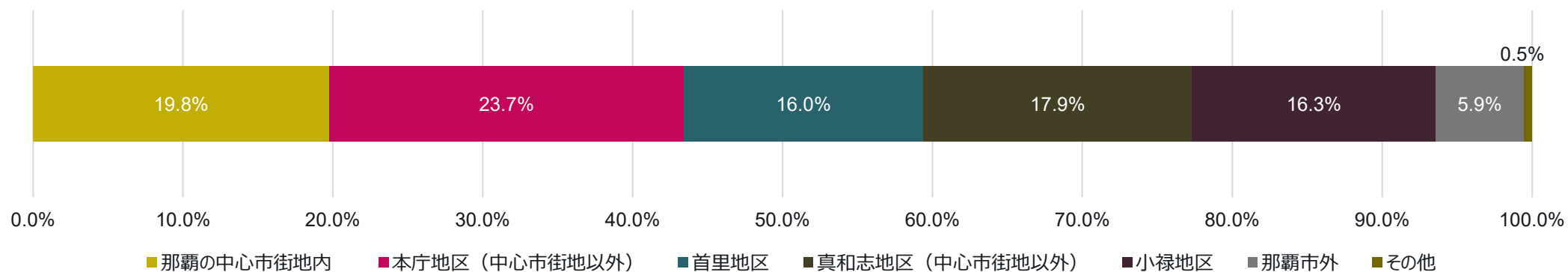


2.3.1 市民へのアンケート調査

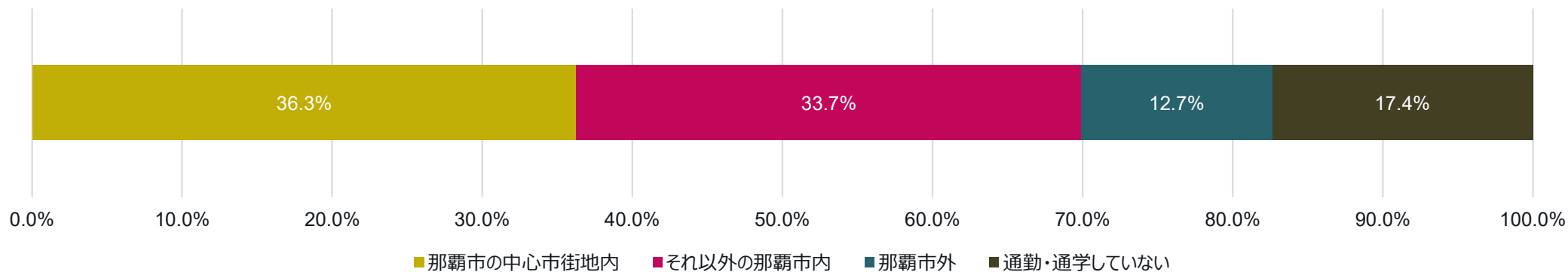
(2) 回答者全体の属性

回答者のうち、中心市街地内の居住者は19.8%であり、中心市街地外の居住者とバランスよく取得されている。通勤・通学場所については、中心市街地内が36.3%と多い。

居住地 (n=921)



通勤・通学場所 (n=921)



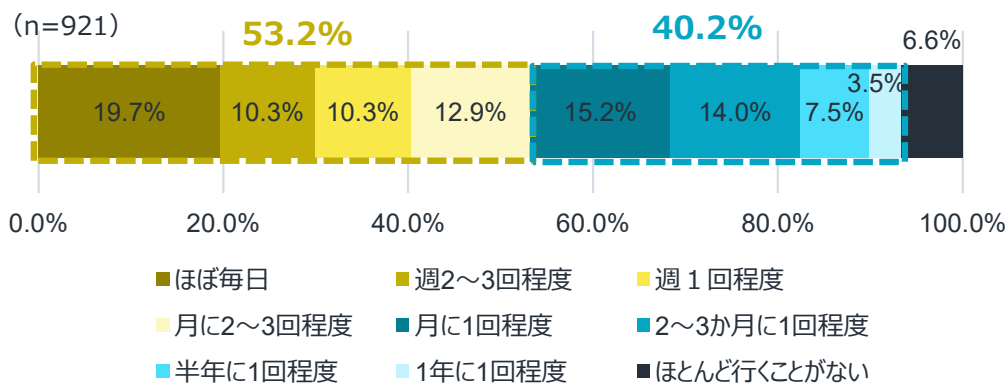
2.3.1 市民へのアンケート調査

(3) 中心市街地の訪問頻度

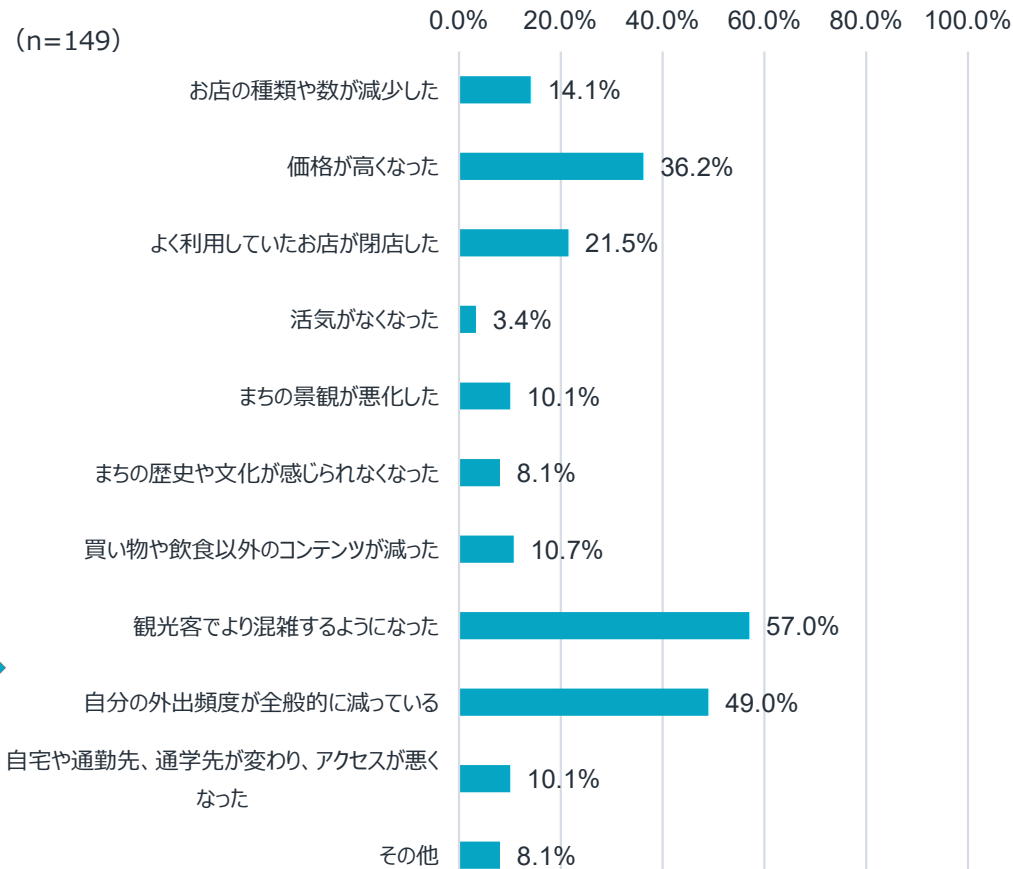
中心市街地に月に複数回訪問する割合は53.2%で、年1回～月1回は40.2%程度。ほとんど訪問しない割合は6.6%であった。新型コロナウイルス流行前後の訪問頻度は、変わらない人が多く、減った割合は16.2%であった。

新型コロナウイルスの流行後の外出習慣の変化のほか、観光客による混雑や価格の高騰、利用店舗の閉店を理由とする回答が多い。頻度が増えた層では、新型コロナウイルス流行前と比較してまちが活気づいたという回答も見られた。

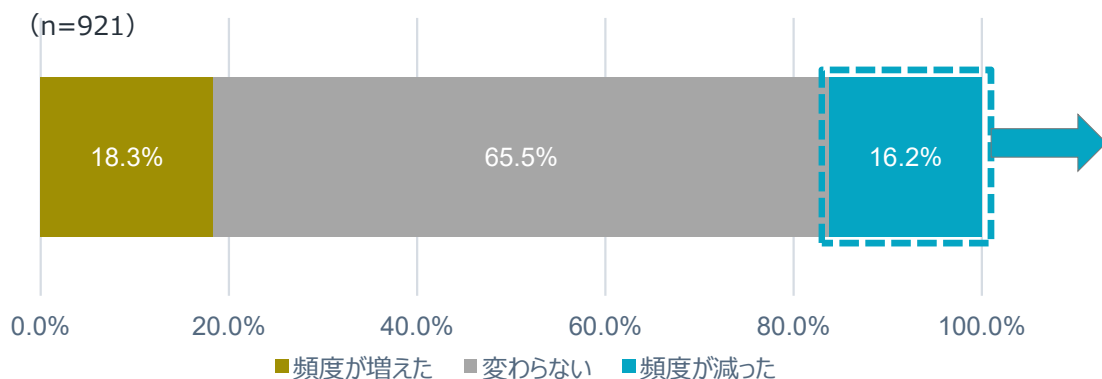
中心市街地へ訪問する頻度



新型コロナウイルスの前後で訪問頻度が減った理由



新型コロナウイルス流行前後の中心市街地へび訪問頻度の変化

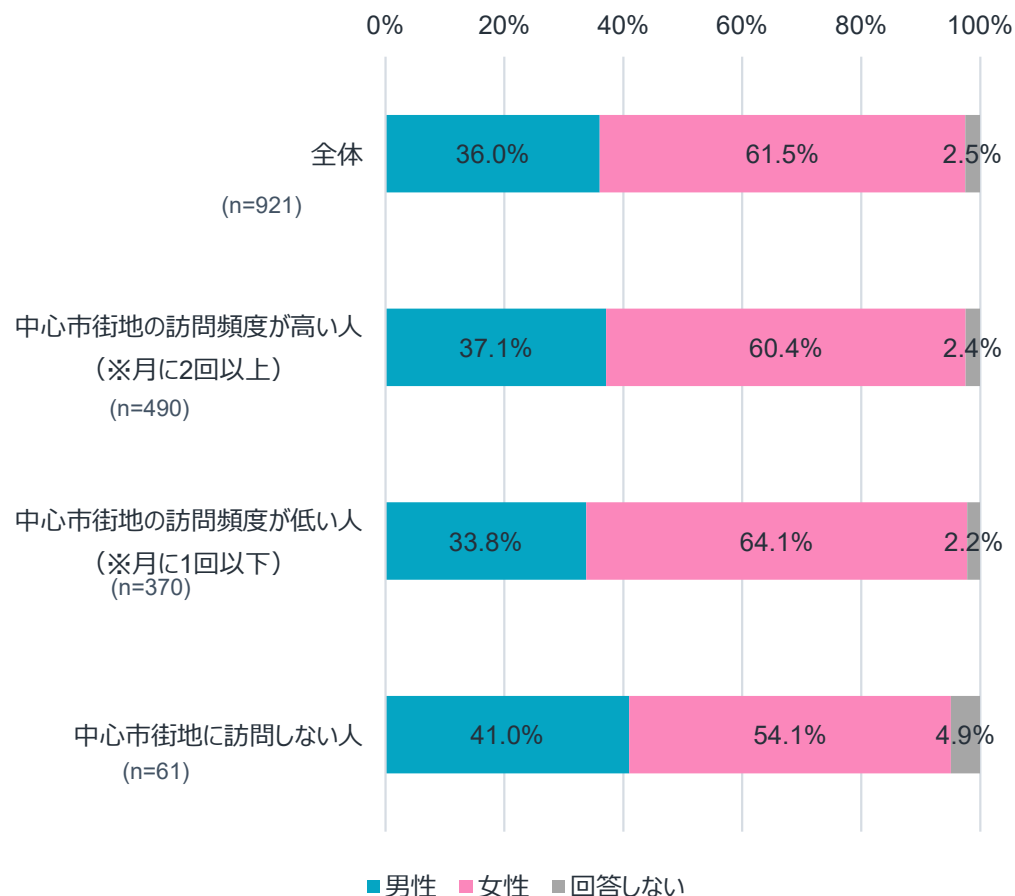


2.3.1 市民へのアンケート調査

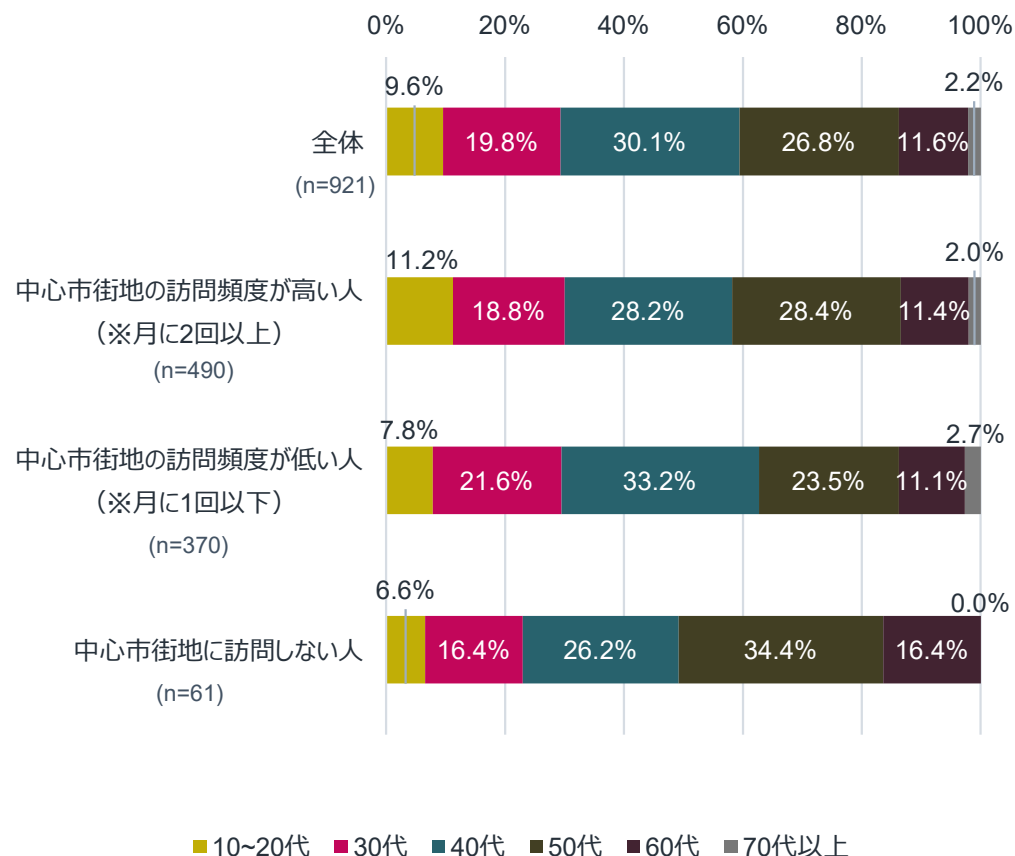
(4) 中心市街地への来街者、非来街者の属性

訪問頻度が高い人に比べて、訪問頻度が低い層では30-40代、女性の割合がわずかに高い。
訪問しない人は、全体と比較して男性及び60代以上の高齢者の割合が高い。

中心市街地への訪問頻度×性別



中心市街地への訪問頻度×年代



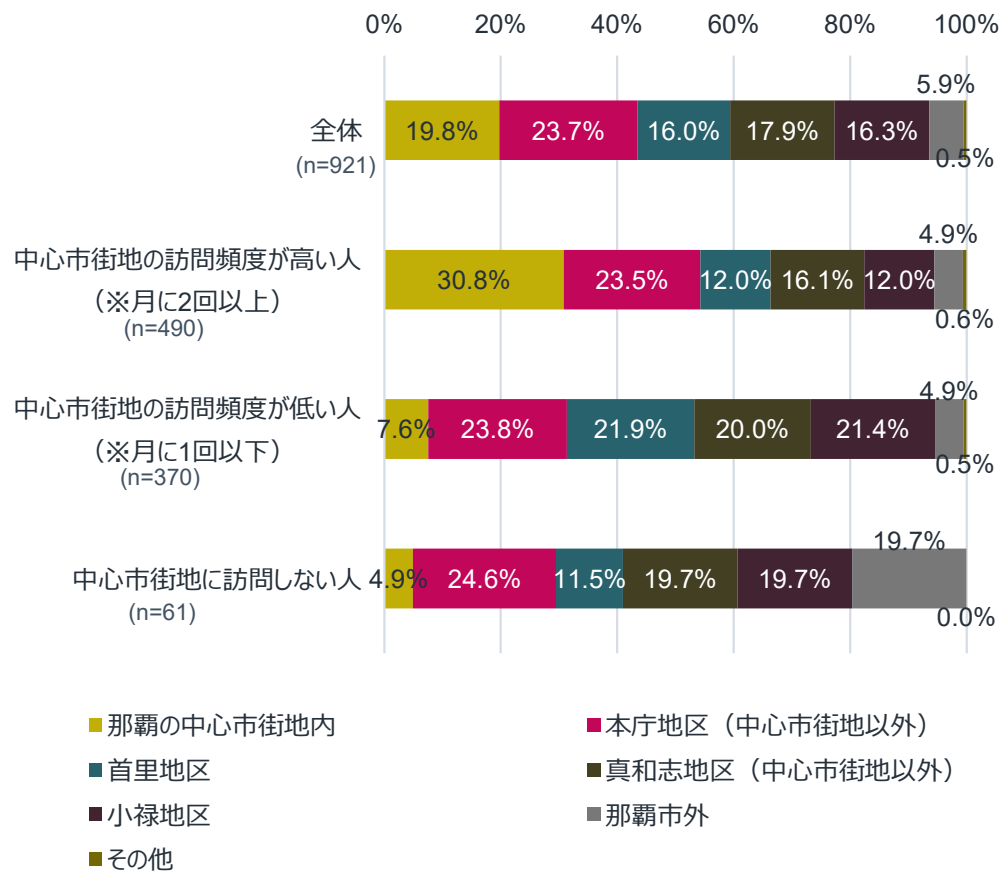
2.3.1 市民へのアンケート調査

(4) 中心市街地への来街者、非来街者の属性

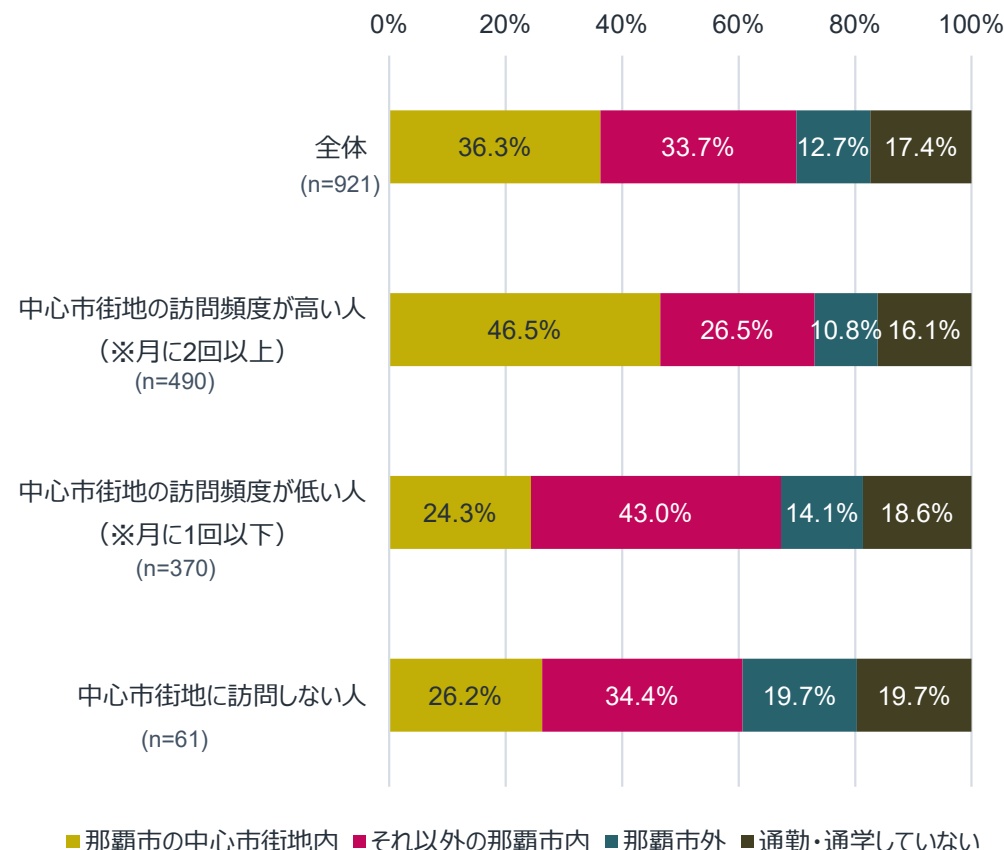
中心市街地の訪問頻度が高い層では、中心市街地内に居住または通勤している割合が高い。

中心市街地から遠い程、訪問頻度が低い人の割合が高い。訪問頻度の低い人は、比較的首里地区や小禄地区の居住者の割合が高く、訪問しない層では中心市街地外に居住するの割合が高い。

中心市街地への訪問頻度×居住地



中心市街地への訪問頻度×勤務場所・通学場所

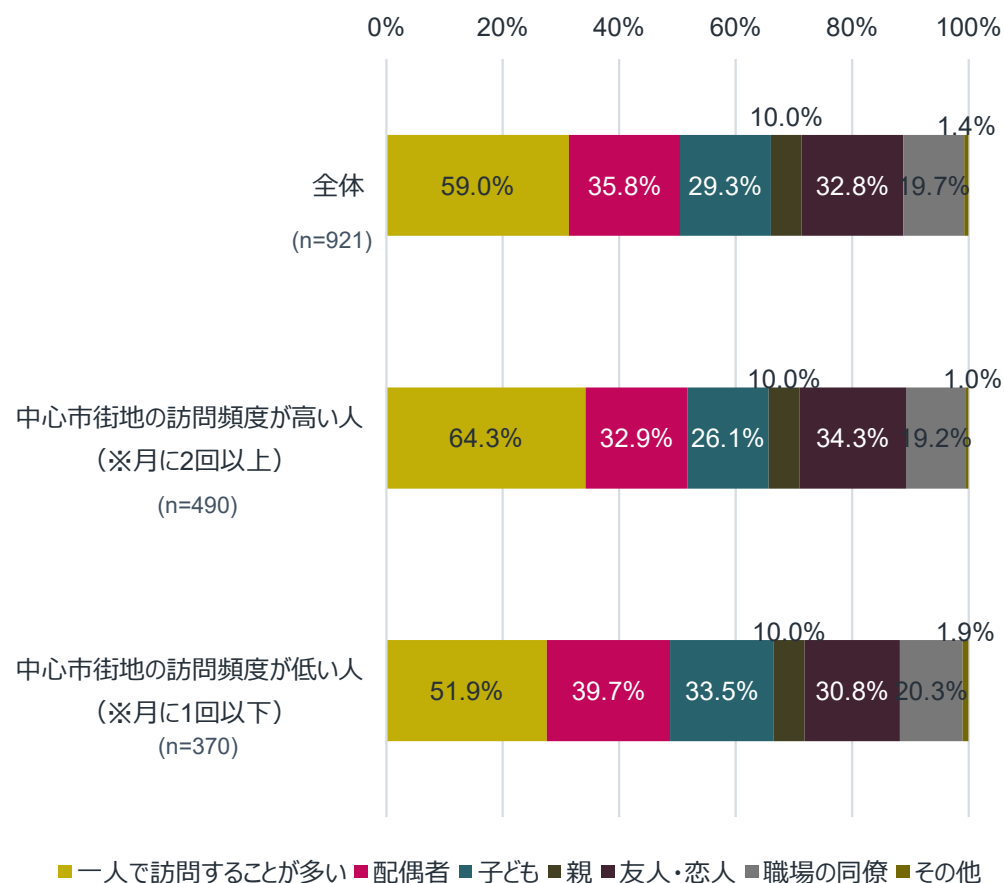


2.3.1 市民へのアンケート調査

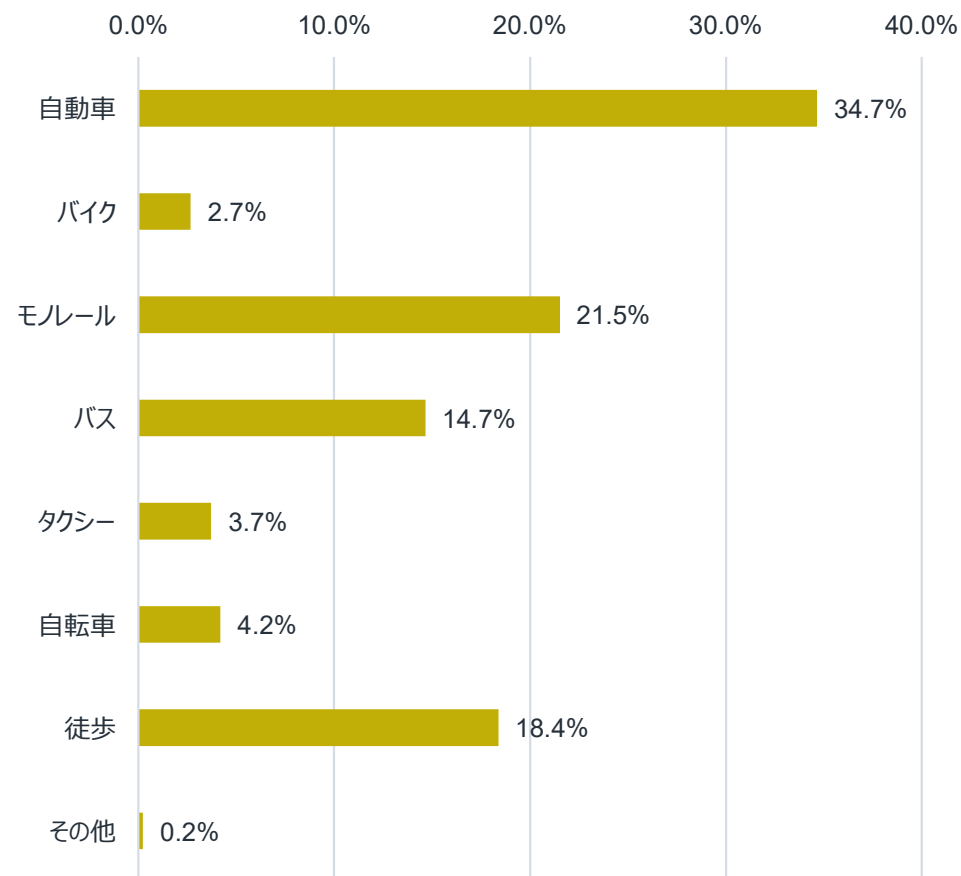
(4) 中心市街地への来街者、非来街者の属性

訪問頻度が高い人の場合、1人での訪問や友人・恋人と訪問する割合が高い。1人での訪問が多い理由として、通勤・通学者が多いことが影響していると考えられる。訪問頻度が低い人の場合、配偶者・子どもと一緒に訪問する割合が比較的高い。中心市街地では、一人あるいは友人と過ごす場として認識されており、子連れやファミリー層の外出需要をうまく取り込めていない可能性が示唆されている。

中心市街地への同行者



中心市街地への交通手段 (n=921)



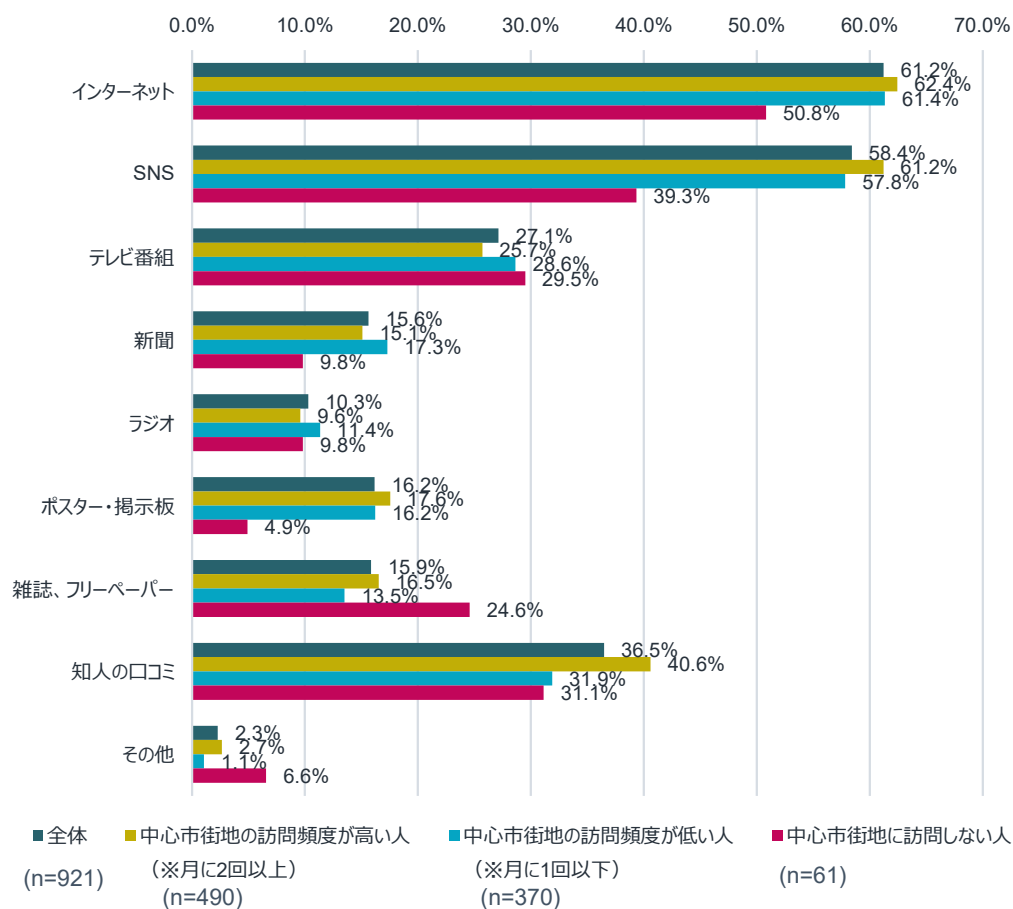
2.3.1 市民へのアンケート調査

(4) 中心市街地への来街者、非来街者の属性

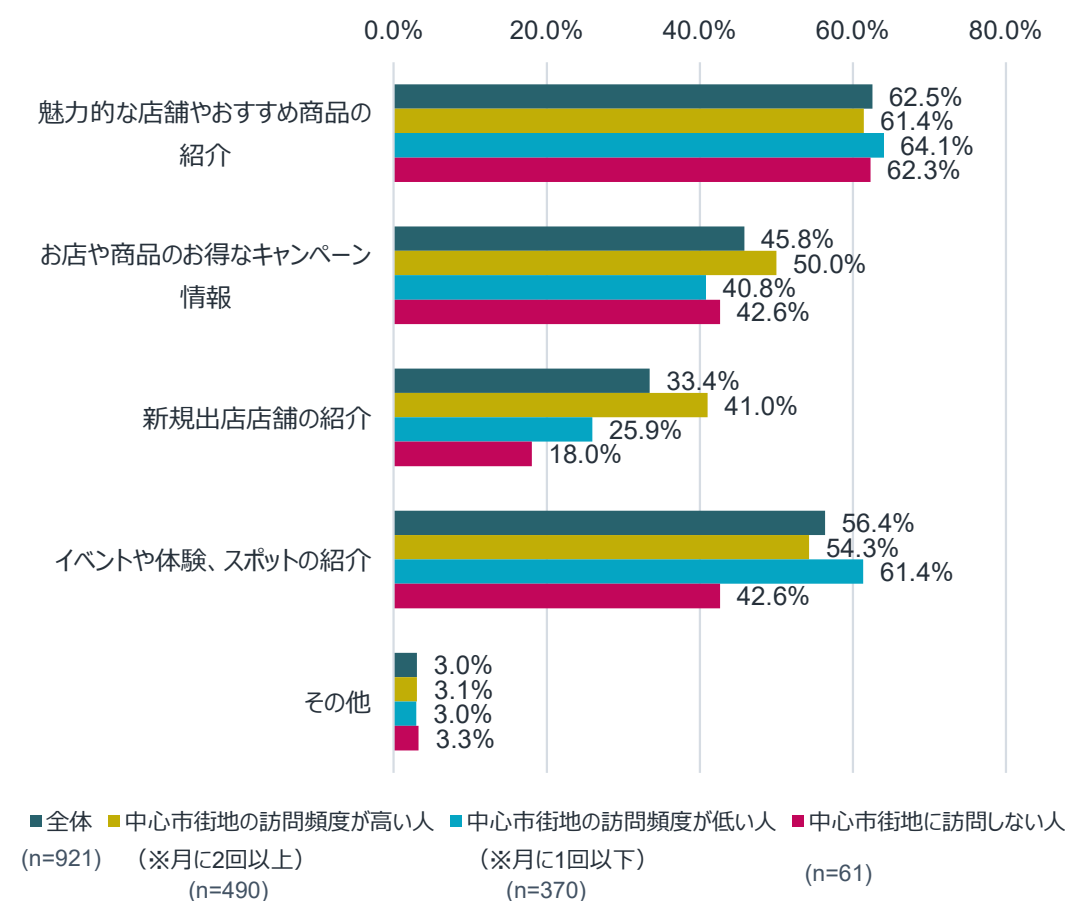
中心市街地に関する情報についてインターネットやSNS、知人の口コミで情報入手する人が多い。

入手したい情報の種類に関しては、全体的に魅力的な店舗やおすすめ商品、イベントや体験スポットの情報が多い。訪問頻度が高い人はキャンペーン情報や新規出店店舗の情報、頻度が低い人はイベントや体験スポットの情報を求めている。

中心市街地の情報入手経路



中心市街地について入手したい情報の種類



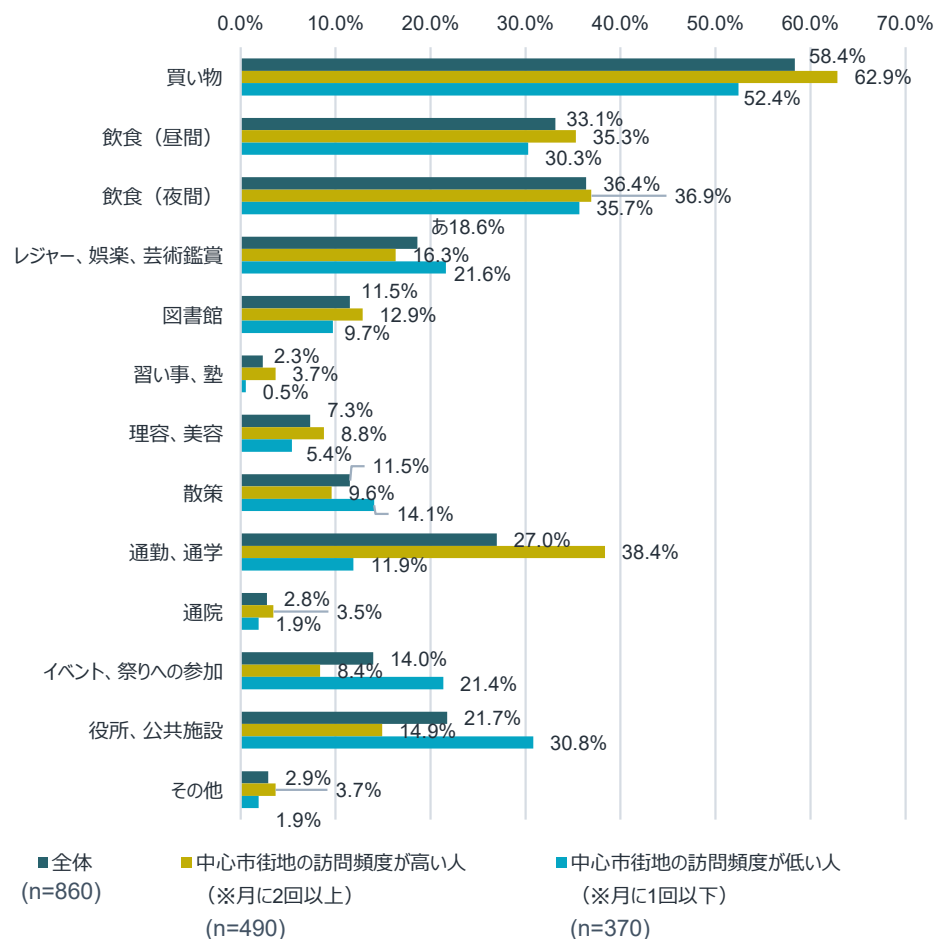
2.3.1 市民へのアンケート調査

(5) 来街者の傾向（来街目的及び中心市街地内の主な訪問場所）

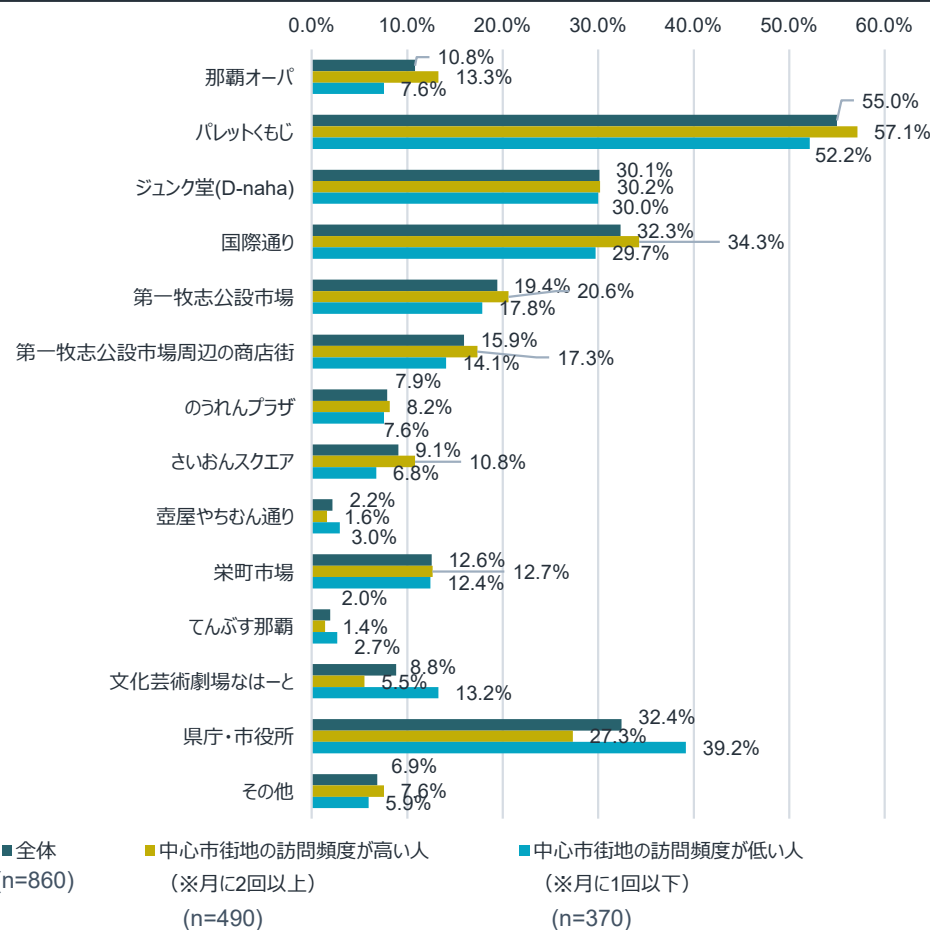
買い物や飲食(昼/夜)、通勤を目的とした来訪が多い。来訪頻度が低い層ではレジャー、イベント、役所等を目的とした来訪が頻度の高い層と比べて多く、これらの機会を再来訪につなげられていない可能性がある。

訪問場所については、パレットくもじやジュク堂、国際通り等の買い物施設を訪問する割合が高い。来訪頻度が低い層では役所や劇場等の割合が比較的高い。

中心市街地へ訪問する目的



中心市街地の主な訪問場所

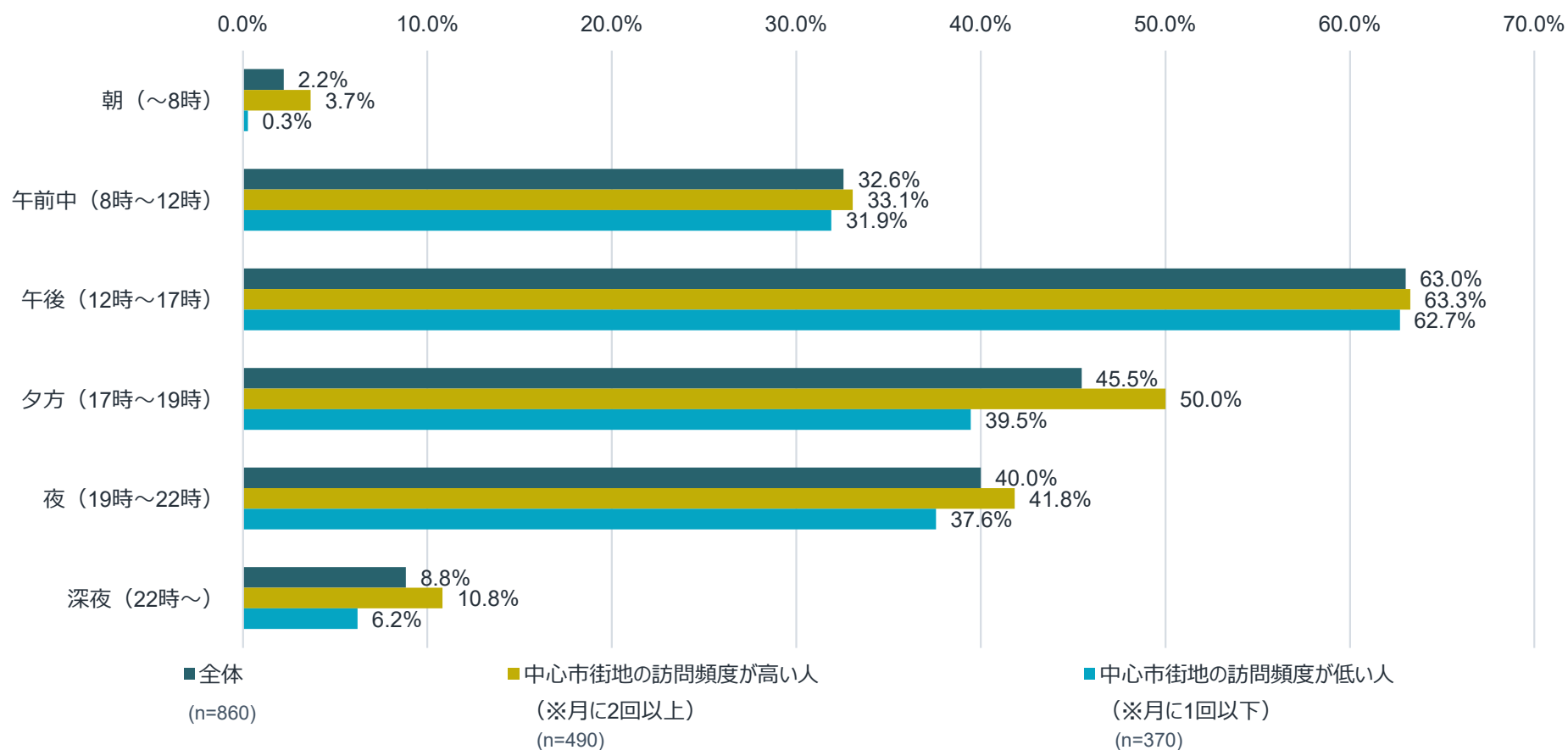


2.3.1 市民へのアンケート調査

(5) 来街者の傾向 (来街目的及び中心市街地内の主な訪問場所)

訪問頻度が高い層に比べて、訪問頻度の低い層は夕方以降の滞在が少ない。訪問頻度の少ない層は、滞在時間が比較的短く、日中の予定を終えた後、外食等の立ち寄りをせずに帰宅する傾向があると推察される。

中心市街地の滞在時間帯



2.3.1 市民へのアンケート調査

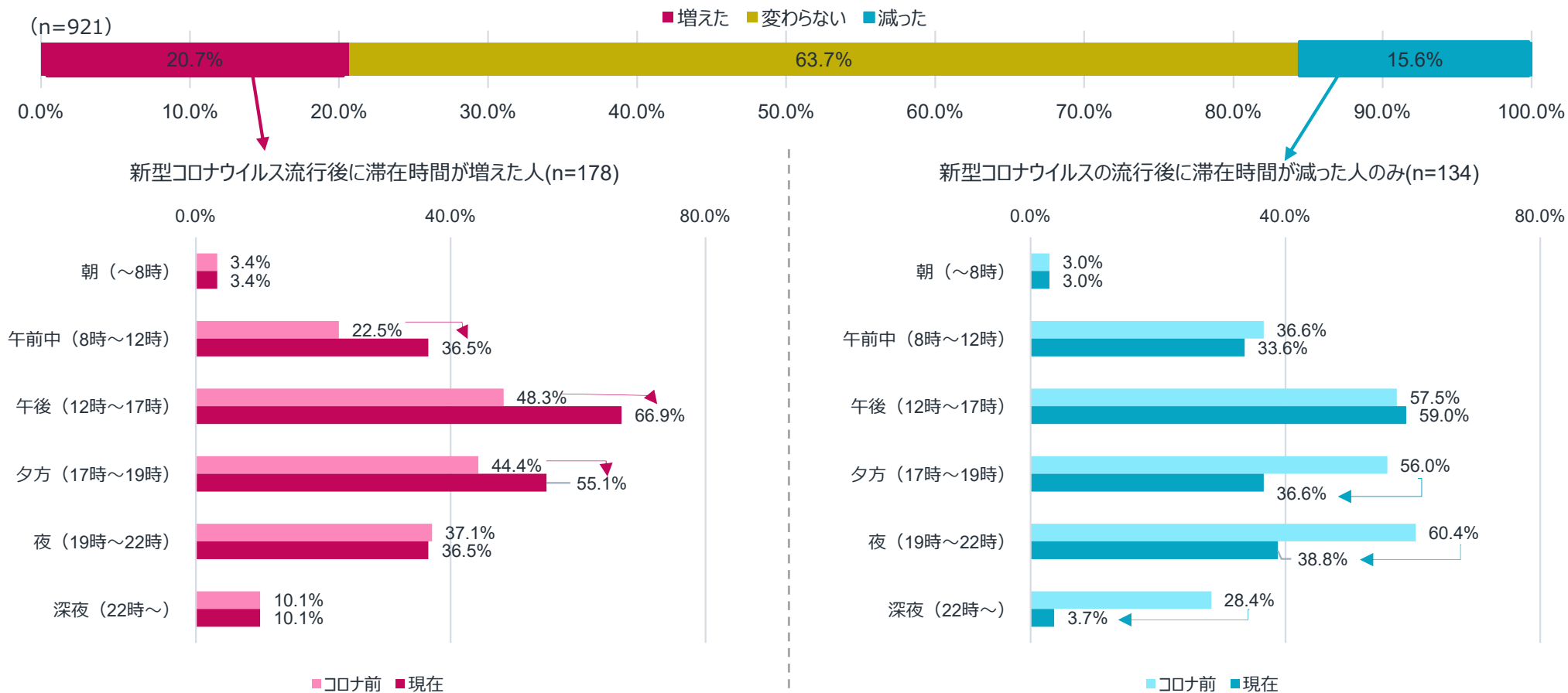
(5) 来街者の傾向（来街する時間帯及び新型コロナウイルスによる滞在時間の変化）

新型コロナウイルスの影響による滞在時間の変化に関しては「増えた」が2割、「減った」が1.5割程度で、変化がない人が多い。

滞在時間が増えた層では、主に午前中や午後の日中帯の時間帯の滞在が増加した。滞在時間が増えた理由について、「飲み会が増えた」、「訪問店舗が増えた」、「混雑時間を避けるため」等の回答が見られた。

滞在時間が減った層では、主に夕方～深夜帯の滞在時間が大きく減少した。滞在時間減少の理由として、飲み会の機会の減少や生活習慣の変化、行きつけのお店の閉店の他、外国人で混雑していることや観光客向けのお店が多いことを挙げる意見も多く見られた。

新型コロナウイルス流行前後の滞在時間の変化



2.3.1 市民へのアンケート調査

(5) 来街者の傾向 (購入頻度)

普段の購入頻度に比べると、中心市街地で日常的に買い物や飲食、レジャーを行う頻度は全体的に低い。

外食・カフェに関しては比較的中心市街地を利用している人が多いが、普段の利用が多い食料品や日用品、医薬品等はおもろまちや近所の店舗で購入され、中心市街地はたまにしか利用されていない。中心市街地での消費が選ばれやすいレジャーや娯楽分野でも中心市街地に訪問する人の4割が「体験していない」と回答している。

(衣料品や家電・家具は、他の商業施設やネット通販の占める割合が強く、中心市街地での市民の購買行動を喚起することは難しいと思慮。)

中心市街地へ訪問する人×普段の購買頻度 (品目別)

	食料品	日用品・雑貨	医薬品・化粧品	衣料品・履物	家電・家具	外食・カフェ	レジャー・娯楽・芸術鑑賞等
ほぼ毎日	23.0%	1.2%	0.0%	0.0%	0.0%	3.6%	0.6%
週2～3回程度	52.0%	9.9%	1.0%	0.2%	0.0%	17.1%	2.2%
週1回程度	20.8%	33.3%	5.5%	0.8%	0.1%	26.7%	5.0%
月に2～3回程度	2.9%	34.1%	17.7%	5.1%	0.0%	26.5%	9.4%
月に1回程度	0.5%	16.3%	33.7%	15.2%	0.8%	13.8%	16.3%
2～3か月に1回程度	0.2%	4.0%	26.5%	34.3%	2.8%	7.2%	21.6%
半年に1回程度	0.0%	0.9%	10.5%	32.9%	14.4%	1.5%	17.3%
1年に1回程度	0.1%	0.0%	2.4%	9.4%	46.2%	0.7%	12.0%
購入・利用・体験しない	0.5%	0.5%	2.7%	2.0%	35.7%	2.8%	15.6%

中心市街地へ訪問する人×中心市街地での購買頻度 (品目別)

	食料品	日用品・雑貨	医薬品・化粧品	衣料品・履物	家電・家具	外食・カフェ	レジャー・娯楽・芸術鑑賞等
ほぼ毎日	2.6%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.6%	0.0%
週2～3回程度	9.9%	0.8%	0.0%	0.0%	0.0%	4.7%	0.5%
週1回程度	5.3%	4.8%	0.5%	0.2%	0.0%	7.0%	0.2%
月に2～3回程度	6.4%	7.8%	2.3%	0.3%	0.1%	11.2%	1.6%
月に1回程度	12.2%	13.8%	10.3%	2.4%	0.0%	16.2%	7.0%
2～3か月に1回程度	12.2%	12.4%	11.4%	9.9%	0.1%	19.9%	10.9%
半年に1回程度	14.9%	15.1%	14.3%	16.6%	2.4%	18.5%	17.6%
1年に1回程度	11.3%	13.8%	11.7%	21.3%	13.3%	10.8%	22.0%
購入・利用・体験していない	25.2%	31.4%	49.4%	49.2%	84.1%	11.3%	40.2%

おもろまち、近所の店舗で購入されることが多い品目

77

おもろまち、パルコシティ、ネット通販で購入されることが多い品目

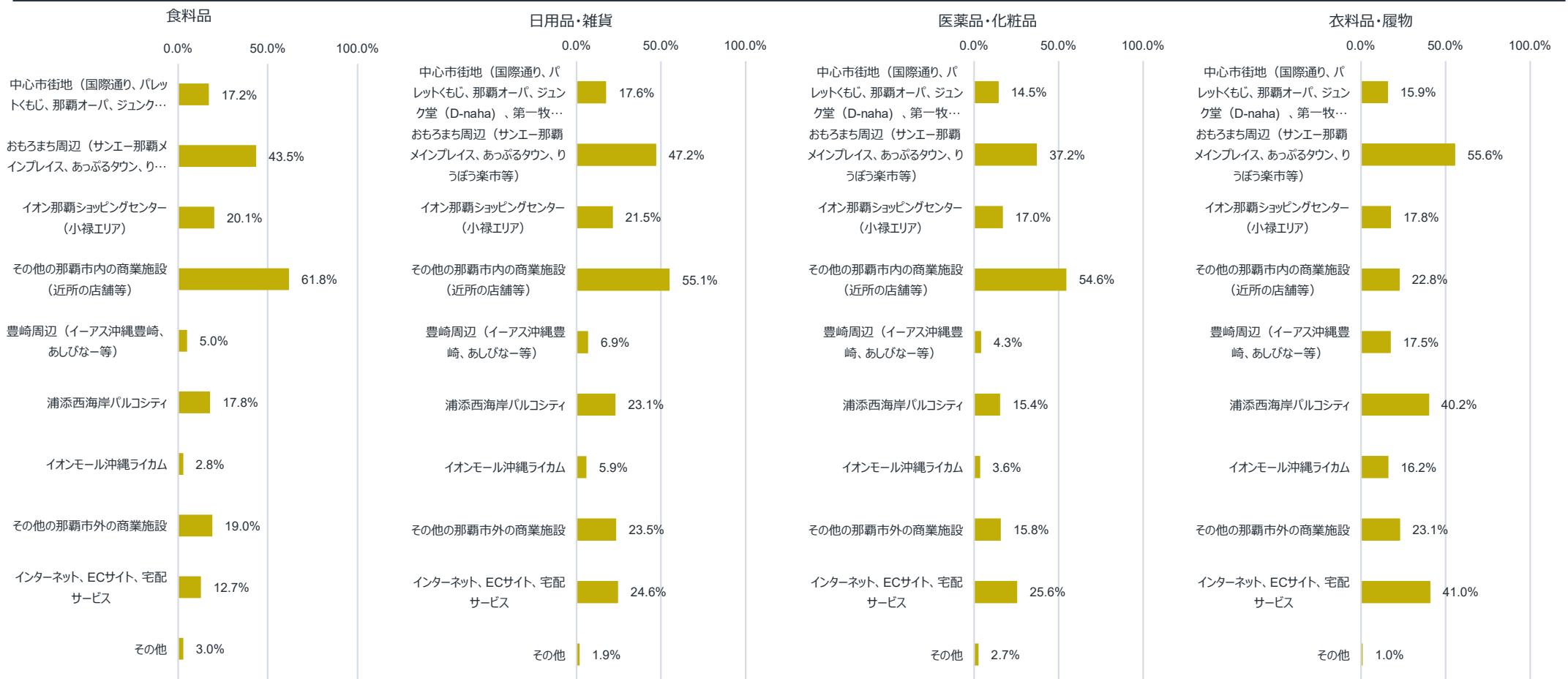
おもろまち、中心市街地、その他市内の商業施設での消費が多い品目

2.3.1 市民へのアンケート調査

(5) 来街者の傾向（購入場所）

食料品や日用品・雑貨、医薬品・化粧品は、おもろまち周辺、近所の店舗で購入されることが多い。
衣料品・履物は主におもろまち周辺、パルコシティで購入され、インターネットを通じた購入も台頭している。

普段の購買場所（品目別）（n=921）



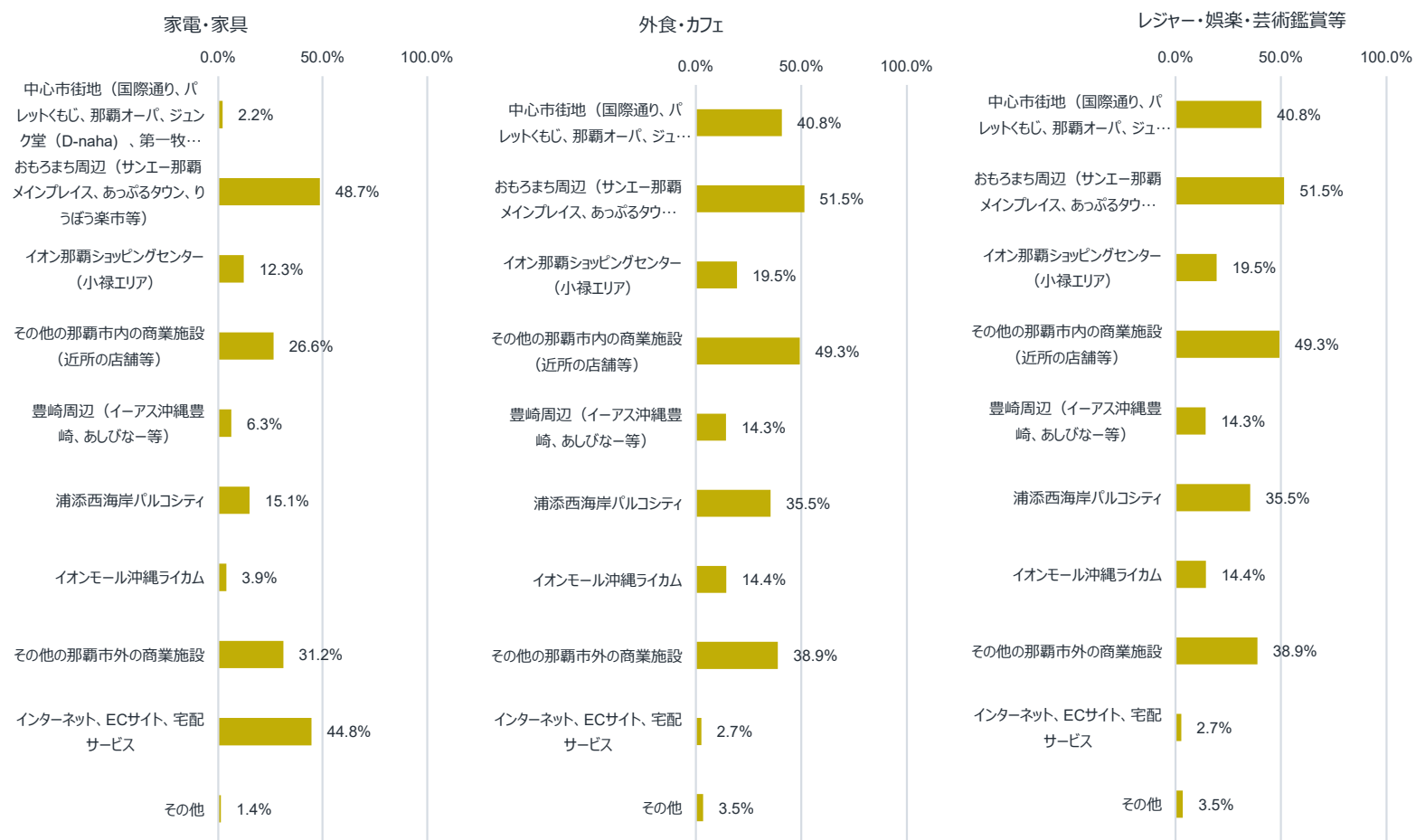
2.3.1 市民へのアンケート調査

(5) 来街者の傾向（購入場所）

家電や家具はおもろまち周辺やインターネットでの購入が多い。

また、外食・カフェやレジャーはおもろまち周辺、中心市街地、その他市内の商業施設での消費が多い。

普段の購買場所（品目別）（n=921）

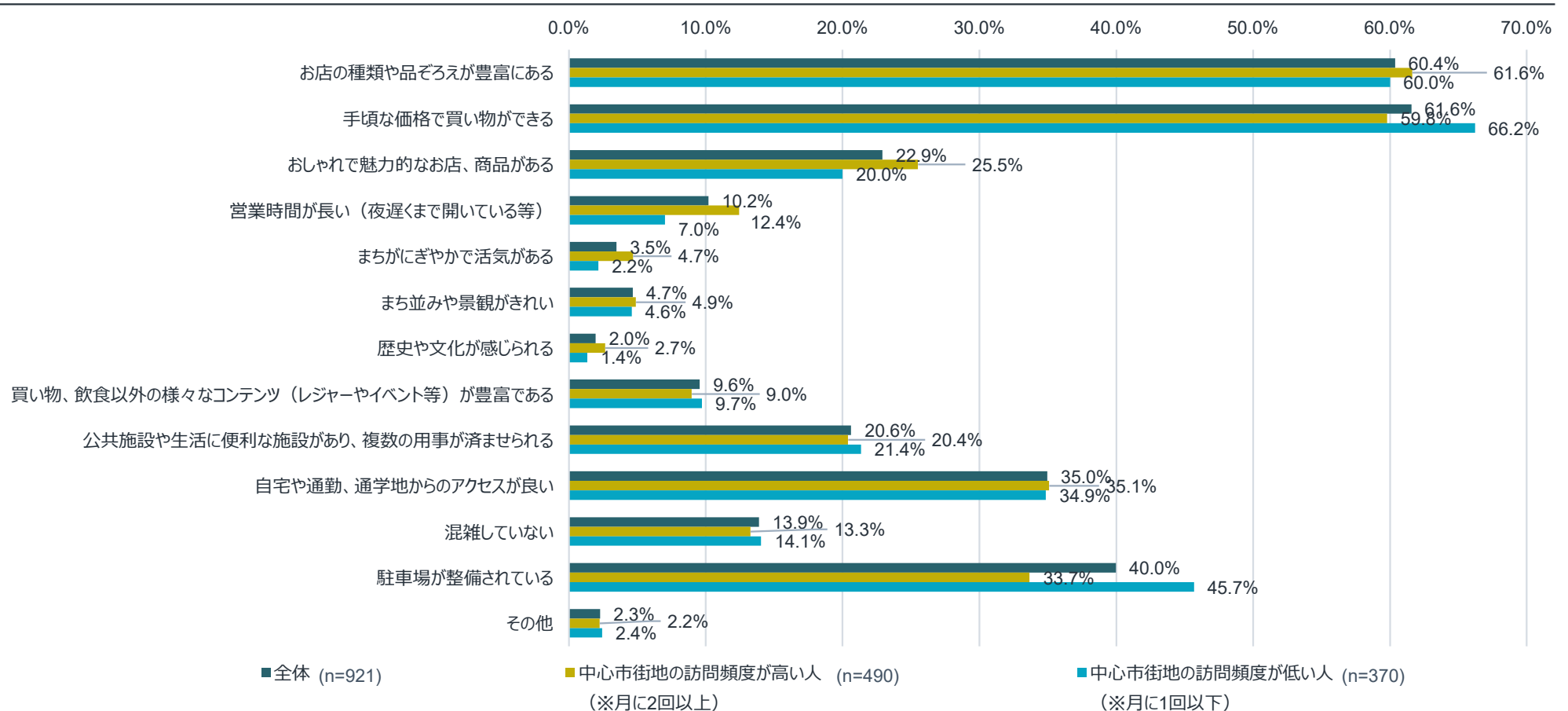


2.3.1 市民へのアンケート調査

(5) 来街者の傾向（訪問する店舗を選ぶ基準）

買い物や外食の店舗を選ぶ際、お店の種類や品ぞろえ、価格の手頃さ、駐車場の有無や自宅や勤務地からのアクセスの良い場所を選ぶ人が多い。訪問頻度の高い層は、訪問頻度の低い層に比べて、店舗や商品の魅力を重視する割合が高く、店舗の魅力で中心市街地を訪れる人も多いと想定される。訪問頻度の低い層は、価格の手頃さや駐車場を比較的重視している。

普段の買い物や外食で訪問する店舗を選ぶ基準



2.3.1 市民へのアンケート調査

(6) 非来街者の傾向（買い物動向）

中心市街地に訪問しない層は、食料品や日用品、医薬品等の最寄り品の購買頻度が比較的高く、外食やレジャー等の購買頻度が低い傾向にある。

中心市街地へ訪問しない人×普段の購買頻度（品目別）

	食料品	日用品・雑貨	医薬品・化粧品	衣料品・履物	家電・家具	外食・カフェ	レジャー・娯楽・ 芸術鑑賞等
ほぼ毎日	31.1%	1.6%	0.0%	0.0%	0.0%	3.3%	1.6%
週2～3回程度	44.3%	19.7%	1.6%	1.6%	0.0%	4.9%	3.3%
週1回程度	16.4%	21.3%	3.3%	1.6%	0.0%	19.7%	3.3%
月に2～3回程度	1.6%	26.2%	14.8%	1.6%	0.0%	24.6%	4.9%
月に1回程度	0.0%	24.6%	26.2%	6.6%	0.0%	19.7%	8.2%
2～3か月に1回程度	0.0%	1.6%	29.5%	31.1%	0.0%	8.2%	18.0%
半年に1回程度	0.0%	1.6%	11.5%	29.5%	11.5%	4.9%	14.8%
1年に1回程度	1.6%	0.0%	4.9%	13.1%	37.7%	0.0%	9.8%
購入・利用・体験しない	4.9%	3.3%	8.2%	14.8%	50.8%	14.8%	36.1%

(参考) 中心市街地へ訪問する人×普段の購買頻度（品目別）

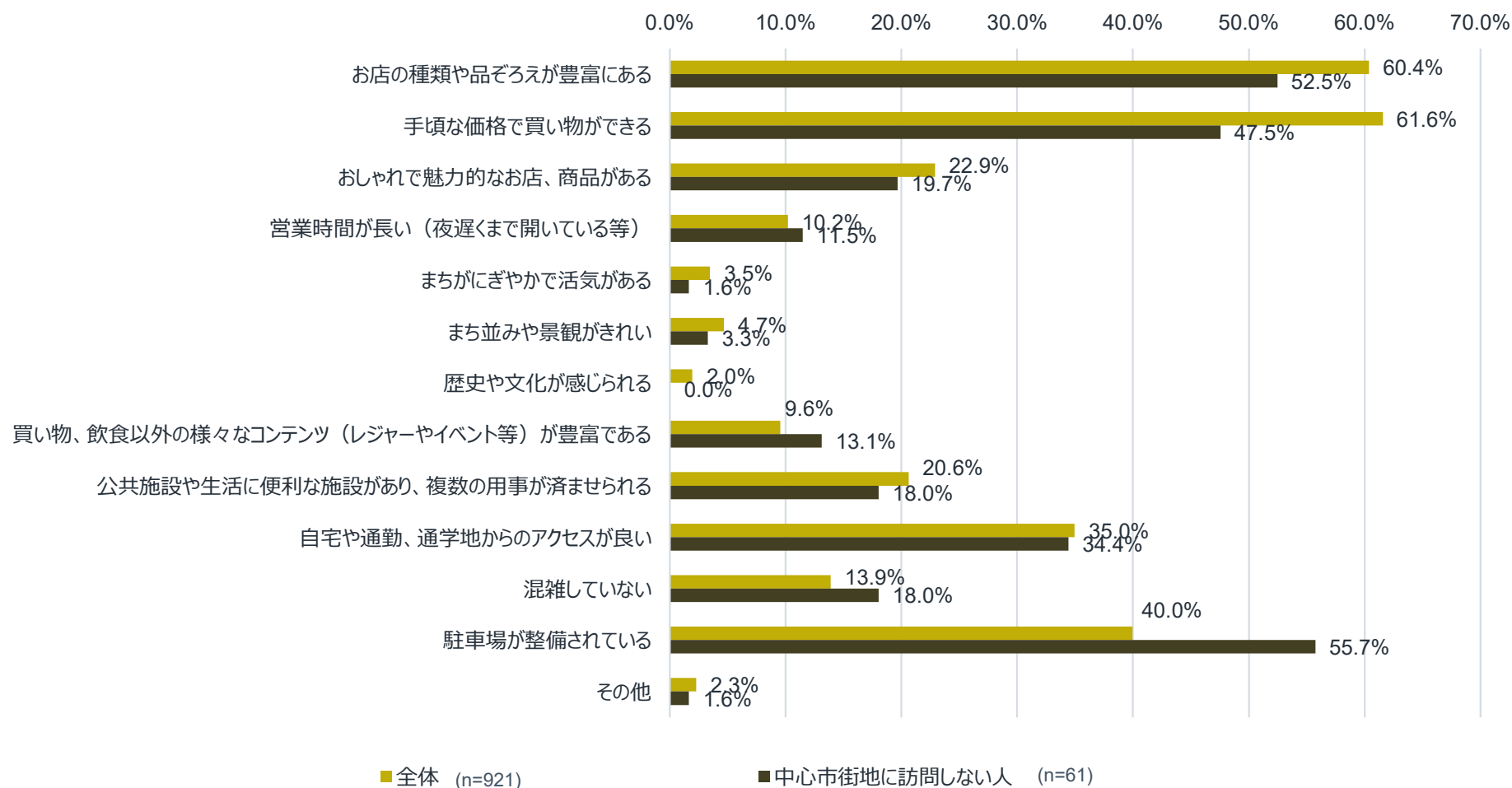
	食料品	日用品・雑貨	医薬品・化粧品	衣料品・履物	家電・家具	外食・カフェ	レジャー・娯楽・ 芸術鑑賞等
ほぼ毎日	23.0%	1.2%	0.0%	0.0%	0.0%	3.6%	0.6%
週2～3回程度	52.0%	9.9%	1.0%	0.2%	0.0%	17.1%	2.2%
週1回程度	20.8%	33.3%	5.5%	0.8%	0.1%	26.7%	5.0%
月に2～3回程度	2.9%	34.1%	17.7%	5.1%	0.0%	26.5%	9.4%
月に1回程度	0.5%	16.3%	33.7%	15.2%	0.8%	13.8%	16.3%
2～3か月に1回程度	0.2%	4.0%	26.5%	34.3%	2.8%	7.2%	21.6%
半年に1回程度	0.0%	0.9%	10.5%	32.9%	14.4%	1.5%	17.3%
1年に1回程度	0.1%	0.0%	2.4%	9.4%	46.2%	0.7%	12.0%
購入・利用・体験しない	0.5%	0.5%	2.7%	2.0%	35.7%	2.8%	15.6%

2.3.1 市民へのアンケート調査

(6) 非来街者の傾向（買い物動向）

中心市街地に訪問しない人が普段の訪問店舗を選択する際に、駐車場や品ぞろえ、手頃な価格やアクセスの良さを重視する傾向にある。回答者全体と比較して、特に駐車場の整備や混雑していないことを重視する傾向にある。

中心市街地へ訪問しない人の普段の買い物場所の選択基準



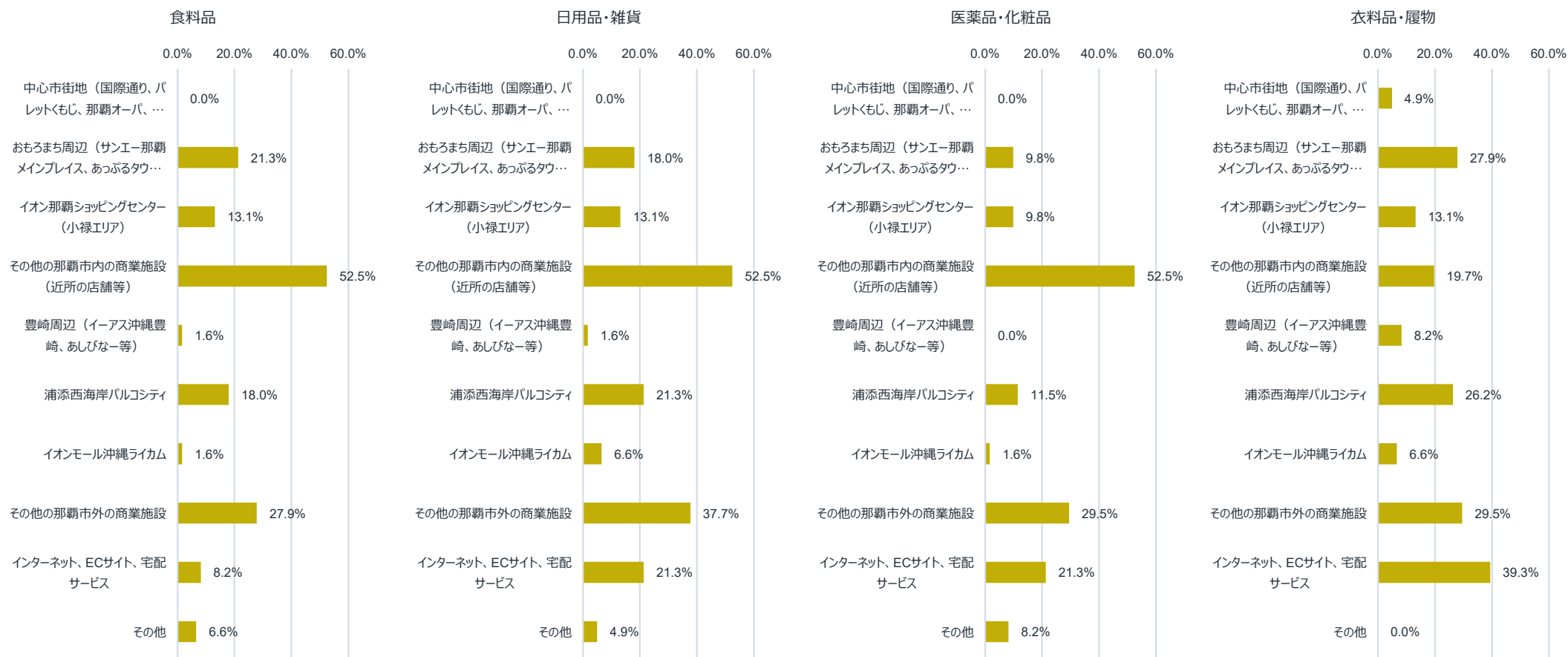
2.3.1 市民へのアンケート調査

(6) 非来街者の傾向（買い物動向）

中心市街地に訪問しない層の普段の買い物場所は以下のとおり。

全体的に市内外の商業施設を選好する傾向があるが、最寄り品の購入頻度が高いことや中心市街地から距離の遠い市外に居住する人が多いことが影響していると思われる。

中心市街地へ訪問しない人の普段の買い物場所（n=61）



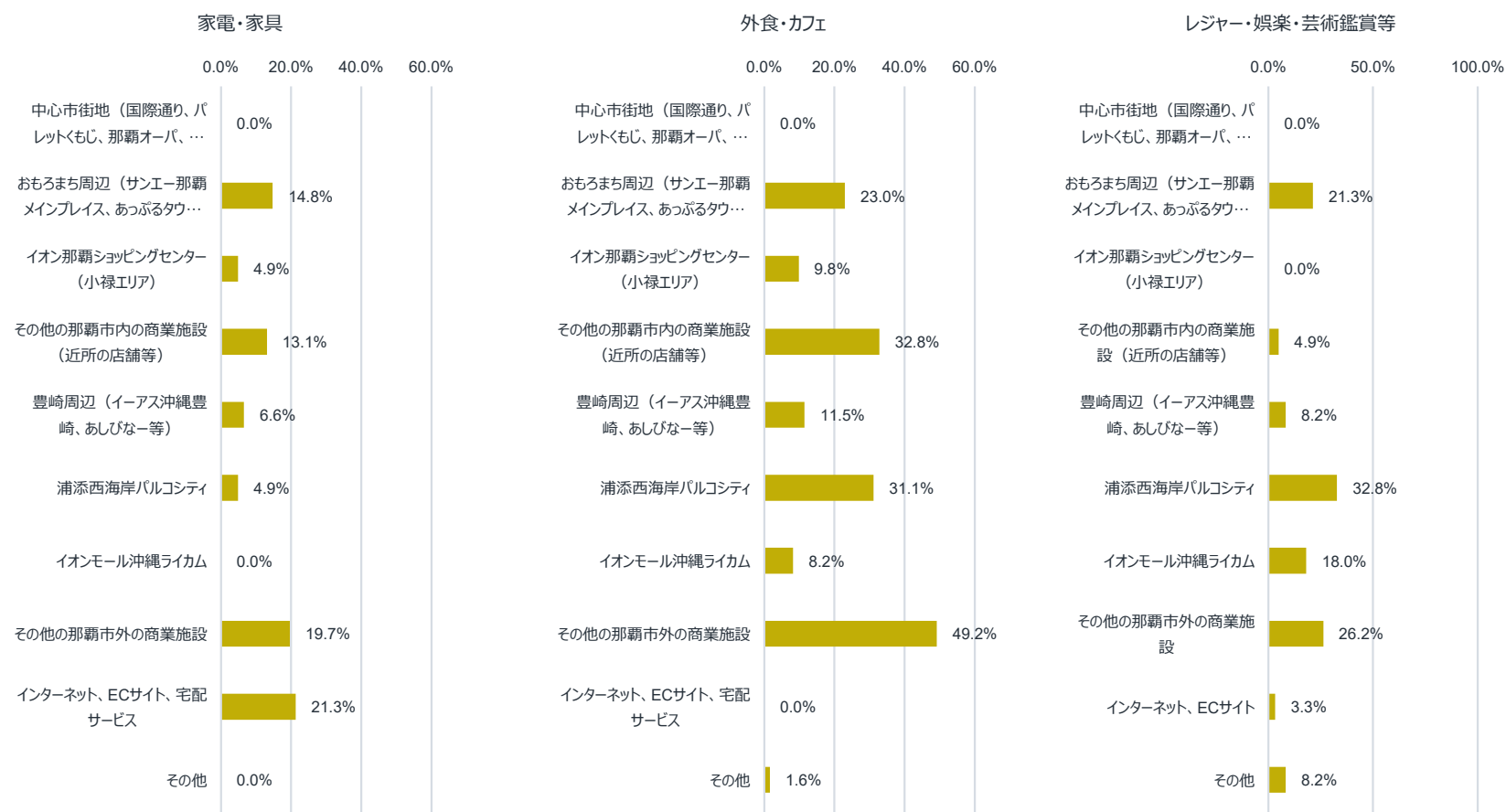
2.3.1 市民へのアンケート調査

(6) 非来街者の傾向（買い物動向）

中心市街地に訪問しない層の普段の買い物場所は以下のとおり。

全体的に市内外の商業施設を選好する傾向があるが、最寄り品の購入頻度が高いことや中心市街地から距離の遠い市外に居住する人が多いことが影響していると思われる。

中心市街地へ訪問しない人の普段の買い物場所（n=61）

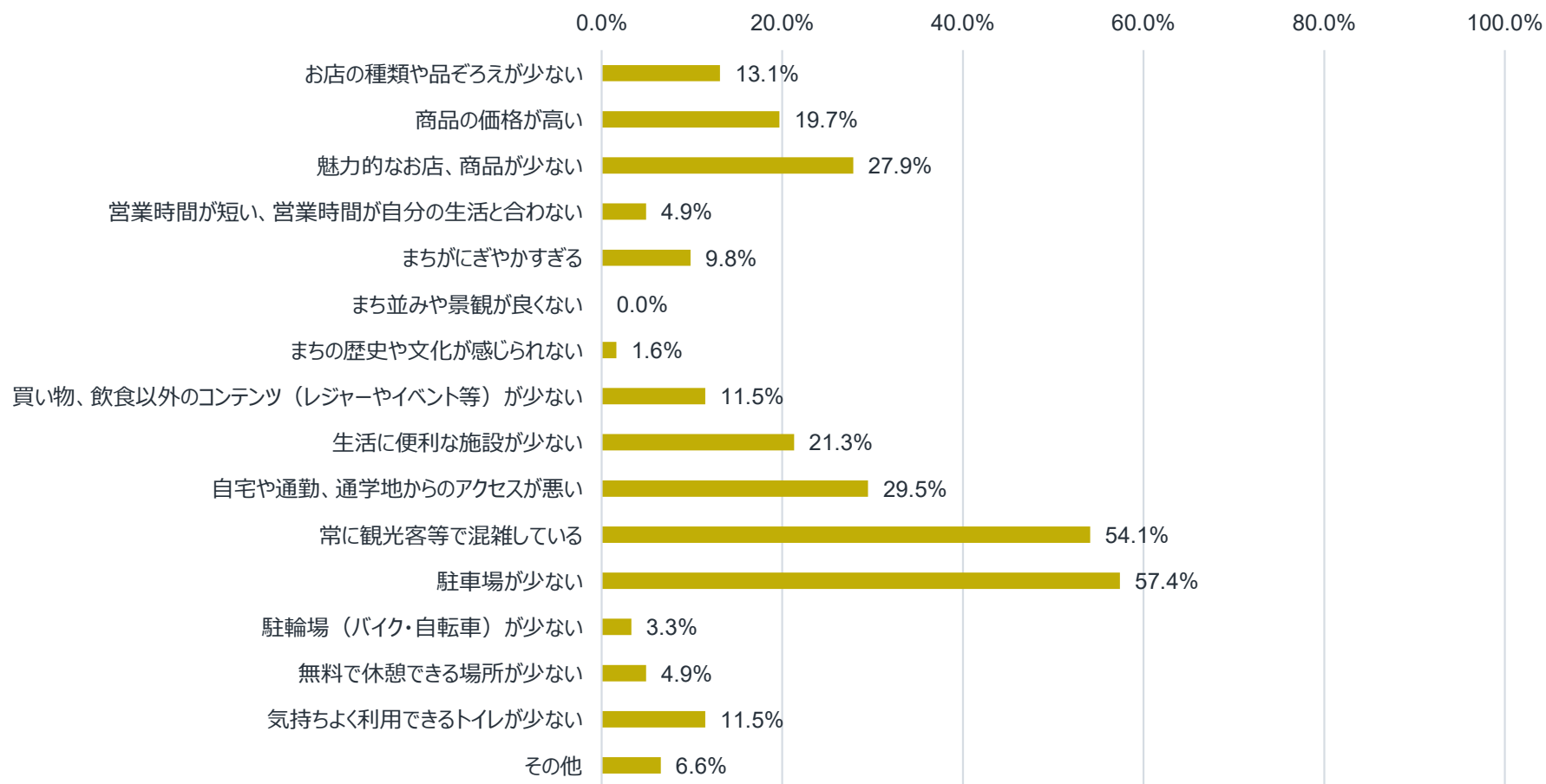


2.3.1 市民へのアンケート調査

(6) 非来街者の傾向（買い物動向）

中心市街地に訪問しない理由として、駐車場が少ないこと、常に観光客で混雑していること、アクセスの悪さ、魅力的なお店、商品が少ないことが挙げられている。駐車場やアクセスに関しては、中心市街地から遠い市外の居住者が多いため指摘する意見が多かったものと推察される。観光客向けの混雑や観光客向けのお店が増えたことが、中心市街地から足が遠のく主要な要因と思われる。

中心市街地へ訪問しない理由（n=61）



2.3.2 来街者への街頭ヒアリング調査

(1) 調査概要

買い物の目的や消費行動の選択理由等を明らかにするため、来街者を対象としたヒアリングを実施した。

来街者を対象としたヒアリング調査の実施概要

目的	来街者の属性や利用目的などを明らかにすることで、既存の来街者の消費活動における伸びしろや、新たに利用者となりうる潜在層に関する示唆を得る。
実施日時	以下の期間それぞれで1回実施 ・ 2025年9月26日（金）の16時～21時、27日（土）28日（日）の12時～21時（うち14時～16時は休憩）
実施場所	・ 那覇市中心市街地の4か所
対象者	・ 対象：中心市街地の来街者（那覇市民、通勤・通学者、近隣市町村の住民、観光客等） ・ サンプル数：225人（市民・県内客：110人、県外日本人：78人、外国人：37人）
方法	・ 中心市街地の街頭で来街者をリクルートし、アンケート調査を実施。 ・ 実施場所については、通り会や施設管理者等に協力を依頼し、確保。
調査項目	<ul style="list-style-type: none">・ 中心市街地への来訪目的・ 中心市街地への来訪頻度、来訪回数・ 中心市街地への滞在時間、滞在場所・ 新型コロナウイルスの前後での訪問頻度や時間帯の変化・ 中心市街地で購入した商品と消費額・ 滞在中にやりたかったができなかったこと・ 中心市街地への来訪前後の訪問場所（予定を含む）・ 中心市街地以外の訪問場所で購入した商品と消費額（予定を含む）・ 再来訪意向とその理由（再訪目的、再訪したいと思わない理由）・ 来訪前の情報収集手段・ 来訪時の移動手段、経路・ 属性（性別、年代、居住地、職業、同伴者）

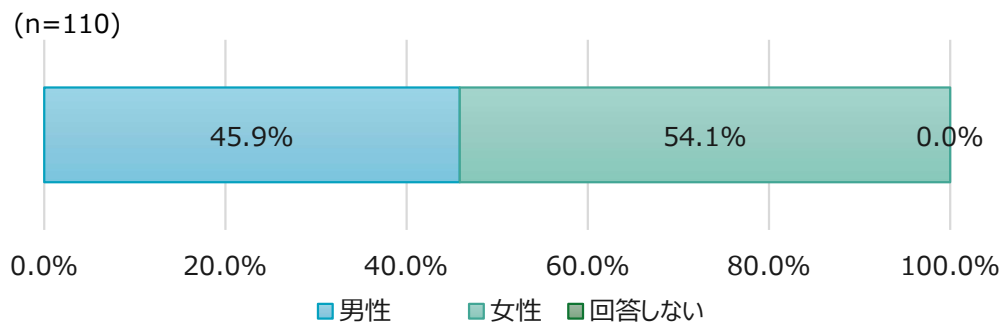
2.3.2 来街者への街頭ヒアリング調査

(2) 【市民・県内来街者】回答者の属性

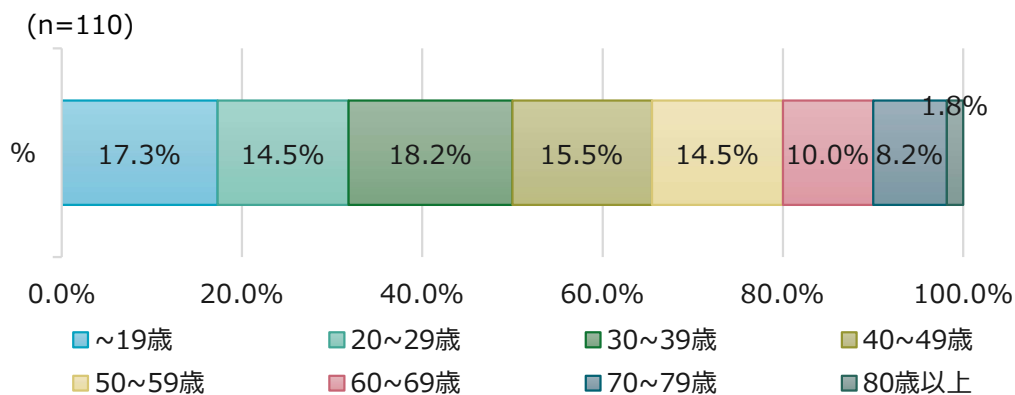
回答者の性別は、男性45.9%、女性54.1%。年齢構成については、30代が18.2%、10代が17.3%、40代が15.5%。高齢者はやや少ないが、バランスよく回答されている。

同伴者に関しては、一人が40%、友人・恋人40%と多い。子供や配偶者等と来訪した人はそれぞれ10%に満たない。

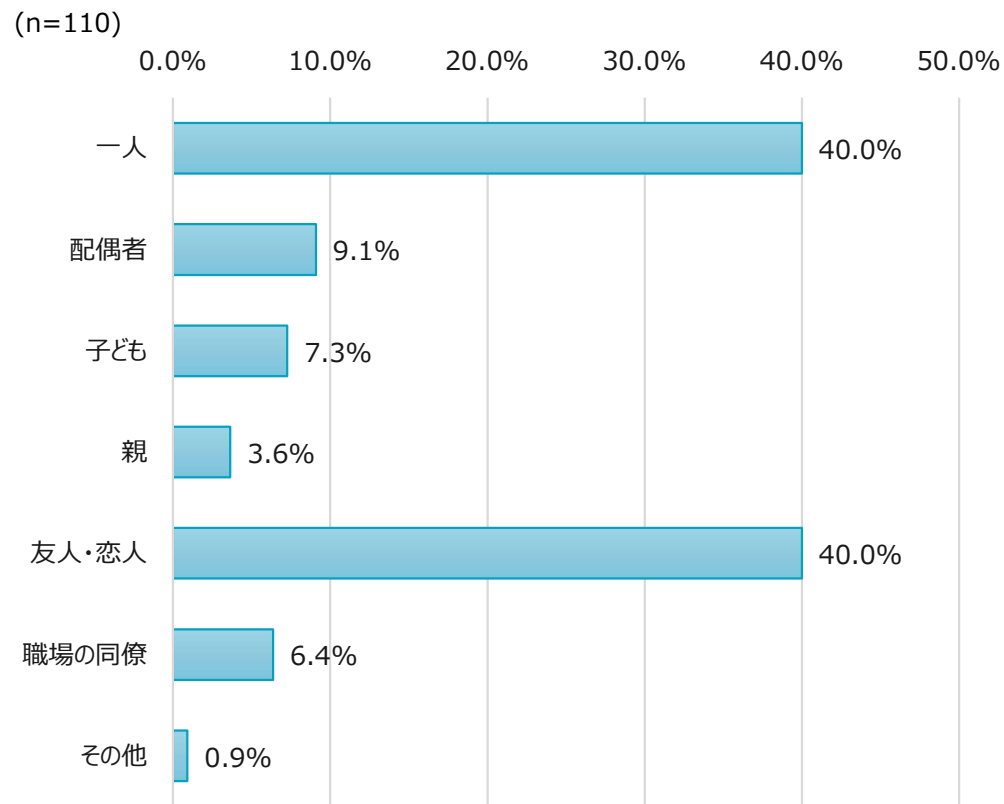
回答者の性別



回答者の年代



中心市街地に訪れた際の同伴者



2.3.2 来街者への街頭ヒアリング調査

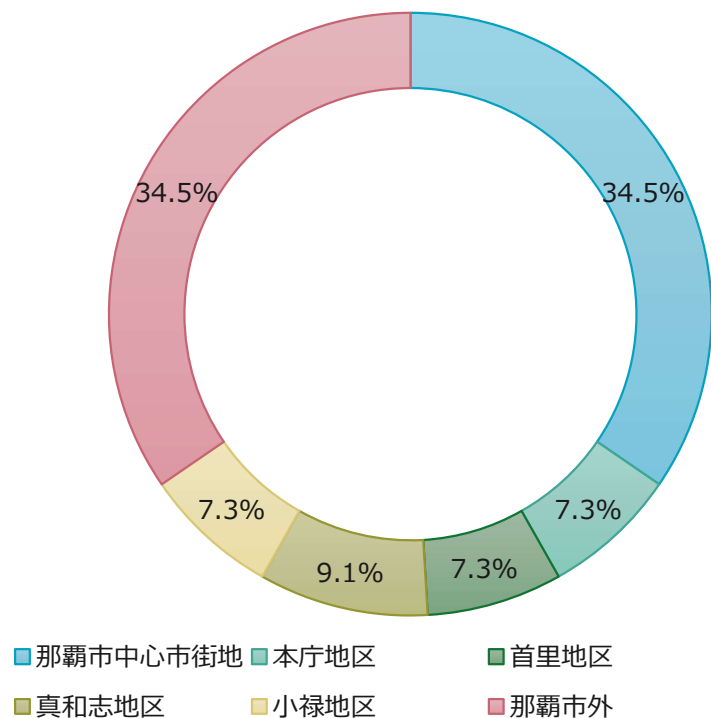
(2) 【市民・県内来街者】回答者の属性

居住地に関しては、中心市街地内は34.5%、その他の那覇市内が30%程度、那覇市外は34.5%とそれぞれバランスよく回答されている。

通勤・通学場所に関しては、中心市街地内が36.4%、それ以外の那覇市が19.1%、那覇市外が23.6%。通勤していない人は19.1%であった。

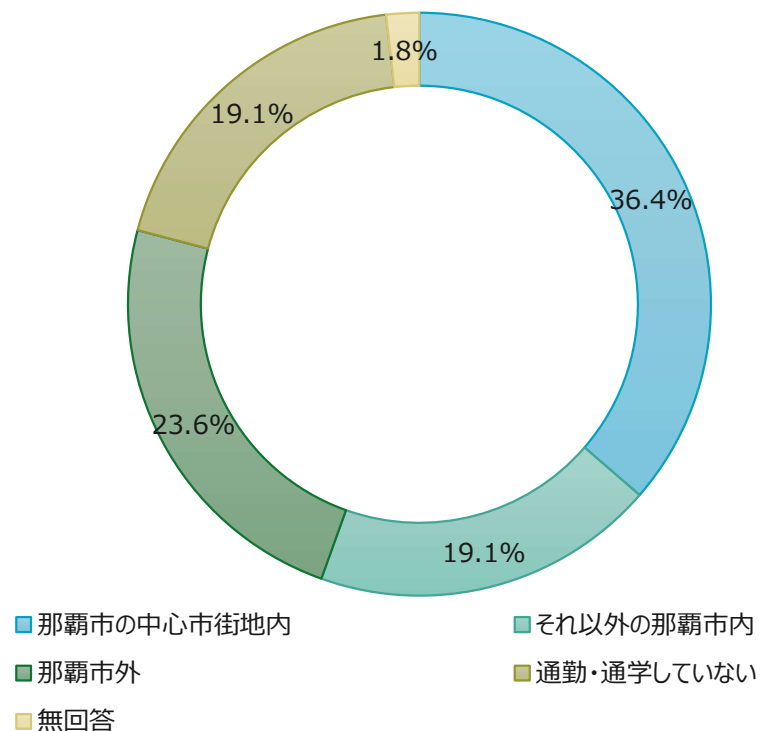
回答者の性別

(n=110)



回答者の通勤・通学場所

(n=110)



2.3.2 来街者への街頭ヒアリング調査

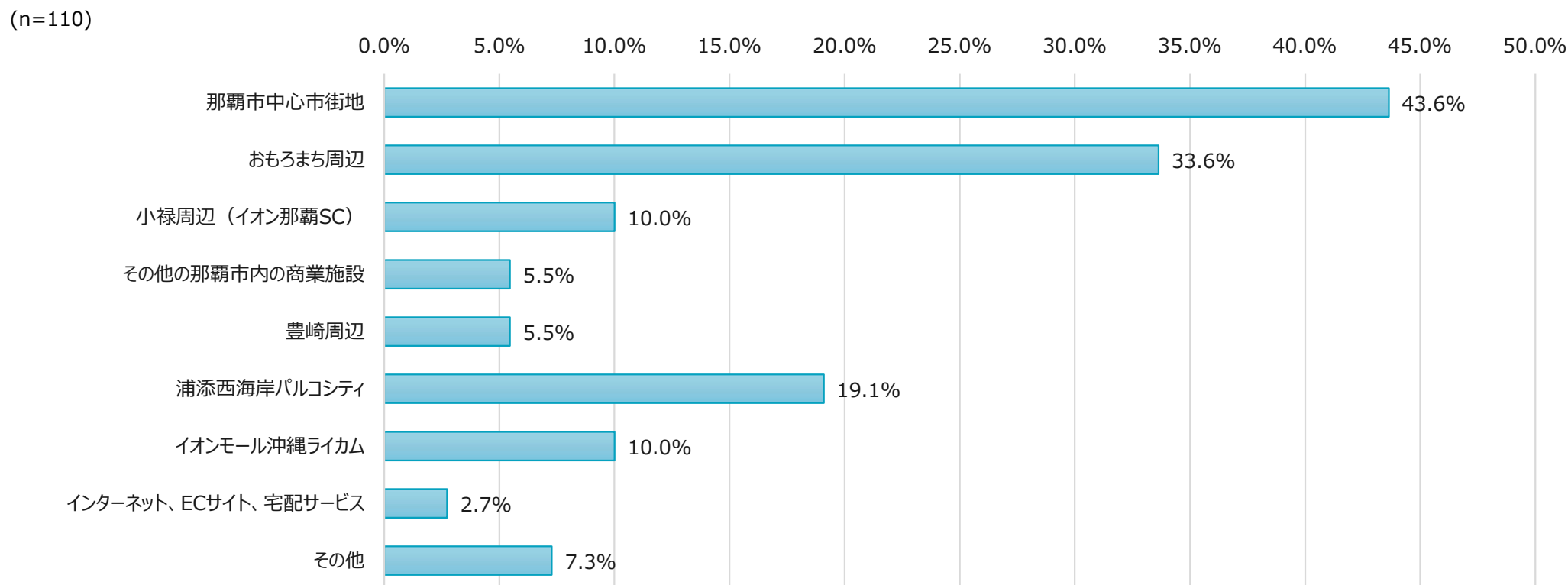
(2) 【市民・県内来街者】買い物する場所はどこか

直近1年間で「中心市街地で主に買い物すると回答した割合は43.6%と最も多い。その他では、「おもろまち周辺」33.6%、「パルコシティ」19.1%と続く。

中心市街地で主に買い物をすると回答した人が、買い物場所を選んだ基準として、店の品ぞろえの豊富さや家からの近さ・アクセスの良さ、昔馴染みの店であること等が挙げられている。

他方、中心市街地以外の場所を選択した理由としては、自宅からのアクセスの良さや営業時間の長さ、店の品ぞろえ（服など）の良さ、子どもと一緒に楽しめること等が挙げられた。

普段の買い物場所



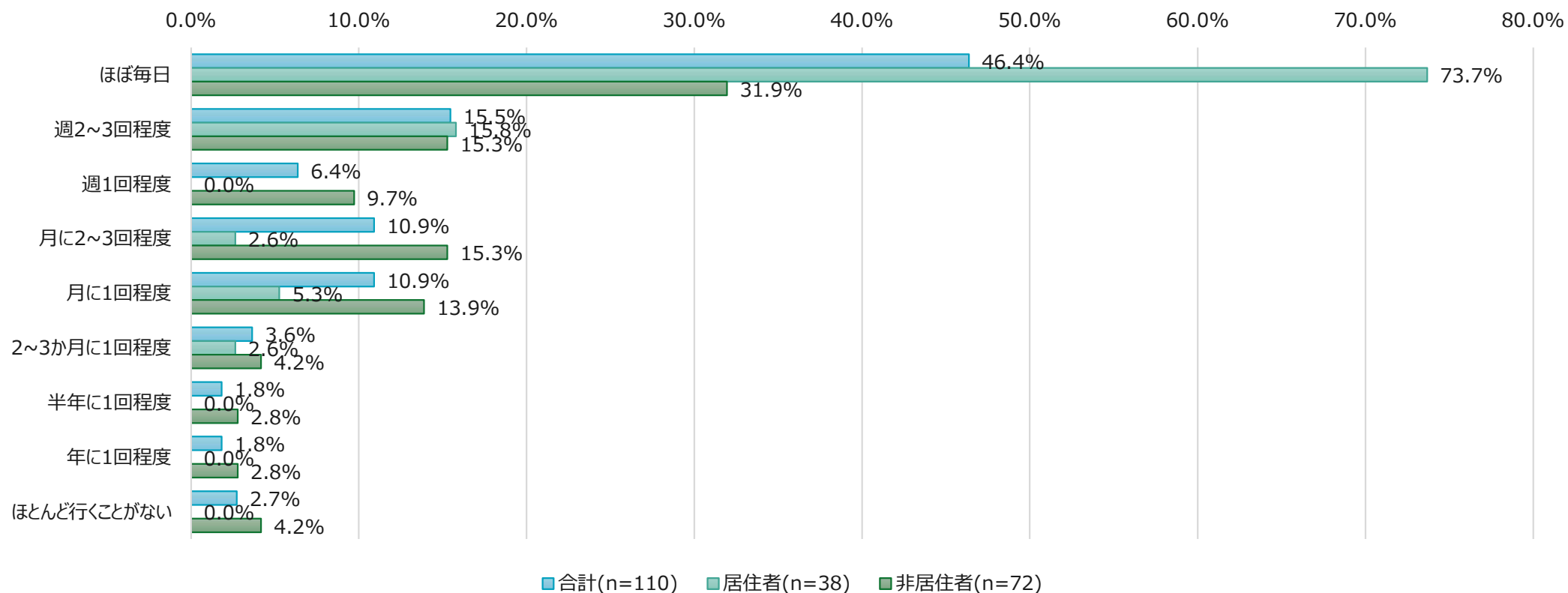
2.3.2 来街者への街頭ヒアリング調査

(2) 【市民・県内来街者】どの程度の頻度で中心市街地を訪問するか

来訪頻度は、「ほぼ毎日」が46.4%と最も多く、次いで、「週2~3回」15.6%、「月2~3回」「月1回」がそれぞれ10%程度。来訪者の6割程度が週に複数回訪問している

なお、中心市街地の居住者で「ほぼ毎日」訪問する人の割合は73.7%、中心市街地の非居住者で「ほぼ毎日」訪問する人の割合は31.9%である。

中心市街地への訪問頻度



2.3.2 来街者への街頭ヒアリング調査

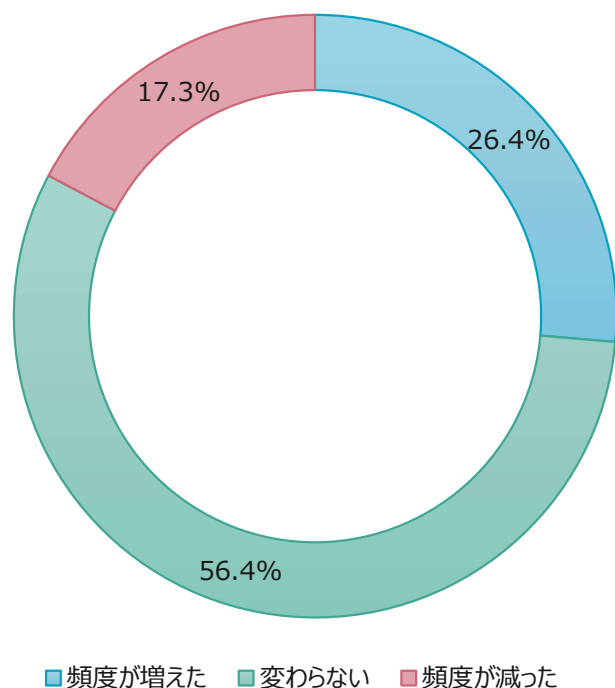
(2) 【市民・県内来街者】どの程度の頻度で中心市街地を訪問するか

新型コロナウイルスの流行前と比べて、訪問頻度が「変わらない」人が最も多く56.4%。「増えた」26.4%、「減った」17.3%。頻度が減った人より増えたと回答した人が多い。

来訪頻度が減った理由としては、「観光客で混雑するようになった」が52.6%と最も多く、「利用していた店舗が閉店」47.4%、「価格が高くなった」、「外出頻度が全般的に減った」がそれぞれ36.8%。混雑や昔なじみの店の閉店を挙げる意見が多く見られた。

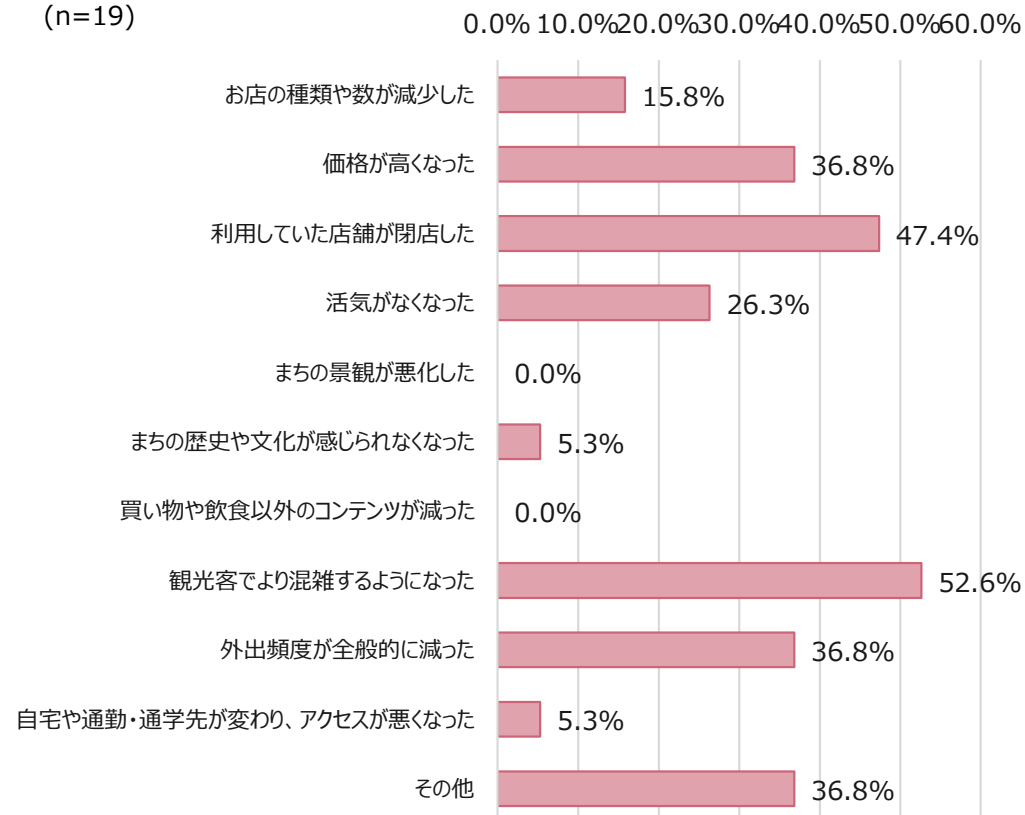
中心市街地の訪問頻度の変化

(n=110)



中心市街地の訪問頻度が減った理由

(n=19)



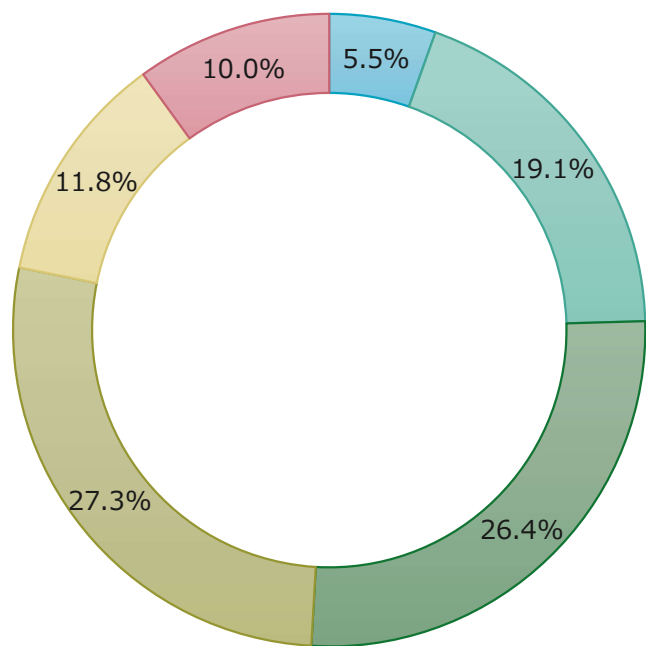
2.3.2 来街者への街頭ヒアリング調査

(2) 【市民・県内来街者】どの程度の時間滞在しているか

滞在時間に関しては、7-9時間が27.3%。4-6時間が26.4%、2-3時間が19.1%の順に多い。アンケート協力者は比較的時間に余裕がある可能性が高いことも影響していると考えられるが、後述の県外観光客より長い傾向にある。エリア毎の訪問率について、国際通りを訪れた人は40.9%、第一牧志公設市場（北）が34.5%。栄町市場21.8%、第一牧志公設市場（南）20%と続く。第一牧志公設市場付近の北側と南側で、県内客においても北側の訪問割合が高い。

中心市街地の滞在時間

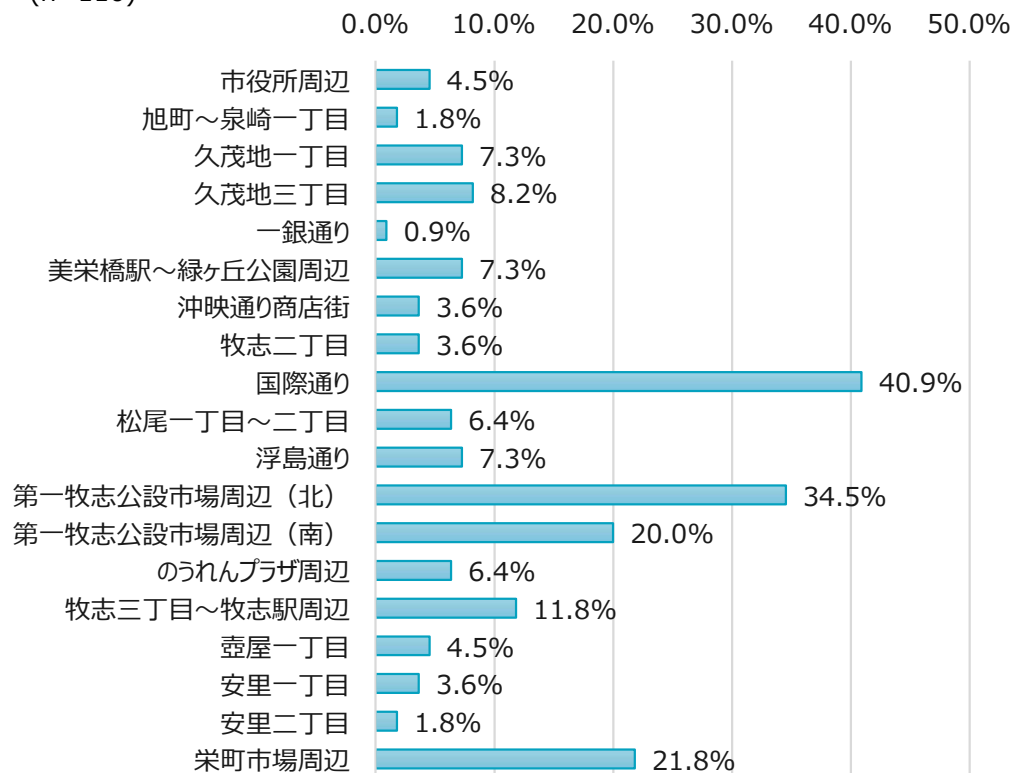
(n=110)



■ 1時間以下 ■ 2~3時間 ■ 4~6時間 ■ 7~9時間 ■ 10~12時間 ■ 13時間以上

中心市街地の訪問場所

(n=110)



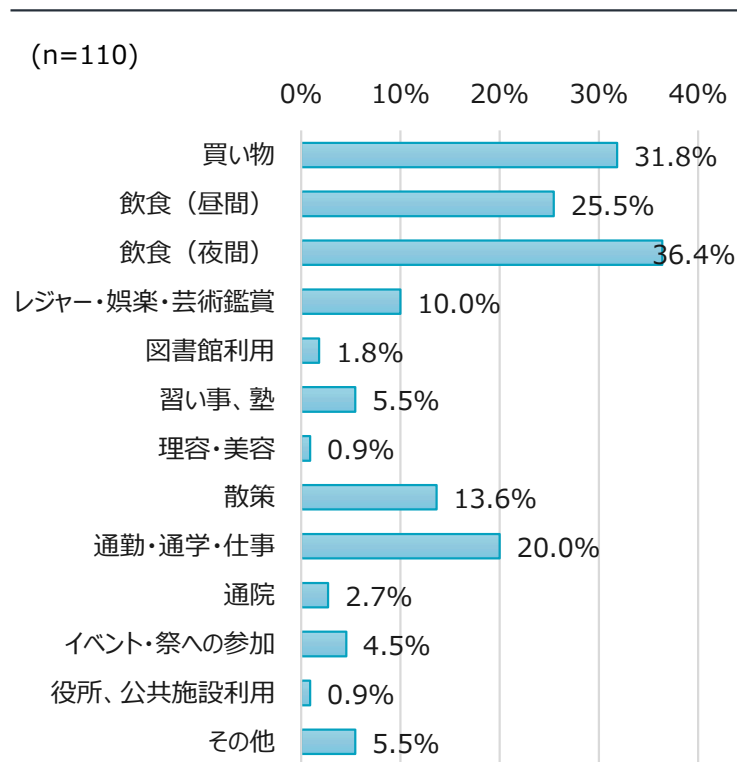
2.3.2 来街者への街頭ヒアリング調査

(2) 【市民・県内来街者】訪問の主目的は何か

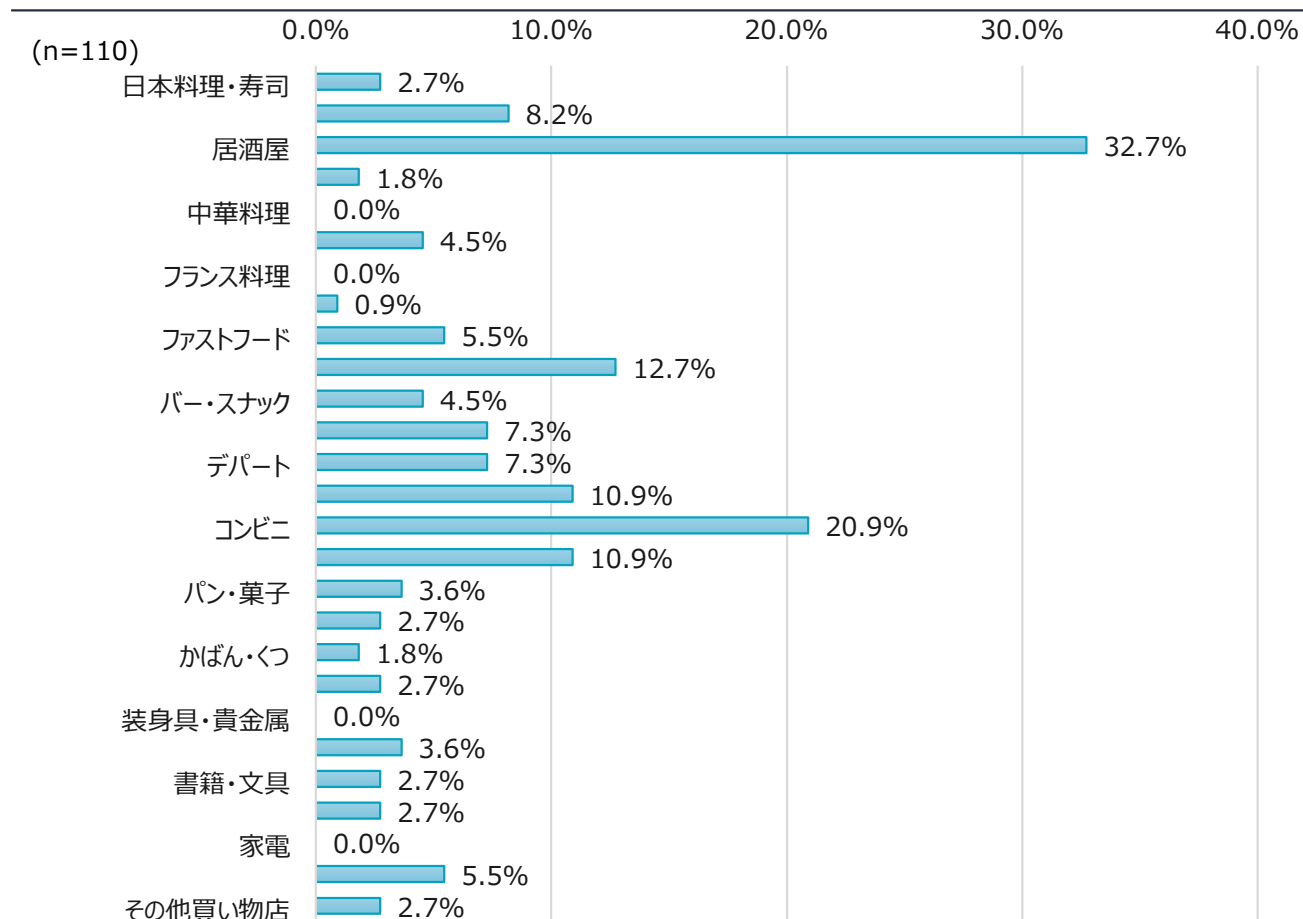
中心市街地の訪問目的は、「飲食（夜間）」が36.4%、「買い物」31.8%、「飲食（昼間）」25.5%で飲食や買い物での来訪が多い。仕事や通学は20%程度。

中心市街地で訪問した店舗のジャンルに関して、「居酒屋」32.7%、「コンビニ」20.9%、「カフェ・喫茶店・軽食」12.7%の順に多い。飲食店は夜の居酒屋やアイス等の回答も多く、買い物も「コンビニ」という回答が多いため、比較的単価の低いコンテンツへの来訪が多い可能性がある。

中心市街地の主な訪問目的



訪問する店舗のジャンル



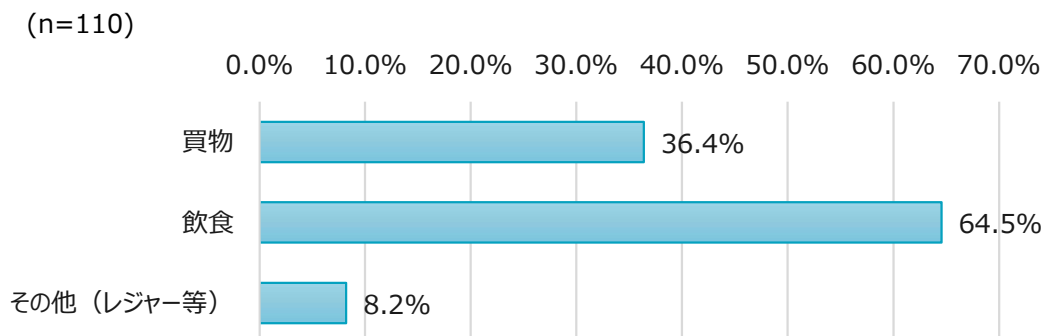
2.3.2 来街者への街頭ヒアリング調査

(2) 【市民・県内来街者】消費額はどの程度か、消費する品目は何か

中心市街地内で買い物をした人の割合は36.4%。飲食した人は64.5%。レジャーや芸術鑑賞は8.2%と低い。飲食目的で訪問し、ついでに買い物もする人は少ない。

消費金額に関しては、買い物の平均単価は1,600円程度。「3,000円以下」の割合が8割を占め、観光客と比較すると単価が低い。飲食は平均4,130円であり、「1,000円～3,000円」使った人の割合が36.6%と最も多い。その他のレジャーに関しては、平均支出額が2,400円程度である。

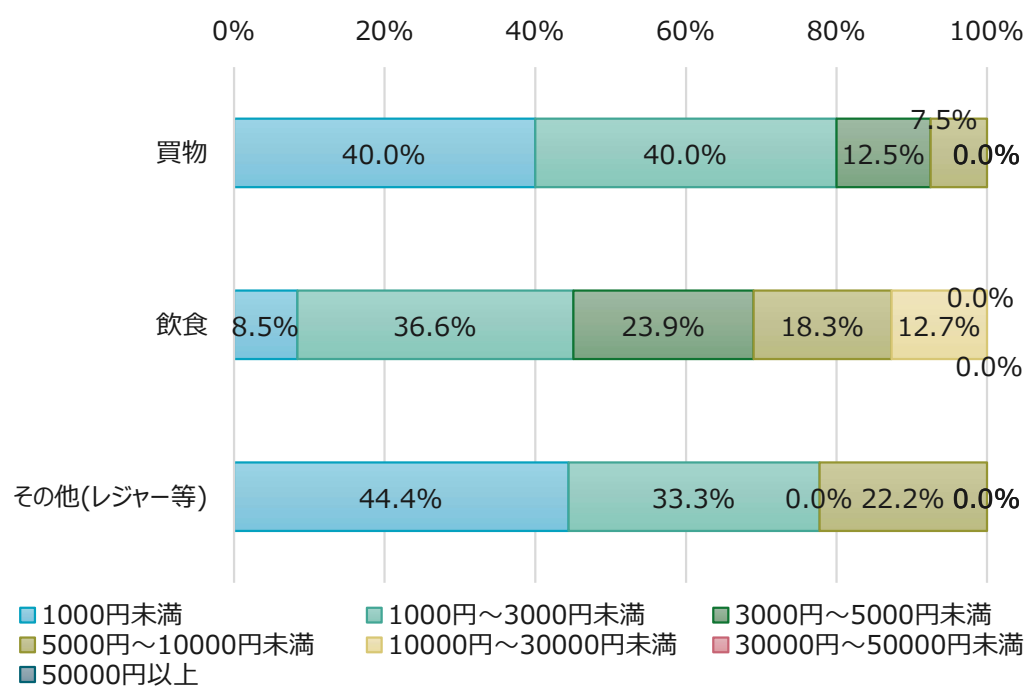
中心市街地で買い物・飲食した人の割合



中心市街地での1人あたりの消費金額 (回答者平均)

買物	飲食	その他 (レジャー等)
1,596円	4,131円	2,388円

旅行予算に占める中心市街地内での消費額の割合



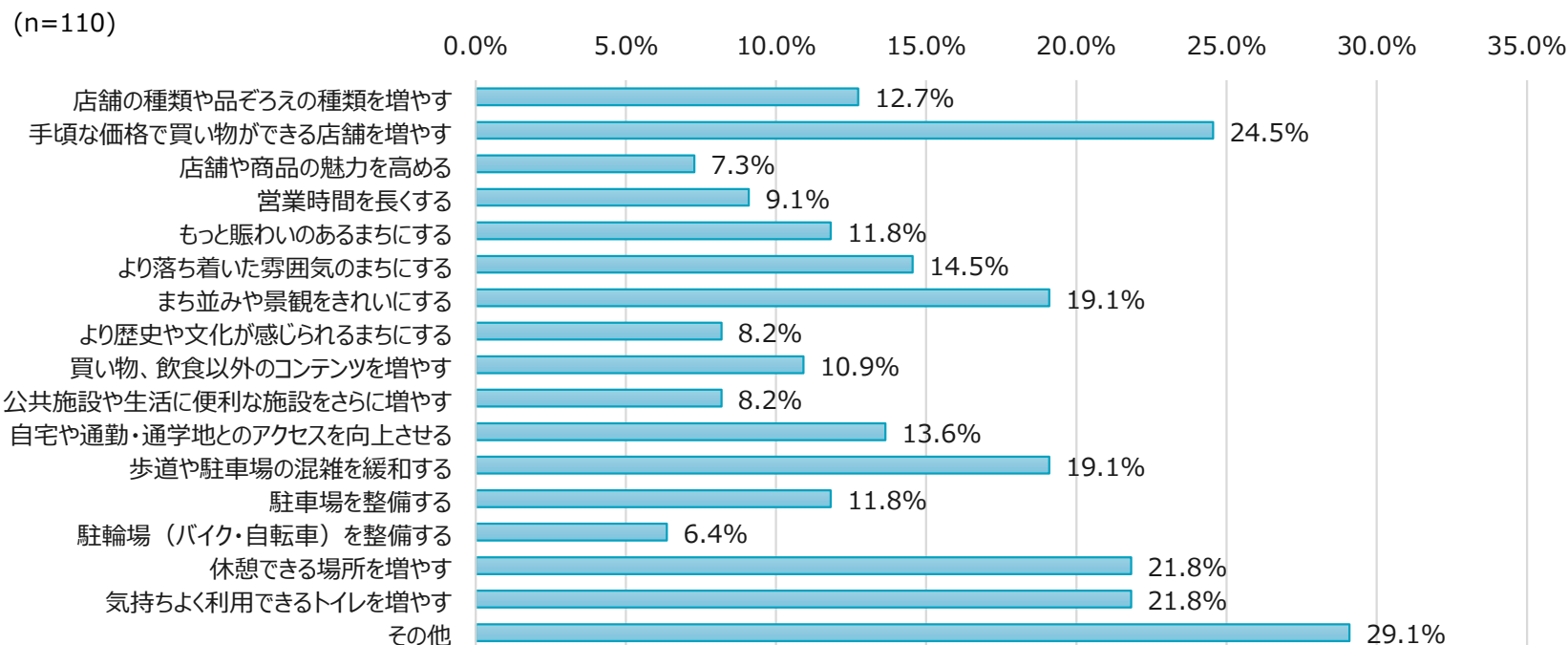
2.3.2 来街者への街頭ヒアリング調査

(2) 【市民・県内来街者】中心市街地の改善点、消費しようとしてできなかったこと

中心市街地に関する改善点については、回答が分散し、3割を超える回答は見られない。「手頃な価格で買い物できる店舗を増やす」24.5%、「休憩できる場所を増やす」、「気持ちよく利用できるトイレを増やす」21.8%と多い。その他の回答でも、ゴミや衛生面、安心安全、観光客の混雑に関する意見が見られ、都市機能の不足に対する要望より、観光客増加による価格の上昇や混雑、衛生面や景観の改善を求める意見が多い。

「中心市街地でもう一か所訪問するなら何をするか」という問いに対し、アイスやスイーツを食べたいという意見や「公園やビーチでビールを飲みたい」等の心地よい場所での飲食を希望する回答が見られた。また、カラオケに行きたい等のレジャーで楽しみたいという回答が見られる。

中心市街地の活性化のために必要なこと



- もう一か所訪問するなら...
- ・ アイスやスイーツを食べたい
 - ・ おしゃれな雑貨を見たい
 - ・ 公園やビーチでビールを飲みたい
 - ・ カラオケに行きたい 等



中心市街地の
来街者

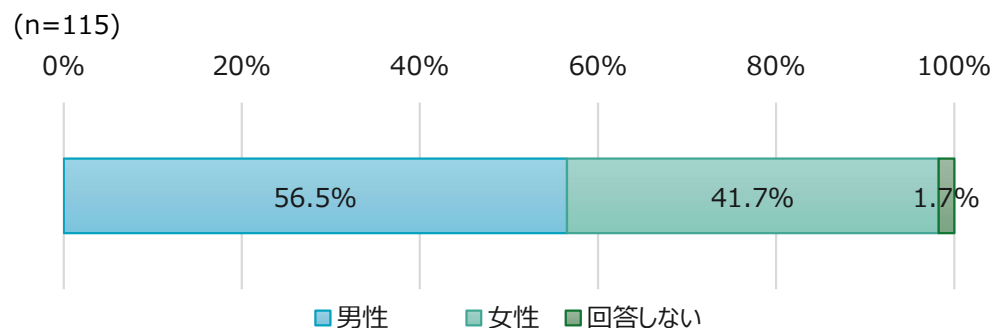
2.3.2 来街者への街頭ヒアリング調査

(3) 【県外観光客・外国人】回答者の属性

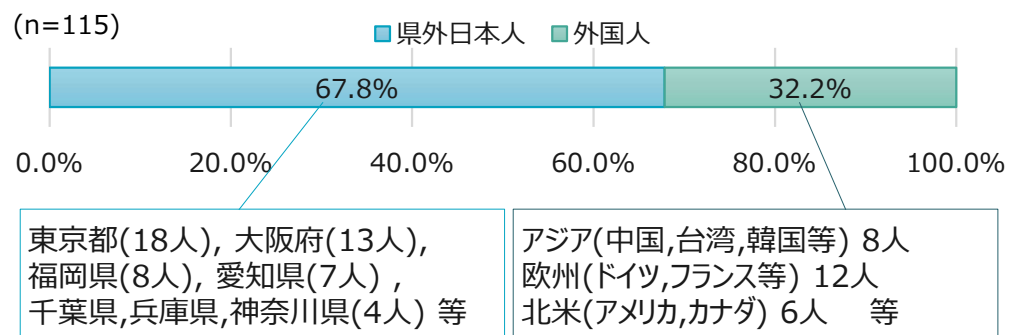
回答者の性別は、男性56.5%、女性41.7%と男性の割合が高い。年齢構成については、20代が37.4%、30代26.1%と若い世代の回答が多い。

同伴者に関しては、友人・恋人37.4%と最も多い。次いで、「配偶者」27.8%、「一人」20.9%、子供や親の割合は低い。

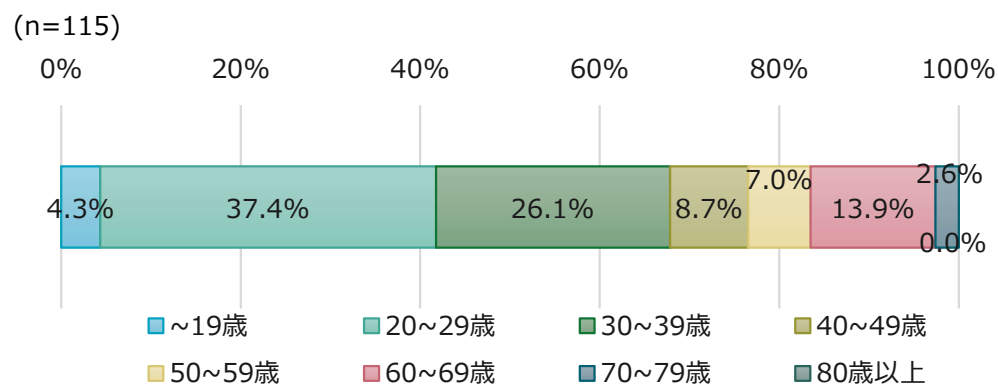
回答者の性別



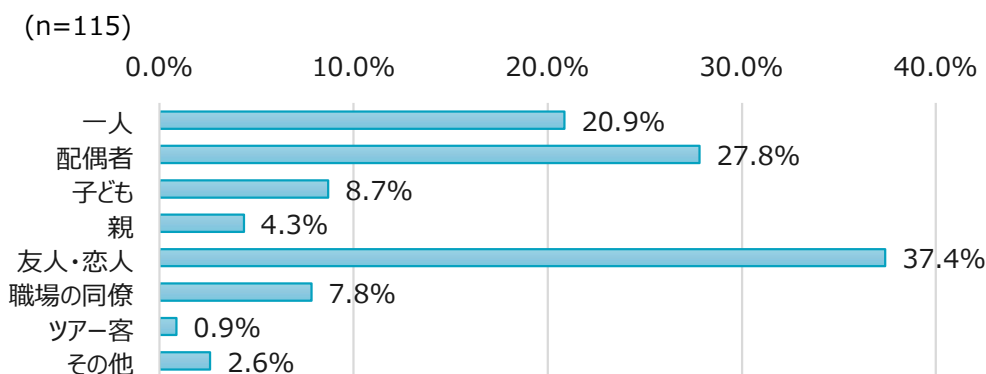
中心市街地に訪れた際の同伴者



回答者の年代



中心市街地に訪れた際の同伴者



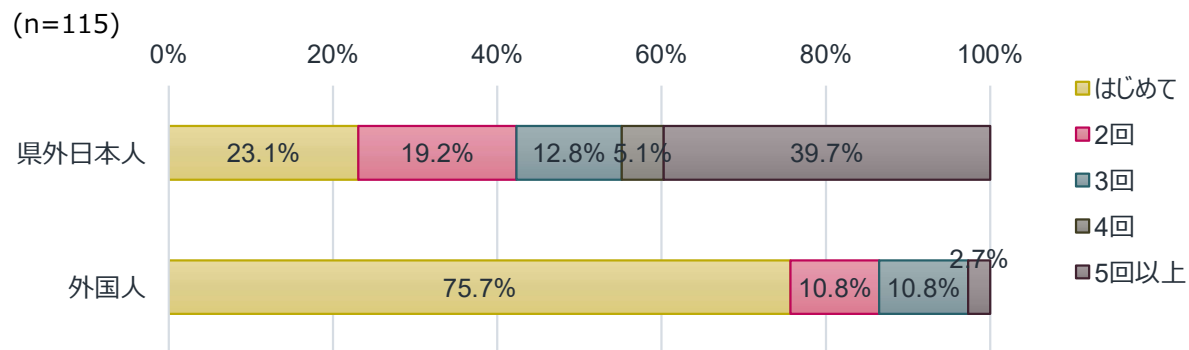
2.3.2 来街者への街頭ヒアリング調査

(3) 【県外観光客・外国人】中心市街地にどの程度の頻度・時間滞在するか

日本人客は複数回以上中心市街地に訪問したりピーターが多く、外国人は初めての訪問が多い。

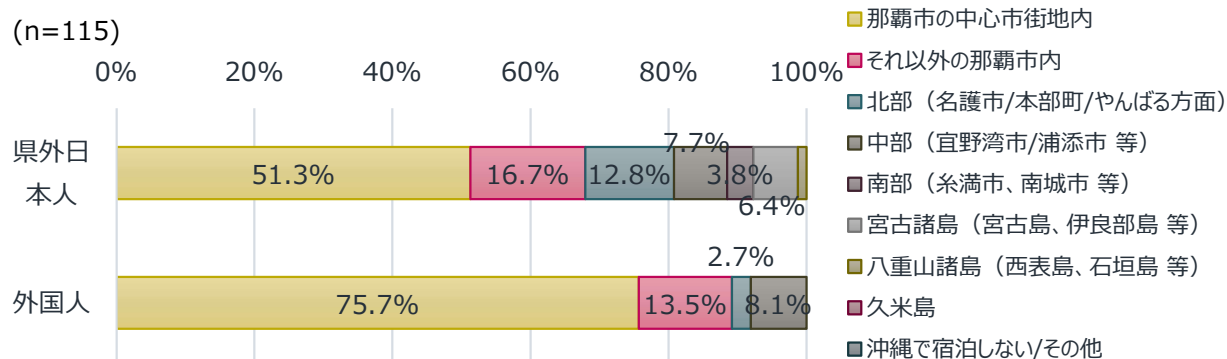
宿泊場所については、日本人、外国人共に中心市街地内の宿泊が多いが、日本人より外国人の方がその割合が高く、中心市街地の滞在時間に関しても、外国人の方が比較的長時間滞在している割合が高い。

中心市街地への訪問回数

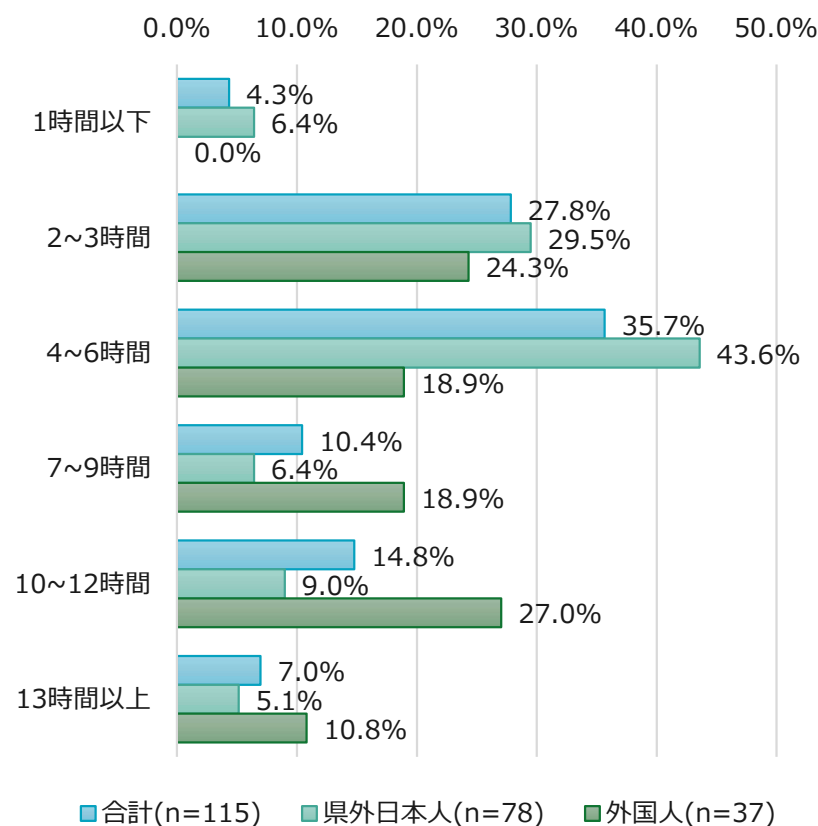


※那覇市「中心市街地に来街者へのインタビュー調査」(2025年)

宿泊場所



中心市街地の滞在時間

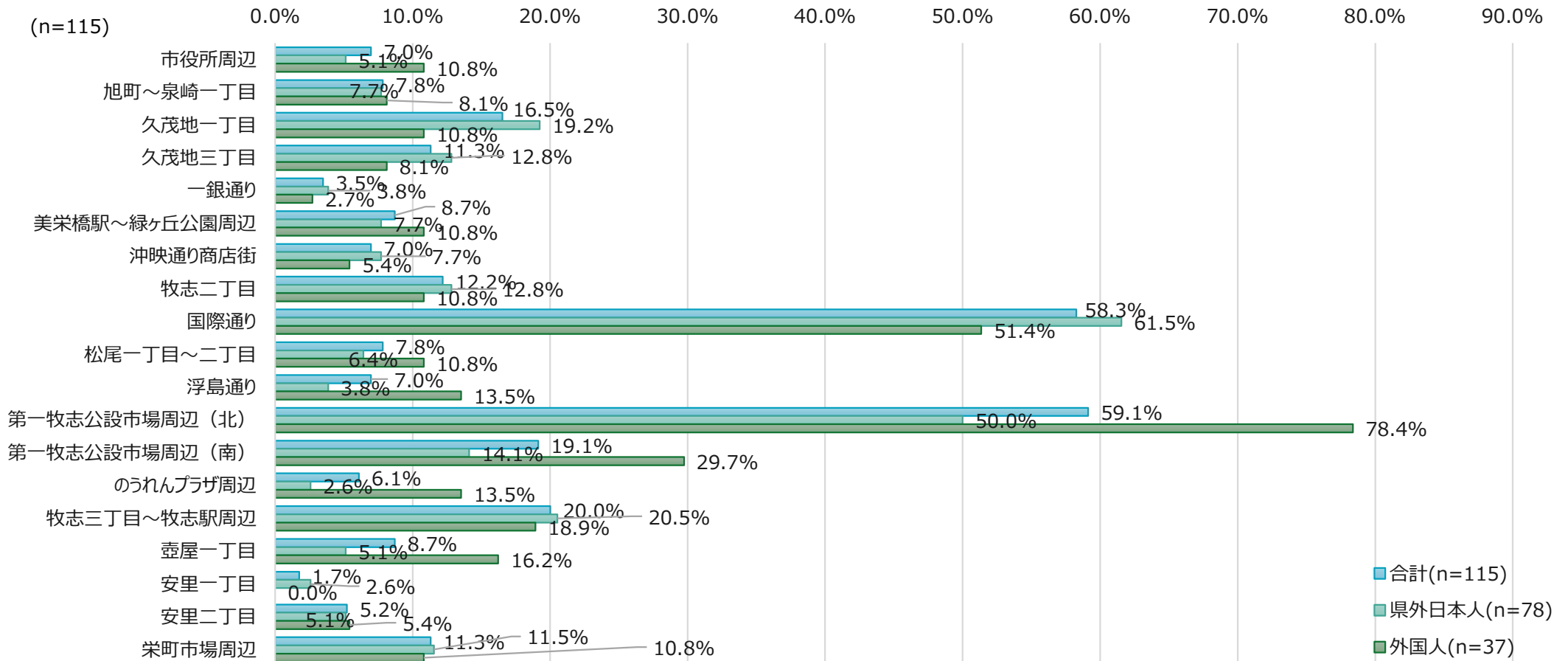


2.3.2 来街者への街頭ヒアリング調査

(3) 【県外観光客・外国人】中心市街地にどの程度の頻度・時間滞在するか

エリア別の訪問率については、第一牧志公設市場（北）が59.1%、国際通りを訪れた人は58.3%と多くの人を訪れている。次いで、牧志三丁目～牧志駅周辺が20%と続く。牧志公設（南）、栄町の周辺は県外日本人、外国人の来訪率は10%程度。第一牧志公設市場周辺とその南側では来訪者の割合に差があり、浮島通り以南までは観光客の賑わいが届きにくい。

中心市街地内のエリア別の訪問割合



2.3.2 来街者への街頭ヒアリング調査

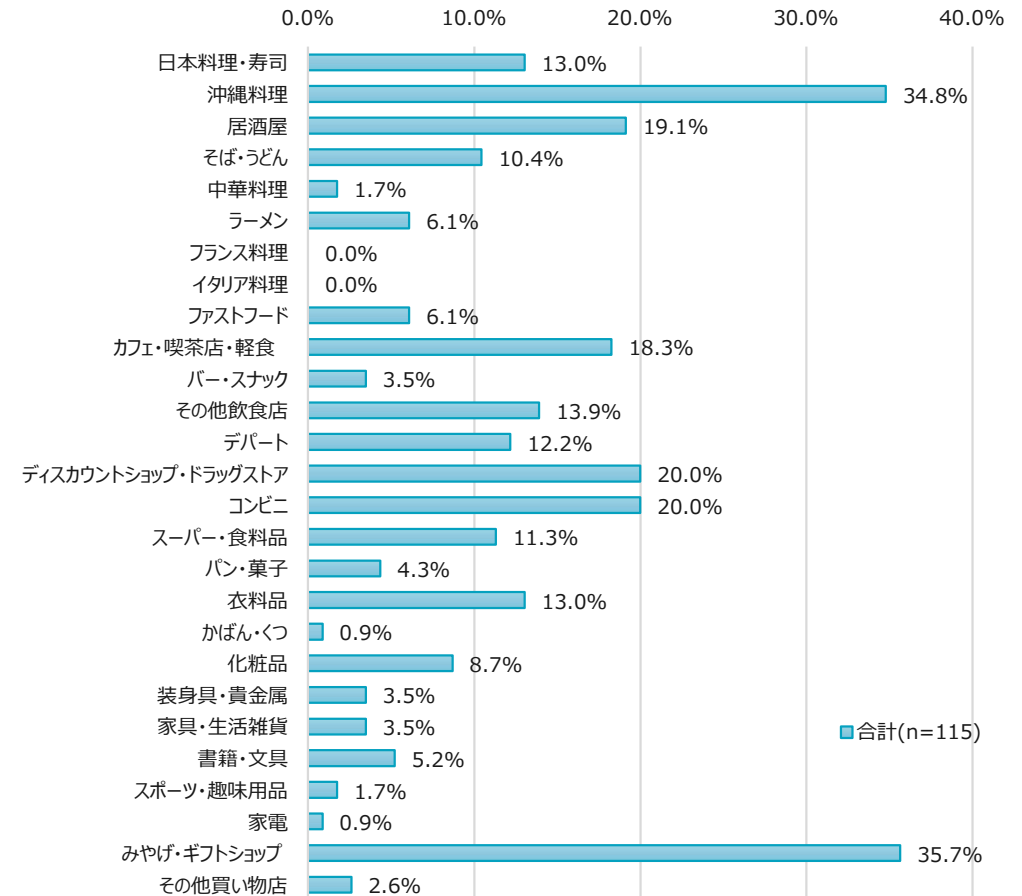
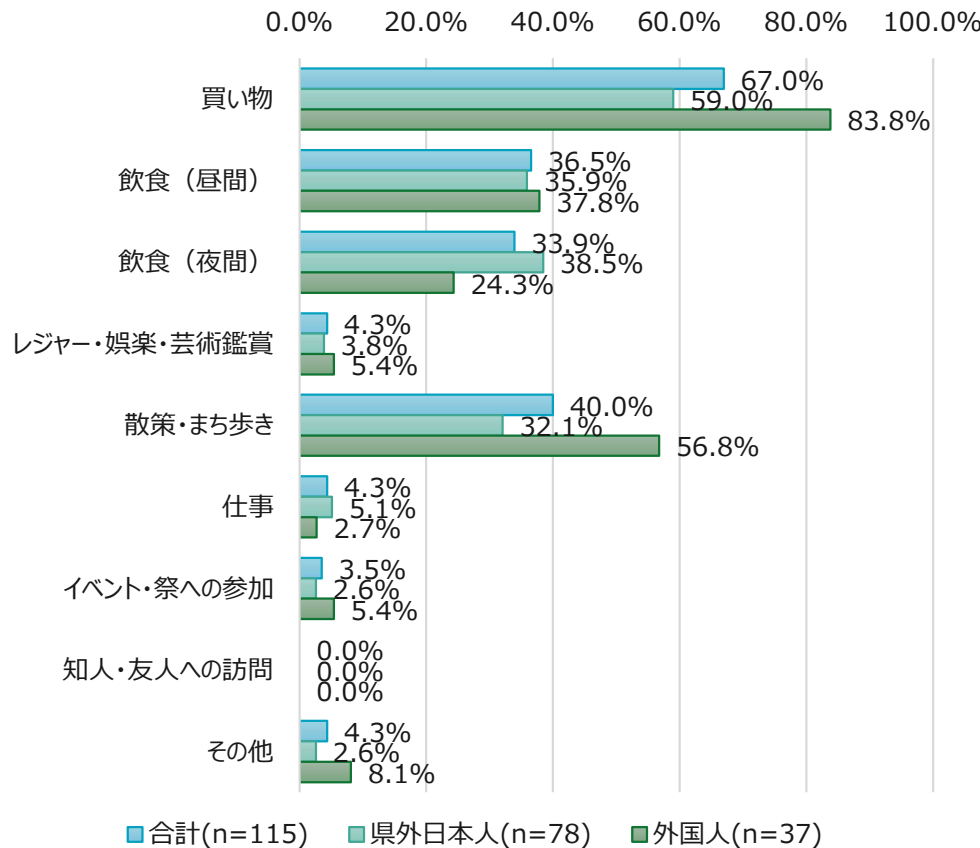
(3) 【県外観光客・外国人】中心市街地にどの程度の頻度・時間滞在するか

買い物、散策・まち歩き、飲食を目的とした来訪が多い。日本人は比較的、夕飯時の利用を目的とする比率が高いが、外国人は買い物、散策・まち歩き、飲食の複数の目的を持って来街しているものと考えられる。

中心市街地で訪問した店舗のジャンルに関して、「沖縄料理」34.8%、「おみやげ、ギフトショップ」35.7%、「ディスカウントショップ」「コンビニ」「居酒屋」が20%程度が多い。

中心市街地へ訪問した主な目的

訪問する店舗のジャンル



2.3.2 来街者への街頭ヒアリング調査

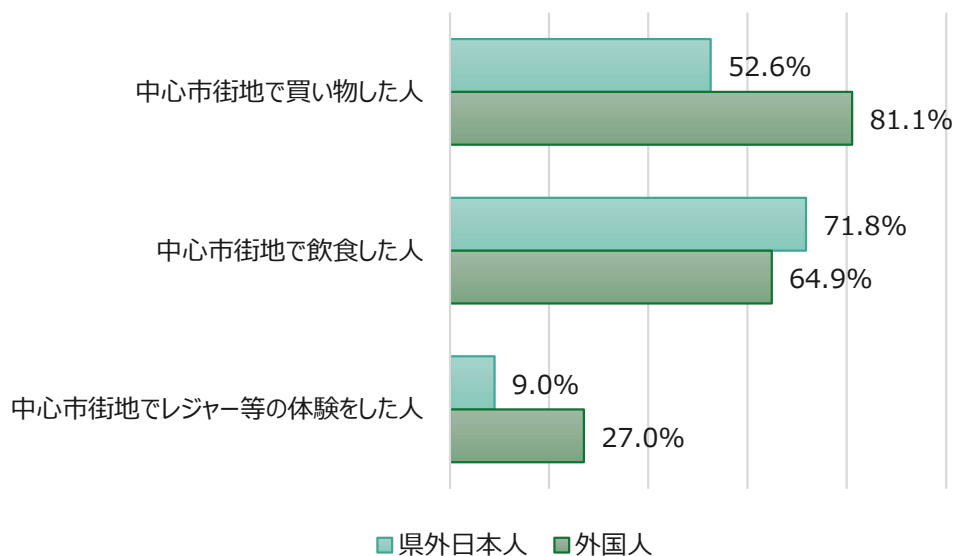
(3) 【県外観光客・外国人】消費額はどの程度か、消費する品目は何か

外国人で中心市街地内で実際に買い物をした割合は80%程度、飲食に関しても65%程度と買い物目的で訪問し、飲食もする人の割合が高い。日本人は買い物50%程度、飲食70%程度と比較的飲食利用の割合が高い。

外国人は、予算に占める中心市街地での買い物支出の割合が高く、日本人は比較的低い傾向にある。また、飲食に関しては、外国人、日本人ともに旅行予算に占める割合が低い。ただし、飲食の中心市街地の消費比率を高めるためには、中心市街地での滞在日程を増やすことが必要と考えられる。

中心市街地で買い物・飲食した人の割合

(n=115) 0.0% 20.0% 40.0% 60.0% 80.0% 100.0%

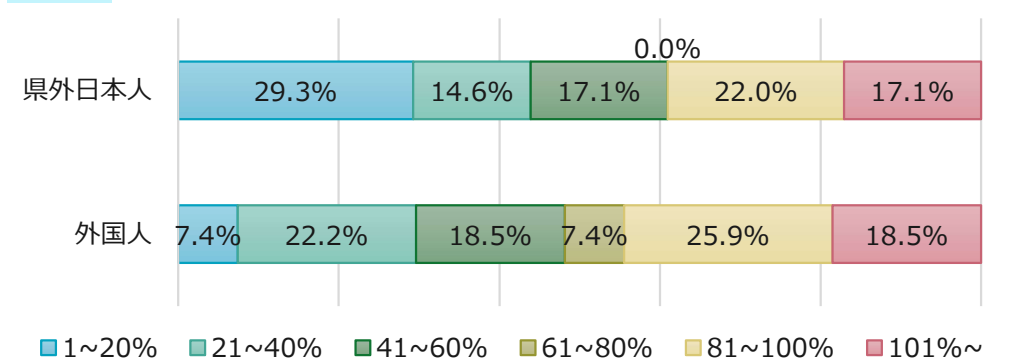


中心市街地での1人あたりの消費金額（回答者平均）

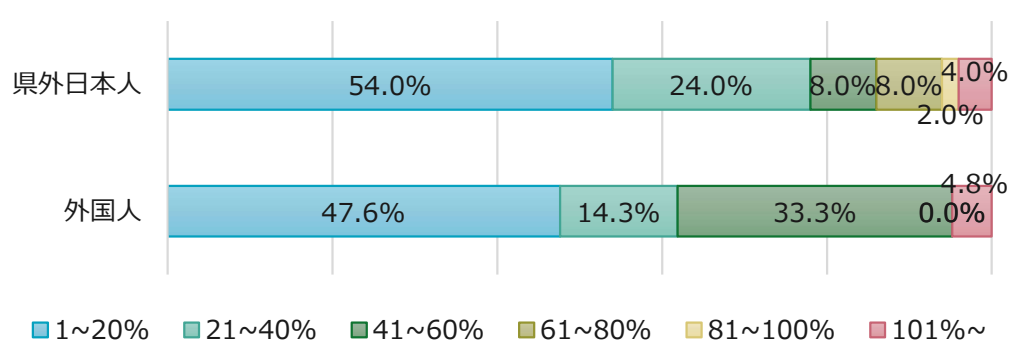
	買物	飲食
日本人	7,063円	7,775円
外国人	35,167円	10,981円

旅行予算に占める中心市街地内での消費額の割合

買い物 0% 20% 40% 60% 80% 100%



飲食 0% 20% 40% 60% 80% 100%



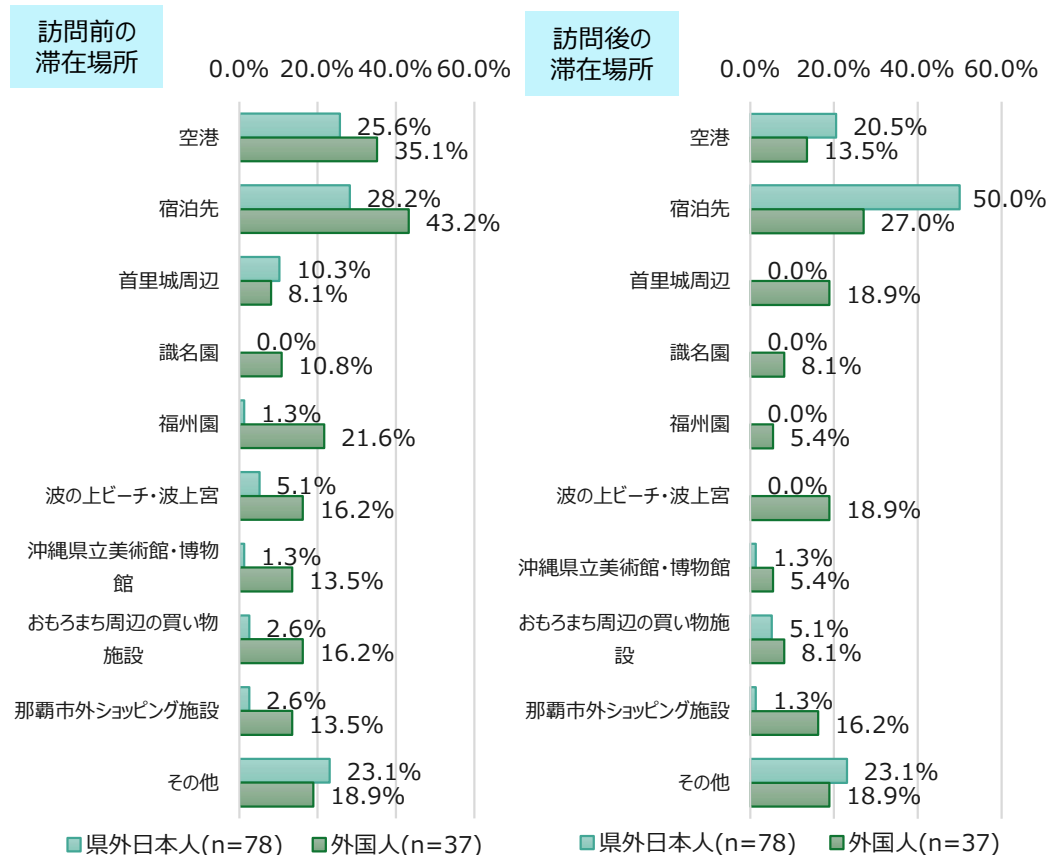
2.3.2 来街者への街頭ヒアリング調査

(3) 【県外観光客・外国人】中心市街地以外にどこを訪問しているか

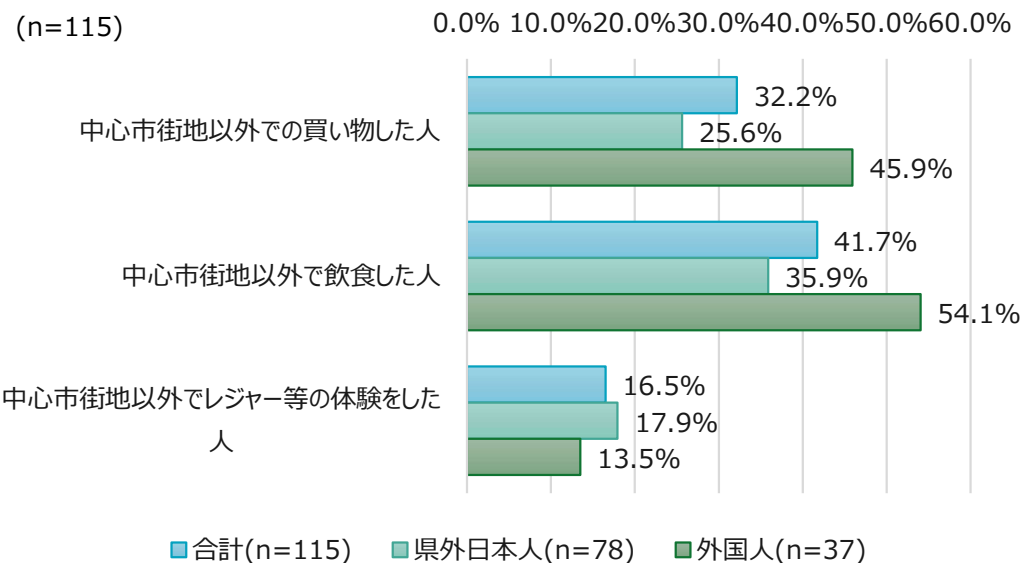
中心市街地の前後の訪問場所は、空港や宿泊先が多い。外国人客は首里地域や福州園等の歴史文化施設、市外のショッピング施設を訪問しているが、県外日本人は空港やホテル以外の訪問率が低く、市内をあまり周遊していない。

中心市街地に訪問した人のうち、中心市街地以外で買い物をした人の割合は32.2%、飲食した人は41.7%、買い物の平均消費額が10,500円程度、飲食が16,000円程度のため、買い物は中心市街地での消費単価の方が高いが、飲食でみれば中心市街地以外の支払額の方が高い。飲食の支払額を増やすためには、中心市街地付近での宿泊を増やし、飲食の機会を増やすことが重要。

中心市街地に訪問する前後の訪問場所



中心市街地以外で買い物・飲食した人の割合



中心市街地以外での1人あたりの消費金額 (回答者平均)

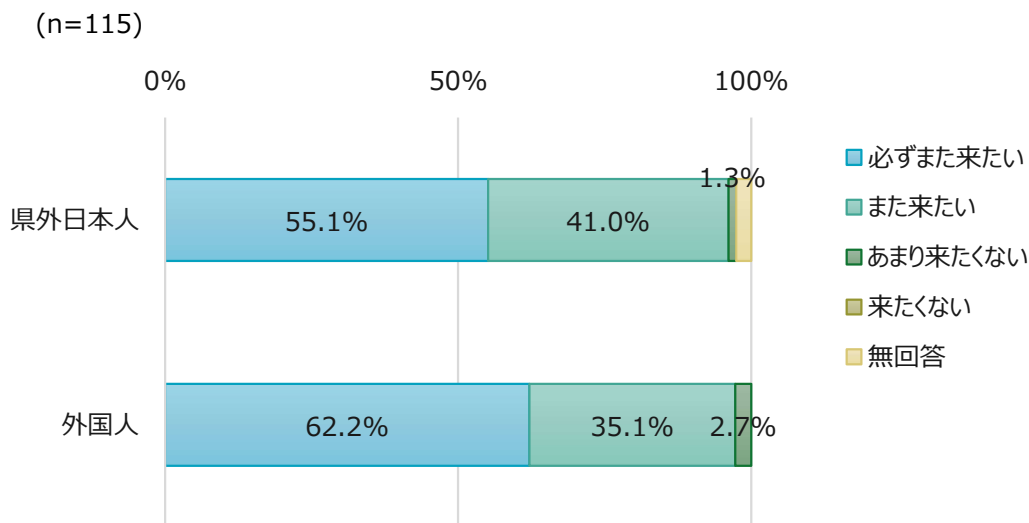
	買物	飲食
日本人	8,080円	15,848円
外国人	13,419円	16,513円

2.3.2 来街者への街頭ヒアリング調査

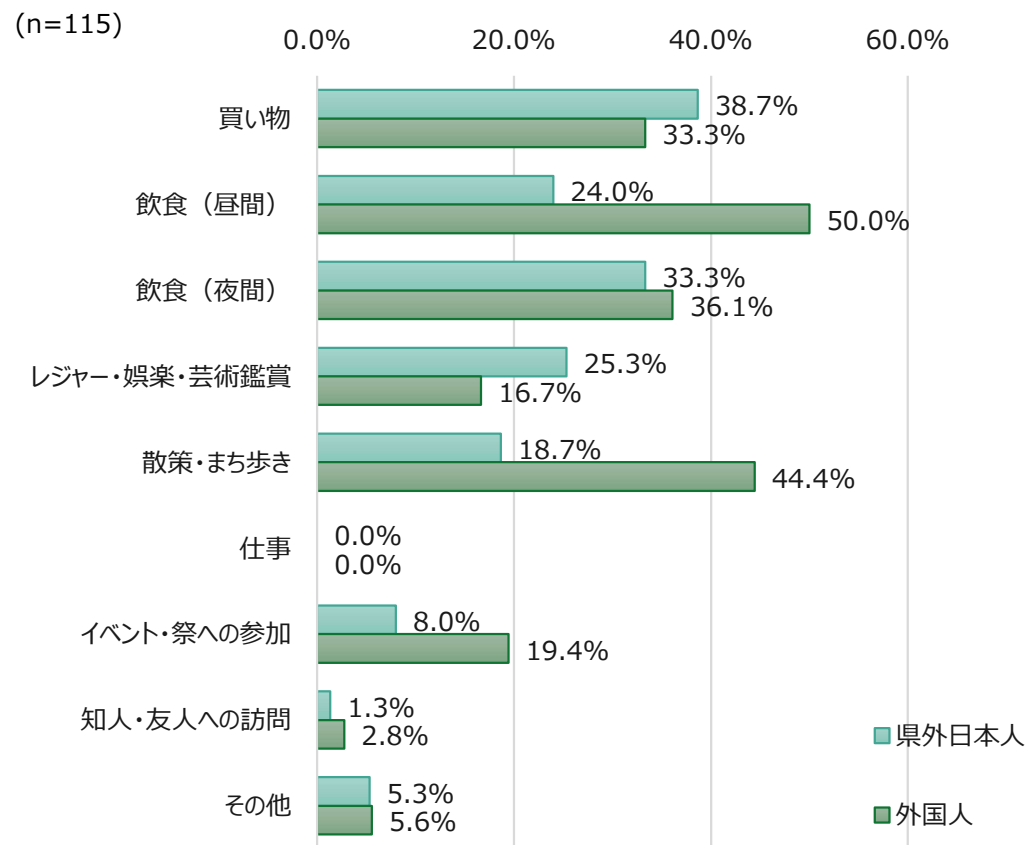
(3) 【市民・県内来街者】中心市街地の再来訪意向、消費しようとしてできなかったこと

日本人、外国人ともに再来訪の意向は高い。特に外国人は、再来訪した際に飲食やまち歩きを楽しみたいとするコメントが見られる。中心市街地で滞在中に心残りだったこととして、アイス等の軽食を楽しみたい、歩き疲れたので休みたい等の回答が見られた。

中心市街地で再来訪意向



再来訪時にやりたいこと



中心市街地でもう一か所訪問するなら...

- アイスやスイーツを食べたい
- 沖縄料理を食べたい
- 公園やビーチでビールを飲みたい
- 水族館や海に行きたい
- 歩き疲れた、休みたい 等



中心市街地の
来街者

2.3.3 自治会、通勤者等へのヒアリング調査

(1) 調査概要

中心市街地の生活者の視点での課題抽出のため、中心市街地の住民・自治会に対するヒアリング調査を実施する。また、現役世代の消費行動や中心市街地の利用実態を把握するため、中心市街地の周辺の通勤者に対するヒアリングを実施する。

住民等を対象としたヒアリング調査

背景・目的	<ul style="list-style-type: none"> 中心市街地の来街者調査や市民アンケートで中心市街地での買い物実態等は明らかになっているが、中心市街地の近年の生活環境の変化が生活に与える影響について明らかにし、計画策定にあたっての論点、改善策を整理する
調査対象	<p>中心市街地の自治会（くもじ地域自治会、松尾二丁目自治会、牧志3丁目自治会、壺屋町民会自治会） ※壺屋町民会自治会ヒアリング時に地区担当の民生児童委員が同席</p>
調査項目	<ul style="list-style-type: none"> 自治会に所属する人数、範囲 自治会に所属している人（中心市街地の居住者）の生活実態 <ul style="list-style-type: none"> ➢ 年齢、家族構成 ➢ 居住年数（中心市街地内に元々住んでいたか、外から引っ越してきた人が多いか） ➢ 仕事場所 ➢ 主な買い物場所（※特に中心市街地・水上店舗の近隣で居住している人について） 中心市街地の生活環境の変化（新型コロナウイルス流行前後の中心市街地の事業者の構成の変化等） <ul style="list-style-type: none"> ➢ 中心市街地や商店街、町内会での変化 中心市街地における生活上の困り事、課題（騒音、異臭、家賃の下落、物価の高騰等）

通勤者を対象としたヒアリング調査

背景・目的	<ul style="list-style-type: none"> 中心市街地のアンケート調査では、中心市街地を全く利用しない層よりも、現在利用している近隣居住者や近隣の勤務者等の更なる利用・消費を促すことが効果的であるとの示唆を得ている。 中心市街地近隣事業者の協力の下、周辺で勤務する現役世代の消費動向や中心市街地を利用するシチュエーション等を明らかにし、中心市街地の消費を促すうえでの示唆を得る。
調査対象	<p>中心市街地近辺に通勤する通勤者（8人）</p> <p>①20～30代 男性 3名 ②20～30代 女性 1名 ③40～50代 男性 2名 ④40～50代 女性 2名</p>
調査項目	<ul style="list-style-type: none"> 参加者の中心市街地の買い物動向に関する質問 <ul style="list-style-type: none"> ➢ 居住地、家族構成、普段の買い物場所 ➢ 中心市街地での買い物する際のタイミング、場所、購入品目、選択理由 中心市街地の活性化に向けた改善点 <ul style="list-style-type: none"> ➢ 中心市街地の良い点・中心市街地での買い物について満足していること、不満に思うこと（個人ワーク） ➢ 通勤の前後での立ち寄り行動 ➢ 10年後の中心市街地に望むこと、改善すべき点

2.3.3 自治会、通勤者等へのヒアリング調査

(2) 自治会ヒアリング結果概要

ヒアリング結果の概要

	久茂地地域自治会	松尾2丁目自治会	牧志3丁目自治会	壺屋町民会自治会 ／民生児童委員
居住する 住民	<ul style="list-style-type: none"> 60歳以上の高齢世帯が増えている。1階部分を事業者に貸して、その上階で年金暮らしをする人も多い。 その子ども世代(30～40代)は、モノレール駅周辺のマンションにファミリーで住む人もいるが、家賃が高いので、中心市街地を出ていく傾向が強い。 新規の高層マンション建設は少なく、住宅よりもホテルが増加している印象。 	<ul style="list-style-type: none"> 自治会加入者の 約8割が高齢者。公園周辺の住宅やアーケードの上層階(3階以上))に居住する人が多い。 その子ども世代(30～40代)は、結婚や子育てを機に那覇市外の新興住宅地(南城市など)へ転居する。 松尾二丁目では マンション開発が活発化。今後10年で周辺のマンション開発がさらに進む見込み。 マンションには独自の管理組合が存在。街灯設置の要望等へ対応したが、新住民との関係構築は進んでいない。 	<ul style="list-style-type: none"> 平和通りのアーケード上層階には昔から商売している人が住んでおり、高齢化が進んでいる。 高齢化し、通院に車が必要になると、車の利用が可能な郊外へ転居する。 水上店舗の隣接商店街の上階にもワークルーム中心の住居がある。居酒屋が増え騒音で居住環境が悪化し、元住民が転居し、現在は飲食店従業員が住むケースが多い。 一部住居は老朽化し倉庫化している。 	<ul style="list-style-type: none"> モノレール駅の開業後に人口が一時増加したが、現在は当時の住民が高齢化し、一人暮らし高齢者が増えている。 沖縄では持ち家志向が強く、子ども世代は浦添・南風原などへ流出する。 近年、安里周辺に高層マンションが増えている。県外から転勤してきた人が購入するケースが多いと思われる。
買物 事情	<ul style="list-style-type: none"> カフェや喫茶店等も増えており、人気のエリアである。普段、友人とカフェや飲食店を利用している。 衣料品や日用品の商店がこの10年で土産物店に置き変わった。 普段の買い物は、週2回ほど新都心にあるスーパーに通っている。 中心市街地での買い物は、デパ地下で贈答用品や行事食を作る材料を市場で買い出しする程度。 市場のなじみの店が閉店したことや公設市場の品揃えが観光客向けになってきたこと、高齢者のみの世帯となり大量に食品を買う必要がなくなったことが、スーパーを利用するようになったきっかけ。 	<ul style="list-style-type: none"> 高齢者向け店舗から、ヴィンテージショップやアクセサリーショップ等に転換され、特に浮島通りは若者向けの雑貨店や古本屋が増え始めた。 普段の買い物はスーパーも市場も利用する。肉や野菜は市場で購入したほうが良いものが手に入る。 行事や子どもの帰省等の特別な時にも公設市場を利用する。 太平通りには昔ながらの沖縄の雰囲気が残っており、地元住民(高齢者男性)が飲みに行っている。 公設市場の周辺にできた居酒屋街に行くこともあるが、比較的若者向け。 	<ul style="list-style-type: none"> 商店街周辺に長年住む60～80代は、市場の馴染みの店で食材を買う傾向が強い。 靴・本・文具・金物・100均など商店街にない品は他地域で購入。 外食も市場利用が多く、新型コロナウイルスの龍興寺に一時減ったが現在は回復傾向。 若い世代(30～40代)は車で近隣スーパーやメインプレイス等で買い物・外食する傾向がある 市場の古い店は代替わりが進んでいる。代替わりにより店主との雑談が減り、常用商品の購入が中心になるなど買い物体験が変化している。 	<ul style="list-style-type: none"> 1960年代頃は映画館や三越などが揃い、肩がぶつかるほど賑わう娯楽の中心だった。のうれん市場も壺屋住民の台所として機能していた。 現在はサンライズなは商店街や周辺路地の古い店舗が減り、飲み屋が増加し、路上に商品をはみ出して商売している。 住民は中心市街地で買い物・外食をすることはほぼなく、りうぼう・サンエーなど近隣スーパーを利用している。 日常の移動や買い物は車が前提で、駐車場のある店舗が選ばれやすい。 スーパーで生活に必要なものが全て揃うため、中心市街地まで行く必要性を感じない。

2.3.3 自治会、通勤者等へのヒアリング調査

(2) 自治会ヒアリング結果概要

ヒアリング結果の概要

中心市街地の
変化と
困り事

久茂地地域自治会

- 近隣で働く外国人が公園に違法駐輪して問題になったが、現在は解消。
- 緑ヶ丘公園での中高生の火遊び・深夜の騒音、大人の深夜飲酒による騒音等も見られる。
- 立小便などの問題があり、明るく清潔な洋式トイレの整備を望まれる。くもじにじい館の夜間管理の際も、飲酒者がトイレを借りに来る。
- 自治会でも清掃しているがゴミのポイ捨てが多い。かつてはゴミ箱があったが、管理不能で撤去された。
- 自治会の活動が十分にできず、松尾1丁目の通りは保安灯が廃止されて暗い場所がある。
- 外国人の民泊・ホテルが増加したが、騒音やゴミ問題は発生していない。

松尾2丁目自治会

- 公設市場の再整備後、西側に居酒屋街（センベロ）が形成され、にぎわっている。
- 一時期は酔客の迷惑行為（立ち小便、嘔吐、騒音、ケンカ）があり、住民との間で問題となっていた。
- 現在は店側のトイレの回収や独自ルールの運用等の努力によって落ち着いてきている。
- 飲み屋・駐車場・役所・警察が近く、生活環境としての満足度は高い。
- 新しい居酒屋街も課題はあったが良い面もある。重要なのは、ルール作りと課題解決の継続である。

牧志3丁目自治会

- 新型コロナウイルスの流行を機に、古くから営業している店が閉店し、飲食店（居酒屋等）が増加。通りの賑わい格差が拡大した。
- 騒音や深夜営業による住環境悪化が懸念されている。事前連絡や音量調整を行う店も一部存在するが、住民が騒音に堪えられず転居した例もある。
- サンライズなは商店街は違法駐輪が多い。駐輪防止の看板を設置する等したが効果は見られない。
- 夜間の保安灯が不足しており、公園周辺の暗さや安全性への不安がある。
- 空き店舗はすぐ埋まるほど需要があるが、家賃が高く物件情報も不透明。駐車場の値段が上がったことによる客離れの懸念から移転した店舗がある。
- 住民や子どもが安心して集まれる公園内の休憩スペースを整備してほしい。

壺屋町民会自治会 ／民生児童委員

- 中国・台湾・東南アジアからの観光客増加は地域活性化につながると前向きに捉えており、外国人への抵抗感はない。
- 自治会イベントに住民が参加し交流や賑わいが生まれてほしい。しかし、近年はイベントの参加者が減り、運営側には諦めの空気もある。
- 焼き物の歴史をもつ街であるため、新規でマンションや住宅を建設する時に赤瓦やシーサーを取り入れるなど、景観を守るルールが存在する。
- しかし、ルールが守られないケースもある。インセンティブがあるとよい。
- 重要文化財の南又窯（フェーヌガマ）を災害に耐えられるよう内側から補強して修繕したい。

2.3.3 自治会、通勤者等へのヒアリング調査

(2) 自治会ヒアリング結果概要

ヒアリング結果の概要

	久茂地地域自治会	松尾2丁目自治会	牧志3丁目自治会	壺屋町民会自治会 ／民生児童委員（安里）
その他	<ul style="list-style-type: none">・那覇文化芸術劇場なはーとの整備に伴って、公園などの設備が整い、住みやすくなった。・「歩いて楽しい街」になってほしい。夏場の厳しい日差しを避けられるアーケードなどの暑さ対策の充実が必要。	<ul style="list-style-type: none">・周辺には、以前から周辺に土木作業員向けドミトリーがあったが、内装をリフォームして観光客向けに転用されている。・公設市場や平和通りの周辺は地盤が軟弱で液状化の危険性がある。大雨時にも浸水被害が発生することがある。新規出店者は十分に理解しておらず、浸水被害があった場合に退去してしまうケースがある。	<ul style="list-style-type: none">・アーケードは約40年前、中心市街地周辺の大規模店舗への客流出を防ぐために設置された。・アーケードの破損等は、通り会が対応している。	<ul style="list-style-type: none">・公設市場周辺の上層階には、昔から生活困窮世帯が住んでおり、高齢化し、生活保護や年金で暮らしている。・かつては、市場の業者からの見切り品等をもらい生活していたと聞いている。・夏場は、クーラーの無い居住空間のため、公園で涼んでいる姿を見かける。・生活困窮者向け物資配布等を行っており、社会福祉協議会等は、実態を把握していると思われる。

2.3.3 自治会、通勤者等へのヒアリング調査

(3) 自治会ヒアリングまとめ

- 中心市街地の小規模な生鮮食料品店をよく利用する層は、松尾2丁目、牧志3丁目周辺の住民であり、商圈が狭まっている可能性があり、客構成は、極近接地と県外で両極端になっている。
- 中心市街地に長期間居住してきた人の家族構成や年齢層が変化（単身化・高齢化）し、買い物に対するニーズが変化している。
- 中心市街地の古くから営業してきた店舗も代替わりが進み、接客面などで昔馴染みの利用者の買い物体験にも変化が生じている。
- 近年、松尾2丁目、安里、壺屋等でマンションの建設が進んでおり、今後、高齢者の住んでいた住宅がマンションに置き換わり、住民構成が変化する可能性が高い。
 - 商圈人口の変化や顧客のニーズの変化を捉え、事業者自身が商品・サービス・宣伝等の工夫を行うことができるよう、情報・ノウハウを提供することが重要ではないか。
- 新型コロナウイルスの流行を経て、小規模な小売店が閉業し、飲食店に置き換わり、観光客も増加した。
- 飲食店の増加については、周辺住民にも「まちの賑わいが生まれた」、「外食の利便性が上がった」とポジティブに受け止められている。その一方で、賑わいの反作用として生じる騒音や立小便、違法駐輪等の問題に対して、適正なルールづくりが望まれている。
- 特に、深夜の騒音問題は住民の生活環境の悪化に直結しており、退去する住民も見られる。
 - 新型コロナウイルスの影響による小売店の閉業により、通りの賑わいに格差が生まれている。自治会も高齢化が進み、街灯がない箇所もある。結果、暗がりが増え、犯罪や迷惑行為が生まれやすくなっているものと思慮
 - 新型コロナウイルスの収束後に比較的早期に開業した酒類提供飲食店では、独自の対策（トイレの改修、防音設備等）を取られ、住民との摩擦が軽減されている。新規の飲食店出店が増える場所で、住民や既存事業者との摩擦が発生しているものと思慮。
 - 生活環境を改善するために、ルールの整備すること、ルール遵守や設備改修等を促すこと（インセンティブの提供等）が重要。

2.3.3 自治会、通勤者等へのヒアリング調査

(4) 通勤者を対象としたヒアリング結果

普段の買い物は、帰宅途中に立ち寄ることができるスーパーで購入するか、休日に大型商業施設等でまとめて購入するケースが多く見られる。20代～30代の若く一人暮らしの世帯は中心市街地付近に居住しており、平日も職場の近くや自宅付近の店舗を利用する。それ以上の世代は、おもしろまちの付近や、ファミリーで郊外に居住するケースが見られるため、あまり平日に中心市街地を利用する機会は少ない。

普段の買い物・外食の傾向



20代／男性
一人暮らし

食料品は、家の近くのスーパーで購入する
平日はオフィスの近くの居酒屋で飲みに行くことが多い。
休日には、松山や美栄橋駅の川治い、公設市場付近
や栄町市場のセンベロに行くこともある。



20代／女性
一人暮らし

食料品や日用品は、自宅近くのスーパーやディスカウント
ショップで購入する。
服や化粧品は、おもしろまちで購入する。プチプラブランド
を選んで買うことが多い。中心市街地のデパートは価格
帯が高い。



30代／男性
一人暮らし

普段は最寄り駅の近くのスーパーで週に2回程度買
い物する。駅から近く、帰り道に立ち寄りできるので便利。
・外食は、普段から毎日行う。主には勤務先の付近の
居酒屋か、家の近く（安里）が多い。



40代／女性
一人暮らし

食料品は、自宅付近のスーパーで購入し、服や本等は
休日にメインプレイスに行って購入する。
食べ物に関しては、駅から自宅までの途中に弁当やファ
ストフードで購入し、家に帰って食べることが多い。帰宅
時間が遅いので飲み屋しか営業していない。



50代／男性
ファミリー・郊外

外食は週1回程度。家に帰って家族とご飯を食べること
が多い。
休日は、イオン等のショッピングモールで買い物したり、郊
外に車で出かけたり、話題のカフェに行くこともある。



40代／女性
一人暮らし

休日に家族と大型商業施設（イース、メインプレイス
等）に行き、食料品や服などをまとめて買うことが多い。
暑い中でも快適に買い物ができること、フードコートがあり、
小さな子供も大人も自分の好きなものを選ぶことができ
るので楽。

2.3.3 自治会、通勤者等へのヒアリング調査

(4) 通勤者を対象としたヒアリング結果

公設市場や栄町の居酒屋街は、20~30代の若い世代が少人数で友人と利用するケースが多く、年齢層が高くなるに連れて利用しなくなる。久茂地は比較的席数が多く、ゆっくりできるお店が多いため、ビジネス客やファミリー層、40代にも利用されている。

また、年齢層が高くなると、ホテルのランチなどで非日常感を楽しむ行動も見られた。

また、若い世代では、浮島通りのセレクトショップを利用している。中心市街地でも県外のお菓子等が手に入る物産展や、品ぞろえにこだわりのある専門店が休日でも訪問されている。

中心市街地での買い物・外食の利用シーン



20代／男性
ファミリー・郊外

浮島通りと国際通りの付近にあるお気に入りのセレクトショップに行く。
また、国際通りにある専門店でこだわりの調味料を買うことがある。妻が調味料にこだわりがあり、SNSで調べて購入する。



50代／男性
ファミリー・郊外

月1回程度、週末に国際通りのホテルに妻とランチに出かける。
夜に3000~4000円かけて飲みに行くよりは、同じ値段”非日常感”を味わうことができる。ホテルであれば、駐車場も止めやすく利用しやすい。



20代／女性
一人暮らし

家が近いので、外食は中心市街地内で食べることもある。特に、1人で手早く済ませたいときに利用する。(イタリアンや沖縄料理、ファストフード等)
卸売市場付近のセンベロも、1人では行かないが、少人数で友人と利用することがある。



40代／女性
一人暮らし

休日によく地元の友人と中心市街地のセンベロではしご酒を楽しんでいた。飲み会の途中で合流しても、価格が手ごろなので、店を変えて仕切り直しやすい。
パレットくもじは、友人や家族ではなく、1人で買い物を楽しみたいときに行く。県外の物産展などは、人が多くにぎわっている。



40代／男性
ファミリー・郊外

平日は昼に、お弁当やコンビニを購入、夜は会社のイベントに参加する程度。
休日にショッピングモールの帰りに中心市街地の定食屋を利用する。ネットやTVで情報を得て店を選ぶが、家族で入れそうなお店かどうか、検索できると便利。



40代／女性
一人暮らし

昔はよく飲みに行っていた。
今では、中心市街地で食事をするときは、県外からのお客さんとの飲み会の時が多い。久茂地三丁目の少しおしゃれなお店を選ぶ、席が広めでゆっくりできる。帰りも駅や宿泊施設が近く、帰りやすい点がポイント。

2.3.3 自治会、通勤者等へのヒアリング調査

(4) 通勤者を対象としたヒアリング結果

特に、勤務者の多い泉崎付近は、昼食や夜間の飲食の選択肢が少なく、特に飲酒をせずに楽しめる飲食店を望む意見が見られた。また、主に女性から仕事の前後に気分転換ができるカフェやリラックスしてマッサージ・スポーツ等ができる場所を望む意見が見られた。

通勤の前後で滞在したい場所、不足する機能



20代／男性
一人暮らし

中心市街地やオフィスの周辺には、昼に食べられるお店が少ない。沖縄そばや居酒屋以外にバリエーションがなく、パン屋や定食等が少ないので飽きてしまった。



20代／女性
一人暮らし

特に困っていることはないが、仕事終わりや朝の通勤前に営業しているカフェがない。気分を変えてリモートオフィスとして手軽に使える場所、仕事の休憩時間にリラックスできる場所があるとよい。



40代／男性
ファミリー・郊外

久茂地周辺の路地裏に若者が屯していた。子どもに危害が加わらないか気になることがあった。家族で外食するために、事前に営業時間を調べて行ったが、営業しておらず困ることがあった。営業しているか、家族と一緒に入れるかは、マップで検索できるとよい。



50代／男性
ファミリー・郊外

出張から来る人に対しては、昼に沖縄そばに行くのが定番になっているが、何度も同じで飽きてくる。たまに仕事帰りにご飯を食べようとしても、食堂等のご飯を食べる場所がなくて困る。チェーン店以外でご飯を食べることができる店ができるとよい。



40代／女性
一人暮らし

沖縄は夏に暑く、雨も多いので、日差しや雨を凌げるとよい。暑すぎて歩こうと思わない。仕事終わりには、マッサージ等癒される場所があるといい。また、スポーツ等のコミュニケーションができる場所が少ないように感じる。



40代／女性
一人暮らし

遅い時間まで営業している定食屋がほしい。帰りが遅いときには連日22時過ぎに帰るが、居酒屋等が多く、食事をメインに利用できる場所がない。また、静かに友人と話をしたいときに行くお店がない。

2

中心市街地の商環境に関する調査

2.4 その他データの分析

2.4.1 人流データの分析

(1) 調査概要

中心市街地を利用する来街者、市民の行動実態・消費実態を把握し、新たな稼ぎにつなげるための仮説を構築するため、agoop社の「マチレポ」を活用して人流データの分析を実施する。

人流データ分析調査（中心市街地の在住者の生活実態に関する調査）

背景・目的	• 中心市街地を利用する来街者、住民の行動実態・消費実態を把握し、新たな稼ぎにつながるターゲットとその行動の仮説を立てる	
利用データ	Agoop社の提供する人流分析データ (スマートフォンの位置情報)	
対象期間	2024年4月1日～2025年3月31日まで	
分析方法	• 人流のデータを用いて以下の情報を可視化し、分析を実施。中心市街地全体の分析の後、各エリア別の特徴についても分析を実施する。（※取得可能なデータは、過去2年間のため、新型コロナウイルスの流行前との来街者数の変化等は貴市の実施する「通行量調査」を参考に把握）	
	調査の観点	人流データでの分析項目
	中心市街地の来場者数は減少していないか	• 中心市街地の来街者数
	中心市街地の来街者の構成は変化しているか	• 来街者の性別、年代別の構成 • 来街者の居住地
	中心市街地の混雑する時間帯はいつか	• 月別来街者数 • 時間帯別来街者数 • 曜日別来街者数
来街者は1回の訪問当たり、どの程度の時間滞在するか	• 滞在時間別の来街者数	

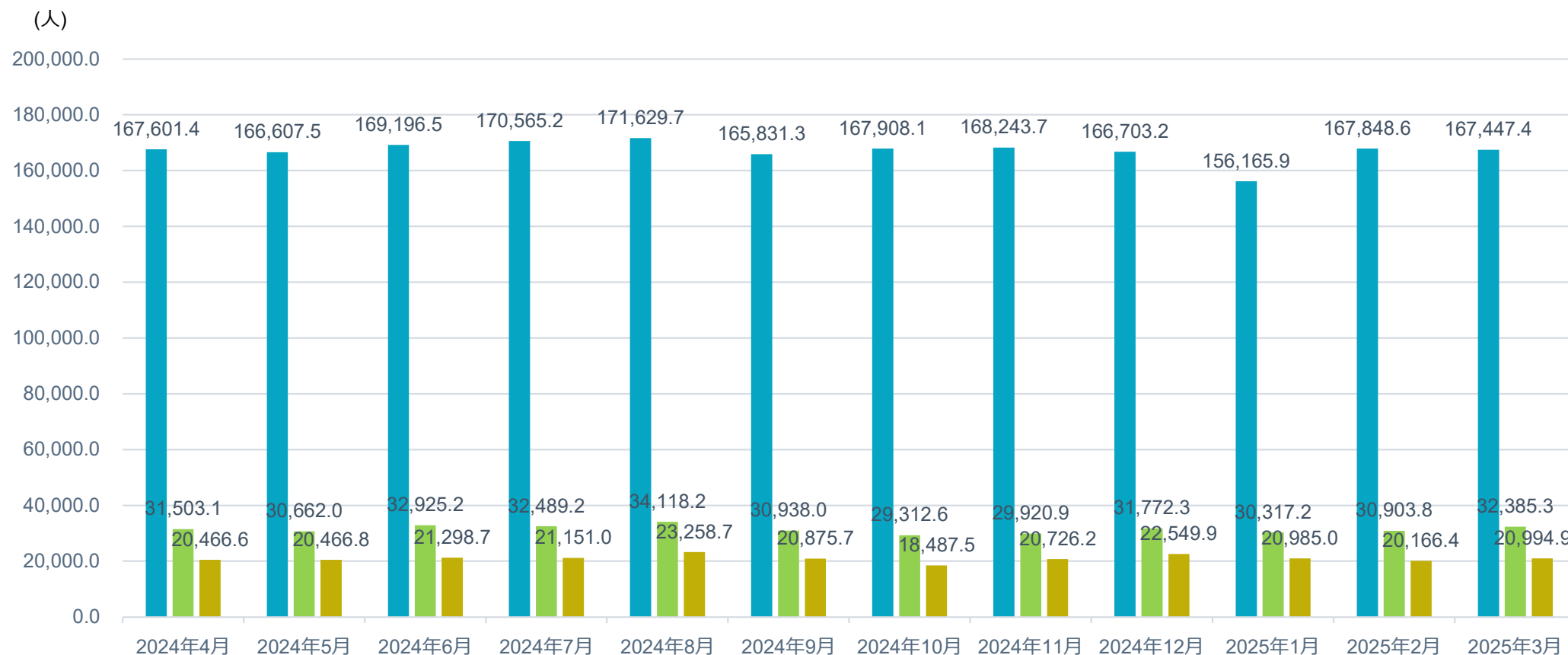
2.4.1 人流データの分析

(2) 中心市街地全体の人流データの分析

中心市街地の1日あたりの平均来街者数は、15万6,000～17万1,000人程度とおもろまちやパルコシティ周辺と比較しても大幅に多い。

中心市街地全体では月別の変動は少ないが、5月、9月、12月、1月は月平均来街者数を割り込む。中でも1月は最も少なく、各月平均と比較して1万人程度来街者が少ない。

1日あたりの平均来街者数（月別推移）



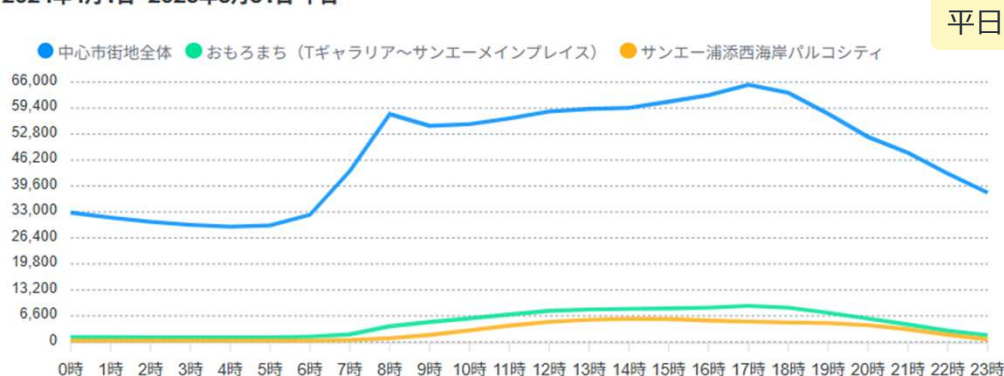
2.4.1 人流データの分析

(2) 中心市街地全体の人流データの分析

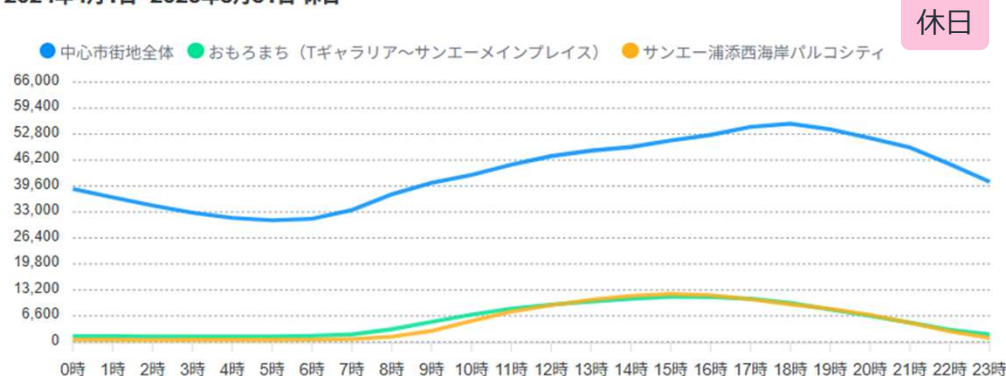
中心市街地は、休日に比べ平日の滞在人口が多い。他のエリアに比べ通勤者が多いことが影響していると考えられる。平日8時の出勤時間まで増加し、17時にピーク(6万5000人程度)となり、18時以降減少する。休日は、朝から18時にかけて来街者の増加が緩やかで、日中帯の利用者増加が消費拡大の上では重要と考えられる。

1日あたりの時間帯別来街者数（実数）

2024年4月1日~2025年3月31日 平日

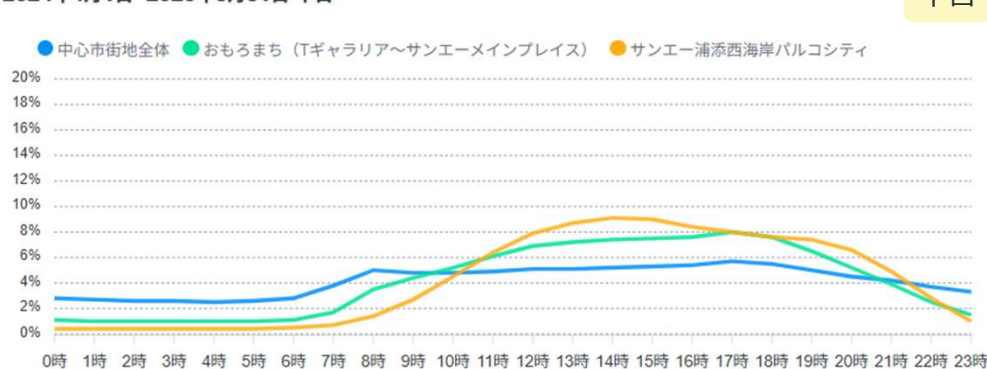


2024年4月1日~2025年3月31日 休日

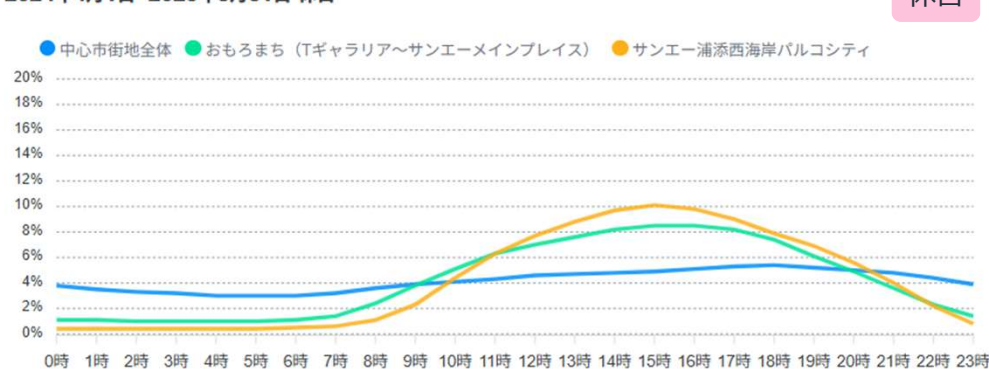


1日あたりの時間帯別来街者数（割合）

2024年4月1日~2025年3月31日 平日



2024年4月1日~2025年3月31日 休日

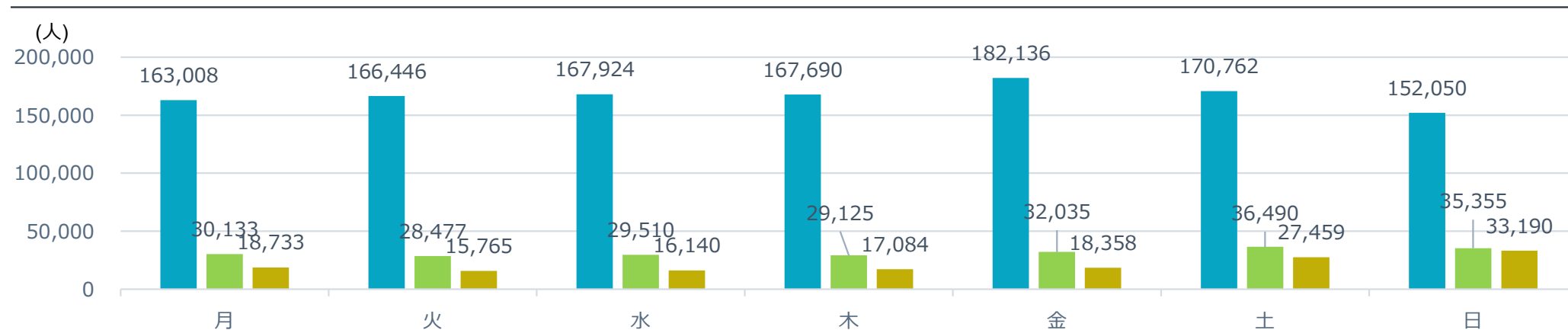


2.4.1 人流データの分析

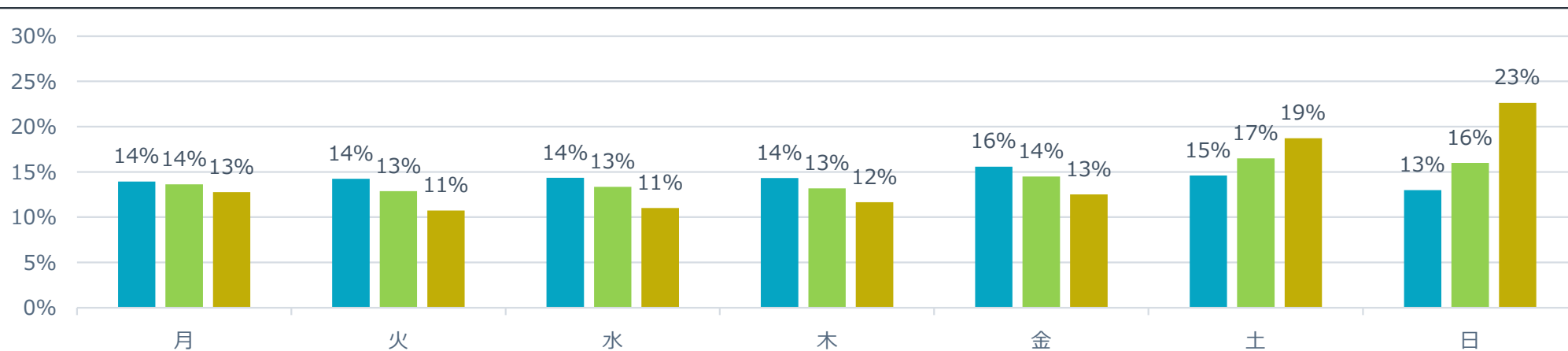
(2) 中心市街地全体の人流データの分析

中心市街地は金曜日、土曜日の滞在人口が多いが、日曜日の滞在人口が他の曜日に比べて1万5000人程度少ない。日曜は比較的早く帰宅する人も多く、また、日曜に閉店している店舗も多いことが影響していると考えられる。飲食店や小売店は、金曜、土曜に集客のチャンスが限定されることが、売上を伸ばすうえでの障壁になっている可能性がある。

曜日別来街者数（実数）



曜日別来街者数（割合）

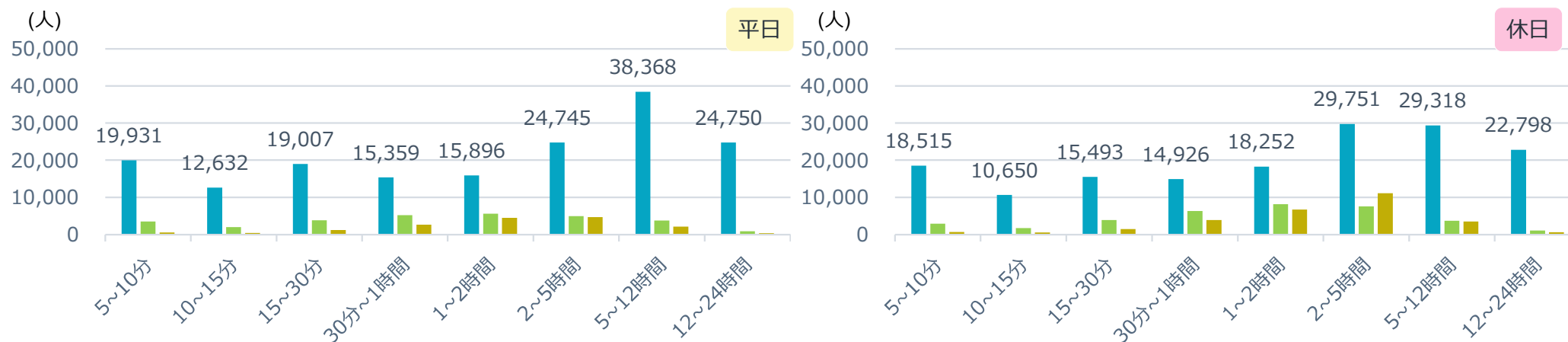


2.4.1 人流データの分析

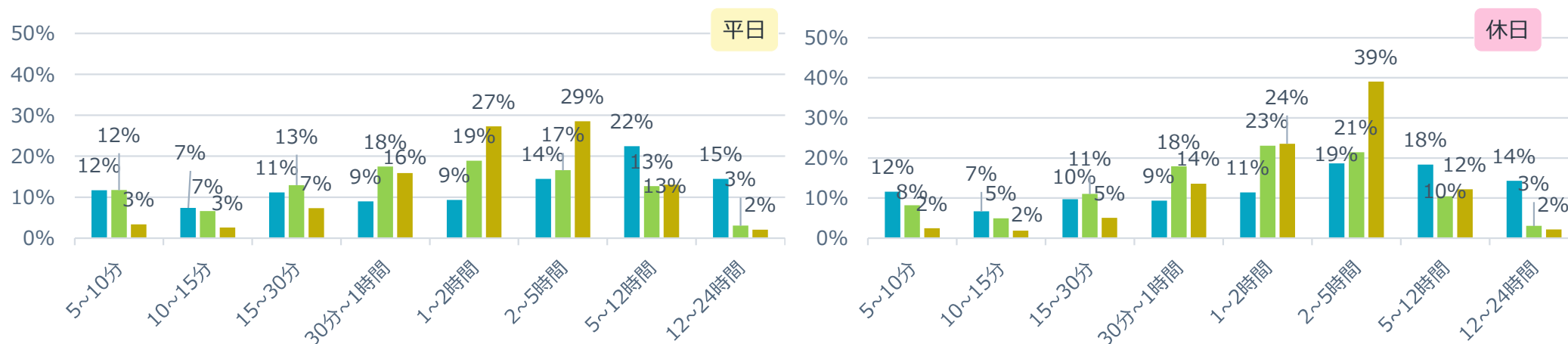
(2) 中心市街地全体の人流データの分析

中心市街地はおもろまちやパルコシティと比較して平休ともに5時間以上～12時間の滞在時間の長い来街者が多い。
(勤務者や住民の比率が高いことも影響していると考えられる。)

滞在時間別来街者数 (実数)



時間帯別来街者数 (割合)

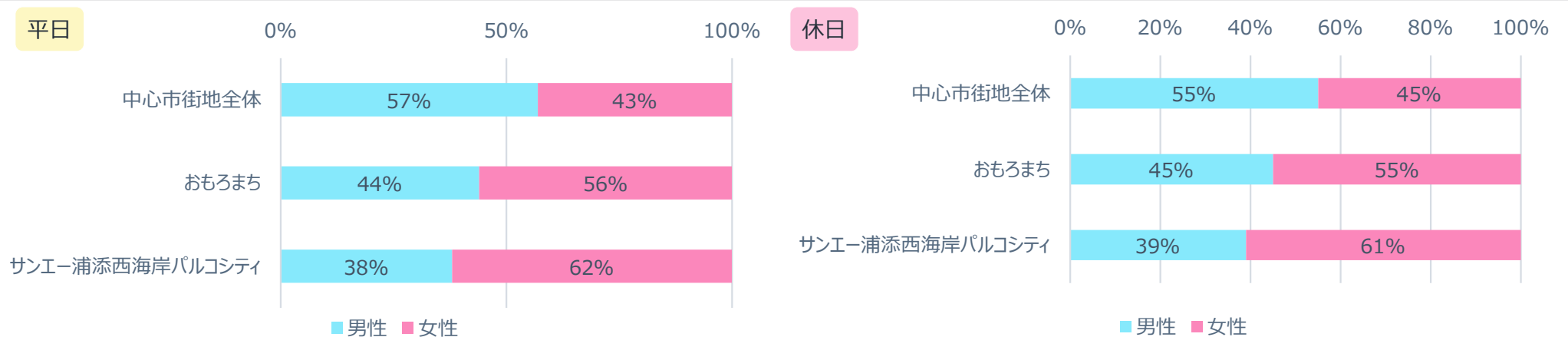


2.4.1 人流データの分析

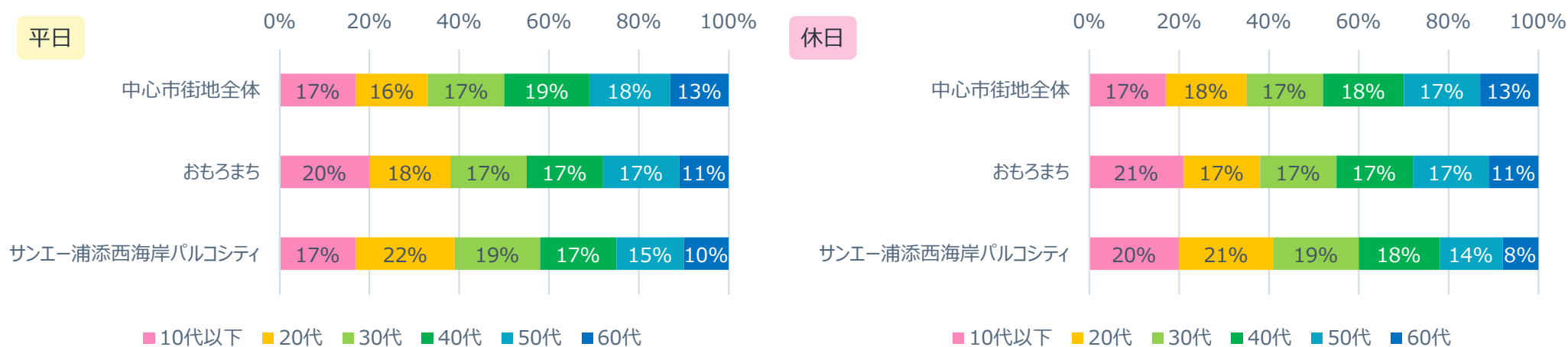
(2) 中心市街地全体の人流データの分析

中心市街地の来街者は、おもろまちやパルコシティと比較して女性の集客比率が低く、男性の割合が高い。また、中心市街地は各年代バランスよく集客されている。しかし、おもろまちやパルコシティと比較して40歳代以上、特に60代の割合が高く、30代以下、女性の集客が他のまちと比較して低い。

来街者の性別構成



来街者の年代構成



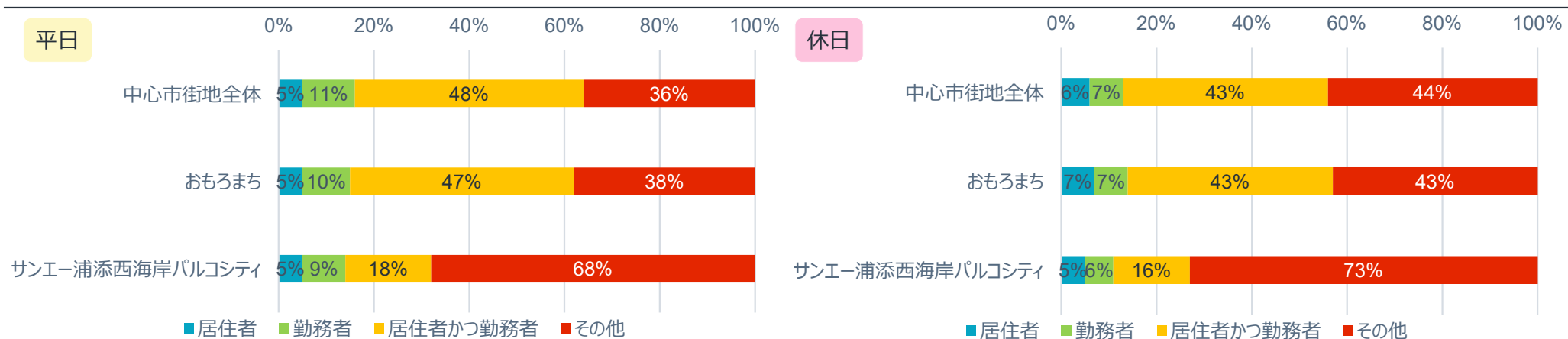
2.4.1 人流データの分析

(2) 中心市街地全体の人流データの分析

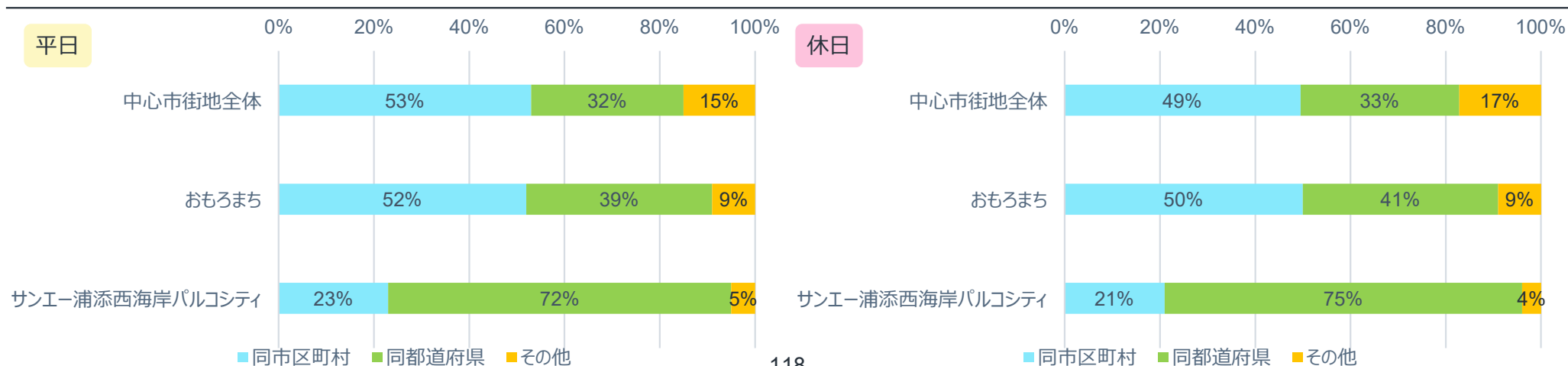
居住者でも勤務者でもない人の割合は、平日36%、休日44%であり、パルコシティに比較して居住者や勤務者の割合が高い。中心市街地内に勤務する人の集客を増やすことで安定的な集客につながる可能性がある。

来街者の居住地に関しては那覇市内の割合が53%、県内他市町村が32%、その他(県外)が15%であり、おもろまちやパルコシティに比べて県外からの来街者の集客が多い。

来街者の居住者・勤務者別構成



来街者の居住地別構成



2.4.1 人流データの分析

(2) 中心市街地全体の人流データの分析

那覇市内からの来訪者が最も多く、平日90,000人、休日78,000人程度である。その他は、浦添市、豊見城市、宜野湾市、糸満市、南風原町等、那覇市周辺の市町からの来街者が多い。

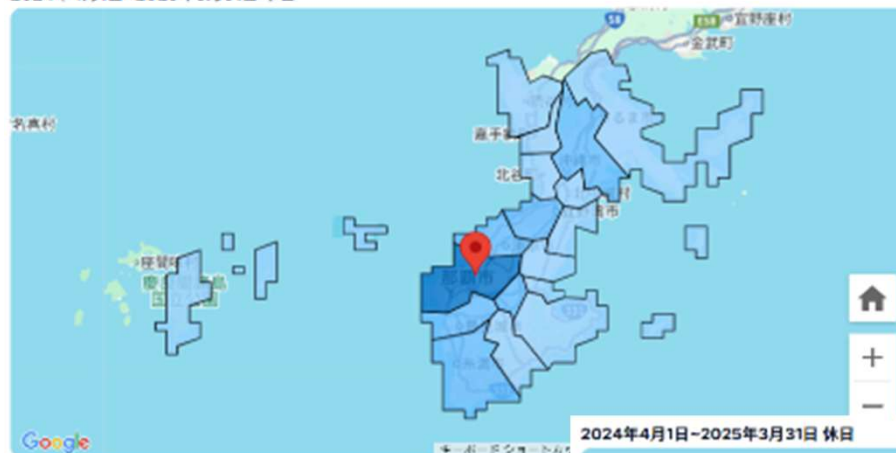
平日に比較して休日の来街者数が、各市町全体的に低い傾向にあり、休日（特に日曜）の集客の課題がある。

来街者の居住地（市町村別）

2024年4月1日~2025年3月31日 平日

#	市町村	来訪人数（人）
1	沖縄県那覇市	90,718
2	沖縄県浦添市	11,344
3	沖縄県豊見城市	8,312
4	沖縄県宜野湾市	6,157
5	沖縄県糸満市	4,379
6	沖縄県島尻郡南風原町	3,796
7	沖縄県沖縄市	3,340
8	沖縄県南城市	3,096
9	沖縄県中頭郡西原町	2,840
10	沖縄県うるま市	1,968

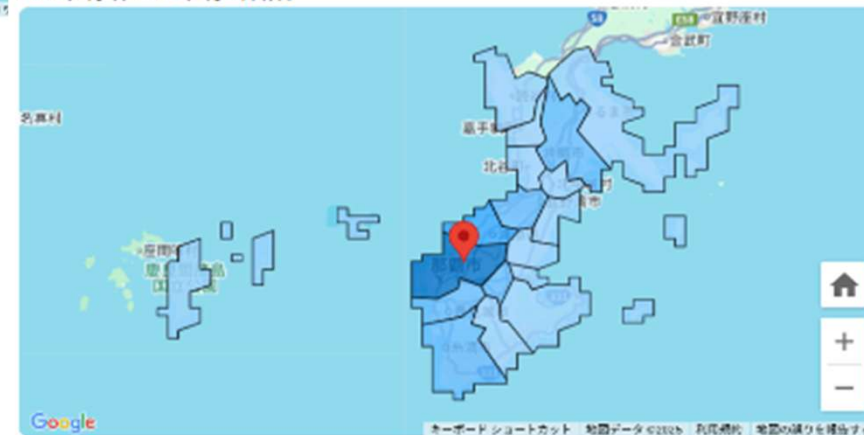
2024年4月1日~2025年3月31日 平日



2024年4月1日~2025年3月31日 休日

#	市町村	来訪人数（人）
1	沖縄県那覇市	78,567
2	沖縄県浦添市	10,254
3	沖縄県宜野湾市	5,996
4	沖縄県豊見城市	7,013
5	沖縄県糸満市	3,917
6	沖縄県沖縄市	3,355
7	沖縄県島尻郡南風原町	3,616
8	沖縄県うるま市	2,451
9	沖縄県中頭郡西原町	2,741
10	沖縄県南城市	2,742

2024年4月1日~2025年3月31日 休日



2.4.1 人流データの分析

(2) 中心市街地全体の人流データの分析

中心市街地の来街者のうち、沖縄県内居住者の数が最も多く、平日14万5,000人、休日13万2,000人程度である。以下、東京都、神奈川、大阪府等の都市圏からの来訪が多い。

来街者の居住地（都道府県別）

2024年4月1日~2025年3月31日 平日

#	都道府県	来訪人数 (人)
1	沖縄県	145,744
2	東京都	4,453
3	神奈川県	2,276
4	大阪府	1,980
5	福岡県	1,886
6	愛知県	1,441
7	千葉県	1,403
8	埼玉県	1,394
9	兵庫県	1,108
10	北海道	827

2024年4月1日~2025年3月31日 休日

#	都道府県	来訪人数 (人)
1	沖縄県	131,925
2	東京都	5,303
3	神奈川県	2,478
4	大阪府	2,316
5	福岡県	1,952
6	愛知県	1,668
7	埼玉県	1,553
8	千葉県	1,491
9	兵庫県	1,198
10	北海道	862

2024年4月1日~2025年3月31日 平日



2024年4月1日~2025年3月31日 休日



2.4.2 飲食店への口コミデータの分析

(1) 調査概要

計画を策定するうえで、まちの魅力や飲食店等の高評価・低評価につながる要因等を特定するため、飲食店の口コミを対象としたテキスト解析を行った。

飲食店の口コミを対象とした調査

目的	中心市街地独自の魅力を維持・増幅しながら商業を振興していくためにデータを用いてまちの魅力を測る。
調査仮説	論点：来街者にとって魅力的な店舗とはどのようなものか？ 観光客にとっては地元料理、方言を使った接客が魅力に映っている。それに対し、地元客にとっては料金が安いこと、都会的な雰囲気を感じることが魅力に映っている。
調査項目	<ul style="list-style-type: none"> 来街者の個店に対する評価 酒類提供店舗の割合 等
対象	<ul style="list-style-type: none"> 飲食店レビューサイト（食べログ）の口コミ・レビューのデータ <ul style="list-style-type: none"> 店舗数：2,119件 口コミレビュー数：62,414件
分析方法	<ul style="list-style-type: none"> 中心市街地内の個店を対象として以下の分析を行う。 <ol style="list-style-type: none"> 飲食店レビューサイトから、店舗リスト・口コミデータを取得 単語の頻出度分析による特徴的なワードの抽出 共起ネットワークによる評価要因の可視化 上記分析を評点の高い群／低い群に分けて実施し、特徴を比較する。

データ集計結果

全店 総合評価平均：3.59（※5点満点）

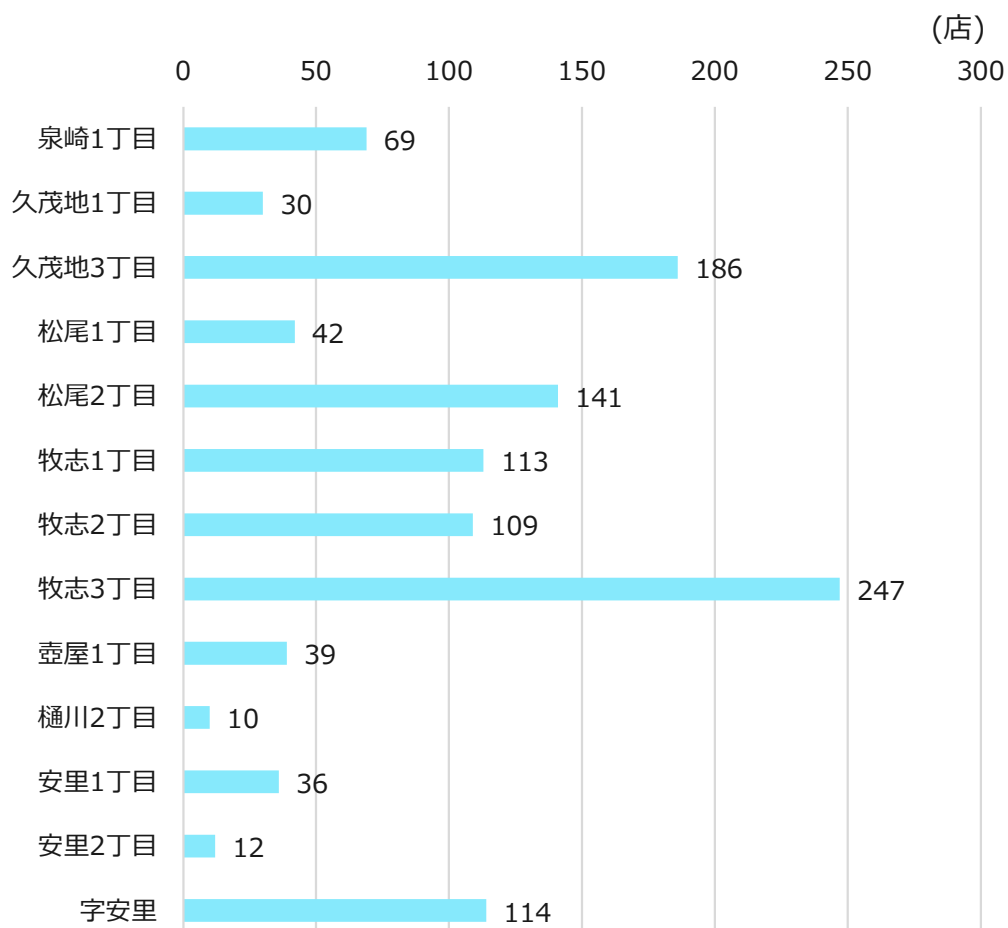
	店舗数	口コミ数	総合評価平均
泉崎1丁目	128	4,135	3.59
久茂地1丁目	126	3,017	3.43
久茂地3丁目	255	9,838	3.62
松尾1丁目	80	2,373	3.50
松尾2丁目	341	10,445	3.58
牧志1丁目	190	7,448	3.61
牧志2丁目	192	4,834	3.55
牧志3丁目	418	10,219	3.58
壺屋1丁目	91	2,083	3.64
樋川2丁目	53	716	3.50
安里1丁目	56	1,860	3.56
安里2丁目	28	531	3.59
字安里	161	4,915	3.54

2.4.2 飲食店への口コミデータの分析

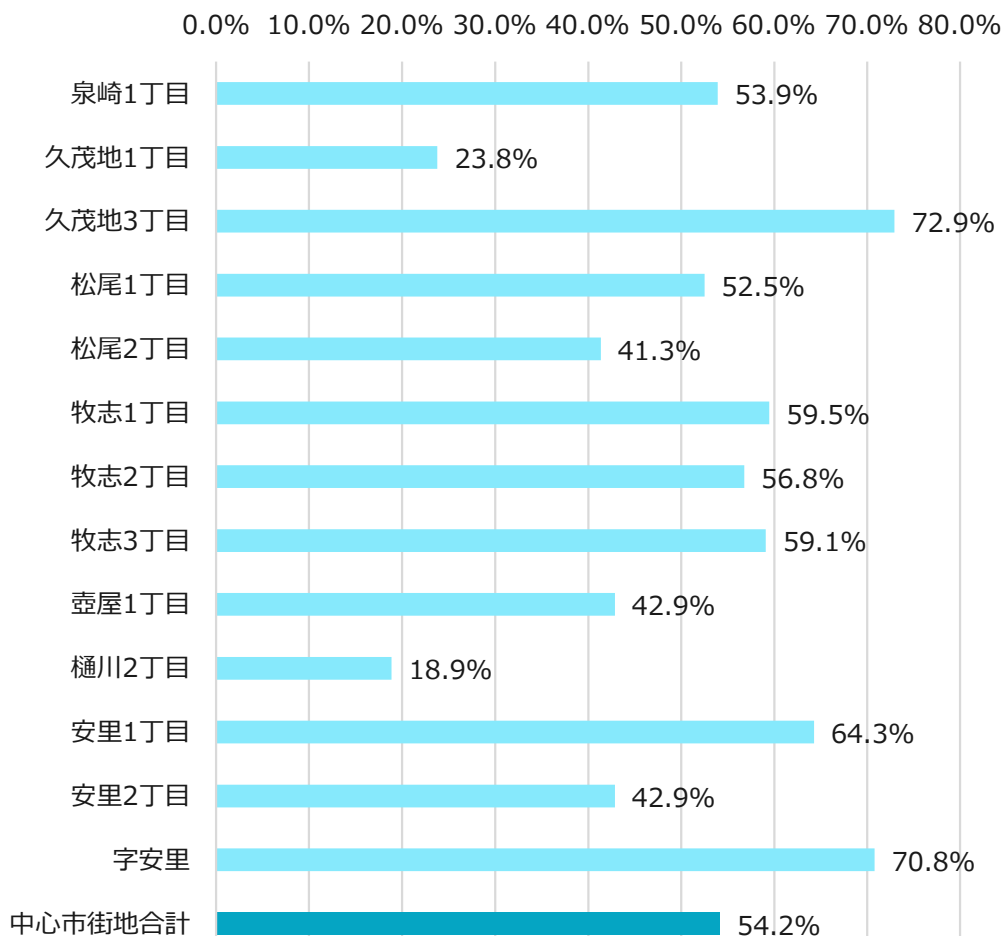
(2) データ分析結果 (酒類提供店舗)

酒類を提供している店舗は、牧志3丁目、松尾1丁目の商店街が立地するエリアや久茂地3丁目、栄町市場の周辺に多い。

酒類提供店数



酒類提供店の割合



※酒類提供に関する情報記載がない店舗であっても、「居酒屋」、「バー」、「立ち飲み」等の飲酒を伴う業態の店舗を含めて集計

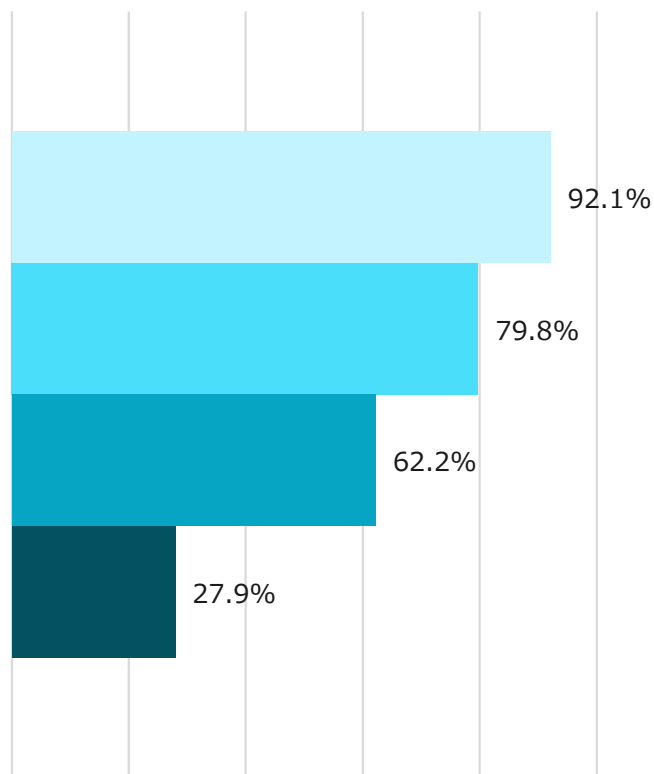
2.4.2 飲食店への口コミデータの分析

(2) データ分析結果 (飲食店の営業時間)

夕方以降に営業している店舗は92.1%、深夜(22時以降)営業している店舗は62.2%。深夜0時を過ぎて営業している店舗は27.9%。深夜0時過ぎに営業している店舗は、牧志3丁目、久茂地3丁目に多く、深夜の騒音トラブル等が懸念される。久茂地1丁目や壺屋、樋川2丁目等では深夜帯に営業している店舗が少ない。

中心市街地の飲食店の営業時間別割合

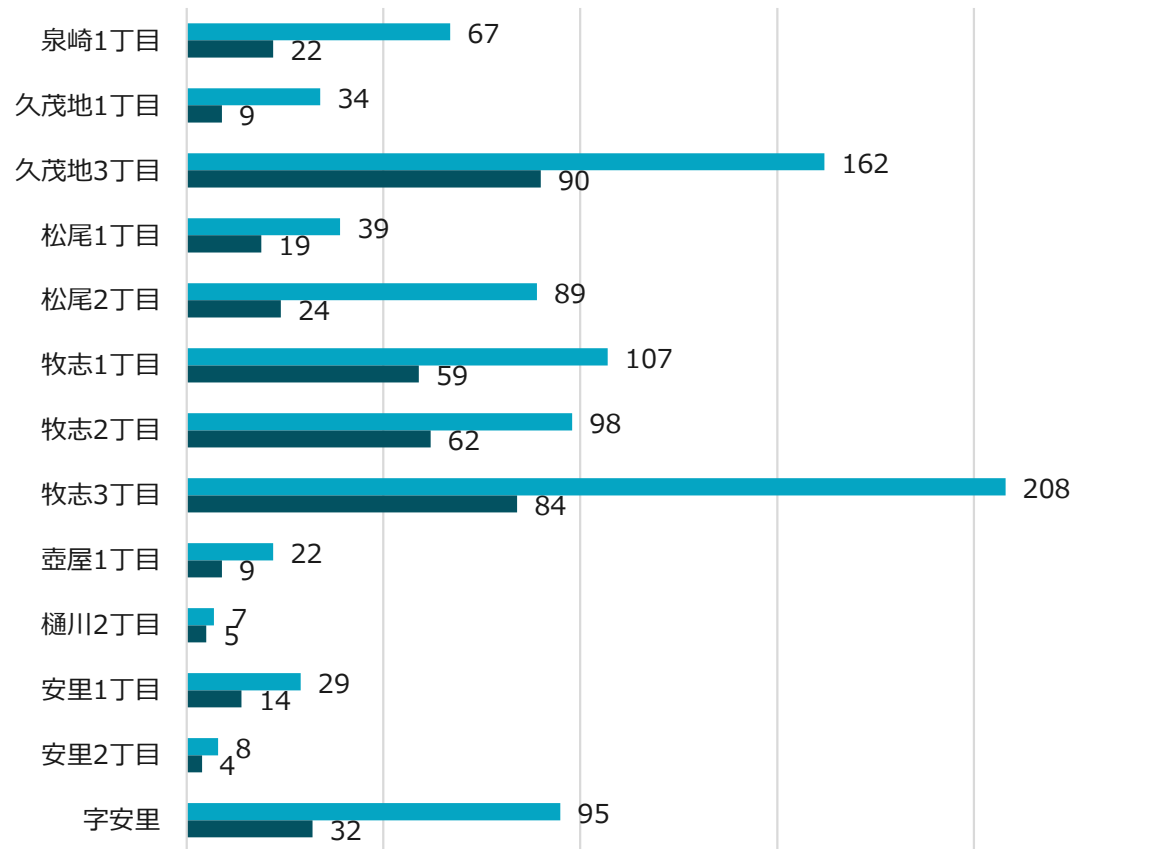
0.0% 20.0% 40.0% 60.0% 80.0% 100.0%



■ 17時以降営業 ■ 20時以降営業
■ 22時以降営業 ■ 深夜0時以降営業

飲食店の住所地別営業時間別割合

0 50 100 150 200 250



■ 22時以降営業 ■ 深夜0時以降営業

※営業時間に関する記載のない店舗を母数から除いて集計

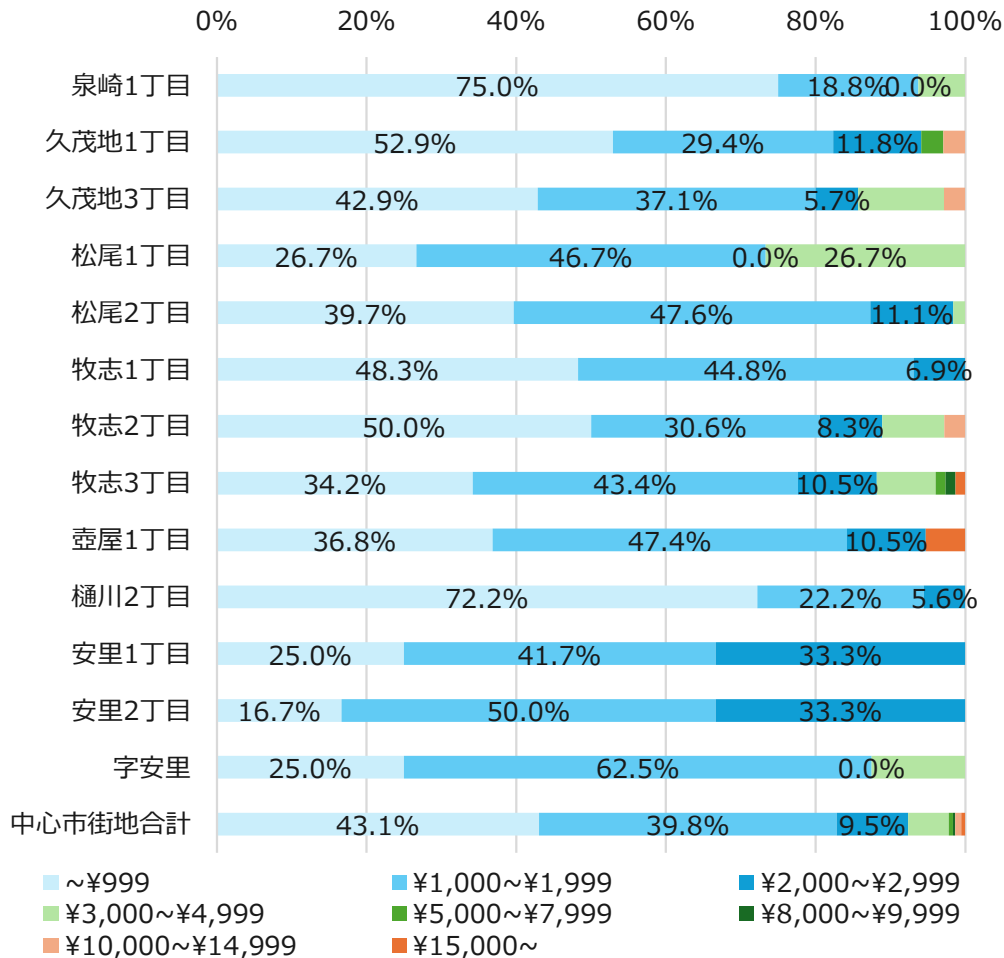
2.4.2 飲食店への口コミデータの分析

(2) データ分析結果 (飲食店の予算額)

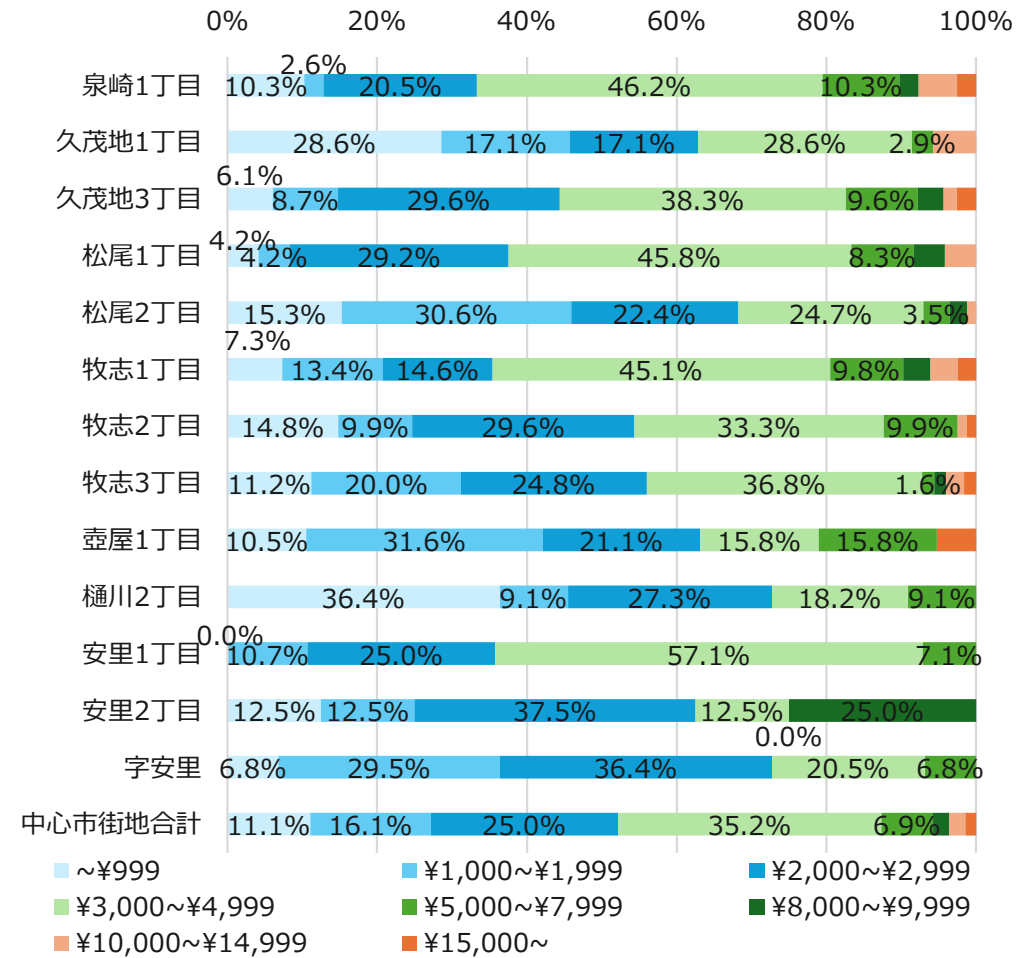
昼営業店舗は、予算額が低く、全てのエリアで予算3,000円以下の割合が80%以上を占める。

夜間営業店舗に関しては、久茂地1丁目や居酒屋街のある松尾2丁目、栄町市場周辺等は1人あたり予算3,000円以下の客単価の低い店舗の割合が60%を超えている。泉崎1丁目、久茂地3丁目、松尾1丁目、牧志1丁目等は客単価が高い。

昼営業店舗の予算額別割合



夜間営業店舗の予算額別割合



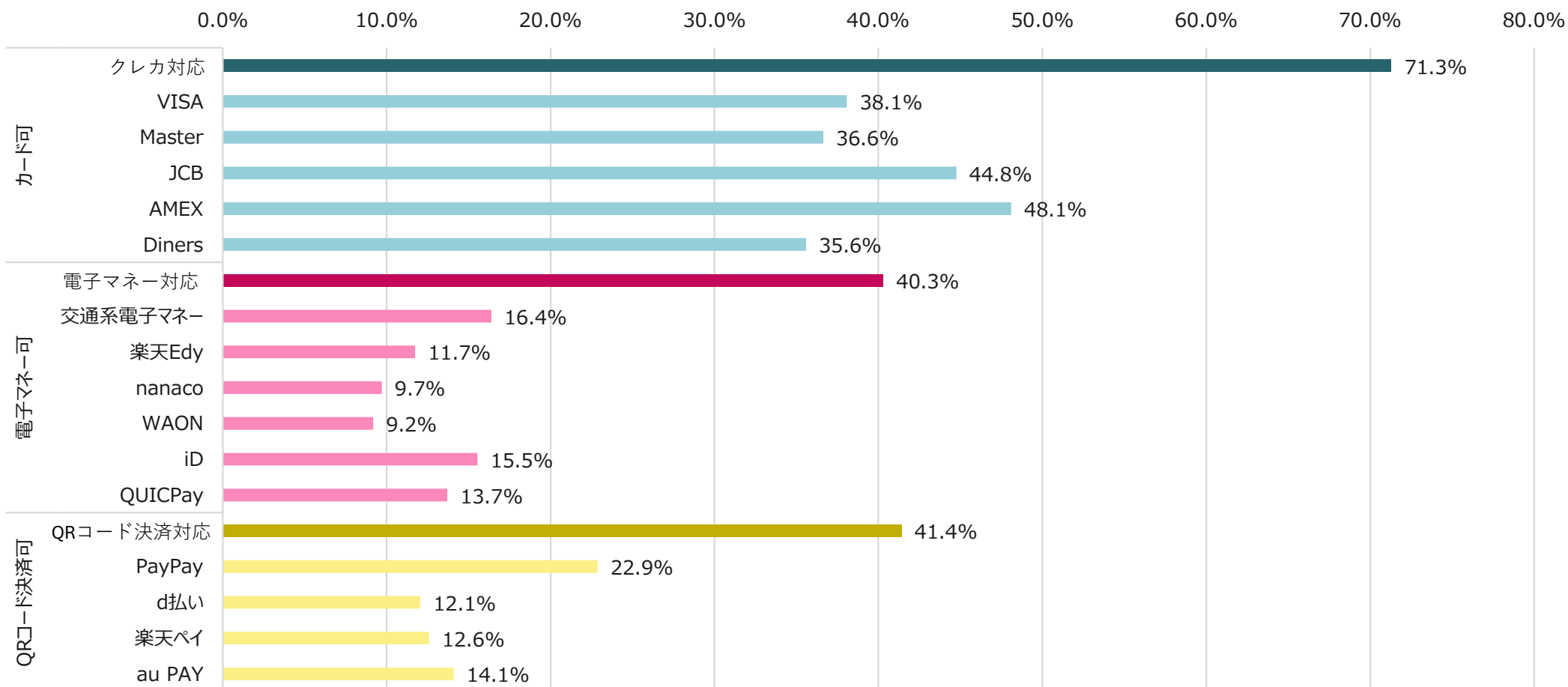
※予算に関する記載のない店舗を母数から除いて集計

2.4.2 飲食店への口コミデータの分析

(2) データ分析結果 (決算手段の対応状況)

中心市街地の飲食店のうち、クレジットカード決済に対応した店舗は70%程度であり、多くの店舗でクレジットカードを利用できる。電子マネーやQRコード決済は対応している店舗が4割程度で、各サービスの普及率は10~20%台と低く、対応するサービスがばらついている。

中心市街地の飲食店の決済手段対応状況



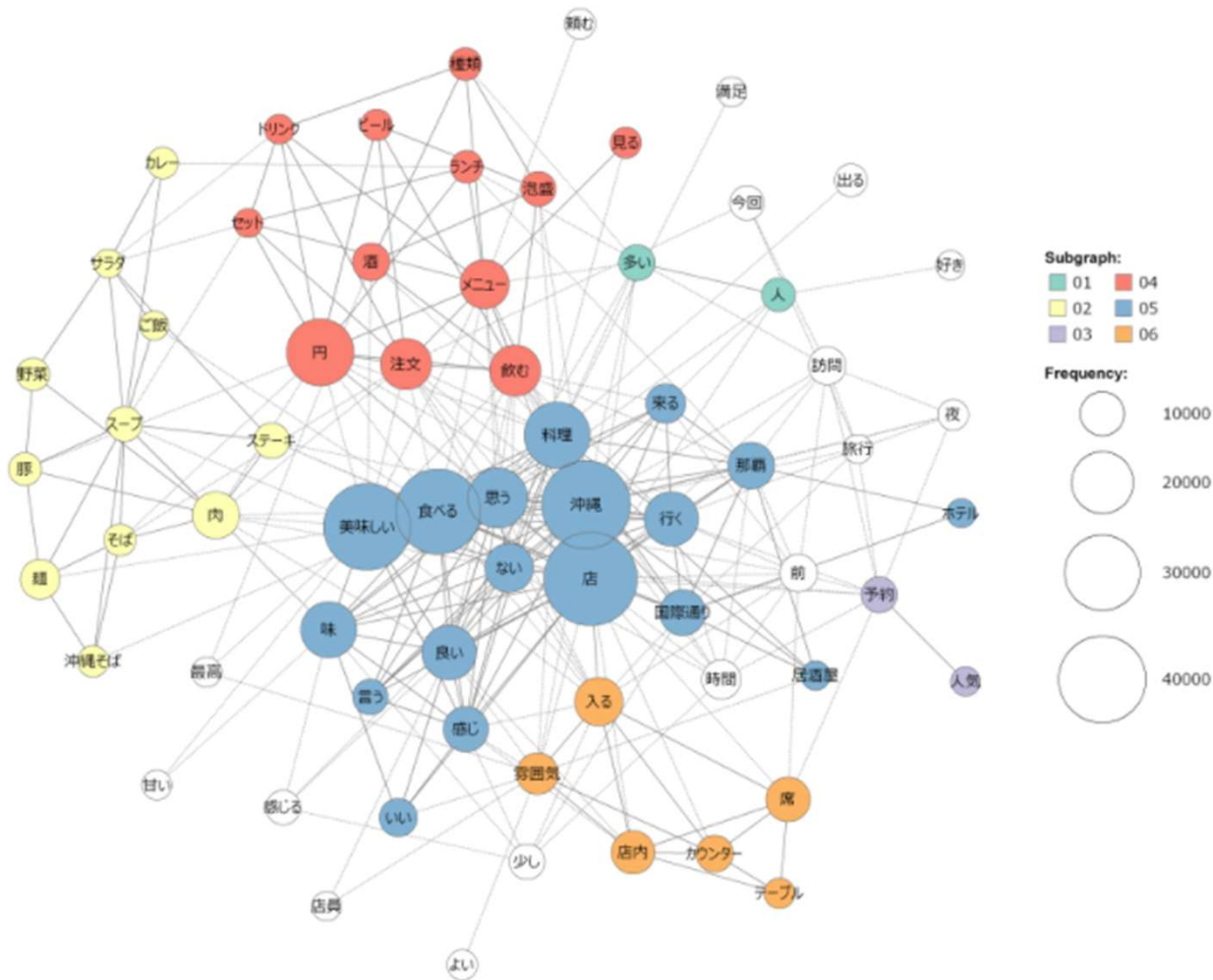
※決済手段に関する記載のない店舗を母数から除いて集計

2.4.2 飲食店への口コミデータの分析

(3) 口コミ評価分析 (全体傾向)

飲食店に対する口コミのため、メニューやお店の位置、店内構造、食べ物の感想に類する単語が多く含まれる。沖縄の郷土料理、名物地酒に関するワードが多くみられる。特に、お酒や飲食に関するものが多い。

中心市街地の口コミ全体の共起ネットワーク



口コミの頻出ワードTop150 (全体)

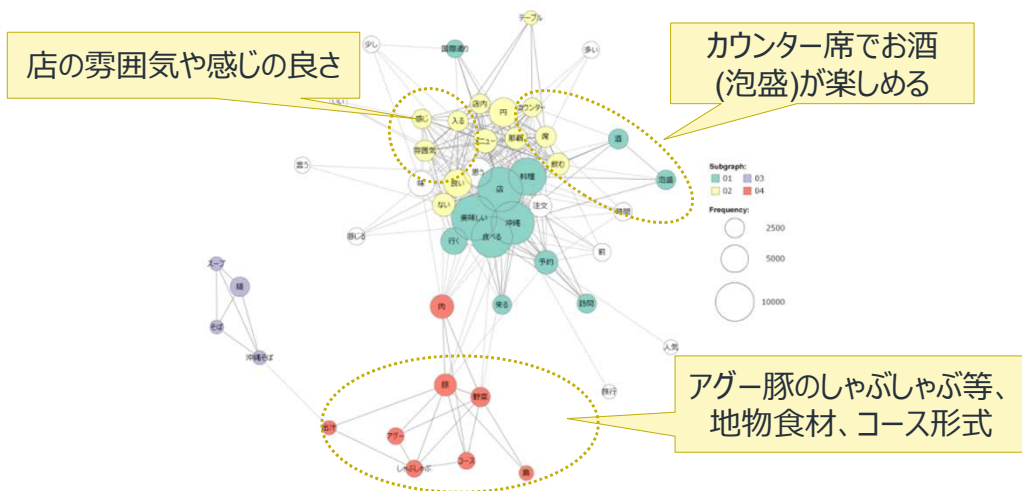
抽出語	出現回数	抽出語	出現回数	抽出語	出現回数
店	45936	テーブル	4677	コース	3007
沖縄	41310	最高	4563	伺う	2971
美味しい	39610	満足	4490	提供	2943
食べる	38165	甘い	4434	出来る	2936
円	23660	ドリンク	4399	食事	2914
料理	22850	店員	4377	無い	2893
思う	18714	人気	4334	写真	2891
味	16457	好き	4327	待つ	2880
良い	15531	豆腐	4309	並ぶ	2846
行く	15393	居酒屋	4305	楽しむ	2830
注文	13740	ご飯	4292	合う	2820
飲む	13571	ホテル	4254	コーヒー	2780
メニュー	12480	旅行	4245	量	2755
入る	12180	セット	4229	鶏	2710
肉	11486	サラダ	4181	オススメ	2709
那覇	11252	頂く	4179	最後	2681
国際通り	10912	塩	4072	香り	2679
感じ	10607	高い	3965	チーズ	2663
席	10253	焼く	3932	辛い	2631
店内	9692	近く	3879	作る	2626
雰囲気	8970	普通	3854	定食	2624
麺	8126	オーダー	3847	柔らかい	2623
来る	8065	楽しめる	3779	魚	2619
時間	7939	値段	3773	嬉しい	2618
酒	7316	利用	3765	買う	2613
訪問	7305	入れる	3753	年	2602
前	7271	楽しい	3680	違う	2576
カウンター	7026	餃子	3667	特に	2518
多い	6663	安い	3657	サービス	2503
予約	6570	刺身	3606	スタッフ	2497
ステーキ	6567	お客	3588	パン	2497
少し	6506	ソース	3572	月	2484
言う	6414	ラーメン	3540	黒	2480
スープ	6273	天ぷら	3521	ボリューム	2471
泡盛	6154	美味しい	3508	優しい	2471
感じる	6142	気	3501	お腹	2467
今回	6044	初めて	3399	目	2454
人	5716	食感	3383	ライブ	2449
野菜	5547	他	3358	コスバ	2446
豚	5462	島	3299	オリオンビール	2442
種類	5417	使う	3297	購入	2429
出る	5382	場所	3266	味付け	2404
ランチ	5378	出汁	3222	たくさん	2381
ビール	5020	地元	3110	次	2365
カレー	5001	聞く	3082	結構	2360
沖縄そば	4987	ワイン	3066	一品	2324
見る	4851	歩く	3031	店舗	2307
頼む	4779	観光客	3019	タコ	2299
夜	4751	行う	3011	山羊	2278
ご馳走	4732	牧志	3008	印象	2274

2.4.2 飲食店への口コミデータの分析

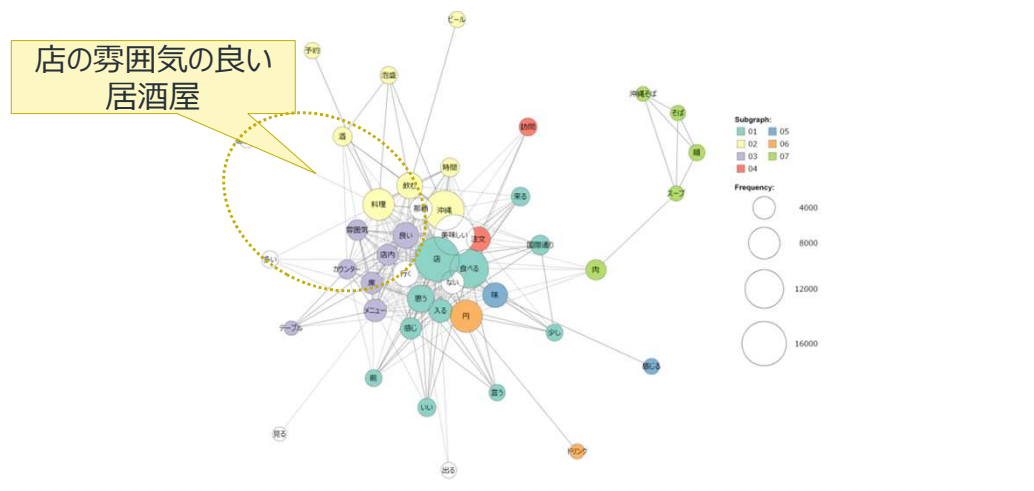
(3) 口コミ評価分析 (店舗評価別の傾向分析)

比較的評価の高い店舗は、アグー豚等の地元の食材を使った料理を提供する店舗や居酒屋であり、店の雰囲気や接客する店員の「感じの良さ」が重視され、高い評価につながっている。朝食、ランチ時の手軽な食事に対する評価は比較的低い。

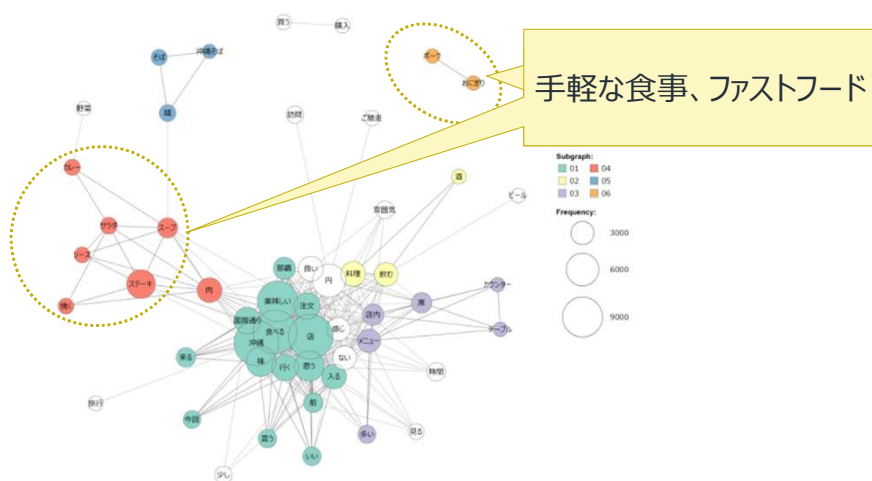
口コミ上位25%の店舗 (総合評価平均3.75以上)



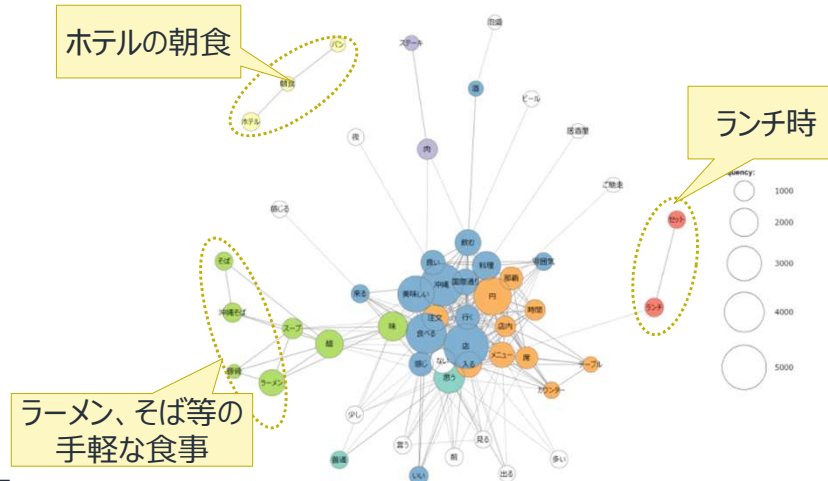
口コミ上位25~50%の店舗 (総合評価平均3.55~3.75)



口コミ下位25~50%の店舗 (総合評価平均3.38~3.55)



口コミ下位25%の店舗 (総合評価平均3.38未満)



3

取りまとめ

3.1 中心市街地の商業活性化に向けた課題と次期計画の方向性

(1) 中心市街地の課題と今後の取組(案)

中心市街地の商業活性化に向けた方向性（一覧）

	取組の方向性	地元客・観光客のバランス	飲食店出店のあり方	通り毎の振興策
地域の魅力・資源を活かした商業機会の創出	1 事業者の個性・多様性を活かしたマチグウーの魅力向上	●		●
	2 既存施設や地域の特色を活かした事業機会の創出・周辺の周遊促進			●
	3 宿泊施設、MICE等と連携した周辺への誘客促進			●
	4 地域の魅力を活かした、快適な歩行空間の形成		●	●
	5 都市空間を活用した賑わい創出			●
中心市街地の事業者の稼ぐ力の向上	6 中心市街地の事業者の機会最大化			●
	7 中心市街地の事業環境の変化に対する対応力の強化	●		●
賑わいと周辺環境との調和のとれた商業空間の形成	8 賑わいと安全・安心が両立する商業環境の整備（酔客の迷惑行為への対応）		●	
	9 賑わいと安全・安心が両立する商業環境の整備（騒音等への対応）		●	
	10 駐車場の混雑、違法駐輪に対する対応			●
将来の持続的な商業発展の基盤づくり	11 アーケードの老朽化に対する対応			●
	12 ガーブ川沿いの魅力や賑わいを将来に繋げるためのまちづくり			●
	13 通り会の組織力強化、次世代を担う人材の育成			●

3.1 中心市街地の商業活性化に向けた課題と次期計画の方向性

(1) 中心市街地の課題と今後の取組(案)

計画策定の
3つの視点
との対応関係

地元客・観光客
のバランス

飲食店出店
のあり方

通り毎の
振興

中心市街地の事業環境の変化や利用実態に対する調査結果を踏まえ、中心市街地の活性化に向けた現状及び課題を整理した。課題とその背景要因を踏まえ、次年度に具体的な施策やKPIを設定する予定。

中心市街地の現状・課題、商業活性化に向けた方向性

1 事業者の個性・多様性を活かしたマチグワーの魅力向上

地元客・観光客
のバランス

飲食店出店
のあり方

通り毎の
振興

現状・背景

- 第一牧志公設市場周辺の商店街は狭い通りに多様な店舗が軒を連ね、雑多に多様な店が並んでいることが中心市街地独自の景観・魅力を形成している。
- 新型コロナウイルスの流行前と同程度まで那覇市の観光客数は回復し、それに伴って、観光客向けの土産物店やディスカウントショップ、ドラッグストア、飲食店等の類似店舗が増加した。
- 中心市街地は、空き店舗が少なく、中心市街地の土地価格・家賃が高騰していることで、比較的小規模な個性のある店舗が新規で出店することが難しくなっている。(特に、国際通りや第一牧志公設市場の周辺)
- しかし、一部、商店街の2階以上のスペースや久茂地等の少し離れた箇所に新規事業者が出店している例が見られている。
- マチグワーの魅力を高めるためには、沿道で多様な事業者が新たな事業を行うことができる環境を作り、通りの事業者の多様性を確保することが重要である。

方向性

- 個性的で多様な事業者が立地し形成される中心市街地特有の魅力の維持・向上
- 新規で個性的な事業者が事業にチャレンジできる環境づくり

取組内容 (案)

- 商店街にある事業スペースの効率的な活用促進 (2階スペース、営業していない時間帯を有効活用し、小規模事業者に貸し出す等)
- 公園や広場等のオープンスペースを利用した新規事業者のお試し出店支援 等

3.1 中心市街地の商業活性化に向けた課題と次期計画の方向性

(1) 中心市街地の課題と今後の取組(案)

計画策定の
3つの視点
との対応関係

地元客・観光客
のバランス

飲食店出店
のあり方

通り毎の
振興

前ページの続き

中心市街地の現状・課題、商業活性化に向けた方向性

2 既存施設や地域の特色を活かした事業機会の創出・周辺の周遊促進

地元客・観光客
のバランス

飲食店出店
のあり方

通り毎の
振興

現状・背景

- ・中心市街地では、那覇文化芸術劇場なはーとや第一牧志公設市場等の集客施設が新たに整備されており、中心市街地や周辺店舗と連携した食関連のイベント、アートイベント等、施設の持つ強みを活かしながら、周辺店舗への誘客を促す取組が進められている。
- ・また、中心市街地では役所や図書館などの行政機関等も立地しており、市民が中心市街地に訪問するきっかけになっている。
- ・中心市街地の商業活性化に向けては、こうした集客施設の特色を活かし、周辺の通りや店舗への周遊を促し、新たな機会の創出につなげることが重要である。

方向性

- ・集客施設の特色を活かした周辺事業者との連携強化

取組内容 (案)

- ・集客施設ごとの特色を活かした中心市街地の事業者と連携した企画の実施
- ・集客施設から中心市街地への誘客施策の実施（利用者限定クーポン等）

3 宿泊施設、MICE等と連携した周辺への誘客促進

地元客・観光客
のバランス

飲食店出店
のあり方

通り毎の
振興

現状・背景

- ・国際通りや第一牧志公設市場周辺は、観光客を中心に多くの来街者が訪れている。観光客、特にインバウンドの増加を背景に中心市街地の泉崎、久茂地1丁目、3丁目、牧志1丁目、牧志駅周辺等では比較的規模の大きな宿泊施設が開業し、松尾2丁目や牧志3丁目等の商店街に近いエリアではドミトリー等の小規模な宿泊施設が近年増加している。ドミトリー等の小規模な宿泊施設では、宿泊客への朝食を周辺の飲食店へ依頼する等、相互の連携の取組も見られ始めた。
- ・市では、都市型MICEの推進に向けて事業者間で推進協議会が組織され、事業者のインセンティブ旅行や会議旅行等の誘致に向けて取組を進めている。3月にはプロ野球のキャンプ等の誘致も進められている。その一方、那覇市の宿泊施設や会議場・ホール等は比較的小規模で、1つの事業者が対応できる客数には限りがあるため、施設同士の連携が必要となる。

方向性

- ・周辺の宿泊施設と周辺の中心市街地の事業者（飲食店や小売店など）と協業の促進

取組内容 (案)

- ・宿泊施設と中心市街地事業者の協業による課題解決・消費拡大（宿泊施設から中心市街地への誘客促進、小規模宿泊施設の飲食物等の仕入れ・提供について中心市街地の事業者と協業を促す等）
- ・プロ野球キャンプやMICE等を契機とした中心市街地の消費拡大（スタンプラリー、中心市街地の事業者の協力を促す等）

(1) 中心市街地の課題と今後の取組(案)

計画策定の
3つの視点
との対応関係

地元客・観光客
のバランス

飲食店出店
のあり方

通り毎の
振興

前ページの続き

中心市街地の現状・課題、商業活性化に向けた方向性

4 地域の魅力を活かした、快適で過ごしやすい歩行空間の形成

地元客・観光客
のバランス

飲食店出店
のあり方

通り毎の
振興

現状・背景

- 第一牧志公設市場周辺の商店街は観光客を中心に多くの来街者が訪れる（中心市街地を訪れた人の半数近くが来訪）那覇の商業・観光において重要な拠点である。およそ1マイルを観光客が散策しながら観光することは那覇市のメインの観光コンテンツの1つとなっている。
- また、中心市街地では、狭い通りに多様な店舗が軒を連ねて事業を行っている。店先まで商品を陳列している店舗が多く、雑多に多様な店が並んでいることが中心市街地独自の景観・魅力を形成しており、観光客等を中心にまち歩きを楽しむ姿も見られる。
- さらに、壺屋やちむん通りでは、壺屋焼の発祥の地としてのまちのブランド形成に取り組んでおり、景観条例に基づき、伝統的な瓦屋根のある魅力的な通りの景観づくりを行っており、観光客等から評価されている。
- 市民アンケート等では、こうした通りの魅力的な景観を維持しながら、熱中症等のリスクを押さえながら、多様な世代が快適に過ごすことができる歩行空間の形成が望まれている。
- 中心市街地では、大きく看板や飲食スペースを通りにはみ出して営業する店舗が一部に見られ、近隣の店舗の営業の妨げになるケースがある。通りの魅力と通行のしやすさ、沿道の事業者同士が共存・共栄できる新たなルール・体制づくりが望まれている。

方向性

- 国際通りの周辺で、来街者が休憩しながら快適にまち歩きを楽しむことができる環境づくり
- マチグワの魅力を維持・向上につながる景観・営業形態に関するルールづくりと事業者間の合意形成
- 焼き物のまちとしての伝統的な景観の保全

取組内容 (案)

- 国際通り沿いの休憩設備への日よけの設置
- 国際通りのトランジットモールの歩行者天国化・仮設ベンチの設置
- 中心市街地の営業店舗に対してはみだし営業に対するルール作り（都市再生整備計画の適用等）
- 伝統的で魅力ある景観の保全に関するインセンティブ検討（瓦屋根の費用や修繕に係る費用の一部の助成等）

(1) 中心市街地の課題と今後の取組(案)

前ページの続き

計画策定の
3つの視点
との対応関係

地元客・観光客
のバランス

飲食店出店
のあり方

通り毎の
振興

中心市街地の現状・課題、商業活性化に向けた方向性

5 都市空間を活用した賑わい創出

地元客・観光客
のバランス

飲食店出店
のあり方

通り毎の
振興

現状・背景

- 第一牧志公設市場周辺の商店街は観光客を中心に多くの来街者が訪れる那覇の商業・観光において重要な拠点である。およそ1マイルを観光客が散策しながら観光することは那覇市のメインの観光コンテンツの1つとなっている。
- 国際通りでは、日曜日の日中にトランジットモールを運営しており、路上パフォーマンスが行われる等、通りの賑わい形成に道路空間が活用されている。
- また、近年、国際通りの周辺で比較的商業施設や事業所等が開発され、沿道の広場では民間事業者主導で賑わいを創出するためのイベント等も行われている。
- 来街者へのアンケートやヒアリング等では、まち歩き途中で休憩しながら快適に過ごすことができる空間づくりが求められている。

方向性

- 中心市街地の「余白」を活用した賑わいの創出
- 民間事業者と連携したまちづくりの推進

取組内容 (案)

- 国際通りのトランジットモールの歩行者天国化・仮設ベンチの設置（再掲）
- 沿道の公開空地や広場を活用した賑わい創出のイベント促進（公開空地を活用してまちづくり活動を行う事業に対する規制緩和、インセンティブ付与等）
- 公園でのオープンテラス等のイベントの促進
- 賑わい創出を行うまちづくり人材の育成 等

(1) 中心市街地の課題と今後の取組(案)

前ページの続き

計画策定の
3つの視点
との対応関係

地元客・観光客
のバランス

飲食店出店
のあり方

通り毎の
振興

中心市街地の現状・課題、商業活性化に向けた方向性

6 中心市街地の事業者の機会最大化（人手不足の解消や事業主の労働負担の軽減等を含む）

地元客・観光客
のバランス

飲食店出店
のあり方

通り毎の
振興

現状・背景

- 中心市街地の事業者へのアンケート調査では、事業者の課題として「人手不足」が最も多く、販売スタッフの不足や人材不足による経営者本人の負担が課題となっており、人材不足により営業時間を短縮する等の影響が見られている。
- 事業者では、独自に採用活動を行っているものの効果的な募集ができていないケースや、仮に採用したとしても労働者側の売り手市場のため定着しないケースが多い。
- また、事業者では、通りの通行量や来客人数の見通しが立たず、来客の状況を見越した仕入れが行われていないために、売り切れ等の機会損失が生じることがある。

方向性

- 小規模事業者の人手不足の解消（新規採用力の強化、人材の定着促進）
- DXや業務の効率化の促進（小規模事業者の経営者の労務負担の軽減）

取組内容 (案)

- 人材採用の情報発信手段に関する研修・コンサルティング
- 多様な人材の活躍を促すための職場環境づくり
- 人材の定着に向けた伴走支援、経営者に対する研修
- 小規模事業者の業務効率化（DXやバックオフィスのBPR等）
- 人流や宿泊予約データ等の活用（仕入れや人員配置の最適化等） 等

(1) 中心市街地の課題と今後の取組(案)

計画策定の
3つの視点
との対応関係

地元客・観光客
のバランス

飲食店出店
のあり方

通り毎の
振興

前ページの続き

中心市街地の現状・課題、商業活性化に向けた方向性

7 周辺の事業環境の変化に対する対応力の強化

地元客・観光客
のバランス

飲食店出店
のあり方

通り毎の
振興

現状・背景

- 中心市街地のアンケート調査では、インバウンド向けの事業者では売上、利益率が向上している。また、比較的資金力のある大きな事業者は顧客対象や仕入れの見直し（販売データの見直し等）、付加価値の向上（新商品の開発・設備投資など）に取り組み、売上や利益を伸ばしている。
- 観光客数の回復を背景に、観光客向けの土産物店や飲食店は売上を伸ばしているが、特定の国や地域の観光客が国際情勢等の理由により来街しなくなった場合、経営状況が悪化することが懸念される。
- 地元客を主な対象とする店舗では客離れの懸念から、販売額を上乗せできずに、近年の物価高等の影響を受けて利益率が減少する傾向にある。
- 中心市街地離れに対する実態を調査したところ、特に食料品などの日常的な購入品に関して中心市街地を訪問しなくなった理由として、高齢化・単身化に伴う顧客のニーズの変化や昔馴染みの店舗の台替わりによる買い物体験の変化等が影響していることが明らかになっている。
- 中心市街地の周辺（安里、松尾等）ではマンションの開発による住宅の更新等が進んでおり、現在の高齢者中心の住民構成から、今後大きく変化することも想定される。
- こうした顧客構成の変化を見通しつつ、顧客のバランス見直しや新たな顧客の取り込みに向けた取組を進めることが重要である。

方向性

- 環境の変化を捉えた事業の見直し
- 事業者の稼ぐ力の強化

取組内容 (案)

- 小規模事業者の新規顧客の獲得や新規の販売ルート開拓の取組に対する支援
 - 専門家の派遣・伴走支援の補助
 - 改善事例等を踏まえた研修
 - 新規顧客獲得に向けた情報発信、ECサイトの構築、商品開発等に対する補助
- 小規模事業者の業務効率化に対する支援（DXやバックオフィスのBPR等） 等

(1) 中心市街地の課題と今後の取組(案)

計画策定の
3つの視点
との対応関係

地元客・観光客
のバランス

飲食店出店
のあり方

通り毎の
振興

前ページの続き

中心市街地の現状・課題、商業活性化に向けた方向性

8 賑わいと安全・安心が両立する商業環境の整備 (酔客の迷惑行為への対応)

地元客・観光客
のバランス

飲食店出店
のあり方

通り毎の
振興

現状・背景

- ・新型コロナウイルスの流行を契機に、昔から営業していた小売店等が廃業し、入れ替わりで居酒屋等の酒類提供店舗が増加し、若者や観光客を中心にはしご酒を楽しむ人が増える等、新たな賑わいの形成につながっている。
- ・元々は小売店の業態に合わせて設計された店舗で飲食店が営まれているため、トイレが整備されておらず、通り沿いの暗がりやシャッターが降りている箇所などで立小便や嘔吐をする利用客が一部見られる状況。
- ・また、迷惑行為による被害を受けた店舗が清掃等の原状回復作業を担っている一方で、迷惑行為を行った客が来訪した酒類提供店舗には直接的な原状回復の負担は生じていない。原状回復に対する負担のアンバランスさから事業者間に不満が生じている。
- ・この問題に対して、市は来街者にトイレを開放する店舗に対し謝礼金を支払う事業(トイレ等提供店舗支援事業)を行う等の対策をしているが、実際に立小便等が発生するタイミングと協力店舗の営業時間が合わない等の理由で解決には至っていない。
- ・周辺の自治会が運営する施設等でも、トイレの貸し出しに関する要望を受けて対応している。周辺の公園にもトイレは整備されているものの、「暗い」「設備が古い」「汚い」等の理由によりあまり使用されていないという意見も見られる。
- ・新型コロナウイルスの収束後に比較的早期に居酒屋街となったエリアでは、事業者自体が店舗のトイレを改修する等の自助努力によって、状況が改善しているという意見も見られた。

方向性

- ・飲食事業者のトイレの設置・改善の取組促進
- ・老朽化したトイレの改修・美化
- ・中心市街地の酒類提供店の利用者に対するマナーの向上
- ・立小便等の迷惑行為に関する損害・負担の平準化

取組内容 (案)

- ・中心市街地の酒類提供店舗のトイレの設置・改修に関する支援・補助
- ・老朽化した公園、通り会等の公共トイレ設備の改修
- ・中心市街地の飲酒マナー、立小便等の迷惑行為予防に対する普及啓発・実証事業
- ・中心市街地に所在する酒類提供店舗で立小便等の清掃費用を共同で負担するルール・仕組みづくり 等

3.1 中心市街地の商業活性化に向けた課題と次期計画の方向性

(1) 中心市街地の課題と今後の取組(案)

前ページの続き

計画策定の
3つの視点
との対応関係

地元客・観光客
のバランス

飲食店出店
のあり方

通り毎の
振興

中心市街地の現状・課題、商業活性化に向けた方向性

9 衛生的で健全な商業環境の整備（騒音への対応）

地元客・観光客
のバランス

飲食店出店
のあり方

通り毎の
振興

現状・背景

- ・新型コロナウイルスの流行を契機に、昔から営業していた小売店等が廃業し、入れ替わりで居酒屋等の酒類提供店舗が増加し、若者や観光客を中心にはしご酒を楽しむ人が増える等、新たな賑わいの形成につながっている。
- ・新規開業した一部の飲食店では、店のドアを開放したり、沿道にはみ出して営業しており、店舗内の音楽や客の声、民謡を歌う声等が騒音となっている。
- ・上記の騒音に関しては、周辺の店舗の利用客の迷惑になり、通り全体の評判を下げる原因になることもある。また、飲食店がある建物の上階に住民が住んでいる場合は騒音で眠れない等の被害が発生している。
- ・これらの問題に対して周辺の店舗や通り会では、該当する事業者への注意、家主を経由した注意喚起、警察への通報などを行っている。対策を取ってくれる事業者もあるが、一部、全く聞き入れてもらえず改善しない状況が見られる。
- ・通り会では、こうした状況に対して強制力のある独自のルール作りを進めたい意向もあるが、該当する店舗がルール作りの協議に応じない（通り会に加入していないこともある）ため、ルール作りが進められない。また、こうした事業者間の軋轢が、さらに通り会としての意思決定を阻害する要因となっている。
- ・新型コロナウイルスの収束後に比較的早期に居酒屋街となったエリアでは、飲食店が独自のルールを作り、騒音が改善したとの報告もみられる。

方向性

- ・多様な事業者同士が共存できる騒音に関するルール作り
- ・飲食店の深夜営業店舗の利用者のマナーの向上

取組内容 (案)

- ・中心市街地の営業店舗に対して騒音に関するルール作り支援（専門家の意見聴取、防音などのルール作りの協議の場の運営支援等）
- ・策定した規制・ルールに対する順守の状況確認、見直し
- ・中心市街地の飲食店などの深夜営業店舗の利用者に対するマナーの啓発 等

(1) 中心市街地の課題と今後の取組(案)

計画策定の
3つの視点
との対応関係

地元客・観光客
のバランス

飲食店出店
のあり方

通り毎の
振興

前ページの続き

中心市街地の現状・課題、商業活性化に向けた方向性

10 駐車場不足への対応・違法駐輪に対する対応

地元客・観光客
のバランス

飲食店出店
のあり方

通り毎の
振興

現状・背景

- 中心市街地の来訪者へのアンケートや市民向けのアンケートでは、那覇市内の交通事情に関する不満（渋滞や駐車場の不足等）が見られる。しかし、統計データを見ると新型コロナウイルスの流行以降、平日に慢性的に駐車場の不足や混雑が発生する事実は確認できていない。
- 上記を踏まえると、平日は車を利用せず、休日に中心市街地に車で来訪する人が駐車スペースを見つけられずにいること、周辺市町村の市町村からの来訪時に中心市街地へたどり着くまでの交通の混雑がストレスとなっていると予想される。
- 中心市街地内部においては、路上駐車によって公共交通の通行や荷捌きに支障があることが明らかになった。
- 駐車場に関連しては、近年の中心市街地の土地価格の上昇に伴い、駐車料金が上昇している。中心市街地の事業者で駐車場価格の上昇による客離れを懸念して郊外に移転する事業者が見られたこと、来街者が駐車場の値段を気にして当初の目的を達成した後に帰ってしまい、滞在時間の延長や次の消費喚起につながらない等の意見も見られた。
- サンライズなは商店街の周辺では、バイクや自転車の違法駐輪がみられ、通りの通行や緊急車両の通行に支障がある。
- 地元の通り会や自治会による留意喚起なども行われているが改善されていない。また、誰がどのような理由で駐輪しているのかの実態が明らかになっていない。

方向性

- 駐車場のリソースの正確な把握とリソースの効果的・効率的な活用
- 周辺自治体からの来街者の公共交通利用促進
- 警察等と連携した沿道の路上駐車車両の予防・対策
- 自転車の駐輪スペースと歩行者や緊急車両の通行しやすさの両立
- 中心市街地の利用者・通勤者の駐輪マナーの向上

取組内容 (案)

- 中心市街地の駐車場の数、利用状況に対する実態調査
- 駐車場の余剰リソースを効率的に利用できる仕組みづくり（月極め駐車場のシェア等）
- 消費額に応じた駐車場割引の設定など、来街者の滞在・消費促進につながる駐車場利用の仕組みづくり
- 中心市街地外から来訪する利用者の公共交通利用の促進
- 国際通り周辺の路上駐車に対する見回り、規制の強化
- 沿道の店舗と連携した駐輪スペース（適正な道路有効幅員）の確保
- 中心市街地の利用者・通勤者の駐輪マナー啓発・違法駐輪の予防 等

(1) 中心市街地の課題と今後の取組(案)

計画策定の
3つの視点
との対応関係

地元客・観光客
のバランス

飲食店出店
のあり方

通り毎の
振興

前ページの続き

中心市街地の現状・課題、商業活性化に向けた方向性

11 アーケードの老朽化に対する対応

地元客・観光客
のバランス

飲食店出店
のあり方

通り毎の
振興

現状・背景

- 中心商店街のアーケードの大部分が、過去に商店街の事業者同士で資金を出し合い設置したもの。設置から数十年を経て老朽化が進み、天井部の部品が損壊する等の危険が生じている。また、このまま放置した場合、倒壊による重大な損害が生じるリスクがある。
- 市ではアーケードの撤去に関する補助金を創設し、撤去の意思決定を行った通り会の支援を行った。その結果、一部の通りでは撤去が進んだ。
- 通り会はアーケードの補修等の管理を行っているが、わずかな会費だけでは撤去等、根本的な解決は難しい。また、権利が分散しているため、合意をとるべき相手も分からず、撤去の意思決定や合意取得も進められていない状況。
- また、通り会のメンバーが高齢化していることや自社事業で手一杯であること等により、アーケードの撤去・再設置等の将来の取組に対して、積極的に動くインセンティブが湧きにくい。

方向性

- アーケードの権利関係と合意形成プロセスの明確化
- アーケードに関する通りとしての意思決定をする場の運営支援（沿道の事業者や管理者との合意形成支援）
- アーケードの設置・撤去に関する資金の調達方法検討・実行
- 次世代の通り会を担う担い手の育成、通りとしての一体感・合意形成ができる基盤づくり

取組内容 (案)

- 専門家によるアーケードの権利関係、ステークホルダーの調査と合意形成のプロセス設計支援
- アーケードの設置撤去に関する関係者の意思決定の支援（会議運営、アンケート等の場の設定、タスク管理等）
- アーケードの撤去・維持管理費用に関する勉強会の開催（沿道事業者や権利関係者からの積み立てモデル、広告等の通り会の自主事業での収益改善モデル等）
- アーケード撤去費用に関する助成
- 通り会の若手・新規参入事業者との共同企画・イベント等のニーズ聞き取り、実行に対する補助 等

(1) 中心市街地の課題と今後の取組(案)

計画策定の
3つの視点
との対応関係

地元客・観光客
のバランス

飲食店出店
のあり方

通り毎の
振興

前ページの続き

中心市街地の現状・課題、商業活性化に向けた方向性

12 ガーブ川沿いの魅力や賑わいを将来に繋げるためのまちづくり

地元客・観光客
のバランス

飲食店出店
のあり方

通り毎の
振興

現状・背景

- ・第一牧志公設市場周辺の商店街は狭い通りに多様な店舗が軒を連ね、雑多に多様な店が並んでいることが中心市街地独自の景観・魅力を形成しており、観光客等を中心にまち歩きを楽しむ姿も見られる。観光客を中心に多くの来街者が訪れる那覇の商業・観光において重要な拠点である。
- ・しかし、その一方で、ガーブ川沿いの水上店舗や平和通り等の沿道にある店舗、栄町市場の店舗では、老朽化が進んでいる。
- ・現状では、新規で開業する店舗が古い施設や設備のリノベーションを行って営業している。こうしたリノベーションに投資できた事業者では、集客につながり、売上が伸びている傾向にある。
- ・短期的には、個々の事業者の設備投資によってまちの魅力が向上しているものの、中心市街地の魅力を将来に引き継ぎ、持続的に賑わいを形成していくためには、長期的な視点で施設や設備の更新を行う必要がある。
- ・調査によれば、以下の実情により、民間事業者による再開発や施設の整備は進みにくい状況にある。
 - ①土地や建物、アーケードの所有権が輻輳している
 - ②新規の事業者等が増える中、通り会が事業者の意思統一を図ることができない、通り会の将来を担う世代が育たず、将来に向けた設備更新へのインセンティブも十分でない
 - ③周辺の通りが狭く、工事費用が高額になる

方向性

- ・老朽化施設の維持、価値の維持・向上
- ・土地所有に関する権利関係の明確化、既存の法規制との関係整理
- ・将来的な施設のあり方、まちづくりの将来像に対する合意形成

取組内容 (案)

- ・小規模事業者を対象とした、老朽化店舗のリノベーションに関する支援（ただし、専門家に対する経営改善の相談、リノベーションの妥当性が担保される場合に限り認める等の工夫が必要。）
- ・ガーブ川水上店舗の施設の今後のあり方に関する方針検討（設備更新の必要性に関する調査、将来の施設の在り方に関するステークホルダーとの協議、専門家による土地の所有者・土地区画の調査、建築基準・法関係の規制に関する議論の場）等

(1) 中心市街地の課題と今後の取組(案)

計画策定の
3つの視点
との対応関係

地元客・観光客
のバランス

飲食店出店
のあり方

通り毎の
振興

前ページの続き

中心市街地の現状・課題、商業活性化に向けた方向性

13 通り会の組織力強化、次世代を担う人材の育成

地元客・観光客
のバランス

飲食店出店
のあり方

通り毎の
振興

現状・背景

- 通り会は、主に沿道の店舗のごみの共同処理、通りの美化・清掃、祭等の集客・来街者向けのイベントの実施、店前のアーケードの維持管理・補修等の役割を担っている。
- これまでは地元で長く事業をしている小売店等が加入していたが、新型コロナウイルスの影響や高齢化による代替わりを契機に昔ながらの小売店は減少し、新規で土産物店やドラッグストア、居酒屋等の店舗に入れ替わっている。新規事業者へ入れ替わる中、通りとしての意思決定や合意形成が難しくなっている。
- 新しく開業した店舗では、騒音や客引きのマナーが悪い等、既存で事業を行ってきた事業者との軋轢が生じており、事業者間で対立している通りも見られる

方向性

- 通り会の若手メンバーの育成
- 通りの事業者間のつながりの形成

取組内容
(案)

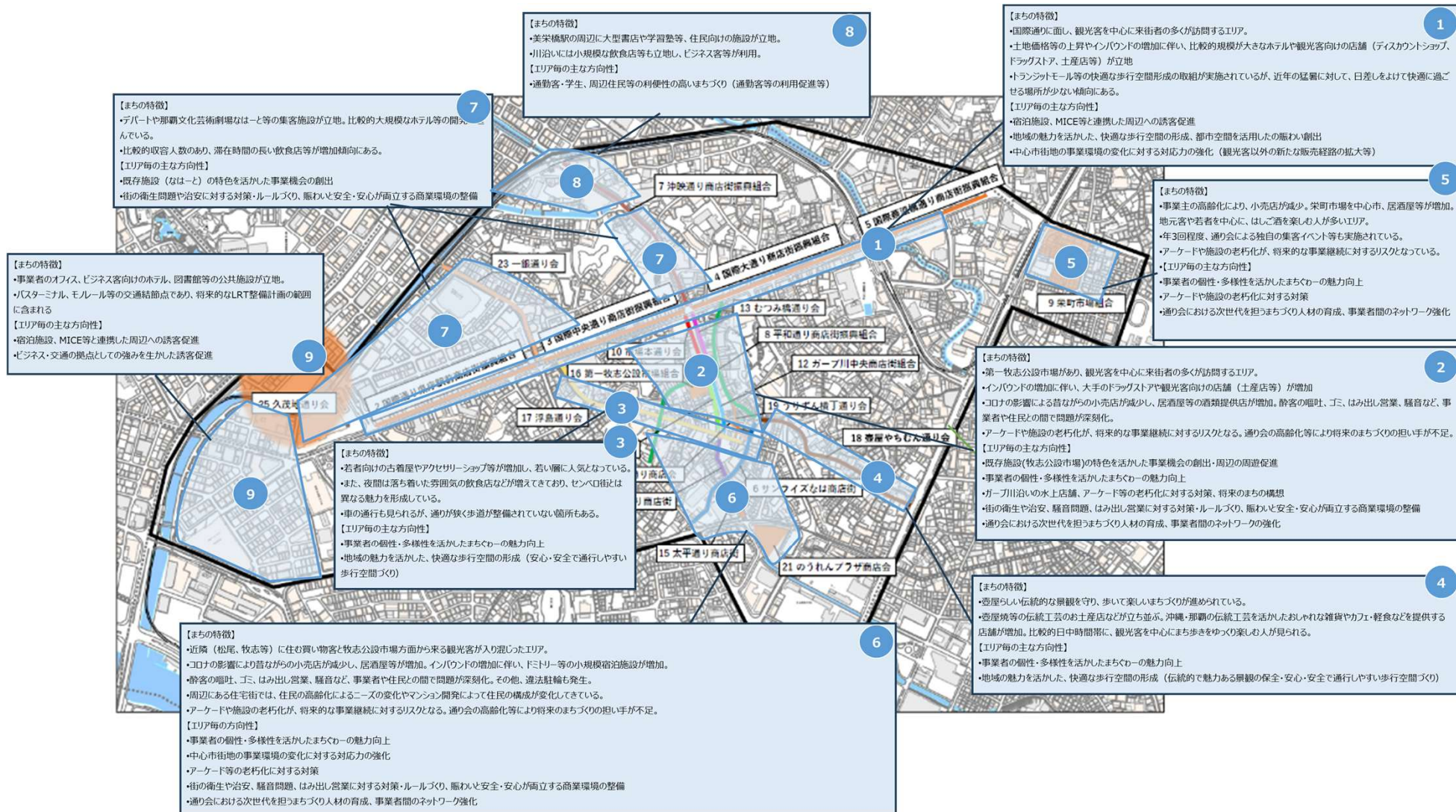
- 通り会の若手が実施するイベント等に対する補助（特に新規参入事業者を巻き込んで企画されるもの）
- 上記を実施する際に必要なリソースを持つ事業者とのネットワークづくり 等

3.1 中心市街地の商業活性化に向けた課題と次期計画の方向性

(2) 中心市街地のエリア毎の特徴と今後の方向性の整理

中心市街地における各地区の特徴及び課題、方向性について、以下のとおり整理した。

エリア別の特徴と今後の主な方向性のまとめ

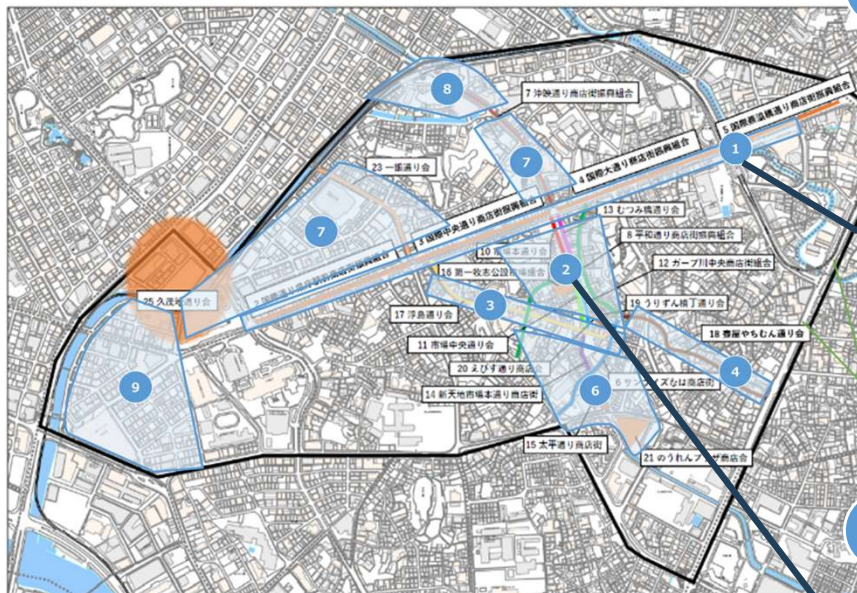


3.1 中心市街地の商業活性化に向けた課題と次期計画の方向性

(2) 中心市街地のエリア毎の特徴と今後の方向性の整理

中心市街地における各地区の特徴及び課題、方向性について、以下のとおり整理した。

エリア別の特徴と今後の主な方向性のまとめ



1

【まちの特徴】

- ・国際通りに面し、観光客を中心に来街者の多くが訪問するエリア。
- ・土地価格等の上昇やインバウンドの増加に伴い、比較的規模が大きなホテルや観光客向けの店舗（ディスカウントショップ、ドラッグストア、土産物店等）が立地
- ・トランジットモール等の快適な歩行空間形成の取組が実施されているが、近年の猛暑に対して、日差しをよけて快適に過ごせる場所が少ない傾向にある。

【エリア毎の主な方向性】

- ・宿泊施設、MICE等と連携した周辺への誘客促進
- ・地域の魅力を活かした、快適な歩行空間の形成、都市空間を活用した販わい創出
- ・中心市街地の事業環境の変化に対する対応力の強化（観光客以外の新たな販売経路の拡大等）

2

【まちの特徴】

- ・第一牧志公設市場があり、観光客を中心に来街者の多くが訪問するエリア。
- ・インバウンドの増加に伴い、大手のドラッグストアや観光客向けの店舗（土産物店等）が増加
- ・新型コロナウイルスの影響により昔ながらの小売店が減少し、居酒屋等の酒類提供店が増加。酔客の嘔吐、ゴミ、はみ出し営業、騒音など、事業者や住民との間で問題が深刻化。
- ・アーケードや施設の老朽化が、将来的な事業継続に対するリスクとなる。通り会の高齢化等により将来のまちづくりの担い手が不足。

【エリア毎の主な方向性】

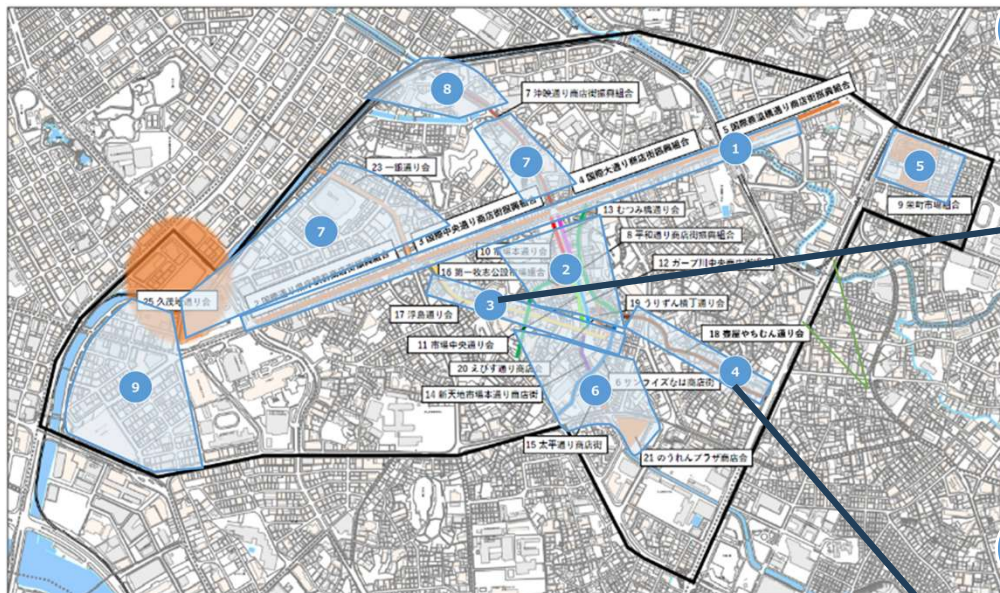
- ・既存施設（第一牧志公設市場等）の特色を活かした事業機会の創出・周辺の周遊促進
- ・事業者の個性・多様性を活かしたマチグラーの魅力向上
- ・ガープ川沿いの水上店舗、アーケード等の老朽化に対する対策、将来のまちの構想
- ・まちの衛生や治安、騒音問題、はみ出し営業に対する対策・ルールづくり、販わいと安全・安心が両立する商業環境の整備
- ・通り会における次世代を担うまちづくり人材の育成、事業者間のネットワークの強化

3.1 中心市街地の商業活性化に向けた課題と次期計画の方向性

(2) 中心市街地のエリア毎の特徴と今後の方向性の整理

中心市街地における各地区の特徴及び課題、方向性について、以下のとおり整理した。

エリア別の特徴と今後の主な方向性のまとめ



3

【まちの特徴】

- 若者向けの古着屋やアクセサリーショップ等が増加し、若い層に人気となっている。
- また、夜間は落ち着いた雰囲気のある飲食店などが増えてきており、居酒屋街とは異なる魅力を形成している。
- 車の通行も見られるが、通りが狭く歩道が整備されていない箇所もある。

【エリア毎の主な方向性】

- 事業者の個性・多様性を活かしたマチグワの魅力向上
- 地域の魅力を活かした、快適な歩行空間の形成（安心・安全で通行しやすい歩行空間づくり）

4

【まちの特徴】

- 壺屋らしい伝統的な景観を守り、歩いて楽しいまちづくりが進められている。
- 壺屋焼等の伝統工芸の土産物店などが立ち並ぶ。沖縄・那覇の伝統工芸を活かしたおしゃれな雑貨やカフェ・軽食などを提供する店舗が増加。比較的中時間帯に、観光客を中心にまち歩きをゆっくり楽しむ人が見られる。

【エリア毎の主な方向性】

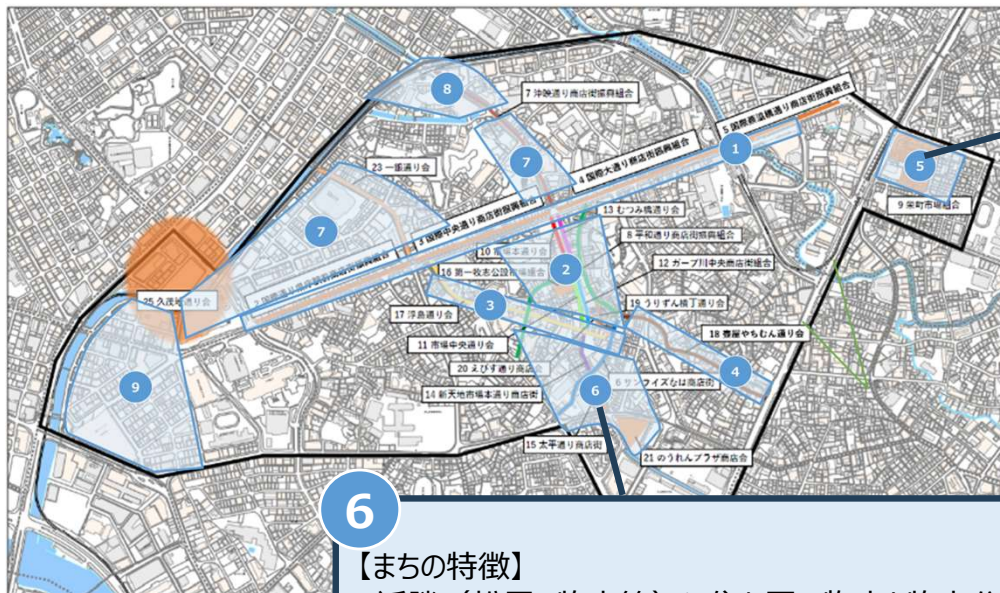
- 事業者の個性・多様性を活かしたマチグワの魅力向上
- 地域の魅力を活かした、快適な歩行空間の形成（伝統的で魅力ある景観の保全・安心・安全で通行しやすい歩行空間づくり）

3.1 中心市街地の商業活性化に向けた課題と次期計画の方向性

(2) 中心市街地のエリア毎の特徴と今後の方向性の整理

中心市街地における各地区の特徴及び課題、方向性について、以下のとおり整理した。

エリア別の特徴と今後の主な方向性のまとめ



5

【まちの特徴】

- 事業主の高齢化により、小売店が減少。栄町市場を中心に居酒屋等が増加。地元客や若者を中心に、はしご酒を楽しむ人が多いエリア。
- 年3回程度、通り会による独自の集客イベント等も実施されている。
- アーケードや施設の老朽化が、将来的な事業継続に対するリスクとなっている。

【エリア毎の主な方向性】

- 事業者の個性・多様性を活かしたマチグワの魅力向上
- アーケードや施設の老朽化に対する対策
- 通り会における次世代を担うまちづくり人材の育成、事業者間のネットワークの強化

6

【まちの特徴】

- 近隣（松尾、牧志等）に住む買い物客と牧志公設市場方面から来る観光客が入り混じったエリア。
- 新型コロナウイルスの影響により昔ながらの小売店が減少し、居酒屋等が増加。インバウンドの増加に伴い、ドミトリー等の小規模宿泊施設が増加。
- 酔客の嘔吐、ゴミ、はみ出し営業、騒音など、事業者や住民との間で問題が深刻化。その他、違法駐輪も発生。
- 周辺にある住宅街では、住民の高齢化によるニーズの変化やマンション開発によって住民の構成が変化してきている。
- アーケードや施設の老朽化が、将来的な事業継続に対するリスクとなる。通り会の高齢化等により将来のまちづくりの担い手が不足。

【エリア毎の方向性】

- 事業者の個性・多様性を活かしたマチグワの魅力向上
- 中心市街地の事業環境の変化に対する対応力の強化
- アーケード等の老朽化に対する対策
- 街の衛生や治安、騒音問題、はみ出し営業に対する対策・ルールづくり、賑わいと安全・安心が両立する商業環境の整備
- 通り会における次世代を担うまちづくり人材の育成、事業者間のネットワーク強化

3.1 中心市街地の商業活性化に向けた課題と次期計画の方向性

(2) 中心市街地のエリア毎の特徴と今後の方向性の整理

中心市街地における各地区の特徴及び課題、方向性について、以下のとおり整理した。

エリア別の特徴と今後の主な方向性のまとめ

8

【まちの特徴】

- ・美栄橋駅の周辺に大型書店や学習塾等、住民向けの施設が立地。
- ・川沿いには小規模な飲食店等も立地し、ビジネス客等が利用。

【エリア毎の主な方向性】

- ・通勤客・学生、周辺住民等の利便性の高いまちづくり（通勤客等の利用促進等）

7

【まちの特徴】

- ・デパートや那覇文化芸術劇場なはーと等の集客施設が立地。比較的大規模なホテル等の開発が進んでいる。
- ・比較的収容人数が多く、滞在時間の長い飲食店等が増加傾向にある。

【エリア毎の主な方向性】

- ・既存施設（那覇文化芸術劇場なはーと）の特色を活かした事業機会の創出
- ・街の衛生問題や治安に対する対策・ルールづくり、賑わいと安全・安心が両立する商業環境の整備

9

【まちの特徴】

- ・事業者のオフィス、ビジネス客向けのホテル、図書館等の公共施設が立地。
- ・バスターミナル、モノレール等の交通結節点であり、将来的なLRT整備計画の範囲に含まれる

【エリア毎の主な方向性】

- ・宿泊施設、MICE等と連携した周辺への誘客促進
- ・ビジネス・交通の拠点としての強みを生かした誘客促進

