

第2部(1)沖縄の観光振興に向けた取組例 について

平成29年度においては、第1部で述べた沖縄観光の現状と課題を踏まえて、次に掲げる沖縄の観光振興に取り組みました。

1. 各地域における観光体験等の拡充に向けた取組
2. 滞在日数の長期化・観光消費額の向上に向けた取組
3. 観光客誘客・受入れ環境整備に向けた取組
4. 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

1. 各地域における観光体験等の拡充に向けた取組例〔1〕

【糸満市観光まちづくり協議会】

- ・ 糸満ブランドの確立のため、地元の野菜ソムリエと連携し、「農」と「食」の体験プログラムを構築。
- ・ 行政、市民、民間事業者、関係団体が連携し、他の地域とは異なる特色を出した「糸満ブランド農泊」を推進し、地域の活性化を図るとともに、「大人の農泊・インバウンド向け農泊」を充実させ、多様な体験プログラムを構築した結果、インバウンド宿泊者数は平成28年度の64人から約2.8倍の178人に増加。

沖縄県糸満市



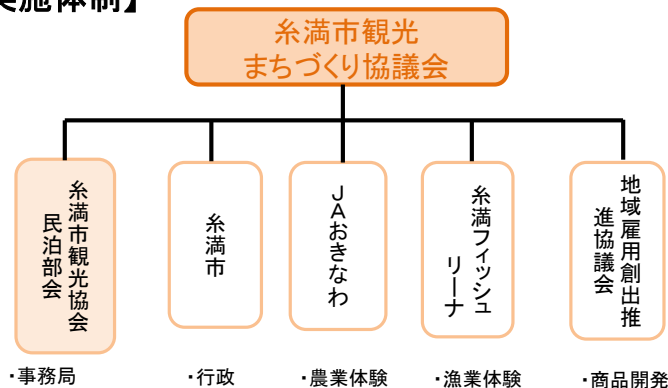
【採 択 年 度】

平成29年度

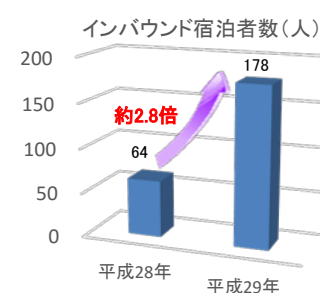
【事業実施期間】

平成29～30年度

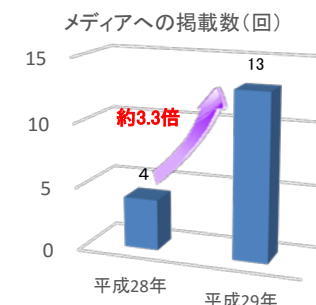
【実施体制】



【取組効果】



○インバウンド宿泊者数は、64人から約2.8倍の178人に増加。国数についても7カ国から11カ国に増加(ニュージーランド、スイス等)。



○メディアへの掲載数が、4回から約3.3倍の13回(新聞掲載:10件、TV放映:3回)に増加。

【特徴的な取組】

- 農泊の推進(国内・海外の観光客の受入環境の整備)、新規民泊家庭の開拓
- 農業と漁業と観光の連携、モニターツアーの実施
- 食と糸満ブランド化の推進、農・漁の体験メニューの構築、プロモーション活動準備



サマースクール



料理体験



琉球料理体験

糸満市の農泊の活動が認められ、

「第4回ディスカバー農山漁村の宝」に選ばれました！



ディスカバー農山漁村の宝(第4回)に選定



インバウンドの受入

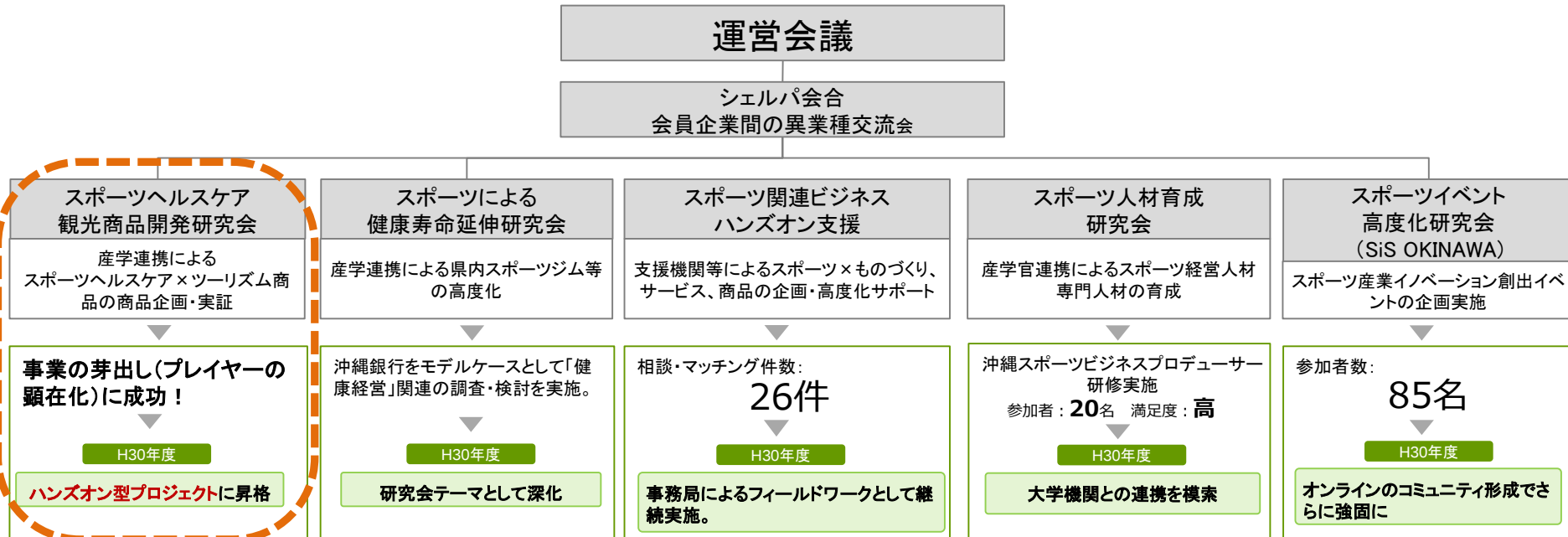
指 標	平成28年度実績	平成30年度(目標年)
交流人口(単位:人)	3,410	4,126
売上げ(単位:千円)	20,460	24,756
雇用(単位:人)	0	1

1. 各地域における観光体験等の拡充に向けた取組例〔2〕

・沖縄スポーツ産業クラスター推進協議会の設立

沖縄のポテンシャルである「地の利」「知の基盤」「地域資源」を生かし新分野・新事業等に果敢に挑戦する取組を支援する事を目的に、平成29年8月に、スポーツ関連産業のステークホルダーである産学金官の有機的なネットワーク形成を目的に設立。行政、金融、その他支援機関等と連携し、国内外の需要を取り込む沖縄観光の新展開を始め、沖縄経済の成長や地域課題解決に取り組むイノベティブな活動を行った。

シェルパ会合（異業種交流会）開催及び5つの研究会を実施



会員数： **104**社

シェルパ会合参加者： **252**名
(のべ)

FBグループメンバー： **244**名
(2018.2.28現在)

クラスター形成第1期として、「顔の見えるネットワーク形成」を構築

その後の展開

- ・ 沖縄県金武町にて集積している中核企業等による、医科学的エビデンス等に基づくスポーツ・ヘルスケア関連ビジネスをハンズオン支援。(地域未来投資促進法に基づく事業計画承認)

1. 各地域における観光体験等の拡充に向けた取組例〔3〕

・平成29年度沖縄におけるスポーツ産業クラスター形成に関する調査

沖縄のポテンシャルである地の利、知の基盤、地域資源を活用したスポーツ・ヘルスケア産業の高付加価値化を目的として、沖縄におけるスポーツ産業クラスターの形成に向けた調査を実施。

- 沖縄県の特性を踏まえたスポーツ産業クラスターの仮説設定
- 国内外の先行事例分析
- 市場調査に基づく需要の見直し

沖縄スポーツ産業クラスターの形成に向けた核となるコンセプトの策定と具体化に向けた課題の整理

ターゲットの設定プロセス

コンセプトの設定

目的	顧客属性	これまでの取組や社会的ニーズなど	ターゲット設定
沖縄観光の高付加価値化	法人・団体	・沖縄県では「沖縄MICE振興戦略」(2017年7月)を作成。大型の報償旅行などMICE客の大幅増加を企図。 ・MICE参加者向けに、沖縄のスポーツ関連産業の活用を検討。	MICE参加者
	個人	・観光客の消費単価の向上を企図。 ・沖縄県の「第5次観光振興基本計画」では、新たなターゲットとして欧米を含む富裕層を定義。	国内外の富裕層
社会的課題の解決		・内閣府及び沖縄県では「子どもの貧困」対策が重要課題と位置づけ。 ・貧困層の健康への影響等も指摘されており、スポーツ・健康のノウハウを活用した課題解決策を検討。	県内子ども(その保護者)

コンセプト	コンセプト概要	課題
MICE誘客型スポーツ・ヘルスケア	・健康経営に関心の高い企業に対する保健指導などを組合せたツアープログラムの提供。 ・MICE参加者向けスポーツ等を組み込んだウェルネスツーリズム。	・費用対効果の実証。 ・事業者の枠を超えた連携。 ・現地の医療スタッフの確保・育成。
医療スポーツ・ウェルネスツーリズム	・スポーツと検診等の医療を組み合わせた医療スポーツや、スパ・エステ等を組み合わせた高付加価値ウェルネスツーリズム。 ・パーソナルデータ蓄積やコンディショニングなどで差別化。	・ブランド力のある医療機関、観光事業者等との連携。 ・医科学的エビデンスに基づくプログラム造成及び人材の確保。 ・医師会との協調。 ・国内外での認知度向上を図るプロモーションの強化。
スポーツ保育・教育	・スポーツと教育を融合させ、非認知能力などを向上させるプログラムの提供。 ・学校施設等を活用し、民間事業者がソフトコンテンツを提供する官民連携。	・公共施設保有者との連携体制確立。 ・県内事業者へのノウハウ蓄積及び必要な知見・スキルの蓄積。

2. 滞在日数の長期化・観光消費額の向上に向けた取組例〔1〕

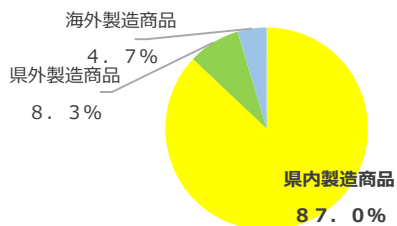
沖縄土産実態調査

調査趣旨

観光収入の更なる増加、県産品需要拡大、外国人観光客への販売促進等に資することを目的として、土産品に関する現状調査(県内、県外の製造比率、価格帯、外国語表記の有無)及び観光客へのアンケート調査(購入商品、理由等)を行った。

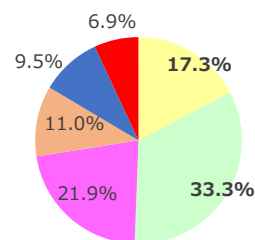
■製造比率

県内製造比率は高い(87.0%)



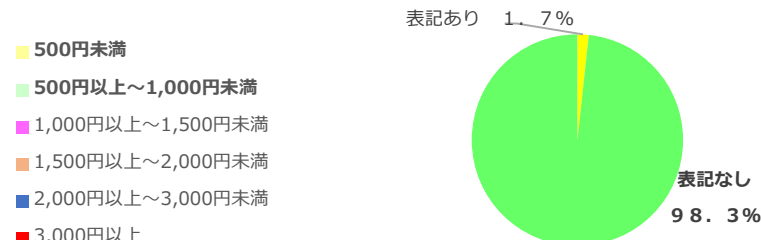
■価格帯

1,000円未満の価格帯が半数を占める



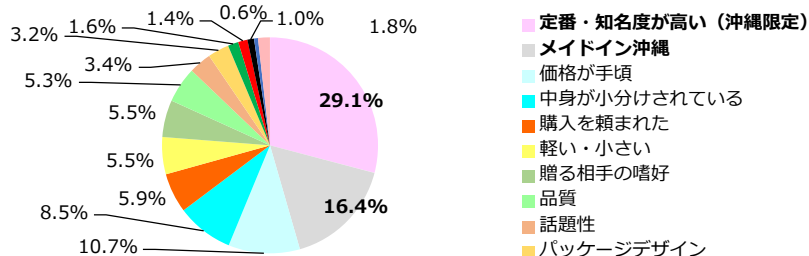
■外国語表記の有無

外国語表記なしが大部分を占める



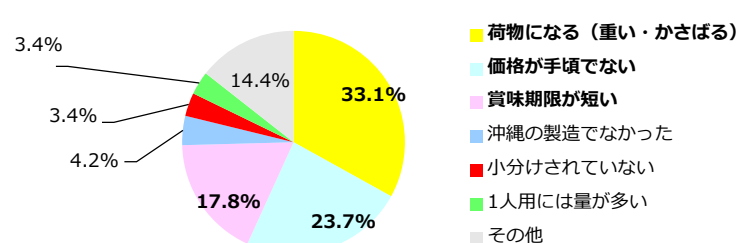
■購入理由

「定番・知名度が高い」、「メイドイン沖縄」などが上位



■購入を諦めた理由

「荷物になる」、「価格」、「賞味期限が短い」などが上位



調査の結果、県内製造商品の比率は87%と高く、アンケートにおいても、土産品の購入理由として「定番・知名度が高い」、「メイドイン沖縄」が比較的高いことから、これまでの県内企業、関係団体等における取組が進められた成果等によるものと考えられる。他方、購入を諦めた商品があること、外国語表記がほとんどなされていないこと等から、以下の取組を行うことが望ましいと考えられる。

＜今後考えられる取組＞

- ①運びやすく壊れにくいパッケージの開発や宅配サービスの有効活用など異業種との連携による提供サービスの強化
- ②沖縄ならではの酒、衣類、化粧品、菓子類、雑貨等で高価格・高品質の沖縄限定商品を今後も開発
- ③中身を小分けした商品の販売
- ④外国語表記による商品説明(パッケージ改善、店舗内におけるポップアップ、スマホからの確認等)への取組

2. 滞在日数の長期化・観光消費額の向上に向けた取組例〔2〕

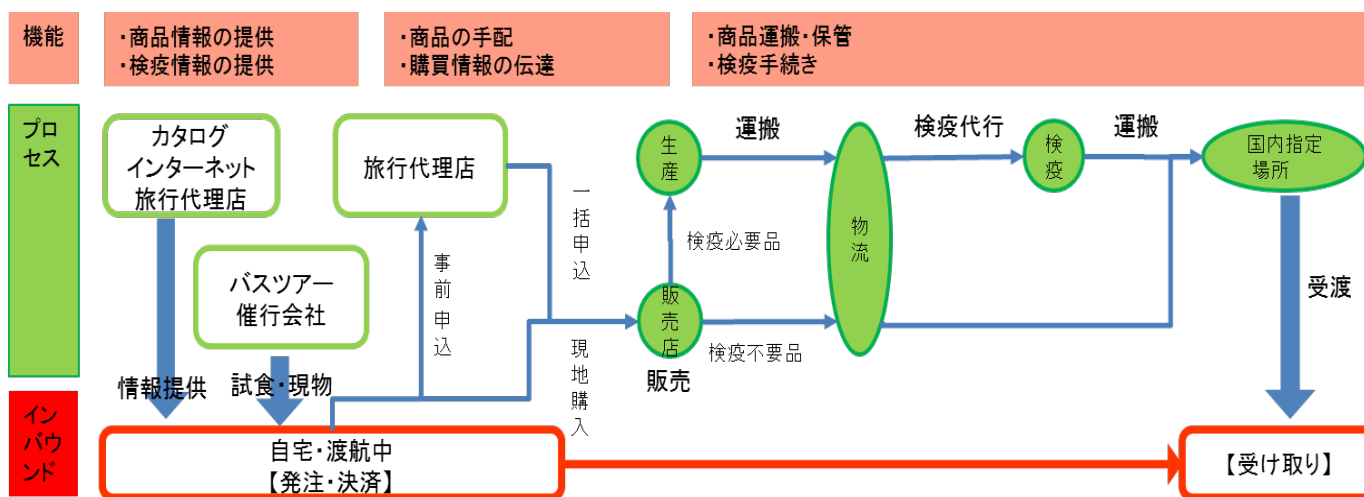
【平成29年度インバウンドを対象としたお土産農林水産物・食品の効率的受取方法の構築に関する検討調査・概要】

農林水産物等の需要拡大及び輸出促進に向けて、インバウンドが農林水産物等をお土産として円滑に持ち帰ることができる体制づくりを目指し、本調査において、①沖縄県内における農林水産物・食品関係のお土産販売・運送事業者、動植物検疫関係機関から情報収集し、購入運搬時の課題や解決策の把握・整理、②商品受取方法の仮想モデルの提案、③インバウンドへのアンケート等を実施し、「効率的な商品受取システム」の構築につなげる。

平成29年度の調査結果において、10モデルを提案。その1例は以下のとおり。

【ツアー客向け旅行代理店連携モデル】

解決が期待される課題	検討課題
●店頭での多言語対応負担の軽減 ●インバウンドへの情報提供・商品PR ●インバウンドの時間的負担の軽減 ●利便性向上 ●販売等手続き上の負担の軽減	●インバウンドの費用的負担（運搬、検疫代行コスト等） ●プラットフォーム構築費用（カタログ・インターネット、代理店網） ●旅行代理店の添乗員の同行が必須



【今後の取組】

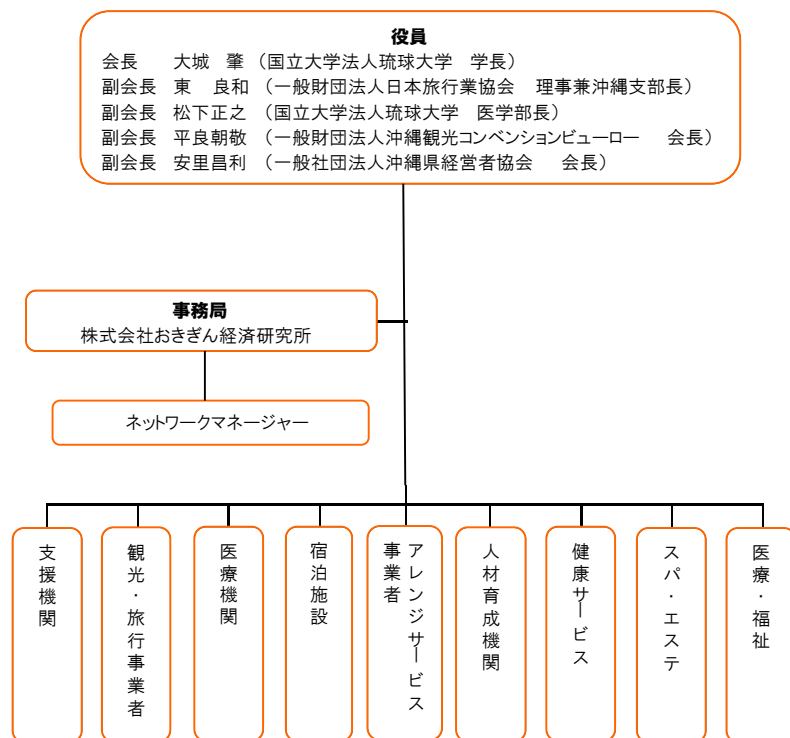
平成30年度は、平成29年度調査結果で得られたモデルを基に、対応が必要とされる課題等の解消に向けた実証調査を実施。

2. 滞在日数の長期化・観光消費額の向上に向けた取組例〔3〕

・万国医療津梁協議会による国際医療交流及びヘルスケア産業の創出推進

「万国医療津梁」とは、沖縄における国際医療交流のことで、医療をもって世界（万国）の架け橋（津梁）となる意を込めている。国内外からの医療サービス・人材育成等への要望に応え、国際貢献に資する新たな産業展開を推進することを目的として設立。その後、地域のヘルスケアビジネス創出推進体制の強化を図り、多様かつ継続的なヘルスケアビジネスの創出実現を目指している。

万国医療津梁協議会 体制図



万国医療津梁協議会 事業内容

国際医療交流の推進

- 外国人の医療受け皿整備
- 医療交流体制整備
- 活動評価・検証
- 方向性検討対策等

ヘルスケア産業の創出・推進

- 沖縄におけるヘルスケア産業の創出・推進
- 沖縄のヘルスケア産業推進のための方策等

医工連携の推進

- 中長期的の方策の検討
- 広域連携方策の検討等

国際医療交流等の関係者による推進体制（会議等）

<国際医療交流の推進>

- ◆2017日米亜医療機器イノベーションフォーラム沖縄の開催



フォーラムの様子

沖縄を拠点とした広域連携の推進を図るため、日米及び台湾の医療機関や医療機器事業者、ものづくり企業等が参加するフォーラムを開催。

<ヘルスケア産業創出>

- ◆ヘルスケアビジネス創出セミナーの開催



※ヘルスケアビジネスの課題、対策の検討や、具体的なビジネス創出を目的とし、様々な業種間での意見交換を実施。

2. 滞在日数の長期化・観光消費額の向上に向けた取組例〔4〕

・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。

琉球料理を活用した外国人観光客向け沖縄の食文化を学ぶ
「料理体験プログラム」「体験フィールドツアー」商品開発・販売事業

沖縄エクスカージョンズ株式会社

- ・インバウンド対応として、スムーズな予約システムやwebsiteを構築した。また、広告効果が高いFacebook、Instagram等のほかに、BtoBでの集客のための営業ツールとして活用するPV動画を制作し、当プログラムの魅力発信を実施。
- ・世界最大の国際旅行博(ドイツ)に出展し、観光プログラムのPRを行うとともに、海外旅行会社との集客連携に向けたネットワークを構築。



Cook like a local.
Hands-on cooking experience



【体験風景】 【市場ウォーキングツアー】 【調理された琉球料理】

沖縄の地域資源を活用した世界NO.1のリゾートウェディング構築事業

一般社団法人沖縄リゾートウェディング協会

- ・沖縄リゾートウェディングフェアやフォトコンテストなどを開催し、沖縄リゾートウェディングの魅力をPRした。
- ・効果的な広告活動を行うため、WEB広告や地下鉄交通広告などを実施。



・伝統的工芸品の魅力向上の支援

経済産業大臣指定の伝統的工芸品のブランド力向上・需要開拓を目的として、各種事業によりブランドの魅力を紹介するための動画作成や、展示会を開催し、国内観光客及びインバウンド向け販路拡大等の取組を支援した。



沖縄の伝統的工芸品の紹介冊子の作成



沖縄タイムスビルにて行われた「久米島紬展」

2. 滞在日数の長期化・観光消費額の向上に向けた取組例〔5〕

・広域観光周遊ルート形成促進事業

■業務目的

「Be. Okinawa琉球列島周遊ルート形成計画」における離島のインバウンド実態調査及びニーズの把握・受入課題の抽出等を踏まえ、ルート形成に係る事業計画の策定を行う。また、モデルコース策定に係る調査・情報収集を行う。

【実施概要】

広域観光促進地域実態調査

（１）ルート形成に係る事業計画策定支援業務

広域観光拠点地区を対象にヒアリング調査の実施、受入体制の現状、及び今後のルート形成計画への意向等について把握した。

（２）離島観光におけるインバウンド実態調査

外国人旅行者を対象に空港にてアンケート調査を実施、離島地域への入域実態について把握した。

（３）関係機関ヒアリング調査

関係機関へヒアリング調査を実施、ルート形成及び事業計画の策定を進めるにあたって必要な知見を得た。

（４）プレミアムFIT層を対象としたWebアンケート調査

中国、シンガポール、オーストラリアのプレミアムFIT層を対象にWebでアンケート調査を実施、広域観光周遊ルートに対する興味・関心等について把握した。

（５）モデルコース策定に係るアドバイザー等招へい

ターゲット市場の旅行動向に精通したアドバイザーを招聘、ルート形成及びモデルコース検討に資する助言を得た。

誘致圏マーケット調査



「Be. Okinawa琉球列島周遊ルート形成計画」 に係る事業計画策定

（１）モデルコースの策定（3コース）

- Secrets of Okinawa History
(沖縄の歴史と琉球王国の誕生秘話)
- Gateway to Okinawa Lifestyle & Culture
(人々の暮らしと琉球文化)
- Wild adventure of Okinawa Archipelago
(五感で感じる沖縄の自然)

（２）事業計画の策定

- 平成28年度～32年度の5か年計画
- 平成29年度の重点的实施項目

3. 観光客誘客・受入れ環境整備に向けた取組例〔1〕



国際会議等の沖縄開催推進(MICE誘致に向けた取組)

(目的)

「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)に基づき設置された、「国際会議等各種会議の沖縄開催の推進に係る各省庁連絡会議」(以下「各省庁連絡会議」という。)で決定された「国際会議等各種会議の沖縄開催の推進について(基本方針)」に基づき、沖縄県に所在する関係省庁出先機関、沖縄県、沖縄県内の関係機関の連携強化により国際会議等の受け入れの円滑化を図る目的で現地連絡会議を開催。

○「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) (概要)

沖縄県は、各種の沖縄振興に関する計画の中で、「国際交流の拠点」として位置づけられている。

九州・沖縄サミットを契機として、沖縄県における国際会議等各種会議の開催に関し政府として必要な支援を行っていくこととする。

上記の必要な支援を行っていくために、各省庁連絡会議を設け、国際会議等各種会議の開催計画等の調整を行う。

(参考)九州・沖縄サミット首脳会合(平成12年7月21日～23日(沖縄県(万国津梁館))

○「国際会議等各種会議の沖縄開催の推進について(基本方針)」(平成12年10月12日各省庁連絡会議決定) 抜粋

沖縄県の現地レベルにおける連絡会議を設置し、関係省庁出先機関、沖縄県、沖縄県内の関係機関の連携を強化し、受入の円滑化を図ることとする。

○「国際会議等各種会議の沖縄開催の推進に係る現地連絡会議設置要綱」(平成13年1月19日現地連絡会議決定) 抜粋

基本方針に基づき、沖縄県に所在する関係省庁出先機関、沖縄県、沖縄県内の関係機関の連携の強化により国際会議等の受け入れの円滑化を図るため、国際会議等各種会議の沖縄開催の推進に係る現地連絡会議を設置する。

(参考)構成:在沖国家機関(16)、県、県警、ビューロー、大学院大学(OIST)の20機関(平成30年8月現在)

○平成29年度現地連絡会議議事概要(平成29年9月14日開催)

各省庁連絡会議(平成29年6月14日開催)の概要、向こう5年間の国際会議等各種会議の開催計画等、MICE誘致・開催の促進、国際会議等各種会議の沖縄開催推進に係る取組、沖縄県のMICE振興に関する取組、大型MICE施設の整備について等

【参考】

沖縄における国際会議の開催状況					
	H25	H26	H27	H28	H29
件数	28	40	36	31	45

H30年度開催計画(H30.7時点)		
	開催(予定)	検討中
H30	38	2

3. 観光客誘客・受入環境整備に向けた取組例〔2〕

・Visit Japan地方連携事業「東京・沖縄誘客連携事業」(平成30年度も継続)

「東京・沖縄誘客連携事業」として、海外における「国際都市『東京』及び世界水準のリゾート地を目指す『沖縄』」のブランドイメージ向上並びに欧米豪市場からの外国人観光客の誘致促進を目的に、東京都及び沖縄県が連携したPR展開を行うことで、東京と沖縄の滞在を組み合わせた新たな訪日旅行スタイルの定着化を図る。

目的

- ・海外における「国際都市『東京』及び世界水準のリゾート地『沖縄』」のブランドイメージ向上
- ・欧米豪市場からの外国人観光客の誘致促進

業務①

共同宣伝ツール作成活用業務

東京と沖縄を組み合わせた旅行を効果的にイメージさせるため、コンセプトの「Happy」を基にチラシ、ストレスボール及びハッピージャーナル（ノートブック）といったノベルティグッズを作成した。制作物は、英国のDestinations, 豪州のFlight Centre Travel Expoで配布した。

接客数合計（豪州）：

4,814人



業務②

共同広告出稿事業

英国及び豪州にて東京及び沖縄が出展を行う旅行博と連動し、両市場で影響力のあるロンリープラネット上で、組み合わせ旅行の魅力を訴求した。豪州で活躍するトラベルジャーナリストによって書き下ろした記事をロンリープラネット上で展開した。

接触数合計：

600,173インプレッション



業務③

航空会社連携キャンペーン事業

東京から沖縄へ路線就航する日本航空および全日空両社と連携し、トリップアドバイザーで、同社インバウンド観光客向け航空運賃の紹介及び東京と沖縄を組み合わせた旅行を伝えるフォトコンテストキャンペーンを行った。キャンペーン告知にはトリップアドバイザー及びInstagramを活用した。

接触数合計：

973,847インプレッション

エントリー数：

1,049名

送客数：

全日空の豪州から東京・沖縄への予約件数150件以上（前年同時期比4倍以上）



3. 観光客誘客・受入環境整備に向けた取組例〔3〕



沖縄におけるクルーズ受入に関する課題整理及び解決手法の検討調査

クルーズ船寄港の急増に伴う二次交通の不足や白タク行為の増加等の問題に対し、国内外の先進事例の情報を把握するとともに、沖縄における二次交通の現状や課題を整理し、具体的に沖縄本島、宮古島、石垣島のタクシー事業者を対象とした情報提供の実証事業を行う等、今後の対応策について検討することを目的とする。

事業実施域における背景・課題

広域的背景

クルーズ船の寄港数の増加に伴い、修学旅行者客との利用が重なる時期に貸切バスが増加。

地域的課題

沖縄県那覇市の観光拠点である国際通り周辺に貸切バスが集中することで、路上混雑が発生。

効果検証・事業評価

宮古島における必要な二次交通の需要予測

【現状】宮古島のタクシー車両数166に対して、クルーズ船寄港によるタクシー100台以上の需要発生24(回/8か月)、内3回でタクシー不足が観測されている。

総トン数14万t超又は乗客定員3,300人超でタクシー不足発生の恐れ。

【将来】2018年はクルーズ寄港予定195回、タクシー100台以上39回。2026年は寄港数310回、タクシー100台以上61回。

2018年の最大ピークの需要は179台（8月14日、13.8万t、台湾、カジュアル）

急な予定変更に伴う受入地域の対応

- ・バスに対しては契約によるキャンセル料負担が多い。タクシーは大半が手配対象外。
- ・飲食店に対するキャンセル料は負担なしのケースが多い（仕入れについては店側負担）
- ・観光施設については、無料施設が多い。有料施設でもキャンセル料は発生しない。
- ・オフィシャルツアーは船会社とランオペ、チャーターはチャーターとランオペで負担の取り決め。

諸外国におけるクルーズ振興の取組み把握

【プーケット】停泊設備、港湾設備等の整備。今後はバスルートの開発。大型免税店歓迎。

【ペナン】クルーズ船社と6・7月に次年度の受入計画協議。1500人以上の場合、港に案内所開設。観光バス（Hop on Hop）、無料シャトルバス、有料レンタサイクルで対応。

【済州】アメリカのクルーズ見本市等で船社と誘致商談。区間内乗り放題の観光バス（CITY BUS）で対応。

白タクの違法性周知及び既存タクシーのサービス向上に係る取組み

① タクシーサービスの充実

外国語対応できるタクシーであることが分かるステッカー（200枚）を作成するとともに、運転手が中国語対応可能なタクシーや翻訳アプリ機能付きのタブレットを搭載したタクシーの利用方法を案内するための動画を作成の上、ホームページ上に掲載。

② 語学接遇対応の向上

タクシー運転手の講習会10か所で開催し46名が参加し、9割が満足と評価。

③ 白タク違法性の周知徹底

沖縄本島、宮古島、石垣島版のチラシ、webサイトで留学生等を通じて海外に周知。
ただし周知から間もないことから、訪日客の認知度の変化は未確認。

事業概要

【事業実施期間】

平成29年11月～平成30年3月

宮古島における必要な二次交通の需要予測

- ・宮古島の実態把握
- ・宮古島への将来需要把握（クルーズ船社ヒアリング）

急な予定変更に伴う受入地域の対応

- ・海外ヒアリング（プーケット、ペナン、済州の旅行会社、ランオペ）
- ・国内ヒアリング（ランオペ、港湾管理者）

諸外国におけるクルーズ振興の取組み把握

- ・沖縄クルーズ発地ヒアリング（クルーズ船社、旅行会社）
- ・海外離島ヒアリング（プーケット、ペナン、済州の自治体、旅行会社、ランオペ）



訪日外国人のタクシー利用促進のためのステッカー

白タクの違法性周知及び既存タクシーのサービス向上に係る取組み

- ① タクシーサービスの充実
 - ・クルーズ観光客ニーズ調査
 - ・タクシー会社、運転手アンケート
- ② 語学接遇対応の向上
 - ・タクシー運転手勉強会
 - ・Voice Tra 利用
- ③ 白タク違法性の周知徹底
 - ・周知チラシ作成（本島、宮古島、石垣）
 - ・レンタカー事業者アンケート集計
 - ・情報発信（ホームページ展開、SNS）



白タク違法チラシ

次年度以降の取組

公共交通利用促進及び白タク違法チラシの配布拡大（特に、特定運転者へ継続的な貸出がある48社に対し、白タク違法チラシの受付カウンター掲示を促す。）、海外への情報発信の強化による沖縄の二次交通の周知向上、タクシー運転手に対するVoiceTraの講習及び利用促進によって白タク抑制とクルーズ受入れ改善を図る。

3. 観光客誘客・受入環境整備に向けた取組例〔4〕

外国人旅行者の受入のためのジャンボタクシー利用の実証事業（宮古島）

平成28年の沖縄県内における訪日外国人旅行者は208万人（前年比+58万人/+38.7%）を記録し増化の一途をたどっており、特にクルーズ船の寄港数が387回と全国一位を記録する一方、慢性的な二次交通不足やレンタカーの急増による渋滞・事故の増加が課題となっている。本事業では、宮古島については乗合路線事業が、沖縄本島については乗合観光ツアーの造成の需要が高いことが想定される（いずれもジャンボタクシー車両が好ましい）中、基礎調査及び実証実験を行い、訪日外国人旅行者受入の際の二次交通課題の解決に向けた取り組みの効果検証を行う。

事業実施地域における背景・課題

広域的背景

- 宮古島へのクルーズ寄港回数が前年比7倍近く急増（2016年86回）
- 貸切バス50台・タクシー170台と車両が限定的。

地域的課題

- クルーズ寄港による慢性的なタクシー不足により、空港からの観光客の市街地へのアクセスへ支障が出ている。
- 新規車両や運転手への早急な投資は現状はリスクが大きいため、二次交通需要に対しては、既存運転手・車両の効率的活用が必要。

効果検証・事業評価

【利用実績】

（9月）北ルート：233名 南ルート：157名 合計：390名
売上：194,000円／1日あたり6689円

（10月）北ルート：261名 南ルート：185名 合計：446名
売上：223,000円／1日あたり7433円

（11月）北ルート：294名 南ルート：275名 合計：569名
売上：284,500円／1日あたり9483円

■利用者数合計

1405名（9～11月）

■1日平均

15.8名（9～11月）

■売上合計

701,500円（9～11月）

※ホテル、観光系WEBサイト等、県内外82ヶ所への告知を実施。

※9月・11月対比145%と乗車実績は好調に推移。設定料金の納得度も高かった。

※目標売上（1日30,000円）達成のためには、継続的利用率向上が必要。

利用者ニーズを背景に、乗車数の好調な推移も見られたが、独立採算事業化に向けては更なる利用者増加が必須であり、ルート・運行方法などの改善も必要。

次年度以降の取組

運行会社・タクシー協会・宮古島市と協議し、「くるりんバス」を4/2より再開予定

・運行主体：まるちくタクシー / かりゆしタクシー

・運行期間：2018年4月2日～9月28日 平日週5日・1日7便（土日休休）

・運行ルート：大漁まわり（時計回り）／豊作まわり（反時計回り）の2ルート

・車両：ジャンボタクシー2台（幼稚園児によるラッピング有り）

・運賃：一律500円／一日乗車券設定（1,000円）

・事前予約：事前にホテル、病院からの連絡があれば玄関前乗降可能とする。

・目標設定：平成29年度の運行実績より、1台あたり1日2万円とする。

※1日1万円を切るようであれば撤退も検討する。

（地域のための公共性と、運行会社の収益性の両面を維持する）

事業概要

運行期間

2017年9月1日（金）～11月30日（木）

運行主体

4社共同運行（まるちくタクシー・かりゆしタクシー・丸一タクシー・新生タクシー）

運行路線

＜北ルート＞

（宮古空港～ドンキホーテ～サンエーショッピングタウン～市役所前～公設市場～平良港）

＜南ルート＞

（宮古空港～南マックスバリュ～サンエーカママヒルズ～下里通り～宮古病院～平良港）

運行頻度

各ルート60分間隔
（9時～17時）※12～13時除く

運賃

一律500円

※学生、免許返納者、障がい者は300円

乗車方法

直接乗車（予約不要）

※ルート上であれば

どこでも乗降可能

運行車体

ジャンボタクシー（9名乗り）

※状況により小型車の可能性有

周知方法

宮古島空港や市内のホテル
生活関連施設等でチラシ配布



【路線マップ】



●チラシ



●マグネットを貼付した運行車両

3. 観光客誘客・受入環境整備に向けた取組例〔5〕



外国人旅行者の受入のためのジャンボタクシー利用の実証事業（沖縄本島）

平成28年の沖縄県内における訪日外国人旅行者は208万人（前年比+58万人/+38.7%）を記録し増化の一途をたどっており、特にクルーズ船の寄港数が387回と全国一位を記録する一方、慢性的な二次交通不足やレンタカーの急増による渋滞・事故の増加が課題となっている。本事業では、宮古島については乗合路線事業が、沖縄本島については乗合観光ツアーの造成の需要が高いことが想定される（いずれもジャンボタクシー車両が好ましい）中、基礎調査及び実証実験を行い、訪日外国人旅行者受入の際の二次交通課題の解決に向けた取り組みの効果検証を行う。

事業実施地域における背景・課題

広域的背景

- ・クルーズ受入が那覇以外の港湾（本部、中城）にも拡大予定。
- ・那覇空港への国際線乗入数の増加により、インバウンド客増加が見込まれる。
- ・レンタカーにかわる交通手段として更なる商品の多様化の必要性。

地域的課題

- ・レンタカー一台数急増による渋滞・事故の増加、主要観光地付近等での路上駐車問題。
- ・定番以外の観光地を巡るツアーにより潜在ニーズの掘り起こしを図る。

効果検証・事業評価

【利用実績】 ※目標額は21,000円/1日あたり

	12月実績		合計 (人)	売上(円)		1月実績		合計 (人)	売上(円)	12月平均 3.7人/1日 ※9便運行
	午前	午後				午前	午後			
12/1	0	0	0	0	1/5	0	0	0		1月平均 5.1人/1日 ※9便運行
12/2	4	2	6	21000	1/6	2	0	2	7000	
12/8	4	2	6	21000	1/12	20	4	24	84000	
12/9	2	0	2	7000	1/13	0	3	3	10500	
12/15	0	6	6	21000	1/19	2	0	2	7000	
12/16	3	0	3	10500	1/20	0	2	2	7000	
12/22	0	1	1	3500	1/26	2	0	2	7000	
12/23	0	2	2	7000	1/27	2	4	6	21000	
合計	13	13	26	91000	合計	28	13	41	143500	

参考）外国人モニターの声

- ・ガイドはとてもよかったが、コースが短い(仏)。
- ・水族館やタマウドウンなどの観光地にも行ってみたい(米)。
- ・立ち寄り先によっては、また乗車したい(台)。

利用者ニーズを背景に、新たな観光ニーズの掘り起こしにつながる実証となったが、海外向けのプロモーションが無料掲載に協力頂ける広告媒体(JNTOの香港向けHPやJTB香港のSNS、那覇市内ホテルへのチラシ設置等)に限られたうえ、周知期間も短かったため、十分な数の外国人利用者を確保できなかった。よって次年度以降の継続のためには、計画的なプロモーション活動が必要。また、運行会社による独立採算事業化に向けては更なる利用者増加が必須であり、ルート・運行方法などの改善も必要。

次年度以降の取組

運行主体となった沖一ハイヤーは、乗合観光タクシーの自社運行を前向きに検討をしているが、コース策定等本格的な動きには至っていない。理由は乗合事業が、採算の見込みが立てにくいことがあげられる。少人数でも運行を行わねばならない乗合認可制度は、赤字リスクを抱えての運行となる可能性を持ち、安定した事業運営のためには、一定数の乗客の利用が必要条件となる。観光客のニーズに合致した魅力的な運行コースの開発及び、効果的なプロモーションは必要不可欠である。事業化を目指し、引き続き沖一ハイヤーが主体となり、実現可能性について検討を深めていく。

事業概要

運行期間

(2017年)12/1(金)、12/2(土)、12/8(金)、12/9(土)、12/15(金)、12/16(土)、12/22(金)、12/23(土) (2018年)1/5(金)、1/6(土)、1/12(金)、1/13(土)、1/19(金)、1/20(土)、1/26(金)、1/27(土)

運行主体 運行路線

※赤字は外国人受入可能日(事業者所属の英語対応ドライバーを充当)
沖一ハイヤーほか(3社共同運行)

■<「琉球ロマン・歴史探訪」コース>9時発～12時着(午前)
(識名園～首里観音堂～首里琉染～山城饅頭)

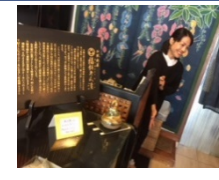
■<「琉球の伝統菓子・泡盛堪能コース」>13時発～16時着(午後)
(謝花きつぱん店/新垣ちんすこう～首里酒造メーカー～首里城～デザートラボショコラ)

運賃 乗車方法 運行車体

※出発はいずれのコースもてんぶす前(地図上「●」印)
3,500円 ※首里城は別途入場料必要/英語対応:4,500円
事前電話予約制(前日16時まで)/英語対応日は専用コールセンター有
ジャンボタクシー(9名乗り)
※状況により小型車の可能性有

周知方法

- ・WEB告知
- ・SNS告知
- ・ポスター掲示(モノレール駅内)
- ・チラシ配布(那覇市内)



3. 観光客誘客・受入環境整備に向けた取組例〔6〕

訪日外国人旅行者向けマナー動画作成による効果検証事業

訪日外国人が入国する際に発生する待ち時間や移動時間を利用して大型モニター設置によるマナー周知の方法を検討し、実証することで、訪日外国人旅行者、主に中国人、台湾人のマナー向上の周知及び効果検証を図り、訪日外国人旅行者と日本人とが快適に観光を満喫できる環境をつくることを目的とする。

事業実施地域における背景・課題

広域的背景

諸外国と日本のマナーなどの違いにより地元住民との混乱をきたしている事例が起きている。

地域的課題

マナーの違いから、日本人観光客が外国人観光客の多い施設に近寄らなくなるなどの状況が発生している。

効果検証・事業評価

マナー動画制作時の留意点

- ・アニメーション動画(台湾と中国本土向け)2種類を制作。ナレーション・字幕は中国・台湾を区別、英語字幕を表記し多数の外国人旅客に対応するよう配慮。
- ・訪日外国人旅行者の気分を害さないよう、動画の前段・後段に感謝を伝えるメッセージを追加し、文化の違いの理解を促すように留意した。

動画放映後の成果、アンケート結果

- ・外国人旅行者:空港、港で約3割が視聴し、主な理由は「アニメーションに目を引いた」割合が空港で約5割に上った。一方、視聴していない理由として、「気づかなかった」が7割に上り、港ではモニターが多くの入国者の動線上にないなど、設置場所に対する課題があった。また、動画内容の印象としては、「理解し易い」が5割弱、「よく覚えていない」が3割に上るが、「不適切」とする回答は無かった。
- ・事業者:放映後は外国人旅行者のマナーが「少し改善した」との回答が5割弱に上った。また、「非常に困っている」割合が減少し、特に「大声をだす」項目を比較すると6割から3割に減少したなど、外国人旅行者のマナー向上につながった。

次年度以降の取組

事業実施地域での今後の取組

視聴率の高い設置場所を検討の上、既存のモニター等を用いてマナー動画の放映を継続実施。引き続きクルーズターミナルや県内観光拠点で放映を働きかける。

ブロック内の他の地域での今後の取組

地域の各事業者に対してマナー動画をさらに周知し、要望に応じてDVDを配布することで放映場所を増やし、マナー向上の周知を広める。

事業概要

事業実施期間

平成29年6月22日～平成30年3月31日
(平成29年10月8日より動画放映開始)

取組概要

- 基礎調査
 - ・事業者アンケート調査の実施
 - ・効果的な周知方法の事例調査
 - ・在住中国・台湾留学生による商店街・商業施設のマナーに関する受入環境整備モニター調査
- マナー周知のための動画作成
- 実証実験
 - ・空港入国審査場で動画放映
 - ・那覇港(若狭)内で動画放映
 - ・DVDを作成して配布
 - ・ワークショップの実施(2回開催)
- 効果検証
 - ・アンケート調査(事業者向け)
 - ・アンケート調査(外国人向け)

マナー動画項目

食事のマナー、大声を出さない、列に並ぶマナー、商品の買い方、免税店での買い物、ゴミのポイ捨て、トイレの使い方、施設・社内マナー、白タク注意



前段の沖縄紹介

マナー内容

マナー動画設置場所



那覇空港国際
線入国審査場
110インチモニ
ター

那覇港(若狭)
クルーズバース
内モニター

調査及びワークショップ



外国人アンケート調査

1回目ワークショップ

4. 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〕

・中心市街地や商店街の活性化支援

- 豊見城市の豊崎・美らSUN会等が実施した、地域商業プラットフォーム機能を有する施設を整備し、地域交流を促進することで、商店街エリア内の小売商業の活性化を図る取組を補助事業により支援した。具体的には、クリエイティブ＆インキュベーションの整備や地域情報発信を強化するためのスタジオ、住民と企業や地域住民同士が交流できるカフェラウンジ整備などに取り組んだ。
- 商店街(デポアイランド)では地域住民の利用者が少ないことが課題であったため、地域住民へのアンケートを実施し「交流の場としての活用」の要望があった。そこで、それまで有効に活用されていなかった緑地帯を活用したイベントを開催することで賑わいの創出する取組を支援した。イベント用ステージ、照明・音響・投影用機材、ベンチなどのイベント機材一式を整備することで、出演者やアーティストの演出効果を向上させ、イベントの満足度向上を図った。リピーター創出・滞在時間の延長などの効果により商店街の賑わいを創出。



【豊見城市】豊崎プラットフォーム施設



豊崎プラットフォーム 4Fカフェラウンジ

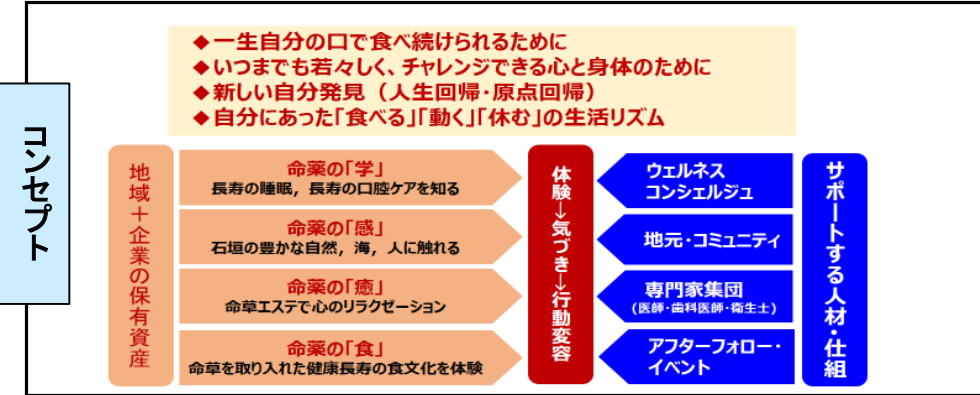


【北谷町】台湾文化交流フェスティバル 17

4. 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〕

観光地域づくりの推進(地域資源を活用した観光地魅力創造事業)

ツーリズムの場を最大限に活用し、現役・高齢者が人生100年時代で一生活躍し輝き続けられるための「心と身体」の健康維持・向上」実現をサポートするウェルネス事業創出を目的とする。



新たに造成した商品・サービス		主な成果
商品	命草フィンガーフード	原料:石垣産薬草、監修:丸山佳枝(日本フィンガーフード協会)
	モリンガクッキー	原料:石垣産モリンガ、製造:カフェRoguii;沖縄市
	フォンダンウォーター	原料:石垣産パイナップル、マンゴー、製造:鹿児島市
	命草(サガラバナ)ヨーグルト	原料:サガラバナ由来石垣産乳酸菌(製造間に合わせ非提供)
サービス	食事・生活活動の見える化・指導	リブレ(血糖モニタリング計)等を活用した指導方法
	My Health Care 通信簿	血液検査、問診結果のモニタリング・フォローツール
	命草エステ化粧品	原料:石垣産サガラバナ、月桃他、提供:ANAインターコンチネンタル石垣
	石垣ウェルネスプログラム 地元との交流会	ウェルネス実施マニュアルとコンシェルジュ育成プログラム 地元命草生産者との交流により命草と石垣を身近に感じる

新たに造成したセミナーコンテンツ		
	セミナー・アクティビティ	概要
睡眠	心もからだもスッキリ！快適睡眠術	質の良い睡眠の取り方(講師 三橋美穂)
	自分の骨格に合った枕づくり	よい睡眠のための自分に合った枕作り(講師 同上)
	睡眠の文化誌(空間編、時間編)	睡眠文化を知り実生活に活かす(講師 鍛治恵)
口腔	今日からはじめよう！健口から健康へ	口腔機能を高める知識と実技習得(講師 後藤理絵)
	朝ヨガ	自分を見つめ直し心身をリセットする(講師 長島千比呂)
運動	健康づくりのための運動実践	自分の身体を意識し体幹筋の使い方を学ぶ(講師 同上)
指導	生活習慣見直しワークショップ	生活習慣に対する気づきと目標設定(講師 ILSI)

- 総括**
1. 新ウェルネスビジネスの可能性を見出した
- (1) 企業の保有資産と地域資源を組み合わせた新ウェルネス商品・サービス開発
 - (2) デジタルデータを活用したウェルネスマーケティング事業
 - 心身の健康データに基づくリスク評価サービスとアフターフォローサービス
 - ウェルネス商品・サービスの販売と生活者向け・企業向けウェルネスコミュニティづくり
 - 健康データと医療データを突合した顧客・企業向けデータプラットフォームサービス
 - (3) ウェルネスコンシェルジュ育成・派遣サービス

2. 課題と次年度の進め方
- (1) 協議会事務局機能の強化と運営の効率化⇒一般社団法人化
 - (2) 命草ウェルネス商品・サービスの生産・販売体制の整備⇒石垣市と協働
 - (3) ウェルネスコンシェルジュ育成カリキュラムと実施体制の整備⇒琉球大と協働