

平成 29 年度 那覇市来街者調査 結果報告書

**平成 30 年 2 月
那 覇 市 経 済 観 光 部
な は ま ち な か 振 興 課**

平成 29 年度 那覇市来街者調査 結果報告書

**平成 30 年 2 月
那 覇 市 経 済 観 光 部
な は ま ち な か 振 興 課**

目 次

I 章 来街者割合調査	1
1. 調査概要	2
2. 調査結果概要	3
3. 調査結果詳細	5
4. 調査日別調査結果	8
4-1 時間別割合	8
5. 居住地別別調査結果	10
5-1 【全体】那覇市内の来街者割合	10
5-2 【通り別】那覇市内の来街者割合	11
5-3 【全体】那覇市以外の市町村の来街者割合	12
5-4 【通り別】那覇市以外の市町村の来街者割合	13
5-5 【全体】日本人観光客の来街者割合	14
5-6 【通り別】日本人観光客の来街者割合	15
5-7 【全体】外国人観光客の来街者割合	16
5-8 【通り別】外国人観光客の来街者割合	17
II 章 来街者アンケート調査	18
1. 調査概要	19
2. 調査結果概要	20
3. 調査結果詳細【県内地元客】	32
3-1 回答者の属性	32
3-2 来街頻度	37
3-3 今回の同行者の種類	40
3-4 商店街への来街手段	43
3-5 商店街への来街理由	46
3-6 商店街のイメージ	49
3-7 商店街での購入（予定）及び支出（予定）金額	53
3-8 商店街の満足度	58
3-9 商店街の総合的な満足度	62
3-10 商店街への再来街度	64
3-11 商店街の推奨度	66
3-12 情報発信媒体	68
3-13 商店街への要望	70
4. 調査結果詳細【日本人観光客】	73
4-1 回答者の属性	73
4-2 沖縄への訪問回数	77
4-3 商店街への訪問回数	80

4-4	商店街への同行者の種類.....	83
4-5	商店街への来街手段	86
4-6	商店街の情報手段	89
4-7	商店街への来街理由	93
4-8	商店街のイメージ	96
4-9	商店街での購入(予定)及び支出（予定）金額	100
4-10	商店街のそれぞれの満足度	105
4-11	商店街全体の満足度.....	109
4-12	商店街への再来街意向度	111
4-13	商店街の推奨度	113
4-14	商店街への要望	115
5.	調査結果詳細【外国人観光客】	119
5-1	回答者の属性	119
5-2	沖縄への訪問回数	122
5-3	商店街への訪問回数	125
5-4	商店街への同行者の種類.....	128
5-5	商店街への来街手段	131
5-6	商店街の情報手段	134
5-7	商店街への来街理由	138
5-8	商店街のイメージ	141
5-9	商店街での購入(予定)及び支出（予定）金額	146
5-10	商店街のそれぞれの満足度	152
5-11	商店街全体の満足度.....	157
5-12	商店街への再来街意向度	160
5-13	商店街の推奨度	163
5-14	商店街への要望	166
6.	来街者調査の総括	171
資料	調査票.....	173

I 章 来街者割合調査

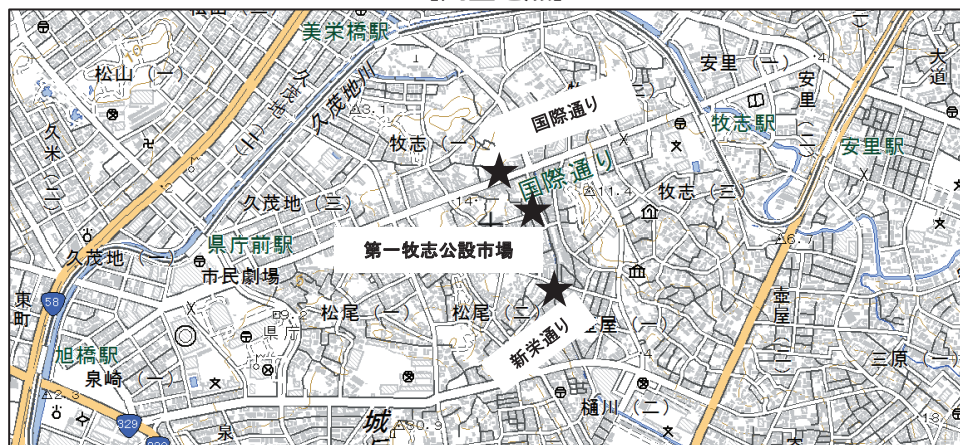
【来街者の割合調査結果】

1. 調査概要

1-1 来街者の割合調査

実施日	平成 29 年 12 月 7 日(木) 11:00-20:00 平成 29 年 12 月 17 日(日) 11:00-20:00
調査目的	本件業務は、中心商店街における来街者に対する基本属性（住所地・国籍/地域・人数）を調査する。 これらの調査により、来街者の居住地を明らかにし、商店街の実効性の高い商店街振興施策の企画・立案・評価及び中心市街地の活性化に関する基本計画に資するデータ取得を目的として調査を実施した。
調査地点	・ドン・キホーテ前（国際通り） ・第一牧志公設市場前 ・新栄通り（浮島通り側）
回収数	・平日 2,805 票 ・休日 3,246 票 ・全体 6,051 票
調査手法	調査地点を通過する対象者への聞き取り調査 居住地の聞き取りを行う。
特記事項	那覇港のクルーズ船 12/6(水)16:00 入港→12/7(木)15:00 出港 Superstar Aquarius 基隆-那覇-基隆
前提条件	各調査時点での実際の通行量ではなく、许诺していただいた実数のため、地点別で数に差がある。
本編での用語定義	地元客→県内に居住する来街者 日本人観光客→県外から観光やビジネスを目的にきた来街者 外国人観光客→国外から観光やビジネスを目的にきた来街者

【調査地点】



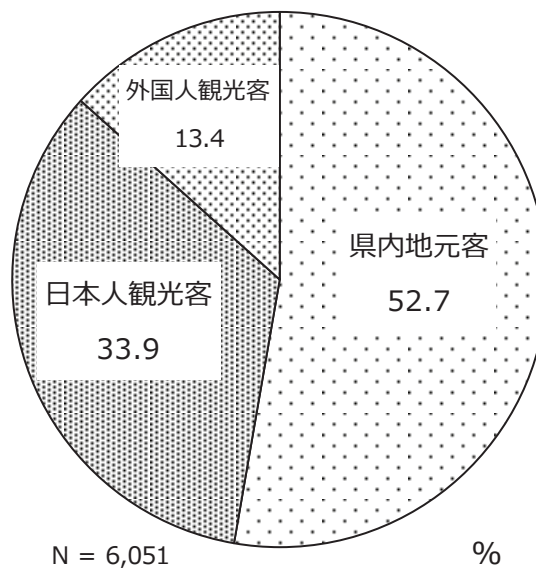
2. 調査結果概要

平日と休日の各日、ドン・キホーテ前（国際通り）、第一牧志公設市場前、新栄通り（浮島通り側）の3地点にて通り通行人にたいして「県内地元客」「日本人観光客」「外国人観光客」の3つに分類し聞き取りを行った。

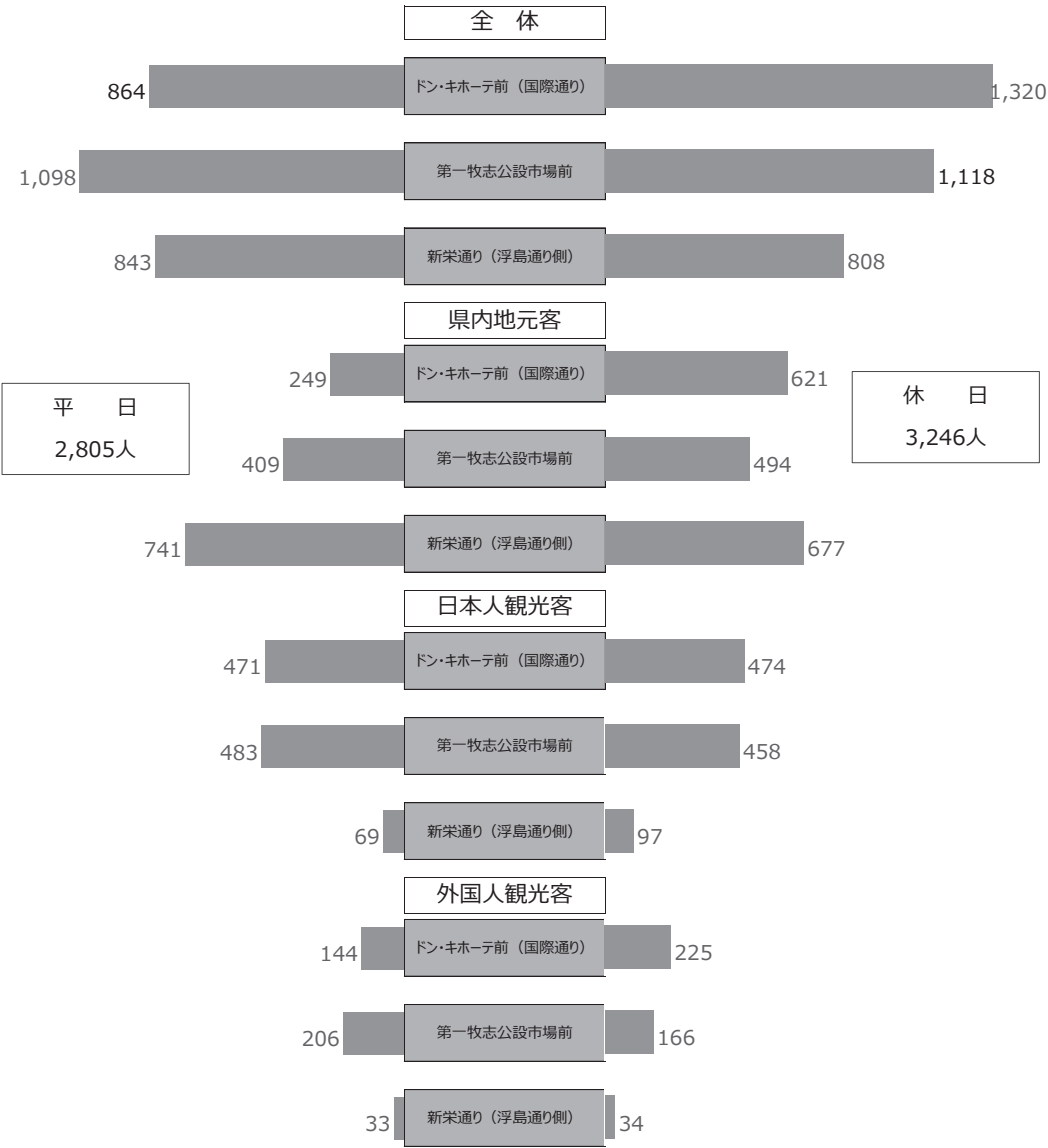
「県内地元客」は平日・休日とも「新栄通り（浮島通り側）」の割合が最も多い。休日は、「ドン・キホーテ前（国際通り）」の割合が621人と平日の249人よりも多い割合となる。

「日本人観光客」は平日、休日ともに「ドン・キホーテ前（国際通り）」「第一牧志公設市場前」が多く、平日、休日の割合は450人から480人程度でほぼ同数であった。「外国人観光客」は、平日は「第一牧志公設市場前」が206人、休日は「ドン・キホーテ前（国際通り）」が225人と最も多い。「日本人観光客」と「外国人観光客」の「新栄通り（浮島通り側）」の割合は「県内地元客」と比較すると圧倒的に少ない。

【全体の割合調査の構成比】



【調査日別 地点割合数】



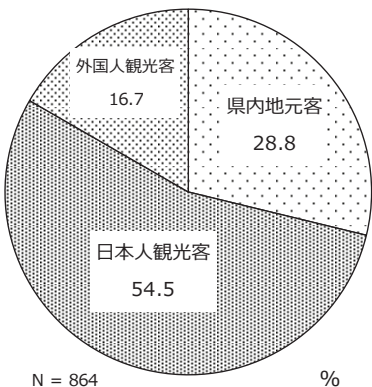
3. 調査結果詳細

平日の割合は、地元客の「新栄通り（浮島通り側）」の割合が最も多い。うち、「那覇市内」の地元客は「新栄通り（浮島通り側）」の割合が 68.0%と高く、「那覇市以外の市町村」は 19.9%の地元客と続く。

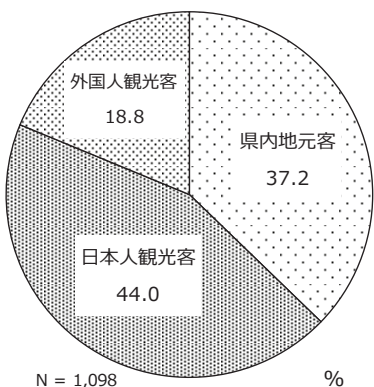
【平日】

調査地点別	全体		県内地元客		日本人観光客		外国人観光客	
	実数	割合 (%)	実数	割合 (%)	実数	割合	実数	割合 (%)
ドン・キホーテ前（国際通り）	864	100.0	249	28.8	471	54.5	144	16.7
第一牧志公設市場前	1,098	100.0	409	37.2	483	44.0	206	18.8
新栄通り（浮島通り側）	843	100.0	741	87.9	69	8.2	33	3.9
総計	2,805		1,399		1,023		383	

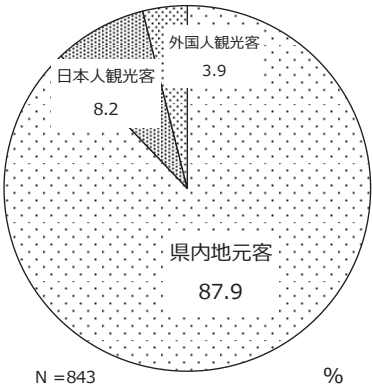
【ドン・キホーテ前（国際通り）】



【第一牧志公設市場前】



【新栄通り（浮島通り側）】



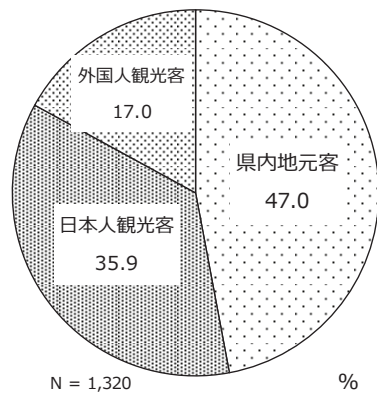
【平日】

休日の割合は、地元客のうち「那覇市以外の市町村」の割合が平日の 344 人と比べて 631 人と通行人の割合が多くなっている。「ドン・キホーテ前（国際通り）」の休日は平日の 5 倍近い割合となっている。「那覇市内」も「ドン・キホーテ前（国際通り）」では休日の割合が 2 倍弱増加している。

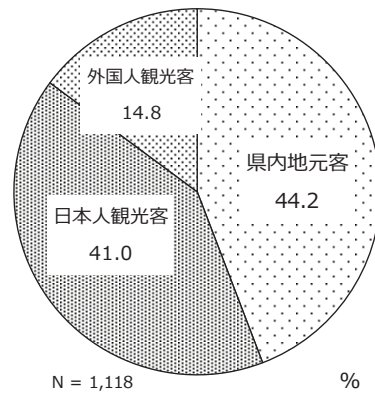
【休日】

調査地点別	全体	県内地元客			日本人観光客		外国人観光客	
	実数	割合 (%)	実数	割合 (%)	実数	割合 (%)	実数	割合 (%)
ドン・キホーテ前（国際通り）	1,320	100.0	621	47.0	474	35.9	225	17.0
第一牧志公設市場前	1,118	100.0	494	44.2	458	41.0	166	14.8
新栄通り（浮島通り側）	808	100.0	677	83.8	97	12.0	34	4.2
総計	3,246		1,792		1,029		425	

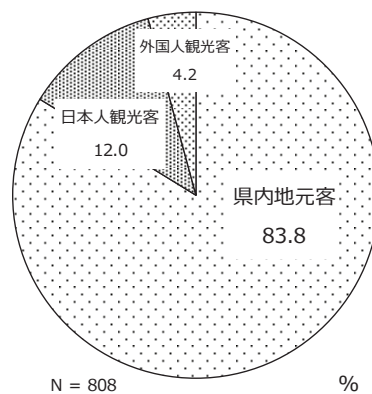
【ドン・キホーテ前（国際通り）】



【第一牧志公設市場前】

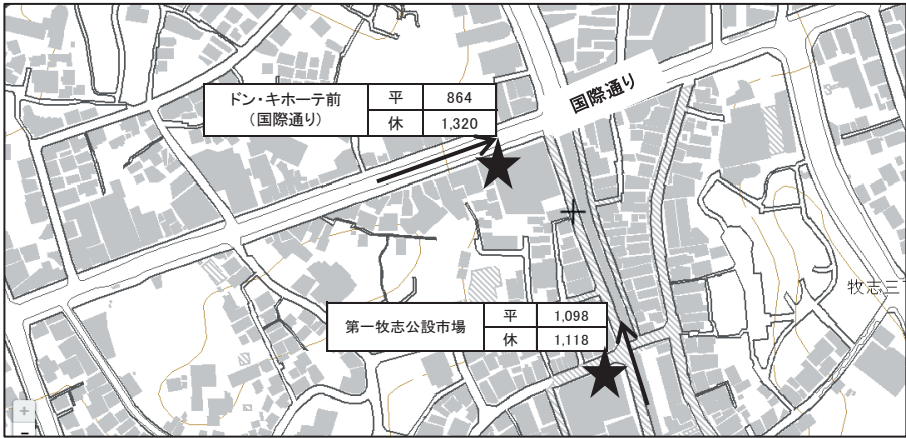


【新栄通り（浮島通り側）】



【休日】

【調査地点別割合人数】

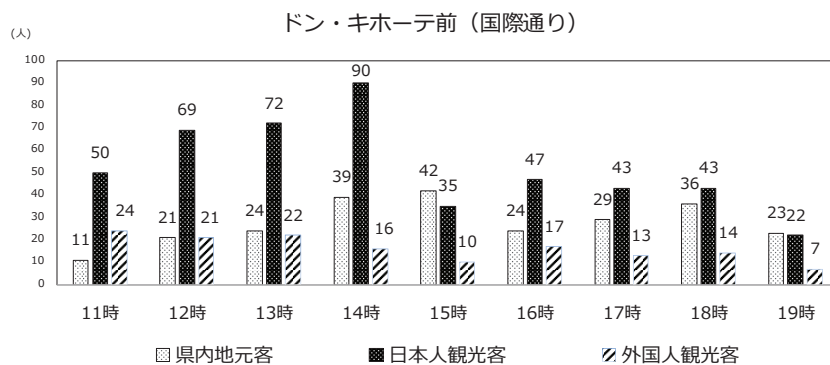


4. 調査日別調査結果

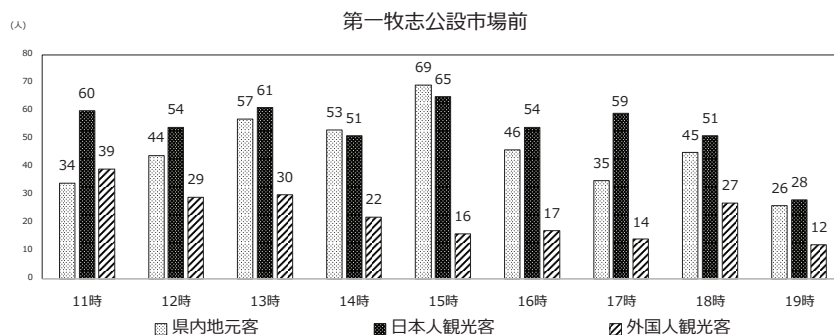
4-1 時間別割合

「ドン・キホーテ前（国際通り）」では日本人観光客の来街者が、「第一牧志公設市場前」では県内地元客及び日本人観光客が「新栄通り（浮島通り側）」では県内地元客からの来街者の割合が高い。

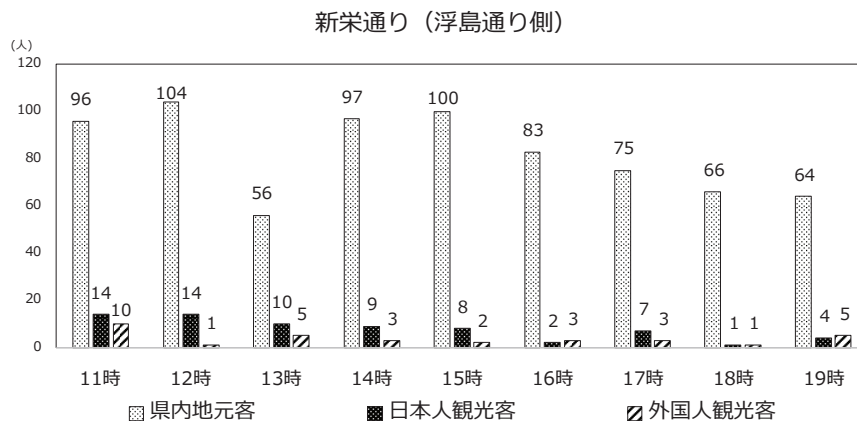
【平日】ドン・キホーテ前（国際通り）の来街者割合



【平日】第一牧志公設市場前の来街者割合



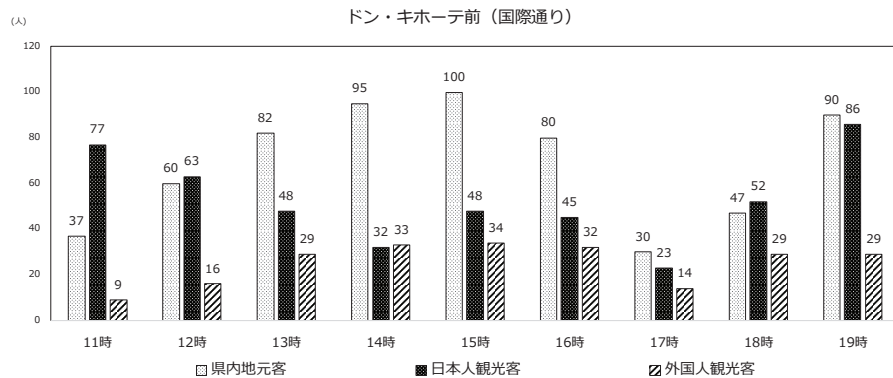
【平日】新栄通り（浮島通り側）の来街者割合



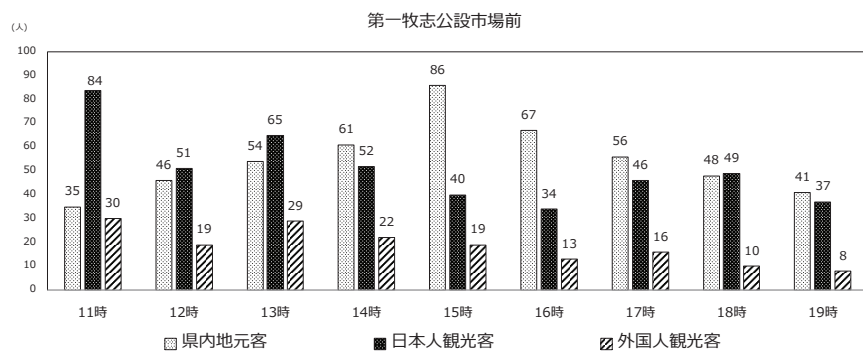
【休日】ドン・キホーテ前（国際通り）の来街者割合

「ドン・キホーテ前（国際通り）」では、全体的に県内地元客の来街者が多く、12時から15時の時間帯にかけて最も割合が高くなる。

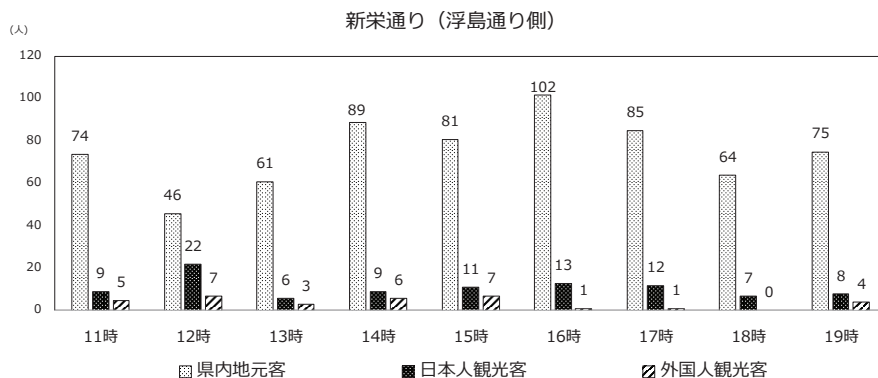
「第一牧志公設市場前」では15時をみると日本人観光客の割合が下がるのに対して、地元観光客は割合は増える。



【休日】第一牧志公設市場前の来街者割合



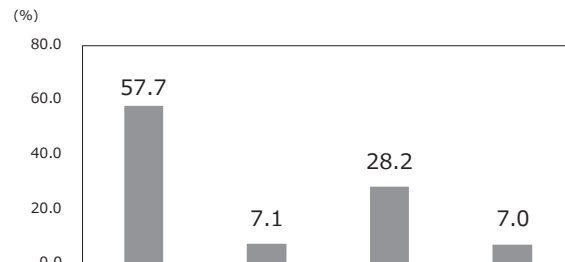
【休日】新栄通り（浮島通り側）の来街者割合



5. 居住地別調査結果

5-1 【全体】那覇市内の来街者割合

「那覇地区」57.7%からの来街者の割合が最も高く、「真和志地区」28.2%と続く。「那覇地区」では「牧志」11.7%からの来街者が最も多く、「松尾」「壺屋」「樋川」と続く。「小禄」からの来街者も5.6%と比較的高かった。



	総計	那覇地区	小禄地区	真和志地区	首里地区
実数	2216	1279	157	624	156
(%)	100.0	57.7	7.1	28.2	7.0

A 地区別割合数

	那覇地区										
	総計	旭町	曙	安謝	おもろまち	天久	泉崎	上之屋	久米	久茂地	楚辺
実数	1279	1	9	26	38	24	53	11	26	43	61
(%)	57.7	0.0	0.4	1.2	1.7	1.1	2.4	0.5	1.2	1.9	2.8

	那覇地区										
	総計	辻	壺川	壺屋	泊	西	東町	開南	樋川	前島	牧志
実数	1279	15	22	161	57	27	9	3	114	41	259
(%)	57.7	0.7	1.0	7.3	2.6	1.2	0.4	0.1	5.1	1.9	11.7

	那覇地区					
	総計	松尾	松山	山下町	若狭	銘苅
実数	1279	198	22	7	33	19
(%)	57.7	8.9	1.0	0.3	1.5	0.9

	小禄地区								
	総計	宇栄原	鏡原町	小禄	奥武山	金城	高良	赤嶺	具志
実数	157	16	1	125	2	8	3	1	1
(%)	7.1	0.7	0.0	5.6	0.1	0.4	0.1	0.0	0.0

	真和志地区										
	総計	安里	長田	三原	古波蔵	上間	繁多川	真地	与儀	識名	仲井真
実数	624	67	34	41	53	16	48	10	63	33	23
(%)	28.2	3.0	1.5	1.9	2.4	0.7	2.2	0.5	2.8	1.5	1.0

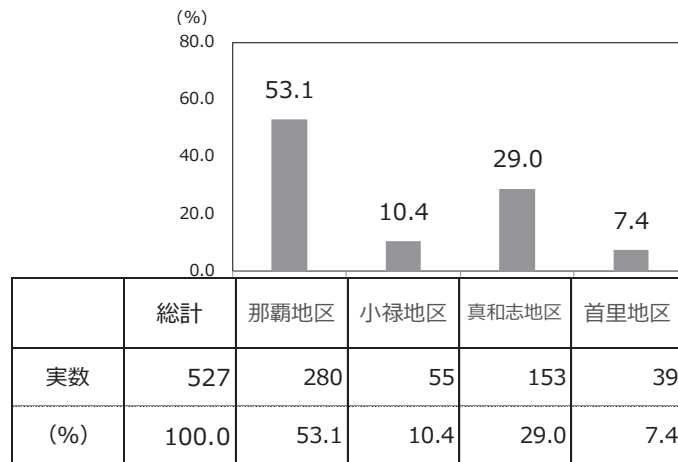
	真和志地区								
	総計	古島	松川	国場	大道	寄宮	真嘉比	松島	上間
実数	624	10	44	54	25	79	18	4	2
(%)	28.2	0.5	2.0	2.4	1.1	3.6	0.8	0.2	0.1

	首里地区	
	総計	首里
実数	156	156
(%)	14.8	14.8

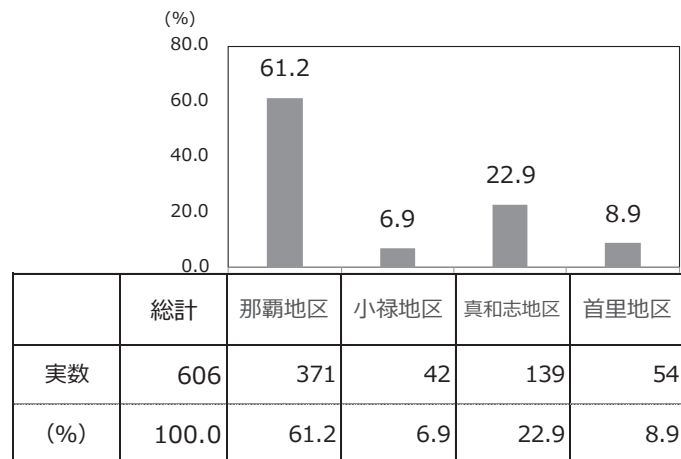
5-2 【通り別】那覇市内の来街者割合

全ての通りで「那覇地区」からの割合が高く、「真和志地区」が次いで高い割合となる。

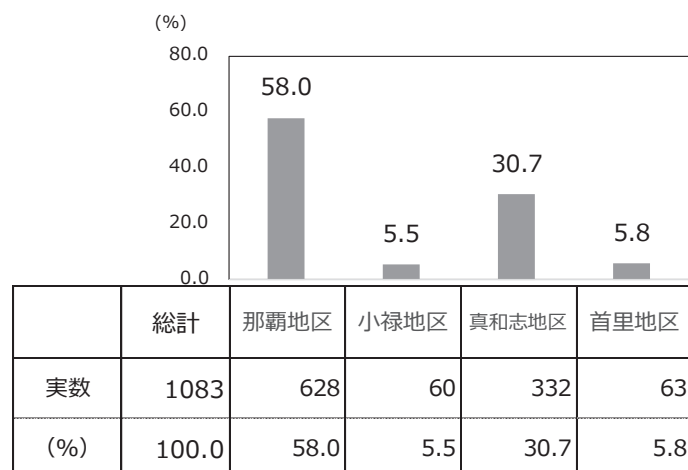
ドン・キホーテ前（国際通り）



第一牧志公設市場前

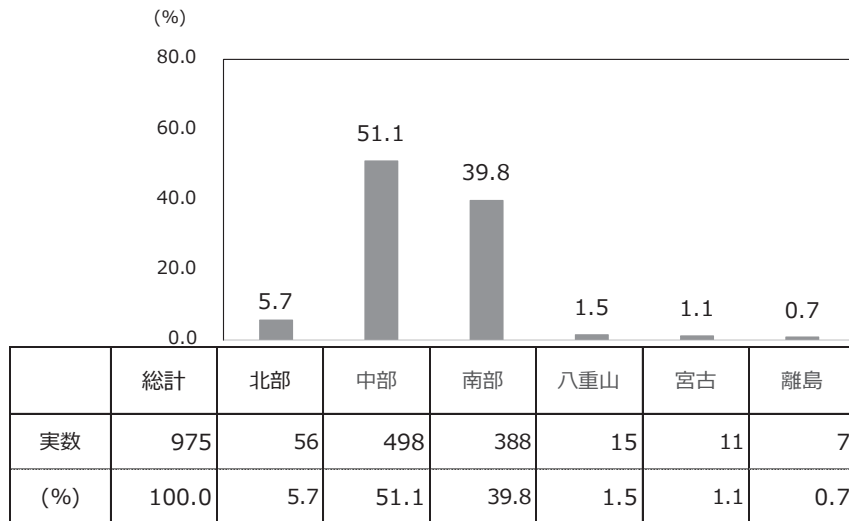


新栄通り（浮島通り側）



5-3 【全体】那覇市以外の市町村の来街者割合

全体では「中部」51.1%からの来街者が最も高く、南部 39.8%と続く。地区別では「中部」では「浦添市」18.8%、「南部」では「豊見城市」13.5%からの来街者が多い。



A 地区別割合数

	【北部】									
	総計	名護市	国頭村	大宜味村	今帰仁村	本部町	恩納村	宜野座村	金武町	伊江村
実数	56	28	2	1	5	3	9	4	2	2
(%)	5.7	2.9	0.2	0.1	0.5	0.3	0.9	0.4	0.2	0.2

	【中部】										
	総計	宜野湾市	浦添市	沖縄市	うるま市	読谷村	嘉手納町	北谷町	北中城村	中城村	西原町
実数	498	91	183	103	32	14	9	16	10	13	27
(%)	51.1	9.3	18.8	10.6	3.3	1.4	0.9	1.6	1.0	1.3	2.8

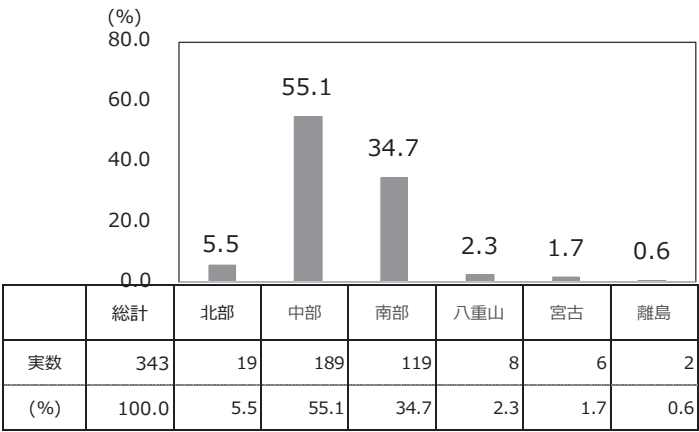
	【南部】							【八重山】		
	総計	糸満市	豊見城市	南城市	与那原町	南風原町	八重瀬町	総計	石垣市	竹富町
実数	388	87	132	49	28	56	36	15	14	1
(%)	39.8	8.9	13.5	5.0	2.9	5.7	3.7	1.5	1.4	0.1

	【宮古】		【離島】					
	総計	宮古島市	総計	久米島町	渡嘉敷村	座間味村	粟国村	与那国町
実数	11	11	7	2	1	1	2	1
(%)	1.1	1.1	0.7	0.2	0.1	0.1	0.2	0.1

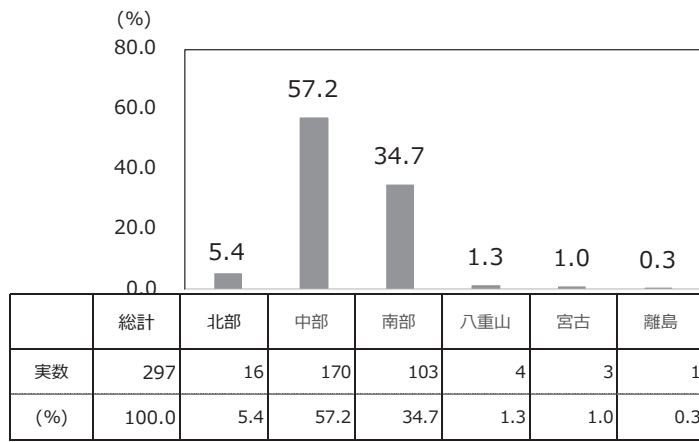
5-4 【通り別】那覇市以外の市町村の来街者割合

「中部」から訪れる割合は「ドン・キホーテ前（国際通り側）」55.1%、「第一牧志公設市場前」57.2%で高く、「新栄通り（浮島通り側）」では「南部」49.6%からの来街者の割合が高い。

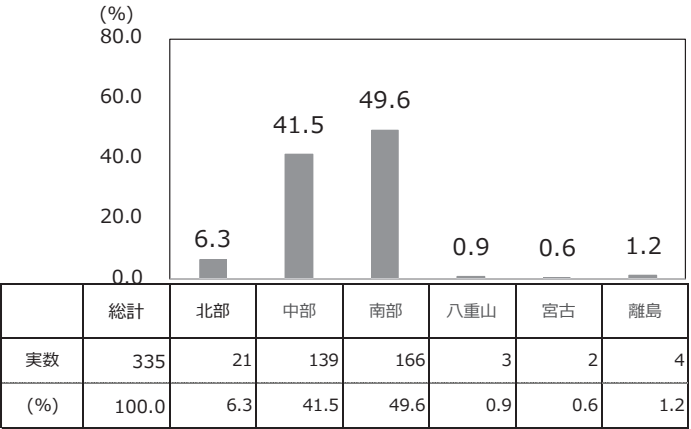
ドン・キホーテ前（国際通り）



第一牧志公設市場前



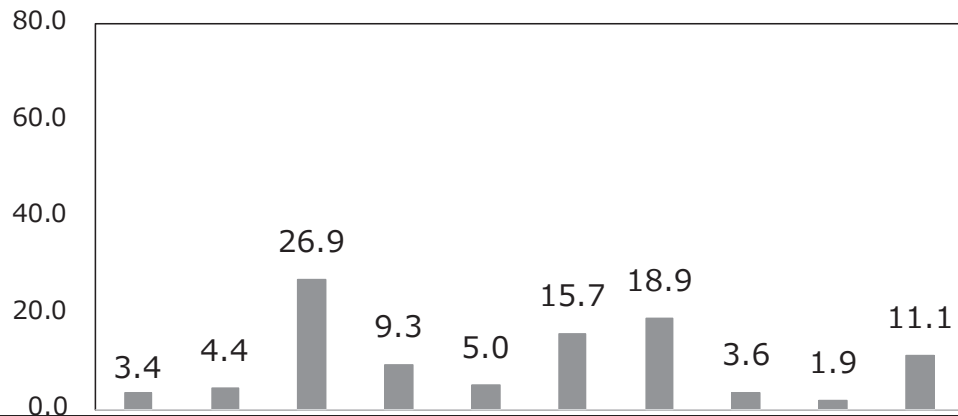
新栄通り（浮島通り側）



5-5 【全体】日本人観光客の来街者割合

「南関東」26.9%からの来街者の割合が最も高く、「近畿」18.9%、「東海」15.7%と続き、都道府県別では「東京」13.1%からが最も多い。

(%)



	総計	北海道	東北	南関東	北関東・甲信	北陸	東海	近畿	中国	四国	九州
実数	2,052	69	90	552	190	103	322	387	73	38	228
(%)	100.0	3.4	4.4	26.9	9.3	5.0	15.7	18.9	3.6	1.9	11.1

A 地区別割合数

	北海道	東北					
	北海道	青森	岩手	宮城	秋田	山形	福島
実数	69	11	4	20	3	20	32
(%)	3.4	0.5	0.2	1.0	0.1	1.0	1.6

	南関東				北関東・甲信				
	埼玉	千葉	東京	神奈川	茨城	栃木	群馬	山梨	長野
実数	75	71	268	138	57	19	36	25	53
(%)	3.7	3.5	13.1	6.7	2.8	0.9	1.8	1.2	2.6

	北陸				東海			
	新潟	富山	石川	福井	岐阜	静岡	愛知	三重
実数	56	2	22	23	65	118	108	31
(%)	2.7	0.1	1.1	1.1	3.2	5.8	5.3	1.5

	近畿					
	滋賀	京都	大阪	兵庫	奈良	和歌山
実数	36	62	163	112	4	10
(%)	1.8	3.0	7.9	5.5	0.2	0.5

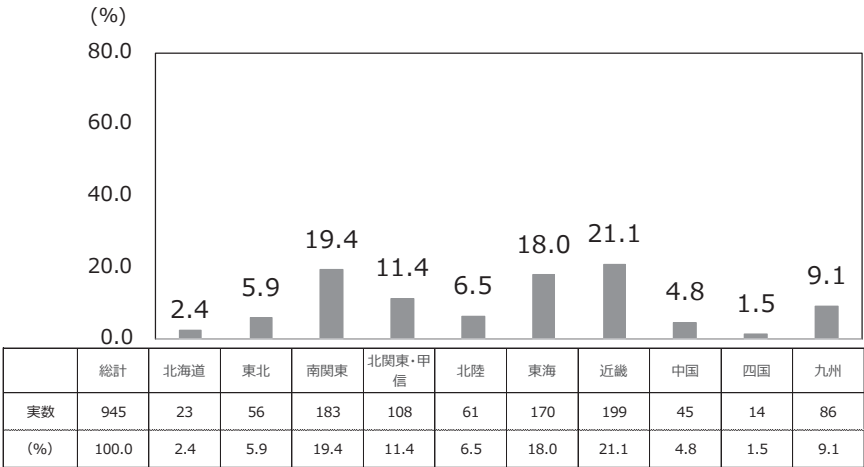
	中国					四国			
	鳥取	島根	岡山	広島	山口	徳島	香川	愛媛	高知
実数	3	3	20	35	12	3	19	12	4
(%)	0.1	0.1	1.0	1.7	0.6	0.1	0.9	0.6	0.2

	九州						
	福岡	佐賀	長崎	熊本	大分	宮崎	鹿児島
実数	122	5	30	31	12	12	16
(%)	5.9	0.2	1.5	1.5	0.6	0.6	0.8

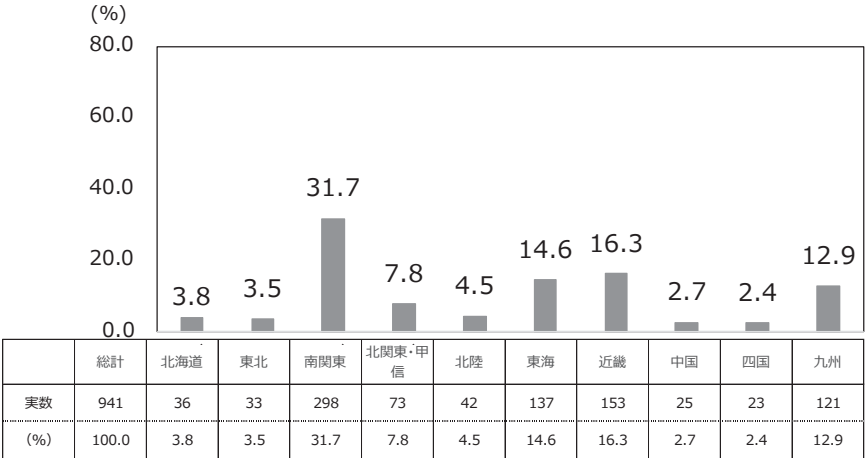
5-6 【通り別】日本人観光客の来街者割合

「南関東」からの来街者を地点別にみると、「第一牧志公設市場前」31.7%と「新栄通り（浮島通り側）」42.8%で最も割合が高いが、「ドン・キホーテ前（国際通り）」では「近畿」21.1%からの来街者が「南関東」19.4%よりも若干上回る。

ドン・キホーテ前（国際通り）



第一牧志公設市場前



新栄通り（浮島通り側）



5-7 【全体】外国人観光客の来街者割合

「東アジア」からの来街者が 75.1%と最も高く、その中でも特に「台湾」31.4%から
が 3 割を占める。



	総計	東アジア	東南アジア	ヨーロッパ	北米	オセアニア	その他
実数	808	607	123	14	30	7	27
(%)	100.0	75.1	15.2	1.7	3.7	0.9	3.3

A 地区別割合数

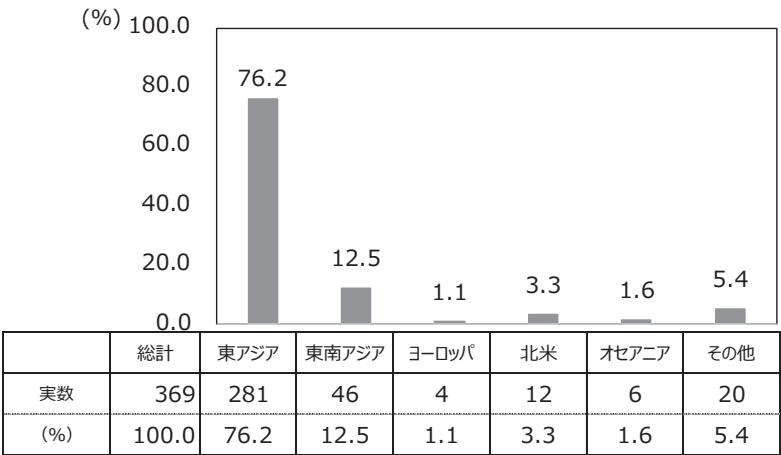
	東アジア				東南アジア					
	台湾	香港	中国	韓国	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア	フィリピン	ベトナム
実数	254	91	113	149	25	49	22	6	8	13
(%)	31.4	11.3	14.0	18.4	3.1	6.1	2.7	0.7	1.0	1.6

	ヨーロッパ				北米		オセアニア	
	英国	ドイツ	フランス	スペイン	米国	カナダ	豪州	その他
実数	2	5	6	1	29	1	7	27
(%)	0.2	0.6	0.7	0.1	3.6	0.1	0.9	3.3

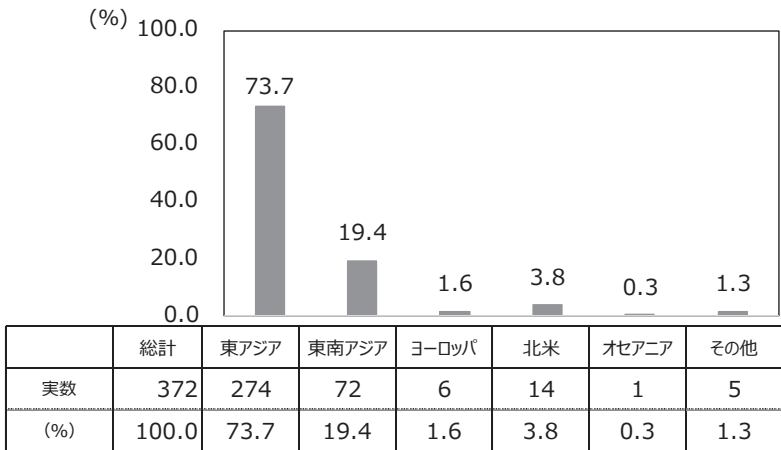
5-8 【通り別】外国人観光客の来街者割合

全ての通りで7割以上が「東アジア」からの来街者である。「第一牧志公設市場前」では「東南アジア」からは19.4%の訪問率となり他地点より高い。

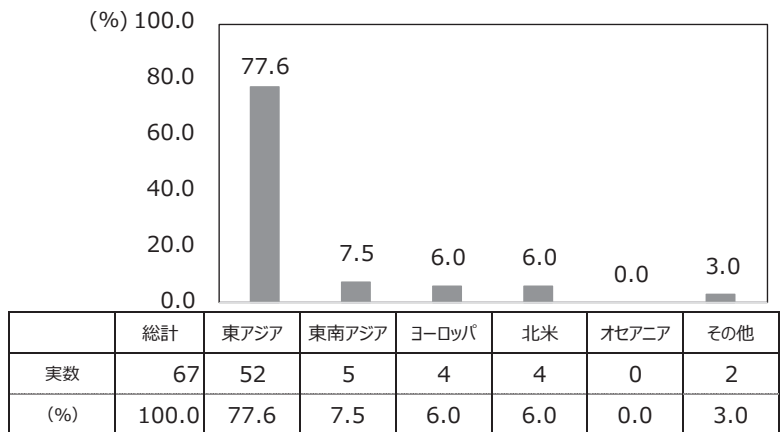
ドン・キホーテ前（国際通り）



第一牧志公設市場前



新栄通り（浮島通り側）



Ⅱ章 来街者アンケート調査

【来街者アンケート調査結果】

1. 調査概要

1-1 アンケート調査

実施日	平成 29 年 12 月 7 日(木) 11:00-20:00 平成 29 年 12 月 17 日(日) 11:00-20:00
調査目的	本件業務は、中心商店街における来街者に対するアンケート等の調査により、来街者の基本属性（住所地・年齢等）、目的、消費額、満足度等を調査する。 これらの調査により、来街者の実態を明らかにし、商店街の現状把握や課題整理を行うことで、実効性の高い商店街振興施策の企画・立案・評価及び中心市街地の活性化に関する基本計画に掲げる「賑わいを楽しむまち」「暮らしやすいまち」「経済活動が活発なまち」の実現に資することを目的として調査を実施した。
回収数	・県内地元客(全 305 票 平日:127 票、休日:178 票 那覇市内:199 票、那覇市外:106 票) ・日本人観光客 (168 票 平日:84 票、休日:84 票) ・外国人観光客 (266 票 平日:121 票、休日:145 票)
調査地点	・テンプス館前広場（国際通り） ・ドン・キホーテ前（国際通り） ・平和通り（国際通り側入り口） ・第一牧志公設市場前 ・新栄通り（浮島通り側）
調査手法	面接聞き取り調査



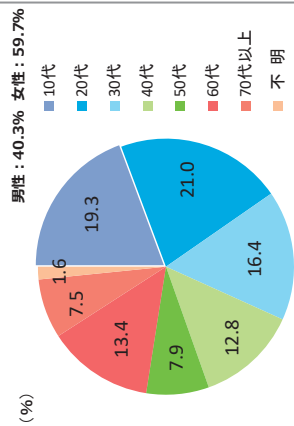
「県内地元客」調査結果概要_来街者全体像

県内地元客の特長

対象者:305人

- 地元客は「30代以下」の若い女性層が多かった。会社員・職員と学生が中心。
- 「7ひとり」もしくは「友人」と来街する人が多く、家族連れは少なかった。来街頻度は「週1回以上」が半数を超え、良く来ている人が多い。
- 来街目的は、「買い物1」、「食べ歩き飲み歩き」とともに「街歩き散歩」が中心で街の雰囲気を楽しむ人たちが集めている。

◆年代



◆居住地

- 那覇市内が65%、市外は35%。市内では那覇地区31%、真和志地区17%が中心。

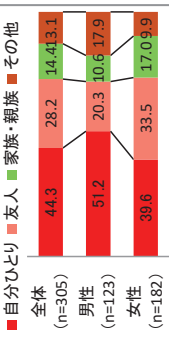
◆職業

- 「会社員・団体職員」「学生」がともに25%でこれらで半数。その他は「パート・アルバイト」「主婦・主夫」「自営業・自由業」がともに12%。

◆交通手段

- 市内居住者の48%は「徒歩」。「車」は20%。市外居住者は「車」が57%、「路線バス」が18%でほとんど車。

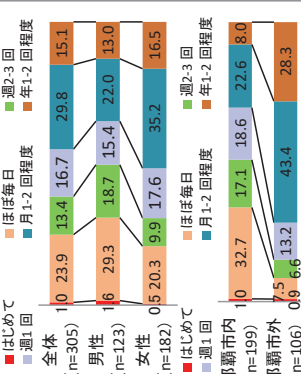
◆来街同伴者



◆来街理由・目的

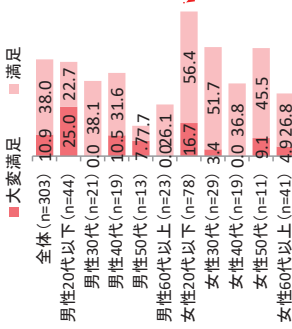
- 全体のトップ3は、
① 買い物 33% ② 街歩き・散歩 31%
③ 食べ歩き・飲み歩き 23%

◆来街頻度



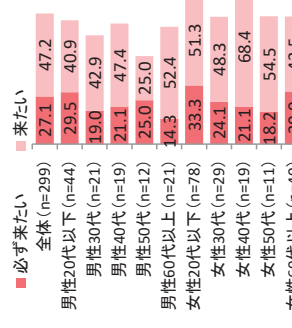
来街の評価

◆来街満足度



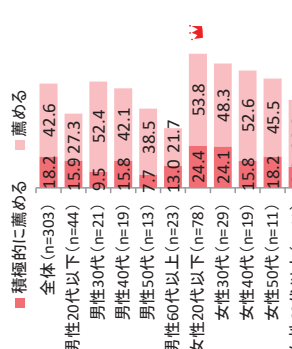
- 那覇市内居住者: 大変満足8% 満足36%
- 那覇市外居住者: 大変満足17% 満足42%

◆再来街意向



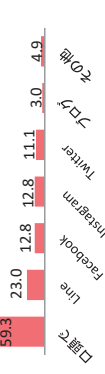
- 那覇市内居住者: 必ず来たい26% 来たい47%
- 那覇市外居住者: 必ず来たい29% 来たい48%

◆来街推奨意向



- 那覇市内居住者: 積極的に16% 薦める42%
- 那覇市外居住者: 積極的に23% 薦める43%

◆商店街情報発信媒体



- 「クチコミ」が主流。男女とも30代以下では「Line」が多いが、男女とも40代では「Facebook」が多くなる。
- 利用媒体の積み上げ割合では全体では122%であったが、女性20代以下で169%、女性40代が145%と高いのが目立つ。

◆商店街の要望

- 各層で共通して要望が高かったのは、
① トイレ: 58% ② 休憩スペース: ベンチ51%
③ 使いやすい駐車場/イベントや祭り: 各26%
④ 公衆無線LAN: 25% ⑤ 魅力的な店舗: 24%

- 来街満足度、再来街意向、来街推奨意向ともに高い割合を示し、中心市街地としての評価は高い。
- 特に、若い女性の評価が高く、複数の媒体で情報発信をしたいとしており、この層がこのエリアの影響力のある人になると考えられる。
- トイレの設置、休憩スペースの確保、駐車場の整備、公衆無線LANの環境整備、イベントの開催、魅力的な店舗などの要望が多く今後の課題。

「県内地元客」の調査概要 各商店街の特長

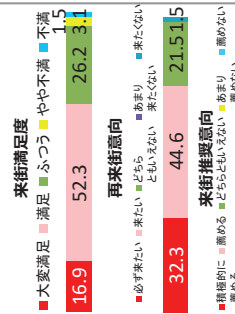
商店街の特長

- テンブス館前：市内からの来街客が多く、女性層が中心。商店街や店の雰囲気、多様な店舗が評価され、再来街意向、推奨意向が高い。
- ドン・キホーテ前：テンブス館前と同様に若い女性を中心に集客している。各項目に対する満足度も高く、再来街意向、推奨意向も高い。
- 平和通り：来街者のほとんどが女性。「店員とのコミュニケーション」「食事・メニューの味」の満足度が高く、お気に入りの店舗があると推測される。
- 第一牧志公設市場前：市内の女性が多く来街し、満足度の項目や再来街意向も高く、リピーターを集客している。
- 新栄通り：男女半々の集客で若い層が多い。満足度と推奨意向は低いが、ほぼ毎日来街する人が1/3もいることからリピーターが多いと思われる。

テンブス館前広場



- 来街頻度：ほぼ毎日：20%
週2~3回：14% 週1回：20%
- 性・年代別特長
女性層が多く、40代以下が中心。
①女性20代以下：40%
②女性40代：12%、③女性30代：男性20代以下：各11%

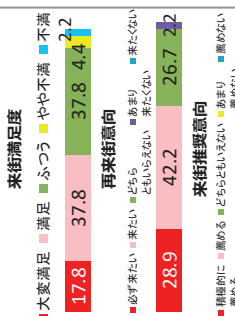


- 個別項目満足度
※大変満足＋満足が60%以上と高い項目
①商店街の雰囲気：80%
②店の雰囲気/食事の味・メニュー/店員とのコミュニケーション：各67%
※30%に満たなかった項目
①ごみ箱の数 24%、②喫煙所の数 21%

ドン・キホーテ前

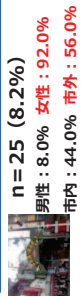


- 来街頻度：ほぼ毎日：13%
週2~3回：11% 週1回：13%
- 性・年代別特長
女性が多く、特に若い層が中心。
①女性20代以下：42%
②女性30代：男性20代以下：各13%

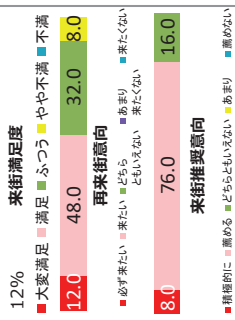


- 個別項目満足度
※大変満足＋満足が60%以上と高い項目
①商店街の雰囲気：71%
②品数の多さ：67%
③店の雰囲気/食事の味・メニュー/店員とのコミュニケーション：各63%
※30%に満たなかった項目
①休憩スペースやベンチ・トイレの数 19%、
②ごみ箱の数 12%、③喫煙所の数 28%

平和通り



- 来街頻度：ほぼ毎日：12%
週2~3回：8% 週1回：8%
- 性・年代別特長
女性層が9割と圧倒的に多く、若い層に交じって60代以上も多い。
①女性20代以下：32%
②女性60代以上：20%、③女性30代：12%



- 個別項目満足度
※大変満足＋満足が60%以上と高い項目
①店員とのコミュニケーション：77%
②食事の味・メニュー：73%
③品数の多さ：67%
④品数の良さ：61%
⑤商店街の雰囲気：60%
※30%に満たなかった項目
①休憩スペースやベンチ・トイレの数 9%、
②ごみ箱の数 12%、③喫煙所の数 19%、
④駐車場駐輪場の利便性 29%

第一牧志公設市場前



- 来街頻度：ほぼ毎日：24%
週2~3回：15% 週1回：9%
- 性・年代別特長
女性の若い層と高齢者に二分される。
①女性60代以上：33%
②女性20代：女性30代：各15%

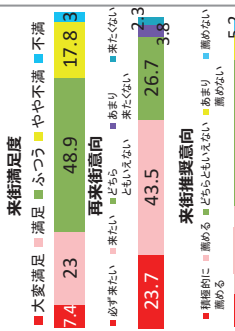


- 個別項目満足度
※大変満足＋満足が60%以上と高い項目
①店舗の雰囲気/食事の味・メニュー/店員とのコミュニケーション：81%
②品数の多さ：69%
③品数の良さ：65%
④店の雰囲気/食事の味・メニュー/店員とのコミュニケーション：各63%
※30%に満たなかった項目
①ごみ箱の数 7%、②トイレの数 9%、
③休憩スペースやベンチ 15%、④駐車場駐輪場の利便性 25%、
⑤喫煙所の数 25%、

新栄通り



- 来街頻度：ほぼ毎日：31%
週2~3回：15% 週1回：20%
- 性・年代別特長
男女ほぼ半々。男女の若い層と高齢層中心。
①男性20代以下：21%
②女性20代以下：15%、③女性60代以上：14%、④男性60代以上：13%



- 個別項目満足度
※この商店街の項目別の満足度は低く、最も高い項目でも50%に届かなかった。
①店員とのコミュニケーション：45%
②店の雰囲気/食事の味・メニュー/店員とのコミュニケーション：40%
③品数の多さ：39%
④品数の良さ：30%
※その他の項目は、30%に満たなかった、特に、「トイレの数」「ごみ箱の数」「休憩スペースやベンチ」は10%を下回る。

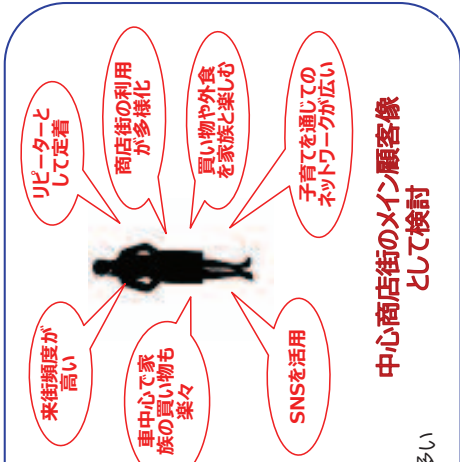
「県内地元客」調査結果概要_プロモーションターゲットの考察

メインターゲット

女性40代

家族との時間を大切にすることが、自分も買い物や食歩きに出かけ生活を楽しむ

1 居住地・職業	「那覇市内」60% 「会社員」30% 「パート・アルバイト」30% 「主婦」25%「自営業」10%	5 来街満足度	満足度は37%で全体の中でも低い割合
2 来街頻度	「週1回以上」50% 「月に1~2回程度」45%	6 再来街意向	90%と各層の中で最も高い
3 同行者	「家族」が40%で各層の中で最も多い。「ひとり」は30% 「買い物」45%、「食歩き・飲み歩き」40%、「街歩き・散歩」35%、	7 推奨意向	「友人・知人」への情報発信意向は68%で3番目に多い
4 来街目的		8 情報発信媒体	「クチコミ」55%の他に、「Facebook」30%、「ブログ」20%を利用
		9 来街手段	「タクシー」15%、「車」40% 車移動が5割以上と各層で最も多い

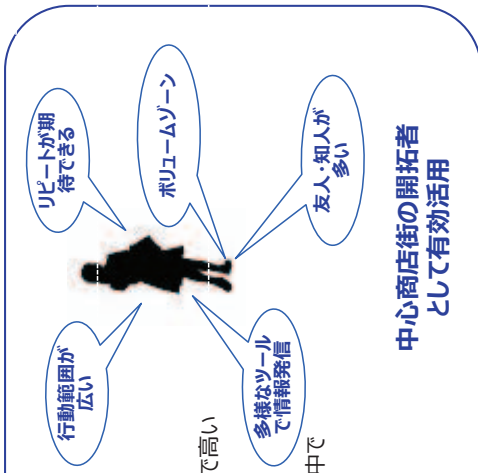


開拓ターゲット

女性10代・20代

時間を有効に使い、興味の多様化と友達とのコミュニケーションが活発

1 職業	職業は「学生」が68% 「会社員」が19%	5 来街満足度	満足度は最も高く、自分たちの飲食やウインドショッピングエリアとして位置づけている
2 来街頻度	「週1回以上」が41% 「月に1~2回程度」が42%	6 再来街意向	85%と高く、女性40代に次いで高い
3 同行者	「友人」と一緒に来街が54%で各層の中で最も多い	7 推奨意向	「友人・知人」への情報発信意向は78%と最も高い
4 来街目的	「街歩き・散歩」40% 「買い物」39% 「食歩き・飲み歩き」26%	8 情報発信媒体	「クチコミ」や「SNS」など各層の中で最も多様な媒体を活用
		9 来街商店街	「ドン・キホーテ前」33% 「新栄通り」26% 「デンブス館前広場」24%



「日本人観光客」調査結果概要_来街者全体像

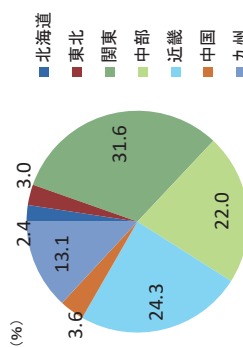
日本人観光客の特長

対象者:168人

- 来訪者は男性が多く、特に、「30代以下の若い層」が多い。居住地は人口に比例して大都市圏を含むエリアが多い。
- 男性は「友人」と「ひとり」で来るケースが多い。女性は「友人」と来る割合がほぼ半数を占める。家族や夫婦での来訪は女性の方が多くなっている。
- 来訪経験は「2回目以上」が多く、「はじめて」が4割。男性はリピーターが多く、女性は半数がはじめての来訪となっている。
- 来街者は知名度の高い国際通りの街並みと雰囲気を感じ、那覇の良さを味わいながら土産の購入や街歩き、食事を楽しんでいる。

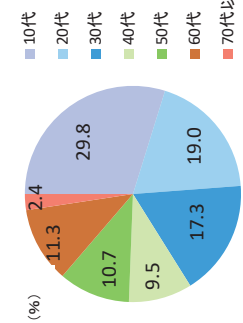
◆居住地

● 関東32% 近畿24% 中部22%と全体の8割を占める。東京都が15%、大阪府が11%となっている。



◆年代

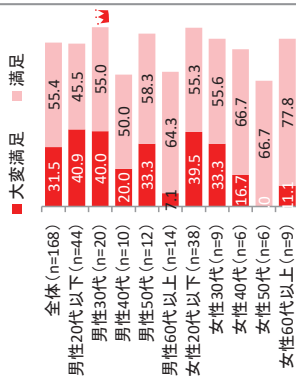
男性: 59.5% 女性: 40.5%



来街の評価

◆来街満足度

● 満足度は非常に高い。特に、男女とも20代以下と30代で「大変満足」している割合が高い。



● 男性: 大変満足33% 満足52%
● 女性: 大変満足29% 満足60%

◆来街同伴者

■ 自分ひとり ■ 友人 ■ 家族・親族 ■ 夫婦・パートナー ■ その他



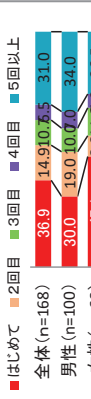
◆来街理由・目的

● 性・年代に関係なく、全体で高いのは次の目的。

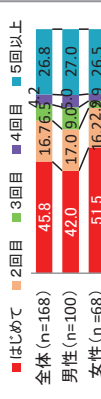
① お土産の購入 49% ② 街歩き・散歩 42%
③ 食事 32% ④ 食べ歩き・飲み歩き 26%

◆訪問・来街頻度

● 「沖縄」への来訪経験は、はじめてと5回以上が多い。男性がリピーターが多く、女性は初めての層が半数。



● 「商店街」への来街は、約半数がはじめての来街。リピーターはほぼ来街している傾向がある。

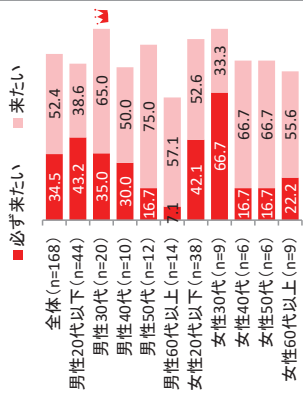


■ 来街満足度、再来街意向、来街推奨意向とも非常に高く、全体ではそれぞれ9割近くに達する。このエリアには、観光客を満足させ、何回も来たいと思わせる魅力があり、リピーターが多く、はじめて来訪した人もまた来たいと感じている。

■ 来訪にあたってはガイドブックを参照している。要望としては、トイレの設置、休憩スペースの確保、公衆無線LAN、案内板やマップなどの要望が高い。

◆再来街意向

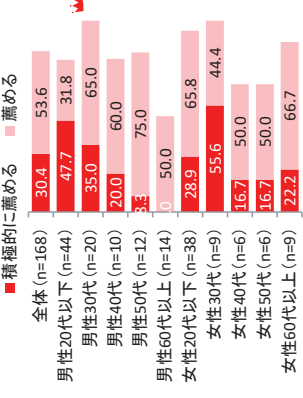
● 男女とも若い層のリピート意向が高く、9割を超える。



● 男性: 必ず来たい32% 来たい52%
● 女性: 必ず来たい38% 来たい53%

◆来街推奨意向

● 若い層を中心に周囲への情報発信が期待できる。



● 男性: 積極的に薦める31% 薦める49%
● 女性: 積極的に薦める29% 薦める60%

◆商店街の認知経路

- 全体で高かったのは、
① 旅行ガイドブック 29% ② 友人・知人 19%
③ 旅行サイト等ネット情報 13% ④ ツアー 10%
● この傾向は各層で共通している。

◆商店街の要望

- 全体で要望が高かったのは、
① トイレ: 36% ② 休憩スペースベンチ: 36%
③ 公衆無線LAN: 21% ④ 案内板: 18%
⑤ 魅力的な店舗の集積/イベントや祭り: 14%
⑥ 喫煙所の設置: 12% ⑦ マップ: 10%
● 女性で高かったのは、休憩スペースベンチ、トイレ、案内板、マップ。男性は、使いやすい駐車場、喫煙所。

「日本人観光客」調査結果概要_各商店街の特長

商店街の特長

- テンプス館前広場：若い男女の来街が中心。「本土とは違う文化」、「お土産の種類」、「店や街並みの雰囲気」の満足度が高く、再来街意欲も9割。
- ドン・キホーテ前：来街者層や満足度の内容はテンプス館前広場とほぼ同じ。再来街意欲も9割を超え、リピートが期待できる。
- 平和通り：男性の方がやや多く、30代が1/4を占める。近畿地区からの来訪が多かった。街並みの雰囲気が低かった。
- 第一牧志公設市場前：リピーターが多く、幅広い性・年代から集客している満足度も高く、中でも「食事の味メニュー」の評価が突出している。
- 新栄通り：男性層が多く、半数は関東地区。満足度、再来街意欲は他の商店街に比べて低い。

テンプス館前広場

n = 42 (25.0%)
男性：57.1% 女性：42.9%
関東：26% 近畿：24% 中部：21%

- 来街経験：はじめて：64%
2~3回：19% 5回以上：17%
- 性・年代別特長
男女の若い層が中心。
①男性20代以下：33%
②女性20代以下：29%

来街満足度
大変満足 満足 ふつう やや不満 不満
33.3 59.5 7.1

再来街意欲
必ず来たい 来たい どちらともいえない あまり来たくない 来たくない
38.1 52.4 9.5

来街推奨意欲
積極的に薦める 薦める どちらともいえない あまり薦めない 薦めない
35.7 52.4 11.9

- 個別項目満足度
※大変満足 + 満足が60%以上と高い項目
①本土とは違う文化を味わえる：95%
②お土産の種類：90%
③店の雰囲気：82% ④食事の味メニュー：80%
⑤品質の良さ：76% ⑥店員とのコミュニケーション：74% ⑦案内表記の分かりやすさ：63%
※最も低かったのは、「ごみ箱の数」で34%。

ドン・キホーテ前

n = 45 (26.8%)
男性：48.9% 女性：51.1%
中部：35% 近畿24% 関東：20%

- 来街経験：はじめて：56%
2~3回：28% 5回以上：16%
- 性・年代別特長
男女の若い層が中心。
①女性20代以下：36%
②男性20代以下：33%

来街満足度
大変満足 満足 ふつう やや不満 不満
44.4 48.9 6.7

再来街意欲
必ず来たい 来たい どちらともいえない あまり来たくない 来たくない
48.9 44.4 6.7

来街推奨意欲
積極的に薦める 薦める どちらともいえない あまり薦めない 薦めない
42.2 51.1 6.7

- 個別項目満足度
※大変満足 + 満足が60%以上と高い項目
①お土産の種類：89%
②本土とは違う文化を味わえる(街並みの雰囲気)：82%
③店の雰囲気：81% ④店員とのコミュニケーション：76% ⑤品質の良さ：75%
⑥案内表記の分かりやすさ：68%
※最も低かったのは、「ごみ箱の数」で35%。

平和通り

n = 14 (8.3%)
男性：57.1% 女性：42.9%
近畿：71% 関東：14%

- 来街経験：はじめて：14%
2~3回：57% 5回以上：29%
- 性・年代別特長
男性30代と女性20代以下が多い。
①男性30代：28%
②女性20代以下：21%。

来街満足度
大変満足 満足 ふつう やや不満 不満
35.7 42.9 21.4

再来街意欲
必ず来たい 来たい どちらともいえない あまり来たくない 来たくない
14.3 64.3 21.4

来街推奨意欲
積極的に薦める 薦める どちらともいえない あまり薦めない 薦めない
14.3 71.4 14.3

- 個別項目満足度
※大変満足 + 満足が60%以上と高い項目
①お土産の種類：79%
②案内表記の分かりやすさ：73%
③品質の良さ：72% ④店員とのコミュニケーション(街並みの雰囲気)：各71%
⑤食事の味メニュー：81% ⑥店員とのコミュニケーション：74% ⑦案内表記の分かりやすさ：68%
※最も低かったのは、「ごみ箱の数」で18%、「喫煙所の数」は25%で低かった。なお、「店の雰囲気」の良さは43%で商店街の中では最も低かった。

第一牧志公設市場前

n = 42 (25.0%)
男性：69.0% 女性：31.0%
関東：41% 中部24% 近畿：21%

- 来街経験：はじめて：31%
2~3回：26% 5回以上：43%
- 性・年代別特長
男女とも各性・年代に分布しており、広い層が来街している。

来街満足度
大変満足 満足 ふつう やや不満 不満
23.8 66.7 9.5

再来街意欲
必ず来たい 来たい どちらともいえない あまり来たくない 来たくない
33.3 59.5 7.1

来街推奨意欲
積極的に薦める 薦める どちらともいえない あまり薦めない 薦めない
28.6 54.8 16.7

- 個別項目満足度
※大変満足 + 満足が60%以上と高い項目
①食事の味メニュー：96%
②お土産の種類：90%
③街並みの雰囲気：87% ④本土とは違う文化を味わえる：84% ⑤店の雰囲気：74%
⑥店員とのコミュニケーション：74%
※最も低かったのは「ごみ箱の数」で7%、次いで「喫煙所の数」12%、「トイレの数」14%。

新栄通り

n = 25 (14.9%)
男性：68.0% 女性：32.0%
関東：56% 九州：214%

- 来街経験：はじめて：40%
2~3回：24% 5回以上：36%
- 性・年代別特長
男性の若い層が多く、女性は10%未満。
①男性20代以下/男性50代：17%
②男性30代：14%

来街満足度
大変満足 満足 ふつう やや不満 不満
16.0 48.0 24.0 12.0

再来街意欲
必ず来たい 来たい どちらともいえない あまり来たくない 来たくない
16.0 48.0 28.0 8.0

来街推奨意欲
積極的に薦める 薦める どちらともいえない あまり薦めない 薦めない
12.0 48.0 32.0 8.0

- 個別項目満足度
※大変満足 + 満足が60%以上と高い項目
①お土産の種類：77% ②本土とは違う文化を味わえる：73% ③店の雰囲気：63%
④品質の良さ：63%
※最も低かったのは、「ごみ箱の数」で12%、次いで「トイレの数」18%、「喫煙所の数」20%。

「日本人観光客」調査結果概要_プロモーションターゲット考察

メインターゲット

男性30代 沖縄や商店街のリピーターが多く、全員が今後も来たいとしており、「沖縄への愛着」が強い

1 居住地域・職業	「近畿」40% 「関東」30% 「会社員」80%
2 来訪頻度	沖縄：「2～4回」25% 「5回以上」35% 商店街：「2～4回」45% 「5回以上」30%
3 同行者	「友人・知人」35% 「職場の同僚」25% 「ひとり」20%
4 商店街認知経路	「友人・知人」25% 「旅行サイト等のネット情報」20%

5 来街目的	「お土産の購入」65% 「食事」40%、「街歩き・散歩」30%
6 来街商店街	「第一牧志公設市場前」30% 「デンプス館前広場」25%
7 来街満足度	満足度は95%で全体の中で最も高い (特に、「大変満足」が40%と高い)
8 再来街意向	全員が再び来たいとしている (「必ず来る」は35%)
9 推奨意向	友人・知人への情報発信力は80% で最も高く、影響力もある



「那覇が大好きリピーター」
友人・知人への影響力があり、
那覇の魅力の伝道師的存在

開拓ターゲット

女性10代・20代 現状では、初めての来街が多いが満足度や来訪意向が高いことから、次代のリピーターとして期待できる

1 居住地域・職業	「中部」40% 「関東」24% 「学生」79%、パート・アルバイト」13% 「会社員」8%
2 来街頻度	沖縄：「はじめて」71% 商店街：「はじめて」71%
3 同行者	「友人」71% 「家族・親戚」8%
4 商店街認知経路	「旅行ガイドブック」40% 「友人・知人」「SNS」各13%

5 来街目的	「お土産の購入」50% 「街歩き散歩」40%、「食事」34%、 「食べ歩き飲み歩き」32%
6 来街商店街	「ドン・キホーテ前」42% 「デンプス館前広場」32%
7 来街満足度	満足度は95%で男性30代同様に全体で最も高い (「大変満足」も40%と高い)
8 再来街意向	95%が再び来たいとしている (「必ず来る」は42%と高い)
9 推奨意向	友人・知人への情報発信力は95%と高い



那覇の魅力を五感で感じたことで
リピーターとして期待できる

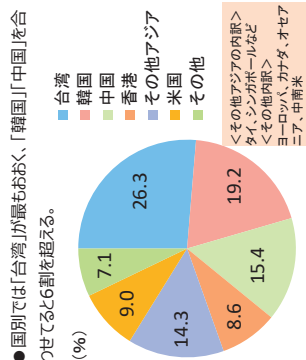
「外国人観光客」調査結果概要_来街者全体像

外国人観光客の特長

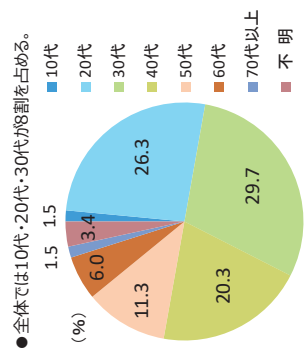
対象者: 266人

- 来訪者は「台湾」、「韓国」、「中国」の3か国で6割を占め、「香港」「米国」を加えると8割。性別では男女ほぼ同数。年代は20代・30代が中心。
- 同伴者は「家族連れ」と「友人」が多く、6割を超える。「ひとり」の観光客は1割と少ない。来訪経路は「はじめて」が大半でリピーターは少数。
- 来訪の情報は「旅行サイト等のネット情報」(32%)、「SNS」(27%)、「旅行ガイドブック」「友人・知人」(各24%) が国や性・年代を問わず良く利用されている。

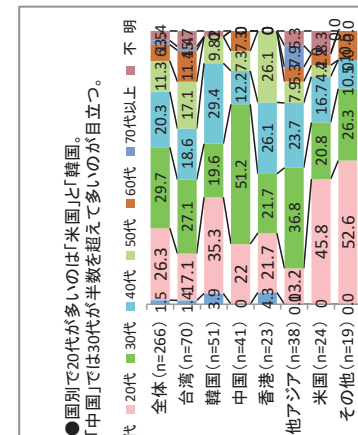
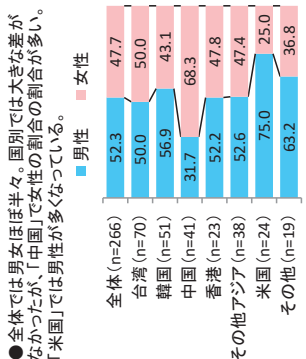
◆居住地



◆年代



◆国別性別・年代



来街状況と評価

◆沖縄・商店街の来訪経路

- 全体で「はじめて」が75%でリピーターは少ない。ただ、「台湾」が39%と高かった。
- 商店街にもはじめて来街した人が65%となった。

◆来街同伴者

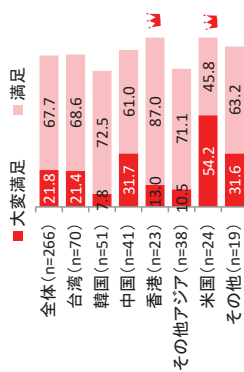
- 「家族・親族」が38%、「友人」が26%。家族・親族連れが多かったのは「中国」「香港」「台湾」。友人は「米国」「台湾」「香港」が多い。

◆来街理由・目的

- ① 街歩き・散歩: 67%
 - ② 食事: 42%
 - ③ お土産品の購入: 40%
 - ④ 食べ歩き・飲み歩き: 31%、有名なエリア: 22%
- 那覇の中心街でいろいろな体験を楽しんでおり、この傾向は各国共通している。

◆来街満足度

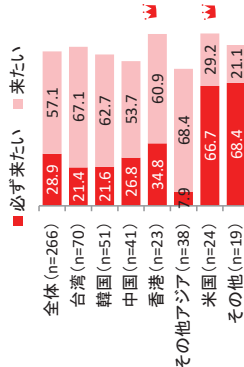
- 各国とも満足度は非常に高い。特に、「米国」「香港」が全員、「中国」「米国」は9割を超える。
- 大変満足」が多かったのは、「米国」と「中国」。



- 男性: 大変満足26% 満足64%
- 女性: 大変満足17% 満足72%

◆再来街意向

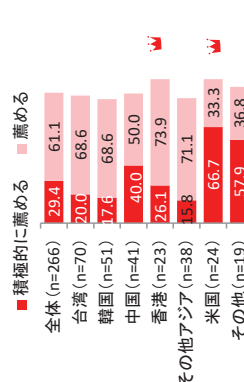
- 再来街意向は9割近く「来たい」「必ず来たい」が3割近くを占め、リピーターが期待できる。
- 「米国」「香港」で必ず来たい人が多い。



- 男性: 必ず来たい32% 来たい56%
- 女性: 必ず来たい25% 来たい58%

◆来街推奨意向

- 友人などへの推奨意向も高く、那覇中心商店街で体験したことや魅力を伝えることが期待できる。
- 「米国」「香港」で積極的に薦める割合が高い。



- 男性: 積極的に薦める32% 薦める59%
- 女性: 積極的に薦める27% 薦める64%

「外国人観光客」調査結果概要_各商店街の特長

商店街の特長

■各商店街とも満足度、再来街意向、推奨意向が高く、海外からのお客様にも満足してもらえるエリアになっている。中でも「第一牧志公設市場前」と「新栄通り」の来街者は、再来街意向と推奨意向のトップボックスが3割を超え、リピートが期待でき、友人などへの影響力がある。

■来街者の特長は、

デンプス館前広場：女性と台湾・中国が多い。ドン・キホーテ前：男性が6割と多く、幅広い国の方が来街。平和通り：全体とほぼ同様な来街者像。第一牧志公設市場前：20代・30代の若い層が多く、台湾が半数近く占め、自国と雰囲気似ていることがうかがえる。新栄通り：女性と20代・30代が多い。

デンプス館前広場

来街者：77人(28.9%)
男性：47% 女性：53%
20代：34% 40代：30% 30代：29%
■国別来街割合

- ①台湾：25% ②中国：20%
③韓国：18% ④その他アジア：13%
⑤米国：9%

来街満足度



再来街意向



来街推奨意向



ドン・キホーテ前

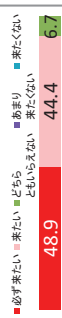
来街者：66人(24.8%)
男性：62% 女性：38%
30代：33% 40代：17% 20代/50代：各15%
■国別来街割合

- ①韓国：23% ②その他アジア：21%
③台湾：20% ④中国：17%
⑤米国：9%

来街満足度



再来街意向



来街推奨意向



平和通り

来街者：40人(15.0%)
男性：55% 女性：45%
20代：35% 30代：20% 40代/60代：各15%
■国別来街割合

- ①韓国：27% ②中国：25%
③台湾：23% ④その他アジア：10%
⑤香港：8%

来街満足度



再来街意向



来街推奨意向



第一牧志公設市場前

来街者：44人(16.5%)
男性：50% 女性：50%
30代：32% 20代27% 40代：18%
■国別来街割合

- ①台湾：27% ②香港：21%
③その他アジア：18% ④韓国：16%
⑤中国：11%

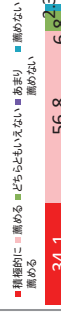
来街満足度



再来街意向



来街推奨意向



新栄通り

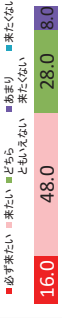
来街者：39人(14.7%)
男性：46% 女性：54%
30代：33% 20代21% 40代：15%
■国別来街割合

- ①台湾：44% ②米国：21%
③韓国/香港：各10%

来街満足度



再来街意向



来街推奨意向



項目別満足度

＜全体で「大変満足＋満足」が60%以上と高い項目＞

- ①街並みの雰囲気：86% ⑤支払方法の利便性：68%
②食事の味メニュー：82% ⑥店員とのコミュニケーション：67%
③お土産の種類：81% ⑦案内表記の分かりやすさ：63%
④品質の良さ：80%

＜他の商店街と比べて満足度が高かった項目＞

- ①平和通り 外国語対応能力：78%
案内表記の分かりやすさ：77%
②第一牧志公設市場前 店員とのコミュニケーション：72%

＜全体で「大変満足＋満足」が50%に満たない項目＞

- ①ごみ箱の数：22%
②喫煙所の数：37%
③Wi-Fiの利便性：40%
④トイレの数：41%

＜他の商店街と比べて満足度が低かった項目＞

- ①平和通り ごみ箱の数：8% 喫煙所の数：20%
トイレの数：28%
②新栄通り ごみ箱の数：9% トイレの数：23%
喫煙所の数：19%

要望項目

＜全体で要望が高い項目＞

- ①休憩スペース・ベンチ：41%
②公衆無線LAN：39%
③トイレ：38%
④イベントや祭り：23%

＜他の商店街と比べて要望が多かった項目＞

- ①平和通り 休憩スペース：53% 文化施設や娯楽施設：30%
魅力的な店舗：30%
②新栄通り トイレ：51% マップ：23%

日本人観光客と同様に、
休憩スペースや施設、公衆無線LAN、トイレの要望が多い。

「外国人観光客」調査結果概要_プロモーションターゲット考察

- 沖縄県入域観光客統計概況（平成30年1月発表）によると、平成29年1年間の外国人観光客は254万人となり、国別では「台湾」31%、「韓国」21%、「中国」20%、「香港」10%、「その他」19%となっている。
- 今回の調査でも「台湾」が26%で最も多いが、「韓国」「中国」「香港」「米国」からも来訪しており、それぞれの国からの来訪者がターゲットとして考えられる。
- 今回の試みとして有力なプロモーションターゲットを絞り込むために、来訪者の多さ、属性の多さ、属性の特長、商店街の評価、リピート意向、推奨意向などから以下のように考察した。

メインターゲット

台湾からの観光客

性別や年代に偏りがなく、来訪者が多く、4か国の中でもリピーターが最も多い。推奨意向も高く影響力が強い



サブターゲット

米国からの観光客

男性と20代が多く、はじめての来訪も多いが、満足度、再来街意向、推奨意向が高く、リピーターが期待できる



調査結果からみた中心商店街の課題 1

1. イメージから見た課題 ※「少ない/ない/悪い/そうでない」とマイナス回答が多かった項目（各対象全体で30%以上）

- 県内地元客、日本人観光客、外国人観光客ともに共通しているのは、『文化施設・娯楽施設』、『魅力的な祭りやイベント』、『積極的な情報発信』、『マスコミの露出』の4点で50%を超えており今後の検討課題といえる。
- 観光客は『地元のひとのふれあい』が少なく感じっており、特に、外国人観光客が地元のひとのふれあいを望んでいる。
- 商店街周辺の道路については、渋滞、商品・看板の多さ、違法駐車・駐輪が指摘されており、改善が望まれる。

分野	県内地元客 (n=305)	日本人観光客 (n=168)	外国人観光客 (n=266)
商店街全体	・活気がある雰囲気 (36%) ・県内外に誇れる観光地 (36%)	※マイナス回答が少ないためBlank	・ノスタルジック/エキゾチックな雰囲気 (33%)
利便性	・公共交通の便 (30%)	※マイナス回答が少ないためBlank	※マイナス回答が少ないためBlank
店舗	・魅力的な店舗 (48%)	※マイナス回答が少ないためBlank	※マイナス回答が少ないためBlank
施設	・文化施設・娯楽施設 (66%)	・文化施設・娯楽施設 (51%)	・文化施設・娯楽施設 (55%)
商品	・日常的な衣料品 (49%) ・生活雑貨・日用品 (42%) ・伝統工芸品を取り扱っている店舗 (38%) ・日常的な食料品・食料品 (38%)	※マイナス回答が少ないためBlank	※マイナス回答が少ないためBlank
イベント/地元 とのふれあい	・魅力的な祭りやイベント (53%)	・魅力的な祭りやイベント (45%) ・地元のひとのふれあい (38%) ・沖縄らしい体験ができる (34%)	・魅力的な祭りやイベント (65%) ・地元のひとのふれあい (62%)
情報発信	・積極的な情報発信 (55%) ・TVやマスコミ等に取上げられる頻度 (45%)	・積極的な情報発信 (44%) ・TVやマスコミ等に取上げられる頻度 (39%)	・TVやマスコミ等に取上げられる頻度 (63%) ・積極的な情報発信 (55%)
その他	・国際通りや周辺道路の渋滞が多い (79%) ・商品や看板が道路まで溢れている (60%) ・違法駐車・駐輪が多い (56%)	・国際通りや周辺道路の渋滞が多い (66%) ・商品や看板が道路まで溢れている (56%) ・違法駐車・駐輪が多い (38%)	・国際通りや周辺道路の渋滞が多い (42%) ・商品や看板が道路まで溢れている (39%) ・違法駐車・駐輪が多い (38%)

調査結果からみた中心商店街の課題 2

2. 要望から見た課題 ※ 要望が多かった項目（各対象全体で10%以上）

- 県内地元客、日本人観光客、外国人観光客ともに共通して高い要望は、『トイレの増設』、『休憩スペースやベンチの設置』で早急な対応が求められる。『イベントや祭り』、『公衆無線LAN』、『魅力的な店舗の集積』の要望も多く、今後の検討課題である。
- 観光客は『案内板』や『マップ』を要望する人もあることから充実が必要といえる。

分野	県内地元客 (n=305)	日本人観光客 (n=168)	外国人観光客 (n=266)
商店街全体	・バリアフリーの配慮 (13%) ・オーニング (12%) ・案内板/花壇や植栽路樹 (各11%)	・案内板 (18%) ・マップ (11%)	・案内板 (17%) ・マップ (14%)
店舗	・魅力的な店舗の集積 (24%)	・魅力的な店舗の集積 (14%)	・魅力的な店舗の集積 (20%)
施設	・トイレ (58%) ・休憩スペースベンチ (51%) ・使いやすい駐車場 (26%) ・喫煙所 (18%) ・駐輪場 (17%) ・文化施設や娯楽施設 (12%)	・トイレ (39%) ・休憩スペースベンチ (36%) ・喫煙所 (12%) ・使いやすい駐車場 (11%)	・休憩スペースベンチ (41%) ・トイレ (39%) ・文化施設や娯楽施設 (15%) ・使いやすい駐車場 (11%) ・喫煙所 (12%)
イベント	・イベントや祭り (26%)	・イベントや祭り (14%)	・イベントや祭り (23%)
通信関連	・公衆無線LAN (25%)	・公衆無線LAN (21%)	・公衆無線LAN (39%)

<参考> 平成28年度版「那覇市観光統計」

■ 航空乗客アンケート調査の結果でも「迎え入れる環境や体制の評価で、ワースト5に入っているのが「トイレ」や「憩いのスペース」であった。※%は「あてはまらない」「あまりあてはまらない」の合計

- ①「災害や台風時における防災・避難情報が充実していた」(15%)
- ②「国際通りやマチグワーに必要な数の駐車場が設備されていた」(17%)
- ③「日陰やベンチなど憩いのスペースが充実していた」(18%)
- ④「国際通りやマチグワーに必要なトイレが設備されていた」(21%)
- ⑤「観光地や観光施設を結ぶ公共交通が整っていた」(22%)

「新栄通り（浮島通り側）-調査員が見た新栄通り」

【調査時の様子】

午前から午後 2 時頃までは人通りは多く、比較的年配の方の通行が多い様子であった。平日の夕方から夜にかけては、通勤や通学で利用する若い年代が多く、学校帰りの制服姿の学生が友人と遊ぶために目的地までの通り道として利用しているようであった。

多くの来街者が、新栄通りで買い物・消費の様子はなく、その周辺での買い物などの目的をもって来街される方が多いようである。また、来街頻度が多い方はお気に入りの店や行き慣れている店があるようであった。

近くに宿泊をしている観光客の方は、通り道として利用している様子である。そのため、男性 4 人組や、女性グループ、外国人旅行者は家族連れもみられた。



【休日：13 時台 地元男性グループ】



【休日：15 時台 地元女性グループ】

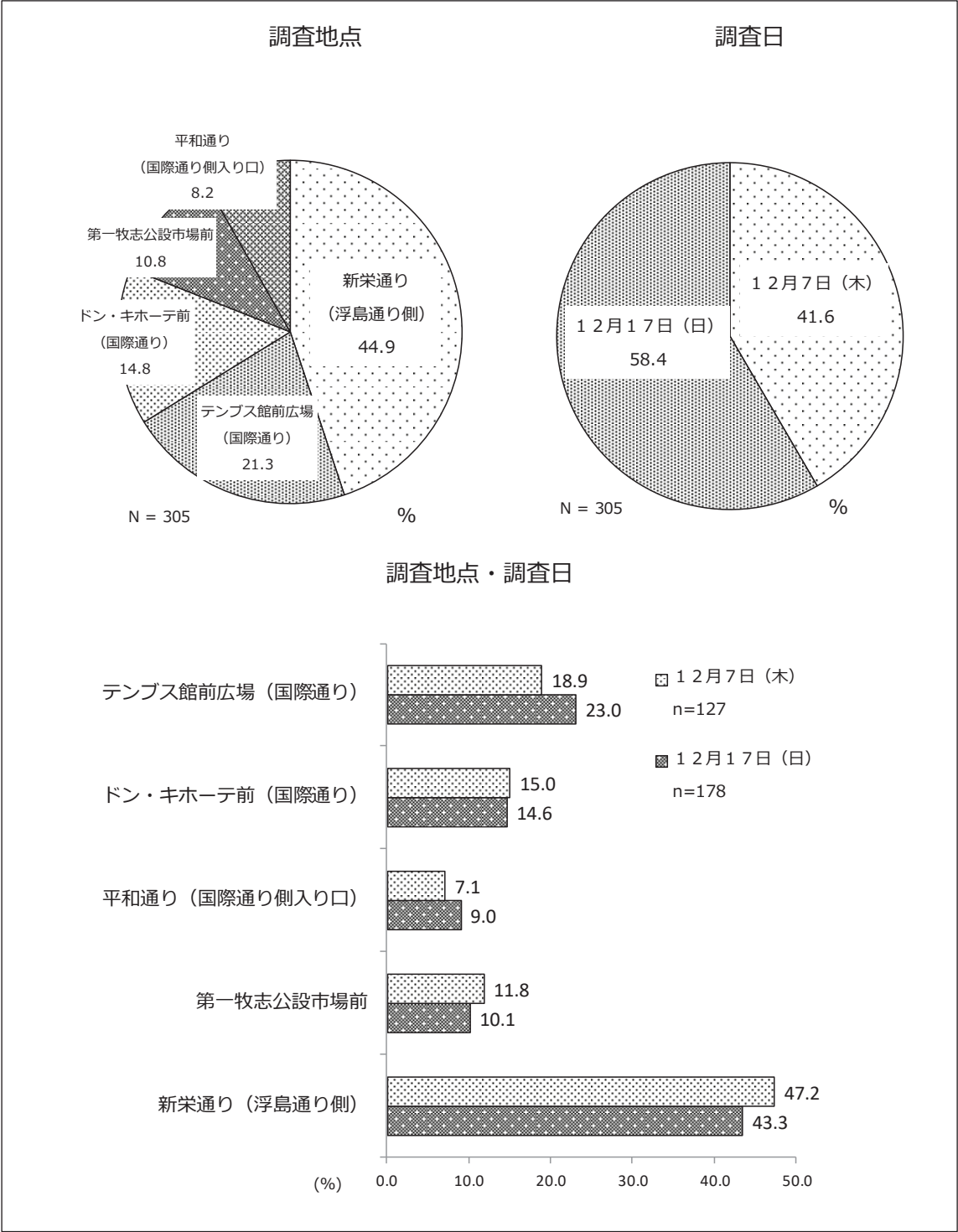


【休日:16 時台 外国人グループ】

3. 調査結果詳細【県内地元客】

3-1 回答者の属性

調査地点別にみると、「新栄通り(浮島通り側)」が 44.9% と最も高く、「テンブス館前広場(国際通り)」が 21.3%、「ドン・キホーテ前(国際通り)」が 14.8%、「第一牧志公設市場前」が 10.8%、「平和通り(国際通り側入り口)」が 8.2%となる。

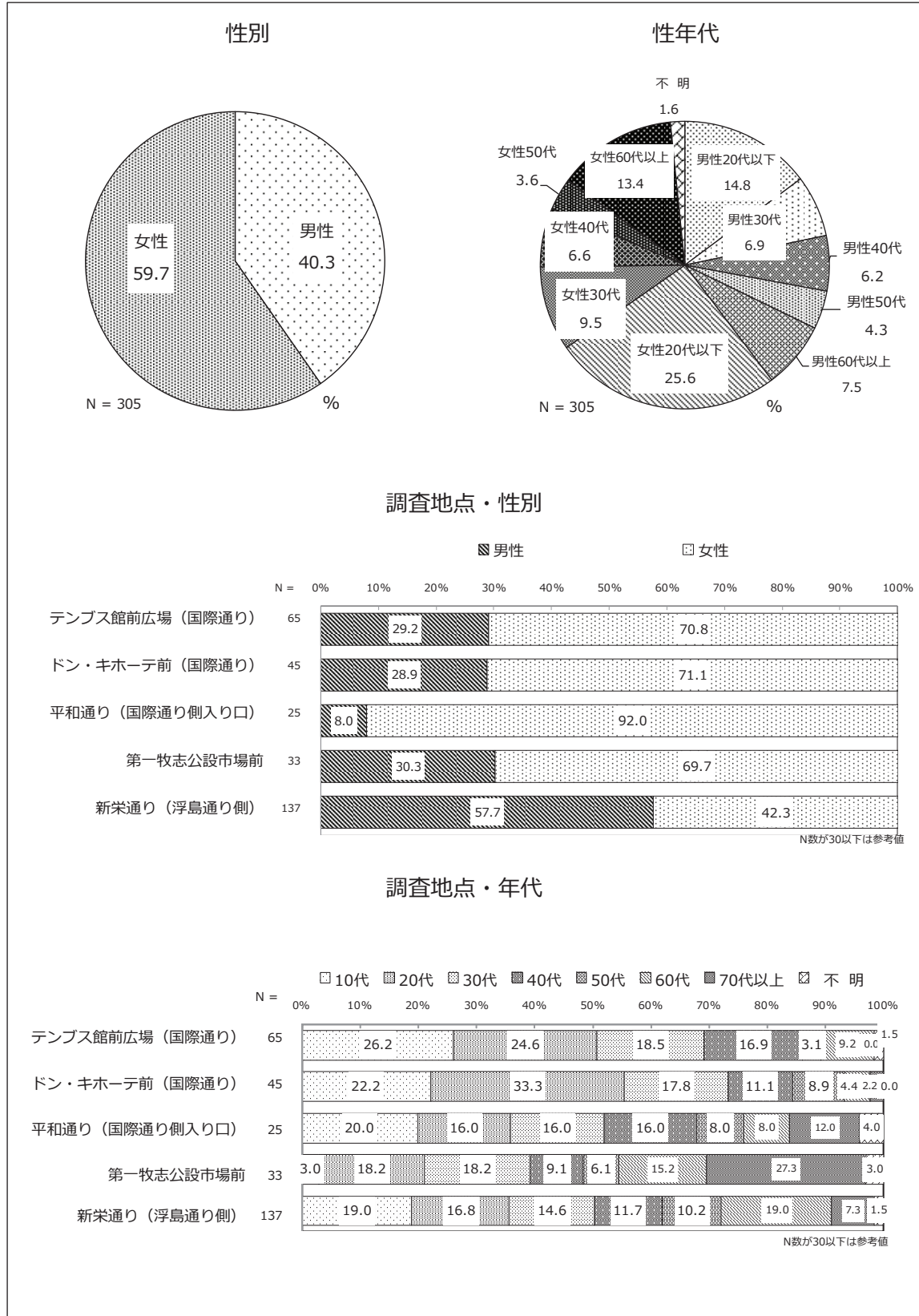


Ⅱ章 来街者アンケート調査結果

調査結果詳細【県内地元客】

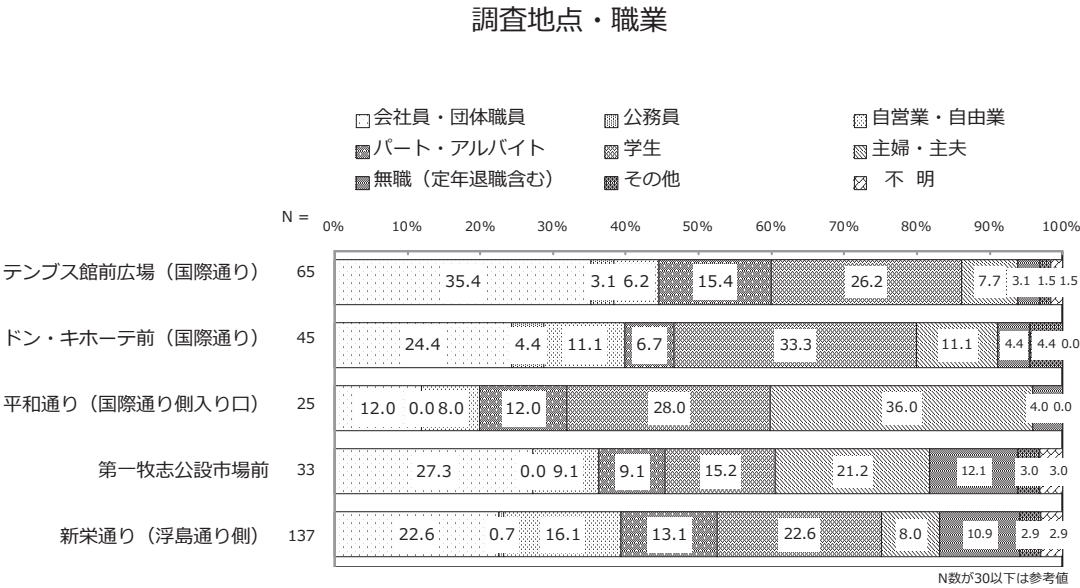
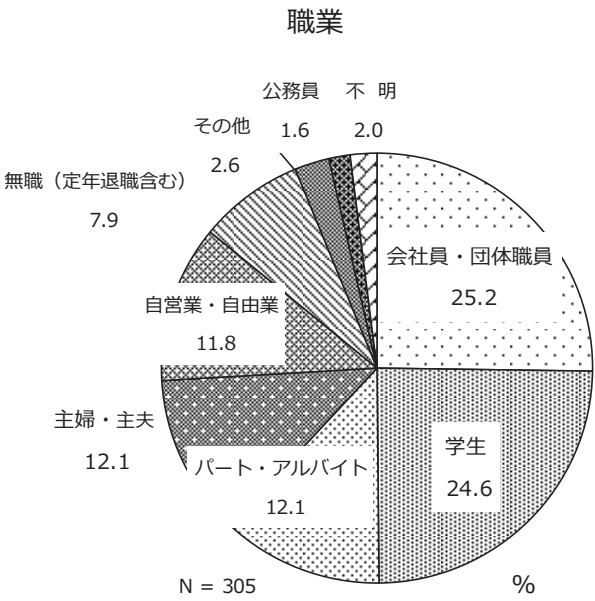
性・年代別にみると、「女性 20 代以下」の来街者が 25.6%と最も高く、続いて「男性 20 代以下」が 14.8%、「女性 60 代以上」が 13.4%となっている。

「新栄通り(浮島通り側)」を除く調査地点では、女性の回答者が 6 割を超える。

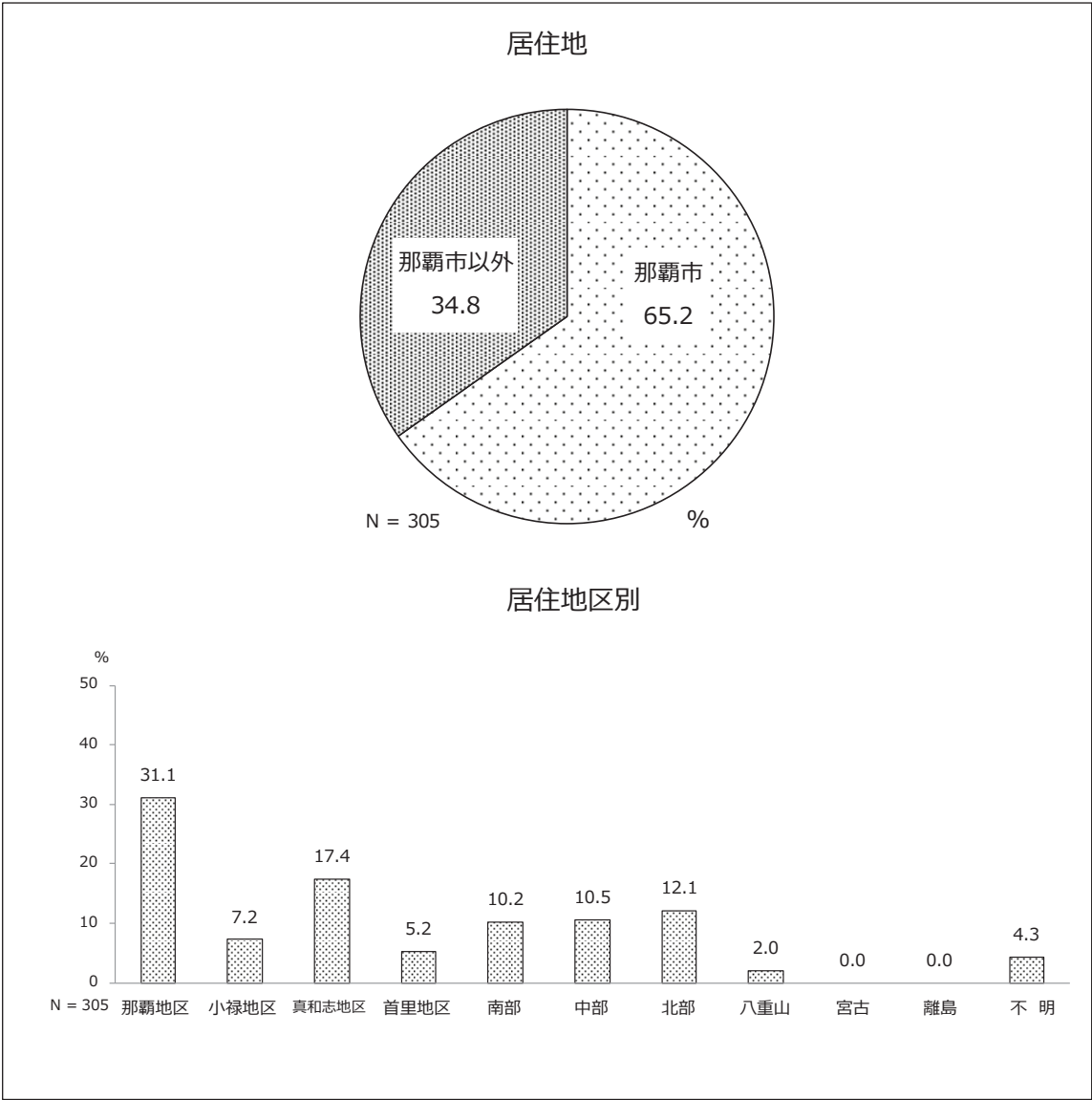


職業別にみると、「会社員・団体職員」の来街者が 25.2%と最も高くなっている。次いで「学生」が 24.6%、「パート・アルバイト」と「主婦・主夫」の 12.1%と続く。

調査地点の職業別をみると、「テンブス館前(国際通り)」では「会社員・団体職員」が 35.4%で高く、「ドン・キホーテ前(国際通り)」では学生が 33.3%と回答者数の割合が高い。



居住地別にみると、全体では「那覇市」からの来街者が 65.2%で、その内訳として「那覇地区」からが 31.1%と最も高く、「真和志地区」からが 17.4%となる。那覇市外では、北部からの来街者が 12.1%と中部の 10.5%、南部の 10.2%よりも高い。



【居住地（那覇市内）】

	那覇地区									
調査数	樋川	壺屋	牧志	松尾	泉崎	久米	泊	松山	久茂地	楚辺
199	13	11	11	10	6	5	5	5	4	4
(%)	6.5	5.5	5.5	5.0	3.0	2.5	2.5	2.5	2.0	2.0

	那覇地区									
調査数	おもろまち	天久	辻	安謝	上之屋	壺川	西	前島	旭町	若狭
199	3	3	3	2	2	2	2	2	1	1
(%)	1.5	1.5	1.5	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	0.5	0.5

	小禄地区						
調査数	小禄	宇栄原	赤嶺	金城	高良	具志	田原
199	10	6	2	1	1	1	1
(%)	5.0	3.0	1.0	0.5	0.5	0.5	0.5

	真和志地区									
調査数	安里	古波蔵	国場	与儀	寄宮	繁多川	識名	三原	松川	長田
199	11	7	7	5	5	4	4	3	2	1
(%)	5.5	3.5	3.5	2.5	2.5	2.0	2.0	1.5	1.0	0.5

	真和志地区			
調査数	上間	仲井真	真嘉比	松島
199	1	1	1	1
(%)	0.5	0.5	0.5	0.5

	首里地区	
調査数	首里	不 明
199	16	13
(%)	8.0	6.5

【居住地（那覇市以外）】

	【北部】				
調査数	名護市	国頭村	本部町	宜野座村	伊江村
106	29	5	1	1	1
(%)	27.4	4.7	0.9	0.9	0.9

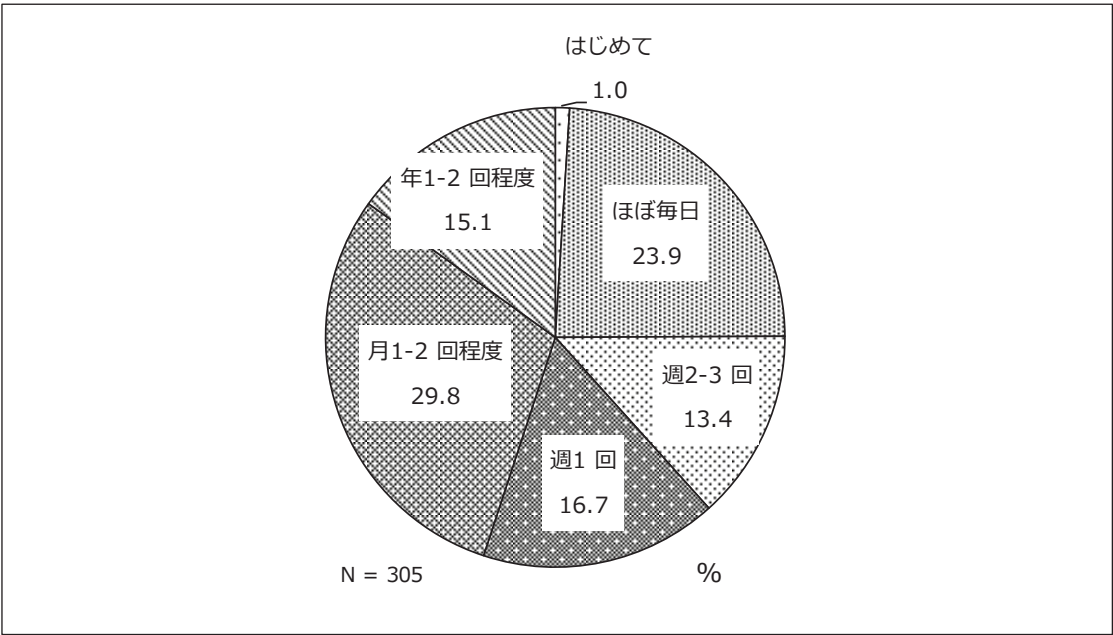
	【中部】						
調査数	沖縄市	うるま市	北中城村	読谷村	浦添市	北谷町	西原町
106	10	9	7	3	1	1	1
(%)	9.4	8.5	6.6	2.8	0.9	0.9	0.9

	【南部】					【八重山】	
調査数	豊見城市	与那原町	久米島町	糸満市	南風原町	石垣市	与那国町
106	8	8	8	5	2	5	1
(%)	7.5	7.5	7.5	4.7	1.9	4.7	0.9

3-2 来街頻度

(1)全体

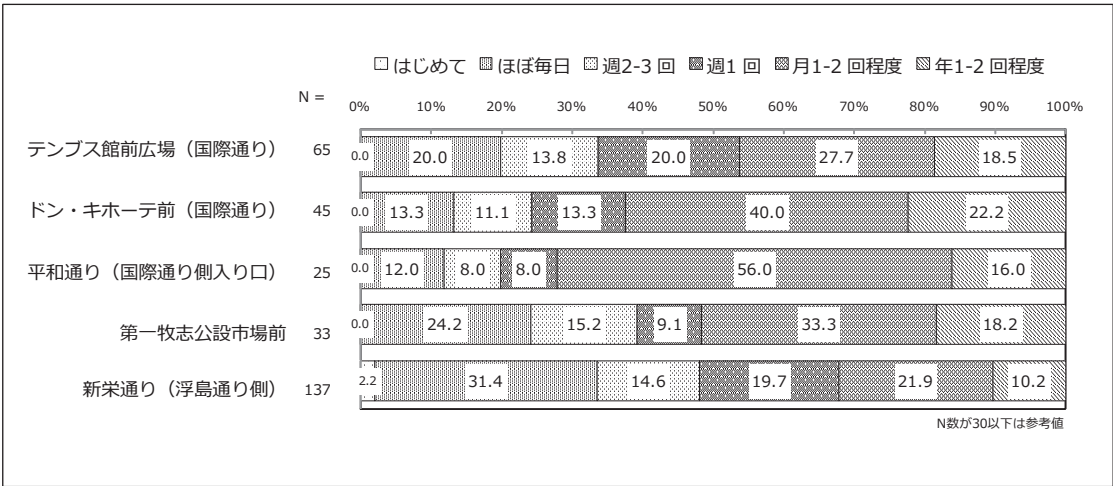
来街頻度では「月 1-2 回程度」の 29.8%が最も高く、「ほぼ毎日」23.9%と続く。
「ほぼ毎日」「週 2-3 回」「週 1 回」を合わせると 54.0%の人が 1 週間に 1 回以上訪れていることになる。



(2)調査地別

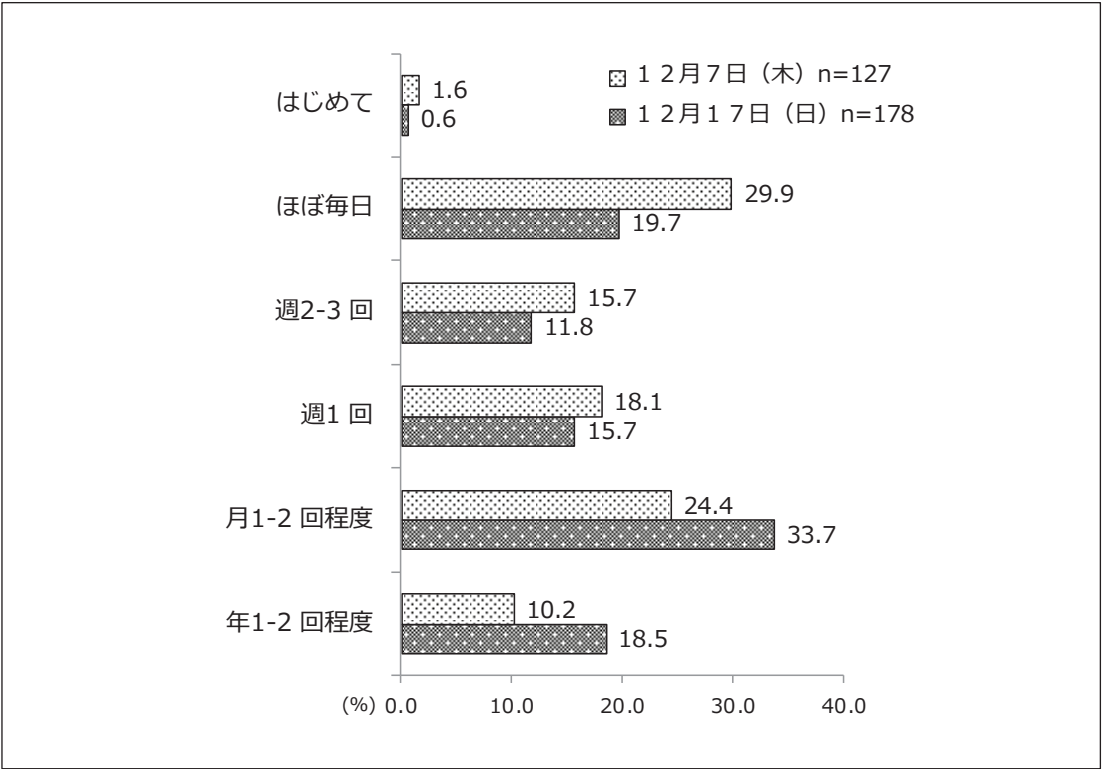
「新栄通り(浮島通り側)」では他の調査地点と比べて、「ほぼ毎日」訪れる来街者が 31.4%で最も高くなっている。

「ドン・キホーテ前(国際通り)」では、「月 1-2 回程度」40.0%と「年 1-2 回程度」22.2%を合わせた 66.2%の人が少ない頻度で来街している。



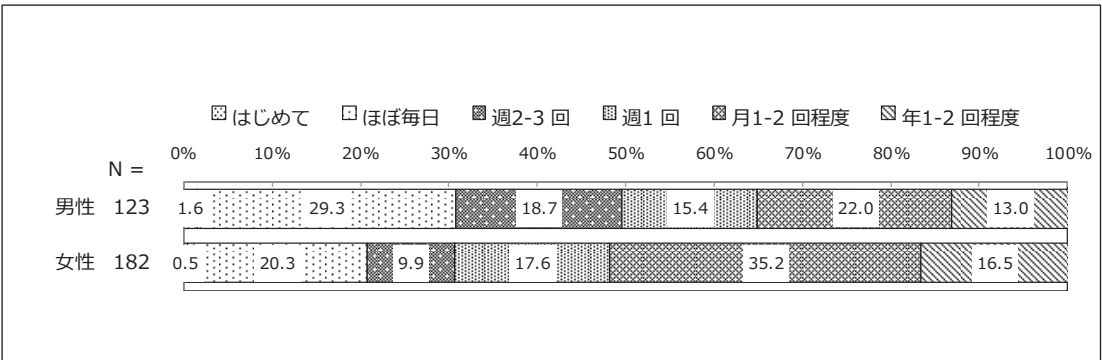
(3)調査日

休日となる12月17日(日)では「月1-2階程度」と「年1-2回程度」の頻度で訪れる来街者の割合が平日を超える。



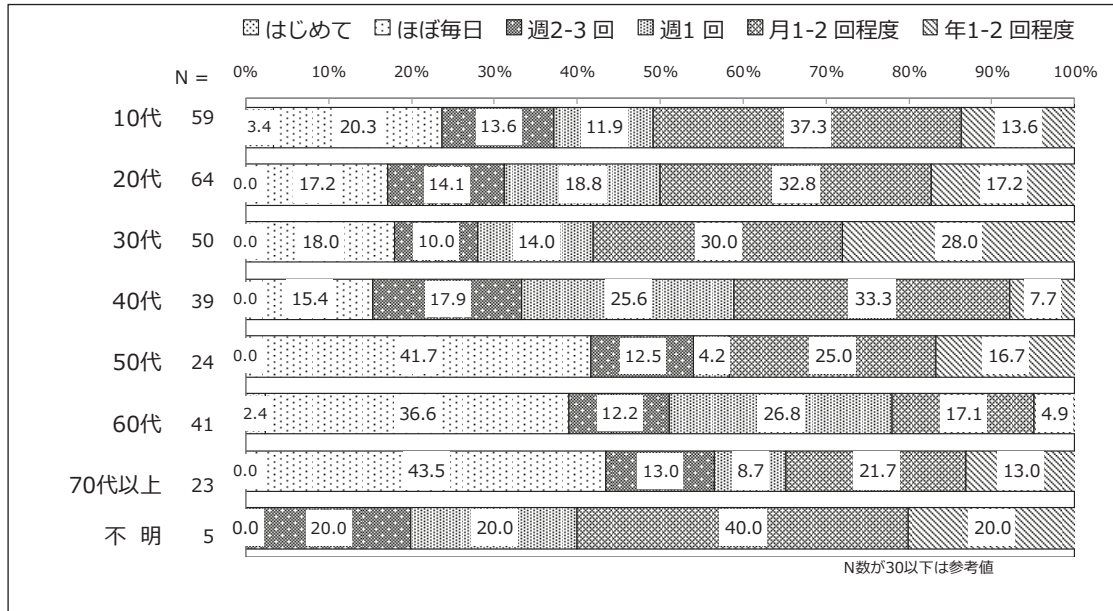
(4)性別

男性では、訪問頻度で「ほぼ毎日」と回答した割合が29.3%で最も高く、女性では「月1-2回程度」の35.2%が高い。



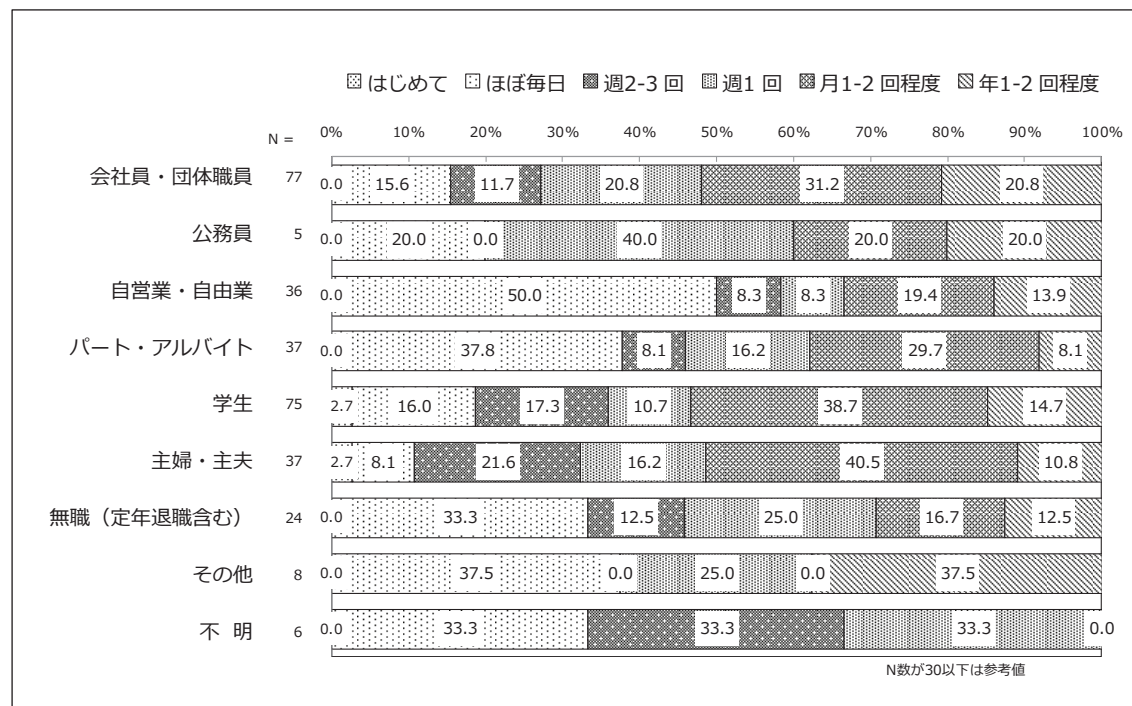
(5)年代

年代別でみると、10代～40代の年代では「月1-2回程度」で来街する割合が3割と高く、50代以上の年代では、「ほぼ毎日」来街する割合は、50代で41.7%、60代で36.6%、70代で43.5%と他の若い年代と比べて高い。



(6)職業

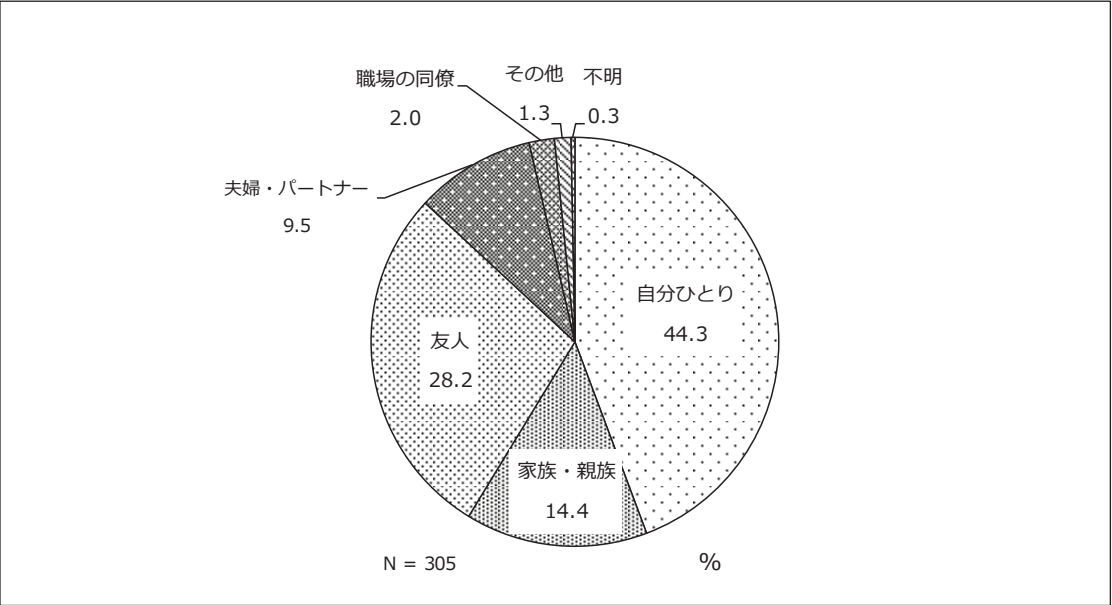
「会社員・団体職員」や「学生」、「主婦・主夫」では来街頻度が「月1-2回程度」と答えた割合が3割を超える。



3-3 今回の同行者の種類

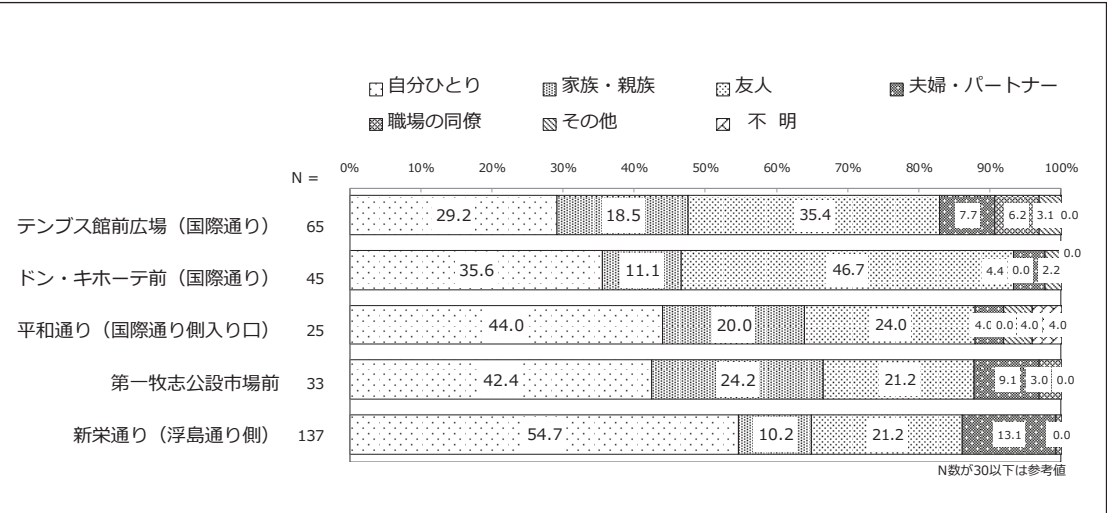
(1)全体

「自分ひとり」が44.3%と最も高く、「友人」が28.2%、「家族・親族」が14.4%と続く。



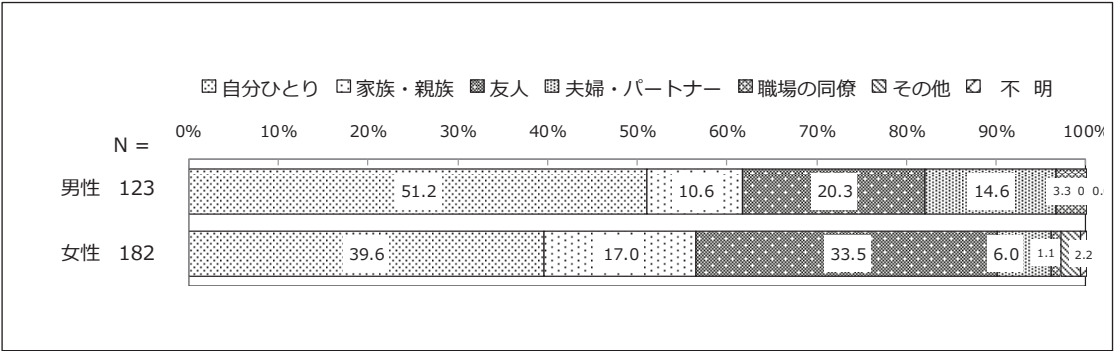
(2)調査地別

「新栄通り（浮島通り側）」では54.7%が「自分ひとり」で来街している。
同行者が「友人」と回答した割合が高い調査地点は「テンブス館前(国際通り)」の35.4%と「ドン・キホーテ前(国際通り)」の46.7%で他の調査地点と比べて割合が高い。



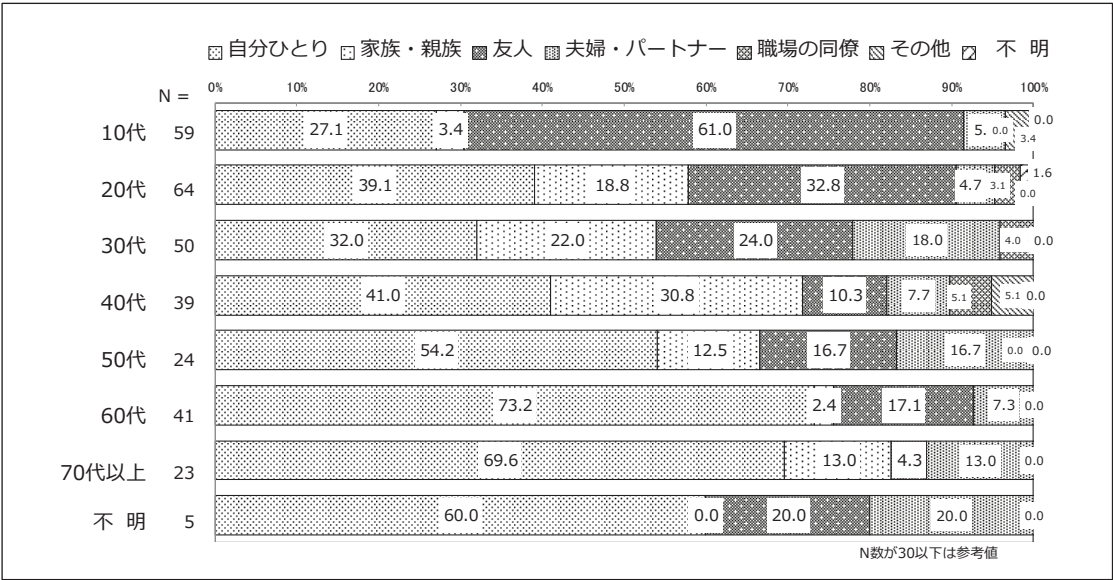
(3)性別

男性では「自分ひとり」が 51.2%と約半数となり、女性では「自分ひとり」が 39.6%と最も高く、次いで「友人」33.5%が続く。



(4)年代

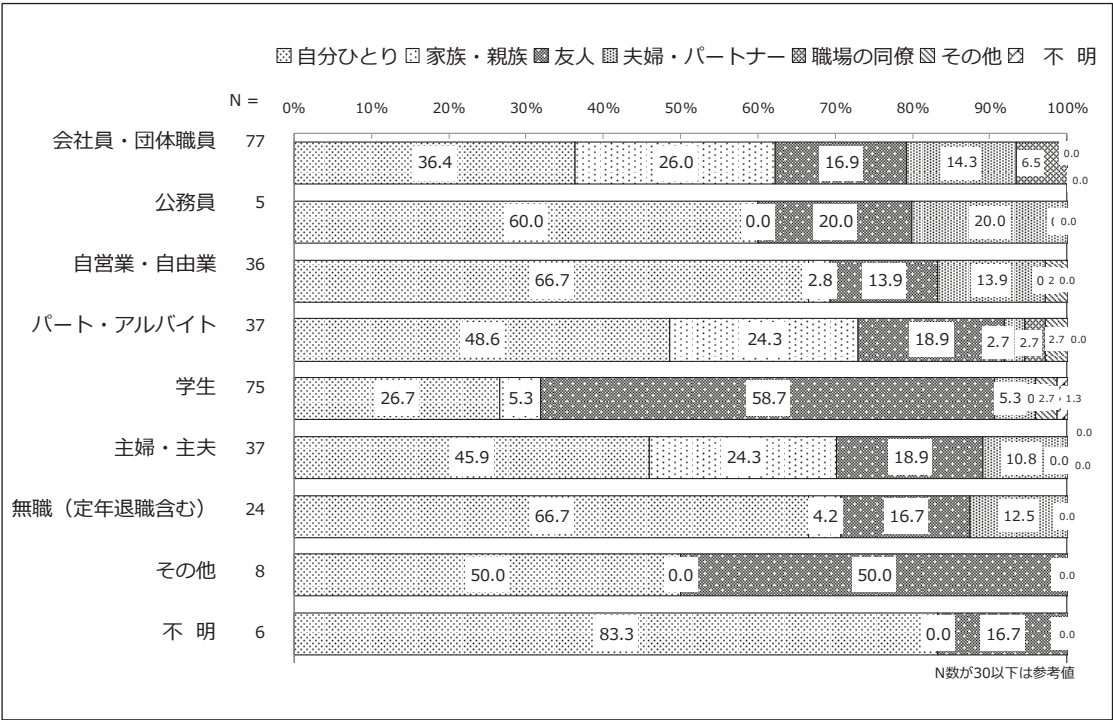
年代別にみると、「10代」では「友人」と訪れる割合が 61.0%と最も高い。「自分ひとり」と答えた 30代 32.0%、40代 41.0%、60代 73.2%と年代が上がるにつれて割合が高くなる。



(5)職業

同行者の職業別で、「会社員・団体職員」をみると「自分ひとり」と答えた割合が 36.4%
と最も高く、次いで「家族・親族」が 26.0%となる。

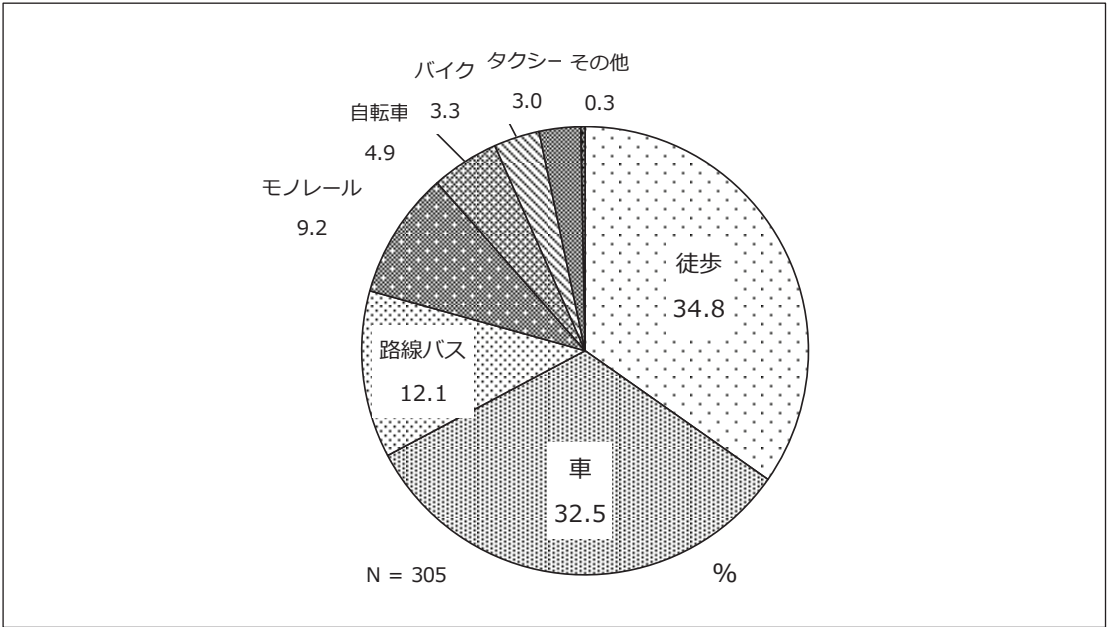
学生では、「友人」と同行した割合が半数を超える。



3-4 商店街への来街手段

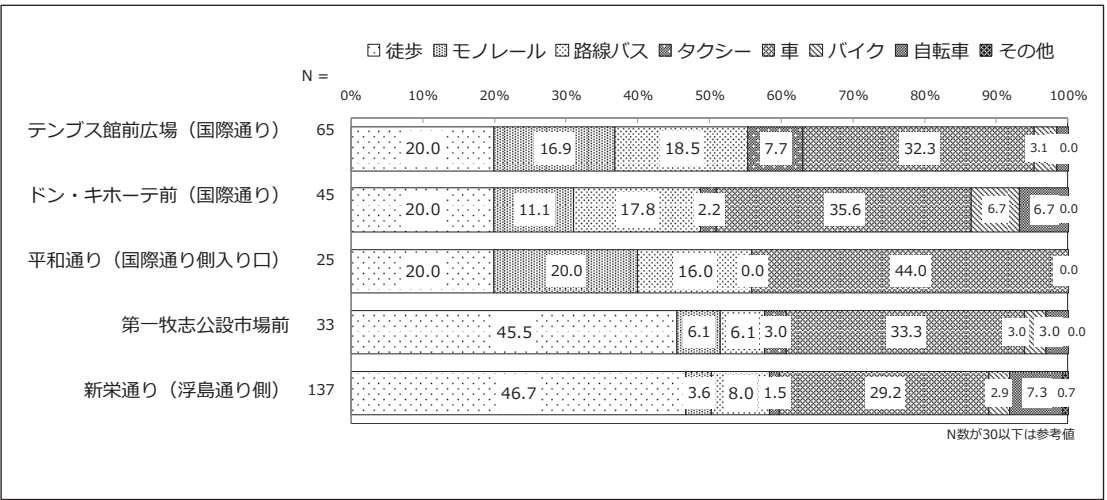
(1) 全体

来街手段は「徒歩」34.8%が最も高く、「車」32.5%、「路線バス」12.1%と続く。



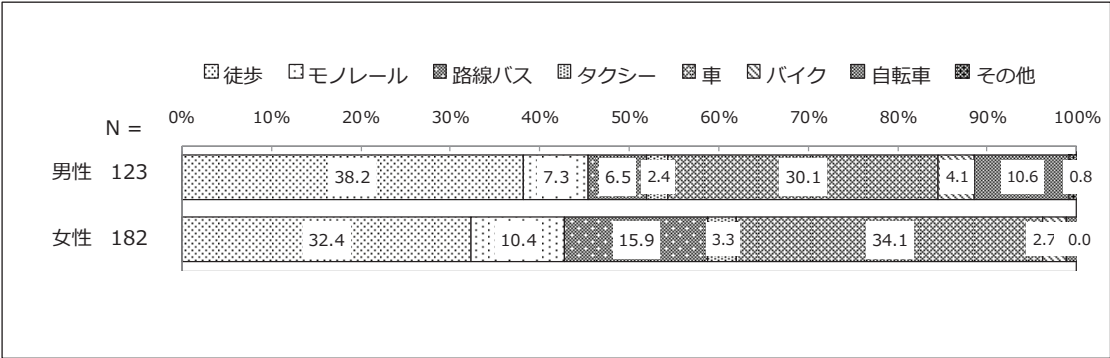
(2) 調査地別

「徒歩」と答えた割合が高いのは「第一牧志公設市場前」45.5%、「新栄通り(浮島通り側)」46.7%で他の通りと比べて「徒歩」での来街手段の割合が高い。



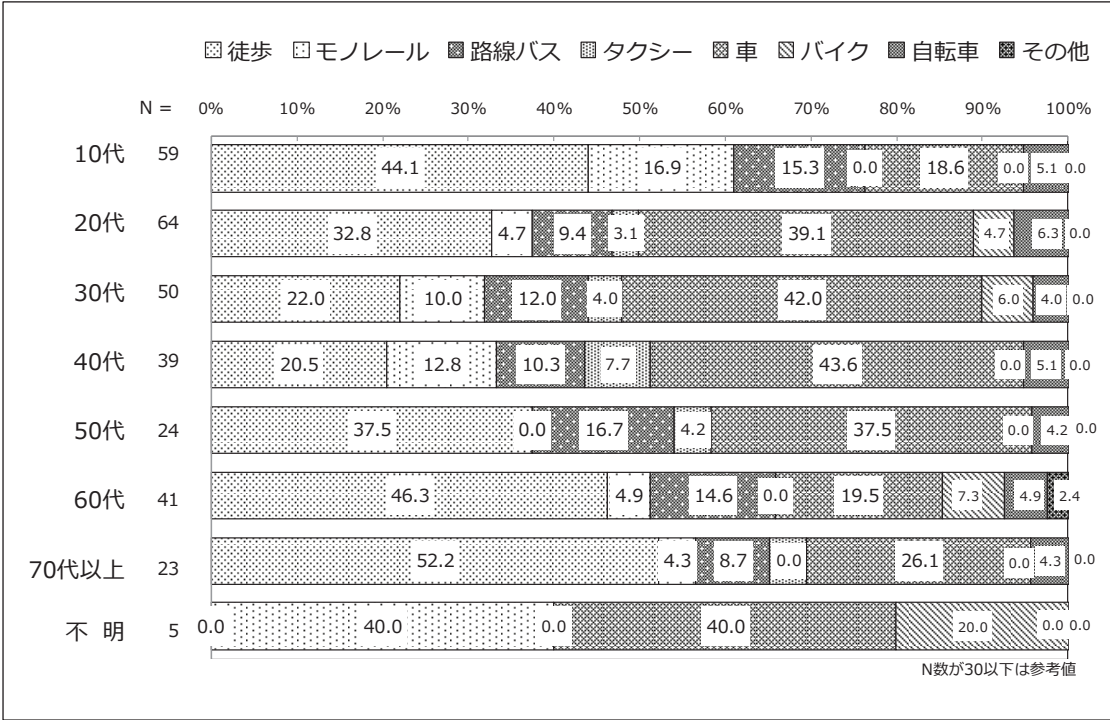
(3)性別

来街手段が「モノレール」や「路線バス」、「タクシー」を合わせた公共交通を利用する割合をみると、男性の16.2%に比べて女性の29.6%が高い。



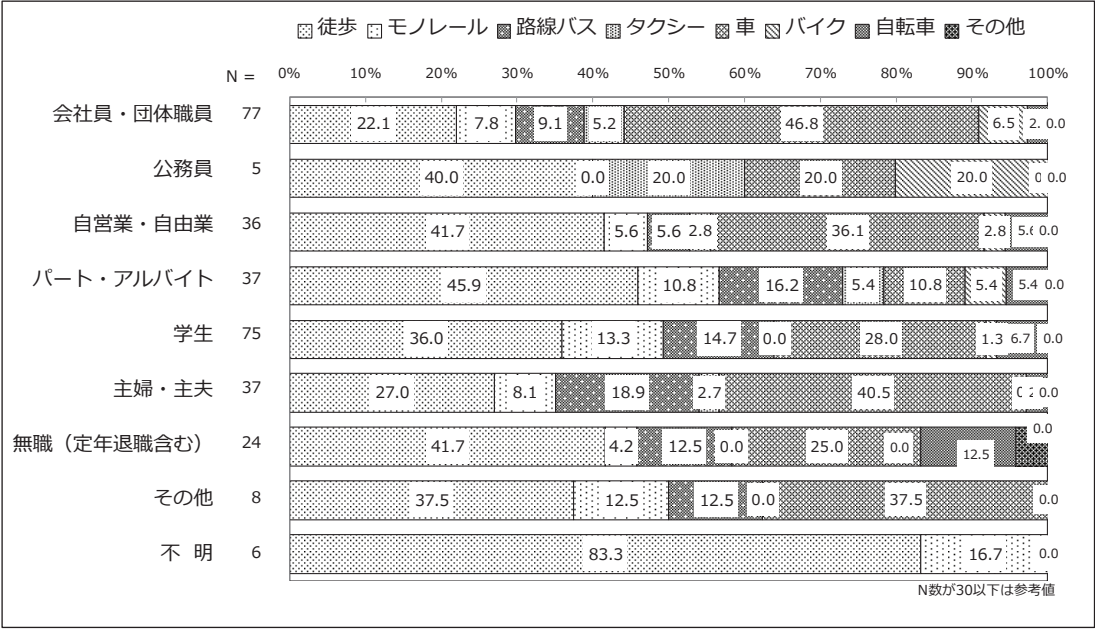
(4)年代

「車」での手段で来街は20代39.1%、30代42.0%、40代43.6%と他の年代と比べて割合が高く、50代以上では「徒歩」での割合は年代が上がるごとに高くなる。



(5) 職業

職業別では「会社員・団体職員」の「車」での来街が46.8%と最も高い。

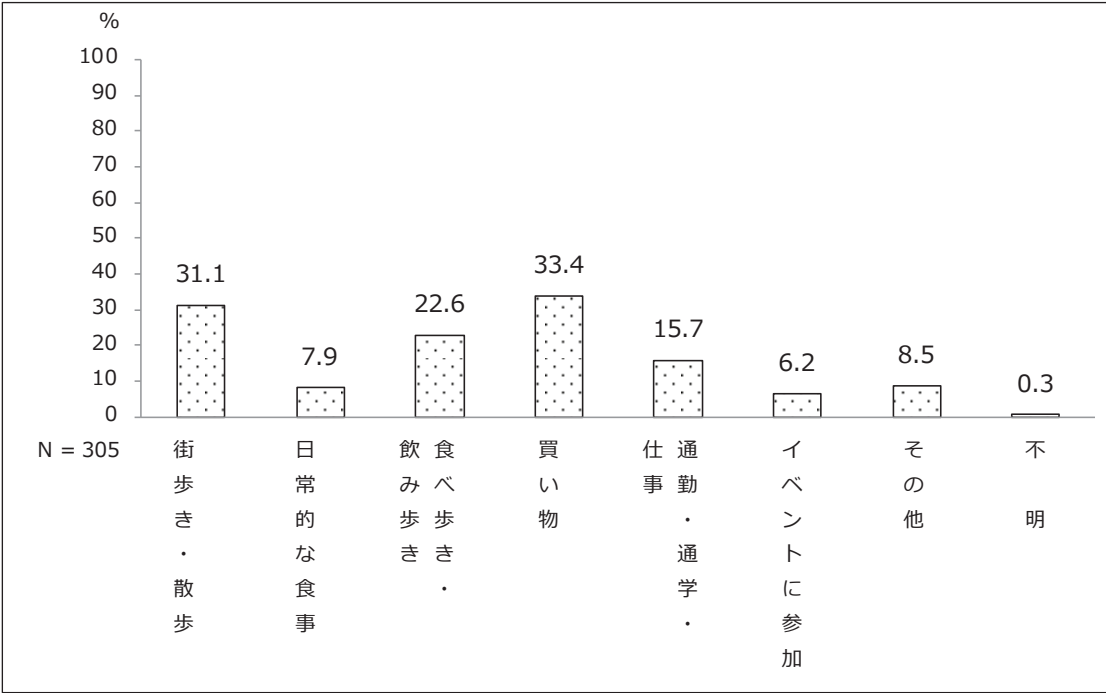


3-5 商店街への来街理由

(1)全体

「買い物」が33.4%と最も高く、次いで「街歩き・散歩」が31.1%、「食べ歩き・飲み歩き」が22.6%となる。

「その他」の回答では「模合」や「通院」、「映画鑑賞」、「サイクリング」、「友人との待ち合わせ」、「デート」、「エステ」、「カルチャー」、「会合」等が挙げられた。



(2)調査地別

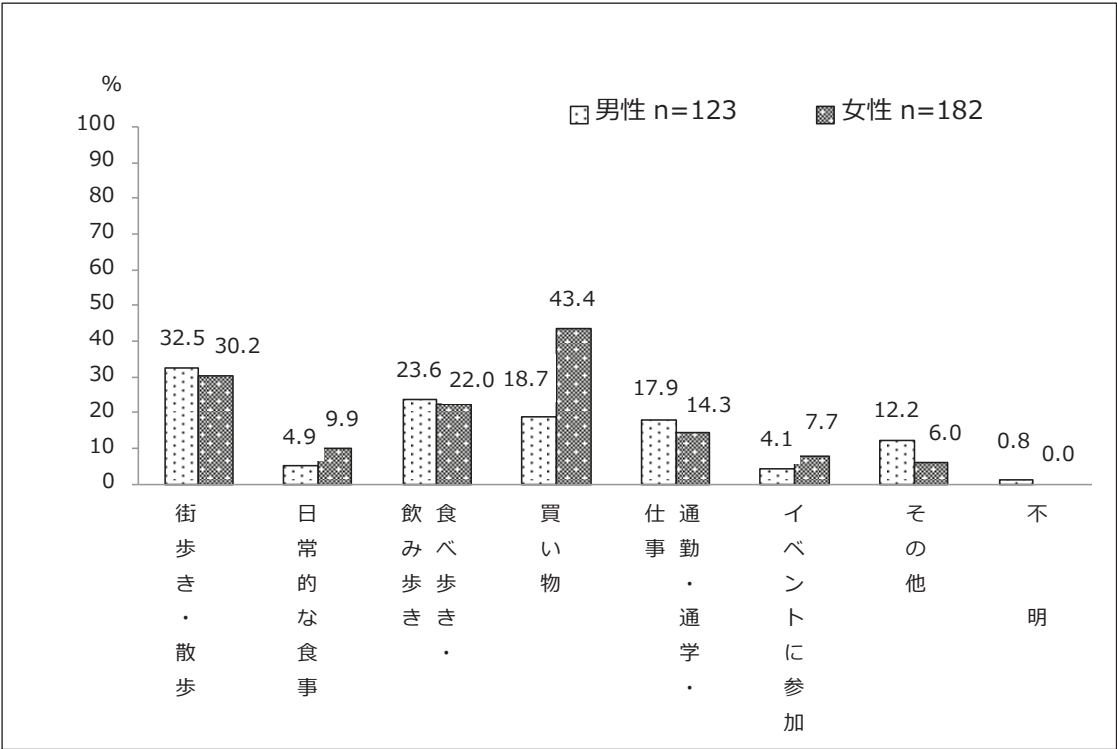
テンブス館前(国際通り)、ドン・キホーテ(国際通り)でみると、3割以上が「食べ歩き・飲み歩き」を目的とする来街者が約3割と他の通りに比べて割合が高く、「新栄通り(浮島通り側)」では「街歩き・散歩」を来街目的とする来街者が34.3%となる。

(%)	N数	街歩き・散歩	日常的な食事	食べ歩き・飲み歩き	買い物	通勤・通学・仕事	イベントに参加	その他	不明
テンブス館前広場 (国際通り)	65	29.2	4.6	32.3	35.4	20.0	7.7	3.1	0.0
ドン・キホーテ前 (国際通り)	45	31.1	6.7	31.1	37.8	13.3	8.9	6.7	0.0
平和通り (国際通り側入り口)	25	20.0	16.0	20.0	44.0	8.0	16.0	4.0	0.0
第一牧志公設市場前	33	30.3	6.1	18.2	51.5	3.0	3.0	6.1	0.0
新栄通り (浮島通り側)	137	34.3	8.8	16.8	24.8	19.0	3.6	13.1	0.7

N数が30以下は参考値

(3)性別

「買い物」の項目では男性の18.7%に比べて、女性は43.4%と性別での開きがある。



(4)年代

年代別にみると「10代」では「街歩き・散歩」では44.1%と最も高く、他の年代よりも割合が高い。

「40代」では「食べ歩き・飲み歩き」が38.5%と4割近くが来街目的に挙げている。

(%)	N数	街歩き・散歩	日常的な食事	食べ歩き・飲み歩き	買い物	通勤・通学・仕事	イベントに参加	その他	不明
10代	59	44.1	3.4	25.4	30.5	16.9	5.1	5.1	0.0
20代	64	34.4	10.9	20.3	28.1	18.8	1.6	4.7	0.0
30代	50	28.0	4.0	28.0	24.0	12.0	18.0	2.0	2.0
40代	39	25.6	12.8	38.5	30.8	20.5	12.8	2.6	0.0
50代	24	20.8	16.7	16.7	33.3	29.2	4.2	8.3	0.0
60代	41	29.3	4.9	9.8	41.5	9.8	0.0	29.3	0.0
70代以上	23	26.1	8.7	8.7	60.9	4.3	0.0	13.0	0.0
不明	5	0.0	0.0	40.0	60.0	0.0	0.0	20.0	0.0

N数が30以下は参考値

(5)職業

職業別にみると、「会社員・団体職員」では「買い物」28.6%、「街歩き・散歩」26.0%、「食べ歩き・飲み歩き」23.4%と3つの項目で2割を超える。
「主婦・主夫」では56.8%が「買い物」を目的に来街している。

(%)	N数	街歩き・散歩	日常的な食事	食べ歩き・ 飲み歩き	買い物	通勤・通学・ 仕事	イベントに参 加	その他	不 明
会社員・団体職員	77	26.0	9.1	23.4	28.6	14.3	7.8	1.3	1.3
公務員	5	40.0	0.0	40.0	40.0	0.0	0.0	0.0	0.0
自営業・自由業	36	22.2	13.9	30.6	19.4	33.3	8.3	5.6	0.0
パート・アルバイト	37	29.7	5.4	24.3	35.1	27.0	2.7	8.1	0.0
学生	75	46.7	5.3	22.7	30.7	16.0	5.3	6.7	0.0
主婦・主夫	37	21.6	10.8	16.2	56.8	2.7	8.1	13.5	0.0
無職（定年退職含む）	24	25.0	4.2	12.5	41.7	4.2	4.2	33.3	0.0
その他	8	37.5	0.0	0.0	25.0	12.5	12.5	25.0	0.0
不 明	6	33.3	16.7	50.0	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0

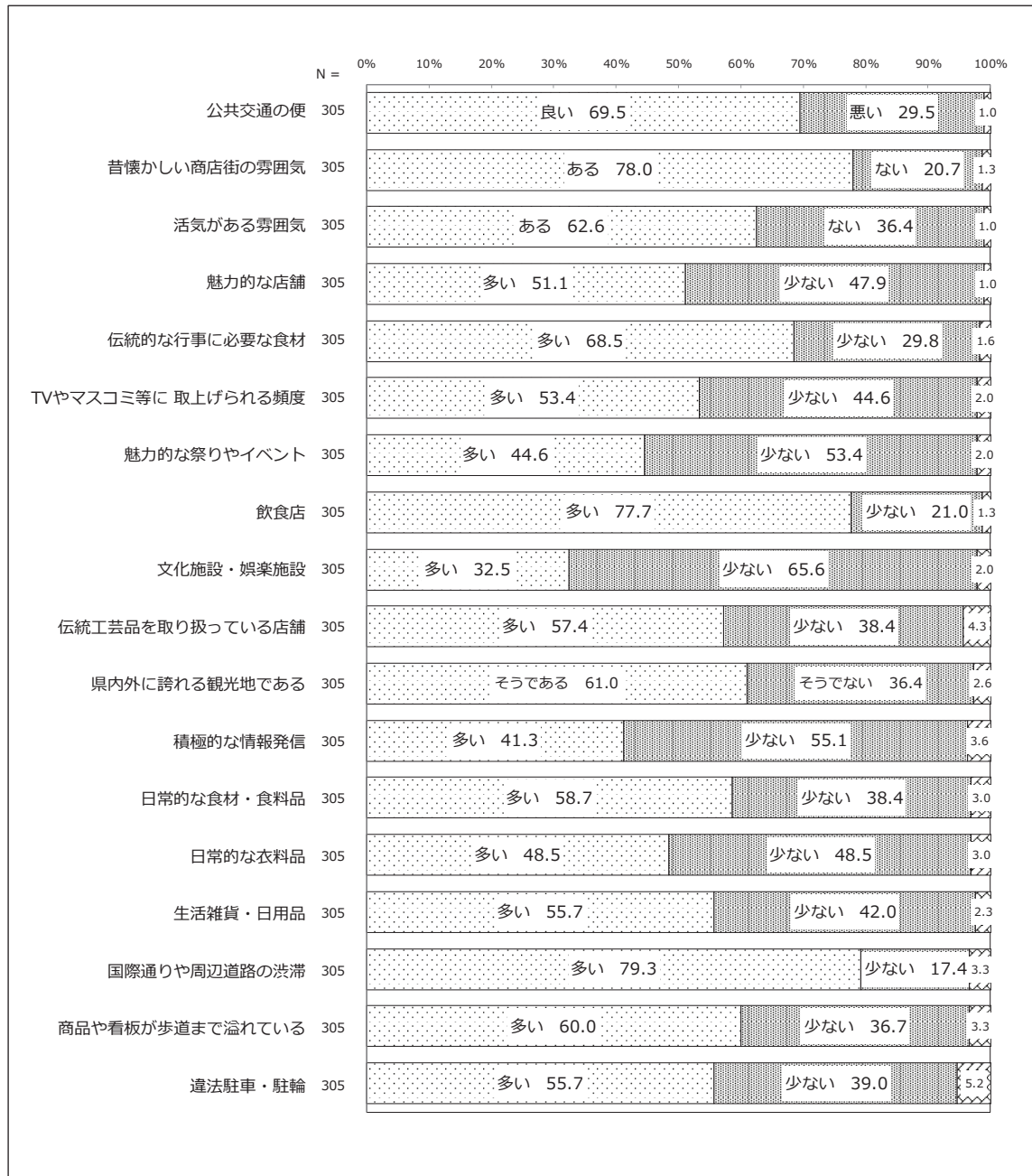
N数が30以下は参考値

3-6 商店街のイメージ

(1)全体

「良い」「ある」「多い」との回答で7割以上の回答があるのは、「国際通りや周辺道路の渋滞」の79.3%と「昔懐かしい商店街の雰囲気」の78.0%、「飲食店」で77.7%の3項目である。

一方で、「文化施設・娯楽施設」で65.6%と6割以上が「少ない」と感じている。



(2)調査地点別

「昔懐かしい商店街の雰囲気」が「ある」と回答したのは全体で7割を超えるが、割合が最も高い地点は「第一牧志公設市場前」で90.9%である。

「活気がある雰囲気」が「ある」と回答したのは「テンブス館前(国際通り)」83.1%、「ドン・キホーテ前(国際通り)」88.9%、「平和通り(国際通り側入り口)」80.0%、「第一牧志公設市場前」81.8%と8割を超えるが、「新栄通り(浮島通り側)」では36.5%にとどまる。

【商店街のイメージで「良い」「ある」「多い」「そうである」との回答数】

	(%)	N数	テンブス館前広場 (国際通り)	ドン・キホーテ前 (国際通り)	平和通り (国際通り側入り口)	第一牧志公設市場前	新栄通り (浮島通り側)
			65	45	25	33	137
公共交通の便	【良い】		75.4	73.3	80.0	72.7	62.8
昔懐かしい商店街の雰囲気	【ある】		76.9	71.1	80.0	90.9	77.4
活気がある雰囲気	【ある】		83.1	88.9	80.0	81.8	36.5
魅力的な店舗	【多い】		70.8	62.2	36.0	69.7	36.5
伝統的な行事に必要な食材	【多い】		80.0	71.1	84.0	81.8	56.2
TVやマスコミ等に 取上げられる頻度	【多い】		78.5	71.1	52.0	69.7	32.1
魅力的な祭りやイベント	【多い】		76.9	64.4	48.0	45.5	21.9
飲食店	【多い】		93.8	82.2	80.0	84.8	66.4
文化施設・娯楽施設	【多い】		56.9	44.4	36.0	33.3	16.1
伝統工芸品を取り扱っている店舗	【多い】		70.8	77.8	68.0	63.6	40.9
県内外に誇れる観光地である	【そうである】		76.9	75.6	76.0	72.7	43.1
積極的な情報発信	【多い】		67.7	60.0	60.0	36.4	20.4
日常的な食材・食料品	【多い】		55.4	46.7	64.0	69.7	60.6
日常的な衣料品	【多い】		44.6	37.8	40.0	57.6	53.3
生活雑貨・日用品	【多い】		60.0	57.8	64.0	57.6	51.1
国際通りや周辺道路の渋滞	【多い】		87.7	80.0	88.0	84.8	72.3
商品や看板が歩道まで溢れている	【多い】		73.8	64.4	64.0	72.7	48.2
違法駐車・駐輪	【多い】		64.6	68.9	60.0	66.7	43.8

N数が30以下は参考値

(3)性別

どの項目でも男女で比較して顕著な違いはないが、「積極的な情報発信」で「多い」と回答した男女の差は 16.1%で、女性のほうが多いとしている。「県内外に誇れる観光地である」で「そうである」と回答した男女の差は 15.0%と女性のほうが「そうである」と回答し、他項目と比べて性別での開きがある。

【商店街のイメージで「良い」「ある」「多い」「そうである」との回答数】

	(%)	N数	男性	女性
			123	182
公共交通の便	【良い】		63.4	73.6
昔懐かしい商店街の雰囲気	【ある】		78.9	77.5
活気がある雰囲気	【ある】		55.3	67.6
魅力的な店舗	【多い】		46.3	54.4
伝統的な行事に必要な食材	【多い】		61.0	73.6
TVやマスコミ等に 取上げられる頻度	【多い】		45.5	58.8
魅力的な祭りやイベント	【多い】		35.8	50.5
飲食店	【多い】		75.6	79.1
文化施設・娯楽施設	【多い】		30.1	34.1
伝統工芸品を取り扱っている店舗	【多い】		51.2	61.5
県内外に誇れる観光地である	【そうである】		52.0	67.0
積極的な情報発信	【多い】		31.7	47.8
日常的な食材・食料品	【多い】		59.3	58.2
日常的な衣料品	【多い】		54.5	44.5
生活雑貨・日用品	【多い】		56.1	55.5
国際通りや周辺道路の渋滞	【多い】		72.4	84.1
商品や看板が歩道まで溢れている	【多い】		54.5	63.7
違法駐車・駐輪	【多い】		51.2	58.8

(4)年代

「活気がある雰囲気」が「ある」と回答した割合は「10代」では72.9%、「20代」では78.1%と7割を超えるが、30代では62.0%、40代では61.5%、50代では50.0%、60代では41.5%と、年代が上がるごとに活気があると感じる割合が下がる。

「魅力的な店舗」についても、10代、20代では半分を超えるが、30代以上では多いと感じている人が減る。

【商店街のイメージで「良い」「ある」「多い」「そうである」との回答数】

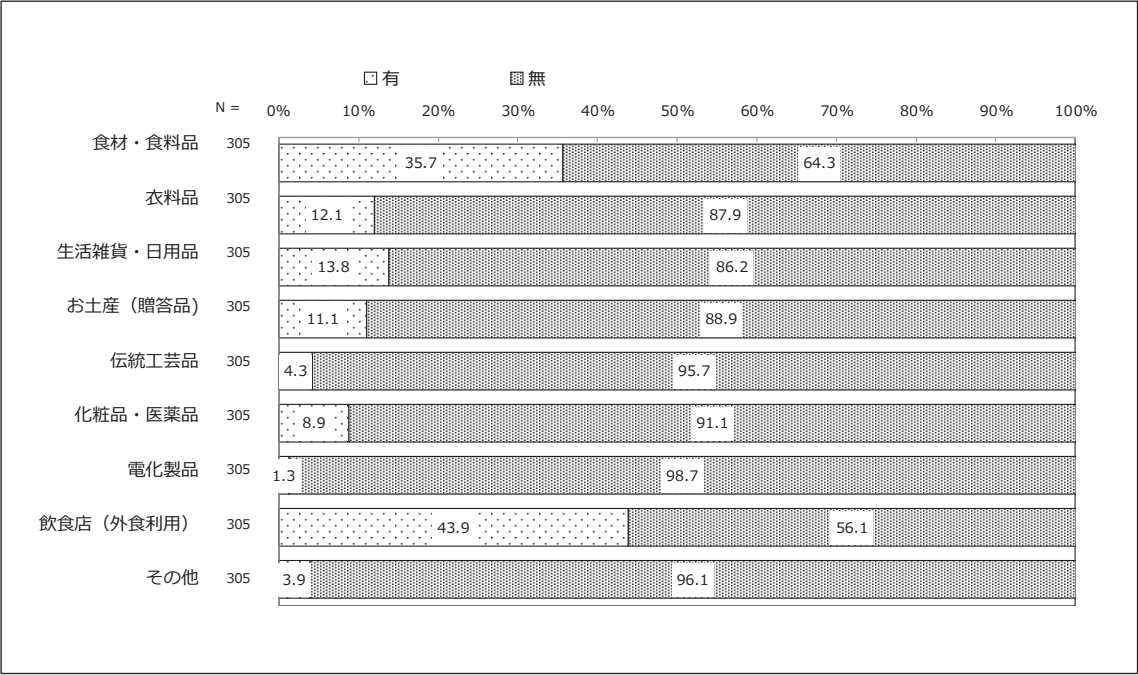
		10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代以上
	(%) N数	59	64	50	39	24	41	23
公共交通の便	【良い】	79.7	57.8	64.0	61.5	70.8	82.9	73.9
昔懐かしい商店街の雰囲気	【ある】	88.1	89.1	72	84.6	70.8	48.8	78.4
活気がある雰囲気	【ある】	72.9	78.1	62.0	61.5	50.0	41.5	43.5
魅力的な店舗	【多い】	76.3	65.6	46.0	46.2	33.3	24.4	30.4
伝統的な行事に必要な食材	【多い】	81.4	78.1	74.0	66.7	54.2	41.5	56.5
TVやマスコミ等に取上げられる頻度	【多い】	59.3	68.8	52.0	64.1	29.2	34.1	34.8
魅力的な祭りやイベント	【多い】	57.6	50.0	44.0	51.3	41.7	29.3	17.4
飲食店	【多い】	93.2	89.1	72.0	71.8	66.7	63.4	60.9
文化施設・娯楽施設	【多い】	50.8	46.9	28.0	28.2	8.3	14.6	21.7
伝統工芸品を取り扱っている店舗	【多い】	78.0	76.6	60.0	46.2	29.2	36.6	26.1
県内外に誇れる観光地である	【そうである】	72.9	68.8	66.0	64.1	45.8	39.0	39.1
積極的な情報発信	【多い】	57.6	54.7	34.0	38.5	25.0	19.5	34.8
日常的な食材・食料品	【多い】	67.8	54.7	56.0	59.0	45.8	53.7	69.6
日常的な衣料品	【多い】	66.1	45.3	32.0	51.3	33.3	43.9	65.2
生活雑貨・日用品	【多い】	74.6	57.8	58.0	51.3	37.5	41.5	43.5
国際通りや周辺道路の渋滞	【多い】	79.7	84.4	84.0	79.5	83.3	68.3	65.2
商品や看板が歩道まで溢れている	【多い】	67.8	64.1	54.0	59.0	54.2	53.7	60.9
違法駐車・駐輪	【多い】	62.7	62.5	52.0	61.5	54.2	43.9	43.5

N数が30以下は参考値

3-7 商店街での購入（予定）及び支出（予定）金額

(1)全体

購入(予定)及び支出(予定)金額で「有」と答えた割合が最も高いのは「飲食店(外食利用)」43.9%で、次いで「食材・食料品」35.7%となる。



(2)調査地点別

調査地点別にみると「第一牧志公設市場前」では「食材・食料品」の購入が63.6%と最も高い。

「テンプス館前(国際通り)」では「飲食店(外食利用)」70.8%と外食利用で最も高い通りとなる。

【有】との回答

	テンプス館前広場 （国際通り）	ドン・キホーテ前 （国際通り）	平和通り （国際通り側入り口）	第一牧志公設市場前	新栄通り （浮島通り側）
(%)					
N数	65	45	25	33	137
食材・食料品	38.5	26.7	36.0	63.6	30.7
衣料品	18.5	8.9	20.0	6.1	10.2
生活雑貨・日用品	15.4	17.8	40.0	12.1	7.3
お土産（贈答品）	18.5	13.3	4.0	6.1	9.5
伝統工芸品	6.2	4.4	4.0	0.0	4.4
化粧品・医薬品	18.5	13.3	16.0	6.1	2.2
電化製品	3.1	-	4.0	-	0.7
飲食店（外食利用）	70.8	53.3	40.0	30.3	32.1
その他	1.5	11.1	16.0	-	1.5

N数が30以下は参考値

(3)性別

男女共に「食材・食料品」と「飲食店(外食利用)」の項目で割合が高いが、女性では「化粧品・医薬品」12.1%と男性に比べて割合が高い。

【有】との回答

(%)	男性	女性
N数	123	182
食材・食料品	30.9	39.0
衣料品	8.9	14.3
生活雑貨・日用品	9.8	16.5
お土産（贈答品）	12.2	10.4
伝統工芸品	4.1	4.4
化粧品・医薬品	4.1	12.1
電化製品	0.8	1.6
飲食店（外食利用）	39.0	47.3
その他	3.3	4.4

(4)年代

「生活雑貨・日用品」の項目を年代別にみると20代で21.9%と他の年代と比べて購入者多い。

40代では「飲食店(外食利用)」が61.5%と6割を超える。

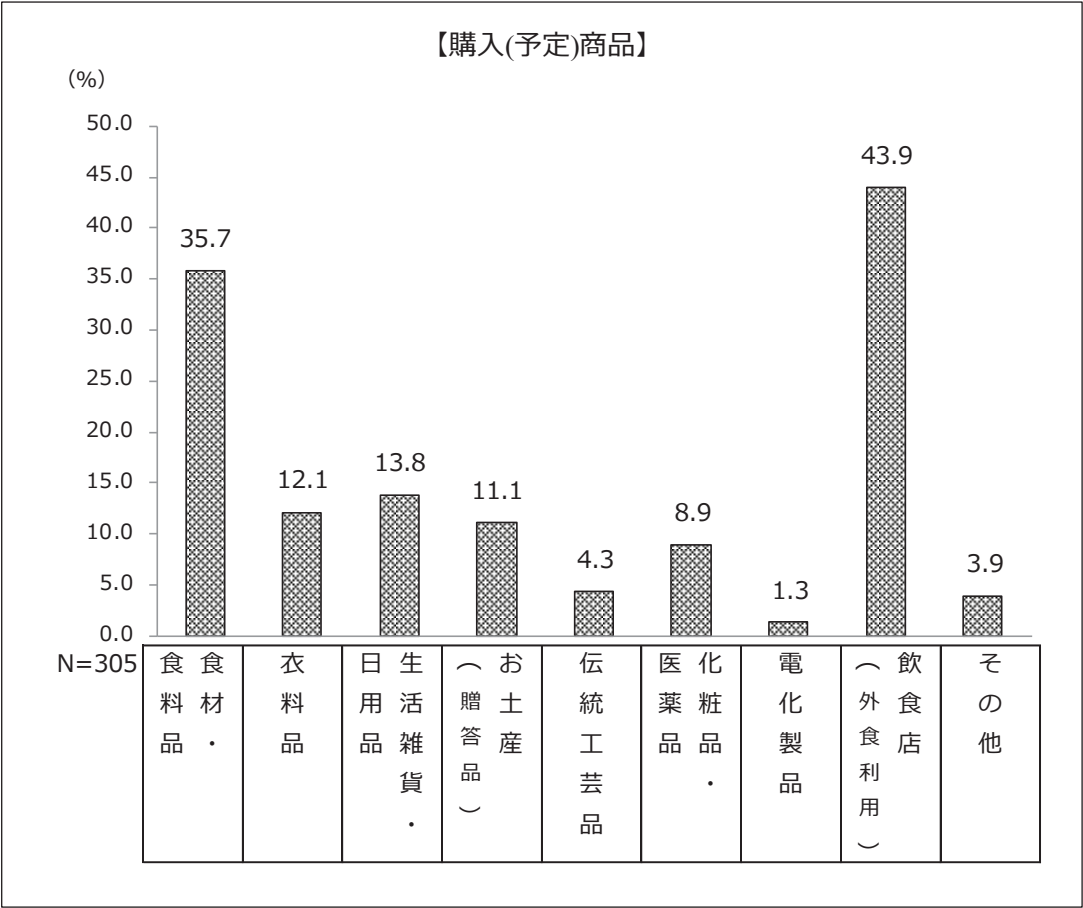
【有】との回答

(%)	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代以上
N数	59	64	50	39	24	41	23
食材・食料品	30.5	28.1	26	33.3	50	36.6	69.6
衣料品	11.9	9.4	12.0	15.4	16.7	9.8	8.7
生活雑貨・日用品	16.9	21.9	8.0	12.8	8.3	2.4	17.4
お土産（贈答品）	10.2	15.6	14	10.3	12.5	2.4	4.3
伝統工芸品	3.4	7.8	4	5.1	4.2	0	0
化粧品・医薬品	8.5	17.2	6	7.7	16.7	2.4	0
電化製品	0	1.6	0	7.7	0	0	0
飲食店（外食利用）	45.8	59.4	54.0	61.5	37.5	14.6	4.3
その他	1.7	7.8	6	2.6	4.2	2.4	0

N数が30以下は参考値

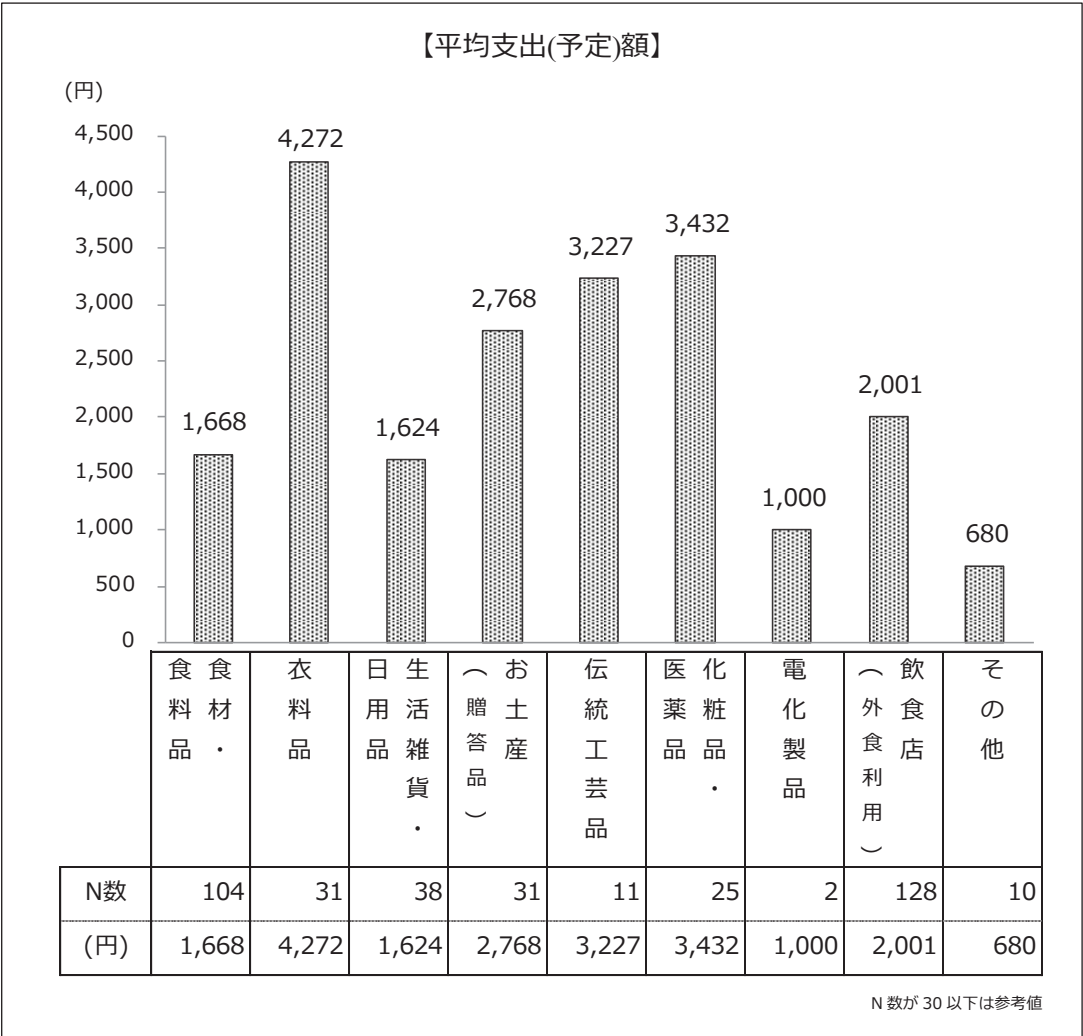
(5)購入(予定)商品

商品別にみると、「飲食店(外食利用)」43.9%で最も高く、「食材・食料品」35.7%と続く。全体の購入(予定)平均額は、3,633 円である。



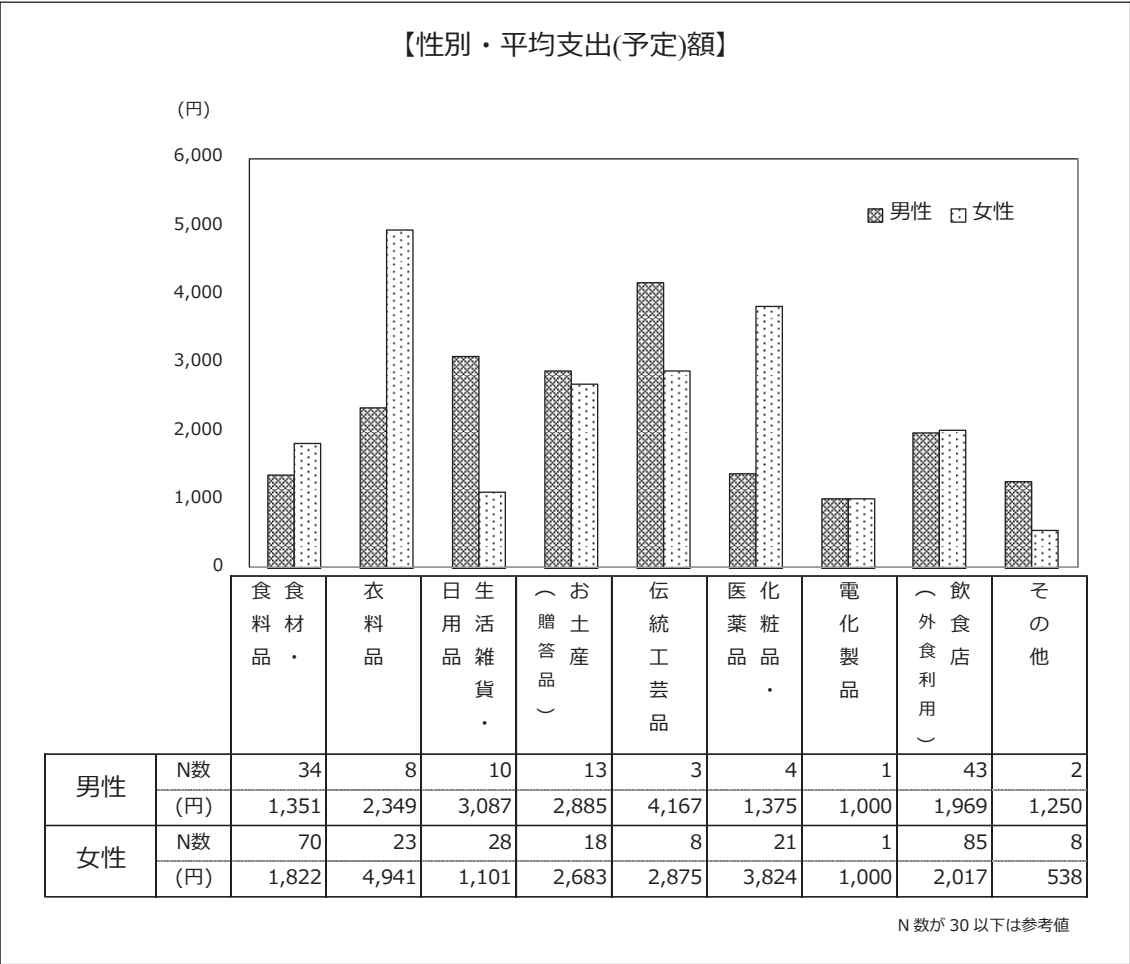
(6)全体の支出(予定)金額

平均額をみると、「衣料品」の4,272 円で最も高く、次いで「化粧品・医薬品」が 3,432 円となる。商品別の割合が高い「飲食店（外食利用）」では 2,001 円となる。



(7)性別・購入(予定)金額

購入(予定)金額をみると女性では「衣料品」で 4,941 円となり、「化粧品・医薬品」の 3,824 円よりも高く、男性の金額と比べても差が大きい。

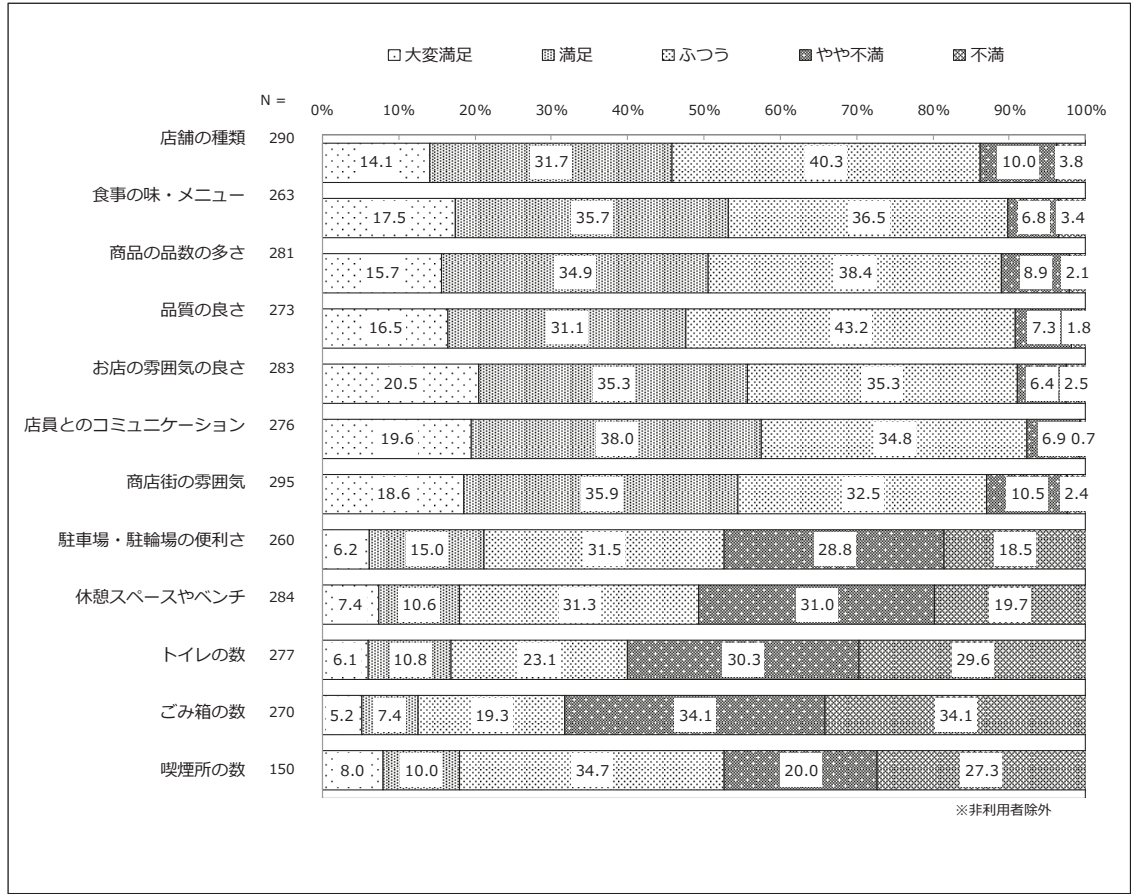


3-8 商店街の満足度

(1)全体

「大変満足」と「満足」を合わせた割合で最も高いのは「店員とのコミュニケーション」の57.6%で最も高く、「お店の雰囲気の良い」55.8%、「商店街の雰囲気」54.5%、「食事の味・メニュー」53.2%、「商品の品数の多さ」50.6%の項目で、半数以上が満足している。

一方、「不満」と感じている回答が最も高いのは、「ごみ箱の数」の34.1%で「やや不満」とあわせても68.2%と7割近くが満足していない。



(2)調査地点別

「大変満足」と「満足」と回答した方の合計値でみると、地点別では「お店の雰囲気
の良さ」の項目が「第一牧志公設市場前」では81.3%と満足度が高い。

	店舗の種類		食事の味・メニュー		商品の品数の多さ		品質の良さ	
	N数	満足度 (%)	N数	満足度 (%)	N数	満足度 (%)	N数	満足度 (%)
テンプス館前広場 (国際通り)	64	67.2	64	67.2	63	69.9	64	60.9
ドン・キホーテ前 (国際通り)	43	62.8	42	57.2	43	67.4	44	50.0
平和通り (国際通り側入り口)	24	58.3	19	73.7	23	60.9	24	66.7
第一牧志公設市場前	32	62.5	24	62.5	32	68.8	31	64.5
新栄通り (浮島通り側)	127	22.8	114	38.5	120	27.5	110	30.0

	お店の雰囲気の良さ		店員とのコミュニケーション		商店街の雰囲気		駐車場・駐輪場の便利さ	
	N数	満足度 (%)	N数	満足度 (%)	N数	満足度 (%)	N数	満足度 (%)
テンプス館前広場 (国際通り)	64	70.3	64	67.2	64	79.7	61	29.5
ドン・キホーテ前 (国際通り)	43	65.2	42	52.4	45	71.1	40	27.5
平和通り (国際通り側入り口)	23	47.8	22	77.2	25	60.0	17	29.4
第一牧志公設市場前	32	81.3	32	78.1	33	60.6	30	23.3
新栄通り (浮島通り側)	121	39.6	116	44.8	128	33.6	112	12.5

	休憩スペースやベンチ		トイレの数		ごみ箱の数		喫煙所の数	
	N数	満足度 (%)	N数	満足度 (%)	N数	満足度 (%)	N数	満足度 (%)
テンプス館前広場 (国際通り)	62	35.4	64	35.9	63	23.8	42	21.4
ドン・キホーテ前 (国際通り)	43	11.7	41	12.2	43	11.7	27	18.5
平和通り (国際通り側入り口)	23	30.4	23	30.4	25	12.0	8	25.0
第一牧志公設市場前	33	15.2	33	9.1	27	7.4	12	16.6
新栄通り (浮島通り側)	123	9.8	116	7.7	112	8.1	61	14.7

N数が30以下は参考値

満足度：大変満足＋満足の合算値

Ⅱ章 来街者アンケート調査結果

調査結果詳細【県内地元客】

(3)性別

「大変満足」と「満足」と回答した方の合計値でみると、「喫煙所の数」を除くすべての項目で、若干ではあるが男性よりも女性の満足度の割合が高い。特に「品質の良さ」では男性が 39.8%に対して女性では 52.4%とその差は 12.6%となる。

	店舗の種類		食事の味・メニュー		商品の品数の多さ		品質の良さ	
	N数	満足度 (%)	N数	満足度 (%)	N数	満足度 (%)	N数	満足度 (%)
男性	114	40.4	109	42.2	109	44.1	103	39.8
女性	176	49.4	154	61.1	172	54.7	170	52.4

	お店の雰囲気の良さ		店員とのコミュニケーション		商店街の雰囲気		駐車場・駐輪場の便利さ	
	N数	満足度 (%)	N数	満足度 (%)	N数	満足度 (%)	N数	満足度 (%)
男性	110	51.8	109	54.1	117	48.7	109	17.5
女性	173	58.4	167	59.9	178	58.4	151	23.8

	休憩スペースやベンチ		トイレの数		ごみ箱の数		喫煙所の数	
	N数	満足度 (%)	N数	満足度 (%)	N数	満足度 (%)	N数	満足度 (%)
男性	112	12.6	105	11.4	105	10.5	72	19.4
女性	172	21.5	172	20.4	165	14.0	78	16.7

満足度：大変満足＋満足の合算値

Ⅱ章 来街者アンケート調査結果

調査結果詳細【県内地元客】

(4)年代

10代では「品質の良さ」72.2%、「お店の雰囲気の良いさ」78.2%、「店員とのコミュニケーション」74.1%、「商店街の雰囲気」73.7%と満足度が他年代と比べて高い。

	店舗の種類		食事の味・メニュー		商品の品数の多さ		品質の良さ	
	N数	満足度 (%)	N数	満足度 (%)	N数	満足度 (%)	N数	満足度 (%)
10代	55	61.8	54	68.5	54	64.8	54	72.2
20代	61	64.0	59	61.0	61	60.7	58	50.0
30代	47	44.6	45	51.1	47	40.4	44	36.3
40代	37	40.5	36	41.6	36	44.5	35	28.6
50代	22	27.3	20	35.0	22	31.8	21	42.8
60代	40	20.0	31	35.5	35	40.0	35	34.3
70代以上	23	26.1	14	57.2	21	47.6	21	52.3

	お店の雰囲気の良いさ		店員とのコミュニケーション		商店街の雰囲気		駐車場・駐輪場の便利さ	
	N数	満足度 (%)	N数	満足度 (%)	N数	満足度 (%)	N数	満足度 (%)
10代	55	78.2	54	74.1	57	73.7	49	38.7
20代	61	62.3	61	55.7	62	64.6	60	15.0
30代	47	55.3	46	56.5	48	58.4	45	22.2
40代	36	38.9	36	55.6	38	50.0	35	8.6
50代	22	40.9	19	47.3	22	36.4	21	9.6
60代	37	35.1	36	41.6	41	31.7	30	23.4
70代以上	20	55.0	19	57.9	22	36.3	16	18.8

	休憩スペースやベンチ		トイレの数		ごみ箱の数		喫煙所の数	
	N数	満足度 (%)	N数	満足度 (%)	N数	満足度 (%)	N数	満足度 (%)
10代	54	44.5	53	34.0	53	28.3	27	29.6
20代	58	17.3	55	14.6	56	7.2	31	19.4
30代	47	10.6	48	16.7	45	13.3	30	16.7
40代	37	5.4	37	5.4	37	5.4	27	11.1
50代	22	9.0	21	9.5	20	5.0	10	20.0
60代	38	13.2	36	8.4	34	5.8	16	12.5
70代以上	23	8.6	22	18.2	20	15.0	7	14.3

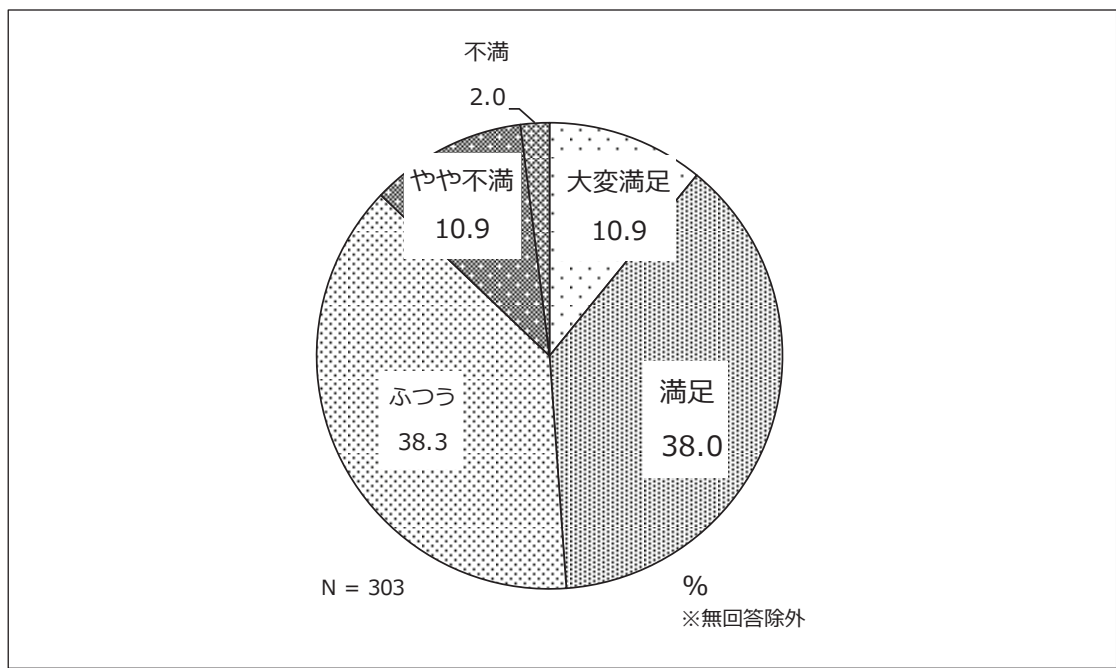
N数が30以下は参考値

満足度：大変満足＋満足の合算値

3-9 商店街の総合的な満足度

(1)全体

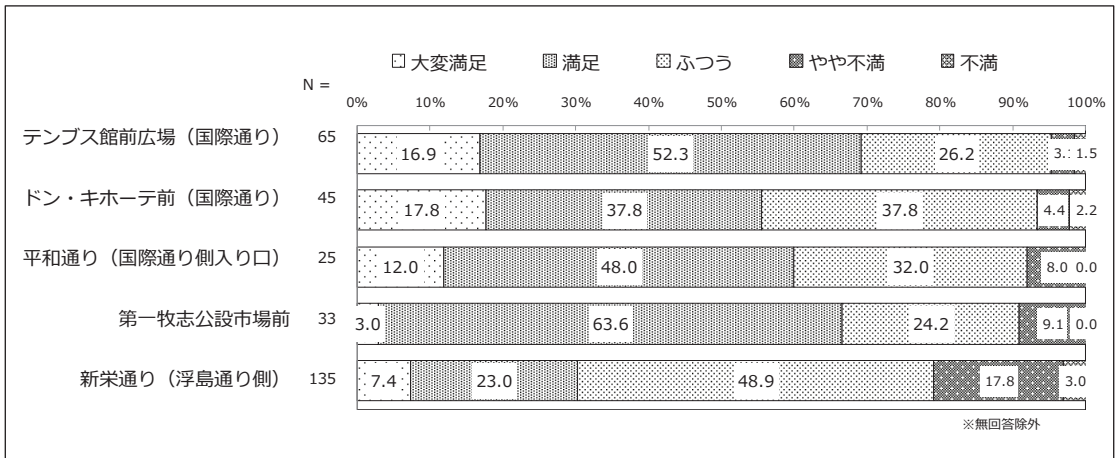
「ふつうの」38.3%が最も高く、「満足」が38.0%となる。「大変満足」と「満足」を合わせると48.9%と半数近くとなる。



(2)調査地点別

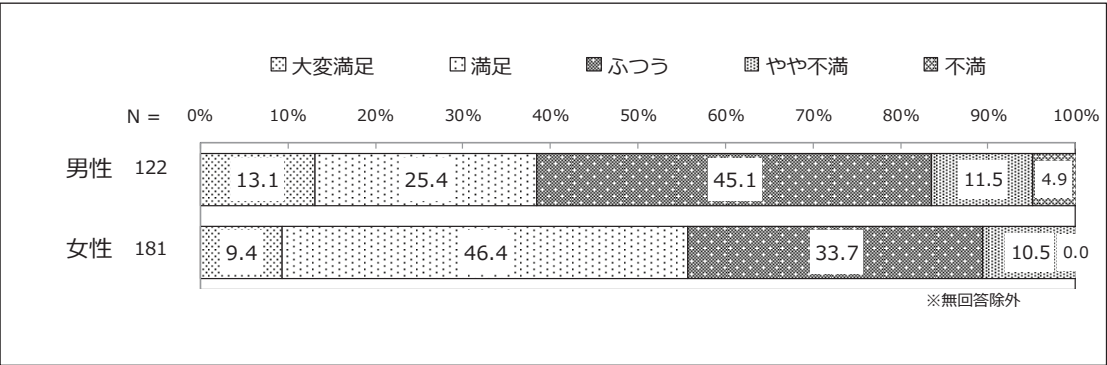
「テンプス館前(国際通り)」では、「大変満足」16.9%と「満足」52.3%を合わせると69.2%で約7割が満足であると感じている。

「新栄通り(浮島通り側)」では「普通」の48.9%が最も高い。



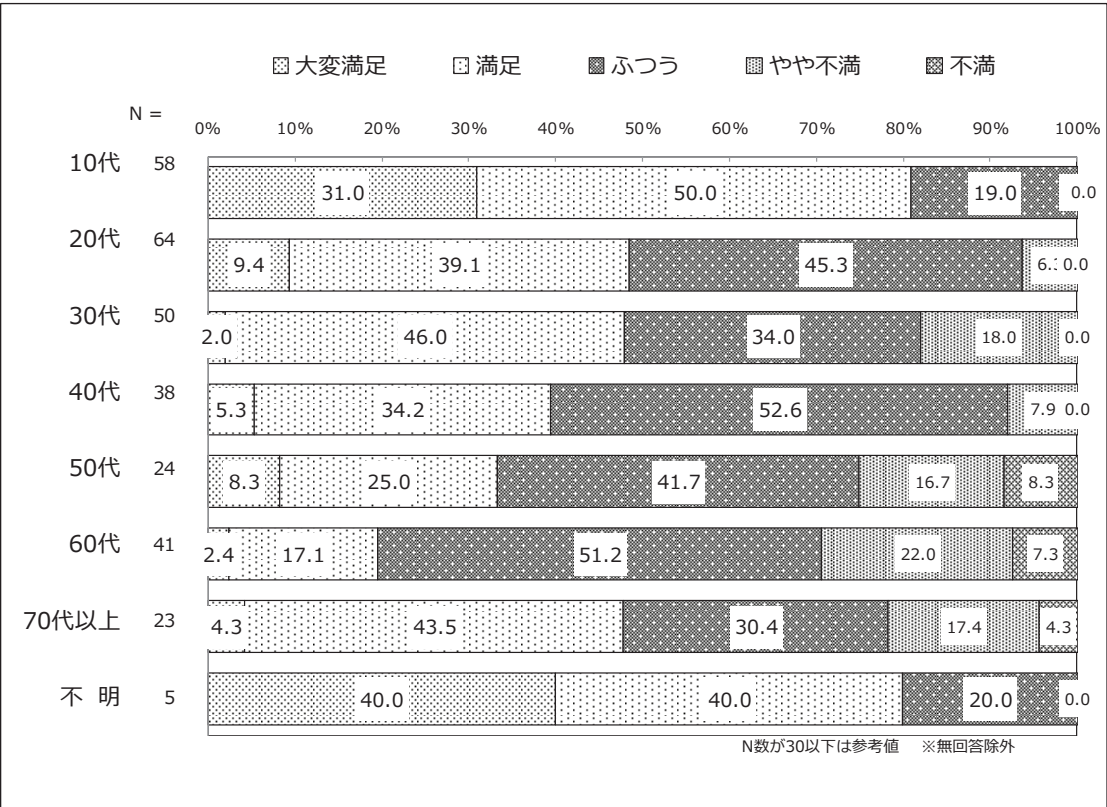
(3)性別

「大変満足」「満足」を合わせた割合でみると女性 55.8%と男性 38.5%より高い。
男性では「普通」45.1%の回答が最も高い。



(4)年代

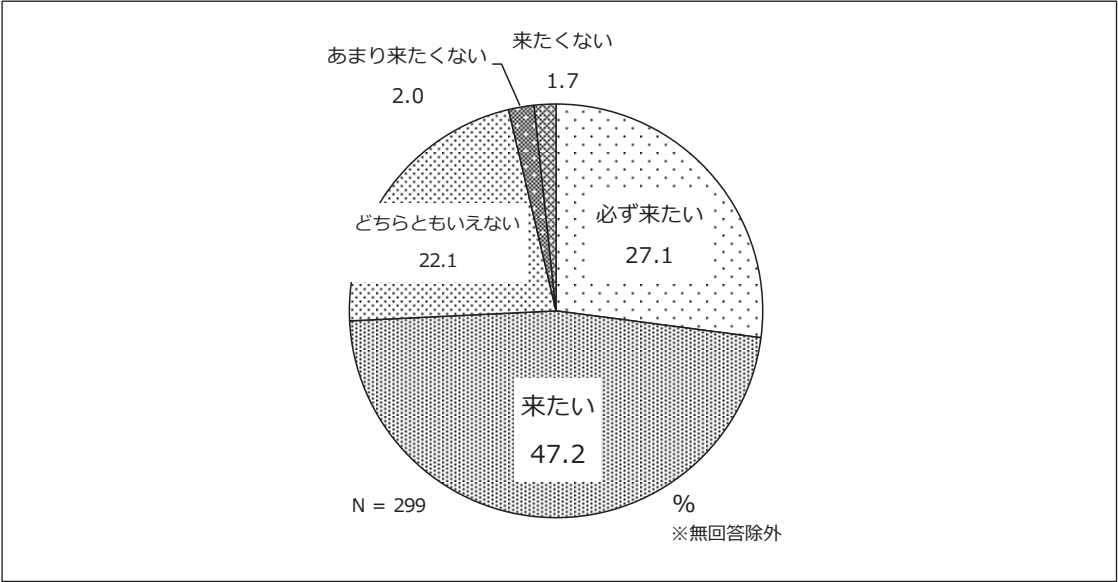
「大変満足」「満足」を合わせた割合でみると 10 代では 81.0%が最も高く、20 代で 48.5%、30 代で 48.0%と続くが、40~60 代以上ではその割合が 4 割以下になる。



3-10 商店街への再来街度

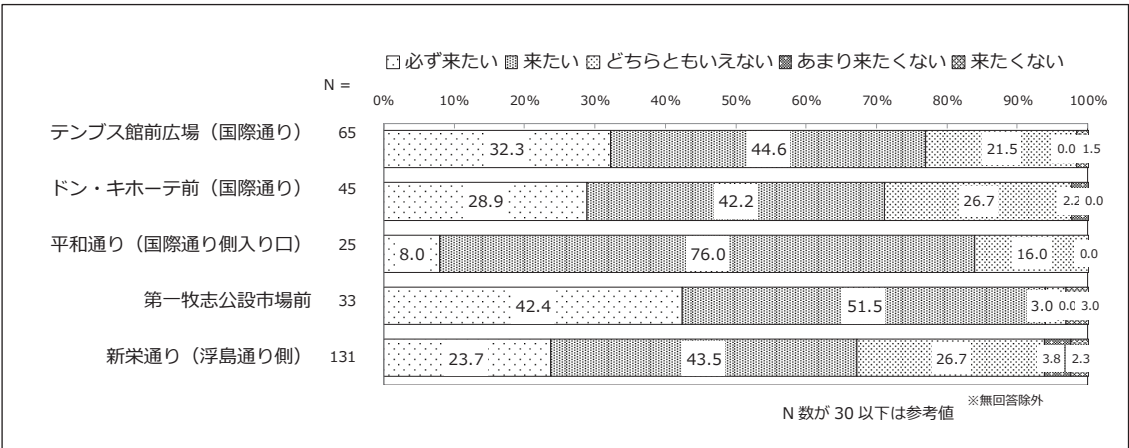
(1)全体

「来たい」の47.2%が最も高く、「必ず来たい」27.1%と合わせると74.3%が再来街を希望している。



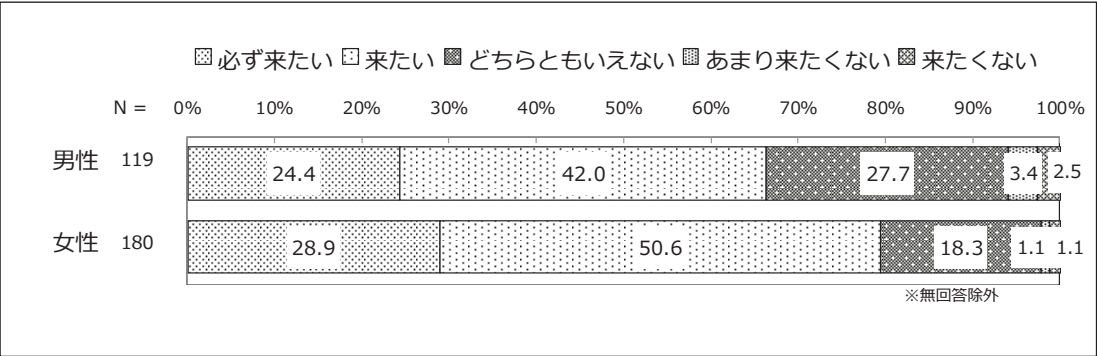
(2)調査地点別

「第一牧志公設市場前」の「必ず来たい」が42.4%と最も高く、「来たい」51.5%と合わせると9割以上が再来街したいと感じている。



(3)性別

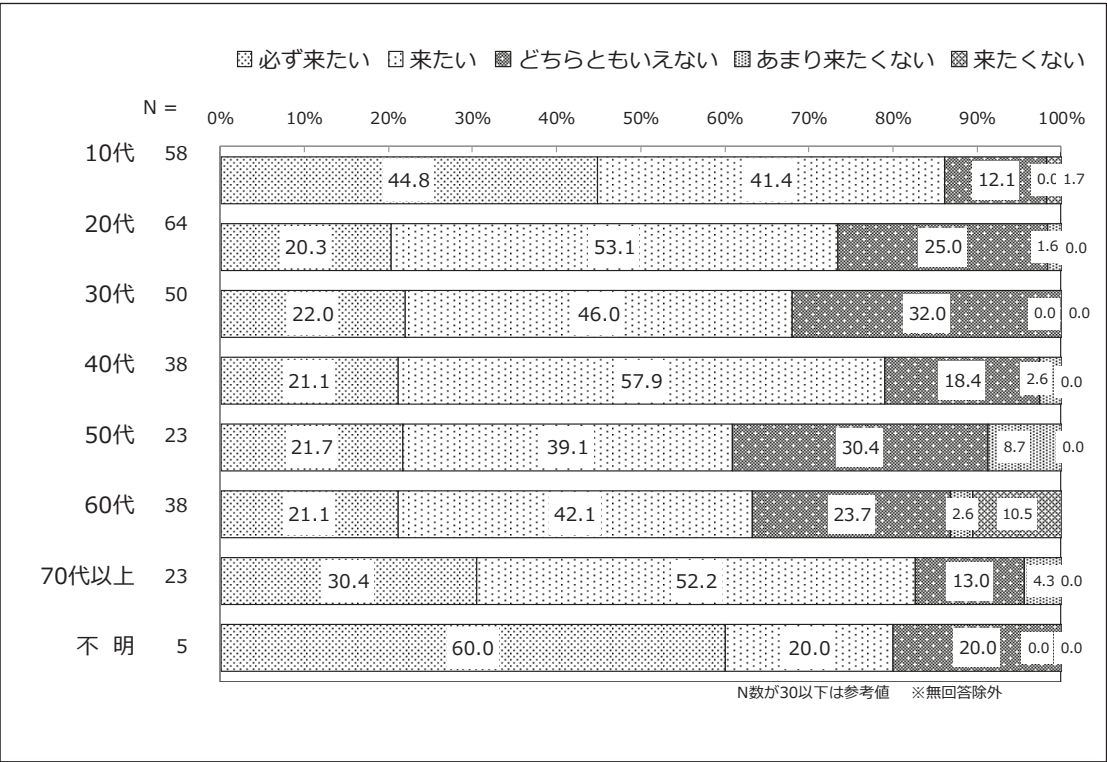
女性では「必ず来たい」28.9%と「来たい」50.6%と合わせると79.5%となり、男性の66.4%よりも割合が高い。「どちらともいえない」を回答した男性27.7%は女性18.3%よりも高い。



(4)年代

「必ず来たい」と回答した割合が最も高い年代は「10代」の44.8%で、「来たい」の41.4%と合わせた割合は86.2%となり8割以上の方が再来街したいと感じている。

「来たい」と回答した「50代」39.1%と「60代」42.1%の割合をみると、10～40代の年代と比べてその割合が低い。

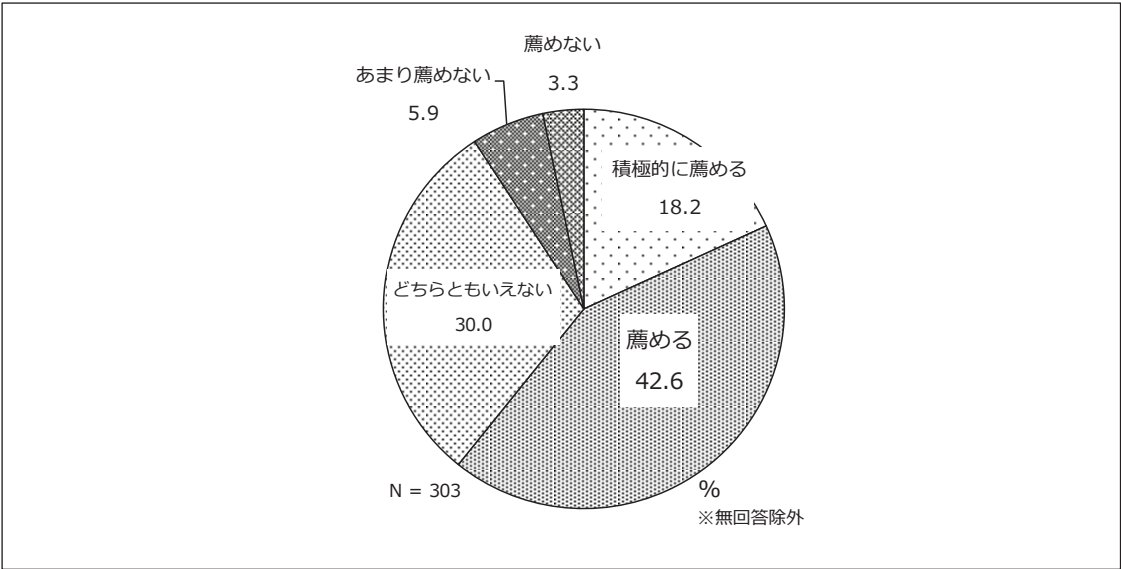


3-11 商店街の推奨度

(1)全体

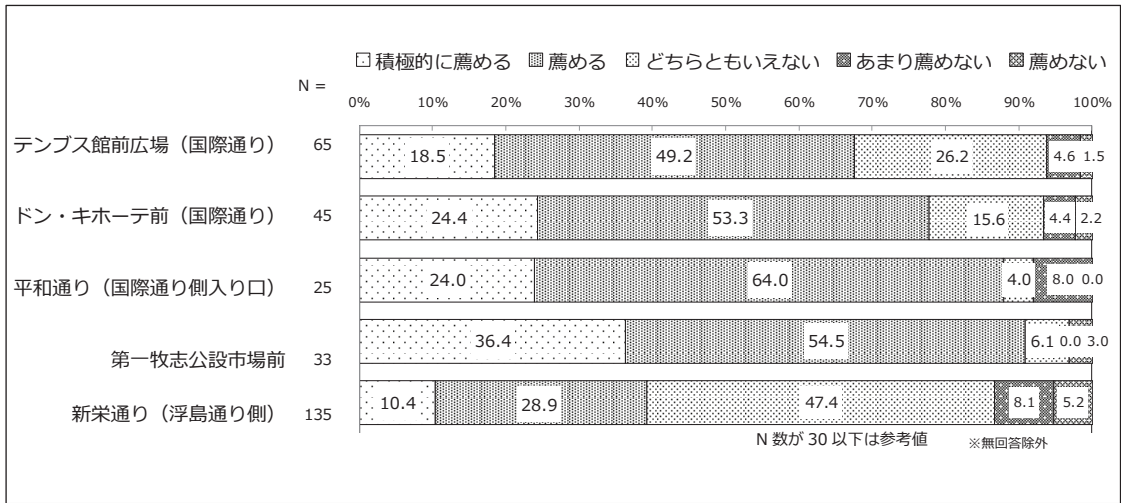
「薦める」の42.6%が最も高く、「どちらともいえない」が30.0%と続く。

「積極的に薦める」18.2%と「薦める」42.6%と合わせると60.8%の人が、商店街を薦めると回答している。



(2)調査地点別

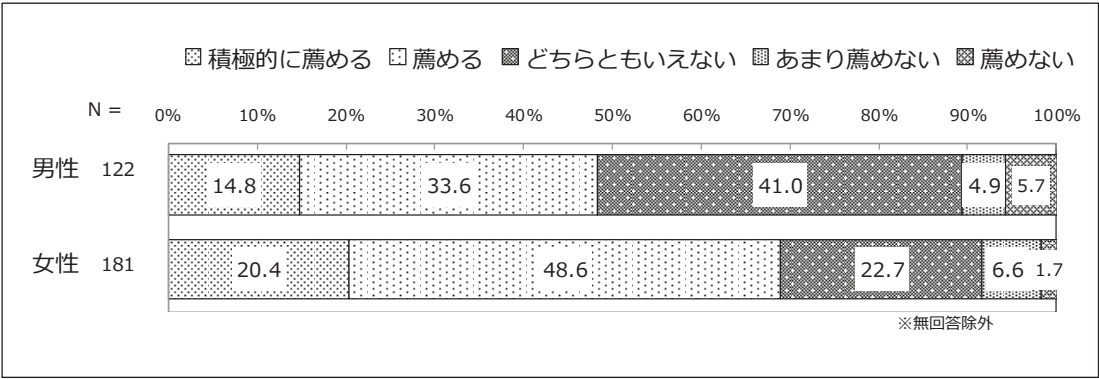
「積極的に薦める」と回答した割合が高い調査地点は「第一牧志公設市場前」36.4%で「薦める」54.5%と合わせても約9割が薦めると回答している。



(3)性別

女性では「積極的に薦める」20.4%と「薦める」48.6%と合わせると約 7 割の人が推奨したいと回答し男性よりも割合が高い。

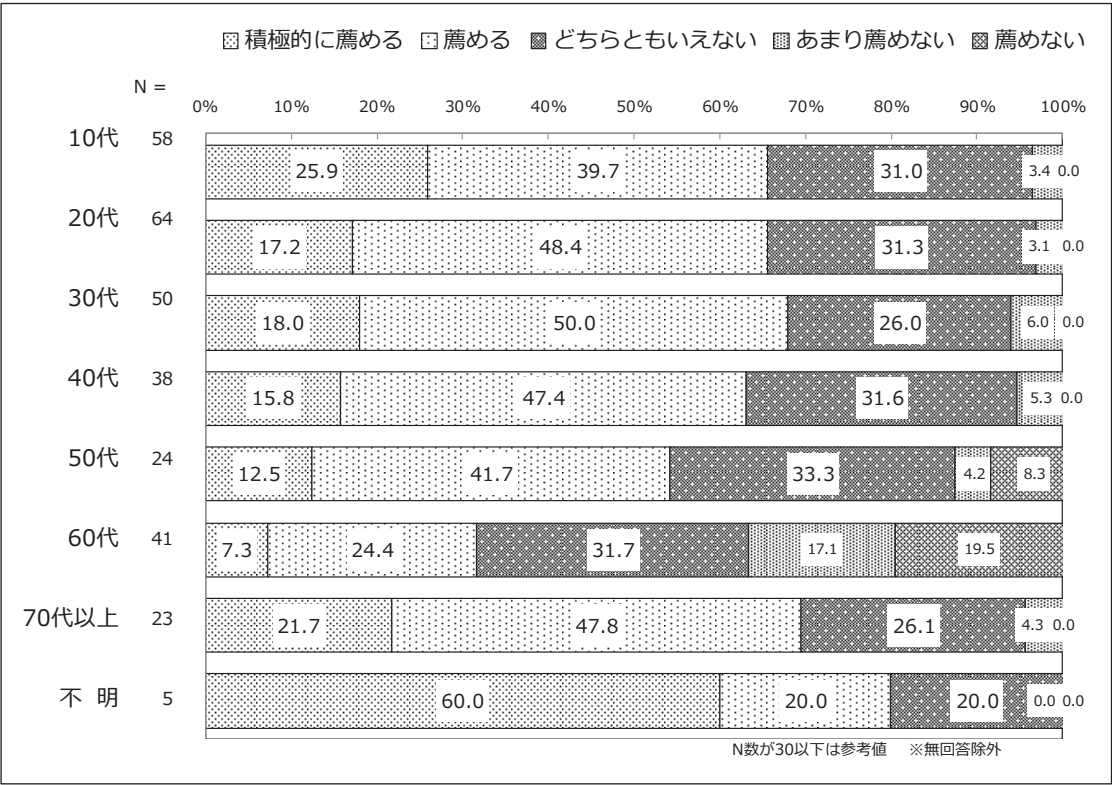
男性では「どちらともいえない」の回答が 41.0%で最も高い。



(4)年代

「積極的に薦める」を回答した割合が最も高い年代は「10 代」25.9%で、他年代では 1 割程度となる。

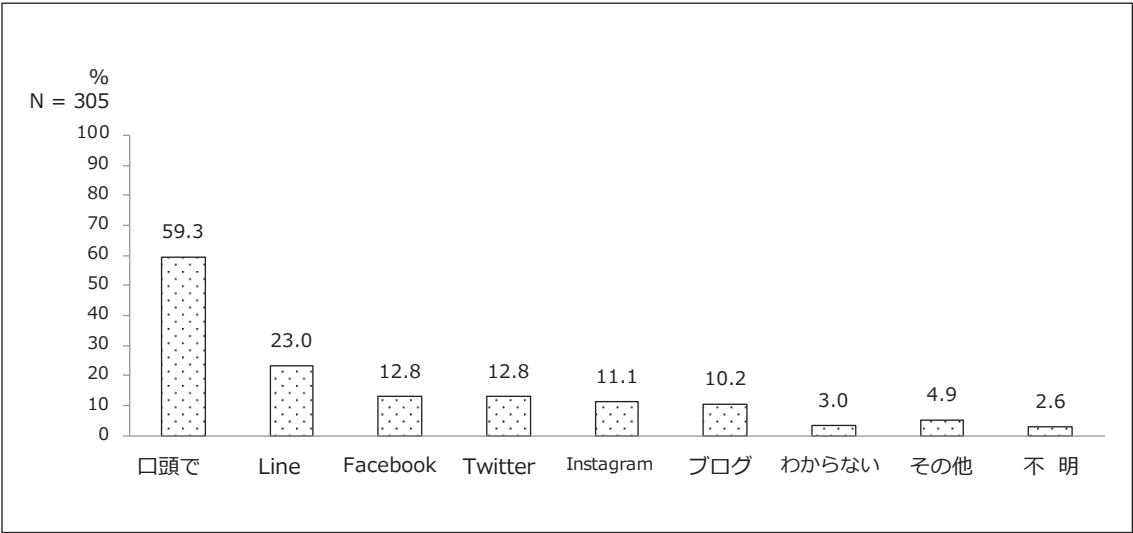
「60 代」をみると「あまり薦めない」17.1%と「薦めない」19.5%を合わせると 36.6%の人が薦めないと回答している。



3-12 情報発信媒体

(1)全体

「口頭で」が 59.3%で最も高く、「Line」 23.0%、「Facebook」 12.8%、「Twitter」 12.8%と続く。



(2)調査地点別

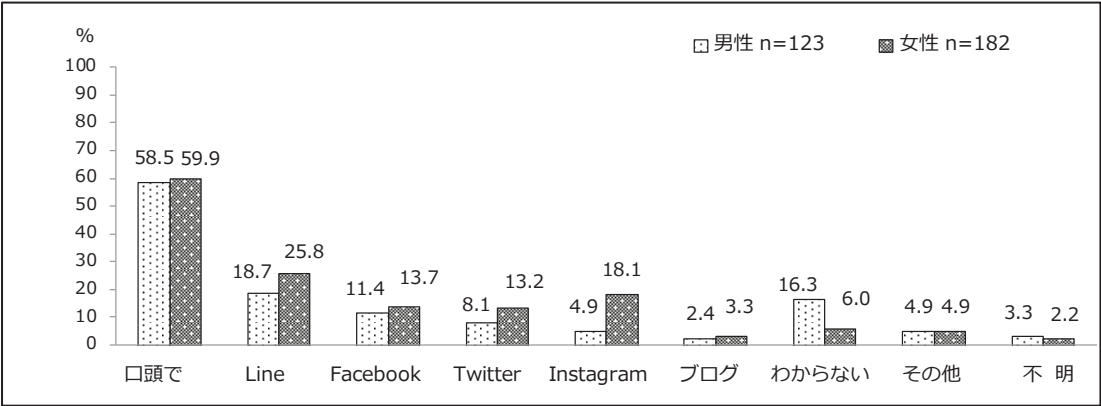
「口頭で」の「テンプス館前(国際通り)」 49.2%や「ドン・キホーテ前(国際通り)」 46.7%では他の調査地点と比べて割合が下がる。

(%)	N数	口頭で	Line	Facebook	Twitter	Instagram	ブログ	わからない	その他	不 明
テンプス館前広場 (国際通り)	65	49.2	32.3	10.8	21.5	13.8	1.5	12.3	4.6	0.0
ドン・キホーテ前 (国際通り)	45	46.7	28.9	20.0	13.3	22.2	4.4	11.1	2.2	2.2
平和通り (国際通り側入り)	25	68.0	28.0	24.0	0.0	20.0	8.0	4.0	8.0	0.0
第一牧志公設市場前	33	66.7	9.1	9.1	0.0	9.1	3.0	3.0	18.2	0.0
新栄通り (浮島通り側)	137	65.0	19.0	10.2	10.2	8.8	2.2	11.7	2.2	5.1

N数が30以下は参考値

(3)性別

女性の「Instagram」18.1%での情報発信は男性の4.9%よりも高い。



(4)年代

「Twitter」での情報発信は「10代」(32.2%)が最も高く、「Instagram」では「10代」23.7%、「20代」21.9%の年代で割合が高い。

「Facebook」の情報発信は「40代」28.2%が最も高く、「30代」22.0%と続く。

(%)	N数	口頭で	Line	Facebook	Twitter	Instagram	ブログ	わからない	その他
10代	59	47.5	42.4	6.8	32.2	23.7	0.0	10.2	3.4
20代	64	59.4	29.7	20.3	10.9	21.9	3.1	4.7	0.0
30代	50	66.0	28.0	22.0	2.0	12.0	2.0	4.0	4.0
40代	39	61.5	17.9	28.2	12.8	7.7	15.4	10.3	0.0
50代	24	62.5	12.5	0.0	4.2	0.0	0.0	12.5	4.2
60代	41	56.1	2.4	0.0	0.0	0.0	0.0	29.3	9.8
70代以上	23	78.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	4.3	17.4
不明	5	40.0	20.0	0.0	20.0	40.0	0.0	0.0	40.0

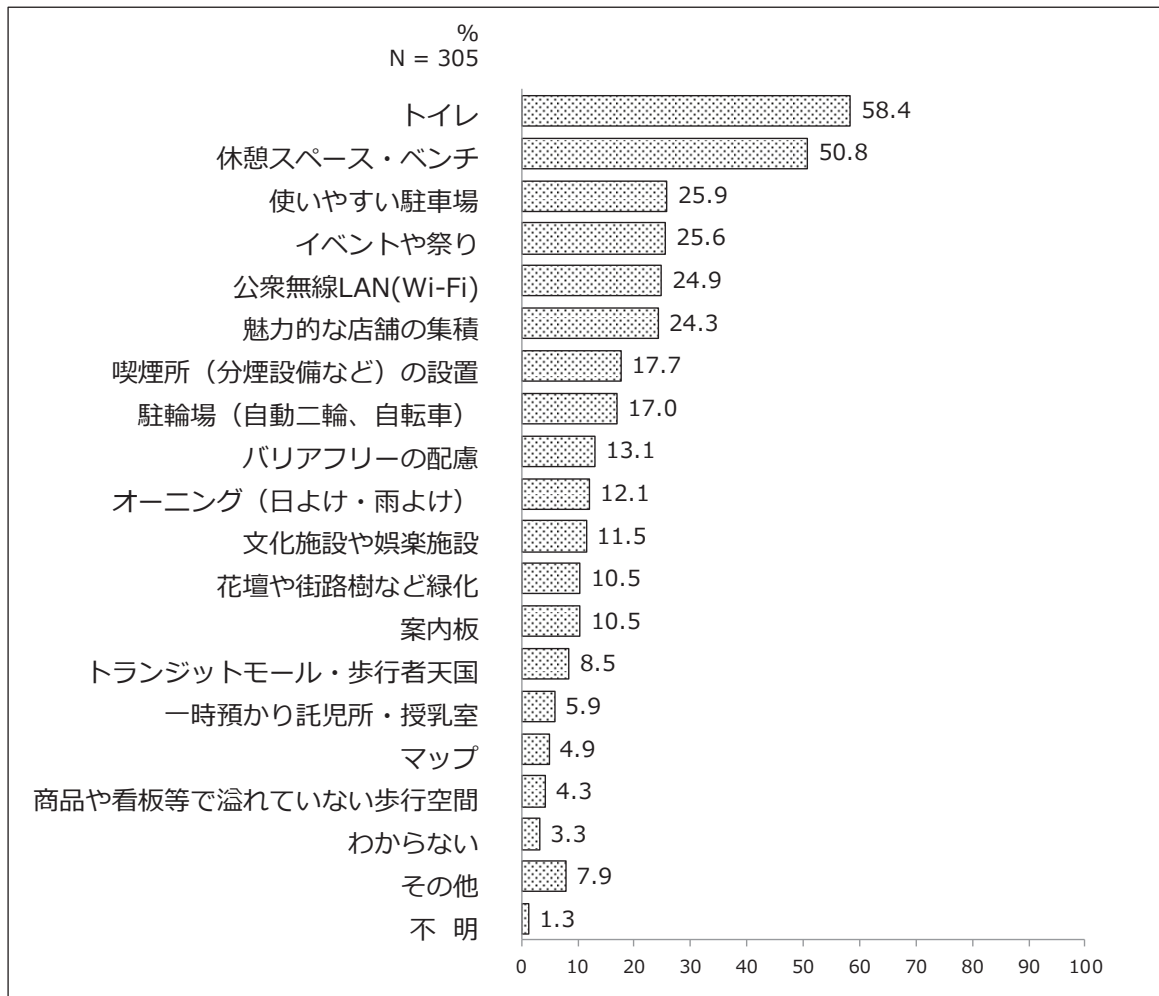
N数が30以下は参考値

3-13 商店街への要望

(1)全体

「トイレ」の58.4%が最も高く、「休憩スペース・ベンチ」の50.8%が続く。

「その他」の項目では、「ゴミ箱の設置」、「渋滞の問題」、「情報発信」、「アーケードの修繕」、「清潔感」「明るい通りにしてほしい」、「地元の人を大切に、お年よりが食事できる場所」、「カフェや若い人が集まれる場所の増設」等が挙がる。



Ⅱ章 来街者アンケート調査結果

調査結果詳細【県内地元客】

(2)調査地点別

「休憩スペース・ベンチ」の項目をみると、「平和通り(国際通り側入り口)」で72.0%と最も高く、それ以外の調査地点では4割以上の方が希望している。

「トイレ」についても、どの地点でも5割以上が要望している。

(%)	テンブス館前 (国際通り)	ドンキ・ホーテ前 (国際通り)	平和通り (国際通り側入り口)	第一牧志公設市場前	新栄通り (浮島通り側)
N数	65	45	25	33	137
休憩スペース・ベンチ	47.7	57.8	72.0	57.6	44.5
トイレ	60.0	55.6	52.0	66.7	57.7
バリアフリーの配慮	16.9	13.3	12.0	6.1	13.1
トランジットモール・歩行者天国	12.3	11.1	24.0	0.0	5.1
一時預かり託児所・授乳室	9.2	6.7	0.0	0.0	6.6
使いやすい駐車場	33.8	40.0	24.0	12.1	21.2
駐輪場(自動二輪、自転車)	23.1	22.2	4.0	12.1	16.1
文化施設や娯楽施設	9.2	15.6	20.0	0.0	12.4
公衆無線LAN(Wi-Fi)	38.5	22.2	16.0	21.2	21.9
オーニング(日よけ・雨よけ)	21.5	22.2	16.0	3.0	5.8
喫煙所(分煙設備など)の設置	29.2	20.0	12.0	12.1	13.9
イベントや祭り	24.6	22.2	28.0	18.2	28.5
魅力的な店舗の集積	16.9	24.4	40.0	12.1	27.7
花壇や街路樹など緑化	13.8	13.3	8.0	0.0	10.9
案内板	15.4	8.9	12.0	6.1	9.5
マップ	10.8	2.2	0.0	3.0	4.4
商品や看板等で溢れていない歩行空間	10.8	4.4	4.0	0.0	2.2
わからない	1.5	2.2	0.0	9.1	3.6
その他	9.2	4.4	4.0	6.1	9.5
不 明	0.0	0.0	0.0	0.0	2.9

N数が30以下は参考値

(3)性別

男女で大きな差はあまりみられないが、「休憩スペース・ベンチ」では「女性」54.4%が「男性」45.5%より高い。

(%)	男性	女性
N数	123	182
休憩スペース・ベンチ	45.5	54.4
トイレ	58.5	58.2
バリアフリーの配慮	8.9	15.9
トランジットモール・歩行者天国	5.7	10.4
一時預かり託児所・授乳室	4.9	6.6
使いやすい駐車場	22.8	28.0
駐輪場(自動二輪、自転車)	22.0	13.7
文化施設や娯楽施設	10.6	12.1
公衆無線LAN(Wi-Fi)	25.2	24.7
オーニング(日よけ・雨よけ)	8.1	14.8

(%)	男性	女性
N数	123	182
喫煙所(分煙設備など)の設置	26.8	11.5
イベントや祭り	25.2	25.8
魅力的な店舗の集積	21.1	26.4
花壇や街路樹など緑化	7.3	12.6
案内板	9.8	11.0
マップ	5.7	4.4
商品や看板等で溢れていない歩行空間	3.3	4.9
わからない	4.9	2.2
その他	7.3	8.2
不 明	0.8	1.6

Ⅱ章 来街者アンケート調査結果

調査結果詳細【県内地元客】

(4)年代

「バリアフリーの配慮」の項目をみると、「40代」23.1%、「50代」20.8%で他の年代に比べて割合が上がる。

「公衆無線 LAN(Wi-Fi)」の項目では「10代」42.4%、「20代」37.5%、「30代」26.0%と若い年代での要望度が高い。

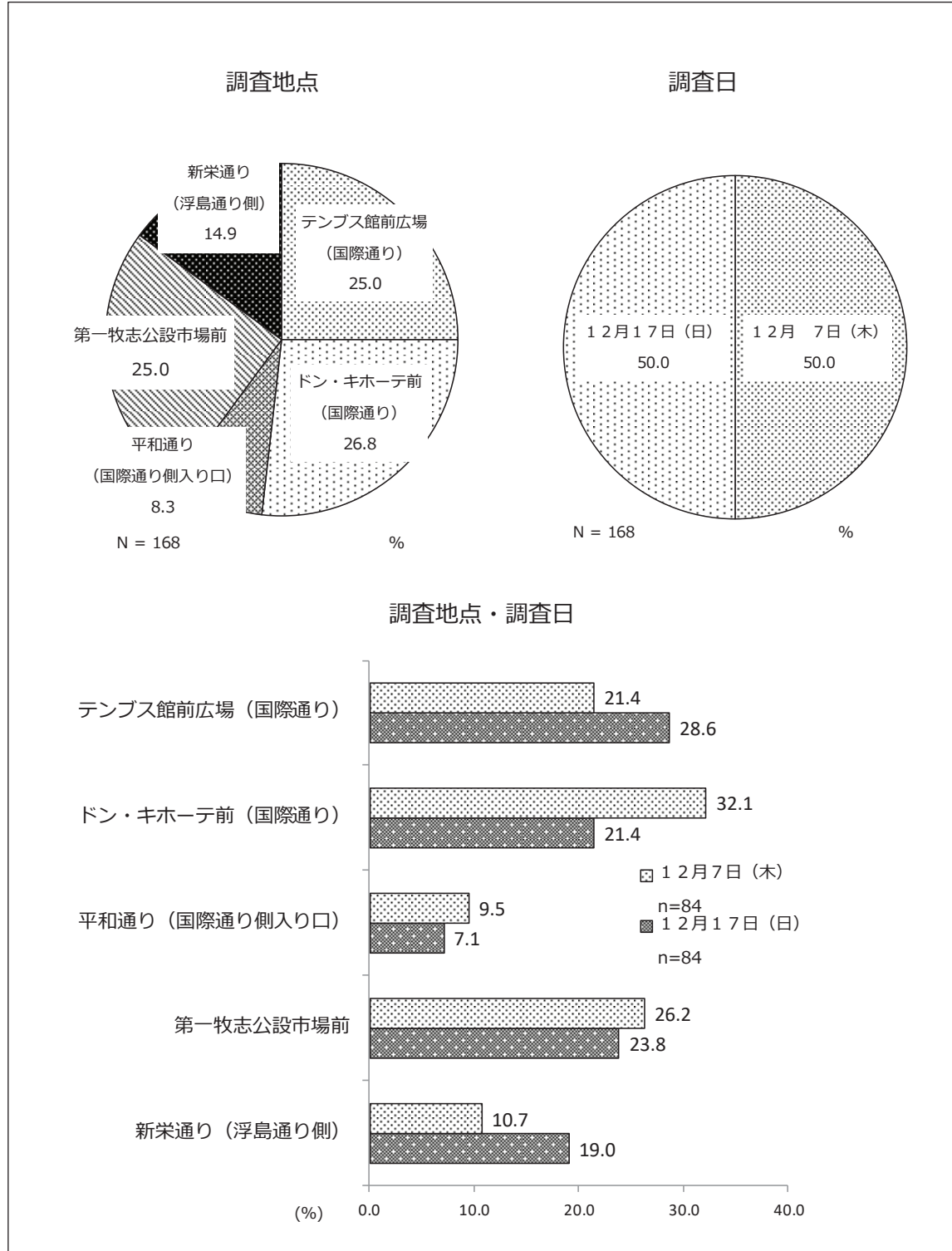
(%)	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代以上	不 明
N数	59	64	50	39	24	41	23	5
休憩スペース・ベンチ	50.8	46.9	58.0	43.6	45.8	48.8	65.2	60.0
トイレ	57.6	53.1	60.0	69.2	58.3	56.1	56.5	60.0
バリアフリーの配慮	10.2	10.9	10.0	23.1	20.8	17.1	0.0	20.0
トランジットモール・歩行者天国	13.6	6.3	6.0	7.7	4.2	14.6	0.0	20.0
一時預かり託児所・授乳室	5.1	6.3	4.0	7.7	8.3	7.3	4.3	0.0
使いやすい駐車場	23.7	37.5	32.0	38.5	16.7	7.3	8.7	20.0
駐輪場（自動二輪、自転車）	18.6	21.9	12.0	28.2	16.7	9.8	8.7	0.0
文化施設や娯楽施設	13.6	10.9	10.0	12.8	16.7	9.8	4.3	20.0
公衆無線LAN(Wi-Fi)	42.4	37.5	26.0	23.1	12.5	0.0	4.3	20.0
オーニング（日よけ・雨よけ）	10.2	12.5	14.0	15.4	25.0	9.8	0.0	0.0
喫煙所（分煙設備など）の設置	13.6	21.9	26.0	25.6	20.8	9.8	0.0	0.0
イベントや祭り	30.5	26.6	34.0	23.1	20.8	12.2	21.7	40.0
魅力的な店舗の集積	22.0	23.4	30.0	30.8	37.5	12.2	13.0	40.0
花壇や街路樹など緑化	15.3	7.8	4.0	15.4	16.7	7.3	13.0	0.0
案内板	11.9	9.4	4.0	17.9	8.3	9.8	17.4	0.0
マップ	6.8	6.3	2.0	7.7	4.2	4.9	0.0	0.0
商品や看板等で溢れていない歩行空間	3.4	3.1	0.0	10.3	16.7	2.4	0.0	0.0
わからない	5.1	0.0	0.0	0.0	12.5	4.9	8.7	0.0
その他	5.1	6.3	8.0	2.6	8.3	17.1	13.0	0.0
不 明	3.4	0.0	0.0	2.6	0.0	2.4	0.0	0.0

N数が30以下は参考値

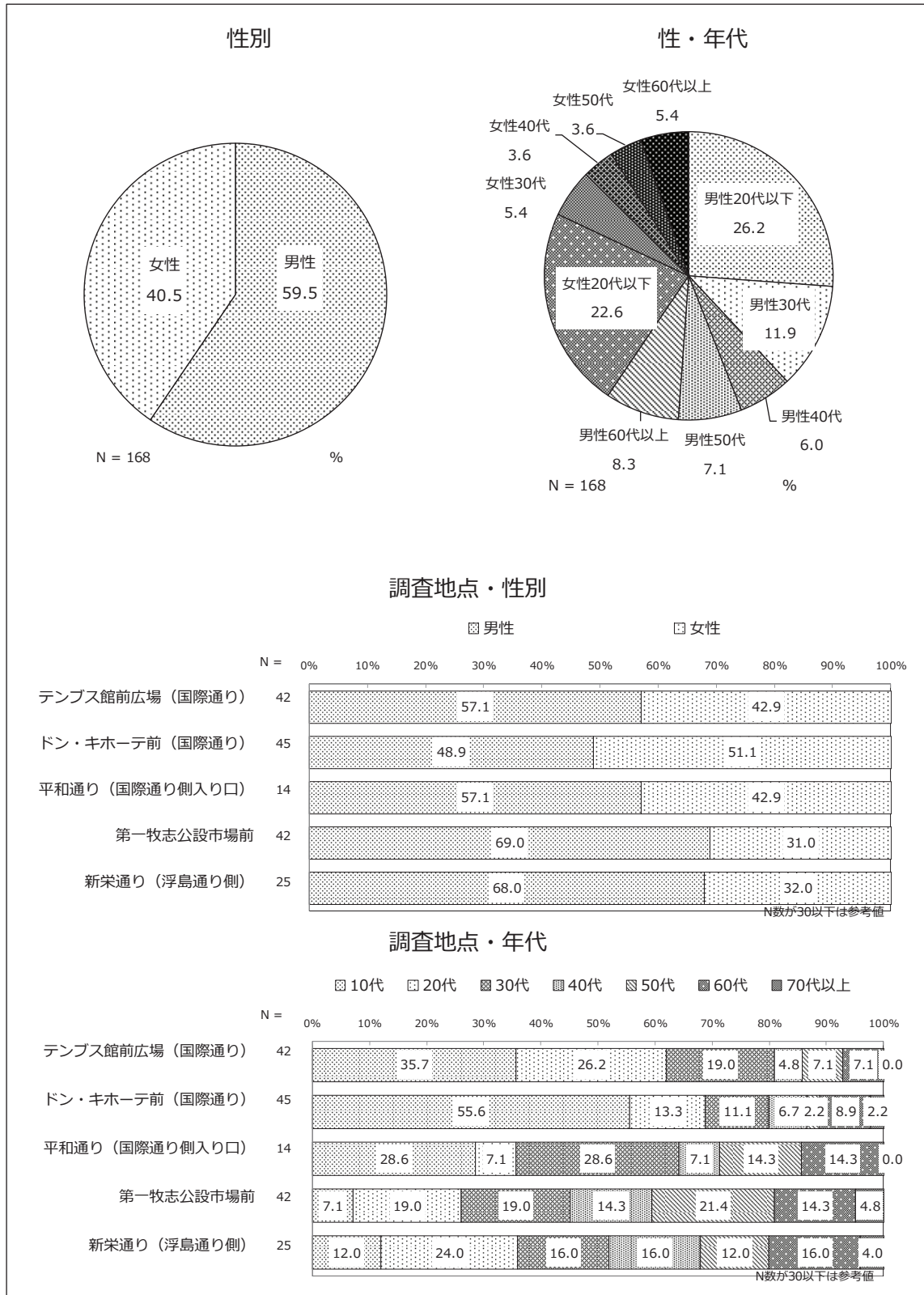
4. 調査結果詳細【日本人観光客】

4-1 回答者の属性

調査地点では「ドン・キホーテ前(国際通り)」が 26.8%と回収数が最も高く、「テンブス館前広場(国際通り)」25.0%、「第一牧志公設市場前」25.0%と続く。

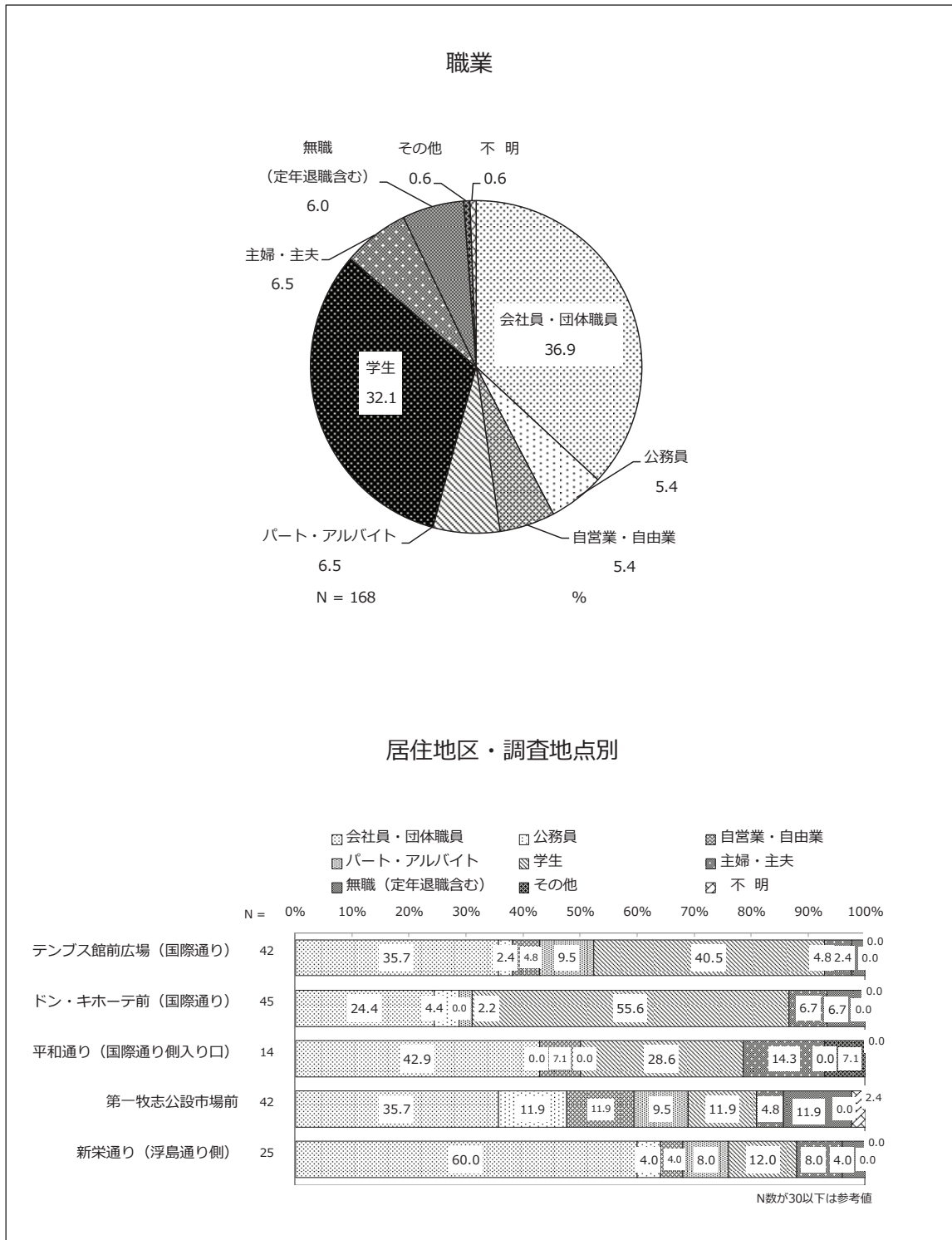


回答者の性別では「男性」の割合が59.5%と高く、性・年代別では「男性20代以下」が26.2%、「女性20代以下」が22.6%、「男性30代」が11.9%という順番で割合が高くなる。

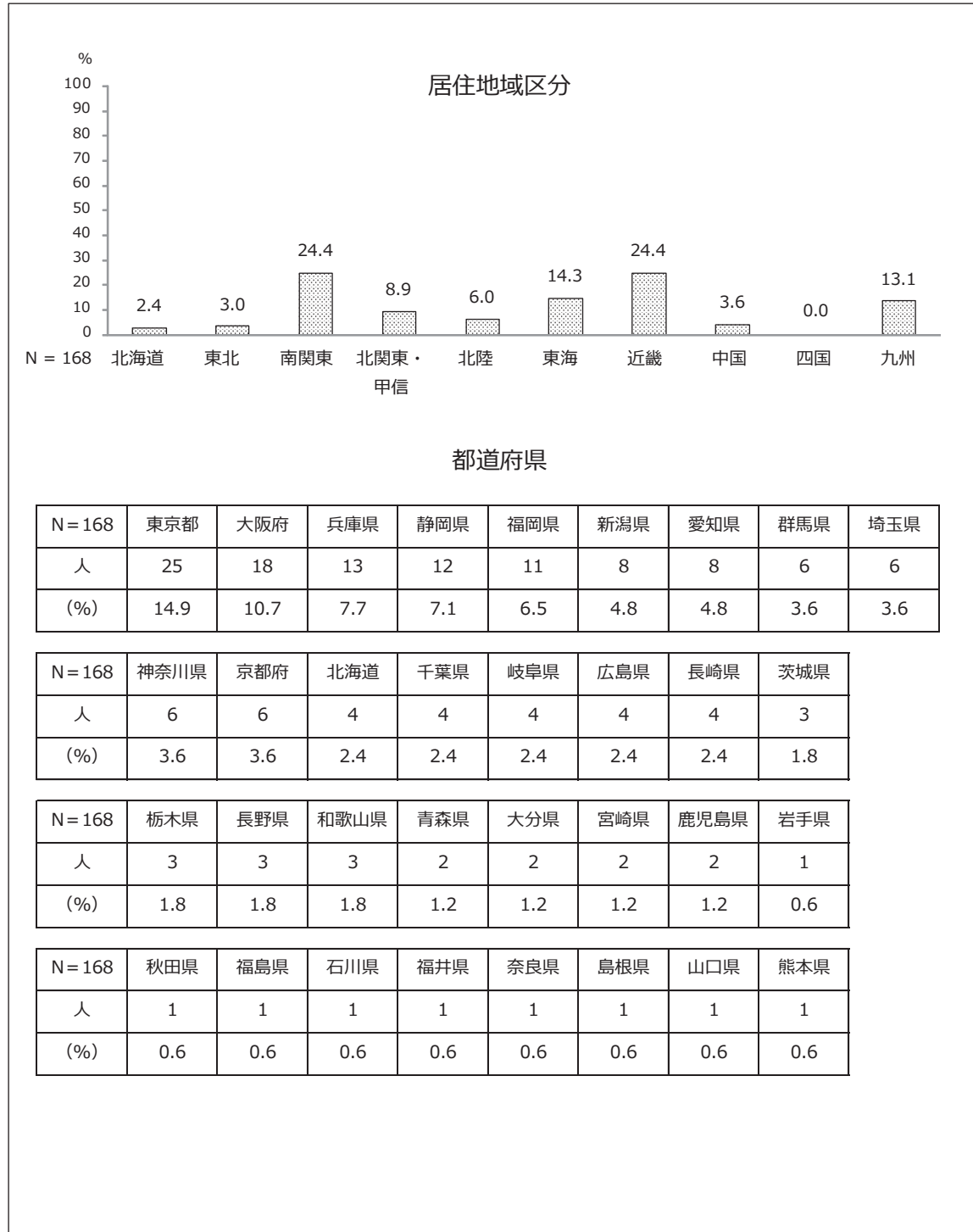


職業別にみると、「会社員・団体職員」が 36.9%と最も高く、「学生」が 32.1%と続く。

「学生」の回答者数の最も高い調査地点は「ドン・キホーテ前(国際通り)」の 55.6%で、次に「テンブス館前広場(国際通り)」の 40.5%となる。



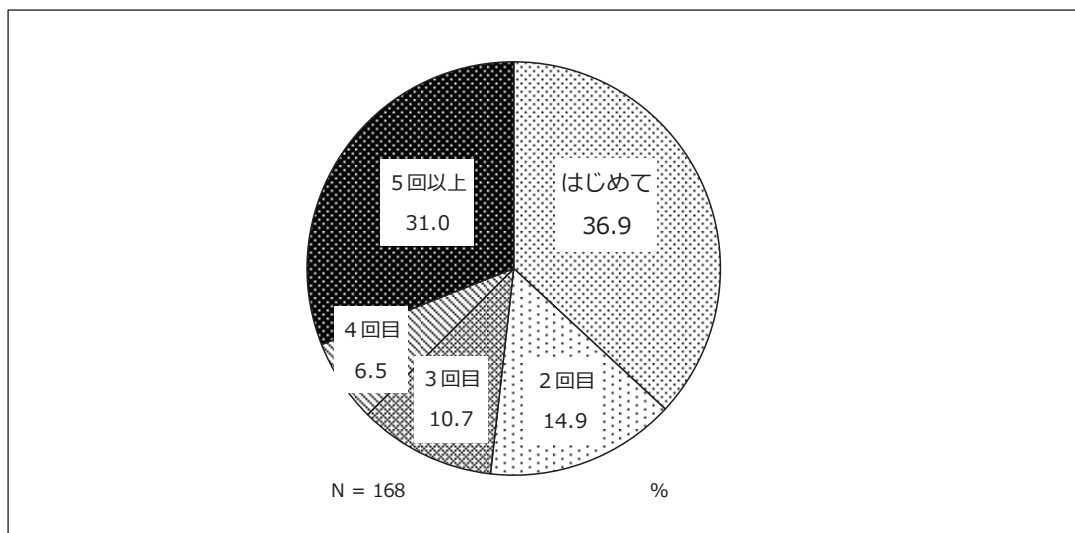
居住地域区分をみると、「南関東」と「近畿」が 24.4%と高く、都道府県別では「東京都」の 25 人で 14.9%の回答者数が最も多い。



4-2 沖縄への訪問回数

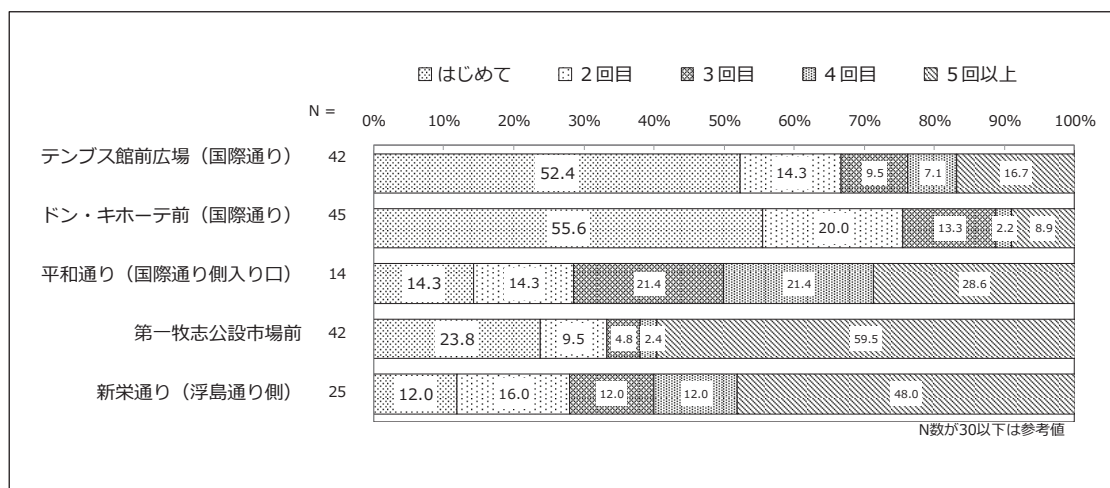
(1)全体

「はじめて」と回答した方は 36.9%と多いが、「5 回以上」は 31.0%とリピーターも多い。



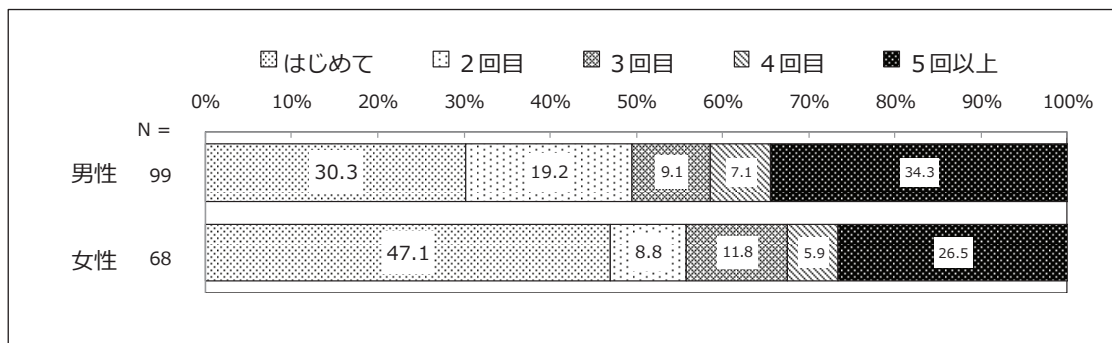
(2)調査地点別

「はじめて」を回答した方が高い調査地点は「ドン・キホーテ前(国際通り)」55.6%と「テンプス館前広場(国際通り)」52.4%の2か所で 50%を超える。



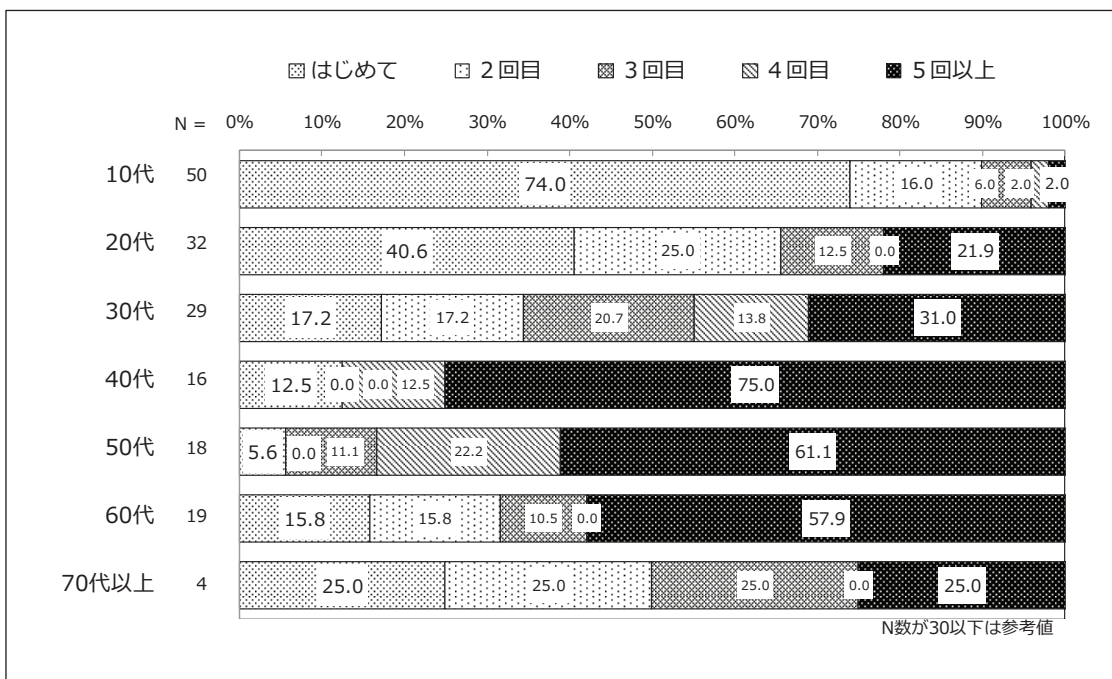
(3)性別

男性では「5 回以上」34.3%が最も高く、2 回目以上と回答した方は 69.7%と約 7 割がリピーターである。



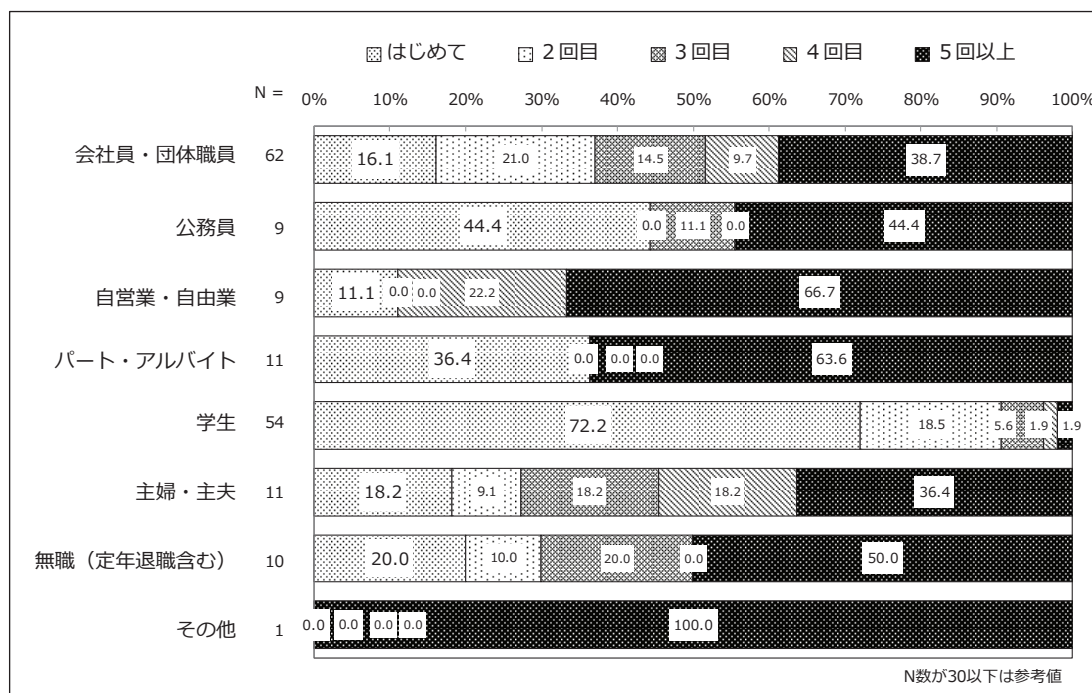
(4)年代

「10 代」では「はじめて」の回答が 7 割を超える。



(5)職業

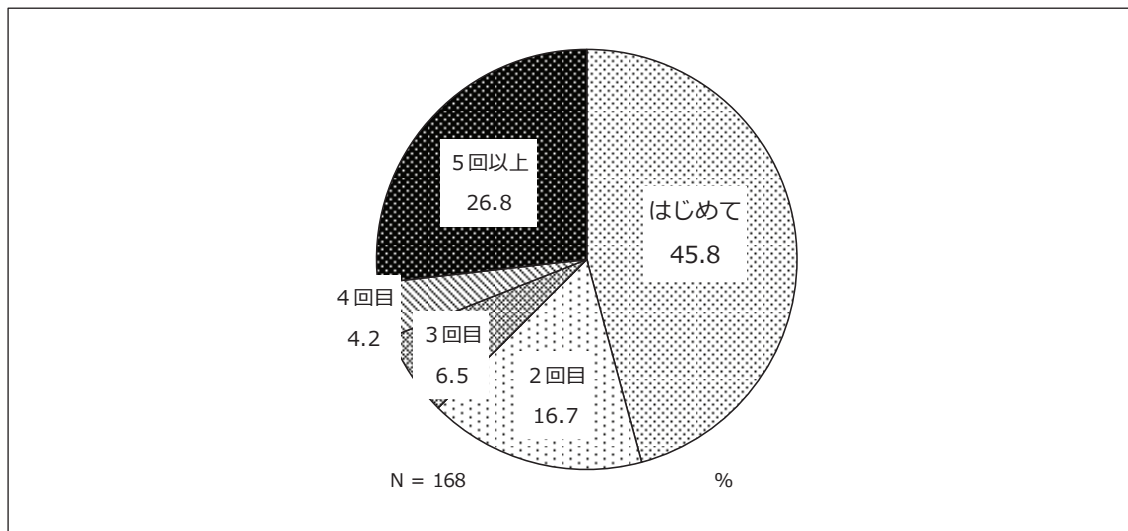
「会社員・団体職員」をみると、「5 回以上」の 38.7%が最も高く、「2 回目」が 21.0%と続く。「主婦・主夫」では「5 回以上」36.4%が高く、「はじめて」18.2%、「3 回目」18.2%、「4 回目」18.2%と同数である。



4-3 商店街への訪問回数

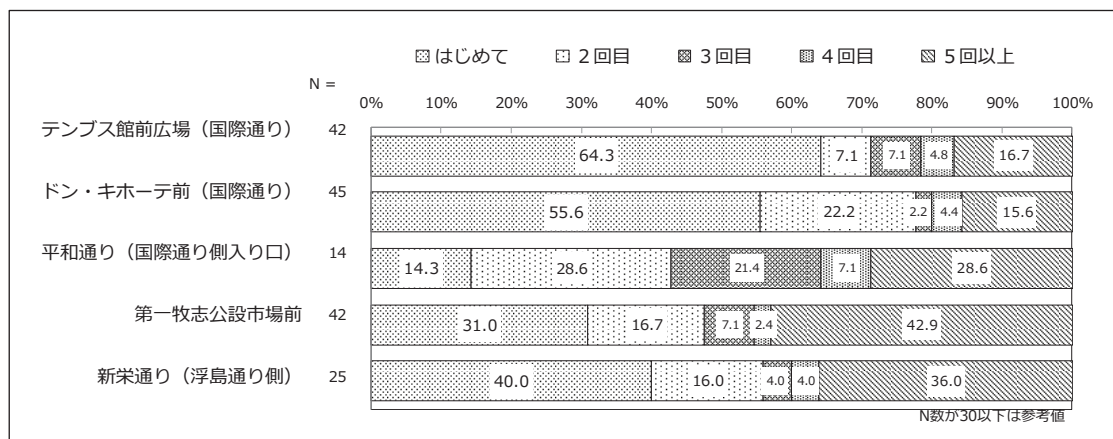
(1)全体

商店街への訪問回数は「はじめて」の45.8%が最も高く、「5回以上」は26.8%と2番目に多い。



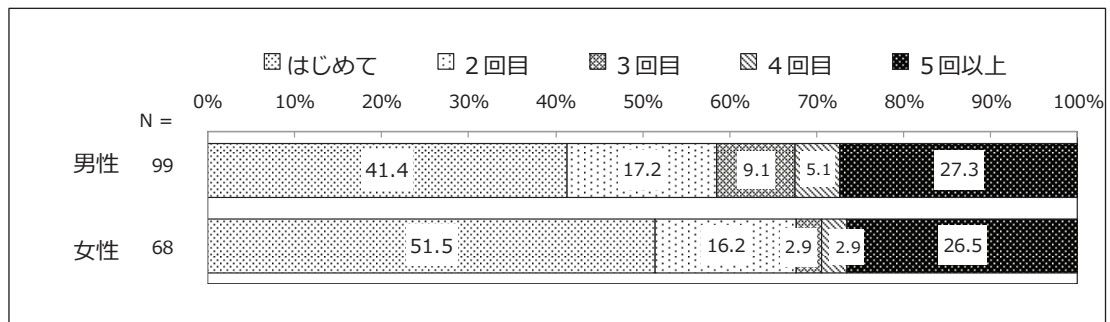
(2)調査地点別

「はじめて」と回答した割合が高い調査地点は「テンプス館前広場(国際通り)」の64.3%と「ドン・キホーテ前(国際通り)」の55.6%で5割を超える。「第一牧志公設市場前」では「5回以上」が42.9%と他調査地点と比べて割合が高い。



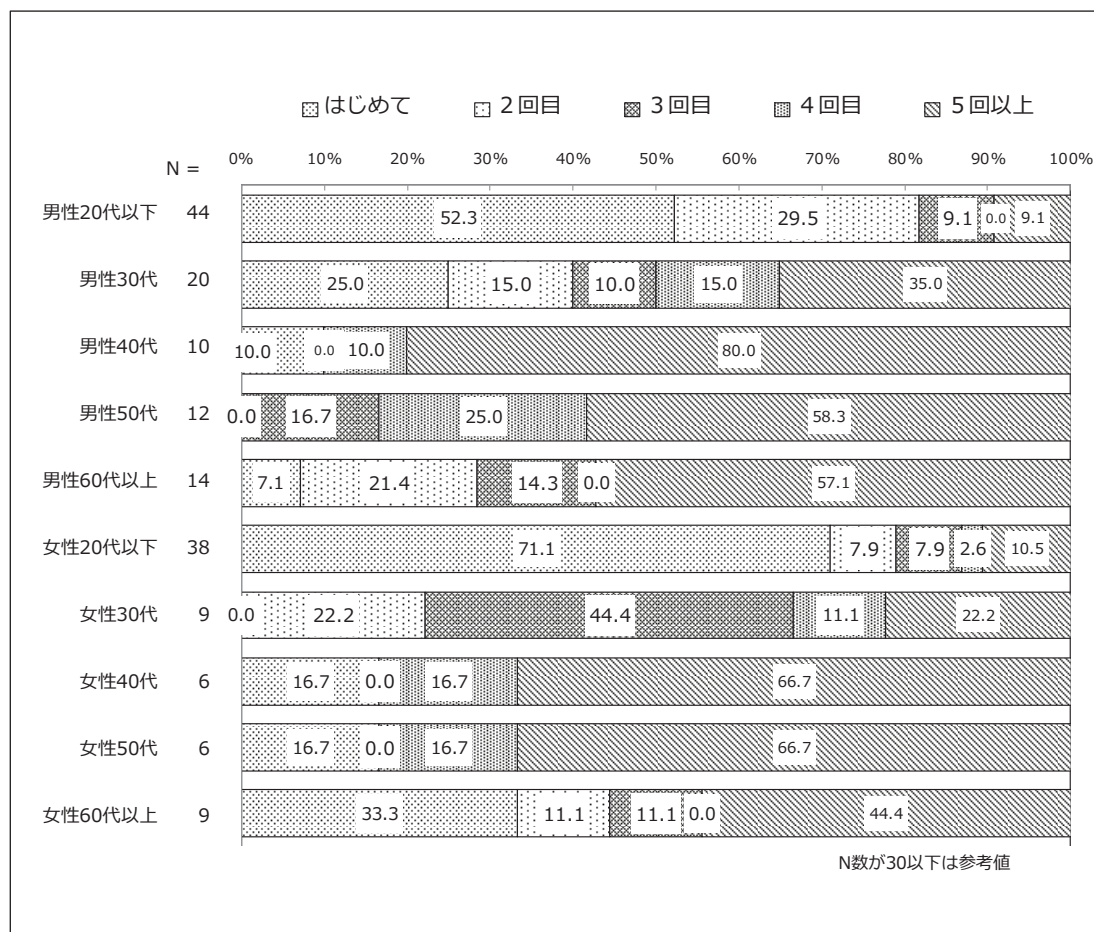
(3)性別

「はじめて」と回答した割合は「女性」51.5%が「男性」41.4%を上回る。



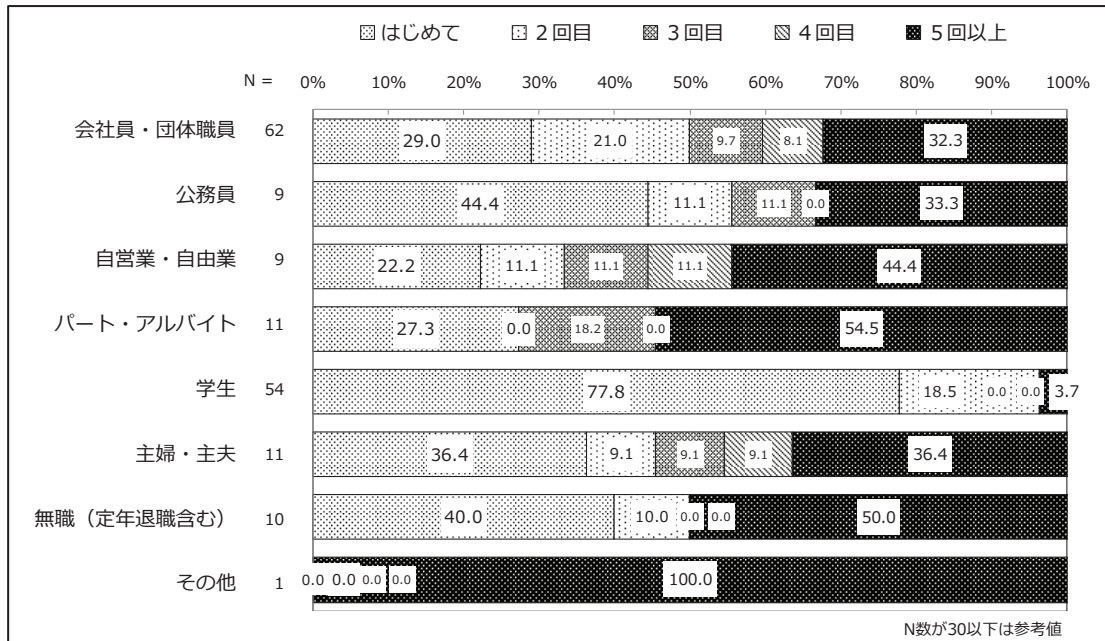
(4)性年代

性年代別でみると、「男性 30 代」が「5 回以上」が 35.0%と高いリピート率である。
「女性 20 代以下」の「はじめて」71.1%、「男性 20 代以下」52.3%と高い割合である。



(5) 職業

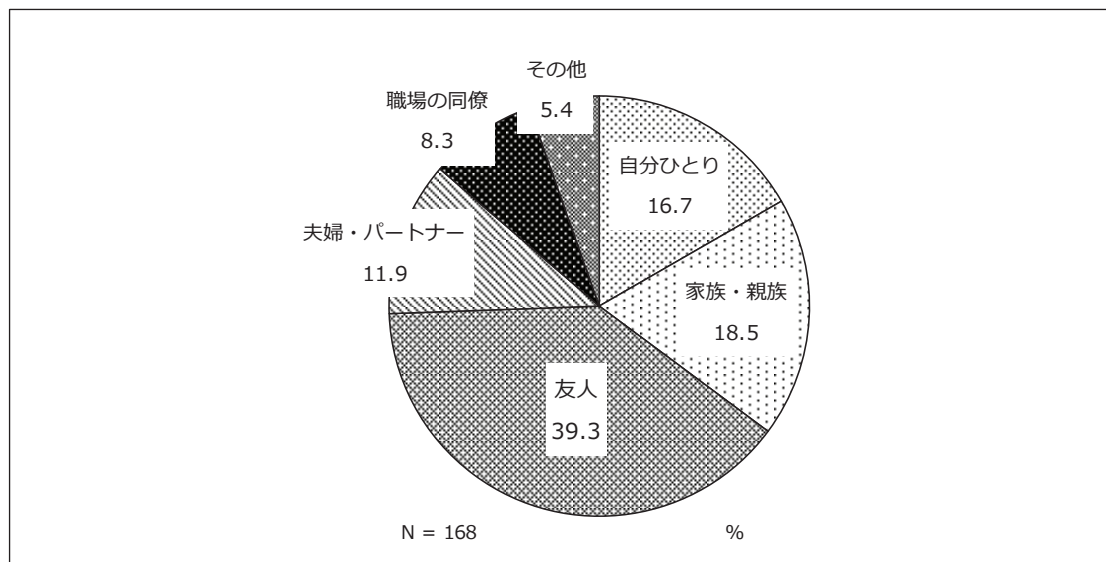
「会社員・団体職員」をみると、「5 回以上」が 32.3%と最も高く「はじめて」が 29.0%と続く。「主婦・主夫」では「はじめて」36.4%、「5 回以上」36.4%と同数である。



4-4 商店街への同行者の種類

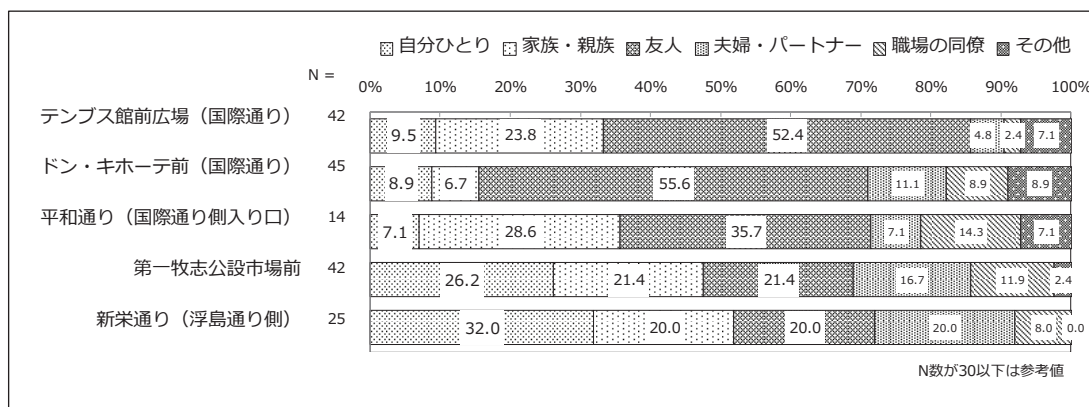
(1)全体

「友人」が 39.3%で最も割合が高く、「家族・親族」が 18.5%、「自分ひとり」が 16.7%と続く。



(2)調査地点別

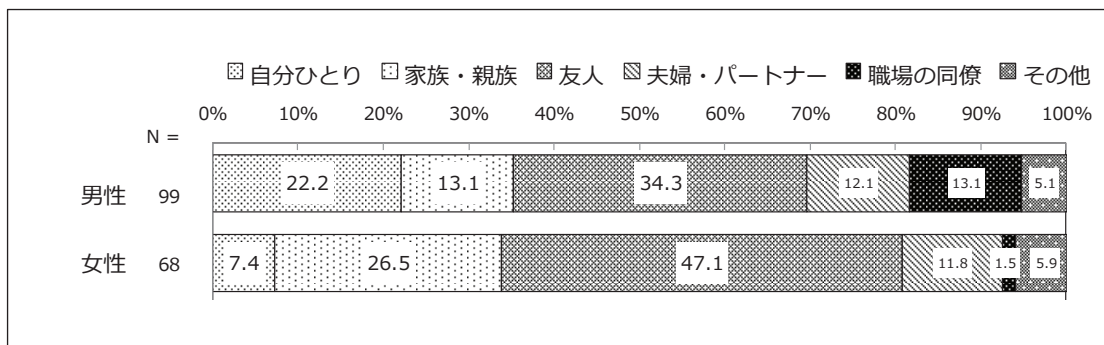
同行者で「友人」と答えた割合が高い地点は「テンブス館前広場(国際通り)」52.4%、「ドン・キホーテ前(国際通り)」55.6%で 5 割を超える。「第一牧志公設市場前」では「自分ひとり」の 26.2%が最も高い。



(3)性別

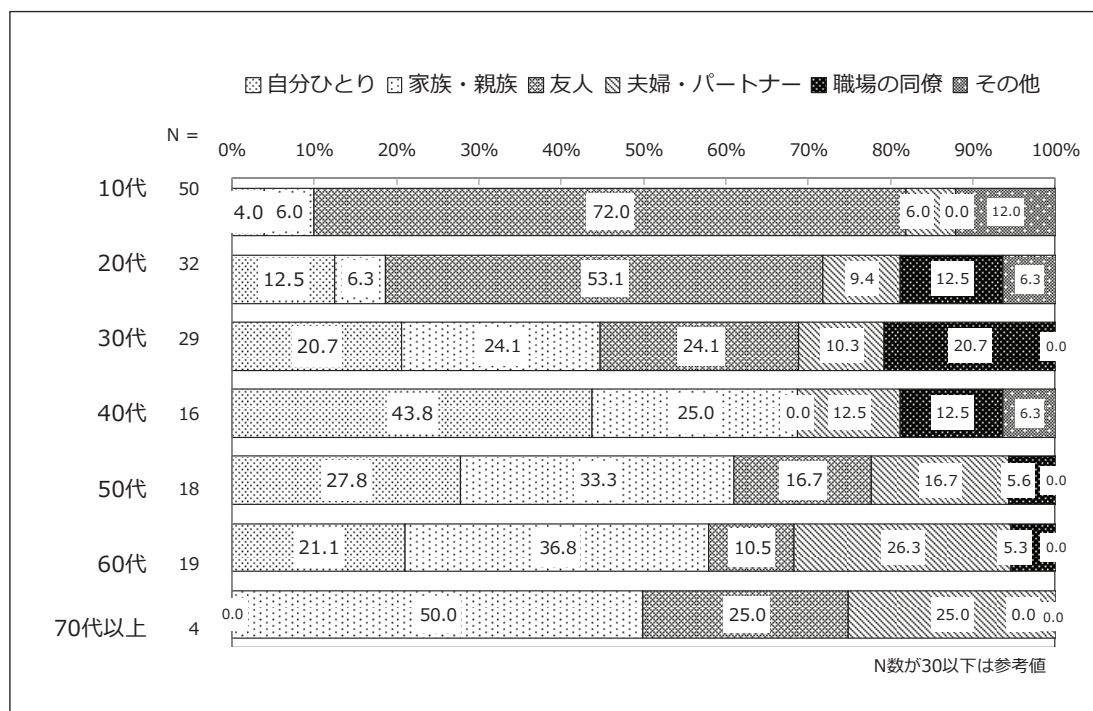
「自分ひとり」と回答した「男性」22.2%は「女性」7.4%を上回る。

また、「友人」との同行者は「男性」34.3%より「女性」47.1%が上回る。



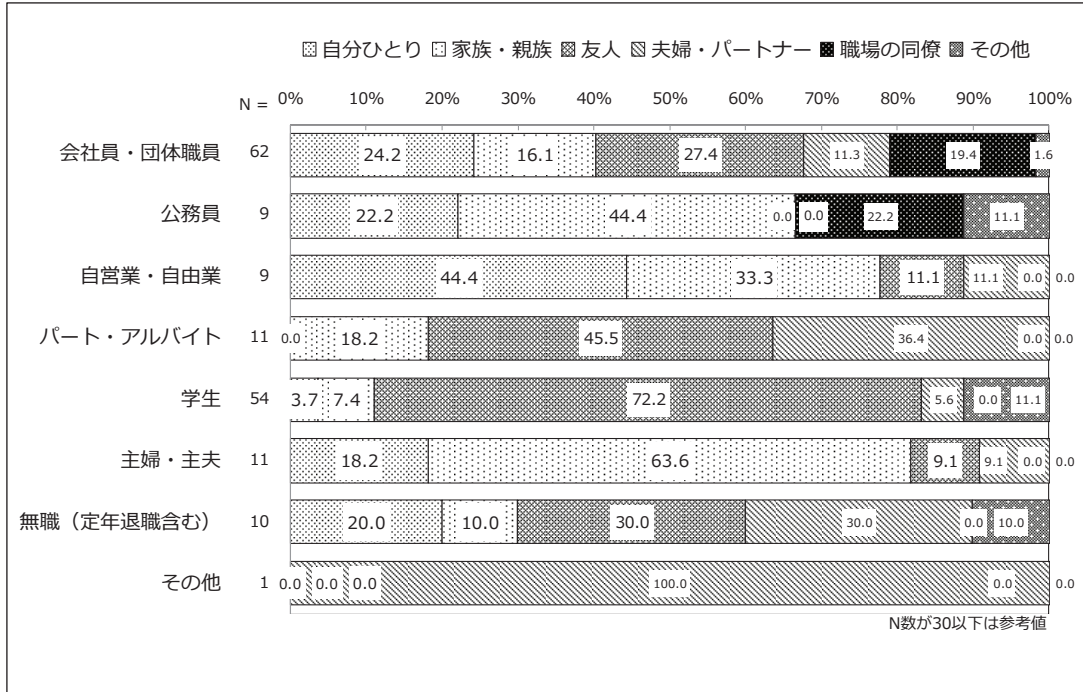
(4)年代

「10代」では「友人」との同行者が7割を超える。



(5)職業

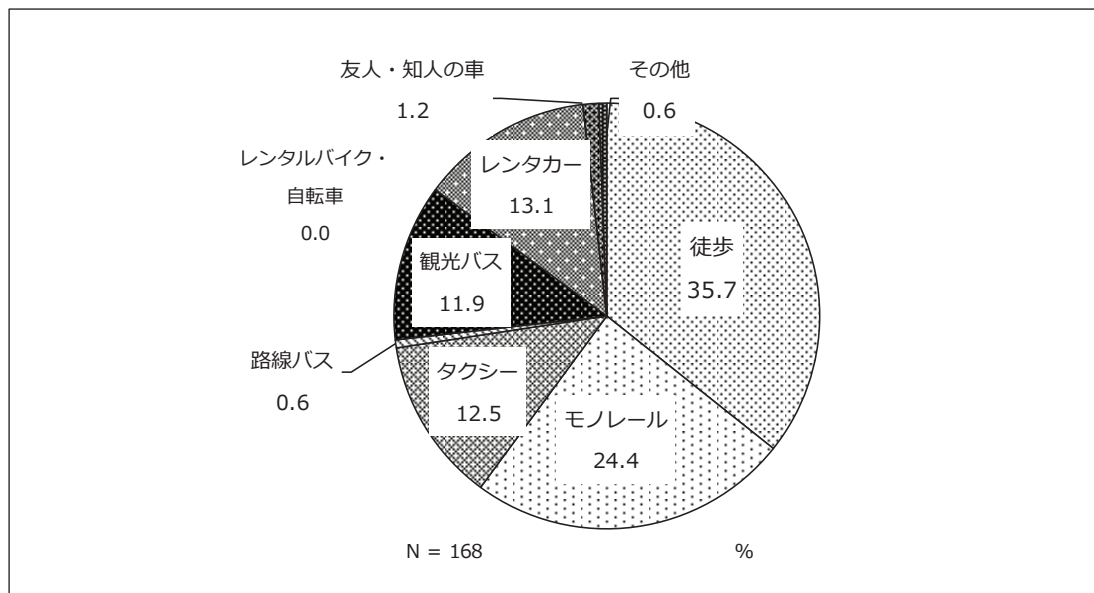
「会社員・団体職員」をみると、「友人」が27.4%と最も高く、「自分ひとり」24.2%、「職場の同僚」19.4%と続く。



4-5 商店街への来街手段

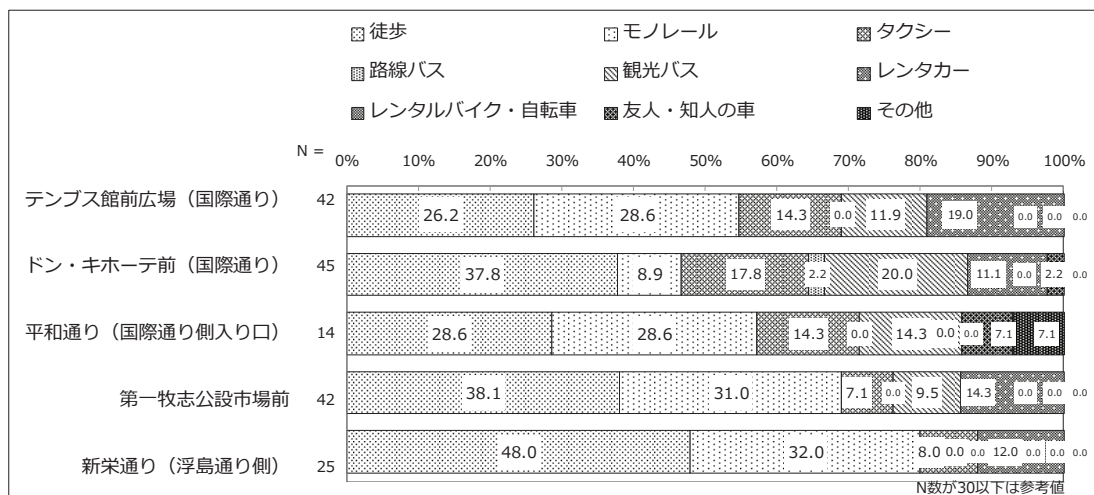
(1)全体

「徒歩」の35.7%が最も高く、宿泊施設から直接来ていると思われる。「モノレール」の24.4%が次に高い。



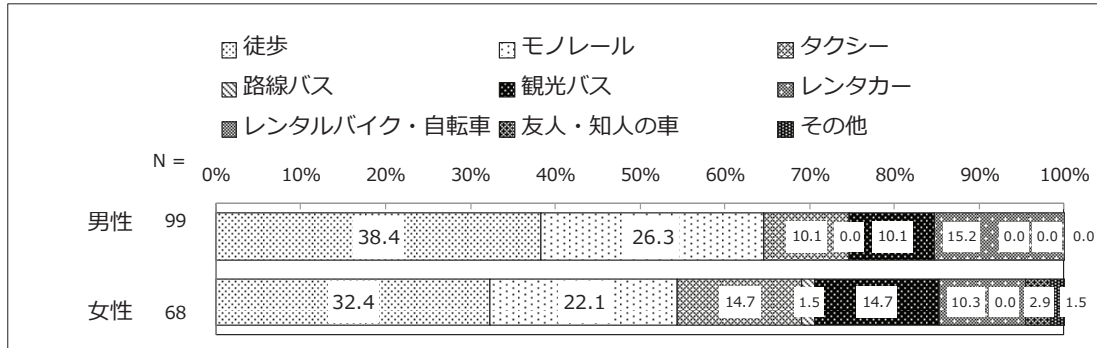
(2)調査地点別

「観光バス」と回答した人は「ドン・キホーテ前(国際通り入り口)」で20.0%と他の調査地点よりも高い。



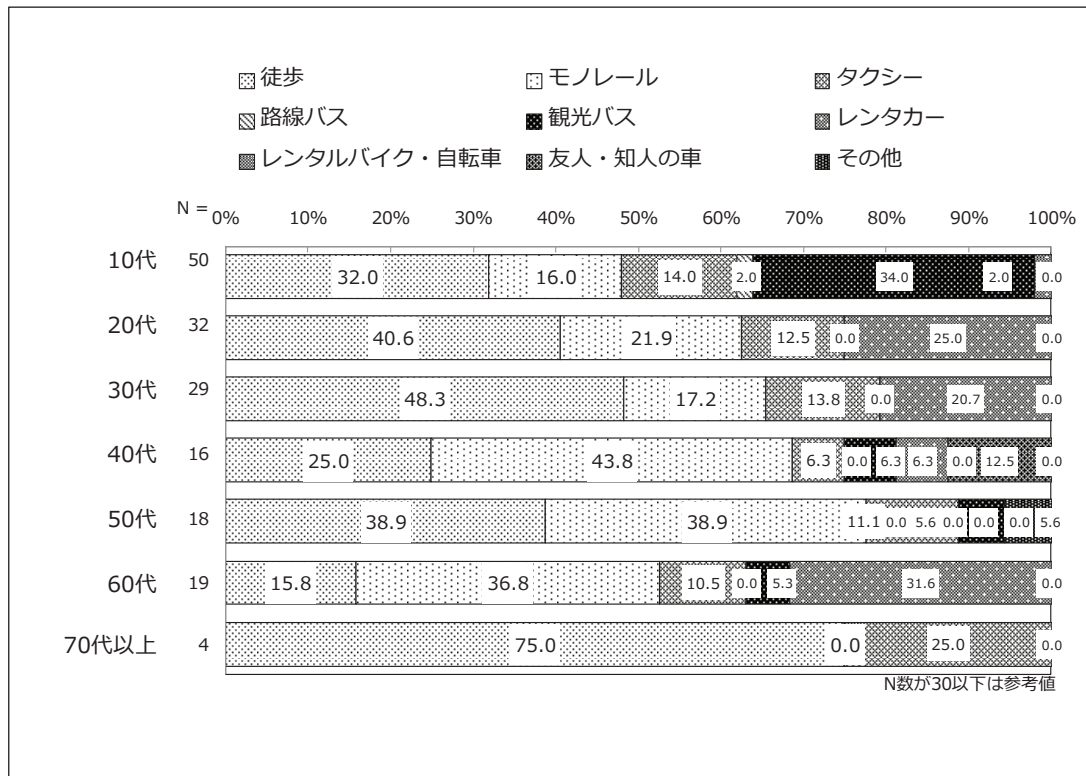
(3)性別

「徒歩」と回答した人は「男性」が38.4%で、「女性」の32.4%を上回る。



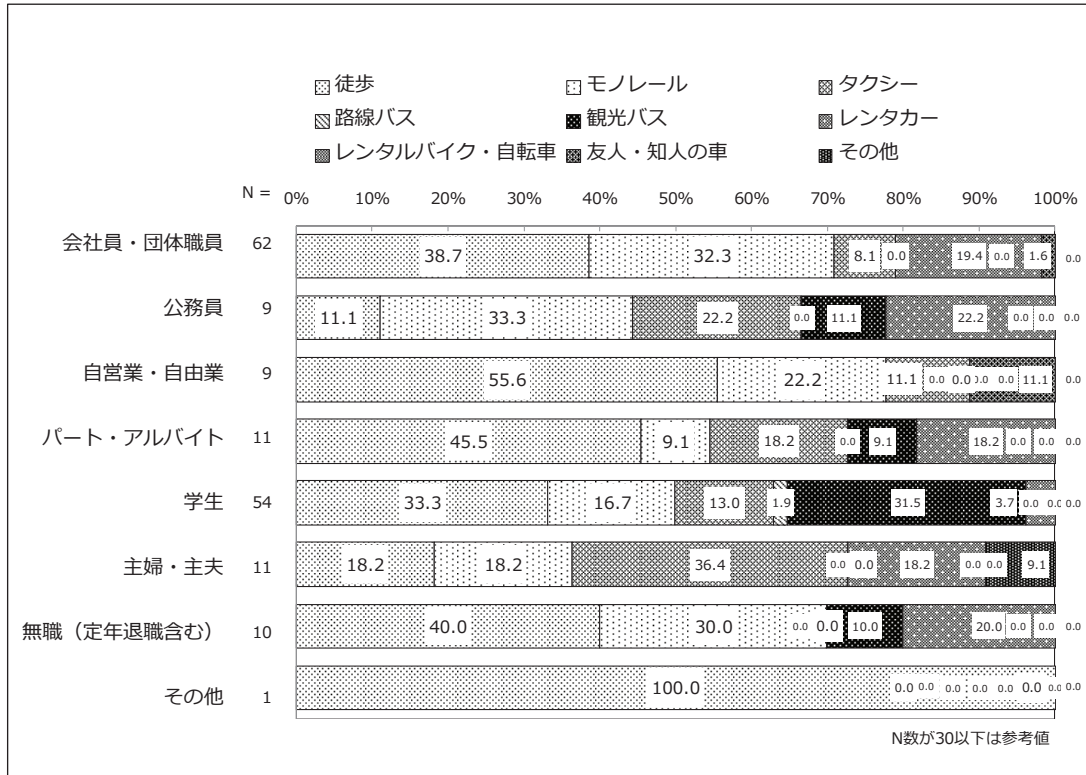
(4)年代

「10代」では「観光バス」の34.0%が最も高く、「徒歩」が32.0%と続く。



(5) 職業

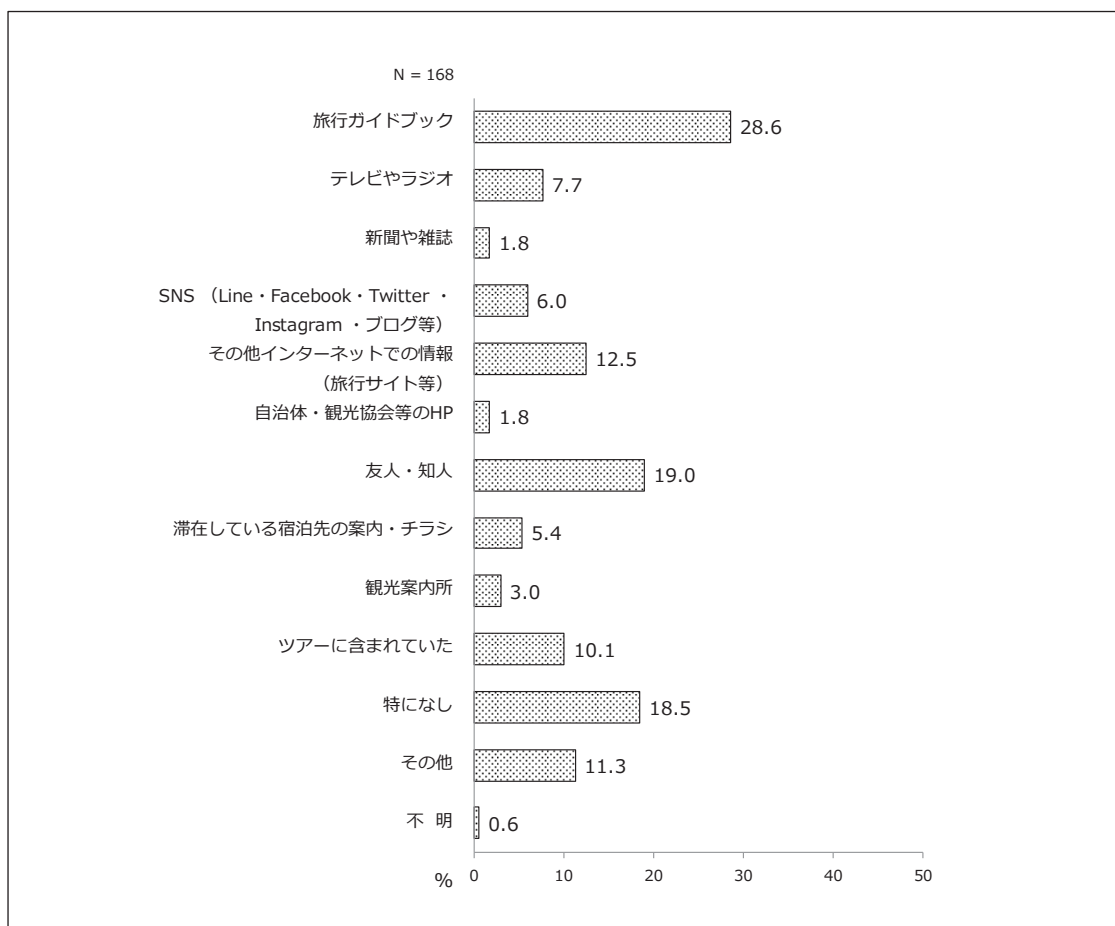
「会社員・団体職員」をみると、「徒歩」の38.7%が最も高く、「モノレール」が32.3%と続く。「学生」でも「徒歩」の33.3%が最も高く、「観光バス」の31.5%が次に割合が高い。



4-6 商店街の情報手段

(1)全体

「旅行ガイドブック」の28.6%が最も高く、「友人・知人」が19.0%と続く。



(2)調査地点別

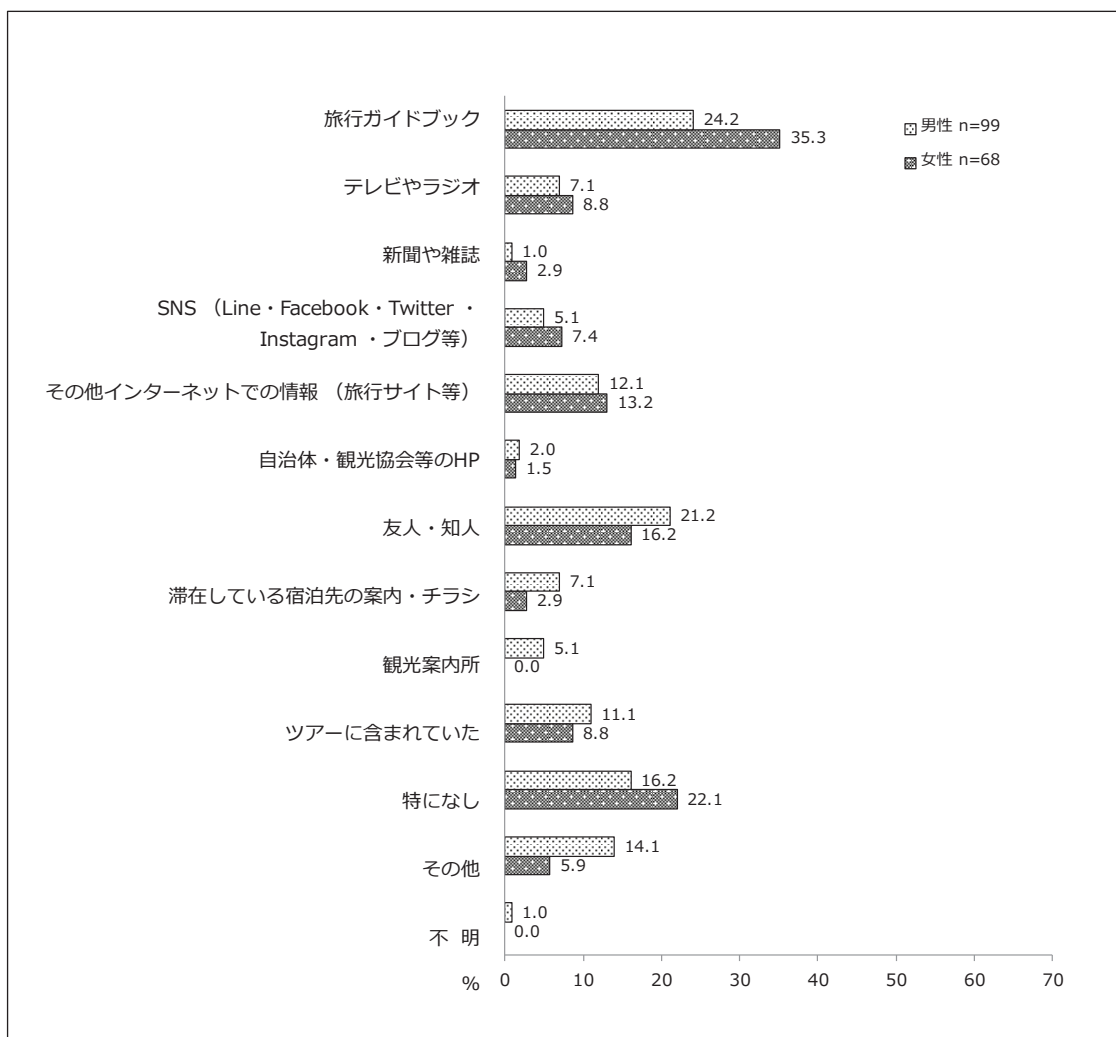
「旅行ガイドブック」と回答した割合が高い調査地点は「ドン・キホーテ前(国際通り)」42.2%である。「第一牧志公設市場前」では「友人・知人」の33.3%が最も高い。

	(%)	N数	旅行ガイドブック	テレビやラジオ	新聞や雑誌	SNS (Line・Facebook・Twitter・Instagram・ブログ等)	その他インターネットでの情報 (旅行サイト等)	自治体・観光協会等のHP	友人・知人	滞っている宿泊先の案内・チラシ	観光案内所	ツアーに含まれていた	特になし	その他	不明
デンプス館前広場 (国際通り)	42		33.3	0.0	2.4	0.0	14.3	0.0	14.3	7.1	4.8	14.3	23.8	9.5	0.0
ドン・キホーテ前 (国際通り)	45		42.2	15.6	4.4	8.9	11.1	2.2	15.6	2.2	4.4	11.1	11.1	4.4	2.2
平和通り (国際通り側入り口)	14		7.1	7.1	0.0	21.4	7.1	0.0	14.3	7.1	0.0	14.3	28.6	7.1	0.0
第一牧志公設市場前	42		23.8	7.1	0.0	4.8	14.3	2.4	33.3	7.1	2.4	9.5	23.8	2.4	0.0
新栄通り (浮島通り側)	25		16.0	8.0	0.0	4.0	12.0	4.0	12.0	4.0	0.0	0.0	8.0	44.0	0.0

N数が30以下は参考値

(3)性別

「旅行ガイドブック」と回答した「女性」35.3%は「男性」24.2%を上回る。



(4)年代

「その他インターネットでの情報(旅行サイト等)」と回答した年代で割合が高いのは「30代」24.1%と「20代」21.9%の年代で2割を超える。

(%)	N数	旅行ガイドブック	テレビやラジオ	新聞や雑誌	SNS (Line・Facebook・Twitter・Instagram・ブログ等)	その他インターネットでの情報(旅行サイト等)	自治体・観光協会等のHP	友人・知人
10代	50	38.0	4.0	2.0	6.0	6.0	2.0	10.0
20代	32	28.1	12.5	3.1	12.5	21.9	0.0	21.9
30代	29	13.8	6.9	0.0	6.9	24.1	3.4	24.1
40代	16	18.8	12.5	0.0	6.3	6.3	6.3	37.5
50代	18	22.2	5.6	0.0	0.0	5.6	0.0	27.8
60代	19	31.6	10.5	5.3	0.0	10.5	0.0	5.3
70代以上	4	75.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	25.0

(%)	N数	滞在している宿泊先の案内・チラシ	観光案内所	ツアーに含まれていた	特になし	その他	不明
10代	50	2.0	4.0	20.0	18.0	10.0	2.0
20代	32	3.1	3.1	3.1	18.8	12.5	0.0
30代	29	10.3	3.4	6.9	17.2	10.3	0.0
40代	16	6.3	0.0	6.3	0.0	12.5	0.0
50代	18	11.1	0.0	0.0	38.9	11.1	0.0
60代	19	5.3	5.3	10.5	21.1	15.8	0.0
70代以上	4	0.0	0.0	25.0	0.0	0.0	0.0

N数が30以下は参考値

(5) 職業

「旅行ガイドブック」と回答した「学生」37.0%は、「会社員・団体職員」19.4%を上回る。逆に、「その他インターネットでの情報(旅行サイト等)」では「会社員・団体職員」19.4%が「学生」7.4%の割合を超える。

	N数	旅行ガイドブック	テレビやラジオ	新聞や雑誌	SNS (Line・Facebook・Twitter・Instagram・ブログ等)	その他インターネットでの情報(旅行サイト等)	自治体・観光協会等のHP	友人・知人
(%)								
会社員・団体職員	62	19.4	9.7	1.6	9.7	19.4	1.6	19.4
公務員	9	44.4	11.1	0.0	0.0	22.2	0.0	22.2
自営業・自由業	9	11.1	0.0	0.0	0.0	11.1	0.0	55.6
パート・アルバイト	11	18.2	18.2	0.0	0.0	0.0	0.0	36.4
学生	54	37.0	3.7	1.9	7.4	7.4	1.9	13.0
主婦・主夫	11	36.4	9.1	9.1	0.0	18.2	9.1	9.1
無職(定年退職含む)	10	50.0	10.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
その他	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

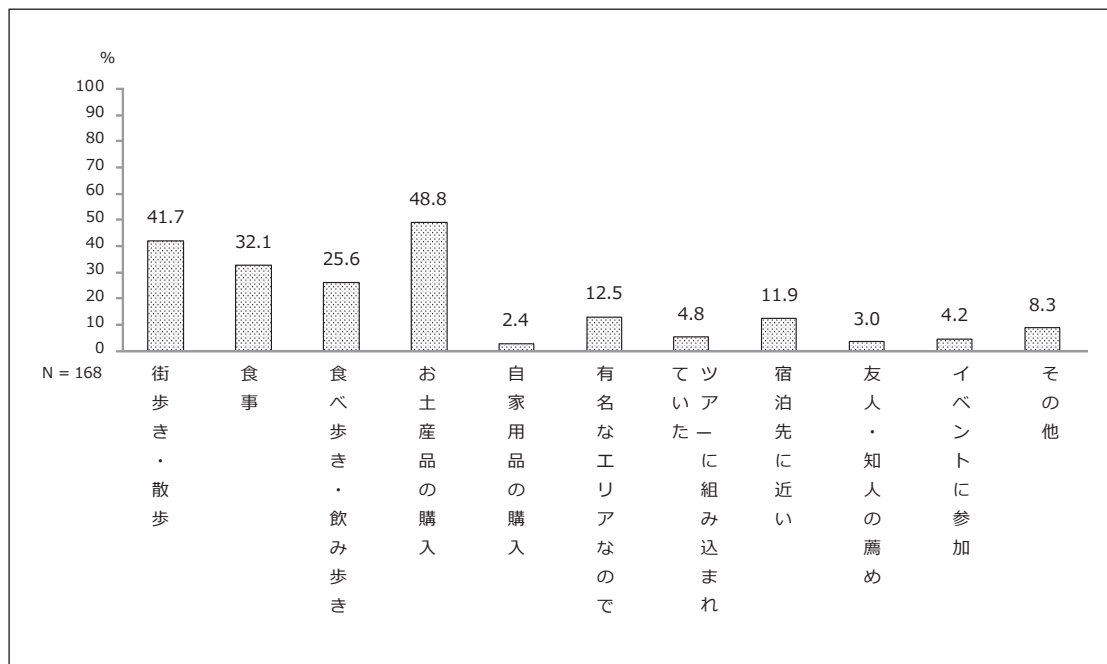
	N数	滞在している宿泊先の案内・チラシ	観光案内所	ツアーに含まれていた	特になし	その他	不明
(%)							
会社員・団体職員	62	8.1	3.2	3.2	14.5	16.1	0.0
公務員	9	0.0	0.0	11.1	22.2	0.0	0.0
自営業・自由業	9	0.0	0.0	0.0	22.2	0.0	0.0
パート・アルバイト	11	0.0	0.0	0.0	27.3	18.2	0.0
学生	54	5.6	5.6	18.5	18.5	9.3	1.9
主婦・主夫	11	9.1	0.0	9.1	27.3	0.0	0.0
無職(定年退職含む)	10	0.0	0.0	30.0	20.0	10.0	0.0
その他	1	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0

N数が30以下は参考値

4-7 商店街への来街理由

(1)全体

「お土産品の購入」の48.8%が最も高く、「街歩き・散歩」が41.7%、「食事」が32.1%と続く。



(2)調査地点別

「お土産品の購入」をみると、「ドン・キホーテ前(国際通り)」の57.8%は「テンブス館前広場(国際通り)」の40.5%や「第一牧志公設市場前」の57.1%よりも割合が高い。

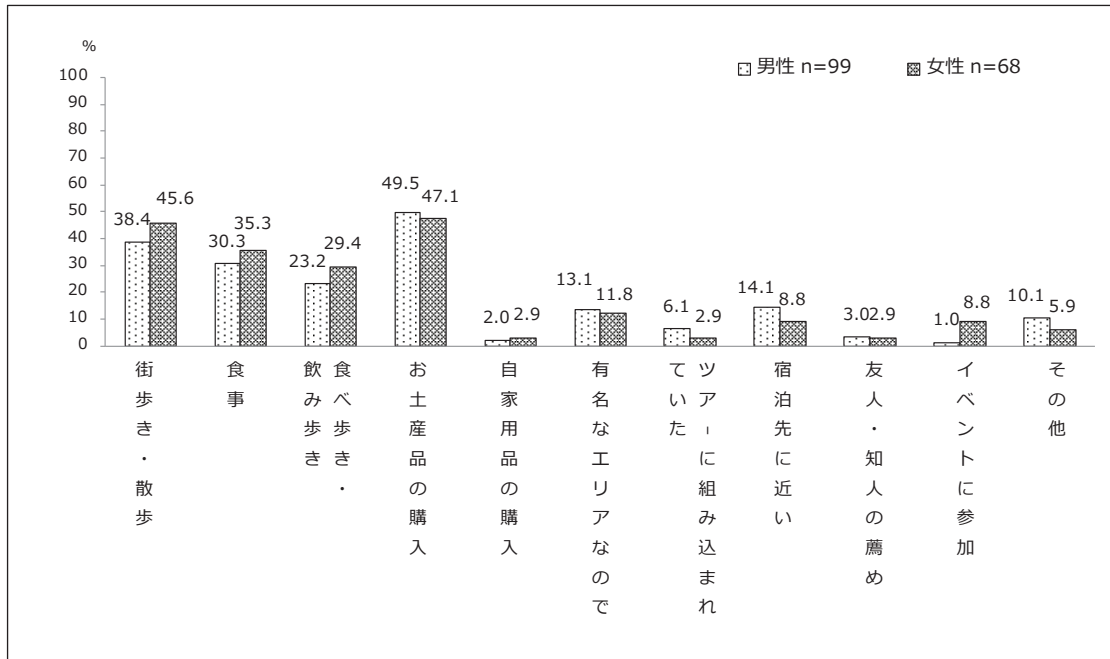
	(%)	N数	街歩き・散歩	食事	食べ歩き・飲み歩き	お土産品の購入	自家用品の購入	有名なエリアなので	ツアーに組み込まれていた	宿泊先に近い	友人・知人の薦め	イベントに参加	その他
テンブス館前広場 (国際通り)	42	42.9	31.0	28.6	40.5	2.4	11.9	2.4	7.1	2.4	7.1	9.5	
ドン・キホーテ前 (国際通り)	45	42.2	40.0	24.4	57.8	2.2	24.4	8.9	8.9	2.2	2.2	8.9	
平和通り (国際通り側入り口)	14	14.3	28.6	21.4	64.3	0.0	14.3	7.1	21.4	0.0	14.3	0.0	
第一牧志公設市場前	42	42.9	26.2	16.7	57.1	2.4	4.8	4.8	11.9	2.4	2.4	4.8	
新栄通り (浮島通り側)	25	52.0	32.0	40.0	24.0	4.0	4.0	0.0	20.0	8.0	0.0	16.0	

N数が10以下は参考値

N数が30以下は参考値

(3)性別

「女性」では「街歩き・散歩」45.6%、「食事」35.3%、「食べ歩き・飲み歩き」29.4%、「イベントに参加」8.8%の項目で「男性」よりも上回る。



(4)年代

「20代」では「街歩き・散歩」50.0%と答えた割合が最も高く、「お土産の購入」40.6%、「食事」37.5%と続く。

	(%)	N数	街歩き・散歩	食事	食べ歩き・飲み歩き	お土産品の購入	自家用品の購入	有名なエリアなので	ツアーに組み込まれていた	宿泊先に近い	友人・知人の薦め	イベントに参加	その他
10代	50		36.0	32.0	28.0	56.0	4.0	16.0	10.0	8.0	2.0	4.0	8.0
20代	32		50.0	37.5	31.3	40.6	0.0	18.8	3.1	6.3	9.4	6.3	9.4
30代	29		41.4	37.9	20.7	51.7	3.4	13.8	0.0	24.1	3.4	0.0	10.3
40代	16		43.8	18.8	31.3	56.3	6.3	0.0	6.3	12.5	0.0	6.3	6.3
50代	18		38.9	44.4	16.7	50.0	0.0	5.6	0.0	16.7	0.0	11.1	0.0
60代	19		42.1	15.8	26.3	42.1	0.0	10.5	5.3	10.5	0.0	0.0	10.5
70代以上	4		50.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	25.0

N数が30以下は参考値

(5) 職業

「会社員・団体職員」をみると、「お土産の購入」の54.8%が最も高く、「街歩き・散歩」が38.7%、「食事」が29.0%、「食べ歩き・飲み歩き」が24.2%と続く。

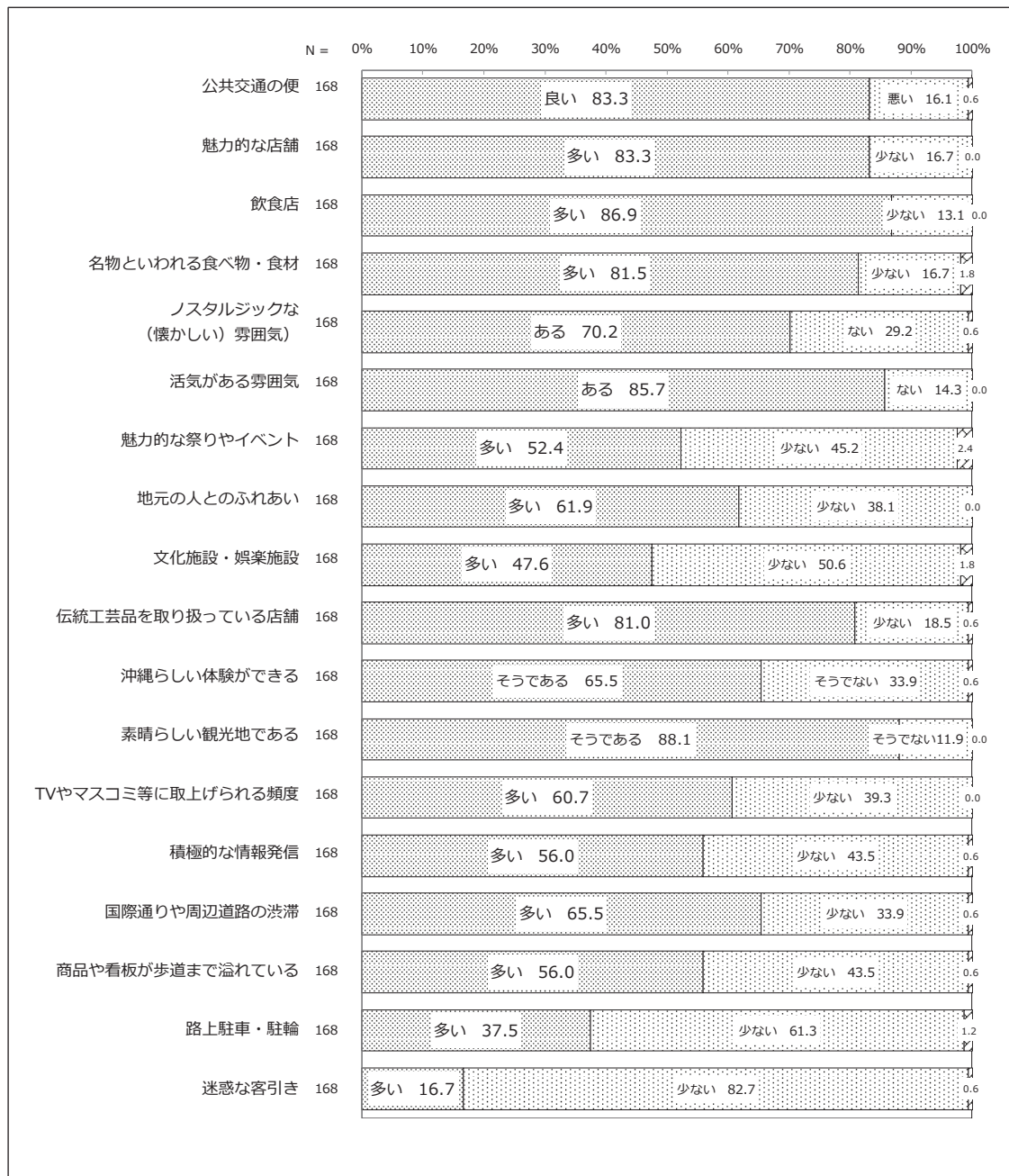
	N数	街歩き・散歩	食事	食べ歩き、飲み歩き	お土産品の購入	自家用品の購入	有名な工リニアなので	ツアーに組み込まれていた	宿泊先に近い	友人・知人の薦め	イベントに参加	その他
(%)												
会社員・団体職員	62	38.7	29.0	24.2	54.8	1.6	11.3	0.0	16.1	3.2	1.6	11.3
公務員	9	55.6	22.2	33.3	55.6	0.0	22.2	11.1	0.0	0.0	0.0	0.0
自営業・自由業	9	0.0	22.2	11.1	22.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	11.1	33.3
パート・アルバイト	11	54.5	63.6	36.4	27.3	0.0	9.1	0.0	9.1	0.0	9.1	0.0
学生	54	38.9	33.3	29.6	53.7	5.6	14.8	9.3	11.1	5.6	5.6	7.4
主婦・主夫	11	81.8	45.5	27.3	45.5	0.0	18.2	0.0	18.2	0.0	9.1	0.0
無職（定年退職含む）	10	40.0	20.0	0.0	40.0	0.0	10.0	20.0	0.0	0.0	0.0	0.0
その他	1	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0

N数が30以下は参考値

4-8 商店街のイメージ

(1)全体

「良い」「多い」「ある」「そうである」と回答した中で最も割合が高い項目は「素晴らしい観光地である」88.1%、であり、「飲食店」86.9%、「活気がある雰囲気」85.7%、と続き、「公共交通の便」83.3%、「魅力的な店舗」83.3%、「名物といわれる食べ物・食材」81.5%、「伝統工芸品を取り扱っている店舗」81.0%と、これらの項目で8割を超える。



(2)調査地点別

地点別でみると「テンブス館前広場」では「素晴らしい観光地である」と思うが 100%、「ドン・キホーテ前」では「活気ある雰囲気」97.8%、「第一牧志公設市場」95.2%、「新栄通り」では「ノスタルジックな（懐かしい）雰囲気」が92.0%と高い。

【商店街のイメージで「良い」「多い」「ある」「そうである」との回答数】

		テンブス館前広場 (国際通り)	ドン・キホーテ前 (国際通り)	平和通り (国際通り側入り口)	第一牧志公設市場前	新栄通り (浮島通り側)
(%)	N数	42	45	14	42	25
公共交通の便	【良い】	92.9	86.7	85.7	73.8	76.0
魅力的な店舗	【多い】	90.5	95.6	64.3	85.7	56.0
飲食店	【多い】	97.6	88.9	92.9	81.0	72.0
名物といわれる食べ物・食材	【多い】	97.6	93.3	64.3	81.0	44.0
ノスタルジックな(懐かしい)雰囲気	【ある】	71.4	57.8	35.7	81.0	92.0
活気がある雰囲気	【ある】	95.2	97.8	78.6	95.2	36.0
魅力的な祭りやイベント	【多い】	66.7	64.4	57.1	35.7	32.0
地元の人とのふれあい	【多い】	66.7	68.9	50.0	59.5	52.0
文化施設・娯楽施設	【多い】	66.7	62.2	35.7	26.2	32.0
伝統工芸品を取り扱っている店舗	【多い】	85.7	86.7	100.0	69.0	72.0
沖縄らしい体験ができる	【そうである】	73.8	73.3	35.7	71.4	44.0
素晴らしい観光地である	【そうである】	100.0	95.6	78.6	88.1	60.0
TVやマスコミ等に取上げられる頻度	【多い】	69.0	66.7	35.7	73.8	28.0
積極的な情報発信	【多い】	76.2	73.3	50.0	40.5	20.0
国際通りや周辺道路の渋滞	【多い】	61.9	66.7	64.3	66.7	68.0
商品や看板が歩道まで溢れている	【多い】	64.3	51.1	71.4	52.4	48.0
路上駐車・駐輪	【多い】	33.3	44.4	64.3	28.6	32.0
迷惑な客引き	【多い】	21.4	22.2	14.3	14.3	4.0

N数が30以下は参考値

(3)性別

「積極的な情報発信」の項目をみると、「女性」が66.2%で、「男性」の49.0%よりも割合が高く、他の項目と比べて性別によって17.2%の差がある。

「公共交通の便」では「男性」が87.0%で「女性」の77.9%よりも上がる。

【商店街のイメージで「良い」「多い」「ある」「そうである」との回答数】

	(%)	N数	男性	女性
			100	68
公共交通の便	【良い】		87.0	77.9
魅力的な店舗	【多い】		81.0	86.8
飲食店	【多い】		86.0	88.2
名物といわれる食べ物・食材	【多い】		78.0	86.8
ノスタルジックな(懐かしい)雰囲気	【ある】		70.0	70.6
活気がある雰囲気	【ある】		84.0	88.2
魅力的な祭りやイベント	【多い】		48.0	58.8
地元の人とのふれあい	【多い】		60.0	64.7
文化施設・娯楽施設	【多い】		44.0	52.9
伝統工芸品を取り扱っている店舗	【多い】		81.0	80.9
沖縄らしい体験ができる	【そうである】		64.0	67.6
素晴らしい観光地である	【そうである】		87.0	89.7
TVやマスコミ等に取り上げられる頻度	【多い】		59.0	63.2
積極的な情報発信	【多い】		49.0	66.2
国際通りや周辺道路の渋滞	【多い】		60.0	73.5
商品や看板が歩道まで溢れている	【多い】		55.0	57.4
路上駐車・駐輪	【多い】		37.0	38.2
迷惑な客引き	【多い】		15.0	19.1

(4)年代

「10代」では「活気がある雰囲気」が100%と回答者の全員が「多い」と回答している。

【商店街のイメージで「良い」「多い」「ある」「そうである」との回答数】

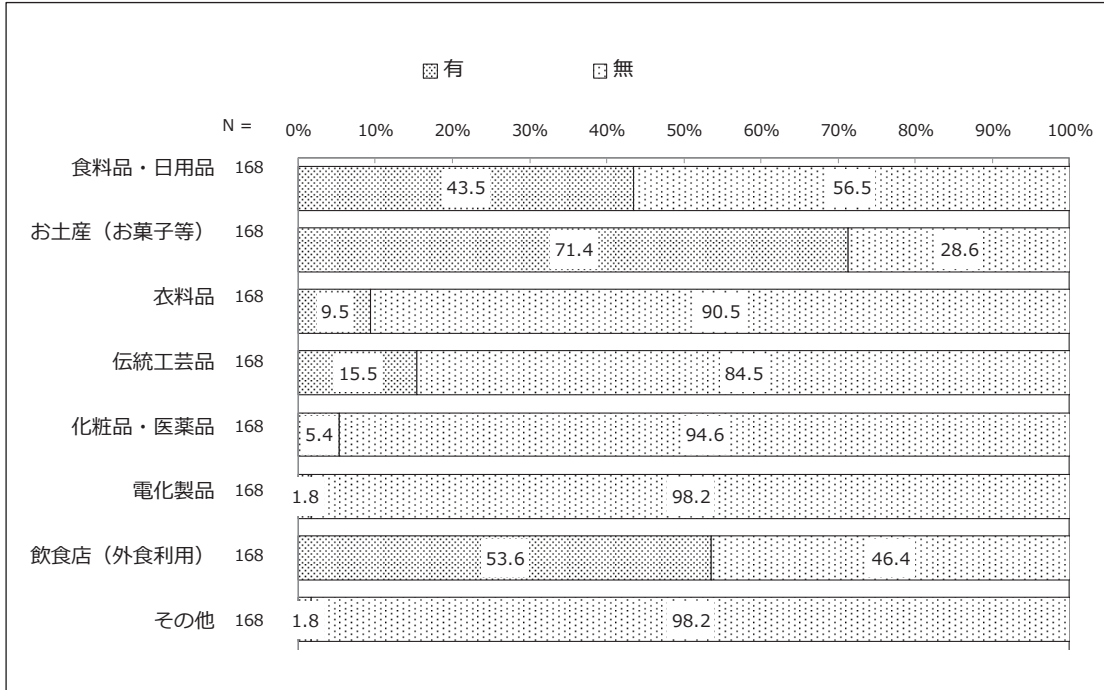
		10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代以上
	(%) N数	50	32	29	16	18	19	4
公共交通の便	【良い】	96.0	78.1	82.8	68.8	77.8	78.9	75.0
魅力的な店舗	【多い】	94.0	90.6	86.2	68.8	72.2	68.4	50.0
飲食店	【多い】	92.0	87.5	93.1	62.5	88.9	78.9	100.0
名物といわれる食べ物・食材	【多い】	94.0	87.5	75.9	62.5	72.2	73.7	75.0
ノスタルジックな(懐かしい)雰囲気	【ある】	62.0	68.8	72.4	75.0	72.2	89.5	50.0
活気がある雰囲気	【ある】	100.0	87.5	82.8	68.8	77.8	73.7	75.0
魅力的な祭りやイベント	【多い】	74.0	59.4	44.8	25.0	33.3	36.8	50.0
地元の人とのふれあい	【多い】	76.0	59.4	51.7	50.0	66.7	52.6	50.0
文化施設・娯楽施設	【多い】	76.0	59.4	34.5	18.8	16.7	31.6	25.0
伝統工芸品を取り扱っている店舗	【多い】	92.0	87.5	79.3	75.0	83.3	57.9	25.0
沖縄らしい体験ができる	【そうである】	82.0	68.8	55.2	37.5	72.2	52.6	50.0
素晴らしい観光地である	【そうである】	98.0	90.6	96.6	81.3	77.8	68.4	50.0
TVやマスコミ等に取上げられる頻度	【多い】	64.0	56.3	62.1	62.5	55.6	68.4	25.0
積極的な情報発信	【多い】	74.0	59.4	44.8	43.8	50.0	36.8	50.0
国際通りや周辺道路の渋滞	【多い】	68.0	78.1	44.8	68.8	55.6	78.9	50.0
商品や看板が歩道まで溢れている	【多い】	64.0	62.5	41.4	68.8	55.6	42.1	25.0
路上駐車・駐輪	【多い】	48.0	43.8	27.6	12.5	44.4	36.8	-
迷惑な客引き	【多い】	20.0	21.9	3.4	12.5	22.2	15.8	25.0

N数が30以下は参考値

4-9 商店街での購入(予定)及び支出(予定)金額

(1)全体

「お土産(お菓子等)」が71.4%と最も高く、「飲食店(外食利用)」が53.6%と続く。



(2)調査地点別

「食料品・日用品」の項目をみると、「第一牧志公設市場前」が50.0%と、他の調査地点よりも購入(予定)の割合が高い。

【有】との回答

(%)	テンプス館前広場 (国際通り)	ドン・キホーテ前 (国際通り)	平和通り (国際通り側入り口)	第一牧志公設市場前	新栄通り (浮島通り側)
N数	42	45	14	42	25
食料品・日用品	45.2	42.2	35.7	50.0	36.0
お土産(お菓子等)	85.7	80.0	71.4	69.0	36.0
衣料品	9.5	11.1	14.3	9.5	4.0
伝統工芸品	14.3	15.6	28.6	9.5	20.0
化粧品・医薬品	4.8	6.7	7.1	7.1	-
電化製品	2.4	-	14.3	-	-
飲食店(外食利用)	66.7	48.9	64.3	47.6	44.0
その他	2.4	-	-	2.4	4.0

N数が30以下は参考値

(3)性別

「衣料品」や「その他」を除くすべての項目で、男性よりも女性の割合が高い。特に、「お土産(お菓子等)」の購入では「女性」が 80.9%と「男性」の 65.0%よりも購入者の割合が高い。

【有】との回答		
(%)	男性	女性
N数	100	68
食料品・日用品	30.9	39
お土産（お菓子等）	65.0	80.9
衣料品	10.0	8.8
伝統工芸品	13.0	19.1
化粧品・医薬品	3.0	8.8
電化製品	1.0	2.9
飲食店（外食利用）	49.0	60.3
その他	3.0	0.0

(4)年代

「お土産(お菓子等)」をみると、どの年代でも 5 割を超えており、「10 代」では 82.0%と最も高い。「飲食店(外食利用)」の項目をみると、「30 代」62.1%で最も割合が高い。

【有】との回答

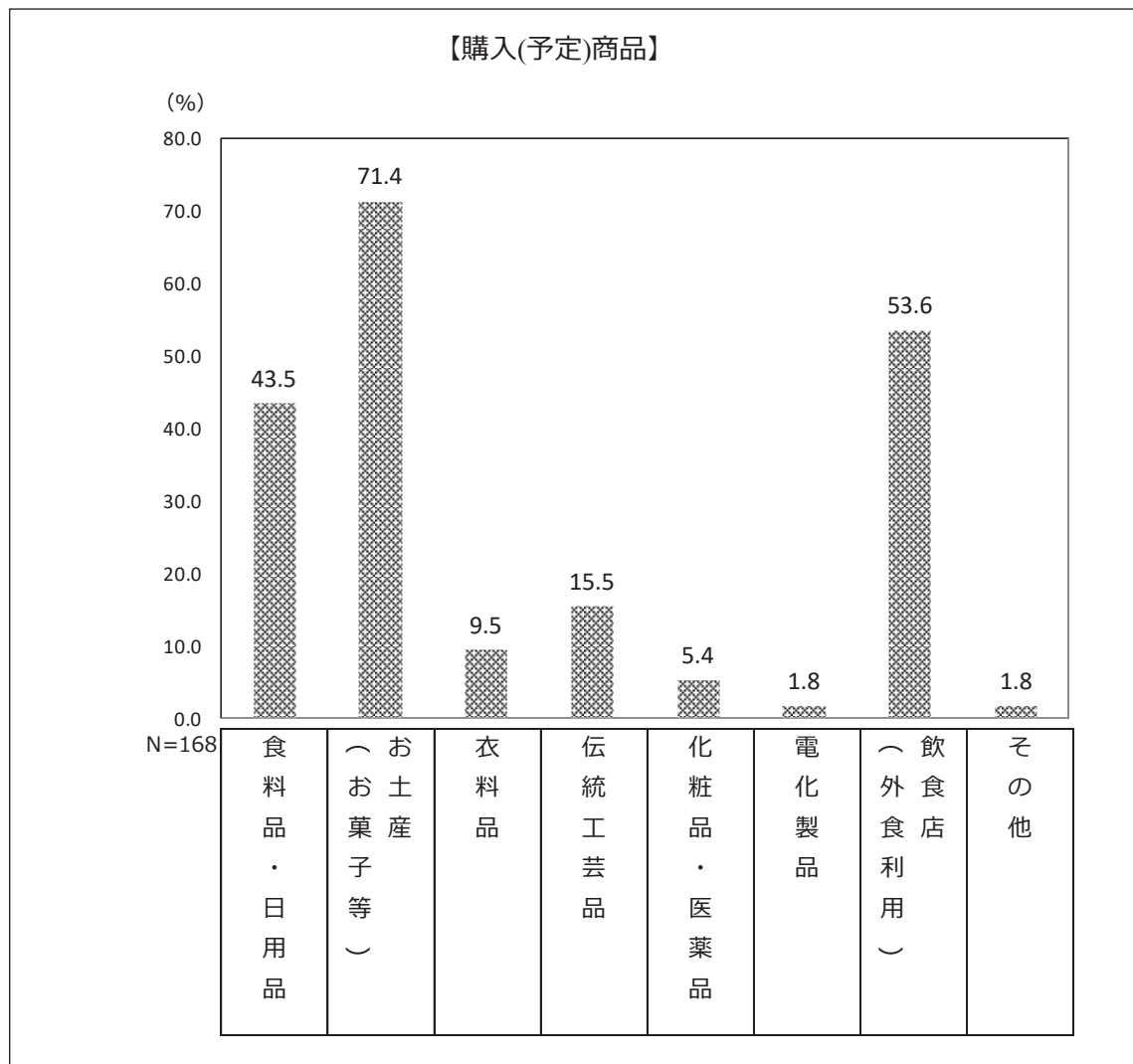
(%)	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代以上
N数	50	32	29	16	18	19	4
食料品・日用品	48.0	40.6	31.0	37.5	44.4	68.4	0.0
お土産（お菓子等）	82.0	62.5	79.3	56.3	61.1	73.7	50.0
衣料品	20.0	6.3	0.0	6.3	5.6	5.3	25.0
伝統工芸品	26.0	15.6	6.9	12.5	16.7	5.3	0.0
化粧品・医薬品	8.0	3.1	6.9	0.0	11.1	0.0	0.0
電化製品	2.0	0.0	3.4	6.3	0.0	0.0	0.0
飲食店（外食利用）	52.0	59.4	62.1	37.5	50.0	57.9	25.0
その他	0.0	3.1	3.4	0.0	0.0	5.3	0.0

N数が30以下は参考値

(5)購入(予定)商品

商品別にみると、「お土産（お菓子等）」の 71.4%が最も高く、「飲食店（外食利用）」の 53.6%、「食料品・日用品」の 43.5%と続く。

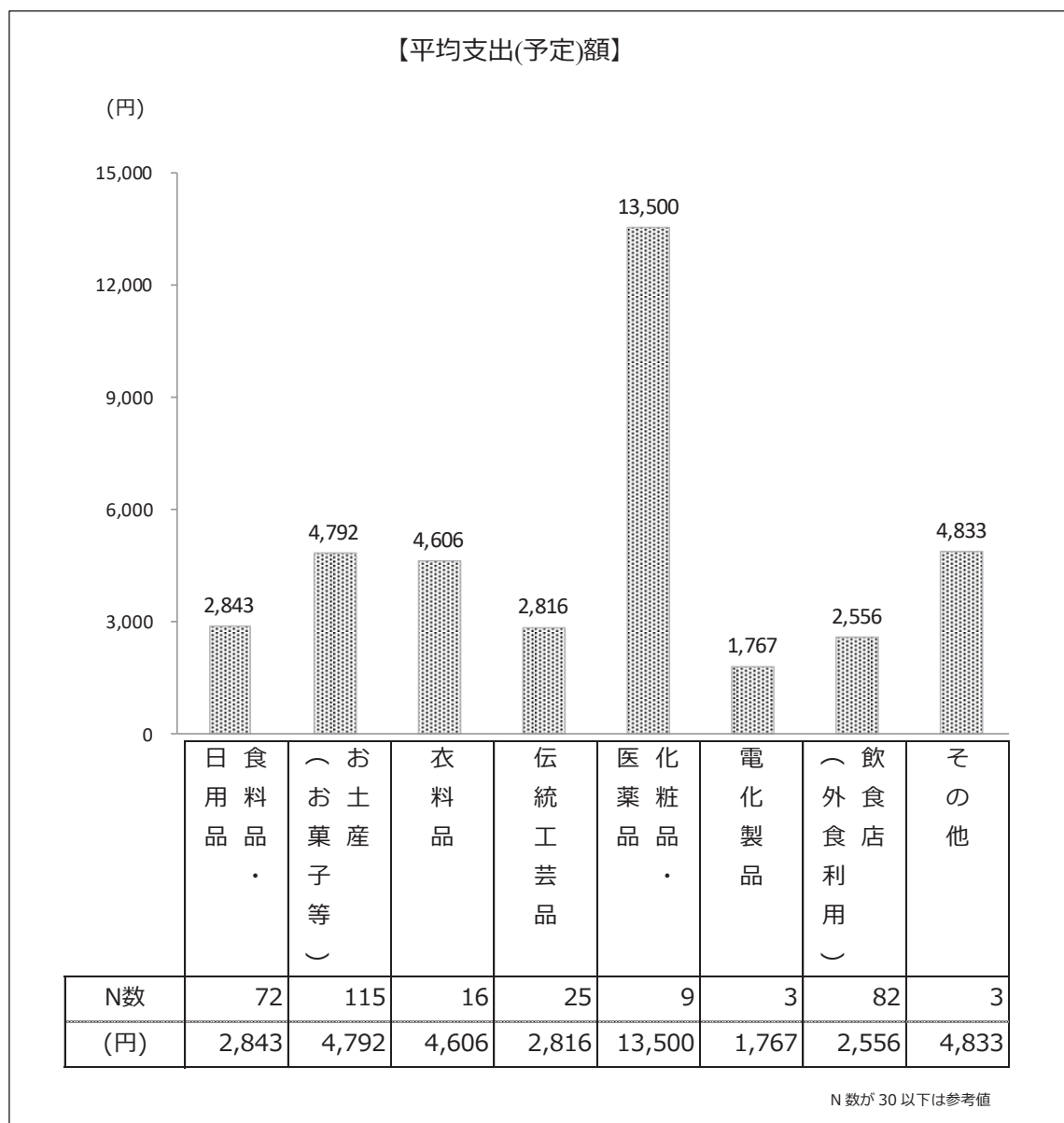
全体の購入(予定)平均額は、7,578 円である。



(6)購入(予定) 金額

参考値ではあるが、「化粧品・医薬品」の購入(予定)率では 5.4%と割合は低い、平均額では 13,500 円と最も高い。

商品購入(予定) 率の最も高い「お土産(お菓子類)」の平均金額は 4,792 円となる。

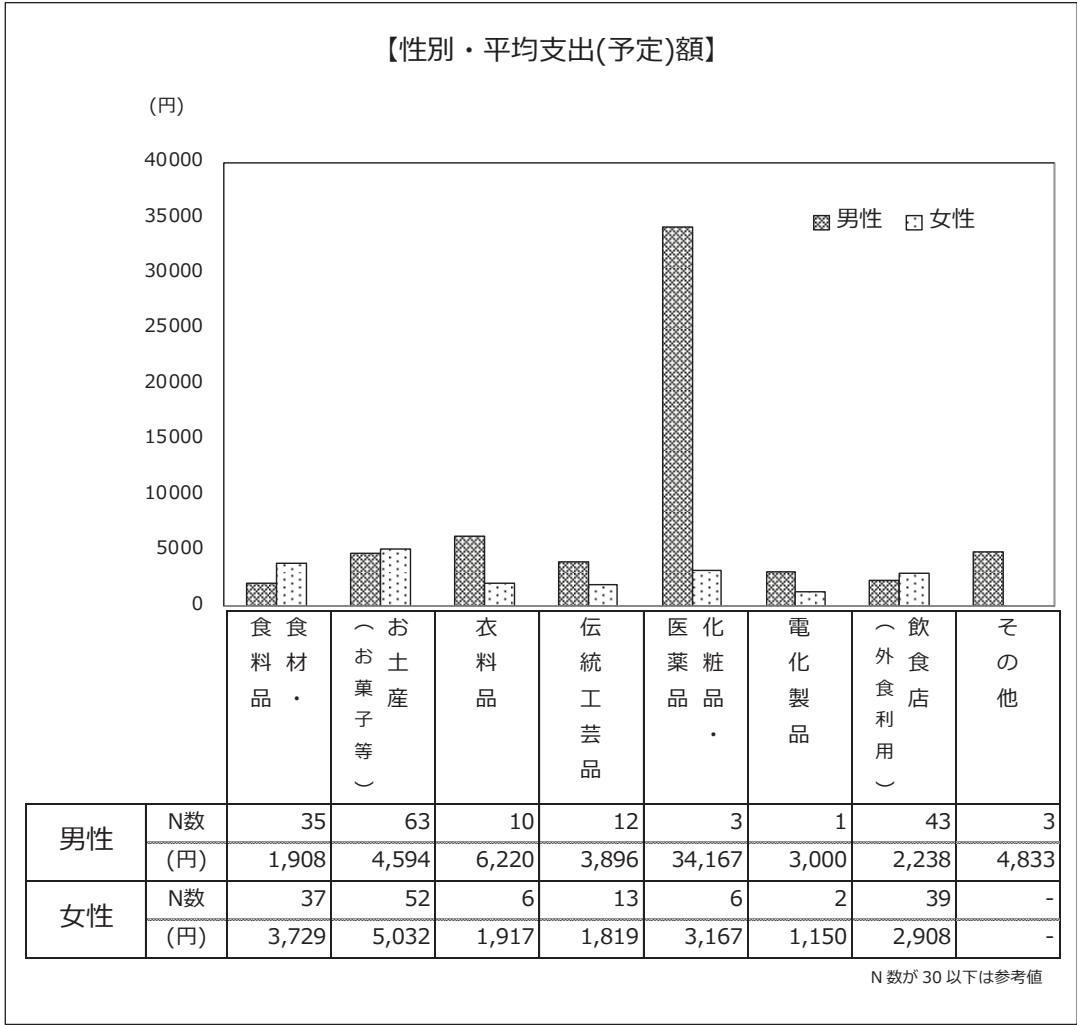


(7)性別・購入(予定) 金額

「お土産(お菓子等)」の平均支出(予定)額をみると、「男性」は 4,594 円、「女性」は 5,032 円と 438 円の差がある。

「化粧品・医薬品」をみると男性の回答数が 3 票で参考値となるが平均額は 34,167 円と最も高い。

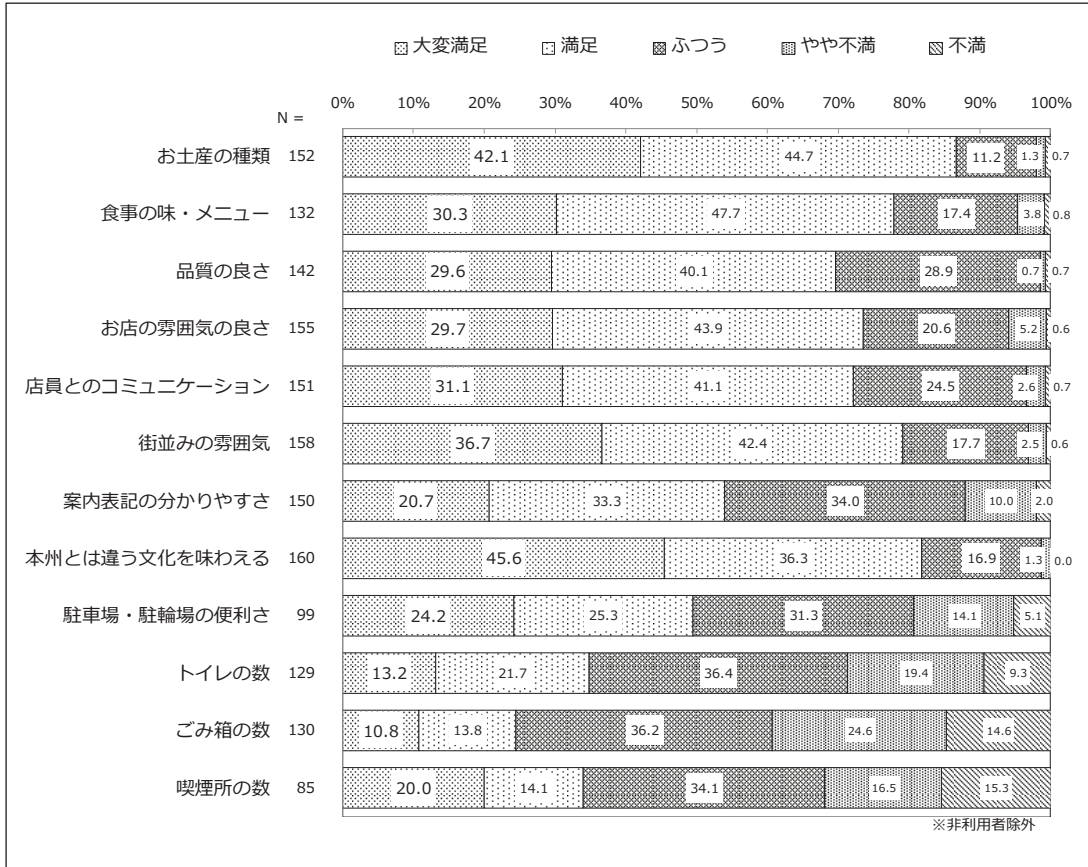
全体の購入(予定)平均額は、7,578 円である。



4-10 商店街のそれぞれの満足度

(1)全体

「大変満足」の割合が最も高い項目は「本州とは違う文化を味わえる」45.6%である。



(2)調査地点別

地点別にみると、「テンブス館前広場(国際通り)」では「本州とは違う文化を味わえる」が95.1%と最も高く、同項目で「ドン・キホーテ前(国際通り)」81.8%や「第一牧志公設市場前」84.7%と比べても割合は高い。

	お土産の種類		食事の味・メニュー		品質の良さ		お店の雰囲気の良さ	
	N数	満足度 (%)	N数	満足度 (%)	N数	満足度 (%)	N数	満足度 (%)
テンブス館前広場 (国際通り)	39	89.8	39	79.5	37	75.6	39	82.0
ドン・キホーテ前 (国際通り)	44	88.6	42	81.0	44	75.0	44	79.5
平和通り (国際通り側入り口)	14	78.6	12	58.4	14	71.5	14	42.8
第一牧志公設市場前	38	89.5	24	95.8	31	58.0	38	73.7
新栄通り (浮島通り側)	17	76.5	15	53.3	16	62.5	20	65.0

	店員とのコミュニケーション		街並みの雰囲気		案内表記の分かりやすさ		本州とは違う文化を味わえる	
	N数	満足度 (%)	N数	満足度 (%)	N数	満足度 (%)	N数	満足度 (%)
テンブス館前広場 (国際通り)	38	73.7	40	85.0	40	62.5	41	95.1
ドン・キホーテ前 (国際通り)	42	76.2	44	81.8	40	67.5	44	81.8
平和通り (国際通り側入り口)	14	71.4	14	71.4	11	72.7	14	50.0
第一牧志公設市場前	38	73.7	39	87.2	37	35.1	39	84.7
新栄通り (浮島通り側)	19	57.9	21	52.4	22	36.4	22	72.8

	駐車場・駐輪場の便利さ		トイレの数		ごみ箱の数		喫煙所の数	
	N数	満足度 (%)	N数	満足度 (%)	N数	満足度 (%)	N数	満足度 (%)
テンブス館前広場 (国際通り)	28	53.5	35	48.6	38	34.3	26	42.3
ドン・キホーテ前 (国際通り)	34	50.0	38	44.7	37	35.1	24	50.0
平和通り (国際通り側入り口)	5	40.0	11	36.4	11	18.2	8	25.0
第一牧志公設市場前	20	45.0	28	14.3	27	7.4	17	11.8
新栄通り (浮島通り側)	12	50.0	17	17.7	17	11.8	10	20.0

N数が30以下は参考値

満足度：大変満足＋満足の合算値

(3)性別

「本州とは違う文化を味わえる」の項目をみると、「男性」の78.7%に対して「女性」は86.1%となり、女性が7.4%高い。

	お土産の種類		食事の味・メニュー		品質の良さ		お店の雰囲気の良さ	
	N数	満足度 (%)	N数	満足度 (%)	N数	満足度 (%)	N数	満足度 (%)
男性	88	86.4	74	77.0	80	67.5	91	72.6
女性	63	87.3	57	79.0	61	72.1	63	74.6

	店員とのコミュニケーション		街並みの雰囲気		案内表記の分かりやすさ		本州とは違う文化を味わえる	
	N数	満足度 (%)	N数	満足度 (%)	N数	満足度 (%)	N数	満足度 (%)
男性	85	69.4	93	78.5	88	54.5	94	78.7
女性	65	75.3	64	79.7	61	52.4	65	86.1

	駐車場・駐輪場の便利さ		トイレの数		ごみ箱の数		喫煙所の数	
	N数	満足度 (%)	N数	満足度 (%)	N数	満足度 (%)	N数	満足度 (%)
男性	58	51.8	76	32.9	77	24.7	55	25.5
女性	41	46.4	52	36.6	52	23.1	29	51.7

N数が30以下は参考値

満足度：大変満足＋満足の合算値

(4)年代

「お店の雰囲気の良いさ」をみると、「20代」は92.9%と他の年代よりも満足度が最も高く、「10代」で83.0%、「30代」で82.7%と8割を超え、30代までの若い年代で満足度が高い。

	お土産の種類		食事の味・メニュー		品質の良さ		お店の雰囲気の良いさ	
	N数	満足度 (%)	N数	満足度 (%)	N数	満足度 (%)	N数	満足度 (%)
10代	47	89.3	44	86.4	46	84.8	47	83.0
20代	28	89.3	26	84.6	25	80.0	28	92.9
30代	28	96.4	27	88.9	29	79.3	29	82.7
40代	13	69.2	9	44.4	10	40.0	15	46.7
50代	16	81.3	12	66.6	13	53.9	16	56.3
60代	16	81.3	13	46.2	17	29.4	18	44.5
70代以上	4	75.0	1	100.0	2	50.0	2	50.0

	店員とのコミュニケーション		街並みの雰囲気		案内表記の分かりやすさ		本州とは違う文化を味わえる	
	N数	満足度 (%)	N数	満足度 (%)	N数	満足度 (%)	N数	満足度 (%)
10代	45	80.0	48	85.4	46	67.4	49	85.7
20代	27	81.4	28	85.7	27	66.6	27	88.9
30代	28	82.2	29	93.1	25	52.0	28	85.8
40代	13	53.8	15	66.7	14	28.6	15	86.7
50代	15	73.3	16	62.6	18	38.9	18	66.7
60代	19	42.2	19	57.9	16	31.3	19	68.4
70代以上	4	50.0	3	66.7	4	75.0	4	75.0

	駐車場・駐輪場の便利さ		トイレの数		ごみ箱の数		喫煙所の数	
	N数	満足度 (%)	N数	満足度 (%)	N数	満足度 (%)	N数	満足度 (%)
10代	33	57.5	37	51.3	38	42.1	22	68.2
20代	21	61.9	26	34.6	26	34.6	21	42.8
30代	16	50.1	24	41.7	25	20.0	17	17.7
40代	9	44.4	9	22.2	10	10.0	8	12.5
50代	8	25.0	14	14.3	14	7.1	8	12.5
60代	11	27.3	16	12.5	15	0.0	7	0.0
70代以上	1	0.0	3	33.3	2	0.0	2	0.0

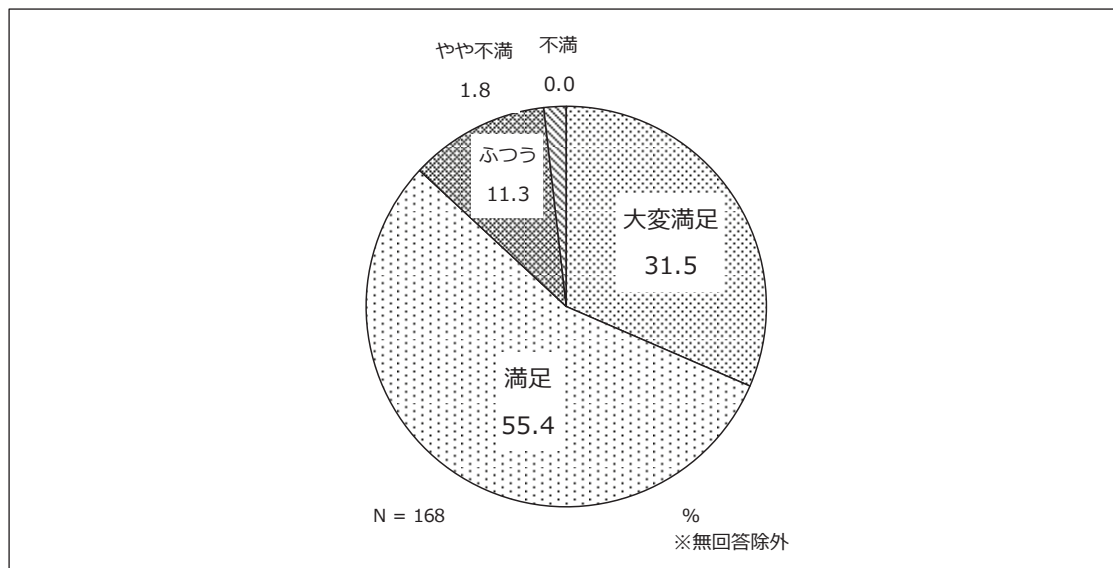
N数が30以下は参考値

満足度：大変満足＋満足の合算値

4-11 商店街全体の満足度

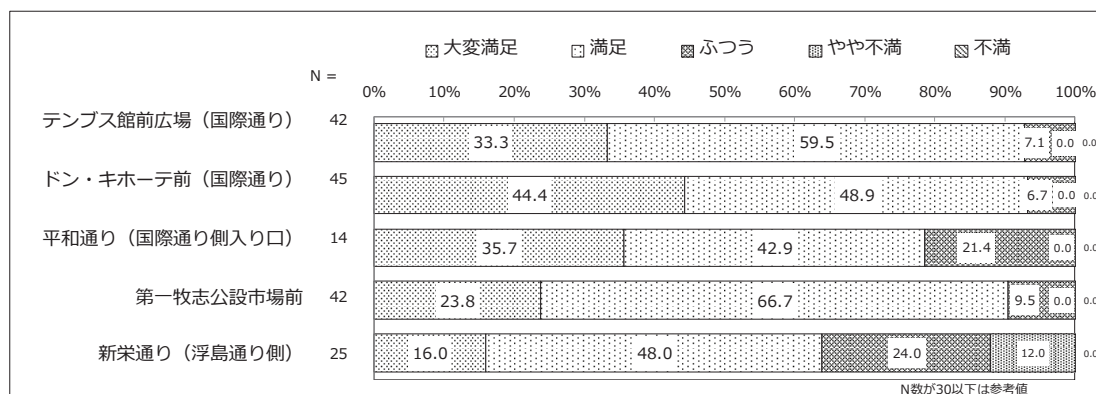
(1)全体

「満足」が 55.4%と最も高く、「大変満足」の 31.5%と合わせると 86.9%が満足と答えている。



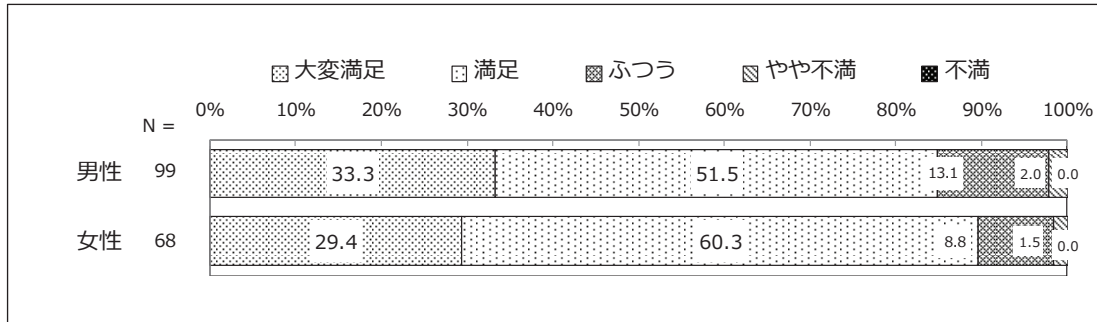
(2)調査地点別

「大変満足」と答えた割合が最も高い調査地点は「ドン・キホーテ前(国際通り)」44.4%で、次に「テンプス館前広場(国際通り)」33.3%となる。「ドン・キホーテ前(国際通り)」での「大変満足」44.4%と「満足」48.9%を合わせると 93.3%が満足と答えている。



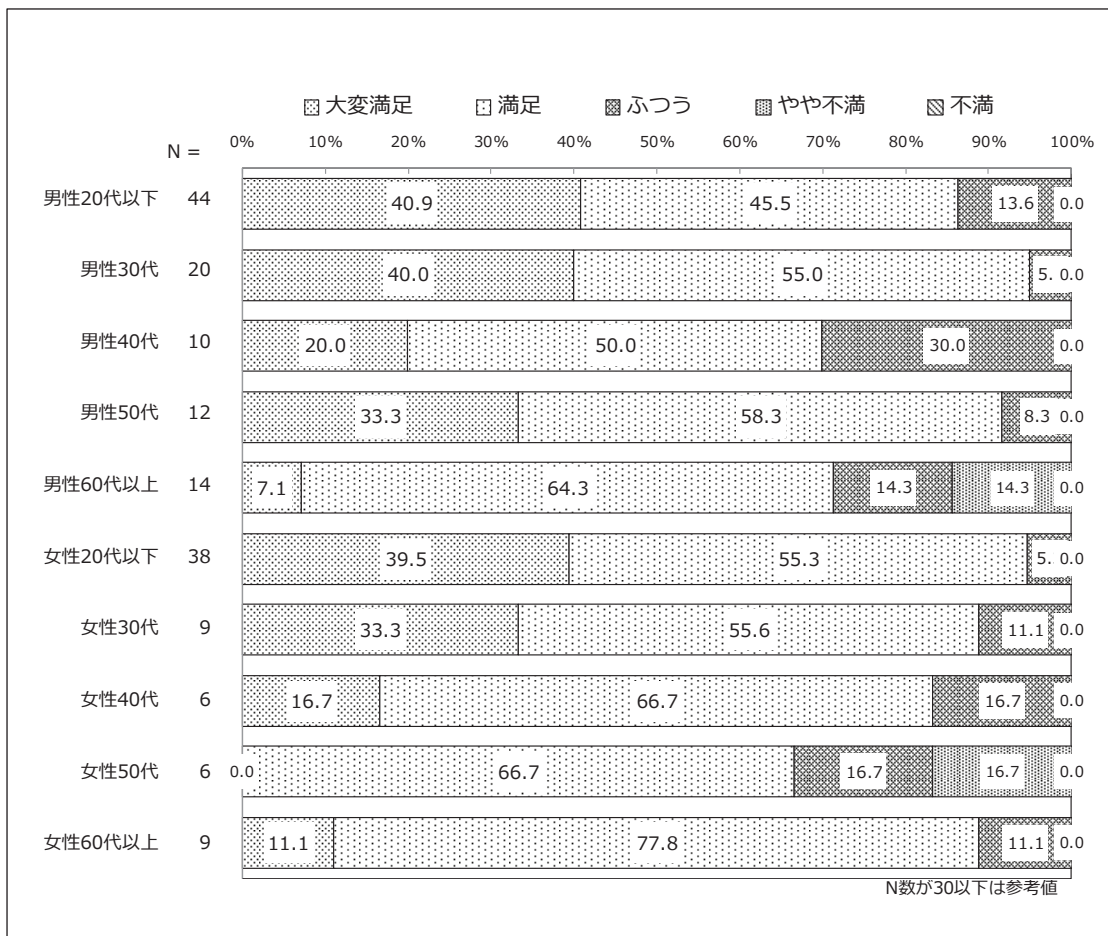
(3)性別

女性では「満足」が60.3%と男性の51.5%よりも8.8%高く、「大変満足」の29.4%と合わせると89.7%となり、男性の「大変満足」33.3%と「満足」51.5%を合わせた84.8%よりも割合が高い。



(4)年代

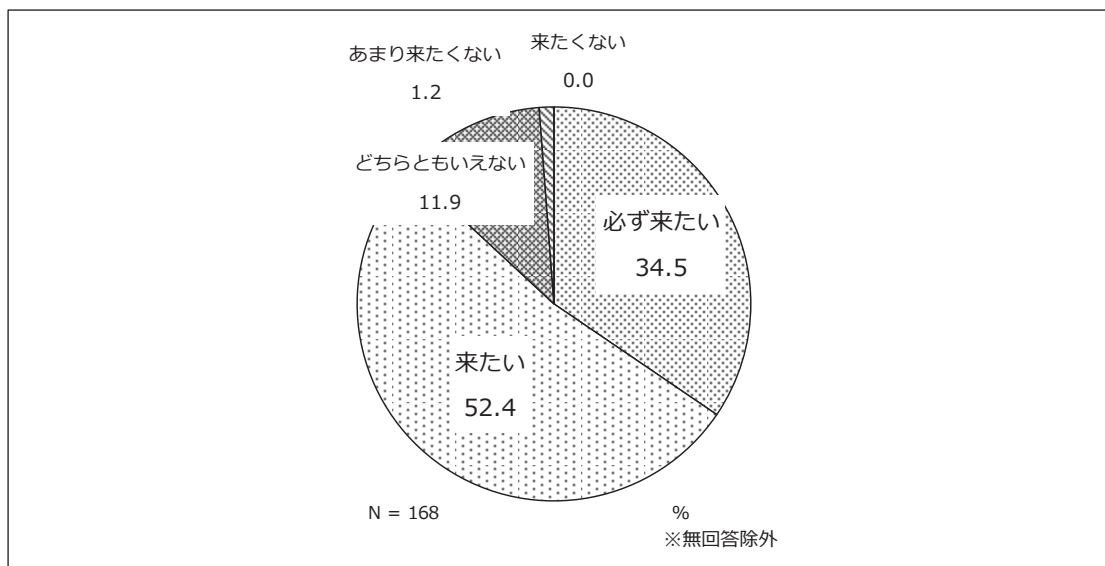
男女とも「20代」「30代」の「大変満足」の割合が高く、「満足」を合わせると9割近くが満足している。



4-12 商店街への再来街意向度

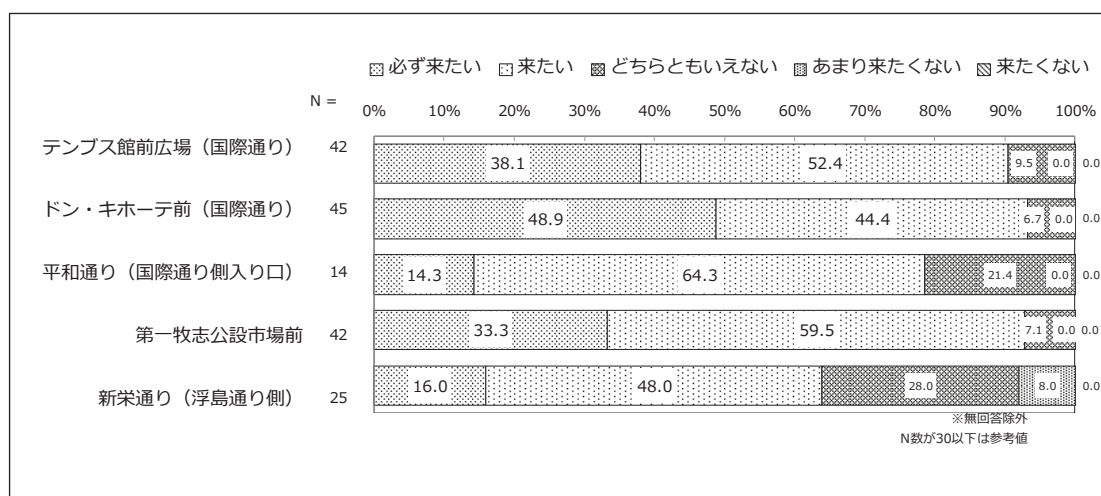
(1)全体

「来たい」が52.4%で最も高く、「必ず来たい」の34.5%と合わせると86.9%の方が再訪問したい意向である。「どちらともいえない」が約1割程度である。



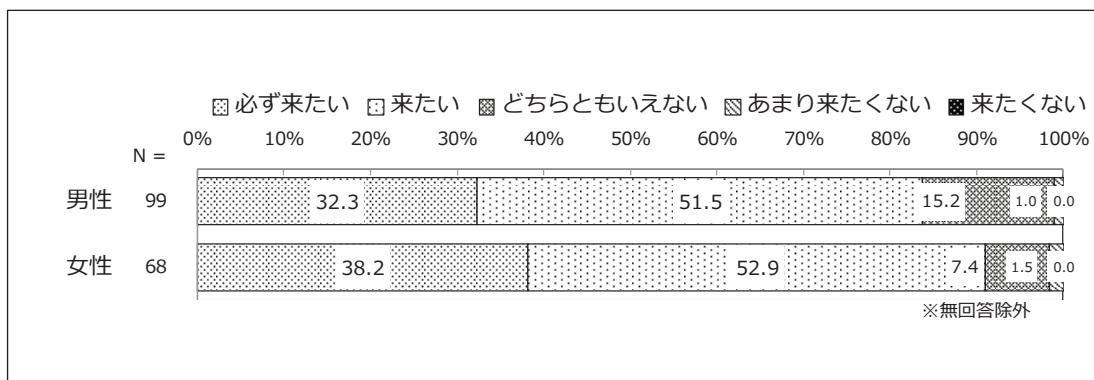
(2)調査地点別

「必ず来たい」と回答した割合が最も高い調査地点は「ドン・キホーテ前(国際通り)」48.9%であり、次に割合の高い「テンブス館前広場(国際通り)」の38.1%と比べると10.8%高い。



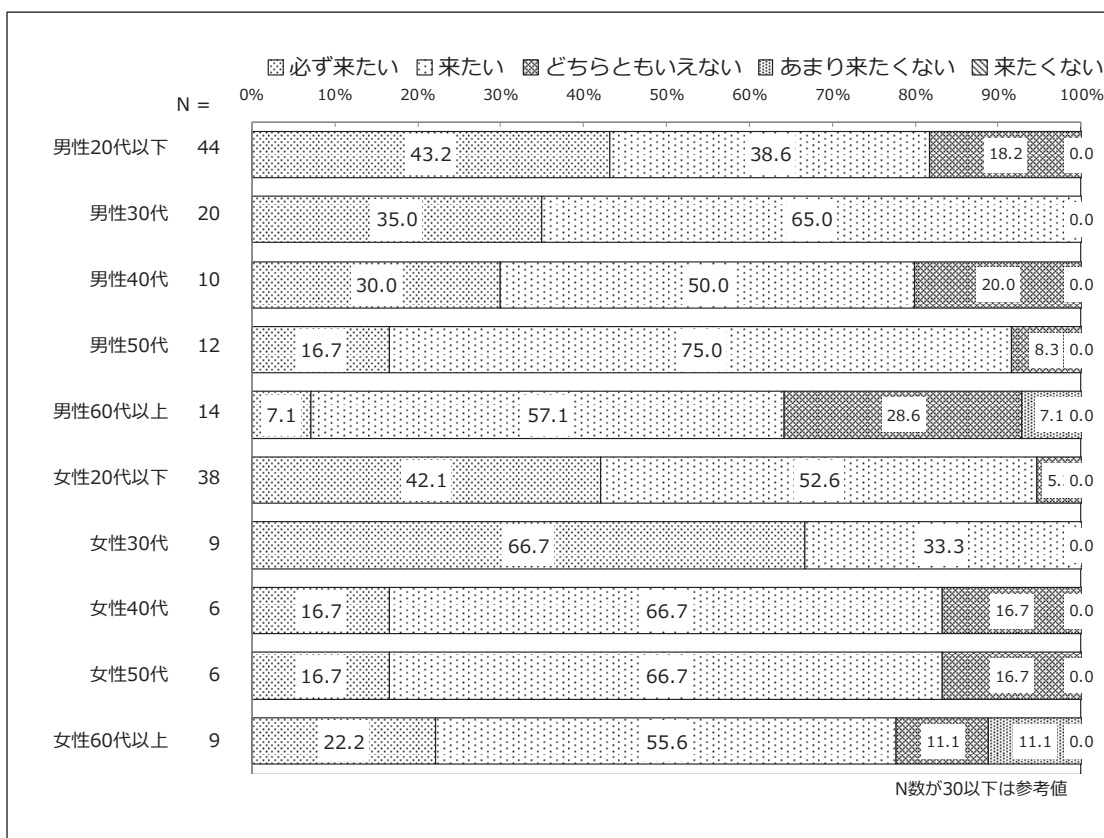
(3)性別

「必ず来たい」と答えた「女性」は38.2%で、「男性」の32.3%よりも高い。



(4)性年代

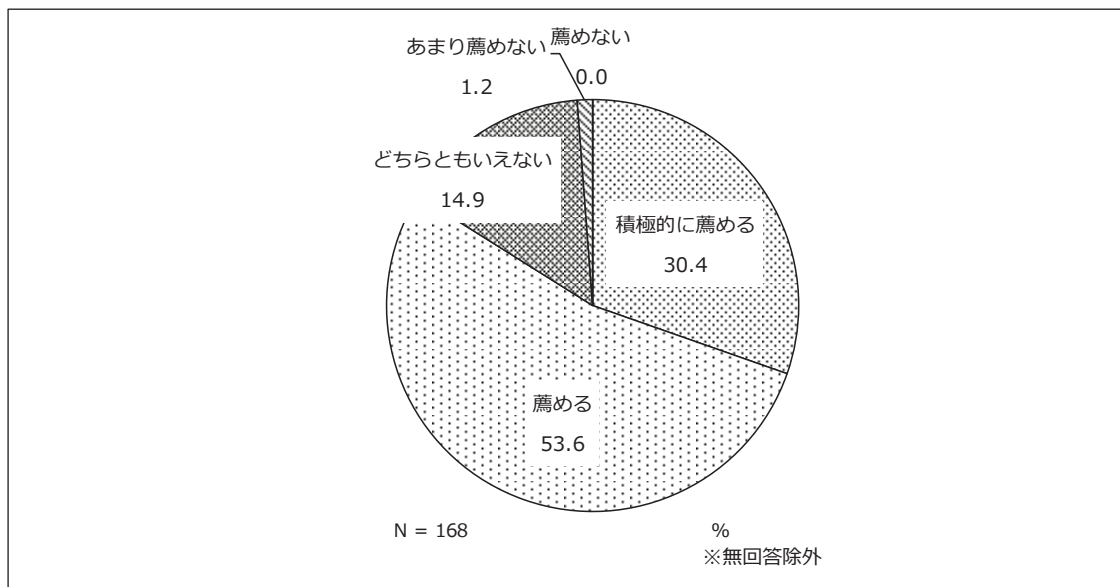
参考値であるが男女とも「30代」は「必ず来たい」「来たい」を合わせると100%の回答である。男性20代以下は「必ず来たい」が43.2%と高く、年代が上がるにしたがい「必ず来たい」との割合が減少となる。



4-13 商店街の推奨度

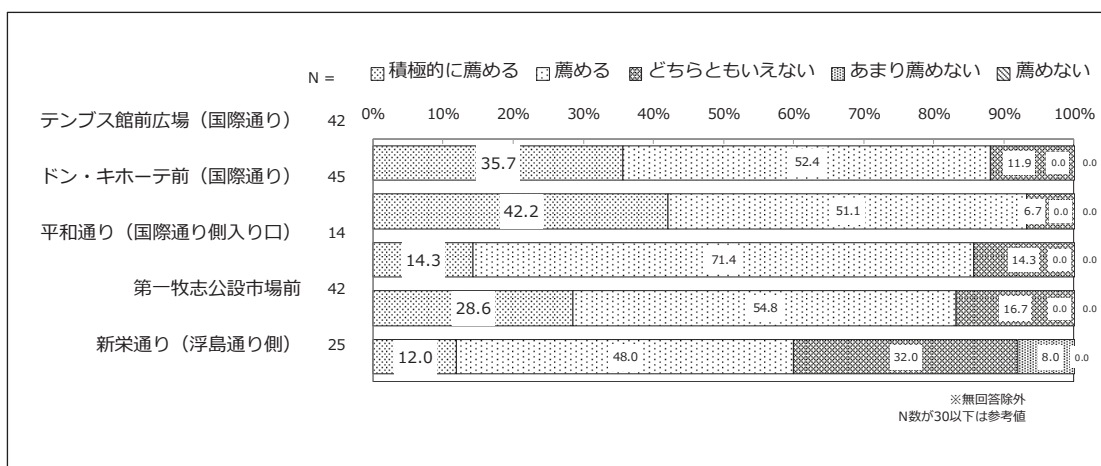
(1)全体

「薦める」が 53.6%と最も高く、「積極的に薦める」の 30.4%と合わせると 84.0%となり、8 割以上で商店街の推奨度が高い。



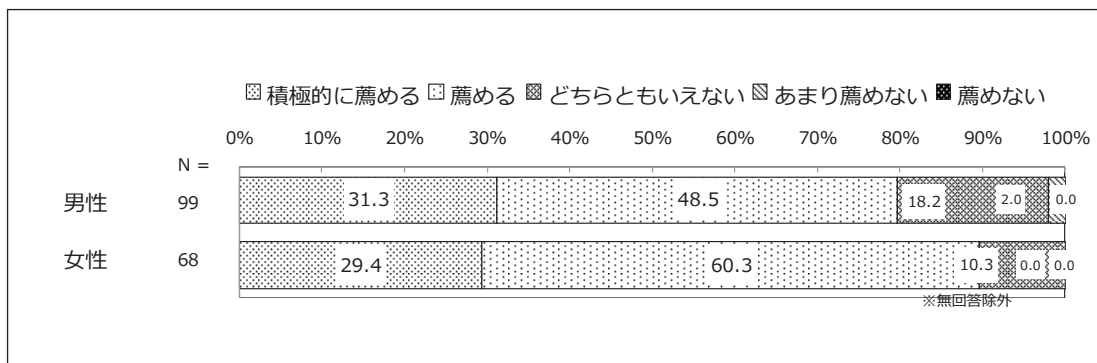
(2)調査地点別

「ドン・キホーテ前(国際通り)」では「積極的に薦める」が 42.2%と他の調査地点と比較して最も高く、「薦める」51.1%と合わせると 93.3%となり、9 割以上の推奨度がある。



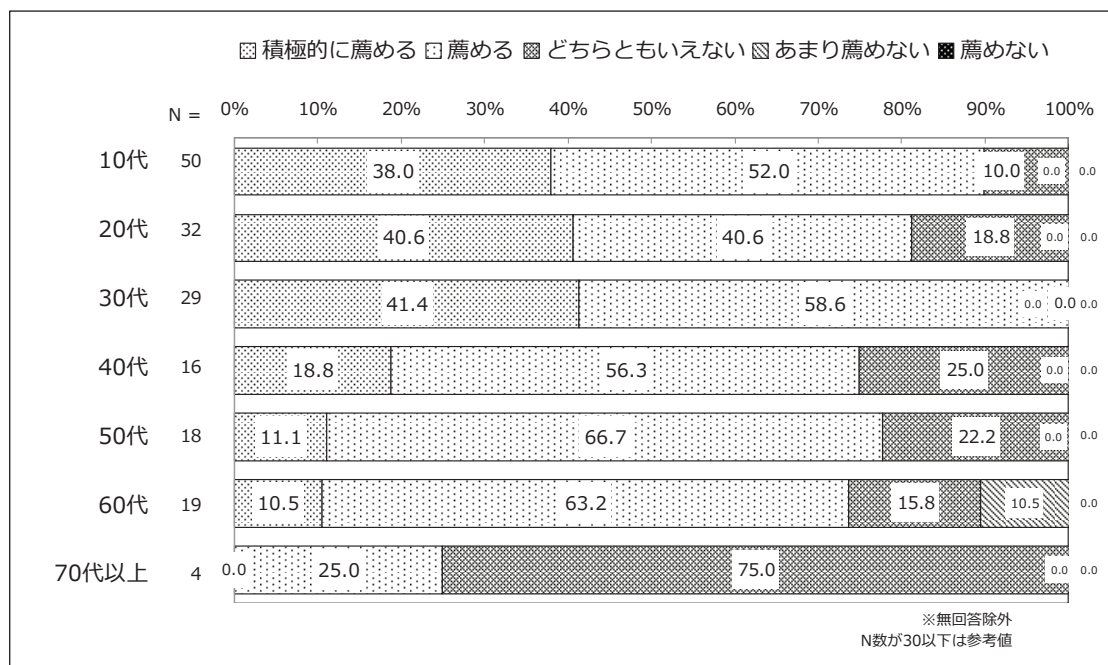
(3)性別

男性では「どちらともいえない」と答えた割合が18.2%で、「女性」の10.3%よりも少し高い。



(4)年代

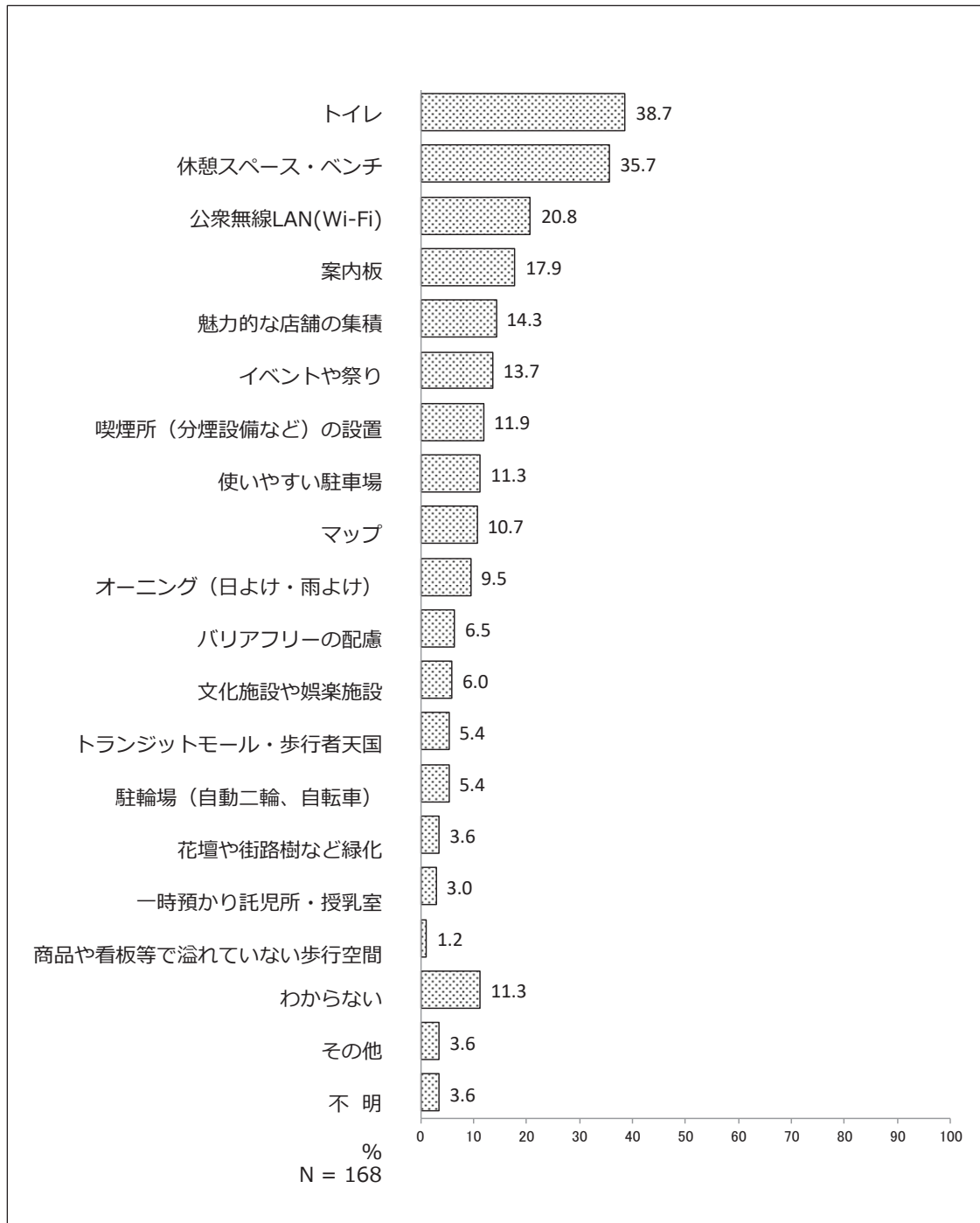
「10代」では「積極的に薦める」が38.0%で、「薦める」の52.0%と合わせると90.0%となり、20代の「積極的に薦める」40.6%と「薦める」40.6%と合わせた割合81.2%よりも高い。



4-14 商店街への要望

(1)全体

「トイレ」が 38.7%と最も高く、「休憩スペース・ベンチ」の 35.7%、「公衆無線 LAN(Wi-Fi)」の 20.8 %、「案内板」の 17.9%と続く。



(2)調査地点別

「トイレ」の要望はどの調査地点でも比較的割合が高いが、特に「第一牧志公設市場前」で47.6%と最も高い割合となる。

	テンブス館前広場 (国際通り)	ドン・キホーテ前 (国際通り)	平和通り (国際通り側入り口)	第一牧志公設市場前	新栄通り (浮島通り側)
(%)					
N数	42	45	14	42	25
休憩スペース・ベンチ	31.0	40.0	50.0	38.1	24.0
トイレ	33.3	42.2	21.4	47.6	36.0
バリアフリーの配慮	7.1	4.4	-	11.9	4.0
トランジットモール・歩行者天国	4.8	2.2	7.1	9.5	4.0
一時預かり託児所・授乳室	-	2.2	-	7.1	4.0
使いやすい駐車場	14.3	13.3	-	9.5	12.0
駐輪場（自動二輪、自転車）	7.1	4.4	-	9.5	-
文化施設や娯楽施設	4.8	6.7	-	7.1	8.0
公衆無線LAN(Wi-Fi)	28.6	13.3	7.1	19.0	32.0
オーニング（日よけ・雨よけ）	21.4	11.1	-	2.4	4.0
喫煙所（分煙設備など）の設置	7.1	6.7	28.6	16.7	12.0
イベントや祭り	14.3	11.1	14.3	9.5	24.0
魅力的な店舗の集積	14.3	6.7	35.7	14.3	16.0
花壇や街路樹など緑化	4.8	2.2	-	4.8	4.0
案内板	23.8	17.8	7.1	11.9	24.0
マップ	14.3	11.1	14.3	4.8	12.0
商品や看板等で溢れていない歩行空間	-	2.2	7.1	-	-
わからない	9.5	20.0	-	9.5	8.0
その他	2.4	2.2	-	2.4	12.0
不 明	4.8	2.2	7.1	2.4	4.0

N数が30以下は参考値

(3)性別

「休憩スペース・ベンチ」を要望すると回答した割合は「男性」29.3%より「女性」45.6%が高く、「トイレ」を要望している「女性」48.5%と「男性」32.3%では、その差が16.2%と男女で最も割合の差が大きい。

(%)	男性	女性	(%)	男性	女性
N数	99	68	N数	99	68
休憩スペース・ベンチ	29.3	45.6	喫煙所（分煙設備など）の設置	17.2	4.4
トイレ	32.3	48.5	イベントや祭り	10.1	19.1
バリアフリーの配慮	5.1	8.8	魅力的な店舗の集積	15.2	13.2
トランジットモール・歩行者天国	4.0	7.4	花壇や街路樹など緑化	3.0	4.4
一時預かり託児所・授乳室	4.0	1.5	案内板	15.2	22.1
使いやすい駐車場	13.1	8.8	マップ	9.1	13.2
駐輪場（自動二輪、自転車）	5.1	5.9	商品や看板等で溢れていない歩行空間	2.0	0.0
文化施設や娯楽施設	6.1	5.9	わからない	14.1	7.4
公衆無線LAN(Wi-Fi)	20.2	22.1	その他	4.0	2.9
オーニング（日よけ・雨よけ）	8.1	11.8	不 明	4.0	1.5

(4)年代

「20代」では「喫煙所(分煙設備など)の設置」が28.1%と、他の年代に比べて割合が高い。

また、「使いやすい駐車場」での回答では21.9%となり、「30代」の6.9%よりも高い。

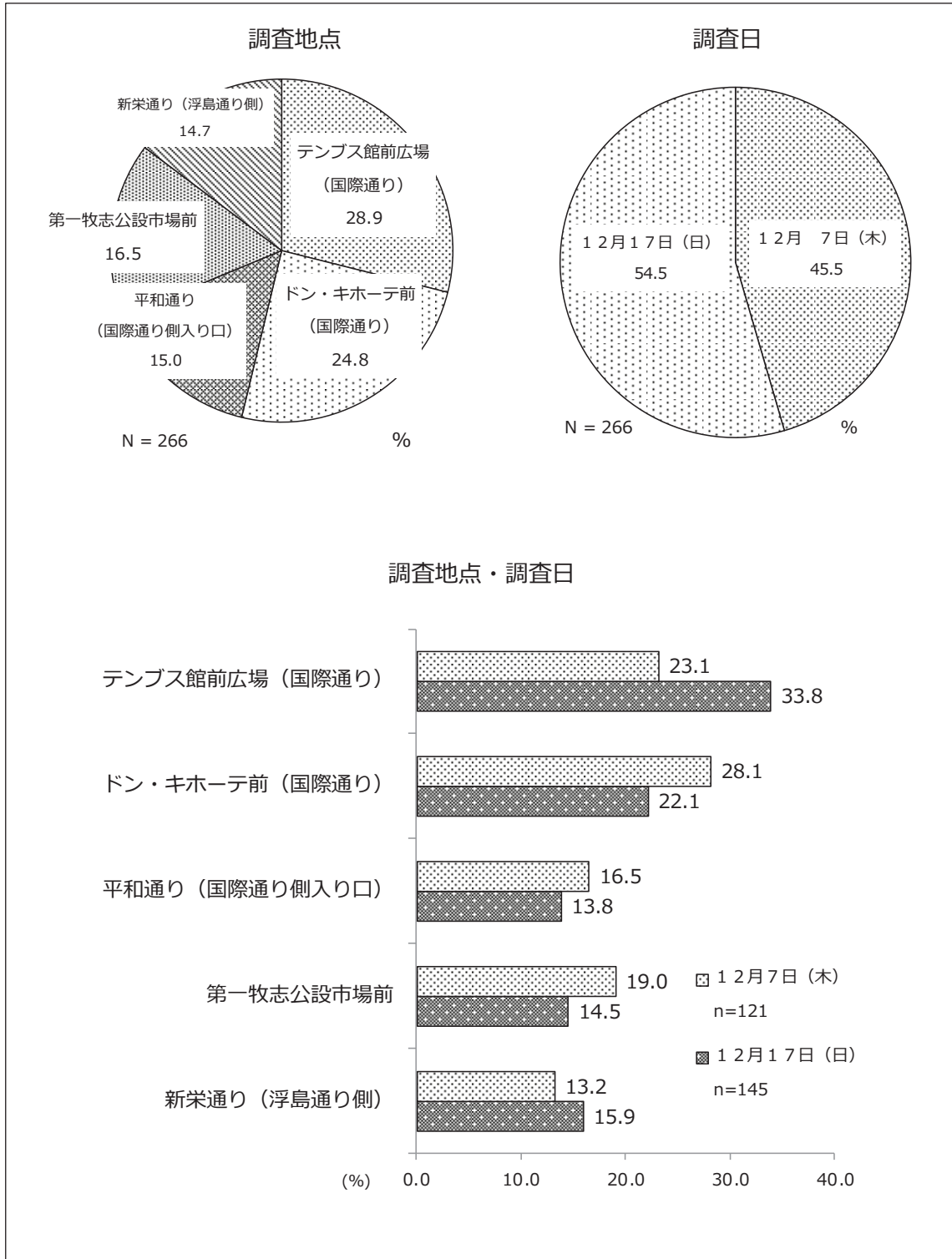
(%)	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代以上
N数	50	32	29	16	18	19	4
休憩スペース・ベンチ	36.0	25.0	34.5	37.5	38.9	47.4	50.0
トイレ	42.0	31.3	31.0	62.5	33.3	42.1	25.0
バリアフリーの配慮	6.0	6.3	6.9	0.0	11.1	10.5	0.0
トランジットモール・歩行者天国	4.0	12.5	6.9	6.3	0.0	0.0	0.0
一時預かり託児所・授乳室	2.0	0.0	6.9	0.0	0.0	10.5	0.0
使いやすい駐車場	4.0	21.9	6.9	25.0	5.6	15.8	0.0
駐輪場(自動二輪、自転車)	2.0	6.3	10.3	12.5	0.0	5.3	0.0
文化施設や娯楽施設	6.0	9.4	6.9	6.3	0.0	5.3	0.0
公衆無線LAN(Wi-Fi)	24.0	28.1	17.2	18.8	22.2	10.5	0.0
オーニング(日よけ・雨よけ)	14.0	12.5	6.9	12.5	0.0	5.3	0.0
喫煙所(分煙設備など)の設置	4.0	28.1	20.7	6.3	5.6	5.3	0.0
イベントや祭り	14.0	15.6	20.7	18.8	5.6	5.3	0.0
魅力的な店舗の集積	6.0	15.6	20.7	12.5	27.8	15.8	0.0
花壇や街路樹など緑化	2.0	6.3	3.4	6.3	5.6	0.0	0.0
案内板	14.0	21.9	3.4	25.0	22.2	31.6	25.0
マップ	10.0	12.5	6.9	12.5	11.1	15.8	0.0
商品や看板等で溢れていない歩行空間	2.0	0.0	0.0	0.0	0.0	5.3	0.0
わからない	12.0	9.4	13.8	6.3	5.6	10.5	50.0
その他	8.0	0.0	0.0	6.3	5.6	0.0	0.0
不明	6.0	3.1	3.4	0.0	0.0	5.3	0.0

N数が30以下は参考値

5. 調査結果詳細【外国人観光客】

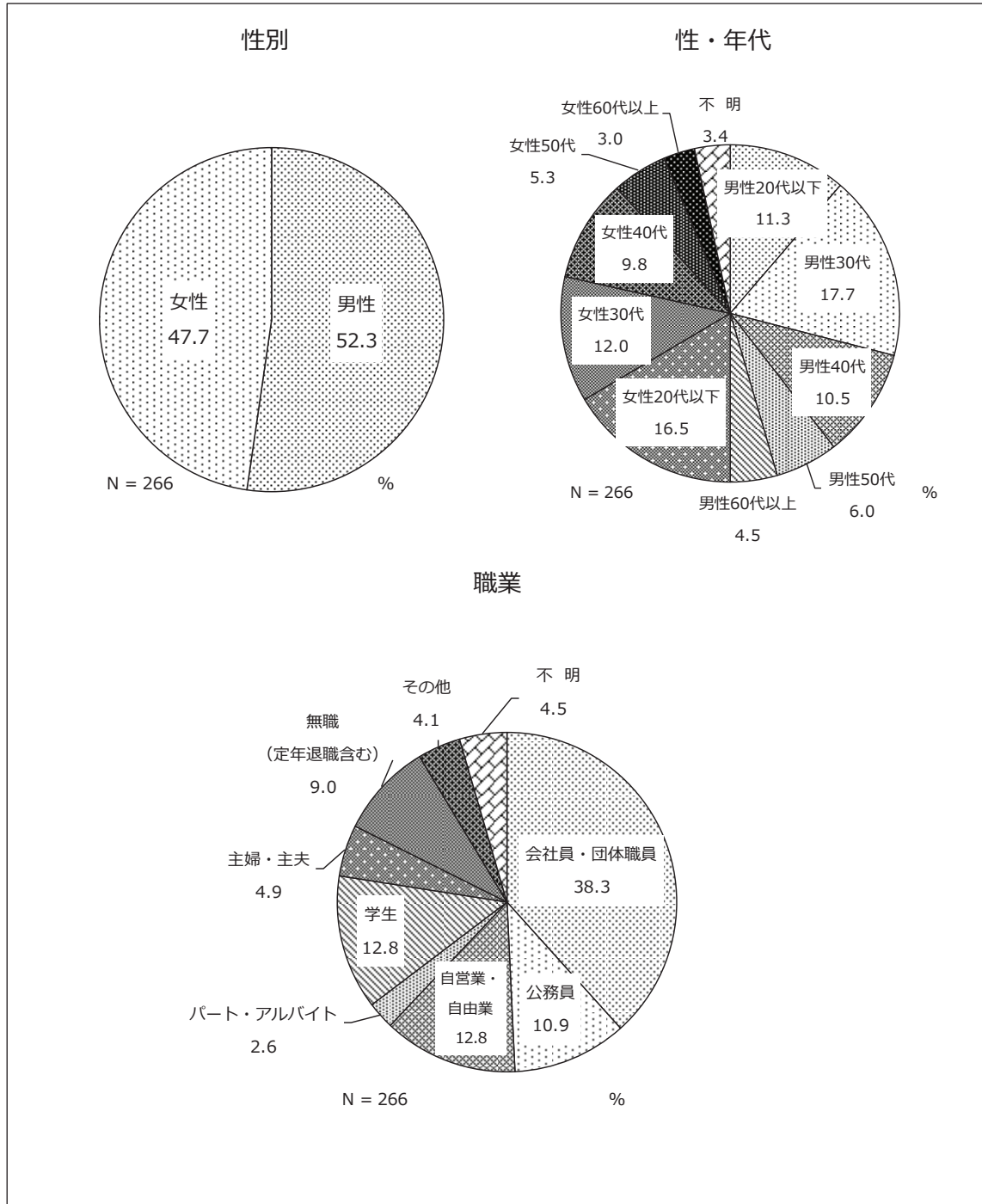
5-1 回答者の属性

調査地点別では「テンプス館前広場(国際通り)」で 28.9%と最も多く、「ドン・キホーテ前(国際通り)」では 24.8%となり国際通り全体で 5 割以上の回答となる。

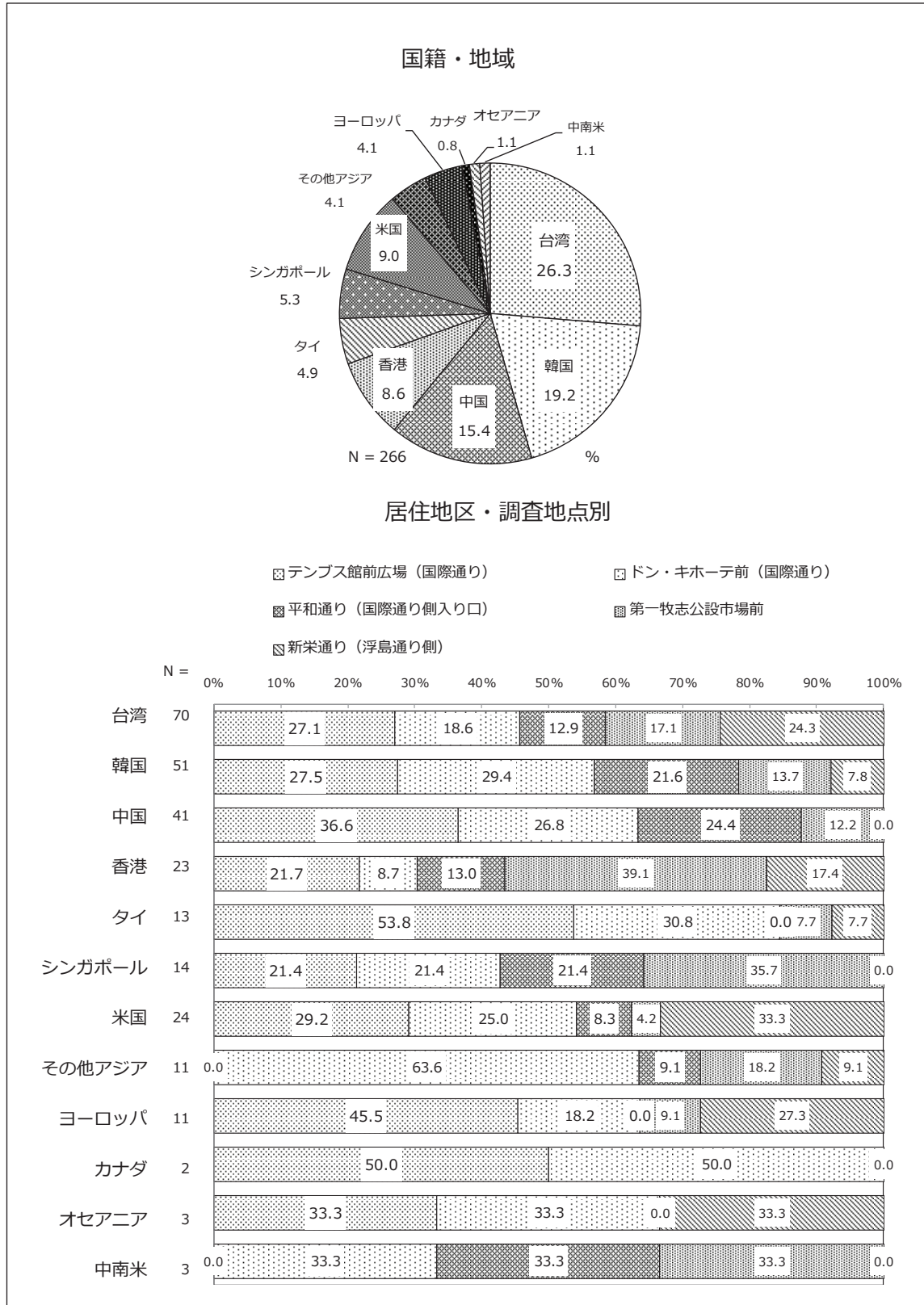


性・年代別にみると「男性 30 代」17.7%と最も高く、「女性 20 代以下」16.5%、「女性 30 代」12.0%と続く。

職業別では「会社員・団体職員」38.3%、「自由業」「学生」12.8%となる。



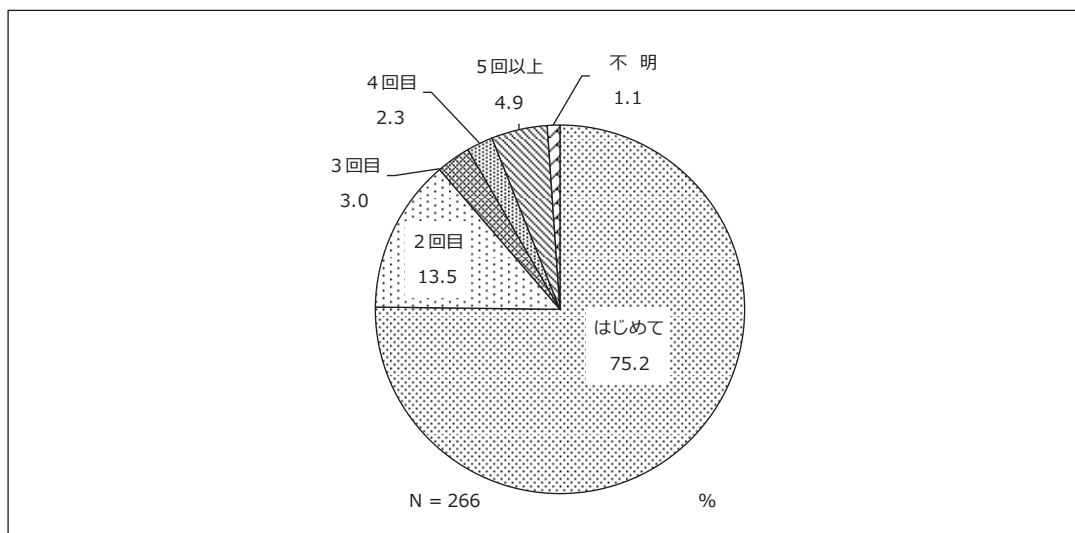
国籍・地域別では、「台湾」の26.3%が最も高く、「韓国」の19.2%と続く。「台湾」26.3%、「中国」15.4%、「香港」8.6%、「シンガポール」5.3%を合わせると中華圏で55.6%を占める。



5-2 沖縄への訪問回数

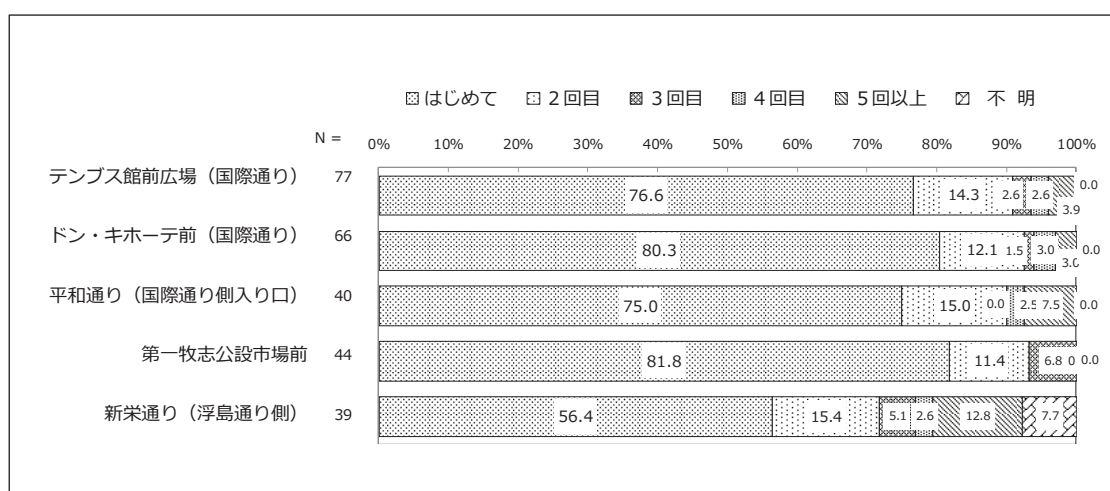
(1)全体

「はじめて」と回答した方は75.2%と、7割以上の方が沖縄への初訪問である。



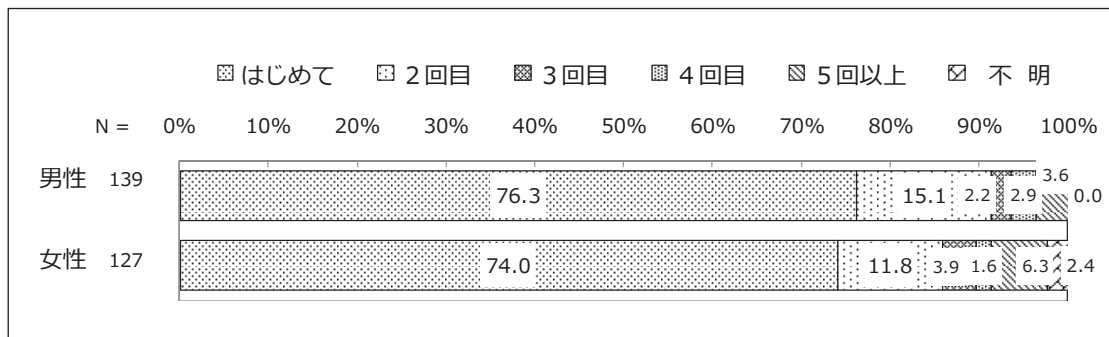
(2)調査地点別

「新栄通り(浮島通り側)」を除くすべての調査地点で「はじめて」と答えた方が7割である。一方で「新栄通り(浮島通り側)」では56.4%になり、「5回以上」が12.8%で他調査地点と比べて高い割合である。



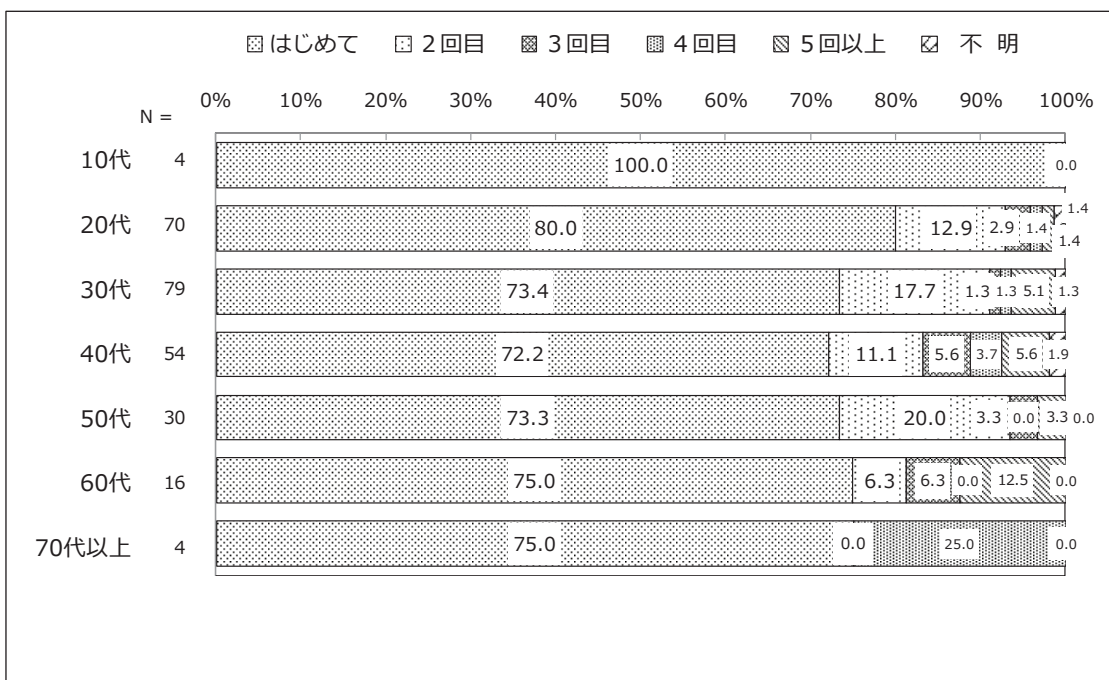
(3)性別

「はじめて」と回答した方で性別の違いはあまりみられないが、女性の「5回目以上」6.3%は「男性」2.9%より高い。



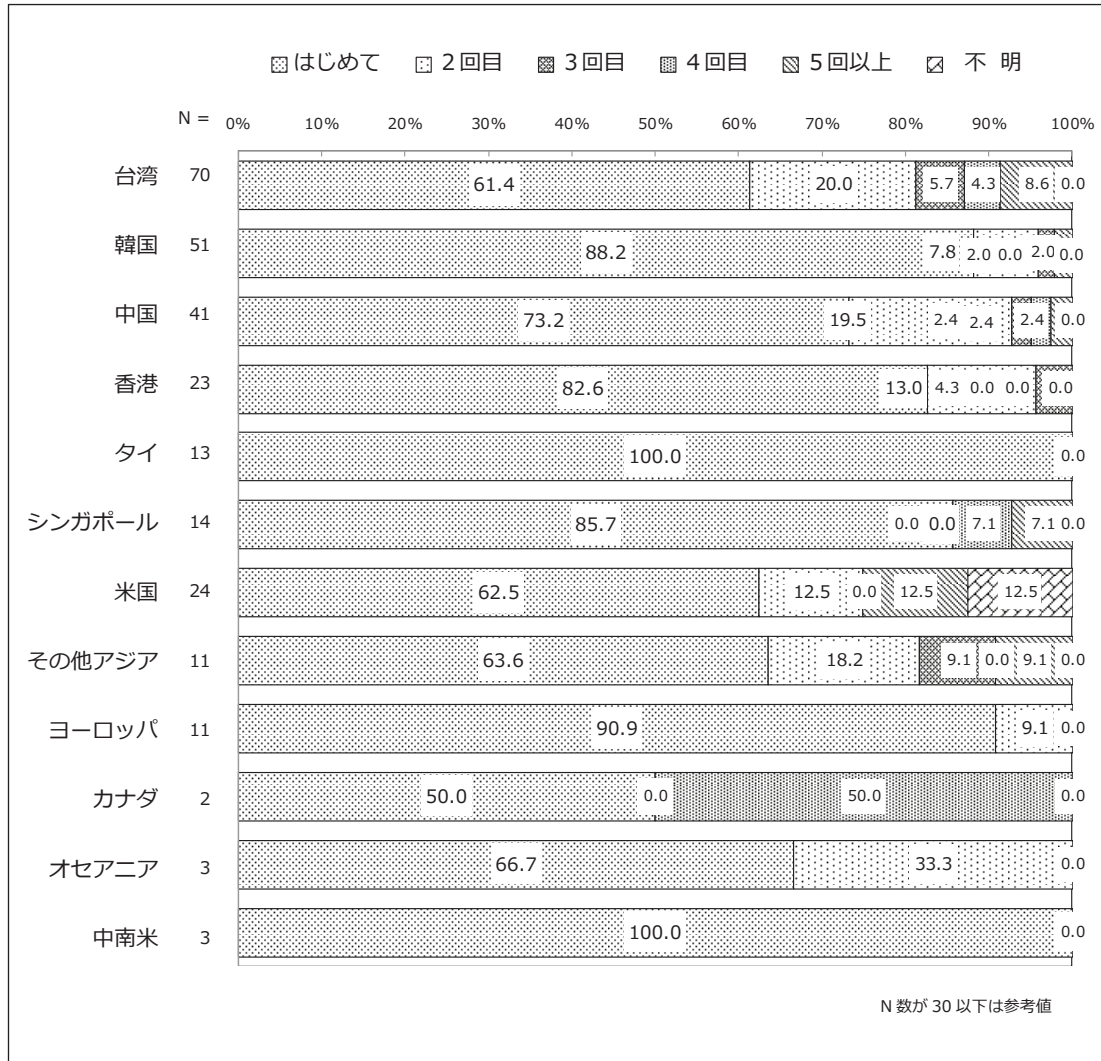
(4)年代

「2回目」と回答した割合をみると「50代」20.0%で最も高く、「30代」17.7%が続く。



(5)国籍・地域

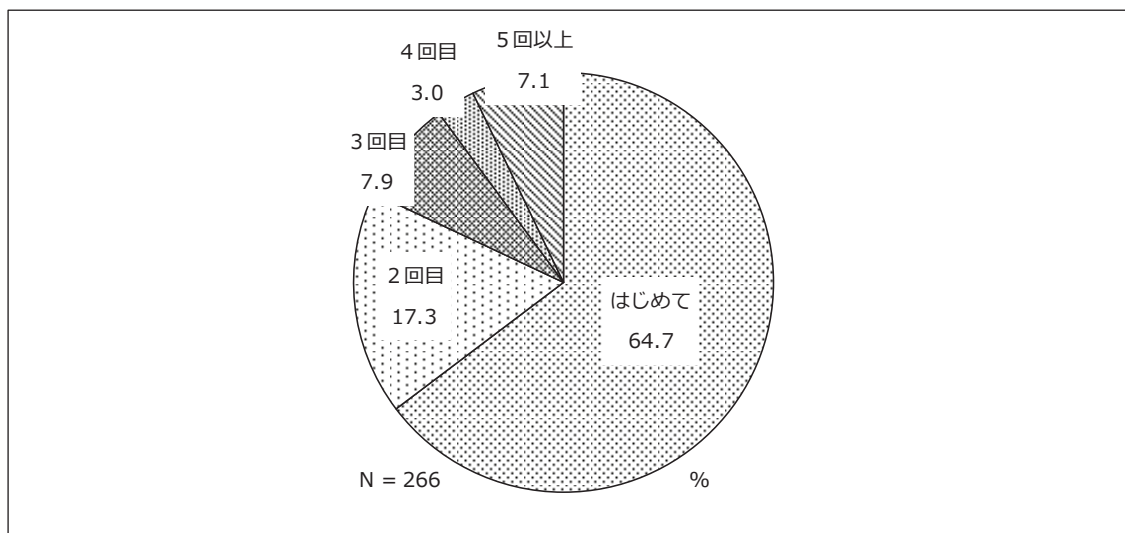
台湾では「2回目」が20.0%と、他国籍・地域と比べて2回目の訪問者が多く、「3回目」5.7%、「4回目」4.3%、「5回以上」8.6%とを合わせた2回目以上のリピータは約4割いる。



5-3 商店街への訪問回数

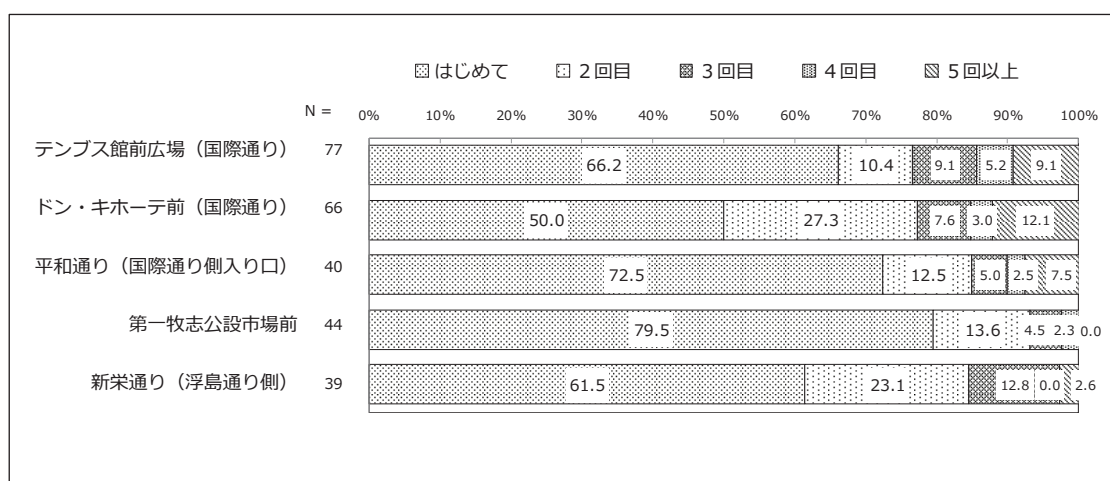
(1)全体

こちらの商店街への訪問回数は「はじめて」が64.7%と、「2回目」では17.3%となる。



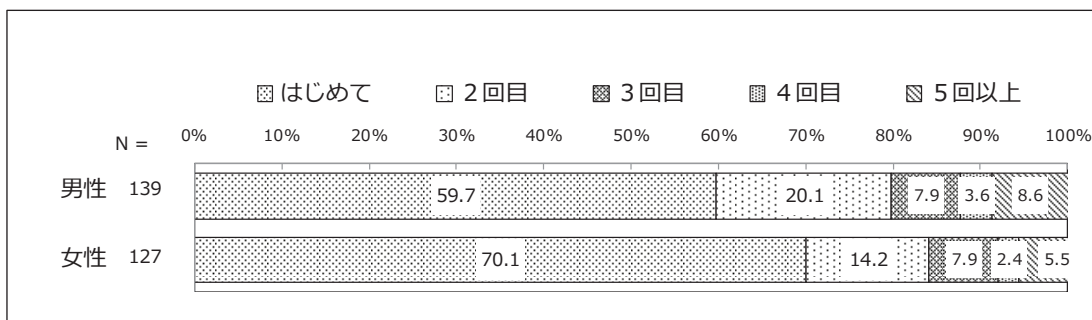
(2)調査地点別

「はじめて」と回答した割合が高い調査地点は「第一牧志公設市場前」の79.5%である。「ドン・キホーテ前(国際通り)」では「2回目」が27.3%と他の調査地点よりも割合が高く、「5回以上」も12.1%いる。



(3)性別

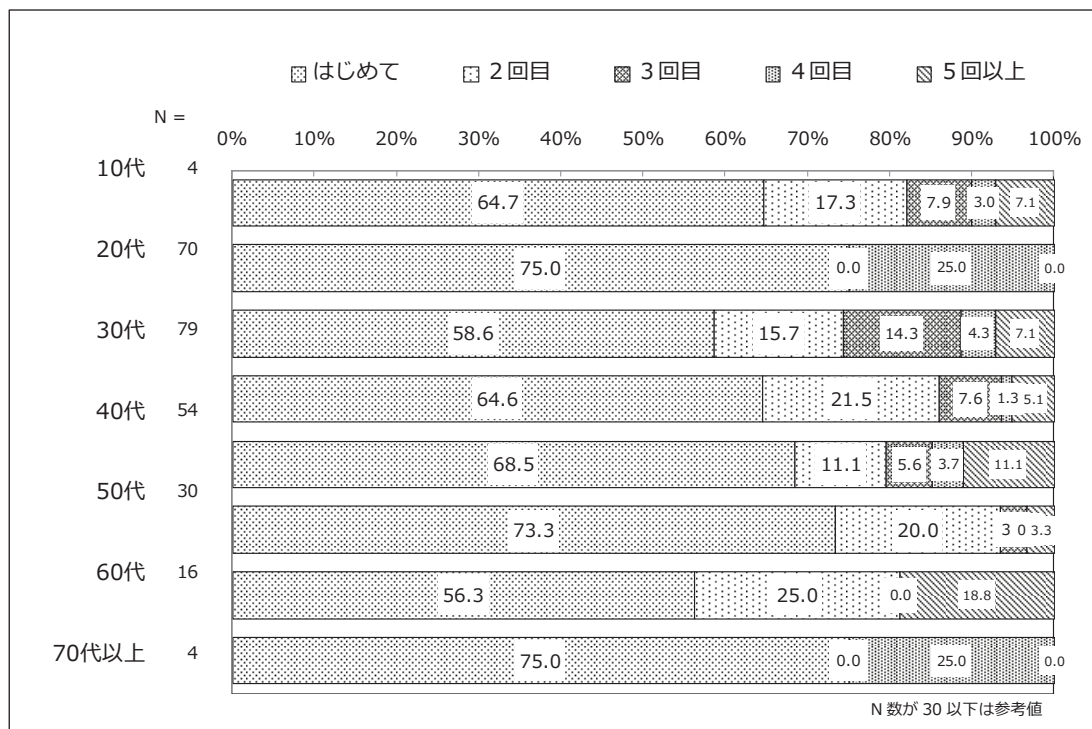
「はじめて」と回答した割合は「女性」70.1%が「男性」59.7%を上回る。



(4)年代

「はじめて」の回答で高い割合の年代は「20代」の75.0%である。

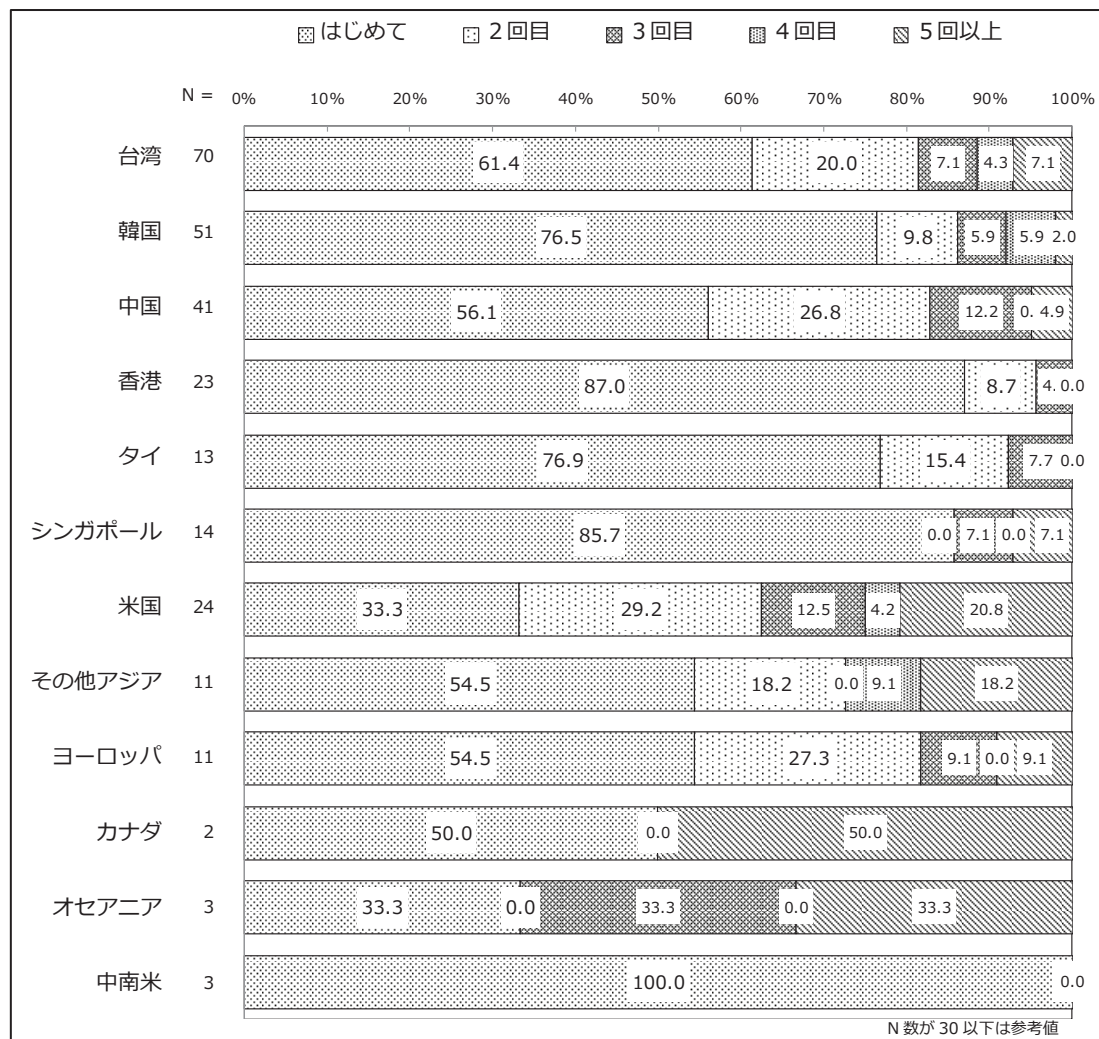
30代で「3回目」14.3%と回答した割合は他の年代と比べても高い。



(5) 国籍・地域

中国では2回目以上の方が「2回目」26.8%、「3回目」12.2%、「5回以上」4.9%を合わせたリピータの割合は4割以上となる。

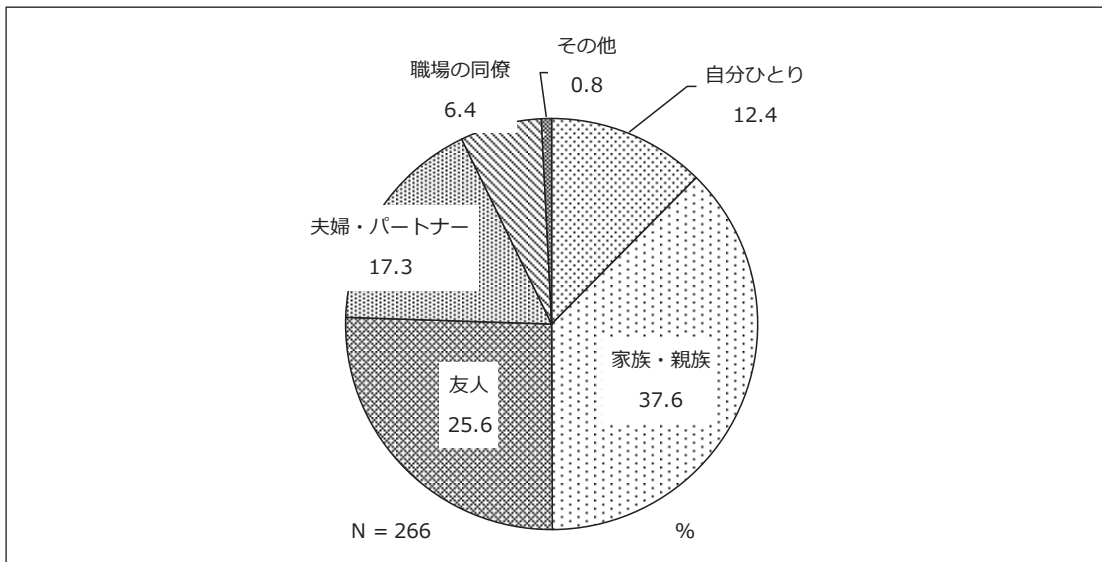
台湾では「5回以上」の訪問者は7.1%と多国籍・地域よりも割合が高い。



5-4 商店街への同行者の種類

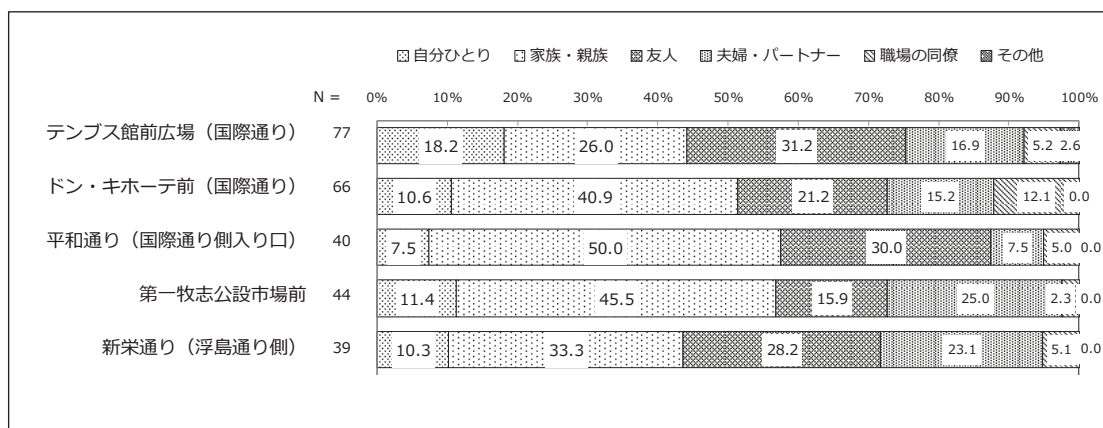
(1)全体

「家族・親族」(37.6%)と最も高く、「友人」25.6%、「夫婦・パートナー」17.3%と続く。



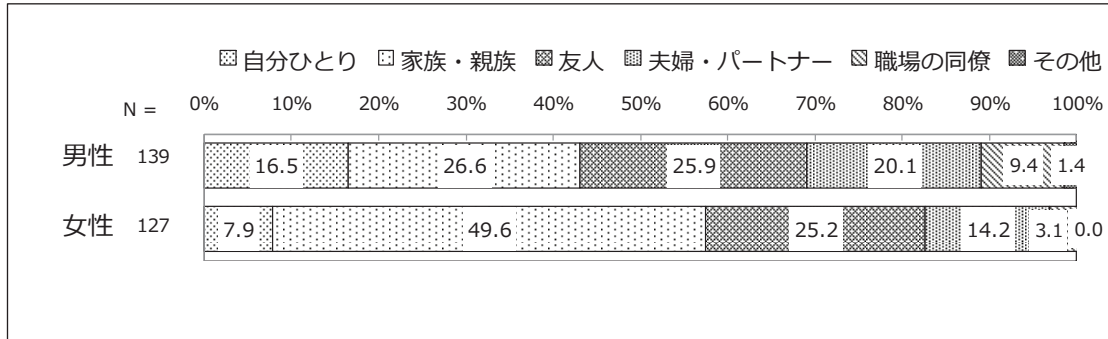
(2)調査地点別

「平和通り(国際通り側入り口)」では「自分ひとり」7.5%が他の調査地点と比べて最も少なく、同行者の最も多い項目は「家族・親族」50.0%である。



(3)性別

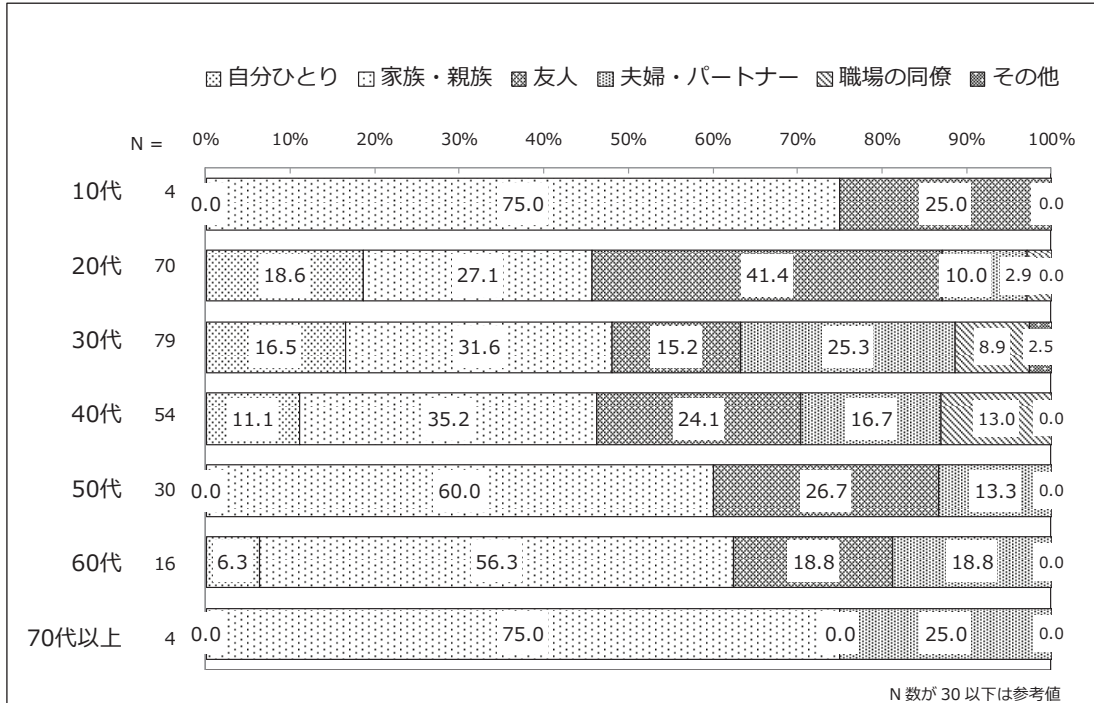
女性では「家族・親族」49.6%が最も高く、「自分ひとり」7.9%では「男性」16.5%と比べて少ない。



(4)年代

20代では「友人」41.4%と最も高く、「自分ひとり」18.6%の回答も他の年代と比べて最も割合が高い。

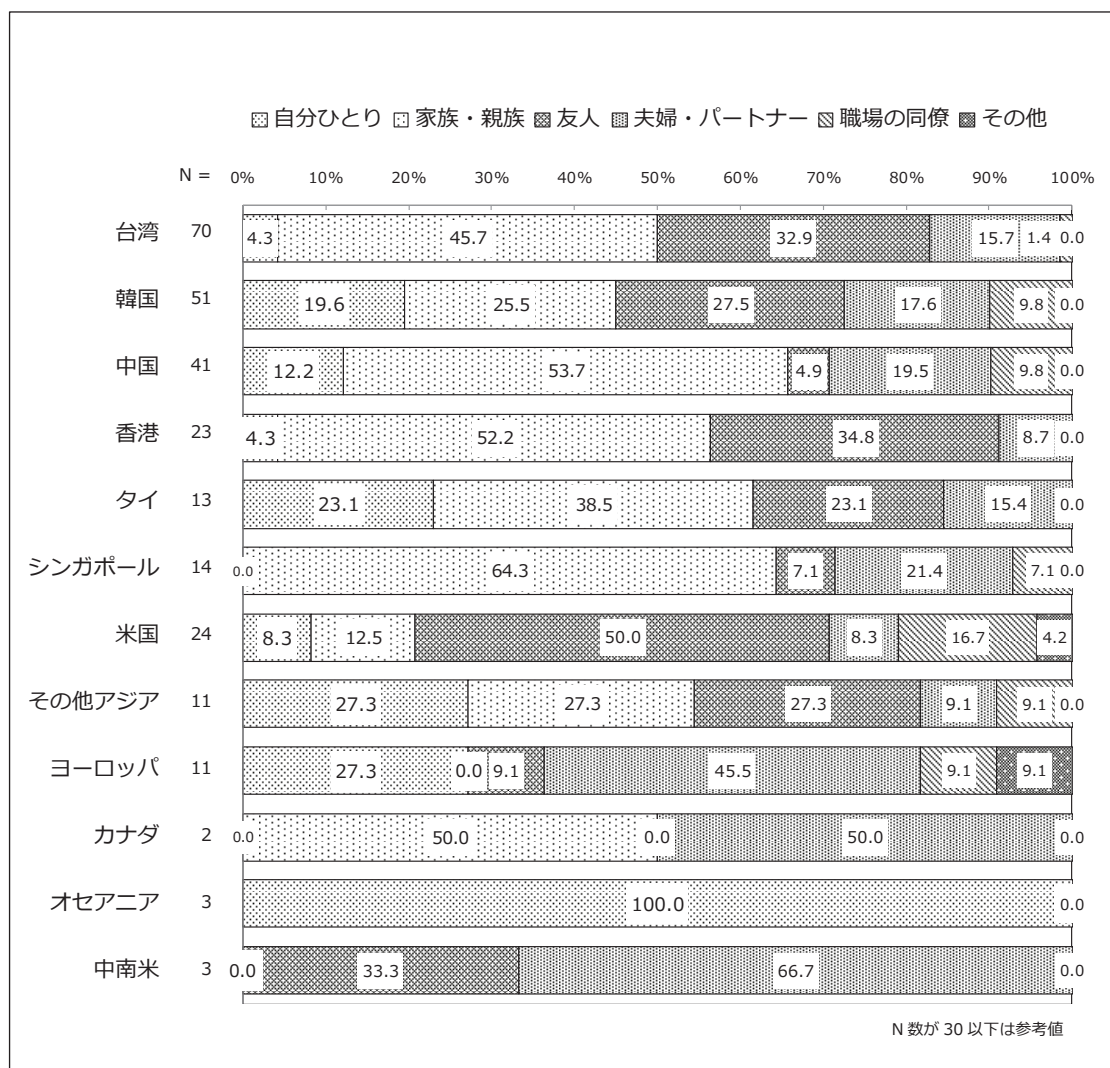
「家族・親族」と回答したでは「30代」31.6%、「40代」35.2%の年代で3割を超える。



(5)国籍・地域

中国をみると「家族・親族」53.7%と最も高く、同項目で「台湾」45.7%、「韓国」25.5%と比べても高い割合である。

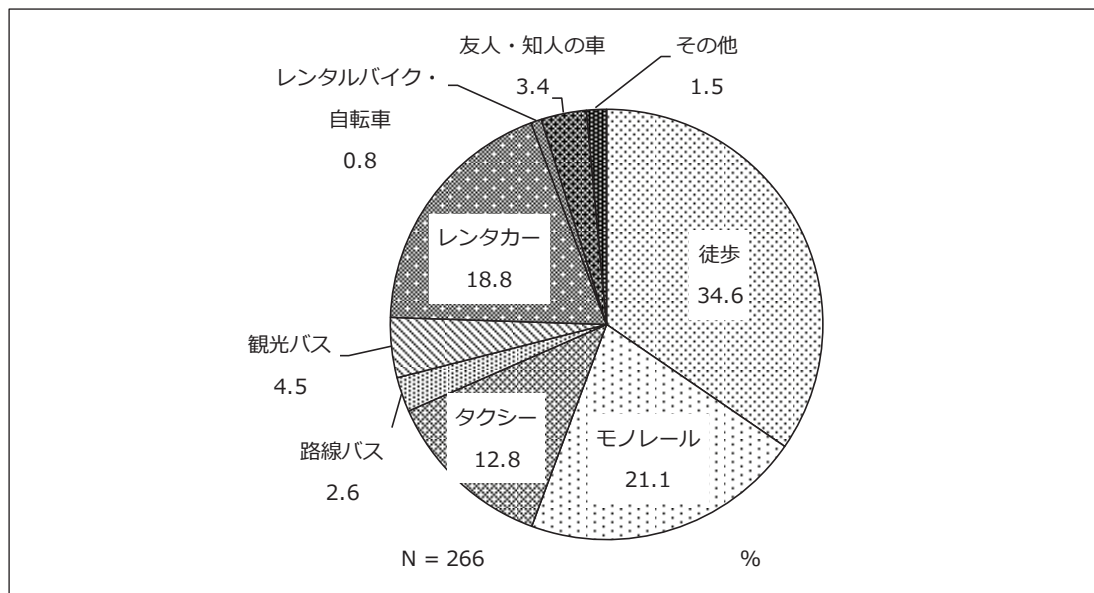
韓国では「友人」27.5%が最も高く、「家族・親族」25.5%が続き、「自分ひとり」19.6%でも2割近くいる。



5-5 商店街への来街手段

(1)全体

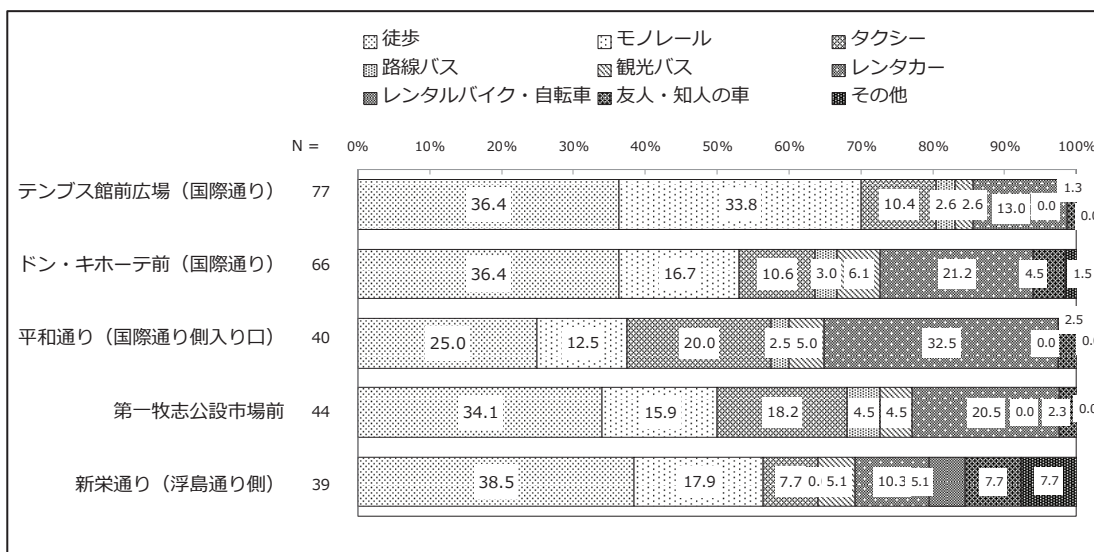
「徒歩」34.6%と最も高く、宿泊施設から直接来ていると思われる。「モノレール」21.1%、「レンタカー」18.8%と続く。



(2)調査地点別

「テンブス館前広場(国際通り)」では「モノレール」が33.8%と3割を超えて他の調査地点よりも割合が高い。

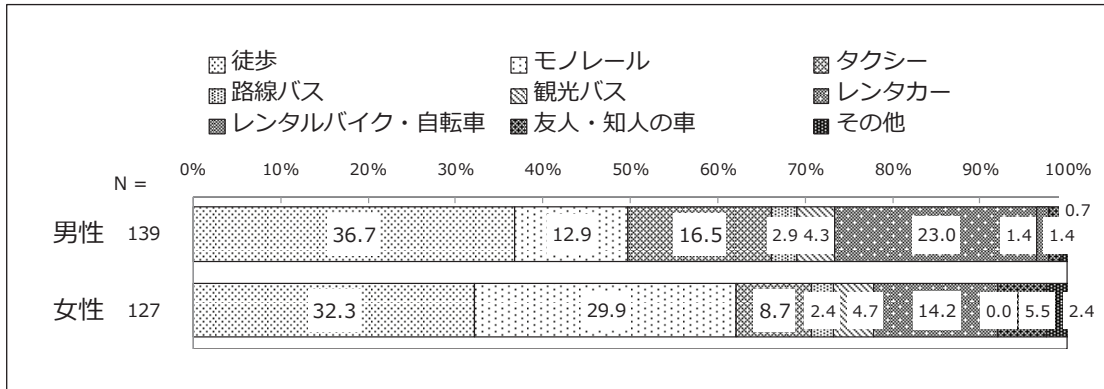
「レンタカー」の割合が最も高い調査地点は「平和通り(国際通り側入り口)」32.5%となる。



(3)性別

女性では「モノレール」29.9%が「男性」12.9%よりも高い。

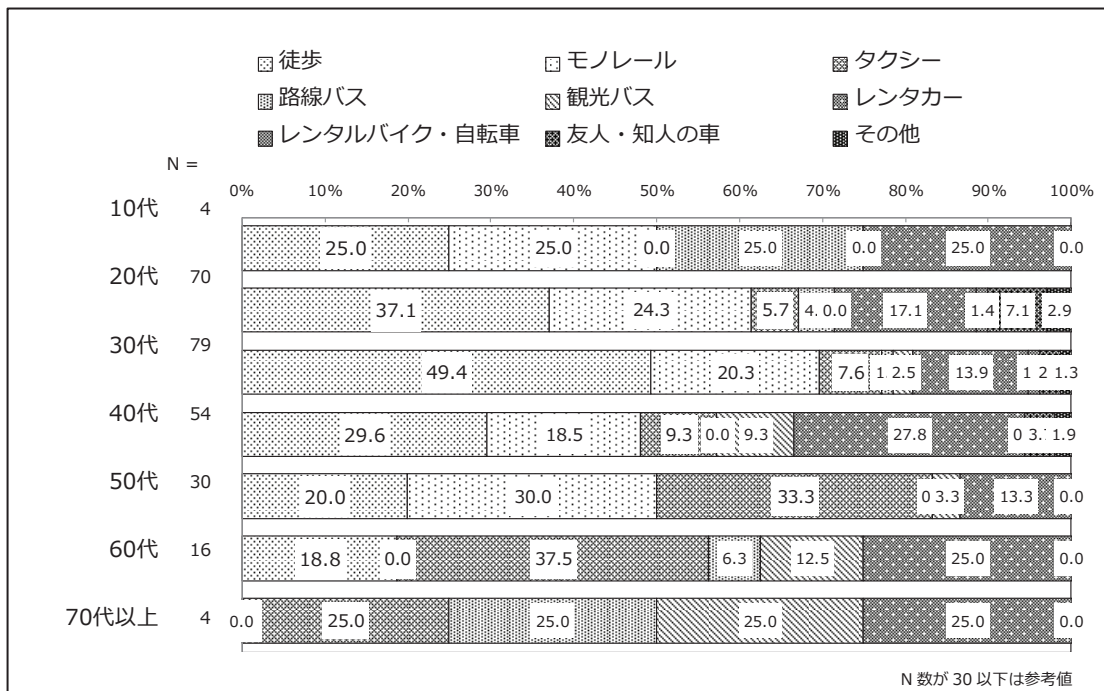
レンタカーの利用者は「男性」23.0%が「女性」14.2%よりも上回る。



(4)年代

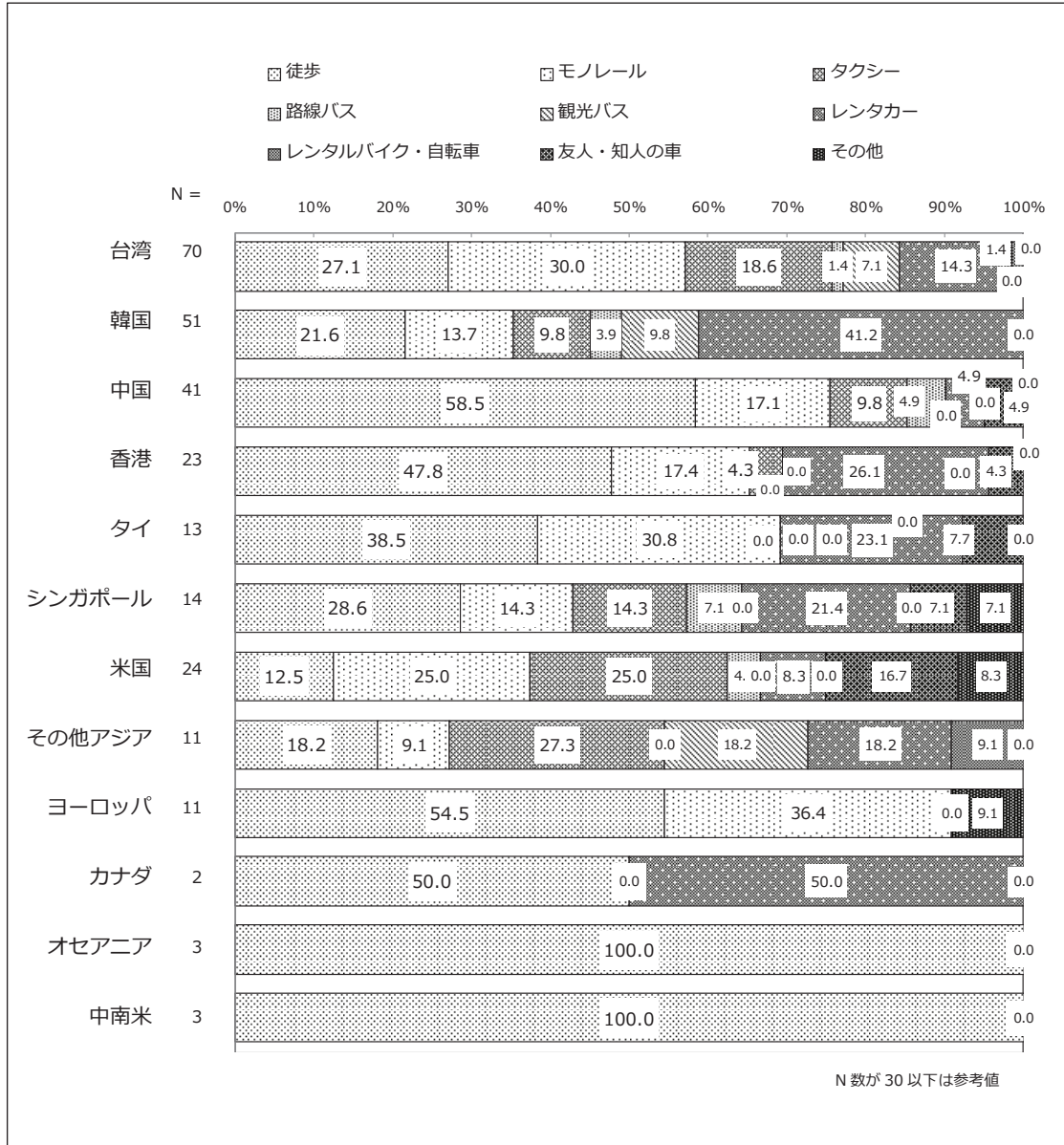
30代では「徒歩」と回答した方が49.4%と約5割になる。

「レンタカー」と回答した最も高い年代は「40代」が27.8%である。



(5)国籍・地域

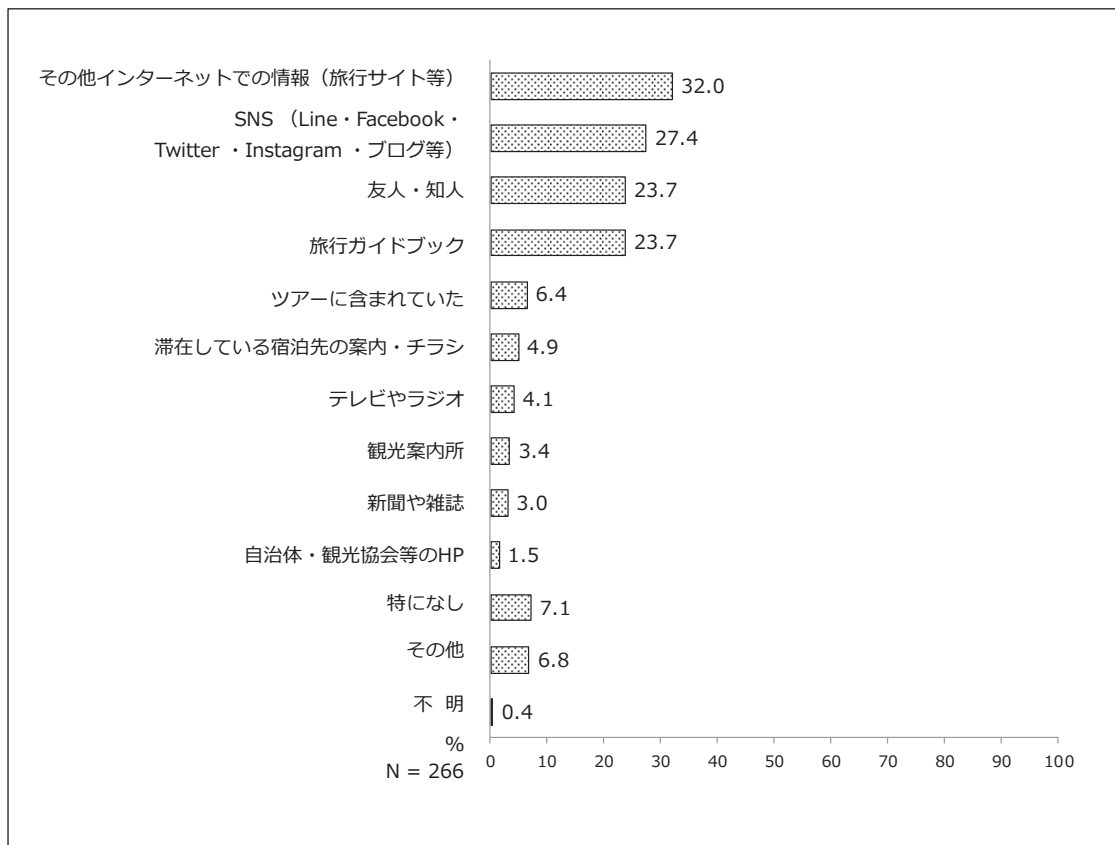
韓国では「レンタカー」41.2%と最も高く、他国籍・地域と比べても割合は高い。
「徒歩」との回答で最も高い割合は「中国」58.5%で約 6 割近くとなる。



5-6 商店街の情報手段

(1)全体

「その他インターネットでの情報(旅行サイト等)」32.0%が最も高く、「SNS(LINE・Facebook・Twitter・Instagram・ブログ等)」27.4%、「友人・知人」「旅行ガイドブック」23.7%と続く。



(2)調査地点別

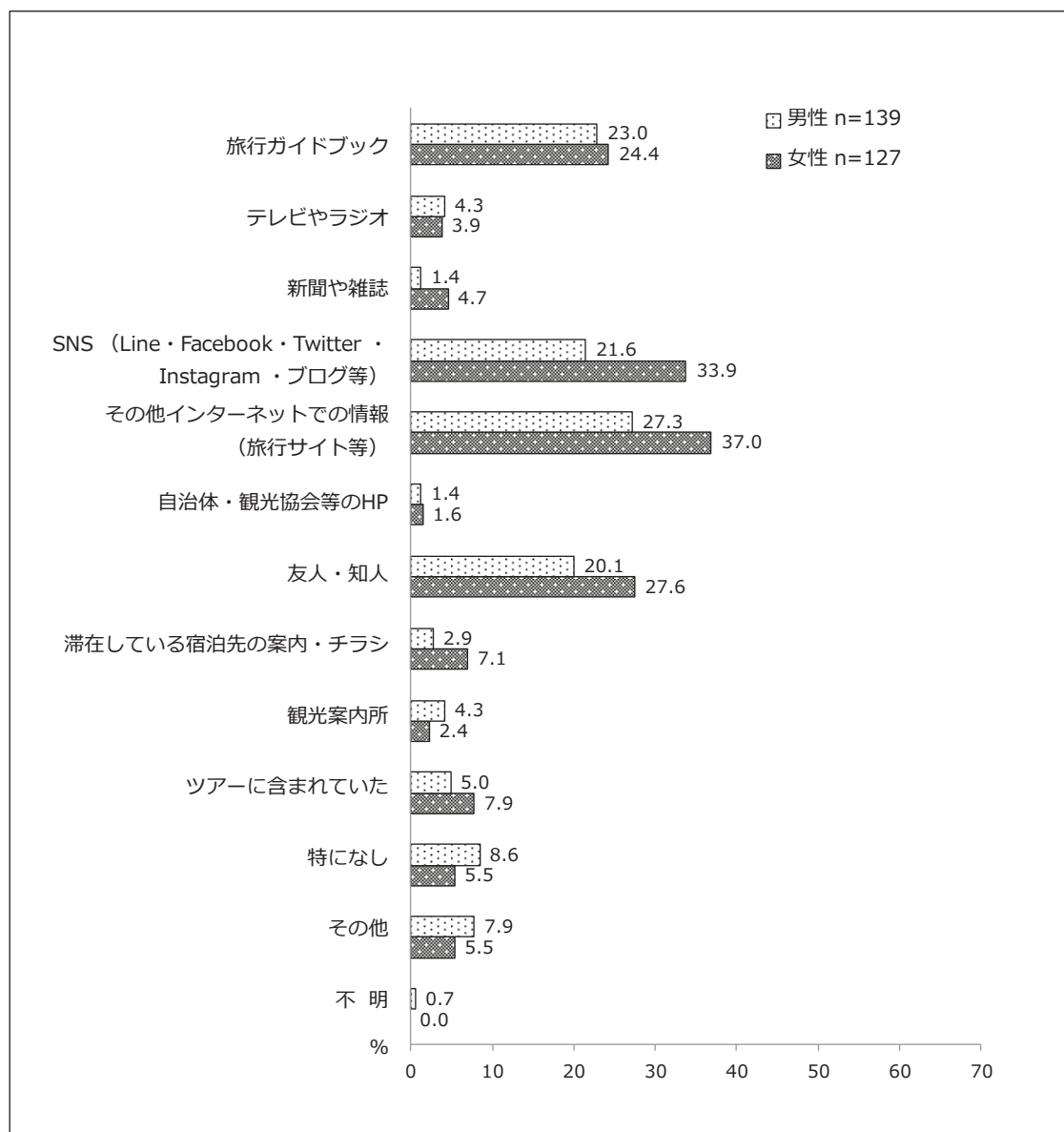
「平和通り(国際通り側入り口)」では他の調査地点と比べて最も割合が高いのは、「SNS(LINE・Facebook・Twitter・Instagram・ブログ等)」で47.5%と最も高く、「友人・知人」35.0%、「滞っている宿泊先の案内・チラシ」17.5%が挙がる。

		旅行ガイドブック	テレビやラジオ	新聞や雑誌	SNS (Line・Facebook・Twitter・Instagram・ブログ等)	その他インターネットでの情報(旅行サイト等)	自治体・観光協会等のHP	友人・知人	滞っている宿泊先の案内・チラシ	観光案内所	ツアーに含まれていた	特になし	その他	不明
(%)	N数													
デンプス館前広場(国際通り)	77	26.0	3.9	3.9	31.2	37.7	1.3	26.0	2.6	5.2	5.2	6.5	1.3	1.3
ドン・キホーテ前(国際通り)	66	24.2	4.5	0.0	18.2	30.3	4.5	19.7	3.0	4.5	9.1	1.5	4.5	0.0
平和通り(国際通り側入り口)	40	10.0	2.5	0.0	47.5	35.0	0.0	35.0	17.5	0.0	10.0	0.0	12.5	0.0
第一牧志公設市場前	44	25.0	2.3	2.3	22.7	25.0	0.0	18.2	2.3	2.3	6.8	9.1	11.4	0.0
新栄通り(浮島通り側)	39	30.8	7.7	10.3	20.5	28.2	0.0	20.5	2.6	2.6	0.0	23.1	10.3	0.0

N数が30以下は参考値

(3)性別

「SNS(LINE・Facebook・Twitter・Instagram・ブログ等)」と回答した「女性」33.9%は「男性」21.6%よりも割合が高く、性別による差 12.3%は他の項目に比べて最も大きい。



(4)年代

「SNS(LINE・Facebook・Twitter・Instagram・ブログ等)」と回答した年代で最も割合が高いのは「20代」38.6%である。

50代では「テレビやラジオ」と回答した方が1割を超えて他の年代よりも高い。

(%)	N数	旅行ガイドブック	テレビやラジオ	新聞や雑誌	SNS (Line・Facebook・Twitter・Instagram・ブログ等)	その他インターネットでの情報 (旅行サイト等)	自治体・観光協会等のHP	友人・知人
10代	4	50.0	0.0	0.0	25.0	50.0	0.0	25.0
20代	70	15.7	4.3	5.7	38.6	31.4	0.0	30.0
30代	79	31.6	3.8	1.3	29.1	34.2	2.5	22.8
40代	54	22.2	0.0	1.9	25.9	35.2	0.0	16.7
50代	30	33.3	16.7	3.3	16.7	40.0	0.0	23.3
60代	16	0.0	0.0	0.0	6.3	6.3	12.5	25.0
70代以上	4	25.0	0.0	0.0	0.0	25.0	0.0	25.0

(%)	N数	滞在している宿泊先の案内・チラシ	観光案内所	ツアーに含まれていた	特になし	その他	不明
10代	4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
20代	70	4.3	4.3	7.1	11.4	1.4	1.4
30代	79	3.8	5.1	3.8	5.1	3.8	0.0
40代	54	3.7	1.9	7.4	7.4	9.3	0.0
50代	30	6.7	3.3	6.7	3.3	3.3	0.0
60代	16	12.5	0.0	18.8	0.0	37.5	0.0
70代以上	4	25.0	0.0	0.0	0.0	25.0	0.0

N数が30以下は参考値

(5) 国籍・地域

韓国では「その他インターネットでの情報(旅行サイト等)」49.0%と最も高く、同項目の「台湾」30.0%、「中国」41.5%よりも高い。また、「旅行ガイドブック」31.4%についても「台湾」22.9%、「中国」24.4%よりも割合が高い。

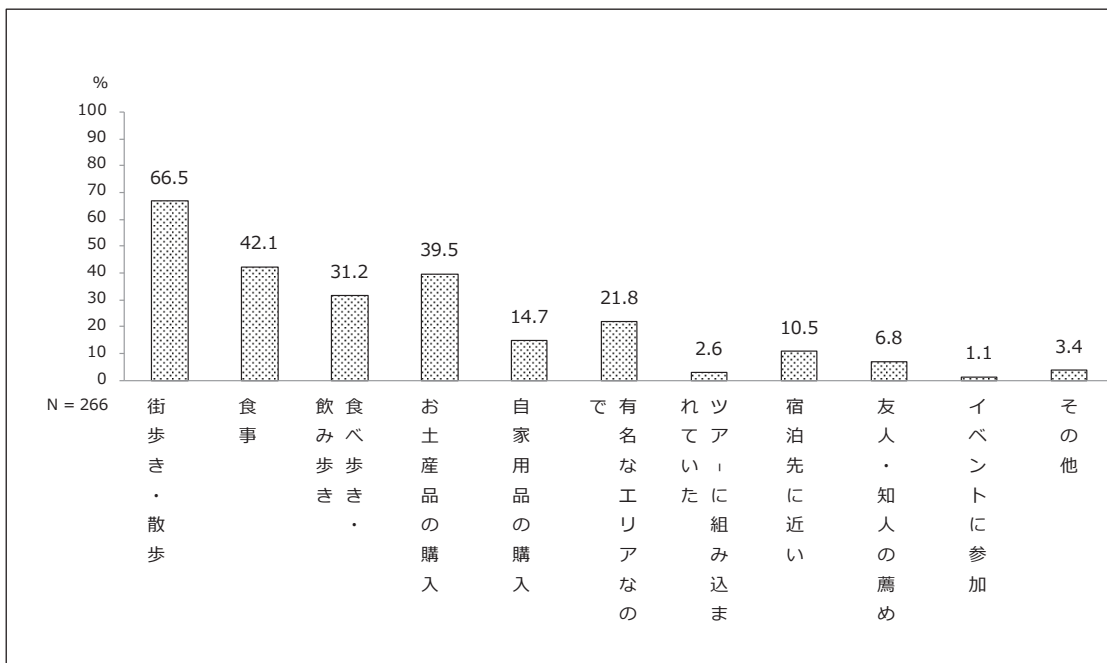
(%)	N数	旅行ガイドブック	テレビやラジオ	新聞や雑誌	SNS (Line・Facebook・Twitter・Instagram・ブログ等)	その他インターネットでの情報 (旅行サイト等)	自治体・観光協会等のHP	友人・知人
台湾	70	22.9	7.1	7.1	37.1	30.0	2.9	27.1
韓国	51	31.4	0.0	2.0	27.5	49.0	0.0	9.8
中国	41	24.4	4.9	2.4	29.3	41.5	2.4	26.8
香港	23	26.1	4.3	4.3	39.1	21.7	0.0	30.4
タイ	13	53.8	7.7	0.0	0.0	23.1	7.7	23.1
シンガポール	14	21.4	0.0	0.0	35.7	14.3	0.0	28.6
米国	24	12.5	0.0	0.0	20.8	25.0	0.0	33.3
その他アジア	11	9.1	9.1	0.0	18.2	18.2	0.0	18.2
ヨーロッパ	11	9.1	9.1	0.0	0.0	18.2	0.0	9.1
カナダ	2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
オセアニア	3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
中南米	3	0.0	0.0	0.0	0.0	66.7	0.0	33.3

(%)	N数	滞在している宿泊先の案内・チャシ	観光案内所	ツアーに含まれていた	特になし	その他	不明
台湾	70	0.0	2.9	8.6	5.7	11.4	0.0
韓国	51	3.9	0.0	7.8	7.8	0.0	0.0
中国	41	14.6	2.4	2.4	2.4	2.4	0.0
香港	23	4.3	0.0	4.3	4.3	8.7	0.0
タイ	13	0.0	23.1	0.0	0.0	7.7	0.0
シンガポール	14	14.3	0.0	0.0	7.1	14.3	0.0
米国	24	0.0	8.3	4.2	8.3	4.2	0.0
その他アジア	11	0.0	0.0	36.4	0.0	18.2	0.0
ヨーロッパ	11	9.1	9.1	0.0	36.4	9.1	9.1
カナダ	2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
オセアニア	3	33.3	0.0	0.0	66.7	0.0	0.0
中南米	3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

5-7 商店街への来街理由

(1)全体

「街歩き・散歩」の66.5%が最も高く、「食事」が42.1%、「お土産品の購入」が39.5%と続く。



(2)調査地点別

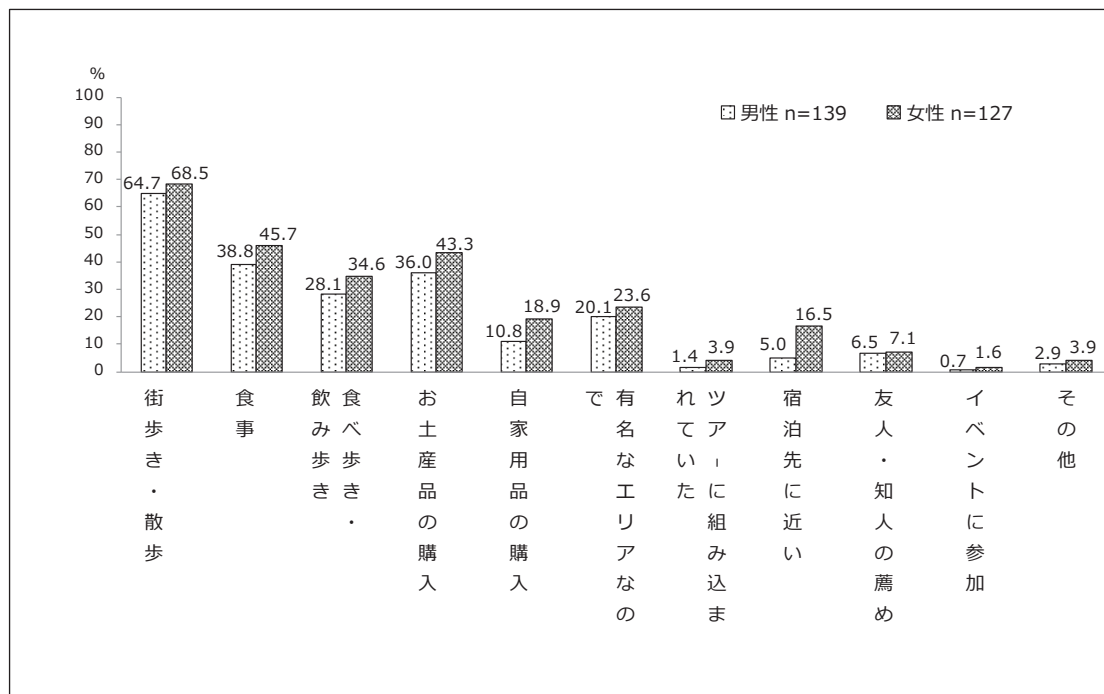
「食事」をみると、「平和通り(国際通り側入り口)」の65.0%が最も高く、「ドン・キホーテ前(国際通り)」が27.3%と低い。また、「平和通り(国際通り側入り口)」では、「有名なエリアなので」が40.0%と他の地点の割合より上回る。

(%)	N数	街歩き・散歩	食事	飲み歩き	お土産品の購入	自家用品の購入	有名なエリアなので	ツアーに組み込まれていた	宿泊先に近い	友人・知人の薦め	イベントに参加	その他
デンプス館前広場(国際通り)	77	68.8	48.1	35.1	28.6	13.0	33.8	5.2	16.9	10.4	3.9	2.6
ドン・キホーテ前(国際通り)	66	62.1	27.3	27.3	47.0	13.6	13.6	0.0	7.6	7.6	0.0	0.0
平和通り(国際通り側入り口)	40	65.0	65.0	30.0	80.0	37.5	40.0	2.5	10.0	5.0	0.0	0.0
第一牧志公設市場前	44	65.9	36.4	25.0	31.8	6.8	9.1	4.5	6.8	4.5	0.0	2.3
新栄通り(浮島通り側)	39	71.8	38.5	38.5	15.4	5.1	7.7	0.0	7.7	2.6	0.0	15.4

N数が30以下は参考値

(3)性別

すべての項目で女性が男性よりも上回るが、「宿泊先に近い」との回答では性別による差が11.5%と他項目よりも大きい。



(4)年代

「食べ歩き、飲み歩き」と回答した割合が最も高い年代は「30代」41.8%である。
20代以上のすべての年代で「街歩き・散歩」が6割を超える。

(%)	N数	街歩き・散歩	食事	食べ歩き、飲み歩き	お土産の購入	自家用品の購入	有名なエリアでの	ツアーに組み込まれていた	宿泊先に近い	友人・知人の薦め	イベントに参加	その他
10代	4	50.0	50.0	0.0	75.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
20代	70	68.6	47.1	28.6	35.7	12.9	18.6	1.4	14.3	8.6	1.4	5.7
30代	79	63.3	39.2	41.8	35.4	10.1	27.8	1.3	7.6	8.9	1.3	3.8
40代	54	64.8	51.9	24.1	44.4	11.1	18.5	5.6	14.8	7.4	1.9	3.7
50代	30	66.7	30.0	33.3	43.3	23.3	26.7	3.3	10.0	3.3	0.0	0.0
60代	16	68.8	37.5	25.0	56.3	43.8	18.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
70代以上	4	100.0	25.0	25.0	25.0	25.0	25.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0

N数が30以下は参考値

(5) 国籍・地域

中国では「街歩き・散歩」75.6%と最も高く、「食事」53.7%、「お土産の購入」51.2%と続く。また、「自家用品の購入」が41.5%と他国籍・地域と比べると割合が高く、約4割程である。

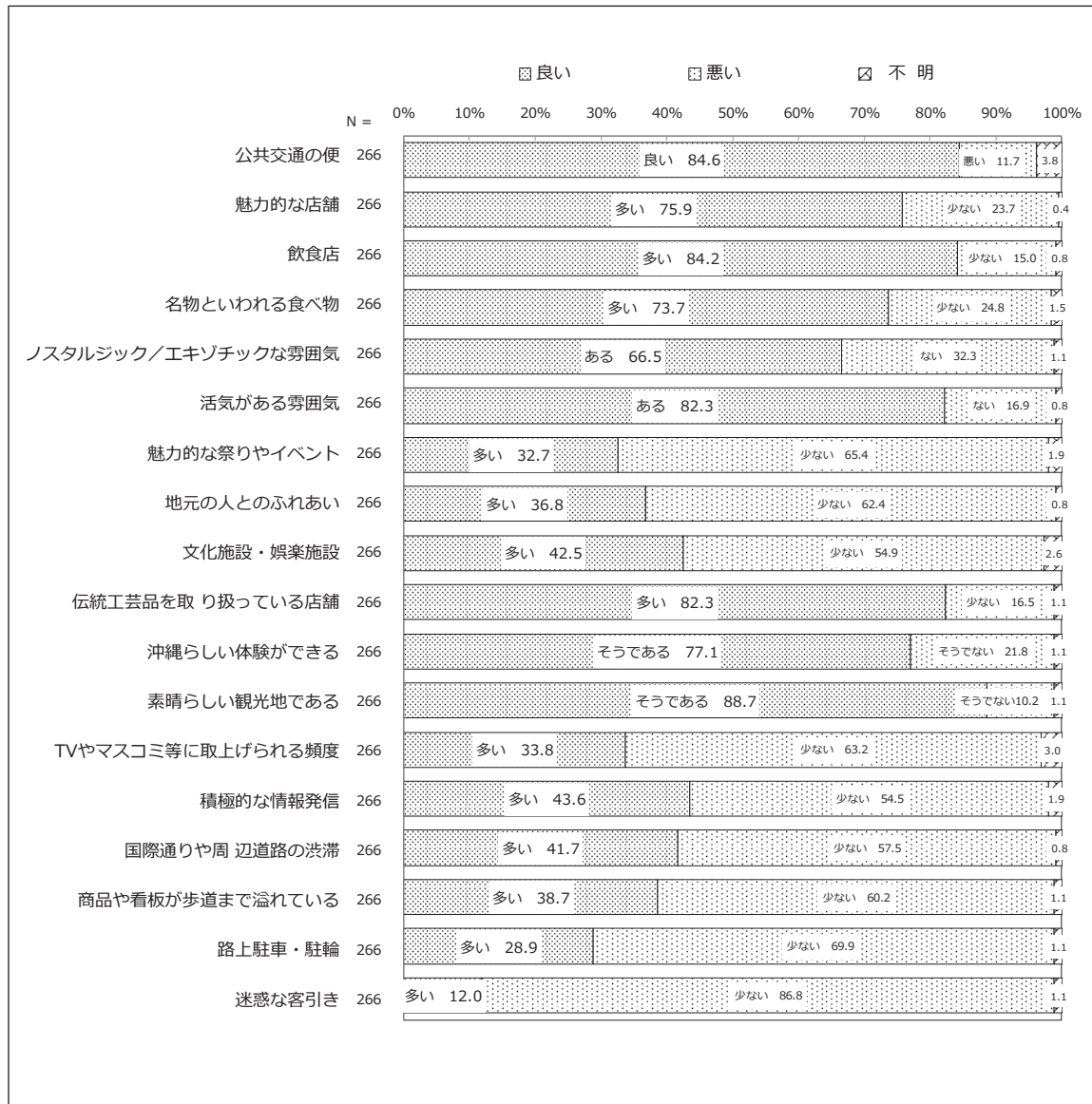
(%)	N数	街歩き・散歩	食事	食べ歩き、飲み歩き	お土産品の購入	自家用品の購入	有名なエリアなので	ツアーに組み込まれていた	宿泊先に近い	友人・知人の薦め	イベントに参加	その他
台湾	70	64.3	40.0	42.9	37.1	15.7	20.0	4.3	8.6	5.7	1.4	0.0
韓国	51	49.0	35.3	19.6	45.1	3.9	17.6	3.9	3.9	2.0	0.0	2.0
中国	41	75.6	53.7	31.7	51.2	41.5	36.6	2.4	26.8	12.2	2.4	0.0
香港	23	60.9	52.2	39.1	56.5	17.4	34.8	4.3	13.0	4.3	0.0	0.0
タイ	13	84.6	53.8	38.5	53.8	7.7	15.4	0.0	7.7	15.4	0.0	0.0
シンガポール	14	100.0	14.3	28.6	35.7	14.3	28.6	0.0	14.3	0.0	0.0	0.0
米国	24	75.0	62.5	25.0	29.2	4.2	8.3	0.0	4.2	20.8	4.2	16.7
その他アジア	11	63.6	9.1	27.3	27.3	9.1	9.1	0.0	0.0	0.0	0.0	18.2
ヨーロッパ	11	63.6	36.4	18.2	0.0	0.0	18.2	0.0	9.1	0.0	0.0	18.2
カナダ	2	100.0	50.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0
オセアニア	3	66.7	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
中南米	3	33.3	33.3	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

N数が30以下は参考値

5-8 商店街のイメージ

(1)全体

「良い」「多い」「ある」「そうである」と回答した中で最も割合が高い項目は「素晴らしい観光地である」88.7%、であり、「飲食店」84.2%、「活気がある雰囲気」82.3%、「伝統工芸品を取り扱っている店舗」82.3%と、これらの項目で8割を超える。



(2)調査地点別

地点別でみると「テンプス館前広場」では「素晴らしい観光地である」と思うが 92.2%、「ドン・キホーテ前」では「飲食店」で 90.9%と多い、「活気がある雰囲気」があるで 90.9%、「平和通り(国際通り側入り口)」では「伝統工芸品を取り扱っている店舗」が多いで 95.0%、「第一牧志公設市場前」では「活気がある雰囲気」があるで 90.9%となる。

【商店街のイメージで「良い」「多い」「ある」「そうである」との回答数】

		テンプス館前広場 (国際通り)	ドン・キホーテ前 (国際通り)	平和通り (国際通り側入り口)	第一牧志公設市場前	新栄通り (浮島通り側)
(%)	N数	77	66	40	44	39
公共交通の便	【良い】	87.0	78.8	90.0	86.4	82.1
魅力的な店舗	【多い】	76.6	81.8	62.5	81.8	71.8
飲食店	【多い】	83.1	90.9	92.5	79.5	71.8
名物といわれる食べ物	【多い】	75.3	77.3	75.0	63.6	74.4
ノスタルジック/エキゾチックな雰囲気	【ある】	61.0	71.2	57.5	77.3	66.7
活気がある雰囲気	【ある】	85.7	90.9	77.5	90.9	56.4
魅力的な祭りやイベント	【多い】	39.0	37.9	30.0	18.2	30.8
地元の人とのふれあい	【多い】	37.7	31.8	22.5	31.8	64.1
文化施設・娯楽施設	【多い】	49.4	50.0	25.0	36.4	41.0
伝統工芸品を取り扱っている店舗	【多い】	87.0	68.2	95.0	79.5	87.2
沖縄らしい体験ができる	【そうである】	84.4	68.2	70.0	81.8	79.5
素晴らしい観光地である	【そうである】	92.2	87.9	92.5	86.4	82.1
TVやマスコミ等に取上げられる頻度	【多い】	44.2	24.2	27.5	43.2	25.6
積極的な情報発信	【多い】	49.4	39.4	32.5	56.8	35.9
国際通りや周辺道路の渋滞	【多い】	39.0	43.9	37.5	47.7	41.0
商品や看板が歩道まで溢れている	【多い】	41.6	45.5	22.5	43.2	33.3
路上駐車・駐輪	【多い】	19.5	27.3	55.0	27.3	25.6
迷惑な客引き	【多い】	15.6	9.1	7.5	15.9	10.3

(3)性別

「沖縄らしい体験ができる」の項目をみると、「女性」が83.5%で、「男性」の71.2%よりも割合が高く、他の項目と比べて性別によって12.3%の差がある。

「魅力的な店舗」では「男性」が80.6%で「女性」の70.9%よりも上回る。

【商店街のイメージで「良い」「多い」「ある」「そうである」との回答数】

		男性	女性
(%)	N数	139	127
公共交通の便	【良い】	84.9	84.3
魅力的な店舗	【多い】	80.6	70.9
飲食店	【多い】	85.6	82.7
名物といわれる食べ物	【多い】	69.1	78.7
ノスタルジック/エキゾチックな雰囲気	【ある】	69.8	63.0
活気がある雰囲気	【ある】	82.7	81.9
魅力的な祭りやイベント	【多い】	32.4	33.1
地元の人とのふれあい	【多い】	36.0	37.8
文化施設・娯楽施設	【多い】	45.3	39.4
伝統工芸品を取り扱っている店舗	【多い】	77.0	88.2
沖縄らしい体験ができる	【そうである】	71.2	83.5
素晴らしい観光地である	【そうである】	87.8	89.8
TVやマスコミ等に取上げられる頻度	【多い】	31.7	36.2
積極的な情報発信	【多い】	43.9	43.3
国際通りや周辺道路の渋滞	【多い】	48.9	33.9
商品や看板が歩道まで溢れている	【多い】	41.0	36.2
路上駐車・駐輪	【多い】	25.9	32.3
迷惑な客引き	【多い】	12.9	11.0

(4)年代

「ノスタルジック/エキゾチックな雰囲気」の項目で「20代」80.0%は他の年代と比べて割合が高く、多くの方にノスタルジック/エキゾチックな雰囲気であると感じられている。

【商店街のイメージで「良い」「多い」「ある」「そうである」との回答数】

		10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代以上
(%)	N数	4	70	79	54	30	16	4
公共交通の便	【良い】	75.0	90.0	79.7	83.3	83.3	87.5	75.0
魅力的な店舗	【多い】	75.0	77.1	68.4	77.8	76.7	93.8	100.0
飲食店	【多い】	100.0	85.7	83.5	87.0	76.7	93.8	75.0
名物といわれる食べ物	【多い】	75.0	77.1	75.9	79.6	50.0	81.3	75.0
ノスタルジック/エキゾチックな雰囲気	【ある】	75.0	80.0	60.8	59.3	53.3	68.8	75.0
活気がある雰囲気	【ある】	100.0	88.6	77.2	87.0	76.7	75.0	100.0
魅力的な祭りやイベント	【多い】	25.0	45.7	29.1	35.2	20.0	25.0	-
地元の人とのふれあい	【多い】	50.0	40.0	43.0	38.9	16.7	25.0	50.0
文化施設・娯楽施設	【多い】	50.0	48.6	43.0	48.1	30.0	31.3	25.0
伝統工芸品を取り扱っている店舗	【多い】	75.0	91.4	83.5	79.6	80.0	56.3	75.0
沖縄らしい体験ができる	【そうである】	50.0	82.9	78.5	75.9	63.3	87.5	50.0
素晴らしい観光地である	【そうである】	100.0	90.0	87.3	90.7	83.3	93.8	100.0
TVやマスコミ等に取上げられる頻度	【多い】	50.0	28.6	30.4	42.6	43.3	25.0	50.0
積極的な情報発信	【多い】	50.0	44.3	44.3	48.1	40.0	25.0	75.0
国際通りや周辺道路の渋滞	【多い】	50.0	41.4	43.0	38.9	50.0	25.0	25.0
商品や看板が歩道まで溢れている	【多い】	25.0	42.9	38.0	38.9	33.3	37.5	25.0
路上駐車・駐輪	【多い】	25.0	30.0	31.6	25.9	26.7	31.3	-
迷惑な客引き	【多い】	25.0	14.3	12.7	11.1	10.0	-	-

N数が30以下は参考値

(5)国籍・地域

「沖縄らしい体験ができる」の項目で「韓国」49.0%と、「台湾」87.1%、「中国」87.8%
や他国籍・地域と比べて割合が低い。

「伝統工芸品を扱っている店舗」の「中国」では97.6%とイメージ度が高い。

		台湾	韓国	中国	香港	タイ	シンガポール
(%)	N数	70	51	41	23	13	14
公共交通の便	【良い】	87.1	70.6	87.8	87.0	92.3	78.6
魅力的な店舗	【多い】	78.6	74.5	65.9	69.6	53.8	78.6
飲食店	【多い】	84.3	84.3	87.8	73.9	84.6	78.6
名物といわれる食べ物	【多い】	65.7	64.7	75.6	78.3	92.3	71.4
ノスタルジック/エキゾチックな雰囲気	【ある】	64.3	74.5	61.0	65.2	30.8	71.4
活気がある雰囲気	【ある】	80.0	90.2	80.5	73.9	61.5	92.9
魅力的な祭りやイベント	【多い】	31.4	35.3	24.4	30.4	46.2	14.3
地元の人とのふれあい	【多い】	38.6	37.3	26.8	13.0	53.8	14.3
文化施設・娯楽施設	【多い】	31.4	49.0	29.3	39.1	53.8	42.9
伝統工芸品を取り扱っている店舗	【多い】	82.9	82.4	97.6	91.3	38.5	78.6
沖縄らしい体験ができる	【そうである】	87.1	49.0	87.8	91.3	61.5	85.7
素晴らしい観光地である	【そうである】	91.4	90.2	78.0	95.7	92.3	92.9
TVやマスコミ等に取上げられる頻度	【多い】	45.7	41.2	22.0	39.1	38.5	14.3
積極的な情報発信	【多い】	40.0	51.0	29.3	39.1	69.2	35.7
国際通りや周辺道路の渋滞	【多い】	41.4	64.7	19.5	30.4	46.2	42.9
商品や看板が歩道まで溢れている	【多い】	32.9	51.0	26.8	34.8	30.8	14.3
路上駐車・駐輪	【多い】	30.0	37.3	34.1	17.4	23.1	14.3
迷惑な客引き	【多い】	8.6	25.5	4.9	4.3	30.8	-

		米国	その他アジア	ヨーロッパ	カナダ	オセアニア	中南米
(%)	N数	24	11	11	2	3	3
公共交通の便	【良い】	87.5	100.0	81.8	100.0	100.0	100.0
魅力的な店舗	【多い】	95.8	81.8	72.7	100.0	100.0	100.0
飲食店	【多い】	95.8	100.0	72.7	50.0	66.7	66.7
名物といわれる食べ物	【多い】	79.2	100.0	81.8	100.0	66.7	100.0
ノスタルジック/エキゾチックな雰囲気	【ある】	87.5	63.6	54.5	100.0	66.7	66.7
活気がある雰囲気	【ある】	83.3	90.9	81.8	100.0	66.7	100.0
魅力的な祭りやイベント	【多い】	54.2	45.5	-	100.0	66.7	-
地元の人とのふれあい	【多い】	62.5	36.4	45.5	100.0	66.7	33.3
文化施設・娯楽施設	【多い】	79.2	45.5	36.4	100.0	33.3	33.3
伝統工芸品を取り扱っている店舗	【多い】	79.2	72.7	63.6	100.0	100.0	100.0
沖縄らしい体験ができる	【そうである】	79.2	90.9	72.7	100.0	33.3	66.7
素晴らしい観光地である	【そうである】	91.7	72.7	90.9	100.0	66.7	100.0
TVやマスコミ等に取上げられる頻度	【多い】	29.2	18.2	9.1	50.0	33.3	-
積極的な情報発信	【多い】	66.7	36.4	36.4	50.0	33.3	33.3
国際通りや周辺道路の渋滞	【多い】	41.7	27.3	45.5	50.0	66.7	33.3
商品や看板が歩道まで溢れている	【多い】	33.3	81.8	54.5	50.0	100.0	66.7
路上駐車・駐輪	【多い】	20.8	36.4	36.4	50.0	-	-
迷惑な客引き	【多い】	4.2	18.2	18.2	50.0	-	-

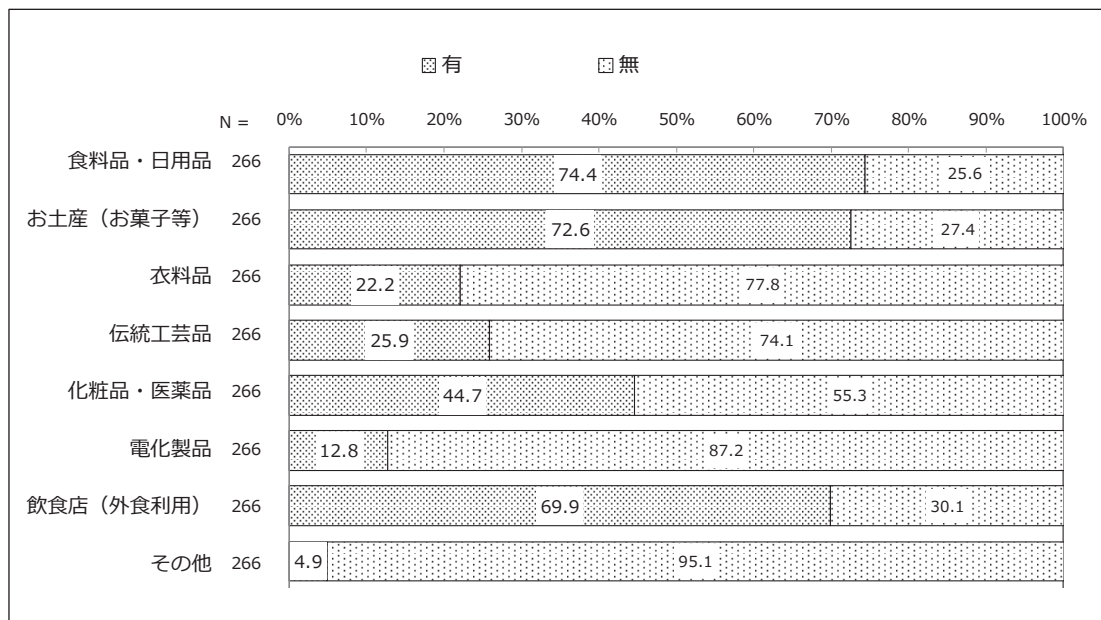
N数が30以下は参考値

5-9 商店街での購入(予定)及び支出(予定)金額

(1)全体

「食料品・日用品」の74.4%が最も高く、「お土産(お菓子等)」が72.6%と続く。

「化粧品・医薬品」の購入も4割を超える。



(2)調査地点別

「平和通り(国際通り側入り口)」では「お土産(お菓子等)」が100%と回答者全員が購入(予定)している。

「テンブス館前広場(国際通り)」では「食料品・日用品」「お土産(お菓子等)」が80.5%と他地点と比べて購入割合が高い。

【有】との回答

(%)	テンブス館前広場 (国際通り)	ドン・キホーテ前 (国際通り)	平和通り (国際通り側入り口)	第一牧志公設市場前	新栄通り (浮島通り側)
N数	77	66	40	44	39
食料品・日用品	80.5	71.2	80.0	72.7	64.1
お土産(お菓子等)	80.5	69.7	100.0	63.6	43.6
衣料品	27.3	22.7	20.0	13.6	23.1
伝統工芸品	33.8	21.2	27.5	20.5	23.1
化粧品・医薬品	46.8	51.5	62.5	31.8	25.6
電化製品	14.3	15.2	20.0	6.8	5.1
飲食店(外食利用)	74.0	66.7	82.5	63.6	61.5
その他	3.9	4.5	7.5	-	10.3

(3)性別

「お土産(お菓子等)」の購入では「女性」が 78.7%と「男性」の 66.9%よりも購入者の割合が高く、その差は 11.8%となる。

「衣料品」は「男性」30.2%と「女性」13.4%よりも上回る。

【有】との回答		
(%)	男性	女性
N数	139	127
食料品・日用品	76.3	72.4
お土産（お菓子等）	66.9	78.7
衣料品	30.2	13.4
伝統工芸品	26.6	25.2
化粧品・医薬品	41.0	48.8
電化製品	10.8	15.0
飲食店（外食利用）	71.9	67.7
その他	3.6	6.3

(4)年代

「衣料品」の項目をみると「20代」では 34.3%と他年代と比べて割合が最も高い。

「食料品・日用品」の「30代」では 8 割以上が「有」と回答している。

【有】との回答

%	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代以上
N数	4	70	79	54	30	16	4
食料品・日用品	25.0	67.1	81.0	75.9	73.3	68.8	100.0
お土産（お菓子等）	100.0	74.3	68.4	77.8	66.7	87.5	75.0
衣料品	-	34.3	16.5	20.4	23.3	6.3	25.0
伝統工芸品	-	28.6	30.4	25.9	16.7	18.8	25.0
化粧品・医薬品	75.0	32.9	50.6	40.7	46.7	68.8	75.0
電化製品	25.0	7.1	15.2	14.8	10.0	25.0	25.0
飲食店（外食利用）	50.0	74.3	67.1	70.4	70.0	62.5	100.0
その他	-	5.7	3.8	5.6	6.7	6.3	-

N 数が 30 以下は参考値

(5)国籍・地域

「中国」では「化粧品・医薬品」の購入(予定)割合が 80.5%と他国籍・地域と比べて最も高い。

「台湾」では「飲食店(外食利用)」71.4%の項目で「韓国」62.7%、「中国」68.3%より割合が高く、「お土産（お菓子等）」では他国籍・地域よりも購入率が低い。

「韓国」では「お土産(お菓子等)」88.2%の購入の割合が最も高い。

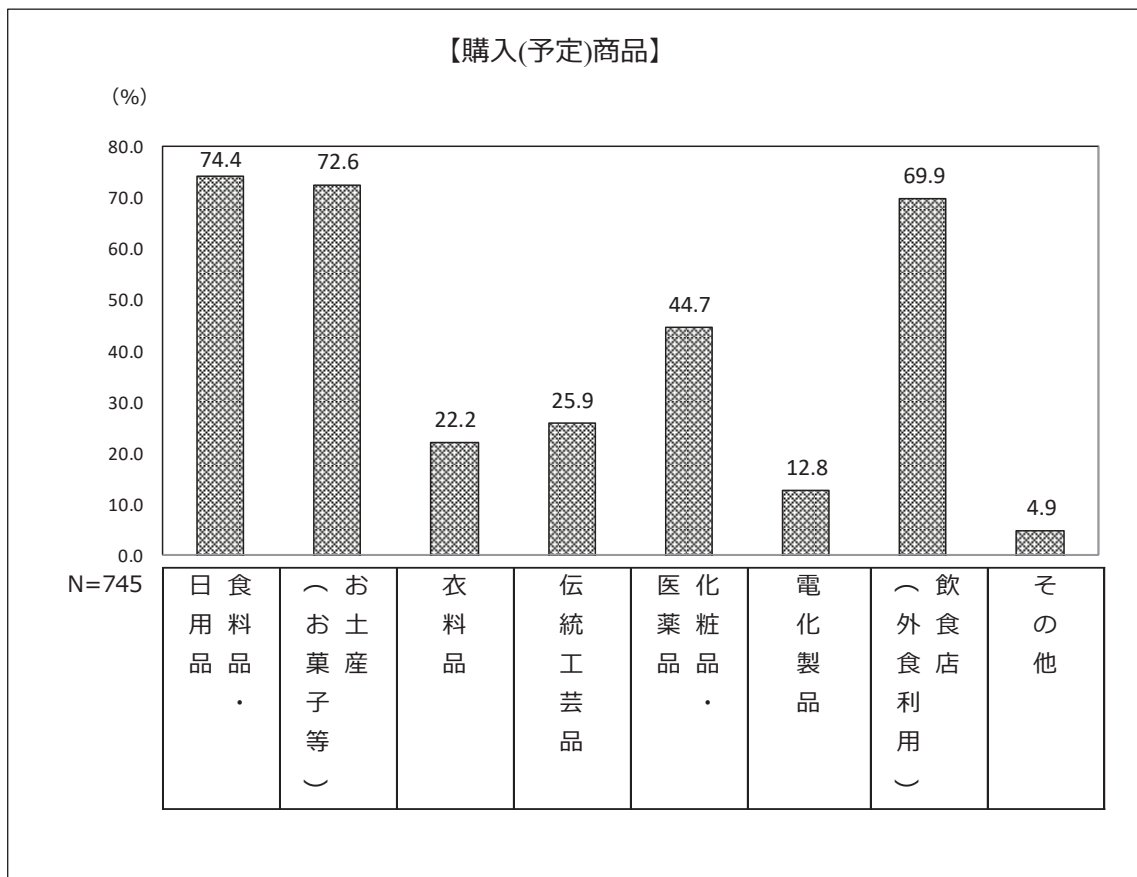
%	台湾	韓国	中国	香港	タイ	シンガポール
N数	70	51	41	23	13	14
食料品・日用品	77.1	68.6	90.2	73.9	84.6	71.4
お土産（お菓子等）	65.7	88.2	85.4	78.3	76.9	78.6
衣料品	7.1	29.4	14.6	17.4	46.2	21.4
伝統工芸品	15.7	15.7	51.2	13.0	53.8	21.4
化粧品・医薬品	52.9	43.1	80.5	30.4	38.5	28.6
電化製品	17.1	7.8	24.4	4.3	30.8	0.0
飲食店（外食利用）	71.4	62.7	68.3	69.6	92.3	64.3
その他	2.9	3.9	2.4	13.0	0.0	7.1

%	米国	その他アジア	ヨーロッパ	カナダ	オセアニア	中南米
N数	24	11	11	2	3	3
食料品・日用品	62.5	81.8	63.6	50.0	0.0	66.7
お土産（お菓子等）	58.3	63.6	36.4	50.0	0.0	66.7
衣料品	54.2	36.4	27.3	0.0	0.0	0.0
伝統工芸品	33.3	18.2	27.3	100.0	0.0	33.3
化粧品・医薬品	12.5	45.5	27.3	0.0	0.0	0.0
電化製品	0.0	9.1	9.1	50.0	0.0	0.0
飲食店（外食利用）	79.2	45.5	63.6	100.0	100.0	100.0
その他	16.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

N 数が 30 以下は参考値

(6)購入(予定) 商品

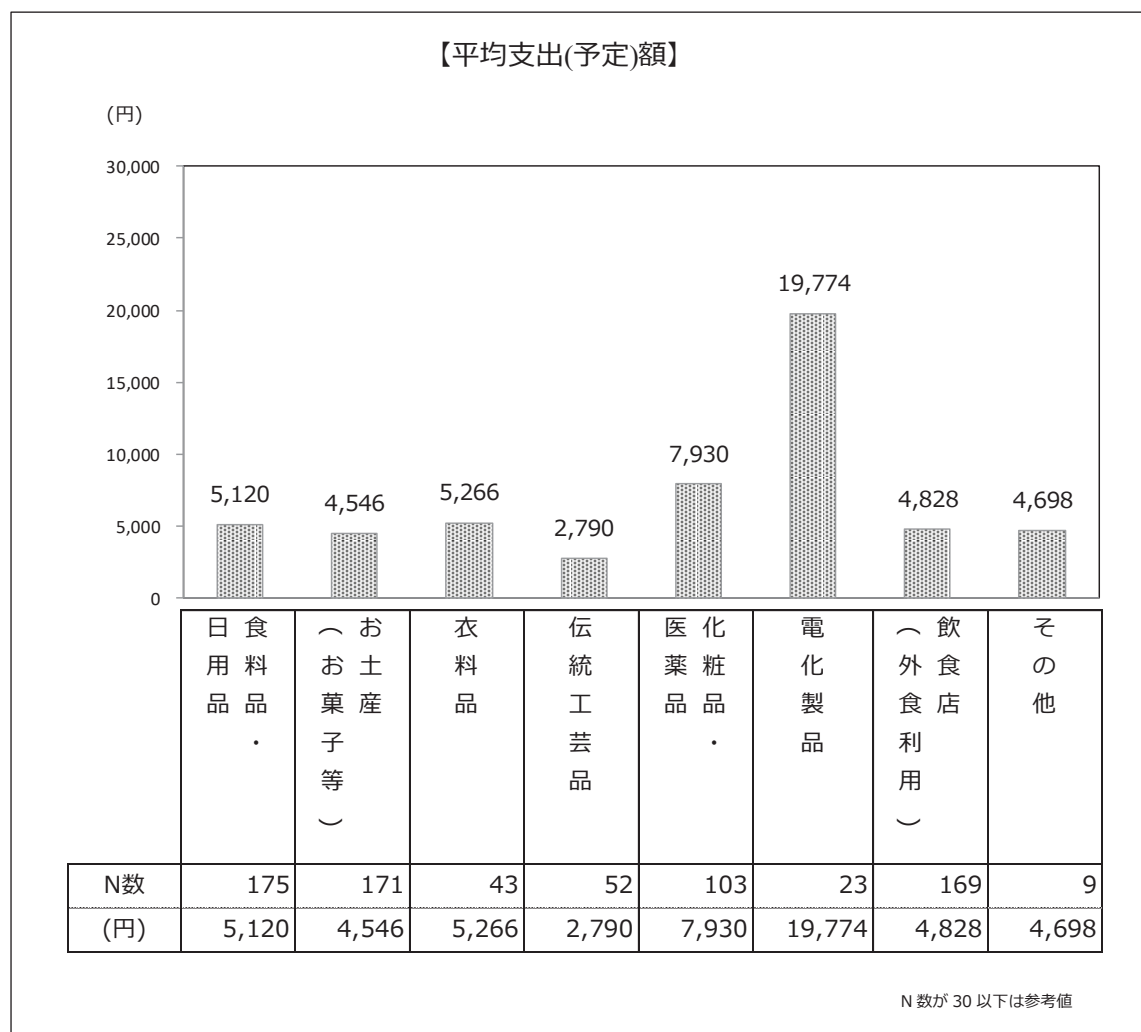
商品別では「食料品・日用品」の74.4%が最も高く、「お土産（お菓子類）」72.6%、「飲食店（外食利用）」69.9%と続く。



(7)購入(予定) 金額

商品別で「電化製品」は 12.8%で 1 割程度であるが、平均額(円)では 19,774 円と最も高い。

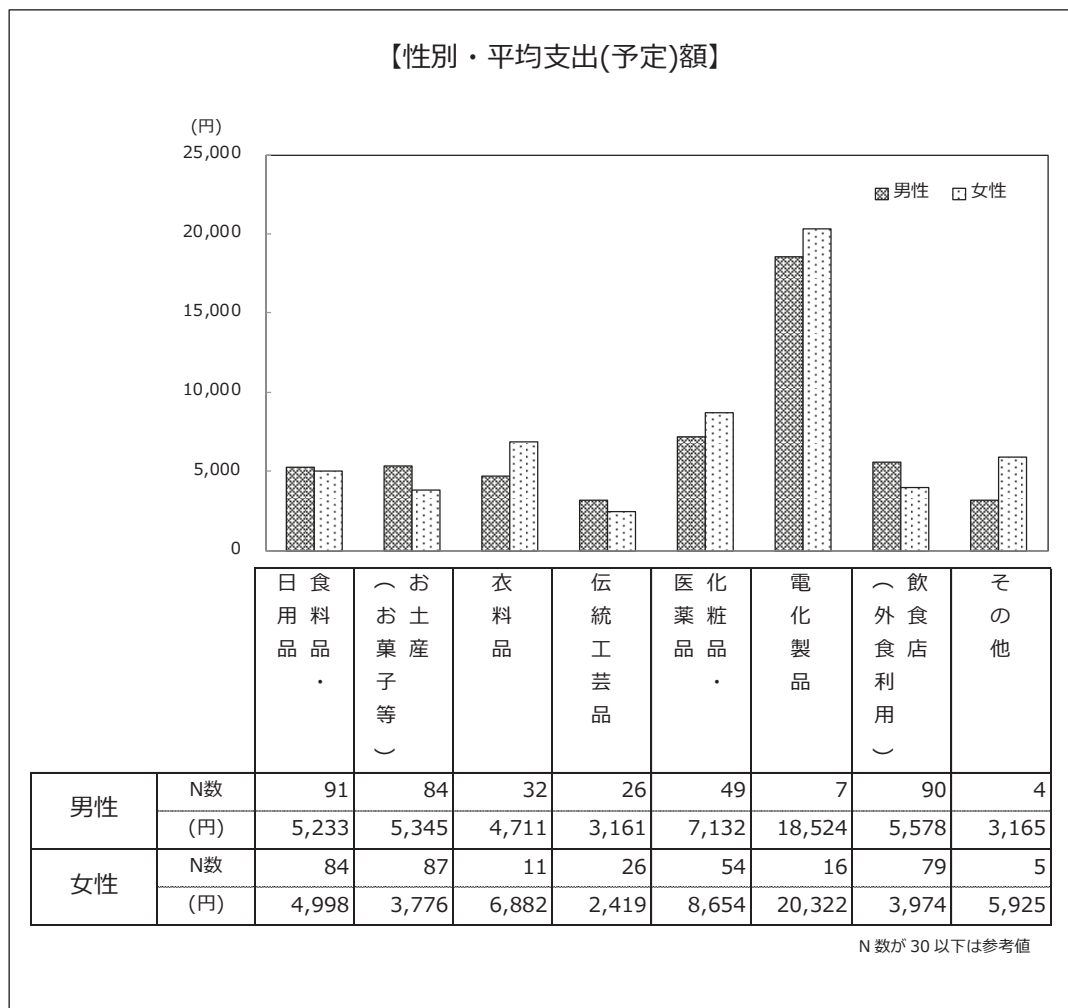
全体の購入(予定)平均額は、14,971 円である。



(8)性別・購入(予定) 金額

「伝統工芸品」「飲食店(外食利用)」を除く項目では男性より女性の購入の割合が高い。

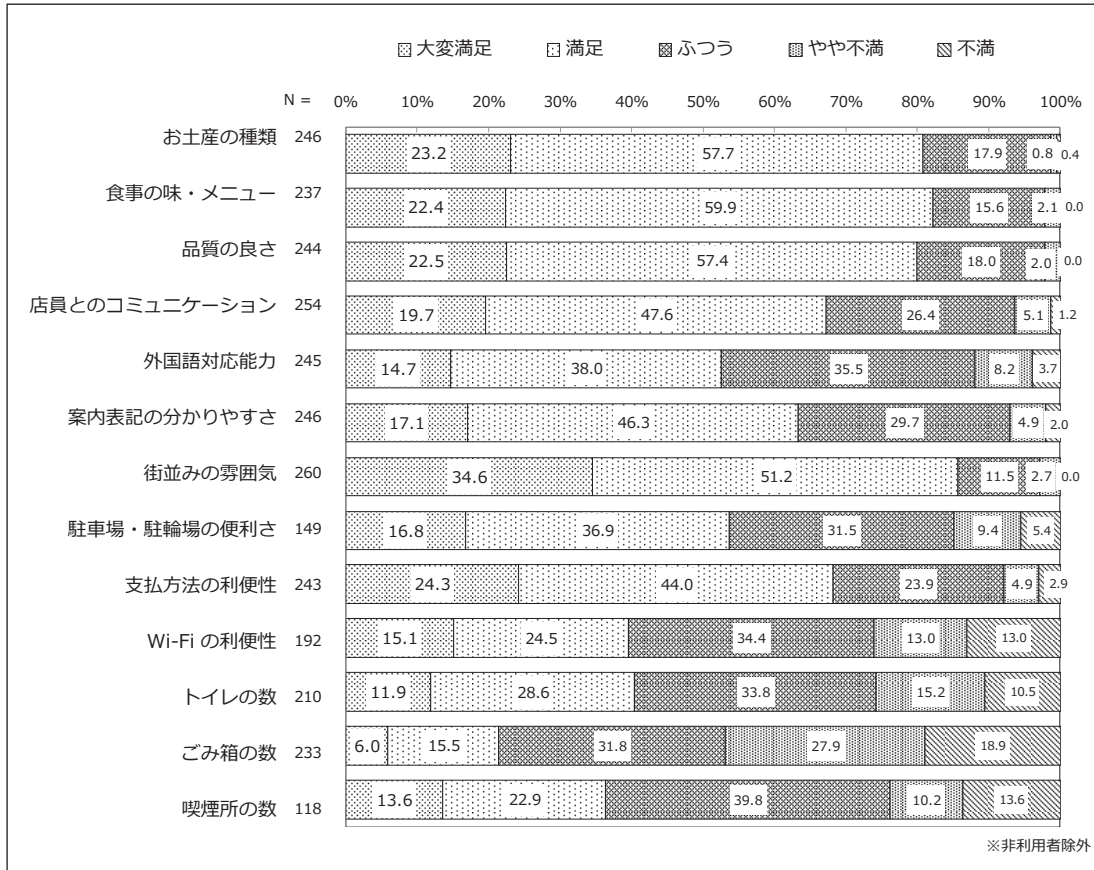
「お土産(お菓子等)」の金額をみると「男性」の5,345 円に対して「女性」では 3,776 円と金額が低い。



5-10 商店街のそれぞれの満足度

(1)全体

「大変満足」の割合が最も高い項目は「街並みの雰囲気」が 34.6%であり、「満足」の 51.2%と合わせると 85.8%になり 8 割以上が満足している。



(2)調査地点別

「食事の味・メニュー」の項目をみると「平和通り(国際通り側入り口)」で 91.9%、「第一牧志公設市場前」で 91.7%で満足度が高い。

「外国語対応能力」の満足度の高い地点は「平和通り(国際通り側入り口)」で 77.5%他地点よりも上回る。

	お土産の種類		食事の味・メニュー		品質の良さ		店員とのコミュニケーション	
	N数	満足度 (%)	N数	満足度 (%)	N数	満足度 (%)	N数	満足度 (%)
テンプス館前広場 (国際通り)	69	76.8	69	78.3	69	81.2	73	68.5
ドン・キホーテ前 (国際通り)	58	87.9	59	79.6	58	86.2	62	62.9
平和通り (国際通り側入り口)	40	90.0	37	91.9	40	80.0	40	65.0
第一牧志公設市場前	42	78.6	36	91.7	40	80.0	43	72.1
新栄通り (浮島通り側)	37	70.2	36	75.0	37	67.5	36	69.5

	外国語対応能力		案内表記のわかりやすさ		街並みの雰囲気		駐車場・駐輪場の便利さ	
	N数	満足度 (%)	N数	満足度 (%)	N数	満足度 (%)	N数	満足度 (%)
テンプス館前広場 (国際通り)	68	53.0	69	63.8	74	87.8	41	58.6
ドン・キホーテ前 (国際通り)	60	38.4	61	55.7	63	92.0	34	50.0
平和通り (国際通り側入り口)	40	77.5	35	77.2	40	85.0	14	50.0
第一牧志公設市場前	41	56.1	44	68.2	44	84.1	30	66.7
新栄通り (浮島通り側)	36	44.4	37	56.7	39	74.3	30	40.0

	支払方法の利便性		WI-FIの利便性		トイレの数		ごみ箱の数	
	N数	満足度 (%)	N数	満足度 (%)	N数	満足度 (%)	N数	満足度 (%)
テンプス館前広場 (国際通り)	67	67.2	32.8	58.0	58	46.5	65	32.4
ドン・キホーテ前 (国際通り)	57	75.4	23.9	46.0	51	47.1	58	22.4
平和通り (国際通り側入り口)	39	69.2	21.4	28.0	32	28.1	39	7.7
第一牧志公設市場前	44	72.7	25.8	31.0	38	47.3	38	26.3
新栄通り (浮島通り側)	36	52.8	10.3	29.0	31	22.6	33	9.1

	喫煙所の数	
	N数	満足度 (%)
テンプス館前広場 (国際通り)	36	63.9
ドン・キホーテ前 (国際通り)	33	24.3
平和通り (国際通り側入り口)	15	20.0
第一牧志公設市場前	18	33.4
新栄通り (浮島通り側)	16	18.8

満足度：大変満足＋満足の合算値

N数が30以下は参考値

(3)性別

「支払方法の利便性」の項目をみると、「男性」61.4%に対して「女性」75.8%と、女性の割合が14.4%高い。

	お土産の種類		食事の味・メニュー		品質の良さ		店員とのコミュニケーション	
	N数	満足度 (%)	N数	満足度 (%)	N数	満足度 (%)	N数	満足度 (%)
男性	129	80.7	122	85.3	124	79.0	134	67.9
女性	117	81.2	115	79.2	120	80.8	120	66.6

	外国語対応能力		案内表記のわかりやすさ		街並みの雰囲気		駐車場・駐輪場の便利さ	
	N数	満足度 (%)	N数	満足度 (%)	N数	満足度 (%)	N数	満足度 (%)
男性	129	51.1	130	59.3	136	85.3	85	48.2
女性	116	54.3	116	68.1	124	86.3	64	60.9

	支払方法の利便性		WI-FIの利便性		トイレの数		ごみ箱の数	
	N数	満足度 (%)	N数	満足度 (%)	N数	満足度 (%)	N数	満足度 (%)
男性	127	61.4	100	38.0	112	47.3	122	23.8
女性	116	75.8	92	41.3	98	32.7	111	18.9

	喫煙所の数	
	N数	満足度 (%)
男性	71	29.6
女性	47	46.8

満足度：大変満足＋満足の合算値

(4)年代

「外国語対応能力」をみると、「20代」が69.2%と7割近くに対して、「40代」で50.0%と満足度が下がる。

	お土産の種類		食事の味・メニュー		品質の良さ		店員とのコミュニケーション	
	N数	満足度 (%)	N数	満足度 (%)	N数	満足度 (%)	N数	満足度 (%)
10代	4	75.0	4	50.0	4	75.0	4	75.0
20代	62	85.4	60	75.0	65	84.6	66	74.3
30代	77	79.2	73	68.5	73	79.5	76	71.1
40代	50	88.0	47	74.5	48	81.3	52	63.4
50代	26	69.2	25	92.0	26	69.2	27	55.6
60代	15	80.0	16	81.3	16	87.5	16	50.1
70代以上	3	100.0	3	100.0	3	66.7	4	50.0

	外国語対応能力		案内表記のわかりやすさ		街並みの雰囲気		駐車場・駐輪場の便利さ	
	N数	満足度 (%)	N数	満足度 (%)	N数	満足度 (%)	N数	満足度 (%)
10代	4	75.0	4	75.0	4	100.0	2	0.0
20代	65	69.2	65	73.9	69	88.4	39	64.1
30代	76	52.6	73	61.6	78	88.4	48	54.1
40代	46	50.0	48	64.6	52	82.7	31	54.8
50代	26	26.9	28	57.1	28	75.0	16	37.6
60代	16	56.3	15	73.3	16	87.6	5	60.0
70代以上	4	50.0	4	25.0	4	100.0	1	0.0

	支払方法の利便性		Wi-Fiの利便性		トイレの数		ゴミ箱の数	
	N数	満足度 (%)	N数	満足度 (%)	N数	満足度 (%)	N数	満足度 (%)
10代	4	100.0	2	0.0	3	33.3	3	0.0
20代	65	61.5	57	40.3	54	46.3	62	25.8
30代	74	70.3	56	41.0	64	46.9	66	24.3
40代	48	68.7	42	47.6	43	32.6	48	18.8
50代	25	60.0	18	11.1	22	22.7	26	15.4
60代	15	86.7	9	55.5	13	46.2	16	18.8
70代以上	3	100.0	1	0.0	3	66.7	4	50.0

	喫煙所の数	
	N数	満足度 (%)
10代	-	0.0
20代	33	39.4
30代	33	45.4
40代	26	38.5
50代	12	33.3
60代	7	0.0
70代以上	1	0.0

満足度：大変満足＋満足の合算値

N数が30以下は参考値

(5)国籍・地域

「支払方法の利便性」の「韓国」では43.8%と、他国籍・地域と比べて満足度が低い。

	お土産の種類		食事の味・メニュー		品質の良さ		店員とのコミュニケーション	
	N数	満足度 (%)	N数	満足度 (%)	N数	満足度 (%)	N数	満足度 (%)
台湾	66	77.2	65	80.0	68	85.3	68	80.8
韓国	49	75.5	45	73.3	47	74.5	50	52.0
中国	38	92.1	35	85.7	35	80.0	39	64.1
香港	23	86.9	22	95.5	23	86.9	23	60.8
タイ	12	75.0	12	83.3	12	75.0	12	75.0
シンガポール	14	85.7	13	84.6	13	92.3	14	78.6
米国	23	87.0	22	86.3	22	77.3	23	73.9
その他アジア	9	66.6	8	75.0	10	70.0	10	40.0
ヨーロッパ	7	85.7	9	88.9	8	62.5	9	77.8
カナダ	1	100.0	1	0.0	1	0.0	1	100.0
アセアニア	1	0.0	2	100.0	2	50.0	2	50.0
中南米	3	66.6	3	100.0	3	100.0	3	33.3

	外国語対応能力		案内表記のわかりやすさ		街並みの雰囲気		駐車場・駐輪場の利便さ	
	N数	満足度 (%)	N数	満足度 (%)	N数	満足度 (%)	N数	満足度 (%)
台湾	64	57.8	64	70.3	69	85.5	38	60.5
韓国	49	47.0	49	57.1	50	80.0	39	43.6
中国	38	52.6	37	64.8	40	80.0	12	75.0
香港	22	40.9	23	65.2	23	95.7	14	57.1
タイ	12	50.0	12	50.0	12	91.7	11	54.5
シンガポール	14	64.3	14	71.4	14	100.0	7	42.9
米国	20	70.0	22	59.1	24	87.5	15	73.3
その他アジア	11	27.3	10	40.0	11	72.8	5	20.0
ヨーロッパ	9	44.4	9	55.5	10	90.0	6	33.4
カナダ	1	100.0	1	100.0	1	100.0	-	0.0
アセアニア	2	100.0	2	100.0	3	100.0	1	0.0
中南米	3	33.3	3	100.0	3	100.0	1	0.0

	支払方法の利便性		Wi-Fiの利便性		トイレの数		ゴミ箱の数	
	N数	満足度 (%)	N数	満足度 (%)	N数	満足度 (%)	N数	満足度 (%)
台湾	61	75.5	48	43.8	56	42.9	59	23.7
韓国	48	43.8	47	25.5	47	40.4	48	23.0
中国	41	70.8	26	38.5	27	25.9	35	14.3
香港	22	77.3	14	42.9	18	33.3	19	21.0
タイ	12	75.0	10	60.0	12	41.7	12	33.3
シンガポール	14	85.7	9	44.4	12	50.0	14	21.4
米国	23	78.3	21	42.9	21	42.8	21	19.0
その他アジア	7	71.4	4	50.0	7	71.5	10	50.0
ヨーロッパ	9	66.6	7	42.9	5	60.0	8	0.0
カナダ	1	0.0	100	0.0	1	100.0	1	0.0
アセアニア	2	50.0	2	100.0	1	0.0	3	0.0
中南米	3	66.6	3	33.3	3	0.0	3	0.0

	喫煙所の数	
	N数	満足度 (%)
台湾	31	32.3
韓国	34	32.3
中国	19	47.4
香港	5	40.0
タイ	10	60.0
シンガポール	3	66.7
米国	7	28.6
その他アジア	4	0.0
ヨーロッパ	1	0.0
カナダ	-	0.0
アセアニア	2	50.0
中南米	2	0.0

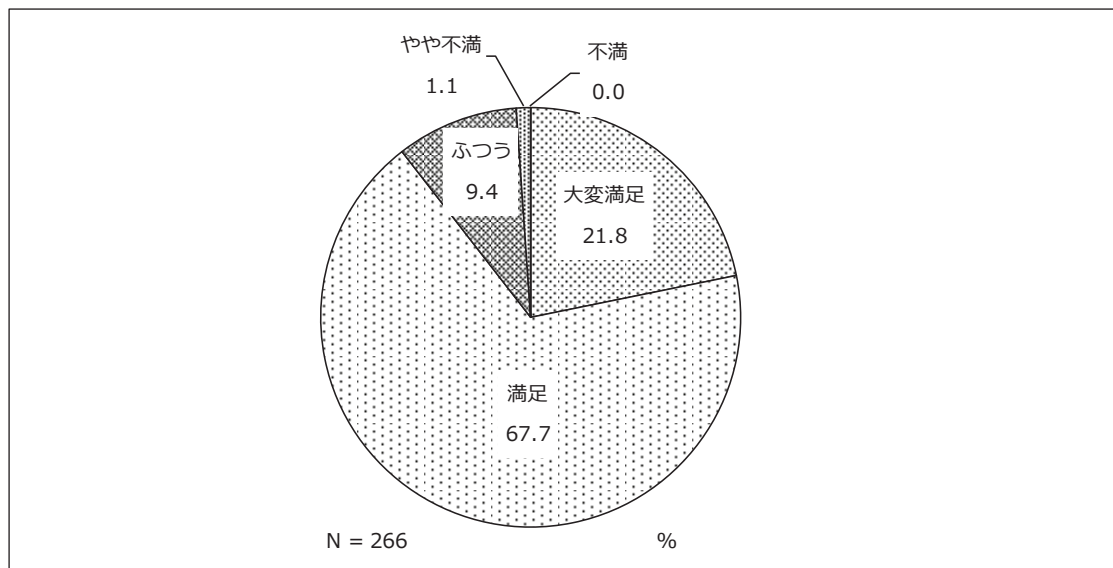
満足度：大変満足＋満足の合算値

N数が30以下は参考値

5-11 商店街全体の満足度

(1)全体

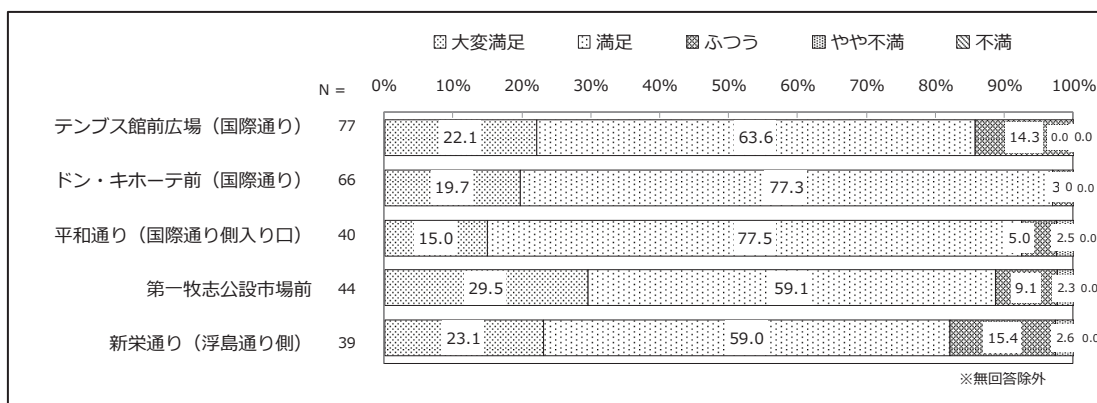
「満足」が67.7%と最も高く、「大変満足」の21.8%と合わせると89.5%と約9割が満足と答えている。



(2)調査地点別

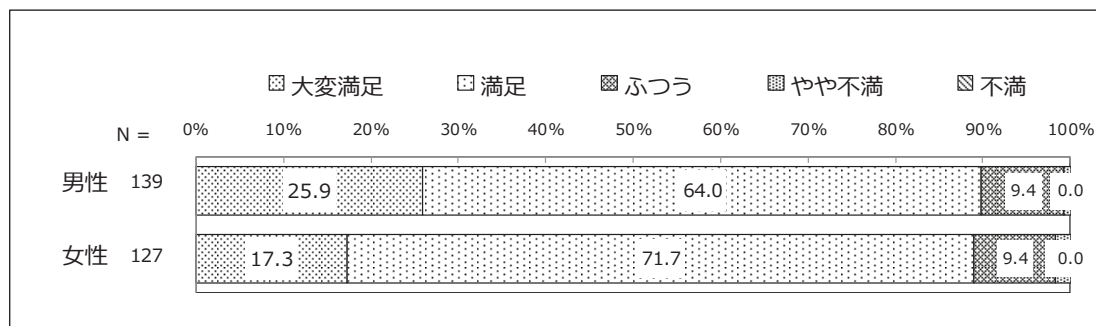
「大変満足」の割合が高い地点は「第一牧志公設市場前」の29.5%である。

「ドン・キホーテ前(国際通り)」では「大変満足」19.7%と「満足」77.3%を合わせると97.0%になる。



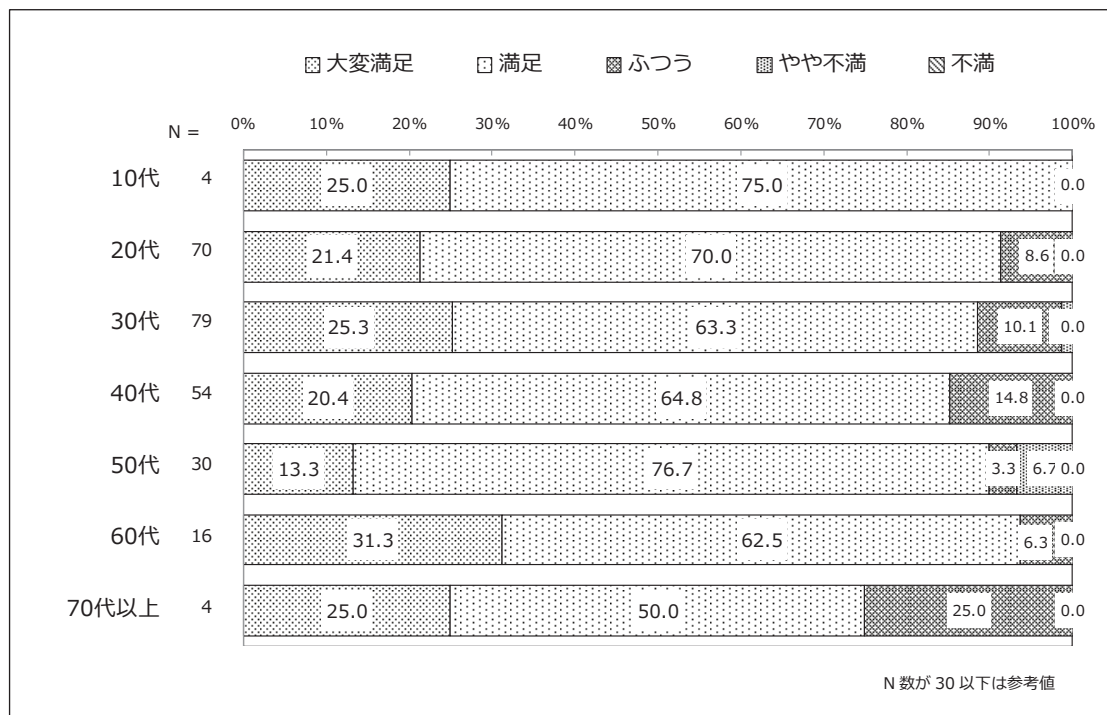
(3)性別

「大変満足」と「満足」と合わせた割合は「男性」が89.9%、「女性」が89.0%とほぼ同率だが、「大変満足」との回答では「男性」25.9%が「女性」17.3%よりも割合が高い。



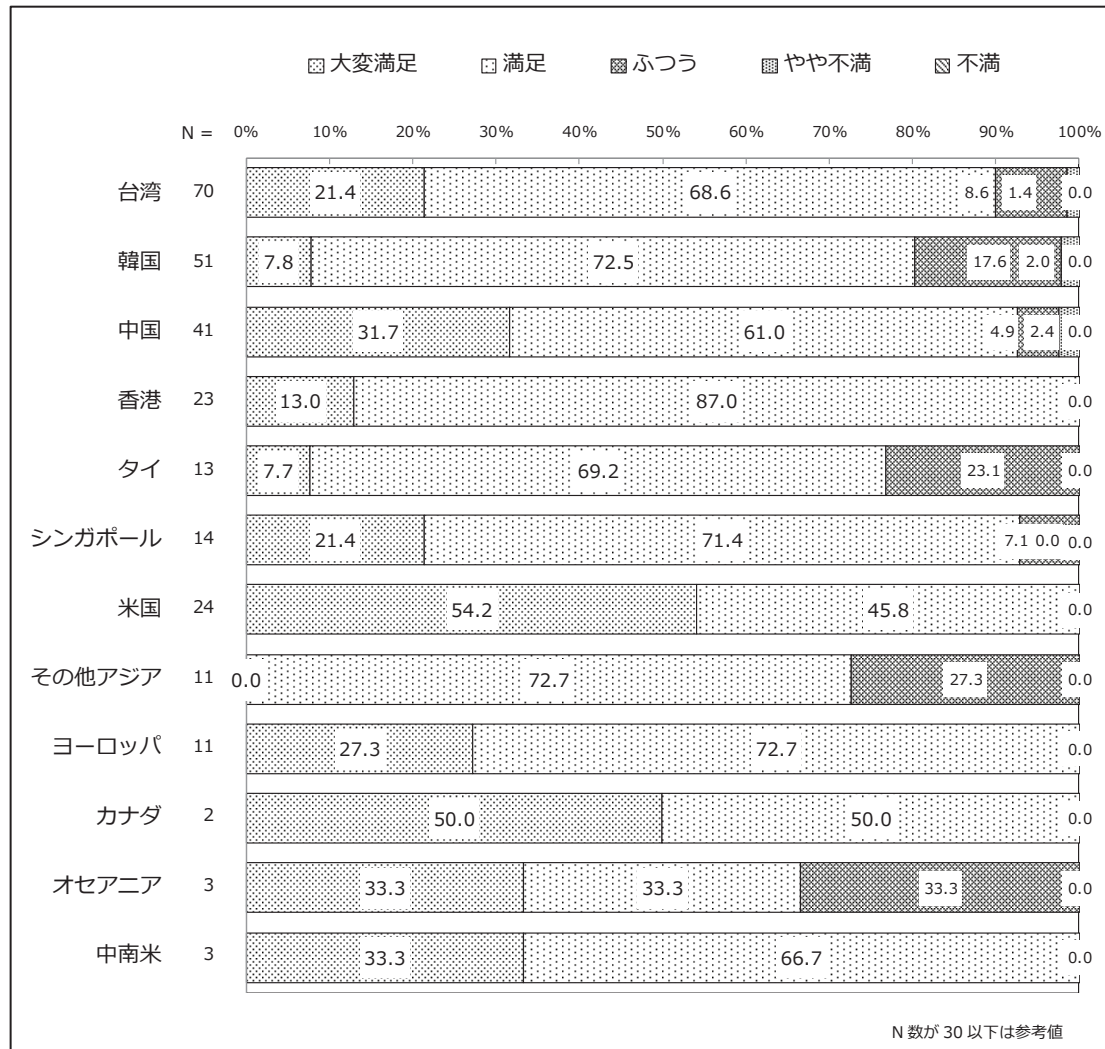
(4)年代

20代では「大変満足」21.4%と「満足」70.0%と合わせた割合が91.4%となり、他の年代に比べて満足度が高い。



(5)国籍・地域

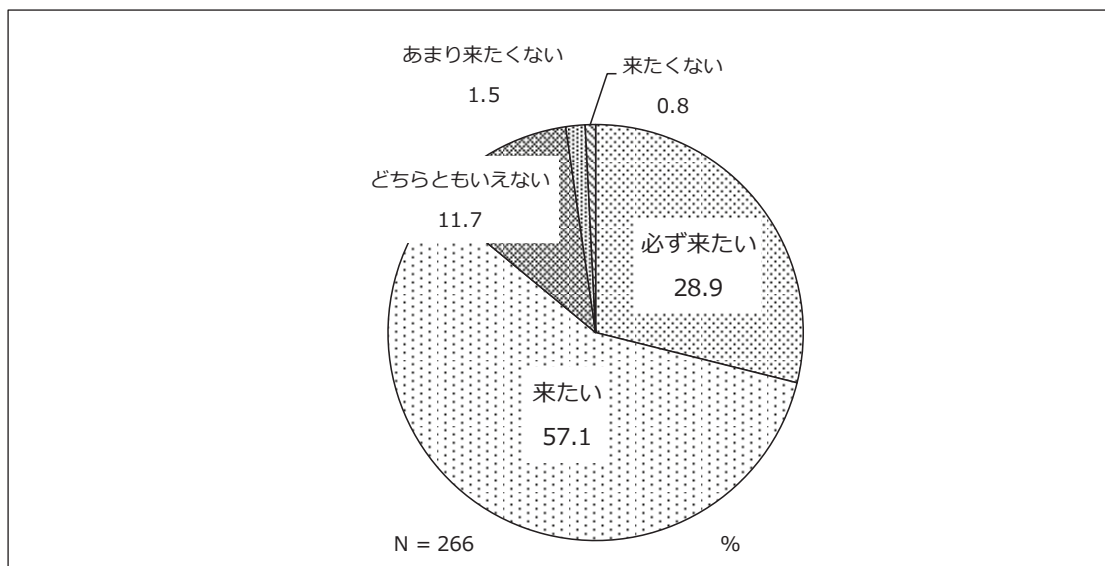
「大変満足」と「満足」を合わせた割合をみると、「台湾」で90%、「韓国」で80.3%、「中国」で92.7%と8割の回答者が満足と回答している。



5-12 商店街への再来街意向度

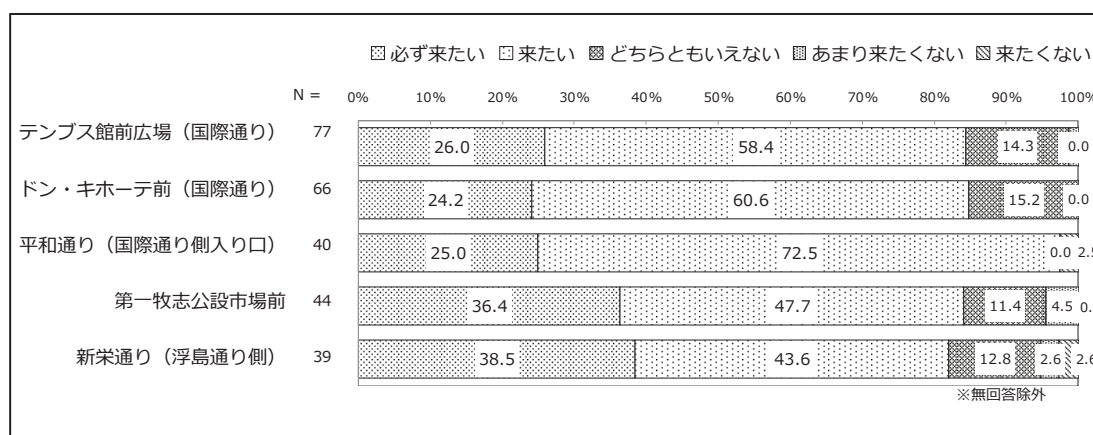
(1)全体

「来たい」が 57.1%で最も高く、「必ず来たい」の 28.9%と合わせると 86.0%の方が再訪問したい意向である。



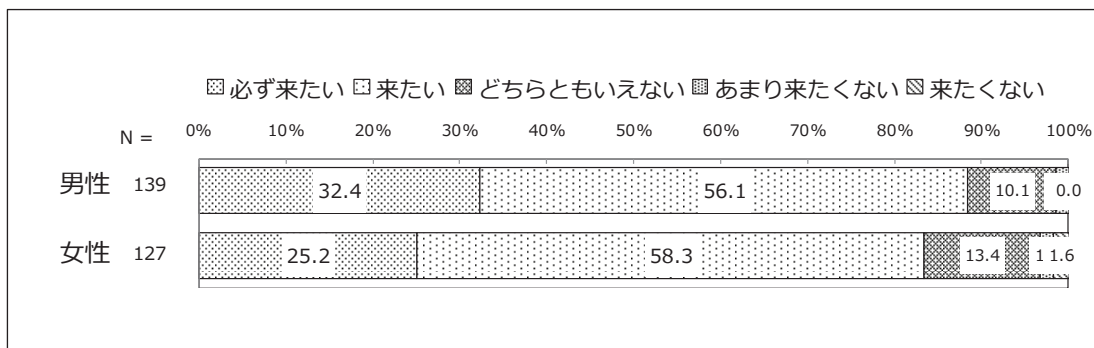
(2)調査地点別

「平和通り(国際通り側入り口)」の「必ず来たい」25.0%と「来たい」72.5%を合わせると、97.5%が商店街へ再訪問したいと回答している。



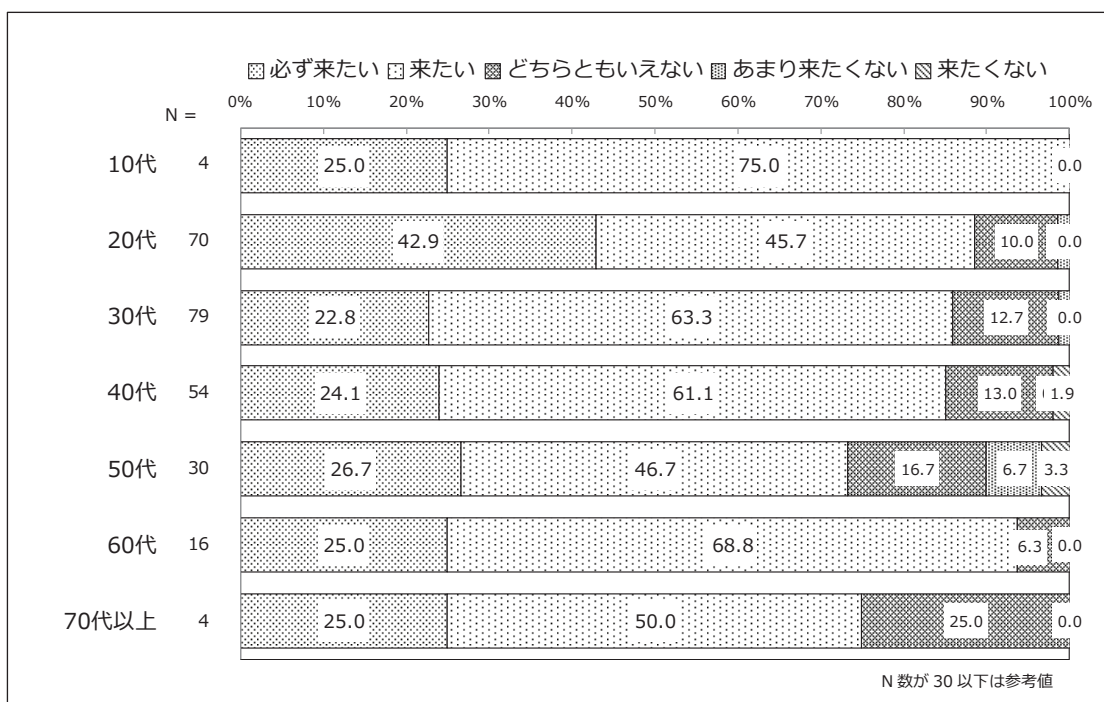
(3)性別

「必ず来たい」と答えた「男性」は32.4%で、「女性」の25.2%よりも高い。



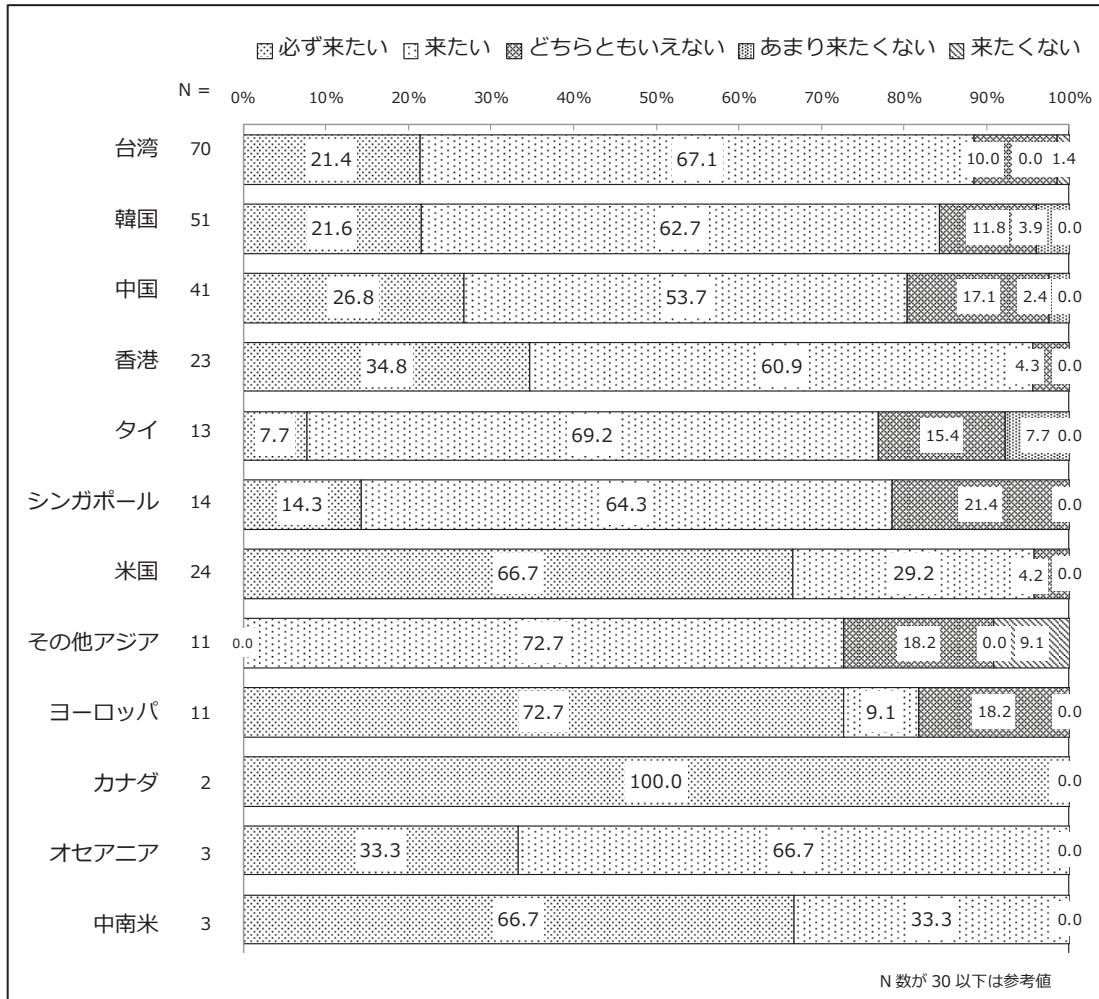
(4)年代

「20代」をみると、「必ず来たい」は42.9%と他の年代が2割程度に対して高い割合である。



(5)国籍・地域

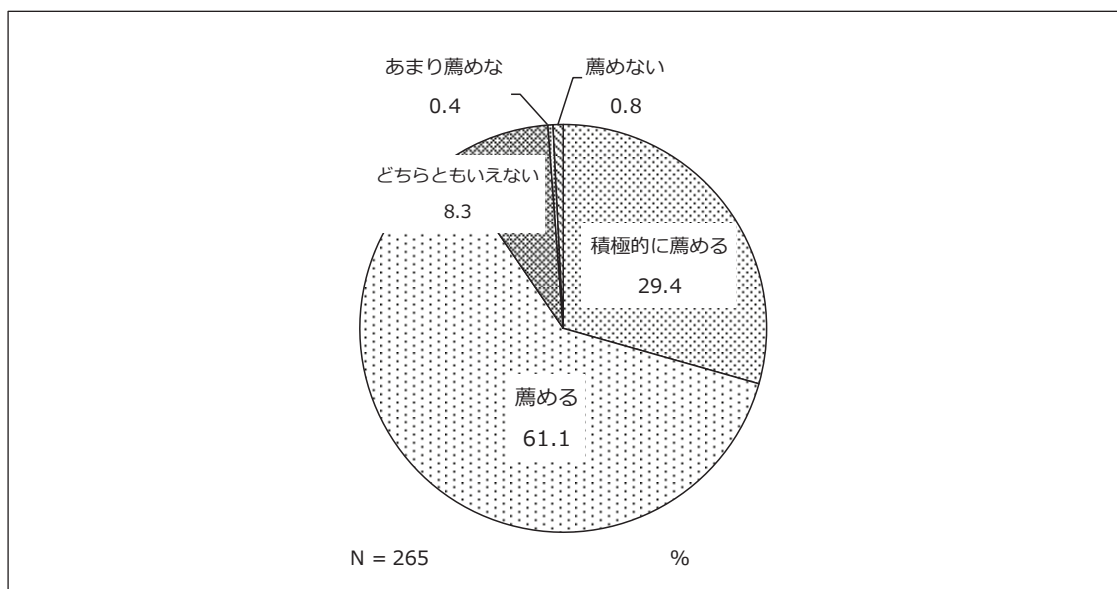
台湾では「必ず来たい」の21.4%と「来たい」の67.1%を合わせた割合が88.5%となり、再訪問度の割合が「韓国」84.3%、「中国」80.5%よりも高い。



5-13 商店街の推奨度

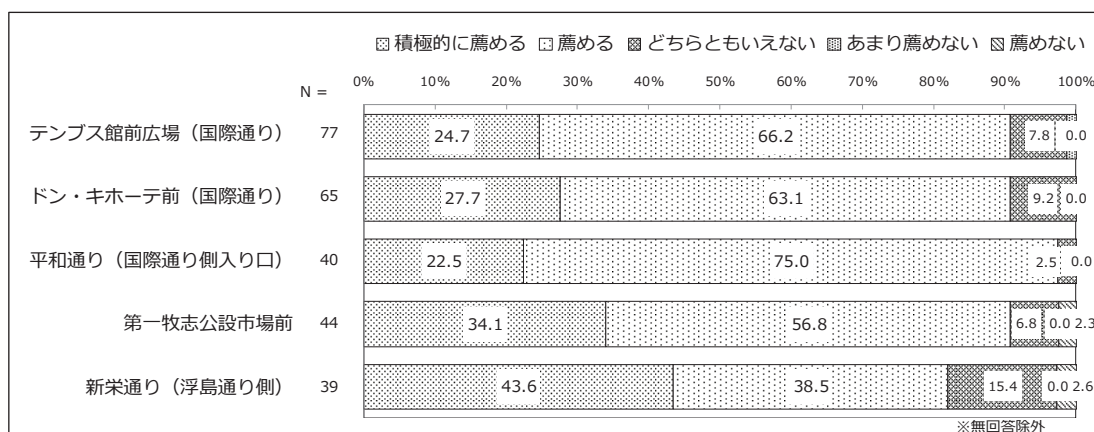
(1)全体

「薦める」が 61.1%と最も高く、「積極的に薦める」の 29.4%と合わせると 90.5%となり、9 割の方が商店街の推奨をすると答えている。



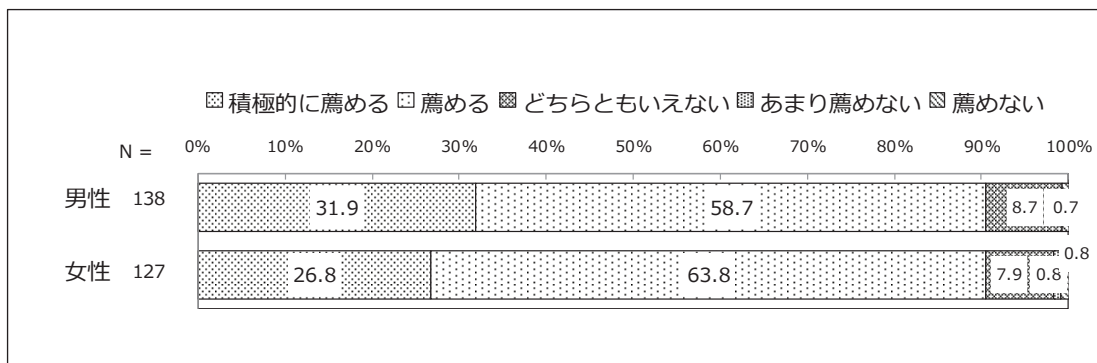
(2)調査地点別

「新栄通り(浮島通り側)」では「積極的に薦める」が 43.6%と他の調査地点と比較して最も高い。「どちらともいえない」が 15.4%と 1 割を超える。



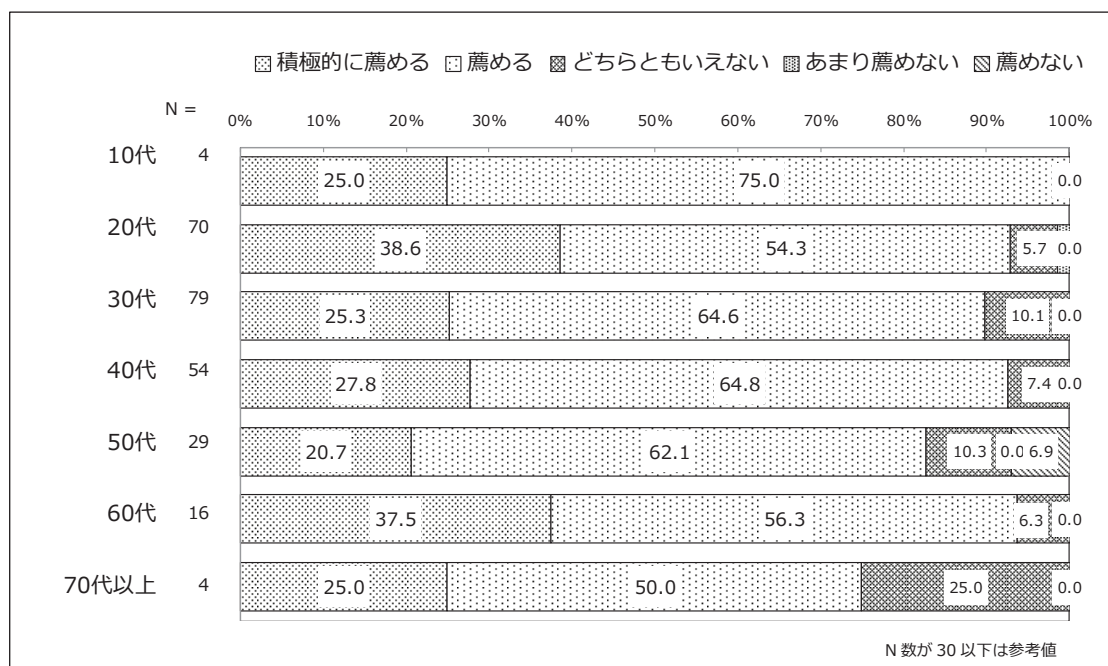
(3)性別

男性では「積極的に薦める」と答えた割合が 31.9%で、女性の 26.8%よりも 5.1%高い。



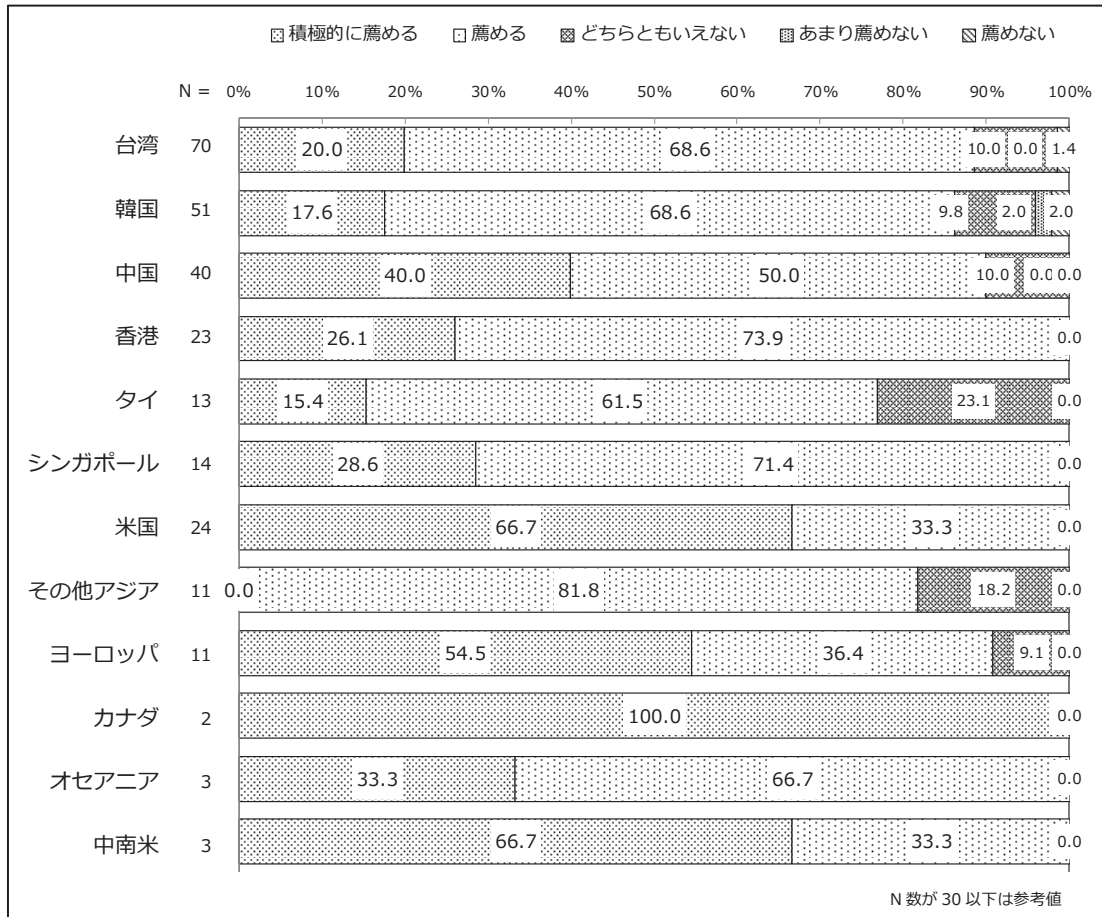
(4)年代

「20代」では「積極的に薦める」が 38.6%で他の年代と比べて最も高く、「薦める」の 54.3%と合わせると 92.9%となる。



(5)国籍・地域

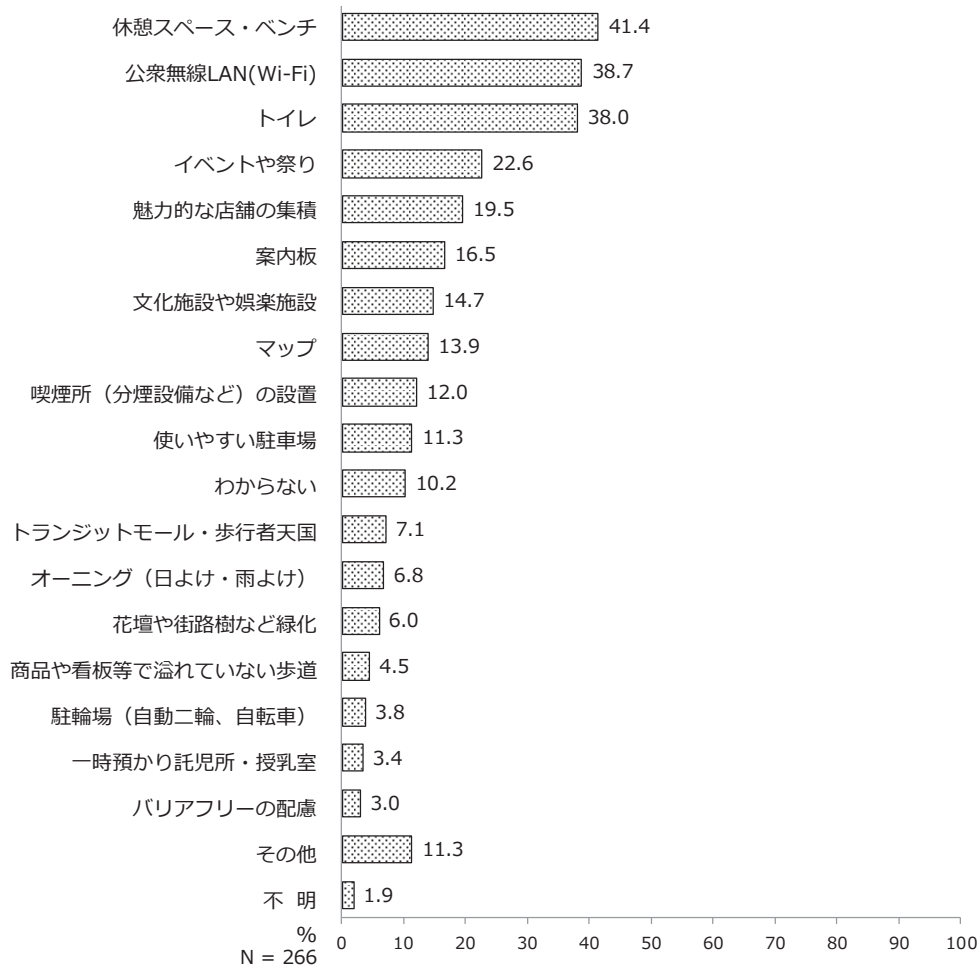
「中国」では「積極的に薦める」が40.0%と「台湾」20.0%、「韓国」17.6%と比べて割合が高い。「薦めない」の回答者は「台湾」と「韓国」でわずかとなる。



5-14 商店街への要望

(1)全体

商店街への要望では「休憩スペース・ベンチ」が 41.4%と最も高く、「公衆無線LAN(Wi-Fi)」の 38.7%、「トイレ」の 38.0%と続く。



(2)調査地点別

「平和通り(国際通り側入り口)」では「休憩スペース・ベンチ」が 52.5%と商店街への要望が高い。また、「文化施設や娯楽施設」の項目では 30.0%と他地点の割合よりも要望が上回る。

(%)	デンプス館前広場 (国際通り)	ドン・キホーテ前 (国際通り)	平和通り (国際通り側入り口)	第一牧志公設市場前	新栄通り (浮島通り側)
N数	77	66	40	44	39
休憩スペース・ベンチ	35.1	42.4	52.5	43.2	38.5
トイレ	39.0	33.3	37.5	31.8	51.3
バリアフリーの配慮	3.9	0.0	2.5	6.8	2.6
トランジットモール・歩行者天国	13.0	6.1	0.0	6.8	5.1
一時預かり託児所・授乳室	6.5	1.5	5.0	2.3	0.0
使いやすい駐車場	14.3	9.1	12.5	2.3	17.9
駐輪場(自動二輪、自転車)	5.2	3.0	2.5	2.3	5.1
文化施設や娯楽施設	13.0	12.1	30.0	11.4	10.3
公衆無線LAN(Wi-Fi)	45.5	30.3	45.0	36.4	35.9
オーニング(日よけ・雨よけ)	15.6	4.5	2.5	4.5	0.0
喫煙所(分煙設備など)の設置	10.4	18.2	12.5	11.4	5.1
イベントや祭り	28.6	16.7	27.5	18.2	20.5
魅力的な店舗の集積	13.0	22.7	30.0	9.1	28.2
花壇や街路樹など緑化	7.8	6.1	0.0	0.0	15.4
案内板	10.4	16.7	25.0	22.7	12.8
マップ	14.3	15.2	12.5	4.5	23.1
商品や看板等で溢れていない歩行空間	3.9	9.1	7.5	0.0	0.0
わからない	10.4	16.7	2.5	13.6	2.6
その他	6.5	12.1	25.0	11.4	5.1
不 明	3.9	3.0	0.0	0.0	0.0

(3)性別

「休憩スペース・ベンチ」を要望すると回答した割合は「男性」38.1%より「女性」44.9%が高く、「トイレ」を要望している「女性」41.7%と「男性」34.5%では、その差が7.2%と男女で最も割合の差が大きい。

(%)	男性	女性
N数	139	127
休憩スペース・ベンチ	38.1	44.9
トイレ	34.5	41.7
バリアフリーの配慮	2.2	3.9
トランジットモール・歩行者天国	10.1	3.9
一時預かり託児所・授乳室	2.9	3.9
使いやすい駐車場	13.7	8.7
駐輪場（自動二輪、自転車）	4.3	3.1
文化施設や娯楽施設	13.7	15.7
公衆無線LAN(Wi-Fi)	36.7	40.9
オーニング（日よけ・雨よけ）	5.8	7.9

(%)	男性	女性
N数	139	127
喫煙所（分煙設備など）の設置	17.3	6.3
イベントや祭り	23.0	22.0
魅力的な店舗の集積	18.0	21.3
花壇や街路樹など緑化	6.5	5.5
案内板	15.1	18.1
マップ	12.2	15.7
商品や看板等で溢れていない歩行空間	3.6	5.5
わからない	13.7	6.3
その他	11.5	11.0
不 明	1.4	2.4

(4)年代

「50代」では「休憩スペース・ベンチ」の要望が73.3%と、他の年代に比べて最も割合が高く、「魅力的な店舗の集積」33.3%についても他年代が1~2割程度に対して3割と高い。

(%)	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代以上
N数	4	70	79	54	30	16	4
休憩スペース・ベンチ	25.0	38.6	35.4	35.2	73.3	37.5	25.0
トイレ	50.0	34.3	32.9	42.6	40.0	37.5	75.0
バリアフリーの配慮	0.0	4.3	2.5	1.9	6.7	0.0	0.0
トランジットモール・歩行者天国	0.0	8.6	6.3	9.3	10.0	0.0	0.0
一時預かり託児所・授乳室	0.0	2.9	6.3	1.9	0.0	0.0	0.0
使いやすい駐車場	50.0	10.0	13.9	14.8	6.7	0.0	0.0
駐輪場（自動二輪、自転車）	0.0	7.1	3.8	3.7	0.0	0.0	0.0
文化施設や娯楽施設	0.0	18.6	16.5	11.1	6.7	12.5	25.0
公衆無線LAN(Wi-Fi)	25.0	42.9	39.2	37.0	43.3	25.0	50.0
オーニング（日よけ・雨よけ）	0.0	12.9	7.6	3.7	0.0	0.0	25.0
喫煙所（分煙設備など）の設置	0.0	10.0	11.4	13.0	16.7	12.5	25.0
イベントや祭り	0.0	31.4	25.3	18.5	16.7	0.0	25.0
魅力的な店舗の集積	0.0	18.6	21.5	13.0	33.3	25.0	0.0
花壇や街路樹など緑化	0.0	7.1	10.1	1.9	3.3	6.3	0.0
案内板	0.0	14.3	17.7	18.5	16.7	12.5	50.0
マップ	0.0	10.0	16.5	18.5	6.7	12.5	25.0
商品や看板等で溢れていない歩行空間	0.0	2.9	6.3	3.7	6.7	6.3	0.0
わからない	0.0	12.9	6.3	13.0	6.7	12.5	25.0
その他	0.0	14.3	10.1	9.3	10.0	25.0	0.0
不明	25.0	0.0	2.5	1.9	3.3	0.0	0.0

N数が30以下は参考値

(5)国籍・地域

国別では「韓国」の「使いやすい駐車場」27.5%の要望では同項目の「台湾」7.1%や「中国」2.4%と比較して割合が高い。「喫煙所(分煙設備など)の設置」は33.3%と「台湾」の10.0%と「中国」の17.1%よりも上回る。

(%)	台湾	韓国	中国	香港	タイ	シンガポール	米国
N数	70	51	41	23	13	14	24
休憩スペース・ベンチ	45.7	41.2	46.3	47.8	38.5	42.9	29.2
トイレ	34.3	39.2	31.7	47.8	46.2	35.7	37.5
バリアフリーの配慮	7.1	2.0	2.4	-	7.7	-	-
トランジットモール・歩行者天国	5.7	9.8	4.9	8.7	7.7	7.1	8.3
一時預かり託児所・授乳室	2.9	2.0	12.2	-	7.7	-	-
使いやすい駐車場	7.1	27.5	2.4	21.7	15.4	7.1	4.2
駐輪場(自動二輪、自転車)	1.4	-	4.9	-	15.4	7.1	4.2
文化施設や娯楽施設	14.3	9.8	22.0	17.4	23.1	14.3	4.2
公衆無線LAN(Wi-Fi)	5.7	3.9	12.2	8.7	-	28.6	-
オーニング(日よけ・雨よけ)	31.4	33.3	41.5	43.5	38.5	35.7	45.8
喫煙所(分煙設備など)の設置	10.0	33.3	17.1	-	-	-	4.2
イベントや祭り	27.1	15.7	22.0	30.4	15.4	28.6	29.2
魅力的な店舗の集積	21.4	11.8	24.4	13.0	23.1	7.1	12.5
花壇や街路樹など緑化	5.7	-	7.3	4.3	15.4	-	16.7
案内板	18.6	17.6	17.1	13.0	23.1	28.6	4.2
マップ	18.6	3.9	22.0	4.3	15.4	7.1	12.5
商品や看板等で溢れていない歩行空間	4.3	5.9	4.9	4.3	15.4	7.1	-
わからない	7.1	7.8	2.4	8.7	15.4	7.1	16.7
その他	4.3	9.8	22.0	13.0	7.7	21.4	12.5
不 明	2.9	2.0	2.4	-	7.7	-	-

N数が30以下は参考値

6. 来街者調査の総括

今回の調査では、12月7日（木）及び12月17日（日）の2日間、調査地点を通過する方に無作為に声をかけ、「来街者割合調査」と「来街者アンケート調査」を実施した。

「来街者割合調査」については、「ドン・キホーテ前（国際通り）」、「第一牧志公設市場前」、「新栄通り（浮島通り側）」の3地点で実施し、平日2,805人、休日3,246人の回収数が得られた。

「来街者アンケート調査」では、「デンプス館前広場（国際通り）」、「ドン・キホーテ前（国際通り）」、「平和通り（国際通り側入り口）」、「第一牧志公設市場前」、「新栄通り（浮島通り側）」の5地点で行い、平日332人、休日407人の回答が得られた。

【地元客】

那覇市内及び県内から来街した305人のアンケート結果を総括すると以下のとおりとなる。

調査の結果、来街者は30代以下の若い女性層が約35%を占めていた。また、来街者全体の約40%がひとりで訪れている。来街頻度は週1回以上の方が約54%を占めており、来街目的は買い物・街歩き・飲食がそれぞれ約30%となっている。

特に女性20代以下の満足度が高く、再来街の意向及び周囲への推奨意向が強いことも判明した。これは、お気に入りの店があるということを示しているのかより掘り下げた検証が望まれる。調査結果では、買い物や、飲食、街歩きを楽しみ、街の雰囲気や店員とのコミュニケーションを楽しんでいる地元客の姿が浮かび上がった。一方、環境整備では「トイレ」や「休憩スペース・ベンチ」を望む声があった。

今後検証が必要な点として、

「大型ショッピングセンターではない国際通りや市場周辺への回帰傾向はどうか。」
「それとも、通勤や通学の過程で生まれる副産物なのか。」
ということがあげられる。

また、新栄通りの調査結果では、男女の若い層と高齢者が来街しているが、満足度や推奨度もあまり高くないことから、買い物目的というより、通過地になっていると推測される。地元客の回帰傾向の是非の検証と共に目的地として消費してもらえる魅力ある店舗や空間づくりに向けた施策が求められる。

【日本人観光客】

商店街を歩く方に無作為に声をかけ、県外から来街した168人から回答を得た。

結果、男性20代以下で約26%、30代で約12%と30代以下が多くなっており、友人かひとりで来ている男性が約56%と多かった。また、リピーターが多く、お土産の買い物や飲食、街歩きを目的としていた。那覇市観光統計でも同様の結果が出ており想定していた結果となった。

30代以下の男女では満足度、再来街意向、推奨意向が高かった。一方、商店街への要望として「トイレ」や「休憩スペース・ベンチ」といったものを望んでいる。

男女の若い層で「本州とは違う文化」「お土産の種類」「店や街並みの雰囲気」の満足

度が高く、想定以上の結果であった。こうした背景には、国際通りが若い日本人客層向けの街として変化してきた結果と推測される。一方で新栄通りでは満足度、再来街意向は他の商店街に比べて低い結果であった。

【外国人観光客】

商店街を歩く方に無作為に声をかけ、海外から来街した 266 人から回答を得た。結果、台湾、韓国、中国から 20 代 30 代の男女が家族連れや友人と来街している方が多かった。

初めて来街する方が約 75%と多く、情報の入手先は、旅行サイトや SNS、ガイドブック、友人・知人から得ており、街歩き、食事、お土産の購入を楽しんでいる結果となった。

台湾の方は沖縄来訪経験が多く、満足度・再来街意向・推奨度も高い。こうした結果は想定内であり、実際、商店街周辺では台湾・中国・韓国の方を多く見かける。

【今後の方向性～プロモーションターゲット考察～】

○ 地元客

**メインターゲットを女性 40 代
開拓ターゲットを女性 10・20 代**

理由は、来街頻度において「週 1 回以上」が 40 代以上で約 59%、20 代以下で約 47%とともに高く、また、来街目的においても「食べ歩き・飲み歩き」や「買い物」が高い。再来街意向も 10 代 86%、20 代 73%、40 代 79%とともに高く、リピーターとして期待できる。

○ 日本人観光客

**メインターゲットを男性 30 代
開拓ターゲットを女性 10・20 代**

メインターゲットを男性 30 代とした理由は、来訪頻度において「5 回以上」が約 30%と高く、また再来街意向においても全員が「再び来たい」と解答している。

開拓ターゲットを女性 10・20 代とした理由は、来街頻度において 65%の人が「はじめて」と回答しているが、来街満足度や再来街意向はともに高いからである。

○ 外国人観光客

**メインターゲットを台湾からの観光客
サブターゲットを米国からの観光客**

メインターゲットを台湾からの観光客とした理由は、来訪頻度において「2 回以上」が約 39%とリピーターが多く、満足度、再来街意向ともに高いからである。

調査結果より、各ターゲットへのプロモーション戦略が必要である。戦略の手法の構築に向けて来街者別に深掘りした情報収集を行い、多様な情報発信ツールを利用した効果検証の取り組みなど検討していくことが望ましい。

資料 調査票

那覇市来街者調査票

調査日： 月 日

【調査地点： 1. 国際通り 2. 市場通り 3. 新栄通り【調査員名： 】

SN	調査地点 (例:1)	時間帯 (例:10時台)	1. 那覇市内 3. 日本人観光客	2. 那覇市以外の市町村 4. 外国人観光客	住所地・国籍 1. 町・字 2. 市町村名 3. 都道府県名 4. 国籍(外国人観光客のみ)	人数 (同じ地域/国籍のグループのみ、まとめた人数、それ以外は個別記入)	備考欄
1			1. 那覇市 2. 那覇市以外 3. 県外 4. 海外				
2			1. 那覇市 2. 那覇市以外 3. 県外 4. 海外				
3			1. 那覇市 2. 那覇市以外 3. 県外 4. 海外				
4			1. 那覇市 2. 那覇市以外 3. 県外 4. 海外				
5			1. 那覇市 2. 那覇市以外 3. 県外 4. 海外				
6			1. 那覇市 2. 那覇市以外 3. 県外 4. 海外				
7			1. 那覇市 2. 那覇市以外 3. 県外 4. 海外				
8			1. 那覇市 2. 那覇市以外 3. 県外 4. 海外				
9			1. 那覇市 2. 那覇市以外 3. 県外 4. 海外				
10			1. 那覇市 2. 那覇市以外 3. 県外 4. 海外				
11			1. 那覇市 2. 那覇市以外 3. 県外 4. 海外				
12			1. 那覇市 2. 那覇市以外 3. 県外 4. 海外				
13			1. 那覇市 2. 那覇市以外 3. 県外 4. 海外				
14			1. 那覇市 2. 那覇市以外 3. 県外 4. 海外				
15			1. 那覇市 2. 那覇市以外 3. 県外 4. 海外				
16			1. 那覇市 2. 那覇市以外 3. 県外 4. 海外				

那覇市来街者アンケート調査（県内地元客）

1～4 の各設問について、あてはまる番号に○をお付けください。

1 居住地	沖縄県の住所地 1. 那覇市（町名： ） 2. 那覇市以外の市町村名（ ）			
2 性別	1. 男性 2. 女性	3 年齢	1. 10代 2. 20代 3. 30代 4. 40代 5. 50代 6. 60代 7. 70代以上	
4 職業	1. 会社員・団体職員 2. 公務員 3. 自営業・自由業 4. パート・アルバイト 5. 学生 6. 主婦・主夫 7. 無職（定年退職含む） 8. その他（具体的に ）			

Q1 こちらの商店街には、どれくらいの頻度で来ますか。(一つだけ)

1. はじめて	2. ほぼ毎日	3. 週2-3回	4. 週1回	5. 月1-2回程度	6. 年1-2回程度
---------	---------	----------	--------	------------	------------

Q2 今回の同行者の種類をお答えください。(一つだけ)

1. 自分ひとり 2. 家族・親族 3. 友人 4. 夫婦・パートナー 5. 職場の同僚 6. その他 ()

Q3 こちらの商店街には主にどのような手段で来ましたか。(一つだけ)

1. 徒歩	2. モノレール	3. 路線バス	4. タクシー	5. 車	6. バイク
7. 自転車	8. その他 ()				

Q4 こちらの商店街への来街理由は何ですか。(いくつでも)

1. 街歩き・散歩	2. 日常的な食事	3. 食べ歩き、飲み歩き	4. 買い物
5. 通勤・通学・仕事	6. イベントに参加	7. その他()	

Q5 こちらの商店街のイメージについてあてはまるものについてお答えください。

a. 公共交通の便	1. 良い 2. 悪い	j. 伝統工芸品を取り扱っている店舗	1. 多い 2. 少ない
b. 昔懐かしい商店街の雰囲気	1. ある 2. ない	k. 県内外に誇れる観光地である	1. そうである 2. そうでない
c. 活気がある雰囲気	1. ある 2. ない	l. 積極的な情報発信	1. 多い 2. 少ない
d. 魅力的な店舗	1. 多い 2. 少ない	m. 日常的な食材・食料品	1. 多い 2. 少ない
e. 伝統的な行事に必要な食材	1. 多い 2. 少ない	n. 日常的な衣料品	1. 多い 2. 少ない
f. TV やマスコミ等に取上げられる頻度	1. 多い 2. 少ない	o. 生活雑貨・日用品	1. 多い 2. 少ない
g. 魅力的な祭りやイベント	1. 多い 2. 少ない	p. 国際通りや周辺道路の渋滞	1. 多い 2. 少ない
h. 飲食店	1. 多い 2. 少ない	q. 商品や看板が歩道まで溢れている	1. 多い 2. 少ない
i. 文化施設・娯楽施設	1. 多い 2. 少ない	r. 違法駐車・駐輪	1. 多い 2. 少ない

Q6 こちらの商店街で、それぞれの項目の購入(予定)と支出金額(予定)についてお答えください。

	購入(予定)の有無		支出(予定)金額 (人分)
a. 食材・食料品	1. 有	2. 無	円
b. 衣料品	1. 有	2. 無	円
c. 生活雑貨・日用品	1. 有	2. 無	円
d. お土産 (贈答品)	1. 有	2. 無	円
e. 伝統工芸品	1. 有	2. 無	円
f. 化粧品・医薬品	1. 有	2. 無	円
g. 電化製品	1. 有	2. 無	円
h. 飲食店 (外食利用)	1. 有	2. 無	円
i. その他 ()	1. 有	2. 無	円

⇒裏面に続く

Q7 こちらの商店街での、それぞれ満足度についてお答えください。(それぞれ一つだけ)

	大変満足	満足	ふつう	やや不満	不満	／意識していない ／利用していない
a. 店舗の種類	5	4	3	2	1	☐
b. 食事の味・メニュー	5	4	3	2	1	☐
c. 商品の品数の多さ	5	4	3	2	1	☐
d. 品質の良さ	5	4	3	2	1	☐
e. お店の雰囲気の良い	5	4	3	2	1	☐
f. 店員とのコミュニケーション	5	4	3	2	1	☐

	大変満足	満足	ふつう	やや不満	不満	／意識していない ／利用していない
g. 商店街の雰囲気	5	4	3	2	1	☐
h. 駐車場・駐輪場の便利さ	5	4	3	2	1	☐
i. 休憩スペースやベンチ	5	4	3	2	1	☐
j. トイレの数	5	4	3	2	1	☐
k. ごみ箱の数	5	4	3	2	1	☐
l. 喫煙所の数	5	4	3	2	1	☐

Q8 こちらの商店街での総合的な満足度を5段階でお答えください。(一つだけ)

大変満足	満足	普通	やや不満	不満
5	4	3	2	1

Q9 こちらの商店街に、また来たいと思いますか。5段階でお答えください。(一つだけ)

必ず来たい	来たい	どちらともいえない	あまり来たくない	来たくない
5	4	3	2	1

Q10 友人・知人に訪問を薦めたり、こちらの商店街について情報発信をしたいですか。5段階でお答えください。(一つだけ)

積極的に薦める	薦める	どちらともいえない	あまり薦めない	薦めない
5	4	3	2	1

Q11 友人・知人にこちらの商店街について情報発信する際の媒体をお答えください。(いくつでも)

1. 口頭で	2. Line	3. Facebook	4. Twitter
5. Instagram	6. ブログ	7. わからない	8. その他()

Q12 こちらの商店街にどのようなものを望みますか。(いくつでも)

1. 休憩スペース・ベンチ	2. トイレ	3. バリアフリーの配慮	4. トランジットモール・歩行者天国
5. 一時預かり託児所・授乳室	6. 使いやすい駐車場	7. 駐輪場(自動二輪、自転車)	8. 文化施設や娯楽施設
9. 公衆無線 LAN(Wi-Fi)	10. オーニング(日よけ・雨よけ)	11. 喫煙所(分煙設備など)の設置	12. イベントや祭り
13. 魅力的な店舗の集積	14. 花壇や街路樹など緑化	15. 案内板	16. マップ
17. 商品や看板等で溢れていない歩行空間	18. わからない	19. その他 ()	

以上でアンケートは終了です。ご協力ありがとうございました。

那覇市来街者アンケート調査（日本人旅行者）

1～4の各設問について、あてはまる番号に○をお付けください。

1 居住地	1. 都道府県名（ ）			
2 性別	1. 男性	2. 女性	3 年齢	1. 10代 2. 20代 3. 30代 4. 40代 5. 50代 6. 60代 7. 70代以上
4 職業	1. 会社員・団体職員 2. 公務員 3. 自営業・自由業 4. パート・アルバイト 5. 学生 6. 主婦・主夫 7. 無職(定年退職含む) 8. その他（具体的に ）			

Q1 沖縄に来たのは今回で何回目ですか。（一つだけ）

1. はじめて	2. 2回目	3. 3回目	4. 4回目	5. 5回以上
---------	--------	--------	--------	---------

Q2 こちらの商店街に来たのは今回で何回目ですか。（一つだけ）

1. はじめて	2. 2回目	3. 3回目	4. 4回目	5. 5回以上
---------	--------	--------	--------	---------

Q3 今回の同行者の種類をお答えください。（一つだけ）

1. 自分ひとり	2. 家族・親族	3. 友人	4. 夫婦・パートナー	5. 職場の同僚	6. その他（ ）
----------	----------	-------	-------------	----------	-----------

Q4 こちらの商店街には主にどのような手段で来ましたか。（一つだけ）

1. 徒歩	2. モノレール	3. タクシー	4. 路線バス	5. 観光バス
6. レンタカー	7. レンタルバイク・自転車	8. 友人・知人の車	9. その他（ ）	

Q5 こちらの商店街はどのように知りましたか。（いくつでも）

1. 旅行ガイドブック	2. テレビやラジオ	3. 新聞や雑誌
4. SNS（Line・Facebook・Twitter・Instagram・ブログ等）		
5. その他インターネットでの情報（旅行サイト等）	6. 自治体・観光協会等のHP	7. 友人・知人
8. 滞在している宿泊先の案内・チラシ	9. 観光案内所	10. ツアーに含まれていた
11. 特になし		
12. その他（ ）		

Q6 こちらの商店街への来街理由は何ですか。（いくつでも）

1. 街歩き・散歩	2. 食事	3. 食べ歩き、飲み歩き	4. お土産の購入	5. 自家用品の購入
6. 有名なエリアなので	7. ツアーに組み込まれていた	8. 宿泊先に近い	9. 友人・知人の薦め	
10. イベントに参加	11. その他（ ）			

Q7 こちらの商店街のイメージについてあてはまるものについてお答えください。

a. 公共交通の便	1. 良い 2. 悪い	j. 伝統工芸品を取り扱っている店舗	1. 多い 2. 少ない
b. 魅力的な店舗	1. 多い 2. 少ない	k. 沖縄らしい体験ができる	1. そうである 2. そうでない
c. 飲食店	1. 多い 2. 少ない	l. 素晴らしい観光地である	1. そうである 2. そうでない
d. 名物といわれる食べ物・食材	1. 多い 2. 少ない	m. TVやマスコミ等に取上げられる頻度	1. 多い 2. 少ない
e. ノスタルジックな(懐かしい)雰囲気	1. ある 2. ない	n. 積極的な情報発信	1. 多い 2. 少ない
f. 活気がある雰囲気	1. ある 2. ない	o. 国際通りや周辺道路の渋滞	1. 多い 2. 少ない
g. 魅力的な祭りやイベント	1. 多い 2. 少ない	p. 商品や看板が歩道まで溢れている	1. 多い 2. 少ない
h. 地元の人とのふれあい	1. 多い 2. 少ない	q. 路上駐車・駐輪	1. 多い 2. 少ない
i. 文化施設・娯楽施設	1. 多い 2. 少ない	r. 迷惑な客引き	1. 多い 2. 少ない

⇒裏面に続く

Q8 こちらの商店街で、それぞれの項目の購入(予定)と支出金額(予定)についてお答えください。

	購入(予定)の有無		支出(予定) (人分)	
a. 食料品・日用品	1. 有	2. 無		円
b. お土産(お菓子等)	1. 有	2. 無		円
c. 衣料品	1. 有	2. 無		円
d. 伝統工芸品	1. 有	2. 無		円
e. 化粧品・医薬品	1. 有	2. 無		円
f. 電化製品	1. 有	2. 無		円
g. 飲食店(外食利用)	1. 有	2. 無		円
h. その他()	1. 有	2. 無		円

Q9 こちらの商店街での、それぞれ満足度についてお答えください。(それぞれ一つだけ)

	大変満足	満足	ふつう	やや不満	不満	利用していない /意識していない
a. お土産の種類	5	4	3	2	1	☐
b. 食事の味・メニュー	5	4	3	2	1	☐
c. 品質の良さ	5	4	3	2	1	☐
d. お店の雰囲気の良い	5	4	3	2	1	☐
e. 店員とのコミュニケーション	5	4	3	2	1	☐
f. 街並みの雰囲気	5	4	3	2	1	☐

	大変満足	満足	ふつう	やや不満	不満	利用していない /意識していない
g. 案内表記の分かりやすさ	5	4	3	2	1	☐
h. 本州とは違う文化を味わえる	5	4	3	2	1	☐
i. 駐車場・駐輪場の便利さ	5	4	3	2	1	☐
j. トイレの数	5	4	3	2	1	☐
k. ごみ箱の数	5	4	3	2	1	☐
l. 喫煙所の数	5	4	3	2	1	☐

Q10 こちらの商店街での総合的な満足度を5段階でお答えください。(一つだけ)

大変満足	満足	普通	やや不満	不満
5	4	3	2	1

Q11 こちらの商店街に、また来たいと思いますか。5段階でお答えください。(一つだけ)

必ず来たい	来たい	どちらともいえない	あまり来たくない	来たくない
5	4	3	2	1

Q12 友人・知人に訪問を薦めたり、こちらの商店街について情報発信をしたいですか。5段階でお答えください。(一つだけ)

積極的に薦める	薦める	どちらともいえない	あまり薦めない	薦めない
5	4	3	2	1

Q13 こちらの商店街にどのようなものを望みますか。(いくつでも)

1. 休憩スペース・ベンチ	2. トイレ	3. バリアフリーの配慮	4. トランジットモール・歩行者天国
5. 一時預かり託児所・授乳室	6. 使いやすい駐車場	7. 駐輪場(自動二輪、自転車)	8. 文化施設や娯楽施設
9. 公衆無線 LAN(Wi-Fi)	10. オーニング(日よけ・雨よけ)	11. 喫煙所(分煙設備など)の設置	12. イベントや祭り
13. 魅力的な店舗の集積	14. 花壇や街路樹など緑化	15. 案内板	16. マップ
17. 商品や看板等で溢れていない歩行空間	18. わからない	19. その他()	

以上でアンケートは終了です。ご協力ありがとうございました。

那覇市来街者アンケート調査（外国人旅行者）

1～4の各設問について、あてはまる番号に○をお付けください。

1 国籍	1. 台湾 7. 米国	2. 韓国 8. その他（ ）	3. 中国	4. 香港	5. タイ	6. シンガポール	
2 性別	1. 男性	2. 女性	3 年齢	1. 10代 5. 50代	2. 20代 6. 60代	3. 30代 7. 70代以上	4. 40代
4 職業	1. 会社員・団体職員 6. 主婦・主夫	2. 公務員	3. 自営業・自由業	4. パート・アルバイト	5. 学生	8. その他（具体的に ）	

Q1 沖縄に来たのは今回で何回目ですか。（一つだけ）

1. はじめて	2. 2回目	3. 3回目	4. 4回目	5. 5回以上
---------	--------	--------	--------	---------

Q2 こちらの商店街に来たのは今回で何回目ですか。（一つだけ）

1. はじめて	2. 2回目	3. 3回目	4. 4回目	5. 5回以上
---------	--------	--------	--------	---------

Q3 今回の同行者の種類をお答えください。（一つだけ）

1. 自分ひとり	2. 家族・親族	3. 友人	4. 夫婦・パートナー	5. 職場の同僚	6. その他（ ）
----------	----------	-------	-------------	----------	-----------

Q4 こちらの商店街には主にどのような手段で来ましたか。（ひとつだけ）

1. 徒歩	2. モノレール	3. タクシー	4. 路線バス	5. 観光バス	6. レンタカー
7. レンタルバイク・自転車	8. 友人・知人の車	9. その他（ ）			

Q5 こちらの商店街はどのように知りましたか。（いくつでも）

1. 旅行ガイドブック	2. テレビやラジオ	3. 新聞や雑誌
4. SNS（Line・Facebook・Twitter・Instagram・ブログ等）	5. その他インターネットでの情報（旅行サイト等）	
6. 自治体・観光協会等のHP	7. 友人・知人	8. 滞在している宿泊先の案内・チラシ
10. ツアーに含まれていた	11. 特になし	12. その他（ ）
9. 観光案内所		

Q6 こちらの商店街への来街理由は何ですか。（いくつでも）

1. 街歩き・散歩	2. 食事	3. 食べ歩き、飲み歩き	4. お土産品の購入	5. 自家用品の購入
6. 有名なエリアなので	7. ツアーに組み込まれていた	8. 宿泊先に近い	9. 友人・知人の薦め	
10. イベントに参加	11. その他（ ）			

Q7 こちらの商店街のイメージについてあてはまるものについてお答えください。

a. 公共交通の便	1. 良い 2. 悪い	j. 伝統工芸品を取り扱っている店舗	1. 多い 2. 少ない
b. 魅力的な店舗	1. 多い 2. 少ない	k. 沖縄らしい体験ができる	1. そうである 2. そうでない
c. 飲食店	1. 多い 2. 少ない	l. 素晴らしい観光地である	1. そうである 2. そうでない
d. 名物といわれる食べ物	1. 多い 2. 少ない	m. TVやマスコミ等に取上げられる頻度	1. 多い 2. 少ない
e. ノスタルジック/エキゾチックな雰囲気	1. ある 2. ない	n. 積極的な情報発信	1. 多い 2. 少ない
f. 活気がある雰囲気	1. ある 2. ない	o. 国際通りや周辺道路の渋滞	1. 多い 2. 少ない
g. 魅力的な祭りやイベント	1. 多い 2. 少ない	p. 商品や看板が歩道まで溢れている	1. 多い 2. 少ない
h. 地元の人とのふれあい	1. 多い 2. 少ない	q. 路上駐車・駐輪	1. 多い 2. 少ない
i. 文化施設・娯楽施設	1. 多い 2. 少ない	r. 迷惑な客引き	1. 多い 2. 少ない

⇒裏面に続く

Q8 こちらの商店街で、それぞれの項目の購入(予定)と支出金額(予定)についてお答えください。

	購入(予定)の有無		通貨	支出(予定)金額 (人分)
a. 食料品・日用品	1. 有	2. 無		
b. お土産(お菓子等)	1. 有	2. 無		
c. 衣料品	1. 有	2. 無		
d. 伝統工芸品	1. 有	2. 無		
e. 化粧品・医薬品	1. 有	2. 無		
f. 電化製品	1. 有	2. 無		
g. 飲食店(外食利用)	1. 有	2. 無		
h. その他 ()	1. 有	2. 無		

Q9 こちらの商店街での、それぞれ満足度についてお答えください。(それぞれ一つだけ)

	大変満足	満足	ふつう	やや不満	不満	意識していない 利用していない
a. お土産の種類	5	4	3	2	1	☐
b. 食事の味・メニュー	5	4	3	2	1	☐
c. 品質の良さ	5	4	3	2	1	☐
d. 店員とのコミュニケーション	5	4	3	2	1	☐
e. 外国語対応能力	5	4	3	2	1	☐
f. 案内表記の分かりやすさ	5	4	3	2	1	☐
g. 街並みの雰囲気	5	4	3	2	1	☐

	大変満足	満足	ふつう	やや不満	不満	意識していない 利用していない
h. 駐車場・駐輪場の便利さ	5	4	3	2	1	☐
i. 支払方法の利便性	5	4	3	2	1	☐
j. Wi-Fiの利便性	5	4	3	2	1	☐
k. トイレの数	5	4	3	2	1	☐
l. ごみ箱の数	5	4	3	2	1	☐
m. 喫煙所の数	5	4	3	2	1	☐

Q10 こちらの商店街での総合的な満足度を5段階でお答えください。(一つだけ)

大変満足	満足	普通	やや不満	不満
5	4	3	2	1

Q11 こちらの商店街に、また来たいと思いますか。5段階でお答えください。(一つだけ)

必ず来たい	来たい	どちらともいえない	あまり来たくない	来たくない
5	4	3	2	1

Q12 友人・知人に訪問を薦めたり、こちらの商店街について情報発信をしたいですか。5段階でお答えください。(一つだけ)

積極的に薦める	薦める	どちらともいえない	あまり薦めない	薦めない
5	4	3	2	1

Q13 こちらの商店街にどのようなものを望みますか。(いくつでも)

1. 休憩スペース・ベンチ	2. トイレ	3. バリアフリーの配慮	4. トランジットモール・歩行者天国
5. 一時預かり託児所・授乳室	6. 使いやすい駐車場	7. 駐輪場(自動二輪、自転車)	8. 文化施設や娯楽施設
9. 公衆無線 LAN(Wi-Fi)	10. オーニング(日よけ・雨よけ)	11. 喫煙所(分煙設備など)の設置	12. イベントや祭り
13. 魅力的な店舗の集積	14. 花壇や街路樹など緑化	15. 案内板	16. マップ
17. 商品や看板等で溢れていない歩道	18. わからない	19. その他 ()	

以上でアンケートは終了です。ご協力ありがとうございました。

平成 29 年度
那覇市来街調査結果報告書

平成 30 年 2 月

〈調査主体〉

那覇市経済観光部なはまちなか振興課

〈受託会社〉

株式会社サーベイリサーチセンター沖縄事務所