

## 観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和4年12月 2日

### 1. 観光地域づくり法人の組織

申請区分 ※該当するものを ○で囲むこと	広域連携DMO・地域連携DMO・ <u>地域DMO</u>	
観光地域づくり法人の名称	(一社) 沖縄市観光物産振興協会	
マーケティング・マネジメント対象とする区域	区域を構成する地方公共団体名 沖縄県沖縄市	
所在地	沖縄県沖縄市上地 1-1-1	
設立時期	昭和 42 年 12 月 28 日設立 平成 26 年 4 月 1 日 (一般社団法人化)	
職員数	18 人【常勤 15 人 (正職員 4 人・業務委託 1 人・契約社員 10 人)、パート 3 人】	
代表者 (トップ人材：法人の取組について対外的に最終的に責任を負う者) ※必ず記入すること	(氏名) 宮里 好一 (出身組織名) 医療法人タピック理事長 (一社) 沖縄市観光物産振興協会理事	医療・観光を包含する事業領域で経営者として活躍。医療法人タピックの代表者として、また当観光協会の副会長として、本県の観光開発にも積極的に参画している。 儲かる観光地経営の沖縄市代表として、DMO の最終責任を預かる。
データ収集・分析等の専門人材 (CMO：チーフ・マーケティング・オフィサー) ※必ず記入すること	(氏名) 金城 諭 「専従」 (出身組織名) 一般社団法人沖縄市観光物産振興協会	約 24 年一貫して当観光協会に従事。現場作業から観光戦略まで幅広い知見を持ち、沖縄市の観光振興に従事。市内事業所、地域団体等とのネットワークも深く、各団体との調整、データ収集から分析に至る業務を一手に担う。DMO 推進委員会の事務局業務もマネジメント担当とともに担当する。
財務責任者 (CFO：チーフ・フィナンシャル・オフィサー) ※必ず記入すること	(氏名) 島袋隆 (出身組織名) 中部観光バス株式会社代表取締役社長 (一社) 沖縄市観光物産振興協会会長	大学卒業後、琉球銀行に入行。 沖縄市の様々な事業の監査を実施。2016 年から観光協会の会長に就任。 協会のキャッシュフローの改善・累積損失一掃、黒字化を実現
DMO 推進委員会事務局	(氏名) 花城康貴 「専従」 (出身組織名) 一般社団法人沖縄市観光物産振興協会事務局次長	(沖縄の伝統芸能エイサーの青年会を経験後、雑誌制作会社、市嘱託職員を経て 2011 年に観光協会へ入職。デザイン能力にてたけており、協会独自ブランドのデザインなども担当。現在は物産事業を主に担当しながら次長職を行う。

(別添) 様式 1

DMO 推進委員会事務局	(氏名) 宮城高士「専従」 一般社団法人沖縄市観光物産振興協会	名桜大学を卒業後、県外の会社員経験を経て2013年に観光協会へ入職。伝統芸能エイサーの青年会で役員などを経験。現在はイベント事業などを担当。
DMO 推進委員会事務局	(氏名) 並里 義史「専従」 (出身組織名) 一般社団法人沖縄市観光物産振興協会	韓国留学を経て、一般財団法人沖縄観光コンベンションビューローにてスポーツコンベンション事業に従事。誘客促進、コンベンション誘致の知見を活かし、沖縄市の観光地形成全体をマネジメントする
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 沖縄市 経済文化部 観光スポーツ振興課 (観光施策) <ul style="list-style-type: none"> <li>・ DMO と連携した観光統計調査の実施</li> <li>・ DMO と連携した観光振興事業の実施</li> </ul> </li> <li>■ 沖縄市 経済文化部 商工振興課 (地域振興) <ul style="list-style-type: none"> <li>・ DMO と連携した商店街振興策の実施</li> <li>・ DMO と連携した新商品の企画、開発、広告宣伝、販売</li> </ul> </li> <li>■ 沖縄市 経済文化部 文化芸能課 (文化振興／エイサー・伝統芸能) <ul style="list-style-type: none"> <li>・ DMO と連携したエイサー関連イベントの実施</li> <li>・ DMO と連携した国際カーニバルなどの大きなイベントの実施</li> <li>・ DMO と連携した音楽イベントなどの実施・運営</li> </ul> </li> <li>■ 沖縄市 企画部 プロジェクト推進室 <ul style="list-style-type: none"> <li>・ DMO と連携したアリーナの活用 (地域振興)</li> </ul> </li> <li>■ 沖縄市 経済文化部 企業誘致課 <ul style="list-style-type: none"> <li>・ コワーキング施設を活用したワーケーションの誘致</li> </ul> </li> <li>■ 中部広域事務組合 <ul style="list-style-type: none"> <li>・ クルーズ船の誘致、受入活動</li> <li>・ 広域連携組織 (最上広域) との関係構築、新庄市産業まつりの参加運営</li> </ul> </li> <li>■ 沖縄県文化観光スポーツ部観光振興課</li> <li>■ 沖縄県文化観光スポーツ部スポーツ振興課 <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 県内スポーツ球団を活用した沖縄県 PR 事業</li> </ul> </li> <li>■ うるま市経済部観光振興課 <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 広域観光周遊ルート作成</li> </ul> </li> </ul>	
連携する事業者名及び役割	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 中部観光バス (観光動線改善)、</li> <li>・ 沖縄市コザホテル組合・コザ商店街連合会・東南植物楽園 (誘客施策連携)、</li> <li>・ コザ信用金庫・沖縄市中心市街地活性化協議会 (地域連携推進)、</li> <li>・ 沖縄商工会議所 (観光関連企業振興)、</li> <li>・ 沖縄観光コンベンションビューロー (観光施策の連携相互協力)</li> <li>・ 沖縄市青年団協議会 (エイサーの継承と広報)</li> <li>・ FC 琉球、琉球ゴールデンキングス (スポーツの観光活用)</li> <li>・ うるま市観光物産協会 (広域観光周遊ルートの策定)</li> </ul>	
官民・産業間・地域間との持続可能な連携を図るための合意形成の仕組み	<p>【該当する登録要件】①②</p> <p>観光事業者・物産事業者それぞれの代表者による委員会を設置しており、沖縄市域の観光・物産振興に係る案件を協議してきたところであり、また DMO 地域連絡協議会」を設置し DMO の大きな方針に関し合意形成を図る会議体を持って</p>	

(別添) 様式 1

	<p>いる。その協議会の中に「DMO 推進委員会」を設置し、より精緻な観光施策とPDCA サイクルの確立のための会議体を設置。</p> <p>その他、沖縄市観光振興機関補助金の受領団体として隔週で市役所と定例会を実施。</p> <p>今年度もスポーツの領域で沖縄観光コンベンションビューロー（OCVB）から「沖縄プロスポーツを活用した観光誘客事業」を引き続き受託し、OCVB とは月に数度の定例会も実施している。</p> <p>また、スポーツ庁からの補助事業でスポーツコミッション事業として、スポーツ施設予約システムの構築や関係団体との連携会議などを開催。</p> <p>その他、官民連携（対沖縄市）・民・民連携は以前から実施。民学連携（琉球大学・沖縄国際大学・沖縄女子短期大学）も講義を持つことにより実施。特にまちを活用した地域振興に力点を置く。</p> <p>また、当協会主導で中部地域観光協会会議も実施。コロナ禍の中だったので、リモートでの実施。</p> <p>コロナ禍においては観光協会会員向けに沖縄市観光統計調査で得たデータ解説をオンライン説明会にて開催し、データを元に作る沖縄市の誘客戦略への理解を深めてもらった。</p> <p>厚労省事業にてリハビリに特化したメディカルツーリズムの推進を行なっている。</p>				
<p>地域住民に対する観光地域づくりに関する意識啓発・参画促進の取組</p>	<p>商店街経営者・観光従事者・アリーナ関係者も交えて実施。</p> <p>観光統計調査業務による分析結果を基に、勉強会「沖縄市観光をデータから考える会」を実施の他、令和3年度には分析結果を協会会員や関係者へ説明会を実施（コロナ禍で緊急事態宣言下のためYouTube ライブにて配信）。</p> <p>沖縄市・うるま市の周遊促進事業（おきなわの歴史・文化体験）に関する会議を実施。令和3年度には具体的なコース設定を行うためにワークショップを行なっている。</p> <p>その他、プロスポーツチームと連携しての商品作りを地域と話し合いを行なっている。</p>				
<p>法人のこれまでの活動実績</p>	<p>(活動の概要)</p> <table border="1" data-bbox="432 1279 1409 2016"> <thead> <tr> <th data-bbox="432 1279 619 1330">事業</th> <th data-bbox="619 1279 1409 1330">実施概要</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="432 1330 619 2016"> <p>情報発信・プロモーション</p> </td> <td data-bbox="619 1330 1409 2016"> <p>・令和3年度</p> <p>①観光宣伝活動</p> <p>令和3年度も長引くコロナウイルス感染症の影響もあり予定していた観光PRがほとんど実施できない状況でしたが、緊急事態宣言下の沖縄から受け入れていただける催事やイベントへは参加させていただき観光PR・誘客宣伝活動をしました。特に映画「ミラクルシティコザ」に関連したイベントでは沖縄市の情報誌及びロケ地マップが好評でした。</p> <p>また、情報発信についてはデジタルマーケティングチームで分析を行いながら沖縄市の観光ポータルサイト「KOZAWEB」や当会ホームページ、SNSを中心に時期に合わせたタイムリーな情報発信を行い、多くの閲覧者に沖縄市への来訪意欲や購買意欲の向上へつなげました。</p> <p>②スポーツツーリズム</p> <p>令和3年度も引き続きJリーグ・Bリーグ及び広島カーブなどプロスポーツを活用してのプロモーション及び誘客活動ができました。特に県や市から受託した事業と連携し効果的なプロモーション活動ができ、新たな試みとしてはFC琉球の協力をいただき、アウェー琉球戦のチケット先行販売を訪</p> </td> </tr> </tbody> </table>	事業	実施概要	<p>情報発信・プロモーション</p>	<p>・令和3年度</p> <p>①観光宣伝活動</p> <p>令和3年度も長引くコロナウイルス感染症の影響もあり予定していた観光PRがほとんど実施できない状況でしたが、緊急事態宣言下の沖縄から受け入れていただける催事やイベントへは参加させていただき観光PR・誘客宣伝活動をしました。特に映画「ミラクルシティコザ」に関連したイベントでは沖縄市の情報誌及びロケ地マップが好評でした。</p> <p>また、情報発信についてはデジタルマーケティングチームで分析を行いながら沖縄市の観光ポータルサイト「KOZAWEB」や当会ホームページ、SNSを中心に時期に合わせたタイムリーな情報発信を行い、多くの閲覧者に沖縄市への来訪意欲や購買意欲の向上へつなげました。</p> <p>②スポーツツーリズム</p> <p>令和3年度も引き続きJリーグ・Bリーグ及び広島カーブなどプロスポーツを活用してのプロモーション及び誘客活動ができました。特に県や市から受託した事業と連携し効果的なプロモーション活動ができ、新たな試みとしてはFC琉球の協力をいただき、アウェー琉球戦のチケット先行販売を訪</p>
事業	実施概要				
<p>情報発信・プロモーション</p>	<p>・令和3年度</p> <p>①観光宣伝活動</p> <p>令和3年度も長引くコロナウイルス感染症の影響もあり予定していた観光PRがほとんど実施できない状況でしたが、緊急事態宣言下の沖縄から受け入れていただける催事やイベントへは参加させていただき観光PR・誘客宣伝活動をしました。特に映画「ミラクルシティコザ」に関連したイベントでは沖縄市の情報誌及びロケ地マップが好評でした。</p> <p>また、情報発信についてはデジタルマーケティングチームで分析を行いながら沖縄市の観光ポータルサイト「KOZAWEB」や当会ホームページ、SNSを中心に時期に合わせたタイムリーな情報発信を行い、多くの閲覧者に沖縄市への来訪意欲や購買意欲の向上へつなげました。</p> <p>②スポーツツーリズム</p> <p>令和3年度も引き続きJリーグ・Bリーグ及び広島カーブなどプロスポーツを活用してのプロモーション及び誘客活動ができました。特に県や市から受託した事業と連携し効果的なプロモーション活動ができ、新たな試みとしてはFC琉球の協力をいただき、アウェー琉球戦のチケット先行販売を訪</p>				

		<p>問先で行うことで直接来市を促すことができた他ほか、モニターツアーを募集しアウェー観戦ツアーを体験いただく実証も行いました。</p> <table border="1" data-bbox="635 302 1390 701"> <thead> <tr> <th colspan="6">スポーツツーリズム実績</th> </tr> <tr> <th>No</th> <th>期日</th> <th>方式</th> <th>訪問先</th> <th>内容</th> <th>予算</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>7月</td> <td>現地訪問</td> <td>石川県金沢市</td> <td>FC琉球アウェイ戦(ツエーゲン金沢)</td> <td>沖縄市</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>7月</td> <td>オンライン</td> <td>コザ運動公園体育館</td> <td>フランス男子バレーボール選手交流会</td> <td>沖縄市</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>9月</td> <td>現地訪問</td> <td>広島県広島市</td> <td>沖縄市 GO ナイター</td> <td>沖縄市</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>10月</td> <td>現地訪問</td> <td>石川県金沢市</td> <td>J2 公式戦観光プロモーション (金沢 VS 新潟)</td> <td>OCVB・協会</td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>10月</td> <td>現地訪問</td> <td>東京都町田市</td> <td>J2 公式戦観光プロモーション (町田 VS 千葉)</td> <td>沖縄市・協会</td> </tr> <tr> <td>6</td> <td>10月</td> <td>現地訪問</td> <td>富山県砺波市</td> <td>琉球ゴールデンキングスアウェイ戦 (富山)</td> <td>沖縄市・協会</td> </tr> <tr> <td>7</td> <td>11月</td> <td>現地訪問</td> <td>茨城県鹿嶋市</td> <td>J1 公式戦観光プロモーション (鹿島 VS 大分)</td> <td>沖縄市</td> </tr> <tr> <td>8</td> <td>12月</td> <td>現地訪問</td> <td>東京都渋谷区</td> <td>琉球ゴールデンキングスアウェイ戦 (渋谷)</td> <td>OCVB・沖縄市</td> </tr> <tr> <td>9</td> <td>2月</td> <td>現地訪問</td> <td>東京都町田市</td> <td>FC琉球アウェイ戦(町田ゼルビア)</td> <td>沖縄市・協会</td> </tr> </tbody> </table> <p>③スポーツによるまちづくり・地域活性化活動支援事業          スポーツ庁予算を活用し、コザ運動公園の予約システムの開発をしております。これにより利用者の予約が安易になり、スポーツ合宿などの利用促進へつなげると考えています。</p> <p>④県内スポーツ活用プロモーション業務          観光コンベンションビューローより受託          琉球ゴールデンキングス・FC 琉球と共に県外の B リーグ・J リーグのアウェイゲームにて沖縄県・沖縄市を PR</p> <p>④B リーグオールスターゲームなどを活用したプロモーション業務          2022 年に沖縄アリーナにて開催する B リーグオールスターでの誘客プロモーションを他県で行った。          ※コロナの影響で開催は中止</p> <p>⑤観光広報事業／沖縄市より受託          観光情報誌作成、飲み歩きイベント開催、ちゃんぶる～沖縄市大使の ISSA によるトークイベント開催。</p> <p>④沖縄市・うるま市周遊事業／沖縄市より受託          沖縄市・うるま市の歴史・文化資源を活用した周遊観光促進、コース造成など</p> <p>⑥誘客プロモーション事業／沖縄市より補助          特色ある「沖縄市」をよりアピールするために、「観光ガイドの養成」「観光メニュー造成」「情報発信」を実施。コロナ禍での緊急事態宣言中は特集記事などで沖縄市を楽しむ情報発信や終息後に来市した際に役立つ情報を発信。</p> <p>⑥コザフィルムオフィス事業／沖縄市より補助          映画や CM などの撮影の誘致・撮影協力・観光誘客を実施年間 115 の案件の撮影協力を実績として残す</p>	スポーツツーリズム実績						No	期日	方式	訪問先	内容	予算	1	7月	現地訪問	石川県金沢市	FC琉球アウェイ戦(ツエーゲン金沢)	沖縄市	2	7月	オンライン	コザ運動公園体育館	フランス男子バレーボール選手交流会	沖縄市	3	9月	現地訪問	広島県広島市	沖縄市 GO ナイター	沖縄市	4	10月	現地訪問	石川県金沢市	J2 公式戦観光プロモーション (金沢 VS 新潟)	OCVB・協会	5	10月	現地訪問	東京都町田市	J2 公式戦観光プロモーション (町田 VS 千葉)	沖縄市・協会	6	10月	現地訪問	富山県砺波市	琉球ゴールデンキングスアウェイ戦 (富山)	沖縄市・協会	7	11月	現地訪問	茨城県鹿嶋市	J1 公式戦観光プロモーション (鹿島 VS 大分)	沖縄市	8	12月	現地訪問	東京都渋谷区	琉球ゴールデンキングスアウェイ戦 (渋谷)	OCVB・沖縄市	9	2月	現地訪問	東京都町田市	FC琉球アウェイ戦(町田ゼルビア)	沖縄市・協会
スポーツツーリズム実績																																																																				
No	期日	方式	訪問先	内容	予算																																																															
1	7月	現地訪問	石川県金沢市	FC琉球アウェイ戦(ツエーゲン金沢)	沖縄市																																																															
2	7月	オンライン	コザ運動公園体育館	フランス男子バレーボール選手交流会	沖縄市																																																															
3	9月	現地訪問	広島県広島市	沖縄市 GO ナイター	沖縄市																																																															
4	10月	現地訪問	石川県金沢市	J2 公式戦観光プロモーション (金沢 VS 新潟)	OCVB・協会																																																															
5	10月	現地訪問	東京都町田市	J2 公式戦観光プロモーション (町田 VS 千葉)	沖縄市・協会																																																															
6	10月	現地訪問	富山県砺波市	琉球ゴールデンキングスアウェイ戦 (富山)	沖縄市・協会																																																															
7	11月	現地訪問	茨城県鹿嶋市	J1 公式戦観光プロモーション (鹿島 VS 大分)	沖縄市																																																															
8	12月	現地訪問	東京都渋谷区	琉球ゴールデンキングスアウェイ戦 (渋谷)	OCVB・沖縄市																																																															
9	2月	現地訪問	東京都町田市	FC琉球アウェイ戦(町田ゼルビア)	沖縄市・協会																																																															

	<p>受入環境の整備</p>	<p>・令和3年年度 ① ガイド養成業務 着地型体験メニューのガイドとして養成講座を実施、また現役ガイドへは補講・追加講座を実施をしスキルアップを図った。</p>	
	<p>観光資源の磨き上げ</p>	<p>・令和3年年度 ①エイサー検定事業／沖縄市より受託市が運営するエイサー会館において、ホームページ上でエイサーに係る問題を作成。3～1 級まで設定し、合格すると合格証を郵送する事業。 システム開発、問題作成、採点、合格証発送まで一連の仕組みの構築 ②観光統計調査業務（予算総額：2,433 千円）／沖縄市より受託 観光消費額や宿泊調査、満足度調査などを行う。 ③コロナ禍を乗り越えるための文化芸術活動の充実支援業務 若手演者の出演機会創出など ④地域の医療・観光資源を活用した外国人受入れ推進のための調査・展開事業／厚生労働省より支援 地域の医療・観光・地方公共団体等の連携や、訪日外国人受入れに係る医療環境の整備等の促進 リハビリ治療を受け入れることで長期滞在を促す、期間中は病院ではなく市内ホテルに滞在し、リハビリ技師がホテルへ訪れてリハビリ治療を行う。 また、伝統芸能のエイサーの動きをリハビリに活用するために理学療法士・作業療法士との商品造成や、動物園・植物園を活用したセラピーなどの商品開発などを行なった。 主に中国の富裕層をターゲットにおき、JMHC の支援のもと医療系エージェントとのマッチングやニーズ調査を行なった。 また、中国深圳の病院と繋がり、将来的な連携を約束。 コロナ終息後に提携を行う予定 ⑤沖縄アリーナと中心市街地を繋ぐモビリティサービスに関する調査・実証事業 沖縄アリーナと中心市街地を電動キックボードを活用し調査実証事業 ⑥フランス男子バレーボールチーム受け入れサポート</p>	
	<p>(定量的な評価)</p>		

(別添) 様式 1

実施体制

※地域の関係者との連携体制及び地域における合意形成の仕組みが分かる図表等を必ず記入すること(別添可)。

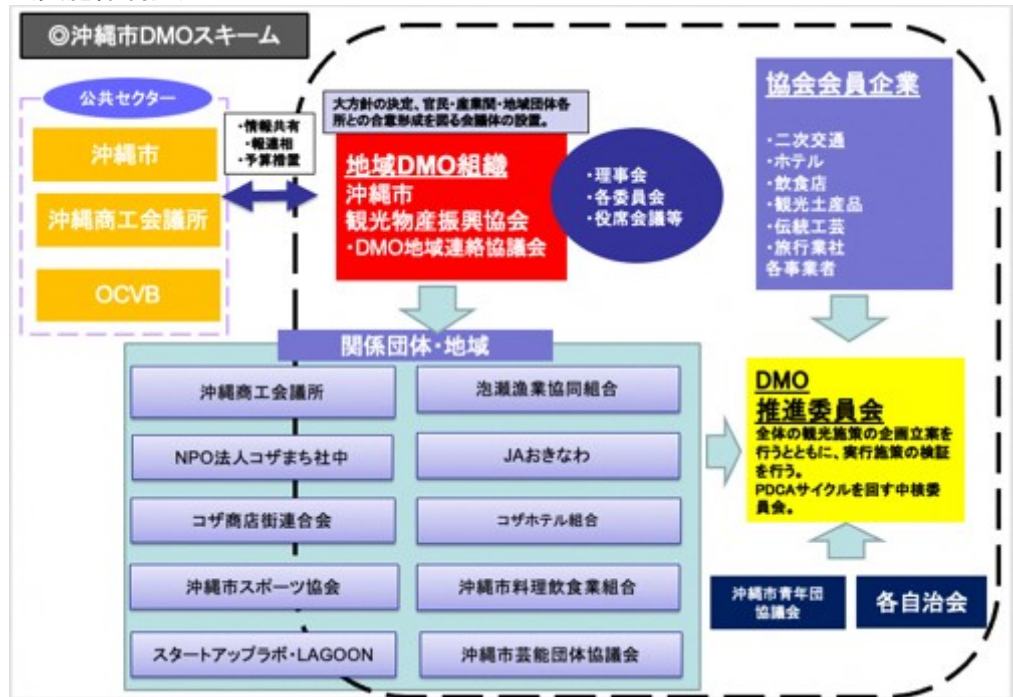
(実施体制の概要)

(一社) 沖縄市観光物産振興協会を運営主体とした「DMO 地域連絡協議会」を設置。行政、宿泊業者、商店街組合、飲食業者のみならず、交通事業者、文化芸能団体、地域青年会など多様な関係者が参画し、広い分野の協議のみならず、ニッチな観光施策の企画運営も視野に体制を構築する。

～ 一般社団法人沖縄市観光物産振興協会内組織体制 ～

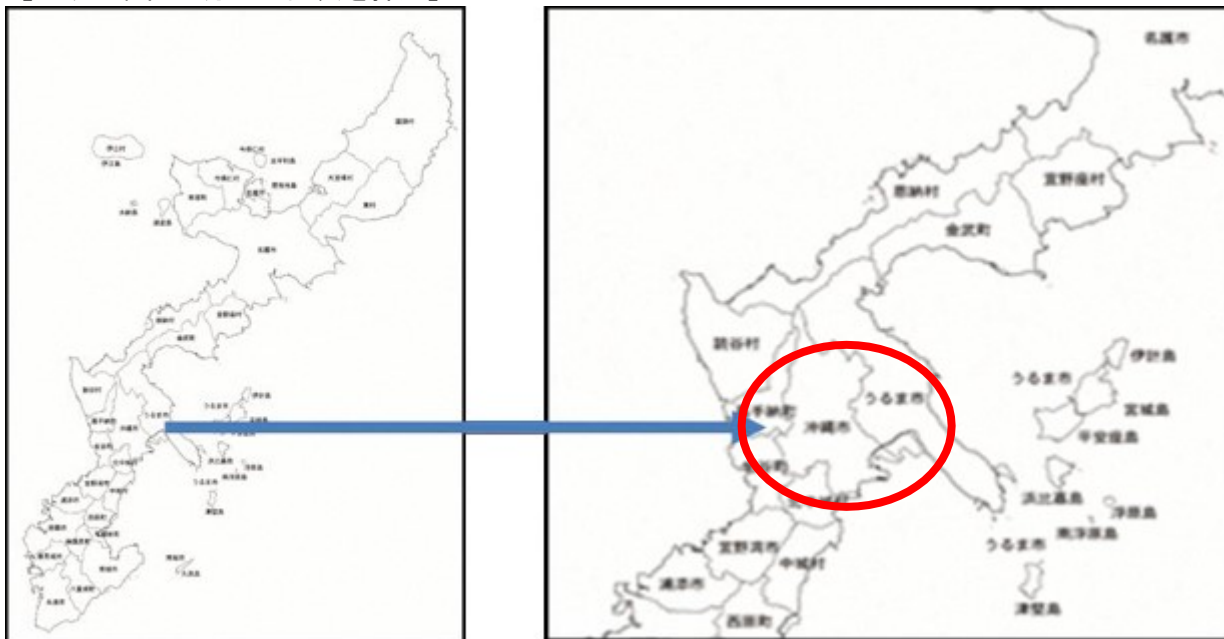
- ・ 理事会  
 会長 島袋 隆 (中部観光バス株式会社)  
 副会長 與座 美香 (のぼりや製菓有限公司)  
 副会長 新里建二 (合資会社新里酒造)  
 他理事 12名による運営体制を設ける。
- ・ DMO 地域連絡協議会  
 CEO 宮里 好一 (医療法人タピック)  
 CFO 島袋隆 (一般社団法人沖縄市観光物産振興協会)  
 CMO 金城 諭 (一般社団法人沖縄市観光物産振興協会)
- ・ 協会事務局  
 事務局長 金城 諭  
 事務局次長 花城 康貴  
 事務局員 宮城 高士

(実施体制図)



2. 観光地域づくり法人がマーケティング・マネジメントする区域

【区域の範囲が分かる図表を挿入】



【区域設定の考え方】

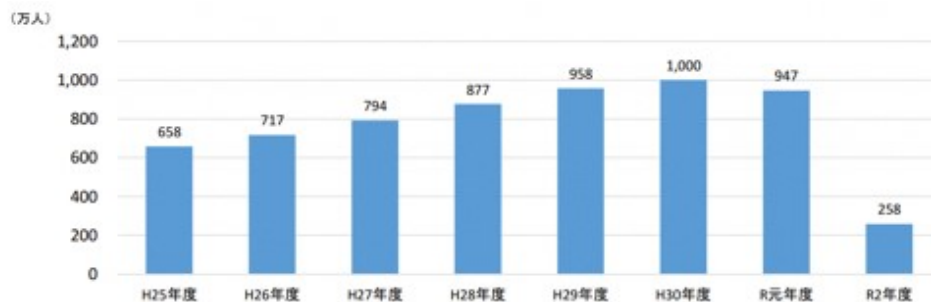
沖縄本島の中部に位置する沖縄県第二の都市であり、極東最大の嘉手納基地の門前町として栄た戦後文化や、音楽・エイサーなどの有している沖縄市をマネジメント区域とする。

※一方、リゾート感の乏しい中部エリアの自治体・観光協会とは緩やかな連携を模索し沖縄本島中部一体となったプロモーション・受入れを行う準備も行う。

【観光客の実態等】

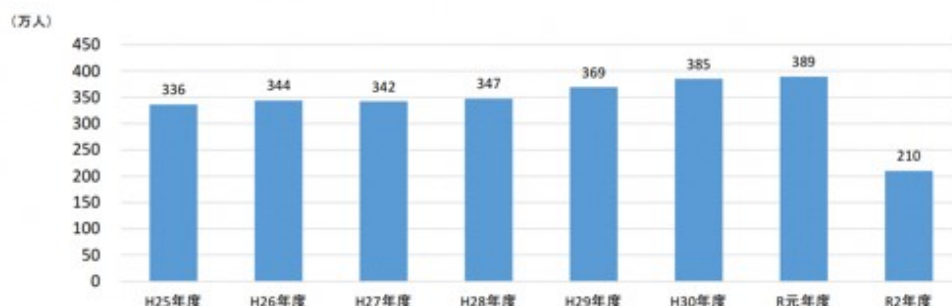
○沖縄県の観光入込客数は、平成 30 年度まで増加傾向にあった（平成 25 年度と比較すると 1.52 倍の増加となっている。）。令和元年度より新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、減少に転じ、令和 2 年度は 258 万人となっている。○沖縄市の市内主要観光施設（14 施設）の入込客総数は 210 万人となっており、令和 2 年度より約 5 割減となっている。

(別添) 様式 1



【沖縄県における観光入込客数の推移 (平成 25 年度～令和 2 年度)】

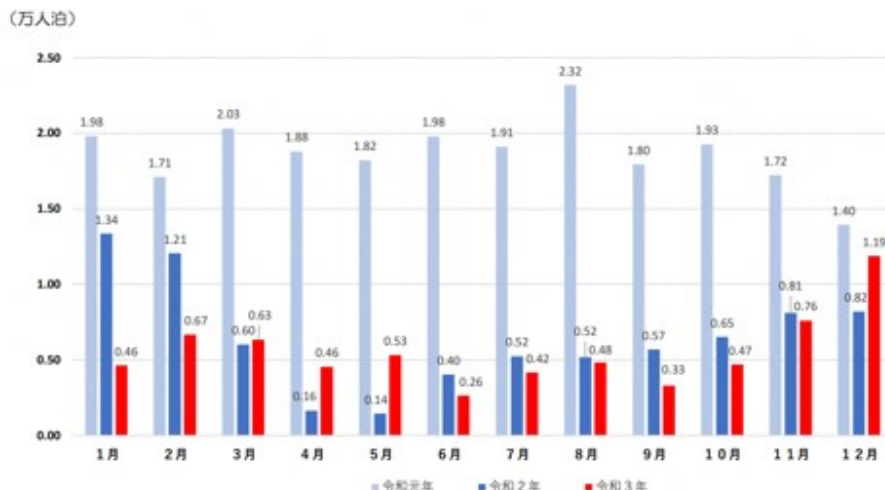
出典：観光要覧 (沖縄県)



【沖縄市における主要観光施設入場者数の推移 (平成 25 年度～令和 2 年度)】

出典：沖縄市観光スポーツ振興課

○沖縄市における延べ宿泊者数の月別推移は継続的に月別の延べ宿泊者数を取得している市内宿泊施設 (6 施設) を対象にみると県全体の傾向と同様にコロナ前の令和元年と比較すると大きく減少している。○令和 3 年は 3 月、4 月、5 月、12 月と令和 2 年の延べ宿泊者数を超える月もあるが依然として厳しい状況である。



【沖縄市における延べ宿泊者数の月別推移】

【観光資源：観光施設、商業施設、自然、文化、スポーツ、イベント等】

～ ちゃんぷる一文化のまち沖縄市を体現した様々な観光施設が立地する ～

・観光施設：東南植物楽園、沖縄こどもの国、沖縄市戦後文化資料室ヒストリート、沖縄市音楽資料館おんがく村、沖縄市エイサー会館、沖縄市民会館、沖縄市民小劇場あしびなー



(別添) 様式 1

・商業施設

プラザハウスショッピングセンター、コザ商店街連合会（加盟商店街：沖縄市一番街商店街、サンシティ商店街、沖縄市センター商店街等すべての中心市街地商店街）、JA ちゃんぶる一市場、パヤオ食堂

・自然文化

泡瀬干潟、泡瀬ビジュアル、越来グスク跡、知花グスクおよび鬼大城の墓、室川貝塚

・スポーツ施設

沖縄アリーナ／モータースポーツマルチフィールド

コザ運動公園（野球場・陸上競技場・体育館等／） 沖縄県総合運動場（陸上競技場・室内プール・サッカー場・テニスコート／FC 琉球ホームスタジアム）

・イベント

1月 沖縄市産業まつり 2月 おきなわマラソン

2月 プロスポーツキャンプ地（野球・サッカー等）

6月 エイサーナイト（～8月まで主に週末開催／2021 年中止）

7月 ピースフルラブブロックフェスティバル（2021 年中止）

8月 沖縄全島エイサーまつり（2021 年は中止）

10月 沖縄市福祉まつり（2020 年は中止）

10月 沖縄市東部まつり（2021 年は花火のみ）

11月 沖縄国際カーニバル（2021 年は小規模開催）

※サッカーシーズン／J リーグは 2 月-11 月開催（2021 年は無観客も）

※バスケットボール／B リーグは 10 月～翌 5 月開催（沖縄アリーナ初シーズンは 50%集客で開催）【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

～小規模ながらリノベーションホテル等の新規開業が続く～

域内分布：沖縄市の中心部（コザ地区）にそのほとんどが立地。ただし最も大きな宿泊施設（オキナワグランメールリゾートホテル）については、沖縄市東海岸の高台に位置する。

2021 年には 2 軒新規でオープンする中規模ホテルや、工事着工ホテルが 1 軒と宿泊施設も増加傾向

・施設数および収容力

令和 2 年度宿泊人数調査施設数：13 軒（月間収容数平均：約 39,000 人） 令和 2 年度末沖縄市観光物産振興協会加盟宿泊施設数：18 軒

（うちホテル 16 軒、民宿・ウィークリーマンション 2 軒）

・施設規模：100 室以上（1 軒）、100 室以下（17 軒）

【利便性：区域までの交通、域内交通】

～高速道路バス網の整備によりアクセスしやすい環境～

・那覇空港より自動車にて沖縄自動車道経由約 40 分

・那覇空港より高速バス（111 番系統）にて約 40 分域内交通

・市街地循環バス 4 系統（通称 100 円バス）

【外国人観光客への対応】

～住民登 53 か国・住民みんなも国際派～

韓国語人材は日常会話・読み書きが可能な人材を 2 名雇用

英語人材は日常英会話可能な人材を 1 採用

・外国人観光客向け観光パンフレットの配布（多言語対応）

・市内中心部無料 Wi-Fi 網完備

・多言語メニュー等域内事業所の外国人観光客対応力は高い

・約 1,700 名の外国籍登録の住民が在住

### 3. 各種データ等の継続的な収集・分析

収集するデータ	収集の目的	収集方法
旅行消費額	来訪者の消費活動の動向を分析し、消費単価向上に繋げるため。	観光客へのアンケート調査を市の事業として実施。
延べ宿泊者数	宿泊者数の推移を把握するため。	沖縄市ホテル組合及び観光協会会員ホテルなどから資料提供
来訪者満足度	来訪者の満足（不満足）に繋がっている要因を分析し、戦略立案に繋げるため。	旅行サイト口コミ分析、アンケート調査を市の事業
リピーター率	リピーター顧客の動向を把握し、戦略立案に繋げるため。	アンケート調査を市の事業として実施。
WEBサイトのアクセス状況 沖縄市の観光情報サイト <a href="http://kozaweb.jp">http://kozaweb.jp</a> 協会の観光情報サイト <a href="http://koza.ne.jp/">http://koza.ne.jp/</a> 各 SNS	沖縄市の露出状況と興味関心の高い項目の定点調査の為	アクセス解析による分析。 グーグルアナリティクスによる計測
住民満足度	観光振興に対する地域住民の理解度を測るため。	アンケート調査を市の事業として実施。
修学旅行受入れコザ歩き	市内商店街への経済的影響度調査	旅行社・学校からの予約実施状況

### 4. 戦略

#### (1) 地域における観光を取り巻く背景

※地域経済、社会等の状況を踏まえた観光地域づくりの背景

コロナ前の状況であるが、沖縄県内では令和元年度入域数が 1,000 万人を突破し、順調に右肩あがりの状況であった。しかしながら、市内にビーチを持たない沖縄市にとっては沖縄県の観光客の増加とは比例しない観光入域数で推移していた。また市の発展の沿革として嘉手納基地の門前町として栄えた歴史があり、県内でも夜の街としてのイメージが強い。そのイメージに追加するよう、エイサー（沖縄伝統演舞）やスポーツ（広島東洋カープ、琉球ゴールデンキングス・FC 琉球）、音楽の街として PR を実施している。

基地がある関係で、市の中心市街地は米兵が飲食を楽しむエリア（ゲート通り）があり、コロナ前においては飲食を楽しむ米兵たちが数多くみられ一種独特な雰囲気のある街並みであった。またスポーツに関しては、B リーグの琉球ゴールデンキングスの人気が沸騰、J リーグチーム FC 琉球も J2 カテゴリーでハイレベルな試合を展開。スポーツ観戦の為に当市を訪れる市外・県外の方々も大きく増加した。しかしながら、スタジアム・アリーナと中心市街地は少々距離があり、市内観光施設・飲食店への流入が課題である。

代表的な観光施設としては、東南植物楽園・沖縄こどもの国がある。

東南植物楽園は 2019 年に日本夜景遺産に認定されたり、2020 年夜景コンベンションビューローから全国 7 位、その他沖縄県初の第 9 回イルミネーションアワードイルミネーション部門全国第 3 位受賞として表彰されたりと全国的知名度を得だしている。またそれに伴い多数イベントを実施している。

沖縄こどもの国は動物園・ワンダーミュージアム（科学・美術・哲学を基本柱とした子供ミュージアム）・チルドレンセンターからなる複合施設である。動物園は沖縄県唯一の本格的動物園で展示されている動物はふれあいをテーマに子供たちに人気の施設である。沖縄こどもの国もイルミネーションに力を注いでおり、週末は非常に人気の観光スポットになっていた。

(2) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	<p><b>強み (Strengths)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 沖縄市特有の「ちゃんぷる一文化」</li> <li>・ 強いコンテンツ (エイサー、プロスポーツフランチイズ、県内最大規模の動植物園、音楽ライブハウス、多国籍多様性の街) の存在</li> <li>・ 新規開業、スタートアップ等民間企業の活発な活動。ワーケーションの活発化</li> <li>・ 沖縄アリーナの新設</li> </ul>	<p><b>弱み (Weaknesses)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 大規模ホテル不足</li> <li>・ 駐車場不足</li> <li>・ 地域内連携の弱さ</li> <li>・ 中心部と周辺部の回遊性の悪さ</li> <li>・ 専門人材不足</li> <li>・ コロナ禍で露呈した財務基盤の弱さ</li> </ul>
外部環境	<p><b>機会 (Opportunity)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 2023年 FIBA ワールドカップバスケット開催</li> <li>・ 東部海浜人工島の新設</li> <li>・ 沖縄県入域観光客数 1,000万人</li> <li>・ 沖縄 21 世紀ビジョン基本計画</li> </ul>	<p><b>脅威 (Threat)</b></p> <p>近隣市町村の魅力的な観光施設</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 懐古志向の強い市民性</li> <li>・ 在日米軍基地のハードソフト両面での影響大</li> </ul>

※上記に加え、PEST分析等の他のマーケティング分析手法を用いて分析を行っている場合は、その内容を記入 (様式自由)。

(3) ターゲット

○ターゲットとなる来訪セグメントの検討  
 ターゲットの検討においては、下図のように時間軸及び居住地域の2軸のフレームにて整理を行い、現在訪れている市場を重点的市場と位置付け、将来の市場や新規にアプローチする・できる層を戦略的市場として考えた。

【ターゲットとなる来訪セグメントの整理結果】

	重点的 ←	→ 戦略的	
	今訪れている市場	中期的市場	将来の市場
海外			⑪インバウンド (台湾、香港、韓国、中国)
県外	①県外ヘビーリピーター層 ②県外ビジネス層 ③県外スポーツ観戦者層	⑥アリーナオープン後の スポーツ観戦者層 ⑦県外初回来訪者層 (将来はリピーターへ)	
県内	④県内ファミリー層 (市内の方々・県内の人々) ⑤県内スポーツ観戦者 (現状キングスは県内客が9割)	⑧文化を好む層 (県内外) ⑨沖縄市を知らない那覇市民 (まだ沖縄市の情報に触れていない人々) ⑩地元のスポーツ観戦者層 (将来はリピーター・発信者へ)	⑫子ども達 (将来のリピーター・ファンへ) ⑬日中の日帰り層

(別添) 様式 1

<p>○第1ターゲット層 重点ターゲット層</p>
<p>○選定の理由 沖縄市観光統計調査業務のアンケート調査より把握。 最も訪れている層を重点ターゲットして選定。</p> <p>1 県外ヘビーリピーター層</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・コロナ禍でも手堅く訪れていた層。</li><li>・情報発信者や初回来訪者との来訪など単純な消費だけではない役割もある。</li></ul> <p>2 県外ビジネス層</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・来訪回数が多く、消費金額も最も高い層。</li><li>・直近はアリーナ周辺でのホテル建設工事関係者が想定されるため、今後の継続的な取り込みが課題。</li></ul> <p>3 県外スポーツ観戦者層</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・アウェーチームのサポーターがメイン。</li><li>・市内の宿泊や周遊・消費が課題。</li><li>・中長期的にも拡大が可能であり重要な層。</li></ul> <p>4 県外初回来訪者層</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・沖縄市を目的ではなく、沖縄旅行の一部として来訪している層。</li></ul> <p>5 沖縄市を知らない那覇市民</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・沖縄市における楽しみ方や見どころ等の情報が届いていない那覇市周辺の居住者。</li></ul> <p>6 文化を好む層</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・</li></ul> <p>○取組方針</p> <p>1 とりわけリピートが多いのが 40 歳代以上。日本であって日本にない雰囲気ゲート通りを周遊する観光客（個人旅行）が増加中であるため初回来訪者とともに引き続きプロモーションを行う。</p> <p>2 沖縄アリーナでの MICE 開催の誘致などで向上を図る。</p> <p>3 沖縄市にはプロ野球（広島東洋カープ）が春季キャンプを実施。プロサッカー球団（FC 琉球）がホームスタジアムとして沖縄県総合運動公園陸上競技場を活用。B リーグ（琉球ゴールデンキングス）が沖縄アリーナを拠点にホームタウンとして活動。V リーグ（パナソニックパンサーズ）が沖縄市をサブホームタウンとしている。国内のプロスポーツが集中しており、それを目当てに来訪する国内外観光客も多数存在。2020～2021 年度はアウェイ客を誘客するアウェイツーリズムを観光 PR の核の一つとして、FC 琉球・琉球ゴールデンキングスと共に国内プロモーションを実施。</p> <p>4 首里城周辺や美ら海水族館、北谷アメリカンビレッジ等の主要観光地への来訪も多いので継続的な沖縄県・OCVB 等との連携した周知活動が重要。</p> <p>5 来訪のきっかけとなる情報発信が課題だが、一方で、リピーターや情報発信者となるポテンシャルがあると想定されるため継続的にプロモーションをかける。</p> <p>6 伝統芸能のエイサーや沖縄独自の芸能（琉球舞踊や三線）をイベントのみの活用ではなく、しっかり観光コンテンツとして捉え、戦略的に商品開発を行う。</p> <p>かつてのキジムナーフェスタ「国際児童・青少年演劇フェスティバルおきなわ」等の文化イベントや取組の実施が課題。</p>

(別添) 様式 1



○ターゲット層  
 戦略的ターゲット層  
 台湾・中国・香港・韓国からのインバウンド客

○選定の理由  
 令和2年度に実施した沖縄市観光統計調査業務にてターゲットとなる来訪セグメントの検討の中で、将来の市場、新規にアプローチする層として選定。  
 コロナ前の沖縄県におけるインバウンド客は増加傾向であり、かつ日本・琉球・沖縄に親近感を持ち、クールジャパンに代表されるスマートさに憧れる当該地域の若い客層は、当然ながら取り込むべきターゲットである。コロナ収束後を見据えて長期的に取り込むことが重要。ナイトコンテンツ不足と言われる沖縄であるが、沖縄市の中心市街地には、国籍・性別・年齢を問わず大人が楽しめる飲食店が多く、平日も賑わっている。  
 ○取組方針  
 「海」のイメージしかない、沖縄において特殊な雰囲気アピールする事により、今までの沖縄がターゲットにしている層とは異なる層を誘客する。  
 連携のある台北、韓国平沢・大邱などを中心にプロモーションをかける。

○ターゲット層  
 修学旅行（国内外）

○選定の理由  
 沖縄観光コンベンションビューローが発表している沖縄県全体として修学旅行マーケットは縮小している中、当協会の取扱いは沖縄市観光統計調査業務で出しているように毎年増加傾向にある。  
 また、沖縄観光コンベンションビューローとともに出展した対話での修学旅行フェアにおいて面談の結果、海外（台湾）の市場も可能性が高いことが分かり選定。  
 ○取組方針  
 一方的な平和講話ではなく、対話型・体験型の「街歩き」コンテンツをいち早く商品化し、旅行会社だけではなく、学校に直接営業するスタイルを確立。  
 また、ドルで買い物プランなど基地の街ならではの商品開発を行う。  
 他地域とのサービスの差別化をし、プロモーションをかける。

(4) 観光地域づくりのコンセプト

<p>①コンセプト</p>	<p>伝統文化・多様性と自然・歴史が調和する沖縄市。「ちゃんぷる一な沖縄市」</p>
---------------	--

(別添) 様式 1

<p>② コンセプトの考え方</p>	<p>「ちゃんぷる一な沖繩市」のコンテンツの PR を強化するコンテンツとして以下の</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・エイサー、伝統芸能</li> <li>・スポーツ（アウエイツリズム・キャンプリズム）</li> <li>・修学旅行（基地を取り巻く平和学習）</li> <li>・将来的には当市東海岸にて造成中の人工島を活用した自然観察など</li> </ul> <p>エイサーやナイトライフ、エンターテイメントにフォーカスした観光地経営はもちろんのこと、将来的には本市東海岸の人工島や泡瀬干潟といった自然を楽しむ新たな観光メニューを造成し、プラスオンの魅力創造で、本市入域観光客数および「何度来ても楽しいちゃんぷる一な沖繩市」を目指す。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・エイサー 旧盆時期に開催される「沖繩全島エイサーまつり」は 2019 年には 3 日間で 35 万人を集める県内でも最大級のイベントである。イベント自体の最大参加者数は市の許容数を考えると上限にまで達していると思われる。 今後は市内事業者のマネタイズが課題となっている。</li> <li>・スポーツ 現在 J リーグ・B リーグを中心としたアウエイツリズムを実施。4 年目に入りスポーツ観戦の為に沖繩市に訪問するサポーター・ブースターが目につくようになった。ただ、スタジアム・アリーナが中心市街地と少し距離があり、中心市街地に更に足を運んでもらう動きを取らなければならない</li> <li>・修学旅行 数を追いかける時期から消費額を追いかけるコンセプトに変更。例えば、まち歩き+ドルで買物や、まち歩き+ドルでランチ等、街で直接消費活動を行う様に変更。この動きを加速させる。また、修学旅行の取組 10 年目で修学旅行リピーターが出現。さらにリピーターを増やし消費行動に結び付ける。</li> <li>・人工島の活用。 3 年後に供用開始予定の人工島。自然（野鳥等）や医療ツーリズムの拠点として今後関係者と意見交換を実施。</li> </ul>
--------------------	--

(5) 中長期的な戦略・計画

沖繩市の観光振興基本計画に基づき戦略・計画を行う。

スポーツツーリズムに関しては 23 年開催のバスケットボール杯後のレガシーとして沖繩アリーナでの国際大会を誘致に力を入れる。特にアーバンスポーツ系の大会（国際大会含む）を中心に 24~25 年度を目標に誘致を行う。

医療ツーリズムの推進

具体的戦略としてはリハビリに特化したツーリズムの推進。ターゲットが中国富裕層の為、医療系のエージェントや中国のリハビリ病院との連携を行い誘客。

中期的にはリハビリに特化した伝統芸能エイサーをモチーフにしたエクササイズの開発、商品化を計画。観光バリアフリー事業として市内での車イスの貸し出し、空港乗り捨て、回収を計画している。

5. 関係者が実施する観光関連事業と戦略との整合性に関する調整・仕組み作り、プロモーション

項目	概要
----	----

(別添) 様式 1

<p>戦略の多様な関係者との共有 ※頻度が分かるよう記入すること。</p>	<p>沖縄市役所観光スポーツ振興課との月2回の定例会、中心市街地商店街での定例会、ホテル組合定例会へ毎月参加</p> <p>DMOより、地域の関連事業者へ毎回到1回程度設けるとともに、事業の進捗や観光 PR コンセプトの共有、受入れ体制の構築進捗を確認関連事業者に対して共有。 沖縄市スポーツ施設指定管理者との適宜面談 沖縄商工会議所との不定期面談</p>
<p>観光客に提供するサービスについて、維持・向上・評価する仕組みや体制の構築</p>	<p>DMO 推進委員会での市内巡回実施を行い、スポーツパブリックビューイング開催の進言。 商店街連合会と定例で会合を持ち、客単価向上に向けての体制づくりの構築</p>
<p>観光客に対する地域一体となった戦略に基づく一元的な情報発信・プロモーション</p>	<p>沖縄市、沖縄市観光物産振興協会、DMO 組織でのプロモーション戦略の調整・役割分担。</p> <p>①SNS 現状のポータルサイト・KOZA WEB を観光情報窓口として統一、運用を DMO 組織へ移管を目指し、窓口を一本化する(クレーム対応も一元管理し、宝の山情報を逃さない仕組みを構築)。 ⇒現在 KOZA WEB の管理移管を検討中。検討会議は今年度隔週で実施。 2021 年度以降の管理を沖縄市が検討中</p> <p>SNS による情報発信を強化。 FACEBOOK 3 アカウント Twitter 1 アカウント Instagram 1 アカウント Weibo 1 アカウントを運営</p> <p>特に FACEBOOK は地域の情報を細かく掲載し、地域の情報を発信。 協会内にデジタルマーケティングチームを創設し、SNS の情報を発信。 特にフォロワーの増加を目指した。</p>

※各取組について、出来る限り具体的に記入すること。

## 6. KPI (実績・目標)

※戦略や個別の取組を定期的に確認・改善するため、少なくとも今後3年間における明確な数値目標を記入すること。

※既に指標となりうる数値目標を設定している場合には、最大で過去3年間の実績も記入すること。

### (1) 必須KPI

指標項目		2019 (R1) 年度	2020 (R2) 年度	2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度	2024 (R6) 年度
●旅行消費額 (円)	目標	15,000 ※	18,000 ※	28,500 ※	36,000 (36,000)	36,500 (36,500)	37,500 (37,500)
	実績	49,114	38,093	35,588			( )
●延べ宿泊者数 (千人)	目標	320 ※	320 ※	150 ※	250 (1)	325 (2)	325 (2.5)
	実績	280	110	100			( )

(別添) 様式 1

●来訪者満足度 (%)	目標	40.0	90.0	93.0	97.6 (93)	97.7 (94)	97.8 (95)
	実績	77.0	90.0	97.5			( )
●リピーター率 (%)	目標	60.0	60.0	60.0	86.0 (30)	86.3 (35)	86.5 (40)
	実績	60.0	87.0	85.5			( )

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

R1 年度 別表①

	国内全体 (n=177)	県内客 (n=12)	県外客 (n=165)
宿泊代	18,214	9,933	18,816
交通費	4,963	2,212	5,163
食事代	8,039	3,213	8,390
お酒・ナイトエンターテイメント	5,832	1,965	6,114
お土産・買い物代	5,730	1,590	6,031
施設入場料、レジャー・体験料	2,362	735	2,481
その他	2,053	1,130	2,120
合計 (各費目の平均値の合計)	47,193	20,780	49,114

出典：令和元年沖縄市観光統計調査

別表 2



(別添) 様式 1

**【令和 2 年度】** ※GO TO 適用後

費目	購入者割合		平均消費額	
	県内	県外	県内	県外
宿泊代	35%	52%	6,364円	19,837円
交通費	11%	39%	2,073円	20,974円
食事代	64%	84%	2,809円	9,169円
お酒・ナイトエンターテイメント	28%	42%	4,623円	9,516円
お土産・買い物代	41%	65%	4,174円	8,278円
施設入場料、レジャー・体験料、その他	66%	47%	1,895円	5,248円
市内総消費単価	—		8,500円	38,093円

出典：令和 2 年沖縄市観光統計調査

令和 3 年度

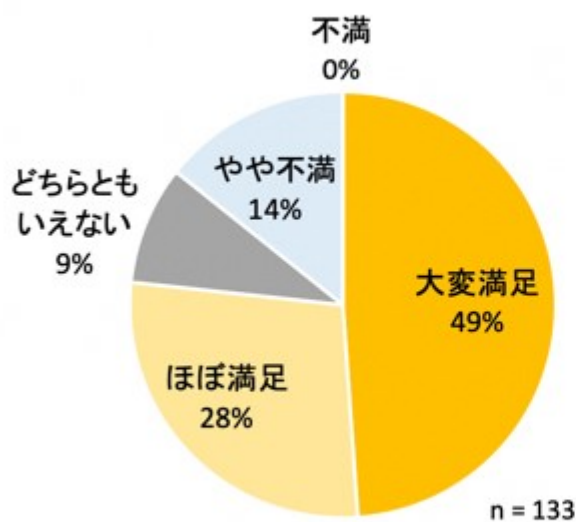
(別添) 様式 1

項目	平均消費額		算出方法(県内、県外共通)
	日帰り	宿泊	
(1) 宿泊サービス	0	11,124	①宿泊代のみ
(2) 飲食サービス	3,170	11,326	③食事代+ ④お酒・ナイトエンターテイメント
(3) 旅客運送サービス	347	1,967	②交通費×39.59%
(4) 運送設備レンタルサービス	421	2,389	②交通費×48.07%
(5) 旅行代理店その他の予約サービス	0	0	(該当なし)
(6) 文化サービス	92	302	⑥施設入場料、レジャー・体験料、その他 ×13.43%
(7) スポーツ・娯楽サービス	596	1,948	⑥施設入場料、レジャー・体験料、その他 ×86.57%
(8) 小売	1,554	6,532	⑤お土産代・買い物代+ ②交通費×12.32%
合計	6,181	35,588	(1)~(8)の合算 ※端数処理により合算値とは異なる。

出典：令和3年沖縄市観光統計調査

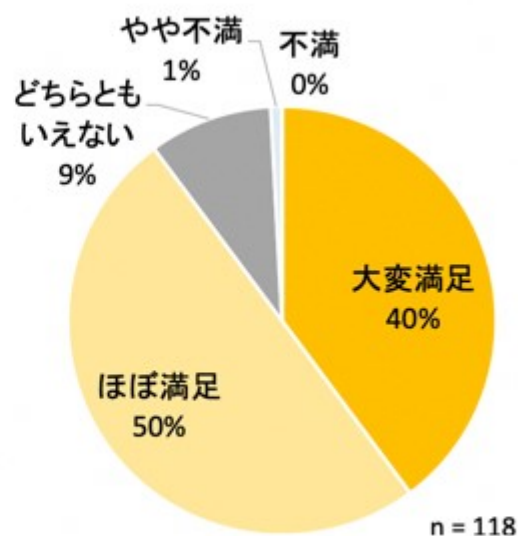
満足度 別表③

■ 沖縄市における観光客の満足度の割合



【国内客（令和元年度）】

出典：令和元年度 WEB アンケート調査（沖縄市）



【国内客（令和2年度）】

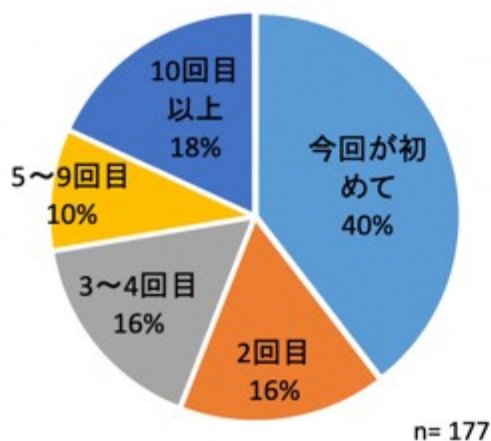
出典：令和2年度 WEB アンケート調査（沖縄市）

出典：令和2年沖縄市観光統計調査

リピーター率 別表④

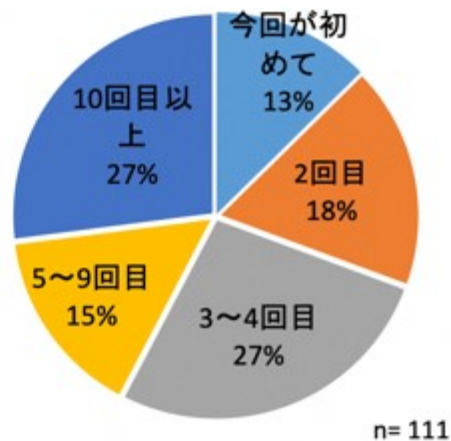
(別添) 様式 1

■ 沖縄市に訪れた観光客の来訪回数内訳



【国内客（令和元年度）】

出典：令和2年度WEBアンケート調査（沖縄市）

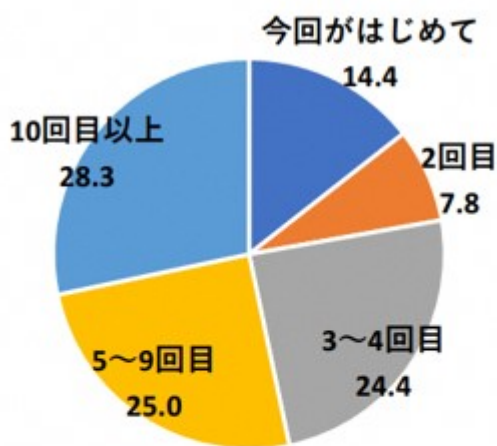


【国内客（令和2年度）】

出典：令和2年度WEBアンケート調査（沖縄市）

出典：令和2年沖縄市観光統計調査

令和3年度



(N=197)

【県外客の沖縄市への来訪経験】

出典：令和2年沖縄市観光統計調査

目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

## (別添) 様式 1

### 【検討の経緯】

※KPIとして設定する項目や年次及び目標数値に関して、その検討のプロセスや考え方を項目ごとに出来る限り具体的に記入すること。

沖縄市では観光統計調査を民間に委託。

委託業者が変わると集計のポイントや集計数が変わる為、数字がぶれる事がある。今回のデータについては今年度の受託業者からのデータを元に集計・報告をします。

### 【設定にあたっての考え方】

#### ●旅行消費額

市外・県外・海外観光客にて定点調査を実施。

R3年度は市内 9 施設・観光施設の協力を得て QR コードの配布。Web 回答により集計を実施。

#### ●延べ宿泊者数

市内宿泊施設 11 施設の協力を得て、毎月宿泊データの共有をいただいた。

ただ、アナログな宿泊施設も多数あり、集計に戸惑った。11 施設はコザホテル組合会員施設。最近開業した簡易宿泊施設等が集計に入っていない。

#### ●来訪者満足度

R3年度は大変満足とほぼ満足が合わせて 97.5%に達している、詳細では「宿泊施設」が「大変満足」または「ほぼ満足」と回答した割合が 94.5%と最も高く、次いで「観光施設・体験」が 90.7%となっている。大変満足の割合を上げていくのを目標にしている。

観光振興基本計画にて R8 年度に 98%の目標値を設定。

#### ●リピーター率

来訪経験は、「10 回目以上」が 28.3%と最も多く、次いで「5~9 回目」25%となっている。

リピーター率の高い地域ではあるが、初回来訪者へ再訪意欲を高めるための努力を行い2回目以上のリピーターを増やす。

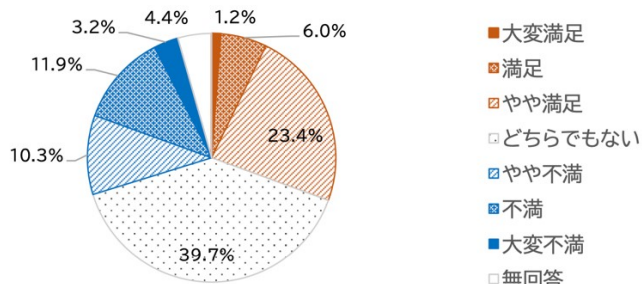
## (2) その他の目標

(別添) 様式 1

指標項目		2019 (R 1) 年度	2020 (R 2) 年度	2021 (R 3) 年度	2022 (R 4) 年度	2023 (R 5) 年度	2024 (R 6) 年度
●エイサーナイト観客動員数(人)	目標	14,000 ( )	14,000 ( )	10,000 ( )	14,000 ( )	14,000 ( )	14,000 ( )
	実績	14,000 ( )	中止 ( )	中止 ( )	5,800 ( )		
●スポーツ合宿受入(人)	目標	17,000 ( )	18,000 ( )	10,000 ( )	12,000 ( )	26,000 ( )	28,000 ( )
	実績	26,986 ( )	6,074 ( )	9,632 ( )			
●修学旅行受入数(人)	目標	8,500 ( )	8,700 ( )	4,500 ( )	6,000 ( )	8,900 ( )	8,950 ( )
	実績	8,317 ( )	1,482 ( )	2,730 ( )			
●住民満足度調査【大変満足・満足・やや満足】(%)	目標	-	-		30	35	40
	実績	-	-	30.6			
WEBアクセス状況【KOZAWEB】(PV)	目標	-	-	1,000,253	1,300,000	1,450,000	1,600,000
	実績	1,960,161	1,289,903	782,525			

これまでの沖縄市の観光に対する「満足度」

「どちらでもない」が39.7%と最も多く、次いで「やや満足」が23.4%、「不満」が11.9%、「やや不満」が10.3%となっています。



※R3のみアンケート実施

指標項目及び目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

(別添) 様式 1

**【検討の経緯】**

複合産業である観光業の長期予測は、全世界の景気・国内景気の不確定性をたぶんにはらみ難いところではありますが、県内シンクタンク（一般社団法人南西地域産業活性化センター）の長期見通し、コロナ禍状況、及び入域観光客数を考慮し、実現可能な数値について検討し、各 KPI 目標を定めたものである。

**【設定にあたっての考え方】**

・エイサーナイト動員人数  
参加人数増＝域内観光消費額増

・スポーツ合宿受け入れ人数  
受け入れ人数増＝域内観光消費額増、宿泊人数増  
・修学旅行の受入

沖縄の場合は平和学習を目的とした修学旅行にて初来訪が多い。2018 年度から数を追いかけるスタンスから、質を追いかけるスタンスに変更。具体的には一度の多くの生徒対応できるエイサー派遣や平和講和中心の修学旅行受入れから、体験型（まち歩き）を中心に旅行代理店・学校に案内を強化。滞在時間の増加と消費金額の増加をねらっている。

**7. 活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し**

※少なくとも今後3年間について、計画年度毎に（1）収入、（2）支出を記入すること。

※現に活動している法人にあっては、過去3年間の実績も記入すること。

**（1）収入**

年（年度）	総収入（円）	内訳
2019（R1） 年度	131,670,070 （円）	【国からの補助金】 0円 0.0%
		【市町村からの補助金】 37,685,053円 28.6%
		【会費収入】 3,992,000円 3.0%
		【事業収入】 89,867,067円 68.3%
		うち受託事業 26,023,119円 19.8%
		うち事業補助 24,344,166円 18.5%
		うち自主事業 39,499,782円 30.0%
		【その他雑収入】 125,950円 0.1%
2020 （R2）年 度	133,845,866 （円）	【国からの補助金】 0円 0%
		【市町村からの補助金】 36,423,132円 27%
		【会費収入】 1,964,000円 1%
		【事業収入】 95,457,417円 72%
		うち受託事業 54,349,782円 41%
		うち事業補助 24,353,288円 18%
		うち自主事業 16,754,347円 13%
		【その他雑収入】 1,317円 0%
2021（R3） 年度	133,340,371 （円）	【国からの補助金】 0円
		【市町村からの補助金】 33,533,955円 25%
		【会費収入】 4,016,000円 3%
		【事業収入】 95,790,088円 71%

## (別添) 様式 1

		うち受託事業	46,748,788 円	35%
		うち事業補助	27,602,115 円	20%
		うち自主事業	21,439,185 円	16%
		【その他雑収入】	328 円	0%
2022 (R 4) 年度	118,046,000 (円)	【国からの補助金】	0 円	
		【市町村からの補助金】	36,453,000 円	30%
		【会費収入】	3,650,000 円	3%
		【事業収入】	77,941,000 円	66%
		うち受託事業	20,255,000 円	17%
		うち事業補助	35,452,000 円	30%
		うち自主事業	11,000,000 円	9%
		【その他雑収入】	1,000 円	0%
2023 (R 5) 年度	135,000,000 (円)	【国からの補助金】	0 円	
		【市町村からの補助金】	34,500,000 円	27%
		【会費収入】	3,800,000 円	3%
		【事業収入】	88,000,000 円	70%
		うち受託事業	35,000,000 円	28%
		うち事業補助	25,000,000 円	20%
		うち自主事業	28,000,000 円	22%
		【その他雑収入】	20,000 円	0%
2024 (R 6) 年度	135,000,000 (円)	【国からの補助金】	0 円	
		【市町村からの補助金】	34,500,000 円	27%
		【会費収入】	3,800,000 円	3%
		【事業収入】	88,000,000 円	70%
		うち受託事業	35,000,000 円	28%
		うち事業補助	25,000,000 円	20%
		うち自主事業	28,000,000 円	22%
		【その他雑収入】	20,000 円	0%

## (2) 支出

年(年 度)	総支出	内訳		
2019 (R 1) 年度	130,068,645 (円)	【一般管理費】	51,701,319 円	39.7 %
		【事業費】	70,448,509 円	54.2 %
		【他・雑費等】	5,762,717 円	4.4 %
		【消費税】	2,156,100 円	1.7 %
2020 (R 2) 年度	137,246,657 (円)	【一般管理費】	44,258,246 円	32%
		【事業費】	87,336,512 円	64%
		【他・雑費等】	1,829,299 円	1%

(別添) 様式 1

		【消費税】	3,822,600 円	3%
2021 (R 3) 年度	131,453,571 (円)	【一般管理費】	43,444,520 円	33%
		【事業費】	80,936,887 円	61%
		【他・雑費等】	3,630,264 円	2.7%
		【消費税】	3,441,900 円	2.6%
2022 (R 4) 年度	118,046,000 (円)	【一般管理費】	45,394,000 円	38%
		【事業費】	65,672,000 円	55%
		【他・雑費等】	3,630,264 円	3%
		【消費税】	3,705,000 円	3%
2023 (R 5) 年度	135,000,000 (円)	【一般管理費】	55,000,000 円	49.6 %
		【事業費】	72,000,000 円	65.0 %
		【他・雑費等】	6,000,000 円	5.4 %
		【消費税】	2,000,000 円	1.8 %
2024 (R 6) 年度	135,000,000 (円)	【一般管理費】	55,000,000 円	49.6 %
		【事業費】	72,000,000 円	65.0 %
		【他・雑費等】	6,000,000 円	5.4 %
		【消費税】	2,000,000 円	1.8 %

(3) 自律的・継続的な活動に向けた運営資金確保の取組・方針

① 自主財源の確保・強化

- ・ 修学旅行のまち歩きの高負荷価値化

	2018 年度	2019 年度	2020 年度	2021 年度
まち歩き・体験受け入れ数	8,772	8,297	1,482	2,701
個人客受け入れ数	259	139	35	29
(まち歩きのみ抜粋)	(4,227)	(6,832)	(649)	(863)
合計	9,031	8,436	1,517	2,730

体験型コンテンツ（まち歩き）を積極的に案内・営業を実施。また、直接地域の経済効果に寄与できるドルで買物体験やドルでランチなど滞在時間の増加と共に、協会の売上・商店街への経済効果を狙った商品を開発

- ・ 物産の販売、オリジナル商品の開発・販売

H29 年 -H30 年度比で 510%の伸長した物産のさらなる売上・利益増を狙う。



(別添) 様式 1

H30 年-R1 年比でも伸び続け、126%の伸長となった。R2 はコロナの影響を受け半減、R3 もほぼ横ばい。

オリジナル商品の開発、販売することで樹種財源確保の動きを取った。

今後は R3 同様プロスポーツチームとコラボやオリジナリティを出す事により売り上げ増を狙う。



## 8. 観光地域づくり法人形成・確立に対する関係都道府県・市町村の意見

※設定対象区域の都道府県及び市町村が、本法人を当該都道府県・市町村における観光地域づくり法人として認める旨を含む意見を記入すること。

(例) ○○都道府県、××市町村は、△△法人を当該都道府県及び市町村における(広域連携DMO・地域連携DMO・地域DMO)として登録したいので△△法人とともに申請します。

沖縄県の入域観光客数は、平成30年度に1,000万人を突破し、ハワイの観光客数を超えるなど、好調に推移していたが、令和元年度、令和2年度においては、世界的な新型コロナウイルス感染症拡大の影響により大きく落ち込みを見せたが、令和3年度においては徐々に経済活動を再開させる動きが加速し、3年ぶりに増加に転じた。

本市においても、平成30年度までは延べ宿泊者数やスポーツ関連の来訪者数が増加傾向であったが、新型コロナウイルス感染症拡大の影響により減少に転じたものの、少しずつ回復の兆しが見え始めている。沖縄市観光物産振興協会をはじめ、ホテル組合や観光関連事業者等と連携しながら、エイサーや音楽、スポーツコンベンションの推進など、地域資源を活用し、官民一体となって観光振興に取り組んでいる。

さらに、沖縄県内唯一の本格的な動物園である「沖縄こどもの国」や、新たなランドマークとして令和3年3月に供用を開始された「沖縄アリーナ」など、滞在型観光の大きな吸引力となる事業も推進しているところである。

今後は、多様化する観光ニーズに応えるため、観光統計調査を踏まえたより効果的な観光施策の展開を図りつつ、安心・安全・快適な観光地づくりを進めていく必要がある。

(別添) 様式 1

そのためにも、DMOが地域の先導役となり、観光誘客の為の戦略的な情報発信や観光プロモーションの実施、観光の広域化、観光危機管理の体制構築、観光バリアフリーの観光関連事業者の連携強化、地域との役割分担や合意形成によるおもてなしの機運醸成を図りながら、本市の観光産業の発展によるまちの活性化に取り組む必要がある。

沖縄市役所経済文化部観光スポーツ振興課 主幹 宮里大八

9. マーケティング・マネジメント対象区域が他の地域連携DMO（県単位以外）や地域DMOと重複する場合の役割分担について（※重複しない場合は記載不要）

--

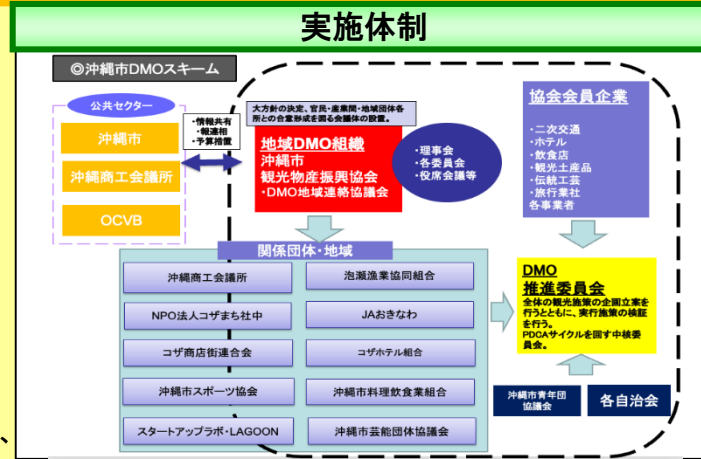
10. 記入担当者連絡先

担当者氏名	金城 諭
担当部署名（役職）	事務局長
郵便番号	904-0031
所在地	沖縄県沖縄市上地 1-1-1 コザミュージックタウン 106
電話番号（直通）	098-989-5566
FAX番号	098-989-5567
E-mail	kinsato@koza.ne.jp

11. 関係する都道府県・市町村担当者連絡先

都道府県・市町村名	沖縄県 沖縄市
担当者氏名	宮里 大八
担当部署名（役職）	経済文化部 観光スポーツ振興課 主幹
郵便番号	904-8501
所在地	沖縄県沖縄市仲宗根町 26 番 1 号
電話番号（直通）	098-923-3475
FAX番号	098-937-0342
E-mail	a52kseisaku@city.okinawa.lg.jp

【区域】沖縄市  
 【設立時期】平成26年4月1日(一般社団法人化)  
 昭和42年12月28日(創業)  
 【登録日】令和2年1月14日  
 【代表者】宮里好一  
 【マーケティング責任者】金城 諭  
 【財務責任者(CFO)】島袋隆  
 【職員数】18人  
 (常勤15人(正職員4人、嘱託10人、業務委託1人)  
 (パート3人)  
 【連携する主な事業者】  
 沖縄市コザホテル組合、コザ商店街連合会、  
 沖縄商工会議所、沖縄市料理飲食業組合、FC琉球、  
 沖縄バスケットボール株式会社



### マーケティング・マネジメントする区域

【主な観光資源】  
 ・スポーツ/FC琉球・琉球ゴールデンキングス・広島カープ  
 ・施設/東南植物楽園・沖縄こどもの国・プラザハウス  
 エイサー会館  
 ・地域/ゲート通り・コザ一番街商店街

【地域】沖縄市

### 合意形成の仕組み

【該当する登録要件】(①・②)  
 【概要】  
 ・沖縄市観光スポーツ振興課との定例会議  
 (隔週)の実施  
 ・商工会議所との不定期会議の実施  
 ・商店街連合会との月1回程度の合意形成会  
 議の実施など

### 法人のこれまでの活動実績

【情報発信・プロモーション】  
 ・観光誘客プロモーション事業  
 ・KOZAフィスムオフィス事業  
 ・スポーツツーリズム実証事業  
 ・その他数事業あり

【観光資源の磨き上げ】  
 ・医療ツーリズム用商品造成の取組  
 ・沖縄アリーナなどを活用したMICE  
 ・伝統芸能エイサーを活用した商品造成

【受入環境の整備】  
 ・まち歩きガイド養成  
 ・プロスポーツと絡めたまちの機運づくり  
 ・まち歩きガイドツアー新コース造成

### 戦略

【主なターゲット】  
 現在の市場  
 ヘビーリピーター・ビジネス客・スポーツ観戦者

	中期的市場	戦略的 将来的市場
海外		①インバウンド (台湾、香港、韓国、中国)
県外	⑥アリーナオープン後の スポーツ観戦者層 ⑦県外初来訪者層 (将来はリピーターへ)	
県内	⑧文化を好む層(県内外) ⑨沖縄市を知らない那覇市民 (まだ沖縄市の情報に接していない人々) ⑩地元のスーパースポーツ観戦者層 (将来はリピーター・発信者へ)	②こども達 (将来的にリピーター・ファンへ) ③日中の日帰り層

【ターゲットの誘客に向けた取組方針】  
 40歳以上のリピーター層へプロモーション。プロス  
 ポーツアウェイ観戦・沖縄アリーナでのイベント誘致。  
 他地域と差別化した情報発信など

### 観光関連事業者と戦略との整合性に 関する調整・仕組み作り、プロモーション

旅行博のコンセプトに合わせて県・市内観光  
 団体と共同PRの実施。プロスポーツ団体と共  
 にアウェイ戦にてPR実施  
 2023FIBAバスケットボールW杯が当市開催  
 なので、琉球ゴールデンキングスと共にPRを  
 実施

### KPI(実績・目標)

※()内は訪日外国人旅行者に関する数値

項目	2019 (R1) 年度	2020 (R2) 年度	2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度	2024 (R6) 年度
旅行消費額(円)	目標	15,000 ( )	18,000 ( )	28,500 ( )	36,000 (36,000)	37,500 (37,500)
	実績	49,114 ( )	38,093 ( )	35,588 ( )	( )	( )
延べ宿泊者数(千人)	目標	320 ( )	320 ( )	150 ( )	250 (1)	325 (2)
	実績	280 ( )	110 ( )	100 ( )	( )	( )
来訪者満足度(%)	目標	40 ( )	90 ( )	93 ( )	97.6 (93)	97.8 (95)
	実績	77 ( )	90 ( )	97.5 ( )	( )	( )
リピーター率(%)	目標	60 ( )	60 ( )	60 ( )	86 (30)	86.5 (40)
	実績	60 ( )	87 ( )	85.5 ( )	( )	( )

### 活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

【主な収入】 沖縄市からの補助金 約33.5百万円 自主事業21.4百万円、受託事業46.7百万円、事業補助金27百万円 合計133.3百万円(R2年)  
 【総支出】 131百万円(一般管理費43.4百万円、事業費87.3百万円)  
 ※R4年3月期決算  
 【自立的・継続的な活動に向けた運営資金確保の取組・方針】  
 ・修学旅行などのまち歩き受け入れ、物産売り上げ、事業受託手数料など