



沖縄県 文化観光戦略

『もっと！おきなわ』

概要版



● 策定の背景と目的 ●

昨今、世界各国の国を挙げた観光客誘致の取組の展開やLCCの出現などにより国際的な交流が促進され、世界的に誘客競争が激化しています。我が国においてもデジタルジャパン事業が展開されるなど、国際・国内観光の情勢が大きく転換してきています。

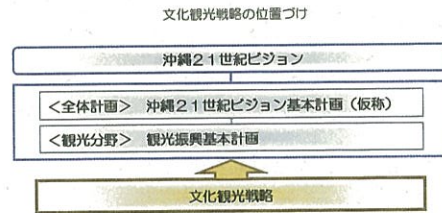
近年の旅行形態も、これまで沖縄が強みとしてきた自然・景勝地や観光施設を巡る周遊型の観光から、個人の志向に基づくより深い体験や滞在を目的とした観光へ変化してきており、従来の観光に加えて、さらなる「沖縄らしさ」、「沖縄ならではの」を求める観光客のニーズに応えられる、新たな観光資源の発掘・観光商品の確立が求められているところです。

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を有している一方で、その観光活用余地は大きく残されている状況にあります。

そこで本県では、沖縄の特色ある文化・芸能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、従来の主力観光メニューに加えて「文化観光」の観光メニューを確立することで、来訪者・リピーターの増加や滞在日数・県内消費額の増加、観光産業の国際競争力の強化、文化の産業化、ひいては就労環境の安定化などに貢献することをねらいとしています。

● 位置づけと構成 ●

「沖縄21世紀ビジョン基本計画(仮称)」(平成24年度から平成33年度までの計画期間)において、「文化・歴史、スポーツなど多様で魅力ある資源を活用した沖縄独自の観光プログラムを戦略的に展開する」としてあり、本戦略は、同計画及び第5次沖縄県観光振興基本計画(平成24年度から平成33年度までの計画期間)における「沖縄版文化観光」を推進していく上でのグランドデザインであり、今後の文化観光振興の取組を展開する上での道標としての役割を有しています。



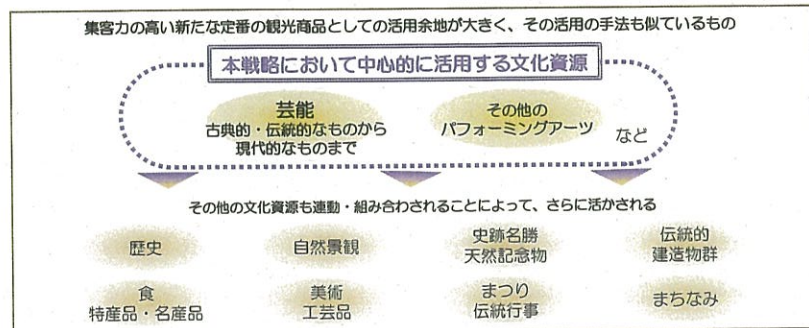
本戦略は、本県の「文化観光に関する現状と課題」を踏まえた「文化観光戦略の目指す姿(将来像)」と「戦略の柱(3つの方向性)」、「戦略の柱(3つの方向性)に基づく取組方策」、さらには効果的に戦略を推進していくための「重点プロジェクト」と「戦略の持続的な推進に向けて」によって構成されます。

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。

● 文化観光の主たる対象領域 ●

本戦略では、芸能(古典的・伝統的なものから、現代的なものまで)をはじめとするパフォーマンス性のある文化資源を中心に活用した観光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れるのではなく、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に含まれることになります。

文化資源例と本戦略において中心的に活用する文化資源



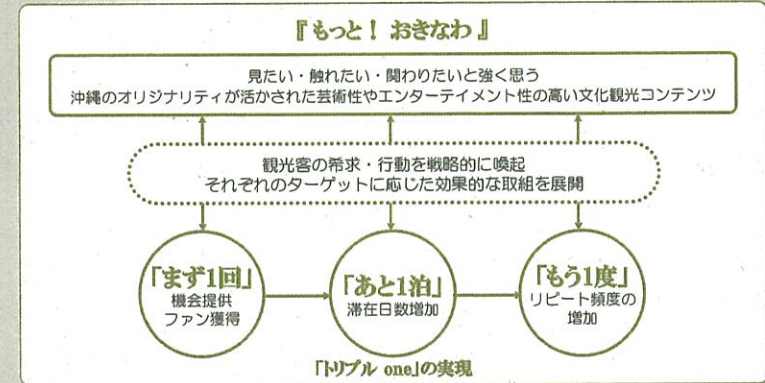
● 実現を目指す姿と期待効果 ●

目指す姿

文化観光推進のキャッチフレーズ

『もっと！おきなわ』～「まず1回」「あと1泊」「もう1度」(トリプル one)の実現

沖縄を訪れる観光客が、見たい・触れたい・関わりたいと強く思う、沖縄のオリジナリティが活かされた、芸術性やエンターテインメント性が高い文化観光コンテンツが蓄積して切磋琢磨がおこなわれ、沖縄の文化観光に親しむことを通じて、自然(リゾート)や歴史・名所旧跡といった従来からの沖縄の観光魅力がさらに豊かなものとなり、観光客が沖縄とのつながりを、「もっと！」実感している状況を目指します。

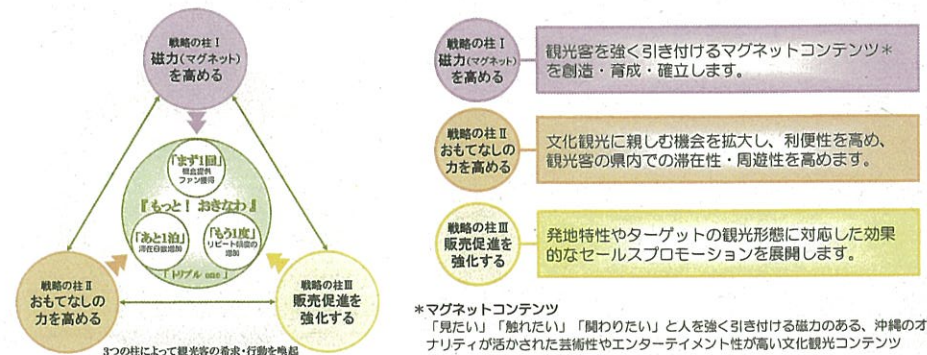


期待効果

- 沖縄の文化観光ファン(来訪者)の増加
 - 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
 - 観光ボトム期の底上げ
 - 本県の文化観光産業の確立・活性化
 - 文化観光に関する雇用機会の拡がり
 - 県下の文化観光事業の持続性の向上
 - 文化観光人材の拡がり
 - 地域への愛着・誇りの向上
- など

● 目指す姿の実現に向けた戦略の3つの柱 ●

『もっと！おきなわ』～「まず1回」「あと1泊」「もう1度」(トリプル one)の実現に向けて、本戦略は3つの柱で構成されます。



戦略の柱Ⅰ

沖縄の文化観光の磁力(マグネット)を高める ~観光客を強く引き付けるマグネットコンテンツの創造・育成・確立

I-1

沖縄の文化観光を先導するマグネットコンテンツの事業化促進

- ①高い芸術性やエンターテインメント性を有する沖縄オリジナルのマグネットコンテンツの創造・育成
- ②事業の自立化、安定的・定期的なコンテンツ提供の定着化の促進
- ③観光商品魅力を高めるマーケティングの強化

I-2

地域の特色を活かした新たなマグネットコンテンツの育成

- 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取組のマグネットコンテンツ化の促進

I-3

マグネットコンテンツの担い手(文化観光人材)の育成

- ①マグネットコンテンツの担い手間の交流・連携機会の提供
- ②マグネットコンテンツの担い手と異業種・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
- ④県民の文化観光への理解が深まりおもてなしの心が育まれるような機会づくり

戦略の柱Ⅱ

文化観光の総合的なおもてなしの力を高める ~文化観光に親しむ機会拡大・利便性向上による滞在性・周遊性の向上

Ⅱ-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修学旅行メニュー・ナイトカルチャーメニュー・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

- ①多彩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効果的な情報発信媒体の開発・活用

Ⅱ-3

多種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宿泊施設・商業施設などのタッチポイント(案内・チケット販促機能)の拡充

Ⅱ-4

文化観光拠点環境の機能拡充

- ①文化観光を総合的に推進する体制の組織化
- 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整備の検討

戦略の柱Ⅲ

沖縄の文化観光商品の販売促進を強化する ~発地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

Ⅲ-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沖縄に訪れた国内観光客に向けたセールスプロモーション
- ②修学旅行生、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国内の主要な観光関連媒体への露出強化
- ④沖縄県民に向けたセールスプロモーション

Ⅲ-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沖縄に訪れた外国人観光客に向けたセールスプロモーション
- ②海外の各種拠点を通じた発地特性を踏まえたセールスプロモーション
- ③海外の主要な観光関連媒体への露出強化

● 重点プロジェクト ●

重点プロジェクトとは、『もっと！おきなわ』～「まず1回」「あと1泊」「もう1度」(トリプル one)を実現するため、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です。重点プロジェクトは以下の3つで構成され、各プロジェクトはそれぞれ密接な関係にあり、三位一体となって推進します。

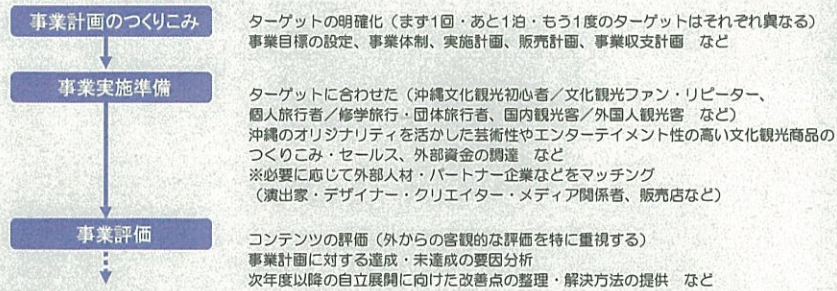
重点プロジェクト1 マグネットコンテンツの成功事例化

本戦略を推進するための基幹的な重点プロジェクトとして、厳しい選択と集中の下で、観光客を強く引き付ける「目玉」となる強力なマグネットコンテンツをつくりこみ、売り込んでいくための全面的な支援を行います。

マグネットコンテンツ

- 担い手の視点が観光客の目線に立脚していること
- 観光商品魅力を高めるための受容があること
- 集客可能性が高く見込めそうなこと
- 費用対効果が高く見込めそうなこと
- ボトム期の定番商品となりえること
- 定期・定時で実施できること
- 夜及び雨天にも実施できること など

【マグネットコンテンツのつくりこみの概要(例)】



【関連する戦略の取組内容】

- I.1.① 高い芸術性やエンターテインメント性を有する沖縄オリジナルのマグネットコンテンツの創造・育成
- I.1.② 事業の自立化、安定的・定期的なコンテンツ提供の定着化の促進
- I.1.③ 観光商品魅力を高めるマーケティングの強化
- II.1.① 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
- II.1.② 修学旅行メニュー・ナイトカルチャーメニュー・VIPメニューなどの開発・提供
- III.1.① 沖縄に訪れた国内観光客に向けたセールスプロモーション
- III.1.② 修学旅行者、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
- III.1.④ 沖縄県民に向けたセールスプロモーション
- III.2.① 沖縄に訪れた外国人観光客に向けたセールスプロモーション

重点プロジェクト2 文化観光推進事業サポートチームの設置・運営

沖縄の文化観光を先導するマグネットコンテンツの全面的なサポートを中心的な役割に据えながら、県下の文化観光の事業化を推進する人材育成の機能も視野に入れた、主に実務者で構成する文化観光推進事業のサポートチームの設置・運営を行います。本サポートチームは文化観光戦略推進の当面のエンジンとして機能します。

【サポートチーム概要】

実務者を中心に構成、必要に応じてゲスト(その他各界実務者)を招聘して総合的なサポートを展開
希望者は参加傍聴自由な開かれた場



【関連する戦略の取組内容】

- I.3.① マグネットコンテンツの担い手間の交流・連携機会の提供
- I.3.② マグネットコンテンツの担い手と異業種・異分野の人材とのマッチング機会の提供
- II.4.① 文化観光を総合的に推進する体制の組織化

重点プロジェクト3 文化観光推進基盤の実証・段階導入

文化観光コンテンツをより身近に、よりストレスなく見る・触れる・関わることのできる環境を整えるため、マグネットコンテンツの育成・確立に必要で、かつ県下で共有する環境基盤として求められるものを実証的・段階的に整備します。(マグネットコンテンツ以外にも共有インフラとして試行的に開放)

【共有環境基盤(例)】

ポータルサイトの開設・運営

文化観光コンテンツの情報発信(付加価値を高めた情報提供) チケットの販売 など

重点セールスキャンペーン

具体的なターゲットに応じた発地でのセールスキャンペーン 旅行雑誌への重点PR など

販売提携事業者の組織化

宿泊施設・商業施設・その他販売 協力店等販売提携事業者の組織化 など

二次交通円滑化事業支援

各宿泊施設または主要地点と公演会場を送迎バスで結ぶ実証事業 など

⇒ 民間活力の活用を視野に入れた自立的・持続的な展開可能性を検証

【関連する戦略の取組内容】

- II.2.① 多彩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
- II.2.② 効果的な情報発信媒体の開発・活用
- II.3.① チケット購入・支払方法等の新たな仕組みの構築
- II.3.② 宿泊施設・商業施設などのタッチポイント(案内・チケット販促機能)の拡充

● 戦略の持続的な推進に向けて ●

短期(概ね3年後:重点プロジェクトの評価)、中期(概ね5年程度)、長期(7~10年程度)で戦略全体の進捗の評価及び必要に応じた取組内容の軌道修正を実施します。

戦略全体の評価は、節目ごとに、本戦略の構築・策定を行った「文化観光戦略構築検討委員会」の委員等を基にした戦略評価委員会を設置することを想定しています。

戦略全体の評価に関する目指す状態及び成果指標		
短期: 3年後 (平成26年度)	中期: 5年後 (平成28年度)	長期: 10年後 (平成33年度)
『もっと! おきなわ』のムーブメント化	『もっと! おきなわ』のブランド化	『もっと! おきなわ』のスタイル化
<p>まず1回</p> <p>観光客の「文化観光」の比率を高める(5%程度を目標に) 【イベント・団体旅行】4.3% (H22年度)</p> <p>外国人観光客の一部がマグネットコンテンツを経験(のべ5%程度の観客数を目標に)</p> <p>修学旅行のメニューとしてマグネットコンテンツが知られている(マグネットコンテンツを行程に組み込む回数3%程度を目標に)</p> <p>県民の多くがマグネットコンテンツを経験</p>	<p>観光客の「文化観光」の比率を「ダイビング・戦跡地参拝」並みに 【ダイビング・戦跡地参拝】前10% (H22年度)</p> <p>外国人観光客の多くがマグネットコンテンツを経験(のべ10%程度の観客数を目標に)</p> <p>修学旅行の定番メニューとしてマグネットコンテンツが組み込まれる(マグネットコンテンツを行程に組み込む回数10%程度を目標に)</p> <p>県民の多くがこれまで経験したことのない古典的・伝統的な芸能も含めた多彩な文化観光に触れている</p>	<p>観光客の「文化観光」の比率を「海水浴・マリンスジャー・ショッピング」並みに 【海水浴・マリンスジャー・ショッピング】前30% (H22年度)</p> <p>外国人観光客の多くが古典的・伝統的なものを含めた多彩な文化観光を経験</p> <p>海外からの修学旅行生にもマグネットコンテンツが組み込まれる</p>
<p>あと1泊</p> <p>「文化観光」が行程に入った旅行の泊数を「ダイビング」並みに 【イベント・団体旅行】3泊 (H22年度) 【ダイビング】3.3泊 (H22年度)</p>	<p>「文化観光」が行程に入った旅行の泊数を年間通じて安定的に確保 (年間を通じて3泊以上の実現を目標に) 【イベント・団体旅行】0.4~0.6泊/泊及び1~3月前の平均泊数 2.7泊 (H22年度)</p>	
<p>もう1度</p> <p>再訪動機として「文化観光」が上位に</p> <p>県民の多くがマグネットコンテンツを複数回経験</p>	<p>マグネットコンテンツのリピーターが増える 古典的・伝統的なものも含めた多彩な文化観光の経験回数が増える</p> <p>県民の多くが古典的・伝統的な芸能も含めた多彩な文化観光を定期的に楽しんでいる</p>	
<p>経済的効果</p> <p>「娯楽・入場費」の消費単価を約200円アップ 【娯楽・入場費】の消費単価 7,831円 (H22年度)</p> <p>「文化観光」の一人あたり総消費額を「海水浴・マリンスジャー」並みに 【イベント・団体旅行】74,148円 【海水浴・マリンスジャー】81,565円 (H22年度)</p>	<p>「娯楽・入場」の消費単価を約700円アップ(平成22年度比)</p> <p>「文化観光」の一人あたり総消費額を「ダイビング」並みに 【ダイビング】60,869円 (H22年度)</p>	
<p>文化観光関係者の獲得目標</p> <p>マグネットコンテンツを自立した形で定期的に展開</p> <p>マグネットコンテンツに差大出身者等の新しい担い手が加わっている</p> <p>伝統工芸やコンテンツなどの様々な事業者との連携を実施</p>	<p>マグネットコンテンツの収益性(持続的な事業性)を確保</p> <p>マグネットコンテンツに関わる専門的な職業が成り立っている</p> <p>伝統工芸やコンテンツなどの様々な事業者の収益性がある</p>	<p>県民のあこがれの職業として文化観光の担い手が認識されている</p> <p>沖縄の文化観光をビジネスにする国内外の人材が増えている</p>



沖縄県

沖縄県文化観光スポーツ部

〒900-8570 沖縄県那覇市泉崎1-2-2

電話(代表):098-866-2333 メール(代表):okinawa@pref.okinawa.jp