

令和6年度 沖縄総合事務局によるディスティネーションブランディングに向けたDMO伴走支援事業 事業背景とゴール

実施業務① （一社）浦添市観光協会の中長期的な観光地経営戦略の策定支援

背景

(1)事業の目的

観光地域づくり法人(以下「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の役割を有しており、これまで観光庁において、DMOを核とした観光地域づくりに向け、各種補助金による観光地域づくりの支援を行ってきた。

今年度、沖縄総合事務局では訪日外国人旅行者(以下、インバウンド)の誘客促進に向けて、「インバウンドに関するマーケティングの課題解決」をテーマに掲げ、個別課題を抱えるモデルDMOを選定し伴走支援する旨の公募を行ったところ、審査の結果、一般社団法人浦添市観光協会(以下、同協会)を決定した。

本事業では同協会が抱える課題の分析や解決を図るとともに、分析・解決手法のノウハウを汎用化し、同様の課題を抱えるDMOへの横展開を行うことで、DMO全体の機能強化につなげていくことを目的とする。

(2)事業の進め方

浦添市地域の観光促進においてはディスティネーション・ブランドの確立が最も重要であり、その確立に向け、まず地域の「セイリエンス(コアバリュー)」を調査し、その後にブランディングの基本要件である「住まう価値・訪れる価値」を踏まえた上で、ブランド確立に向けた同協会の中長期的な観光地経営戦略(大まかな方針と戦略)策定を支援する。

ゴール

(1)浦添市における「セイリエンス(コアバリュー)」の検討

浦添市の歴史や地域の成り立ち、文化、伝承、住民の暮らし方、社会構造などといった地域の特徴・背景から導かれる「セイリエンス(コアバリュー)」について、調査で明らかにするとともに、明らかとなった「セイリエンス(コアバリュー)」に基づき、「住まう価値・訪れる価値」を踏まえた地域の「ウリ(＝アピールポイント)」について商業・観光業・地域住民・行政などの地域の関係者による検討を行う。

(2)上記検討を踏まえ、地域の中長期的な観光地経営戦略の方向性について提案を行う。

実施業務② 県内の他DMOへの専門家等の派遣による助言等の実施

インバウンドのマーケティング向上に資する専門家等の派遣による助言を、県内の3DMOに対し2回ずつ実施した。
(対象DMO：一般社団法人沖縄市観光物産振興協会、一般社団法人くめじまDMO、一般社団法人八重山ビジターズビューロー)

実施業務①（一社）浦添市観光協会の中長期的な観光地経営戦略の策定支援 事業全体像

調査目的・ねらい

調査内容

第1章

現状調査

基礎調査

基本的な観光動態、地域内の観光戦略、地域資源を整理することで、浦添市における観光の現状/課題を把握する。

観光動態、地域資源（観光スポット/イベント/体験コンテンツ/宿泊施設）、自治体の観光戦略の整理を行う。

関係者ヒアリング

地域の現状認識や「住まう価値」を踏まえた地域の「ウリ」において調査を行う。

浦添市内における観光協会の関係事業者にヒアリングを行う。

地域の歴史・文化的背景や観光資源、地域関係者が考える魅力など、本質的な価値を整理。

第2章

マーケット調査

インバウンド実態調査

浦添市内各所に訪れるインバウンド客に対して、どのようなきっかけや目的、動線で訪れているのか、実態の需要を受け入れ側の改善に繋げる。

アンケート調査票を用い、インバウンドが訪れているであろうスポットで聞き取り調査を行う。

海外旅行会社ヒアリング

旅行会社などマーケット需要を把握する団体にヒアリングを行い、沖縄への需要および浦添市の潜在価値を調査する。

台湾、韓国、欧米豪の旅行会社にヒアリングを行う。

インバウンドから見た強み・印象、浦添に求められるニーズなどのポテンシャルを整理。

第3章

セイリエンス(案)設計



第4章

観光地経営戦略の方向性提案

本質的な価値とポテンシャルから、セイリエンス(案)を設計し、それらに基づく実施事項やコンテンツ(案)を提案。

調査業務

①現状調査：基礎調査

年間で12.3万人泊の宿泊者数と37億円の消費額があり、外国人観光客を含む多くの観光客はサンエーパルシティやA&W牧港店へ多く訪れるなどの傾向が見られた。また、浦添ようどれや浦添大公園といった人気の観光地のほか、歴史や自然、文化、食など地域として様々な魅力を有しているが、市内での消費行動は飲食費が中心で、お土産などを浦添市内で購入する人は少ないという課題があった。

②現状調査：関係者ヒアリング

観光の面では単なる通り道となっている、地域にお金が落ちていないなどのネガティブな意見があったものの、浦添市の本質的な価値として歴史背景の価値や生活の豊かさが挙がった。

③マーケット調査：インバウンド実態調査

インバウンドが訪れている場所での実態調査を行い、基礎調査の通りサンエーパルシティを中心とした西海岸へ多くの人々がショッピング目的などで訪れていることがわかったが、少数であるものの浦添城跡などの文化的な資源について、認知度にかかわらず興味を示してくれていた。

④マーケット調査：旅行会社ヒアリング

浦添市のポテンシャルとして、歴史文化を背景とした文化体験などの可能性について言及された。

⑤セイリエンスの設定

関係者の納得感にも力点を置き、琉球王国から近代までの歴史背景をコアとしつつ、商業/スポーツや生活利便性も外せない価値として概念図での取りまとめを行った。なお、セイリエンスをまとめる文言として、地域に馴染みのある表現を用いて『てだこのまち浦添』と設定した。

⑥観光地経営戦略の方向性提案

セイリエンスで設定した「歴史と文化の継承」「商業・スポーツの発展」「生活環境の充実」の3つを軸にあるべき姿（ビジョン）を提示し、それに向けたターゲット設定およびコンテンツを提案した。

提案業務

琉球王国発祥の文化と現代の活気が結節する てだこのまち浦添

浦添は琉球王国発祥の地とも呼べる貴重な歴史を背景に持ち、
歴史・文化・伝統芸能を地域の揺るぎない軸として大事に継承しつつ、
商業やスポーツ、生活環境を大きく発展・充実させている。

中世から近世

【背景】琉球王国発祥の地としての歴史

- ・琉球王国初期の舜天王統、英祖王統、察度王統が浦添を本拠地として栄え、政治の中心地になるとともに、察度王の時代には中継貿易の拠点として発展した。
- ・沖縄各地の「浦々を襲う（支配する）」が「うらおそい」となり、「うらそえ」の地名の語源となった。
- ・英祖王は「太陽（ていだ）の子」すなわち「ていだこ」と呼ばれ、これが「てだこ」の語源となった。



出展：うらそえナビ

近代から現代

【背景】地域における歴史と文化の継承

- ・歴代の王の居城跡が「浦添グスク」として、英祖王の墓所が「浦添ようどれ」として保存されている。
- ・中国から獅子舞が伝わり、市内各地で保存・継承されている。（1973年に勢理客地区の獅子舞が無形文化財に指定される）
- ・仲間地区にはクバサーヌ御嶽、仲間ンティラ（拝所）、仲間樋川（ヒージャー）、仲間火ヌ神（ひぬかん）、サーターヤー跡など、昔ながらの地域の生活風景・文化が残されている。沖縄戦では前田高地（ハクソーリッジ）が激戦地となる。



出展：うらそえナビ

現代から未来へ

②商業・スポーツの発展【交流の促進】

- ・戦後の復興期に屋富祖商店街が形成され、同時期にアメリカ西海岸をイメージしたブルーシール本店、A & W牧港店が開業。
- ・港川地区の外国人住宅街が開放され、港川ステイツサイドタウンが形成される。
- ・スポーツ振興を進め、2004年に浦添市が「ハンドボール王国都市」を宣言。
- ・A N A ボールパークが東京ヤクルトスワローズのキャンプ地に選ばれる。
- ・県内最大の商業施設「サンエーパルコシティ」が開業する。



出展：うらそえナビ



出展：うらそえナビ



出展：うらそえナビ

①歴史と文化の継承【歴史文化の継承】

- ・浦添グスク、浦添ようどれ、地区内の御嶽や拝所といった史跡・施設が整備保存され、史跡巡り、うらおそい歴史ガイド友の会の取り組みなどで現在も地域の歴史を学ぶことができる。
- ・地域において獅子舞、棒術、綱引き等の伝統芸能・文化が継承されている。
- ・浦添市美術館では王国時代から伝わる琉球漆器が、常設展示されている。
- ・国立劇場おきなわでは、組踊や琉球舞踊などの伝統芸能が上演されている。



出展：うらそえナビ



出展：うらそえナビ



出展：うらそえナビ

③生活環境の充実【住環境の向上】

- ・戦後の復興期に域外からの移入者で人口が増加。
- ・社会福祉を整え、子育てしやすい環境に。
- ・緑豊かな仲間地区に浦添大公園を整備。
- ・道路網の整備により交通の利便性が増加。さらに沖縄モノレールの延伸により那覇市内からの交通利便性が大きく向上。
- ・牧港補給地区の一部返還により、美しい浅瀬が広がる「カーミージー」へ入れるようになる。



出展：うらそえナビ



出展：うらそえナビ



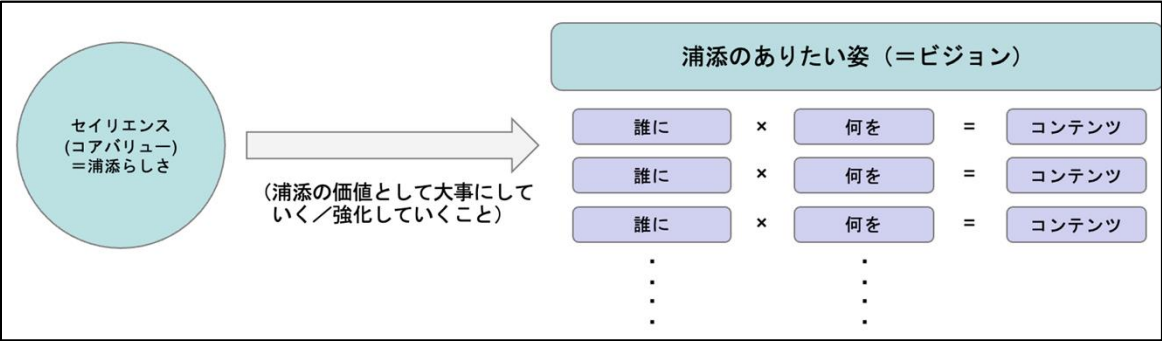
出展：うらそえナビ

●観光地域戦略の観点

- ・セイリエンスのまとめに対して、「浦添の価値として大事にしていく／強化していくこと」を明確にし、そこから「浦添のありたい姿（＝ビジョン）」を描く。
- ・その「浦添のありたい姿（＝ビジョン）」は「誰に」「何を」提供している状態かを細分化し、観光コンテンツとして定義をしていく。

ビジョン	琉球文化の発祥地であり継承地として、浦添城跡を中心に、各所で琉球文化にまつわる施設や企画で集客できている状態	沖縄県内において「商業」「スポーツ」の目的地として選ばれている状態	地域住民にとっても、イベントの楽しみや社会福祉の充実さ、自然環境が保たれ、地域の愛着が育まれている状態
ターゲット (例)			
1県内	a. 文化的な関心がある県民 b. 県内の小中高生の遠足	a. 野球キャンプの県内観戦者 b. 休日に食べ歩きを行う県内在住者	a. 市民・近隣住民 b. 県内の移住検討者
2国内	a. 文化的な関心がある国内観光客 b. 修学旅行生	a. 野球キャンプの県外観戦者 b. お土産や食べ歩きを求める国内観光客	a. 県外の移住検討者
3海外	a. アジア：話題性を求める層 b. 欧米豪：特別な文化体験を求める層	a. アジア：買い物や日本料理の目的層 b. 欧米豪：地域独自の食に興味がある層	a. アジア：移住検討者 b. 欧米豪：移住検討者

※強化ターゲット(案)を太字で記載、取組(案)を提示



例 3-b. 欧米豪（特別な文化体験を求める層）

コンセプト：「琉球の魂に触れる、特別な文化旅」

コンテンツ案

1. 伝統武芸と舞踊の半日体験（棒術・獅子舞・三線体験）
2. 沖縄生活文化体験（てだこウォーク＋集落で食事体験）
3. 琉球王国を紐解くガイドツアー（首里城と浦添グスクをガイド付きで巡る）
4. 平和を学ぶガイドツアー（第32軍司令部壕と前田高地をガイド付きで巡る）

実施業務② 県内の他DMOへの専門家等の派遣による助言等の実施

インバウンドのマーケティング向上に資する専門家等の派遣による助言を、県内の3DMOに対し2回ずつ実施した。

派遣先DMO	日程	派遣専門家	内容
一般社団法人沖縄市 観光物産振興協会	第1回 1月16日(木) 第2回 2月25日(火)	第1回 櫻井亮太郎氏 (株式会社ライフブリッジ) 第2回 松清一平氏 (アジアフューチャー株式会社)	【第1回】 1. 地域独自性・文化の強調 2. 情報発信と多言語対応の強化 3. 新たな観光商品の展開と運営改善 【第2回】 1. 地域資源とコザブランドの強化 2. 滞在促進と情報発信の充実
一般社団法人 くめじまDMO	第1回 1月22日(水) 第2回 3月7日(金)	第1回・第2回 吉田博詞氏 (株式会社地域ブランディング研究所)	【第1回】 1. 基盤整備と連携強化 2. ターゲット別施策と受入体制の充実 3. データ活用とPR強化による持続可能な観光モデルの構築 【第2回】 1. 今後の事業計画と取り組み前提 2. コンテンツ造成と補助事業の進展
一般社団法人八重山 ビジターズビューロー	第1回 1月15日(水) 第2回 2月10日(月)	第1回・第2回 吉田博詞氏 (株式会社地域ブランディング研究所)	【第1回】 1. 地域連携とデジタル化の推進 2. キーパーソン育成と観光ガイド・ワークショップの推進 3. 持続可能な観光と地域文化・環境の魅力発信 【第2回】 1. 連携強化と認定制度の構築 2. 新たなアクティビティ展開と今後の計画整理

インバウンドマーケティングに向けた地域のセイリエンス（コアバリュー）調査マニュアル／流れ

①DMOの基礎データ

- 名称・区分：一般社団法人浦添市観光協会（地域DMO）
- 創立年月日：平成14年7月1日
- 職員数：4名（令和6年12月末現在）
- マネジメントエリア：沖縄県浦添市
- エリア内の観光資源
浦添グスク、浦添ようどれ、浦添大公園、ANAボールパーク、浦添市美術館、国立劇場おきなわ、サンエーパルコシティ、ブルーシール本店、A&W牧港店、港川ステイツサイドタウン、カーミーゼ、獅子舞、棒術、等

②「地域のありたい姿」に関する検討

- 地域の「ありたい姿」を描いたプロセス
 - ①観光協会と協議の上で地域のステークホルダーを選出
 - ②選出したステークホルダーへヒアリングし、地域のありたい姿を聴き取り、ありたい姿を検討
 - ③地域セイリエンス検討会議（地域のステークホルダーが参加）にて、地域のありたい姿について具体的な内容を提示し、ステークホルダーから合意を取り付け

③課題抽出、分析の手法

- ①既存資料を活用し、地域への入域観光客数等（インバウンド含む）に関する基礎調査を実施
- ②インバウンド実態調査（※）を実施し、インバウンドに関する課題等を洗い出し
- ③地域のステークホルダーへヒアリングを行い、課題を聴き取りながら、地域のセイリエンスについて意見交換
- ④上記①～③の調査結果・聴き取りから浮かび上がった課題や分析結果等を基に、地域の歴史や成り立ちからの考察も含めたセイリエンス案を検討し、検討結果を図案等により具体化

④セイリエンスの設定（目標設定・課題解決）

- ありたい姿をふまえた目標設定の手法
上記③、④で具体化した検討結果を地域のセイリエンス案とし、地域のセイリエンス検討会議において、上記②、③「地域のありたい姿」と併せてステークホルダーから合意を取り付け
- 課題解決のためのToDo、体制など（※セイリエンス設定後の動き）
 - ①今後は、地域のセイリエンス検討会議を名称を変更しつつ、観光協会が主体となって定期的に協議会を開催
 - ②地域のステークホルダーを巻き込みながら地域における観光のあり方を議論し、具体的な振興策を互いに協調/連携しながら進める

⑤アウトプット（※実証等は行っていないため、省略）

実施する内容等

地域のステークホルダーを選出

実施主体

・地域DMO
・地方運輸局

ステークホルダーへのヒアリング内容（ありたい姿等）、インバウンド実態調査の調査時期・実施場所・調査内容を検討

・地域DMO
・地方運輸局
・委託事業者

ヒアリング・実態調査等の実施

ステークホルダーへヒアリング

インバウンド
実態調査

地域観光動態
基礎調査

・地域DMO
・地方運輸局
・委託事業者

「地域の歴史や成り立ち」を含めた セイリエンス検討

ヒアリング・各調査の結果を基に、「地域の歴史や成り立ち」からの考察も含めて、セイリエンス案を検討

・地域DMO
・地方運輸局
・委託事業者

「地域セイリエンス検討会議」の開催

セイリエンス案を確定後、地域セイリエンス検討会議（地域ステークホルダーが参加）を開催し、案について検討・審議したうえでセイリエンスを設定

・地域ステークホルダー
・地域DMO
・地方運輸局
・委託事業者

セイリエンス設定後は、地域ステークホルダー、地域DMO、地方運輸局等が参加した会議体により、具体的な地域の観光戦略や相互連携の取組等について、継続的に協議していく

・地域ステークホルダー
・地域DMO
・地方運輸局