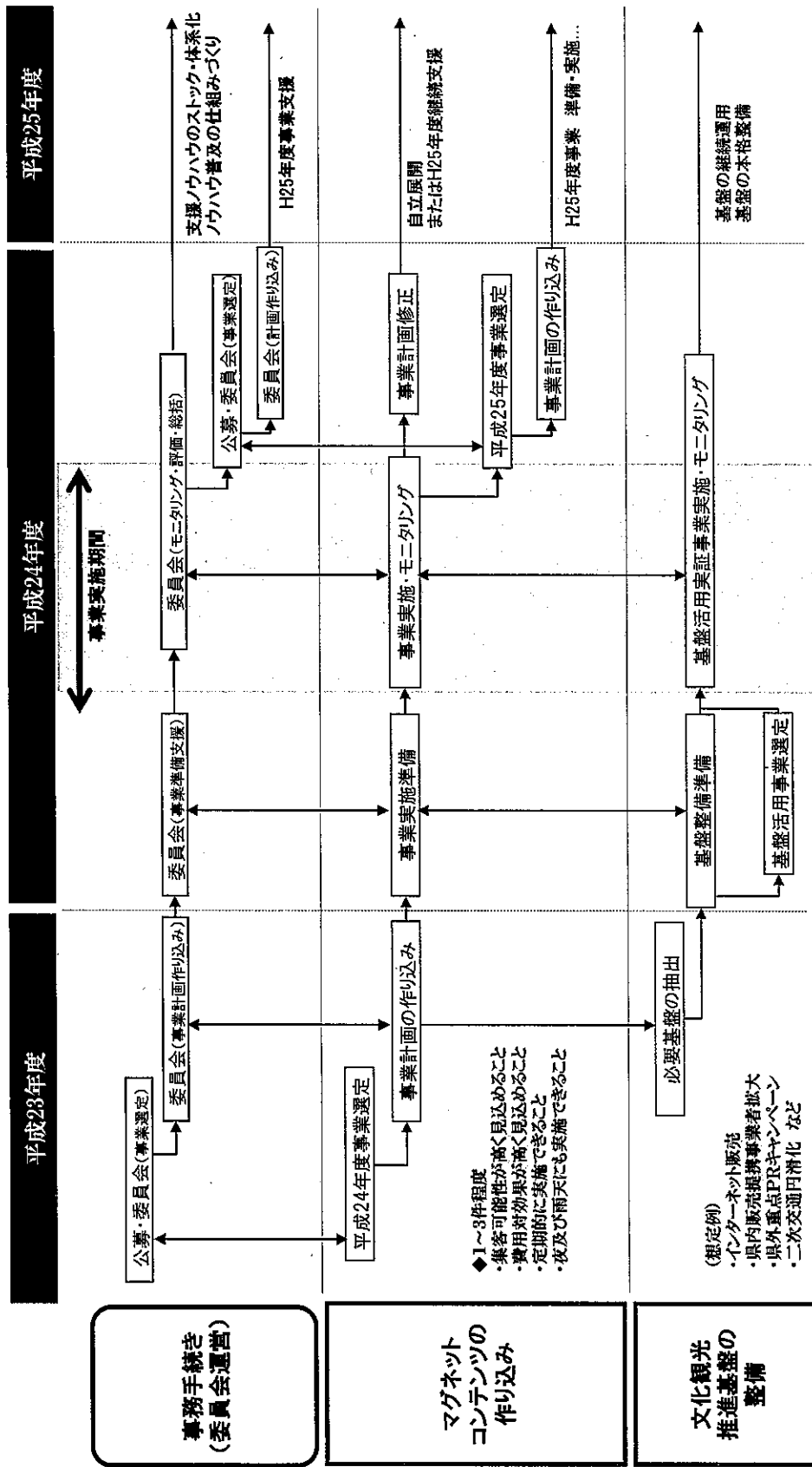


【事業化推進検討委員会を核にした文化観光戦略推進事業の推進フレーム】

- 文化観光戦略の推進を先導する事業(マグネットコンテンツ)を仕掛け、成功事例を作り上げる
- 成功事例の作り込みにおいて、文化観光推進のために必要な基盤整備を併せて進める(実証事業実施)



2. 「事業化推進検討委員会」の運営

再構築した運営フレームに基づいて有識者等からなる検討委員会を設置し、平成 23 年度モデル事業の評価に係る検討を行った。

(1) 事業化推進検討委員会の目的

平成 23 年度文化資源活用型観光戦略モデル事業の分析・評価、持続的発展に向けた支援(アドバイス等)を行うと共に、そこで得られた内容を次年度以降の文化観光戦略推進事業の展開に必要な仕組みの構築と参考となる知見をとりまとめることを目的に「事業化推進検討委員会」を設置した。

(2) 平成 23 年度事業化推進検討委員会委員(敬称略)

NO		所属・役職	氏名
1	委員長	沖縄県文化観光スポーツ部長	平田 大一
2	委員	琉球大学 教育学部長	中村 透
3	委員	(財)沖縄観光コンベンションビューロー 観光コンベンション推進部長	屋良 朝治
4	委員	(一社)日本旅行業協会沖縄支部支部長 代理出席 (一社)日本旅行業協会沖縄支部副支部長	東 良和 木下 嘉美
5	委員	国立劇場おきなわ 芸術監督	幸喜 良秀
6	委員	JALホテルズ ツアーコーディネーター	瓜生 玲
7	委員	コーラルウェイ 編集長	武田 知代子
8	委員	沖縄県産業振興公社 ハンズオンマネージャー	杉浦 幹夫

(3) 事業化推進検討委員会開催概要

平成 23 年度事業化推進検討委員会開催概要は以下の通りである。

日 時 場 所	平成 24 年 3 月 15 日(木) 15:00~20:00 沖縄県庁 11 階第 1 会議室
内 容	○事業化推進検討委員会について ○各事業者からのヒアリング及び意見交換 ○全体総括

(4) 平成 23 年度 事業化支援補助金交付決定 一覧

評価対象となる平成 23 年度事業化支援補助金交付決定一覧は以下の通りである。

	団体名	事業名
1	(株) JTB沖縄	ユネスコ登録遺産「組踊」を活用した観光集客推進事業
2	「オヤケアカハチ」による 観光活性化事業実行委員会	八重山こども演劇「オヤケアカハチ～太陽の乱」による インバウンド誘致活性化
3	一般財団法人TAO Factory	「琉球歴史ロマンシアター」による新滞在型プラン構築
4	(株) 沖縄TLO	沖縄文化エデュテイメントツアー開発事業 ～沖縄文化を「たしなみ」に～
5	青年ふるさとエイサー祭り 実行委員会	第47回青年ふるさとエイサー祭り
6	首里城祭実行委員会	「万国津梁の灯火と地域伝統芸能の宴」イベントの活 用、地域連帯強化による観光誘客拡大を促進するイベ ント事業
7	今帰仁村	今帰仁グスク及び歴史劇「北山の風」による 歴史観光誘客および滞在プラン
8	伊平屋村	現代版組踊「やぐら大主物語」を活用した 地域活性化プロジェクト

(5) 事業化推進検討委員会 検討結果

事業化推進検討委員会における検討結果は以下の通りである。

① 事前評価総括

1) ユネスコ登録遺産「組踊」を活用した観光集客推進事業



○事業概要

ユネスコ登録遺産「組踊」を活用した観光集客推進事業 —併・JTB沖縄— **提案書(様式4)**

*本様式は必ず1枚に収め、文字は10ポイント以上とすること。

現状と課題(提案の背景) 「組踊」の成立背景である歴史、文化の情報伝達が不足している	「組踊」に対する認知、認識不足と、観覧者に対しては先入観がもたれている。	劇中使用される「言葉」に対する解説、翻訳の不足	鑑賞意義の伝達と鑑賞に対する対象者の意識の醸成が不足
--	--------------------------------------	-------------------------	----------------------------

事業の全体計画

<p>○実施内容</p> <p>沖縄の伝統芸能であり、ユネスコにより文化遺産にも登録された「組踊」に対する県外への周知と、観光コンテンツ化を推進する。難解であり、鑑賞者が限定されている現状を打開、文化として鑑賞しやすい環境の構築により、新たな文化資源による観光集客の可能性を検証する。</p> <p>○観光客誘客に向けた新たな取組</p> <div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 45%; padding: 5px;"> <p>取組① 「組踊」入門舞台の開催による集客と伝統文化芸能の発信</p> <p>①解説付き「組踊入門鑑賞会」の定期開催により、県内外・海外からの入門鑑賞者の増加を図る。</p> <p>②鑑賞のハードルの引き下げによる新たな鑑賞者の増加。登録遺産を活用した沖縄の歴史能力発信</p>  </div> <div style="width: 45%; padding: 5px;"> <p>取組② 「国内外からの集客に向けたツールの構築と観光コンテンツ化の実施」</p> <p>①「組踊」鑑賞を促進するための営業ツールの作成と本土修学旅行、団体営業マンによる活用展開の促進。鑑賞に当たって、入門者向け解説資料の構築、翻訳を行い、継続的な集客を実施。</p> <p>②新たな鑑賞希望者の集客経路の認知拡大</p>  </div> </div>
--

平成 23 年度 事業化推進検討委員会 モデル事業評価総括シート

事業名 (事業主体)
 コネスコ産産「組閣」を活用した観光集客推進事業
 (株式会社JTB沖縄)

事前目標	
定数目標	入門観劇台における集客目標:2,700名(7回公演/平均385名)
定性目標	鑑賞者の満足度と理解度の検証:満足度70%以上

実績:成果	
定数成果	実施済み自主公演4回の実績として830名、国立劇場おきなわの実施する公演事業5回の実績として3,800名となり、9回の公演での集客合計は4,600名(平均1,250名)となっている。3/20には、自主公演の最終回の実施を予定しており、最終的な動員数はこれからの結果となるが、当初目標であった7回公演での目標人数は達成すると懸念される。
定性成果	当シートの記入段階ですべての自主公演におけるアンケートの集計結果がまとまっておらず、検証段階ではあるが、満足度(再訪希望度)の結果は高く、現状90%近い満足度結果となっている。

進捗:課題	
進捗で待たれなかった要因・不点	県内においては、「組閣」の認知度は一定程度存在するものの、格式が高く、鑑賞の障壁となっていることが懸念された。そのため、内容が児童でのわかりやすく、且つ構式を簡潔にした「もたもたら」を題材とした公演の実施が、児童及びその肉親にとっても楽しみやすく、無料での開催と、コネスコ産産登録による組閣に対する興味も高まった。集客に繋がったと思われる。県外及び国外の方々への公演にあたっては、関係旅行社及び会場側の理解を沖縄固有の文化芸術の特別公演として認識していただくことが出来、開催に至った。受入を認める事業社においても、組閣に対する認識は決して高いものではなく、多くの修学旅行実施校において、行程を変更してまでの実施は実施できなかったという状況ではあるが、今回の実施によって、その内容に対する高い満足度が得られたことは、新たな可能性として営業時の強みになることは間違いないと感じた。
3/20には、県民及び、那覇市内に滞在する観光客をターゲットに有料での公演を実施予定であるが、この回では、前回実施時の成功を背景に、有料モデルでの集客の可能性を限り景観的な事業展開の検証を行いたい。	

自立:継続性評価	
期待がなくなっても継続的な事業展開が可能か?	同様の事業を継続的に展開可能 or 同様の事業を継続的に展開することは不可能
●同様の事業を継続的に展開することが不可避な場合のその理由、また、どうすればできる可能性があるか? ●	同様の事業を継続的に展開可能 or 同様の事業を継続的に展開することは不可能
文化資源である「組閣」の観光資源化において、「解説を交え、ストーリーを事前にパンフレットとし、認識を深めて頂いた上で鑑賞いただく」今回の公演事業を行なった結果、鑑賞者の満足度は高く、「組閣」自体の持つ観光資源としてのポテンシャルを強く感じる事ができた。	
しかしながら、アンケートの最終集計はこれからであるが、取りまとめている結果からは「組閣」の事前認知度が予想以上に高く、現状のリピーターが増えている沖縄観光の現状をもっても、有料の単体資源として集客を図ることの難しさを感じる。海外、国内観光客を問わず、民間事業として持続的な展開を図るためには、実施による入場料収益と、演者及び会場経費との収支バランスを取り、収益事業として実施可能なことが前提となるが、不定期での開催では収益事業として実施することにリスクが高いと判断される。また、実施可能な会場借用(立地面やキャパシティ)が直前では確保しづらく、観光客の動きに合わせて柔軟な確保がしにくいことも課題の一つと感じる。持続的な有料実施を図る為には、組閣の認知拡大(プロモーション戦略)並びに、一定程度定期的な取組み公演(開催)並びに、一定程度定期的な取組み公演(開催)を図るべきであり、それが達成されたならば修学旅行生や、海外観光客に対する沖縄独自の文化芸術コンテンツとして自主事業化としての可能性を強く感じた。	

別添:①平成23年度モデル事業申請資料一式、②事業計画等(工程表、事業実施体制)パートナー団体及び協議内容、事業収支決算書、広報計画、モニタリング手法、評価結果 など

2) 八重山こども演劇「オヤケアカハチ～太陽の乱」によるインバウンド誘致活性化

○事業概要

八重山こども演劇「オヤケアカハチ」によるインバウンド誘致活性化
—石垣市—
提案書(様式4)

※本様式は必ず1枚に収め、文字は10ポイント以上とすること。

現状と課題(提案の背景)

・石垣市においては観光資源として有効な八重山こども演劇「オヤケアカハチ」の取組が継続して続き、イベント等において海外観光客にも好評を博している。

イベント全体計画

◆今回の取組◆

○現在のイベント実施内容

現状で、石垣島において12月の本公演(2～3ステージ)を基本に、石垣島以外の県内外での公演にも取り組んでいる。市を始めとする各種イベントにもゲストとして多数出演し、八重山の小・中・高校生の演じるパフォーマンスは、老若男女を超えて、すべての世代に支持され、八重山の代表的な舞台の一つとなっている。

○観光客誘客に向けた新たな取組

取組① 観光客向け公演「八重山芸能絵巻」

①6月～10月の間に、計6回、観光客向けの公演を開催。

②県外、海外観光客を意識した内容とし、宿泊数増加、リピーター獲得を狙う。

取組② 海外観光客向けPR活動

日・中・韓、3カ国語パンフレットも制作し情報発信を行う。

◆実施スケジュール◆

H23年5月
公演内容制作
商品化への調整(旅行社)
広報プラン策定
広報ツール制作
ホームページ制作

H23年6月上旬
・リーフレット等制作
・リハーサル

H23年6月中旬
～
9月末
・八重山芸能絵巻公演
月2回
(土曜または日曜)

・プロモーション実施
ジャパンカン
JTBグループによる商品造成、団体誘致
旅行関連WEBサイトでの告知展開

H23年12月
イベント実施内容報告

◆今回の取組による効果◆

- ・県外観光客集客目標 960人(「オヤケアカハチ」本公演への新規県外客動員は100名)
- ・来場者数目標 八重山芸能絵巻 300名×6回(うち海外360名 県外360名)

販売目標				
入場料	観光客	@1,000円×120名×6回	720,000円	
	観光客以外	@1,500円×180名×6回		円

56

平成 23 年度 事業化推進検討委員会 モデル事業評価総括シート

事業名 (事業主体)
八重山子ども演劇「オヤケアカハチ」による観光活性化
(オヤケアカハチ)による観光活性化事業実行委員会)

事前目標	
定数成果	八重山芸術総連「南国の夢〜アカハチ伝説」公演 入場者 1,200 名 オヤケアカハチ本公演(12月)への八重山地区以外からの入場者 200 名
定性成果	海外観光客にも楽しめ、語番につながるコンテンツの開発 台湾、韓国への訪番プロモーションの実施

実績(成果)	
定数成果	八重山芸術総連「南国の夢〜アカハチ伝説」公演 入場者 1198 名 内、県外客 155 名 海外客 9 名 八重山地区以外からの入場者 117 名 オヤケアカハチ本公演(12月)への八重山地区以外からの入場者 152 名 ※通常、土日で開催していた本公演を、金土開催にしたため、入場総数が例年の 25%減であった 内容的には、島に伝わるオヤケアカハチの伝説を核として、八重山芸術や、子供たちの夢を語り込 んだものとしたが、セリヤを添らして、ストーリーをより分かりやすくする改良は必要である。 中国語(繁体字)、ハングル語により、地域で取り組む「子ども演劇オヤケアカハチ」の活動紹介と 石垣観光情報をミックスしたパンフレットを作成し、エージェンツを中心に情報を発信した。 台湾エージェンツについては、フアムドリップも実施し、PRと共に、エージェンツ目録からの改良点等、 ヒアリングを行った。
定性成果	

事後評価

達成できた 特長すべき要因	八重山芸術を多く取り入れたことで、新たな石垣観光アイテムとして発信させる、土台作りができた。 また、海外観光客用への構成内容についても、課題の抽出が行えた。 海外客は、実施前までは到達できなかったが、エージェンツを中心に、石垣観光のコンテンツの一つとして、認知を促進できた。 小・中・高校生を出演者とする「オヤケアカハチ」の年間活動の中で、冬季は、本公演、子供連の実験等もあり、観光客も増え、夏期〜秋期と交りやす。 また、現代版組劇の課題の一つではあるが、子供たちの理解感、スキルの高さ等、実際に見ていただけたかいないと、その魅力を言葉で伝えるが難しいといった面と、事前プロモーションの期間が短かったため、本年の事業は石垣 島への入場客が多い期間に、着地メニューとして業を固めたが、八重山地区以外からの観客は 25%程度となりました。 ただし、夏季休業期間の公演は島外の来場者の比率が高くなっているため、定例で同様に公演を開催できれば、より多くの観光客の集客、また認知度アップや、実際に観劇いただいたことによる波及効果でのリピーター獲得 も可能かと考えます。 平成 25 年度の石垣新空港開港に向け、増加が予想される海外入場客に、「オヤケアカハチ」の活動と触れ合ってもらいたいと考えています。継続的に取り組んでいければと思います。 プログラムの育成といった観点からも、今年度戴いた土台、課題を活かし、継続的に取り組んでいければと思います。
達成できなかった 要因・不足点	

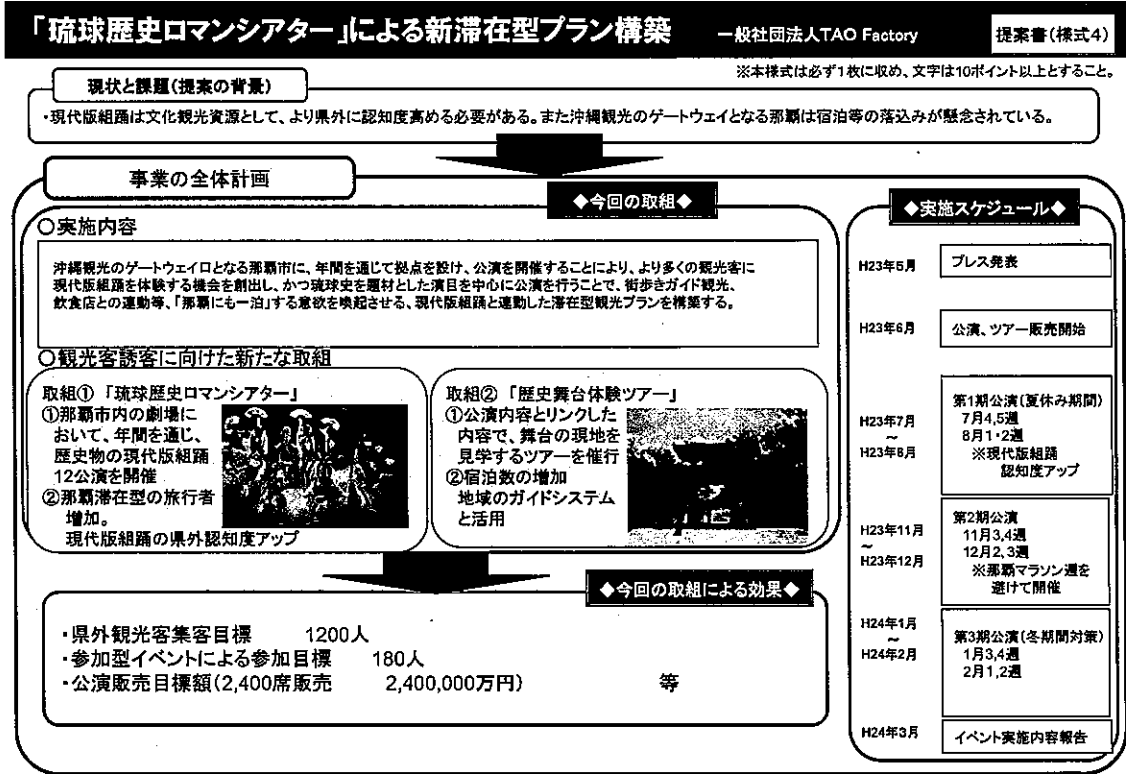
今後の課題

今後の課題	同様の事業を持続的に展開することは不可能
今後の課題	●同様の事業を持続的に展開することが不可避な場合のその理由、また、どうすればできる可能性があるか? ● 「オヤケアカハチ」の活動自体は、参加する子供たちの保護者が負担する食費、講座料と本公演の入場料収入で賄っています。ただし、年間の稽古に係る経費、公演の実施経費でほぼ赤字なく、石垣観光に香与したい気持ちはあるのですが、 助成または大型スポンサーが無い場合は、新規事業に取り組みむことが難しい状況です。また、海外のエージェンツとの連携等は、実行委員会外からの協力が必要となるため、なんらかの制約を緩和したければと存じます。

別添:①平成 23 年度モデル事業申請資料一式、②事業計画書(工程表、事業実施体制/パートナー団体及び協働内容、事業収支決算書、広域計画、モニタリング手法、評価結果 など)

3)「琉球歴史ロマンシアター」による新滞在型プラン構築

○事業概要



平成 23 年度 事業化推進検討委員会 モデル事業評価総括シート

<p>事業名 (事業主体)</p>	<p>「琉球歴史ロマンシアター」による新滞在型プランの構築（一般社団法人 TAO Factory）</p>	
<p>事業目標</p>	<p>琉球浪漫シアター入場者 目標：総入場者数 2,400名（内、県外客 1,200）現代版組踊ファンクラブ（メールマガジン登録者） 目標：400人</p>	
<p>定員数</p>	<p>琉球浪漫シアター入場者 総入場者数 3,985名（内、県外客 349） 現代版組踊ファンクラブ（メールマガジン登録者） 今年度新規登録：300名</p>	
<p>定性目標</p>	<p>着地型商品として、JTBに惹きつける沖縄」等の商品化 観光活用フリーペーパーでの告知の実施</p>	
<p>達成状況</p>	<p>達成状況</p>	
<p>達成状況</p>	<p>達成状況</p>	
<p>達成状況</p>	<p>達成状況</p>	
<p>達成状況</p>	<p>達成状況</p>	
<p>達成状況</p>	<p>達成状況</p>	
<p>達成状況</p>	<p>達成状況</p>	
<p>達成状況</p>	<p>達成状況</p>	
<p>達成状況</p>	<p>達成状況</p>	
<p>達成状況</p>	<p>達成状況</p>	
<p>達成状況</p>	<p>達成状況</p>	

条件付きで同様の事業を継続的に展開可能

①同様の事業を継続的に展開することが不可避な場合、また、どうすればできる可能性はあるか？
今年度は、補助事業であったため、入場料も1,000円と、現代版組踊の関口をより広く、多くの方に鑑賞いただけるようだったが、通常の公演は、入場料が2,000円～2,500円とすることが多い。
今年度の公演で、一番、集客が良かったのが、パレット市民劇場で、県庁前、国際通り入口といったロケーションが大きく効いているように感じる。ただし、パレット市民劇場はキャパシティが400名であり、この場合、2,000円で満席となったとしても、収入は80万円に過ぎず、会場費、テイクアウト費、出演費、運営人体系を削ぐことは難しい。那覇市内における公演の定例化、観光客を含めた集客の可能性は感じているものの、本年同様の規模での自主継続の前提条件で、観光客向けのロケーションで800～1000程度のキャパシティのホールが必要であると感じられた。また、前述したとおり観光客誘致のため、予約も1年以上前に可能であればありがたい。制作する立場からも、今年度のスケジューリングは、運送公演等は、多少息切れ感があったので、来年度以降は、採算性も加味し、公演数、日程を検討していきたい。

別添①平成 23 年度モデル事業申請資料一式、②事業計画書（工程表、事業実施体制、パートナー団体及び協働内容、事業運営支援策、広報計画、モニタリング手法、評価結果 など）

4) 沖縄文化エデュテイメントツアー開発事業～沖縄文化を「たしなみ」に～

○事業概要

沖縄文化エデュテイメントツアー開発事業(沖縄本島中南部圏域) —株式会社沖縄TLO(沖縄中南部圏域産業活性化協議会 事務局)—

現状と課題(提案の背景)

沖縄本島中南部圏域には歴史的背景などにより、多彩な伝統文化(芸能、工芸、民俗など)が継承されており、また那覇市および近郊における宿泊施設の集積など有効な観光資源が集積されている。しかしながら、数時間から半日程度の「体験ツアー」などの観光メニューしか提供できていない、地域資源の活用が不十分であるなどの課題があり各資源が滞在/リゾート、離島などの周遊型観光における通過点としての活用に留まっている。

事業の全体計画

◆今回の取組◆

○実施内容

地域の文化観光資源を活用した学習滞在型の観光プログラムである「沖縄文化エデュテイメントツアー」を開発する。

○観光客誘客に向けた新たな取組

取組① プログラム開発支援、ガイドブック作成、共同プロモーション
 >各市町村で開発されたプログラムをまとめたガイドブック
 >共同プロモーション>専門アドバイザーを活用した開発支援

取組② プログラム開発者およびインストラクター人材の育成
 >サービスの均質化を目的としたインストラクター研修
 >プログラム開発者向け講習会
 >教材、指導マニュアル作成講習会 >沖縄文化教養講座

取組③ 沖縄文化エデュテイメントツアー(学習滞在型プログラム)の開発
 >地域の文化観光資源を活用した観光プログラムの開発
 >約款などの整備 >パッケージツアーへの組み込み

今回開発する「沖縄文化エデュテイメントツアー」の想定

- >糸満ハーレー出漕ツアー(糸満市/10日間)
- >与那原大綱史を学ぶツアー(与那原町/7日間)
- >組踊を深く学ぶツアー(浦添市/7日間)
- >草木(ウージ)染を深く学ぶツアー(豊見城市/5日間)
- >沖縄の伝統舞踊を学ぶツアー(4市町共通/7日間)
- >琉球の三味線を学ぶツアー(4市町共通/7日間)
- >琉球料理を学ぶツアー(4市町共通/7日間)

◆今回の取組による効果◆

「学習滞在型観光メニュー」の開発によって、これまで「素通り観光地」であった本島中南部が「過ごしの観光地」へと進化できる。
 ・プログラム開発のノウハウ(地域観光資源の発掘、人材育成、商品化、プロモーション)が蓄積され、文化観光資源の一大集積地である本島中南部地域において「学習滞在型」観光メニューが数多く開発される。

・開発するプログラム数(3年間):57件
 ・プログラム利用者数(3年間):2,440人
 ・開発されたプログラムによる売上(3年間):75,100千円
 ・利用者による波及効果(3年間):
 270百万円(宿泊関連:90百万円、
 レンタカー:75百万円、土産29百万円、飲食75百万円)

◆実施スケジュール◆

時期	スケジュール
H23/4.5	WG、実行委員会設置 PGガイドブック取材 インストラクター研修① PG運用者研修 PG案策策定 PG実施主体選定
H23/6.7	PGガイドブック編集 HP設置 PG開発支援 インストラクター研修② 指導マニュアル作成講座 PG開発 チラシ作製 予約販売受付 PG実施
H23/8.9	実行委員会② PG評価・改善支援 沖縄文化教養講座 PG実施 PG評価
H23/10.11	PG実商品化 PG評価・改善
H23/12	PG実商品化
H24/3	事業評価

平成 23 年度 事業化推進検討委員会 モデル事業評価総括シート

事業名
(事業主体) 沖縄文化エデュ테인먼트ツアー開発事業～沖縄文化をたしなみに～
株式会社沖縄 TLO 担当:大井佐和子

事前目標	
プログラム開発:4件/集客人数:90人/実施回数:7回 インストラクター人材:4人/プログラム開発人材:4人	プログラム開発:4件(実施2件)/集客人数:18人/実施回数:2回 インストラクター人材:16人/プログラム開発人材:13人 総売上高:255万円
実現目標	「中南部域を「通過型観光地」から「通こしの観光地」へ集積する文化資源の新たな活用 「一過性の体験」から「学習滞在型プログラム」の開発へ 「沖縄観光の」ポイント定への新しい商品の提供」 「沖縄観光の滞在期間の長期化」

実績:成果	
定数成果	プログラム開発:4件(実施2件)/集客人数:18人/実施回数:2回 インストラクター人材:16人/プログラム開発人材:13人 総売上高:106万円(琉球舞踊+食文化)
定性成果	一地域に滞在し、集積する文化資源を、ストーリー性を持たせて表現するプログラムを開発し、販売。 4 種類のテーマで、それぞれ、プログラムを開発した(うち、2 プログラムのみ催行)。一地域滞在し、学習するなかで観光消費の向上を目指した仕組みをプログラム中で実現した リーダーにとっても、新しい感動を提供するプログラムとなっている。 食文化プログラムは、4日間、琉球舞踊は7日間のプログラムとして催行。

事後評価

達成できた 特筆すべき点	これまでない、新しい旅の形を提案することを心がけ、一つ一つ地域の人も巻き込みながら手作りでプログラムとなり、商品としての完成度は必ずしも高くないものの、高付加価値観光プログラムの一つの形を地域において、それぞれ催行し、今後の継続実施に向けたデータ収集ができた。既存の資源や資源活用方法にこだわらず、ストーリー性にとらわれず、ストーリー性も高くないものの、高付加価値観光プログラムの一つの形を地域において、それぞれ催行し、今後の継続実施に向けたデータ収集ができた。既存の資源や資源活用方法にこだわらず、ストーリー性にとらわれず、ストーリー性も高くないものの、高付加価値観光プログラムの一つの形を地域において、それぞれ催行し、今後の継続実施に向けたデータ収集ができた。
達成できなかった 要因・不発見	プログラムの開発は実現したものの、催行できなかった二つのプログラム(組踊、ウージ染め)については、①マーケットにおける知名度が低いこと、②そもそもニッチな市場しか想定してないこと、③ピンポイントでアクセスすることができなかったこと、④事業の進捗の影響で、告知期間が短くなってしまったことなどが挙げられる。種々の資源の特性やマーケットにおける評価等を丁寧に調査したうえで、それぞれにあった段階的ターゲットマーケティングを考えていく必要がある。

自立性・継続性評価

期成がなくても継続的な事業展開が可能か?	同様の事業を将来的に展開することは不可能
●同様の事業を将来的に展開することが可能な場合のその理由、また、どうすればできる可能性があるか? ●	●同様の事業を将来的に展開することが可能な場合のその理由、また、どうすればできる可能性があるか? ● 本文化・琉球舞踊: テーマ収集のためのモニター価格で販売し、催行した。妥当な価格での販売に向けては、①商品の完成度を高めること、②商品の価値を伝える方法を考え妥当な価格の販売を実現することの2点が重要となる。提供者が観光業のプロフェッショナルではないこともあり、価格設定やターゲット層に合わせた観光商品としての完成度を高めるのに、数回のトライアルが必要と考えている。組踊: 浦添市観光協会との連携により、蓄積層にターゲットを絞った高価値商品の開発を行った。価格設定自体よりも、告知期間やマーケットにおける認知度等に大きな問題が湧き、本プログラムの販売にむけては、時間をかけてマーケットでの認知度を高め、必要があることがわかった。 ウージ染: 数多くの伝統的な染織があるなか、ウージ染めの独自性や魅力を発信し、旅行という行動の主目的とさせるまでの商品づくりが実現できなかった。マーケットにおける認知度やマーケットにおける評価の特徴から考えれば、現在提供している2時間程度の体験を1日じゅう学習するようなものへと進化させ、段階的に深掘りしていくような形で、現在来ている観光客向けの商品として、少しずつ当初の目的に近づけていくような形が理想的だと考えている。

別添:①平成 23 年度モデル事業申請資料一式、②事業計画等(工程表、事業実施体制シート)③団体及び協賛内容、事業収支決算書、広報計画、モニタリング手法、評価結果 など)

5) 第47回青年ふるさとエイサー祭り

○事業概要

第47回青年ふるさとエイサー祭り —青年ふるさとエイサー祭り実行委員会— 提案書(様式4)

※本様式は必ず1枚に収め、文字は10ポイント以上とすること。

現状と課題(提案の背景)

現在来場者約60,000人のうち観光客は1割にも満たない状況 → 県外への広報活動を中心に観光客誘致を行う。

第47回青年ふるさとエイサー祭り

◆今回の取組◆

○現在のイベント実施内容

1. 青年会エイサー 沖縄県内各地の青年会によるエイサー
2. 郷土芸能 沖縄県内各地の青年会による郷土芸能(獅子舞、棒術、組踊など)
3. 創作エイサー 沖縄県内のサークル・子ども会によるエイサー
4. エイサー・三味線教室 沖縄県内の青年会によるエイサー指導、三味線店による三味線指導
5. 子ども会、婦人会、老人会と連携して演舞団体を選出。

○観光客誘客に向けた新たな取組

取組①「全国へ広報」

- ①取組内容
- ・ポスター送付
 - ・県外広報活動
 - ・エイサー派遣
- ②見込まれる効果等
- ・観光客の増加



取組②「臨時駐車場及びシャトルバス」

- ①取組内容
- ・主会場
 - ・エイサー・三味線教室
- ②見込まれる効果等
- ・観光客受入の確保



◆今回の取組による効果◆

- ・県外観光客集客目標 1.0千人(うち外国人観光客 0.1千人)
- ・参加型イベントによる参加目標 200組 0.4千人(家族等を含めた観光客総数0.6千人)
- ・枚数席販売目標額(15,000席販売 0.75千万円)等

◆実施スケジュール◆

H23年2月	青年ふるさとエイサー祭り実行委員会設置
H23年4月	青年ふるさとエイサー祭り企画会議
H23年6月	・出演団体決定、説明会 ・抽選会
H23年6月 ~ H23年8月	・ボランティア募集 ・ボランティア養成 ・広報計画 ・集客目標策定 ・実施体制構築
H23年9月	イベント実施
H23年11月	実行委員会閉会
H24年3月	イベント実施内容報告

平成 23 年度 事業化推進検討委員会 モデル事業評価総括シート

事業名 (事業主体)	第 47 回青年ふるさとエイサー祭り (青年ふるさとエイサー祭り実行委員会)
実績:成果	<p>平成 23 年は 3 月に東北地域をおそった大地震の影響もあり、日本全体のイベントへの参加の減少 又、台風によるイベントの中止や延期、日本経済の悪化による影響を多く受け目標の達成を超えるこ とができなかった。今年度については全体集客数も 4 万人に留まり、前年度よりも 2 万も減少する 結果となった。座席販売 約 7650 席余り 3,825,000 円</p> <p>県外・県外も想定外の災害や経済の悪化の影響をみるにつけまつりへの集客に予定通りの動きが現出 せなかった。結果は前年度の集客数を 2 万あまり下げた結果となった。</p>
定数成果	
定性成果	

事前目標	<p>第 46 回青年ふるさとエイサー祭り来場者約 60,000 人のうち観光客は 1 割にも満たない現状 県外向けの PR 活動を中心に観光客誘致を行い 2 万人の観光客の集客を目指す 座席販売目標 15,000 席 7,500,000 円</p> <p>県内・県外を含む集客数 7 万を目指す</p>
定数目標	
定性目標	



達成計画	<p>シャトルバスを活用した那覇市に泊まる観光客の誘致については一定の結果を残すことができ、今後のホテル協賛さんやバス組合との連携を図ることにより、より多くの集客が見込める。 東京 PR 活動を通して多くの方々に祭りの周知が出来た。今後はそのルートを活かして定期的な祭りの PR や沖縄観光への興味を促すことにより、県外への PR ルートの確保が図られる。今後にはさらなるツールの構築を図る必要がある。 ホームページを活用した情報の提供。情報の伝達を迅速に行うことでまつりへの興味を促し集客の定数を図る。 昨年度、今年度と 2 年間、沖縄本島特に南那覇地域での祭りとしての定着。また、県外への PR ルートの確保が図られた。今年度は特に問題は発生しなかったが、今後規模が小さくなるとバスやタクシー側にも大きな影響が懸念される。 祭りの趣旨を多くか県民だけでなく県外世界へ発信するコンテンツの定住化が課題。口コミなどで広がる祭りの宣伝が課題。口コミなどで広がる祭りの宣伝が課題。 結果集客の確保、シャトルの運行ルートの中で時間ロスが発生し他の交通機関への影響が考えられる。自然災害により開催などを事前に協議し祭りの重複を避ける仕組みを構築させる。 周辺地域との連携。祭りの開催により集客の増加が期待される。自然災害により開催などを事前に協議し祭りの重複を避ける仕組みを構築させる。 ホテル協賛とバス会社を繋ぐツーリスト会社が必要。ツアーなどの定着のため、今後は開催時期などを考慮した事前の商品販売の協力を依頼していく。</p>
達成できなかった原因・不足点	

<p>達成がなくなっても継続的な事業展開が可能か？</p> <p>●同様の事業を継続的に展開することが不可能な場合その理由、また、どうすればできる可能性があるか？ ● 現行の祭りでは開催が難しいと思われる。開催するにあたり祭りの主体側に係る調整や参加団体との交渉予算確保等しつかりと管理できる体制が必要。今年度については前半 2 名の人員費を捻出することができたが、次年度以降は予算配分が難しく有料席の販売数増、あるいは祭りの規模の縮小による経費の削減などで祭りの収益を上げる必要が出てくる。(たとえば、会場を制作する上でコンテナスペースとエイサーステージを同一会場で行い、それによる出演団体の転込みま 行い、事務局の体制を 1 名で開催可能な、前年度の半分程度の規模での開催など。) また、祭りに参加にそって那覇地域の青年や、社会教育団体としての青少年育成、地域の担い手としてのリーダーの活躍の場として、規模を下げないで実施するために、会場を活用する上で那覇市や会場の管理者との共同開催や、他の祭 りとの合同開催などが検討が必要となる時期になっていると考えます。但し、開催ができないのではなく今の規模をさらに拡大することを目的とした際に必要となると考えております。</p>	<p>同様の事業を継続的に展開可能にする方策を検討中</p>
---	--------------------------------

別添:①平成 23 年度モデル事業申請資料一式、②事業計画書(工程表、事業実施体制)、③アンケート団体及び協賛内容、事業収支決算書、広報計画、モニタリング手法、評価結果 など

6) 「万国津梁の灯火と地域伝統芸能の宴」イベントの活用、地域連帯強化による観光誘客拡大を促進するイベント事業

○事業概要

「万国津梁の灯火と地域伝統芸能の宴」イベントの活用、地域連帯強化による観光誘客拡大を促進するイベント化事業 首里城祭実行委員会
提言書(提言4)



平成 23 年度 事業化推進検討委員会 モデル事業評価値総括シート

事業名 (事業主体)	「万国津梁の灯火」と地域伝承芸術の美イベントの活用、地域活性化による観光誘客拡大を促進するイベント事業 首里城実行委員会
---------------	---

事前目標	
定数目標	1. 首里城茶室体験期間中(3日間)首里城入場者(有料区域) 3.5万人 (うち 観光客 2.4万人) 2. うちモデル事業実施期間中(2日間)首里城来園者 3万人 (観光客数目標はなし)
定性目標	1. 県内全域の歴史遺産、伝統文化資源の活用 2. 歴史文化遺産の所在地との連携 3. 地元住民・団体協力の下「万国津梁の灯火」を参加型のイベントに発展させる 4. 「万国津梁の灯火」への寄付を募る仕組みの構築(経費の達成) 5. 日中～夜間の滞在期間の延長

実績: 結果	
定数結果	1. 首里城茶室体験期間中(3日間)首里城入場者(有料区域) 2.8万人 (うち 観光客 2.24万人※アンケート結果より県外客 8割と推定) 2. うちモデル事業実施期間中(2日間)首里城来園者 2.5万人 (県外客 約6200人 県内客 約 18000人 ※アンケート結果より推定) ※来園者のアンケート時間が16:00～21:00と短かった為数字が少なくなっている。
定性結果	1. 県内各地との連携をとり、県内各地の伝統芸術の紹介と地域の8組グループの紹介を行った。 2. 地元の小中学生による1500枚の絵灯籠の作成や住民ボランティア100名による運営協力があり 地元イベントとして定着した 3. 夜間の滞在期間が伸びた

事業計画	
達成できた 計画すべき事項	1. 「万国津梁の灯火」が地元参加型のイベントとして定着し、地元小学生による絵灯籠の制作や、住民ボランティアの運営協力(定員を超過申し込み)など、首里城で行なうイベントへ地元を巻き込み、あらゆる参加型イベントとして定着できた。(子供が制作した絵灯籠を飾り見に来るなど、これまでにない来場動向が生じた) 2. 伝統芸術の事が定着し、沖縄県内各地の伝統芸術を一度に観られるイベントとして、特に県外観光客から好評価を得られ、出演団体からも評価されるイベントとして定着した。
達成できなかった 原因・不足点	1. 旅行商品の達成がすまなかった: 首里城茶室実行委員会が実施の最終決定されたのが8月と遅く、実行委員会所属の旅行社 8社のうち商品達成対応が1社しかできず、また販路期間も短かった為送客が3名にとどまる。 2. 有料区域への誘引策: 無料区域でのイベント実施での来園者増による有料区域への入場促進を狙ったが、予想より有料区域への入場に繋がらなかった。(有料区域である「御庭」内でのイベント実施は、原則として史実に基づくもの意外は実施不可能という制限があるので、無料区域でイベントを行なわざるを得なかった。) 3. 「万国の灯火」資金達成の仕組みができなかった: 公園内の寄付行為に制限があるためイベント資金達成の仕組みを作ることが困難であった。(有料で灯火に献付けを行なうファンクションを準備したが、2日間で46組の参加に留まった。※収入 15600円 そのため何年以上に企業協賛に注力し約120万を新規で集めたが運営資金としては不足している)

達成: 結果	
達成できなかった 原因・不足点	1. 旅行商品の達成がすまなかった: 首里城茶室実行委員会が実施の最終決定されたのが8月と遅く、実行委員会所属の旅行社 8社のうち商品達成対応が1社しかできず、また販路期間も短かった為送客が3名にとどまる。 2. 有料区域への誘引策: 無料区域でのイベント実施での来園者増による有料区域への入場促進を狙ったが、予想より有料区域への入場に繋がらなかった。(有料区域である「御庭」内でのイベント実施は、原則として史実に基づくもの意外は実施不可能という制限があるので、無料区域でイベントを行なわざるを得なかった。) 3. 「万国の灯火」資金達成の仕組みができなかった: 公園内の寄付行為に制限があるためイベント資金達成の仕組みを作ることが困難であった。(有料で灯火に献付けを行なうファンクションを準備したが、2日間で46組の参加に留まった。※収入 15600円 そのため何年以上に企業協賛に注力し約120万を新規で集めたが運営資金としては不足している)

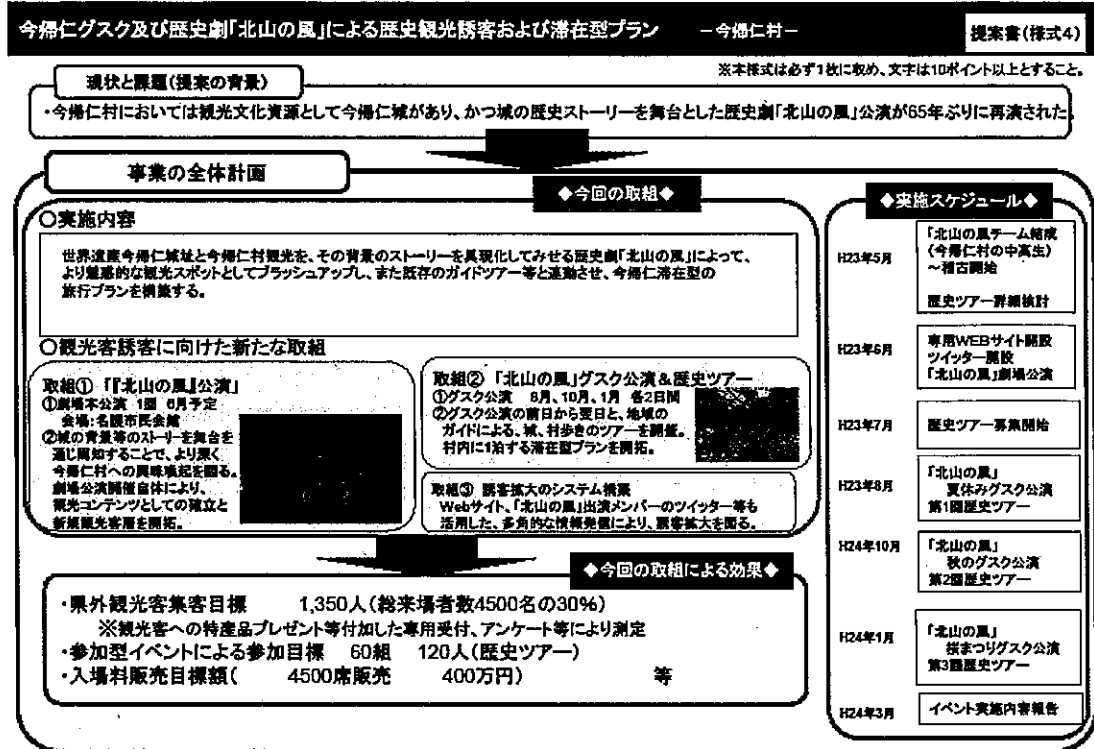
達成: 結果	
助成がなくても継続的な事業展開が可能か?	同様の事業を持続的に展開可能 or 同様の事業を持続的に展開することは不可能 継続を確保中
●同様の事業を持続的に展開することが不可避な場合のその理由、また、どうすればできる可能性があるか? ●	1. 経費の問題: 首里城茶室の一部として開催しているため、事業費の補助がなくなると、かかる経費をどう捻出するかを模索中。これまでの首里城茶室イベント予算から振り分けも足りない状況にあり、イベント経費の削減にも手をつけているがそれにも限界はある。 ※例にこのモデル事業が単年度ではなく複数年度であれば自定化まで段階を追って育成できる。単年度で実施した反省を活かそうにも、翌年の事業に際しては新規部分しか対象とならず、事業者の経費で改善を行ないつつ新たなイベントを付加していくことは困難が伴うので、改善をしてもらえればありがたい。

達成: 結果	
助成がなくても継続的な事業展開が可能か?	同様の事業を持続的に展開可能 or 同様の事業を持続的に展開することは不可能 継続を確保中
●同様の事業を持続的に展開することが不可避な場合のその理由、また、どうすればできる可能性があるか? ●	1. 経費の問題: 首里城茶室の一部として開催しているため、事業費の補助がなくなると、かかる経費をどう捻出するかを模索中。これまでの首里城茶室イベント予算から振り分けも足りない状況にあり、イベント経費の削減にも手をつけているがそれにも限界はある。 ※例にこのモデル事業が単年度ではなく複数年度であれば自定化まで段階を追って育成できる。単年度で実施した反省を活かそうにも、翌年の事業に際しては新規部分しか対象とならず、事業者の経費で改善を行ないつつ新たなイベントを付加していくことは困難が伴うので、改善をしてもらえればありがたい。

別添: ①平成 23 年度モデル事業申請資料一式、②事業計画等(工程表、事業計画書、広報計画、モニタリング手法・評価結果 など)

7) 今帰仁グスク及び歴史劇「北山の風」による歴史観光誘客および滞在プラン

○事業概要



平成 23 年度 事業化推進検討委員会 モデル事業評価総括シート

事業名 (事業主体)	今帰仁グスク及び歴史劇「北山の風」による歴史観光振興および滞在型プラン (今帰仁村)
実績と成果	
定員達成	北山の風 7月グスク公演(入場無料) 800名 北山の風 名護市民会館公演(有料) 1,653名 北山の風 11月グスク公演(有料) 400名 グスク公演時の歴史ツアー 135名
定性成果	オリジナル楽曲やダンスの新規作成等、ソフト面で大きくグアージュンアップができた。 後は、継続して活動することにより、演者のスキルアップも促めた効果を感じる。 公演時のボランティアガイドによる、グスクツアー参加者は増大したが、宿泊を伴う例は少なかつた

事前目標	
定員目標	北山の風 7月グスク公演(入場無料) 500名 北山の風 名護市民会館公演(有料) 1,500名 北山の風 11月グスク公演(有料) 500名 グスク公演時の歴史ツアー 120名
定性目標	今帰仁村の観光客誘客コンテンツとして、「北山の風」今帰仁城歴史公園のクオリティを高め、観光中核コンテンツの一つとして育成する。 「北山の風」と連動した、今帰仁村への滞在プランを構築する

事業計画	
達成できた 特筆すべき要因	「北山の風」のコンテンツとしてのクオリティアップは達成できた。 11月のグスク公演は、テストケースとしてグスク実施の際の初の有料化を試みたため、400名の集客に留まったが、数々の課題は、基本的に達成できた。 自主事業として後祭り中に開催した、後祭りグスク公演(無料)では、1,000名以上の集客があった。
達成できなかった 要因・不足点	宿泊施設等、村内の観光関連施設との連携は不十分だったように思う。 内容に加え、運動した場合、県外への告知方法の検討も今後の課題である。 コンテンツとしての内容としては、さらに今帰仁村の地味な観光との融合も取り入れ、さらなる進化をさせたい。

今後の事業化に関する質問	
期成がなくても継続的な事業展開が可能か?	同様の事業を継続的に展開することは不可能
●同様の事業を継続的に展開することが不可避な場合のその理由、また、どうすればできる可能性があるか? ●	「北山の風」の事業は、立ち上がってまだ1年半であり、子供たちの層がサポートや、真目としてのスキルアップには、インストラクターの常時雇用等、外部のサポートがまだまだ必要な段階にあります。 また、観光コンテンツとして、県外に今帰仁グスクと、そのサイトスロー「北山の風」の認知度を高めるためには、エージェントへの周知も含め、継続した広報活動が必要で 村予算ではまかないきれない部分があるため、今後も助成事業の活用をお願しいたいと考えます。

別添: ①平成 23 年度モデル事業申請資料一式、②事業計画書(工程表、事業実施体制、パートナー団体及び協賛内容、事業収支決算書、広報計画、モニタリング手法、評価結果 など)

8) 現代版組踊「やぐら大主物語」を活用した地域活性化プロジェクト

○事業概要

現代版組踊「やぐら大主物語」を活用した地域活性化プロジェクト

現状と課題(提案の背景)

近年、本村の人口流出は止むことができないのが現状である。主な要因として、若年層を牽引してきた建設業の公共投資削減による労働人口の減少が挙げられ、今後建設業中心の産業構造からの脱却・農林水産業・製造業・観光産業のバランス的な振興が今後の村経済の鍵を握る。他方、村内には村固有の貴重な自然資源・伝統文化が存在するものの有効に活用されていない現状である。さらには人口の流出により、伝統文化の継承に支障をきたしている。

事業の全体計画

○実施内容(観光客誘致に向けた新たな取り組み)

今回の取組

実施スケジュール

いへまつりにおいて現代版組踊「やぐら大主物語」上演
毎年かに行われている「いへまつり」のステージプログラムにおいて、「やぐら大主物語」を上演し、村内の活性化を図り、観光客に農村の歴史・伝統文化を知っていただく。



平成23年6月
・やぐら大主物語参加者説明会
・地域文化環境保全会議発足

伊予国をむかしキッズシアタープレゼント バスツアー「でるしののぶ」
冬場の観光客減少時期において、同シアターで村内の名産・旧跡を解説したパッケージツアーを企画運営し、村に観光客誘致を行う。

平成23年7月
・いへまつり
・バスツアープラン検討

ムーンライトマラソンの前夜祭に「現代版組踊「やぐら大主物語」公演」
村の一大イベント「ムーンライトマラソン」において、今回新たに組み立てた村青年団協議会とコラボレーションしながら現代版組踊「やぐら大主物語」を上演し、村の歴史文化に興味を持つムーンライトマラソン以外の観光客をPRする。



平成23年8月
・地域文化環境保全会議振り返り

地域文化環境保全会議
村内において存在する文化財と観光客誘致を共存共栄する観点から検討していただく。

平成23年10月
・ムーンライトマラソン
・バスツアー告知・販売

取組による効果

・県外観光客集客目標600人・参加型イベントによる参加目標600人

平成23年12月
・バスツアー一試運転

平成24年2月
・地域文化環境保全会活動振り返り

平成24年3月
・タマネギ収穫祭

平成23年度 事業化推進検討委員会 モデル事業評価総括シート

事業名 (事業主体)	現代版組踊「やぐら太主物語」を活用した地域活性化プロジェクト 伊平農村
---------------	--

事前目標		実績/成果	
定数目標	平成23年度入城観光客数(目標値):18,899人 内、ピーチクレーン:136人 内、いへやまつり:約1,500人 内、伊平屋ムーンライトマラソン:1,200人 内、バスツアー:160人	定数成果	平成23年度入城観光客数(実績値):16,785人(2月29日現在) 内、ピーチクレーン:中止 内、いへやまつり:1,686人 内、伊平屋ムーンライトマラソン:1,463人 内、バスツアー:73人
定性目標	今年度、「やぐら太主物語」を活用した地域活性化プロジェクトにより、各集落内における、文化財の再認識を行うと同時に、村に眠る素材(伝承・伝説)を活用し、現代版組踊りを制作し、村内イベントに於いて、発表を行った。それにより、子供連の地域の歴史や伝統文化への関心の萌芽や各集落の行事への積極的参加が見込まれる。又、父母会の設立により、積極的に行事に参加することにより、地域活性化の一翼を担っている。	定性成果	子供連が地域の歴史や伝統文化の継承の場とし、地域の歴史・小学校の学習発表会の演目として取り上げられ地域に浸透しつつある。本年度に於いては海上気象の悪化で企画していたイベントやツアーが中止となったケースがあったものの協議会にて地域の文化財を教育委員会に上程し、今後、村指定文化財へ指定する予定もあり、文化財と観光が共存できる仕組み作りを行うと同時に、村内の様々なイベントに父母会に於いても参加して頂き村の地域活性化に寄与する。

達成状況	
達成できた 特徴すべき要因	<ol style="list-style-type: none"> 1. 主体的な活動組織の誕生: 出演する子供連の父母会が組織され、動き出した。(公演のサポートやでのし号バスツアーの補助等子供連の活動を基方で自主的に交える活動) 2. 子供連の成長: 子供連が伊平農村の歴史に理解を深め、地元で誇りを持つようになった。また、人前で物怖ししなくなった。 3. 新たな観光資源の定着: 現代版組踊りが他事業でも活用できる村のシンボルとして定着した。 4. 文化財の再認識の深化: 文化財に關しての協議会を立ち上げ、教育委員会に上程することにより、文化財として新たに保護を行う決意を深めた。 <ol style="list-style-type: none"> 1. 重方(育成: 審査、開明のオペレーターや、ドラや太鼓での効果音演出、バスツアーの乗客など外部にお願いしている業務を自前で出来るスタッフの育成を目指していたが専門的な分野でもあり、未だ継の父母会で技を吸収するには時間が足りなかった。 2. リスクマネジメント: てるしの号バスツアーは終了後復活をしなければならぬように取計してあるが、各期は天候の変化が激しく一泊した翌日に船が出ない場合があり、その際のリスクをどこがするのかを詰める必要がある。 3. 収益性の検討: てるしの号バスツアーは1回あたりの売上が3万(1000円×30名)が限界(説明する子供連の人数や乗材の関係)で、収益をあげようとする、毎週行なわなければならない。 4. 文化財の情報発信: 文化財の共通認識は持つことが出来たが、それを広く告知する為の予算が必要であった。
達成できなかった 要因・不足点	

自立性・持続性評価	
助成がなくなっても継続的な事業展開が可能か?	同様の事業を将来的に展開可能 or 同様の事業を将来的に展開することは不可能 継続方法を調査中
●同様の事業を将来的に展開することが可能な場合のその理由、また、どうすればできる可能性はあるか? ●	
1. 経済的な側面: 次年度も継続の方向だが、現状の現代版組踊「やぐら太主」の完成度を上げるための経費と、てるしの号継続のための経費で約400万かかるので、村独自で予算を組むことが出来るか検討中である。	
2. このモデル事業が単年度ではなく、複数年度にわたれば段階的に自動的に目定化の仕組みを構築される。	

別添: ①平成23年度モデル事業申請資料一式、②事業計画等(工程表、事業実施体制・パートナー団体及び協議内容、事業収支決算書、広報計画、モニタリング手法・評価結果 など)

② 事業化推進検討委員会検討総括

1) ユネスコ登録遺産「組踊」を活用した観光集客推進事業

■実施概要:

「組踊」の県外への周知と観光コンテンツ化の推進

■当初の問題点:

難解であり、鑑賞者が限定されている

■企画の着眼点:

まず組踊に触れてもらうこと

■施策1.

組踊入門編舞台(ももたろう、浦島太郎の組踊制作、舞台解説付き二重敵討)をターゲットを絞った形で実施(修学旅行生向け、シニア層向けクルーズ船内、外国人(台湾)観光客向け、県民向け)し反応を探る。

■施策2.

営業ツールの制作(日本語、中国語)を行い、組踊のバックグラウンドを解説することで理解を深める。

■実施後の感想:

組踊の一般の人に対する認知の低さと、沖縄県民でも実際に見た人が少ないという事実。また、言葉、内容が難解でハードルが高いと感じられていることが改めてわかった。ただし、今回の「ももたろう」のようにわかりやすい題材を取り上げると、子供連れで県民が見に来たり、本格的な組踊も解説付きで行うと実際に見た人の満足度は高く、やり方によって初心者の人にも興味を引く魅力があることがわかった。

■事業の評価:

組踊を見てもらうためのトライアル促進としてはターゲット毎にアプローチを変え工夫がされており、集客目標も達成されている。特に旅行会社と国立劇場おきなわが共同で組踊事業を進めていることには期待がもてる。反面、継続性(事業性)という視点で見るときに、これだけ各施策を作りこむためにかけた労力をどのように回収し、継続性を持たすのかという部分に改善が必要と考えられる。

■その他意見

- ・顧客として「歌舞伎」好きのシニア層を取り込むことは可能性が高いのではないか
- ・「歌舞伎」は80年代に「ぴあ」とタイアップを行い、ファン層の裾野を広げた、その手法は組踊のプロモーションの参考になるのではないか
- ・「組踊」を作る際に言葉の難解さが問題になるが、わからなくても面白いと感じてもらえるような物を若い人がつくり出してほしい

- ・若い演出家をもっと育てる必要がある
- ・県民へのアプローチを考えた際に演目は日本の童話もいいが、「二見情話」のような沖縄のモチーフも良いのではないか
- ・告知方法の工夫が必要(各ホテルでのパネル展の開催や女性誌との連携など)
- ・DEEPな客層を持つマーケットにのみ通じる商品で、修学旅行やインバウンド向けの商品ではないのではないか(誘客マーケットでの市場性は低いのではないか)

2) 八重山こども演劇「オヤケアカハチ～太陽の乱」によるインバウンド誘致活性化

■実施概要:

10年間続いている八重山こども演劇「オヤケアカハチ」を観光客向けのコンテンツとしてさらに充実させる

■当初の問題点:

■企画の着眼点:

八重山こども演劇「オヤケアカハチ」を台湾からのインバウンド、国内観光客誘客のコンテンツにする

■施策1.

6月～10月で6回観光客向けの「八重山芸能絵巻」として公演。

■施策2.

営業ツールの制作(日本語、中国語、韓国語)を行い情報発信を行う。

■実施後の感想:

島外観光客の集客には思ったほどつながらなかった。やはりその魅力を言葉で伝えるのは難しく、子供たちの躍動感やスキルなどは実際に見てもらわなければわからない部分が多い。したがってプロモーションの方法が難しい。ただし、平成25年には石垣空港の開港に向け、地域観光コンテンツのブラッシュアップを行いたい。

■事業の評価:

石垣市中央公民館の300席のキャパシティでは年間6回公演をしても事業化は困難。また、子供たちが中心の活動では定期性の担保も難しいと考えられる。が作品のクオリティは高く、特に同年代に対して強い影響力を持つコンテンツであり、修学旅行をターゲットに特化したプロモーションを行ってもよいのではないか。また、観光的な面だけでなく、地域の活性化の観点からみても継続していくべき事業であると考えられる。

■その他意見

- ・地域を掘り起こし、地域の文化力を「こども演劇」に取り込んだアイデアはすばらしい

・観光商品なのか地域の子供たちの育成が目的なのかをもっと明確にする必要があるのではないか

・海外特に台湾と石垣市の既存のネットワーク(貿易等)を貪欲に活用しプロモーションができないか

・石垣でしか見られない(ここに来て見るだけの価値がある)コンテンツに高めてほしい

・このような地元の歴史を題材にした「こども演劇」を県内41市町村で作って、国立劇場おきなわでロングラン公演を開催してほしい(来沖する修学旅行生の10%が見学するだけで十分な収益が上がる)

・知らない人に興味を持ってもらう仕掛けづくりが必要(プロモーションが重要)

3) 「琉球歴史ロマンシアター」による新滞在型プラン構築

■実施概要:

沖縄観光のゲートウェイである那覇市に年間を通じて拠点を設け、観光客に現代版組踊を体験する機会を創出し、琉球史を横糸に街歩きガイドや飲食店などと連動し「那覇で一泊」する意欲を喚起させる。

■観光客の那覇での宿泊の落ち込み

■当初の問題点:

■企画の着眼点:

沖縄観光のゲートウェイ那覇市内で年間12回の現代版組踊公演開催

■施策1.

琉球史を題材とした現代版組踊を那覇市内の劇場で年12回開催

■施策2.

公演内容とリンクした内容で舞台の現地を見学するツアー開催

■実施後の感想:

動員数は目標以上あったが、観光客に関しては目標にとどいていない。それは会場決定の遅れにより旅行社のツアー構成に組み込まれなかったことや本土の方々に「現代版組踊」といっても認知がないのでピンとこない現状があり、この部分をどうやって打破するのかが今後の課題と考える。また、今回は一律1000円の料金設定で行ったが、400席のキャパだと1公演で40万にしかならず、採算的には合わないの、定期的に公演を続けるのは困難である。次年度以降は800席の会場で入場料2000円で売れるようなクオリティを維持することで現代版組踊ファンを増やしていきたい。

■事業の評価:

内容は素晴らしいが事業化に向けて工夫が必要。採算ベースに乗せるためには会場の

キャパを上げるが、入場料金を上げるか上演時間を短くするなどして回数を増やすかであるが、いずれの方法でも高校生以下の子供たちが行うので定期的に不安は残る。(社会に出た卒業生で舞台製作ができるのではないかと観光客にとっては入場料が3000円、4000円でも内容が伴えば受け入れるので、そのクオリティーを追求をするべき。(公演とそれにまつわる琉球史体験ツアーとセットで企画を販売するなど)

また、告知方法についても改善が必要。(県外での認知はもとより、県内の旅行関係者ですら琉球浪漫シアターが開催されていることを知らない)現状は、着地型商品として、県内リゾートホテルやレンタカーでの告知が中心となっているが、コンテンツの内容からすると、中央のメディアをうまく活用した広報活動の展開を行うべき。また行政としても観光情報が一括して発信できる観光コンシェルジュのような仕組みが必要なのではないかと。

■その他意見

- ・多方面に広報活動ができていないので、情報の一括発信の必要がある
- ・韓国の貞洞劇場の「MISO(美笑)」を参考にしてみてもどうか
- ・劇場にしても常設の施設だけではなく仮設のテント(サーカスのテントのような)での開催も検討してみてもどうか(沖縄県に仮設の大型テント持ってくる計画がある)
- ・文化情報の一元発信システムの構築が必要(行政を含む関係者の意識改革が必要)
- ・旅行業界と如何に提携を強化するか
- ・歴史体験ツアー展開は今後の課題であり、それができれば歴史好きシニアに対しての観劇+歴史ツアーとして新たな商品が開発できるのではないかと

4) 沖縄文化エデュティメントツアー開発事業～沖縄文化を「たしなみ」に～

■実施概要:

地域の文化観光資源を活用した学習滞在型観光プログラムの開発

■当初の問題点:

沖縄本島中南部地域は多様な伝統文化があるが、活用が不十分で周遊型観光の通過点になっている

■企画の着眼点:

数時間では体験できない、一週間程度プロから手ほどきを受ける「学習滞在型」観光商品の開発・提供

■施策1.

沖縄文化エデュティメントツアー(学習滞在型観光プログラム)の開発。

■施策2.

プログラムの開発者およびインストラクターの人材の育成。

■施策3.

プログラム開発支援、ガイドブック作成、共同プロモーション実施。

■実施後の感想:

企画段階では7地域のツアー企画を想定したが、実際に開発できたツアー商品は4地域。地域の方々と作り上げていき、集客の段階でどのターゲットマーケットに絞るのが難しく、結局組踊体験とウージ染め体験は申し込みが1件しかなく催行できなかった。ただし、催行できた野菜ソムリエを対象にした糸満の食文化のプログラムおよび与那原町の一週間琉球舞踊プログラムに関しては質の良いお客様が集まっており継続できればそのようなお客様が増加することが予想されます。また、一週間琉球舞踊に参加した8名が帰京した後に、東京で新作組踊の公演があった際にその8名中7名が公演を観に来て、さらにそのうちの6名が組踊は初めて観るという状況で、沖縄で勉強した後で沖縄の文化に興味湧いてくるのがわかった。採算的には厳しいが、今後も地域と継続をしていきたい。

■事業の評価:

観光客の方と沖縄の本当に深いつながりを作り出す重要なプログラムではあるが、マーケット的にはかなりニッチなので、事業化のためにはメニューの多様化が必要。そしてこれらメニューを開発するにあたり、地元の方々との連携を行い採算の取れるプログラムを作るためのコーディネーターの育成が重要。また、ターゲットマーケットとして芸大生やカルチャーセンター等との連携を行うなどターゲットに届く集客プロモーションも重要になってくる。

■その他意見

- ・地域の魅力を発信するためには地域の人を巻き込む必要がある
 - ・長期滞在を目指すためには、具体的な成果目標(成果・披露)を明確にしたほうが良いのではないか
- (たとえば久米島の食物アレルギーや、参加するだけで減量できるツアーとか)

5) 第47回青年ふるさとエイサー祭り

■実施概要:

沖縄セルラースタジアム那覇で開催される青年ふるさとエイサー祭り

■当初の問題点:

入場者6万人に対して観光客が1割もない

■企画の着眼点:

県外の広報を強化して観光客の誘客を図る

■施策1.

全国広報の展開(ポスター送付、web充実、エイサーの本土への派遣)

■施策2.

祭り会場への輸送計画(臨時駐車場確保、シャトルバス実施)

■実施後の感想:

運営を沖縄県青年団協議会で行っているため、活動に限界がある。臨時駐車場についても那覇軍港が使用できれば良いが、那覇大綱引きの綱があり開放してもらえない。県外広報についてもエイサーのメンバーのつながりのある本土の沖縄料理店などを中心に行った。旅行会社やホテル組合とのタイアップができていればもっと集客につながったのではないと思う。ただし、コンテンツについてはエイサーだけではなく、ここでしか観られない伝統芸能を沖縄県青年団協議会のつながりで提供している。

■事業の評価:

文化観光戦略の流れではなく、もっと別の戦略的な支援をする時期にきている。各エイサー祭りを単体で考えるのではなく、沖縄のマグネットコンテンツとして総合的にエイサーをどうプロデュースしていくのかという視点で今後の戦略を考える必要がある。

■その他意見

- ・プロモーションでもっと本土のメディアを活用したほうがいいし活用できる
- ・全国的なネットワークを作り、よさこいソーランのようになれないのか
- ・沖縄 TLO(滞在型学習ツアー)と組んでエイサープログラムの開発を行っても良いのではないか
- ・コンテンツとしては素晴らしいのに全島エイサー大会に比べてイメージが弱い。現在のイメージを払拭したほうが良い
- ・各団体の発表の場が少ないのではないか(出番が少なすぎて参加側のモチベーションがあがらないのではないか)
- ・エイサーキャッチャー(エイサーガイド)の育成が必要
- ・全島エイサーと一週間しか間がないがもっと時期をずらして行えないのか

6) 「万国津梁の灯火と地域伝統芸能の宴」イベントの活用、地域連帯強化による観光誘客拡大を促進するイベント事業

■実施概要:

県内の貴重な伝統芸能を一堂に会した「地域伝承芸能の宴」、地元参加型「万国津梁の灯火」実施事例を活用した旅行商品造成とプロモーション展開

■当初の問題点:

イベントの自走化に向けた実施費用確保、誘客促進

■企画の着眼点:

地域との連携強化、参加型

■施策1.

「地域伝承芸能の宴」: 県内各地の貴重な伝統芸能をライトアップされた首里城で披露する。また地域物産の紹介・販売。

■施策2.

「万国津梁の灯火」の参加型イベント化: 地元の小学生や芸大生によるキャンドルアート作成、地域ボランティアによるイベント実施体制の構築。

■施策3.

旅行商品の造成・プロモーション実施: 前回の画像、参加者評価を活用し各旅行社に提供し商品化を行う。

■実施後の感想:

昨年より実質的な入園者は増えており、地域の方々からも継続の要望がでてきているなど定着感はある。ただし有料区域への入場者数が思ったほど伸びず、対策が必要。また、旅行商品の造成は期間が短く旅行社からの送客は3名にとどまり、自走化をするための資金造成の仕組みの構築もできなかったなど、改善点は多いが来場者の満足度が高いため次年度も継続するための方策を探っている。

■事業の評価:

夕方から夜間にかけての新たな首里城の魅力を引き出し来園者の誘引に貢献している。この来園者が有料顧客になる方法を検討する必要がある。(万国津梁の灯火の有料化、周辺飲食店とのタイアップ、首里城を借景した新たなイベントの創出など)

首里城は神聖な場所であり、制約も多いが、地域性というより琉球のお城(ランドマーク)として沖縄のために、その場の活かし方を国、県で一緒になって考えられたら良いと思う。

■その他意見

・首里城観光の高付加価値化を戦略的に検討する必要がある(周辺飲食店なども含めて祭りの演出を考える必要があるのではないかな)

・蠟燭を使っているのに舞台装置はライトを使用、一箇所でも薪の火を使うともっと神秘性が出てくるのではないかな

・首里城という大きなコンテンツがあるのでクオリティーの高い物で統一してはどうか、食べ物もB級グルメではなく、琉球薬膳や琉球会席などを出してみてもどうか(園内が難しければ、祭り期間中限定で周囲の飲食店で出してもらおうなど)

・和歌山県の新宮市の事例が参考になるのではないかな(火祭りの風景を有名な写真家に撮影してもらい、それでPRパンフレットを作成し、茨城で配布している→白浜の温泉から新宮市に足を伸ばしてもらおうため)

・万国津梁の灯火も有料にしてみてもどうか。その資金は地元に戻元するなどして地元との関係強化に使う。

・首里城の借景を活かした新たなイベントはできないかな(芸大のグランドなら借景可能)

- ・首里城のライトアップは明るすぎて厳かさが足りない気がする
- ・MICE に首里城を開放してほしい

7) 今帰仁グスク及び歴史劇「北山の風」による歴史観光誘客および滞在プラン

■実施概要:

歴史劇「北山の風」により世界遺産である今帰仁城跡と今帰仁観光をブラッシュアップし滞在型観光プランを構築する。

■当初の問題点:

今帰仁城跡が世界遺産に登録された時期から観光客が減少している。

■企画の着眼点:

過去に今帰仁小学校で時代劇「北山」が演じられていたが、その台本が65年ぶりに発見されたことをきっかけに現代版組踊として復活させる。

■施策1.

現代版組踊「北山の風」公演

■施策2.

「北山の風」グスク公演&歴史ツアー実施

■施策3.

Web を活用した誘客拡大システム構築

■実施後の感想:

「北山の風」は立ち上げて2年目の活動で、今年度はサポート組織を強化することと、9月の北山の風の名護公演を成功させることに重点を置いた活動を行った。父母会から発足した「北山ていだの会」が中心となり、チケット販売を行った結果、名護公演は目標を上回る集客があり成功裏に終了した。

■事業の評価:

北部で唯一の世界遺産である今帰仁城跡を活用した「北山の風」の公演の成功は素晴らしいが、今帰仁滞在型の観光商品をいかに作り上げるかが課題。今帰仁村には宿泊施設もないので民泊の実施や古民家、廃校の活用など工夫をして観光客の滞在時間を伸ばす必要がある。

■その他意見

・北山の風の魅力を常に発信するために、ダイジェスト版の映像を作成し、グスクを訪れた方がいつでも見られるようにしてはどうか

・桜祭り開催5年目にして、北山の風グスク公演を実施し誘客イベントとしては大成功ではないか

- ・地域の英知を集めて、滞在型の旅行プランを考える
- ・宿泊がダメであれば滞在時間を長くするようなプランを考える
- ・役場の方々が中心になり、地元の様々な人に参加をもらい地域の資源を棚卸してみてもどうか
- ・他の現代版組踊と同様、中高生が中心なので、年数回の公演が限度ではないか

8) 現代版組踊「やぐら大主物語」を活用した地域活性化プロジェクト

■実施概要:

現代版組踊「やぐら大主物語」とこどもガイドと共に伊平屋の歴史をめぐるバスツアーの実施。

■当初の問題点:

伊平屋村への観光客が毎年約3%ずつ減少していて、なおかつ人口も減少傾向にある状況を変えるために、地域の活性化と観光誘客プランが求められた。

■企画の着眼点:

伊平屋村は第1尚氏王朝の発祥地をキーワードに村内の観光資源の再発掘を行なった。

■施策1.

現代版組踊「やぐら大主物語」上演

■施策2.

伊平屋ちむドン！キッズシアタープレゼンツ バスツアー「てるしの号の旅」実施:こどもガイドが伊平屋の歴史・文化を開発しながら島内をめぐるバスツアー

■実施後の感想:

夏まではこどもたちが、いへやまつりで発表する「やぐら大主物語」の稽古があるので、冬季の観光ボトム期の対策としてバスツアーを企画したが、今回実施してみると、冬季は天候の問題で、船酔いやフェリーの欠航がでたりするので、天候の安定する夏場の企画として実施を考えたい。次年度以降も継続の方向で検討しているが、事業化するにはもう少し時間と資金が必要であり、その間の資金をどうするか村内で調整中である。

■事業の評価:

全国でも例のない「こどもガイド」が自分たちの島を紹介するバスツアーはインパクトがあり魅力的である。また、開催時期がはっきりすれば十分本土のメディアのニュースソースになりうるので、積極的な広報展開も可能だと考える。

■その他意見

・島の魅力を島の人々が気付くべき(ex 座間味のナイトツアーのように、伊平屋の星空も充分美しい)

- ・船の便は確かに不便かもしれないが、それすらもなかなか行けない島という価値になる
- ・里帰りした子ども達が行うイベントやガイドがあってもいい(里帰りのきっかけづくり)
- ・県外の人材の積極活用(地域おこし協力隊→総務省予算活用)

(6) 平成 24 年度事業選定に向けた検討

① 公募要領案の作成

平成 21 年～23 年度モデル事業の評価・分析を踏まえ、平成 24 年度の公募要領案を以下の通り作成した。

平成 24 年度 文化観光戦略推進事業 募集要項 (平成 24 年度実施分) (案)

集え！新たな『沖縄エンターテイメント』の旗手たち！

～沖縄文化観光の新たなスタイルを共につくり上げよう！！～

1. 趣旨・目的

沖縄は、特色ある伝統行事や伝統芸能などに代表される多様で豊かな文化資源を有しており、沖縄の魅力の源泉となっている。これらは観光資源としての高いポテンシャルも有しているが、その観光活用の余地は大きく残されている状況にある。

このような状況を踏まえ、沖縄県では、文化観光による来沖者の増加や来沖者の滞在時間・滞在日数の増加、県内消費の促進等を実現するための「文化観光戦略（仮）」を策定することとしている。（平成 23 年度内に策定予定）

本事業は、「文化観光戦略（仮）」を推進する事業として位置づけられるもので、沖縄の伝統芸能に息づく価値や技能などを活かしながら、エンターテイメント性が極めて高く、広く感動・共感を生み出すような、集客力の高い沖縄オリジナルの文化観光コンテンツをつくりこむことを目的としている。

2. 応募の主体

沖縄県に住所を有し、以下の①～②いずれかに該当する者

① 法人格を有する団体

② ①または市町村を構成員に含む協議会等

◇複数の団体が、応募するイベント等の実施主体となる場合には、協議会・実行委員会等を設置して応募することができる。その場合、県の補助金交付先となる者、協議会等の規約（意思決定方法、会計管理方法含む）、役割分担等を応募時に明らかにすること。

◇なお、応募主体に市町村を含まない場合で、市町村の予算事業を含む場合又は市町村からの支援を受けて行なう取組を含む場合には、関係する市町村からの推薦状を

提出すること。(これに該当しない場合は、推薦状は不要とする。)

3. 応募する提案

本事業は公募により広く企画の提案を求める「企画競争」として提案を募集し、提案内容の審査を行った上で選定された提案内容の事業化のための費用およびノウハウを提案者に対して支援するものである。以下の事項に留意の上、提案を行なうこと。

(1) 事業の重点テーマ

- ① 沖縄の伝統芸能に息づく価値や技能などを活かした、新たな『沖縄エンターテインメント』を担う沖縄オリジナルの文化観光コンテンツの創造・育成
- ② 上記①に求められるマーケティングの高度化支援（ニーズを踏まえたコンテンツ造成・興行としての事業性の強化・効果的なセールスプロモーションなど）
- ③ 上記②に必要な人材の補完・職能の強化に関する支援（外部人材登用など、ハンズオンの支援も含む）

(2) 支援対象事業

上記重点テーマに則り、新たに立ち上げる事業のほか、既存の事業を充実・強化し、更に観光誘客拡大を図るために新たに実施する取組も含む。

- ① イベント事業：毎年継続して特定の日程で開催されるイベントを活用し、地域の文化資源を凝縮させ、効率的に観光客に紹介するもの
- ② 定期継続開催事業：年間を通じて、又は数週間等一定期間において継続的に提供できる商品で、観光客のより深い文化体験や、滞在期間の長期化を促進するもの。又は、夜間や雨天のエンターテインメント開発に資するもの
- ③ その他：上記①～③に該当しないが、際立った独創性や革新性が感じられるもの
◇ 上記①～③は新規、既存を問わず応募可能

(3) 支援事業選定にあたっての評価の視点

- ① 沖縄のオリジナリティが色濃く感じられる取組であること
沖縄以外の地域との差別化が可能な、固有性・風土性・神話性等を有するなど、沖縄の歴史的・文化的価値がふんだんに織り込まれた取組であること。
- ② 多様な協働の下で行われる取組であること
伝統芸能の担い手や、進出気鋭の文化の担い手を中心として、事業性を高めるために必要な多分野・多業種の主体の協働が図られ、各関係者が明確な役割分担の下、自ら判断し実行する実施体制を確保している等の主体的な取り組みであること。
- ③ 県外・海外からの誘客拡大が見込まれること

取組を実施することで、従来の集客にとどまらず、県外・海外からの新たな集客が見込まれること。

④伝統文化や地域文化の保存・伝承・創造が見込まれること

取組を実施することで、観客の伝統芸能や地域に根ざした祭り・芸能などに対する興味・関心を高め、誘うなど、沖縄の伝統文化や地域文化の保存・伝承・創造が見込まれること。

⑤持続的かつ発展性があること

一過性の取り組みに終わることなく、事業の継続により、事業内容・担い手・来訪者及び関係者・資金調達などの広がりが期待でき、自立可能な収益性が見込まれること。

⑥相乗効果・波及効果が見込めること

他の取り組みと連動すること等により当該事業との相乗効果・波及効果が見込まれること。

⑦計画性の高い取組であること

企画提案の全体構成が明確かつ具体的であり、当該構想の実現に向けた取り組みの整合性があるなど、目標達成に向けた計画性の高い取り組みであること。

(4) 数値目標の設定等

事業の実施効果を把握するため、観光客誘客目標及び、その他効果測定が可能な数値目標を設定し、その測定方法も明らかにすること。

また、事業実施に当たっては、イベント等の来場者、参加者等からアンケート調査やモニタリング調査を行うこと。

4. 支援内容

支援対象経費の範囲は以下の通りである。

(1) 対象となる経費の具体例

提案された事業の実施に際し、直接必要とされるソフト面の経費

【具体例】

出演料、舞台監督料、企画制作料、旅費、会場使用料、会場設営費（芸能公演等のための一時的な設営）、栈敷席レンタル料、衣装・楽器等レンタル料、クリーニング代、プロモーション経費、ホームページ制作委託費、ポスター・チラシ等の印刷製本費・送料等通信費 等

(2) 対象とならない経費の具体例

施設整備などいわゆるハード整備は対象外

【具体例】

イベント会場の改築費、ステージ設営に係る原材料購入費、機材購入費、その他備品購入費・機器整備費 等

(3) 別途、補助金・委託費等が支給されている場合の取扱について

提案にかかる内容のうち、既に国等により別途、補助金・委託費等が支給されているもの、あるいは支給を予定されているものがある場合には、当該部分については支援の対象外とする。ただし、本事業で実施する新たな取り組み部分が、国等の補助金・委託費等の支給対象部分と明確に区分できる場合には、対象とすることができるものとする。

5. 補助額

1事業あたりの補助額は、上限を●●●●万円程度とする。

(ただし、予算総額は●●●●●万円を予定しており、その総額内で採択予定)

6. 実施期間

実施期間は平成24年度内(県の補助金交付決定の日～平成25年3月15日)とし、期間内に清算業務を含め全ての業務を完了させること。

(事業の内容により必要があれば平成25年度も継続して実施可能な場合もある。その場合は事前に企画提案時に継続の理由を記入し、県から認められた場合に限る)

7. 実施体制

(1) 企画提案に基づく取組は、原則として提案者が自ら行なうものとする。

提案者以外のもに取組の一部を委託する場合、原則として応募時に委託部分を明らかにすること。

(2) 協議会等による提案の場合、応募の際に提示した構成員の役割分担の範囲内に限り、構成員に対して委託をすることができる。

8. 審査手続きとスケジュール

(1) 一次審査(書類審査)

募集期間終了後に、応募内容について、提出された書類を審査する。

審査基準については、「3. 応募する提案(3) 支援事業選定にあたっての評価の視点」に基づく。

①一次審査募集期間

平成●年●月●日～平成●年●月●日

②一次審査募集締切

平成●年●月●日

※締切後の提出は一切認めない

③一次審査提案書類提出方法

応募書類は、下記担当あて郵送及び電子メール双方にて以下の書類及び電子ファイルを送付すること。

【提出先】

〒900-8570 沖縄県那覇市泉崎 1-2-2 8F

沖縄県文化観光スポーツ部観光振興課 ●● E-mail:●●●●●●

④一次審査及び結果通知

平成●年●月●日

評価の内容は県に設置する有識者からなる事業化推進検討委員会に報告される他、対外的に公表を行なう。

(2) 二次審査（事業計画書及びプレゼンテーション）

一次審査を通過した提案者について、二次審査書類の提出及びプレゼンテーションを実施する。

審査基準については、「3. 応募する提案（3）支援事業選定にあたっての評価の視点」に基づく。

①二次審査募集期間

平成●年●月●日～平成●年●月●日

②二次審査募集締切

平成●年●月●日

※締切後の提出は一切認めない

③二次審査提案書類提出方法

応募書類は、下記担当あて郵送及び電子メール双方にて以下の書類及び電子ファイルを送付すること。

【提出先】

〒900-8570 沖縄県那覇市泉崎 1-2-2 8F

沖縄県文化観光スポーツ部観光振興課 ●● E-mail:●●●●●●

④二次審査プレゼンテーション日時

平成●年●月●日

⑤二次審査結果通知

平成●年●月●日

評価の内容は県に設置する有識者からなる事業化推進検討委員会に報告される他、対外的に公表を行なう。

(3) 交付決定

選定された企画提案に基づき、県に対して交付申請書を提出後、審査の上、県より交付決定通知書を送付する。

9. 応募に対しての必要書類

応募に際しては、別紙1様式記載要領に従い、別途提示する様式に簡潔・明瞭に記入の上、提出すること。(A4サイズの内紙に10ポイント以上の文字で記載すること。)

なお、様式については沖縄県文化観光スポーツ部観光振興課のホームページ(<http://>.....)にあるファイルをダウンロードして使用すること。また、参考資料や根拠資料の提出も可とするが、選定にあたっての審査は様式に記載された内容により行なう。

(1) 一次審査用提出書類

①様式1-1 (ワード形式) : 表紙、背景、目標、取組内容等

提案事業の背景(取組に際しての思いなど)、実施内容、誘客拡大目標、収支計画、関連補助事業等、実施体制について記載すること。(6枚以内)

②様式1-2 (ワード形式) : スケジュール

平成24年度に実施しようとする取組の実施スケジュールについて記載すること。

③様式2 (エクセル形式) : 必要経費の概算

平成24年度に実施しようとする取組にかかる必要経費の概算について記載すること。

(2) 二次審査用提出書類(一次審査通過後提出書類) : 様式は任意

①提案者の概要図(A4 縦 〇枚以内)

提案者の概要について記載すること

②事業計画書(A4 縦 〇枚以内)

様式1-1及び1-2に記載された提案内容の事業計画書を作成すること。

※収支計画については、別途詳細計画を添付すること。

③推薦書(A4 縦 〇枚以内)

応募主体に市町村を含まない場合で、市町村の予算事業を含む場合又は市町村からの支援を受けて行なう取組を含む場合には、本様式により関係する市町村からの推薦を添付すること。

10. 完了報告及び補助金の支払い等について

(1) 完了報告書の提出

事業終了後、速やかに下記の書類を提出すること。

- ①事業実施完了報告書（1部、電子媒体1部）
- ②収支を明らかにする明細書類、帳簿及び支払い済み領収書等の必要書類一式

(2) 補助金の請求及び支払い

県による完了検査合格後、補助金を請求すること。尚、補助金総額の3割以内において概算払いも可能とするが、その可否判断については補助金交付決定時に調整する。

1 1. その他の留意事項

(1) 本募集要項は平成24年度の予算の成立が前提となる。

(2) 応募した企画提案が選定された場合においても、企画提案内容のすべての実施を確約するものではなく、県と個別に調整のうえ、補助内容を修正する場合がある。

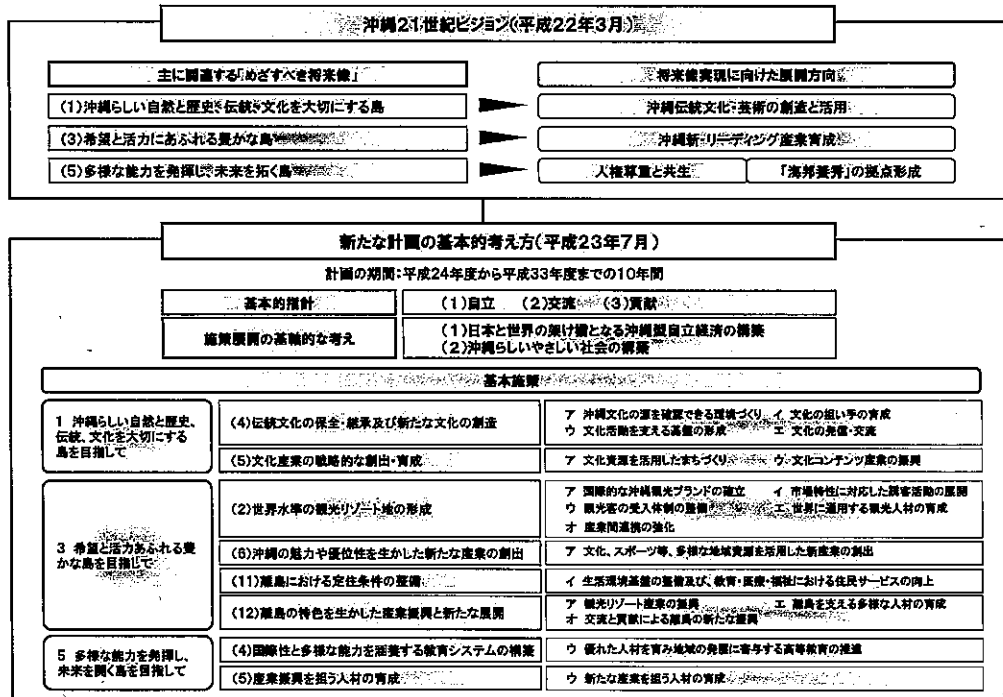
IV. 添付資料

1. 文化観光戦略構築検討委員会

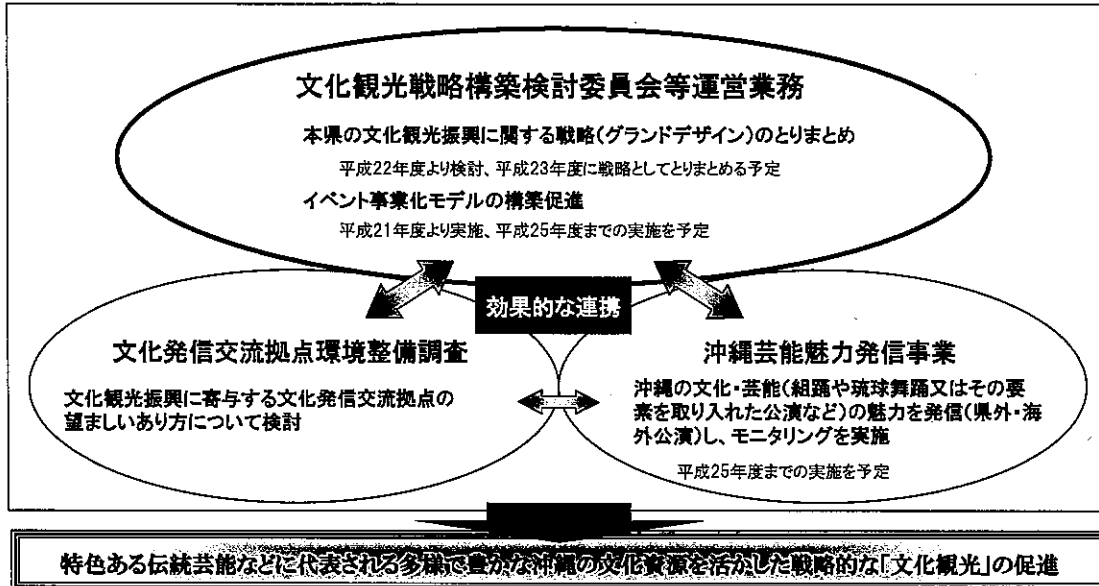
(1) 配布資料

① 第1回文化観光戦略構築検討委員会

「文化観光戦略推進事業」について ～上位計画等の体系



「文化観光戦略推進事業」について ～平成23年度の主な事業構成



- 沖縄の文化観光ファン(来訪者)の増加
- 観光ポテンシャルの底上げ
- 県内での平均滞在日数の増加
- 観光客の県内消費額の増加
- 文化観光コンテンツの競争力の高まり
- 文化観光事業の持続性の高まり
- 本県の文化・観光・教育などの結びつきの強まり
- 地域への愛着・誇りの高まり

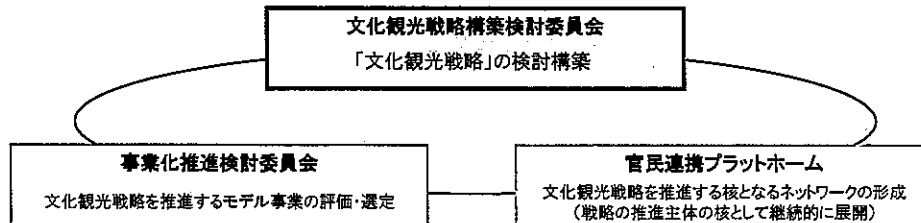
「文化観光戦略推進事業」文化観光戦略構築検討委員会等運営委託業務について

●業務の目的

沖縄は、特色ある伝統行事や伝統芸能などに代表される多様で豊かな文化資源を有しており、沖縄の魅力の源泉となっている。これらは観光資源としての高いポテンシャルも有しているが、その活力の余地は大きく残されている状況にある。そこで、沖縄の文化・芸能・芸術について、持続的発展や担い手育成等の視点も持ちつつ、平成22年度の検討結果を踏まえながら、観光資源としてのさらなる活用を図るための戦略を策定する。また、平成23年度に実施するモデル事業の効果の検証や課題等の抽出を行い、実施団体等に対して助言を行うこと等により、全国規模の観光イベントとしての事業化を推進する。

- ◎平成22年度検討を踏まえ、「文化観光戦略」を策定する
 ～平成22年度検討成果の骨子案の深度化
 ＊特に重点的に取り組むべき項目及び手法 ＊戦略の展開方策及び推進体制

●業務の全体構成



文化観光戦略推進事業

第1回 文化観光戦略構築検討委員会

検討資料

平成23年9月16日

1 本県の文化観光振興を先導するシンボルとしての文化観光コンテンツの想定について

●本県の文化観光振興を先導するシンボルとしての文化観光コンテンツ(マグネットコンテンツ)として具体的に何を据えていくべきか？

■マグネットコンテンツの要件・機能の再確認

- ・県民に広く愛されるもの ・沖縄オリジンのエッセンスが組み込まれているもの
- ・分かりやすく感動や共感を訴求できるもの(エンターテインメント性・エデュテインメント性)
- ・興業・職業として成り立ちうるもの ⇒本県の文化観光産業を形成・牽引することが期待されるもの
- ・文化観光振興を先導する成功事例としてノウハウなどを蓄積していけるもの

■担い手・関係業界の意思・体制(受容力や対応力のキャパシティ)により実現可能性は変動

■文化発信交流拠点との関係性(拠点の主要コンテンツとしての活用)も見据える必要性

組踊

- ユネスコ無形文化遺産
- 沖縄の伝統文化の粋・奥座敷
- 琉球王朝の国賓に対するもてなし
- 屋内鑑賞型
- ストーリーあり
- シーズンを問わない
- *さらに付加価値の高い観光商品化

現代版組踊*

- 奥座敷へ通じる玄関口
- エンターテインメント性が高い
- 県を超えて文化交流・教育に貢献
- 屋内鑑賞型
- ストーリーあり
- シーズンを問わない
- *海外もきめた展開

エイサー

- 敷居が低く誰もが気軽に触れられる接点
- エンターテインメント性が高い
- 地域に広く密着
- 国内外に広くネットワークを有する
- ストリート・参加体験型
- ショートタイムでの披露が可能
- *グローバルな中心性を発揮する仕掛け

キジムナーフフェスティバル(沖縄の伝統スポーツ(空手等) など

○「クリエイティブアイランド沖縄」としての多彩な文化観光コンテンツの集積を形成するもの

2 セールスプロモーションの方針について

●本県への来訪者数・滞在時間・県内消費額の増加等に寄与するため、マグネットコンテンツを核としたセールスプロモーションをどのように展開するか？

- ターゲット（発地の志向・沖縄の文化芸能等の経験度合いなど）によりセールスすべきコンテンツは異なる
- 行きたい、行かなければならない、触れたい、深く関わりたいといった動機に働きかける仕掛けの必要性
 - ・コンテンツの神話性を高める（祈りやもてなしの心など、沖縄の土地に脈々と息づくDNAの訴求）
 - ・感動や共感を高める（公演の前後工程を含めた参加・体験・学習・交流などのプログラム化など）
 - ・コンテンツの親和性やストーリーを伝えるための手法の高度化（発地言語化・ナビゲートの工夫など）

観光振興	現代版組踊	エイサー
◆発地での発信(派遣公演事業) 三来訪動機呼び起こし、来訪者数増加への寄与		
直行便のある都市、前路的な開拓（増便・機材拡大含む）を働きかけている都市を軸に派遣公演を展開・PDCAを運用 発地のメディア・プロモーター・交通事業者・旅行代理店などのダイレクトなチャンネルを構築・活用		
文化知識の高い層・高所得者層向け 発地の公的な公演団体等との交流	発地の地域レベル・民間レベルでの文化活動団体・教育機関等との交流・協働（アウトリーチ）	幅広い一般市民向け
◆県内での発信(県内公演事業) 三滞在時間・県内消費額増加への寄与		
全ての来訪者への情報提供、マーケティング情報の収集・分析に基づく県内公演を展開・PDCAを運用 多様な文化観光商品のリアルタイムな情報に一元的にアクセスできる環境・より便利にチケットを購入できる環境の整備、 ターゲットの観光行動に適合したプログラムの提供、食事・交通・宿泊との連携 公演空間のバリエーション拡大（世界遺産をはじめとする沖縄らしい景観・空間の活用など）		
文化知識の高い層・高所得者層向け	幅広い一般市民向け・修学旅行者向け 発地の地域レベル・民間レベルでの文化活動団体・教育機関等との交流・協働（ホスト）	
文化発信交流拠点等を中心とした鑑賞商品の提供（自立性） 公演の担い手のキャパシティの拡充（質が担保された恒常性）		グローバルな参加・体験・学習・交流の 機会の拡充
【エンジン事業(例)】 ○事業化支援事業(平成25年度まで予定) ○沖縄芸術魅力発信事業(平成25年度まで予定) ○沖縄県伝統芸能公演(継続予定)		

3 文化観光戦略の着実な推進に向けた環境整備について

●文化観光戦略を着実に推進していくために、どのような体制の下で、どのような運営を行っていく必要があるか？

■文化観光戦略の着実な推進に求められる機能を明らかにして、現状とのギャップを埋める	
<p>【文化観光戦略の着実な推進に求められる機能(例)】</p> <p>*官民の効果的な連携が前提となる</p> <ul style="list-style-type: none"> ○文化観光戦略に基づく各種事業の実施 ○各種事業及び文化観光戦略の評価・PDCA ○マグネットコンテンツの目利き ○セールスプロモーション（県内外） ○文化発信交流拠点の戦略的な経営 ○文化観光商品の情報の一元管理・販売 ○ポストマグネットコンテンツの育成支援 ○文化観光人材の育成 ○国・県下市町村との連携・協働の調整 	<p>戦略推進主体としての関与が期待される主な関連機関等</p> <p>官 ← → 民</p> <ul style="list-style-type: none"> ・沖縄県文化観光スポーツ部 <ul style="list-style-type: none"> ・(財)沖縄観光コンベンションビューロー ・国立劇場おきなわ運営財団 ・公益財団法人沖縄県文化振興会 <ul style="list-style-type: none"> ・沖縄県立芸術大学 <ul style="list-style-type: none"> ・沖縄県芸術関連協議会等 ・各種公演団体 <ul style="list-style-type: none"> ・民間企業 (観光関連事業者等)
<p>*「文化観光人材」の育成</p> <p>⇒ 観光客向けのホスピタリティ・対応能力を上げるための実学の体験等による人材育成が重要</p> <ul style="list-style-type: none"> ○各公演団体のビジネススキルを高めるマネージャー ○県全体での文化観光振興を促進するプロデューサー（職能） マーケティング/チャンネル開拓・活用/セールスプロモーション/経理・資金調達 など 	

(委員会論点外) エンジン事業の有機的な連携について

●文化観光戦略を「戦略的に」推進していくエンジン事業の有機的な連携・整合をどのように図るか

- 一戦略的視点にたった、各エンジン事業のミッション、期待効果の位置づけ
- ・「モデルとしての育成」 ↔ 「モデルとしての発信」の運動性
 - ・コンテンツの「継承」と「創造」の両輪

◆文化観光戦略構築検討委員会等運営委託業務:事業化支援事業(平成25年度まで)

○地域の文化的資源の活用(H21)→要件の深度化(H23)

1. 地域の文化資源を活用した取組であること
沖縄以外の地域との差別化が可能な、固有性・風土性・神話性等を有する文化資源を核とした文化観光事業であること。
2. 地域の主体的な取組であること
文化資源を活用した観光事業化について、地域住民を中心とした担い手の意志があり、地域の関係者が各々明確な役割分担の下、自ら判断し自ら実行する実施体制を確保している等の主体的な取組であること。
3. 県外・海外からの誘客拡大が見込まれること
地域の文化資源を掘り起こし、観光資源として活用することによって、県外・海外からの観光誘客拡大や新たな市場開拓につながるもの。
4. 文化の保存・伝承・創造につながること
観光資源として活用することで、文化資源そのものの保存・伝承・創造に寄与するもの。
5. 持続性かつ発展性があること
一過性の取組に終わることなく、事業の継続により、事業内容・担い手・来訪者及び関係者・資金調達などの拡がりが見込めるもの。
6. 相乗効果・波及効果が見込まれること
他の取組と連携すること等により当該事業との相乗効果・波及効果が見込まれること。
7. 先進性・モデル性のあるものであること
地域の創意工夫により先進的な発想や手法を用いており、他の地域の取組の参考となるモデル性を有していること。
8. 計画性ある取組であること
企画提案の全体構成が明確かつ具体的であり、当該構想の実現に向けた取組が総合的であるなど、目標達成に向けた計画性ある取組であること。

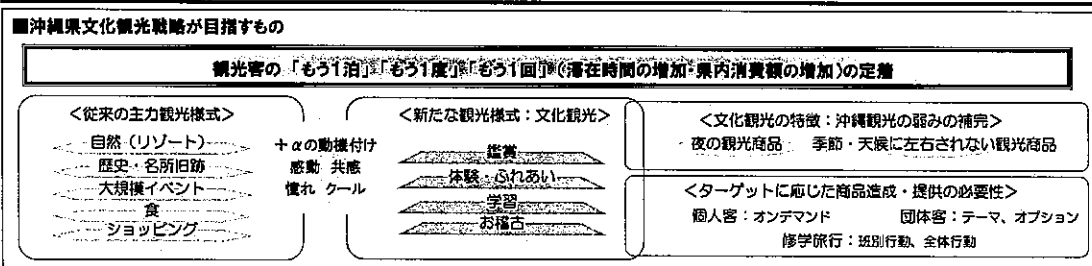
◆沖縄芸能魅力発信事業委託業務:派遣公演事業(平成25年度まで)

○海外・県外公演の実績・ノウハウを有している団体(H23)

◆沖縄県伝統芸能公演

② 第2回文化観光戦略構築検討委員会

文化観光推進に関する構想の整理



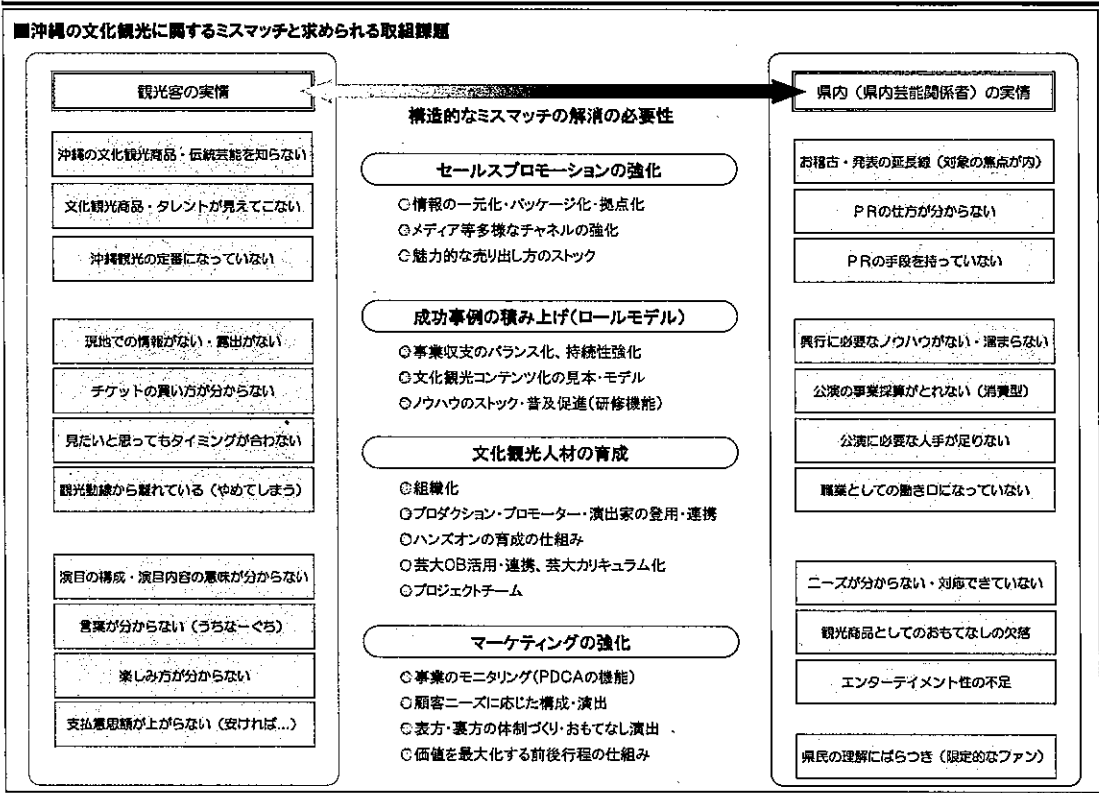
■沖縄の文化観光商品について

本戦略における文化観光商品: 沖縄の歴史・文化や伝統芸能の技能などを活かした、沖縄オリジナルのエンターテインメント

- 【沖縄の歴史・文化】
琉球王朝とそれに関わるストーリー、海洋文明の中継地点、風光明媚、海邦舞秀、戦争の記憶 など
- 【沖縄の主な伝統芸能】
組踊、琉球舞踊、八重山舞踊、沖縄芝居、琉球古典音楽、太鼓、琉球民謡、エイサー など
⇒「不易流行」「伝承と創造」
- 【沖縄の伝統芸能に表れる時代を超えた普遍的な価値】
自然との共生、平和への祈り、愛、絆、情、奉納、款待 ...
- 【沖縄の伝統芸能の持つパワー】
「楽しい気持ちになれる」「元気になれる」「癒される」「心安らくなる」「なごめる」などの効果を実感
～平成23年度沖縄県(文化振興課)観光客アンケート調査より



文化観光推進に関する構達の整理



沖縄県文化観光戦略 戦略体系
【新】

基本方針	施策	取組内容
I 沖縄の文化観光の魅力を高める に数引力の強い文化観光コンテンツの育成	1 沖縄の文化観光資源を先導する文化観光コンテンツの事業化促進	① 高いエンターテインメント性を有する沖縄オリジナルの文化観光コンテンツの形成 ② 事業の自立化、安定的・定期的なコンテンツの提供の取組の促進 ③ 観光商品としてのマーケティングの強化(ニーズの収集・反映の仕組み化など)
	2 地域の特徴を活かした新たな文化観光コンテンツの育成	① 地域の文化観光資源の再発掘・継承・創造の促進 ② 地域の文化観光資源を活かした取組の文化観光コンテンツ化の促進
	3 文化観光人材の育成	① 文化観光に関わる人材の交流・連携機会の提供 ② 文化観光に関わる人材と異業種・異分野の人材とのマッチング機会の提供 ③ 文化観光サポーター(語り部・文化観光ボランティア等)制度の検討
II 文化観光による滞在性・周遊性を高める ～文化観光の総合的なおもてなしの強化～	1 文化観光拠点環境の機能拡充	① 文化観光を推進する体制・仕組みの整備 ② 県下の文化観光関連の施設との連携の強化 ③ 新たな文化観光拠点環境のあり方の検討
	2 文化観光コンテンツの情報連携の強化	① 多様な文化観光コンテンツの情報の一元的な管理の仕組みづくり ② 効果的な情報共有媒体の開発・活用
	3 文化観光コンテンツの効果的なパッケージ化の促進	① 首里城やグスクなどの歴史的な空間・集客交流資源を活用したプログラムの開発・提供 ② VIPツアー・ナイトカルチャー・修学旅行メニューなど、ターゲットに応じた効果的なパッケージ化の促進
	4 多様な多様なタッチポイント機能の拡充	① チケット購入・支払方法等の新たな仕組みの構築 ② 集客施設・商業施設・宿泊施設・公共施設などのタッチポイント(案内所・チケット購入場所等)の拡充
III 沖縄の文化観光を知っていただく・感じていただく ～効果的なセールスプロモーションの展開～	1 国内観光客に向けた効果的なセールスプロモーションの展開	① 来沖日本人(リゾート客など)に向けた文化観光コンテンツのセールスプロモーションの促進 ② 修学旅行生、ビジネス客などに向けた文化観光コンテンツのセールスプロモーションの促進 ③ 沖縄未経験者などに向けた文化観光コンテンツのセールスプロモーションの促進
	2 海外からの観光客に向けた効果的なセールスプロモーションの展開	① 来沖外国人(リゾート客など)に向けた文化観光コンテンツのセールスプロモーションの促進 ② 海外の各種拠点を通じた地域特性を踏まえた文化観光コンテンツのセールスプロモーションの促進 ③ 文化観光に関連する海外の主要な媒体への露出強化

【従前】

基本方針	施策	取組内容	コメント・変更内容等
I 本県のシンボルとなる文化観光コンテンツの育成	1 シンボルとなる文化観光コンテンツの高度化促進	① 安定的・定期的なコンテンツの提供に向けた取り組みへの支援 ② 事業の自立化の促進 ③ マーケティング情報(来訪者の声など)の収集の仕組みの検討 ④ コンテンツの外国人に向けたサービスの強化(多言語対応等)	○ 事業化支援事業 ○ 文化発信交流拠点環境整備関連で展開 ○ 事業化支援事業で展開 ○ 沖縄芸術発信事業で展開
	2 シンボルとなる文化観光コンテンツに関する人材の育成	① 文化観光コンテンツの担い手の育成 ② プロフェッショナル人材の育成 ③ 県内外の多様な人材の交流促進の提供	○ 事業化支援事業(P/T)で展開、盛大カリキュラム創設あり ○ 事業化支援事業(P/T)で展開、盛大カリキュラム創設あり PTを核とした段階的な拡がりを目指す
	3 シンボルとなる文化観光コンテンツを提供する拠点の機能拡充	① 実人体験の強化 ② 核となる施設等の維持・更新	○ 文化発信交流拠点環境整備事業で検討中 ○ 文化発信交流拠点環境整備事業で検討中
II 地域に根ざした特長性の高い文化観光コンテンツの発展・育成	1 地域における文化観光資源を活かしたコンテンツの創成と質の向上	① 担い手の創成の促進(実施主体の拡大・人材育成等) ② 事業の質の向上の促進 ③ 来訪者満足度の向上の促進 ④ 資金調達の創成の促進	果としての質とが非常に高いため、方法論を明示するマニュアル的なノウハウを掲載(事業化検討委員会事務局が所管)芸術発信事業のモニタリング結果を踏まえて
	2 地域における新たな文化観光コンテンツの発展・創成	① 地域の文化観光資源の再認識・創造 ② 地域の文化資源を活かした取組の文化観光コンテンツ化の促進	○ 事業化支援事業で展開、文化振興施策の必要性 ○ 事業化支援事業で展開
III 文化観光コンテンツの集積能力の向上	1 文化観光コンテンツの情報連携の強化	① 多様な文化観光コンテンツの情報の一元的な管理 ② 効果的な情報共有システムの開発・活用	必要性は高いが、現時点で受け加なし。efびらつかつ層 ○ 事業化支援事業で展開
	2 文化観光コンテンツの効果的なパッケージ化の促進	① 効果的なパッケージ化に向けた交流の場の提供 ② 複数の文化観光コンテンツの連携プログラムの開発・提供 ③ 複数の文化観光コンテンツを要素とした連携ルートの開発・提供	○ 事業化支援事業で展開 ○ 事業化支援事業で展開 上記②に組み込み
	3 地域における多様な多様なタッチポイントの集積の拡充	① 文化観光コンテンツ相互の連携(文化観光ポータルサイト) ② 多様な多様なタッチポイントのネットワーク強化 ③ 多様な多様なタッチポイントにおける連携を促進した文化観光コンテンツ提供の促進	人材育成に組み込み コンテンツの集積とともに、中長期的に取り組む コンテンツの集積とともに、中長期的に取り組む
	4 地域における多様な多様なタッチポイントの集積の拡充	① ポータルサイトと連携を促進する検討 ② リアルタイムで連携を促進する検討	コンテンツの集積(利便性向上)に組み込み 情報連携に組み込み
IV 戦略的な文化観光プロモーションの展開	1 国内の観光客に向けたプロモーションの展開	① 沖縄文化観光ラブリビタリティに向けたプロモーションの促進 ② 文化観光への関心が高い沖縄在住者などに向けたプロモーションの促進 ③ 現在主たる来沖客(リゾート客など)に向けたプロモーションの促進 ④ 修学旅行生、ビジネス客などに向けたプロモーションの促進	コンテンツの高度化に組み込み PTを核として今後の展開を検討 PTを核として今後の展開を検討 PTを核として今後の展開を検討
	2 海外の観光客に向けたプロモーションの展開	① 海外の各種観光客に向けたプロモーションの促進 ② 文化観光に関連する海外の媒体への露出強化 ③ 県内の観光交流拠点におけるプロモーションの促進	○ 沖縄芸術発信事業で展開 ○ 沖縄芸術発信事業で展開 ○ 文化発信交流拠点環境整備関連で展開
V 戦略的な文化観光資源の仕組みの構築	1 戦略的な文化観光資源の仕組みの構築	① 文化観光と産業の連携の促進 ② 文化観光と教育の連携の促進	○ 事業化支援事業で展開 ○ 事業化支援事業で展開
	2 戦略的な文化観光資源の仕組みの構築	① 文化観光と教育の連携の促進 ② 文化観光と教育の連携の促進	○ 事業化支援事業で展開 ○ 事業化支援事業で展開

文化観光戦略 重点プロジェクト案

■重点プロジェクトとは・・・

○「もう1泊」「もう1度」「もう1回」を実現するため、向こう10年間を目標に戦略に取り組むことになるが、直近の概ね3年間を目途に、先導的かつ施策横断的に取り組みをおこない、戦略全体の推進を牽引していくもの。

『沖縄エンターテインメントの夜明け』プロジェクト(仮称) ©Kinawa Entertainment Renaissance

◆プロジェクトの柱・内容・取組(例)

◆プロジェクト指標(目標数値)(例)

I. 『沖縄エンターテインメント』のモデルとなるマグネットコンテンツのつくり込み

沖縄の基盤の蓄積的な価値を活かした感動・共感を生む集客力の高い文化観光コンテンツを選択と集約の下でつくり込む。

- 定期的な『沖縄エンターテインメント』の公演
- ハンズオンによるマーケティングの実践(コンテンツ造成・拠点性強化・事業性強化・PR強化・PDCA)

- ◆ 総公演数 ● 公演
- ◆ 総動員数 ● 人
- ◆ 総売り上げ ● 円(グッズ販売等含)
- ◆ 視聴率 ● %、会員数 ● 人
- ◆ 公演関係者 ● 事業者 ● のバ ● 人

II. 『沖縄エンターテインメント』の人材の育成・推進主体の形成

『沖縄エンターテインメント』を企画・普及・発信する主体及び、『沖縄エンターテインメント』を担う多様な人材を育成する。

- 多様な多様なハンズオン人材と担い手とのマッチングの場の提供
- 『沖縄エンターテインメント』ノウハウの体系化と県下への普及啓発
- 従来との関係協働の機能強化を核とした文化観光推進体制の構築

- ◆ マッチング機会数 ● 件
- ◆ マッチング参加者数 ● 人
- ◆ マッチング関係業種 ● 分野
- ◆ 沖縄エンタメサポーター登録 ● 人

III. 『沖縄エンターテインメント』の環境の整備

『沖縄エンターテインメント』をより身近に、よりストレスなく触れていただく・楽しんでいただくための環境を整備する。

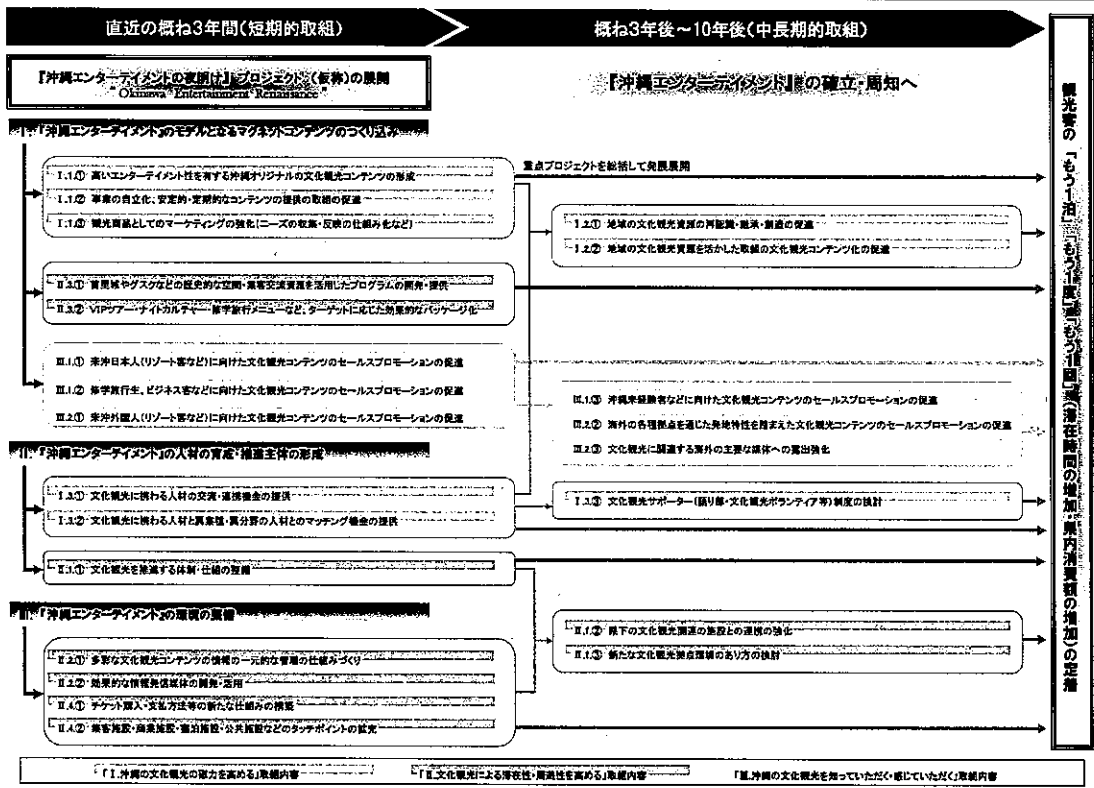
- 『沖縄エンターテインメント』コンテンツ情報の一元的な管理
- 『沖縄エンターテインメント』のポータルサイト等による情報発信
- 『沖縄エンターテインメント』コンテンツの購入・支払の仕組みの構築
- 県下のタッチポイントの拡充

- ◆ データベース登録コンテンツ ● 件
- ◆ ポータルサイトアクセス数 ● 件
- ◆ 提携事業者数 ● 者
- ◆ (PR・販売・送客/県内・県外)
- ◆ 連携海外事務所数 ● 箇所

* 上記 I. ~ III. は相互に密接に関係している。

* 「事業化支援事業」「文化発信交流拠点環境整備関連」「沖縄芸術発信事業」などの主要事業(予定)に加え、その他活用可能な多様な事業を活用してプロジェクトの推進を図る。

文化観光戦略 重点プロジェクト案と戦略体系の関係性及び取組スケジュール 案



文化観光戦略推進事業 事業化推進検討委員会の概要

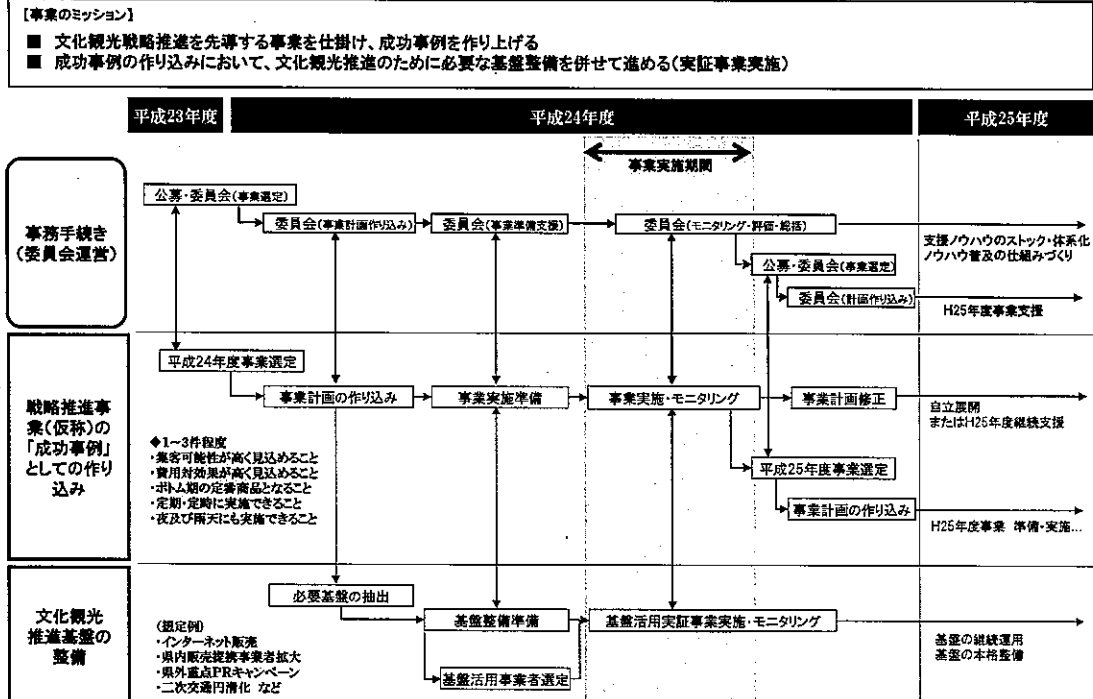
	平成23年度事業【評価委員会】	平成24年度事業【選定委員会】
	<ul style="list-style-type: none"> ○誘客促進の観点から、平成23年度事業の効果を個別に把握 ○各事業の次年度以降の効果的な取組に繋がる実践的な知見を集約・示唆 ○評価委員と主催者キーマンとのコミュニケーションを重視 	<ul style="list-style-type: none"> ○文化観光戦略促進の観点から、平成24年度事業を選定 ○新たな誘客・潜在性の促進に資する可能性の高いものを選定、2か年での支援も視野に入れる ○選定委員と主催者キーマンとのコミュニケーションの場を設定
	<p>【評価委員構成】※候補者及び各候補者へ期待する視点は別紙参照 ・戦略検討委員会委員のうち2～3名程度 ・在沖旅行代理店・交通事業者から2～3名程度 ・その他、ポジティブな誘客・実務者2～3名程度</p>	
平成23年度	<p>【評価にあたっての材料】</p> <ul style="list-style-type: none"> ①事務局による主催者への個別訪問ヒアリング結果 ②戦略検討委員会委員からの誘客促進に向けた客観的な意見を集約・示唆 ③在沖旅行代理店及び交通事業者(商品造成セクションを想定)からの誘客促進に向けた客観的な意見を(②③は、ともに可能な範囲で実際に見ていただく) <p>【評価委員会開催概要】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・事前に事務局で主催者評価等についてとりまとめを行う。 ・各回2時間程度、計2回程度の評価委員会を開催(毎回主催者キーマンを招聘、評価委員との意見交換をメインとする) ・第1回(12月): オヤケアカハチ、エイサー祭り、北山の風、万国津梁の灯火 ・第2回(2月): 組踊、琉球歴史ロマンシアター、エデュテイメント、やぐら大主物語 	<p>【選定手順】</p> <ul style="list-style-type: none"> ①募集要領公示(事前説明会を複数回実施?)、1次提案募集 ②県・事務局による1次審査、2次提案者の絞り込(8～10件程度?) ③2次審査提案の提出(1次審査通過団体のみ) ④2次提案者のプレゼン、提案者と選定委員の意見交換 ⑤選定委員会における最終選定団体の絞り込 <p>【選定委員会開催概要】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・応募要領・選定基準等について、選定委員会の承認を得る。 ・2次審査として3～4時間程度、計1回の選定委員会を開催(選定委員に事前に2次提案書を配布、提案者プレゼン5分、選定評価委員と提案者の意見交換10分程度) ・12月～3月で上記①～⑤を実施
平成24年度	<ul style="list-style-type: none"> ○平成23年度同様、平成24年度事業の評価と、平成25年度事業の選定を主なミッションとする ○上記ミッションに加えて、文化観光戦略を推進する核主体としてのプロジェクトチーム(PT)も担う。 ⇒PTの期待役割は、文化観光戦略の重点取組(文化観光人材育成、マーケティング強化、セールス強化など)の着実な推進 ⇒PTメンバーは、事業化推進検討委員会の委員+平成23年度事業キーマン+平成24年度事業キーマン+αを想定 	

③ 第3回文化観光戦略構築検討委員会

第3回文化観光戦略構築検討委員会

実施年度	実施事業	実施内容	実施の進捗状況	実施の成果	実施の課題	実施の今後の見込み
1	観光の振興	観光の振興	観光の振興	観光の振興	観光の振興	観光の振興
2	観光の振興	観光の振興	観光の振興	観光の振興	観光の振興	観光の振興
3	観光の振興	観光の振興	観光の振興	観光の振興	観光の振興	観光の振興
4	観光の振興	観光の振興	観光の振興	観光の振興	観光の振興	観光の振興
5	観光の振興	観光の振興	観光の振興	観光の振興	観光の振興	観光の振興
6	MYIAGE ISLAND NOOK FESTIVAL 2019	MYIAGE ISLAND NOOK FESTIVAL 2019	MYIAGE ISLAND NOOK FESTIVAL 2019	MYIAGE ISLAND NOOK FESTIVAL 2019	MYIAGE ISLAND NOOK FESTIVAL 2019	MYIAGE ISLAND NOOK FESTIVAL 2019
7	観光の振興	観光の振興	観光の振興	観光の振興	観光の振興	観光の振興
8	観光の振興	観光の振興	観光の振興	観光の振興	観光の振興	観光の振興
9	観光の振興	観光の振興	観光の振興	観光の振興	観光の振興	観光の振興
10	観光の振興	観光の振興	観光の振興	観光の振興	観光の振興	観光の振興
11	MYIAGE 2011 IN OCHUWA	MYIAGE 2011 IN OCHUWA	MYIAGE 2011 IN OCHUWA	MYIAGE 2011 IN OCHUWA	MYIAGE 2011 IN OCHUWA	MYIAGE 2011 IN OCHUWA

文化観光戦略推進事業のフレーム(案)



文化観光戦略推進事業「事業化推進検討委員会(※平成24年度から委員会名称は変更予定)」について

【「事業化推進検討委員会」のミッション】

- 平成23年度事業(※平成23年度までは「事業化推進に向けたモデル事業」の位置づけ)の効果検証・評価・総括
- 平成24年度事業(※平成24年度からは「戦略推進事業」の位置づけ)の選定
 - 戦略推進を先導する「成功事例」として作り上げていくためのバックアップ(具体的な助言・ノウハウ・ネットワークの提供等)を実施

平成23年度事業(モデル事業)の効果検証・評価・総括

○ 誘客促進等の観点から、平成23年度事業の効果を検証

○ 各事業の評価を通じて次年度以降の効果的な取組に繋がる実践的な知見等を示唆、事業全体の取組みを総括

※平成23年度事業(モデル事業):8件

オヤケアカハチ、青年ふるさとエイサー祭り、北山の里、万国津梁の灯火、組踊、琉球演劇シアター、エデュテイメント、やぐら大主物語

【評価手順】

- ①事務局による主催者への個別ヒアリング結果を確認
- ②①を基に、各事業の主催者(キーマン)と意見交換
 - 事業実施の直接・間接効果、自立に向けた改善案の提案、PDCAの機能に向けて 等
- ③事業全体の総括・次年度「戦略推進事業」実施における留意点の整理

平成24年度事業(戦略推進事業)の選定・支援

○ 文化観光戦略推進の「成功事例」を作りこむことを目的として、平成24年度事業を選定。事業計画段階から、事業主催者との密なコミュニケーション(具体的な助言・ノウハウ・ネットワークの提供等)を図る

○ 併せて、当該事業の推進に必要な環境基盤を抽出し、活用する基盤事業者を選定

○ 「成功事例」の継続・自立に向けた総括と実施効果を検証

※平成24年度事業(戦略推進事業):1~3件程度想定(選択と集中を進める)

【選定・支援手順】

- ①募集要領公示、1次提案募集→1次審査、2次提案者の絞り込
- ②2次審査提案の提出・プレゼン、提案者との意見交換→最終選定団体の絞り込→選定
- ③事業計画段階・実施準備段階における定期的な意見交換の場の開催(具体的な助言・ノウハウ・ネットワーク提供等)

併せて、戦略推進事業に必要な環境基盤の抽出→活用する基盤事業者の選定

④事業実施のモニタリング・事業実施効果の検証(PDCA)→次年度計画のサポート

【委員会構成】

実務者を中心に8名程度で構成

必要に応じてゲスト(その他各界実務者)を招聘、傍聴自由の開かれた場とする

「平成23年度 文化観光戦略推進事業」事業化支援補助金 交付決定一覧

No.	団体名	事業名	内容	開催地区	交付決定額(千円)
1	株JTB沖縄	ユネスコ登録遺産「組踊」を活用した観光集客推進事業	・県内外、国外に対する組踊入門感特別公演集客事業の実施 ・外国人向けの紹介動画、ツールの構築及び、学校向けセールスツール等の構築 ・組踊の体験学習素材化とターゲット別集客発信	清瀬市	11,610
2	「オヤケアカハチ」による観光活性化事業実行委員会	八重山こども演劇「オヤケアカハチ〜太陽の乱」によるインバウンド誘致活性化	観光客向けの「八重山芸能総巻公演」等	石垣市	19,375
3	一般社団法人T A O Factory	「琉球歴史ロマンシアター」による新演型プラン構築	・琉球史のヒーローを題材とした歴史物の現代版組踊公演 ・演目内容と連動したまち歩き付ツアーの設定等	那覇市他	22,686
4	株式会社沖縄TLO	沖縄文化エデュテイメントツアー開発事業～沖縄文化を「たしなみ」に～	「学遊滞在型」の観光プログラム開発等	清瀬市、糸満市、豊見城市、与那原町	9,000
5	青年ふるさとエイサーまつり実行委員会	第47回青年ふるさとエイサー祭り	・県外への広報(ポスター・チラシなど) ・ホームページの多言語化 ・シャトルバスの運行 ・イベント窓口の設置	那覇市	6,161
6	首里城祭実行委員会	「万国津梁の灯火と地域伝承芸術の宴」イベントの活用、地域連携強化による観光客誘客策を促進するイベント事業	「地域伝承芸術の宴」：県内各地域に広がる文化芸術資源を振興 「万国津梁の灯火」：キャンドルアート、キャンドルカップの焼付け体験等	那覇市	12,100
7	今帰仁村	今帰仁グスク及び歴史劇「北山の里」による歴史観光誘客および滞在プラン	・歴史劇「北山の里」公演(沖縄県北部) ・今帰仁グスクでの公演とその前後のツアー	今帰仁村及び沖縄県北部地域	19,609
8	伊平屋村	現代版組踊「やぐら大主物語」を活用した地域活性化プロジェクト	・現代版組踊「やぐら大主物語」の上演 ・子供連中のガイドによる史跡めぐりバスツアーとアトラクションの上演等	伊平屋村	10,380
合計					110,941

- 目次 -

- I. 沖縄県文化観光戦略策定の経緯 1
 - 1. 戦略策定の背景と目的 1
 - 2. 戦略の位置づけ 1
 - 3. 戦略の構成と範囲 1
 - 4. 本戦略における文化観光の主たる対象領域 1
- II. 沖縄県の文化観光に関する現状と課題 2
 - 1. 本県の文化観光を取り巻く主な環境要因 2
 - 2. 本県の文化観光のポテンシャル 2
 - 3. 本県の文化観光に関する課題と求められる取組事項 3
- III. 文化観光戦略により実現を目指す姿と戦略の柱 4
 - 1. 文化観光戦略により実現を目指す姿と関係効果 4
 - 2. 目指す姿の実現に向けた戦略の3つの柱 4
- IV. 取組方針 5
 - 1. 取組体系 5
 - 2. 戦略の柱に基づく取組及び取組内容 6
- V. 重点プロジェクト 8
- VI. 戦略の持続的な推進に向けて 13
 - 1. 制度的・構造的取組体制の構築 13
 - 2. 戦略の推進・PDCAの仕組み 13

沖縄県文化観光戦略（素案）

～“もっと深く、おきなわ”～

平成24年2月3日時点版

平成24年3月

沖縄県

I. 沖縄県文化観光戦略策定の経緯

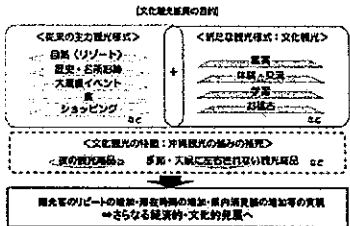
1. 戦略策定の背景と目的

昨今、世界各国の成長を牽引する観光客の増加やLDCの出現などにより国際的な交流が促進され、世界的に観光競争が激化しています。我が国においてもアジア・オセアニア・中東圏が成長の中心となり、新たな市場開拓の必要性が感じられるなど、国際・国内観光の競争が激化してきています。

近年の旅行形態も変化が顕著であり、従来の観光客を従来の観光客から、体験や滞在を目的とした個人型旅行へ変化しており、従来の観光に加え、「沖縄ならでは」「沖縄ならでは」を主たる観光客のニーズに応えらるる、新たな観光資源の発掘・観光商品の開発が求められているところです。

沖縄は、特色ある伝統行事や伝統芸能などに代表される多様な文化資源を有しており、沖縄の魅力の源泉となっています。これらは観光客のニーズに応える新たな観光資源としての高いポテンシャルも有している一方で、その観光活用が十分に行き届いていない現状があります。

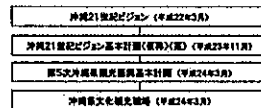
そこで本県では、沖縄の特色ある文化・芸術等を観光資源として活用する観点から「文化観光戦略」を策定し、本戦略の推進により、従来の観光資源に加え新たな「文化観光」の観光資源を構築することで、本県の観光の質を高めつつ、さらなる持続的な経済的・文化的発展を図ります。



2. 戦略の位置づけ

本戦略は、「沖縄21世紀ビジョン（平成22年3月）」及び「沖縄21世紀ビジョン基本計画（仮称）（案）」（平成23年11月、平成24年1月～平成24年3月）の位置づけとして、この二つの「案」に基づき「第5次沖縄県観光振興基本計画（案）」（平成24年3月）と平成24年度～平成27年度間の計画期間の策定に資することを目的とし、本県の「文化観光」分野のグランドデザインであり、今後の文化観光振興の取組もこの上で進捗していく役割を担っています。

【案の位置づけ】



3. 戦略の構成と範囲

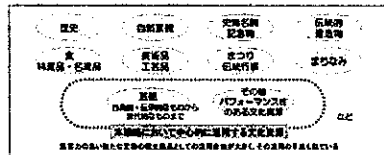
本戦略は、本県の「文化観光に関する現状と課題」を踏まえた「文化観光戦略の目指す姿（将来像）」と「戦略の柱（3つの方向性）」、「戦略の柱（3つの方向性）に基づく取組方針」、3つの柱の推進により実現を目指すための「重点プロジェクト」と「戦略の持続的な推進に向けて」によって構成されます。本戦略の計画期間は、平成24年度から平成33年度までの10年間を想定しています。

4. 本戦略における文化観光の主たる対象領域

本県は多様な文化資源を有しており、歴史や自然景観、気候も様々な文化資源が豊富に従来の観光資源に加え、本県の固有性の発掘に資しています。そのなかにおいて、芸術・伝統的なものから、現代的なものまで幅広く取りこむ「ウォーマンシップのある文化資源」としては、観光客の認知度・関心度とはまだまだ高い状況にあるとは考えず、最先端の最先端・新たな定番の観光商品として確立されることが期待されています。

そこで、本戦略では、芸術・伝統的なものから、現代的なものまで幅広く取りこむ「ウォーマンシップのある文化資源」を中心とした観光資源を主たる対象領域として設定します。なお、その他の多様な文化資源を対象から外すのではなく、中心的な文化資源と効果的に組み合わせられることで対象領域を拡大することとなります。

【文化資源と本戦略における中心的文化資源】



Ⅱ 沖縄県の文化観光に関する現状と課題

1. 本県の文化観光を取り巻く主な環境認識

本県の文化観光を取り巻く主な環境を捉え、的確に対応していく必要があります。

- (1) LOC時代の到来

観光の分野から都市間競争の激化、国内観光客の減少へ突出、沖縄を訪れる国内観光客の減少
沖縄へ来訪し立ち寄れる観光、沖縄を訪れる際の観光客層の多様化
- (2) わが国の少子高齢化社会の進展

国内観光市場の規模の縮小、沖縄を訪れる国内観光客の減少
子供の教育、体験・交流の重要性の高まり、高齢者の意向・気持に合わせた観光の需要
- (3) 観光の形態・価値観の多様化

団体・個人、より多様な観光形態を求めた観光客層へ
文化により深く触れ、地元との交流を楽しむことへの需要の高まり
- (4) 国際旅行機の削減・大型クルーズ船の来航

中国をはじめとする海外訪日客との削減、海外からの観光客減少
- (5) リビート率の高い沖縄観光

わが国各地の滞在型観光地、リビート観光客を中心とする観光プロンプトを高める機会
- (6) 多くの観光旅行客の来訪

観光旅行客として競争力を有する沖縄、世界的なネットワーク連携の機会

2. 本県の文化観光のポテンシャル

本県の文化観光のポテンシャルを改めて捉え直し、最大限活用していく必要があります。

- (1) アジアとの近接性・つながり

アジア諸都市との地理的な距離の近接性
アジア諸都市との歴史的・文化的つながり など
- (2) わが国でも特異な歴史性

琉球王朝とそれにつながるストーリー など
- (3) 多様な多様な「フオーマンズ」性のある文化資源の存在

県下全域に亘る多様な・伝承的な文化
音楽、琉球舞踊、沖縄料理、琉球古典音楽、伝統、琉球民謡、エイサー など
その他、空手、ポップス、ダンス など
- (4) 沖縄が持つ文化観光のコンテキスト(文化観光商品の魅力の源泉)

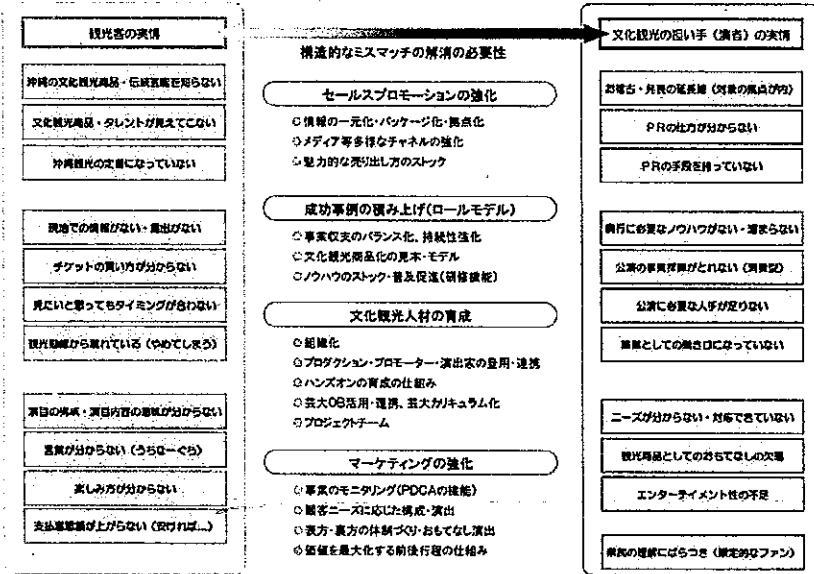
「美しい景観と心なる」「元知りなれる」「癒される」「心からなる」「なごめる」などの効果を発揮
～平成23年度沖縄県(文化観光局)観光客アンケート調査より
県民に改めて求められる人間的共通の普遍的な価値
自然との共生、平和への祈り、多様な愛、希望 ー
- (5) 全国・世界に広がる沖縄県民ネットワーク

ネットワークを共有する人的なネットワークの全国・世界への広がり
情報の発信源の貴重なチャネル

2

3. 本県の文化観光に関するミスマッチと求められる取組課題

観光客と県内の文化観光の受け手(事業者)間のミスマッチが横行しており、解消するための主な取組を整理して、以下のようなものが挙げられます。

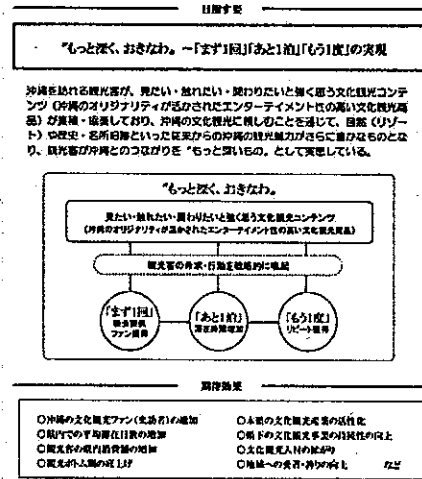


3

Ⅲ 文化観光戦略により実現を目指す事と戦略の柱

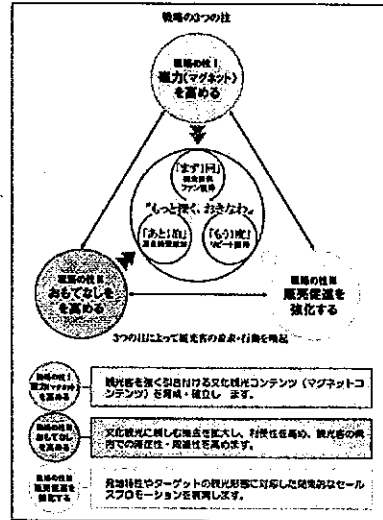
1. 文化観光戦略により実現を目指す事と期待効果

本戦略では、文化観光を目的とする観光客を捉え、本県の文化観光のポテンシャルを最大限活用し、観光客と文化観光の強い絆(実質)の間に存在する構造的なギャップを解消する取組を主眼としていますが、本戦略によって実現を目指す事、その期待効果を以下のように記述します。



2. 目指す事の実現に向けた戦略の3つの柱

「もっと深く、おきなわ。～「まず」回「あと」道「もう」度」の実現に向けて、本戦略は3つの柱で構成されています。



Ⅳ 取組方策

1. 地域体系

文化観光の強さを高め、観光客を多く引き寄せることにより「もっと深く、おきなわ。～「まず」回「あと」道「もう」度」の実現	① 観光客を強く引き寄せる文化観光コンテンツ(マグネットコンテンツ)の育成・確立	
	1-1 沖縄の文化観光資源を先導する文化観光コンテンツの事業化促進	①高いエンターテインメント性を有する沖縄オリジナルの文化観光コンテンツの育成 ②事業の自立化、安定的・持続的なコンテンツ開発の支援を促進 ③観光消費力を高めるマーケティングの強化
	1-2 地域の特色を活かした新たな文化観光コンテンツの育成	①地域の文化観光資源の再認識・継承・創造の促進 ②地域の文化観光資源を活かした独自の文化観光コンテンツの育成
	1-3 文化観光人材の育成	①文化観光コンテンツの企画・制作の支援・連携推進の提供 ②文化観光コンテンツの企画・制作・実行の人的人材とのマッチング支援の提供 ③文化観光リーダー(担い手)文化観光ボランティア等)制度の検討
	② 文化観光の総合的なおもてなしを高める ～文化観光に傾き込む機会拡大・利便性向上による滞在性・消費性の向上	
	11-1 文化観光コンテンツの効果的なパッケージ化の促進	①魅力的な観光・観光交流資源を活用したプログラムの開発・提供 ②観光客行動マニュアル・ナビゲーション・VR/ARなどの開発・提供
	11-2 文化観光コンテンツの情報連携の強化	①多様な文化観光コンテンツの情報的一元的な管理の仕組みづくり ②効果的な情報発信の取組・活用
	11-3 多様なタッチポイントを通じた観光	①チケット購入・支払方法等の新たな仕組みの構築 ②宿泊施設・観光施設などのタッチポイント(案内・チケット販売機能)の拡充
	11-4 文化観光拠点環境の整備拡充	①文化観光を総合的に推進する体制の構築 ②県下の文化観光資源の集約と連携の強化 ③新たな文化観光拠点環境の整備の検討
	③ 沖縄の文化観光商品の販売促進を強化する ～地域特性やターゲットの観光形態に応じた効果的なセールスプロモーションの展開	
	111-1 国内観光客に向けた文化観光コンテンツのセールスプロモーション	①沖縄に集約した国内観光客に向けたセールスプロモーション ②専売旅行、ファミリー客、ビジネス客などに向けたセールスプロモーション ③県内の主要な観光地・観光施設への露出強化 ④沖縄観光局に向けたセールスプロモーション
	111-2 外国人観光客に向けた文化観光コンテンツのセールスプロモーション	①沖縄に集約した外国人観光客に向けたセールスプロモーション ②海外の各観光地を通じた露出強化を踏まえたセールスプロモーション ③海外の主要な観光地・観光施設への露出強化

2. 戦略の柱に基づく施策及び取組内容

施策の柱1 沖縄の文化観光の魅力を高める
～観光客を惹きつける文化観光コンテンツ(サブテキストコンテンツ)の育成・確立

I-1 沖縄の文化観光資源を先導する文化観光コンテンツの事業化促進

観光客を惹きつける文化観光コンテンツを育成・確立して、「まず1回(あと)1回」「もう1度」を実現するため、沖縄の文化観光を先導する位置づけの取組を特定し、重点的に事業化を促進します。

沖縄の文化観光を先導する位置づけの文化観光コンテンツは、観光客が「見たい・聞きたい」と感じ、思い通りに、高い集客性が求められます。観光客の来去と行動を強く喚起するよう、沖縄のオリジナリティを活かしたエンターテインメント性の高いコンテンツを開発し、事業化して発信し、観光客に定率的・定量的に楽しんでもらうよう取組の充実を図ります。また、併せて、求められる発信者や専門家の協力の下、観光資源魅力を高めるための必要なマーケティング(ニーズの把握・取組の仕切りなど)を促進します。

取組内容
① 高いエンターテインメント性を持つ沖縄オリジナルの文化観光コンテンツの形成
② 事業化の自立化、安定的・定量的なコンテンツ提供の定着化の促進
③ 観光資源魅力を高めるマーケティングの観光(ニーズの把握・取組の仕切りなど)

I-2 地域の特徴を活かした新たな文化観光コンテンツの育成

「まず1回(あと)1回」「もう1度」を定量的・定率的に実現するためには、観光客を惹きつける文化観光コンテンツの創出や提供を定着させる必要がある。県下の地域の特徴を活かした新たな文化観光コンテンツを育成します。

沖縄の文化観光資源を先導する文化観光コンテンツの取組の効果やノウハウを県下全域に広げ、取組することを支援し、県下各地域の中心となる文化観光資源の強い中核地域が自ら取組の促進や可能性を再認識し、地域の文化観光資源の魅力を顕著に伸ばす取組が自然に行われていくことを促進します。また、県への自主的取組の下、次なる沖縄の文化観光資源を先導する文化観光コンテンツとしての取組が期待されるものについて、文化観光コンテンツ化を促進します。

取組内容
① 地域の文化観光資源の再認識・継承・新創の促進
② 地域の文化観光資源を活かした取組の文化観光コンテンツ化の促進

I-3 文化観光人材の育成

観光客を惹きつける文化観光コンテンツを育成・確立させるため、文化観光人材の育成を行います。文化観光人材には、文化観光コンテンツの企画・運営と、文化観光コンテンツの観光拠点としての取組を高めるための必要な機能を有する人材が必要。どちらの育成も欠かせません。

文化観光コンテンツの企画・運営の取組を促進して、文化観光コンテンツの魅力を高める新たな取組が生まれるような状況をつくりだすこと、文化観光コンテンツの企画・運営、旅行代理店や観光関連出版事業者、クリエイターやデザイナー、コンテンツ促進事業者など、文化観光コンテンツの推進競争力を高めるノウハウを有する関係者・関係者の人材とのマッチングを促進します。さらに、観光客を惹きつける文化観光コンテンツの確立状況に応じて、旅行代理店や文化観光ボランティアなど、文化観光コンテンツの魅力を高める取組に伝え、文化観光コンテンツの取組を支援しサポートする文化観光サポーター制度などの創設に向けた取組を行います。

取組内容
① 文化観光コンテンツの企画・運営の交流・連携機会の提供
② 文化観光コンテンツの企画・運営と関係者・関係者の人材とのマッチング機会の提供
③ 文化観光サポーター(旅行代理店・文化観光ボランティア等)制度の検討

施策の柱2 文化観光の総合的なおもてなしを高める
～文化観光に親しむ機会拡大・利便性向上による集客促進・周遊性の向上

II-1 文化観光コンテンツの強力的なパッケージ化の促進

沖縄の文化観光を先導する位置づけの文化観光コンテンツをはじめとする観光客を惹きつける文化観光コンテンツを幅広く提供し、観光客のニーズに応じた強力的なパッケージ化を進めることで、観光客が「まず1回(あと)1回」「もう1度」を実現します。

「まず1回」を具体的に実現するため、沖縄の文化観光を先導する位置づけの文化観光コンテンツを中心に、既に観光客が求めている県下の歴史・文化観光資源を活用し、従来の集客力を活かして滞在性を高めるプログラム・メニュー・パッケージを開発・提供します。また、県民の多様な行動パターンを踏まえて、観光客が滞在した期間・旅行スタイル・メニュー・サービスなどの促進や、沖縄の観光の新たな定番メニュー・パッケージの促進、ロープウェイ向けの付随物(傘)の開発など、VIPメニューによる「もう1度」の促進など、お土産・グッズを積極的に広げることで、観光客の滞在体験を向上させ、県内に取組を進めます。

取組内容
① 歴史・文化観光資源を活用したプログラムの開発・提供
② 留守旅行メニュー・オリジナルメニュー・VIPメニューなどの開発・提供

II-2 文化観光コンテンツの情報連携の強化

観光客の文化観光による滞在性・周遊性を高めるためには、いつ、どこで、どんな魅力的な文化観光コンテンツが行われているかという情報が観光客の手に届くことが重要です。

沖縄の文化観光を先導する位置づけの文化観光コンテンツを中心に、文化観光コンテンツの企画・運営と、観光客の滞在性を高めるための取組を促進し、県下の文化観光コンテンツの取組や関係者・関係者の取組を一元的に把握・管理する仕組みづくりを進めます。また、観光客の滞在性や行動パターンを踏まえて、文化観光コンテンツを強化した文化観光プラットフォームの取組・運営など、観光客が気軽に利用できる文化観光コンテンツの取組を推進する取組や、文化観光コンテンツに関する月刊マガジンなど、県内に住む観光客がリアルタイムで文化観光コンテンツの取組を知るような取組の取組を関係者の取組・活用を促進します。

取組内容
① 多様な文化観光コンテンツの情報の一元管理の仕組みづくり
② 魅力的な情報発信機会の開発・活用

II-3 多様な多様なタッチポイント提供の拡大

文化観光による滞在性・周遊性を高めるためには、文化観光コンテンツの情報連携を強化して、観光客が簡単に、文化観光に親しむための機会を拡大し、利便性を高めるような多様なタッチポイント(情報提供)を提供する必要があります。

観光客が文化観光コンテンツの企画・運営に直接参加できなかったり、宿泊施設や観光関連事業者などの観光客が求めている文化観光コンテンツの取組の取組を促すことで、その場でタッチポイントを提供することができると、滞在の予約・決済や観光客の滞在体験を向上させ、観光客が文化観光に親しむための機会を拡大し、観光客の滞在性を高める仕組みづくりを促進します。

取組内容
① チケット購入・支払方法等の新たな仕組みの開発
② 宿泊施設・観光施設などのタッチポイント(案内・チケット販売機)の拡大

II-4 文化観光拠点環境の機能強化

「まず1回(あと)1回」「もう1度」の実現に向けて、「ココロが、いつでも感動できる文化観光コンテンツをどこでも、楽しめること」を実現することができると、県民の文化観光への関心が高まり、文化観光の取組環境の機能強化を促進します。

沖縄の文化観光を先導する位置づけの文化観光コンテンツを中心に、観光客を惹きつける文化観光コンテンツを定量的・定率的に提供するためには、様々な企画・運営・ツール・メニュー・サービスなど、取組環境を円滑に運営する仕組みづくりが重要です。本県の文化観光を総合的に推進する役割を持つ体制の強化を行います。また、県下の文化観光資源の取組を促進し、文化観光コンテンツの取組を高めるための取組を行います。コンテンツの取組の促進、文化観光資源に貢献する人材の育成など、県全体で取組を進めます。さらに、必要性の高まりに応じて、県の取組と連携を強化し、県民の文化観光取組を支援し、いつでも実現させます。

取組内容
① 文化観光を総合的に推進する体制の強化
② 県下の文化観光資源の取組と連携の強化
③ 新たな文化観光取組環境の整備の取組