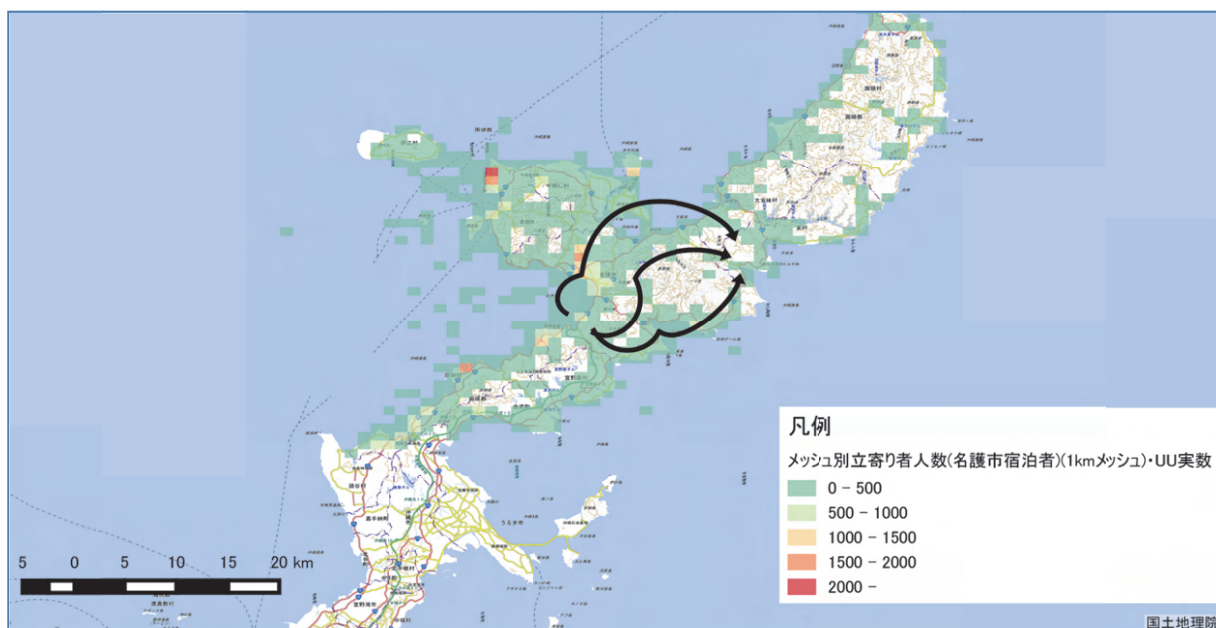


イ 滞在数と移動経路の関連性

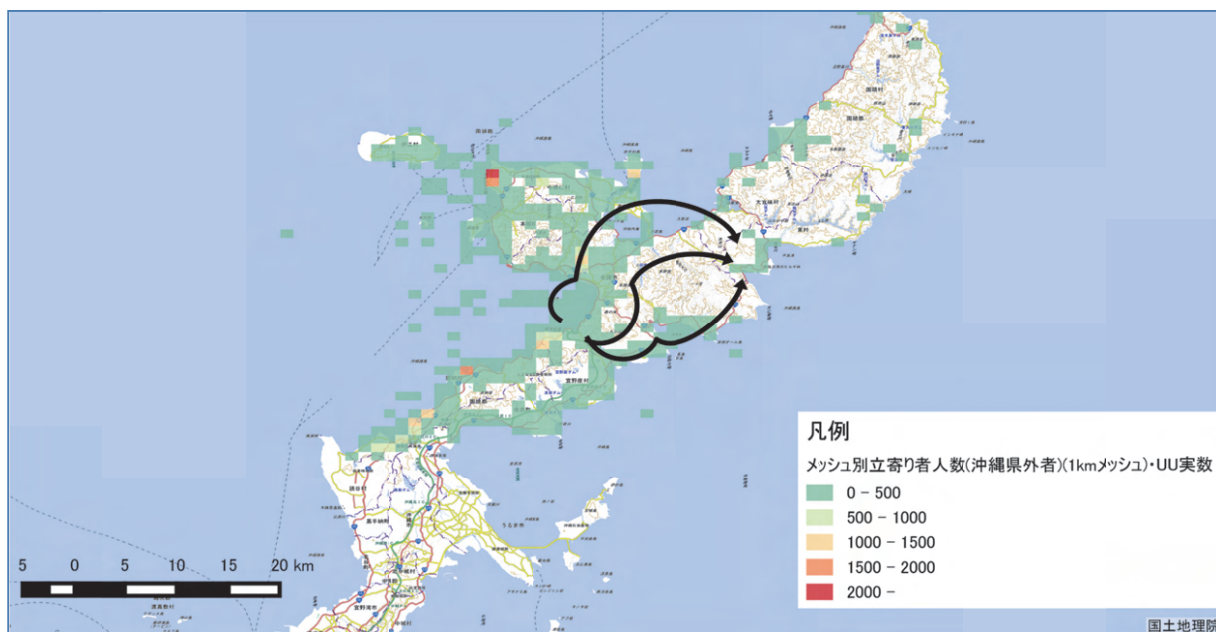
◇名護市周辺の集客施設を経由している

道の駅許田から慶佐次ヒルギ公園への移動について、滞在数を示す図と合わせてみると、滞在数の多い、名護市周辺の集客施設を経由している状況が見られる。また、名護市を抜けて東海岸までの中間は、山あいということもあり滞在数が少ないものと思われる。

■ 美ら海水族館を起点とした移動における滞在数との関係(名護市宿泊者)



■ 美ら海水族館を起点とした移動における滞在数との関係(沖縄県外者)



(2)―3 美ら海水族館通過者の動向

① 美ら海水族館から道の駅許田

ア 移動の状況

◇国道 449 号を利用する経路が5割以上である

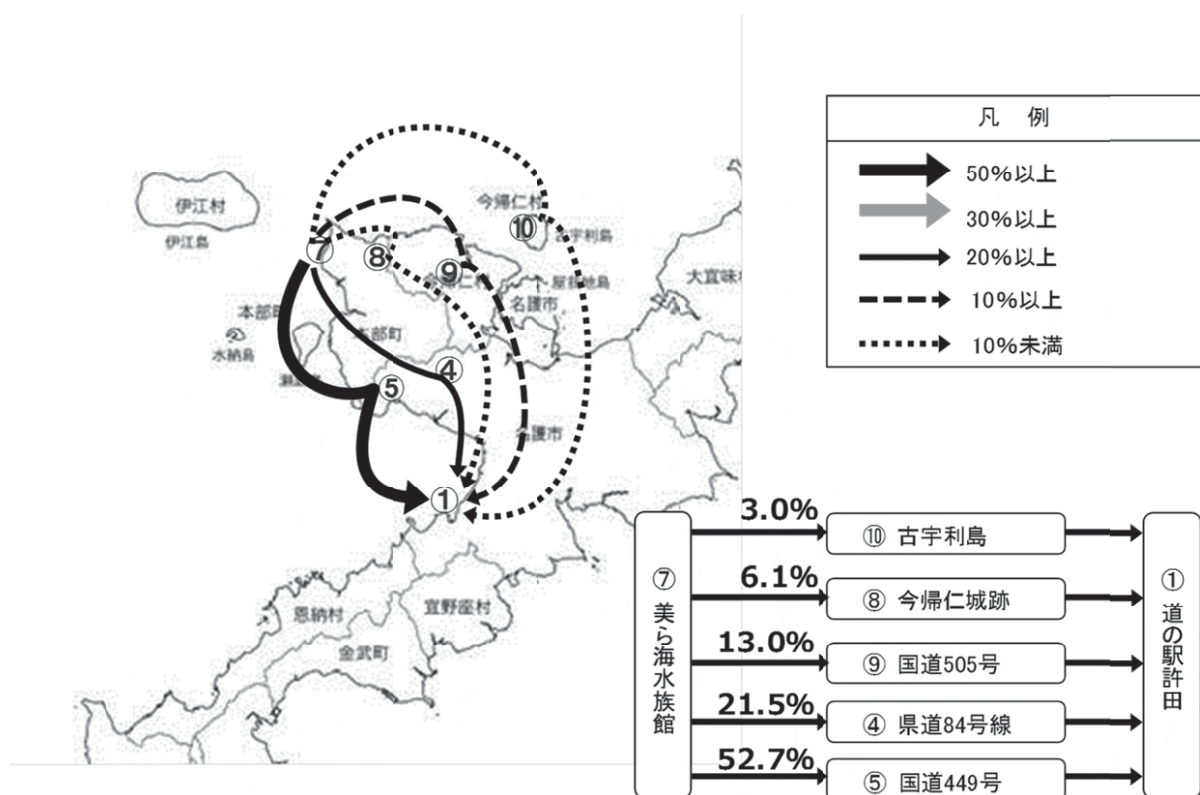
美ら海水族館から直後に訪れる経路は、名護市宿泊者において、国道 449 号が最も多く 52.7%、次いで県道 84 号が 21.5%である。以下、国道 505 号が 13.0%、今帰仁城跡が 6.1%、古宇利島が 3.0%である。美ら海水族館からの帰りについて、道の駅許田を目指す場合、比較的短い距離での移動を選択する傾向がみられる。

沖縄県外者において、国道 449 号が最も多く 51.8%、次いで県道 84 号が 19.5%である。以下、国道 505 号が 14.6%、今帰仁城跡が 6.9%、古宇利島が 3.4%である。美ら海水族館からの帰りについて、道の駅許田を目指す場合、名護市宿泊者と選択する経路の割合はあまり変わらないが、構成比的に若干北回りで移動する傾向がみられる。これは、名護市宿泊者は、沖縄県外者よりも、最後に美ら海水族館へ向かう傾向が多少あるものと考えることができる。

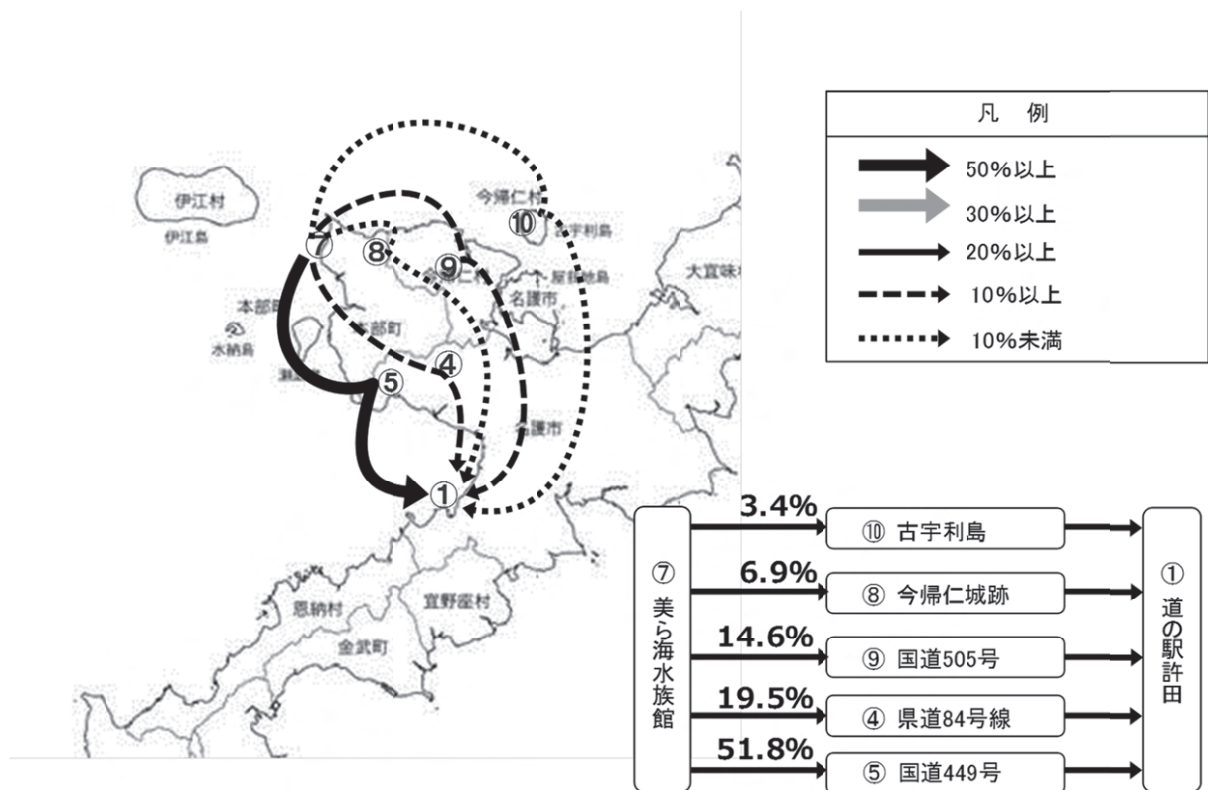
<構成比の算出方法>

・構成比の母数(n)は、「美ら海水族館」から「道の駅許田」の経路を辿った UU 実数。集計結果の NA は「1」として換算している。

■ 美ら海水族館から道の駅許田の経路(名護市宿泊者) n=2,212



■ 美ら海水族館から道の駅許田の経路（沖縄県外者） n=1,781

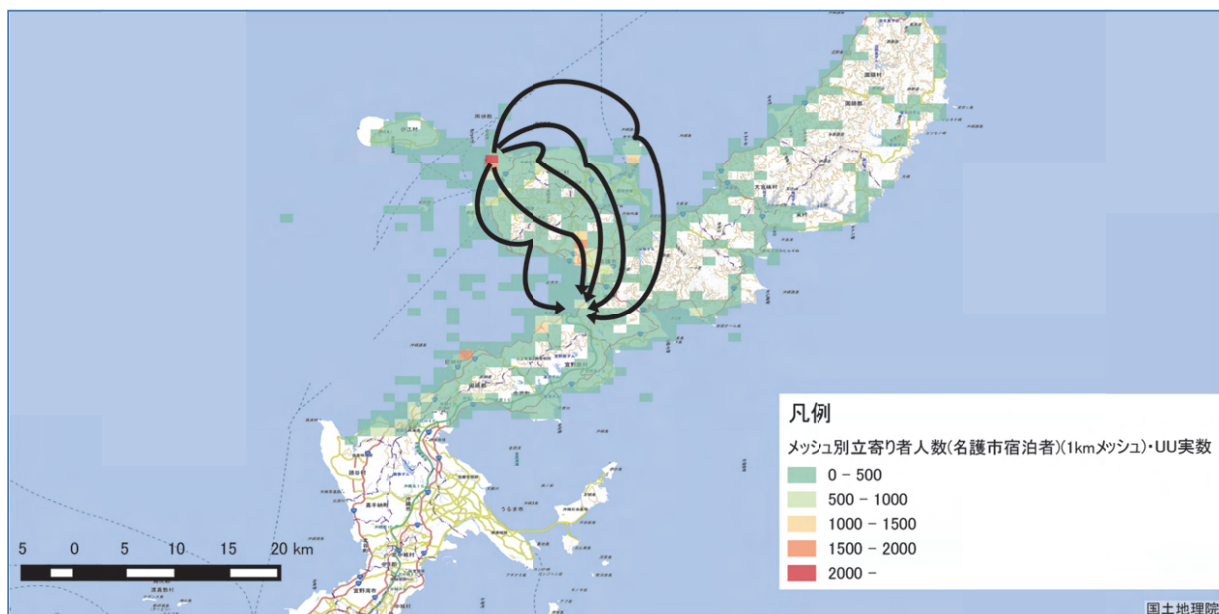


イ 滞在数と移動経路の関連性

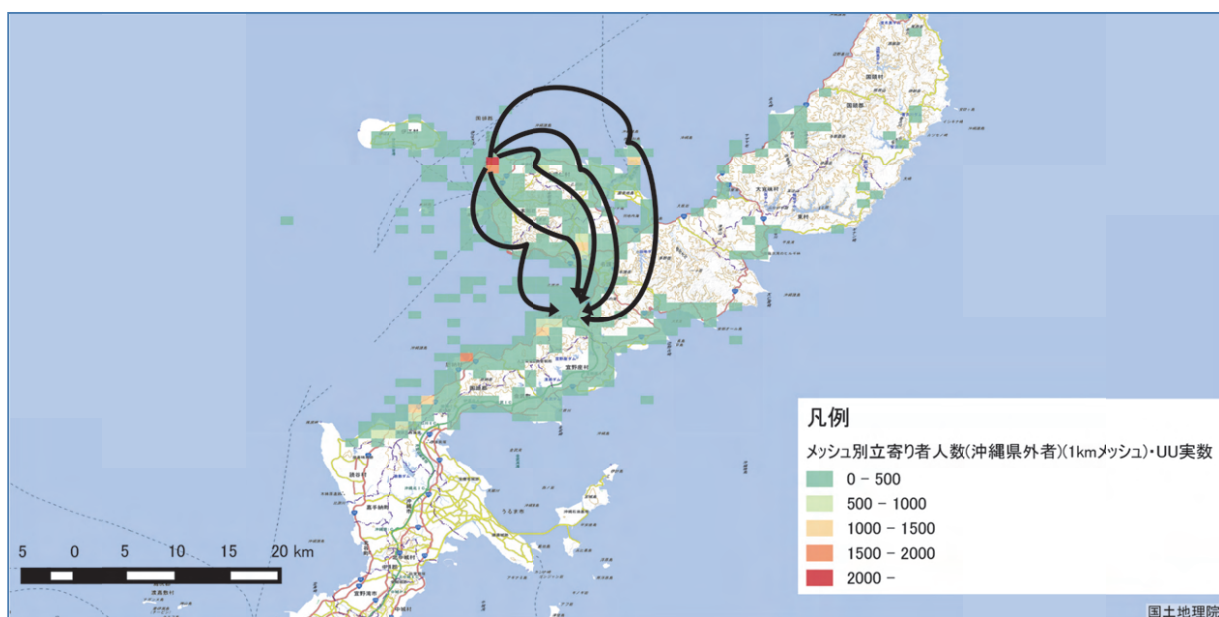
◇美ら海水族館の来訪者は名護市周辺の集客施設を訪問している

美ら海水族館を起点として、施設から出る移動の方向について、滞在数を示す図と合わせてみると、おおむね滞在数の多い地域へ向かっている状況がみられる。図中の滞在数が多い地域は、集客施設が分布している箇所が多く、来訪者がそういった施設を訪問しながら移動していると考えられる。

■ 美ら海水族館を起点とした移動における滞在数との関係(名護市宿泊者)



■ 美ら海水族館を起点とした移動における滞在数との関係(沖縄県外者)



② 美ら海水族館から道の駅ゆいゆい国頭

ア 移動の状況

◇国道 449 号を利用する経路が多い

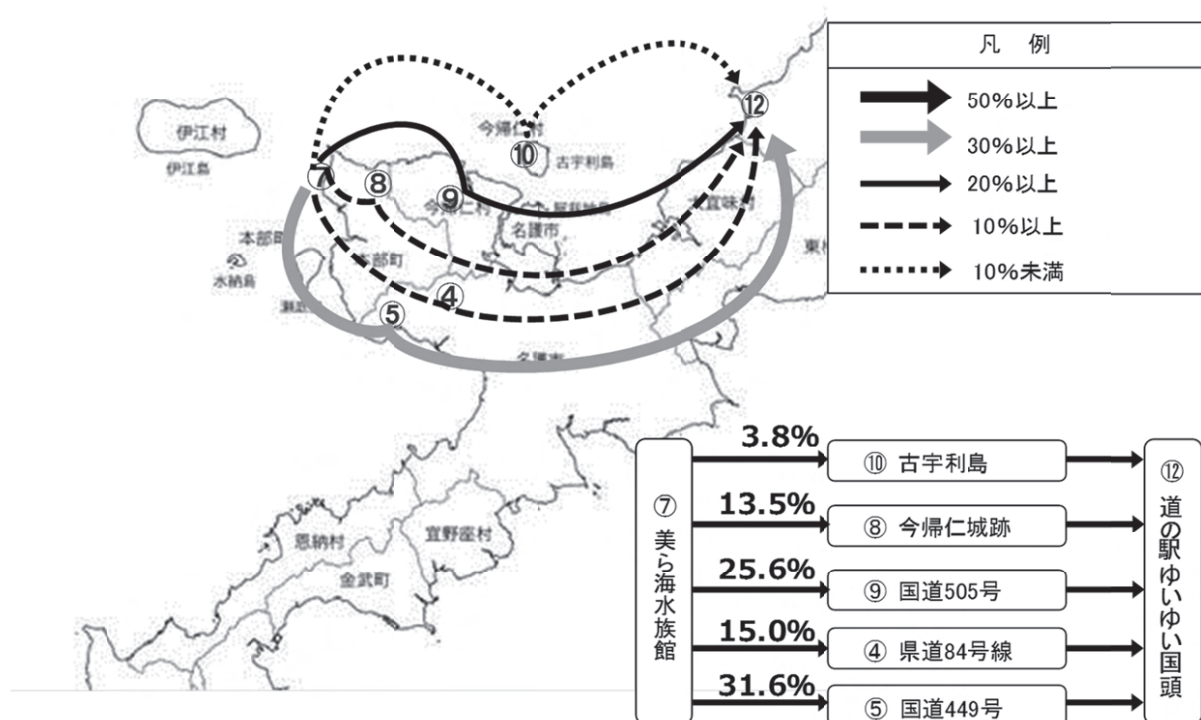
美ら海水族館から道の駅ゆいゆい国頭に訪れる経路は、名護市宿泊者において、国道 449 号が最も多く 31.6%、次いで国道 505 号が 25.6%である。以下、県道 84 号線が 15.0%、今帰仁城跡が 13.5%、古宇利島が 3.8%である。美ら海水族館からの帰りについて、道の駅ゆいゆい国頭を目指す場合、南から回って行く経路、北側を回っていく経路が多く、中間は比較的少ない。

沖縄県外者において、国道 449 号が最も多く 33.6%、次いで国道 505 号が 24.8%である。以下、今帰仁城跡が 15.0%、県道 84 号が 6.2%、古宇利島が 4.4%である。沖縄県外者においても南と北を回る経路が多い。

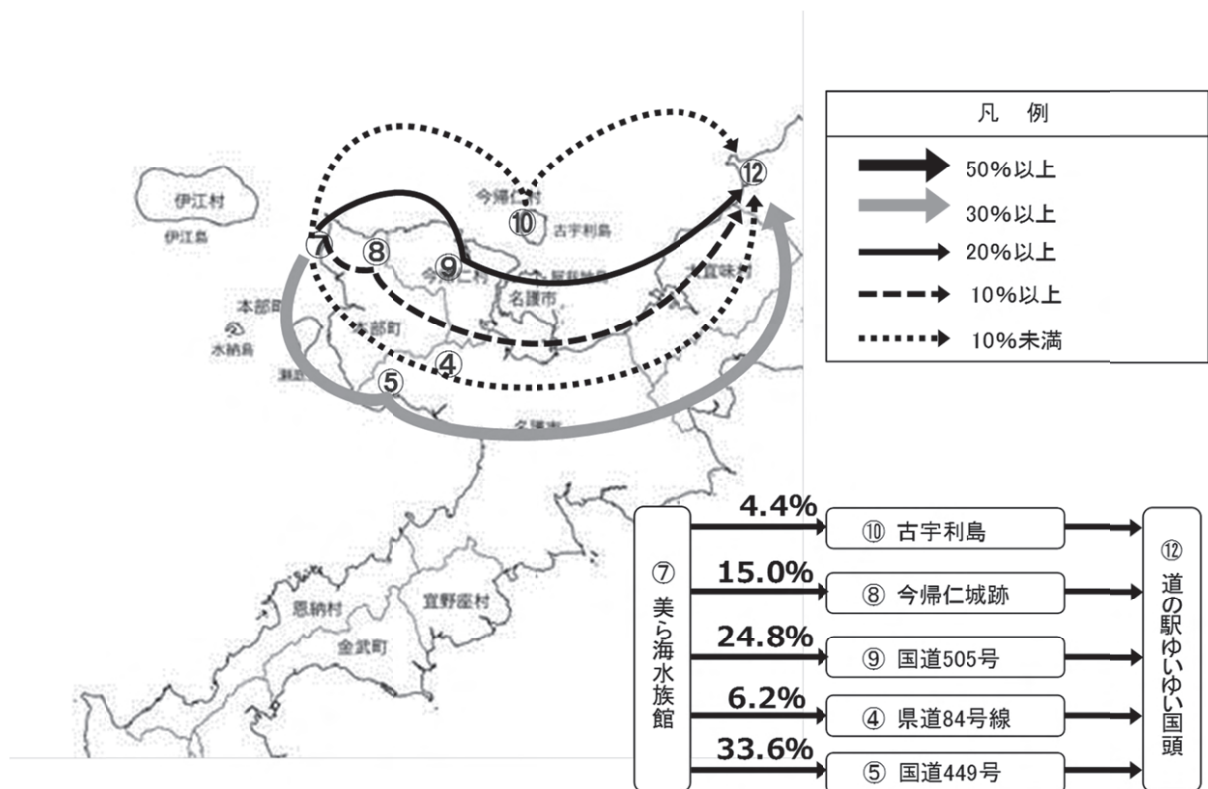
<構成比の算出方法>

・構成比の母数(n)は、「美ら海水族館」から「道の駅ゆいゆい国頭」の経路を辿った UU 実数。集計結果の NA は「1」として換算している。

■ 美ら海水族館から道の駅ゆいゆい国頭への経路（名護市宿泊者） n = 133



■ 美ら海水族館から道の駅ゆいゆい国頭への経路（沖縄県外者） n=113

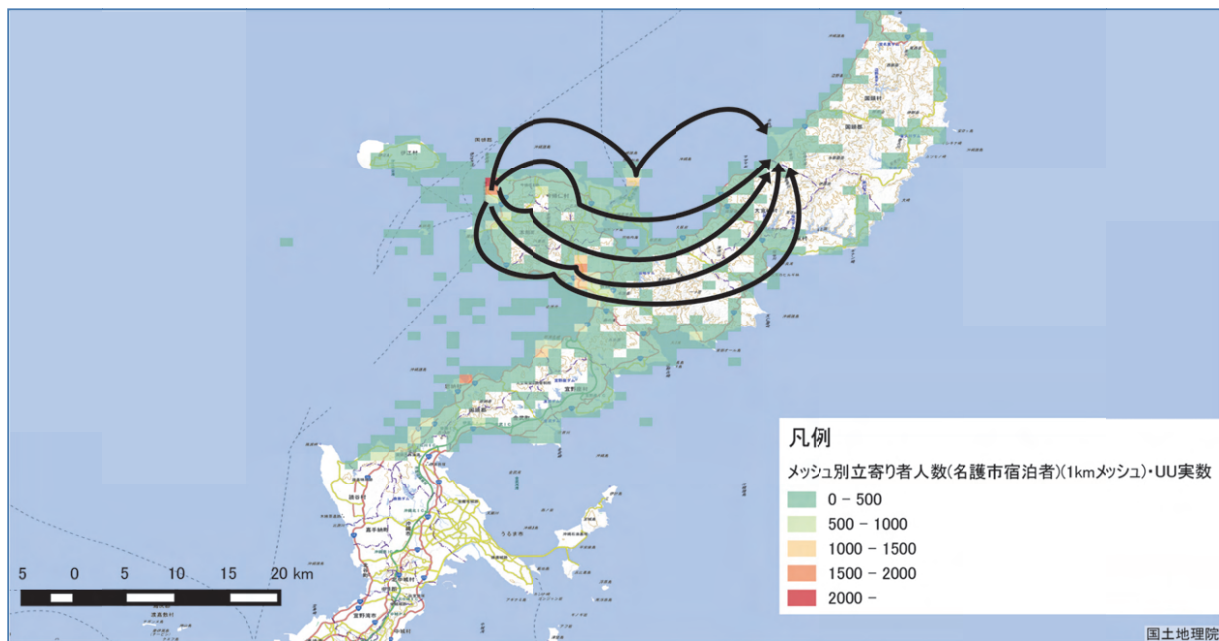


イ 滞在数と移動経路の関連性

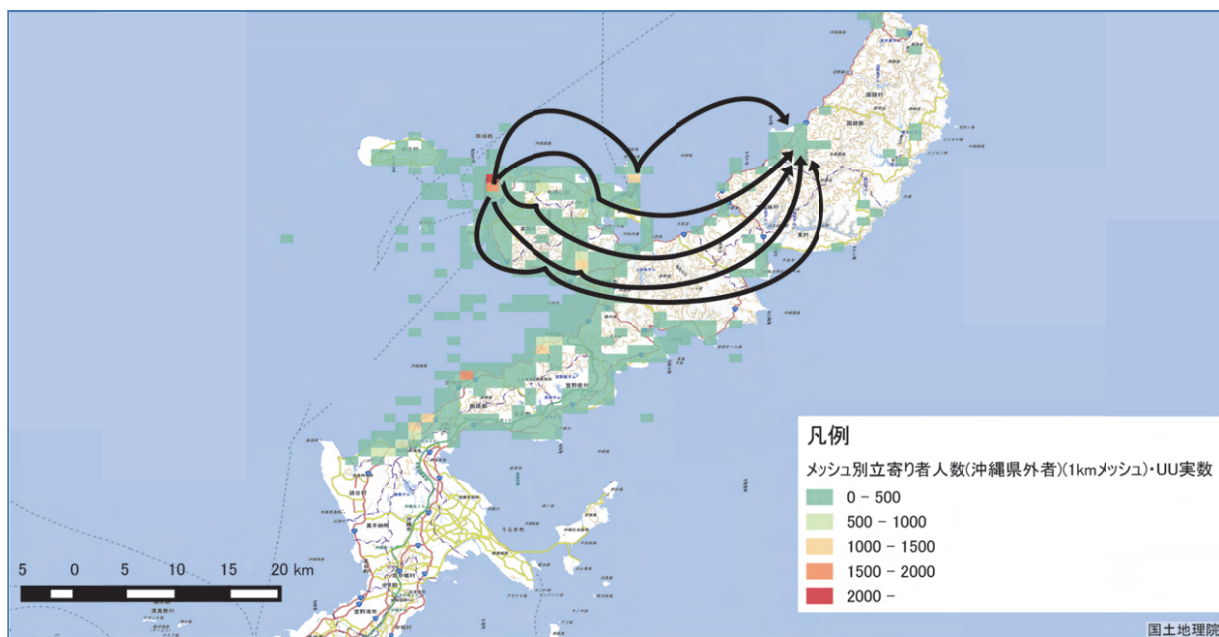
◇集客施設を訪問しながら目的地へ向かっている

美ら海水族館から道の駅ゆいゆい国頭への移動について、滞在数を示す図と合わせてみると、おおむね滞在数の多い地域を経由しながら目的地へ向かっている状況がみられる。名護市宿泊者と沖縄県外者に差は見られない。

■ 美ら海水族館を起点とした移動における滞在数との関係(名護市宿泊者)



■ 美ら海水族館を起点とした移動における滞在数との関係(沖縄県外者)



4-4. 調査結果のまとめ

(1)調査結果概要

北部地域全体での通過や滞在の状況は、名護市宿泊者と沖縄県外者共に類似した様相を呈しており、通過判定の多い地点をなぞると滞在数の多いエリアに概ね重なる結果となった。意図的に設定した通過地点は、観光資源やその動線上にあり、結果的に観光客の動向が概ね想定内であったといえることができる。また、北部地域で通過や滞在の多い地域の観光資源は、観光客にとって新しい発見やついでに寄るものではなく、美ら海水族館を筆頭に観光の目的として位置づけられていると考えることができる。

【調査結果のまとめ】

- 沖縄県外者に比較して名護宿泊者の方が国頭方面や東海岸への移動や滞在箇所が多くなっており、より北部の広範囲に周遊している傾向が把握できる。
- 美ら海水族館から許田へ向かう移動パターンをみると、沖縄県外者、名護宿泊者共に 50%前後が国道 449 号を利用しており、美ら海水族館から直帰している傾向が推測される。
- 沖縄県外者が北部や東海岸への移動及び滞在が少ないことから、旅程上北部付近での滞在がない場合、時間的制約から北部及び東海岸への観光動向が少ないと推測できる。
- 北部全体に周遊を促進するためには、名護市宿泊者、沖縄県外者共に立ち寄りの多い「道の駅許田」「美ら海水族館」での北部観光 PR を促すことが有効である。
- 美ら海水族館等、主要な観光地の他に目的がない旅行者に対し、その足で北部の他の場所に足を伸ばしてもらう PR と共に、今回の滞在期間中には周遊する時間が無い方へは、次回の沖縄旅行で足を運んでもらうような PR をすることも必要である。

以下、特徴的な事柄を整理する。

◇山間部以外ほぼすべての地域に観光客は赴いている

滞在数のマップを見ると、山間部を除いたすべての地域に観光客が赴いている状況が分かった。数量としては、集客施設の有無などにより数値の差が顕著に出る結果であったが、現行の PR の成果として見れば、既存の観光資源への誘客効果が出ていると見ることができ、さらにはマーケットを拡大させる可能性も含むと考えることができる。

◇道の駅許田や名護市中心市街地は、北部観光の要所となっている

道の駅許田や名護市中心市街地周辺は、滞在数として抜きん出て多くはなかったが、通過数は多い。道の駅許田や名護市中心市街地は、北部への幹線である沖縄自動車道の北側の出入口近隣に位置していることもあり、北部地域への要所となっている。

調査結果は、北部観光において多くの観光客が名護市中心市街地を経由している状況を把握することができた。調査の通過ラインが面で置かれているため、「道の駅許田」などとピンポイントで効果のある施設を把握することが出来るものではなかったが、幹線沿道の集客施設すべてが効果のある拠点となりうることも見ることが出来る。

◇東海岸での通過や滞在は相対的に少ない

北部地域の東海岸での通過や滞在は、相対的には少ない結果であった。北部地域への移動経路の大部分を国道 58 号や沖縄自動車道に頼っている現在、効果的な誘導策を講じない限り、東海岸への誘客は難しいと考えられる。既存の調査を見ると沖縄県の宿泊数は3泊以上が多いが、北部地域への移動時間を勘案すると、現地での活動時間がとても限られるのが現実である。そのような旅行行程の中に東海岸の選択肢を入れていくことは、とても難しいものと考えることが出来る。このことを課題と捉え、対策を講じていくことが求められる。

(2)今後の課題

◇道の駅許田や名護市中心市街地での観光情報の「今」を伝える取組みを活性化させる必要がある

北部観光を活性化させるためには、道の駅許田や名護市中心市街地の特性を活かし、PR を積極的に進めていくことが必要である。観光情報は、その多くが情報誌や WEB サイトで取得が可能であり、多くの観光客の発地での情報収集の手段となっている。一方で、観光客が旅行雑誌に載っていない情報を求めていることも事実であり、Facebook 等への積極的な情報掲載は、その表れと理解することもできる。旬な情報や貴重な情報など、「今」の情報を積極的に発信していくことが、観光客の新しい発見につながり、さらには満足度向上、リピートにつながるものである。

また、この案内により、東海岸方面への誘客を図ることも可能である。個人の観光客は、美ら海水族館までのプランまでは立てられるが、それ以外について不案内に等しい。何故なら、訪問するに確固たる価値を見いだせないでいるからである。その意志を情報提供により押してあげることは、有効な手段であるといえる。

◇観光資源や地域を目的化できるような施策を講じる必要がある

沖縄県への観光客は、2～3泊の設定の方が多い。少ない旅行行程の中で主要な観光地を巡るために、多くの観光客が西海岸を移動している。そのような中で、北部のその他の地域への誘客については、魅力ある観光資源の情報発信を行い、観光客にとってその地域に行くことが目的となるような施策を講じる必要がある。またその情報発信については、ターゲットを設定し、旅行商品の造成から販売までを行う仕組みづくりが求められている。

5-1. 今年度の成果と課題

情報集約発信や観光プロモーションについても、平成 27 年度からは PDCA サイクルの考え方による目標数値を設けて取り組んだ。平成 28 年度事業終了時における全体目標も暫定的に設定している。目標を達成できていない項目もあることから、課題を踏まえて平成 28 年度に取り組む。

H27 の成果	目標の達成度と課題
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 ・研究会を開催し、DMO の勉強会や連携体制の検討を行った。 ⇒やんばる観光市町村等連絡協議会の創設が了解された (2) 連携プロジェクトの創出 ●連携プロジェクト実証 ⇒各エリアでプロジェクトチームを立ち上げ連携して取り組んだ (①本部半島・伊江島エリア、②南エリア、③いいなエリア、④東海岸エリアのモニターツアー実施)	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「連携が進んだと感じる」 目標：H26 年度実績 73% ⇒H27 年度目標 80% H27 年度実績 100% 課題：連絡協議会の自立運営の検証 (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 H27 年度実績 4 件 課題：プロジェクトの事業化、エリア事務局の自立化
2 情報集約・発信 (1) 情報サイトの充実強化 ●WEB サイトの情報充実・運用拡大 ⇒デザインリニューアル、SNS と連動した運用でページビュー数の拡大を図った。 (2) 情報拠点の充実強化 ●観光案内コーナー充実強化 ⇒利用者増加に向けコーナー内の情報充実を図った。 ●多言語対応ツール製作 ⇒多言語対応ツールとして、単語会話やマナーを盛り込んだ外国語版リーフレットを製作した。	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／Facebook 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 H27 年度実績 178 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 H27 年度実績 9,439 件 課題：利用者数拡大に向けた市場へのアプローチ、自立運営の検証 (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 H27 年度実績 334 人/日 課題：利用者数拡大に向けた市場へのアプローチ、自立運営の検証

3 観光プロモーション (1) 観光フェア等への出展 ●発地側での観光フェア出展 ⇒東京スカイツリー「Beautiful NIPPON 全国観光PRコーナー」 来場者数：4,953 人/アンケート回収数：463 件 ●スタンプラリー開催 ⇒道の駅、直売店に加えホテル、観光施設に参加を募り 30 件が参加した。(12 月 19 日～2 月 29 日 配布数 56,750 枚 応募数 3,358 枚) (2) やんばるパッケージ制作 ●やんばるを PR する ⇒やんばるをモチーフとしたデザインのトートバックを製作した。	3 観光プロモーション 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「聞いたことはある・知らない」19% H27 年度目標 19%以下 H27 年度実績 21% (※) ※参考：H26 にアンケートを実施した「沖縄 EXPOinTOKYO（業者対象）」が今年度は中止となった。今年度の東京スカイツリーは一般客が対象のため単純比較は困難 課題：引き続き「やんばる」のイメージ PR を図る。
4 ニーズ把握 ●観光客動態調査 ⇒通年の観光客の動向を把握した。名護宿泊者とそれ以外の観光客の比較により、傾向の違いを把握した。	4 ニーズ把握 ●観光客動態調査 ⇒やんばる地域で観光周遊を促進するには、滞在や通過の多い「道の駅許田」や「美ら海水族館」などで情報提供を促進することが必要である。エリアによっては滞在中に誘引するか、次回に来てもらうことを促すか、情報の内容の検討が必要である。

表 H28 年度終了時における全体目標

本事業の目標・周遊・滞在・消費促進

H27 の実証事業	目標となる指標																																				
●北部地域各地の観光客が増加	●北部地域に訪れる観光入域客の増加 指標：沖縄県観光統計調査の各地の訪問率を参考に北部に訪れる観光客数を推計（目標値は暫定。沖縄県の目標値の公表に基づいて入替え） 目標：北部各地の観光客⇒H27 年度目標 各地で増加 <table><tr><td>・本部半島</td><td>H26（見込値）</td><td>3,011,400 人</td></tr><tr><td>〃</td><td>H27（目標値）</td><td>3,129,000 人</td></tr><tr><td>〃</td><td>H28（目標値）</td><td>3,360,000 人</td></tr><tr><td>・北部西海岸</td><td>H26（見込値）</td><td>2,394,700 人</td></tr><tr><td>〃</td><td>H27（目標値）</td><td>2,488,300 人</td></tr><tr><td>〃</td><td>H28（目標値）</td><td>2,672,000 人</td></tr><tr><td>・北部東海岸</td><td>H26（見込値）</td><td>552,100 人</td></tr><tr><td>〃</td><td>H27（目標値）</td><td>573,700 人</td></tr><tr><td>〃</td><td>H28（目標値）</td><td>616,000 人</td></tr><tr><td>・やんばる最北部</td><td>H26（見込値）</td><td>544,900 人</td></tr><tr><td>〃</td><td>H27（目標値）</td><td>566,200 人</td></tr><tr><td>〃</td><td>H28（目標値）</td><td>608,000 人</td></tr></table>	・本部半島	H26（見込値）	3,011,400 人	〃	H27（目標値）	3,129,000 人	〃	H28（目標値）	3,360,000 人	・北部西海岸	H26（見込値）	2,394,700 人	〃	H27（目標値）	2,488,300 人	〃	H28（目標値）	2,672,000 人	・北部東海岸	H26（見込値）	552,100 人	〃	H27（目標値）	573,700 人	〃	H28（目標値）	616,000 人	・やんばる最北部	H26（見込値）	544,900 人	〃	H27（目標値）	566,200 人	〃	H28（目標値）	608,000 人
・本部半島	H26（見込値）	3,011,400 人																																			
〃	H27（目標値）	3,129,000 人																																			
〃	H28（目標値）	3,360,000 人																																			
・北部西海岸	H26（見込値）	2,394,700 人																																			
〃	H27（目標値）	2,488,300 人																																			
〃	H28（目標値）	2,672,000 人																																			
・北部東海岸	H26（見込値）	552,100 人																																			
〃	H27（目標値）	573,700 人																																			
〃	H28（目標値）	616,000 人																																			
・やんばる最北部	H26（見込値）	544,900 人																																			
〃	H27（目標値）	566,200 人																																			
〃	H28（目標値）	608,000 人																																			

5-2. 事業の検証と継続に向けて

平成 28 年度は事業開始から 5 年目にあたり、これまでの課題を受け、最終的な成果をとりまとめ、今後の自立的な連携体制に向けた検証を行うものとする。

表 PDCAサイクルの考え方

PLAN (H24～25)	DO (H25～27)	CHECK (H27)	ACTION (H28)
1 連携の仕組みづくり ・連携体制づくり ・連携プロジェクト創出	・エリアコーディネーター配置 (H25) ・ワークショップ開催 (H25) ・研究会開催(H26～27) ・連携プロジェクト実施 (H26～27) ・連絡協議会創設 (H27)	指標：「連携が進んだ」と感じた率 目標：80%⇒H27 実績 100% 指標：エリア連携体制の数 目標：4 件⇒H27 実績 4 件 (課題) ・連絡協議会の自立化 ・連携プロジェクト商品化、事務局の自立化	目標：連携が進んだと感じた 100% 目標：エリア連携体制 5 件 ①連絡協議会の開催 ■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 ・情報集約・発信の仕組みづくり ・ワンストップ窓口形成	・WEB サイト開設 (H25) ・Facebook 開設 (H26) ・やんばる観光案内コーナー開設、ガイドの配置 (H25) ・多言語対応ツール製作	指標：WEB サイトアクセス 目標：300 件/日⇒H27 実績 178 件 指標：Facebook いいね 目標：7,000 件⇒H27 実績 9,439 件 指標：観光案内コーナー利用者数 目標：450 人/日⇒H27 実績 334 人 (課題) ・WEB サイト、観光案内コーナー自立化 ・メルマガ会員等サポーター拡大	目標：WEB サイトアクセス ⇒300 件/日 目標：Facebook いいね ⇒20,000 件 目標：案内コーナー利用者数⇒450 人/日 ①情報サイト充実強化 ■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 ・やんばるの認知度向上 ・やんばる全体での PR 体制づくり	・やんばる全体でのフェア出展 (H25、26) ・プロモーションビデオ、ファイルバック等販促グッズの制作 (H26)	指標：やんばるの知名度 「聞いたことはある」「知らない」 目標：19%以下 ⇒H27 実績 21% (課題) ・「やんばる」の PR を継続 ・物産等と合わせた PR	目標：19%以下 ※発地側で一般客を対象とする ①農商工連携物産フェア開催 ■農商工連携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 PR ③インバウンド向けプロモーション ■海外市場向けフェア出展
4 ニーズ調査 ・やんばるのイメージ ・やんばるに訪れる観光客のニーズ把握	・観光客アンケート調査 (H25) ・観光客動態調査 (夏季) (H26) ・インバウンド調査 (H26) ・観光客動態調査 (通年) (H27)	(課題) ・観光客の動態調査結果をふまえた、情報発信やプロモーションが必要 ・やんばる地域における観光産業の経済効果 (経済効果を向上させるための施策の参考とする)	目標：周遊・滞在・消費拡大の施策のための参考データを得る 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分析 ■H29 年度以降の実施計画策定

■平成 27 年度から平成 28 年度事業へ

平成 27 年度は、研究会での勉強会や、各エリアでの連携プロジェクト、情報集約・発信や観光プロモーションも、連携して実践しながら仕組みづくりを図ってきた。平成 28 年度は、これまでの仕組みについて自立のための検証を行い、29 年度からの自立運営に備えるものとする。



※ 1着地型観光:旅行者を受け入れる側の地域(着地)側が、その地域でおすすめの観光資源を基にした旅行商品や体験プログラムを企画・運営する形態

1 連携の仕組みづくり

1-1 やんばる観光市町村等連絡協議会の開催

自立運営に向けた運営収支の検証、新制度等の研究

平成 24 年度から平成 25 年度に行ってきた各会議やワークショップ、平成 26 年度の研究会開催を通して、連携体制の必要性を共有してきた。

平成 27 年度の研究会、協議会において、やんばる全体の連携体制として「仮称やんばる観光市町村等連絡協議会」（以下、「連絡協議会」という）の発足が了解された。連絡協議会は研究会のメンバーであった各市町村行政の観光担当部局、観光協会及びこれに準ずる団体を正会員とし、今後、民間観光業者等の賛助会員を募っていくことを計画している。

平成 28 年度の連絡協議会は、エリア別の連携プロジェクトの実施状況を全体で共有する場として、また今後、12 市町村全体の連携体制として情報集約発信や観光プロモーション、マーケティング調査を自立的に行っていくための運営費の確保、事業内容について検証する。

具体的には、WEB を活用した広告やサポート会員（特典付きメルマガ等）の募集、正会員、賛助会員からの会費、物販、その他収入に関して次年度から有料としていくための見通しを立てる。

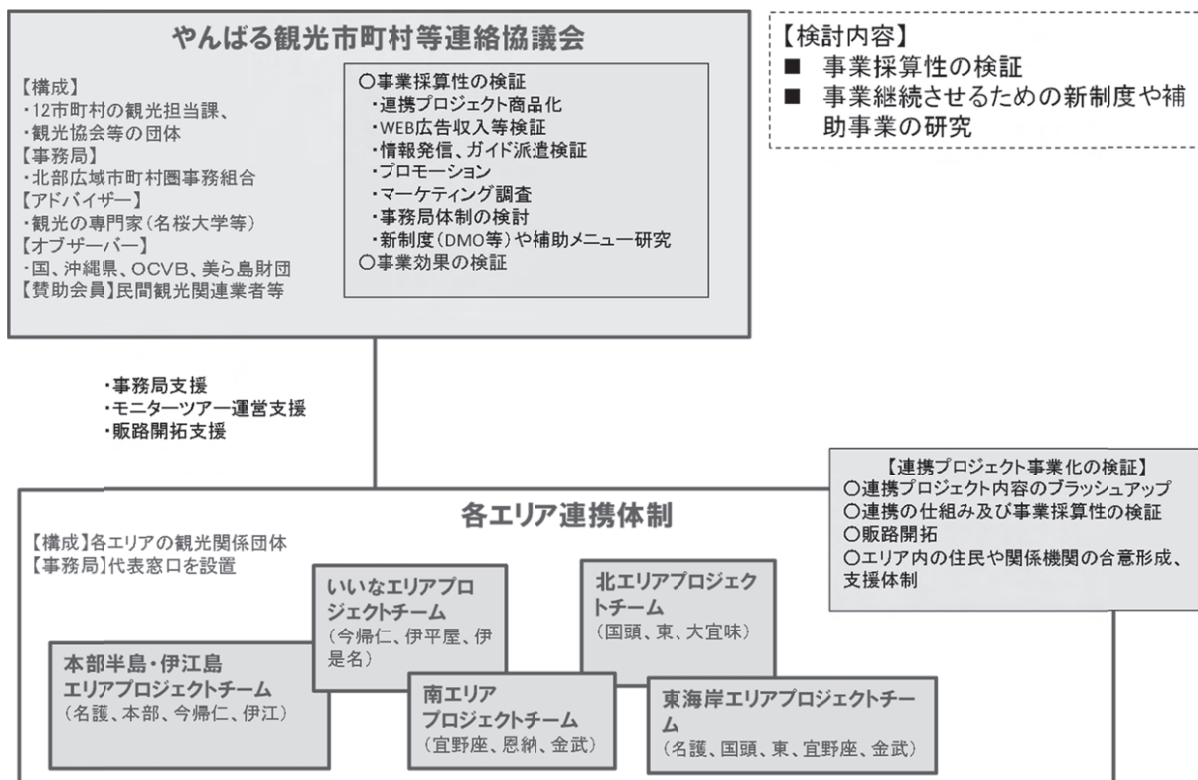
また、DMO などの新制度やその他補助制度などについての情報収集や研究を行う。

これらを踏まえ、平成 28 年度のとりまとめとして、次年度の自立による事業計画や次年度予算を提示する。

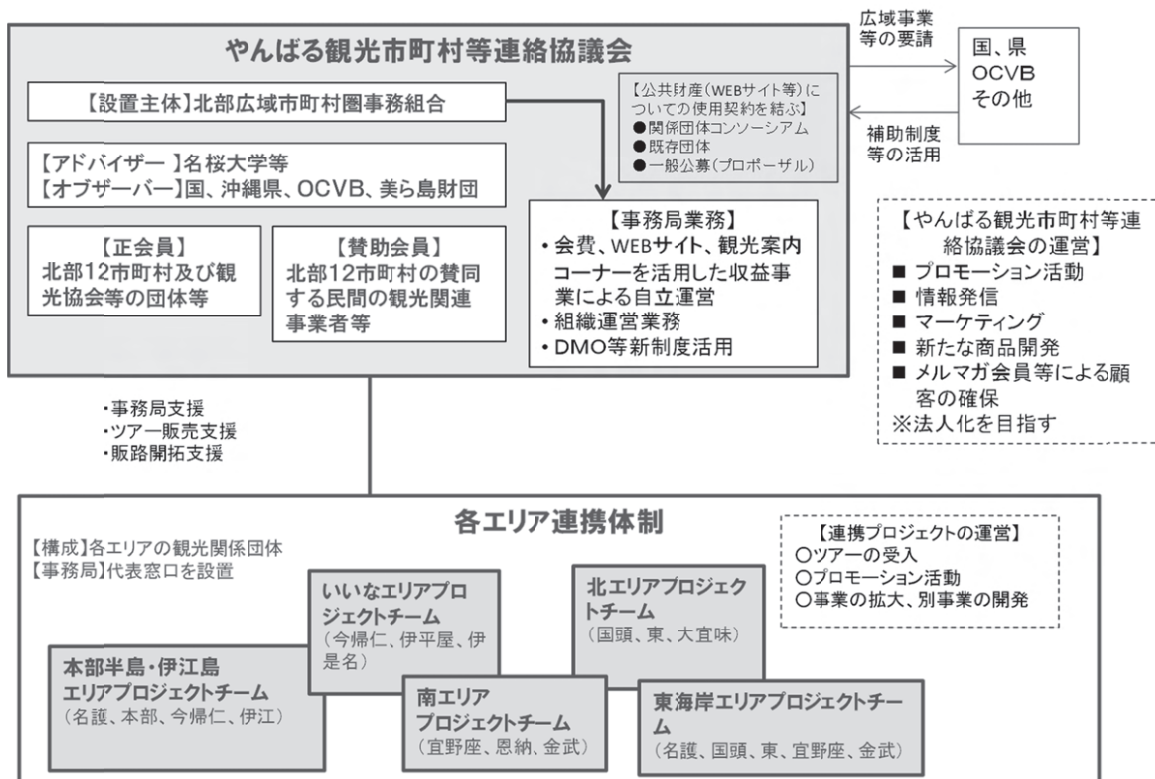
■実施概要（案）

実施目的	・エリア別連携プロジェクトの実施状況の共有 ・連絡協議会の運営収支の検証、
実施時期	・第 1 回（7 月頃）、第 2 回（11 月頃）、第 3 回（2 月頃）
実施主体	事務局（北部広域市町村圏事務組合）
対象	・市町村観光担当部局（課長、係長） ・観光関連団体（観光協会等） ・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、美ら島財団等）
実施内容	第 1 回 ①連絡協議会の事業内容について ②収支計画の検証 第 2 回 ①DMO 等新制度、その他補助制度等の研究 ②賛助会員やメルマガ会員等の見通し 第 3 回 ①次年度事業計画 ②次年度予算

■平成 28 年度の検証内容



■平成 29 年度以降の将来的な体制



1-2 エリア別連携プロジェクト実施

エリア別のプロジェクトの事業化に向けた展開

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。その様な中で、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年度は、東海岸の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モニターツアーの受入れを実施した。研究会、協議会においては、やんばるの観光連携体制づくりは、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、各5エリアの連携プロジェクトを実証事業として行った。

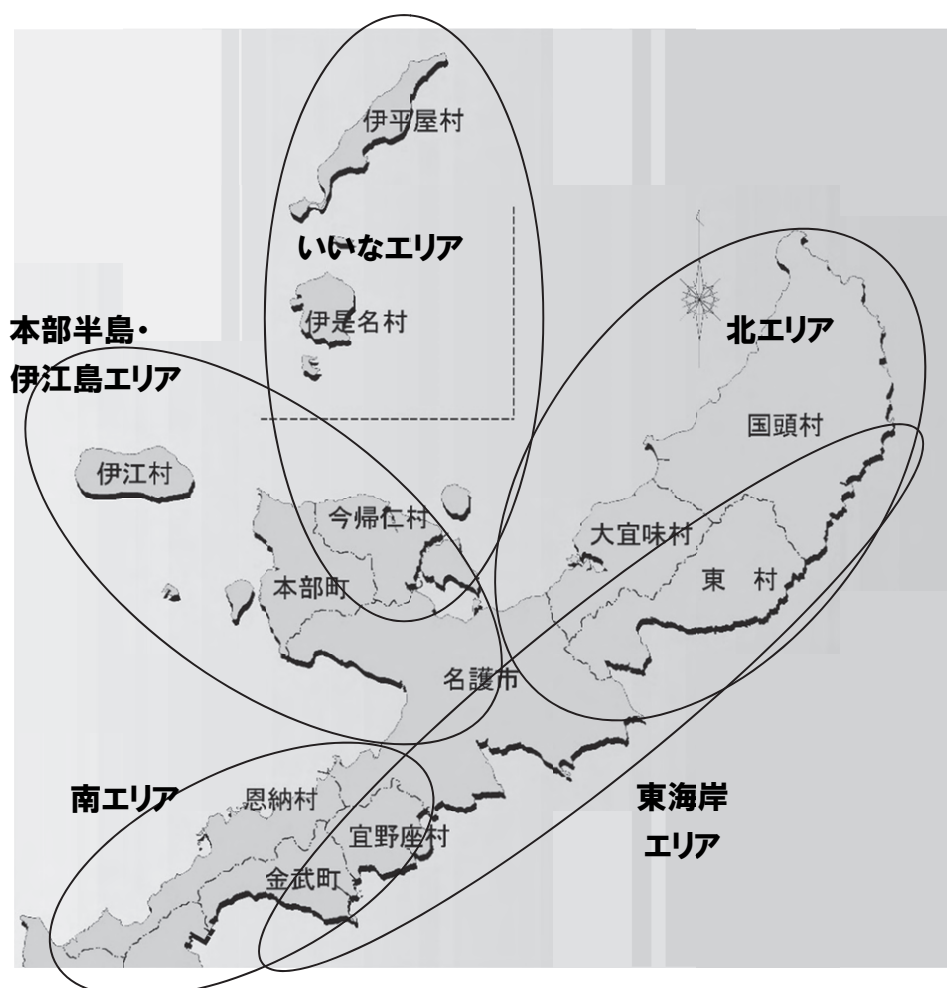
連携プロジェクトは、市町村の枠を越えて協働で取り組むことで、相互理解や協力体制の醸成を図るとともに、連携プロジェクトを継続的な取組みとして事業化していくことを目指している。

平成28年度は、各5エリアの連携プロジェクトの成果と課題を受け、事業化にむけた取組みを行う。実施にあたっては、平成27年度に続き代表窓口団体を設定し、これを中心に企画会議や事業化に向けた実証事業を行う。

■実施概要（案）

実施目的	・エリア別連携体制の醸成 ・エリア別連携プロジェクトの事業化 ・エリア連携体制の自立化
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
対象	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	・平成27年度の各エリアの実施内容を受け、事業化に向けた展開を図る。

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、スイスモビリティの考え
方での周遊を促す。

■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：（仮称）自然と物産の3村周遊プロジェクト ※H27 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

【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（鳥取県ジャパノエコトラック）
- 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】

- エリア受入れ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。

【平成 28 年度の取組み】

【平成 28 年度の成果目標】

- ツアー造成、販売の仕組みづくり
- 受入れ事務局の確立と受入れ事業者の会員登録

【平成 28 年度実施内容】

■ キャンペーンツアーの企画・造成・販売

- ・ 「アウトドアチャレンジ」と題するキャンペーンツアーを造成し、一般向けに販売する。
- ・ 新たなフィールド開発
- ・ 超小型 EV での周遊モニター（キャンペーン参加客対象）

■ 受入れ体制整備

- ・ アウトドアチャレンジ参加事業者への専門家によるフィールド利用の講習会
- ・ 協議会立ち上げ、受入れ窓口の設置
- ・ 受入れ事業者の情報集約（WEB ページ製作）、会員登録

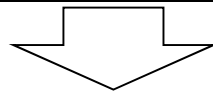
【検証内容】

■ キャンペーンツアーによる誘客効果

■ 超小型 EV の利用

■ 受入れ体制の整備

■ フィールド利活用に関する課題やルールづくり



【平成 29 年度以降の自立に向けた展開】

■ 協議会組織により運営（DMO を検討）

■ 受入れ窓口設置、継続可能な受入れ事業者の会員登録制度

■ アウトドアメーカーとの提携

■ 航空会社、メディア、旅行社とのタイアップによる販売

■ ガイド育成

【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、NPO 法人ふれ いあネット ONNA、一般社団法人宜野座村観光協会、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、協働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のみならず、
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。

【平成 28 年度の取組み】

【平成 28 年度の成果目標】

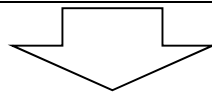
- 女子スポーツのセミナー、大会を開催し運営方法を確立する。
- スポーツを通して大会、セミナー、キャンプ、イベント等の設置により町村の滞在・消費の促進を行う。

【平成 28 年度実施内容】

- 平成 27 年度に招聘したキーパーソンとの関係を活かし、下記のツアーを実践する。
 - ・ 空手セミナーの開催
 - ・ (仮称) 健康・美容女子力アップツアー (ノルディックウォーキング等)
- 前年度招聘したキーパーソンや旅行社と協力し、ツアー造成から販売、運営まで実際に行う。
- 3 町村連携による移動手段の手配や地域に経済効果をもたらす交流会等の開催により、持続可能な仕組み作りを図る。

【検証内容】

- 運営費の工面、スポンサーの確保。
- ツアーにおける地域へのお金の落とし方。
- 3 町村移動手段の確保、運営。



【平成 29 年度以降の自立に向けた展開】

- 3 町村連絡協議会を立ち上げ、ワンストップ総合窓口を設置し、スポーツ合宿、大会誘致の受入れ、運営を行っていく。

【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、一般社団法人いぜな島観光協会、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
- 受入れ体制の整備（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。

【平成 28 年度の取組み】

【平成 28 年度の成果目標】

- ツアーの商品化
- いいなエリアの認知度向上

【平成 28 年度実施内容】

■ ツアー内容のブラッシュアップ

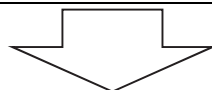
- ・ ツアー内容のデザイン、ストーリーづくり
- ・ ガイド講習会、連携体制づくり（3 村全体でのストーリーの共有化、情報共有等）
- ・ ツアーガイドマニュアル等の作成

■ いいなエリアのプロモーション

- ・ 観光フェアへの出展や航空会社、メディア等とのタイアッププロモーション
- ・ ショートムービーの製作
- ・ ポスター製作・掲示、チラシ製作・配布

【検証内容】

- ツアー内容のデザイン
- ガイドの連携
- PR 効果



【平成 29 年度以降の自立に向けた展開】

- いいなエリア協議会組織により運営（DMO の検討）
- 地元主体の企画ツアーを航空会社、旅行社、メディア等と連携して販売
- 3 村に通じたガイド育成による連携ツアー資質向上

【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	名護市商工観光課、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
- 受入れ民家の意識醸成
 - ⇒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】

- エリア受入れ体制、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、受入れ民家の資質向上、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。

■受入れ民家の意識

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。

【平成 28 年度の取組み】

【平成 28 年度の成果目標】

- 窓口機能の設置、情報発信と販売の仕組みづくり
- 受入れ民家の体制整備

【平成 28 年度実施内容】

■受入れ民家の体制づくり、情報集約化

- ・受入れ民家の交流や、大人の民泊受入れ拡大のための説明会、講習会等を開催。
- ・大人の民泊を希望する民家の民家情報を集約し、データベース化することで、顧客ニーズに対応したマッチングを行えるようにする。

■情報発信のための WEB ページ製作（既存サイト内での設置）

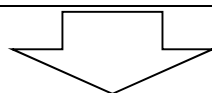
- ・WEB 上での情報発信や窓口機能を持った WEB ページを製作する。

■民泊 PR キャンペーン

- ・三線教室、沖縄料理店、アンテナショップなどの沖縄コミュニティへの営業、沖縄物産展など沖縄ファンが集まるイベントでの PR
- ・平成 27 年度に制作したパンフレットを活用する
- ・WEB サイトへの誘導を行う

【検証内容】

- 受入れ民家の拡大、一体感の醸成
- WEB 上での情報発信、窓口機能検証
- 沖縄コミュニティやイベントでの PR 効果検証



【平成 29 年度以降の自立に向けた展開】

- WEB 上でのシステムを活用した窓口機能運用
- 東海岸全体での民泊のブランド化、プロモーションの連携
- 受入れ民家の登録制度

【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、 合同会社結くにながみ、NPO 法人東村観光推進協議会、NPO 法人おおぎみまると とツーリズム協会
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として、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れ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。

【平成 28 年度の取組み】

【平成 28 年度の成果目標】

- 世界自然遺産登録に向けた北エリア 3 村の一体感や気運の醸成
- 世界自然遺産登録に向けた地域の PR

【平成 28 年度実施内容】

■世界自然遺産候補地間交流事業

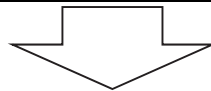
- ・奄美、やんばる、西表など世界自然遺産登録に向けた候補地同間の意見交換や推進内容の考えを共有する事を目的とする。
- ・世界自然遺産登録に向けたシンポジウムを 3 村エリアで開催し気運を高める。

■世界自然遺産登録 PR 事業

- ・世界自然遺産登録に向け、3 村エリアそれぞれに候補地としての PR 看板を設置し村内住民や来訪者へ世界自然遺産候補地であることを PR する。また、観光客や地域の子ども達向けの PR 戦略として、世界自然遺産候補地のグッズを製作する。

【検証内容】

- 世界自然遺産候補地間の交流による地域活性化の相乗効果。



【平成 29 年度以降の自立に向けた展開】

- 北部 3 村は、すでに「やんばる交流推進連絡協議会」や「ヤンパク」、「森林ツーリズム」などで連携した取組みの実績があり、今後は世界自然遺産登録に向けて 3 村の行政や関係機関が一体となった取組みを進めていく。

2 情報集約・発信

2-1 情報サイトの充実強化

情報発信サイトの充実強化／サポーター募集、ファン層の拡大

平成 24 年度事業では、情報の集約・発信の必要性があげられ、平成 25 年度に WEB サイト「沖縄北部観光情報コミュニケーションサイト」を製作し、情報発信を行ってきた。

観光動態調査やスタンプラリーの結果からも、主な宿泊地から距離が遠い北エリア東海岸、離島においては、沖縄に来る前の PR が必要であり、着地側での情報提供で誘客するのはハードルが高いことが伺える。そこで、こうしたエリアへの周遊を促進するには WEB サイトでの情報提供の重要性が高いと想定された。

平成 26 年度には、WEB サイトの強化として、Facebook を開設し、最新情報や観光地の紹介などを行うとともに関係団体の情報を自動的に集約するシステムの構築を行った。

これにより、最新情報が常にアップされるとともに、観光客に対しダイレクトに観光地やイベントを紹介し、コミュニケーションを図れる仕組みを強化した。Facebook については、「いいね」が 9,439 件を超え(平成 28 年 3 月 20 日現在)、海外にもフォロワーが広がっている。

今後はこの WEB サイトの自立運営が求められていることから、平成 28 年度は製作した仕組みを活用し、閲覧者、サポーターの拡大を図りつつ、有料サービスに向けた収支の見通しを検証する。

■実施概要（案）

実施目的	・やんばるの最新情報の集約 ・観光客の周遊・滞在・消費を促進する情報の提供 ・国内外へのやんばるサポーター、ファンの拡大 ・有料サービスの検証
実施時期	・ 6 月～ 3 月（事業期間内）
実施主体	・ 事務局（受託者）スタッフと各団体の連携により情報収集・発信
対象	・ 北部 12 市町村の観光、飲食情報等の集約
実施内容	① 最新情報の更新・リニューアル等 ② Facebook 記事投稿／広告による閲覧者の拡大 ③ 有料サービスの検証 ・ バナー広告 ・ Facebook での記事掲載 ・ 特集ページ ・ 特典付きメルマガの実施 ・ クラウドファンディング、アフィリエイト等の検討

2-2 観光案内コーナーの充実強化

観光案内コーナーの充実強化／サポーター募集、ファン層の拡大

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「やんばる観光案内コーナー」を設置し、ガイド常駐により観光客のニーズ把握や観光案内を行ってきた。

観光客の情報ニーズは概ねの傾向として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・案内、やんばる各地への距離や時間に関する情報ニーズが高く、着地側の案内でも周遊・滞在・消費を促すことが可能であることが分かっていた。

観光案内コーナーの利用者は増加が続いており、平成 25 年 12 月の 4,792 人から、今年度の 12 月は 9,117 人と 1.9 倍に増加し、累計利用は 225,515 人となっている。

平成 27 年度に利用客数の調査をした結果、利用者の約 2 割が外国人となっており、今後も増加傾向にあることからインバウンド対策も引き続き必要となっている。

これらの結果を受け、平成 28 年度も引き続きやんばる観光案内コーナーを継続設置するが、今後はこの観光案内コーナーの自立運営が求められていることから、平成 28 年度は製作した仕組みを活用し、閲覧者、サポーターの拡大を図りつつ、有料サービスに向けた収支の見通しを検証する。

さらに、平成 27 年度に行った動態調査結果より、道の駅許田や美ら海水族館など集客力のある施設でやんばるの案内をすることが周遊促進、リピーター確保に有効であることが示されていることから、道の駅許田と連携した案内等も検討する。

■実施概要（案）

実施目的	・観光客の着地側での情報ニーズの把握 ・観光団体や直売店など、各地の情報ネットワーク拠点の形成 ・国内外へのやんばるサポーター、ファンの拡大 ・有料サービスの検証
実施時期	・ 6 月～ 3 月（事業期間内）
実施主体	・ 事務局（受託者）、名護市観光協会 さくらガイドの会
対象	・ 北部 12 市町村との情報ネットワーク ・ 観光関係団体、観光施設、直売店等との情報ネットワーク
実施内容	① 案内ガイドの配置継続 ② 観光情報拠点間の連携醸成 ③ インバウンド対策 ④ 有料サービスの検証

3 観光プロモーション

3-1 農商工連携物産フェアの開催

観光と物産の連携による「やんばる」PR

平成 24 年度事業においてやんばる地域の観光の課題として、やんばるのイメージが共有されていないことや、やんばる全体のスケールメリットを生かしたプロモーションを行う必要があるとされた。

これを受け、平成 25 年度より、一般財団法人沖縄観光コンベンションビューロー主催の「沖縄観光キックオフプロジェクト」への出展（H25～26）や東京スカイツリー「Beautiful NIPPON 全国観光 PR コーナー」での出展（H27）、旅行社訪問等を行ってきた。

また、平成 26 年度に那覇空港ウェルカムホールで行った「やんばるフェア」において、観光案内とともにやんばる各地の物産の試食を提供し好評を得た経緯がある。

やんばる地域の特徴として、沖縄県内で農林水産業が盛んな地域で、やんばるならではの物産も多い。また近年は、観光と農林漁業、加工業等を結びつけた農商工連携や第 6 次産業化も推奨されており、物産と合わせたやんばる観光の PR を図っていくことで、観光客消費促進と物産の販路拡大など相乗効果が期待される。

これらのことから、平成 28 年度は農商工と連携した観光 PR を企画する。

さらに、今後、「仮称やんばる観光市町村等連絡協議会」の自立運営に向けたサポーターやファン層拡大を進めるため、こうした機会を利用してメルマガ会員等の募集キャンペーンを行う。

■実施概要（案）

実施目的	・観光と物産を合わせたやんばるの PR、認知度向上 ・やんばるサポーターやファン層の拡大
実施時期	・9 月～12 月（調整により決定）
実施主体	・やんばる観光市町村等連絡協議会 ・観光関連団体、農商工関連団体による実行体制を組成
対象	・北部 12 市町村の観光と物産展示 ・各エリア代表の参加 ・観光客の参加や来場を促す
実施内容	① 農商工と連携したフェア開催 ② 観光情報及び物産展示 ③ 集客イベント（アトラクション等） ④ サポーター、ファン募集キャンペーン ※出展内容等は、沖縄観光コンベンションビューローや北部地域の農商工関係の団体と調整して決定する。