

「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	183	
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27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	158,949	156,475	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(イベントでのPR、広告宣伝等)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(新聞、雑誌、TV等)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	24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27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27年度の入域観光客数は793万人で、3年連続で前年度実績を上回り、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27年度の観光収入についても、過去最高の6,022億円となった。 当事業も、誘客プロモーション活動など計画を上回る24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28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	136,194	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

平成27年度の取組改善案	反映状況
①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。	①富裕層の誘客を図るため、シニア向けのラグジュアリーな旅や大人の一人旅を訴求するプロモーションを実施した。

(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
入域観光客数(外国人除く)	522.6万人 (23年度)	626.6万人 (27年度)	680万人	104万人	—
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)	658万人 (25年度)	717万人 (26年度)	794万人 (27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27年度国内入域観光客数は626.6万人で過去最高を記録した。 国内観光客については、3年連続で過去最高を記録するなど堅調に推移しているものの、平成28年度目標数値である680万人に向けては、年齢層や観光需要に対応したきめ細やかなプロモーションを実施する必要がある。				

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境の変化)

<p>○内部要因</p> <ul style="list-style-type: none"> 観光消費額の向上を強化する取り組みと更にそれらを全庁的に推進するための体制を構築する必要がある。 <p>○外部環境の変化</p> <ul style="list-style-type: none"> 為替変動による影響を受けやすい。 航空会社の経営状況による提供座席数の変動など影響を受けやすい。 他競合地の台頭による、国内市場の競争の激化。

(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"> 今後は、リピーターの促進を図るとともに、マーケット全体の6割といわれる沖縄旅行未経験者の掘り起こしが必要である。
--

4 取組の改善案(Action)

<ul style="list-style-type: none"> 新規需要の掘り起こしを図るため、「青い海」、「青い空」などのこれまでの沖縄の一般的なイメージに加え、沖縄独自のコンテンツ(食・歴史・文化等)を活用したプロモーションを展開する。
--

「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)	○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	184	
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27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	631,024	628,975	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
キャンペーン実施数			-	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。			

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成28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	604,949	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)

様式1(主な取組)

(3) これまでの改善案の反映状況

平成27年度の取組改善案	反映状況
①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。	ポスター等のメインビジュアル等については、従来どおり「夏の家族」、「秋の女子旅」などを設定し、プロモーションを展開しつつ、WEBコンテンツ等においては、家族、親子3世代、女子旅、シニア、学生などが各旬の時期に沖縄を楽しむことが出来る情報を提供したほか、県内の宿泊施設や観光施設等と連携して、各ターゲットの受入体制情報や特典情報を提供する「いちやりば結Project」も併せて実施するなど、きめ細やかなプロモーションを展開した。

(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
入域観光客数(外国人除く)	522.6万人 (23年度)	626.7万人 (27年度)	680万人	104万人	—
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)	2.4万人 (27年度)	↘	—
入域観光客数(国内・海外計)	658万人 (25年度)	717万人 (26年度)	794万人 (27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27年度国内入域観光客数は626.6万人で過去最高を記録した。 国内観光客については、3年連続で過去最高を記録するなど堅調に推移しているものの、平成28年度目標数値である680万人に向けては、年齢層や観光需要に対応したきめ細やかなプロモーションを実施する必要がある。				

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境の変化)

<p>○内部要因</p> <ul style="list-style-type: none"> ・観光消費額の向上を強化する取り組みと更にそれらを全庁的に推進するための体制を構築する必要がある。 <p>○外部環境の変化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・為替変動による影響を受けやすい。 ・航空会社の経営状況による提供座席数の変動など影響を受けやすい。 ・他競合地の台頭による、国内市場の競争の激化。

(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"> ・今後は、リピータの促進を図るとともに、マーケット全体の6割といわれる沖縄旅行未経験者の掘り起こしが必要である。
--

4 取組の改善案(Action)

<ul style="list-style-type: none"> ・新規需要の掘り起こしを図るため、「青い海」、「青い空」などのこれまでの沖縄の一般的なイメージに加え、沖縄独自のコンテンツ(食・歴史・文化等)を活用したプロモーションを展開する。

「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)	○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					→	
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27年度実績				
事業名	予算	決算見込	活動内容	主な財源
教育旅行推進強化事業	175,960	174,829	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	2回
事前・事後学習支援学校			100校	118校
新たなメニュー支援学校数			100校	114校

様式1(主な取組)

推進状況	推進状況の判定根拠及び平成27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。また、修学旅行フェア以外にも航空会社とのタイアップによる説明会を、沖縄への航空路線を有する地方6都市において開催し、沖縄修学旅行の魅力や学習効果についての情報発信の強化を図った。</p> <p>実施3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、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>

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成28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	175,535	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、新たな教育旅行商品の開発に向けた調査研究、県内関係者が意見交換する機会の提供等を行うとともに、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

平成27年度取組改善案	反映状況
<p>①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。</p> <p>②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。</p>	<p>①沖縄への航空路線を有する台湾、香港、ソウル、上海、北京の教育旅行市場についての実態やニーズについて調査するとともに、台湾、香港、ソウルの教育機関や旅行社の関係者を招聘しモニターツアーを実施した。</p> <p>②沖縄県修学旅行推進協議会において民泊分科会を2回開催し、情報共有や課題解決に向けた意見交換を実施した。</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
修学旅行者数	45.2万人(23年)	43.9万人(27年)	47.5万人(28年)	△1.7万人	—
参考データ	沖縄県の現状・推移			傾向	全国の現状
状況説明	国内の小中高校生徒数の減少する中において、H27年の修学旅行者数は基準値から減少する見込みであり市場環境は厳しい状況にある。継続実施校の安定的な確保及び新規実施校の開拓に向け、今後も継続して効果的なプロモーションを展開していく。				

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境の変化)

○内部要因

- ・戦後70年以上が経過し、これまで実施されてきた戦争体験者による講話などの平和学習の継続が困難な状況となっている。
- ・都市部を中心に実施されている空き家、空き室を活用した家主不在型の民泊と、修学旅行の体験メニューとして受入家主との交流を主たる目的に実施している民泊が混同されているとの声が業界から上がっている。

○外部環境の変化

- ・国内の小中高校数及び生徒数は、減少傾向にある。
- ・新幹線の新規開業などにより、国内他地域との競合が激化している。
- ・公職選挙法等の一部を改正する法律が施行により、2016年6月から選挙権年齢が18歳以上へ引き下げられることになった。
- ・台湾、香港、ソウル、上海、北京を対象に実施した海外教育旅行の実態調査においては、受入現地の学校交流のニーズが高いことが確認された。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

- ・国内市場の減少が見込まれる状況において、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、新たな市場の開拓等に向けた検討を進める必要がある。
- ・海外教育旅行の誘致に取り組む上では、海外校からの学校交流のニーズに応える必要があるが、県内校の受入の可否について、状況を把握する必要がある。
- ・修学旅行の体験メニューとして実施されている民泊については、家主不在型の民泊との区別を明確にした上で、安心・安全の確保や学習効果を高めていくとともに、効果的なプロモーションを展開していく必要がある。
- ・沖縄修学旅行の柱である平和学習について、今後も継続的に実施が可能でありかつ、主権者教育(市民と政治との関わりについての教育)の充実に資するメニューの開発が求められている。

4 取組の改善案(Action)

- ・新たな市場の開拓に向けて、東南アジア市場における教育旅行の実態やニーズ等について調査するとともに、沖縄への航空路線を有する海外市場については、モニターツアーの充実を図るなどプロモーションを強化していく。
- ・海外教育旅行の誘致に取り組む上で重要となる海外校からの学校交流のニーズに応える受入体制の整備にむけて、県内の中学・高校に対し、受入の意向調査を実施する。
- ・沖縄県修学旅行推進協議会において修学旅行の体験メニューとして実施されている民泊を「教育旅行民泊」として定義し、各種プロモーションを展開していく。
- ・今後の平和学習のあり方について、県外・海外における事例等を調査しながら、継続的な実施が可能でありかつ、教育現場のニーズに即した商品開発に向けて調査研究を実施する。

「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)	○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 184
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			→			
	広報宣伝プロモーション、旅行社現地研修等の支援				メディア、旅行博における国内外でのプロモーション及び海外における市場調査		
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27年度実績				
事業名	予算	決算見込	活動内容	主な財源
沖縄リゾートウェディング誘致強化事業	79,057	78,615	プロモーションは4地域において実施し、実績値4箇所となった(日本、香港、台湾、韓国)。台湾メディアを招聘し、FAMツアー(観光地などの誘客促進のため、海外現地メディアや旅行関係事業者等を招聘し現地視察をしてもらうツアー)を1回実施した。台湾と香港で個別販売会を各1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	4箇所
推進状況	推進状況の判定根拠及び平成27年度取組の効果			
順調	平成27年の沖縄リゾートウェディング実施組数は、前年比2,107組増の過去最高の14,175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等の各種媒体活用も行っており、当該取り組みは順調に推移している。			

様式1(主な取組)

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成28年度計画			
事業名	当初予算	活動内容	主な財源
-	-	当事業は平成27年度で終期を迎える。 これまでの好調な実績を踏まえより発展した形で後継事業を「カップルアニバーサリーツアーリズム拡大事業」とし、引き続き取組を行っていく。施策展開は3-(2)-ア。	-

(3) これまでの改善案の反映状況

平成27年度の取組改善案	反映状況
①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。 ②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。 ③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。	①様々なニーズに対応できることを認知してもらうため、ガーデンや琉装でのウエディング、アフターウエディング等の画像を制作した。 ②事業実施の結果、事業終了後にプランナー5名、ヘアメイク12名、カメラマン3名の合計20名を各企業にて継続雇用し、人材確保に繋がった。 ③きめ細やかなプロモーションを行うため「香港・台湾・韓国における沖縄リゾートウエディング市場調査」を実施した。

(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
沖縄リゾートウエディング実施組数	10,921組 (H25年)	12,068組 (H26年)	14,175組 (H27年)	↗	-
状況説明	平成27年(暦年)の実施組数は、対前年比117.5%(2,107組増)の14,175組と過去最高を記録した。内訳は国内組数が対前年比116.2%(1,771組増)の12,717組、海外組数が対前年比129.9%(336組増)の1,458組となった。沖縄リゾートウエディングのブランド化による国内外の需要獲得及び入域観光客数の増加に寄与している。				

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境の変化)

○内部要因

・リーガルウエディング(海外において、その国の民法に基づいて行われる挙式スタイルのこと)の受入を実施する市町村が年々増え、10自治体となっている。(H28.3.16現在)
・県内でもリゾートウエディング実施組数が多い名護市、読谷村、恩納村の3自治体により「ふるさと応援宣言」がなされた。この取組は、中小企業庁が実施する「ふるさと名物応援制度」に基づくもので、今後地域資源を活用したリゾートウエディング商品の開発が進められる。

○外部環境の変化

・少子化が進み市場が縮小されると言われるウエディング業界であるが、県内チャペル施設数は年々増加し平成27年には28施設となった。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

・国内需要のほか、増加率が高い海外からの需要を積極的に取り込むプロモーションが必要である。
・リゾートウエディングで築いたブランド力をもとに、誘客対象を拡大し入域観光客数や滞在日数を拡大するための取り組みが必要である。

4 取組の改善案(Action)

・平成28年度は、リゾートウエディング事業で構築したブランド力を活かし、「カップルアニバーサリーツーリズム拡大事業」を後継事業として実施し、引き続き入域観光客数の拡大、経済効果の波及に繋げる。

「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	LCC仮設ターミナル交通対策事業	実施計画 記載頁	184	
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	公共交通機関がないLCC専用ターミナルの交通環境を改善するため、LCC専用ターミナルと国内線旅客ターミナル間の巡回バスを運行し、利用者の利便性を図る。						
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27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	98,712	98,712	巡回バス運行回数が計画値30,000回に対して、32,978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			-	32,978回
推進状況	推進状況の判定根拠及び平成27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27年9月にはPeachが那覇-仁川(ソウル)線の新規就航があり、さらに平成28年2月には、那覇-成田線が新規就航するなど、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28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	101,838	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

平成27年度の取組改善案	反映状況
①LCC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。	①LCC利用者の利便性の向上を図るため、LCCの遅延・欠航情報を適切かつ早期に入手し、運用時間の変動に迅速に対応する等サービスの向上に努めた。

(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
LCC運行状況	32,783 (H26)	32,978 (H27)	—	↗	—
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。今後も新規路線の就航が検討される等、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、外部環境の変化)

<p>○内部要因</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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。 <p>○外部環境の変化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・昨今の航空業界において、世界の航空旅客数は堅調に伸張し、世界最大の市場に成長したアジアを中心とした需要の拡大が見込まれている。 ・航空会社の旅客需要は、景気や為替等の動向等の影響を受けやすい。
--

(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"> ・バスの運行については、LCCの遅延・欠航情報を適切かつ早期に入手することにより、利用者の利便性向上に繋がる適切な運行を行う必要がある。
--

4 取組の改善案(Action)

<ul style="list-style-type: none"> ・LCC利用者の利便性の向上を図るため、LCC事業者と適宜、調整を行い、LCCの運航に合わせたバスの運行を行う等柔軟な対応によるサービスの向上を図る。

「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	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	184	
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、各種観光統計資料の作成、プロモーション事業の基礎データとなるような分析を行う。						
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27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	22,209	20,207	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した。また、主要離島空港(宮古・石垣・久米島)調査において、離島それぞれの特性調査を行った。	県単等
活動指標名			計画値	実績値
空港アンケート調査			4回	4回
推進状況	推進状況の判定根拠及び平成27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四半期毎に合計4回実施し、データ分析を行った。 また、調査結果については誘客を担当する部署やOCVBに対し、誘客プロモーション事業等へ活かしてもらうため情報提供をし、HP掲載及び冊子作成で情報公開を行った。			

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成28年度計画			
事業名	当初予算	活動内容	主な財源
観光統計実態調査事業	21,216	平成28年度は、沖縄観光の現状、課題及び政策を踏まえたテーマ調査を実施する。また、主要離島空港(宮古・石垣・久米島)調査において、離島それぞれの特性調査を引き続き行い、離島観光データの蓄積を図る。	県単等

様式1(主な取組)

(3) これまでの改善案の反映状況

平成27年度の取組改善案	反映状況
<p>①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。</p> <p>②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。</p>	<p>①アンケート調査票の不明瞭な質問項目は修正を行い、飛行機便数の少ない久米島空港についてはアンケート配布回数を増やす事によって回収数を向上させた。</p> <p>②宿泊施設のリピーター、宿泊施設の長期滞在とともに細かい項目ごとに分析を行った。分析結果の報告書については公表するとともに、関係機関へ送付し、幅広い情報の提供に努めた。</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
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)	52.7% (27年度)	55% (28年度)	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
アンケート回収率	33.3% (21年度)	34.0% (26年度)	31.8% (27年度)	↓	—

状況説明	<p>平成27年度リピーターの満足度は、平成21年度より1ポイント改善しており、引き続き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。</p> <p>満足度のなかでも課題となっている土産品満足度など、今年度実施した詳細満足度調査で、細かい情報提供ができた。</p>
------	---

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境の変化)

<p>○内部要因</p> <p>・平成26年度調査から主要離島空港(宮古・石垣・久米島)における調査を実施しているため、引き続き各離島関係者との調整を綿密に行う等、精度の高いデータ蓄積のため円滑な実施に努める必要がある。</p> <p>○外部環境の変化</p> <p>・外国人観光客に牽引され入域観光客が増加し、宿泊施設予約が取りづらい状況等があり、リピーターの満足度へ影響している可能性へ留意する必要がある。</p>

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

<p>・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。</p> <p>・平成27年度調査の項目別「大変満足」度(観光客全体)</p> <table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50%;">旅行全体.....56.5%</td> <td style="width: 50%;">景観.....59.1%</td> </tr> <tr> <td>海的美しさ.....68.0%</td> <td>食事.....44.3%</td> </tr> <tr> <td>宿泊施設.....43.2%</td> <td></td> </tr> <tr> <td>土産品.....32.5%</td> <td></td> </tr> </table>	旅行全体.....56.5%	景観.....59.1%	海的美しさ.....68.0%	食事.....44.3%	宿泊施設.....43.2%		土産品.....32.5%	
旅行全体.....56.5%	景観.....59.1%							
海的美しさ.....68.0%	食事.....44.3%							
宿泊施設.....43.2%								
土産品.....32.5%								

4 取組の改善案(Action)

<p>・リピーター層のさらなる実態把握、分析のために、アンケート調査の精度向上に努め、アンケート回収数・回収率向上の対策に引き続き取り組む。また調査結果・分析をリピーターの増加に資する事業への検討、提案のため、関係機関に情報提供等を継続して行う。</p> <p>・各観光関連事業担当者へのヒヤリングを行い、事業執行に有益となるような、より現状に即したアンケートの質問設定を行う。</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)	○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	185	
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。 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。						
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
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27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	888	254	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27年度取組の効果			
順調	「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。 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。			

様式1(主な取組)

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成28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	837	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

平成27年度の取組改善案	反映状況
①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。 ②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。	①指標の運用を行っている。有識者の意見を聞く会議については未実施である。 ②引き続き認証制度の導入を検討している。

(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
—	—	—	—	—	—
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、外部環境の変化)

<p>○内部要因</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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。 <p>○外部環境の変化</p>
--

(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"> ・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)

<ul style="list-style-type: none"> ・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	185
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	外国人観光客数の増加を目的に、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
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27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	1,834,406	1,793,620	重点市場(台湾、韓国、中国、香港)の旅行博における15箇所計33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15箇所計25回の沖縄観光ブースの出展等を行った。	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			14箇所	30箇所
推進状況	推進状況の判定根拠及び平成27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)74.6万人(H26年度)→116.3万人(H27年度)、外国人観光客数(海路)24万人(H26年度)→50.7万人(H27年度)へと増加した。平成28年度は目標達成済み、シンガポールからの直行定期便の誘致とトランジット送客の拡大等により、引き続き外国人観光客の誘致強化を図る。			

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成28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	1,949,598	外国人観光客数の増加を目的に、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

平成27年度の取組改善案	反映状況
<p>①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。</p> <p>②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。</p> <p>③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。また、長距離路線のトランジット送</p>	<p>①深夜早朝枠を活用に向けて、就航する航空会社への誘導を図ると共に関係機関との受入体制の強化に向けた情報交換等を引き続き実施した。</p> <p>②シンガポール事務所を活用したタイ(バンコク)、シンガポールでの幅広いプロモーションの実施とチャンギエアポート等との連携強化を図った。ロシアについては現地旅行社等からの情報収集を継続的に行った上で誘客活動を行った。</p> <p>③シンガポールからの直行便誘致に向けて、連続チャーターの安定化を図るため、幅の広い誘客活動を実施すると共にネットワークの拡大を図った。</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(空路)	18.2万人 (23年度)	116.3万人 (27年度)	97万人 (28年度)	98.1万人	—
参考データ	沖縄県の現状・推移			傾向	全国の現状
—	—	—	—	—	—
状況説明	平成27年度の外国人観光客数は167万人(うち空路116.3万人、海路50.7万人)となり、前年度比169.4%の大幅増加となった。国別の内訳は、台湾50.5万人(前年比39.5%増)、韓国33.3万人(同73.6%増)、中国35.5万人(同173.8%増)、香港20.2万人(同46.8%増)、その他27.5万人(同66.9%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、外部環境の変化)

<p>○内部要因</p> <ul style="list-style-type: none"> 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ハンドリング業務が厳しい状況となっている。 平成27年7月沖縄県シンガポール事務所を開設し、東南アジアへの展開に向けた対応力が向上した。 <p>○外部環境の変化</p> <ul style="list-style-type: none"> 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。

(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"> 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)

<ul style="list-style-type: none"> 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促す。 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。 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ため、現地航空会社、旅行会社との連携や委託駐在員を活用した取り組みを行う。
--

「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	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	185	
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	国内外の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27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	109,228	107,463	クルーズ船の本県への寄港促進を図るため、船社訪問や展示会出展など一連の誘致活動を9地域で実施した。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	9地域
推進状況	推進状況の判定根拠及び平成27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中国、香港、オーストラリアなど9地域で展開し、順調に取組を推進した。平成27年における本県へのクルーズ船寄港回数は219回で対前年比で57回、約35%増となった。海路の入域観光客数は464,400人で対前年比で170,400人、約58%増となった。ともに前年を大幅に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28年度計画			
事業名	当初予算	活動内容	主な財源
クルーズ船プロモーション事業	107,944	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。	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27年度の取組改善案	反映状況
<p>①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。</p> <p>②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。</p>	<p>①那覇港や石垣港以外の港のプロモーション強化や受入体制整備に取り組んだ結果、平良港ではクルーズ船が12回寄港した。</p> <p>②平良港や中城湾港などこれまでクルーズ船の寄港が少なかった港において、受入体制整備にかかる協議会や研修会が開催され、県も参画し受入体制整備に取り組んだ。</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)	50.7万人 (27年度)	23万人 (28年度)	38.8万人	—
参考データ	沖縄県の現状・推移			傾向	全国の現状
—	—	—	—	—	—
状況説明	H27年度の海路による外国人観光客数は50.7万人となり、H28年度目標及び10年後の目標をすでに達成し、クルーズ船プロモーション事業が成果指標の達成に寄与している。同事業の実施により、今後も好調な達成状況が維持される見込みである。				

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境の変化)

<p>○内部要因</p> <ul style="list-style-type: none"> これまで寄港の少なかった平良港や中城湾港でもクルーズ船の寄港が増加傾向にあり、中城湾港ではクルーズ船の受入主体である「クルーズ連絡促進協議会」が発足するなど、各港でクルーズ船受入に関する体制強化が進んでいる。 一方で、クルーズ船の寄港増により、バス不足やガイド不足など受入面での課題が生じている。
<p>○外部環境の変化</p> <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傾向にある。 那覇港、石垣港だけでなく、平良港、中城湾港へのクルーズ船の寄港も増加している。

(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"> 引き続きクルーズ船寄港の分散を図るとともに、クルーズ船の寄港増にともなう各港の受入課題を明らかにし、関係者と連携して受入体制の整備に取り組む。

4 取組の改善案(Action)

<ul style="list-style-type: none"> 沖縄の実情に合わせた持続可能なクルーズ船受入体制構築のため、クルーズ市場の今後の需要予測、県内各港における受け入れの現状整理と課題の抽出、クルーズ船による経済効果等を分析する調査事業を実施し、クルーズ船誘致方針及び受入体制強化戦略を策定する。

「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	外国人対応基盤整備事業	実施計画 記載頁	185	
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。 海外カード対応ATM及び外貨両替機への助成については平成26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	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27年度実績				
事業名	予算	決算見込	活動内容	主な財源
—	—	—	当該事業で導入支援した海外対応ATM、外貨両替機及びWi-Fiについて、(一財)沖縄観光コンベンションビューローの運営する観光情報ウェブサイトにおいて設置場所等の周知を行った。	—
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27年度取組の効果			
順調	当該事業で導入支援した海外対応ATM、外貨両替機及びWi-Fiについて、(一財)沖縄観光コンベンションビューローの運営する観光情報ウェブサイトにおいて設置場所等の周知を行った。			

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成28年度計画				
事業名	当初予算	活動内容		主な財源
—	—	当該事業で導入支援した海外対応ATM、外貨両替機及びWi-Fiについて、(一財)沖縄観光コンベンションビューローの運営する観光情報ウェブサイトにおいて設置場所等の周知を行う。		—

様式1(主な取組)

(3) これまでの改善案の反映状況

平成27年度の取組改善案	反映状況
① 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。	① 当該事業で導入支援した海外対応ATM、外貨両替機及びWi-Fiについて、(一財)沖縄観光コンベンションビューローの運営する観光情報ウェブサイトにおいて設置場所等の周知を行った。

(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)	82.4% (26年)	45% (28年)	51.3%	—
参考データ	沖縄県の現状・推移			傾向	全国の現状
外国人観光客実態調査項目別満足度(両替の利便性)	53.5% (24年)	56.7% (25年)	58.1% (26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、外部環境の変化)

<p><u>○内部要因</u></p> <p>・Wi-Fiの整備については、エリア拡大による利用者の利便性の向上と安全性の確保が求められている。</p> <p><u>○外部環境の変化</u></p> <p>・「日本再興戦略改訂2014」や「キャッシュレス化に向けた方策(平成26年12月)」等において、海外発行カード対応ATMの普及に向けた取り組みが示され、金融機関やコンビニATMにおいて海外カード対応ATMの設置や銀聯カード対応等民間の自主的な取り組みが促進している。</p>
--

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

<p>民間の自主的な取り組みによる海外カード対応ATMや外貨両替機等の設置が行われていることから、引き続き、設置場所等の周知を行い、来沖する外国人観光客の利便性を図る必要がある。</p>

4 取組の改善案(Action)

<p>今後も引き続き、(一財)沖縄観光コンベンションビューローの運営する観光情報ウェブサイトにおいて、当該事業で導入支援した海外対応ATM、外貨両替機及びWi-Fiの設置場所等の周知を行い利便性の向上を図る。</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	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	185	
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(3年に一度実)						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27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	1,834,406	1,793,620	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、各市場の競合地とのイメージ比較や具体的な趣向・来訪意向の変化などを調査を実施し、市場プライオリティの変更や、予算配分など各事業への反映を行った。	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			-	25箇所
推進状況	推進状況の判定根拠及び平成27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)65万人(H26年)→108万人(H27年)、外国人観光客数(海路)24万人(H26年)→42万人(H27年)へと増加した。			

様式1(主な取組)

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成28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	1,949,598	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、各市場の競合地とのイメージ比較や具体的な趣向・来訪意向の変化などを調査を実施し、市場プライオリティの変更や、予算配分など各事業への反映に基づきプロモーションを実施する。	一括交付金 (ソフト)

(3) これまでの改善案の反映状況

平成27年度の取組改善案	反映状況
<p>・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。</p> <p>・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。</p>	<p>①調査においては、沖縄の最新の観光トレンドに対する意向の変化を捉え、併せて国内8地域において海外同様に調査を実施し、国内外の動向を比較検証し、重点市場を国内並の市場へ転換させるためのプロモーション内容とした。</p> <p>②実施施策を調査結果に基づき見直すほか観光と物産の連携を積極的に進め、沖縄のイメージの浸透を効率的に推進することを念頭置き、市場にマッチしたプロモーション施策内容とした。</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(空路)	18.2万人 (23年度)	116.4万人 (27年度)	97万人 (28年度)	98.2万人	—
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27年の外国人観光客数は150万人(うち空路108万人、海路42万人)となり、前年度比68.0%の大幅増加となった。国別の内訳は、台湾47.5万人(前年比38.0%増)、韓国29.8万人(同92.1%増)、中国29.6万人(同261.5%増)、香港19万人(同54.2%増)、その他24.2万人(同53.4%増)という状況。平成28年度は目標達成済み、シンガポールからの直行定期便の誘致とトランジット送客の拡大により、引き続き外国人観光客の誘致強化を図る。				

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境の変化)

○内部要因

・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ハンドリング業務が厳しい状況となっている。

・平成27年7月沖縄県シンガポール事務所を開設し、東南アジアへの展開に向けた対応力が向上した。

○外部環境の変化

・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27年度も円安が継続し、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)においては路線数は継続して伸びており、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)

・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。

・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。

・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ため、現地航空会社、旅行会社との連携や委託駐在員を活用した取り組みを行う。

「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	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	フィルムツーリズム推進事業	実施計画 記載頁	186	
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	沖縄観光への需要喚起を図る一つの要素として、映像を活用し、認知度(理解・好意)向上を図るため、国内外の映画祭等出展をととしてロケ地沖縄のPR及びロケ隊の受入整備強化を推進する。						
年度別計画	24	25	26	27	28	29～	実施主体
		5箇所 ブース出展等 (商談会) 20件 ロケ支援数			→		県
	国内外でのロケ地沖縄PR、ロケ誘致等					→	
	ロケ受入セミナー等開催						
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27年度実績				
事業名	予算	決算見込	活動内容	主な財源
フィルムツーリズム推進事業	140,776	139,844	映画・TVドラマ等の映像コンテンツを通して沖縄の知名度を高めるために、国内外で開催される映画祭でのブース出展6箇所、沖縄でのロケ支援20件を目標に、制作関係者の招聘事業等を実施し、沖縄のロケ地としての魅力を国内外に発信した。	一括交付金(ソフト)
活動指標名			計画値	実績値
ブース出展等			6箇所	7箇所
ロケ支援数			20件	28件
推進状況	推進状況の判定根拠及び平成27年度取組の効果			
順調	<ul style="list-style-type: none"> ・国内外で開催される映画祭等へ出展することにより沖縄のロケ地としての魅力を映像制作関係者にアピールするとともに関係者とのネットワークを築くことでその後のロケーションハンティングやシナリオの着想を得るためのシナリオハンティングへつなぐ。主要な映画祭への出展は達成。 ・ロケ支援の申請のあった事業者への支援目標は20件でロケ支援は達成 			

様式1(主な取組)

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成28年度計画			
事業名	当初予算	活動内容	主な財源
フィルムツーリズム推進事業	253,175	映画・TVドラマ等の映像コンテンツを通して沖縄の知名度を高めるために、国内外で開催される映画祭でのブース出展6箇所、沖縄でのロケ支援20件を目標に、制作関係者の招聘事業等を実施し、沖縄のロケ地としての魅力を国内外に発信する。	一括交付金(ソフト)

(3) これまでの改善案の反映状況

平成27年度の取組改善案	反映状況
—	<ul style="list-style-type: none"> ・ロケのワンストップサービス機能としての公的役割と民間コーディネート事業者との役割分担が重なる部分が発生してきているので、民間ロケコーディネート事業者と定期的に意見交換を行い、相互の役割分担を確認した。 ・これまでいくつもの作品が沖縄をロケ地に撮影を実施しているが、作品を活用しての地元の観光誘客及び地域活性化の取組みが弱い。そのため、フィルムツーリズムの形とするための地元との密な連携が欠かせない。そこで、映像コンテンツ関係機関連絡会議を定期的に開催し、受入の強化に向けた課題を共有を図ったとともに、積極的にロケ受入れを推進するために、セミナーを開催するなど体制強化に向けた取組みを実施した。

(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
外国人観光客数(空路)	43.6万人(25年度)	74.6万人(26年度)	116.3万人(27年度)	↗	—
状況説明	平成27年度の外国人観光客数は167万人(うち空路116.3万人、海路50.7万人)となり、前年度比169.4%の大幅増加となった。国別の内訳は、台湾50.5万人(前年比39.5%増)、韓国33.3万人(同73.6%増)、中国35.5万人(同173.8%増)、香港20.2万人(同46.8%増)、その他27.5万人(同66.9%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、外部環境の変化)

<p>○内部要因</p> <ul style="list-style-type: none"> ・これまでいくつもの作品が沖縄をロケ地に撮影を実施しているが、作品を活用しての地元の観光誘客及び地域活性化の取組みが弱い。そのため、フィルムツーリズムの形とするための地元との密な連携が欠かせない。 ・平成27年7月沖縄県シンガポール事務所を開設し、東南アジアへの展開に向けた対応力が向上した。 <p>○外部環境の変化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・中国やタイをはじめとする周辺諸国で優遇策を設けるなどロケ誘致が激しさを増しつつある。 ・国内でも、映画やドラマなど映像を活用した地域の賑わい創出及びロケ受入による経済効果の重要性を鑑み、取組みが加速している。

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)

海外誘客をすすめるにあたって、市場ごとに、戦略(海外誘客プライオリティ戦略)を策定しているが、その中で、戦略開拓市場に位置づけ、路線開設に働きかけを強めているタイ・シンガポールにおける沖縄の知名度向上を映像を通して図っていく。

平成27年度は、県シンガポール事務所も開設されたので、関係者へ積極的なセールスを実施することで、映像制作は実現できる見込みであるほか、シンガポールで人気のアプリを活用した取り組みを進めるなど多くの流通経路を活用して、浸透できる見込みである。

4 取組の改善案(Action)

- ・映像コンテンツを活用した沖縄の魅力発信に繋がるようロケの誘致活動を実施する。
- ・県内の制作関係者と映画祭プログラマーや配給会社バイヤー等、映像制作関係者とのネットワーク構築を図るために、関係者と十分調整していく。
- ・ロケ支援件数を増やしていくためにも、ロケ受入の体制強化を今後すすめていく。