

「主な取組」検証票

施策展開	3-(2)-イ	市場特性に対応した誘客活動の展開		
施策	①きめ細かな国内誘客活動の展開			
(施策の小項目)	○国内誘客の推進			
主な取組	観光誘致対策事業	実施計画 記載頁	178	
対応する 主な課題	○我が国は少子高齢化の進行による人口減少社会へと突入し、国内観光市場の量的拡大は厳しさを増すものと想定される。一方で、沖縄観光のリピーター率は約8割と高く、沖縄を一度も訪れたことのない方々も多いことから、新たな観光需要を開拓する余地は十分残されている。このため、年齢層や観光需要に的確に対応したきめ細かなプロモーション活動を展開していくことが重要となっている。			

1 取組の概要(Plan)

取組内容	観光客の継続的・安定的誘致を図るため、国内外からの旅行会社及び航空会社等と連携した誘客プロモーションの展開、メディアを活用した誘客プロモーションの展開及び沖縄観光情報の発信、観光宣伝ツールの作成などを行う。						
年度別計画	24	25	26	27	28	29～	実施主体
	20件 キャンペーン 件数					→	県
	国内外誘客キャンペーン実施、イベント支援、観光宣伝物の作成						
担当部課	文化観光スポーツ部観光振興課						

2 取組の状況(Do)

(1) 取組の推進状況

(単位:千円)

平成26年度実績				
事業名	予算	決算見込	活動内容	主な財源
観光誘致対策事業費	144,631	134,302	旅行会社及び航空会社等と連携した誘客プロモーションの展開を行うとともに、メディアを活用した誘客プロモーションの展開及び沖縄観光情報の発信を行った。	県単等
活動指標名			計画値	実績値
キャンペーン実施件数			20件	28件
推進状況	推進状況の判定根拠及び平成26年度取組の効果			
順調	空港や港湾ターミナルなどの観光にとって重要なインフラ整備が整った平成26年度においては、これまでの国内外における官民上げてのプロモーション・誘致活動等により、国内・海外航空路線の拡充並びクルーズ船の就航増につながり、平成26年度の入域観光客数は717万人で、30カ月連続で前年実績を上回り、国内客、海外客ともに過去最高の入域観光客数であった。 また、平成26年度の観光収入についても、過去最高の5,341億円(速報値)となった。 当事業も、誘客プロモーション活動など計画を上回る28件を実施し、一定の貢献を果たしたため、順調とした。			

様式1(主な取組)

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成27年度計画			
事業名	当初予算	活動内容	主な財源
観光誘致対策事業費	170,229	旅行会社及び航空会社等と連携した誘客プロモーションの展開を行う。 メディアを活用した誘客プロモーションの展開及び沖縄観光情報の発信を行う。	県単等

(3) これまでの改善案の反映状況

<ul style="list-style-type: none"> ・国内については、発着地連動型商品を旅行会社が造成しやすい仕掛け作りに取り組むとともに、農林、商工、観光の各産業が、四季のターゲットを意識した取り組みを促進させた結果、旅行商品に旬の食材を楽しむプランや旬のスイーツ食べ放題プランなども組み込まれた。 ・県外旅行会社を対象としたFAMツアー(現地訪問視察)の実施など、発地側旅行会社が一般旅行者に対して沖縄旅行を推薦するような仕掛けづくりに取組んだ結果、ガイド付き観光などを組み込んだ商品が造成された。
--

(4) 成果指標の達成状況

成果指標	基準値	現状値	H28目標値	改善幅	全国の現状
入域観光客数(外国人除く)	522.6万人 (23年度)	618万人 (26年度)	680万人	69.4万人	—
参考データ	沖縄県の現状			傾向	全国の現状
入域観光客数(国内・海外計)	592万人 (24年度)	658万人 (25年度)	717万人 (26年度)	↗	—
状況説明	景気回復基調であり国内旅行市場は活況を維持すると見られる。更に本島路線のみならず、宮古-関西路線の就航や石垣-羽田路線における機材の大型化が予定されるなど航空路線の拡充が計画されている。また、海外客についても新規路線の拡充やクルーズ船の寄港回数が増が予定されている。 平成28年度目標に向け着実に取り組む。				

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境など)

<ul style="list-style-type: none"> ・繁忙期のホテル客室不足や2次交通の拡充など外国人観光客の急激な増加に対応するための受入体制の強化が急務。 ・国内観光においては、観光メニューの多様化が求められている。 ・航空会社の経営悪化に伴う航空路線の整理縮小

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

<ul style="list-style-type: none"> ・入域観光客数1000万人に向けた取り組みを図りつつも、今後は、観光収入1兆円に向けた取り組みへのシフトも重要。
--

4 取組の改善案(Action)

<p>国内においては富裕層や一人旅など、海外においては女子旅などターゲットを設定したプロモーションを実施する。</p>

「主な取組」検証票

施策展開	3-(2)-イ	市場特性に対応した誘客活動の展開		
施策	①きめ細かな国内誘客活動の展開			
(施策の小項目)	○国内誘客の推進			
主な取組	国内需要安定化事業	実施計画 記載頁	178	
対応する 主な課題	○我が国は少子高齢化の進行による人口減少社会へと突入し、国内観光市場の量的拡大は厳しさを増すものと想定される。一方で、沖縄観光のリピーター率は約8割と高く、沖縄を一度も訪れたことのない方々も多いことから、新たな観光需要を開拓する余地は十分残されている。このため、年齢層や観光需要に的確に対応したきめ細かなプロモーション活動を展開していくことが重要となっている。			

1 取組の概要(Plan)

取組内容	国内観光客の安定的かつ継続的な確保を目的に、季節ごとに沖縄への観光誘客ターゲットを特定した上で、きめ細かなプロモーション活動を行う。						
年度別計画	24	25	26	27	28	29～	実施主体
	4件 キャンペーン実 施件数				→	→	県
	季節ごとの誘客キャンペーン、観光PRイベントの実施						
担当部課	文化観光スポーツ部観光振興課						

2 取組の状況(Do)

(1) 取組の推進状況

(単位:千円)

平成26年度実績				
事業名	予算	決算見込	活動内容	主な財源
国内需要安定化事業	690,669	688,302	季節ごとに沖縄への観光誘客ターゲットを特定した上で、WEBや各種メディア等を活用したプロモーション活動を計画4件に対して実績4件を実施した。 また、航空会社と連携し、路線拡大や需要喚起を目的とするイベントや航空会社が持つ各種媒体等など活用したプロモーション等を行った。	一括交付金 (ソフト)
活動指標名			計画値	実績値
季節プロモーション・タイアップ旅行社件数			4件	4件
推進状況	推進状況の判定根拠及び平成26年度取組の効果			
順調	シーズンごとにターゲットを設定し、その魅力を届けるキャンペーンを展開した。このキャンペーンに連動させ、航空会社、旅行会社ともシーズンに合わせたPR展開を連携して進めたことで、月別の入域観光客数についてもオールシーズンで対前年比アップなど、1年を通じ安定した観光客数の確保を推し進めることができた。 また、沖縄から就航路線のある地域を中心に、航空会社や旅行会社、メディアと連携した情報発信やイベントを実施することで、路線の強化に繋がるプロモーションを展開することができた。			

様式1(主な取組)

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成27年度計画			
事業名	当初予算	活動内容	主な財源
国内需要安定化事業	690,699	国内からの観光客誘致の基盤を形成するために、既存の取り組みに加え、ターゲットを特定した季節ごとのきめ細やかなプロモーションを4件展開する。また、LCCの台頭などを背景に、他の国内外観光地との競争が激化する中、新規路線就航や既存路線の増便等路線拡大を促すためのプロモーション活動を行う。	一括交付金(ソフト)

(3) これまでの改善案の反映状況

<p>平成26年度は観光が実施する旬プロモーションと連携させる形で、商工部署の事業で「旬の食材」キャンペーンを展開させる等連携強化を図った。</p> <p>また、発地側での情報発信のほか、着地側である沖縄での参画企業の取り込みを行いターゲットへ訴求する旅行商品造成を進めるなど、満足度の向上にも努めた。そのほか各旅行社の商品企画担当と販売担当を県内へ招聘し、様々なメニュー等を体験させることにより、両担当者からみた商品としての課題や不足する点等を確認することが出来た。</p> <p>平成27年度は、商品造成の採用件数を狭めることにより、より旅行会社間の競争を高めさせ、旅行商品品質の向上、並びに販売強化に努める。</p>

(4) 成果指標の達成状況

成果指標	基準値	現状値	H28目標値	改善幅	全国の現状
入域観光客数(外国人除く)	522.6万人 (23年度)	618万人	680万人	↗	—
参考データ	沖縄県の現状・推移			傾向	全国の現状
タイアップ旅行商品による県外からの誘客数	—	約14万人 (25年)	12万人 (26年度)	↗	—
入域観光客数(国内・海外計)	592万人 (24年度)	658万人 (25年度)	717万人 (26年度)	↗	—
状況説明	旅行会社等とタイアップして厚みのある季節プロモーションを展開したことにより、平成26年度国内入域観光客数が618万人(平成25年度:595万人)となり、過去最高の国内入域観光客数達成につながった。 平成28年度目標数値に向けて順調に推移している。				

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境など)

<ul style="list-style-type: none"> ・過度の円安による景気の後退 ・航空会社の経営悪化に伴う航空路線の整理縮小 ・旬キャンペーンプロモーションについては、季節毎にターゲットを絞ったプロモーション展開を継続していることから、各メディアや旅行会社により、自主的に各ターゲット層へ向けた沖縄の紹介・商品展開が行われてきている。
--

様式1(主な取組)

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

・これまで「旬香周島キャンペーン」の展開により、各旬におけるターゲットへの訴求効果や沖縄側での受入対応が現れている。今後は、更なる市場拡大に向け、各旬の時期でも各ターゲットが楽しめる観光情報も提供していく。

・これまで展開してきた旬香周島プロモーションの各ターゲットの取り組みが、県外向けの情報発信と県内での実際の体験との間に齟齬や乖離がないか、モニターツアー等を通じて確認するなど、旬事業の検証を行う。

4 取組の改善案(Action)

・従来の旬とターゲットの組み合わせを拡大し、例えば「秋の女子旅」といった現在設定している季節ごとのターゲットは、旬のおすすめターゲットという位置付けで強化してプロモーションを展開しながら、「秋の家族旅」「秋の大人旅」についても、サブ的に情報提供を行うような手法の検討を行う。

「主な取組」検証票

施策展開	3-(2)-イ	市場特性に対応した誘客活動の展開	
施策	①きめ細かな国内誘客活動の展開		
(施策の小項目)	○国内誘客の推進		
主な取組	修学旅行推進強化事業	実施計画 記載頁	178
対応する 主な課題	○我が国は少子高齢化の進行による人口減少社会へと突入し、国内観光市場の量的拡大は厳しさを増すものと想定される。一方で、沖縄観光のリピーター率は約8割と高く、沖縄を一度も訪れたことのない方々も多いことから、新たな観光需要を開拓する余地は十分残されている。このため、年齢層や観光需要に的確に対応したきめ細かなプロモーション活動を展開していくことが重要となっている。		

1 取組の概要(Plan)

取組内容	修学旅行市場の変化等に対応し、修学旅行を安定的に確保するため、学校に対する事前・事後学習支援、継続実施学校に対する新たなメニュー等の提案・提供、県外説明会、関係者招聘事業等を実施する。						
年度別計画	24	25	26	27	28	29～	実施主体
	2回 県外説明会					→	県
	修学旅行の誘致、市場開拓に係る広報、 修学旅行の受入環境整備、旅行会社等の招聘 等					→	県
担当部課	文化観光スポーツ部 観光振興課						

2 取組の状況(Do)

(1) 取組の推進状況

(単位:千円)

平成26年度実績				
事業名	予算	決算見込	活動内容	主な財源
修学旅行推進強化事業	170,598	164,982	修学旅行市場の変化等に対応し、沖縄への修学旅行を安定的に確保するため、学校に対する事前・事後学習の支援、継続実施学校に対する新たなメニュー等の提案・提供、県外説明会、関係者招聘、県内関係者が意見交換する機会の提供等を実施した。	一括交付金 (ソフト)
活動指標名			計画値	実績値
県外説明会			2回	3回
事前・事後学習支援学校数			200校	212校
新たなメニュー支援学校数			150校	143校
推進状況	推進状況の判定根拠及び平成26年度取組の効果			
順調	<p>「沖縄修学旅行フェア」と冠した県外説明会を仙台、東京、大阪で実施した。各会場とも過去最高の参加者数を集めるなど、効果的なプロモーションを展開することができた。</p> <p>実施2年目となった事前・事後学習支援は事業認知度の高まりもあり、全国から広く問合せを受けた。当該事業の実施により、修学旅行の充実と満足度の向上を図ることができた。</p> <p>新たなメニュー支援については、台風の襲来によるキャンセル等のため、支援件数は計画値を下回ったが、支援受付の開始直後に申請件数が予算枠を越えてしまうなど、当該支援に対する関心の高さが窺えた。当該事業の実施により、継続校への新しい沖縄の魅力提案と満足度の向上を図ることができた。</p>			

様式1(主な取組)

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成27年度計画			
事業名	当初予算	活動内容	主な財源
教育旅行推進強化事業	175,960	国内修学旅行市場の変化に対応し、沖縄への修学旅行を安定的に確保するため、修学旅行フェアの開催、学校に対する事前・事後学習の支援、継続実施学校に対する新たなメニュー等の提案・提供、県内関係者が意見交換する機会の提供を行うとともに、海外からの修学旅行誘致にも取り組む。	一括交付金(ソフト)

(3) これまでの改善案の反映状況

・沖縄修学旅行の実施を検討している学校の先生や旅行会社の修学旅行担当者等を沖縄に招聘した上で、沖縄県側からも観光協会や観光施設等が出展した修学旅行フェア開催し、特異な歴史文化、亜熱帯性気候、国内最大の地上戦が行われた地における平和学習など、日本本土との差別化を意識しながら、効率的かつ効果的に沖縄の教育旅行PRを図った。

(4) 成果指標の達成状況

成果指標	基準値	現状値	H28目標値	改善幅	全国の現状
修学旅行者数	45.2万人 (23年)	45.1万人 (26年)	47.5万人 (28年)	△0.1万人	—
参考データ	沖縄県の現状・推移			傾向	全国の現状
修学旅行者数	43.1万人 (24年)	43.6万人 (25年)	45.1万人 (26年)	↗	—
状況説明	修学旅行者数は、国内の小中高校生徒数が減少する中において、平成25年に比べ約18千人の増加が図られた。今後も、継続して効果的なプロモーションを展開することにより、H28目標値達成に向け取組を推進する。				

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境など)

・国内の小中高校数及び生徒数は、減少傾向にある。
 ・新幹線開通などにより、他の国内競合地域との競争が激化している。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

・国内修学旅行需要を継続的かつ安定的に確保していくための取り組みを充実・強化していくとともに、新たな市場の開拓に向けた検討を開始する必要がある。
 ・体験や交流など修学旅行のニーズに適した学習効果の高い観光コンテンツを充実させる必要がある。

4 取組の改善案(Action)

・海外の教育旅行の誘致に向け、海外の教育旅行市場についての実態やニーズを調査するとともに、関係者を招聘してモニターツアーを実施し、今後の施策展開に繋げていく。
 ・地域住民との交流や農作業体験など、修学旅行のニーズに即した観光メニューを提供できる「民泊」について、関係者間で情報共有や課題解決に向けた意見交換が行える場を設ける。

「主な取組」検証票

施策展開	3-(2)-イ	市場特性に対応した誘客活動の展開		
施策	①きめ細かな国内誘客活動の展開			
(施策の小項目)	○国内誘客の推進			
主な取組	沖縄型ニューツーリズム形成促進事業	実施計画 記載頁	178	
対応する 主な課題	○我が国は少子高齢化の進行による人口減少社会へと突入し、国内観光市場の量的拡大は厳しさを増すものと想定される。一方で、沖縄観光のリピーター率は約8割と高く、沖縄を一度も訪れたことのない方々も多いことから、新たな観光需要を開拓する余地は十分残されている。このため、年齢層や観光需要に的確に対応したきめ細かなプロモーション活動を展開していくことが重要となっている。			

1 取組の概要(Plan)

取組内容	新規マーケットへの訴求による入域観光客数や平均滞在日数の増加及び県内消費額を高めることによる経済効果へつなげることを目的とし、ロングステイツーリズムの情報発信並びに商品造成支援を行う。						
年度別計画	24	25	26	27	28	29～	実施主体
	2回 プロモーション数		→				県
	ロングステイフェア等への出展等、プロモーションの実施						
担当部課	文化観光スポーツ部 観光振興課						

2 取組の状況(Do)

(1) 取組の推進状況

(単位:千円)

平成26年度実績				
事業名	予算	決算見込	活動内容	主な財源
沖縄型ニューツーリズム促進形成事業(ロングステイツーリズム推進事業)	5,418	4,947	滞在日数の増加を目的にロングステイツーリズムを受入地域の自治体との連携で推進する。地域の観光資源を活用した商品造成への支援やSNS等インターネットでの情報発信を行い、ロングステイへのイメージを新たな付加価値のある旅行商品として普及啓発を行なった。	県単等
活動指標名			計画値	実績値
プロモーション数			2回	4回
推進状況	推進状況の判定根拠及び平成26年度取組の効果			
順調	ロングステイのモデル地域である国頭村・久米島町を中心に、「暮らすように旅する」沖縄をコンセプトに旅行社並びにシニア層の多く集まる県外イベントで沖縄への長期滞在型観光プロモーションを計画値を上回る4回実施した。 特に今年度は、新しい観光資源にもなりえるパークゴルフを旅行商品化し、パークゴルフ人口がもっとも多い、北海道をターゲットに実施した。 シニア層ターゲットに即したイベントでPRしたことで、249,962名へのアプローチを実施することができ、更なる沖縄の魅力をPRすることができたが、北海道におけるパークゴルフの旅行商品造成では、残念ながら催行人数までには達せず、送客実績が0名であった。ただ、北海道で旅行社と連携してプロモーションを実施したことで、北海道発のパークゴルフ商品のバリエーションが増えたとともに、メディアを活用した、広報展開のきっかけもあり、4月5日～9日の日程で北海道発久米島パークゴルフツアーでは、計57名が参加した。			

様式1(主な取組)

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成27年度計画			
事業名	当初予算	活動内容	主な財源
-	-	-	-

(3) これまでの改善案の反映状況

ロングステイの魅力を発信する一財)ロングステイ財団のHPを活用し、沖縄でのロングステイの取り組み並びに魅力を発信するとともに、造成した商品を取り扱う旅行社のバナーに掲載した。

(4) 成果指標の達成状況

成果指標	基準値	現状値	H28目標値	改善幅	全国の現状
-	-	-	-	-	-
参考データ	沖縄県の現状・推移			傾向	全国の現状
-	-	-	-	-	-
状況説明	年齢層や観光需要に対応したプロモーション活動をする必要があるという課題解決に向け、沖縄観光の約8割を占めるリピーターの属性や課題、ニーズ等を把握し、リピーター化に向けた効果的な取組等を示すなど、観光需要に対応したプロモーション活動に向け、一定の成果が得られた。地元との人との交流や暮らしに触れるツアーや森の散策、織物体験、パークゴルフなどシニア向けの商品が造成できた。				

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境など)

・主なターゲットとなるシニアは比較的時間を有することから、多種多様な体験メニューを複数、経験させるのではなく、体験するメニューを深掘りさせることも必要。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

・今回試験的に取り組んだ地域については、ロングステイツーリズムに対応した体験メニューや地域交流の取り組みも実績として有することから、それら地域を組み合わせた商品の造成も効果があると思われる。

4 取組の改善案(Action)

・今後は他の国内誘客事業などと連携し、地域周遊型商品に沿うターゲット層に強いエージェントやWebサイトとの連携プロモーションを行う。

「主な取組」検証票

施策展開	3-(2)-イ	市場特性に対応した誘客活動の展開		
施策	①きめ細かな国内誘客活動の展開			
(施策の小項目)	○国内誘客の推進			
主な取組	沖縄リゾートウェディング誘致強化事業	実施計画 記載頁	178	
対応する 主な課題	○我が国は少子高齢化の進行による人口減少社会へと突入し、国内観光市場の量的拡大は厳しさを増すものと想定される。一方で、沖縄観光のリピーター率は約8割と高く、沖縄を一度も訪れたことのない方々も多いことから、新たな観光需要を開拓する余地は十分残されている。このため、年齢層や観光需要に的確に対応したきめ細かなプロモーション活動を展開していくことが重要となっている。			

1 取組の概要(Plan)

取組内容	沖縄リゾートウェディングのブランド化による国内外の入域観光客数の安定的需要の獲得ならびに発展的市場展開を目的として、結婚を控えたカップルを対象とした国内外ブライダルフェアにおけるプロモーション並びにマスメディアを活用した宣伝等を行う。						
年度別計画	24	25	26	27	28	29～	実施主体
	3箇所 プロモーション実施 地域数		→			→	
	広告宣伝プロモーション、市場調査による 販路拡大及び受入体制強化						
担当部課	文化観光スポーツ部 観光振興課						

2 取組の状況(Do)

(1) 取組の推進状況

(単位:千円)

平成26年度実績				
事業名	予算	決算見込	活動内容	主な財源
沖縄観光ブランド形成事業(沖縄リゾートウェディング誘致強化事業)	62,910	61,803	プロモーション実施地域数は計画値3箇所に対し、実績値6箇所となった。海外事業者を招聘し、商談会及びFAMツアーを2回実施した。受入体制整備に係る県内関係者会議を12回開催した。	一括交付金 (ソフト)
活動指標名			計画値	実績値
プロモーション実施地域数			3箇所	6箇所
推進状況	推進状況の判定根拠及び平成26年度取組の効果			
順調	平成26年の沖縄リゾートウェディング実施組数は、前年比1,147組増の過去最高の12,068組であった。 他事業と連携してプロモーション地域を増やし、海外でのフェア出展や販売会の実施、雑誌やWEB等の各種媒体を活用し上記の結果に至った。			

様式1(主な取組)

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成27年度計画			
事業名	当初予算	活動内容	主な財源
沖縄リゾートウエディング誘致強化事業	79,057	挙式組数も順調に増加しており、活動を継続する。リゾートウエディングの取り組みを強化し、沖縄観光振興に貢献するため、国内外におけるプロモーションを実施する。海外競合都市や海外のリゾートウエディングについて市場調査を実施する。海外のプライダル事業者・メディア等を招聘し販路拡大、関連事業者、市町村と連携をとり、受入体制強化を行う。	一括交付金(ソフト)

(3) これまでの改善案の反映状況

アンケート等から顧客ニーズを把握したプロモーションにより認知度向上へ繋げ、過去最高の12,068組の誘致ができた。県の緊急雇用創出事業等臨時特例基金を活用し、カメラマン・ヘアメイク・プランナーの人材雇用・育成の世界水準の沖縄リゾートウエディング産業育成事業を実施し、顧客満足度の向上に取り組んだ。また、海外旅行社等12社を招聘及び海外での商談会へ9社参加により、海外販路開拓を行った。

(4) 成果指標の達成状況

成果指標	基準値	現状値	H28目標値	改善幅	全国の現状
—	—	—	—	—	—
参考データ	沖縄県の現状・推移			傾向	全国の現状
沖縄リゾートウエディング実施組数	9,118組 (H24年)	10,921組 (H25年)	12,068組 (H26年)	↗	—
状況説明	当取組みは順調な伸びを見せており、今後も国内外増加の可能性は十分にある。リゾートウエディングは経済効果も高く、今後の伸びしろも大きいと見込まれることから、積極的に推進していくべき施策である。				

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境など)

- ・全国婚姻組数予測(リクルートプライダル総研/H26.4発表)によると、H28全国婚姻組数(沖縄県を除く)は628,170組であり、国内婚姻組数の減少傾向が予測されている。
- ・受入対応人材が不足している。
- ・海外からのリゾートウエディングについては伸び率が高く、前年比319組増の1,122組となっている。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

- ・競合地に勝るブランド力や様々なニーズを構築する必要がある。
- ・顧客満足度調査や受け皿となる県内事業者の人材確保、特に海外への安定的販路獲得に取り組む必要がある。
- ・インバウンドについて、各国・地域のリゾートウエディング市場についてのマーケティングに基づくプロモーション及び商談会を実施することにより、海外販路開拓に取り組む。

4 取組の改善案(Action)

- ・チャペル挙式のほか、フォトウエディングやハネムーンのみ等様々なニーズに対応できる受入先としてのブランド力及び認知度を高める。
- ・引き続き県の緊急雇用創出事業等臨時特例基金を活用し、カメラマン・ヘアメイク・プランナーの人材雇用・育成の世界水準の沖縄リゾートウエディング産業育成事業を実施し、人材の確保・育成に取り組む。
- ・海外リゾートウエディング市場の調査を行うことでよりきめ細やかなプロモーションを行う。

「主な取組」検証票

施策展開	3-(2)-イ	市場特性に対応した誘客活動の展開		
施策	①きめ細かな国内誘客活動の展開			
(施策の小項目)	○国内誘客の推進			
主な取組	LCC仮設ターミナル交通対策事業	実施計画 記載頁	178	
対応する 主な課題	○我が国は少子高齢化の進行による人口減少社会へと突入し、国内観光市場の量的拡大は厳しさを増すものと想定される。一方で、沖縄観光のリピーター率は約8割と高く、沖縄を一度も訪れたことのない方々も多いことから、新たな観光需要を開拓する余地は十分残されている。このため、年齢層や観光需要に的確に対応したきめ細かなプロモーション活動を展開していくことが重要となっている。			

1 取組の概要(Plan)

取組内容	LCC利用客の移動手段としてLCC専用ターミナルと旅客ターミナル間の巡回バスを運行する。						
年度別計画	24	25	26	27	28	29～	実施主体
	H24年10月より巡回バス運行						県
	LCC巡回バスの運行						
担当部課	文化観光スポーツ部 観光振興課						

2 取組の状況(Do)

(1) 取組の推進状況

(単位:千円)

平成26年度実績				
事業名	予算	決算見込	活動内容	主な財源
LCC仮設ターミナル交通対策事業	70,970	70,970	巡回バス運行回数が計画値30,000回に対して、32,783回となった。	一括交付金(ソフト)
活動指標名			計画値	実績値
巡回バス運行回数			30,000回	32,783回
推進状況	推進状況の判定根拠及び平成26年度取組の効果			
順調	LCC全体として高い搭乗率で推移していることに加え、平成26年度にはPeachが那覇ー福岡線の新規就航があり、さらに平成27年2月には、那覇ー香港線の国際線が就航するなど、LCC需要が高まる中、利用されるお客様の利便性向上につながっている。			

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成27年度計画			
事業名	当初予算	活動内容	主な財源
LCC仮設ターミナル交通対策事業	90,692	巡回バスの運行により、LCC専用ターミナル利用者の利便性向上を図るため、30,000回の運航を計画している。	一括交付金(ソフト)

様式1(主な取組)

(3) これまでの改善案の反映状況

航空機の遅延や欠航等によって生じる運用時間の変動に応じて、運航計画を適宜見直した結果、迅速に対応することができた。

(4) 成果指標の達成状況

成果指標	基準値	現状値	H28目標値	改善幅	全国の現状
—	—	—	—	—	—
参考データ	沖縄県の現状・推移			傾向	全国の現状
—	—	—	—	—	—

状況説明

航空機の遅延や欠航等によって生じる運用時間の変動に迅速に対応することができた。今後について、Peachがさらに那覇発の国際線就航を検討するなど、引き続きLCCの需要が見込まれていることから、利用されるお客様の利便性向上を図っていく必要がある。

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境など)

・航空機の遅延や欠航等によって運用時間の変動が生じる場合がある。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

・LCCの遅延・欠航情報を適切かつ早期に入手することに伴う、余剰運行の低減を図る必要がある。

4 取組の改善案(Action)

・LCCについてはコスト意識が高い上、低調路線に対する路線変更が短期間で検討・実施されることから、路線維持のためには、高い搭乗率の維持、不利益性から生じるコスト増額に繋がらないようLCCと適宜、調整を図り、引き続き事業を展開する。

「主な取組」検証票

施策展開	3-(2)-イ	市場特性に対応した誘客活動の展開		
施策	①きめ細かな国内誘客活動の展開			
(施策の小項目)	○マーケティング分析力の強化			
主な取組	リピーターの満足度向上対策	実施計画 記載頁	179	
対応する 主な課題	○我が国は少子高齢化の進行による人口減少社会へと突入し、国内観光市場の量的拡大は厳しさを増すものと想定される。一方で、沖縄観光のリピーター率は約8割と高く、沖縄を一度も訪れたことのない方々も多いことから、新たな観光需要を開拓する余地は十分残されている。このため、年齢層や観光需要に的確に対応したきめ細かなプロモーション活動を展開していくことが重要となっている。			

1 取組の概要(Plan)

取組内容	観光客の実態把握を目的とし、本県を訪れた観光客等を対象としたアンケート調査の実施により、性別・年代・居住地・消費額等の基本属性に加え、旅行全般の満足度等を毎年調査し、各種の観光統計資料の作成を行う。						
年度別計画	24	25	26	27	28	29～	実施主体
	調査			調査			県
	<ul style="list-style-type: none"> ・リピーター層獲得のためのマーケティング調査を実施 ・調査を踏まえターゲット市場に対し有効なアプローチを提案 						
担当部課	文化観光スポーツ部 観光政策課						

2 取組の状況(Do)

(1) 取組の推進状況

(単位:千円)

平成26年度実績				
事業名	予算	決算見込	活動内容	主な財源
観光統計実態調査事業	24,160	23,429	旅行全体の満足度に加えて、主要離島における旅行者の属性、消費額調査を実施し、また長期滞在・リピーターの実態把握のため、長期滞在者やリピーターが利用する宿泊施設等の調査を行った。	県単等
活動指標名			計画値	実績値
—			—	—
推進状況	推進状況の判定根拠及び平成26年度取組の効果			
順調	国内客の性別・年代・居住地・消費額等の基本属性及び旅行全体の満足度等を把握するため、那覇空港及び主要離島空港(宮古・石垣・久米島)において計画どおりアンケート調査をそれぞれ4回実施した。 また、調査結果については誘客を担当する部署やOCVBへ情報提供し、誘客プロモーションへ活かすための意見交換を行った。			

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成27年度計画			
事業名	当初予算	活動内容	主な財源

様式1(主な取組)

観光統計実態調査事業	23,377	平成27年度は、通常の満足度調査に加えて、3年に一度実施している満足度の詳細調査を実施する。また、主要離島空港(宮古・石垣・久米島)におけるそれぞれの離島における特性調査を行う。	県単等
------------	--------	---	-----

(3) これまでの改善案の反映状況

平成24年度調査で、特に「大変満足」率が低かった「土産品」について、より魅力的な商品の開発を検討するため、平成26年度から土産品を主とした関係部署による対策事業が開始されている。
また、旅行全体の満足度の向上及び平成25年度の特定テーマ「食や地域イベント」に対するアンケート結果を踏まえ、今後の誘客事業のため分析を行い、誘客を担当する部署へ情報提供、提案を行った。

(4) 成果指標の達成状況

成果指標	基準値	現状値	H28目標値	改善幅	全国の現状
沖縄旅行に対するリピーターの満足度(旅行全体の評価が「大変満足」の比率)	51.7% (21年度)	49.6% (26年度)	55% (28年度)	△2.1ポイント	—
参考データ	沖縄県の現状・推移			傾向	全国の現状
沖縄旅行に対するリピーターの満足度(旅行全体の評価が「大変満足」の比率)	51.7% (21年度)	51.9% (24年度)	50.5% (25年度)	→	—
状況説明	平成26年度リピーターの満足度は、平成21年度より2.1ポイント減少しており、目標に向けて、リピーター層の満足度向上につながる継続的な取り組みが必要である。 満足度のなかでも課題となっている土産品消費向上に資する事業のために、リピーター層を含む旅行者の満足度調査資料を関係部署に提供し、平成26年度よりその課題解決のための事業が開始されているため、目標値達成へ貢献できる見込みである。				

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境など)

- ・県外客のうち、リピーターの比率は、平成21年度の78.5%から、平成26年度は83.8%と5.3ポイント増加している。
- ・しかしながら、リピーター層の旅行全体の満足度は横ばい状態が続いている。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

- ・項目別の「大変満足」度が宿泊施設、土産品及び食事において50%を切っている状態が続いており、それぞれの項目において何が不満なのかを把握する詳細分析を行う必要がある。
- ・平成26年度調査の項目別「大変満足」度(観光客全体)

旅行全体	51.2%	景観	55.4%
海の美しさ	58.0%	食事	44.7%
宿泊施設	45.0%		
土産品	37.0%		

4 取組の改善案(Action)

- ・リピーター層のさらなる把握、分析のために、アンケート調査票内容の工夫と検討を行い、また調査の精度向上のため、アンケート回収率向上の対策に取り組む。
- ・平成26年度に実施した「宿泊施設のリピーター、宿泊施設の長期滞在」の分析結果をふまえて、より多角的な分析を行い、リピーターの増加及びその長期滞在に資する事業への検討を行うとともに、関係各課等への分析結果の還元や、満足度向上のための情報交換等を積極的に行う。

「主な取組」検証票

施策展開	3-(2)-イ	市場特性に対応した誘客活動の展開		
施策	①きめ細かな国内誘客活動の展開			
(施策の小項目)	○マーケティング分析力の強化			
主な取組	沖縄観光成果指標・認証制度検討事業	実施計画 記載頁	179	
対応する 主な課題	○我が国は少子高齢化の進行による人口減少社会へと突入し、国内観光市場の量的拡大は厳しさを増すものと想定される。一方で、沖縄観光のリピーター率は約8割と高く、沖縄を一度も訪れたことのない方々も多いことから、新たな観光需要を開拓する余地は十分残されている。このため、年齢層や観光需要に的確に対応したきめ細かなプロモーション活動を展開していくことが重要となっている。			

1 取組の概要(Plan)

取組内容	<p>沖縄観光の現状を客観的・定量的に示す沖縄観光成果指標を策定し、設定した指標の計測結果については、県民や観光事業者、行政等で広く共有し、沖縄観光の現況を総合的に理解することを促すことで、沖縄県が目指す「世界水準の観光リゾート地」の実現に向けた効果的・効率的なマネジメントにつなげる。</p> <p>また、サービス等認証制度については、県外・海外の公的機関による認証制度事例や民間の認証制度事例の検証を行い、沖縄県における宿泊施設認証制度導入の意義と課題を整理する。</p>						
年度別計画	24	25	26	27	28	29～	実施主体
		調査	調査 システム構築	調査			県
	<ul style="list-style-type: none"> ・マーケティング手法の調査・検討 ・観光事業者、サービス等認証制度の調査・検討 ・県民・観光客の意見フィードバックシステムの構築 						
担当部課	文化観光スポーツ部 観光政策課						

2 取組の状況(Do)

(1) 取組の推進状況

(単位:千円)

平成26年度実績				
事業名	予算	決算見込	活動内容	主な財源
沖縄観光成果指標・認証制度検討事業	1,298	172	沖縄観光成果指標にかかる調査及び指標策定 宿泊施設認証制度導入の検討	県単等
活動指標名			計画値	実績値
-			-	-
推進状況	推進状況の判定根拠及び平成26年度取組の効果			
順調	<p>「経済」、「観光客」、「県民」、「環境」、「マネジメント」の5つの軸からなる沖縄観光成果指標を策定した。成果指標の設定により、沖縄観光の現況を客観的・定量的に把握することが可能となり、課題の把握や必要な施策の検討に資することとなる。</p> <p>宿泊施設認証制度の導入について、県外・海外の事例検証を基に検討を行った。</p>			

様式1(主な取組)

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成27年度計画			
事業名	当初予算	活動内容	主な財源
沖縄観光成果指標・認証制度検討事業	888	沖縄観光成果指標の運用を開始する。具体的には、設定した指標の計測結果について県のホームページ等を通じて誰でも閲覧、ダウンロードを可能にする等、県民や観光事業者、行政等で広く共有を図りつつ、より効果的な方法を検討する。 引き続き、認証制度の導入について検討する。	県単等

(3) これまでの改善案の反映状況

これまで、沖縄観光の現状を総合的に把握できる資料がなかったことから、当該取組において「経済」、「観光客」、「県民」、「環境」、「マネジメント」の5つの軸からなる沖縄観光成果指標を策定し、観光関係者のみならず県民を含めた誰もが沖縄観光の現状を客観的・定量的に把握可能となった。
また、安心・安全・快適な観光地づくりを促進するため、前年度までの検討内容をふまえ、ひきつづき導入可能性について検討を行った。

(4) 成果指標の達成状況

成果指標	基準値	現状値	H28目標値	改善幅	全国の現状
-	-	-	-	-	-
参考データ	沖縄県の現状・推移			傾向	全国の現状
-	-	-	-	-	-
状況説明	平成25年度に沖縄観光成果指標の策定を行い、平成26年度以降は本格的に指標の運用が開始される。県における指標の活用方法については、観光分野における庁内機関である沖縄県観光推進本部等において、成果指標の計測結果をもとに沖縄観光の現状を把握し、第5次沖縄県観光振興基本計画に掲げる将来像とのギャップ認識に努め、課題の解決に向けて、施策へ反映させる。				

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境など)

- ・成果指標の運用は平成26年度から開始し、運用しながら当該指標が沖縄観光の現状を客観的・定量的に示しているのか確認や検証が必要となる。
- ・公的機関が認証制度を実施するにあたり、必要性及び有効性などについて、慎重に検討する必要がある。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

- ・沖縄観光の現状を客観的・定量的に示した指標について、県民への公表方法(ホームページ等)や民間事業者等への活用方法について、より効果的な方法を検討する。
- ・認証制度の導入可能性については、関係者とも十分に議論し、利用者である国内外の観光客の動向等も把握した上で検討する。

4 取組の改善案(Action)

- ・指標の運用を行いながら、当該指標の妥当性や他の指標の有用性、効果的な活用方法を検討するため、学識経験者や旅行関係団体、他部署等の有識者から意見を聴くための会議を開催する。
- ・個人旅行の動向及び外国人観光客等の受入状況について情報収集を行い、関係機関との意見交換を行い、引き続き認証制度について検討する。

「主な取組」検証票

施策展開	3-(2)-イ	市場特性に対応した誘客活動の展開		
施策	②海外誘客活動の戦略的展開			
(施策の小項目)	○海外誘客の推進			
主な取組	沖縄観光国際化ビッグバン事業	実施計画 記載頁	177	
対応する 主な課題	○海外からの誘客については、アジアからの観光客が増加傾向にあるが、海外における沖縄の認知度は依然として低い状況にあることから、観光マーケティング力を強化し、アジア諸国や欧米を中心に誘客ターゲットを絞り込み、効果的で戦略的なプロモーション活動を展開することが重要である。			

1 取組の概要(Plan)

取組内容	外国人観光客数の拡大を目的に、①航空路線の就航や増便等を促す交通アクセスの拡充、②映画やTV等のマス媒体を活用した一般旅行者の認知度向上、③セールス活動の拡充によるビジネスチャネルの強化等を実施する。						
年度別計画	24	25	26	27	28	29～	実施主体
	14箇所 プロモーション 実施地域数				→	→	県
	航空路線拡充に関する助成、知名度向上のためのプロモーション等の実施						
担当部課	文化観光スポーツ部 観光振興課						

2 取組の状況(Do)

(1) 取組の推進状況

(単位:千円)

平成26年度実績				
事業名	予算	決算見込	活動内容	主な財源
沖縄観光国際化ビッグバン事業	2,487,793	2,462,268	重点市場(台湾、韓国、中国、香港)の旅行博における13箇所計35回の沖縄観光ブースの出展、戦略開拓・新規市場(東南アジア、北米、欧州、オーストラリア、ロシア)の旅行博における12箇所計21回の沖縄観光ブースの出展等	一括交付金(ソフト)
活動指標名			計画値	実績値
プロモーション実施地域数			14箇所	25箇所
推進状況	推進状況の判定根拠及び平成26年度取組の効果			
順調	海外主要都市と那覇空港を結ぶ国際航空路線の拡充や、海外の旅行博覧会等における沖縄観光プロモーションに取り組んだ結果、外国人観光客数(空路)43.6万人(H25年度)→74.6万人(H26年度)、外国人観光客数(海路)19.1万人(H25年度)→24万人(H26年度)へと増加した。			

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成27年度計画			
事業名	当初予算	活動内容	主な財源
沖縄観光国際化ビッグバン事業	1,842,426	外国人観光客数の拡大を目的に、①航空路線の就航や増便等を促す交通アクセスの拡充、②映画やTV等のマス媒体も活用した一般旅行者の認知度向上、③セールス活動の拡充によるビジネスチャネルの強化等を実施する。	一括交付金(ソフト)

様式1(主な取組)

(3) これまでの改善案の反映状況

那覇空港の限られたスロットを最大限に活用するため、空港当局、CIQなどに審査体制の充実強化を要請するとともに、LCC仮設ターミナルの活用による受入能力の暫定拡大を図るために巡回バスの運行支援による利便性の向上等を図ったところ、那覇空港の週間就航便数かが大幅に増加し、ビジッとおきなわ計画の数値目標を上回る外国人観光客数を記録する結果となった。

また、過去2,3年、チャーター便の就航実績のあるタイ(バンコク)とシンガポール、連続チャーターが予定されている極東ロシアを注力市場と位置づけ、集中的に予算と人員を投入した結果、ロシア、シンガポールから複数のチャーター便が実現した。ロシアについては経済状況の様子を注視しながら決定する。

シンガポール事務所が中心となりチャンギ空港グループの協力を得てセールス活動を強化している他、長距離路線のトランジット送客に向けた取り組みを開始している。

(4) 成果指標の達成状況

成果指標	基準値	現状値	H28目標値	改善幅	全国の現状
外国人観光客数(空路)	18.2万人 (23年度)	98.6万人 (26年度)	97万人 (28年度)	49.7万人	—
参考データ	沖縄県の現状・推移			傾向	全国の現状
—	—	—	—	—	—
状況説明	平成26年度の外国人観光客数は98.6万人(うち空路74.6万人、海路24.0万人)となり、前年度比57.2%の大幅増加となった。国別の内訳は、台湾36.2万人(前年度比42.5%増)、韓国19.2万人(同94.8%増)、香港13.7万人(同48.8%増)、中国13万人(同88.6%増)、その他16.5万人(同57.2%増)という状況。				

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境など)

- ・航空各社の新規参入増、既存定期便の運航機材大型化などにより、那覇空港新国際線ターミナルの平日昼間時間枠のチェックインカウンター数の限界が近づいている。
- ・平成25年7月よりタイおよびマレーシアからの訪日短期滞在観光客がノービザとなった。
- ・平成26年3月にシンガポールチャンギ空港グループと沖縄県が相互連携協定を締結した。
- ・ルーブル安等の影響で、ロシア人の海外旅行マインドが低下することが予想されている。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

- ・日本でも数少ない24時間空港である那覇空港のメリットを活かした取り組みの検討をする必要がある。
- ・海外プロモーションの実施場所と投資費用の選択と集中をする必要がある。
- ・相互連携協定を活かした路線誘致活動の推進をする必要がある。
- ・基幹路線(成田、関空、仁川、北京、上海、香港、台北等⇄那覇)を活用した欧米豪からのトランジット送客の推進をする必要がある。

4 取組の改善案(Action)

- ・深夜早朝枠へチャーター便を誘導するため、沖縄県が入管、税関、検疫所やハンドリング会社に対して受入体制の整備を要請する。
- ・過去2,3年、チャーター便の就航実績のあるタイ(バンコク)とシンガポールを注力市場と位置づけ、集中的に予算と人員を投入する。ロシアについては経済状況の様子を注視しながら決定する。
- ・開設されたシンガポール事務所が中心となりチャンギ空港グループの協力を得て、シンガポールの主要航空会社や主要旅行社に対して、シンガポールから那覇への直行便の就航を実現するためのセールス活動を、周辺国を含めて展開する。
- ・長距離路線のトランジット送客支援の仕組みを構築する。

「主な取組」検証票

施策展開	3-(2)-イ	市場特性に対応した誘客活動の展開		
施策	②海外誘客活動の戦略的展開			
(施策の小項目)	○海外誘客の推進			
主な取組	クルーズ船プロモーション事業	実施計画 記載頁	176	
対応する 主な課題	○海外からの誘客については、アジアからの観光客が増加傾向にあるが、海外における沖縄の認知度は依然として低い状況にあることから、観光マーケティング力を強化し、アジア諸国や欧米を中心に誘客ターゲットを絞り込み、効果的で戦略的なプロモーション活動を展開することが重要である。			

1 取組の概要(Plan)

取組内容	クルーズ船社への誘致活動や旅行会社等と連携した商品造成支援等を行うとともに、受入体制を強化し、クルーズ船の寄港促進を図る。						
年度別計画	24	25	26	27	28	29～	実施主体
	7箇所 プロモーション実施 地域数	→				→	県
	クルーズ寄港への助成、誘致プロモーション等の実施						
担当部課							

2 取組の状況(Do)

(1) 取組の推進状況

(単位:千円)

平成26年度実績				
事業名	予算	決算見込	活動内容	主な財源
クルーズ船 プロモーション 事業	119,415	119,415	クルーズ船の本県への寄港促進を図る為、船社訪問や展示会出展など一連の誘致活動(計画値7地域、実績値8地域)を実施した。また、乗客の満足度向上を図るため、シャトルバス支援やクルーズ船受入団体への支援など受入体制強化のための事業を実施した。	一括交付金 (ソフト)
活動指標名			計画値	実績値
プロモーション実施地域数			7地域	8地域
推進状況	推進状況の判定根拠及び平成26年度取組の効果			
順調	船社訪問や展示会出展等の誘致活動を展開し順調に取組を推進した。(計画値:7地域、実績値:8地域) 平成26年における本県へのクルーズ船寄港回数は162回で対前年比で36回、28.6%増となった。 海路の入域観光客数は294,000人で対前年比で88,000人、42.7%増となった。 共に前年を上回り順調に推移している。			

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成27年度計画			
事業名	当初予算	活動内容	主な財源

様式1(主な取組)

クルーズ船 プロモーション 事業	109,228	クルーズ船の寄港促進を図るため、船社訪問や展示会出展などの誘致活動を実施する。また、受入体制強化に係る事業も引き続き実施する。本事業は、H33年度までの事業であり、今年度も継続して実施する。	一括交付金 (ソフト)
------------------------	---------	---	----------------

(3) これまでの改善案の反映状況

<p>各港の受入体制の充実を図るため、港の受入主体である地元自治体に費用助成を行った。その結果、観光案内所、歓送迎演舞、寄港時のセレモニー等が充実し、乗客の満足度向上が図られた。</p> <p>近年、中国からのチャータークルーズが増加している状況を踏まえ、旅行社へのセールスプロモーションや助成を実施した。その結果、平成25年度126回から平成26年度162回と寄港回数の増が図られた。</p>

(4) 成果指標の達成状況

成果指標	基準値	現状値	H28目標値	改善幅	全国の現状
外国人観光客数 (うち海路来訪者数)	11.9万人 (23年度)	24万人 (26年度)	23万人 (28年度)	12.1万人	—
参考データ	沖縄県の現状・推移			傾向	全国の現状
—	—	—	—	—	—

状況説明	H26年度の海路による外国人観光客数は前年度より約 4.9万人(19.1万人→24万人)の増となり、順調に推移している。
------	--

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境など)

<ul style="list-style-type: none"> ・主要なクルーズ船社が中国をはじめとした東アジアに配船を進めるなどクルーズ人口が増加しており、東アジアのクルーズ市場は拡大の一途をたどっている。 ・それと並行して国内外のクルーズ船誘致活動も年々活発化しており、寄港誘致競争が激化している。
--

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

<ul style="list-style-type: none"> ・県内へのクルーズ船の寄港は、那覇港、石垣港が大部分を占めており、同港においては複数の船の寄港が重なるなど過密な状況が生じている。今後は他の港への寄港を促し分散化を図る必要がある。 ・他の港への寄港を促すためにも、各地の受入体制を整備、充実させる必要がある。
--

4 取組の改善案(Action)

<ul style="list-style-type: none"> ・寄港の分散化を図るため、那覇港、石垣港以外の港について、インセンティブやプロモーションの強化を図り他港への寄港を促す。 ・各港の受入団体へ、受入体制整備の重要性を周知し、整備、充実を促す。
--

「主な取組」検証票

施策展開	3-(2)-イ	市場特性に対応した誘客活動の展開		
施策	②海外誘客活動の戦略的展開			
(施策の小項目)	○海外誘客の推進			
主な取組	外国人対応基盤整備事業	実施計画 記載頁	179	
対応する 主な課題	○海外からの誘客については、アジアからの観光客が増加傾向にあるが、海外における沖縄の認知度は依然として低い状況にあることから、観光マーケティング力を強化し、アジア諸国や欧米を中心に誘客ターゲットを絞り込み、効果的で戦略的なプロモーション活動を展開することが重要である。			

1 取組の概要(Plan)

取組内容	外国人観光客の受入体制整備を目的に、海外カード対応ATM及び外貨両替機の新規導入にかかる経費に対し一部助成を行う。 (公的施設へのWi-Fiへの助成については、平成24年度で終了。)						
年度別計画	24	25	26	27	28	29～	実施主体
	20台 ATM・Wifi導入台数				▶		県
	海外カード対応ATM導入支援、公共的施設等へのWifi導入						
担当部課	分観光スポーツ部 観光振興課						

2 取組の状況(Do)

(1) 取組の推進状況

(単位:千円)

平成26年度実績				
事業名	予算	決算見込	活動内容	主な財源
外国人対応基盤整備事業	37,800	36,228	目標値20台に対し、平成26年度新たに海外ATM等を10台を県内ホテル、コンビニ、及び大型ショッピング施設等に設置した。合計40台導入・稼働となった。	一括交付金 (ソフト)
活動指標名			計画値	実績値
ATM・WiFi導入台数			20台	40台 (うちATM等33、Wi-Fi7)
推進状況	推進状況の判定根拠及び平成26年度取組の効果			
順調	外国人観光客が利用する商業施設や観光施設に海外ATM等を導入することにより、利便性の向上が図られた。 (海外ATM利用者数:月平均1,255回、外貨両替機利用者数:月平均:3,996回) 国(観光庁等)の働きかけにより、国内主要金融機関やコンビニエンスストアのATMサービス事業者等の民間事業者の自主的な取り組みが見込まれることから、平成26年度で支援を終了する。			

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成27年度計画			
事業名	当初予算	活動内容	主な財源
-	-	-	-

様式1(主な取組)

(3) これまでの改善案の反映状況

設置場所の選定及び設置主体と設置先の調整に時間を要するため、申請期限に間に合わない場合があったが、申請期間を長く設けることで、設置主体が設置場所と十分に調整できるよう公募の方法や応募要件について見直しを行い、今年度新規設置の海外カード対応ATM・外貨両替機については、12月までに設置・サービス提供開始することができた。

設置場所の案内表示に係る費用への助成及び案内パンフレットを作成・配布を行い、設置場所の周知を行い、利用促進を図った。

(4) 成果指標の達成状況

成果指標	基準値	現状値	H28目標値	改善幅	全国の現状
沖縄旅行に対する外国人観光客の満足度(「旅行全体の評価が「大変満足」の比率)	31.1% (23年)	75.8% (25年)	45% (28年)	-11.9%	—
参考データ	沖縄県の現状・推移			傾向	全国の現状
外国人満足度調査(H22) 両替利便性	52.6% (23年)	53.5% (24年)	56.7% (25年)	↗	—
状況説明	旅行に対する満足度、両替利便性の満足度ともに向上しており、このまま順調に推移する場合、目標達成が見込まれる。				

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境など)

民間の自主的な取り組みが促進することが見込まれるため、平成26年度で事業終了とする。
平成25年度外国人観光客実態調査報告書によると、米国以外の満足度の比率は低いと言える。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

民間の自主的な取り組みによる海外カード対応ATMや外貨両替機等の増加も見込まれることから、設置場所等の周知を継続的に行い、来沖する外国人観光客の利便性を図る必要がある。

4 取組の改善案(Action)

今後は外国人観光客向けの観光情報ウェブサイトにおいて、設置場所等の周知を行い利用促進を図る。

「主な取組」検証票

施策展開	3-(2)-イ	市場特性に対応した誘客活動の展開		
施策	②海外誘客活動の戦略的展開			
(施策の小項目)	○海外誘客の推進			
主な取組	外国人観光客誘致強化戦略策定事業	実施計画 記載頁	179	
対応する 主な課題	○海外からの誘客については、アジアからの観光客が増加傾向にあるが、海外における沖縄の認知度は依然として低い状況にあることから、観光マーケティング力を強化し、アジア諸国や欧米を中心に誘客ターゲットを絞り込み、効果的で戦略的なプロモーション活動を展開することが重要である。			

1 取組の概要(Plan)

取組内容	効率的で効果的な海外市場での誘客プロモーションを展開するため、外国人観光客の誘客戦略を策定するとともに、官民一体となって各種施策を展開するため戦略の共有化を実施する。						
年度別計画	24	25	26	27	28	29～	実施主体
	国際観光戦略モデルの効果検証						県
担当部課	文化観光スポーツ部 観光振興課						

2 取組の状況(Do)

(1) 取組の推進状況

(単位:千円)

平成26年度実績				
事業名	予算	決算見込	活動内容	主な財源
沖縄観光国際化ビッグバン事業	2,487,793	2,462,268	重点市場(台湾、韓国、中国、香港)の旅行博における13箇所計35回の沖縄観光ブースの出展、戦略開拓・新規市場(東南アジア、北米、欧州、オーストラリア、ロシア)の旅行博における12箇所計21回の沖縄観光ブースの出展等	一括交付金(ソフト)
活動指標名			計画値	実績値
プロモーション実施地域数			14箇所	25箇所
推進状況	推進状況の判定根拠及び平成26年度取組の効果			
順調	海外主要都市と那覇空港を結ぶ国際航空路線の拡充や、海外の旅行博覧会等における沖縄観光プロモーションに取り組んだ結果、外国人観光客数(空路)43.6万人(H25年度)→74.6万人(H26年度)、外国人観光客数(海路)19.1万人(H25年度)→24万人(H26年度)へと増加した。			

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成27年度計画			
事業名	当初予算	活動内容	主な財源
沖縄観光国際化ビッグバン事業	1,842,426	平成24年度の調査結果を沖縄観光国際化ビッグバン事業に反映し、外国人観光客数の拡大を目的とした様々な取り組み行ってきた。その効果検証を行うと共に、キーコピーの「Be.Okinawa」の国内適用に向けた検証など、新たに深掘りした誘致戦略の基礎となる調査を実施し、各事業への反映を行う。	一括交付金(ソフト)

様式1(主な取組)

(3) これまでの改善案の反映状況

平成24年度に実施した事業により反映させた既存の戦略の効果について、ブランディングやプロモーション活動を通じて市場に対し、年間を通じて楽しめる沖縄の魅力等の常に新たな情報の発信を行ってきたことを踏まえ、本年度に調査・検証を実施し、戦略の見直し及び修正を行う。調査対象地域については、欧米豪露などの新規市場における調査に厚みを持たせるほか、潜在的に可能性のある地域(潜在市場)の調査を実施する。また、キーコピーの「Be.Okinawa」の国内適用に向けた検証を行う。

(4) 成果指標の達成状況

成果指標	基準値	現状値	H28目標値	改善幅	全国の現状
外国人観光客数(空路)	18.2万人 (23年度)	98.6万人 (26年度)	97万人 (28年度)	49.7万人	—
参考データ	沖縄県の現状・推移			傾向	全国の現状
	—	—	—	—	—

状況説明

平成26年度の外国人観光客数は98.6万人(うち空路74.6万人、海路24.0万人)となり、前年度比57.2%の大幅増加となった。国別の内訳は、台湾36.2万人(前年度比42.5%増)、韓国19.2万人(同94.8%増)、香港13.7万人(同48.8%増)、中国13万人(同88.6%増)、その他16.5万人(同57.2%増)という状況。

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境など)

・重点市場のうち、台湾、香港、韓国などにおいては、沖縄の認知度は高く入域観光客数も増えているものの、市場によっては、沖縄観光に対する「慣れ」を感じているという結果もあり、今後の伸びについては鈍化も想定する必要がある。
・平成26年度は円安が継続し、訪日旅行需要が高かったことに加え、重点市場である(台湾、韓国、中国、香港)において航空路線の新規就航既存路線の増便があり、空路客が大幅に増加した。直行便未就航地域についても順調に伸びている。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

・台湾、香港、韓国においては既に認知度が高まっており、国内市場と同水準の深掘りした情報や、最新のトレンドを現地の流行と組み合わせた発信が必要となっており、一般的な観光情報では消費者は満足せず、常に新たな魅力を求めていると推察される。

4 取組の改善案(Action)

・重点市場においては、順調に数値を伸ばしているものの市場が成熟化しておりリピーター化の促進や国内市場向けの最新のトレンドを訴求するような取り組みを実施し「新たな沖縄の魅力」を発信する。
・戦略開拓市場、新規市場においては、認知度を上げ、沖縄のブランドイメージの浸透を図る取り組みを継続的に実施する。