

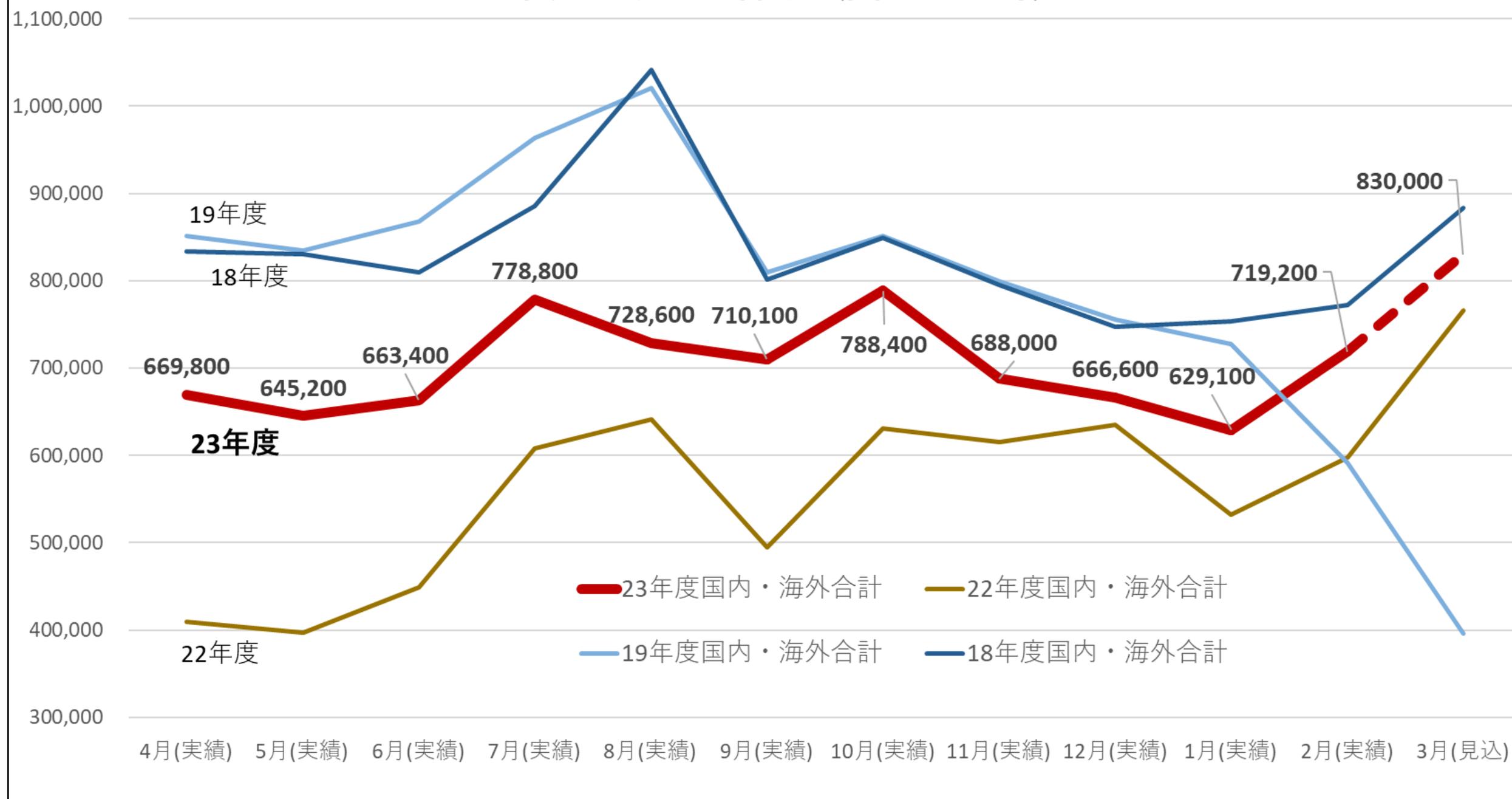
入域観光客数概況(24年2月実績および3月見通し)

1. 入域観光客数概況(24年2月実績および3月見通し)

	4月(実績)	5月(実績)	6月(実績)	7月(実績)	8月(実績)	9月(実績)	10月(実績)	11月(実績)	12月(実績)	1月(実績)	2月(実績)	3月(見込)	23年度計
23年度国内(空路)	601,700	564,200	577,300	654,900	628,700	599,700	667,600	595,400	566,500	504,800	572,800	675,000	7,208,600
23年度国内(海路)	1,400	11,100	8,400	8,700	3,500	3,800	5,300	1,700	5,000	4,000	1,600	5,000	59,500
23年度国内合計	603,100	575,300	585,700	663,600	632,200	603,500	672,900	597,100	571,500	508,800	574,400	680,000	7,268,100
23年度海外(空路)	60,200	63,300	68,100	80,300	71,600	79,600	79,000	77,300	88,900	92,800	94,400	97,000	952,500
23年度海外(海路)	6,500	6,600	9,600	34,900	24,800	27,000	36,500	13,600	6,200	27,500	50,400	53,000	296,600
23年度海外合計	66,700	69,900	77,700	115,200	96,400	106,600	115,500	90,900	95,100	120,300	144,800	150,000	1,249,100
23年度国内・海外合計	669,800	645,200	663,400	778,800	728,600	710,100	788,400	688,000	666,600	629,100	719,200	830,000	8,517,200
22年度対比(国内・海外)	163.8%	162.6%	147.9%	128.1%	113.7%	143.5%	125.0%	111.9%	105.0%	118.2%	120.3%	108.3%	125.7%
19年度対比(国内・海外)	78.7%	77.3%	76.4%	80.8%	71.3%	87.7%	92.6%	86.1%	88.3%	86.4%	121.7%	209.4%	89.9%
18年度対比(国内・海外)	80.4%	77.7%	81.9%	87.9%	70.0%	88.6%	92.8%	86.5%	89.2%	83.5%	93.1%	93.9%	85.1%
23年度国内空路/19年度国内空路	100.9%	101.4%	102.1%	100.2%	85.4%	101.8%	108.5%	99.9%	100.1%	94.9%	108.7%	172.1%	104.1%
23年度国内海路/19年度国内海路	28.0%	108.8%	200.0%	126.1%	145.8%	292.3%	94.6%	42.5%	74.6%	181.8%	55.2%	312.5%	112.3%
23年度国内合計/19年度国内合計	100.3%	101.6%	102.8%	100.4%	85.6%	102.2%	108.4%	99.5%	99.8%	95.2%	108.4%	172.6%	104.1%
23年度海外空路/19年度海外空路	40.6%	39.0%	40.1%	46.1%	47.7%	65.9%	64.2%	79.0%	84.7%	76.1%	182.6%	4041.7%	66.7%
23年度海外海路/19年度海外海路	6.4%	6.2%	7.5%	27.1%	18.7%	27.6%	34.0%	13.4%	8.0%	38.4%	541.9%	皆増	27.9%
23年度海外合計/19年度海外合計	26.6%	26.0%	26.0%	38.0%	34.1%	48.7%	50.1%	45.7%	52.1%	62.2%	237.4%	6250.0%	50.2%
23年度国内空路/18年度国内空路	108.6%	111.7%	108.7%	110.9%	85.6%	105.3%	111.3%	100.0%	99.9%	96.8%	108.7%	103.9%	103.8%
23年度国内海路/18年度国内海路	66.7%	118.1%	247.1%	202.3%	49.3%	223.5%	189.3%	19.3%	156.3%	190.5%	30.2%	64.1%	102.6%
23年度国内合計/18年度国内合計	108.4%	111.8%	109.6%	111.5%	85.3%	105.7%	111.6%	98.8%	100.2%	97.2%	107.9%	103.4%	103.8%
23年度海外空路/18年度海外空路	39.6%	40.9%	40.4%	48.3%	43.2%	53.5%	52.7%	61.7%	63.0%	61.7%	68.0%	68.3%	52.8%
23年度海外海路/18年度海外海路	5.2%	4.1%	9.0%	28.0%	18.5%	33.0%	37.8%	20.6%	17.2%	34.6%	49.8%	62.7%	24.8%
23年度海外合計/18年度海外合計	24.1%	22.1%	28.2%	39.6%	32.1%	46.2%	46.9%	47.6%	53.7%	52.3%	60.3%	66.2%	41.6%

1. 入域観光客数概況(24年2月実績および3月見通し)

23年度入域観光客数(国内・海外)予測



入域観光客数概況(24年2月実績および3月見通し)

1. 入域観光客数概況(24年2月実績および3月見通し)

(概況)

国内入域については、3月下旬の春休み期間中の個人需要が特に旺盛で、旅行需要は引き続き好調に推移すると見込まれる。宮古・石垣を含む東京発沖縄路線の需要が高い。

海外入域については、空路は特に台北、韓国仁川、香港路線については予約が堅調に推移しており、空路入域客数に関してはコロナ前の7割弱の水準まで回復する見込み。

海路は上海、厦門、香港などから入港が予定されており、入域客数はコロナ前の6割程度の水準となる見通し。

2023年度入域観光客は、国内726.8万人、海外124.9万人の合計851.7万人となる見通しであり、先月発表から約7.5万人の増加。要因としては2月の国内空路に係る間際需要の増加や、3月の国内空路の予約状況が堅調に推移していることが挙げられる。

また、今年度の入域観光客数で3月が一番多くなった要因については、春休み期間中の予約状況が好調なこと及び、台風6号により8月の入域客数が落ち込んだことによるものと考えている。

(詳細)

・3月 :【国内】(空路)コロナ前とほぼ同水準の 67.5万人(19年3月対比 103.4%)と見込む。沖縄方面の春休み需要が堅調で、旅行需要は好調に推移する見込み。宮古・石垣を含む東京・大阪発沖縄路線の需要は引き続き高い。

(海路)入域客数は 0.5万人(19年3月対比 64.1%)となる見通し。

【海外】(空路)台湾路線や韓国仁川路線の予約が堅調に推移し、入域客数は 9.7万人(19年3月対比 68.3%)となる見通し。

- ・台北那覇路線◆チャイナエアライン:1月1日から火・木・土・日曜のみ1日2往復へ増便
- ・高雄那覇路線◆チャイナエアライン:1月1日から月・水・金曜のみ運航
◆タイガーエア:3月31日より運航再開(1日1往復)
- ・上海那覇路線◆中国東方航空:1月26日から月火木金日曜(週5)のみ1日2往復へ増便
◆中国春秋航空 1月26日より新規就航(月・水・金・日曜) ◆上海吉祥航空 3月31日まで運休
- ・釜山那覇路線◆ジンエア:3月31日より運航再開(1日1往復)

(海路)香港や上海、厦門などから計15回入港予定。入域客数は5.3万人(19年3月対比 62.7%)となる見通し。
尚、那覇発着台湾(基隆)クルーズの運航が1件予定されている。

令和6年3月27日（水）

初代「沖縄観光大使」を募集します ～「沖縄観光大使」愛称も合わせて募集します～

一般財団法人沖縄観光コンベンションビューロー（会長：下地芳郎、以下OCVB）では、令和4年度まで実施してきた「沖縄観光親善大使ミス沖縄」に代わる新たな観光大使である初代「沖縄観光大使」の一般公募を4月1日より開始します。沖縄が大好きで、沖縄の魅力に熱い情熱を持って情報発信する方を募集いたします。

【初代「沖縄観光大使」募集について】

■ 応募資格

- (1)沖縄県内に在住している18歳以上の方（高校生は不可）。
 - * 年齢上限、未婚・既婚、性別は問いません。
 - * 沖縄観光大使に選出された場合、業務に支障なく対応できる方。
- (2)OCVB等が主催する観光イベント（県内外）へ参加協力する他、SNS等による情報発信に対応できる方。なお、英語や中国語等の語学力を有する方については海外向けのPRにも協力すること。
- (3)沖縄への愛着及び観光PRに熱い情熱を持つ者。
- (4)人前で話すことが好きで沖縄に関する特技や知識を持っている方。
 - ①沖縄の自然（自然部門）
 - ②沖縄の歴史文化（歴史文化部門）
 - ③琉球舞踊、沖縄空手、三線等沖縄の伝統芸能（伝統芸能部門）
 - ④沖縄の食（琉球料理など）（沖縄の食部門）
 - ⑤沖縄で実施されるスポーツ（スポーツ部門）

■ 「沖縄観光大使」の役割

- ① 県内外で開催される観光PRイベントにおいて、スピーチや実演等により沖縄の魅力及び観光情報を発信する。
- ② YouTube、FacebookなどのSNSを活用し、沖縄の観光情報を発信する。

■ 募集期間

令和6年4月1日（月）～ 令和6年5月10日（金）まで

■ 初代「沖縄観光大使」募集および活動開始までのスケジュール

1. 公募期間：令和6年4月1日～5月10日
2. 1次審査（書面）：令和6年5月13日～15日
3. 2次審査（面接）：令和6年5月25日（予定）
4. 最終審査（面接）：令和6年6月1日（予定）
5. 活動開始：令和6年7月1日～（任期2年間の予定）

■ 応募方法

所定の応募用紙に記入の上、郵送。応募用紙はOCVBコーポレートサイトからも令和6年4月1日以降、ダウンロード可能です。



■ 選出人数

5名以内（自然・歴史文化・伝統芸能・食・スポーツ）

【初代「沖縄観光大使」愛称募集について】

OCVBでは令和4年度までに実施してきた沖縄観光親善大使ミス沖縄に代わる新たな沖縄観光大使の一般公募を4月1日から開始するの併せて、新たな沖縄観光大使の愛称を募集します。県内外含め広く募集を行った上で提案のあった愛称の中から新しい観光PRの形に相応しい愛称を選定してまいります。下記の人物像や役割を踏まえ、親しみがあり、分かりやすい愛称の応募をお願いいたします。

■ 「沖縄観光大使」の人物像

沖縄が大好きで、沖縄の魅力（自然・歴史文化・伝統芸能・食・スポーツ等）に熱い情熱を持って情報発信する方。

■ 募集期間

令和6年4月1日（月）～ 令和6年5月10日（金）まで

■ 応募方法

下記 URL もしくは QR コードよりアンケートフォームにアクセスし、愛称及びその理由を入力してください。

<https://forms.office.com/r/VJOHSNRCzP>



■ 観光大使愛称決定の流れ

本アンケートを集計・精査した上で愛称を決定いたします。愛称の選定結果についてはOCVB公式HPおよび記者発表にて情報公開いたします。

■ 留意事項

採用された愛称の一切の権利は、無償でOCVBへ帰属するものとします。

又、すでに商標登録されているものは対象外となります。

【沖縄観光大使関連 お問い合わせ先】
(一財) 沖縄観光コンベンションビューロー
企画・施設事業部 企画課
TEL: 098-859-6126 FAX: 098-859-2981
Mail: kankotaiishi@ocvb.or.jp

新たな沖縄観光大使について

一般財団法人
沖縄観光コンベンションビューロー
企画・施設事業部企画課

沖縄観光親善大使あり方検討委員会からの提言内容（6項目）

1. 新たな大使制度について

SDGsで提唱されている「ジェンダー平等」の実現に向けて、男女不問による選定を行うなど、多様性が尊重される制度を創設することが妥当である。

2. 大使の活用について

今後はルッキズムを重視した表彰式の介添えやアテンドのみと言った役割は行わせないものとし、大使の個性や専門性（自然、伝統文化、伝統芸能、食など）を活かしながら、沖縄の魅力最大限引き出せるようなプロモーションの仕組みを構築していく必要がある。

また、観光PRを行う機関や団体が新たな大使制度を利用しやすいよう、どのような場面にどの大使を活用した方が効果的かなど、各々の大使の役割を明確にしたうえで新たな大使の活用方法を分かりやすく伝えていく必要がある。

3. 既存のキャラクターについて

マハエ、マハ朗の活用にあたっては、より沖縄らしさを感じられるような工夫やキャラクターの個性を感じられるような仕組みを構築し、認知度の向上を図りながら利活用の強化を図ることとする。

4. 情報発信の多様化について

若者世代に対しては、TikTokやInstagramなどのSNS活用が効果的である事及びパブリックアンケートにおいても映像等を活用した観光PRへの賛同が多かったことから、大使等の活用にあたってはSNS等による情報発信を強化していく必要がある。

5. 効果検証について

大使制度及びキャラクター活用において、長期的に持続可能なものとするためには、毎年度PDCAを行い、効果検証を実施することにより、観光PR効果を最大限発揮できる仕組み・体制を構築することが重要である。PDCAの実施にあたっては、定性的な目標に加え、定量化した目標値も定めながら、観光PRに知見を持つ有識者等を活用しながら効果検証を進めていくことが必要である。

6. 収支運営について

新たな大使制度の創設にあたっては、これまでの収支構造を抜本的に見直し、赤字にならないような仕組みにする必要がある。

各関係機関や団体からの補助や支援、他事業との連携による収入確保、中長期的には観光目的税の活用など、安定的な財源の確保を進めていくほか、選出費用の見直し、人件費の抑制、SNS活用による広告費削減など、あらゆる手段を講じて、収支バランスの適性化を図るための方策を確実に実施する必要がある。

1. 制度の目的

沖縄の自然、歴史、文化、食などの特性を活かした地域ブランド、魅力及び観光情報を広く国内外に発信することにより、沖縄県の観光振興を図るため、新たな沖縄観光大使を設置する。

2. 役割について

- (1)県内外で開催される観光PRイベントにおいて、スピーチや講演、実演などにより沖縄の魅力及び観光情報等を発信する。
- (2)YouTube、FacebookなどのSNS等を活用し、沖縄の観光情報を発信する。

3. 人数及び任期について

- (1)新たな沖縄観光大使の人数は5名以内とする。
- (2)任期は2ヵ年とする(再任も可)。

4. 任用及び報酬について

- (1)イベント等開催時に沖縄観光大使としての活動を行う非常勤で、派遣報酬制とする。
- (2)上記2.(1)に基づく活動を行った場合には、OCVB規程に基づき報酬を支払うものとする。

5. 選定方法

- (1)一般公募及び関係団体への推薦により候補者を募る。
- (2)(1)により募った候補者について外部の有識者を中心とした選定委員会を開催し、選定する。

新たな沖縄観光大使の観光PR・情報発信について

1. ミス沖縄が対応してきた主なイベント

- (1) ○○チャーター空港歓迎式
- (2) ○○表彰式
- (3) OCVB新春の集い
- (4) 観光月間・観光の日セレモニー
- (5) インセンティブツアー
- (6) 自然遺産関係普及啓発イベント
- (7) 文化関係イベント
- (8) スポーツ関係イベント
- (9) ○○沖縄物産展
- (10) 旅行博覧会・展示会

観光大使あり方委員会提言反映

2. 今後対応するイベントの考え方

- (1) 沖縄観光を直接PRできるイベントに対応する。
- (2) イベントの内容及びコンセプトを踏まえた大使の派遣(自然、歴史、文化、伝統芸能、スポーツ、食など) 例示：左記の(6)~(10)
- (3) 派遣される大使はステージ及びブース等においてスピーチ、講演及び実演などにより沖縄の魅力をPRする。



3. SNSを活用した情報発信

- (1) YouTube、Facebook、インスタグラムなどを活用した情報発信
- (2) 情報発信のコンセプト(自然、文化、芸能、食など)に応じた大使を活用
- (3) 国内は地域別、海外は国別の嗜好を踏まえた情報発信

観光大使あり方委員会提言

自然、伝統文化、伝統芸能、食などの知識や技能を有する人物を選定した上で**役割分担**を図るなど、大使の個性や専門性を活かしながら、沖縄の魅力を最大限引き出せるようなプロモーションの仕組みを構築していく必要がある。

上記の提言、観光PRイベントの実情及びミス沖縄との差別化を図る観点から、新たな沖縄観光大使に求める資質等を以下のように定義し、一般公募及び関係団体への推薦依頼を行う。

- 1 沖縄への愛着及び観光PRに情熱を持つ者(共通事項)
- 2 スピーチや講演等の経験があり情報発信力、表現力を有している者(共通事項)
下記(1)~(5)は各部門に求める資質

(1)沖縄の自然やエコツーリズムの知識を有する者(自然部門)

(2)沖縄の歴史・文化に関する知識を有する者(歴史文化部門)

(3)琉球舞踊、沖縄空手、三線、エイサー等沖縄の伝統芸能に関する知識を有する者及び実演経験のある者
(伝統芸能部門)

(4)沖縄の食(琉球料理など)に対する知識を有する者(食部門)

(5)沖縄で実施される競技スポーツに関する知識を有する者(スポーツ部門)

* 性別、年齢(18歳以上、高校生不可)、国籍等は問わないが県内在住者を対象とする。

* OCVB等が主催する観光イベント(県内外)へ参加協力する他、SNS等(動画含む)による情報発信に対応できること。

* なお、英語や中国語等の語学力を有する者については海外向けのPRにも協力できること。

令和6年3月27日（水）

SNS から見える市場傾向および事業展開について

一般財団法人沖縄観光コンベンションビューロー（会長：下地芳郎 以下 OCVB）では海外各市場にて本県の観光地としての認知度及び好意度向上を目的に、英語圏、中華圏、タイ語圏に向けて、各地域における利用頻度の高い SNS プラットフォームにて沖縄の観光情報発信を継続的に行っております。この度、沖縄県内の事業者並びに自治体・関連団体等の外国人観光客の理解促進を目的に、OCVB が沖縄県から受託している「沖縄観光グローバル事業」の一環で運用している外国人向け SNS の運用状況について取りまとめました。今後は、各市場の傾向分析を更に強化し、プロモーションに役立てていくこととしています。

（3月25日時点 SNS フォロワー数 約 70 万人）

■SNS から見える各市場の特徴

1. 英語圏

《傾向》

フィリピン・米国・マレーシアに住むフォロワーが多く、25-44 歳女性がボリュームゾーン。観光地や食事処など一般の観光情報よりも、文化や歴史、伝統工芸、風俗など、「旅＋ストーリー」を重要視する傾向がある。首里城復興に関する投稿への反応も良く、旅行先において地域住民が深く関わる「出来事」に触れる、その土地ならではの体験をすることが旅の魅力と感じている。

《プロモーションの展開》

米国においては一定の閲覧はあるものの、ヨーロッパやオーストラリアにおいては少なく、認知度の向上が課題である。英国とオーストラリアに配置を予定している海外レップとの連携のもと、AT や琉球料理、住民との交流など、地域の独自性を感じられる付加価値の高い旅行を発信することで、テーマを絞った具体的な沖縄旅行のイメージを構築するとともに、航空会社等との連携により国内外の国際空港をハブとしたアクセスルートの認知を図る。



FB 投稿「ぶくぶく茶」



IG 投稿「備瀬フクギ並

2. 繁体字圏

《傾 向》

台湾、香港には沖縄に対するコアなファン層が多く、SNS ユーザーの中心となるのは35-44歳の子育てファミリー層が見て取れる。リピーターが多いため、観光情報においても新しい体験や店舗など最新情報への反応が高く出る傾向がある。特に地元民が通うお店など、ローカル感がありディープな沖縄の魅力を紹介するコンテンツへの反応が高い。また、まつりなどイベントに関する投稿への反応も高く、その時にしか味わえない「特別感」のある旅行を好む傾向がある。

《プロモーションの展開》

長く続けてきた「リゾート」をキーワードとする普遍的なプロモーションに加えて、デジタルマーケティングを強化することで、変化の速い市場のトレンドを把握するとともに、収集したデータを基にKOLの招聘やテーマ型旅行博への出展など、タイミングを逃さず鮮度の高い情報発信を行っていく。また、SNS上のコメントにも積極的に反応することで、ユーザー内の沖縄ファン層の一体感を醸成するとともに、ファンの深化、更なる情報の拡散を狙う。



FB 投稿「沖縄お菓子特集」



IG 投稿「首里サンセットサイクルナイトツアー」集

3. タイ語圏

《傾 向》

Facebook の利用率が高いことより、シンプルな情報よりも、読み物としての情報を好む。タイは年間を通して暑く、季節の移ろいを感じにくいいため、訪日旅行においては紅葉や雪、海、桜など四季を感じられる旅行を好む。沖縄独自の食や文化を紹介した投稿に対する反応も高いことから、タイでは味わうことのできない「非日常」を旅に求める傾向がある。また、親日家も多いことから、サブカルチャーなど日本独自のコンテンツに対する反応も良い。全体的に女性のフォロワーが多く、25歳~34歳、35歳~44歳女性がボリュームゾーンとなり、情報収集にも熱心である。

《プロモーションの展開》

バンコクから直行便の就航が計画されていることに加え、新規路線就航の引き合いもあることより、航空会社として沖縄のポテンシャルを評価している。航空会社への各種就航支援やタイアップ広告事業の展開により搭乗率および現地における路線の認知度向上を目指す。また、FB 投稿への反応からショッピングへの意欲も伺えることより、地元でしか購入できない地場産品のプロモーションを強化する。



FB 投稿「エイサー」



IG 投稿「ホタルガラス」

4. 簡体字圏

《傾向》

初めての訪日旅行はゴールデンルートという層が圧倒的に多く、沖縄へは訪日旅行リピーターが中心となる。このことより、ローカル色の強いコンテンツを好む傾向にあり、食や古民家カフェなどの投稿に反応がある。また、ファミリー層向けの記事への反応が高いことから、子連れを想定した旅の情報収集も傾向として見られる。WeChat は 30-39 歳、Weibo は 35-49 歳の比較的高い年齢層のフォロワーを持つ。

《プロモーションの展開》

女性を中心にユーザーが急拡大している、SNS アプリ「小紅書 (RED)」などの新興 SNS が台頭してきていることから、今後運用するプラットフォームの見直しを図り、情報の拡散を狙う。また、中国国内における景気の低迷、訪日旅行に際し査証の取得が必要などの理由から、引きつづき中国からの旅行者は低調に推移すると見込まれるため、県海外事務所や JNTO と連携して市場の動向把握に注力する。



Weibo 投稿「子連れに優しい夕食場所 3 選」

■海外向け SNS アカウント運用状況一覧

	運用 SNS アカウント	フォロワー数	フォロワーの居住地		フォロワー属性		反応の良かった投稿 (エンゲージメント率*を集計)	
英語圏	Facebook	186,871	1. フィリピン 2. 米国 3. マレーシア	22.6% 17.2% 9.5%	1. 35-44 女性 2. 25-34 女性 3. 25-34 男性	23.4% 15.6% 12.6%	1. シーサーって何? 2. ポークたまご 3. 首里城復興	4.36% 4.15% 3.83%
	Instagram	46,589	1. 日本 2. 米国 3. シンガポール	16% 14.8% 6.7%	1. 35-44 女性 2. 25-34 女性 3. 35-44 男性	23.4% 18.3% 14.2%	1. 備瀬フギ並木 2. 首里城復興 3. プセナ海中公園	12.85% 12.29% 10.93%
繁体字圏	Facebook	176,943	1. 台湾 2. 香港 3. イギリス	66.1% 25.1% 1.7%	1. 35-44 女性 2. 35-44 男性 3. 45-54 女性	27.2% 15.0% 14.5%	1. 首里サンセットサイクルナイトツアー 2. ヨナグニウマ体験 3. 沖縄産お菓子特集	56.4% 23.0% 12.8%
	Instagram <small>*2023年8月新規開設</small>	1,511	1. 台湾 2. 香港 3. 日本	60.0% 26.7% 6.7%	1. 35-44 女性 2. 25-34 女性 3. 25-34 男性	23.9% 23.3% 12.3%	1. 沖縄限定ご当地ドリンク特集 1. 首里サンセットサイクルナイトツアー 3. 沖縄そばの日	7.7% 7.7% 7.4%
タイ語圏	Facebook	161,322	1. タイ 2. 日本 3. 米国	94.2% 1.3% 0.85%	1. 35-44 女性 2. 25-34 女性 3. 35-44 男性	20.5% 17.9% 14.0%	1. エイサー 2. しまくとばの日 3. Cookhal	4.49% 4.42% 4.07%
	Instagram <small>*2023年8月新規開設</small>	232	1. タイ 2. 日本 3. 米国	70.3% 12.1% 2.6%	1. 35-44 女性 2. 25-34 女性 3. 25-34 女性	24.6% 19.0% 15.4%	1. ホテルガラス 2. 昭和博物館 3. コーレーグース	23.81% 22.22% 20.69%
簡体字圏	WeChat	39,965	1. 広東省 2. 上海市 3. 北京市	24.3% 15.1% 15.1%	1. 30-39 歳 2. 50 歳以上 3. 40-49 歳	33.0% 18.3% 15.3%	1. 沖縄の旧正月 2. 今帰仁城桜まつり 3. 古民家カフェ特集	9.2% 7.7% 7.4%
	Weibo	73,933	1. 広東省 2. 上海市 3. 北京市	29.7% 12.0% 7.5%	1. 35-39 女性 2. 40-49 女性 3. 40-49 男性	19.2% 15.5% 12.8%	1. 子連れに優しい夕食場所 3 選 2. ご当地パン特集 3. 離島トリップ：宮古島	11.4% 7.2% 6.7%

*エンゲージメント率= エンゲージメント数 (いいね+ コメント+ シェアの総計) ÷ リーチ数
→SNS 投稿に対して反応を示したユーザーの割合

【お問い合わせ先】

(一財) 沖縄観光コンベンションビューロー
海外・MICE 部 海外プロモーション課 担当：山城・照屋
TEL:098-859-6127 FAX:098-859-6221
Mail: ocvb_china@ocvb.or.jp

令和6年3月27日（水）

沖縄を訪れるリピーターの旅行スタイルを可視化！

リピーター向けコミュニティサイトの投稿が公開から3か月で600件超に

一般財団法人沖縄観光コンベンションビューロー（会長：下地芳郎、以下 OCVB）は、沖縄県より受託している国内需要安定化事業の一環で公開した、沖縄好きの旅行者が自身の好きなスポットやグルメスポット、お土産品などを紹介できるリピーター向けの情報交流サイト「沖縄 Fun」を公開し、沖縄リピーターの旅行スタイルを可視化するとともに、サイトへの投稿数が公開から約3か月で600件を突破しました。

また、オンライン旅行会社で、沖縄を訪れるリピーター向けの旅行スタイル別宿泊プランを造成・販売しました。

■実施背景・目的

近年、著しい人口減少により国内マーケットの規模が縮小していく中で、国内の観光需要を安定的に獲得していくためには、本県観光客の約9割を占めるリピーター（※1）の来訪回数や消費単価を増やしていくことが重要であると考えられることから、本業務では、令和4年度に当財団で実施した沖縄リピーター層に関する調査結果をもとに、設定した以下4つのターゲットの志向を踏まえ、設定したターゲットの来訪回数、消費単価増に繋がるプロモーションを実施しました。

■成果目標とターゲット

- ・ 来訪回数増加 → ①子ども（大学生以上）と親子旅層、②友達と男子旅層
- ・ 消費単価増 → ③ひとり旅層、④夫婦・恋人と旅行ヤング層（20～30代）

リピーターは、**共感・共有・拡散する傾向が高い**（※2）とされていることから、「沖縄通」のおすすめのスポットや商品などを紹介するコミュニケーションの場を創出しました。本事業で目的としていた消費額増に向けては、①～④のターゲットに沿った宿泊プランを造成し、県内消費額の項目の中で最も高い割合を占める「宿泊費」の増につなげることで消費額増を図るとともに、来訪回数の増に向けては、リピーター向け情報交流サイトでリピーターの旅行スタイルを可視化することで、沖縄観光におけるロイヤルカスタマーの交流を促進するとともに、ロイヤルカスタマー予備軍の来沖を後押しすることで、リピーターの来訪回数増と、新たなリピーターの創出を図るための取組を展開いたしました。

（※1）出典：沖縄県「令和4年版観光要覧」Ⅱ沖縄観光に関する統計・調査資料
令和6年3月

【リピーターの定義：沖縄県への来訪回数が2回以上、直近の来訪が5年以内】
（※2）じゃらん「とーりまかし」2012年12月号 リピーター行動特性調査

■今後の取り組みについて

今後も継続して、沖縄県を訪れるリピーター層に関する調査を実施し、その調査結果から見えるリピーターの特性や課題に向けたプロモーションを実施いたします。
また、今回開設した「沖縄 Fun」は、ユーザー登録やユーザビリティの改善を進め、サイト内でのキャンペーン企画や県内外のイベントとの連携などを実施し、より沖縄が好きなロイヤルカスタマーの創出を図り、生涯来沖回数（1人が生涯で沖縄を訪れる回数）の増を図ることで、人口減によるマーケット縮小といった社会情勢に左右されない国内旅行需要の安定化を図ってまいります。

【沖縄リピーター交流サイト「沖縄 Fun」について】

沖縄リピーター交流サイト「沖縄 Fun」は、沖縄好きの旅行者が自身の好きなスポットやグルメスポット、お土産品などを紹介できるコミュニティサイトを令和5年12月25日から開設しました。観光ガイドブックにはまだ載っていない、まだ知らない沖縄に出会うことのできる機会へ繋げることも目的としております。

https://www.okinawastory.jp/feature/okinawa_fun（2023年12月25日公開）



気に入った投稿には「いいね！」ボタンを押したり、シェア機能で投稿を他の SNS で共有して楽しむこともできます。「エリア」「季節」「旅行スタイル」うちなーぐち（沖縄方言）を使った「感情」などのタグを使って投稿・検索できる機能も実装し、興味関心のある投稿を探し次の沖縄旅行に役立つ情報を探すことも可能です。「いいね！」が多くついた「投稿のランキング機能」や皆様の投稿から OCVB スタッフが厳選したスポット特集など楽しめる要素が盛りだくさんとなっております。

👑
ランキング

1週間のいいね数が多かった投稿をピックアップ！人気の投稿をチェックしよう。



沖縄 Fun は 12 月 25 日に公開し、3 月 1 日時点で投稿数が 600 件を超え、県外の沖縄旅行好きから多くの投稿があり、「これまでではっきりとは見えていなかった沖縄を訪れるリピーターの旅行スタイルを可視化」することができました。

投稿内容としては、沖縄の海や自然景観など、非日常を感じられる投稿や沖縄ならではのグルメの投稿、家族や仲間、さらには一人旅で沖縄を楽しんだ思い出の投稿が見受けられ、多様な沖縄の楽しみ方を伺うことができました。ガイドブックにも載っていないようなマニアックな投稿など、リピーターならではの投稿もありました。

■旅行スタイル別宿泊プランの造成及び販売実績について

旅行スタイル別宿泊プランは、調査結果を踏まえて策定した戦略ターゲットに向けた宿泊プランを国内大手 WEB 系旅行会社にて造成し、多くの宿泊に結びつけました。

4 カテゴリで比較したところ、予約件数・人数・人泊数は「夫婦恋人旅プラン」が最多、予約流通額や 1 人/1 予約平均単価など金額面では「大人の親子旅プラン」が最多となりました。大人の親子旅は、夫婦恋人に比較し、1 グループの平均年齢が高いと予想され、高単価施設への宿泊を志向するパターンが多いと推察されます。一方、一人旅は他カテゴリに比較し施設については安価だが、宿泊金額を押さえ県内での現地消費等が高い可能性が考えられます。

宿泊プランを造成いただいた宿泊事業者からは、「自社のブランドと設定したターゲット（夫婦・恋人向け）がマッチしていて好反応だった」、「造成した商品からの流入が好調で多くの顧客を獲得できた」などの反応がありました。

【① 子ども(大学生以上)と親子旅層向け宿泊プラン】



大人の親子旅プラン

親子水入らずで行く大人の沖縄旅は、懐かしい日常を忘れてのんびり過ごしたいですね。
家族におすすめの宿泊プランを用意しました。



ハレクラニ沖縄

- 【大人の親子旅】*Bed and Breakfast <ご朝食付き>

天国の名にもっともふさわしい楽園で、ごゆっくりとお寛ぎください。



ノホテル沖縄那覇

- 【大人の親子旅】親孝行旅♪お1人様あたり1,000円分の館内利用券をプレゼント☆/朝食付き

当プラン限定で【お1人様あたり1,000円分の館内利用券をプレゼント】(1泊につき1,000円) 沖縄の非日常を味わう親孝行旅はいかがでしょう。



石垣島ホテルクル

- 【大人の親子旅】親子で石垣島へ！南の島を満喫しながら親孝行旅♪<生ビール飲み放題> (朝食付)

親子水入らずで石垣島へ！南の島を満喫しながら親孝行旅しよう♪

【② 友達と男子旅層向け宿泊プラン】



友達と男子旅プラン

仲のいい友達とまわる気軽な男子旅。
アクティブに過ごした後の疲れを癒したり、じっくり語り合うのにぴったりなプランはこちら。



カヌチャベイホテル&ヴィラス

- 【友達と男子旅】燃えて、無になる。感覚をくすぐるサウナ空間をご体験。オリオンビール付き♪

個人でもグループでも楽しめる本格的なテントサウナ「△℃ ZONE (アッチッチゾーン)」ご利用券付きプランをご用意しました。



KANEHIDE GOLF&HOTEL RESORTS

- 【友達と男子旅】プライベートプール付！1棟貸しコテージで仲間と楽しむアクティブ旅 (朝食付)

ゴルフ場に隣接した全室プライベートプール付き1棟貸しコテージタイプ。
隣接した広々専用駐車場だから、初心者ドライバーでも周囲に気兼ねなく楽々駐車できます。



メルキールホテル沖縄那覇

- 【友達と男子旅】駅徒歩1分&空港から電車・車で10分のデザインホテル<素泊り>

友達と男子旅のお得なプランです。ビジネスでもレジャーでもお得にご宿泊いただけます。

【③ひとり旅層向け宿泊プラン】

ひとり旅プラン

気兼ねなく、自分のペースで楽しめるひとり旅。時間を忘れてのんびりしたり、気の向くままに過ごしたい方向けのプランを集めました。



沖縄ホテル

- 【ひとり旅】朝から生ビール飲み放題うちな気分、沖縄食文化に触れる旅＜朝食付＞
- ★全室リニューアル★快適なひとり旅を！
【沖縄食材を堪能する朝食付プラン】



EMウェルネス 暮らしの発祥ライフスタイルリゾート

- 【ひとり旅】自分の好きなように！のんびり沖縄・ひとり旅＜連泊プラン＞
- 沖縄でひとりぐらうれい旅の時間を提案。体が喜ぶごはん、心までほかほかになる連泊、深い眠りにいざなう快適空間、暮らしの発祥ホテルには一人がうれしい時間があります。心身ともにリフレッシュした新たな自分に出会ってみませんか。



Hotel 385 <宮古島>

- 【ひとり旅】宮古島への出張や一人旅に！お一人様専用プラン
- 観光やビジネス旅に最適な立地。徒歩圏内に飲食店多数だからできるコンパクトステイ。スマートロック採用！スマートな旅を実現。

【④夫婦・恋人と旅行ヤング層（20～30代）向け宿泊プラン】

夫婦恋人旅プラン

夫婦や恋人で行く旅なら、ふたりだけの特別な時間を過ごしたいですよね。平日日常を味わって、ふたりの仲を深められるような施設をまとめました。



ホテルリゾートトリニティ那覇

- 【夫婦恋人旅】★南国沖縄満喫★12時レイアウト無料♪朝食付
- 二人でお得に宿泊！嬉しいレイアウトの特典付カップル・ご夫婦での旅行にぴったり！朝はゆっくり身支度をして出発♪



ハイアットリージェンシー那覇沖縄

- 【夫婦恋人旅】連泊だからお得！最大20%OFF！最上階ラウンジで贅沢なひとときを／クラブアクセス付
- 連泊するならこちら！ハイアットならではの洗練されたおもてなしで贅沢なホテルステイを演出します。



ホテルパティナーナ石垣島

- 【夫婦恋人旅】13種類のハーブティーを自分好みに♪コンビニへは徒歩1分！※和洋ビュッフェ朝食付き★
- ★夫婦恋人にオススメ★竹富島・小浜島・西表島など周辺離島へ渡る離島ターミナル&お買い物に便利なユークレナモール徒歩圏内！ウエルカムハーブティーは自分好みにアレンジしても身体もリラックス♪

【お問い合わせ先】

(一財) 沖縄観光コンベンションビューロー
国内事業部 国内プロモーション課
担当：森田・玉城・黒島
TEL: 098-859-6125
Mail: kokunai_rosen@ocvb.or.jp

令和6年3月27日（水）

沖縄修学旅行に関する取り組み

沖縄県における修学旅行について、一般財団法人沖縄観光コンベンションビューロー（会長：下地芳郎、以下OCVB）では、2023年度および2024年度の入込見込み数を取りまとめました。また、2月28日に行った「沖縄修学旅行全国キャラバン」では、各エリアの修学旅行市場動向についてヒアリングいたしました。

今後の取り組みとして、時期の集中により課題となっている受入体制改善に関する新規事業を実施いたします。

1. 国内修学旅行受入の23年度および24年度の見込み数（速報値）

※3月6日時点、旅行社15社中8社からの回答により推計（OCVB調査）

※2018年度・2022年度修学旅行入込実績（沖縄県観光政策課発表の修学旅行入込実績、2023年度OCVB調査による入込見込み数を掲載）

		4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	合計
2018年度	校数	218	429	217	27	1	67	382	389	386	122	104	86	2,428
	人数	26,033	54,779	34,575	3,253	37	11,698	80,400	85,195	71,947	24,641	15,738	15,185	423,481
2022年度	校数	66	97	101	25	1	40	292	324	272	86	86	92	1,482
	人数	9,166	283	14,697	3,580	9	7,179	55,182	65,892	49,178	14,952	15,301	15,264	250,683
2023年度	校数	113	284	161	23	4	40	314	362	273	80	95	67	1,816
	人数	14,750	37,288	26,245	2,909	165	6,802	64,891	80,797	50,816	14,150	16,856	11,603	327,272
2024年度	校数	141	338	195	18	3	54	297	297	256	87	67	43	1,796
	人数	19,078	44,936	30,840	2,931	312	12,336	62,191	67,360	49,566	16,974	14,603	7,984	329,111

- ・2023年度の入込見込み数は1,816校、327,272人となり、前年度と比較し校数123%、人数131%となった。（2018年度比：校数75%、人数77%）
- ・2024年度の入込見込み数は1,796校、329,111人となり、2023年度と比較し校数99%、人数101%となっている。（2018年度比：校数74%、人数78%）

【各エリアの市場動向について】

令和6年2月28日～29日に新潟、群馬、静岡、福岡で旅行会社を訪問する「沖縄修学旅行全国キャラバン」を実施しました。訪問先各地の市場動向は以下の通りです。

<新潟>

- ・修旅実施時期は12月1週目～2週目に集中している。
- ・団費の上限額は決まっておらず、概ね11万～15万円で設定している学校が多い。

- ・実施時期平準化については、2月の他学年が行うスキー教室にかぶせての実施も可能性があるかもしれない。
- ・24年度までは、コロナの影響で関西エリアでの実施が多いが、25年度は多くの学校が沖縄へ戻っている。

<群馬>

- ・群馬県の高校は、5~8割は沖縄修学旅行とニーズが高い。
- ・団費の上限額12万円のうち、半分以上が交通費のため、バス代などの値上がり懸念事項。

<静岡>

- ・県内高校の修学旅行先は基本的に選択制にしており、予算は3泊4日で9万~13万円と幅広い。その中でも沖縄コースが人気である。平和・文化・自然体験と沖縄でしかできないプログラムや魅力を十分に理解している。
- ・静岡県令和5年は95%が国内修学旅行になっている。(海外は少なくなった)
- ・実施時期が10月~12月が多く、その中でも12月上旬に集中している。

<福岡>

- ・県内高校の修学旅行先は北海道や信州のスキー体験と関東が主流。一部海外(シンガポール)に行くところもあったが、円安および価格高騰により海外は厳しくなっている。
- ・実施時期は12月~2月に集中している。
- ・団費は学校によってさまざま、概ね10~14万円くらいと幅がある。
- ・教員向けモニターツアー等があると沖縄も検討先になりえるかもしれない。

【今後の取り組み】

上記の市場動向を踏まえ、次年度に向けて以下の取り組みを検討いたします。

- ・沖縄修学旅行の大きな課題となっている集中する実施時期の分散化を図るため発地側地域の特性を把握し、特定の地域に対して時期の変更提案をしていく。
- ・新規地域の開拓を狙ったモニターツアー実施や、現地説明会の機会創出。

旅行会社訪問の様子



2. 海外教育旅行の入込状況

今年度の海外からの教育旅行の今年度の入込件数は下記の通り。

＜学校交流マッチングに伴う入込数＞

	対面	オンライン	合計（海外団体数）
R1 年度	27	0	27
R4 年度	0	2	2
R5 年度	16	4	20

※R2 年度、R3 年度はコロナにより海外渡航不可だったため実績なし

※受入学校・団体数については OCVB が学校交流のマッチングを行い把握している数のみ記載

＜今年度交流した県内学校＞

沖縄県立芸術大学

具志川商業高等学校、前原高等学校、那覇商業高等学校、与勝高等学校、興南高等学校
桜中学校、沖縄尚学中学校、西崎中学校、宜野湾中学校、興南中学校

田場小学校、真嘉比小学校、アミークスインターナショナル小学校、潮平小学校、真壁
小学校、光洋小学校、西小学校（順不同）

3. 修学旅行需要分散化促進支援事業の実施について

OCVB は沖縄県からの受託事業として「修学旅行需要分散化促進支援事業」を実施いたします。当該事業は、修学旅行で探究学習や SDGs 学習等を希望する学校に対し、体験費用を支援することにより、修学旅行の行程や場所、交通手段、時期の変更等を誘導し、沖縄修学旅行における需要の分散化を図ることを目的として実施いたします。

当該事業をとおり、新学習指導要領に基づき需要が高まっている探究学習や SDGs 関連プログラムの拡大や、分散化による受入環境改善、それに伴う受入可能件数拡大を目指します。

【お問い合わせ先】

（一財）沖縄観光コンベンションビューロー

国内事業部 受入推進課 担当：屋宜

TEL：098-859-6129

FAX：098-859-6221

Mail：shuryo@ocvb.or.jp

令和6年3月27日（水）

東京事務所を活用した沖縄観光のリアルプロモーションの提案 ～東京から沖縄の魅力を発信～

一般財団法人沖縄観光コンベンションビューロー（会長：下地芳郎、以下 OCVB）東京事務所は、主に関東近郊の航空会社や旅行会社、沖縄関連事業者への一般観光、MICE、教育旅行の営業活動及び市場動向や要望などの情報を収集し、沖縄本社へ共有・提案する役割を持っています。また、東京から沖縄の観光情報や旬の情報を SNS で発信する他、来所者に対して観光案内所としての機能も併せ持っています。昨年2月に同施設内1階に「わたしたショップ」がオープンしたことで、そこから来所する方の増加も見込まれます。

<R5 年度活動実績について> ※R6. 2/29 時点

① 営業・ヒアリング訪問件数

分野	目標	実績(2月末時点)
一般観光	100 件	80 件
MICE	1,000 件	1,035 件 ※メール・電話を含む
教育旅行	100 件	112 件

② SNS 情報発信

媒体名	目標	実績
Facebook	120 件	119 件
X (旧 Twitter)	120 件	171 件

※参考 R6. 2/29 時点 Facebook フォロワー数 約 4,000 X フォロワー数 約 2,800

③ 一般客向けセミナー ※新規

今年度試験的にではありますが、観光案内所のスペースを使って一般のお客様向けに、沖縄のエリアやテーマを決めて年間5回無料でセミナーを実施しました。

・テーマ

- 第1回：うるま市
- 第2回：伝統工芸
- 第3回：泡盛
- 第4回：読谷村
- 第5回：名護東海岸

・講師：沖縄から派遣

・参加者：各回8～10名程度



・参加者からの声：

「現地の方からより深い情報が得られた」、「沖縄の方と直接接点を持てる場として貴重です」、「毎年沖縄に行くのでうるま市に行ってみようと思いました」など

・講師からの声：

「雰囲気や参加される方の属性などもイメージができたので、次回は発信する内容も来場者に合わせてより具体的なことを提案したいと思いました」、「沖縄好きな県外の方の声が直接聞いたのはとてもいい機会になりました」、「少人数だったので、反応がすぐ確認できたのが良かった」、「普段リーチできない新規層にお越しいただけた」など

セミナーの告知はチラシを作成し配布するほか、東京事務所の SNS で事前・事後に発信しており、デジタルの活用も含めた告知活動を行っています。次年度はより深い情報を提供することに加え、講師にとっては沖縄へ来てもらう、また、参加者にとっては沖縄に行く“きっかけ”を提供できるようなセミナーに取り組んでいきます。

今は情報をインターネットで簡単に取得できる時代ではありますが、そういった中でも実際にセミナーや案内所を訪れるお客様のニーズがあるということは東京事務所として意義のあることとして引き続き取り組んでいきます。

羽田空港、東京駅からも立ち寄りやすい有楽町駅前の東京交通会館 3 階にある OCVB 東京事務所の立地を生かし、沖縄県内の自治体様などに対し、セミナーを活用した情報発信の場として PR コーナーの設置も可能ですので、ぜひご活用いただけるよう引き続き沖縄本社とも連携し情報発信に努めて参ります。

【お問い合わせ先】

(一財) 沖縄観光コンベンションビューロー

国内事業部 東京事務所

担当：高見・大嶋・呉屋・土屋

TEL: 03-5220-5311 FAX: 03-5220-9720

Mail: tokyo@ocvb.or.jp