

報道関係者各位

2026年8月5日

【沖縄・離島の気まぐれお天気に翻弄される「旅行者のメンパ」実態調査】

**沖縄・離島旅行者の約3人に2人が「スマホの雨予報」でメンパ低下
しかし「雨予報で諦めた人」の約6割（60.5%）が、
実は『晴れて遊べた日があった』と回答
雨に惑わされない「離島アクティビティ」を求める旅行者の潜在需要とは？**

沖縄・石垣島、西表島、宮古島でアクティビティブランド「ADVENTURE PiPi」を運営する株式会社NASH（本社：沖縄県八重山郡竹富町、代表取締役：奥田光三郎）は、過去3年以内に沖縄の離島へ旅行した全国の男女400名を対象に、「離島旅行と天気に関する調査」を実施しました。



スマートフォンで手軽に天気を確認できる時代になった一方で、旅行前に表示される「雨マーク」ひとつで気分が左右され、「本来楽しめたはずの1日を諦めてしまう」そんな「予報に振り回される旅行者」の姿が今回の調査で浮かび上がりました。特に離島は天気が変わりやすく局地的なため、広域を示すスマホの予報が、実際の空模様と食い違うケースが少なくありません。

さらに、いざ現地に着いても「何をして過ごせばいいかわからない」「アクティビティが中止になった後、時間を持て余してしまう」という新たな課題も見えてきました。本リリースでは、離島旅行者が抱える「天気にまつわる4つのもったいない体験」と、その背景にある潜在ニーズを、調査結果とともにご紹介します。

<調査サマリー>

- ①旅行前に「雨マーク」で楽しむ気力が削がれる「メンパ*低下」を実感した人が65.1%
- ②雨予報で諦めた経験がある人の約6割（60.5%）が、実際には「晴れ・曇りで遊べた日があった」と回答——見過ごせない「予報ギャップ」が明らかに
- ③課題は「雨」だけではない——約半数が経験した「過ごし方がわからない」悩み
- ④求められているのは「安心」と「臨機応変さ」。天候に応じて予定を変更してくれる仕組みを77.2%が、多少高くても安心を保証するツアーを87.5%が支持

*メンパ：メンタルパフォーマンスの略。本リリースでは、楽しみたい気持ちや心の余裕をどれだけ保てているかという心のコンディションを指します。

■「離島旅行と天気に関する調査」概要

調査期間：2026年7月14日

調査方法：インターネットによるアンケート調査

調査対象者：過去3年以内に沖縄の離島を旅行したことがある全国の男女

回答者数：400名（男性200名／女性200名）

※グラフ中の回答割合は小数点第2位を四捨五入しているため、合計が100%にならないことがあります

※枝分かれ設問（Q3・Q5）は該当者のみを分母として集計しています（n=190）

※調査結果をご紹介いただく際は【ADVENTURE PiPi調べ「離島旅行と天気に関する調査」より引用】と注釈をご記載ください。

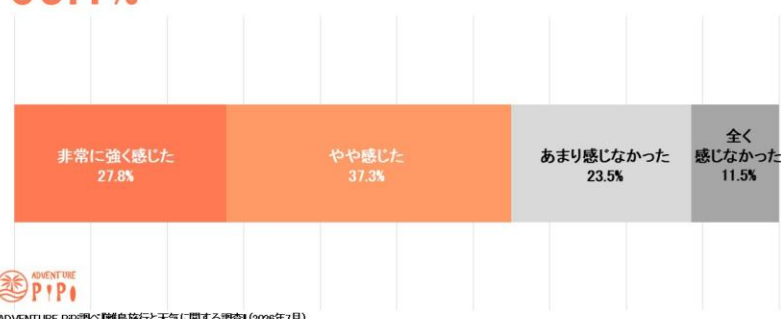
①旅行前に「雨マーク」で楽しむ気力が削がれる「メンパ低下」を実感した人が65.1%

旅行の楽しみは、出発前から始まっています。しかし今回の調査では、その「わくわく」がスマホの画面ひとつでしぼんでしまう実態が見えてきました。旅行者の多くが、現地の実際の天気を知る前の段階、つまり「予報を見た瞬間」に気分を左右されているのです。

Q1. 旅行前、天気予報で「雨マーク」や高い降水確率を目にした際、「せっかくの旅行が台無しになるかも」と、楽しむ気力やワクワク感が削がれるようなストレス（メンパ低下）を感じましたか？（n=400）

65.1%

『非常に強く感じた』『やや感じた』と回答した方の合計



ADVENTURE PiPi調べ「離島旅行と天気に関する調査」(2026年7月)

旅行前に雨マークや高い降水確率を見てメンパ低下を感じたか聞いたところ、『非常に強く感じた』が27.8%、『やや感じた』が37.3%となり、合計で65.1%と6割を超えました。天気そのものではなく「予報の表示」の段階で、すでに旅への期待値が下がってしまう人が多数派であることが分かります。旅先での実際の体験に入る前から、旅行の満足度が左右され始めているといえるでしょう。

Q2. 旅行前に天気予報の「雨マーク」を見て、事前に観光やツアーを諦めた・自主キャンセルした経験はありますか？（n=400）

47.5%

『何度もある』『1~2回はある』と回答した方の合計



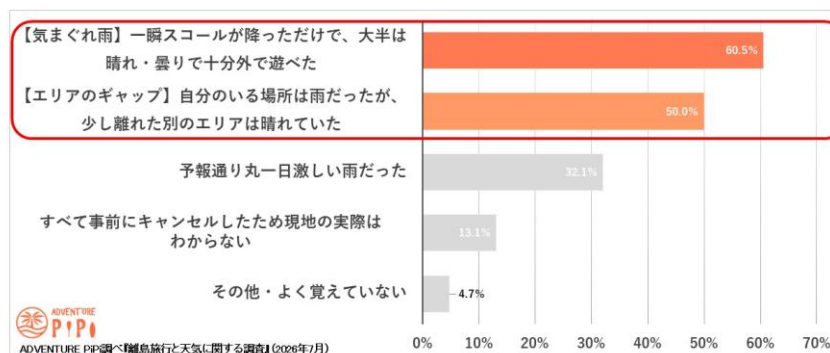
ADVENTURE PiPi調べ「離島旅行と天気に関する調査」(2026年7月)

さらに、雨予報を理由に事前に予定を諦めた経験については、『何度もある』が17.0%、『1~2回はある』が30.5%となり、合計47.5%が「予報を見て自主的に諦めた」経験を持っていました。約半数が、実際に現地の空を見る前に、予報だけで行動を変えてしまっているのです。では、雨予報を見て諦めたその判断は、本当に正しかったのでしょうか。次の設問では、諦めた経験がある方が振り返る「その日の実際の天候」から、予報と現実のギャップが明らかになります。

②雨予報で諦めた経験がある人の約6割（60.5%）が、 実際には「晴れ・曇りで遊べた日があった」と回答——見過ごせない「予報ギャップ」が明らかに

最も注目すべきは、「雨予報を信じて諦めること」が本当に正しい判断なのか、という点です。離島の天気は変わりやすく、島の中でもエリアによって空模様が大きく異なります。広域をざっくり示すスマホの予報と、目の前の実際の天気との間には、想像以上のギャップが存在していました。

Q3. (Q2で雨予報で「屋外の観光・ツアーを諦めた経験がある」と回答した方へ)
天気予報が「雨」だった日に、実際の現地の天気について経験したことをすべてお選びください。(複数回答、n=190)

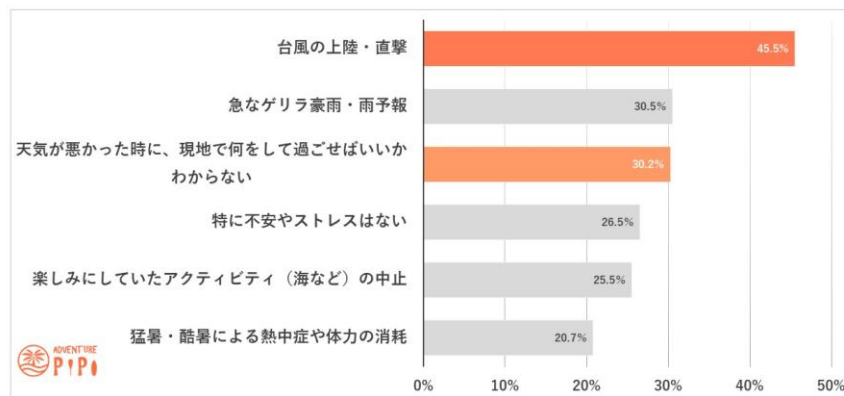


雨予報を理由に予定を諦めた経験がある方に、実際にはその日の現地の天候がどうだったかを振り返ってもらったところ、60.5%が『一時的なスコールはあったものの、大半は晴れ・曇りで十分に遊べた』と回答しました。加えて50.0%が『自分のいた場所は雨でも、少し離れた別のエリアは晴れていた』と答えています（複数回答）。一方で『予報通り一日中雨だった』は32.1%にとどまりました。つまり、雨予報で諦めた経験がある人の約6割にとって、その日は「本来は十分に楽しめた可能性のある日」だったのです。予報を信じて諦めたことで、二度と戻らない旅の貴重な1日を失っていた可能性がうかがえます。

③ 課題は「雨」だけではない——中止経験者の約半数が経験した「過ごし方が分からない」悩み

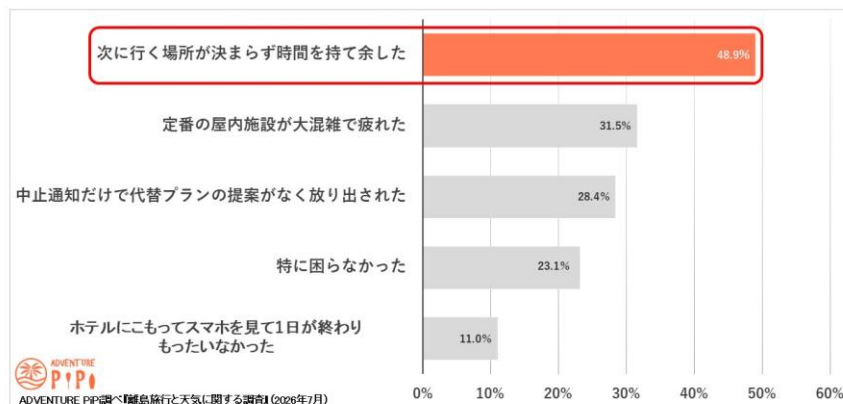
ここで見てきたのが、離島旅行者の悩みは「雨が降ること」そのものだけではない、という点です。天気が回復しても、あるいはアクティビティが中止になっても、「では何をすればいいのか」が分からず、貴重な旅の時間を持て余してしまうケースが目立ちました。

Q4. 天候・過ごし方について、不安や心理的ストレスを感じる要素は何ですか？
(複数回答、n=400)



天候や過ごし方について不安を感じる要素を聞いたところ、『台風などの上陸・接近』が45.5%で最多となる一方、『晴れているのに、現地で何をしたらいいかわからない』も30.2%にのびました。天気そのものへの不安だけでなく、「晴れても過ごし方が分からない」という悩みが、一定数の旅行者に共通していることが分かります。

Q5. (雨予報で予定が中止になった際)現地での過ごし方で困った・後悔したと感じた経験は何ですか？(複数回答、n=190)

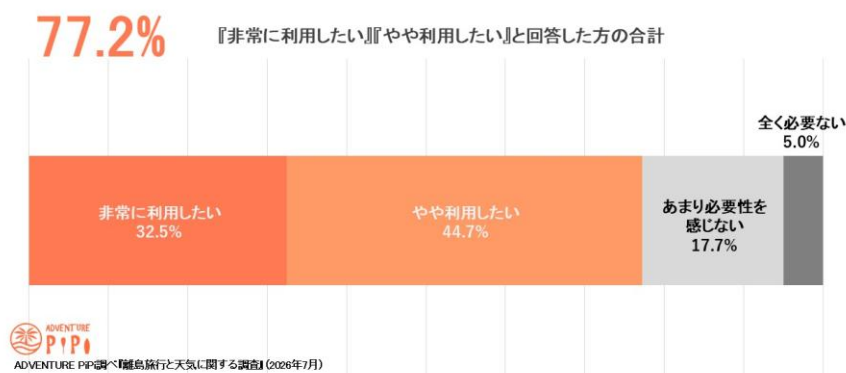


実際に中止を経験した方に困りごとを聞いたところ、『次に行く場所が決まらず時間を持て余した』が48.9%で最多となり、約半数にのぼりました。次いで『定番の屋内施設が大混雑で疲れた』が31.5%、『代替プランの提案がなく放り出された』が28.4%と続きます。中止＝その日の終わり、あるいは「手持ち無沙汰な時間」になってしまう体験が、多くの旅行者に共通していることが分かります。求められているのは「中止にならないこと」だけでなく、「天気がどうであっても、次の楽しみ方をすぐに示してくれる存在」だといえるでしょう。

④求められているのは「安心」と「臨機応変さ」。天候に応じて予定を変更してくれる仕組みを77.2%が、多少高くても安心を保証するツアーを87.5%が支持

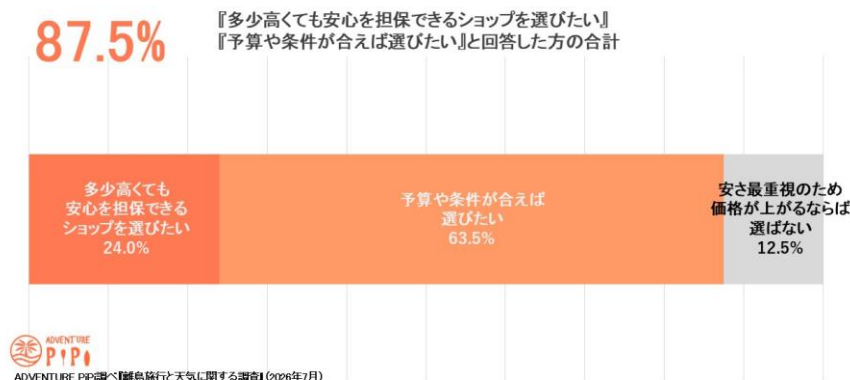
これらの結果から見てくるのは、旅行者が天候リスクに抱く不安と、それを解消してくれるサービスへの強い期待です。予報に振り回されるのでも、中止で時間を持て余すのでもなく、「その場の天気に応じて、プロが最適な遊び方へ導いてくれること」に価値を感じる人が大多数を占めました。

Q6. 「予約したツアーが天候不良で中止でも、追加料金なしで雨に強い別のフィールド(マングローブの川・鍾乳洞など)へその場で変更してくれる仕組み」があれば利用したいですか？(n=400)



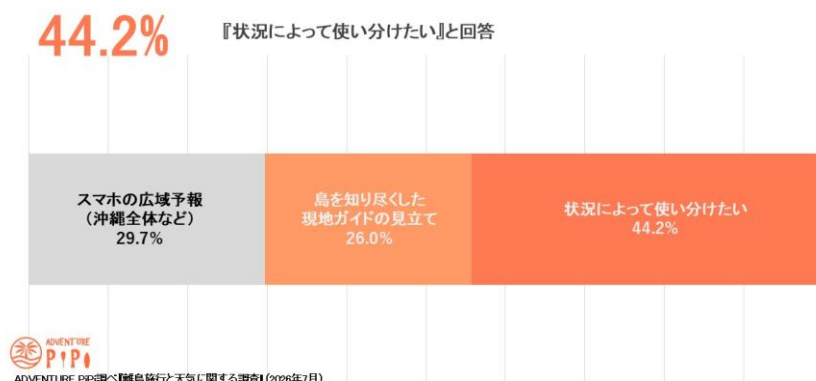
天候に応じて予定を変更してくれる仕組みへの意向を聞いたところ、『非常に利用したい』が32.5%、『やや利用したい』が44.7%となり、合計77.2%が前向きに回答しました。中止で終わるのではなく、その場で別の楽しみ方へ切り替えられることへのニーズの高さがうかがえます。

Q7. 上記のような「雨天時の振替」や「安心・ストレスフリーを保証するサービス」なら、多少価格が上がっても、そのショップを選びたいですか？(n=400)



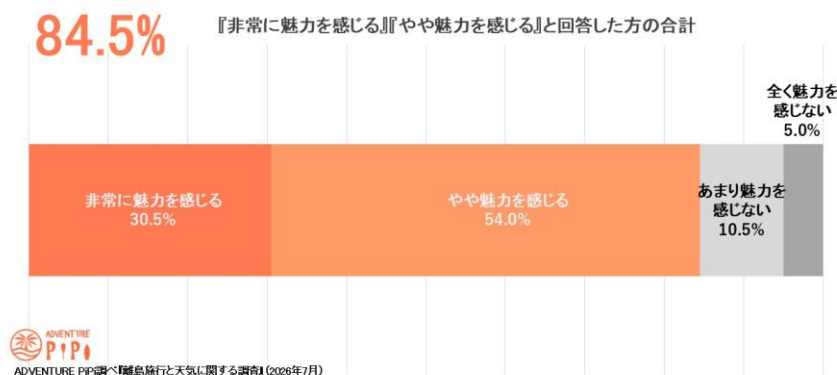
こうした安心を保証するサービスについては、『安心を保証できるショップを選びたい』が24.0%、『予算が合えば選びたい』が63.5%となり、合計87.5%が支持しました。約9割の旅行者にとって、天候への強さと安心感は、多少コストがかかっても選ぶ価値のある要素になっているといえます。

Q8. 天気の判断について、どちらにより頼りたいですか？(n=400)



天気の判断を誰に頼りたいか聞いたところ、『状況によって使い分ける』が44.2%で最多となり、『スマホの広域予報』の29.7%を上回りました。『現地を知るプロガイドの経験』も26.0%が支持しており、広域予報だけに頼るのではなく、現地の状況を読むプロの判断を求める姿勢がうかがえます。

Q9. 「雨天でも楽しめる工夫(全天候型メニューや雨ならではの体験)のあるツアー」に魅力を感じますか？(n=400)



雨天でも楽しめる工夫のあるツアーについては、『非常に魅力を感じる』が30.5%、『やや魅力を感じる』が54.0%となり、合計84.5%が魅力を感じると回答しました。天気に関係なく離島の自然を楽しみたいという潜在需要が、明確に存在していることが分かります。

■まとめ | 調査で見えた「天気まつわる4つのもったいない」と、ADVENTURE PiPiの答え

今回の調査から見えてきたのは、離島旅行者が『スマホの雨予報』に振り回され、本来楽しめたはずの1日を諦めてしまっている実態です。旅行前の雨マークだけで気持ちが下がり、実際には晴れて遊べたかもしれない日を手放してしまう——この『予報ギャップ』が、旅の満足度を静かに損なっていました。さらに課題は雨そのものだけではなく、天気が回復しても中止になっても『次に何をすればいいかわからず、時間を持て余す』点にもありました。

こうした課題に、ADVENTURE PiPiは4つの形で応えています。
スマホの雨マークだけで諦めなくていいように、広域予報ではなく、現地の空をリアルタイムで読むプロガイドが催行を判断します。そして天気が回復しても中止になっても手持ち無沙汰にならないよう、島を知り尽くしたガイドが「今、遊べる場所」へその場で案内します。

さらに、予約したツアーが天候で難しくなっても、マングローブカヌーや鍾乳洞探検といった雨に強いメニューへその場で振り替え可能。「天気が心配でも、まず予約しておける」という安心につながります。実際、天候に応じて予定を変えてくれる仕組みには77.2%が前向きでした。加えて、装備・写真・送迎込みの「手ぶら」参加で、天候を気にせず身軽に楽しめます。

旅行者が本当に求めているのは「天気に左右されにくい旅」ではなく、「天気がどうであっても楽しめる安心感」。本調査は、その潜在需要をはっきりと示す結果となりました。

■ADVENTURE PiPiについて

「ADVENTURE PiPi」は、沖縄・石垣島、西表島、宮古島で展開するアクティビティブランドです。マングローブカヌーやシュノーケリング、鍾乳洞探検など、天候に左右されにくい多彩なメニューを揃え、装備レンタル・写真データ・送迎込みの「手ぶら」で参加できる仕組みを提供しています。累計参加者50万人以上、年間参加者数No.1・累計口コミ数No.1・年間売上No.1・従業員数No.1※を誇る、日本最大級のアクティビティブランドとして、離島観光の新しい楽しみ方を提案しています。

※No.1表記について 2026年7月期 アクティビティマリンショップにおける市場調査 調査機関：日本マーケティングリサーチ機構 調査期間：2026年6月29日～2026年7月3日 調査概要：主要5社を対象 競合選定条件：次の①および②を満たすもの ①「マリンアクティビティ」上位1～100（検索エンジン：Google、抽出日：2026年6月16日）のうち、コーポレートサイトがあるもの ②マリンアクティビティ利用経験者100名を対象としたアンケート結果において、利用検討者率が5%以上、または自由回答における利用検討者率が5%以上のもの
調査手法：公開情報および関係者へのヒアリング等を基に、累計データを比較・検証したものです。実際の数値とは異なる場合がございます。
備考：2026年7月時点／効果・効能や優位性を保証するものではありません。



PiPi公式キャラ ぴぴくん

■会社概要

企業名：株式会社NASH

代表取締役：奥田光三郎

所在地：沖縄県八重山郡竹富町字上原870番地60

事業内容：ツアー業務運営、インターネット業務運営

URL：<https://nash-holdings.com/>

<https://ishigaki-pipi.com/>

<https://miyako-pipi.com/>

<https://iriomote-pipi.com/>