

**平成 26 年度やんばる観光連携推進事業
実施報告書**

**平成 27 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. 事業の背景	1
2. 事業の目的	4
3. 業務の全体像	6
4. 業務の実施体制	7
5. 平成24～26年度業務の概要	8
(1) 平成24年度事業の概要	8
(2) 平成25年度事業の成果と課題	9
第1章 連携の仕組みづくり	10
1-1. やんばる観光連携推進研究会の設置	10
(1) 目的	10
(2) 実施概要	10
(3) 成果と課題	36
1-2. 連携プロジェクト実証	37
(1) 目的	37
(2) 実施概要	37
(3) モニターアンケート調査	50
(4) 受け入れ先調査	76
(5) 事務局調査	85
(6) 成果と課題	90
第2章 情報集約・発信	91
2-1. 情報サイトの充実強化	92
(1) 目的	92
(2) 実施概要	92
(3) 成果と課題	98
2-2. 情報拠点の充実強化	99
(1) 目的	99
(2) 実施概要	99
(3) スタンプラリーの実施	106
(4) 成果と課題	122
第3章 観光プロモーション	123
(1) 目的	123
(2) 実施方法	123
(3) アンケート調査結果	129
(4) 観光プロモーション映像制作	145
(5) 成果と課題	148
第4章 ニーズ把握調査	149
4-1 観光動態調査	149

(1) 調査の目的	149
(2) 調査概要	149
(3) 観光地分析における位置情報活用の意義	152
(4) 調査結果	154
(5) 成果と課題	161
4-2. インバウンド観光の現状	162
(1) 目的	162
(2) 実施概要	162
(3) 外国人観光客の受け入れ状況	162
(4) クルーズ船受け入れの現状	189
(5) 沖縄県内の取り組み状況	218
(6) ヒアリング・アンケート調査	225
(7) 成果と課題	232
第5章 とりまとめ.....	233
5-1 今年度の成果と課題	233
(1) 各事業の成果と課題とりまとめ	233
(2) 事業の進捗評価	234
5-2 平成27年度業務の内容	240
(1) 平成 27 年度業務の内容 (全体像)	240
(2) 事業内容	240
平成 26 年度 委員名簿	256

序章 事業の概要

1. 事業の背景

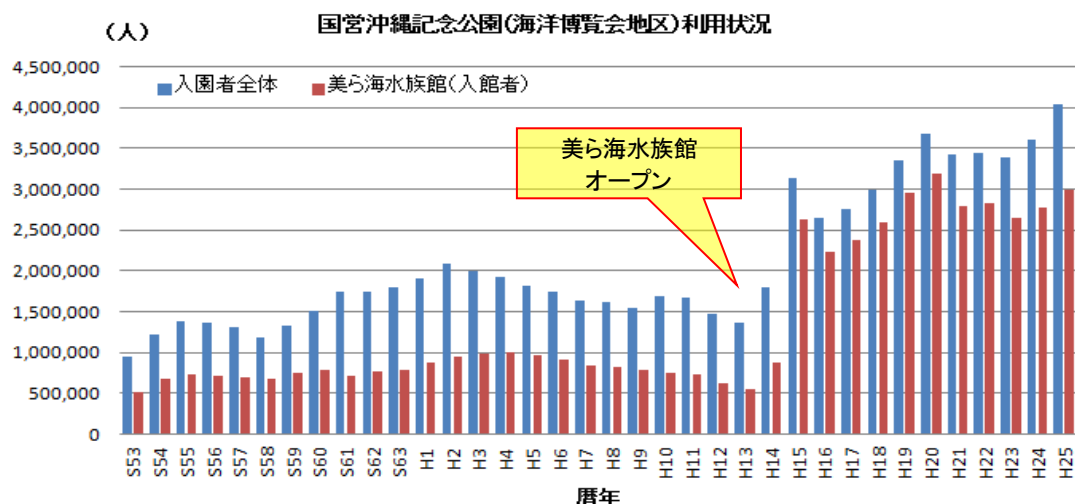
平成 25 年度沖縄県内入域観光客数は 658 万 300 人で(うち国内入域観光客数 595 万 3,100 人、海外入域観光客数 62 万 7,200 人)となり、対前年比で 65 万 5,600 人増加(対前年比 11.1%増)となった。また、やんばる地域にある海洋博覧会地区への入場者数は 404 万 8,576 人(対前年比 11.9%増)で沖縄県内入域観光客数の約 6 割が訪れている。

図表 沖縄県 入域観光客数と観光収入の推移



出所: 観光客数は沖縄県「入域観光客統計」、観光収入は沖縄県「観光統計実態調査」
 ※観光収入は平成 17 年度までは暦年の数値、平成 18 年度以降から年度の数値となっている。
 ※外国客には、特例上陸者を含む。

図表 国営沖縄記念公園(海洋博覧会地区) 利用状況



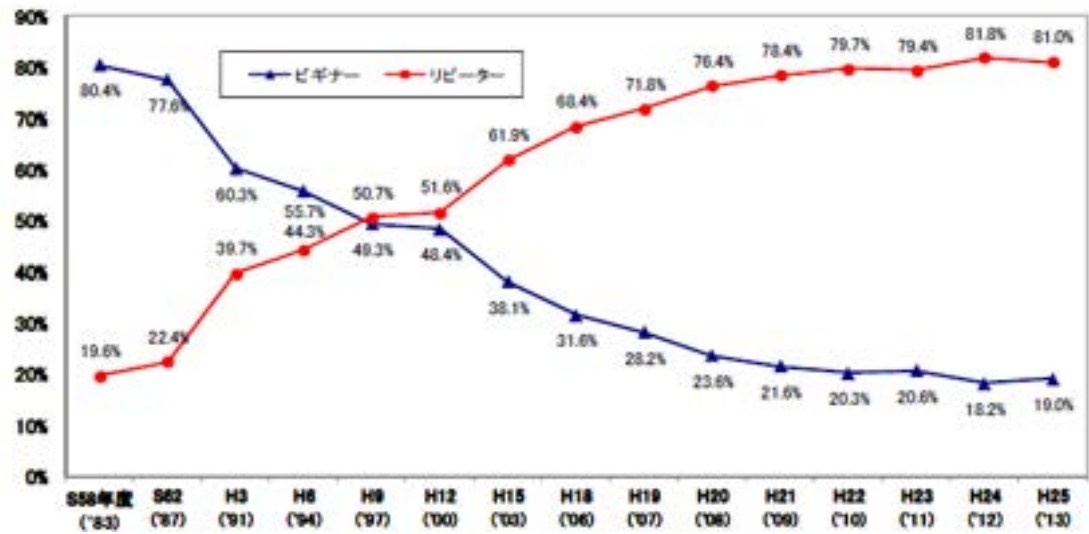
出所: 平成 25 年度沖縄県観光要覧

全国的に観光旅行は個人のニーズが多様化し、旅行の形態も団体旅行から個人旅行へとシフトし、各個人の志向にあった旅行の提供が求められるようになっている。

これに伴い、各観光地には他の地域にない魅力、新しさ、個人のニーズに合った豊富な観光メニューが求められるようになっている。このニーズの変化に対応するには、地域独自の歴史文化、景観等の地域資源を活かし、各地域の幅広い分野の人々が連携し、受地主導型の着地型観光への取り組みが必要とされている。（「観光を活かしたまちづくりを推進する体制づくり報告書（平成 21 年 3 月観光庁）」）

沖縄県の観光統計の推移をみると、リピーターが 8 割を超え、旅行形態は団体旅行が減少し、フリープラン、個人旅行の割合が増加している。

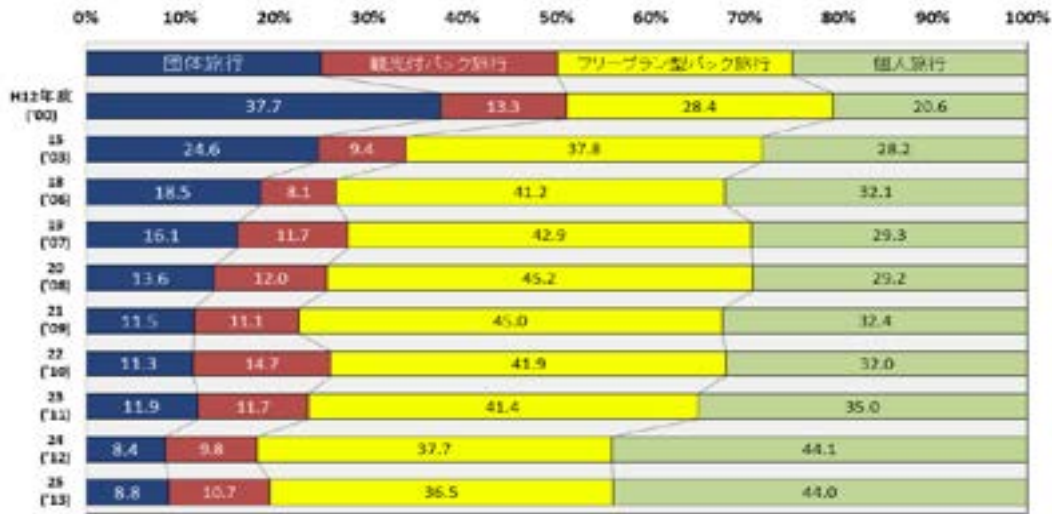
図表 初回来訪率とリピーター率の推移



出所：沖縄県「観光統計実態調査」

※H12 年度、H15 年度、H18 年度は航空機内で行った大規模調査による数値

図表 旅行形態の推移



出所：沖縄県「観光統計実態調査」

(H12 年度、H15 年度、H18 年度は航空機内で行った大規模調査による数値)

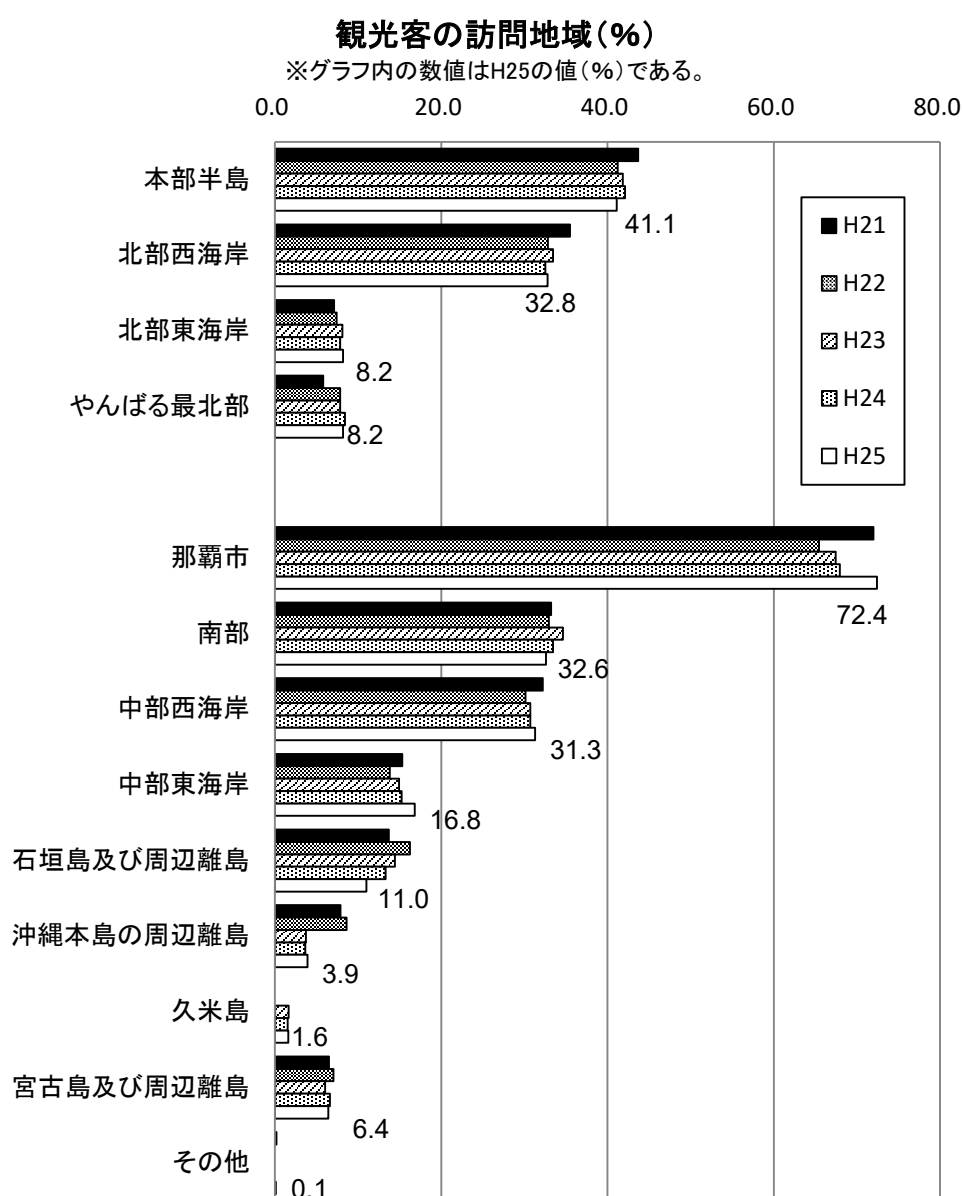
そのため、満足度を向上させるホスピタリティや活動の楽しさ、よりディープな情報提供が必要とされている。（「戦略的リピーター創造事業報告書(平成 25 年 3 月 沖縄県)」）

翻って、やんばる地域では観光客の訪問が本部半島や西海岸に偏在するとともに、素通り型観光、地域経済への効果が少ないことなどを課題として、それらを解決するため、やんばる観光連携の取り組みが必要とされてきた。

特に、リゾート地域として人気のある西海岸から本部半島には、多くの観光客が訪れており、地域の経済効果につなげることが期待されている。

また、東海岸や離島地域には観光客が少ないという現状があり、北部振興事業等で観光拠点が整備される中、それらと連動して観光客を誘導する仕組みづくりが必要とされている。

図表 観光客の訪問地域



出典: 沖縄県観光統計実態調査より作成

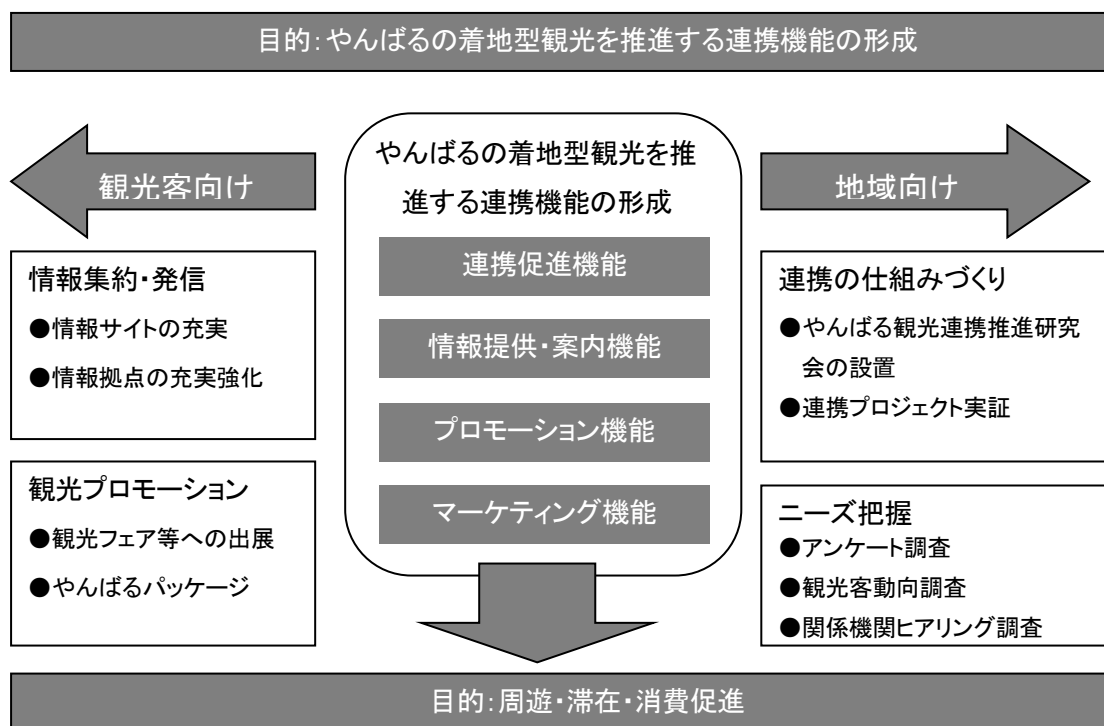
2. 事業の目的

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

「観光を活かしたまちづくりを推進する体制づくり(平成 21 年 3 月 観光庁)」

「観光を活かしたまちづくりを推進する体制づくり(平成 21 年 3 月 観光庁)」によると、地域ぐるみで観光を活かしたまちづくりを推進するには、観光客ニーズの変化、マーケットの変化を着実に捉え、地域独自の資源を活用して受地主導型の旅行商品を開発する“着地型観光”のスタイルが求められ、地域住民の参加・参画も視野に入れた“地域ぐるみ”での観光を活かしたまちづくりの展開が必要とされている。そこで下記のような中核推進組織の必要性をあげている。

◆対外的 ランドオペレーター機能

⇒潜在的来訪者に対して、観光客誘致に向けた各種取り組み、また、地域来訪者に対しては地域の受け入れ窓口として地域の案内役となるコンシェルジュ的役割が求められる。

◆対内的 地域コーディネーター機能

⇒地域の関係機関や人材との緊密な連携調整を図り、地域内の資源を束ねた着地型の旅行商品づくり、地域の特産品の開発やその販売を行う機能

図表 観光を活かしたまちづくりの中核的推進機能



参考: 観光を活かしたまちづくりを推進する体制づくり(平成 21 年 3 月 観光庁)

3. 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いく。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の方針を具体化する。

平成 28 年度は、連携体制、情報集約発信、観光プロモーション、ニーズ調査の仕組みを確立するとともに、目標である周遊・滞在・消費促進について検証する。

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 27～28 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
○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 2 情報集約・発信 ・情報サイト制作 ・情報拠点の設置 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 4 ニーズ把握 ・「やんばる」のイメージやニーズ把握	1 連携の仕組みづくり ●(仮称)やんばる観光連携推進研究会の設置 ・実行体制づくりの実践研修 ●連携プロジェクト実証 ・(仮称)東海岸連携プロジェクト実施(モニターツアー) 2 情報集約・発信 ●情報サイトの充実強化 ・推奨ルートと飲食店・観光スポットの掲載 ●情報拠点の充実強化 ・観光案内コーナーの充実・整備 ・ガイドブック、マップ制作(多言語追記) 3 観光プロモーション ●観光フェア等への出展 ・発地側での観光フェア出展 ・着地側での観光フェア出展 ●やんばるパッケージ制作 ・観光フェアにおける配布用の袋等の試作 ●プロモーション用やんばる観光イメージ映像制作 4 ニーズ把握 ●観光客動態調査 ・観光客の行動パターンに関する調査 ●関係機関ヒアリング調査 ・クルーズ船、インバウンド等に関するニーズ調査	1 連携体制検討 (案)研究会継続 (案)事務局機能の検討 (案)連携継続 (案)商品化検討 2 情報発信 (案)情報充実 (案)情報拠点の継続・充実 3 観光プロモーション (案)広域連携によるPR (案)観光土産品販売 4 ニーズ把握 (案)アンケート調査継続

4. 業務の実施体制

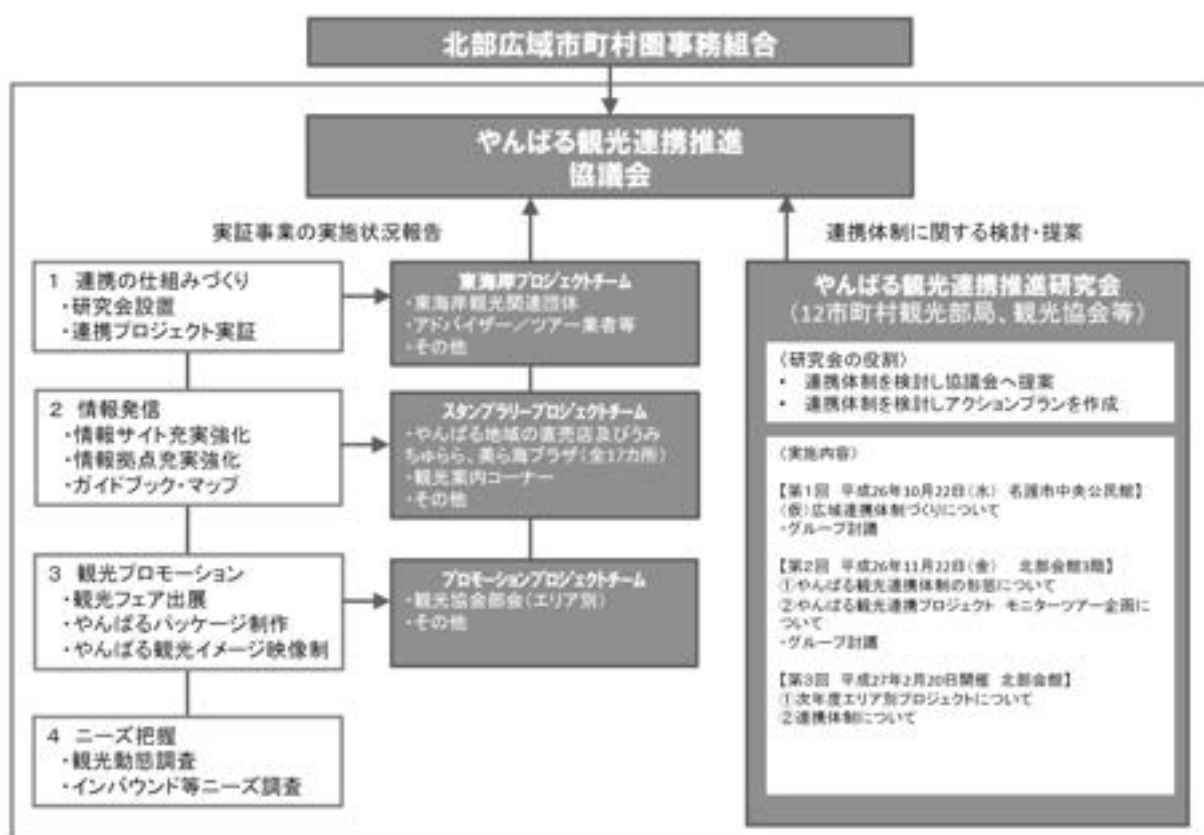
本事業の実施体制は、まず北部広域市町村圏事務組合を事業主体とする。

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。（下図参照）

図表 平成26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。

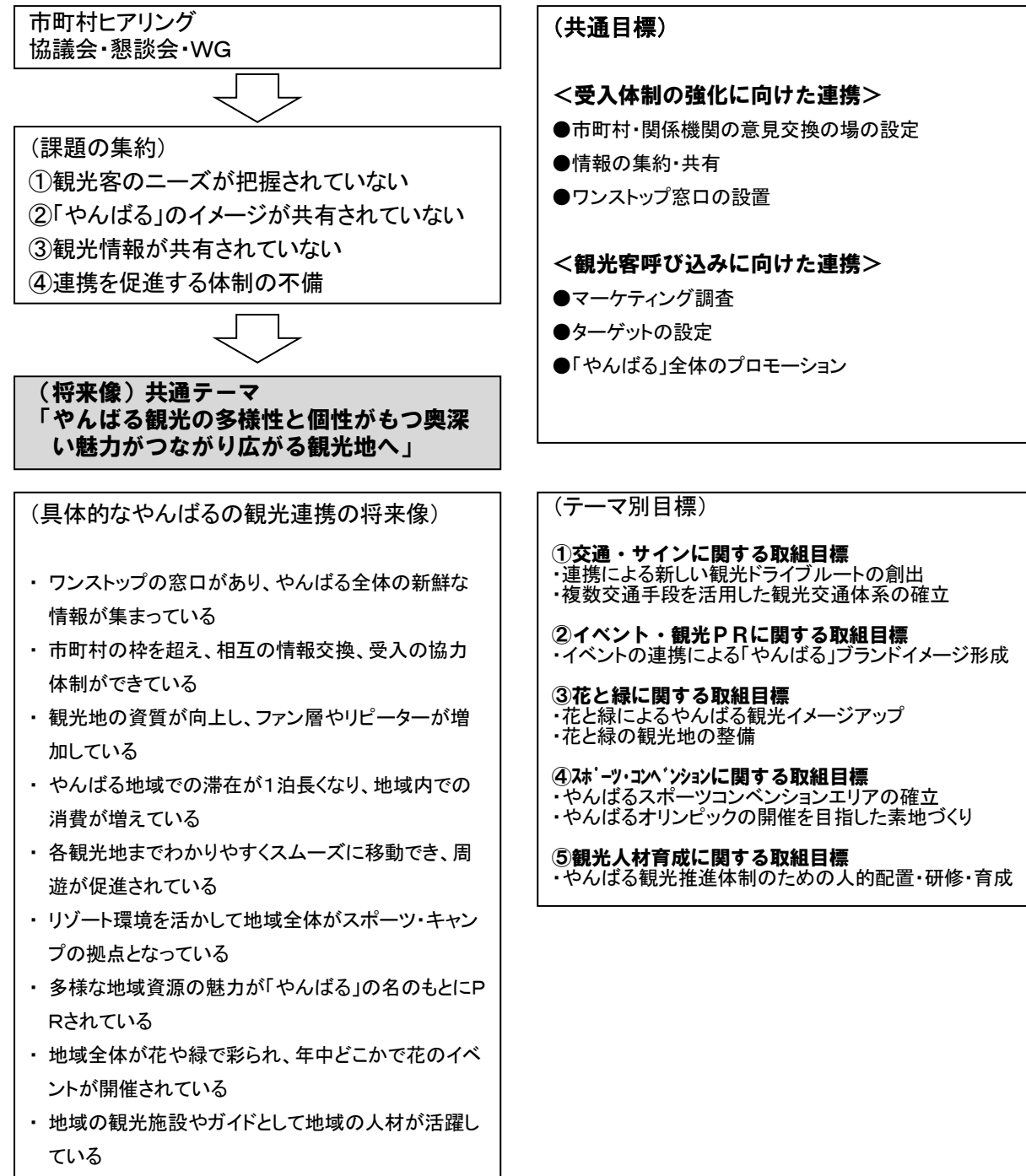
- ・やんばる観光連携推進事業協議会（12市町村副長で構成） 以下「協議会」という。
- ・やんばる観光連携推進事業懇談会（有識者、関係団体の長で構成） 以下「懇談会」という。
- ・やんばる観光連携推進ワーキング・グループ（各テーマ（①交通サイン②イベント・観光PR③花と緑④スポーツコンベンション⑤観光人材育成）に応じた知識経験者等で構成） 以下「WG」という。
- ・やんばる観光連携推進研究会（市町村観光担当課及び観光関連団体で構成）以下「研究会」という。

5. 平成24～26年度業務の概要

(1) 平成 24 年度事業の概要

平成 24 年度事業では、やんばる観光連携推進事業協議会(12 市町村副長で構成)、やんばる観光連携推進事業懇談会(有識者、関係団体で構成)、やんばる観光連携推進ワーキンググループ会議(有識者、関係団体で構成)により、やんばる観光の現状、観光連携のあるべき姿、必要な施策などについて議論し、「やんばる観光連携推進事業実施計画書」を策定した。

【平成 24 年度の概要】



(2)平成 25 年度事業の成果と課題

平成 25 年度は、平成 24 年度の実施計画書に基づき、WGや懇談会、ワークショップで検討を続けながら一部実証事業を行った。各エリアで行ったワークショップでは、連携プロジェクトの検討を通して連携の機運が高まりつつある。また、情報拠点など広域連携の基盤が目に見える形となり具体的な動きにつなげることが期待されている。なお、今後の事業は、1. 連携の仕組みづくり、2. 情報集約・発信、3. 観光プロモーション、4. ニーズ調査の4つを柱に進める。ワーキンググループおよび懇談会、協議会の意見は、それぞれの事業内容に整理して取り組み課題としていくものとした。

表 H25 の成果と課題

H25 の成果	今後の課題
1連携の仕組みづくり (エリアコーディネーターの配置、ワークショップの開催) ・やんばる地域の観光関係者が集まり、顔合わせ、情報交換、課題の共有ができる場が作られた。 ・連携プロジェクトの検討をととして、観光素材やアイデアが共有された。 ・各地域で連携のキーマンとなりそうな人材が見えてきた。	・実行体制を作り、具体的な連携プロジェクトの実践が必要である。 ・連携プロジェクトにより成功事例のモデルを作り、自主的な連携の動きを促していく必要がある。
2情報集約・発信 (情報収集・発信の仕組みづくり) ・地域から現地の旬な情報、地域に密着した情報を収集し、発信される仕組みができた。 ・参加型のキャンペーンで、参加者相互、地域と観光客双方のコミュニケーションの仕組みが実証された。	・投稿者を地域の団体などに拡大して情報の充実を図る必要がある。 ・イベントとの連携で相乗効果を上げる方策も考えられる。 ⇒今後の情報発信の事業展開に活かしていく。
(情報サイトの制作) ・イベントや地域の旬な情報がアップされる動きのあるサイトが作られた。 ・地域と観光客双方のコミュニケーションの仕組みが作られた。 ・新たなイベント、地域のイベントなどが広報できる場が作られた。 ・閲覧者がその場(サイト内)で予約できる仕組みが作られた。	・本格運用に向けて広報などでアクセス数を増やす必要がある。 ・投稿に対する閲覧を増やすよう、地元関係機関とのリンクやメディアを活用した広報の協力体制を築くことが必要である。 ・ターゲットを絞り込んだ効果的な広報が必要である。 ・観光客のニーズに応じ、推奨コースや飲食、土産などの情報を組み合わせて周遊・滞在・消費を促す情報の掲載が必要である。
(情報拠点の設置) ・やんばるの観光情報が集約された場を設けることで、効率的に発信できる仕組みが作られた。 ・対面式とすることで着地側で観光客の多様なニーズに丁寧に応えられる仕組みが作られた。	・周辺の観光施設やメディアを活用した広報による観光客への周知、各地の観光地との連携により認知度を高め、利用を促進する必要がある。 ・観光客のニーズに応じ、推奨コースや飲食、土産などの情報を組み合わせて周遊・滞在・消費を促す情報提供が必要である。 ・那覇近辺では、レンタカー利用者に偏らないよう、設置場所を検討する必要がある。
3観光プロモーション ・観光フェア等では、これまで各地域が単体で別々に出展していたが、やんばるを一つとして集約し、発信できる仕組みが作られた。	・連携プロジェクトなどの商品化等を見据えて、具体的な商品のセールスを行う方向で出展を検討する。 ・パンフレットやお土産などを配布する際の袋など、やんばるの統一感のあるパッケージデザインの制作など、やんばるを売り込む効果的な方策を考える必要がある。
4ニーズ調査 ・「やんばる」のイメージやニーズに関して、県民と観光客、ビギナーとリピーターの傾向を把握できた。 ・観光客にとってはやんばる認知度はまだまだ低い、情報発信することで周遊・滞在・消費を促すことの可能性が示唆された。	・やんばるでの観光客の行動パターンを把握し、周遊・滞在・消費を促進するための戦略に活かす必要がある。 ・沖縄に住んでいる人、来ている人を対象としたアンケートのみならず、全国的な市場を対象とする必要がある。 ・インバウンドに関する動向を把握する必要がある。

出典：平成25年度報告書より整理

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の設置

(1)目的

本事業では、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ており、WG、懇談会は当初の目的を果たしたものととして平成 25 年度で終了した。

平成 26 年度からは、これまで検討されたことを実行に移すための連携体制の検討を目的に、新たに「やんばる観光連携推進研究会」(以下、「研究会」という)を設置した。

(2)実施概要

①構成メンバー

研究会は、各市町村の行政担当部局、観光協会及びこれに準ずる団体(各市町村で観光の窓口となる組織など 市町村の推薦に基づく)で構成することにより、各市町村の施策ならびに現場の状況や課題をふまえながら進めることとした。

表 やんばる観光連携推進研究会の構成メンバー

市町村	行政観光担当課	関係団体
名護市	名護市商工観光課	公益財団法人名護市観光協会
国頭村	国頭村企画商工観光課	国頭村観光物産(株)
大宜味村	企画観光課	NPO 法人おおぎみまるとツーリズム
東村	企画観光課	NPO 法人東村観光推進協議会
今帰仁村	経済課	今帰仁村観光協会
本部町	商工観光課	一般社団法人本部町観光協会
恩納村	商工観光課	NPO 法人ふれあいネット ONNA
宜野座村	観光商工課	宜野座観光推進協議会
金武町	産業振興課	金武町観光協会
伊江村	商工観光課	一般社団法人伊江島観光協会
伊是名村	商工観光課	一般社団法人いぜな島観光協会
伊平屋村	総合推進室	—
関係団体	—	一般財団法人美ら島財団
関係団体	—	やんばる観光推進協議会

②開催経緯

研究会の開催に先立って、事業内容の説明会を開催した。また、市町村及び各団体を訪問し、ヒアリングを行うことにより市町村個別の考え方も反映させたたたき台をもって議論を進めることとした。

研究会では、事業全体の進捗状況の報告とともに、議題は連携体制の検討に絞ることとした。また、できるだけ参加者全員の意見を引き出すよう、エリア区分を基本に5～8人程度のグループ討議で行った。

事業内容説明会及び市町村・関連団体ヒアリングより、平成26年度に行う東海岸連携プロジェクトと同様に他エリアでの開催要望が挙げたことから、第2回目の議題としてエリア別の連携プロジェクトの検討を議題としてとりあげ、次年度以降の企画提案を行う場とした。

表 研究会に関する開催経緯

開催経緯	開催概要
【事業内容説明会】 平成26年8月26日(火) 13:30～15:00	開催場所: 北部会館 参加対象: 市町村観光担当課 内 容: ①事業内容に関する意見交換 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
【市町村・関連団体ヒアリング】 平成26年9月12日～10月17日 (各1時間程度)	実施場所: 各市町村役場、各団体事務所に訪問 実施対象: 研究会メンバー(各市町村役場、各団体) 内 容: 事前アンケートを配布・回収した内容をヒアリングで共有 ①研究会の進め方について ②北部12市町村(やんばる広域圏)の連携で取り組むべきこと ③やんばる広域観光連携体制の組織形態(選択問題) ④事務局の運営に係る財源について 実施方法: 事務局説明およびヒアリング、意見交換
【第1回研究会】 平成26年10月22日(水) 14:00～15:30	実施場所: 名護市中央公民館 実施対象: 研究会メンバー、オブザーバー(沖縄県、OCVB) 議 題: 広域連携体制づくりについて グループ討議 開催方法: エリア別グループ討議
【第2回研究会】 平成26年11月21日(金) 13:30～16:30	実施場所: 北部会館3階 実施対象: 研究会メンバー、オブザーバー(観光庁、沖縄総合事務局、OCVB) 議 題: ①やんばる観光連携体制の形態について ②やんばる観光連携プロジェクト モニターツアー企画について 開催方法: エリア別グループ討議
【第3回研究会】 平成27年2月20日(金) 13:30～16:00	実施場所: 北部会館3階 実施対象: 研究会メンバー、オブザーバー(沖縄総合事務局) 内 容: ①次年度エリア別プロジェクトについて ②やんばる観光連携推進事業連携体制について 開催方法: エリア別グループ討議

③開催概要

【事業内容説明会】

（開催概要）

開催時期： 平成 26 年 8 月 26 日 (火) 午後 1 時 30 分～午後 3 時

開催場所： 北部会館

参加対象： 研究会メンバー

内 容： ①事業内容に関する意見交換
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

（議事進行）

1. あいさつ／北部広域市町村圏事務組合
2. 事業概要説明
 - ①事業概要等（平成26年度やんばる観光連携推進事業の内容等）
3. 意見交換
 - ①事業内容に関する意見交換
 - ②広域連携体制の役割や形態について
4. その他
 - ・今後のスケジュール等の確認
 - ・美ら島財団より元気プロジェクト事業の進捗状況報告

（開催状況）



開催写真



開催写真

(議事概要)

【意見交換の概要】 ・研究会メンバーより ⇒事務局回答

- ・ 東海岸以外の他エリアにおける実施予定の有無(実施を要望)
⇒平成 27 年、28 年度の事業内容を研究会で企画立案し検討する
- ・ 実践しながらノウハウを身につけられる機会創出の事業を希望
- ・ ブランディング(顧客目線による商品の品質管理、付加価値を高める、マーケティング)、市場の動向に合わせた商品開発、販売促進などにより集客力を高める。
- ・ 観光協会部会を設立し、部会を分けての開催を希望
- ・ 各市町村では、連携に対する経済的な面は予算的に難しいが、観光協会では民間に近い立場で物事に着手が可能であり、市町村ではやり難い所も手が出しやすく、役に立てる部分があると思われ、観光協会部会の設置をお願いしたい。
⇒他市町村で抱えている連携の課題があれば実証、検証により課題を解決する体制をとる。
- ・ 市町村・OCBV とかぶる事業は避けてほしい。
⇒本事業は連携による事業であり手法が異なるものである。
- ・ 事務局は各市町の持ち回りでは無理があり、北部観光として事務局が必要。県の合同庁舎に観光振興課を設けてほしいと訴えていくべき。
- ・ H28 年度までの事業のため、その後は何も残らないのでは？
⇒組織、人材をどう目指していくかは、今後研究会で検討する。
- ・ 関係市町村、観光協会、受託者の役割、流れを具体的、明確にした資料が必要。
⇒実施体制を整理し、ヒアリング時にメンバーに説明する。

【市町村・関連団体ヒアリング】

（開催概要）

実施時期： 平成 26 年 9 月 12 日～10 月 17 日（各団体1時間程度）

実施場所： 各市町村役場、各団体事務所に訪問

実施対象： 研究会メンバー（各市町村役場、各団体）

内 容： 事前アンケートを配布・回収した内容をヒアリングで共有

- ①研究会の進め方について
- ②北部 12 市町村（やんばる広域圏）の連携で取り組むべきこと
- ③やんばる広域観光連携体制の組織形態（選択問題）
- ④事務局の運営に係る財源について

（議事進行）

①今年度事業内容の説明

②連携体制づくりについて

※ ②については事前に質問シートを送り、訪問の際に内容を確認しながら回収。

③WEBサイトリンクのお願い、観光案内コーナーの活用について

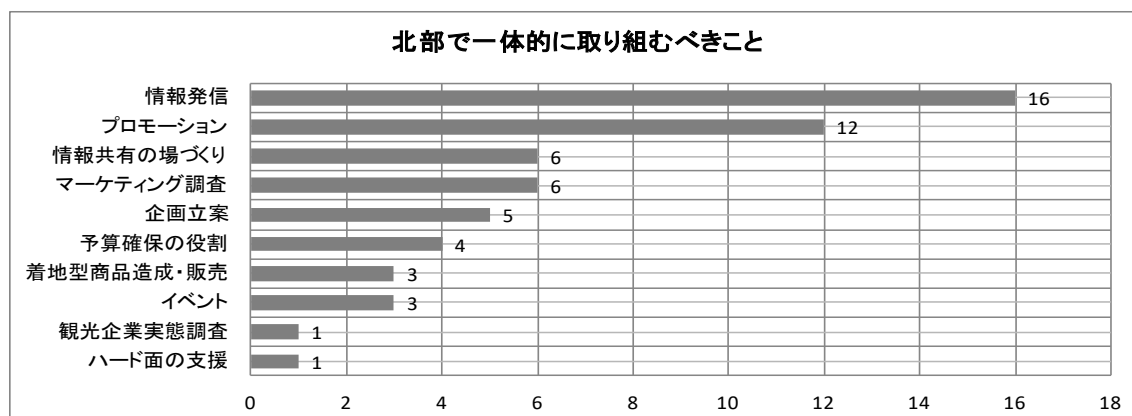
④その他ガイドブックに掲載する観光スポットや推奨ルートについて

（市町村・関係団体ヒアリング結果の概要）

Q1：今年度設置する「（仮称）やんばる観光連携推進研究会」の進め方について（代表的な意見）

- ・ エリア分けが必要
- ・ 沖縄県、OCVB のオブザーバー参加
- ・ 沖縄北部観光推進協議会（やんばる会）のオブザーバー参加
- ・ 情報共有できる場にしてほしい
- ・ 各地のボトムアップ・ニーズの吸い上げができる場にしてほしい
- ・ 国、県の施策整理が必要

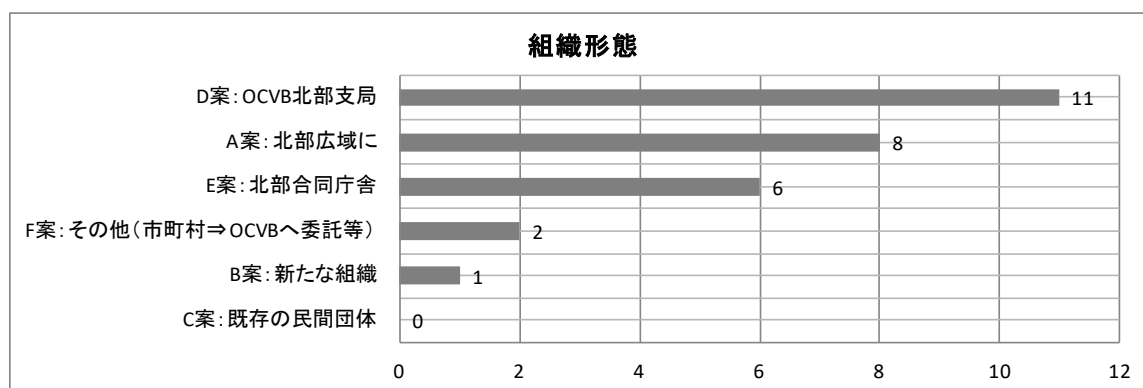
Q2：北部12市町村（やんばる広域圏）の連携で取り組むことが、特に求められていて、その効果が得られるのはどのような取り組みであるか？



（代表的な意見）

- ・ 北部広域の観光従事者が、それぞれ個々の商品開発し易い環境を整えること。
- ・ マーケティングが出来ないと数値的な裏付けがないため、説得性に欠け、戦略が立てられない。
- ・ 沖縄にきたら必ずやんばるに立ち寄りたくなるような仕掛けづくりをしていくことは、大切だと思います。
- ・ 地域の実情が違うため、実務レベルではエリアもしくはブロック的なネットワークを形成する必要がある。
- ・ 広域で予算を確保し、市町村・観光協会がキャラバン隊で出展に行き自分たちで商品を説明するなどが良い。
- ・ 北部 12 市町村のツアー商品をいくつも用意する。食、観光地、伝統芸能を含め多様なパターンを用意しお客様の選択肢を増やす。
- ・ やんばるの旅で 3 泊 4 日～5 泊 6 日のツアー商品を作り、北部観光案内所を設立し販売予約を実施。北部 12 市町村から負担金を支払い運営する。
- ・ 地理的不利で移動コストが上がっているためバスの費用を広域、北部振興事業で負担できないか？
- ・ 情報を共有することで、各市町村で切磋琢磨でき、サービス底上げが見込まれる。

Q3: やんばる広域で観光連携体制を作ること考えた場合どのような組織形態が望まれますか？



（代表的な意見）

A案：北部広域市町村圏事務組合内に事務局（観光専門職を置く）

- ・ さまざまな情報が集まっており、それを一体化し広域連携を確立する。
- ・ 広域で市町村の案を集約し、OCVBへ案を出すなどが可能では？
- ・ 行政が主導して民間から意見を吸い上げて頂きたい。各市町村や団体の負担を減らせるような事務局をお願いしたい。

B案：新たな組織を設立（法人格をもつ団体）

- ・ 旅行者と契約するには法人格をもつ必要あり。

C案：既存の民間団体、公益法人等に委託

- ・ 回答なし

D案：一般財団法人沖縄観光コンベンションビューローの北部支局の設置要請

- ・ 沖縄県とやんばる構成市町村との連携を図ることは、県の観光政策をうまく実現するためにも効果的。
- ・ 県が中心となり北部圏域に観光客誘致を推進し、北部各市町村（観光推進協議会等）との連携を図る。
- ・ 全県を見渡せるような人が引っ張るべきことである。
- ・ より身近に連絡が取れる組織を設置していただくと連携がとれやすい。
- ・ 沖縄県の観光動向を知り尽くしている OCVB の北部支局設置は、中南部とやんばるを結ぶ大きな原動力となる。

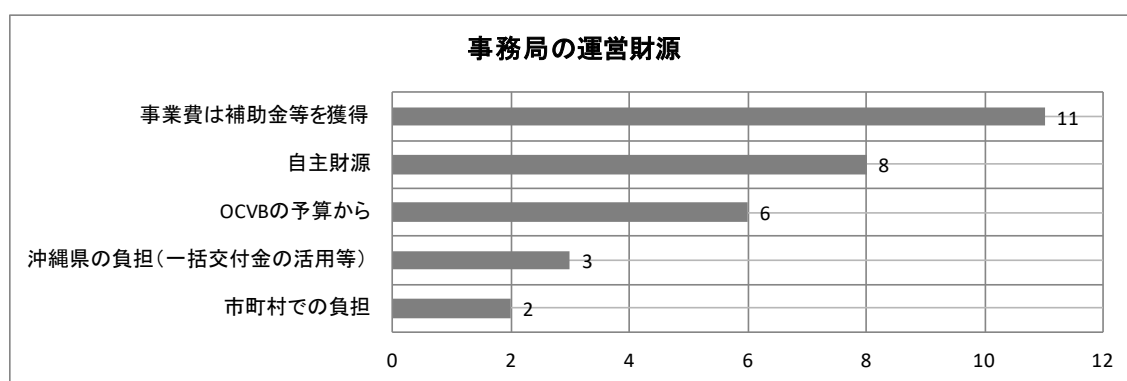
E案：沖縄県北部合同庁舎に観光部局の出先を設置要請

- ・沖縄県とやんばる構成市町村との連携を図ることは、県の観光政策をうまく実現するためにも効果的。
- ・沖縄県北部合同庁舎に、文化観光スポーツ部から出先を設置した上で、さらにコンベンションビューローの事務所を置くのが適切だと思われる。

F案：その他（具体的に ）

- ・プロモーションを行う団体として、OCVBの職員と各ブロックの観光協会と名桜大学などで新たに事務局をつくる。
- ・事務局は広域で、専門家は現場（道の駅）に事務所を構える案もあり。

Q4：やんばる広域で観光の連携体制を作ること考えた場合、事務局の運営に係る財源はどのように確保することが望めますか？



（代表的な意見）

- ・市町村で立案したものを、広域が予算確保する体制を取るのが理想である。
- ・広域市町村圏事務組合で負担金を出し合っていく場合、どの市町村にもバランス良く事業を遂行していかなければならず、長い目で見れば難しいのではないかと思います。
- ・ビューロー北部事務所（仮）にある程度の予算権限を与える部分と、各市町村の負担金を北部広域市町村圏事務組合に集約する部分との、大きく二本柱が良いのではないのでしょうか。
- ・各市町村（観光協会・関係団体含む）が委託する管理運営者（拠点の設置も含む）が必要と考えます。
- ・やんばる観光協会（収益事業も視野に入れる）と称する法人を立ち上げ、道の駅等を拠点に、公益的な事業展開を図ることも一案あると考えられます。頭に市町村を置き、方向性を決定させる。
- ・OCVB 案だと自治体の負担となるのか？OCVB においては、見返りがあるため、会費を払う価値があると判断している。

【第1回 研究会】

（開催概要）

実施時期： 平成 26 年 10 月 22 日（水） 14:00～15:30

実施場所： 名護市中央公民館

実施対象： 研究会メンバー、オブザーバー（沖縄県、OCVB）

参加者数： 35 人

内 容： 議題 広域連携体制づくりについて グループ討議

（議事進行）

1. 開会

開会あいさつ／北部広域市町村圏事務組合

2. ごあいさつ

沖縄県文化観光スポーツ部 観光振興課

一般財団法人沖縄観光コンベンションビューロー

3. 資料説明／資料1

①実証事業の進捗報告

②市町村ヒアリング結果のまとめ

4. 連携体制についての検討

議題 （仮）広域連携体制づくりについて グループ討議

ファシリテーター／玉沖 仁美氏（株式会社 紡 代表取締役）

5. 次年度プロジェクトについて

議題 次年度プロジェクトについて

6. その他

今後のスケジュールについて

7. 閉会

（開催状況）



開催写真



開催写真

(議事概要)

議題: 広域連携体制づくりについて グループ討議

ファシリテーター／玉沖 仁美氏(株式会社 紡 代表取締役)

各グループ進行／各テーブル事務局スタッフが進行役

①ヒアリングからの現状把握

グループ討議

皆さんのご意見から、

- ・北部に何らかの組織が欲しい
- ・公設でスタートさせる
- ・運営費の財源に懸念がある

ことが把握できました。

②理想の体制とは？

グループ討議

どのような体制が理想でしょうか？

- ・マンパワー的に過度の負担が無い
- ・財源の懸念が無い

理想的な「機能」とは、どのようなものでしょうか？

③東海岸プロジェクトの事例

例) 東海岸プロジェクトの場合

ランドオペレーション機能

④グループ討議の進め方

進め方

- ・前半：お一人3分程度
- ・後半：グループ内で自由討議
- ・模造紙に出た意見を並べます
- ・共有（発表）

一覧化して共有することが目的
グループで1つの意見にまとめたり、結論を出すものではありません



玉沖仁美氏によるファシリテーション



グループ討議

表 第1回研究会の意見分類

Q:「広域連携体制の理想的な機能とは？」

分類	分類	発言内容
役割・機能に関する意見	情報収集・発信	・ 世界遺産で外国人が来る際の対応方法は？ ・ 情報発信基地として複数必要。 ・ Wi-Fi の導入。 ・ 情報の集約と共有。 ・ 客の7割が目的がある。それを紹介できるサイトが必要。 ・ どこで何を(イベント、祭り等)やっているのか不明、わかる情報共有があれば良い。 ・ 情報集約、連携プレーできる。 ・ 各地域の食、遊ぶ所の情報共有。 ・ 文化、祭り、花等項目ごとに詳細な情報整備(日時、場所、時間)。 ・ 閉鎖情報。 ・ 客の立場に立った情報拡散。 ・ 1行政のみ情報を保有せず、情報を各市町村へ共有。 ・ 12市町村の情報が見られるサイトが必要。 ・ SNSの更新が難しい。 ・ 天候によるキャンセルの場合、情報共有、リスク回避を。 ・ 宿泊者に対する情報発信が必要。 ・ 客目線で考える必要あり。 ・ やんばる会プロジェクトのように、主体を決めて、情報の集約をしてくれるところが欲しい。 ・ 情報集約をして拡散できる中核組織が必要。
	地域コーディネート役	・ 12市町村の方向性、施策を整理し、地域とのつながりを創る。 ・ 目的を明確に。(産業か公共サービスか？) ・ アーティスト、印刷屋のツテが共有できれば。 ・ ビジョンの共有とボトムアップ型で事業化していく必要がある。 ・ 着地型観光を進めるための体制。 ・ 広域の役割が重要。 ・ 県の方向性、北部、市町村それぞれの方向性を合わせる。 ・ やんばる観光連携推進事業をロードマップに位置付ける。 ・ 情報収集、問題点の集約。 ・ 町だけではできないことを広域でやるべき。 ・ 県、地域の方向性を合わせる。 ・ ソフトだけでなくハードも考えるべき。 ・ 交通手段、分配は広域的に考えるべき。 ・ ソフト、ハードを含め体系的に整理すべき。 ・ 中間地点でコーディネート。 ・ 国と北部市町村のフィードバック役としてのコーディネート組織が必要。 ・ 観光で成り立っているという意識を持った調整役が欲しい。 ・ 各市町村で足りない部分を補てんしていくための組織が必要。 ・ 道の駅とホテルの連携。
	予算確保	・ 今ある課題をすぐ解決するための予算が確保されていると良い→各市町村の活動の整理。 ・ 誘客のための戦略と事業費の捻出。 ・ 行政の予算どりの仕組みにとらわれない仕組みが欲しい。 ・ 何かをしたいと思った担当事業者にすぐ費用をつけて、自由に使えるような財源の流れが欲しい。 ・ 市町村、各業界から企画を提出してもらい、決定するという手法。 ・ 各関係機関で人と予算の流れを自由にしたい。 ・ 毎年事業をとりに行く。 ・ 事業メニューをとりに行く。 ・ 協会の役割、財源が必要。 ・ 国、県の財源を活用する。

	産業づくり	・ 産業づくりが必要であろう。 ・ 着地型観光がどうしたら産業になるのか。 ・ 着地型にこだわらず、産業化することが必要。 ・ 観光産業としての基盤。 ・ 地域の産業をくっつけた観光づくり。 ・ 産業化→お金を落とす仕組み。 ・ やんばる全体で観光商品券。 ・ 法人格：旅行会社と契約させる。 ・ 情報共有、情報整備、観光商品ツアーを販売できる事務局。
	人材育成・確保	・ 客にアピール(特産品や旬なもの)できる講座等があれば良い。 ・ 観光関連機関が各団体民間等に向けて人材教育ができるような仕組みが欲しい。 ・ 地域を育成しながら誘客を考えるべきだと思う。 ・ 情報発信のための戦略を勉強したい。 ・ ノウハウのある人の採用。
	その他	・ シャトルバス(周遊システム)。 ・ お金をかけなくてもできるものから。 ・ 金武の道の駅。 ・ スポーツコンベンションはやりやすい。 ・ 実務を見出す→何をするのか。 ・ 調査事業をしっかりと詳細にできる予算の確保が必要。
連携体制に関する意見		・ 人は定着させた方が良い。 ・ 安心して連携できる人材が必要。人気があるのがネックになっている。 ・ 専門家が必要。 ・ 国頭、大宜味、東、ヤンパクでの事務局で事務局機能が可能。 ・ 官民一体が重要。 ・ 公生な事務局。 ・ 公共がつくったとしても民間におろすことができるように。 ・ 観光協会の位置づけをしっかりとすべき。 ・ 公益性が高い方が良い。 ・ 将来的に(2, 3年)自主財源に。 ・ お金を生む自主財源。 ・ 広域の中に置くのが早いのではないか。 ・ 市町村との連携があるのは広域。 ・ 観光協会が中心に(民間との連携)。 ・ ビューローの歴史、実績がある→ノウハウがある。
現状課題		・ 観光産業は成り立つのか？市町村の現状を把握し、体制を整える。 ・ 同じ取り組み多い。整理すべき。 ・ 手数料だけでは成り立たない。 ・ プロモーションの費用と受け地側のバランスが悪い。 ・ 連携して施策整備をしていかないと誘客チャンスを逃している状況にある。 ・ 中長期視点で情報が欲しい。 ・ 広域連合のように出向して互いに勉強できる仕組みが欲しい→外国人観光客に詳細情報をうまく伝えられない状況がある。 ・ 国際人材育成→受け皿が非常に小さい。 ・ 市町村でできないことを提案していくべき。運営に一所懸命になりすぎていて他のことを大きな視点で考える余裕がないことは良くない。 ・ プロ野球との連携。 ・ うるまとの連携(環金武湾)。 ・ 民博で連携は宜野座ととれている。 ・ にぎわい、補助金→BS朝日での放送。 ・ 金武、宜野座、うるま(ウォーキングイベント)企業誘致。 ・ 民泊は進んでいる。(40校、4,700名)。 ・ 観光資源調査。 ・ 3村ダム祭り。 ・ アグリツーリズムやブルーツーリズムだけでなく、ヘルスツーリズムに向けた体験プログラムを企画中。

(とりまとめ／協議会への報告)

「広域連携体制の理想的な機能とは？」

機能分類	役 割
○情報収集・発信機能	・12市町村の情報を集約し拡散する役割
○地域コーディネート機能	・12市町村の方向性、施策を整理する役割 ・国・県のビジョン・施策と地域をつなぐ役割 ・現場の意見を集約して事業化を図る役割
○予算確保機能	・国や県の予算を獲得する役割
○人材育成・確保機能	・人材育成の機会を創る役割
○産業づくり	・やんばるにお金を落とす仕組みを創る役割 ・着地型商品の開発や販売など行う役割

(第1回 協議会からの指摘 要約)

- ・ 第1回協議会 平成 26 年 10 月 30 日(木) 11 時 00 分～12 時 30 分
- ・ 民間ですでに運営している組織に対して行政があえて支援する必要があるということは、現状課題があるという認識か。
- ・ 各行政が政策で進めていることに対して、この 12 市町村の連携体制づくりが本当に可能か、またこのような取り組みについて各市町村はしっかり熟知しているか？
- ・ 行政側が必要を感じて意気込みを持って進めなくては、名前だけになる可能性もある。
- ・ 公設民営とするということは、行政も責任を、以て関わっていくということになる。市町村間の競合も防ぐ必要がある。その意味でも行政の理解度を高めて本腰を入れて進めていかなくては難しい。
- ・ テーマを絞り、ひざを交えた真剣な議論も必要。イメージだけでなく、実状に即した形で進めることが必要。
- ・ 条件付きで5年間は行政が関わり、その後民間へ移して自立を促していくという運営形態が良いだろう。
- ・ 公共だけの連携は考えず、公設民営と民間連携を合わせた形での仕組みを再度組み合わせて検討していくべき。
- ・ 今回の連携の構築に果たして意味があるのか疑問を感じる。稼働している皆さんが連携の必要性を感じなければ、いくら行政から連携が必要だと言っても個別活動でよい。となるのではないか。そのあたりの整理は必要ではないか。
- ・ やんばるの観光連合体は必要であるという賛同の一致は伝えるべき。

【第2回研究会】

（開催概要）

実施時期： 平成 26 年 11 月 21 日（金） 13:30～16:30

実施場所： 北部会館 3 階

実施対象： 研究会メンバー、オブザーバー（観光庁、沖縄総合事務局、OCVB）

参加者数： 27 人

内 容： 議題

①やんばる観光連携体制の形態について

②やんばる観光連携プロジェクト モニターツアー企画について

（議事進行）

1. 開会

開会あいさつ／北部広域市町村圏事務組合

出欠確認等

2. あいさつ

観光庁観光地域振興部観光地域振興課 専門官 岡村 努氏

3. オブザーバー出席紹介

沖縄総合事務局 運輸部 国際観光調整官 宮里 正吉氏

一般財団法人沖縄観光コンベンションビューロー 国内事業部

プロモーション課 翁長 由佳氏

4. グループ討議（エリア別）／資料 1

ファシリテーター／玉沖 仁美氏（株式会社 紡 代表取締役）

①やんばる観光連携体制の形態について

②やんばる観光連携プロジェクト モニターツアー企画について

5. その他

6. 閉会

（開催状況）



グループ討議



グループ討議内容の発表

(議事概要)

議題:①やんばる観光連携体制の形態について

②やんばる観光連携プロジェクト モニターツアー企画について

ファシリテーター／玉沖 仁美氏(株式会社 紡 代表取締役)

各グループ進行／各テーブル事務局スタッフを進行役として配置

議題:①やんばる観光連携体制の形態について

- ・協議会から指摘のあった連携の必要性や意義について次の手順でグループ討議を行った。

①連携の必要性 ⇒②連携の形態 ⇒③組織形態 ⇒④法人形態

○やんばる観光連携体制の形態について

表 第2回研究会の意見整理 Q: やんばる光連携体制の形態について

	1必要性	2連携の形態	3組織形態	4法人形態
北エリア ／離島 ／民間	・概ね必要かも ・必要か不要か判断が難しい。 ・県内の道の駅は連絡会議として機能していて、今後も連絡会議としてやってはどうか。 ・必要である。交渉等にしてもスピード感が図れる。必要ではあるが、ターゲット戦略等が必要ではないか？ ・判断しかねる。 ・必要性を感じる民間団体のつながりを強化していきたい。 ・北エリアでは民泊を中心にすでに連携している。 ・観光ベクトルをどこに向けかを定めて必要性を問う必要がある。 ・情報の共有という点では必要。	・プロセスの中で条件を整理し、組織化を図っていく ・情報を含めたワンストップ窓口ができる組織体が必要ではないか。 ・情報発信ができる組織は必要。 ・エリア毎の組織体制強化の後、北部全域の中核組織化を行い、情報収集、発信を行うことができる。 ・一本の柱を主体とした「るるぶ北部」のような事業を中心に連携があればどうか？ ・民間からはスピード感を持って組織化して欲しい。行政等からは連絡会議などを含めて中核組織化の方が望ましい。 ・平成28年度までに中核組織化については話し合う方がよいのでは？	・法人化がふさわしい ・費用対効果をあげられる組織を目指す。 ・収益を北部に還元できる組織運営。	・行政が株式会社等の法人にお金を流すのは厳しいのでは？ ・市町村から市町村事務組合へお金を集め、間接的に出資する。

本部半 島エリ ア	●必要⇒連絡会議からスタート。 (理由) ・市町村と観光協会できないからこそ必要。(コーディネート役として) ・情報収集。(情報の共有化) ・市町村を超えた観光政策が反映できる。 ・提案する組織としての役割を期待！ ①情報集約・発信 ⇒マーケティング・プロモーション。 ②地域コーディネート ⇒企画・立案、予算獲得。	●エリア別からスタートする(理由) ・地域エリア毎に特色、それぞれの課題があるので、できるエリアから推進していく。 ・エリア別の連携体を推進するにあたり、エリアコーディネーターを自分たちで選び、適切な人材を配置する必要あり。 ・まずは連携できる事業と、そうでない事業を整理する。	・継続できる組織形態とは ・法人化を目指すには、民間的な物産公社的な形態が早道ではないか。 ・市町村でできない事業をこの組織を活かして一括交付金をうまく活用し、事業展開を図る。 ・企画までサポートできるコーディネーターが求められる。	・法人化を目指すのが望ましい。 ・任意団体からスタートし、仕組みを作り、法人化の方向へ進めていく。 ・中核組織を作るには、①役割分担、②収益が必要！ ・観光産業を地域で楚座照するためには、施設の法的な壁からクリアする必要がある。 ・施設を利用することで運営資金の造成を図る仕組みが求められる。 北部で駐車場代などをいただくことで組織の運営費に充てる方法がある。
南エリア	・県外、国外の誘致一つの市町村では難しいから必要。 ・12市町村の負担軽減、アイデアを出し合い、より良いものを。 ・隣が何をやっているかわからない 連携は必要 ・12市町村の連携を図るため必要。 ・恩納村だけでは伝わらない、やんばるは一つで魅力を伝える。	・中核・連携会議どちらがいいのかメリットが分からない。 ・最初はしっかりした組織で連携をとれるようにして、後で連絡会議を作る ・人事異動があると連絡会議は続かない。 ・公設でつくって資金切れたら連絡会議。 ・エリアで考えも違うはずなので、まずは互いに事例、情報交換が大事。 (結論) ・エリア同志で連携が大きくなったときに「中核」が必要になるだろう。	・任意団体でもお金は集められる、最初は任意団体。 ・任意はSTEP1、それから必要性が出れば法人化。 ・事業をやるとか、情報をうまくとっていくには法人化。 ・各地の観光協会は自分たちの事業で忙しいので、なかなか「やんばる」(全体)のことはできない⇒別組織が必要。 ・外部委託もあるが、地域にお金が落ちない。 ・連携事業をたくさんやっても「中核」を検討できない。 ・連携するには距離感が大事。 ・青年会、民泊で金武、宜野座はうまく連携している、よい距離感。	・一般社団の方がNPOよりよい 人選、事業が自由。 ・一般社団 5年継続して公益社団になれる。 ・税制面で考えるとNPO観光事業やるなら一般社団。 ・株式会社は運営・維持にお金がかかる。 ・法人形態にするのではなく⇒エリア同志で連携が大きくなったときに「中核」が必要になるだろう。

議題②やんばる観光連携プロジェクト モニターツアー企画について

- ・ 本事業開始当初より要望のあった各エリアでの連携プロジェクトについて、次年度の新たな要望としての企画が次のように提案された。
- ・ 今年度実施予定の東海岸プロジェクトについては、引き続きブラッシュアップを図っていく。

北エリア／離島／ 民間	(北部エリア) ・電気自動車は最高時速 80km 小道などスムーズに走れる ・オクラレルカの時期に使用する ・酒造所めぐり ⇒スタンプラリー 泡盛、ビール工場、パインワイン工場 例：北海道で「パ酒ポート」のスタンプラリー (伊平屋・伊是名・今帰仁) ・伊是名 1 日宿泊 400 名、民泊 300 名 ・現在、ジャンボツアーズによる県内客をターゲットとしたツアーが実施されている ・外国人誘致 ・今帰仁のメリットが無い (広域) ・クルーズ船の受け入れ
本部半島エリア	(アウトドアツーリズムとして) ・海・山・川を活用した面白い事業企画 ・呼び込む本部半島の対象者の検討 ・実際、もうかる検証を行いたい ・モニターが行うのか、それとも別の方法がよいのか検討が必要 ・自転車を中心に名護、本部、今帰仁などさまざまなルートづくりが可能 ・ツールド大会を活かし、もう 1 泊できる企画メニュー ・呼び込む方法としてホエールウォッチングを活かす ・ジオパークを活かす蝶や鳥の観察会も可能 ・ANA、観光庁とも企画を進めやすい環境である ・プロモーションするための環境作りが重要 ・三市町村をまたいでいるので、予算が必要
南エリア	(スポーツ) ・スポーツ施設が充実している ・芝の状態など、養生の情報を共有する 3村で全施設をパッケージで運営する ・3つの地域なら大きな大会を誘致できる ・那覇から近いヤンバル 高速 IC が各地にある (食) ・秘密のビュースポット & 食べ歩きツアー ・「ONNAGO」(恩納村、名護市) ホテル食事がどこでもできる ホテルスイーツクーポン ・朝日、夕陽の両方が楽しめる距離 ・やんばる秘境ツアー ・恋の飛び込みツアー 愛情度を飛び込みで表現する ・毛遊びー

(とりまとめ／協議会への報告)

議題①やんばる観光連携体制の形態について

○広域連携体制について、必要か？

- ・ 広域連携体制は必要。意義、役割を明確にする。

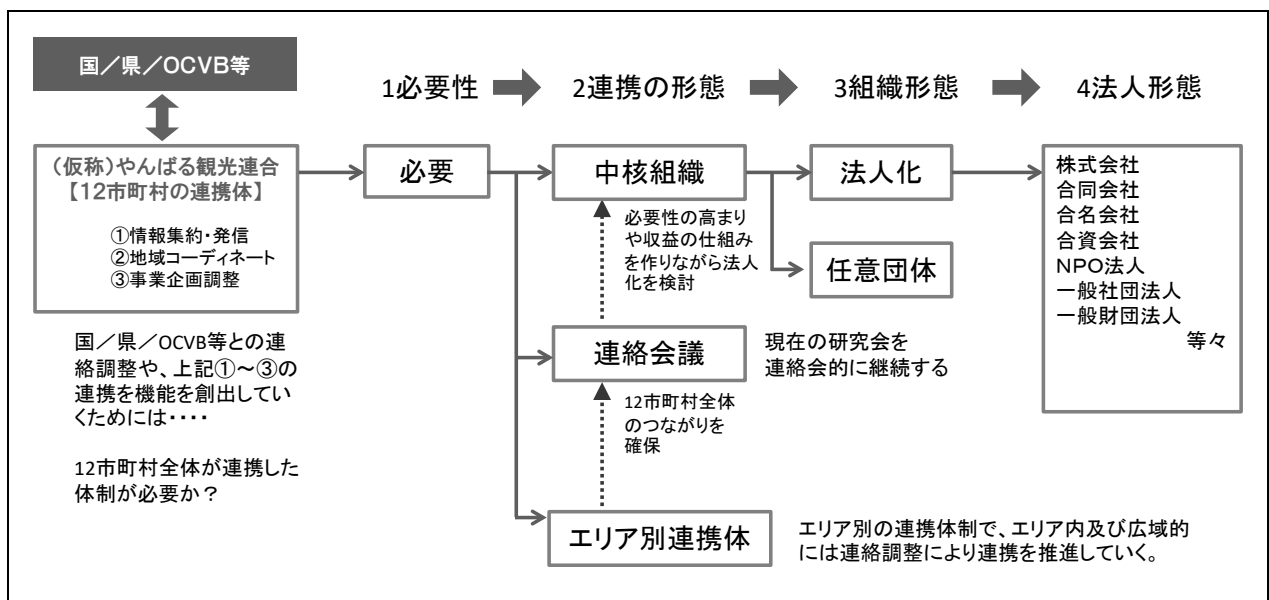
○連携の形態

- ・ エリア別の連携を創出からスタートする。
- ・ 北部全体では現研究会のように連絡会議的な組織を残し、エリア別の連携を強めながら今後も引き12市町村の連携を深めながら将来的に中核組織の形成を目指す。

○組織形態／法人形態

- ・ 組織は法人化することが望ましいが、任意団体であっても収益事業、資金集めなどで継続できる形態とする。法人の形態については、組織の事業内容などを明らかにしながら検討を進める。

図表 第2回研究会 ①やんばる観光連携体制の形態について



議題②やんばる観光連携プロジェクト モニターツアー企画について

- ・ 次年度のモニターツアーに関して、研究会の内容を受けて5つの企画要望があった。内容については今後調整を進めていくものとして第2回協議会に報告。

(第2回 協議会からの指摘 要約)

第2回協議会 平成26年11月25日(火)17時30分～19時00分

- ・ 組織の話から入っているので、組織づくりにこれだけのお金が必要なのかという気がする。研究会から上がってきているエリア別の連携プロジェクトをやることによって、形を作っていくということだと思いが。

- ・ 従前の各市町村の観光協会との関係はどうなるのか。また、各観光協会は法人組織であるが経済的に自立していない。役場から財政支援をしながら町の観光で動いてもらっている。今回のこの組織ができたときに、財政支援がないと運営できないとなった時にどうなるのか？組織化にあたっては時間がかかってもいいので経済的に自立し得る組織の展望が必要という気がする。
- ・ この事業の初期段階からであるが、補助金ありきの組織を作っては困る。これは協議会として譲れず、平成 26 年度の報告として、これは共通認識で進めていくことは確認しておきたい。
- ・ 平成 27 年度に向けては、モニターツアーがいくつかあり、プロジェクトチームの必要性を高めていくためにエリア別連携体制から始めていくということである。
- ・ やはり近場の連携がとつかかりとして必要と思う。エリアから連絡会議、中核組織に持っていくまで期間的なものはどうなるのか。連絡会議や中核組織に至るまでの期間の想定はされているのか。
- ・ 図で見ると、エリア別連携体と連絡会議は、時間的経過ではない気もするが、中核組織までの道のりはかなり遠いように感じるがどうか。
- ・ 既存の観光業界を動かしている組織体と、新たに出来る組織体との組み合わせ方を考える必要がある。現場で受け入れてもらう事が重要である。その辺の整理は必要。
- ・ シビアな関係だから連携もできているのに、わざわざ広域に引き上げて、全てを組織体に任せてしまつては、相互協力が弱まるのではないか。あえて広域連携でやろうとして失敗すると困る。
- ・ まだ組織化するということまでには進んでおらず、お互いの連携でやっていこうという事である。場合によって中核組織は必要無いということになるかもしれない。
- ・ 研究会では 12 市町村全体の枠にとらわれる事なく、現段階で必要性を感じているのは、エリアでしっかり新しい連携を含めて創り出し、そこから段階的に 12 の連携が必要であればやりたいという意見である。
- ・ 平成 28 年度までにそれぞれのエリアでのプロジェクトに予算をつけて、充実させた方がいいだろうということである。
- ・ 我々としては、中核組織については移行期の 29 年度以降で、当面はエリア別連携体制を強化してほしいとしてまとめたい。平成 27 年度のプロジェクトについて熟度を高めて欲しいという方向性で良いか。(全員賛同)

【第3回研究会】

（開催概要）

実施時期： 平成 27 年 2 月 20 日（金） 13:30～16:00

実施場所： 北部会館 3 階

実施対象： 研究会メンバー、オブザーバー（沖縄総合事務局）

内 容： 議題

①次年度エリア別プロジェクトについて

②やんばる観光連携推進事業連携体制について

（議事進行）

1. 開会

開会あいさつ／北部広域市町村圏事務組合出欠確認等

2. オブザーバー出席紹介

内閣府沖縄総合事務局 運輸部 国際観光調整官 宮里正吉氏

3. 実証事業進捗報告

①全体報告

②観光客動態調査報告

／株式会社ゼンリンデータコム Web-GIS 事業部 金田穂高氏

4. 議事／資料 1

ファシリテーター／玉沖 仁美氏（株式会社 紡 代表取締役）

①次年度エリア別プロジェクトについて (45 分)

②やんばる観光連携推進事業連携体制について (45 分)

5. その他

6. 閉会

（開催状況）



エリア連携プロジェクトの企画発表



エリア別の連携体制に関する発表

(議事概要)

議題:①次年度エリア別プロジェクトについて

②やんばる観光連携推進事業連携体制について

ファシリテーター／玉沖 仁美氏(株式会社 紡 代表取締役)

各グループ進行／各テーブルで進行役、タイムキーパー、記録係の役割

議題:①次年度エリア別プロジェクトについて

- ・ エリア別連携プロジェクト企画の発表

エリア区分	企画概要
本部半島・伊江島エリア (名護市・本部町・今帰仁村・伊江村)	連携プロジェクト名称: (仮称)本部半島・伊江島アウトドアスポーツ推進プロジェクト ・地域の海、山、川など、本部半島・伊江島エリアの各地に点在する自然環境を活かしたアウトドアスポーツのフィールドをつなぐことにより、エリア内での周遊、滞在を促進したい。また、これにより新たな観光商品開発で産業を創出したい。
南エリア (恩納村、宜野座村、金武町)	連携プロジェクト名称: (仮称)女子スポーツ誘致プロジェクト ・3町村連携で、女子スポーツのキャンプや大会誘致を図る。 ・大会やキャンプ開催と交流会等を開催することにより地元との接点をつくる。 ・女子スポーツ地としてのイメージづけ、ブランド化を図る。
いいなエリア (伊是名村、伊平屋村、今帰仁村)	連携プロジェクト名称: (仮称)いいな歴史探訪ツアー推進プロジェクト ・3村は共に歴史的に琉球王朝の始まりに起因する地域であり、歴史的、芸能においても、各地域の地域興しの一翼を担っている。歴史を紡ぐ三村の周遊ツアーを造成し、地域資源の掘り起こしと、持続可能な商品開発を提案する。
東海岸エリア (国頭村、東村、名護市、宜野座村、金武町)	連携プロジェクト名: (仮称)やんばる東海岸大人の民泊推進プロジェクト ・東海岸に観光客の流れを作りたい。 ・沖縄特有の自然環境、生活文化が残る場所でありこれらを活かした観光を推進したい。 ・各地域とも民泊を推進している。教育旅行だけでなく大人を対象とした民泊を進めたい。 ・平成 26 年度にモニターツアーを実施。実践的な連携体制と、商品化に向けた取り組みが必要である。

※ 企画内容は、各エリアで企画会議を経て検討されたものである。内容の詳細は、後述の次年度企画のページにて掲載する。

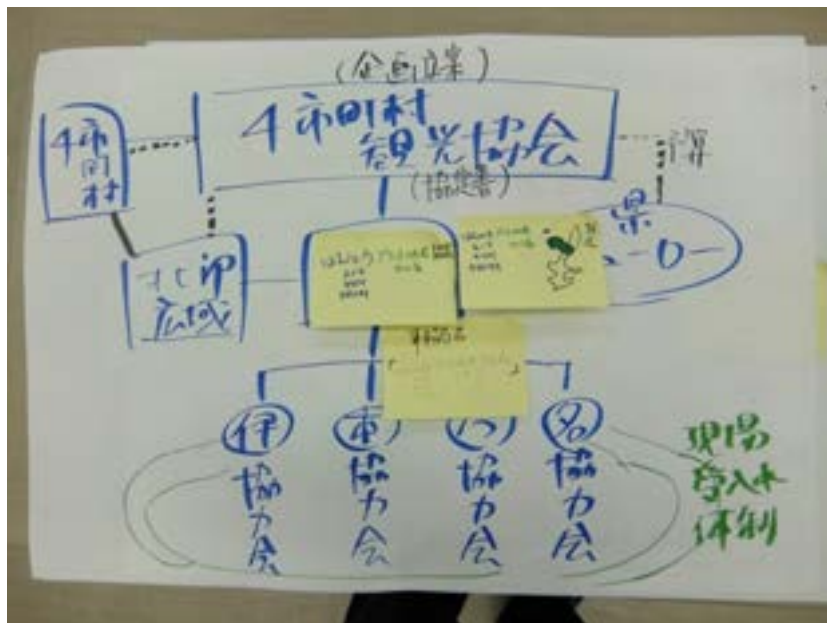
議題②:やんばる観光連携推進事業連携体制について

- ・ エリア別連携プロジェクトについて、今後もみすえた実施体制を各エリアで検討。

本部半島・伊江島エリア(本部町、名護市、今帰仁村、伊江村)

連携プロジェクト名称:(仮称)本部半島・伊江島アウトドアスポーツ推進プロジェクト

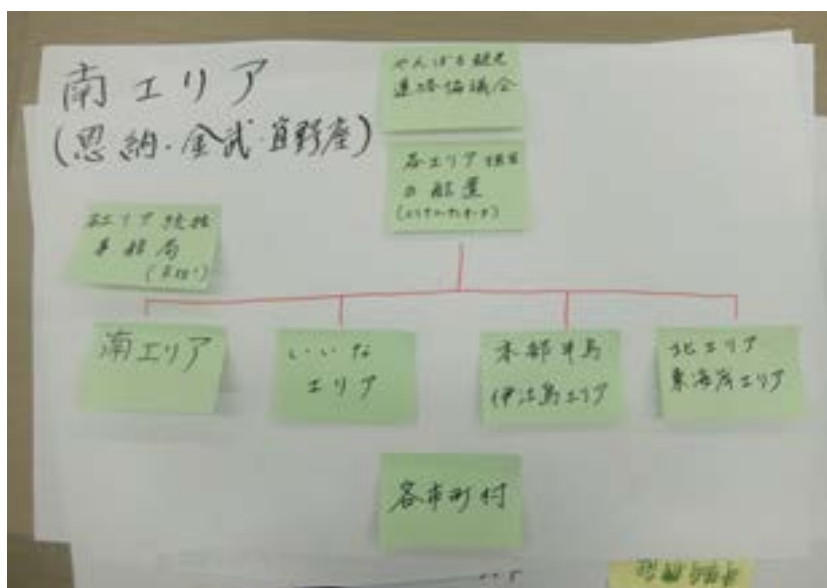
- ・ 4市町村の観光協会で企画立案し協定書を結び、内容に沿ってそれぞれ代表窓口を決める。
- ・ 今回の代表窓口は本部町観光協会。
- ・ 旅行社がツアー造成しただけでなく地元にしかりした受け入れ体制を作っていく。
- ・ 実行していく地元業者に協力いただき現場受け入れ体制を作る。
- ・ 事業として可能であれば会費収入等を得て継続的運営にしていきたい。



南エリア(恩納村、宜野座村、金武町)

連携プロジェクト名称:(仮称)女子スポーツ誘致プロジェクト

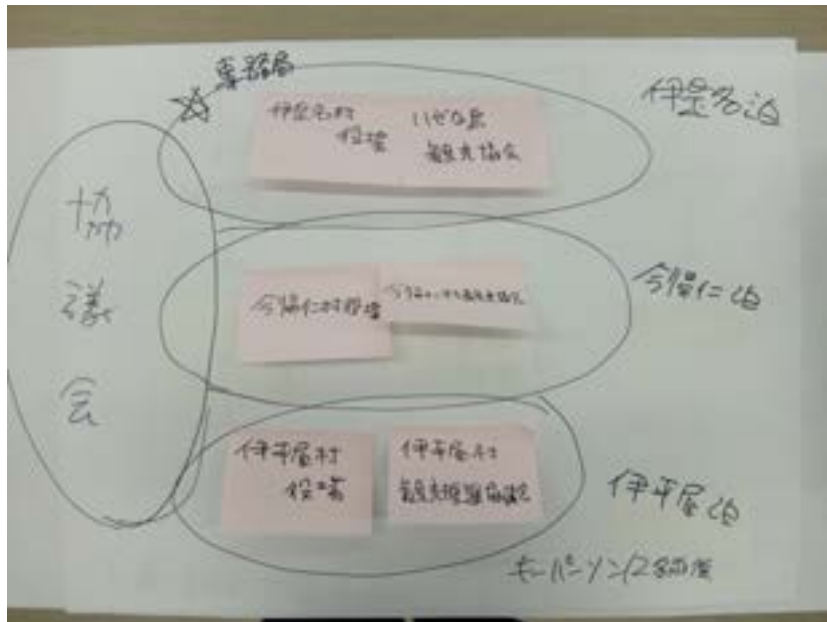
- ・ エリア代表窓口が統括事務局を引き受ける。会議日程、受け入れ体制を決めていく。



いいなエリア(伊是名村、伊平屋村、今帰仁村)

連携プロジェクト名称:(仮称)いいな歴史探訪ツアー推進プロジェクト

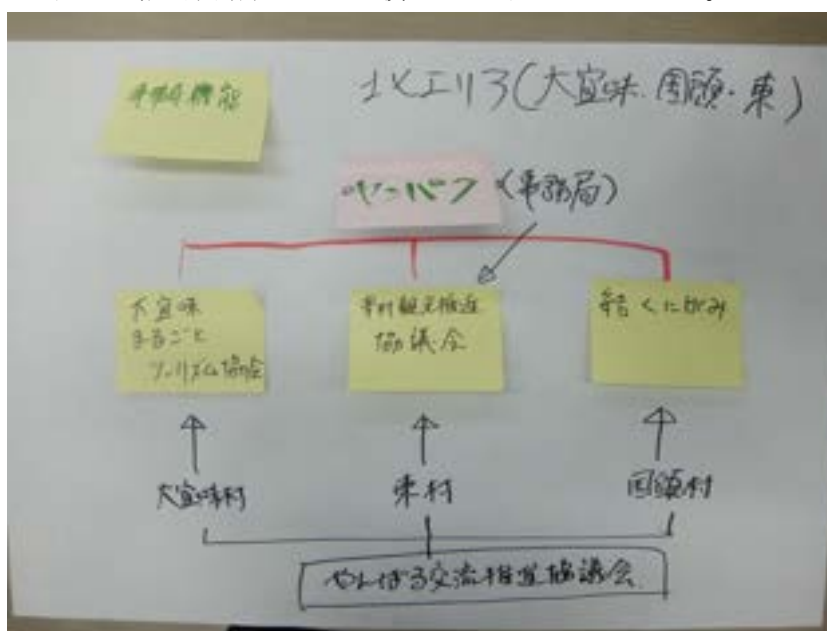
- ・「いいな」と名前が付いている通り既に祭りなどで体制ができている。
- ・6つの団体で各組織2名ずつぐらいで12名。
- ・今回は伊是名村を事務局とする。それぞれで内容を各村でやってもらい、協議会を作って合意していく。



北エリア(国頭村、東村、大宜味村)

連携プロジェクト名称:(仮称)ヤンパク連携プロジェクト

- ・平成28年度の実施を想定。
- ・ヤンパク事務局で民泊を受け入れている。
- ・大人の民泊も東海岸エリアと連携しながら拡大していきたい。



(仮称)やんばる観光連絡協議会への要望

エリア名	(仮称)やんばる観光連絡協議会への要望
本部半島・伊江島エリア	・ 12市町村那覇エリアでのPR拠点。 ・ 12市町村2次交通の課題解決。 ・ 観光協会の収入源確保(ビーチ・駐車場管理・運営等)。 ・ やんばる観光案内所の継続。 ・ 観光動向調査の継続。 ・ 県北部合同庁舎に観光部局の設置要請。 ・ 北部広域市町村圏事務組合の観光機能の強化。 ・ 本部港駐車場拡張(整備)。
南エリア	・ 連携プロジェクト事業を推進するエリア事務局とは別に、やんばる観光連絡協議会に各エリア担当を新規配置希望。(4エリア) ・ 協議会の各エリア担当は、各市町村の窓口で直接連絡を取って細かい情報収集を行う。
東海岸エリア	・ 観光客からすると、やんばるは一つ。すべてに対応できる事務局は必要であろう。 ・ 道の駅の許田に設けている観光案内コーナーはやんばるの入口にあって、ガイドがいろいろ紹介することで各観光地へ行けるようになる。モニターからもわかりやすいという声があった。 ・ 窓口となると、事務局機能があるとよい。

(とりまとめ／協議会への報告)

議題①次年度エリア別プロジェクトについて

- ・ エリア別連携プロジェクトについて、次年度開催に向けて連携体制を創りながら熟度を高めていく。
- ・ エリア別の連携体制は、プロジェクトを商品化して収益事業としての継続を目指す。これにより連携事務局の自立化を図る。

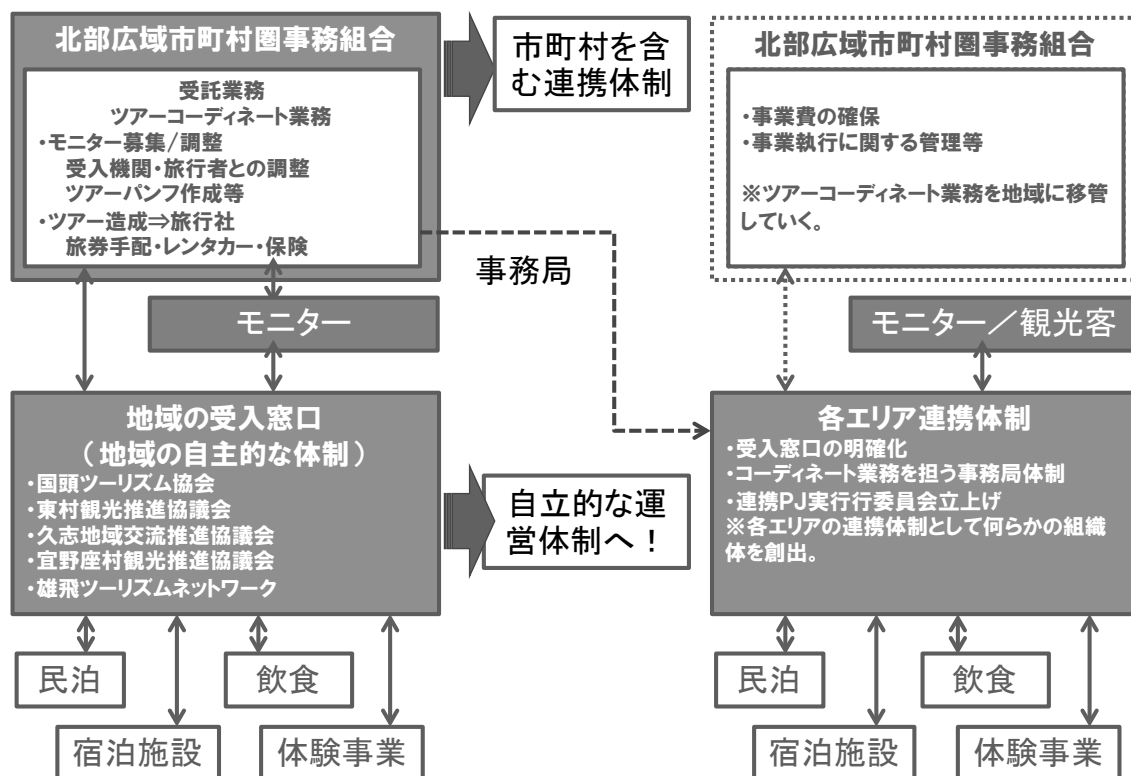
議題②:やんばる観光連携推進事業連携体制について

- ・ 研究会を継続し、12市町村全体の連携体制となる「(仮称)やんばる観光連絡協議会」の設置を目指す。
- ・ 「(仮称)やんばる観光連絡協議会」では、那覇エリアでのPR拠点の設置、那覇からやんばるまでの2次交通に関すること、本事業で設置した観光案内コーナーの継続、観光動向調査の継続、各エリア担当配置など12市町村で取り組むべき事業の実施を要望する。

■エリア別連携プロジェクトの実施体制及び目標

H26東海岸連携PJの実施体制を例として

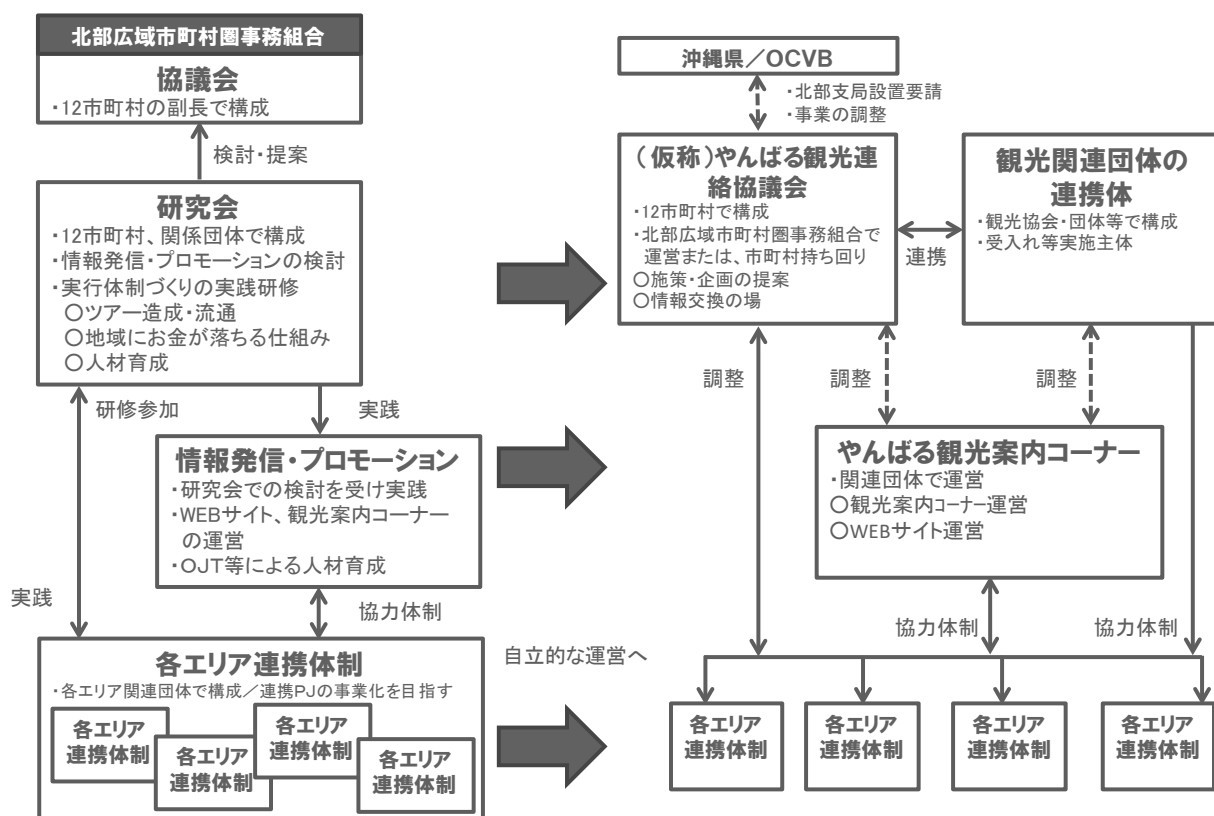
実施体制の目標



■事業の実施体制及び連携体制の目標

平成 27・28 年度の実施体制イメージ

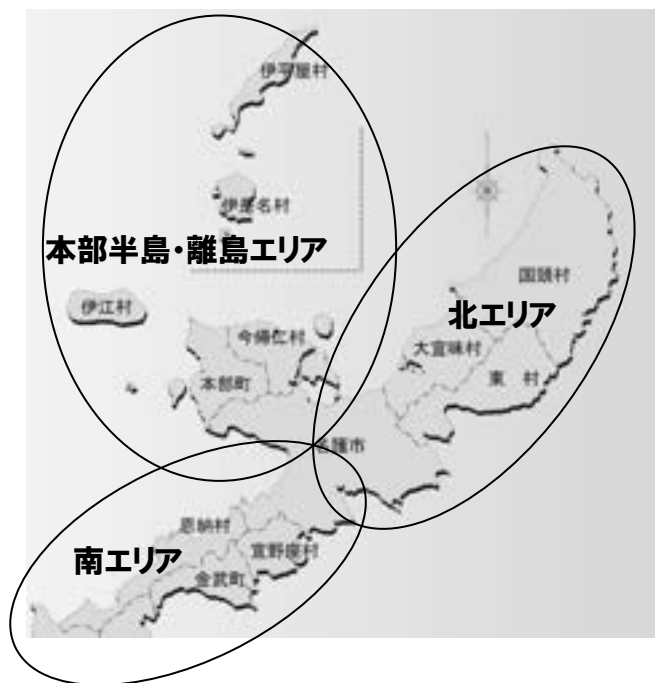
平成 29 年度の以降の体制イメージ



■連携プロジェクトにおけるエリア設定の考え方

- ・従来のエリア区分は地理的な近接性や航路のつながり等による区分であったが、連携プロジェクトとしての要望はテーマやツアー内容で区分されており必ずしも一致しない。

図表 従来のエリア区分（「北部連携促進基本計画策定事業」平成 24 年 3 月）におけるエリア区分



- ## ■本部半島・離島エリア

- 本部町、今帰仁村、名護市、伊江村、伊是名村、伊平屋村

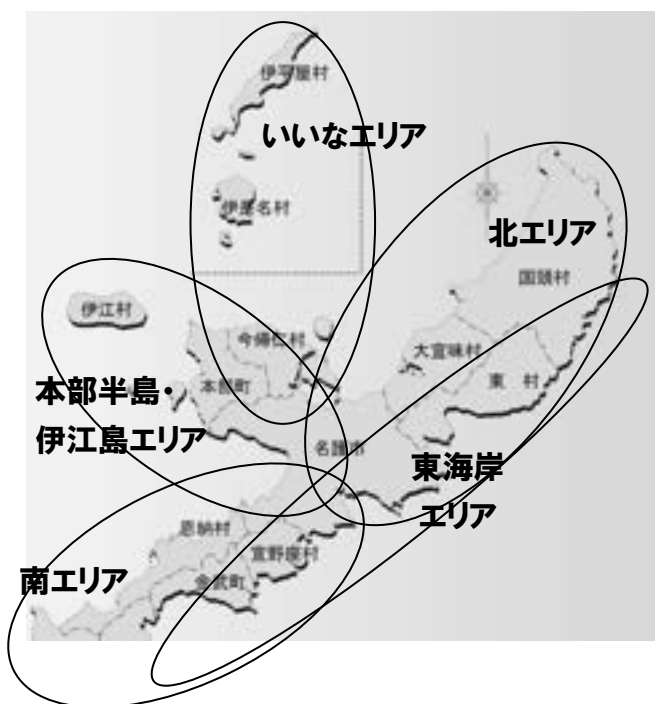
■北エリア

- ・ 国頭村、東村、大宜味村、名護市

■南エリア

- ・ 恩納村、宜野座村、金武町

図表 連携プロジェクト要望によるエリア区分



- ## ■本部半島・伊江島エリア

- 本部町、今帰仁村、名護市、伊江村

■南エリア

- 恩納村、宜野座村、金武町

■いいなエリア

- ・ 伊是名村、伊平屋村、今帰仁村

■東海岸エリア

- ・ 国頭村、東村、名護市、宜野座村、金武町

■北エリア

- ・ 国頭村、東村、大宜味村、名護市

（第3回 協議会からの指摘 要約）

- ・ 第3回協議会 平成 27 年 2 月 25(水) 17 時 30 分～19 時 00 分
- ・ 連携プロジェクトについては、収益などの話し合いをしなければいけない。期待だけが高まっても困るだろう。しかし、シビアな話しただけすると拒否する人もでてくるので、儲かるという話しもしながらうまくやっていった方がよいだろう。
- ・ 連携体制をしていくことによって、個別で取り組んでいくよりは経済的にも有利になるということが数値化されていると連携する意義も共有しやすいのでは。それがあれば資金も集めやすくなるのでは。
- ・ 「(仮称)やんばる観光連絡協議会」について、市町村で持ち回りはやりきれないと思う。ひとつの地域が 12 市町村のこと考えられない。
- ・ 「おきなわ北部観光推進協議会」などのやんばるにある団体との連携も考えた方がよいのでは。
- ・ 平成 29 年度以降の体制も検討しながら、当面は各エリアの連携体制に取り組んでいくということになる。「(仮称)やんばる観光連絡協議会」などの体制のあり方は未定ということ。

(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」の設置により 12 市町村の観光行政、観光団体が一同に集まり、やんばるの観光について協議する場が創られた。
- ・広域連携体制については、まず近隣のエリアでの連携を創出及び強化することとなった。このため、平成 26 年度に実施した東海岸エリア連携プロジェクトのように、エリア別の連携プロジェクトを立ち上げ、実践をとおして連携体制を創ることとなり、各エリアから自主的に連携プロジェクトの企画提案があがった。
- ・従来のエリア区分は地理的な近接性や航路のつながり等による区分であったが、連携プロジェクトとしての要望はテーマやツアー内容で区分されており、従来のエリア区分と必ずしも一致しない結果となった。
- ・今後も 12 市町村の連携については必要とする意向が強く、研究会を継続しながら、「(仮称)やんばる観光連絡協議会」の設立を検討することとなった。

②今後の課題

- ・広域連携はエリア別の連携体制から進めることとなった。各エリアで実証事業として行うプロジェクトは、今後継続して行くためには商品化して収益事業としての成立を目指す必要がある。
- ・各エリアの実行体制で目標を定めるとともに、連携組織として関連する市町村、団体の合意形成を図り、実体のある体制としていく必要がある。
- ・連携プロジェクトの実行体制は、地域の自主的な取り組みとして事務局の自立化を目指す必要がある。
- ・研究会の継続により 12 市町村の連携を検討するにあたっては、財政負担の無い自立した組織を目指すことが必要とされた。このため、「(仮称)やんばる観光連絡協議会」の設立については、意義、役割を具体化するとともに、自走できる体制を検討していく必要がある。

1-2. 連携プロジェクト実証

(1)目的

本事業は「やんばるでの周遊・滞在・消費の促進」を課題としてきた。平成 24、25 年度の各会議をと
おして、周遊・滞在・消費の促進を考えた場合、東海岸や離島に比較的観光客が少ないことが課題と
された。

そのため、平成 26 年度事業は東海岸に人の流れを創るために、まず東海岸で連携プロジェクトを
実施することとした。

「東海岸連携プロジェクト」は、各地域の観光素材を活かした着地型の観光形態を目指し、地域の
団体共同で企画し受け入れを実践する。モニター募集、販売等については旅行社との協力関係を作
って実施する。

※他の地域については、東海岸モデルの実施を参考として自主的に連携プロジェクト実行体制をつくり、企画
することで平成 27 年度以降の実証事業として取り組んでいくことを予定する。

(2)実施概要

①連携プロジェクトチームの組成

- ・平成 25 年度事業のワーキングやワークショップをとおして、比較的観光客の少ない東海岸にど
のように流れを創っていくかが課題として挙げられた。
- ・平成 25 年度のワークショップの成果の一つとして、「エコ&スポーツプロジェクト」とのテーマがあ
げられ、モデルとなるエリアが東海岸とされた。このテーマをベースとして、プロジェクトの具体化
を図るため関連団体で企画会議を持った。
- ・国頭村から金武町に至るやんばるの東海岸で観光を進める 5 つの団体が集まり、まずは連携の
意義について議論を深めながら、自主的な取り組みとしてプロジェクトチームを立ち上げることと
した。

図表 東海岸連携プロジェクトチーム

関係団体	・NPO法人国頭ツーリズム協会(国頭村) ・NPO法人東村観光推進協議会(東村) ・久志地域交流推進協議会、名護市地域おこし支援員、地域づくりコーディネー ター(名護市) ・宜野座村観光推進協議会(宜野座村) ・NPO 法人雄飛ツーリズムネットワーク(金武町)
実施形態	・モニターツアーの実施
実施の目的	・やんばる東海岸をめぐるツアーのモデル(試作品)を作る ・修学旅行以外の新たなターゲットを開拓する
実施目標	・東海岸の観光地の認知度向上 ・東海岸コースの観光モデルが出来上がる ・キャパ拡大のための相互紹介や受け入れの連携体制ができる

図表 連携プロジェクトチーム設置にあたっての事前の検討内容

検討項目	関連団体による意見のまとめ
■「どうして」東海岸が連携する必要があるのか？	(課題) ・やんばるの東海岸は、西海岸にある施設系リゾート観光とは異なり、自然環境や昔ながらの沖縄の資源が残っている。 ・観光地としては西海岸に比べて歴史は浅く集客力も低い。また、森や川、海などの自然環境、集落散策などを観光資源としておりキャパシティは限られている。 ・観光事業者も小規模事業者が多い。また、観光コンテンツも個々の地域では限られており、それゆえにプロモーション力が弱い。 (目的) ・観光客を増やし経済効果を高めたい。 ・東海岸全体をブランド化し、プロモーション力を高めたい。 ・東海岸の環境容量、身の丈にあったやり方で進めたい。
■「何」を売りにしていくのか	○朝日が拝める。 ○沖縄の原風景、昔おきなわが残っている。田舎暮らしが体験できる。 ○自然と共存してきた人の生きる力(じんぶん)が見える。 ○海、山、川が織りなす絶景、人と文化を感じる情景などドライブコースとして楽しめる。 ○昔は海上交通が盛んであった歴史がある。海から見た風景。 ○観光地化されていないプライベート感がある。 ○山に遮られ冬場も風当たりの少ない穏やかな風土がある。 ○「米軍基地」がある現実を見せることができる。
■「どうして」+いつ、どこ、だれ、どう？	○中南部や西海岸には無い魅力。 ○自然・文化の豊かさにふれてほしい。 ○田舎らしさ、人情にふれてほしい。 ○地形の変化や立ち寄りどころ、集落景観、農村風景などの風景
■どう？ 観光資源をどう楽しんでもらいたい？	○『田舎暮らしを体験してもらいたい』自然と向き合い共存してきた文化を体験する。 民泊、集落散策(フットパス)、農業体験、伝統工芸体験、豊年祭、帆かけサバニ体験など。 ※フットパスは、普通の観光では得られない「地元の方たちとの暖かな交流と手作りのおもてなしを満喫できる」ひと味違う旅。 ○『自然を体験し満喫してもらいたい』海、山、川が織りなすダイナミックな自然を感じる。 日出カヌー、山、川トレッキング、ナイト・星空ツアー、バードウォッチング、鍾乳洞など ○『東海岸にしかない絶景・情景を堪能してもらいたい』 景観・風土・東海岸ならではの観光スポット、絶景・情景などの撮影スポットを巡る

②連携プロジェクトの実施方針

- ・ 複数市町村の連携による地域主体の取り組みとする。
- ・ 実行体制は、地域の団体が連携し事務局、旅行社等と調整しながらモニターツアー受け入れを実践する。
- ・ モニターについては、地域の実行体制でターゲットを設定し旅行社、あるいは関係機関をとおしで募集する。
- ・ 持続可能な取り組みとしていく。

③連携プロジェクトの企画経緯

- ・ 連携プロジェクトの企画にあたり、東海岸連携プロジェクトチームにて企画会議を開催した。
- ・ 企画会議にあたっては、要所でアドバイザーの玉沖仁美氏を交え、地域資源を旅行商品としていくまでのプロセスや事務局体制などについてアドバイスをもらいながら進めた。

【相互視察】

第1回目:9月17日 名護市～宜野座村～金武町

第2回目:10月1日 名護市～東村～国頭村(やんばる学びの森泊)

- ・ 東海岸プロジェクトチームが、それぞれ相互に他の地域のことを認識するために、相互に現場視察を実施した。

(視察状況)



写真①



写真②



写真③



写真④

【企画会議】

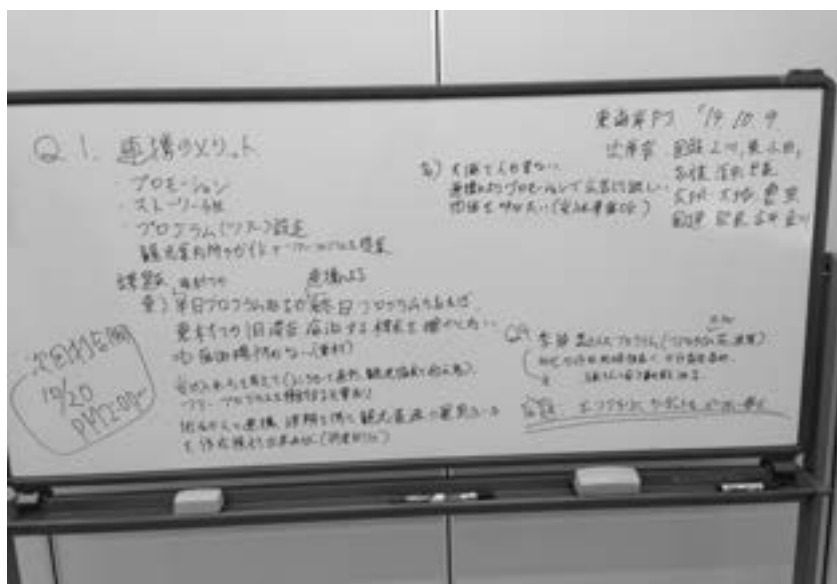
第1回 東海岸プロジェクト会議

日時:10月9日 10:00~12:00 / 場所:北部会館

（議事内容）

- 1) 連携に期待するメリット
- 2) 地域で抱える課題があり、連携により課題解消を図る目的意識を共有
- 3) 地域住民が大切にしている場所を観光資源として活用する場合、地域住民の理解を得て、運用ルールを決定する事などが今後必要となってくる。
- 4) 次回議題に備え、各地域で「どの観光資源を！誰に！」売りたいのかを宿題として事前確認すること。

(打合せ議事内容)



第2回東海岸プロジェクト会議

日時:10月20日 14:00~17:00 / 場所:北部会館

（議事内容）

- 1) 出発日を決定し、2月中にモニターを完了させる
- 2) 大人の民泊がモニターツアーの内容として方向付けされた。
 - ・大人の民泊で採算が合う価格設定が必要。
 - ・飲酒が可能となり、それなりの料金が発生する。
- 3) 民泊の目的は現地の人と接すること。
 - ・接するか接しないかの選択肢はある。
- 4) 地域が狙うターゲットとモニターを出来る限りマッチングさせるが、出来なければアンケートに記入をお願いする。

5) 現在民泊で起こっている問題として、事務局を通して一度民泊を経験した人が同じ民泊先に泊まりたいと事務局を通さずに連絡するケースが生じている。(手数料・安全性の問題など)

6) 修学旅行の様な夜間待機は不要。

7) 宿泊内容は、①民泊 2 連泊、②民泊 1 泊+地域プチホテル 1 泊、③民泊+学びの森 1 泊、④民泊+リゾートホテル 1 泊で検討する。

第3回東海岸プロジェクト会議

日時:11 月 13 日 16:00~19:00 / 場所:北部会館

(議事内容)

1) 民泊

■民泊可能な場所

- ・民泊は簡易宿所の資格を有する民家とする。

■民泊宿泊

- ・民泊は 1 泊では民家の方と仲良くなかなかないため、2 泊のパターンも検討する。
- ・下記4パターンを検討する
 - ①民泊+民泊(同じ民家 2 連泊)⇒他市町村も連泊希望？
 - ②民泊+学びの森
 - ③民泊+プチホテル
 - ④民泊+リゾート
- ・民泊、民間宿泊所でどちらを初日にするかは別途決定。

■民泊の価格帯

- ・大人の民泊は 2 人宿泊で民泊の方に利益が出る価格帯にする。
- ・お酒も提供する場合があるため、酒代含めた価格を検討する。
- ・大人の民泊の価格帯は下記 2 通りを検討する。
 - ①大人に自由度を与えて、民家の負担を減らす代わりに、価格を抑える。
 - ②つきっきりが民泊の面白さであり、その分料金を上げる。

■ターゲット層

- ・民泊のターゲットは沖縄でゆっくりしたい人。(あちこち自分で行きたい人はホテルに行くだろう)
- ・民泊はリピーター率が高い、バックパッカーで海外へ行き、交流が好きな人のリピート率が高い。
- ・若い層(20 代)、大学生など素直な人に民泊の受けが良くリピートもある。(つきっきり型)
- ・農家さんと少しでも共通点がある人(家庭菜園好きなど)
 - ※アンケートにどんなターゲットなら当てはまるかをも実施する。

■リピート問題

- ・民泊では、過去宿泊した人が同じ民家の宿泊を希望する指名があり、どここの家に泊まりたい、会いに来たということがある。さらに事務局を通さず、宿泊される場合がある。
- ・他県の事例では、事務局を通さず宿泊させ何か問題・事故を起した場合は、次の宿泊施設として外すこととしている。

- ・ 修学旅行時は事務局が夜間待機を行うが、大人の民泊は夜間待機を行わない。
- ・ 大人の民泊では個人でレンタカーの場合を考えると、民家まで辿り着けない可能性があるのでは？

2) ホテル

■ やんばる学びの森(ツイン 6 部屋)

- ・ 帰ってきてゆっくりした時間を過ごせる場所として検討している。
- ・ 薬草風呂に入り、野草料理食べて、海辺で星空観察をする。

■ プチホテル／リゾートホテル

- ・ 周遊や消費の効率を検討し、事務局でホテルを検討。

3) 地域プログラム

■ 着地型商品

- ・ 当日予約のプログラムで実施出来るプログラムは限られている。
- ・ 各地域から当日、前日、事前予約(宿泊と抱き合わせパック)としての地域プログラム商品を提出して頂く。
- ・ 「やんばる学びの森」の日帰り薬草風呂を活用し、PRを図る。

■ ランドオペレーション

- ・ 着地型商品を地域間(地域内？市町村超えて？)で紹介しあうためには、現場サイドでの周知が必要。
- ・ 連続して2つの着地型商品を実施出来る時間はあるのか？
- ・ どこまでのレベル(声がけまで？電話で確認まで？予約まで？)で情報交換しランドオペレーションを行うかは次回の打合せで検討。

第4回東海岸プロジェクト会議

日時:12月16日 15:00～19:00 / 場所:北部会館

(議事概要)

モニターツアー行程表の検討

(打合せ議事内容)



第5回東海岸プロジェクト会議

日時:1月21日 15:00~17:00 / 場所:北部会館

(議事内容)

■体験プログラム

- ・ 必須体験プログラムは宿泊地でのプログラムから選んでもらうこととし、あるプログラムに偏ってしまう場合は、事務局で偏らないように変更をモニターに依頼する。
- ・ 天候等に左右される必須体験プログラムについては、室内で出来るプログラムを代替案としてモニターに選んでもらい、受け地側としては、どちらでも対応可能なように準備しておく。(カヌーは潮の満干により可、不可が発生する。)
- ・ 必須体験プログラム以外の実施については、モニターの自由意思とする。

図表 天候により影響のあるプログラム

東村	マングローブカヌー	シュノーケル	海人体験
名護市	マングローブ&シーカヤック	SUP	
宜野座村	松田鍾乳洞たんけん	シーカヤック	
金武町	マングローブ&カヌー		

※カヌーやトレッキングなどをする方は事前に、濡れてもよい服装、虫などから肌を守るような服装を心がける。

- ・ 空き時間で何かやりたい場合は、優先的に今回の東海岸の体験プログラムをから選んでもらう。(他に要望があればその限りではない)
- ・ 必須体験プログラムの流れとして、プログラム実施場所でモニターとして予約した旨を告げ、プログラムを体験する。この時にモニターからの金銭やり取りはしない。(事務局で精算)
- ・ モニターが空き時間でプログラムを実施したい場合、受け入れ団体が業者へ連絡し予約を取る。この場合の代金はモニター自己負担とする。
- ・ モニターの多くは、帰京時間(那覇空港発 14:55 など)が早いので、3日目に必須体験プログラムが出来ない場合が見込まれる。そのため、モニターにはその旨の事前案内をしたうえで、事前予約をしてもらいたい。

■民泊

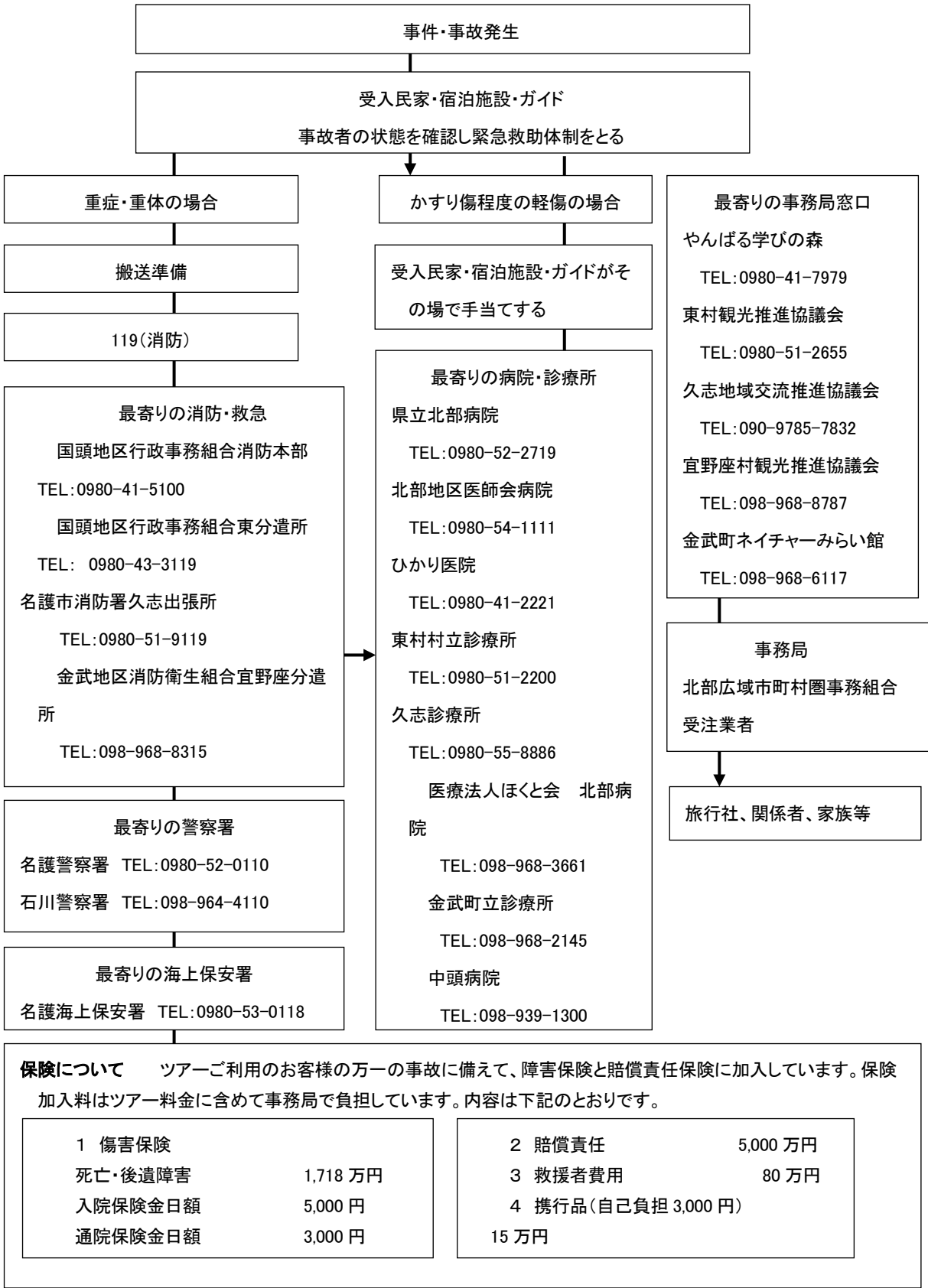
- ・ 民泊前の集合場所に、公園や直売所を利用する。
- ・ 東はヒルギ公園かサンライズひがしの2か所を集合場所とし、民家の場所によって選択する(1月23日はヒルギ公園)。
- ・ 東は集合場所に民家の方も集め、3者で集合し、その場で民家の方に引き継ぐ。
- ・ 宜野座は道の駅ぎのざに集合し、宜野座村観光推進協議会が民家まで案内する。
- ・ 名護は民家の方とモニターが直接大浦わんさかパークで待ち合わせをする。

- 図表 モニターツアー実施の流れ



図表 モニターツアー実施中緊急連絡体制図

事故発生時には以下のような緊急連絡体制にて対応するものとし、受け入れ側で周知を図った。



④モニター募集について

- ・ 今回の東海岸プロジェクトは、大人の民泊をテーマとしたものであり、今後商品化に向けて検討がなされるものである。このため、今回のモニター対象者は、ツアー内容の感想・評価だけでなく、改善点やブラッシュアップすべき点などを適切にアドバイスいただける方として、次のように選考した。
- ・ 選考にあたっては、受託者及び連携プロジェクトチームのネットワークを活かして、関係機関より募集した。

【モニター選考基準】

- ・ 前提としてアンケートをすべて記入していただける方。
- ・ 観光のプロ、マーケティング、プロデュース、企画のプロ、編集者、コピーライターなど多くの取材で目利きがあり、その後担当している企画や連載で記事にして頂くことも期待する。日程の都合などで同行者の選定が難しい場合は、「一般者」も可とするが、関係者からの紹介などにより目利きがありアンケートが確実に記入できる方を選定した。

【モニターの分類】

- A:観光のプロ(旅行商品造成者)
- B:マーケティング、プロデュース、企画のプロ(商品開発の視点でのアドバイスを求める)
- C:編集者・コピーライター(全国を観光に限らず取材しているので、可能なら担当メディアにて記事にして頂く)
- D:地域振興コンサルティング(コンサルのプロの視点でアドバイスを求める)
- E:サービス業(接客対応)のプロ(応対についてのアドバイスを求める)
- F:女性マーケットのプロ(女性ターゲットの商品としてアドバイスを求める)
- G:その他(ごく少数、一般の方も含める)

⑤モニターツアー内容の作成

- ・ ツアー内容は、企画会議で作成した2泊3日の行程表を基本パターンとして事務局と各モニターで連絡を取り、個々のスケジュールに合わせたツアー内容を作成した。
- ・ 道の駅許田にある観光案内コーナーへの訪問、民泊1泊、一般宿泊施設1泊、体験プログラム2つをツアーの基本形とした。
- ・ 民泊、宿泊施設は事務局側で決定し、モニターには宿泊地近隣で行える体験プログラムを選んで頂き、往復の飛行機の時間についてはモニターの都合を踏まえ、スケジュールに合わせたツアー内容とした。

【体験プログラム一覧】(2つ選択)

市町村名	プログラム名	内容
国頭村	ナイトハイク&星空観察	夜の森を満喫しよう。生き物の声、虫の音、ムルブシ（群星）、非日常の世界へ出発だ！
	モーニングウォーク	森の目覚めに会いに行こう。鳥たちの囀りを聴きながら、気持ちよく森を散歩してみませんか？
	ちょこっとバードウォッチング	ヤンバルクイナを探しに行こう！車での探鳥になります。小さいお子様～ご年配の方でも安心♪
	ウィンターカヌーツアー	川上流部のジャングルを目指そう！生き物達の声に耳を傾け、ゆったりと自然を感じよう！
	ガイドウォーク	亜熱帯の森を探検しよう！インタープリターと一緒に、実際の森を歩いてみよう。
	リバーソングガイドウォーク	沢沿いのコースでリフレッシュ。川のせせらぎ、滝の心地よいリズムが癒しを与えてくれます。
東村	マングローブカヌー体験	慶佐次川のマングローブ林をカヌーで散策。慶佐次川のマングローブの中へカヌーで入り、生き物の目線でマングローブを観察します。
	シュノーケル体験	手付かずの自然の海でシュノーケリング。水中メガネ、シュノーケル（息を吸う装置）、ウェットスーツ、フィン（足ヒレ）を装着した状態で、水中を散策します。
	紅型染め体験	世界に一つしかない紅型作品を作り上げよう。紅型の柄はヤンバルクイナやシーサー、ハイビスカス等があり、他に東村をモチーフに作られたパインとつつじやヒルギの柄があり種類も豊富。トートバッグ（大・中・小）、コースター等があります。
	海人体験	地元の漁師が案内する船釣り体験。船に乗って魚（イシミーバイ）を釣って捌いて食べる所まで体験する。沖縄漁師体験です。
	木工作り体験	やんばる材を使って木工に触れよう。木工作りを通じて、木材の良さ、工作の楽しさを体験。バードコールなどを作ります。
	漆喰シーサー作り体験	漆喰でシーサーを作り、琉球瓦を砕いた破片で仕上げます。赤瓦と漆喰は沖縄の伝統的な屋根に使われているもので、この材料で家の守り神のシーサーを作成します。
名護市	マングローブ&シーカヤック	生まれたての太陽を見に行く朝日カヤック、日中のマングローブ探検&シーカヤック、星空の海に浮かぶナイトカヤックまで、時間もコースも自由選べる多彩なカヤックメニューを用意しています。
	SUP 体験 (スタンドアップパドルボード)	SUPは女性やお子様でも楽しく体験できます。泳げない方もサーフィンをしたことのない方も全く問題ありません。波の無いリーフ内でサンゴや熱帯魚を眺めながら、あなたのレベルに合ったアクティビティを提供しますので、ご安心ください
	集落散策、収穫体験	陽気な地元農家の奥さんが、沖縄の昔ながらの佇まいを残す集落を面白おかしく案内します。沖縄の独特の風景や歴史に触れた後は、農家さんの畑で収穫体験。その時々旬を収穫して頂きます。
	泡盛歴史解説・試飲	試飲もできるお酒好きにはたまらない体験ツアー。名護博物館の館長にして、やんばる島酒の会会長の島袋正敏氏が、県内各地の泡盛を集めた古酒蔵のなかで、泡盛の歴史や味わいかななどをレクチャーします。
	じんぶん学校 (海辺の自然体験プログラム)	手作りの山道をのんびりトレッキングして浜辺へ、そしてサンゴ礁の海へ。無人島のような浜辺で島豆腐や沖縄料理づくり、浜辺で拾った貝殻やサンゴのかけらを編み込んでネックレスやブレスレット、ストラップ作りも体験できます。
	紅型体験	沖縄の風土の中から生まれた独特な染物です。沖縄の伝統工芸の「紅型」染めを体験してみませんか？

市町村名	プログラム名	内容
宜野座村	古知屋村散策	地元ガイドと行く集落散策ツアー。鍾乳洞と史跡巡り！ガイドによる分かりやすい説明やつまみ食いも楽しみの一つ。
	松田鍾乳洞たんけん	スペクタクルな世界が広がる地下世界へ！自然が造りだした造形美！色鮮やかに輝く鍾乳石！十万年以上の歴史をガイドと行く。
	シーカヤック体験	アドベンチャー気分で無人浜へGO。手付かずの自然が残る海。岩と岩を通り抜けた先は浜へ上陸して海賊気分。
	タラソテラピー体験	海の恵で心も体もリラックス。海水の持つ物理的作用と宜野座村の美しい自然がもたらす癒しを体験
	手造り漆喰シーサー体験	新感覚で造るオリジナル漆喰シーサー。漆喰をベースに珊瑚や貝殻を使って作成から絵付けまで自由な発想で制作できます。
	沖縄そば作り体験	麺からダシまで作る沖縄そば作り。琉球王国の宮廷料理でもあった「沖縄そば」をオリジナルに作ってみよう！
金武町	マングローブ＆カヌー体験	別名「海の森」ともいわれるマングローブ林をカヤックに乗り込みいざ上流へ。周辺に生息する生き物やマングローブの役割などに関するガイディングを織り交ぜながら行う人気 No.1 ツアー。
	島ぞうりアート体験	好きな絵柄を彫り込もう！うちなースパイク（島ぞうり）に好きな絵柄を彫りこみ、世界に1つだけのオリジナルサンダルを作ってください。
	シーサー色付け体験	沖縄の守り神（シーサー）に色付けします。センスとアイディアの見せ所、お土産や記念品として喜ばれそう！*当日持ち帰り可能。
	フォトフレームアート体験	沖縄サンゴや貝殻、ガラスのかけらや小物を使って木製のフレームにデコレーション！世界に1つだけの写真立てを作って思い出を飾りましょう。
	マングローブ観察&植樹体験	マングローブ林の中に遊歩道が完成し、より間近でマングローブや生き物を観察できるのも金武町ならではの。マングローブ観察終了後にヒルギ（マングローブ）の苗を植樹し自然環境保護のお手伝いをして頂きます。
	金武鍾乳洞（古酒蔵）見学ツアー	長さ 270m、地下 30m の鍾乳洞 龍神信仰の発祥地として古くから人々が祈りを捧げた拝所が数箇所があり、1988 年には洞内の一定気温 18 度の自然環境を活用した日本初の古酒蔵が完成。

【モニターツアーの内容】

テーマ	大人の民泊
受入時期	平成 27 年 1 月 23 日～3 月 1 日（金・土・日を基本）
モニター対象	観光関連業者、メディア関連業者等（羽田発）
モニター人数	13 組（31 人 2 名×10 組、3 名×1 組、4 名×2 組）
行程	2 泊 3 日、レンタカー利用
プログラム	東海岸地域で民泊 1 泊、宿泊施設 1 泊 東海岸の体験プログラム（必須 2 回）

表 モニターツアー行程表(基本パターン)

旅行者 氏名	〇〇 〇〇様 〇〇 〇〇 様		
日 程	平成27年〇月〇〇日(〇)～〇月〇〇日(〇) 2泊3日		
航空便名	〇/〇〇ANA469便(羽田10:35発 那覇13:30着) 〇/〇〇ANA472便(那覇16:50発 羽田19:00着)		
宿泊先	①〇/〇〇 民間宿泊先 住所・電話番号 ②〇/〇〇 民泊宿泊先 住所・電話番号		
沖縄ツアー からの送付物	①航空券 ②レンタカーのクーポン券(送迎バス乗り場の案内付)		
★ 行 程 表 ★			
〇月〇〇日(〇)	〇月〇〇日(〇)	〇月〇〇日(〇)	
10:35 羽田発 13:30 那覇着 ★ めんそ〜れ ★ 到着後、預けている荷物を受け取り、4番出口から外へ出る。横断歩道を渡り、レンタカー送迎バス乗り場へ行き係員へ声をかける(OTSレンタカー) ・送迎バスは、15分おきに出ます ※詳細は沖縄ツアーからの送付資料をご覧ください ・送迎バス→OTSレンタカーへ移動(洗濯機約30分) ・レンタカー手続き(約20分) ■レンタカーで北上～ ※高速道路利用で約1時間15分 必須 ■名護市道の駅許田「観光案内コーナー」へ立ち寄り 一般のお客様同様ご利用ください(アンケート項目あり) ガイド開始09:30～17:30(詳細はチラシを参照しています) ガイドさんへモニターツアーであることをお申し出ください 宿泊 民間宿泊先 ■チェックイン ■夕食付	■朝食付 ■チェックアウト 必須 体験プログラムⅠ (民間宿泊地域のプログラムより選択) 必須 体験プログラムⅡ (民泊宿泊地域のプログラムより選択) 出発時間は、受け入れ先との交流や昼食などによってそれぞれ異なります。飛行機のお時間をご確認のうえ、最後までお楽しみください。また、滞在中の過ごし方などについても初日にご利用される観光案内コーナーでお気軽にお尋ねください。 ■レンタカー返却のため、南下～ ・高速利用(許田IC～名護IC)・・・約1時間15分 ・58号線を利用される場合は時間帯によって渋滞が予想されるため、石川IC～高速道路利用をお勧めします ※OTSレンタカー→空港(送迎バス)洗濯機約30分 16:50 那覇発 19:00 羽田着 ***** お疲れさまでした ***** アンケートへ率直なご意見を頂きますよう よろしくお願いたします		

- ① **必須** この必須マークは、2泊3日の中で必ず体験いただきますようお願いいたします。
- ② ツアー中の昼食は、自己負担となります。予めご了承ください。
- ③ 必須の体験プログラムⅠ・Ⅱ以外は、別途費用がかかります。ご希望の方は直接、現地へお申込みください。
- ④ 名護市道の駅許田「やんばる観光案内コーナー」には、名物ガイドさんが常駐しています。訪ねてみたい場所・お勧めのお店やお土産・効率的なまわり方や移動時間など、お気軽にお尋ねください。「やんばるDrive本」や「やんばるの観光」の冊子もご活用いただき、アンケートへご感想をお寄せください。

(3)モニターアンケート調査

①調査の目的

モニターツアーアンケート調査は、造成したツアー商品について、実際の催行により評価を行うため、モニターツアー参加者に対しアンケート調査を実施したものである。モニターツアーは、那覇空港からレンタカー移動を設定し、予め評価の対象として設定した宿泊施設や各種施設、その行程の各訪問施設の評価を実施したものである。

②調査の方法

- ◇調査方法 : ツアー参加者に直接調査票配布、回収
- ◇調査対象 : モニターツアー参加者
- ◇サンプル数 : 30 名
- ◇調査期間 : 1月 23 日(金)～3 月 1 日(日)

③調査項目

項目		考察	設問
<事前回答>			
基本属性1		—	○性別、年代、未婚既婚、職業、居住地、来訪経験
基本属性2		—	○来訪者人数、来訪者構成
期待度		従前と従後の印象の比較	○ツアーの期待度
地域資源への認知度と関心度		地域側の意識と観光客の意識の違いの把握	○地域資源への認知度、関心度
<事後回答>			
満足度		従前と従後の印象の比較	○ツアーの満足度
周 遊 行 動	行動経路	動線のパターン及びその要因を考察。	○行程経路、選んだ理由
	立ち寄り施設	立ち寄り施設の傾向及びその要因を考察 ※設定施設以外。	○立ち寄り施設、選んだ理由
受 入 体 制	観光案内所	観光案内所の評価	○施設の評価
	体験資源(施設)	設定したコンテンツの評価を考察。	○体験した資源(施設)の評価 ※資源への案内、内容、人の対応
	宿泊施設	設定した宿泊施設の評価を考察	○宿泊施設の評価(民泊) ※施設への案内、内容(設備、食事、備品、その他)、人の対応 ※食事内容、評価ポイント、改善ポイント、民泊経験、再訪意向 ○宿泊施設の評価(ホテル) ※施設への案内、内容(設備、食事、備品、その他)、人の対応 ※評価ポイント、改善ポイント

情報	事前情報入手手段	発地に訴求するメディアの考察	○事前情報入手手段、普段このような商品に辿り着く機会・手段 ○提供パンフレットの内容 ○適切な情報手段
	現地情報入手手段	現地で訴求するメディアの考察。	○現地での情報入手手段
	今後の情報発信	有効な PR 方法の把握	○PR の切り口、適切なキーワード、PR 方法の課題と改善策
全体	全体評価	商品としての評価を考察	○ツアー全般について評価、リピート度、友人等へのおすすめ度
経済効果	消費額	各場面での消費額を把握	○飲食費、ツアー中の消費額、土産品の購入額、交通費 ○ツアー参加準備額 ○土産品の購入場所

④回収結果

本調査は、モニターツアー参加者 30 名からすべて調査票を回収した。

⑤調査結果

以下、モニターツアーアンケート調査の集計結果を掲載する。(抜粋)

※調査結果の表等における構成比は、四捨五入により、必ずしも 100%とならない場合がある。

⑤-1 基本属性

性別(単一回答)

参加者の性別は、「男性」が 26.7%、「女性」が 73.3%であり、「女性」の方が多い。

■ 性別

項目	件数 (人)	構成比 (%)	構成比(%)
1 男	8	26.7	26.7
2 女	22	73.3	73.3
0 不明	0	0.0	0.0
サンプル数	30	100.0	

年齢(単一回答)

参加者の年齢は、「20 代」が 6.7%、「30 代」が 33.3%、「40 代」が 53.3%、「50 代」が 6.7%の構成であり、「40 代」の参加が多い。

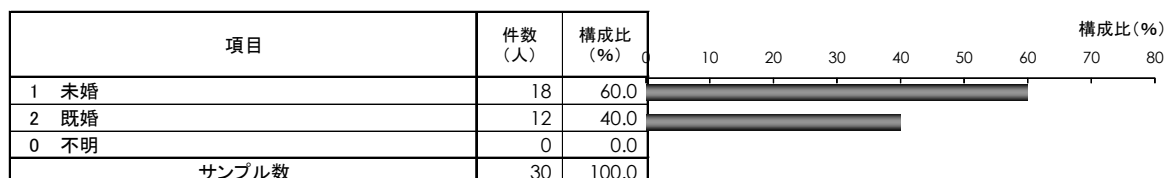
■ 年齢

項目	件数 (人)	構成比 (%)	構成比(%)
1 20代	2	6.7	6.7
2 30代	10	33.3	33.3
3 40代	16	53.3	53.3
4 50代	2	6.7	6.7
5 60代以上	0	0.0	0.0
0 不明	0	0.0	0.0
サンプル数	30	100.0	

未既婚(単一回答)

参加者は、60.0%が未婚者だった。

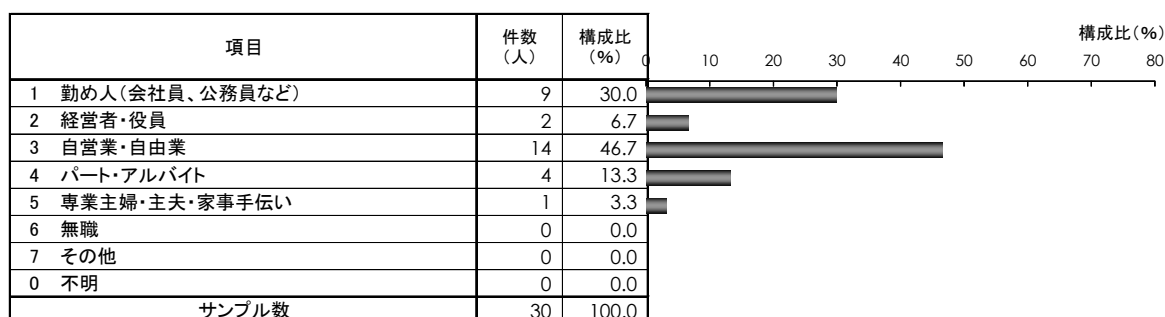
■ 未既婚



職業(単一回答)

参加者の職業は、「自営業・自由業」が46.7%と最も多く、次いで「勤め人」が30.0%、「パート・アルバイト」が13.3%、「経営者・役員」が6.7%、「専業主婦」が3.3%であった。

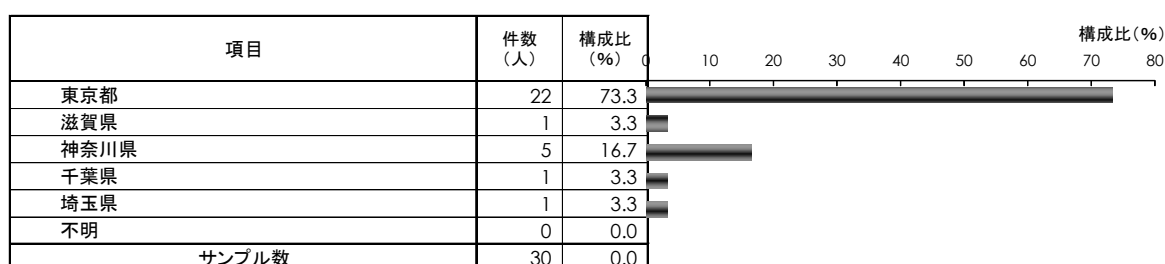
■ 職業



お住まい(自由記入)

参加者の居住地は、「東京」が73.3%と最も多く、次いで「神奈川県」が16.7%、「滋賀県」「千葉県」「埼玉県」が3.3%であった。

■ お住まい



来訪経験(単一回答)

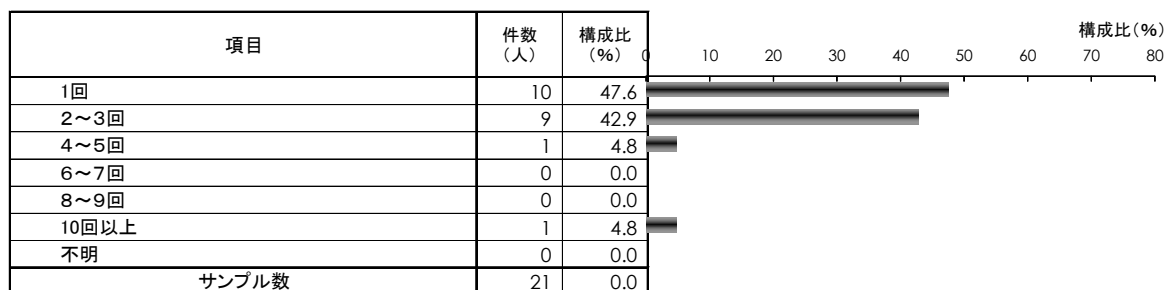
参加者は、沖縄北部への来訪経験がある方が 70.0%、無い方が 30.0%と来訪歴のある方が多かった。

また、来訪経験があるという方は、「1回」が 10 名、「2～3回」が9名であった。また、「4～5 回」、「10 回以上」が1名ずつみられた。

■ 来訪経験



■ 来訪の回数



Q1参加人数(数量回答)

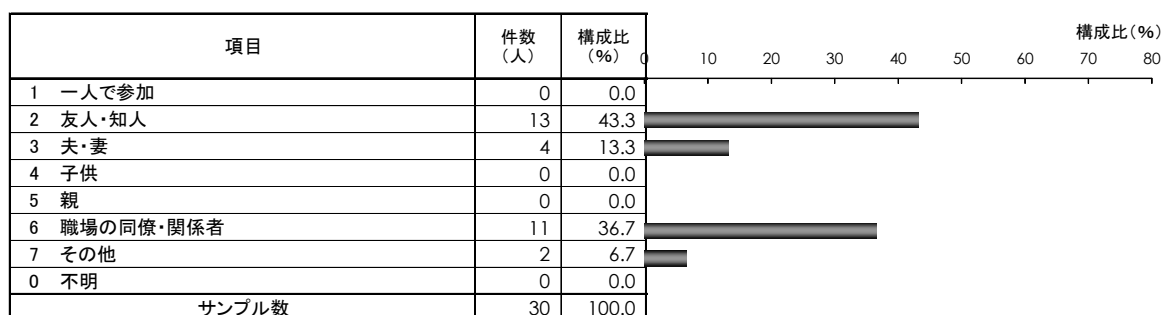
参加者は、2名の組が 11 組、4名の組が2組の計 13 組 30 名の参加であった。

■ 参加者の構成

項目	組数
2名	11
4名	2
サンプル数	30

Q2. 同行者(単一回答)

参加者の同行者は、「友人・知人」が 43.3%、「職場の同僚・関係者」が 36.7%、「夫婦」が 13.3%であった。



Q3期待度(参加前)(単一回答)

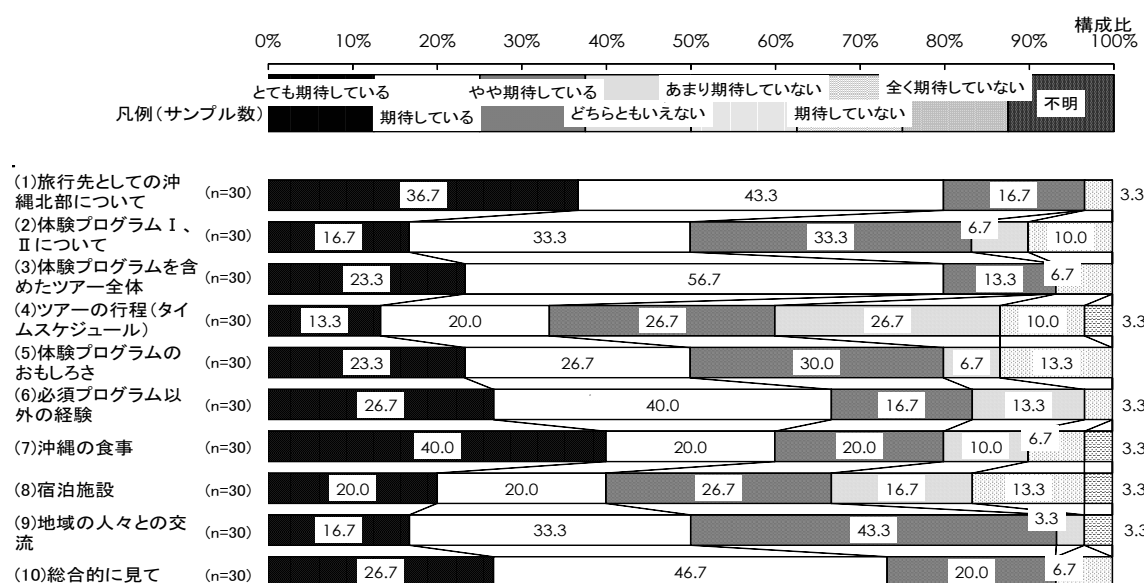
Q6満足度(参加後) ※傾向比較のため、項順を繰り上げて表記

◇参加者は、モニターツアー経験後の満足度が経験前よりも高くなっている

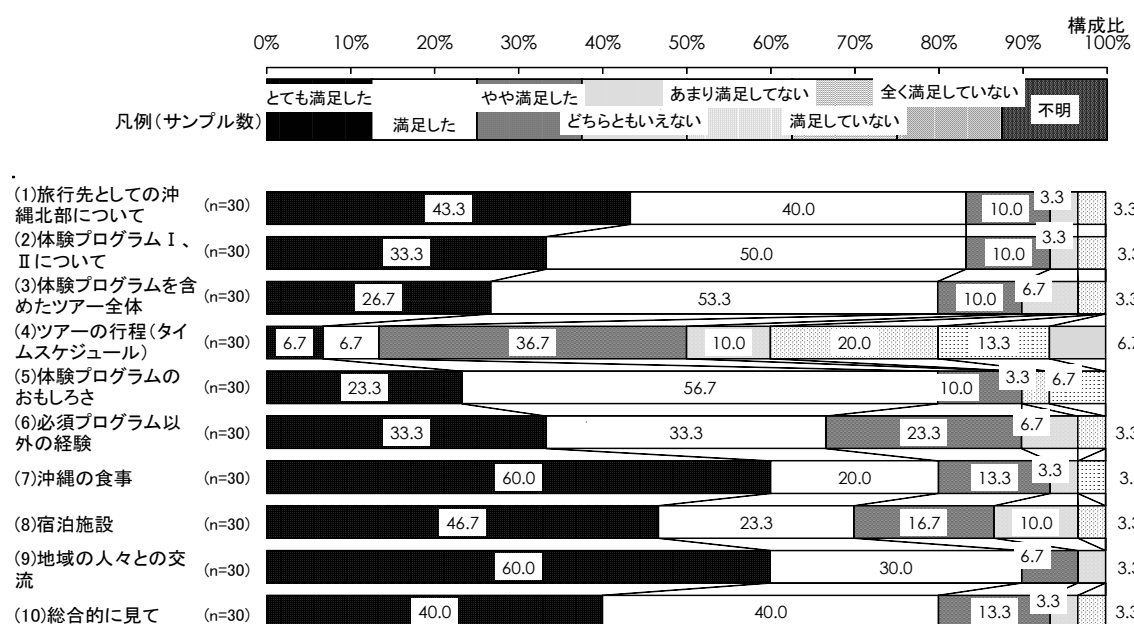
参加者のツアー参加前の期待度について、「とても期待している」「期待している」「やや期待している」を合わせると、「(4)ツアーの行程(タイムスケジュール)」60.0%、「(8)宿泊施設」66.7%と比較的低い割合である以外は、80%を超えている。中でも、「(1)旅行先としての沖縄北部について」は96.7%と最も高い割合であった。

また、ツアー参加後の満足度については、「(4)ツアーの行程(タイムスケジュール)」が50.1%と参加前を下回った以外は、多少の減を含めほぼすべての項目で期待度を上回る結果となった。

■ 期待度



■ 満足度



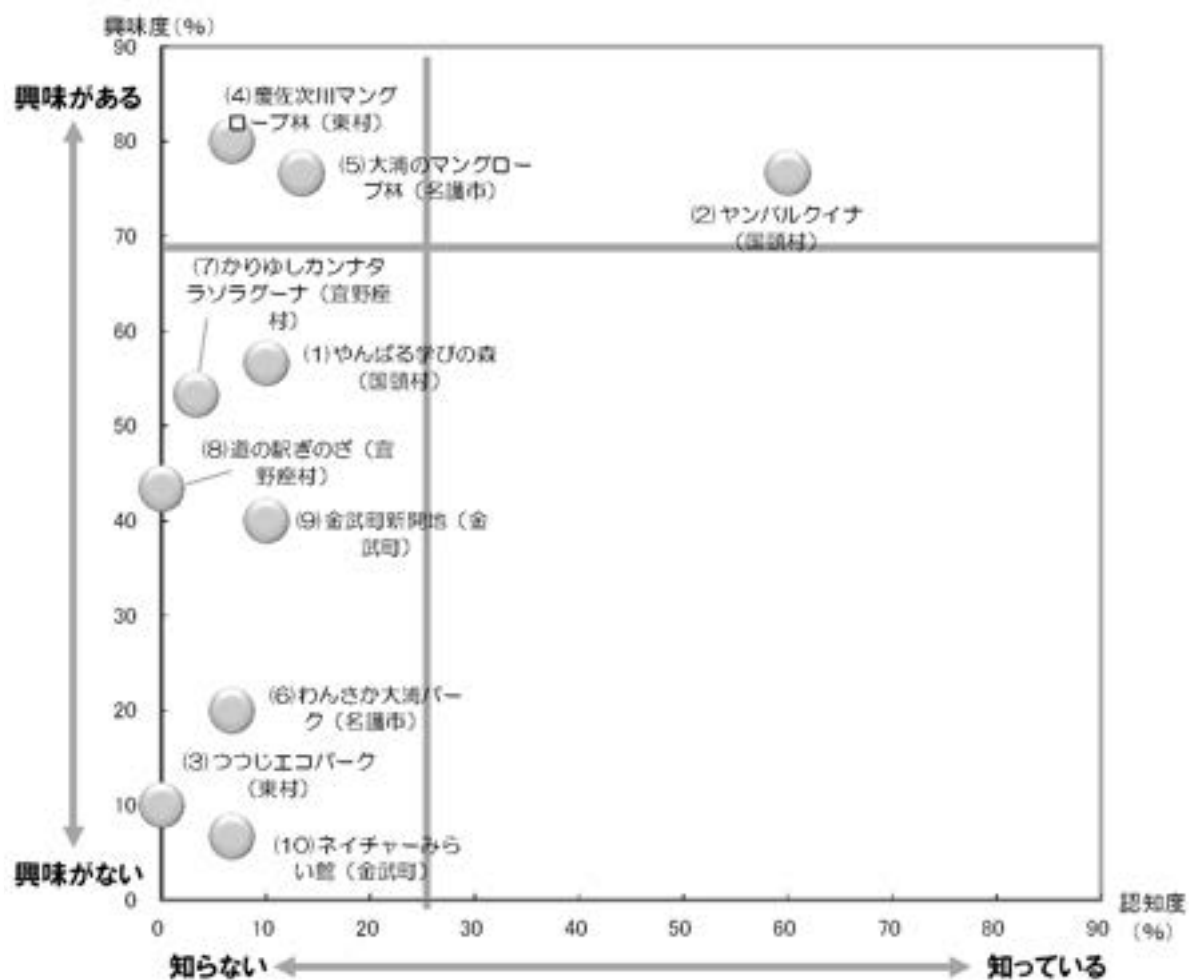
Q4認知度(単一回答)

Q5関心度(単一回答)

◇ヤンバルクイナを除き、全体的に認知度が低い

参加者の沖縄北部地域の資源に対する認知度と関心度をみると、認知度も関心度も高いのは、「(2)ヤンバルクイナ」のみであった。あまり知られていないが関心度が高いものは、「(4)慶佐次川マングローブ林(東村)」「(5)大浦のマングローブ林(名護市)」などであった。

■ 地域資源の認知度と関心度



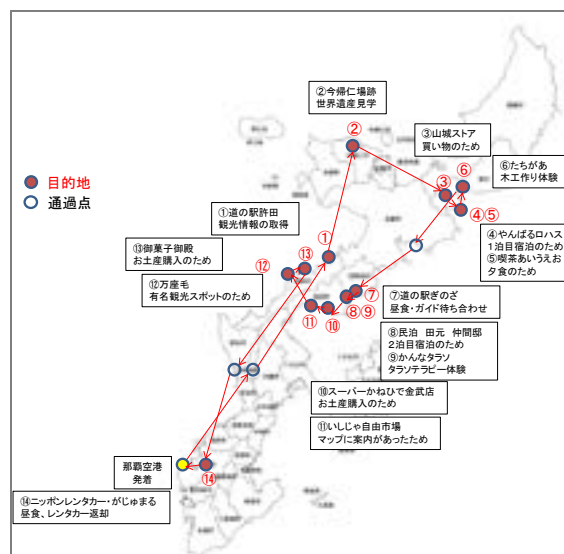
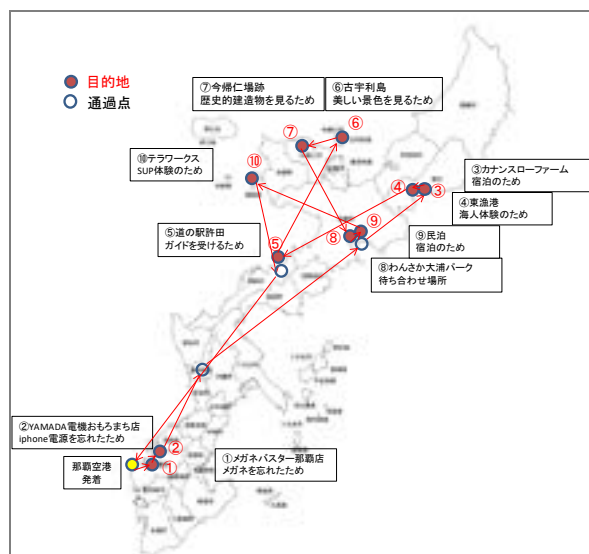
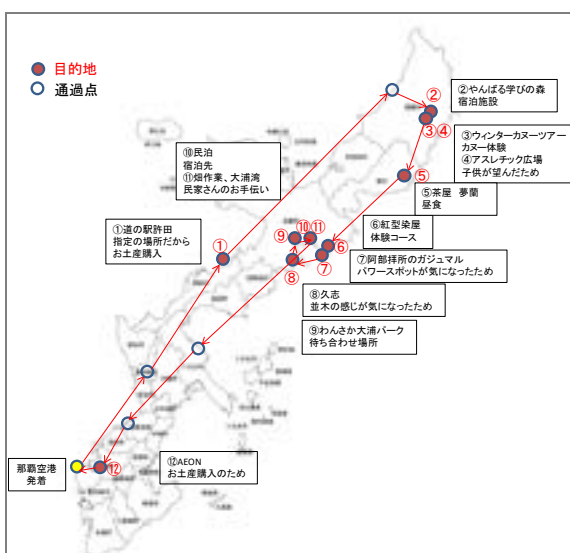
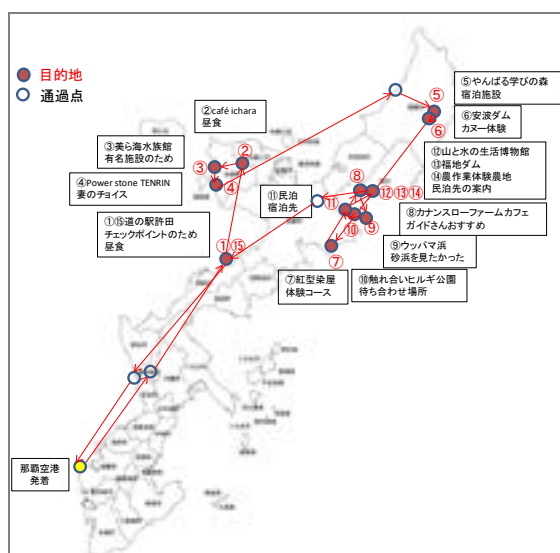
※認知度:「実際に見たり経験したことがある」「名前は聞いたことがある」の割合の合計
 ※興味度:「大変関心がある」「やや関心がある」の割合の合計

Q7 行動経路(自由記入)

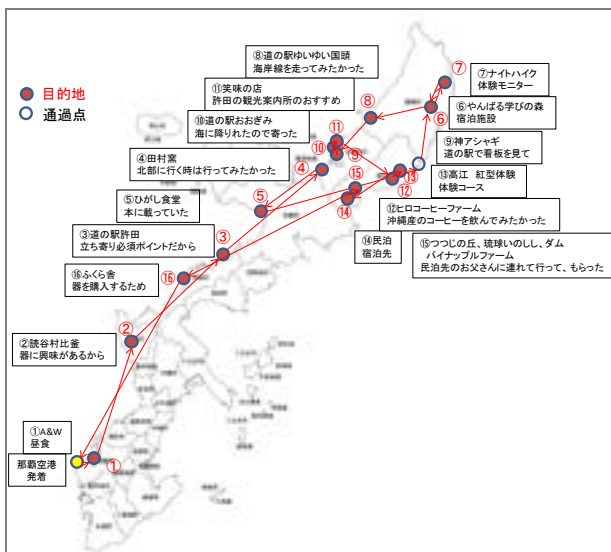
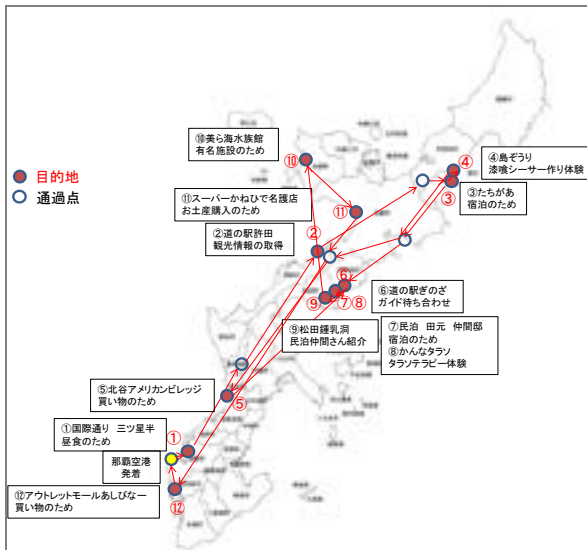
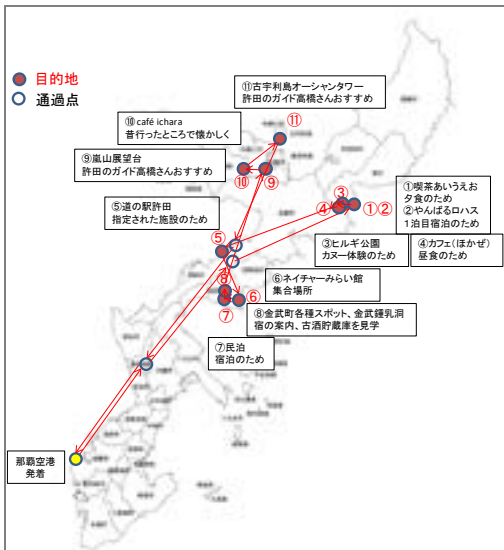
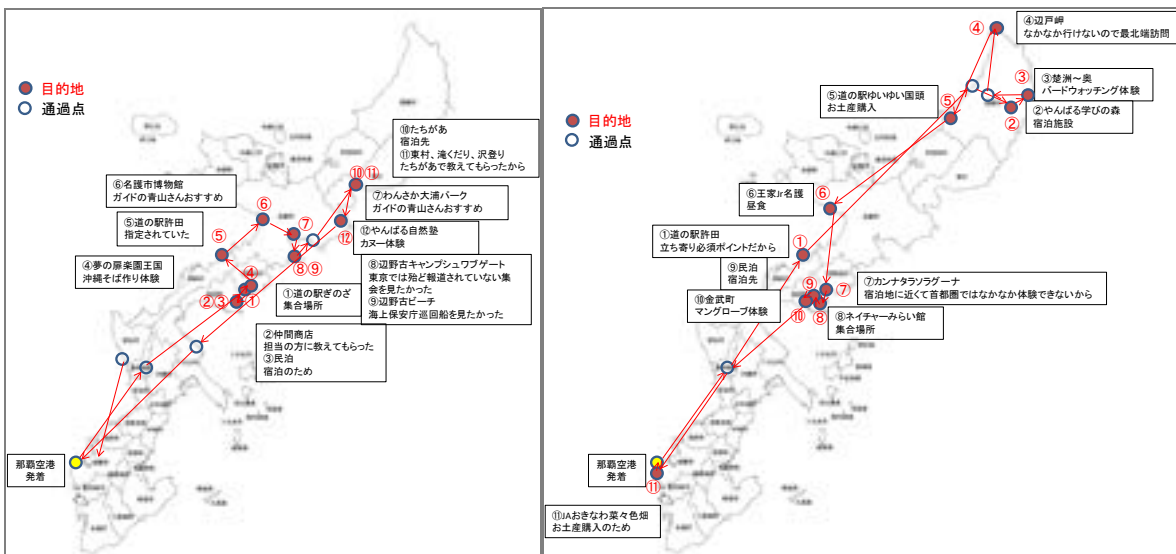
◇参加者は、目的地として設定した周辺までしか行動していない

参加者の行動経路は、宿泊施設として設定した目的地周辺までとなっている。国頭村まで移動した方は、学びの森に宿泊する方であり、東村へも、周辺への宿泊者しか移動していない。

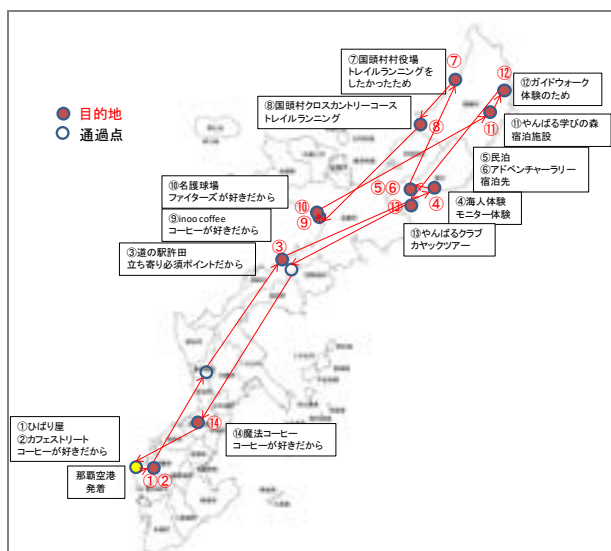
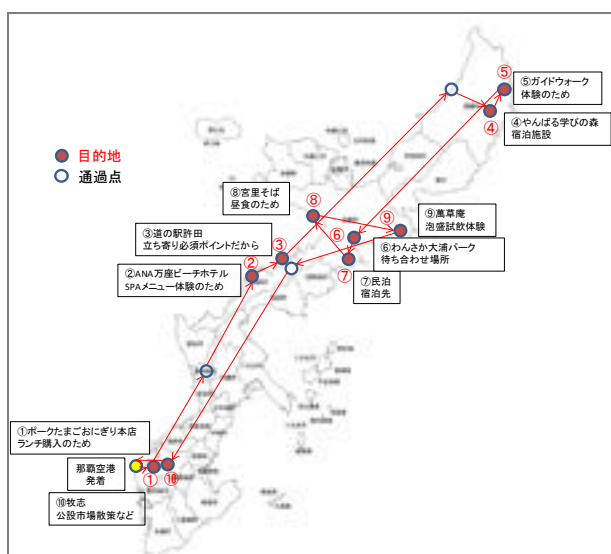
■ 行動経路



■ 行動経路



■ 行動経路

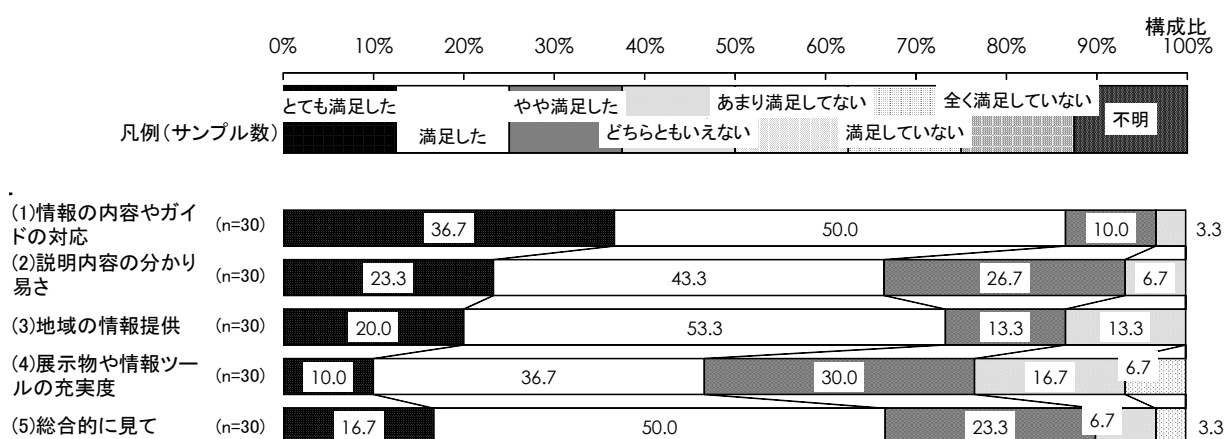


Q8案内所の満足度(単一回答)

◇観光案内所での参加者の満足度は高い

参加者の許田案内所に対する満足度は、「とても満足した」「満足した」「やや満足した」を合わせると、「(4)展示物や情報ツールの充実度」が 76.7%と比較的低いが、全体的により評価であった。

■ 案内所の満足度



<その他気づきの点> (記述回答)

- ・ ガイドさんの人柄について絶賛する声が多数あった。
- ・ 情報の掲載の仕方やニーズに応じた案内、コミュニケーションの取り方などに要望があった。
- ・ 観光案内コーナーのことをもっとPRすべきとの意見があった。
- ・ 施設に関して、もう少し明るく、親しみやすい場所にしては？との意見があった。

14 Q9体験プログラムの満足度(単一回答)

◇体験プログラムは、全体的に満足したという意見が多い

※以下、評価の低かった事柄について、体験プログラム毎に示す。

■ 体験プログラムの評価

項目	とても満足した	満足した	やや満足した	どちらともいえない	あまり満足していない	満足していない	全く満足していない
----	---------	------	--------	-----------	------------	---------	-----------

ナイトハイク&星空観察 n=4	(1)体験プログラムの内容	3	1	0	0	0	0
	(2)実際に体験した際の楽しさ	3	1	0	0	0	0
	(3)ガイドの対応	4	0	0	0	0	0
	(4)地域の情報提供	2	1	1	0	0	0
	(5)総合的に見て	3	1	0	0	0	0

ちよこっとバードウォッチング n=2	(1)体験プログラムの内容	0	1	1	0	0	0
	(2)実際に体験した際の楽しさ	0	0	2	0	0	0
	(3)ガイドの対応	1	1	0	0	0	0
	(4)地域の情報提供	0	2	0	0	0	0
	(5)総合的に見て	0	2	0	0	0	0

ガイドウォークは、内容や楽しさ、地域情報や総合で満足していないとの回答がみられた。

ガイドウォーク n=2	(1)体験プログラムの内容	0	0	1	0	1	0
	(2)実際に体験した際の楽しさ	0	0	1	0	1	0
	(3)ガイドの対応	0	0	1	1	0	0
	(4)地域の情報提供	0	0	1	0	1	0
	(5)総合的に見て	0	0	1	0	1	0

モーニングウォーク n=2	(1)体験プログラムの内容	2	0	0	0	0	0
	(2)実際に体験した際の楽しさ	1	1	0	0	0	0
	(3)ガイドの対応	2	0	0	0	0	0
	(4)地域の情報提供	1	1	0	0	0	0
	(5)総合的に見て	0	2	0	0	0	0

ウィンターカヌーは、楽しさ、地域情報、総合で満足していないとの回答がみられた。

ウィンターカヌー n=6	(1)体験プログラムの内容	1	2	1	1	0	1
	(2)実際に体験した際の楽しさ	1	2	2	0	1	0
	(3)ガイドの対応	3	0	2	1	0	0
	(4)地域の情報提供	2	0	1	2	1	0
	(5)総合的に見て	1	2	2	0	0	1

リバーサイドガイドウォークは、楽しさ、地域情報、総合で満足していないとの回答がみられた。

リバーサイドガイドウォーク n=4	(1)体験プログラムの内容	1	0	1	0	2	0
	(2)実際に体験した際の楽しさ	0	1	1	1	1	0
	(3)ガイドの対応	2	0	2	0	0	0
	(4)地域の情報提供	0	1	0	3	0	0
	(5)総合的に見て	0	1	1	0	2	0

■ 体験プログラムの評価

項目	とても満足した	満足した	やや満足した	どちらともいえない	あまり満足してない	満足していない	全く満足していない
マングローブカヌー体験 n=4	(1)体験プログラムの内容	4	0	0	0	0	0
	(2)実際に体験した際の楽しさ	4	0	0	0	0	0
	(3)ガイドの対応	4	0	0	0	0	0
	(4)地域の情報提供	3	1	0	0	0	0
	(5)総合的に見て	4	0	0	0	0	0
紅型染め体験 n=4	(1)体験プログラムの内容	3	1	0	0	0	0
	(2)実際に体験した際の楽しさ	3	1	0	0	0	0
	(3)ガイドの対応	2	1	1	0	0	0
	(4)地域の情報提供	2	0	1	1	0	0
	(5)総合的に見て	2	2	0	0	0	0
海人体験 n=4	(1)体験プログラムの内容	1	3	0	0	0	0
	(2)実際に体験した際の楽しさ	2	2	0	0	0	0
	(3)ガイドの対応	2	2	0	0	0	0
	(4)地域の情報提供	2	2	0	0	0	0
	(5)総合的に見て	2	2	0	0	0	0
漆喰シーサー作り体験 n=4	(1)体験プログラムの内容	3	1	0	0	0	0
	(2)実際に体験した際の楽しさ	4	0	0	0	0	0
	(3)ガイドの対応	3	1	0	0	0	0
	(4)地域の情報提供	2	2	0	0	0	0
	(5)総合的に見て	3	1	0	0	0	0

木工づくり体験は、地域情報で満足していないとの回答がみられた。

木工作り体験 n=4	(1)体験プログラムの内容	1	2	0	1	0	0
	(2)実際に体験した際の楽しさ	3	1	0	0	0	0
	(3)ガイドの対応	0	1	3	0	0	0
	(4)地域の情報提供	0	0	0	1	2	1
	(5)総合的に見て	0	2	2	0	0	0

マングローブ&シーカヤックは、内容、楽しさ、地域情報、総合で満足していないとの回答がみられた。

マングローブ&シーカヤック n=2	(1)体験プログラムの内容	0	0	0	0	2	0
	(2)実際に体験した際の楽しさ	0	0	0	0	2	0
	(3)ガイドの対応	0	1	1	0	0	0
	(4)地域の情報提供	0	0	1	1	0	0
	(5)総合的に見て	0	0	0	0	2	0
SUP体験 n=2	(1)体験プログラムの内容	0	1	1	0	0	0
	(2)実際に体験した際の楽しさ	0	1	1	0	0	0
	(3)ガイドの対応	1	1	0	0	0	0
	(4)地域の情報提供	0	1	1	0	0	0
	(5)総合的に見て	0	2	0	0	0	0

■ 体験プログラムの評価

項目	とても満足した	満足した	やや満足した	どちらともいえない	あまり満足していない	満足していない	全く満足していない
----	---------	------	--------	-----------	------------	---------	-----------

泡盛歴史解説・試飲は、内容、楽しさ、ガイドの対応、地域情報、総合で満足していないとの回答がみられた。

泡盛歴史解説・試飲
n=2

(1) 体験プログラムの内容	0	0	1	0	0	0	1
(2) 実際に体験した際の楽しさ	0	0	0	1	0	1	0
(3) ガイドの対応	0	0	1	0	1	0	0
(4) 地域の情報提供	0	0	0	1	0	0	1
(5) 総合的に見て	0	0	1	0	0	0	1

紅型体験
n=2

(1) 体験プログラムの内容	0	2	0	0	0	0	0
(2) 実際に体験した際の楽しさ	1	1	0	0	0	0	0
(3) ガイドの対応	0	1	1	0	0	0	0
(4) 地域の情報提供	0	0	2	0	0	0	0
(5) 総合的に見て	0	2	0	0	0	0	0

タラソテラピー体験
n=6

(1) 体験プログラムの内容	2	4	0	0	0	0	0
(2) 実際に体験した際の楽しさ	3	2	1	0	0	0	0
(3) ガイドの対応	4	2	0	0	0	0	0
(4) 地域の情報提供	1	3	1	1	0	0	0
(5) 総合的に見て	3	3	0	0	0	0	0

沖縄そば作り体験
n=2

(1) 体験プログラムの内容	2	0	0	0	0	0	0
(2) 実際に体験した際の楽しさ	1	1	0	0	0	0	0
(3) ガイドの対応	2	0	0	0	0	0	0
(4) 地域の情報提供	2	0	0	0	0	0	0
(5) 総合的に見て	2	0	0	0	0	0	0

マングローブ & カヌー体験
n=2

(1) 体験プログラムの内容	0	2	0	0	0	0	0
(2) 実際に体験した際の楽しさ	0	2	0	0	0	0	0
(3) ガイドの対応	1	1	0	0	0	0	0
(4) 地域の情報提供	1	1	0	0	0	0	0
(5) 総合的に見て	0	2	0	0	0	0	0

マングローブ観察 & 植樹体験
n=2

(1) 体験プログラムの内容	1	1	0	0	0	0	0
(2) 実際に体験した際の楽しさ	1	1	0	0	0	0	0
(3) ガイドの対応	2	0	0	0	0	0	0
(4) 地域の情報提供	1	1	0	0	0	0	0
(5) 総合的に見て	1	1	0	0	0	0	0

金武鍾乳洞見学ツアーは、内容や楽しさで満足していないとの回答がみられた。

金武鍾乳洞見学ツアー
n=2

(1) 体験プログラムの内容	0	0	1	0	1	0	0
(2) 実際に体験した際の楽しさ	0	0	1	0	1	0	0
(3) ガイドの対応	0	0	1	1	0	0	0
(4) 地域の情報提供	0	0	1	1	0	0	0
(5) 総合的に見て	0	0	1	1	0	0	0

乗馬(やんばるロハス)
n=1

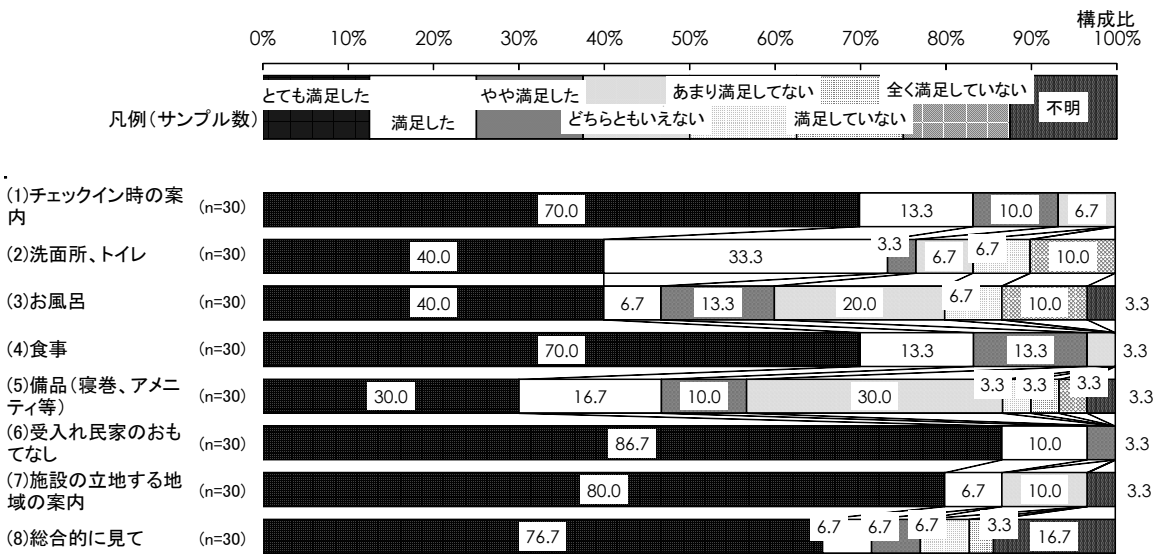
(1) 体験プログラムの内容	0	1	0	0	0	0	0
(2) 実際に体験した際の楽しさ	0	1	0	0	0	0	0
(3) ガイドの対応	0	1	0	0	0	0	0
(4) 地域の情報提供	0	0	1	0	0	0	0
(5) 総合的に見て	0	1	0	0	0	0	0

Q10－1施設の満足度(民泊)(単一回答)

◇民泊の満足度は概ね高い

民泊の評価は、全体的に満足度が高い結果であった。「(1)チェックイン時の案内」「(4)食事」「(6)受入れ民家のおもてなし」「(7)施設の立地する地域の案内」などは、良い評価を得られた。しかし、「(2)洗面所、トイレ」「(3)お風呂」「(5)備品」については、比較的低い評価であった。

■ 施設の満足度



(記述回答の傾向)

評価ポイント

- ・ 受け入れ民家のホスピタリティに関して、好印象を受けたとの声が多数あり。特に、距離感のとり方や気遣いさせない雰囲気作りなどについて心地良さを感じたなどの評価が多かった。
- ・ 地元の人の考え方など直接聞けることが、民泊ならではの良さとの評価があった。

改善ポイント

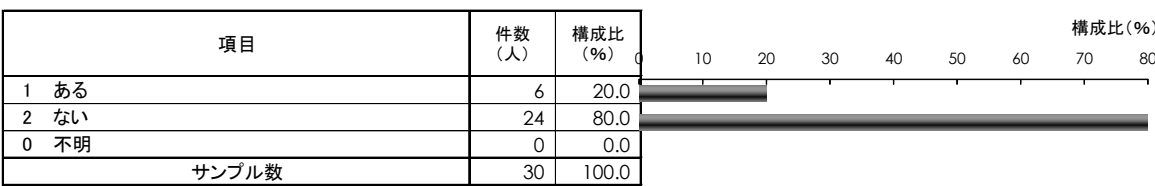
- ・ アメニティなどの細部に関する配慮に関しての改善点が挙げられている。
- ・ 民泊に関する不安を取り除くためにも事前情報の充実を求める声があった。
- ・ 食事の量や、後片付けなどに関して、修学旅行とは区別すべきとの声があった。

Q10－1(13)民泊の経験(単一回答)

◇参加者は、民泊の経験が無い方が多い

民泊の経験がない方が 80.0%と多かった。

■ 民泊の経験

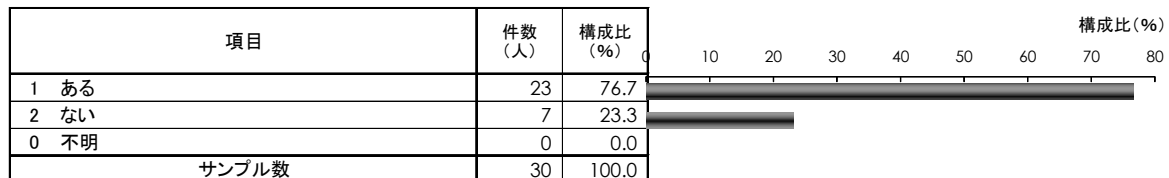


Q10-1(14)民泊再訪意向(単一回答)

◇民泊の再訪意向者は多い

民泊の再訪意向を示す方は、76.7%と高い割合であった。

■ 民泊への再訪意向



(いいえの理由 記述回答 抜粋)

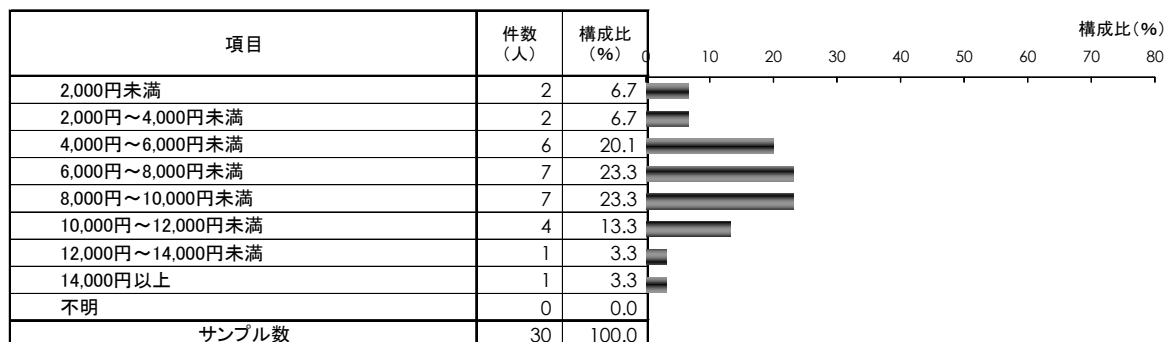
- ・(男 40代) 民泊先は、とても静かで落ち着いた雰囲気だったがやはり落ち着かないことが理由。短い時間をもっと有効に使いたい事も理由のひとつ。朝食後のプログラムが無くて良いと思います。
- ・(女 40代) 旅行に行くという事は、日常生活から離れたいという願望が強いのでわざわざ他人の家に泊まり、気を使うなんてありません。
- ・(女 40代) 民泊となるといくら安くてもまた、したいとは思いませんでした。地元の人と色んな話が出来るのは、とても為になるし楽しいですが。
- ・(女 40代) とても楽しかったのですが、やはりホテルの方が、気が楽です...
- ・(女 20代) 仕事の延長としては、貴重な体験として、また宿泊したいが、フリーの旅行となると目的がずれる。ゆっくりすることはできない(人によるとは思います)...

Q10-1(15)民泊の費用(数量回答)

◇民泊費用の設定要望は、6,000 円から 10,000 円の価格帯が多い

民泊費用の設定は、「6,000 円～8,000 円未満」「8,000 円～10,000 円未満」が 23.3%と最も高い割合であった。次いで、「4,000 円～6,000 円未満」が 20.1%となっている。

■ 民泊の価格設定

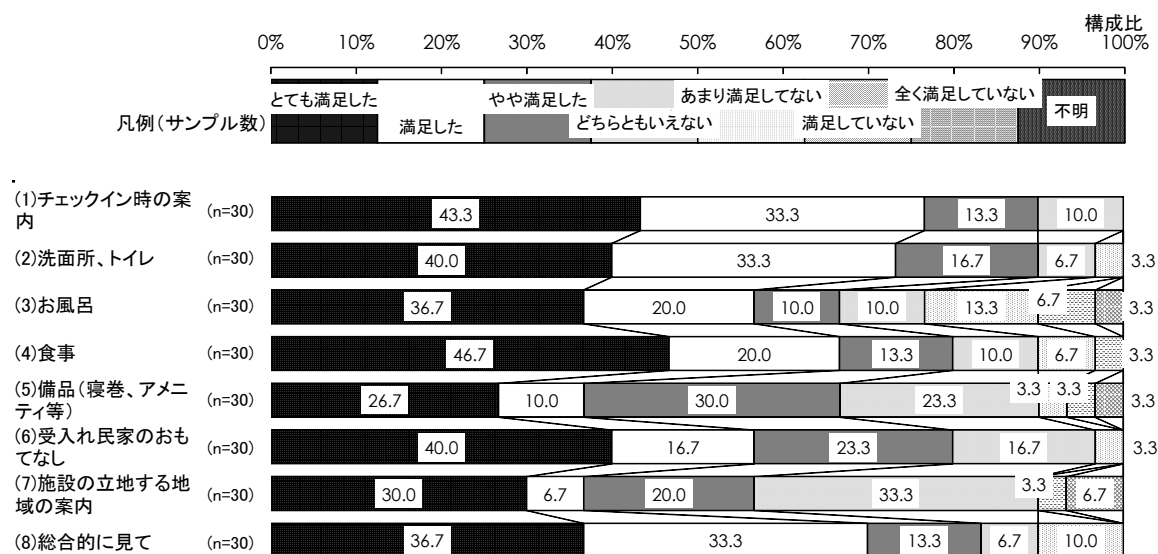


Q10－2施設の満足度(単一回答)

◇ホテルの満足度は、民泊よりは比較的低い

ホテルの満足度は、「とても満足した」「満足した」「やや満足した」を合わせた割合をみると、「(7)施設の立地する地域の案内」が 56.7%と評価があまり高くない。次いで、「(3)お風呂」「(5)備品」66.7%であった。また、「とても満足した」の項目について、民泊の評価と比べてみると、全体的に低い割合となっている。

■ ホテルの評価



(記述回答の傾向)

評価ポイント

- ・ 地産地消など食材にこだわった食事に関する評価が高い。献立の説明等があるとなお良いとの声あり。
- ・ 自然の中にいることを実感できるロケーション、プライベート感や清潔感ある部屋などへの好印象の声があった。

改善ポイント

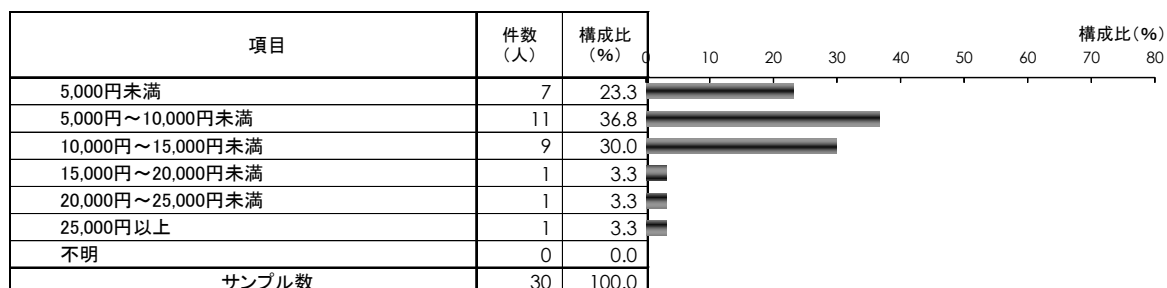
- ・ 施設のコンセプトやストーリー性のあるPRでさらに魅力的にとの意見があった。
- ・ 風呂やトイレ、アメニティについての改善点の声があった。
- ・ アクセスに関する情報の充実を望む声があった。
- ・ 夜のお酒やおつまみ等買い出しに行けるコンビニの立地や利便性(売店、品揃えなど)を望む声があった。

Q10-2(11)宿泊の費用(数量回答)

◇ホテルの価格設定は、1万円前後が多い

ホテルの価格設定は、「5,000 円～10,000 円未満」が 36.8%、「10,000 円～15,000 円未満」が 30.0%と多かった。

■ ホテルの価格

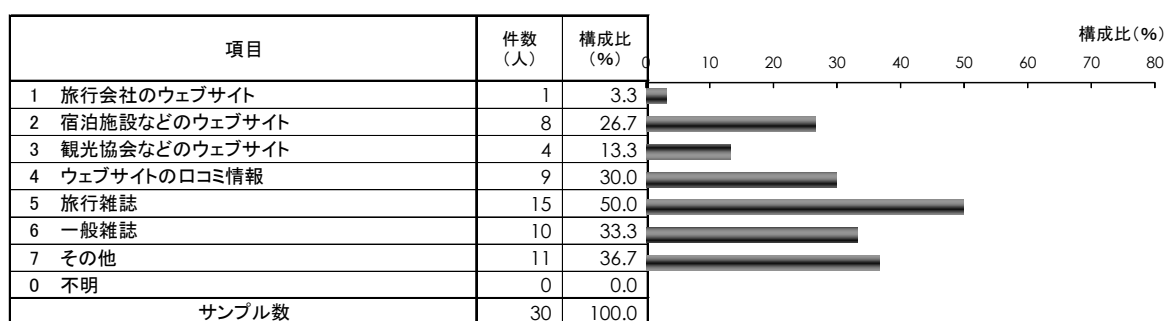


Q11地域の情報(複数回答)

◇地域情報の取得は、旅行雑誌や一般雑誌が多い

地域情報の取得は、「旅行雑誌」が 50.0%と最も多く、次いで「一般雑誌」が 33.3%、「ウェブサイトの口コミ」が 30.0%と続く。また、「観光協会などのウェブサイト」が 13.3%と低い割合であった。

■ 地域の情報

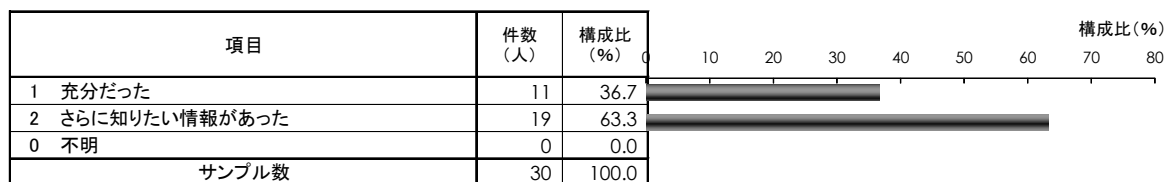


Q12情報の充実度(単一回答)

◇提供した情報は、十分でなかった

情報提供は、「さらに知りたい情報があった」が 63.3%と多く、充分ではなかったものと思われる。

■ 情報の充実度

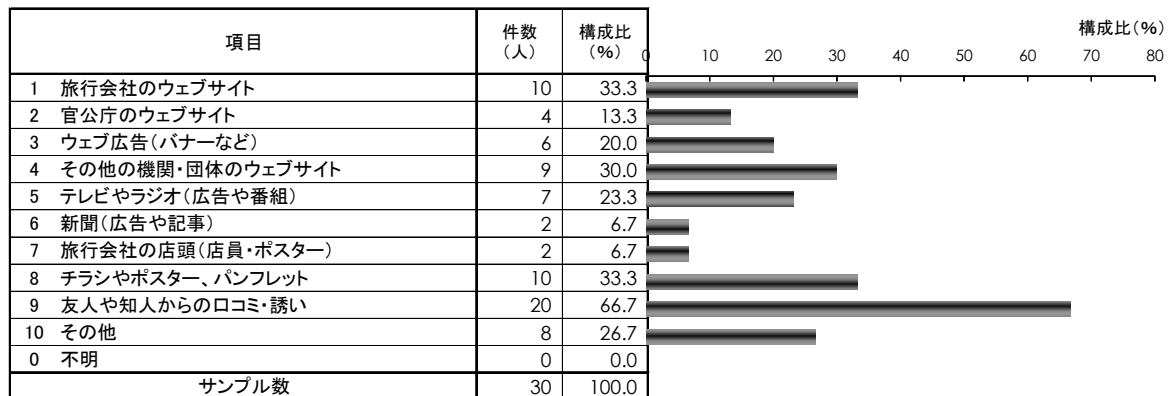


Q13適切な媒体(複数回答)

◇適切な媒体は、友人や知人からの口コミ・誘い

適切な媒体は、「友人や知人からの口コミ・誘い」が 66.7%と多く、次いで「旅行会社のウェブサイト」「チラシやポスター、パンフレット」が 33.3%であった。

■ 適切な媒体

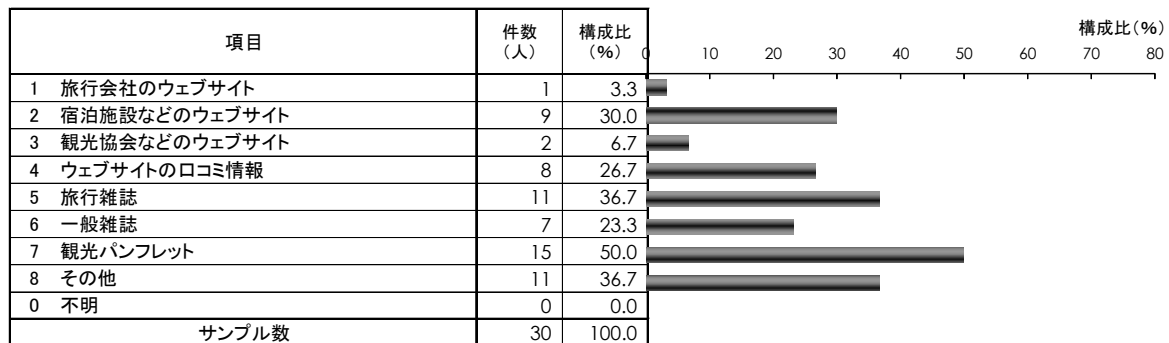


Q14情報取得手段(複数回答)

◇ツアー中の情報取得手段は、観光パンフレットが多い

ツアー中の情報取得手段は、「観光パンフレット」が 50.0%と多く、次いで「旅行雑誌」、「宿泊施設などのウェブサイト」の順であった。

■ 情報取得手段



Q15訴求キーワード(自由記入)

- 1 男 40代 沖縄の森、イタジイ、ヘゴ、水、森のカフェ、音の無い。
- 2 女 40代 難しいと思うが自然と上手につきあっていける観光施設(カフェやショップ)。
- 3 男 40代 自然(ナチュラル)、リラックス、日常のパワースポット、マングローブ、実はすごい人が集まっている場所、珊瑚、温かい人、スローライフ、美しい海、海だけでなく山も景観も美しい、ゆる〜い。
- 4 女 20代 サンゴ、マングローブ、自然、スローな時間、静か、すきとおる海。
- 5 男 30代 大自然、沖縄本島で唯一の森林、沖縄最大級のマングローブ、森と海が一度に満喫できる、沖縄本来の優しさが残るエリア、ほんとうの沖縄を知る、すてられない沖縄、スッピンの沖縄、素の沖縄、沖縄天気素材。
- 6 女 40代 自然、秘境、プライベートリゾート。
- 7 男 30代 本島にありながらも豊かな自然があふれているところ、ヤンバルクイナ、小さな集落、売店などの小さな商店、ラム、コーヒーが作られているところ。

- 8 女 30代 沖縄の原風景。古くからの民家が残る集落を歩くのは20～30代女子に人気だと思います。海と森、豊かな自然を一度に味わえる。
- 9 女 40代 パワースポットが多く、街遊びとは違った体験が出来、時間があれば行きたいところは沢山ありました。
- 10 女 40代 山、川、癒し。
- 11 女 40代 シーサー作り体験、地元の人達とのふれあい。
- 12 女 30代 テレビや雑誌に載っていない地元の人がおすすめする穴場スポット、沖縄リピーターにおすすめ。
- 13 女 30代 大自然、やんばるの森、手仕事、野草、長寿、リラックス、自然食。
- 14 女 30代 大自然とローカル体験、金～日の週末+1日で非日常を体験できる（都会の人にとって）。
- 15 女 30代 民泊のお父さんが「何もないところがいい」とおっしゃっていてその通りだと思いました。
- 16 女 40代 トレッキング、トレイルランニング、カヤック、海辺のキャンプなど。自然を使ったアクティビティ、地域の人との触れ合い、女性向けには紅型、焼き物、木工など。
- 17 男 50代 東海岸エリア、西海岸エリアという区分がそもそもなかった。素朴でシンプルで静かで、朝日のキレイな「東海岸エリア」OKINAWA EASTをもっと伝えたいと思う。
- 18 女 50代 手がつけられていない、いい意味での沖縄らしさ、西海岸側の若者向け（ありきたり）に辟易している本物志向の人向け、地元の人々とのコミュニケーション、海・山・風など自然にとけこんで遊ぶ、地元の人、その土地への愛情、夕日ではなく、朝日、日の出を楽しむ。
- 19 女 40代 北部ならではの雄大な自然（海、山、川、星空、多彩な生き物）→意外と知らない人が多いのでは。食べ物のおいしさ、沖縄ならではの料理、食材（沖縄料理を好きな人が周囲に多い）、人の明るさ、温かさ、独特の文化。
- 20 女 40代 満天の星空の広がるまだ見ぬ沖縄→海側はホテルのあかりがきて、満天の星空は実は見えない。かといって、本当に暗いところへ行くのは、海ではとても危険。でも、やんばるの森は、すぐ守られた敷地の中にあるので、夜部屋のまわりを歩いたり、ベランダから部屋の電気を消せば、かなり真っ暗になるので、安心して星空を眺められそう。八ヶ岳みたいに、星空観察の会があってもいいかもしれません。沖縄の山と森→いつも海ばかりで遊ぶので、山にきたことがありませんでしたが、とてもよいところでした。山をトレッキングすることを趣味にしている人達はたくさんいるので、是非その人達に沖縄でも山遊びできることを訴求できたらよいと思います。そして、海が嫌いな人、好きじゃない人、という方も大勢おられます。そんな人達も呼び寄せられるといいですね。
- 21 男 20代 コーヒーファーム、民泊、やんばるの森の船旅。
- 22 男 40代 まだ知らない沖縄がある！やんばるの森、マングローブ、パイナップル。
- 23 女 20代 コアな沖縄、本当の沖縄、沖縄の素顔、大自然、実地でゆっくり、未開の地。
- 24 女 30代 民泊のみでも充分でした。むしろそのお世話になるお家の方に、いろんな場所を教えてもらって、一緒に行くのもよし、勝手に行くのもいい。とりあえず交流を持ちながら、その土地の人しか知らないこと、その土地の人がオモシロイと思っていることを教えてほしい。ああいう機会は他の土地にないので、貴重な体験だと思います。
- 25 女 40代 地域の人との触れ合い、二回目からの沖縄、普通の沖縄旅行へ飽きた人へ、海もきれい・山もきれい、非日常を味わう、沖縄の全てが詰まっている、癒しネイチャーランド、大人の隠れ家。
- 27 女 40代 大自然、人のあたたかさ。
- 26 男 40代 上級者の沖縄、沖縄通のヤンバル、沖縄リピーター、沖縄の本当に日常がある、古き良き沖縄、海・山・人、ヤマだけじゃない、深い沖縄、オトナ沖縄、カルチャー・ショック、まだ見ぬ沖縄がある、アクセスも楽しめる。
- 27 女 40代 大自然、人のあたたかさ。
- 28 女 40代 自然、人のあたたかさ。
- 29 女 40代 まだ知らない沖縄を感じる旅。
- 30 女 20代 森→海というより、水×森のイメージ。マイナスイオン、滝、マングローブ。食→アーサ、パイナップル、→オーガニック、女性向けのパッケージ。

Q16問題、課題(自由記入)

- 1 男 40代 初めての人には現地に着きまして「沖縄」のイメージとギャップに驚くと思います。写真の情報では全く伝わっていないと思います。そのギャップを埋める必要があり、またそのギャップの部分が北部の売りだと思います。
- 2 女 40代 手が入っていない自然をアピールするだけでなく、適度な観光になりそうなスポットを自然に配慮しつつ作っていくべき。
- 3 男 40代 せっかく、都心の大人が憧れる手つかずの自然やスローライフが実現できる空間なのに、アピールの仕方が、THAT'S 観光地な那覇と同じようであると思う。田舎への移住やノマドライフに憧れている若者、おしゃれなアウトドア志向の若者、島旅好きの女子などに刺さるスローでゆるく、おしゃれなビジュアル、デザインを意識したほうが良いと思いました。古宇利島のようになってしまうと、一時的に人は集まるかもしれないが、本当に北部を愛する人は離れてしまい、結果的にはもったいないような気がします。
- 5 男 30代 PR よりも前に、受け入れ体制の整備が必要だと思います。アメニティのことや、観光客へ伝える事前情報やツールの整備、現地での情報やツールの整備、ターゲットとする(したい)観光客を満足させるための食事、宿、体験プログラムといった視点が必要だと思います。現状でももちろんもう一度は来たいとは思いますが、細かいところの整備が重要だと思います。これが整備されれば、PRについては自然となされていくと思います。
- 6 女 40代 観光地として知名度が低すぎだと思います。ネットで検索しても北東部の情報を見つけるのは困難です。一度訪れさえすれば、リピーターはあると思いますが、そもそも最初から訪れるきっかけが少ないと感じました。沖縄は何度か訪れたことがあります。今回ターゲットとなっている5市町村のうち、名護はホテルやゴルフで訪問経験があるものの、金武町、宜野座村は主要(有名な)観光地へ行く過程の通過点でしかなく、国頭村は名前だけ聞いたことがあるだけで、東村においては全くしらず、いずれ観光できる場所との認識もありませんでした。恐らくこのモニター旅行に参加しなければ一生訪れることはなかったと思います。沖縄へ旅行と考えた際、私が調べるのは観光・ホテルの両面です。現在はインターネットでの検索が主流となっていると思いますので、「沖縄 観光」、「沖縄 ホテル」で検索した結果にもっとヒットする仕組みや旅行会社との連携パンフやWebなど情報発信ツールを利用して目に触れる仕組みを作るべきだと思います。
- 7 男 30代 空港からのアクセスに時間が掛かることを地域の魅力でどう軽減出来るかが課題だと思います。車がないと行きにくい場所が多いのも課題でしょう。
- 8 女 30代 南部に比べるとまだまだ情報不足だと思います。今回事前に調べようと本を揃えましたが、沖縄全体を取り上げた本だと北部に割くページ数はほんのわずか。でも実際に訪れてみるとしみじみ「いいな・・・」と感じるスポットが多くありました。
- 9 女 40代 ホテル等カーナビで出るようにしてほしいです。やんばる観光、東村、宜野座のガイドさんはとてもわかりやすく色々私達におすすめな所を案内してくれました。もっと市内に負けないくらい美ら海水族館も出来ているので、PR次第で集客できると思いましたツアーバス出しても良いと思います。
- 10 女 40代 泊まった民家に生活感があり過ぎて、落ち着きませんでした。ツアーで色々オプションツアーがあるなら、空港そばで手続きしたいです。運転が苦手の人には北部は遠いと思います。
- 11 女 40代 カーナビが使えなくて不便でした。高速が伸びてくれたら嬉しいです。看板が少なく、分かりにくいのとふりがなをふってほしいです。
- 12 女 30代 高速道路が美ら海水族館と辺戸岬と2つに分かれて伸びてほしい。
- 13 女 30代 空港からの遠さ、途中で立ち寄るべきものの少なさ←この情報の少なさ、運転できる人がいないといけない。というのは女性にとっては課題。バスツアーとかなら途中立ち寄り所を工夫するといいかも。
- 14 女 30代 車が必要というにはハードルが高い。あと携帯の圏外エリアが多く、口コミ情報をチェックできず、不便だったので、整備してほしい。外国の人向けに英語可の宿泊施設や観光スポットもあってもいいかも。
- 16 女 40代 「やんばる」という言葉は聞いたことがあります。北部の上の地域を〇〇今回初めて知りました。リゾート化などはせず、原自然の残る場所としてPRしてほしいです。

- 17 男 50代 東エリアは、辺野古や石油基地などのイメージも強く、大型ホテルもないので、足が向かない。東西の往復は車ならそれ程かからない点をもっとPRすべき。東西名護ルート1、ルート2、ルート3といったネーミングをつけるとか。
- 18 女 50代 事前にいただいた資料類から想像していた北部エリアと、実際に訪問してのそれとでは、大きくイメージが乖離していました。実際のほうが、断然素敵なエリアだったと感じます。原因を考えたのですが、①事前にいただいた、あるいは道の駅でいただいたパンフレットを拝見して、編集の切り口、見せ方（デザイン）などに工夫の余地が多々あると感じました。実態より悪くみせているようで、集客の機会を損ねてしまうと思います。（ガイドさん、インストラクター、民泊先の方がたの情報はたいへん有益で、楽しく、ファン作りにつながる魅力が高いのに、印刷物はそれを表現しきれていない）また、資料が多過ぎて、どこに何があるか、また、情報が分散していて、わかりにくい。②施設名、看板、サイン計画などが幼稚で、訪問時に行きたい気持ちが失せてしまう。（例えば/わんさか大浦パークなど）③上記に付随しますが、景観をもっと意識したほうがいい。北部エリアの良いところは、毒々しい看板や建物がなく、街並みが美しいこと。これを維持、向上すべき。（ハワイのワイキキエリアから外れた時に感じた景観美＝ノースショアのような、を感じました。④地元目線だけではない、魅力。
- 19 女 40代 沖縄は、まず「きれいな海」「整備されたリゾート地」というイメージが先行します。「雄大な自然」は瞬時に浮かびません。北部に集客するためには、もっと自然をアピールすべきだと思います。一方で、沖縄県の離島地域や屋久島などは、沖縄に比べて「大自然」のイメージが強く、競合といえます。それらとの違いをふまえてアピール・集客することが課題だと思う。「どんな客層に来てほしいか」によりPR方法や競合先が変わりますが、ターゲットを絞りこめば、具体的な案が出るのでは、と思います。
- 20 女 40代 すでにパンフレットはよくできており、集客が希望通りされていないのは、PRが十分になされていないだけに感じます。マスコミへの告知→女性誌、男性誌（こじやれたやつ）に掲載してもらう。旅番組に企画書を出して番組に取り上げてもらったりするのもいいのではないのでしょうか。テレビは常に情報を探しています。サーフィンができる→国道沿いから見える海岸で、サーフィンのできそうな波がたくさんあっていました。ローカルがいないと、潮の流れやポイントの特徴がわからないですが、サーフィンガイドもオプションの一つにいれてもいいのではないのでしょうか。サーファーは波がたつならどこにでも行きます。私が北から南下しようとしているとき、サーフボードをたくさん積んだハイエースとすれ違いました。ガイドさんが連れてきたのだと思います。
- 21 男 20代 移動時間が思った以上にかかり、休憩できる余裕が無かったので、時間がほしかった。
- 22 男 40代 ツアー当日、東村の産業まつりやつつじ祭りの出店のお手伝いを少ししました。こちらのお祭りのポスターや告知は今回のツアーで回っている場所などには、あまり私は見かけませんでした。特に西の方は。お祭りの中をちらっとしか回っていませんが、もっと沖縄の方（別の地域）や内地からの観光客の方へも集客をもう少し広げて、もっとこの地域の地元ならではの良さを伝えていくべきではないかと感じました。
- 23 女 20代 交通が不便なので長期滞在の宿泊施設があると良いと思います。
- 24 女 30代 PRしようとして、どうしても足場をきれいにするなど手をかけすぎています。整地をするのではなく、そのままの自然をどうしたらそのまま見てもらえるかに頭を悩ませてほしい。自然が売りだと言っているのに、その自然が観光の人のために残念なことになっている本末転倒。長野の上高知などそのままの自然なのにたくさんの人が来ています。自然と観光がうまく共存しています。参考にしてみたいかがでしょうか。
- 25 女 40代 やんばると聞くと「山」「マングローブ」を先に思い浮かべるイメージですが、実は海もとてもきれいでたくさんビーチもあるため、自然体験、山などのキーワードはプラスαとして、大前提としてきれいな海がある、ということも前面に入れたほうがいいと思います。沖縄に最初に来るきっかけはやはり「海が綺麗・海に行きたい」ということもあると思います。最初の段階で「沖縄の山や自然体験をしよう」というのを全面に出すと少し難しいと思いました。金武町、宜野座村と東村の人の熱さ、時間の流れ、距離なども含めて温度感の違いを感じました。金武町は新開地など観光スポットとして那覇からも近いので行きやすく、東村それより北は更に来訪への意欲がないと難しいです。恩納村ぐらまでは、リゾートホテルが立ち並び、来訪者も多いが、名護から北部までは距離、時間ともにハードルが高い。わざわざ訪れる価値のある売りが

必要だと思います。リゾートホテルが立ち並ぶ恩納村がやんばる地区、北部に入ることを今回初めて知りました。リゾートホテルの立ち並ぶ恩納村も含めた西・東の連携を今後も期待しています。

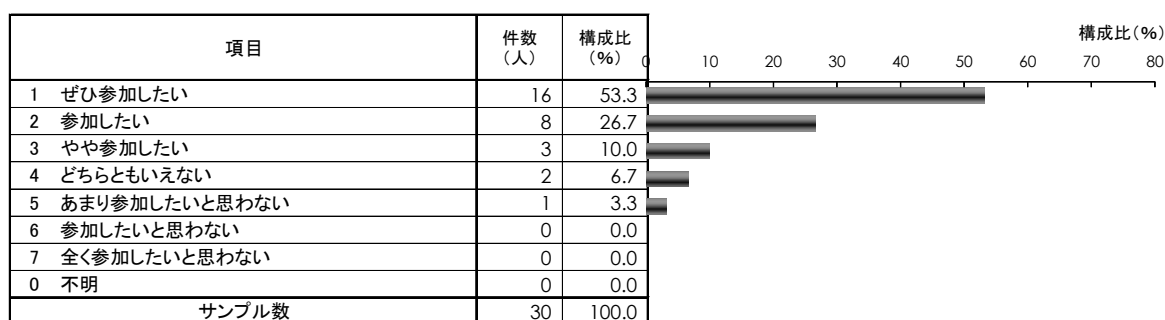
- 26 男 40代 やんばる地域の印象を沖縄に行ったことがある人にヒアリングしてみると、やはり距離的な遠さをデメリットにあげる人が多いです。数人聞いた中で最北の訪問地は水族館でした。確かに距離はそこそこありますが、実際的には「なんとなく遠い」という、精神的な遠さが原因かもしれません。その精神的な距離感を払拭することが、集客への第1歩だと思います。「豊かな自然」と言ってしまうと、どこの観光地にもある訴求になってしまいます。山のイメージが強いので、西海岸にはない「海の素晴らしさ」も付加して伝える必要があると思いました。
- 27 女 40代 ガイドさんのスキル向上、ワクワクさせる仕掛け
- 28 女 40代 やんばるの森をはじめ、知名度が低いので、キャンペーンをうつ？など。まず広く知らせることが大切かと思います。遠いので、一般の旅行者は行きにくいと思いますが、何度も沖縄を訪れている人は興味があると思うので、そこに訴求する工夫をするとか・・・。
- 29 女 40代 「知らない」から「行かない」のだと思う。沖縄＝海のイメージが強いので、「森」や「体験」ができることを知れば興味をもつ人も増えるのでは？
- 30 女 20代 使われている写真がよくない。

Q17 ツアーへの参加意向(単一回答)

◇ツアーへ再度参加したいという方がとても多い

ツアーへの参加意向は、「ぜひ参加したい」「参加したい」「やや参加したい」を合わせると 90.0%と高い割合であった。

■ ツアーへの参加意向

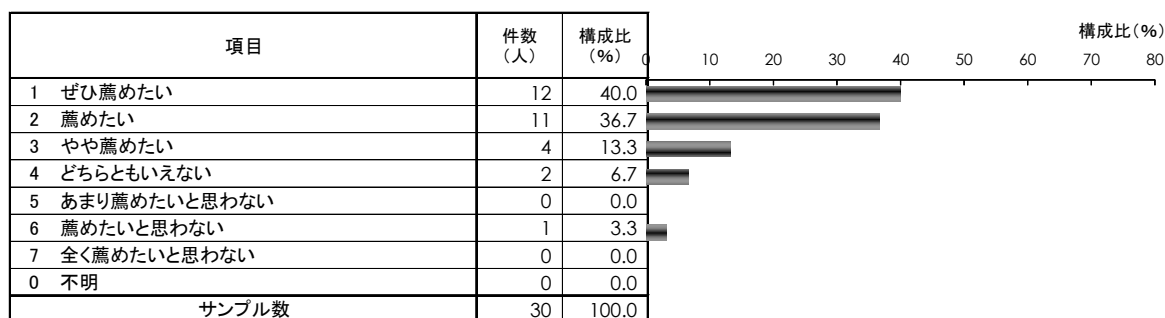


Q18 友人等への推薦(単一回答)

◇ツアーを友人等へ薦めたいという方がとても多い

ツアーを友人等への推薦意向は、「ぜひ薦めたい」「薦めたい」「やや薦めたい」を合わせると 90.0%と高い割合であった。

■ 友人等への推薦意向

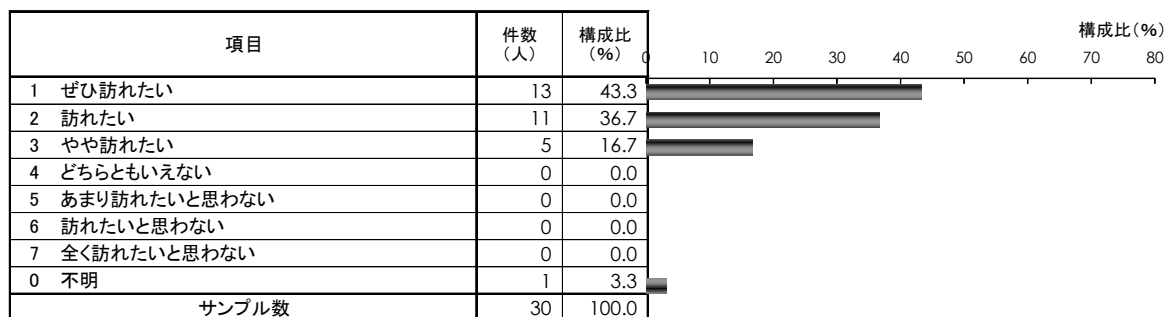


Q19地域へのリピート意向(単一回答)

◇地域へのリピート意向は、ほぼすべての方が来訪

地域へのリピート意向は、「ぜひ訪れたい」「訪れたい」「やや訪れたい」を合わせると 96.7%と高い割合であった。

■ 地域へのリピート意向

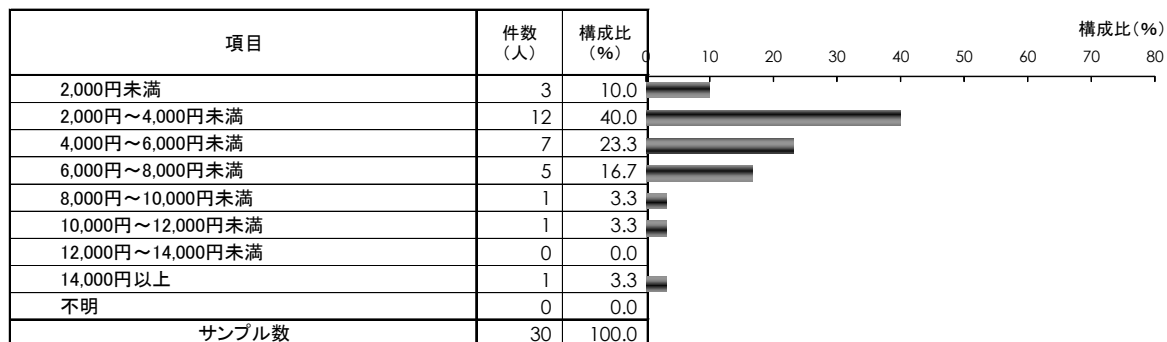


Q20飲食費(1)(数量回答)

◇飲食費は 2,000 円から 4,000 円未満

地域への飲食費は、「2,000 円から 4,000 円未満」が 40.0%と高い割合であり、次いで「4,000 円から 6,000 円未満」であった。

■ 飲食費

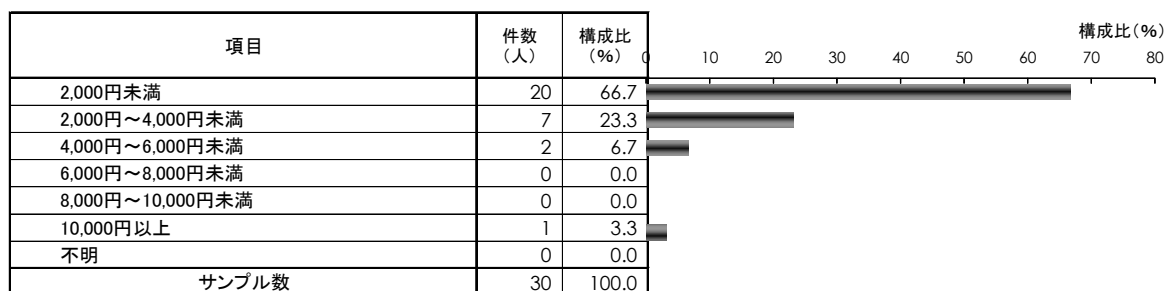


Q20ツアー内購入額(数量回答)

◇ツアー中の購入費は、2,000 円未満が多い

ツアー中の購入費は、「2,000 円未満」が 66.7%と高い割合であり、次いで「2,000 円から 4,000 円未満」が 23.3%であった。

■ ツアー内購入額



Q20土産等額(数量回答)

◇お土産購入費は、2,000 円未満が多い

お土産購入費は、「2,000 円未満」が 90.0%と高い割合であった。

■ お土産費

項目	件数 (人)	構成比 (%)	構成比(%)
2,000円未満	27	90.0	
2,000円～4,000円未満	1	3.3	
4,000円～6,000円未満	0	0.0	
6,000円～8,000円未満	1	3.3	
8,000円～10,000円未満	0	0.0	
10,000円～12,000円未満	0	0.0	
12,000円以上	1	3.3	
不明	0	0.0	
サンプル数	30	100.0	

Q20交通費(数量回答)

◇交通費は、「2,000 円から 4,000 円未満」が多い

交通費は、「2,000 円から 4,000 円未満」が 46.7%と高く、次いで、「2,000 円未満」「4,000 円から 6,000 円未満」が 23.3%であった。

■ 交通費

項目	件数 (人)	構成比 (%)	構成比(%)
2,000円未満	7	23.3	
2,000円～4,000円未満	14	46.7	
4,000円～6,000円未満	7	23.3	
6,000円～8,000円未満	0	0.0	
8,000円～10,000円未満	0	0.0	
10,000円以上	1	3.3	
不明	1	3.3	
サンプル数	30	100.0	

Q20その他額(数量回答)

◇その他費用は、2,000 円未満が多い

その他費用は、「2,000 円未満」が 90.0%であった。

■ その他費用

項目	件数 (人)	構成比 (%)	構成比(%)
2,000円未満	27	90.0	
2,000円～4,000円未満	1	3.3	
4,000円～6,000円未満	0	0.0	
6,000円～8,000円未満	1	3.3	
8,000円～10,000円未満	0	0.0	
10,000円以上	1	3.3	
不明	0	0.0	
サンプル数	30	100.0	

Q21 ツアー前消費額(数量回答)

◇ツアー前消費額は、2,000 円未満が多い

ツアー前消費額は、「2,000 円未満」が 70.0%であった。

■ ツアー前購入額

項目	件数 (人)	構成比 (%)	構成比(%)
2,000円未満	21	70.0	
2,000円～4,000円未満	3	10.0	
4,000円～6,000円未満	1	3.3	
6,000円～8,000円未満	1	3.3	
8,000円～10,000円未満	0	0.0	
10,000円～12,000円未満	1	3.3	
12,000円～14,000円未満	0	0.0	
14,000円～16,000円未満	2	6.7	
16,000円～18,000円未満	0	0.0	
18,000円～20,000円未満	0	0.0	
20,000円以上	1	3.3	
不明	0	0.0	
サンプル数	30	100.0	

Q22土産購入場所(自由記入)

道の駅許田 / 空港 / 嵐山展望台 / 許田やんばる物産センター / やんばる学びの森 / わんさか大浦パーク
 イオン名護店 / 北谷アメリカンビレッジ / 許田かねひで / アウトレットモールあしびなー
 おきなわ屋(アメリカンビレッジ) / DFS(空港) / ふくら舎 / 田村窯 / 読谷の器屋 / 窯元 / 常秀工房
 道の駅ゆいゆい国頭 / サンライズひがし / 道の駅ぎのざ / 宜野座村仲間商店 / 民泊先で作ったさーたーあんだぎー
 JA おきなわ食彩館とよさき菜々色畑 / 東村共同売店 / 大浦の商店、コープ / 御菓子御殿 / 宮里そば
 ネイチャーみらい館

⑥調査結果の分析

◆モニターツアー全体としての評価は高い。

- ・ アンケート結果を踏まえると、やんばる地域としてのコンテンツのもつポテンシャルとしては、良い評価であると思われる。

◆目的型ツアー造成の検討が必要である。

- ・ 参加者の移動をみると、宿泊地を基点とした周遊が多くみられた。時間的な制約や必須事項が多いこともあっての結果であると思われるが、実際の観光客も2泊3日という短い時間での旅行が多いと思われる。誘客を促進する地区を目的地(宿泊地)とした商品造成を検討する必要がある。

◆ツアーの造成の際は、その行程に配慮する必要がある。

- ・ 参加前の期待度と参加後の満足度の比較において、満足度が期待度よりも向上している中で、「ツアー行程」に対する評価が非常に低下している。モニターツアーとしての前提であるが、これまで実施してきたツアーの考え方をベースに検討したものであることを踏まえると、行程への配慮は十分検討が必要である。

◆資源についてのPRの必要がある。

- ・ やんばる地域の資源について、全体的に認知度は非常に低い結果であるが、興味があるという資源も多くみられる。これら興味を示す資源についてのPRや活用を積極的に進めていく必要がある。

◆宿泊施設についてターゲットに合わせた改善が必要である。

- ・ 民泊においては、お風呂や備品への評価が低い。ハードの改善は、難しい面もみられるため、誰をターゲットにしているかなど宿の志向に応じた、可能な範囲での対応を進めることがポイントである。
- ・ ホテルは、最低ラインの設備は必要と思われるため、ターゲットによらず、改善すべき点は進めていく必要がある。

◆情報提供の充実を図る必要がある。

- ・ 情報提供について、結果的に参加者が一般の旅行雑誌を活用しているようでは、やんばる地域の良さを伝えることに限界があると思われる。地域を伝えることを再度考慮し、観光客への提案を含めた情報提供の充実を図る必要がある。

(4)受け入れ先調査

①調査の目的

モニターツアー調査の実施に当たり、民泊受け入れ側の対応について、問題や課題を把握するため、受け入れ先調査を実施した。

②調査の方法

◇調査方法 :対象者に直接調査票配布、回収

◇調査対象 :

市町村名	受け入れ先 1	受け入れ先 2	受け入れ先 3	受け入れ先 4
東村	東 1 さん	東 2 さん	東 3 さん	—
名護市	名護 1 さん	名護 2 さん	名護 3 さん	名護 4 さん
宜野座村	宜野座 1 さん	宜野座 2 さん	—	—
金武町	金武 1 さん	金武 2 さん	—	—
国頭村	学びの森	—	—	—

◇サンプル数 :12 軒

◇調査期間 :1月 23 日(金)～3 月 1 日(日)

③調査項目

◇基本属性(受け入れ組数、受入人数、受入経験、体験プログラムの有無)

◇モニター受入に対する期待

◇受入の満足度

◇大人の民泊受入の可否

◇受入時に気を付けた点

◇修学旅行との比較

◇受入の金額設定

④回収結果

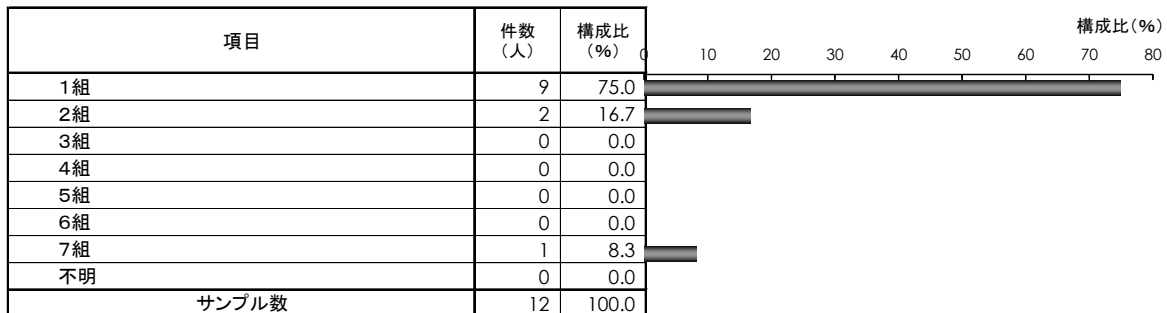
本調査は、モニターツアー参加者受入先 12 軒すべて調査票を回収した。

⑤調査結果 ※F:属性(FaceSeet) Q:質問(Question)

F1 受入組数(数量回答)

受入組数は、ほぼすべての施設で1組であった。

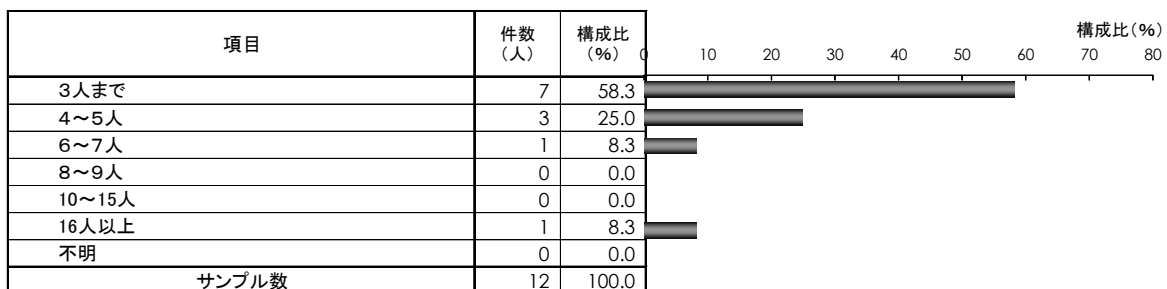
■ 受入組数



F2 受入人数(数量回答)

受入人数は、おおむね3人までであった。

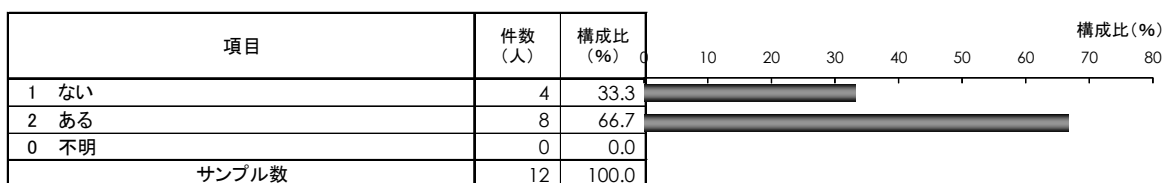
■ 受入人数



F3 受入経験(単一回答)

民泊での大人の受入経験は、「ある」が8軒と「ない」よりも多かった。

■ 受入経験



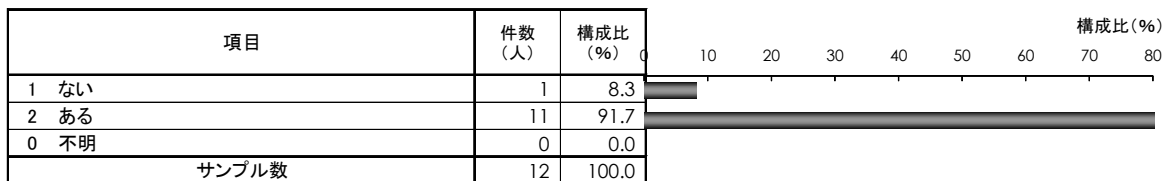
<具体的に>

- ・大学生ボランティア
- ・大学生ボランティア
- ・大学生、大人
- ・JICA,家族づれ etc
- ・観光関係者
- ・観光旅行者や一般の方の受け入れ
- ・ビジネス客
- ・ビジネス客

F4 体験プログラムの有無(単一回答)

民泊での体験プログラムの有無は、「ある」が 11 軒とほぼすべてにあった。

■ 体験プログラムの有無



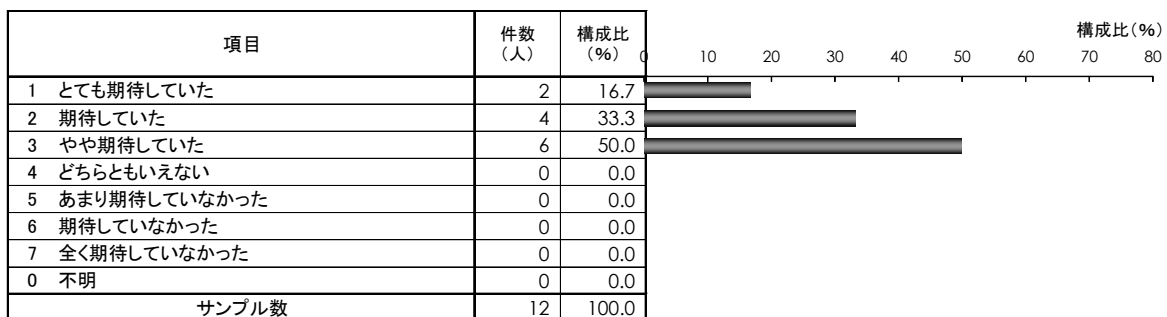
<具体的に>

- ・農業、沖縄料理作り、海浜での貝殻拾い(カニ堀り含む)
- ・農作業、料理体験(レシピあげる)、カヌチャ案内、浜歩き、ぞうりアート
- ・農業、浜辺散策、サーターアンダギーづくり、沖縄の昔話、アダン風車づくり、クリスマスリースづくり
- ・農業、海岸散策、クラフト(シーグラスのキャンドル入れづくり)、サーターアンダギーやシーカーサーージュース、イカ燻製づくり、カヌチャ案内
- ・農業体験、かしづくり、クラフト etc
- ・修学旅行受け入れと同じプログラム
- ・自然体験ツアー、トレッキング、カヌー等
- ・大根収穫、じゃがいも袋詰め
- ・三味線
- ・観光
- ・特別な期待はない

Q1 モニター受け入れの期待度(単一回答)

モニターツアー受け入れへの期待は、みな期待している状況であった。

■ モニター受け入れの期待



<具体的に>

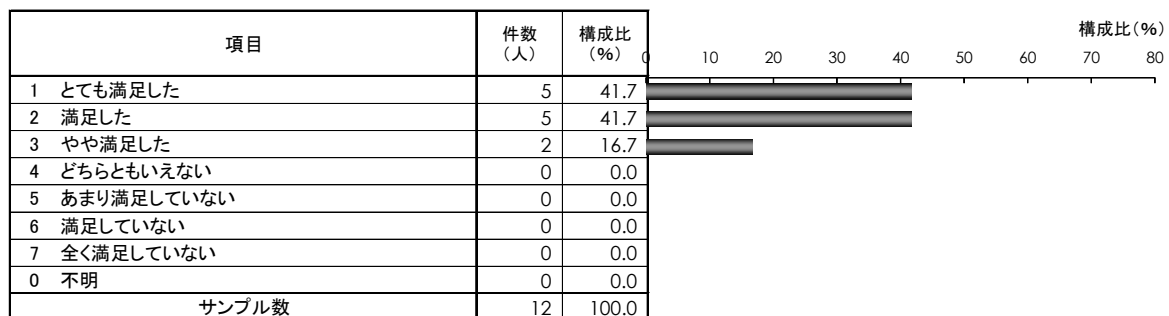
- ・これまでの修学旅行生とは違う、大人どうしの付き合い。どのような職業でどういことをやられている方がたか。沖縄に関する興味の度合い。
- ・お酒を一緒に飲めるのが楽しみ。どんな人が来るか不安ではあった。
- ・大人の受け入れは初めてなので、期待と不安の両方の気持ちがあった。
- ・修学旅行生と違い、大人のコミュニケーションを楽しむことができるのではないかと考えていた。修学旅行生の受け入れより気が楽ではないかと思っていた。沖縄料理を楽しんでもらえるのではないかと考えていた(大人は好きで沖縄に来るし、予備知識もある)。
- ・一般のお客さんが何を求めているか、どのように応対していけばいいのかなど、ざっくばらんに話しあいができるのではと期待していました。
- ・情報の提供(観光について)

- ・野草料理やツアープログラム、命薬の湯(入浴施設)をモニターの方がどのように感じるかを知る、よい機会になると感じた為。
- ・事前に職業を聞いていたので、たくさんお話がしたくて待ち遠しかったです。
- ・これから受け入れが続いていくという事。
- ・モニターの職がプランナーという点でどう接して良いかわかりませんでしたが、民泊の件について色々話し合いをして大人の受け入れに関して参考になりました。
- ・モニターの方が見た、聞いて感じた事をどのように表現するか。
- ・三線、貝殻細工、琉装着付け、郷土料理。

Q2 モニター受け入れの満足度(単一回答)

モニターツアー受け入れの満足度は、「とても満足した」「満足した」が5軒、「やや満足した」が2軒と満足していない施設はなかった。期待度と比較して「とても満足した」「満足した」「満足した」の割合が多くなった。

■ モニター受け入れの満足度



<具体的に>

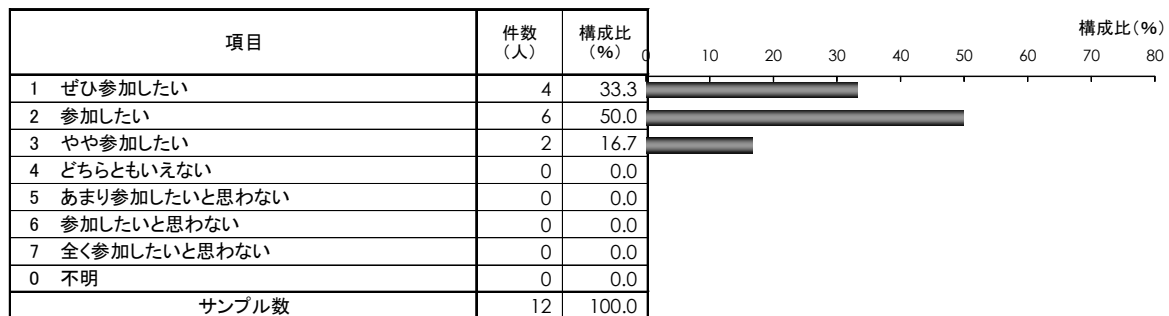
- ・今回受け入れた方は、これまでにご夫婦で世界のいろいろな国を旅してまわり、現在でも子どもさん(4歳男児)連れて年に少なくとも一度は海外へ出ておられるとのこと。海外の様子や子育てなど、お酒を酌み交わしながら大人の談義ができたこと。
- ・農業体験(野菜収穫)や海浜でのカニ堀等を喜んでもらえたこと。海辺に着いたとたん、海のきれいさに感動したのか、子どもがズボンを脱ぎ捨てパンツ一本で波打ち際を走り回っていたのにはこちらが感動しました。
- ・お酒飲めるのがいい。対等に話せる。ものすごく盛り上がった。あつという間だった。いい出会いだった。これからもずっとつきあっていけそう。どうしたら大人の民泊、成功させられるか考えてくれた。話す時間が長かった。修学旅行よりルールが厳しくないからやりやすい。
- ・楽しく会話できた。孫とのやり取りも楽しかった。限られた時間内でどのような体験プログラムを行うか相談しやすかった。
- ・期待通りであった
- ・多くのいろんな情報交換ができたのでよかったと思う。
- ・受け入れを通していろんなことを知ることができた。
- ・野草料理を提供できたことでサービスの幅が広がった。
- ・施設を知ってもらいきっかけになった。
- ・知らないことをたくさん聞けてとても楽しかったです
- ・相手が理解して参加していた事
- ・大人同士それぞれの人生観を語り合うことで大変有意義でした。
- ・短い時間でしたが食事、飲酒をしながら色々な会話ができたこと。
- ・皆が喜んでくれた・大人の話が出来た(コミュニケーションが取れた)

- ・沖縄の現状や沖縄が抱えている問題等も話せたこと→戦争について(辺野古基地問題)、戦後の処理。内地では聞けないことが聞けたこと。

Q3 今後の参加意向(単一回答)

今後の大人の民泊への参加意向は、すべての施設で参加意向であった。

■ 今後の参加意向



<理由>

- ・時には修学旅行から離れ、酒肴を囲んで人生談義を楽しんでみたい。
- ・今回は人が良かったが、どんな人が来るかわからないから不安もある。大人だからこそ気をつかう部分もある。告知をしっかりして、合う人に来てほしい。ルール決め必要。引き合うように4名以上で。
- ・今回のように会話の弾む人たちであればまた受け入れたいが、そうでない人たちもいると思うので、不安もある。受け入れるなら今回のように女性がいい。
- ・とても面白い、楽しい。(会話が弾む、料理を楽しんでくれる、自然環境を楽しんでくれる)宿泊客の好きなように過ごしてもらえるので気が楽である。
- ・受け入れに大人も子供もないと思う。いろんな人と会って、おしゃべりして、何かを作って、共に食事することでいろんな楽しみが得られるので、参加したいと思います。
- ・修学旅行民泊とは違う味わいある。
- ・今回受け入れをしたことで得たものを、今後生かしより良いサービス提供につなげていきたい為。
- ・参加していただいた方の出身地のお話や共通の話題探しなど、私たちもたくさん学びたいです。
- ・お客さんが積極的に一緒に参加してもらった事。
- ・沖縄の人はみな歌三線が出来ると思って、来てもらったら困る。
- ・学生より多少気遣いはあります。学生とは異なり全て体験(食事作り、片付け等)という訳にはいかないので多忙です。
- ・私が考えるには大人の民泊はレンタカーを利用して観光するだろう。宿泊があった場合は酒を飲みながら楽しくなるだろう。その後も 長く続くのではと思う。
- ・喜んでもらったこと。
- ・ホテルにはないおもてなしを受けたと意見をもらった。

Q4 気をつけた点の有無(単一回答)

今回のモニターツアーで気をつけたことは、「ある」が9軒であった。

■ 気を受けた点の有無



<具体的に>

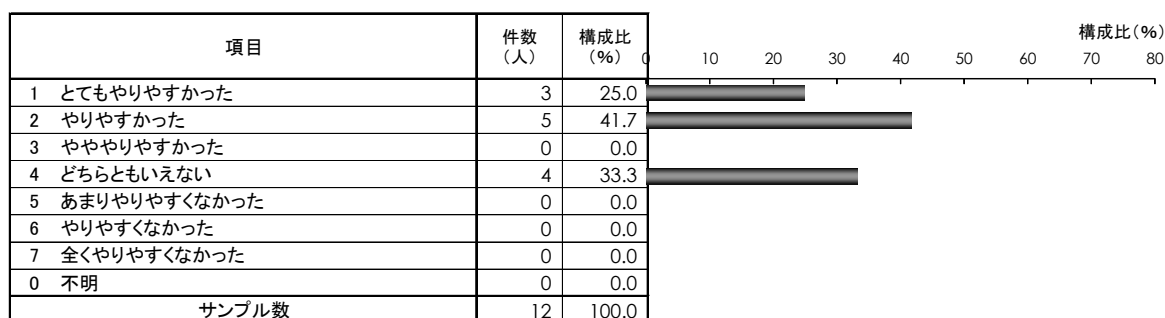
- ・修学旅行ではいろいろ規制が多い(例えば、さしみ等生ものの提供不可や海中侵入不可等)ところを逆に取っ払って、より楽しく過ごしてもらえることを心掛けた。
- ・話しながらお客さんのニーズに合うようにスケジュールを決めた。

- ・お酒を準備した。
- ・修学旅行生の受け入れ時にある緊張感や責任感を感じることなく気軽に受け入れを楽しむことができた。
- ・食事内容を、大人向けに考えた。お酒、おつまみの準備をしていた。
- ・大人とか子供とかで差別(区別)をつけていません。その時その時のゲストのニーズにできるだけ答えたいと思って受け入れをしています。ただお部屋に入ったあとは子供達の時よりプライベートタイムを重要と考えています。
- ・大人は大人としての体験ができました。家事のことなど、細かい点まで気配りをしてくれました。
- ・それぞれが、ゆっくり自然体験できるよう、トレッキングコースや星の見える場所、個人で楽しめる方法の案内。
- ・夜の過ごし方。夫婦ともお酒が飲めないなので、相手に気をつかわせないか心配。今回はどうしてよいかわからず、お友達を招いて助けてもらった。
- ・提供する食事について、何を出してよいのか悩む・どのぐらい沖縄にきているのか(情報があるとよい)。
- ・私も高齢。年齢的にもゆっくり対話、癒しを求めているので、健康高齢者を受け入れ、喜んでもらえると良いなと思っています。
- ・無いけど食事等が口に合うか？今回男女の民泊の場合部屋に困る。大人の民泊は私としては酒が飲めるので楽しい。
- ・清潔感である事(寝具、食事、アレルギー)。

Q5 修学旅行との比較(単一回答)

修学旅行と大人の民泊を比較してみると、「どちらともいえない」が4軒いる以外は、とくにやりにくさを感じていない。

■ 修学旅行との比較



<具体的に>

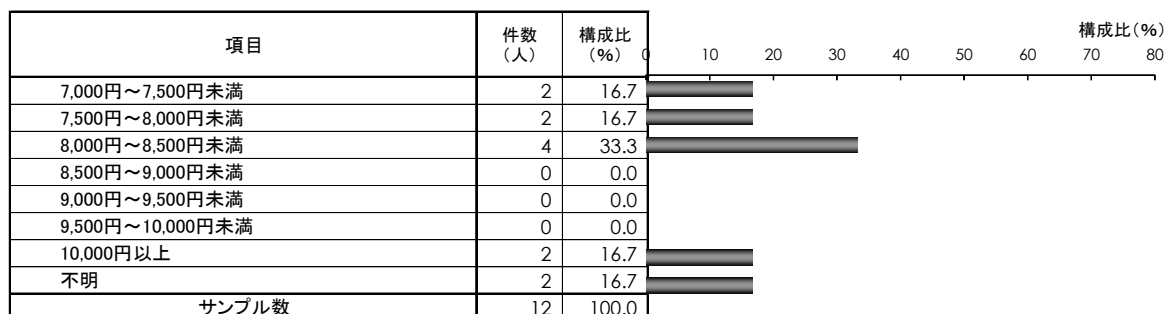
- ・修学旅行生時のようなさまざまな規制を気にしなくて良いこと。
- ・大人は体調管理も含め自己責任の部分が大きいので気楽。修学旅行は、預かるのでプレッシャーがある。・中高生は朝弱い子もいる。
- ・気軽にできた。
- ・本人たちの好きなように過ごさせて、こちらはサポートするだけだから。
- ・修学旅行と一般の方とは接し方が根本から違います。自分の息子や娘と同じように接する修学旅行、ゆったりとした時間が欲しい(?)だろうと思われる大人の方、どちらがやりやすいとかやりにくいとかありません。ただ誠意を持ってお世話させていただきです。
- ・各自責任を持っているので。
- ・修学旅行と違い、スケジュールを個人で組むため、チェックイン時間の把握が難しい。(後半改善)しかし、少人数で大人の為、受け入れやすく、それぞれ施設を楽しんでいた。
- ・初めてだったので、とても気をつけてしまいました。相手の年齢や職業で話す内容も限られてくるのでつかれてしまう。
- ・スケジュールが良かった・お客さんが積極的に一緒に参加してもらったのでやりやすかった。・反応があることが良かった。
- ・大人同士は友人並みに会話ができ、学ぶ面もありました。学生には私自身の人生観、将来の夢を持つように接しています。
- ・子供達の場合は観光、宿泊期間、行動に常に気をつけないといけないところ。大人の場合は気楽に話し合いができること。

・イメージを持ってきてもらっていたので、やりやすかった・受け入れの間に自分の時間があつた事・情報交換が出来た(お互いコミュニケーションが取れた)・気を使わずに出来た事。

Q6 受け入れの金額(数量回答)

受け入れの金額は、「8,000 円～8,500 円未満」が4軒と多い。

■ 受け入れの金額



<理由>

- 7,000 円 修学旅行生と同額で構わない。
- 7,000 円 提供する料理が余裕をもって品数等出せる。
- 7,500 円 2 人の場合 9000 円以上。2 名では引き合わない。人数多ければ少し安くてもいい。4 名がいい。
- 7,500 円 このくらいが妥当だと思う。
- 8,000 円 お酒が入るので、生徒より少々高めです。
- 8,000 円 大人の民泊だと2名での参加がある事。
- 10,000 円 宿泊客の数によって、受け入れ金額が変わってくると思います。1 グループ 3 人以上 5 人までがいいですね。
- 10,000 円 ビールやお酒、つまみを準備するので(一応、私達からのプレゼントした方が相手も喜ぶと思うので)。

意見等

- ・今回、寝具の片づけ(枕カバーも外してきちんと折りたたんである)や台所のお手伝いなど、とても気持ちよくやっていただきました。さすがに旅慣れた方たちだなと感心しました。
- ・終わりの時間は最初に決めておけばよかった(12 時くらい)。今回は 1 時まで飲んでいた。
- ・帰る時間が早かった。もっとゆっくりしてほしかった。
- ・ほかの PG(プログラム)はよくなかったが、民泊があつて来てよかったと言ってもらえた。
- ・仲良くなると、安くていいよと言ってしまいが…ニーズが合わないとかクレームたくさん来ると言われた。
- ・参加者は正直にアンケート書きにくいのではとの指摘があつた。
- ・お酒飲める家かどうかは、情報提供してあげた方がいい。
- ・全体的に良い感じ(あいさつ、会話の受け応え等)でした。女性同士、構えることなく会話を楽しむことができた。
- ・二泊してもらっても良かったと思う。意見交換がたくさんできた。
- ・ご夫婦でいらしてもらいました。ご主人の体験、奥様の外国での生活など興味深い話が来てとても良かったです。
- ・今回の民泊体験を通して感じたことを、日本中に発信してもらいたい(東村の良さを)。皆さんと出会うことができ、とても良かったです。
- ・お客さんが結婚してないので、そこは気をつけて会話や名前など呼ぶときに気をつけた。
- ・期待していた事と違う事があれば期待外れになるので、民家さんにも合わせた商品名であるといい
- ・短い時間でしたが、大変親しくなり楽しく会話も良かったです。年齢差のせいかお二人の生き方に目をみはり充実した生活の様子を伺う事で元気になり、パワーをいただきました。

⑥調査結果の分析

◇大人の民泊の受け入れ意向は高い

- ・大人の民泊について実施前の期待と実施後の満足度において、満足度が高くなっている状況である。経験を経た上で今後の受け入れ意向は、修学旅行受け入れと比較による受け入れ易さを含め、高い意向である。

◇設備やアメニティの充実へ課題

- ・設備やアメニティは、ホテルの一般的なサービスに比べるとあまり期待できるものではないが、当初から期待されているものでもなかった。しかし、実際その状況を目の当たりにして、さらに評価が下がることは、あまり好ましいことではない。できることから改善を図っていくことが求められる。

以下に宿泊施設に求められる事柄を一覧で示す。全てを充実させることは難しいが、項目に沿って各施設をチェックし、自らの施設を評価することも必要である。

<A. 一次的要件> ハード面に基づくサービス要件

- | | |
|---------------|--|
| ◇清潔感と居心地（快適性） | 清掃が行き届いた感があるか
整頓状況は良好か
室内温湿度管理
通気性
臭気
明るさ（採光、適切な照明）
解放感（広さ、居場所の有無）
水廻りの排水性（洗面、風呂場）
館内装備の新旧感
適度な室内品分量
家人居住空間との分離度 |
| ◇安心感 | 施錠
セキュリティ
プライバシー（客室相互防音）
動線に危険物は無いか（突起物有無、動線を妨げる家具類）
避難のし易さ
他宿泊者との適度な距離感
お客様手回り品のセキュリティ管理体制 |
| ◇周辺環境（ロケーション） | アクセス性
観光的観点(立地)
騒音
治安状況 |

<B. 二次的要件> ソフト面に基づくサービス要件

- | | |
|----------------------|--------------------------------|
| ◇ホスピタリティ | 笑顔対応
積極的関わり方[会話]（空気判断に基づく） |
| ◇食事提供 | メニューのあり方
素材
味
提供の場の環境 |
| ◇家人との適切な距離感 | |
| ◇温かみ(もてなし感)演出への人為的工夫 | |

(5)事務局調査

①調査の目的

モニターツアー調査の実施に当たり、民泊受け入れの窓口対応として、問題や課題を検討するため、事務局調査を実施した。

②調査の方法

- ◇調査方法 :対象者に直接調査票配布、回収
- ◇調査対象 :各観光協会等民泊受け入れ窓口
- ◇サンプル数 :5 箇所
- ◇調査期間 :3 月 2 日(月)～3 月 6 日(金)

③調査項目

- ◇モニター受け入れに対する期待
- ◇受け入れの満足度
- ◇大人の民泊受け入れの可否
- ◇修学旅行との比較
- ◇今後の大人の民泊推進について
- ◇宿泊の設定について
- ◇受付体制について
- ◇営業体制について

④回収結果

本調査は、事務局5箇所すべて調査票を回収した。

⑤調査結果

Q1 モニター受け入れの期待(単一回答)

モニター受け入れへの期待は、高い。

■ モニター受け入れの期待

項目	件数 (人)
1 とても期待していた	4
2 期待していた	1
3 やや期待していた	0
4 どちらともいえない	0
5 あまり期待していなかった	0
6 期待していなかった	0
7 全く期待していなかった	0
0 不明	0
サンプル数	5

<具体的に>

- ・経済的には修学旅行生の方が民家さんにとってメリットが大きいですが、一般ビジターと民家さんの間で生まれる交流を通して当地域の魅力を知るファンが徐々に増え、口コミや SNS など多くの人が訪れてくれる可能性がある。受け入れ手も修学旅行より緊張せず、楽しめるのではないかと期待していた。マイナーな地域なのでどのような反応があるのかどのようなことに興味を持ってもらえるのか反応が分かることを期待していた。沖縄の中でも観光地化されていないやんばるの雰囲気をもどくようにとらえるか興味があった。
- ・今後の個人民泊を行っていくうえでのアドバイスなど。
- ・野草料理やツアープログラム、命薬の湯(入浴施設)をモニターの方がどのように感じるかを知る、よい機会になると感じた為。
- ・他市町村との連携のもとモニターツアーが、開催された事が一番よかったと感じている。一つの市町村だけで、新たな展開を行おうとしてもお客さんのニーズに答えるのは難しいと思う。お客さんの立場になった時、どこ地域に来ているというよりは、「沖縄に来たい。」「沖縄の北部(やんばる)に来たい」と言う発想が多いと思うので、広域で新しい取り組みをする事が大切。
- ・今後の事業展開の可能性・参加者からの意見

Q2 モニター受け入れの満足度(単一回答)

モニター受け入れの満足度は、高い。

■ モニター受け入れの満足度

項目	件数 (人)
1 とても満足した	2
2 満足した	3
3 やや満足した	0
4 どちらともいえない	0
5 あまり満足していない	0
6 満足していない	0
7 全く満足していない	0
0 不明	0
サンプル数	5

<具体的に>

- ・事務局の想定通り、受け入れ手にも好評であり、また行いたいという声があった。もう一日増やして反応を見てみたかった。民家さんから受け入れ手のフィードバックをたくさんもらった。
- ・アンケートを見ていないので、詳しいことは分からないが、きっかけ作りになったと思う。
- ・野草料理を提供できたことでサービスの幅が広がった。施設を知ってもらい良いきっかけになった。

- ・ニーズが知れた事。需要がありそうだと感じられた事
- ・直接参加者と交流する機会は殆どなかったが、受け入れ民家の反応、受け入れ後の話を聞いて満足した。

Q3 今後の参加意向(単一回答)

モニター受け入れの今後の参加意向は、高く、全回答者が「ぜひ参加したい」であった。

■ モニター受け入れの満足度

項目	件数 (人)
1 ぜひ参加したい	5
2 参加したい	0
3 やや参加したい	0
4 どちらともいえない	0
5 あまり参加したいと思わない	0
6 参加したいと思わない	0
7 全く参加したいと思わない	0
0 不明	0
サンプル数	5

<具体的に>

- ・事務局にかかる負担がどれくらいのものか、すべて明らかになっているわけではないが、修学旅行が入らないシーズンに受け入れをすることで民家さんの安定的な収入にもつながる。大人民泊を通して当地域のファンを獲得し、ファンコミュニティの構築を行うことで地域のイベントの広報や宣伝がしやすくなるのではないかな。また全国に協力者を持つことで当地域の活性化につながると思われる。他観光関連事業との相乗効果を生み出すことも期待できる。
- ・交流人口の増加。
- ・今回受け入れをしたことで得たものを、今後に生かし、よりよいサービスの提供につなげていきたい為。
- ・自分たちの村にあっていて。
- ・受け入れ民家の反応、意見より。

Q4 修学旅行との比較(単一回答)

モニターツアーと修学旅行の比較については、やりやすいとの意見が多い。

■ 修学旅行との比較

項目	件数 (人)
1 とてもやりやすかった	3
2 やりやすかった	1
3 やややりやすかった	0
4 どちらともいえない	1
5 あまりやりやすくなかった	0
6 やりやすくなかった	0
7 全くやりやすくなかった	0
0 不明	0
サンプル数	5

<具体的に>

- ・受け入れ中に特に対応することがないので非常に楽。事前対応以外に事務局が動く必要はないかもしれない。
- ・モニターということで、件数が少ないので手配がやりやすい。
- ・修学旅行と違い、スケジュールを個人で組む為、チェックイン時間の把握が難しい。後半はモニター参加者に直接連絡をとることで改善できた。しかし少人数なので受け入れやすく、それぞれ施設を楽しんでいた。
- ・共通の会話が出来る事。
- ・受け入れ民家の反応、意見より。

Q5 大人の民泊の推進(単一回答)

大人の民泊を推進していくことができるかについて、推進意向が多い。

■ 大人の民泊の推進

項目	件数 (人)
1 とても思う	3
2 思う	1
3 やや思う	0
4 どちらともいえない	0
5 あまり思わない	0
6 やや思わない	0
7 全く思わない	0
0 不明	1
サンプル数	5

<具体的に>

- ・当地域では受け入れを進めて行くことは決定している。ただし、受け入れ作業のワークフローが整備されていないので、これから幾度かのモニターを実施して検討していく。修学旅行と違って管理する必要がない分、深酒や深夜帰宅など異なった問題も出てくると思うが、課題を見つけながら進めていくことになると思う。実施には、業務・責任の所在を事務局・受け入れ民家・宿泊客の中で明確に分けると良い。大人民泊だと互いに波長があれば友人のような関係が出来るが、レポートした時に直接民家とやり取りしてしまい、どうしても低価格で提供するなど、過剰なサービスをして受け入れ民家が困る可能性がある。また事務局として収益をどのように得るかが課題。
- ・修学旅行とは違った内容(プログラム)にはなると思うが、期待感はある。
- ・ふれあい、非現実な事をプチ体験出来る事。都会の時間に追われた生活感から田舎特有の時間や地元との触れ合いを体感したいと思う観光客が確実にいる事。
- ・入口をもっと入りやすくする。「大人の民泊」だと身構えてしまう傾向があるので、来やすいツアー名にする事が必要。細かな詳細もツアー客に伝える事(アメニティ、宿泊形態等)。

Q6 宿泊提供方法(単一回答)

ホテル1泊民泊1泊の提供方法は、良いという意見とそうでない意見に分かれた。

■ 宿泊提供方法

項目	件数 (人)
1 とても思う	2
2 思う	1
3 やや思う	0
4 どちらともいえない	1
5 あまり思わない	1
6 やや思わない	0
7 全く思わない	0
0 不明	0
サンプル数	5

<具体的に>

- ・受け入れの家庭から2泊でもよかったのでは?という声が上がった。今回は周遊するのも1つの目的であったため仕方ないが、モニターさんも短期間で移動が多いので大変そうだった。一日でひとつの市町村の観光ポイントをすべてめぐるのは難しいので、ゆっくりステイできる余裕のあるスケジュールでモニターを行ってみたい。
- ・2泊3日で、宿泊先が2カ所だと時間が少なく感じた。
- ・宿泊先を1カ所にするか、宿泊期間を延ばすことで、よりよいサービスの提供が可能だと思う。
- ・お客様からも民泊1泊し、ホテル1泊の方が良いという意見があった。また、初泊を民泊で、二泊目をホテルの方が良いという意見もあった。

- ・両方交互に宿泊していただくことによってメリットやデメリットの意見が抽出できる。

Q7 対応可能な体制の整備(自由記入)

- ・受け入れの手続きについては、試行錯誤で行っており体制を作っている中であるが、現在の事務局で対応可能。
- ・整っている。
- ・対応可能(一般の受け入れもしている為)。
- ・後3～4件受け入れ可能な民家さんを育てなければいけない。(現状対応可能民家数＝2件)
- ・対応可。

Q8 営業(自由記入)

- ・簡単なチラシ配布以外は未着手。現在の事務局で行うことは可能。本格的にはこれから実施予定。やんばるの民泊家庭がひとつのサイトで見られたら観光客にとってはうれしいかも。
- ・Webなどでの周知が必要。
- ・HPやダイレクトメールでの対応可能。
- ・整っている。(宜野座村観光推進協議会の方で全て対応。) チラシ、パンフの内容を濃くする。
- ・簡易営業許可の取得など。

意見等

- ・目的のひとつであった観光客のやんばる周遊強化のプランがまだ固まっていないので、どうやったらやんばるの観光全体を盛り上げていけるかみんなで考えていきたい。民泊は1つの地域にじっくり滞在することに向いているようにも感じる。
- ・前泊施設で、次の受け入れ先市町村情報(パンフ等)があれば良かったのかなと感じた。
- ・民泊先にも地域パンフや観光マップを置き、お客さんが集落を散策できる仕組みづくりをする事も必要だと感じた。
- ・やんばる観光施設等のパンフもあると情報収集になる
- ・今後事業として続けていく際、飲酒についてはお客様自身に準備していただいた方が良いと思う。
- ・価格設定(プラン別)(人数別)。通常、修学旅行の場合は基本4名で受け入れされている所が多いと思う。大人の場合、3名以下の受け入れも多くなってくると思う。低価格で酒も出すと民家の負担が大きくなるので、価格設定はしっかりすべき。

”

⑥調査結果の分析

◇大人の民泊の積極的な受け入れ意向である

- ・今回の大人の民泊の受け入れには、すべての回答で受け入れに積極的な意見がみられた。受け入れ先の状況を踏まえ、無理の無い受け入れができるよう、仕組みづくりが必要である。

◇大人の民泊を商品として販売する場合の体制づくり、仕組みづくりが必要である

- ・今回は、十分な準備の時間がある中で大人の民泊を受け入れることができた。しかしながら、実務となる場合は、空き室をすぐ把握できることが必要であり、受け入れが可能な施設を整理する必要があるなど、事前の調整作業が必要である。早々に事業推進のための体制づくりと仕組みづくりが必要である。

(6)成果と課題

①事業の成果

- ・ 今回の東海岸プロジェクトにより、東海岸の5団体がそれぞれの地域で取り組んできた背景をふまえて、共同で取り組む連携体制のモデルが創られた。
- ・ 今回東海岸が取り組んだことで、他の地域も連携で取り組むモチベーションがあがるなど自発的な連携の企画を促した。
- ・ 関係する5団体の取り組みにおいて共通する「民泊」をとりあげ、「大人の民泊」という新しい市場の開拓への取り組みのスタートとなった。民泊は東海岸のみならず、北部全体で行われており、このツアーをモデルとして取り組みが拡大する可能性がある。
- ・ モニターアンケート調査からは、概ね満足との評価となっており、商品化への可能性が期待される。また、アンケートでは多くの指摘、改善点も挙がっており、これも大きな成果ととらえ、ブラッシュアップのための課題としていく。
- ・ 受け入れ側も満足度は高く、積極的に取り組んでいく姿勢が見られる。

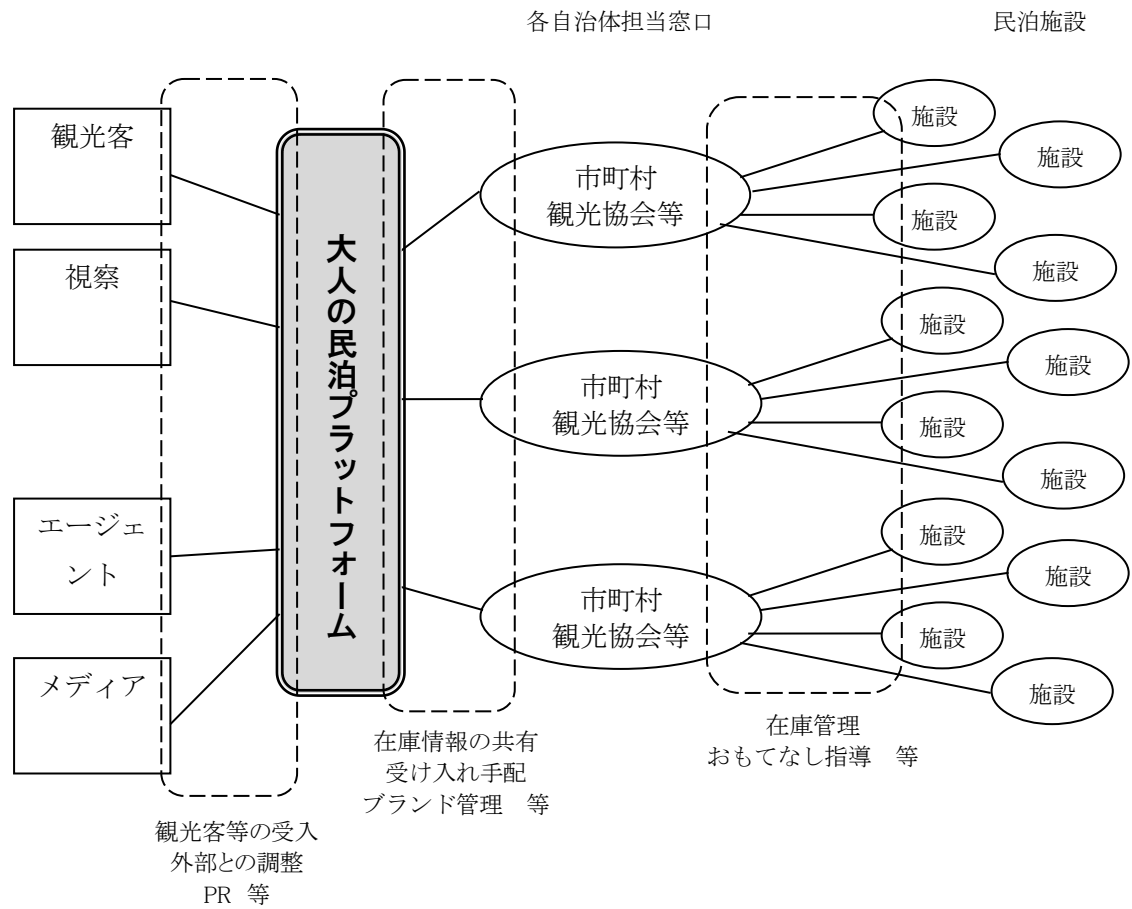
②今後に向けて

- ・ モニターアンケートの分析と改善点の対策を含め、ツアー内容のブラッシュアップが必要である。
- ・ ターゲット設定、価格設定など商品化に向けて検証すべき点を整理して取り組んでいく必要がある。
- ・ 今回は、モニターツアーの企画から受け入れ実施まで、プロジェクトチームを中心に行ったが、モニターの募集や手配、連絡調整など受託スタッフによる支援もあった。今後はツアーの商品化も見据えながら、プロジェクトチームの自立化についても検証していく必要がある。
- ・ ツアー商品化にあたっては、市場とのネットワーク形成も必要であり、研究会等で情報交換をしながら進める必要がある。

③大人の民泊への提言（大人の民泊の具体化に向けて）

- ・ 関係する5団体において、大人の民泊ブランドの確立と周知のための効果的なPR活動を実施するため、ワンストップの窓口となるプラットフォームを構築する。
- ・ 大人の民泊のブランドを構築する。
- ・ 大人の民泊周知のための地域一帯となったPR活動を実施する。
- ・ 大人の民泊を受け入れる施設を精査し、在庫管理を徹底する。
- ・ 大人の民泊の商品を磨き上げ、販売価格を上げる。
- ・ 自社の商品として取り扱う、パートナーとしてのエージェントを発掘する。

■ 大人の民泊プラットフォームについて



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。

今後はこの仕組みを活用して、観光客の周遊・滞在・消費を促進していくことが求められている。

平成 25 年度の各会議では、観光ルートの紹介とともに飲食や土産品の情報と組み合わせ、経済効果につなげる必要があり、また効果的な情報配信のためにはターゲット設定や情報管理の必要性があげられている。

これらの結果を受け、平成 26 年度は情報サイトの充実・強化を図っていく。

(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。

① WEB サイト強化のための取り組み

a. Facebook ページ設置 9 月 17 日

- ・ Facebook(フェイスブック)は、友人同士のコミュニケーションツールにとどまらず、ビジネスにまで使用される世界最大の SNS(ソーシャル・ネットワーキング・サービス)である。
- ・ スマートフォンの普及で最新記事投稿なども手軽にできることから、近年、地域の観光情報発信を行うツールとして、自治体や観光協会などの団体も利用している。

b. 「やんばるレポート」としてホームページ上に Facebook ページ欄を追加

- ・ 今回は WEB サイトと連動し、最新情報の提供や WEB サイトへの誘導方策として設置した。
- ・ やんばる地域の観光協会、関連団体が開設しているフェイスブックページを本ウェブサイトに取り込むことにより、やんばるの最新情報が集約される仕組みを構築した。

c. 「やんばるイベント」イベントアプリダウンロード開始

- ・ 平成 25 年度に WEB サイト上に設置した「イベントカレンダー」の「ぴらつか暦」を利用して、「やんばるイベント」アプリケーションを制作し、WEB サイト上からダウンロードできる仕組みを創った。

d. 「やんばるの観光」リーフレット日本語版ダウンロード開始

- ・ 平成 25 年度に制作した「やんばるの観光」リーフレットをリニューアルするとともに、WEB サイト上からダウンロードできるようにした。

e. 「やんばるの観光」リーフレット多言語版ダウンロード開始

- ・ 平成 25 年度に制作した「やんばるの観光」リーフレットを多言語化し、リニューアルするとともに、WEB サイト上からダウンロードできるようにした。

f. 「やんばる Drive SHOPPING & GOURMET」 ページ開設

- ・ やんばるでの周遊を促進するツールの一つとして制作した「やんばるドライブ本」と連動して、既設の「やんばるドライブ」のページを「やんばる Drive SHOPPING & GOURMET」として飲食情報も含めた紹介ページとしてリニューアルした。

図表 やんばる Drive Shopping & Gourmet



g. トップページレイアウト変更とイベント告知等

- ・ WEB サイトトップページのメイン画面にて、「やんばる Drive ページ」開設の告知や、「やんばるほおばるスタンプラリー」、「ドライブCD ゴールデンアワーやんばるスペシャル」の告知などに利用した。

図表 トップページレイアウト変更



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 26 年 9 月からの訪問数を項目別にみると、最も多いのは検索エンジンからの訪問で 71%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。観光情報であるゆえに季節変動の影響もあるが、PV は 9 月の 8,631 から減少も見られたが、1 月には 1 万を超えている。また、一件当たり PV 数をみると、12 月から 1 月にかけて飛躍的に伸びている。この時期にやんばる Drive のページ追加やスタンプラリーの告知などを始めており、その効果と考えられる。

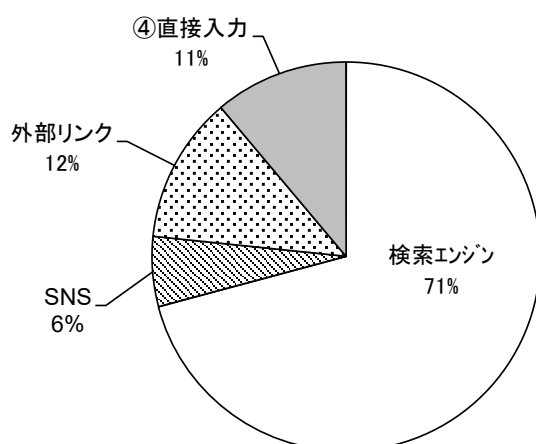
表 沖縄観光情報コミュニケーションサイトへの項目別アクセス数

月別	アクセス数(件)					PV(閲覧ページ数)		直帰率	新規率	1件当たり滞在時間(分:秒)
	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦			
	検索エンジン	SNS	リンク	直接入力	合計	月別PV	PV数/件(⑥/⑤)			
9月	3,738	22	363	471	4,594	8,631	1.9	73.8%	82.4%	1:09
10月	2,679	32	457	375	3,543	7,756	2.2	70.7%	79.4%	1:34
11月	1,995	143	632	309	3,079	6,794	2.2	67.9%	75.8%	1:47
12月	1,685	401	206	317	2,609	6,374	2.4	65.3%	74.2%	2:04
1月	2,113	662	532	386	3,693	10,668	2.9	61.6%	73.1%	2:39
2月	2,329	39	294	406	3,068	8,445	2.8	66.4%	77.8%	2:15
3月	1,613	26	301	277	2,217	7,257	3.3	59.5%	74.5%	2:42
	16,152	1,325	2,785	2,541	22,803					

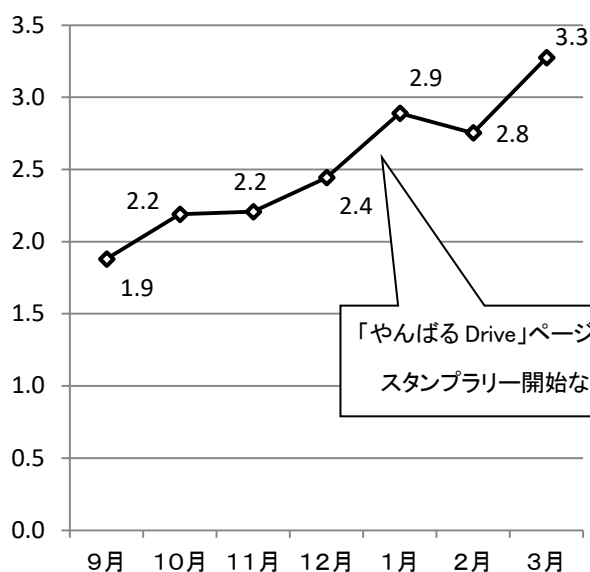
項目別カウント ※2015年3月20日までの集計

- 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をクリックした数
- ⑤月間アクセス数の合計
- ⑥月間PV(ページビュー)閲覧ページ数
- ⑦PV数/件:アクセス1件あたりのPV(ページビュー)数

図表 項目別アクセス数



図表 PV数/件(1件当たりPV数)の推移



(アクセスユーザー)

- ・ アクセスユーザーを見ると、日本人が最も多いが、台湾やアメリカ、ブラジル、香港、ロシアなどにもユーザーが拡大している。
- ・ アクセス端末は、モバイルとタブレットの合計がデスクトップを超えている。

国別 訪問回数

国	訪問回数	新規ユーザー
日本	23,785	77.3%
台湾	235	91.1%
アメリカ	97	89.7%
ブラジル	94	100.0%
香港	85	81.2%
ロシア	36	2.8%
フランス	26	100.0%
イタリア	25	100.0%
韓国	18	100.0%
中国	13	53.9%

国内地域別 訪問回数

国	訪問回数	新規ユーザー
沖縄県	7,984	67.7%
東京都	5,060	83.3%
大阪府	2,702	79.7%
福岡県	1,669	76.9%
京都府	966	78.3%
神奈川県	884	85.1%
千葉県	860	82.2%
愛知県	582	84.9%
兵庫県	406	84.7%
埼玉県	402	86.3%

アクセス端末

デバイス	訪問数	新規ユーザー
デスクトップ	11,767	75.16%
モバイル	10,308	81.16%
タブレット	1,462	72.37%

(参照リンク)

- ・ 検索キーワードは「沖縄 北部 観光」が最も多く、「沖縄 北部 ドライブ」が次いでいる。
- ・ 参照リンクは「ツールドおきなわ」が最も多い。Facebook のほか、「道の駅許田やんばる物産センター」や、「イチダースネット」など、リンクバナーを設けたページからのアクセスが多くなっている。

検索キーワード

キーワード	訪問回数	新規ユーザー
沖縄 北部 観光	326	89.6%
沖縄 北部 ドライブ	181	86.2%
沖縄北部観光	166	91.0%
沖縄 北部	133	93.2%
やんばる 観光	116	84.5%
沖縄 生態系	109	91.7%
やんばる ドライブ	79	69.6%
宜野座村まつり	71	73.2%
沖縄 ドライブ	59	96.6%
沖縄 北部観光	57	79.0%
沖縄北部	55	89.1%
やんばる観光	52	82.7%
沖縄北部 観光	52	80.8%
やんばる イベント	51	37.3%

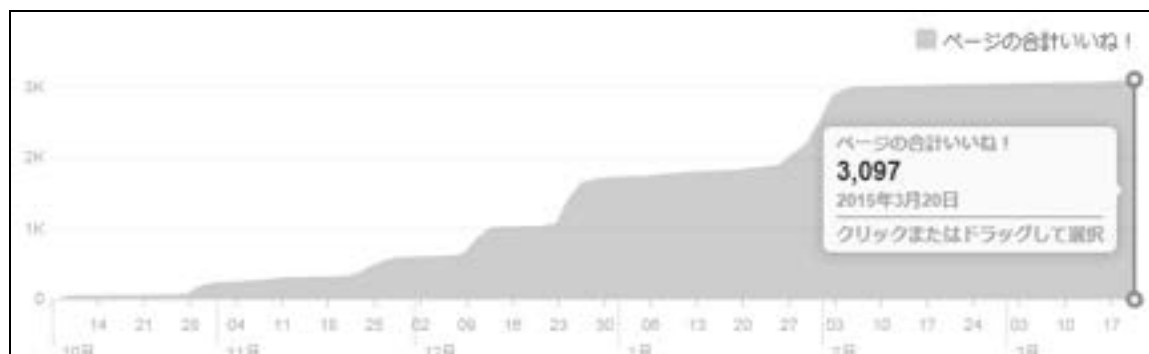
参照リンク

リンク先	訪問回数	新規ユーザー
ツール・ド・おきなわ	989	77.96%
Facebook/モバイル経由	693	79.65%
Facebook/広告/パソコン経由	312	34.39%
道の駅許田 やんばる物産センター	298	82.21%
イチダースネット	246	56.10%
(株)サビラ	220	35.45%
Facebook/パソコン経由	201	60.20%
国内線ドットコム	82	81.71%
Facebook広告/モバイル経由	50	64.00%

b. Facebook 「いいね」 件数

- Facebook ページは、開設した9月より「いいね！」の数は増加し続け、3月20日現在で3,097件となっている。
- Facebook はほぼ毎日投稿記事を出しており、記事内容に応じて要所で広告を出し、増加を促した。閲覧者は国内外に拡大しており、外国語での投稿なども織り交ぜながら発信している。
- Facebook の利用者(閲覧数)の男女別、年齢別内訳で見ると35歳-44歳男性が25%と最も多くなっている。

図表 Facebook ページへの「いいね！」の数



Facebook 3/20 現在 「いいね」 3,097 件)

集計期間 (2014 年 9 月 17 日～2015 年 3 月 20 日)

図表 投稿記事数、リーチ数、いいね！数の分析

		9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
①	投稿記事数	7	16	67	38	37	32	25
②	リーチ数合計/月	113	2,777	21,028	117,935	69,094	73,553	53,243
③	いいね！合計/月	4	273	1,757	1,757	6,450	7,886	5,820
④	リーチ数/投稿	16	174	314	3,104	1,867	2,299	2,130
⑤	いいね！/投稿	1	17	26	46	174	246	233

* 9月は17日～30日まで。3月は1日～20日までの数値。

①投稿記事数 Facebookへの投稿数。

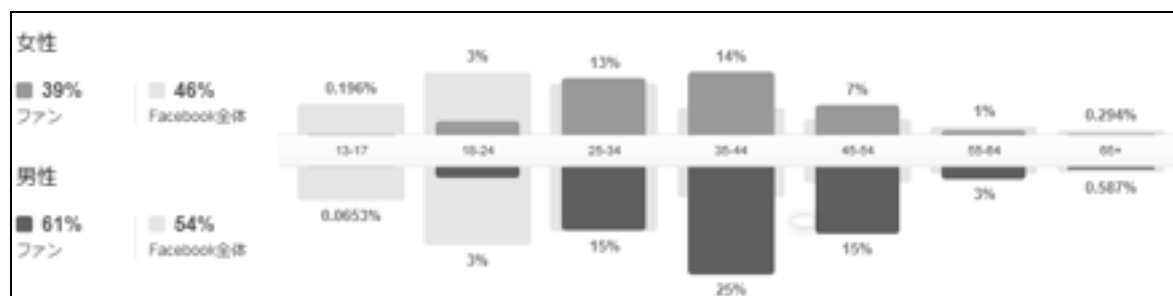
②リーチ数合計/月 投稿記事を閲覧した人数/月

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

④リーチ数/投稿 = ②リーチ数合計/月 ÷ ①投稿数

⑤いいね！/投稿 = ③いいね！合計/月 ÷ ①投稿数

図表 Facebook の利用者(男女別、年齢層別)



資料: FaceBook ページ インサイトより

(3)成果と課題

①事業の成果

- ・ 「沖縄北部観光情報コミュニケーションサイト」は、Facebook を設置することにより最新情報の集約・発信が可能となった。桜の開花状況やプロ野球キャンプ情報など、道の駅許田に設けているやんばる観光案内コーナーとも連携し、観光客のニーズに応じ、臨機応変に発信している。
- ・ Facebook の利用者は国内外に拡大しており、沖縄の情報が海外に拡散出来るようになった。
- ・ ドライブと飲食情報の組み合わせやイベントアプリ、マップのダウンロードなどコンテンツの充実が図られた。
- ・ 地域の団体が発信する SNS などの情報を集約するシステムにより、各地の最新情報がアップされる仕組みが創られた。また、投稿記事をカテゴリー区分することで、利用者のニーズに応じた情報の提供が可能となった。
- ・ HP のアクセス数は観光客の季節変動(夏場がピークとなるなど)の影響もあるが、一人当たりページビュー数をみると、コンテンツの充実で着実に増加している。

②今後の課題

- ・ 今後も情報の集約、フェイスブック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する必要がある。
- ・ 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拡大していく必要がある。
- ・ 投稿記事の内容や「いいね！」コメントなどの反応、閲覧者の属性などを参考にやんばるに来たい！と思わせるような記事、またコメントなどにより地元と観光客、また観光客どうしのコミュニケーションが図られるような投稿内容に努める。
- ・ Facebook の投稿については、今後も最新情報の発信を継続することが望まれるが、WEB サイト全体の運営を含め、現在受注スタッフで行っている投稿を誰がどのように担っていくか今後の検討課題である。

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し、観光客のニーズ把握や観光案内を行ってきた。

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回れ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いことが確認された。

また、周遊パターンを作り、ガイドが紹介することで観光客にとっては時間を有効活用でき、地域観光にとっては周遊・滞在・消費の促進につながる可能性が示唆された。

WGや懇談会では、外国人観光客の増加に対してインバウンド対策は今後必須とされ、情報拠点でも外国人観光客の利用が多く、ガイドブック、マップの多言語化の必要性があげられた。

これらの結果を受け、平成 26 年度は情報拠点「やんばる観光案内コーナー」の充実強化を図るとともに、周遊促進のためのツールを制作し、観光客のやんばるでの周遊を促す。

(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

- 平成 25 年度に設置した道の駅許田やんばる観光案内コーナーに、案内ガイドを常駐させ観光客に直接案内する形態が好評を得た。今年度も引き続き案内ガイドの常駐により、観光客のニーズを把握しながらやんばるでの周遊・滞在・消費を促した。
- 案内ガイドは昨年度に続き、名護市観光協会の名護さくらガイドのメンバーが担当した。



利用者が増加している



名護さくらガイド：名護市観光協会が認定するまちなかガイド。ユーモアを交えながら観光客のニーズに親身になって応える案内が好評を得ており、記念写真撮影の依頼やお礼の手紙なども届いた。

b. 観光案内コーナーの充実

- ・ 道の駅許田道路情報ターミナル内に設置しているやんばる観光案内の利用促進を図るため、看板やのぼりの設置など観光客への認知度向上を図った。
- ・ パンフレット台の増設や、特集コーナーを組むなど情報展示についてもより周遊や消費効果を高めるよう充実を図った。



入口に立看板・のぼりの設置



看板の設置



東海岸特集コーナー展示



パンフレット台増設

c. 「うみちゅらら」のやんばる観光案内コーナーとの連携

- ・ 一般財団法人沖縄美ら海財団が、平成26年4月より、那覇市国際通りに「うみちゅらら」がオープンした。

那覇方面でのやんばるのPRを図るため、「うみちゅらら」内に設置されたやんばるコーナーと情報の連携を図ることにした。今年度は作成したパンフレット「やんばる Drive 本」や「ドライブマップ」を置いてもらうと共に、スタンプラリーの設置場所として連携を図った。



やんばるコーナー写真

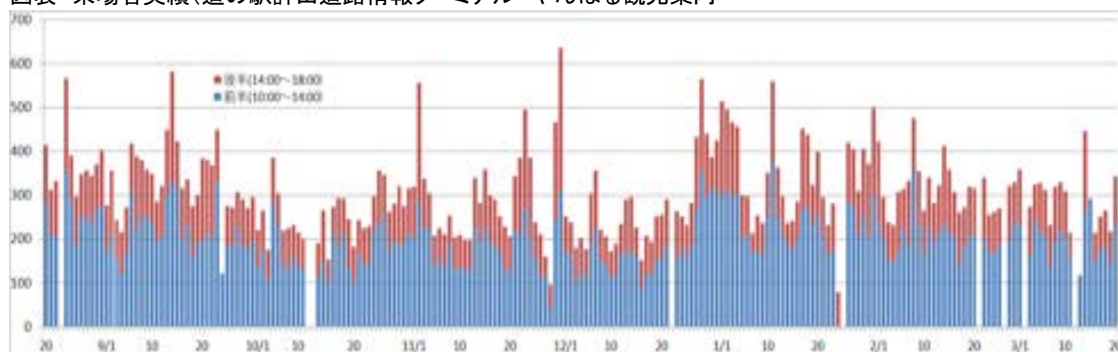


スタンプラリー設置写真

③利用実績

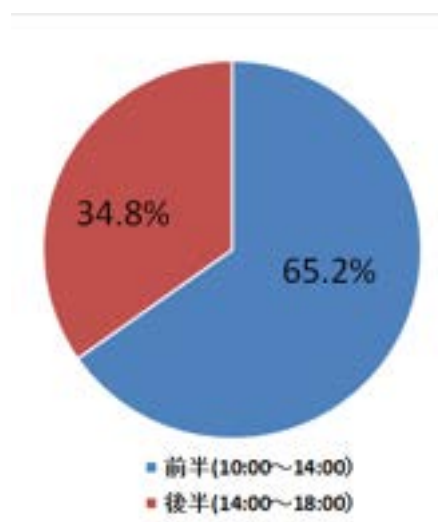
- ・ 道の駅許田道路情報ターミナル「やんばる観光案内コーナー」では、案内ガイドにより毎日の来場者数をカウントしている。
- ・ 来場者は、道路情報ターミナルに入り、観光情報の閲覧、パンフレット取得など何らかの観光情報を得た人数をカウントしている。(道の駅関係者の休憩等は除く)
- ・ 平成 26 年度は、8 月 20 日～平成 27 年 3 月 20 日までの期間で 62,498 人の利用があり、1 日当たりの平均に換算すると、306.4 人／日となる。
- ・ 平成 25 年度との比較のため、調査日の同期間(12 月 3 日～3 月 20 日)で比較すると 1 日あたりの平均来場者数は平成 25 年度の 197.2 人/日に対して、平成 26 年度は 309.0 人/日となっている。
- ・ また、時間帯別でオープンから 14:00 までを前半、14:00 以降を後半として来場者数をみると前半に 65.2%が集中している。

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)
- ※ オープン時間の変更: 2014 年 9 月 30 日まで 10:00～18:00 としていたが、観光客の来場が早い時間に多いことから、2014 年 10 月 1 日より 9:30～17:30 に変更した。

図表 来場者時間帯比率



図表 月別来場者数実績

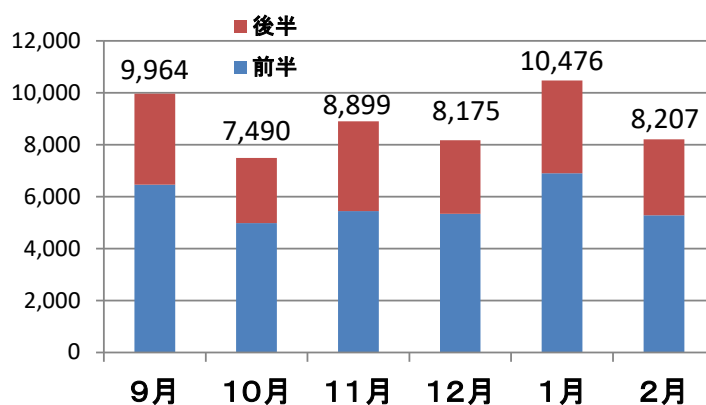


表 平成 25 年度との比較

	平成 25 年度	平成 26 年度	備考
12 月 3 日～3 月 20 日来場者数(人)	19,323 人	31,518 人	比較のため各年同期間とした
1 日平均来場者数(人／日)	197.2 人／日	309.0 人／日	調査日平均
最大日来場者数(人)	405 人	636 人	

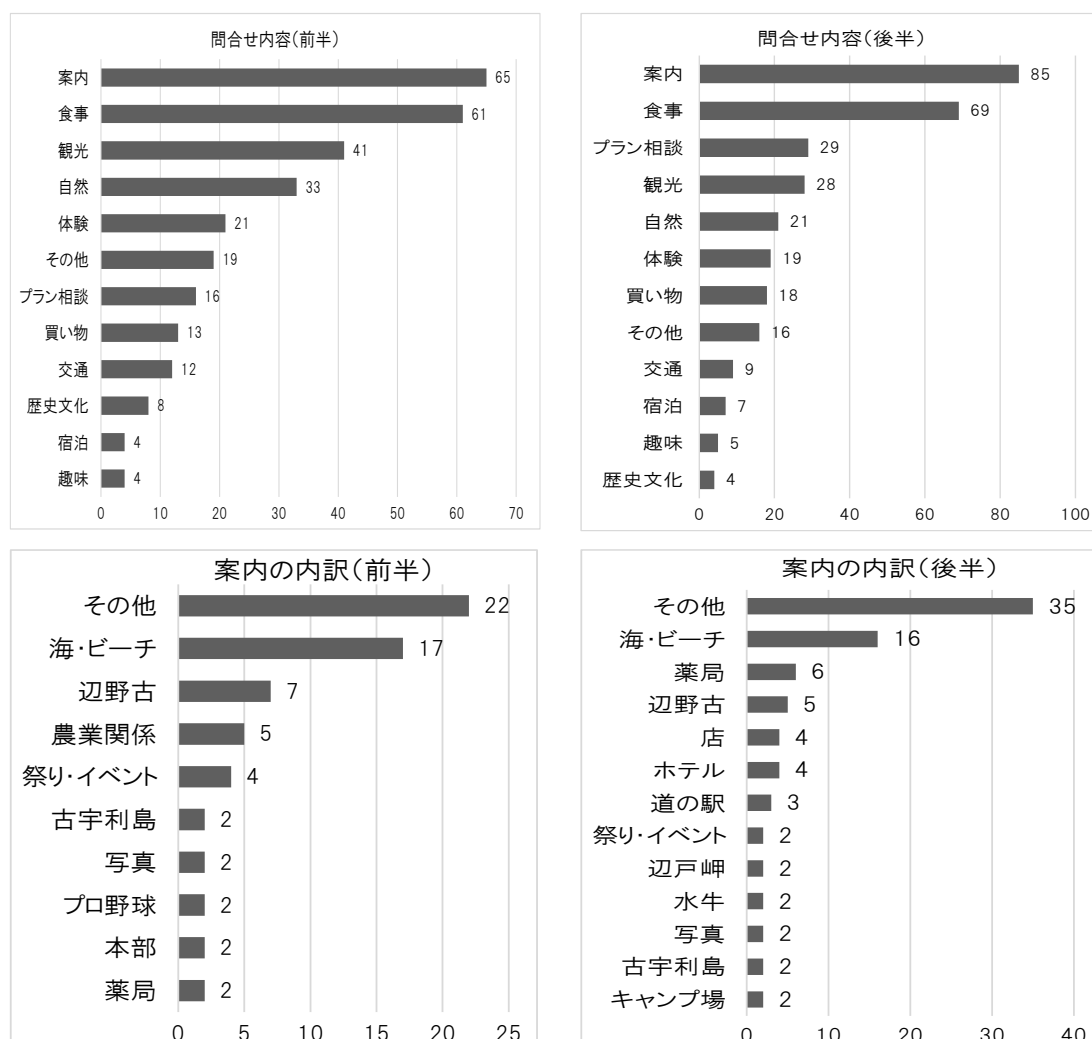
④観光客の問い合わせ内容

- ・ 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。その内容を分類した。
- ・ 最も多いのは「案内」(お勧め案内)と「食事」に関する問合わせである。前半と後半でみると、後半は「食事」に関する問合わせが若干減り、「プラン相談」が多くなっている。
- ・ 「案内」の内訳をみると、海・ビーチが最も多くなっている。

※「案内」とは観光客へオススメスポットなど勧めたこと。

「観光」は目的地がある観光客からの問い合わせを受けルートなどを案内したこと。

図表 観光客からの問合せ分類(単位:件)



⑤周遊促進ツールの制作

- ・ 情報集約・発信の取り組みとして、次のような周遊促進ツールの制作を行った。

a. 観光案内マップ（やんばるドライブマップ）リニューアル＆多言語制作）

- ・ 日本語版 10,000 部
- ・ 多言語版 8,000 部(英語 3,000、中国語繁体字 3,000、中国語簡体字 1,000、韓国語 1,000)
- ・ 道の駅許田観光案内コーナーで配布

b. やんばる Drive 本制作

- ・ 飲食店、観光スポット等の紹介 (30,000 部印刷)
- ・ 道の駅許田及び各地の直売店で配布
- ・ レンタカー予約者にダイレクトメールで配布
- ・ 県内主要ホテルでの配布

c. ドライブCD 「ゴールデンアワーやんばるスペシャル」

- ・ 番組タイアップによりリスナー投稿によるやんばるの紹介
- ・ パーソナリティー:FM 沖縄アナウンサー西向井幸三氏、糸数美樹氏
- ・ レンタカー各店で 12 月 25 日より 3 月 13 日まで貸出実施 1,000 部
- ・ ポッドキャストで配信 2 月 14 日より実施

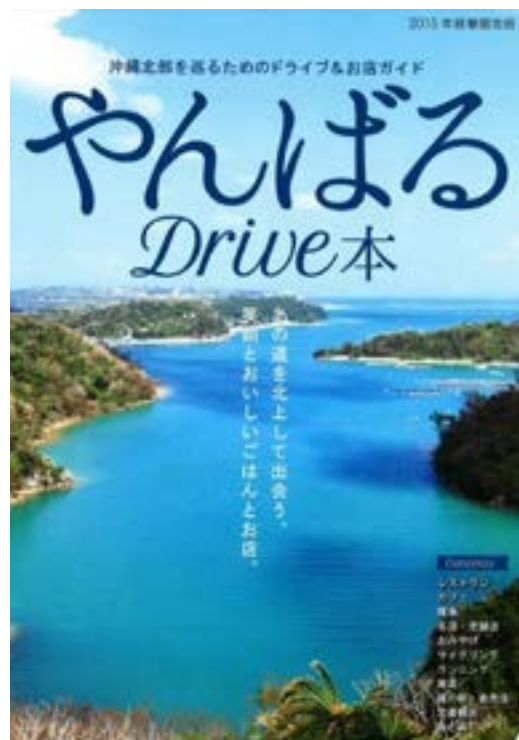


多言語マップの制作



ドライブCD制作 FM 沖縄

「ゴールデンアワーやんばるスペシャル」



やんばる Drive 本の制作・配布

表 周遊促進ツール等の製作と配布実績

製作物	製作数(部)	配布数(部)	主な配布先	残数(部)
やんばるドライブマップ (日本語)	10,000	6,600	許田「観光案内コーナー」 うみちゅらら 那覇空港やんばるフェア 沖縄EXPO in Tokyo	3,400
やんばるドライブマップ(英)	3,000	750	許田「観光案内コーナー」	2,250
やんばるドライブマップ(中繁)	3,000	750	許田「観光案内コーナー」	2,250
やんばるドライブマップ(中簡)	1,000	500	許田「観光案内コーナー」	500
やんばるドライブマップ(韓)	1,000	500	許田「観光案内コーナー」	500
やんばるDrive本	30,000	29,200	スタンプラリー参加 17か所 レンタカー予約者にダイレク トメール 許田「観光案内コーナー」 那覇空港やんばるフェア 沖縄EXPO in Tokyo 西海岸主要ホテル	800
ドライブCD	1,000	レンタル	オリックスレンタカー タイムズカーレンタル フジレンタカー トラベルレンタカー ダイドーレンタリース ククルレンタカー OTSレンタカー	—

※平成 27 年 3 月 20 日現在の数値である。

■ドライブCDアンケート結果

アンケート 38 組（平均 2.45 名、総数約 93 名様対象）※2015 年 2 月 18 日時点

【回答者属性】 38 組中（うち 35 県が県外在住者）

- ・ 子連れ家族が 36% 20～30 代 67%
- ・ 名護・本部・今帰仁宿泊の方が 15 組／38 組

Q7: CDについての感想(自由回答)

面白かった	9
良いと思う	4
沖縄に興味を持った	1
分かりやすくて良かった。	1
沖縄を知れて良かった。	1
CDを聞いて北部へ行った	1
次回の機会で北部へ。	1
賑やかで良かった。	2
旅行の参考になった。	1
ちょっと長い	1
往路で聞くべきだった	1
モンパチ・ポニテ	1
合計回答数	24

Q8: CDを聞いて実際に行った場所(自由回答)

古宇利オーシャンタワー
古宇利島、今帰仁城跡
ネオパーク
今帰仁城跡
ちゅら海、道の駅(許田)、恩納サンセット
八重岳のさくら
野球キャンプ
ヤンバル
実際にお店に行きました

Q9: ポッドキャストでも聞きたいと思いますか？

はい	26
いいえ	2
どちらでもない	10
合計回答数	38

- ・ 記述式の感想アンケートでは半数を超える方が「好意的な印象」が 57%
- ・ (好意的 38 組中 22 組 57%、非好意的 38 組中 1 組 3%、無回答 12 組 31%)
- ・ 実際にCDの中に登場した場所へも訪れている(ネオパークなど)、または次回の沖縄での計画に入れたい、などの効果も見られる。「一人旅のためにぎやかでよかった」等のご意見もあり、観光客に新しい観光情報の時間を提供できたのではないかな。

Q9のポッドキャストについても半数を超える方が聞いてみたいという好意的な印象を受けている。※「いいえ」5%

(3)スタンプラリーの実施

- ・ やんばる地域の周遊・消費促進を目的として、道の駅・直売店 17 か所にてスタンプラリーを実施した。

①開催概要

開催期間:2014 年 12 月 1 日～2015 年 1 月 31 日

応募方法:道の駅・直売店に設置してあるスタンプ(得点)で合計 3 点以上集める。

各道の駅・直売店に設置してある投函箱(1 月 31 日まで設置)に投函。

または、スタンプラリー事務局(2015 年 2 月 10 日消印有効)まで郵送すれば応募が可能。

景品 :特賞(5 点以上) 商品 10 点詰め合わせ(20,000 円相当)5 名分

参加賞(4 点以上)商品詰め合わせ 1 名分

A 賞(4 点以上) 商品 6 点詰め合わせ(10,000 円相当)20 名分

B 賞(3 点以上) 商品 2 点詰め合わせ(2,000 円相当)100 名分

スタンプ用紙:配布数 21,150 枚 (印刷数 30,000 枚)

応募者数:2,340 人

スタンプラリー当選者 (男性 42 名、女性 84 名 計 126 名)

景品発送:2015 年 2 月 10 日の消印郵送分を確認後、2 月 16 日抽選会実施。

2 月 17 日 126 名に発送。(2 月 25 日宅急便到着により完了を確認)

表 参加店舗・事業所 (道の駅・直売店等)

	名 称	所在地
1	「道の駅」許田やんばる物産センター	名護市
2	JAファーマーズマーケットはい菜！やんばる市場	名護市
3	わんさか大浦パーク	名護市
4	今帰仁の駅そーれ	今帰仁村
5	橋の駅リカリカワルミ	今帰仁村
6	伊豆味物産センターみかんの里	本部町
7	いこいの駅いずみ	本部町
8	美ら海プラザ	本部町
9	道の駅ゆいゆい国頭 国頭村観光物産センター	国頭村
10	東村特産品加工直売所 サンライズひがし	東村
11	道の駅ぎのぞ	宜野座村
12	おんなの駅 なかゆくい市場	恩納村
13	ネイチャーみらい館	金武町
14	伊江島物産センター	伊江村
15	伊是名村観光物産センター(しまぬ売店)	伊是名村
16	伊平屋村ぎょぎょう売店	伊平屋村
17	うみちゅら	那覇市

②スタンプラリー用宣伝グッズ

ポスター 100 枚印刷、各道の駅・直売店へ配布。



ノボリ 各道の駅・直売店に2本設置



スタンプ:道の駅・直売店 17 店舗に作成・設置。



投函箱:17 店舗に設置。



スタンプラリー投函箱 設置風景



道の駅「ゆいゆい国頭」



海洋博公園内「美ら海プラザ」



東村 サンライズひがし

スタンプラリー用台紙 30,000 部印刷

表面



裏面



③スタンプラリー景品（景品を各道の駅・直売店から購入）

	道の駅・直売店 名称	B賞用商品 各12セット	A賞用商品 各8セット	特賞用賞品 各3セット
1	「道の駅」許田やんばる物産センター	呉我銘茶(2つセット)×12	パイナップルカレー(3つセット)×8	野菜詰め合わせ
2	今帰仁の駅そーれ	今帰仁黒糖+島たれ	今帰仁黒糖+島たれ+マンゴー ジャム+ゴーヤーの佃煮	今帰仁黒糖+島たれ+マンゴー ジャム+ゴーヤーの佃煮+もずく の佃煮
3	道の駅ゆいゆい国頭 国頭村観光物産センター	からぎ茶(葉)+タンカンジャム	からぎ茶(ティーパック)+手作り ママ(つくだに大)	からぎ茶(ティーパック)+タンカン ジャム+手作りママ(つくだに大)
4	道の駅ぎのざ	もずくパック3つセット	やんばる茶 4つセット	手作りジャム3点セット
5	おんなの駅 なかゆくい市場	ちんすこう+マンゴージャム	乾燥アーサ+万能たれ+ジャム	ジャム3つセット、ドレッシング+佃 煮、ドレッシングセット
6	伊豆味物産センターみかんの里	タンカン3kgセット	西平黒糖+タンカン蒸しカステラ+ オキナワシークワサー+ドリンク	シークワサー原液 果汁100%
7	JAファーマーズマーケット はい菜! やんばる市場	シークワサー蒟蒻セット8つセット	シークワサー飲料	尚円の里(米)+玄米
8	いこいの駅いずみ	パインカステラ(※10本)	ハブキャンディー(※14袋)	ハブ粉
9	橋の駅リカカワルミ	野菜詰め合わせ(タンカン・きゃべ つ・ゴーヤー・トマト・きゅうり)	ちやわきぐわ(5袋セット)	玉城養蜂円 蜂蜜
10	うみちゅら	うみちゅら黒糖雪塩和ラスクor 美らドレッシング	もずくうどん(3束セット)	カレットモールグラス
11	東村特産品加工直売所 サンライズひがし	パインオリジナル缶2つセット(24缶)	パインオリジナル缶4つセット(32缶)	パインオリジナル缶5つセット(12缶)
12	ネイチャーみらい館	タコライス2つセット(24パック)	タコライス3つセット(24パック)	タコライス4つセット(12パック)+1つおまけ
13	伊江島物産センター	ラム酒50mlセット	ラム酒300ml	ラム酒300ml+伊江牛ジャーキー
14	伊是名村観光物産センター(しまめ売店)	油みそ+ゴマ麺	じーまみスベシャル+尚円みそ	尚円みそ+油みそ+ゴマ麺+もずく麺
15	伊平屋村ぎょうよう売店	伊平屋せんべい他セット	伊平屋せんべい+塩もずく+あお さ+もずくのたれ+もずく	伊平屋せんべい+塩もずく+あお さ+もずくのたれ+もずく 他2000 円セット
16	わんさか大浦パーク	オイル漬(小)2つセット	オイル漬(大)+切り干し大根	オイル漬(大)+切り干し大根2つセット

各景品の写真

特賞

10点詰め合わせ + 野菜詰め合わせ

パターン①



パターン②



A賞

6点詰め合わせ

パターン①



パターン②



B賞

2点詰め合わせ

パターン①



パターン②



パターン③



④スタンプラリー応募者分析結果

a.概要

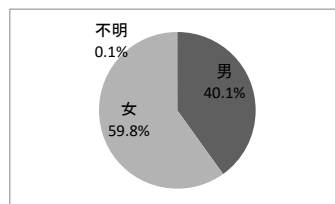
- ・ 応募者は合計 2,340 人。参加率(応募者/配布数)は 11.06%となった。
- ・ 男女比では、女性 6 割、男性 4 割と女性の応募割合が多く、年齢では、30 代～50 代で全体の約 6 割近く占めており、40 代が一番多かった。
- ・ 参加者を県内外で分けると県外が 62%、県内が 38%であった。
- ・ 県外では 43 都道府県からの応募があり、一番多く応募されたのは東京都であった。それに神奈川県、埼玉県、大阪府が続き、10 番目の北海道迄で応募者の約 8 割が占めていた。
- ・ 参加された観光客の宿泊地は、市町村別でみると那覇市が一番多く、恩納村と続くが、北部、中部、南部で分けると北部に宿泊する観光客が多く、37%を占めた。
- ・ 一人当たりのスタンプ押印数は平均 3.23(スタンプ数合計 7552÷応募総数 2,340)で、3 か所以上回ったことになる。

図表 参加者押印スタンプ数、台紙数



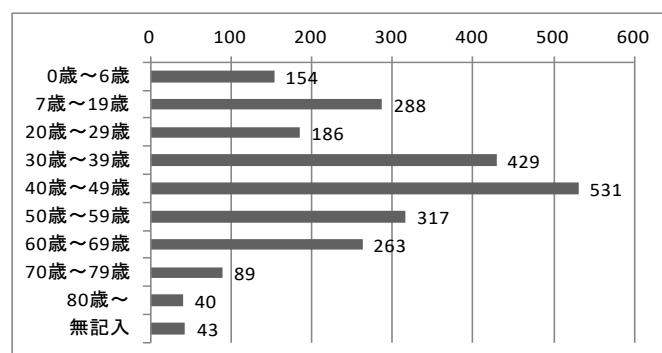
図表 男女別

	応募者 男女比	
	人数	割合
男	938	40.1%
女	1,400	59.8%
不明	2	0.1%
合計	2,340	100%



図表 年齢別応募者数

スタンプラリー応募者 年齢別			
	年齢幅	人数	割合
1	0歳～6歳	154	7%
2	7歳～19歳	288	12%
3	20歳～29歳	186	8%
4	30歳～39歳	429	18%
5	40歳～49歳	531	23%
6	50歳～59歳	317	14%
7	60歳～69歳	263	11%
8	70歳～79歳	89	4%
9	80歳～	40	2%
10	無記入	43	2%
	合計	2,340	100%



図表 宿泊地域別 応募者数

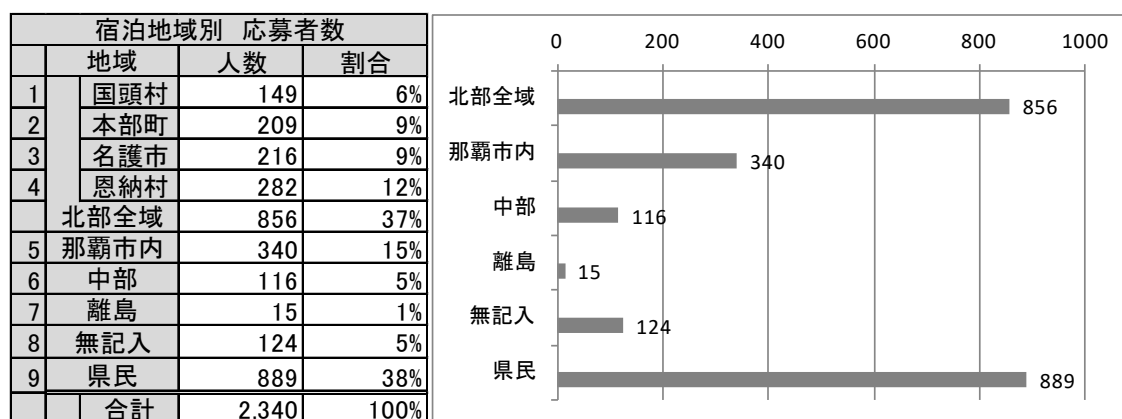
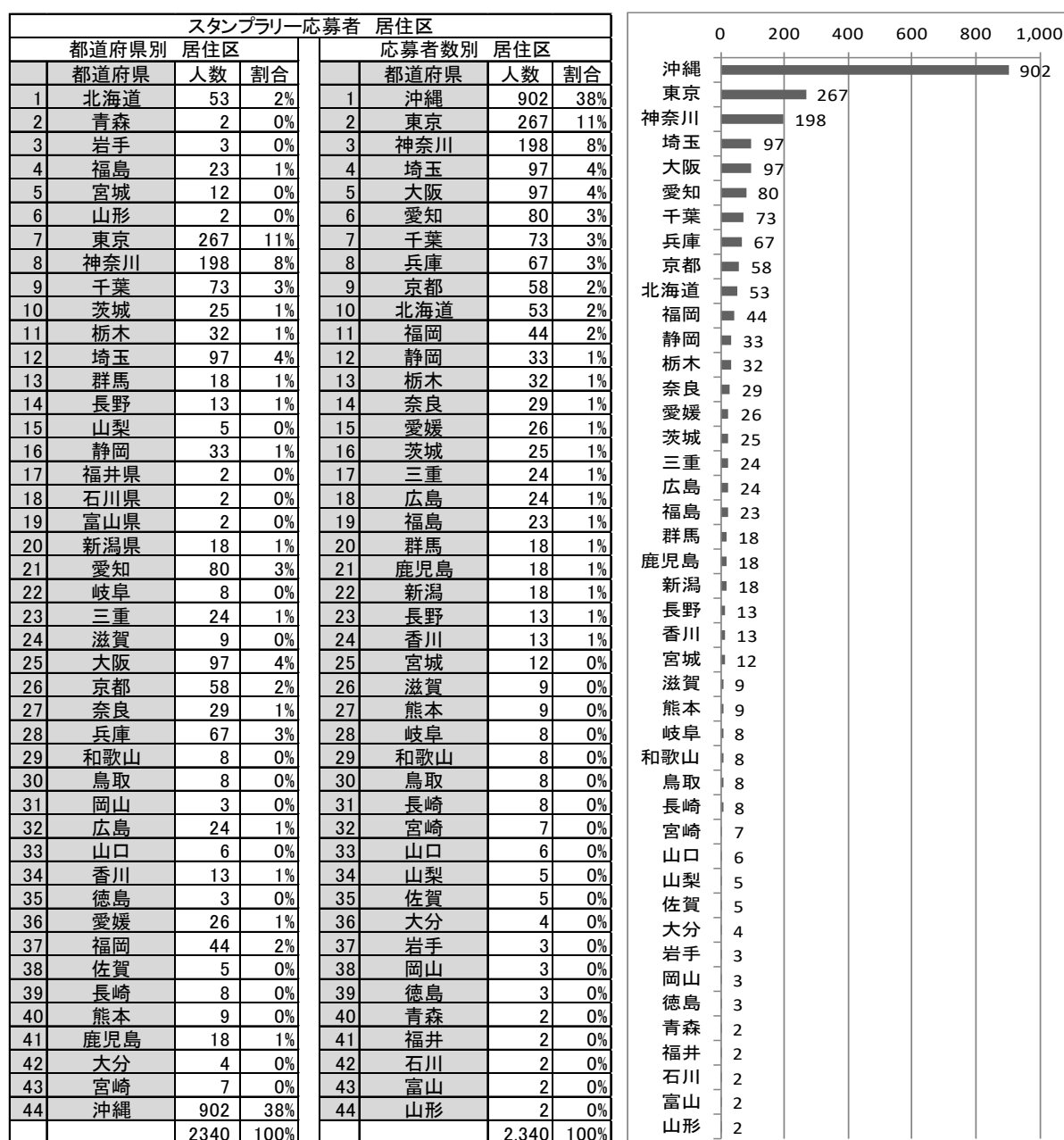


表 都道府県別 応募者数

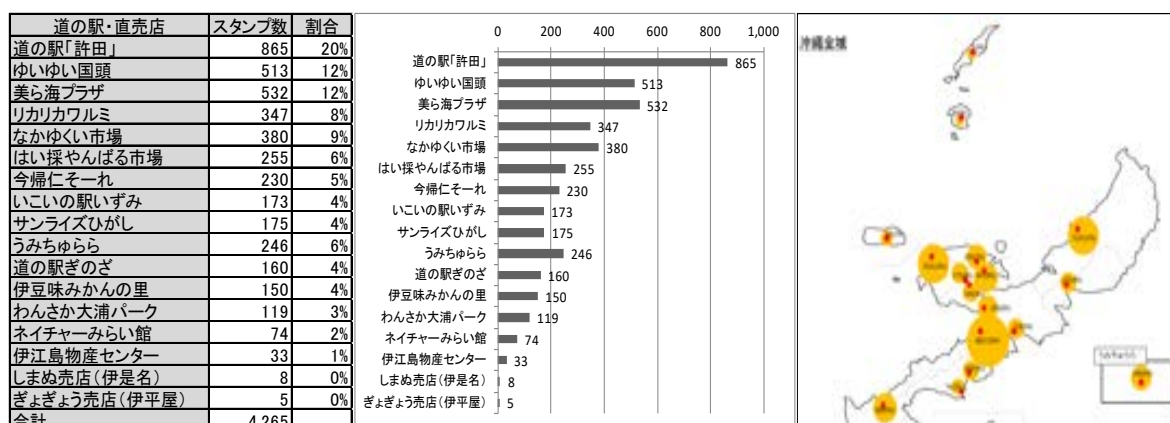


* 秋田、島根、高知、福井県からの応募はなかった。

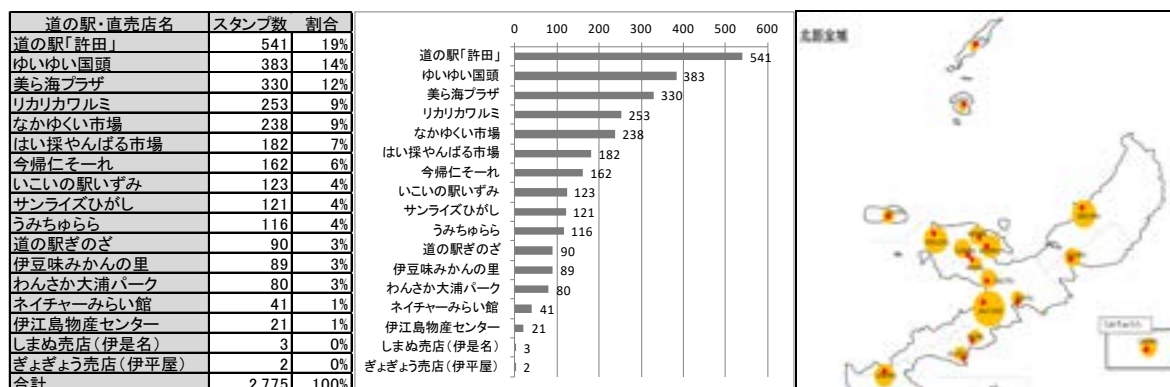
b. 宿泊者地域別 スタンプ数比較

- ・ スタンプ得点は各参加店舗の場所によって異なり、通常観光客が少ない場所程、高い点数とした。点数によっては、1ヶ所のスタンプで応募可能とした。
- ・ 北部地域宿泊者(国頭村、本部町、名護市、恩納村含む)と那覇市内宿泊者のスタンプ押数で立ち寄り道の駅・直売店を比較した。
- ・ 北部地域宿泊者は、道の駅「許田」を中心に西海岸の南北に足を伸ばしているが、東海岸は入込数が少ない。那覇市内宿泊者は、許田の押印数が多いものの、美ら海プラザへの押印数の多さも目立つ。

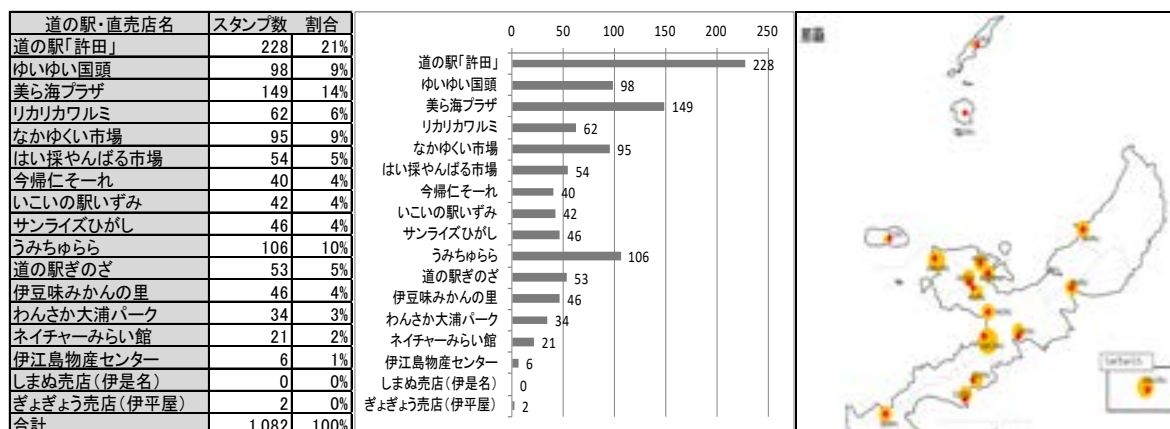
全宿泊者(北部、中部、那覇、離島含め)(1327人)



北部全域宿泊者(856人)



那覇市内宿泊者(340人)



c.参加事業所別スタンプ数

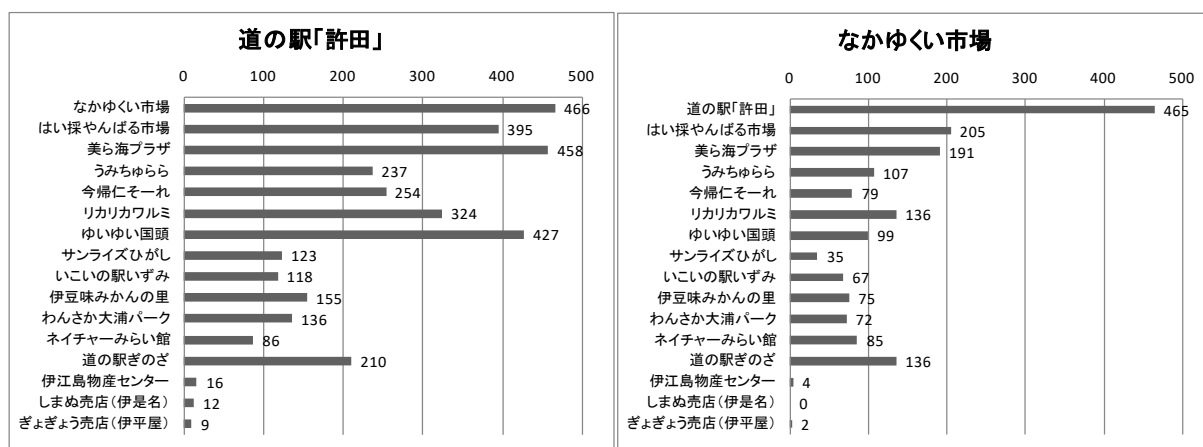
- ・ スタンプリ参加者がどこの道の駅・直売店に立ち寄ったか、事業所(道の駅・直売店等)別にスタンプ数をまとめた。

1) 道の駅「許田」(名護市)

- ・ 立ち寄りの多い道の駅・直売店は、「なかゆくい市場」、「美ら海プラザ」、「ゆいゆい国頭」があり、道の駅「許田」を経由し「美ら海プラザ」(美ら海水族館)、「リカリカワルミ」へ行く本部半島周遊ルートと、さらに北部の国頭村「ゆいゆい国頭」へ行くルートの2つのパターンが考えられる。

2) なかゆくい市場(恩納村)

- ・ 国道 58 号沿いにあるため、道の駅「許田」との関連性が深く押印数が最も多い。次いで「はい採やんばる市場」、「美ら海プラザ」と続いている。また、恩納村に位置していることにより、東海岸側にある「ネイチャーみらい館」(金武町)、「道の駅ぎのぞ」(宜野座村)へのアクセスが容易なため、他の道の駅・直売所に比べ東海岸への押印数が多くなっている。

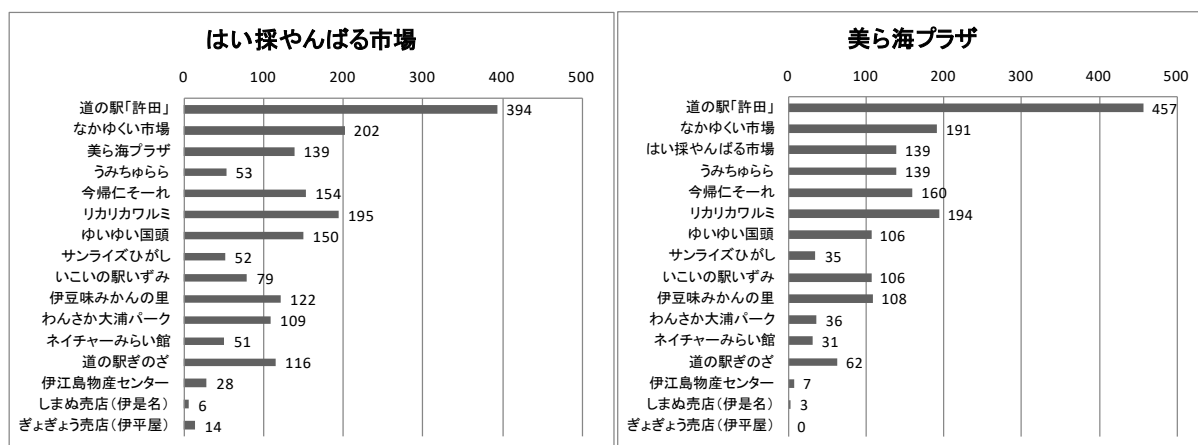


3) はい採やんばる市場（名護市）

- 道の駅「許田」と地理的に近い事もあり、関連性も深い。なかゆくい市場、リカリカワルミ、今帰仁そーれが比較的多い。本部半島の周遊ルートの中での立ち寄りが考えられる。

4) 美ら海プラザ（本部町）

- 美ら海水族館の本部半島周遊ルートとして、道の駅「許田」、リカリカワルミとの関連性が深く、なかゆくい市場からのアクセスも多い

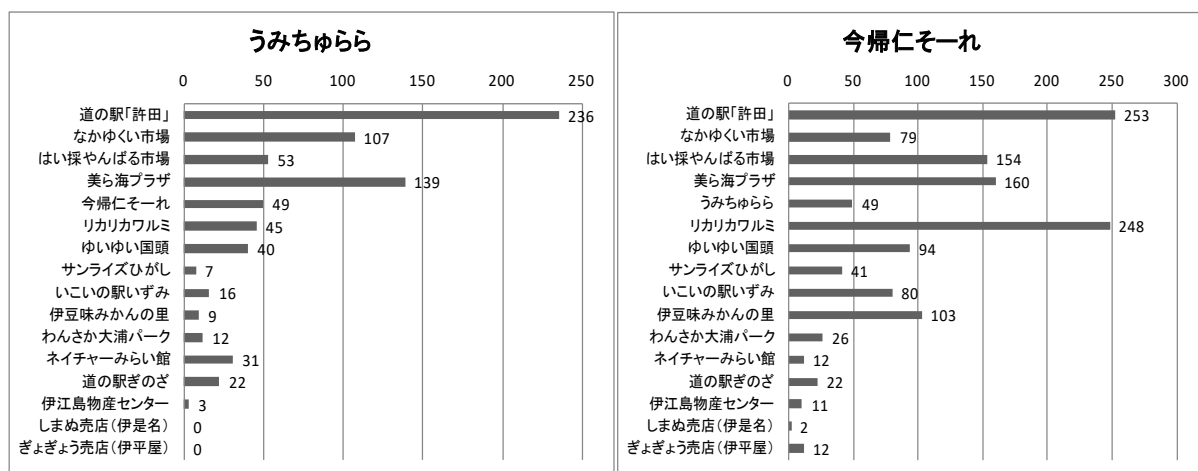


5) うみちゅら（那覇市）

- 恩納村「なかゆくい市場」、道の駅「許田」を経由して「美ら海プラザ」美ら海水族館の西海岸、本部半島の周遊ルートの中での立ち寄りが考えられる。

6) 今帰仁そーれ（今帰仁村）

- 「道の駅許田」「リカリカワルミ」「美ら海プラザ」「はい採やんばる市場」の順で多くなっている。本部半島周遊ルートの中で立ち寄りが考えられる。

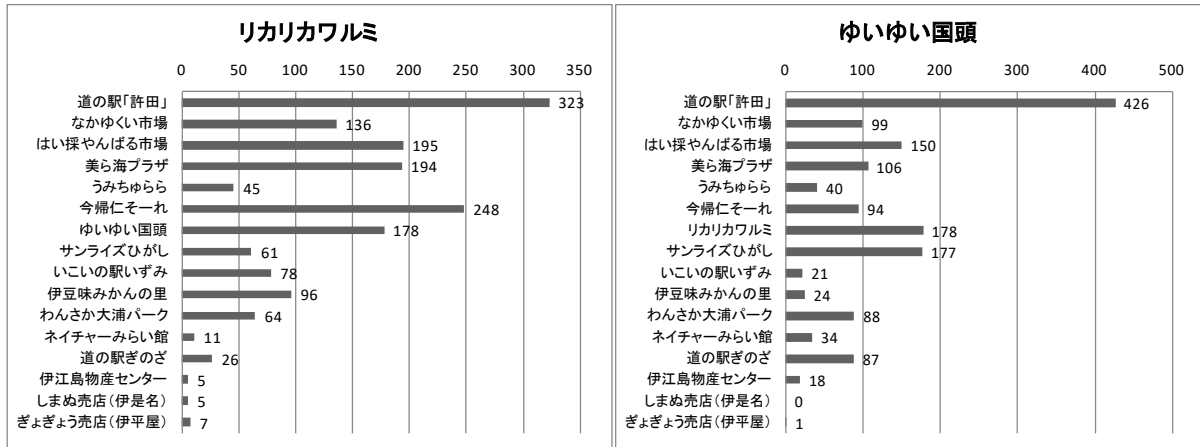


7) リカリカワルミ（今帰仁村）

- 「道の駅許田」をはじめ、近隣の「今帰仁そーれ」「はい採やんばる市場」「美ら海プラザ」の順で多く、かつ国頭村「ゆいゆい国頭」の押印数も多いため、本部半島と国頭村をつなぐ地点となっていることが考えられる。

8) ゆいゆい国頭（国頭村）

- 道の駅「許田」とのつながりが圧倒的に強い他、「リカリカワルミ」「サンライズひがし」「はい採やんばる市場」が多くなっており、複数のルートパターンが考えられる。

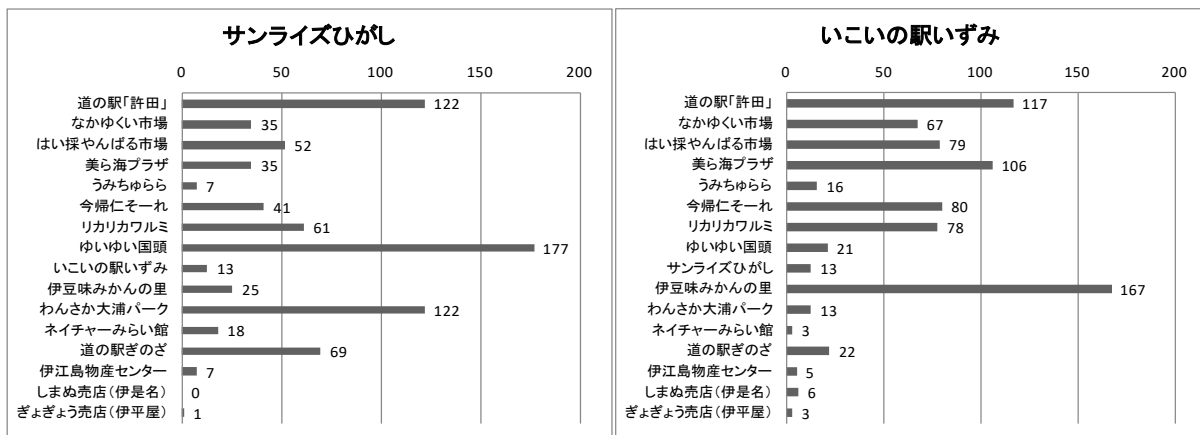


9) サンライズひがし（東村）

- 「ゆいゆい国頭」と地理的に近いため関連性が強く、「道の駅許田」よりも多くなっている。また、「わんさか大浦パーク」も東海岸のルート上にあるため、アクセス数が多い。

10) いこいの駅いずみ（本部町）

- 「伊豆味みかんの里」と隣接しているため、関連性が強く、美ら海水族館の本部半島周遊ルート上に位置していることもあり、美ら海水族館内の「美ら海プラザ」との関連性も強い。

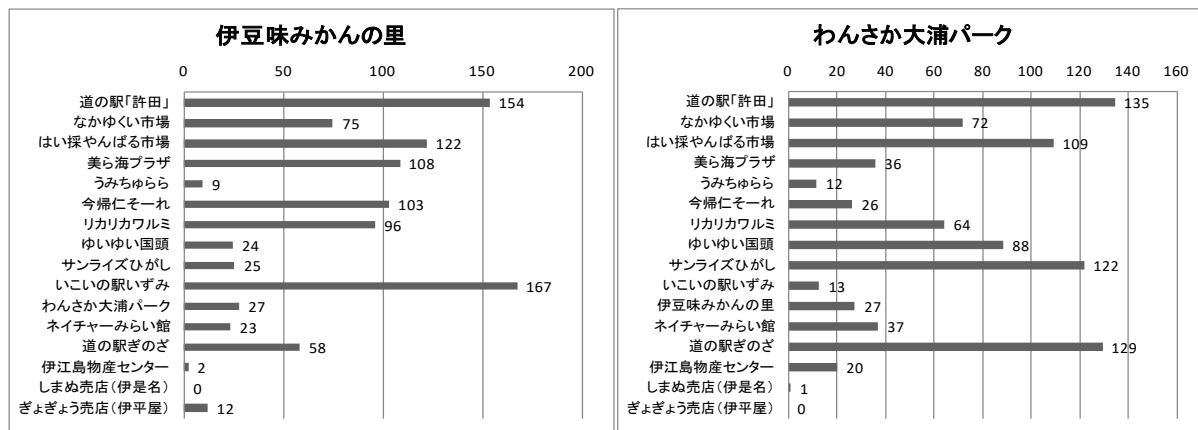


11) 伊豆味みかんの里（本部町）

- ・ 隣接する「いこいの駅いずみ」の他「道の駅許田」「はい採やんばる市場」「美ら海プラザ」の順に多い。本部半島の周遊ルートの中での立ち寄りが考えられる。

12) わんさか大浦パーク（名護市）

- ・ 東海岸に立地しているため、「サンライズひがし」「道の駅ぎのざ」からのアクセスが多い。

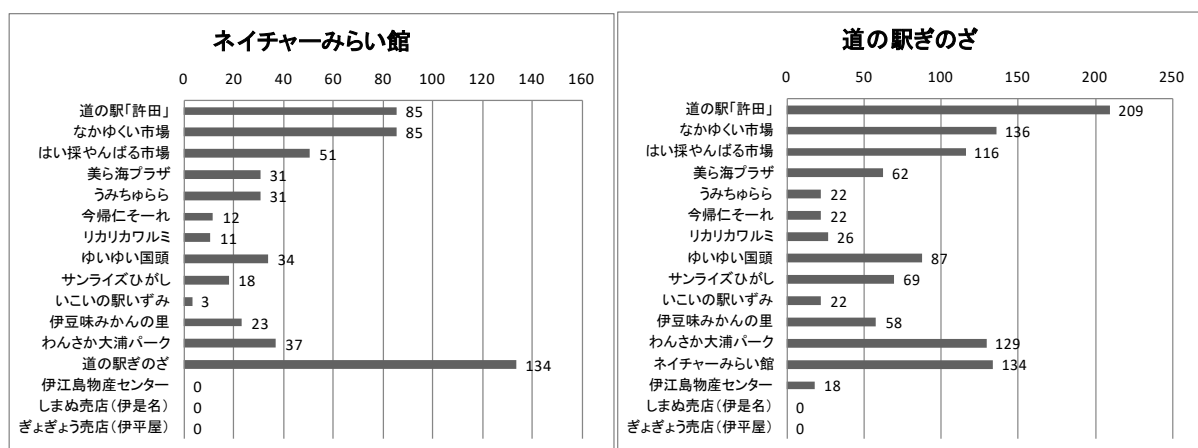


13) ネイチャーみらい館（金武町）

- ・ 立地的に近距離である「道の駅ぎのざ」や、「なかゆくい市場」「道の駅許田」からの押印数が多い。南エリアでの周遊ルートの中での立ち寄りが考えられる。

14) 道の駅ぎのざ（宜野座村）

- ・ 「道の駅許田」が最も多いが、東海岸に面しているため、「わんさか大浦パーク」や「ネイチャーみらい館」、また「なかゆくい市場」からの押印数が多い。南エリア及び東海岸の周遊ルートの中での立ち寄りが考えられる。

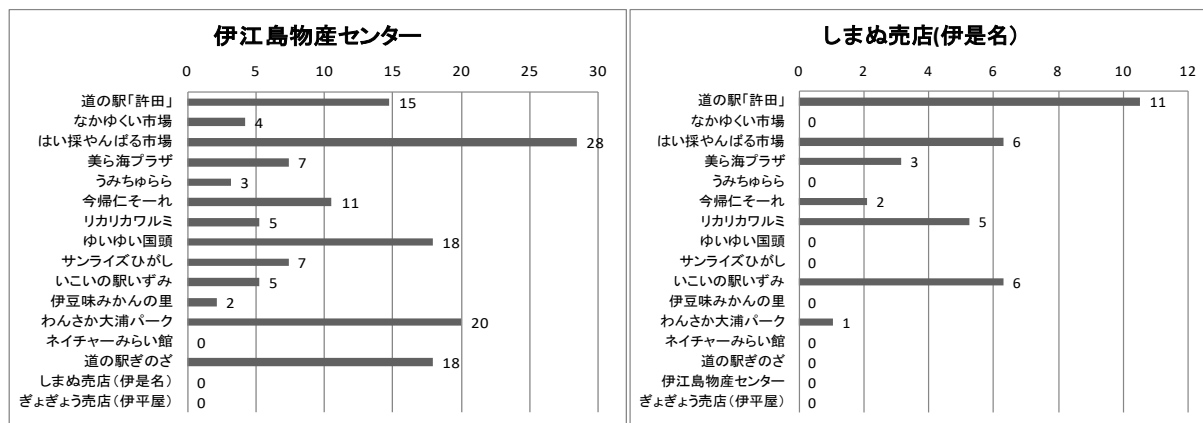


15) 伊江島物産センター（伊江村）

- 最も多いのは「はい採やんばる市場」に次いで、「わんさか大浦パーク」「ゆいゆい国頭」「道の駅許田」「道の駅ぎのざ」の順となっている。エリアが分散していることから複数パターンルートが考えられる。

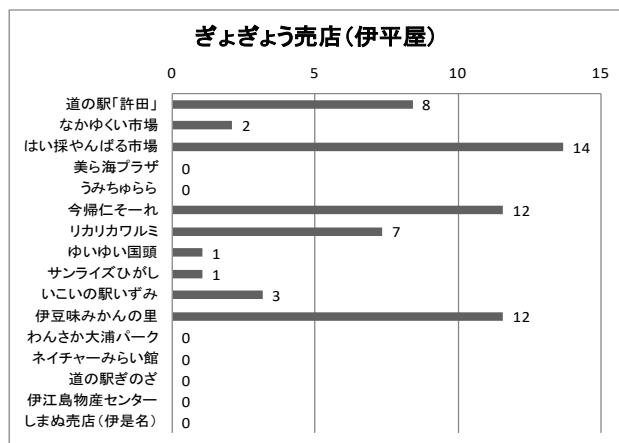
16) しまぬ売店伊是名（伊是名村）

- 「道の駅許田」が最も多く、「いこいの駅いずみ」「はい採やんばる市場」の順となっている。そのほか本部半島との関連が強い。



17) ぎょぎょう売店伊平屋（伊平屋村）

- 「はい採やんばる市場」が最も多く、「今帰仁そーれ」「伊豆味みかんの里」の順となっており、本部半島との関連が強いことが伺える。



⑤スタンプラリー参加者アンケート

(概要)

- スタンプラリー用紙を配布し、受け取った旅行者に対し沖縄旅行に関するアンケートを実施した。

アンケート回収:142 人

場所:おんなの駅 なかゆくい市場(恩納村)

道の駅「許田」 やんばる物産センター(名護市)

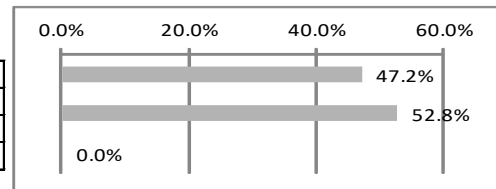
実施日:2015 年 1 月 17 日(土)

(アンケート結果)

a.集計場所

- アンケートは集客力の高い2か所で実施し、道の駅許田で75件、なかゆくい市場で67件計142件を回収している。

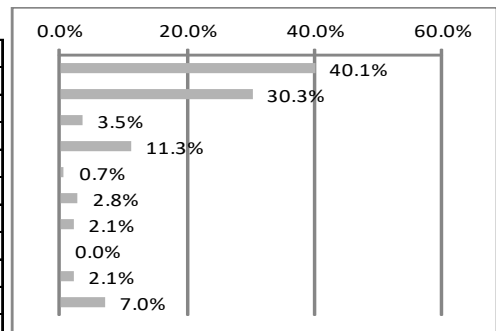
		回答数	構成比
(1)	なかゆくい市場	67	47.2%
(2)	道の駅許田	75	52.8%
(3)	無回答	0	0.0%
	計	142	100.0%



b.同行者

- 参加者は「子連れ家族」40.1%が最も多く、次いで「夫婦・恋人」30.3%、「女性グループ」11.3%と次いでいる。

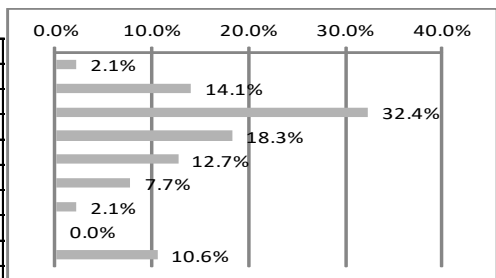
		回答数	構成比
(1)	子連れ家族	57	40.1%
(2)	夫婦・恋人	43	30.3%
(3)	男性グループ	5	3.5%
(4)	女性グループ	16	11.3%
(5)	男女グループ	1	0.7%
(6)	男性一人旅	4	2.8%
(7)	女性一人旅	3	2.1%
(8)	仕事仲間	0	0.0%
(9)	その他	3	2.1%
(10)	無回答	10	7.0%
	計	142	100.0%



c.年齢

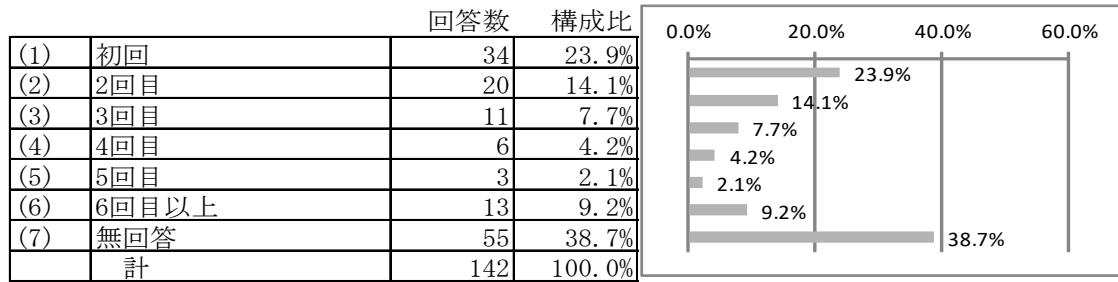
- 年齢層は30代(32.4%)が最も多く、20代~40代で64.8%を占めた。

		回答数	構成比
(1)	10代	3	2.1%
(2)	20代	20	14.1%
(3)	30代	46	32.4%
(4)	40代	26	18.3%
(5)	50代	18	12.7%
(6)	60代	11	7.7%
(7)	70代	3	2.1%
(8)	80代	0	0.0%
(9)	無回答	15	10.6%
	計	142	100.0%



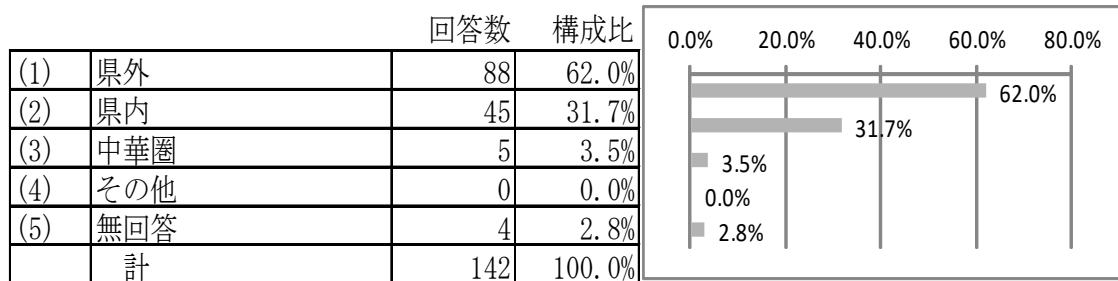
d.旅行回数

- 初めての人が23.9%、その他はリピーター、県民と考えられる。



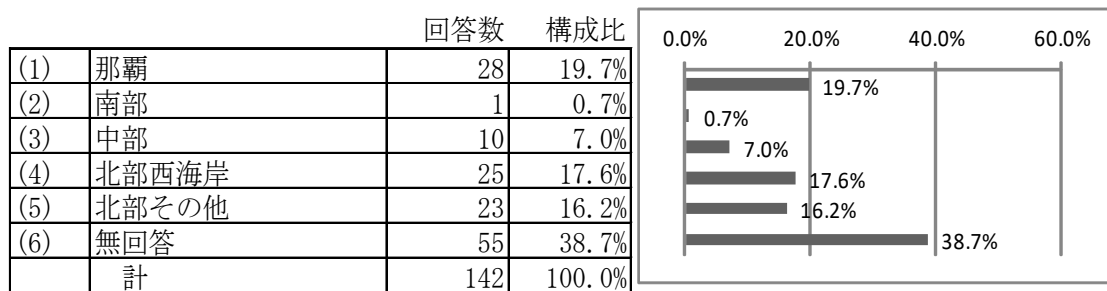
e.住居

- 回答者のうち62%が県外、県内が31.7%、中華圏が3.5%となった。



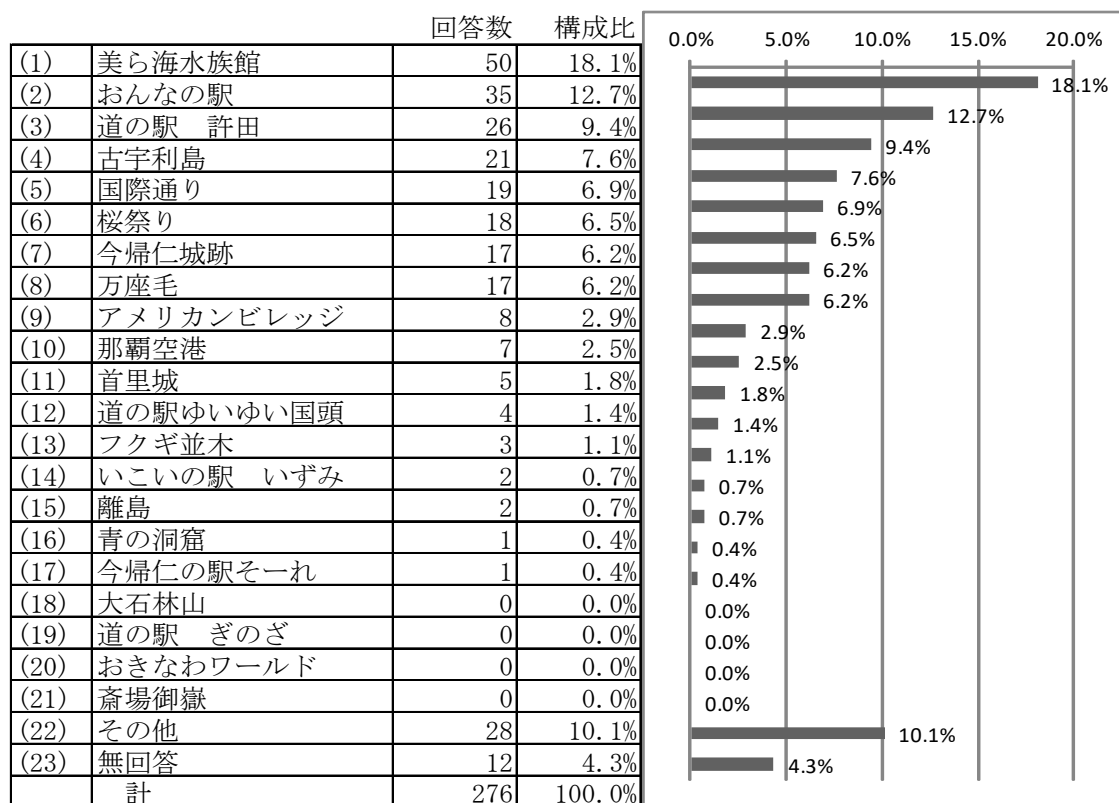
f.宿泊地

- 宿泊地は那覇が19.7%、北部全体で33.8%となった。



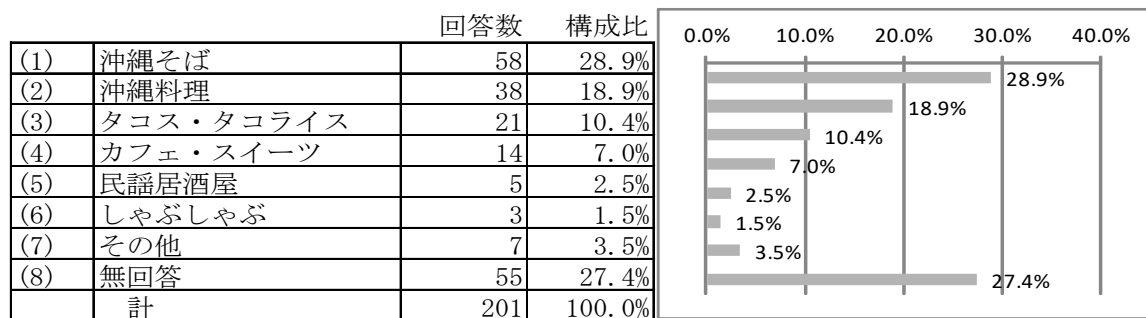
g.この後行く場所（複数回答）

- 美ら海水族館が最も多く、18.1%、人気観光スポットの他、道の駅・直売店のスタンプラリー参加店舗へ行くという意見が見られた。



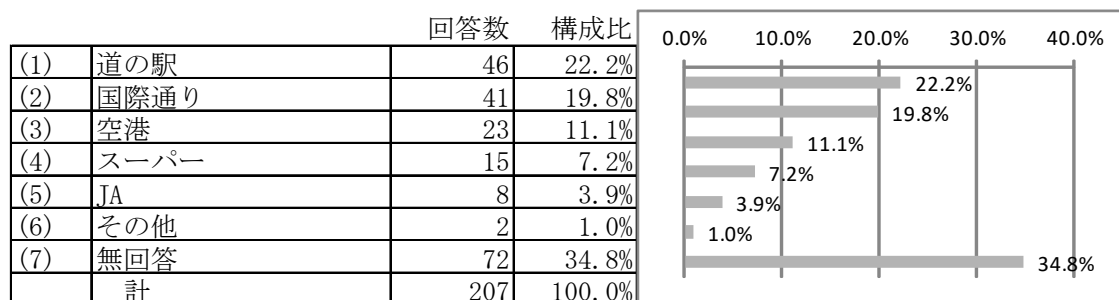
h.興味の行動/食事（複数回答）

- ・ 食事で人気があるのは沖縄そば 28.9%であった。



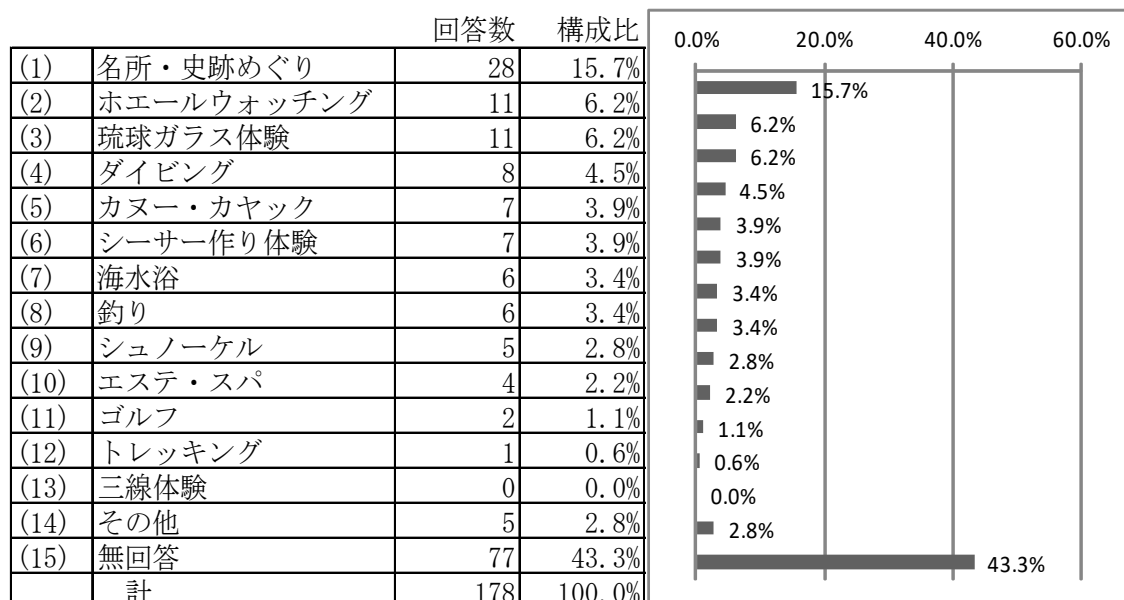
i.興味のある行動/買い物（複数回答）

- ・ 買い物は道の駅との回答が最も多く 22.2%、次いで、「国際通り」「空港」の順となっている。



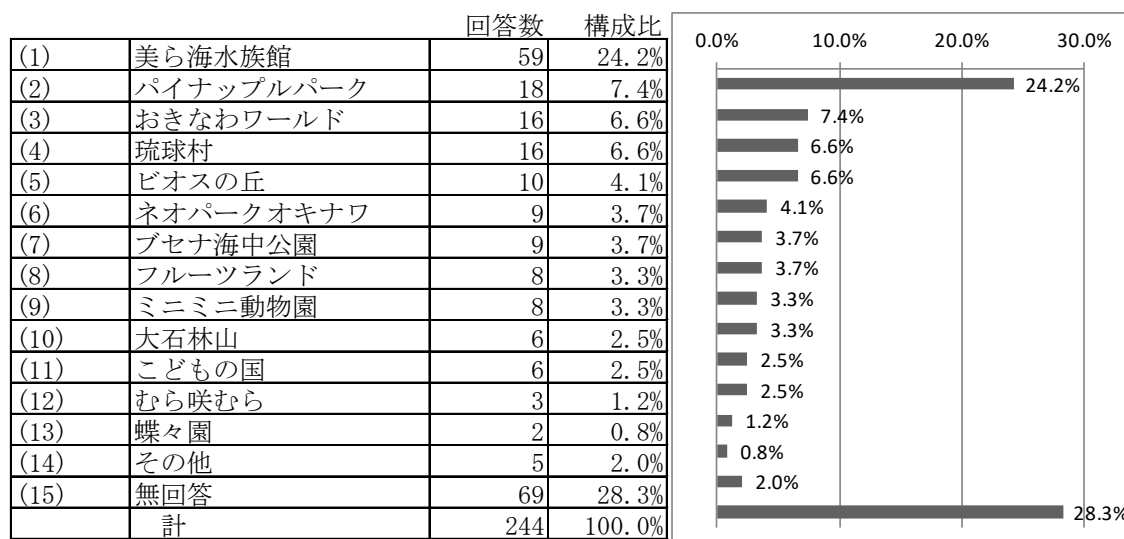
k.興味のある行動/遊び・体験（複数回答）

- ・ 名所・史跡めぐり(15.7%)が最も多く、ホエールウォッチング(6.2%)、ガラス体験(6.2%)が次いでいる。



l.興味のある行動/テーマパーク・遊園地（複数回答）

- ・ 美ら海水族館が24.2%と圧倒的に高く、パイナップルパーク、おきなわワールド、琉球村と次いでいる。



(4)成果と課題

①事業の成果

- ・ やんばる観光案内コーナーは平成 25 年度から継続しているガイドの配置により観光客から好評を得ている。入口への看板やのぼり、内部の備品の充実などを図るとともに、パンフレットやWEB サイト、Facebook などでも広報を行った。その結果、来場者が増加し、昨年度一日平均 197.2 人／日から、今年度は 309 人／日となっている。
- ・ パンフレット等の配置も充実し、各地域の観光情報発信の場として認知されるようになり、地域からも継続要望が高い。
- ・ パンフレット、ドライブマップ、CDなど、周遊促進ツールの制作により、ドライブルートと飲食情報を組み合わせた案内を行った。
- ・ 多言語(4 言語)マップの制作で、外国人観光客への案内が便利になったほか、「やんばる」を認知させるきっかけともなっている。
- ・ スタンプラリーの開催により、やんばる到着後の情報提供でも、目的を創ることで周遊促進を図れることが分かった。また、スタンプの集計結果より、参加者は、県民及び北部での宿泊者が多いことや、道の駅や直売店の関係性、つながりが把握できた。

②今後の課題

- ・ 観光案内コーナーでも多言語対応の必要性が高まっている。
- ・ 今後も各地域との連絡体制を強化し、観光客のニーズに応じた的確な案内を行う必要がある。
- ・ 観光案内コーナーの継続要望が高まっており、運営方策や関係機関との位置付けを明確にしていく必要がある。
- ・ スタンプラリーは着地型情報提供による周遊促進と消費拡大を目的として実施した。消費促進のため物産とのつながりという意味では、飲食・物産の紹介も兼ねたグルメ要素を加えたイベントとすることで、消費促進と販促 PR につながると考えられる。

第3章 観光プロモーション

(1)目的

- ・ 観光プロモーションは、現地での周遊・消費を促すため「やんばる」の知名度向上と12市町村が連携したPRを実証することを主な目的として実施した。
- ・ 実施にあたっては来場に対するアンケートを行い、観光地としての「やんばる」の状況・課題を把握する機会としてとらえることにした。

(2)実施方法

- ・ 本土から沖縄観光に来ている旅行者を対象にし、那覇空港ウェルカムホールで「やんばる」の周遊・周遊を目的とした「やんばる観光フェア」を12月末に実施した。
- ・ 沖縄県外の観光業界関係者やMICEを予定する企業などを対象とした「沖縄リゾート EXPO in TOKYO」に参加し、やんばる観光を紹介するブースに出展した。

1)「やんばる観光フェア」 那覇空港ウェルカムホール

①開催概要

- ・ 「やんばる観光フェア」は来沖する観光客に12市町村の観光パンフレット配布や物販試食により、「やんばる」へ周遊・消費促進を狙った観光案内イベントとして実施した。
- ・ 場所は那覇空港ビルディング2階のウェルカムホールで、7m四方の場所を確保した。
- ・ 試食・ゆるキャラを使用して観光客を引き込み、観光案内を実施するなど、やんばるの紹介により周遊・促進を促した。
- ・ 開催場所のウェルカムホールが、出発口にある2階に位置することから、到着口のある1階ロビーにて、ゆるキャラを用いて、「やんばる観光フェア」の告知活動などを行い、到着客を会場に誘導する誘客に努めた。

表 やんばる観光フェアの概要

名称	やんばる観光フェア
主催	北部広域市町村圏事務組合
場所	那覇空港 2階ウェルカムホール
日時	平成26年12月24日(水)11:00～16:00 ～ 平成26年12月28日(日)10:00～16:00 計5日間
内容	12市町村長招待のセレモニー開催 試食・観光案内の実施 映像紹介
対象	那覇空港利用者(到着客、出発客)

図表 空港全体図及びウェルカムホール位置図



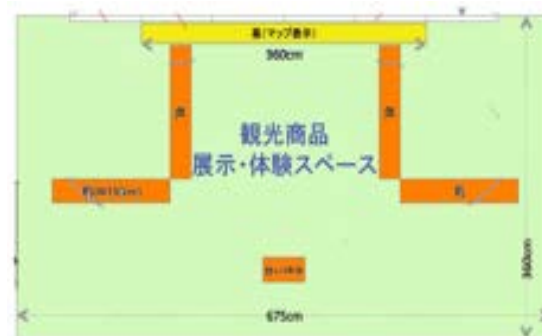
図表 ウェルカムホール内 位置図



①セレモニー時のレイアウト



②観光フェア用のレイアウト



市町村長によるセレモニー



「やんばる観光フェア」会場

②やんばるイメージ PR

a. ファイルバック

- ・ やんばるの知名度向上・イメージづけを図るため、やんばるの海・山の写真を用いたファイル de バックを製作し、パンフレットを入れ来場客に配布した。
- ・ 製作に当たっては、プロモーションプロジェクトチームでの話し合い中で、会議で上がった地元デザイナーを起用し、やんばるのイメージでデザインを依頼した。

b. 「やんばる観光フェア」告知フラッグ

- ・ 飛行機から到着口までのルート上にある保安検査場内の動く歩道横に「やんばる観光フェア」告知フラッグを掲載した。
- ・ ANA 側、JAL 側に各 12 枚、計 24 枚のフラッグにて来沖した観光客に PR を実施した。



やんばるファイル de バック



動く歩道告知フラッグ

c. やんばる観光案内マップ

- ・ やんばる観光フェア出展ブース中央に、幅 3.6m 高さ 1.8m の観光案内地図を製作し、観光客へ観光案内を行うなど地図を利用して地理感を交えた PR が出来た。

d. 1 階到着ロビーでの誘客の様子

- ・ やんばる観光フェア会場が空港 2 階、到着ロビーが 1 階にあったことから、到着客を 2 階に誘導するため、ゆるキャラやがじゅまる王子により 2 階への誘導、告知宣伝を行った。



やんばるガイドマップ



1 階到着口での誘客の状況

e.試食品案内

- ・ 12 市町村の特産品から試食品を準備頂き、やんばるの美味しいものとして観光客へ PR した。
- ・ 今回販売はなかったため、次回来沖された際に購入するという観光客の声もあった。



北エリア(国頭村、大宜味村、東村)



本部半島エリア(名護市、今帰仁村、本部町)



離島エリア(伊江村、伊是名村、伊平屋村)



南エリア(金武町、恩納村、宜野座村)

f.ブルゾンの製作

- ・ やんばるをイメージしたブルズンを製作し、PR に活用した。

g.やんばるイメージ演出

- ・ やんばるのイメージを盛り上げる演出として、「もとぶミスさくら」「名護さくらの女王」「名護がじゅまる王子」を起用し、さらにゆるキャラの「しーちゃん」(大宜味村)、「ぶともー」(本部町)、「ぎ〜のくん」(宜野座村)、「なびーちゃん」(恩納村)を動員し観光客への PR を実施した。



左から「もとぶミスさくら」「がじゅまる王子」「名護さくらの女王」



「もとぶミスさくら」による観光 PR



しーちゃん(大宜味村)



ぶともー(本部町)



ぎ〜のくん(宜野座村)



なびーちゃん(恩納村)

h. 観光パンフレット配布

- ・ 製作したファイル de バックに「やんばる Drive 本」「やんばるの観光リーフレット」を同封し、さらに観光客が興味をもった市町村のパンフレットを入れ、観光フェアに訪れた観光客へ配布を行った。

i. アンケート調査

- ・ 来訪者に対し、やんばるの認知度、PR すべき魅力などに関するアンケート調査を実施した。



アンケート調査の実施



ブルゾンの制作・活用



パンフレット、物産の展示



那覇空港ウェルカムホールでのブース配置

2) 沖縄リゾート EXPO in TOKYO 概要

①開催概要

- ・ 「沖縄リゾート EXPO in TOKYO」は、沖縄県及び一般財団法人沖縄コンベンションビューローが主催する沖縄キックオフプロジェクトの一環である。

表 沖縄リゾート EXPO in Tokyo の概要

名称	沖縄リゾート EXPO in TOKYO (沖縄観光&MICE 大博覧会)
主催	沖縄県、一般財団法人沖縄コンベンションビューロー
場所	グランドプリンスホテル新高輪 国際館パミール 3 階
日時	平成 27 年 1 月 28 日 (水) 13:00~18:00
出展事業者	81 事業者
参加者	1200 人 (外部参加者 842 人+事業者 358 人)
内容	沖縄観光事業者によるブース出展、ミニステージ、セミナールームにおけるプレゼンテーション、映像紹介、抽選会

②PR 内容

a. ブース演出

- ・ やんばるマップの掲載、やんばるの森や山の演出のための緑の演出(模造)などを行った。
- ・ 観光プロモーション用に製作したファイル de バックに「やんばる Drive 本」、「やんばる観光のリーフレット」を入れ配布した。
- ・ エリア別代表により、やんばる各地のパンフレット類を配布した。

b. やんばる関連ブースの一体化

- ・ 今回のフェアでは、やんばる地域から多数の出展があり、エリア別にブースが配置されていたことからやんばる北部としてブースが固まり、結果として名護市観光協会、宜野座村観光推進協議会と隣接して出展することが出来た。やんばる地域関係の出展者が隣り合わせにブースを構えることで、来場者の呼び込みなど相互協力して PR することが出来た。

c アンケート調査

- ・ 来訪者に対し、やんばるの認知度、PR、すべき魅力などに関するアンケート調査を実施した。



出展状況 ブース演出



出展状況 アンケート、商談状況

(3)アンケート調査結果

1)那覇空港ウェルカムホール「やんばる観光フェア」における調査結果

①調査内容

調査内容は概ね以下のとおりである。

調査項目	内容
① 回答者の属性	性別、年齢、居住地、宿泊先
② 沖縄観光について	旅行回数、旅行形態、旅行プランの有無
③ 観光の目的等について	主な目的地、期待しているところ、改善点、自由回答

②調査方法及び回収状況

項目	内容
調査日程	平成 26 年 12 月 24 日～28 日(5 日間)
対象者	やんばる観光フェア来場者
実施方法	やんばるフェア来場者へ配布し、その場で回収
回収数	259 件

②調査結果

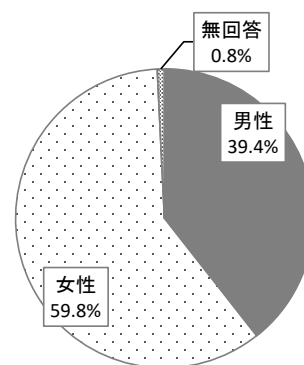
a.回答者の属性

回答者の8割以上が県外。そのうち約6割が女性

- 本調査における回答者の84.9%は県外出身者であり、男女比では59.8%が女性となっている。
また、県内と県外でそれぞれ年齢や性別をまとめた結果、県外出身者の40代女性が最も多い割合を占めた。

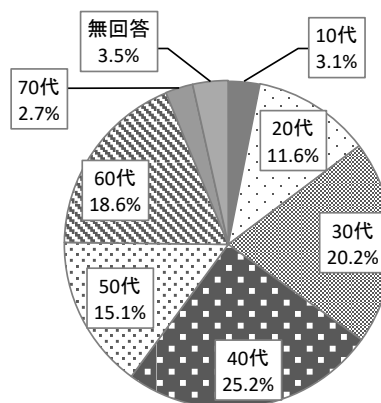
[性別]

	件数	%
男性	102	39.4%
女性	155	59.8%
無回答	2	0.8%
全体	259	100%



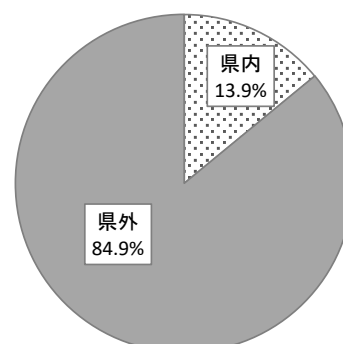
[年齢]

	件数	%
10代	8	3.1%
20代	30	11.6%
30代	52	20.2%
40代	65	25.2%
50代	39	15.1%
60代	48	18.6%
70代	7	2.7%
80代以上	0	0.0%
無回答	9	3.5%
全体	258	100.0%



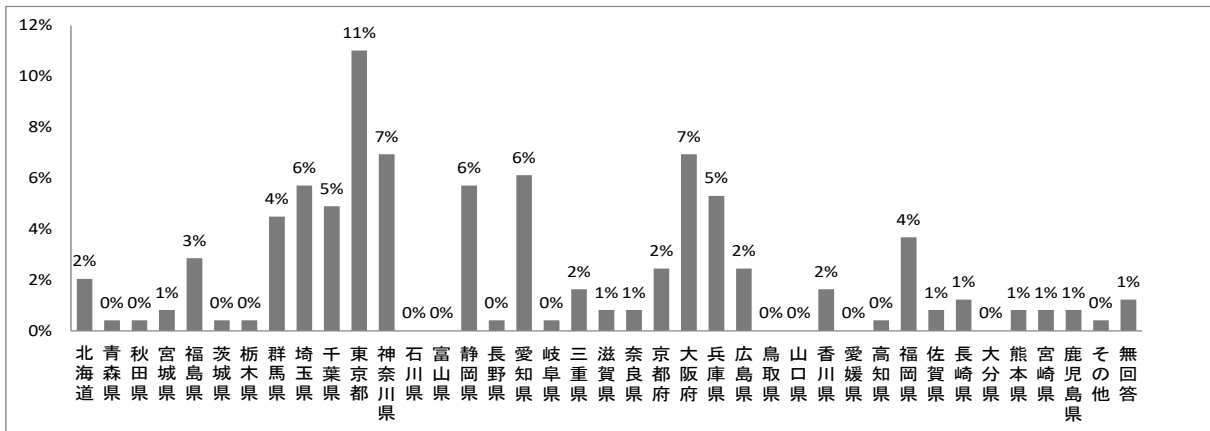
[住まい]

	件数	%
県内	36	13.9%
県外	220	84.9%
無回答	3	1.2%
全体	259	100%

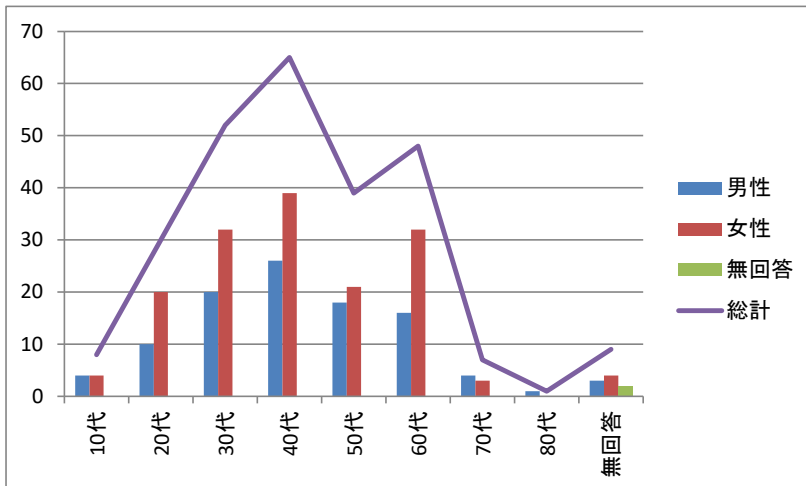


[県外出身者の内訳]

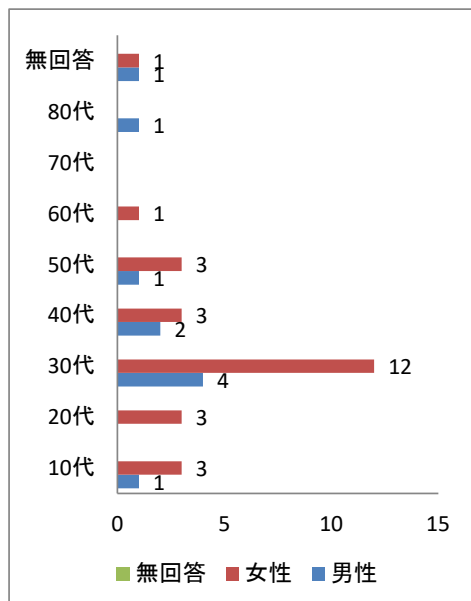
約 8 割が沖縄旅行リピーターで、過半数が 4 回以上



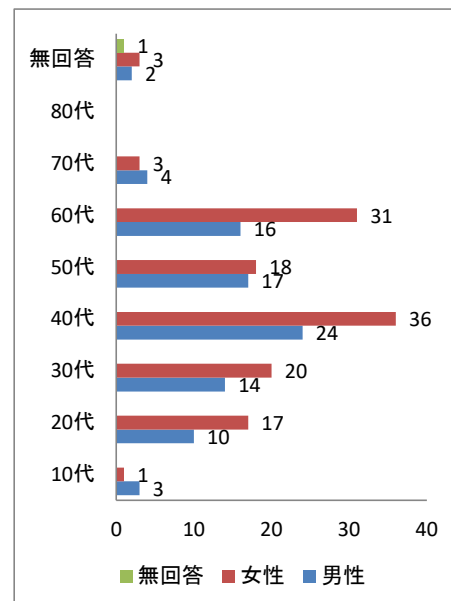
[年齢別男女比と総計]



[県内年齢別男女比]



[県外年齢別男女比]

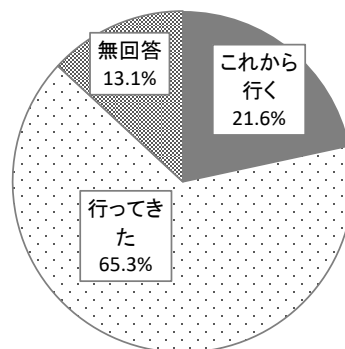


b. 沖縄観光について

- ・ 沖縄旅行は「これから行く」と答えた人は 21.1%にとどまった。
- ・ 旅行形態は個人旅行、フリープランが多く、旅行プランを「立ててない」と答えた人が 32.4%であった。
- ・ 沖縄旅行の経験回数について「4回以上」(52.1%)と答えた数が最も多く、それに続いて「2～3回」(25.9%)、「はじめて」(8.9%)と多くの観光客がリピーターであることがうかがえる。また、リピーターの観光客はフリープランや個人旅行という形態で沖縄を訪れている。

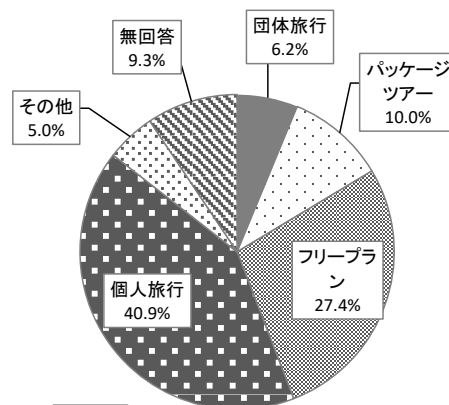
〔沖縄旅行〕

	件数	%
これから行く	56	21.6%
行ってきた	169	65.3%
無回答	34	13.1%
全体	259	100%



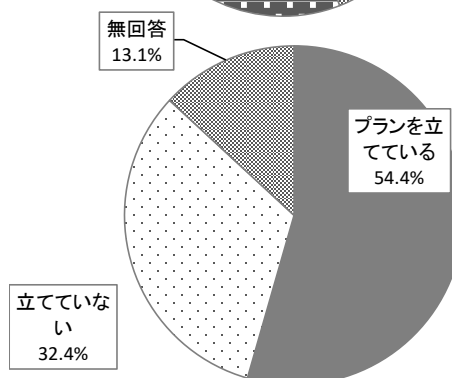
〔旅行形態〕

	件数	%
団体旅行	16	6.2%
パッケージツアー	26	10.0%
フリープラン	71	27.4%
個人旅行	106	40.9%
その他	13	5.0%
無回答	24	9.3%
回答件数合計	256	
回答者数	259	100%



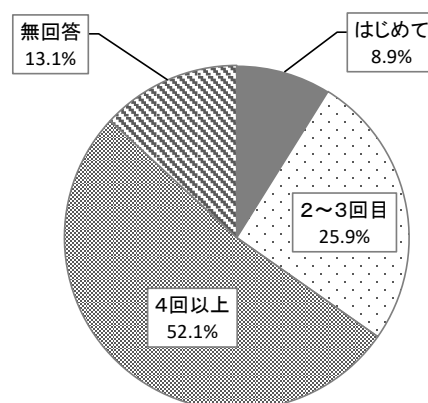
〔旅行プランの有無〕

	件数	%
プランを立てている	141	54.4%
立てていない	84	32.4%
無回答	34	13.1%
全体	259	100%

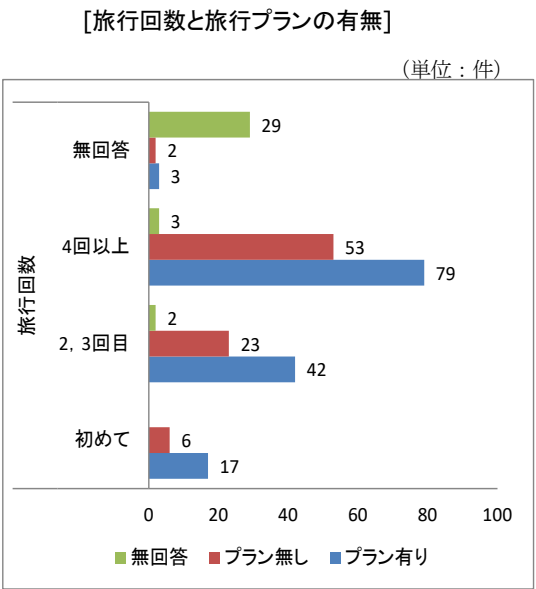
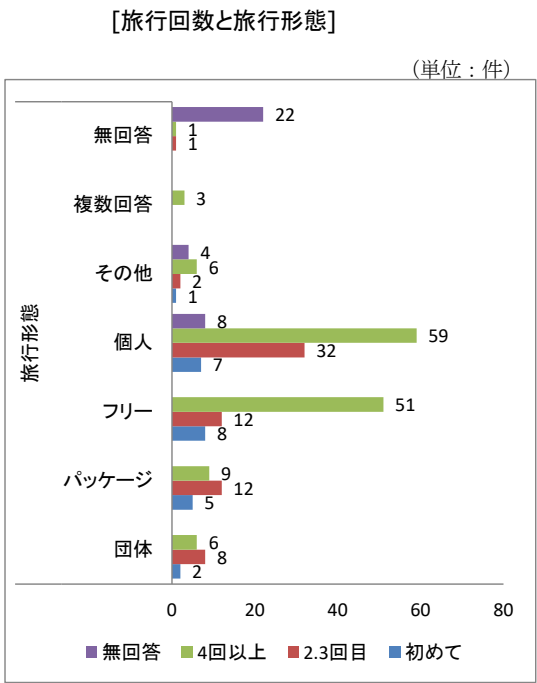


〔沖縄旅行の回数〕

	件数	%
はじめて	23	8.9%
2～3回目	67	25.9%
4回以上	135	52.1%
無回答	34	13.1%
全体	259	100%

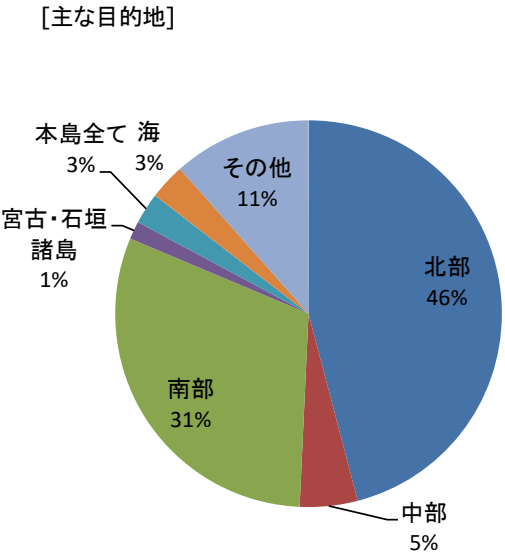


観光客の目的地の約半数は北部

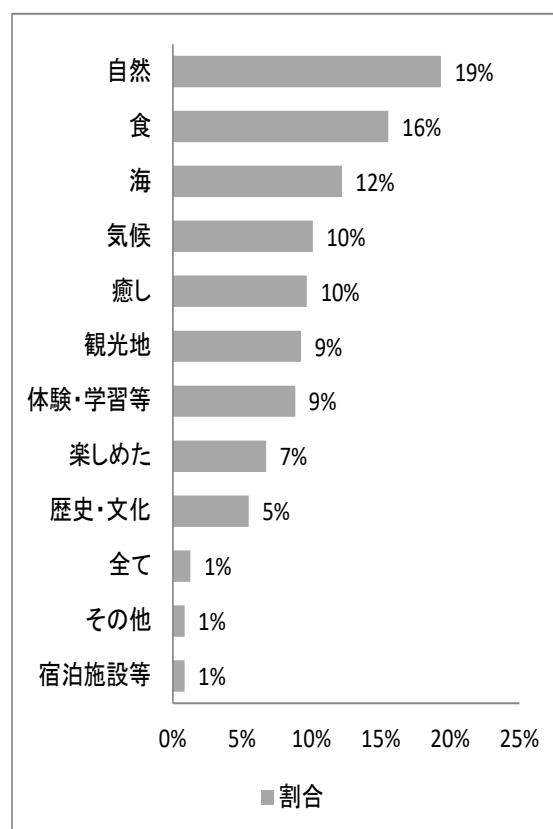


c.観光の目的等について

- ・ 沖縄に観光に来る人々の目的地は多い方から順に北部(46%)、南部(31%)、中部(5%)となっている。北部の内訳をみると、海洋博公園・美ら海水族館が46%とおおよそ半数を占めるが、やんばるは11%とその次に高い割合を占めている。

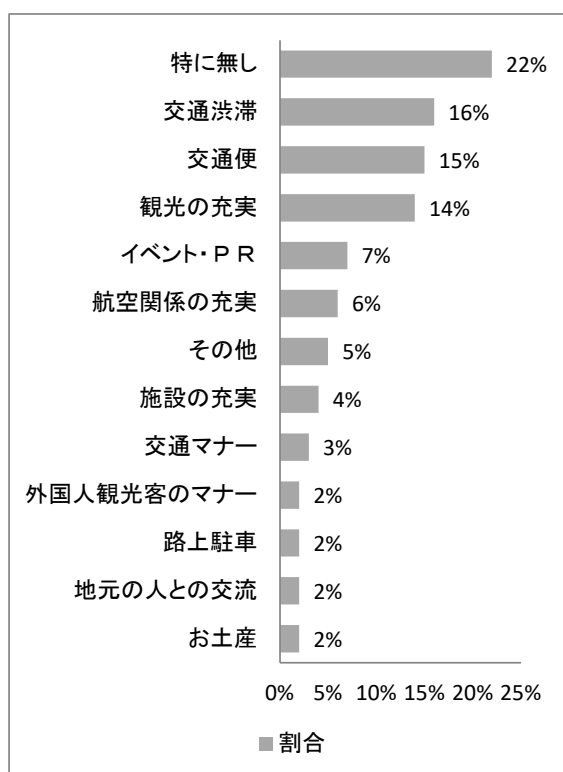


[何に期待しているか] (%)



- ・「自然」 50代女性 11件、40代男性 9件、40代女性 6件
- ・「食」 50代男性 7件、40代女性 6件、40代男性 5件
- ・「海」 40代女性 7件、20代女性 6件、60代女性 5件
- ・「気候」 60代女性 9件、30代女性 5件
- ・「癒し」 40代女性 6件、30代女性 5件
- ・「観光地」 30代女性・40代女性 3件
- ・「体験・学習等」 30代女性 5件、40代女性 3件
- ・「楽しめた」 40代女性 4件、40代男性 3件
- ・「歴史・文化」 60代男性 3件、50代女性 2件

〔改善点〕



各回答の特性について

- ・「特に無し」 40代女性5件、50代女性4件、20代男性3件
- ・「交通渋滞」 40代女性3件
- ・「交通便」 30代女性3件
- ・「観光の充実」 40代女性4件、30代男性3件、60代男性2件

2) 沖縄EXPOinTOKYOアンケート調査結果

① 調査内容

調査内容は概ね以下のとおりである。

調査項目	内容
① 回答者の属性	勤務業種
② 沖縄観光について	やんばるの認知度、魅力 PR 点、観光商品で可能性があるもの
③ やんばるを売り込むための情報	必要な情報、観光商品、自由意見

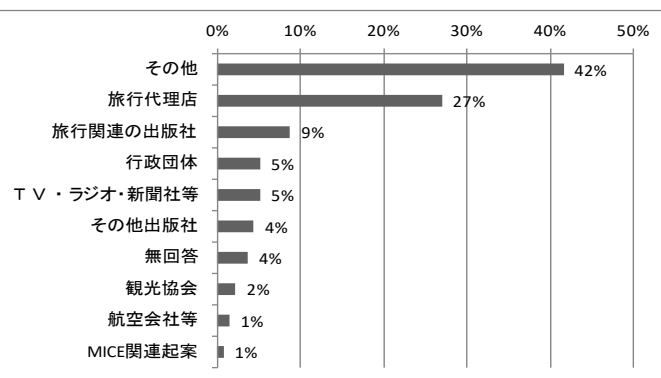
② 調査方法及び回収状況

項目	内容
調査日程	平成 27 年 1 月 28 日
対象者	沖縄リゾート EXPO in TOKYO 来場者
実施方法	出展ブース来場者へ配布し、その場で回収
回収数	137 件

問1：アンケート回答者の業種（単回答）

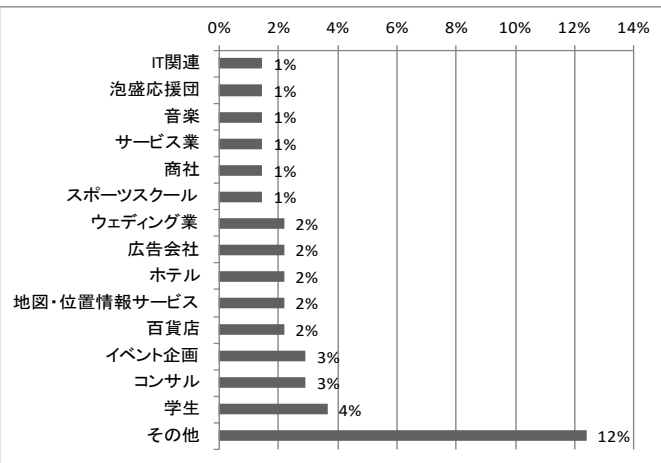
- 旅行関連の業種(旅行代理店 27%、旅行関連出版社 9%)は、約 36%であった。「その他」は 42%で内訳を下に示す。

業種	計	%
その他	57	42%
旅行代理店	37	27%
旅行関連の出版社	12	9%
行政団体	7	5%
TV・ラジオ・新聞社等	7	5%
その他出版社	6	4%
無回答	5	4%
観光協会	3	2%
航空会社等	2	1%
MICE関連起案	1	1%



*「その他」42%の内訳は下記表

	計	%
IT関連	2	4%
泡盛応援団	2	4%
音楽	2	4%
サービス業	2	4%
商社	2	4%
スポーツスクール	2	4%
ウェディング業	3	5%
広告会社	3	5%
ホテル	3	5%
地図・位置情報サービス	3	5%
百貨店	3	5%
イベント企画	4	7%
コンサル	4	7%
学生	5	9%
その他	17	30%

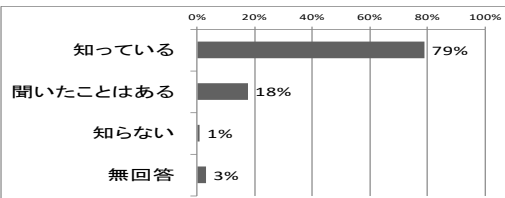


- 「その他」12%の内訳は、医療、福祉、映画製作、民間団体、メーカーなど観光業界が異なる業種が含まれる。

問2：やんばるの認知度（単回答）

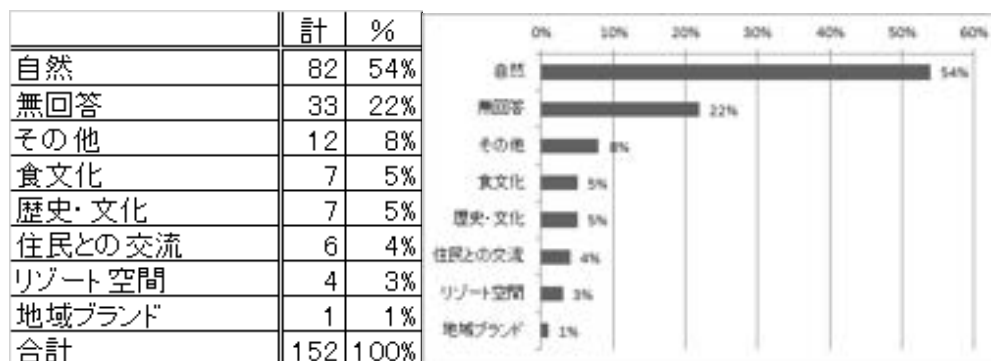
- 「知っている」が 79%を占めた。「聞いたことはある」18%であり、「知らない」は 1%であった。

	計	%
知っている	108	79%
聞いたことはある	24	18%
知らない	1	1%
無回答	4	3%



問3：やんばるの魅力、PRすべき所（複数回答）

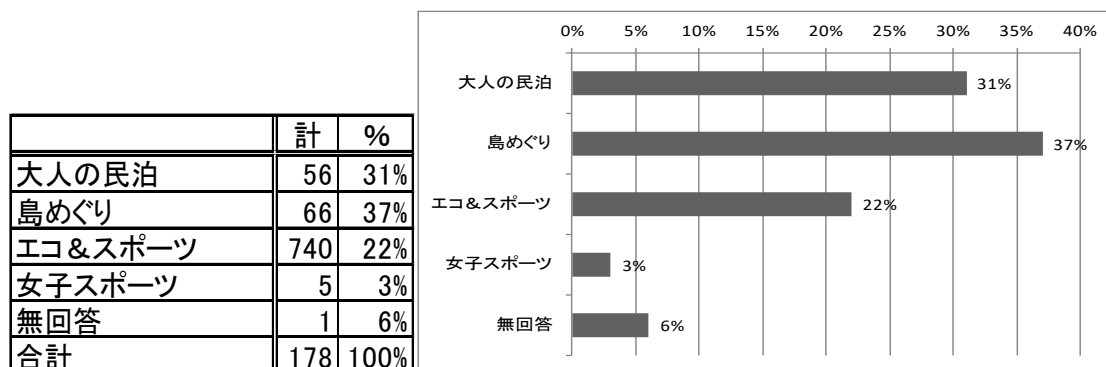
- ・ やんばるの「自然」という回答が5割を超えている。



*「その他」8%の内訳として、地元の方が楽しんでいる事、具体的なPR、マラソンやトレイル、古宇利島、スポーツ、認知度を広めてほしい、移動時間をかけても訪れたい魅力をPRする等。

問4 可能性がある商品（複数回答）

- ・ 伊江島、伊是名島、伊平屋村の3離島を扱った「島めぐり」が可能性あるとの回答を得た。大人の民泊(31%)、エコ&スポーツ(22%)の順となった。



問4を選択した理由（記述回答）

大人の民泊		島めぐり		エコ&スポーツ		女子スポーツ	
回答数	理由	回答数	理由	回答数	理由	回答数	理由
5	食・地域の人とのふれあいを楽しみたい	4	離島は知られていないから新鮮	7	やんばるならではの自然が楽しめる	1	気温等に強みがあり、受入れ体制がある
4	沖縄のゆったりライフを体験したい	3	観光地化しているものより自然を	4	運動を絡めた旅行が魅力的	1	寒い時期暖かい所に行きたい。
2	沖縄の特有の文化体験	2	島時間を満喫する	3	海と違う楽しみがある	-	-
1	東京と真逆の生活をしてみたい	1	島ならではの食	2	サイクリングが人気	-	-
1	差別化が出来る	1	都会ではできないこと	2	初心者でも出来そう。合宿が出来る	-	-

問5 やんばんるを売り込むため必要な情報や、期待する観光商品について。(記述回答)

- ・ 那覇からやんばんるへのアクセス・バスツアーなど2次交通の情報が出ている一方、グルメなど発信する情報力等も求められている。

回答内容	回答数
那覇からのアクセス	8
那覇からのバスツアー	7
楽しみ方・旬な情報の発信	6
グルメ・飲食店情報	6
インバウンド向け情報	4
やんばんるには何があるのか？	4
情報発信不足、都心でPRを。	4
体験学習のコンテンツ	2
中南部とは違った見せ方、遠くても行く理由付け	2
ツアー情報・体験談	2
外人向けアクセス情報	1
美ら海水族館でPRし、やんばんるへと道を繋げる	1
ヘルシーツーリズム	1
山以外でのやんばんる	1

問6: 自由意見

番号	業種	性別	会社住所	自由意見
1	旅行代理店・出版社	男性	東京都新宿	ヤンバルクイナが身近にみられる施設
2	旅行代理店	男性	横浜市西区	同エリア同市との共存で頑張ってほしい。
3	旅行代理店	女性	横浜市西区	車で立ち寄れる場所を増やしてほしい。お手洗いの増設
4	旅行代理店	男性	東京都千代田区	小規模のホテルがあと3つくらいあればBESTです。
5	旅行代理店	男性	東京都葛飾区	万座の釣具屋金城さんは優しい人で助かった。
6	旅行代理店	男性	東京都北区	アクセスを充実してほしい、レンタカー以外の〇〇にも沢山来てもらえるように。
7	旅行代理店	男性	東京都千代田区	伊平屋、伊是名、離島に興味あり
8	旅行代理店	男性	東京都港区	”やんばる”のイメージを具体的に（立地、資源は伝える機会が作れたらと思います）何ができるか
9	旅行代理店	男性	東京都新宿区	自然を残して開発頑張ってください
10	旅行代理店	男性	東京都中央区	これからさらに拡大できるポテンシャルの高い地域だと思います。
11	旅行業者情報関係メール	男性	東京都新宿区	もっと内外的に宣伝をお願いします。 内外（海外）とも、どんな場所、店で、ツイッターやFaceBookで全世界に見られているかわかりません。ヒットすればそれはすごくよいことと思います。
12	旅行関連の出版社	女性	東京都千代田	今のまま、自然を残しそれをPRしていった下さい。
13	旅行関連の出版社	男性	東京都新宿区	アクセスの便利さ
14	旅行関連の出版社	男性	沖縄県那覇市	沖縄に初訪問でなく、リピーターが気になるエリアだと思います。リピーター向けの情報発信など協力させていただければと思います。
15	旅行関連出版社・その他出版社	男性	東京都中央区	我々メディアは東京の女性（20代後半～30代）向けの雑誌とWebです。（会員約220万人）、一緒に出来るのであれば是非よろしくお願いします。
16	旅行関連出版社・その他出版社	男性	東京都中央区	一度おじゃまします。
17	旅行関係の出版社	女性	東京都江東区	交通が便利になればよいと思います。
18	リゾートウェディング	男性	東京都品川区	一緒に頑張っていきたいです。
19	リゾートウェディング	女性	東京都品川区	一緒にこのエリアを盛り上げて行きましょう
20	ラジオ	男性	東京都中央区	何があり、どういうことでできるのかということを発信していければ良いのではないかと思います。
21	名刺なし	男性		応援しています。
22	名刺なし	男性		海洋博会場に行くのに交通の便が良くない。名護までバスで行き、乗り換えの本数が少ない。空港から水族館まで直行できると便利
23	ホテル	男性	東京都品川区	告知が第一
24	地図製作会社	男性	神奈川県川崎市	地図（多言語）を製作している。2次交通対策につなげたい
25	地図・位置情報サービス	男性	東京都港区	交通インフラまではいかなくても、誘導してくれる情報の提供（行きやすいルートなど）
26	地図・位置情報サービス	男性	東京都港区	車を運転しな方に向けて2次交通の整備、ホテル（宿泊先）との連動による荷物配送サービス、子供連れ（幼児）へのケアサービス
27	チェーンホテル運営会社	女性	東京都品川区	いつも和み、癒される空間です
28	ダラソスパ施設運営	男性	東京都中央区	フランスから来た本格タラソセラピースパが体験できる
29	多言語対応 地図アプリ作成会社	男性	東京都港区	

番号	業種	性別	会社住所	自由意見
30	大学生	女性	沖縄県西原町	「やんばる」は本土の人が考える「沖縄」というイメージにとてもピッタリな地域なのでもっと魅力を発信していく必要があると思います。
31	大学	男性	東京都府中市	ぜひ行きたいです。
32	大学	男性	東京都新宿区	エコツーリズムに関する情報発信をもう少し力を入れていけばいいと思います。
33	その他出版社	男性	東京都港区	中心街ではなく、ゆっくり過ごせるやんばるならではの魅力を知りたいです。
34	その他出版社	男性	東京都文京区	離島ブーム
35	スポーツスクール・イベント広告	女性	東京都中央区	都内では出来ないことなども多くやられると思いますので、よる多くの方へ情報を発信できる環境があると良いのではないかと思います。何かお手伝い出来ることがございましたら、お声がけ頂ければと思います。
36	商社	女性	沖縄県那覇市	1泊2日でやんばるの魅力がわかるツアー（カヤック、ほたる、マングローブ）があったら参加したい
37	産業連携コーディネート	女性	沖縄県中頭郡西原町	離島の宿の質、食事の質
38	コンサルタント	男性	神奈川県川崎市	「わ」（レンタカー）を狙い撃ちしないで！
39	コンサル	男性	東京都目黒区	イメージが薄いので頑張ってほしい
40	広告代理店	男性	東京都台東区	外へ外へPRを強めていくことも必要かと思います。
41	広告会社	男性	東京都品川区	県内で異質の魅力を持つ所だと思うので、ぜひ盛り上げて多面的な沖縄の良さを伝えてください。
42	広告会社	男性	東京都港区	Web活用をご提案させてください。
43	建設・サービス	男性	東京都港区	特にありませんが、ゆっくり行ってみたいと思います。宿泊情報などがどこかで発信されているのでしょうか？
44	行政団体	男性	東京都江戸川区	自然保護との両立、若者のやる気を出してくれ！！
45	業界団体	男性	東京都杉並区	食べ物でこんなおいしいものがあるという事をPRしたほうがよい
46	教育関係 出版	-	-	首都圏・大阪へもっとアピールを
47	音楽	女性		交通が良くなれば行きやすくなる
48	音楽	男性	東京都品川区	交通の便行きやすくなってほしい、滝もやんばるに多いが交通の便はどうなっているのか？シークワァーサーが話題になっているが瓶詰めのジュースがもっと気軽に手に入ればよい。知名度は上がっているが手に入り難い。船で行く手立てがあってもよいのでは？那覇よりも地方に行きたい人が多い。
49	イベント企画・広告	男性	東京都大田区	空港から遠いが、そのイメージを逆に強みに変えられると良いと思います。
50	イベント企画	女性	東京都板橋区	宿泊施設の名前が先行して、名所が良く分からず知らない人がたくさんいると思います。
51	泡盛応援団	女性	東京都三鷹市	足
52	泡盛応援団	女性	東京都三鷹市	もう少し交通の便が良ければいいけれど
53	MICE 関連機関	男性		ヤンバル風の宿泊施設
54		女性	名刺なし	自然についてもっと

番号	業種	性別	会社住所	自由意見
1	旅行代理店・出版社	男性	東京都新宿	ヤンバルクイナが身近にみられる施設
2	旅行代理店	男性	横浜市西区	同エリア同市との共存で頑張してほしい。
3	旅行代理店	女性	横浜市西区	車で立ち寄れる場所を増やしてほしい。お手洗いの増設
4	旅行代理店	男性	東京都千代田区	小規模のホテルがあと3つくらいあればBESTです。
5	旅行代理店	男性	東京都葛飾区	万座の釣具屋金城さんは優しい人で助かった。
6	旅行代理店	男性	東京都北区	アクセスを充実してほしい、レンタカー以外の〇〇にも沢山来てもらえるように。
7	旅行代理店	男性	東京都千代田区	伊平屋、伊是名、離島に興味あり
8	旅行代理店	男性	東京都港区	”やんばる”のイメージを具体的に（立地、資源は伝える機会が作れたらと思います）何ができるか
9	旅行代理店	男性	東京都新宿区	自然を残して開発頑張ってください
10	旅行代理店	男性	東京都中央区	これからさらに拡大できるポテンシャルの高い地域だと思います。
11	旅行業者情報関係メール	男性	東京都新宿区	もっと内外的に宣伝をお願いします。 内外（海外）とも、どんな場所、店で、ツイッターやFaceBookで全世界に見られているかわかりません。ヒットすればそれはすごくよいことと思います。
12	旅行関連の出版社	女性	東京都千代田	今のまま、自然を残しそれをPRして行って下さい。
13	旅行関連の出版社	男性	東京都新宿区	アクセスの便利さ
14	旅行関連の出版社	男性	沖縄県那覇市	沖縄に初訪問でなく、リピーターが気になるエリアだと思います。リピーター向けの情報発信など協力させていただければと思います。
15	旅行関連出版社・その他出版社	男性	東京都中央区	我々メディアは東京の女性（20代後半～30代）向けの雑誌とWebです。（会員約220万人）、ご一緒に出来ることがあれば是非よろしくお願いします。
16	旅行関連出版社・その他出版社	男性	東京都中央区	一度おじゃまします。
17	旅行関係の出版社	女性	東京都江東区	交通が便利になればよいと思います。
18	リゾートウェディング	男性	東京都品川区	一緒に頑張っていきたいです。
19	リゾートウェディング	女性	東京都品川区	一緒にこのエリアを盛り上げて行きましょう
20	ラジオ	男性	東京都中央区	何があり、どういうことでできるのかということを発信して

番号	業種	性別	会社住所	自由意見
				いければ良いのではないかと思います。
21	名刺なし	男性		応援しています。
22	名刺なし	男性		海洋博会場に行くのに交通の便が良くない。名護までバスで行き、乗り換えの本数が少ない。空港から水族館まで直行できると便利
23	ホテル	男性	東京都品川区	告知が第一
24	地図製作会社	男性	川崎市川崎区	地図（多言語）を製作している。2次交通対策につなげたい
25	地図・位置情報サービス	男性	東京都港区	交通インフラまではいなくても、誘導してくれる情報の提供（行きやすいルートなど）
26	地図・位置情報サービス	男性	東京都港区	車を運転しない方に向けて2次交通の整備、ホテル（宿泊先）との連動による荷物配送サービス、子供連れ（幼児）へのケアサービス
27	チェーンホテル運営会社	女性	東京都品川区	いつも和み、癒される空間です
28	ダラソスパ施設運営	男性	東京都中央区	フランスから来た本格タラソセラピースパが体験できる
29	多言語対応 地図アプリ作成会社	男性	東京都港区	
30	大学生	女性	沖縄県西原町	「やんばる」は本土の人が考える「沖縄」というイメージにとってもピッタリな地域なのでもっと魅力を発信していく必要があると思います。
31	大学	男性	東京都府中市	ぜひ行きたいです。
32	大学	男性	東京都新宿区	エコツーリズムに関する情報発信をもう少し力を入れていけばいいと思います。
33	その他出版社	男性	東京都港区	中心街ではなく、ゆっくり過ごせるやんばるならではの魅力を知りたいです。
34	その他出版社	男性	東京都文京区	離島ブーム
35	スポーツスクー ル・イベント広告	女性	東京都中央区	都内では出来ないことなども多くやられると思いますので、 よる多くの方へ情報を発信できる環境があると良いのではないかと思います。何かお手伝い出来ることがございましたら、お声がけ頂ければと思います。
36	商社	女性	沖縄県那覇市	1泊2日でやんばるの魅力がわかるツアー（カヤック、ほたる、マングローブ）があったら参加したい
37	産業連携コーディネ	女性	沖縄県中頭郡西	離島の宿の質、食事の質

番号	業種	性別	会社住所	自由意見
	ネット		原町	
38	コンサルタント	男性	神奈川県川崎市	「わ」（レンタカー）を狙い撃ちしないで！
39	コンサル	男性	東京都目黒区	イメージが薄いので頑張してほしい
40	広告代理店	男性	東京都台東区	外へ外へPRを強めていくことも必要かと思います。
41	広告会社	男性	東京都品川区	県内で異質の魅力を持つ所だと思うので、ぜひ盛り上げて多面的な沖縄の良さを伝えてください。
42	広告会社	男性	東京都港区	Web活用をご提案させてください。
43	建設・サービス	男性	東京都港区	特にありませんが、ゆっくり行ってみたいと思います。宿泊情報などがどこかで発信されているのでしょうか？
44	行政団体	男性	東京都江戸川区	自然保護との両立、若者のやる気を出してくれ！！
45	業界団体	男性	東京都杉並区	食べ物でこんなおいしいものがあるという事をPRしたほうがよい
46	教育関係 出版	-	-	首都圏・大阪へもっとアピールを
47	音楽	女性		交通が良くなれば行きやすくなる
48	音楽	男性	東京都品川区	交通の便行きやすくなってほしい、滝もやんばるに多いが交通の便はどうなっているのか？シークワァーサーが話題になっているが瓶詰めのジュースがもっと気軽に手に入ればよい。知名度は上がっているが手に入り難い。船で行く手立てがあってもよいのでは？那覇よりも地方に行きたい人が多い。
49	イベント企画・広告	男性	東京都大田区	空港から遠いが、そのイメージを逆に強みに変えられると良いと思います。
50	イベント企画	女性	東京都板橋区	宿泊施設の名前が先行して、名所が良く分からず知らない人がたくさんいると思います。
51	泡盛応援団	女性	東京都三鷹市	足
52	泡盛応援団	女性	東京都三鷹市	もう少し交通の便が良ければいいけれど
53	MICE 関連機関	男性		ヤンバル風の宿泊施設
54		女性	名刺なし	自然についてもっと

(4)観光プロモーション映像制作

①制作概要

- ・ 観光協会の団体によるプロモーションプロジェクトチームにより、映像制作について話し合いを持ち、エリア別で制作することとなった。
- ・ 各エリアでの映像の内容について打合せを実施し、各エリアのテーマに応じた映像を制作した。
- ・ 制作した映像はYoutube や沖縄北部観光情報コミュニケーションサイト、Facebook 等の SNS で配信した。また那覇空港のウェルカムホールでのやんばる観光フェア、沖縄リゾート EXPO in TOKYO でも放映した。

エリア区分: 北エリア 国頭村、東村、大宜味村
本部半島エリア 名護市、今帰仁村、本部町
離島エリア 伊江村、伊是名村、伊平屋村
南エリア 恩納村、金武町、宜野座村

映像時間:約 5 分 × 4 エリア 計約 20 分

監督: 岸本司氏

役者: 比嘉憲吾(エピソード 2、4)、ニッキー (エピソード 4)
川満彩杏(エピソード 1、3)、真栄城美鈴(エピソード 1,4)

Facebook による閲覧回数:2,159 回(2015 年 3 月 20 日時点)

②制作内容

- ・ 沖縄北部の 4 つの散歩日記(観光 PR 映像)
- ・ 沖縄観光情報コミュニケーションサイトで配信中

<http://yanbaru-tour.net/guide/p55.html>



～「Episode1:半島 1 周分の幸せ」～ 本部半島エリア



今帰仁村、本部町、名護市の美しい風景と美味しいものを食べる女子二人旅です。観光スポットや地元のお店などを巡り、魅力ある旅を紹介します。

撮影場所・協力店舗

今帰仁村	古宇利オーシャンタワー
	今帰仁の駅そーれ
本部町	八重岳
	もとぶ町営市場
	にしき屋
	自家焙煎珈琲まちぐあ みちくさ
	SOYSOY
名護市	21 世の森公園
	やんばるダイニング「松の古民家」

～「Episode2:やんばる男飯」～ 南エリア



宜野座村、金武町、恩納村の名物料理、大盛料理を食べつくす男二人旅。沖縄 B 級グルメをたらふく満喫できる所を紹介します。

撮影場所・協力店舗

宜野座村	TONGA(道の駅ぎのざ施設内)
	太陽亭 (")
金武町	久松食堂
	キングタコス金武本店
恩納村	元祖海ぶどう
	福寿司

～「Episode3:トレッキング・デイ」～ 北エリア



大宜味村、国頭村、東村の大自然をカップルで楽しむ旅。大自然広がる山や川をトレッキング&カヤックで楽しめるところを紹介します。

撮影場所・協力店舗

大宜味村	大宜味まるごとツーリズム協会
	道の駅おおぎみ
国頭村	比地大滝キャンプ場
	ゆいゆい国頭
東村	やんばる自然塾
	サンライズひがし

～「Episode4:ブルーアイランド」～ 離島エリア



伊江島、伊是名島、伊平屋島の人と触

撮影場所・協力店舗

伊平屋村	念頭平松
	クマヤ洞窟
	米崎海岸
	居酒屋「釣り吉」
伊是名村	伊是名玉御殿
	サムレー道
	銘苅家
	海ギタラ・陸ギタラ
	なか川館
伊江村	城山(伊江島タッチュー)
	湧出海岸
	伊江ビーチ(伊江島青少年旅行村)
	伊江島ビーチサイドホースパーク
	居酒屋「友小(ドウシガア)」
	電照菊畑

(5)成果と課題

①事業の成果

- ・ 観光フェア出展は、平成25年度から行っているが、今年度は那覇空港ウェルカムホールと沖縄リゾートEXPOinTOKYOに出展した。
- ・ 出展にあたっては、観光協会等の団体から成るプロモーションプロジェクトチームを組成して、やんばるプロモーションビデオの企画制作や、やんばるファイル de バックの企画制作などから関わった。
- ・ フェア出展についても、プロモーションプロジェクトチームからエリア別代表を参加させることにより、観光客や来場者と直接ニーズを確認する場が作られた。
- ・ 広域で出展することにより、お客様の問い合わせにも幅広い視点から応えることができた。
- ・ 那覇空港ウェルカムホールでは、物産の試食が誘客効果となり、ブースに訪れるきっかけとすることができた。物産も好評で、どこで買えるのかとの問い合わせも多くあった。
- ・ 沖縄リゾートEXPOinTOKYOの場合は、来場者は旅行関係の業者であったことが、アンケート回答を依頼しながらやんばるがPRすべき資源などについて、多くのアドバイスを得ることができた。
- ・ やんばるを4つのエリアに分け、各テーマに応じたPVを制作。観光フェア及び観光案内コーナーで上映したことで視覚的なPRが出来た。

②今後の課題

- ・ 那覇空港ウェルカムホールは沖縄旅行から本土へ帰る観光客が多く、直接的に周遊・消費促進を図る場所としては、開催場所の検討が必要である。
- ・ 着地側の特産品を組み入れた開催など経済効果につながるような取り組みが必要である。
- ・ 発地側に対して、やんばるのPRを継続し、連携プロジェクトの内容等に関する反応を把握することが必要である。

第4章 ニーズ把握調査

4-1 観光動態調査

(1)調査の目的

本調査は、やんばるの着地型観光を推進する連携機能の形成に向け、観光客のニーズを把握するために実施するものである。なかでも、観光客が北部地域を周遊する際にどの経路を辿っているのかについて把握し、周遊、滞在、消費促進を図るべく施策を講じるための基礎資料とすることを目的とする。

(2)調査概要

本調査は、沖縄県北部地域において、周遊観光がどれだけ行なわれているのかを知るため、位置情報* データを用いて旅行実態を調査した。

*位置情報…GPS (Global Positioning System／全地球測位システム) で得られた情報のこと。

本調査では、携帯電話のGPS機能により、携帯電話ユーザーからあらかじめ承諾を得た上で取得した位置情報の分布を、分析システムにより個人を特定せずに統計処理したデータを用いて調査を行っている。

①位置情報を使った調査の実施

本調査は、携帯電話のGPS機能により取得した位置情報データの動きを分析の対象としている。サーバーに蓄積された位置情報の解析期間として設定した間に、設定したポイントを通過したデータについて個人を特定することなく抽出し、これをもとに分析を行ったものである。

②位置情報による調査結果の分析

本調査は、沖縄県北部地域に来訪した観光客が「どの経路を主に周遊しているか」「目的地までの移動経路はどこか」等について分析するとともに、今後の周遊促進に係る課題の検討を行ったものである。

③位置情報の解析期間

調査対象の抽出にあたり、位置情報の解析期間を以下のとおりとした。この期間に、実際に沖縄県北部地域に旅行した人を調査対象としている。

・2014年7月1日(火)～2014年9月30日(火)

④調査対象

本調査における調査対象は、解析期間中の「沖縄県北部地域旅行者」である。調査対象の条件をそれぞれ下記のように設定し、蓄積された位置情報の中から必要なデータのみを抽出した。その結果、調査対象の件数は下記の通りとなっている。(なお、同一人物の来訪はまとめて1カウントとしている。)

表 調査のサンプル数

期間	宿泊地	サンプル数(人)
2014/7/1～2014/9/30	那覇市	2,461
2014/7/1～2014/9/30	恩納村	803
2014/7/1～2014/9/30	県外者	4,310

◇サンプル抽出の方法

- ・那覇市か恩納村に宿泊した人、または県外者を母数とする。
- ※那覇市、恩納村への宿泊者は、午前0時から午前4時の間に15分以上滞在した人、県外者は、那覇空港を経由している人。
- 上記の内、「自宅エリア」「勤務エリア」のサンプルを除外する。
- ・全サンプルの中から、設定したポイントを2箇所以上通過した人。
- ・上記の手順により得られたサンプルを観光客とする。
 - 自宅エリアの定義:解析期間中に、サンプルが「夜間」に最も長く滞在したエリア
 - 勤務エリアの定義:解析期間中に、サンプルが「昼間」に最も長く滞在したエリア

⑤調査方法

本調査は、調査対象となるサンプルのうち、設定した通過判定ライン(13箇所)を通過した人をカウントしたものである。提示する調査結果は、通過判定ラインを通過した人の数に対し、常住地の都道府県による補正値を乗じて算出したものである。

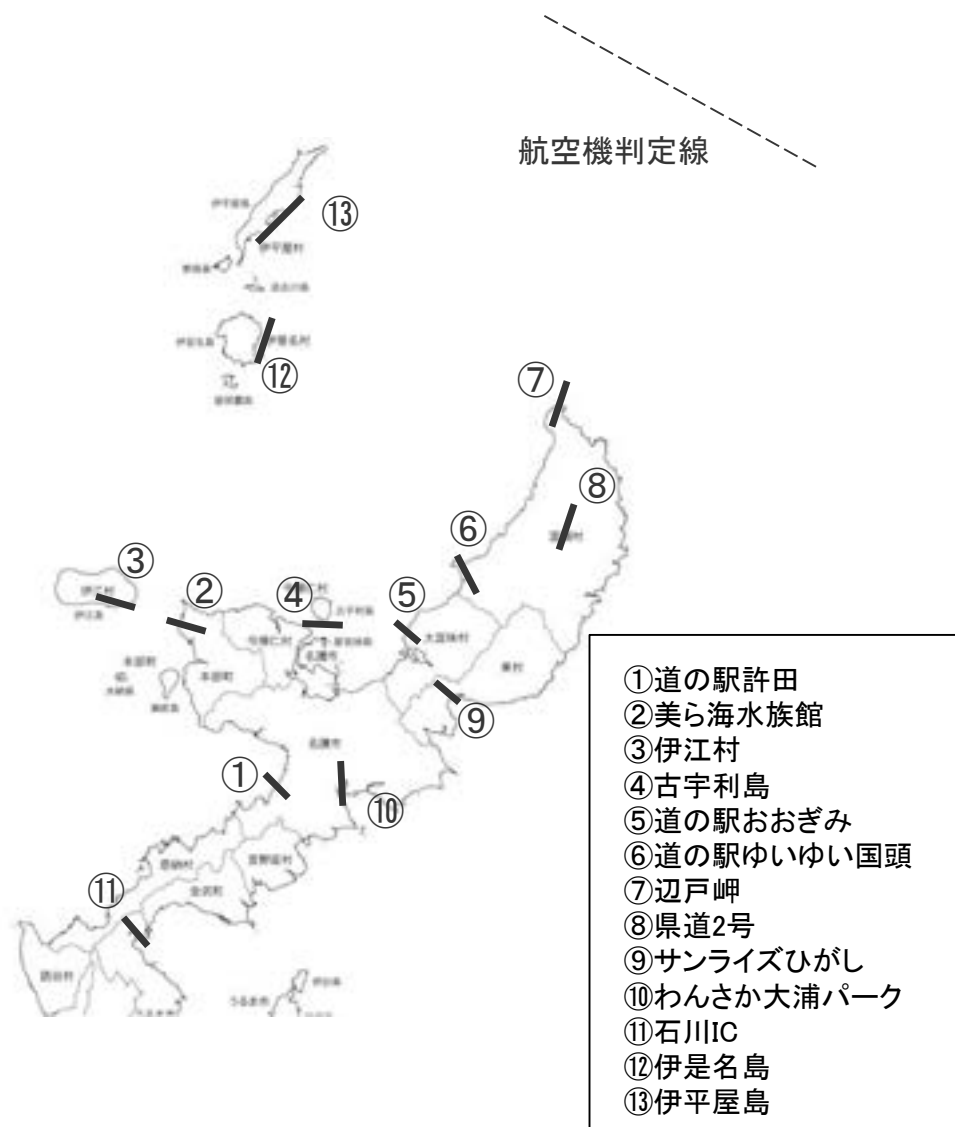
<設定した通過判定ライン>

- ①道の駅許田 ②美ら海水族館 ③伊江村 ④古宇利島 ⑤道の駅おおぎみ
- ⑥道の駅ゆいゆい国頭 ⑦辺戸岬 ⑧県道2号 ⑨サンライズひがし
- ⑩わんさか大浦パーク ⑪石川IC ⑫伊是名島 ⑬伊平屋島

添付の図中、伊平屋島の北東に破線が引いてあるが、これは航空機判定線である。この線を通過後、15分以内に通過した関所は全て航空機による移動とみなし、集計時に省く。(破線の位置は、厳密には与論島の北東に位置する。便宜的に近接して記載している。)

※那覇-与論便がいずれの関所にも通過判定されないことも確認している。

図表 通過判定ライン



(3)観光地分析における位置情報活用の意義

①従来の観光実態調査における問題点

観光地では、地域の課題解決や集客の増大等に向けて施策の立案を行なう際、通常は「観光実態調査」等の調査を実施する。施策立案の事前や事後において、「旅行者がどこから来ているのか」「どこに、どれくらい滞在しているか」「どれくらいお金を使っているのか」等について調査を行い、施策の妥当性や有効性の検証が行われる。

多くの観光地では、このような調査を調査員による聞き取り調査の方式で行っている。聞き取り調査における一般的な調査手法は、地域内の主な観光スポットに調査員を配置し、訪れた旅行者に声をかけ、直接質問して答えてもらう形式である。

聞き取り調査には次のような点で方法的な問題点がある。

- ・調査員が一人ひとりデータを集めることから、多数のサンプル収集には、長い調査期間が必要である。
- ・回答内容が回答者の記憶に左右されることから、回答内容にあいまいな部分が残ることや、担当調査員によって回答内容にばらつきが出ることなどが発生しやすい。
- ・コストや調査期間の面で、頻繁な調査実施は難易度が高い。

②位置情報を使った行動分析のメリット

聞き取り調査における問題点を補完できる新たな調査手法として、携帯電話から発信される位置情報を活用した調査・分析手法である「位置情報を使った行動分析」をあげることができる。

位置情報を使った行動分析では、人の動きに関する情報を、実際の移動履歴という事実を元に扱う。そのため、観光地分析に利用した場合、次のようなメリットがある。

- ・実際に観光地を訪れた人の移動履歴という事実に基づいて調査・分析を行うことができる。
- ・サンプルの出発地、移動経路や滞在の状況、周遊の状況などについて、詳細な把握ができる。
- ・多数のサンプル収集が容易である。
- ・広域での旅行実態を把握することができる。
- ・位置情報が蓄積されている限りにおいては、過去にさかのぼって調査を実施できる。
- ・国勢調査との相関も高く、全国どこでも偏りなく調査が実施できる。

ただし、位置情報を使った行動分析では、位置情報データを分析対象としているため、下記に示すような「人の属性」に関する情報については、調査不可能である。

- ・旅行先で消費した金額
- ・性別・年代・同行者
- ・満足度

表 調査内容と各調査手法の適性

種別	調査内容	調査手法の適性	
		位置情報を使った 行動分析	聞き取り調査
人の動きに関すること	出発地分析 ・どこから来ているのか	○ ・高い精度で可能	△ ・回答者の記憶頼り ・調査員によって バラつき
	滞在地分析 ・どこに、どれぐらい滞在したのか ・IN 地点、OUT 地点はどこか		
	周遊分析 ・どこからどこへ行くか		
人の属性に関すること	消費額 ・いくら使ったか	× ・調査不可能	
	年代・性別・同行者 ・どんな旅行者か		
	満足度 ・旅行してどうだったか		

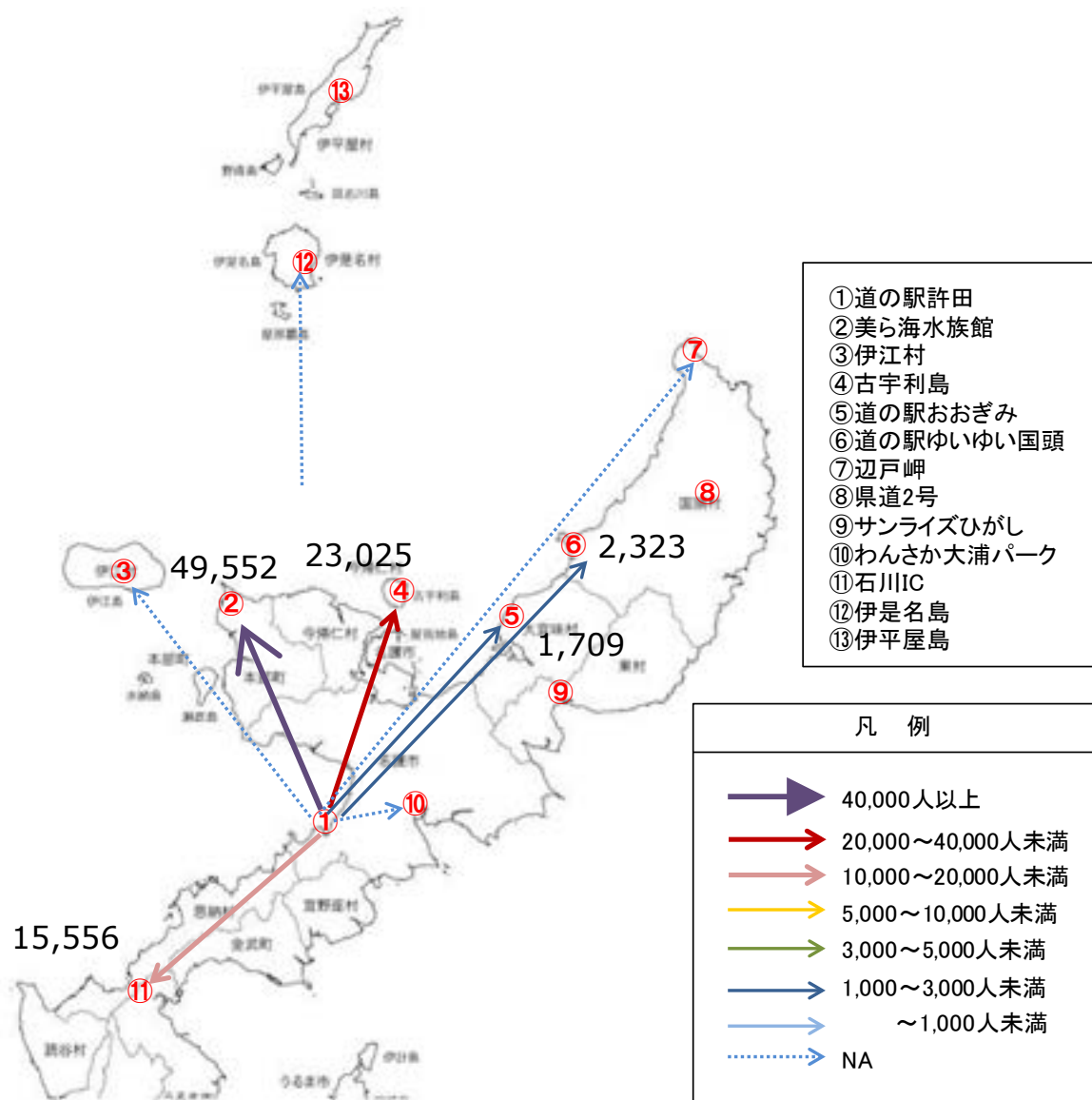
(4)調査結果

① 許田経由

本調査により、北部地域に設定した通過点のうち、①の許田を通過した人の立ち寄り者数の多い地点は、那覇市宿泊者、恩納村宿泊者、県外者ともに②の美ら海水族館、④の古宇利島という結果となった。

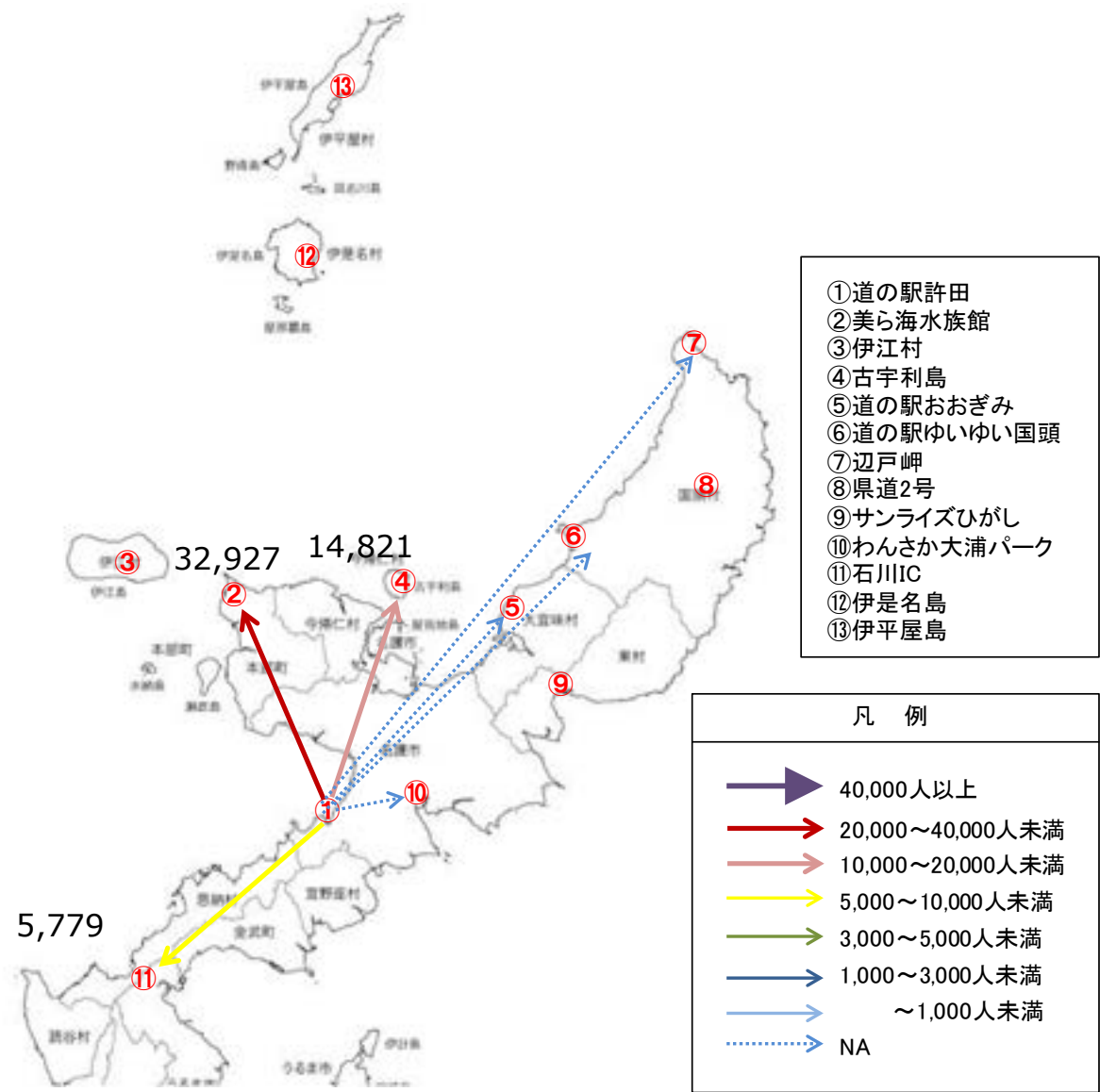
また、大宜味村・東村以北まで移動している観光客は、県外者が多く、次いで那覇市宿泊者となっており、恩納村宿泊者は、ほぼいないに近い。⑧の県道2号と⑨のサンライズ東は、那覇市宿泊者、恩納村宿泊者では移動がみられない。

図表 北部旅行者の立ち寄り地(那覇市宿泊者)



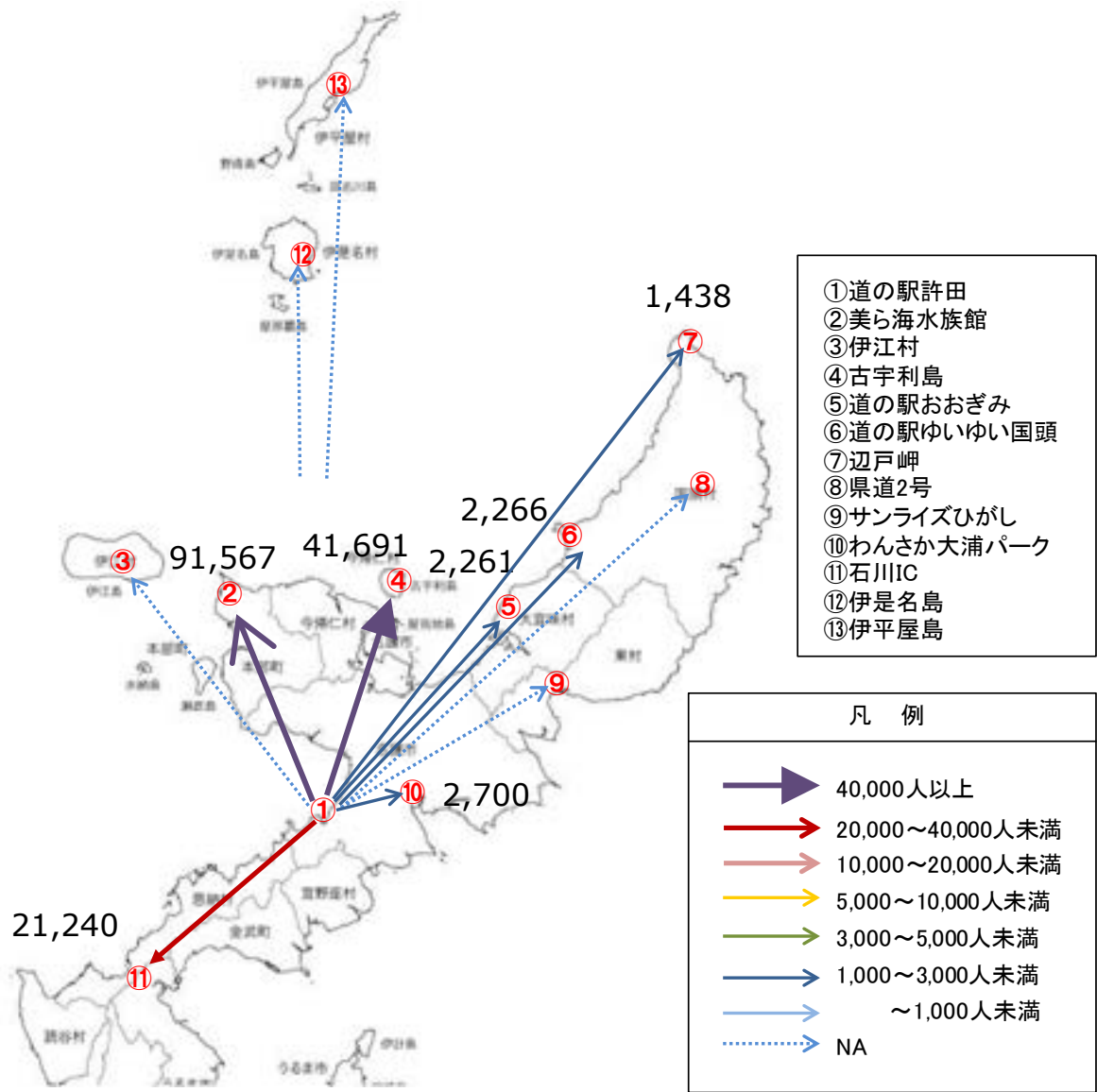
地図データ:テクノコ白地図イラスト:<http://technocco.jp/>

図表 北部旅行者の立ち寄り地(恩納村宿泊者)



地図データ:テクノコ白地図イラスト:<http://technocco.jp/>

図表 北部旅行者の立ち寄り地(県外者)



地図データ:テクノコ白地図イラスト:<http://technocco.jp/>

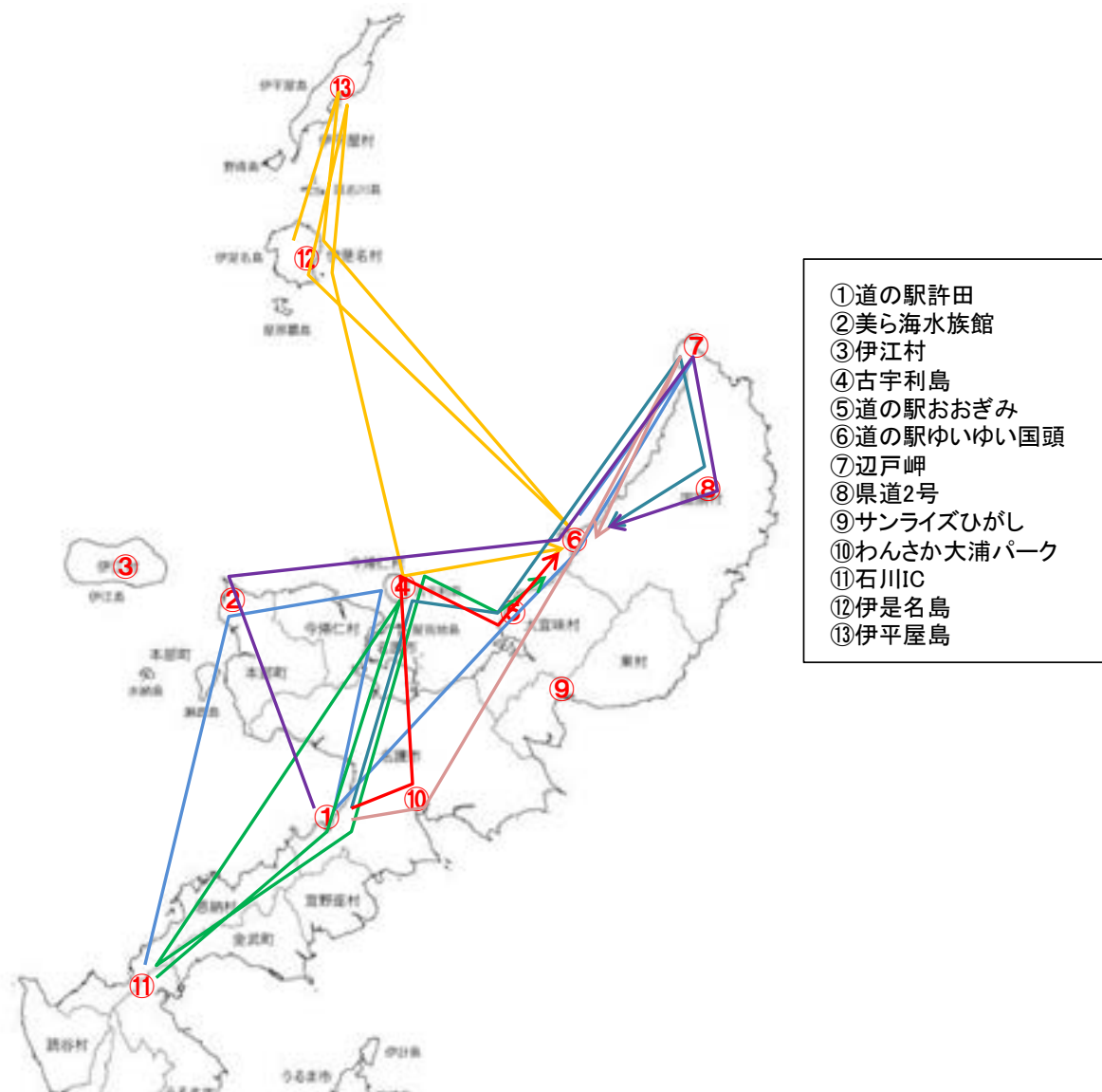
② 移動経路

⑧の県道2号と⑨のサンライズ東への移動がみられる県外客による⑥、⑦、⑧、⑨への主要な移動経路をみると、以下図のようになった。

⑥の道の駅ゆいゆい国頭、⑦の辺戸岬、⑧の県道2号の通過は、西側からの流れがほとんどであり、東海岸側からの移動は皆無である。

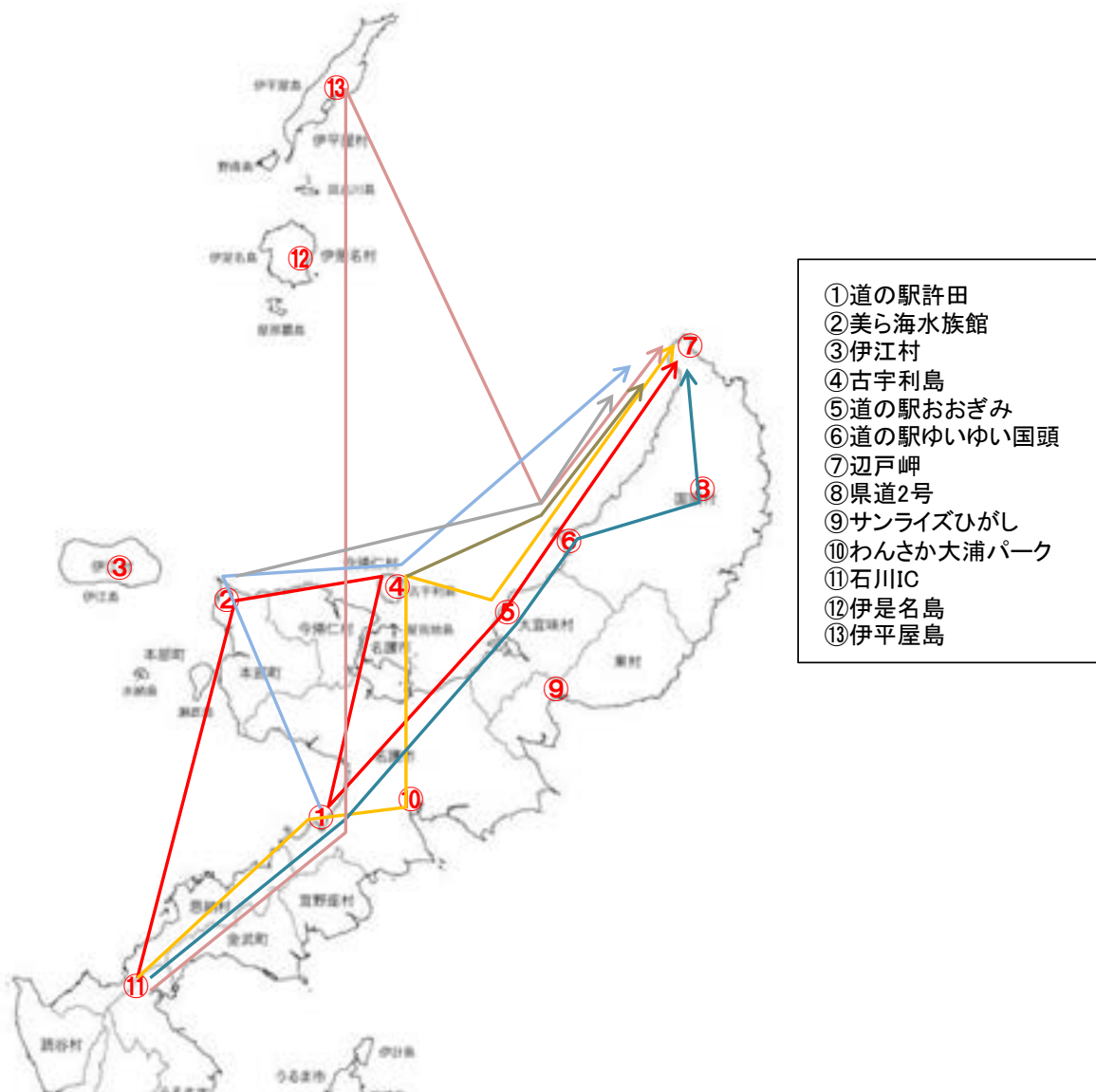
⑨のサンライズ東へは、南側からの移動がほとんどであり、美ら海水族館など観光客の多い地域からの移動はみられない

図表 北部旅行者の立ち寄り地(⑥への経路)



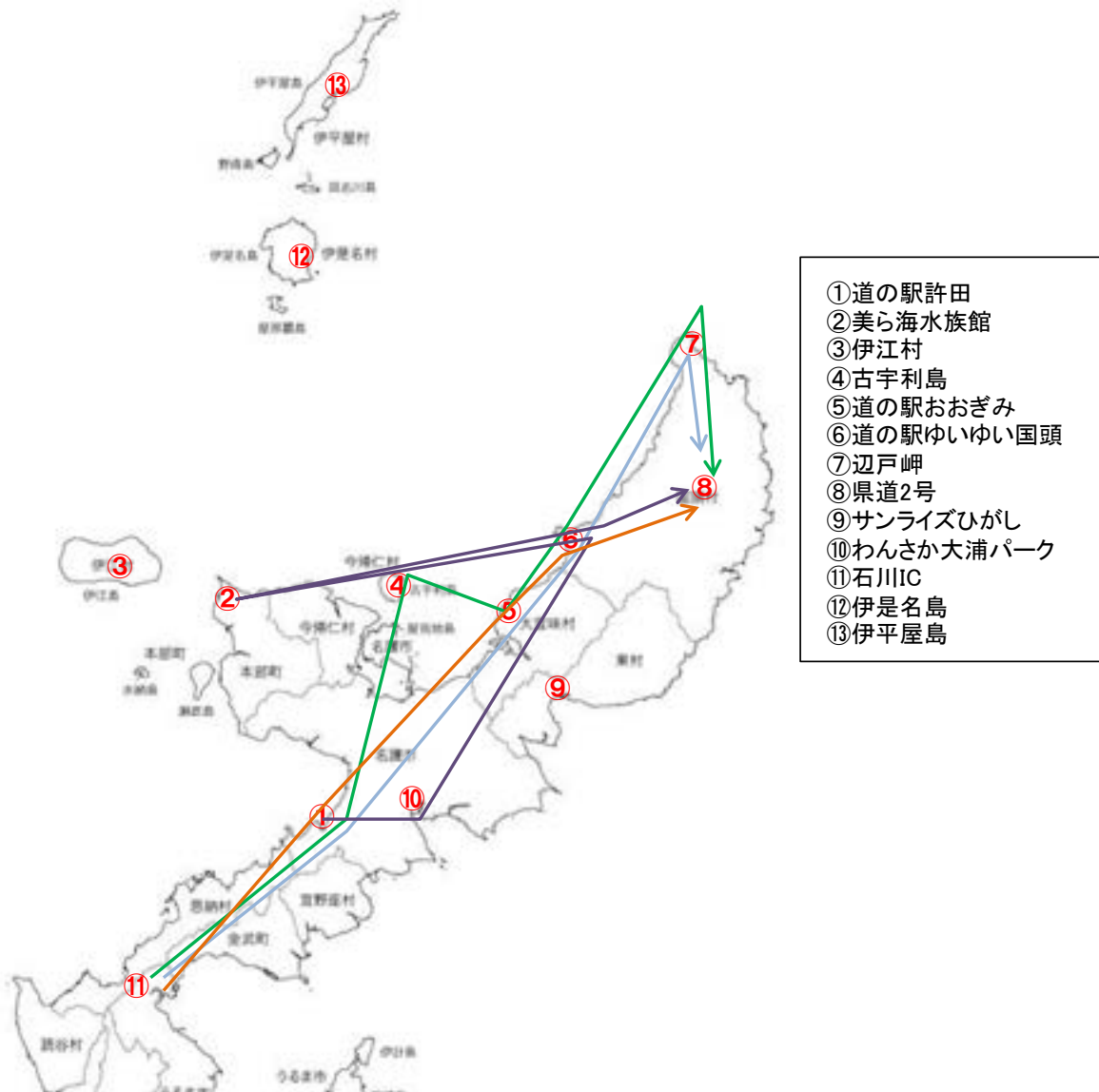
地図データ: テクノコ白地図イラスト: <http://technocco.jp/>

図表 北部旅行者の立ち寄り地(⑦への経路)



地図データ:テクノコ白地図イラスト:<http://technocco.jp/>

図表 北部旅行者の立ち寄り地(⑧への経路)



地図データ:テクノコ白地図イラスト:<http://technocco.jp/>

図表 北部旅行者の立ち寄り地(⑨への経路)



地図データ:テクノコ白地図イラスト:<http://technocco.jp/>

(5)成果と課題

①事業の成果

- ・ 7月～9月のピーク時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。
- ・ 調査結果から、北部地域の西側方面へは、美ら海水族館など観光客の多い地域から観光客の移動が見られるため、誘客の方策を本部町や今帰仁村などの地域へ仕掛けていくことも有効であると思われる。しかし、東村への誘客には、効果はないものと考えられる。
- ・ 東村への誘客については、⑩のわんさか大浦パークなど名護市の南部への集客の方策を図る方が有効であると考え。また、東村へは、移動の途中で立ち寄るというよりは、目的型のサービス提供を図ることも有効であると考え。

②今後の課題

- ・ 調査結果をふまえ、東海岸誘導については沖縄に来る前にPRを図ることが必要であり、まずは観光地としての認知度を高めることに重点を置く必要がある。
- ・ わんさか大浦パークなど東海岸の観光地相互のPRは進めていく必要がある。
- ・ 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必要がある。

4-2. インバウンド観光の現状

(1) 目的

平成 24 年度から平成 25 年度の各会議を通して、インバウンドへ対応する必要性があげられた。特に、クルーズ船の本部港への寄港は既に始まっており、急務であるとされた。

今後の展開にあたり、関係機関へのヒアリングによりニーズ調査を行う。

(2) 実施概要

① 既存資料の収集整理

- ・外国人観光客の受け入れ状況／クルーズ船
- ・沖縄県内の取り組み状況

② ヒアリング調査

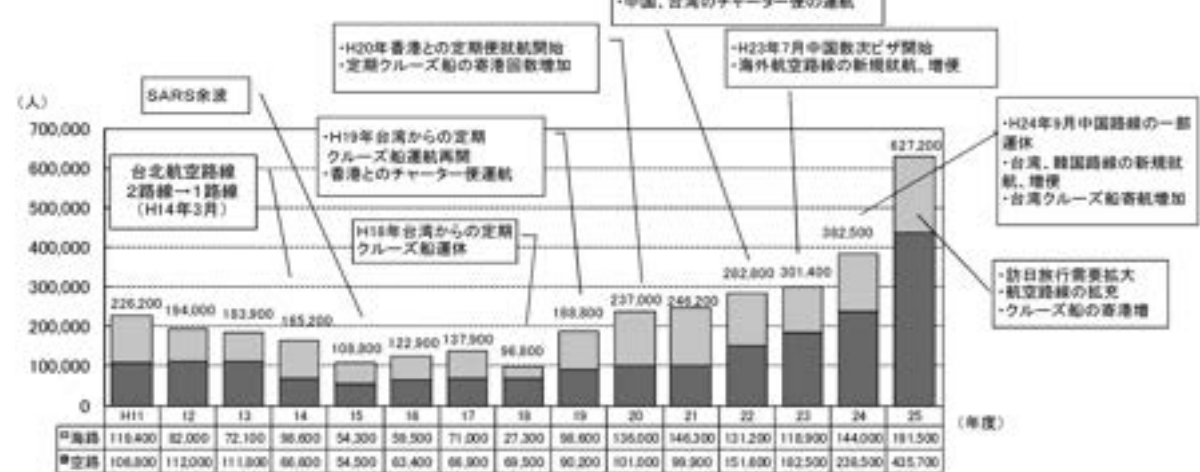
(3) 外国人観光客の受け入れ状況

① 外国人入域者数の現状

平成 25 年度の外国人入域観光客数は 62 万 7,200 人で、前年比で 24 万 4,700 人増(64%増)となっており、過去最高を記録した。

平成 25 年度は、円安に伴った訪日旅行需要が拡大したこと、官民一体となったプロモーションの展開、トップセールス等による航空路線拡充に伴う入込の増加が大きな要因と考えられる。台湾、韓国、香港は安定して増加し、中国本土についても、路線の再開やクルーズ船寄港により徐々に回復しており、いずれも過去最高の入込となった。

図表 外国人観光客数の推移

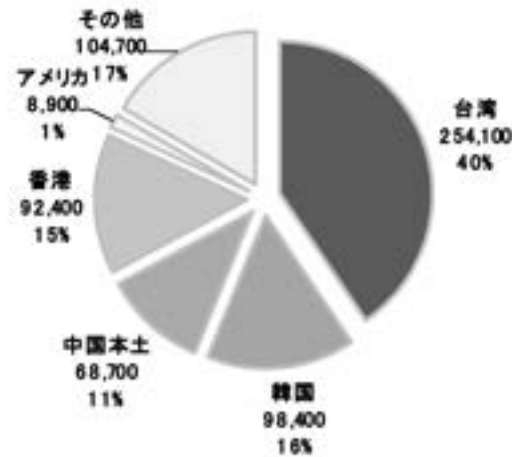


	入域観光客数		国内客		外国客	
	人数(人)	対前年度比	人数(人)	対前年度比	人数(人)	対前年度比
H21年度	5,690,000	△ 4.1%	5,443,800	△ 4.4%	246,200	+ 3.9%
H22年度	5,705,300	+ 0.3%	5,422,500	△ 0.4%	282,800	+ 14.9%
H23年度	5,528,000	△ 3.1%	5,226,600	△ 3.6%	301,400	+ 6.6%
H24年度	5,924,700	+ 7.2%	5,542,200	+ 6.0%	382,500	+ 26.9%
H25年度	6,580,300	+ 11.1%	5,953,100	+ 7.4%	627,200	+ 64.0%

資料:平成 25 年版観光要覧

図表 国籍別入域状況

区分	H25年度	H24年度	増減数	増減率	構成比
台湾	254,100 人	149,400 人	+ 104,700 人	+ 70.1%	40.5%
韓国	98,400 人	45,100 人	+ 53,300 人	+ 118.2%	15.7%
中国本土	68,700 人	58,900 人	+ 9,800 人	+ 16.6%	11.0%
香港	92,400 人	56,200 人	+ 36,200 人	+ 64.4%	14.7%
アメリカ	8,900 人	6,200 人	+ 2,700 人	+ 43.5%	1.4%
その他	104,700 人	66,700 人	+ 38,000 人	+ 57.0%	16.7%
合計	627,200 人	382,500 人	+ 244,700 人	+ 64.0%	100.0%



資料:平成 25 年版観光要覧

図表 国籍別空路・海路の入域状況

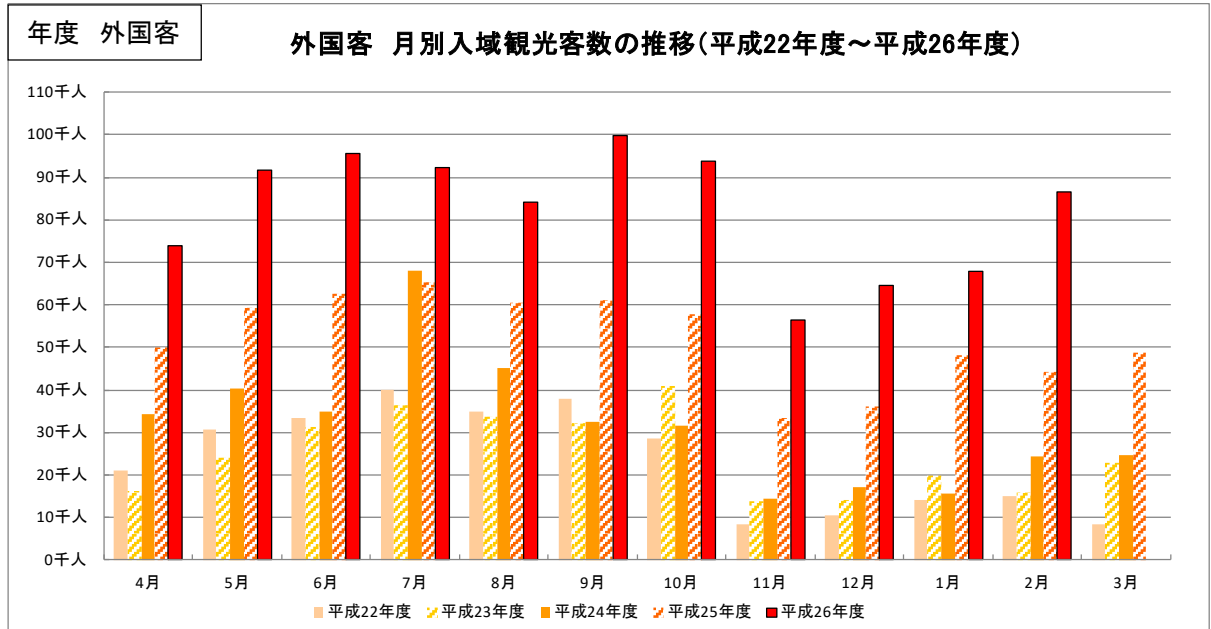
区分	空 路 435,700人			海 路 191,500人		
	観光客数	増減率	構成比	観光客数	増減率	構成比
台湾	174,900 人	+ 104.3%	40.1%	79,200 人	+ 24.1%	41.4%
韓国	97,900 人	+ 120.5%	22.5%	500 人	△ 28.6%	0.3%
中国本土	34,600 人	+ 13.8%	7.9%	34,100 人	+ 19.6%	17.8%
香港	91,300 人	+ 64.5%	21.0%	1,100 人	+ 57.1%	0.6%
アメリカ	6,300 人	+ 23.5%	1.4%	2,600 人	+ 136.4%	1.4%
その他	30,700 人	+ 75.4%	7.0%	74,000 人	+ 50.4%	38.6%
合計	435,700 人	+ 82.7%	100.0%	191,500 人	+ 33.0%	100.0%

※特例上陸者数:82,300人を含む

資料:平成 25 年版観光要覧

平成 26 年度は、那覇空港の新国際線ターミナルビル及び那覇港の旅客ターミナル供用開始などハード面の整備に加え、台湾や香港の航空路線拡充や、クルーズ船の寄港回数の増加もあり、前年度を上回ることが想定されている。

図表 外国人の月別入域観光客数の推移(平成 22 年度～平成 26 年度)



	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	計
平成22年度	21.0	30.6	33.3	40.1	34.9	37.8	28.6	8.4	10.6	14.2	14.9	8.4	282.8
平成23年度	16.3	24.0	31.3	36.3	33.6	32.1	40.8	13.9	14.2	19.9	16.1	22.9	301.4
平成24年度	34.3	40.3	34.8	67.9	45.1	32.5	31.5	14.3	17.1	15.6	24.5	24.6	382.5
平成25年度	49.9	59.4	62.5	65.2	60.4	61.2	57.8	33.5	36.2	48.1	44.3	48.7	627.2
平成26年度	73.9	91.7	95.5	92.3	84.2	99.9	93.8	56.4	64.7	67.9	86.7		907.0

資料:沖縄県ホームページより(平成 27 年 3 月時点のため、3月の入込数は未発表)

区分 期間		入域観光客数(総数)		空路海路別内訳						
				空路計			海路計			
		国内	外国	国内	外国		国内	外国	国内	外国
4月～2月	H26年度	6,510,900	5,603,900	907,000	6,231,100	5,552,400	678,700	279,800	51,500	228,300
4月～2月 累計	H25年度	5,950,100	5,371,600	578,500	5,736,700	5,341,700	395,000	213,400	29,900	183,500
	増減数	+560,800	+232,300	+328,500	+494,400	+210,700	+283,700	+66,400	+21,600	+44,800
	前年度 同期比	109.4%	104.3%	156.8%	108.6%	103.9%	171.8%	131.1%	172.2%	124.4%

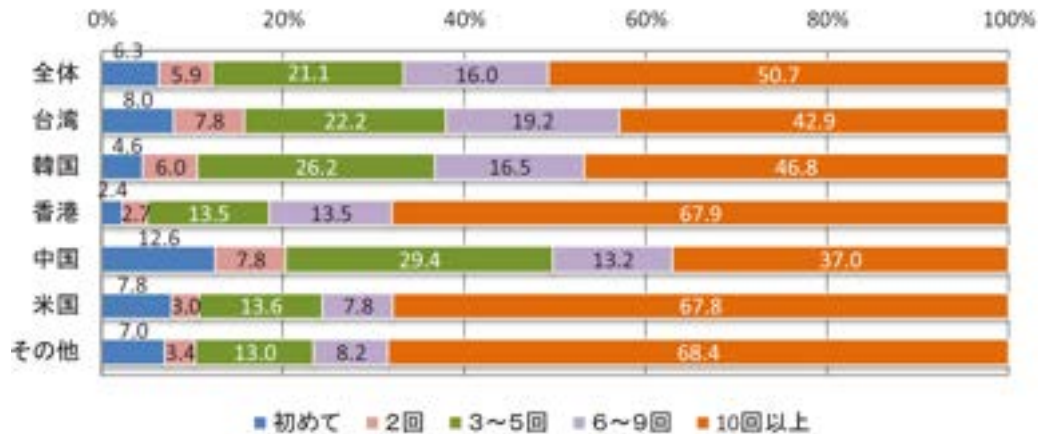
資料:沖縄県ホームページより

②外国人観光客の特性(空路)

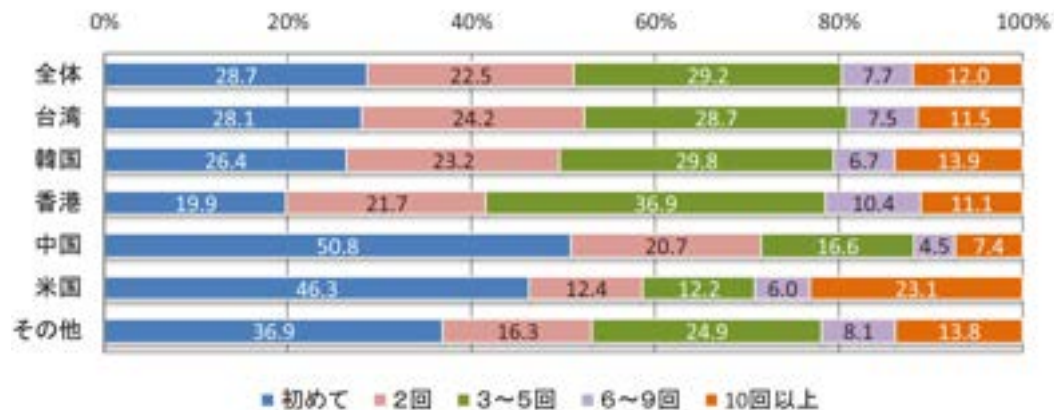
ア. 旅行経験(海外、訪日、沖縄)

沖縄を訪れた外国人観光客の旅行経験としては、全体的に海外旅行経験が多く、そのうち日本を訪れたという人も多いという傾向がある。一方、沖縄の来訪は初めてという人が多いという状況である。

図表 外国人観光客の海外旅行回数(国籍・地域別)



図表 外国人観光客の訪日旅行経験(国籍・地域別)



図表 外国人観光客の沖縄旅行経験(国籍・地域別)



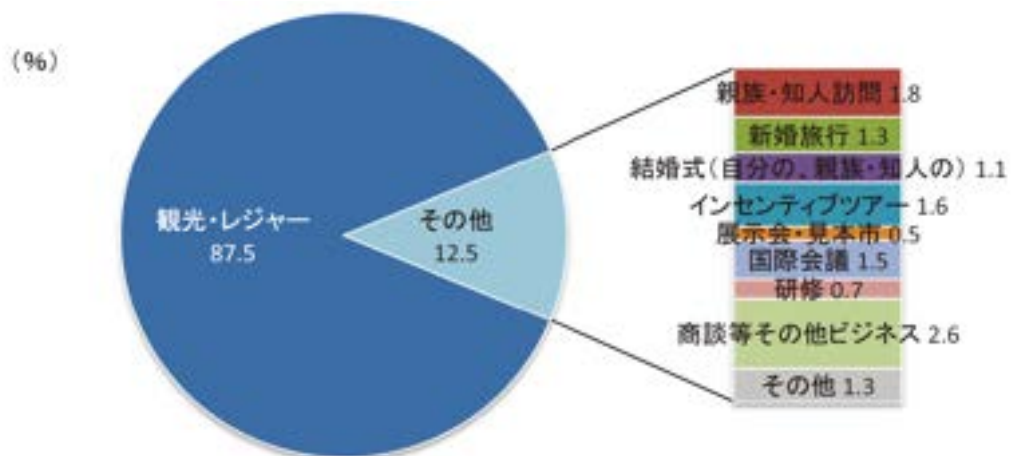
資料: 沖縄県「平成 25 年度外国人観光客実態調査報告書」

イ. 来訪目的

沖縄を訪れた目的としては、「観光・レジャー」が 87.5%と大半を占める。

国籍・地域別にみると、米国は「親族・知人訪問」の割合も多くなっている。

図表 沖縄訪問の目的



(%)

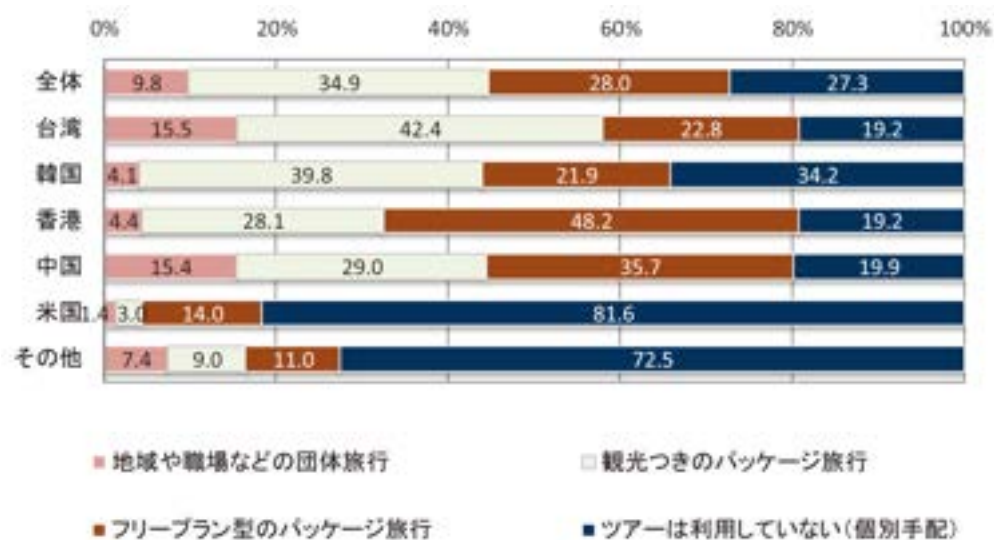
	全体	台湾	韓国	香港	中国	米国	その他
観光・レジャー	87.5	90.0	87.9	94.3	90.0	42.9	58.3
親族・知人訪問	1.8	0.6	0.2	0.7	0.9	34.3	12.0
新婚旅行	1.3	0.6	3.5	1.6	0.0	0.0	0.0
結婚式(自分の、親族・知人の)	1.1	1.2	0.2	2.7	0.2	0.0	0.0
インセンティブツアー	1.6	3.7	0.0	0.1	0.8	0.0	0.8
展示会・見本市	0.5	0.6	0.9	0.0	0.9	0.0	0.0
国際会議	1.5	1.1	0.9	0.1	2.3	7.8	7.3
研修	0.7	0.4	0.5	0.0	1.6	2.8	4.0
商談等その他ビジネス	2.6	1.1	4.1	0.4	3.0	12.2	10.4
その他	1.3	0.8	1.9	0.0	0.2	0.0	7.1

資料:沖縄県「平成 25 年度外国人観光客実態調査報告書」

ウ. 旅行形態

旅行形態については、アジア圏ではパッケージ旅行を利用している人が多く、一方、米国では8割がフリープランとなっている。

図表 旅行形態（国籍・地域別）



資料：沖縄県「平成 25 年度外国人観光客実態調査報告書」

エ. 宿泊数

宿泊数については、全体では3泊が多くなっているが、国籍・地域別の平均泊数をみると、香港では4泊、米国では7泊を超えている。

図表 宿泊数(国籍・地域別)



資料：沖縄県「平成 25 年度外国人観光客実態調査報告書」

図表 平均泊数(国籍・地域別)

	全体	台湾	韓国	香港	中国	米国	その他
4-6月期	3.89	3.25	3.49	3.82	3.71	6.50	8.57
7-9月期	3.96	3.31	3.39	4.32	3.64	12.13	8.00
10-12月期	4.02	3.41	3.07	4.16	3.41	5.53	8.11
1-3月期	3.94	3.76	3.10	4.13	3.71	7.88	9.16
年度合計	3.95	3.42	3.22	4.11	3.62	8.02	8.41

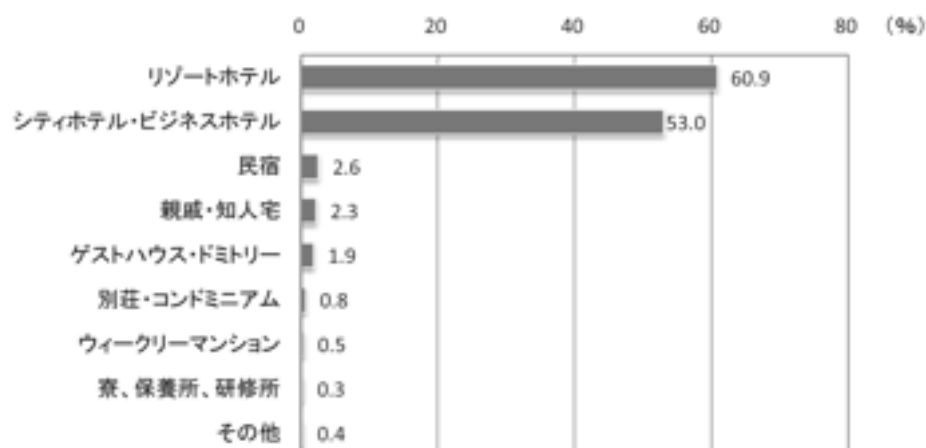
資料:沖縄県「平成 25 年度外国人観光客実態調査報告書」

オ. 宿泊施設

利用した宿泊施設については、「リゾートホテル」が約 61%、「シティホテル・ビジネスホテル」が 53%と、ホテル全体が大部分を占めている。

国籍・地域別にみると、台湾・韓国・香港・中国はホテル全体の利用がほとんどであるが、米国は「親戚・知人宅」が 44%と最も多くなっている。

図表 宿泊施設(国籍・地域別)



	全体	台湾	韓国	香港	中国	米国	その他
リゾートホテル	60.9	59.0	64.0	72.0	63.9	19.6	33.6
シティホテル・ビジネスホテル	53.0	63.4	44.8	46.5	45.7	35.2	51.3
民宿	2.6	3.0	1.3	3.7	1.4	1.4	2.6
親戚・知人宅	2.3	1.1	0.8	0.4	1.1	43.8	12.1
ゲストハウス・ドミトリー	1.9	1.2	1.8	0.9	0.3	4.6	10.5
別荘・コンドミニアム	0.8	0.8	0.8	0.7	0.0	0.0	1.5
ウィークリーマンション	0.5	0.3	0.4	0.0	0.0	0.0	3.6
寮、保養所、研修所	0.3	0.1	0.0	0.1	0.0	3.2	3.0
その他	0.4	0.1	0.5	0.0	0.7	1.6	1.9

資料:沖縄県「平成 25 年度外国人観光客実態調査報告書」

カ. 交通機関

旅行形態で「観光付きのパッケージ旅行」が最も多いことから、交通機関では「貸切バス」が最も多くなり、次いで「レンタカー」となっている。

交通機関(国籍・地域別)



資料: 沖縄県「平成 25 年度外国人観光客実態調査報告書」

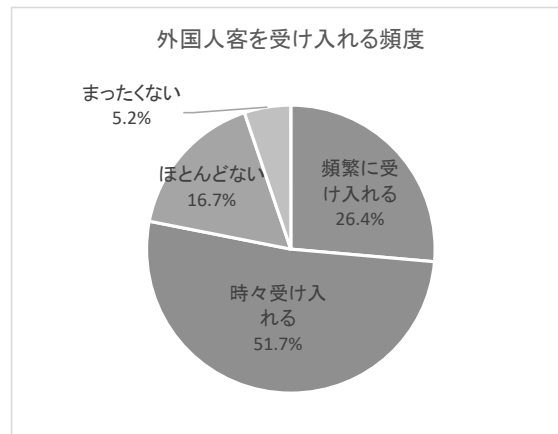
③北部地域の受け入れ状況

北部地域における外国人観光客の受け入れ課題について、平成 23 年度に実施された「外国人観光客受け入れに関する実態調査事業報告書」(沖縄県・(一財)沖縄観光コンベンションビューロー)より、以下のように要約する。

- ・ 北部地域においても外国人客の受け入れは年々増加
- ・ 新規開拓などで今後も受け入れ拡大を図っていきたいが、受け入れ環境の整備は進んでいない
- ・ 最も多くを占める課題は言語対応であるが、人材確保の困難などで対応が遅れている

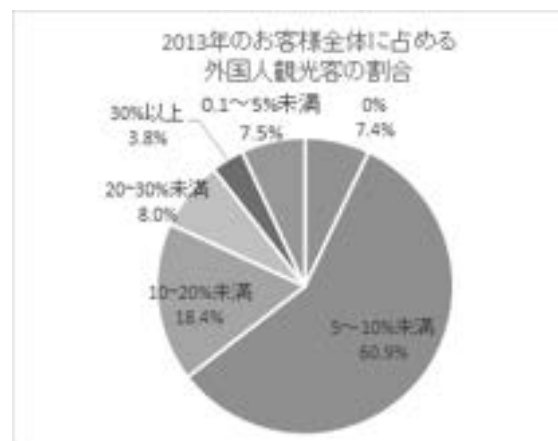
1. 外国人客を受け入れる頻度

項目	割合
頻繁に受け入れる	26.4%
時々受け入れる	51.7%
ほとんどない	16.7%
まったくない	5.2%



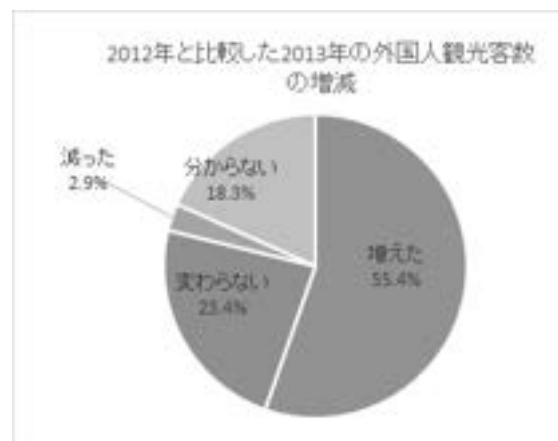
2. 2013 年のお客様全体に占める外国人観光客の割合

項目	割合
0.1～5%未満	7.5%
5～10%未満	60.9%
10～20%未満	18.4%
20～30%未満	8.0%
30%以上	3.8%
0%	7.4%



3. 2012 年と比較した 2013 年の外国人観光客数の増減

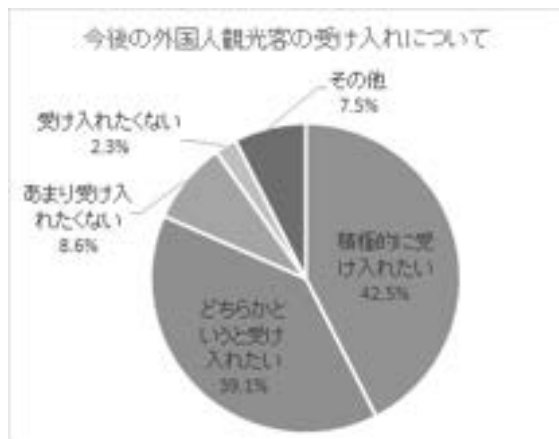
項目	割合
増えた	55.4%
変わらない	23.4%
減った	2.9%
分からない	18.3%



資料：沖縄県・OCVB「外国人観光客受け入れに関する実態調査事業報告書」

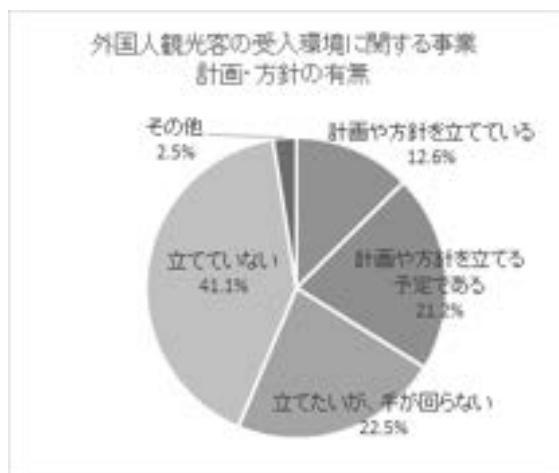
4. 今後の外国人観光客の受け入れについて

項目	割合
積極的に受け入れたい	42.5%
どちらかというと受け入れたい	39.1%
あまり受け入れたくない	8.6%
受け入れたくない	2.3%
その他	7.5%



5. 外国人観光客の受け入れ環境に関する事業計画・方針の有無

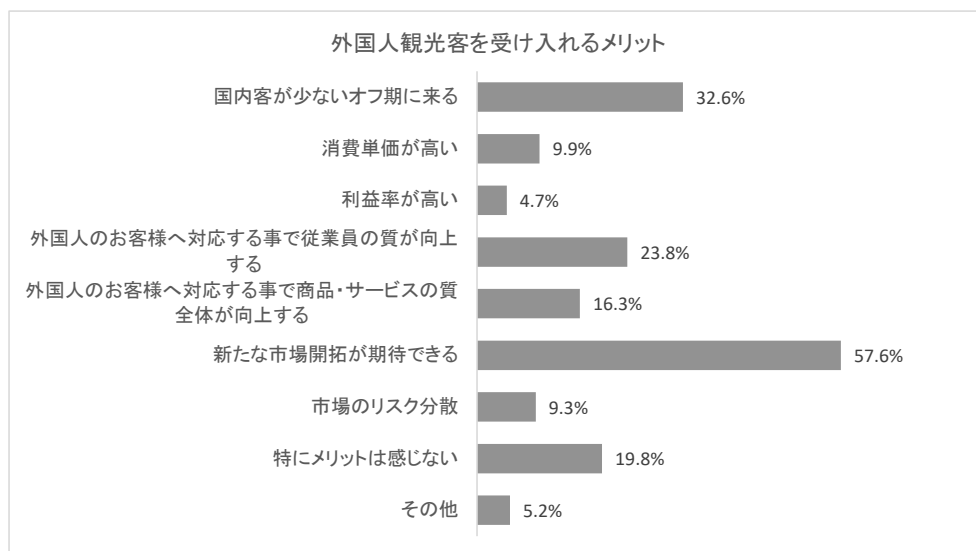
項目	割合
計画や方針を立てている	12.6%
計画や方針を立てる予定である	21.2%
立てたいが、手が回らない	22.5%
立てていない	41.1%
その他	2.5%



6. 外国人観光客を受け入れるメリット(複数回答)

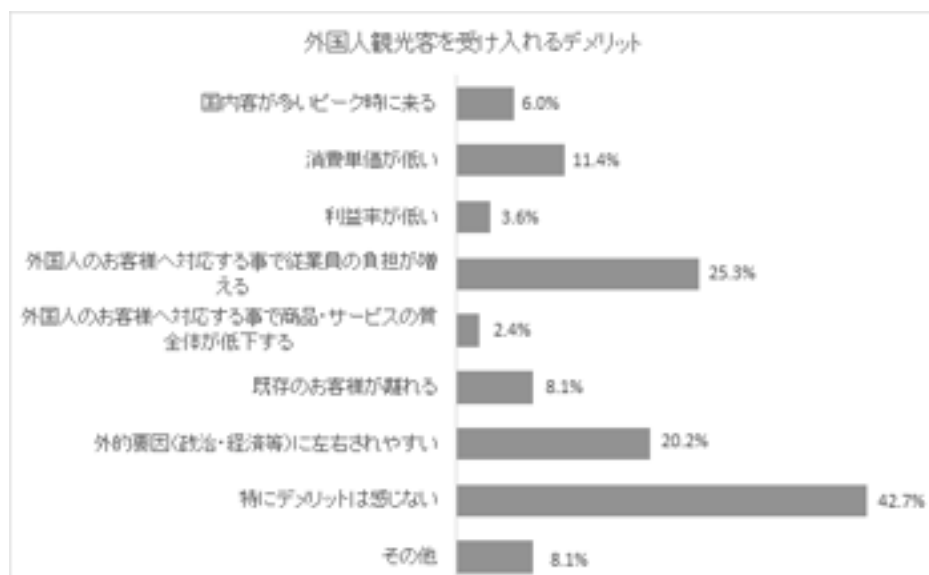
項目	割合
国内客が少ないオフ期に来る	32.6%
消費単価が高い	9.9%
利益率が高い	4.7%
外国人のお客様へ対応する事で従業員の質が向上する	23.8%
外国人のお客様へ対応する事で商品・サービスの質全体が向上する	16.3%
新たな市場開拓が期待できる	57.6%
市場のリスク分散	9.3%
特にメリットは感じない	19.8%
その他	5.2%

資料：沖縄県・OCVB「外国人観光客受け入れに関する実態調査事業報告書」



7. 外国人観光客を受け入れるデメリット(複数回答)

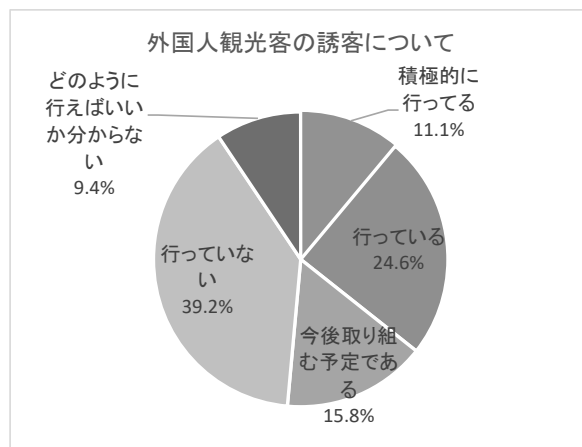
項目	割合
国内客が多いピーク時に来る	6.0%
消費単価が低い	11.4%
利益率が低い	3.6%
外国人のお客様へ対応する事で従業員の負担が増える	25.3%
外国人のお客様へ対応する事で商品・サービスの質全体が低下する	2.4%
既存のお客様が離れる	8.1%
外的要因(政治・経済等)に左右されやすい	20.2%
特にデメリットは感じない	42.7%
その他	8.1%



資料：沖縄県・OCVB「外国人観光客受け入れに関する実態調査事業報告書」

8. 外国人観光客の誘客について

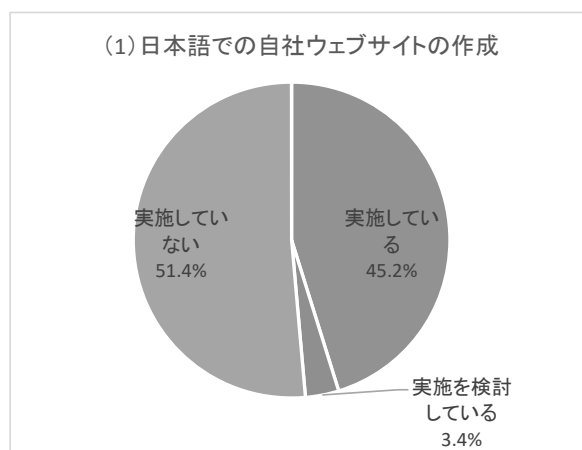
項目	割合
積極的に行ってる	11.1%
行っている	24.6%
今後取り組む予定である	15.8%
行っていない	39.2%
どのように行えばいいかわからない	9.4%



9. 外国人観光客の誘客にあたり、実施していること、または実施を検討していること

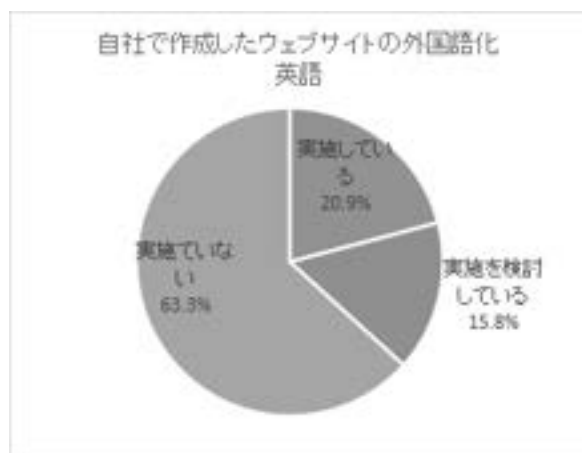
(1) 日本語での自社ウェブサイトの作成(外国人向けに限定しない)

項目	割合
実施している	45.2%
実施を検討している	3.4%
実施していない	51.4%



(2) 自社で作成したウェブサイトの外国語化
英語

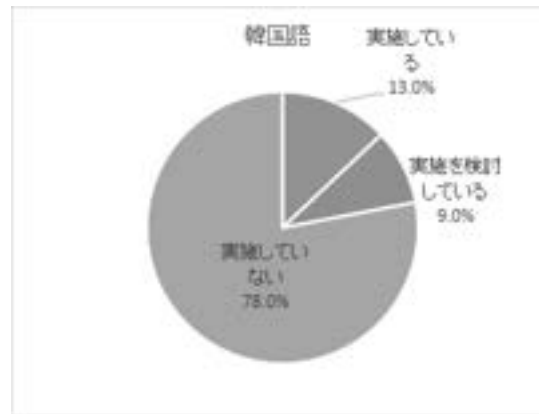
項目	割合
実施している	20.9%
実施を検討している	15.8%
実施していない	63.3%



資料：沖縄県・OCVB「外国人観光客受け入れに関する実態調査事業報告書」

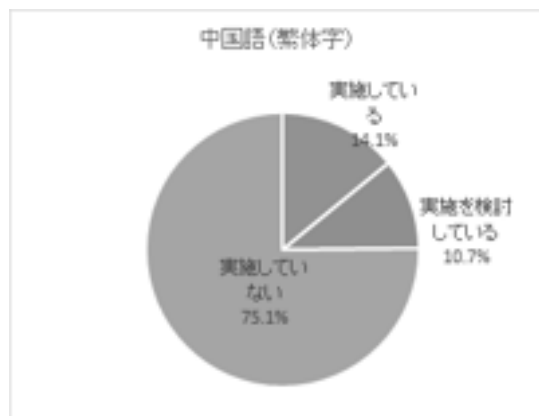
韓国語

項目	割合
実施している	13.0%
実施を検討している	9.0%
実施していない	78.0%



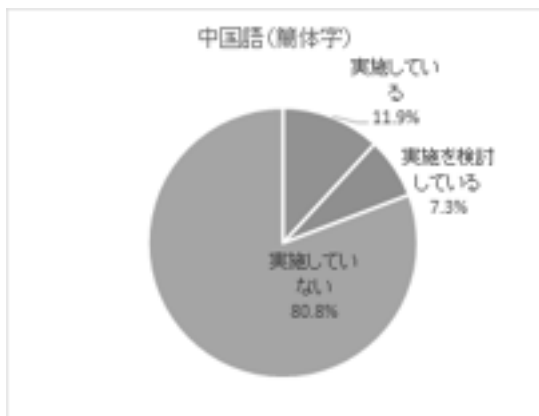
中国語(繁体字)

項目	割合
実施している	14.1%
実施を検討している	10.7%
実施していない	75.1%



中国語(簡体字)

項目	割合
実施している	11.9%
実施を検討している	7.3%
実施していない	80.8%



(3)自社パンフレット・POP等の集客ツールの外国語化

英語

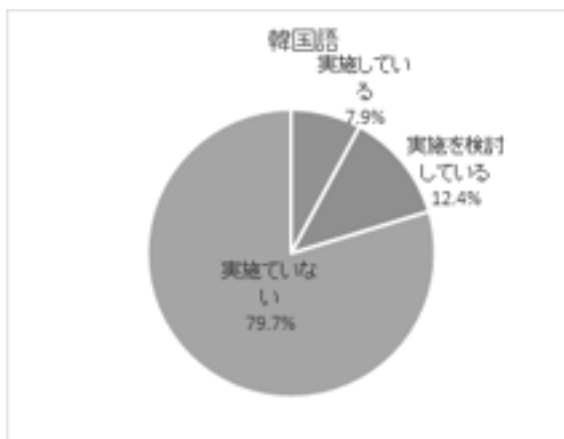
項目	割合
実施している	22.0%
実施を検討している	11.9%
実施していない	66.1%



資料：沖縄県・OCVB「外国人観光客受け入れに関する実態調査事業報告書」

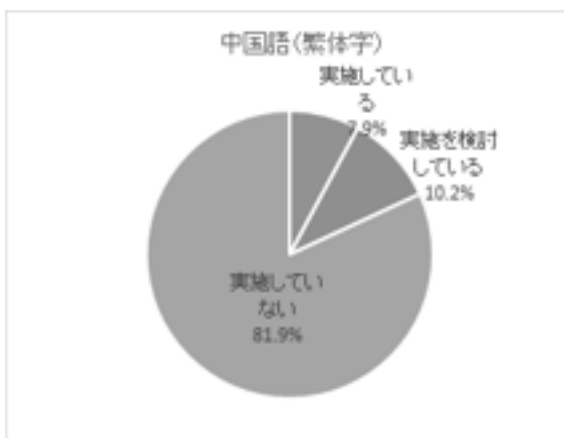
韓国語

項目	割合
実施している	7.9%
実施を検討している	12.4%
実施していない	79.7%



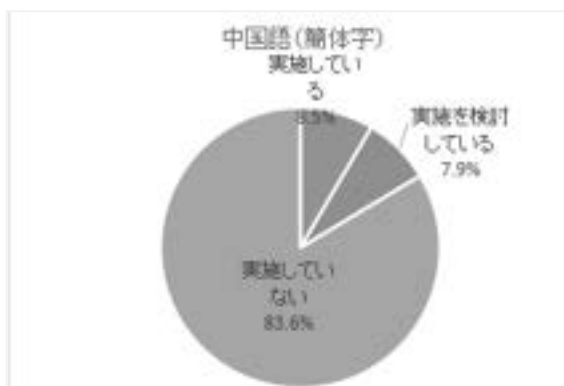
中国語(繁体字)

項目	割合
実施している	7.9%
実施を検討している	10.2%
実施していない	81.9%



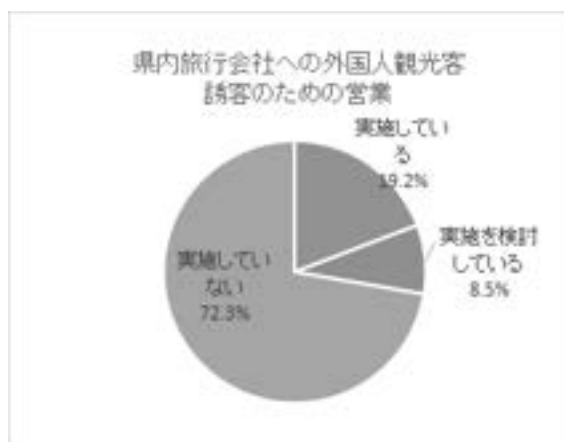
中国語(簡体字)

項目	割合
実施している	8.5%
実施を検討している	7.9%
実施していない	83.6%



(4) 県内旅行会社への外国人観光客誘客のための営業

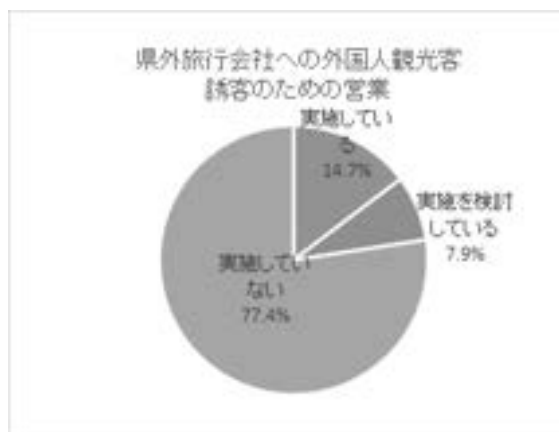
項目	割合
実施している	19.2%
実施を検討している	8.5%
実施していない	72.3%



資料：沖縄県・OCVB「外国人観光客受け入れに関する実態調査事業報告書」

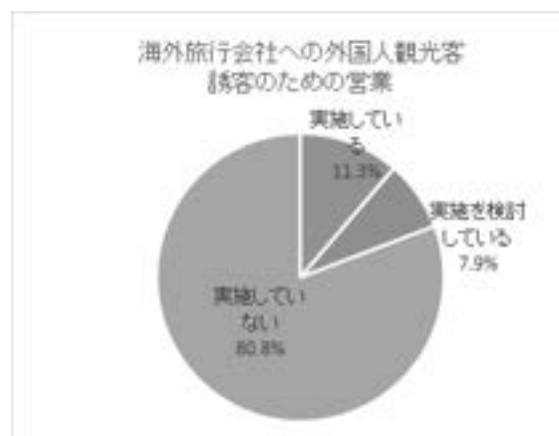
(5) 県外旅行会社への外国人観光客のための営業

項目	割合
実施している	14.7%
実施を検討している	7.9%
実施していない	77.4%



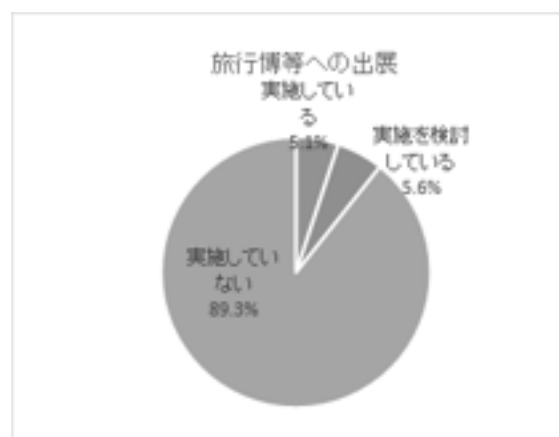
(6) 海外旅行会社への外国人観光客誘客のための営業

項目	割合
実施している	11.3%
実施を検討している	7.9%
実施していない	80.8%



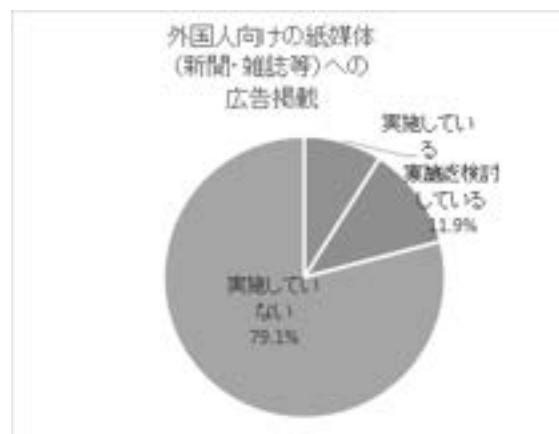
(7) 旅行博等への出展

項目	割合
実施している	5.1%
実施を検討している	5.6%
実施していない	89.3%



(8) 外国人向けの紙媒体(新聞・雑誌等)への広告掲載

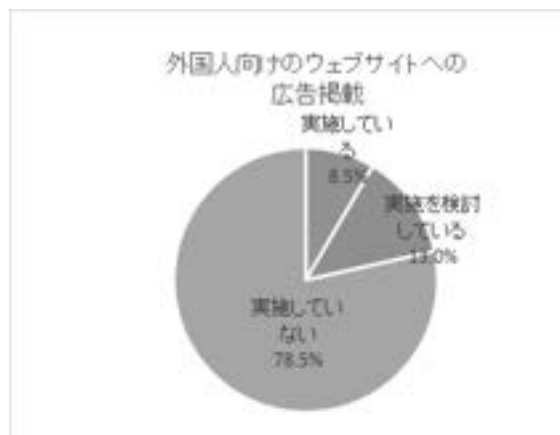
項目	割合
実施している	9.0%
実施を検討している	11.9%
実施していない	79.1%



資料：沖縄県・OCVB「外国人観光客受け入れに関する実態調査事業報告書」

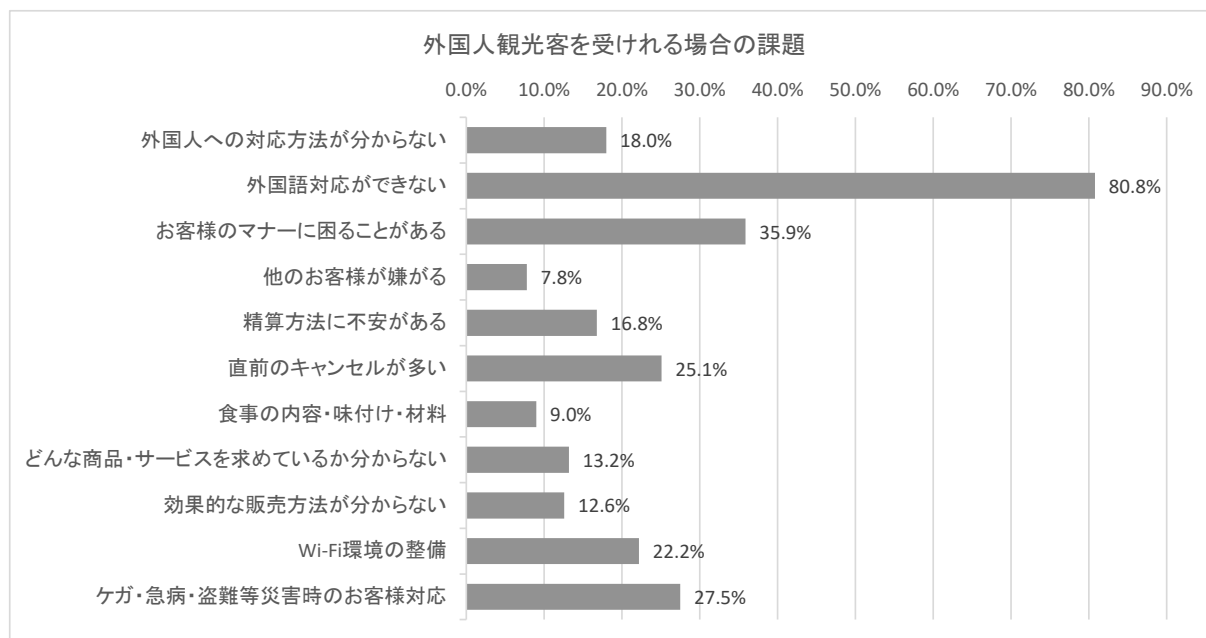
(9) 外国人向けのウェブサイトへの広告掲載

項目	割合
実施している	8.5%
実施を検討している	13.0%
実施していない	78.5%



10. 外国人観光客を受け入れる場合の課題(複数回答)

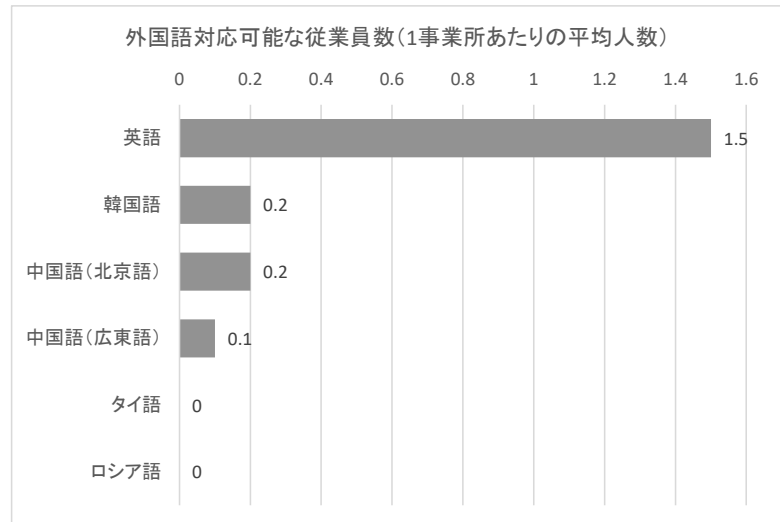
項目	割合
外国人への対応方法が分からない	18.0%
外国語対応ができない	80.8%
お客様のマナーに困ることがある	35.9%
他のお客様が嫌がる	7.8%
精算方法に不安がある	16.8%
直前のキャンセルが多い	25.1%
食事の内容・味付け・材料	9.0%
どんな商品・サービスを求めているか分からない	13.2%
効果的な販売方法が分からない	12.6%
Wi-Fi環境の整備	22.2%
ケガ・急病・盗難等災害時のお客様対応	27.5%



資料：沖縄県・OCVB「外国人観光客受け入れに関する実態調査事業報告書」

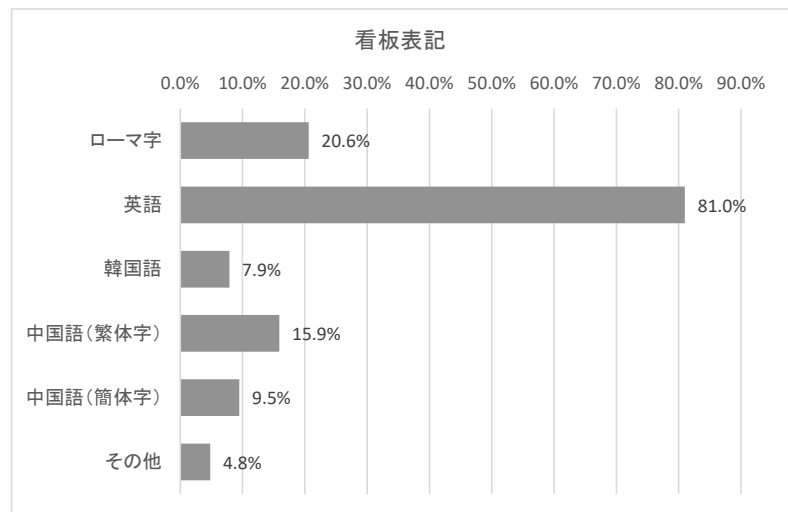
11. 応可能な従業員数(1事業所あたりの平均人数)

項目	人数
英語	1.5
韓国語	0.2
中国語(北京語)	0.2
中国語(広東語)	0.1
タイ語	0
ロシア語	0



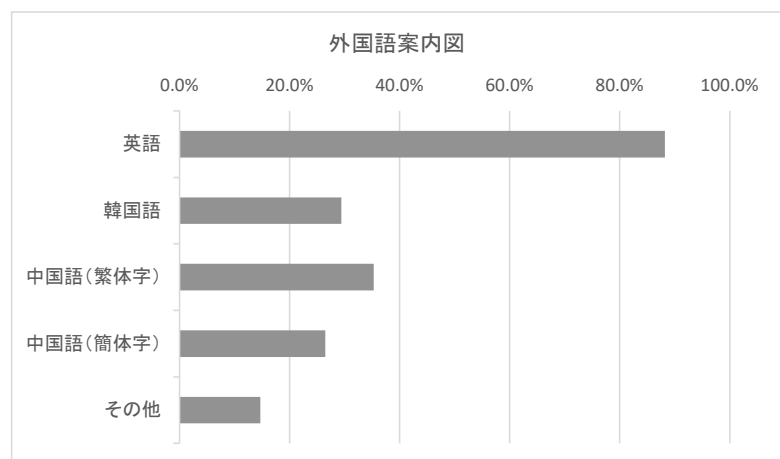
12. 看板表記

項目	割合
ローマ字	20.6%
英語	81.0%
韓国語	7.9%
中国語(繁体字)	15.9%
中国語(簡体字)	9.5%
その他	4.8%



13. 外国語案内図

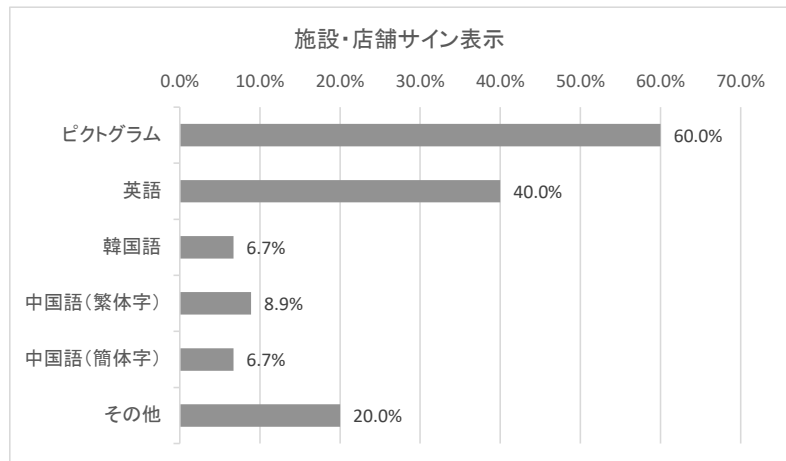
項目	割合
英語	88.2%
韓国語	29.4%
中国語(繁体字)	35.3%
中国語(簡体字)	26.5%
その他	14.7%



資料：沖縄県・OCVB「外国人観光客受け入れに関する実態調査事業報告書」

14. 施設・店舗サイン表示

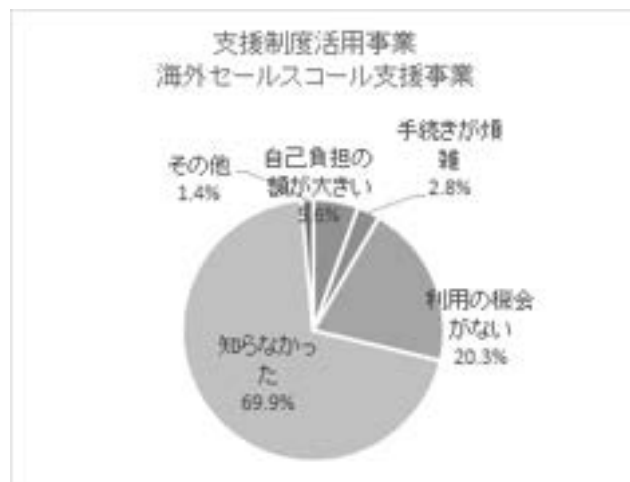
項目	割合
ピクトグラム	60.0%
英語	40.0%
韓国語	6.7%
中国語(繁体字)	8.9%
中国語(簡体字)	6.7%
その他	20.0%



15. 施設利用活用状況

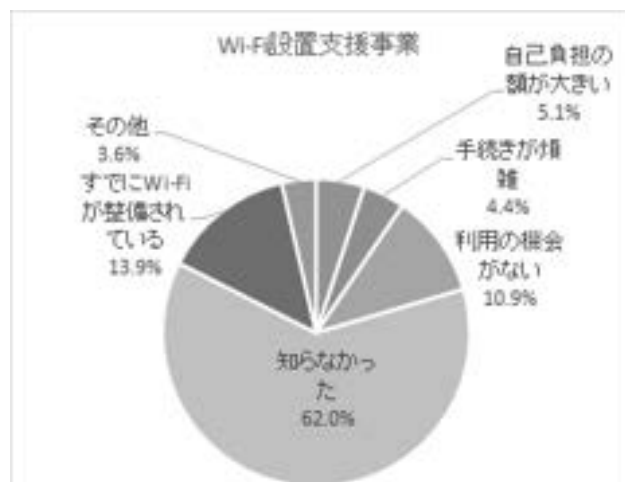
《海外セールスコール支援事業》

項目	割合
自己負担の額が大きい	5.6%
手続きが煩雑	2.8%
利用の機会がない	20.3%
知らなかった	69.9%
その他	1.4%



《Wi-Fi 設置支援事業》

項目	割合
自己負担の額が大きい	5.1%
手続きが煩雑	4.4%
利用の機会がない	10.9%
知らなかった	62.0%
すでにWi-Fiが整備されている	13.9%
その他	3.6%



資料：沖縄県・OCVB「外国人観光客受け入れに関する実態調査事業報告書」

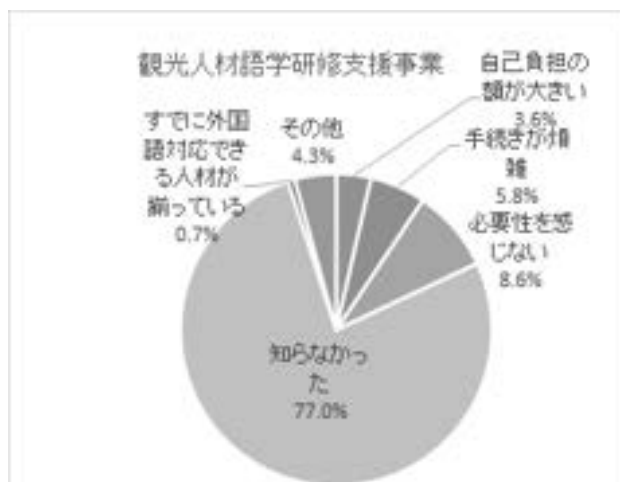
《翻訳支援事業》

項目	割合
自己負担の額が大きい	5.9%
手続きが煩雑	3.7%
必要性を感じない	11.0%
知らなかった	72.8%
すでに翻訳整備されている	2.2%
その他	4.4%



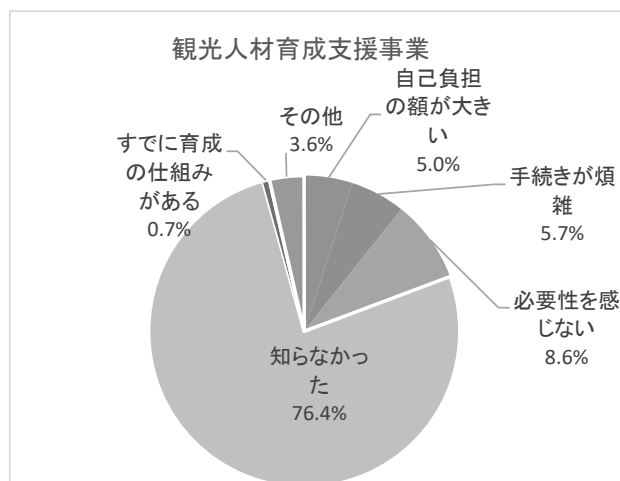
《観光人材語学研修支援事業》

項目	割合
自己負担の額が大きい	3.6%
手続きが煩雑	5.8%
必要性を感じない	8.6%
知らなかった	77.0%
すでに外国語対応できる人材が揃っている	0.7%
その他	4.3%



《観光人材育成支援事業》

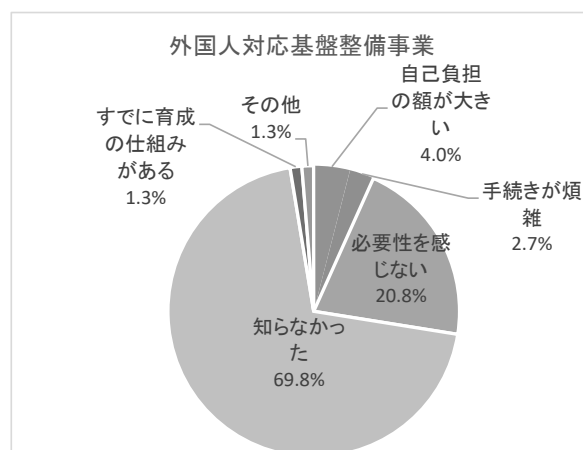
項目	割合
自己負担の額が大きい	5.0%
手続きが煩雑	5.7%
必要性を感じない	8.6%
知らなかった	76.4%
すでに育成の仕組みがある	0.7%
その他	3.6%



資料：沖縄県・OCVB「外国人観光客受け入れに関する実態調査事業報告書」

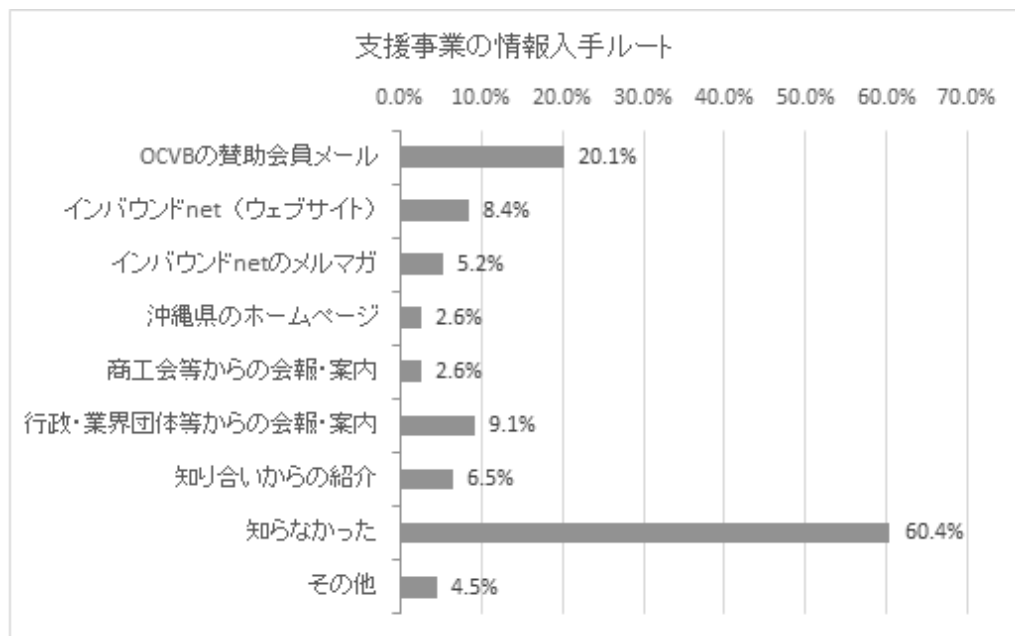
《外国人対応基盤整備事業》

項目	%
自己負担の額が大きい	4.0%
手続きが煩雑	2.7%
必要性を感じない	20.8%
知らなかった	69.8%
すでに育成の仕組みがある	1.3%
その他	1.3%



16. 支援事業の情報入手ルート

項目	%
OCVB の賛助会員メール	20.1%
インバウンド net(ウェブサイト)	8.4%
インバウンド net のメルマガ	5.2%
沖縄県のホームページ	2.6%
商工会等からの会報・案内	2.6%
行政・業界団体等からの会報・案内	9.1%
知り合いからの紹介	6.5%
知らなかった	60.4%
その他	4.5%



資料：沖縄県・OCVB「外国人観光客受け入れに関する実態調査事業報告書」

沖縄県・OCVB へのご意見・要望(北部地域の業者のみ)

業種	意見・要望
宿泊業	Wi-Fi 設置支援事業に興味があります！是非お聞かせください。
	講習会や情報等、積極的に参加していきたい。
	支援内容を知りたい。
	空港基盤インフラの整備、質の向上・人材育成・ヨーロッパ、特に北欧への周知活動。
	当ペンションの地区は、世界遺産(今帰仁城跡)があり、海洋博公園も近く、ロケーションは最高なのに光回線、ADSL さえも通っておらず、外国人を受け入れたいのに積極的になれません。Wi-Fi がなければ、まず外国人は来ません！！都市部だけ見るのではなく、郊外、農村部にもインパウンドの波は来ています。早急な、早急な対応をお願いいたします！！ウェブには「Wi-Fi なし」と書いていても、気づかずに予約して来た外国人から、「ない」「不便」とクチコミであちこちに書かれます。恥ずかしいです。
	韓国は「オルレ」(トレッキング)の人気上昇で、問い合わせが急増。県内アメリカ軍人の利用も少しずつ増加。ただ3年間の村からの指定管理のため、色々と制約が多く、またこちらでお金をかけて整備する意味も疑問。いい所なので、ぜひ来てほしいのですが。
	古宇利島、大橋へ行きたい外国のお客様が非常に多いです。しかし、交通手段が車以外になく、バスの乗り入れが現況ありません。また、那覇空港から、やんばる(北部)への夜遅いバスの対応が不備です。車以外での沖縄での観光を求められているお客様が多いです。
	当施設の運営は、すべてにおいて中途半端の為、県全体の外国人観光客誘客向上には役に立ちそうもありません。すいません。
	OCVB の活動に時には、尚さんの声を送りたい。これからも、中小の宿泊施設に更なるメッセージをお願いします。
	確かにアジア圏は重要だが、日本で一番世界遺産の多い沖縄はもっとヨーロッパ諸国の集客を考えるべきではないのか。あとアジア圏のお客様のマナーに対する考えはもっと高いレベルで考えるべき。
	もっと有効な情報等を発信してほしい。
	道路標識、交通インフラの整備。
	取り組み不足。
	OCVB の支援事業などをもっと広告してほしい。
	・無料 Wi-Fi が使える環境の整備。・公共施設の和式トイレの洋式化 都市部だけでなく、やんばるにもインパウンド受け入れ態勢整備が急務です。特に Wi-Fi を入れたくても、光どころか ADSL さえ通ってない地域もあり、施設側がお金を出す以前の問題です。ぜひぜひ地域の一部ではなく、全域の光回線化を早急におねがいいたします。そしてトイレに関しては、もう和式なんて使う人は日本人でも超少数派です、外国人となると和式など見たこともない、使い方がわからない状況です。ぜひ公共施設、特に世界遺産名所のトイレの早急な洋式化をお願いいたします。ホント、先進国として恥ずかしいです…
	解りやすく・手続き等シンプルにしていきたい
	飲食、宿泊施設、物販と言うような、各事業に対応した会話集の作成
	いつも様々な情報提供ありがとうございます。今後ともよろしくお願いいたします。

業種	意見・要望
	上記にあった支援体制などの、情報が知らなかったのもっと広く知る体制をとってもらいたい。また、その場合、県内何箇所かで実施してほしい。一人で経営しているので、那覇まで通うには時間が取りづらいため。
	順調に伸びているようなのでよろしいかと思います。
	沖縄県として観光客、特に外国人をもっと呼びたいのであれば、民間施設へのもっと積極的かつ大胆な助成金や支援金を出して欲しい。外国人観光客が問い合わせる窓口やホームページを用意して頂いて、そこに当施設の情報を無料で掲載して欲しい。
飲食業	国際線ターミナルも完成し、これから受け入れについても、かなりの商業的に重要となると考える。 OCVB の県内事業(飲食業)のより以上の紹介をお願いしたい。
	店に寄ってくれる外国人は、こちらの言葉を理解しようとする感じが強いです。我々もいろいろ工夫していますが、ケガ、急病等の対応はできないと思います。言葉がおいつきません
	個人店では、販促に十分な発信ができません。海外のお客様は、青い海、自然、そして食が美味である事もうれしいようです。個人店にももっと気軽に外国への発信できる機会がほしいです。よろしくおねがいします。
	外国からの取材発生がたびたび。通訳者がついています。取材時間を短縮するために、資料外国語が必要だと感じる。
	タブレット端末等の翻訳アプリをつかったお客様対応であれば、早く、県全体に受皿ができてくると思います。また、外国語に対してのハードルも下がり、自社努力への誘導もしやすいのではないかと思います。タブレット端末等の貸出し、翻訳アプリ開発、また支援を希望します。
	賛助会員メール登録を知らなかったのも、これから利用したいです。零細企業でも活用出来る様に自己負担額を少なく、か、初回は無料であるとかしてほしいです。外国語講座(夜間)を事業で取り入れてほしい(すでにあるとは思いますが、知らないのも)。
	事業者向けにインバウンドセミナーをしてほしいです。
	文化が違うので、日本に来てのマナーを多く発信してほしい。
	訪れる観光客の国内情報や習慣、観光事情などを知ることができたらうれしいです。(ベスト5の国くらい)OCVB は各国への勧誘をどのような内容で発信しているのか、そしてどんなイメージで沖縄を訪れているか、観光客の期待するものを知りたいです。(小さい事務所なのでアンケートは役に立たないかもしれませんが、すいません!!)
観光施設・土産店	外国人は、よくいらっしゃってうれしいのですが、言葉が通じないのがちょっと、ゆきとどこかないところがある。
	よく考えたいと思います。工芸関係で一度、説明会やってもらいたいです。コンベンションビューローの業務内容知りませんでした。
	人材の育成が最も大切ですが、それには時間とお金がかかります。その間に至急設備を充実していただきたいと思うのは、街中の情報(道案内など)や交通ルールなど、基本的なことから改善していくのがいいと思います。

業種	意見・要望
	英語圏のお客様に関しては、どうにか対応しているところですが、その他に関してはまるでわからない（文化、嗜好、タブーなど）のでくわしい情報があればと・・・。
小売業	すばらしいパンフ（告知物等）があるのは、知っているが、こちらから要求しないと手配できない。例）水族館・首里城のパンフ（外国語バージョン）
	受け入れの体制を万全にする為、事前告知があると良いかと思う。
	外国人の利用者少ない。
	語学研修など、近場でなおかつ無料であればぜひ利用したいです。
	簡単な冊子でも良いので、外国人を迎える時の”おもてなし”Book が、指指しシート等現場で即活用できるツールがあると助かります。
アクティビティ	活動内容（支援）を末端へ伝えるにはどうしたら良いのか？を更に考えてほしい！（軽費で）
	外国人受け入れを頑張っている県外などへ学びに行く機会など成り立つ支援があるといい。事例から、どの
	ように誘客できるか見えてくるはずなので。
	沖縄観光資源のポータルサイト（多言語）の制作を是非ともお願いします。
その他（農家）	私は農家であり、上記アンケートはなじまないと思う。

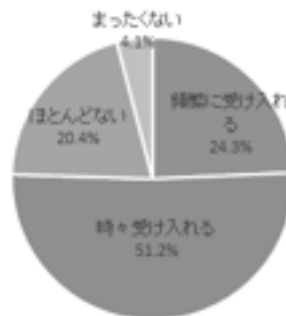
④県内・宿泊業の受け入れ状況

県内の宿泊業における外国人観光客の受け入れ課題について、前項と同様に平成 23 年度に実施された「外国人観光客受け入れに関する実態調査事業報告書」(沖縄県・(一財)沖縄観光コンベンションビューロー)より、以下のように要約する。

- 全県的に外国人客の受け入れは年々増加
- 今後も受け入れ拡大を図っていきたいと考えているが、受け入れ環境の整備については対応がまだまだという状況である

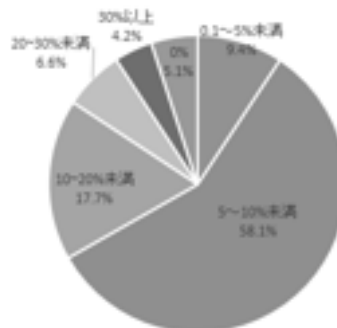
1. 外国人客を受け入れる頻度

項目	%
頻繁に受け入れる	24.3%
時々受け入れる	51.2%
ほとんどない	20.4%
まったくない	4.1%



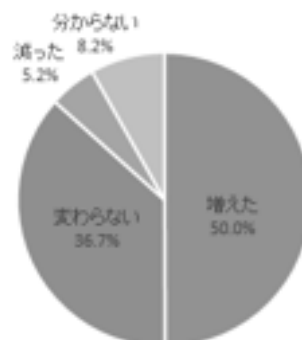
2. 2013 年のお客様全体に占める外国人観光客の割合

項目	%
0.1~5%未満	9.4%
5~10%未満	58.1%
10~20%未満	17.7%
20~30%未満	6.6%
30%以上	4.2%
0%	5.1%



3. 2012 年と比較した 2013 年の外国人観光客数の増減

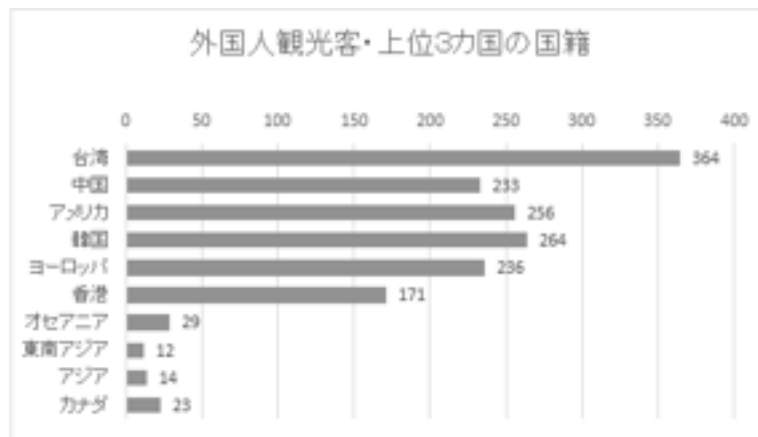
項目	%
増えた	50.0%
変わらない	36.7%
減った	5.2%
分からない	8.2%



資料：沖縄県・OCVB「外国人観光客受け入れに関する実態調査事業報告書」

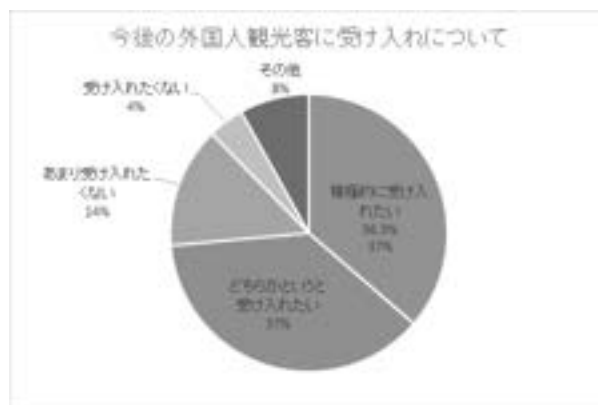
4. 外国人観光客・上位3カ国の国籍

国籍	点
台湾	364
中国	233
アメリカ	256
韓国	264
ヨーロッパ	236
香港	171
オセアニア	29
東南アジア	12
アジア	14
カナダ	23



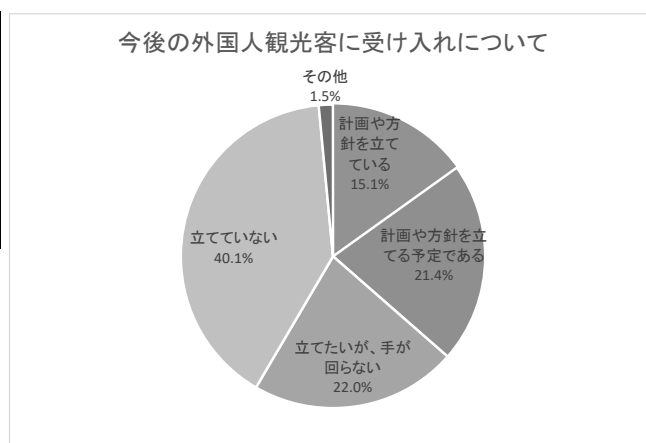
5. 今後の外国人観光客の受け入れについて

項目	%
積極的に受け入れたい	36.3%
どちらかというと受け入れたい	37.2%
あまり受け入れたくない	14.1%
受け入れたくない	4.2%
その他	8.1%



6. 外国人観光客の受け入れ環境に関する事業計画・方針の有無

項目	%
計画や方針を立てている	15.1%
計画や方針を立てる予定である	21.4%
立てたいが、手が回らない	22.0%
立てていない	40.1%
その他	1.5%



資料：沖縄県・OCVB「外国人観光客受け入れに関する実態調査事業報告書」

⑤関係機関ヒアリングによる現状把握

インバウンドにおける現況や課題について、(一財)沖縄観光コンベンションビューローへのヒアリングより、以下のとおり整理する。

1. ホテルや飲食、物販、交通サービスなど受け入れ側からよく利用されている支援サービスはについて

- ・ Wi-Fi 設置支援事業はホテル、飲食や物販からの要請が多い。
- ・ 翻訳支援。
- ・ 人材研修。
- ・ 団体、企業単位への講師派遣。

2. 多言語コールセンターの利用状況について

- ・ 来沖前の問い合わせが多数ある。
- ・ 言語別の問い合わせ数は中国語が多い。
- ・ 情報提供についての問い合わせが多い。とりわけ交通に関する問い合わせが多く、来訪者はバスの乗り方や目的地へのバスに乗ればいいのかわからない。
- ・ 中部地区に宿泊した外国人観光客が路線バスを乗り継いで、美ら海水族館に行くのが困難な状態。那覇からだ直通でバスが出ているが、最終便の時間が早いので飛行機の機到時刻によつてはバスに乗りそびれることがある。そうなった場合、すでに予約していた北部のホテルをキャンセルして那覇で新たにホテルを取るために問い合わせをしたという観光客が多い。
- ・ 観光施設についての問い合わせは、入場料や営業時間などの問い合わせが多い。
- ・ 琉球海炎祭のような花火イベントについての問い合わせが増えてきている。手持ち花火はどこで購入できるのか、ホテルで花火をしても良いのかという問い合わせがある。
- ・ 買物についての問い合わせが増えており、商品名だけでなく、型番や色を指定してそれがどこで購入できるのかという問い合わせがある。
- ・ 商品を日本アマゾンで購入した場合、海外配送ができないので日本のホテルで受け取れるのかといった問い合わせもある。

3. コールセンターで対応している人材について

- ・ 専門業者に委託。スタッフは合計 17 名おり、中国語 10 名（全員ネイティブ）韓国語 4 名（ネイティブ 2 名）英語 3 名（全員日本人）となっている。
- ・ スタッフの条件は 3 言語の中からどれかを話せること、日本語スキルはネイティブレベルを求めている。日本人であれば、話す言語がネイティブレベルで語学留学や海外生活経験者を優遇している。
- ・ 観光情報に関しての知識は無いので研修を実施し、今まで集積したデータベースを参照しながら観光客に対応している。すぐに回答できない場合は、調べて折り返し回答している。

- ・年度ごとに委託事業者が変わってしまい、スタッフのレベルにバラツキが生じ情報集積が困難になっていたため、次年度から方法を変更しコールセンターの案内は OCVB が日本人スタッフを使って引き受け、通訳のみ外部委託を考えている。
- ・OCVB が行った調査によると、コールセンターを利用しなかった理由としてジェスチャーや翻訳アプリを活用し、問題を解決した観光客が多かったという。

4. 重点地域について

- ・重点市場としては、直行便が就航している 4 地点（韓国、台湾、香港、中国大陆）である。
- ・戦略開拓市場として、今後観光客数が増える見込みのある東南アジアを考えている。
- ・その他、新規市場としてオーストラリア、ロシアなどを想定している。

5. やんばる地域に特化した課題や問題点について

- ・Wi-Fi の設置に関してだが、北部地域の中で光回線に対応していない地域がある。
- ・地域に入って地域の自然や風景を楽しむ観光が近年増えてきているが、大宜味村の喜如嘉集落に観光客が入ってきて迷惑駐車をしているという報告を受けた。そのため注意喚起を観光客に向けて促しているが、なかなか周知が進んでいない。
- ・最近与那覇岳が外国人に人気があるのだが、駐車場や登山道の整備が不十分なうえに頂上まで登っても木が剪定されておらず、眺めが悪いといった意見があった。国頭村に問い合わせたところ、自然保護の観点から特段の整備はしていないとのことであった。また、自然を生かした整備手法を望む意見もあった。
- ・語学の問題は非常に重要であるため、ホテル側が講師を招くなどして、対策を立てているが何らかの支援が必要だと思っている。

(4)クルーズ船受け入れの現状

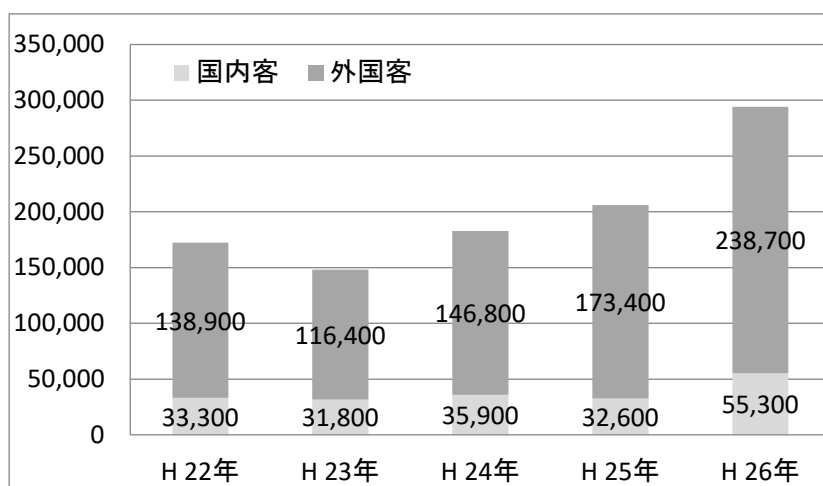
1)沖縄県全体でのクルーズ船受け入れ状況

①クルーズ客数の推移

平成26年(暦年)におけるクルーズ客は29万4千人で、前年比143%(8万8千人増)となっている。特に、外国人観光客の増加が目立ち、前年比138%(6万5千人増)となっている。

図表 クルーズ客の推移(暦年)

(単位:人)



図表 入域観光客数(空路海路別)

(単位:人)

	入域観光客数(総数)			空路海路別内訳					
				空路計			海路計		
		国内客	外国客	空路計	国内客	外国客	海路計	国内客	外国客
H 22年	5,855,100	5,570,400	284,700	5,682,900	5,537,100	145,800	172,200	33,300	138,900
H 23年	5,415,500	5,135,500	280,000	5,267,300	5,103,700	163,600	148,200	31,800	116,400
H 24年	5,835,800	5,459,100	376,700	5,653,100	5,423,200	229,900	182,700	35,900	146,800
H 25年	6,413,700	5,862,900	550,800	6,207,700	5,830,300	377,400	206,000	32,600	173,400
H 26年	7,056,200	6,162,700	893,500	6,762,200	6,107,400	654,800	294,000	55,300	238,700

資料:沖縄県「入域観光客統計月報」より

②クルーズ客の国籍別状況

平成 26 年(暦年)における国籍別海路の入域状況は、「台湾」が 39%で最も多くを占めており、次いで「中国本土」の 14%となっている。「その他」について他外国及び乗務員などが含まれている。

図表 国籍別海路の入域状況

(単位:人)

	台湾	韓国	中国本土	香港	アメリカ	その他	合計
1 月	0	100	7,700	0	0	2,700	10,500
2 月	0	0	0	0	1,200	3,500	4,700
3 月	0	0	4,900	0	500	2,600	8,000
4 月	10,900	0	0	0	1,500	11,300	23,700
5 月	18,100	1,100	3,200	100	100	15,600	38,200
6 月	11,500	0	3,400	0	100	11,800	26,800
7 月	10,000	0	6,200	100	0	11,000	27,300
8 月	14,200	0	0	0	100	10,500	24,800
9 月	16,300	100	4,200	1,000	200	16,200	38,000
10 月	11,000	0	4,300	500	1,000	15,600	32,400
11 月	0	500	0	0	700	2,600	3,800
12 月	0	0	0	0	0	500	500
合計	92,000	1,800	33,900	1,700	5,400	103,900	238,700
構成比	38.5%	0.8%	14.2%	0.7%	2.3%	43.5%	100.0%

資料:沖縄県「入域観光客統計月報」より

③北部地域におけるクルーズ客受け入れ状況(本部港)

北部地域においては、本部港にて受け入れを行っている。近年の受け入れ状況は以下のとおりである。

- 平成 24 年 0 回
- 平成 25 年 1 回 (ぱしふいっくびいなす)
- 平成 26 年 2 回 (ぱしふいっくびいなす／シルバーディスカバラー)
- 平成 27 年 1 回 (シルバーディスカバラー) ※入港予定

2) 沖縄に寄港するクルーズ船の状況

① 寄港状況

(単位: 回)

	那覇港	平良港	石垣港	中城湾港	本部港	座間味港	徳仁港 (久高島)	船浮港 (西表島)	祖納港 (与那国島)	南大東	合計
H9 年	61	0	56	0	0	12	0	0	0	0	129
H10 年	40	1	8	9	4	11	0	0	0	0	73
H11 年	14	15	55	84	1	0	0	0	0	0	169
H12 年	37	4	49	25	1	0	0	0	0	0	116
H13 年	61	0	21	0	0	0	0	0	0	0	82
H14 年	52	0	40	0	0	0	0	0	0	0	92
H15 年	26	9	6	19	10	0	0	0	0	0	70
H16 年	30	22	27	7	1	0	0	0	0	0	87
H17 年	34	23	32	0	1	0	0	0	0	0	90
H18 年	14	0	3	3	0	1	0	0	0	0	21
H19 年	30	2	28	1	0	0	0	0	0	0	61
H20 年	56	3	40	1	0	0	0	0	0	0	100
H21 年	57	2	38	0	0	0	0	0	0	0	97
H22 年	52	0	47	0	1	2	0	0	0	0	102
H23 年	53	5	49	2	2	0	1	0	0	0	112
H24 年	67	5	52	0	0	1	0	0	0	0	125
H25 年	56	1	65	0	1	1	0	2	0	0	126
H26 年	80	3	73	0	2	2	0	2	0	0	162
H27 年	101	1	96	0	1	1	1	2	2	1	206 (予定)

資料: 内閣府沖縄総合事務局調べ(平成 27 年 2 月 27 日発表)

① 航路

沖縄に寄港するクルーズ船は主に那覇港と石垣港を利用するため、両港に寄港する国内外のクルーズ船の状況を以下に整理する。

■ 那覇港(国内)

船 名	総トン数(t)	全長(m)	前港	次港
Azamara Journey	30,277	181	石垣	東京
SAPPHIRE PRINCESS	116,000	290	大阪	長崎
SUN PRINCESS	77,441	261	名瀬	石垣
Voyager	15,396	153	長崎	石垣
につぽん丸	22,472	167	-	名瀬
につぽん丸	22,472	167	那覇発着(新宮-那覇-西表-座間味-那覇)	
ぱしふいつくびいなす	26,594	183	大分	大分
ぱしふいつくびいなす	26,594	183	那覇発着(与論-那覇-屋久島-那覇)	
ぱしふいつくびいなす	26,594	183	平良	古仁屋
ぱしふいつくびいなす	26,594	183	喜界島	本部
ぱしふいつくびいなす	26,594	183	平良	横浜
飛鳥Ⅱ	50,142	241	鹿児島	八代
飛鳥Ⅱ	50,142	241	鹿児島	柚津

資料: 那覇港管理組合ホームページのクルーズ客船入港予定(2014)を参考に作成

■那覇港(国外)

船 名	総トン数(t)	全長(m)	前港	次港
CELEBLITY MILLENNIUM	90,228	294	上海	基隆
COSTA ATLANTICA	85,619	293	ボラカイ	済州
COSTA ATLANTICA	85,619	293	済州	上海
COSTA ATLANTICA	85,619	293	上海	上海
COSTA VICTORIA	75,166	253	香港	香港
COSTA VICTORIA	75,166	253	上海	香港
COSTA VICTORIA	75,166	253	上海	厦門
COSTA VICTORIA	75,166	253	仁川	名瀬
CRYSTAL SERENITY	68,870	250	サイパン	横浜
DIAMOND PRINCESS	115,875	288	横浜	花蓮
DIAMOND PRINCESS	115,875	288	大阪	基隆
HENNA	47,262	223	上海	上海
HENNA	47,262	223	青島	青島
NAUTICA	30,277	180	基隆	神戸
OCEAN DREAM	35,265	205	基隆	長崎
SAPPHIRE PRINCESS	116,000	290	ホノルル	上海
SAPPHIRE PRINCESS	116,000	290	基隆	基隆
SAPPHIRE PRINCESS	116,000	290	上海	済州島
Seven Seas Voyager	42,363	207	基隆	上海
SILVER WHISPER	28,258	186	上海	基隆
SUPERSTAR AQUARIUS	51,309	230	基隆	石垣
SUPERSTAR AQUARIUS	51,309	230	高雄	基隆
SUPERSTAR AQUARIUS	51,309	230	高雄	石垣
SUPERSTAR AQUARIUS	51,309	230	石垣	基隆
SUPERSTAR VIRGO	75,338	268	済州	厦門
SUPERSTAR VIRGO	75,338	268	石垣	厦門
VOLENDAM	60,906	238	基隆	清水
Voyager of the Seas	137,276	311	基隆	基隆
Voyager of the Seas	137,276	311	済州島	香港
Voyager of the Seas	137,276	311	上海	済州島
Voyager of the Seas	137,276	311	神戸	基隆
Voyager of the Seas	137,276	311	長崎	香港
Voyager of the Seas	137,276	311	厦門	香港
につぼん丸	22,472	167	那覇	石垣
ぱしふいつく びいなす	26,594	183	那覇発着(石垣－基隆－那覇)	
飛鳥Ⅱ	50,142	241	那覇発着(基隆－石垣－西表－平良－那覇)	

資料: 那覇港管理組合「那覇港クルーズ客船入港予定(2014)」を参考に作成

■石垣港(国内)

船 名	総トン数(t)	全長(m)	旅客定員	前港	次港
SUPERSTAR AQUARIUS	51,309	229.8	2,100	那覇	那覇
につぼん丸	21,903	166.6	607	那覇	座間味

資料: 石垣市「2014 年石垣港客船入港予定表」を参考に作成

■石垣港(国外)

船 名	総トン数(t)	全長(m)	旅客定員	前港	次港
Azamara Journey	30,277	180	694	基隆	那覇
飛鳥Ⅱ	50,142	241.0	800	基隆	座間味
SUN PRINCESS	77,441	261.3	1,990	花蓮	花蓮
SUN PRINCESS	77,441	261.3	1,990	那覇	花蓮
SUN PRINCESS	77,441	261.3	1,990	花蓮	那覇
SUN PRINCESS	77,441	261.3	1,990	基隆	那覇
SUN PRINCESS	77,441	261.3	1,990	基隆	基隆
Sirver Discoverer	5,218	103.0	120	基隆	花蓮
SUPERSTAR AQUARIUS	51,309	229.8	2,100	那覇	花蓮
SUPERSTAR AQUARIUS	51,309	229.8	2,100	那覇	高雄
SUPERSTAR AQUARIUS	51,309	229.8	2,100	基隆	那覇
SUPERSTAR AQUARIUS	51,309	229.8	2,100	西表	基隆
SUPERSTAR AQUARIUS	51,309	229.8	2,100	基隆	基隆
SUPERSTAR AQUARIUS	51,309	229.8	2,100	那覇	基隆
SUPERSTAR AQUARIUS	51,309	229.8	2,100	基隆	基隆
SUPERSTAR VIRGO	75,338	261.3	2,000	厦門	那覇
ドイツランド	22,496	175.5	520	上海	基隆
にっぽん丸	21,903	166.6	607	那覇	基隆
ぱしふいつくびいなす	26,594	183.4	680	基隆	西表
フォーレンダム	61,214	237.9	1,440	台北	奄美大島

資料:石垣市「2014 年石垣港客船入港予定表」を参考に作成

②沖縄に寄港するクルーズ船のスペック(規模、乗船数、国籍)

沖縄に寄港するクルーズ船のスペックをみると、外国籍のクルーズ船は 1,000～3,000 人規模となっていることがわかる。

船名	総トン数(t)	全長(m)	旅客定員	船籍
Azamara Journey	30,277	181.0	694	マルタ
CELEBLITY MILLENNIUM	90,228	294.0	2,158	マルタ
COSTA ATLANTICA	85,619	293.0	2,680	イタリア
COSTA VICTORIA	75,166	253.0	2,394	イタリア
CRYSTAL SERENITY	68,870	250.0	1,070	バハマ
DIAMOND PRINCESS	115,875	288.0	2,670	バミューダ
HENNA	47,262	223.0	1,486	マルタ
NAUTICA	30,277	180.0	684	マーシャル諸島
OCEAN DREAM	35,265	205.0	1,022	マルタ
SAPPHIRE PRINCESS	116,000	290.0	2,678	バミューダ
Seven Seas Voyager	42,363	207.0	700	バハマ
SILVER WHISPER	28,258	186.0	382	バハマ
Silver Discoverer	5,218	102.9	120	バハマ
SUN PRINCESS	77,441	261.0	1,990	イギリス
SUPERSTAR AQUARIUS	51,309	230.0	2,100	バハマ
SUPERSTAR VIRGO	75,338	268.0	2,000	パナマ
VOLENDAM	60,906	238.0	1,440	オランダ
Voyager	15,396	153.0	550	パナマ
Voyager of the Seas	137,276	311.0	3,138	バハマ
ドイツランド	22,496	174.8	520	ドイツ
にっぽん丸	22,472	167.0	607	日本
ばしふいつくびいなす	26,594	183.0	680	日本
飛鳥Ⅱ	50,142	241.0	800	日本

※総トン数、全長は那覇港管理組合「那覇港クルーズ客船入港予定(2014)」を参考に作成

※旅客定員、船籍は船舶会社等ホームページより

③本部港に寄港するクルーズ船のスペック(規模、乗船数、国籍)

本部港に寄港するクルーズ船は今のところ 2 隻となっており、その船舶のスペックは以下のとおりである。

船名	総トン数(t)	全長(m)	旅客数	乗組員	船籍
ばしふいつくびいなす	26,594	183.4	620	220	日本
Silver Discoverer	5,218	102.9	120	96	バハマ

3)沖縄県のクルーズ船振興策について

①クルーズ船寄港の拡大に向けて

●クルーズ客船大型化や同時入港に伴う諸課題への対応

- (ア) 港湾機能の拡充（バースの大型化等）
- (イ) C I Q（税関 Customs・入管 Immigration・検疫 Quarantine）機能・体制の拡充
- (ウ) 県内における有資格通訳案内ガイド、貸切バスの不足解消
- (エ) 旅客船ターミナル周辺道路の渋滞解消に向けた整備・拡充

●海外における認知度の向上・沖縄寄港商品の充実

- (ア) 寄港計画決定者の沖縄観光の魅力に対する理解の促進
- (イ) 定期化・継続化の促進（定期クルーズが1社、不定期クルーズが継続しない）

●観光消費・経済効果の拡大

- (ア) 港あたりの停泊時間の拡大（オーバーナйтステイの促進）
- (イ) 沖縄県内でトータルの停泊時間の拡大

●乗客の満足度の向上

- (ア) C I Qの時間短縮
- (イ) 受け入れ体制の強化（外国人対応・通訳案内ガイドの育成、おもてなし等）

②(一財)沖縄観光コンベンションビューローの取り組み

●寄港地沖縄の認知度向上

- (ア) キーパーソン招聘
- (イ) 海外クルーズ展示会等出展、訪問セールス
- (ウ) メディア招聘、クルーズ専門誌への広告出稿

●船社・旅行社等と連携した商品開発・販売促進

- (ア) タイアップキャンペーン・広告支援・メディア取材支援・商品パンフ作成支援等
- (イ) 一般消費者向けPRイベントの開催等

●初年度寄港・オーバーナイト・チャーター等への支援

- (ア) 入港経費助成、シャトルバス運行等

●乗客の満足度向上・リピーター化の取り組み

- (ア) 船内での沖縄セミナーの開催
- (イ) 受け入れ体制の強化（外国人対応・おもてなし等）

③国の取り組み

●日本再興戦略-JAPAN is BACK-

2013 年に訪日外国人旅行者数 1,000 万人、2030 年に 3,000 万人超えを目指す

■観光資源等のポテンシャルを活かし、世界の多くの人々を地域に呼び込む社会

○査証発給要件緩和、入国審査迅速化等の訪日環境の改善

- ・大型クルーズ船に対する入国審査の迅速化・円滑化
- ・外国クルーズ船社に対応するワンストップ窓口の周知等

○外国人旅行者の滞在環境の改善

- ・案内表示、多言語対応について、年内を目途に外国人目線に立った共通のガイドラインを策定

●観光立国実現に向けたアクション・プログラム

訪日外国人旅行者数 1,000 万人を達成し、さらに、2,000 万人の高みを目指す

■ビザ要件の緩和等による訪日旅行の促進

○クルーズの振興

- ・外国クルーズ船社に対応するワンストップ窓口の周知
- ・クルーズ船の寄港増や大型化に対応した旅客船ターミナルの整備等、必要なハード面の機能の確保
- ・日本周辺でフライ・アンド・クルーズの外国人旅行者利用促進

■外国人旅行者の受入の改善

○出入国手続の迅速化・円滑化

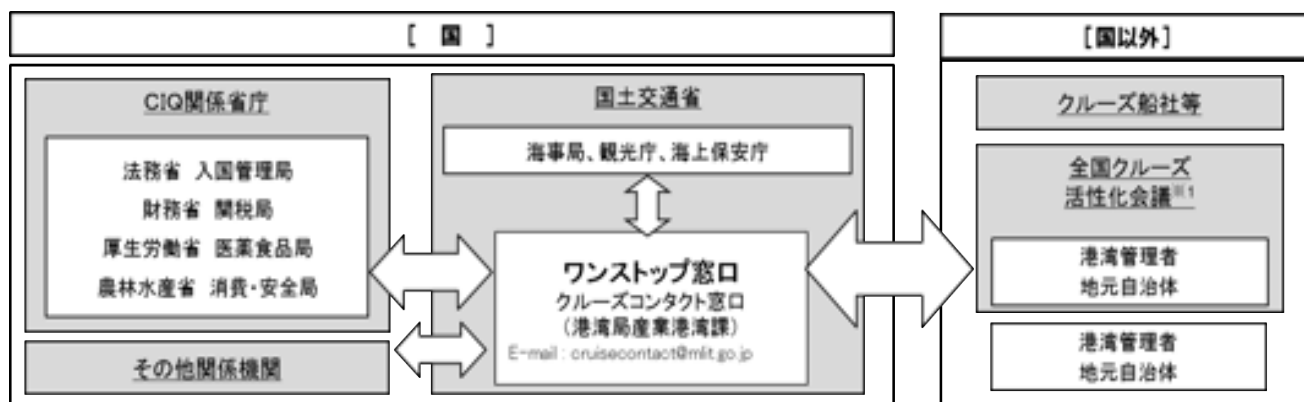
- ・可能な航路の大型クルーズ船について、海外臨船審査の実施、自治体及び港湾管理者の協力等による新たな方策の検討

●クルーズ振興のためのワンストップ窓口の設置

○外国のクルーズ船社が我が国港湾への寄港を検討するに当たり、我が国の一元的窓口がない、あるいは寄港地の情報が不足しているとの声があることから、関係者の間で連携を図り、外国クルーズ船社に対応するワンストップ窓口を 2013 年 6 月に港湾局内に開設。

外国クルーズ船社に対応するワンストップ窓口

外国のクルーズ船社等からの問い合わせに対し、港湾局に設置したワンストップ窓口が関係行政機関との情報の共有・連携を図り、適宜、窓口または関係行政機関からの回答を行う。



※1 クルーズの振興を通じて、地域振興等に資することを目的とした団体（全国の港湾管理者等99団体が参加）

今後の取り組み

「ワンストップ窓口（クルーズコンタクト窓口）」の周知

- ・日本再興戦略（2013年6月）でも言及された、外国クルーズ船社に対応する「ワンストップ窓口」の周知等を進める等して、外国クルーズ船社等の利便性の向上を図る。（なお、2013年9月末には官公庁と連携し、クルーズ見本市「シートレード・ヨーロッパ」（ドイツ）において、「ワンストップ窓口」の資料配布を実施済み。

●外国船社が必要とする寄港地情報の一元的な提供

○外国クルーズ船社等の我が国への寄港を検討する際に必要となる、港湾施設の諸元や連絡先などの情報を一元的に提供する全国クルーズ活性化会議ホームページの立ち上げを支援（2013年3月開設 掲載港 60港）

○さらに海からのアプローチによる、我が国港湾の周辺の観光情報を一元的に国内外に発信するウェブサイトの開設に取り組み中。

港湾施設等の一元的な情報提供（全国クルーズ活性化会議HP）

アクセスURL: <http://www.wave.or.jp/jcpa/>



■Wharf (Pier) Information			
Wharf (Pier) name: Kobe Port Terminal (Berth Q1,Q2 & P; East Side) Berth Q1,Q2 & P (West Side)			
IV. PHYSICAL CONSIDERATIONS			
1. Berth	Length / Water depth	1649m / Q1,Q2:12m,R:9.3m	
	延長 / 水深	2689m / Q1:11m,Q2:10m,P:9m	
	Height of the pier above MSLW or chart datum (平均干潮位又は海図基準面からの) 岸壁の高さ	13.3m / 23.3m	
	Pier depth distance to the closest obstruction behind	1175m / 700m	
IV. LANDSIDE FACILITIES			
1. Terminal	Terminal Availability	ターミナルの有無	
ターミナル等	Shelter or facilities to shelter from rain (雨い・陽合) 雨よけ施設の有無	Available	
	Boarding Bridge	ボーディングブリッジ	
		Available/mobile	
2. Shore gangway		Not Available	
ボヤングウェイ			

【提供情報の内容】

- ・港湾管理者の連絡先
- ・クルーズ船の寄港実績
- ・大使館または領事館連絡先・所在地
- ・岸壁、ターミナル等の諸元及びサービス

寄港地周辺の観光情報を発信するウェブサイトのイメージ



今後の取り組み

- ・引き続き、ホームページの情報追加・更新等に対するフォローアップや、外国クルーズ船社等へのホームページの周知を図る。また、観光情報のウェブサイトについては、来年度当初からの運用を目指す。

●官民連携によるクルーズ連携振興策の概要

○国土交通省では、(一社)日本外航客船協会等が行う「クルーズアドバイザー認定制度」、「クルーズ・オブ・ザ・イヤー」への支援等を通じ、クルーズ事業の振興に取り組んでいる。

●クルーズアドバイザー認定制度とは、旅行会社の社員を対象にクルーズのスペシャリストを育成し、クルーズの販売促進に役立てることを目的とする制度で、平成 15 年の制度創設以降、クルーズマスター(クルーズについて高度な専門知識を有する者)48 名、クルーズコンサルタント(クルーズについて専門知識を有する者)約 4,700 名が認定されている。

●クルーズ・オブ・ザ・イヤーとは、一般消費者に対して良質のクルーズ商品及びサービスの提供を目的として、独創的、かつ、我が国のクルーズ市場の拡大に貢献したクルーズ商品を実施した事業者を表彰する制度で、平成 20 年度に創設され、これまでに 5 回実施された。第 6 回の表彰式は、本年 12 月 18 日(水)に行われることとなっている。



クルーズ・オブ・ザ・イヤー授賞式の様子

(左)クルーズマスターのロゴ(右)クルーズコンサルタントのロゴ

4)クルーズ客のニーズ

①調査概要

沖縄県が実施した「平成 25 年度外国人観光客実態調査報告書」より、沖縄に訪問する外国人観光客の観光動向やニーズを把握し、以下に整理する。

●調査対象者

那覇港を出国する訪日外国人。ただし、1 年以上の滞在者、「永住者」「日本人の配偶者」「定住者」など日本に移住している人を除く。

●調査場所

泊ふ頭 8 号岸壁(若狭大型旅客船バース)

●調査方法

4 言語の紙調査票を使い、外国語を話せる調査員による聞き取り調査を実施。

※調査対応言語:英語、中国語(繁体字、簡体字)、韓国語

●調査時期及び調査標本数

	全体	台湾	中国	その他
平成 25 年6月	94	94	0	0
7月	102	92	5	5
8月	104	99	2	3
10月	111	104	0	7
平成 26 年1月	397	0	375	22
合計	808	389	382	37

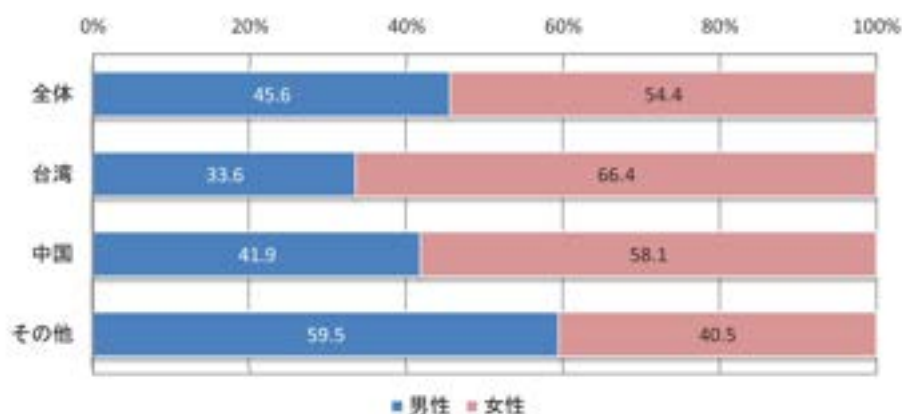
	標本数
一般客	765
乗務員	43
合計	808

資料:沖縄県「平成 25 年度 外国人観光客実態調査報告書」より

②回答者属性

性別構成比については、全体で男性 45.6%、女性 54.4%と、女性の方がやや多い。台湾、中国は女性が半数を上回る一方、その他では男性の割合が女性を上回っている。

図表 性別構成比(国籍・地域別)



資料:沖縄県「平成 25 年度 外国人観光客実態調査報告書」より

年代別の構成比については、全体では 20 代が 31.5%と最も多くなっている。台湾は 40 代、30 代、50 代の順、中国では 30 代、40 代、60 代の順で多くなっている。

図表 年代別構成比(国籍・地域別)



資料:沖縄県「平成 25 年度 外国人観光客実態調査報告書」より

③クルーズ旅行に参加した理由(複数回答、乗務員は除く)

クルーズ旅行に参加した理由を見ると、「一度乗って見たかった」が最も多く57.1%で、次いで「船内の施設や娯楽を楽しみたかった」(22.5%)、「以前参加してみて良かった」(17.6%)、「船旅が好き」(17.2%)、と、クルーズ旅行そのものを楽しむために参加したという回答が上位に挙がった。

図表 クルーズ旅行に参加した理由



	(%)			
	全体	台湾	中国	その他
一度乗って見たかった	57.1	55.5	64.8	57.1
船内の施設や娯楽を楽しみたかった	22.5	22.4	30.0	14.3
以前参加してみてよかった	17.6	20.6	12.4	7.1
船旅が好き	17.2	16.9	21.0	14.3
荷物を運ぶ必要がない	15.4	13.2	27.1	14.3
価格が手ごろ	13.2	12.9	14.1	14.3
行程が魅力的だった	12.4	9.8	11.2	28.6
日程に余裕があった	12.0	6.7	29.7	21.4
ホテル移動がなく楽	11.6	10.4	27.4	0.0
行きたかった寄港地が行程に含まれていた	10.8	7.4	12.4	28.6
地上の煩わしさから解放される	9.4	6.1	15.0	21.4
フルサービスが魅力	5.9	5.2	14.1	0.0
その他	5.8	5.5	5.8	7.1

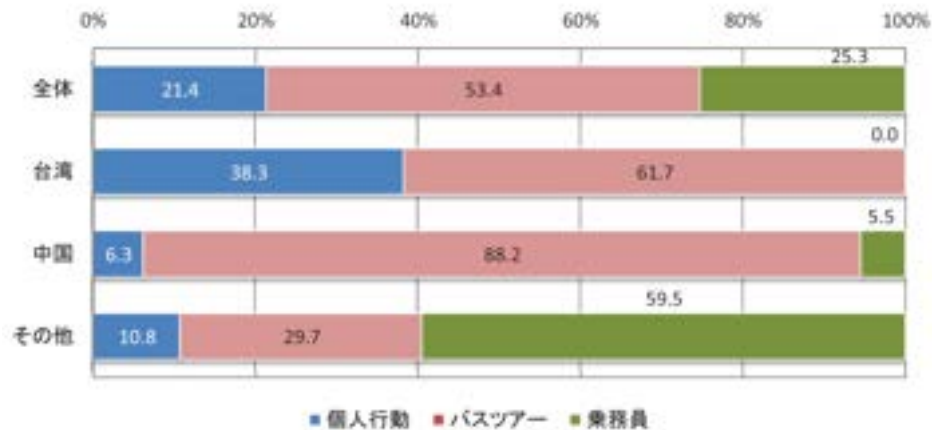
資料:沖縄県「平成25年度 外国人観光客実態調査報告書」より

④訪問外国人観光客の旅行内容

●下船形態(沖縄本島のみ)

下船形態を見ると、台湾は約 6 割がバスツアーを利用し、中国は約 9 割がバスツアーを利用した。その他では約 6 割が乗務員として沖縄へ上陸している。

図表 下船形態

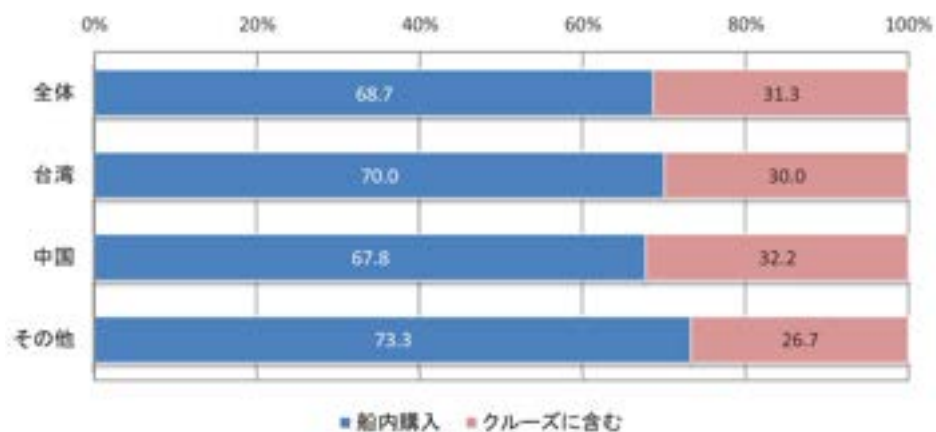


資料: 沖縄県「平成 25 年度 外国人観光客実態調査報告書」より

●ツアー購入形態

ツアー購入形態を見ると、「船内購入」が 68.7 と多くなっている。国籍・地域別に見ても「船内購入」が 7 割前後を占めている。

図表 ツアー購入形態

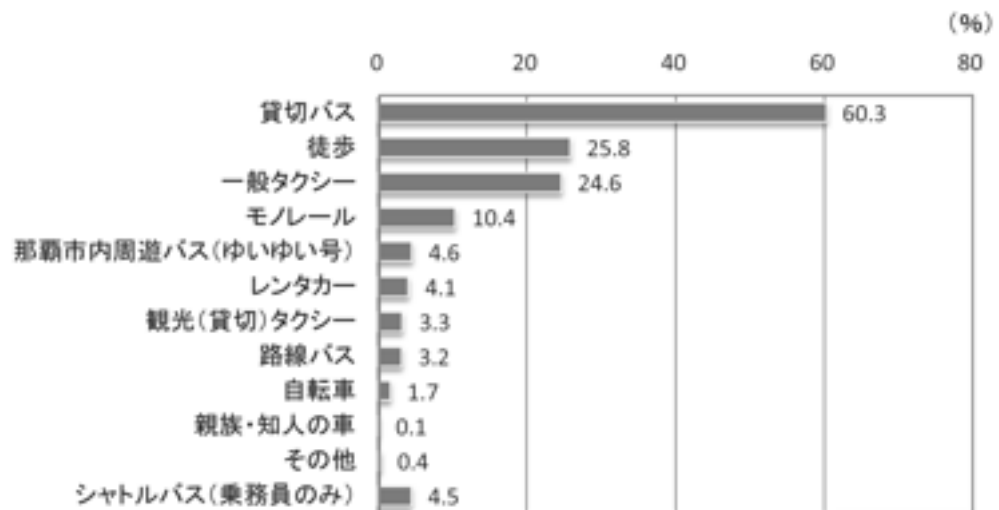


資料: 沖縄県「平成 25 年度 外国人観光客実態調査報告書」より

●交通機関(複数回答)

交通機関を見ると、6割が「貸切バス」となっている。次いで「徒歩」(25.8%)、「一般タクシー」(24.6%)と続いている。

図表 交通機関(複数回答)



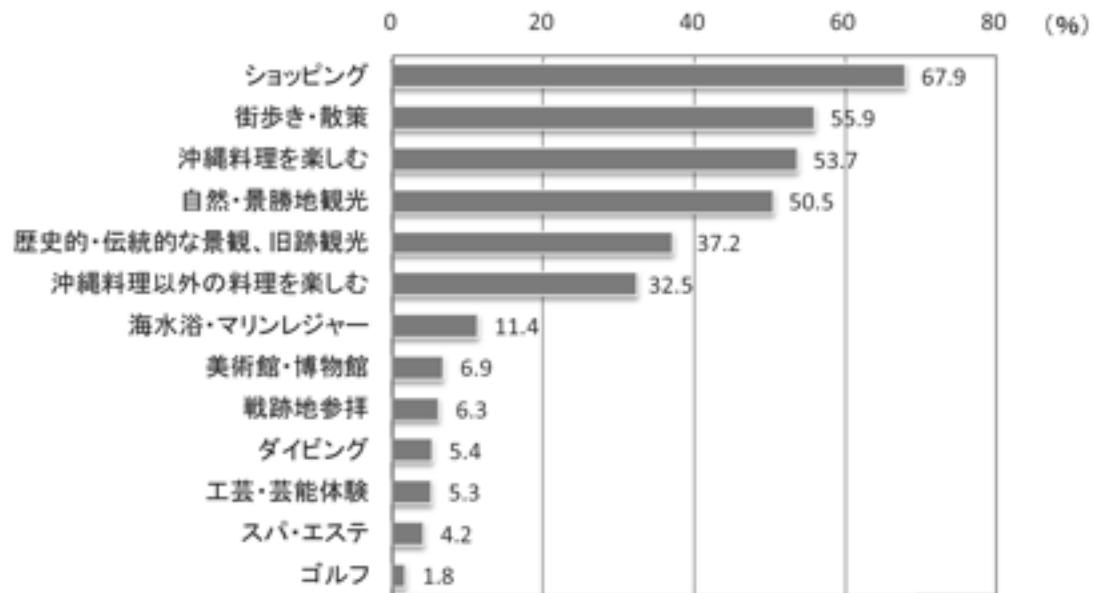
	(%)			
	全体	台湾	中国	その他
貸切バス	60.3	68.8	92.1	37.8
徒歩	25.8	13.1	9.3	45.9
一般タクシー	24.6	34.8	7.9	21.6
モノレール	10.4	18.8	2.2	5.4
那覇市内周遊バス(ゆいゆい号)	4.6	5.0	1.6	5.4
レンタカー	4.1	4.5	0.3	5.4
観光(貸切)タクシー	3.3	7.1	1.9	0.0
路線バス	3.2	4.7	0.8	2.7
自転車	1.7	1.0	0.8	2.7
親族・知人の車	0.1	0.3	0.0	0.0
その他	0.4	0.3	1.4	0.0
シヤトルバス(乗務員のみ)	4.5	0.0	0.5	10.8

資料:沖縄県「平成25年度 外国人観光客実態調査報告書」より

●活動(複数回答)

沖縄で行った活動を見ると、ショッピングが最も多く、67.9%となっている。次いで「街歩き・散策」が55.9%、「沖縄料理を楽しむ」が53.7%、「自然・景勝地観光」が50.5%と続いている。

図表 活動(複数回答)



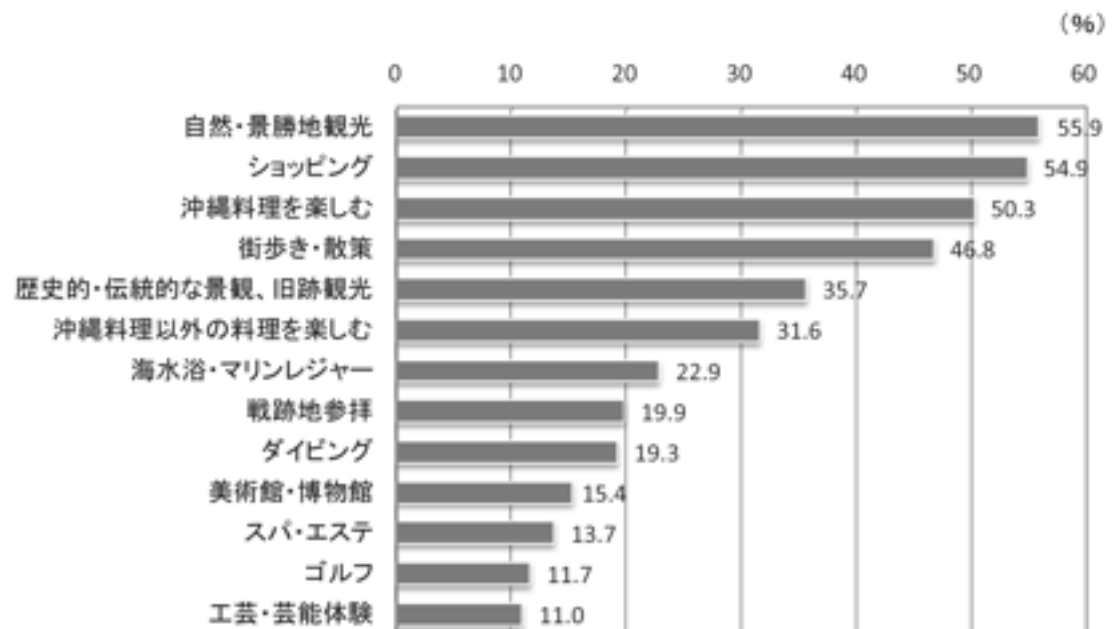
	(%)			
	全体	台湾	中国	その他
ショッピング	67.9	65.1	67.5	71.0
街歩き・散策	55.9	59.7	42.2	58.1
沖縄料理を楽しむ	53.7	55.4	46.8	54.8
自然・景勝地観光	50.5	53.5	55.7	45.2
歴史的・伝統的な景観、旧跡観光	37.2	38.4	45.6	32.3
沖縄料理以外の料理を楽しむ	32.5	36.0	17.3	35.5
海水浴・マリレジャー	11.4	8.9	6.3	16.1
美術館・博物館	6.9	6.6	8.4	6.5
戦跡地参拝	6.3	6.2	5.9	6.5
ダイビング	5.4	5.4	3.0	6.5
工芸・芸能体験	5.3	3.9	5.9	6.5
スパ・エステ	4.2	5.8	3.0	3.2
ゴルフ	1.8	3.1	3.0	0.0

資料:沖縄県「平成25年度 外国人観光客実態調査報告書」より

●期待した活動(複数回答)

事前に期待した活動で最も多かったのは、「自然・景勝地観光」で 55.9%、次いで「ショッピング」(54.9%)、「沖縄料理を楽しむ」(50.3%)と続いている。

図表 期待した活動(複数回答)



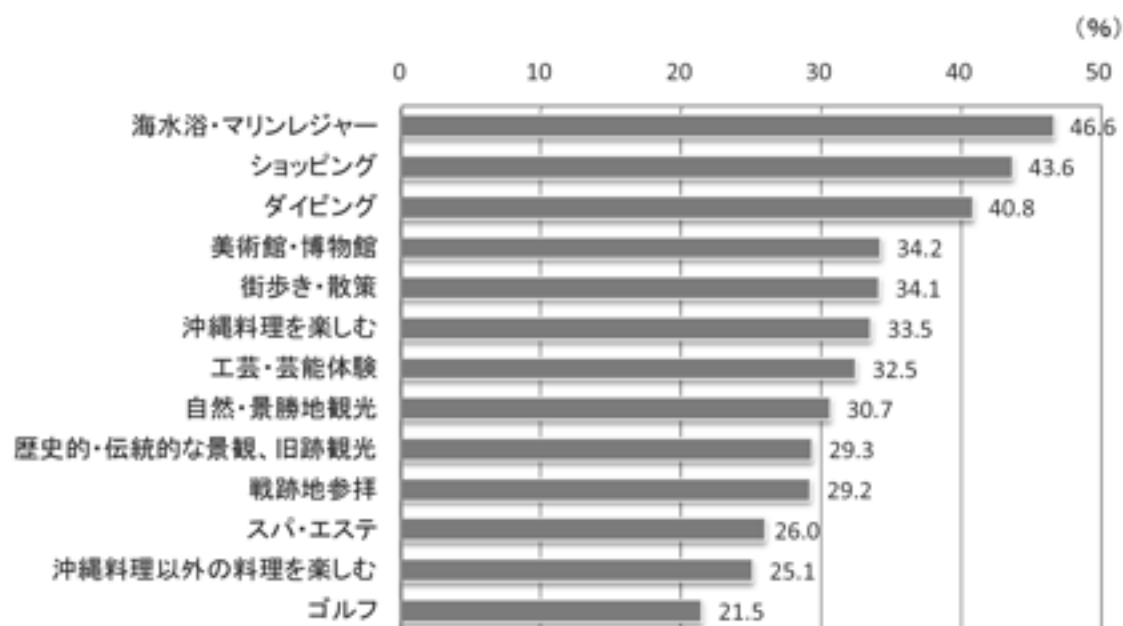
	(%)			
	全体	台湾	中国	その他
自然・景勝地観光	55.9	62.9	75.9	40.0
ショッピング	54.9	49.4	56.0	60.0
沖縄料理を楽しむ	50.3	49.8	59.8	46.7
街歩き・散策	46.8	48.1	44.0	46.7
歴史的・伝統的な景観、旧跡観光	35.7	36.7	46.2	30.0
沖縄料理以外の料理を楽しむ	31.6	35.4	26.6	30.0
海水浴・マリンスポーツ	22.9	21.1	25.9	23.3
戦跡地参拝	19.9	13.9	18.0	26.7
ダイビング	19.3	12.2	18.7	26.7
美術館・博物館	15.4	12.7	18.7	16.7
スパ・エステ	13.7	8.9	10.8	20.0
ゴルフ	11.7	4.6	8.9	20.0
工芸・芸能体験	11.0	10.5	14.2	10.0

資料:沖縄県「平成 25 年度 外国人観光客実態調査報告書」より

●次回行いたい活動(複数回答)

次回沖縄を訪れた際に行いたい活動を見ると、最も多いのは「海水浴・マリレジャー」で 46.6%、次いで「ショッピング」(43.6%)、「ダイビング」(40.8%)となっている。国籍・地域別にみると、台湾と中国では「ダイビング」の希望率がそれぞれ 45.2%、43.0%と高くなっている。その他では「ショッピング」が 61.3%と高くなっている。

図表 次回行いたい活動(複数回答)



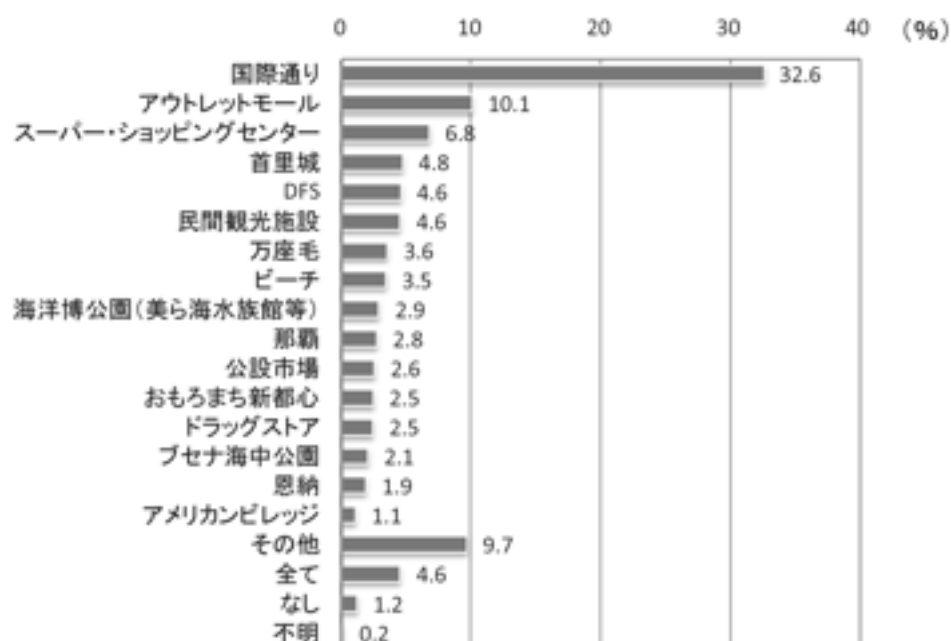
	(%)			
	全体	台湾	中国	その他
海水浴・マリレジャー	46.6	47.8	47.2	45.2
ショッピング	43.6	31.1	32.2	61.3
ダイビング	40.8	45.2	43.0	35.5
美術館・博物館	34.2	39.5	26.6	32.3
街歩き・散策	34.1	33.8	31.8	35.5
沖縄料理を楽しむ	33.5	35.5	39.3	29.0
工芸・芸能体験	32.5	36.4	23.8	32.3
自然・景勝地観光	30.7	36.0	36.9	22.6
歴史的・伝統的な景観、旧跡観光	29.3	34.2	26.2	25.8
戦跡地参拝	29.2	34.6	31.8	22.6
スパ・エステ	26.0	33.8	23.4	19.4
沖縄料理以外の料理を楽しむ	25.1	29.4	28.5	19.4
ゴルフ	21.5	29.4	22.9	12.9

資料: 沖縄県「平成 25 年度 外国人観光客実態調査報告書」より

●本島で訪問して一番良かった場所(自由回答)

本島で訪問して一番良かった場所を自由回答形式で尋ねたところ、最も多かったのは「国際通り」で 32.6%に上った。次いで「アウトレットモール」(10.1%)、「スーパー・ショッピングセンター」(6.8%)、「首里城」(4.8%)と続いている。国籍・地域別にみると、台湾では「首里城」「民間観光施設」が、中国では「DFS」「海洋博公園(美ら海水族館等)」の回答が目立つ。

図表 本島で訪問して一番良かった場所(自由回答)



	(%)			
	全体	台湾	中国	その他
国際通り	32.6	35.7	32.2	29.6
アウトレットモール	10.1	1.6	2.3	22.2
スーパー・ショッピングセンター	6.8	4.3	2.8	11.1
首里城	4.8	10.1	3.4	0.0
DFS	4.6	0.8	15.8	3.7
民間観光施設	4.6	10.1	2.3	0.0
万座毛	3.6	0.4	2.3	7.4
ビーチ	3.5	1.6	7.3	3.7
海洋博公園(美ら海水族館等)	2.9	0.0	16.4	0.0
那覇	2.8	2.3	1.7	3.7
公設市場	2.6	2.3	0.6	3.7
おもろまち新都心	2.5	5.8	0.6	0.0
ドラッグストア	2.5	2.3	0.0	3.7
ブセナ海中公園	2.1	5.0	0.0	0.0
恩納	1.9	4.7	0.0	0.0
アメリカンビレッジ	1.1	2.7	0.0	0.0
その他	9.7	8.1	10.2	11.1
全て	4.6	3.5	0.6	7.4
なし	1.2	1.6	3.4	0.0
不明	0.2	0.4	0.0	0.0

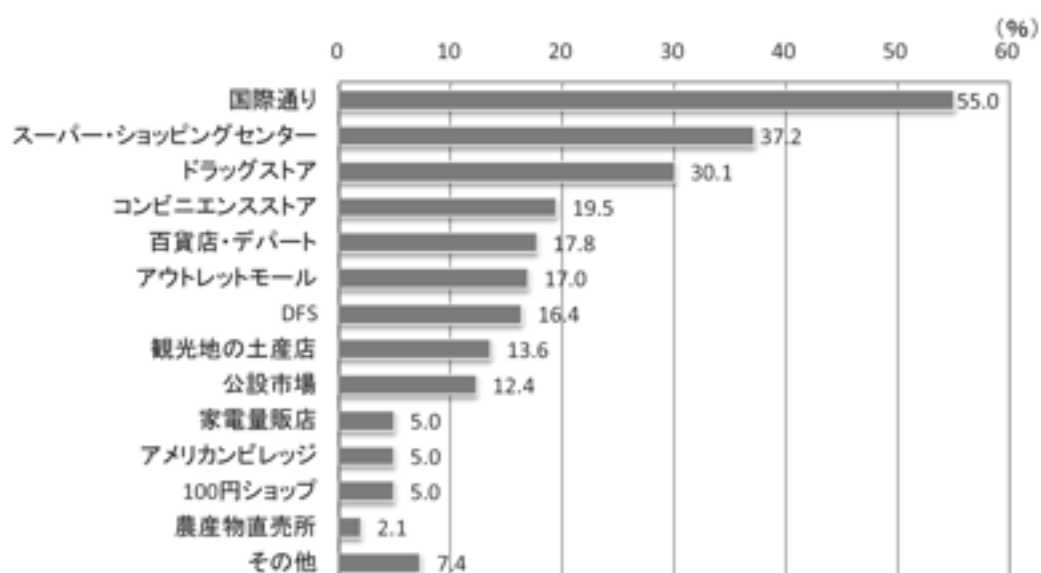
資料:沖縄県「平成 25 年度 外国人観光客実態調査報告書」より

⑤訪沖外国人観光客の滞在中の消費活動

●買い物をした場所(複数回答)

買物をした場所を見ると、「国際通り」が最も多く、55.0%となっている。次いで「スーパー・ショッピングセンター」(37.2%)、「ドラッグストア」(30.1%)と続いている。

図表 買い物をした場所(複数回答)



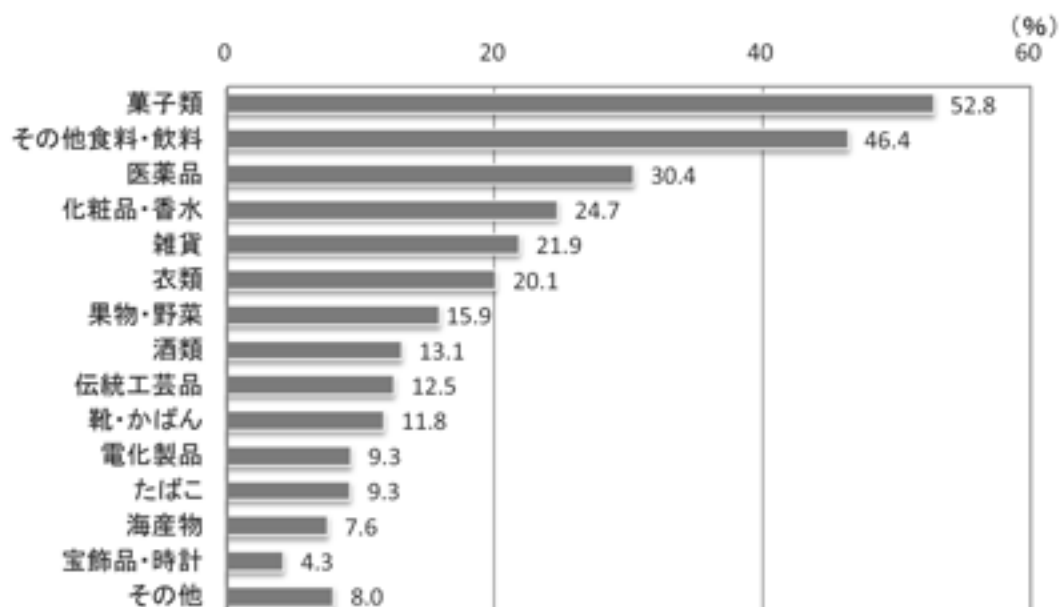
	(%)			
	全体	台湾	中国	その他
国際通り	55.0	57.7	63.6	48.6
スーパー・ショッピングセンター	37.2	45.6	22.3	35.1
ドラッグストア	30.1	58.5	8.6	10.8
コンビニエンスストア	19.5	17.2	13.8	24.3
百貨店・デパート	17.8	23.5	14.4	13.5
アウトレットモール	17.0	15.3	10.4	21.6
DFS	16.4	6.8	39.1	16.2
観光地の土産店	13.6	16.7	19.3	8.1
公設市場	12.4	21.0	2.1	8.1
家電量販店	5.0	4.1	6.4	5.4
アメリカンビレッジ	5.0	11.7	0.9	0.0
100円ショップ	5.0	10.9	2.8	0.0
農産物直売所	2.1	1.6	1.5	2.7
その他	7.4	3.3	2.8	13.5

資料:沖縄県「平成25年度 外国人観光客実態調査報告書」より

●沖縄で購入した商品(複数回答)

沖縄で購入した商品を見ると、最も多かったのは「菓子類」で 52.8%、次いで「その他食料・飲料」(46.4%)、「医薬品」(30.4%)と続いている。国籍・地域別にみると、中国では他国に比べ「化粧品・香水」の購入率が高くなっている。(34.7%)。

図表 沖縄で購入した商品



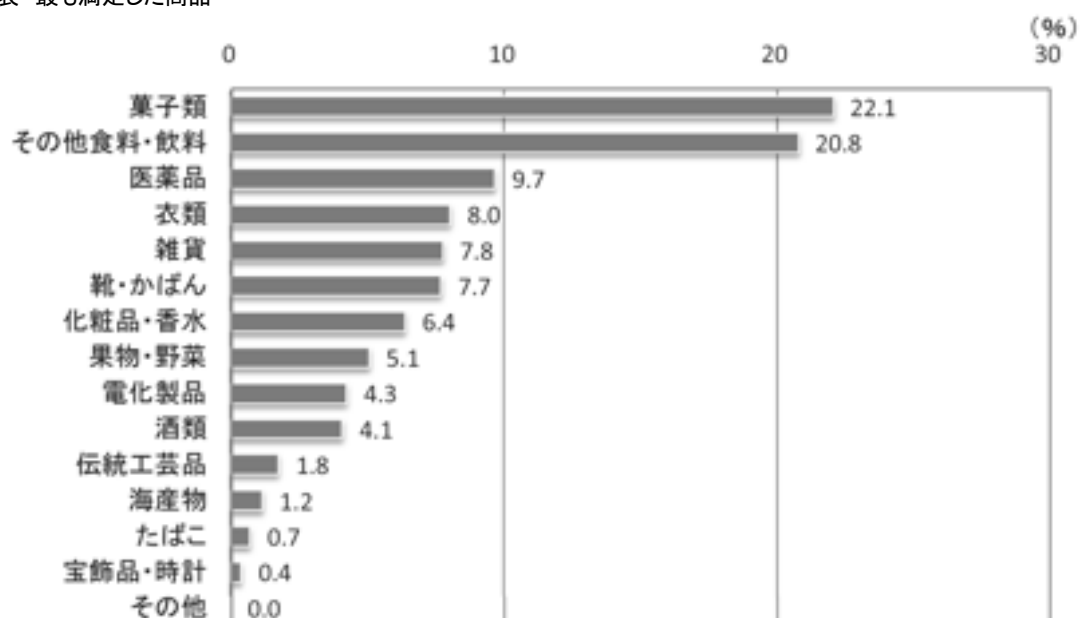
	(%)			
	全体	台湾	中国	その他
菓子類	52.8	54.7	61.0	47.2
その他食料・飲料	46.4	47.8	28.5	52.8
医薬品	30.4	61.0	9.9	8.3
化粧品・香水	24.7	31.1	34.7	13.9
雑貨	21.9	28.9	17.3	16.7
衣類	20.1	16.0	12.1	27.8
果物・野菜	15.9	21.7	7.1	13.9
酒類	13.1	22.3	9.0	5.6
伝統工芸品	12.5	13.2	14.2	11.1
靴・かばん	11.8	11.6	13.6	11.1
電化製品	9.3	4.4	16.7	11.1
たばこ	9.3	17.0	6.2	2.8
海産物	7.6	9.1	8.7	5.6
宝飾品・時計	4.3	2.5	5.6	5.6
その他	8.0	7.5	8.4	8.3

資料:沖縄県「平成 25 年度 外国人観光客実態調査報告書」より

●最も満足した商品

沖縄で購入した商品のうち、最も満足した商品を見ると、最も多いのは「菓子類」で 22.1%、次いで「その他食料・飲料」で 20.8%であった。国籍・地域別にみると、中国では「化粧品・香水」が 18.8%と高くなっている。

図表 最も満足した商品



	(%)			
	全体	台湾	中国	その他
菓子類	22.1	26.5	27.1	15.4
その他食料・飲料	20.8	10.9	12.2	34.6
医薬品	9.7	21.7	3.9	0.0
衣類	8.0	2.6	3.9	15.4
雑貨	7.8	4.3	7.2	11.5
靴・かばん	7.7	3.9	7.7	11.5
化粧品・香水	6.4	7.4	18.8	0.0
果物・野菜	5.1	8.3	0.6	3.8
電化製品	4.3	1.7	11.0	3.8
酒類	4.1	5.7	1.1	3.8
伝統工芸品	1.8	2.6	3.9	0.0
海産物	1.2	2.6	0.6	0.0
たばこ	0.7	1.7	0.0	0.0
宝飾品・時計	0.4	0.0	2.2	0.0
その他	0.0	0.0	0.0	0.0

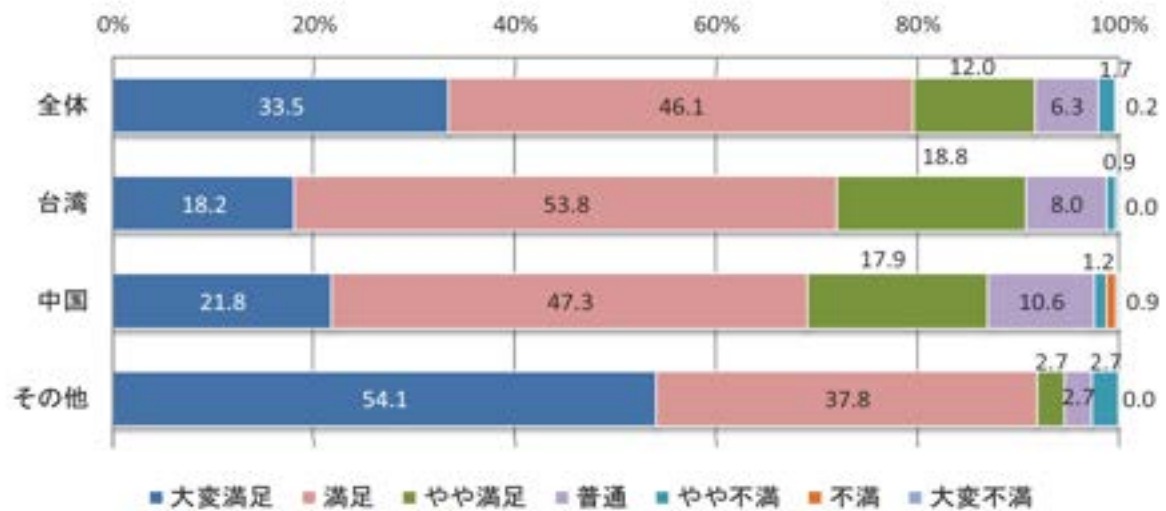
資料: 沖縄県「平成 25 年度 外国人観光客実態調査報告書」より

⑥沖縄旅行の評価

●沖縄旅行全体の満足度

全体では「大変満足」、「満足」、「やや満足」を合わせた“満足”の比率は9割を超えている。

図表 旅行全体の満足度

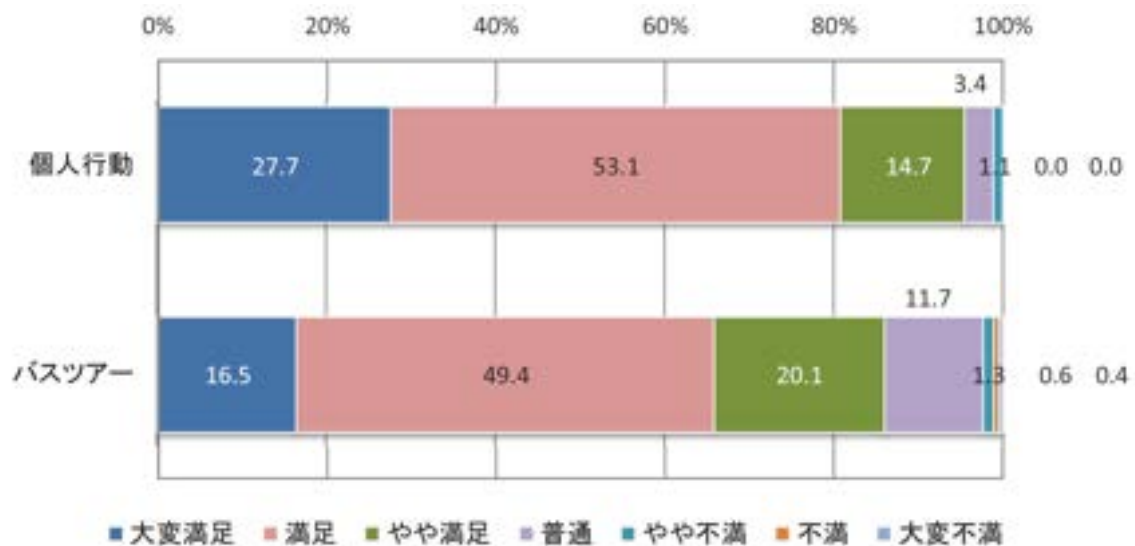


資料:沖縄県「平成25年度 外国人観光客実態調査報告書」より

●下船形態別

河川形態別では「個人行動」の方が「バスツアー」より満足度が高い傾向にある。

図表 旅行全体の満足度(下船形態別)



資料:沖縄県「平成25年度 外国人観光客実態調査報告書」より

⑦要素別満足度

要素別の満足度(「満足」と回答した比率)について尋ねたところ、「入国手続き・下船手続き」(66.3%)、「バスツアー(ツアーの内容)」(61.3%)、「滞在時間」(58.5%)、「多言語対応」(49.7%)を除いていずれも7割を超えており、満足度は高いことがわかる。

その中で最も満足度が高かったのは「食事(接客・サービス)」で84.1%、次いで「観光案内所(スタッフ)」(83.8%)と、接客が高く評価されている。

図表 要素別の満足度



※「利用していない」および無回答を除いて割り算している。

資料: 沖縄県「平成25年度 外国人観光客実態調査報告書」より

多言語対応については、全国的に満足度が低い傾向にある。国籍・地域別にみると、「満足」と回答した比率は台湾で最も低くなっているが、「不満」の比率0.7%と中国が最も高くなっている。

図表 多言語対応の満足度(国籍・地域別)



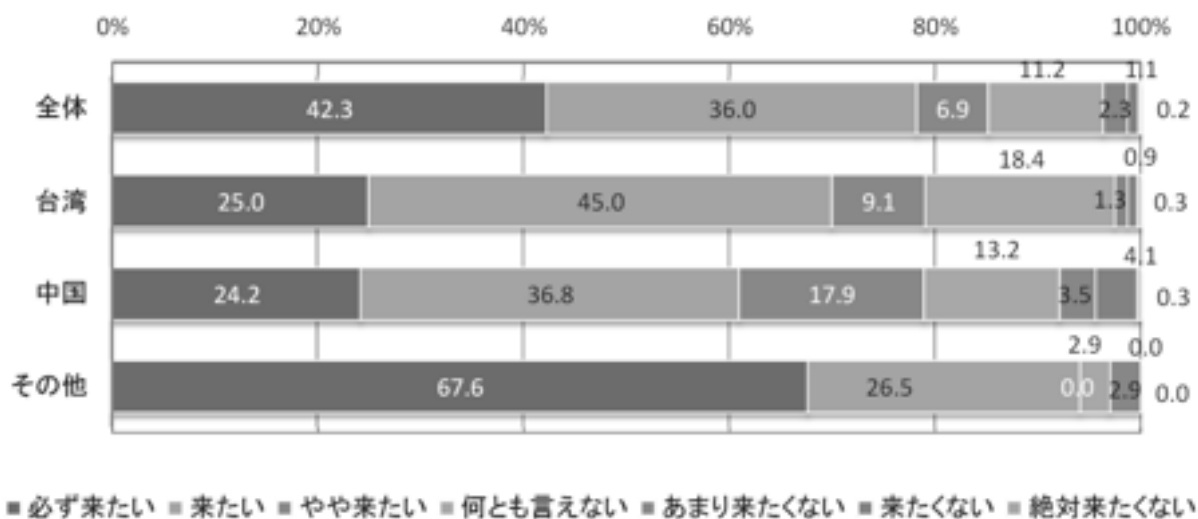
※「利用していない」および無回答を除いて割り算している。

資料: 沖縄県「平成25年度 外国人観光客実態調査報告書」より

●沖縄への再訪意向

「必ず来たい」「来たい」「やや来たい」を合わせた“来たい”比率は全体で9割近くとなっている。「必ず来たい」だけで見ると、台湾と中国では約4分の1程度にとどまっている。

図表 再訪意向(国籍・地域別)



資料:沖縄県「平成25年度 外国人観光客実態調査報告書」より

5)関係機関ヒアリングによる現況把握

(一財)沖縄観光コンベンションビューロー(以下、「OCVB」という)へのヒアリングより、やんばる地域におけるクルーズ船受け入れの現況と課題を以下に整理する。

①沖縄に寄港するクルーズ船の停泊時間について。また、観光客が限られた停泊時間の中でどういう観光に人気があるか。

- ・ 朝入港し、夕方出港というパターンが多い。近年は宿泊するツアーもでてきている。
- ・ 大型ショッピングセンター・家電量販店・免税店でショッピングは中国系観光客が好む(若者・ファミリーが多い)。
- ・ 那覇市内・南部観光(観光地:首里城、国際通り、ひめゆりの塔など)は欧米系観光客が好む(50~60代以上の層が多い)。戦跡巡りをする客もあり、数年前までは退役軍人も多かった。
- ・ 沖縄の郷土料理や日本食へのニーズが高い。
- ・ ダイビングといったアクティビティツアーを客船の中で販売している。
- ・ 一度那覇に入るとほぼ北部に行かない。時間的に美ら海水族館までは足を延ばせない。
- ・ スタークルーズ(クルーズブランド)はブセナのグラスボートをツアーに組み込んでいる。
- ・ 香港、台湾の観光客は中国と欧米の観光モデルを半々にした感じ。

②寄港地到着下船後の移動手段

- ・ 中国系観光客は団体が多く、貸切バスで予め設定されたコースを巡っている。
- ・ 欧米の観光客は、オプションツアーを買う客と、タクシーや徒歩で近場を散策する客が半々。
- ・ 沖縄への寄港回数をもっとも多いスタークルーズの客はバスツアーを選ぶ客と、フリーで移動する客(レンタカーやタクシー)に分かれる。また、客やクルーズ会社が自転車メーカーと提携し、船に積み込んできた自転車で移動している。

③本部港へのクルーズ船寄港のニーズについて

- ・ 本部港に寄港したいというニーズはあり、国内外のクルーズ会社が入港したいと考えているようである。
- ・ クルーズ会社はやんばるの自然に魅力を感じているようである。

④本部港寄港について、那覇や石垣への寄港と比較したメリットや課題

- ・ 本部港を整備しているが、整備が完了するまでは伊江島の貨物船が優先なので、貨物船が入る時にはクルーズ船は入港不可。それが原因で入港を見送っているクルーズ会社もある。
- ・ 港のサイズが小さいので、入りたくても入れないという声がある。以前は船のサイズが小さかったので対応できていたが、現在では船の大型化が進み、入りきれなくなってしまった。整備が進めば、那覇に入港している台湾人観光客がよく利用している5万トンクラスを呼び込むことができる。
- ・ 整備を進めるためには、地元とクルーズ会社からのニーズがあることを国や県に示していく必要がある。

- ・現段階では本部町だけの限定的な受け入れ体制ではないので、より広域的に受け入れ体制を作る必要がある。役割分担として、県とOCVBが誘致を担当し、各港のある市町村が受け入れを行う形となる。その際、市町村の受け入れ支援として50%を県予算で負担する。

⑤本部港への寄港を促進する場合、やんばる地域がPRすべき魅力について

- ・欧米系の観光客は亜熱帯の自然に興味がある人が多いが、西表や石垣と違ってやんばるはまだ知名度が低い。沖縄本島にも自然が豊かな地域があることをPRする必要がある。実際にやんばる学びの森でエコトレッキングが行われた際、参加者の評価は高かったと聞いている。このトレッキングが行われる前にツアーで屋久島を訪れていたそうだが、ガイドの説明も良かったらしく客の満足度を高めることができ、大きな魅力になると思う。
- ・本部港は入国審査無しで入れるため、入港から下船がスムーズに行われ、観光する時間が比較的確保できると思う。そこも大きな魅力になると思う。

⑥クルーズ客からの要望またはクレームなど

- ・Wi-Fi設置の遅れ。那覇のクルーズ船ターミナルに無料Wi-Fiを設置したところ、反応は上々。
- ・多言語対応（案内表示やレストランのメニュー、港、やんばるのマップなど）。
- ・両替といった金融サービスの不備。どこにあるか地図上に落とし込む必要がある。両替業者の出張サービスで対応も可能。
- ・入国審査に時間がかかっていたが、規制が緩和され審査が簡略化されたので、不満は減った。

⑦クルーズ船の受け入れにおいて、現在那覇や石垣での課題

- ・石垣はマンパワーが不足しており、歓迎のセレモニーを船が来るたびに実施することは不可能。今やるべきことは、現段階で入ってくる船を丁寧に、盛大にもてなすこと。口コミで評判は必ず広まっていくので、地道な活動も必要だと考える。
- ・港は今後整備されていくので、外国人に慣れておく必要がある。
- ・時期によってはバスが不足する。特に10月の修学旅行シーズン。中国人観光客のツアーの際、多い時で100台バスを手配する場合がある。
- ・バス会社としては増車をしても通年での稼働が見込めないことから、増車に踏み切れない現状である。OCVBではクルーズ会社に寄港の時期を平準化することを要請している。
- ・クルーズ船を誘致しても、客は船に滞在するため、宿泊施設にはメリットが無いと言われるが、グレードの高い船だと客の求めるものが相対的に高くなるため、食事については、一般的なレストランの食事よりもホテルでの食事が多くなる。そのため、ホテルのランチ需要はあると思われる。
- ・本部港に限らず、沖縄全域に言えることだがトイレの数・質ともに低い。特に個室の数はもっと増やすべきである。あるクルーズ会社の方が指摘するには、男性でも個室は3つ以上、女性は5つ以上ないと利用しないとのこと。
- ・オプションツアーを購入せず、個人で回る客にどう情報を提供できるかが課題である。

6)本部港におけるクルーズ船誘致の課題

①クルーズ客の誘致についての共通認識

●北部の市町村のレベルを超えた連携体制(港湾・自治体・観光業界・住民の協働)

- (ア) クルーズ船の受け入れのメリットや課題を関係者間で把握・共有
- (イ) 港湾、自治体、観光協会、商工会、住民の連携
- (ウ) 本部町だけでなく北部 12 市町村の広域的な連携

●現入港クルーズ船のもてなしの連携体制

- (ア) 歓迎セレモニー等を連携した体制で実施
- (イ) 来訪者及び船会社等への効果的な PR

②クルーズ客の観光動線への対応

●本部港からの観光動線の整備

- (ア) 1 区間の移動距離は 60 分圏内で設定
- (イ) 自然体験コンテンツの充実（那覇にはないコンテンツ）
- (ウ) 人気の高い「美ら海水族館／今帰仁城址等」の周遊
- (エ) ショッピングエリアの確保
- (オ) 既存ホテルを利用したリラクゼーション施設の確保

●那覇を拠点とした観光動線からの変革

- (ア) 那覇寄港のクルーズ船では難しい「美ら海水族館／今帰仁城址等」等の観光施設への周遊（本部町／今帰仁村／名護市）
- (イ) 自然体験コンテンツを利用した「感じる観光」の創設（本部町／国頭村／東村／大宜味村／名護市）
- (ウ) 「食コンテンツ」「癒しコンテンツ」の活用
名護市（第六次産業と連携）、大宜味村（長寿村ブランドを活用した健康料理）
恩納村（既存のリゾートホテルを活用したリラクゼーションの確保）
- (エ) ショッピングエリアの充実
名護市（大型商業施設）、金武町（ギンバル訓練場跡地利用の商業施設）
- (オ) 入港時における本部港仮設物産販売所の設置
北部の特産品の販売所の設置（露店、歓迎イベント等の併催）

③クルーズ船の受け入れ態勢の整備

●旅客船ふ頭や関連施設の整備

- (ア) 旅客船ふ頭の整備・拡張⇒地元からの要望が必要

●ポートサービスの充実・強化

- (ア) 入国審査の簡素化・迅速化⇒県から関係機関への要請
- (イ) 交通アクセスの充実・強化
- (ウ) 両替、郵便サービスの充実・強化
- (エ) 通訳の充実・強化

- (オ) 観光案内の充実・強化
- (カ) 歓迎行事の充実・強化
- (キ) ツアーの充実・強化

●陸上観光地との連携

●クルーズ旅行の普及促進活動

- (ア) クルーズ船の寄港情報の発信
- (イ) 県民のホスピタリティの向上

④国内外のクルーズ船の寄港促進を図る積極的な誘致活動の実施

●積極的な誘致活動の実施

- (ア) 邦船社に対するポートセールス
- (イ) 外国船社に対するポートセールス

(5) 沖縄県内の取り組み状況

① インバウンド関連支援

ア. 多言語コールセンター(2014/5/8～2015/3/31)

沖縄県が提供する外国人観光客専用の公共サービスである。対応言語は、英語・中国語(繁体字、簡体字)・韓国語の3言語で、観光案内や通訳サービス、災害時の対応などを電話・メール・SNSで行っている。電話による通訳代は無料のサービスとなっている。リーフレット・ポスター設置場所はOCVBが運営する那覇空港案内所の他、モノレール、バス営業所、フェリー乗り場、首里城、美ら海水族館、観光案内所、宿泊施設、観光施設、飲食店などとなっている。



イ. 県内事業者向け支援 海外セールスコール支援事業(2014/4/1～2015/2/28)

沖縄県内民間事業者が海外にて行うセールスコール活動により、外国人観光客を増やすことを目的とし、沖縄県内民間事業者を対象に、海外でのセールス活動にかかる費用の一部を助成する。当事業の助成額は予算の範囲内とし、1回のセールス活動に対して1社2名を上限に、以下ア、イを比較し低い額を助成する。

ア. 海外セールスにかかった実費の1/2。ただし宿泊費については県の規定に基づく地域ごとに定める額の1/2が上限。

イ. 上限額

上限額及び交付回数はおのとおりとす。

地域区分	国/地域(例示)	上限額	交付回数	
			沖縄県またはOCVBが参加する旅行業、セミナー、商談会等	施設以外の、非営利活動による海外セールス活動
A	台湾、韓国、中国、香港、マカオ	5万円	回数制限なし	年度内5回まで
B	シンガポール、タイ、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナム等のアジア全般、ロシア(極東)、中東等	8万円		
C	欧州、北米、オセアニア、ロシア(極東を除く)等、上記A、Bに遠の国	15万円		

ウ. 国際チャーター便支援事業(2014/4/1～2015/2/28)

海外から空路で沖縄に入る外国人観光客を増加させ、国際チャーター便を定期便化につなげることを目的とし、国際チャーター便を利用した旅行商品を取り扱う旅行会社に助成金を交付する。事業対象者は海外、国内の旅行業者としている。

地域	対象となる旅行会社
台湾、韓国、中国 （香港、マカオ含む）の各都市	国際チャーター便を利用した旅行商品を取り扱う海外 の旅行会社
上記以外の地域	国際チャーター便を利用した旅行商品を取り扱う海外 又は国内の旅行会社

エ. 国際チャーター便地上ハンドリング費用等支援事業(2015/4/1～2016/2/28)

海外から空路で沖縄に入る外国人観光客を増加させ、国際チャーター便を定期便化につなげることを目的とし、国際チャーター便の地上ハンドリング料を負担する航空会社に助成金を交付する。対象者は航空会社としている。

オ. 国際チャーター便団体バス等支援事業(2014/4/1～2015/2/28)

海外から空路で沖縄に入る外国人観光客を増加させ、国際チャーター便を定期便化につなげることを目的とし、国際チャーター便を利用した旅行で使用する貸し切りバス及び貸し切りタクシー（特定大型車）の費用を負担する旅行会社に助成金を交付する。対象者は海外、国内の旅行会社としている。

カ. 国際定期便地上ハンドリング支援事業

(A/新規就航／B/増便・大型化)(2014/4/1～2015/2/28)

海外の空港から沖縄県内空港へ入る国際定期便新規就航の促進、路線活性化を目的とし、地上ハンドリング料を負担する航空会社に助成金を交付する。対象者は航空会社としている。

キ. 国際定期便トランジット等支援事業(2014/4/1～2015/2/28)

トランジットにより、国際定期便の就航していない地域から沖縄本島又は離島に入る外国人観光客の増加を目的とし、旅行商品の造成または販売を行う旅行会社に対し助成金を交付する。助成対象者は旅行会社としている。

ク. 国際定期便新規就航安定化支援事業(2014/4/1～2015/2/28)

海外の空港から沖縄県内空港へ入る国際定期便式就航の促進、路線活性化を目的とし、助成対象入域客数に応じて航空会社に助成金を交付する。助成対象者は航空会社としている。

ケ. 国際定期便路線活性化インセンティブ支援事業(2014/4/1～2015/2/28)

海外の空港から沖縄県内空港へ入る国際定期便就航の促進、路線活性化を目的とし、助成対象入域客数に応じて航空会社に助成金を交付する。助成対象者は航空会社としている。

②受け入れ整備関連

ア. 講師派遣事業

国内外の観光客に対し、質の高いサービスを提供できる人材を育成・確保することを目的に、語学・異文化理解・ビジネススキル等を習得するための研修を希望する観光関連の企業・団体へ講師派遣を行います。研修を希望する企業・団体は、データベースより講師を選び、マッチングを経て、派遣された講師による研修を実施する。

イ. 語学研修リーダー設置支援

観光関連の企業・団体が、従業員に対し現場の実務に関する語学を日常的に習得出来る環境を整備するため、外国人または語学力に長けた人材を新たに採用する場合に、かかる経費に対し補助金を交付する。

ウ. 観光人材育成セミナー

世界水準の観光リゾート地の実現に向けて、観光・リゾート産業を担う経営者及び管理者層を対象に、観光マネジメントセミナーや外国人観光客受け入れ対応に関する人材育成セミナーを開催する。

エ. ミス沖縄派遣

観光振興を目的に、県内外における観光催事、公式行事に観光親善使節としてミス沖縄を派遣している。

オ. 平成 26 年度観光基礎セミナー(歴史・文化・接遇)講師派遣

観光産業に携わる人材の資質とサービス向上を目的に、講師を派遣し、接遇コースと歴史文化コースを中心に個々の企業の要望に沿う内容の出前講習型の観光基礎セミナーを実施している。

カ. めんそーれ沖縄クリーンアップキャンペーン

遠く県外や海外からいらっしゃる観光客の皆様をきれいな沖縄「ちゅら島」でお迎えできるよう、環境を大切にし、ごみを捨てない心を育てることを目的に、めんそーれ沖縄クリーンアップキャンペーンを行っている。

③離島関連

ア. 平成 26 年度離島観光活性化促進事業 国内チャーター便支援事業

県外から離島へ来県する観光客の増加及びに離島航空路線の定期便化に繋げることを目的に、離島への国内チャーター便を利用する国内旅行者に対して助成金を交付する。

イ. コンベンション/インセンティブツアー等開催歓迎(国際会議・国内会議)事業

沖縄で開催するコンベンション(国際会議・国内会議)に対して、空港出迎え、ミス沖縄派遣、コンGRESバッグの提供、芸能アトラクション派遣から参加者の人数に応じて実施する。

④MICE 関連

ア. MICE 旅行支援事業

企業報奨旅行またはスポーツ合宿の旅行手配を行う旅行会社を対象に、宿泊に対する助成金を交付する。1,000 円/1 泊1名、2 泊迄/60 万円までとなっている。

イ. MICE シャトルバス運行支援事業

国際会議等の MICE 又はスポーツ合宿において使用する貸し切りバス等の借り上げにたいして一部助成金を交付する。3 万円/1 日/1 台、参加者数に応じて上限額が異なる。

⑤修学旅行推進強化事業関連

ア. 修学旅行推進強化事業

沖縄への修学旅行を実施する学校が、より充実した修学旅行を実施し、満足の向上を目的に取り組む各種事業を実施する。

- ・ 学校に対する事前・事後学習支援
- ・ 継続実施学校に新たなメニュー等を提案・提供
- ・ 修学旅行説明会
- ・ 関係者招へい事業

⑥フィルムオフィス関連

ア. 海外コンテンツサポート事業

沖縄県を撮影地とした海外向けコンテンツ製作プロジェクト(主に商業映画・テレビドラマ、ミュージックビデオ、アニメ等)に対して、ロケーションハンティング・ロケなどの製作経費等の一部を助成する。助成対象者は国内の事業者(共同制作者)としている。

イ. 映像制作者向け支援

以下各種サービスを無料で提供する。

- ・ ロケ地情報の提供
- ・ ロケ地の提案から調整までをサポート
- ・ 撮影許可の調整や手続きをサポート
- ・ 可能な限りロケに同行
- ・ エキストラ募集の手配
- ・ プロダクトプレースメント等の説明会協力
- ・ 放映・上映の協力

⑦平成 25 年度世界に通用する観光人材育成事業

沖縄県、沖縄観光コンベンションビューローでは、国際観光地としての沖縄の評価の向上を目指し、国内外の観光客が満足する質の高いサービスを提供できる人材を育成・確保するため、観光人材育成に関する研修事業を行う民間企業等の自主的な取り組みに対し支援を行うとしている。

観光人材の育成を目的に、観光関連企業・団体等が実施する人材育成に関する研修の公募を行い、観光人材育成支援実施委員会及び観光人材語学研修支援事業実施委員会において研修事業を選定し、採択した研修に要する経費等を支援する。

平成 25 年度実績として以下が整理されている。

⑧観光人材育成支援事業研修実績

業種	研修名称
免税店を含む小売業および通関業	世界を感動させるための「和のおもてなし研修」
NPO 法人	沖縄に特化したプロガイドダイバー育成研修会
鉄道業	管理職及び管理職候補育成研修
一般貸切旅客自動車運送業	観光客対応力向上の為の総合研修
ホテル・旅館業	ビジネス基本スキル研修
ダイビングショップ	笑顔で信頼を得る接客研修
ブライダル業	FOCUS (For Customer Satisfaction Selling) for Wedding (CS 推進提案型営業) 研修
地域観光協会	賛助会員への観光知識スキルアップ研修
体験型観光	自然体験活動指導者研修
自転車／無線機販売・修理・レンタル	スペシャライズドジャパン SBCU CORE / BG FIT コース
国営、県営公園の管理運営	中国人が喜ぶ沖縄のおもてなし向上研修
ホテル業	ゲストに愛される GREAT HOTEL 研修
ホテル業	若手人材定着のための「次世代管理職向けコミュニケーション改善研修」
旅行業	～現地添乗員にガイド教育を～ 沖縄本島（北部・南部）ガイド研修
旅行業	コミュニケーションスキル研修
ホテル経営と運営	ヒューマンスキルアップ！基礎集中講座
宿泊業	接客コミュニケーション力アップ研修
調査・研究・教育	西表島おもてなしの達人養成研修
卸小売業	"売れる"コミュニケーション実践力修得講座
ダイビング・マリンスポーツ・宿泊業	視聴覚教材を活用したマリッジット・ヘルメット潜水・パラセールの安全管理、接客サービスレベルの向上、ダイビングガイドの仕上げ研修
ホテル	外国人観光客満足度向上のための視察研修
ホテル業	観光人材マネジメント高度化講座
ホテル業	観光人材を育てるパワフルチェンジコーチングスクール
旅行業	ファシリテーションを活用した「課題解決型商品の企画造成」実践研修

出典：沖縄コンベンションビューロー

⑨観光人材語学支援事業研修実績

業種	研修名称
免税店を含む小売業および通関業	世界レベルの接客のための英語研修
カヌー、トレッキングツアー	外国人観光客取得のための英語、中国語の語学力向上研修
サービス業（ダイビング／マリンスポーツサービス）	オンラインビデオ通話を使った海外講師とのマンツーマンでの英会話研修
サービス業	海外からの観光客受け入れに向けた語学力習得ならびに英語検定 2 級、toeic540 点クリアのための対策
旅館・飲食業	Hotel English Training Program for four months (16weeks)
宿泊業	英語による外国人観光客対応力アップ講座
ホテル・旅館業	英語での接客対応能力の向上研修
観光総合ホテル業	海外客への接客マナーとコミュニケーション能力の向上と異文化習慣の習得
観光ホテル業	英語研修
旅行業	英語での接客対応能力向上研修
ホテル業	観光人材語学研修
ホテル業	ホテル英語基礎会話・外国人ゲスト対応力現場指導
飲食業	英語での接客対応能力の向上
観光施設、公園管理	講師派遣型語学（観光英会話）研修
公園管理業、亜熱帯性動植物、首里城に関する調査研究、技術開発及び普及啓発事業など	中国語研修
ホテル業	私達に出来る実践英語
卸小売業	"売れる"外国語の習得講座
マリンスポーツ提供業	マリンスタッフ英会話研修
宿泊施設	ホテル接客英語研修
ホテル業	1.外国人観光客を迎える為の英会話研修 2.外国人からの問い合わせに対応するビジネスメール
飲食業	県内沖縄そば店 7 店舗における中国語・英語・語学講座カリキュラム
ホテル業	英語研修（※韓国語集中講座あり）
ホテル業	外国語（中国語）研修
ホテル業	外国語（英語・韓国語）研修
製塩業・スパ事業	中国語の基礎的会話の研修
観光植物園／レストラン施設	「世界に通用する観光人材育成事業」英語研修
ホテル業・天然温泉スパ事業・スポーツカルチャー事業	観光ビジネス英語研修・観光ビジネス中国語研修
リラクゼーション	外国人接客の為の語学研修

業種	研修名称
観光協会	基礎から学べるサービス業向け英会話教室
小売・卸売	英語での接客対応能力の向上研修
小売業	観光人材語学研修
ホテル業	語学研修(英語)
調査	English Communication and English for Tourism
マリナ関連商品総合販売及びメンテナンス業務、レンタルボート業務、ボート免許、マリナーナ関連業務	英語での接客対応能力アップ研修
ホテル業	世界に通用する観光人材育成事業（語学研修）外国人集客 WEB 戦略と館内表示案内作成講座
組合	観光人材英語語学講座
観光物産協会	観光関連語学講座
海中生物の養殖、販売、移植、海への還元代行業	英会話能力向上研修
観光（酒蔵見学施設）	忠孝蔵英語研修 ～泡盛文化の海外発信～
ダイビング事業者の集合体・勉強会グループ	ダイビングインストラクターのための英語研修（EFDI）
ビジネスホテル	ホテルフロント業務英会話講座、ホテル業務英文メール講座
観光業	中国語と英語での接客対応能力の向上研修
飲食業	語学研修（世界に通用する観光人材育成事業）
ホテル業	講師派遣型（ホテル英会話）研修
サービス業	英語・韓国語での接客対応能力の向上研修

出典：沖縄コンベンションビューロー

(6)ヒアリング・アンケート調査

①市町村アンケート結果 概要(北部 12 市町村)

- ・ 観光施設や各地のHP、案内等の外国語版や、「現場」ですぐ外国語対応ができる人材の確保・育成が共通ニーズとしてあげられた。

Q1. 外国人観光客受け入れについて現在実施している施策

- ・ 観光パンフレットの外国語版の作成
- ・ 観光総合案内板、サイン等の多言語版の作成、設置
- ・ 地元資源に関する案内パンフレットの外国語版の作成
- ・ 観光情報等電子案内板(デジタルサイネージ)の表示を多言語にて表示し、各設置地域と連携
- ・ 外国人対応人材育成講座の実施
- ・ 地元の外国人を活用した通訳の依頼

Q2. 外国人観光客の受け入れに際しての課題

- ・ 外国語での対応(食事のメニュー等)
- ・ 外国語を話せるスタッフの配置
- ・ 観光施設内の外国語の案内表示
- ・ 外国人客の対応ができる人材の確保、育成
- ・ 外国語によるコミュニケーション不可による小規模店舗における買い物客の消費機会損失(各問合せに対応不可)
- ・ 質の高いサービスの提供
- ・ 将来的に団体客を受け入れる場合の医療の対応

Q3. 外国人観光客を受け入れる上で今後必要と思われる対策

- ・ レンタカーや WiFi の整備
- ・ 人材確保、育成(あるいは外国語対応ガイド団体との連携)
- ・ 多言語表示観光案内パンフレットの作成(各地HP含)
- ・ 同時通訳機器等の設置
- ・ 観光事業所のスキルアップ(言語だけでなく習慣等の勉強)
- ・ 公共物の使用方法の外国語表記
- ・ 外貨両替所の設置

表 市町村インバウンド対策アンケート調査結果

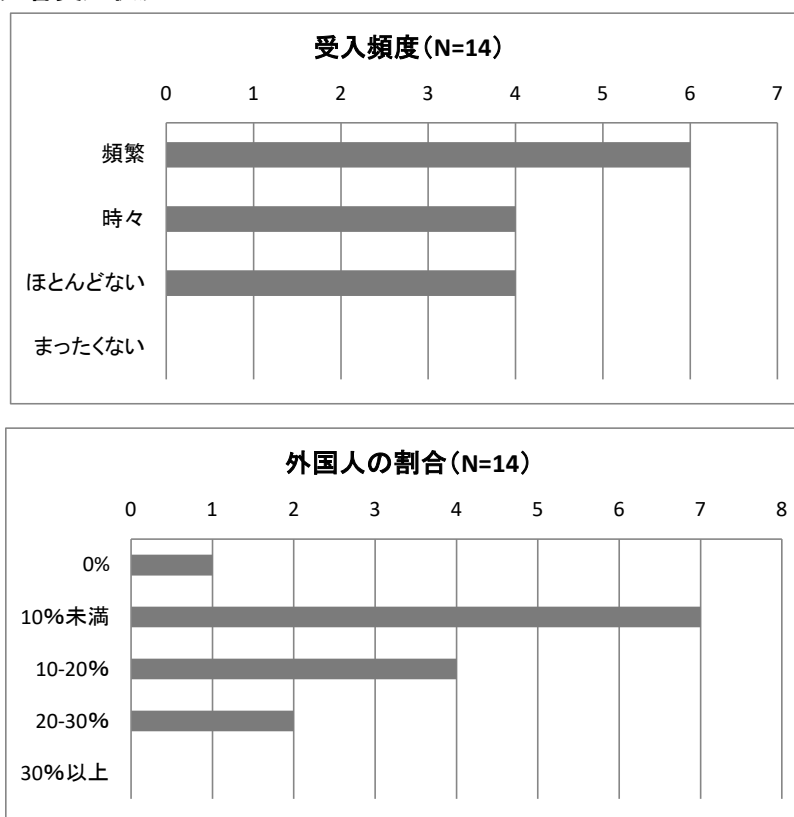
市町村	実施している施策	課題	必要対策等
名護市 商工観光課	・観光パンフレットの多言語表記 1.名護のツボ！【繁体字 英語 日本語】の併用表記 2.テーマ別リーフレット(食・飲・遊・買・道・走)【英語 日本語】の併用表記 3.観光プロモーション映像 秋・冬版【日本語 英語 韓国語 繁体字 簡体字 スペイン ホルトガル】 4.観光プロモーション映像 夏版【日本語 英語 韓国語 繁体字 簡体字 スペイン ホルトガル】	・名護市内の各観光施設では、ポップの作成などで言葉コミュニケーションの問題を解消する努力をされているが、公共施設等での外国人対応が不十分である。(例えば、市役所や市民会館、運動公園などの外国語表記等)	・外国人のみを対象としたプロモーション活動を行っていないので、各地域ごとに趣向等を分析し、その趣向を取り込んだ【対台湾用】や【対東南アジア用】等の地域別に特化したトピックを盛り込んだパンフの作成が必要です。
国頭村 商工企画観光課	・観光パンフレット英語版 ・観光総合案内板の英語・中国語	・外国語で対応する工夫(食事メニュー等) ・外国語で話せるスタッフ ・観光施設内の外国語の表示 ・施設でのマナー向上	・レンタカー ・Wi-Fi の設置
大宜味村 企画観光課	・25年度において、多言語(英語、中国、韓国)観光案内サインの整備を実施した。 - その他、芭蕉布事業協同組合にて、他言語による芭蕉布案内パンフの製作などを実施している。 ・さらなる施策についてはただいま検討中。	・外国人対応できる人材不足。	・人材育成、公衆無線 Wi-Fi の導入など
東村 企画観光課	・多言語観光表示案内板(誘導案内板<16基>・観光案内板<2基>)を設置。 ・デジタルサイネージ(観光情報等電子案内板)を村内主要観光施設(2箇所)に設置し案内表示を多言語にて表示。 - また、村外に設置しているデジタルサイネージ(今帰仁村<観光協会>、本部町<グリーンパーク>、那覇市<わしたショップ国際通り店>福岡県博多駅、大分県竹田市)とも連携している。	・外国人観光客に対応する人材の確保(育成)。	・多言語表示観光案内パンフレットの作成。(現在調整中) ・外国人観光客に対応するための対策。(人材の確保(育成)等)
今帰仁村 経済課		・言語・通訳の問題	・同時通訳等人材の育成 ・同時通訳等の機器と観光施設に設置
本部町 商工観光課	・平成 22 年度 多言語観光案内看板の設置 1基 ・平成 24 年度 多言語観光案内サイン整備 24 基 ・平成 24 年度 外国人対応人材育成事業(中国語講座) ・平成 25 年度 多言語観光案内サイン整備 18 基 ・平成 25 年度 外国人対応人材育成事業(英語講座・前期、後期)	・スーパーなどの大型店舗については、特に問題は無いが、町営市場などで経営する小規模店舗などからは、コミュニケーションがうまく取れず、買い物の機会を逃しているなどの意見がある。 ・外国人対応の職員が居ないため、相手が必要な情報を直ぐに提供出来ない。通常業務では、あまり問い合わせ等は無いが、まつりなどのイベント事には、よく問い合わせがある。	・外国語対応の人材(役場や観光協会、商工会、その他ガイドなど) ・多言語ガイドブック ・観光事業所のスキルアップ※語学だけでなく、外国の習慣や風習の勉強。ハラル対応等

市町村	実施している施策	課題	必要対策等
恩納村 商工観光課	・多言語観光パンフレット「恩納村観光ナビマップ」の発行(英語・中国語(繁体文字・艦隊文字)・韓国語の対応)		・観光地における多言語表記による看板等の設置。例えば万座毛では、外国人観光客の増加しており、トイレのドア開閉のための「押す」が分からず頻繁にドアを壊してしまう。和式トイレの使用方法についてもわからないため、絵での表示や多言語による表記などで対応しているところ。その他にも必要性の高い場所を調べ対応していくことが必要。 外国語対応可能な人材育成
宜野座村 観光商工課			・観光案内の通訳者の確保 ・英語・中国語・韓国語の案内表示(ガイドブックや地図、標識)の整 ・クレジットカードが使えるレジを増やす。 ・外貨両替所の設置
金武町 産業振興課	・外国人に特化した誘客については、特になし。	・受け入れしていると想定した場合 ① 多言語観光案内看板の設置が必要 ② 外国語での対応ができる人材の育成・確保 ③ 質の高いサービスの提供	・世界に通用する観光人材の育成が急務である。
伊江村 商工観光課		・外国語に対応できる人材の確保	・外国語に対応できる人材の育成、採用 ・県内の外国語対応ガイド団体との連携
伊平屋村 総合推進室	・地元にいる外国人のお嫁さんの出身国を把握し、通訳をお願いしたことがある。(人材バンク活用)	・外国語を話せる地元の人が少ないこと ・人材バンク活用の際、元々、(ツアー客以外:特に飛込)外国人観光客からの手数料は受領しておらず、その対応部分の拠出 ・大人数で参加する外国人観光客の目だしがあれば予算措置も可能である。しかしながら、外国人観光客の言語、習慣等の習熟が未だ伴わないため、受け入れに懸念を感じる。(特に離島村のため医療関係)	・伊平屋村などのホームページを多言語変換に出来るようすると、事前情報の提供が出来るので今後の対策に必要。
伊是名村 商工観光課	特になし	・まず先に通訳者がいないこと、観光パンフ及び道路標識、観光施設等の案内板が多言語表示になっていない。	・受け入れる国の通訳者の養成、また多言語表示のパンフの作成や道路での施設案内板等の多言語表示への切り替え、受け入れる宿泊先の研修等の対策を講じる必要がある。

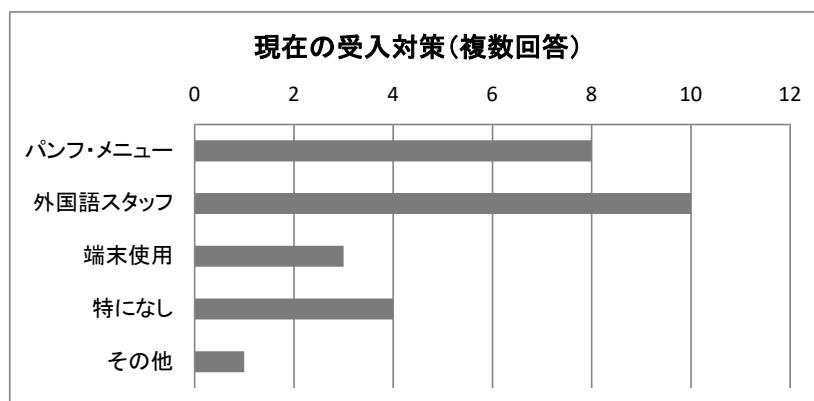
②受け入れ施設アンケート結果 概要

- 北部地域の外国人観光客の受け入れ状況を把握するため、宿泊施設 14 件に、あらかじめ質問シートを送り、アンケートを行った。
- 北部地域全体の状況を把握するため、沖縄県、ホテル、旅館、生活衛生同業組合より紹介いただいた事業者現場の状況をヒアリングした。(内容は Q3～Q5 の自由記述の回答を含めている)
- 受け入れ頻度は高いが全体の割合としては 20%以下となっている。最近では香港、台湾は増加傾向にある。比較的客数の多いホテルではパンフの設置や外国語対応が可能なスタッフが常住している。スキルアップのためにも、語学講座の継続派遣が必要。他に、外国取引への取り組みの検討についてもあげられた。

Q1. 外国人観光客受入状況



Q2. 外国人観光客の受入対策



Q3. 外国人観光客を受け入れる上で活用したい支援・ツール（自由記述）

（県内の移動に関する事項）

- ・ 最近インバウンド客もレンタカー利用者が多いが、中国客は国際免許の条約国や二国間条約の締結が無いために、レンタカーを利用できず2次交通の活用が必要である。
- ・ 北部地域内で周遊バス等交通面を工夫することで各施設等へ出向いてもらうよう対応を考える必要がある。
- ・ 市外線の案内、停留所マップ。

（人材育成など）

- ・ 県の事業などでスタッフが応募し、2か月程度の派遣事業等を活用しているのみである。県などの事業はどうしてもこちらから移動して行かなくてはいけないので、講師派遣などしてもらえると非常に助かる。
- ・ 英語、中国語、韓国語の3カ国語のウェブサイトは製作しているが、訳している内容が精査できておらず費用も嵩むので、ウェブの多言語更新を一括でとりまとめてくれるところがあると良い。
- ・ 人材派遣センターがあれば助かる。
- ・ 電話での会話ができるようになる研修など。

（WEB・パンフレット等について）

- ・ 各施設や市町村、あるいはホテル単体のみでのパンフレットが多いので、北部全体について1枚で情報を得られるようなパンフレットがあると良い。
- ・ 各施設やホテルのウェブページ間の連携を図っていくためのとりまとめのページを充実させていくことが大切である。
- ・ 多言語のパンフは自社でやれないので助かる。
- ・ 言語対応できる人（スタッフはシフト制なのでいない時間帯がある）。
- ・ 宿泊・観光に特化したQ&A。
- ・ 団体が多いので添乗員で対応ができていない状況だが、メニューは頻繁に必要なので多言語があると良い。

（コミュニケーションツール等）

- ・ ホテル滞在中の会話をスマートフォンで活用し行えるツール
- ・ 通訳コールセンターの回線をもっと増やして欲しい。観光案内ルートの問い合わせが多いが、日本人スタッフがコールセンター利用できると助かる。
- ・ 予約対応ができるようなコミュニケーションアプリ、会話帳があるとよい。
- ・ タブレットの利用など。
- ・ コミュニケーション力を強化したいので継続的な語学派遣があると良い。
- ・ 会話通訳のツールがあると良い。

（医療・保険等）

- ・ インバウンド客はホテルで過ごすという滞在時間が長くなっている。マリンスポーツをするにも保険や緊急時の対応、訴訟など発生した場合の法整備などが未整備であること、受注しても多言語スタッフが非常に少ないので実際は受け入れが厳しい。

（体制面について）

- ・ インバウンド客を受け入れるのは各施設や地域単体でなく、地域全体で歓迎する、そのための誘客に全体で取り組むといった体制が必要である。

（PRについて）

- ・ 旅行博など海外でのイベントで誘客活動ができるような支援があると良い。

Q4. 検討中の取り組みについて

- ・ Wi-Fi の環境設備。持ち歩けるアンテナ機能のあるポケット Wi-Fi。
- ・ 外国人観光客の実証事業をするべき。実態がわかるはず。
- ・ 海外との取引の仕方。
- ・ 名桜大学の留学生を雇用していきたいが、なかなか確保しきれしていない。
- ・ 英会話のできる人材の採用。
- ・ 人材を確保していきたいが、語学力は人それぞれでなかなか見つけられない。日本語を話せる外国人が欲しい。
- ・ 村内や公園内の案内表記を英語に替えつつある。
- ・ 事業計画では英会話等スキルアップとしているができていない状況。
- ・ スタッフの英語力の強化。
- ・ 翻訳ソフト・アプリを導入予定。

Q5. その他(自由意見等)

（受け入れ状況）

- ・ 国籍について、団体客は中国、台湾が多いが、個人客は多くが韓国からの客となっている。
- ・ 年齢層は 30 代～40 代の家族連れが多い。
- ・ 韓国入客が増えた主な理由としてはチェジュユナイテッドの便数が増加したことが影響しているだろう。
- ・ 一昨年くらいからインバウンド客がかなり増加している。韓国客に至っては前年比 3 倍増であるなど、伸び率の幅が大きくなっている。
- ・ ウェブ予約サイトを利用しているケースがほとんどとなり、個人客が多い。
- ・ 最近タイからの客も増えている。
- ・ 旧正月の影響でこの時期は外国人客が多い。
- ・ 秋から冬のオフシーズンは 1 週間にバス 1 台程度。
- ・ 個人客は毎日 20 名ほどいる。
- ・ 基地関係の米国人客が多い。
- ・ 中国系はまれ。
- ・ 米軍保養施設として認定を受けている。
- ・ ネット、FB などを利用して訪れた方がいた。イスラエルもいた。
- ・ ジェスチャーなどで会話を楽しんでいる。
- ・ 日本語が出来る方も多い。

（取り組み状況について）

- ・ 人材派遣会社との提携で、毎年台湾の大学生を1年契約でインターンシップとして受け入れている。今年で3年目になる。
- ・ 韓国からの学生派遣は1年目で一人契約している。ホテルとしては、毎年新卒を10名採用している。
- ・ 集客方法としては外国の専門サイトに登録している。
- ・ 他県等のHPを利用しながら、あるいは他業者とタイアップしながら翻訳等対応している状況。
- ・ ホテルは24時間稼働しているので、どうしても多言語案内が可能なスタッフが不在の場合があり対応しきれていない場合がある。
- ・ 他県等のHPを利用しながら、あるいは他業者とタイアップしながら翻訳等対応している状況。
- ・ ホテルのパンフレットの多言語版の作成はしていない。内容について更新できるものが確保できず、外注にすると費用が嵩むため、現時点ではホテルチェックイン時の案内のみ3カ国語で作成し配布している。
- ・ アメリカ人スタッフが在駐。
- ・ 通常ある程度英語中国語ができるスタッフは配属している。
- ・ スウェーデンからの夫婦が住んでいるので彼らの関係で欧州から訪れているケースもある。スイスからの訪問者もいた。
- ・ フロントで電話通訳サービスを利用いただけるようしている。
- ・ 宿泊客は大体通訳を通して問い合わせて来るので今の所不自由はしていない。
- ・ アメリカ人スタッフ以外に、フロントも含めて多少会話は可能。

（課題となっていること）

- ・ レストランや大浴場の利用マナーについて多言語案内が必要かもしれないが、文化の違いという観点からは一概にマナーとも言い切れず案内作成については検討中である。
- ・ 海外販路構築に向けてセールスをするようしているが、異文化との取引に躊躇する。
- ・ アナログスタッフが多く、ジェスチャーで対応。
- ・ 電話では食事のアレルギーなど聞き取れないので、気を付けたい。

（意見・要望）

- ・ 名桜大学の学生は卒業後に那覇か県外に就職していると聞く。名護などやんばるで就職することの魅力をもっと伝える必要があると考えている。
- ・ 外国人観光客が北部のホテルに宿泊するのはまだ少ないと感じている。ホテル受け入れでの多言語を強化するよりも、バス停など公共的な部分での強化が先。バス移動は今後も増えていくはず。公共が頑張っていると、ホテル側も努力していくはず。
- ・ 短期間の講座では、それを活用してもスタッフのスキルアップにつながるのか懷疑的。
- ・ 案内板の外国語版は必要だが、町のパンフに組み込めないか考えたい。
- ・ アプリは時間がかかる。
- ・ ボランティアで継続的に外国語講師の派遣があると助かる。

(7)成果と課題

①事業の成果

- 沖縄に訪れる外国人観光客は、年々増加しており、やんばる地域でも例外なく増加している。受け入れ対策については、沖縄県や沖縄観光コンベンションビューローにより様々な調査や支援事業が行われていることを確認した。
- クルーズ船について、沖縄への寄港状況、クルーズ客のニーズなどが把握できた。また、これらのことから、本部港のクルーズ誘致を促進する、メリットや課題が抽出された。

②今後の課題

- 外国人の受け入れ対応に関しては、北部の市町村、宿泊施設等の現状をアンケートやヒアリングで把握したが、現在の所、各事業所の自助努力で対応している状況であり、今後増大が予想される外国人受け入れにあたっては、行政支援や広域的な連携の取り組みが必要である。
- 外国語対応の人材育成については、長期的な目標で取り組むべきこととなるが、本事業において、即効性のある支援策を検討する必要がある。
- クルーズ船の本部港誘致促進については、受け入れ体制も含めて引き続き検討する必要がある。

第5章 とりまとめ

5-1 今年度の成果と課題

(1) 各事業の成果と課題とりまとめ

平成 26 年度は、研究会を設け、連携体制の機能や役割、体制面の検討を重ねた。また、情報発信の充実強化を図りながら、プロジェクトチームによる連携実行体制で、東海岸地域をフィールドとしたモニターツアーやスタンプラリーの実施及び観光プロモーションを行った。

今年度の成果と課題を次のように整理した。

表 H26 の成果と課題

H26 の成果	今後の課題
1 連携の仕組みづくり ●やんばる観光連携推進研究会の設置 ⇒連携体制について関係者で検討した結果、まずはエリア別連携体制の充実強化を図りながら 12 市町村の連携体制についても引き続き検討することとなった。 ●連携プロジェクト実証（東海岸モニターツアー） ⇒関係する 5 団体の連携体制のモデルが創られた。他のエリアの自発的な連携を促した。 ⇒「大人の民泊」という新たなテーマ設定、モニターによる評価を受け、商品化に向けての課題が抽出された。	●やんばる観光連携推進研究会の継続 ⇒今後もやんばる全体の情報交換や連携体制について検討を続ける。 ●エリア別の連携体制の創出と強化 ⇒エリア別の連携体制について、連携プロジェクトとして実践を通じた連携体制づくりを進める。 ⇒着地型観光商品化のためのブラッシュアップと事務局の自立的な体制作りが必要である。
2 情報集約・発信 ●情報サイトの充実強化 ⇒FB による投稿欄を追加。閲覧者が国内外に拡大した。 ⇒ドライブルートと飲食店情報、マップやイベントアプリのダウンロードページ追加。 ●情報拠点の充実強化 ⇒観光案内コーナーの PR を強化し、観光客の利用が増加。観光客、地元双方から案内コーナーの必要性が高まった。 ⇒やんばる地域の直売店 17 か所でスタンプラリーを実施。 ⇒ドライブコースと飲食情報を掲載したドライブ本制作、配布。 ⇒やんばるマップの他言語版を制作、配布。 ⇒ドライブ CD の制作、（レンタカー店で）レンタル実施。	●情報サイトの充実強化 ⇒今後も情報の集約、フェイスブック等を活用した最新情報の提供、国内外の観光客とのコミュニケーションをさらに充実する必要がある。 ●情報拠点の充実強化 ⇒観光案内コーナーでも多言語対応の必要性が高まっている。 ⇒今後も各地域との連絡体制を強化し、観光客のニーズに応じた適格な案内を行う。 ⇒観光案内コーナーの継続要望が高まっており、運営方策や関係機関との位置付けを明確にしていける必要がある。
3 観光プロモーション ●観光フェア等への出展 ⇒那覇空港 2F ウェルカムホールでやんばる観光フェアを開催した。各エリア代表の参加、特産品試食は好評を得た。 ⇒沖縄 EXPO in TOKYO に出展。各エリア代表の参加により、旅行社、メディア等への PR を行った。 ●やんばるパッケージ制作 ⇒やんばるをイメージしたデザインのファイルバックを制作・配布し好評を得た。実用的なアイテムで 2 次的効果も期待される。 ●プロモーション用やんばる観光イメージ映像制作 ⇒やんばるを 4 つのエリアに分け、各テーマに応じた PV を制作。観光フェア及び観光案内コーナーで上映した。	●観光フェア等への出展 ⇒那覇空港 ウェルカムホールは出発客が多く、開催場所の検討が必要である。 ⇒着地側での特産品とタイアップした開催など経済効果につながるような取り組みが必要である。 ⇒発地側に対して、やんばるの PR を継続する。連携プロジェクトの内容等に関する反応を把握する。 ●やんばるパッケージ制作 ⇒観光案内コーナーや観光フェア等で配布するサービスアイテムとして検討が必要である。
4 ニーズ把握 ●観光客動態調査 ⇒7 月～8 月のピーク時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。 ●関係機関ヒアリング調査 ⇒インバウンドに関する受け入れ体制課題などを把握した。	●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必要がある。

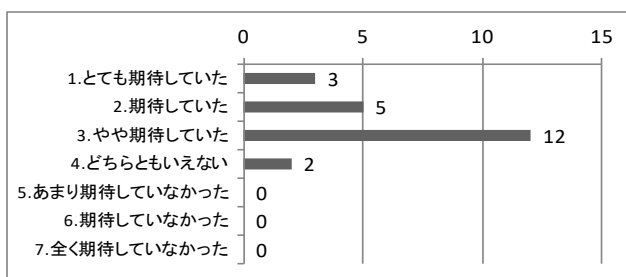
(2)事業の進捗評価

本事業は平成 24 年度からはじまり、平成 26 年度で 3 年となる。ここで、これまでの事業成果を振り返るため、研究会メンバーにアンケート調査を行った。

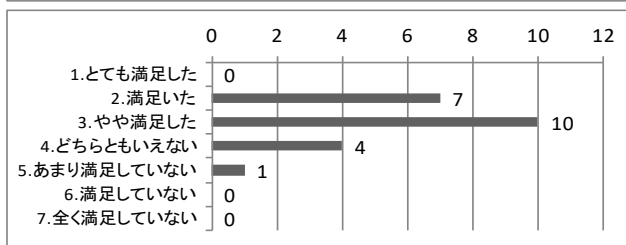
結果として、連携事業に対して「とても満足した」の回答は無く、「やや満足した」「満足した」で 17 件 (77.3%) となった。

継続が必要な事項については、「観光案内コーナー」が最も多く、「研究会」の継続が継いでいる。これらの結果をふまえ、今後の展開を図る。

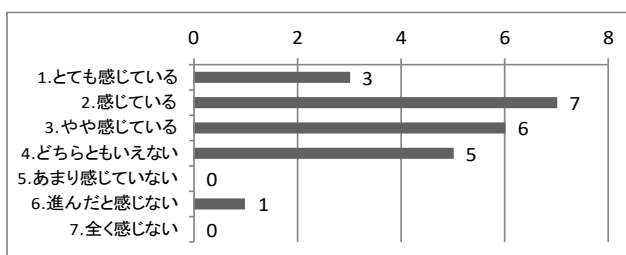
Q1 連携事業に対する期待度		合計
1	1. とても期待していた	3
	2. 期待していた	5
	3. やや期待していた	12
	4. どちらともいえない	2
	5. あまり期待していなかった	0
	6. 期待していなかった	0
	7. 全く期待していなかった	0



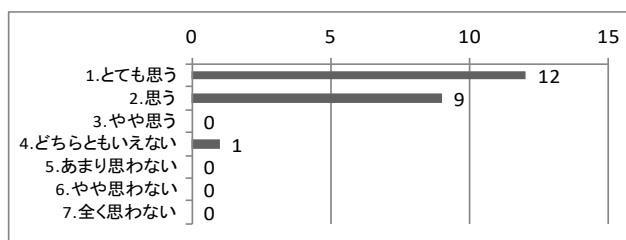
Q2 連携事業に対する満足度		合計
2	1. とても満足した	0
	2. 満足した	7
	3. やや満足した	10
	4. どちらともいえない	4
	5. あまり満足していない	1
	6. 満足していない	0
	7. 全く満足していない	0



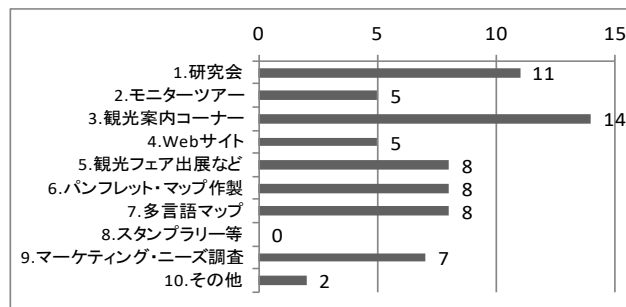
Q3 連携が進んだか？		合計
3	1. とても感じている	3
	2. 感じている	7
	3. やや感じている	6
	4. どちらともいえない	5
	5. あまり感じていない	0
	6. 進んだと感じない	1
	7. 全く感じない	0



Q4 連携事業の必要性		合計
4	1. とても思う	12
	2. 思う	9
	3. やや思う	0
	4. どちらともいえない	1
	5. あまり思わない	0
	6. やや思わない	0
	7. 全く思わない	0



Q5 連携が必要な事項		合計
5	1. 研究会	11
	2. モニターツアー	5
	3. 観光案内コーナー	14
	4. Webサイト	5
	5. 観光フェア出展など	8
	6. パンフレット・マップ作製	8
	7. 多言語マップ	8
	8. スタンプラリー等	0
	9. マーケティング・ニーズ調査	7
	10. その他	2



(理由)

Q1. やんばんる観光連携推進事業に対し、どの程度期待されていきましたか。(記述回答)

- やんばんる同士で連携して、それぞれの地域に観光客がお金を消費する仕組み作りが出来ることを期待しておりました。
- OCVB 北部事務所の設置も期待しております。
- 情報の共有や横のつながりに、方向性を一つに取り組むなどを期待しました。
- エリアごとに連携ができる仕組みづくり。
- 隣の町の観光のために生きた情報を知ることができる。
- 何か大きいことが出来る可能性がある。
- 最終ゴールは12市町村観光窓口なのでまだ道半ばです。時間がかかりますので地道に取り組んでいきましょう。
- 広域で観光客誘致して本村にも観光客が来島する仕組みづくり(村・ニーズ・ターゲット)にあった観光客誘致が出来るかと期待していた。
- 今迄観光に関しては、12市町村の交流や連携の場が無かったため、どのような連携で事業を計画して行けるのか期待していました。
- 今迄具体的な連携事業がなかったのも。
- やんばんる圏域の観光情報の共有が可能となり、広域的に観光客の誘客に取り組むことができるため。
- 正直、連携といっても行政の性質上、予算の仕組みや自分たちの町の観光振興及び情報発信でいっぱいだったので、連携は難しいと思っていました。
- 北部市町村の観光関連担当者との意見交換・情報交換。
- 行政が中心となって話し合いが活発に行われるものだと考えておりました。
- 12市町村の各担当職員が連携事業について認識がどうなのか課題である。
- やんばんるというブランドを一つになれて発信できる期待がありました。
- ただ連携内容にもよりますが、これだけ広域での連携となると難しい面が出てくるものと考えています。
- 具体的な連携がとれることを期待していた。
- 観光入域を増やすには独自で差別化を図り、PRしていくしか手立てがないものと感じておりました、これを機にどしどし参入していければと思います。
- やんばんる地域の連携がどのように出来るか期待していました。
- 観光客の増加。
- 具体的な連携する事業が行われ、官民一体となりやんばんる観光全体への波及効果に期待した。
- やんばんる観光に関するリーダーシップ。

Q2 . 実施内容、進め方などについて満足しましたか？(期待通りでしたか？)。(記述回答)

- グループになって意見交換やワークショップをしたことで、それぞれの地域の課題及び現状を少し把握することが出来たが、具体的なやんばんる全体としての事業計画等の煮詰まった話が出来なかったことに少々満足できませんでした。
- 行政、観光協会、NPO、地域活動団体の立ち位置や役割などもう少しはっきりさせて欲しい。

- ・現状の問題点や取り組み内容についての共有認識が得られた。
- ・かならず前進している。
- ・企画計画しかり実行しかり、行動に移している。
- ・効果を測定しているので、傾向と対策を常に考えることが出来る。
- ・事業採択前から事業調整の方が良い(4月後半からでも集めるとか)。調整つかずに見送られた事業もあったので。
- ・誘致までではいかなかったものの共通の課題として近隣市町村と連携する話し合いがなされた。
- ・ワークショップ等を通してそれぞれの市町村の状況を聞くことが出来、連携の課題についても話し合うことが出来た。
- ・定期的に顔をあわせ、情報交換するだけでも成果があったのではないかと考えております。
- ・期待通りに近いと思います。
- ・ブロックごとに分けて検討したのは良かったと思います。ほとんど出席できず申し訳ありません。
- ・同じやんばるでも、エリア分けしたことによって、地方の方向性が明確になり、ターゲットを絞った戦略的な取り組みが期待できる。
- ・毎回、同様な内容の議論に終始した感がある。
- ・実施内容の進め方については、特に問題は感じられないが行政が主なのか観光協会が主なのか良く分からない部分があります。
- ・事業の進め方について、こちらの理解との違いがあったので、もう少し具体的な説明が欲しかった。
- ・日程調整など厳しい部分もあったが、全体的な流れとしては、良かったと思う。
- ・スケジュールの都合で数回のみ参加でしたが、随時会議録がメールで届けられたため、ある程度の流れはつかめていました。
- ・説明資料なども分かり易くよかったです。
- ・道の駅許田におけるさくらガイドの配置。
- ・エリア別の市町村及び観光協会などの率直な意見交換。
- ・沖縄北部観光情報「コミュニケーションサイト」の開設。
- ・やんばる連携をエリア別に区切っての内容が実践できることに満足している。
- ・期待していたより進まなかった。
- ・広域の方向性が良く分からない。もう少し即効性のある事も考えて欲しい。
- ・やんばるを一つに事業展開するのは難しい。まだまだ課題はあると思うが、年度計画等は着実に進んでいると思う。

Q3. 事業実施により、やんばる観光の連携が進んだと感じますか？(○は1つ)

- ・各エリア別で連携体制につきましては、少しですが連携が取れてお互い話をしやすくなった。
- ・お互い足りない部分を近隣市町村で補っていくという点につきましては、とても満足しております。
- ・他市町村の情報が入った来事や話す機会が増えたことで、他市町村の考え方などが聞ける場が出来、お互いに共有し一緒にやんばるを盛り上げて行こうというきっかけにも繋がっていると感じた。
- ・少しずつではありますが、確実に進んでいます。

- 金武、恩納、宜野座は良い感じだと思います。
- 遠慮をしていない。無理をしていない。出来そうなことを話している感じです。
- まだ、連携事業に参加出来ていない行政もあり次年度以降調整が必要だと思います。
- 三村独自の課題点を発言しエリア内の会議を行うことで、統一の問題意識の連携協議を図ることができた。
- 次年度に向けての連携事業を考える機会を与えて頂きました。
- エリア毎に共同で事業を提案し、全体で情報を共有しただけでも連携が進んだと感じます
- 各市町村の観光関係職員や観光協会と協議する機会はあまりなく、事業者により連携は計り易くなったと思います。
- 各市町村の課題共有が出来たことによって、お互いに連携して課題解決に向けた意識が高まったと思う。
- 12 市町村全体の連携が進んだとは感じないが、各エリアの連携は進んだ。
- 本部本島（観光協会）につきましては、以前から少しずつ意見交換を進めていましたので、特に感じることはありません。
- 東海岸や本部半島などの状況を見ていると、非常に効果が出ていると思います。
- 東海岸のモニターツアーを実施することで他地域での取り組みなどが少しではあるが分かった。
- どのような点が連携を感じるか、または連携し易くなったかなど、情報を共有できたことで、今後の連携に大いに役立ったと思います。
- 具体的なモニターツアーの構築などにより地域間の連携が図られている。
- 進んだ気がしない。
- 常に事務局との調整で、終わっているような気がする。
- 北部 12 市町村、観光協会が参加している。なかなか出来ることではない。
- 市町村、観光協会等と顔を合わせられる良い機会である。

Q4 今後も 12 町村の観光連携を推進していくことは必要と思いますか。（記述回答）

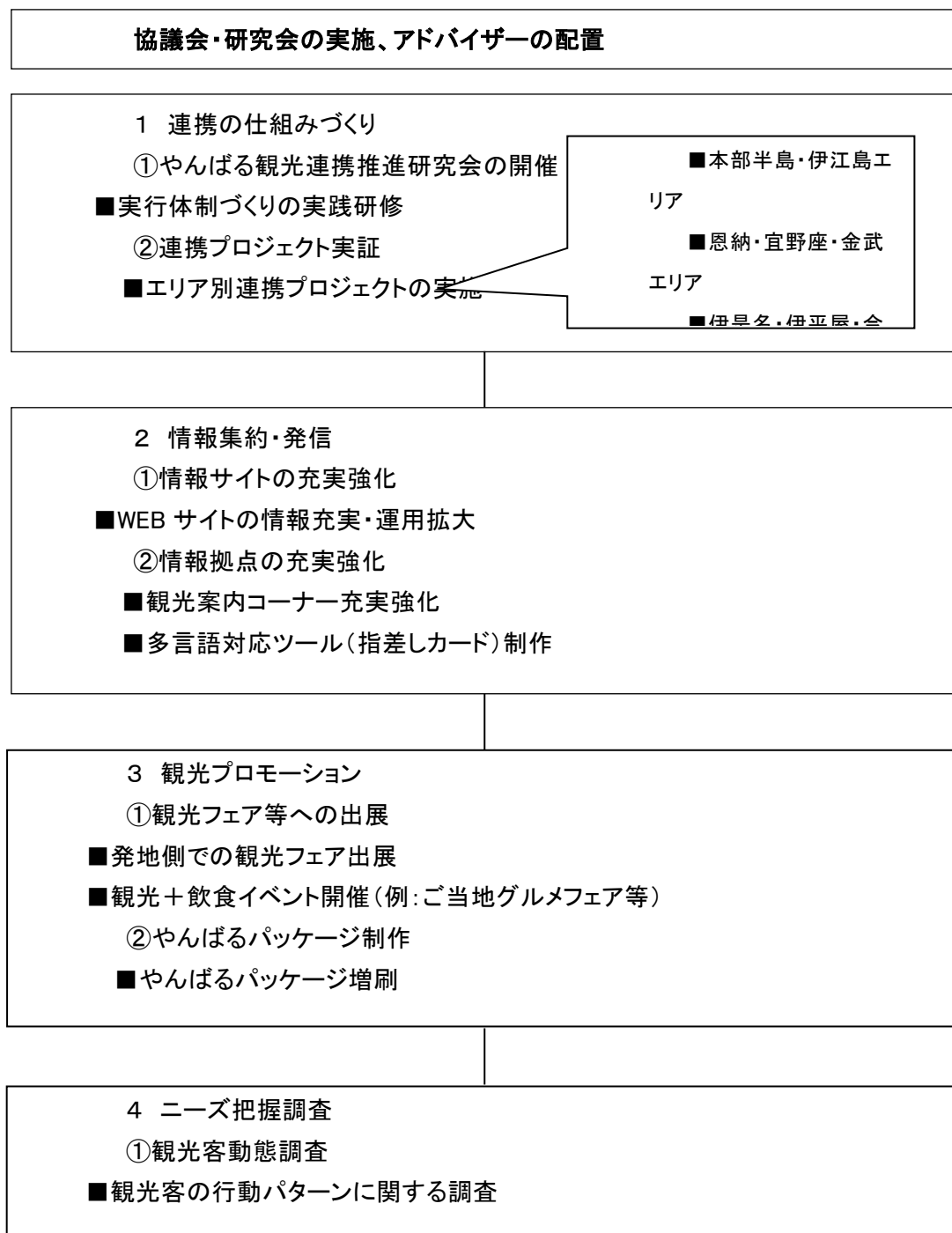
- やんばる観光フェアの開催は、観光客の立場を考えると、一度にやんばるの物産及び観光情報等を見ることが出来るので、とても良かったと思います。
- 開催する時期の検討が必要だと思います。また、場所を北部で行うと 12 市町村のメンバーも参加し易いですし、観光客も北部内だとすぐに立ち寄ることが出来ると感じました。
- 動画の配信も良かったと思います。雑誌を読むよりも時間短縮が出来ますし、映像を見ることで実際のものの様子がわかるため。
- 同じ目的に向かって、意見交換や課題点や問題点を共有できた事。
- エリア事ではあるが、広域的に一つのテーマに対して協議し、そのテーマを広域的に取り組んで行こうと言う姿勢が見えてきたこと。
- 地域間での連携等は話せているが、各々の立場（行政、観光協会、NPO、地域活動団体）がどのような役割をもって取り組むのかがあいまいな部分がある。次年度以降の課題だと思います。

- 本来は自分らで稼ぐというところまでいかないと連携を続けて行くことは出来ないと思うのですが、許すのであれば、12 市町村の連携の限界かもしくは、12 市町村の連携可能プログラム作成が分かれば理想です。
- 近隣町村連携は 12 市町村連携に比べると格段に連携の可能性が高いと思います。
- 12 市町村の各自治体がそれぞれの魅力を発揮するとともに、近隣市町村との連携特にエリアごとの連携が観光ニーズに即している場合が多く新たなやんばる観光の魅力を打ち出すことになると思います。
- 今後名護を中心にエリアごとの研究会とカテゴリーごとの連携(スポーツ誘致・民泊・アウトドア・エコツアー等)連携することで新たな魅力を打ち出せるのではないだろうか
- 観光客受け入れだけでなく 1 年通したPRブースが必要(ニーズ把握とともに直接呼びかけ)。
- たとえば、国際通りに観光案内(はとバス)のようなブースを作るそれに即した企画ツアーを行う。
- 交通の便の悪さをどう補うか。
- 夜の観光スポットの開発。
- 観光産業の育成(定住につながる)
- 離島との連携、離島の情報発信拠点と観光地連携。
- 広域で繋がる意義(離島含む観光客誘致の問題意識)の共有化
- もう少し市町村の観光担当者と交流ができれば良かったです。
- 4 月 23 日オープンの恩納村文化情報センターの観光案内フロアでは恩納村のみならず北部の入り口として情報発信をしていく予定です。そのため今後は 12 市町村の情報共有が必要とされるため、更なる連携を推進することが必要だと考えます。
- 12 市町村で情報共有しながら各地域の課題など話し合っていくことにより、いろいろな課題が見出せたのではないかと考えております。
- そのような課題や共同事業を推進していくうえでも、連携は必要だと思います。
- 事務局体制をどのように構築するかが、大きな課題になってくると思います。
- やはり 1 市町村単位では、外からの認知度が低く、また観光素材の少ない、オールやんばるで取り組むことにより認知度向上と様々な観光商品の開発が可能だと思います。
- 連携の強化は必要と思うが、12 市町村の広域連携については、時期尚早と考える。
- 各エリア別の連携強化から努め、状況を見ながら連駅の拡大を図ることが良いのでは。
- やんばるは 1 つの言葉もあり、連携は最重要課題である。事業連携はもちろん必要だが事務局体制(窓口)を構築することが優先である。
- 基本的に県内外・海外のお客様をやんばるへ誘客し受け入れる体制づくりが急務となっており、各市町村の課題を含め解決にむけて内容を把握し事業連携を行って良ければと思います。
- やんばるという地域での連帯感、協力体制について改めて考えることができ、今後も可能な範囲での連携は必要であると感じました。その主体となる組織をどうするかが課題だと思います。
- 横のつながりをもつことで個々が取り組んでいる事業の幅が広がり、情報共有などが出来ることで、12 市町村の観光振興に可能性があると思う。
- 観光キャラバン(実施時期は要検討)、やんばる Drive 本とか効果あると思う。
- モデルコースの造成。
- 必要は大いにあり 各地域の特徴を活かしたアピールが出来ないか。

- 1 企業、1 団地で地域の PR をしても効果が低い、県、OCVB 等と連携しオール沖縄、オールやんばるでの取り組みが必要と感じる。

5-2 平成27年度業務の内容

(1)平成 27 年度業務の内容 （全体像）



(2)事業内容

1 連携の仕組みづくり

1-1 やんばる観光連携推進研究会の開催

エリア別連携体制づくりの実践研修とやんばる全体のつながり醸成

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。

研究会は、引き続き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(各市町村で観光の窓口となる組織など、市町村の推薦に基づく)で構成する。

平成 26 年度の研究会では、まずはエリア別の連携体制を構築・強化していくことが確認された。このため平成 27 年度はエリア連携プロジェクトをエリアの関係団体主体で実施することとなっている。

また、12 市町村全体の連携体制、連携の取り組みについても引き続き検討することとする。

平成 27 年度の研究会では、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、また地域連携で着地型観光商品を造成していくためのプロセスや、事務局に必要な役割、コーディネート力を向上させるための研修などを行う場とする。

また 12 市町村の連携については必要な機能や体制を引き続き検討する。

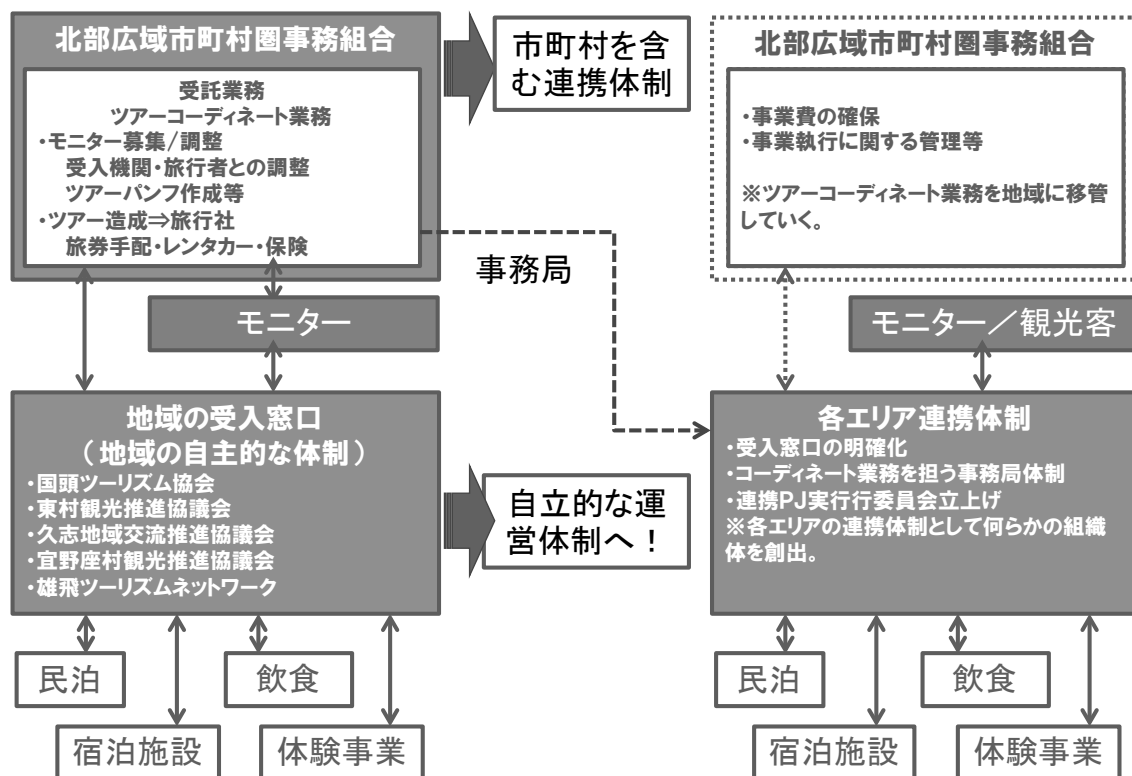
■実施概要(案)

実施目的	・エリア別連携プロジェクトの実施状況の共有 ・12 市町村全体の連携に関する具体化検討
実施時期	・第 1 回(7 月頃)、第 2 回(10 月頃)、第 3 回(2 月頃)
実施主体	事務局による主催
対象	・市町村観光担当部局(課長、係長) ・観光関連団体
実施内容	・アドバイザー(玉沖仁美氏)のファシリテーションによる進行とアドバイスを交えながらのグループ討議を予定。 第 1 回 ①エリア連携事務局の設置と運営について ②観光案内コーナー及び WEB サイトの運営について 第 2 回 ①旅行商品の PR と流通について ②観光関連団体の連携体の設置について 第 3 回 ①モニターツアーの事業化 ②やんばる観光連絡協議会の設置について

■エリア別連携プロジェクトの実施体制及び目標

H26東海岸連携PJの実施体制を例として

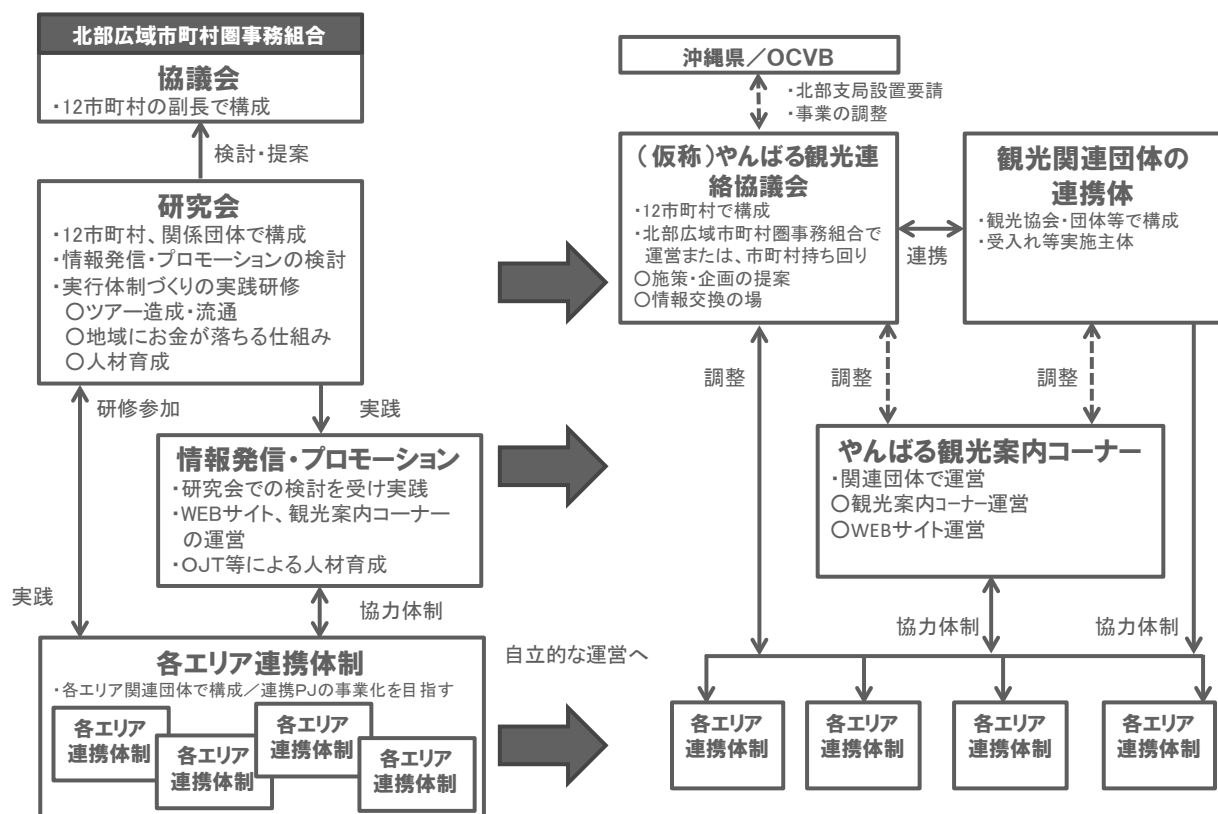
実施体制の目標



■事業の実施体制及び連携体制の目標

平成 27・28 年度の実施体制イメージ

平成 29 年度の以降の体制イメージ



1-2 エリア別連携プロジェクト実施

エリア別プロジェクト実行体制を立上げ、着地型プログラムでモニターツアー受け入れを実践

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、やんばる地域でもこれまでのようにメジャーな観光施設の周型観光でなく、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。

また、連携プロジェクトとして各団体が一つの目的に取り組むことで、連携を促進することも狙いの一つである。

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け入れを実施した。

モニターのアンケート結果では、全体的に満足度が高かったものの、旅行商品としての課題など細部で多くの指摘を受けており、今後も課題をクリアし、ブラッシュアップしながら商品化に向けた取り組みを続ける。

また、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について、すぐに12市町村全体の連携を考えるのではなく、各エリア別から進めるという方向性が示された。

よって、平成27年度より各エリアで連携プロジェクトの立上げをとおして、連携づくりを進めることとする。

各エリアとも、市町村や観光協会等の団体を関係機関として連携プロジェクトが企画されている。また、第3回研究会では連携プロジェクトの実施体制についても検討された。

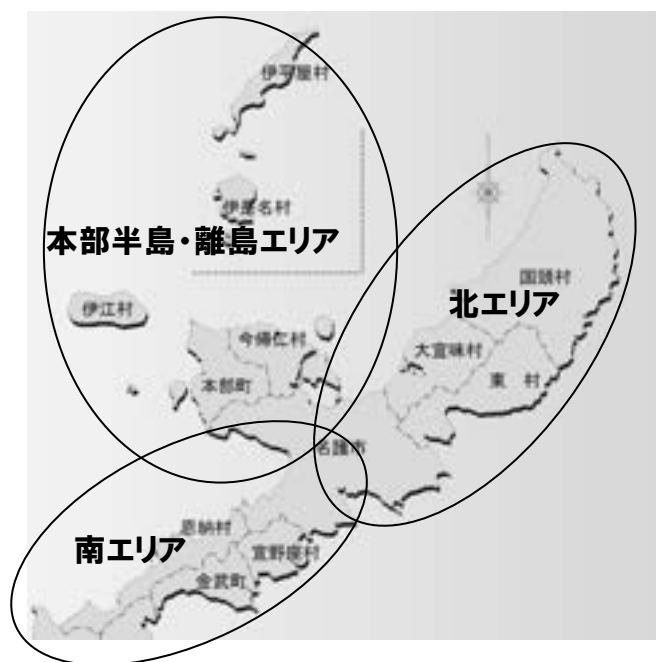
■実施概要(案)

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
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(伊是名村、伊平屋村、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	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 受け入れ実施 ⑥ モニターアンケートの分析・課題の抽出

■連携プロジェクトにおけるエリア設定の考え方

- ・北部連携促進計画の際の従来のエリア区分は地理的な近接性や航路のつながり等による区分であったが、連携プロジェクトとしての要望はテーマやツアー内容で区分されており必ずしも一致しない。

図 従来のエリア区分



■本部半島・離島エリア

- 本部町、今帰仁村、名護市、伊江村、伊是名村、伊平屋村

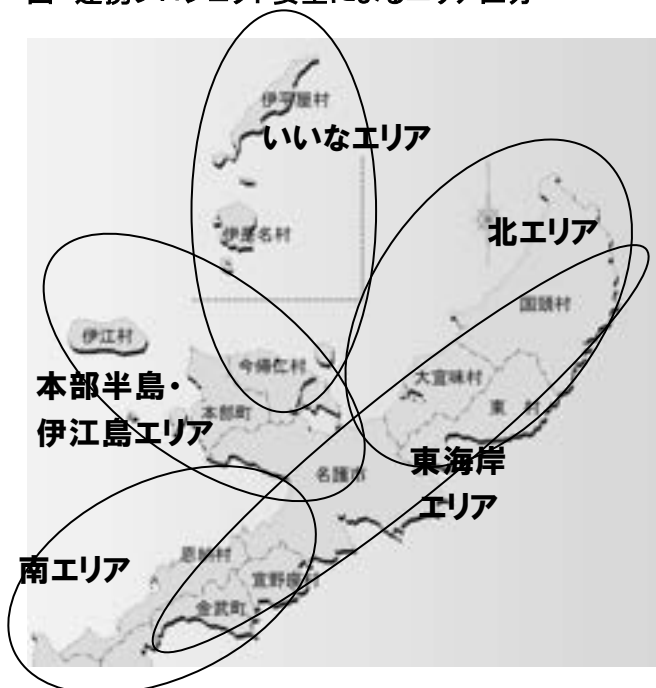
■北エリア

- ・ 国頭村、東村、大宜味村、名護市

■南エリア

- ・ 恩納村、宜野座村、金武町

図 連携プロジェクト要望によるエリア区分



■本部半島・伊江島エリア

- 本部町、今帰仁村、名護市、伊江村

■南エリア

- ・ 恩納村、宜野座村、金武町

■いいなエリア

- ・ 伊是名村、伊平屋村、今帰仁村

■東海岸エリア

- ・ 国頭村、東村、名護市、宜野座村、金武町

■北エリア

- ・ 国頭村、東村、大宜味村、名護市

■連携プロジェクト① 本部半島・伊江島エリア(名護市、本部町、今帰仁村、伊江村)

連携プロジェクト名称		(仮称)本部半島・伊江島アウトドアスポーツ推進プロジェクト
市町村／関連団体名		名護市・本部町・今帰仁村・伊江村
市町村／関連団体名		名護市、今帰仁村、本部町、伊江村、名護市観光協会、今帰仁村観光協会、本部町観光協会、伊江島観光協会
代表窓口／実施体制		本部町観光協会／※4 市町村の観光協会で協定書の締結を予定
現状の問題点		・本部半島・伊江島エリアは美ら海水族館を中心に年間407万人が訪れる観光地域である。しかし、レンタカーや周遊型観光バスによる特定の施設周遊型旅行形態が主流であり、滞在時間が限定され、地域での消費や観光産業育成の点からも課題が多い。
取組内容	①連携プロジェクトの目的	・地域の海、山、川など、本部半島・伊江島エリアの各地に点在する自然環境を活かしたアウトドアスポーツのフィールドをつなぐことにより、エリア内での周遊、滞在を促進する新たな観光商品開発で産業を創出する。 ・ツアーは名護・本部・今帰仁・伊江に宿泊。移動手段は自転車などのスイスモビリティ(※)を参考に、本部半島・伊江島を周遊させる(伴走のため、バイク、小型EVなどを検討)。各地区に拠点を設け海のメニュー(カヤック、カヤックフィッシング等)や八重岳・嘉津宇岳、名護岳、伊江島などでトレッキングが楽しめるツアーを創出する。
	②連携プロジェクト(モニターツアー等)概要	・ツアー参加者は那覇空港からバスやレンタカーで移動する。エリア内に交通拠点を設け、そこを拠点に自転車でエリア内を周遊する。 ・観光客は交通拠点から自転車に乗り、各アウトドアスポーツのフィールドまで移動し、本部半島・伊江島を周遊する。 ・アウトドアスポーツの内容は、自転車(ロード、オフロード等)、カヌー、トレッキング、フィッシング、キャンプその他自然環境を活かしたスポーツとする。
	③ターゲット(モニター対象)	アウトドアスポーツ愛好者(国内) モニター対象はアウトドアショップ店長や会員などから募集する。(一般客等への拡散を図る)
	④人数・日数・実施時期	人数:各20名×2回 日数:2泊3日 実施時期:8月～2月
実施の目標		アウトドアスポーツによる新たな観光商品を開発することにより産業、雇用創出を図る。 今回のモニターツアーではコースの設定、受け入れ環境の課題の洗い出しを図る。
モニターツアーで検証する内容		・到着からフィールドまでの移動、自転車での移動や輸送などの手順、これに必要なインフラなど受け入れ環境について検証する。 ・ニーズの洗い出し、ツアー商品化の可能性、伴走車、小型モビリティ(自転車乗れない人用)などの必要性や効果を検証する。
取り組み後の展開		・本部半島・伊江島にある自然を生かした多様なアウトドアメニューの開発(自転車、カヤック、山登り、釣り、キャンプ、ロッククライミング等) ・モニターツアーで得られた課題の解決を図り、商品化により国内外からの客を呼び込み通年でアウトドアスポーツのできる地域として、大会誘致等を図る。 ・エリアで連携して本プロジェクトの継続・発展を図り、エリア内の連携体制を確立する。 ・本部半島・伊江島エリアの閑散期対策、雇用対策など観光産業の振興につなげる。

※1 スイス・モビリティとは: 人力で移動する<ハイキング><サイクリング><カヌー>などのアクティビティを自由に組み合わせて楽しむ、スイスならではの新しい旅のスタイル。(スイス政府観光局 HP より)

■連携プロジェクト② 南エリア(恩納村、宜野座村、金武町)

連携プロジェクト名称	(仮称)女子スポーツ誘致プロジェクト
------------	--------------------

市町村／関連団体名		恩納村、宜野座村、金武町
市町村／関連団体名		恩納村、宜野座村、金武町、ふれあいネットONNA、宜野座村観光推進協議会、金武町観光協会
代表窓口／実施体制		ふれあいネットONNA／※エリアを統括する事務局を設置
現状の問題点		・恩納村、宜野座村、金武町では、振興事業等でスポーツ施設の整備が進んでいる。それぞれプロ野球キャンプやサッカー等のキャンプ、大会等を誘致しているが、個々での取り組みとなっており、大会の規模に限定的である。 ・プロスポーツ誘致にあたっては、施設管理の負担が大きい。特にサッカーは芝生の養生管理に金銭的な負担も大きい。
取組内容	①連携プロジェクトの目的	・恩納村では、「おんな」に因んで女子スポーツの誘致を進めており、現在女子硬式野球の大会を開催している。南エリアの3町村にはそれぞれ沖縄自動車道のICがあり、中南部からのアクセスも良く大会やキャンプの誘致に有利な条件を備えている。これを活かし様々な種目の女子スポーツを3村連携の取り組みに拡大する。 ・3町村の施設に分散することで、施設管理や運営管理等の負担を軽減する。 ・3町村連携で、女子スポーツのキャンプや大会誘致を図る。 ・カンナタラソ、恩納村のリゾートホテルのエステ、スパなどを活用する。 ・大会やキャンプ開催と交流会等を開催することにより地元との接点をつくる。 ・女子スポーツ地としてのイメージづけ、ブランド化を図る。
	②連携プロジェクト（モニターツアー等）概要	・女子スポーツ誘致に向け、キャンプや大会のキーマンとなるオーナーや監督などを招聘し、地域の課題や有利性などを検証する。 ・温暖な気候やスポーツ施設のみならず、かんナタラソ、リハビリ施設、リゾート施設のエステ・スパやヘルシーな食事、スイーツなど女子力の上がる癒しのエリアであることをPRする。
	③ターゲット（モニター対象）	・監督、オーナー、大会主催者などキャンプや大会開催の決定権を持つ人。 ・話題性のあるスポーツから誘致し、メディア等を通じて拡散を図る。 ・キャンプ地、大会開催地としての環境を見てもらう。
	④人数・日数・実施時期	人数：2名×5回程度（各種目別にキーマンを招聘 野球、サッカー、バレー、バスケット、バドミントン、卓球など） 日数：2泊3日 実施時期：11月末～12月前半
実施の目標		・女子スポーツ（キャンプや大会など）を3町村連携で誘致する。 ・プロスポーツの誘致による観客の集客性、キャンプの誘致による滞在・消費の促進。
モニターツアーで検証する内容		・女子スポーツのキャンプや大会開催地としての有利性や課題。
取り組み後の展開		・次年度キーマン招聘後、検証内容より課題の対策などを講じたうえで本格的なPRを展開する。

■連携プロジェクト③ いいなエリア(伊是名村、伊平屋村、今帰仁村)

連携プロジェクト名称		(仮称)いいな歴史探訪ツアー推進プロジェクト
市町村／関連団体名		伊是名村、伊平屋村、今帰仁村
市町村／関連団体名		伊是名村、伊平屋村、今帰仁村、いげな島観光協会、伊平屋村観光推進協議会、今帰仁村観光協会
代表窓口／実施体制		いげな島観光協会／※既存の「いいな祭り」の体制を活かし、協議会を設置
現状の問題点		・伊是名村・伊平屋村の2村は本部半島の今帰仁村運天港を寄港する離島地域であり、両村へのアクセスは海路フェリーを介する必要があるが、観光客が少ない。また、伊平屋、伊是名へのフェリー航路は欠航が多く、観光客の周遊を阻害する要因ともなっている。 ・一方、本部半島の海洋博公園には年間400万人の来場者が訪れるが、周辺地域の観光資源はまだ知られていないこともあり、今帰仁村でも誘客の魅力づくりが課題となっている。
取組内容	①連携プロジェクトの目的	・伊是名村・伊平屋村・今帰仁村は共に歴史的に琉球王朝の始まりに起因する地域であり、伊是名玉陵、屋蔵墓、世界遺産の今帰仁城跡があり、尚円王生誕地、尚巴志の曾祖父鮫川大主生誕地、北山王攀安知(ハンアンチ)統括地等の歴史が息づいている。 ・芸能においても、伊是名村の「尚円太鼓」伊平屋村の現代版組踊「伊平屋チムドンキッズシアター」、今帰仁村の現代版組踊「北山の風」、と地域を題材とした芸能も存在し、各地域の地域興しの一翼を担っている。また、平成27年度伊是名村においては「尚円王生誕600年祭」と銘打ち、様々なイベントが企画されている。 ・これらのコンテンツの交通整理を行い、歴史を紡ぐ三村の周遊ツアーを造成し、地域資源の掘り起こしと持続可能な商品開発を提案する。
	②連携プロジェクト(モニターツアー等)概要	プラン1 : 今帰仁村(今帰仁城跡)→伊是名村(伊是名玉陵)宿泊→※夜は尚円太鼓の演舞披露 伊平屋村(屋蔵墓)→今帰仁村(北山の風)演舞 ※道の駅今帰仁周辺で演舞を行い、観光客の購買意欲を誘因 プラン2 : 今帰仁村(今帰仁城跡)→伊平屋村(屋蔵墓)宿泊→※夜はチムドンキッズシアター演舞披露 伊是名村(伊是名玉陵)→今帰仁村(北山の風)演舞 ※道の駅今帰仁周辺で演舞を行い、観光客の購買意欲を誘因 代替プラン:フェリー欠航時の代替プランを準備しておく ・スタンプラリー等を行うと同時に、各村の歴史背景や伝統文化の問題を取り上げクイズ形式で出題し、認定書を発行する。これにより三村ファンの獲得を図り、フェリー欠航の場合においても、次回へ2離島周遊のモチベーション維持等を図る。 ・さらには、各村の特産物を食材とした食事を提供することにより、旅の大きな楽しみである「食事」を充実させる。
	③ターゲット(モニター対象)	旅行社、メディア関係者及び一般募集 1. 歴史に興味がある若者 2. 60歳以上で時間的にゆとりがある年齢層
	④人数・日数・実施時期	人数:20名のバスツアー × 2回 日数:2泊3日 実施時期:8月後半～2月
	実施の目標	・3村連携のモデルプランを作成
モニターツアーで検証する内容		・3村連携での取り組み
取り組み後の展開		・検証内容より課題の対策などを講じたうえで本格的なツアー造成を展開する。

■連携プロジェクト④ 東海岸エリア(国頭村、東村、名護市、宜野座村、金武町)

連携プロジェクト名称		(仮称)東海岸大人の民泊プロジェクト
市町村／関連団体名		国頭村、東村、名護市、宜野座村、金武町 ※H26 東海岸プロジェクトの継続
市町村／関連団体名		国頭村、国頭ツーリズム協会、東村、東村観光推進協議会、名護市、久志交流推進協議会、宜野座村、宜野座村観光推進協議会、金武町、雄飛ツーリズムネットワーク
代表窓口／実施体制		東村観光推進協議会／※H26 の体制から自立型への移行を図る
現状の問題点		・やんばるの東海岸は西海岸に比較して観光地としての歴史が浅く、知名度もこれからである。また森や川、海などの自然環境、集落散策などを観光資源としており、キャパシティは限られている。 ・観光事業者も小規模事業者が多く、観光コンテンツも個々の地域では限られており、それゆえにプロモーション力が弱い。 ・モニターアンケートより概ね満足との回答が得られたが、ツアー商品としては細部のブラッシュアップや売出し方、情報提供の仕方、ターゲット設定など課題が多い。
取組内容	①連携プロジェクトの目的	・やんばる東海岸は、沖縄特有の自然環境、生活文化が残る場所であり、これらを活かした観光を推進していくため、平成 25 年に東海岸が一体的に取り組む東海岸連携プロジェクトとしてモニターツアーを企画、実施した。 ・各地域とも民泊を推進しており、教育旅行だけでなく大人を対象とした「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。
	②連携プロジェクト(モニターツアー等)概要	・平成 26 年度のモニターツアーを活かし、商品化確立のためのモニターツアー継続 ・「大人の民泊」をテーマに、平成 25 年度のモニターアンケートの結果をふまえ、ブラッシュアップを行う。
	③ターゲット(モニター対象)	・平成 26 年度業務では、観光関連の事業者を対象としたモニターとした。 ・平成 26 年度のモニターアンケートに基づいて、プロジェクトチームでターゲットを設定し、アプローチなどの方法も含め検証する。
	④人数・日数・実施時期	・平成 26 年度業務の結果を受け、ツアー内容を検討 ・平成 26 年度のモニターアンケートより、やんばる東海岸の移動時間と行程に関する意見もみられており、プロジェクトチームでツアー行程を再検討し、検証する。
実施の目標		・大人の民泊を観光商品として確立する。 ・やんばる東海岸の自然や生活文化を活かしたブランド化。
モニターツアーで検証する内容		・大人の民泊の商品化可能性と対策。 ・連携体制の構築。
取り組み後の展開		・大人の民泊の商品化 ・連携体制を創出し、営業、受け入れまで一連の流れを担う事務局体制の確立。

2 情報集約・発信

①情報サイトの充実強化

やんばるの周遊を促進する情報発信サイトの充実強化／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」を制作し、情報収集・発信の仕組みを作ってきた。

平成 26 年度には、WEB サイトの強化として、フェイスブックを開設し、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。また、やんばるの多言語マップやドライブ推奨ルートガイドブック、イベントアプリなどの周遊促進ツールと連動して情報の充実を図ってきた。

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。フェイスブックについては、「いいね」が 3,000 件を超え、海外にもフォロワーが広がっている。

今後はこの仕組みを活用して、さらにやんばるのファン層を増やしていくことが求められている。

特に、東海岸モニターツアーの結果からは、これまで観光地としての認知度が低い地域では、資源のPRや事前情報の提供が必要不可欠なことや、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、着地での情報で誘客するのは非常にハードルが高いことが伺える。よって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。

■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ファンの拡大
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 ・観光客によるコメント
実施内容	① 最新情報の更新・リニューアル等 ② フェイスブック記事投稿／広告による閲覧者の拡大

②情報拠点の充実強化

やんばるの周遊を促進する観光案内拠点の充実強化

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。

観光案内コーナーにおける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回れ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いことが確認できた。

平成 26 年度には、「やんばる観光案内コーナー」の利用促進を図るため、看板やノボリの設置や、パンフレット台の増設とともに、ガイドの案内を補完するツールとしてやんばるの観光マップ「やんばるの観光」のリニューアルや多言語化、推奨ルート及び飲食情報、観光スポット等のガイドブック「やんばるドライブ本」を制作・配布した。また、ドライブCDなどの周遊ツールを制作した。

観光案内コーナーの利用者は増加が続いており、昨年度設置時 12 月の 4,792 人から、今年度の 12 月は 8,175 人と 1.7 倍に増加している。

これらの結果を受け、平成 27 年度も引き続きやんばる観光案内コーナーを継続設置し、観光客のニーズに応じて周遊・滞在・消費を促す。平成 26 年度にスタンプラリーに参加した 17 事業所をはじめとして、情報ネットワークを拡大する。

平成 26 年 4 月に那覇国際通りにオープンした「うみちゅらら」（一般財団法人美ら島財団）にもやんばる観光案内コーナーが設置されている。また、平成 27 年 4 月には恩納村文化情報センターがオープン予定で、国頭村では道の駅ゆいゆい国頭隣接地にやんばる 3 村観光連携拠点の整備も進むこととなっている。道の駅許田は集客力も高く、先行して取り組んでいることから連携の軸となることが期待される。

また、増加する外国人観光客の利用に対し、多言語対応ツールなどの支援ツールを制作し、許田のみならず各観光施設や直売店等への配布を図る。

■実施概要（案）

実施目的	・やんばる観光情報集約と案内ガイドによる観光客の周遊・滞在・消費促進 ・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
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、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（情報交換の場の形成） ③ 多言語指差しカードの制作

3 観光プロモーション

①観光フェア等への出展

『やんばる』全体のスケールメリットを生かして魅力を発信

平成 24 年度事業において課題として、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 年度は、「やんばる」の知名度向上、ニーズの把握を目的として、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」への出展を行ってきた。

平成 26 年度は沖縄キックオフプロジェクトに出展するとともに、那覇空港ウェルカムホールにて、特産品の試食等を含めた観光フェアを開催した。

出展はやんばるのエリア別の代表が参加して、それぞれのエリアの紹介を行いながら、来場者へのアンケートを行い、ブースはやんばるのマップやポスター等で演出、スタッフのブルゾン統一や、やんばる 12 市町村のパンフレット紹介・配布、アンケート調査などを行った。

これまではやんばるの知名度向上や、各エリアの代表が一体的に出展するメリットの実証や、共同で取り組むことにより連携の機運を高めることなどを目的としてきたが、今後は、連携プロジェクトなどと連動した商品としての売り込み、企画内容に対する反応などを把握する機会とするため、各エリアのPRツールの制作などと合わせ、具体的な商談につなげる。

■実施概要(案)

実施目的	・やんばるのPR、認知度向上 ・発地側におけるやんばるの資源や観光商品に関する市場評価の把握 ・着地側における周縁促進と消費促進
実施時期	・観光+飲食イベント（直売店等と調整して実施） ・OCVBと調整（キックオフプロジェクトの場合 1 月末）
実施主体	・観光関連団体によるプロモーションプロジェクトチーム(エリア代表)
対象	・北部 12 市町村 ・観光客の参加や来場を促す
実施内容	① 着地側での観光+飲食イベント ② 発地側でのPRイベントへの出展

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パッケージデザイン等の試作

平成 24 年度の事業では、地域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があげられ、平成 25 年度事業には、アンケート調査の結果を受け、「やんばる」は海よりも森や山のイメージが強いことなどから、WEB サイトの背景デザインや情報拠点のイメージデザイン、観光フェア出展時のブース演出なども「森・山」を中心としたものとした。

これまでのアンケート調査などから「やんばる」の認知度はまだ低く、沖縄観光の観光の中でもイメージ付けが必要である。

平成 26 年度は、やんばるパッケージデザインの施策として、地元デザイナーを活用したファイルバックの制作を行った。ファイルバックは観光フェア等で配布し好評を得た。日常的に利用される機会も多いことから、二次的な効果も期待される。ただし、ファイルバックではパンフレット等の書類などしか対応できない。

よって、平成 27 年度はお土産品等の持ち運びにも使えるよう、またさらに多様な使い方ができるような手提げ袋の制作を行う。

■実施概要(案)

実施目的	・やんばるのPR、認知度向上 ・観光客へのPRアイテムの制作
実施時期	・道の駅許田 やんばる観光案内コーナーでの配布 ・観光+飲食イベントでの配布 ・観光フェアでの配布 ・その他市町村の利用
実施主体	・観光関連団体によるプロモーションプロジェクトチーム(エリア代表)
対象	・北部 12 市町村 ・観光客の利用を促す
実施内容	① 販促ツールの制作 ② やんばる観光案内コーナーでの配布 ③ 観光フェア等での配布

4 ニーズ調査

①観光客動態調査

観光客の周遊パターンやニーズを的確にとらえ、PR戦略に活かす

平成 24 年度事業では、やんばるに訪れる観光客のニーズや行動パターンを的確にとらえることの必要性があげられた。平成 25 年度は、沖縄に住んでいる人、訪れている人向けに、やんばるのイメージやニーズなどについてアンケート調査を行った。

その結果、観光客は美ら海水族館まで多くが来ているものの、「やんばる」という名称はまだ観光客に浸透していないことや、地域のイメージは「海」よりも「山や森」のイメージがあることなどがわかった。また記述意見からは自然環境の保全や活用に関する意見も多くみられた。

平成 26 年度は沖縄に訪れている観光客の行動パターンを把握するため、スマホの位置情報を利用して沖縄観光のピークシーズンである 7 月～9 月における観光客の周遊パターンを調査した。

その結果、やんばるでは観光客の行動パターンは恩納海岸から本部半島に至る西海岸に観光客の多くが流れているが、一定のパターンに偏っており、主要観光地周辺の観光情報を充実させることが必要なことや、北エリアや東海岸辺、離島へは訪れる客そのものも予想以上に少なく、着地してからの誘客はかなり困難であり、市場向けにダイレクトにPRや情報提供していく必要があることなどが伺える。

こうした行動パターンは、各地の誘客戦略の検討に有効であり、広域的な調査を継続する必要性があげられている。平成 27 年度は観光客の動態調査を継続し、通年の状況を定点観測でとらえることや、関所（調査地点）を増やし、さらに詳細な行動パターンの調査を行い、各地でどのようなPR戦略に関する分析を進める。

■実施概要(案)

実施目的	・やんばるに訪れる観光客の観光動態を把握し、周遊・滞在・消費の促進に向け、どのような対策を図るべきかを分析する。
実施時期	通年(過去 1 年間のログ)
実施主体	事務局(受託業者)
対象	やんばる全域
実施内容	① 過去 1 年間にやんばるに訪れた観光客(docomo ユーザー)の混雑統計調査 ② 名護市に宿泊した観光客の行動パターン ③ 調査結果の分析

5 協議会の開催

- 前年度に続き北部広域市町村圏事務組合を事務局として「やんばる観光連携推進事業協議会」(以下、「協議会」という)を設置する。
- 協議会は北部広域市町村圏事務組合の構成市町村副長で構成し、事務局の実証事業立案や進捗について報告を受け、承認する。
- 協議会は事業期間中に2回の開催を予定する。

(協議会委員構成)

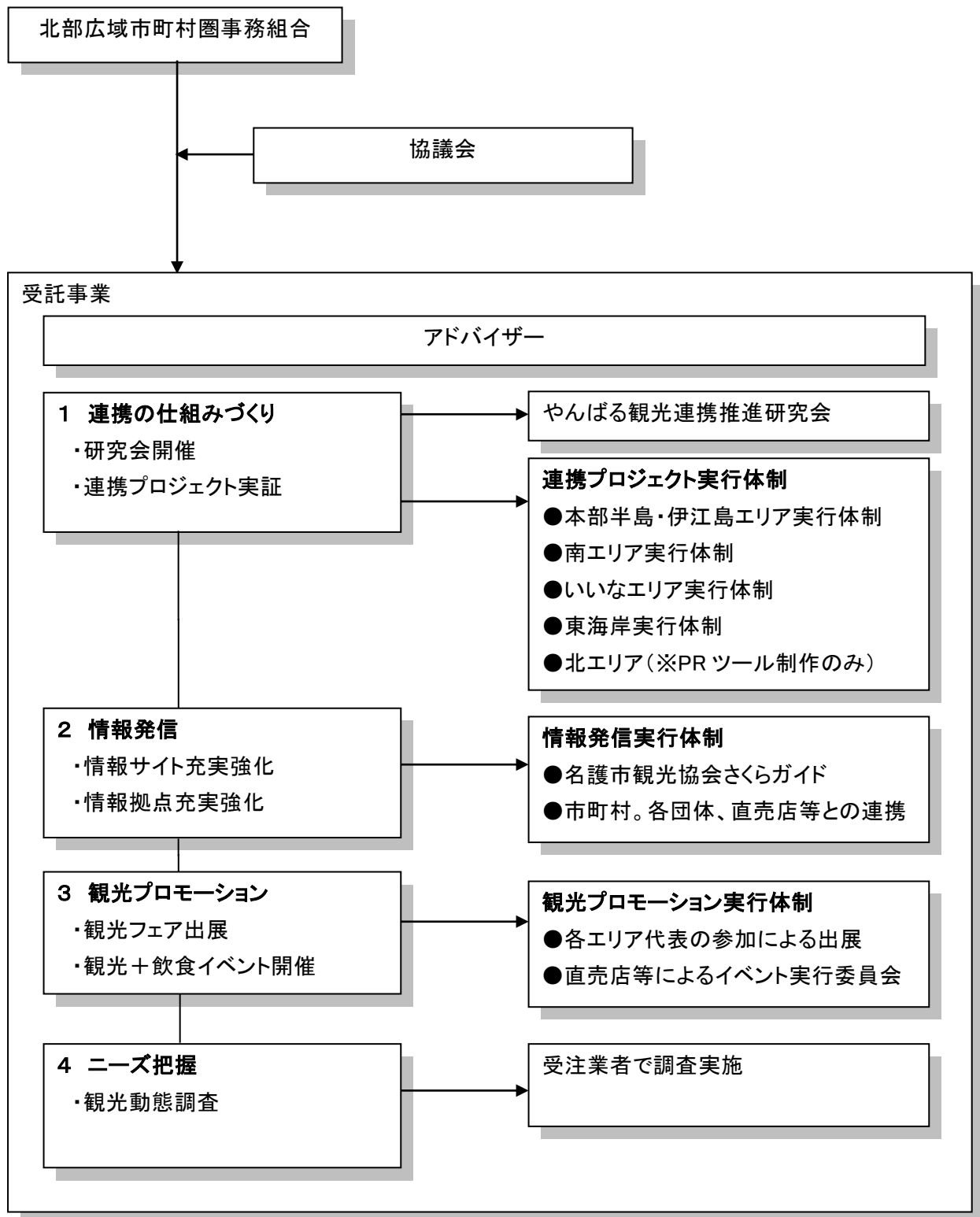
- 北部広域市町村圏事務組合構成市町村(12市町村)の副長

6 アドバイザー招聘

- 本事業の実施にあたっては、前年度に続き専門家をアドバイザーとして招聘する。アドバイザーは、事務局や受託者の要請に応じて観光の専門的見地から事業全体についての助言を行う。

IV 平成 27 年度の実施体制

- 平成 27 年度の事業は、下記の体制で実施する。
- 実施内容により関係団体による実行体制をつくり主体的な取り組みとする。



平成 26 年度 委員名簿

やんばる観光連携推進事業 協議会 委員名簿

親川 敬	名護市	副市長	座長
小川 剛男	国頭村	副村長	
山城 清臣	大宜味村	副村長	
金城 紀昭	東村	副村長	
大城 清紀	今帰仁村	副村長	
平良 武康	本部町	副町長	
池宮城 秀光	恩納村	副村長	
外間 毅	〃	〃	(平成 27 年 2 月 24 日～)
岸本 宏和	宜野座村	副村長	
伊芸 達博	金武町	副町長	
池原 均	〃	〃	(平成 26 年 12 月 20 日～)
名城 政英	伊江村	副村長	
伊礼 清	伊平屋村	副村長	
上里 政豊	伊是名村	副村長	

やんばる観光連携推進事業 研究会 委員名簿

【12 市町村役場】

當山 賢	名護市	商工観光課	課長
大城 磯子	〃	〃	係長
知花 靖	国頭村	企画商工観光課	課長
前田 浩也	〃	〃	係長
山城 均	大宜味村	企画観光課	課長
藤田 元也	〃	〃	係長
金城 幸人	東村	企画観光課	課長
仲嶺 真文	〃	〃	課長補佐
島袋 輝也	今帰仁村	経済課	課長
上原 一也	〃	〃	係長
宮城 建	本部町	商工観光課	課長
謝花 祐作	〃	〃	班長
長浜 保治	恩納村	商工観光課	課長
野原 みちよ	〃	〃	係長
金城 勉	宜野座村	観光商工課	課長
新里 俊文	〃	〃	主事
安富祖 勸	金武町	産業振興課	課長

伊芸 勲	〃	〃	主幹
東江 民雄	伊江村	商工観光課	課長
島袋 祐次	〃	〃	係長
上江洲 清彦	伊平屋村	総合推進室	室長
上原 拓海	〃	〃	主事
銘苅 正康	伊是名村	商工観光課	課長
東江 隆路	〃	〃	係長

【12 市町村関連団体】

比嘉 重文	名護市	公益財団法人名護市観光協会	事務局長
平良 勇	国頭村	国頭村観光物産株式会社	支配人
稲福 元子	大宜味村	NPO 法人おおぎみまるととツーリズム協会	事務局長
小田 晃久	東村	NPO 法人東村観光推進協議会	事務局長
又吉 演	今帰仁村	今帰仁村観光協会	事務局長
嘉数 剛	本部町	一般財団法人本部町観光協会	事務局長
名城 一幸	恩納村	NPO 法人ふれあい ONNA ネット	課長
仲間 赴人	宜野座村	宜野座村観光推進協議会	事務局長
山川 宗仁	金武町	金武町観光協会	執行理事
金城 盛和	伊江村	一般財団法人伊江島観光協会	会長
上間 美卓	伊是名村	一般財団法人いぜな島観光協会	次長
川満 修二	一般財団法人美ら島財団	水族館事業部水族館事業チームチームリーダー	
満名 誠	一般財団法人美ら島財団	本部 経営企画課 事業開発係	
川添 博明	やんばる観光推進協議会		会長