

## 「主な取組」検証票

施策展開	3-(6)-ア	沖縄のソフトパワーを活用した新事業・新産業の創出		
施策	①文化産業の創出			
(施策の小項目)	—			
主な取組	沖縄文化等コンテンツ産業創出支援事業	実施計画 記載頁	221	
対応する 主な課題	○強しなやかな自立型経済の構築に向け、スポーツ関連産業、文化コンテンツ産業、金融関連産業など成長可能性を秘めた新産業の芽を育て、沖縄を支える産業を伸長させるためには、これらの分野にチャレンジする人材の育成が重要である。			

### 1 取組の概要(Plan)

取組内容	沖縄の文化等を活用したコンテンツを創出し、県の新たな成長産業としてコンテンツ産業を振興するため、制作プロジェクトに対して投資ファンドによる制作資金の供給を行うとともに、事業者を対象としたコンテンツ制作プランのブラッシュアップ、市場を見据えた販路開拓の手法、考え方などのハンズオン支援を行い、県内で活動するプロデューサーを育成する。						
年度別計画	24	25	26	27	28	29～	実施主体
	有望なコンテンツの創出、プロデューサーの育成					→	県
担当部課	文化観光スポーツ部 文化振興課						

### 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
沖縄文化等コンテンツ産業創出支援事業	56,023	34,171	沖縄の文化等を活用したコンテンツを創出し、県の新たな成長産業としてコンテンツ産業を振興するため、投資ファンドによる制作資金の供給を行うとともに、事業者を対象としたコンテンツ制作プランのブラッシュアップ、市場を見据えた販路開拓の手法、考え方などのハンズオン支援を行い、県内で活動するプロデューサーを育成を図った。	一括交付金 (ソフト)
活動指標名			計画値	実績値
コンテンツ制作プロジェクト投資件数			—	2件
推進状況	平成25年度取組の効果			
順調	ファンド(基金)による投資事業であるため、リスク分析した上で事業の主旨、要件に照らし、投資決定される。そのため、件数としては大きな増加はないが、モントリオール世界映画祭にて観客賞を受賞した作品「カラカラ」も輩出され投資効果がみられる。 本県で活動している制作者や実演スタッフは多いが、プロデューサーは少なく、その育成には至っていない。			

(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
沖縄文化等コンテンツ産業創出支援事業	49,972	引き続き昨年度と同様の活動を行い、さらなるコンテンツ産業の創出及びプロデューサー育成につながるよう事業者を対象としたハンズオン支援を行う。	一括交付金(ソフト)

(3) これまでの改善案の反映状況

従来のハンズオン支援に加えてパイロット版制作に対する支援措置等を行いながら、コンテンツプロジェクトの組成に取り組むことで、ゲームやエンターテインメント系コンテンツの事業提案も増えている。本県で活動している制作者や実演スタッフは多いが、プロデューサー少なくその育成には至っていない。  
 ※ハンズオン支援＝成功に導くために必要とされるあらゆる支援を行うこと。制作プランのブラッシュアップ、市場を見据えた販路開拓の手法、考え方など指導助言を行う。  
 ※パイロット版＝本格的に制作に入る前に試験的に作った作品。

(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
文化コンテンツ関連産業事業所数	257事業所(21年度)	— (—)	282事業所	—	32,003事業所(21年度)
参考データ	沖縄県の現状・推移			傾向	全国の現状
—	—	—	—	—	—
状況説明	ファンド(基金)による投資事業であるため、リスク分析した上で事業の主旨、要件に照らし、投資決定されるため、ハンズオン支援を行い目標値に向け取り組む必要がある。経済センサスは5年に1回行われるため、本年度の数字はないが、当該取組により一定の改善がはかられ、H28目標値達成が見込まれる。				

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)

・プロジェクトが映像系のものに集中しており、ゲーム系やエンターテインメント系のコンテンツも含めて、コンテンツプロジェクト全体の組成促進を図る必要がある。この状況はゲーム系コンテンツが他コンテンツに比べ開発速度が速く、めまぐるしく変化している中、投資決定までのスキームが長い補助事業には申請件数自体が少ない。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

・引き続きアドバイザリーボード(各分野における専門家集団)やハンズオンマネージャーによる制作プランのブラッシュアップ、市場を見据えた販路開拓の手法、考え方など助言指導を行うことによって、プロジェクトの熟度、ノウハウを高め人材育成につなげる必要がある。  
 ※ハンズオンマネージャー＝成功に導くために必要とされるあらゆる支援を行うスタッフ責任者。

4 取組の改善案(Action)

・引き続きアドバイザリーボード(各分野における専門家集団)やハンズオンマネージャー(上記参照)による指導、助言を行う。  
 ・県外企業の事業提案の要件として県内で活動しているプロデューサーを採用することが要件となっていることから、事業提案の際は事業主旨を説明し、県内プロデューサー活用に繋げ育成に努める。

## 「主な取組」検証票

施策展開	3-(6)-ア	沖縄のソフトパワーを活用した新事業・新産業の創出		
施策	①文化産業の創出			
(施策の小項目)	—			
主な取組	文化資源を活用した新事業の創出	実施計画 記載頁	222	
対応する 主な課題	○本県には、琉球舞踊や空手などの世界に誇れる優れた文化資源があり、これらは地域振興の資源として大きな可能性を秘めているが、文化を産業化するノウハウをもった人材が少なく、またビジネスを支える環境が不十分であることから、文化資源の多くが産業化に結びついていない。			

### 1 取組の概要(Plan)

取組内容	文化資源を活用した新たな取り組みなどに対する費用を補助する。斬新な発想や取り組みによって伝統文化の可能性や文化としての広がりにつながる事業に対して支援する。						
年度別計画	24	25	26	27	28	29～	実施主体
	文化資源を活用したビジネスの支援					→	県
担当部課	文化観光スポーツ部 文化振興課						

### 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
沖縄文化活性化・創造発信支援事業	233,058	188,357	和装における沖縄染織もののコーディネートや琉装の着付け、髪結い、ジーファー(金細工等)に係る技術の産業化などの事業を採択	一括交付金(ソフト)
活動指標名			計画値	実績値
地域の文化資源を活用した新たな取り組みへの支援			—	5件
推進状況	平成25年度取組の効果			
順調	伝統文化を継承しつつ、新たな産業創出につながる事業を実施したことで、その可能性が広がっている。例)「沖縄芝居再生、普及プロジェクト」:八重瀬町、西原町など地方公演を行い、字幕表示も取り入れる。「伝統組踊りの継承と発展プロジェクトの推進」:組踊を楽しく観るワークショップ開催を行った。			

#### (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
沖縄文化活性化・創造発信支援事業	188,458	県内の団体等が行う、文化資源を活用した取り組みやアートマネジメントを含む広く沖縄文化の継承者の育成などに対する費用を補助する。	一括交付金(ソフト)

(3) これまでの改善案の反映状況

H25年度は募集要項を見直し、公募前に事業者へ説明会を1回開催し、事業の概要や提出書類、事業計画書作成方法について周知を図り、円滑な執行に努めた。また、文化関係団体へは採択、不採択に関わらず事業がより充実したものとなるよう進め方、取組方法、次年度採択を受け実施する上での留意事項等助言と指導を行った。

(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
文化コンテンツ関連産業事業所数	257事業所 (21年度)	— (—)	282事業所	—	32,003事業所 (21年度)
参考データ	沖縄県の現状・推移			傾向	全国の現状
—	—	—	—	—	—
状況説明	新たな産業創出につながるプロジェクションマッピングによるナイトカルチャー創出事業や沖縄の素材(漆、芭蕉)を使った手すき和紙の体験型ワークショップが採択された。今後も伝統文化を活用した新たな取り組みを進めていく。経済センサスは5年に1回行われるため、本年度の数字はないが、当該取組により一定の改善がはかられ、H28目標値達成が見込まれる。				

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)

- ・文化関係団体のこの事業への理解度が不足し、事業実施(申請含む)に係る事務処理能力に格差がある。
- ・採択事業者の執行において当初予定した講師陣の変更や雇用予定事務員数の減等があり、十分執行できなかったため、採択後も可能な限り連携とり、執行残とならないよう指導、助言に努める必要がある。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

- ・現在の実施スキーム(事業者の提案を外部有識者で審査し、採択後事業実施。審査前は事業の主旨、取り組み手法について助言指導し事業者提案に対しフォロー)に沿い、さらに今後文化関係団体への助言、指導を強化する。

4 取組の改善案(Action)

- ・応募から事業執行まで文化関係団体へ助言、指導を行う。事業提案前は事業計画書の記載方法や採択される上でのポイントなど指導し、不採択となったあとも次年度につながるよう事業の考え方、取り組み方法を助言指導し、事業者の掘り起こしを図る。

## 「主な取組」検証票

施策展開	3-(6)-ア	沖縄のソフトパワーを活用した新事業・新産業の創出	
施策	①文化産業の創出		
(施策の小項目)	—		
主な取組	アーツマネージャー育成事業(仮称)	実施計画 記載頁	222
対応する 主な課題	○本県には、琉球舞踊や空手などの世界に誇れる優れた文化資源があり、これらは地域振興の資源として大きな可能性を秘めているが、文化を産業化するノウハウをもった人材が少なく、またビジネスを支える環境が不十分であることから、文化資源の多くが産業化に結びついていない。		

### 1 取組の概要(Plan)

取組内容	文化芸術に係るマネジメントに関する座学及び県内外の文化関連企業等へのOJT派遣を実施し、文化芸術をマネジメントできる人材を育成する。						
年度別計画	24	25	26	27	28	29~	実施主体
		5人 育成人員			→	→	県
	文化の産業化と発展に寄与できる人材の育成						
担当部課	文化観光スポーツ部 文化振興課						

### 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
アーツマネージャー育成事業	16,100	13,483	ニーズ調査及び実証講座を踏まえ、検討委員会で講座カリキュラム(事業企画の作り方、広報宣伝の構築、会計基礎、関係法令など座学)の作成、OJT派遣プログラム(日本オーケストラ連盟、文学座、東京芸術劇場など劇場、劇団への派遣研修)の作成を行った。	一括交付金(ソフト)
活動指標名			計画値	実績値
文化の産業化と発展に寄与できる人材の育成			5人	— H25は研修内容検討のため実績なし
推進状況	平成25年度取組の効果			
やや遅れ	人材育成に向けたプログラミング(どういった研修内容にすべきか、時期、回数、派遣先などの検討)を行い、次年度具体的に様々なメニューを実施していく準備を行うなかで、検討委員会で講座カリキュラム(事業企画の作り方、広報宣伝の構築、会計基礎、関係法令など座学)の作成、OJT派遣プログラム(日本オーケストラ連盟、文学座、東京芸術劇場など劇場、劇団への派遣研修)の作成に時間を要したため、やや遅れとなった。			

#### (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
アーツマネージャー育成事業	44,203	講座カリキュラムでは一線で活躍している講師陣を招き、事業企画の作り方、広報宣伝の構築、会計基礎、関係法令などアーツマネージャーとして必要な講義を延べ300人受講させ、講座受講生を対象に日本オーケストラ連盟、文学座、東京芸術劇場など劇場、劇団へ5人OJT研修として派遣する。	一括交付金(ソフト)

(3) これまでの改善案の反映状況

アーツマネージャー人材育成に繋がるような講座カリキュラム、派遣研修となるよう検討を行い、現在一線で活躍している講師陣を招き、内容が充実したものとなっている。

(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
文化コンテンツ関連事業所数	257件 (21年度)	— (—)	282件	—	—
参考データ	沖縄県の現状・推移			傾向	全国の現状
—	—	—	—	—	—
状況説明	人材育成に向けたプログラミングを行い、今後人材育成に向けた様々なプログラムを実施していく状況である。講座カリキュラムでは一線で活躍している講師陣を招き、事業企画の作り方、広報宣伝の構築、会計基礎、関係法令などアーツマネージャーとして必要な講義を延べ300人受講させ、講座受講生を対象に日本オーケストラ連盟、文学座、東京芸術劇場など劇場、劇団へ5人OJT研修として派遣する。経済センサスは5年に1回行われるため、本年度の数字はないが、当該取組により一定の改善がはかられ、H28目標値達成が見込まれる。				

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)

・専門家や実演家だけでなく企画、広報などマネジメントできる人材や組織運営能力を有する人材が不足していることから、より実践を経験した人材が求められている。そのためにOJT派遣を通し経験を積む必要がある。

・人材を育成する上で、出口＝安定した収入、活躍の場が必要

・文化芸術団体、大学などへ参加を呼びかけ、各種媒体を利用し呼びかけており、一定程度の参加が見込める。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

・研修内容が十分参加者が求めるものとなっているか、人材育成につながった内容になっているか検証する必要がある。

・講座や研修への参加・応募状況によって広報の時期手法、講座日程等工夫、検証を行う。

・講座参加者や研修生からアンケートや報告会などアウトプットする機会を設け、反映させる。

4 取組の改善案(Action)

・講座を通して参加者の声を拾うアンケートや県外研修参加者から定期的に報告会を設け、当事業に反映する。

・講座や研修に多くの方が参加するよう、広報時期、仕方、講座日程を検討し、またネットなどを活用しホームページや特設サイトに「研修生の声」を載せるなど外部へ向けて発信するなど工夫する。

## 「主な取組」検証票

施策展開	3-(6)-ア	沖縄のソフトパワーを活用した新事業・新産業の創出		
施策	①文化産業の創出			
(施策の小項目)	—			
主な取組	沖縄の文化観光を先導するマグネットコンテンツの事業化促進	実施計画 記載頁	222	
対応する 主な課題	○本県には、琉球舞踊や空手などの、世界に誇れる優れた文化資源があり、これらは地域振興の資源として大きな可能性を秘めているが、文化を産業化するノウハウをもった人材が少なく、またビジネスを支える環境が不十分であることから、文化資源の多くが観光をはじめ産業化に結びついていない。			

### 1 取組の概要(Plan)

取組内容	文化資源を活用した新たな観光コンテンツをつくり、観光誘客を図ることを目的とする沖縄県文化観光戦略に基づき、芸術性やエンターテインメント性が高く、観光客が「観たい」と強く感じる文化観光商品となる「マグネットコンテンツ」をつくり、プロモーションを行う。							
年度別計画	24	25	26	27	28	29～	実施主体	
	高い芸術性やエンターテインメント性を有するマグネットコンテンツの創造・育成						→	県
	事業の自立化、安定的・定期的なコンテンツ提供の定着促進							
	観光商品魅力を高めるマーケティングの強化							
担当部課	文化観光スポーツ部 文化振興課							

### 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
文化観光戦略推進事業	111,026	90,841	沖縄県文化観光戦略に基づき、マグネットコンテンツの作り込み(観光客を強く引き付ける目玉となるモデルコンテンツの制作)、無料送迎バスや機内誌への掲載、国際通り大型ビジョンを活用する等のプロモーションの実施、各分野の専門家を構成員としたサポートチームを設置し、プロモーション手法等に関する助言・モニタリング等を実施した。	一括交付金(ソフト)
活動指標名			計画値	実績値
文化資源を活用した公演の上演回数			—	40公演

推進状況	平成25年度取組の効果
順調	計40公演を実施し、約5,900名の観客動員があった。 継続してのプロモーション及び公演を実施する事で、演出家の認知度が向上したため、誘客に繋げることが出来た。 県内企業による自社周年事業の実施において、買取公演が実施された。 重点的なセールスプロモーションに取り組むことで、旅行代理店でのチケット販売や宿泊パッケージ商品の組成など、これまでの手売りだけでなく新たな販売ネットワークが確立できた。

(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
文化観光戦略推進事業	205,290	引き続き昨年度と同様の活動を行い、マグネットコンテンツのさらなる認知度の向上を図り、観光誘客に繋げる。	一括交付金(ソフト)

(3) これまでの改善案の反映状況

<p>ホームページ作成やFacebookを活用したプロモーション、その他テレビ・ラジオCMだけでなく、国際通り大型ビジョンを活用したプロモーションや機内誌への特集記事の掲載など、様々なプロモーションを実施した。</p> <p>各公演個別のプロモーションだけでなく、公演全体としてのプロモーションをあわせて行う事で、効果的なプロモーションに繋がった。</p> <p>過剰な演出を抑えるなど経費を抑えることができた一方、十分な集客が行えていないため十分な収入を上げることができなかつたため、更なる費用削減、収入確保について検討を行い、引き続きビジネスモデルの確立を目指す。</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
観光客の「文化観光」の比率(旅行中に行った活動 イベント・伝統行事)	4.3% (22年度)	3.7% (25年度)	10.0% (28年度)	△0.6ポイント	—
参考データ	沖縄県の現状・推移			傾向	全国の現状
観光客の「文化観光」の比率(旅行中に行った活動 イベント・伝統行事)	4.3% (22年度)	4.9% (23年度)	4.6% (24年度)	↗	—
状況説明	観光客の「文化観光」の比率は3.7%となり、改善幅は△0.6ポイントとなった。公演に対する認知度がまだ低いいため、更なる観光客向けプロモーションを実施し、目標値達成を目指す。				

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>・公演づくり込みおよびプロモーションに十分な時間を確保することができなかった。</li> <li>・継続して公演を行っても、マグネットコンテンツとして作り上げることが困難な公演があった。</li> <li>・演出家の作品によって、集客に偏りが生じた。</li> <li>・新たなチケット販売ネットワークを構築したものの、チケット取扱(販売)に関する情報発信が少なかつたため、当該ネットワークを活用したチケットの販売に繋がらなかつた。</li> </ul>
--



(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

- ・早い時期から事業に取り組み、十分な準備期間を確保する必要がある。
- ・継続して今年度も上演し、ブラッシュアップを図る公演の取捨選択をする必要がある。
- ・作品の質そのもので集客の偏りがでたというよりも、演出家・出演者の支持母体や販売ネットワークの有無が大きく影響していると考えられるため、新たなチケット販売ネットワークを構築する必要がある。

4 取組の改善案(Action)

- ・早い時期(4月)に事業に着手し、準備時間を十分に確保することで、公演の作り込み、効果的なプロモーションを実施する。
- ・昨年度実施した公演の継続について、取捨選択を行い、継続公演は更なるブラッシュアップを図る一方で、新たな演出家の掘り起こしを行い、公演制作を支援する。
- ・今後のチケットシステム普及に向け、課題、メリットについて関係団体と共有し、各公演のプロモーションを行うとともに、チケット取扱場所等の情報提供も併せて行う。

## 「主な取組」検証票

施策展開	3-(6)-ア	沖縄のソフトパワーを活用した新事業・新産業の創出		
施策	②スポーツ関連産業の振興			
(施策の小項目)	○スポーツ関連ビジネスの創出支援			
主な取組	スポーツ関連産業振興戦略構築事業	実施計画 記載頁	222	
対応する 主な課題	○沖縄県は温暖な気候のもと年中スポーツができる環境に恵まれ、プロ野球のキャンプやスポーツイベントが盛んであるものの、スポーツそのものを生かしたビジネスは少ない状況にある。今後は、スポーツを有望な産業資源として捉え、既存産業との連携・融合により関連ビジネスを多数創出していく必要がある。			

### 1 取組の概要(Plan)

取組内容	スポーツ関連産業の振興を通して、スポーツの産業化の戦略構築を図るため、スポーツ関連産業等の実態の把握、課題の抽出を行うとともに、今後、本県で取り組むべき重点分野の選定やスポーツの産業化に向けた戦略の構築を目指す。						
年度別計画	24	25	26	27	28	29～	実施主体
		調査・研究 戦略構築	戦略構築				県
			4件支援	→			
			スポーツ産業定着化の支援			→	
				関連人材育 成			
担当部課	文化観光スポーツ部 スポーツ振興課						

### 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
スポーツ関連産業振興戦略構築調査事業	8,200	8,200	スポーツ関連産業振興戦略構築検討委員会を立ち上げ、戦略の方向性を検討し、沖縄県のスポーツ関連産業に関する実態把握調査・分析を行い、その調査結果を踏まえ、平成26年度にはモデル事業に実施・検証を行なった上、スポーツ産業化に向けた戦略構築検討に活用する。	一括交付金 (ソフト)
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	本県におけるスポーツ関連産業等の実態の把握、課題の抽出を行うとともに、今後、取り組むべき重点分野やスポーツの産業化に向けたモデル事業の具体例を示すことができた。			

(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
スポーツ関連産業振興戦略構築業	36,287	平成25年度に行ったスポーツ関連産業振興戦略の方向性を示す調査事業を踏まえ、本県のスポーツ資源や優位性を活かした新たな価値を創造するモデル事業を実施する。ビジネスモデルを支援しながら、自走化も視野に入れ、沖縄ならではのスポーツ関連産業を創出する。	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年度新規事業のため、該当無し。
---------------------

(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
スポーツ関連ビジネスの事業化支援数	4件(23年)	0件	12件(28年)	△4件	—
参考データ	沖縄県の現状・推移			傾向	全国の現状
—	—	—	—	—	—
状況説明	25年度のスポーツ関連ビジネスの事業化支援数は0件となっている。これは、平成25年度に行なったスポーツ関連産業振興戦略の方向性を示す調査事業を行なったが、これを踏まえて、平成26年度より新たにモデル事業を実施することとなっているためである。H28目標値達成見込みについてはモデル事業の実施結果を検証し、目標達成に向けて取り組んでいく。				

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)

<p>・本県の産業のさらなる発展のためには、既存の業界や産業構造にとらわれない沖縄の魅力や創造性を活かした産業の構築が必要である。その中で期待されるのがスポーツと既存事業を結びつけたスポーツ関連産業である。スポーツ関連産業は新しい分野であり、全国的にも取り組みが少ない。</p>
---

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

<p>・スポーツを有望な産業資源として捉え、既存産業との連携・融合により関連ビジネスを多数創出していく必要がある。</p>
---

4 取組の改善案(Action)

<p>・スポーツ関連産業振興戦略を構築するにあたっては、沖縄県が目指すべきスポーツ関連産業の将来像を描いた上で、その達成に向けてシナリオを体系的に整理し、人材育成を含めた中長期的な取り組みを検討していくことが求められる。また、モデル事業の実施・検証によってより具体的な課題を把握するとともに、ビジネスモデルコンテスト等の結果を活かしつつ、戦略を構築していかなければならない。</p>
---

## 「主な取組」検証票

施策展開	3-(6)-ア	沖縄のソフトパワーを活用した新事業・新産業の創出		
施策	②スポーツ関連産業の振興			
(施策の小項目)	○スポーツ産業人材の育成			
主な取組	芝人養成事業	実施計画 記載頁	222	
対応する 主な課題	○沖縄県は温暖な気候のもと年中スポーツができる環境に恵まれ、プロ野球のキャンプやスポーツイベントが盛んであるものの、スポーツそのものを生かしたビジネスは少ない状況にある。今後は、スポーツを有望な産業資源として捉え、既存産業との連携・融合により関連ビジネスを多数創出していく必要がある。			

### 1 取組の概要(Plan)

取組内容	現在、スポーツ・ツーリズム推進事業の一環であるスポーツキャンプ誘致におけるインフラ整備として、芝管理の専門知識と技術を兼ね備えた人材を養成し、地域で活用する。						
年度別計画	24	25	26	27	28	29～	実施主体
	2箇所 グラウンド 管理モデル 箇所	I期:5人	→ 地域での人材活用			→	県
			芝生管理者の育成		II期:5人		
		芝生管理者の育成					
担当部課	文化観光スポーツ部 スポーツ振興課						

### 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
芝人養成事業	70,000	69,952	芝生管理の専門的知識・技術習得のため、座学ならびに実技研修の実施(5名)及び市町村の所管するグラウンドを研修の場として、モデル管理(2箇所)並びに13箇所の巡回支援を行った。	一括交付金 (ソフト)
活動指標名			計画値	実績値
専門的芝生管理技術を有する人材の育成			5人	5人
グラウンド管理モデル事業			2箇所	2箇所
推進状況	平成25年度取組の効果			
順調	研修生の芝生管理の技術・知識の習得(芝生管理の基礎的な技術・知識とウインターオーバーシード技術の習得) 芝生管理技術の必要性・重要性の認知(モデル事業や巡回支援事業により、各市町村や県民への芝生管理に対する認識の向上) グラウンド芝生環境の向上により、平成25年度のサッカーキャンプ誘致件数が過去最高の14件となった。			

(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
芝人養成事業	40,994	芝生管理の専門的知識・技術習得のため、座学ならびに実技研修を実施する。 市町村の所管するグラウンドを研修の場として、モデル管理並びに巡回支援を行うことにより、地域スポーツの環境充実を図る。	一括交付金 (ソフト)

(3) これまでの改善案の反映状況

芝人養成事業におけるI期生の研修後の就職を目指して、研修生による巡回支援事業や管理技術等講習会での就職想定団体等への積極的なPR活動や意見交換を行った。  
サッカーキャンプ誘致等事業と連携したグラウンドの芝生状態や管理スケジュール等の情報を提供するとともに、3回の意見交換会を開催し、受入市町村、関係団体、県内関連事業者等との情報共有が図れた。  
市町村担当者ならびに関連事業者を対象にした管理技術等講習会を開催して、芝生管理技術等の底辺拡大を図ることができた。

(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
県内サッカーキャンプの実施チーム数	12チーム (23年)	9チーム (24年)	14チーム (25年)	↗	—
状況説明	事業2年目となり、モデル事業や巡回支援事業により、各市町村や県民への芝生管理に対する認識が高まるとともに、研修の成果により県内の芝生環境が格段に向上した。 サッカーキャンプ実績においては、その効果が顕著に表れ、平成24年度実績の9チームを大きく上回る、14チームのキャンプが実施できた。				

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)

- ・芝人養成事業において、育成した人材の活用を図るため、研修2年目となるII期生の就職支援やサッカーキャンプ誘致事業と連携した取組、市町村施設管理者及び芝生管理を行う県内関連事業者等との情報交換や管理技術等講習会の開催が、引き続き必要である。
- ・芝生環境の向上に伴いサッカーキャンプ誘致件数が増えているなか、市町村における芝生管理のニーズが高まっており、芝人が技術を活かせる就職を支援する必要がある。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

- ・就職想定団体等との積極的な意見交換が必要である。
- ・クラブチーム等の視察時に、県内芝生環境を積極的にPRする必要がある。
- ・サッカーキャンプによる地域活性化と経済波及効果に対する市町村や地域住民への理解度向上が必要である。

4 取組の改善案(Action)

- ・平成26年度でモデル事業は終了するが、人材の活用を図るため就職想定団体等との意見交換を行い、II期生の就職支援に取組む。
- ・事業終了後は芝生環境の維持に努めるよう市町村が取組むため、芝人を活用していく必要がある。

## 「主な取組」検証票

施策展開	3-(6)-ア	沖縄のソフトパワーを活用した新事業・新産業の創出		
施策	②スポーツ関連産業の振興			
(施策の小項目)	○スポーツ・ツーリズムの推進			
主な取組	スポーツ・ツーリズム戦略推進事業	実施計画 記載頁	222	
対応する 主な課題	○スポーツ関連産業については、観光、健康、ゲーム、ファッション等といった周辺産業と融合が進みポテンシャルの高い産業として全国的に期待が高まっている分野である。			

### 1 取組の概要(Plan)

取組内容	沖縄観光の新たな魅力の創出や着地型観光の拡充を目的とし、スポーツの活用により観光を推進・活性化するスポーツ・ツーリズムを沖縄に根付かせるためのモデル事業と連携した誘客促進等の実施と新たなスポーツ・ツーリズム受入体制の整備を行う。						
年度別計画	24	25	26	27	28	29～	実施主体
	6事業以上	→					県
	スポーツイベント等の開催(定着化)支援			→			
担当部課	文化観光スポーツ部 スポーツ振興課						

### 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
スポーツ ツーリズム 戦略推進事 業	147,426	113,755	観光メニューとしてのスポーツ・ツーリズムの推進を図るためスポーツイベントのモデル事業を選定し、計画値6事業に対し10事業に支援を行った。なお、新規イベントについてはイベント立ち上げ時にかかる費用の負担軽減のために高率補助を行うなどの改善を図った。	一括交付金 (ソフト)
活動指標名			計画値	実績値
スポーツ・ツーリズムモデル事業数			6事業	10事業
推進状況	平成25年度取組の効果			
順調	新規のスポーツイベントには補助率を高く設定し、2年目以降のスポーツイベントは補助率を下げるなど、スポーツイベントの定着化を図れるよう、支援枠を設定して、スポーツイベントの支援を行ったことにより、県害集客人数が支援イベント合計で2千人を超えるなどの一定の効果が得られた。 また、市町村及びスポーツ団体等を対象にセミナー等を2回開催しスポーツツーリズムの意識啓発を行った。			

#### (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
スポーツ ツーリズム 戦略推進事 業	68,159	観光メニューとしてのスポーツツーリズムの推進を図るためスポーツイベントのモデル事業を5件程度選定し支援を行う。 また、市町村及び関係団体を対象にイベント支援した事業者による、課題や効果等の取組事例発表を行う。		一括交付金 (ソフト)

(3) これまでの改善案の反映状況

新規イベント高率補助を行ったことにより、イベント立ち上げ時の負担を軽減した。市町村及び関係団体を対象にイベント支援した事業者による、課題や効果等の取組事例発表を行い、定着化に向けた取組を促進する。  
 モデル事業の募集にあたっては、観光の閑散期における県外・海外からの誘客が見込まれ、補助終了後の事業の継続性・発展性が見込まれるスポーツイベントであることを広く広報し、成功事例となるイベントの募集に努めた。  
 既存スポーツイベントの拡充を図ることで県外参加者等の誘客を促進するため、高率補助とした。

(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
スポーツコンベンションの開催件数、 県外・海外参加者数	460件 75,056人 (22年)	505件 57,705人 (24年)	510件 82,600人 (28年)	↗	—
スポーツキャンプ合宿の実施件数、 県外・海外参加者数	228件 6,542人 (22年)	282件 8,213人 (24年)	250件 7,200人 (28年)	↗	—
状況説明	スポーツコンベンションの県外・海外参加者数について、現状値が基準値を下回っている主な要因として、平成22年度は「美ら島沖縄総体」開催があり、その大会が終了したことによる減となったものである。				

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)

- ・スポーツイベント開催にあたって、各種競技団体や関係市町村との連携は、イベントの定着化を図るうえで重要である。
- ・スポーツ対象者にとって、沖縄で開催するイベントの魅力をいかに構築できるか留意する必要がある。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

- ・新規スポーツイベントの立ち上げを支援するとともに、支援した事業の定着化をスポーツ・ツーリズムに対する理解を深めるとともに、受入体制を一層高める。
- ・イベント開催にあたっての地域の理解を得るためにも、セミナー等において関係市町村等にスポーツ・ツーリズムの効果を伝え、理解を深めることが必要である。

4 取組の改善案(Action)

- ・市町村及び関係団体を対象にイベント支援した事業者による、課題や効果等の取組事例発表を行い、定着化に向けた取組を促進する。
- ・イベントの実施にあたって、対象者を明確に設定し、沖縄で開催するイベントの魅力を構築できているか、留意する必要がある。

## 「主な取組」検証票

施策展開	3-(6)-ア	沖縄のソフトパワーを活用した新事業・新産業の創出		
施策	②スポーツ関連産業の振興			
(施策の小項目)	○スポーツ・ツーリズムの推進			
主な取組	スポーツ観光誘客促進事業	実施計画 記載頁	222	
対応する 主な課題	○スポーツ関連産業については、観光、健康、ゲーム、ファッション等といった周辺産業と融合が進みポテンシャルの高い産業として全国的に期待が高まっている分野である。			

### 1 取組の概要(Plan)

取組内容	県外・海外などの観光客を戦略的に誘致するため、マラソン、サイクリングイベント等など沖縄のスポーツイベント及びスポーツ環境のプロモーション等を行う。出展件数18件						
年度別計画	24	25	26	27	28	29～	実施主体
		出展18件			→		県
		スポーツ観光のプロモーション				→	
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25年度実績				
事業名	予算	決算見込	活動内容	主な財源
スポーツ観光誘客促進事業	202,426	200,367	沖縄のスポーツ環境をPRするために、プロモーションツールの作成(ロゴ、ポスター、DVD、チラシ等)、見本市等でのプロモーション15件実施した。	一括交付金 (ソフト)
活動指標名			計画値	実績値
見本市の出展等による県外・海外へのプロモーションの実施等			18件	15件
平成25年度取組の効果				
順調	沖縄のスポーツ環境をPRするためにプロモーションツールを作成(ロゴ、ポスター、DVD、チラシ等)し、見本市等により、県外・海外で出展等を行い、本県のスポーツ環境PRに一定程度寄与できた。プロモーション回数については、計画値の18件を下回ったものの雑誌やWEB等の様々な広告媒体を活用して実施したため、概ね当該事業の目的である沖縄のスポーツ環境PRは達成できた。			

#### (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
スポーツ観光誘客促進事業	130,734	プロモーションツールの作成(ポスター、チラシ等)、見本市等でのプロモーション18件	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年度で作成したプロモーションツールを積極的に活用し、より県外・海外への見本市等を活用し、県内のプロスポーツの公式戦を活用するなど、より一層の多角的にプロモーション展開しスポーツアイランド沖縄として認知度向上を図り誘客促進に努める。

(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
スポーツキャンプ合宿の実施件数、県外・海外参加者数	228件 6,542人 (22年)	282件 8,213人 (24年)	250件 7,200人 (28年)	↗	—
状況説明	プロモーションの実施等により、順調に推移している。 プロモーション回数については、目標値を下回ったものの、概ね達成した。 H28目標について、コンベンション件数は順調に推移しており、達成するものと考えている。				

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)

・スポーツの見本市等における出展などのスポーツ環境プロモーションを通じたスポーツアイランド沖縄PRは、一定程度の効果はあったが、アンケート調査等により、沖縄のスポーツについて、夏で行うマリンスポーツのイメージ高いため、冬場でのサイクルイベントの実施状況などの県内のスポーツ環境の認知度向上を図るためのプロモーションは今後とも重要である。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

・これまで行ってきた、見本市の出展に加えて、冬でも温暖である本県の特徴を生かしたプロモーションや県内のプロスポーツチームを活用するなどプロモーションする場を幅広く展開することで、スポーツに起因した誘客を促進する必要がある。

4 取組の改善案(Action)

・今後は、本県の温暖的な優位性を積極的にPRするとともに、bjリーグの琉球ゴールデンキングス、J3リーグのFC琉球、ハンドボールの琉球コラソンなど、県内のプロチーム等の知名度を活かし、各チームの県外で開催される公式戦を活用したプロモーションを図り、沖縄のスポーツアイランド沖縄の認知度向上に努める。

## 「主な取組」検証票

施策展開	3-(6)-ア	沖縄のソフトパワーを活用した新事業・新産業の創出		
施策	②スポーツ関連産業の振興			
(施策の小項目)	○スポーツ・ツーリズムの推進			
主な取組	戦略的MICE誘致促進事業	実施計画 記載頁	222	
対応する 主な課題	○沖縄県は温暖な気候のもと年中スポーツができる環境に恵まれ、プロ野球のキャンプやスポーツイベントが盛んであるものの、スポーツそのものを生かしたビジネスは少ない状況にある。今後は、スポーツを有望な産業資源として捉え、既存産業との連携・融合により関連ビジネスを多数創出していく必要がある。			

### 1 取組の概要(Plan)

取組内容	<p>国内・海外からの新たな需要を取り込むことで、市場の拡大を図り、沖縄MICE産業の発展に繋がる各種事業を継続的・集中的に実施する。</p> <p>具体的には、以下の取組みを行う。</p> <p>①沖縄へのMICE開催を推進するため、「誘致・広報活動」に係る事業を実施する。</p> <p>②沖縄へのMICE開催を推進するため、「開催支援」に係る事業を実施する。</p> <p>③沖縄へのMICE開催を推進するため、「受入体制整備」に係る事業を実施する。</p> <p>④MICE誘致アクションプランや大型MICE施設の詳細機能等に係る調査検討を実施する。</p>						
年度別計画	24	25	26	27	28	29～	実施主体
	100件 MICE開催 支援数		▶				県
	MICE誘致活動、開催支援、受入体制						
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
戦略的MICE誘致促進事業	353,963	316,916	国内外のMICE見本市・商談会参加(8件)及びセミナー開催(海外:4件、国内:8都市)を通じて、誘致・広報事業を実施した。 沖縄県内で開催されるMICEに対して、シャトルバス運行支援や空港歓迎式開催等の支援を489件実施した。 一般県民に向けたMICEの普及・啓蒙のため、シンポジウムを1回開催した。 沖縄MICE推進戦略を検討したとともに、大型MICE施設整備と街づくりに向けた基本構想を策定した。	一括交付金 (ソフト)
活動指標名			計画値	実績値
MICE開催支援件数			100件	489件

推進状況	平成25年度取組の効果
順調	<p>見本市や商談会への出展及びセミナー開催による誘致・広報活動を通じて、MICE開催地としての沖縄の認知度向上が図られた。</p> <p>シャトルバス運行支援や空港歓迎式開催等の支援を通じて、沖縄でのMICE開催件数や参加者増大、参加者の満足度向上に繋がった。</p> <p>シンポジウム開催による受入体制整備を通じて、県民のMICEに対する理解度を高め、MICE受入体制の改善へ向けた意識が醸成された。</p>

(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
戦略的MICE誘致促進事業	301,790	<p>国内外から新たな需要を取り込むことで市場の拡大を図るため、MICEの誘致活動や開催地としての認知度向上を目的として、見本市出展等による広報、シャトルバス運行支援及び空港歓迎式開催等による支援、MICE受入人材やユニークベニチャーの育成等による受入体制の整備を実施する。</p>	一括交付金(ソフト)

(3) これまでの改善案の反映状況

<p>プロモーション訴求対象や媒体の取捨選択、支援対象要件の絞り込みを行った。また、年間における各活動の実施時期を見直し、各活動の結果を連動させたことで、市場への継続的な情報発信を行うことが出来た。</p> <p>単年度の予算措置によらない将来の開催を見据えた支援スキームを継続して検討中。</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
—	—	—	—	—	—
参考データ	沖縄県の現状・推移			傾向	全国の現状
MICEの開催件数・参加者数	486件 66,195人 (23年度)	558件 89,831人 (25年度)	786件 136,195人 (28年)	↗	2,337件 156,914人 (24年度)
状況説明	<p>平成24年度よりMICE開催件数は27件の増(531件→558件)、MICE参加者数は3,878人の増(85,953人→89,831人)となった。本事業の取組みによって、平成28年度の目標は達成できる見込みである。</p>				

### 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)

- ・Incentive tour及びConventionを重点的に、誘致におけるキーパーソン・中核企業・ターゲットにする産業分野等を的確に把握してネットワークを構築する。
- ・沖縄の観光地としての魅力だけでなく、MICE主催者の目的を達成させる要素を的確に情報発信する。
- ・スポーツや文化・芸能分野を含めMICEの開催ニーズは年々多種多様化してきており、今後も変化することが推測される。
- ・県内業者や県民におけるMICE受入体制が整備されていない。

#### (2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

- ・常に、スポーツや文化・芸能分野に関するMICE等市場の動向を把握・分析するマーケティング活動が必要である。
- ・MICE受入の基礎となるMICE対応人材の拡充や、参加者の満足度向上に繋がる体制整備が必要である。

### 4 取組の改善案(Action)

- ・これまでの商談案件やキーパーソン情報をデータベース化し、誘致活動に活用していく。
- ・地域が連携してMICEの誘致－受注－運営という一連のサービスを提供できる担い手を増やしていく。
- ・官民の枠を超えた県内MICE関係者の協働体制のあり方について検討していく。

## 「主な取組」検証票

施策展開	3-(6)-ア	沖縄のソフトパワーを活用した新事業・新産業の創出		
施策	②スポーツ関連産業の振興			
(施策の小項目)	○スポーツ・ツーリズムの推進			
主な取組	スポーツキャンプ訪問観光促進事業	実施計画 記載頁	222	
対応する 主な課題	○沖縄県は温暖な気候のもと年中スポーツができる環境に恵まれ、プロ野球キャンプやスポーツイベントが盛んであるものの、スポーツそのものを生かしたビジネスは少ない状況にある。今後は、スポーツを有望な産業資源として捉え、既存産業との連携・融合により関連ビジネスを多数創出していく必要がある。			

### 1 取組の概要(Plan)

取組内容	スポーツキャンプの見学等を目的とした新規観光誘客を図るため、受入市町村やスポーツキャンプ実施団体等と連携し、スポーツキャンプ関係旅行商品の開発や、情報の発信、魅力的な観光資源の開発等を行う。						
年度別計画	24	25	26	27	28	29～	実施主体
	スポーツキャンプ訪問観光促進への取り組み						県 市町村
担当部課	文化観光スポーツ部 スポーツ振興課						

### 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
スポーツキャンプ訪問観光促進事業委託	61,000	61,000	関係機関との連携・協力を更に強化したうえで、情報発信Webサイトの設置、プロ野球球団と連携したツアーの開発、プロ野球キャンプ会場における市町村との共同ブースの設置等を行った。	一括交付金 (ソフト)
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	キャンプ地来訪へのPR活動、広報・宣伝、情報Webサイトの設置、情報発信拠点の設置等を行いスポーツキャンプを目的とした新たな観光誘客に寄与した。市町村との共同ブースの出展により情報の共有が図られ、キャンプ来訪者に様々な情報を提供することができた。			

#### (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
スポーツキャンプ訪問観光促進事業委託	51,345	スポーツキャンプを活用した、新規誘客、地域活性化、スポーツキャンプ地沖縄の認知度向上を図るためのプロモーションを行う。	一括交付金 (ソフト)

(3) これまでの改善案の反映状況

関係機関との連携・協力を強化したことで、受入市町村、スポーツキャンプ実施団体、野球関係企業等との共同の取り組みを実施することができ、キャンプ期間中の魅力的な旅行商品や、コンテンツを開発することができた。

(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
スポーツキャンプ合宿の実施件数、県外・海外参加者数	228件 6,542人 (22年)	282件 8,213人 (24年)	250件 7,200人 (28年)	—	—
状況説明	スポーツキャンプへの来訪者数や、スポーツキャンプによる経済効果等は増加傾向が見られる。 プロ野球キャンプへの来訪者数：H23年度25万3,000人→H25年度31万9,500人 プロ野球キャンプによる経済効果：H23年度86億4,800万円→H25年度88億8,000万円				

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)

・近年、スポーツキャンプについては、キャンプ地の誘致競争が激化しており、今後スポーツキャンプ集積地ならではの取り組みが必要である。キャンプ観光プロモーション等に係るイメージ・情報発信の統一のための球団、県、市町村との連携が不十分である。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

・スポーツキャンプを活用した新規誘客のためには、キャンプ地やキャンプ実施球団との連携が不可欠であるが、キャンプ実施団体、県、市町村、三者の連携が不十分である。スポーツキャンプ実施団体、受入市町村とのネットワークを強化するため、スポーツコンベンション振興協議会等とのキャンプ観光に係る推進体制、情報共有を強化する。

4 取組の改善案(Action)

・事業実施前に各市町村、スポーツキャンプ実施団体との意見交換等を実施し、スポーツキャンプを活用した新規誘客や地域活性の取り組みについての認識、課題等を共有する。

## 「主な取組」検証票

施策展開	3-(6)-ア	沖縄のソフトパワーを活用した新事業・新産業の創出		
施策	②スポーツ関連産業の振興			
(施策の小項目)	○スポーツ・ツーリズムの推進			
主な取組	離島等スポーツ交流活性化事業	実施計画 記載頁	223	
対応する 主な課題	○観光リゾート産業のさらなる振興に向けては、沖縄の重要な観光資源である自然環境や「沖縄らしい」風景・景観の保全・再生を図りつつ、文化、スポーツ、医療サービス等を観光資源として利活用し、沖縄観光の魅力の再構築を図るなど、世界水準の観光リゾート地としてのブランドイメージを高めることが重要な課題である。			

### 1 取組の概要(Plan)

取組内容	離島等におけるスポーツへの関心や取組を喚起し、離島住民のスポーツツーリズムへの理解を深めるとともに、受入体制の整備と沖縄県全域でのスポーツアイランド沖縄の実現に貢献することを目的に、スポーツコンベンションに触れる機会の少ない小規模離島を中心として、県内のトップアスリートを活用したスポーツ教室・交流を開催する。						
年度別計画	24	25	26	27	28	29～	実施主体
	スポーツ教室、スポーツ交流の実施						県
	担当部課 文化観光スポーツ部 スポーツ振興課						

### 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
離島等スポーツ交流活性化事業委託	47,800	46,909	より多くの離島でのスポーツ教室が行えるよう事業開始時期を早めたうえで、サッカー、バスケットボール、陸上競技など、離島におけるスポーツ教室・交流を18離島(鳩間島、来間島など)で実施した。	一括交付金(ソフト)
活動指標名			計画値	実績値
離島におけるスポーツ教室・交流の開催			18離島	18離島
推進状況	平成25年度取組の効果			
順調	普段スポーツコンベンションに触れる機会の少ない小規模離島(鳩間島、来間島など)を主な対象として、鳩間島に大見謝恒章氏を招き、24人とバドミントンをするスポーツ教室・交流等を行うことにより、スポーツに触れる機会(見る、参加する)を創出した。			

#### (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
離島等スポーツ交流活性化事業委託	39,906	小規模離島を主な対象として、沖縄の有するトップアスリートなどのスポーツ資源を活用したスポーツ教室の開催や本島や県外の児童・生徒とのスポーツ交流等を行う。計画値は23離島。	一括交付金(ソフト)

(3) これまでの改善案の反映状況

児童・生徒だけでなく、離島のスポーツ関係者を対象に講習を行うなど、より効果的な実施に努めた。  
より多くの離島でのスポーツ教室が行えるよう事業開始時期を早めた。また、受託事業者間で、実施する場所が重ならないよう、調整を行った。

(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	—				

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)

・離島でのスポーツ教室や交流の受入れについては、教育委員会や学校、競技団体との協力体制が不可欠であり、その体制を築くには、今後も継続的な取り組みが必要である。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

・今後は、教育委員会や学校、競技団体以外の関係者も、積極的に参加を促す取り組みが必要。  
・各離島の団体等が主体的にスポーツコンベンションの企画・運営を行うことが継続的な開催の観点からは望ましい。そのためには、県内のトップアスリートを抱えるスポーツチームや団体等と各離島とのネットワークの強化や、当事業の目的・趣旨に対する理解を促していく必要がある。

4 取組の改善案(Action)

・平成26年度は、離島関係者とスポーツチーム・団体等とのネットワークの強化を促す。  
・事業の継続性等に向けての検討を行う。



## 「主な取組」検証票

施策展開	3-(6)-ア	沖縄のソフトパワーを活用した新事業・新産業の創出		
施策	②スポーツ関連産業の振興			
(施策の小項目)	○スポーツ・ツーリズムの推進			
主な取組	スポーツコンベンション誘致事業	実施計画 記載頁	223	
対応する 主な課題	○沖縄県は温暖な気候のもと年中スポーツができる環境に恵まれ、プロ野球キャンプやスポーツイベントが盛んであるものの、スポーツそのものを生かしたビジネスは少ない状況にある。今後は、スポーツを有望な産業資源として捉え、既存産業との連携・融合により関連ビジネスを多数創出していく必要がある。			

### 1 取組の概要(Plan)

取組内容	国内外からのスポーツコンベンションの誘致を図るため、情報の発信や、各種スポーツコンベンションの歓迎支援策等を実施する。						
年度別計画	24	25	26	27	28	29～	実施主体
	沖縄のスポーツコンベンション環境の県外への広報・誘致活動					→	県
担当部課	文化観光スポーツ部 スポーツ振興課						

### 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
スポーツコンベンション振興対策事業委託	4,056	4,056	スポーツコンベンション主催者や、その他関係団体等との連携を強化し、参加者やスポーツ愛好家の視点からみた効果的なスポーツコンベンションへの参加を促すPRとして、サイクリングやマラソンのリーフレット、プロ野球キャンプのWebサイトやガイドブック等の情報発信ツールを作成した。球団を活用した沖縄観光PR、第68回九州陸上競技選手権大会におけるプロモーション支援、NIVEA MEN CUP草野球親善試合開催に伴う歓迎セレモニー等のスポーツ歓迎支援策を行った。	県単等
活動指標名			計画値	実績値
沖縄のスポーツコンベンション環境の県外への広報・誘致活動			7件	7件

推進状況	平成25年度取組の効果
順調	<p>観光庁スポーツ観光推進室長らを招聘し、オールジャパンでのスポーツ振興において沖縄におけるスポーツ環境の優位性や事業の取り組みをPRしてもらうべく視察いただいた。また、サイクリングやマラソンのリーフレット、プロ野球キャンプのWebサイトやガイドブック等の情報発信ツールの作成等の沖縄のスポーツコンベンション環境の県外への広報や、プロ野球チームを活用した沖縄観光PR、第68回九州陸上競技選手権大会におけるプロモーション支援、NIVEA MEN CUP草野球親善試合開催に伴う歓迎セレモニー等のスポーツコンベンション開催者や参加者へ歓迎策を実施することにより、本県の良好なスポーツコンベンション環境を広くPRすることができた。広報・誘致活動は計画値7件に対し、実績値7件と100%の達成率となった。</p>

(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
スポーツコンベンション振興対策事業委託	4,172	<p>沖縄へのスポーツコンベンション誘致の可能性のあるスポーツ関係者の招聘や、Webサイトや専門誌等を活用した沖縄のスポーツコンベンション環境の広報ツールの作成や、県内で実施されるスポーツコンベンションに対する歓迎支援策を実施する。</p>	県単等

(3) これまでの改善案の反映状況

<p>沖縄へのスポーツコンベンション誘致の可能性のあるスポーツ関係者の招聘した。広報ツールの作成については、より誘致・誘客効果が高くなってきているサイクリングやマラソン等に重点を置いた。 スポーツコンベンション主催者や、その他関係団体等との連携を強化し、参加者やスポーツ愛好家の視点からみた効果的なスポーツコンベンションへの参加を促すPRを行った。</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
—	—	—	—	—	—
参考データ	沖縄県の現状・推移			傾向	全国の現状
スポーツコンベンションの県内参加者数	66,739人 (22年)	76,373人 (24年)	77,000人 (28年)	↗	—
状況説明	<p>スポーツコンベンションの内、スポーツイベントへの県内からの参加者が増えてきており、H28目標値を達成する見込みである。 (平成22年度:県内参加者58,914人→平成24年度:県内参加者66,360人、沖縄県スポーツコンベンション振興協議会調べ)</p>				

### 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)

- ・沖縄へのスポーツコンベンション誘致の可能性のあるスポーツ関係者の招聘した。
- ・プロ野球キャンプの誘致にあたっては、他の都道府県との間で競争が激しくなっている。キャンプ観光プロモーション等に係るイメージ・情報発信の統一のための球団、県、市町村との連携が不十分である。

#### (2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

- ・沖縄へのスポーツコンベンション誘致の可能性のあるスポーツ関係者を招聘する。
- ・当事業実施にあたり、スポーツコンベンションの受入や歓迎・支援を行う市町村との連携はあるが、他の関係団体等との連携が少なく、県内スポーツコンベンション参加者や県内の各スポーツ実施者・スポーツ愛好家の視点からみた取り組みが必要。広報の方法については、より効果的な手法であるよう、種目を絞ったPRを行う。

### 4 取組の改善案(Action)

- ・沖縄へのスポーツコンベンション誘致の可能性のあるスポーツ関係者を招聘する。
- ・他の都道府県とは異なる沖縄県の優位性を各種スポーツごとに整理し、ポイントを絞ったPRを行う。サイクリング、マラソン等の重点種目を中心にPRを行う。