

観光消費のタイミングに関する一考察 (宿泊施設の立地からのアプローチ)

A Thought on Timing of Travel Consumption (An Approach from Location of Accommodation)

当銘 学
Manabu Toume

【要 約】

観光産業において、観光消費額とは宿泊費、飲食費、娯楽費、買い物、交通そしてその他に分類される。旅行者らが旅先での滞在期間中、予め宿泊施設の場所（立地）が確定されることで消費される場所や利用される時間帯が固定される宿泊費以外のその他の観光消費は、消費される場所によって消費されるタイミングが規定され则认为。土産品等の観光消費額の増大には購入タイミングを拡大・拡充することで可能となりえる。

【目 次】

1. はじめに
2. 観光消費タイミングと宿泊施設の立地
3. 消費立地までの交通機関・アクセス・経済波及効果
4. 消費立地へのアクセス頻度・購入頻度
5. 購入タイミングと消費立地
6. 予想される購入者層と消費立地
7. おわりに

1. はじめに

旅行者らの旅の目的は多様と思われるが、その目的や快適な観光を遂行する拠点として機能する宿泊施設の確保は必須条件となる。したがって、宿泊施設は旅行が実行される以前に確保され、宿泊費は旅行者らが旅行目的地へ入域する以前に確定される公算が高い。

通常、宿泊費には飲食費が含まれる場合が多々あるが、基本的に食に対しては生理的欲求に左右されるため、食とそれに付随する飲料の消費タイミングは予想されやすい。立地条件に関係なく施設での朝食・昼食・夕食などの飲食提供サービス時間帯がほぼ同時時間帯であることはその証左であろう。本稿では、

宿泊施設の立地で観光行動を遂行する交通手段が規定され、それに伴う一連の観光消費が決定されるという仮定に基づき論を展開する試論である。なかでも、広く県経済の経済波及効果が見込まれる代表的な菓子類・酒類等の加工食品や沖縄産の天然素材を利用した石鹸・香水等の沖縄コスメなどの土産品、ならびに果物・野菜・海産物などの県特産品の購入場所(立地)を軸に考察するものである。尚、高額消費単価(観光実態調査 p15)と見てとれるが第二次経済波及効果が比較的低いと思われる、マリンスポーツ(ダイビング・釣り)等のレジャー関連消費や購入者の層が限定(一般女性)されると考えてよいスパ・エステ等のサービス等に係る消費などは論考の対象から除外した。

消費タイミングとは「誰が」、「何を」を購入するかを規定すると捉えてよい「どこで(消費立地)」、「いつ」(時間帯)を指すものである。尚、本稿での「いつ」(時間帯)を旅行地での滞在期間中における宿泊施設内での就寝時間・飲食や団欒・スポーツ等に要する滞在時間、観光地を周遊する移動時間、そして宿泊施設外での料飲に要する時間を除く、物品・料飲サービスの購入に充てる時間を論考の対象時間とした。これまで公的機関による消費タイミングをテーマとしたアンケート調査は皆無であるため、これまでの現地調査(定点観察、例として国際通り沿い・アウトレットモール・空港内コンコース内などに立地する店舗視察・聞き取り調査)と文献調査を基に論を展開していく。まず、消費タイミングに影響を与える要因として考えてよい、消費される場所(ショッピングの立地)、消費されるまでの所要時間、消費される時間帯、消費頻度、

消費対象、購入者層(個人旅行・団体)、価格帯、そして経済波及効果を下記に示すことにする。尚、本稿では、観光客らの多くが訪問地域として最も多く訪れた(実態調査 p9)宿泊施設と商店街の集積が見られる那覇地域を軸に論を進めていくものである。Inboundの観光客らの多くがコンビニエンスストアでの買い物していることから(外国人実態調査 p16)、宿泊施設の集積が高い那覇市(17,574室)などの市街地(観光要覧 p37)や特にリゾートホテルの集積が見られる西海岸沿いの中北部エリアの国道58号線・331号線沿い(8,809室)に所在する(観光要覧 p132)、またはそれらの周辺に立地するスーパー(例えば、サンエー {18})やコンビニエンスストア(36)での買い物も論考の対象とするものである(コンビニ・サンエーの数：沖縄ガイドブック YASA2019年1月～4月参照)。なかでも、西海岸沿いの那覇市から名護入り口の区間に13ヵ所のガソリン給油所が点在する58号線沿いは、他のアクセス道路に比較してより多くの観光客の利用が考えられる。

2. 消費タイミングと宿泊施設の立地

沖縄滞在日数は3.75日であることから、本稿の論考となる対象観光客は2泊3日の宿泊滞在日数と仮定して論を展開していくものである(観光要覧 p12)。観光客らの消費(ショッピング)行動は以下の4パターンの時間帯に遂行されるものとし、さらには沖縄に入域した観光客らは何らかのショッピングをするものであるという仮定を前提に考察するものである。コンビニエンスストアでの買い物は、滞在期間中における生活必需品なども購入対象となるからである。尚、本稿

の考察対象は、沖縄入域者数の97.65%が空路経由で沖縄へ入域する、観光客らの本島内での観光消費動向である（要覧p116）。島嶼県という地勢を考慮すると、沖縄での観光消費行動は那覇空港を起点・終点とし、宿泊施設・観光地・ショッピングポイント（立地）を連結させるアクセス道路で構成される移動空間での観光消費が起こるものと想定できよう。よって、観光消費される時間帯は以下の4パターンに分類可能と考えている。

- A. 沖縄着して宿泊施設へ到着までの時間帯でのショッピング
- B. 宿泊施設に到着後（チェックイン）からチェックアウトまでの時間帯でのショッピング（沖縄滞在日数に準ずる）
- C. 沖縄観光の最終日で、宿泊施設をチェックアウトしてエアポートに到着するまでの時間帯でのショッピング
- D. 飛行機に搭乗するまでの時間帯におけるエアポート内でのショッピング

基本的に観光消費財は偏在しておらず、広域に分布しているため、本稿では、移動を軸とした消費行動を考察するもので、毎年増加の一途にあると考えられるレンタカーを利用する観光客らを対象として論を展開する（沖縄タイムス）。移動手段としてレンタカー（レンタルバイクも含む）を利用する観光客らは、車窓からの景色、道路標識等の道路案内を含む旅程のわかりやすさからドライブの快適性・移動所要時間の短縮可等の経済性を享受するために合理的に観光行動を遂行するものと捉えている。予定していた宿泊施設に滞在することができず、やむなくタクシーを利用

してのショッピングを遂行する等の非経済的消費行動を余儀なくされた観光客らも存在するものと考えられるが、絶対数が少ないものと予想できることから、ここでは割愛した。したがって、ガソリン給与所（13）・商業施設が立地する国道58号線や国道331号線・329号線の主要道路を目的地へのアクセス道路として車で移動するものと仮定している。ドライブの快適性・経済性を高める沖縄自動車専用道路は、中部・北部・山原エリアに立地する宿泊・観光施設やビーチ・風光明媚な景色を楽しむためのアクセス道路として多くの観光客が利用しているものと推測できるものの、上がり・下りに各2カ所のサービスエリアを整備し民芸品の販売もあるが、本稿では、その民芸品店の規模・商品構成の充実度の低さから論考の対象外とした。

1) ショップの立地

沖縄本島の細長い地勢と鉄軌道等の公共交通機関（路線バスも含む）の不備から郊外に立地するショップは、それらのショップまでのアクセスは自動車の利用を余儀なくされているため駐車場完備となっており、特に大型ショッピングモール・スーパーにおいては大型バスでの利用を可能にしている。例えば、琉球バスは中部のライカムショッピングモールの玄関口まで、さらには急行リムジンバスと路線バス #152 と北谷ライナーはアメリカンビレッジまで直行バスを運行している。尚、本稿は不特定多数の観光客らの購入タイミングを考察するため、宿泊者らが購入の対象と位置付けられているリゾートホテル含む宿泊施設館内のショップは論考の対象外とした。ま

た、ショップの立地は広範囲に点在するが、アクセスの利便性・経済性を考慮して上記の主要沿道に立地するショップを調査の対象とした。尚、()の中の数字は、ガイドブック・マップ・電話インタビュー等を通して得た店舗数を示している。

ア. 郊外に立地

- ① ショップ独立タイプ：小規模で物販特化型で都市地区・リゾート地域に点在するショップ・飲食サービス・体験コーナー併設タイプ：

オーナーショップ型で辺境地に点在、カフェ内にオーナー作成の物販コーナーを常設してある場合が多い。小規模施設のため物品販売点数に限りがある。

- ② 郊外型大型ショッピングモール・センター内の専門店

サンエーメインプレス・イーオンライカム・アメリカンビレッジ (6)・プラザハウス・アシビナー・パルコシティなどをさす。比較的アクセスの利便性の高さから、ショップの集積度は高く、その購入者の購入対象品目は広範囲である。ライカムでは、定期的に、うるま市物産展を開催し照間ピーグ(い草)など地元工芸品等を販売している(沖縄タイムス)。

- ③ 広域(北部・中部・南部)に点在する周遊型観光地へのアクセスへのアプローチの途中に立ち寄ることができるご当地特産品販売する「道の駅(7)は、道の駅糸満、南の駅八重洲、道の駅許田、道の駅おんな、海の駅あやはし館、

道の駅宜野座、道の駅国頭などがある。駐車場が完備されツアーバスの乗り入れが可能となっており、多くの観光客が立ち寄っているものと思われる。特筆なのは、旅行口コミサイト「トリップアドバイザー」のランキングにおいて、県内で初めて全国一位に選出された『道の駅糸満』は、那覇空港からのアクセスの高利便性の立地が評価された(沖縄タイムス)。

イ. 市街地に立地

- ① 沿道のセレクトショップ(中古ブランド品店のセカンドストリート)型：交通の利便性が高い国道58号線や県道沿いに点在している。
- ② 専門店・セレクトショップ：人口規模が高い市町(沖縄市・浦添市・宜野湾市)にやや集積。那覇市所在の浮島通り(4)、浦添市牧所在の外人住宅ショップ街(6)など。
- ③ 市街地の中心地に所在する商店街：那覇市の国際通り沿い(66)や公設市場周辺の通り沿い(平和通り{23}・やちむん通り{10})に集積
- ④ ショッピングセンター・モール型：人口密度の高い市内に所在する、那覇市所在のイーオン・サンエー・オーパなど
- ⑤ デイスクウント・ショッピングセンター：24時間営業のドン・キホーテの那覇市所在の牧支店を筆頭に、名護店(-3:00am)・うるま店(-4:00am)・宜野湾市店(-5:00am)、そして那覇市内在の壺川店近日オープン予定するドン・キホーテが対象。

- ⑥ 免税店（ギャラリア）：那覇市内に所在する1店舗。
- ⑦ スーパー（サンエー・金秀・ユニオン・りゅうぼう・アップルタウン・マックスバリューなど）：小規模であるが国際通り周辺店舗を除く街角に点在。
- ⑧ コンビニエンスストア：全国チェーンのブランドで、街角に点在するコンビニエンスストアはインバウンドのアジア方面からの外国人観光客の買い物場所として他のショッピングより多く利用されている。国際通り沿いだけでも16店舗が確認される。さらには、ヒルトン・ノボテル・ロワジュール・ナハテラスのシティホテルを除く宿泊施設の集積度が高い那覇市の中心街には、ドラッグストア（9）が多く立地し、アクセスは徒歩でも可能となっている。

ウ. エアポートビル内のショッピング

- ① 国内線ターミナルビルの二階三階の一角に48店舗集積と国内線発着ロビー内所在のD F S店舗
- ② 国際線ターミナルビルに所在する9店舗
- ③ 国内線・国際線の連結コンコースに所在する21店舗

3. 消費立地までの交通機関、アクセス（所要時間）と所在する地域への経済波及効果

沖縄滞在中に利用した交通手段は、レンタカー（全体の約60%）を筆頭にタクシー、モノレール、観光バス、路線バスの順になっている（観光要覧 p16）。沖縄の公共交通の不備からレンタカーの利用者のほとんどがエアポートからの発着利用であると想像に難くな

い（沖縄タイムス）。

（ア）郊外ショッピング：

駐車場完備の大型ショッピングセンター内のショッピングや個人経営のオンリーワン型のショッピングでの物品購入が予想できよう。立地の関係上、所要時間は長く、レンタカー・ツアーバスでの移動となり目的地で飲食が可能でなければ、移動の途中で飲食等の購入が期待されるが、カフェ等の飲食店数が点在するもののその集積度の低さから周辺地域での経済波及効果は限定的である。しかし、移動手段にレンタカーを利用する観光客が多い（平成29年度観光実態調査 p23）ことからレンタル料金、保険・燃料代さらには自動車専用道路の利用料金等の交通関連費が発生する経済効果は見逃せない。基本的にショッピングまでの移動距離が長いほど交通費は増大する。

（イ）市街地のショッピング：

交通渋滞の時間帯を除けば移動に要する時間は比較的短時間のため、郊外型に比較して集客力は高く、さらには市街地に集積された飲食店での飲食消費を通して周辺地域への経済波及効果が期待できよう。特に、ショッピングの集積度が高い国際通り沿いでは、飲食コーナーが常設されていない宿泊特化型ホテルが高度に集積するため市街地での飲食消費などの経済波及効果が期待できる。隣接する宿泊施設からのショッピングまでの距離は短く、徒歩でもアクセス可能となる商店街（国際通り・平和通りなど）や定時発着のモノレールを利用しての市街地での交通費は低額である。交通費等の経済効果は低いとみてよい。

沖縄観光最終日で機内へ搭乗する直前の
ショッピング

ウ、エアポート内のショップ：

沖縄観光の出入り口として機能している
ため、所要時間は限定的だが、土産品の購
入は出発時間までの待ち時間が買い物に要
する所要時間と捉えてよい。エアポート施
設内には書店・コンビニエンスストア（雑
貨など）、カメラ専門店（AirBic Camera：

セレクトショップ）などの飲食店以外の
ショップが所在するため、相乗効果が期待
される。

以下の表は、エアポート着し沖縄入りし
た後に宿泊施設までの移動途中に行われる
ショッピングパターンAを表示したもので
ある。

表1 宿泊施設までの移動費・交通手段と購入機会の関係

交通手段 (那覇空港発)	総費用	移動距離 移動経路	所要時間	移動費用	立ち寄る箇所	貨物収容
レンタカー	高	流動的 柔軟的	中・長	流動的	広域に立地	○
タクシー	高	流動的 柔軟的	短・長	限定的 (割高)	広域に立地	○
ツアーバス	定額	コース型 固定	中・長	固定	観光地は限定	○
路線バス	安	コース型 固定	短	固定(割安)	不便で限定的	△
モノレール	安	限定的固 定	短	固定(割安)	那覇市内限定	○
ツアータクシー	定額	流動的柔 軟的	中・長	流動的	広域に立地	○
・リゾート シャトルバス	固定	固定	中・長	限定的(割安)	沿道に限定	○
・北谷ライナー 直行バス	固定	固定	中	限定的	アメリカン ビレッジ周辺	
・ライカム行き					沖縄ライカム ショッピング センター	

注>北部エリアに立地するホテルまでのタクシーの利用は交通渋滞による超過時間は別途料金が課金されるなど、乗車料金は高額傾向となる恐れがあるため、その利用者は限定されると考えてよい。那覇空港発リゾートシャトルバスの運行は日に13便で収容定員は60人である。空港からの一日当たり最大780人乗車可能となっている。西海岸に立地するホテル・アメリカンビレッジまで直行バスの定員は最大49人となっている。シャトルバスを利用してのリゾートホテルの一部のプライベートビーチの利用は無料で利用可能である。

以下の表は、観光客らが宿泊施設へ到着した後のショッピングパターンBを示したものである。また、宿泊施設をチェックア

ウトした後のエアポートへの戻るまでの時間帯に行われるショッピングパターンCを含む。

表2 宿泊施設からのショップまでの交通手段・交通費と購入機会の関係

立地	施設からの交通手段 利便性(○・△・×)	移動 距離	所要 時間	アクセス可能ポイント (宿泊施設からの戻り含む) 主要消費場所(想定)	魅 力 度
リゾート(ヤンバル) リゾート(中・北部) 周辺のショップ	レンタカー ○ タクシー ○ 路線バス × 徒歩 × レンタカー ○ タクシー ○ ツアータクシー ○ 路線バス × 徒歩 ×	近 長	 長	駅の道国頭 ゆいゆい国頭 セレクトショップ(3) コンビニ(3) テーマパーク(4) 道の駅おんな 道の駅許田 ショッピングセンター モール(4) スーパーマーケット サンエー(県道44号線沿) コンビニ(13)	○
郊外店舗(中・南部) ショッピングセン ター・モール	レンタカー ○ タクシー ○ 路線バス × 徒歩 ×	短・長	短	セレクトショップ(7) ショッピングセンター(2) モール(1) 道の駅いとまん 南の駅やえせ 海の駅あやはし館 スーパーマーケット(1) ドラッグストア(15) <58号線沿い> コンビニ(11)	△
那覇市内に立地する ショップ	レンタカー ○ モノレール △ 路線バス △ タクシー ○ 徒歩 ○	短	短	セレクトショップ(15) ショッピングセンター(4) スーパーマーケット(2) サンエー58号線沿 ドラッグストア(4) コンビニ(国際通16店舗) コンビニ(58号線7) コンビニ(モノレール16) やちむん通り(5)	◎

宿泊施設からの観光地や沿道のショップまでのツアータクシー利用(ホテル発着)は、交通渋滞による超過時間は別途料金の課金発生のため、北部エリアから広域に点在するショップへの交通手段としては割高になるかもしれない。上記の表中の、「立ち寄るショップ」の立地は幹線道路(県道58号線・329号線・331号線)をはじめ(県道505号線・449号線・72号線)からアクセス可能となるものである。セレクトショップはPerfect Okinawaから参照した。

尚、ショッピングパターンDは移動を必要としないエアポート内でのショッピングであるため、ここでは割愛することにする。

4. 消費立地へのアクセス頻度と購入頻度

(ア) 郊外ショッピング（郊外所在のショッピングセンター・モール含む）：多くの宿泊施設から遠隔地に所在しているため利便性に乏しく、一度のアクセスで十分に購入頻度も一回とみるのが妥当であろう。

(イ) 市街地ショッピング：リゾートエリアに滞在中の観光客以外で那覇市内とその周辺地域に所在する宿泊施設に滞在する観光客らは、ショッピングまでのアクセスの利便性から土産品店が集積された国際通りに数回訪れる可能性は多々あると思われる。

(ウ) エアポートビル内のショッピング：高頻度の購入は期待できないが、館内のショッピングの設置位置の関係から出発時刻までに立ち寄る可能性はあろうが、ほとんどのケースは一回で十分ではないだろうか。

上記の諸要因を勘案して、次に購入タイミングを考察していく。

5. 購入タイミングと消費立地

(ア) 郊外ショッピング：沖縄本島に広く点在する宿泊施設からの平均的な移動距離を考慮すると昼食時間から夕方までの限定的な時間帯と考えられる。エアポートから遠距離に立地しているため、購入日は沖縄発着日を除く滞在期

間中の日時となろう。つまり、限られた日の限定的な時間帯となる。

(イ) 市街地・郊外に所在するショッピングセンター・モール：発着日以外の滞在期間中における営業時間内でショッピングが行われる。定時発着可能となる直接モノレールを利用してアクセスできる那覇市内に立地するショッピングモール（駅に直結するイオン那覇店など）での購入タイミングは、フライトの出発時刻の1時間まで可能であろう。

(ウ) 市街地ショッピング：国際通り沿いに所在する土産品店の平均的な営業時間はほぼ午前10時から午後10までの12時間体制となっている。さらには、ドン・キホーテでは24時間営業、そしてドラッグストアの多くが午前0時まで営業しているため、その通りに隣接している宿泊施設に滞在している観光客らはこれらのショッピングの営業時間帯内にいつでも何度もアクセスすることが可能であるものと考えてよい。したがって、ショッピングの営業時間外での深夜フライトの沖縄着日や早朝フライトの沖縄発日を除く沖縄発着日当日を含む滞在期間中におけるすべての日程でショッピングにアクセスし土産品を購入することが可能となるものと考えてよい。

(エ) エアポートビル内のショッピング：滞在最終日に旅程完了を告げるエアポート到着後から帰路のフライト搭乗時刻までの空き時間内に購入されると思われる。館内には飲食店も所在しているため食前・食後に購入されることも考え

られる。尚、エアポート着後のロッカーを利用しての土産品の買い置きはないものと仮定している。

- (オ) これは特別な事例となると思われるが、宿泊施設にチェックインする前にホテルの部屋へ日本本土からネット通販で購入した物品を配送するケースも出現している（中国系観光客がほとんど）。劣悪な中国の配送サービスや関税を回避するための手段ではなかろうか。

ここで、購入タイミングを決定すると思われる諸要因を考察していくとする。以下の5つの購入要因が挙げられよう。

- ① 嗜好型：フランス語語源の Souvenir に意味を持ち、自身の欲求を満たしてくれる、自身に対しての土産品を購入する場合である。予めインターネットや旅行雑誌等の情報媒体で情報を入手する目的遂行タイプの購入行動である。遠方の郊外型ショップを訪れる動機として旅行者自身がほしい土産品がそこでのみ販売されている場合が考えられるが、価格や品質よりも「こだわり」重視といえよう。来店前から購入商品はほぼ確定しているためショップでの滞留時間は短いと思われる。特に一部の外国人観光客らの購入品目としての日本製の家電等の工業製品も挙げられるが、本稿では対象外としている。
- ② 義理型：自身以外の人への土産品を購入する場合である。相手の嗜好を把握していない場合が多々あるので、高価格帯でない、沖縄ならでの「沖縄らしさ」が

感じられる商品を購入する傾向があると予想でき、やや低価格帯に集中するとみてよい。修学旅行生・大学生などの購買パターンにみられると考えるとよい。ショップでの滞留時間は比較的短いと考えられる。

- ③ 贈答品型：英語の Gift に近い意味合いを持ち、受け取る人への礼儀や購入者のセンスなどが判断される恐れがあるため、価格や見た目の質感や包装紙等にも気配りが要求される。したがって、高価格帯に偏在すると思われる。ギャラリアなどの免税店での高価格帯商品の購入は、防犯のためエアポートへの配送サービスも利用されている。エアポートビル内のショップでの購入が期待されるが、出発時刻までの空き時間での購入と、また販売されている商品構成に限度があるため、品定めに要する時間は短い。国際線では最長2時間前から搭乗手続きが可能のため、その分買い物や飲食に待ち時間を利用することが可能となる。
- ④ 衝動買い型（自己消費型）：昼食や夕食の前後の時間を利用して、その時々生理的（好き嫌い）・経済的判断（割安）にしたがって衝動的に購入するパターンである。夕食前のショッピングにおいては、飲食店に持ち込み可能な比較的可運びの楽な小物が購入対象となるものと予想される。時間調整でのショップ来店となるが、一方で自身の好みに合致した商品に出会える楽しみも期待するものと思われるので、特に夕食後のショッピングにおいては高価格帯ではないが滞留時間は長い可能性がある。

- ⑤ 効率志向型：防犯や利便性を考慮して、可能な限り土産品を所持する時間を短縮しようとするため、購入場所はフライト搭乗時刻前となるエアポート内でのショッピングが行われることもあろう。購入商品を持ち歩く煩わしさを解放してくれる無料配送サービスを提供するショップが国際通り沿い多々あるが、物品購入最低額（3000円前後）が条件づけられているのが現状である。

6. 予想される購入者と消費立地

- (ア) 郊外型ショップ：その立地のため、ホームページで販売商品を情報提供するショップが多く、移動手段はレンタカーとなると考えられるが移動時間に多くの時間を割くため、商品購入者は予めネット検索で購入したい土産品と自信の好みが一致する限られた旅行者となろう。衝動型買い物は少なく、嗜好型消費行動パターンが推測される。自動車やタクシーを利用してのショッピングとなるため、修学旅行者（中学生・高校生）らを除く一般旅行者らがその対象者となると考えられる。
- (イ) 市街地のショップ：多様なショップが集積されているため、販売する商品構成も多種多様のため購入者層も厚いと考えるとよい。ブランドショップやセレクトショップが多く南部や中北部の地方に所在する郊外型ショップに比較して集客力は高いと考えられる。徒歩でもアクセス可能で、さらには割安なバス・モノレール等の交通機関の利便性が高いため、自動車免許を保持しない若年層、外国旅行者、そして交通弱者である高齢者も購入対象者となるものと考えてよい。
- (ウ) 市街地・郊外に所在するショッピングセンター・モール：沖縄特産品から日本製の化粧品・加工品コーナー、アパレル・家電・眼鏡等の工業製品を販売する専門店が常設されている。ショッピングのOne Stop可の傾向があると思われる。市街地のショッピングセンターは広範囲の商品群からの選択購入となるため、広範囲の購入者が対象となるが、郊外に立地するショッピングセンターはそこまでのアクセスの不便性からレンタカーの利用可能やタクシー等の高額傾向の交通費の支払い可能な一般旅行者が購入対象となるものと考えられるが、特定のショッピングセンターまでの直行リムジンバス・直行バスが運行されるため、修学旅行者などの若年者や高齢者、そして外国人旅行者らも購入対象者になり得る。
- (エ) エアポートビル内のショップ：個々のショップの販売エリアが沿道のショップと比較して小さなため資本効率（賃貸料割高）を含めて比較的高価格帯の土産品（食材加工品中心か）が販売されているが、限定された時間内での購入となるため衝動買いは少ないと考えられる。各エアラインの営業時間からスーツケースなど荷物の預け入れの受付が開始され、観光客らは荷物を預け入れした後から、出発時刻までの滞留時間内でのショッピング・飲食

が行われものと予想できる。さらには、その待ち時間中にマッサージなどのサービスを受けるなどの波及効果も期待できる。空の便で沖縄へ入域した外

国人旅行者らを含むすべての観光客がアクセス可能となるので、潜在的な集客力はかりしれない。以上の論考を踏まえて以下のマトリックスを作成した。

表3 ショップの立地と購入タイミングに関連する波及効果

立地	営業時間 集積度	タイミング 滞留時間	商品範囲	価格帯	対象者・ 集客力	売上高	波及効果
郊外 オーナー ショップ	短い 10:00～18:00	限定的	狭い 手作り	狭い 中価格帯	限定的・ 低い	低い	限定的 交通費大
北部 中部 南部	低い やや高い 高い	短い					
郊外 ショッピングセン ター	やや長い 10:00～24:00 高い	広範囲 長い	広範囲	狭い 高価格帯	限定的・ 高い	高い	広範囲 交通費や や大
市街地 那覇市	長い 10:00～22:00 高い	広範囲 長い	広範囲 工業製品	広範囲 低～高	広範囲・ 高い	高い	高い 飲食費大
空港	長い 8:00～22:00 8:00～20:30 高い	的 短い	やや広範囲 (食材加工品) 限定品	偏在 中～高 (高賃貸 料金)	広範囲・ 高い	高い	限定的 館内のみ

表 4 エリア内に立地する宿泊施設からアクセス可能となるショップとの関係

立地 人口密度	店舗数 形態	販売点数	販売単価	エリア 売上額 (推測)	販売価格帯	エリア売上 額の変動
那覇市(高) 7967 (人口密度)	多い モール スーパー コンビニ オーナーショップ セレクトショップ	多い	低から高	高	価格競争原理 圧力で価格低迷 公設市場周辺 の野菜・果実 は割安で販売	上昇幅は小さい
中・南部 (中程度) 沖縄市 5889 浦添市 4922 宜野湾市 2841	中程度 モール スーパー コンビニ オーナーショップ 道の駅	程度	中	低から中	価格の引き上げの余地あり	上昇可能 県産品の素材利用の商品開発で価格上昇可能
リゾート北部 (低) 名護市 297 恩納村 212 ロロログ 本部町 242	やや少ない スーパー コンビニ オーナーショップ 道の駅	やや少ない	中から高	中	価格の引き上げの余地あり	道の駅・セレクトショップでの独自商品販売で価格上昇可能
リゾート山原 (最低) 国頭村 24 東村 20 大宜味村 46	少ない コンビニ オーナーショップ 道の駅	少ない	中 地域以外の特産品の価格は運送費等で割高	低い	価格の引き上げの余地あり	オンリーワン商品開発販売で価格上昇可能

宿泊施設が立地するエリア周辺での土産品等の予想される販売総額は、下記の計算式で計測できるものと仮定する。

$$\text{販売総額} = \{ \text{宿泊施設の総収容人数 (A)} + \text{域外からの流入観光客 (A')} \} \times \text{アプローチ可能となるショップ数 (B)} \times \text{ショップの販売品目数 (C)} \times \text{販売単価 (D)}$$

注：変数 A は宿泊施設の稼働率を 100% と仮定している。

上記の表から導き出せる推論は、那覇市エリア（エアポート内ショップ含む）での販売額が最高、中南部エリア、リゾートエリア（北部）、リゾート（山原：やんばる）の順となるのではなかろうか。リゾートの収容人数は中南部のそれより多いという結果ではあるが、中南部エリアにはリゾートの集積される北部より人口密度の関係により多くの特産品コーナーを常設する大型ショッピングセンター・モールが所在すること、さらには観光

客らがエアポート発着の急行バス・バスツアーでアクセス可能とする、道の駅やアメリカンビレッジ・ライカムショッピングモールが点在するため、多くの外国人観光客を含む観光客らがアクセス可能となり、商品の総販売額は高いものと思われる。また、那覇市内のエリア・商店街（国際通り（66）・平和通り（21）等の通り沿いに立地）においては所在するショップの集積度が高い。換言すればショップの供給量が需要量を上回る可能性（売り手の商品供給量＞買い手の需要量）があることも見逃せない。その結果、価格競争力の原理がはたらき販売総額の上昇幅は小さいと考えてよい。さらには、特に国際通りと平和通り沿いに立地する各土産品ショップ間の商品を観察すると、差異は小さいものと確認できる。つまり、薄利多売を余儀なくされているのが現状ではなかろうか。以上から、観光消費額増大には、購入タイミング（滞留時間・購入機会）の拡大を可能にする地域での商品開発・販売戦略の拡充が望まれると指摘したい。

むすび

以上の考察から販売総額を増大するための考えられる戦略を下記に示す。

- ① 社会学では、「地理的モビリティ（移動のしやすさ）が向上すると、社会的モビリティ（社会的成功の可能性）も向上く」といわれている。そこで、環境保全と交通渋滞の悪化の解消のため、これ以上の宿泊収容人数の増加は見込めないことを仮定すると、鉄軌道の導入による公共交通機関の拡充することで、ライド（鉄軌道に乗車） エンド ドライブ（自動

車の運転）を可能とする観光客らがレンタカー利用することでショッピング領域を拡大することができる。その結果、交通の利便性が向上とともに移動の快適性が改善し、北部・山原エリアに入域する観光客の増加が見込まれ、同地域に立地するショップ数の増加が期待される。北部の本部に立地するハナサキマルシェ（6店舗）や南部の瀬長島に立地するウミカジテラス（40店舗）などのリゾート宿泊施設に隣接する商業施設が今後増加し雑貨・ショップ・カフェ等の物販及び飲食関連サービスの販売増が見込まれ経済波及効果も期待できる。換言すると、エリアにおける流入する観光客の増加で需要が増大し、その需要増大に呼応するようにショップの数が増えるということになる。上記の計算式の供給サイドのショップ数の数が増加することで販売総額の増大をもたらすと指摘したい。

- ② 各ショップでの販売品目のラインの拡充・高価格帯商品のための商品開発を促進することを指摘したい。その実現には、各ショップ単独での新商品開発は財務的・ノウハウ不足で限界がある。産官学の協働が不可欠であろう。名護と八重山の農場試験場で開発された沖縄県産長米「夢十色」「YTH183」「北陸 19305」を使用する泡盛製造「琉球テロワールプロジェクト」は好例であろう（沖縄タイムス）。各種の助成制度の拡充とその戦略的活用が急務である。さらには、体験プログラムとのタイアップ事業で商品の付加価値を高めるなど販売チャネルの手法の工夫も重要である。ここで、上記の

計算式で言えることは、仮に高価格帯商品のラインアップ拡充が可能であれば、販売点数増と販売単価を引き上げることになるため販売総額の増額に繋げることができよう。特に、中部・北部に点在する「道の駅」での高価格帯の特産品開発は第6次産業化の活性化を推進し地域経済への経済波及効果が期待できる。

つまり、上記の①の施策による定時発着でまず変数(A)の増加が見込まれることで、変数(B)の増加と②の戦略で変数(C)・(D)を増大が予想され、その結果として購入タイミングの拡大・拡充(滞留時間の長期化で購入機会増大)を可能にし、県産品のショッピングの総販売額の増大を可能にすることができるものと考ええる。

【参考文献・資料】

沖縄県観光商工部『平成29年度観光実態調査 p15』2018年

沖縄県観光商工部『平成29年度観光要覧 p37』2018年

『沖縄ガイドブック YASA』2019年1月から4月

「沖縄タイムス」2019/8/25

エアポート国内線フロアガイドブック

エアポート国際線フロアガイドブック

オーパフロアガイドブック

サンエーフロアガイドブック

『Perfect Okinawa』

那覇市観光協会 2019年『NAVI NAHA』

ライカムフロアガイドブック 2019