

# 第 1 部 ( 1 ) 沖縄の観光振興に向けた 取組例

沖縄の観光振興に向け、令和2年度においては、次に掲げる取組を実施した。

1. 各地域における観光体験等の拡充に向けた取組例
2. 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. 観光客誘客・受入れ環境整備に向けた取組例
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. 各地域における観光体験等の拡充に向けた取組例〔1〕

## 【ともし・うるか地域協議会】

○農泊の持続的な実施に向けて、大学・企業の研修や、一般観光客の受入拡大を図るため、地域の農家と行政が一体となって受入体制を構築。

○手作り黒糖づくり体験、地大豆を使用した島豆腐づくり体験等、地域の素材を活用した体験を観光コンテンツとしている。

### 沖縄県宮古島市



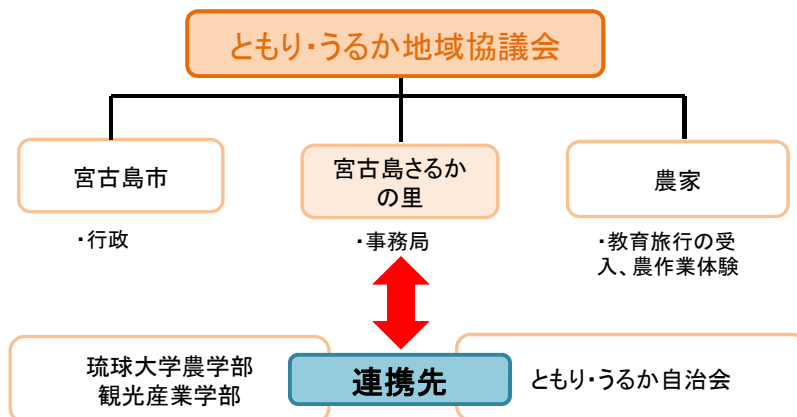
#### 【採択年度】

平成29年度

#### 【事業実施期間】

平成29～30年度、令和元年度(高度化)

### 【実施体制】



### 【特徴的な取組】

- 宮古島の「食」を活用して、農泊の質の向上を図るため、「食」についての研究や講習会を開催。アレルギー対応メニューの開発にも取り組んだ。
- 琉球大学と連携して、実態調査や意識・意向調査を行い、観光コンテンツとして「大人の農泊」を精査するとともに、ワークショップ形式で農泊受入農家との間で拡大方策を検討。



教育旅行の受入



農業体験

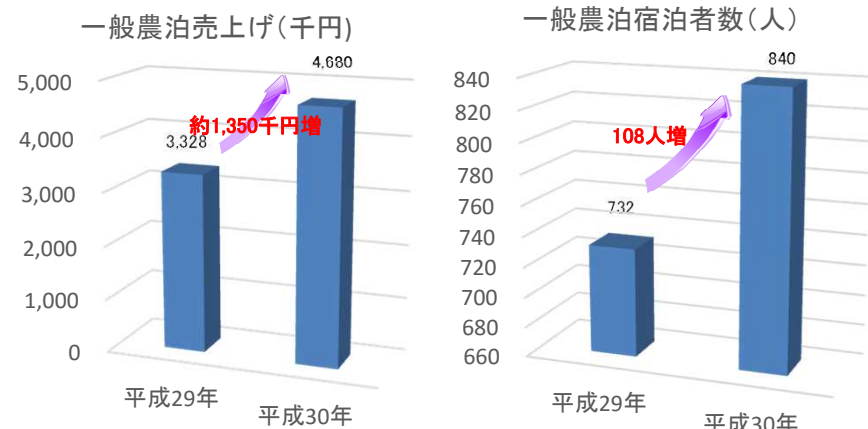


黒糖づくり体験



三味線体験

### 【取組効果】



○農泊(一般)の売上げ高が、3,328千円から4,680千円と1,350千円増加。

○農泊(一般)の宿泊者数が732人から840人と108人増加。



自然体験



畜産体験



マリン体験

| 指 標 (目標年度: H30年度) | 平成30年度目標値 | 平成30年度実績値 |
|-------------------|-----------|-----------|
| 宿泊者数(単位: 人)       | 9,850     | 9,049     |
| 売上げ(単位: 千円)       | 84,925    | 77,000    |

# 1. 各地域における観光体験等の拡充に向けた取組例〔2〕

## 環金武湾地域におけるスポーツ・ヘルスケアツーリズム事業化調査

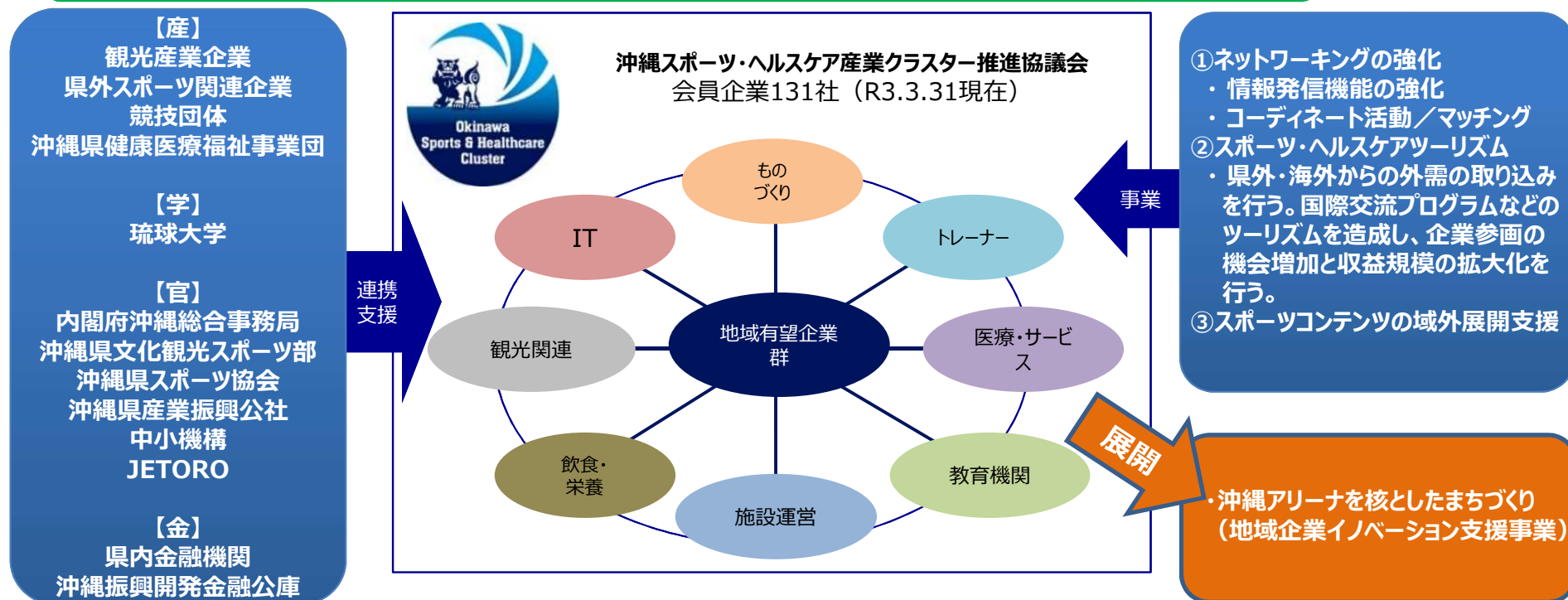
- 環金武湾地域の強みであるスポーツ・ヘルスケア・医療施設等を生かした付加価値の高い観光プログラムを造成するべく、県内外の健康意識が高い層をターゲットとしたスポーツ・ヘルスケアツーリズムに関するアンケート調査等を実施し、その市場規模を検証・分析するとともに、ニーズ等を抽出。加えて、“コンディショニング”プログラムを含む観光プログラム内容の検証及び受け入れ体制構築に向けた検討・課題分析等を行った。

## 沖縄スポーツ・ヘルスケア産業クラスター推進協議会の組成

- 県内外のスポーツ・ヘルスケア関連産業のステークホルダーを中心にネットワーク形成を図っている「沖縄スポーツ・ヘルスケア産業クラスター推進協議会」（平成29年8月設立）では、行政、金融、その他支援機関等と連携し、会員間ネットワーク形成支援、新たなツーリズムの可能性の検討、スポーツコンテンツの域外展開支援、アマチュアをターゲットとした大会ツーリズムの支援及びスポーツ教室の開催等を通じて、スポーツ・ヘルスケア関連産業を沖縄の基幹産業の一つに成長させることを目指している。

### 主な取組内容

- 会員間の顔の見える連携強化、専門人材や支援機関とのネットワークを生かした事業化支援、スポーツ・ヘルスケアツーリズムの支援など



## 2. 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〕

### 地域資源を活用した新商品・新役務の開発や販路開拓支援

沖縄の優れた資源を活用した新商品・新役務の開発や販路開拓の取り組みを図る中小企業者等の事業に対し、必要な経費の一部を補助事業や法認定により支援した。

#### 株式会社プルアラウンド

- ・泡盛黒麹を使用し沖縄県産食材を活用したフレーバー泡盛黒麹ベーグル開発事業を行い3種の商品の試作に成功した。
- ・SNSや展示会等で認知度の向上をはかった。



【3種のベーグル】



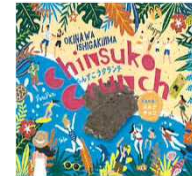
【南島酒販展示会出展】

#### 有限会社宮城菓子店

- ・地域資源を活用した、『新・琉球菓子』の商品開発・パッケージ開発等を行った。
- ・本事業において、2商品販売開始し、3商品の試作品開発を行った。



2019年11月発売  
【ミンサーバナップル商品開発】



【ちんすこうランチ  
パッケージ開発】



2019年11月発売  
【ミンサーサブレ商品開発】

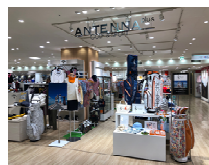
#### キューカンパニー株式会社

- ・サンゴファイバーを活用した沖縄県産スポーツウェアの開発・販売及びブランド化事業を行った。
- ・カタログ・プロモーションビデオなど販促ツールの制作や県内ホテル、百貨店等での販路拡大を行った。



【カタログ制作】

【新規県外百貨店での期間限定販売開催】



#### 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。
- ・恩納村リゾートウェディングのウェルカムドリンクの制作や「恩納村で愛を叫ぼう」というイベントを行い、沖縄のリゾートウェディングを盛り上げるイベントを行っている。



【恩納村リゾートウェディングのウェルカムドリンク】



【『恩納村で愛を叫ぼう』イベント】

## 2. 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〕

### ワーケーション推進

- 新型コロナウイルス感染拡大に伴い、従来より働き方改革の一環として行われていたテレワーク導入の動きが急速に進み、その形態の一つとして、旅行先に長期滞在し仕事もするワーケーションや、地方や郊外でのサテライトオフィス設置が注目されています。令和3年度事業では、県外企業の沖縄進出やワーケーション利用を見据えた環境整備に重点を置き、感染症対策やセキュリティ対策を万全に備えた施設整備を支援。本事業により県外企業の沖縄進出を促すとともに、業種を超えたビジネス創出や県内企業の就労環境改善に資することを旨とする。

#### ■ 情報発信

Webサイト＋SNSで情報発信。イベントにも出展。



ポータルサイト  
「この仕事は沖縄で」



令和2年  
ResorTech Okinawa

#### ■ 施設整備（沖縄テレワーク推進事業費補助金）

R2年度は20施設の整備を補助。R3年度は35施設を予定。



令和2年度整備施設の例。



#### ■ 利用促進（沖縄テレワーク推進事業費補助金）

R2年度は21施設の利活用を補助。



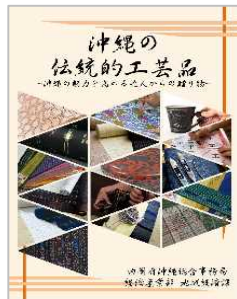
令和2年度 モニターツアー例



令和2年度 セミナー例

### 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、ブランドの魅力を紹介するための冊子の配布や各種事業による展示会を開催し、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紹介冊子



愛知県・大阪府での展示・実演会【南風原花織】



### 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(15)、県、県警、ビューロー、琉球大学、大学院大学(OIST)の20機関(令和3年7月現在)

##### ○令和3年度現地連絡会議議事概要(令和3年7月9日開催)

各省庁連絡会議(令和3年6月11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振興に関する取組等

(参考)

| 沖縄における国際会議の開催状況 |     |     |     |    |    |
|-----------------|-----|-----|-----|----|----|
|                 | H28 | H29 | H30 | R1 | R2 |
| 件数              | 31  | 45  | 54  | 39 | 3  |

| R3年度開催計画(R3.7時点) |        |     |
|------------------|--------|-----|
|                  | 開催(予定) | 検討中 |
| R3               | 27     | 0   |

### 3. 観光客誘客・受入れ環境整備に向けた取組例〔2〕

## ●沖縄観光防災力強化支援事業

### 事業概要・目的

1. 沖縄県の入域観光客数は令和元年で約1,016万人と過去最高を記録し、そのうち約293万人が外国人観光客となっています。なお、令和2年1月以降は新型コロナウイルスの影響で、入域観光客数が一時的に減少しているものの、新型コロナウイルス終息後は更なる増加が見込まれます。
2. 沖縄県は有数の観光地ですが、大規模災害が発生した場合、港湾、空港、道路が復旧するまでの間、観光客が観光地に足止めとなり、観光避難民になることが想定され、観光客の安全と安心を確保するためには、観光避難民への食料、水、毛布、災害用トイレの備蓄及び避難誘導看板の設置等、市町村の防災力強化の取組を推進する必要があります。
3. 地域住民への防災対応を進める市町村に対し、沖縄の観光振興の観点から、観光避難民に対する防災対応を支援することにより、安全・安心な観光地の形成を促進します。

### 支援内容

○地域住民への防災対応を進める市町村が、観光避難民に対応するための以下の取組に対し、国が直接補助を行います。

- ①食料・飲料水・災害用トイレ・非常用発電機の備蓄、倉庫整備等
- ②多言語避難誘導看板の設置
- ③外国人観光客に対応するための、既存施設への防災情報センター機能の付加（翻訳タブレット、Wi-Fi等の情報通信設備の整備）
- ④避難・備蓄等の計画策定や多言語の避難誘導マップの作成等

#### 【補助率】

上記①～③の事業 → 9割補助    上記④の事業 → 定額補助

○事業主体：市町村（広域事務組合等含む）

○事業年度：令和元年度～令和3年度

○令和2年度：那覇市、石垣市を含む37市町村へ交付  
（参考）令和元年度：35市町村へ交付

### 実施例

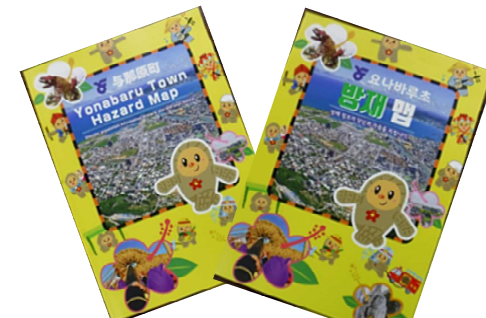
①備蓄食（おかゆ、カレー）（名護市）



②多言語避難誘導案内板（那覇市）



③可搬型Wi-Fi（石垣市）



④避難誘導マップ（英語、韓国語）  
（与那原町）

### 3. 観光客誘客・受入環境整備に向けた取組例〔3〕

#### ドイツ、カナダから国際都市『東京』及び世界水準の観光リゾート地を目指す『沖縄』への周遊促進事業（令和2年度）

東京及び沖縄への外国人旅行者の訪日促進を図るべく、カナダ及びドイツ市場において、日本の伝統と最先端が融合する東京と、国内他地域とは異なる文化・自然が混在する沖縄の周遊により、これまでにない重層的な日本旅行を提案し、これにより、FIT層、訪日未経験層及び訪日無関心層の誘客促進を図る。さらに将来的には富裕層市場の開拓に向けて長期滞在の旅行者を獲得し、国際都市「東京」及び世界水準の観光リゾート地を目指す「沖縄」が広く認知されることを目的とする。

##### （１）共同広告

東京と沖縄へ就航している航空会社と連携し、カナダ及びドイツを対象としたWebサイト等において東京と沖縄の魅力を発信した。

メディア招請の被招請者フリーランスライターが体験した内容、東京～沖縄の周遊の魅力を伝える記事広告を作成し、ドイツ及びカナダのメディアに掲載した。記事では、ANA、JALと連携し、訪日外国人旅行者が利用できるお得なキャンペーン情報を案内した。

##### 【展示内容】

| 国   | 種別  | 媒体名             | 出稿期間                                    | 媒体接触者数   |
|-----|-----|-----------------|-----------------------------------------|----------|
| ドイツ | WEB | JAPAN DIGEST    | 2021/1/28（木）～<br>2021/2/24（水）<br>合計：4週間 | 25万 PV   |
| カナダ | WEB | Canadian Living | 2021/2/8（月）～<br>2021/3/7（日）<br>合計：4週間   | 1,846 PV |

※ コロナ禍、日本の海外からの入国制限等の影響により、事業期間内での送客はみられなかった。



【ドイツ：JAPAN DIGEST】



【カナダ：Canadian Living】

##### （２）純広告

SNS広告やWEB広告を活用し、東京と沖縄の旅行の魅力を発信した。周遊の旅の魅力を発信するために、招請で訪問したスポットを中心とした、観光PR動画を作成した。

##### 【ドイツ】

| 種別  | 媒体名                   | 出稿期間                          | 媒体接触者数  |
|-----|-----------------------|-------------------------------|---------|
| WEB | YouTube               | 2021/1/20（水）～<br>2021/3/19（金） | 133,493 |
| SNS | Facebook<br>Instagram |                               | 40,906  |

##### 【カナダ】

| 種別  | 媒体名                   | 出稿期間                          | 媒体接触者数  |
|-----|-----------------------|-------------------------------|---------|
| WEB | YouTube               | 2021/1/20（水）～<br>2021/3/19（金） | 178,903 |
| SNS | Facebook<br>Instagram |                               | 70,288  |



YouTubeチャンネル  
VISIT OKINAWA JAPAN



Facebook



Instagram

##### （３）メディア等招請

日本国内在住のドイツ人及びカナダ人のフリーランスライターとドイツ市場、カナダ市場を対象とするランドオペレーターを招請した。

##### 【実施概要】

- 招請期間  
メディア：2020/11/23（月）～2020/11/29（日）  
ランドオペレーター：2020/11/30（月）～2020/12/6（日）
- 招請人数  
フリーランスライター：2名  
旅行会社：2社 合計2名



##### （４）情報発信

招請したランドオペレーターにより、ドイツ及びカナダ市場の旅行会社向けの情報発信をニュースレターで行った。

##### （５）総括

コロナ禍、ドイツ及びカナダともに、長距離の旅先へ旅行を行うことが許されず、事業終了まで状況の改善がみられなかったため、実際の送客に悩めることは難しかった。

次年度も引き続き、対象市場をドイツとカナダに絞り、地域の魅力ある観光資源を戦略的かつ効果的に発信しながら、東京と沖縄を組み合わせた旅行イメージの認知度を高める。

### 3. 観光客誘客・受入環境整備に向けた取組例〔4〕

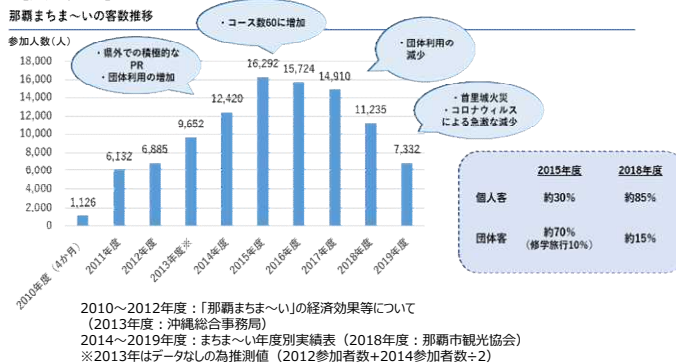
#### 首里城をはじめとするインバウンド向けガイドツアー造成事業（令和2年度）

首里城周辺地域を含む那覇市において、訪日外国人旅行者の滞在日数及び消費単価の向上を図るべく、既存ガイドツアーの多言語化やコース及びシナリオの磨き上げを行い、対象市場のニーズ把握やツアーガイドの養成を行った上で、ツアーを造成し、旅行商品として販売を目指すことを目的とする。

##### （１）基礎調査

ガイドツアーの造成に向け、（一社）那覇市観光協会が運営している国内客向けガイドツアー「那覇まちま〜い」の現在の運営状況、訪日外国人旅行者の受入状況について実態を調査、整理し、更に国内において訪日外国人旅行者向けのガイドツアーを実施している地域の優良事例の調査、分析を行った。

###### 【実態調査】



##### （２）コースづくり

訪日外国人旅行者の案内実績が多い通訳案内士2名をアドバイザーとし、国内客向け「那覇まちま〜い」のコースを体験していただき、専門的な観点により課題を抽出し、コースづくりに反映した。

##### （３）ガイドの養成研修

ガイドツアーの満足度を高めるためにはガイドの上質なサービスの提供が必要であることから、訪日外国人旅行者に対応したガイドを養成するためのガイド養成研修を実施した。

- ・定型コース型  
「那覇まちま〜い」のガイド養成研修を参考に、訪日外国人旅行者に対応するための項目を追加し、感染症対策を徹底し、集合型で実施した。
- ・プレミアムコース  
ツアー参加者の要望に合わせガイド自身がコースを設定、案内をするため、一人でコース下見から案内ポイント、時間配分等を考えてひとつのコースを作ることが出来るようなカリキュラム開発を行った。

##### （５）協議会の開催

コンテンツ造成、ガイド養成、販路開拓、地域連携に関する助言を得るため、協議会を設置し、計4回開催された。

##### （６）事業の成果

以下のとおりコンテンツを造成した。

|      | 首里城コース          | 壺屋コース           | 市場・泡盛コース          | プレミアムコース            |
|------|-----------------|-----------------|-------------------|---------------------|
| 特徴   | 「本物」築城当初から残る石垣等 | 「異空間」壺屋にだけ漂う空気感 | 「地元の生活」普段の沖縄を垣間見る | 旅行者からの注文に合わせたプランを提供 |
| 価格   | 5,500円          | 5,500円          | 6,500円            | 35,000円             |
| 所要時間 | 2時間             |                 |                   | 4時間                 |

アウトプット（英語ガイド数、コンテンツ数）は目標を上回った。アウトカム（旅行商品企画数）は、令和3年10月までに目標値を上回る予定。

|        | 項目      | 目標 | 実績                    |
|--------|---------|----|-----------------------|
| アウトプット | 英語ガイド数  | 20 | 29                    |
|        | コンテンツ数  | 3  | 4                     |
| アウトカム  | 旅行商品企画数 | 3  | 4<br>(令和3年10月までに販売開始) |

##### （４）モニターツアーの開催

県内在住の外国人（沖縄科学技術大学院大学関係者）を対象としたモニターツアーを実施し、外国人目線による評価により課題を抽出してガイド養成及びコースづくりの改善を図った。



【首里城コース】

【壺屋コース】

【市場・泡盛コース】

###### 【優良事例の調査】

|                    | ～2,000円                                       | 2,000円～5,000円                    | 5,000円～10,000円                            | 10,000円以上                          |
|--------------------|-----------------------------------------------|----------------------------------|-------------------------------------------|------------------------------------|
| 定型<br>一人あたりの<br>金額 | マンガの聖地 トキワ荘<br>マンガミュージアム<br>を巡る<br>2時間 1,000円 | 京都祇園モーニング<br>ツアー<br>1.5時間 2,000円 | 名古屋駅中央市場<br>ツアー<br>2時間 8,000円             | 名古屋大津城・街歩き<br>ツアー<br>5.5時間 13,000円 |
|                    | 黒山手の「黒山」散歩<br>～オランダ坂と<br>洋館めぐり～<br>2時間 1,600円 | 東京金吾街歩きツアー<br>1.5時間 2,000円       | 東京築地食べ歩きツアー<br>3時間 9,500円                 |                                    |
|                    | 出島ツアー<br>2時間 1,600円                           |                                  | 道沿いといく山道の名所、<br>静寂の枯山水庭園めぐり<br>3時間 5,000円 |                                    |
| オーダー<br>メイド型       |                                               |                                  | 東京シティガイドクラブ<br>2時間 8,000円                 | 京都ビジャーズホスト<br>8時間 25,000～50,000円   |
|                    |                                               |                                  |                                           | Japan Wonder Travel<br>4時間 23,000円 |
| グループ<br>での金額       |                                               |                                  |                                           |                                    |

○ NPO法人東京シティガイドクラブ  
○ Discover Nagoya Tours  
○ まいまい京都  
○ 長崎さくら  
○ Japan Wonder Travel  
○ NAGASAKI WALKS  
○ 「京都市ビジャーズホスト」京都市認定選考ガイド

### 3. 観光客誘客・受入環境整備に向けた取組例〔5〕

#### 「日本初星空保護区」八重山における星空ツーリズムコンテンツ造成事業（令和2年度）

既存の星空ツーリズムに係るコンテンツの英語対応、各国の文化・慣習等を踏まえたガイド内容の磨き上げなどの高付加価値化を行うことにより、新たな誘客の創出、需要の平準化及びナイトタイムにおける新たな消費機会の創出を図り、訪日外国人の観光消費の拡大を図る。

##### （１）セミナー・ワークショップの開催

渡航制限により海外事業者の招請が不可能となったため、動画やオンラインを活用し、世界の星空観光事情およびツアーの実施手法について学んだ。

###### 【セミナー・ワークショップ実施項目】

- ① ニュージーランドテカポの星空ツアーに関する基礎知識を習得する。  
→ 小澤氏によるニュージーランドテカポの町と、そこで実施している星空ツアーに関する講演動画を視聴して意見をまとめる。



- ② 星空保護区の価値や認定地としての役割を知り、また他地域の取り組みを参考にして八重山でのナイトツアーの商品価値を高める。  
→ IDAの担当者によるIDAおよび認定地域の取組についての講演動画を視聴して意見をまとめる。



- ③ テカポで実施されているツアーのデモンストレーションに動画視聴で参加する。小澤氏からテカポでの星空ツアーの実情や手法、課題などレクチャーを受ける。  
→ 具体的な手法について学ぶ。今後の地域プロモーションや商品造成に必要な項目を抽出する。



##### （２）旅行会社等の招請

外国人の参加者に、現在実施しているコンテンツ（ナイトタイム、早朝ツアー等）を体験いただき、外国人目線で商品内容の良い点、悪い点等を確認し改善を図ったうえで、海外メディアに八重山の星空を取り上げてもらうことで、商品販売につなげる。

###### 【開催概要】

日時：2020/10/31（土）～2020/11/2（月）  
場所：石垣島・西表島  
参加者：外国籍8名、日本人2名、添乗員各グループ1名

##### （３）コンテンツの企画開発

###### 1. モニターツアーの実施

セミナーやFAMツアーで得た知識や経験を活かして造成した商品について、有識者や石垣島島内在住の外国人3名を対象としたモニターツアーを実施した。

###### 【開催概要】

日時：2021/2/13（土）～2021/2/14（日）  
場所：石垣島・西表島  
参加者：旅行業者、YVB、島内在住外国人3名



###### 2. 「イントロダクション動画」の作成

ツアーのイントロダクションとして使用することで、安心してツアーに参加できるよう、八重山の星空に関する情報を的確に伝えるためのショートムービーを制作した。

###### 3. ガイド向け参考資料動画の提供

ガイド向けに、2つの課題（「フリーフィング」、「インバウンドガイド案内」）について、学習教材として使用できるよう、解決策を動画で提供した。



【イントロダクション動画】



【フリーフィング動画】

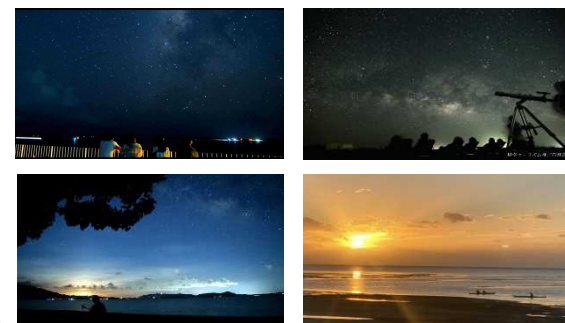
##### （４）コンテンツ造成・実施

全6商品を企画・開発し、アクティビティ予約サイト「JAPAWALK」で販売。

- ① 星空鑑賞しやにしやに星空ツアー（実施会社：うたくなー石垣島）  
② 星空観賞 星空浴ツアー（実施会社：星空ツーリズム）  
③ ほしのおと ～島唄×星空ツアー～ 十六夜/十七夜/十八夜（実施会社：うたくなー石垣島）  
④ ほしのおと ～島唄×星空ツアー～ 一日月/二日月/三日月（実施会社：うたくなー石垣島）  
⑤ 早朝カヤックツアー（実施会社：natures delight iriomote）  
⑥ 【ティンダーラクルーズ】世界有数の星空に逢いに行く！三線を聴きながら海から見上げる満天の星空＜星空ガイド・三線生ライブ付／1ドリンク付／石垣島＞（実施会社：ぶしいぬしま）



【JAPAWALK英語サイト】



##### （５）事業の成果

本事業開始時のコンテンツ造成目標5に対し、6商品を造成し、目標を達成した。

### 3. 観光客誘客・受入環境整備に向けた取組例〔6〕



#### 首里城公園を中心としたナイトタイムコンテンツ造成事業（令和2年度）

本事業は、首里城公園を集積拠点とし、国際通りとは趣の異なるナイトタイム環境を整備し夜の消費活動を活発化させることで、夜間の楽しみ方を拡充し、地域での更なる滞在を促すことのみならず、新たな消費活動や魅力を創出し、訪日外国人の観光消費拡大を図ることを目的としている。

##### （１）コンテンツ造成の概要

###### ●事業実施方針

首里城公園を拠点とし、ナイトタイムの消費を活性化させるべく下記の３つの流れを意識しコンテンツ造成を図った。

1. 首里城公園内で楽しむ人
2. 首里城公園から首里地域に周遊に出ていく人
3. 首里城公園に寄らずに首里地域を周遊する人

###### ●ターゲット選定に係る市場分析

令和元年度に実施した出口調査において、沖縄の世界遺産を訪問しているインバウンドの割合が最も多かった台湾をメインターゲットとして選定。

国内市場も含めた全体数4.9%を占め、比較的、興味関心が高い傾向であった。さらに、史跡間の周遊意欲も高く、テーマ性を持ったツアーの実施には一定のニーズがあると考えた。

###### ●協議会の開催について

###### <検討概要>

コンテンツの情報収集について、計３回の協議会の開催と後述のモニターツアーを通してブラッシュアップを図り、より首里の魅力が伝えられるようなコンテンツへと磨き上げを行った。

###### <磨き上げ方針>

訪日外国人向けの磨き上げ方針は、協議会を通して以下の３点に留意した上で検討を行った。

- ①主な想定対象：台湾人観光局、欧米系観光客（米軍従事者含む）
- ②有識者の声を可能な限り反映させること
- ③首里地域の住民へ配慮したコンテンツの造成を行うこと

##### （２）コンテンツ造成

###### 1. 着地型ツアー

###### ●首里と泡盛の歴史をたどるツアー

泡盛と首里の歴史的なつながりを感じていただくツアーを実施。首里にある瑞泉酒造を訪問し、工場見学や泡盛紹介、試飲体験を通して泡盛と首里の歴史的な巡った後、首里殿内へ移動し琉球料理と泡盛をご堪能いただく。

###### ●首里と空手の歴史体験ツアー

琉球王国の拠点であった首里で空手を学び、体験するツアー。首里城公園内にある銭蔵などを巡り、その後近隣施設で空手体験を行う行程とする。

###### ●首里と日本遺産ツアー

日本遺産に登録された首里城跡や琉球料理、泡盛、芸能に関する施設を訪問する。



###### 2. 首里夜市

各種ツアーの集合場所や首里周辺の周遊時の休憩場所として活用できるナイトコンテンツとして「首里夜市」を開催した。



###### 3. 飲食点周遊クーポン

飲食店の周遊を促すツールとして、スマートフォンを活用したデジタルクーポンを発行した。飲食店でドリンクやお酒のサービス、泡盛のミニボトルの提供など、周遊する動機の創出を図った。

###### 4. デジタルスタンプラリー

夜間の飲食店の周遊を促すツールとして、デジタルクーポンと連動させたスタンプラリー企画を実施した。これにより、利用者の増加と夜間周遊の促進を図った。

##### （３）着地型ツアーの実施に向けたセミナー

（一財）沖縄美ら島財団の方の協力のもと、那覇街角ガイドの方々を対象にセミナーを実施した。

###### 【開催概要】

日時：令和2年12月21日(火)

参加者：那覇街角ガイド 20名



##### （４）モニターツアーの実施

インバウンドに精通し体験型旅行商品に知見があるアソビュー社員２名を招聘し、３つの着地型ツアーに参加し評価を行った。

特に外国人観光客が夜間に首里を訪れる動機となり得る「ナイトコンテンツ」としての魅力、体験後の満足度について評価した。



##### （５）事業の成果

アウトプット（コンテンツ数）については目標値の６コンテンツを造成した。アウトカム（着地型ツアー参加者、首里夜市の来場人数、飲食周遊クーポン、デジタルスタンプラリー）については、新型コロナウイルスの影響でコンテンツの販売実施ができなかったり、参加者が伸びず、目標値に届かなかった。

|        | 項目          | 目標   | 実績<br>(令和3年3月時点) |
|--------|-------------|------|------------------|
| アウトプット | コンテンツ数      | 6    | 6                |
| アウトカム  | 着地型ツアー参加者   | 140名 | 0                |
|        | 首里夜市の来場人数   | 360名 | 外国籍8名            |
|        | 飲食周遊クーポン    | 40回数 | 外国籍2回数           |
|        | デジタルスタンプラリー | 40名  | 外国籍0名            |

### 3. 観光客誘客・受入環境整備に向けた取組例〔7〕



#### 世界自然遺産登録に向けた受入環境整備に係る実証調査事業（令和2年度）

アドベンチャーツーリズム（以下「AT」という。）市場は、客単価が高く、地域での消費割合が高い市場であるところ、沖縄県は、AT市場に対応できる質の高い（英語でのコミュニケーションが可能、安全性を担保することができおり、かつ、地域の自然・文化に精通しており、AT顧客の個別ニーズにも適確に対応できる）ガイドが不足しているため、現状での受入方策について検討・実証するとともに、中長期的な人材確保・人材育成方策について検討を行い、沖縄におけるATの受入環境の整備を図る。

##### （1）受入環境の現状調査

沖縄本島北部等を中心に、ガイド事業者をリストアップし、ガイドの現状を調査・整理するとともに、現状課題と今後の受入に向けた意欲等についてヒアリングを行った。

###### 〔1〕事業者候補のリストアップ

県内でアウトドアアクティビティを実施しているガイド事業者59社をリストアップし、アンケートを配布した。

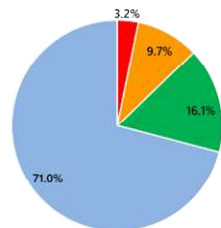
（本島・北部28社 本島・中部8社 本島・南部3社 八重山諸島13社 宮古諸島4社 周辺離島3社）

###### 〔2〕事業者候補へのアンケートによるヒアリング

アンケートを配布した59社のうち、32社より回答があり、外国人旅行者の受入れ実態や課題についての分析を行った。

＜アンケート例＞ 顧客に占める外国人比率

訪日外国人比率（SA、n=31）



■ 90-100% ■ 10-20%未満 ■ 5-10%未満 ■ 5%未満

###### 〔3〕事業者との面談

アンケートを回答した事業者のうち11社に絞って面談を行い、事業者の活動実態や課題についてヒアリングを行った。

##### （2）受入環境の検討・整備

受入環境の現状課題に即し、以下の3点に対する検討を行う。

###### ① 現状での受入方策の検討

翻訳タブレット等も使いつつ、パネルを活用する、パンフレットを配布するなどのような受入体制・内容でサービス提供すべきかについて検討を実施した。

###### ② ガイド人材確保に係る検討

沖縄県で今後自然フィールドを活用した旅行を推進していく意向のあるガイド事業者を中心に、求めるガイド人材の要件のヒアリングを行ったうえで、就業に関心がある学生向けにマッチングセミナーを実施し、マッチング拡大に向けた今後の課題や成功事例の要因の確認・分析を実施した。



###### ③ ガイド人材育成に係る検討

ガイド人材としての理想像を策定し、成長段階のステップの策定・定義の整理をした上で、人材育成プログラムを策定し、テキストや動画を作成しトレーニングコンテンツとして取りまとめを実施した。



##### （3）モニターツアーによる実証・検討

検討した受入方策に基づいて、検証スキームの検討を行い、ATTAの会員あるいはその他ATに関する専門家の招聘を行い、ATの観点で検討した受入方策の有効性の検証を行う。また同時にガイド事業者、そこと連携する学生も同行し、ガイド人材確保、ガイド人材育成の検討に繋げる。

###### 【開催概要】

###### ＜第1回モニターツアー＞

■ 実施日：2020年12月12日（土）

■ 実施場所：金武町

■ 参加者：琉球大学8名（学生のみ）、辺土名高校9名（学生7名 教員2名）、国内ATTA関係者



###### ＜第2回モニターツアー＞

■ 実施日：2020年2月27日（土）

■ 実施場所：金武町

■ 参加者：県内在住外国人留学生（4名）、県内AT事業者、国内ATTA関係者



##### （4）次年度に向けた方向性・示唆

国内顧客の閑散期に欧米を中心とした長期滞在・高単価の顧客を呼び込むための商品作りに向け、コーディネーターとガイドの連携体制・枠組みの構築やコンテンツ造成・ガイド強化が必要である。

また、個別の課題に対応するため、ガイドに対する英語学習・実践トレーニング機会の提供、副業としてのガイド業の制度・支援施策作り、ITスキル習得等によるあらたなガイド人材像のモデル作り、ガイド事業者のネットワーク構築による雇用安定化・人材育成支援等の検討・取組を行っていくことが必要となる。

## 「沖縄総合観光施策推進室」の取組について

### 沖縄県内の市町村等からのニーズを的確に吸い上げ、観光施策に反映

#### ■推進室の発足

- 観光は沖縄の基幹産業だが、新型コロナウイルス感染症の影響により大きな打撃を受けており、**観光の再生を図ることが沖縄全体にとって喫緊の課題。**
- このような中、沖縄総合事務局としても、**沖縄の市町村等からの観光に関するニーズを的確に吸い上げ、沖縄県内における国の部課室横断的な連携を推進することにより、観光施策の企画・立案・調整を積極的に行う体制を強化するため、令和3年1月19日付けで、沖縄総合事務局に新たに「沖縄総合観光施策推進室」を発足。**



画面右：吉住（局長）、左：米山（推進室長）

#### ■推進室の体制 ※体制図 別添参照

- 推進室は、運輸部長を室長として、後日観光庁から併任された副室長を含めて合計19名の職員でスタート。4月1日以降は**総員20名。**
- 当局は**国の唯一の総合出先機関であり、運輸部、総務部、財務部、農林水産部、経済産業部、開発建設部の各部から横断的に職員を配置し、総合力を発揮**できる体制。



DMOとの意見交換会の様子

#### ■これまでの取組

- 推進室長を筆頭に、推進室発足直後から**県内各市町村役場や観光協会等を訪問するとともに、県内DMO(観光地域づくり法人)との意見交換会を開催（2月10日）**する等して**地域の課題や要望を把握**している。
- コロナ禍の中で極めて大きな打撃を受けて危機的な状況にある**沖縄の観光業界を支援するため、県内観光事業者の状況をヒアリングして観光庁に伝えるとともに、各種支援措置を紹介する等のプッシュ型支援を実施中。**（例：5月20日 **宿泊事業者向け観光関連支援・事業説明会オンライン開催**）
- 沖縄市町村施策支援室と連携して沖縄の知られざる魅力を紹介する**「沖縄総合観光ポータルサイト」**を4月に立ち上げ。また、内閣府新規事業**「新たな沖縄観光サービス創出支援事業」**を、補助事業の執行団体を通じて5月より公募開始。
- さらに、**国際的・全国的な視点に立ち、沖縄観光において先端的・モデル的な取組事例を創出することを目指し、毎月開催している推進室全体打合せ等を通じて部課室横断的に取り組んでいる。**

```
graph TD
    Mayor[局長] --- Deputy1[次長  
(総務等担当)]
    Mayor --- Deputy2[次長  
(開発建設担当)]
    Mayor --- TransportMinister[【室長】  
運輸部長]
    TransportMinister --- DeputyTransport[【副室長】  
(観光庁職員)]
    TransportMinister --- PlanningTeam[【企画・調整チーム長】  
運輸部  
企画室長]
    TransportMinister --- LiaisonTeam[【連絡・支援チーム長】  
運輸部  
国際観光調整官]
    PlanningTeam --- PlanningContent[観光に係る部課室横断的な課題（＊）  
について総合的な企画立案・調整]
    PlanningContent --- PlanningList[（＊）例  
・ワーケーション  
・観光に配慮したまちづくり  
・県産食材の活用  
・体験型観光  
・新型コロナウイルス対策]
    PlanningList --- PlanningMembers[チーム長含む 8 名]
    LiaisonTeam --- LiaisonContent[市町村施策支援室や推進室事務局窓口などを通じて寄せられる観光関係の要望等を整理・分析し、企画・調整チーム等での検討につなげる。]
    LiaisonContent --- LiaisonMembers[チーム長含む 7 名]
    Mayor <--> |連携| SupportRoom[沖縄市町村施策支援室  
(令和2年4月1日設置)  
【室長】  
総務部長]
    SupportRoom --- SupportRoomTasks[任務  
・市町村による施策の企画及び立案並びに実施に関する相談対応及び助言  
・上記事務に関する関係行政機関等との連絡調整]
```

**局長**

**次長**  
(総務等担当)

**次長**  
(開発建設担当)

**【室長】**  
**運輸部長**

**【副室長】**  
(観光庁職員)

**【企画・調整チーム長】**  
運輸部  
企画室長

観光に係る部課室横断的な課題（＊）について総合的な企画立案・調整

（＊）例

- ・ワーケーション
- ・観光に配慮したまちづくり
- ・県産食材の活用
- ・体験型観光
- ・新型コロナウイルス対策

チーム長含む 8 名

**【連絡・支援チーム長】**  
運輸部  
国際観光調整官

市町村施策支援室や推進室事務局窓口などを通じて寄せられる観光関係の要望等を整理・分析し、企画・調整チーム等での検討につなげる。

チーム長含む 7 名

**連携**

**沖縄市町村施策支援室**  
(令和2年4月1日設置)  
**【室長】**  
**総務部長**

任務

- ・市町村による施策の企画及び立案並びに実施に関する相談対応及び助言
- ・上記事務に関する関係行政機関等との連絡調整

**推進室事務局（対外的窓口）：運輸部企画室3名**

14

## 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



沖縄総合事務局

### 商店街の活性化支援

- デポアイランド通り会（北谷町）において、持続する商店街の形成を目指し、施設整備やブランディング、プロモーション・マーケティングを行う「サステナブルツーリズム受入環境整備事業」を支援。
- 施設整備においては、シャトルカーやパブリックスペースの拡張整備等により、来訪者の利便性の向上と満足度の増加が図られた。
- ブランディングでは、地域一体型イルミネーションの装飾による非日常空間の演出や、着ぐるみを作成したキャラクター活用による商店街のイメージづくり、次亜塩素酸水による施設除菌での安全安心への取組等を行った結果、商店街への来訪動機に繋げることができた。
- プロモーション・マーケティングでは、施設案内リーフレットや多言語デジタルブック、Youtube動画によりエリア全体の魅力を効果的に発信できた。また、来訪者数の基礎データ収集及により、今後の効率的な商店街運営が期待できる。

#### 施設整備

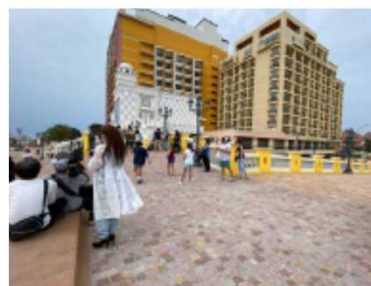
- ・シャトルカーの整備
- ・パブリックスペースの拡張
- ・景観維持管理カメラの整備
- ・フリーwifiの整備

#### ブランディング

- ・イルミネーション装飾
- ・キャラクター開発
- ・次亜塩素酸水発生装置整備
- ・BGM設備設置

#### プロモ・マーケティング

- ・動画制作・配信
- ・多言語デジタルブック等での情報発信
- ・データ分析システム構築
- ・トラフィックカウンター整備



パブリックスペースである  
拡張した賑わい広場



イベント時のキャラクター  
活用状況

### 「沖縄アリーナを核としたまちづくり」を支援

（沖縄市が整備した1万人規模収容の多目的アリーナ施設が供用開始）

- 来場客等が地域を周遊・回遊するようIoTソリューション導入等を支援。
- アリーナ運営、地域活性化の取組をハンズオン支援。

✓ 先進的な「アリーナを核としたまちづくり」モデルを実現するため、当局、沖縄市、商工会議所、チーム運営会社等をメンバーとする「官民連携会議」を開催し、アリーナ事業がもたらす効果に対する地域の課題解決を支援。

