

観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和 5 年 4 月 30 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・地域DMO	
観光地域づくり法人の名称	一般財団法人沖縄観光コンベンションビューロー (英語名：Okinawa Convention & Visitors Bureau 略称：OCVB)	
マネジメント・マーケティング対象とする区域	沖縄県全域	
所在地	〒901-0152 沖縄県那覇市字小禄 1831 番地 1 沖縄産業支援センター2 階	
設立時期	昭和 43 年 1 月 「沖縄観光開発事業団」設立 昭和 47 年 5 月 「(財) 沖縄県観光開発公社」を設立 (沖縄観光開発事業団を引き継ぐ) 昭和 54 年 10 月 「(財) 沖縄県リゾート開発公社」と統合 平成 2 年 7 月 「(財) アクアポリス管理財団」と機能統合 平成 6 年 4 月 「(財) 沖縄県観光開発公社」と「(社) 沖縄県観光連盟」が 統合し、「(財) 沖縄ビジターズビューロー」が発足。 平成 8 年 4 月 「(財) 沖縄コンベンションセンター」、「オキナワコンベンシ ョンビューロー」と統合し「(財) 沖縄観光コンベンシ ョンビューロー」発足 平成 25 年 4 月 財団法人から一般財団法人へ移行し、「(一財) 沖縄観光コン ベンションビューロー」となる。	
事業年度	4 月 1 日から翌年 3 月 31 日までの 1 年間	
職員数	142 人【常勤 142 人 (役員 2 名・正職員 38 人・出向等 9 人・契約社員 93 人)、非常勤 0 人】 ※R5 年 4 月 1 日時点	
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) 下地 芳郎 (出身組織名) 当財団	1981 年 5 月 沖縄県入庁 1987 年 4 月 建設省 (現国土交通省道路局) 派遣 1991 年 8 月 カナダトロント大学派遣 (沖縄県人材育成財団) 1995 年 1 月 沖縄県香港事務所所長 2011 年 4 月 沖縄県文化観光スポーツ部 観光政策統括監

		<p>2013年3月 沖縄県退職</p> <p>2013年4月 琉球大学観光産業科学部 観光科学科教授学長補佐(社会連携)をを</p> <p>2016年4月 琉球大学観光産業科学部長 大学院観光科学研究科長</p> <p>2018年4月 琉球大学国際地域創造学部 大学院観光科学研究科教授</p> <p>2019年6月より現職</p>
<p>データ分析に基づいたマーケティングに関する責任者 (CMO: チーフ・マーケティング・オフィサー) ※必ず記入すること</p>	<p>(氏名) 坂本 麻美「専従」</p> <p>(出身組織名) (株) リクルート</p>	<p>(株) リクルートで18年勤務。企画・マーケティング・広報など幅広い業務に従事。データドリブンツールの開発や企業のデジタル化を支援する「Air ビジネスツールズ」などの事業広報を担当したのち、2021年5月旅行に関する調査・研究を行う「じゃらんリサーチセンター」よりOCVBに出向。国内プロモーション課を担当したのち、2023年4月より企画課にてDMO事業を担当。市町村向け人流分析ツール「地域カルテ」を開発するなど、沖縄県の観光DXおよびDMOの機能強化に尽力。</p>
<p>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</p>	<p>(氏名) 伊禮 和枝「専従」</p> <p>(出身組織名) 当財団</p>	<p>総務課長、総務部長を歴任し、OCVBの財務に係る網羅的な知見と実践的な経験を有している。</p>
<p>各部門(例: プロモーション)の責任者(専門人材) ※各部門責任者のうち専従の者については、氏名の右横に「専従」と記入すること</p>	<p>(氏名) 金城 孝(国内担当) 米谷 保彦(海外担当)</p> <p>(出身組織名) 当財団</p>	<p>金城は国内事業部長を、米谷は海外事業部長を務めており、観光業界に幅広い人的ネットワークを持ち、国内におけるプロモーションの幅広い経験と知見を活かして誘客事業に取組むと共に観光人材育成を含む多角的な本県の受入体制整備に取り組んでいる。</p>
<p>各部門(例: 旅行商品の造成・販売)</p>		

の責任者（専門人材）		
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	<p>沖縄県文化観光スポーツ部（県内観光政策及び振興）</p> <p>沖縄県内 41 市町村 観光振興課及び商工観光課等（地域観光推進）</p>	
連携する事業者名及び役割	<p>【沖縄県内観光振興対策の推進】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 県経営者協会、沖縄経済同友会、沖縄県ホテル旅館生活衛生同業組合、沖縄県ホテル協会、沖縄県バス協会、沖縄県レンタカー協会、沖縄県ハイヤー・タクシー協会、県商工会連合会、県商工会議所連合会、県中小企業団体中央会、県中小企業家同友会、県工業連合会、県建設産業団体連合会、JA 沖縄中央会、県情報通信関連産業団体連合会等 ・ OCVB 賛助会員 650 社 ※令和 5 年 3 月時点 <p>市町村・各種団体、旅行業、交通、宿泊施設、観光関連施設、飲食施設、マスコミ・広告・IT、人材・不動産・流通等</p> <p>【地域観光資源の開発及び受入体制整備】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 沖縄県地域観光協会等 45 等団体 ・ 沖縄 MICE ネットワーク 約 215 企業団体 令和 5 年 3 月時点 	
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>【該当する要件】</p> <ol style="list-style-type: none"> ① 理事会、評議員会、沖縄県広域観光協会等会議、賛助会員事業説明会等の開催 ② 専門部会の設置 <p>（概要）</p> <ol style="list-style-type: none"> ① 有識者等で構成される理事会や評議員会、沖縄県広域観光協会等会議や賛助会員事業説明会にて合意形成を図っている。また、実務者同士での連絡会を開催し、密に情報を共有している。さらにエージェント連絡会や県・OCVB 連絡会、沖縄県内外郭団体との連絡会、離島観光連絡会等各種連絡会を随時実施している。 ② 観光業界が抱える課題、要望、提案に関する賛助会員の意見を集約し、沖縄県への政策提案や政策の実現に向け協議し合う場として沖縄ツーリズム産業団体協議会を適宜開催。ここでまとまった提言書は OCVB 会長から沖縄県へ提出される。 	

<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>当財団では、観光地域づくりに関する地元住民への啓発を目的に、年間を通して下記活動を実施している。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「観光の日（8月1日）」や「観光月間（8月中）」を通じて、県民の沖縄観光に対する理解を深め、ホスピタリティーの意識高揚を図る。 ・「台風時観光客対策協議会」の運営 <p>台風の沖縄接近時に台風の影響により足止された航空機を利用する観光客の混乱を防ぎ利便を図ることを目的として、沖縄県、沖縄観光コンベンションビューローと航空会社等の観光関連事業者計49機関で構成する「台風時観光客対策協議会」を設置。</p>				
<p>法人のこれまでの活動実績</p>	<p>【活動の概要】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・総括 <p>令和4年度の沖縄は、復帰50年を迎えた節目の年となっており、観光においても、コロナの感染拡大が徐々に落ち着きをみせ、行動制限のない状況が継続した。観光需要が回復したことや全国旅行支援の影響で、入域観光客数は677万4,600人（内、国内657万4,500人、海外20万100人）、対前年比106.9%増（350万300人増）となり、過去最高を記録した平成30年度に対し、67.7%水準まで回復した。特に外国人観光客においては、中国を除くアジア近隣諸国からの航空路線での順次復便ならびにクルーズ船運航が再開されたことにより、令和2年度以来3年ぶりの皆増となった。</p> <p>そのような状況において、OCVBのプラットフォーム機能を最大限発揮させるため、令和4年度に引き続き「沖縄ツーリズム産業団体協議会」及び「沖縄県観光協会等協議会」の運営を通して、複数地区における共通課題である人材確保、行政との連携、地域間連携、二次交通に関する課題について議論を重ね、観光産業の維持、回復に向けて県や国に対する要請や政策提言を行った。また、「おきなわ彩発見NEXT」の事務局業務の共同企業体に参画し、国、県および観光諸団体からの意見の集約や調整窓口、広報誘客業務等を担い、日本全国からの旅行需要及び旅行消費の喚起に努めた。</p> <p>また新たな事業として、沖縄観光におけるSDGsの取組の推進および普及・啓発を図るべく、県内観光関連事業者のSDGsに関する取組を取りまとめ、専用WEBサイトを構築し、情報発信の強化に努めた。</p> <table border="1" data-bbox="432 1771 1409 2011"> <thead> <tr> <th data-bbox="432 1771 616 1823">事業</th> <th data-bbox="616 1771 1409 1823">実施概要</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="432 1823 616 2011"> <p>情報発信・プロモーション</p> </td> <td data-bbox="616 1823 1409 2011"> <p>【海外プロモーション】</p> <p>令和4年度沖縄観光グローバル事業（県委託）</p> <p>海外にて沖縄が国際観光地として認知され、各市場での安定的な需要の創出と国際航空路線の誘致活動を促進し、外国</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>【海外プロモーション】</p> <p>令和4年度沖縄観光グローバル事業（県委託）</p> <p>海外にて沖縄が国際観光地として認知され、各市場での安定的な需要の創出と国際航空路線の誘致活動を促進し、外国</p>
事業	実施概要				
<p>情報発信・プロモーション</p>	<p>【海外プロモーション】</p> <p>令和4年度沖縄観光グローバル事業（県委託）</p> <p>海外にて沖縄が国際観光地として認知され、各市場での安定的な需要の創出と国際航空路線の誘致活動を促進し、外国</p>				

		<p>人観光客の更なる誘客を図ることを目的に、国際線の復便及び航空路線の誘致・拡充、各市場特性に応じた戦略的な誘客活動の展開、魅力的な観光情報の発信等を行う。</p> <p>具体的には、(1)那覇空港、新石垣空港及び下地島空港における国際線の復便及び路線の更なる拡充を図るためのチャーター便及び定期便の誘致の取組(2)沖縄県が誘客ターゲットとして定める重点市場（台湾、香港、韓国、中国）、戦略開拓市場（シンガポール、タイ、マレーシア、その他 ASEAN 諸国）、新規開拓市場（欧州、米州、豪州等）及び潜在市場（インド、中東、北欧）における各市場特性に応じた戦略的なプロモーション活動の展開(3)WEB及びSNSを活用した効果的な観光情報の発信(4)リピーター化と交流の促進に向けたキックオフプロジェクトの開催及び国際旅客ハブの形成に向けた取組を実施した</p> <p>・重点市場プロモーション（県委託） 台湾、韓国、香港、中国の4市場において、旅行博出展、セミナー等開催、旅行社・メディア等招請、旅行社等と連携した沖縄プロモーション、旅行予約サイト等を活用した沖縄プロモーションを行う。市場が成熟している重点市場においては、特に、消費単価の向上や滞在日数の延伸など沖縄観光の高付加価値化に資する取組を行った。</p> <p>・戦略開拓市場プロモーション（県委託） シンガポール、タイ、マレーシアを中心とした ASEAN 諸国において、旅行博出展、セミナー等開催、旅行社・メディア等招請、旅行予約サイトや航空会社と連携した沖縄送客キャンペーン（FIT 向け企画広報）、旅行社等と連携した沖縄プロモーション（団体向け）、将来的な誘客の自走化を見据え 県内事業者へのインセンティブとして海外セールスコール支援を行った。</p> <p>・新規開拓市場プロモーション（県委託） 海外のレップ（イギリス、フランス、ドイツ、オーストラリア）を中心に、現地の航空会社、旅行社向けの e ラーニングや Webinar などコミュニケーションを図り、現地向けの情報発信を継続的に実施し沖縄の認知度向上を図るとともに、</p>
--	--	---

	<p>国際便が就航する国内主要都市を經由して沖縄を訪れる仕組みづくりを強化した沖縄旅行商品展開を実施。</p> <p>・各種支援事業（県委託）</p> <p>海外と本県を結ぶ航空ネットワークの維持・拡充を目的に、各種支援事業を実施する。那覇空港国際線に復便した航空路線の維持・安定化を目指す。また直行便がない海外市場からの定期便就航及びチャーター便運航、地上ハンドリング費用助成、旅行商品造成等の支援を実施する。あわせて民間事業者の海外セールス活動を支援し、官民一体となったプロモーション活動を強化。</p> <p>・クルーズ（県委託）</p> <p>「新・沖縄21世紀ビジョン基本計画」において掲げる「質の高いクルーズ観光の推進」を図るため、誘致活動、クルーズ船寄港促進支援、受入体制強化にかかる取り組みを実施することにより、付加価値の高いクルーズの寄港、沖縄周遊・発着クルーズを戦略的に誘致し、地域経済波及効果の向上を図る。これらの取組を通して、クルーズ船社、乗客、寄港を受入れる地域（住民・事業者）の三方よしとなる受入環境を整備し、持続可能な観光地の形成を図る。各国の主要なクルーズ船社へのセールス活動、クルーズ商談会への参加、クルーズ会社のキーパーソンの招聘等を通して、本県のクルーズ船寄港を図るとともに、離島へのラグジュアリー船の寄港も目指す。また、県内の湾港を所有する自治体等と連携を強化し、各湾港における受入体制の整備を推進。</p> <p>【国内プロモーション】</p> <p>・情報発信（県補助）</p> <p>沖縄観光情報WEBサイト「おきなわ物語」で、観光に必要な基本的情報のみならず、トレンドやニーズを踏まえた沖縄観光情報を集約し、SNSも合わせて活用することで、リーチ数の増加に繋げ、ユーザー数の拡大を図る。発信する中で得られたデータ（別添1）を生かして、プロモーション戦略の立案、手法の改善を図り、更に効果的なプロモーションを展開する。また、おきなわ物語の広報を強化し、サイトの認知度を高めるとともに、キーワードによる検索上昇を図った。</p>
--	--

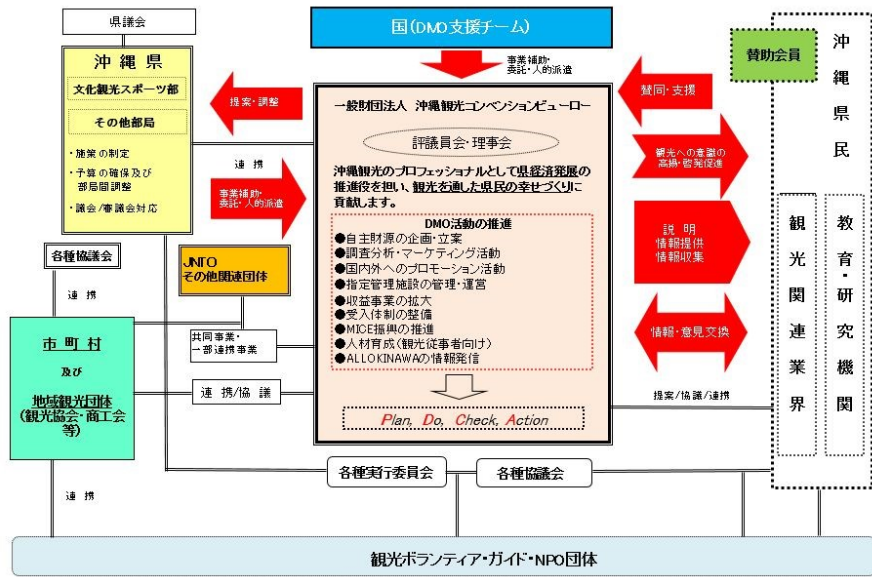
		<p>「おきなわ物語」内のデジタルプロモーションは以下 6 つの柱で展開</p> <p>(1) 注意喚起／お知らせ（観光施設等の営業情報・交通機関等の規制・安全対策等）</p> <p>(2) 認知向上／観光ニュース（新規オープン施設・各イベント&行事・旬のコンテンツ等）</p> <p>(3) 滞在日数延伸／ブログ（高付加価値と考えられる新規オープン施設・各イベント&行事の詳細情報）</p> <p>(4) 地方への分散／ローカルニュース（沖縄 41 市町村紹介・地域の話取り組み等）</p> <p>(5) 消費単価向上／特集記事（新たな市場開拓・観光課題解決に係る記事・現在の観光ニーズにフィットする記事）</p> <p>(6) トピック情報発信／各 SNS の投稿、おきなわ物語の拡散</p> <p>・エリア別路線強化プロモーション（県委託） 航空路線直行便で沖縄と結ばれているエリアを中心に、航空会社・旅行会社・各地方空港利用促進団体・メディア・イベント関連企業等と連携し、各地域のニーズ及び市場の状況に即したプロモーションを展開。</p> <p>・世界自然遺産登録地プロモーション（県委託） 令和 3 年（2021 年）7 月に世界自然遺産に登録された「奄美大島、徳之島、沖縄島北部及び西表島」への誘客並びに持続可能な観光の推進を図る。鹿児島県と連携し、「世界から選ばれる持続可能な観光地」形成を視野に情報発信等を通して、世界自然遺産の魅力発信・理解促進と付加価値向上に繋がった。</p> <p>・スポーツツーリズムプロモーション（県委託） 沖縄県スポーツ協会や県内プロスポーツチームと調整を行いながら、国内外のスポーツ愛好家に対し、スポーツ観光の安定的な需要の喚起及び誘客促進を目指し、年間を通じて効果的かつきめ細やかなプロモーションを行った。</p> <p>・離島観光プロモーション（県委託） 八重山圏域・宮古圏域・久米島の離島関係者と連絡会を開催し、「テーマ×各離島ターゲット」を設定し、メディアやイ</p>
--	--	---

	<p>ベント出展を活用しながら、より効果的なプロモーションを実施した。</p> <p>【MICE プロモーション】 各種 MICE 見本市商談会への参加/主催者訪問営業/セミナー商談会の開催/キーパーソン招聘/メディア・プロモーション等を通じて、沖縄における MICE 開催の魅力を広く発信する。特にサスティナビリティをテーマとしたコンテンツやサービスの紹介に重きを置き、令和3年度に作成した沖縄サスティナビリティ MICE ガイドラインの活用促進に務めた。</p>
受入環境の整備	<ul style="list-style-type: none"> ・ 安全な沖縄観光地づくり事業（県委託） 観光客の安全確保のため、台風時における安全対策の実施および観光客向けの安全安心ガイドの作成等、安全・安心な観光地づくりを推進。 ・ 教育旅行推進強化事業（県委託） 沖縄県が主催する沖縄県修学旅行推進協議会で課題を確認し、修学旅行市場の変化等に対応しながら安定的な沖縄修学旅行実施数を確保するための誘客及び安全安心な受入体制を整備するための取り組みを行った。 ・ 地域観光協会等協議会 関連事業（県補助） 各地域の観光協会及び関連団体と全体会議ならびに地区協議会を通し、定期的に情報交換を行い、課題の把握および連携強化に努めた。 ・ フィルムツーリズム推進事業（県委託） 映画やドラマ、アニメなどの舞台となったロケ地、原作地をめぐる旅である「フィルムツーリズム」を推進するとともに、撮影隊のロケ地滞在促進により経済効果を高める。また、地元関係者と協力体制の構築を図ることで、沖縄でのロケ撮影の受入体制の強化へつなげた。 ・ 沖縄 MICE ネットワーク（自主事業） 平成 29 年 7 月に策定された「沖縄 MICE 振興戦略」に基づき、本県における MICE 振興のための産学官連携組織「沖縄 MICE ネットワーク」の事務局運営を行う。具体的には総

		<p>会、幹事会、勉強会、部会、会員交流会の開催、機関紙発行を実施し、MICE の受入体制を整備。</p> <p>【観光人材育成センター】</p> <p>・ 観光人材育成・確保事業事業（県委託） 人材の育成・確保を目的として、観光関連企業における研修の自走化支援や課題解決のためのセミナー等（階層別、テーマ別）を実施。</p> <p>・ その他（県補助） インターンシップの受入、出前講座の実施等の実施。 （小、中、高、大学、専門学生対象）</p>
	<p>観光資源の磨き上げ</p>	<p>・ SDGs の普及啓発事業（県補助） 観光庁が推進する持続可能な観光地マネジメントの実現にむけて、沖縄県も第 6 次観光振興基本計画において「世界から選ばれる持続可能な観光地」の実現を掲げているなかで、広域連携 DMO として積極的に SDGs 推進に取り組むとともに、県内観光業界に向けて普及啓発活動を行っていく。当財団発行の広報媒体「OCVB News」における当財団及び観光業界の SDGs の取組み紹介や、観光出展イベントや WEB サイトを活用した SDGs に関する情報発信、観光業界向け SDGs 推進・啓発セミナーの実施などに取り組んだ。</p> <p>・ 沖縄リゾートワーケーション推進協議会（県委託） 協議会の運営を通じ、観光は勿論、「産・学・官・金」の活動領域や、産業分野の垣根を超えて互いに連携・協働し、新たな沖縄での滞在スタイルの提案から多様な産業・地域への波及へと繋がる取組を推進することを目的とし活動。</p> <p>・ 「新たな沖縄観光サービス創出支援」事業（内閣府補助） 国内観光客を対象として、新たな生活様式に配慮しつつ、小規模分散型で、沖縄の地域ポテンシャル（自然・歴史・文化・食など）を生かした、「ストーリー性のある新たな観光サービスの開発」および、モニターツアーの広報・実施、効果検証等を行い、令和 6 年度からの自走化を目指す支援事業。OCVB として広報周知の役割で参画、一人あたりの消費単価増加に繋がる取組みとして実施。</p>

	<p>【定量的な評価】</p> <p>・ 沖縄観光情報 WEB サイトおきなわ物語（県補助） 実績（2022. 4/1～2023. 3/20） PV 数：11, 440, 018PV（対前年度比+52. 63%） 訪問者数：4, 717, 758 人（対前年度比+55. 06%）</p> <p>・ SNS フォロワー増加者数（2022. 4/1～2023. 3/31）15, 250 人 Twitter 1, 587 人 Facebook 56 人 Instagram 13, 607 人</p> <p>おきなわ物語のページビュー数は前年度比で約 53%増加、訪問者数は約 55%増加。5 月以降は令和元年度を連続で上回り続け、令和元年度比は約 27%増加。SNS の活用方針を見直し、未来顧客獲得ツールとして戦略に基づいた発信を行ったところ、延べ 15, 000 人以上のフォロワーを新規に獲得。</p> <p>・ Visit Okinawa Japan（県委託） 海外向け沖縄観光情報ウェブサイト「Visit Okinawa Japan」や同 SNS アカウントへの誘導を行うことにより、沖縄ファン層を確実に増やし、今後の更なる継続した情報発信体制の強化も努めた。この結果、全アカウント（市場）合計 673, 118 人（前年度+17, 972 人）のフォロワー・ファン数を得ることができた。ウェブサイトは、繁体字サイト公開による流入及び昨年度英語サイトのリニューアル・リライトが奏功し、全体 UU 数は 1, 911, 136 人（前年度 54. 14%増）となった。</p>
<p>実施体制</p> <p>※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）。</p>	<p>【実施体制の概要】</p> <p>当財団は役員、プロパー職員、嘱託職員、民間事業者（航空会社、旅行社）と行政（沖縄県）からの出向職員で構成されており、官民一体となって沖縄観光を先導する団体であること、さらに地域観光協会や賛助会員等の観光関連団体・企業・学術機関、経済団体等と密接に連携した運営を行っている。当財団専従の CMO によって市場調査を統括し、各種データの収集・分析を行っており、その結果に基づく KPI の設定や PDCA サイクルの確立、事業の企画立案を実施している。</p>

【実施体制図】



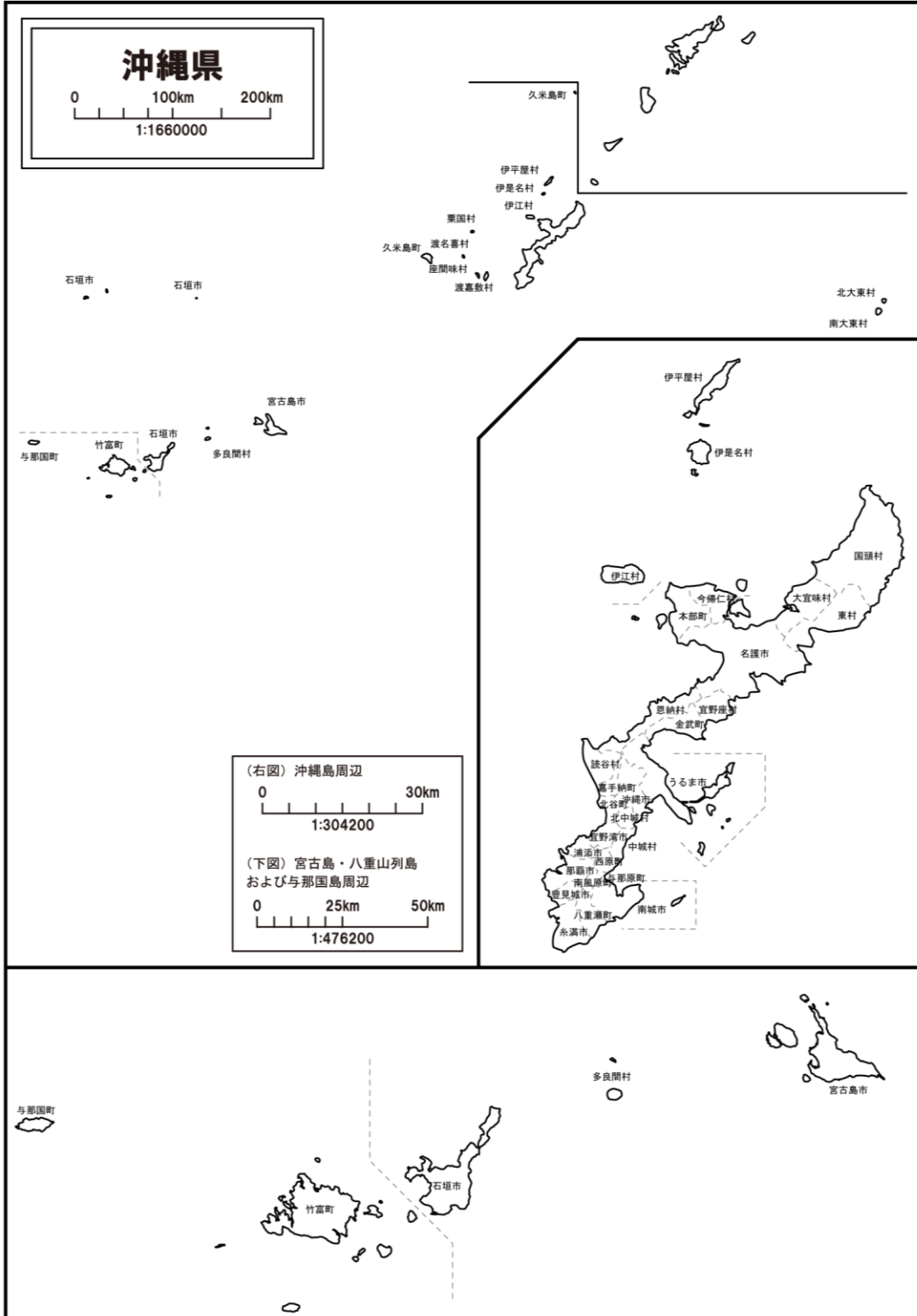
一般財団法人沖縄観光コンベンションビューロー 組織図

令和5年4月1日現在



2. 観光地域づくり法人がマネジメント・マーケティングする区域

【区域の範囲が分かる図表を挿入】



【区域設定の考え方】

- ・観光産業が沖縄県のリーディング産業として本県全体を牽引してきた沖縄観光の歴史を踏まえ、離島地域を含めた連携を図り、本県全体で広域設定をすることが効果的と考える。
- ・沖縄県は160の島々（うち有人島47島、有人離島37島）からなる島嶼県で、特に多くの小規模離島においては人的・財政的な制約から、それぞれの地域での観光振興の推進が課題となっている。また、地域観光協会の体力は十分とは言えず、単独での観光振興が難しい地域も存在することから、広域連携の区域設定により統一的な沖縄ブランドを強化・波及させ、日本経済活性化のフロントランナーとなることを目指す。

区分	沖縄本島	沖縄本島と橋等で連結されている島	離島	合計
有人島	1	9	39	49
無人島	0	2	109	111
計	1	11	148	160

本県の東西約1,000km、南北約400kmの広大な海域に点在する160の島嶼のうち、平成27年1月現在、沖縄本島と沖縄本島と橋等で連結されている11島を除く、148の島を「離島」と位置づけている。

参考:「離島の概況について」/(沖縄県)

- ・沖縄県は国内唯一の亜熱帯地域に属しており、沖縄ならではの歴史や文化、風土等を楽しむことが出来る。その優位性を最大限に活かしつつ、沖縄県全域として観光振興に取り組むことで、安定的かつ継続的な取組みが可能になると考える。
- ・沖縄県が策定した「沖縄観光推進ロードマップ(<https://www.pref.okinawa.jp/site/bunka-sports/kankoseisaku/kikaku/report/policy/r4-roadmap.html>)」(令和5年3月30日)において、離島を含めた全県的な展開を図り、離島地域の観光産業と連携することの必要性が明記されている。中でも久米島や周辺15離島については、財政的な面や地理的な要因から単独でのプロモーション活動の幅が限られているため、沖縄全域にまたがる広域連携DMOとしてのプロモーション活動が効果的と考える。

【観光客の実態等】

<概況>

・令和4年度の概況（総括）

令和4年度の入域観光客数は677万4,600人で、対前年度比で350万300人、率にして106.9%と過去最高の増加となった。これまで最多の1,000万4,300人を記録した平成30年度に対しては、67.7%の水準まで回復している。

令和3年度と比べて増加した主な要因は次のとおりと考えられる。

- 新型コロナウイルス感染症にかかる行動制限のない状況が継続していること
- 10月から全国旅行支援が実施され、需要喚起がなされたこと
- 国内航空路線の運休・減便数の解消が進んでいること
- 日本政府による外国客に対する水際対策の緩和が進んだこと

○国内・国外クルーズ船が再開されたこと

・国内観光客の動向

<入域観光客数（国内）>

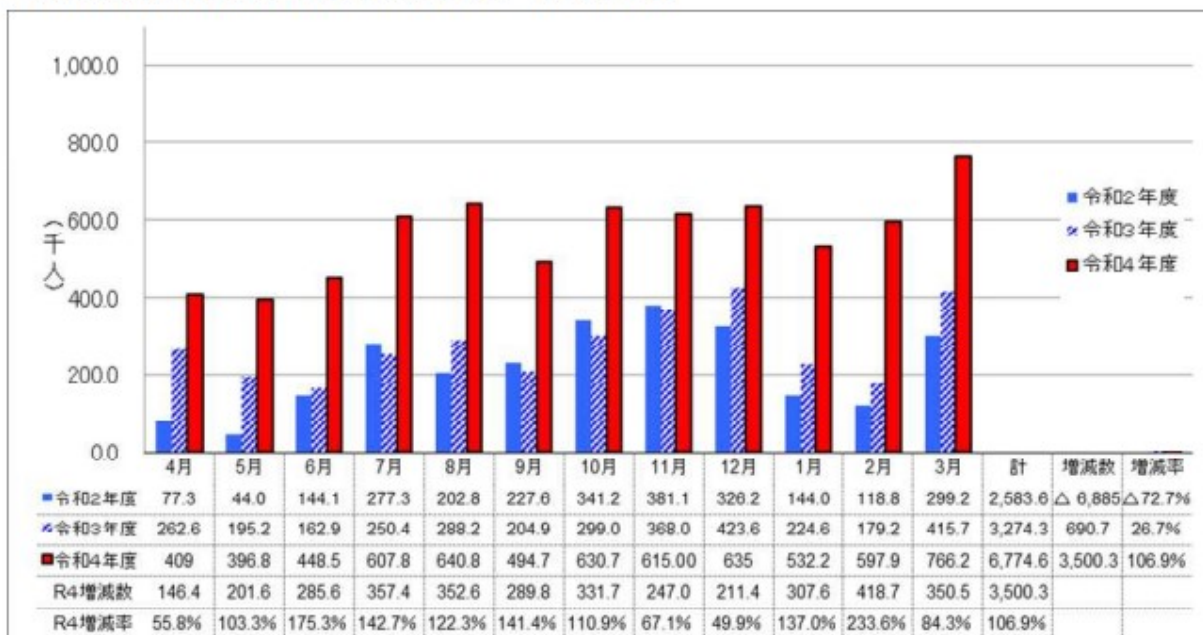
令和4年度の国内客は、対前年度比で 330 万 200 人、率にして 100.8%増の 657 万 4,500 人と大幅な増加となった。これまで過去最高を記録した平成 30 年度の 700 万 3,500 人に対し、93.9% の水準に回復している。

・外国人観光客の動向

<入域観光客数（外国）>

令和4年度の外国客は 20 万 100 人となり、令和3年度のゼロから3年ぶりに皆増となった。3月に運航が再開されたクルーズ船において、13,100 人（乗務員等含む。）の外国客の来訪があった。

■月別入域観光客数の推移（令和2年度～令和4年度）



・令和5年度の見通し

国内客については、5月8日から新型コロナが「5類感染症」に移行することや7月まで全国旅行支援の継続が決定されたこと等を踏まえ、旺盛な旅行需要の取り込みにより、好調に推移すると見込まれる。また、外国客についても、5月8日から新型コロナの「5類感染症」移行により水際対策が終了し、段階的に回復することが期待されるものの、一部の航空路線の運休が続いていることから、今後の動向を注視していく必要がある。

【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】

＜観光施設＞

- ・本島北部：
沖縄美ら海水族館、海洋博公園、ナゴパイナップルパーク、沖縄フルーツランド、古宇利オーシャンタワー、琉球村、ネオパークオキナワ、ブセナ海中公園、森のガラス館、等
- ・本島中部：
沖縄こどもの国、東南植物楽園、体験王国むら咲むら、ビオスの丘、等
- ・本島南部：
国際通り、おきなわワールド、糸満市観光農園、福州園、旧海軍司令部壕、等
- ・離島：
宮古島海中公園、うへのドイツ文化村、久米島ウミガメ館、石垣やいま村、等
- ・世界遺産：
琉球王国のグスク及び関連遺産群 9 箇所（首里城公園や斎場御獄、等）

＜商業施設＞

- ・DFS T ギャラリー、アメリカンビレッジ、イオンモール沖縄ライカム、沖縄アウトレットモールあしひなー、那覇市第一牧志公設市場、プラザハウスショッピングセンター、サンエーパルコシティ、イース豊崎・DMM かりゆし水族館 等

＜自然＞

- ・沖縄の海は国内屈指の透明度を誇り、中でも慶良間諸島（渡嘉敷島、座間味島等）はケラマブルーと呼ばれる海や高密度のサンゴ礁等を有し国立公園に指定された。更に、環境省が実施する「国立公園満喫プロジェクト」に選定され、サンゴ保全やエコツーリズムの全体構想を策定している。
- ・本島北部エリアを称するやんばるは、豊かな森を有し、奄美大島とともに国立公園認定に登録された。また、ここだけでしか見られない貴重な固有種も多く、手つかずの自然が残っている。

＜文化＞

- ・組踊（くみおどり）、エイサー、焼物（やちむん）、染織物、琉球漆器、琉球ガラス、三線、闘牛、沖縄独特の食文化等

＜スポーツ＞

参加するスポーツ（マラソン、サイクリング、トライアスロン、ウォーキング等）、観るスポーツ（試合観戦、キャンプ等合宿観覧）、楽しむスポーツ（アウトドアアクティビティ）等沖縄の自然環境を活かしたアクティビティやスポーツイベントをコンテンツ化している。

＜イベント＞

- ・県内最大の「全島エイサー祭り」や那覇大綱挽まつり、那覇ハーリー大会等沖縄の伝統文化を発展させたイベントが多く開催されている。また、毎年4月に開催される「琉球海炎祭」にも多くの訪日観

光客が訪れる。その他、1万人のエイサー踊り隊、本部八重岳桜まつり、沖縄国際映画祭等年間を通して200ものイベントが開催され、それぞれに観光客が足を運んでいる。また、本島のみならず離島にも数多くのイベントがあり活況を呈している。R5年度は、FIBAバスケットボールワールドカップ2023（8月）、今年で最後となる安室奈美恵花火ショー（9月）、山の日全国大会（8月）、Bリーグオールスターゲーム（1月）なども予定されており、県内外・国内外から多くの観光客が訪れる。

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

	R3年	R4年	増減数	対前年比
宿泊施設軒数	3,480 軒	3,681 軒	+ 201 軒	105.8%
客室数	59,448 室	63,215 室	+ 3,767 室	106.3%
収容人数	167,662 人	177,191 人	+ 9,529 人	105.7%

・調査結果の概要：各合計数を前年調査結果と比較すると、軒数はプラス201軒（対前年比105.8%）、客室数はプラス3,767室（対前年比106.3%）、収容人数はプラス9,529人（対前年比105.7%）となり、軒数、客室数、収容人数合計ともに、平成14年以降21年連続で過去最高となった。

令和4年宿泊施設 軒数・客室数・収容人数

令和4年12月31日現在

令和4年	軒数		客室数		収容人数	
	(軒)	対前年比 (%)	(室)	対前年比 (%)	(人)	対前年比 (%)
ホテル・旅館	903	107.9%	51,163	107.2%	135,908	106.7%
大規模 (収容人数300人以上)	126	109.6%	28,629	109.4%	81,657	108.4%
中規模 (収容人数299～100人)	187	104.5%	13,904	105.2%	32,763	104.4%
小規模 (収容人数100人未満)	590	108.7%	8,630	103.6%	21,488	104.0%
民宿等	2,740	105.1%	11,663	102.7%	38,099	102.5%
団体経営施設・ユースホステル	38	105.6%	389	103.7%	3,184	101.9%
合計	3,681	105.8%	63,215	106.3%	177,191	105.7%

※1 ホテル・旅館＝リゾートホテル、ビジネス・宿泊特化型ホテル、シティホテル、旅館

※2 民宿等＝民宿、ペンション・貸別荘、ドミトリー・ゲストハウス、ウィークリーマンション

※3 令和4年1月1日～令和4年12月31日の期間に新規開業・廃業した施設のほか、新たに宿泊施設の営業・廃業の実態が確認された施設も含む。

（出典）令和4年「宿泊施設実態調査」

【利便性：区域までの交通、域内交通】

・県内の観光客の交通手段は、レンタカーが主流となっているが、レンタカーは自由に移動したいという観光ニーズを満たす一方、ペーパードライバーなど運転に不慣れな国内観光客や交通ルールの異なる外国人観光客の利用などにより、交通事故の発生やマナー違反などの問題が顕在化した。

- ・ 今後は、適度なレンタカー利用の推進を図るとともに、見知らぬ土地で自ら運転しなくても安心して移動できる公共交通の利用を促進し、誰もが快適に沖縄観光を楽しめる交通体系を整備する必要がある。
- ・ さらに、本島中北部で多くの観光客が訪れ滞在する北谷町、恩納村、名護市等のエリアを観光二次交通結節点として位置づけ、那覇空港から基幹バスなどで観光二次交通結節点まで輸送し、観光客が次の目的地へ向かう際にレンタカーやレンタサイクル等を含むシェアリングサービスの利用を促進するなどの動きもある。
- ・ OCVB は広域連携 DMO として各ステークホルダーと連携し、課題の把握を行い、適切な情報発信、プロモーションを展開していく。
- ・ また現在、沖縄を訪れる観光客の 67.2%が移動手段にレンタカーを使用している現状があることから、「沖縄は車なしでは楽しめない」といったイメージが定着している。令和 4 年度は、これらの課題に対し、特に免許保有率が低い Z 世代を対象に実態調査 (<https://www.ocvb.or.jp/topics/4011>) を行い、車を利用しない沖縄旅行の情報発信を強化した。引き続き、情報発信の中で、公共交通手段を活用した旅の楽しみ方や移動しない旅の提案を行っていく。
- ・ クルーズにおいては、利用客が県内市町村を周遊することができる観光ルートの開発及び利用を促進し、貸切りバスの稼働率向上等を 図ることにより、クルーズ観光による経済効果を一層高める必要がある。

【外国人観光客への対応】

- ・ 訪日外国人観光客数は、2013 年以降、大きく伸長し、2019 年には過去最高の 3,188 万人を記録したが、2020 年は新型コロナウイルス感染症流行による渡航制限等により 411 万人（前年比 87.1%減）と大きく減少した。また、訪日外国人旅行消費額は、2011 年から 2019 年にかけて 8 年連続で増加し、2019 年には過去最高の 4 兆 8,135 億円に達したが、新型コロナウイルス感染症の影響により、2020 年の訪日外国人旅行消費額は前年比 84.5%減の 7,446 億円と試算された。なお、2020 年は、4－6 月期、7－9 月期、10－12 月期の訪日外国人消費動向調査が中止されたことから、1－3 月期の 1 人当たり旅行支出を用いて暦年の消費額を試算している。
- ・ 2019 年における訪日外国人観光客数上位 5 カ国は、中国（約 950 万人）、韓国（約 550 万人）、台湾（約 490 万人）、香港（約 200 万人）、アメリカ合衆国（約 170 万人）であった。特に、中国からの観光客は 2015 年からの 5 年間で倍増した。
- ・ 引き続き、海外にて沖縄が国際観光地として認知され、各市場での安定的な需要の創出と国際航空路線の誘致活動を促進し、外国人観光客の更なる誘客を図ることを目的に、国際線の復便及び航空路線の誘致・拡充、各市場特性に応じた戦略的な誘客活動の展開、魅力的な観光情報の発信等を行う。

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	観光消費の実態や経済への波及効果を把握	沖縄県文化観光スポーツ部より入手
延べ宿泊者数	観光客の宿泊エリアと動向の把握	
来訪者満足度	観光客の実態を把握	
リピーター率	観光客の実態を把握	
WEBサイトのアクセス状況	地域に対する顧客の関心度や施策の効果等を把握	OCVB 管理のグーグルアナリティクスやユーザーローカルを活用して情報入手
月別来沖者数実績 (訪日観光客数を含む)	空路・海路別、発地別の入域動向を把握	沖縄県文化観光スポーツ部より入手
人流データ	沖縄県および各市町村の人流を把握することで消費額を最大化する	株式会社ブログウォッチャーより入手

4. 戦略

(1) 地域における観光を取り巻く背景

令和5年度OCVB事業計画骨子

重点 沖縄観光 本格回復に向けた取組

キーワード

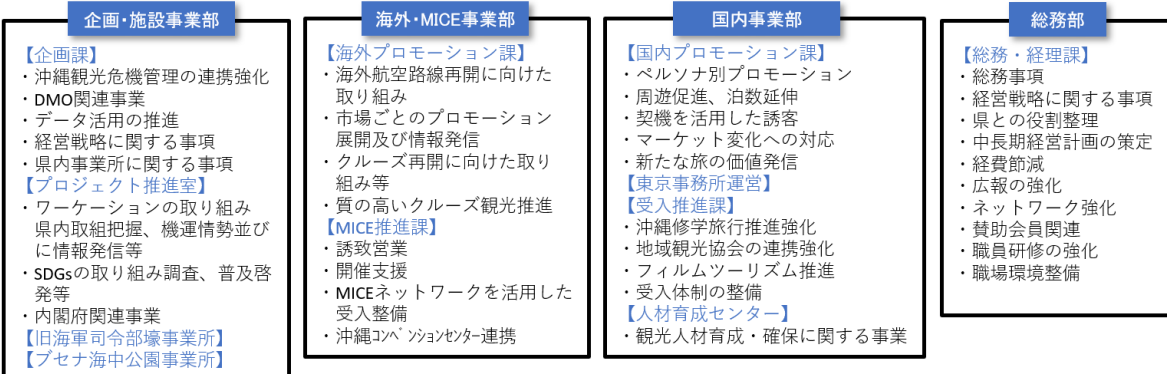
【国内】入域観光客数目標
720万人 対19年度102.8%

【海外】
国際線が一部復便したが、今後の拡充にあたっては、受入体制の見通しが難しいため、目標数値については今後の状況を踏まえ判断する。

1. 国内旅行需要回復
2. 国際線本格需要回復
3. マーケティングの強化
4. FIBAバスケットボールワールドカップ
5. 観光人材の育成・確保
6. 収益事業強化
7. 組織経営の安定化

【国内】人泊数目標
2,300万人泊
(至近の調査より泊数**3.1泊**として試算)

◇執行体制(案)及び主な事業◇



(2) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	<p>強み (Strengths)</p> <p>■ <u>優れたリゾート環境</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 豊富な観光資源 海ややんばるの森等の自然、動植物 ・ 独特の沖縄・琉球文化 沖縄民謡、三線、エイサー、琉球舞踊、組踊、空手（発祥地） ・ 沖縄料理、宮廷料理 <p>■ <u>本県へのアクセス</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 航空機の発着便数の増加 ・ クルーズ寄港回数の増加 <p>■ <u>インフラ改善（空港等）</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 空港およびクルーズ港の供用による空路・回路の充実 <p>■ <u>ホスピタリティー</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 県民向け観光客受入の啓発活動の事業実施 <p>■ <u>治安 等</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 観光危機管理事業の実施 <p>■ <u>地域観光協会の存在</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 地域連携基盤形成、地域調整役 	<p>弱み (Weaknesses)</p> <p>■ <u>二次交通等のインフラ整備</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 整備の遅れ ・ フリーWi-Fi の整備不足 ・ カード（キャッシュレス）決済の普及、両替所の不足 <p>■ <u>海外航空アクセス</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ トランジット運賃の設定 <p>■ <u>海外での認知度の低さ</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 欧州における本県の知名度 <p>■ <u>新たな魅力創出不足</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 本格的なナイトエンタメ ・ 冬場の魅力創出 <p>■ <u>労働力不足</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ ホテルやバス等観光業界の人手不足 ・ 賃金の低さによる人手不足 <p>■ <u>国際ビジネス人材 等</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 外国語対応の人材不足 <p>■ <u>医療機関不足</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 特に離島地域の医療機関が脆弱 ・ 空港や港湾における感染症水際対策
外部環境	<p>機会 (Opportunity)</p> <p>■ <u>ICT の更なる進展</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 「おきなわ ICT 総合戦略」の策定 <p>■ <u>アジアの経済発展</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ アジアからの訪日客の増加 <p>3,000km 以内に人口 20 億人の巨大市場がある</p> <p>■ <u>LCC、クルーズ等</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 国内外の就航便数増加 ・ アジアにおけるクルーズ市場の拡大 <p>■ <u>規制緩和 等</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 中国のビザの緩和 	<p>脅威 (Threat)</p> <p>■ <u>世界経済の不安定化</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 為替変動による誘客動向 <p>■ <u>国内外との競争</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 東京、大阪、名古屋、福岡との競合 ・ アジア内（セブ島、バリ島等）の世界的有名ビーチリゾートとの競合 <p>■ <u>テロ等社会情勢の不安定化</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 国際・国内政治的要因 <p>■ <u>気候変動等（自然災害等）</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 台風等の自然災害 ・ 生態系の破壊 <p>■ <u>感染症</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 各国の新型ウイルス対応の差、流動性

※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

<p>○第1ターゲット層 【国内市場】</p>
<p>○選定の理由、○取組方針</p> <p>キャリアタイアップ・メディア招聘・空港連携・旅行会社連携・イベント実施・デジタルPR等、様々なプロモーションを組み合わせ、ロードファクターを踏まえた地方路線強化を行うと共に、R4年度に実施されたリピーター調査を元にしたペルソナ別のターゲットマーケティングを活用したプロモーション展開を図る。また、人や社会・環境などに優しい「エシカルトラベル」を引き続き推進し、沖縄の自然環境・伝統・産業を尊重しながら、旅行者と沖縄県民との相互満足度向上を目指したプロモーションを行う。</p>
<p>○第2ターゲット層 【MICE市場】</p>
<p>○選定の理由、</p> <p>MICEの開催は、経済波及効果のみならず、産業及び学術振興にも寄与し、地域への波及効果が高い観光コンテンツとされている。特に本県においては、観光リゾート産業の高付加価値化や沖縄県が掲げる世界とつながり、時代を切り拓く「強くしなやかな自立型経済」の構築にも寄与していくことが期待されている。</p> <p>○取組方針</p> <p>国内外のMICE市場において、MICE開催地としての沖縄の認知度向上と価値の創造をめざし、主催者ニーズの把握、競合するMICE都市の取組情報の収集などを含めた市場別・ターゲット別のマーケット調査を行い、マーケティングに基づいたプロモーションを行う。</p> <p>具体的には、MICE見本市商談会への出展や沖縄MICEセミナーの実施、主催者等の招聘及び県内事業者とのマッチング商談会開催等をステークホルダー（MICE施設、旅行会社、ホテル、航空会社、県外海外事務所等）との強力な連携のもと実施する。</p> <p>各種誘致活動において得た営業情報を関係者間で共有する仕組みを構築し、連携強化を意識して取り組む。</p> <p>プロモーションの実施にあたっては県内事業者とともに沖縄MICEブランドのインナーブランディングを徹底し、統一された訴求の発信を心がける。同時にサステナブルなMICE開催を意識した情報発信を合わせて行う。</p>
<p>○第3ターゲット層 【重点市場（台湾、韓国、香港、中国）】</p>
<p>○選定の理由、○取組方針</p> <p>いち早く航空便が回復している重点市場では、安定的な送客と路線維持・拡大を図ることを当分の目標とし、情報発信に注力していた昨年度から、今年度は旅行博への参加や招聘事業、主催イベントの開催等、航空会社・旅行会社と連携した積極的なプロモーションを展開する。また、成熟市場</p>

<p>ゆえに持つ幅広い客層を活かし、その中から、レスポンスブルーツリズムやガストロノミーーツリズムなどに興味を持つ層に向けて、高付加価値の商品造成、離島への誘導等を図るプロモーションを展開し、消費単価向上・滞在日数延伸・リピート率向上等、質の向上を図る。</p>
<p>○第4ターゲット層 【戦略開拓市場（タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア、ベトナム、フィリピン）】</p>
<p>○選定の理由、○取組方針 路線の復活が予定されているシンガポールやマレーシア、その他チャーター便の運航などを契機と捉え、SNSを中心とした情報発信を強化し、旅行需要喚起を行いながら路線誘致活動やチャーター便の運行支援、トランジット商品造成など、ASEANからの観光客入域者数の拡大を図る。また、新たな取組として戦略開拓市場において人気の高いマンガやアニメなど沖縄発のコンテンツをフックとした誘致も行き、旅行消費額の向上、滞在日数の延伸を目指す。</p>
<p>○第5ターゲット層 【新規開拓市場（欧米豪）】</p>
<p>○選定の理由、○取組方針 海外のレップ（イギリス、フランス、ドイツ、オーストラリア）を中心に、現地の航空会社、旅行社向けのE-learningやWebinarなどでコミュニケーションを図り、現地向けの情報発信を継続的に実施し沖縄の認知度向上を図るとともに、国際便が就航する国内主要都市を経由して沖縄を訪れる仕組みづくりを強化する。また、市場の特性に合わせた高付加価値コンテンツの磨き上げを行い、再開された旅行博や招聘事業等を通じて積極的にPRし、旅行商品の造成につなげる。</p>
<p>○第6ターゲット層 【国内外クルーズ市場】</p>
<p>○選定の理由、○取組方針 約3年ぶりに日本における国際クルーズ船の寄港が再開された。 令和5年度は、第6次沖縄県観光振興基本計画で掲げられている、「質の高いクルーズ観光の推進」に取り組むべく、情報発信を中心とした国内外クルーズ船社へのセールス活動、キーパーソンやメディア等の招聘事業を通して、クルーズ寄港地としての認知度向上、「沖縄クルーズ」のイメージ訴求を行うほか、ラグジュアリー・プレミアムクラスのクルーズ船の積極的な誘致や寄港拡大に向けた分散化等の働きかけ、クルーズ観光による経済効果をより一層高める。また、県内の受入体制の整備・強化を図るべく、県内各港湾および地域と連携した寄港船へのおもてなしや国内外のクルーズ船社と県内港湾関係者とのパイプ役を担い、連携体制の強化を図る。クルーズ船の寄港および受入再開につながるための取組を行う。</p>

(4) 観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	「世界から選ばれる持続可能な観光地」形成に向けた広域連携 DMO としての機能強化
②コンセプトの考え方	<p>OCVB は、沖縄県と両輪になり、沖縄観光のプロフェッショナルとして、誘客、受入、地域活性化、人材育成、危機管理等に取り組むとともに、県全体の観光地づくり法人（DMO）として、関係省庁、地域（行政、観光協会、DMO）、観光業界及び観光団体をつなぎ、持続可能な観光地の形成に努める。</p> <p>また、シンクタンク・コーディネート・プロデュース機能を強化し、観光振興施策立案にかかる調査や分析、マーケティングやブランディングを行い、観光の高付加価値化を推進することで「世界から選ばれる持続可能な観光地」形成と観光地経営の推進を担っていく。</p> <p>【課題】</p> <p>コロナ前において沖縄県の入域観光客数は順調に増加してきたが、観光客一人当たり消費額及び平均滞在日数は伸び悩む状況にあった。世界から選ばれる持続可能な観光地の形成に向けては、消費単価の向上や滞在日数の延伸、食、交通、宿泊の満足度の向上、沖縄でしか味わえない歴史文化の体験等、付加価値の高い観光商品の造成や観光客の受入体制の整備、観光人材の育成・確保等に取り組むとともに、観光の質の向上のため、多様な旅行ニーズに対応した観光を促進し、MICE（会議（Meeting）、報奨旅行（Incentive Travel）、国際機関が行う学会・会議（Convention）、展示会（Exhibition）の振興、地産地消の促進などを通じて沖縄観光の高付加価値化を図る必要がある。</p> <p>OCVB は広域連携 DMO としてこれらの実現に向けて、観光地域づくりの画を描き、多様な関係者との合意形成やファクトベースの PDCA、戦略に沿った地域資源磨き上げ・受入環境整備、戦略を成果に繋げていくための仕組みづくりなど DMO として果たすべき役割があるが、地域のポテンシャルや課題に対しまだまだ強化すべき機能・役割があると認識している。これらの課題に対し、R4 年度下期より、組織内にて経営戦略プロジェクトチームを立ち上げ、あらためて自組織の課題に向き合う等アクションを起こしている。R4 年度の経営戦略プロジェクトチームでの整理を元に、R5 年度は DMO としての機能強化を目指し、沖縄県における観光地域づくりの司令塔として沖縄の観光振興を担っていくための基盤づくりに注力する。</p> <p>（参考）沖縄観光の課題詳細（第 6 次観光振興計画より）</p> <p>(1) 安全・安心・快適で SDGs に適応した観光地マネジメント</p>

・観光産業は、沖縄のリーディング産業として県経済を牽引し、今後もさらなる成長と発展が見込まれているが、自然災害、感染症、政治的動乱、各種の風評被害など、観光に関わる様々なリスクが存在することから、リスク発生時には、観光産業はもとより沖縄の社会・経済全体に大きな打撃や多大な損失を及ぼすおそれがある。こうした多様な観光リスクに対応する仕組みを構築し、観光産業と県経済への影響を最小化することが重要である。また、自然災害に関しては、観光客への災害情報伝達を含む防災体制の強化が必要である。

・沖縄観光においては、自立型経済の持続可能な発展に貢献し、地元ひいては県民のウェルフェア（幸せや豊かさ）を高める施策を推進するとともに、中長期的なスパンで観光収入と環境保持のバランスが取れた「世界から選ばれる持続可能な観光地」を目指す必要がある。このためには、年間を通じた入域観光客数の平準化だけでなく、時間と地域の分散化を図るため、各観光エリアにおける旅行者数や動態把握に努め、リアルタイムによる観光情報を発信することにより、オーバーツーリズム（観光客が飽和状態になりもたらす悪影響）の発生を抑制するなど、生活環境への負の影響を与えないようにするマネジメントが必要である。

(2) 多彩かつ質の高い観光に向けた DX の推進

・マーケティングの推進

観光に関する実態調査については、観光客や観光産業における現状や課題等を的確に把握し、より良い施策立案等につながるよう、従来の調査方法に加えて新たな調査手法等の検討を行い、プロモーションにおいて ICT を活用した観光情報の国内外への発信や観光客のトレンド及び満足度の把握、新たなビジネスモデルの実証実験、ビッグデータを活用したマーケティング等に努める必要がある。

・観光客一人当たり消費額と平均滞在日数の延伸

観光客一人当たり消費額は、昭和 62 年の 92,060 円をピークに減少に転じ、平成 24 年には 66,924 円まで落ち込んだが、その後は 7 万円台（令和元年 73,632 円）で推移している（令和 2 年は GoTo キャンペーンの効果で、約 10 万円と大幅に増加）。観光客数の増加と並行して、消費額の向上と平均滞在日数の延伸を図るため、ソフトパワーを生かした観光コンテンツの造成や、ワーケーションなど新たな観光スタイルの普及、宿泊を伴う離島周遊型のツアー、長期滞在が見込まれる欧米豪露等からの外国人観光客の誘客などに効果的に取り組むための体制づくりを行うとともに、世界への沖縄

の発信機会となる国際競技と連動した観光施策の展開が必要ある。

(3) 沖縄のソフトパワーを生かしたツーリズムの推進

・食事と土産品の満足度向上

令和 2 年度観光統計実態調査で実施した「沖縄旅行の満足度」において、全体の満足度に対して飲食と土産品の満足度が低い結果となっており、「大変満足」の割合が 60%を下回っている。琉球料理など本県の伝統的な食文化の継承を図り、観光資源として活用するため、情報発信を推進するとともに、地産地消を通じた地元食材の観光客への提供など、農林水産畜産業との連携強化が必要である。また、観光土産品については、観光客に選ばれる魅力的な商品の開発・販売の促進や観光土産品の域内調達率の向上、各事業者の習熟度に合わせた支援が課題となっているが、価格や安定供給の面から地産地消や県産品の利用が進んでいない状況であり、国内外の消費者や観光客に選ばれる特産品づくりと販路拡大・プロモーション活動の支援を行う必要がある。特に近年、離島地域への観光客が増加していることから、インバウンドを含めた入域観光客を取り込むため、沖縄らしさを感じられる地域特産品の開発やブランド化、農商工連携等を含めた事業者間の協働体制の構築を促進し、食嗜好やパッケージなど新たなニーズ・課題に対応した商品開発、デザイン開発等に取り組む必要がある。

・ 伝統文化・芸能・工芸の活用

文化芸術活動の拠点となる国立劇場おきなわ、県立博物館・美術館等については、観光資源としての魅力を周知していく必要がある。文化芸術に関する産業の振興については、本県には、琉球舞踊やエイサー、空手などの世界に誇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ことから、文化資源の多くを観光産業につなげる必要がある。特に、空手については、国が武道ツーリズムを積極的に推進していることに加え、本県のリーディング産業である観光産業はもとより、商工業等関連産業への波及効果が期待できることから各種施策を通して空手を目的とした交流人口を増やすことで「空手関連産業」という新たな沖縄型産業の創出を図る必要がある。また、守るべき伝統文化を大切に継承しつつ、エンターテインメント性など新たな魅力が備わった文化コンテンツを創造し、伝統文化と新しい文化が相乗効果を生み出していくことが必要である。伝統工芸産業は、本県の歴史的、文化的及び自然的特性を生かした産業として特色ある地域づくりや就業の場を創出するとともに、観光産業との親和性が高く波及効果が期待されることから連携した取組が必要である。

・ 教育旅行や交流の推進など

教育旅行は、これまで年間 40 万人から 50 万人程度で推移しており、沖縄観光を支える重要なコンテンツとなっていたが、平成 23 年の 2,686 校、451,550 人をピークとして東日本大震災による旅行先の振替の影響により減少傾向が続いている。その後は、概ね横ばいで推移し、令和元年は 2,398 校、409,011 人であったが、令和 2 年は新型コロナウイルス感染症拡大等の影響により 395 校、70,414 人と大幅に減少した。教育旅行で来沖した児童生徒は、将来的にリピーターになる可能性が高いことか

ら、戦争遺跡等を活用した従来の平和学習や、農山漁村地域における体験交流プログラムに加えて、プロスポーツや OIST、MRO（航空機整備場）など、沖縄ならではの資源や産業との連携を図り、他県や海外に行っていた学校等の呼び込みを強化するとともに、海外の学校も誘致の対象とするなど、教育旅行市場のさらなる獲得に向けて平和学習と並ぶ新たな魅力体験のコンテンツ造成が必要である。さらに、近隣諸国の中高生が沖縄で修学旅行を実施できるようにするための取組や環境整備のほか、MICE の開催により来沖した参加者と県民、児童等との交流機会を設けることで、教育面やビジネス面における新たな創造を生み出すことが期待できることから、国際会議参加者との交流等に積極的に取り組むことが必要である。

・ 沖縄観光の構造転換

月別の観光客数について、国内客は3月の春休みシーズンと、7月、8月の夏休みシーズンに多くなっている。外国人観光客は国や地域によって特性が異なり、12月などクリスマス休暇のシーズンにピークが来る国・地域があるものの、全体としては5月から8月にかけてのグリーンシーズンの訪問が多くなっている。本県の修学旅行トップシーズンの9月下旬から12月は、全国の観光トップシーズン（10月～11月を想定）と重複しているため、プロスポーツキャンプ（1月下旬～2月）と連携した修学旅行の分散化を図り、三世代での家族旅行、高齢者・障がい者のバリアフリー観光など一般観光客の受入数を増加させる戦略的なターゲットマーケティングを実施し「適切な時期に適切な客層を適切な価格」で誘客することにより沖縄観光の構造を転換させる必要がある。

(4) 基盤となる旅行環境の整備

・ 空港機能の強化

那覇空港については、今後の航空旅客の増加が予想されることから、滑走路やターミナルビルの処理能力を最大限活用するために、更なる空港機能の強化を促進するとともに、中長期的なアジアの航空需要を見据え、駐機場や新ターミナル等空港施設の拡張整備や展開用地の確保等に取り組む必要がある。那覇空港際内連結ターミナル及び下地島空港国際線等旅客施設の供用開始を契機とした路線誘致活動等、新規航空会社の参入を促進し航空ネットワークの拡充に取り組むため、各種規制緩和の活用等により沖縄と本土主要空港を結ぶ航路網を拡充するほか、アジアを中心とする主要空港とのネットワーク拡充に取り組む必要がある。また、新型感染症の侵入・感染拡大防止のための水際対策を含め、国際空港として検疫機能の強化を図るとともに、各種のセキュリティ対策、高度な危機管理体制の構築を図る必要がある。さらに、県管理空港については、旅客数が増加傾向にあり、特に宮古地域や石垣地域では、外国人観光客が増加傾向にあるため、国際線受入のため CIQ（税関(Customs)、出入国管理(Immigration)、検疫(Quarantine)機能等の体制強化とともに、海外の富裕層をターゲ

ットとした将来的な観光振興の一つとして、プライベートジェット機等の受入体制構築、ファストレーンの整備を促進する必要がある。

・クルーズ受入体制の整備

港湾については、多様なクルーズ船に対応した岸壁や旅客ターミナル、二次交通結節機能等、受入環境の整備による安全性・快適性・利便性の確保、マリナーや人工ビーチ等の整備をはじめ、国際的な海洋性リゾート地にふさわしいウォーターフロント（港湾・臨海部）や憩いの場としての港湾緑地の整備が必要である。クルーズ船運航会社に対しては、さらなる寄港拡大に向けた分散化等の取組を働きかけ、県内各港湾における拠点化を推進するとともに、クルーズ利用客が県内市町村を周遊することができる観光ルートの開発及び利用を促進し、貸切りバスの稼働率向上等を図ることにより、クルーズ観光による経済効果を一層高める必要がある。

・陸上交通の円滑化

陸上交通基盤については、観光客の移動の円滑化を図るため、渋滞緩和や広域交流拠点と主要観光地との結節性向上に資する体系的な幹線道路網の整備、自動車と公共交通及び公共交通機関同士の結節機能の向上等により、定時速達性に優れかつ利便性の高い公共交通ネットワークを形成することが必要である。そのため、スマートシティ（先端技術を活用した街）やスマートアイランド（先端技術を活用した島）の概念を踏まえ、AI、IoT、ビッグデータの活用により、観光客など道路利用者の増加に対応した社会基盤整備等のあり方や沖縄都市モノレールの輸送力の増強等の検討のほか、多様な交通手段が選択できる社会の構築、自転車利用の促進など交通に係る社会基盤を効率的に管理・運営し移動の円滑化を図る必要がある。また、空の玄関口である那覇空港と各観光二次交通結節点を多頻度で速達性の高い路線バスで連結し、各交通結節点からレンタカーなどで観光エリアを周遊する観光交通の分散化を図る必要がある。

(5) 脱炭素・グリーンリカバリーへの積極的な対応

・令和3年の改正地球温暖化対策推進法では、国、地方公共団体、民間等の主体が密接な連携の下、2050年カーボンニュートラルを実現することが法の基本理念として位置づけられた。持続可能な観光を志向する国内外の観光客に対して、脱炭素の取組を発信することが、世界から選ばれる持続可能な観光地になるものと考えられる。

・食品ロスの視点では、食品ロスの削減の推進に関する法律（以下、「食品ロス削減推進法」という）が令和元年10月1日に施行され、令和2年3月には、食品ロス削減推進法に基づく基本方針が策定されたことを受け、観光産業が自らできる取組として、天候や日取りなどを考慮した仕入れ、小盛りメニューや消費者の要望に応じた量

の調整、おいしい食べきりを呼びかける「3010 運動」等の実施、残った料理を持ち帰る等の取組が必要である。

・脱プラスチックの視点では、プラスチック資源循環促進法が令和3年6月に成立し、同法では、ホテルや旅館が、歯ブラシ、ヘアブラシ、くし、カミソリ、シャワーキャップ等の対象製品を扱っている場合は、有料化、辞退者へのポイント付与、木製やリサイクル素材などの代替製品への切り替えなどの対応が求められており、有料化や辞退者へのポイント付与の取組が必要である。

・脱炭素の視点では、各観光施設における再生可能エネルギー発電設備や省エネ設備の普及拡大など、脱炭素に向けた取組が必要である。誘客目線では、新たな市場を開拓し、また国内及び近隣のアジア諸国からの持続的な

誘客を図るためには、カーボンオフセットの旅行スタイルを発信していくことが必要である。このため、沖縄観光においても、持続可能な観光を志向する観光客に合致した旅行コンテンツを創出、提案するほか、代替手段としての二次交通における次世代自動車や公共交通機関利用の提案、歩けるまちづくりの推進、観光客のカーボンオフセットなどの脱炭素化につながる取組を支援することによって、社会全体の意識変革や行動変容に貢献していく必要がある。

(6) 人材育成と人材確保の推進

・人口が増加基調にある本県においても、将来的には少子化に伴う生産年齢人口の減少による労働力不足が懸念されている。コロナ禍前は観光客の増加等により、関連する産業分野において人手不足が顕著になっていた。特に、グローバル人材や国内外から訪れる観光客の多様なニーズに対応できる質の高い人材、持続的な観光振興を担う経営人材が経常的に不足している。

・また、賃金面から見ると、「宿泊業、飲食サービス業」における常用労働者数は増加しており、県民の雇用の場となっていたが、全労働者に占める割合は横ばいで、現金給与額については全産業平均に至っておらず、令和元年に実施した「沖縄観光に関する県民意識調査」の「観光産業に対する就業推奨意向」では、「働かせてみたい」の合計が「働かせたくない」の合計を下回るなど、厳しい評価となった。

・さらに、コロナ禍の影響により経済活動が縮小されたため、観光産業から多くの人材が他産業に流出しており、感染状況が落ち着いた後の国外の状況を見ると、一時的に多くの産業で人手不足に陥るなど、人材の確保対策が急務となっている。そのため、正規雇用などの雇用形態や給与等の処遇改善、DX（デジタルトランスフォーメーション（IT を活用してあらゆる面で生活を便利にする概念））の推進等による生産性向上等による人材の定着に取り組むとともに、大学等と連携した人材育成カリキュラ

ムの構築やインターンシップ制度の充実を図るなど、観光産業の魅力発信や観光教育の推進等により観光産業従事者の拡大に取り組む必要がある。さらに、県や市町村職員など、観光行政に関わる「政策人材」の育成についても取り組む必要がある。

【計画の目標値】(Outcome)

目標値を実現することにより、県民、観光客、観光事業者が、自然、歴史、文化を尊重し、それぞれの満足度を高めるとともに、環境容量の範囲において観光産業の成長と維持を目指すことで、沖縄経済を最適に活性化させる。具体的には下記の状態を達成する。

① 社会の視点

県民の幸せ感 90%

観光業従事者の満足度 80%

観光客の満足度 80%

② 経済の視点

観光収入、人泊数（延宿泊者数） 1. 2兆円、4,200万人

観光事業者（正社員・正規職員）20代の平均年収 280万円

観光事業者における役職者（部長級・課長級・係長級）

の平均年収 448万円

③ 環境の視点

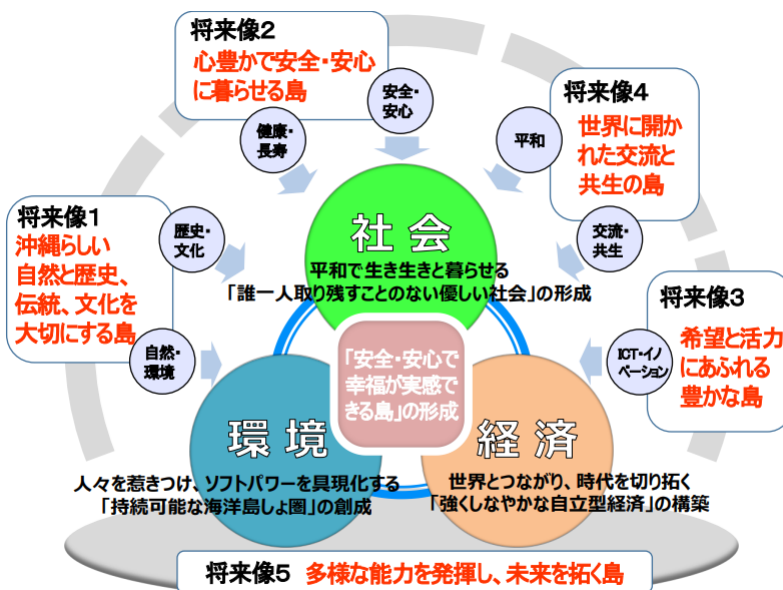
観光関連施設等における再生可能エネルギー対応施設数 100件

宿泊施設におけるアメニティグッズ廃止を導入している施設数 100件

「3010」運動（フードロス削減）を推奨しているホテル数 100件

【沖縄観光の本質的な価値】(Key Value)

沖縄観光の本質的な価値（key value）として、豊かな自然環境、独自の歴史、文化を以下に挙げる。これらが作り出す、沖縄県の独特かつ魅力ある風土や空気感が沖縄県のブランド価値となり、観光客を惹きつけるものとなる。



①自然 一島の海、川、森、生き物ー

沖縄県は、広大な海域に点在する多数の島々において、それぞれの島ごとに豊かで多様な自然環境が形成されており、令和3年7月には、沖縄島北部及び西表島が「奄美大島、徳之島、沖縄島北部および西表島」として世界自然遺産に登録された。また、明るい陽射しに彩られた青い海とサンゴ礁、マングローブが密生する汽水域が存在するほか、多くの固有種や希少種が生息・生育する世界でも稀に見る生物多様性に富んだ地域となっており、豊かな自然環境と景観、ゆったりとした時間を楽しむことができる

国内有数の観光地として、訪れる多くの観光客を魅了している。ダイビングやカヌー、キャンプ、星空、トレッキングなど豊かな自然環境を体験するとともに、学ぶことができる多彩なエコツアーを備えていること、また、自然環境を活かし体感できる新たなツアーの可能性を有していることが沖縄観光の強みである。この豊かな自然環境を保全しつつ、観光客が「訪れる地域に尊敬の念を抱き責任のある行動をとる」仕組み作りを進めることにより、県民・観光業従事者・観光客それぞれの満足度を高めていく。

②歴史 一島の伝統、芸能、歴史文化ー

沖縄県では、琉球王朝時代から培われてきた伝統文化や芸能、伝統行事が各地域で脈々と受け継がれ暮らしの中に息づいており、それらが醸し出す独特の空気感が訪れた人々を包み込み魅力ある風土を作り出している。その例として、現在、復興を進めている首里城を含む「琉球王国のグスク及び関連遺産群」の世界遺産登録（2000年）や300年以上にわたって受け継がれてきた「組踊」のユネスコ無形文化遺産登録

(2010 年)、来訪神：仮面・仮装の神々のひとつとして「宮古島のパーントゥ」のユネスコ無形文化遺産登録（2018 年）、同じくユネスコ無形文化遺産への登録を目指している沖縄発祥の空手が挙げられる。また、国の重要無形民俗文化財に指定されている竹富島の種子取、多良間島の豊年祭り、伊江島の村踊のほか、綱引きやハーリー、エイサー、豊年祭、闘牛などの伝統行事が地域に暮らす人々によって守り受け継がれている。さらに、経済産業大臣指定伝統的工芸品に、13 の染織、三線、壺屋焼、琉球漆器と 16 の工芸品が登録されている。これらの他地域にはない独自の文化、芸能、伝統行事、工芸品が、人々を魅了する沖縄ならではのコンテンツになっている。

③文化 一島の人、催事、食

沖縄県は、日本本土と東アジア及び東南アジアの中心に位置し交通の要衝であったことから、周辺諸国や地域との交流などによって独自の歴史を刻むとともに、海に囲まれた島嶼県であることや温暖な亜熱帯海洋性気候のもと、「なんくるないさー」、「いちやりばちよーでー」、「ゆいまーる」などで表される「おおらかでゆったりとした県民性」を育んできた。沖縄県の観光統計実態調査でも「県民のおもてなし」が旅行の満足度で上位にランクインしており、県民性が醸し出す癒やしの空間や県民との触れ合いが満足度を高めることに繋がっている。日本本土とは異なる歴史の中で育まれてきた沖縄の文化や県民性は、人々を惹きつけるソフトパワーの要素として現在に受け継がれており、概ね5年に一度開催される世界のウチナーンチュ大会では、世界各地で暮らす県系人（ウチナーンチュ）を暖かく迎え入れ、伝統文化、スポーツ等を通じた交流が活発に行われている。また、県内最大の収容人数とイベント床面積に加え、「観る」を主眼とした、本格的なエンターテインメントアリーナである沖縄アリーナを活用し、屋内のスポーツイベントや音楽イベント、各種 MICE の誘致に取り組む。長い歴史や諸外国との交流の中で人々の生活に根付いて育まれてきた沖縄の食文化については、琉球料理や泡盛が日本遺産ストーリーの一部に認定されるなど、観光資源としての活用が期待されている。また、地元の海産物・農産物・畜産物など新鮮で栄養豊富な食材を活用した「沖縄でしか味わえない食」を提供することにより、域内調達率と消費単価の向上につなげていく。

上記3要素を軸に沖縄県の強みを生かす新しい観光スタイルの提案として、「高付加価値」型観光の創出、「ワーケーション」の促進を国・県・民間企業と一丸となって促進し、滞在日数と消費額の増を図っていく。

【今後の目標】

・OCVBの広域DMOとしての機能強化

DMOは、地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに地域への誇りと愛着を醸成する地域経営の視点に立った観光地域づくりの司令塔として多様な関係者と協働しながら、明確

なコンセプトに基づく観光地域づくりを実現するための戦略を策定するとともに、戦略を着実に実施するための調整機能を備えた法人である。OCVBは観光地域づくりの司令塔として地域から必要とされる存在であり続けるために、以下4つの機能強化に注力する。(別添 m)

①多様な関係者との合意形成	②データドリブ な戦略とKPI設定	③観光資源磨き上 げと受入環境整備	④事業と戦略の整 合性調整・仕組化
観光地域づくり法人を中心として観光地域づくりを行うことに関する多様な関係者の合意形成	各種データ等の継続的な収集・分析、データに基づく明確なコンセプトに基づいた戦略(プランディング)の策定、KPIの設定・PDCAサイクルの確立	地域の魅力の向上に資する観光資源の磨き上げや域内交通を含む交通アクセスの整備、多言語表記等の受入環境の整備等の着地整備に関する地域の取組の推進	関係者が実施する観光関連事業と戦略の整合性に関する調整・仕組みづくり

DMOとしての役割・機能	事業名称	事業概要	担当課	種別	取組項目	概要
1 観光地域づくり法人を中心として観光地域づくりを行うことに関する多様な関係者の合意形成	多様な関係者との合意形成・マネジメント強化事業	OCVBは広域連携DMOとして、観光地域づくりにおいて主体的な役割を果たすことに加え、主要なステークホルダーとして沖縄県の観光振興を牽引していくことが期待されている。そのため、県内外の多様な関係者で合意形成する仕組みを構築し、主導し、戦略と取り組みの整合性に関する調整や仕組みづくりを行う。	総務課	継続	沖縄ツーリズム産業団体協議会関連	沖縄観光関連35団体から構成される「沖縄」抱える課題、要望、提案に関する意見の集約策や政策の実現に向け推進
2 関係者が実施する観光関連事業と戦略の整合性に関する調整・仕組みづくり			総務課	継続	沖縄県観光協会・DMOとの連携強化	各地域の観光協会・DMOに向け、「沖縄県観光協会」の課題共有、県事業やOCVB事業との連携として定期的に情報交換を実施し体制強化に努める。また、各自治体等に連携する中で地域振興の観点から協働していくことを目指す。
3 多様な関係者との合意形成			総務課	継続	外部関係機関(ステークホルダー)との連携強化	県、市町村や県内外の各観光関連団体と連携することでより広いネットワークを構築し、観光振興を推進する。
4 多様な関係者との合意形成	デジタルマーケティング強化事業	OCVBは広域DMOとして、データに基づく戦略策定など観光地域づくりに科学的なアプローチを取り入れ、マーケティングを徹底するための旅行者目線を持つ。加えて、地域が効果的な誘客や旅行消費拡大に取り組みやすいように、各種データの収集・分析・可視化を行い観光地域づくりを支援できる環境を構築する。	海外プロモーション課	新規	国内外トップセールス強化	本県への国際航空路線およびクルーズ等運航促進や、MOUをきっかけとした国・地域とトップセールスを実施する。実施に当たっては、業界一丸となった取り組みとして連携を促すことで、より効果性、具体性
5 各種データ等の継続的な収集・分析、データに基づく明確なコンセプトに基づいた戦略(プランディング)の策定、KPIの設定・PDCAサイクルの確立			企画課	継続	地域カルデア開発・運用	「地域カルデア」は、地域の観光協会等と一歩単位での経営支援ツールであり、市町村単位での観光振興や観光客の誘客に必要となるデータ高可視化することで、地域経営をデータ入力体制強化に活用する。
6 データドリブな戦略とKPI設定			海外プロモーション課	新規	海外向け広告等における効果検証	海外向けにWEBやSNSにおいて広告宣伝を行ったユーザーのデータを収集し、分析することによって、データを県内各観光協会やインバウンド事業の底上げに資する。
7 観光資源磨き上げと受入環境整備	観光資源磨き上げと受入環境整備の質向上事業	観光客の満足度・リピーター率を高め、持続可能な観光地域づくりを行うため、情報発信・プロモーションを行う前提となる地域の観光資源の磨き上げ(観光資源の掘り起こし、魅力向上、商品化等)や受入環境の整備等の着地整備が必要である。OCVBは広域連携DMOとして、地域における役割分担に基づきこれらに積極的に取り組むものとする。	国内プロモーション課	新規	リピーター分析	沖縄県を訪れた観光客がリピーターとなりうる要因等の抽出を行う。具体的には、リピーター層との比較により把握し、どのような要因を明らかにすることで、より効果的な施策を立案する。
8 観光資源磨き上げと受入環境整備			総務課	継続	人材育成(出前講座・インターンシップ等)に関する業務	観光産業の重要性や観光の持つ可能性への理解を促し、また若い世代の観光業への参入を促す。また、観光振興に関する情報共有を行うことで、持続可能な観光振興を推進する。
9 観光資源磨き上げと受入環境整備			PR室	継続	SDGsの普及啓発	観光が推進する持続可能な観光地マネジメント計画において「世界から選ばれる持続可能な観光地」を目指し、SDGs推進に取り組むこと。当該団体の発行の広報媒体「OCVB」を活用し、観光振興イベントやWEBサイトでSDGs推進・啓発セミナーの実施などに取

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
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>①理事会 : 3回(5/13開催 22名、11/11開催 21名、3/29開催 21名)</p> <p>②評議委員会 : 2回(6/15開催 7名、12/1開催 10名)</p>

	<p>各地域の観光協会及び関連団体と定期的に意見交換、情報交換を実施し連携強化を図ることを目的とし、全体協議会、地区協議会を開催する。</p> <p>③沖縄県観光協会等協議会（県補助） 各地域の観光協会及び関連団体と定期的に意見交換、情報交換を実施し連携強化を図ることを目的とし、全体協議会、地区協議会を開催。 ：全体会議 2 回（7/1 開催 54 名、3/3 開催 55 名） ：地区協議会 6 回（南部 12 名、中部 11 名、北部 14 名、宮古 6 名、八重山 8 名、久米島 6 名）</p> <p>④沖縄ツーリズム産業団体協議会（県補助） OCVB および沖縄県内観光関連業界全 35 団体（航空や鉄道・バス・船舶などの運輸業、旅館・ホテルなどの宿泊業、テーマパークなどの観光施設、レストランや土産店、MICE に関わるイベント・コンベンション業、ガイド、旅行会社など）で構成する協議会 ：2 回（5/13 開催 25 名、10/27 開催 20 名）</p> <p>⑤ワーケーション推進協議会（県委託） 沖縄県全体におけるワーケーション施策、状況、課題の集約と情報発信や県内ワーケーション関連の事業・イベント・キャンペーン等の共有・意見交換 ：5 回（総会：1 回、部会：3 回、幹事会：1 回）</p> <p>⑥沖縄 MICE ネットワーク（自主事業） 産学で MICE の振興に取り組む沖縄 MICE ネットワーク運営を通じて、観光 MICE 関連事業者のみならず、県内学術機関、産業界等とも連携体制を構築する。 ：12 回（総会：1 回、幹事会：3 回、勉強会：2 回、MICE 産業部会：2 回、サスティナビリティ部会 3 回、会員交流としてビジネスピッチ：1 回）＋機関紙：2 回発行 令和 5 年度計画に修正済み ※回数、参加人数は昨年実績</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>・ 沖縄県修学旅行推進協議会・分科会の開催（自主事業） 沖縄県における修学旅行の関連事業者が沖縄への修学旅行に関する意見交換、課題等の解決に向け協議する「沖縄修学旅行数新協議会」を開催する。また、「輸送機能」「宿泊機能」「商品造成 PR」「平和学習」「教育旅行民泊」の個別課題に関する分科会も適宜開催する。</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	<ul style="list-style-type: none">・ 誘客 Web サイト : 8 サイト (国内・海外観光情報サイト、テーマ別 (離島・教育旅行・スポーツ・世界遺産・MICE・クルーズ))・ 国内誘客 SNS : 15 アカウント (Facebook, Instagram, Twitter)・ 海外向け SNS : 8 アカウント (Facebook, Instagram, Wechat, Weibo) <p>【発信対象市場】 英語圏 (グローバル)、台湾、香港、タイ、中国、韓国</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)

(1) 必須KPI

指標項目		2020	2021	2022	2023	2024	2025
		(R2) 年度	(R3) 年度	(R4) 年度	(R5) 年度	(R6) 年度	(R7) 年度
●旅行消費額 (百万円)	目標	未設定 ()	未設定 ()	536,400 (上記に含む)	790,800 (上記に含む)	761,600 (上記に含む)	未設定 (上記に含む)
	実績	248,500 (0)	292,400 (0)	713,400 ()			
●延べ宿泊者数 (千人)	目標	未設定 ()	未設定 ()	17,510 (上記に含む)	25,870 (上記に含む)	未設定 (上記に含む)	未設定 (上記に含む)
	実績	8,186 (0)	11,198 (0)	21,670 ()			
●来訪者満足度 (%)	目標	未設定 ()	未設定 ()	未設定 ()	未設定 ()	未設定 ()	未設定 ()
	実績	96.9 (-)	96.7 (-)	()			
●リピーター率 (%)	目標	未設定 ()	未設定 ()	未設定 ()	未設定 ()	未設定 ()	未設定 ()
	実績	89.9 (-)	93.3 (-)	()			

※目標欄には、県が設定した目標値を記載

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

※延べ宿泊者数については千人未満を四捨五入した数値を記載

※R4 実績値の旅行消費額（総額）、延べ宿泊者数は見込み値（速報値）を記載

目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

【検討の経緯】

目標値設定にあたっては、沖縄県文化観光スポーツ部観光政策課の担当者と定期的に情報共有・意見交換することで客観的に評価、分析を実施。引き続き関係者と情報共有し、実績値の分析と目標値の修正等を行う。2022年度実績については一部、沖縄県未発表のため記載がない部分がある。

【設定にあたっての考え方】

沖縄県と連動し、沖縄県が設定している令和5年度観光目標値を記載。

●旅行消費額

2023年度の目標値については沖縄県の目標値を記載。

●延べ宿泊者数

2023年度の目標値については沖縄県の目標値を記載。

●来訪者満足度

2018年度までの実績値を基に、2021年度以降も国内客・訪日客共にこの高い水準（数値）を維持していくことを想定し目標値設定。

●リピーター率

国内客の場合、来沖回数が5回目以上となると一年以内に再来訪される旅行者の割合が全体の55.6%を占めるため、今後も頻繁に沖縄へ訪れるリピーター数を確保していけると仮定し2018年度までの実績を基に目標値を設定。旅行者の約2人に1人が一年以内に再来沖する状態を目指す。また訪日客に関しては来沖回数2回目以上をリピーターとして設定し、空路・海路利用それぞれ2018年度の実績値を基に今後も増加していくことを目指し、リピーターとして定着していくよう目標値を設定。

(2) その他の目標

指標項目		2020	2021	2022	2023	2024	2025
		(R2) 年度	(R3) 年度	(R4) 年度	(R5) 年度	(R6) 年度	(R7) 年度
●(例)住民満足度 (%)	目標	()	()	()	()	()	()
	実績	()	()	()			
●(例)宿泊施設の稼働率 (%)	目標	()	()	()	()	()	()
	実績	()	()	()			

●（例）ワンストップ窓口での宿泊予約数 （件）	目標	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	（ ）	（ ）	（ ）			
●（例）メディア掲載回数 （回）	目標	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	（ ）	（ ）	（ ）			

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

※各指標項目の単位を記入すること。

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

【検討の経緯】

目標値設定にあたっては、沖縄県文化観光スポーツ部の担当者と定期的に情報共有・意見交換することで客観的に評価、分析を実施。引き続き関係者と情報共有し、実績値の分析と目標値の修正等を行う。

【設定にあたっての考え方】

- （例）宿泊施設の稼働率

.....

- （例）ワンストップ窓口での宿泊予約数

.....

- （例）メディア掲載回数

.....

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つては、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（具体的に記入すること）
-------	--------	----------------

2020 (R2) 年度	1,916 (百万円)	【沖縄県・国からの受託事業】1,617 百万円 【沖縄県・国からの補助金】88 百万円 【沖縄県からの指定管理収入】17 百万円 【収益事業収入】132 百万円 (県内2事業所他) 【受取会費】45 百万円 (賛助会員より受取) 【事業外収入】10 百万円 等
2021 (R3) 年度	3,123 (百万円)	【沖縄県・国からの受託事業】1,206 百万円 【沖縄県・国からの補助金】1,706 百万円 【沖縄県からの指定管理収入】16 百万円 【収益事業収入】132 百万円 (県内2事業所他) 【受取会費】45 百万円 (賛助会員より受取) 【事業外収入】12 百万円 等
2022 (R4) 年度	1,565 (百万円)	【沖縄県・国からの受託事業】1,063 百万円 【沖縄県・国からの補助金】153 百万円 【沖縄県からの指定管理収入】18 百万円 【収益事業収入】267 百万円 (県内2事業所他) 【受取会費】50 百万円 (賛助会員より受取) 【事業外収入】10 百万円 等
2023 (R5) 年度	1,875 (百万円)	【沖縄県・国からの受託事業】1,384 百万円 【沖縄県・国からの補助金】84 百万円 【沖縄県からの指定管理収入】19 百万円 【収益事業収入】297 百万円 (県内2事業所他) 【受取会費】50 百万円 (賛助会員より受取) 【事業外収入】40 百万円 等
2024 (R6) 年度	(円)	(円)
2025 (R7) 年度	(円)	(円)

※例年、県との事業受託を中心に予算を組んでいるため現時点では（随意契約できる事業が確定していないため）2024年度、2025年度についての収入は未記載。

(2) 支出

年(年度)	総支出	内訳(具体的に記入すること)
2020 (R2) 年度	2,100 (百万円)	【県受託事業費用等】1,763 百万円 (国内・海外プロモーション/マーケティング調査/人材育成/MICE 関連/補助事業/ミス沖縄事業等) 【収益事業費用】242 百万円 (県内2事業所) 【本社費用】94 百万円 (本社人件費・事務経費等)

2021 (R3) 年度	3,317 (百万円)	【県受託事業費用等】 3,013 百万円 (国内・海外プロモーション/マーケティング調査/人材育成/MICE 関連/補助事業/ミス沖縄事業等) 【収益事業費用】 183 百万円 (県内 2 事業所) 【本社費用】 120 百万円 (本社人件費・事務経費等)
2022 (R4) 年度	1,702 (百万円)	【県受託事業費用等】 1,321 百万円 (国内・海外プロモーション/マーケティング調査/人材育成/MICE 関連/補助事業/ミス沖縄事業等) 【収益事業費用】 263 百万円 (県内 2 事業所他) 【本社費用】 117 百万円 (本社人件費・事務経費等)
2023 (R5) 年度	1,744 (百万円)	【県受託事業費用等】 1,364 百万円 (国内・海外プロモーション/マーケティング調査/人材育成/MICE 関連/補助事業等) 【収益事業費用】 254 百万円 (県内 2 事業所他) 【本社費用】 126 百万円 (本社人件費・事務経費等)
2024 (R6) 年度	(円)	(円)
2025 (R7) 年度	(円)	(円)

※例年、県との事業受託を中心に予算を組んでいるため現時点では（随意契約できる事業が確定していないため）2024年度、2025年度についての支出は未記載。

(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

- ・ 沖縄県からの受託事業
- ・ 賛助会員（現在公開可会員総数：650※R5 3月時点）からの会費収入については、更なる会員数の拡大を図る。
- ・ 沖縄県・関係各所と協力・連携し、安定的な財源確保のために法定外目的税等の導入についても業界意見のとりまとめや政策提言等、積極的に議論に関わっていく。

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

沖縄県は、広域連携DMOである一般財団法人沖縄観光コンベンションビューローと連携し、引き続き、県内全体の観光振興に取り組んでまいります。

9. マネジメント・マーケティング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）

重複なし

10. 記入担当者連絡先

担当者氏名	坂本 麻美
担当部署名（役職）	企画施設事業部 企画課
郵便番号	〒901-0152
所在地	沖縄県那覇市字小禄 1831 番地 1 沖縄産業支援センター2階
電話番号（直通）	098-859-6126
F A X 番号	098-859-6221
E - m a i l	dmo@ocvb.or.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
担当者氏名	宮城 園子
担当部署名（役職）	沖縄県文化観光スポーツ部 観光政策課
郵便番号	〒900-8570
所在地	沖縄県那覇市泉崎 1-2-2 8階
電話番号（直通）	098-866-2763
F A X 番号	098-866-2767
E - m a i l	miyagisn@pref.okinawa.lg.jp

都道府県・市町村名	沖縄県
担当者氏名	眞榮平 晶
担当部署名（役職）	沖縄県文化観光スポーツ部 観光振興課
郵便番号	〒900-8570
所在地	沖縄県那覇市泉崎 1-2-2 8階
電話番号（直通）	098-866-2764
F A X 番号	098-866-2765
E - m a i l	maehirak@pref.okinawa.lg.jp

記入日: 令和5年 4月 30日

基礎情報

【マネジメント・マーケティング対象とする区域】 沖縄県全域
 【設立時期】 昭和29年任意団体設立
 【設立経緯】 ④その他
 【代表者】 会長 下地 芳郎
 【マーケティング責任者(CMO)】 坂本 麻美
 【財務責任者(CFO)】 伊禮 和枝
 【職員数】 142人<常勤142人(役員2名・正職員38人・出向等9人・契約社員93人)、非常勤0人>
 【主な収入】1,875(百万円)／沖縄県・国からの受託事業:1,384百万円、沖縄県・国からの補助金:84百万円、沖縄県からの指定管理収入:19百万円、収益事業収入:297百万円(県内2事業所他)、受取会費:50百万円(賛助会員より受取)、事業外収入:40百万円 等
 【総支出】1,744(百万円)／県受託事業費用等:1,364百万円(国内・海外プロモーション、マーケティング調査、人材育成、MICE関連、補助事業等)、収益事業費用:254百万円(県内2事業所他)、本社費用:126百万円(本社人件費・事務経費等)
 【連携する主な事業者】
 沖縄県、沖縄経済同友会、県工業連合会、県中小企業団体中央会、県商工会連合会、県商工会議所連合会、県建設産業団体連合会、JA沖縄中央会、県中小企業家同友会、県情報通信関連産業団体連合会、県ハイヤー・タクシー協会、県バス協会、県レンタカー協会、県ホテル協会、県ホテル旅館生活衛生同業組合、等

KPI(実績・目標)

※()内は外国人に関するもの
 ※目標欄には、県が設定した目標値を記載
 ※延べ宿泊者数については千人未満を四捨五入した数値を記載
 ※R4実績値の旅行消費額(総額)、延べ宿泊者数は見込み値(速報値)を記載

項目		2020 (R2)年	2021 (R3)年	2022 (R4)年	2023 (R5)年	2024 (R6)年	2025 (R7)年
旅行消費額 (百万円)	目標	未設定	未設定	536,400 (上記に含む)	790,800 (上記に含む)	761,600 (上記に含む)	未設定 (上記に含む)
	実績	248,500 (0)	292,400 (0)	713,400 ()	—	—	—
延べ宿泊者数 (千人)	目標	未設定	未設定	17,510 (上記に含む)	25,870 (上記に含む)	未設定 (上記に含む)	未設定 (上記に含む)
	実績	8,186 (0)	11,198 (0)	21,670 (0)	—	—	—
来訪者満足度 (%)	目標	未設定 ()	未設定 ()	未設定 ()	未設定 ()	未設定 ()	未設定 ()
	実績	96.9 (-)	96.7 (-)	— (-)	—	—	—
リピーター率 (%)	目標	未設定 ()	未設定 ()	未設定 ()	未設定 ()	未設定 ()	未設定 ()
	実績	89.9 (-)	93.3 (-)	— (-)	—	—	—

戦略

【主なターゲット】
 国内市場、MICE市場、海外(重点・戦略・新規)市場、クルーズ市場
 【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
 国内:キャリアタイアップ・メディア招聘・空港連携・旅行会社連携・イベント実施・デジタルPR等、様々なプロモーションを組み合わせ、ロードファクターを踏まえた地方路線強化を行うと共に、R4年度に実施されたリピーター調査を元にしたペルソナ別のターゲットマーケティングを活用したプロモーション展開を図る。(詳細、他ターゲットについては計画書にて)
 【観光地域づくりのコンセプト】
 「世界から選ばれる持続可能な観光地」形成に向けた広域連携DMOとしての機能強化

具体的な取組

【DMO機能強化】

- ・多様な関係者との合意形成(県補助)
- ・マーケティング強化(県補助)
- ・資源磨き上げと受入環境整備(県補助)
- ・戦略PDCAと仕組み化(県補助)

【観光資源の磨き上げ】

- ・SDGsの普及啓発事業(県補助)
- ・沖縄リゾートワーケーション推進協議会(県委託)
- ・新たな沖縄観光サービス創出支援事業(内閣府委託)

【受入環境整備】

- ・安全な沖縄観光地づくり事業(県委託)
- ・教育旅行推進強化事業(県委託)
- ・地域観光協会等協議会 関連事業(県補助)
- ・フィルムツーリズム推進事業(県委託)
- ・沖縄MICEネットワークの運営(自主事業)
- ・観光人材育成センターの運営(県委託)

【情報発信・プロモーション】

<国内>

- ・「おきなわ物語」WEBサイト及びSNSによる情報発信(県補助)
- ・エリア別路線強化プロモーション(県委託)
- ・世界自然遺産登録地プロモーション(県委託)
- ・スポーツツーリズムプロモーション(県委託)
- ・離島観光プロモーション(県委託)

<海外>

- ・沖縄観光グローバル事業(県委託)
- ・重点市場(台湾、韓国、香港、中国)プロモーション(県委託)
- ・戦略開拓(ASEAN諸国)市場プロモーション(県委託)
- ・新規開拓市場(イギリス、フランス、ドイツ、オーストラリア等の海外トップ)プロモーション(県委託)
- ・クルーズ市場(県委託)

<MICE>

- ・MICEプロモーション(県委託)



DMO機能強化の取組みより「おきなわ観光地域カルテ」



観光人材育成の取組みより「出前授業」