観光地域づくり法人形成･確立計画

記入日：令和７年　７月２５日

１．観光地域づくり法人の組織

申請区分 ※該当するものを〇で囲むこと	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）沖縄市観光物産振興協会	
マネジメント・マーケティング対象とする区域	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 コザミュージックタウン 106	
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）	
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	１８人【常勤１８人（正職員６人・嘱託職員１０人・パート２人)、非常勤０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「非常勤」 （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	（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 ２６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「非常勤」 （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顧問	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
各部門（例：プロモーション）	（氏名） 花城康貴「専従」	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

様式１

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	（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	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。
スポーツコミッション	（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	■沖縄市 経済文化部 観光スポーツ振興課（観光施策） ・DMO と連携した観光統計調査の実施 ・DMO と連携した観光振興事業の実施 ■沖縄市 経済文化部 商工振興課（地域振興） ・DMO と連携した商店街振興策の実施 ・DMO と連携した新商品の企画、開発、広告宣伝、販売 ■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） ・DMO と連携したエイサー関連イベントの実施 ・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 ・DMO と連携した音楽イベントなどの実施・運営 ■沖縄市 企画部 プロジェクト推進室 ・DMO と連携したアリーナの活用（地域振興） ■沖縄市 経済文化部 企業誘致課 ・コワーキング施設を活用したワーケーションの誘致 ■中部広域事務組合 ・クルーズ船の誘致、受入活動 ・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 ■沖縄県文化観光スポーツ部観光振興課 ■沖縄県文化観光スポーツ部スポーツ振興課 ・県内スポーツ球団を活用した沖縄県 PR 事業	
連携する事業者名及び役割	・中部観光バス（観光動線改善）、 ・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）、 ・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）、 ・沖縄商工会議所（観光関連企業振興）、 ・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） ・沖縄市青年団協議会（エイサーの継承と広報） ・FC 琉球、琉球ゴールデンキングス（スポーツの観光活用） ・中部地域観光協会（うるま市、北中城村、中城村、読谷村、嘉手納町、北谷町、宜野湾市）（広域観光周遊ルートの策定）	

様式１

<table>
<tr><td>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</td><td>（例）
【該当する登録要件】①、②
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。
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。
①沖縄市観光振興委員会（市、商工会議所、ホテル組合、学識経験者）</td></tr>
<tr><td>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</td><td>商店街経営者・観光従事者・アリーナ関係者も交えて実施。
GPS データ調査による分析結果を基に、ホテル組合定例会、観光振興委員会で報告を実施の他、令和６年度の分析結果を協会会員や関係者へ共有を実施。</td></tr>
<tr><td>法人のこれまでの活動実績</td><td>【活動の概要】
<table>
<tr><th>事業</th><th>実施概要</th></tr>
<tr><td>情報発信・プロモーション</td><td>①誘致宣伝活動
誘客プロモーション事業においては、修学旅行説明会やツーリズム EXPO へ参加しました。そのほか、県外での催事やイベントにおいて出店し、観光誘致活動をしました。
その成果として修学旅行団体１３２団体（１０，６９０名)、個人まち歩き６８組（１４８名)、モニターツアー４７件（１７５名)、メディア取材３件（１０名)、その他２件（５１名）の合計２５２団体・組（１１，０７４名）を受け入れました
②スポーツコミッション活動
スポーツ合宿の誘致・受け入れ活動を行い、２１５団体、延べ人数２６，０３０名を受け入れました。令和６年度もジャパンウインターリーグに参加した野球の中国ナショナルチームの受け入れ対応や、スポーツ庁事業で沖縄市国際ユースサッカー親善フェスティバルを開催し、韓国、台湾のチームのほか、ＪリーグのＲＢ大宮アルディージャユースを受け入れました。市内宿泊も延べ５，４７２宿泊となり約３８，０００千円の宿泊経済効果が生まれています。
そのほか、アウェイツーリズム（OCVB 事業）の出店部分を当会で受け、埼玉県大宮市にて誘致活動を行ったほか、台湾では台北マラソン EXPO へ出店し、おきなわマラソンへの誘客活動を行いました。
　その成果として、大宮アルディージャのサポーター３０５人が沖縄市で行われた試合へ訪れたほか、おきなわマラソンへは台湾から５２人（出店関連申込）が参加しました。

③フィルムオフィス活動
映画「宝島」の撮影のほか、WOWOW 連続ドラマ「１９７２渚の螢火」およびＦＯＤ連続ドラマ「GOTH」などの大型の撮影、また、バラエティ番組や</td></tr>
</table></td></tr>
</table>

CM 撮影の受け入れなども９９件対応したことから、市内宿泊費が約１０５，８００千円、飲食費用が約９，１７０千円の経済効果がありました。尚、放送された作品の広告換算値※によると約２３７，５００千円を計上（試算）しました。

④エイサー事業

エイサーナイト２０２４の運営や沖縄全島エイサーまつりに関しては、施工管理業務、出店管理、うちわ制作業務などを行いました。そのほか、エイサー派遣業務として、フェスタまちだ（東京都町田市）、中野チャンプルーフェスタ（東京都中野区）、豊中まつり（大阪府豊中市）、遊座大山商店街エイサー道ジュネー（東京都板橋区）などへ市内青年会を派遣しました。

	期日	訪問先	内容	
1	5 月	東京町田市	フェスタ町田　青年会派遣	エイサー派遣事業
2	5 月	東宝スタジオ	映画「宝島」撮影	コザフィルムオフィ
3	6 月	長崎県	ジャパンフィルムコミッション総会	コザフィルムオフィ
4	7 月	東京都中野区	中野チャンプルーフェスタ	エイサー派遣事業
5	7 月	東京ビックサイト	SPORTEC 出展	スポーツコミッショ
6	7 月	愛知県東海市	沖縄フェスティバル	エイサー派遣事業
7	8 月	大阪府	沖縄市・豊中市観光列車	物産事業
8	8 月	広島国際空港	広島空港主催修学旅行セミナー	誘客事業
9	8 月	茨城県水戸市	ドッジボール全国大会誘致活動	スポーツコミッショ
10	9 月	東京都中野区	修学旅行説明会	誘客事業
11	9 月	東京・大阪・名古屋	MICE 商談会	誘客事業
12	9 月	東京都　観光庁	DMO 全国会議	DMO 事業
13	9 月	東京都　長野県	修学旅行説明会（長野）	誘客事業
14	9 月	東京ビッグサイト	ツーリズム EXPO ジャパン出展	誘客事業
15	10 月	埼玉県大宮市	アウェイツーリズム出展	スポーツコミッショ
16	10 月	愛知県名古屋市	名古屋まつり	観光コンテンツ事
17	10 月	大阪府豊中市	豊中まつり	エイサー派遣事業
18	11 月	愛知県東海市	東海秋まつり	物産事業
19	11 月	東京都板橋区	遊座大山商店街　エイサー道ジュネー	エイサー派遣事業
20	11 月	大阪府吹田市	万博鉄道まつり	物産・誘客事業／
21	12 月	岩国錦帯橋空港	スカイフェスタ 2024	物産事業／観光
22	12 月	東京都江東区	エコプロ 2024	誘客事業
23	12 月	岡山県・兵庫県	修学旅行説明会（兵庫）・岡山キャラバン	誘客事業
24	12 月	台北市	台北マラソン EXPO	スポーツコミッショ
25	1 月	神奈川県横浜市	お城 EXPO	観光コンテンツ事

様式１

26	1月	広島国際空港	修学旅行誘致	誘客事業
27	2月	東京都銀座	ロケ地フェア	フィルムオフィス事業
28	2月	茨城県水戸市・土浦市	修学旅行全国旅行会社キャラバン	誘客事業
29	2月	福岡県福岡市	九州旅行博	誘客事業
30	3月	福岡県福岡市	沖縄 MICE・教育旅行セミナー＆商談会 IN 福岡	誘客事業
31	3月	東京都	J・Bリーグ・スポーツ庁・各スポーツ団体表敬	スポーツコミッション事業

受入環境の整備

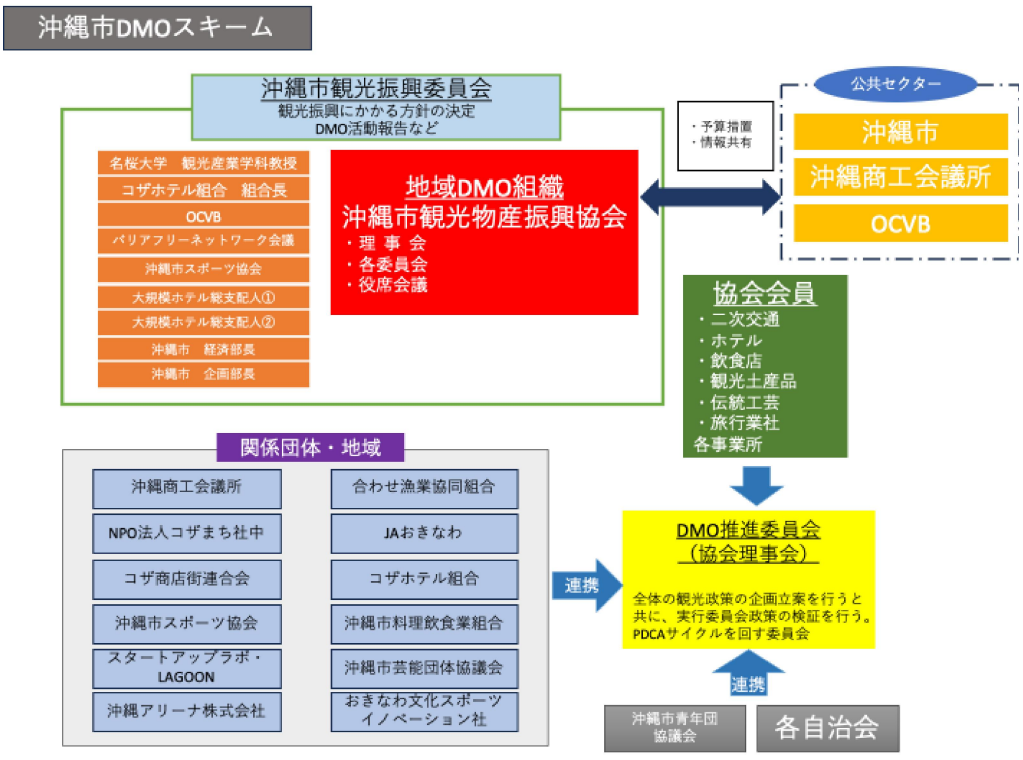
令和６年度
①ガイド養成業務
まち歩きガイドの育成講座を年間３回に拡大し開催しました。
また現役ガイドへは補講・追加講座の実施をしスキルアップを図りました。
②沖縄市観光 MaaS システム運用業務
検索・予約・決済、移動等のログを収集し、来訪者の旅マエ～旅ナカの行動を可視化し地域資源の磨き上げへの示唆を継続的に取得できる仕組みを運営体制含め構築し、アプリを活用した情報発信、販売、回遊促進、旅中商人の販売システム構築、検索・予約・決済や移動などのログを収集、分析を行いました。
③「琉球謎解紀行 in 沖縄市」を制作
④医療ツーリズム
実際の外国人患者をモニターツアーとして受け入れ、まち歩きやエイサー体験などの市内観光をしてもらいました。

観光資源の磨き上げ

・令和６年度
①沖縄市が誇るスポーツ関連の資源を活用して、スポーツを「する」「みる」「ささえる」の観点から、修学旅行生自らが課題に触れ、考えるきっかけ・解決の糸口を見つける沖縄市オリジナルの探求学習プログラムを造成する。
沖縄市スポーツ活用ＮＥＸＴ人財発掘プログラムとして、沖縄アクティブエデュケーションツアーを実施、スポーツを切り口としたモニターツアーとツアー内での課題解決ワークショップを開催
②観光 MaaS システム運用業務
　観光ポータルサイト「コザウェブ」を拠点として交通系アプリや顧客予約管理システムを活用して、各システムから検索・予約・決済、移動等のログを収集し、来訪者の旅マエ～旅ナカの動向を可視化できる事業実施しました。

【定量的な評価】

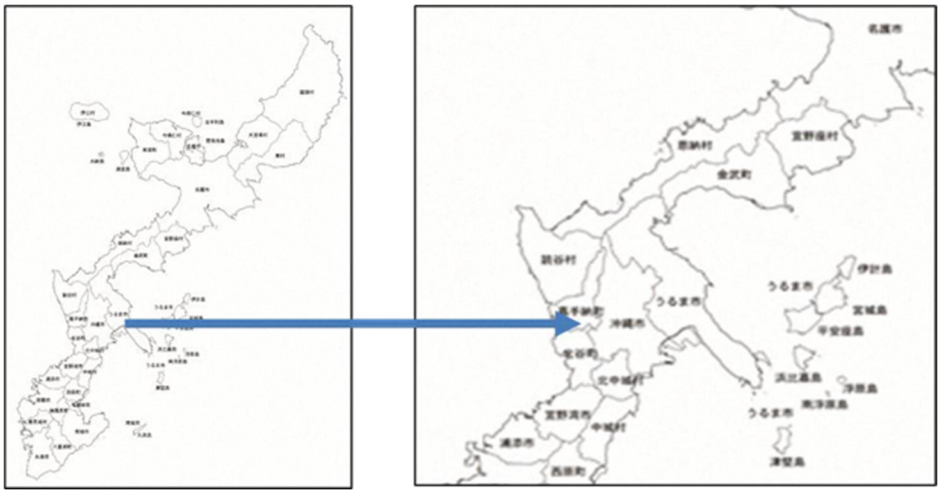
様式１

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　新里建二（合資会社新里酒造） 副会長　與座 美香（のぼりや製菓有限会社） 副会長　稲嶺あかり（ホテルコザ支配人） 副会長　神山　繁（ファンファーレジャパン取締役） 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顧問） 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】** 

様式１

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】

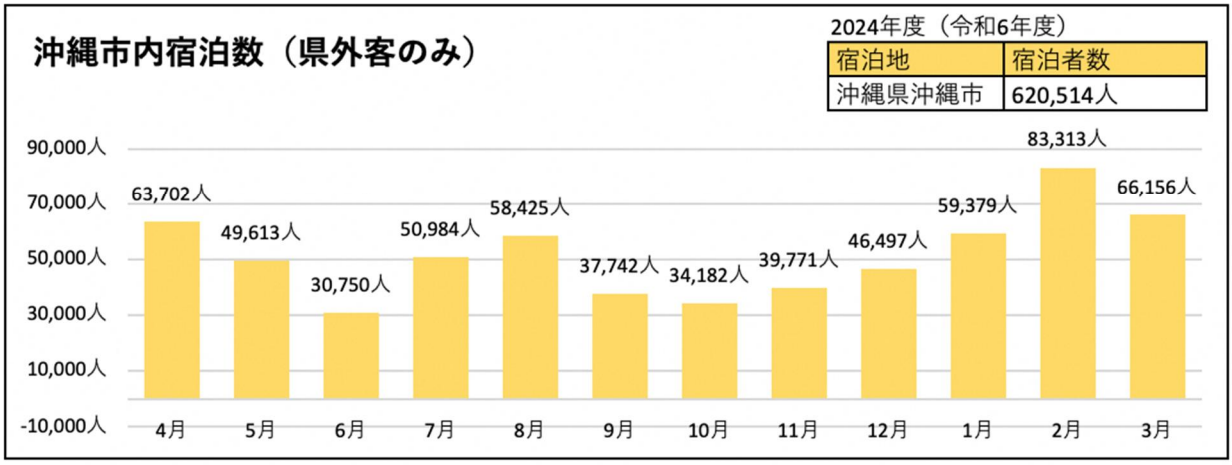
沖縄本島の中部に位置する沖縄県第二の都市沖縄市をマネジメント区域とする
※一方、リゾート感の乏しい中部エリアの自治体・観光協会とは緩やかな連携を模索し沖縄本島中部一体となったプロモーション・受入れ準備も行う。

【観光客の実態等】

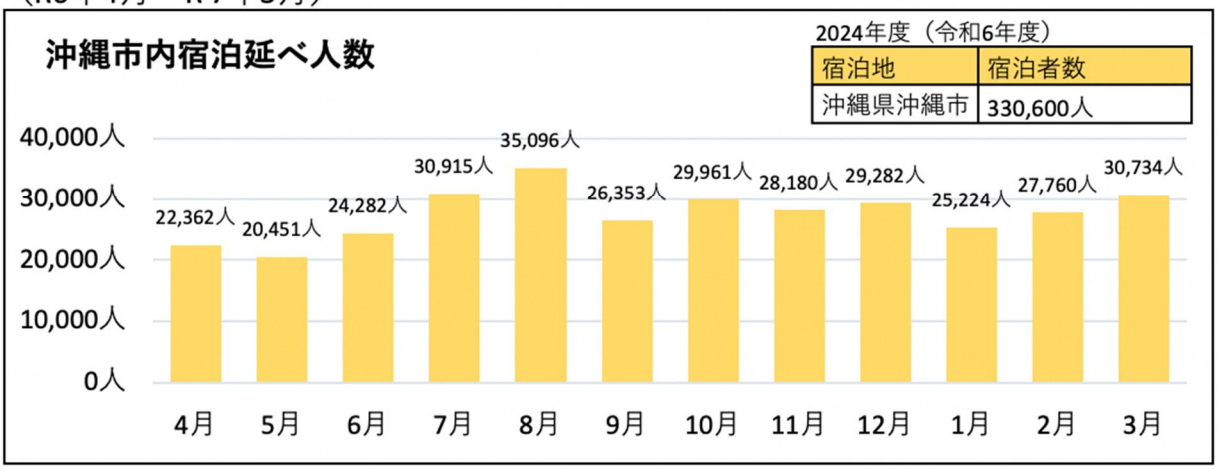
令和 6 年度は GPS データ分析で宿泊数の調査と、市内宿泊施設（ホテル組合・観光協会加盟）からのデータ取得を行いました。GPS で見ると 2 月のスポーツキャンプ時期が最も多く宿泊しているのが分かり、宿泊施設からのデータだとエイサーイベントが多い 8 月が多く出ているのが分かります。

様式１

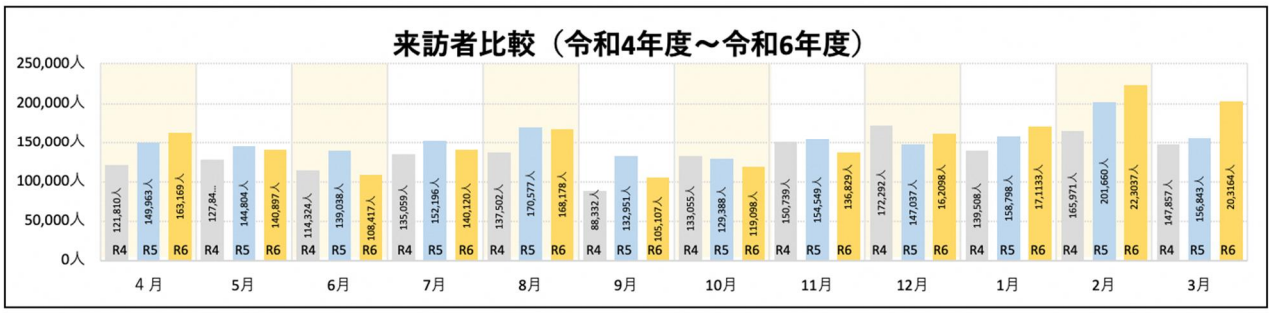
令和6年度　GPSデータ分析
（R6年4月～R7年3月31日）



令和6年度　ホテル組合・協会会員宿泊調査
（R6年4月～R 7年3月）



GPSデータ分析　令和4～6年度（R4年4月～R7年3月31日）



【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】
※観光資源の活用方法についても記入すること。
・観光資源：エイサー、スポーツ、音楽
活用方法：伝統芸能のエイサーは旧暦のお盆に地域で行われる祭事ということもあり、そこに誘客をし、観光資源として活用。

スポーツはＪリーグ、Ｂリーグのチームがホームタウンということもあり、アウェイ観戦者を呼び込み観光へ繋げる資源として活用。音楽は沖縄の民謡や基地のそばで育まれたロックなど、異文化を感じる資源として活用しています。
・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

・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 ちゃんぷる一市場、パヤオ食堂

・自然文化：泡瀬干潟、泡瀬ビジュル、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：沖縄サントリーアリーナ／モータースポーツマルチフィールド沖縄
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）
７月　　ピースフルラブロックフェスティバル
８月　　沖縄全島エイサーまつり
１０月 沖縄市東部まつり
１１月 沖縄国際カーニバル
※サッカーシーズン／J リーグは 2 月-11 月開催
※バスケットボール／B リーグは 10 月～翌 5 月開催

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】
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。
2023 年 8 月に沖縄アリーナ近くに 150 室のホテルが開業。
・施設数および収容力
令和５年度宿泊人数調査施設数：11 軒（月間収容数平均：約３９，１５０人） 令和６年度末沖縄市観光物産振興協会加盟宿泊施設数：２０軒
（うちホテル１４軒、民宿・ウィークリーマンション。民宿６軒）
・施設規模：１００室以上（２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（沖縄県内で唯一 IC が 2 カ所ある）
・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が１名
英語人材は日常英会話可能な人材が１名
・外国人観光客向け観光パンフレットの配布（多言語対応）
・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。	市内ホテルへ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。	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。	アンケート調査、 旅行サイト口コミ分析、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。	観光客への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	地域に対する顧客の関心度や施策の効果等を把握するため。	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。	アンケート調査を自主事業として実施。
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、令和６年はコロナ前同様に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 J3 カテゴリーで試合を展開。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。
スポーツだけではなく、アリーナなどで開催されるライブイベントにも多くの観光客が訪れており、こちらもスポーツ同様、中心市街地への誘客が課題である。

観光施設の東南植物楽園は 日本夜景遺産に認定、夜景コンベンションビューローから全国上位になり、冬から春にかけてのイルミネーションイベントで多くの観光客が訪れる施設となっている。
上記の内容から、イベントなどに来る来訪者が市内で消費を行う施作を中心に観光まちづくりの展開を行う。

（２）地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	強み（Strengths） ・沖縄市特有の「ちゃんぷる一文化」 ・強いコンテンツ（エイサー、プロスポーツフランチャイズ、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 ・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 ・沖縄アリーナの新設	弱み（Weaknesses） ・大規模ホテル不足 ・駐車場不足 ・地域内連携の弱さ ・中心部と周辺部の回遊性の悪さ ・専門人材不足 ・コロナ禍で露呈した財務基盤の弱さ
外部環境	機会（Opportunity） ・２０２３年 FIBA ワールドカップバスケット開催 ・東部海浜人工島の新設 ・沖縄 21 世紀ビジョン基本計画	脅威（Threat） 近隣市町村の魅力的な観光施設 ・懐古志向の強い市民性 ・在日米軍基地のハードソフト両面での影響大

※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軸のフレーみにて整理を行い、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 ④アリーナ来訪者	⑦県外初回来訪者層 （将来はリピーターへ）	
県内	⑤県内ファミリー層 ⑥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子供たち （将来のリピーター・ファンへ） ⑬日中の日帰り層

〇選定の理由
1 県外ヘビーリピーター層
・コロナ禍でも手堅く訪れていた層。
・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。
2 県外ビジネス層
・来訪回数が多く、消費金額も最も高い層。
・アリーナ周辺でのホテル建設後は工事関係者が減少したため、継続的な取り込み対応が課題。
3 県外スポーツ観戦者層
・アウェーチームのサポーターがメイン。

・市内の宿泊や周遊・消費が課題。 ・中長期的にも拡大が可能であり重要な層。 ４県外初回来訪者層 ・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。 ５沖縄市を知らない那覇市民 ・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。 ６文化を好む層
○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 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い。 ○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を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ほか、マラソンイベントへの参加促進などで台湾市場での誘客 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、当協会の取扱いは毎年増加傾向にある。 また、海外（台湾）の市場も可能性が高い。 ○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。 台湾に関しては、すでに行っている小学生の交流をきっかけに、中学、高校の修学旅行の誘致を台湾の法人と連携を行う。

（４）観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	伝統文化・多様性と自然・歴史が調和する沖縄市。 「ちゃんぷるーな沖縄市」のコンテンツの PR を強化する。コンテンツとして ・エイサー、伝統芸能 ・スポーツ（アウエィツーリズム・キャンプツーリズム） ・修学旅行（基地を取り巻く平和学習） ・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 などのコンテンツ化

②コンセプトの考え方	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ーな沖縄市」を目指す。 ・エイサー 旧盆時期に開催される「沖縄全島エイサーまつり」は 2024 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。 ・スポーツ 現在 J リーグ・B リーグを中心としたアウェイツーリズムを実施。スポーツ観戦の為に沖縄市に訪問するサポーター・ブースターが目に付くようになった。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 ・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 年以上の活動の成果として、修学旅行を行うリピーター校が増加。さらにリピーター校を増やし消費行動に結び付ける。 ・人工島の活用。 数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。

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。	協会の関連事業者へ年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・沖縄アリーナ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
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	スポーツパブリックビューイング開催やスタンプラリーの提案。 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を DMO 内にあるスポーツコミッションを中心に主導
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	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。 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

	SNS による情報発信を強化。 FACEBOOK３アカウント X（旧 Twitter）１アカウント Instagram１アカウント Weibo１アカウントを運営 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。

※各取組について、出来る限り具体的に記入すること。

様式１

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（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（円）	目標	36,000	36,500	37,500	38,000	38,500	39,000
		(36,000)	( )	( )	( )	( )	( )
	実績	70,048	46,051	57,820			
		( )	( )	( )			
●延べ宿泊者数（千人）	目標	250	325	325	340	388	389
		( )	( )	( )	( )	( )	( )
	実績	180	293	330			
		( )	( )	( )			
●来訪者満足度（%）	目標	97.6	97.7	97.8	97.8	97.8	97. 8
		( )	( )	( )	( )	( )	( )
	実績	91.4	90. 2	91.6			
		( )	( )	( )			
●リピーター率（%）	目標	86.0	86.3	86.5	86.5	87	87.2
		( )	( )	( )	( )	( )	( )
	実績	81.7	86. 5	85.6			

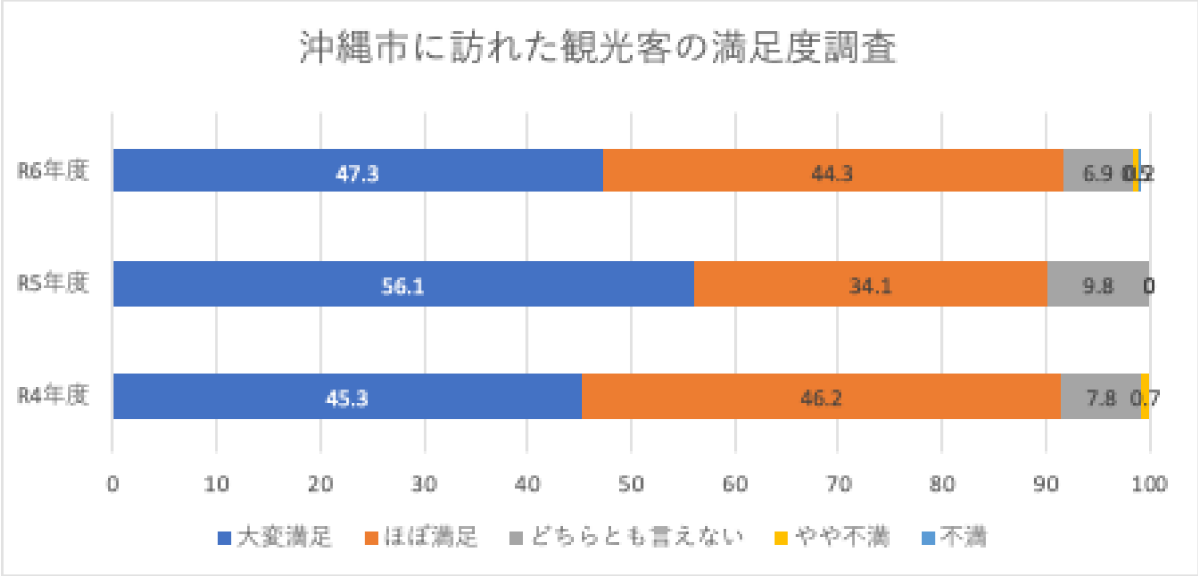
※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

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】
※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。
・・・

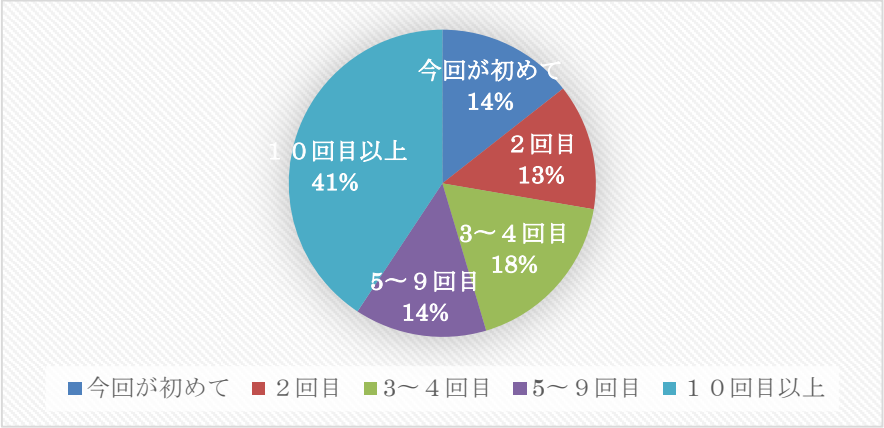
宿泊費	15,078 円	13,341 円	16,896 円
交通費	11,567 円	7,861 円	13,432 円
食事代	8,385 円	8,774 円	10,956 円
お酒・ナイトエンターテイメント	7,659 円	4,290 円	8,158 円
お土産・買い物	9,281 円	8,083 円	8,991 円
施設入場料・体験・レジャー・その他	5,850 円	3,702 円	11,616 円
市内消費単価	57,820 円	46,051 円	70,049 円

●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、協会会員施設。その他の簡易宿泊施設等が集計に入っていない。
そのほか、GPS での宿泊数調査は行っている。
●来訪者満足度
観光客の満足度やニーズ、観光動向、消費金額を把握することを目的として、継続して WEB アンケートシステムを用いて、観光客へのアンケート調査
を実施した。市内の宿泊施設、観光施設等の協力のもと、アンケートページへの QR コードを掲載した名刺サイズのカードを観光客へ配布し、①基本属性：居住地（国籍）／性別・年齢・職業／世帯年収／来訪経験②来訪目的・観光行動：行程／目的／情報源／訪問箇所／移動手段③消費行動：市内での消費額（ツアー・宿泊・交通・食事 等）④沖縄市の評価：満足度／再訪意向／推薦意向調査を行った。
観光振興基本計画にて R8 年度に 98%の目標値を設定。



様式１

●リピーター率
上記内容で同時に調査をおこなった。
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を増やす。



（２）その他の目標

指標項目		2022（Ｒ４）年度	2023（Ｒ５）年度	2024（Ｒ６）年度	2025（Ｒ７）年度	2026（Ｒ８）年度	2027（Ｒ９）年度
●エイサーナイト観客動員数（人）	目標	14,000	14,000	14,000	10,000	10,500	11,000
		（　）	（　）	（　）	（　）	（　）	（　）
	実績	5,800	10,200	5,700※			
		（　）	（　）	（　）			
●スポーツ合宿受入（人）	目標	12,000	26,000	28,000	28,000	28,000	28,500
		（　）	（　）	（　）	（　）	（　）	（　）
	実績	14,293	20,710	26,030			
		（　）	（　）	（　）			
●修学旅行受入数（人）	目標	6,000	10,000	11,000	11,000	12,000	12,500
		（　）	（　）	（　）	（　）	（　）	（　）
	実績	13,738	11,181	11,074			
		（　）	（　）	（　）			
●住民満足度調査【大変満	目標	30	35	40	40	42	42
		（　）	（　）	（　）	（　）	（　）	（　）
		－	－	－			

足・満足・やや満足】(%)	実績	（ ）	（ ）	（ ）			
WEB アクセス状況【KOZAWEB】（PV）	目標	1,300,000	1,450,000	1,600,000	1,650,000	1,660,000	1,660,500
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	1,592,530	2,153,536				
		14,000	14,000	14,000			

※R6 年度は４回の開催（R5 は８回開催）に減ったため減少。R7 年度も３回の開催となるため KPI も下方修正

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】

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、アフターコロナの状況、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、５年毎の沖縄市観光振興計画で各 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
例年、約 2 割が県外からの観客

●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。具体的には一度に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（具体的に記入すること）		
2022（R４）年度	170,762,702（円）	【国からの補助金】	13,723,000 円	8%
		【市町村からの補助金】	36,453,000 円	21%
		【会費収入】	3,893,000 円	2.2%
		【事業収入】	130,416,361 円	76%
		うち受託事業	46,368,083 円	36%
		うち事業補助	36,425,239 円	27%

様式１

		うち自主事業	10,383,721	円	8%
		【その他雑収入】	23,516,659	円	14%
2023（R５）年度	202,644,194（円）	【国からの補助金】	10,980,227	円	5.4%
		【市町村からの補助金】	32,808,000	円	16.2%
		【会費収入】	3,979,000	円	2%
		【事業収入】	120,740,101	円	59.6%
		うち受託事業	16,860,880	円	8.3%
		うち事業補助	70,857,527	円	35%
		うち自主事業	33,021,964	円	16.3%
		【その他雑収入】	34,136,866	円	16.8%
2024（R６）年度	194,325,560（円）	【国からの補助金】	0	円	
		【市町村からの補助金】	31,748,000	円	16%
		【会費収入】	3,918,000	円	2%
		【事業収入】	150,647,703	円	78%
		うち受託事業	18,218,036	円	(12%)
		うち事業補助	50,626,000	円	(34%)
		うち自主事業	81,803,667	円	(54%)
		【その他雑収入】	8,011,857	円	4%
2025（R７）年度	132,109,225（円）	【国からの補助金】	0	円	
		【市町村からの補助金】	29,070,000	円	22%
		【会費収入】	3,650,000	円	2.8%
		【事業収入】	99,175,150	円	75.1%
		うち受託事業	1,349,150	円	(1.4%)
		うち事業補助	31,826,000	円	(32.1%)
		うち自主事業	66,000,000	円	(66.5%)
		【その他雑収入】	214,075	円	0.2%
2026（R８）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%

様式１

2027（R９）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（具体的に記入すること）			
2022（R４）年度	162,334,983（円）	【一般管理費】	43,256,607	円	22%
		【事業費】	132,757,516	円	67.5%
		【他・雑費等】	2,561,468	円	1.3%
		【消費税】	5,016,100	円	2.5%
2023（R５）年度	196,812,521（円）	【一般管理費】	49,063,089	円	26%
		【事業費】	111,500,808	円	68%
		【他・雑費等】	8,753,400	円	1.6%
		【消費税】	5,016,100	円	3%
2024（R６）年度	194,985,456（円）	【一般管理費】	59,682,348	円	62.8%
		【事業費】	122,416,604	円	30.6%
		【他・雑費等】	5,933,404	円	3.6%
		【消費税】	6,953,100	円	3%
2025（R７）年度	132,109,225（円）	【一般管理費】	59,682,348	円	43%
		【事業費】	56,750,000	円	47.4%
		【他・雑費等】	7,390,000	円	5.6%
		【消費税】	5,300,000	円	4%
2026（R８）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%
		【他・雑費等】	6,000,000	円	5.4%
		【消費税】	2,000,000	円	1.8%
2027（R９）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%
		【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

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

●修学旅行まち歩きの高付加価値化

体験型コンテンツ（まち歩き）を積極的に案内・営業を実施。新規戦略としては台湾からの修学旅行誘致に向けた営業活動の実施。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。

●謎解きツアーの販売

史跡や景観を活用した謎解きツアーを販売。関連して御城印を作成・販売する事で価値の向上と売り上げに繋げる。

●物産販売（オリジナル商品の開発・販売）

地域芸能のエイサー関連のグッズ開発・販売、プロスポーツ（サッカー・バスケ・プロ野球）を活用した商品開発を行い売り上げ向上に繋げる。

●旅行業（3 種）活用

スポーツ合宿やフィルムオフィス関連での撮影隊宿泊などの手配手数料収入。

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）〇〇都道府県、××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。

沖縄県の令和 6 年度入域観光客数は過去 2 番目となる 995 万人を超え、過去最多を記録した平成 30 年度に対して 99.5%の水準まで回復しており、今後も好調に推移すると見込まれている。

本市においては、沖縄市観光物産振興協会をはじめ、沖縄市コザ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、歴史・文化、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、日本一ユニークな施設を目指す「沖縄こどもの国」、令和 5 年に FIBA バスケットボールワールドカップ 2023 という国際大会が開催された「沖縄サントリーアリーナ」、インターナショナルイルミネーションアワードイルミネーションイベント部門・優秀ストーリー賞 2 年連続全国第 2 位の「東南植物楽園」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、観光統計データ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。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推進に向けた観光関連事業者との連携強化、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。

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）

【他の地域連携ＤＭＯや地域ＤＭＯとの間で、重複区域に関する連携や役割分担等について協議を行った（行っている）か】

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	喜友名　朝仁
担当部署名（役職）	経済文化部　観光スポーツ振興課　課長
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

都道府県･市町村名	
担当者氏名	
担当部署名（役職）	
郵便番号	
所在地	

様式１

電話番号（直通）	
ＦＡＸ番号	
Ｅ－ｍａｉｌ	

（登録）【地域DMO】一般社団法人　沖縄市観光物産振興協会

様式2

記入日：　令和7年　7月25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】
　沖縄県沖縄市
【設立時期】昭和42年12月28日（法人認可）
【登録日】令和2年1月14日
【設立経緯】 区域の観光協会がDMOに移行
【代表者】 宮里好一（DMO代表）
【マーケティング責任者（CMO）】 金城諭
【財務責任者（CFO）】 島袋隆
【職員数】 18人（常勤16人（正職員6人・嘱託職員10人）、パート2人）
【主な収入】
　受託事業16百万円、自主事業33百万円、雑収入34百万円（R5年度決算）
【総支出】
　事業費　64百万円、一般管理費　57百万円（R5年度決算）
【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、琉球フットボールクラブ、
沖縄バスケットボール株式会社

KPI（実績・目標）

※（　）内は外国人に関するもの。

指標項目		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（円）	目標	36,000	36,500	37,500	38,000	38,500	39,000
		（36,000）	（　）	（　）	（　）	（　）	（　）
	実績	70,048	46,051	57,820			
		（　）	（　）	（　）			
●延べ宿泊者数（千人）	目標	250	325	325	340	388	389
		（　）	（　）	（　）	（　）	（　）	（　）
	実績	180	293	330			
		（　）	（　）	（　）			
●来訪者満足度（%）	目標	97.6	97.7	97.8	97.8	97.8	97. 8
		（　）	（　）	（　）	（　）	（　）	（　）
	実績	91.4	90.2	91.6			
		（　）	（　）	（　）			
●リピーター率（%）	目標	86.0	86.3	86.5	86.5	87	87.2
		（　）	（　）	（　）	（　）	（　）	（　）
	実績	81.7	86. 5	85.6			

戦略

【主なターゲット】
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 など
【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
１日本にない雰囲気のゲート通りを周遊する観光客が増加中であるため引き続きプロモーションを行う。
2沖縄アリーナでのMICE開催の誘致などで向上を図る。
3アウェイツーリズムを中心にプロモーション
【観光地域づくりのコンセプト】
　伝統文化・多様性と自然・歴史が調和する沖縄市。「ちゃんぷるーな沖縄市」のコンテンツの PR を強化する。

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】
・自社のダイナミックパッケージ構築
・観光Maasシステム運用
・ロケ地マップの整備

【受入環境整備】
・スポーツツーリズムワークショップ
・国代表チーム受け入れ整備
・広島空港との連携協定での受け入れ整備

【情報発信・プロモーション】
・SNSやHPでの決めの細かい発信
・アウェイツーリズム（アウェイ先で出店を行い情報発信
・フィルムツーリズム
・県内外での催事などに出展

【その他】
・姉妹・兄弟・友好都市との連携による観光誘客