

観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和 7 年 8 月 4 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	(一社) 浦添市観光協会	
マネジメント・マ ーケティング対象 とする区域	沖縄県浦添市	
所在地	沖縄県浦添市	
設立時期	平成 14 年 7 月 1 日	
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	4 人【常勤 4 人（正職員 1 人、契約職員 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）	當眞 翠正 (有) 丸真産業、(一社) 浦添市観光協会	(有) 丸真産業、(有) 真誠産業の代表取締役 として浦添市の観光開発事業領域で活躍、また (一社) 浦添市観光協会会长、浦添商工会議所 観光・サービス部会長などの任にあって浦添市 の観光振興の旗振り役として活躍。現在の浦添 市観光振興分野の第一人者である。
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)	千住 直広「専従」 (一社) 浦添市観光協会	社会調査などのアンケートの実施、分析などを 経験しており、これまで各種データ収集に基づ いた観光施策を展開している。
財務責任者 (CFO：チー フ・フィナンシャ ル・オフィサー)	當眞 翠正 (一社) 浦添市観光協会	当協会の財務会計を把握しており、持続可能な 運営のため、運営収支や財源確保に関する検討 を行う。
各部門（例：プロ モーション）の責 任者（専門人材）	西村 直樹「専従」 (一社) 浦添市観光協会	これまでイベント企画、運営を担いつつ、 WEB、SNS での情報発信を行い、浦添市のプロ モーション、ブランド構築を行ってきた。
各部門（例：旅 行商品の造成・販売） の責任者（専門人 材）	梶原 辰彦「専従」 (一社) 浦添市観光協会	これまでインバウンド客も取り扱う旅行社で培 ってきたノウハウを活用し、浦添市内での修学 旅行を中心とした商品造成、販売を行う。

連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	<p>浦添市市民部経済文化局観光振興課 - DMO と連携した観光統計調査、観光振興事業の実施 - DMO と連携した日本遺産を活用した観光コンテンツ造成</p> <p>浦添市市民部経済文化局産業振興課 - DMO と連携した商工事業者との商品開発・販売</p> <p>浦添市市民部経済文化局文化スポーツ振興課 - DMO と連携した観光コンテンツ造成</p> <p>浦添市教育委員会教育部文化財課 - DMO と連携した観光コンテンツ造成</p>				
連携する事業者名及び役割	<p>うらおそい歴史ガイド友の会（体験事業） 港川ステイツサイドタウンの各店舗（自主事業、地域連携） 屋富祖通り会（自主事業、地域連携） 浦添商工会議所（物産品企画及び販売・体験事業連携） 東京ヤクルトスワローズ浦添協力会（自主事業連携） 沖東交通グループ（二次交通連携） 宿泊施設（自主事業） 飲食店（周遊促進事業）</p>				
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】① (概要) 登録 DMO である一般社団法人浦添市観光協会の理事会に、行政、観光関連事業者、IT 企業、文化団体、広告代理店、食品製造業等の分野に携わる関係者の代表が参加、監事含め 18 名で構成している。総会は、市内外の多様な事業者が参加し、個人含め 151 件で構成している。</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>合意形成の仕組みとしての理事会に、浦添市自治会長会会長が参画している。 年 1 回観光パネル展を地域住民向けに開催し、浦添市の観光に関する現状や事業展開等について、共有を行っている。</p>				
法人のこれまでの活動実績	<p>【活動の概要】</p> <table border="1" data-bbox="425 1477 1410 1938"> <thead> <tr> <th data-bbox="425 1477 632 1534">事業</th><th data-bbox="632 1477 1432 1534">実施概要</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="425 1534 632 1938"> 情報発信・プロモーション </td><td data-bbox="632 1534 1432 1938"> <ul style="list-style-type: none"> ・浦添市の観光ポータルサイト「うらそえナビ」にて、浦添市内の観光情報を発信 ・SNS (Facebook、twitter、Instagram) による情報発信 ・東京ヤクルトスワローズファンには、浦添デーやファン感謝デーといった東京でのイベントで PR を行った ・東京での沖縄観光&物産展への参加 ・旅行博への出展による情報発信 ・OCVB が主催する県外での修学旅行フェア、修学旅行説明会での誘客活動 </td></tr> </tbody> </table>	事業	実施概要	情報発信・プロモーション	<ul style="list-style-type: none"> ・浦添市の観光ポータルサイト「うらそえナビ」にて、浦添市内の観光情報を発信 ・SNS (Facebook、twitter、Instagram) による情報発信 ・東京ヤクルトスワローズファンには、浦添デーやファン感謝デーといった東京でのイベントで PR を行った ・東京での沖縄観光&物産展への参加 ・旅行博への出展による情報発信 ・OCVB が主催する県外での修学旅行フェア、修学旅行説明会での誘客活動
事業	実施概要				
情報発信・プロモーション	<ul style="list-style-type: none"> ・浦添市の観光ポータルサイト「うらそえナビ」にて、浦添市内の観光情報を発信 ・SNS (Facebook、twitter、Instagram) による情報発信 ・東京ヤクルトスワローズファンには、浦添デーやファン感謝デーといった東京でのイベントで PR を行った ・東京での沖縄観光&物産展への参加 ・旅行博への出展による情報発信 ・OCVB が主催する県外での修学旅行フェア、修学旅行説明会での誘客活動 				

受入環境の整備	<ul style="list-style-type: none"> 浦添市からの受託事業の中で、「浦添市観光ガイドマップ」（英語版、繁体字版）の制作を行い、観光客への周遊促進を図った
観光資源の磨き上げ	<ul style="list-style-type: none"> 修学旅行プログラムの実施 那覇市観光協会と連携して修学旅行プログラム造成 市内飲食店のスタンプラリーの実施による食という資源の掘り起こし（年2回）

【定量的な評価】

情報発信において、一定数の情報発信を行うことができたが、PV数が減少している。

修学旅行プログラムとして、サンゴ苗づくり体験のほか、平和学習プログラムを販売し、受入れを行った。

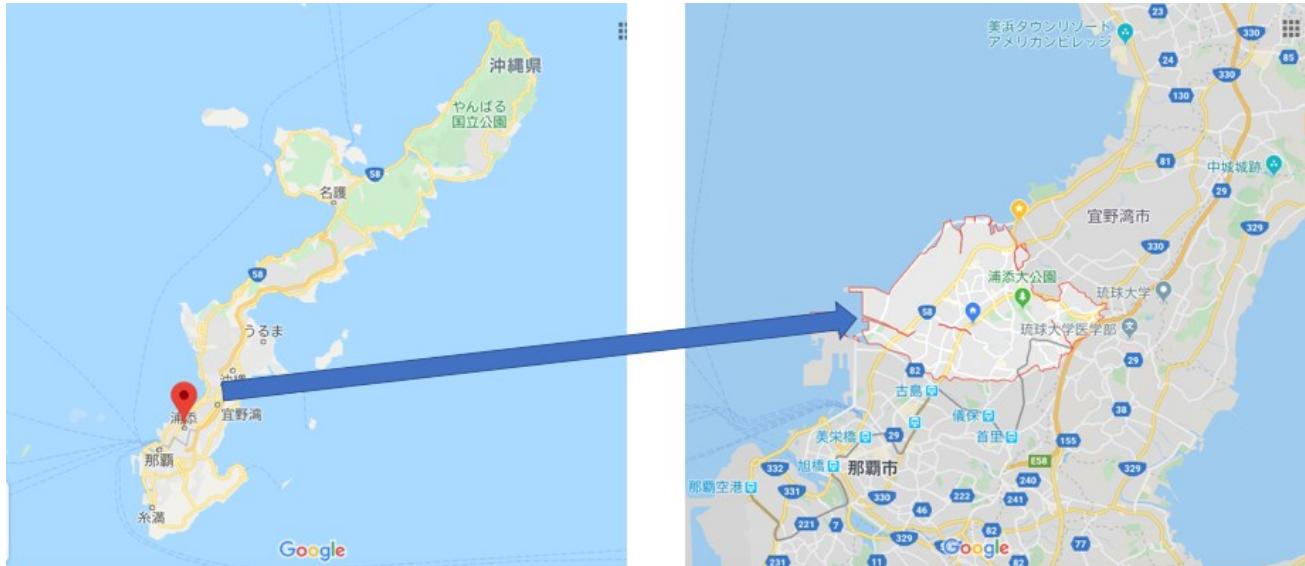
市内の飲食店を発掘し、年2回、飲食店のスタンプラリーを実施し、市内外からの誘客を行うことができた。1回目はプロ野球キャンプ時に観光客をターゲットに、1回目はパン&スイーツを中心としたもので、市民、県民をターゲットに県内最大の総合美術展と連携して行った。

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）。	<p>【実施体制の概要】 一般社団法人浦添市観光協会が母体となり、会員には、行政、観光関連事業者、IT企業、文化団体、広告代理店、食品製造業、宿泊施設、交通事業者等多様な関係者が参画する官民が密に連携した運営体制となっている。</p> <p>【実施体制図】</p> <pre> graph TD 理事会[理事会] --- 事務局[事務局] 事務局 --- 事務局長[事務局長] 事務局長 --- 総務[総務・経理] 事務局長 --- プロモーション[プロモーション] 事務局長 --- 受入[受入] 総務 --- 総会[総会] 受入 --- 連絡会[連絡会] </pre>
--	--

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】

沖縄県中南部地域の中核エリア「浦添市」※那覇市、宜野湾市、西原町に隣接



【区域設定の考え方】

沖縄県浦添市

人口：115,208人（令和7年6月末日現在）

那覇市の北側に隣接する住宅地及び工業地。2021年度に制定された「第五次浦添市総合計画」（基本構想・後期基本計画）及び浦添市都市計画マスタープラン等の関連計画と密接に関連した「浦添市観光振興計画」において観光客目線や市内事業者の目線に立った取り組みを実施することなどから浦添市と連携した区域設定とするのが適切と考える。

【観光客の実態等】

年間を通してみると、国内客は夏場（8月）とプロ野球春季キャンプ時（2月）の年2回、繁忙期がみられる。

延べ宿泊者数は年々順調に伸びてきており、それに伴い、旅行消費額も伸びている。

延べ宿泊者数：155,603人泊

旅行消費額（一人当たり単価）：35,324円

旅行消費額（総額）：約54億円

【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：浦添市美術館、浦添大公園、国立劇場おきなわ、サン・シルク、浦添市歴史にふれる館、浦添グスク・ようどれ館

スタンプラリー時に立ち寄ってもらえるよう、スポットとして組み込んでいる。

・商業施設：サンエー浦添西海岸 PARCO CITY、屋富祖通り商店街、港川ステイツサイドタウン、ブルーシール牧港本店、A&W 牧港店、太陽食堂

スタンプラリー時に立ち寄ってもらえるよう、スポットとして組み込んでいる。

・自然文化：カーミージー、浦添西海岸エリア、浦添ようどれ、浦添城跡、中頭方西海道及び普天満参詣道、伊祖城跡、玉城朝薰の墓

スタンプラリー時に立ち寄ってもらえるよう、スポットとして組み込んでいる。
また、浦添城跡は修学旅行生の受入れ地となっている。

- ・スポーツ施設：ANA SPORTS PARK 浦添
プロ野球春季キャンプ地として、2月は特に繁忙期となっている。

・イベント

- 2月 てだこウォーク
- 2月 東京ヤクルトスワローズ春季キャンプ
- 3月 沖展
- 10月 浦添てだこまつり
- 11月 りっか浦添

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

- ・域内分布：市内に点在。

- ・施設数及び収容力：

令和6年12月31日現在

単位：軒、室、人

ホテル・旅館			民宿			ペンション・貸別荘		
軒数	客室数	収容人数	軒数	客室数	収容人数	軒数	客室数	収容人数
12	234	807	0	0	0	6	6	59
ドミトリーハウス			ウィークリーマンション			合計		
軒数	客室数	収容人数	軒数	客室数	収容人数	軒数	客室数	収容人数
0	0	0	1	12	24	19	252	890

参考：住宅宿泊事業者届出軒数：0件

- ・施設規模：100室以上/1軒、100室未満/18軒

【利便性：区域までの交通、域内交通】

（区域までの交通）

浦添市内へは、那覇市からだとモノレール（ゆいレール）やバスなどの公共交通機関で訪れることができる。30分圏内ではあるのでタクシー利用も便利。

域内はシェアサイクルやタクシーが便利。

モノレール（ゆいレール）

- ・那覇空港駅→経塚駅（所要時間32分）、那覇空港駅→浦添前田駅（所要時間34分）、那覇空港駅→てだこ浦西駅（所要時間37分）、首里駅→浦添前田駅（所要時間7分）

バス

- ・那覇BT→浦添市美術館（所要時間約40分）

タクシー

- ・那覇空港より自動車にて沖縄自動車道経由約 25 分

(域内交通)

- ・シェアサイクルポート数 20 ヶ所

【外国人観光客への対応】

- ・外国人観光客向け観光パンフレット(多言語対応) (浦添城跡パンフレット)
- ・観光ポータルサイト「うらそえナビ」の多言語対応
- ・観光施設(浦添城跡)に多言語表記した案内看板を設置
- ・市内中心部無料 Wi-Fi 網整備
- ・観光協会スタッフ(中国語対応)

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。	アンケート調査を自主事業として実施。
延べ宿泊者数	宿泊者数の推移を把握するため。	観光協会が独自に宿泊統計調査を実施。
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。	アンケート調査を自主事業として実施。
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。	アンケート調査を自主事業として実施。
WEBサイトのアクセス状況	浦添市の情報発信項目に対する来訪者の興味や関心を定点観測をベースにしてイベント毎や発信情報毎に収集し観光施策の仮説立案・検証に役立てるため。	google アナリティクスによるアクセス解析にて収集。PV数、ユーザー数等を月別に把握する。
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。	アンケート調査を自主事業として実施。
観光施設訪問客数	市内観光施設ごとの動向を把握するため。	観光施設への調査にて把握。
宿泊統計調査	宿泊施設の目標設定データの根拠とするため。	観光協会が独自にアンケート調査により把握。

4. 戦略

(1) 地域における観光を取り巻く背景

浦添市は、県都那覇市の北側に隣接し、那覇空港及び那覇港、また、沖縄自動車道西原 IC が接続しており、立地に恵まれている。西海岸の豊かな海浜資源、日本遺産である浦添城跡、国立劇場おきなわ、浦添市美術館など文化的資源を有している。また、国内外問わず人気のある港川ステイツサイドタウンという観光地域も有している。ただ、地元においては那覇市のベッドタウ

ン的見方があり、限られた観光資源での観光振興を図っているのが現状である。市民の意識醸成も行いながら、持続可能な観光地域づくりに取り組むこととしている。

(2) 地域の強みと弱み

		好影響	悪影響
内部 環境	強み (Strengths)	<ul style="list-style-type: none"> 手付かずのイノーや国指定史跡浦添城跡のほか、桑園連の市産品などといった多くの知られざる観光コンテンツを有している 沖縄観光の玄関口である那覇空港から近く、中核都市である那覇市とは隣接している 文化庁事業である日本遺産に認定されたストーリーを構成する文化財が多数存在する自治体であり、琉球文化史跡（浦添城跡、浦添ようどれ等）や琉球伝統芸能（組踊）継承団体が存在、劇場として国立劇場おきなわが立地。浦添市美術館が立地 県内最大規模の商業施設（サンエー浦添西海岸 PARCO CITY）の立地 地元の人気飲食店多数 緑の多い公園 	<ul style="list-style-type: none"> 宿泊施設（ホテル等）の不足 駐車場不足 観光関連人材の不足 専門人材の不足
外部 環境	機会 (Opportunity)	<ul style="list-style-type: none"> 東京ヤクルトスワローズ春季キャンプ地 沖縄都市モノレール 3 両化 国立劇場おきなわというユニークベニュー 第 2 クルーズバースの稼働アップ てだこ浦西駅周辺商業施設開業 浦添前田駅観光交流拠点施設供用開始（予定） 牧港補給地区（米軍キャンプキンザー）返還予定（R7 年以降） 幸地 IC 開通予定（R8 予定） 首里城正殿復元（R8 秋予定） 中城御殿公開（R9 予定） 第 32 軍司令部壕展示施設公開（R11 予定） 	脅威 (Threat) <ul style="list-style-type: none"> 競合地域の台頭（中部類似地域、北部地域） 北部地域に大型テーマパーク開業 宿泊施設数が少ない 隣接に沖縄観光の中心である那覇市の存在（宿泊施設、飲食店舗が充実） 観光地としての知名度不足 自然災害への対応

※上記に加え、P E S T 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

○第1ターゲット層

歴史文化に興味深い30～50代の国内客

○選定の理由

日本遺産に指定された琉球文化で、琉球王統発祥の地である浦添の古琉球時代の史跡や施設を多数有している優位点を活用できると考える。

○取組方針

琉球王統発祥の地であり現存する史跡群や市内に有する伝統文化芸能は、沖縄の歴史、とりわけ琉球王国に興味を抱く者に訴求できるものと思われる。歴女や本物志向の歴史好きな旅行者に、浦添に行かなければ知り得ない、体験できないコンテンツを造成して訴求する施策を進める。

○ターゲット層

県内外の20～60代女性、そのターゲットを中心としたカップル、母娘（親子）などの個人客

○選定の理由

港川ステイツサイドタウンは、オシャレな雑貨屋、カフェなどが多く、事業者ヒアリングから、現状、女性客が多くみられるということから、メインターゲットは女性とした。加えて、それらの女性を中心としたカップル、家族などの展開も期待できることから上記ターゲットを設定した。また、周辺には、ブルーシールやA&Wを有する牧港エリアもあり、同様のターゲットを捉えていると考えられる。

○取組方針

認知度を上げる誘客的な取組みを進めるとともに、受入れ整備も同時に行う。WEBを中心としたPRの強化、職住近接なので、住民の意見も聞きながら、施策を展開していく。

○ターゲット層

台湾・韓国からの20～50代インバウンド客

○選定の理由

コロナ以前においては東アジアからのインバウンド客がみられたが、今後、特に回復が早いとされる台湾・韓国のインバウンド客をターゲットに据えた。彼らは消費意欲も高く、消費額の向上も見込めるものと思われる。

○取組方針

港川エリアは米軍人居住地跡である通称「外国人住宅」が多数残存し、その施設を活用した流行りの雑貨屋やカフェ、レストランなどで「インスタ映え」を狙った若年層の観光客に人気があり、SNSを活用した東アジア地域のインバウンド客に訴求する施策を進める。

（4）観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト

琉球王国発祥の文化と現代の活気が結節する てだこの都市・浦添

②コンセプトの考え方	浦添市は、後に万国津梁で栄華する琉球王朝の根幹となるアジアとの大交易時代を定着させた古琉球時代の中山王の居城と考えられている浦添グスクをはじめとした様々な歴史を有しているとともに、新たに整備される施設やコンテンツ等がこれから生まれていく。これら市内の古いモノ・コトを土台にしながら、新たなモノ・コトとの融合を図り、新たな魅力と出会うことができる、「てだこのまち」の形成を目指す。
------------	---

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。	浦添市経済文化局観光振興課と隨時、観光振興事業に関するミーティングを開催。行政、市内の観光関連事業者も含めた浦添市観光協会理事会及び総会を開催。 DMO である浦添市観光協会の理事会を年 4 回開催し、市内の観光振興、その方向性、事業などについて検討する。併せて、役員会も行う。また、会員に対して総会を年 1 回開催し、事業報告を行うとともに、事業者との意見交換を行う。また、必要に応じて、幅広く事業者と意見交換を行う。
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	半期に 1 度、年 2 回開催の観光客に対してアンケート調査を実施。観光客のニーズ、満足度、実態調査を行い、事業者と共有し、課題解決、新たな事業展開へと繋げていく。 観光客に対してのアンケート調査は、今年度中に、宿泊事業者、観光施設と調整を行い、通年調査できるようにしていく。
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	浦添市観光協会、浦添市と連携して、情報を一元化して「うらそえナビ」、SNS (Facebook、twitter、Instagram) を活用してワンストップに情報発信、プロモーション活動を行う。ラジオや新聞などターゲットに応じて、各種媒体を活用し、隨時きめ細やかな情報発信を行う。

※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		2022 (R 4) 年度	2023 (R 5) 年度	2024 (R 6) 年度	2025 (R 7) 年度	2026 (R 8) 年度	2027 (R 9) 年度
●旅行消費額 (百万円)	目標	768	2,378	4,710	5,620	5,745	5,872
	実績	(一) 1,100	(723)	(1,431)	(2,193)	(2,242)	(2,291)
●延べ宿泊者数 (千人)	目標	57	118	156	157	159	161
	実績	(一) 55	123	155			
●来訪者満足度 (%)	目標	41.0	50.0	73.0	73.0	74.0	75.0
	実績	(一) 72.8	74.1	72.2			
●リピーター率 (%)	目標	60.0	55.0	54.0	60.0	61.0	62.0
	実績	(一) 53.4	53.5	59.9			

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

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】

浦添市が保有するデータや、浦添市観光協会が独自に実施するアンケート結果などを活用しながら、データを分析している。

- ・旅行消費額…アンケート結果の一人当たり消費額を元に推計
- ・延べ宿泊者数…宿泊統計調査により推計
- ・来訪者満足度…アンケート結果により集計
- ・リピーター率…アンケート結果により集計

【設定にあたっての考え方】

●旅行消費額

滞在時間・滞在日数の延長が見込まれることや旅行需要が見込まれるものと考える。また物価高、需要高により、次年度以降、旅行消費額は堅調に伸びていくものと思われる。

●延べ宿泊者数

国内客を中心に旅行需要が堅調に見込まれるものと考え、海外客の見込みも考えられることから、次年度以降、延べ宿泊者数は堅調に伸びていくものと思われる。

●来訪者満足度

大変満足とした者が約74%を占めることから、引き続き、観光関連事業の底上げを図り、観光客とコミュニケーションが取れるような状況を構築して来訪者満足度の向上につなげるようとする。

●リピーター率

不満要因を解消しながら、満足度を高め、また来たくなる、選ばれる観光地としていく。

(2) その他の目標

指標項目		2022 (R 4) 年度	2023 (R 5) 年度	2024 (R 6) 年度	2025 (R 7) 年度	2026 (R 8) 年度	2027 (R 9) 年度
●住民満足度 (%)	目標	—	—	—	38.0	39.0	40.0
	実績	—	—	36.8			
●NPS	目標	0	5	8	10	12	14
	実績	—	—	—			
●DMO会員数 (件)	目標	150	150	155	155	158	160
	実績	145	153	151			
●修学旅行受入 人数 (人)	目標	1,200	1,900	2,100	2,300	2,500	2,700
	実績	1,687	2,864	2,259			

※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】

今回、DMOとしての組織強化的な指標を中心に設定した。NPSは観光地としての取組みの総合力を来訪者側より評価するものとして、設定し、DMO会員数は観光地域づくりを行う主体を巻き込んでいくことを評価するものとした。

修学旅行受入人数は、財源確保につながるものとも考えられるため、指標項目とした。

【設定にあたっての考え方】

●住民満足度

浦添市観光協会が実施するアンケート調査における、浦添の観光施策に対して、満足しているかどうかへの回答結果をもとに算出する住民満足度は、「住んでよし、訪れてよし」を測定するための指標として、「住んでよし」の状態を評価するうえで妥当と考えられる。

●NPS

浦添市観光協会が実施するアンケート調査における、浦添の観光を親しい友人に勧めたいと思うかどうかへの回答結果をもとに算出するNPSは、観光客のロイヤリティを測定するための指標として一般的に用いられており、「訪れてよし」の状態を評価するうえで妥当と考えられる。

現在、データを取得できていないので、今年度中にデータを取得できるよう整備していく。

●DMO会員数

浦添市内の観光における取組機運の高まりと連動する間接的な指標として、当観光協会の会員数を設定する。

●修学旅行受入人数

修学旅行で初めて沖縄県へ来られる方が多数いるが、そのうち、滞在時間や消費単価の把握のため、浦添市内で体験プログラムを実施する修学旅行受入人数を把握する。

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（具体的に記入すること）
2022（R 4） 年度	40,723,822円	【市からの補助金】 6,764,000円 【会費】 1,543,000円 【受託事業】 18,692,145円 【収益事業】 7,406,523円 【その他雑収入（繰越金含む）】 6,318,154円
2023（R 5） 年度	53,572,893円	【市からの補助金】 6,764,000円 【会費】 1,510,000円 【受託事業】 29,512,429円 【収益事業】 10,286,566円 【その他雑収入（繰越金含む）】 5,499,898円
2024（R 6） 年度	54,655,470円	【市からの補助金】 7,534,000円 【会費】 1,442,000円 【受託事業】 28,429,552円 【収益事業】 10,810,597円 【その他雑収入（繰越金含む）】 6,439,321円
2025（R 7） 年度	44,711,000円	【市からの補助金】 7,534,000円 【会費】 1,500,000円 【受託事業】 23,385,000円 【収益事業】 8,500,000円

		【その他雑収入（繰越金含む）】	3,792,000円
2026（R8） 年度	45,411,000円	【市からの補助金】 【会費】 【受託事業】 【収益事業】 【その他雑収入（繰越金含む）】	7,534,000円 1,500,000円 23,385,000円 9,200,000円 3,792,000円
2027（R9） 年度	46,121,000円	【市からの補助金】 【会費】 【受託事業】 【収益事業】 【その他雑収入（繰越金含む）】	7,534,000円 1,510,000円 23,385,000円 9,900,000円 3,792,000円

(2) 支出

年（年度）	総支出	内訳（具体的に記入すること）
2022（R4） 年度	35,333,621円	【一般管理費】 20,170,690円 【情報発信・プロモーション】 7,702,617円 【コンテンツ開発】 4,628,271円 【DMO推進費】 2,400,000円 【一般事業費】 432,043円
2023（R5） 年度	49,051,654円	【一般管理費】 21,420,563円 【情報発信・プロモーション】 17,743,750円 【コンテンツ開発】 3,288,622円 【DMO推進費】 2,400,000円 【一般事業費】 4,198,719円
2024（R6） 年度	50,388,790円	【一般管理費】 22,967,343円 【情報発信・プロモーション】 15,787,778円 【コンテンツ開発】 4,297,871円 【DMO推進費】 2,400,000円 【一般事業費】 4,935,798円
2025（R7） 年度	44,711,000円	【一般管理費】 23,801,000円 【情報発信・プロモーション】 11,447,000円 【コンテンツ開発】 4,100,000円 【DMO推進費】 2,400,000円 【一般事業費】 2,963,000円
2026（R8） 年度	45,411,000円	【一般管理費】 23,851,000円 【情報発信・プロモーション】 11,447,000円 【コンテンツ開発】 4,400,000円 【DMO推進費】 2,400,000円 【一般事業費】 3,313,000円

2027 (R 9) 年度	46,121,000 円	【一般管理費】 【情報発信・プロモーション】 【コンテンツ開発】 【DMO 推進費】 【一般事業費】	23,901,000 円 11,447,000 円 4,700,000 円 2,400,000 円 3,673,000 円
------------------	--------------	--	---

(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

区域を構成する地方公共団体における宿泊税の導入、着地型旅行商品の造成・販売等の取組・方針を記載

- ・プロ野球春季キャンプ時における物品販売やふるさと納税の返礼品を強化する。
- ・修学旅行における新規プログラムを造成し、修学旅行の受入れを強化する。プログラム料金の見直しを行う。
- ・日本遺産浦添城跡に関連した商品開発、販売を行う。
- ・宿泊施設と連携した商品開発、販売を行う。
- ・浦添観光に資する効果の高い委託事業を積極的に請け負う。
- ・会員獲得を継続的に行い、会費の収入を確保する。
- ・宿泊税の導入については、県や他自治体の動向を注視しながら、慎重に検討する。

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

近年、市域の東西エリアを中心開発が進む浦添市は、琉球王国の礎を築いたとされる歴史ある都市でもあり、市内には数多くの歴史的遺産・文化的施設を多く有しております。市としましては、先人達が残してきた歴史を大切にしながら、活気ある都市づくりをしていきたい、そして多くの方にこの浦添の魅力を知って頂きたいとの思いを強くしているところであります。今年度改定を予定している浦添市観光振興計画においても検討を重ねていくこととなります。今後、多様な関係者と協働のもと、効果的な観光施策を展開していくうえでも、また多様化する観光ニーズに対応するためにも、的確な観光統計調査、戦略的な観光プロモーションや情報発信は大変重要であり、それには地域経営の視点に立ったDMOの力が不可欠となります。引き続き、DMOとは密接に連携を図りながら魅力的な観光地づくりを進めてまいりたいと考えております。

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	千住 直広
担当部署名（役職）	事務局長
郵便番号	901-2122
所在地	沖縄県浦添市勢理客 4 丁目 13 番 1 号 4F
電話番号（直通）	098-874-0145
FAX番号	098-917-0874
E-mail	naosenju@urasoenavi.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	沖縄県浦添市
担当者氏名	新垣 一馬
担当部署名（役職）	市民部経済文化局観光振興課 課長
郵便番号	901-2501
所在地	沖縄県浦添市安波茶 1-1-1
電話番号（直通）	098-876-1246
FAX番号	098-876-9467
E-mail	arakaki1386@city.urasoe.lg.jp

基礎情報

【マネジメント・マーケティング対象とする区域】

沖縄県浦添市

【設立時期】平成14年7月1日

【設立経緯】

③区域の観光協会がDMOに移行

【代表者】當眞 嗣正

【マーケティング責任者(CMO)】千住 直広

【財務責任者(CFO)】當眞 嗣正

【職員数】4人(常勤4人(正職員1人))

【主な収入】

収益事業 10百万円、委託事業 28百万円(R6年度決算)

【総支出】

事業費 25百万円、一般管理費 22百万円(R6年度決算)

【連携する主な事業者】

うらおせい歴史ガイド友の会、港川ステイツサイドタウン、屋富祖通り会、浦添商工会議所、東京ヤクルトスワローズ浦添協力会、沖東交通グループ、宿泊施設、飲食店

戦略

【主なターゲット】

歴史文化に興味深い30~50代の国内客

【ターゲットの誘客に向けた取組方針】

琉球王統発祥の地であり現存する史跡群や市内に有する伝統文化芸能は、沖縄の歴史、とりわけ琉球王国に興味を抱く者に訴求できるものと思われる。歴女や本物志向の歴史好きな旅行者に、浦添に行かなければ知り得ない、体験できないコンテンツを造成して訴求する施策を進める。

【観光地域づくりのコンセプト】

てだこの都市・浦添

KPI(実績・目標)

記入日: 令和7年 8月 4日

※()内は外国人に関するもの。

項目		2022 (R4)年度	2023 (R5)年度	2024 (R6)年度	2025 (R7)年度	2026 (R8)年度	2027 (R9)年度
旅行 消費額 (百万円)	目標	768 (一)	2,378 (一)	4,710 (一)	5,620 (一)	5,745 (一)	5,872 (一)
	実績	1,100 (一)	3,705 (一)	5,496 (一)	—	—	—
延べ 宿泊者数 (千人)	目標	57 (一)	118 (13)	156 (47)	157 (93)	159 (94)	161 (95)
	実績	55 (一)	123 (一)	155 (92)	—	—	—
来訪者 満足度 (%)	目標	41.0 (一)	50.0 (40.0)	73.0 (41.0)	73.0 (42.0)	74.0 (43.0)	75.0 (44.0)
	実績	72.8 (一)	74.1 (一)	72.2 (一)	—	—	—
リピーター率 (%)	目標	60.0 (一)	55.0 (40.0)	54.0 (41.0)	60.0 (42.0)	61.0 (43.0)	62.0 (44.0)
	実績	53.4 (一)	53.5 (一)	59.9 (一)	—	—	—

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】

- ・修学旅行プログラムの実施
- ・市内飲食店のスタンプラリーの実施による食という資源の掘り起こし(年2回)
- ・地域連携修学旅行プログラムの造成

【受入環境整備】

- ・SNS活用人材育成セミナーを開催した
- ・浦添市公式ガイドマップ繁体字版を発行した

【情報発信・プロモーション】

- ・浦添市の観光ポータルサイト「うらそえナビ」やSNSにて、浦添市内の観光情報を発信
- ・東京ヤクルトスワローズファンには、浦添デーやファン感謝デーといった東京でのイベントでのPR
- ・OCVBが主催する県外での修学旅行フェア、修学旅行説明会での誘客活動

