

沖縄県のクルーズ船観光の実態分析と今後の展望

～2025年の経済波及効果は161億円、「フライ&クルーズ」の誘致が消費拡大のカギ～

【共同調査について】

りゅうぎん総合研究所と沖縄県、一般財団法人沖縄観光コンベンションビューロー（以下、OCVB）は、クルーズ船観光の実態分析について共同調査を行いました。沖縄県とOCVBにてクルーズ船の乗客らへアンケート調査を実施し、りゅうぎん総研にてその集計結果を分析し、経済波及効果を算出したうえで調査レポートとしてまとめました。三者は今後とも連携し、沖縄の観光振興のため調査を実施してまいります。

【要 旨】

- ・2025年の入域観光客数は過去最高の1,075万人を記録し、クルーズ船の寄港も順調に回復している。一方で、海路入域客の1人当たり消費額は空路客の5分の1以下となっており、消費単価の引き上げが喫緊の課題となっている。
- ・アンケート調査の結果、沖縄を発着するフライ&クルーズ（F&C）の乗客は前泊・後泊を伴うため、寄港船の2倍以上となる平均33,810円（推計）を消費しており、滞在時間の長さが消費拡大に直結することが明らかになった。
- ・2025年の沖縄県内における、クルーズ船寄港による経済波及効果は161億円と算出された。特にF&Cは経済波及効果の倍率が1.26倍と高く、県内の幅広い産業へ経済効果が波及する有望な市場であることが裏付けられた。
- ・クルーズ船の寄港は県内小売業や飲食店の売上を底上げしているが、一部店舗等への送客によって地元資本に資金が十分に落ちない域内消費の漏出が発生している。この構造を是正し、地元へ広く利益を還流させる仕組みづくりが求められる。
- ・また港湾から観光地への二次交通において、乗務員の高齢化による深刻な人手不足が課題となっている。さらに、無許可で営業する違法な「白タク」の蔓延が地元事業者の収益機会を奪っているだけでなく、事故時の補償等の観点から観光客の安全面でも大きなリスクとなっている。
- ・経済効果を最大化しつつ、地域への負担を軽減するためには、寄港回数の単なる拡大を図るのではなく、平均消費額が高いプレミアムクラス以上の客船や、経済効果も大きいF&Cの誘致を強化し、また長期滞在や文化体験を好む欧米豪市場へのアプローチを図るべきである。
- ・受け入れ態勢の強化策として、複数商業施設の連携による共同シャトルバスの運行や、新免税制度にスムーズに対応できるターミナル施設の整備、そして警察等関係機関と連携した白タクの排除など、官民一体となったインフラとルール整備が急務である。
- ・「量から質」へと明確にシフトし、クルーズ船の経済効果をさらに高めるためには、本レポートで明らかになった様々な課題の解決と、官民一体となった受入環境の整備が必須である。沖縄ならではの観光資源と県民のホスピタリティを最大限に活用し、持続可能なクルーズ観光モデルを構築することが望まれる。

目次

1. はじめに.....	1
2. 沖縄の観光の現状.....	1
(1) 入域観光客数の推移.....	1
(2) 観光収入と一人当たり消費額.....	4
3. クルーズに関する基本情報.....	6
(1) クルーズ船の分類.....	6
(2) 沖縄への寄港実績.....	7
(3) フライ&クルーズ.....	7
4. クルーズ船観光客実態アンケートの調査結果.....	8
(1) F&C船(那覇港発着便)と寄港船(県外港発着便)の比較.....	9
(2) カジュアル船とプレミアム船の比較.....	24
(3) アンケート結果のまとめ.....	24
5. 沖縄県内におけるクルーズ船寄港による経済効果.....	25
(1) クルーズ船の乗客定員数.....	27
(2) クルーズ船寄港による直接支出額.....	28
(3) 2025年のクルーズ船寄港による経済効果.....	29
(4) 産業別の経済効果.....	31
6. クルーズ船観光による影響が見込まれる県内事業者へのヒアリング.....	31
(1) ヒアリング内容.....	32
(2) ヒアリングから得られた示唆.....	33
7. クルーズ船誘致における課題.....	34
(1) 平均消費額の低さと「量から質への転換」.....	35
(2) F&Cにおける外国人利用者の少なさ.....	35
(3) 観光消費の県外への一部流出.....	35
(4) 二次交通などの受入体制.....	36
(5) 港湾施設の整備と制度変更への対応.....	36
(6) 違法な「白タク」行為.....	36
8. 持続可能なクルーズ船誘致のために取り組むべきこと.....	37
(1) ターゲットを絞った戦略的なクルーズ船誘致と観光コンテンツの提供.....	37
(2) 二次交通の拡充と適正利用の推進.....	37
(3) 観光消費の高度化と域内経済循環の強化.....	38
(4) 港湾施設の整備による受入体制強化と周辺地域の負荷軽減.....	38
9. おわりに.....	39
(参考) 2025年のクルーズ船寄港による経済効果 24部門表.....	40

1. はじめに

2025年、沖縄への入域観光客数が1,075万人を超え過去最高を記録した。コロナ禍を経て6年ぶりの記録更新である。沖縄独特の歴史や文化などの魅力的な観光資源に加え、足元では為替相場の円安も相まって、国内客だけでなく外国人観光客の旅行先としても選好されやすく、観光客数は順調に推移している。

国内観光客は過去最高を更新し、外国人観光客も過去最高を記録した19年の約9割の水準まで回復している。経路別にみると、空路が好調に増加している一方、海路は19年の約7割の水準にとどまっている。受け入れ体制や二次交通などの観点から課題もあるものの、沖縄のリーディング産業である観光関連産業のさらなる発展には、海路を中心とした外国人観光客の誘致が重要な施策の一つとなろう。

一方で、海路で入域する外国人観光客の平均消費額は、一般観光客の5分の1以下にとどまっている。県内港湾での停泊時間が半日程度と短いうえ、クルーズ船上で食事や宿泊が提供されるため、県内での消費が軽食やお土産などに限られてしまうことが主な要因である。このため、海路入域客の消費額引き上げが課題となっている。

そのような中、沖縄県は「新・沖縄21世紀ビジョン基本計画」において質の高い旅行形態として「フライ&クルーズ」（以下、F&C）の推進を掲げるとともに、「第6次沖縄県観光振興基本計画」ではより高級志向であるラグジュアリー船誘致の必要性を謳っている。F&Cとは、空路でクルーズ船の出航地（沖縄）に入り、クルーズに乗船し、帰航後にまた空路で帰路に就くことであり、乗船前後に沖縄での観光や宿泊を組み合わせることで、消費拡大が期待されるものである。

ただクルーズ船が沖縄にもたらす経済効果については、これまで本格的な調査が行われておらず、地域経済に与える影響は必ずしも明らかになっていない。地域振興や観光政策を検討するうえで、その実態を把握することが必要である。

そこで本レポートでは、クルーズ船誘致に取り組む沖縄県および一般財団法人沖縄観光コンベンションビューロー（以下、OCVB）と共同で調査・分析を行った。県とOCVBがクルーズ船客およびクルー（乗員）にアンケートを実施し、その結果を当研究所が取りまとめ、経済効果を算出した。併せて関連事業者へのヒアリングを行い、クルーズ船誘致における課題と対策について、定量・定性の両面から調査・分析を行った。

2. 沖縄の観光の現状

（1）入域観光客数の推移

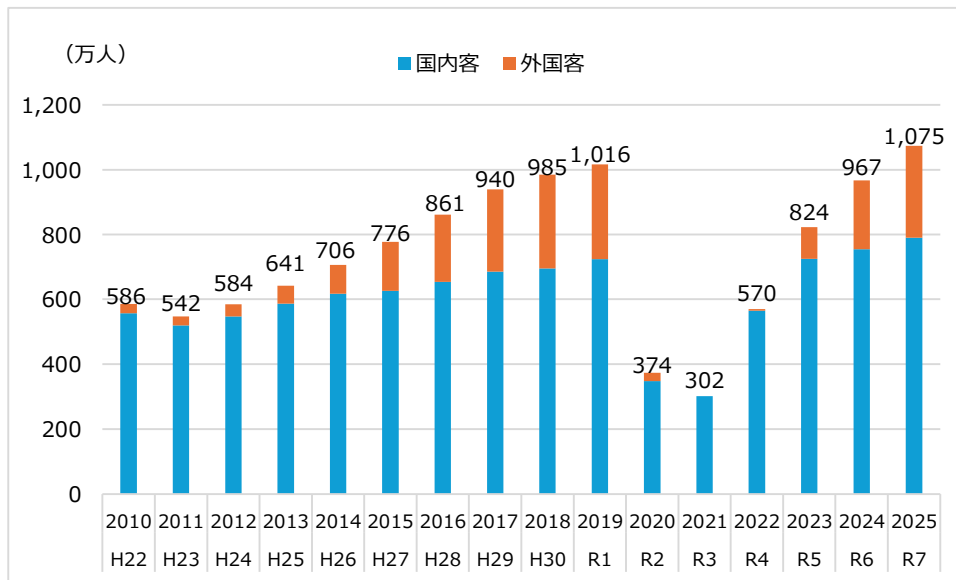
① 国内外別

入域観光客数は2011年から19年にかけて、右肩上がりに増加し、順調に拡大してきた（図表1）。特に外国人観光客については15年ごろから増加幅が大きくなり、19年には全体の3割を占めるまでに拡大した。LCC路線の拡充やクルーズ船の寄港増加、訪日観光需要の高まりなどが背景にあり、沖縄観光の成長をけん引する存在となった。

しかし20年には、新型コロナウイルス感染症の拡大に伴う移動制限により、観光客数は大きく落ち込んだ。特に入国制限の影響で、外国からの入域がほぼ途絶え、観光需要は急速に縮小し

た。その後は段階的に回復し、23年以降は外国人の増加も著しく、25年には入域観光客数が過去最高を更新し、コロナ禍からの回復が本格化したことが確認された。

図表1 国内外別入域観光客数の推移（暦年）



（出所）沖縄県「入域観光客概況」よりりゅうぎん総研にて作成

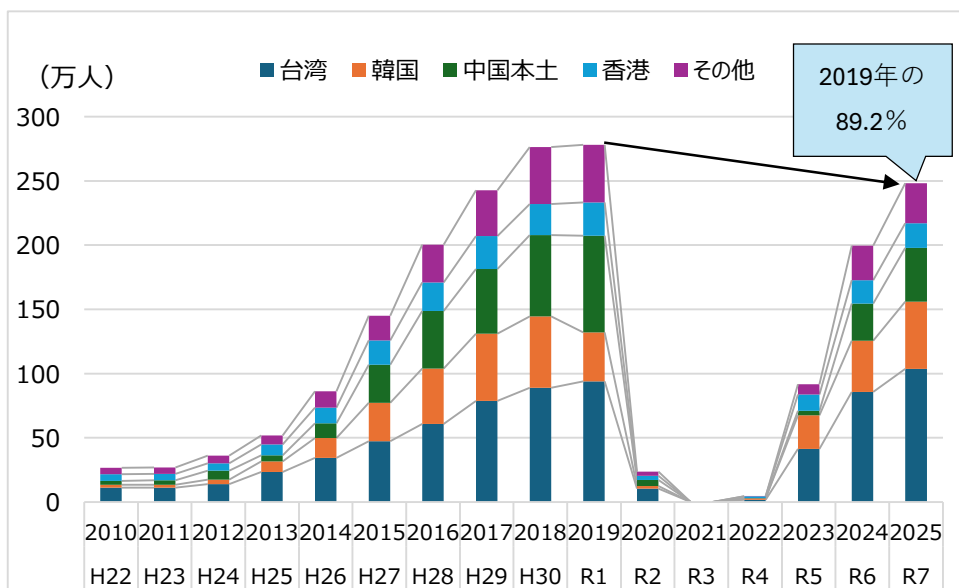
② 外国人観光客の国籍別推移

次に外国人観光客の国籍別推移をみると、コロナ禍の2021年には入域数が一時的にゼロまで落ち込んだものの、その後は段階的に回復をみせ、足元では過去最高である19年の約9割の水準まで回復している（図表2）。中国の渡航自粛¹の影響を注視する必要はあるものの、台湾や韓国を中心に観光客数は増加傾向にあり、今後も順調に推移することが見込まれる。

2025年の国籍別構成比をみると、「台湾」が41.8%で最も高く、次いで韓国、中国本土の順となっている（図表3）。地理的・文化的にも近い台湾からの観光客は長年にわたり安定しておおむね4割程度で推移しており、沖縄観光を支える重要な客層となっている。なお「その他」にはアメリカやイギリスなどの欧米諸国や、タイ、シンガポールなどのアジア諸国などが含まれる。

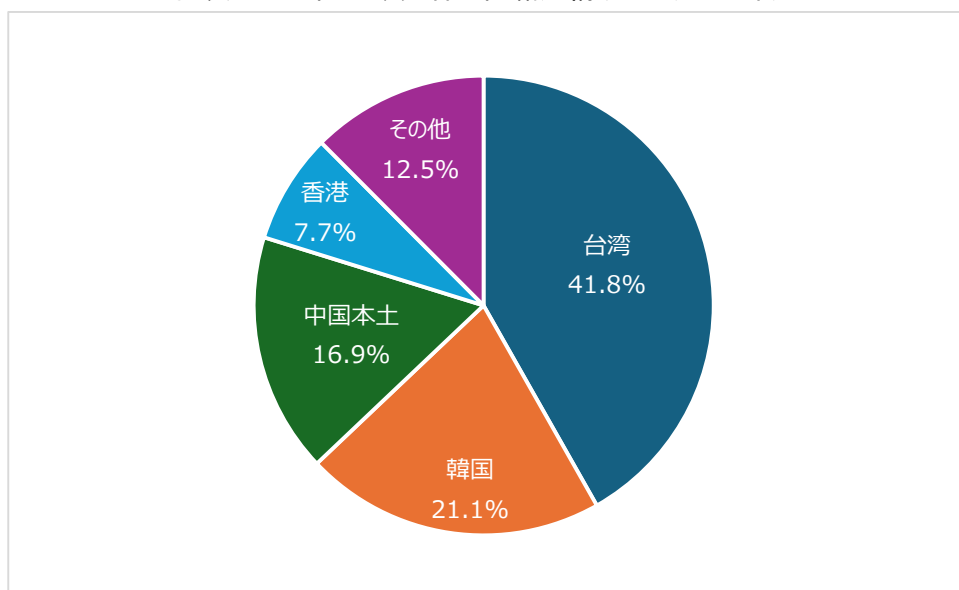
¹ 2025年11月、高市首相の台湾有事に関する発言に中国政府が反発し、自国民に向け日本への渡航自粛を呼びかけた。

図表2 外国人観光客の国籍別入域観光客数の推移（暦年）



（出所）沖縄県「入域観光客概況」よりりゅうぎん総研にて作成

図表3 外国人観光客の国籍別構成比（2025年）



（出所）沖縄県「入域観光客概況」よりりゅうぎん総研にて作成

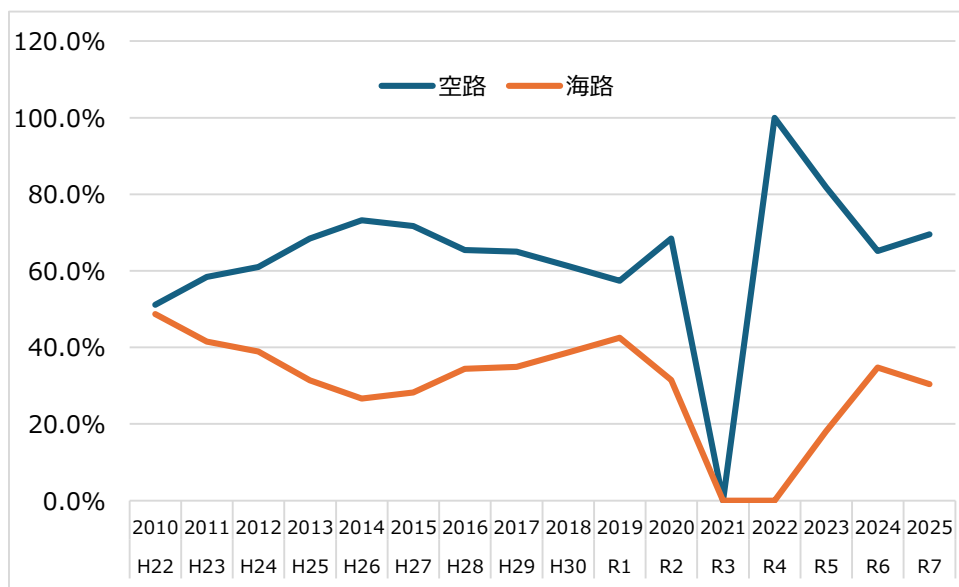
③ 経路別

沖縄への入域経路別にみると、2010年には空路（飛行機）と海路（クルーズ船）がおおむね半々であったが、それ以降はコロナ禍を除き空路が6～8割程度、海路が2～4割程度で推移している（図表4）。また実数でみると、25年の空路の入域客数は19年を上回っているものの、海路の入域客数は19年の69.4%にとどまっている（図表5）。

航空路線の拡充やLCCの普及により空路の比重が高まる一方、海路についてはクルーズ船の寄港状況により入域者数が大きく変動する特徴がみられる。とりわけクルーズ船による入域は外国

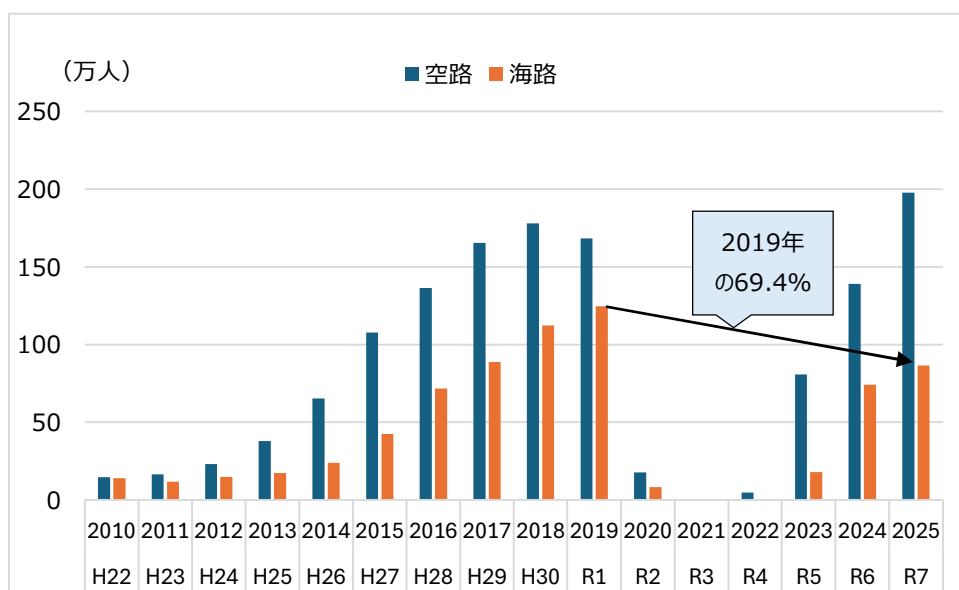
人観光客の増減に大きく影響する要因の一つであり、沖縄観光の今後を検討する上で重要な視点となる。

図表4 外国人観光客の経路別の構成比推移（暦年）



(出所) 沖縄県「入域観光客概況」よりりゅうぎん総研にて作成

図表5 外国人観光客の経路別入域客数（暦年）



(出所) 沖縄県「入域観光客概況」よりりゅうぎん総研にて作成

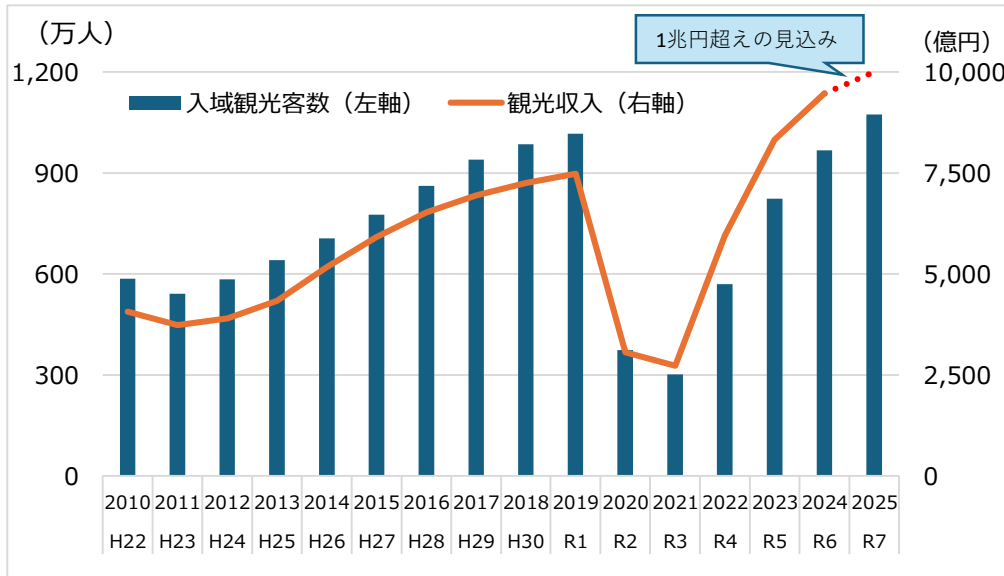
(2) 観光収入と一人当たり消費額

① 観光収入

入域観光客数の増加を背景に、2024年（暦年）の観光収入は9,463億円となり、過去最高を記録した（図表6）。年度ベースで見ると、24年度の観光収入は9,820億円と1兆円の舞台に迫っており、25年度は1兆円を超えることがほぼ確実な情勢となっている。

観光収入の増加は、国内外からの観光客数の増加に加え、訪日需要の高まりや円安の影響、宿泊・飲食・交通など関連産業の需要回復が寄与していると考えられる。

図表6 入域観光客数と観光収入の推移（暦年）



(出所) 沖縄県 HP よりりゅうぎん総研にて作成

② 1人当たり消費額

一方、2024年度の観光客一人当たりの消費額は98,672円（前年比1,027円減）となった（図表7）。経路別にみると、海路で入域した外国人観光客の消費額は20,730円にとどまり、全体平均の5分の1程度にとどまっている。その要因として、海路入域はその全てがクルーズ船による入域であることが挙げられる。船上で提供される宿泊費や基本的な食事代、エンターテインメント観覧料なども費用に含まれるオールインクルーシブ型であるため、クルーズ客は県内の宿泊施設や飲食店を利用する必要がなく、県内での消費が軽食やお土産品などに限られてしまう傾向がある。

また、クルーズ船は港で一晩停泊（オーバーナイト）することは少なく、25年に寄港したクルーズ船のうち、オーバーナイトしたクルーズ船の割合は6.7%にとどまった。それ以外の寄港船は基本的に午前中に寄港し、夕方には出航するなど滞在時間が短い。そのため、停泊中に乗客が県内で行動可能な時間や範囲が限られてしまうことも、消費額が低水準にとどまる要因の一つとなっている。

図表7 観光客一人当たり県内消費額（2024年度、単位：円）

全体	98,672
うち国内客	104,033
うち外国客（空路）	111,031
うち外国客（海路）	20,730

(出所) 沖縄県観光政策課「令和6年度の観光収入」よりりゅうぎん総研にて作成

以上のことから、沖縄県の観光収入を更に拡大する上では、海路入域客に対する消費額の引き上げや滞在時間の延長、地域内消費を促す観光プログラムの開発などが課題になることが示唆される。今後の施策においては、経路別の消費特性を踏まえた戦略的な取り組みが重要となる。

3. クルーズに関する基本情報

(1) クルーズ船の分類

クルーズ船の統一的な分類基準は明確には定められていない。一般的には、使用される船舶の規模や定員数、提供されるサービスの質などにより主に3つのカテゴリーに分類される。カテゴリーごとに船舶の大きさや定員数、クルーズ費用、渡航期間、船上で提供されるサービスなどに違いがあり、以下にまとめた(図表8)。なお、本レポートにおいては便宜上、カジュアルクラスより上位のクラスをまとめて「プレミアムクラス」と表記する。

図表8 クルーズ船分類まとめ

分類	総トン数	乗客定員	客室広さ	料金	施設	雰囲気	渡航期間	主な船社
ラグジュアリー	1~5万t	100~700人	27㎡以上	高額	高級ホテルのような部屋や食事	優雅で落ち着いた雰囲気	10日以上が多い	PONANT SILVERSEA VIKING CRUISES
プレミアム	4~12万t	700~2,500人	15㎡以上	やや高額	中型船で施設も充実	落ち着いた雰囲気	7~14日程度	商船三井クルーズ PRINCESS CRUISES Holland America Line
カジュアル(スタンダード)	5~20万t	1,500~5,000人	10㎡以上	リーズナブル	大型船で遊園地や映画館、舞台など施設が充実	家族連れなどにぎやかに過ごせる	3~7日程度	COSTA MSC Royal Caribbean

※ラグジュアリー船よりもさらにサービスが充実した「フティック」や「エクスペディション」などもある。

(出所)「クルーズ客船データブック 2026-2027」やOCVBへのヒアリングを参考にりゅうぎん総研にて作成

① ラグジュアリークラス

高級食材を多用した食事などのほか、細やかなサービスが提供される。クルーズ代金にはアルコールを含むドリンク代やチップが含まれ、高額となるが利用のたびに支払う煩わしさが少ない。10泊以上のロングクルーズが多く、南極や北極など極地の「冒険」をテーマにしたものもある。

② プレミアムクラス

中型船以上のものが多く、様々な施設は充実しつつも、落ち着いた雰囲気を楽しめる。クルーズ代金はやや高めである。邦船であるにっぽん丸や飛鳥などはプレミアムまたはラグジュアリークラスに分類される。

③ カジュアル(スタンダード)クラス

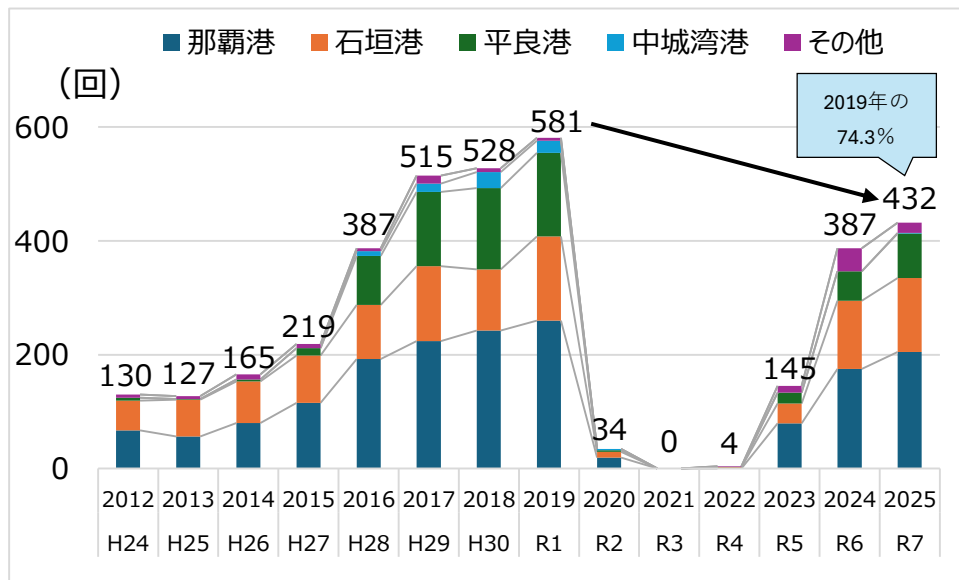
他のクラスと比較して費用がリーズナブルなクラスである。大型船でレストランや映画館、舞台などのエンターテインメント施設が充実している。気取ることなく、家族でにぎやかに過ごせるのが特徴。MSC社が運航する「BELLISSIMA」など沖縄発着はカジュアルクラスに分類される。3~5泊のショートクルーズがメインとされる。

(2) 沖縄への寄港実績

沖縄県への寄港実績は、2015年頃から増加傾向が顕著となり、19年に581回と過去最高を記録し、港湾別では那覇港が260回で全国1位となった(図表9)。その後、コロナ禍で一時的にゼロにまで落ち込んだが、25年(速報値)は432回と、19年の74%の水準まで回復した。回復基調にあるものの、足元の伸びは緩やかなものとなっている。

寄港先別にみると、特に石垣港への寄港の割合が大きく、25年においては全体の3割となっている。また「その他」には本部港のほか、久米島や西表島などの小規模離島も含まれており、2023年以降はその存在感が増している。

図表9 クルーズ船の寄港実績の推移(暦年)



(出所) 沖縄総合事務局の資料をもとにりゅうぎん総研にて作成

(3) フライ&クルーズ

沖縄県内の港に着岸するクルーズ船は、発着点によって大きく以下の2種類に分類される(図表10)。

① フライ&クルーズ

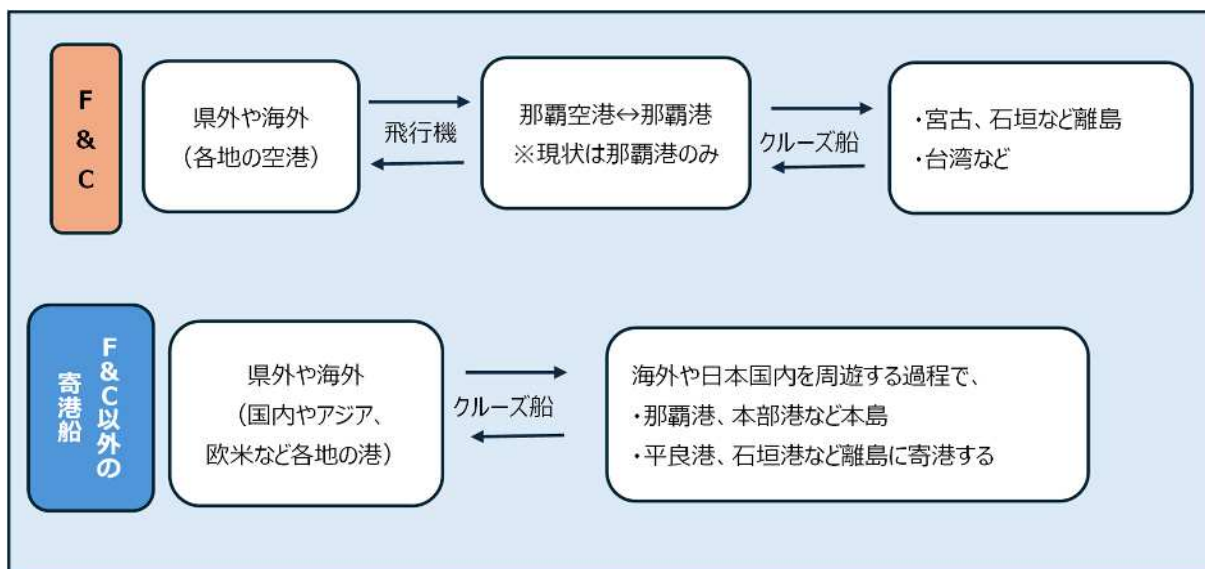
一つ目がフライ&クルーズと呼ばれるもので、県内の港を発着点とし、県内離島や県外、また船によっては海外も周遊するクルーズ船である。クルーズ船の乗客は県外、または海外各地から飛行機で沖縄を訪れ、県内の港からクルーズへ出航する。現在は那覇港だけが発着港となっている。

商船三井クルーズが運航する「にっぽん丸」や、イタリアのMSC社が運航する「BELLISSIMA」などが運航している。

② F & C以外のクルーズ船

二つ目は県外または海外の港を発着点とし、各地を周遊する過程の中で沖縄本島や離島へ寄港するクルーズ船である。国内だけでなく、アジアや欧米からのクルーズ船も多く訪れることが特徴である。本レポートでは便宜上、「寄港船」と呼ぶ。

図表 10 F & Cとそれ以外の寄港船のイメージ図



(出所) リゅうぎん総研にて作成

4. クルーズ船観光客実態アンケートの調査結果

本章では、那覇港を発着するクルーズ船、いわゆるF & Cに該当するクルーズ船と、県外もしくは国外の港を発着港とし、旅程の一つとして県内の港へ寄港する「寄港船」の乗客へのアンケート結果を比較し、それぞれの乗客の属性による消費額の違いなどを分析した。アンケート調査の概要は図表 11 のとおりである。

また、F & Cと寄港船のアンケートを実施した港湾、タイミングはそれぞれ以下の通りである(図表 12)。平良港、石垣港でのアンケート回答者には、F & Cで那覇を出航したクルーズ船の乗客が一部含まれている可能性がある。

図表 11 アンケート概要

- ・調査名：クルーズ船観光客実態調査
- ・実施機関：沖縄県/一般財団法人沖縄観光コンベンションビューロー（OCVB）
- ・調査期間：2025年11月15日～2026年1月21日
- ・調査場所：那覇クルーズターミナル（若狭）、第2クルーズバース（港町）、平良港、石垣港
- ・調査方法：クルーズ乗船前に各港湾にて無作為に声掛け
- ・回答方法：調査員がアンケート用紙を配布し回答を依頼
- ・回答数：計2,283件（延べ32隻）
- ・質問内容：性別、年代、職業のほか、訪問地や消費額などF & Cは23問、それ以外は22問

（出所）りゅうぎん総合研究所

図表 12 アンケートを実施した港湾とタイミング

	港湾	タイミング
寄港船	・那覇クルーズターミナル（若狭） ・第2クルーズバース（港町） ・平良港 ・石垣港	・寄港したクルーズ船が、港での停泊を終え再出航する前 ⇒乗客が寄港地での滞在を終え、クルーズ船が停泊する港湾に帰ってきたとき
F & C	・那覇クルーズターミナル（若狭） ・第2クルーズバース（港町）	・クルーズ船がクルーズに向け出航する前 ⇒乗客が沖縄での滞在を終え、クルーズ船に乗船するため港湾へ到着したとき

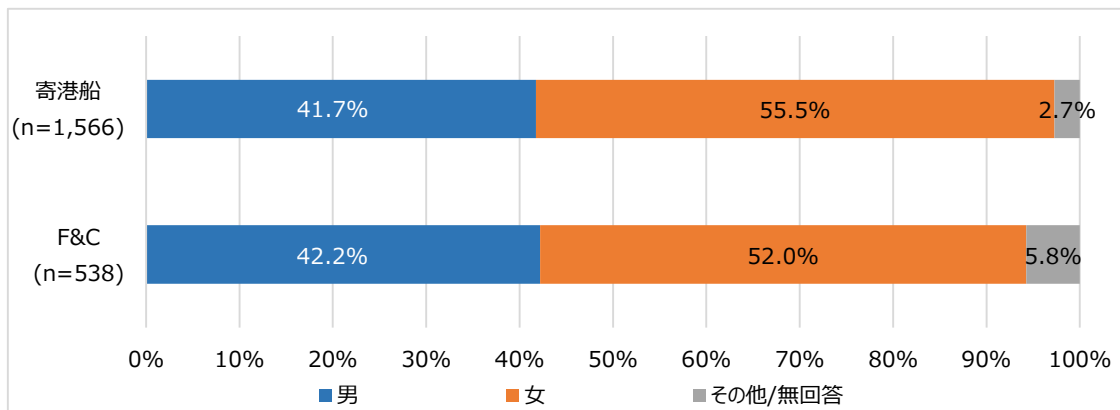
（出所）りゅうぎん総合研究所

（1） F & C船（那覇港発着便）と寄港船（県外港発着便）の比較

① 男女別構成比

男女別の構成比は、寄港船、F & C共に男性が4割程度、女性が5割程度とどちらも女性が過半数を占めた（図表 13）。寄港船とF & Cで男女別の構成比に大きな違いは見られなかった。

図表 13 男女別構成比

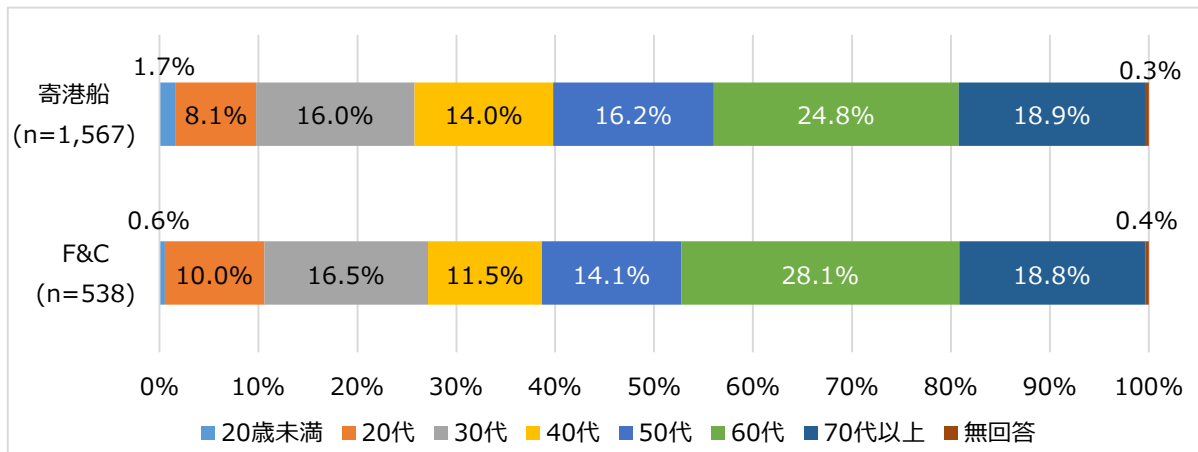


（出所）アンケート結果をもとにりゅうぎん総研にて作成

② 年代別構成比

年代別の構成比をみると、60代が一番多く、寄港船で24.8%、F&Cで28.1%と共に最多となった（図表14）。どちらも50代以上の年齢層が全体の約6割程度を占めた。比較的、時間や経済的な余裕のある年齢層が多くなったとみられる。

図表 14 年代別構成比



（出所）アンケート結果をもとにりゅうぎん総研にて作成

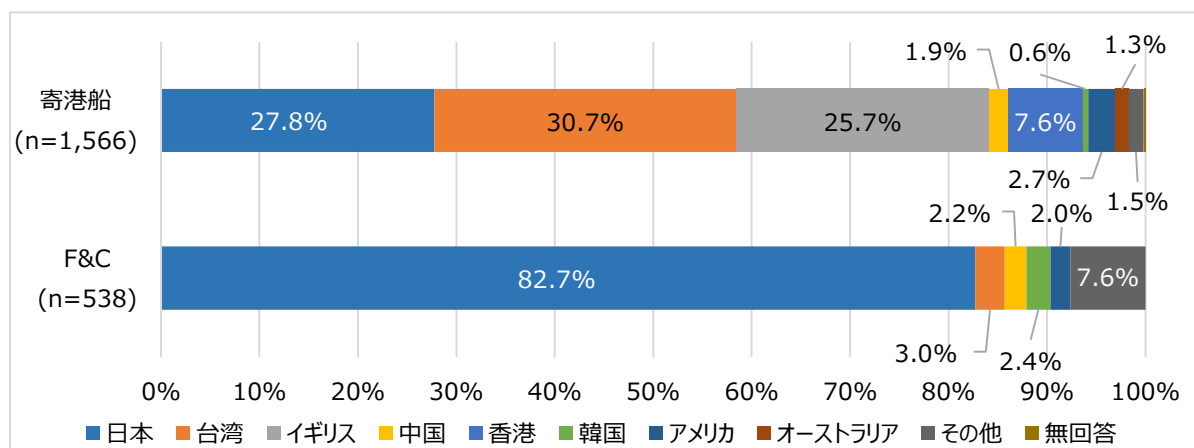
③ 国籍別構成比

国籍別の構成比はクルーズ船の形態別に大きく異なる結果となった（図表15）。

寄港船は、国内だけでなく海外の船会社が運航するクルーズ船が多いことから、台湾やイギリスなどを中心に7割以上を外国人が占めた。

一方でF&Cは8割以上を日本人が占める結果となった。台湾、中国、韓国などを中心に外国人観光客も一定数見られるものの、外国人比率の引き上げが課題と言えよう。

図表 15 国籍別構成比

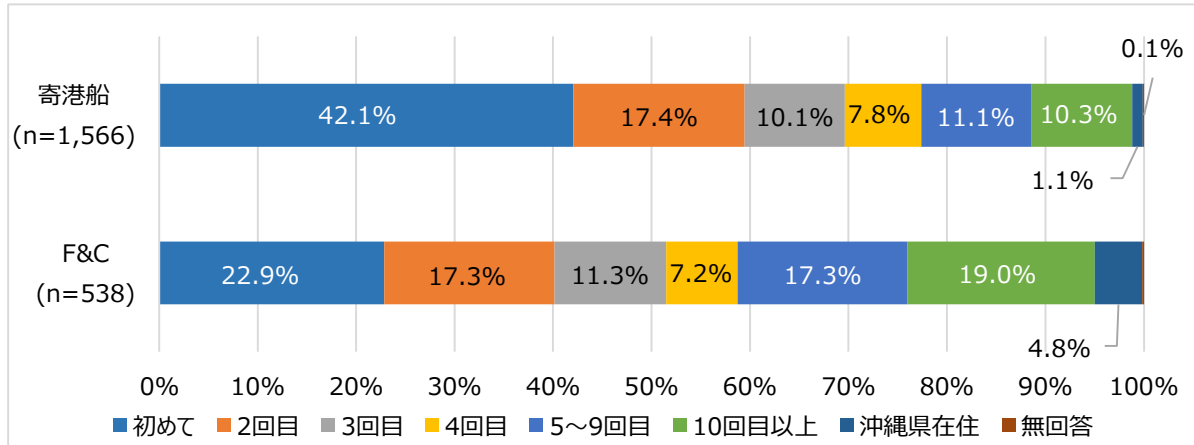


（出所）アンケート結果をもとにりゅうぎん総研にて作成

④ 沖縄への来訪回数別構成比

初めて沖縄を訪れたのは寄港船で42.1%、F&Cで22.9%となった（図表16）。寄港船の約56.7%、F&Cの72.2%が沖縄への来訪経験があることになる。5回目以上との回答も寄港船で2割、F&Cで3割以上あり、沖縄へのリピーター観光客が多いことが分かる。

図表 16 沖縄への来訪回数別構成比

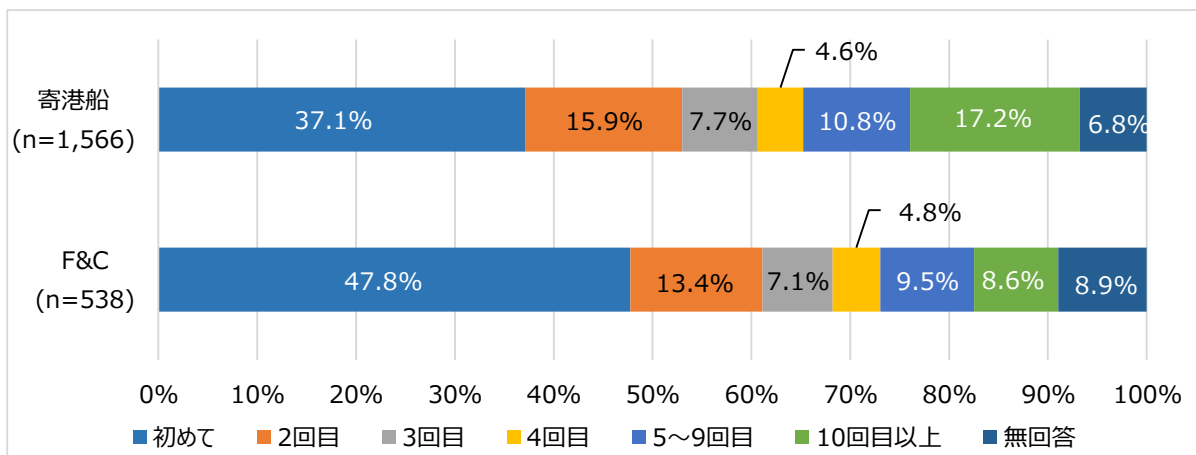


（出所）アンケート結果をもとにりゅうぎん総研にて作成

⑤ 乗船経験数別構成比

「初めて」の乗船は寄港船で37.1%、F&Cで47.8%となった（図表17）。寄港船で56.1%、F&Cで43.3%が2回以上のリピーターであることが分かった。5回目以上との回答が寄港船で28.0%、F&Cで18.1%を占めており、クルーズ船のリピーターも多いことが分かる。

図表 17 乗船経験数別構成比

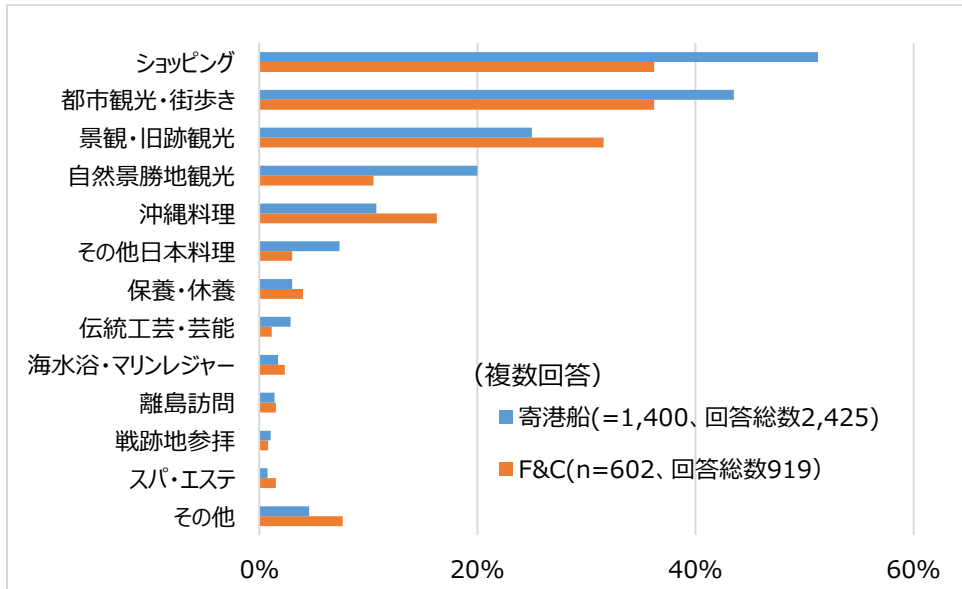


（出所）アンケート結果をもとにりゅうぎん総研にて作成

⑥ 乗船前（F & C）および寄港地（寄港船）でのアクティビティ

乗船前に行ったアクティビティでは、「ショッピング」が最多となり、次いで「都市観光・街歩き」「景観・旧跡観光」と続いた（図表 18）。寄港船、F & C 共にショッピングを中心に沖縄の街並みや自然、郷土料理などのアクティビティが上位を占めた。

図表 18 乗船前（F & C）および寄港地（寄港船）でのアクティビティ



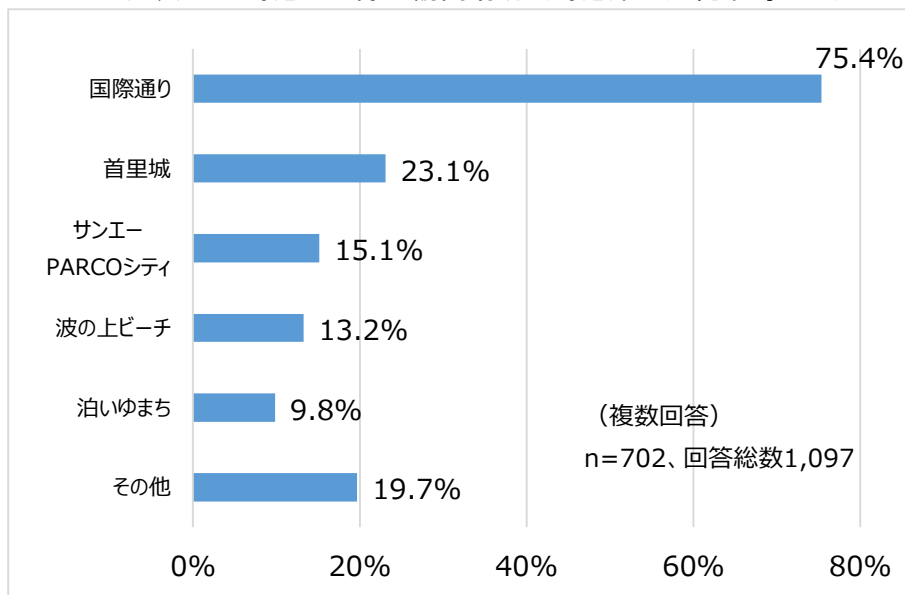
（出所）アンケート結果をもとにりゅうぎん総研にて作成

⑦ 寄港した際の訪問場所（寄港船・沖縄本島のみ）

国際通りが 75.4%と突出する結果となった（図表 19）。知名度が高いことに加え、港からの立地が良いことも人気の要因となったと思われる。観光名所の訪問に加え、ショッピング、市場等での食べ歩きを行っている様子がわかった。

「その他」は福州園や DMM かりゆし水族館、北谷などとの回答があった。

図表 19 寄港した際の訪問場所（寄港船・沖縄本島のみ）

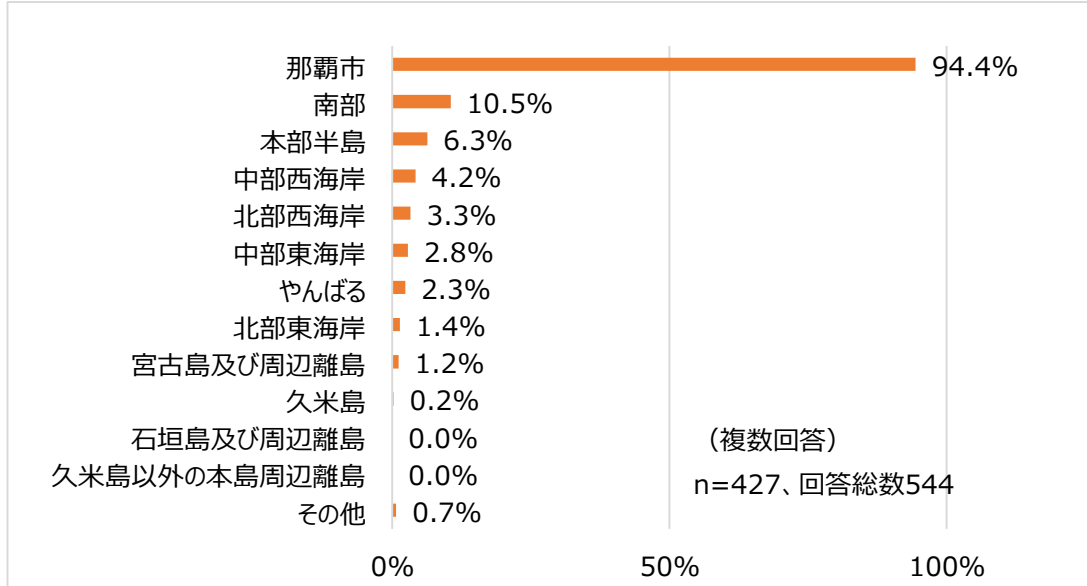


（出所）アンケート結果をもとにりゅうぎん総研にて作成

⑧ 乗船前に訪問した地域（F & Cのみ）

港に近い那覇市が圧倒的に多く、中北部へ足を延ばしている乗客は限定的であることがわかった（図表 20）。二次交通手段が不便なことが主な要因となったと思われる。

図表 20 乗船前に訪問した地域（F & Cのみ）



（出所）アンケート結果をもとにりゅうぎん総研にて作成

⑨ 満足度別構成比

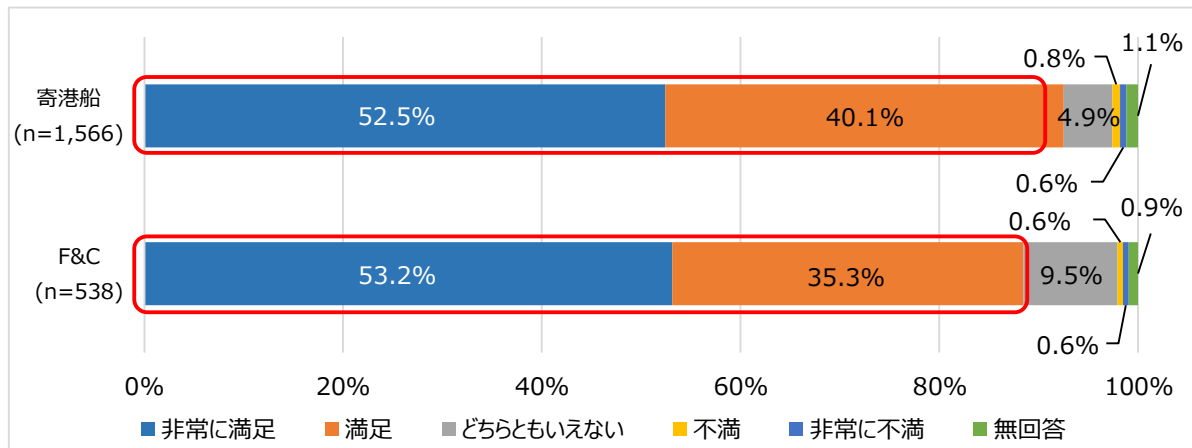
「非常に満足」と「満足」の合計は寄港船で 92.6%、F & Cで 88.5%と共に 9 割前後を占め、全般的にクルーズ船観光の満足度は高いことがわかった（図表 21）。

なお、F & Cでは「不満」が 5 件と「非常に不満」が 3 件あったが、理由を尋ねる質問には「食事が美味しかった」と回答するなど誤回答と思われるものや、天候不良や自身の体調不良を理由とするものが併せて 4 件あった。

寄港船では「不満」と「非常に不満」との回答が 10 件ずつあった。理由として「滞在時間が短い」「バスがない」「道案内に不満」「お店が開くのが遅い」などのコメントがあった。

「どちらともいえない」と回答した理由では、「タクシーのマナーが良くない」「バスが少ない」「時間が短い」「開いている飲食店が少ない」などの意見があった。

図表 21 満足度別構成比



(出所) アンケート結果をもとにりゅうぎん総研にて作成

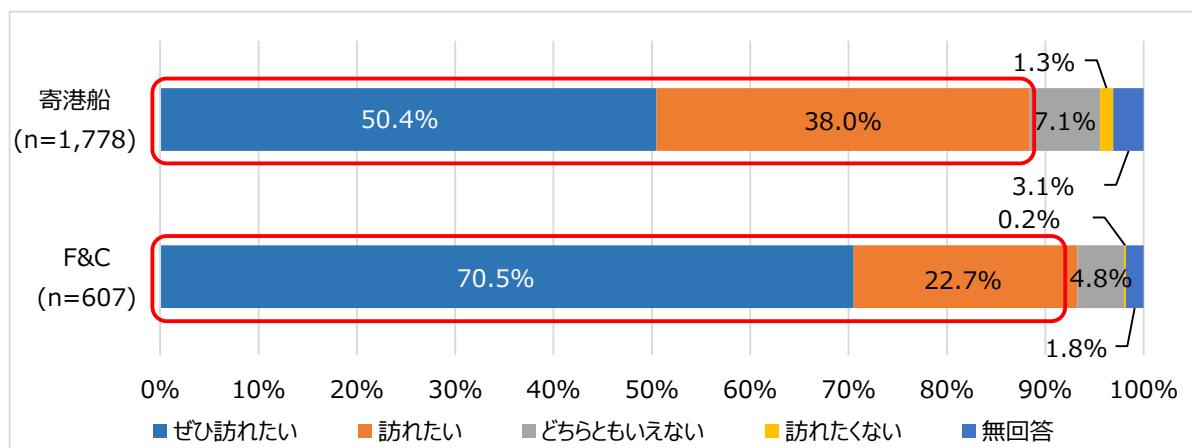
⑩ 再訪意向別構成比

「ぜひ訪れたい」と「訪れたい」の合計は寄港船で88.4%、F & Cで93.2%と共に9割前後を占めた (図表 22)。

F & Cでは「どちらともいえない」が29件と「訪れたくない」が1件あった。理由は尋ねていないが、同じ回答者が満足度で「不満」、その理由で「天候によるクルーズ予定の変更があった」と回答しており、天候が理由になっていると考えられる。

寄港船では「どちらともいえない」が132件と「訪れたくない」が24件あった。「どちらともいえない」と回答した人は、満足度の理由で「入国審査に時間がかかる」「時間が足りない」などの意見があった。

図表 22 再訪意向別構成比



(出所) アンケート結果をもとにりゅうぎん総研にて作成

⑪ 1人あたりの平均消費額

1人当たりの平均消費額 (以下、平均消費額) は、寄港船で15,103円、F & Cで14,599円となり、その差額は504円とF & Cの消費額の方が小さい結果となった (図表 23)。ただこの消費額には、F & Cは観光客が乗船する前、すなわちクルーズ出航前に那覇でアンケート調査を行って

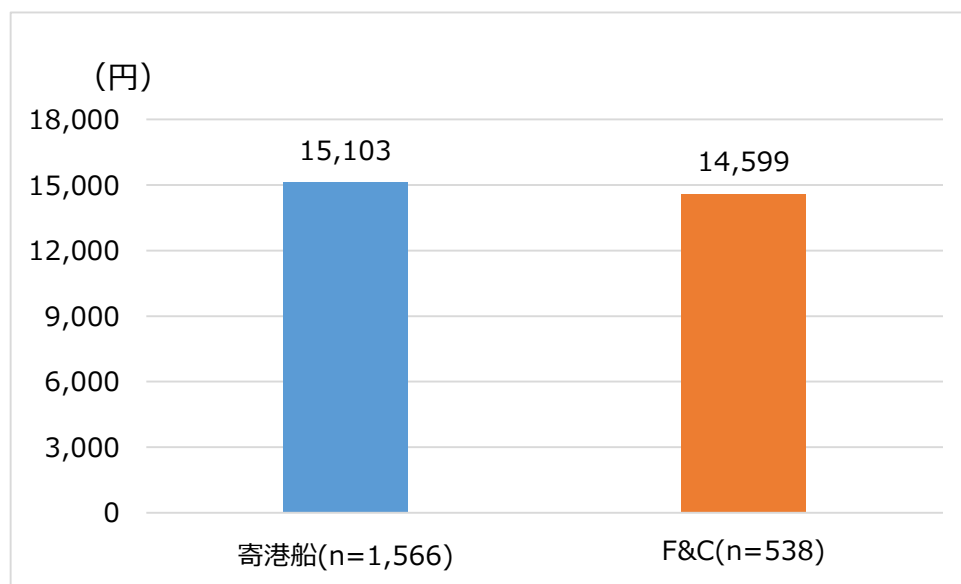
るため、旅の途中で寄港する宮古や石垣など離島での消費額、またクルーズ終了後の県内での消費額が含まれていない点に注意が必要である。

一方でアンケートではクルーズ終了後、何日後に沖縄から移動するか尋ねており、その日数をもとに消費額を推計したところ、平均で 33,810 円となった（図表 24）。クルーズ前後の滞在費や飲食などの消費活動があるため、消費額は寄港船よりも大きくなることが分かった。

また、後泊分（推計）を含む平均消費額を日本人と外国人の別で見ると、日本人の 32,840 円に対し、外国人が 53,454 円と日本人を 20,614 円上回る結果となった（図表 25）。F&C で訪れた外国人が、より積極的に消費活動を行っていることが明らかとなった。

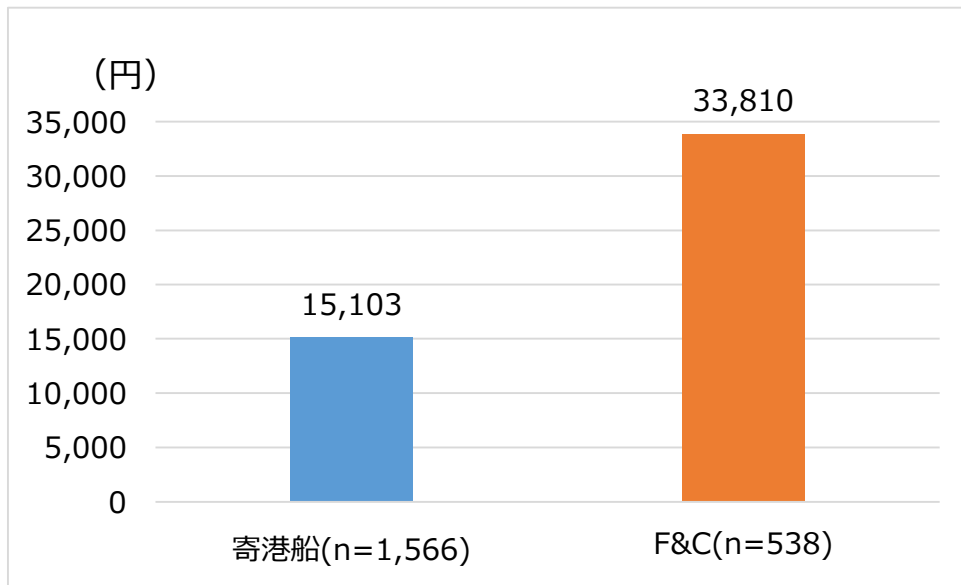
なお、後述する経済波及効果の算出においても、クルーズ終了後の消費額を推計し、合算した消費額 33,810 円を使用する。

図表 23 1 人当たり平均消費額（後泊分を含まない）



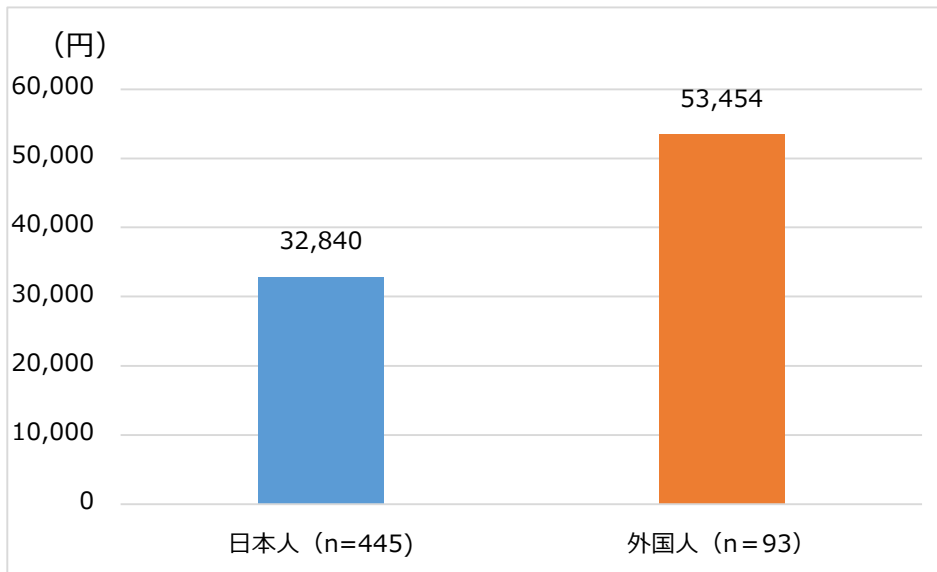
(出所) アンケート結果をもとにりゅうぎん総研にて作成

図表 24 1人当たり平均消費額（後泊分（推計）を含む）



(出所) アンケート結果をもとにりゅうぎん総研にて作成

図表 25 日本人と外国人別の1人当たり平均消費額（後泊分（推計）を含む）



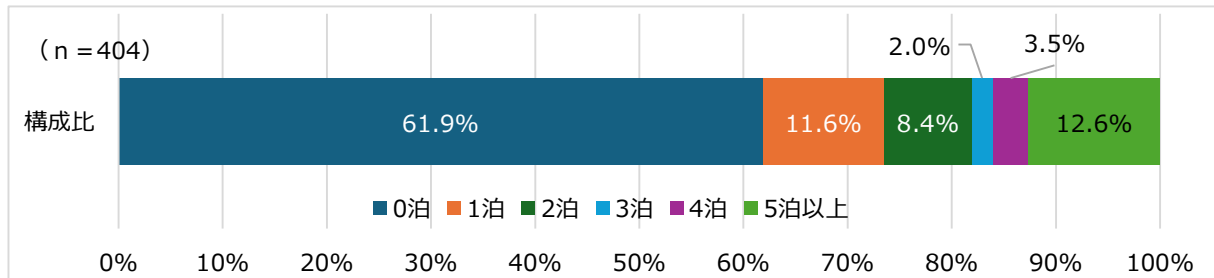
(出所) アンケート結果をもとにりゅうぎん総研にて作成

⑫ F & Cにおける平均宿泊日数の構成比

F & C（那覇発着）におけるクルーズ前後の宿泊日数の合計は、「0泊」が61.9%と最多を占めた。次いで「5日以上」が12.6%、「1泊」が11.6%、「2泊」が8.4%と続いた（図表 26）。F & Cはクルーズの前後に沖縄に滞在し観光することが可能なため、寄港船と比較して宿泊費や飲食費などの消費額が大きくなる傾向にある。

しかしF & Cで沖縄へ来訪しても、1泊もしない割合が6割を超えているため、この層へいかに宿泊を促す施策を講じるかが重要なポイントとなる。

図表 26 F & Cにおける平均宿泊日数の構成比

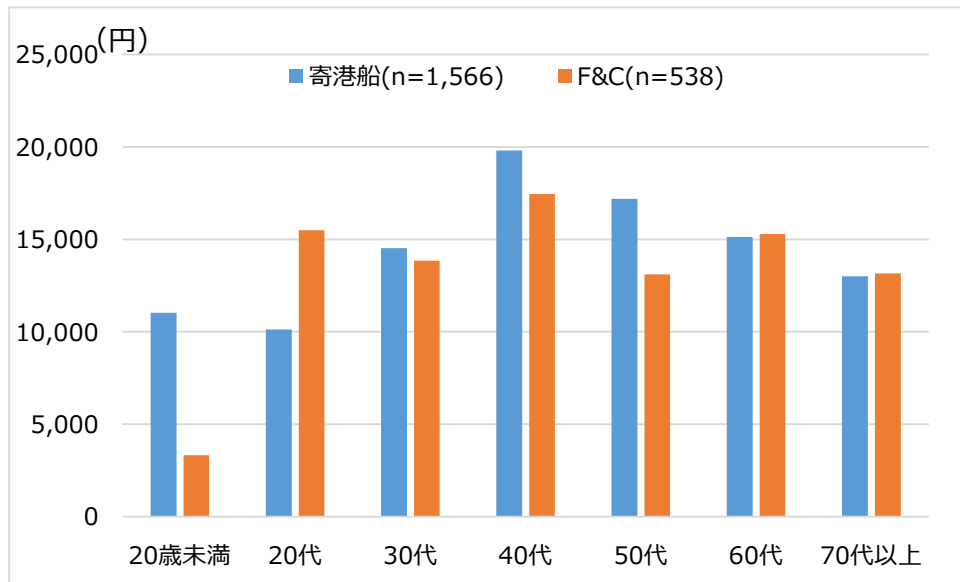


(出所) アンケート結果をもとにりゅうぎん総研にて作成

⑬ 年代別の平均消費額

年代別の平均消費額は、F & Cでは20歳未満の消費額が小さいこと以外は、年代別の大きな違いは見られなかった。一方で寄港船では、40～50代にかけて消費額が多くなり、70代にかけて少なくなる傾向がみられた（図表 27）。

図表 27 年代別の平均消費額

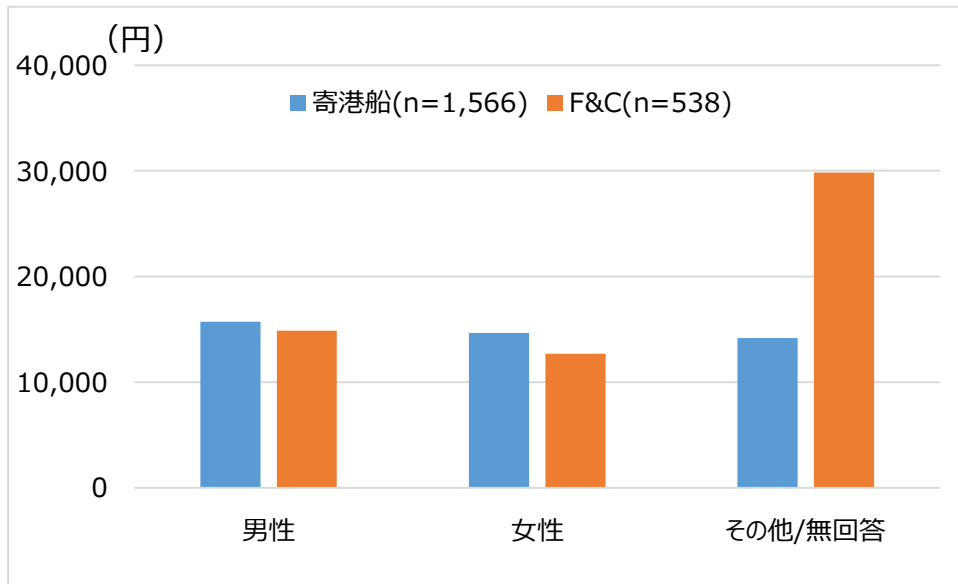


(出所) アンケート結果をもとにりゅうぎん総研にて作成

⑭ 男女別の平均消費額

男女別の平均消費額については、男女ともに大きな違いは見られない（図表 28）。F & Cの「その他/無回答」の消費額が大きくなっているが、サンプル数が少なく、高額消費者が平均を引き上げてしまっていることが要因である。

図表 28 男女別の平均消費額



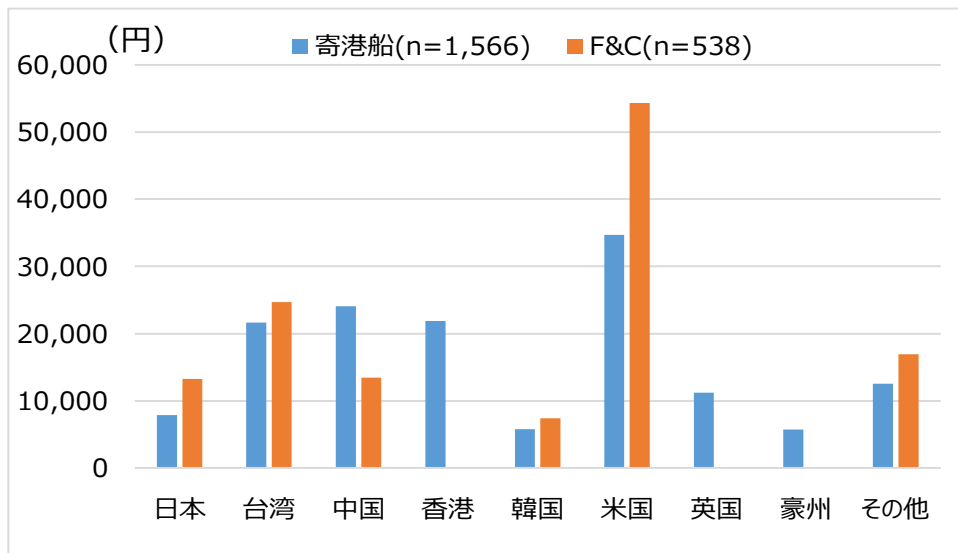
(出所) アンケート結果をもとにりゅうぎん総研にて作成

⑮ 国籍別の平均消費額

寄港船、F & C共に「米国」籍の消費額が最も大きくなった(図表 29)。「米国」のF & Cの消費額は、サンプル数が少なく1件の高額消費が引き上げているものの、その影響を除いても28,500円程度と他国と比較して消費額が大きい。

消費額の内訳をみると、他国よりも宿泊費や飲食費が大きいことが要因となっている。

図表 29 国籍別平均消費額

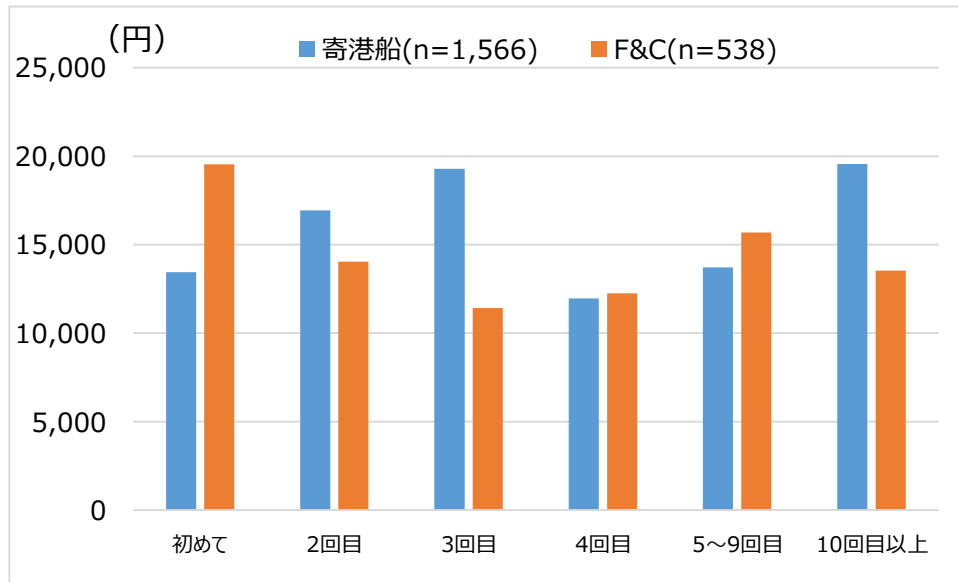


(出所) アンケート結果をもとにりゅうぎん総研にて作成

⑩ 来訪回数別の平均消費額

来訪回数別の消費額では、寄港船が「初めて」から「3回目」にかけて増加する一方、F&Cでは逆に減少する傾向がみられた（図表30）。

図表30 来訪回数別の平均消費額

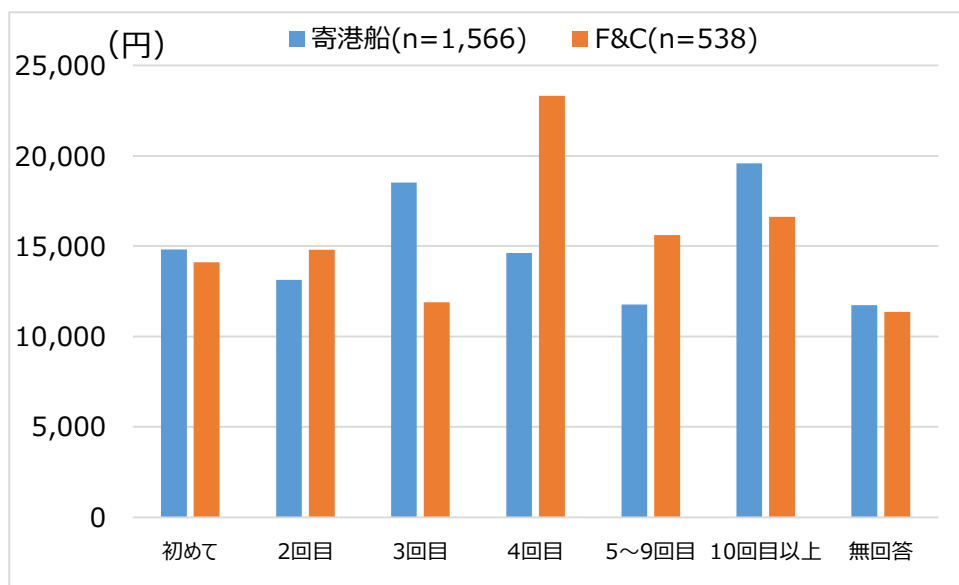


(出所) アンケート結果をもとにりゅうぎん総研にて作成

⑪ 乗船経験数別の平均消費額

乗船経験別の消費額は、寄港船で「10回目以上」、F&Cで「4回目」が最も大きい結果となったが、特徴的な傾向は特にみられなかった（図表31）。

図表31 乗船経験数別の平均消費額

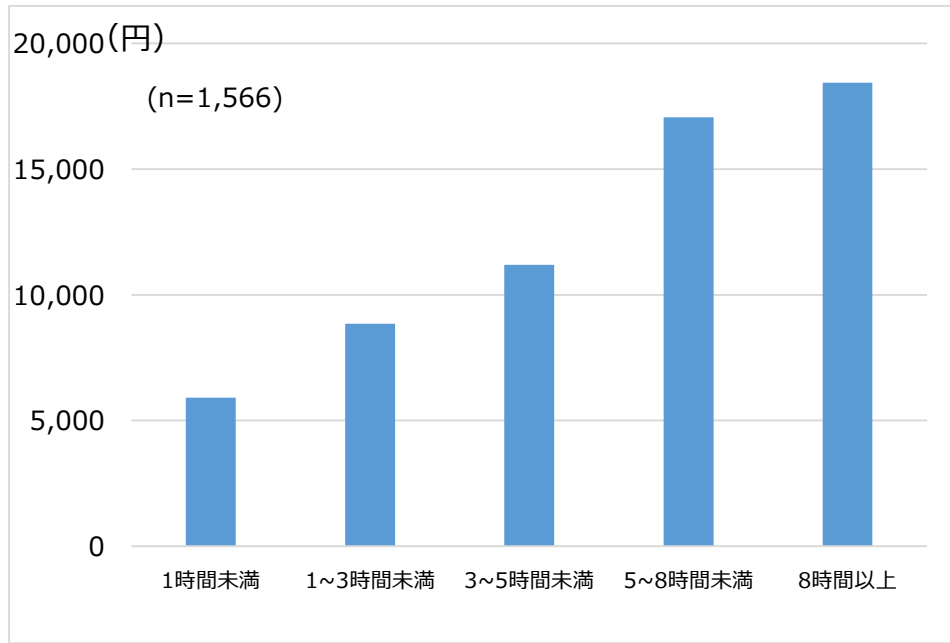


(出所) アンケート結果をもとにりゅうぎん総研にて作成

⑱ 滞在時間別の平均消費額（寄港船のみ）

寄港船における滞在時間別の平均消費額をみると、寄港地における滞在時間が、長ければ長いほど消費額が大きくなることが確認された（図表 32）。滞在時間が増加することで、寄港地での観光や飲食などの機会が増加し、消費額が大きくなることが示された。

図表 32 滞在時間別の平均消費額（寄港船のみ）



（出所）アンケート結果をもとにりゅうぎん総研にて作成

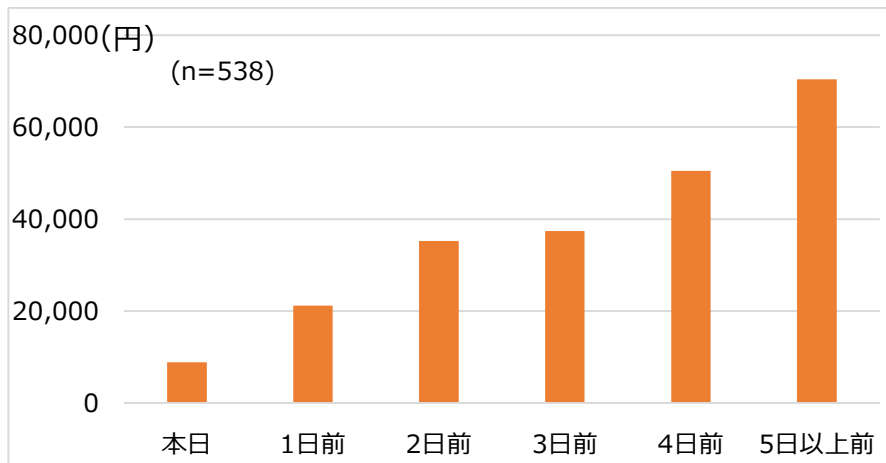
⑲ 日数と平均消費額の関連性（F & Cのみ）

F & Cにおける、来沖からクルーズ船が出航するまでの日数と、観光消費額の関連性を分析したところ、日数が長いほど、一人当たりの消費額も大きくなることが確認された（図表 33）。

また日本人と外国人別で平均消費額を比較すると、サンプル数は5件と少ないが、外国人の「5日以上前」が99,937円と非常に大きいことが分かった（図表 34）。

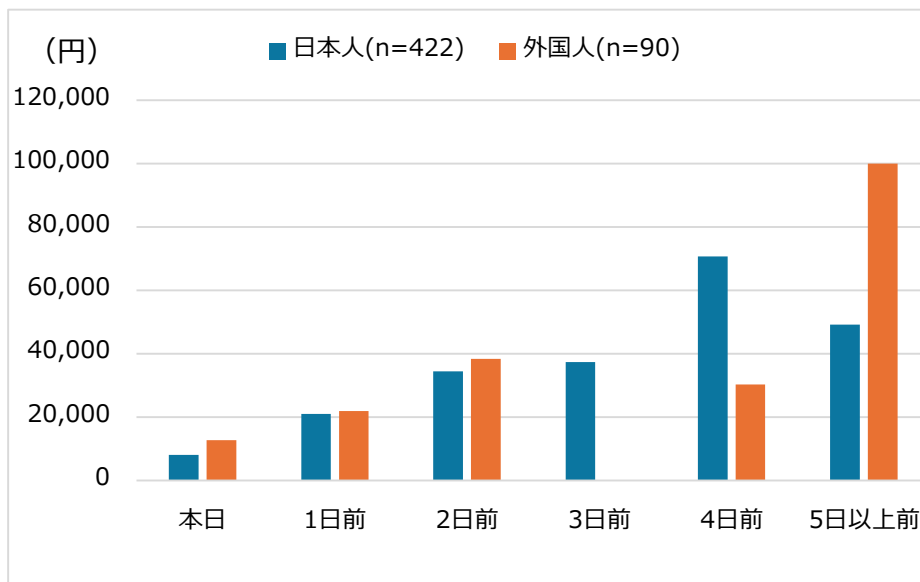
この結果から、宿泊を伴うF & Cの誘致や、来沖から出航までの滞在日数を伸ばす施策や、外国人観光客の誘致を強化することも効果的だと考えられる。今後は滞在日数の伸長を促す観光プログラムやサービスの整備が、F & Cの消費を伸ばす上で重要となろう。

図表 33 沖縄へ来訪した日と平均消費額（F & Cのみ）



(出所) アンケート結果をもとにりゅうぎん総研にて作成

図表 34 沖縄へ来訪した日と平均消費額（国内外別、F & Cのみ）

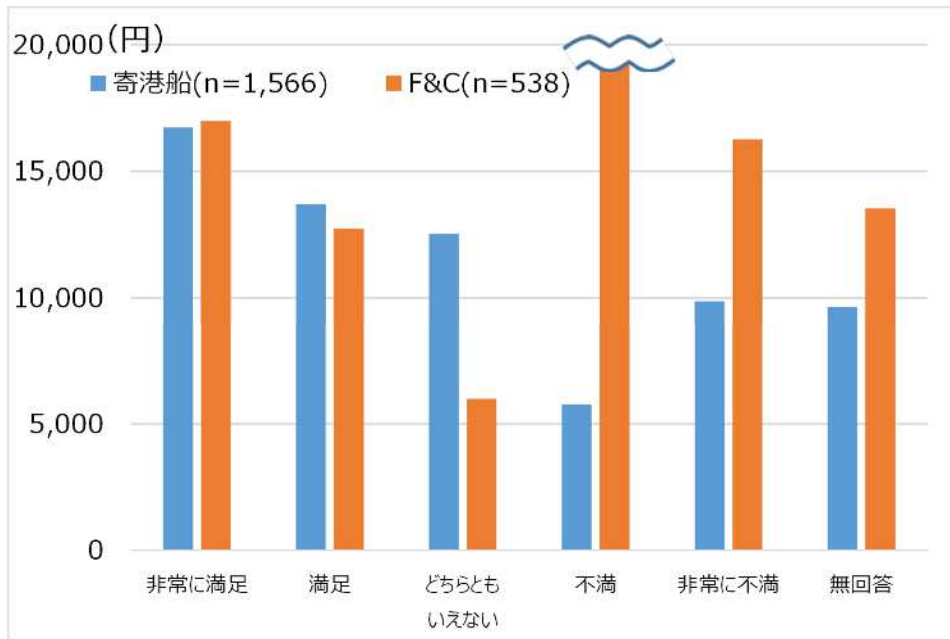


(出所) アンケート結果をもとにりゅうぎん総研にて作成

⑳ 満足度と消費額

満足度と消費額の関係性をみると、満足度が高いほど消費額が高い結果となった（図表 35）。なお、F & Cで「不満」との回答の消費額が高いのは、サンプル数が少なく1件の高額消費が平均を押し上げたためである。その不満の理由は「自身の体調が悪かった」であった。同様に「非常に不満」との回答もサンプル数が少ないため、消費額が大きい要因となっている。

図表 35 満足度と平均消費額

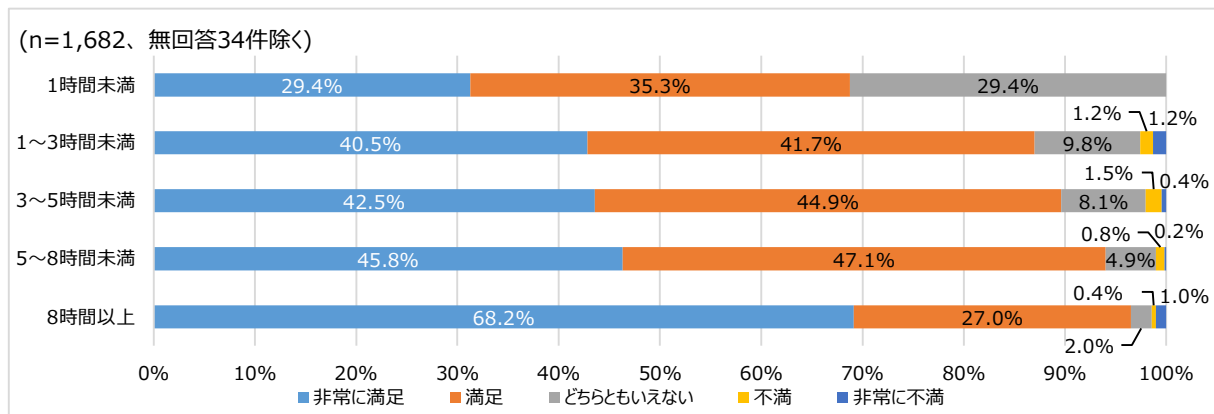


(出所) アンケート結果をもとにりゅうぎん総研にて作成

㉑ 滞在時間と満足度 (寄港船のみ)

滞在時間と満足度の関連性を調べたところ、滞在時間が長いほど満足度が高いことが確認できた (図表 36)。前述の満足度別構成比で、「滞在時間が短い」との不満理由があったことから、滞在時間の長さが満足度に大きく影響することが分かった。

図表 36 滞在時間と満足度 (寄港船のみ)



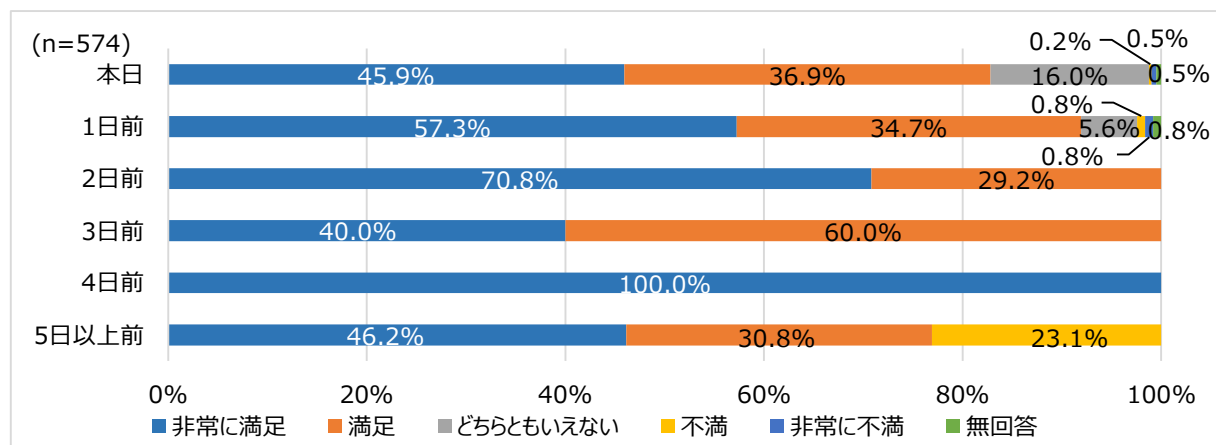
(出所) アンケート結果をもとにりゅうぎん総研にて作成

㉒ 来沖日と満足度 (F & Cのみ)

F & Cが出航する何日前に来沖したかを尋ねたところ、回答者のうち92%が「当日」または「前日」と回答した (図表 37)。3日前以上はサンプル数が22件と少なく、数字に振れが生じたと考え、滞在日数が長くなるほど満足度が高くなるといえよう。

満足度を向上させるためにも宿泊を伴うF&Cや、宿泊日数の伸長を促す施策が有効であると
考えられる。

図表 37 滞在日数と満足度（F&Cのみ）

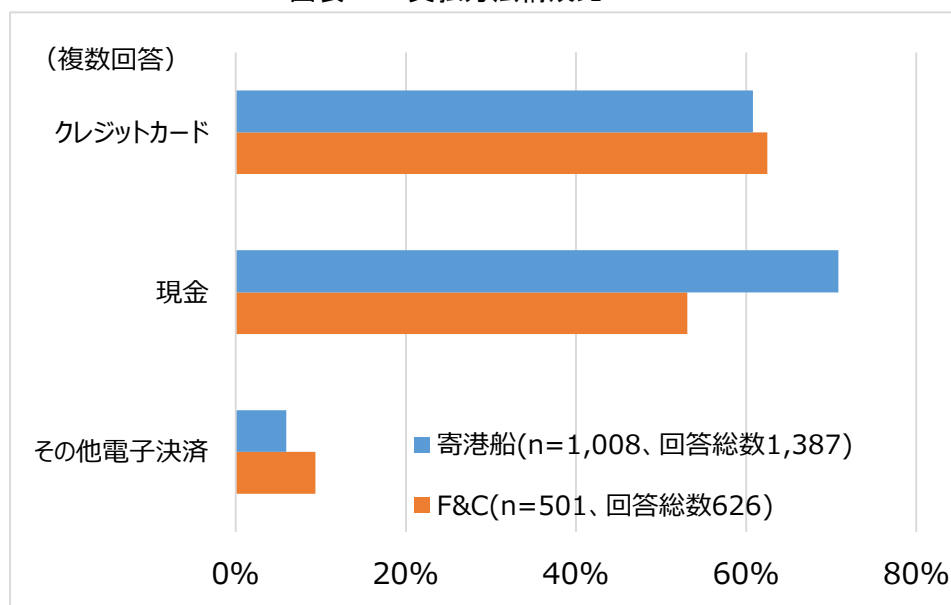


(出所) アンケート結果をもとにりゅうぎん総研にて作成

②③ 支払方法（複数回答）

消費活動時の支払い方法をみると、寄港船、F&C共に「クレジットカード」が6割を超えている。一方で、「現金」支払いの割合も5割以上となった（図表 38）。両替する手間を無くすことや消費額引き上げのためにも、更なるキャッシュレス化の促進や決済手段の多様化を図ることが重要だと思われる。

図表 38 支払方法構成比



(出所) アンケート結果をもとにりゅうぎん総研にて作成

(2) カジュアル船とプレミアム船の比較

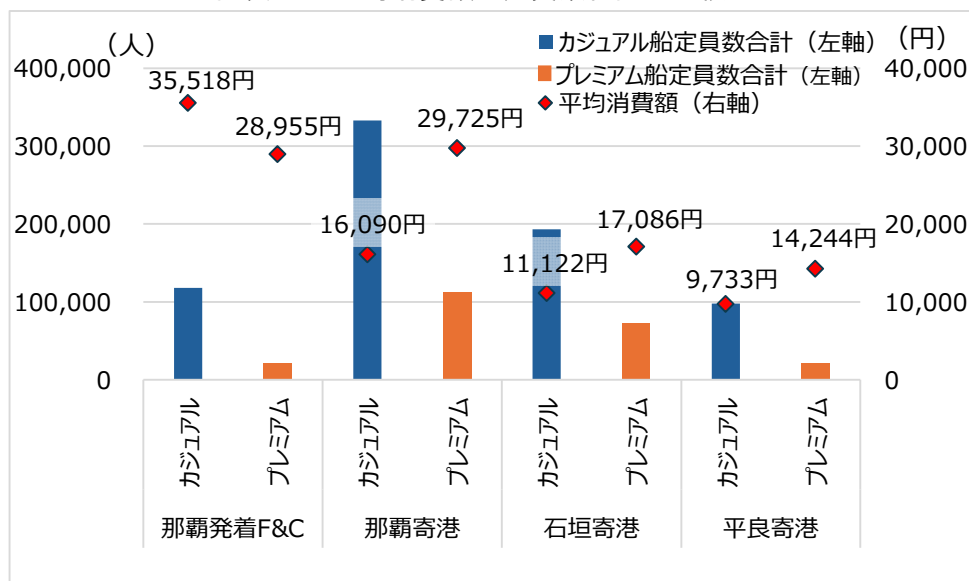
F & Cと寄港船をクラス別に分け、それぞれの平均消費額と定員数（停泊したクルーズ船の定員数の合計）を港湾ごとに比較した（図表 39）。

まず定員数（棒グラフ・左軸）については、各港湾においてカジュアルクラスがプレミアムクラスを上回った。プレミアムクラスは優雅さや細やかなサービスを売りにしているため、定員数の少ない小規模の船舶を使用することが背景にある。

また消費額（ひし形・右軸）については、F & Cのみカジュアルクラスがプレミアムクラスを上回ったが、寄港船ではどの寄港地でもプレミアムクラスがカジュアルクラスを上回った。

内訳をみると、その差は主に「土産・買い物代」によるところが大きかった（図表 40）。

図表 39 平均消費額と定員数合計の比較



(出所) アンケート結果をもとにりゅうぎん総研にて作成

図表 40 平均消費額の内訳

	那覇発着F&C		那覇寄港		石垣寄港		平良寄港	
	カジュアル	プレミアム	カジュアル	プレミアム	カジュアル	プレミアム	カジュアル	プレミアム
宿泊費	11,207	10,326	1,240	0	0	0	0	0
飲食費	5,803	8,125	2,173	2,695	2,195	2,524	1,276	1,801
県内交通費	6,513	4,092	1,734	1,552	1,935	1,650	3,407	1,623
娯楽・入場費	830	572	445	143	386	194	170	93
土産・買い物代	11,118	5,447	10,389	25,312	6,515	12,637	4,680	10,718
その他	48	393	109	23	91	80	200	10
平均消費額	35,518	28,955	16,090	29,725	11,122	17,086	9,733	14,244

(出所) アンケート結果をもとにりゅうぎん総研にて作成

(3) アンケート結果のまとめ

アンケート調査の結果からF & Cと寄港船では、乗客の属性や消費行動に明確な違いがあることが確認された（図表 41）。

まず属性をみると、F & Cは日本人客が8割以上を占める一方、寄港船は台湾などを中心とした外国人観光客が7割以上を占めている。いずれも60代を中心とした年齢層が多く、沖縄への来訪やクルーズ乗船の経験が豊富なリピーターが多いのが特徴である。

寄港地での活動は「ショッピング」が最多であり、訪問先も国際通りなど那覇市内への一極集中が見られる。

経済効果の観点から最も注目すべき点は、「滞在時間」が長くなるほど「満足度」および「消費額」が大きくなることである。クルーズ中の寄港による平均消費額は約15,000円にとどまるが、前泊や後泊など沖縄での滞在日数が長くなるF & Cでは、推計で平均33,000円を超える消費が見込まれる。さらに船のクラス別の比較では、プレミアムクラスはカジュアルクラスに比べて定員数は少ないものの、寄港船においては1人当たりの「土産・買い物代」が高く、より大きい消費をもたらすことが明らかになった。

従って、クルーズ船による消費活動を促し経済効果をさらに拡大するためには、単に寄港回数の増加を図るだけではなく、F & Cの推進や停泊時間の延長によって滞在時間を延ばすこと、そして消費単価の高いプレミアムクラスの誘致を強化することが重要となる。

クルーズの乗船については満足度が総じて高い一方で、滞在時間の短さや交通アクセスの不備に対する不満も見受けられた。また支払い方法において依然として現金利用が半数以上を占めていることから、決済手段の多様化を含めた受入インフラの整備などが課題として挙げられ、これらの改善が消費拡大の鍵となろう。

図表 41 アンケート結果から確認したクルーズ客の特徴と課題

	寄港船	F & C	課題
日本人が占める割合	27.8%	82.7%	F & Cの外国人利用が少ない
年代	60代が最多（約4人に一人）		—
沖縄へのリピーター率	57.9%	77.1%	寄港船のリピーター率が低い
クルーズ船のリピーター率	62.9%	52.2%	F & Cのリピーター率が低い
平均消費額	15,103円	33,810円	寄港船の消費額が低い

（出所）アンケート結果をもとにりゅうぎん総研にて作成

5. 沖縄県内におけるクルーズ船寄港による経済効果

（産業連関表について）

産業連関表とは、一定期間（通常1年間）における、ある特定の地域で行われた財やサービスの経常的な取引（生産・販売の実態）を行列形式で表にまとめたものである。各産業は、他の産業から原材料や燃料などを購入し、これを加工して別の財・サービスを生産し、さらにそれを別の産業に対して販売する。購入した産業は、それらを原材料等としてまた別の財・サービスを生産する。産業連関表は、このような財・サービスの「購入→生産→販売」という産業相互間の連鎖的なつながりを一覧表にしたものである。

本調査では、最も新しい2015年（平成27年）沖縄県産業連関表を用いて経済効果分析を行う。なお、沖縄県が作成した14部門表には、クルーズ船寄港に伴い需要増加が見込まれる「宿泊業」や「飲食サービス業」等がないため、公表用基本分類表（行458部門、列367部門）より同部門を抽出し、汎用的に活用できるよう24部門表を作成した（図表42）。

図表 42 産業連関表の組み換え

14部門表		24部門表	
部門名		部門名	
1	農林水産業	1	農林水産業
2	鉱業	2	製造業
3	製造業	3	建設業
4	建設業	4	電気・ガス・水道
5	電気・ガス・水道	5	卸売業
6	商業	6	小売業
7	金融・保険	7	金融・保険業
8	不動産	8	不動産業
9	運輸・郵便	9	運輸・倉庫業
10	情報通信	10	旅行・その他運輸附帯サービス
11	公務	11	情報・通信・郵便業
12	医療・保健・社会保障・介護	12	公務
13	サービス	13	教育・研究
14	その他	14	医療・福祉
		15	会員制企業団体
		16	対家計民間非営利団体
		17	貸自動車業
		18	物品賃貸業(除く貸自動車)
		19	対事業所サービス
		20	宿泊業
		21	飲食サービス
		22	対個人サービス
		23	事務用品
		24	分類不明

（出所）りゅうぎん総研にて作成

（経済効果算出の手順）

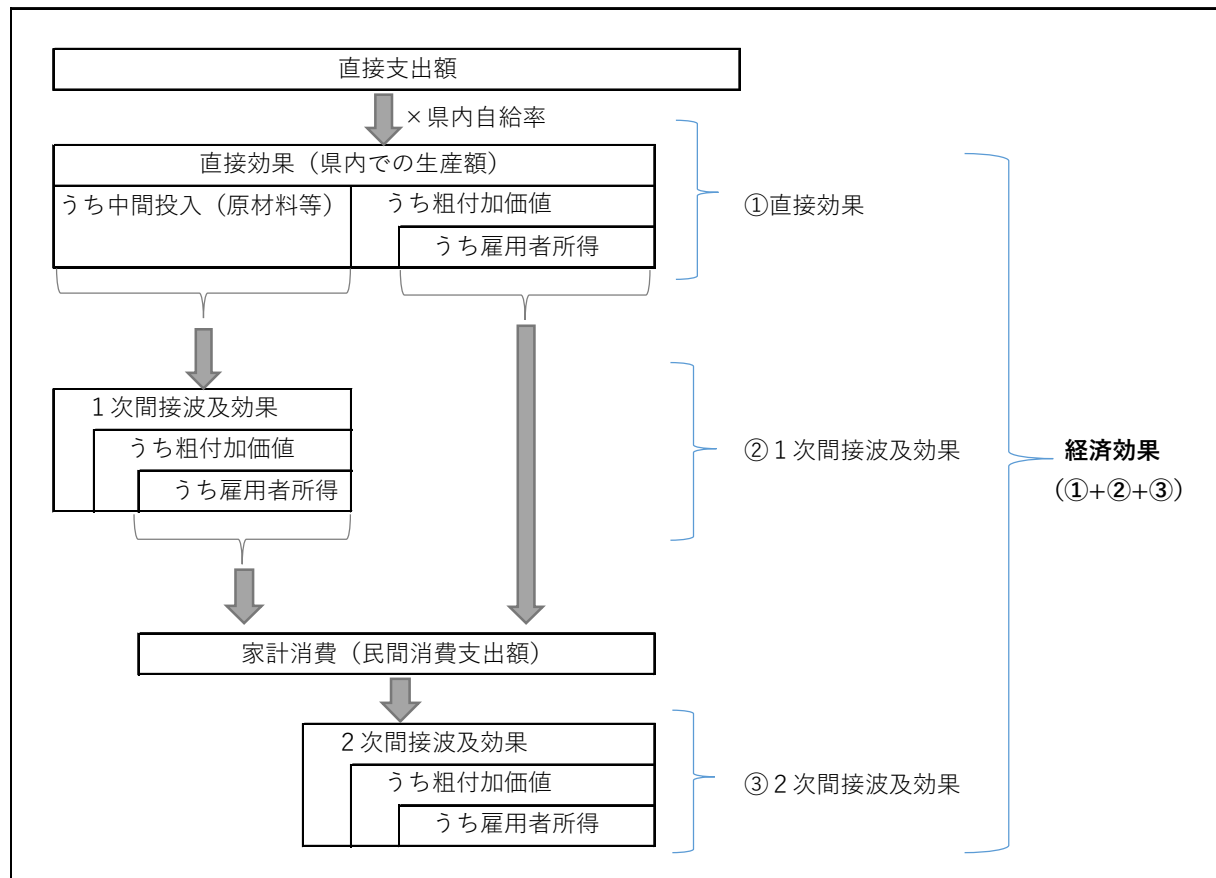
経済波及効果算出の流れを図表43に示した。分析にあたり、2025年のクルーズ船寄港に伴い新たに発生した需要である直接支出額を求め、これに自給率を乗じたものが「直接効果」（域内生産額）となる。直接効果とは、各産業における事業活動のうち、県内で生じた財やサービスに対する需要のことで、県内産業に新たに生じた生産増加分を指す。自給率を乗じるのは、需要のすべてが県内で生産された財やサービスに対して発生するわけではなく、域外（県外・海外）からの移輸入により賄われた分も含まれており、その域外生産分を除くためである。なお、宿泊業、飲食サービス業については、宿泊費や飲食費が全て県内で発生するため、自給率を100%に設定しなおして直接効果を算出した。

次に、産業連関表を用いて間接波及効果を求める。間接波及効果は「1次間接波及効果」（直接効果に要した原材料を通して他の産業の生産を誘発する効果）、「2次間接波及効果」（直接効果、

1次間接波及効果によって誘発された雇用者所得が家計消費を通して各産業の生産を誘発する効果)を足し合わせたものである。

これらの直接効果、1次間接波及効果、2次間接波及効果の合計が「経済効果(生産誘発額)」となる。また、経済効果のうち雇用者に支払われた賃金である雇用者所得や企業の利益である営業余剰などが「粗付加価値額」となる。

図表 43 経済波及効果算出の流れ



(出所) リゅうぎん総研にて作成

(1) クルーズ船の乗客定員数

沖縄総合事務局によると、那覇港、石垣港、平良港の3港における2025年に寄港したクルーズ船の乗客定員数(クルー除く)は総計96万4,817人となった(図表44)。寄港地別では那覇港が51万7,047人(53.6%)と最も多く、次いで、石垣港が28万552人(29.1%)、平良港が16万7,218人(17.3%)となった。

クルーズ形態別では、寄港船が89万2,171人(92.5%)と大半を占め、F&Cが7万2,646人(7.5%)となった。

図表 44 寄港地別のクルーズ船乗客定員数（2025 年）

単位：人		F & C	寄港船	合算
那覇港	泊 8 号	3,894	236,336	240,230
	第 2 クルーズバース	68,752	208,065	276,817
	計	72,646	444,401	517,047
石垣港		0	280,552	280,552
平良港		0	167,218	167,218
計		72,646	892,171	964,817

※クルーは含まず。本部港、中城港については調査対象外につき記載せず。

（出所）沖縄総合事務局提供資料をもとにりゅうぎん総研にて作成

（2）クルーズ船寄港による直接支出額

第 4 章のアンケート調査結果における一人あたりの平均消費額（図表 24）と前述のクルーズ船の乗客定員数を用いて、2025 年のクルーズ船寄港による観光消費額を推計した。なお、寄港船については、船社へのヒアリングによると下船しない乗客も 5～10%程度いるとのことから、下船率を 90%に設定した。その結果、観光消費額は 151 億 4,200 万円となった（図表 45）。

観光消費額の内訳をみると、「土産・買物代」が 93 億 4,700 万円（61.7%）と最も大きくなり、次いで「飲食費」が 21 億 4,100 万円（14.1%）、県内交通費が 20 億 7,100 万円（13.7%）、宿泊費が 11 億 7,900 万円（7.8%）などとなった。また、F & C は「宿泊費」の割合が最も大きくなったのに対し、寄港船は「土産・買物代」の割合が最も大きく、クルーズ形態の違いによる影響が色濃くみられた。

次に、クルーズ船寄港に伴うその他の費用として、同乗客定員数と O C V B からの提供資料をもとに岸壁使用料とターミナル使用料²を推計した結果、あわせて 3 億 7,500 万円となった。

この観光消費額とその他費用を足し合わせた金額を 2025 年のクルーズ船寄港による直接支出額（155 億 1,700 万円）として定義する。

² 岸壁使用料、ターミナル使用料：クルーズ船の船会社が寄港する港湾施設の管理主体（管理組合や市町村等）に支払う使用料。

図表 45 クルーズ船寄港による直接支出額（2025 年）

観光消費額

単位：百万円	F & C	寄港船	合算
宿泊費	808	371	1,179
飲食費	438	1,704	2,141
県内交通費	456	1,615	2,071
娯楽・入場費	58	255	314
土産・買物代	768	8,579	9,347
その他	6	83	89
計	2,534	12,607	15,142

その他費用

単位：百万円	F & C	寄港船	合算
岸壁使用料	31	204	235
ターミナル使用料	2	137	139
計	34	341	375



直接支出額 (単位：百万円)

F & C	寄港船	合算
2,568	12,949	15,517

※主な計算式

- ・観光消費額：平均消費額（アンケート調査より）×年間乗客定員数×下船率（寄港船のみ90%）
- ・岸壁使用料：年間トン数（1隻当たりのトン数×滞在日数の総和）×単価（那覇港、石垣港⇒4.5円、平良港⇒14.0円、調査時点）
- ・ターミナル使用料：年間乗客定員数（那覇港泊8号のみ）×単価（580円、調査時点）

（出所）沖縄総合事務局、OCVB 提供資料をもとにりゅうぎん総研にて作成

（3）2025年のクルーズ船寄港による経済効果

前節の直接支出額をもとにクルーズ船寄港による経済効果（2025年）を推計する(図表 46)。

まず、県内の産業全体自給率は100%ではないため、直接支出額に自給率をかけると、県内供給分である直接効果 103 億 1,200 万円が求められる。

次に、宿泊費や飲食費、土産品購入費などの需要が発生すると、当該産業だけでなく、こうした産業に原材料やサービス等を提供している産業の売上増加へと効果が波及していく。これが1次間接効果であり、37 億 2,500 万円となる。さらに、直接効果と1次間接効果で生じた各産業における雇用者の所得増加は、家計（個人）の消費支出を増加させ、関連する各産業の生産を誘発していく。これが2次間接効果であり、20 億 6,600 万円となる。直接効果、1次間接効果、2次間接効果の合計が 161 億 300 万円となり、これが 2025 年の沖縄県内におけるクルーズ船寄港による経済効果である。直接支出額に対し、1.04 倍の経済波及効果をもたらすことになる。

また、経済効果のうち粗付加価値額が 86 億 3,500 万円となり、さらにそのうちの 40 億 7,000 万円が雇用者所得と推計された。

クルーズ形態別に経済波及効果をみると、F & Cは1.26倍であるのに対し、寄港船が0.99倍と大きな差がみられた。これは、製造業の自給率が低いという沖縄県の産業構造上の特性が主要因とみられ、「土産・買物代」の支出割合が高い寄港船においては、製造業の自給率の影響を受けやすく、「宿泊費」の支出割合が高いF & Cと比較して経済波及効果が限定的であるためと考えられる。

図表 46 沖縄県内におけるクルーズ船寄港による経済効果（2025年）

単位：百万円	経済効果 (生産誘発額)	粗付加価値 誘発額	
		雇用者所得 誘発額	
直接効果	10,312	5,231	2,601
1次間接効果	3,725	2,108	957
2次間接効果	2,066	1,296	511
総合効果（経済効果）	16,103	8,635	4,070
直接支出額	15,517	-	
波及効果	1.04（倍）…(総合効果/直接支出額)		

- (注) 1. 直接効果は、直接支出に県内自給率を乗じたもの（域外生産分を除くため）。
 2. 1次間接効果は、原材料を他の産業から購入することによって起こる波及効果。
 3. 2次間接効果は、直接効果、1次間接効果によって誘発された雇用者所得が家計消費を通して再び生産を誘発する効果。
 4. 生産誘発額は、需要（直接支出）の増加により誘発された各部門の生産額の合計。
 5. 粗付加価値は、誘発された生産額の中に占める雇用者所得や営業余剰など。
 6. 端数処理により合計は合わないことがある。

(クルーズ形態別の内訳)

F&C

単位：百万円	経済効果 (生産誘発額)	粗付加価値 誘発額	
		雇用者所得 誘発額	
直接効果	2,065	1,016	454
1次間接効果	798	448	195
2次間接効果	377	236	93
総合効果（経済効果）	3,239	1,700	742
直接支出額	2,568	-	
波及効果	1.26（倍）…(総合効果/直接支出額)		

寄港船

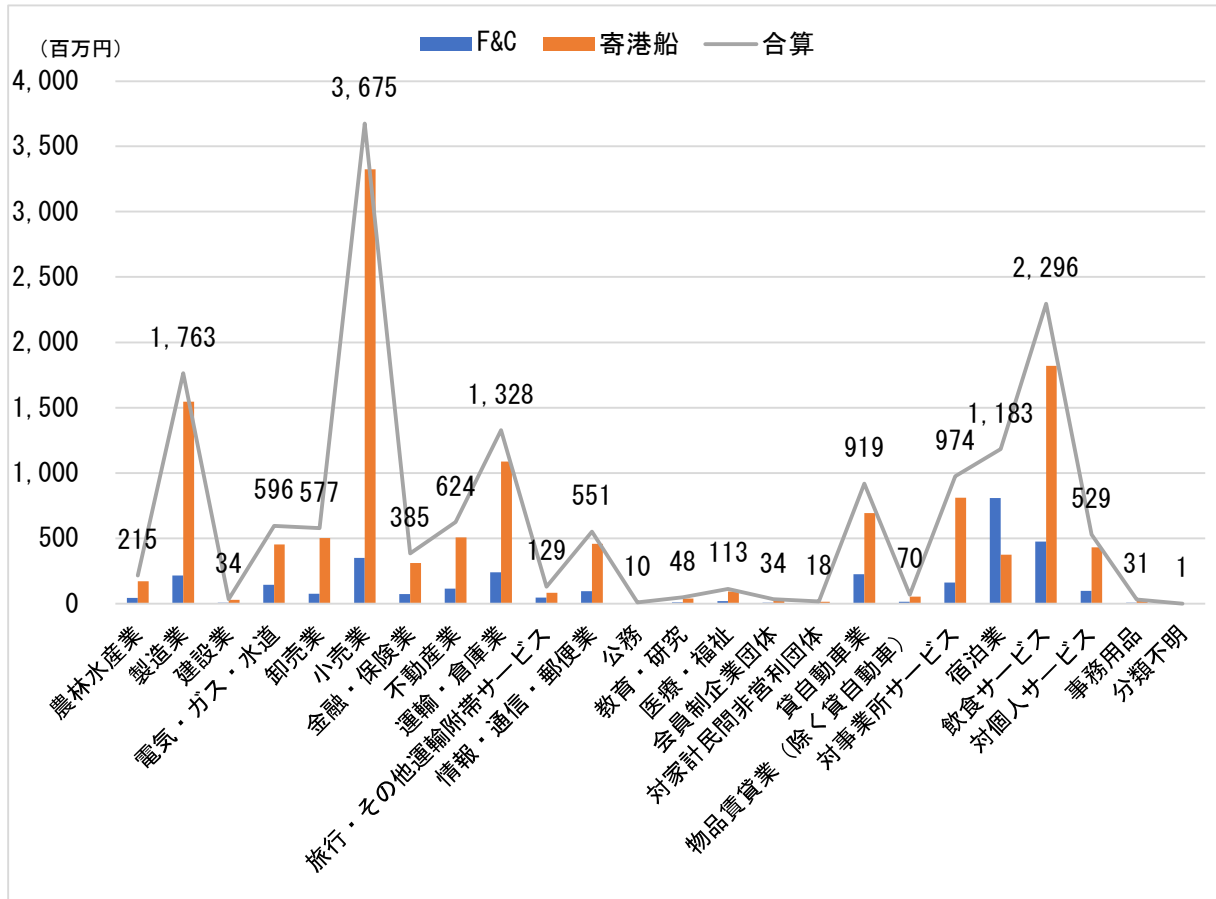
単位：百万円	経済効果 (生産誘発額)	粗付加価値 誘発額	
		雇用者所得 誘発額	
直接効果	8,247	4,215	2,147
1次間接効果	2,927	1,660	763
2次間接効果	1,689	1,060	418
総合効果（経済効果）	12,864	6,935	3,328
直接支出額	12,949	-	
波及効果	0.99（倍）…(総合効果/直接支出額)		

(出所) りゅうぎん総研にて作成

(4) 産業別の経済効果

経済効果を産業別にみると、「小売業（土産品など）」が36億7,500万円と最も大きく、次いで「飲食サービス業（飲食店など）」が22億9,600万円、「製造業」が17億6,300万円、「運輸・倉庫業」が13億2,800万円などとなった（図表47）。

図表47 クルーズ船寄港による産業別経済効果（2025年）



(出所) リゅうぎん総研にて作成

6. クルーズ船観光による影響が見込まれる県内事業者へのヒアリング

調査ではクルーズ客による影響が見込まれる県内事業者10社へ、売り上げに占めるクルーズ客の割合や来訪時の影響などについてヒアリングを行った（図表48）。ヒアリング先は以下の通りである。

図表48 事業者ヒアリング先一覧

- ・観光施設…1社
- ・商業施設（スーパーなど小売業）…5社
- ・交通事業者（バス・タクシー）…3社
- ・卸売事業者…1社

(1) ヒアリング内容

① 観光施設

本島南部に位置する観光施設では、来訪者構成は日本人が約 65%、外国人が約 35%である。このうちクルーズ船による来訪者は全体の約 5%を占めるにとどまる。クルーズ客の国籍内訳を見ると、およそ半数が台湾からの来訪者であり、次いで韓国、香港の順に多い。

クルーズ船による団体客は年間を通して安定的に見られ、毎月 15~20 件程度の来訪が確認されている。ただし、その滞在行動については一般の団体客との違いが顕著である。一般の団体客の滞在時間が平均 2 時間程度であるのに対し、クルーズ客は 70~90 分程度と比較的短く、施設内でゆっくりと買い物を楽しむ時間的余裕は限られていると考えられる。

そのため、クルーズ客の利用は主に食事が中心であり、土産物などの購入についても一定数はみられるものの、比較的少額にとどまる傾向がある。実際に免税売上げ件数は月間で約 1 万から 1 万 3 千件ほどあるが、このうちクルーズ客による利用は、おおむね 10%以下にとどまっている。

また、外国人観光客 1 人当たりの消費額は、クルーズ客を含めて概ね 5,000 円から 10,000 円程度の範囲に集中している。これらのことから、クルーズ客の来訪数は一定規模を有するものの、滞在時間の制約により消費行動は限定的である。

② 商業施設

那覇・南部地域に店舗を有する商業施設では、総売上高に対するクルーズ客の売上げが占める割合は事業者によって差はあるものの、おおむね 1~5%程度となっている。特に港湾へ近い那覇市内の商業施設ではその割合が比較的高い。一方、市外の店舗であっても、オプションルツアーなどによりシャトルバスで団体客が来訪する場合には、売上げへの寄与が大きくなる。

消費の特徴としては、外食を含む食品関連の需要が顕著であり、港湾近接のスーパーでは、寄港がある日には総菜が早い時間帯に売り切れるなどの影響がみられる。また、コロナ禍前と比較して中国からのクルーズ客の減少が大きい施設もある。

さらに、単独での対応はコスト面で困難であるものの、複数事業者による費用分担を前提としたシャトルバスを運行させることには一定の関心が示されている。

③ 交通事業者

バス事業者において、クルーズ船寄港時のシャトルバス運行による売上げは、全体の 5~10%程度を占める。修学旅行シーズンである 10~12 月はバス車両不足が生じる一方、比較的余裕のある夏場にクルーズ客の需要があるため、収益の平準化に寄与している。

コロナ禍前はクルーズ客向けのツアーバスの需要が高く、1 回で約 100 台が稼働することもあったが、現在では多くても 20~30 台程度にとどまっている。また運転手の高齢化が進んでおり、人手不足は深刻で業界の大きな課題となっている。

タクシー事業者においては、クルーズ客は目的地が国際通りなどと移動距離が短く単価が低いため、収益面でのメリットは限定的だという認識もある。運転手へはクルーズ船の寄港スケ

ジュールを共有しているものの、待機場所の判断は各運転手へ一任しており、待機時間も考慮して空港などの長距離も見込める場所を選択するケースもある。

また、いわゆる「白タク」と呼ばれる無許可でタクシー・ハイヤー行為を行う違法行為も多く、正規事業者の収益機会が失われている状況もある。

④ 卸売事業者

クルーズ船へ商品を納入する際の窓口となっている事業者によると、船内で乗客へ提供する食材や飲料、消耗品などは各寄港地で調達されている。特に大型クルーズ船では乗客数が5,000人を超える場合もあり、提供に必要な物資は多岐にわたる。取扱品目は約2,500種類に及び、そのうち酒類だけで約600種類を占めるなど、多様なニーズへの対応が求められている。

船社としては、地域性の演出や付加価値向上の観点から、可能な限り地元の食材などを仕入りたい意向があるものの、現状では県内における供給量や品目の安定確保が難しく、那覇での納品は調達量全体の10%程度にとどまっている。

一方で、寄港地ごとに一定の調達の需要はあることから、安定供給体制が整備されれば、地元事業者にとっては新たな販路拡大の機会となる可能性が高い。

(2) ヒアリングから得られた示唆

各事業者へのヒアリング結果をまとめる(図表49)。クルーズ客の来訪は一定の規模と安定性を有する一方で、一般観光客と比較して消費活動は限定的であることが示された。主な要因としては滞在時間の短さや行動範囲の制約により、消費が食事や一部のお土産購入に偏り、購入金額も比較的 low 水準にとどまっている点が挙げられる。

また、商業施設や交通事業者においては、クルーズ需要は売上の一部を補完する役割を果たしているものの、単独では大きな収益源とはなりにくい状況がある。特に交通分野では、人手不足や季節的な需給変動、また違法営業の存在など、受入体制に関する課題も顕在化している。

さらに、卸売分野では、クルーズ船側に地元からの調達意向があるにもかかわらず、供給量や品質・物流面の制約から十分に対応できておらず、潜在的な需要を取り込めていない状況にある。

総じて、クルーズ需要を地域経済の成長につなげるためには、個別事業者単位での対応には限界があり、送客体制の整備、供給力の強化、事業者間の連携といった面的な取組が不可欠である。あわせて、滞在時間の制約を踏まえた商品・サービスの最適化や、高付加価値化による消費単価の向上も重要な視点である。

図表 49 各事業者の現状と課題

事業者	現状	課題	対応
観光施設	<ul style="list-style-type: none"> ・来訪者の約5%がクルーズ客 ・滞在時間は短い ・消費は食事が中心で物販は少額 	<ul style="list-style-type: none"> ・滞在時間の制約により消費が限定的 	<ul style="list-style-type: none"> ・園内での周遊を促し、滞在時間を延ばしたくなるプログラムやプランの設計
商業施設	<ul style="list-style-type: none"> ・売上構成比は5%以内 ・食品需要が中心 ・シャトルバスがある際は売上げ増加 	<ul style="list-style-type: none"> ・来訪手段が限定的 ・低い消費単価 	<ul style="list-style-type: none"> ・複数の商業施設による共同シャトルバスの運行
交通事業者	<ul style="list-style-type: none"> ・売上は5~10% ・季節により需給変動あり 	<ul style="list-style-type: none"> ・人手不足 ・車両不足 ・不法営業（白タク） 	<ul style="list-style-type: none"> ・雇用環境の改善 ・助成金の支給（行政） ・白タクの取り締まり強化（当局）
卸売業者	<ul style="list-style-type: none"> ・地元調達ニーズがあるが、供給は全体の約10% 	<ul style="list-style-type: none"> ・供給量不足 ・品質、納期対応、物流体制の構築 	<ul style="list-style-type: none"> ・事業者同士の連携による供給量確保
全体	<ul style="list-style-type: none"> ・一定の来訪規模はあるが、消費活動は限定的 	<ul style="list-style-type: none"> ・個別対応の限界 	<ul style="list-style-type: none"> ・事業者間の連携 ・行政による支援

（出所）事業者へのヒアリング結果をもとにりゅうぎん総研にて作成

7. クルーズ船誘致における課題

これまでのアンケート結果やヒアリング内容を踏まえ、クルーズ船誘致に当たって以下のような課題が明らかになった（図表 50）。

図表 50 沖縄県のクルーズ船観光誘致における課題

<ul style="list-style-type: none"> （1）平均消費額の低さと「量から質への転換」 （2）F & Cにおける外国人利用者の少なさ （3）観光消費の県外への一部流出 （4）二次交通などの受入態勢 （5）港湾施設の整備と制度変更への対応 （6）違法な「白タク」行為
--

（出所）りゅうぎん総研にて作成

(1) 平均消費額の低さと「量から質への転換」

アンケート結果によると、寄港船およびF&Cの平均消費額はそれぞれ15,103円、33,810円にとどまり、空路で訪れる観光客と比較すると1人当たりの平均消費額は低い水準にある。一方で、クルーズ船全体では、昨年1年間で161億円の経済効果を沖縄にもたらしており、その市場規模は大きいことが確認された。またクルーズの形態別に波及効果を比較すると、寄港船が0.99倍であるのに対し、F&Cは1.26倍と寄港船より波及効果が高いことが判明した。

沖縄県は観光振興における目標を入域観光客数から観光収入などへ変更している。今後は、単に観光客数やクルーズ船の寄港回数の増加を目指すのではなく、「量から質」への転換をさらに推し進め、一人当たりの平均消費額をいかに高めるかが課題となる。

またアンケート結果から、滞在時間や日数が長い方が、観光客の満足度および消費額が高まる傾向にあることが明らかになった。このためクルーズ客に対しても沖縄でより長い滞在を促す施策により、県産品の購入促進や、体験型のコト消費を含めた地元企業が提供するサービス消費を促進し、消費の質も高めていくことが重要である。

(2) F&Cにおける外国人利用者の少なさ

沖縄県では、国内外の船社に対するクルーズ船の寄港推進事業として、県内離島を周遊するクルーズ船や、沖縄を発着するF&Cを行うクルーズ船に対し支援金を交付している。しかしアンケート結果を見ると、F&Cの利用者は8割以上が日本人となっており、外国人観光客の誘致が課題と言えよう。

特に訪日クルーズ市場においては、海外船社の影響力が大きいことから、これらの事業者への働きかけが不十分であることは機会損失につながると思料される。

今後は、外国船へのF&Cのプロモーションを強化し、沖縄発着のクルーズの魅力をさらに発信していく必要がある。また、乗船前後には宿泊を伴う「前後泊」をいかに促進するかが、地域経済への波及効果を高める鍵となると考えられ、国内客・国外客それぞれの特性に応じたアプローチが必要であろう。

(3) 観光消費の県外への一部流出

一部のアジア系のクルーズ客については、港からシャトルバスで国際通りなどにある免税店や飲食店へ直接移送され、そこでショッピングや食事など消費活動を行うことが多いとみられる。ヒアリングによると、これらの店舗はアジア系の資本によるものとみられ、現地の旅行会社と連携しあらかじめ旅程に組み込まれているとのことである。

このような消費行動の場合、形式的には沖縄での観光消費に含まれるものの、実際には地元への利益還元が限定的であり、地域経済への波及効果が十分に発揮されていないという課題がある。結果として、県内企業の収益機会が損なわれることとなる。

またクルーズ船から下り観光する際においても、船から同行する観光ガイドが案内を担うケースが多く、地元ガイドの活用は十分とは言えない。そのため内容が一般的な情報に留まり、地域固有の歴史や文化、生活に根差した魅力が十分に伝わっていない懸念もある。地元人材の関与が少ないという点は、経済波及効果においてのみならず、観光満足度の観点からも課題といえよう。

こうした状況を踏まえ、地元事業者が提供する商品やサービスへ観光客を誘導し、地元での資金還流を促す仕組みづくりが求められる。行政が中心となり、船社や旅行会社へ地域密着型の観光ルートを提案するほか、クルーズ中に県内事業者の提供する商品やサービスのPRを実施することも必要だと考えられる。

(4) 二次交通などの受入体制

クルーズ船寄港時における大きな課題の一つが、港周辺からの移動手段、いわゆる二次交通の不足である。アンケートのコメントでも「バスが少ない」「タクシーを呼ぶのが不便」などの不満の声が多く寄せられた。

特に離島においては、クルーズ船が寄港した際には、一度に多数の乗客が下船することで、交通需要が一時的に急増し、住民や他の観光客がタクシーを確保できなくなるといった影響も生じ、地域住民の生活にも支障をきたしている。

さらに、港湾周辺の交通渋滞の発生や、一部乗客のマナー問題なども指摘されており、クルーズ船や乗客を受け入れる港湾周辺地域や住民、商業施設などに負荷がかかっている側面もある。今後は、交通インフラの強化や運航体制の見直しをしながら、クルーズ船客の満足度向上のみならず、受け入れ地域への負担を最小限にする受け入れ環境の整備が求められる。

(5) 港湾施設の整備と制度変更への対応

港湾施設に関しても、受入体制の強化が必要とされている。例えば、若狭にある泊ふ頭8号岸壁では、バスやタクシーの待機スペースが不足しており、クルーズ船が寄港した際には周辺道路に路上駐車が発生し、渋滞の原因となっている。

また港町にある第2クルーズバースには常設のターミナル施設が整備されておらず、季節により仮設の大型テントは設置されるものの、建物が無いため暑さ寒さや風雨を十分にしのぐことができず、クルーズ客の満足度の低下につながりかねない。

また26年11月より、免税制度が大きく変わる。これまで外国人観光客は、免税店で消費税を差し引いた金額を支払っていたが、制度移行後は出国時の通関手続きで確認を受け、後日返金を受けるリファンド方式になる。これまで義務付けられていた専用袋の廃止などのメリットがある一方、乗船時に税関の確認を受ける必要があり、乗船時に手続き待ちの乗客で混雑が発生する懸念があり、円滑なオペレーション体制の構築が新たな課題となる。

(6) 違法な「白タク」行為

クルーズ船が寄港する港湾近くでは、公的な許可を得ていない一般の自家用車を使用し、有償の送迎や観光ガイドを行ういわゆる「白タク」行為がみられるという。これらは県内交通事業者の収益機会を奪うだけでなく、正規のタクシーやバスの待機所が使えないため、港湾周辺で無秩序な駐車や交通混雑を引き起こし、事故リスクを高めるほか、事故発生時の対応等、様々なトラブルの要因となりかねない。こうした影響は県内事業者だけでなく地元住民の生活環境にも及ぶ可能性がある一方で、一般人の送迎との区別が難しいことから、白タク行為の現場を押さえることは容易ではなく、その摘発や取り締まりが課題となっている。

そのため、監視体制の強化や関係機関との連携に加え、利用者側への周知や啓発など多角的な対策が求められる。

8. 持続可能なクルーズ船誘致のために取り組むべきこと

これまでの調査で明らかになったクルーズ船の現状と課題を踏まえ、今後のクルーズ船観光誘致にあたっての具体的な取り組みとして、以下を提言したい（図表 51）。

図表 51 クルーズ船誘致に向けた提言

- (1) ターゲットを絞った戦略的なクルーズ船誘致と観光コンテンツの提供
- (2) 二次交通の拡充と適正利用の推進
- (3) 観光消費の高度化と域内経済循環の強化
- (4) 港湾施設の整備による受入態勢強化と周辺地域の負荷軽減

（出所）りゅうぎん総研にて作成

（1）ターゲットを絞った戦略的なクルーズ船誘致と観光コンテンツの提供

本調査により、クルーズ船は県内に年間 161 億円という大きな経済波及効果をもたらしていることが明らかとなった。商業施設や閑散期の交通事業者への貢献もあり、沖縄県としてクルーズ船の誘致は今後も継続すべきである。ただし、ただ単に寄港回数を増やし観光客数を引き上げるのではなく、消費額の大きいプレミアムクラス以上の客船や、経済波及効果も大きい F & C を中心に誘致すべきだと思われる。

またターゲットとする市場としては、長期滞在や文化体験を重んじる欧米豪へのプロモーションを強化し、沖縄独自の文化や歴史、自然の魅力をアピールすることが効果的であろう。

加えて、航路設計においても、例えば 1 度に複数の離島へ寄港するのではなく、宮古島または八重山諸島、もしくは他の小規模離島 1 か所に絞ることで 1 港あたりの滞在時間を延ばし、域内での消費額を拡大させる工夫も必要であろう。

さらには、消費額の拡大が見込めるオーバーナイト、つまり港に一晩停泊することを促す施策や、台湾だけではなく韓国や九州の各港とコラボレーションし、季節に応じた多彩なルートを商品化することも沖縄クルーズの魅力度向上に繋がろう。

クルーズ乗船中に提供する観光コンテンツについても、ホエールウォッチングやゴルフ、本土より一足早く開花する色鮮やかなサクラ等、沖縄の冬ならではの魅力を活用したオプションツアーの充実が重要である。これらを県や OCVB が一体となって船社へ積極的に PR することで、観光の閑散期対策として効果が期待される。

（2）二次交通の拡充と適正利用の推進

クルーズ船寄港時の地域への負荷を最小限にとどめ、また観光客を県内広域へ周遊させることで県内企業への経済効果を高めるためにも、港と主要商業施設・観光地を結ぶ周遊型シャトルバスの運行が求められる。ただし、一企業が単独で運行するには費用負担が大きいいため、複数の商業施設や観光施設が費用を分担する共同運行モデルを構築することが有用であろう。

また二次交通の拡充は県内企業の収益機会につながるだけでなく、観光客の交通インフラの拡充につながるため、行政による積極的な関与も必要だと考えられる。事業者の利害調整や運行ルート最適化を図るため、県やOCVBが旗振り役となり、持続可能な交通システムとして制度設計することが望ましい。

また、白タク行為の取り締まり強化も重要な課題である。白タクは地元交通事業者の収益機会を損なうだけでなく、万が一、交通事故にあってしまった場合、通常の自動車保険では乗客が十分な補償を受けられない可能性が高い。なぜなら白タクは「自家用車」扱いとなり、一般的な自動車保険では業務目的で使用中の車両事故については免責となる約款があるからである。観光客を守る観点からも取り締まりの強化が必要である。

あわせて、クルーズ客に対して白タク利用の危険性を多言語で周知・啓発し、正規事業者の利用促進を図る環境づくりを行うことも重要である。

(3) 観光消費の高度化と域内経済循環の強化

クルーズ客の域内消費を拡大するためには、消費を地域内で循環させる仕組みづくりが重要である。そのためには、クルーズ客と地元事業者を確実につなげる具体的な動線設計が求められる。

まず、港周辺や主要観光地において、県産品の物産販売の強化が必要である。単なる土産販売にとどまらず、泡盛や伝統工芸品、沖縄食材などを体験的に伝える試食やワークショップなどを組み合わせて購買意欲を高める工夫が考えられる。

次に、短時間でも楽しめる体験型コンテンツの充実が重要である。伝統文化体験、地元ガイドによる街歩き、地元食材を活用した料理体験など、沖縄ならではの魅力を直接感じられるプログラムの拡充により、コト消費を通じた域内消費の拡大が期待される。また、船内や寄港前の段階から、これらの地域コンテンツを積極的に紹介することで、更にその効果が拡大すると思料される。

加えて、地元商店街への誘客を促すために、多言語による案内や、キャッシュレス決済の導入支援を進めることも重要である。観光客が安心して地域内を周遊し、気軽に消費できる環境を整えることで、観光客の満足度向上と地域経済への波及効果を高めることが可能となるであろう。

(4) 港湾施設の整備による受入体制強化と周辺地域の負荷軽減

観光客の誘致にあたっては、それと同時に受入体制を整える必要がある。行政による施策だけでなく、地域の理解・協力も得ることが重要となる。そのため、寄港予定などの情報を地域へ適切に発信するとともに、観光客に対しても沖縄の文化・習慣の理解を求めるなどマナー啓発の働きかけを行い、円滑な受け入れ環境を整える必要がある。

那覇港管理組合では、クルーズ船社と共に、2027年11月の供用開始に向けて第2クルーズバースのターミナルビルを建築する予定である。一方、26年11月に免税制度が変更になり、完成まで約1年間は仮施設での対応となる。この間免税手続きによる混雑を抑えるため、万全の運営体制が求められる。混雑による乗下船時のタイムロスや滞在時間の短縮と満足度の低下につながってしまうため、可能な限りスムーズに通過できる体制を整えることが必要である。

またクルーズ船を誘致する立場である観光行政と、クルーズ船を受け入れる港湾および施設を管理する港湾行政の連携強化も重要である。クルーズ船の誘致と受入は表裏一体であり、どちら

が欠けても観光振興は成立しない。行政の働きかけにより、官・民および地域一体となって観光客を迎える意識醸成が大切である。

9. おわりに

現在、国を挙げてインバウンド観光の高付加価値化と地方への誘客が強力に推進されている中、沖縄の観光産業も新たなフェーズを迎えている。本レポートの調査・分析で明らかになった通り、2025年のクルーズ船寄港が沖縄県にもたらした経済波及効果は年間161億円という極めて大きな規模に上った。この多大な経済的貢献からも、クルーズ産業が観光立県・沖縄を牽引し、閑散期を含めた県内経済を支える重要な柱の一つであるといえよう。

一方でその内訳を見てみると、単発の寄港船を中心とした「量」に依存する従来のモデルは、観光バス等二次交通の逼迫や白タクの横行、それに伴う交通渋滞など、地域住民の日常生活への負荷といった様々な社会的コストを増大させている側面も否めない。

沖縄県が今後目指すべきクルーズ観光戦略は、更なる観光客数・寄港回数の拡大ではなく、県内での滞在日数を伸ばし、経済効果が大きいF&Cや、アップパークラスのプレミアム船を中心とした「質」重視の誘致へと明確にシフトしていくことである。

質へのシフトを実現するためには、滞在時間や日数の伸長を促進するような、沖縄独自の魅力を十分に伝えるツアー商品の設計や、海外船社への積極的なプロモーション、二次交通やターミナル施設を始めとする受入体制の整備が不可欠である。またそれと同時に、地域住民の負担軽減や、外国人観光客へのマナー啓発活動などの施策を実施し、県全体でクルーズ船を迎え入れる機運を醸成することも重要である。

アンケート結果では、「人がとても親切」「みんなフレンドリー」「外国人にも優しい」などのコメントが多数見られた。うちなーんちゅの「うとういむち」、心を込めたおもてなしの精神が、観光客にとって大きな魅力となっていることも事実である。受入環境を整備しつつ、沖縄の観光資源とホスピタリティを最大限に生かすことが観光振興の力強い推進力となろう。

今回は初めて沖縄県とOCVB、および当研究所における共同調査を実施した。地域の豊かな生活と調和した持続可能なクルーズ観光モデルの構築と、沖縄の観光振興の更なる発展に向け、今後も関係各所の連携を高めていきたい。

以上

りゅうぎん総合研究所
取締役調査研究部長 安仁屋 宗哲
上席研究員 我謝 和紀

(参考) 2025年のクルーズ船寄港による経済効果 24部門表

合算

単位：百万円	経済効果計			粗付加価値額計	雇用者所得計	
	直接効果	1次間接波及効果	2次間接波及効果			
農林水産業	215	0	181	34	80	53
製造業	1,763	1,102	507	154	607	247
建設業	34	0	27	7	14	8
電気・ガス・水道	596	0	475	122	318	98
卸売業	577	350	174	53	536	323
小売業	3,675	3,279	122	274	2,003	1,113
金融・保険業	385	0	235	151	293	138
不動産業	624	0	135	489	510	37
運輸・倉庫業	1,328	1,056	190	81	696	352
旅行・その他運輸附帯サービス	129	16	109	4	54	13
情報・通信・郵便業	551	0	415	137	318	148
公務	10	0	0	10	6	6
教育・研究	48	0	9	39	40	36
医療・福祉	113	0	3	110	70	57
会員制企業団体	34	0	30	4	19	16
対家計民間非営利団体	18	0	0	18	8	4
貸自動車業	919	820	93	6	561	106
物品賃貸業（除く貸自動車）	70	0	62	8	47	7
対事業所サービス	974	0	850	124	611	340
宿泊業	1,183	1,179	0	3	559	202
飲食サービス	2,296	2,141	34	121	957	623
対個人サービス	529	369	45	116	329	142
事務用品	31	0	28	3	0	0
分類不明	1	0	1	0	0	0
合計	16,103	10,312	3,725	2,066	8,635	4,070

F&C

単位：百万円	経済効果計			粗付加価値額計	雇用者所得計	
	直接効果	1次間接波及効果	2次間接波及効果			
農林水産業	43	0	37	6	16	11
製造業	216	91	98	28	74	30
建設業	6	0	5	1	2	1
電気・ガス・水道	143	0	121	22	76	24
卸売業	76	29	38	10	71	42
小売業	350	269	31	50	191	106
金融・保険業	74	0	47	27	56	27
不動産業	116	0	27	89	95	7
運輸・倉庫業	239	189	35	15	125	63
旅行・その他運輸附帯サービス	46	1	44	1	20	5
情報・通信・郵便業	94	0	69	25	54	25
公務	2	0	0	2	1	1
教育・研究	10	0	2	7	8	7
医療・福祉	21	0	0	20	13	10
会員制企業団体	8	0	7	1	4	4
対家計民間非営利団体	3	0	0	3	1	1
貸自動車業	226	181	44	1	138	26
物品賃貸業（除く貸自動車）	16	0	14	1	11	2
対事業所サービス	162	0	140	23	102	57
宿泊業	809	808	0	1	382	138
飲食サービス	475	438	15	22	198	129
対個人サービス	98	59	18	21	61	26
事務用品	6	0	6	1	0	0
分類不明	0	0	0	0	0	0
合計	3,239	2,065	798	377	1,700	742

寄港船

単位：百万円	経済効果計	経済波及効果			粗付加価値額計	雇用者所得計
		直接効果	1次間接波及効果	2次間接波及効果		
農林水産業	172	0	144	27	64	42
製造業	1,547	1,012	410	126	532	216
建設業	28	0	22	6	11	7
電気・ガス・水道	453	0	354	99	241	75
卸売業	501	321	136	43	465	280
小売業	3,325	3,009	91	224	1,812	1,007
金融・保険業	311	0	188	123	237	112
不動産業	508	0	108	400	415	30
運輸・倉庫業	1,089	867	155	67	571	289
旅行・その他運輸附帯サービス	82	14	65	3	35	8
情報・通信・郵便業	457	0	345	112	264	123
公務	8	0	0	8	5	5
教育・研究	39	0	7	32	32	29
医療・福祉	92	0	2	90	57	46
会員制企業団体	27	0	24	3	15	13
対家計民間非営利団体	15	0	0	15	6	3
貸自動車業	693	639	49	5	423	80
物品賃貸業（除く貸自動車）	54	0	48	6	37	6
対事業所サービス	811	0	710	101	509	283
宿泊業	374	371	0	3	177	64
飲食サービス	1,821	1,704	19	99	759	494
対個人サービス	431	310	27	95	268	116
事務用品	25	0	22	3	0	0
分類不明	1	0	1	0	0	0
合計	12,864	8,247	2,927	1,689	6,935	3,328

(補足)：経済波及効果を求める式（投入モデル）は以下のとおりである。

$$\Delta X_1 = [I - (I - \widehat{M})A]^{-1}(I - \widehat{M})\Delta F$$

$$\Delta X_2 = [I - (I - \widehat{M})A]^{-1}(I - \widehat{M})c k w \Delta X_1$$

$$\Delta X = \Delta X_1 + \Delta X_2$$

ΔX_1 ：一次生産誘発額（直接効果＋一次間接効果）

ΔX_2 ：二次生産誘発額（二次間接効果）

ΔX ：総生産誘発額（経済波及効果＝直接効果＋一次間接効果＋二次間接効果）

I：単位行列

\widehat{M} ：移輸入係数（対角行列）

A：投入係数（行列）

ΔF ：最終需要増加額

c：民間消費支出構成比

k：消費転換係数

w：雇用者所得率