

平成 28 年度 事業の実績報告

総括

平成 28 年度の沖縄観光は、国内航空路線の拡充による国内客の増加や海外航空路線の拡充・クルーズ船の寄港回数増による外国人観光客の大幅増、官民あがてのプロモーション活動により、沖縄の認知度向上や旅行意欲の喚起を図ったこと等により、入域観光客数は 8,769,200 人と過去最高を記録した。

国内観光客の誘致対策については、ターゲット・テーマ別の季節キャンペーンやリゾートウェディング、教育旅行、MICE 等の各種事業を展開し、特に「旬香周島おきなわキャンペーン」と題し、シーズン毎にメインターゲットを設定し、各旬の魅力を届けるキャンペーンが奏功した。

また、平成 28 年のリゾートウェディングも 15,399 組と過去最高を記録し、このうち、海外からも 1,867 組と対前年比 128.1%と好調に推移した。

外国人観光客の誘致対策については、県と連携した海外航空会社及びクルーズ船社訪問や主要旅行博覧会への出展等、海外定期航空路線の拡充に向けた取組を強化した。結果、計 6 本の国際線定期便の誘致に成功し、定期便総数は 16 路線、週 202 便、年間の提供座席数は 200 万席超（平成 29 年 5 月現在）と飛躍的に増加した。その他、東南アジア等からのチャーター便が増加し、外国人観光客数は 2,129,100 人と過去最高を記録した。また、クルーズ船の寄港回数が夏場を中心に大きく増加したことにより、海路客も 742,700 人と過去最高を記録した。

その他、スポーツツーリズムによる戦略的な誘致活動やフィルムコミッションによる新たな魅力発信、観光情報 Web サイトおきなわ物語（日本語）及び Be.Okinawa（10 言語）による広報展開や世界で最も認知度・信頼度が高いトリップアドバイザーを活用したおきなわ観光特集を展開し、世界に向けての沖縄観光の情報を発信した。

外国人観光客の受入体制の整備については、多言語コンタクトセンターを運営し、外国人観光客からの問い合わせに対し、迅速に対応し、満足度を高めつつ観光客の声を拾い、今後の市場分析に活用した。また、各種パンフレットやメニュー、ホームページ等の翻訳費用を支援する「翻訳支援事業」や「wi-fi 設置支援事業」、「海外セールスコール支援事業」等、様々な事業を展開した。さらに、積極的に外国人の受入に取り組む県民をウェルカムんちゅリーダーと

して選定するなど様々な取組を行うなど、受入環境の整備を図った。

OCVB 事業の広報については、賛助会員のマーケティングの一助とすべく、月刊「OCVB News」の内容充実を図るとともに、新たに「OCVB おきなわ観光天気予報」月 2 回発表することにより、国内外市場の動向分析や事業展開を紹介するなど、積極的な情報発信を行った。

収益事業部門では、ブセナ海中公園事業所、旧海軍壕司令部壕事業所を運営し、指定管理施設として沖縄コンベンションセンター、海軍壕公園に加えて、平成 29 年 3 月に新たに沖縄空手会館の管理運営を開始した。旅行社やホテル、レンタカー会社への営業活動の展開したこと等により、全体として増収・増益となった。

その他、OCVB プラットフォーム機能を最大限発揮し、①観光業界（地域観光協会、各種関連団体等）との連携や②コーディネート業務（行政と民間、民間と民間との調整役）、③シンクタンク機能（課題の集約と解決に向けた政策提案）、及び④プロデュース機能（多様化する旅行商品、高付加価値観光メニュー、新規観光資源の研究・開発）の強化、⑤観光危機管理体制の整備等に努めた。

1. 国内需要安定化事業
2. 沖縄観光誘致対策事業
3. カップルアニバーサリーツーリズム拡大事業
4. 教育旅行推進強化事業
5. 離島観光活性化促進事業
6. 沖縄観光国際化ビッグバン事業
7. クルーズ船プロモーション事業
8. 戦略的 MICE 誘致促進事業
9. 観光誘致対策事業（観光整備課）
10. 東京事務所運営事業
11. 韓国事務所運営事業
12. 台北事務所運営事業
13. 外国人観光客受入体制強化事業
14. 観光人材育成プラットフォーム構築事業
15. 地域限定通訳案内士試験事務等事業
16. 沖縄観光受入対策事業
17. 観光情報センター運営事業
18. 沖縄県観光産業実態調査事業

- 19. フィルムツーリズム推進事業
- 20. フィルムツーリズム推進事業（観光整備課）
- 21. スポーツ観光誘客促進事業
- 22. 那覇空港観光案内所運営事業
- 23. 観光振興事業費（日本観光振興協会 出捐金）
- 24. 沖縄観光危機管理推進事業
- 25. ミス沖縄選出事業
- 26. 観光行催事業（賛助会員合同会議・沖縄観光新春の集い）
- 27. ブセナ海中公園事業所運営事業
- 28. 旧海軍司令部壕事業所運営事業
- 29. 海軍壕公園（指定管理）
- 30. 沖縄コンベンションセンター施設管理運営事業
- 31. 沖縄空手会館準備室／沖縄空手会館管理運営事業（沖縄空手会館）

平成 28 年度個別事業内容は次のとおり

1. 国内需要安定化事業

国内観光客の安定した需要を喚起し、磐石な誘致基盤を形成するため、ターゲットに合わせたプロモーションを行ない、沖縄観光の各季節の「旬」のイメージを明確にし、沖縄ならではの楽しみ方を提案する「旬香周島おきなわ」を軸にブランディング化を行った。今年度も引き続き各ターゲットに応じた沖縄県内の受け入れ施設の取り組みを情報発信している「いちやりば結プロジェクト」を今年で実施し、各シーズンのみならず、年間を通して各ターゲットに向けた観光情報を発信することにより、更なる誘客強化を図った。

また、国内航空業界における LCC (格安航空会社) の利用率向上などを背景に、海外・国内の他の観光地との観光客誘致競争が激化する中、本県への安定的な送客につながる提供座席数の増加を促すための航空会社連携プロモーションを実施した。

年間を通した観光の平準化に加え、離島観光を含む需要の拡大や、宿泊数の増加に伴う一人当たりの観光消費額の拡大等の課題解消を図るとともに、平成 28 年度の誘客戦略である「ビジットおきなわ計画」で設定した国内観光客数 640 万人（総観光客数 840 万人）の達成を目標に、また「沖縄観光推進ロードマップ」による平成 33 年度の観光収入 1.1 兆円、国内観光客数 800 万人（総観光客数 1,200 万人）を実現するための基礎的需要を創出するために、沖縄観光国内需要安定化事業を実施した。

観光庁による全国の国内旅行者数の動向（※1 国内宿泊旅行者数からみる「しゅんおき」効果の検証参照）においては、平成 27 年（2015 年）と比較して平成 28 年（2016 年）の旅行者数が 3.29% 増加する中、平成 28 年（暦年）の沖縄への入域観光客数は 4.3% と全国を上回る伸び率を出している。また平成 26 年（2014 年）から平成 27 年（2015 年）の全国の国内旅行者数の動向統計は 5.26% の伸びを示しており、これは昨年度全国的に展開されたふるさと旅行券など地方創生の取り組みの影響と考えられる。今年度はふるさと旅行券等全国的な旅行需要喚起施策が少ないことから、その影響として沖縄への旅行需要の伸び率の低下が懸念されたが、沖縄観光国内需要安定化事業の中で新たな取り組みを図るなど、官民一体となったプロモーションにより、平成 27 年度の国内入域観光客数 626 万 6,000 人に対し、2 月末時点の累計で 602 万人と前年度の実績を上回っており、キャリア・エージェントからの報告によると 3 月も堅調に推移しているとの見方から、ビジットおきなわ計画の目標値である 640 万人を超える見通しとなっている。

事業の内容としては「旬香周島おきなわキャンペーン」（以下「旬キャンペー

ン)」と題し、シーズンごとにメインターゲットを設定し各旬の魅力を届けるキャンペーンを展開した。このキャンペーンに連動させ、航空会社、旅行会社とも密に連携したPRを展開し、月別の入域観光客数においてもオールシーズンで対前年比アップするなど、年間を通し安定した観光客数の確保を推し進めることができた。

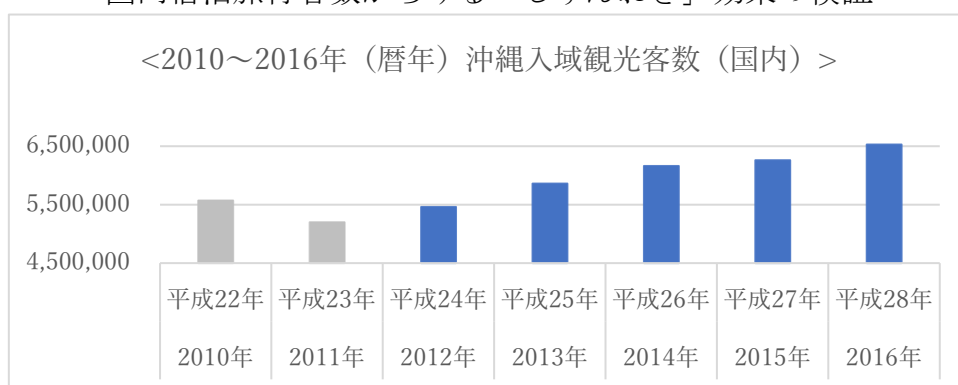
また、沖縄から就航路線のある地域を中心に、航空会社や旅行会社、メディアと連携した情報発信やイベントを実施することで、路線の強化につながるプロモーションを展開することができた。

特に2月においては、OCVBが毎月県内ホテル等へ行っているヒアリング調査を基にした入域観光客数予想が調査開始以来初めて前年割れの予想となっていたため、補正予算を活用した鉄道連携事業による中部や関西地域での需要喚起や「冬旅おきなわ旅行券」による行動喚起につながるプロモーションをすることにより、最終的には前年度同月比4.5%増の結果となった。

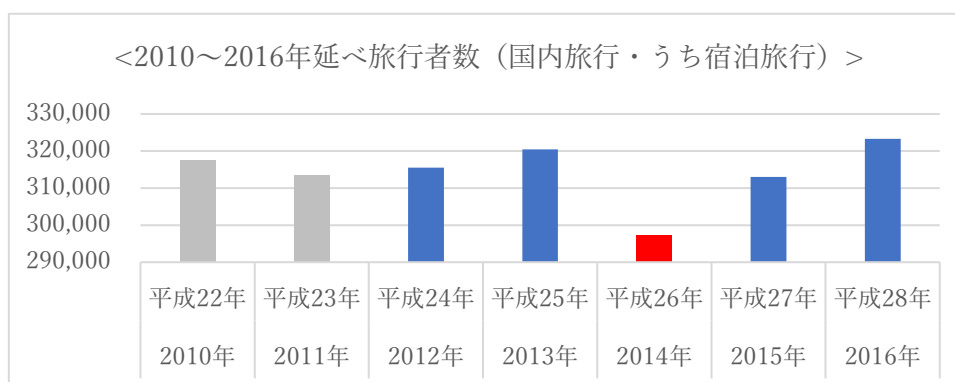
また今年度は「旬香周島おきなわキャンペーン（しゅんおき）」を展開して5年目を迎え、昨年度に引き続き実施した検証事業では、空港調査、Web調査を実施し、その結果から沖縄未経験者層はもちろんのこと過去沖縄へ旅行経験のある沖縄旅行離脱層の再訪を促す施策が必要であるということが分かったことから、次年度は離脱層を含めたターゲット設定をし、更なる分析と訴求コンテンツの発掘をし、訴求していくことが、既存のターゲットに加え効果が見込める新たな展開として明確となった。

<※1>

国内宿泊旅行者数からみる「しゅんおき」効果の検証



※沖縄県「2010年～2016年（暦年）入域観光客統計調査」より



※観光庁「2010～2016 年旅行・観光消費動向調査」より

（１）季節キャンペーン（夏・秋・冬・春）

国内からの観光客誘致の安定的な基盤を形成し、沖縄観光の平準化及び国内観光客数 640 万人を達成することを目的に、夏期（7-9 月）、秋期（9-12 月）、冬期（12-2 月）、春期（2-6 月）において、季節ごとのメインターゲットを設定（夏：家族旅行・学生旅行 秋：女子旅 冬：アクティブシニア 春：3 世代旅行・卒業旅行）し、「旬香周島おきなわキャンペーン」を展開、航空会社・旅行会社・県外イベント・各種メディアと連携したプロモーションを実施した。

旬香周島おきなわキャンペーンでは、効果的かつ効率的に入域観光客数の増加と消費単価向上、離島への誘導を図り滞在日数の増加に繋げるなど観光経済波及効果の向上を図るなか、ターゲットの根底にあるニーズを把握し、そのニーズを満たす沖縄旅行の魅力をマッチングさせる戦略を用いるプロモーションを展開した。

上記キャンペーンの実施効果測定指標のひとつとして、運営するウェブサイトの閲覧度合いを図る、プレゼントキャンペーンを展開。アンケートにおいては 14,420 件のサンプルを獲得し昨対比 226%の増加、また各季・季節キャンペーンサイトにおいては、972,186 P V（ページビュー）となり昨対比 282%の増加となり、広範囲への訴求効果が確認できたことに加えて、キャンペーンの認知度が向上している実態を把握することができた。

また、前述の需要促進対策として実施した「冬旅おきなわ旅行券」においては、ボトムシーズンである 12 月～2 月の底上げにつながる路線強化が図れた。

（２）路線別連携プロモーション

既存路線の維持及び提供座席数の増加に伴う沖縄への観光客確保及びさらなる誘致拡大を図るため、地域ごとに、航空会社、自治体（空港利用促進協議会など）、旅行会社、鉄道会社、現地メディアなど、関係各所と連携し、観光 P R イベントやメディアキャラバンの実施、沖縄特集の放送・掲載、沖縄旅行商品の販

売などを複合的に組み合わせて、沖縄旅行への機運を醸成し、更なる誘客を促す事業展開を意識したプロモーションを行った。

今年度は、近鉄や名鉄といった鉄道系グループとのタイアップにより、関西圏および中部圏においても今まで以上に幅広く需要喚起を行うと共に、プロモーション地域において系列旅行社をはじめとする各旅行社へ波及する取り組みが実施できた。

航空会社、旅行会社、自治体、現地メディアとのクロスプロモーションの取組後進地域においては、地域性の調査とメディアプロモーションを同時に行う、路線別広域メディアミックス事業を組み立て、補うよう展開を図った。路線別広域メディアミックス事業においては、地域性や県民性のデータから興味、関心がある内容を考慮し、より訴求率が上がるよう現地の航空会社や旅行会社からのヒアリング内容を加味した事業を実施した。

(3) その他プロモーション

平成 25 年 12 月に奄美大島・徳之島・沖縄島北部・西表島がユネスコの世界自然遺産候補地として選定されたことを受け、鹿児島県と沖縄県が連携し「奄美×琉球」として世界自然遺産登録を見据えた観光プロモーションを実施した。自然資源の保全と持続的利用を考慮しつつ、鹿児島県・沖縄県両県の連携を促進することによって、域外からの観光客の誘致につなげ、両地域の観光振興を促進する「奄美×琉球」観光・交流連携体制構築事業を展開した。具体的にはプロモーションツールとして「奄美×琉球」を活用した県外イベント（ツーリズム EXPO・アイランダー等）への出展、英語版パンフレットの作成、トラベルカルチャー誌「TRANSIT」とのタイアップによる 176 ページにもおよぶ「奄美・琉球」の特集、また奄美と琉球をつなぐ旅行商品造成にかかる調査事業の実施などにより、世界自然遺産登録に向けた鹿児島県と沖縄県の取組みを広く紹介することができたと考えられる。

(4) 九州・中部地区開拓事業

九州地区開拓事業においては、関係機関（旅行会社・航空会社・ホテル・メディア）との連携強化を図ることで、市場分析に基づいた効果的なプロモーションを実施し、また市場調査で得た情報を共有することで、航空会社や旅行会社、メディア媒体、ウエディング会社などとの戦略プロモーションの実現につながった。

九州地区開拓事業においては、地域の旅行社へのセールス活動強化により、各連携事業の認知度向上と、その活用を促し、連携事業の申請率・相談件数の増加に繋げることができた。また、航空会社との連携したプロモーションを実

施したことで、低迷していた宮崎路線の利用拡大につながり、九州各県から沖縄への入域客数拡大を図ることができた。

中部地区開拓事業においては、さらなる関係機関との連携および強化を図り、市場分析と共に効果的な媒体機関の調査・検討を行い、情報共有を強化することにより単独イベントではなく航空会社や旅行会社、メディア媒体、ウェディング会社などとのタイアップイベントを実施し、今までよりも相乗効果を見込めるプロモーション展開が可能となった。

さらに東海地区以外に静岡・北陸地区でのセールス展開の拡充を図ることができた。

(5) Web更新・強化事業

近年急速に増え続けるスマートフォン利用者へ向け、効率的かつ効果的に情報発信を行うべく、スマートフォンおよびPCへ向けたサイトの最適化を実施した。

これにより、スマートフォンで閲覧できる情報量が増加し、利用者の利便性向上および利用者増加につなげる事ができた。

また、旬な情報や需要が見込まれる情報を施設情報以外にも特集として展開する事により、利用者の興味を引き、またGoogle社のストリートビューを活用した水中コンテンツの撮影を行う事により、これまで以上の需要に対応できる情報発信を行った。

2. 沖縄観光誘致対策事業

「沖縄県観光振興基本計画」の目標フレームの達成に向け、「ビジットおきなわ計画」で示された各戦略を展開するため、観光関係業界・団体と一体となって、観光キャンペーンやメディアを活用した広報宣伝をはじめとする各種観光宣伝事業を展開した。

また、新たな市場の開拓として、観光客全体に占める外国人観光客の比率を高めるため、国の実施するビジット・ジャパン事業と連携を図りながら、外国人観光客の誘客・受入の取組促進を図った。

さらに、観光客の継続的・安定的誘致を図るため、県外・海外に向け、旅行者のニーズに沿った情報発信等に取り組んだ。

(1) 誘客プロモーション対策事業

1) テーマ別誘客プロモーション事業

①国内誘客プロモーションの展開

県内観光関係業界・主要団体等の多様な団体との連携体制の構築を図り、修学

旅行等のテーマに特化した誘客プロモーションを展開した。修学旅行においては国内、海外からの修学旅行に対して空港歓迎式の支援および開催を実施して歓迎の意を表明し、継続的な誘致を図った。

＜空港歓迎式開催実績＞

ア．香港神託會培敦中學空港歓迎式

日時：平成 28 年 6 月 25 日（土）11:30～12:30

場所：那覇空港国際線ターミナル 到着ロビー

内容：横断幕を使用しての歓迎式

（ミス沖縄より歓迎のあいさつ、花束及び星砂の贈呈、記念撮影）

イ．第 35 回春日市少年の船事業の空港歓迎式

日時：平成 28 年 8 月 17 日（水）11:00～12:00

場所：那覇空港国内線ターミナルビル 到着口 B

内容：横断幕を使用しての歓迎式

（ミス沖縄より歓迎のあいさつ、花束及び星砂の贈呈、記念撮影）

ウ．「第 9 回 KOBE 夢・未来号・沖縄」空港歓迎式

日時：平成 29 年 1 月 7 日（土）10:50～11:30

場所：那覇空港国内線ターミナルビル 到着口 B

内容：横断幕を使用しての歓迎式

（ミス沖縄より歓迎のあいさつ、花束及び星砂の贈呈、記念撮影）

②海外誘客プロモーションの展開

インバウンド旅行社や関係業界・団体と連携し、本県への入域客数の増加が著しい、外国人観光客受入体制の整備、誘客キャンペーン展開を機動的に実施した。中でもビジット・ジャパン地方連携事業は、内閣府沖縄総合事務局と地方連携先の沖縄県及びOCVBが事業の主体となり推進するもので、事業費は内閣府沖縄総合事務局と連携先で負担した。

＜平成 28 年度ビジット・ジャパン地方連携事業＞

ア．東南アジア市場誘客事業

契約期間：平成 28 年 6 月 27 日～平成 29 年 3 月 10 日

落札者：株式会社アドスタッフ博報堂

実施内容：著名人等を起用したメディア招聘事業

イ．世界遺産を結ぶ「海の道」プロジェクト事業（九州運輸局連携事業）

契約期間：平成 28 年 8 月 1 日～平成 29 年 3 月 24 日

落札者：株式会社 JTB 九州

実施内容：欧米市場クルーズキーパーソン招請

（２）路線別誘客プロモーション事業

航空会社、旅行会社及び県内自治体、観光関連団体との連携のもと、OCVB 県外事務所の機能や、観光情報ウェブサイトを活用した誘客イベントや沖縄物産展を効率的に展開し、訪沖旅行の需要喚起を積極的に行った。

１）イベント等参加・支援事業

〔国内〕首都圏他、単独直行路線の就航する地方都市も見据えた誘客イベントの開催

首都圏において物産展、県外イベントと連携した観光誘客促進プロモーションを実施した。３月に実施した茨城直行便就航キャラバンでは、スカイマークが茨城空港から那覇空港線の直行便を再就航したことから、茨城県、スカイマークと連携し、より多くの方々へ沖縄の魅力を伝えるため就航日に向けた誘致強化プロモーションを展開した。

<沖縄観光キャラバン>

期間：平成 29 年 3 月 23 日（木）～3 月 27 日（月）

内容：茨城県知事表敬訪問・県庁記者クラブにて取材対応・メディア訪問・茨城空港 7 周年イベントにて PR 等

〔海外〕新たな海外路線の誘致、訪沖旅行の需要喚起を図る誘客事業の実施
ア．新規開拓市場：豪州旅行雑誌「International Traveller」編集者招聘事業

豪州にて大手旅行雑誌媒体である「International Traveller」に沖縄観光記事の特集を組み、読者へ旅行地としての沖縄の魅力発信を行ない、訪沖意欲を高めることを目的として、当該雑誌の編集者の招聘を行った。

招聘期間：平成 28 年 11 月 15 日（火）～11 月 20 日（日）

※ 沖縄滞在期間 11 月 16 日（水）～11 月 19 日（土）

被招聘者：オーストラリア国籍 女性 1 名

掲載媒体：International Traveller 2017 Mar/Apr 号 4 ページ

取材地：沖縄本島、八重山諸島

取材対象：食文化、伝統工芸、世界遺産

イ．「Routes Asia 2017」沖縄ホストブース施工及び運営（追加業務）

世界有数の航空路線開設商談会「Routes Asia 2017」開催にあたり、開催地沖縄のホストブースを設置した。（沖縄観光国際化ビッグバン事業-海外路線誘致活動強化事業 25,359,041 円）。

世界各国から参加された航空会社、空港会社、政府観光局等（合計約 900 名）を対象に、ホストブースを通じて開催地としてのおもてなしの意を込め、ドリンク、おみやげ、フォトスポット、観光情報を提供するとともに、沖縄観光のブラ

ンドイメーグである「Be. Okinawa＝本来の自分を取り戻せる島」の発信を行い、路線誘致及び誘客を図るにあたり、より効果的な運営を行うために発生した業務（水槽の設置、カフェコーナーの実施、ゲーム機の装飾等）を追加委託した。

ブース設置期間：平成 29 年 3 月 19 日（日）～21 日（火）

設置場所：沖縄コンベンションセンター

ウ．戦略開拓市場直行便運航支援事業

戦略開拓市場から沖縄県内へ国際連続チャーター便を運航する航空会社に対して支援することにより、国際連続チャーター便の運航促進、ひいては定期便化につなげることを目的として、支援事業を実施した。沖縄県シンガポール事務所との綿密な連携のもと、戦略開拓市場の航空会社および旅行会社と調整を行い、連続チャーター便の運航を実現させることができた。

実施期間：平成 28 年 4 月 1 日～平成 29 年 2 月 28 日

助成件数：1 件（シルクエア―2016 年 12 月 31 日運航便）

2）沖縄ナイト事業

沖縄ナイトを大阪、東京、及び台湾、韓国、香港において開催した。沖縄振興へ多大な貢献をしてきた関係者および団体に対し、感謝の意を表するとともに、沖縄観光の方針ならびに新たな取り組み等の発信、情報の共有を図る場を設けることにより、関係者の沖縄振興に対する理解を深め、更なる協力への意識醸成に資することができた。

また、物産、農水物や芸能など多様な観光コンテンツをフックに沖縄観光の幅広い魅力を紹介することにより、航空会社や旅行会社を始めとした主に国内の送客側企業・団体に対して旅行商品造成等へのモチベーションとする取り組みを行った。

観光地としての沖縄の知名度だけを頼りにすること無く、常に新しい魅力を発信する機会を自ら創出し、県内観光関係事業者と一体となった PR を行うことによりその熱意を伝え、今後の送客意欲を高めることができた。

国内においては、これまで沖縄振興に尽力いただいた関東エリア・関西エリア関係者へ感謝の意を表するとともに、2016 年の沖縄観光の方針ならびに取り組みを発信、共有することで、沖縄観光のさらなる飛躍へ繋げる機会とした。今年度は両エリアとも開催会場を一新し、新たな沖縄観光のイメージを打ち出すことにより、観光入域客数 1000 万人達成に向けた機運を高めるべく実施した。東京会場においては海外向けの沖縄ブランディングとして展開している「Be. Okinawa」の国内適用についての発表を行い、来場者やメディアに広く周知することができた。

海外においては、台湾に加え、新たに韓国、香港で開催し、重点市場における

沖縄観光への需要の安定化、沖縄商品の高付加価値化を図った。新たな沖縄の魅力 PR を行い、海外の観光関係者の新たな沖縄商品開発への意欲を高めることができた。

<開催概要>

①沖縄ナイト in 大阪

日時：平成 29 年 1 月 25 日（水）18：00～20：00

場所：ホテルモントレグラスミア大阪 21 階「スノーベリー」

参加者：500 人

②沖縄ナイト in 東京

日時：平成 29 年 1 月 26 日（木）18：00～20：00

場所：セルリアンタワー東急ホテル 地下 2 階「ボールルーム」

参加者：1,100 人

③沖縄ナイト in 韓国

日時：平成 28 年 11 月 16 日（水）

場所：ザ・プラザホテル・ソウル

参加者：韓国側招待者 205 名、沖縄側 45 名

④沖縄ナイト in 台湾

日時：平成 28 年 11 月 25 日（金）

場所：マリオットホテル・台北

参加者：台湾側招待者 240 名、沖縄側 130 名

⑤沖縄ナイト in 香港

日時：平成 29 年 2 月 9 日（木）

場所：インターコンチネンタル・香港

参加者：香港側招待者 400 名、沖縄側 200 名

3) メディアミックス事業

統一したイメージ戦略に基づき、最も効果的且つ浸透性のあるマスメディアを活用した広報宣伝を展開し、本県観光リゾートのイメージアップと旅行需要の喚起促進を図った。

メディアミックス事業では株式会社 NHK プラネット九州支社・福岡放送局へ沖縄の観光情報を提供し、地域に密着したわが町の「お宝」「自慢」をテーマに、約 10 分のコーナーに生出演の為職員を派遣し、地元の旬の魅力を毎月発信した。

＜NHK 福岡放送局テレビ番組 はっけんテレビ 実施概要＞	
番組名	地域情報番組「はっけん TV（テレビ）」（NHK 総合テレビ） （「教えて！ふるさと自慢」コーナー内、生放送）

放送時間	(九州・沖縄) 午前 11 : 30 頃～11 : 45 出演コーナーは午前 11 : 35～、約 10 分ほど
放送エリア	九州・沖縄エリア

<放送内容>

- ・糸満ハーレーについて
- ・八重山の観光情報について
- ・与那原大綱曳について
- ・久高島の観光について
- ・イチハナリアートとうるま市の観光について
- ・壺屋陶器まつりについて
- ・大宜味村の食と観光について
- ・もとぶ八重岳桜まつりについて
- ・黒島牛まつりについて
- ・伊江島ゆり祭りと伊江島の観光について

4) 観光宣伝物作成事業

観光関連団体・企業の協力を得て、本県観光（離島地域含む）の魅力を紹介・宣伝する各種印刷物を作成し、旅行会社をはじめ、旅行者への提供、県外における各種誘客イベント事業等において活用し、旅行需要の拡大を図った。今年度は観光ガイドブックをリニューアルし、発地向けの沖縄誘客用ガイドブックとして、ペルソナを 20 代後半の自立した女性に設定しつつも子供からシニアまで親しみやすい内容で制作した。リニューアル前のガイドブックに比べ写真やイラストなどを多用し視覚的に沖縄の魅力を訴求するとともに、新たな沖縄観光のコンテンツを掲載してリピーターにも訴求できる内容となり、県外イベントや旅行会社、観光案内所などで沖縄観光の情報発信を実施することができた。また、当委託事業で撮影した写真素材は 25 のロケーションで 652 点に上り、OCVB 実施する様々な観光プロモーションに活用することができた。

①各種印刷物、制作物

- ア. 総合ガイドブック日本語版
- イ. ファンシーバッグ
- ウ. 観光宣伝ポスター
- エ. ノベルティ制作等（星砂キーホルダー、コースター、花笠マハエシール等）

(3) 外国人観光客誘致基盤形成事業

1) クルーズ船誘客促進事業

本県へ入域するクルーズ船の寄港を促進し乗船客の増大を図ることにより、平成 28 年度の誘客戦略である「ビジットおきなわ計画」で設定した外国人観光客数 200 万人の達成や、将来の入域観光客数 1,000 万人の実現に向けた基礎的需要創出を図った。

これらの取り組みの成果もあり、平成 28 年度の海路客は昨年度実績数を超える見込みとなっているほか、平成 29 年の沖縄県内各港湾への寄港数についても、平成 28 年の 387 回を上回る過去最多の 500 回超の寄航が予定されるなど、クルーズ船の寄港増加や海路客の拡大の流れを形成した。

主な事業内容としては、香港発着チャータークルーズへの歓迎対応並びに欧米地域発着クルーズ船へのシャトルバス運行支援事業をおこない、船社及び乗客の寄港満足度向上を図った。

①香港中国旅行社創立 88 周年記念チャータークルーズへの歓迎対応

2016 年 1 月ロイヤルカリビアン香港支社への訪問時、同社の重要なパートナーである香港中国旅行社の創立 88 周年を記念するチャータークルーズへの歓迎対応依頼があった。当該旅行社は沖縄への送客実績を持つ香港大手旅行社であり、今後の継続寄港に繋がることが期待できるため、同旅行社のチャータークルーズへの受入対応支援を行った。

実施対象：ボイジャー・オブ・ザ・シーズ号

実施日時：平成 28 年 6 月 19 日（日）

実施場所：那覇新港クルーズターミナル（若狭バース）

実施内容：若狭バースから県庁前のシャトルバスの運行支援、歓迎横断幕の掲出、琉装スタッフによる乗客へのプレゼント配布（星砂 4,000 個）

②シャトルバス運行支援

クルーズ船社からの依頼に応じて、県内で初寄港、オーバーナイト、フライ＆クルーズ、または欧米発着クルーズを対象に、港から市街地までのシャトルバスの運行支援をおこない、乗客の利便性向上による寄港満足度の向上並びに市街地における観光機会の創出による消費単価の増加を図った。具体的には、下記 1 隻の欧米地域発着クルーズ船に対して支援をおこなった。

対象船名：ハパグロイド社「オイローパ」

実施時期：＜石垣港＞平成 29 年 3 月 22 日 石垣港～離島ターミナル
＜那覇港＞平成 29 年 3 月 23 日 若狭バース～沖縄県庁横

支援内容：バス台数：4 台（3/22、3/23 各 2 台）

誘導員数：4 名（3/22、3/23 各 2 名）

2) 観光情報サイト管理・運営

観光情報 WEB サイトとして公開している「おきなわ物語」及び「Be. Okinawa」などの各種観光 Web サイトのサーバー機器運用やセキュリティ確保、設置機器および累計情報の保全、ソフトウェア更新などによる機能保全を図り、あわせて当該ウェブサイトの保守管理や分析を行い、安全かつ円滑な運用を図った。また、「おきなわ物語」や「Be. Okinawa」サイトの各コンテンツについても記事作成や翻訳を行いコンテンツを拡充させることが出来た。

おきなわ物語 年間 PV 数/UU 数：7,384,502PV / 1,476,386UU

Be. Okinawa 年間 PV 数/UU 数 ※10 言語合計：3,409,563PV / 803,936UU

※PV＝ページビュー UU＝ユニークユーザー数

3. カップルアニバーサリーツーリズム拡大事業

誘客ターゲットをウエディングからカップルアニバーサリー（プロポーズ、ウエディング、ハネムーン、バウ・リニューアル等）を予定する者及びその関係者、リゾートへの旅行に憧れをもつ世代（大学生～新社会人）に拡大し、カップルで訪れる旅行先として、国内外から選ばれるようブランド力を強化し、カップルアニバーサリー前後の観光により滞在日数の増加を促し、経済効果を観光産業へ波及させることを目的として、プロモーションと受入体制強化事業を実施した。

県が掲げるリゾートウエディング実施組数 15,000 組達成に向けては、従来のイベント出展やメディアを活用したプロモーションに加え、沖縄リゾートウエディング協会（以下、ORWA）、アニバーサリー関連企業及び観光等関連業界との連携を図りながら、来沖の満足度を高めることにより、潜在的な沖縄観光のPR展開を促進した。

成果として、平成 28 年(暦年)の沖縄リゾートウエディング実施組数は 15,399 組（前年比 108.6%）と、国内、海外組数いずれも過去最高を記録した。

また、人気のビーチやチャペルに加え、ホテルやガーデン、琉装スタイルなど多様な沖縄アニバーサリーの魅力をプロモーションし、新たな魅力創出に結び付けるとともに、関連事業者にハッピーアニバーサリーキャンペーンへの参画を呼び掛け商品造成と受入体制整備を実施した。

(1) 国内プロモーション

沖縄カップルアニバーサリーツーリズムの認知度向上に向けたプロモーションとして、首都圏、関西エリア、東海エリア、北陸エリア、北海道、九州を重点地域と位置づけてクロスプロモーションを実施し、国内客のリゾートウエディング実施組数 13,532 組、対前年比 106.4%を達成した。今年度首都圏では、

「OZ 女子旅 EXPO」、「JTB ウエディング EXPO」、「チャンプルーカーニバル」、「ツーリズム EXPO」、「ORWA 東京フェア」と 5 回の出展を実現した。加えて、北海道「さっぽろオータムフェスト」、静岡「テレビ静岡主催ガールズパーティ」、福岡「TNC 主催きらめきパーティ」と、全国で合計 8 回のイベントにブース展開を実施し、来場者数のトータルは、615,032 人に上った。

全国紙媒体においては、初の男性向けプロモーションとして「MEN'S NON-NO」を活用し、カップル旅行の喚起、プロポーズ旅行、チャペルの視察、バウ・リニューアルの言葉の認知を目的とした紙面掲載を実施した。

横浜、関西、名古屋においてはアニバーサリー関連事業者、旅行会社の店舗に旬香周島ターゲット別プロモーションの三世代旅行の抜き刷りや国内プロモーションの情報を提供し、各店舗での設置や店頭でのサンプリングなど、連携したプロモーションを継続した。更に各店舗の沖縄フェアを絡めるなど、次年度に繋がるプロモーションを展開した。

（２）海外プロモーション

海外プロモーションでは、重点地域である香港と台湾市場を中心に、関係する海外事務所と連携し、県内事業者の参加協力のもとプロモーションを実施した。その成果として、平成 28 年の海外客のリゾートウエディング組数は 1,867 組、前年比 128.1%を達成し、過去最高の組数となった。

香港では 70 万人の会員数を誇る香港最大級の WEB マガジン「ESD Life」や世界のトレンドをリードする「ELLE WEDDING」、ドラゴン航空機内誌「SILKROAD」を活用したアニバーサリープロモーション及び香港ウエディング EXPO へ 2 回の出展を実施した。

台湾では、WEB や雑誌媒体を活用したアニバーサリープロモーション及び販売会告知、メディア・ブロガーの招聘、および沖縄単独の成約会を実施した。また、OCVB 海外プロモーション課が出展した「台北国際旅行博（ITF2016）」や琉球新報社が台湾大手新聞社中国時報とタイアップした台湾人 FIT 旅客向け沖縄観光無料タブロイド紙「來去沖縄度假去」、また、月間沖縄まつりの事業において個別販売会の広報支援を受けて成約会の集客を高める事ができた。

今年度は、香港、台湾に次いで有力な市場である中国（北京、上海）の市場動向調査を実施した。

（３）ツール制作

ORWA 及び県内アニバーサリー関連事業者の協力のもと、Be.Okinawa を主軸とした沖縄カップルアニバーサリーのブランディングの統一を行い、沖縄県海外事務所、OCVB 海外事務所、OCVB 海外事業部と共に連携したプロモーションに

において、パンフレットを配布した。また、国内・海外のリアルイベントや成約会、各地フェアにおいて、沖縄アニバーサリーの情報を配布する際に、オリジナルバックを活用し、広く沖縄アニバーサリーを PR した。

（４）WEB サイト等情報発信

沖縄アニバーサリー（プロポーズ、リゾートウェディング、ハネムーン、バウ・リニューアル）の検討層や男女カップルに向けて、沖縄アニバーサリーの魅力やイメージを行動喚起させる沖縄の最新情報を発信した。特に、バウ・リニューアルという新たな言葉を認知、周知するページの作成で、新規商品造成を促進する第一歩の取り組みが出来た。また、中国大陸市場・韓国市場に向けたアニバーサリーの情報やコンテンツが不足している為、追加でコンテンツを制作した。また、新たな誘客促進を図ることを目的として、SNS を活用して計画的なプロモーションを実施した。成果として、定期的な情報発信やフェイスブックの広告、SNS 発信にて、昨年より PV（ページビュー）数が 20,000 以上増加した。また、新たなコンテンツが 6 個追加され、ウェブページの充実が図れた。

（５）受入体制強化

カップルアニバーサリーツーリズムの多様なニーズに対応し、また、事業の実施の共有や意見交換の為、関連事業者、ORWA、市町村の観光課と戸籍課との連携を推進するために本島、離島開催の連絡会を計 12 回開催した。本島の連絡会では毎回平均 40 名の参加があった。連絡会を通じて情報共有と自治体との連携を深めながら、地域の新たなコンテンツ、オフシーズンの取り込みとして、アニバーサリーを活用した展開等を提案することを協議した。

毎年増加している香港からのリーガルウェディングの受入に関しては、名護市・恩納村・読谷村と受入件数が集中している市村においては、ORWA が主導して定期的に改善会議を行い手続きの構築化が図られた。また、事業者によるリーガルウェディング手続きのトレーニング会議も行われており、自治体から評価を受け、本来目指すべき姿の ORWA の役割が大きな成果となった。

また、カップルアニバーサリーツーリズムを推進するに当たり、地域での観光消費増加のための体制作りや、県外での継続的なプロモーションが課題となることから、アニバーサリーで来沖する観光客増加を促進することを目的としたキャンペーンを実施した。8 月 1 日（観光の日）から 7 か月間実施したハッピーアニバーサリーキャンペーンは、旅行会社 2 社、アニバーサリー関連事業社等関係企業 28 社が商品やサービスを協賛するプレゼントキャンペーンで、キャンペーンサイトを通じて各社の情報発信告知を行い、アニバーサリー関連の事業者や商品の情報拡散を図った。キャンペーンサイトにおいては、ハッピーアニバ

一サリーキャンペーンの応募者数や PV（ページビュー）数が前年度の 3 倍と大きく上回った。背景にはウェディングの他に新しく加わったテーマ（プロポーズ、ハネムーン、バウ・リニューアル）により、幅広い層に興味関心を喚起した。また、テーマが広がった事で協賛企業も増加し、魅力ある協賛賞品 80 点を揃えた事もひとつの要因と言える。また、キャンペーンで収集したアンケートを協賛各社にフィードバックすることで、市場ニーズの情報共有及び更なる商品造成を図った。

4. 教育旅行推進強化事業

沖縄県への修学旅行は、沖縄観光産業を支える重要な分野であるが、県外の競合地における鉄軌道環境整備による本州内の移動利便性向上、航空機材の縮小化、貸切バスの料金体系改正、教育委員会が定める費用上限の固定化などによる外的要因から、取り巻く環境は厳しい状況が続いている。上記の背景をふまえ、修学旅行市場の変化等に対応し、安定的な沖縄修学旅行実施を確保するため、新たな取り組みを含む各種事業を実施した。

（１）沖縄修学旅行推進協議会並びに分科会の開催

修学旅行に係る受入関係者間の課題や提案などを共有する場として、沖縄修学旅行推進協議会と 5 つの分野の分科会（平和学習、輸送機能、商品造成・PR、宿泊機能、教育旅行民泊）を設置し、定期的な開催を行った。平和学習分科会においては、「新たな教育旅行商品開発調査研究業務」において県内の施設・壕・ガマの安全安心面に対する運営体制についてヒアリング調査を実施し、各団体の現状について分科会の委員間で情報共有を図った。また、糸満市観光協会・平和祈念資料館・(株) がちゆんの 3 者でアクティブラーニングの要素を含む新たな平和学習プログラムが開発された。輸送機能分科会においては、繁忙期におけるバス手配難の緩和を目的に OCVB 運輸ワーキング委員会と連携し、「学校行事等の開催時期移動」について沖縄県へ協力依頼文書を提出する運びとなった。また、バス乗務員の人材不足から引き起こされる手配難に対する取り組みとして、バス・タクシー協会に実態をヒアリングし、各組織の現状について分科会の委員間で情報共有を図り、今後はグッジョブ推進協議会へ加盟する市町村に対する協力要請や、県雇用/労働政策課との連携強化を確認した。商品造成・PR 分科会においては、フェア・キャラバンの実施時期や運営手法について議論を重ね、次年度事業に反映するよう協議した。また、沖縄修学旅行における行程の充実化を図るため、各地域観光協会と連携し、体験プログラムメニューの充実化や地域住民との交流から新たな地域魅力の訴求を図ることのできる、「エリア滞在型」の行程を造成した。宿泊機能分科会においては、県内各施設のアレルギーをもつ

生徒への対応状況について情報共有し、今後は保護者・学校・旅行会社・受入施設が、アレルギーを持つ生徒の情報を同じ様式で共有する仕組みづくりの必要性について合意した。また、ホテル予約システム導入について、現在利用している施設からの運用状況について共有してもらい、マーケティングデータや危機管理としての活用など導入メリットについて協議した。教育旅行民泊分科会においては、教育旅行分野における民泊と家主不在型民泊との差別化を図るため、当分科会の名称及び県内各受入れ団体においても統一して「教育旅行民泊」（略称「教育民泊」）とすることで合意した。また教育旅行民泊の安全・安心に関する対策及び品質の向上に向けた取り組みとして「沖縄における教育旅行民泊取扱指針」の必要性について合意し、その内容について委員間で協議を重ね策定に向けて取り組んだ。

- 1) 沖縄県修学旅行推進協議会は 3 回実施
- 2) 分科会各 4 回実施

（２）沖縄修学旅行フェア等の開催

県内外において「沖縄修学旅行フェア 2016」を実施した。県内フェアではエクスカーションとして県外の旅行会社および学校関係者 46 名を招聘し、各地域観光協会と協働で造成した「エリア滞在型」の新しい沖縄修学旅行の行程を体験していただいた。東京と大阪にて開催した県外フェアでは、首都圏および関西圏の学校関係者・旅行会社・航空会社を対象に、沖縄修学旅行の最新情報を発信した。また、元 THE BOOM 宮沢和史氏や尾木直樹氏による講演や、沖縄修学旅行を実施している学校からの事例紹介のほか、大阪 86 名、東京 141 名の来場者と 70 社余の県内事業者が商談を行った。そのほか、県外フェアの前後には、県内事業者と共に西日本・中部・関東エリアの旅行会社（86 社）へキャラバン訪問し、セールス活動を実施した。また説明会では、航空会社や他府県の空港利用促進担当部署と連携し、9 会場（兵庫県、千葉県、富山県、新潟県、石川県、愛知県、静岡県、福岡県、北海道）にて沖縄修学旅行の最新情報や支援事業の情報を発信した。

（３）学校に対する事前・事後学習支援

学校に対する事前・事後学習支援では、沖縄修学旅行を実施する予定の学校に対して、事前・事後学習用教材「おきなわ修学旅行ナビ」の提供や学校のニーズに即したアドバイザーを派遣し修学旅行の学習効果を高め、沖縄修学旅行の継続実施につながるよう取り組んだ。今年度は 39 名の登録アドバイザーにより、のべ 175 校（全額支援 147 校、一部支援 28 校）へ派遣を実施した。また、「おきなわ修学旅行ナビ」を活用した教員向けの副読本を制作した。

（４）新たな教育旅行商品開発の調査研究

戦後 71 年を迎え戦争体験者の高齢化が進むなか、県外における平和学習プログラムを提供する人材の育成や後継の手法、現代の需要に即した新たな平和学習のあり方について施設や他府県等の事例を踏まえた調査研究を実施した。併せて修学旅行生向けに沖縄県内で壕（ガマ・戦争遺構）を活用した平和学習プログラムを提供するガイド団体等の安心安全対策における運営体制についても、調査を実施した。また、沖縄への修学旅行を新規または継続的に実施している学校の満足度の向上を図り、今後の継続実施に繋げることを目的に、学校に対する新たな体験メニューの提案・提供として、外部の有識者による審査を経た体験プログラムを、県・OCVB が推奨するプログラムとして選定し、当該プログラムの実施に対して支援を行った。推奨プログラムは、「学習効果の創出」と「安全・安心」という基準で審査・選定した体験プログラムの提供支援（対象 46 校）を行い、新しい体験プログラムの魅力の提案と満足度の向上に繋げることができた。

（５）沖縄修学旅行模擬体験提供

沖縄修学旅行の新規実施校、時期変更、離島実施を検討する学校・航空会社・旅行会社関係者を対象に沖縄修学旅行の体験を提供し、その魅力と学習効果を体感していただくことで将来的な沖縄修学旅行の誘致を図ることが期待でき、13 件の利用があった。

（６）海外教育旅行受入れのための調査研究

海外からの教育旅行誘致及び県内での受け入れ態勢整備に向け、海外はタイ・シンガポール市場を対象に現地調査およびモニターツアーを実施した。国内先進地調査として、茨城県・大阪府・千葉県を対象に受け入れ態勢や受け入れ実績、誘致活動方法などを調査した。また、JNTO が主催する台湾で行われた訪日教育旅行セミナーへ参加したほか、台湾（10 名）、韓国（10 名）、タイ（34 名）、シンガポール（2 名）からモニターツアーを実施した。また、今後の誘致プロモーションで活用することを目的に、英語・繁体字・簡体字・ハングル 4 言語の教育旅行に特化した多言語ツール（パンフレット・WEB サイト）を作成した。そのほか、海外校からのニーズの高い学校交流について、県内の公立中学・高校を対象に受け入れ意向調査を実施し、中学校では 15 校、高校では 24 校が、海外校との交流に前向きな意向があることが確認できた。

5. 離島観光活性化促進事業

離島コンテンツフェアについては、今年度の新たな取り組みとして、従来の「東京エリア」に加え、新たなビジネスチャンス創出の場を構築する事により、新規商談成約の獲得を図ることを目指し、「大阪エリア」「名古屋エリア」を加えた3エリアで展開した。沖縄離島を4エリア（八重山諸島、宮古諸島、15 離島＝沖縄本島周辺離島、久米島）に分け、各出展社は、地域交流型プログラムや沖縄離島ならではの素材を活用したコンテンツを紹介し、来場者に向けて旅行商品の造成や送客拡大を呼びかけた。

また、離島コンテンツフェアと連動して実施した離島観光商品プロモーション事業では南北大東島、西表島、与那国島、多良間島等の観光商品にも支援を実施し、県・OCVB の課題である「小規模離島観光への誘客強化」にも寄与することができた。

航空会社連携プロモーションでは離島路線を持つ各航空会社と連携し、WEB や新聞、テレビ等各種媒体を活用し、多方面から、離島路線の認知度向上及び旅行先としての魅力を訴求することで、離島への来訪促進を図った。メディアミックス広告では、リトハク Web のリニューアルを行い、これまで課題であったサイト来訪者の回遊性の改善やサイト再訪者の増加などの効果が得られた。また、テレビ番組とのタイアップやリアルイベントも併せて実施することで、離島観光の需要喚起を図る相乗効果の高いプロモーションを実施することができた。

今後も各観光協会や観光関係団体、行政との連携を強化し、地元と一体となった、より相乗効果の高いプロモーションを実施することで離島の認知度向上及び来訪促進を図りたい。

（１）離島国内チャーター便の運航への助成及び広告費支援

離島交通アクセスの拡充を図る一環として、チャーター便の運航を促すとともに、離島航空路線の将来的な定着化を図るため下記の支援メニューを用意し、その公募・審査・精算等の業務を実施した。

＜支援内容＞

１）国内チャーター便支援事業

２）特定離島チャーター商品支援事業

国内チャーター便支援事業では事業の定着化もあり、平成 27 年度に比べ支援件数合計は増加（H27_61 件⇒H28_79 件）し、一定程度の成果をあげられた。また、課題であった東日本発地のチャーター便についても東北地方を中心に 26 件の支援ができた。

今後、定期便化、プログラムチャーター化につなげるためには、助成金の支援だけではなく、定期便化に向けたキャリアへのセールス活動、新規開拓が必須

である。来年度以降は、県、OCVB 営業推進室、東京事務所と連携し、本事業の周知及び定期便誘致を働きかけ、県外から沖縄県内に定期路線のあるキャリア、チャーター運航実績のあるキャリアを中心にアプローチしていきたい。

1) 国内チャーター便支援事業

チャーター便数：計 79 便 入域者数：計 4,284 人

2) 特定離島チャーター商品支援事業

チャーター便数：計 12 便

(2) 離島観光プロモーション

離島誘客のための広告や、旅行会社・航空会社と連携したキャンペーン、プロモーションツールの制作、来訪喚起、商品造成を促進するため、航空会社や旅行会社と連携したプロモーション、マスメディア等を活用した情報発信を下記のとおりに実施した。

1) 航空会社連携プロモーション

離島への路線を持つ各航空会社と連携・協力したプロモーションを実施することで、より効果的に路線の認知向上及び旅行先としての魅力を訴求することができ、計 607,769 名の送客に繋がった。(助成期間中の累計送客数 ※助成対象航空会社分)

2) 情報発信ツール制作

平成 27 年度に制作したリトハクパンフレットに利用者のニーズに応じた改訂を加え、より使いやすいツールとすることで、旅行社・メディア等の商品開発・造成促進へ繋がる情報発信を行うことができた。

3) 離島観光商品プロモーション

離島コンテンツフェアの商談を経て、各離島事業者と県外旅行社が連携して商品を造成し、計 3,600 名の離島への送客に繋がった。(助成商品による累計送客数)

4) 旅行社・メディア等招聘

沖縄本島周辺 15 離島及び久米島、多良間島、与那国島への誘客を促進するため、各離島の多様で魅力ある観光体験を提供することで新たな市場を開拓することを目的とし、旅行社およびメディアのべ 21 社 31 名を招聘した。

5) メディアミックス広告

リトハクサイトでは魅力的な記事の発信やサイトの改修などユーザーの導線や使いやすさの向上を意識した取り組みを実施することで、これまで課題であった直帰率（1 ページしか閲覧されなかった割合）の改善（前年比－6.3%）や平均滞在時間の向上（前年比＋26 秒）、サイト再訪者の増加（前年比＋9.9%）などの効果が得られた。その他、リアルイベント、TV 番組放映、沖縄 CLIP 等人気媒体とのタイアップなどを通し、相乗効果の高いメディアミックスプロモーションを展開した。

6) OKINAWA 離島コンテンツフェア 2016

各離島の新しい観光コンテンツを県外へ効果的に発信する商談会及びセミナーを東京、大阪、名古屋にて実施し、310 名の来場者を集め、商談数 307 件、成約件数 111 件の成果を挙げた。

7) 15 離島等重点プロモーション

15 離島を 4 圏域に分割しそれぞれの圏域の特色を活かしたストーリー性のある動画を製作。一つのそれぞれの動画を 3 分、1 分、15 秒の 3 パターンで制作し、使用用途に応じて広く離島を PR できるものとした。今後は離島の認知度を高める最大のコンテンツとして活用する。

8) その他（観光協会の事業サポート等）

離島の観光協会が主体となって取り組むプロモーションと、OCVB が実施する離島プロモーション展開や国内需要安定化事業で実施するプロモーションとの連動性を高めるため、宮古、八重山、久米島、15 離島の 4 エリアにおいて、観光協会や観光関係団体、行政が参加する離島観光活性化促進広域連絡会を延べ 21 回実施した。連絡会の中では主に年間のプロモーション展開や、全県的なプロモーションの連携方法等について意見交換等を行い、離島コンテンツフェア、ツーリズム EXPO ジャパン、サンゴの日記念イベント等、各離島圏域と連動したプロモーションの実施につなげた。また、離島主導の PR イベントや全県的なプロモーション等の機会を活用して、旅行未経験者市場の開拓及びリピーターの再訪促進の行動喚起を図った。

以上、これらの取り組みにより離島の魅力を広く発信し、未経験者市場の開拓、及びリピーターの再訪促進等沖縄離島への更なる誘客強化を図り、また、各離島が一体となって独自の特色を PR する機運をより一層醸成することができた。

6. 沖縄観光国際化ビッグバン事業

沖縄県における平成 28 年度の誘客戦略である「ビジットおきなわ計画」で設定した外国人観光客数 200 万人を実現するための基礎的需要を創出するために取り組んだ下記の事業の結果、平成 28 年度の外国人観光客数は過去最高となる 212 万 9,100 人（対前年比+27.5%）を記録した。

（１）海外路線誘致強化事業

海外と沖縄を結ぶ国際航空線の拡充を図るため、各市場の航空会社への各種セールス活動の展開、航空会社・旅行社の招聘事業等を実施し、平成 28 年度は計 6 本の国際線定期便の誘致に成功した。これらの沖縄路線就航を記念し、空港における就航記念式典・歓迎式等を開催した。

路線	航空会社名	便数/週	使用機材	座席数	就航年月日
仁川-那覇	大韓航空（KE）	7	B737-800	138	2016 年 5 月 5 日
香港-石垣	香港エクスプレス 航空（UO）	5	A320-200	180	2016 年 6 月 16 日
南京-那覇	上海吉祥航空 （HO）	5	A320	158	2016 年 7 月 1 日
台北-那覇	バニラ・エア （JW）	7	A320-214	180	2016 年 9 月 15 日
バンコク-那覇	Peach Aviation （MM）	7	A320-200	180	2017 年 2 月 20 日
高雄-那覇	タイガーエア台湾 （IT）	2	A320-200	180	2017 年 3 月 4 日

重点市場からの航空路線が充実しつつある反面、その他の海外市場からの国際定期便が未就航であることを踏まえ、ASEAN 地域からの航空路線誘致を目的にシンガポールやタイに路線誘致活動を展開し、平成 29 年 2 月にバンコクから初の国際線定期便が就航した。新規就航した航空会社には広告支援メニューを整備して、着陸料軽減措置への申請を促した。

また、世界中の主要航空会社が集い航空路線開設に関する商談等を行う「Routes Asia」の沖縄開催にあたり、関係機関と連携し、各航空会社との商談、ホストブース運営、VIP 対応などを行い、世界の航空業界における沖縄の認知度

向上を図った。

（２）国際チャーター便包括支援事業

国際チャーター便の運航促進を図り、定期便就航につなげることを目的として、市場の状況等を踏まえて下記の支援制度を設定し、制度の運用を行った。

＜支援メニュー＞

メニュー	支援状況
① 国際チャーター便支援事業	4 件/549 人
② 国際連続チャーター便運航支援事業 1. 国際連続チャーター便旅行商品造成支援事業 2. 国際連続チャーター便運航支援事業	48 件/1, 299 人 2 件/3 便/4, 654 人
③ 国際チャーター便地上ハンドリング費用等支援事業	7 件/25 便
④ 国際線受入体制強化緊急支援事業	12 件/63 人

航空会社・旅行会社を対象に上記 4 事業を実施したことにより、戦略開拓市場の動きが活発化した。シンガポールでは、シルクエアが主導となり連続チャーター便を 6 月及び 11 月～12 月に運航した。航空会社および旅行会社の販売意欲を高めた結果、搭乗率も高く、定期便化に向けた足がかりを築くことができた。

また、本県空港国際線におけるハンドリング受入体制整備を行うことにより、受入態勢の強化を図ることができた。特に、離島への国際定期便就航にあたって懸念されていた旅客サービス人材の確保・維持の課題が改善され、次年度の増便に繋げることができた。

（３）定期便就航促進・活性化支援事業

定期航空路便の就航促進、海外航空路線の拡充、新規就航路線の維持活性化を目的として、市場の状況を踏まえて下記の支援制度を設定し、制度の運用を行った。

＜支援メニュー＞

事業名	支援実績
① 国際定期便新規就航地上ハンドリング費用等支援事業	10 件/100 便
② 国際定期便新規就航安定化支援事業	10 件/14, 739 人
③ トランジット商品造成支援事業	105 件/1, 637 人
④ 航空旅客トランジット支援事業	19 件/1052 人

航空路線の新規就航の促進を目的に、上記①、②の支援を実施した。その結果、重点市場においては、香港エクスプレス航空が香港-石垣路線を開設した。また、当該支援により、戦略開拓市場における Peach Aviation (MM) のバンコク-那覇路線の新規就航を促進することができた。

一方で、定期便が就航していないマーケットの需要開拓を目的として、旅行会社を対象に実施した上記③の支援では、105 件 1,637 名に対して助成を行った。戦略開拓市場においては、OCVB や沖縄県海外事務所が実施するプロモーションと連携してキャリア・エージェントに支援を実施した結果、マレーシア及びインドネシアから初となる本格的な旅行商品の造成、販売、送客につながった。戦略開拓市場全体の助成件数は 14 社/55 件/1,461 人となった。新規開拓市場においても 5 社/44 件/107 人と前年と比べて増加した。

航空会社を対象とした上記④の支援は、3 社/19 件に対して助成を行い、戦略開拓市場からは 576 人、新規開拓市場化からは 476 人、計 1,052 人のトランジット入域につながった。

（４）海外新規市場開拓事業（新規開拓市場・戦略開拓事業）

沖縄県が注力的にプロモーション展開を進める戦略開拓市場の東南アジア地域及び新規開拓市場の欧米豪露等からの誘客を推進するため、主要旅行博等への出展事業、オンライン媒体による情報発信や航空会社・旅行会社等と連携したプロモーションを実施したほか、セミナー及び商談会への参加・開催、旅行会社・メディアの招請等を実施し認知度の向上並びに新規旅行商品造成の促進を図った。

現地主要旅行博等については、計 27 回（新規開拓市場 13 回、戦略開拓市場 14 回）の出展をおこない、各国旅行市場の旅行会社・メディア・一般消費者に対し直接的な沖縄観光PRを実施し、沖縄観光のブランディングと認知度向上を図った。

セミナー・商談会については、計 6 回（新規開拓市場 4 回、戦略開拓市場 2 回）のセミナー開催・参加並びに計 13 回（新規開拓市場 3 回、戦略開拓市場 11 回）の商談会に参加し、発地側旅行会社及びメディアへ対し、沖縄観光情報の発信強化、認知度向上、現地旅行社と県内観光関連事業者とのマッチング機会創出を図った。

招聘事業については、現地主要旅行会社 51 社 66 名（新規開拓市場 37 社 48 名、戦略開拓市場 14 社 18 名）、メディア 53 社 93 名（新規開拓市場 30 社 49 名、戦略開拓市場 23 社 44 名）を招請し沖縄観光に対する理解を深め情報発信の強化をおこなうことで、本県の認知度向上及び新規旅行商品の造成促進を図った。その結果、新規路線であるバンコク＝那覇定期直行便の就航並びにシンガポール＝那覇間での双方向チャーター便計 11 回の実施に繋がった。

トランジット客の推進については、新規開拓市場からのトランジット客の更なる需要喚起のため、航空会社とタイアップした広域でのプロモーションを実施した。具体的には、欧州市場で強いネットワークを持つスターアライアンス系

列の ANA 及びルフトハンザ航空と連携した沖縄トランジット促進キャンペーンを広域的に展開した。

また、更なる沖縄の認知度向上を目的に、当該地域における旅行社向けに世界最大手のオンライントラベルレーニングサイト「OTT」上にて e-ラーニングコースを開設した。また、FIT 層に焦点をあてた現地主要メディア活用プロモーションとして、英国メタサーチサイト「Skyscanner」、仏国日刊紙「Le Monde」、世界最大手 GDS プロバイダー「Amadeus」、タイ TVCM 広告、シンガポール大手新聞誌「The Straits Times」・「Lianhe Zaobao」・「MY Paper」等を通じた情報発信をおこなった。

沖縄県内の観光事業者の海外セールス活動支援については、ホテル業、インバウンド旅行会社など県内事業者のべ 41 社/57 名のセールス活動（旅行博・セミナー参加、独自セールス活動等）を支援した。その結果、戦略開拓市場及び新規開拓市場から沖縄に直接入国した外国人観光客数は、平成 28 年(暦年)は 373,300 人、対前年で 131,100 人の増となった。

（５）海外市場誘致強化事業（重点市場）

沖縄県が重点市場として位置づけている台湾、韓国、香港、中国本土からの誘客を拡大するため、県の海外事務所や OCVB の海外事務所と連携しながら、旅行博への計 29 回の出展をおこない、各国旅行市場の旅行会社・メディア・一般消費者に対し直接的な沖縄観光 PR を実施し、沖縄観光のブランディングと認知度向上を図った。また、航空会社・旅行会社等と連携したプロモーションを実施したほか、航空路線誘致及び旅行商品造成を促進するために、トップセールス、沖縄観光セミナー、旅行会社・メディアの招聘等を実施した。あわせて、沖縄への再訪意欲喚起及び物産プロモーションとの相乗効果創出を目的に、県物産品の海外販路拡大事業を展開する事業者とタイアップしたプロモーションや OCVB 他のセクション（MICE、スポーツ、リゾートウエディング、離島、教育旅行、広報チーム等）と連携した事業展開により、重点市場から計 5 路線の直行定期便の誘致に成功した（「（１）海外路線誘致強化事業」参照）。

（６）イノベーション事業

沖縄海外市場キックオフプロジェクトでは、沖縄ナイトを台湾、韓国、香港において、沖縄まつり、月間と称したイベントを台湾、香港にて開催した。沖縄観光の方針ならびに新たな取り組み等の発信、情報の共有を図る場を設けることにより、沖縄の観光振興施策に対する理解および更なる協力についての意識醸成に資することができた。沖縄ナイトでは、発地側のキャリア・エージェントをはじめ、在外公館、メディア、物産関係者等、沖縄振興に多大な貢献をしてきた

関係者および団体に対し、感謝の意を表することができた。

また、物産、農水物や芸能など多様な観光コンテンツをフックに沖縄観光の幅広い魅力を紹介することにより、航空会社や旅行会社を始めとした送客側企業・団体に対して旅行商品造成等へのモチベーションとする取り組みを行った。合わせて高付加価値商品造成促進事業による広告支援を行い、商品造成販売へのリスクを軽減することで販売まで繋げることができた。観光地としての沖縄の知名度だけを頼りにすること無く、県内観光関係事業者と一体となったPRを行うことにより、今後の送客意欲を高めることができた。

沖縄国際旅客ハブ形成促進事業では航空会社とタイアップをして国内外の周遊旅をPRし、国際旅客ハブの形成に繋げる取り組みを行った。

（７）海外コンテンツマーケティング事業

情報発信・受信の主流になりつつあるSNSに関しては、英・仏・独・露・タイ・インドネシア・マレーシアの各言語で情報発信、キャンペーンを行い、多くの市場で目標数を超えるファン数獲得することが出来た。特に英語や東南アジア市場においては、10,000以上のファン数を獲得し、沖縄の認知度向上に寄与した。個別記事のいいね！数やシェア数からも各市場ごとの嗜好を分析し、市場のニーズにあわせた記事作成も行い、より共感度の高い情報発信を行うことが出来た。Instagramについても本格的な運用をスタートさせ、#beokinaw タグを活用し、4,000以上のフォロワーを獲得した。Webサイトについてはリニューアルを行い、システムやドメインを統一化することで、SEOや更新性の強化を図ることが出来、次年度以降のコンテンツ更新やサイト解析・改善、FacebookなどのSNSとの連動についても円滑に行えるよう整えることが出来た。旅行口コミサイト「TripAdvisor」においては、沖縄県ページのアップグレードやビーチ特集の掲載を行い、同サイト日本のベストビーチの1位にニシ浜ビーチが選ばれるなど相乗効果を得ることが出来た。上記の取組に加え、JTNOのWebマガジンへの広告掲載や、リスティング広告、YouTube広告などを行い、ユーザーの目を沖縄に向ける取り組みを行った。

７．クルーズ船プロモーション事業

本県へ入域するクルーズ船の寄港を促進し乗船客の増大を図ることにより、平成28年度の誘客戦略である「ビジットおきなわ計画」で設定した外国人観光客数200万人の達成や、将来の入域観光客数1,000万人の実現に向けた基礎的需要を創出するために、次の事業を実施した。

これらの取り組みの成果もあり、平成28年度の海路客は昨年度実績数を超える見込みとなっているほか、平成29年の沖縄県内各港湾への寄港数についても、

平成 28 年の 387 回を上回る過去最多の 500 回超の寄航が予定されるなど、クルーズ船の寄港増加や海路客の拡大の流れを形成した。

(1) クルーズ船誘致活動事業

1) キーパーソン等招聘事業

クルーズ船の寄港決定、寄港地ツアー商品造成、及び商品販売等に関わる船社等キーパーソンを招聘し、本県がクルーズ船寄港地として適地であることを PR し、今後の寄港誘致促進並びにツアー商品造成を図った。

【招聘概況】

No.	会社名	招聘者（役職）	招聘日程	招聘後の動き
1	Norwegian Cruise Line	Luigi Razeto (Senior Vice President, Marine Operations)	4/24- 4/25	平成 30 年に「ノルウェー・ジョイ」による那覇寄港を検討中。
2	Star Cruises	Elaine Lo (Assistant Vice President, Tours & Travel Hotel Operations) Ken Lee (Executive, Tours & Travel Hotel Operations) Frankie Wong (Manager, Tours & Travel Hotel Operations)	6/20- 6/24	平成 28 年 8 月 31 日に「スーパースター・ヴァーゴ」が本部港へ初寄港した。
3	Star Cruises	Keith Lee Chee Ming (Cruise Director, SSQ) Superstar Aquarius) Crystal Wang Jing (Cruise Supervisor, SSQ) Lavilla Cesario Lawrence Mayores (Broadcast Officer, SSQ) Ocampo Epifanio (Broadcast Officer, SSQ) Selina Cao Ya Lin	11/7- 11/8	平成 29 年 1 月から「スーパースター・アクエリアス」が台湾発着で那覇及び石垣への通年運航を実施。

		(Tour Supervisor, SSQ)		
4	Cruise Media LLC	Teijo Niemela (Publisher)	12/17- 12/19	同社発行クルーズ 専 門 誌 『Cruise Business Review』 2017 年 3 月号で沖縄 記事掲載。＜VJ 地方 連携事業＞
5	Costa Cruises China	Feng Cheng (Sales Manager) Yang Ying Zhang (Sales Manager) 中国華南地域主要旅行社 16 社 16 名	1/8- 1/13	平成 29 年 1 月～4 月 まで「コスタ・ビクト リア」が県内に計 26 回（石垣 11 回、平良 2 回、那覇 13 回）の 寄港を実施。
6	Abercrombie & Kent	Suzana Machado D' Oliveira (Expedition Leader) Chieko Sakihana (Expedition Staff)	2/23- 2/27	平成 29 年 6 月にポナ ン社「ロストラル」を チャーターし、本部・ 石垣・平良への寄港 を予定。
7	Dream Cruise/Genting Hong Kong	Thatcher Brown (President) Christine Li (Senior Vice President, Cruise Marketing - China)	2/22- 2/23	平成 29 年 4 月～10 月 まで「ゲンティン・ド リーム」が那覇及び 平良へ寄港を予定。
8	Dream Cruise	Peter Pang (Assistant Manager Guest Excursion Onboard Revenue & Guest Experience)	2/27- 3/2	平成 29 年 4 月～10 月 まで「ゲンティン・ド リーム」が那覇及び 平良へ寄港を予定。

2) クルーズ展示会出展等

海外で開催されるクルーズ展示会等への参加をおこない、世界中から集うクルーズ船社並びに旅行会社等に対する本県への寄港誘致を図った。具体的には、韓国釜山で開催されたアジア地区最大規模の BtoB クルーズ展示会『シートレード・クルーズ・アジア』へ参加し、沖縄の認知度向上、船社との関係構築、そして船社の Destination としての沖縄に対する要望のヒアリング、各国プロモーション等の情報収集を目的とし参加をおこなった。

① シートレード・クルーズ・アジア（平成 28 年 5 月 韓国・釜山）

参加者：沖縄県観光振興課、OCVB

３）訪問セールス

中国広州市及び深セン市、香港、台湾、日本国内を拠点とするクルーズ船社及び旅行会社を訪問し、最新の寄港地観光情報及び各種支援事業等の周知を通じて本県の認知度向上並びに寄港誘致を図った。

- ① 中国・広州 4 社（スタークルーズ／ドリームクルーズ／コスタクルーズ／広東省中国旅行社）
- ② 中国・深セン 3 社（コスタクルーズ／深セン太子母港グループ／深セン康輝国際旅行社）
- ③ 日本 5 社（商船三井客船／日本クルーズ客船／郵船クルーズ／スタークルーズ日本オフィス／カーニバルジャパン）
- ④ 香港 3 社（スタークルーズ／ドリームクルーズ／プリンセスクルーズ）
- ⑤ 台湾 1 社（プリンセスクルーズ）

４）広報活動

海外船社を対象にクルーズ寄港適地としての本県の認知度向上並びに魅力発信を図ることを目的に海外のクルーズ業界専門誌「Seatrade Cruise Review」に広告を出稿し、特に離島地域を中心とした PR をおこなうことで県内寄港地の分散化を図った。

また、北米最大の会員数を有するオンライントラベルメディア「Travel Zoo」において、富裕者層向けオンライン広告キャンペーンを展開し、北米市場における沖縄の認知度向上並びに沖縄を行程に含むクルーズ商品の販売促進を図った。

そして、沖縄への定期クルーズ船の発着港となる中国・広州市、深セン市、廈門市において、新聞・SNS・現地イベントを活用したプロモーションを実施し、認知度向上並びに沖縄クルーズ商品の販売促進を図った。クルーズ船社と連携した広報活動として、下記の事業をおこなった。

- ① コスタクルーズ社タイアップ広西省メディア招聘事業（6 月）
- ② ロイヤルカリビアン社タイアップ広東省メディア招聘事業（6 月）
- ③ プリンセスクルーズ沖縄クルーズ PR フェア in シンガポール（7 月）

（２）クルーズ船寄港促進支援

本県への更なるクルーズ寄港の誘致促進を図るためのインセンティブとして、オーバーナイト寄港、沖縄発着フライ＆クルーズ、まだ寄港回数の少ない中城湾港及び本部港への寄港船を対象に入港経費の支援をおこなった。

また、クルーズ船社並びに旅行会社等とタイアップした沖縄クルーズ商品の

販売促進を図るためのセールスプロモーションを実施した。

1) 入港経費等助成

本県への寄港インセンティブとして、港湾寄港時に発生する入港経費（曳船料金）を助成し、本県寄港時に船社負担の軽減を図ることで、更なるクルーズ船の寄港誘致を図った。

【支援実績】

No.	寄港日	対象船名	助成対象者
1	4/7-4/19	にっぽん丸（那覇発着）	商船三井客船
2	4/14	ぱしふいつくびいなす（中城湾港）	日本クルーズ客船
3	4/13-8/3	Superstar Libra（中城湾港）	Star Cruises(HK) Limited
4	11/27	飛鳥Ⅱ（那覇停泊寄港）	郵船クルーズ
5	12/24	Chinese Taishan（中城湾港）	Bohai Cruises

2) 連携プロモーション（広告支援）

国内外で販売されている沖縄クルーズ商品の集客促進を図るため、スタークルーズ、カーニバルクルーズ、郵船クルーズ等のクルーズ船社並びに中国発着チャーター旅行社がおこなった新聞・雑誌広告やパンフレット製作トラベルフェア開催等に対し実施費用の一部を支援した。

【支援実績】

No.	寄港日	寄港船名	実施内容	支援先
1	11月24～ 12月7日	飛鳥Ⅱ（南西諸島クルーズ：那覇、石垣寄港）	パンフレット 製作支援	郵船クルーズ
2	8月19日～ 10月3日	ゴールデン・プリンセス（那覇、平良、石垣寄港）	トラベルフェア開催支援	カーニバル PLC シン ガポール支社
3	7月13日～ 10月31日	スーパースター・リブラ 及びスーパースター・ア クエリアス（那覇及び平 良、石垣寄港）	広告支援	スタークルーズ香港
4	4月～10月 1月～2月	スーパースター・アクエ リアス（那覇、平良、石 垣寄港）	広告支援（計 2回）	スタークルーズ台湾 （啓示廣告有限公司）

5	4月5日～ 27日	コスタ・ビクトリア・チャーター（石垣及び那覇寄港）	広告支援	XIAMEN RELAX TOUR INTERNATIONAL TRAVEL SERVICE CO. LTD
---	--------------	---------------------------	------	---

（３）受入体制強化事業

本県のクルーズ船寄港時の受入体制を強化し、乗客・乗員の沖縄滞在時の満足度を向上させ、継続した寄港につなげるため、次の事業をおこなった。

１）シャトルバス運行

クルーズ船社及びチャーターからの依頼に応じて、港から市街地までのシャトルバスの運行支援をおこない、乗客の利便性向上による寄港満足度の向上並びに市街地における観光機会の創出による消費単価の増加を図った。具体的には、下記４隻のクルーズ船に対して支援をおこなった。

【支援実績】

	実施期間	対象船名	支援先
1	6月19日	香港中国旅行社チャーター「ボイジャー・オブ・ザ・シーズ」那覇寄港	JTBGMT 沖縄営業所
2	11月27日～28日	郵船クルーズ社「飛鳥Ⅱ」那覇オーバーナイト寄港	郵船クルーズ（株）
3	2月23日	オーシャン・クルーズ社「ノーティカ」那覇寄港	デスティネーション・アジア・ジャパン
4	3月11日	キュナード社「クイーン・エリザベス」那覇寄港	東武トップツアーズ

２）船内沖縄 PR イベント

本県へ寄港するクルーズ船内へ案内 PR 要員の派遣をおこない、乗客に対する寄港地観光情報の提供と船内に設置した臨時観光案内所でのきめ細かな観光案内を実施し、沖縄についての理解・関心を深めるとともに、寄港前に観光プランを作成することによる乗客の利便性及び満足度の向上を図った。また、平成 29 年 4 月から沖縄への就航が決定した「ゲンティン・ドリーム」船内で開催された中国旅行社及びメディア向けのプレス発表会において寄港地プレゼンテーションを実施した。

① スタークルーズ「スーパースター・リブラ」

派遣期間：平成 28 年 8 月 17 日～8 月 21 日

派遣者：OCVB 職員 2 名、芸能団 6 名

- ② スタークルーズ「スーパースター・ヴァーゴ」
派遣期間：平成 28 年 9 月 10 日～9 月 13 日
派遣者：OCVB 職員 2 名、芸能団 6 名
- ③ 郵船クルーズ「飛鳥Ⅱ」
派遣期間：平成 28 年 11 月 25 日～11 月 27 日
派遣者：那覇市観光協会職員 1 名、那覇観光キャンペーンレディ 1 名
- ④ ドリーム・クルーズ「ゲンティン・ドリーム」
派遣期間：平成 29 年 3 月 3 日～3 月 5 日
派遣者：OCVB 職員 3 名

3) 通訳ガイド事前研修支援

寄港地ツアーに添乗する通訳ガイドの事前研修費を支援し、ガイドによる案内スキルのレベルアップを図り、乗客の寄港地ツアーに対する満足度を高め、本県へ訪れるクルーズ船及びリピート客を増加させることを目的とする支援事業については、寄港地ツアー取り扱い旅行社への周知をおこなったが、申請件数はなしとなった。

4) クルーズ船おもてなし支援

クルーズ船の受入体制強化の一環として、沖縄県へ寄港するクルーズ船に対し各港湾クルーズ促進連絡協議会/観光協会/市町村等が実施するクルーズ船受入に要する経費の一部を助成し、沖縄県内各港湾に寄港するクルーズ乗船客の満足度を向上させ、継続的な寄港誘致を図った。具体的な助成団体名及び助成金額は下記のとおりとなった。

【支援実績】

No.	助成団体名	OCVB 助成金額（円）
1	那覇クルーズ促進連絡協議会	4,299,123
2	宮古島クルーズ客船誘致・受入環境整備連絡協議会	3,720,000
3	中部広域市町村圏事務組合	2,958,176
4	本部港クルーズ促進協議会	70,200
5	一般社団法人久米島町観光協会	28,521

(5) ツール制作等

船社・旅行社セールス及び PR イベント等で使用する沖縄観光ガイドブック（中国語簡体字 4,500 部及び繁体字版 4,500 部）及びガイドマップ（英語版 4,000 部、中国語簡体字版 2,000 部、中国語繁体字版 2,000 部）の作成をおこなった。作成した各種ツールについては、船社や旅行社へ提供し、沖縄に対す

る知識を深めてもらうことで、更なる寄港促進や販売促進を図るとともに、多様な寄港地観光ツアー商品の造成に資する参考資料として、また旅行社店舗での配布資料として活用をおこなった。

8. 戦略的 MICE 誘致促進事業

国内 MICE 需要の確保や海外 MICE の誘致を推進することにより、平成 28 年度の誘客戦略である「ビジットおきなわ計画」で設定した観光客数 840 万人（うち外国人観光客数 200 万人）達成や、将来の観光客数 1,000 万人を実現するための基礎的需要を創出するために、下記の事業を実施した。

これら取り組みの成果として、平成 28 年度の MICE 開催歓迎支援件数は、291 件（前年度比 2 件増）、全体の参加者数は 100,340 人（前年度比 17,903 人増）となっており、そのうち、海外からの MICE については支援件数 120 件（前年度比 24 件減）、22,915 人（前年度比 2,548 人増）となった。前年度に比しての件数減の要因としては、海外からのインセンティブツアー取扱旅行社の希望する支援が、物的支援（開催歓迎支援）から、経済的支援（MICE シャトルバス運行支援など）へとシフトしていることにあると推察される。（MICE シャトルバス運行支援実績／昨年度 158 件に対し今年度は 160 件）また、今年度はウチナーンチュ大会の開催はあったものの、7,000 名規模の国内学会や 1,000 名を超える規模の大型学会などが 15 件以上開催され、大型案件の増加傾向が伺えた

（１）広報活動

沖縄での MICE 開催の魅力を国内外へ広く発信するため、MICE 商談会・見本市への参加、沖縄 MICE セミナーの開催、MICE 関係メディアを活用したプロモーション、これら取り組みで活用するツールの作成を行った。

具体的には、国内の MICE 見本市の IME（国際ミーティングエキスポ・東京）や海外での商談会である IMEX（IMEX Frankfurt・ドイツ フランクフルト）、AIME（Asia-Pacific Incentives and Meetings Expo・オーストラリア メルボルン）等の商談会・見本市および JNTO の主催する MICE 誘致セミナーなど計 19 回参加、延べ 285 件の商談を行い、リゾート MICE 沖縄を PR した。

また、国内においては航空会社とタイアップし、沖縄直行便が就航している大阪（32 社 101 名）と名古屋（23 社 41 名）、福岡（19 社 71 名）にて、インセンティブ（報奨旅行）セミナーを開催すると共に、県内・東京・大阪等、計 3 都市 15 団体の学会事務局在籍のキーパーソンを訪問し、誘致活動を行った。

海外においては、JNTO 主催のセミナーへ積極的に参加し、近年経済発展の著しい東南アジアを中心に MICE 沖縄開催の魅力を PR することができた。

また、プランナーズガイドブックやコンgresバック、今年度は新たに「ユニ

ークベニュー」と「体験プログラム」専用のプロモーションツールを作成し、展示会や商談会、セミナーで活用したほか、MICE 関連事業者（旅行会社、PCO、ミーティングプランナー等）への提供を通じて、沖縄開催の動きを誘発した。

県内においては、沖縄型 MICE 推進モデルとして「沖縄 MICE プロジェクト」を開催し、県内事業者と国内外の事業者のビジネスマッチングの機会を創出した。同プロジェクトには、県内 MICE 関連企業・団体 118 団体（延べ）、国内外からの招聘者計 95 名が参加し、815 件の商談が実施された。今年度は開催スタイルを、前年度までの招聘時期を一つにし、大規模な展示商談会を開催する「集中型」から、市場ごとに細やかな対応と集中した商談実施を目的とした「分散型」に変更して実施した。商談会、視察旅行および沖縄らしいテーマパーティーの模擬体験を通じて、沖縄における MICE 開催への関心を高めることに成功した。

（２）開催支援

沖縄での MICE 開催を加速するため、沖縄県の指示を受け、主催者等に対する下記の支援メニューを用意するとともに、その公募・審査・清算等の運用を実施した。

【支援実績】

支援メニュー	国内 (件)	海外 (件)	合計 (件)	参加人数等
① MICE シャトルバス運行支援	85	75	160	シャトルバス(1,240 台) ジャンボタクシー(77 台)
② MICE 旅行支援	30	62	92	15,138
③ 重点的 MICE 誘致開催支援	0	0	0	0
④ 学術会議等開催支援	10	12	22	17,409
⑤ レセプション支援	0	1	1	13
⑥ 開催歓迎支援	17 1	12 0	29 1	100,340

具体的には、MICE シャトルバス運行支援、MICE 旅行支援、学会誘致開催支援、MICE 開催歓迎支援などの各種支援メニューを活用することにより、MICE 開催時の満足度向上を図ると同時に、開催件数の増加や多様な地域からの参加者の拡大につなげた。

（３）受入体制整備（エリア開発、情報受発信システム構築）

沖縄での MICE 開催を定着化させ、さらに魅力的なものとするため、県内各地の観光協会が管轄する地域における、ユニークベニュー、チームビルディング等の MICE 資源を発掘するとともに、地域内の MICE 関係者が一体となった連携体

制を構築することにより、地域発信型の MICE コンテンツの開発を推進した。前年度にコンテンツ開発のエリア地域として選定した読谷村においては、「座喜味城跡」を地域 MICE 資源としたセールスツールを作成。また、新規エリアとして離島地域より「石垣市」を選定し、次年度のモニターイベント実施に向けた関係機関との協力体制構築の基礎を築いた。

また、既存の沖縄 MICE 情報 Web サイトを、コンテンツ拡充を目的としてリニューアルした。閲覧者が情報に容易にたどり着けるよう、目的別にメニューを配置して操作性の向上を図ったほか、Web 事業者の手を離れたあとも事務局側で情報の追加・削除を可能にし、旅行会社や PCO 等の MICE プランナーよりかねてから要望のあった、企画書用素材としての県内 MICE 関連事業者および施設の写真を収集・公開し、機能性を高めた。

9. 観光誘致対策事業（観光整備課）

国内 MICE 需要の確保や海外 MICE の誘致を推進することにより、平成 28 年度の誘客戦略である「ビジットおきなわ計画」で設定した観光客数 840 万人（うち外国人観光客数 200 万人）達成や、将来の観光客数 1,000 万人を実現するための基礎的需要を創出するためことを目的に、戦略的 MICE 誘致促進事業と合わせて誘致・支援・受入に係る事業を実施した。

本事業において具体的には、MICE の沖縄開催案件誘致を促進するため、MICE 主催者および関係者へのセールス訪問を行ったほか、マーケティングに係る会議やセミナー等へ出席した。

また、支援事業においては、国内外から MICE 案件の開催を目的として来沖する団体又はその手配を行う旅行会社等のうち、一定の条件を満たす者に対して、空港歓迎式の実施、ミス沖縄や芸能アトラクションの派遣等 23 件の支援を実施。また、「MICE シャトルバス・ジャンボタクシー運行支援」については 3 件実施した。

さらに、国主催の国際会議である「太平洋島嶼国観光実務者会合」開催に際し、沖縄における MICE 開催の魅力ならびに観光資源の魅力とケーススタディ披露の一環として、参加者向けエクスカーションを企画、実施したほか、沖縄国際映画祭の開催に伴い、海外及び全国各地から来県するゲスト及び各種メディア関係者等を招待して歓迎の意を表明するため、沖縄県内自治体や沖縄国際映画祭実行委員会と共同でのイベントを開催した。

10. 東京事務所運営事業

東京を中心とする首都圏及びその他東日本地域について、航空会社や旅行会社等から沖縄観光についての現況および先行需要等のヒアリング調査の実施や、

関東圏域における旅行マーケット動向の調査・分析を行い、より効果的な誘客を図るため、様々なプロモーション活動を含めたマーケティング活動を行った。また、今年度より新設された「営業推進課」と連携し、これまで直接的な連携の機会がなかった旅行会社へのセールス活動も積極的に行い、旅行会社を通じた個人旅行の販売強化の取り組みやイベントと連動させた送客の導線作り、団体旅行向けの MICE のコンテンツ紹介やサポート事業の周知などを行うことができた。

プロモーションについては新規需要開拓および消費額向上を念頭に、ターゲットを絞ったイベントへの参画やメディアを活用した展開を行った。一例として、開拓余地のある北関東エリア（栃木、群馬、茨城）での FM ラジオの人気番組内での沖縄観光コーナーの展開や、旅行会社や地域観光協会と共同でアクティブシニア専用の高級マンションコミュニティでのイベント実施、ビジネス誌でのプレミアムフライデーをフックとした男性一人旅という新たな切り口での特集記事掲載など、最新のトレンドやエリア及び客層の特性に呼応したきめ細かいプロモーションを実施し、今後発展的展開が望める基盤づくりを行った。

また、旅行会社との連携強化については、ホールセラー（卸し）旅行社に加え、リテーラー（営業店舗）の旅行社店舗ともタイアップし、合計 435 店舗での一斉沖縄キャンペーンを実施し、需要が落ち込んでくる秋以降の沖縄の露出強化と販売促進を面で行うことができた。MICE についても沖縄県国際会議誘致班とも連携し、インハウス（企業内）系旅行社や中小旅行社への新規訪問を行い、全国の営業マン向け勉強会を設けてもらうなど踏み込んだ取組を行うことができた。

この他、近隣施設の「Sony ビルディング」「銀座わしたショップ」、当事務所が入居する「東京交通会館」などと連携した有楽町・銀座エリアでの一体となった情報発信に加え、引き続き、都内の沖縄料理店のネットワークや、県出身アーティストが発信するメディア媒体など、他機関と連携を行い、多角的情報発信に努めた。

こうした活動やその他首都圏での沖縄関連のイベントやプロモーション情報を在京の観光及びマスメディア関係各位と共有することを目的に、SNS（Facebook）を活用しての迅速な情報発信を随時行った。さらに当事務所の認知度向上を図り、発信力を高めるため、事務所のショップカードも作成し、幅広い関係機関やイベントで設置いただいた。

修学旅行誘致に関する事業においては、引き続きアドバイザーの学校への派遣、並びに「公益財団法人日本修学旅行協会」「公益財団法人全国修学旅行研究協会」との定期的な意見交換等に加え、新たに石川県や静岡県などの地方での修学旅行説明会の実施や、航空会社と連携した富山県での説明会、物産展と併催で新潟県での説明会など新たな試みを通し機動的なプロモーションを行った。

また、在京の沖縄観光関係者で組織する関東沖縄観光連絡協議会や、一般社団

法人関東沖縄経営者協会との連携に加え、沖縄県東京事務所を発起人として新たに発足した「沖縄県首都圏物産・観光連絡会」へも参加し、官民一体で観光と物産等の横断的なネットワーク構築に努めた。

11. 韓国事務所運営事業

仁川-那覇間には新たに大韓航空が就航したことから、韓国～沖縄間の定期航空路線は航空会社 7 社、2 路線、週 62 便運航となり、大幅に拡大した。台風の影響により離島方面への送客は若干伸び悩んだが、例年同様、石垣や宮古島方面に旧盆や旧正月のチャーター便が安定的に運航された。これら航空路線の拡充により、平成 28 年度の韓国人観光客数は過去最高となる初の 40 万人台を記録した。

韓国市場においては、急速に F I T 化が進んでいることを踏まえ、各事業においても一般消費者向けのプロモーションに力を入れてきた。沖縄本島だけではなく、各離島の持つ資源を活用し、八重山と宮古に続き、新たに久米島の魅力発信に努めた。また、沖縄ナイトを開催、韓国の旅行業界に対して需要喚起を図った。

招聘事業と関連しては、離島への分散化を図るために、前述の 3 島のテーマ性の訴求を、そして初めて沖縄バリアフリーの宣伝にも努めた。

MICE 関連では、インセンティブ団体に特化したランド社や旅行会社を優先的に MICE プロジェクト韓国市場 FAM ツアーに招聘、また JNTO 主催のセミナー等にも積極的に参加するなど、インセンティブ団体の増加に繋げた。

クルーズ関連では、ロッテ観光のチャータークルーズが過去 2 年連続あったことを踏まえ、入門商品として「航空＋クルーズ」を連携した台北発のクルーズ商品の販売にも取り組み、今後の可能性を明るくした。

教育旅行関連では、韓国中等校長協議会の沖縄研修の支援や韓国語版のガイドブック製作配布など、新規需要確保の土台を作った。

新規商品造成関連では、HANA ツアーとタイアップし、幼児連れの目的地の訴求に努め、誘客につなげている。

博覧会出展関連では、振替休日・観光週間など韓国政府の国民余暇増進策により、韓国国民の海外旅行・旅客の増大が見込まれたことから、観光博覧会だけではなく、キャンプやスポエックスなどアウトドア関係の博覧会にも積極的に出展し、レジャースポーツ関連の魅力発信にも力を入れた。

日頃の業務としては、韓国全域を対象に海外旅行消費者をはじめ、アウトバウンド旅行者・マスコミ・航空会社・コンベンション関係者・スポーツ、教育旅行等の関連団体に対して、本県観光・リゾート及びコンベンション等の総合的な情報を提供すると共に、韓国全般の動きや旅行動向などをいち早く把握し、戦略

的な誘致活動に繋げる取り組みを行っている。

以上の活動により、沖縄の知名度や人気が向上し、平成 29 年 4 月には韓国と沖縄を結ぶ 3 番目の路線となる大邱－那覇の定期便が新たに就航し、韓国全域にかけての幅広い誘客活動が可能となった。

12. 台北事務所運営事業

空路の新規参入は、3 月 4 日から週 2 便でタイガーエアー台湾が高雄－那覇路線を就航することとなった。これにて台湾－沖縄間の定期航空路線は、航空会社 6 社、4 路線週 6 4 便となった。昨年度と比較すると年間座席提供率で約 8 万 5 千もの増加となり、今年度は初めて訪沖台湾人が 6 0 万人を超えた。

航空会社の座席割合は全体の約 7 割が個人旅行（FIT）と報告がある。その為台湾でのプロモーションや各事業も 30 代～50 代でかつ個人旅行のお客様に働きかける内容を実施した。実際に沖縄県内の SPA 事業者と協力し、台湾人受入に積極的なお店のリストアップを図り直接予約の出来る仕組み作りを構築した。

更に台北にて若者を中心に興味・関心の高いピクニックイベントを自主企画し、沖縄県内で出来るオシャレピクニックやヨガ、雑貨や健康カフェなどを発信し当初目標の 2 千人を優に超え 2 日間で 1 万 2 千人ものお客様が沖縄イベントに会場した。これら市場ニーズに沿ったプロモーションの実施により、台湾人観光客数は過去最高を記録した。

また、航空会社や旅行会社との連携を強化するため、台北／台中／高雄の旅行博や修学旅行セミナーに参加しタイアップ事業や商談会、新規商品造成も進めた。嘉義の東石高校と馬公高校が既に修学旅行地を沖縄に決定した成果にも繋がった。その他沖縄リゾートウェディングが台湾で人気がある事から、OCVB 主催のウェディングフェアを開催した。来場者が 467 組（昨年比 341 組増）成約者数 43 組（26 組増）、仮予約 15 組（5 組増）と好調で沖縄県内の事業者からも直接成約が取れる販売会は最も好評であった。再度開催のリクエストが多いイベントである。台湾旅客が沖縄でウェディングを実施した件数は昨年の 430 組を上回る 550 組であった。知名度が上がった事で今年度は 3 組の台湾芸能人が沖縄で挙式を挙げた。沖縄ウェディングのブランド力が向上した事により、台北事務所の問合せが一番多い項目となり雑誌、SNS、TV 等のメディアとの連携 PR も手がける事が出来た。トリップアドバイザーや hotels.com の有名サイトでは台湾発の旅行地として沖縄がトップ 1 0 にランクインしている。個人のお客様が増えた事により、事務所への個々の質問、対応が増えている現状ではあるが、実施してきた事業が産んだ成果であると感じる。

OCVB 主催で初沖縄就職セミナー IN 台北も実施し、180 名以上の台湾人の応募会場があった。台湾において、観光関連事業を中心に、物産連携や就職セミナー

を実施するなど、事務所の活動範囲が広がっている。

13. 外国人観光客受入体制強化事業

急増する外国人観光客の満足度やリピート率の向上を図り、国際観光地に相応しいインバウンド受入体制の基盤整備及び観光事業者の対応力向上と県民がおもてなしの心をもって国内外の観光客を迎え入れる気運の醸成を図った。

(1) 多言語情報発信・受入サポート事業

外国人観光客が安心、安全に観光を楽しめる受入環境を構築するとともに、域内周遊の促進と観光消費の向上を図ることを目的に、多言語による観光案内、通訳サービス、台風などの災害時の対応サポート等を行う多言語コンタクトセンターを運営した。

運営期間：平成28年4月1日～平成29年3月31日

問い合わせ件数：総対応数7,756件

電話4,674件/Skype670件/メール2,412件

(2) 受入ツール制作事業

来県した外国人観光客へ歓迎の意を表すため那覇空港国際線ターミナルにおいて大型歓迎広告の掲出と沖縄県が推奨する「Be.Okinawa Free Wi-Fi」の利用を促進するため、多言語によるパンフレット等の制作や、沖縄モノレール主要駅等において大型広告を掲示した。

1) 那覇空港国際線ターミナル受入歓迎バナー掲出

沖縄を訪れる外国人観光客に対し歓迎と感謝の意を表するとともに、沖縄観光ブランドである「Be.Okinawa」をPRするため、那覇空港国際線ターミナルにおいてバナー広告（懸垂幕）を設置した。

掲出期間：平成28年4月1日～平成29年3月31日

掲出場所：那覇空港国際線ターミナル（2F～3F 吹き抜け）

数量：2箇所

2) 「沖縄をささえる観光のチカラ2016」制作業務

沖縄県における外国人観光客に関する情報や観光の取組みを広く県民へ周知するとともに、県民の観光に対する理解及び関心を深めること目的に、子供から大人まで手に取りやすく気軽に読むことのできる観光啓発パンフレットを作成した。

部数：10,000部

配布先：県立高校、専門学校、各インバウンド啓発イベント 等

3) 沖縄県 Wi-Fi 統一普及チラシ及びステッカーツール制作業務

沖縄県が推奨する「Be. OKinawa Free Wi-Fi サービス事業」において、外国人観光客にとって満足度の高い受入環境を整備し、インターネット環境における利便性や安全性の向上を図る。それに伴い、県内事業者に向けた本 Free Wi-Fi サービスの周知・普及用ツールを制作、配布した。

①ステッカー

発行部数：15,000 部

サイズ：200mm×200mm

配布先：沖縄セルラー、情報セキュリティマネジメント、旅行会社、インバウンド関連事業者、他

②営業用チラシ

発行部数：10,000 部

サイズ：A4

配布先：沖縄セルラー、情報セキュリティマネジメント、観光協会

4) 沖縄県統一 Wi-Fi 外国人観光客向けリーフレット制作業務

沖縄県が推奨する「Be. OKinawa Free Wi-Fi サービス事業」において、外国人観光客にとって満足度の高い受入環境を整備し、インターネット環境における利便性や安全性の向上を図った。それに伴い、来県した外国人観光客に向けた本 Free Wi-Fi サービスの周知・普及用ツールを制作・設置した。

言語：英語及び韓国語版 30,000 部

中国語繁体字・簡体字版 50,000 部

配布先：旅行会社、県内インバウンド関連事業者、通訳案内士会 他

5) Be. OKinawa Free Wi-Fi 大型広告活用業務

Be. OKinawa Free Wi-Fi の認知及び利用促進を目的に、沖縄県内において大型広告を掲出した。

掲出期間：平成 28 年 11 月 21 日～平成 29 年 3 月 31 日

掲出場所：計 9 箇所

那覇空港（国内線）1F 到着ロビー柱 2 面、2F 北ゲートラウンジ

那覇空港（国際線）1F デジタルサイネージ、3F 到着通路

モノレール駅 那覇空港駅 連絡通路（横断幕） 他

6) Be. OKinawa Free Wi-Fi 海外旅行雑誌広告媒体活用業務

沖縄県が推奨する Be. OKinawa Free Wi-Fi の更なる利用促進と周知を行うため、外国人観光客が来沖する前に手にする旅行情報雑誌の広告枠を活用し、広告掲載をした。

7) Be. OKinawa Free Wi-Fi 海外 WEB 広告媒体活用業務

沖縄県が推奨する Be. OKinawa Free Wi-Fi の更なる利用促進と周知を行うため、外国人観光客が来沖する前に情報収集する WEB、ブログ広告媒体を活用し、広告を掲載した。

(3) 受入インフラ整備支援事業

県内観光関連事業者の多言語対応力の強化、外国人観光客の観光消費を促進させるための環境整備を推進していくことを目的に、インバウンド受入に取り組む県内観光関連民間事業者に対し、以下の支援を実施した。

1) 翻訳支援助成金

外国人観光客の受入にあたり翻訳が必要なコンテンツ作成（パンフレット、メニュー、HP等）に係る翻訳費用の一部を助成した。

申請受付期間：平成 28 年 5 月 9 日～平成 29 年 1 月 26 日

対象事業者：宿泊施設（ホテル・民宿）、観光施設、複合型商業施設 等

助成上限額：1 言語 8 万円×4 言語まで

実績：62 件

2) 免税システム導入助成金

消費税の免税手続に必要な書類作成等のシステム導入に係る経費の一部を助成した。

申請受付期間：平成 28 年 5 月 9 日～平成 29 年 1 月 26 日

助成対象者：平成 26 年 10 月 1 日以降に税務署から「輸出物品販売場」の許可を受けた店舗または「輸出物品販売場」の許可申請を行う店舗。

助成上限額：実費の 2／3 以内もしくは上限 30 万円のいずれか低い額

実績：23 件

(4) インバウンド受入強化啓発事業

沖縄観光の新ブランド「Be. Okinawa」による海外プロモーションの推進と並行し、増加傾向にある外国人観光客の文化や習慣の違いを理解し、県民が温かく迎え入れる気運を高めることを目的に、キャンペーン等の広報活動やイベント、メディアを活用した受入啓発プロモーションを実施した。

1) ウェルカムんちゅになろう県民向け受入啓発プロモーション 2016

①ウェルカムんちゅリーダーの選定

地域と一体になった受入啓発プロモーションを展開するため、観光協会から推薦していただいた方をウェルカムんちゅリーダーとして新たに5名を任命し、テレビ番組出演などの広報活動を通じて地域に根ざした気運醸成に取り組んだ。

②ウェルカムんちゅ CM 制作及び放映

だれでも明日からできるおもてなしを様々なケースで紹介。国内篇7本、海外篇3本を県内にて放映。

(ア) テレビCM

放映期間：平成28年8月12日（金）～平成29年2月28日

放送局：琉球放送、沖縄テレビ、琉球朝日放送

形態：15秒スポットCM

投下数量：計398本

(イ) ラジオCM

放映期間：平成28年8月12日（金）～平成29年2月28日

放送局：エフエム沖縄、ラジオ沖縄、RBCiラジオ

投下数量：計258本

③ウェルカムんちゅになろうホームページ及びFacebookの運営

当該プロモーションに関するお知らせや外国人とのコミュニケーションツールなど、県民へ向けて事業目的の認知から理解、そして行動に移せるようWEBサイトによる啓発活動も行なった。

④ウェルカムんちゅ県内イベント

ウェルカムんちゅが選出された地域において、開催されるイベントにウェルカムんちゅブースを出展し、パネルクイズ等による啓発活動を行なった。また、会場メインステージではミス沖縄やウェルカムんちゅ伝道師やぎのシルー等を交えた、インバウンド受入気運の醸成に向け働きかけた。

- ・嘉手納町 うたの日コンサート 2016in 嘉手納 6月25日（土）
- ・宜野湾市 夏休みこども自由研究 7月30日（土）～31日（日）
- ・糸満市 道の駅いとまん7周年祭 9月4日（日）
- ・粟国村 アの国まつり 2016 11月5日（土）～6日（日）
- ・座間味村 座間味島ファン感謝月間 12月12日（土）

・恩納村 おんなの道の駅 なかゆくい市場

2) テレビを活用したインバウンド受入啓発 2016

外国人観光客が急増している状況と県民の異文化理解を促進させるため、テレビを通した啓発活動を実施した。

①異文化理解クイズ番組及び外国人観光客に係るトピックスの発信

外国人観光客へのインタビューをクイズ形式で出題し、外国人が感じていることや求めているもの等、現状理解を促すコーナーを放送した。

番組名：【沖縄 BON!!】タイアップ「クイズ ウェルカムんちゅ」

放送期間：平成 28 年 9 月 3 日～平成 29 年 2 月 4 日 毎週土曜、全 22 回

②積極的なインバウンド対応促進番組の放映

様々なシチュエーションで困っている外国人観光客を番組で設定し、対応するウチナーンチュのリアルな反応をモニタリングし、視聴者が「自分ならどうするか？」を考えるきっかけを作る番組を制作した。

番組名：【特別番組】Are you ウェルカムんちゅ？

放 送：全 6 回（本放送：3 回、再放送：3 回）

1) 第 1 回 10 月 23 日（日）15：54～16：24 再放送 10 月 30 日（日）

2) 第 2 回 11 月 27 日（日）15：00～15：30 再放送 11 月 30 日（水）

3) 第 3 回 12 月 11 日（日）17：00～17：30 再放送 12 月 14 日（水）

③バラエティー系討論番組を活用した異文化理解促進

外国人から見た「ウチナーンチュ」、ウチナーンチュから見た「外国人」、双方の意見を徹底討論する番組。過去 2 回の放送で大きな話題となった「ゴリ meets」シリーズにて、沖縄観光の国際化についてトークする番組を制作した。

番組名：特別番組「ゴリ meets ウェルカムんちゅ」

放送日：平成 29 年 1 月 11 日（水）20：00～20：54 （生放送） 54 分間

④報道特別番組によるインバウンド観光への理解促進

沖縄観光の課題とされる「人手不足」「人材育成」や「外国人観光客のニーズの変化」を報道の観点から掘り下げ、専門家からの意見なども交えた放送を行った。

番組名：報道特別番組「RBC NEWS スペシャル」

放送日：平成 29 年 1 月 25 日（水）20：00～ （生放送） 約 20 分間

⑤新規開拓市場（タイ）の理解促進

那覇とタイを結ぶ新規航空路線が開設されたことから、観光事業者・施設等ではどのような準備が必要かなどをタイ人から教わり、また、県内のインバウンド受入先進施設等も訪れ、県内への普及を呼びかける番組を制作した。
番組名：「ウェルカムんちゅバスが行く！～おもてなしの心と沖縄観光の今を学ぶ～」

放送日：平成 29 年 3 月 20 日（月・祝） 13：55～14：50 55 分間

（５） インバウンド連絡会等の開催

本県への外国人観光客は年々増加し、県内の受入体制等についてはまだ課題も多い。こうした状況を踏まえ、関連業界全体で情報を共有し、官民一体となった共通認識を持って効果的な外国人客の誘致拡大及び受入体制整備を進めていくために外客インバウンド連絡会を開催した。

ア 第一回外客インバウンド連絡会 in 本島南部

日時：平成 28 年 6 月 1 日 13：30～16：30

場所：ホテル日航グランドキャッスル 守礼の間

参加者： 90 社 126 名

イ 第一回外客インバウンド連絡会 in 本島北部

日時：平成 28 年 6 月 3 日 13：30～16：30

場所：ゆがふいんおきなわ 2F あけみおの間

参加者：33 社 50 名

ウ 第一回外客インバウンド連絡会 in 八重山

日時：平成 28 年 6 月 8 日 13：30～16：30

場所：沖縄県八重山事務所 大会議室

参加者：33 社 38 名

エ 第一回外客インバウンド連絡会 in 宮古

日時：平成 28 年 6 月 10 日 13：30～16：30

場所：沖縄県宮古事務所 講堂

参加者：19 社 27 名

オ 第一回外客インバウンド連絡会 in 久米島

日時：平成 28 年 6 月 17 日 13：30～16：30

場所：イーブ情報プラザ 交流ホール

参加者：13 社 20 名

カ 海外事務所長 市場別インバウンドセミナー&個別相談会

日時：平成 28 年 10 月 24 日（月） 13：00～17：00

実施場所：ロワジールホテル那覇 龍宮の間

参加団体：セミナー参加者 95 社 129 名

個別相談会：1 社 15 分 60 社実施済み

発表市場：北京、上海、香港 台湾、韓国、シンガポール、インドネシア、フランス

（6）ムスリム等受入体制整備事業

多様性に対応できる国際水準の観光リゾート地の形成を目指し、昨年度に引き続き、検討委員会やムスリムレシピコンテストを開催し、県内インバウンド関連事業者へ向け、広くムスリムに関わる知識を普及した。また、今年度はシンガポール、マレーシア、インドネシアなど、ムスリムが多い東南アジア地域の旅行会社 9 社と、沖縄県内観光事業者との観光需要に関する座談会および商談会を開催し、県内事業者の主体的なムスリム受入体制の整備に向け啓発活動を行なった。

1）ムスリム旅行者向けガイドブック「OKINAWA Welcome Guide For Muslim Visitors」制作

今後も増加が見込まれるムスリム旅行者に向け、沖縄県の魅力を発信するとともに、ムスリム旅行者受入可能施設（ホテル・旅館・飲食店等）を紹介するガイドブックを制作した。

品名：Okinawa Welcome Guide For Muslim Visitors

言語：マレー語、英語

頁数：B5, 16P

配布先：東南アジアでの旅行博、各旅行会社 他

2）ムスリム等受入体制整備事業「検討委員会」

有識者で構成する委員会を設置し、運営状況の確認及びに専門的見地からアドバイスや意見を頂いた。

①第 1 回ムスリム等受入体制整備事業検討委員会

開催日：平成 28 年 10 月 18 日(火) 14:00～16:00

場所：沖縄県男女参画支援センター「ているる」5 階特別会議室

②第 2 回ムスリム等受入体制整備事業検討委員会

開催日：平成 29 年 3 月 15 日(水) 15:00～16:30

場所：沖縄産業支援センター会議室 203-2

3) ムスリムレシピ開発コンテストの実施

ムスリム等受入体制整備の一環として、豚肉やアルコールを使わない多様性のあるレシピの開発と応募者によって開発されたレシピの活用や商品開発のきっかけ作りをすることを目的としたまーさんムスリムレシピコンテストを開催した。第 2 回目となった今年度は、対象者をプロ・アマ問わず幅広く募集し、募集部門を増やしたことにより、応募レシピ数を伸ばすことができた。

レシピ募集期間：平成 29 年 1 月 25 日(水)～平成 29 年 3 月 9 日(木)

参加資格：沖縄県内在住者（プロ、アマ問わず）

一次審査会：平成 29 年 3 月 15 日(水) 書類審査

最終審査会：平成 29 年 3 月 22 日(水) 試食審査

部門：ベジタリアン部門、肉料理部門、沖縄そば部門、お弁当部門、スイーツ部門

4) ムスリム観光需要に関する座談会・商談会開催について

ムスリムの観光需要に対して積極的な取り組みを行う必要が出てきている状況を踏まえ、ムスリム圏からの観光需要に対し受入体制をどのように整えていくべきかを探る事を目的としたシンガポール、マレーシア、インドネシアなど、ムスリムが多い東南アジア地域の旅行会社 9 社を招聘し、沖縄県内事業者との座談会および商談会を開催した。

(1)座談会

日時：平成 28 年 12 月 12 日(月) 9:30～12:00

場所：沖縄都ホテル 虹雲の間

参加者：17 社 34 名（県、市町村、観光関連事業者、学生）

(2)商談会

日時：平成 28 年 12 月 12 日(月) 13:00～17:00

場所：沖縄都ホテル 瑞雲の間

参加者：東南アジア旅行社 9 社、県内事業者 7 社

5) ムスリム受入特設ページ構築

今後増加の見込まれるムスリムのお客様を受け入れるための基本を沖縄県内にてインバウンドに取り組んでいる方々に対し周知する事を目的に、現在 OCVB 運営の「沖縄インバウンド net.」において、本事業で行っている取り組みや、ムスリム受入についての基礎知識等を掲載できる、ムスリム受入特設ページを構築した。

品名：沖縄インバウンド net. ムスリムおもてなし対応ページ

言語：日本語

主な閲覧者：沖縄県内観光事業者 等

(7) インバウンド関連 WEB 情報配信強化事業

海外の旅行エージェントと県内の観光事業者のマッチングを行なう「Okinawa Tourism Business Matching Website」において、よりマッチングサイトとしての側面を高める機能拡張を行なった。また、昨今海外からのニーズが高い沖縄県内通訳案内士等のマッチングページを追加し、県内通訳案内士等の活用を促進した。

1) 「Okinawa Tourism Business Matching Website」事業者登録代行業務

OCVB が保有している「沖縄 MICE プランナーズガイド(英語版)」及び「トラベルオーガナイザー」の掲載されている事業社及び OCVB 賛助会員リスト(計 558 件)へ架電、メールにてコンタクトを取り、対象事業者の企業情報(英文)及び画像を収集し、当該サイトへの登録作業を行った。

実施期間：平成 28 年 11 月 10 日～平成 29 年 2 月 10 日

登録申請事業者数・・・100 件

2) 「Okinawa Tourism Business Matching Website」機能拡張業務

県・OCVB にて管理しているマッチングウェブサイト「Okinawa Tourism Business Matching Website」に以下の機能拡張を行い、県内事業者と海外事業者のインバウンド市場におけるマッチングがより活発になるよう促進した。

- ・海外エージェント会員機能（メルマガ機能、お気に入り管理機能 等）
- ・マッチング機能の強化（離脱防止機能、レコメンド機能 等）
- ・ウェブサイト活用実績確認機能（アンケート機能 等）
- ・各種機能の追加（新規公開事業者 NEWS 表示機能 等）
- ・沖縄県内通訳案内士等マッチング特設ページ

(8) インバウンドビジネスサポート事業

県内観光関連事業者のインバウンドに関する新たなビジネスや課題解決に役立てるため、インバウンドビジネスの専門家を講師とするセミナーを開催するとともに、セミナー講師等をアドバイザーとする個別コンサルティングを実施した。

1) インバウンドセミナー及び個別コンサルティングの実施

ア 八重山セミナー

日時：平成 28 年 9 月 29 日 10：00～13：00

場所：沖縄県八重山事務所 大会議室

参加者数：15 社 19 人

【八重山個別コンサルティング】

日時：平成 28 年 9 月 29 日～平成 28 年 9 月 30 日（90 分×4 回実施）

実施企業：4 社

イ 宮古島セミナー

日時：平成 28 年 10 月 6 日 10：00～13：00

場所：沖縄県宮古事務所 講堂

参加者数：16 社 20 人

【宮古島個別コンサルティング】

日時：平成 28 年 10 月 6 日 ～ 平成 28 年 10 月 7 日（90 分×4 回実施）

実施企業：4 社

ウ 久米島セミナー

日時：平成 28 年 10 月 12 日 10：00～13：00

場所：リゾートホテル 久米アイランド

参加者数：3 社 7 人

【久米島個別コンサルティング】

日時：平成 28 年 10 月 12 日～平成 28 年 10 月 13 日（90 分×4 回実施）

コンサルティング実施企業：4 社

2) インバウンドクチコミ・ブランド戦略セミナーの実施

クチコミサイトを活用し、外国人旅行者誘致の更なる拡大を目指すため「インバウンドクチコミ・ブランド戦略セミナー」を開催し、県内企業・団体のマーケティング活動及び受入環境整備をサポートした。

日時：平成 28 年 12 月 16 日 13：30～15：30

場所：ロワジールホテル那覇 龍宮の間

参加者数：72 社 96 人

3) インバウンド人材力強化セミナーの実施

県内観光関連事業者のインバウンド受け入れに対応する人材育成・活用に向けた取り組み推進を図った。また、本セミナーに併せて、専門的な情報提供や個別相談に対応する個別コンサルティングを実施し、インバウンド受入環境整備をサポートした。

日時：平成 29 年 1 月 19 日（木）13：30～15：30

場所：サザンビーチホテル&リゾート沖縄 2 階宴会場

参加者数：38 社 52 人

コンサルティング実施企業：3 社

4) 「タイ市場戦略セミナー」の開催

平成 29 年 2 月 19 日から沖縄―バンコク線が開設されたことを受け、タイ市場からの観光客の持続的・発展的な誘致促進、受入体に資することを目的として、「タイ市場戦略セミナー」を開催した。

日時：平成 29 年 2 月 14 日（火）13：30～16：00

場所：ダブルツリーby ヒルトン那覇首里城 守礼の間

参加者数：111 社 160 人

5) インバウンド食対応セミナー&座談会 in 慶良間の実施

外国人観光客の食文化や生活習慣に対する事業者の理解を深め、「食」対応の向上・充実を図るため、特に FIT の割合が高く、需要が高い慶良間諸島において、「食」をテーマにインバウンドセミナーを開催した。また、本島地域では個別コンサルティングを実施し、専門的な情報提供や個別相談の対応等、インバウンド受入環境整備をサポートした。

日時：平成 29 年 2 月 21 日（火）14：30～16：30

場所：座間味離島振興総合センター

セミナー参加者：10 社 14 人

コンサルティング実施企業：3 社

6) 西表島インバウンドセミナーの実施

平成 28 年 6 月に香港からの直行便が石垣に就航したこともあり、八重山圏域の外国人観光客は増加傾向にあるが、本島地域に比べ外国人観光客の受

入体制等についてはまだまだ課題も多いのが現状である。特に西表島においては、アクティビティ施設を中心に外国人観光客の需要が高まっている一方で、受入対応に不安を感じている事業者も増えている状況を踏まえ、西表島にてセミナー及びコンサルティングを実施した。

日時：平成 29 年 3 月 7 日（火） 19：00～21：00

場所：竹富町西表島 中野わいわいホール

セミナー参加者：13 社 27 人

コンサルティング実施企業：3 社

（９）インバウンド対応緊急医療態勢整備支援事業

外国人観光客の増加に伴い、外国人観光客受入に係る緊急医療発生時に観光関連事業者及び医療機関等が対応できるよう態勢の整備と支援を行う。

１）インバウンド対応緊急医療受入態勢整備協議会の実施

観光関連事業者及び医療機関等で構成するインバウンド対応緊急医療受入態勢整備協議会を設置し、外国人観光客の緊急医療に関する現状及び課題を共有するとともに、事案発生時に各々があるべき受入態勢づくりについて具体的な取り組みを推進するための協議を行なった。

ア 第 1 回協議会

日時：平成 28 年 8 月 5 日（金） 14 時 00 分～16 時 00 分

会場：県庁 11 階 第 5 会議室

イ 第 2 回協議会

日時：平成 28 年 11 月 18 日（金） 14 時 00 分～16 時 00 分

会場：県庁 11 階 第 5 会議室

ウ 第 3 回協議会

日時：平成 28 年 2 月 16 日（木） 10 時 00 分～12 時 00 分

会場：県庁 9 階 第 5 会議室

２）インバウンド対応緊急医療受入態勢整備協議会の実施

外国人観光客受入に係る緊急医療発生時に、医療通訳ができる人材の育成及び沖縄県内通訳者リストの作成を目指し、研修を実施した。

実施期間：平成 28 年 11 月 12 日（土）～2 月 11 日（土） 全 10 回

実施言語：英語コース、 中国語コース

会場：浦添市てだこホール、沖縄県立博物館・美術館、P's SQUARE

受講者数：英語 32 名、中国語 41 名

出席率：英語 84.4%、中国語 62.3%

3) 沖縄県消防職員対象セミナーの実施

外国人観光客受入に係る緊急医療発生時に、消防職員が英語対応できるよう、沖縄県の消防職員を対象とした英語研修を実施した。

日時：平成 28 年 11 月 7 日（月）、14 日（月）、21 日（月）、

28 日（月）、12 月 5 日（月）

2 コース（各 90 分） 13：20-14：50、15：10-16：40

会場：那覇市消防局 講堂

受講者数：61 人

4) 外国人観光客傷病者対応ハンドブックの作製

沖縄県内観光関連事業者にむけて、外国人観光客傷病者の対応時を補助するハンドブックを作製した。

名称：外国人観光客傷病者対応ハンドブック

ページ数：B5、16 ページ

言語：日本語

＊付属されている「コミュニケーションシート」は、英語、繁体中文、簡体中文、韓国語を併記。

5) 沖縄県消防職員対象音声及び映像テキスト等の作成

沖縄県消防職員を対象とした搬送時等英語対応セミナーで作成したテキストに沿い、音声および映像テキスト、冊子を作成し、消防職員が継続的に自己学習できる環境を支援した。

名称：沖縄県消防隊員対象搬送時等英語対応練習用テキスト

テキスト種類：CD、DVD、冊子

14. 観光人材育成プラットフォーム構築事業

国内外の観光客が満足する高いサービスを提供できる人材の育成・確保を支援することを目的とし、(1) 派遣講師活用支援、(2) 業種別集合型研修、(3) 語学人材確保の支援に向けた取組を実施した。

(1) 派遣講師活用支援

沖縄観光人材育成マッチングサイト育人（はぐんちゅ）に講師情報を（所属・

氏名・専門分野等）データベース化し、県内の観光関連企業・団体向けに情報発信や研修の募集を行った。

また、今年度は時間の制約や人手不足等の理由により十分な研修の実施が難しい県内の観光関連企業・団体（離島・僻地、小規模事業所を含む）に向けて、「接客接遇マナー講座」と「外国語講座（英語・中国語）」の２本立てでオンライン研修の実証実験を実施した。

〔研修内容〕

- ・語学力向上に必要な研修
- ・異文化理解のための研修
- ・専門知識習得のための研修
- ・その他、観光関連産業に必要な知識習得のための研修

〔研修実績〕

82 社 118 件 2,207 名

〔講師登録件数〕

145 名

〔オンライン研修申込及び終了件数〕

- ・68 名（17 社）申込
- ・48 名（14 社）研修終了

（２）業種別集合型研修

「業種別集合型研修」は、「中核人材」（目安：業界経験年数５年～１０年）を対象に、各業種の課題に応じた高度なプログラムでの集合型研修を企画・実施した。昨年度に引き続き、働きたくなる魅力ある職場・業種となることを目指して、働きがいのある職場環境づくりのために必要不可欠な、中核人材の「部下育成力」の強化をテーマとした①「観光産業 中核人材リーダー育成セミナー」を次の２コースに分けて実施した。（（Ａ）宿泊業、（Ｂ）宿泊業を除く観光全業種（旅行会社、観光施設、交通、小売、アクティビティ等））（各６回研修）。

また、５回目の共通研修では受講者に加えて一般参加者を募り、観光業界や行政、学生を巻き込んだ大意見交換会「沖縄観光の人材育成を考える～ワールドカフェ 2016～」を開催した。100 名の参加者が集まり、沖縄観光の人材育成の課題や解決策について意見交換を行った。

次に、平成 32 年に県内にて新たな大型 MICE 施設の完成が予定され、本県が今後ますます MICE に注力していく中で、「MICE」の専門人材の育成が急務であることから、②「MICE プレイヤー養成講座」（全 7 回研修）を開催した。

両研修ともにアンケートの結果、満足度も高く、次年度への継続を求める声が多く寄せられた。

また、座学研修を受講された方を優先対象に、より効果的な学習を目指し、MICE 振興について戦略的に取り組んでいる海外の先進事例に学ぶ実地研修を実施した。視察先として、沖縄と似た環境（島嶼地域）で成功している韓国「済州道」へ現地視察研修を行った。

（３）語学人材確保の支援

世界水準の観光リゾート地の実現に向けて、沖縄観光の受入体制を強化するため、国内外の観光客が満足する高いサービスを提供できる「人材の確保」を目指し、海外３か国で就職フェアを開催（うち１か国は協力として参画）した。

11 月に福建省福建師範大学で開催した「日本語学科学生向け就職相談会」では、4 社の出展企業が参加学生へ直接企業説明や面接を実施し、語学人材確保へ繋げることができた。160 名以上の参加者がいたことから、福建省の学生が沖縄県内観光産業へ就職することへの憧れがあることや、人材供給拠点として高いポテンシャルがあることが分かった。

3 月に開催した台湾での「Be. Okinawa 沖縄観光就職フェア」では、14 社の企業が参加し福建省同様 160 名余りの参加者がいたことから、沖縄を就職先として検討している参加者の意欲、モチベーション、企業の積極的な人材確保の取組みに対する意識を再認識することができた。また、同フェアにおいて、沖縄の観光産業に従事する語学人材への憧れ、魅力促進を図り、安定的な語学人材の確保を目的とし、「沖縄観光産業魅力発信映像」を制作し放映した。今後は、県内教育機関や海外等にて露出、配布する。

15. 地域限定通訳案内士試験事務等事業

本県を訪れる外国人観光客へ沖縄の魅力や正しい情報を伝えることができる地域限定通訳案内士を確保するため、「地域限定通訳案内士試験」事務を行った。また、就業機会の創出及び観光関連事業者のサービスの質の向上を目的に、当該通訳案内士と観光関連事業者とのマッチング会を開催した。

（１）地域限定通訳案内士試験

受験申込者数：236 名（英語 95 名、中国語：109 名、韓国語 32 名）

最終合格者数：13 名（英語 4 名、中国語：5 名、韓国語 4 名）

（２）マッチング会

日程：平成 29 年 2 月 11 日 場所：メルキュール沖縄那覇

参加企業：9 社（中国語 4 社、英語／中国語 1 社、英語／韓国語 1 社、
英語／中国語／韓国語 3 社）

参加者：41 名

	通訳案内士	地域限定通訳案内士	沖縄特例通訳案内士	合計
英語	2	5	9	16
中国語	0	4	18	22
韓国語	0	1	2	3
合計	2	10	29	41

16. 沖縄観光受入対策事業

観光地としての安全性の向上や事故防止のため、関係機関と連携して課題解決に努めるとともに、台風時の安全対策など安心・安全な観光地を推進した。また、観光客の多様なニーズに対応するため、地域の観光協会等と連携強化をはかり、地域観光の発展を促進し、沖縄観光の魅力向上と受入体制の充実強化を図った。

(1) 安全な観光地づくり事業

観光地としての安全性の向上や事故防止のため、関係機関と連携した課題解決に努めるとともに、台風時の安全対策など安心・安全な観光地を推進、注意喚起等をまとめた啓発物を配布した。

具体的には、観光客や観光関連事業者に対し、安心安全に旅行してもらうための情報提供や、県の「観光危機管理モデル事業」（台風・地震・津波等）を含んだ災害時の対応等をまとめた「沖縄観光安心安全ガイド」を増刷し、県内ホテルを中心に配布し、観光関連施設を通し、観光客へ注意喚起を実施した。

また、台風来襲時において台風時観光客対策協議会本部を設置。県内離発着の欠航便 683 便・影響人数 67,867 人に対し、関係機関と連携し、台風関連情報の発信や那覇空港内においてホテルの空室情報の紹介等対応を実施するとともに、前年度に引き続き 2 回目となる台風時一時待機所訓練を実施したことで、役割分担や改善策など関係機関と共有を図った。

(2) 観光の日・観光月間推進事業

県民の観光産業に対する理解及び関心を深めるとともに、来沖されている観光客へ“もう一歩先へ足をのばした”地域観光誘致促進を図る目的で、沖縄県観光振興条例で定めた「観光の日（8 月 1 日）」を皮切りにスタートする観光月間を各種イベント等で PR することで、観光立県として官民一体となった受入体制の強化を図り、より質の高い観光地を目指すため、県民の沖縄観光に対する意識啓発を行った。

具体的には、県内マスメディアの表敬をはじめ、夏場の地域イベントとの連携、県内大型商業施設での PR イベントを実施し、県内外の方へ周知を図った。

その他、テレビとのタイアップ企画として 8 月の毎週土曜日に放送されてい

る番組内にてミス沖縄や観光タクシー乗務員等に出演いただき、観光月間に関する情報発信や、ゆいレール那覇空港駅と空港ビルを繋ぐ連絡通路へ横断幕の掲示もおこない、交通機関と連携したPRを実施した。

同時に、昨年度県内小学4年生を対象に募集した「観光月間標語」450件の中から大賞作品の標語を観光月間ポスターに使用し、教育機関との連携を図るきっかけ作りもおこなった。

（３）めんそーれ沖縄県民運動推進事業

県民一体となった受入体制を構築するため、観光関連団体等で構成する「めんそーれ沖縄県民運動推進協議会」を中心にクリーンアップキャンペーンや「かりゆしウェア」の普及促進、沖縄花のカーニバルを通しホスピタリティの向上を図り、沖縄らしさの演出に努めるとともに、沖縄観光の持続的な発展に観光学習教本を沖縄県内小学校4年生に配布した。

具体的には、観光月間の期間前に地域と連携したボランティア清掃 ALL OKINAWA クリーンアップイベントを北谷町にて実施した。

また、沖縄花のカーニバルでは冬場の沖縄観光を演出する為に、海洋博公園での顔出しボード設置や41施設を花で飾るなど、県民一体となった受入体制を構築するとともに、県内小中学校を対象に校門およびその周辺の飾花を呼びかけ、花壇・造園の素晴らしさを競うコンテストも実施し、子どもたちに沖縄県民の一人として、観光客を温かく迎える「おもてなしの心」を自発的に育んでもらうような取り組みもおこなった。

更には、沖縄観光の持続的な発展のため、沖縄県民の一人として、観光客を温かく迎える「おもてなしの心」を子ども達が自発的に育むべく、沖縄県内小学校4年生等を対象に観光学習教本を配布し、ホスピタリティの強化に繋がった。

17. 観光情報センター運営事業

沖縄観光情報Webサイト「おきなわ物語」では、日本語版を中心に、英語・繁体字・簡体字・ハングル語・ドイツ・フランス・ロシア・ポルトガル・スペイン、タイの11言語のサイトの素となるコンテンツの充実を図り、誘客プロモーションに資するための観光情報の発信を行った。

日本語版「おきなわ物語」は取材や独自の情報収集を通じイベント情報等OCVBならではのコンテンツの充実性を図った。年間通してのアクセス数は約8,000,000PVで、1,500,000ユーザーの獲得を行うことが出来た。人気のコンテンツとしては、モデルコースやイベント情報、海・ビーチ、スパ施設など来県を決めた方に向けた具体的なコンテンツが挙げられる。今後も継続的に、解析ツールで閲覧者の動向を追い、わかりやすく情報を可視化していくことで、「おきなわ

物語」のブランドイメージを訴求していく。

また、Facebook や Twitter などの SNS やメールマガジンを通して、ウェブサイト上の情報への誘導や、定期的に観光情報を閲覧する読者の獲得を行った。サイトの問合せフォームや、SNS へのコメントについても返信を行い、ユーザーとの繋がりを強化することが出来た。SNS 上ではビーチ等の沖縄の美しい自然風景や、独特の花々や植物、食文化への反響が大きかった。また、問い合わせフォームに多く寄せられた内容としては、レンタカーなしで沖縄旅行を予定している方からのバスの経路についての問合せや、空いた時間にレンタカーなしで移動出来る観光地についての問合せなど、交通手段についての質問が挙げられる。

さらに県内事業者や県外事業者に事業や支援、セミナー等の情報や、各事業の成果報告を効果的に発信するために O C V B 公式サイトにおいて情報発信を行い、また県内事業者が自社の情報発信できる場を設け、ビジネスにつなげる仕組みを提供、PR した。

一方で、県内各観光関連企業や団体等への「おきなわ物語」への情報登録や有料バナー広告出稿について営業活動を行い、情報の拡充及び運営資金の確保を行った。

18. 沖縄県観光産業実態調査事業

本県のリーディング産業である観光産業の持続的発展を図るため、宿泊業、飲食業、レンタカー業等、観光関連事業者の現状と課題を把握し、産業基盤の強化、及び雇用環境の改善に繋がる施策立案に資することを目的に実施した。

(1) 平成 27 年度第 4 四半期調査の実施

調査対象期間：平成 28 年 1 月～3 月

調査実施期間：平成 28 年 4 月 22 日～平成 28 年 5 月 20 日

依頼件数：265 件

回答件数：194 件

報告書納品日：平成 28 年 7 月 19 日

(2) 平成 28 年度第 1 四半期調査の実施

調査対象期間：平成 28 年 4 月～6 月

調査実施期間：平成 28 年 7 月 22 日～平成 28 年 8 月 12 日

依頼件数：264 件

回答件数：179 件

報告書納品日：平成 28 年 9 月 30 日

(3) 平成 28 年度第 2 四半期調査の実施

調査対象期間：平成 28 年 7 月～9 月

調査実施期間：平成 28 年 10 月 7 日～平成 28 年 10 月 28 日

依頼件数：248 件

回答件数：175 件

報告書納品日：平成 28 年 12 月 13 日

(4) 平成 27 年度通期報告書の作成

平成 27 年度第 1 四半期から第 4 四半期までの四半期ごとの結果をまとめ、報告書を作成した。

1) 内容：

序章（経済動向、県内業況 DI、回答件数、回答率等）

第 1 章 調査結果概要

第 2 章 調査結果詳細

第 3 章 自由回答

第 4 章 ヒアリング調査

補足資料 1 用語説明

補足資料 2 調査票

報告書納品日：平成 29 年 3 月 10 日

(5) 平成 28 年度第 3 四半期調査の実施

調査対象期間：平成 28 年 10 月～12 月

調査実施期間：平成 28 年 12 月 16 日～平成 29 年 2 月 10 日

依頼件数：243 件

回答件数：174 件

報告書納品日：平成 29 年 3 月 8 日

(6) 平成 28 年度ヒアリング調査の実施

平成 28 年度の調査で得られた自由回答等をもとに課題の詳細内容を把握するために、ヒアリング調査を実施した。

調査実施期間：平成 29 年 1 月 23 日～25 日、平成 29 年 2 月 27 日～28 日、
平成 29 年 3 月 2 日、3 日、6 日、7 日、9 日、10 日、13 日～
15 日、17 日

訪問件数(予定)：55 件

訪問件数(結果)：49 件

訪問先：沖縄本島、八重山諸島、宮古諸島、伊江島、伊是名島の

観光関連事業者

19. フィルムツーリズム推進事業

映画やドラマなどの撮影を誘致することで、舞台となったロケ地・原作地をめぐる旅である「フィルムツーリズム」を推進することを目的に、撮影の誘致、支援を行ない、映像を活用したロケ地沖縄の魅力発信を国内外向けに行った。

招聘事業については、アメリカでエミー賞を受賞したこともある ABC の「ROCK THE PARK」の撮影隊を招聘し、撮影を行った。

受入体制については、関係団体との連絡会や、セミナーを開くことにより円滑なロケ受入体制の強化につなげた。

(1) FC 窓口業務

ワンストップ窓口として、電話やメールでの問合せ対応を行った。また、国内の映画・ドラマ、海外からの撮影案件へのサポートを行うことで、撮影件数増加につながった。作品を通して沖縄観光を PR するために沖縄ロケ制作支援事業として作品への支援・協力を行い、今後の誘客につなげた。さらに、新たなロケ地や情報収集のため、県内市町村のロケ受入担当者との意見交換を実施したほか、県内事業者へロケ受入状況のアンケートを実施し、その結果を公表し、今後の参考資料としてまとめた。

1) 撮影に関する支援

- ・窓口業務問合せ件数：190 件(内、海外からの問合せは 20 件)
- ・ロケ支援件数：計 41 件(うち映画 13、TV ドラマ 9、TV 番組 4、CM1、PV2、その他 12)
- ・関係団体との連携：JFC（ジャパン・フィルムコミッション）の理事会及び総会への参加、ロケ地フェアへの参加、AFCNet（Asia Film Commissions Network）を活用した Rising Asia というフォーラムへのプレゼンターとしての参加
- ・アンケート結果：県内ロケ件数 平成 27 年度 745 件、平成 28 年度 902 件

(2) 国内外マーケット等出展

TIFFCOM(東京)等のマーケットでは、沖縄ブースを設置しフィルムオフィスの支援作品及び支援メニューの紹介等、積極的なロケ誘致及び上映機会創出に向けた PR を行った。また、JFC(ジャパン・フィルムコミッション)や海外におけるユニジャパン・ジェトロ等と共同出展した、EFM(ベルリン)、AFM(米国)、ATF(シンガポール)でもロケ誘致活動及び映像制作関係者とのコネクション強化

活動を行った。共同出展することでブース費用も単独出展に比べかなり抑制出来、費用対効果の高い出展だった。海外での出展は、助成金による支援説明並びに制作側とのコネクションを構築する活動を行うため、シンガポール・香港等のアジア圏並びにアメリカ・ドイツ等欧米においてもブースを出展した。それがきっかけとなり、ロケハンのための招聘事業を行う事が出来、今後においてアメリカ・フランスを含む共同制作、タイ、国内等における映像制作に期待が持てる。

また、ツール制作においては、多言語のロケ地マップや英語版のセールスツールを制作し、ブース出展時や映画の公開に合わせより効果的なPR展開につなげた。

1) 海外映画祭を活用した沖縄の魅力発信・PR

出展参加マーケット等：海外 8 件、国内 2 件

2) 沖縄ロケ地 BOOK の制作

制作物：6（コンテンツリスト、ロケ地ブック、事業概要、チラシ等）

（３）招聘・招請・制作助成事業

国内外からプロデューサーや監督を招聘し、企画に沿ったシナハン（シナリオハンティング）・ロケハン（ロケーションハンティング）、或いは実際の撮影を行った。特にアメリカから招聘した「ROCK THE PARK」は、実際、アメリカから番組を単独で招聘する場合 5,000 万円は最低でも掛かるところだが、他スポンサー、また当チームから働きかけた美ら海水族館からの協力により、非常に安価に2話分の撮影を沖縄で行うことができた。アメリカ国内 ABC での放送の他、ネット・大手航空会社機内放送等 1,000 万人が視聴見込み。

今年度の招聘事業で沖縄でのシナハン及びロケハンを行ったことで、今後作品が制作されることが大いに期待される。

沖縄ロケ制作支援事業の支援事業は以下のとおり。

1) 招聘案件：7 件（国内：1 件、海外：4 件、国内外合同：2 件）

2) 沖縄ロケ制作支援事業採択作品：5 作品

作品名	制作会社	ジャンル	支援金額
カーラヌカン	株式会社シュガー トレイン	映画	3,000 万円
エイカーズ グランドマスター	リッツプロダクシ ョン株式会社	ドラマ	1,200 万円

My Blue Heaven	株式会社ファンファレ・ジャパン	映画	3,000 万円
クジラのバード～Breaching of love～	株式会社ブレインワークス	映画	1,910 万円
ジーマーミー豆腐	合同会社 T&S	映画	2,950 万円

(4) 地域魅力発信・受入整備強化

県・OCVB 著作短編映画の海外を含むエントリー等における上映機会創出については、ドイツ・インドネシア・韓国の映画祭で支援作品が公式上映された。また、地元航空会社との連携において、4月から3月までの1年を掛け、本土発那覇便或いは離島便の機内にて支援作品を上映することで、年間を通し搭乗客に対し上映機会創出も図ることが出来た。国内或いは海外におけるフィルムマーケットでのブース出展時には、ブース内のテレビモニターで短編映画の上映を実施し、来場する制作者向けにこれまでの成果として、また沖縄のロケーションを見てもらう意味で、上映機会創出を図った。

市町村担当者向けロケ受入セミナー及び関係機関とのロケ受入連絡会については、セミナー1回、連絡会3回の合計4回開催した。セミナーについては、市町村担当者として実際の撮影の受入に対し不安を感じていることが分かり、それを払拭する上での参加であった。どのように制作者側とのやり取りを進めたら良いか、また、許可申請或いは著作権について、実際の撮影時にどのように動く方がより効率的なのか等学ぶことが出来たと非常に良い反応を聞くことができた。意義深いものとなった。

また、以前の沖縄映像コンペティションで制作した短編映画の上映機会を創出するため、viddsee(短編映画専門のプラットフォーム)上で沖縄ページを開設した。沖縄ロケ短編映画を掲載したため、閲覧数も昨年度以上に増加した。併せて、航空会社の機内上映の機会も年間を通して行ったことで、既存作品を活用した魅力発信も実施、それにより、多くの旅行者と県民に制作した作品の発信ができた。

1) 沖縄ロケ作品上映：8会場、3路線

2) Viddsee 閲覧数

作品名	PV	作品名	PV
『うんじゅぬ花道』	49,115PV	『ニービチの条件』	74,845PV
『愛と藍』	59,007PV	『やぎの散歩』	60,088PV
『僕と明日香の島歩き』	76,032PV	『RUMAH』	88,470PV
合 計	407,557PV		

3) 市町村担当者向けロケ受入セミナー

日時：平成 28 年 9 月 15 日（木）13:30～17:00

場所：沖縄県男女共同参画センター 研修室 1

参加人数：25 人

内容：F0 事業内容説明（企画課 新川）、ロケ受入事例（沖縄市 KOZAF0 金城氏）、許可手続き等（沖縄県警 宮里氏）、著作権等（TMI 総合法律事務所 大久保弁護士）

4) ロケ受入連絡会

① 日時：平成 28 年 4 月 28 日（木）15:00～16:30

場所：OCVB306 会議室

参加者：首里城公園、沖縄産業振興公社、沖縄市 KOZA フィルムオフィス、FGO

内容：フィルムオフィス今年度の取り組み、海外コンテンツサポート事業名称変更及び内容変更について、沖縄国際映画祭について、各団体からの撮影受入状況共有等

② 日時：平成 28 年 12 月 5 日（月）13:00～14:30

場所：沖縄産業支援センター 306 会議室

参加者：美ら海水族館、沖縄総合事務局、沖縄産業振興公社、沖縄市、沖縄市 KOZA フィルムオフィス、今帰仁村観光協会、沖縄都市モノレール、石垣島フィルムオフィス、FGO

内容：沖縄フィルムオフィス活動報告、撮影受入に係る課題について

③ 日時：平成 29 年 3 月 3 日（金）10:00～11:30

場所：沖縄産業支援センター 305 会議室

参加者：美ら海水族館、那覇空港ビルディング、沖縄都市モノレール、沖縄産業 振興公社、沖縄市 KOZA フィルムオフィス、今帰仁村観光協会、宮古島市、FGO

内容：沖縄フィルムオフィス活動報告、参加団体からの共有事項

20. フィルムツーリズム推進事業（観光整備課）

「沖縄国際映画祭」をフックとした沖縄観光プロモーションを行う事で、更なる沖縄誘客へ繋げることを目的とし、平成 28 年 4 月の「島ぜんぶでおきな祭 第 8 回沖縄国際映画祭」期間前及び期間中に空港でのバナー掲示、国際通りでのフラッグ掲示、来場者輸送用のシャトルバス運行、海外メディア招聘を行った。

また、次年度沖縄国際映画祭事前プロモーションとして、国内外のイベントを

活用した PR を実施した。

さらに、沖縄国際映画祭を活用した映像制作として、短編映画制作、Amazon プライムビデオ、海外向け番組制作を行った。

(1) 第 8 回沖縄国際映画祭業務

空港内各所にバナーの掲示、国際通りには映画祭フラッグを設置し、映画祭の PR を行った。シャトルバスでの運航は、会場周辺に駐車場がないため、効果的に来場者を輸送することができた。また、第 8 回沖縄国際映画祭開催期間中、9 か国、61 名のメディアを招聘し映画祭だけでなく、沖縄観光を取材してもらうことができた。テレビや雑誌といった各媒体を活用し、各地域に情報発信を行ったことにより、次年度以降の海外からの来場者を増加に期待できる。

(2) 第 9 回沖縄国際映画祭事前プロモーション

沖縄観光の一大 PR イベントともなっている新宿エイサーをはじめに県外 6 か所、海外 3 か所のイベント等でプロモーションを実施した。具体的には、本映画祭の主催団体である吉本興業の芸人等も活用してのステージ PR、パンフレットやノベルティの配布等により、本映画祭の認知度向上を図ったほか、沖縄観光の魅力も発信した。

(3) 短編映画制作

海外に向けて、映像を通して沖縄県及び県内離島の魅力 PR につなげることを目的に、短編映画を制作した。

今回の作品では、石垣島天文台を主な舞台とし、高台からの美しい風景や夜の星空など、石垣島として PR したい魅力を盛り込んだ。

また、スタークルーズ社全面協力の下、台湾発着のクルーズ船であるスーパースターアクエリアス船内をロケ地として活用しており、今後はクルーズ船内での上映会ができるよう調整を行った。

(4) 海外映画祭出展

第 9 回沖縄国際映画祭に招聘する海外メディアを増やすため、海外コンテンツマーケットにて調整を行った。

① JAFF-NETPAC Asian Film Festival 2016

開催期間：平成 28 年 11 月 28 日～12 月 3 日

開催場所：インドネシア ジョグジャカルタ

② ヨーロピアン・フィルム・マーケット (EFM)

開催期間：平成 29 年 2 月 9 日～17 日

開催場所：ドイツ ベルリン

③香港フィルムアート 2016

開催期間：平成 29 年 3 月 13 日～16 日

開催場所：香港

（５）ネット配信動画制作

Amazon プライムビデオおよび Amazon ストアを活用した沖縄観光 PR 番組及びウェブページを制作することで、沖縄の魅力発信および地元物産の紹介を行った。

宮古島、石垣島、久米島で撮影を行い、それぞれ、地元の人と触れ合いながら、気になった店や商品を紹介する内容となっており、視聴者の旅行喚起につながる作品になった。

また、Amazon を活用することで、映像を通した地元物産の紹介から購入までの導線を実現しており、地元物産の販売促進にもつながるものとなっている。

（６）海外向け番組制作

外国人観光客目線を意識した知名度向上・旅行喚起・沖縄県入域観光客増を図る目的として、タイの 20 代、30 代をターゲットとした旅番組を制作・放送した。

シーカヤックや琉装といった体験メニューや、沖縄の食事など、沖縄らしさが盛り込まれた内容で、タイの方々が映像を見て沖縄に来たくなるような内容に仕上がった。

平成 29 年 2 月 19 日から那覇－バンコク間に Peach が就航したため、この番組の放送委より、今後の誘客を促進する効果が期待できる。

２１．スポーツ観光誘客促進事業

（１）県内スポーツイベント情報収集

スポーツ観光誘客促進事業の年間計画を策定するにあたり、県内スポーツ大会事務局や宿泊施設等 62 か所に対して現在の課題や要望、受入状況、誘客事業への参画意向についてアンケートを実施、中でも旅行者からの関心が高いマラソン、サイクリングについては大会事務局を中心に 13 件のヒアリング訪問を行った。関係する競技団体、観光協会やホテル等からの情報収集も行い、年間のプロモーションでの連携体制を構築した。

情報収集のための訪問をきっかけに、OCVB が実施するプロモーションへの帯同、大会当日には OCVB が沖縄ブース設置や取材を行うなど、年間を通して大会との連携を深めることができた。

（２）スポーツ環境情報発信のツール作成

スポーツアイランド沖縄の認知度向上と本県のスポーツ環境の魅力を効果的に発信するため、パンフレット等の PR ツールを作成し活用した。パンフレットについては、新たに県内マラソン 11 大会の詳細内容を載せたリーフレットや、スポーツアクティビティムック本の多言語化などを実施した。また、OCVB が独自に展開したプロモーションの充実に向けてバナーや横断幕を新たに作成した他、アンケート回答者に提供するノベルティ等を作成しスポーツアイランド沖縄の PR を行った。

（３）県外・海外における観光誘客促進のためのプロモーションの実施

（サイクリング：サイクルモードインターナショナル他 5 件、マラソン：北海道マラソン EXPO 他 7 件、ゴルフ：IGTM(InternationalGolfTravelMart)他 2 件、スポーツ全般：JAL わく旅他 3 件、スポーツアクティビティ：WEB サイト展開他 4 件）

マラソン、サイクリング、ゴルフを中心に、県外および海外における大会や付随する EXPO（展覧会）に出展し、パンフレット配布やミス沖縄による会場内プロモーションなどを行い、本県のスポーツ大会や環境等の魅力を多角的に発信した。ブース内ではチラシを配布し、本県でのスポーツ大会においてチラシを持参した参加者にノベルティを配布するなど、具体的な誘客に努めた。

また、北海道との連携事業として両地域におけるサイクリングイベントへの相互出展や北海道マラソン EXPO への沖縄ブースの出展、北海道新聞への広告掲載、沖縄へのサイクリングツアー商品造成など「夏は北海道・冬は沖縄」をキーワードに展開した。

加えて、観光客に気軽にスポーツを楽しんでもらうことを目的に、スポーツアクティビティプロモーションを実施した。これにより大会への参加のみならず、ジョギングやポタリング、ヨガなど手軽に参加できる観光客向けのアクティビティの需要が開拓された。更に国内外からスポーツ関連メディアや関係者を招聘することにより、WEB および雑誌等媒体での露出を図った。

（４）スポーツアイランド沖縄 WEB サイトの更新及び管理業務

昨年度はマラソン、サイクリング、ゴルフの重点種目を中心に主にスポーツ愛好家向けに情報発信を行っていたが、今年度は一般観光客が気軽に楽しめるスポーツアクティビティコンテンツを新しく追加し、スポーツアイランド沖縄の優位性を多角的に PR した。

（５）本県へのスポーツを活用したツアー造成のための取組

海外からのスポーツツーリストの誘客を目的に、県内スポーツ大会事務局と協働してマレーシアのペナンにおいて初めてスポーツアイランド沖縄をテーマとしたセミナーを開催した。その結果、現地旅行社による NAHA マラソンやおきなわマラソンへの参加旅行商品が造成され、具体的な誘客に繋がった。また、「沖縄ナイト in 台湾」に合わせて開催された、主に現地旅行社を対象とした商談会に参加したところ、おきなわマラソンや古宇利島マジックアワー RUNin 今帰仁村への参加旅行商品の造成に繋がった。国内においては、スポーツ関連企業・団体・自治体が自社のプロダクトや地域のスポーツ環境を PR する総合スポーツ展示会に参加し、スポーツアイランド沖縄の周知およびセミナーを通じて本県のスポーツ環境の優位性を発信した。

（６）プロスポーツ等と協働したスポーツアイランド沖縄気運醸成

昨年度に続き、琉球ゴールデンキングス、FC 琉球、琉球コラソンの県内 3 チームと協働し、各チームの企画に基づきプロモーションを実施した。今年度は従来の県外・海外でのプロモーションに加えチームの活動支援を目的に、県内における盛り上がりの創出、地域イメージの向上、スポーツに対する住民意識の向上など気運醸成を踏まえて展開した。

新たな取組として琉球ゴールデンキングスにおいては、SNS 活用プロモーションを展開し、SNS の拡散力の高さを生かし、主に海外へと幅広くスポーツ観光 PR を図った。FC 琉球、琉球コラソンにおいては、県外開催の公式戦においてブース出展等を行い、アウェイ戦（沖縄開催）観戦をフックにしたスポーツ観戦旅行を促し、チケット販売等による効果測定も行った。また、ホーム戦の盛り上げのため県内メディア等を活用して多角的に気運醸成を図った。更に琉球コラソンはシンガポールにて現地代表と親善試合やクリニックを実施し、来場者へ沖縄スポーツ観光を PR したことで認知度向上に繋がった。

（７）スポーツコミッション沖縄との連携

（問い合わせ対応：42 件、大会・イベント等連携：10 件、県外・海外でのプロモーションに伴う連携：3 件）

スポーツコミッション沖縄の担っているスポーツ合宿・大会等のスポーツコンベンションの誘致および推進は、スポーツアイランド沖縄の認知度向上に大きく寄与し、OCVB が実施するスポーツツーリズムの誘致促進とも関連することから、スポーツコミッション沖縄と連携を図り、OCVB が実施するプロモーション活動での連携および、コミッションが実施するスポーツコンベンションの受入れ面をサポートする事により、ツーリズムおよびコンベンションの両面で本県のスポーツ環境に対する認知度向上を図った。

2 2. 那覇空港観光案内所運営事業

那覇空港国内線・国際線ターミナルビル到着ロビーにおいて、沖縄観光に関する情報発信、問合せ対応等を行う観光案内所を設置運営した。国内外から沖縄に訪れた観光客の様々な観光関連のニーズに応え、目的地までの二次交通案内や着地型観光バス等ツアー情報の紹介、地図・観光ガイドブック等の資料配布、宿泊施設リストの提供、県内イベント・観光施設等の情報発信、その他各種問合せ対応を行い、観光客の利便性向上を図った。来所者数は、国内線で 69,942 人、国際線で 65,679 人、合計 135,621 人であった（集計は 3 月 26 日時点）。

また、国内線・国際線観光案内所に設置している大型モニターにおいては、観光地へのアクセス等の観光基本情報や、季節ごとの気候、平均気温、年中行事・イベント・旬の情報等を発信した。

平成 28 年度は「台風時観光客対策協議会」が 5 回設置されたが、その都度大型モニターでの台風進路図の常時放映、『台風対策マニュアル』の配付、航空便欠航による延泊等に対する宿泊施設の空室情報の提供等を行い、災害時の安心安全情報の発信並びに台風に遭遇した観光客に対するサポートを行った。また、定期的に空港館内における混雑状況を撮影し、協議会本部に共有した。

国内線観光案内所はここ数年来所者数が減少傾向にあるが、ネット情報などに依存しないシニア層やトランジットの外国人観光客の需要の高まりが感じられた。また国内線・国際線の両観光案内所とも、沖縄の空の玄関にある沖縄観光の窓口という視点のもと、国内外の観光客や観光事業者からの要望を吸上げ、苦情等の解決に努め、満足度の高い旅の提案に努めた。

なお、観光案内所運営事業は平成 29 年 3 月 31 日をもって終了し、平成 29 年度は沖縄県に引き継ぐこととなった。

2 3. 観光振興事業費（日本観光振興協会 出捐金）

広域観光を促進するために日本観光振興協会との共同事業及び観光理念の啓発普及等広報宣伝を実施した。

2 4. 沖縄観光危機管理推進事業

既存の沖縄観光危機管理基本計画並びに沖縄観光危機管理実行計画を基に、観光地としての安全・安心を確保するという課題に対応するため、国、市町村、地域観光協会、観光関連団体・事業者等と連携し、県内各地に観光危機管理に関する先導的な取り組み等を普及・拡大した。

1. 観光危機管理意識啓発

沖縄観光危機管理推進事業における取組及び観光危機管理の必要性を広く県内に発信することで、観光客の安全・安心に関する県民の意識の醸成や観光従事者による自発的な取組を促進し、観光危機管理体制構築に資することを目的に県内各地で普及・拡大に係る業務を行った。

(1) 講演会（シンポジウム）

日時：平成 29 年 2 月 17 日（金）10:00～16:30

会場：沖縄かりゆしアーバンリゾート・那覇

参加人数：200 名

(2) 映像コンテンツ作成

1) 番組制作

番組放映：「県民の三割しか知らないこと！？想定外を想定内に！沖縄観光危機管理」

放送日時：平成 29 年 3 月 4 日（土）16:00～16:55

：平成 29 年 3 月 26 日（日）27:00～27:55

2) 観光従事者向け観光危機管理への取組意識啓発映像の制作 5 分 15 秒

3) 沖縄観光危機管理に関するプロモーション映像の制作 1 分 40 秒

(3) 広報事業

1) 沖縄タイムス本紙への新聞広告掲載

掲載日：平成 29 年 3 月 11 日（土）

2) 琉球新報本紙への新聞広告掲載

掲載日：平成 29 年 3 月 11 日（土）

3) 沖縄タイムス別冊ワラビー紙面への記事掲載

掲載日：平成 29 年 3 月 12 日（日）

4) 沖縄タイムス電子版タイムス+への記事展開

掲載日：平成 29 年 3 月 11 日（土）

5) 沖縄観光危機管理特設 WEB サイトの制作および運用

サイトアップ日：平成 29 年 3 月 11 日（土）～

6) 琉球新報 Web サイトでの特設サイト誘導バナーの掲載

7) Facebook および Yahoo、Google を活用したアドネットワーク広告の展開

(4) 沖縄観光安心安全ガイドの作成（リングファイル）

部数：25,000 部

言語：日本語・英語・中国語（簡体字・繁体字）・韓国語の 5 言語

(5) 台風対策マニュアルの作成

部数：10,000 部

言語：日本語・英語・中国語（簡体字・繁体字）・韓国語の 5 言語

(6) 「マンガで知る観光危機管理」の作成

部数：5,000 部

(7) 「観光危機管理クリアファイル」増刷

部数：5,000 部

(8) 「概要版 沖縄県観光危機管理基本計画」増刷

部数：5,000 部

(9) 「観光従事者向け観光危機管理取組意識啓発映像 DVD」の送付について

1) 配布先・配布数：

観光従事者向け観光危機管理取組意識啓発映像 DVD：100 枚

市町村（41 件）、観光関連団体・事業者（48 件）

2. 取組支援

沖縄県全体の観光危機管理体制の構築に向け、県内市町村並びに観光関連団体・事業者等に対し観光危機管理についての意識啓発、各自の観光危機管理計画・マニュアルの策定促進を図る事を目的に勉強会を開催した。

(1) スタートアップ支援（市町村）

第 1 回勉強会

日 時：平成 28 年 8 月 23 日（火）14：00～17：00

参加者：13 団体 32 名

第 2 回勉強会

日 時：平成 28 年 9 月 29 日（木）14：00～17：00

参加者：13 団体 30 名

第 3 回勉強会

日 時：平成 28 年 10 月 18 日（火）14：00～17：00

参加者：13 団体 17 名

第 4 回勉強会

日 時：平成 28 年 12 月 6 日（火）14：00～17：00

参加者：13 団体 19 名

第 5 回勉強会

日 時：平成 29 年 2 月 7 日（火）14：00～17：00

参加者：9 団体 12 名

（２）団体支援

第 1 回勉強会

日 時：平成 28 年 8 月 31 日（木）09：00～12：00

日 時：平成 28 年 9 月 1 日（金）13：30～16：30

参加者：3 団体 7 名

第 2 回勉強会

日 時：平成 28 年 9 月 30 日（金）13：30～16：30

参加者：3 団体 7 名

第 3 回勉強会

日 時：平成 28 年 10 月 21 日（金）13：30～16：30

参加者：3 団体 9 名

第 4 回勉強会

日 時：平成 28 年 11 月 25 日（金）13：30～16：30

参加者：3 団体 9 名

第 5 回勉強会

日 時：平成 29 年 1 月 23 日（月）12：00～15：30

参加者：3 団体 8 名

（３）参加団体：市町村観光部局 15 団体・防災部局 9 団体、観光協会等 8 団体、沖縄県ホテル旅館生活衛生同業組合、宿泊施設 2 団体

３．図上訓練

災害時における沖縄県の観光危機管理を円滑かつ的確に実施していくため、「沖縄県観光危機管理基本計画」「沖縄県観光危機管理実行計画」に基づき、県、市町村、観光関連団体等と連携して、観光危機管理体制運用訓練を実施した。

（１）図上訓練

訓練実施日時：平成 29 年 1 月 17 日（火）11：30～17：00

訓練実施場所：沖縄産業支援センター1 階 大ホール

訓練参加者：16 機関 93 名

4. 観光危機管理実態調査

沖縄県観光危機管理基本計画の策定を受け、観光危機管理の認知度や取り組み状況を確認し、沖縄県全体としての観光危機管理体制構築に向けて、県内市町村、観光関連団体・事業者等、並びに沖縄県民、観光客に対し、「観光危機管理」認知度に関する調査を実施し、分析を行った。

(1) 県内市町村／県内観光協会／県内観光関連団体・事業者対象

実施期間：平成 28 年 12 月 6 日（火）～平成 29 年 1 月 13 日（金）

実施方法：郵送調査

(2) 県内在住者

実施方法：WEB 調査

実施期間：平成 29 年 2 月 11 日（土）～平成 29 年 2 月 15 日（水）

(3) 国内、海外観光客

実施方法：那覇空港にて調査票配布による自記入式調査

実施期間：(国内) 平成 29 年 2 月 11 日（土）、12 日（日）

(海外) 平成 29 年 2 月 21 日（火）、27 日（月）、28 日（火）

25. ミス沖縄選出事業

県内外の観光関連公式行催事における観光親善使節として派遣し、本県観光をアピールするため第 36 代「ミス沖縄選出大会」を実施した。

開催日時：平成 28 年 11 月 6 日

開催会場：沖縄コンベンションセンター

ミス沖縄スカイブルー 嘉数 晴花（かかず はるか）

ミス沖縄コバルトブルー 町田 満彩智（まちだ まあち）

ミス沖縄クリーングリーングレイシャス 島袋 愛梨（しまぶくろ あいり）

26. 観光行催事業（賛助会員合同会議・新春の集い等）

(1) 平成 28 年度 第 1 回 OCVB 賛助会員事業報告会

OCVB 賛助会員活動の活性化を図るとともに、各業界の意見を反映させ、沖縄観光・MICE 誘致・受入体制の強化を目的に開催した。

日時：平成 28 年 5 月 31 日

会場：ロワジールホテル沖縄

(2) 2017 年 沖縄観光新春のつどい

本県観光関係業界の関係者が一同に会し、新年のあいさつを交わし親交を深めることにより、一致協力して本県観光・MICE の振興発展に寄与することを目的に実施した。

日時：平成 29 年 1 月 4 日

会場：パシフィックホテル沖縄

27. ブセナ海中公園事業所運営事業

ブセナ岬地区における海中展望塔及びグラス底ボート（2 隻）の管理運営を行った。

平成 28 年度は環境保全を重視した施設整備を基本にサービス向上、広報宣伝・営業活動を強化し、着地型チケット販売網の拡充、旅行会社の発行する情報誌・特典ブック等への情報掲載、各種観光情報誌やWEB等を活用した割引特典の拡充、近隣ホテル等との連携強化を図り、レンタカー利用者やホテル宿泊客を含めた幅広い集客活動を実施し収益向上に努めた結果、増収増益となった。

また、外国人利用客が増加していることから、案内表示の多言語化の推進や現在作成している日本語・英語・繁体語・簡体語・韓国語のリーフレットに加え、新たにタイ語のリーフレットを作製するなど、外国人の受け入れ態勢の強化にも取り組んだ。

平成 28 年度から新たな魅力創造のひとつとして、段階的に海中展望塔の周辺にサンゴを移植する事業に取り組み始めた。

【入場者数 365,402 人（平成 27 年度 318,747 人）】

【事業収入 320,601 千円（平成 27 年度 281,360 千円）】

28. 旧海軍司令部壕事業所運営事業／29. 海軍壕公園（指定管理）

世界の恒久平和を祈念する戦跡施設として、当事業所が壕を始め慰霊の塔並びに展示資料館の管理運営を担っている。

また、戦跡周辺一帯の県営都市公園である「海軍壕公園」は市民の憩いの場として、更には県内小中学生の遠足などの場所として広く活用されており、当該公園の管理運営について沖縄県から指定管理者として受託している。

平成 28 年度においては、学校関係者やマスコミ等への戦跡施設（海軍壕）の紹介・情報発進を積極的に実施した。

また、大手旅行社の情報誌はじめ、航空会社の機内誌等、業界誌への広告掲載を実施、更には県内外における旅行社やホテル、レンタカー会社等への営業活動を展開した結果、旧海軍壕司令部壕の運営については、減収増益となった。

指定管理者としての公園管理においては、「安心・安全・快適」な公園づくりを第一に、地域住民や子どもたちが様々な形で自然と触れ合うことができるよう植物や遊歩道、アスレチック・滑り台などの遊具施設の維持管理に傾注して取り組んだ。園内で最も賑やかな遊具広場近くの園路沿いをはじめ、サービスエリ

アや戦跡広場を中心に花の植え込みを実施し、都市公園としての環境美化に取り組むとともに海軍壕（収益事業）との一体化を図り、相乗効果による利用促進に努めた結果、増収増益となった。

【参観者数 154,854 人（平成 27 年度 163,012 人）】
【売上実績 83,058 千円（平成 27 年度 85,143 千円）】

30. 沖縄コンベンションセンター施設管理運営事業

沖縄県を代表する複合型 MICE 施設・沖縄コンベンションセンターの指定管理者として、沖縄県の観光振興施策に沿った管理運営を行うとともに、「公」の施設であることを踏まえ、公平・平等の基本原則の下、利用者の立場を第一に「安全・安心・快適」な施設運営に努め、増収となった。

（１）国、県、OCVB 施策との密なる連携による効果的な事業推進

沖縄県が推進する「ビジットおきなわ計画」の誘客重点項目に位置づけられている MICE の誘致促進について、県の施策に基づいて国及び日本政府観光局（JNTO）との連携を強化すると同時に、観光業界と行政のパイプ役を担う「観光推進母体・OCVB」のノウハウを活かし、官民一体となった事業推進を図った。

（２）収益向上

営業活動に関しては、OCVB 海外・国内事業部、沖縄県国際会議誘致班、JNTO 等との密な連携の下、国内外の誘致可能な案件に対し、沖縄 MICE を基本とした企画提案を随時行うとともに、県内大学・企業へのセールス活動を展開し、新規顧客の獲得を積極的に行うと同時に、リピーターの定着を図るため、ワンストップサービスなどきめ細やかなフォローアップ体制を強化した。

（３）宜野湾コンベンションエリア連携による堅固な MICE 受入体制の構築

宜野湾コンベンションエリア内主要施設（宜野湾港マリーナ、宜野湾トロピカルビーチ、宜野湾海浜公園、宜野湾マリン支援センター等）に宜野湾市やホテル、商業施設を加えた「宜野湾市コンベンションエリア連絡会議」を隔月で開催し、OCC という集客施設を活かした地域振興をめざし、「琉球海炎祭」等の大型催事の堅固な受入体制構築に努め、県が目指す「アジア・太平洋の有数の国際コンベンション都市」形成に向けた取組に寄与した。

（４）防災の取組強化

海浜エリアに位置する大型施設として、沖縄県や宜野湾市、エリア内自治体と

密に連携を図り、予期せぬ災害に備えるとともに、防災・防震計画の見直しと強化、その対策に係る職員対応マニュアルの周知徹底を図った。

（５）利用者の安全確保を第一に、環境にも配慮した施設管理

施設維持管理業務では、29 年余の実績と経験からセンターの数多くの課題や問題点を把握しており、昨今の厳しい財政状況の中でも効果的かつ効率的な修繕計画を構築し、県に提案するとともに、突発的な修繕作業にも臨機応変・迅速に対応し、利用者の安全確保を第一にした業務を推進した。また、東京大学（生産技術研究所 野城研究室・馬郡研究室）と共同研究「社会連携講座等設置」契約を締結し、空調システムの改善等省エネルギー・省コストの実施を行った。

（６）職員研修の徹底による館のサービスの質向上

職員のスキルアップに努め、MICE 研修、接遇等業務に関連する研修会、劇場・音楽堂人材養成講座を受講し、施設運営業務に係るスキルやカスタマーサービスの向上に努めた。特に、公共施設の危機管理の講習は、職員の危機管理意識の向上につながった。

（７）地域貢献

地域への貢献として、地域行政・団体、企業等との交流を積極的に行うとともに、県民の人材育成事業への貢献として、社会人・大学生のインターンシップや中学校の職場体験学習の受入や「キングスバスケスクール」「夏休みこども自由研究」「劇団四季こころの劇場」「沖縄旅フェスタ in 沖縄コンベンションセンター」等の自主企画事業を積極的に行った。

＜平成 28 年度会議等件数実績＞

国際会議：11 件 6,528 人

県外会議：36 件 64,765 人

県内会議：395 件 444,054 人

合計 442 件（対前年度比 94.6%） 515,347 人（対前年度比 102.3%）

【事業収入 448,069 千円（平成 27 年度 390,420 千円）】

3 1. 沖縄空手会館準備室/沖縄空手会館管理運営事業（沖縄空手会館）

空手発祥の地・沖縄を象徴する施設として、平成 29 年 3 月 4 日にオープンした「沖縄空手会館」の管理・運営を指定管理者としてスタートさせた。

「安心・安全・快適」を第一に顧客満足度の向上に努めるとともに、沖縄空手会館の設立趣旨を踏まえ、県内外に施設の魅力を積極的に PR し、空手大会の

開催とともに、スポーツと文化施設としての機能を発揮し、各種イベントの誘致に取り組んだ。

また、新年度における観光客や修学旅行の誘致に向けての空手体験教室等の準備に集中的に取り組み、新年度早々の定期開催に繋げた。

【入場者数	6,982 人】
【事業収入	7,173 千円】