

**平成 27 年度やんばる観光連携推進事業
実施報告書
(概要版)**

**平成 28 年 3 月
北部広域市町村圏事務組合**

目次

序章 事業の概要	1
1. 事業の目的.....	1
2. 業務の全体像.....	2
3. 業務の実施体制.....	3
4. 平成 27 年度事業全体概要.....	4
第1章 連携の仕組みづくり	6
1-1. やんばる観光連携推進研究会及び協議会の開催.....	6
(1) 目的.....	6
(2) 実施概要.....	6
(3) 成果と課題.....	10
1-2. 連携プロジェクトの創出.....	11
(1) 目的.....	11
(2) 各エリアの実施概要及び成果と課題.....	13
1-3. 成果と課題.....	18
第2章 情報集約・発信	19
2-1. 情報サイトの充実強化.....	19
(1) 目的.....	19
(2) 実施概要.....	19
(3) 成果と課題.....	22
2-2. 情報拠点の充実強化.....	23
(1) 目的.....	23
(2) 実施概要.....	23
(3) 成果と課題.....	26
第3章 プロモーション	27
3-1. 東京プロモーション.....	27
(1) 目的.....	27
(2) 実施方法.....	27
(3) 成果と課題.....	29
3-2. スタンプラリーの実施.....	30
(1) 目的.....	30
(2) 実施概要.....	30
(3) 成果と課題.....	32
第4章 北部周遊状況分析	33
4-1. 調査の目的.....	33
4-2. 調査概要.....	33
(1) 調査の実施.....	33
(2) 調査結果の分析.....	33
(3) 解析期間.....	34

(4) 調査対象	34
(5) 調査方法	35
4-3. 調査結果.....	37
(1) 北部旅行者の立ち寄り地	37
(2) 北部旅行者の行動について	39
4-4. 調査結果のまとめ.....	46
(1) 調査結果概要	46
(2) 今後の課題	47
第5章 事業効果と今後の展開	48
5-1. 今年度の成果と課題	48
5-2. 事業の検証と継続に向けて	50
平成 27 年度 委員名簿.....	52

序章 事業の概要

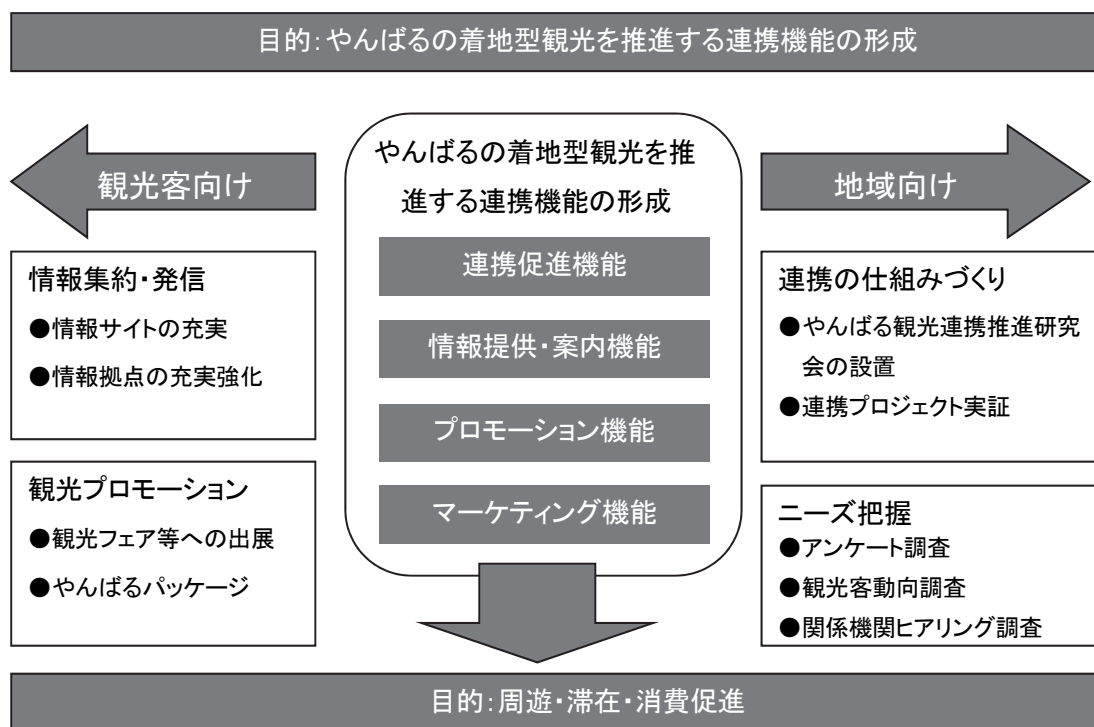
1. 事業の目的

やんばる地域には、美ら海水族館や西海岸リゾート施設など集客力のある観光施設等がある一方で、周辺地域には誘導できていない現状がある。やんばる地域の多様で魅力ある潜在的な観光資源は、観光客への認知度は低く、観光客の動向が偏っている状況にある。

本事業では、観光連携体制を構築することにより、観光客の「周遊・滞在・消費」の促進を目標として進めてきた。

目標に向けては、地域の資源を活かした受地主導の着地型観光商品をつくり、観光客向けの情報集約発信、観光プロモーション、連携の仕組みづくり、ニーズ把握調査の4つを柱に広域的に取り組み、それを推進する連携機能の形成を目的とする。

図表 本事業「やんばる観光連携推進事業」における目標



周遊促進効果の目標 ⇒ やんばる地域に訪れる観光客が増加

滞在促進効果の目標 ⇒ 北部での滞在時間が延長

消費促進効果の目標 ⇒ 北部での消費促進

2. 業務の全体像

本事業は、やんばる観光の連携体制の創出を目的として平成 24 年度よりスタートした。

平成 24 年度は、連携のあり方についての議論を中心として課題と目標、将来像を示してきた。

平成 25 年度は引き続き検討を続けながら、連携の仕組みづくり、情報集約・発信、観光プロモーションについては仕組みづくりの実証を一部進めながら、ニーズに関する調査も行ってきた。

平成 26 年度は、やんばる観光連携推進研究会を設けるとともに東海岸をモデルとした連携プロジェクトや情報集約・発信、観光プロモーションについてそれぞれプロジェクトチームを作って実践・運用に移してきた。ニーズ調査については観光動態調査、インバウンド調査などを行った。

平成 27 年度は、エリア別の連携を進めるべく各エリアの連携プロジェクトを行うとともに、情報集約・発信、観光プロモーションについては、仕組みの確立を図りながらニーズ調査を参考に戦略的な運用を図ってきた。また、これらの仕組みを継続するための連携体制について検討した。

図表 事業の全体像

平成 24 年度	平成 25 年度	平成 26 年度	平成 27 年度	平成 28 年度
WG、懇談会、協議会	WG、懇談会、協議会、連絡会、ワークショップ	協議会(副長会)	協議会(副長会)	協議会(副長会)
○課題の抽出 ・連携の場 ・情報共有 ・情報発信 ・ニーズ把握 ○目標 連携により・ ・滞在促進 ・消費拡大 ○将来像 やんばるの観光の 多様性と個性が もつ奥深い魅力 がつながり広がる 観光地へ	1連携の仕組みづくり ・コーディネーター配置 ・ワークショップの開催 ・連携プロジェクトの検討	1連携の仕組みづくり ・研究会の設置 ・東海岸連携プロジェクト実施	1連携の仕組みづくり ・研究会の開催 ・連携プロジェクト実施(5エリア)	1連携の仕組みづくり ①やんばる観光市町村等連絡協議会 ■運営収支の検証、新制度研究等 ②連携プロジェクト実証 ■プロジェクトの事業化に向けた支援
	2情報集約・発信 ・情報サイト制作 ・情報拠点の設置	2情報集約・発信 ・情報サイトの充実強化 ・情報拠点の充実強化 ・ガイドマップ製作(多言語)	2情報集約・発信 ・情報サイトの充実強化 ・情報拠点の充実強化 ・多言語ツール製作	2情報集約・発信 ①情報サイトの充実強化 ■自立運営の検証、サポーター拡大 ②情報拠点の充実強化 ■自立運営の検証、サポーター拡大
	3観光プロモーション ・観光フェア出展 「やんばる」全体の売込	3観光プロモーション ・発地側、着地側での観光フェア出展 ・スタンプラリー開催 ・やんばるパッケージ制作 ・やんばる観光イメージ映像制作	3観光プロモーション ・観光フェア出展(東京) ・スタンプラリー開催 ・やんばるバッグ制作	3観光プロモーション ①農商工連携物産フェア開催 ■農商工と連携したやんばるイベント開催 ②観光キャラバン(民泊等) ■民泊市場拡大、連携プロジェクトのPR ③インバウンド向けプロモーション ■海外市場向けのフェア出展
	4ニーズ把握 ・「やんばる」のイメージやニーズ把握	4ニーズ把握 ・観光客動態調査(夏季) ・インバウンドニーズ調査	4ニーズ把握 ・観光客動態調査(通年)	4ニーズ把握 ①地域大学と連携した経済効果分析 ■やんばる地域の観光産業に関する経済効果分析 ②H29 年度以降の実施計画策定

3. 業務の実施体制

本事業の実施体制は、まず北部広域市町村圏事務組合を事業主体とする。

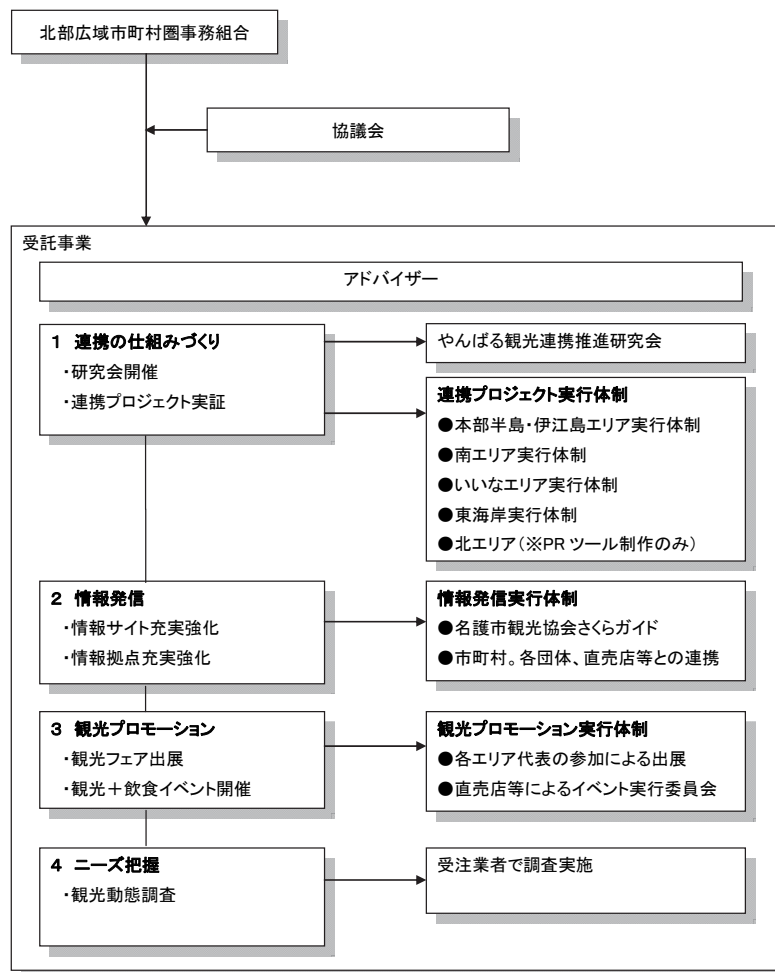
また、事業内容に関する意思決定は「協議会」で行う。

平成 24～25 年度は「協議会」、「懇談会」、5つの「ワーキンググループ会議」、「ワークショップ」などを設けて連携に関する検討を進めてきた。

平成 26 年度からは「協議会」を意思決定機関としつつ、各市町村の観光担当課、観光団体等で構成する「研究会」を設けて連携に関する検討を続けるとともに、各実証事業では関係する観光団体等によるプロジェクトチームを設け実践してきた。

平成 27 年も、研究会、協議会を設けて事業を進めた。(下図参照)

図表 平成 27 年度実施体制



※それぞれの会議の名称を以下のように言う。

- ・ やんばる観光連携推進事業協議会（12 市町村副長で構成） 以下「協議会」という。
- ・ やんばる観光連携推進事業懇談会（有識者、関係団体の長で構成） 以下「懇談会」という。
- ・ やんばる観光連携推進ワーキング・グループ（各テーマ（①交通サイン②イベント・観光 PR③花と緑④スポーツコンベンション⑤観光人材育成）に応じた知識経験者等で構成） 以下「WG」という。
- ・ やんばる観光連携推進研究会（市町村観光担当課及び観光関連団体で構成）以下「研究会」という。

4. 平成 27 年度事業全体概要

平成 27 年度は、これまでの課題の整理と目標となる指標を設定すると共に、平成 28 年度事業終了時における全体目標を暫定的に設定した。

連携の仕組みづくりでは、エリア別事務局機能創出と 12 市町村全体の連携体制構築に向け、実践研修を行った。また、地場産業と連動した着地型観光商品化に向け、エリア別にテーマを設定し、モニターツアーの実証事業を行った。

情報集約・配信では、WEB サイトの情報充実・運用拡大を図ると共に、観光案内拠点における、国内観光客への相対的な案内はもとより、外国人観光客向けに、多言語対応のリーフレットを作成した。

観光プロモーションでは、発地側として東京でのやんばるの観光 PR 活動の継続と、着地側では、グルメを主体としたスタンプラリーを実施した。

また、ニーズ把握では、やんばる地域の観光動態調査を通年でを行い、前年度の実施結果との比較や、やんばる地域内における観光動態格差の対策と、より詳細な観光客の動きを捉え、効果的な観光戦略に活かす基礎資料とした。

表 H27 の事業毎の目標となる指標

H27 の実証事業	目標となる指標
<p>1 連携の仕組みづくり (1) 連携体制づくり ● やんばる観光連携推進研究会の開催 ⇒ エリア別事務局機能創出と 12 市町村全体の連携体制の構築に向け検討を進めるとともに、実行体制づくりの実践研究を行う。</p> <p>(2) 連携プロジェクトの創出 ● 連携プロジェクト実証 (① 本部半島・伊江島エリア、② 南エリア、③ いいねエリア (伊是名・伊平屋・今帰仁)、④ 東海岸エリアのモニターツアー実施) ⇒ エリア別のテーマを設定し、モニターツアー企画から運営までを連携プロジェクトチームで実践する。実践に当たっては、エリアの実情に応じてキーマン招聘を行い、着地型観光商品化に向けてブラッシュアップする。</p>	<p>1 連携の仕組みづくり (1) 連携体制づくり 指標: 研究会メンバーアンケート調査で「連携が進んだと感じる」 目標: H26 年度実績 73% ⇒ H27 年度目標 80%</p> <p>(2) 連携プロジェクトの創出 指標: 連携体制の数 目標: H26 年度実績 1 件 ⇒ H27 年度目標 4 件</p>
<p>2 情報集約・発信 (1) 情報サイトの充実強化 ⇒ 各エリアの連携プロジェクトと連動させ、ターゲット設定や、やんばるでの観光客動向を意識した、WEB サイトの情報充実・運用拡大を図る。</p> <p>(2) 情報拠点の充実強化 ⇒ 国内観光客の相対的な案内の継続と、外国人観光客に対して、多言語対応ツール(指差しカード)を制作し、観光案内コーナーの充実強化を図る。</p>	<p>2 情報集約・発信 (1) 情報サイトの充実強化 指標: WEB サイトのアクセス数/フェイクブックページ「いいね」 目標①: WEB アクセス H26 年度実績 105 件/日 " H27 年度目標 300 件/日 目標②: Facebook「いいね」 H26 年度実績 3,053 件 " H27 年度目標 7,000 件</p> <p>(2) 情報拠点の充実強化 指標: やんばる観光案内コーナー日平均利用者数 目標: H26 年度実績 300 人/日 H27 年度目標 450 人/日</p>

<p>3観光プロモーション</p> <p>(1)観光フェア等への出展 ⇒発地側で、沖縄 EXPOinTOKYO に出展を継続し、まだ知名度の低い「やんばる」の知名度向上を図ると共に、着地型観光の素材やエリア別の特性等のPRを図る。 ⇒着地側で、スタンプラリープロジェクトチームにより、ご当地グルメキャンペーンを実施し、やんばるでの周遊、滞在、消費を促進する地場産業と連動したキャンペーンを開催する。</p> <p>(2)やんばるパッケージ制作 ⇒やんばるをイメージする統一感のある手提げ袋を制作する。</p>	<p>3観光プロモーション</p> <p>指標:やんばるの認知度向上のため、観光客アンケート調査で「やんばるという地名を知っていますか？」 目標:H26年度アンケート実績「聞いたことはある・知らない」19% H27年度目標 19%以下</p>
<p>4ニーズ把握</p> <p>●観光客動態調査 ⇒昨年度、7～9月における観光動態として、東海岸や離島への周遊が少ない状況が浮き彫りにされた。 本年度は、通年で、やんばる地域の観光動態調査を実施し前年度との比較や、より詳細な観光客の動きを捉える。</p>	<p>4ニーズ把握</p> <p>●観光客動態調査 ⇒通年で観光客の動きをさらに詳細に把握し、地域別の戦略や地域間の連携戦略に活かす。</p>

第1章 連携の仕組みづくり

1-1. やんばる観光連携推進研究会及び協議会の開催

(1) 目的

本事業は、北部広域全体の広域的な連携体制を構築することを目的としている。

平成24年度はWG、懇談会、協議会を設置し、平成25年度からは市町村観光担当者の連絡会を設けるとともに、特定メンバーのみならず多くの観光関係者の意見を聴取できるよう、ワークショップを開催してきた。これまで各会議において、連携に関するアイデアや施策が出され、WG、懇談会は当初の目的を果たしたものとして平成25年度で終了した。

平成26年度からは新たに「やんばる観光連携推進研究会」（以下、「研究会」という）を設置し、連携体制について検討を進めてきた。平成27年度は、引き続き研究会を開催し、DMO（※）専門家の招聘などを通して連携体制の具体化を図った。

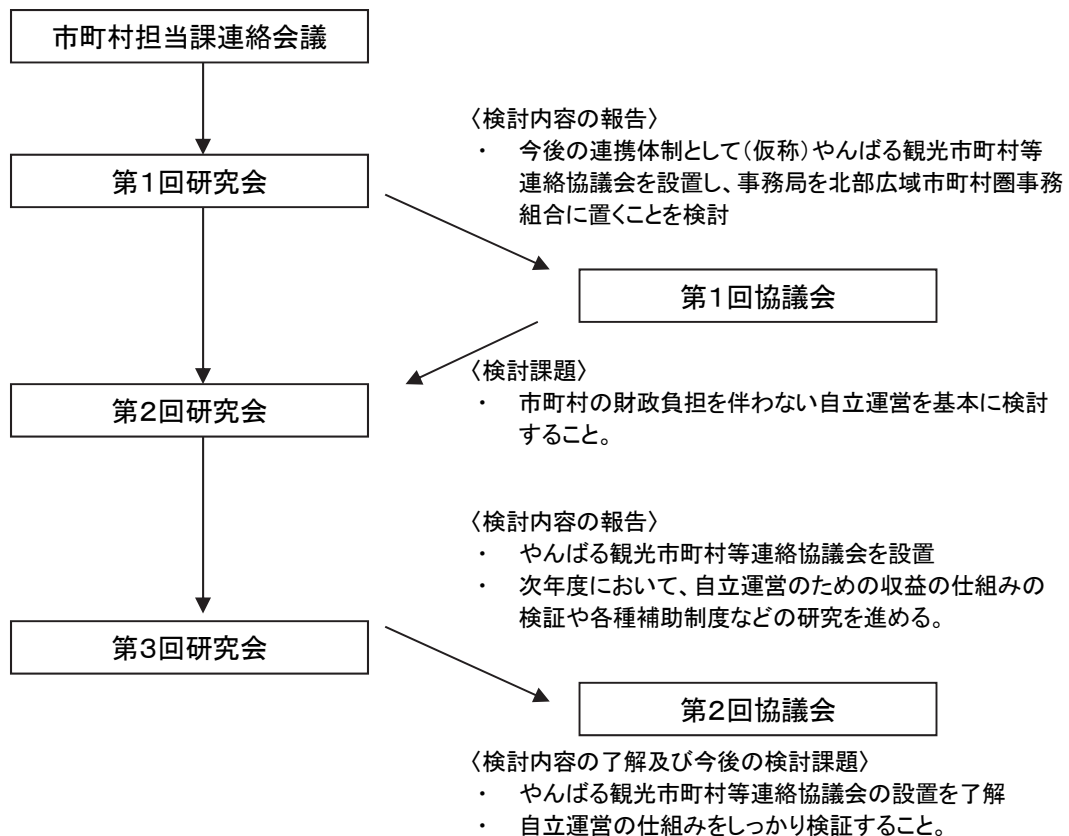
また、平成24年度当初より本事業の意思決定機関は「やんばる観光連携推進協議会」（以下、「協議会」という）としており、研究会の内容を報告し、協議会からの検討課題を受けながら、最終的に了解を得る形で進めた。

※DMO（Destination Marketing/Management Organization の略）：

観光地域づくりの舵取り役として、関係者と連携し、①関係者の合意形成、②マーケティングに基づく戦略策定、③関係者が実施する観光関連事業と戦略の整合性に関するマネジメントを行う法人

(2) 実施概要

① 開催フロー



②開催経緯

平成 27 年度の研究会の開催に先立って、市町村の行政担当部局を集めた事業説明を行ったところ、国において観光まちづくり組織「日本版 DMO」の形成を推進する動きがあり、講師を招いて勉強会を行いたいとの要望があった。要望を受け、第 1 回研究会、第 2 回研究会において DMO の専門家(大社充氏:NPO 法人グローバルキャンパス理事長/事業構想大学院大学客員教授/DMO 推進機構代表理事)を招聘し勉強会を行った。

研究会では、平成 27 年度に進めているエリア別の連携プロジェクト、情報集約・発信、プロモーション等の進捗状況を共有しながら、連携体制の具体化を図るための検討を行った。

協議会では、研究会の議論を受け事業全体に対するアドバイスや承認を行った。

表 研究会に関する開催経緯

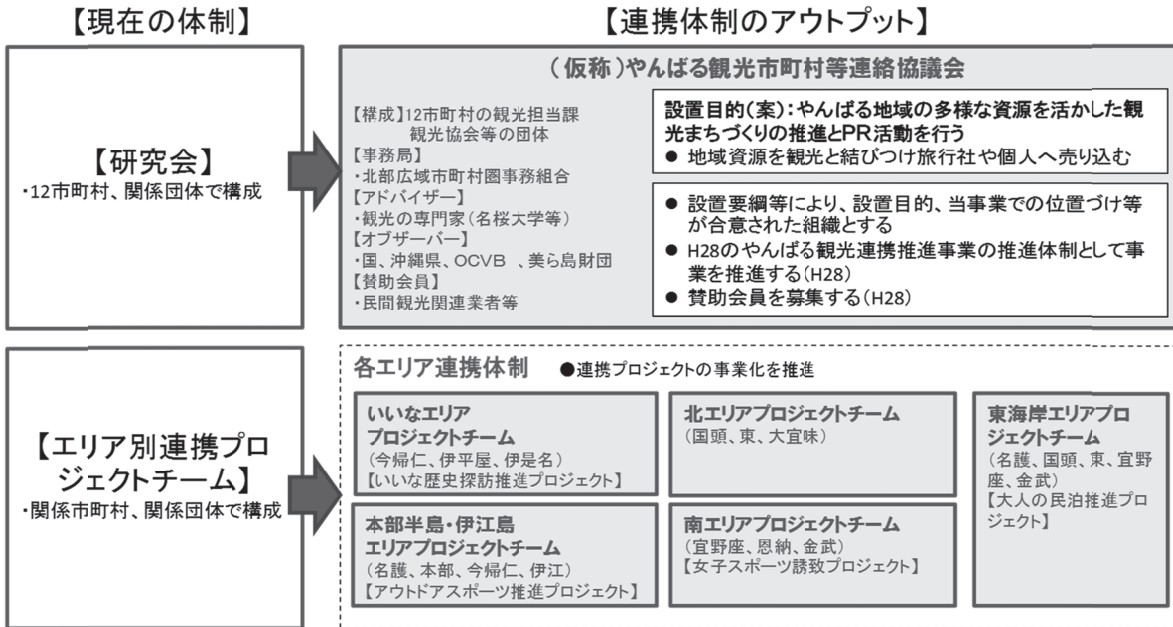
開催経緯	開催概要
【市町村担当課連絡会議】 平成 27 年 8 月 25 日(火) 11:00～13:00 北部会館	参加対象:市町村観光担当課 内 容:①事業概要説明 ②広域連携体制の役割や形態について 開催方法:事務局説明及び意見交換
【第1回研究会】 平成 27 年 10 月 6 日(火) 13:30～16:30 北部会館	参加対象:研究会メンバー、オブザーバー 講 演:①「DMO を核とする観光地域づくりのポイント」 講師:大社充氏(略歴上記参照) ②会場との意見交換 開催方法:講演会及び意見交換会
【第1回協議会】 平成 27 年 10 月 22 日(木) 11:00～13:00 北部会館	参加対象:市町村副長 内 容:①進捗状況報告 ②連携体制について 開催方法:事務局説明及び意見交換
【第2回研究会】 (第1部) 平成 27 年 11 月 24 日(火) 11:00～12:30 北部会館	【第1部】 研究会 参加対象:研究会メンバー、オブザーバー 内 容:①連携体制について 開催方法:事務局説明及び意見交換
(第2部) 14:30～16:00 北部会館	【第2部】 勉強会 参加対象:研究会メンバー、オブザーバー 講 演:「(仮称)広域 DMO の事業の進め方について」 講師:大社充氏(略歴上記参照) 開催方法:講演会及び意見交換会
【第3回研究会】 平成 28 年 2 月 18 日(木) 11:00～13:00 北部会館	実施対象:研究会メンバー、オブザーバー 内 容:①進捗状況報告 ②連携体制について 開催方法:事務局説明及び意見交換
【第2回協議会】 平成 28 年 2 月 29 日(月) 13:30～15:00 北部会館	参加対象:市町村副長 内 容:①進捗状況報告 ②連携体制について 開催方法:事務局説明及び意見交換

(平成 27 年度のアウトプット)

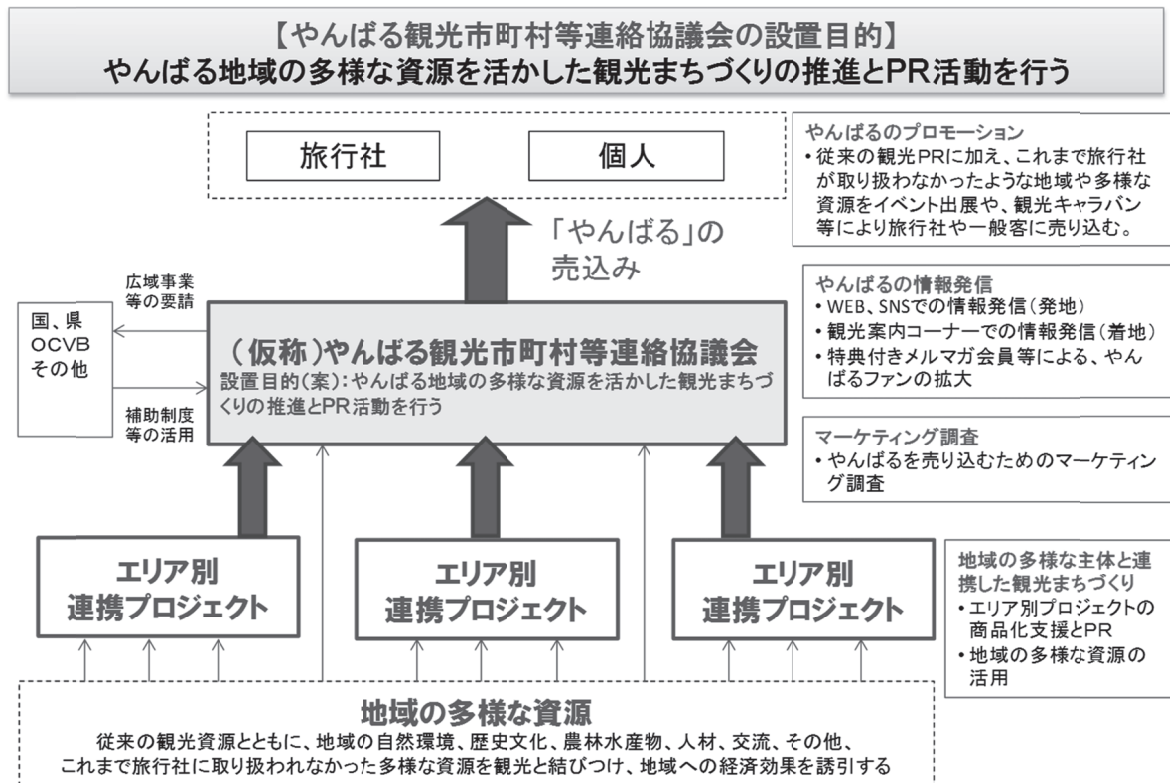
平成27年度連携体制アウトプット(成果・目標)

【第3回研究会における 確認事項】

- (仮称)やんばる観光市町村等連絡協議会を創設。事務局を北部広域市町村圏事務組合に置く。(協議会で承認)。
- 構成メンバーは12市町村観光行政と観光協会等の団体とする。



■ (仮称)やんばる観光市町村等連絡協議会の機能



■ やんばる観光市町村等連絡協議会の業務内容イメージ

【やんばる観光市町村等連絡協議会の設置イメージ】		
【構成】12市町村の観光担当課・観光協会等の団体		
【事務局】北部広域市町村圏事務組合		
【アドバイザー】観光の専門家(名桜大学等)		
【オブザーバー】国、沖縄県、OCVB、美ら島財団		
【賛助会員】民間観光関連業者等		

【組織の機能】	【内容】	【財源(案)】
広域連携による観光まちづくりの推進	<ul style="list-style-type: none"> ●観光担当課の情報交換 ●広域観光に関する制度研究(DMO等) ●国や県、OCVBとの連携・調整、要請 	北部広域 国、県等の補助 制度活用
情報集約・発信	<ul style="list-style-type: none"> ●WEBサイト・SNSの管理・運営 ●観光案内コーナーの管理・運営 	収益事業を検証し、段階的に指定管理等による自立的運営を目指す
プロモーション	<ul style="list-style-type: none"> ●旅行社への営業、観光キャラバン ●観光フェア出展等 ●パンフレット、PRグッズ等制作 	国、県等の補助 制度活用
マーケティング調査	<ul style="list-style-type: none"> ●ニーズ把握 ⇒ 定期実施 ●WEBサイト、観光案内コーナーを活用した情報収集 	国、県等の補助 制度活用

■ やんばる観光市町村等連絡協議会と各エリア、観光協会の役割分担

【やんばる観光市町村等連絡協議会の設置目的】 やんばる地域の多様な資源を活かした観光まちづくりの推進とPR活動を行う 広域連携により各市町村の財政の効率化につなげる		
組織	役割	課題
(仮称)やんばる観光市町村等連絡協議会	<ul style="list-style-type: none"> ・スケールメリットによる財政の効率化やワンストップ(プロモーション活動、情報発信、広域観光事業の要請、マーケティング調査など) 	<ul style="list-style-type: none"> ・安定財源の確保 ・営業活動、旅行社との調整能力のある人材確保 ・法人化 ・旅行業登録等の必要性?
各エリアのプロジェクトチーム	<ul style="list-style-type: none"> ・行政の枠を越え、観光客目線での行動範囲に応じた地域資源の組合せによる観光を企画・提案する。 ※現在のエリアの枠組みにとらわれず、新たな連携プロジェクト開発なども柔軟に対応する。 	<ul style="list-style-type: none"> ・企画したプロジェクトの商品化や、PR、販促活動等にかかる時間や費用の確保が困難 ・事務局運営をどこが担うか?
観光協会等の団体	<ul style="list-style-type: none"> ・地域内の多様な事業者との連携、多様な資源を活かし、特徴ある観光まちづくりを進める。 	<ul style="list-style-type: none"> ・予算、マンパワーの不足 ・行政との役割、位置づけの明確化など ・行政や会員の枠組みの中で観光振興策が限定的

(3)成果と課題

①事業の成果

- ・「やんばる観光連携推進研究会」の継続により 12 市町村の観光行政、観光団体が連携体制についての共通認識や DMO 制度への理解を得る場を設けることができた。
- ・近隣のエリアでの連携プロジェクトを実施したことで、連携の具体的な方向性や連携の必要性、意義に関する意識が高まった。
- ・やんばる観光市町村等連絡協議会を創設し、北部広域市町村圏事務組合を事務局とすることが了解された。

②今後の課題

- ・やんばる観光市町村等連絡協議会の創設が了解されたが、運営財源については市町村の財政負担を伴わない自立的な運営を図ることが求められている。これまでに行った実証事業について、収益の仕組みを検証し、財源を生み出すことが必要である。
- ・国が進める DMO に関する研究、その他支援制度などの活用も検討しながら、財源の確保や収益の仕組みづくりを図っていく必要がある。
- ・やんばる観光市町村等連絡協議会の事務局業務、市町村や観光協会(その他団体)の役割分担、エリアとの関係性を明確にするとともに、国や県、沖縄観光コンベンションビューロー、その他関係団体との協力体制も作っていく必要がある。
- ・現在は連携プロジェクトチームとしてエリアを括っているが、今後はエリアを跨いでの連携も柔軟に検討していく。

1-2. 連携プロジェクトの創出

(1)目的

沖縄観光は、リピーターが8割を超えており、フリープランや個人旅行の占める割合が増加している。平成 24 年度から平成 25 年度の検討では、従来通りのメジャーな観光施設の周遊型観光でなく、やんばる地域の多様な魅力を活かした着地型観光メニューの造成などが提案されてきた。

平成 26 年度においては、東海岸地域の5市町村(名護市、国頭村、東村、宜野座村、金武町)を先行モデルとして関係団体で東海岸プロジェクトチームを組成し、「大人の民泊」をテーマとしたモニターツアー受入れを実施してきた。これと並行して行われた、平成 26 年度の研究会では、やんばるの観光連携体制づくりは、すぐに 12 市町村全体の連携を考えるのではなく、エリア別から進めるという方向性が示され、各エリアでの連携プロジェクトを企画した。

平成 27 年度は、平成 26 年度に企画した各エリアの連携プロジェクトを実証事業として行った。

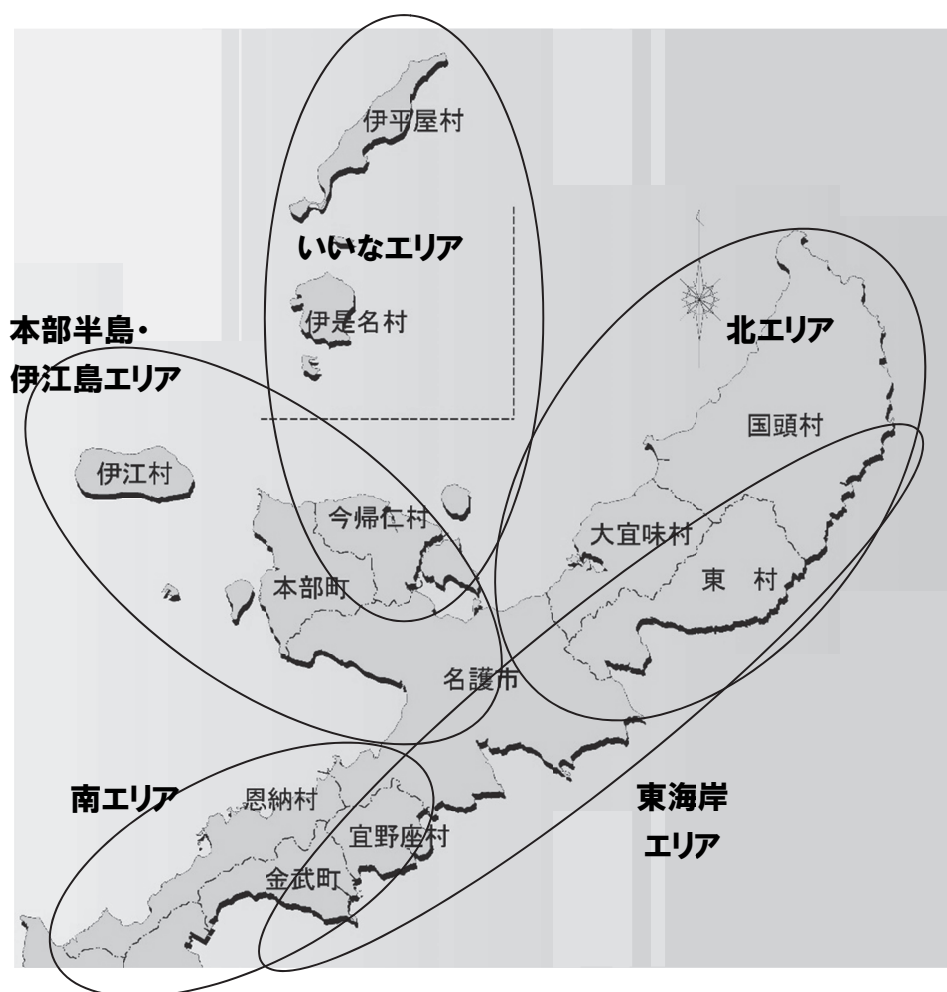
連携プロジェクトの実施は、市町村の枠を越えた連携プロジェクトに取り組むことで、相互理解や協力体制の醸成を図るとともに、連携プロジェクトを実際に継続的な取り組みとしていくことを目的として実施した。

実施に当たっては、平成 26 年度の研究会で検討した5つのエリアについて、関係団体でプロジェクトチームを作るとともに、代表窓口となる団体を設定し、これを中心に企画会議や関係機関調整、モニターツアーの手配、受入実施などを行った。

表 連携プロジェクトの創出

実施目的	<ul style="list-style-type: none"> ・エリア別連携体制の醸成 ・エリア別連携プロジェクトの商品化
実施時期	・各エリアの企画に基づく(※次ページ以降各エリアの実施内容参照)
実施主体	各エリアの連携プロジェクトチーム (各エリアに代表窓口となる団体を設定)
対象	<ul style="list-style-type: none"> ① 本部半島・伊江島エリア(名護市、本部町、今帰仁村、伊江村) ② 南エリア(恩納村、宜野座村、金武町) ③ いいなエリア(伊平屋村、伊是名村、今帰仁村) ④ 東海岸エリア(国頭村、東村、名護市、宜野座村、金武町) ⑤ 北エリア(国頭村、東村、大宜味村)※PR ツール制作のみ
実施内容	<ul style="list-style-type: none"> ① 関係団体による企画会議・相互視察(先進地視察等) ② モニターツアー内容の検討 ③ ツアーパンフレット等PRツール作成 ④ モニター募集/調整 ⑤ 受入れ実施 ⑥ モニターアンケートの分析・課題の抽出

図 エリア区分図



■本部半島・伊江島エリア（本部町、今帰仁村、名護市、伊江村）

PJ 名称：アウトドアスポーツ推進プロジェクト

- ・アウトドアスポーツメーカー等と連携し、サイクリングやカヌー等で周遊を促す。

■南エリア（恩納村、宜野座村、金武町）

PJ 名称：女子スポーツ誘致プロジェクト

- ・スポーツ施設の充実や交通利便性を活かして女子のスポーツキャンプや大会の誘致を図る。

■いいなエリア（伊平屋村、伊是名村、今帰仁村）

PJ 名称：いいな歴史探訪ツアー推進プロジェクト

- ・3村の歴史・文化的な背景を活かし、観光振興及び定住促進につなげる

■東海岸エリア（国頭村、東村、名護市、宜野座村、金武町）

PJ 名称：東海岸大人の民泊プロジェクト

- ・東海岸の PR や周遊を促すため、教育旅行だけではない大人を対象とした「大人の民泊」をテーマとし、実践的な連携体制と、ツアーの商品化を目的とする

■北エリア（国頭村、東村、大宜味村）

PJ 名称：(仮)自然と物産の3村周遊プロジェクト ※平成 27 年度は PR ツール作成のみ

- ・地域の自然や物産を活かした周遊促進

(2)各エリアの実施概要及び成果と課題

【本部半島・伊江島エリア】

連携プロジェクト名称	アウトドアスポーツ推進プロジェクト
関係市町村	名護市、本部町、今帰仁村、伊江村
市町村（担当部局名）／ 関連団体名	名護市商工観光課、本部町商工観光課、今帰仁村経済課、伊江村商工観光課 公益財団法人名護市観光協会、一般社団法人本部町観光協会、一般社団法人今 帰仁村観光協会、一般社団法人伊江島観光協会
代表窓口団体	一般社団法人本部町観光協会

【平成 27 年度の実施内容及び成果】

【平成 27 年度実施内容】

- 先進地視察（鳥取県ジャパソエトラック）
- モニターツアーの企画会議開催
 - ・4市町村共同でツアーを企画
- モニターツアーの実施
 - ①アウトドアスポーツ愛好家 20名
 - ②アウトドア関係メディア 20名
- モニターツアー動画製作
- PRパンフレット製作

【H27 年度の成果】

- 連携意識の高まり
 - ⇒ツアー企画から協働で取り組み、事務局相互の連携、人的ネットワークが強化された。
- ツアーのモデル創出
 - ⇒モニターツアーでモデルコースが創出された。
動画やパンフレットで今後 PR を図る。
- ツアー販売の協力関係
 - ⇒アウトドアメーカーやメディアとつながり、今後の販売や PR の協力体制が創出された。

【今後の課題】

- エリア受入窓口の位置付けの明確化
- 地元業者の受入れ体制の整備、合意形成・フィールド利用の共通認識
- ツアーの商品化、販売体制、販路の確保



■連携意識の高まり

4つの市町村が連携し、企画から運営まで、共同で取り組んだことにより連携の必要性が実感でき、意識が高まっている。

■ツアーのモデル創出

モニターツアーを企画し、モデルコースが創出された。また、イメージ動画撮影、パンフレット製作により PR ツールを活用した営業活動ができる。

■ツアー販売の協力関係

アウトドア愛好家のモニターアンケートで総合的な満足度は「満足度した」65%、「やや満足した」は35%で全員が満足。アウトドアメーカー、メディア関係者とのつながりを継続し PR や販路確保を図る。

【南エリア】

連携プロジェクト名称	女子スポーツ誘致プロジェクト
関係市町村	恩納村、宜野座村、金武町
市町村（担当部局名）／ 関連団体名	恩納村商工観光課、宜野座村観光商工課、金武町産業振興課、一般社団法人宜野座村観光協会、NPO 法人ふれいあネット ONNA、一般社団法人金武町観光協会
代表窓口団体	一般社団法人宜野座村観光協会

【平成 27 年度の実施内容及び成果】

【平成 27 年度実施内容】

- キーパーソン招聘の企画会議開催
 - ・ 3 町村共同でツアーを企画
- 招聘ツアーの実施
 - ① 女子硬式野球専門家 4 名（県内 1 名）
 - ② ノルディックウォーク専門家 3 名（県内 1 名）
 - ③ 空手道専門家 2 名（県内 1 名）
 - ④ 旅行社 5 名（県内 1 名）

合計 県外 10 名＋県内 4 名
- PR パンフレット製作

【H27 年度の成果】

- 連携意識の高まり
 - ⇒ ツアー企画から協働で取組み、事務局相互の連携、人的ネットワークが強化された。
- 地域特性を活かしたスポーツ誘致の方向性
 - ⇒ 専門家意見より、大会、セミナー等に加え自然や文化、食など地域特性を活かす方向性。
- キーパーソンとの協力体制創出
 - ⇒ 招聘した各ジャンルの専門家及び団体、旅行社とつながりができ、協力体制が創出された。

【今後の課題】

- 3 町村で連携してセミナーや大会開催の実践により実績をつくる必要がある。
- 大会やセミナーなどの企画、地元への経済波及等の方法を検討する必要がある。
- エリア内での移動や地元の受入れ体制の整備、合意形成・フィールド利用の共通認識が必要である。



■ 連携意識の高まり

3 町村が連携し、企画から運営まで、共同で取組んだことにより連携の必要性が実感でき、意識が高まっている。

■ 自然や文化・食を活かす方向性

キーパーソンからの意見で、スポーツ施設の充実みならず、自然や文化、食など地域の特性を活かすことの重要性があげられた。

■ キーパーソンとの協力体制

女子野球、ノルディックウォーク、空手道などの専門家及び団体と今後の協力体制ができた。招聘した旅行社と協力して誘致活動、ツアー造成に取り組む。

【いいなエリア】

連携プロジェクト名称	いいな（伊平屋・伊是名・今帰仁）連携ツアー推進プロジェクト
関係市町村	伊平屋村、伊是名村、今帰仁村
市町村（担当部局名）／ 関連団体名	伊平屋村総合推進室、伊是名村商工観光課、今帰仁村経済課、伊平屋島観光協会、一般社団法人いぜん島観光協会、一般社団法人今帰仁村観光協会
代表窓口団体	一般社団法人今帰仁村観光協会

【平成 27 年度の実施内容及び成果】

【平成 27 年度実施内容】

- モニターツアーの企画会議開催
 - ・ 3村共同でツアーを企画
- モニターツアーの実施
 - ① 第1回目 一般募集 18名
※悪天候によりフェリーが欠航し代替メニューで対応
 - ② 第2回目 一般募集 22名
- PRパンフレット製作

【H27年度の成果】

- 連携意識の高まり
 - ⇒ ツアー企画から協働で取り組み、事務局相互の連携、人的ネットワークが強化された。
- ツアーのモデル創出
 - ⇒ モニターツアーでモデルコースが創出された。パンフレットで今後PRを図る。
- 代替メニューの重要性を確認
 - ⇒ 第1回目にフェリーが欠航し、連携の場合の代替メニューの準備に関する認識が強まった。

【今後の課題】

- ツアー全体のデザイン、ブラッシュアップ、荒天時の代替メニューの充実
- 受入体制の整備（事務局設置、ガイドの育成、事業者間の合意形成等）
- いいなエリアの認知度向上



■ 連携意識の高まり

3村が連携し、企画から運営まで、共同で取組んだことにより連携の必要性が実感でき、意識が高まっている。今後はさらに3村を結ぶツアーデザインや、ガイド、事業者の連携が必要である。

■ ツアーのモデル創出

モニターツアーを企画し、モデルコースが創出された。パンフレット製作によりPRツールを活用した営業活動ができる。

■ 代替メニューの重要性

島に渡るのを目的に来た人に対し、フェリー欠航時にどのように対処するか、ツアーを選定するときの安心感や満足度に大きく影響することが把握できた。

【東海岸エリア】

連携プロジェクト名称	大人の民泊推進プロジェクト
関係市町村	名護市（久志地域）、国頭村、東村、宜野座村、金武町
市町村（担当部局名）／ 関連団体名	名護市企画調整課、国頭村企画商工観光課、東村村企画観光課、宜野座村観光商工課、金武町産業課 久志地域交流推進協議会、合同会社結くにながみ、NPO 法人東村観光推進協議会、一般社団法人宜野座村観光協会、NPO 法人雄飛ツーリズムネットワーク
代表窓口団体	久志地域交流推進協議会

【平成 27 年度の実施内容及び成果】

【平成 27 年度実施内容】

- モニターツアーの企画会議開催
 - ・ 5 市町村共同でツアーを企画
- モニターツアーの実施

① 旅行社	2 人
② メディア・団体等	11 人
③ 一般公募	7 人
合計	20 人
- PR パンフレット製作

【H27 年度の成果】

- 商品化に向けた協力体制
 - ⇒ 平成 27 年度のモデルツアーは、メディア、旅行社等、SNS など拡散力を持つ一般の方を中心にモニターを設定
- 受入民家の意識醸成
 - ⇒ 昨年度からの実施で大人の民泊への意識が高まっている。
- 「大人の民泊」についてのイメージ検討
 - ⇒ パンフレット作成を通して、今話題のマンション空室型の民泊とホームステイ型の違いなどイメージの適正化を検討する機会が得られた。

【今後の課題】

- エリア受入体制、窓口の確立
- ツアー販売体制の強化と集客力の向上
- 民泊のイメージ適正化、受入民家の資質向上、制度的な問題への対応



■ 商品化に向けた協力体制

民泊を体験することで地域に愛着が生まれる。旅行社やメディア、団体関係者をモニターしたことで、今後の販売、PR ネットワークづくりにつながった。

■ PR ツールの製作

パンフレット作成を通して、今話題のマンション空室型の民泊とホームステイ型の違いなどイメージの適正化を検討する機会が得られた。

■ 受入民家の意識

旅行社には、民泊を商品として扱うまでには、制度の問題や販売契約などのハードルがある。旅行社とは違うルートも検討する必要がある。

【北エリア】

連携プロジェクト名称	世界自然遺産登録に向けた地域振興事業
関係市町村	国頭村、大宜味村、東村
市町村（担当部局名）／ 関連団体名	国頭村企画商工観光課、大宜味村企画観光課、東村村企画観光課 合同会社結くのがみ、NPO 法人おおぎみまるごとツーリズム協会、NPO 法人 東村観光推進協議会
代表窓口団体	未定

【平成 27 年度の実施内容及び成果】

【平成 27 年度実施内容】

- PR パンフレット製作

【H27 年度の成果】

- 連携意識の高まり
 - ⇒パンフレット製作をとおして、事務局相互の連携、人的ネットワークが強化された。
 - ⇒パンフレット製作を通して、地域の資源や観光に対する考え方が共有された。

【今後の課題】

- 世界自然遺産登録に向け、観光客の増大に対する地域振興策。

※ 北エリアは、平成 27 年度は準備期間としてパンフレット製作のみ行った。

北エリアは、これまですでに民泊の受入に関する連携などで実績があるエリアである。今後は世界自然遺産の登録に向けて3村の一体感や、奄美、西表などとの連携も必要となっており、今後の世界遺産への動きと調整しながら、連携テーマを設定していく。

1-3. 成果と課題

①事業の成果

■連携の促進

- ・ 連携体制の必要性、機能、役割分担などについて、研究会を通してやんばる地域全体のことを考えることで、さらに連携の必要性を認識する機会となった。
- ・ エリア別の取組みを実践し、複数の市町村が協働で取組むことで、相互の人的ネットワークが強化されたこと、また、その中でキーマンとなる人材が見えてきている。
- ・ 研究会メンバーへのアンケート調査では、「連携が進んだと感じる」と答えた人は、100%となっており、エリア別の取組みの継続を望む声が強まっている。

■事業化の課題明確化

- ・ 「(仮称) やんばる観光市町村等連絡協議会」を発足させる方向性が確認された。
- ・ 4エリアにてモニターツアーを実施し、それぞれ事業化、商品化に向けての可能性と課題が明らかになってきた。

②事業の課題

■事務局体制の明確化

- ・ 「(仮称) やんばる観光市町村等連絡協議会」については、自立運営が課題とされており、事業内容、事業規模など採算性の検証を図り、財源をどう確保していくのか、具体的な検証が必要である。
- ・ 各エリア連携プロジェクトにおいては、事業の推進役、旅行社や外部協力団体との調整や地域の受入れや利害関係の調整などエリア全体をコーディネートする事務局機能が必要となる。
- ・ 各エリアで事務局機能を持った場合の協力体制、営業方法、利益配分、負担金などを検討する必要がある。
- ・ 各エリアとも行政、観光協会等の団体など研究会のメンバーを中心としたスタッフで取組みを進めたが、行政間の合意形成を図るとともに、エリア内の宿泊や飲食店、観光関連業者などの事業者、地域住民にもプロジェクトの周知を図り、地域全体の取組みとして浸透させていく必要がある。

■事業化の検討

- ・ 情報発信やプロモーション、ニーズ調査などの取組みを今後継続していくためには事業の採算性を検証し、事業内容、事業規模などの明確化とともに、財源の確保においては、様々な制度の研究に加え、WEB サイト等を活用して、観光客や県民のサポーターを確保していくような取組を検討する。
- ・ エリア別で取組んだ商品化の検討に伴い、事業採算をシュミレーションする段階であり、窓口含め、何人誘客し、どの規模の商品、市場として考えているのか検討する必要がある。事業計画が各エリアから商品価格など含めた形で提出が求められる。

第2章 情報集約・発信

2-1. 情報サイトの充実強化

(1)目的

平成 24 年度事業において、情報の集約・発信の必要性があげられ、平成 25 年度にはやんばるの観光情報を発信する WEB サイトを制作し、情報収集・発信の仕組みを作ってきた。

平成 25 年度に制作した WEB サイト(沖縄北部観光情報コミュニケーションサイト)では、「情報の更新」に重点を置き、最新情報、現地情報の投稿の仕組みを作ってきた。これらの結果を受け、平成 26 年度は情報サイトの充実・強化を図り、新たに Facebook ページの開設、「やんばるイベント」アプリダウンロードの開始、「やんばるの観光」リーフレットのダウンロードの開始(日本語・英語・中国語・韓国語)、「やんばる Drive SHOPPING&GOURMET」ページの開設を行った。

Facebook ページの開設により、最新情報の集約・発信や、観光客のニーズに応じた情報を発信できるようになり、同時に海外にも情報を拡散できるようになった。また WEB サイトでは、記事をカテゴリー別に区分することで、利用者のニーズに応じた情報の提供が可能となった。今後も情報の集約、WEB サイト・Facebook 等を活用した最新情報の提供、国内外の観光客への PR とコミュニケーションの充実、関係団体との相互リンクを拡大するとともに、アクセス数の増加が必要となってくる。

これらの結果を受け、平成 27 年度は情報サイトの更なる充実・強化を図り、アクセス数の増加を図った。

(2)実施概要

平成 25 年度に開設した本事業の専用 WEB サイト「沖縄北部観光情報コミュニケーションサイト」の充実を図るため、下記の取り組みを実施した。

①WEBサイト強化のための取り組み

- a. Facebook ページ 1 日当たりの投稿数の追加
- b. Facebook の中国語投稿
- c. WEB サイトの全面リニューアル

②利用実績

a.WEB サイトアクセス状況

(訪問数)

- ・ WEB サイト「沖縄北部観光情報コミュニケーションサイト」について、平成 27 年 8 月からの訪問数を項目別に見てみると、最も多いのは検索エンジンからの訪問で 68%となっている。
- ・ WEB サイトでの情報取得については、ページビュー(ページ閲覧数、以下 PV という)数が多いほど、ページにとどまって多くの情報を取得しているものと推測できる。観光情報であるがゆえに季節変動の影響はあるが、PV は毎月 1 万を超えている。特に 8 月は夏休みの影響もあり、PV は 17,757 となっている。

- ・ WEBサイトを1月にリニューアルし、SNSからWEBサイトへ誘導するシステムとした。これにより1月からSNSからのアクセス数が急激に伸びている。

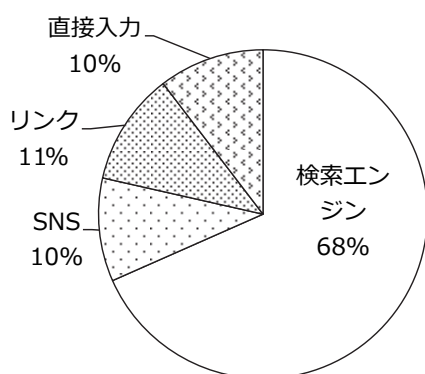
図表 沖縄北部観光情報コミュニケーションサイトへの項目別アクセス数

月別	アクセス数					PV		直帰率	新規率	1件当たりの滞在時間(分)
	① 検索エンジン	② SNS	③ リンク	④ 直接入力	⑤ 合計	⑥ 月別PV	⑦ PV数/件			
8月	6,338	52	832	772	7,994	17,757	2.2	70%	80%	1:23
9月	6,420	45	436	749	7,650	17,594	2.3	69%	81%	1:25
10月	5,673	54	588	752	7,067	15,900	2.2	68%	80%	1:34
11月	4,777	32	1,145	618	6,572	14,440	2.2	70%	80%	1:28
12月	3,311	62	663	583	4,619	13,484	2.9	50%	79%	1:34
1月	1,157	925	563	361	3,006	13,646	4.5	6%	79%	1:32
2月	1,651	1,123	380	396	3,550	14,199	4.0	1%	70%	1:34
3月	914	2,208	284	364	3,770	13,482	3.6	1%	62%	1:16
合計	30,241	4,501	4,891	4,595	44,228					

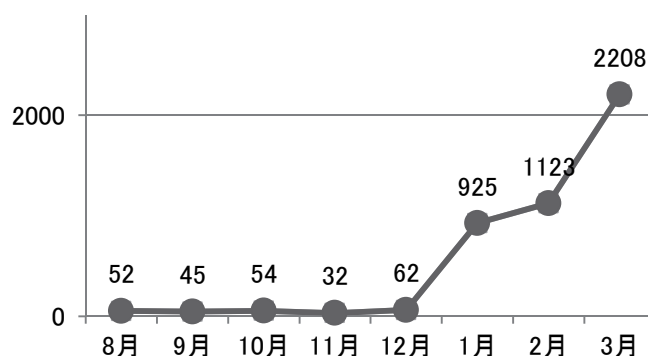
項目別カウント ※2016年3月20日までの集計

- ①検索エンジンからの訪問者数
- ②ソーシャルメディアからの訪問者数
- ③他のサイトリンクからの訪問者数
- ④ブラウザのブックマーク、URL 直接入力、メールにある URL リンクをクリックした数
- ⑤月間アクセス数の合計
- ⑥月間 PV 閲覧ページ数
- ⑦PV 数/件：アクセス1件あたりの PV 数

図表 項目別アクセス数



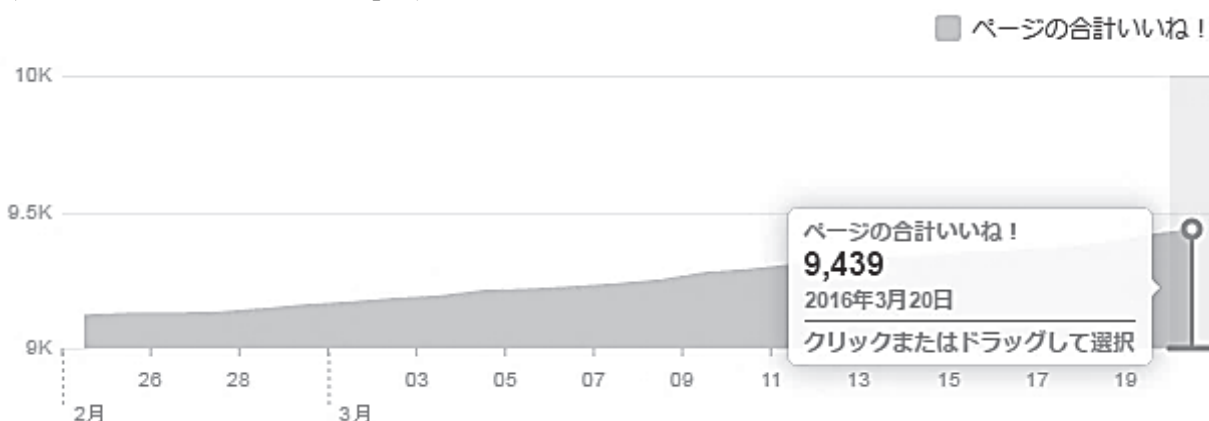
図表 SNSからのアクセス数



b. Facebook 「いいね！」件数

- Facebook ページは、平成 27 年 3 月 20 日時点での 3,097 件から、平成 28 年 3 月 20 日時点で 9,439 件となっており、約 1 年間で 6,342 件増加した。
- Facebook は 1 日 2 回の更新をほぼ毎日続けており、内容に応じて広告を出すなどして閲覧者の増加を促した。また、名桜大学の中国人留学生による中国語翻訳も行い、インバウンドへの対応も行った。
- 利用者（閲覧者）の数を男女別年齢別に見ると、男女別では男性が若干高いもののほぼ同数となっている。年齢別だと 35-44 歳が最も多く、次いで 25-34 歳となっている。

図表 Facebook ページへの「いいね！」の数



Facebook 3 月 20 日現在「いいね！」9,439 件
集計期間（2015 年 3 月 20 日～2016 年 3 月 20 日）

図表 投稿記事数、リーチ数、いいね！数の分析

	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
① 投稿記事数	31	68	75	67	50	36	48	27
② リーチ数合計／月	143,736	362,469	382,985	417,778	334,081	243,841	284,302	161,761
③ いいね！合計／月	9,346	25,194	26,478	25,144	18,965	13,393	15,359	7,799

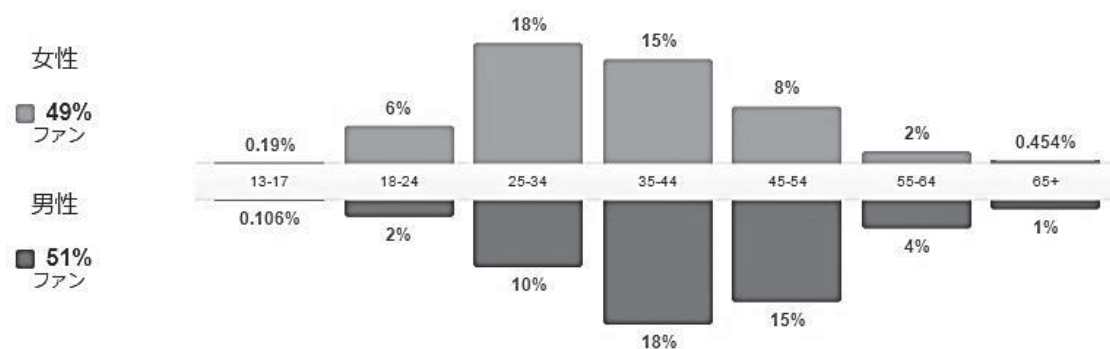
※ 8 月は 20 日～31 日、3 月は 1 日～20 日までの数値。

① 投稿記事数：Facebook への投稿数

② リーチ数合計／月：投稿記事を閲覧した人数／月

③ いいね！合計／月：投稿記事の内容に「いいね！」（支持する）とした人数／月

図表 Facebook の利用者（男女別、年齢層別）



(3)成果と課題

①事業の成果

- ・ 昨年度に比べ、Facebook を経由しての WEB サイトアクセスが大幅に増加していることから、Facebook への投稿と、WEB システムの改良効果が表れている。
- ・ 海外からのアクセス数も増えている。
- ・ 各市町村・観光協会のホームページにリンクバナーを設置したことによって、そこを経由してアクセスしてくる回数が増えている。
- ・ Facebook 「いいね！」の数は、1年間で 6,342 件増加した。今後も引き続き投稿を続け最新情報を更新することで、利用拡大を図る。

②今後の課題

- ・ 今後も情報の集約、Facebook 等を活用した最新情報の提供、国内外の観光客への PR とコミュニケーションをさらに充実させる。
- ・ 関係団体との相互リンクなどを今後も拡大し、アクセス数を増やしていく。
- ・ WEB サイトに直接投稿した記事を Facebook に同時掲載しているが、効果的なリンクの方法を検証していく必要がある。
- ・ Facebook 閲覧者のニーズを把握・分析し、やんばるへ訪れる方がどのような情報を求めているかを精査し、より情報力のある記事を投稿していく。
- ・ 今後の WEB サイトの自立に向け、運営方法や収益方法を検討する必要がある。

2-2. 情報拠点の充実強化

(1)目的

平成24年度事業において情報の集約・発信の必要性があげられ、平成25年度にはやんばるの観光情報を発信するやんばる観光案内コーナーを設置、平成26年度には利用者がさらに利用し易いように、観光案内コーナーの充実強化を図った。

やんばる観光案内コーナーでは、「観光客のニーズ把握」に重点を置き、案内ガイドによる報告でその傾向を把握してきた。概ねの傾向は、美ら海水族館など主な目的地を訪問する前後の時間で周ることのできる観光地や飲食店の紹介、やんばる各地への距離や時間に関する情報ニーズが高いことが確認された。

これらの結果を受け、平成27年度は情報拠点「やんばる観光案内コーナー」のさらなる充実強化を図り、観光客のやんばる周遊を促した。

(2)実施概要

平成25年度に道の駅許田道路情報ターミナル内に設置した「やんばる観光案内コーナー」の充実を図るため、下記の取り組みを実施した。

①やんばる観光案内コーナー充実強化の取り組み

- a. 案内ガイドの配置継続
- b. 観光案内コーナーのポスター設置
- c. 黒板の設置
- d. 季節のフルーツの紹介
- e. 黒糖の配布
- f. 「やんばるゴールデンツアー（フライヤー）の配布」
- g. 観光ガイドの体験学習



ガイドによる説明



充実した多言語パンフレット

②利用実績

- ・ 道の駅許田情報ターミナル「やんばる観光案内コーナー」では、案内ガイドにより毎日の来場者数をカウントしている。
- ・ 来場者は、道路情報ターミナルに入り、観光情報の閲覧、パンフレット取得等何らかの観光情報を得た人数をカウントしている。(道の駅関係者の休憩等は除く)
- ・ 平成27年度は、8月12日～平成28年3月20日までの期間で72,869人の利用があり、1日当たりの平均利用者数は334人/日となった。特に、8～9月、1月の長期休みの時期は利用者が増えている。
- ・ 平成26年度との比較のため、調査日の同期間(8月20日～3月20日)で比較すると、1日あたりの平均来場者数は平成26年度の306人/日に対して、今年度は329人/日となっており、昨年度よりも増加している。
- ・ 平成27年度の時間帯別利用者数を見ると、前半(09:30～13:30)は平均207人/日、後半(13:30～17:30)は平均127人/日で、前半の利用者が62%を占めている。

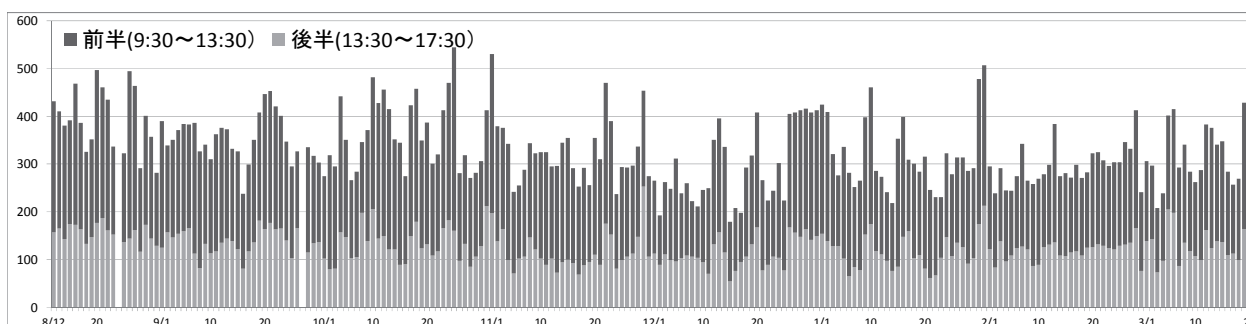
表 平成27年度月別来場者数(人)

	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	総数
利用者数	7,492	10,295	11,240	9,825	9,117	9,905	8,556	6,439	72,896
日平均利用者数	394	355	363	328	294	320	295	322	334

表 平成26年度との比較

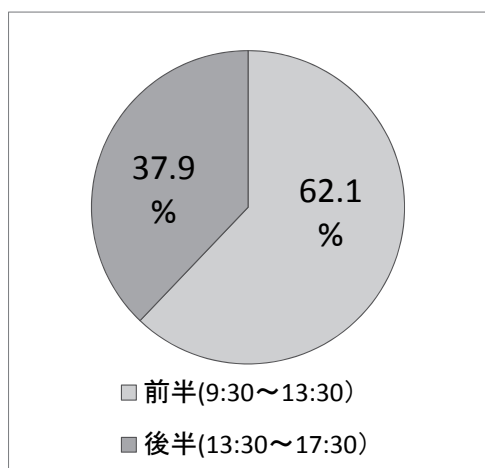
	平成26年度	平成27年度	備考
8月20日～3月20日来場者数(人)	62,498人	69,720人	前年比12%増
1日平均来場者数(人/日)	306/日	329人/日	同期間の平均人数/日
最大日来場者数(人)	636人	545人	

図表 来場者実績(道の駅許田道路情報ターミナル やんばる観光案内)

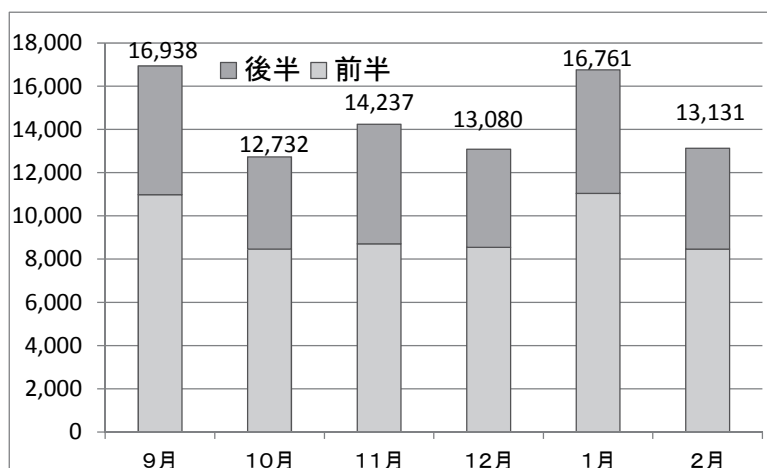


※来場者のカウントは、道路情報ターミナルに入った人のうち、観光情報の閲覧、パンフレット取得など何らかの観光情報を得た人数をカウントしている。(道の駅関係者の休憩等は除く)

図表 来場者時間帯比率



図表 月別来場者数実績(H27.9~H28.2)



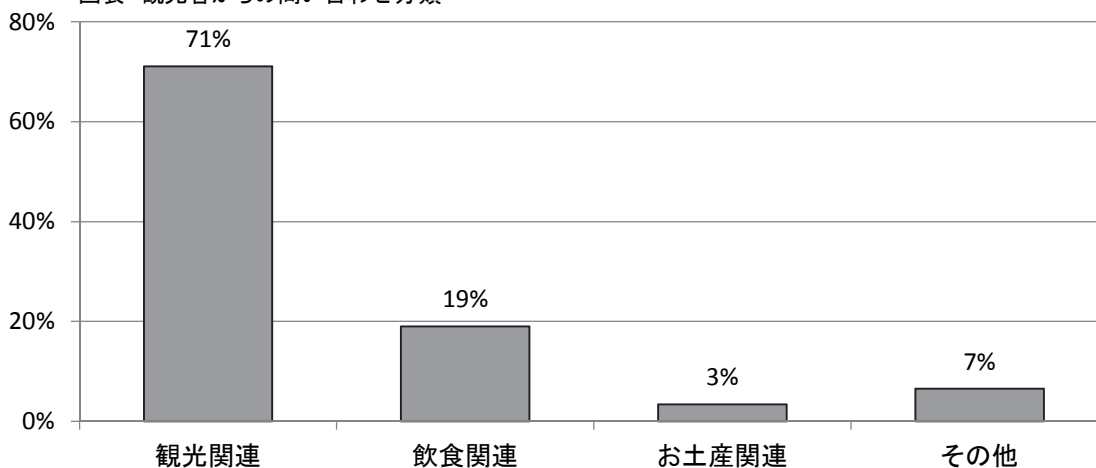
③観光客の問い合わせ内容

- ・ やんばる観光案内コーナーでは、ガイドにより観光客からの問い合わせを日報に記録している。
- ・ 最も多い問い合わせは「観光関連」で全体の71%となっており、その中でも特に「観光地／観光施設／観光スポット等」が全体の57%を占めている。次に多いのは、「観光地／目的地までのルート案内」で、24%ほどである。
- ・ 「飲食関連」は、全体の19%となっている。「そば屋」は、ほとんどが沖縄そばの美味しい店の問い合わせである。
- ・ 「お土産関連」については、「農産物果物」に関するものが全体の60%と最も多く、「沖縄お菓子」23%、「沖縄工芸」17%と続いている。

表 観光客からのお問い合わせ分類(2月15日時点)

	総数	観光関連	飲食関連	お土産関連	その他
件数	1,562件	1,110件	297件	53件	102件

図表 観光客からの問い合わせ分類



④観光案内コーナー取扱いパンフレット

- ・ やんばる観光案内コーナーが取り扱うパンフレットは、1年間で約 170 種類、約 10 万部である。
- ・ 取扱いが多いのは、沖縄美ら海水族館、たびカタログ、やんばるの観光、大石林山などであり、取扱いが多いパンフレットは観光客が手に取り、足を運んでいる場所でもある。

表 やんばる観光案内コーナー取扱いパンフレット上位 10 位まで

	パンフレット	部数
1	沖縄美ら海水族館	9,600
2	たびカタログ	7,200
3	やんばるの観光(地図)	6,200
4	大石林山	2,100
5	沖縄ガイド	2,065
6	オリオンハッピーパーク	2,000
7	リカリカワルミ	2,000
8	古宇利島パンフ	2,000
9	今帰仁城跡	2,000
10	なきじんめぐり	1,800

(3)成果と課題

①事業の成果

- ・ 観光案内コーナーの利用者数は前年と比べ 12%増加しており、認知度も上がりつつある。
- ・ ガイドが体験学習をすることによって、知名度の低い観光地にも誘客が可能となり、今後に期待ができる。
- ・ 観光客のニーズやガイドのオススメコースを組み合わせたフライヤーを作成し、着地してから周遊を促せることが確認できた。

①事業の課題

- ・ 観光案内コーナーの利用者を増やすためには、さらなる情報の充実に加え、広報、周知を図っていく必要がある。
- ・ やんばるの交流人口を増やす、滞留時間を延ばすためには、一極集中している観光地から観光客を分散させることを検討する必要がある。
- ・ 観光案内コーナーから消費につなげるためにはガイドは観光地だけを勧めるのではなく、オススメのお土産、農産物など、聞きに来る観光客に対し消費行動に結び付けられるような仕組みの検討が必要である。