

やんばる観光データ勉強会—— 10/14 アジェンダ

区分	時間	内容	担当
オープニング	5分	ごあいさつ・本日の流れ	瀬尾 克憲（沖縄やんばるDMO）
前半	20分	年間トレンドの共有 ・入込数 ・ハッピーアンケート（国内・インバウンド・AIレポート） ・宿泊予約（AIレポート）	佐竹 正範（沖縄やんばるDMO）
後半	20分	Yam-Dを活用した取組事例の紹介 ～おんなの駅との対談～	原田 圭（地域創生Coデザイン研究所） 宇良 武（おんなの駅）
質疑応答	15分	会場からの質問・意見交換	参加者

2026年10月14日

やんばる観光を振り返る

Yam-D「アンケートデータ」で
夏休みを含む1年間の振り返り

2026年10月

【稼ぐ観光に向けた、振り返ることでのメリット】

- この年末年始にでも取り組めそうなネタ（課題解決案）探し
- 来年の夏休み・シルバーウィークの対策のネタ（課題解決案）探し

一般社団法人沖縄やんばるDMO



本日の内容

1 入込数

やんばるエリア訪問者数の年間トレンド（デジタル観光統計オープンデータ）

2 ハッピーアンケート（国内）

回答数・属性・満足度／1年の推移／お客様のタイプ・目的・情報源／
エリア別／9月AIレポート

3 ハッピーアンケート（インバウンド）

回答数・属性／市場別・国・地域別／12市町村／9月AIレポート

4 宿泊予約

宿泊OTAデータ：平均単価×客室稼働率／日別の予約状況／施設カテゴリ/AIレポート

入込数

やんばる観光データポータルサイト
Yambaru Tourism Data Portal

Yam-D (やんでい)

【デジタル観光統計オープンデータ】

スマートフォン位置情報を活用した観光来訪者データです。市町村別に日帰りを含む観光来訪者数を月次で把握できます。最新動向の把握、イベント効果検証などに活用できます。

https://public.tableau.com/app/profile/.58954927/viz/_17628273954260/3

データソース :

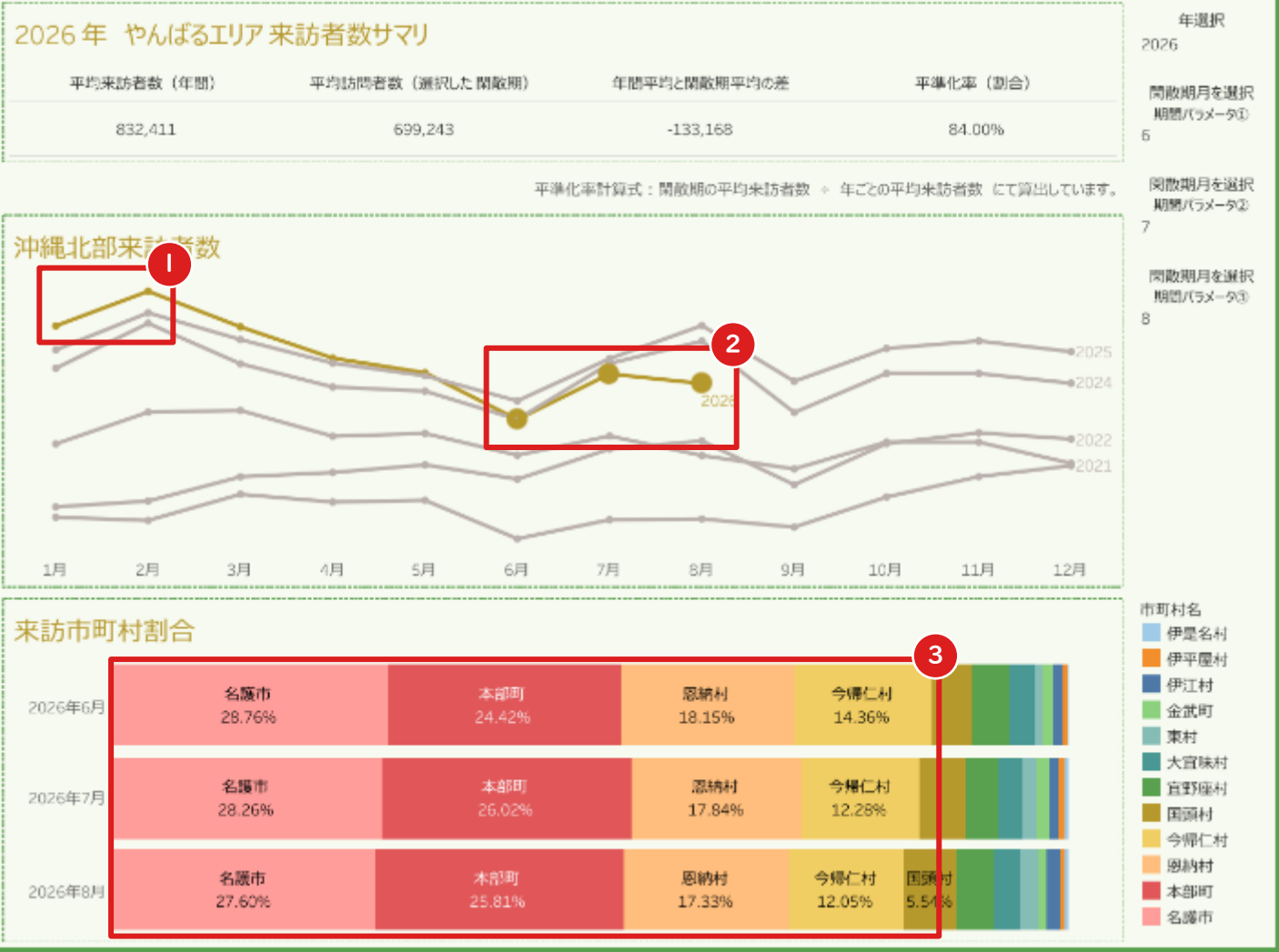


公益社団法人 日本観光振興協会
JAPAN TRAVEL AND TOURISM ASSOCIATION
デジタル観光統計オープンデータ

<https://www.nihon-kankou.or.jp/home/jigyoku/research/d-toukei/>

入込数 ―― 2026年は2月が山、6月が底。夏は前年を下回る

やんばるエリア訪問者数(平準化率)ダッシュボード



- 2026年の1～2月は前年を上回った**
2026年（金色の線）は2月が山で、1～2月は2025年の同じ月より多くなっています。
- 6月が底。7～8月は持ち直したが前年を下回る**
県全体の国内客も、8月は台風13号・18号の欠航で前年比▲12%（県の入域統計）でした。
- 来訪先は名護・本部・恩納・今帰仁で8割超**
6～8月の来訪市町村は、名護市28%、本部町25%前後、恩納村18%、今帰仁村12%の順です。

事業者の皆さまへのヒント

入込は「県全体の空の便」で決まる部分が大きく、お店の努力では動かせません。動かせるのは、来てくれたお客様の満足と、もう1回来てもらうこと。次からのアンケートは、その材料です。

ハッピーアンケート

やんばる観光データポータルサイト
Yambaru Tourism Data Portal

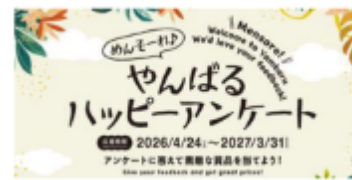
Yam-D (やんでい)

【2026年度版】アンケート調査（国内観光客向け）

やんばるエリアの観光客アンケート調査から国内のお客様の状況を分析することができます。

詳細分析用 https://public.tableau.com/app/profile/.58954927/viz/2026_17804709217990/sheet4

データソース： めんそーれ やんばるハッピーアンケート
<https://surv.yanbaru-tour.net/>



1年間で見た、やんばる観光の現在地

回答期間 2025.10.1 - 2026.9.30

やんばるハッピーアンケート（国内） 通年サマリ



回答数

10,086件

国内観光客



NPS

52.0

年間を通じて50前後



満足

87.8%

大変満足＋満足



やんばる宿泊

68.3%

平均 2.36泊



消費額

74,534円

1人あたり・目安



評価は安定、再訪ほど高評価

年間NPS

50前後で安定



来訪回数別NPS



県内客 55.3 > 県外客 50.7



二人旅が中心、繁忙期は家族

通期の同行者構成



最も高評価

20～30代夫婦 満足93%・NPS 62.3

季節で主役が変わる

夏休み：子連れ家族 5割超（8月 54.3%）

年末年始 39% / GW 36%

通常週：夫婦・カップルが4割前後



行動・接点・改善点



毎月1位は「食」

44～56% | 通期 51.2%



生成AI 2.7% → 9.7%

2025年10月

2026年9月

改善要望（自由記述 3,191件）



エリアNPS

島53.7 | うふ53.4 | なか52.4 | 門口49.9

アンケート設置場所

1	名護市	道の駅許田エリア	特産品・直売店	道の駅許田
2	名護市	羽地の駅エリア	特産品・直売店	羽地の駅
3	名護市	嵐山エリア	特産品・直売店	なごアグリパーク
4	名護市	嵐山エリア	観光施設	ネオパーク・オキナワ
5	名護市	嵐山エリア	観光施設	御菓子御殿 名護店
6	名護市	屋部エリア	観光施設	ナゴバイナッブルパーク
7	名護市	屋部エリア	観光施設	沖縄フルーツランド
8	名護市	名護市街エリア	観光施設	オリオンハッピーパーク
9	名護市	道の駅許田エリア	宿泊施設	オリエンタルホテル 沖縄リゾート&スパ
10	名護市	道の駅許田エリア	飲食店	美ら花 別邸
11	名護市	名護市街エリア	宿泊施設	名護ビジネスホテル
12	名護市	二見以北十区エリア	自然体験	マリクラブ ベリー カヌチャ店
13	名護市	道の駅許田エリア	宿泊施設	ベストウェスタン沖縄幸喜ビーチ
14	名護市	名護市街エリア	宿泊施設	ホテル 山田荘
15	名護市	名護市街エリア	宿泊施設	ホテル ゆがふいん おきなわ
16	名護市	屋我地エリア	宿泊施設(民宿)	N.HOUSE
17	名護市	羽地の駅エリア	宿泊施設(民宿)	民泊 とかしき
18	名護市	羽地の駅エリア	宿泊施設(旅館・ホテル)	山川家
19	名護市	嵐山エリア	宿泊施設(民宿)	汐琉
20	名護市	羽地の駅エリア	宿泊施設(旅館・ホテル)	ネイティブ オキナワスピリッツ
21	伊江村	伊江村エリア	特産品・直売店	伊江島物産センター (休憩所)
22	伊江村	伊江村エリア	観光施設	ハイビスカス園
23	伊江村	伊江村エリア	港	伊江港
24	伊江村	伊江村エリア	宿泊施設	YYY CLUB IE RESORT
25	伊江村	伊江村エリア	飲食店	はるまき
26	伊江村	伊江村エリア	飲食店	緋桜精肉店
27	伊是名村	伊是名村エリア	特産品・直売店	伊是名村観光物産センター
28	伊是名村	伊是名村エリア	港	仲田港
29	伊是名村	伊是名村エリア	体験交流施設	伊是名村体験・交流観光連携施設
30	伊是名村	伊是名村エリア	歴史文化資料館	伊是名村ふれあい民俗館
31	伊是名村	伊是名村エリア	宿泊施設	美島
32	伊是名村	伊是名村エリア	宿泊施設	ゲストハウス上里商店
33	伊是名村	伊是名村エリア	飲食店	レストハウスかみやま
34	伊平屋村	伊平屋村エリア	特産品・直売店	伊平屋村ぎょうぎょう直売店
35	伊平屋村	伊平屋村エリア	自然体験	いへや愛ランドよねざき
36	伊平屋村	伊平屋村エリア	港	前泊港ターミナル
37	伊平屋村	伊平屋村エリア	宿泊施設	伊平屋観光ホテル
38	伊平屋村	伊平屋村エリア	飲食店	お食事処 みなと (前泊港ターミナル2F)
39	伊平屋村	伊平屋村エリア	飲食店	café はるま〜い
40	伊平屋村	伊平屋村エリア	宿泊施設	ホテル にしえ
41	伊平屋村	伊平屋村エリア	宿泊施設	松金ホテル
42	恩納村	おんなの駅エリア	特産品・直売店	おんなの駅なかゆくい市場
43	恩納村	万座毛エリア	特産品・直売店	万座毛周辺活性化施設
44	恩納村	万座毛エリア	観光施設	御菓子御殿 恩納店
45	恩納村	真栄田岬エリア	観光施設	琉球村
46	恩納村	真栄田岬エリア	名勝	真栄田岬
47	恩納村	万座毛エリア	体験学習	恩納村観光協会 (ふれあい体験学習センター)
48	恩納村	おんなの駅エリア	観光施設	恩納村観光協会 (恩納村文化情報センター)
49	宜野座村	道の駅ぎのざエリア	道の駅・特産品・直売店	道の駅ぎのざ
50	宜野座村	松田鍾乳洞エリア	宿泊施設	THE HIRAMATSU HOTELS & RESORTS 宜野座

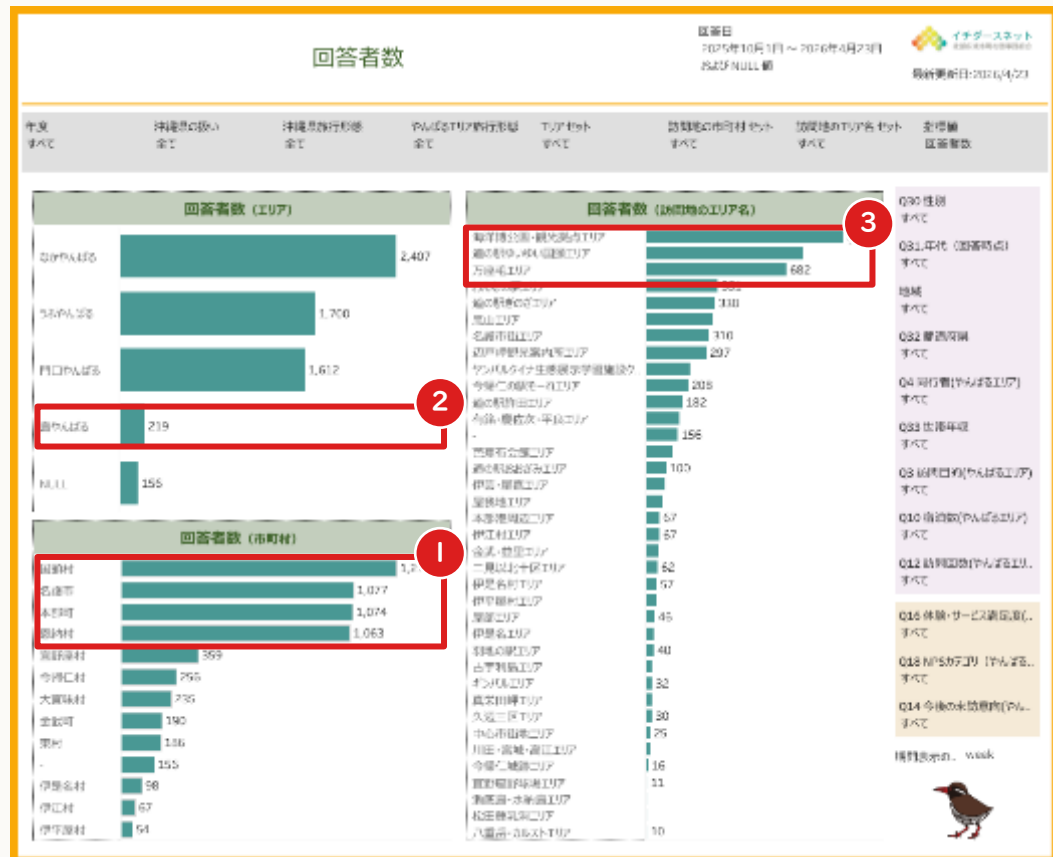
51	宜野座村	松田鍾乳洞エリア	観光施設	松田鍾乳洞 (松田地区体験交流センター)
52	宜野座村	宜野座野球場エリア	博物館	宜野座村立博物館
53	宜野座村	道の駅ぎのざエリア	観光施設	タビックタラソセンター 宜野座
54	宜野座村	宜野座野球場エリア	観光施設	宜野座野球場
55	金武町	ギンバルエリア	自然体験学習	ネイチャーみらい館
56	金武町	ギンバルエリア	宿泊施設	ASBO STAY HOTEL
57	金武町	金武・並里エリア	飲食店	キングタコス 金武本店
58	金武町	ギンバルエリア	ビーチ	KINサンライズビーチ
59	金武町	金武・並里エリア	公園	金武アクティブパーク
60	金武町	伊芸・屋嘉エリア	サービスエリア	伊芸サービスエリア
61	金武町	金武・並里エリア	観光案内所	金武町観光協会
62	国頭村	道の駅ゆいゆい国頭エリア	道の駅・特産品・直売店	道の駅ゆいゆい国頭
63	国頭村	ヤンバルクイナ生態展示学習施設クイナの森エリア	道の駅・特産品・直売店	道の駅やんばるバイナッブルの丘 安波
64	国頭村	辺戸岬観光案内所エリア	観光施設	辺戸岬観光案内所
65	国頭村	ヤンバルクイナ生態展示学習施設クイナの森エリア	展示学習施設	ヤンバルクイナ生態展示学習施設クイナの森
66	今帰仁村	今帰仁の駅そーれエリア	特産品・直売店	今帰仁の駅そーれ
67	今帰仁村	今帰仁の駅そーれエリア	特産品・直売店	DRIVE IN リカリカワルミ
68	今帰仁村	古宇利島エリア	特産品・直売店	古宇利島の駅 ソラハシ
69	今帰仁村	古宇利島エリア	観光施設	古宇利オーシャンタワー
70	今帰仁村	今帰仁の駅そーれエリア	港	運天港フェリーターミナル
71	今帰仁村	古宇利島エリア	宿泊施設	One Suite THE GRAND
72	今帰仁村	今帰仁城跡エリア	観光施設	今帰仁城跡
73	今帰仁村	今帰仁の駅そーれエリア	観光案内所	今帰仁観光協会
74	大宜味村	道の駅おぎみエリア	道の駅・特産品・直売店	道の駅おぎみやんばるの森ビジターセンター (特産品販売所)
75	大宜味村	芭蕉布会館エリア	特産品・直売店	大宜味村農村活性化センター
76	大宜味村	道の駅おぎみエリア	観光施設	大宜味シークワサーパーク
77	大宜味村	道の駅おぎみエリア	自然体験	ター滝
78	大宜味村	芭蕉布会館エリア	観光施設	芭蕉布会館
79	大宜味村	芭蕉布会館エリア	特産品・直売店	やんばる酒造
80	大宜味村	芭蕉布会館エリア	特産品・直売店	OKINAWA CACAO
81	大宜味村	道の駅おぎみエリア	飲食店	やんばる塩屋湾 まぐずくやー
82	大宜味村	芭蕉布会館エリア	観光施設、宿泊施設	喜如嘉翔学校
83	大宜味村	道の駅おぎみエリア	観光施設	大保ダム
84	大宜味村	道の駅おぎみエリア	道の駅・特産品・直売店	道の駅おぎみやんばるの森ビジターセンター (観光情報発信施設)
85	大宜味村	芭蕉布会館エリア	宿泊施設(民宿)	しんなばま
86	大宜味村	芭蕉布会館エリア	宿泊施設(民宿)	浜辺の家スニ
87	大宜味村	芭蕉布会館エリア	宿泊施設(民宿)	ゲストハウス メリ
88	大宜味村	芭蕉布会館エリア	宿泊施設(民宿)	GUEST house MERI
89	大宜味村	芭蕉布会館エリア	宿泊施設(旅館・ホテル)	カノン
90	大宜味村	芭蕉布会館エリア	宿泊施設(旅館・ホテル)	民宿ふえ〜ぬ風
91	大宜味村	道の駅おぎみエリア	宿泊施設(民宿)	なちゅら
92	大宜味村	道の駅おぎみエリア	宿泊施設(民宿)	コガチヤー
93	大宜味村	道の駅おぎみエリア	宿泊施設(住宅宿泊事業)	ペンション サーベイ
94	大宜味村	道の駅おぎみエリア	宿泊施設(民宿)	TAMAKI屋
95	大宜味村	道の駅おぎみエリア	宿泊施設(民宿)	TAMAKI屋Ⅱ
96	大宜味村	道の駅おぎみエリア	宿泊施設(民宿)	民宿 伊勢農園
97	大宜味村	道の駅おぎみエリア	宿泊施設(民宿)	民宿 島の上ファーム
98	大宜味村	道の駅おぎみエリア	宿泊施設(民宿)	そよ風
99	大宜味村	道の駅おぎみエリア	宿泊施設(民宿)	すーじぐわー
100	大宜味村	芭蕉布会館エリア	宿泊施設(民宿)	民泊 海風

101	大宜味村	道の駅おぎみエリア	宿泊施設(民宿)	里山農園
102	大宜味村	道の駅おぎみエリア	宿泊施設(民宿)	やんばる木の家
103	大宜味村	道の駅おぎみエリア	宿泊施設(民宿)	つわぶき荘
104	大宜味村	芭蕉布会館エリア	宿泊施設(民宿)	喜如嘉 フォーム
105	大宜味村	道の駅おぎみエリア	宿泊施設(旅館・ホテル)	ケルンハウス
106	大宜味村	芭蕉布会館エリア	宿泊施設(民宿)	ボウジ森の見える家
107	東村	有銘・慶佐次・平良エリア	道の駅・特産品・直売店	道の駅サンライズひがし
108	東村	川田・宮城・高江エリア	特産品・直売店	たかえ特産品直売所
109	東村	有銘・慶佐次・平良エリア	宿泊施設	つつじエコパーク (村民の森バンガロー)
110	東村	有銘・慶佐次・平良エリア	観光施設	慶佐次湾ヒルギ林(東村ふれあいヒルギ公園)
111	本部町	中心市街地エリア	特産品・直売店	もとぶかりゆし市場
112	本部町	八重岳・カルストエリア	特産品・直売店	伊豆味みかんの里
113	本部町	海洋博公園・観光拠点エリア	飲食店	フクギ屋
114	本部町	海洋博公園・観光拠点エリア	公園	海洋博公園
115	本部町	本部港周辺エリア	港	本部港
116	本部町	中心市街地エリア	港	渡久地港
117	本部町	海洋博公園・観光拠点エリア	宿泊施設	アラマハイナ コンドホテル
118	本部町	海洋博公園・観光拠点エリア	宿泊施設	ホテルマハイナウェルネスリゾートオキナワ
119	本部町	瀬底島・水納島エリア	宿泊施設	ヒルトン沖縄瀬底リゾート
120	本部町	海洋博公園・観光拠点エリア	宿泊施設	マリンピアザオキナワ
121	今帰仁村	今帰仁城跡エリア	宿泊施設	Lit Hotel NAKIJIN
122	今帰仁村	今帰仁の駅そーれエリア	宿泊施設	リゾートホテル・ベル・パライソ
123	東村	川田・宮城・高江エリア	宿泊施設	ヤンバルエクスペリエンスホテルヌンガニク
124	国頭村	道の駅ゆいゆい国頭エリア	宿泊施設	ちちぬーじ
125	恩納村	おんなの駅エリア	飲食店	恩納村水産物直売店 浜の家
126	宜野座村	道の駅ぎのざエリア	飲食店	宜野座村水産物直売所 (食堂)
127	名護市	名護市街エリア	飲食店	名護漁港水産物直売所
128	国頭村	道の駅ゆいゆい国頭エリア	飲食店	国頭港食堂 (国頭漁業協同組合直売店)
129	伊是名村	伊是名村エリア	飲食店	伊是名漁業協同組合 直売所
130	東村	川田・宮城・高江エリア	観光施設	福地川海浜公園
131	恩納村	おんなの駅エリア	宿泊施設	リザンシーパーク谷茶ベイ
132	国頭村	辺戸岬観光案内所エリア	観光施設	アスミイハイクス (旧大石林山)
133	国頭村	道の駅ゆいゆい国頭エリア	宿泊施設	オクマ プライベートビーチ & リゾート
134	名護市	二見以北十区エリア	道の駅・特産品・直売店	わんさか大浦パーク
135	伊是名村	伊是名村エリア	交通	フェリーいぜん尚円
136	伊是名村	伊是名村エリア	観光施設	いぜん島観光協会
137	伊平屋村	伊平屋村エリア	飲食店	海魚
138	伊是名村	伊是名村エリア	飲食店	食事処 やま
139	国頭村	辺戸岬観光案内所エリア	宿泊施設	やんばるホテル南浜森室
140	国頭村	施設クイナの森エリア	道の駅・特産品・直売店	奥共同売店
141	東村	有銘・慶佐次・平良エリア	飲食店	又言コーヒー
142	名護市	屋我地エリア	飲食店	くるまえばキッチンTAMAYA
143	本部町	八重岳・カルストエリア	観光施設	ヤンバルランチャー名護店
144	本部町	瀬底島・水納島エリア	飲食店	49CAFE
145	金武町	伊芸・屋嘉エリア	飲食店	嘉海食堂
146	名護市	久辺三区エリア	観光施設	国際海洋環境情報センターGODAC
147	名護市	嵐山エリア	飲食店	中山コーヒー園
148	伊是名村	伊是名村エリア	宿泊施設	なか川館
149	伊是名村	伊是名村エリア	宿泊施設	いずみ荘
150	伊江村	伊江村エリア	宿泊施設	マリンハウスIEアイランド

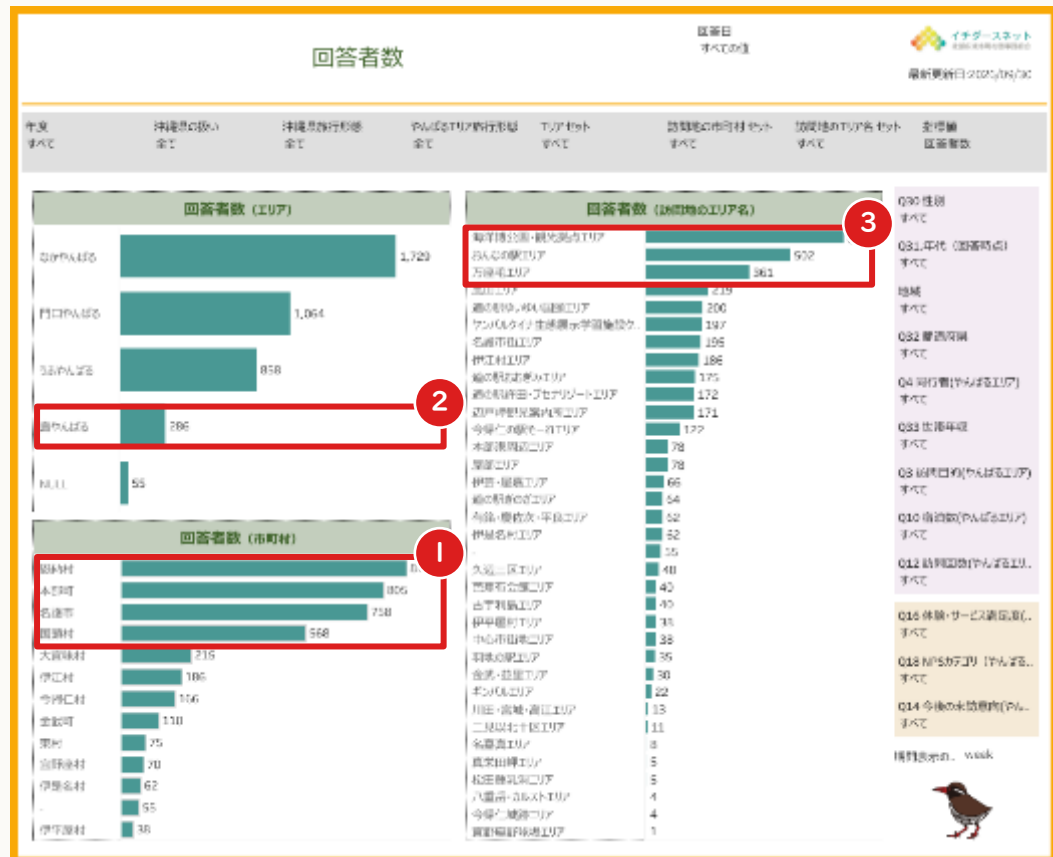
151	伊江村	伊江村エリア	宿泊施設	マルコポーロ
152	伊江村	伊江村エリア	宿泊施設	カーサ・ビエント
153	伊江村	伊江村エリア	宿泊施設	ホワイトハウス
154	本部町	本部港周辺エリア	飲食店	ドライブインレストランハワイ
155	本部町	本部港周辺エリア	観光施設	ベルビーチゴルフクラブ
156	名護市	久辺三区エリア	飲食店	海鮮食堂 雅料理店
157	恩納村	万座毛エリア	宿泊施設	みゆきビーチホテル
158	恩納村	名嘉真エリア	宿泊施設	海の旅亭おきなわ名嘉真荘
159	恩納村	名嘉真エリア	宿泊施設	オディシス恩納リゾートホテル
160	本部町	海洋博公園・観光拠点エリア	宿泊施設	オリオンホテル モトブリゾート&スパ
161	金武町	伊芸・屋嘉エリア	飲食店	Morning Hills
162	名護市	名護市街エリア	観光施設	森のガラス館

回答数 — 2025年度版と2026年度版のアンケート

2025年度版 2025/10/1～2026/4/23 (6,094件・205日間)



2026年度版 2026/4/24～9/30 (3,992件・160日間)



1

市町村の1位が入れ替わった

2025年度は国頭村1,279件が1位。2026年度は恩納村876件が1位で、本部町・名護市が続きます。1日あたりの回答は29.7件→25.0件です。

2

島やんばるは219件→286件に増加

期間が短いのに増えました。伊江村が67件→186件と、設置と声かけの効果が出ています。

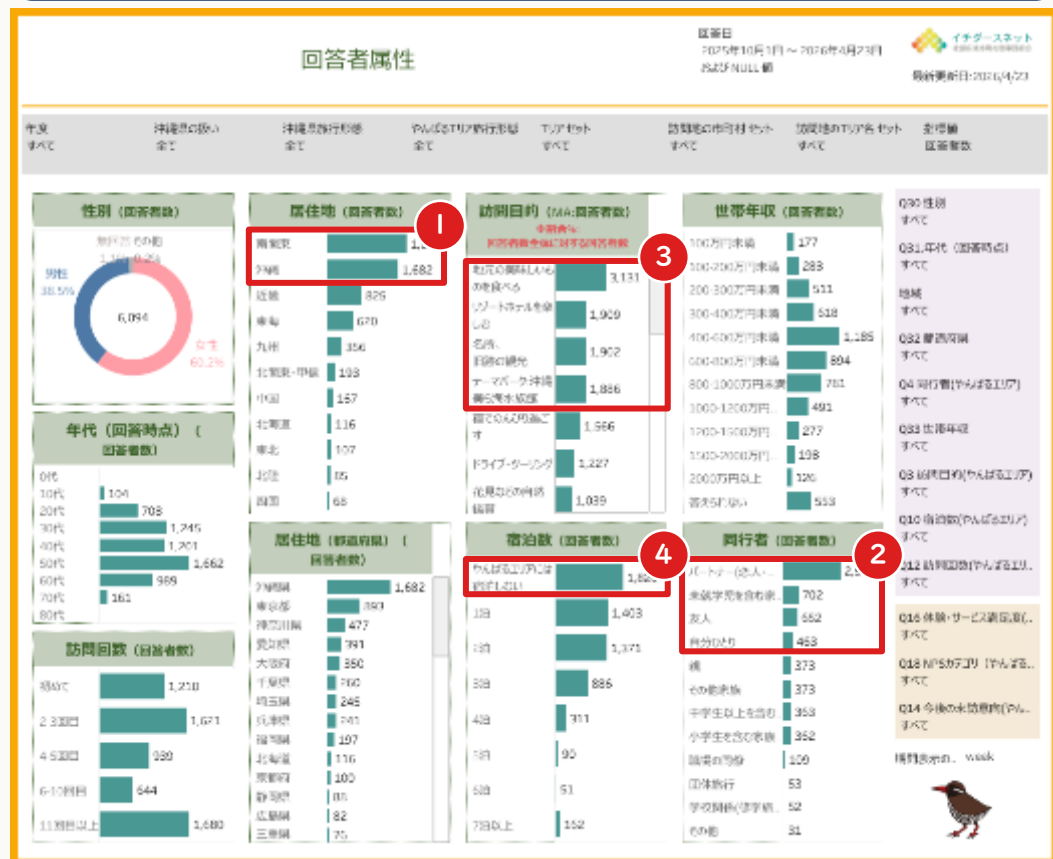
3

回答が多い場所は海洋博公園エリア

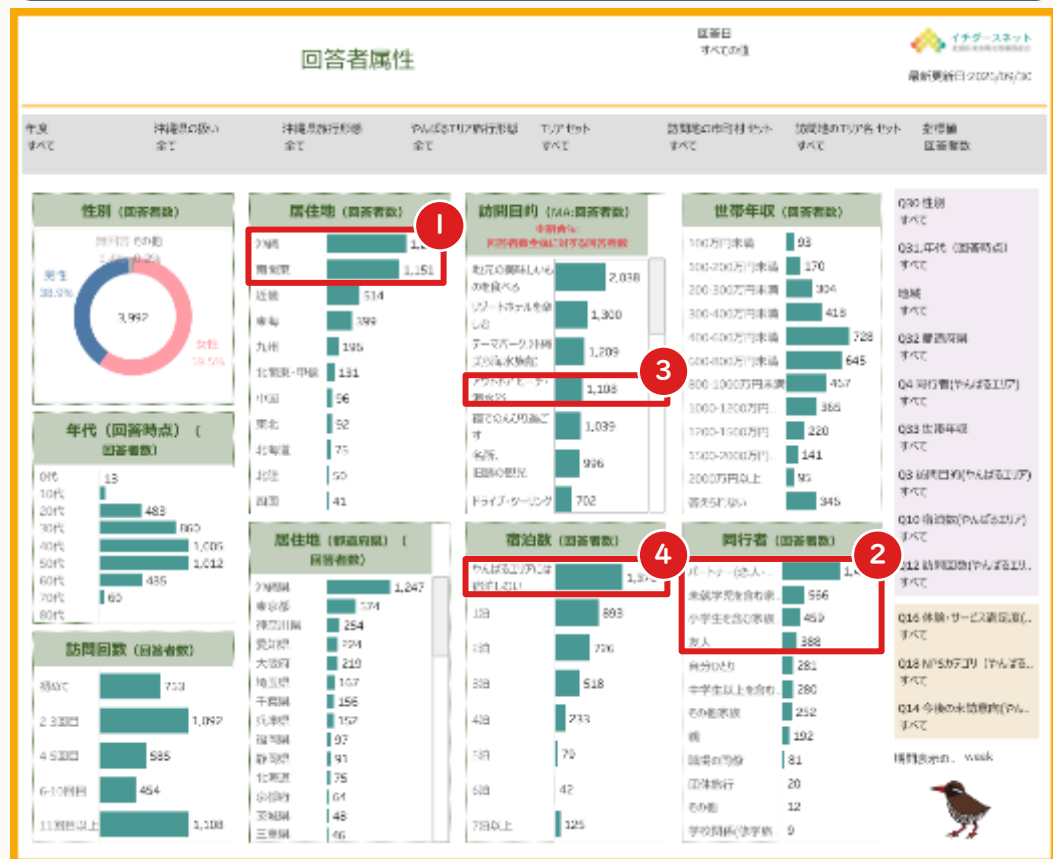
両期間で最多(962件→685件)。2026年度は、おんごの駅エリアが351件→502件で2位に上がりました。

回答者の属性 — 2025年度版と2026年度版

2025年度版 2025/10/1～2026/4/23 (6,094件・205日間)



2026年度版 2026/4/24～9/30 (3,992件・160日間)



1

居住地：1位が南関東から沖縄県へ
2025年度は南関東1,875件が1位。
2026年度は沖縄県1,247件が1位になり、県内のお客様の割合は27.6%→31.2%です。

2

同行者：家族が増えた
パートナーが最多のまま（42%→36%）。2026年度は「小学生を含む家族」459件が3位に上がりました（夏休み）。

3

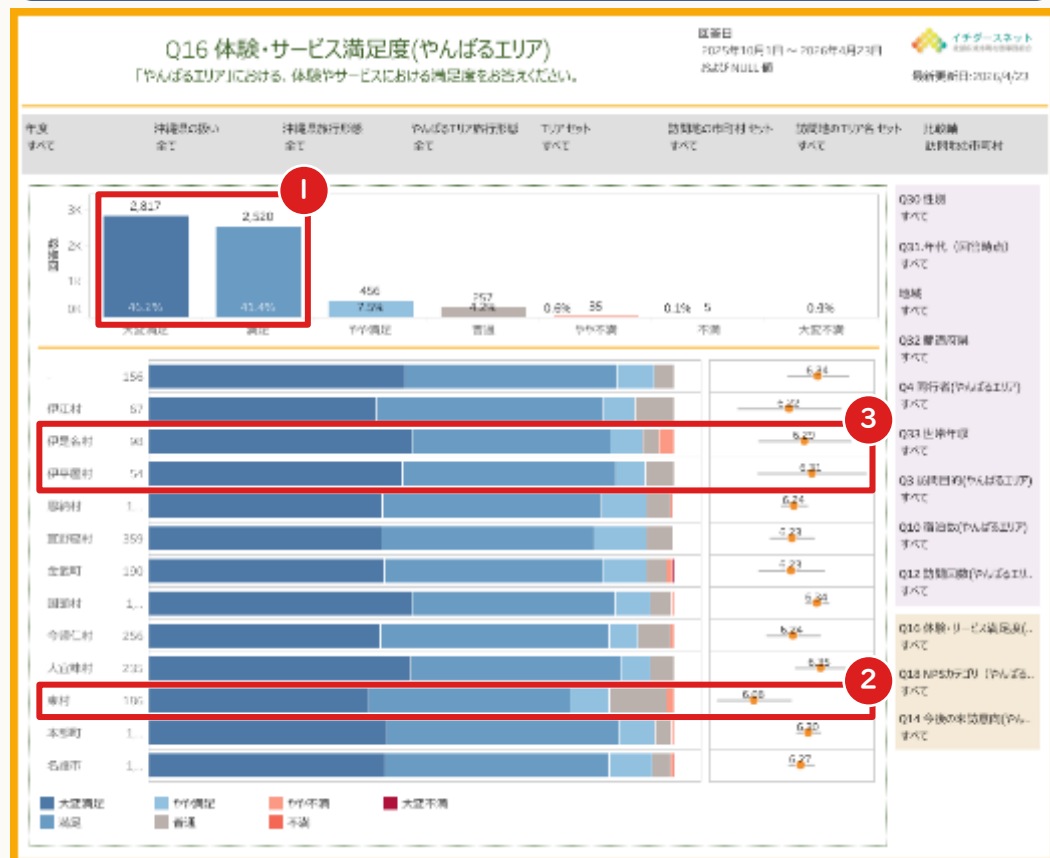
目的：ビーチ・海水浴が4位に
2026年度は1,108件で4位。2025年度の上位は食・リゾートホテル・名所・美ら海で、海は上位にありません。

4

宿泊：泊まらない方が増えた
「やんばるに泊まらない」が30%→34%。年代は40～50代が中心で変わりません。

満足度 —— 2025年度版と2026年度版

2025年度版 2025/10/1～2026/4/23 (6,094件・205日間)



① 「大変満足」が増えた
46.2%→49.1%。満足以上（大変満足＋満足）は
87.6%→88.1%で、不満の声は0.7%以下にとどま
ります。

2 東村が最も低い→最も高いに
市町村別の平均点（7点満点）。2025年度に最も低かった東村（6.08）が、2026年度は最も高く（6.48）なりました。

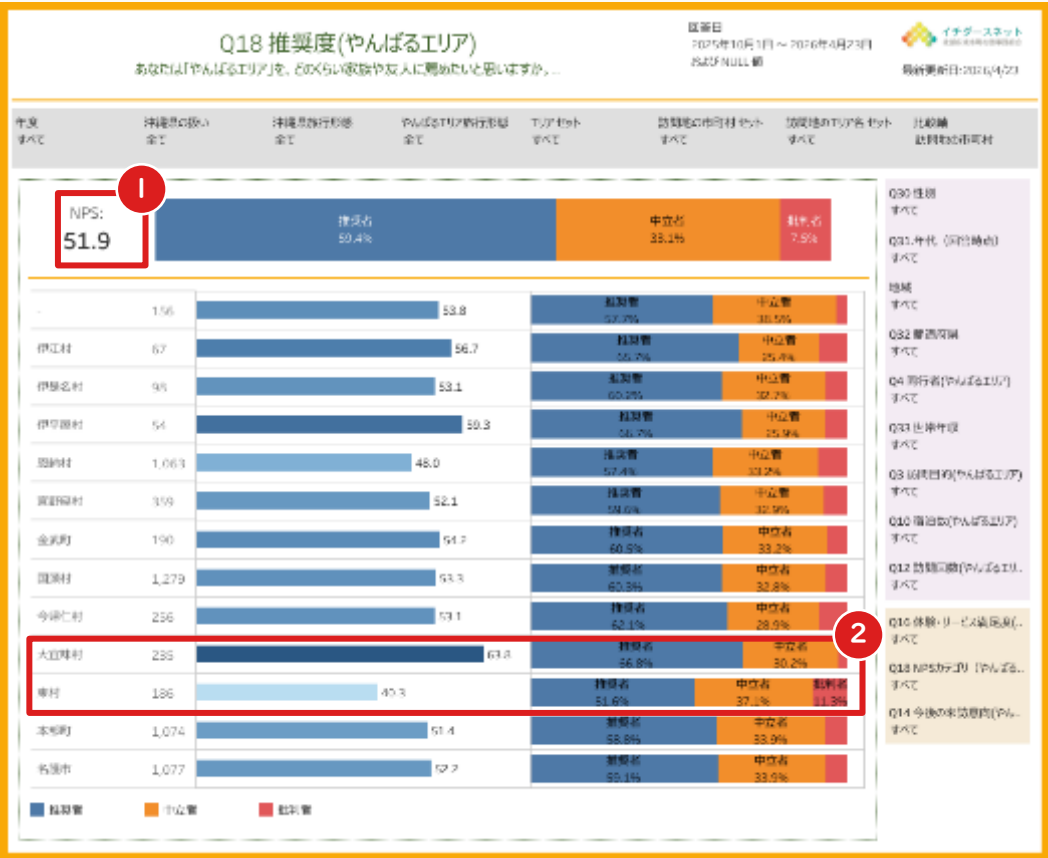
3 2026年度は離島2村が低め

伊是名村6.06・伊平屋村6.05。回答が62件・38件なので参考値ですが、両期間とも6.3前後だった2025年度から下がっています。

出典：Yam-D ハッピーアンケート ダッシュボード（国内観光客）Q16 体験・サービス満足度。赤枠＝読み取りで触れた箇所

おすすめ度（NPS）—— 2025年度版と2026年度版

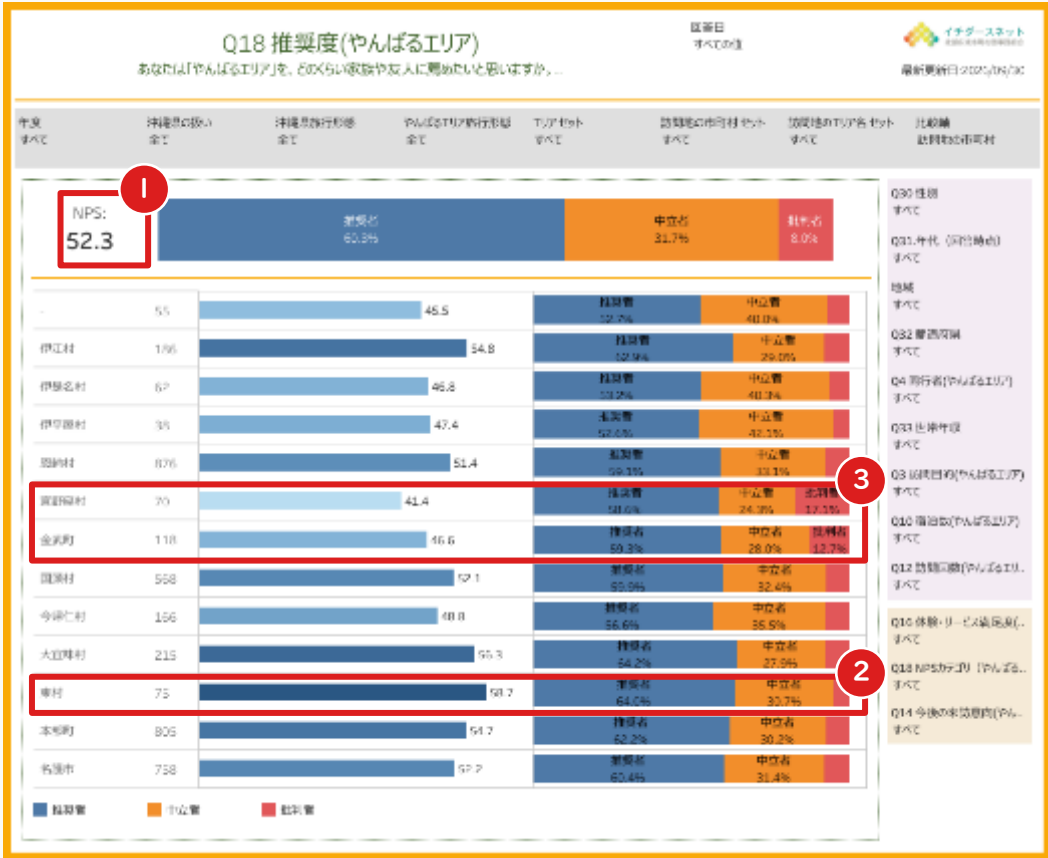
2025年度版 2025/10/1～2026/4/23（6,094件・205日間）



1 NPSは51.9→52.3でほぼ同じ
推奨者（9～10点）が6割、批判者（0～6点）は8%。
1年を通じて高い水準です。

2 東村が最低→最高に。大宜味村は両期間で上位
2025年度に最も低かった東村（40.3・批判者11.3%）が、2026年度は最も高く（58.7）。大宜味村は63.8→56.3です。

2026年度版 2026/4/24～9/30（3,992件・160日間）

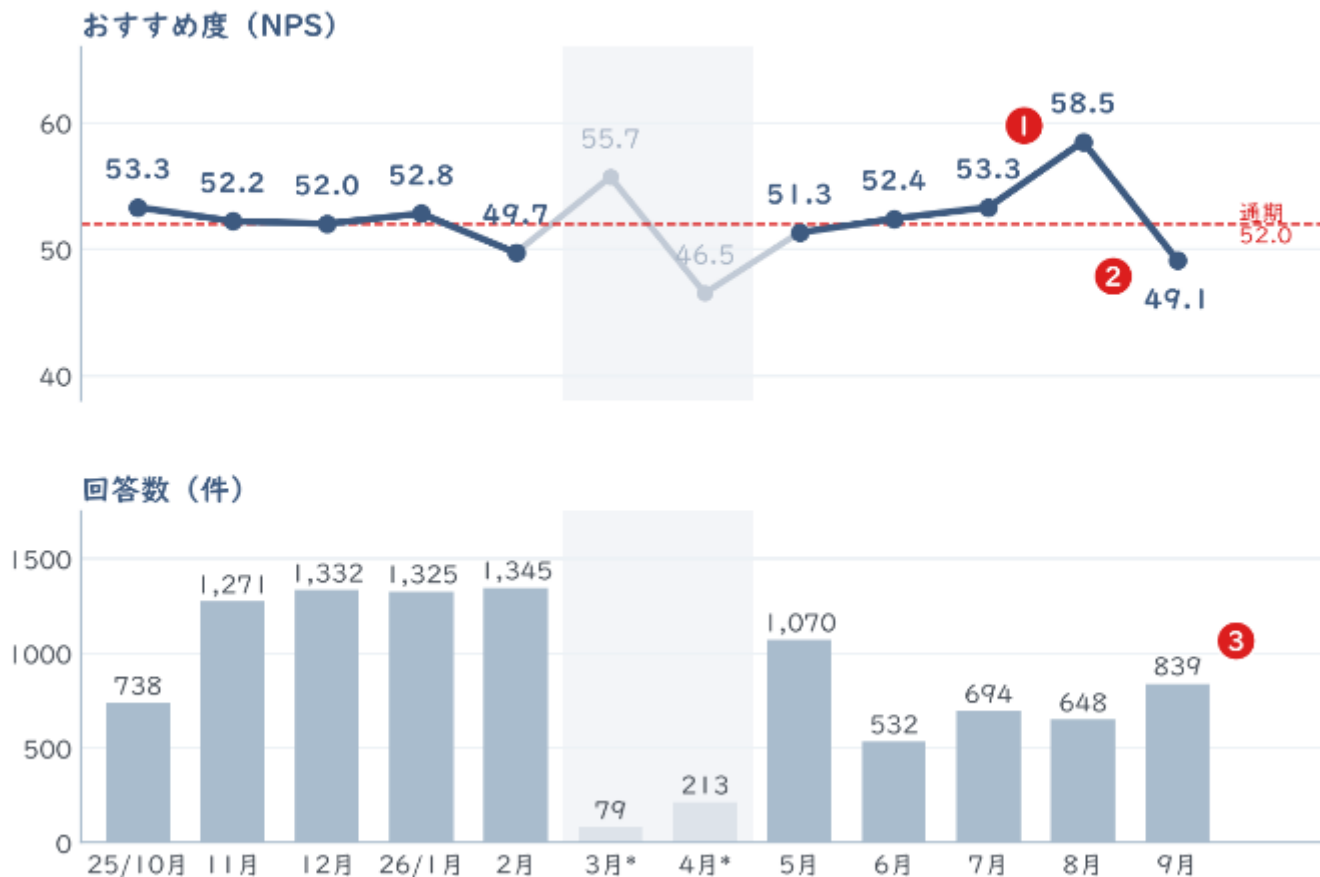


3 2026年度は宜野座村・金武町が低め
宜野座村41.4・金武町46.6で、批判者が12～17%います。回答70件・118件なので参考値です。

この1年の推移① 回答数とおすすめ度 —— 評価は1年を通じて50前後

アンケートの回答数と、おすすめ度（NPS）の推移

国内観光客・月別（2025年10月～2026年9月） *印＝回答300件未満の参考月（薄い色）



1 8月のおすすめ度は**58.5**で、この1年の最高
子連れ家族が半分を超えた月です。県外のお客様の評価が特に高くなりました。

2 9月は**49.1**に下がった
2月（49.7）と並び、回答300件以上の月では最も低い水準です。10月以降も続くか確認します。

3 9月の回答は**839件**に増加
連休（9/19～23）に327件が集中しました。昨年11～2月は月1,300件前後で、回答数は昨年より少なめです。

事業者の皆さまへのヒント

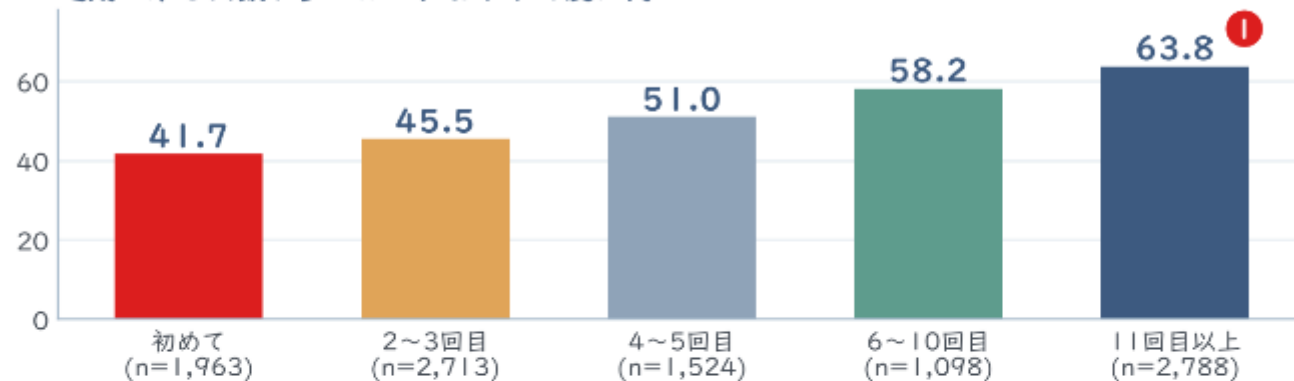
お客様が増えた月に、評価が上がるとは限りません。 8月は家族連れの満足が全体を押し上げ、9月は連休で人が増えたのに下がりました。混雑する日ほど、待ち時間の目安や空いている時間帯の一言が、評価を守ります。

この1年の推移② 来訪回数別のおすすめ度 —— 通うほど高い。9月は2～3回目が低下

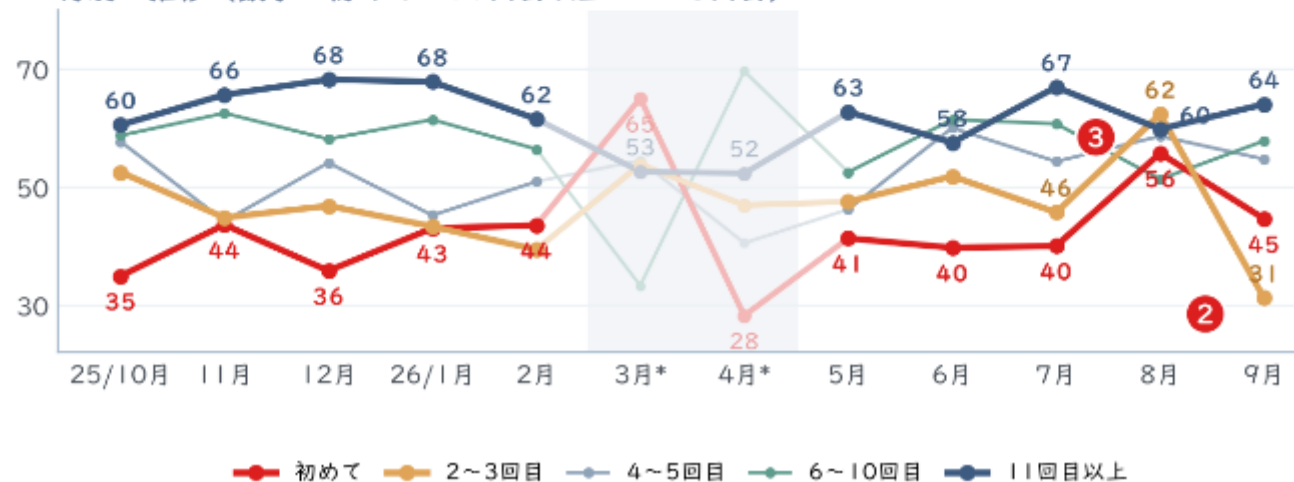
来訪回数別のおすすめ度（NPS）

上：通期（12か月）の値 下：月別の推移 *印＝回答300件未満の参考月（薄い色）

通期：来る回数が多いほど、おすすめ度は高い



月別の推移（数字＝初めて・11回目以上・2～3回目）



出典：やんばるハッピーアンケート（国内観光客）2025/10/1～2026/9/30・n=10,086

- 1 通期：初めて41.7→11回目以上63.8**
来る回数が増えるほど、おすすめ度は一段ずつ上がります（上のグラフ）。この順番は、どの月でもほぼ変わりません。
- 2 9月は2～3回目の方が31.2に低下**
8月の62.3から大きく下がりました。9月の全体の低下は、この層の影響が大きくなっています。
- 3 初めてのの方は8月に55.7まで上がった**
夏休みの家族連れが中心です。9月は44.6と、春までの水準（35～44）に戻りました。

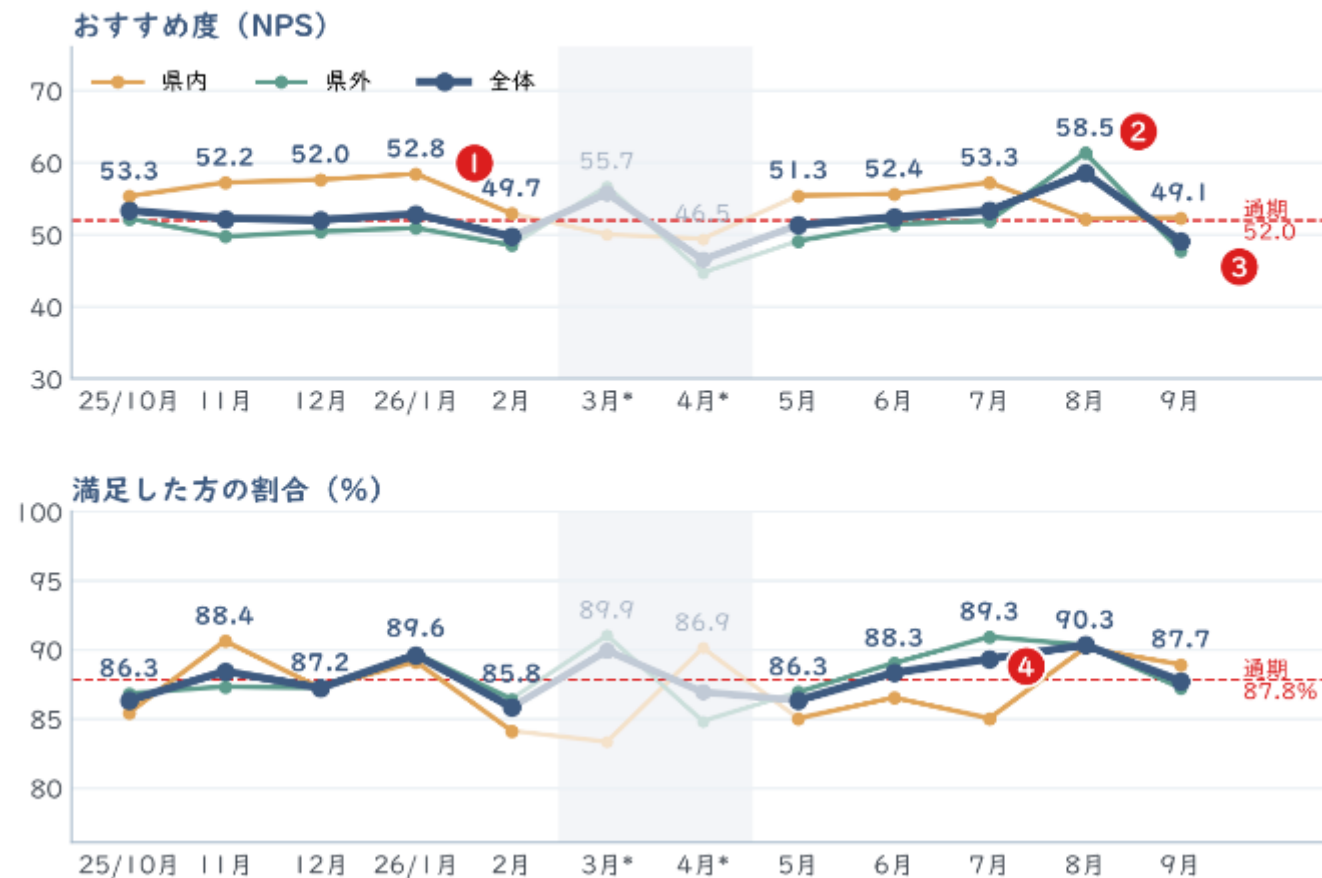
事業者の皆さまへのヒント

初めての方（NPS 41.7）が2回目に来てくれると、評価も消費も上がります。帰り際の「次は〇〇の季節にどうぞ」の一言と、2～3回目の方への「前回と違う楽しみ方」の案内が、常連を育てます。

この1年の推移③ 県内と県外 —— 県内のお客様は安定、県外は夏に山と谷

満足度とおすすめ度（NPS）：全体・県内・県外

太線＝全体（数字つき）、細線＝沖縄県内・県外のお客様 赤の点線＝通期（12か月）の値 *印＝参考月



1 県内のお客様は、10月～7月のほぼ毎月、県外より高い

通期では県内**55.3**・県外50.7。1月は県内58.4と、この1年で最も高くなりました。

2 8月は県外が**61.3**で逆転

夏休みの家族旅行で来た県外のお客様の評価が、全体を押し上げました。

3 9月は県外が**47.7**に低下

県内は52.3で大きくは変わりません。9月の全体の低下は、連休にきた県外のお客様の評価によるものです。

4 満足した方は毎月**85～90%**

県内・県外に差はありません。通期では県内87.3%、県外88.0%です。

事業者の皆さまへのヒント

県内のお客様は、1年を通じて評価が安定した「土台」です。

県外のお客様は時期で顔ぶれが変わるので、夏は家族向け、秋は大人2人向けと、その月の主役に合わせた案内が効きます。

お客様のタイプ別① 月ごとの構成と、通期の満足度・おすすめ度

お客様のタイプ	25-10	25-11	25-12	26-01	26-02	26-03	26-04	26-05	26-06	26-07	26-08	26-09	回答数 (通期)	構成比 (通期)	満足 (通期)	NPS (通期)
ひとり旅	8%	6%	9%	7%	9%	11%	10%	8%	9%	6%	5%	7%	744	7.4%	85%	46.8
うち20～30代	14%	14%	11%	10%	11%	13%	12%	12%	12%	12%	8%	14%	1,187	11.8%	93%	62.3
うち40～50代	23%	19%	18%	21%	17%	4%	22%	20%	20%	17%	8%	17%	1,847	18.3%	87%	51.9
うち60代以上	9%	9%	12%	12%	13%	5%	9%	9%	8%	8%	4%	7%	979	9.7%	81%	41.0
夫婦・カップル 計	46%	42%	42%	43%	41%	22%	44%	41%	40%	37%	20%	38%	4,013	39.8%	88%	52.3
うち未就学児	12%	13%	11%	12%	10%	16%	12%	15%	13%	12%	17%	14%	1,268	12.6%	90%	58.4
うち小学生	6%	6%	7%	6%	5%	6%	7%	9%	8%	13%	22%	9%	821	8.1%	89%	58.1
うち中学生以上	4%	4%	8%	6%	7%	14%	3%	6%	3%	7%	15%	6%	643	6.4%	89%	50.1
家族 計	22%	23%	25%	24%	22%	37%	22%	30%	24%	32%	54%	28%	2,732	27.1%	90%	56.4
成人親子	4%	6%	6%	7%	6%	9%	5%	4%	5%	4%	5%	5%	565	5.6%	89%	51.2
友人	10%	13%	10%	9%	12%	10%	10%	9%	12%	11%	6%	11%	1,040	10.3%	89%	48.5
その他	11%	11%	9%	10%	10%	11%	9%	9%	10%	10%	8%	10%	992	9.8%	84%	47.3
回答数（月別）	738	1,271	1,332	1,325	1,345	79	213	1,070	532	694	648	839	10,086	100%	88%	52.0

① 夫婦・カップルが40%で最大
8月（20%）を除き、毎月4割前後。やんばるの土台のお客様です。

② 20～30代の夫婦は満足93%・NPS 62.3で最高
全体の12%。初めての方が多く、強くすすめてくれる層です。

③ 60代以上の夫婦は満足81%・NPS 41.0で最低
全体の10%で、冬（12～2月）は12～13%に増えます。

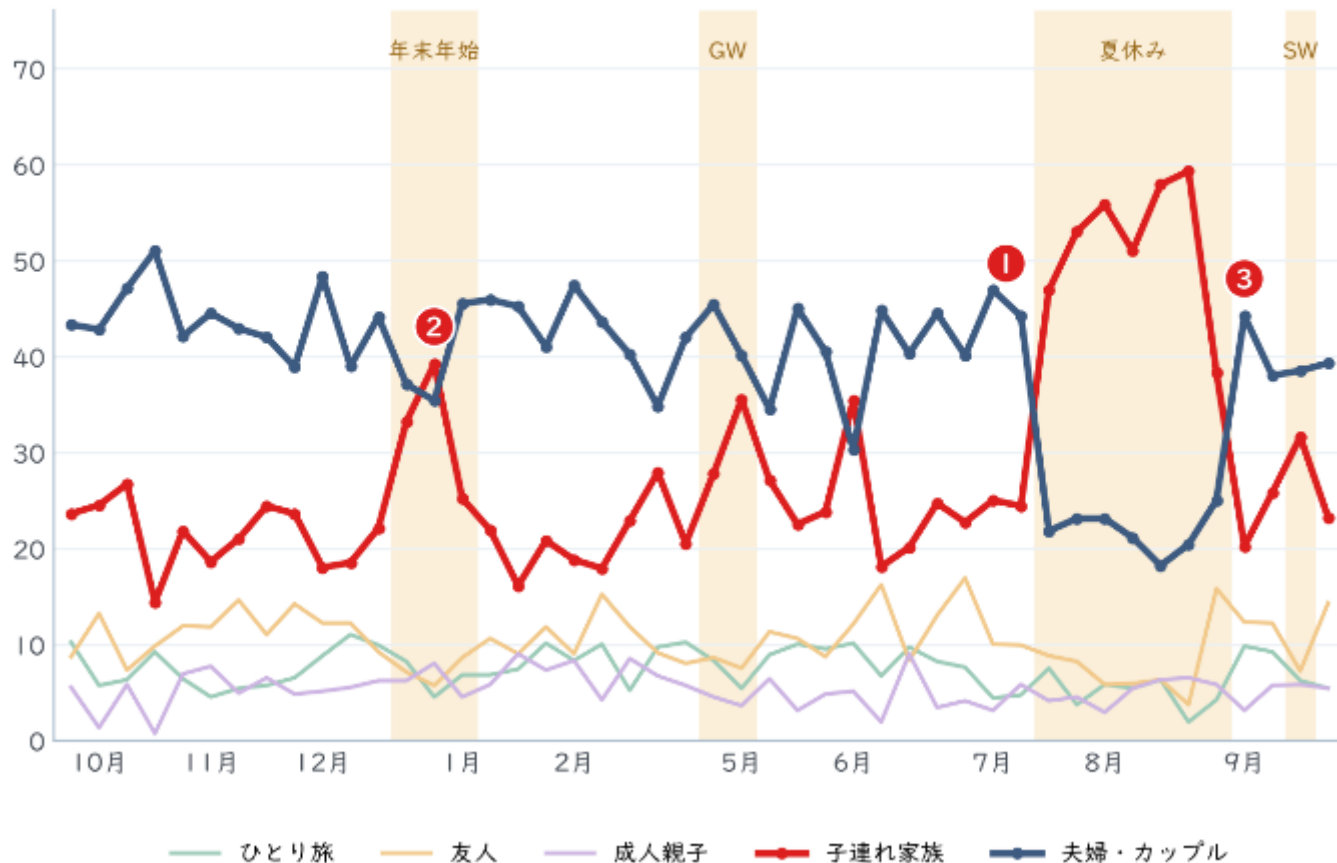
④ 家族は8月に54%。NPS 56.4
通期27%。夏休みだけ主役が入れ替わり、評価も高めです。

出典：やんばるハッピーアンケート（国内観光客）2025/10/1～2026/9/30・n=10,086。各月＝100%。黄色＝15%以上または読み取りで触れた値。灰色の月＝参考値。夫婦・カップルの年代＝回答者の年齢

お客様のタイプ別② 週ごとの同行者 —— 連休と夏休みは家族、ふだんは夫婦

同行者の移り変わり（週別・2025年10月～2026年9月）

各週の回答に占める割合（％）。回答50件未満の週（3～4月の大半）は省略。太線＝夫婦・カップルと子連れ家族



1 夏休み：7月20日の週に、子連れ家族と夫婦が逆転

子連れ家族は24%→47%。8月は5割超が続き、最多は8月24日の週の59%でした。

2 年末年始：12月29日の週に子連れ家族が39%
GW（5月4日の週）も36%。連休のたびに家族が増え、ふだんの週は夫婦・カップルが4割前後で最多です。

3 9月7日の週に、夫婦・カップルが44%で戻る
夏休みが明けると1週間で元の形に戻ります。切り替わりは、はっきりしています。

事業者の皆さまへのヒント

品ぞろえ・メニュー・POPの切り替えは「7月の3連休の前」と「9月の第1週」が目安。年末年始・GWも家族向けの準備が効きます。

お客様のタイプ別③ 全国・沖縄県との比較 ― ふたり旅と家族旅が多い

比較期間：2025年10月～2026年3月 やんばるは県外のお客様4,408件で計算

同行者	全国	沖縄県	やんばる（県外客）
ひとり旅	18.5%	19.6%	7.8%
夫婦・カップル（計）	33.9%	33.2%	44.4%
うち20～30代	—	—	10.8%
うち40～50代	—	—	19.5%
うち60代以上	—	—	14.2%
子連れ家族（計）	14.3%	18.7%	21.3%
うち未就学児	10.9%（小学生以下）	—	9.2%
うち小学生	（上に含む）	—	5.1%
うち中学生以上	3.4%（中高生）	—	6.9%
成人親子	8.7%	—	6.6%
友人	12.2%	11.1%	9.5%

1 夫婦・カップルは44%で、全国・沖縄県より10ポイント以上高い
うち40～50代が20%、60代以上が14%。やんばるの中心となるお客様です。

2 子連れ家族も21%と段々が増える
全国14.3%→沖縄県18.7%→やんばる21.3%。水族館のある北部で家族連れが厚くなります。

3 ひとり旅は7.8%で半分以下
全国18.5%、沖縄県19.6%。やんばるでは少数ですが、離島では25～32%と高い町村もあります。

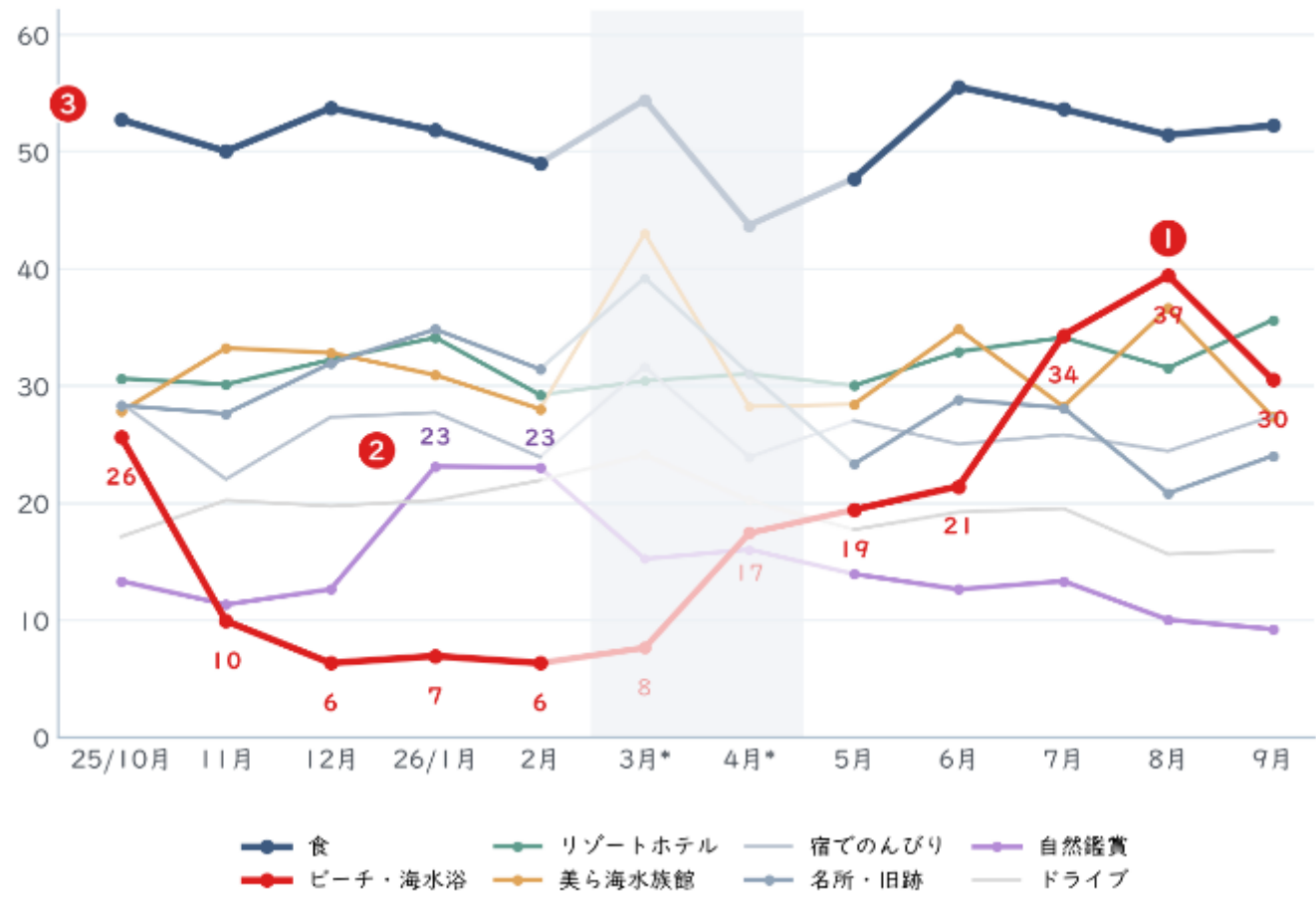
事業者の皆さまへのヒント
やんばるに来るのは「2人」か「家族」。2人前のセット、取り分けしやすい料理、2人で体験できるメニューなど、人数に合わせた商品の形が選ばれる理由になります。

出典：全国＝じゃらんリサーチセンター「じゃらん観光国内宿泊旅行調査2026」（2025年度）／沖縄県＝沖縄県「令和6年度観光統計実態調査」（県外客）／やんばる＝ハッピーアンケート 県外客（2025/10～2026/3・n=4,408）。全国・沖縄県は夫婦と恋人の合計。区分の名称は調査ごとに異なります

来訪目的の月別推移 —— 「食」は一年中1位。夏は海、冬は自然鑑賞

やんばるに来た目的の月別推移（複数回答）

その目的を選んだ方の割合（％） *印＝回答300件未満の参考月（薄い色）



1 ビーチ・海水浴は8月**39%**、冬は6～7%
夏と冬で6倍の差。7～9月は、食に次ぐ2位に上がります。

2 自然鑑賞は1～2月に**23%**
桜（寒緋桜）の季節に、他の月（9～16%）より高くなります。

3 食は毎月**44～56%**で1位
通期51.2%。季節を問わず、2人に1人が食を目当てに来ています。リゾートホテル（29～36%）も安定しています。

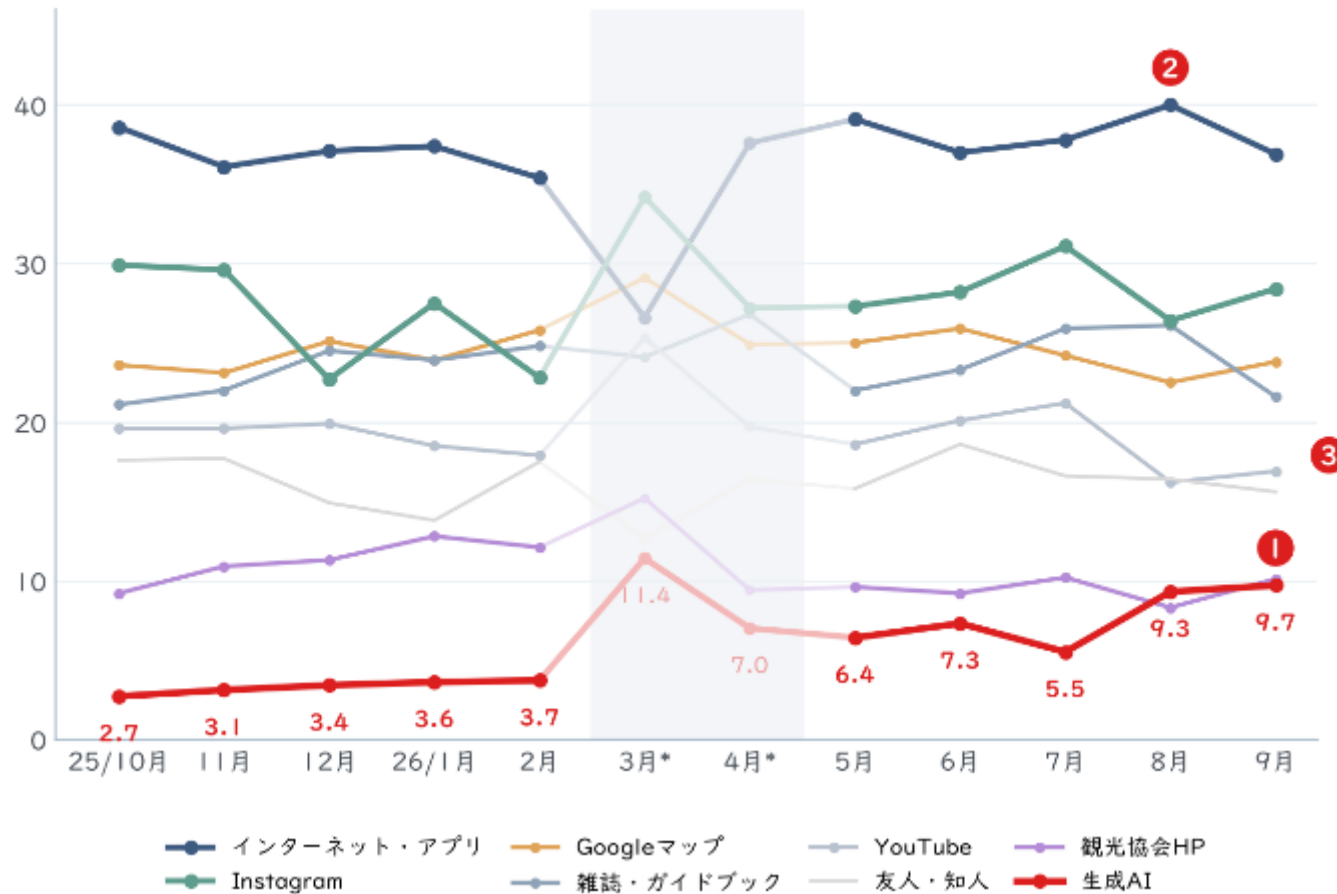
事業者の皆さまへのヒント
季節で変わるのは「海か、桜か」。食は一年中の土台です。夏は海帰りでも入りやすいこと、冬は桜の時期の情報を、店頭とGoogleマップで伝えると届きます。

出典：やんばるハッピーアンケート（国内観光客）2025/10/1～2026/9/30・n=10,086

情報媒体の月別推移 —— 生成AIが1年で3倍に。上位の顔ぶれは変わらず

旅の情報を何で調べたか：月別推移（複数回答）

その媒体を選んだ方の割合（％） *印＝回答300件未満の参考月（薄い色）



出典：やんばるハッピーアンケート（国内観光客）2025/10/1～2026/9/30・n=10,086

- 1 生成AIは2.7%→9.7%に増加**
観光協会HP（10.1%）と並ぶ規模になりました。8月以降は9%台で定着しています。
- 2 1位はインターネット・アプリ（35～40%）**
2位Instagram（23～31%）、3位Googleマップ（22～26%）と雑誌・ガイドブック（21～26%）。順位は1年を通じてほぼ同じです。
- 3 YouTube・友人知人はやや減少**
YouTubeは20%前後から16～17%へ、友人・知人は18%前後から16%前後へ。

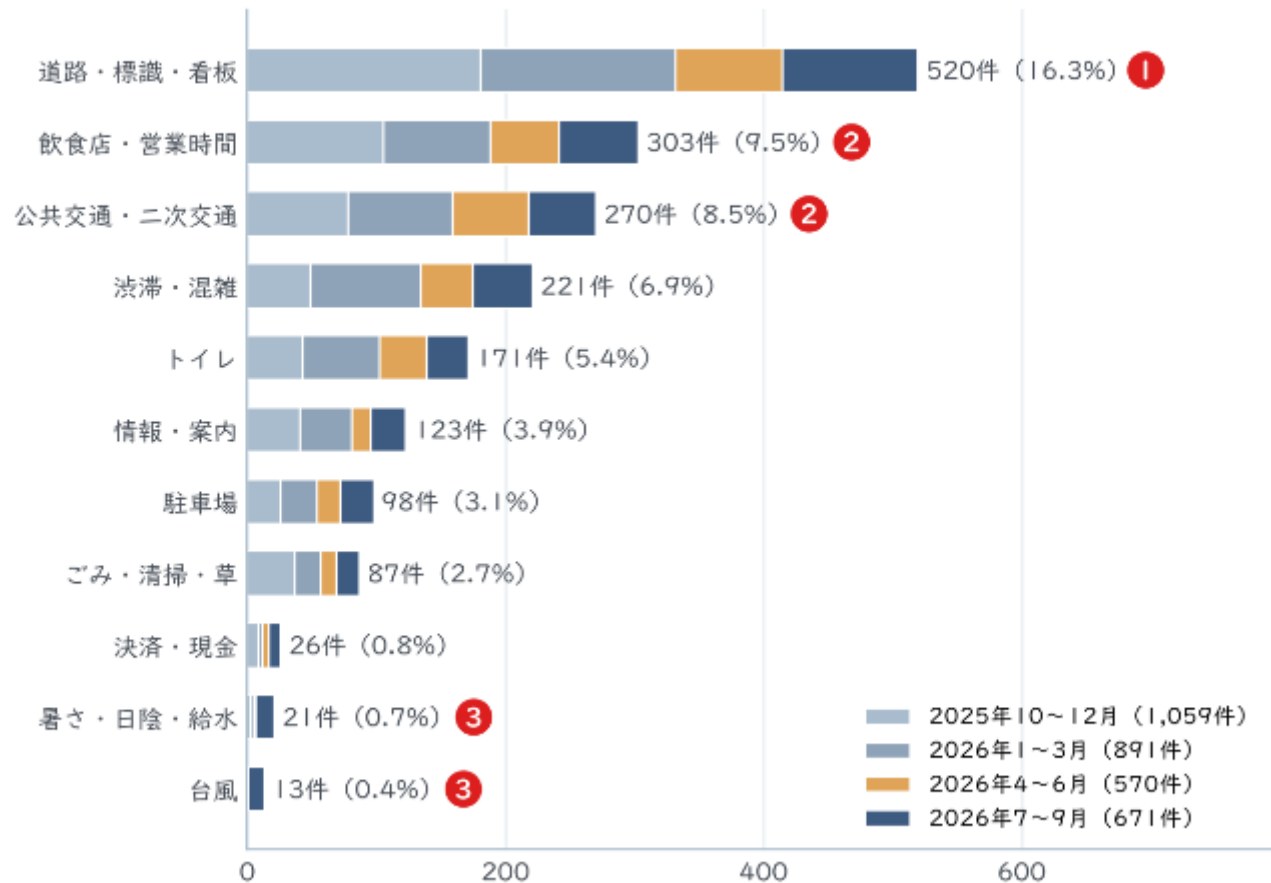
事業者の皆さまへのヒント

生成AIはインターネット上の文字を読んで答えます。**営業時間・定休日・駐車場・支払い方法を、Googleマップなどに文字で書く**ことが、AI対策になります。

お客様の声 ―― 1年を通じて「道路・標識」「飲食店」「交通」が上位

「改善してほしい点」に書かれた内容（2025年10月～2026年9月）

自由記述3,191件のうち、その話題にふれた件数。色＝回答した四半期



1

道路・標識・看板が**520件**で最多

「標識が消えて見えにくい」「夜道が暗い」「施設への看板が少ない」などの声が、どの四半期にもあります。

2

飲食店・営業時間**303件**、公共交通**270件**

「お店が閉まるのが早い」「バスの本数・情報が少ない」。この2つも一年中の話題です。

3

暑さ**21件**・台風**13件**は**夏だけ**

件数は少ないものの、7～9月に集中しています。季節の話題として備えが必要です。

事業者の皆さまへのヒント

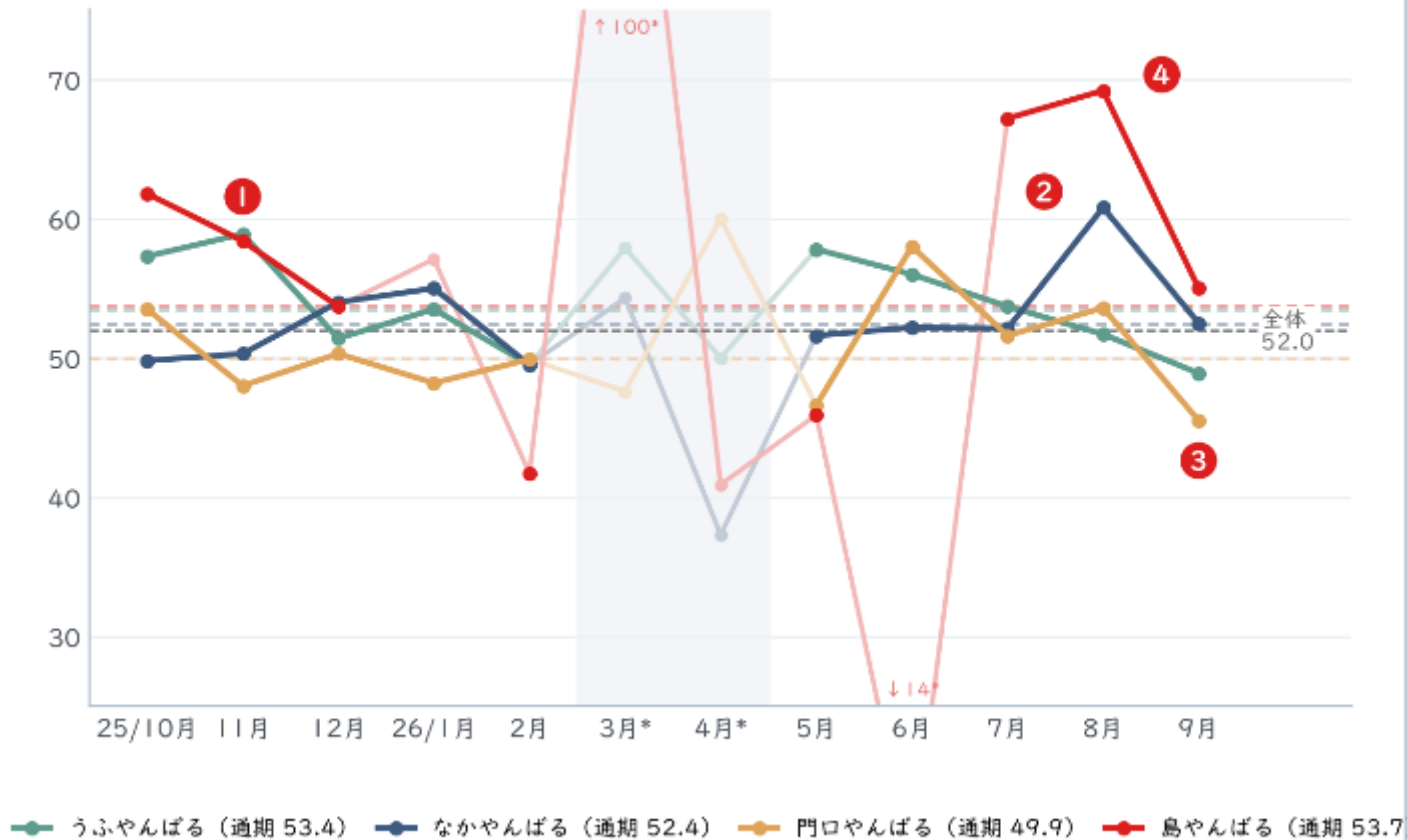
お店への不満は少なく、「移動」と「情報」への声を中心です

。お店でできることは、営業時間と場所の情報を正しく出しておくこと。道路・交通の声はDMO・自治体でまとめて関係先に届けます。

エリア別① 4エリアのおすすめ度（月別）—— 通期は「うふ」、夏は「なか」が高い

4エリアのおすすめ度（NPS）の月別推移

実線＝各月 薄い点線＝通期（12か月）の値 薄い色＝参考月または回答30件未満の月 範囲外の値は端に注記



- 1** うふやんばるは通期**53.4**で最も高い
10～11月（57～59）と5～6月（56～58）が高く、7月以降は下がって9月は49でした。
- 2** なかやんばるは8月に**61**
水族館のあるエリアに夏の家族が集まりました。参考月（3～4月）を除くと、本島側の3エリアで最も高い値です。
- 3** 門口やんばるは通期**49.9**で最も低く、9月は**46**
恩納村の連休の回答（県内・日帰りの方）が多く含まれた影響があります。
- 4** 島やんばるは7～8月に**67～69**と高い
通期53.7。月の回答が少なく振れが大きいので、通期の値でご覧ください。

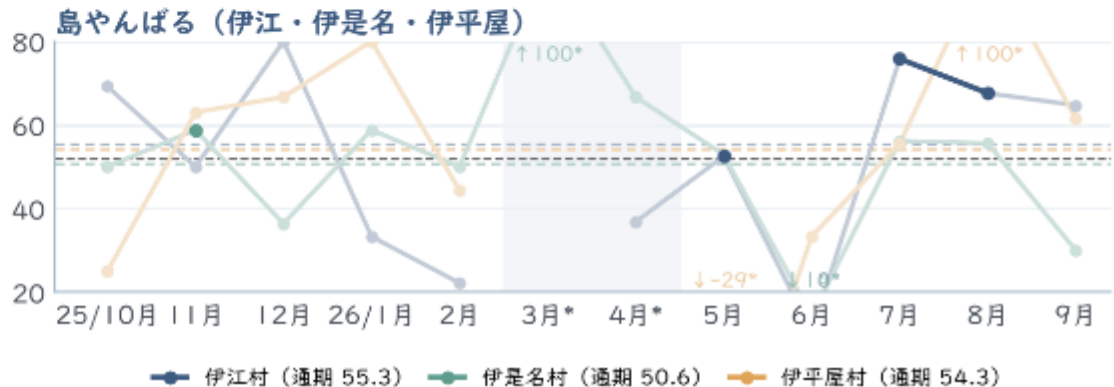
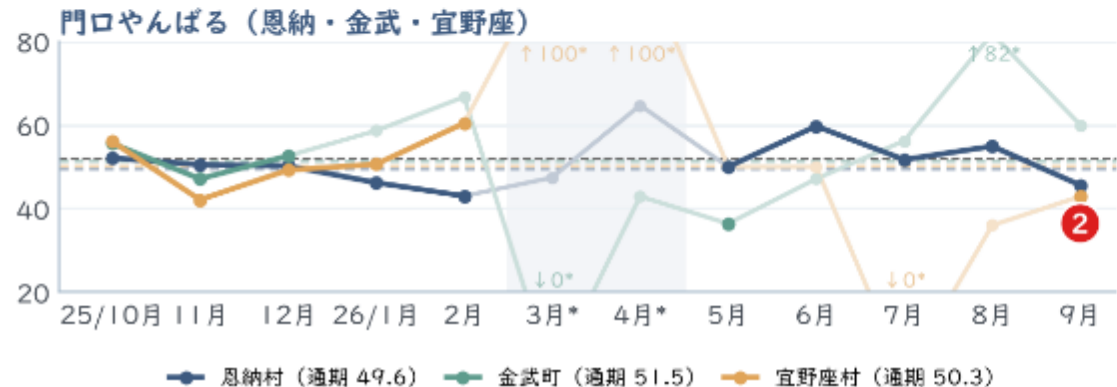
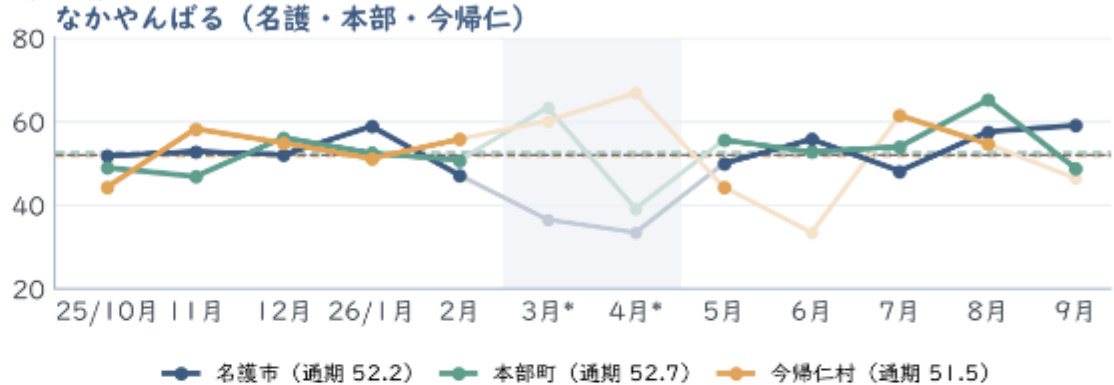
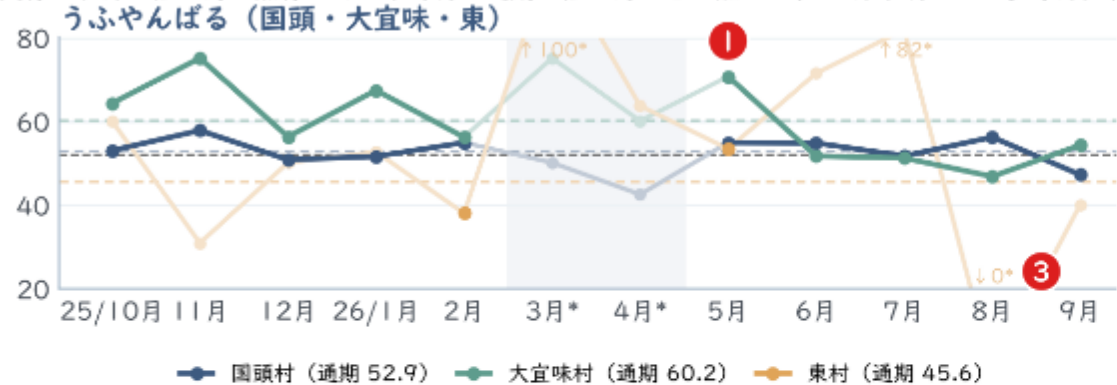
事業者の皆さまへのヒント

エリアの評価は「その月に誰が来たか」で動きます。 自分の町の数字が下がった月は、まずお客様の顔ぶれ（県内・県外、家族・夫婦）が変わっていないかを確認してください。

エリア別② 12市町村のおすすめ度（月別）—— 回答の少ない月は参考値

12市町村のおすすめ度（NPS）の月別推移 —— エリアごと

実線＝各月の値 薄い点線＝その市町村の通期の値 薄い色の点＝回答30件未満または参考月。範囲外の値は端に注記



通期で高いのは大宜味村

通期で低いのは東村・恩納村

月ごとの数字は幅をもって

NPS **60.2**（450件）。5月71・11月75など、回答のある月はおおむね全体を上回ります

東村**45.6**（261件）、恩納村**49.6**（1,941件）。恩納村は回答が多いため、数字の信頼性は高めです

薄い色の点（回答30件未満の月）は、数件の回答で大きく動きます。離島3村・東村・金武町は通期の値でご覧ください

AIレポートの配信を始めました —— 3種類のレポートを毎月お届け



国内

Yam-D-AI分析レポートβ版（国内アンケート）
2022年8月分

夏休み最終週の8月、やんばるは平瀬町観光協会が主催の19月となりました。3月に大きく落ち込んでいた観光客数は再び回復傾向にあり、8月は5月の水準に近づいてきました。一方で、月内を駆けつけた自治体の観光客が急増しており、今後の観光振興が期待されています。

比較項目	2022年8月分	2022年7月分	2022年6月分
観光客数	2022年8月分：1,000人	2022年7月分：1,000人	2022年6月分：1,000人

※詳細はレポートをご覧ください。



インバウンド

Yam-D-AI分析レポートβ版（インバウンドアンケート）
2022年8月分

夏休み最終週の8月、やんばるは平瀬町観光協会が主催の19月となりました。3月に大きく落ち込んでいた観光客数は再び回復傾向にあり、8月は5月の水準に近づいてきました。一方で、月内を駆けつけた自治体の観光客が急増しており、今後の観光振興が期待されています。

比較項目	2022年8月分	2022年7月分	2022年6月分
観光客数	2022年8月分：1,000人	2022年7月分：1,000人	2022年6月分：1,000人

※詳細はレポートをご覧ください。



宿泊

会員様向け



データを見て、分析して、次の一手を。

データを確認

分析・気づき

施策の検討

売上・地域の魅力向上へ



国内アンケート版

毎月上旬に更新。**どなたでも**ご覧いただけます

インバウンド
アンケート版

半年に1回更新。**どなたでも**ご覧いただけます

宿泊OTAデータ版

月2回（上旬・下旬）更新。**DMO会員
の皆様限定**（パスワードをお送りしてい
ます）

どんなレポートか

アンケートと宿泊データを **AIが分析・要約した参考資料** です。要点・課題・打ち手までを文章にまとめています。AIの解釈や推定を含むβ版のため、原データや現場の状況とあわせてご活用ください。

Yam-D AI分析レポートβ版 配信のお知らせ【2026年9月号】

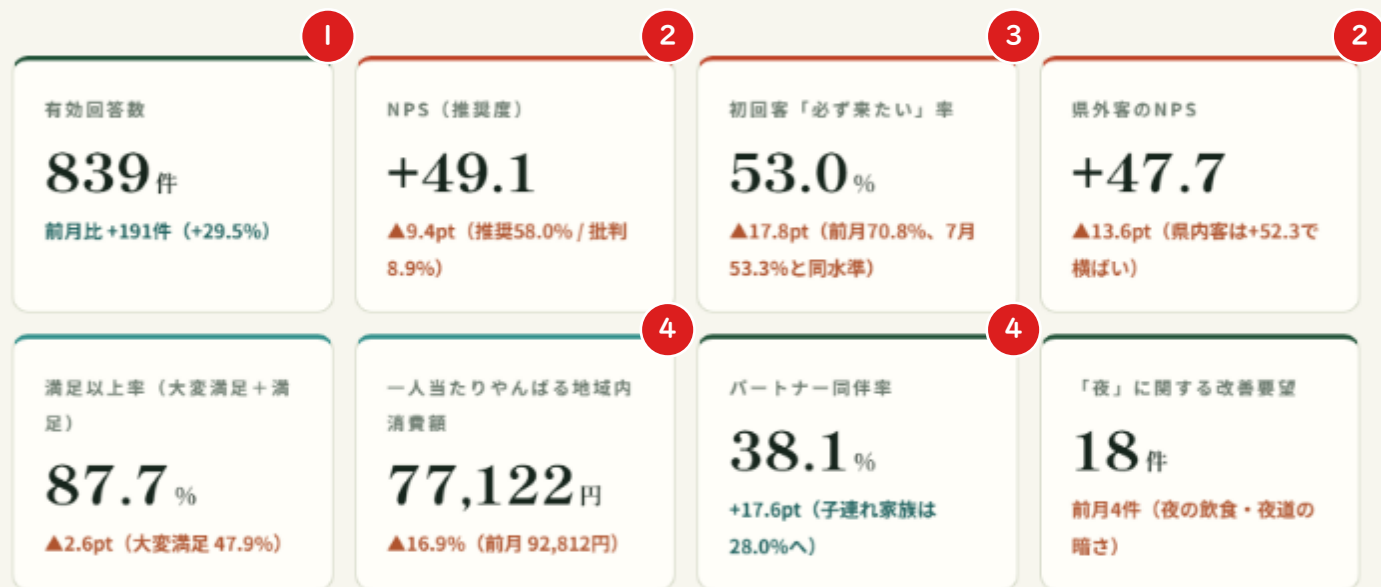
更新日: 2026年9月19日(土) [#DMOからのお知らせ](#)

事業者の皆さまへのヒント

読み方のコツ：冒頭の「今月の重要な発見3点」と「主体別アクション」だけでも目を通すと、翌月の準備に使えます。次の2ページで、9月号の中身を見てみましょう。

9月のAIレポート① —— 8月と比べて、9月はどう変わったか

連休で回答は839件に増えたが、県外客の推奨度が下がり
NPSは+49.1へ。初回客の再訪意向も再び5割台に。



本号は2026年8月号に続く第2号で、文中の「前月比」は前号（8月分・648件）との比較です。9月の有効回答は839件（+29.5%）で、うち327件（39.0%）がシルバーウィーク（9月19日～23日）に集中しました。満足以上率は87.7%（▲2.6pt）と高い水準を保っていますが、NPSは+58.5→+49.1へ9.4pt低下しました。低下は県外客に集中しており（+61.3→+47.7）、県内客は+52.3でほぼ横ばいです。また、前号で「回復した」とお伝えした初回客の「必ず来たい」率は70.8%→53.0%へ再び低下し、7月（53.3%）と同じ水準に戻りました。

- 1 9月号は「8月号との比較」で書かれています
回答は**839件（8月比+191件）**。うち327件が連休（9/19～23）に集中。
- 2 おすすめ度は**+58.5→+49.1（▲9.4）**
不満が増えたのではなく「10点」をつける方が減少。県外は+61.3→+47.7、県内は横ばい。
- 3 初回客の「必ず来たい」は**70.8%→53.0%**
8月に回復した再訪意向が、7月の水準に戻りました。
- 4 1人あたり消費は**77,122円（▲16.9%）**
夫婦・パートナーが38.1%（+17.6pt）に。家族の夏から大人旅の秋へ、客層が入れ替わりしました。

事業者の皆さまへのヒント

レポートの「前月比」は、**毎月同じ物差しで比べられる**のが利点です。お店でも「先月と何が変わったか」を1つ決めて見ると、季節の切り替わりに早く気づけます。

9月のAIレポート② ―― 3つの発見と、主体別のアクション

今月の重要な発見 3点

- DATA

① NPSの低下は「不満の増加」ではなく「推奨の熱量の低下」によるもの。不満系の回答はやや不満3件のみで、批判者（0-6点）も7.3%→8.9%の微増にとどまります。動いたのは推奨度10点の比率（57.1%→46.7%）で、8点が19.4%→24.0%へ増えました。とくに県外・宿泊・リピーター層のNPSが+70.6→+51.8（▲18.8pt）と大きく下がっています（第5章）。
- DATA

② 初回客の再訪意向の低下は、一時的な現象ではない可能性があります。初回客の「必ず来たい」率は7月53.3%→8月70.8%→9月53.0%と推移し、子連れ家族が多かった8月だけが低い形です。9月の初回客166件の中心はパートナー同伴（61件）・友人（23件）・ひとり（17件）で、大人旅の初回客に再訪の動機づけが届いていない可能性があります（第2・5章）。
- DATA

③ 改善要望は「夜」と「車を使わない移動」へ。改善点「ある」は239件（28.5%）。夜に関する要望が18件（前月4件）に増え、夜の飲食店不足と夜道の暗さ为中心です。二次交通・公共交通への要望も31件と、同じ基準で数えた8月（15件）の約2倍になりました。8月に目立った台風関連（10件→2件）・暑さ（7件→2件）は季節要因で落ち着いています（第5・7章）。

検討事項

- 1

初回客に「次回の楽しみ方」を手渡す再訪提案を、10月から試行するか。初回客の再訪意向は2ヶ月連続で同じ傾向を示しており、季節を待つよりも、旅ナカでの働きかけを試す段階にある可能性があります。
- 2

夜に営業している飲食店・コンビニの情報を、営業時間つきでまとめて発信するか。夜の飲食に関する不満の多くは「店がない」と「聞いている店が分からない」が混ざっており、情報整理だけで解消できる部分がある可能性があります。

1

改善要望は「夜」と「車を使わない移動」が増加
夜の飲食18件（8月4件）、二次交通31件（8月15件）。行政の欄でも継続課題。

2

10月に試すこと：「次回の楽しみ方」の提案と「夜マップ」
初回客に再訪のきっかけを渡す。夜に営業する店の情報をまとめる（DMO欄の1・2）。

主体別アクション

初回客・観光協会

- 2
- ◆ 初回の大人旅に「次の目的」を、夜の情報をひとまとめに
 - ― 再訪提案の試行（課題1）：初回客・県外客向けの季節別モデルコースとQRカードを10月中に試行することを推奨します。
 - ― 夜マップの作成（課題2）：夜に営業する飲食店・コンビニの営業時間をまとめ、11月までに主要3エリアを公開することを推奨します。
 - ― 公式情報の整備の継続：生成AI（9.7%）と観光協会HP（10.1%）がほぼ並んで使われており、営業時間・料金・アクセスなど公式情報を最新に保ち、両方の経路で正しく伝わるようにすることを推奨します。

行政

- 1
- ◆ 二次交通・夜道・標識の三点を継続
 - ― 二次交通の乗り継ぎ改善（課題3）：乗り継ぎ・昼間の便に関する指図を一画にし、12月までに交通事業者と共有することを推奨します。
 - ― 夜道の暗さへの対応（課題2）：指図のあった区間を確認し、自然環境に配慮した反材材・視認性標識などの対策の検討を推奨します。
 - ― 標識・道路標示の精修（前号課題3の継続）：かすり・視みにくさの改善は11件→15件と続いています。仮号で発見した10月までの補修箇所リストの提出を、引き続き推奨します。

地域事業者（宿泊・飲食・体験・観光）

- ◆ 大人旅の「もう1食」「もう1泊」を取り込む
 - ― 夜の営業と情報発信：夜の飲食の要望が増えています。営業時間の延長が難しい場合も、臨時休業・ラストオーダーの時刻をSNSや官治能経路で発信することを推奨します。
 - ― パートナー層への提案強化：パートナー同伴の訪客は79,508円（+21.0%）と伸びています。宿でのんびり過ごす・食を楽しむ目的が増えていることから、夕食付きプランや宿泊特典などの提案を推奨します。
 - ― 初回客への声かけ：宿泊・体験の場で、季節ごとの楽しみ方や次回のおすすめを一言添えることを推奨します（課題1と連動）。

NEXT

10月レポートでは、①初回客の「必ず来たい」率が60%台に落ちるが、②県外・宿泊・リピーター層のNPSが170前後の水準に落ちるが、③夜・二次交通に関する要望の急増、④観光協会の国策比率が平常に戻った場合の全体指標の変化、を重点的に確認します。

2026年4月24日からスタート！



めんそーれ♪

Wellcome to Yambar!
We'd love your feedback!

やんばる ハッピーアンケート

応募期間 2026/4/24 [fri] ~ 2027/3/31 [wed]

アンケートに答えて素敵な賞品を当てよう！
Give your feedback and get great prizes!

素敵な賞品をGET!

やんばるエリアの観光スポット(約160か所)に設置された
ポスター、チラシまたはPOPのQRコードを読み取り、
アンケートに答えて、ご応募いただいた方の中から抽選でプレゼント！



やんばる内を36エリアに分けて
約160箇所にて告知QRコードを設置



国内在住の応募者
Participants in Japan

3名様

やんばるエリア
宿泊リゾートペア宿泊券(最大10万円分)
Resort pair accommodation vouchers
worth 100,000 yen for 2 people

海外在住の応募者
Participants outside Japan

1名様

1,000\$
Visa eGift 1,000\$(\$1)

QRコードを読み取って
アンケートに答えると
抽選でプレゼント

アンケート協力の呼びかけをお願いします！

ハッピーアンケート (インバウンド)

やんばる観光データポータルサイト
Yambaru Tourism Data Portal

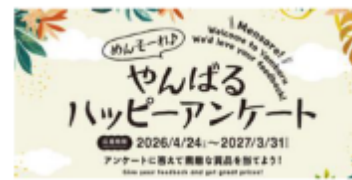
Yam-D (やんでい)

【2026年度版】アンケート調査（インバウンド観光客向け）

やんばるエリアの観光客アンケート調査から海外のお客様の状況を分析することができます。

詳細分析用 https://public.tableau.com/app/profile/.58954927/viz/_17661358346110/sheet2

データソース： めんそーれ やんばるハッピーアンケート
<https://surv.yanbaru-tour.net/>



インバウンド客から見た、やんばる観光の現在地

回答期間 2025.10.1 - 2026.9.30

やんばるハッピーアンケート（インバウンド） 通年サマリ



回答数

472件

インバウンド



NPS

57.4

前半59.5 → 後半53.8



満足

92.6%

大変満足 + 満足



やんばる宿泊

87.5%

平均 3.81泊



消費額

33,000円

中央値・円換算



再訪日客が多い一方、やんばるは初訪問

訪日経験と、やんばる経験

訪日2回目以上

91%

やんばるは初めて

66.1%

通年の主な顧客像



市場で異なる「泊数・単価・評価」

市場別（通年）

東アジア

3.57泊 | 33,000円 | NPS 55.1

68%

欧米豪

4.39泊 | 50,000円 | NPS 68.1

19%

東南アジア

3.89泊 | 33,600円 | NPS 46.7

6%

欧米豪が高単価・高評価

平均4.39泊・50,000円・NPS 68.1



移動・目的・情報接点



宿泊率 87.5%

平均 3.81泊



レンタカー 74.8%

移動の中心

旅の目的

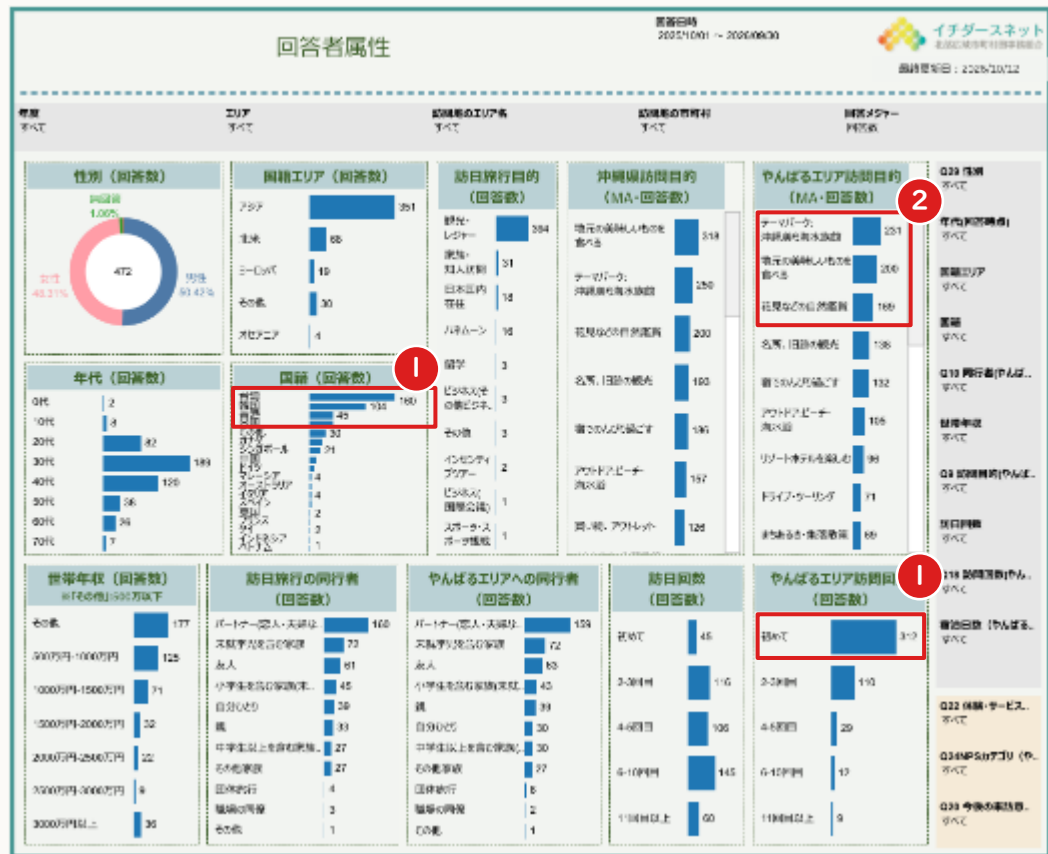


主な調べ方



回答者の属性と回答数（インバウンド）—— 通年ダッシュボード

回答者属性



1 国籍：台湾・韓国で半数超
台湾160・韓国104、米国45・カナダ23。アジア351（74%）・北米68（14%）。やんばる初めてのが312（66%）。

2 目的：水族館・食・自然が3本柱
美ら海水族館231、食200、自然鑑賞169。沖縄全体では食（318）が1位、やんばるでは水族館が1位です。

3 市町村：4市町村で82%
恩納村119・本部町104・国頭村87・名護市78。金武町21、東村・宜野座村13、伊江村6・伊是名村2です。

4 万座毛と海洋博周辺で43%
万座毛エリア105、海洋博公園・観光拠点98。道の駅ゆいゆい国頭45、名護市街39、辺戸岬30です。

市場分析 —— 量の東アジア、質の欧米豪、これからの東南アジア（通年）

指標	東アジア（n=321・68%）	欧米豪（n=91・19%）	東南アジア（n=30・参考値）
主な国・地域	台湾160・韓国104・香港45・中国12	米国45・カナダ23・ドイツ8・オーストラリア4	シンガポール21・マレーシア4・タイ2・インドネシア2
同行者（上位2）	子連れ34%・夫婦29%	夫婦54%・子連れ21%	夫婦37%・子連れ23%
訪日2回目以上	93.8%	80.2%	90.0%
やんばるは初めて	63.2%	65.9%	100.0%
泊まる方／平均泊数	86.3%／3.57泊	92.3%／4.39泊	90.0%／3.89泊
消費額（中央値）	33,000円	50,000円	33,600円
目的（上位2）	美ら海水族館53%・食42%	自然鑑賞45%・食44%	自然鑑賞50%・美ら海水族館43%
調べ方（上位2）	地図アプリ43%・YouTube38%	地図アプリ40%・Instagram38%	Instagram47%・YouTube33%
レンタカー利用	79.1%	63.7%	66.7%
満足した方／NPS	91.0%／55.1	96.7%／68.1	93.3%／46.7

事業者の皆さまへのヒント

東アジア（全体の68%）は家族と夫婦で水族館へ。レンタカー79%なので、駐車場と道順の多言語案内が入口です。欧米豪は夫婦で4.39泊・消費5万円と長く多く使い、満足97%。自然と食を英語で予約できる体験が選ばれます。

地域別分析① 国・地域ごとのお客様像 ―― 誰と・何泊・いくら

国・地域	回答数 (構成比)	同行者 (上位2)	年齢 中央値	訪日 2回目以上	やんばる 初めて	泊まる方	平均 泊数	消費額 (中央値)	満足	NPS
台湾	160 (34%)	夫婦31%・子連れ29%	37歳	94%	59%	82%	3.6泊	20,000円	92%	55.6
韓国	104 (22%)	子連れ52%・夫婦22%	40歳	90%	70%	91%	3.4泊	44,000円	94%	61.5
香港	45 (10%)	夫婦33%・友人27%	32歳	98%	64%	89%	3.6泊	50,000円	87%	42.2
米国	45 (10%)	夫婦42%・子連れ31%	35歳	84%	56%	91%	4.0泊	30,000円	98%	66.7
カナダ*	23 (5%)	夫婦65%・友人13%	35歳	83%	70%	96%	5.3泊	54,000円	96%	60.9
シンガポール*	21 (4%)	夫婦29%・子連れ29%	33歳	100%	100%	86%	3.4泊	22,400円	100%	47.6
その他の国・地域	74 (16%)	夫婦42%・子連れ22%	35歳	81%	72%	89%	4.5泊	50,000円	89%	60.8

韓国：子連れ家族が52%

6か国・地域で最も家族の割合が高く、レンタカー88%。消費44,000円・NPS 61.5と、台湾より多く使い、評価も高い

香港・カナダ：消費5万円以上

香港は消費50,000円ながら満足87%・NPS 42.2で最も低い。カナダは夫婦65%・5.3泊の長期滞在（参考値）

台湾：最も多いが、消費は2万円

回答の34%。94%が訪日2回目以上の日本に慣れた方。泊まる方は82%と、6か国・地域で最も日帰りが多い

出典：やんばるハッピーアンケート（インバウンド）2025/10/1～2026/9/30・n=472。*印＝回答30件未満の参考値。平均泊数は泊まった方のみ。その他の国・地域＝中国12・ドイツ8・マレーシア4・オーストラリア4・イタリア4・スペイン3・英国2・その他30。黄色＝読み取りで触れた値

地域別分析② いつ・どこで・どう調べるか ―― 国で「届く場所」が違う

国・地域	回答が多い時期 10～12月／1～3月／4～6月／7～9月	主な回答地（上位2）	レンタカー	目的（上位2）	調べ方（上位2）	改善点 「ある」
台湾	47／56／33／24件	恩納村47・本部町37	79%	美ら海水族館54％・食42％	地図アプリ42％・YouTube38%	16%
韓国	34／28／23／19件	本部町37・恩納村25	88%	美ら海水族館53％・食42％	地図アプリ51％・YouTube38%	21%
香港	11／10／8／16件	恩納村15・名護市12	69%	美ら海水族館58％・食47％	YouTube49％・Instagram36%	27%
米国	16／11／11／7件	国頭村17・東村5	51%	自然鑑賞49％・食42％	地図アプリ38％・Instagram36%	18%
カナダ*	12／6／4／1件	国頭村8・恩納村7	78%	名所・旧跡39％・食35％	Instagram44％・地図アプリ35%	13%
シンガポール*	13／6／1／1件	国頭村9・名護市4	76%	自然鑑賞57％・名所・旧跡48％	Instagram48％・地図アプリ29%	29%
その他の国・地域	31／19／10／14件	—	65%	食45％・美ら海水族館42％	地図アプリ32％・Instagram30%	38%

調べ方は国で違う

台湾はFacebook（35％）も使い、韓国は地図アプリ51％とブログ、香港はYouTube 49％。米国・カナダはInstagram、欧州などその他の国は生成AI 24％

行く場所も違う

韓国は本部町（水族館）が最多。米国・カナダ・シンガポールは国頭村が最多で、自然を目当てに奥やんばるへ。香港は7～9月に16件と、夏に増えました

改善点は香港・シンガポールに多い

香港27％、シンガポール29％（台湾16％）。評価の低さと合わせて、自由記述の中身を確認する価値があります

出典：やんばるハッピーアンケート（インバウンド）2025/10/1～2026/9/30・n=472。*印＝回答30件未満の参考値。主な回答地＝回答した調査地点の市町村。黄色＝読み取りで触れた値

12市町村分析（インバウンド）—— 上位4市町村以外は参考値

エリア	市町村	回答数	平均泊数	泊まる方	やんばる初めて	訪日2回目以上	消費額（中央値）	満足	NPS
うふやんばる	国頭村	87	5.1泊	86%	62%	93%	30,000円	95%	57.5
	東村*	13	3.8泊	100%	77%	69%	52,500円	77%	53.8
	大宜味村*	8	2.2泊	50%	100%	100%	18,000円	100%	62.5
なかやんばる	本部町	104	3.5泊	88%	74%	91%	50,000円	93%	58.7
	名護市	78	3.3泊	90%	64%	96%	43,750円	95%	62.8
	今帰仁村*	11	3.8泊	100%	54%	82%	70,000円	100%	81.8
門口やんばる	恩納村	119	3.7泊	86%	68%	88%	32,400円	88%	48.7
	金武町*	21	3.0泊	90%	52%	90%	30,000円	90%	57.1
	宜野座村*	13	3.6泊	77%	46%	92%	25,000円	100%	53.8
島やんばる	伊江村*	6	7.3泊	100%	0%	83%	15,000円	100%	83.3
	伊是名村*	2	—	—	—	—	—	—	—
	伊平屋村*	0	—	—	—	—	—	—	—
全体		472	3.8泊	88%	66%	90%	33,000円	93%	57.4

1 国頭村は平均5.1泊で最長
回答87件。自然を目当てに長く泊まる欧米のお客様が多い一方、消費は30,000円と控えめ。「泊まるのに使う場」が課題です。

2 評価は名護・本部が高く、恩納が低い
NPSは名護市62.8・本部町58.7に対し、恩納村48.7（満足88%）。国内のお客様と同じ傾向です。

3 本部町は「やんばるは初めて」が74%
水族館の玄関口。訪日は2回目以上が9割なので、「日本には慣れているが、やんばるは初めて」の方を迎える町です。

AIレポート（インバウンド）① —— 11か月の累計と、前半・後半の変化

満足率92.6%・NPS+57.3の高評価が1年を通じて定着。一方、訪日リピーターの56.8%は今も「やんばる初訪問」— 未開拓の構造は変わっておりません。



体験への評価は11ヶ月を通じて高い水準で定着しております（不満回答は1件のみ）。一方で前半と後半を比べると、満足率▼5.2pt・NPS▼6.2ptと緩やかな軟化が見られ、エリア内交通の満足度も78.7%→75.5%へ低下しております。また、訪日2回目以上なのにやんばるは初訪問という回答が56.8%（254件）を占め、日本への高いリピート意向がやんばるへの送客に変換できていない構造が確認されました。

- 1** レポートは**10月～8月の累計（447件）**
国内と違い半年ごとの更新。前半（10～3月）と後半（4～8月）を比べる形です。
- 2** 満足**92.6%**・NPS**+57.3**。4月以降はやや低下
前半（10～3月）94.3%→後半（4～8月）89.1%、NPS+59.3→+53.1。エリア内交通の満足度も78.7%→75.5%に。
- 3** 3.38泊・消費**72,415円**で横ばい
後半は3.71泊と長くなったのに消費は増えず。1万円以下の方が21%います。
- 4** 訪日2回目以上なのに**やんばるは初めて56.8%**
日本に慣れた方がまだ来ていない。レポートが「最大の未開拓層」と位置づける層です。

事業者の皆さまへのヒント

「**日本は何度も、やんばるは初めて**」が半数超。東京・京都を知る方に「次の日本」としてやんばるを選んでもらう多言語の発信が入口です。

AIレポート（インバウンド）② —— 3つの発見と、主体別のアクション

今回の重要な発見3点

- DATA

① 高評価は定着、ただし後半に緩やかな軟化。満足率は前半94.3%→後半89.1%、NPSは+59.3→+53.1へ低下。同時期にエリア内交通の満足度も下がっており、移動体験が軟化の一因である可能性があります。
- DATA

② 訪日リピーターの過半がやんばる初訪問のまま。訪日2回目以上×やんばる初訪問は254件（56.8%）。やんばる初訪問は全体の66.4%で、インバウンドは今も新規顧客獲得のフェーズにあります。
- DATA

③ 滞在は長くなったが、消費は増えていない。平均宿泊日数は後半3.71泊（+0.49泊）へ伸びた一方、消費額は横ばい。1万円以下の低消費層が21.3%を占め、滞在の長期化を消費に変える機会づくりが課題です。

- 1

発見①：評価は高いまま。ただし4月以降、交通の満足度が低下

右の「自治体」の欄に対応。標識の摩耗・夜間照明の不足の点検と、バスの運行情報の多言語化が提案されています。
- 2

発見②：訪日リピーターの過半がやんばる初訪問

右の「DMO・観光協会」の欄に対応。量の台湾・韓国、単価の香港・欧米豪に分けた言語別の訴求と、水族館を起点に奥やんばるへ回す多言語モデルコース。
- 3

発見③：滞在は長くなったが、消費は増えない

右の「事業者」の欄に対応。「昼のみ営業・閉店が早い」の声を踏まえた夕食営業の情報発信と、連泊者向けの体験パッケージづくり。

主体別アクション

DMO・観光協会

- ◆ 未開拓の訪日リピーターへの多言語送客
- 量の台湾・韓国、単価の香港・欧米豪への言語別訴求：香港は消費平均¥114,130と全体の約1.6倍。繁体字での高付加価値訴求の強化を推奨します
- 初回客の周遊コース整備：美ら海水族館（言及49.0%）を起点に奥やんばるへ回遊させる多言語モデルコースの整備を推奨します
- 生成AI時代の情報整備：情報源の14.1%が生成AIを利用。営業時間・アクセス等の公式情報を多言語で構造化し、AI経由の回答品質を高めることを推奨します

自治体

- ◆ 道路・二次交通インフラの多言語整備
- 道路標識・照明の点検：「標識の摩耗・夜間照明の不足」の声を踏まえ、多言語表記を含めた点検・改修の優先実施を推奨します
- 二次交通の情報と便数：バスのリアルタイム運行情報の多言語提供と、主要観光施設へのシャトル便の検討を推奨します

事業者（宿泊・飲食・体験・物産）

- ◆ 夜と連泊の消費機会づくり
- 夕食・ナイトタイムの受け皿：「昼のみ営業・閉店が早い」という声を踏まえ、夕食営業の情報発信・営業時間の見直しを推奨します
- 連泊メリットの訴求：平均3.38泊・宿泊率87.0%の滞在型客層に向けた、連泊者向け体験パッケージ・アクティビティの造成を推奨します

宿泊OTA

やんばる観光データポータルサイト
Yambaru Tourism Data Portal

Yam-D(やんでい)

【宿泊動向】宿泊予約サイト（OTA）の掲載・予約データ

やんばる12市町村・36エリアの客室稼働率・平均単価・施設構成を、実績と先の予約状況から分析できます。

詳細分析用 <https://public.tableau.com/app/profile/.58954927>

データソース： メトロエンジン株式会社「OTA予約数」

宿泊OTA① 平均単価×客室稼働率 —— 北部は単価も稼働率も幅が広い



- 1 恩納村：単価9万円台・稼働率70%超**
県内で最も「高単価×高稼働」。那覇市（2.4万円・76%）とは逆の、リゾート型の強さです。
- 2 名護・今帰仁・大宜味・金武は中位**
単価5.5～7万円・稼働率58～65%。点線（全体の平均：約4万円・61.5%）の右上に並びます。灰色の大きな円は宮古島市。
- 3 国頭村：単価約3.5万円で稼働率61%**
稼働率は平均並みですが、単価は北部で最も低い水準。長く泊まる海外のお客様の受け皿でもあります。
- 4 東村・伊江村：稼働率36～40%で最も低い**
単価は3～4万円と平均並みですが、稼働率は図の中で最も低い2つ。空室を埋める余地が最も大きい町です。

事業者の皆さまへのヒント

自分の宿をこの図に置いてみてください。単価が低く稼働率が高いなら値上げの余地、逆なら価格や写真・プランの見直しです。

宿泊OTA② 日別の予約状況 —— 10月以降は「まだ入っていない予約」



- 1

掲載数（黄）は3万室前後で安定

夏～9月に3.7万室まで増え、利用客室数（水色）は2～2.5万室。週ごとの小さな波は土日です。
- 2

平均単価（緑）は需要の山で跳ねる

秋の約3万円が基準。年末年始6万円、2月中旬（旧正月）8～12万円、GW 6万円、7～8月は6万円台。
- 3

稼働率（紺）は55～100%で上下

通期の平均は71.5%。週末に高く平日に低い波が1年続き、大きく落ち込む週はありません。
- 4

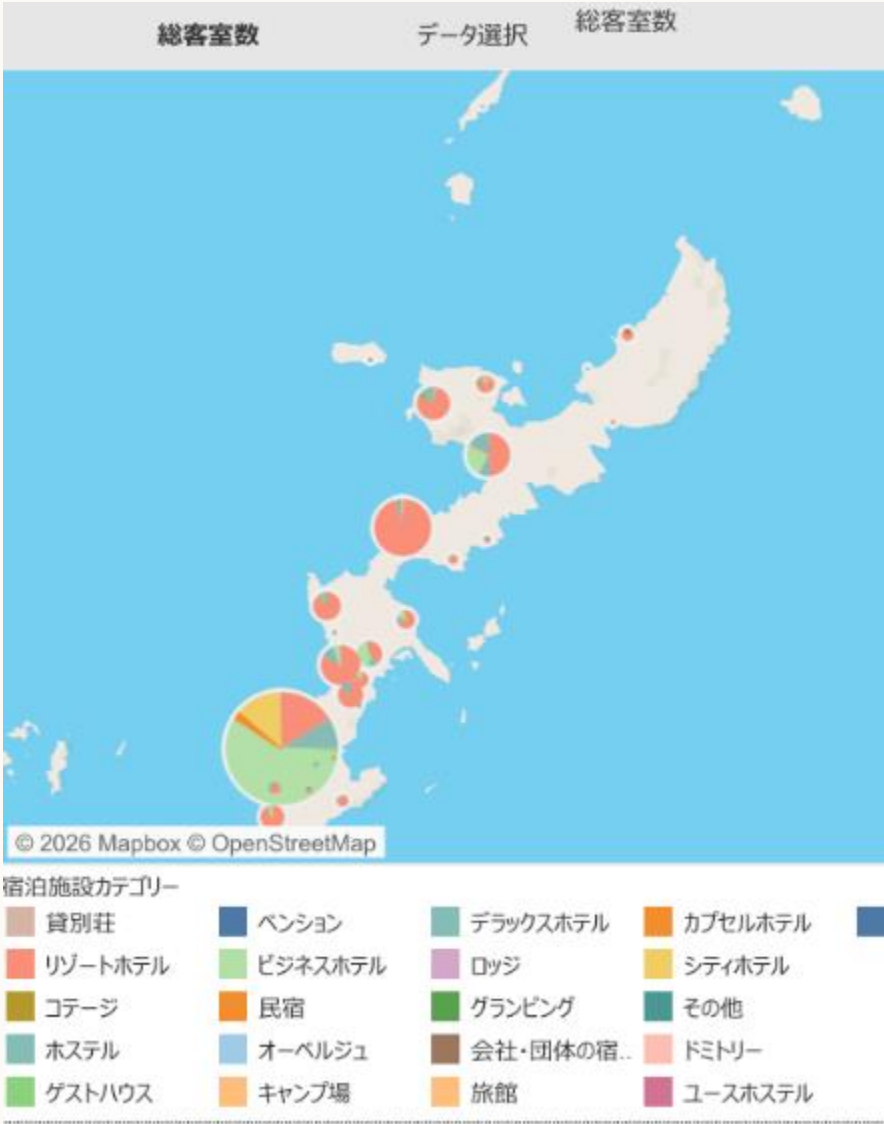
10月以降（緑の帯）は予約データ

稼働率40～75%・利用1.2万室に下がって見えるのは、まだ予約が入っていないため。掲載単価は約4万円です。

事業者の皆さまへのヒント

先の予約は「低く出る」のが普通です。見るのは昨年同週との差。差が大きい週は早めの販促、埋まっている週は仕入れと人員を厚く。

宿泊OTA③ 施設カテゴリ —— 北部はリゾートホテルが中心



- 1 北部の円はリゾートホテル（赤）が中心**
恩納村の大きな円はほぼ赤。名護市・本部町にはビジネスホテル（黄緑）なども混じります。
- 2 那覇市はビジネスホテル（黄緑）が中心**
北部とは客室の構成が違い、短い滞在やビジネス需要の受け皿です。
- 3 北部の小さな円は民宿・貸別荘・ゲストハウス**
部屋数は少なくても、長く泊まるお客様の受け皿です。

事業者の皆さまへのヒント

宿の種類で、お客様の過ごし方が変わります。 リゾートホテルの多い町は滞在型、民宿・ゲストハウスの多い町は長く泊まる個人客向けの品ぞろえが合います。

出典：Yam-D 宿泊データ「OTA宿泊詳細情報」総客室数（2025/10/1～2027/1/1）。円の大きさ＝客室数、色＝宿泊施設カテゴリ

AIレポート（宿泊OTA）① —— 9月は稼働率68.93%で確定、見込みを上回って着地

01 EXECUTIVE SUMMARY

9月は68.93%で確定、見込みを上回って着地 — 10月前半も70%台の見込み、谷は3連休明けの10/12～13



- 9月は稼働率68.93%・平均単価74,552円で確定**
前年同月比は稼働率▼8.65pt、単価（ADR）は▲58.4%。「高く売り、埋まりきらない」構造が続きます。8月比では稼働率+1.79pt。
- 先読みの答え合わせ：+4.15pt上振れ（3号連続）**
前号の見込み67.26%に対し、9月後半の実績は71.41%。連休明け（9/22～26）は+6～8pt、連休直前（9/15～18）は+2pt程度でした。
- 10/1～15の見込みは70.67%。谷は3連休明けの10/12～13**
9月実績を上回る水準。10/12（月・祝）の65.00%は月曜平均を▼1.30pt下回り、先読み期間で唯一、同じ曜日の平均を下回る日です。
- 県内4エリアで稼働率は4位、単価は1位**
南部80.32%＞離島72.67%＞中部70.12%＞北部68.93%。3位との差は1.19ptまで縮小（8月は2.04pt）。

レポートの「使い方」：自館の数字と重ねて読む（地域×自館）

地域	自館	読み取り	打ち手
好調	不調	自館固有の問題	価格・写真・プラン・口コミを見直す
不調	不調	市況。値下げしても取れない	販促費を抑え、コストを守る
不調	好調	勝っている	強みを維持し、値上げ余地を探る
好調	好調	市況に乗れている	単価を上げにくい

事業者の皆さまへのヒント

レポートが示すのは「周りはどうだったか」。地域が好調で自館が不調なら自館固有の問題、両方不調なら市況。左下の表のとおり、重ねて読むと打つべき手が変わります。

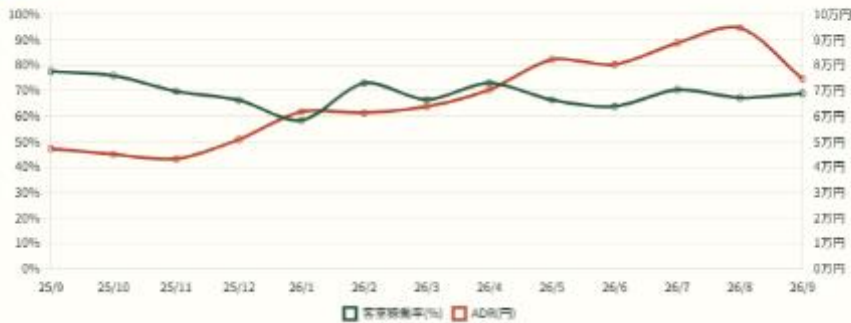
AIレポート（宿泊OTA）② 直近1年の推移 ―― 稼働は持ち直し、単価は正常化へ

第2章 直近1年の推移

問い：この1年、やんばるの宿泊市場に何が起きているか。

9月の確定値は稼働率68.93%・ADR74,552円で、稼働率は8月（67.14%）から1.79pt持ち直しました。夏の間に広がった前年比の落ち幅（7月▼2.33pt→8月▼10.11pt）は、9月に▼8.65ptとわずかに縮小しています。ADRは8月の94,714円をピークに季節的な正常化に入りましたが、前年9月（47,066円）比では▲58.4%と高い水準を保っています。稼働率×ADRの簡易計算では、9月は前年比で約4割高い水準です。

図 2-1 月次推移 | 客室稼働率・平均単価（2025年9月～2026年9月・確定値）



今号から2026年9月が全月確定値になりました。

▶ 詳細データを見る（月次実績の内訳・ホテル数）

POINT ― 稼働は持ち直し、単価は正常化へ

9月は「稼働率が前月より上がり、ADRが下がる」月でした。前年比で見ても、稼働の落ち幅は縮み、単価の上昇は夏より小さくなっています。秋以降は「単価を守るか、稼働を取りに行くか」の判断がしやすくなる局面です。自館の9月実績を、稼働率とADRの両方で前年と比べておくことを推奨します。

飲食・小売・アクティビティの充実 9月はやんばる地域内に泊まる人の数が8月より少し増え、前年との差も縮まりました。一方、宿泊単価は夏より下がり始めています。客層が「夏の高単価層」から「秋の幅広い層」へ移りつつある可能性があり、価格帯の幅を持たせたメニュー・体験の用意が合いやすい時期です。

1 9月は稼働率**68.93%**・平均単価**74,552円**で確定
稼働率は8月（67.14%）から+1.79pt持ち直しました。

2 前年比の落ち幅は**縮小**：7月▼2.33→8月▼10.11→9月▼8.65pt
夏の間に広がった前年との差が、9月にわずかに縮まりました。

2 単価は8月94,714円をピークに**季節的な正常化**
3 前年9月（47,066円）比では+58.4%と高い水準。稼働率×単価の簡易計算では、9月は前年比で約4割高い水準です。

4 「稼働率が前月より上がり、単価が下がる」月
秋以降は「単価を守るか、稼働を取りに行くか」の判断がしやすい局面。自館の9月実績を稼働率と単価の両方で前年と比べておくことが勧められています。

飲食・小売・アクティビティの皆さまへ

やんばるに泊まる人の数は8月より少し増え、前年との差も縮まりました。一方、宿泊単価は夏より下がり始めています。客層が「夏の高単価層」から「秋の幅広い層」へ移りつつあり、**価格帯の幅を持たせたメニュー・体験**の用意が合いやすい時期です。

AIレポート（宿泊OTA）③ 9月の答え合わせ —— 山は連休、直前は埋まりにくい

第3章 9月の実績 — 答え合わせ

開い：9月（9/1～30・全日確定）の実績を確認する望です。自然の実績と重ねてご確認ください。

9月は全日確定で58.93%・ADP14,552円でした。前半（9/1~14）の66.16%に対し、後半（9/15~30）は71.42%と5pt以上高く、**月の山はシルバーウィークに集中しました**。連休5日間は81.91%で、9/20（日）90.49%・9/21（月・敬老の日）90.74%と2日連続で9割を超えています。前号の見込み（連休平均76.98%）からは+4.93ptの上振れです。前号が「手を打つべき日」とした3日間は、9/17（木）63.39%（見込み比+3.17pt）・9/18（金）65.45%（同+4.26pt）・9/26（土）71.33%（同+6.08pt）で希地しました。連休明けの9/26は谷を脱しましたが、連休直前の9/15~18は63%前後にとどまり、9月後半で最も低い4日間をまできました。



▶ 詳細データを見る (9月サマリー・前号先読みとの答え合わせ・曜日別の傾向)

POINT 一 答え合わせの学び：連体の「後ろ」は確まり、「前」は確まりにくい

先月の頃は3号連続で上振れして着きました（8月後半+4.27pt→9月前半+5.29pt→9月後半+4.15pt）。一方、日割に見ると上振れ
れの大きさでは一様ではなく、連休明けの平日は+6~+8pt積み上がったのに対し、連休直前の平日は+2pt程度でした。前号の課題
1（連休前後の谷）のうち、連休明けは解消、連休直前は一部残ったという結果です。この並びは、10月の3連休（10/10~12）
の前後を調べたにも使えます（第4回）。

登山・小川・アクティビティの道へ 9月のやんばる地域内の滞在客数は、シルバーウィーク（特に9/20～21）に大きな山がありました。連休明けの1週間（9/24～30）も67～72％と客定が続いた一方、連休直前の4日間は63％前後と静かでした。来年以降の大型連休でも、仕入れ・人員は「連休中～連休明け」に集中、「連休直前」は得えめにするのが業績に資する配分です。

- 1 月の山は **シルバーウィーク**：連休5日間81.91%、9/20・21は9割超
前半(9/1~14) 66.16%に対し、後半(9/15~30) 71.41%と5pt以上高い。9/20(日)
90.49%・9/21(月・敬老の日) 90.74%。
 - 2 前号の見込みからは **+4.93ptの上振れ**
「手を打つべき日」とした9/17・18・26は、見込み比+3.17~+6.08ptで着地しました。
 - 3 連休明けの9/26は谷を脱したが、**連休直前の9/15~18は63%前後**
9月後半で最も低い4日間のまま。直前予約でも埋まり切らなかった形です。
 - 4 先読みは **3号連続で上振れ**。連休の「後ろ」は埋まり、「前」は埋まりにくい
8月後半+4.27→9月前半+5.29→9月後半+4.15pt。連休明けの平日は+6~8pt、連休直前の平日は
+2pt程度。10月の3連休(10/10~12)の前後を読むときにも使える学びです。

飲食・小売・アクティビティの皆さまへ

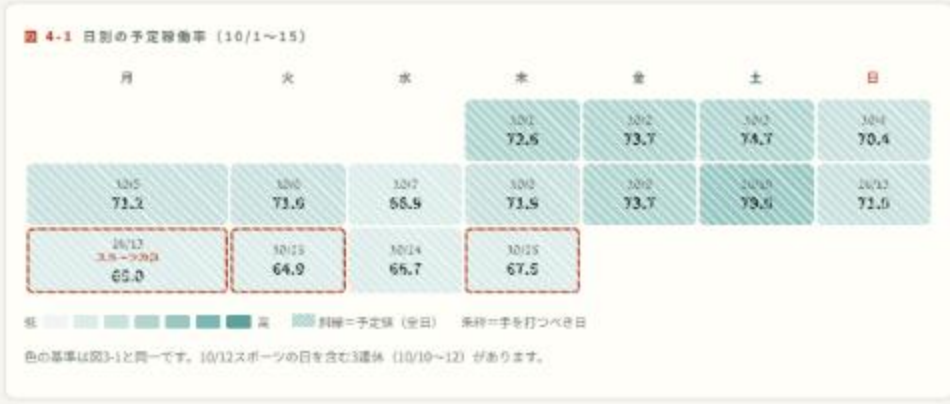
9月の滞在客数は、シルバーウィーク（特に9/20～21）に大きな山。連休明けの1週間（9/24～30）も67～72%と客足が続いた一方、連休直前の4日間は63%前後と静かでした。来年の大型連休でも、仕入れ・人員は「連休中～連休明け」に厚く、「連休直前」は控えめにするのが実績に沿った配分です。

AIレポート（宿泊OTA）④ 10月前半の先読み —— 70.67%、谷は3連休明け

第4章 これからの15日間 — 先読み

問い：直近の確定実績の続き、これから2週間はどうか（今号は10/1～15の15日間）。

10/1～15の予定稼働率は平均70.67%・ADR61,330円の見込みで、9月の実績（68.93%）を上回る水準です。前号時点の見込み（65.42%）からも2週間で+5.25pt積み上がりました。山はスポーツの日を含む3連休（10/10～12）の初日10/10（土）で79.00%、ADRも74,348円と期間で最も高い見込みです。一方、連休最終日の10/12（月・祝）と翌10/13（火）は65%前後で期間の谷になっています。平日も70%前後で推移しており、週末・祝日との差は稼働で約2pt・単価で約7,700円と、9月後半（約11pt）より小さい形です。前年同期（79.95%）との比較では▼9.28ptですが、直近3号の上振れ幅（+4～5pt）を踏まえると、差は縮まる可能性があります。



- 10/1～15の予定稼働率は**70.67%**・単価61,330円
9月の実績（68.93%）を上回る水準。前号時点の見込み（65.42%）からも2週間で+5.25pt積み上がりました。
- 山は3連休の初日**10/10（土）79.00%**
スポーツの日を含む3連休（10/10～12）。単価も74,348円と期間で最も高い見込みです。
- 谷は連休最終日の**10/12（月・祝）と翌10/13（火）の65%前後**
平日も70%前後で推移し、週末・祝日との差は稼働で約2pt・単価で約7,700円と、9月後半（約11pt）より小さい形です。
- 前年同期（79.95%）比では▼9.28pt
直近3号の上振れ幅（+4～5pt）を踏まえると、差は縮まる可能性があります。

飲食・小売・アクティビティの皆さまへ

10月前半の滞在客数は、平日も含めて9月より多めに推移する見込みです。最も混むのは3連休初日の10/10（土）で、連休明けの10/12～15はやや落ち着きます。**平日の客足が比較的しっかりしている時期**なので、平日のランチ・体験の受け入れ枠を確保しておくのが合理的です。

AIレポート（宿泊OTA）⑤ 手を打つべき3日間 —— 弱い日は連休明けに集中

手を打つべき3日間

各日の予定稼働率を、9月の確定値（シルバーウィーク5日間を除く）における同じ曜日の平均と比べ、上回り幅が小さい（または下回る）順に並べました。今号は先読み期間のほぼ全日が同曜日平均を上回っており、大きな谷はありません。そのうえで相対的に弱い3日間です。

10/12（月・祝）

65.00% / 月曜平均 66.30%

▼1.30pt。3連休の最終日で、翌日が平日のため平日並みの動きです。先読み期間で唯一、同曜日平均を下回っています。

10/13（火）

64.92% / 火曜平均 64.66%

▲0.26pt。期前で最も低い稼働率で、ADRも55,036円と最安です。連休明けの初日にあたります。

10/15（木）

67.49% / 木曜平均 66.04%

▲1.45pt。連休明けの鼠（10/12～15・平均66%前後）の最終日で、同曜日平均との差が小さい日です。

POINT — 谷は浅いが、「連休明け」に固まっている

今号の谷は浅く、直近の上振れ傾向を踏まえれば慌てる必要はないと考えられます。ただし、弱い日は3連休明けの10/12～15に集中しています。第3章の答え合わせでは「連休明けは直前予約で埋まりやすい」結果でしたが、今回は連休最終日の宿泊（10/12泊）を含むため、連休を1泊延ばす提案（10/12泊の延泊特典など）と、連休明け平日の連泊・ワーケーション訴求の組み合わせが有効と考えられます。

▶ 詳細データを見る（日別の値・連泊の予約状況・平日と週末の収益力比較）

飲食・小売・アクティビティの方へ 10月前半のやんばる地域内の滞在客数は、平日も含めて9月より多めに推移する見込みです。最も混むのは3連休初日の10/10（土）で、連休明けの10/12～15はやや落ち着きます。平日の客足が比較的しっかりしている時期なので、平日のランチ・体験の受け入れ枠を確保しておくのが合理的です。

1

10/12（月・祝） **65.00%** / 月曜平均66.30%（▼1.30pt）

3連休の最終日で、翌日が平日のため平日並みの動き。先読み期間で唯一、同じ曜日の平均を下回っています。

2

10/13（火） **64.92%** / 火曜平均64.66%（+0.26pt）

期間で最も低い稼働率で、単価も55,036円と最安。連休明けの初日にあたります。

3

10/15（木） **67.49%** / 木曜平均66.04%（+1.45pt）

連休明けの鼠（10/12～15・平均66%前後）の最終日で、同じ曜日の平均との差が小さい日です。

4

谷は浅く慌てる必要はないが、弱い日は**10/12～15に集中**

連休最終日の宿泊（10/12泊）を含むため、「連休を1泊延ばす提案」（10/12泊の延泊特典など）と、連休明け平日の連泊・ワーケーション訴求の組み合わせが有効とされています。

宿泊・飲食・体験の皆さまへ

同じ曜日の平均と比べて「弱い日」を探す読み方は、自館の予約表にもそのまま使えます。**10/12泊の延泊特典は10/9まで**、連休明けの10/13～15は平日連泊プランで受ける形。飲食・体験は、混む10/10～11と落ち着く10/12～15で受け入れ枠を変えておきます。

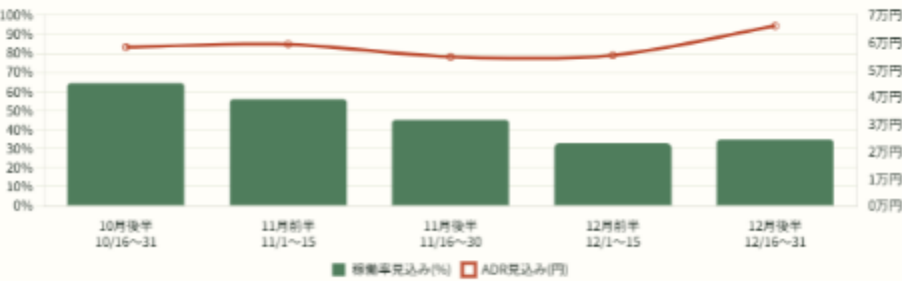
AIレポート（宿泊OTA）⑥ 3か月先の見通し —— 前号より上積み、年末年始も

第5章 3か月先の見通し

問い：この先、市場はどう動くか。

10/16以降の見通しを予定データ（OTA掲載ベース）で確認します。10月後半64.25%→11月前半55.81%→11月後半45.04%→12月前半32.76%と半月ごとに切り下がる形は前号と同じですが、**前号見込みとの比較では10月後半+5.47pt・11月前半+5.32pt・11月後半+5.01pt・12月前半+3.93ptと、全区分で4～5pt上積み**されました。今号から見通しに入った12月後半は34.72%と12月前半を上回り、ADRも66,034円と見通し期間で最も高い見込みです。年末年始の予約が早くも入り始めていることがうかがえます。

図 5-1 半月単位の見通し | 客室稼働率・ADR（10/16～12/31・予定データ）



すべてOTA掲載ベースの予定値です。予定データは2027年1月1日まで存在しますが、見通しは12月末までとしています。

▶ 詳細データを見る（半月別の見込み・前号比・前年実績）

CAUTION — この数字の読み方

本章の数値はOTA掲載ベースの見込みであり、確定した予約実績ではありません。直近3回の答え合わせでは実績が見込みを+4～5pt上回っており、先の期間ほど上振れ余地が大きいと考えられます。前年同期の実績（10月後半72.45%・11月後半77.01%など）と単純に比べて「秋冬が大きく落ち込む」と読むのは早計です。注視すべきは水準よりも、どの半月が相対的に弱い（今号では11月後半～12月前半）の形のほうです。

1

半月ごとに切り下がる形は前号と同じ

10月後半64.25%→11月前半55.81%→11月後半45.04%→12月前半32.76%（OTA掲載ベースの予定）。

2

2

前号の見込みより**全区分で+4～5pt上積み**

10月後半+5.47、11月前半+5.32、11月後半+5.01、12月前半+3.93pt。

1

3

12月後半は34.72%と12月前半を上回り、単価も66,034円で最高

年末年始の予約が早くも入り始めていることがうかがえます。

3

4

読み方の注意：確定実績ではなく**掲載ベースの見込み**

直近3回は実績が見込みを+4～5pt上回っており、先の期間ほど上振れ余地が大きい。前年同期の実績（10月後半72.45%・11月後半77.01%など）と単純比較して「秋冬が大きく落ち込む」と読むのは早計で、注視すべきは「どの半月が相対的に弱い」（11月後半～12月前半）です。

4

事業者・観光協会・自治体の皆さまへ

相対的に弱いのは11月後半～12月前半。この期間に合わせたイベント・キャンペーン情報の集約と発信（観光協会・自治体）、付加価値型プランの投入（宿泊事業者）が、レポートの推奨アクションです。年末年始は早めに掲載を整えます。

AIレポート（宿泊OTA）⑦ 県内での位置づけ —— 稼働率は最下位、差は縮小

第6章 沖縄県内での位置づけ

問い：やんばる（北部）は、沖縄県全体の中でどんな立ち位置にあるか。

直近の確定月である2026年9月で沖縄県内4エリアを比べると、稼働率は南部80.32%>離島72.67%>中部70.12%>北部（やんばる）68.93%で、**北部は4エリア中最下位が続いています**。ただし3位の中部との差は1.19ptと、8月（2.04pt）より縮まりました。ADRは北部74,552円が引き続き県内トップで、2位の離島（56,018円）との差は18,534円です（8月は26,580円）。『最も高く売り、最も埋まっていない』構造は変わりませんが、9月はその両方の差が縮みました。

図 6-1 沖縄県4エリア比較 | 客室稼働率・ADR（2026年9月確定）



▶ 詳細データを見る（4エリアの内訳・施設規模）

POINT — 県内最下位は続くが、差は稼働・単価とも縮小

9月は北部の稼働率が中部に1pt強まで迫る一方、ADRの県内トップの差は約2.6万円から約1.9万円に縮みました。高単価で売る構造から、稼働と単価のバランスを取りにくい局面に移りつつある可能性があります。10月以降、この差がどちらに動くかを引き続き確認します。

飲食・小売・アクティビティの方へ やんばるに泊まる人の数は、県内の他エリアとの差が縮まりつつあります。一方で宿泊単価は依然として県内で最も高く、客単価の高い来訪者が多い市場であることは変わりません。高価格帯の体験・飲食の受け皿は引き続き商機があり、秋は利用者の幅も広がり始めています。

1 9月の稼働率は**北部が4エリア中最下位**
南部80.32%>離島72.67%>中部70.12%>北部（やんばる）68.93%。

2 2 ただし3位の中部との差は**1.19pt**に縮小
8月の差は2.04ptでした。

3 1 単価は北部74,552円が**引き続き県内トップ**
2位の離島（56,018円）との差は18,534円。8月の26,580円から縮まりました。

4 3 「最も高く売り、最も埋まっていない」構造は変わらず、9月は両方の差が縮小
高単価で売る構造から、稼働と単価のバランスを取りにくい局面に移りつつある可能性。10月以降、この差がどちらに動くかを引き続き確認します。

飲食・小売・アクティビティの皆さまへ

やんばるに泊まる人の数は、県内の他エリアとの差が縮まりつつあります。一方、宿泊単価は依然として県内で最も高く、**客単価の高い来訪者が多い市場**であることは変わりません。高価格帯の体験・飲食の受け皿は引き続き商機があり、秋は利用者の幅も広がり始めています。

AIレポート（宿泊OTA）⑧ —— 3つの発見と、事業者・自治体へのアクション

今号の重要な発見 2～3点

1

DATA 先読みの上振れは3号連続 — ただし「連休直前」の日は上積みが小さめでした。9/15～30は全体で+4.15ptの上振れでしたが、日別に見ると連休明けの9/22～26が+6～8ptだったのに対し、連休直前の9/15～18は平均+2pt程度（9/15は見込みを1.22pt下回りました）にとどまりました。前号で「谷」とした連休直前は、直前予約でも埋まり切らなかった形です。

2

DATA 前年との稼働の差は縮小、単価の上乗せも縮小。稼働率の前年差は9月前半▼16.20pt→9月後半▼2.00ptまで縮まりました。一方、ADRの前年比は9月の▲58.4%に対し、10月前半の見込みは▲33.7%（61,330円）です。「稼働が戻り、単価の上乗せが薄まる」方向に動いている可能性があります。

3

INSIGHT 9月は「大型ホテルが首位、貸別荘が後退」と序列が入れ替わりました。8月に規模帯で最下位だった51室以上が69.88%で首位に立ち、8割稼働だった貸別荘は74.08%に下がりました。夏休みの家族・グループ需要が抜けた後の、秋の客層の変化を映している可能性があります（第7章）。

1 発見①：先読みの上振れは**3号連続**。ただし連休直前は埋まりにくい
連休明けは+6～8pt、連休直前は+2pt。右①：10/12泊の延泊特典と、10/13～15の平日連泊プランをOTAで見せる（10/9まで）。

2 発見②：前年との稼働の差は縮小、**単価の上乗せも縮小**
稼働率の前年差は9月前半▼16.20pt→後半▼2.00pt、単価の前年比は+58.4%→10月前半は+33.7%。右②：11月後半～12月前半は付加価値型プラン、年末年始は早めに掲載。

3 発見③：9月は**大型ホテルが首位、貸別荘が後退**
51室以上が69.88%で首位、8割稼働だった貸別荘は74.08%に。夏と秋で「強い帯」が入れ替わるので、比べる相手は同じ規模・同じタイプの数字で。

1

宿泊事業者の方へ

◆ 今号から次号までに確認いただきたいこと

10/9まで 3連休の延泊プランの投入：10/12泊の延泊特典と、10/13～15の平日連泊の選択装をOTA上で見せることを推奨します
掲載：第4章 図4-1・若い日カード

10月中旬 秋冬の単価と稼働の見直し：自館の9月実績を前年と比べたうえで、11月後半～12月前半の付加価値型プランと、年末年始の早期掲載を推奨します
掲載：第2章 表2-1・第5章 表5-1

次号まで 口コミ本文の確認（本部町の事業者）：「清潔」「スタッフ」の語られ方を自館の口コミで確認することを推奨します
掲載：第8章 表8-2

3

観光協会・自治体の方へ

◆ 今号から次号までに確認いただきたいこと

10月中旬 名護市・周辺部の落ち込み要因の確認：名護市（▼14.84pt）と東村・伊江村・国頭村の前年割れの要因を、供給と需要の両面から確認することを推奨します
掲載：付表1・第7章 表7-3

10月中旬 11月後半～12月前半の情報発信：見通して相対的に弱い期間に合わせ、イベント・キャンペーン情報の集約と発信を推奨します
掲載：第5章 図5-1

観光協会・自治体の皆さまへ
名護市▼14.84ptと東村・伊江村・国頭村の前年割れの要因を、供給と需要の両面から確認（右③）。見通して弱い**11月後半～12月前半**に、イベント・キャンペーン情報を集約して発信（右④）。