

第1部 沖縄観光の高付加価値化に向けた 取組例について

1. 滞在日数の長期化・観光消費額の向上等に向けた取組例〔1〕

・子ども農山漁村交流(都市農村共生・対流総合対策交付金)の支援

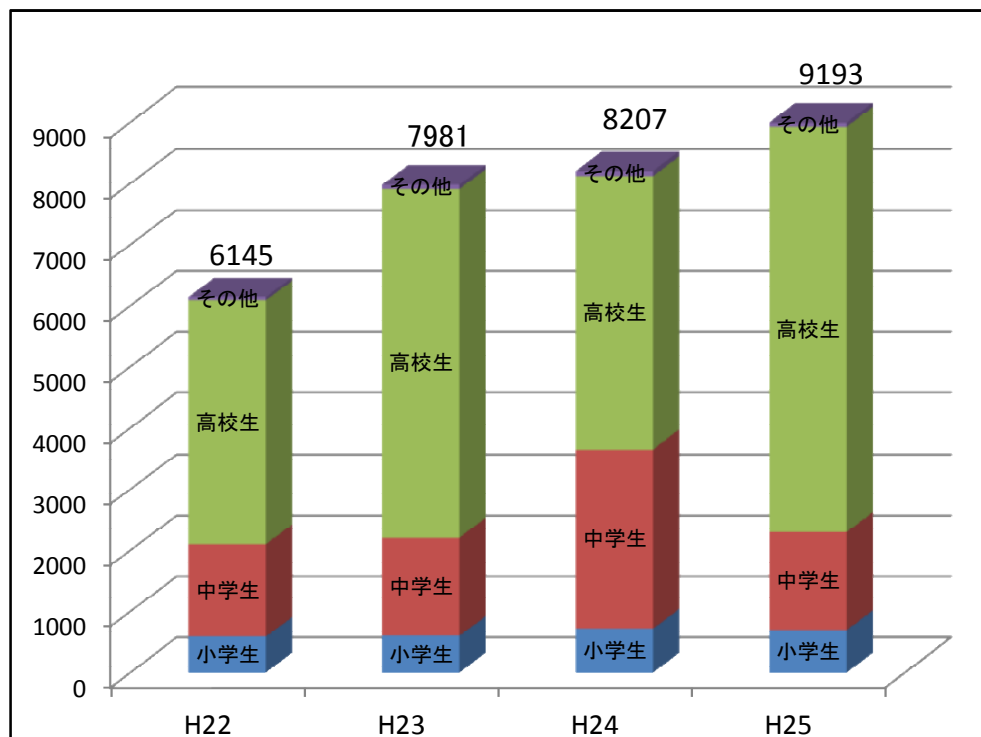
【取組内容】: 小学校をはじめとする子供の農山漁村における体験教育活動等を受け入れるための取組への支援。

○沖縄総合事務局は、やんばる交流推進連絡協議会に対して、農山漁村のもつ豊かな自然や「食」を活用した地域の手作り活動の支援を行った。

○その結果、当協議会は、国頭・大宜味・東の3村と協力し、文科省及び総務省と連携の上、宿泊体験学習を実施している沖縄県内外の小学校の児童や中学・高校の修学旅行生を受け入れ、農業体験や三味線、沖縄料理づくり等の体験学習に取り組んだ。

○今後の取組として、沖縄総合事務局は、沖縄地域「子ども農山漁村交流プロジェクト推進連絡会議」を中心として、関係機関の連携強化・情報の共有化を図り、農山漁村における体験教育活動等を支援することとしている。

【やんばる交流推進連絡協議会における宿泊体験人数】



小学生を対象とした沖縄料理作り体験



高校生を対象とした農業体験

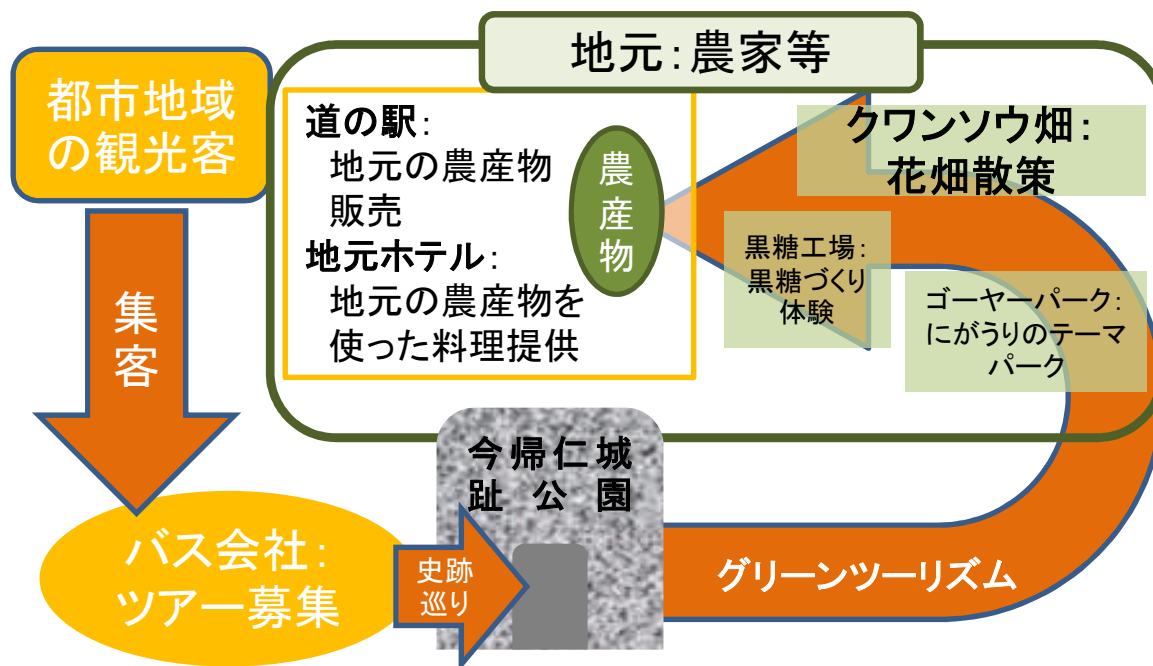


1. 滞在日数の長期化・観光消費額の向上等に向けた取組例〔2〕

・農山漁村の6次産業化とバス会社の連携(平成22年度～)

- 沖縄総合事務局は、不眠改善等の効果があるとして昔から食べられてきた伝統野菜であるクワンソウ（アキノワスレグサ）の生産・一次加工（乾燥葉）に取り組んでいる今帰仁ざまみファームに対して、当法人の6次産業化の事業計画を認定するとともに、裁断・包装機の導入や新たな商品開発などを支援した。
- これに加え、今帰仁ざまみファームは、平成22年から、地元観光会社と連携して、バスツアーの中に史跡巡り（今帰仁城跡）とグリーンツーリズム（クワンソウの花摘み体験）を組み合わせることで相乗効果を図っている。
- この結果、これまで健康に良いとされながらも、一般消費者になじみが薄いという地元独自の伝統野菜のもつ課題を克服し、また、バスツアーで沖縄の歴史と食文化を同時に体験することにより、琉球料理の食材への理解が深まり、販売促進につながっている（来客数：600人（H22）→ 2,300人（H25））
- 今後も沖縄総合事務局は、6次産業化の推進に努め、農林漁業者が観光業等多様な事業者と連携して農産物の付加価値を高める活動などを支援することとしている。

6次産業化認定事例 農業生産法人（株）今帰仁ざまみファーム(今帰仁村)



1. 滞在日数の長期化・観光消費額の向上等に向けた取組例〔3〕

・国際医療交流ネットワーク活動事業(平成23年度～)

産医学官により構成される「万国医療津梁協議会」が行う人間ドックやPET健診等のヘルスツーリズム(医療ツーリズム)に係る誘客・誘致活動の取組を推進。平成25年度末までに、PET検診、人間ドック及びリハビリ等を受診した海外からの患者数は延べ153人となっている。

具体的な取組①

◆受入体制の強化

沖縄における医療ツーリズムの受入体制の整備、強化を目的とし、万国医療津梁協議会会員、旅行代理業、医療ファシリテータ、医療施設等の情報共有を行い、関係者間のネットワークを強化するとともに、問題点の顕在化と解決策に係る議論を行っている。



【受入ワーキング等の様子】

具体的な取組②

◆県外・海外プロモーションの展開

国内及び海外における医療ツーリズムに対するニーズ等を把握するとともに、沖縄の取組の認知度を高めるため、国際医療学会(京都)、MICEコンテンツトレードショー(東京・沖縄)、沖縄インセンティブツアー(マレーシア・香港・広州)などの学会・イベント等へ積極的に参加している。



【商談の様子】



【展示会の様子】

<参考:医療ツーリズムに係るアンケート調査> (中国 広州)>

1-①貴社では医療ツーリズム旅行商品を現在、またはこれまで造成・販売をしていますか。

・はい 56% ・いいえ 44%

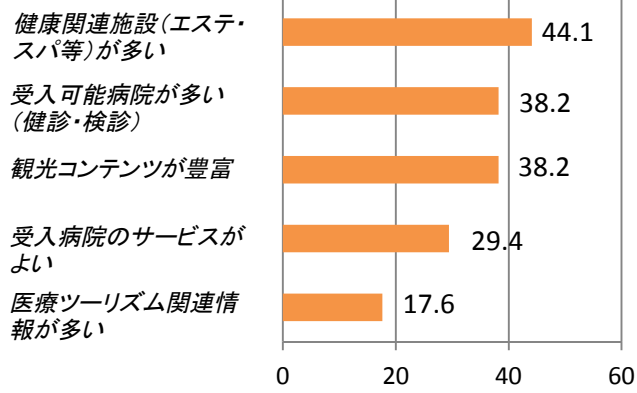
1-②どのような商品ですか。

・人間ドック 62% ・PET検診 27% ・リハビリ 11%

1-③主な送客先はどちらですか。

・関東 44% ・関西 41% ・沖縄 15%

2. 医療ツーリズムにおいて沖縄へ送客する場合、沖縄の優位性としてどのような点が挙げられますか。(複数回答可)



3. 医療ツーリズムにおける沖縄の課題について。

- ・医療ツーリズム関連情報が少ない 35.3%
- ・価格が高い 26.5%
- ・通訳の数が少ない 26.5%
- ・健康関連施設(エステ・スパ等)が少ない 17.6%
- ・受入病院が少ない 11.8%

などが挙げられている。

1. 滞在日数の長期化・観光消費額の向上等に向けた取組例〔4〕

・地域資源を活用した新たな商品の開発支援

県内の農林水産物、文化・歴史、観光資源など、沖縄の強みの「地域資源」を活用し、高付加価値な新商品・新サービスの開発に取り組む中小企業を支援を行ったことにより、新たに期待される「観光土産品」等が創出されている。

地元の特産物を活用した新商品の開発

有限会社楽園の果実

沖縄県内でも人気の高い宮古島産フルーツ(マンゴー、ドラゴンフルーツ、パッションフルーツ)等にこだわったカフェメニューや観光客向けお土産(スイーツ)等を商品化している。



沖縄の文化等を活用した斬新な商品の開発

株式会社ジグゼコミュニケーションズ

沖縄独自の自然、歴史、文化や沖縄ならではのオリジナルキャラによる「シーサー」等の地域資源をモチーフに、かつ、新たな沖縄学習教材としても機能しうる「ペーパークラフト」を開発。今では、沖縄のお土産品の定番として定着化している。



1. 滞在日数の長期化・観光消費額の向上等に向けた取組例〔5〕

・地域資源を活用した高付加価値商品の開発支援

沖縄の伝統工芸品や食等の地域資源は、観光客にとっても魅力のひとつ。これら地域資源を活用し、付加価値の高い商品の開発やサービスの提供に取り組む中小企業が実施する試作品の開発やマーケティング調査、販路開拓などの取組を補助事業により支援した。

伝統技術とカジュアルなデザインによる商品の開発

ゆいまーる沖縄株式会社

- ・伝統的な技法を活用しながら、時代のニーズに合わせたカジュアルなデザインを開発。
- ・生産者、卸、販売業者の異業種の連携による出口を見据えた新ブランド立ち上げ。



飲食業と農業等のコラボによる商品の開発

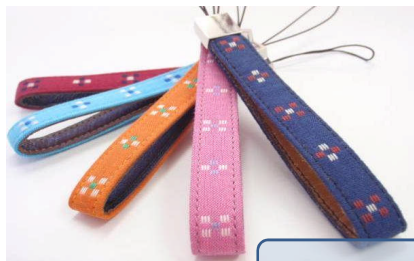
有限会社おもろ企画

- ・県内畜産家と連携を図りながら、「琉球在来豚」を活用した飲食メニュー及びハム・ソーセージ等の加工品を開発。
- ・観光客等をターゲットとした飲食店を展開。



・伝統的工芸品の魅力向上の支援

国指定の伝統的工芸品（県内14品目）の特徴を活かした新商品開発とブランド化、県外及び海外ニーズ調査等を踏まえた販路拡大等の取組を補助事業により支援した。その中で、観光土産品としての魅力向上、沖縄地域のブランド向上に寄与する取組が創出されてきている。



2012年に国指定の伝統的工芸品として指定された沖縄市の知花花織



壺屋焼の新商品開発支援

2. 外国人観光客誘客に向けた取組例〔1〕



沖縄総合事務局

・国際会議等の沖縄開催推進

国際会議等各種会議の沖縄開催の推進について(平成12年6月20日閣議了解)

国関係国際会議開催実績(H26年度は予定)

	H20	H21	H22	H23	H24	H25	H26
件数	10	11	19	15	19	20	21

・Visit Japan地方連携事業の実施

沖縄総合事務局では、外国人旅行者の訪沖促進に向け、沖縄観光コンベンションビューローと連携し、リゾート観光地沖縄の認知度向上を図るとともに、誘客促進事業(テレビ番組を放送するメディア招請、雑誌記者招請、旅行会社等を対象に観光セミナーを開催等)を展開している。

◎クルーズ船沖縄寄港の誘致

クルーズ船運航有力者招請

クルーズ船を運航する米国シルバーシー
クルーズ社副社長を招請、沖縄視察



Silver Whisper ©シルバーシークルーズ社

◎2014年の寄港予定(実績を含む)

Silver Discoverer

9月 本部、宮古、西表、石垣

Silver Whisper

3月 那覇(入港済み)

→乗客520名

◎2015年の寄港予定

Silver Discoverer

9月 本部、宮古、西表、竹富

→乗客120名

広域連携: 沖縄観光コンベンションビューロー

2. 外国人観光客誘客に向けた取組例〔2〕

・沖縄本島における受入環境整備サポーター派遣

○外国人観光客の利便性・満足度を向上させるため、県内の留学生等を受入環境整備サポーターとして地域へ派遣し、外国人の目線で受入環境整備状況を確認し、サポーター、自治体、地元観光事業者等がともに改善策について検討を行うことにより、外国人観光客の受入れのための環境整備を推進している。

■調査の概要

- 県内大学に通う中国、台湾、韓国、欧米等出身の留学生（20名）をモニターとして選定。
- 観光地を訪問し、外国人の目線で地域の受入環境整備状況の確認を実施。
- ツアー行程の観光施設や交通手段等の情報について、インターネット（SNS等）を通じて母国に情報発信を実施。
- サポーター、自治体、地元観光事業者等により受入環境の改善策について検討を実施。

■対象地域と調査実施時期

①うるま市

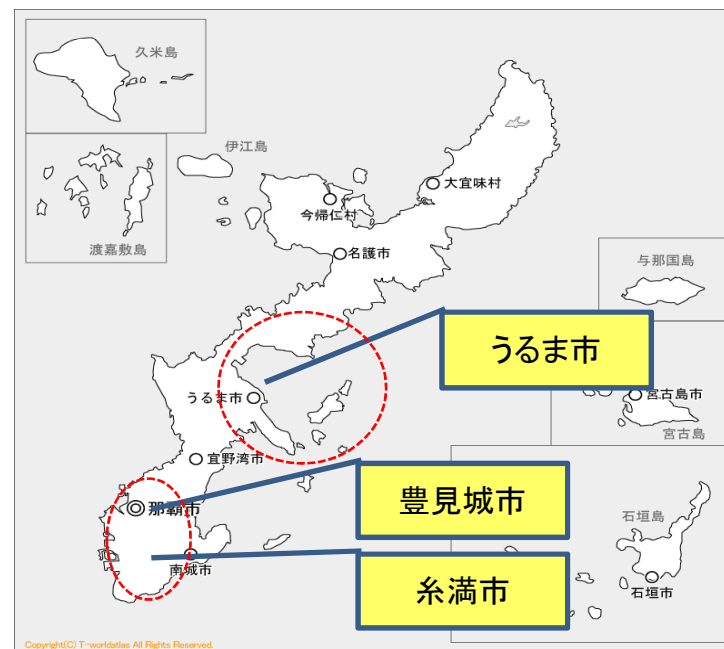
- ・派遣時期 平成25年11月30日～12月1日 1泊2日
- ・派遣人数 県内大学の留学生 10名
- ・派遣場所 勝連城址、ピオスの丘、海の駅あやはし館など

②豊見城市・糸満市

- ・派遣時期 平成25年12月7日～8日 1泊2日
- ・派遣人数 県内大学の留学生 10名
- ・派遣場所 沖縄アウトレットモールあしびなー、道の駅豊崎、忠孝酒造所、琉球ガラス村 など

■自治体における改善方針

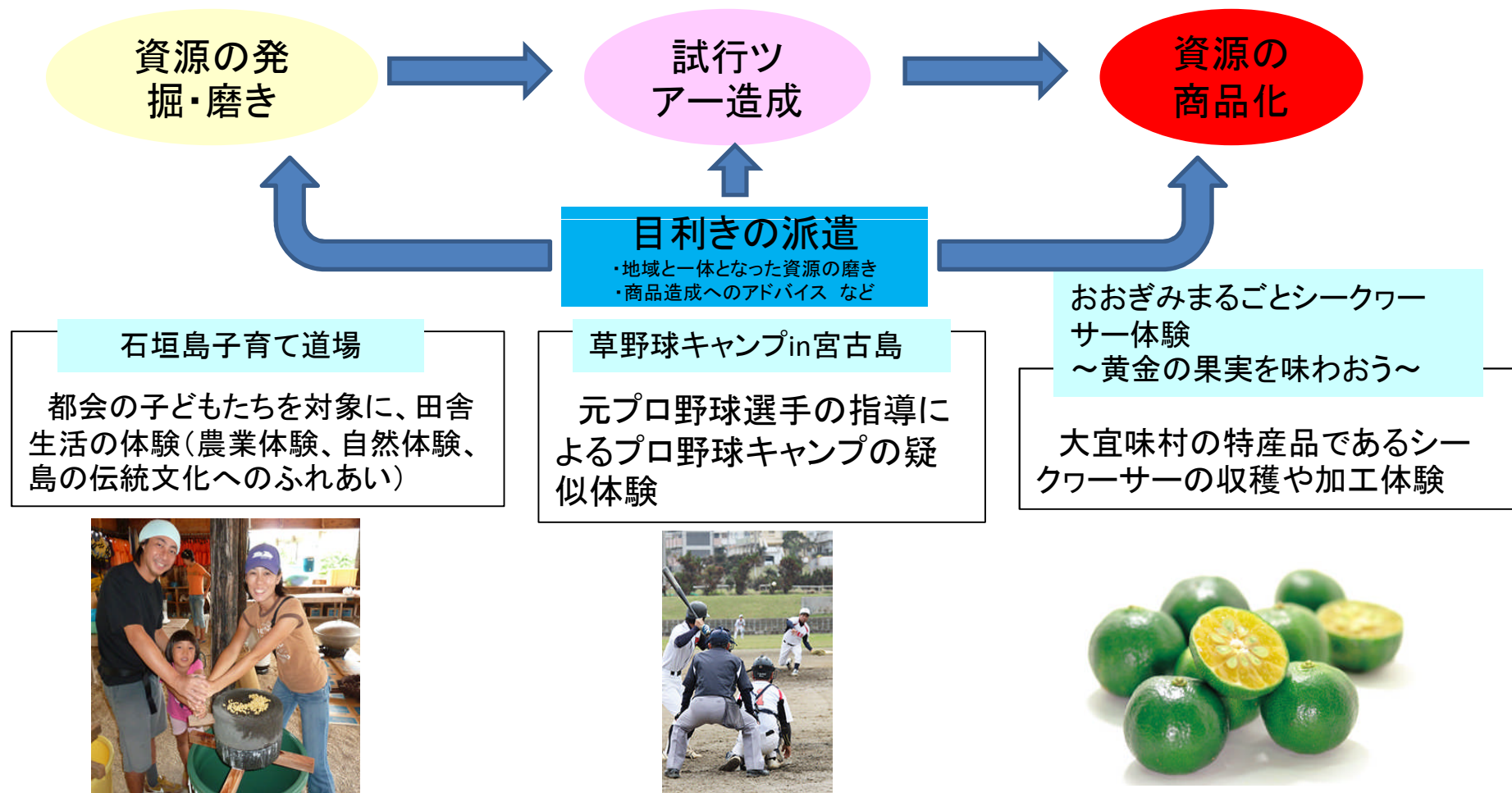
- ・多言語の案内が少ない→多言語の看板は設置済み。設置箇所を検討。
- ・外国語対応できる人の配置→通訳ボランティアガイドの育成・組織化を検討。
- ・誤訳の是正→施設管理者に誤訳箇所を指摘。
- ・無料Wi-Fiの設置→整備を進める。
- ・飲食店でのメニューに材料名・調理方法の表示→商工会等と検討。
- ・地域別のPRが少ない→Web、SNS活用による多言語情報発信を検討。



3. 地域の特性や地域資源（自然や歴史、伝統文化、食、暮らしなど）を活かしたまちづくりの取組例〔1〕

・観光地域づくりの推進（官民協働した魅力ある観光地再建・強化）

- 地域の特色ある素材の発掘や地域と旅行会社、交通事業者、旅行メディア等の総力の集結のための枠組みによる確実な商品化と情報発信等を行い、魅力ある観光地づくりを推進する。
- 沖縄総合事務局管内では、石垣島市、宮古島市及び大宜味村で実施した。



3. 地域の特性や地域資源（自然や歴史、伝統文化、食、暮らしなど）を活かしたまちづくりの取組例〔2〕

・中心市街地や商店街の活性化支援

- 名護市の名護大通り等が実施したまちの魅力（地域資源）を再発見し、映画製作を通して外部に情報発信する等の取組を補助事業により支援した。具体的には、観光客・地域住民の交流拠点施設やオーニング整備の他、映画製作過程の情報発信や、旅行商品の企画、土産品開発などに取り組んだ。
- 沖縄市の国際色豊かな街並みや音楽・芸能など、魅力的な地域資源を活かした集客力の向上や交流人口の拡大による賑わいの創出を目指したまちづくりの取組を補助事業により支援した。具体的には、センター商店街において、LED蛍光灯の設置とアーケード改修等に取り組んだ。



【名護市】名護大通り、交流拠点



【沖縄市】センター商店街（パークアベニュー）

(参考)映画によるまちおこし ～名護大通り会の取組～

- 沖縄県北部の玄関口として栄えた名護の活気を再生し、観光商店街を目指し、「緑と縁(えにし)の街」をコンセプトとした環境整備に取り組んだ。
- 名護中心市街地のコミュニティ再生のツールとして映画製作を実施。映画製作の工程に住民が参画することで、街の魅力を再発見し、協業過程におけるコミュニケーションを通じコミュニティの再生を目指した。
- 完成した映画「**がじまる食堂の恋**」は、平成26年9月20日より全国公開。映画の公開に合わせ、がじまる食堂の名物料理や地元食材を使ったスイーツ等、映画の中の美味しい味を実際に体験できる催しも行われる予定。映画を通じて観客に名護の魅力を届け、名護市に観光客を誘客することが期待される。



監督 大谷健太郎
映画「NANA」(2005年)や「ラフ ROUGH」(2006年)、「黒執事」(2014年)など数々のヒット作を手掛けた。「本物の恋愛映画を撮れる新しい才能」として注目を集めている。

出演者
波瑠さん(平良みずほ役)
小柳友さん(城島隼人役)
竹富聖花さん(菅田莉子役)
桜田通さん(島袋翔太役)
その他、住民エキストラのみなさん

©名護まち活性計画有限責任事業組合



©名護まち活性計画有限責任事業組合

食堂の外観など多くのシーンで登場する名護のシンボル「ひんぷんガジュマル」から始まる名護大通りには雑貨やグルメなど、個性豊かな店が建ち並んでいる