

稼ぐ力の強化に向けた
観光需要の年間平準化に関する万国津梁会議
提言書

令和5年3月

観光需要の年間平準化に関する万国津梁会議委員会

目 次

1	はじめに	1
(1)	会議設置の経緯	1
(2)	会議設置の意義・目的	1
(3)	平準化の概念整理	2
2	平準化に係る沖縄の現状分析	4
(1)	沖縄観光の季節性の現状	4
(2)	平準化に係るこれまでの取組	8
(3)	平準化に係る課題	10
(4)	平準化に係る成功事例の分析	12
3	稼ぐ力の強化に向けた観光需要の年間平準化に関する提言	16
(1)	平準化に向けた考え方	16
(2)	平準化策の方針	18
4	委員	22
5	審議経過	22

1 はじめに

(1) 会議設置の経緯

沖縄県では、沖縄 21 世紀ビジョンに掲げる将来像の実現及び新時代沖縄を構築するためのさらなる施策展開に向けて、令和元年度に万国津梁会議を設置した。そして、令和 2・3 年度の「稼ぐ力に関する万国津梁会議」においては、県民所得の底上げに資する取組を確実に進めていくため、観光分野において「観光需要の年間平準化による稼ぐ力の強化」と「観光を基軸とした経済循環の促進等」に取り組む必要性が示された。このうち、令和 4 年度は「観光需要の年間平準化」をテーマに議論をすることとし、本会議が立ち上げられた。

(2) 会議設置の意義・目的

「稼ぐ力に関する万国津梁会議」で示された通り、稼ぐ力を高めるためには観光需要の年間平準化が有効である。沖縄県の観光需要は夏季に大きなピーク期を迎える特徴を有しているが、こうした季節性は、観光産業における収益や雇用の安定を妨げる要因のひとつとなっている。観光需要の年間平準化が進めば、観光産業における年間を通じた収益の安定化や労働生産性の向上を通じて、最終的には、雇用の質の向上によって県民給与の増加につながる可能性がある。そのほかにも観光需要の年間平準化は、供給面では企業の財務や観光産業の人手不足、インフラの利用効率、飲食や運輸、サプライチェーンを含めた関連産業の形成、自然・生活環境に対する悪影響、需要面ではピーク期におけるレンタカー不足や観光地の混雑・渋滞によるサービス品質や観光客満足度の低下などの課題解決に寄与する可能性がある。

また、観光需要の年間平準化は、令和 4 年 5 月に決定された新・沖縄 21 世紀ビジョン基本計画に掲げる 5 つの将来像のいずれにも寄与する可能性を持つとともに、観光需要が特定の場所や時間に集中し過ぎることで自然環境や住民の生活環境に負の影響を及ぼすオーバーツーリズムの解消にもつながることから、SDGs に向けた持続可能な観光地づくりにも寄与するものである。

本会議は、こうした様々な意義を有する観光需要の年間平準化を進めるための、効果的な施策について提言を行うことを目的としている。

表1 季節性によるデメリット

供給側	事業者の財務	収益の不安定性によるリスク上昇による投資への悪影響
		ハイシーズンの仕入れ価格高騰
		資金繰り悪化
		毎期発生する高い採用コスト
	施設・インフラ	資源の利用効率の悪さ
		ハイシーズンのインフラ、交通機関への過大な負荷
	雇用 (短期的な雇用の デメリット)	<ul style="list-style-type: none"> ・スキルや経験の蓄積につながらない ・教育機会やキャリア構築機会がない ・低いサービスレベルと顧客満足度低下 ・労働者の低いモチベーション
	環境	オーバーユースによる自然環境や住民の生活環境への影響
	経済	サプライチェーン、関連産業形成の阻害
		季節性による地域内競争の激化による事業者間協力の阻害
需要側	レンタカー不足	
	混雑によるサービス品質と満足度の低下	

Christine Lee, Sue Bergin-Seers, Graeme Galloway, Barry O'Mahony and Adela McMurray: SEASONALITY IN THE TOURISM INDUSTRY - Impacts and Strategies や UNWTO:3rd UNWTO Conference on Overcoming Seasonality などを参考に作成

(3) 平準化の概念整理

一般的に、観光分野における「平準化」は、観光需要について、月別や曜日別などの変動を時間的に均すことや、混雑している地域から空いている地域へと空間的に分散させることなどを指すことが多い。本会議では「観光需要」を、沖縄を訪問したいと考える観光客の人数とともに、観光客が沖縄で支出したいと考える消費額も含む概念として使用する。そして、観光需要が月別（年間）で変動する現象を「季節性」とし、その「季節性」を時間的に均すことを「平準化」と定義する。

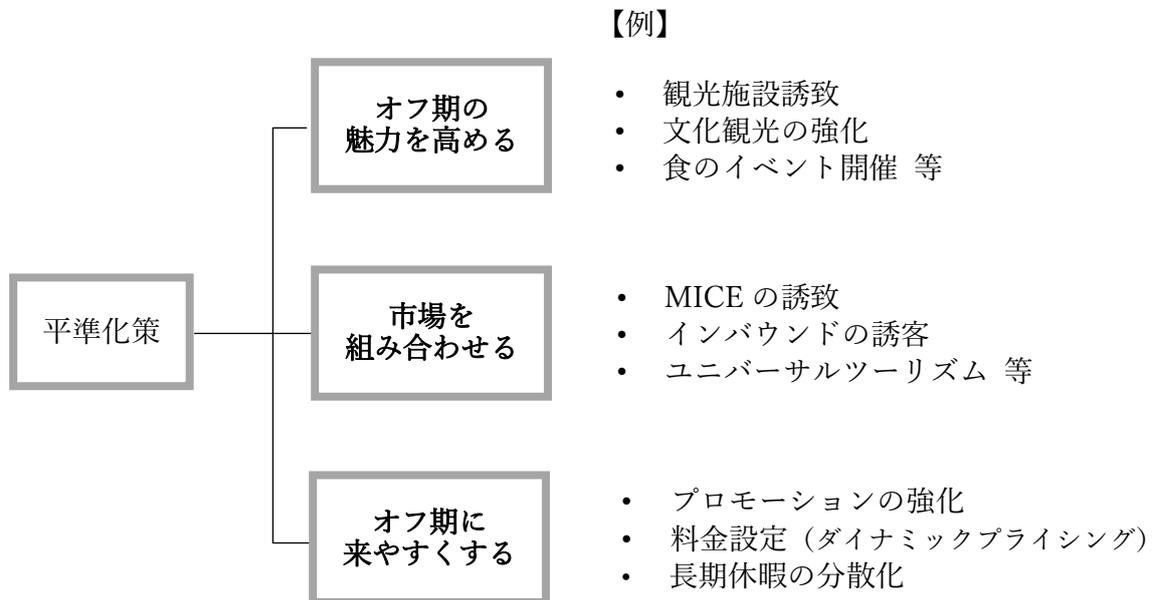
また、平準化は、ピーク期の需要減もしくはオフ期の需要増によって成されるが、これらを進めるための施策が「平準化策」である。

次に、平準化策について整理する。平準化策は、「オフ期の魅力を高める施策」「市場を組み合わせる施策」「オフ期に来やすくする施策」の3つに分けることができる。「オフ期の魅力を高める施策」は、オフ期におけるイベント開催や、食や文化、観光施設など、季節を問わない通年型の魅力を向上させることにより、オ

フ期の需要向上を図る施策である。「市場を組み合わせる施策」は、国籍別や旅行目的別などの様々な客層（市場セグメント）のうち、オフ期の需要が比較的高い客層をより多く誘客することで、平準化を図る施策である。「オフ期に来やすくする施策」は、航空会社や宿泊施設などの事業者が、需要にあわせて価格を変化させるダイナミックプライシングや、行政によるプロモーションの強化策のほか、長期休暇の分散化などによる、ピーク期の需要の分散化を図る施策である。

本会議では、この3つの枠組みで平準化策を整理する。

図1 平準化策の整理



2 観光需要の年間平準化に係る沖縄の現状分析

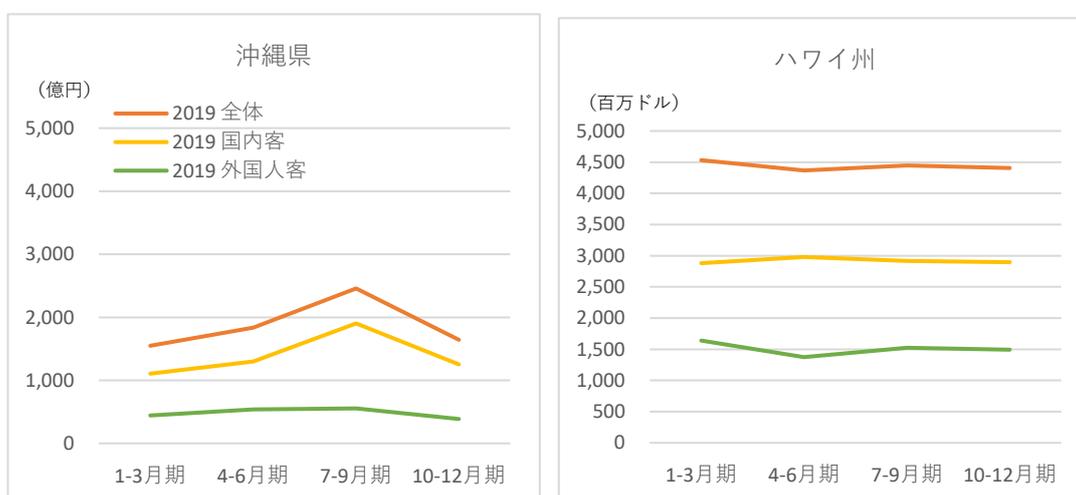
(1) 沖縄観光の季節性の現状

沖縄県における観光需要の季節性の現状について整理する。通常期の季節性を把握するため、新型コロナウイルス感染拡大前の2019年におけるデータについて、米国ハワイ州など海外島嶼観光地と比較しながら整理する。

<観光収入>

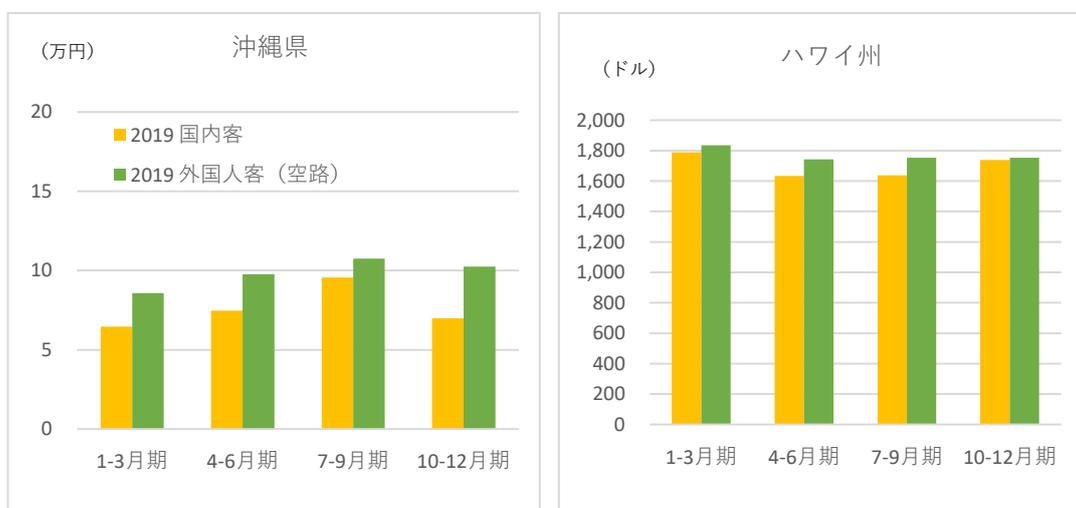
観光収入の季節性を四半期別でみると、沖縄県は7-9月期に大きく偏っている。その要因の一つとしては、1人あたり消費単価がピーク期である7-9月期により高くなることが挙げられる。一方、ハワイ州は1人あたり消費単価の季節変動が小さく、観光収入は年間を通じてほとんど変動がない。

図2 沖縄県とハワイ州の観光収入の季節性（2019年）



沖縄県: 観光統計実態調査、Hawaii Tourism Authority: Annual Visitor Research Report

図3 沖縄県とハワイ州の1人あたり消費単価の季節性（2019年）

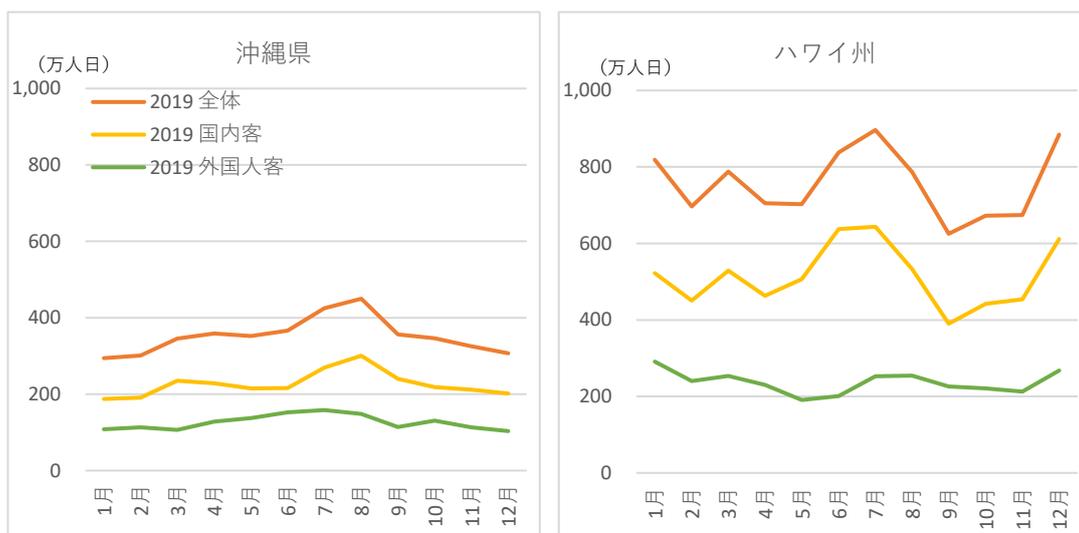


沖縄県: 観光統計実態調査、外国人観光客実態調査、Hawaii Tourism Authority: Annual Visitor Research Report

<延べ滞在日数>

沖縄県の延べ滞在日数は、ピーク期が8月でオフ期が12-1月である。季節性が生じる要因の一つとしては、国内客の平均滞在日数が、ピーク期である7-9月期により長くなることが挙げられる。一方、ハワイ州にも季節性はみられるが、ピーク期が分散しており、年間を通じてみると沖縄県よりも平準化している。

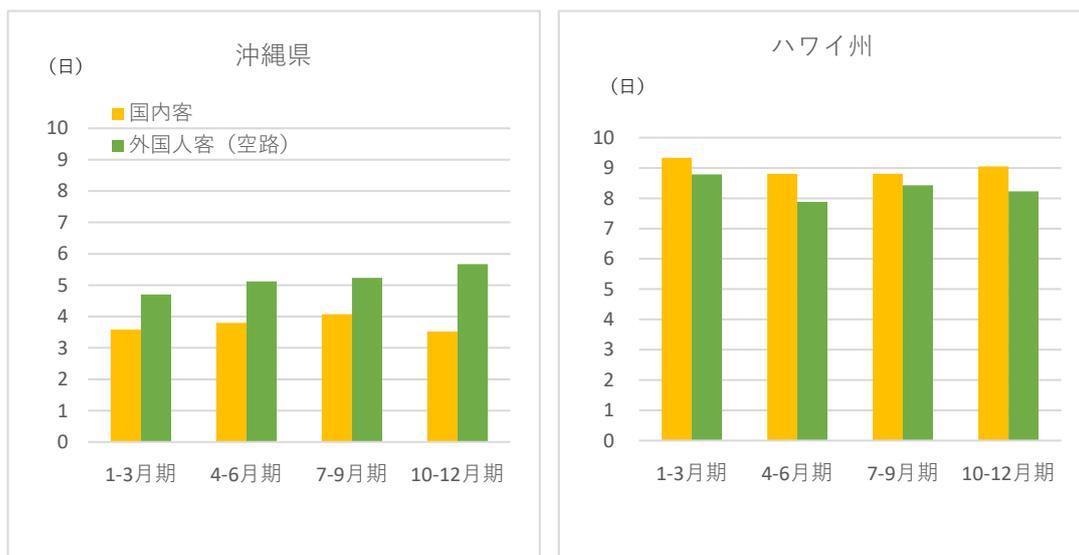
図4 沖縄県とハワイ州の延べ滞在日数の季節性（2019年）



沖縄県: 入域観光客統計、観光統計実態調査、外国人観光客実態調査

Hawaii Tourism Authority: Annual Visitor Research Report

図5 沖縄県とハワイ州の平均滞在日数の季節性（2019年）

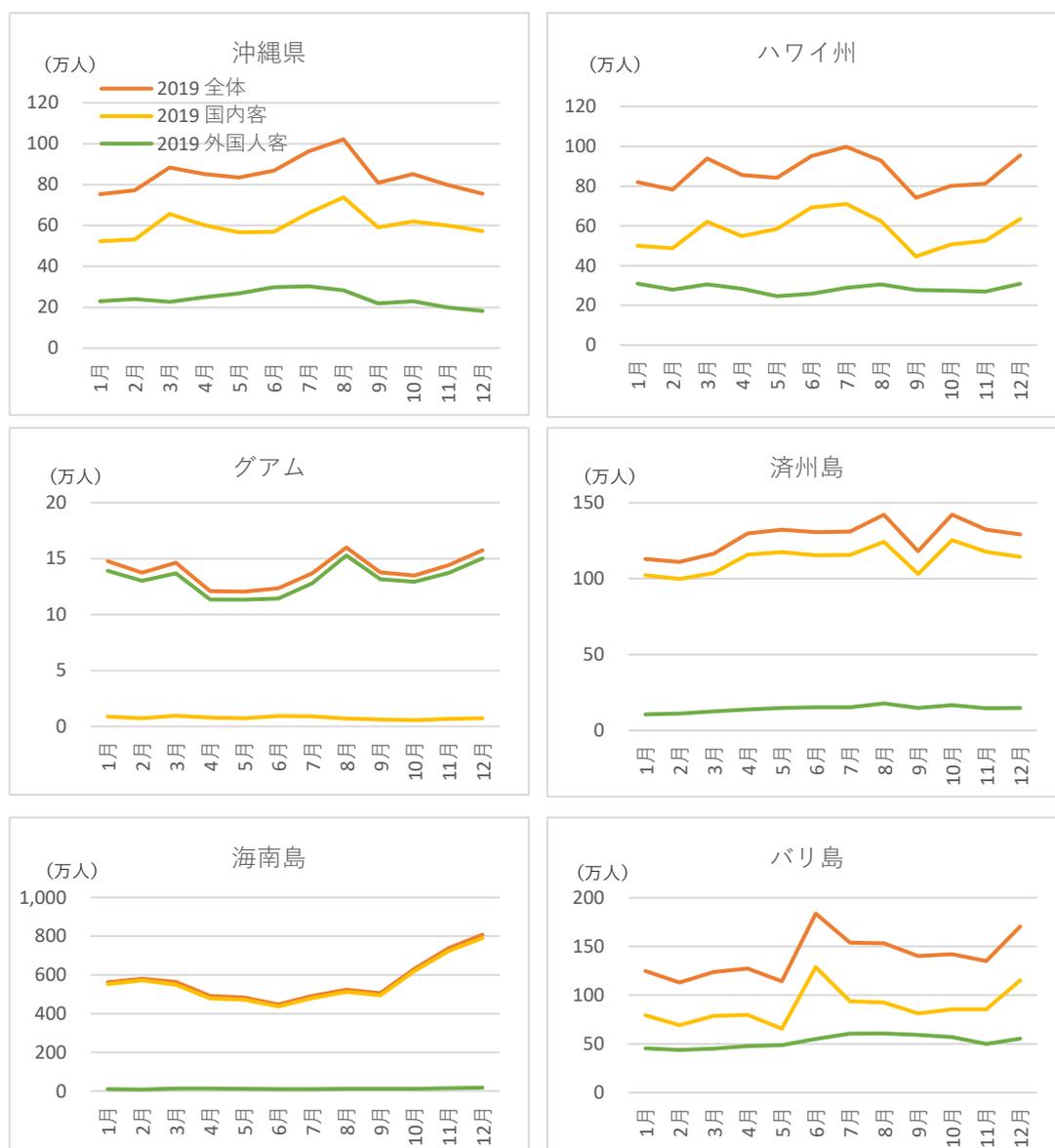


沖縄県: 観光統計実態調査、外国人観光客実態調査、Hawaii Tourism Authority: Annual Visitor Research Report

<人数>

沖縄県の入域観光客数はピーク期が8月でオフ期が12-1月である。海外島嶼観光地についても季節性が見られるが、ハワイ州においては、ピーク期が3月、7月、12月と分散しており、年間を通じてみると沖縄県よりも平準化している。ハワイ州は気温や年間降水量の変化が緩やかな常夏の気候であることが大きな要因である（図6）。

図6 沖縄県と海外島嶼観光地の人数の季節性（2019年）

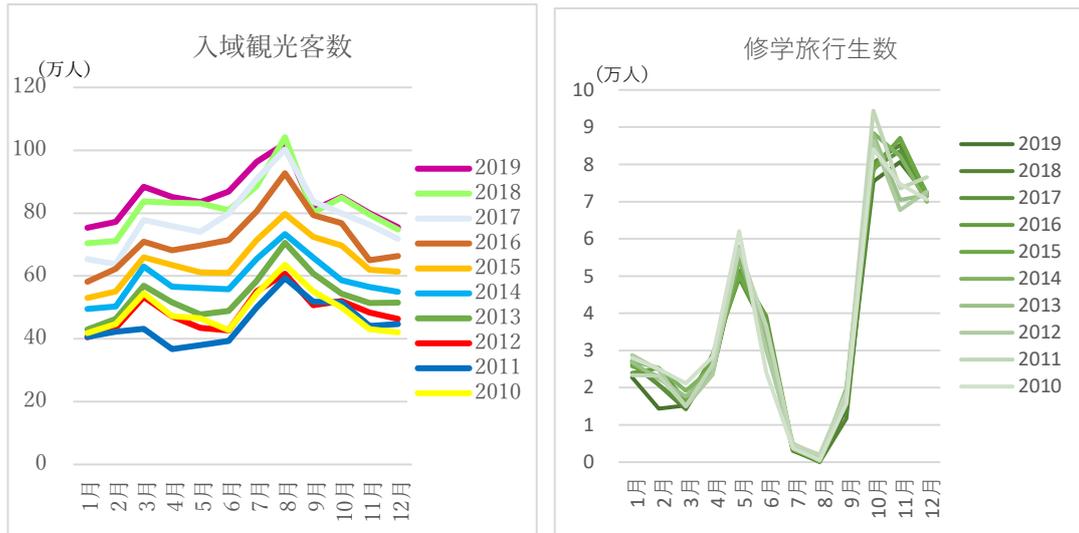


沖縄県: 入域観光客統計, Hawaii Tourism Authority: Annual Visitor Research Report,
 Guam Visitors Bureau: Visitor Arrival Statistics
 The Jeju Special Self-Governing Provincial Tourism Association: 濟州観光統計
 海南省統計局: 海南统计月报, Statistics of Bali Province: <https://bali.bps.go.id/>

2010年からの10年間の推移で見ると、沖縄県の入域観光客数は全体が底上げされたものの、オフ期の人数と同様にピーク期の人数も伸びたことで、季節変動のパターンは大きく変化していない状況にある（図7左）。

修学旅行生の季節性は、5月と10～12月がピークを迎える形で固定化している。ピーク期を避け、ショルダー期に一定数の来訪があるため、季節性の緩和に寄与している（図7右）。

図7 沖縄県 入域観光客数と修学旅行生数の推移

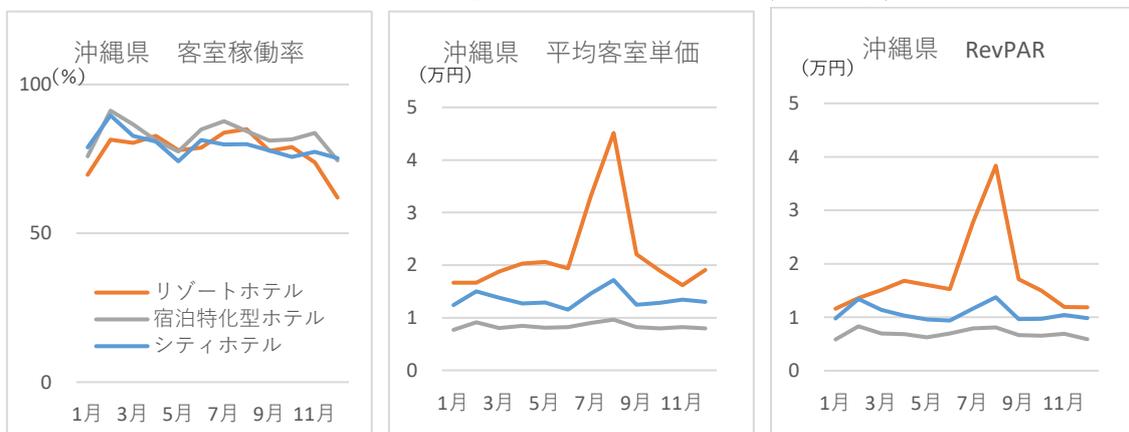


沖縄県：入域観光客統計、修学旅行入込状況調査

<参考：宿泊施設の状況>

参考データとして、県内宿泊施設の各指標の季節性を示す。客室稼働率はオフ期である1月と12月がやや低い傾向にある。平均客室単価は特に8月のリゾートホテルが突出して高く、宿泊施設の収益性を示すRevPARも年間で大きく変動する傾向にある。

図8 県内宿泊施設の指標の季節性（2019年）



沖縄振興開発金融公庫：公庫レポート 県内主要ホテルの稼働状況

(2) 平準化に係るこれまでの取組

<県の方針>

沖縄県では、平成24年5月に第5次観光振興基本計画を策定し、観光客受入における季節変動の平準化を図るための様々な取組を実施してきた。令和4年7月に策定した第6次観光振興基本計画では、環境容量の範囲における観光産業の成長と維持を「MISSION」として明記し、基本方向の中で、オーバーツーリズムに対処するための観光地マネジメントに取り組むこととしている。また、経済の視点からは、基本方向として、ソフトパワーを生かしたツーリズムの推進により、観光需要の平準化が図られた状態を目指すこととしている。

第6次沖縄県観光振興基本計画（令和4年7月策定）

将来像に向けた「持続可能な観光地域づくりの追求」／MISSION

県民、観光客、観光業従事者が、自然、歴史、文化を尊重しそれぞれの満足度を高めるとともに環境容量の範囲において観光産業の成長と維持を目指すことで、沖縄経済を最適に活性化させる。

第4章 基本方向

4 計画の目標値（KGI）／OUTCOMES

(2) 経済の視点

～沖縄でしか体験できない魅力あるコンテンツの造成やターゲットを明確にしたプロモーションを仕掛けることで、適切な時期に適切な客層を適切な価格で誘客することにより、ボトム期の観光消費額の向上及び観光需要の平準化が図られた状態となっている。

5 施策の基本方向

(1) 安全・安心・快適でSDGsに適応した観光地マネジメント

～オーバーツーリズムに対しては、各地域で自然環境の保全、地域の文化・生活環境の尊重を要件とする観光地マネジメントに取り組み、旅行者・観光客と地域・住民が価値を共有するサステナブル（持続可能）／レスポンシブル（責任ある）／ユニバーサル（誰もが楽しめる）ツーリズムの推進に取り組む必要がある。

(3) 沖縄のソフトパワーを生かしたツーリズムの推進

～沖縄が持つ独自の自然環境、文化・伝統・芸能、空手・スポーツ、健康・長寿等のソフトパワーを生かした付加価値の高いツーリズムを展開し、経済効果の検証を図りながら必要に応じて民間活力も活用しつつ体験価値の向上を図り、観光需要の平準化につなげる。

<平準化策>

オフ期の魅力を高めるための取組

これまで本県では官民で連携し、美ら海水族館などの観光施設の整備や、文化観光、MICE、プロ野球やサッカーのキャンプ、フィルムツーリズム及び観光コンテンツ開発支援の推進や世界自然遺産の魅力の保全と利用などの施策を実施するとともに、ホエールウォッチングや森のツアーなどといった自然、音楽祭や映画祭、舞台鑑賞などの芸術、花火やイルミネーションなどの夜の魅力を高める取組が行われてきた。

また、その中でも通年型の魅力としては、琉球舞踊などの文化・歴史、やちむんや琉球ガラスなどの工芸、バスケット・卓球等のプロスポーツチームなどのスポーツ観戦の魅力を高める取組が行われてきた。

市場を組み合わせるための取組

主に行政において、オフ期の誘客プロモーションや教育旅行、ワーケーション、MICE振興、誰もが楽しめる観光の推進などの施策を実施してきた。

オフ期に来やすくする取組

航空会社や宿泊施設などの民間において、需要にあわせて価格を変化させるダイナミックプライシングが行われてきた。

(3) 平準化に係る課題

2.(1)で整理した季節性の現状と 2.(2)で整理したこれまでの取組の結果から、以下のような課題を示すことができる。

平準化に係る課題

- ① オフ期における来訪者の滞在日数や消費単価が低い
- ② オフ期において収益獲得機会の損失が発生している
- ③ 平準化を意識した市場／コンテンツミックスが不十分である
- ④ 施策を推進するために、従来の体制では不十分である
- ⑤ 特定の時期や場所、コンテンツ及び客層に集中している

① オフ期における来訪者の滞在日数や消費単価が低い

沖縄県来訪者は、ピーク期である夏季の消費単価が極端に高くなる特徴を持ち、観光収入に季節性をもたらす一因となっている。今後は、オフ期における消費単価の向上を図る必要があるが、事業者の価格設定は需給バランスの関係によって決まることから、まずはオフ期の需要を高めることが求められる。

また、沖縄が持つ魅力の1つである琉球料理や泡盛などの伝統料理や泡盛の酒蔵ツアー、各地域における伝統芸能・文化イベントなどの文化観光など、これまでも様々な取り組みを実施してきたが、十分な活用には至っていない。

② オフ期において収益獲得機会の損失が発生している

県内の観光関連産業においては、オフ期に来やすくする施策として、季節の需要変動に対する価格設定（ピーク期に価格を上げ、オフ期に価格を下げる）への対応は進んでいる一方、近年増えてきた9月のシルバーウィークのマネタイズやオフ期における収益をより高めるための日別の需要変動（イベント開催時や、春節等の休暇時など）に対する細やかかつ動的な価格設定への対応についてはまだ不十分である。

また、オフ期におけるイベント（マラソン大会など）の日程が、県内外の類似イベントと重なることで、本来の集客力を活かしきれていない事例があり、オフ期において本来得られるはずの収益機会の損失が発生している状況が一部で見受けられる。

③ 平準化を意識した市場／コンテンツミックスが不十分である

沖縄県ではこれまで、市場を組み合わせる施策として、インバウンド、MICE、教育旅行など、様々な市場からの誘客を図ってきたが、観光需要の平準化を強

化するためには、客層による季節性の違いなどの市場特性や、オーシャンリゾートだけではない沖縄県の強みを踏まえた、市場ミックスが求められる。特に、インバウンド市場は東アジアからの客層が大部分を占めており、市場ミックスによる効果を十分に発揮できない市場構造となっている。

また、県内にはイベントなどのオフ期のコンテンツが数多くあるものの、平準化につながるような効果的な集客に活かすことができていない。

④ 施策を推進するために、従来の体制では不十分である

観光収入の平準化を含む、「稼ぐ力」を高めるためには、欧米のように自主財源と権限を持った DMO の存在が不可欠である。

また、文化やスポーツなど沖縄の持つ様々な資源の活用が求められるため、行政においては広範にわたる部局との調整が必要となり、施策をスムーズに推進するためには、自治体の複数の部局による「稼ぐ力」の向上を共通目標とした体制の構築が求められる。

特に現場を担う市町村においては、部局を超えてリーディング産業である観光産業に寄り添う姿勢が求められる。

例えば、民間企業が行政の管理する施設を観光客向けに利用しようとしても目的に適う形での利用が困難である等の課題が生じているため、観光部門においては、地域のマイナス探しではなく、地域の魅力・強みにスポットを当て、それらを十分に活用するための体制が求められる。

⑤ 特定の時期や場所、コンテンツ及び客層に集中している

首里城や美ら海水族館、一部離島に観光客が集中することで交通渋滞が発生することがあったほか、各市場に目を向けると、例えば夏季は長期休暇及びリゾート需要による混雑でのレンタカー不足や秋季はオフ期でありながら修学旅行が偏っているために起こるバスの供給不足が指摘されており、修学旅行市場だけではなくクルーズ船客やその他の団体旅行市場全体に支障が生じてしまうなど、市場によって異なる課題が存在する。

また、類似のコンテンツを持つ他地域との連携が不足しているため、特定の場所に観光客が集中する事例があり、自然環境や住民生活にも影響を与えることがある。

さらに、インバウンドについては国籍が中国本土、香港、台湾、韓国の東アジアに集中しているため、日中関係、日韓関係など国際情勢の変化を受けやすい状況となっている。

時期や場所の分散化のためには、各地域・島の魅力を戦略的に組み合わせて観光客に分かりやすく伝え、目的に合わせた観光が効率的に提供できるようにマーケティング施策を行うことが重要である。

(4) 平準化に係る成功事例の分析

2.(3)で整理した課題に対応する成功事例について分析する。

表2 平準化に係る成功事例（概要）

課題① オフ期における来訪者の滞在日数や消費単価が低い

<p>カルチャーディレクター (米国ハワイ州)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 近年、ハワイのホテルや観光施設では「カルチャーディレクター」「カルチャーアドバイザー」などと呼ばれる、ハワイ文化に対する責任者を置く施設が増加している。 ・ ハワイ文化に精通している専門家が従事しており、ハワイの本物の文化を守りながら、価値を高めて観光客に提供することで、ハワイの文化観光の推進に寄与している。
<p>観光戦略に基づいた民間支援 (米国ハワイ州)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 観光戦略「STRATEGIC PLAN 2020-2025」で示された4つの戦略の柱に紐づく3つの枠組みで既存の大規模イベントから成長途上のものまで様々な取組を支援。 ・ 目的：8つのニッチエリア（文化、教育、食、健康とウェルネス、自然、農業、スポーツ、ボランティアリズム）の体験ができるコンテンツ開発による経済効果の獲得。 ・ 支援実績：2022年は290万ドルを86プログラムに投資。
<p>スコッチ・ウィスキーツーリズム (スコットランド)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ スコットランドではスコッチ・ウィスキーツーリズム市場が拡大。2019年は年間約220万人が蒸留所を訪問。 ・ 多くの蒸留所はお洒落なビジターセンターを併設しており個人客でも気軽に訪問が可能。ウィスキーブームを追い風に、大資本による蒸留所から地域の小規模蒸留所まで、多くの蒸留所がビジターセンター建設に投資。

課題② オフ期において収益獲得機会の損失が発生している

<p>沖縄観光先読みカレンダー (沖縄県)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 需要に基づくダイナミックプライシングを促すため、旅行会社が観光事業者向けに作成。 ・ 前年の日別の混雑状況や前年・当年のイベント、旧暦の行事などの情報を掲載。
<p>別府 MICE カレンダー (大分県別府市)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 別府市内で開催予定の MICE 情報(日程、会場、大会規模、参加人数など)を掲載。 ・ 別府国際コンベンションセンター、ツーリズムおおいた(DMO)等が、事業者向けに年に3回発行。
<p>京都観光快適度マップ (京都市)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 市内7エリア11地点の時間帯別混雑度とライブカメラ映像をWebで公開。 ・ 混雑度は過去の人流データ(KDDI Location Analyzer(GPSデータ))等を基に予測。 ・ 2019年11月から運用を開始。現在は外国語版も公開中。

課題③ 平準化を意識した市場/コンテンツミックスが不十分である

<p>「京の冬の旅」キャンペーン (京都市)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 冬の閑散期におけるデスティネーションキャンペーン。京都市、京都市観光協会、各寺社とJRグループによる、官民一体となった体制が特徴。 ・ 目玉コンテンツである非公開文化財特別公開とそれらを巡る観光バス運行のほか、寺社や観光施設、事業者等と連携し文化、食を中心とした様々なイベント、ツアー、体験メニューを提供。
<p>都市観光キャンペーン MIAMI TEMPTATIONS (米国フロリダ州)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ ビーチリゾートとして有名な米国マイアミの都市観光強化策。 ・ キャンペーンでは期間ごとにテーマを設定し、参加する施設や店舗での割引・特典や特別メニューの提供、イベントなどを開催。 ・ 観光客に加えて、住民にも地元の良さを体験してもらいながら都市観光需要を喚起。

課題④ 施策を推進するために、従来の体制では不十分である

<p>財源と人材を有する DMO 組織 (欧州・米国)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 平準化策を推進する組織として、欧米の主要な DMO の財源や職員の状況を整理。 ・ 財源は宿泊税や TID 負担金※、自主事業収益など、観光による経済効果が DMO の収益に反映されるものが多い。 ・ 専門性を高めるため、プロパー社員のための組織が多い。 <p>※観光産業改善地区 (TID: Tourism Improvement District) 内の宿泊業者から徴収する負担金</p>
-----------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

課題⑤ 特定の時期や場所、コンテンツ及び客層に集中している

<p>プロ野球キャンプ誘致 (沖縄県)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 温暖な気候などの条件に加え、野球が県民的スポーツであったことと、プロ仕様のインフラ整備が成功の要因。 ・ 社会人野球や高校野球を中心に県民の人気が高かった。 ・ 県内各地で各自治体がプロの練習場に適したインフラを整備 (沖縄セルラースタジアム那覇や、北谷町の常設ブルペンなど)。
<p>YS アリーナ／フラット 八戸 (青森県八戸市)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 青森県八戸市では国際規格のスピードスケートリンク「YS アリーナ」と、最先端の演出機能を持つ多目的型通年アイスリンク「フラット八戸」を整備。 ・ YS アリーナは市立施設、フラット八戸は市による土地の無償提供による民設民営施設。 ・ スピードスケートの世界大会や全日本選手権、羽生結弦さんのアイスショーなどを招致し集客に寄与。

<成功要因の分析>

以上より、沖縄県で平準化策を成功させるためのポイントを挙げる。

- ・ 行政による民間のコンテンツ開発支援は、観光戦略に基づいた枠組みで実施。
- ・ オフ期の魅力的なコンテンツ提供やキャンペーン展開をするためには、行政や観光協会・DMO と、コンテンツを提供する民間や地域、送客する航空会社や旅行会社が連携した、総力を挙げた取り組みを実施。
- ・ 集客インパクトのあるイベント（プロスポーツや世界規模の大会など）の誘致に繋がる集客施設などのインフラを整備。
- ・ ビーチリゾートとシティリゾート（都市型観光）市場をミックスするため、観光客に加えて、県民も含めた需要の掘り起こしを行う。
- ・ 事業者のダイナミックプライシングを促すため、観光事業者に対して需要に関する情報提供を行う。
- ・ 専門性の高い人材や財源を有する組織が平準化策を推進。
- ・ コンテンツの開発や施設の整備は、ハード面だけではなく、県民の人气がベースにあるなど、地元の理解や県民感情なども考慮して実施。

3 稼ぐ力の強化に向けた観光需要の年間平準化に関する提言

(1) 平準化に向けた考え方

県内ではこれまで、官民によって平準化に係る様々な取組が行われてきたが、オフ期の需要増加とともにピーク期の需要増加も進んだため、結果として観光需要の年間平準化は進まなかった状況にある。その要因としては、年間平準化を進めるための取組において2(3)で示した課題が生じていることが挙げられる。

また、「稼ぐ力」を高めて県民の給与向上を図るためには、人数の平準化だけではなく、観光収入の平準化を目指す必要があるが、現状では、人数の季節性に滞在日数や消費単価の季節性が加わることで、より大きな観光収入の季節性が生じており、観光産業においては年間を通じた収益の変動や労働生産性の低さに繋がっている。

さらに、今後の観光回復により懸念されるオーバーツーリズムに対処するためには、ピーク期に集中している県民の暮らしや自然環境への負荷を分散する必要があり、県民の幸福という観点からは、沖縄の人々の暮らしや、自然環境の保全と利用のバランスを考慮することが求められる。

一方で、離島など地域の観光業界の一部については、オンシーズンに集中的に働いた分、オフシーズンにはまとめて休暇を取ることにより福利厚生の実施を促している事例があるなど、様々なライフスタイルが許容されるべきであり、その上で、地域や島、コンテンツによって異なるオン・オフを有効に活用し、県全体で平準化している状態が理想である。

これらを踏まえ、観光需要の年間平準化に向けては以下の考え方で施策を展開することを提言する。

平準化に向けた考え方

観光需要の年間平準化は、「稼ぐ力」の強化を目的とした重要な手段として位置付けられる。そのため、人数の平準化と合わせ、観光収入の平準化を目標として明確に打ち出し、オフ期における需要と消費額の増加を目指すべきである。

平準化に向けては、これまでも官民による様々な取組が行われてきたため、今後の平準化策としては、従来の取組や季節性の現状から指摘される課題への対応に注力することが求められる。

また、本県では地域や島、コンテンツによってオンとオフの時期が異なるため、こうした違いを上手に組み合わせながら、沖縄県全体で場所と時期の分散化を図るとともに、地元住民との触れ合いなど沖縄観光ならではの魅力を活用することで、沖縄らしい年間平準化を追求すべきである。

これらにより、特定の地域や時期、コンテンツに集中している需要を機会損失することなく分散することで、観光回復後に一部で懸念されているオーバーツーリズムに対処するとともに、自然・歴史・文化等の保全と利用を促進することで、県民の幸福を追求する持続可能な観光地づくりと SDGs への貢献を図ることが望ましい。

(2) 平準化策の方針

本会議では、平準化策の具体的な方針①～⑤について提言する。

平準化策の方針

- ① オフ期を楽しめるコンテンツ開発の促進
- ② オフ期における需要獲得の機会損失の低減
- ③ 季節性の異なる市場／コンテンツの戦略的な組み合わせ
- ④ DMO 機能の強化と自治体における部局横断型の連携体制の構築
- ⑤ 観光コンテンツの分散化による時期と場所の平準化

① オフ期を楽しめるコンテンツの整備

オフ期において滞在日数を延ばし、消費単価を上げていくための魅力的なコンテンツが求められる。特に、伝統行事や琉球舞踊などの文化、琉球料理や泡盛などの飲食など、これらのコンテンツ化を強化することによる魅力向上を図るべきである。

その際、コンテンツ整備は上手く外の力も利用しながら、沖縄が主体となって取り組んでいくことが望ましい。

施策例

- ・コンテンツ化の促進
 - 沖縄文化体験型コンテンツ、泡盛酒造所のツアー
 - 地元産食材や琉球料理等を活用した食に関するイベントの支援

② オフ期における需要獲得の機会損失の低減

オフ期における収益機会を逃さないよう、事業者を促す取組が求められる。観光産業における細やかかつ動的な価格設定については、事業者に対して需要に関する情報提供や、値上げに対する抵抗感を減らすための施策が有効である。

また、オフ期におけるイベントの集客力を最大限に活かすため、関係者に対して、他地域の動向も踏まえたイベント日程の検討を促すことが有効である。

施策例

- ・ダイナミックプライシング策の導入促進
 - 国・県で連携した事業者の意識向上のセミナー開催や専門家派遣
 - 事業者に対する、Web や紙媒体（カレンダー等）を通じた、日別の需要に関する情報発信
- ・オフ期の集客を最大化するためのイベント戦略
 - 他地域の類似イベントの日程を踏まえたイベント日程戦略の策定
 - 県内主要イベントの日程を調整する会議体の設置

③ 季節性の異なる市場／コンテンツの戦略的な組み合わせ

観光収入の平準化を目標とした市場ミックス／コンテンツミックスの戦略を定め、施策を講じるべきである。

市場ミックスについては、異なる季節性を持つ市場を組み合わせながら夏期以外の長期休暇であるゴールデンウィークやシルバーウィーク、年末年始などのほか中華圏の春節など、観光収入を引き上げるためのピーク期を戦略的に分散化していくことや特定の国に依存しないインバウンド政策が求められる。

また、沖縄県の強みを踏まえるとシティリゾート（都市観光）やMICE・ワーケーションなどのビジネス需要、休暇時期の異なる訪日外国人市場（国籍別・所得階層別）の組合せによる、平準化策を強化すべきである。

加えて、海外で生まれ育ったうちなーんちゅ（沖縄人）や三線、エイサー、琉球舞踊、沖縄空手など沖縄文化のルーツを求めて来訪する旅行者も季節を問わない客層であることからルーツツーリズムも平準化に寄与するものである。

秋季に偏っている修学旅行を起因とする大型バスの供給不足については、修学旅行をプロスポーツキャンプの時期である2～3月にシフトさせることを検討するほか、クルーズ船や高齢者の団体旅行等と組み合わせることで対処することが望ましい。

コンテンツミックスについては、地域や島によってオンシーズンが異なるコンテンツを組み合わせることで、沖縄県全体での平準化を目指すべきである。特に、沖縄のより深い魅力としては、各地域・島における人々との交流や暮らし、生業に基づいた、オフ期だからこそその魅力を打ち出していくことも重要であるため、今後はこれらを活用することで沖縄の深い魅力に惹かれて来訪し、沖縄に縁を持ってくれる方（関係人口）の増加を図ることが求められる。

これらのコンテンツについては既に各団体等でPR動画などを作成しているため、県やOCVBが、市町村や各地域の観光協会等を通じて情報を集約した上で、全県的なマーケティング戦略に基づき動画等を活用した情報発信やプロモーションを行うことが重要である。

施策例

- ・ 既存の取組の活用及び市場動向に応じた動的な市場ミックス策の展開
 - 県内各地の取組や旅行会社の提供する県内ツアーに関する情報集約
 - オフ期の既存イベントの効果的な連携（海開きの一斉開催など）
 - オフ期ならではの魅力や自然の営みと一体となったコンテンツの拡充
 - 各地の季節別の魅力を効果的にターゲットに届ける官民一体となったキャンペーン等の実施
 - 動画等を用いたターゲット別・季節別プロモーションの展開
- ・ ルーツツーリズム強化
 - コンテンツの整備
 - プレイベントの開催（ウチナーンチュ大会を補完する毎年のイベント等）
- ・ 各業種・市場ごとの状況を加味した平準化策
 - 航空会社、船社、現地旅行業者等と連携したプロモーションの展開
 - 発地地域の旅行業者や学校への要請による修学旅行実施時期の分散

④ DMO 機能の強化と自治体における部局横断型の連携体制の構築

平準化策の多くは DMO が実行部隊となることが期待されるため、DMO においては、欧米の体制等を参考に、行政との役割分担を明確化したうえで、マーケティング機能の強化と、財源や専門的人材の確保による組織力の向上を図ることが求められる。

また、県と市町村においては、観光部門だけではなく、文化やスポーツ、商工、教育など様々な部局や民間等との連携・協力のほか「観光×地域」や「観光×情報産業」のように「観光×●●」という他分野との連携による相乗効果を発揮するため、「稼ぐ力」の向上を共通目標とした施策の実行体制を構築し、先進事例や好事例などの情報発信をすべきである。

さらに、観光産業の支援に係る補助金・助成金については、民間の力を最大限に引き出せるよう効果的な支援方法を検討するとともに、行政が管理する施設のうち観光利用が望まれる施設について、パッケージツアーにも対応できるよう 1 年以上前からの予約にも対応できる仕組みの構築を進めるべきである。

加えて、沖縄観光は航空会社の提供座席数による影響を大きく受けるため、引き続き航空会社との協力関係を維持する必要がある。

施策例

- ・ DMO 機能の強化
 - 自主事業や負担金、観光目的税等を活用した自主財源の確保
- ・ 「稼ぐ力」の向上を共通目標とした施策の実行体制構築
 - 県や市町村内での部局を超えた体制構築
 - 国、県、市町村、観光業界との協議及び観光業界と他業界の連携促進
 - 航空会社と連携した施策の展開
- ・ 補助金・助成金による民間の取組支援における丁寧なサポート
 - 国・県・市町村の役割に応じた、自走化を見据えた支援事業の実施等
 - 観光利用にも適した施設の予約体制構築の促進

⑤ 観光コンテンツの分散化による時期と場所の平準化

オフ期における魅力を訴求するだけでなく、滞在日数を延ばして消費単価を上げていくためには、美ら海水族館や首里城のようなアイコン（誘客の目玉）となる魅力的なコンテンツやインフラの整備が特に有効であり、それらを地理的に分散させることで、場所の平準化も同時に図るべきである。

また、冬場のゴルフなどオフ期ならではの過ごしやすさを活かしたスポーツや既に実施しているプロ野球・サッカーキャンプに加え、ラグビー、バスケットのキャンプなどのプロスポーツは今後も成長が期待できる領域である。

さらに、地域や島によってオン・オフの時期や受入容量も異なるため、自然環境の保全と利用のバランスや住民の生活環境への影響に配慮するとともに、類似の観光資源やコンテンツを持つ県内他地域や隣接する地域との連携を図ることにより、県全体で時期と場所が平準化している状態を目指すべきである。

そのほか、各圏域へのアクセスを容易にするため、二次交通に関してはレンタカーの利便性向上に加え、新しい二次交通の充実も同時に図るべきである。

施策例

- ・アイコンとなるインフラ整備とバスツアーなどによる需要の地理的分散
 - スポーツ施設整備、北部テーマパーク・沖縄アリーナなどとの連携
 - 戦跡やMROなど様々なバスツアーのトータルプロモーションなど
 - 冬場のゴルフやバスケットを加えたプロスポーツキャンプ、プロスポーツ観戦、コンサートツアーのPRなど
- ・世界自然遺産地域や離島地域での誘客の戦略的な分散化
 - 季節のコンテンツや受入体制、目的等に合わせた誘客・情報発信など
 - ホエールウォッチング（座間味村）やハンマーヘッドシャーク（与那国島）
- ・世界文化遺産地域や美ら海水族館などのターゲット別のプランの組成
 - 東アジアの客層には都市型観光や美ら海水族館、欧米系及び東アジア以外の客層には世界文化遺産地域への誘客など
- ・新しい二次交通の充実
 - 小禄道路開通を見据えた、空港から各圏域へのシャトルバスの運行など
 - レンタサイクル・電動キックボードなどラストワンマイル交通の拡充

4 委員（委員就任時）

所属・職名	氏名	
イオン琉球（株）取締役会長	末吉 康敏	委員長
（一財）沖縄観光コンベンションビューロー 会長	下地 芳郎	副委員長
（株）かねひで総合研究所 代表取締役理事長	花牟礼 真一	
沖縄ツーリスト（株）代表取締役会長	東 良和	
沖縄文化芸術振興アドバイザー	平田 大一	
竹富町観光協会 会長	大島 佐喜子	
沖縄アリーナ（株）代表取締役社長	安永 淳一	
（株）リクルートライフスタイル沖縄 代表取締役社長	有木 真理	
（株）JTB 沖縄 代表取締役社長執行役員	杉本 健次	

5 審議経過

期日	会議等 (場所)	議事
令和 4 年 11 月 4 日 (金)	第 1 回 稼ぐ力の強化に向けた観光需要の年間平準化に関する万国津梁会議 (県庁 6 階第 2 特別会議室)	(1) 沖縄県における季節性の現状と課題について (2) 今年度の議論のテーマとフレームについて (3) オフ期の魅力を高めるための参考事例と沖縄県の事例について
令和 5 年 1 月 10 日 (火)	第 2 回 稼ぐ力の強化に向けた観光需要の年間平準化に関する万国津梁会議 (県庁 6 階第 1 特別会議室)	(1) 平準化の課題・方針と成功事例について (2) 提言書構成案(たたき台)について
令和 5 年 3 月 15 日 (水)	第 3 回 稼ぐ力の強化に向けた観光需要の年間平準化に関する万国津梁会議 (県庁 6 階第 1 特別会議室)	(1) 提言書(案)について

以上