

## 「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	176	
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	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						
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25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	176,705	161,286	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	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	26件
推進状況	平成25年度取組の効果			
順調	新石垣空港開港に合わせたプロモーションなど国内外における官民上げてのプロモーション活動やLCC路線の誘致活動等により、国内・海外航空路線の拡充等につながり、平成25年度の入域観光客数は654万人で、これまでの過去最高であった平成20年の605万を大きく上回り、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25年度の観光収入についても、過去最高の4,479億円となった。 当事業も、誘客プロモーション活動など、一定の貢献を果たしたといえる。			

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成26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 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	県単等

(3) これまでの改善案の反映状況

計画通り進捗しており、前年度同様の取組を引き続き推進する。

(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
入域観光客数(外国人除く)	522.6万人 (23年度)	595万人 (25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)	553万人 (23年度)	654万人 (25年度)	800万人 (28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。更に那覇-福岡路線においてLCCの就航や他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、海外客についてもあれなる路線の拡充やクルーズ船の寄港回数の増が予定されており、沖縄への旅行需要は継続すると考えられる。				

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)

- ・国内外ともに、団体旅行から個人旅行への転換が進んでいる。
- ・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。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

- ・国内旅行については、団体旅行から個人旅行への転換が急速に進んでおり、観光メニューの多様化が求められている。
- ・沖縄観光イメージの訴求及び観光PRイベントの開催を効果的に行うため、路線別の入域観光客の特性及び観光需要の把握を強化する必要がある。
- ・各ターゲットに応じた旅行商品造成等・新規旅行商品の造成を促進するため、事業者がプロモーションを展開しやすい環境づくりを行う必要がある。
- ・国内外ともに、受入体制の強化が必要。
- ・海外においては、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。

4 取組の改善案(Action)

- ・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る。
- ・国内の一般旅行者向けに広くプロモーション展開するだけでなく、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り組む。

## 「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	176	
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	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25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	783,649	729,506	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行った。 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)
う			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	平成25年度取組の効果			
順調	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、ピーク時である夏場の入域観光客数の更なる嵩上げ、また、春、秋、冬場においても、ボトム期の底上げが図られ、全期を通じて対前年度の入域観光客数を上回った。その結果、国内においては過去最高の入域観光客数達成につながった。			

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成26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

旅行博等へ地域観光協会等と連携し、出展することで観光情報に厚みを持たせ、オールでの誘客体制を構築するとともに、沖縄県やOCVBの県外事務所を活用し、各航空会社や各空港の利用促進協議会等とも情報交換を促進させ、発地側と連携した共同プロモーション等についても展開している。

(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
入域観光客数(外国人除く)	522.6万人 (23年度)	595万人 (25年)	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)	10万人 (28年)	↗	—
入域観光客数(国内・海外計)	553万人 (23年度)	658万人 (25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25年度入域観光客数が595万人(平成24年度:554万人)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)

- ・国内観光においては、団体旅行から個人旅行への転換が急速に進んでいる。
- ・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。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

- ・沖縄県として、季節ごとの誘客したいターゲットを特定するなど、県全体の方向性を示した上で、観光業界の取組みを県施策と同様の方向に誘導し、厚みのある沖縄観光プロモーションを展開する。
- ・団体旅行から個人旅行への転換が進むに伴い観光メニューの多様化が求められており、各ターゲットに応じた旅行商品造成等・新規旅行商品の造成を促進するため、事業者がプロモーションを展開しやすい環境づくりを行う必要がある。

4 取組の改善案(Action)

- ・発着地連動型商品を旅行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る。
- ・国内の一般旅行者向けに広くプロモーション展開するだけでなく、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り組む。

## 「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	176	
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25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	162,881	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、県外説明会を2回開催、関係者招聘等を実施した。	一括交付金 (ソフト)
活動指標名			計画値	実績値
事前・事後学習支援学校数			250校	195校
新たなメニュー支援学校数			150校	113校
推進状況	平成25年度取組の効果			
順調	事前・事後学習のためのアドバイザー派遣については、全く新規の取組みであったが、本来の目的である事前・事後学習の実施により、沖縄への教育旅行の効果をより深いものとする本来の目的だけでなく、アドバイザーが実際に学校に出向くことにより、先生方とのネットワーク強化が図られ、有意義な情報収集が図られるという副次的な効果もみられる。 また、県外説明会の開催により、情報発信したことにより、沖縄への修学旅行継続及び新規校開拓が期待される。			

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成26年度計画			
事業名	当初予算	活動内容	主な財源
修学旅行推進強化事業	169,591	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2回、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する。	一括交付金(ソフト)

(3) これまでの改善案の反映状況

沖縄への修学旅行を実施する学校の満足度を高めるため、これまで実施してきた県外説明会等に加え、事前・事後学習支援、新たなメニューの提案・提供等を行った。

(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
修学旅行者数	45.2万人(23年)	43.7万人(25年)	47.5万人(28年)	△1.5万人	—
参考データ	沖縄県の現状・推移			傾向	全国の現状
—	—	—	—	—	—
状況説明	成果指標に掲げた目標値には達しなかったものの、国内の小中高校生生徒数が減少する中において、43.7万人の修学旅行者誘客と、H24年度(43.1万人)に比べ約6千人の増加が図られた。				

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)

- ・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。
- ・修学旅行先を決定する学校関係者、手配する旅行会社に対して、沖縄修学旅行に関する情報発信及び当事業の利用促進を効率的かつ効果的に行う必要がある。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

- ・県外に出向き、沖縄への教育旅行のPRをするだけでなく、沖縄への教育旅行を決定するにあたってキーマンとなる人物(担当教諭又は旅行会社担当者)を沖縄に招聘し、体感してもらうことで、沖縄の良さがさらに伝わるものと考えられる。

4 取組の改善案(Action)

- ・県外小中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展示会を開催することで、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	176	
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25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)	6,242	5,646	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う。	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	平成25年度取組の効果			
順調	ロングステイのモデル地域となった国頭村、久米島町とのヒアリングを行い、森林ガイドウォークなどの体験メニューを構築した。それらを組み込んだ4泊以上の旅行商品造成を約1ヶ月の販売期間で試験的に実施したところ、333人の送客実績となった。試験期間販売後も、旅行社独自の取り組みで4泊5日以上の商品を継続的に販売する商品も現れた。			

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成26年度計画			
事業名	当初予算	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)	5,531	昨年度、ロングステイのメニューとして好評であったパークゴルフが国頭村並びに久米島町の両地域で盛んであることから、両地域を巡るロングステイツーリズム商品の造成支援並びにメディアを用いたプロモーションを主な発地となる北海道で展開する。	県単等

(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  
 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)

・地域を周遊する商品造成やプログラム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	沖縄リゾートウエディング誘致強化事業	実施計画 記載頁	176	
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	沖縄リゾートウエ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		→				県
	広報宣伝プロモーション、旅行社現地研修等の支援						
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25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 (沖縄リゾートウエディング誘致強化事業)	35,019	35,018	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。旅行社現地研修を1回開催した。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	平成25年度取組の効果			
順調	平成25年の沖縄リゾートウエディング実施組数は、前年度比1,803組増の過去最高の10,921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たことで、海外で最も組数が多い香港市場で旅行社現地研修を開催したことにより、上記の結果に至った。			

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成26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	62,910	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3地域におけるプロモーション、商談会等による販路拡大、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

国内外のプロモーション地域を拡大したことで、過去最高の10,921組の誘致ができたとともに、県内ブライダル事業者や市町村、観光協会等との連絡会の開催を増やしたことで、関係者内での情報共有が促進され、受入体制の強化に繋がった。

(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挙式組数	8,872組 (23年)	9,118組 (24年)	10,921組 (25年)	↗	—
状況説明	当取組みは順調に計画値を達成しており、目標値を達成する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ため、将来的に沖縄観光振興にますます貢献することが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(リクルートブライダル総研/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。
- ・海外からのリゾートウエディングについては、リーガルウエディングに対する需要が高まっている。
- ・沖縄リゾートウエディング体験者(カップル及び参列者)による口コミの拡散を促す。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

- ・プロモーションを継続実施する一方で、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。
- ・県が実施する沖縄リゾートウエディング統計調査結果に基づき、沖縄への送客が少ない地域における旅行社現地研修を支援する必要がある。

4 取組の改善案(Action)

- ・顧客満足度アンケート等により、顧客のニーズを把握し、施策に反映させる。
- ・沖縄リゾートウエディング統計調査結果に基づき、送客が少ない地域における旅行社現地研修を支援し、商品造成・販売促進を図る。
- ・県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・育成に取組み、世界水準の観光リゾート地に相応しい技術と、観光知識を獲得させることで、顧客満足度の向上に繋げる。
- ・商談会等の開催により、県内事業者の海外販路開拓に取り組む。

## 「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	176	
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。						
LCC仮設 ターミナル 交通対策事業 (文化観光 スポーツ部)	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25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	56,210	48,790	巡回バス運行回数が計画値30,000回に対して、23,200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	23,200回
推進状況	平成25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、今後の事業展開として、平成26年度にはPeachが那覇ー福岡の新規就航を発表しており、さらに那覇発の国際線就航の検討が新聞報道でなされるなど、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につながっている。			

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成26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	62,087	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)

(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、平成26年度内には、Peachが那覇ー福岡の新規就航を予定しており、さらに那覇発の国際線就航を検討されるなど、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	176	
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"> <li>・リピーター層獲得のためのマーケティング調査を実施</li> <li>・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</li> </ul>						
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25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	24,221	21,956	那覇空港搭乗待合室にて県外へ出域する観光客へ調査票を配布し、基本属性、旅行全般、活動内容、県内消費額、食や地域イベントに関する満足度等を調査した。	県単等
活動指標名			計画値	実績値
—			—	—
推進状況	平成25年度取組の効果			
順調	リピーター(来訪回数が2回以上)の満足度を調査した結果、「大変満足」が前回調査(平成24年度)51.9%より1.4ポイント減少し、50.5%となった。 また、調査結果については誘客を担当する観光振興課や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26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	24,160	平成26年度は、旅行全体の満足度に加えて、長期滞在・リピートにつながる宿泊施設の設備・食事などに関する満足度等を調査することで、滞在日数の延伸やリピーター獲得に有効な手法の分析・提案につなげる。	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「沖縄観光消費額向上モデル事業」を新規計上し、土産品を主とした対策事業を開始した。

(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
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)	50.5% (25年度)	55% (28年度)	△1.2ポイント	—
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24年度リピーターの満足度は、平成21年度より0.2ポイント増加したが、平成25年度は1.2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新たな取り組みが必要。				
	また、調査結果については誘客を担当する観光振興課や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う。				

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25年度は81.0%と2.5ポイント増加している。
- ・リピーターのうち、来訪回数が10回目以上の比率が特に増加傾向にある。

(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60%を超えているのは「海のみ」のみであるため、その他の項目について満足度を底上げを図ることが、リピーターを増やし、旅行全体の満足度を向上させるために必要である。
- ・平成25年度調査の項目別「大変満足」度(観光客全体)
 

旅行全体	54.0%	景観	59.3%
海のみ	65.6%	食事	39.5%
宿泊施設	45.6%		
土産品	34.9%		

4 取組の改善案(Action)

- ・日頃から観光客のニーズや現状等を把握するため、より多角的な調査・分析を行い、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図っていく。
- ・平成24年度の項目別調査で、特に「大変満足」率が低かった「土産品」については、「平成26年度観光土産品トレンド等調査・支援事業」を実施して、より魅力的な土産品対策の検討に取り組む。
- ・平成25年度の特定テーマ「食や地域イベント」の分析結果をふまえて、改善に必要な対策事業を検討、提案していく。

## 「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	177	
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"> <li>・マーケティング手法の調査・検討</li> <li>・観光事業者、サービス等認証制度の調査・検討</li> <li>・県民・観光客の意見フィードバックシステムの構築</li> </ul>						
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25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	19,983	15,756	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	平成25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。 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。

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成26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	1,298	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。	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、沖縄観光の現状を客観的・定量的に把握可能となった。

(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。 設定した指標が、沖縄観光の現状を客観的・定量的に示しているかの検証や指標の入れ替え、積極的な指標データの公表を行っていく。				

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境など)

・指標の運用は平成26年度から開始するため、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を行い、必要があれば指標の入れ替え等の作業を行う。

(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。

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を検討し、より効果的な活用方法を検討するため、有識者等の意見を聴く機会を設けるための会議を開催する。

# 「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、④県内の外国人受入体制の拡充等を実施する。						
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25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	2,932,333	2,789,815	重点市場(台湾、韓国、中国、香港)の旅行博における11箇所計26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9箇所計19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	20箇所
推進状況	平成25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)23.8万人(H24年度)→43.6万人(H25年度)、外国人観光客数(海路)14.4万人(H24年度)→19.1万人(H25年度)へと増加した。			

### (2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成26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	2,487,793	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、④県内の外国人受入体制の拡充等を実施する。	一括交付金(ソフト)

(3) これまでの改善案の反映状況

沖縄観光ブランドの認知度を向上させる業務については、OCVBへの随意契約を見直し、公募・企画コンペを経て選定された民間事業者に県が直接委託して実施した。  
 JNTO本部との連携については、前年度はOCVBから再委託(随意契約)していたが、本部経由によって発生する時間や経費の非効率性を改善するためスキームを見直し、OCVBが各地のJNTO事務所と業務案件ごとに事務調整を図り、執行はOCVBが直接行う方法に改めた。

(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
外国人観光客数(空路)	18.2万人 (23年度)	43.6万人 (25年度)	97万人 (28年度)	25.4万人	—
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25年度の外国人観光客数は62.7万人(うち空路43.6万人、海路19.1万人)となり、前年度比64%の大幅増加となった。国別の内訳は、台湾25.4万人(前年度比70.1%増)、韓国9.8万人(同118.2%増)、香港9.2万人(同64.4%増)、中国6.9万人(同16.6%増)、その他11.4万人(同55.8%増)と好調に伸びている。しかし、H28目標値達成については、現在的那覇空港国際線ターミナルの昼間枠が飽和する見込みであることから、深夜早朝枠を活用しなければ困難な状況。				

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。
- ・平成26年6月に極東ロシア(ウラジオストク、ハバロフスク)から那覇への連続チャーター予定。
- ・平成25年度はタイ、シンガポール、欧米豪など直行便未就航地からの観光客の伸びも顕著。  
 \*対前年度伸び率:タイ**343%**(2,100人→7,200人)、シンガポール**206%**(1,600人→3,300人)、  
 アメリカ**140%**(6,200人→8,700人)、カナダ**152%**(2,500人→3,800人)、  
 イギリス**188%**(2,600人→4,900人)、オーストラリア**238%**(1,600人→3,800人)

(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とともに、現行支援制度の単価についても、深夜早朝枠の増額を検討する。
- ・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、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する。
- ・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	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	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	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25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	110,461	107,455	台湾、中国、英国、独国、仏国、米国、日本の7カ国において、船会社へのセールス活動や展示会出展等のプロモーションを実施した。また、シャトルバス運行等の受入体制の強化も図った。	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			7箇所	7箇所
推進状況	平成25年度取組の効果			
順調	台湾、中国、英国、独国、仏国、米国、日本の7カ国において、船会社へのセールス活動や展示会出展等のプロモーションを実施した結果、平成25年度の海路による外国人観光客数は173,400名となり前年度比で約18%増となった。			

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成26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	119,415	クルーズ船の寄港促進を図るため、国内外の7箇所において船会社へのセールス活動や展示会出展等のプロモーション展開、受入体制の拡充等を実施し、クルーズ船誘致活動を推進する。	一括交付金(ソフト)

(3) これまでの改善案の反映状況

平成25年度実施の調査事業により、沖縄におけるクルーズ船受入・誘致にあたっての課題を明らかにした。  
 内容的には、通訳ガイドの不足、スタークルーズ社以外の定常的寄港、欧米船の継続的寄港等が挙げられた。  
 それらの課題を改善するため、通訳ガイド研修等の支援メニューを設け、さらにポートセールスの継続を図っている。

(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 (うち海路来訪者数)	11.9万人 (23年度)	19.2万人 (25年度)	23万人 (28年度)	7.3万人	—
参考データ	沖縄県の現状・推移			傾向	全国の現状
—	—	—	—	—	—
状況説明	H25年度の海路による外国人観光客数は前年度比約4.8万人(14.4万人→19.2万人)の増となり、順調に推移している。 本事業の取り組みにより、平成28年度の目標は達成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)

- ・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)

- ・さらなるクルーズ船寄港促進に向けて効果的なセールスプロモーションを実施することが必要である。
- ・クルーズ船の継続的な寄港には、乗客の沖縄滞在時の満足度向上が不可欠であり、歓送迎行事によるおもてなし、各観光地における多言語対応の充実等が必要。

4 取組の改善案(Action)

- ・港での受入主体である地元自治体に費用助成を行い、観光案内所設置や演舞披露などの受入体制強化を図る。また、乗客の満足度向上に不可欠なCIQ手続きの迅速化に向け、引き続き国への要望を行う。
- ・乗客の観光動向やニーズを把握し、状況に応じたセールスプロモーションを実施する。

## 「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	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	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、公的施設等へのWi-Fi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  県
	20台 ATM・Wifi導 入台数				→		
	海外カード対応ATM導入の支援、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25年度実績				
事業名	予算	決算見込	活動内容	主な財源
観光客受入体制整備事業(外国人対応基盤整備事業)	42,000	40,929	目標値20台に対し、平成25年度新たに海外ATM等を12台を県内主要観光施設及び大型ショッピング施設に設置した。これにより、合計31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	31台 (うちATM等23、Wi-Fi8)
推進状況	平成25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400回、外貨両替機利用者数:月平均:2,300回) Wi-Fiについては、各市町村独自の取組があることから計画どおり平成25年度より県としての事業展開は終了した。			

#### (2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成26年度計画			
事業名	当初予算	活動内容	主な財源
外国人対応基盤整備事業	37,800	外国人観光客の両替利便性の向上を図り、満足度向上に資するため、海外カード対応ATM及び外貨両替機を設置するとともに、外国人観光客向けの周知パンフレットを作成する。	一括交付金(ソフト)

(3) これまでの改善案の反映状況

Wi-Fiについては、各市町村独自の取組があることから県としての事業展開は終了した。  
 設置主体の募集の際に設置主体と設置先の調整を応募条件とし、応募期間を従来より長く設けた。

(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)	38.7% (24年)	45% (28年)	7.6ポイント	—
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)	57.4% (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)

- ・原則5年間の継続設置のため、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る。
- ・Wi-Fiについては、各市町村独自の取組があることから県としての事業展開は平成25年度より終了した。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

- ・これまでに設置したATM等の利用実績を把握し、効果検証を行う。
- ・設置主体と設置場所が十分に調整できるようにする必要がある。
- ・パンフレットの作成による設置場所の周知を行い、利用促進をはかる必要がある。

4 取組の改善案(Action)

- ・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工夫を行う。
- ・本事業において設置したATM等の周知をするためにパンフレットを作成し、利用促進を図る。
- ・次年度は設置施設内での設置場所案内サインに係る費用についても助成対象とし、利用促進をはかる。

## 「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	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	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25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	2,932,333	2,789,815	重点市場(台湾、韓国、中国、香港)、戦略開拓市場(東南アジア)、新規市場(北米、欧州、オーストラリア、ロシア)における広告系事業の効果測定として認知度調査を実施した。	一括交付金(ソフト)
活動指標名			計画値	実績値
外国人誘致戦略策定数			—	—
推進状況	平成25年度取組の効果			
順調	外国人観光客数(空路)23.8万人(H24年度)→43.6万人(H25年度)、外国人観光客数(海路)14.4万人(H24年度)→19.1万人(H25年度)へと増加した。			

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成26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	2,487,793	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 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、④県内の外国人受入体制の拡充等を実施し、効果検証を行う。	一括交付金 (ソフト)

(3) これまでの改善案の反映状況

<p>既存の戦略の効果を3年後に検証し、修正する。 調査対象地域については、潜在的に可能性のある地域の調査に着手する。(中東など)</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)	43.6万人 (25年度)	97万人 (28年度)	25.4万人	—
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25年度の外国人観光客数は62.7万人(うち空路43.6万人、海路19.1万人)となり、前年度比64%の大幅増加となった。国別の内訳は、台湾25.4万人(前年度比70.1%増)、韓国9.8万人(同118.2%増)、香港9.2万人(同64.4%増)、中国6.9万人(同16.6%増)、その他11.4万人(同55.8%増)と好調に伸びている。しかし、重点市場における来訪意向はあまり伸びていない状況である。				

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)

<ul style="list-style-type: none"> <li>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、広告素材提示後の来訪意向の伸びは鈍化している。(台湾人の来訪意向:H24年度47.4%→H25年度36.2%、香港人の来訪意向:H24年度50.0%→H25年度31.8%、韓国人の来訪意向:H24年度34.6%→H25年度24.1%)</li> <li>平成25年度はタイ、シンガポール、欧米豪など直行便未就航地からの観光客の伸びも顕著。 *対前年度伸び率:タイ343%(2,100人→7,200人)、シンガポール206%(1,600人→3,300人)、アメリカ140%(6,200人→8,700人)、カナダ152%(2,500人→3,800人)、イギリス188%(2,600人→4,900人)、オーストラリア238%(1,600人→3,800人)</li> </ul>
---

(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"> <li>台湾、香港、韓国では既に認知度が高まっており、もはや一般的な観光情報では消費者は満足しないのではないかと推察される。</li> </ul>
--

4 取組の改善案(Action)

<ul style="list-style-type: none"> <li>重点市場においては、一般的なガイドブックに載っている情報ではなく、「海カフェ」「女子旅」など、日本本土と同等のスタイルで「新たな沖縄の魅力」を発信する。</li> <li>戦略開拓市場、新規市場においては、認知を上げる取り組みを数年継続する。</li> </ul>
---