

令和7年度 事業の実績報告

市場概況

- ① 令和7年度の入域観光客数（国内・海外計）は1,093万5,800人となり、対前年度比で9.9%増（98万3,100人増）と大きく伸長し、過去最多の記録を更新した。このうち国内観光客数は、旅行需要を見込んだ航空会社による臨時便や増便が好調に推移したことで、過去最高となる799万4,500人（対前年度比4.4%増）を記録した。

外国人観光客数についても294万1,300人（対前年度比28.4%増）となり、国際航空路線の新規就航・運航再開や増便、クルーズ船寄港回数の増加等により、コロナ禍前の水準に概ね達するなど力強い回復を見せている。クルーズ市場は主要3港（那覇・石垣・宮古）を中心に寄港回数が前年を上回り、全体で432回の寄港実績を上げた。MICE市場においても、国内市場を中心に開催件数や支援実績が増加したほか、海外市場でも韓国や台湾、シンガポール、タイからのインセンティブ旅行案件の増加や、中国市場からの案件発生など、好調な動きが拡大している。

令和8年度においても、国内・県内発着クルーズの複数回予定や、各方面からの航空輸送実績の好調、国際路線の新規就航・増便などにより、国内外の観光客数は引き続き堅調に推移することが見込まれており、沖縄観光のさらなる飛躍が期待される市場動向となっている。

事業総括

- ② OCVBは広域連携DMOとして、「沖縄ツーリズム産業団体協議会」や「沖縄県観光協会等協議会」等の事務局運営を通じ、各ステークホルダーとの合意形成の仕組みを構築した。また、「おきなわ観光地域カルテ」に市町村からのニーズを踏まえたレポート出力機能や、AI活用による解説コラムを追加開発し、観光地経営の高度化を支援した。

特に、令和8年度に導入が予定されている観光目的税（宿泊税）に関しては、観光業界の意見を集約し、沖縄観光の発展に資する制度設計を求めて県および県議会へ要請書を提出するとともに、使途検討のための「OCVB観光戦略協議会」の立ち上げ準備を進めるなど、県とのパイプ役としての役割を果たした。

- ③ 国内観光客の誘致については、直行便の就航エリアを中心に認知度向上や搭乗率の向上に向けた展開を図ったほか、持続可能な観光の推進に向けたプロモーションを展開した。エシカルトラベルオキナワプロモーションとしてWEBサイトやInstagramを通じた情報発信、イベント出展などを行った。

また、沖縄本島周辺15離島の誘客プロモーションにおいては、ポケモンとコラボレーションしたステッカーを作成するなどして離島間の周遊を促した。スポーツツーリズムにおいては、イベントカレンダーへのAI機能導入やリール動画を活用したSNS等での情報発信を行い、幅広い層へ「スポーツアイランド沖縄」の訴求を図った。

その他、沖縄観光情報 WEB サイト「おきなわ物語」では、AI サービス利用者の急増による情報収集手段の構造的な変化に直面しながらも、コンテンツの質を維持し、SNS での戦略的な情報発信によりフォロワー数増加を実現した。

- ④ 海外について、航空路線の新規就航・運航再開・増便、クルーズ船寄港回数の増加に加え、好調な訪日インバウンドの後押し等が観光客数増の要因と考えられる。

訪沖インバウンドの誘致については、沖縄県及び県海外事務所、そして県内事業者と連携し効果的なプロモーションを実施した。

台湾・韓国・香港などの主要市場は、新規就航に伴う認知度向上や離島誘客強化に繋がるプロモーション、東南アジア市場は、一般観光のみならず、タイのサブターゲットをダイビング愛好家に設定したコンテンツ型プロモーション、欧米豪市場は、レップ（イギリス・フランス・オーストラリア）の活用及び JNTO や航空会社との連携プロモーション、特に今年度は沖縄グローバルアンバサダーAwich の NY ライブ連携プロモーションや New York Travel and Adventure Show 2026 出展等、米国でのプロモーションも強化した。また、各市場のプロモーションとして、デジタル（WEB・SNS）でも情報発信を行った。

- ⑤ クルーズの誘致については、国内外クルーズ船社へのセールス活動やキーパーソン等の招聘を通じて質の高いクルーズ船誘致に努めた。また、クルーズ船観光の実態調査を実施し、2025 年寄港クルーズ船の経済効果が 161 億円であることや、寄港クルーズの現状と課題、今後取り組むべき事項等を把握した。

- ⑥ MICEについては、国内市場を中心に開催件数、支援実績が増加した。海外市場についても、直行便の増便に伴い韓国、台湾のほかにも、シンガポール、タイからのインセンティブ旅行案件が増加し、中国市場からも案件が発生しはじめた。誘致活動においては県内事業者との効果的なビジネスマッチングに注力し、SDGs に資する内容の情報発信を行った。「沖縄 MICE ネットワーク」の運営においては、サステナビリティガイドラインの活用や MICE 人材育成セミナーの対面式への変更等を実施し、受入体制の強化に務めた。また、2000 年サミットをフックとしたシンポジウムや企画展を開催し、MICE の意義の啓発も行った。

- ⑦ 教育旅行については、物価高騰や少子化、飛行機機材の小型化等による市場規模の変化が見込まれる中、安定的な修学旅行需要を確保するため誘客促進ならびに受入環境の整備を図った。特に繁忙期の 10 月から 12 月において、バス運転手やガイド等の人材不足に対し、関係機関と連携し課題解決に向けて取組んだ。また、修学旅行における訪問場所や交通手段等の行程や時間帯の変更を行うことを条件とし、探究学習や SDGs 学習等の実施を希望する学校へ支援を行い、需要の分散・平準化を図った。

- ⑧ 観光危機管理については、「第2次沖縄県観光危機管理計画」の周知や市町村向け計画の策定支援を行った。観光危機管理体制運用図上訓練では、帰宅困難対応や被災者ニーズへの対応についての訓練を実施した。令和7年度は新たに八重山圏域での観光危機管理対応訓練や「美ら島レスキュー2025」にも参加し、離島を含む広域での情報伝達と対応能力の向上を図った。さらに、災害時における外国人観光客への対応として、多言語コミュニケーションシートを作成・配布した。
- ⑨ 「沖縄リゾートワーケーション推進協議会」においては、沖縄リゾートワーケーションモデルの定着に向け、県内事業者と連携しイベントやWEBサイトを通じたプロモーション活動を実施した。また海外におけるデジタルノマド層等への訴求を図り、企業・人々の働き方・生き方の提案を通じた質の高い観光地の形成を図り沖縄の多様な産業・地域への波及へと繋がる取り組みを推進した。
- ⑩ 組織広報については、OCVB公式サイトでの情報発信や広報・PRツールを活用し情報発信を強化した。OCVB Newsを毎月OCVB公式サイトで公開し、沖縄観光市場の動向分析やOCVBの取り組みについて紹介した。また、定期的に記者懇談会を行い、入域観光客数の見通しや観光動向について共有した。
- ⑪ また、令和6年度に認定された新たな沖縄観光大使（伝統芸能部門・沖縄の食部門・自然部門・スポーツ部門それぞれ4人）の専門性を活かした多角的なPRを展開した。さらに、おきなわSDGsプラチナパートナーとして、組織横断的なSDGs活動を推進した。
- ⑫ 賛助会員サービスの一環として「OCVB News」のWEB配信を行い、入域観光客数の見通しや入域実績、国内外市場の動向分析やOCVB事業等を紹介するとともに、賛助会員同士の情報交換ができる交流掲示板の仮運用を開始した。また、OCVB公式サイトでは組織情報、年間事業スケジュール、入札・公募情報、活動報告を発信し、OCVBが実施する事業を可視化した。
- ⑬ 自主事業については、ブセナ海中公園の展望塔、グラスボートの利用増を図り、個人客の獲得を強化するべく、外部連携やWEBサイト等を活用した情報発信の強化、またSDGsを意識したタマンの稚魚放流や近隣小学校との交流に力を入れた。
- 旧海軍司令部壕では、家族旅行・グループ旅行等、個人旅行が主流の中、顧客満足度向上を図るために映像資料やパノラマ映像の活用をはじめ、資料館や地下壕内展示資料の増設や多言語化、遺留品特別展を開催した。その他、WEBサイトの更新、SNSの発信強化、職員によるミニ講話・平和ガイドにも注力した。また指定管理を担う海軍壕公園においては、遊具広場のリニューアルオープンにより利用者が大幅に増加し、一元管理による利用促進に努めた。

令和7年度 各事業一覧

1. 国内需要安定化事業
2. 沖縄観光誘致対策事業
3. 離島観光活性化促進事業
4. スポーツ観光戦略的誘客促進事業
5. 教育旅行推進強化事業
6. 修学旅行需要分散・時期平準化促進事業
7. 沖縄観光グローバル事業
8. 戦略的クルーズ観光推進事業
9. 戦略的MICE誘致促進事業
10. 観光誘致対策事業（MICE推進課）
11. MICE受入体制強化等事業
12. フィルムツーリズム推進事業
13. 観光危機管理体制構築支援事業
14. 観光危機管理対策事業
15. 観光人材育成・確保促進事業
16. 観光事業者収益力向上サポート事業
17. 令和7年度補正 観光事業者収益力向上サポート事業
18. 東京事務所運営事業
19. 観光情報センター事業
20. 観光振興事業（日本観光振興協会出捐金）
21. 観光行催事業（沖縄観光新春の集い）
22. 沖縄観光大使事業
23. ブセナ海中公園事業所運営事業
24. 旧海軍司令部壕事業所運営事業 / 25. 海軍壕公園（指定管理）
26. 沖縄県観光協会等協議会運営事業
27. 観光振興事業補助金（DMO補助金）
28. 沖縄リゾートワーケーション推進事業

<OCVB法人運営>

令和7年度 個別事業内容は次のとおり

1. 国内需要安定化事業

国内観光客に対し、年間を通して安定的な需要を保つべく、新たな観光コンテンツや季節ごとの魅力の発信や地方路線の強化等、年間を通じて効果的かつきめ細やかなプロモーションを行った。実施にあたっては、直行便の就航エリア(地方)を中心に認知度向上や搭乗率の向上に向けた展開を図ったほか、第6次沖縄県観光振興基本計画で示す持続可能な観光の推進に向けたプロモーションを展開した。

(1) エリア別路線強化

ア. メディアプロモーション

(ア) エシカルトラベルオキナワプロモーション

①WEB サイト特集記事制作・改修

- ・「自然」「食」「手仕事」「文化」「暮らし」の5つのカテゴリー分け
- ・TOP ページに新規記事を「Pickup」として掲出
- ・新規記事15件、事業者向けコラム4件

②Instagram 公式アカウント開設

- ・コンテンツ24件(フィード18件、リール5件、CP1件)
- ・フォロワー5,527人(R8.2.20時点)
- ・プレゼントキャンペーン実施

③イベント出展(エコプロ2025)

- 日程：令和7年12月10日～12日
- 場所：東京ビッグサイト
- 備考：イベント総来場者数：59,873人
アンケート回答：197名

④招聘

- 日程：令和7年11月19日～20日
- 場所：沖縄本島内各所
- 被招聘：県外雑誌社など、7媒体12名

(イ) リピーター創出プロモーション

沖縄 Fun 運営

- ・投稿キャンペーンの実施(12月15日～1月14日まで実施、応募数：456件)
- ・インフルエンサーを起用した情報発信、web 広告の実施

(ウ) デジタル広告配信業務

「おきなわ物語」Instagram アカウントの認知拡大

・プロフィールアクセス数：53,155 件

・リーチ数：4,523,103 リーチ

イ. タイアッププロモーション

(ア) 航空会社連携プロモーション

航空会社	実施内容
全日本空輸株式会社	インフルエンサーを活用した SNS 発信を中心に、YouTube や路線利用搭乗促進キャンペーンなど、幅広いプロモーションを実施
日本航空株式会社	エシカルトラベルオキナワを軸に機内誌や機内動画等で情報発信したほか、外部メディアと連携した広告展開を実施
スカイマーク株式会社	日経 Biz Life Style でのタイアップ記事広告の掲載や TikTok、YouTube での動画制作・配信を行うなど、若年層からシニア層までターゲットに沿った PR を実施
ジェットスター・ジャパン株式会社	親子旅の促進を図るべく、自社サイト特設ページや WEB 広告で幅広く発信
株式会社ソラシドエア	東京にてリアルプロモーションを実施
Peach Aviation 株式会社	現状の予約状況や今後の傾向などについて意見交換を行う月例会議を実施

(イ) 空港連携プロモーション

新潟空港 空の日 2025

日 程：令和 7 年 9 月 6 日～7 日

場 所：新潟空港

その他 2 件実施

ウ. 招聘事業

MRO 北陸放送株式会社

番組名：絶好調 W

取 材：令和 7 年 6 月 23 日～25 日

放 送：令和 7 年 7 月 23 日

放 映：石川県

被招聘：タレント含む計 5 名

広告換算値：約 16,000,000 円 その他 7 件実施

エ. 県外イベントを活用したプロモーション

おきなわフェスタ in 四国

日 程：令和7年5月5日～6日

場 所：愛知県民文化会館

来 場：10,000人

ツーリズム EXPO ジャパン 2025 愛知・中部北陸

日 程：令和7年9月25日～28日

場 所：Aichi Sky Expo

来 場：126,900人

その他9件実施

(2) 奄美・沖縄世界自然遺産を活用したプロモーション

ア. 動画及びwebサイトを活用したプロモーション

動画の制作

- ・奄美大島、徳之島、沖縄島北部、西表島、4地域ダイジェストの5種類を、長尺/短尺で作成

WEBサイト改修

- ・トップページ刷新、新記事制作、地域ごとのハブページ制作

WEBを活用した情報発信

- ・YouTube再生視聴回数：17,000,012回
- ・広告クリックでのページ誘導数：90,249回

(3) WEB更新・強化事業

ア. 沖縄観光情報WEBサイト「おきなわ物語」における情報発信の強化

- ・おきなわ観光旅診断の運営・保守管理
- ・県内テナントの追加（主におきなわ食材を取り扱う店舗）
- ・交通アクセスページの改修
- ・観光ニュース記事の作成
- ・情報発信強化および運用業務効率化に向けたWEB改修

※「おきなわ物語」のアクセス数およびSNSフォロワー数は「2. 沖縄観光誘致対策事業」を参照。

2. 沖縄観光誘致対策事業

国内観光客の安定的かつ継続的な確保を図るため、観光関連業界・団体との関係構築および連携強化を目的としたレセプションを開催した。あわせて、各種観光情報サイトの適切な保守・管理による安定的な運用を行うとともに、旅行者ニーズに即した現地情報等を県外および国外に向けて発信を行った。

(1) 誘客プロモーション対策事業

ア. 沖縄観光感謝の集い事業

沖縄の観光振興に尽力いただいた関係者へ感謝の意を表するとともに、沖縄観光の今後の方針および取組について発信し、関係者間の連携強化を図ることを目的として、レセプションを実施した。

[沖縄観光感謝の集い 2025 長野]

日 時：令和7年12月19日

場 所：ホテル国際21 藤(1階)

参 加：122名（内訳：長野側参加者110名、沖縄側参加者10名）

業 種：長野県関係者、沖縄県関係者

[沖縄観光感謝の集い 2026 東京]

日 時：令和8年1月22日

場 所：セルリアンタワー東急ホテル B2F「ボールルーム」

参 加：502名（招待者414名、県内参加者88名）

業 種：議員・大臣関係、官庁関係、旅行会社・宿泊施設関係、航空・空輸関係、美ら島大使、県人会・郷友会、その他観光関連企業等

イ. 観光宣伝物の制作・発送・保管

本県観光（離島地域を含む）の魅力を紹介・発信する各種印刷物や、沖縄らしさを想起させるパンフレット等を制作し、旅行会社をはじめ旅行者へ提供するとともに、県外で実施される各種誘客イベント等において活用し、旅行需要の拡大を図った。

(2) 観光客誘致基盤強化事業

ア. 観光情報サイト管理・運営費

各種観光情報サイトを適切に保守・管理し、安定した運用を行うとともに、旅行者のニーズに合わせた現地情報を県外および国外へ発信した。

(ア) おきなわ物語」アクセス数の変化

(2025年4月1日 - 2026年3月31日時点)

年度	PV数	ユーザー数	広報経由来訪数	平均滞在時間
2025年度	8,865,377	4,807,028	65,750	5分58秒
前年比	-22.5%	-25.2%	-70.3%	+0.6%
2024年度	11,441,249	6,428,351	221,136	5分57秒

(イ) 「おきなわ物語」 SNS フォロワー数の変化

(2025年4月1日 - 2026年3月31日時点)

媒体	アカウント名	投稿数	フォロワー数	フォロワー数差分
Instagram	【公式】おきなわ物語	109件	69,914人	+12,902人
X	マハエちゃんのおきなわ物語	1,026件	12,040人	+403人
Facebook	マハエちゃんのおきなわ物語	810件	24,533人	+2,482人

(ウ) 海外向け沖縄情報サイト「VISIT OKINAWA JAPAN」の運用保守実績

(2025年4月1日 - 2026年3月31日時点)

年度	PV数	ユーザー数	新規ユーザー数	平均滞在時間
2025年度	2,925,423	1,227,152	1,142,379	1分34秒
前年比	-18.6%	-12.8%	-18.8%	-3.96%
2024年度	3,596,327	1,491,793	1,408,051	1分38秒

(エ) デジタルパンフレットギャラリーサイトの運用・管理実績

(2025年4月1日 - 2026年3月31日時点)

年度	PV数	ユーザー数	平均滞在時間
2025年度	186,452	53,358	52秒
前年比	-80.5%	-95.7%	-83.9%
2024年度	231,766	55,773	1分38秒

(オ) メディアライブラリー運営実績 (ダウンロード素材トップ5)

(2025年4月1日 - 2026年3月31日時点)

タイトル	素材タイプ (画像/動画)	ダウンロード数
首里城 (守礼門 寄り)	画像	131
万座毛	画像	111
エイサー	画像	95
壺屋やちむん通り	画像	81
首里城 (守礼門 引き)	画像	80

3. 離島観光活性化促進事業

事業共通の4つのテーマ (人とのつながり、屋外アクティビティ、ウェルネス・リトリート、スロートラベル) を掲げ、沖縄離島をエリアに分けてターゲットを設定し、離島への誘客に係る各種プロモーションを実施した。

(1) 離島航空路開設・チャーター便支援

事業名	支援件数	入域者数(人)	交付金額(円)	県内利用空港
国内チャーター便 支援事業	8 件	478 人	956,000 円	3 空港

運航航空会社：株式会社フジドリームエアラインズ

(2) 航空会社連携プロモーション

航空会社	実施内容
全日本空輸株式会社	宮古・石垣線利用強化 離島興味層をターゲットに離島に関する情報などを広告配信。また ANAWEB サイト内に離島特集を掲載。
日本トランスオーシャン航空株式会社	久米島線利用強化 旅行系 Youtuber による久米島動画制作ならびに、JALWEB サイト内で久米島のモデルコースの紹介等を掲載。
スカイマーク株式会社	宮古（下地島）線利用強化 Youtuber2 組を起用した宮古島旅行動画を制作し、レンタカーなしでも回れる宮古島観光等の発信や、自社 SNS アカウントを活用し、航空券などが当たるキャンペーンを実施。
琉球エアーコミューター株式会社	与那国線利用強化 日帰りで楽しめる与那国島の魅力を「ありんくりん」を起用した動画にて紹介。また自社 SNS アカウントを活用し、与那国の特産品が当たるキャンペーンを実施することで、与那国の食や文化を発信。
Peach Aviation 株式会社	福岡-石垣線利用強化 福岡エリアの情報番組において、石垣路線ならびに石垣島の観光を紹介。また広告配信により、石垣線購入促進と石垣島の情報発信を実施。

(3) メディアプロモーション

WEB サイト「沖縄しまさんぽ」にて、「ちょっと先にある、もうひとつの楽園」をコンセプトに、離島初心者でも楽しめる各離島の楽しみ方やアクセスなどを紹介したまとめ記事や離島興味層に向けたコラム記事を制作。TOP ページ改修や SEO 対策も実施し、ページへの流入者増を目指した。SNS (Instagram) 「沖縄しまさんぽ」では沖縄本島+「もう一島」訪問を促す記事などを配信し、フォロワー2.8 万人・651 万インプレッションを達成するとともに、自然検索でも上位に表示されるようになることで、フォロワー以外からも投稿が閲覧されるようになった。

(4) イベントプロモーション

ツーリズム EXPO ジャパン 2025 愛知・中部北陸

日 程：令和7年9月25日～28日

場 所：Aichi Sky Expo（愛知県国際展示場）

参 加 者：本島周辺の6離島と共同出展

来場者数：127,677人（4日間合計）

実施内容：旅診断（質問に答えることで、おすすめの離島を表示）で表示された

（一例） 離島のキーホルダーを配布することで、離島を覚えていただく取り組み。

合計で国内9イベント、海外1イベントに出展。

(5) 情報発信ツール制作

本事業において初の取り組みとして、沖縄応援ポケモン「ガーディ」×本島周辺15離島のコラボステッカーを5離島にて合計5,678枚配布。ステッカー目的での来島や、複数のシールをもらうた離島周遊をしている人がいることを確認した。またパンフレット「島旅日和」の情報を最新化し、増刷を実施。

(6) 旅行社・メディア等招聘

メディア等招聘

日 程：令和7年7月4日～9月17日

場 所：北大東島、渡嘉敷島

被招聘：出版社1社、沖縄観光YouTubeアカウント1者

(7) 離島観光協会との連携

ア. 三圏域合同会議

日 程：令和7年5月21日～23日、令和8年2月4日

場 所：八重山諸島（石垣島・西表島）（5月）、那覇市（2月）

参加者：沖縄県、久米島町役場、久米島町観光協会、宮古島観光協会、
八重山ビジターズビューロー、OCVB

イ. 沖縄本島周辺15離島連絡会

日 程：令和7年6月12日、令和8年2月10日

場 所：那覇市

参加者：沖縄県、本島周辺15離島の各市町村及び観光協会等、OCVB

4. スポーツ観光戦略的誘客促進事業

国内外のスポーツ愛好家に対し、スポーツ観光の安定的な需要喚起とスポーツアイ

ランド沖縄のブランド強化及びスポーツ観光の誘客促進を目指し、年間を通じて効果的かつきめ細やかなプロモーションを行った。

(1) スポーツ観光誘客におけるマーケティングリサーチの実施

ア. 県内スポーツ施設及びイベントの情報収集

- (ア) 県内サイクリング・トライアスロン大会意向調査（アンケート実施）
回答数：8件（依頼数：10大会事務局）
- (イ) 県内マラソン大会意向調査（アンケート実施）
回答数：19件（依頼数：32大会事務局）
- (ウ) 県内ゴルフ場施設意向調査（アンケート実施）
回答数：22件（依頼数：22施設）

イ. スポーツツーリズム実態調査の実施

- (ア) 県内ゴルフ場3施設 回答数：219件
- (イ) NAHAマラソン 回答数：332件
- (ウ) EASL 2025-26 SEASON 回答数：125件

(2) スポーツ観光誘客促進のためのプロモーションの実施

ア. 北海道マラソン EXP02025 出展プロモーション

日 程：令和7年8月29日～31日
場 所：大通公園（札幌市中央区大通西7丁目）
来場者数：約50,000人

イ. サイクルモードライド大阪 2026 出展プロモーション

日 程：令和8年3月6日～7日
場 所：万博記念公園（大阪府吹田市千里万博公園）
来場者数：13,106人

ウ. EASL 2025-26 SEASON を活用したプロモーション

日 程：令和7年10月8日
場 所：台北和平籃球館（台北市）
来場者数：6,045名

エ. 「WBSC U-18 野球ワールドカップ」を活用した海外メディア掲載プロモーション

日 程：令和7年8月1日～31日
掲載メディア：職業野球（PROFESSIONAL BASE BALL）8月号（台湾）
KBO リーグ公式WEBサイト（韓国）
実施内容：WBSC U-18 野球ワールドカップ広告掲載

その他 13 プロモーションを実施

(3) スポーツアイランド沖縄の優位性及び魅力の発信

今年度の新たに WEB サイトのイベントカレンダーへ AI 機能を導入し、県内イベントを幅広く収集し発信した。また、Instagram ではリール動画を活用して幅広い層に情報発信を行った結果、2年連続で対前年度比を超えるフォロワー数となった。

ア. スポーツアイランド沖縄公式 WEB サイト

年間ユーザー数(令和6年4月1日-令和7年3月31日) : 107,554件

年間ユーザー数(令和7年4月1日-令和8年3月31日) : 112,097件

年間PV数(令和6年4月1日-令和7年3月31日) : 173,793件

年間PV数(令和7年4月1日-令和8年3月31日) : 171,099件

イ. スポーツアイランド沖縄 Instagram

令和7年4月1日時点 フォロワー数 : 5,724件

令和8年3月31日時点 フォロワー数 : 7,098件

ウ. スポーツアイランド沖縄 Facebook

令和7年4月1日時点 いいね数 : 2,477件

令和7年3月31日時点 いいね数 : 2,768件

(4) 県内スポーツチーム連携プロモーションの実施

ア. 琉球コラソン連携プロモーション

(ア) 県外プロモーション : 2025-26 リーグH チャレンジ・ゲームズ

(イ) 海外プロモーション : 台湾全民運動会

(ウ) PR ツール製作 : 琉球コラソンコラボタオル、

琉球コラソンと連携した観光案内、パンフレット等

(エ) メディア活用プロモーション : プロモーション動画制作、オンライン広告配信等

(5) スポーツコミッション沖縄との連携

スポーツコンベンションの更なる発展を目的に沖縄県スポーツ振興課、沖縄県スポーツ協会(以下スポーツ協会)、OCVBスポーツチームの三者間で定期的にコミッション会議を行った。実施に際しては、相互に情報共有を行い、それぞれが持つネットワークを活用し、さらなる連携強化に繋げた。

5. 教育旅行推進強化事業

沖縄県への修学旅行需要はコロナ前の9割弱まで回復している一方、物価高騰の影響で、ニーズはあるが実施が厳しいとの声が上がっている。令和8年度の入込見込み数は

令和7年度と比較し人数ベースでマイナス7%、約20,000人減となっており、少子化や飛行機機材の小型化、物価の高騰が影響しているとうかがえる。令和9年度はさらに厳しくなる可能性があり、物価高騰（旅費高騰）等による方面変更に対する施策が必要であることから、教育現場で求められるコンテンツや受入環境の整備を進め、安定的な修学旅行需要の取り込みを図った。

【沖縄修学旅行入込状況】

	令和8年度 (見込み)	令和7年度 (見込み)	令和6年度 (実績)	令和5年度 (コロナ前実績)
学校数	1,768	1,911	2,084	2,428
人数	313,002	334,356	358,521	423,481

※令和7、8年度の数值はOCVB調査(令和8年3月時点)、その他の数值は沖縄県観光政策課公表資料

(1) 修学旅行プロモーションの実施

ア. 催事プロモーションの開催

- ・ 沖縄修学旅行セミナー in 横浜 令和7年8月20日 43名来場
- ・ 沖縄修学旅行相談会 in 東京 令和7年8月21日 101名来場
- ・ 沖縄修学旅行相談会 in 大阪 令和7年12月18日 86名来場

イ. 沖縄修学旅行モニターツアー (AGT)

日 時：令和8年1月12日～令和8年1月14日 参加19名
 県内事業者との相談会：令和8年1月14日

ウ. 沖縄修学旅行モニターツアー (学校関係者)

日 時：令和8年1月24日～令和8年1月26日 20名参加
 県内事業者との相談会：令和8年1月26日

エ. 県外での修学旅行説明会・相談会への参加

- ・ 静岡空港修学旅行説明会 令和7年8月4日
- ・ 近畿地区修学旅行専門委員会 令和7年10月6日
- ・ 東京都内教育委員会への訪問 令和8年3月4日～3月6日

オ. 広告出稿

日本教育新聞社や月刊教育旅行、全私学新聞等、教育関連の広告媒体へ平和学習に特化した掲載記事や広告を出稿 (PR記事掲載2回、広告4回)

(2) 学校に対する事前・事後学習支援

ア. 事前事後学習支援アドバイザー派遣 112件実施 (登録アドバイザー40名)

イ. おきなわ修学旅行ナビ冊子 申請 385 件

ウ. 沖縄修学旅行ナビ WEB サイト訪問者数 : 170,156 人 (前年比 -60,067 人、-28.3%)

(3) 沖縄修学旅行模擬体験提供

当該支援を利用した 8 校のうち、7 校が令和 8 年度以降沖縄方面へ修学旅行先を決めている。7 校のうち 6 校はこれまで沖縄未実施の新規校である。

- ・ 神奈川県立神奈川工業高等学校 ※令和 8 年度沖縄方面
- ・ 神戸市立摩耶兵庫高等学校 ※令和 8 年度沖縄方面
- ・ 茨城県立土浦第一高等学校
- ・ 岐阜県立長良高等学校 ※令和 9 年度沖縄方面
- ・ 清瀬市立清瀬第四中学校 ※令和 9 年度宮古島方面
- ・ 横浜市立森中学校 ※令和 9 年度沖縄方面
- ・ 福岡県立玄洋高等学校 ※令和 8 年度沖縄方面
- ・ 長野県赤穂高等学校 ※令和 8 年度沖縄方面

(4) 沖縄修学旅行商品造成支援

ア. 沖縄修学旅行 新規プログラム視察

日 時 : 令和 7 年 7 月 22 日~23 日

対象者 : 関東エリアに所在する旅行会社所属の修学旅行担当者 5 社 5 名

(近畿日本ツーリスト、東武トップツアーズ、日本旅行、JTB、HIS)

視察プログラム : 修学旅行の受入実績がない探究学習又は SDGs 学習に特化した新規プログラム :

- ・ レゴ®シリアスプレイ®メソッドを活用した新しい対話型の取り組み
(株式会社よく笑う)
- ・ 地球に優しい SDGs ワークショップ体験 (有限会社ファンタジスタ沖縄)
- ・ ホテルでカーボンオフセットができる SDGs 天然ガス鉱山見学/沖縄の在来馬「ヨナグニウマ」を学び、持続可能な未来を考える (ユインチホテル南城)
- ・ 世界遺産中城城跡×リアル謎解きゲーム『最初の写真と記憶の音』
(一般社団法人中城村観光協会)

イ. 「探究学習プログラム資料ダウンロードページ」PPT 素材の追加

- ・ プログラム資料掲載数 : 37 件 (新規掲載 25 件)
- ・ 対象となる閲覧者層 : 県外旅行会社・県外学校関係者
- ・ ページ登録会員 : 旅行会社関係者 120 名・学校関係者 20 名

(5) 受入体制整備支援

ア. 青年海外協力協会「沖縄のこころ」を紡ぐ会 平和教育プログラム視察への参加

日 時 : 令和 7 年 4 月 15 日 参加者 : 多和田貴野

イ. 海外民泊交流体験（教育旅行民泊分科会連携）

日 時：令和7年7月31日 10：00～14：00（日帰りホームビジット）
14：30～16：00（意見交換会）

参加者：14名

ウ. 沖縄修学旅行受入事業者交流会

【中北部交流会】（名護会場）

日 時：令和7年9月8日 13：30～16：00

開催場所：グリーンリッチホテル沖縄名護レストラン（OKINAWA GOHAN YOSHIHIKO）

参加者：沖縄県修学旅行推進協議会 分科会委員、沖縄修学旅行受入事業者 20名

ファシリテーター：協働促進社 平井 雅氏

【中南部交流会】（糸満会場）

日 時：令和7年9月12日 14：00～17：00

開催場所：シャボン玉石けん くくる糸満

参加者：沖縄県修学旅行推進協議会 分科会委員、沖縄修学旅行受入事業者 21名

ファシリテーター：協働促進社 平井 雅氏

エ. 新学習指導要領に沿った商品造成勉強会（商品造成・PR分科会連携）

日 時：令和8年1月27日 14：00～16：00

開催場所：沖縄産業支援センター 会議室 309

事例紹介：一般社団法人八重山ビズターズビューロー 事務局長 綿貫 周平氏

参加者：15名

オ. 沖縄修学旅行行程表分析

対象行程表：789件

（6）海外教育旅行誘致活動及び受入体制整備支援

ア. 海外プロモーション活動（台湾個別相談会への参加）

（ア）JNTO 台湾における訪日教育旅行促進事業 現地セミナー・個別相談会 in 台北

日時：令和7年6月10日 商談件数：20校20名

（イ）JNTO 台湾における訪日教育旅行促進事業 現地セミナー・個別相談会 in 高雄

日時：令和7年6月11日 商談件数：13校13名

イ. 沖縄教育旅行説明会 in 香港の開催

日時：令和7年7月3日 参加者数：59名（学校関係者、香港旅行会社担当者）

ウ. 台湾教育旅行関係者の招聘（JNTO 主催事業関連）

日時：令和 7 年 10 月 21 日～10 月 25 日 参加者数：教育関係者 8 名

エ. 香港教育関係者の招聘

日時：令和 7 年 12 月 20 日～令和 7 年 12 月 23 日 参加者数：教育関係者 5 名

オ. 受入体制整備（沖縄県内の学校と海外の学校との交流等）

- ・対面交流 18 件、海外生徒数 711 名
- ・県内マッチング校数 21 校

（7）沖縄修学旅行推進協議会・分科会の開催

- ・全体協議会（令和 8 年 2 月 6 日、令和 8 年 3 月 30 日）
- ・宿泊機能分科会（令和 7 年 7 月 11 日、令和 8 年 1 月 13 日）
- ・平和学習分科会（令和 7 年 7 月 29 日、令和 8 年 1 月 15 日）
- ・輸送機能分科会（令和 7 年 6 月 16 日、令和 8 年 1 月 30 日）
- ・商品造成・PR 分科会（令和 7 年 8 月 13 日、令和 8 年 1 月 27 日）
- ・教育旅行民泊分科会（令和 7 年 8 月 28 日、令和 8 年 1 月 28 日）
- ・毎月初旬 修学旅行入域に関する実態調査（県内修学旅行取扱旅行会社）

6. 修学旅行需要分散・時期平準化促進事業

令和 7 年度に沖縄での修学旅行を実施する学校を対象に、「訪問・集合・離散場所や、移動手段等の分散化」と「探究学習や SDGs 学習の体験プログラムの新規追加」の 2 つの条件を満たす修学旅行について、受入事業者とのマッチングの実施及び体験する際の経費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った。

※本事業の実施は令和 7 年度だが、補正予算のため令和 6 年度末での契約締結となった。

（1）探究学習・SDGs 体験プログラム登録手続き

WEB サイト「おきなわ修学旅行ナビ」への登録、掲載、修正等の各種手続きを行った。

また、登録受付に先立ち、県内事業者へ向けた説明会を開催した。

登録件数：156 件

説明会の開催：令和 7 年 4 月 10 日、5 月 22 日の 2 回

（2）事業の周知・説明

ア. 修学旅行取り扱い旅行会社内のイントラネット上での周知

イ. 全国修学旅行研究協会、日本修学旅行協会を通じた周知

ウ. 修学旅行管理システム Web サイト「ぐるトラ」を活用した県外の旅行会社向け
バナー告知（表示期間：令和 7 年 4 月～7 月）

エ. 富士山静岡空港を活用した教育旅行説明会への参加

実施日：令和 7 年 8 月 4 日 説明対象：静岡県内の学校 5 校

オ. 旅行会社営業訪問

関東、中部、関西地区の旅行会社 営業訪問／訪問企業数：26 社

実施時期：令和 7 年 3 月～8 月

カ. 関東地区教育委員会への周知（依頼）活動

栃木県、茨城県、群馬県の各教育委員会への訪問

実施時期：令和 7 年 7 月

キ. OCVB 東京事務所職員の旅行会社、学校等への営業（訪問、電話、メール等）

（3）申請・報告受付業務

支援実績計 60 件 59 校 11,525 名 84,196,785 円

ア.（第 1 期）修学旅行「需要分散化」促進支援

対象期間：令和 7 年 5 月 1 日～6 月 30 日（出発日ベース）

受付期間：令和 7 年 3 月 24 日～5 月 31 日

申請件数：8 件 支援実績：8 件（8 校）1,138 名 8,857,315 円

イ.（第 2 期）修学旅行「需要分散化」促進支援

対象期間：令和 7 年 10 月 1 日～12 月 31 日（出発日ベース）

受付期間：令和 7 年 6 月 1 日～7 月 18 日

申請件数：51 件 支援実績：48 件（47 校）9,400 名 69,863,522 円 辞退 3 件

ウ.（第 3 期）修学旅行「時期平準化」促進支援

対象期間：令和 8 年 1 月 1 日～1 月 31 日（出発日ベース）

受付期間：令和 7 年 9 月 1 日

申請件数：4 件 支援実績：4 件（4 校）987 名 5,475,948 円

7. 沖縄観光グローバル事業

台湾及び韓国市場は、新規就航・離島・北部周遊・ゴルフ（韓国）等、認知度向上や滞在日数延伸及び年間誘客の平準化に繋げるプロモーションや FAM、香港市場は風評被害（地震）による訪沖インバウンド数への影響が懸念されたことから緊急でデジタル

プロモーション、中国は渡航自粛の影響に伴い SNS での継続的な情報発信を強化した。シンガポールは直行便就航と併せたキャリア連携プロモーション、タイはダイビングをテーマとし、イベント出展→FAM・県内商談会開催→現地セミナー実施とテーマに併せて一貫したプロモーションを実施した。欧米豪は、レップ（イギリス・フランス・オーストラリア）の活用や JNTO との連携プロモーションの他、エリア（台湾観光局）や航空会社との連携プロモーションを通して、海外経由便での訪沖インバウンド誘致を強化した。デジタルでは、VISIT OKINAWA にて健康安全関連情報ページを製作し受入体制強化を図ると共に、SNS ではターゲットにリーチする情報発信や市場のイベントプロモーションと連動させる等、効果的なプロモーション実施に努めた。

(1) 国際航空路線定期便就航推進事業

新規就航路線に対して路線安定化のための支援や空港歓迎式を実施した。

ア. 国際空港空路線新規就航安定化支援

路線	支援航空会社
バンコク＝那覇	タイ・エアアジア

イ. 新規就航地上ハンドリング費用支援

路線	支援航空会社
バンコク＝那覇	タイ・エアアジア

ウ. 新規就航／復便歓迎セレモニー

路線	実施日	航空会社	内容
仁川＝石垣	4/3	ジンエアー	新規就航空港歓迎式
香港＝石垣	4/3	香港エクスプレス	運航再開空港歓迎式
バンコク＝香港＝那覇	6/1	タイ・エアアジア	新規就航空港歓迎式
杭州＝那覇	6/21	北京首都航空	(チャーター) 空港歓迎式
清州 (チョンジュ) ＝ 那覇	10/1	エアロ K	新規就航空港歓迎式
シンガポール＝那覇	12/15	スクート	新規就航空港歓迎式
台中＝那覇	3/30	タイガーエア	新規就航空港歓迎式

(2) 海外市場観光誘客推進事業

ア. 欧米豪市場

旅行会社等を対象とした商談会において沖縄旅行商品造成のためのプロモーション

を実施するとともに、一般旅行者向けのイベントへ出展し、沖縄の認知度向上を図った。

(ア) 旅行博等出展

市場	イベント名	期間	開催都市	内容
ポルトガル	Iberanime Lisboa 2025	5/17～18	リスボン	JAL ブースにて JAL 欧州販売室の協力のもと、JAL マドリード支店職員により沖縄観光 PR。
ポルトガル	Festa do Japao 2025	6/11～13	リスボン	JAL ブースにて JAL 欧州販売室の協力のもと、JAL マドリード支店職員により沖縄観光 PR。
英国	ロンドン沖縄三線会主催「Okinawa Day 2025」	6/28	ロンドン	来場者 2000 人。英国レップにより沖縄観光 PR とアンケート、シーサー色塗り体験を実施。
英国	Japan Week	9/3	ロンドン	UK レップにより、現地旅行会社 6 社と面談を実施。
英国	Taste of PATA	9/11	ロンドン	参加エージェント 200 名を超える旅行業従事者向けイベントで、UK レップにより沖縄観光を PR。
アイルランド	Taste of PATA	9/17	ダブリン	UK レップによりアイルランドの旅行社に沖縄観光を PR。
英国	ネットワーキングイベント	10/14	ロンドン	旅行業界広告会社 Travel Connection Group 主催のメディア関係者ネットワーキングイベント。英国レップが参加、40 名以上と情報交換。
英国	WTM ロンドン	11/4～6	ロンドン	欧州最大規模旅行業界商談会。現地旅行事業者 24 社、メディア 11 社、その他 5 社と商談。
英国	ネットワーキングイベント	2/3	ロンドン	旅行業界広告会社 Travel Connection Group 主催のメディア関係者ネットワーキングイベント。英国レップが参加、40 名ほどと情報交換。
米国	Awich 氏ライブ および現地事業者 訪問	9/14～15	ニューヨーク	Awich 氏ライブにおける沖縄観光 PR、および現地事業者との面談を実施。
米国	Travel and Adventure Show in NY 2026	1/24～25	ニューヨーク	例年来場者 30000 人を超える北米最大級旅行博にて、JNTO 日本ブースに共同出展し、BtoC プロモーション（琉装着付け体験やアンケートなど）を実施。

フランス	PATA アワード	10/16	パリ	旅行業界ネットワークイベント。フランスレップにより現地事業者に対し沖縄に関する説明を実施。
フランス	Rencontres Pros du JNTO	11/7	パリ	JNTO 主催商談会。現地旅行事業者 24 社と商談。
フランス	高付加価値旅行事業者セミナー	12/8	パリ	県内事業者 2 社によるフランスの高付加価値旅行事業者 9 社に向けたセミナーを実施。
フランス	ダイビング博「Salon de la Prongee 2026」	1/8～11	パリ	来場者 66,500 名。沖縄県内事業者 4 社と共同で、ダイビングデステーションとしての沖縄を PR。
フランス	PATA ブレックファストイベント	2/3	パリ	旅行業界ネットワークイベント。フランスレップが参加、米国 NJ 州拠点 Sojern Travel 社による旅行トレンドを聴取。
フランス	Maison 和にてポップアップイベント	3/21	パリ	B2C イベント、80 人来場。現地日本食レストランによる沖縄料理の提供。フランスレップによりブースにて沖縄観光紹介。
豪州	ジャパン・トラベル・ショーケース	8/21	ニューカッスル	ANA 主催商談会、参加者 93 名。オーストラリアレップが参加。
豪州	ジャパン・トラベル・ショーケース	9/3	ウロンゴン	ANA 主催商談会、参加者 60 名。オーストラリアレップが参加。
豪州	China Airlines トレードセミナー	9/4	シドニー	旅行業界向けセミナー。県内事業者 1 社も参加。オーストラリアレップによるプレゼン。参加者 31 名。
豪州	トレード&メディアイベント	12/2	シドニー	旅行業界およびメディア向けセミナー。シドニー沖縄クラブと共同で沖縄料理や三線を使用しての伝統音楽を楽しみながらオーストラリアレップによるプレゼンテーションなどを実施。参加者 27 社。
豪州	JNTO Japan Roadshow 2026	2/2	シドニー	オーストラリア最大の日本特化旅行業界ネットワーキングイベント。参加者 163 名
豪州	JNTO Japan Roadshow 2026	2/4	ブリスベン	オーストラリア最大の日本特化旅行業界ネットワーキングイベント。参加者 156 名
ドイツ	ITB Berlin 2026	3/3～5	ベルリン	JNTO ブース内で 25 商談、および問い合わせ対応。

(イ) セミナー等開催

市場	対象	参加者	実施日	内容
英国	旅行業界関係者	29名	10/10	沖縄セミナー パート①沖縄について
英国	旅行業界関係者	15名	12/12	沖縄セミナー パート②沖縄本島について
英国	旅行業界関係者	12名	2/13	沖縄セミナー パート③八重山について
豪州	旅行業界関係者	19名	9/18	沖縄紹介-日本の隠れた宝石である理由 (JAL と共同) (ウェビナー)
豪州	旅行業界関係者	61名	12/9	沖縄のアドベンチャー&マリンツーリズム (ANA と共同) (ウェビナー)
豪州	旅行業界関係者	86名	1/21	季節のハイライト (Eva AIR と共同) (ウェビナー)
豪州	旅行業界関係者	41名	2/18	琉球文化と沖縄の生きた伝統 (Scoot と共同) (ウェビナー)
フランス	旅行業界関係者	70名	9/30	Proposez Okinawa (沖縄をどう売るか)
フランス	旅行業界関係者	69名	2/10	Proposez Okinawa (沖縄をどう売るか) 2
米国	旅行業界関係者	30名	2/20	China Airlines と協働で米国 NY エージェント向けセミナーを実施した。NY から台北経由の沖縄行きのトランジットの良さを PR

(ウ) 旅行社・メディア等招請

市場	対象	期間	招聘地域	内容
フランス	メディア2名	5/15~5/19	本島	雑誌 Voyage Voyege にて8ページ分の記事” Nippon Tropical un ete au Japon” (亜熱帯ニッポン・日本の夏) 掲載。
ドイツ	メディア4名・フリーランサー1名	6/1~6/12	本島	Reisegenuss, Tip (Austria)、Tagesspiegel, GQ Online の4社とフリーランサーにより、長寿やサステイナビリティをテーマに、ドイツ語圏における記事を計40以上掲載。台湾観光協会・チャイナエアラインと協働で招聘。
英国	ジャーナリスト1名	6/30~7/4	本島中・北部中心	イギリス有力誌 The Independent にて長寿やビーチホリデーというテーマで記事掲載。

(エ) 市場別プロモーション

市場	内容	期間	内容
欧州	航空会社・旅行会社 タイアップ広告	12/11~2/28	JAL と連携し、フランスダイビング専門旅行社 Ultramarina 社、スペイン・ポルトガルの大手旅行社 CATAI 社、JAL のメディアや機内誌を通じ各市場で沖縄を PR、訪沖商品の予約に誘導。

米国	NY Times 記事広告	12/25	NewYork Timesにて今年の訪れるべき観光地 52 の中に沖縄が選出されたことに伴い、米国及び世界へ沖縄認知度向上を目的とし、沖縄広告を出稿。同日に開催された「New York Travel & Adventure Show」への出展時にも紹介。発行部数：606,463部
フランス	雑誌 Le Point 掲載	1/13～	沖縄の歴史概略、料理、信仰場所などを紹介。
豪州	Australian Geographic	3/16～	沖縄の歴史文化、基礎情報などを紹介。
市場 横断	Japan Times 記事広告	3/20	国内最大の英字新聞。2026年春号の観光情報誌への記事・広告出稿し、在日各国大使館へはパンフレットも同梱配布。および、オンライン版でも世界へ発信。

(オ) 委託駐在員観光誘致機能強化

現地にレップ（現地メディアや現地旅行事業者らにむけて、自治体や事業者の代理としてセールスとプロモーションを行う事業者）を配置し、現地旅行会社等に対するきめ細やかな情報発信を実施。現地のメディアや新聞での露出も得られ、認知度向上に加え高い広告効果も得られた。

市場	内容	期間	委託先
英国	沖縄観光レップ業務委託	年度	Hume Whitehead Limited
豪州	沖縄観光レップ業務委託	年度	Linkd Tourism
フランス	沖縄観光レップ業務委託	年度	HOPSCOTCH TOURISM（旧 Interface Tourism）

ア. ASEAN 市場

東南アジア地域から「最も近い日本」を切り口に訪沖需要を喚起した。また各市場ターゲットを設定し、対象に向けた観光コンテンツの訴求を旅行博等リアルイベントに加え、WEB・SNSと連携した情報発信を行った。

(ア) 旅行博・商談会出展

市場	イベント名	期間	開催都市	内容
シンガポール	NATAS Holidays	8/15～17	シンガポール	県内事業者とともに沖縄観光PR。 会場総入場者数：106,497人 アンケート回答者数：663件
タイ	DIVE EXPO	5/22～25	バンコク	県内ダイビング業者と沖縄のダイビングをPR。 会場総入場者数：60,284人 アンケート回答者数：126件
タイ	FIT フェア	11/21～23	バンコク	県内事業者とともに沖縄観光PR。 会場総入場者数：約55,000人 アンケート回答者数：796件

タイ	TITF	1/22～25	バンコク	県内事業者とともに沖縄観光 PR。 会場総入場者数：約 30 万人 アンケート回答者数：454 件
マレーシア	MATTA Fair September	9/5～7	クアラル ンプール	JNTO ブースにて沖縄観光 PR。 会場総入場者数：約 19 万人 アンケート回答者数：275 件

(イ) セミナー開催

令和 7 年度タイ市場におけるターゲットとしてミドルアッパー層であるダイバーを設定し、現地ダイビング事業者と連携して事業者招聘、セミナー、海・ダイビングフォトキャンペーン等年間を通じて一貫したプロモーションを実施した。

市場	対象	人数	開催都市	内容
タイ	ダイビング事業者	26 名	1/20	タイ現地訪沖ダイビングセミナー 11 月に実施した FAM 参加者、県内ダイビング事業者（本島・石垣・八重山） タイ・エアアジアが登壇し、訪沖ダイビングとバンコク＝那覇直行便をプレゼン。

(ウ) 旅行社・メディア等招請

市場	対象	期間	招聘地域	内容
タイ	ダイビング事業者 5 社	11/15～20	本島	訪沖商品造成を目的に現地で海外ダイビングパッケージを販売するショップ 5 社を招聘。

(エ) 市場別プロモーション

市場	実施内容	期間	内容
シンガポール	新規路線就航に係るプロモーション業務	2/1～28	スクートの新規就航を受け、同国及び周辺諸国からの観光客誘致及び認知度向上に向け屋外広告、デジタル広告を実施。
タイ	航空会社タイアップ広告	5 月～11 月	那覇＝バンコク直行便を就航させたタイ・エアアジアと連携し、タイにおいて沖縄と那覇線の共同広告を実施。
タイ	海・ダイビングフォトキャンペーン	1/20～3/10	ダイバーおよびその周辺層へ沖縄の海の魅力発信を促進。

(オ) LP 制作

市場	作成物	作成期間	内容
タイ	メインターゲット向け LP 制作	9月～11月	20～30代タイ人女性をメインターゲットに設定し、対象向けの観光、体験、食などコンテンツをまとめたランディングページを作成。
タイ	サブターゲット向け LP 制作	12月～1月	30～40代タイ人男性をサブターゲットに設定し、ダイビングスポット、アフターダイブ、お土産、タイ人対応可能ダイビングショップ情報等をまとめたランディングページを作成。

(カ) ノベルティ制作

制作物	部数	内容
お箸	2200部	空港歓迎式で配布。
エコバッグ（青）	4000部	空港歓迎式、ブース出展のノベルティとして配布。
エコバッグ（緑）	4000部	空港歓迎式、ブース出展のノベルティとして配布。

ア. 重点市場

(ア) 旅行博等出展・セミナー等開催

成熟市場である東アジアにおいては、新たな沖縄の魅力を訴求するため、観光協会や空港会社と共同でプロモーションを展開した。また、2025年7月に開業したテーマパーク運営会社とも連携し話題性を活かしたプロモーション実施に努めた。

市場	イベント名	期間	開催都市	内容
台湾	高雄市旅行公会国際旅展 (KTF2025)	5/9～12	高雄	来場者 270,196人 アンケート回収数 394件 県内事業者 3社とともに高雄路線利活用プロモーションを実施
台湾	台北国際旅行博 (ITF2025)	11/7～10	台北	来場者 365,302人 アンケート回収数 783件 県内 11事業者・2団体とともに沖縄本島及び離島のプロモーションを実施
韓国	ソウル国際トラベルフェア (SITF2025)	6/5～6/8	ソウル	来場者約 43,822人 アンケート回収数 394件 県内 6事業者・11団体とともに沖縄本島および離島のプロモーションを実施
韓国	トラベルショー (COEX 2025)	11/7～9	ソウル	来場者 30,727人 アンケート回収数 488件 県内 9事業者・2団体とともに沖縄本島および離島のプロモーションを実施
香港	香港ブックフェア 2025	7/16～22	香港	来場者約 89万人 アンケート回収数 1,156件、県内 4事業者・3団体とともに沖縄本島および離島のプロモーションを実施

香港	香港ダイビング&リゾート・トラベルエキスポ (DRT 香港 2025)	12/12~14	香港	来場者数 51,250 人 アンケート回収数 648 件 県内ダイビング事業社 4 社とともに離島を含めた沖縄ダイビングの魅力を訴求
香港	香港 Holiday&Travel Expo 2026	1/29~2/1	香港	来場者数約 25 万人 アンケート回収数 970 件 沖縄県香港事務所とともに沖縄本島および離島のプロモーションを実施
中国	北京国際旅游博覧会 (BITE2025)	6/27~29	北京	商談件数 6 社 アンケート回収数 553 件 RED:217 人、wechat:436 人 フォロワー増 北京-那覇路線認知度向上に向けたプロモーションを実施

(イ) 旅行者・メディア等招請

市場	対象	期間	招聘地域	内容
台湾	旅行会社 7 社、媒体記者 1 名	7/28~31	下地島 及び 宮古島	スターラックス桃園—下地島路線就航に向けた商品造成のための旅行社招聘
台湾・韓国	インフルエンサー 19 名	1/6~2/28	石垣市 及び 周辺離島	効果的な情報発信により、石垣島の認知拡大、就航初期の需要創出・安定化のための招聘
台湾	インフルエンサー 2 名	2/20~26	沖縄本島 北部	沖縄本島北部エリアへの周遊促進及び域内消費単価向上のための招聘
韓国	旅行会社及び航空会社 6 名	1/18~21	宮古島	宮古島における冬季閑散期対策として、ゴルフ需要喚起を目的とした招聘
韓国	旅行会社 4 名	3/1~4	沖縄本島	旅行会社のオウンドメディア等を通じた沖縄本島北部に関する情報発信や新規商品造成を目的とした招聘
香港	KOL 1 名	6/27~29	宮古島	香港エクスプレス航空と連携し、香港—下地島線の再開に伴ったメディア及び KOL を招聘
香港	ユーチューバー 1 名	1/25~31	宮古島 八重山	離島路線の再開・安定化に向け、離島に特化した情報発信を目的とした招聘
中国	杭州・旅行会社 4 名	8/23~27	沖縄本島 渡嘉敷島	杭州—那覇路線のチャーター便就航に伴い、旅行商品造成のため招聘
中国	インフルエンサー 3 名	10/15~19	沖縄本島 宮古諸島	沖縄本島及び離島 stay による消費単価向上・コンテンツ発信のため招聘

(ウ) 市場別プロモーション (旅行社等企業連携含む)

市場	内容	期間	内容
台湾	航空会社 タイアップ広告	10/31~2/28	JTA 那覇—台北就航に合わせた路線プロモーションのための公共交通広告 (バスラッピング及び駅中デジタルサイネージ)

台湾	航空会社 タイアップ広告	10/31～2/28	JTA 那覇ー台北プレミアムエコノミークラスサービス訴求のためのデジタル広告(マス広告、インフルエンサーSNS 投稿、ローカル OTA 旅行会社広告)
台湾	旅行会社 タイアップ広告	12/2～2/10	タイガーエア台北ー石垣路線の旅行商品プロモーションのデジタル広告、屋外広告、ラジオ広告
台湾	航空会社 タイアップ広告	2/11～2/28	タイガーエア台中ー那覇路線プロモーションのデジタル広告、屋外広告
韓国	日韓フォト コンテスト活用 PR	10/1～1/31	在韓国大使広報文化院及び関連機関の SNS を通じた PR
韓国	釜山における デジタル プロモーション	10/1～31	釜山市主要駅でのデジタルサイネージ等を活用したプロモーション広告
韓国	航空会社 タイアップ広告	1/5～1/31	エアロ K 清州ー那覇路線のデジタルプロモーション広告等
香港	デジタル プロモーション	7/11～8/31	訪日外国人向けの広告配信に特化したプラットフォーム「Wabitabi」を活用したプロモーション広告

(エ) LP 制作

市場	作成物	作成期間	内容
香港	メインターゲット向け LP 制作	2/6～3/6	20～30 代アクティブトラベラーの新規女性層(母・娘の親子旅)をメインターゲットに設定し、対象向けの観光、体験、食などコンテンツをまとめたランディングページを作成

(オ) パンフレット・ノベルティ制作

制作物	部数	内容
星砂キーホルダー	5,000 個	旅行博覧会や空港歓迎式等で配布。
「BEST OF OKINAWA (簡体字)」増刷	15,000 部	旅行プランの紹介を含む総合的な沖縄情報冊子。旅行博覧会等で配布
「STAY OKINAWA」簡体字版データ	-	パンフレットギャラリーへの掲載
「玩转沖縄 (簡体字)」新規印刷	15,000 部	沖縄の観光情報(体験、温泉、映えスポット等)若年層向けのテーマ性のある情報冊子。旅行博覧会等で配布(デジタル版でも発信)

ア. 観光情報サイト・SNS 情報発信強化

(ア) SNS アカウント運用・情報発信業務

各市場の特性に応じたプラットフォームを使い分け、テーマ別の情報発信、UGCの積極的活用を行うことで、フォロワー獲得、エンゲージメント率の改善ができた。

英語圏	投稿数	フォロワー数	エンゲージメント
Facebook	72 本	184,816 人 (-160)	2.16% (248.27)
Instagram	72 本	52,927 人 (+3,196)	7.35% (178.98)
ストーリーズ	24 本	-	-

中華圏	投稿数	フォロワー数	エンゲージメント率
Facebook	96 本	179,431 (+2,294)	0.56 (75)
Instagram	96 本	8,526 (+5,664)	4.65 (124.15)
ストーリーズ	24 本	-	-
Red	72 本	10,767 (+6,903)	10.12 (119.21)
WeChat	24 本	44,293 (+1,433)	10.02 (75.11)

タイ市場	投稿数	フォロワー数	エンゲージメント率
Facebook	96 本	162,898 (+1,974)	7.59 (305)
Instagram	96 本	3,160 (+1,616)	9.04% (240)
ストーリーズ	25 本	-	-

※ () は前年比。フォロワー数単位：人、エンゲージメント率：%

(イ) 海外向け沖縄情報サイト「VISIT OKINAWA JAPAN」運營業務英語サイト

AI 検索の普及によりサイト流入が難しくなる構造的な変化に直面したが、平均エンゲージメント時間やユーザーあたりのビューは前年並みの高い水準を維持できており、訪問したユーザーの関心をしっかりと捉え続けることができた。

英語サイト

項目	令和6年実績	令和7年実績	前年比
表示回数 ※1	2,279,699	1,965,907	-13.76%
総ユーザー数 ※2	836,247	733,982	-12.23%
新規ユーザー数 ※3	833,444	717,348	-13.93%
サイト流入経路：Organic ※4	1,911,019	1,657,295	-13.28%
平均エンゲージメント時間 ※5	01:38	01:34	-3.96%
ユーザーあたりのビュー ※6	2.73	2.68	-1.68%

繁体字サイト

項目	令和6年 実績	令和7 年実績	前年比
表示回数 ※1	1,316,628	959,516	-27.12%
総ユーザー数 ※2	577,270	432,719	-25.04%
新規ユーザー数 ※3	574,607	425,031	-26.03%
サイト流入経路：Organic ※4	1,071,952	824,284	-23.1%
平均エンゲージメント時間 ※5	01:09	01:06	-4.68%
ユーザーあたりのビュー ※6	2.29	2.22	-4.68%

※1 WEB ページの総表示回数（1人が2ページ閲覧したら2回）

※2 サイトを訪れた人数（1人が2回訪れても1人）

※3 総ユーザー数のうち初めてサイトを訪れたユーザーの数

※4 Google・yahoo等の検索エンジンからのアクセス（自然流入）

※5 サイト内の平均滞在時間

※6 1ユーザーあたりの平均閲覧ページ数

8. 戦略的クルーズ観光推進事業

令和7年（1月～12月）の本県への寄港数は那覇港、石垣港、平良（宮古）港を中心に432回、特に那覇・石垣・宮古の主要3港はすべて前年値を上回る結果となったほか、令和6年にはなかった中城の寄港もあった。船社への積極的な働きかけが寄港増に繋がったと考える。一方で、久米島、座間味、与那国、伊平屋等多くの離島で対前年を下回る寄港回数となった。今年度は、招聘事業で離島を多く組んだことや、広告媒体を通してクルーズ×沖縄のイメージ訴求を行うなど県内全域への寄港促進を行ったため、今後に期待したい。また、誘致のみならず受入体制強化のため、関係者との連携体制構築に努めた他、クルーズ客の消費動向を確認するため実態調査を行い、経済効果の高い沖縄発着のフライ&クルーズ促進やプレミアム・ラグジュアリークラスの船の誘致や県産品販売促進と二次交通の拡充等、現状と今後の取り組み課題の把握を行った。

（1）クルーズ船誘致活動

船社関係者4社を招へいし、寄港先の分散化や新たな観光地の開拓等を目的に港湾を中心とした招聘を実施したほか、クルーズ展示会への出展や船社への訪問セールス、船内での広報活動など幅広くプロモーションを展開した。

ア. キーパーソン招聘等

No.	実施内容	日付	内容・結果
1	商船三井クルーズ株式会社 招聘	6/22～26	営業グループ課長代理藤永氏 JTBGMT トラベルクルーズ吉永氏 座間味、久米島、与那国島、志垣島、西表

			島 視察
2	リッツカールトンヨットコレクション招聘	10/12～16	クルーズ企画マネージャーRob Kritzaman氏 他1名 石垣島、西表島、久米島、阿嘉島、宮古島視察
3	ポナン社	10/26～ 11/1	ポナン日本・韓国支社長伊知地氏 本島北部、久米島、宮古島、石垣島 視察
4	郵船クルーズ招聘	2/17～ 2/20	ツアー造成チーム長小島氏 企画マーケティング河野氏 座間味、久米島、本島北部 視察

イ. 訪問セールス

No.	実施内容	日付	内容・結果
1	全国クルーズ客船誘致受入連絡会 第8回会合出席	7/14～17	会合出席による関係者とのネットワーク構築・関係強化
2	全国クルーズ客船誘致受入連絡会 第9回会合出席	10/21～23	会合出席による関係者とのネットワーク構築・関係強化
3	台湾セールス	1/14～16	旅行会社4社、船社2社、基隆港
4	沖縄観光感謝の集い及び関係機関へのセールス	1/22	郵船クルーズ、商船三井、ロイヤルカリビアングループ、MSCクルーズジャパン、他4社

ウ. クルーズ展示会出展等

No.	実施内容	日付	内容・結果
1	クルーズフェスティバル 東京 2025 出展	7/20	来場者数：2,622人 観光ガイド配布、沖縄商品のPR等
2	Seatrade Cruise Europe 展示商談会出展	9/10～ 12	商談数：7件他ふるまい会
3	クルーズフェスティバル 大阪 2026 出展	2/15	来場者数：1,600人 観光ガイド配布、沖縄商品のPR等

エ. 広報活動

No.	実施内容	日付	内容・結果
1	ENJOY! CRUISE OKINAWA WEBサイト運用保守管理業務	通年	不正アクセスの処理、セキュリティ強化、掲載情報の更新、エラーの削除

2	ル・ジャックカルティエ 船内マグロの解体ショー及び試食会	5/2	船内マグロ解体ショー、寿司ふるまい会
3	MSC ベリッシマ寄港地観光レクチャー、県産品ふるまい会	5/20～21	レクチャー、寄港地デスク対応
4	Cruise Planner 優良エージェント 沖縄視察ツアー	5/22	バス、通訳、琉球舞踊手配、 沖縄 PR
5	米国旅行社セミナー参加	10/21、23	沖縄プレゼンテーション、 船社との意見交換
6	Cruise Industry News Annual Report 2026 広告出稿	2月	沖縄の魅力特集(自然)掲載
7	飛鳥II 沖縄発着に伴う循環バス及び 誘導員手配の実施	3/27	バス3台、誘導員3名
8	令和7年度 X 投稿回数	通年	413回

(2) クルーズ船寄港促進支援

船社が展開する広告を支援し、沖縄発着のフライ&クルーズの利用促進に繋げた。また、フライ&クルーズを計画している船社に対しインセンティブを展開し運航を促進した。

ア. 連携プロモーション (共同広告)

No.	実施内容	日付	内容・結果
1	日立埠頭株式会社 (にっぽん丸)	4/28～11/3	パンフレット2,600部製作 新聞折込チラシ約29万部製作
2	株式会社コープトラベル (MSC ベリッシマ)	7/20～8/15	パンフレットデータ作成
3	株式会社ジャンボツアーズ (コスタ・セレナ)	12/6	中日新聞8段掲載
4	株式会社阪急交通社 (飛鳥II)	11/30～12/14	読売新聞10段掲載 朝日新聞10段掲載
5	郵船クルーズ株式会社	1/1	毎日新聞全面掲載
6	MSC ジャパン (MSC ベリッシマ)	2/28	BS朝日「世界の船旅」放映
7	クルーズプラネット (ダイヤモンド・プリンセス)	3/1～6	パンフレット5万部製作

イ. 質の高いクルーズ観光促進（離島周遊促進・フライアンドクルーズ促進）

No.	実施内容	日付	内容・結果
1	ル・ジャック・カルティエ (Ponant)	4月、2月	離島周遊：2クルーズ
2	FUJI（商船三井クルーズ）	7～10月	F&C：6クルーズ
3	にっぽん丸（商船三井クルーズ）	11月～12月	F&C：3クルーズ
4	MSC ベリッシマ（MSC ジャパン）	11月～1月	F&C：15クルーズ
5	FUJI（商船三井クルーズ）	1月	F&C：2クルーズ

（3）受入体制強化事業

県内クルーズ関係者と連携し、那覇や本部の受入体制の構築を図った。今年度は本部のクルーズ事務局が変更になったことより、那覇の受け入れ事例を共有し、体制強化につなげたほか、久米島の関係者と連携し、寄港中の船内で地元の伝統文化の発信を行うなど、県産品（久米島牡蠣、那覇マグロ等）の活用も促進した。

ア. おもてなし・受入体制強化

No.	実施内容	日付	結果
1	那覇クルーズ促進連絡協議会	通年	臨時観光案内所設置、初寄港 セレモニー、マップ作成等

イ. その他県内各港湾への受入促進

No.	実施内容	日付	結果
1	「海から訪ねる沖縄ガイド」日本語 版パンフレット増刷業務	4月	日本語版 3,000部
2	クルーズ船観光客実態調査	11月-1月	アンケート取得数：620件
3	ル・ジャック・カルティエ 寄港時の船内演舞	3月	船内演舞の準備、サポート

9. 戦略的MICE誘致促進事業

沖縄MICE 振興戦略に基づき、国内外での誘致・プロモーション活動を強化するとともに、沖縄県全体でMICE を誘致し、受入れる仕組みを構築するため、沖縄MICE ネットワーク活動を促進させ、産業界や大学、市町村等との連携体制を強化することにより、離島も含めた全県的なMICE 振興を図り、国際的なMICE 開催地

としての地位を確立することを目的に活動を行った。

(1) 誘致・営業活動

ア. MICE商談会・見本市参加

＜商談会・見本市＞

No.	催事名	開催地	実施時期	対象	商談件数
1	JNTO インセンティブ旅行商談会 (韓国市場)	韓国	8/27	MI	9件
2	JNTO VISIT JAPAN トラベルマート& MICE マート	愛知	9/25-27	MIC	21件
3	JNTO MICE 商談会 (シンガポール市場)	シンガ ポール	11/4	MI	8件
4	国際MICEエキスポ(IME 2025) ※沖縄コンベンションセンター 万国津梁館も各自ブース出展 (OCC8件、津梁館12件、OMN24件)	東京	2/12	MIC	14件
				計	52件

イ. 訪問営業（営業活動、MICEセミナー商談会など）

(ア) 東京事務所 営業活動

対応件数（訪問、電話・メール対応含む）1,012件

① ウェビナー、個別勉強会

旅行会社向け「沖縄MICEトレーニングプログラム」3回 合計132人

個別勉強会（オンライン、対面式）6回 合計105人

② セミナー商談会集客

東京、大阪の2催事全体で目標人数を45名、25%上回る集客を実現した。

※各会場参加者数は 下段 イ) セミナー商談会 のとおり

③ 組織団体アプローチ

DM 817通（4回）、コンタクト74団体

④ コンベンション営業

顕在化しアクションを起こすことができた学会案件:46案件

（結果内訳）

令和7年度内に開催決定 : 17件

令和7年度末時点で開催検討中 : 20件

(イ) セミナー商談会

①【大阪】

日 時：令和7年9月9日

出展者：県内事業者 45 社

参加者：(関西地区旅行社、PCO、MICE 主催者を含む) 90 名

商談数：全体 286 件

②【東京】

日 時：令和7年9月11日

出展者：県内事業 45 社

参加者：(関東地区旅行社、PCO、MICE 主催者を含む) 135 名

商談数：全体 372 件

(ウ) キーパーソン招聘

案件名	来沖人数	来沖期間
韓国インターネット情報学会 「The 17th International Conference on Internet (ICONI2025)」	4 名	令和7年9月3日～5日
都市間連携 ファムトリップ (TCVB 連携)	5 名	令和8年1月27日～30日

(エ) プロモーションツール等作成

①コンgresバッグの作成

②MICE クライアント向けノベルティ購入

③フリクッションペン製作

(オ) WEB・メディアプロモーション

①沖縄 MICE 情報 WEB サイト「おきなわ MICE ナビ」更新業務

②メールマガジン (MICE 通信) 年 11 回配信 (配信数 前年度比 958 名増)

③MICE 専門誌 2 誌広告出稿

・MICE Japan

・Northstar Meetings Group.com

ウ. MICE 関連調査

本県における MICE 開催実績や経済効果等を調査し、把握・分析することで、今後の MICE 施策推進の指針となる基礎資料として活用することを目的として、原単位調査及び開催実態調査を行った。原単位調査では、令和7年を対象に、「参加者原単位」「主催者原単位」「出展者原単位」「出展者数」の調査を実施した。なお、今年度よりクラウドサービス「kintone」を活用した調査手法へ移行し、効率的な

運用を図った。

(2) 開催支援（誘致・開催支援助成金）

支援メニュー	国内 (件)	海外 (件)	合計 (件)	うちキャンセル等 対応 (件)
学術会議開催支援	7件	12件	19件	0件
コンベンション貸切バス等運行支援	16件	9件	25件	3件

(3) 受入体制整備

ア. 沖縄MICEネットワーク

(ア) 総会

日 程：令和7年8月21日 参加数：68名

(イ) 幹事会

①第1回幹事会

日 程：令和7年6月4日

参加数：16名（うち代理出席2名）、監査役1名

②第2回幹事会

日 程：令和7年11月12日

参加数：17名（うち代理出席2名）、監査役1名

③第3回幹事会

日 程：令和8年1月30日

参加数：17名（うち代理出席3名）、監査役1名

(ウ) 産業部会

MICE人材の育成・確保をテーマに活動を実施。

①第1回 令和7年5月29日 参加数：10名

②第2回 令和7年8月28日 参加数：10名

③第3回 令和7年11月10日 参加数：10名

④出前講座

名桜大学にて合計3回実施

啓発用パンフレット「誰でもわかるMICE入門」配付

⑤JAPAN MICE Challenge 2026 学生交流セッション

令和8年3月13日 学生：36名 部会員：12社

(エ) サステナビリティ部会

サステナビリティガイドラインの普及をテーマに活動を実施。

①第1回 令和7年6月2日 参加数：10名

②第2回 令和7年8月29日 参加数：9名

③第3回 令和7年11月27日 参加数：7名

④サステナビリティガイドライン活用

「第 10 回伊平屋ヴィレッジトレイルラン&ウォーク」を対象に、県内スポーツイベントとしては初のガイドラインを活用したチェックを実施

(オ) エリア MICE 検討会

那覇市をモデルに都市型 MICE 推進のための施策を検討。

①第 1 回 令和 7 年 5 月 29 日 参加数：16 名

②第 2 回 令和 7 年 6 月 30 日 参加数：13 名

今年度をもってエリア MICE 検討会は発展的に解消され、那覇市主導で「那覇エリア MICE 推進連絡会」が設置され、当該機能は同連絡会へ引き継がれることとなった。

(カ) MICE 向けサステナビリティ企画支援 申請 2 件 支援実績 0 件

(キ) OMN 勉強会・交流会

①8 月勉強会

日 程：令和 7 年 8 月 21 日

テーマ：「MICE の現状と課題～国際的な潮流、日本の現状、沖縄への期待」

講 師：観光庁参事官（MICE 担当）西森 雅樹

②2 月勉強会

日 程：令和 8 年 2 月 26 日

テーマ：「出会いを力に変える、OMN のチームづくり」

内 容：LEGO® SERIOUS PLAY® によるワークショップ

ファシリテーター：松田氏、富張氏（株式会社よく笑う）

③第 1 回交流会

日 程：令和 7 年 8 月 21 日

場 所：ダブルツリーby ヒルトン那覇首里城※総会と併催

④第 2 回交流会

日 程：令和 8 年 2 月 26 日

場 所：沖縄産業支援センター※2 月勉強会と併催

(ク) 第 35 回 国際 MICE エキスポ（IME2026）出展・キャラバン実施

日 程：令和 8 年 2 月 12 日

場 所：東京国際フォーラム

内 容：沖縄 MICE ネットワーク会員事業者（10 社）がチーム沖縄として 2 ブースに共同出展し、北部・中部・南部・那覇・離島の 5 エリアに区分した「エリア毎モデルコース」を用いて 24 件の商談に対応。うち 8 件は海外バイヤー。IME 翌日は出展メンバーで埼玉県内旅行会社 5 社訪問。

(ケ) 機関紙発行

内 容：沖縄 MICE ネットワークの活動状況等を年 2 回会員向けに発行

第 24 号：令和 7 年 9 月

第 25 号：令和 8 年 3 月

10. 観光誘致対策事業（MICE 推進課）

(1) マーケティング活動・情報収集

<出張先・参加催事一覧>

案件	日程	出張先
MICE&Event Professionals Meeting at 大阪・関西万博	6/10	大阪市
JCCB 創立 30 周年記念事業	7/29-30	千葉県 千葉市
JNTO・沖縄県連絡協議会	8/15	東京都新宿区
第 64 回 ICCA 年次総会	11/9-12	ポルトガル
九州・沖縄地区 MICE 推進団体連絡会総会	12/4-5	北九州市 下関市
JCCB 2025 年度コンベンションビューロー 部会	1/22-23	佐賀市
第 21 回世界観光ガイド連盟 (WFTGA) 総会	2/9	福岡市

(2) 他団体連携・広報活動・PR 活動

「13th 沖縄大交易会 2024 オフィシャルガイドブック」へ沖縄 MICE をテーマとした純広告を掲載、沖縄 MICE の周知および支援を目的にコングレスバッグを制作した。

11. MICE 受入体制強化等事業

(1) MICE 人材育成事業

ア. 人材育成セミナー

対 象：MICE 業務未経験者を含む県内 MICE 関連企業・団体勤務者

内 容：下記 3 点をゴールとして設定した。

- (1) ソリューション（課題解決型/提案型）営業を行う知識を習得する。
- (2) 自社が有する「商品」「サービス」をただ提供するのではなく、MICE 催事の種類や主催者ニーズに応じたカスタマイズ提案ができるための知見・ノウハウを習得する。
- (3) 「売り方」を変え、顧客から「選ばれる」ために、専門知識を身に付け、自社商品・サービスを応用できる営業・企画人材の育成を目指す。
研修形式は昨年度までのオンライン研修と対面式の研修形式から全

6回集合型対面式へと変更し、座学とワークショップを織り交ぜ、研修成果としてチーム別プレゼン発表会を行った。アウトプットを主眼とした対面式とすることで受講生間のコミュニケーション強化や連携が促進され、研修終了後の理解度調査の結果からは、MICE ビジネスへの取り組み意欲が高まったと回答した割合、並びに自社業務に活用できるスキルを身につけたと回答した割合は、いずれも大幅に増加し、90%が「自身のスキルアップや能力向上に役立った」と回答するなど、定量的評価において一定の成果が確認された。

参加人数（延べ）：234名

イ. 2000年サミットをフックとしたシンポジウム、移動企画展等

サミットをフックに MICE の意義や地域への効果について県民の理解を深めることで MICE 参加促進を図り、県内受入体制の強化に繋げることを目的として実施した。実施に当たっては沖縄 MICE ネットワーク内に設置した企画検討委員会の開催、関係者へのヒアリングを実施し、当時の経緯や意義を踏まえた実施方針を策定。これらの知見を踏まえ、来場者に対して分かりやすく訴求できる展示内容やプログラム構成となるよう工夫を行い、幅広い世代に対して MICE やサミットの意義を発信する機会を創出した。

内容	実施日・期間	場所	人数
シンポジウム・企画展	令和7年7月22日	万国津梁館	106
夏休みこども自由研究出展	令和7年8月9日、10日	沖縄コンベンションセンター	1,673
企画展	令和7年8月11日～22日	万国津梁館	406

(2) 専門アドバイザー派遣

MICE 関連事業者に専門アドバイザーを派遣し、助言および指導を実施することで主催者ニーズに対応できる能力・技能の向上を図った。本年度は事業精度の向上を図るため、打合せ内容を事務局で集約し、議事概要として提示する運用プロセスの改善に取り組んだ。これにより、決定事項の可視化が進み、専門家と相談者双方の認識のズレを未然に防止するとともに、確実な成果創出に直結し、新サービスの創出等につながった。

派遣先	回数
株式会社シュヴァン	4回
株式会社 OPPL	1回
沖縄ワタベウェディング株式会社 ヨミタンリゾートシーサイドテラス	2回
沖縄ワタベウェディング株式会社 西原ヒルズガーデン	1回

株式会社 SIKAMASU	2 回
合計	10 回

(3) 開催支援—MICEサポートメニュー開催歓迎支援

ア. おもてなしメニューの提供（物的支援）

メニュー種類	実績件数	191 件
芸能アトラクション派遣	81	
沖縄観光 PR 大使派遣（マハエ or マハ朗）	5	
琉球衣装体験ブース	3	
泡盛試飲ブースの設置	35	
空港・湾港等お出迎え	12	
瓦割体験ブースの設置	2	
コンgresバッグの提供（※併用可のため重複含む）	52	

※例）芸能アトラクション派遣+コンgresバッグの提供

12. 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」を推進するとともに、撮影隊の滞在による経済効果を高めることを目的に撮影の誘致及び支援活動を行い、映像を活用したロケ地沖縄の魅力発信を行った。また、地元関係者とフィルムツーリズムによる地域活性化に向けた取組みについて意見交換等を行い、撮影受入に関する協力体制の構築を図った。

(1) フィルムコミッション窓口業務

ア. 窓口業務問合せ件数：168 件（国内 149 件、海外 19 件）

イ. ロケ支援件数：34 件（国内 28 件、海外 6 件）

ウ. 関係団体との連携：JFC（特定非営利活動法人 ジャパン・フィルムコミッション）理事会及び総会への参加 2 回、定例マンスリーミーティング（オンライン）への参加、沖縄ブロック研修の開催

エ. ロケ受入実態調査：県内ロケ件数 453 件（国内 439 件、海外 14 件）

(2) 受入整備強化

ア. 「ロケ受入ガイドライン」の周知

訪問先：久米島町、久米島町観光協会、竹富町、西表島エコツーリズム協会など

イ. 市町村・観光協会向けロケ受入セミナー・意見交換会（ハイブリッド開催）

日 時：令和7年12月9日

参加者：28名（うちオンライン参加19名）

内 容：ロケ受入の注意点・事例紹介、質疑応答

講 師：金城 諭 氏 （一社）沖縄市観光物産振興協会 事務局長

（3）国内外マーケット出展等

ア. 全国ロケ地フェア 2024 夏

日時：令和7年8月7日 参加者数：235名

会場：マイナビ PLACE 歌舞伎座タワー カンファレンスルーム

イ. 全国ロケ地フェア 2025

日時：令和8年1月21日 参加者数：342名

会場：マイナビ PLACE 歌舞伎座タワー カンファレンスルーム

ウ. ACFM (Asian Contents & Film Market) 2025

日時：令和7年9月20日～23日

会場：Bexco Hall 4（韓国 釜山市）

総参加者数：30,006名

エ. “Journey Through Japan on Screen” in Bangkok 2026

日時：令和8年2月28日～3月1日

会場：Central World、SF World Cinema（タイ・バンコク）

（4）地域魅力発信

県著作短編映画の貸し出しや上映会の実施、VOD等オンラインを活用した上映機会創出のほか、県産コンテンツの紹介等を行うことで、沖縄ロケの優位性発信に努めた。また、沖縄フィルムオフィスWEBサイトをリニューアルしたほか、SNSでは沖縄が舞台の映像作品を制作サイドと連携して情報発信した。加えて、フィルムツーリズム促進のためのロケ地マップやランディングページ（Webサイト）を作成した。

ア. 上映機会の創出

（ア）VOD（動画視聴ライブラリーAVA）での沖縄県著作短編映画の無料配信

（イ）沖縄県著作地域発信型短編映画の貸出について、延べ26件（70作品）貸出

- ・沖縄県立図書館におけるバリアフリー上映会
- ・ベルン日本祭（スイス・ベルンでの日本大使館主催イベント）における上映
- ・ゆいシネマ（石垣市の映画カフェ）での上映会
- ・うみそら上映会 in 若狭海浜公園（那覇市若狭公民館主催）での上映

・OCVB 東京事務所における観光 PR コーナーでの地域 PR に合わせた上映 など

(ウ)「第2回鶴見ウチナー国際映画祭(2/7, 8)」における上映

イ. 情報発信強化

(ア) WEB サイト情報更新など

(イ) 沖縄フィルムオフィス公式 Instagram・X・YouTube を活用した情報発信

(ウ) SNS 広告配信(公開映画に合わせたランディングページへの誘導)

(エ) 映画「木の上の軍隊」ロケ地マップ作成

発行部数: 25,000 部

劇場公開日: 令和7年6月13日(沖縄先行公開)、7月25日(全国公開)

配布期間: 令和7年6月13日~令和8年3月31日

(オ) 映画「風のマジム」、「宝島」、「WINDBREAKER」ランディングページ作成

閲覧数: 7,684

劇場公開日: 令和7年8月26日(「風のマジム」)

同9月2日(「宝島」)

同12月5日(「WINDBREAKER」)

掲載期間: 各作品の公開時期に合わせた掲載を行った

(カ) ロケ地巡りを促すためのノベルティ作成

製作物: SNS 投稿用クリアカード

配布場所: 沖縄観光情報センター、OCVB・沖縄県の県外事務所など

1.3. 観光危機管理体制構築支援事業

第2次沖縄県観光危機管理計画並びに沖縄県観光危機管理対応マニュアルに基づき、観光地としての安全・安心を確保すべく、国・県・市町村・地域観光協会・観光関連団体及び事業者等と連携し、より実効性のある観光危機管理体制の構築を推進するため、事業を実施した。

(1) 観光危機管理体制の構築

ア. 災害時観光客帰宅困難対応および帰宅支援対策運用訓練の実施

災害・危機発生時において、計画及びマニュアルの実効性等を検証し、観光危機管理体制の充実と関係機関相互の連携強化(顔の見える関係の構築)、現場における対応力の一層の向上を図ることを目的に、訓練を実施した。

訓練は2部構成とし、第1部は、参加者が「観光客の立場で災害を疑似体験」することにより、発災直後の不安や焦り、ニーズ等を体感する機会とした。第2部では、第1部での「観光客としての視点」をもとに、各事業者の立場における災害時対応や被災者からのニーズへの対応について、再現映像の視聴とともに講師の事例紹介やグループワークでのディスカッションを通して、業種間の対応の違いや課題について議論しながら考察した。

日時：令和7年11月11日

参加数：185名（57機関）

受託事業者：株式会社フラップゼロアルファ

イ. 観光危機管理計画・BCP策定支援セミナーの実施

災害・危機発生時における本県の観光危機管理体制強化を図るため、市町村に対しては観光危機管理計画の策定及び見直し、または各市町村の地域防災計画への観光要素の追加を目的として、観光関連事業者に対してはBCPなど、防災・減災対策に関する計画の策定及び見直しを目的としたセミナーを実施した。また、災害時の避難所で起こりうる様々な出来事をシミュレーションするグループワークも行い、避難者から求められるニーズや課題を抽出し、優先順位を協議しながら対応策を考える機会とした。

日時：令和8年1月26日 9:45～16:00

参加数：30名（23機関）

（2）観光危機に関する情報発信

平時からの防災・減災意識の醸成と観光危機管理の取組みを促進するためのツールとして、防災意識啓発ノベルティ配布及び災害時簡単コミュニケーションシート等を製作した。なお、海拔及び避難場所表示ステッカーは在庫数減少のため増刷した。

ア. 観光危機管理取組促進ツール製作

（ア）防災意識啓発に関するノベルティ（携帯トイレ・アルミブランケットセット）

内容：携帯トイレ（1回分）、アルミブランケット（1,400×700mm）

外装に沖縄観光危機管理WEBサイト二次元コード掲載

数量：1,000セット（サイズ230×140×10mm）

配布先：観光関連催事や防災意識啓発イベント等

（イ）海拔および避難場所表示ステッカー

種類：沖縄県の海拔表示等に係るガイドラインに沿った、赤・黄・青3パターン

数量：2,500枚（赤：1,000枚 黄：1,000枚、青：500枚）

配布先：沖縄県内宿泊施設や観光施設、行政機関等

図上訓練やセミナー参加者へ配布、要望施設へ郵送

(ウ) 災害時簡単コミュニケーションシート及び封筒

内容：災害時に外国人観光客対応に役立つ簡単な対話集（指差し形式）

数量：4,000 セット（A4 観音折り 8 ページ及び角 2 封筒）

配付先：県内宿泊事業者へ郵送配付（送付先リストは県観光振興課からの提供による）

対応言語：日本語（翻訳原稿）、英語、中国語（簡体字・繁体字）、韓国語

(3) 関係機関との連携体制構築

令和 6 年度に実施した行政機関の観光危機管理担当者を対象にしたヒアリングにて、離島の中でも特に取組促進の必要性が高い八重山地域（石垣市・竹富町・与那国町）で離島の状況を考慮した訓練実施について強い要望があったことから、今年度初めて県主催による八重山圏域観光危機管理対応訓練が開催され、オブザーバーとして参加した。また、近年参加していなかった美ら島レスキューの枠組みを活用した訓練にも参加し、災害発生時における情報伝達と対応能力向上を図った。

ア. 八重山圏域観光危機対応訓練参加

日時：令和 8 年 2 月 6 日（金）13：00～17：00

場所：大濱信泉記念館多目的ホール（石垣市登野城）

参加機関：石垣市、竹富町、与那国町（観光及び防災担当課）、観光関連団体・事業者、交通事業者等、沖縄県、沖縄県八重山事務所

イ. 美ら島レスキュー2025 参加

日時：令和 8 年 2 月 15 日（木）～16 日（金）9：30～16：45

場所：沖縄県庁 8 階（1 日目）・OCVB 本社（2 日目）

1 4. 観光危機管理対策事業

観光客の安全確保のため、観光危機発生時に迅速かつ実行力のある観光危機管理体制の強化を図ることを目的に、平常時からの減災対策、危機対応への準備、危機への対応等の総合的な観光危機管理対策を実施した。

(1) 観光危機管理ネットワーク会議

ア. 観光危機管理ネットワーク会議の開催

(ア) 令和 7 年度 第 1 回沖縄県観光危機管理ネットワーク会議

開催日時：令和 7 年 8 月 25 日（月）15：30～17：00

開催会場：沖縄県立図書館 3 階ホール

会議形式：対面開催

参加人数：41 名（22 機関）

議 題：ロゴチャットなどを活用した情報共有について
情報共有する内容について
津波注意報(令和7年7月30日)対応に関する意見交換について

(イ) 令和7年度 第2回沖縄県観光危機管理ネットワーク会議

開催日時：令和8年3月23日(月) 15:30~17:00

開催会場：沖縄産業支援センター 3階中ホール312号室

会議形式：対面

参加人数：34名(20機関)

議 題：ロゴチャットを活用した美ら島レスキューでの取組みについて
観光危機管理ネットワーク会議連携システム構築について
令和8年度事業概要について

(2) 県が実施する離島圏域の観光危機対応訓練に関する支援

ア. 八重山圏域観光危機管理対応訓練参加

日時：令和8年2月6日(金) 13:00~17:00

場所：大濱信泉記念館多目的ホール(石垣市登野城)

参加機関：石垣市、竹富町、与那国町(観光及び防災担当課)、観光関連団体・事業者、交通事業者等、沖縄県、沖縄県八重山事務所

15. 観光人材育成・確保促進事業

新たな価値を創造し、産業を牽引する人づくりと人材の確保に向け、国内外の観光客が安心・満足する質の高いサービスを提供できる観光人材の育成・確保を目的に、観光関連事業等の従業員等に対する階層別研修を行うとともに、企業研修の自走化支援や将来の観光人材育成に向けた観光出前講座等を実施した。

(1) 専門家派遣

経営者層を対象とした専門家派遣は、企業の課題抽出に焦点を置き、「経営理念」「既存事業の見直し」「財源の課題」「自立的な組織づくり、人づくり」等の視点から、会社経営に対し助言を行った。客観的な視点から課題を深掘し、解決に導く過程を支援することで、経営者の資質向上につなげた。

・実施期間：令和7年6月~令和8年2月

・実施件数：13社(最大6回まで支援)

(2) 地域観光協会・DMO向けセミナー

観光振興を通して地域を活性化させるために地域の観光協会等がとるべき戦略策定、ブランディング、マーケティング、事業の創造、財源確保等、観光地経営に必要な知識やスキルの習得を目的とし「観光協会・DMO向けセミナー」を実施した。

・テーマ：来訪者と住民がともに幸せを感じる観光地域づくり@宜野座村

- ・日 程：令和7年9月9日～10日
- ・講 師：一般社団法人京都府北部地域連携都市圏振興社 伊根地域本部
事務局長 吉田 晃彦 氏
一般社団法人宜野座村観光協会 前事務局長 仲間 赴人 氏
- ・受講者数：13名

（3）観光収益改善セミナー～価値に見合った価格設定ができていますか～

価格競争による業界全体の利益率低下を防ぐだけでなく、他産業と比べても引けを取らない賃金・賞与基準を目指し、人材の定着・確保につなげるためにも、適正な価格でサービス・商品を販売するためのコスト管理や価格設定の方法等を学び、経営に必要な財務管理力を向上させるための「収益改善」を目的に、セミナー・ワークショップを開催した。

ア. 「基礎経営力アップ！価格転嫁に向けたワークショップ」（1日目）

- 日 程：令和7年12月9日
- 講 師：沖縄県よろず支援拠点 サブチーフコーディネータ 金城 力 氏
中小企業診断士 上仮屋 貞美 氏
- 受講者数：13名

イ. 収益改善に向けた事例紹介「レベニューマネジメント」（2日目）

- 日 程：令和7年12月15日
- 講 師：株式会社リクルート 旅行Division 旅行SaaS部 部長 早野 貴政 氏
- 受講者数：現地参加11名、オンライン参加37名

（4）観光人材戦略セミナー～人手不足時代に選ばれる職場になるために～

経営者や人事担当に向け、人材を確保し、定着させる取り組みの根幹となる「人を大切にする」を体現する企業の事例共有、その実現に向けた具体的な人材採用・定着の手法についての講義を行い、経営者・人事担当者の意識が人材確保だけでなく、今いる従業員の定着にも向けられることを目的に「観光人材戦略セミナー」を開催した。

- 日 程：令和7年11月14日
- 講 師：ハレクラニ沖縄初代総支配人（開業準備室も率いる）吉江 潤 氏
株式会社リクラボ 代表取締役 久保 亮吾 氏
株式会社Cosmic Consulting 代表取締役 波上 こずみ 氏
- 受講者数：現地参加19名、オンライン参加35名

（5）観光出前講座

沖縄県における観光業の重要性や観光の持つ可能性について理解を深め、観光業が魅力ある職業の1つであるとの認識を促し、コロナ禍の影響による若い世代の観光業離れを抑制することを目的に沖縄観光出前講座を実施した。

期 間：令和7年5月～令和8年2月

実施校：18校（講座数23回）

内訳 小学校6校、中学校10校、高校1校、短期大学1校、その他2

（6）観光人材の確保に向けた調査

ア. 「観光業における人材確保に向けた施策要望等アンケート調査」

実施期間：令和6年5月7日～6月10日

調査対象：沖縄県内の観光関連事業者

調査方法：観光業界あて、メール送付によりWEBアンケート調査を実施

回収数：319件（※有効回答数）

イ. 「観光業従事者を対象とした従業員満足度調査」

期 間：令和7年10月1日～11月30日

対 象：沖縄県内の観光関連業従事者（経営者・役員・理事等を除く）

方 法：観光関連企業宛にメールや案内状送付によりWEBアンケート調査を実施

回答数：529件（※有効回答数）

（7）企業研修自走化への支援

企業研修の自走化を図ることを目的に観光人材育成マッチングサイト「育人（はぐんちゅ）」の管理・運営及び県内の観光関連企業・団体向けの情報発信、マッチングサポート等を実施した。また、「育人」は観光事業者向けの人材育成及び確保に関連する情報ポータルサイトも担っており、人材育成や確保に関する補助金や助成情報のほか、「従業員満足度調査」の解説コラムを掲載した。さらに、新着情報ページを改修し、カテゴリ検索を可能にした。このほか、「人事課題セルフ診断機能」を追加し、自社における人事課題の取組度合を簡易的に診断し、課題に応じた育人サイト内の情報を提示する等、効果的な情報提供ができるサイトになるよう改修した。

（8）オンラインセミナー等の実施

事業で開催したセミナーの録画映像を育人内のページから視聴できるよう掲載し、セミナー参加者の後日視聴として活用、またセミナーの参加が叶わなかった視聴希望者に向けて、申込ベースでの配信を行った。

（9）産学官連携人材育成確保会議の開催

観光人材育成・確保の課題と最新状況の共有、課題に対して多角的な視野から課題解決に向けた産・学・官それぞれの役割や連携方法等について話し合い、相互理解の促進及び次年度以降の事業に資することを目的として実施した。事前にワールドカフェ形式のワークショップを開催して実務担当者を中心に意見交換を行い、その意見を産学官連携人材育成確保会議に共有することで、議論がより有意義なものとなるよう

取り組んだ。

ア. 「観光人材の未来を拓くワールドカフェ」

日 程：令和7年9月2日

参加者：産（企業の代表者、現場管理者など）9名

学（大学の・専門学校・高校の教員、就職担当者）7名

官（行政の人材育成・確保関連事業の担当者）5名

オブザーバー 4名

計 25名

イ. 「産学官連携人材育成確保会議」

日 程：令和7年10月29日

参加者：沖縄県、OCVB、ホテル協会、ホテル組合、ISCO、沖縄キリスト教学院大学、名桜大学、沖縄工業高等専門学校、KBC 学園、具志川商業高等学校 等

（10）学生と企業のマッチングイベント

「就活応援フェア-Career Resort Lounge-」

日 程：令和8年1月16日

参加者：48名（大学生29名、大学院生1名、専門学生17名、一般求職者1名）

16. 観光事業者収益力向上サポート事業

県内の観光業界の人材不足解消に向けた「無人化・省人化（収益力向上）」に資する取組を支援する「観光事業者収益力向上サポート事業」の事務局として、事業説明会や周知広報、補助事業者選定委員会の運営を行うなど事務局機能を担った。あわせて、収益力向上や省人化に向け、AI を活用した情報発信やマーケティング、業務効率化などの具体事例を紹介するセミナーや、今後の取組に繋げるための成果事例報告会ならびに事業者交流会を開催し、成果事例集の公開・配布も行った。

※一般財団法人 沖縄 IT イノベーション戦略センターとのコンソーシアム

<採択・支援結果>

【申請事業者数】 97件

【採択事業者】 27件

【交付総額】 117,518,000円

17. 令和7年度補正 観光事業者収益力向上サポート事業

国の物価高騰対応重点支援地方創生臨時交付金を活用し、沖縄県内の観光業界の『人材不足解消』に向けた「無人化・省人化」に資する取組を支援する「観光事業者収益力向上サポート事業（観光サポート2026）」の事務局として、事業説明会や周知広報、補助事業者選定委員会の運営を行うなど事務局機能を担った。令和8年度末までの事業となるため、次年度も引き続き選定事業者の伴走支援やセミナーなどに取り組んでいく。

※一般財団法人 沖縄 IT イノベーション戦略センターとのコンソーシアム

<採択・支援予定>

【申請事業者数】 72件

【採択事業者】 33件

【交付予定額】 159,266,000円

18. 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エリアにおいて、一般観光、教育旅行、MICE等、誘致営業、情報収集活動を展開した。また観光案内所として常に新しい情報を収集し発信することで沖縄への誘致に繋がった。特に今年度は沖縄を舞台とした映画が多数公開されたことにより、映画の情報に合わせロケ地紹介として、関連する市町村の情報を発信することができた。

また、新たな取り組みとして東京事務所のバリアフリー化を目指すことを目的とし、観光案内所を車椅子来所可能なレイアウトへの変更、筆談パットやバリアフリー関連情報誌の設置等を行った。

国内観光においては、首都圏を中心にリアルイベントを展開するとともに、最新の沖縄情報や持続可能な観光を目的としたエンカルツーリズム等の発信を行った。また、市場動向調査として定期的に航空会社や旅行会社を訪問し沖縄方面の予約状況や販売概況について情報収集することで、首都圏市場の誘致促進戦略へ活かすことができた。

修学旅行では誘致を目的とした学校訪問を強化することに合わせて、関係団体との意見交換を行い修学旅行の動向を把握し誘致事業に反映させた。

MICE誘致については、持続可能な新しいコンテンツの紹介や支援メニューの提案などを行い開催件数の確保へ繋がった。またPCOや旅行会社向けに勉強会（セミナー）を実施し、情報発信に努めた。

【令和7年度各施策の目標値及び実績】

年間来所者数 3,110人

・旅行市場調査：旅行会社、航空会社訪問等 毎月8件（目標：年間約100件）

→実績 82件

・Facebook：記事投稿 毎月10件（目標：年間約120件） →実績 171件

・X：ポスト（ツイート）毎月10件（目標：年間120件） →実績 222件

・SNSキャンペーン（フォロワー獲得等）：年間7本（企画・展開数） →実績 8本

・外部イベント連携（出展、宣伝物の提供や備品の貸出他）：年間70件 →実績 76件

・来所者アンケートの実施：平均評価4以上（5段階） →実績 平均評価4.40

・おきなわ旅セミナー・観光PRコーナーの実施：年間10件 →実績 22件

19. 観光情報センター事業

国内向け沖縄観光情報WEBサイト「おきなわ物語」については、コンテンツの充実を図り、誘客促進や周遊促進、安全・安心な滞在に資する観光情報の発信を行った。あわ

せて、台風接近時の注意喚起や交通規制、水難事故防止、熱中症予防等の情報を適時発信し、県公式サイトとしての信頼性向上とブランド強化に努めた。

2025年度の年間PV数は約886万PV（前年比22%減）、ユーザー数は約480万UU（前年比25%減）となった。減少要因としては、生成AIの普及により、WEBサイトを介さない情報収集の動きが拡大していることが考えられる。一方で、平均滞在時間は微増しており、コンテンツの質は一定程度維持されていると評価できる。

各種SNS運用においてはいずれもフォロワー数が増加しており、ユーザー分析に基づく継続的かつ戦略的な情報発信の効果が表れていると考える。

□「おきなわ物語」アクセス数の変化（2025年4月1日～2026年3月31日）

年度	PV数	ユーザー数	広報経由来訪数	平均滞在時間
2025年度	8,865,377	4,807,028	65,750	5分58秒
前年比	-22.5%	-25.2%	-70.3%	+0.6%
2024年度	11,441,249	6,428,351	221,136	5分57秒

□「おきなわ物語」SNSフォロワー数の変化

（2025年4月1日 - 2026年3月31日）

媒体	アカウント名	投稿数	フォロワー数	フォロワー数差分
Instagram	【公式】おきなわ物語	109件	69,914人	+12,902人
X	マハエちゃんのおきなわ物語	1,026件	12,040人	+403人
Facebook	マハエちゃんのおきなわ物語	810件	24,533人	+2,482人

20. 観光振興事業（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。沖縄事務局事業としては主に下記2事業を展開した。

（1）ブロック別広域観光振興事業

ア. 令和7年度沖縄県観光協会等協議会

沖縄県観光振興基本計画で設定した各種目標値達成に向けて、計画的・戦略的に施策を展開するため、各地域の観光協会及び関連団体と全県的な観光推進体制の構築、地域観光団体の運営体制の強化を図るべく、地区協議会（6地区）および新たに開催した担当者会議にて情報共有や課題解決に向けた議論を行い、それらを総括する全体協議会を開催した。

イ. 令和7年度県民啓発事業

（ア）8月1日「観光の日」における空港歓迎式開催

那覇空港で沖縄に来た観光客に対しノベルティ等を配布し、おもてなしの心を表現するとともに、観光客への歓迎の様子をメディア露出することで県民の観光啓発につなげた。

・実施日：令和7年8月1日

- ・参加団体：14 団体 60 名

(イ) 観光月間における県立図書館での「観光」特別展示

夏休み期間中で図書館を利用する学生や子どもたちに向け、観光について興味を持ってもらうきっかけづくりとして、8月の観光月間に合わせ、沖縄県立図書館にて観光啓発パネルの展示および観光に関する書籍を集めた特設コーナーを設置した。

- ・実施期間：令和7年7月30日～8月25日

(ウ) 「夏休み子ども自由研究 in 沖縄コンベンションセンター 2025」への出展

夏休み期間中に課題（自由研究）のネタを探している子供たちに向けて、観光について興味をもってもらうきっかけづくりとして、沖縄コンベンションセンターで開催された催しに出展した。

- ・実施日：令和7年8月9日～10日
- ・場 所：沖縄コンベンションセンター展示棟内
- ・ブース来訪者：約200名（2日間）

(エ) 観光月間クリーンアップ活動「サステなクリーンアップ大作戦！」への参画

沖縄県が主催する観光月間事業の一環として開催されたクリーンアップ活動へ積極的に参加し、地域住民や観光協会と協働した啓発活動に取り組んだ。

- ・実施日／場所：8月30日／竹富町 西表島中野ビーチ
9月20日／沖縄市 コザゲート通り
10月18日／国頭村 宇佐浜ビーチ
- ・参加者数：県民、事業者、観光客あわせて3か所で約180名が参加。

(2) 地域と連携して実施する観光振興事業

ア. 地域と連携した観光推進体制構築事業

地域観光協会へ訪問し、ヒアリングや、会議・委員会・式典等への参加を通して、各地域の事業計画・方針や地域特有の課題を把握し、地域観光協会及び関連団体との全県的な観光推進体制の構築、地域観光団体の運営体制の強化を図った。

2 1. 観光行催事業（沖縄観光新春の集い）

観光業界一体となって「世界から選ばれる持続可能な観光地」の実現並びに「世界の観光をリードする沖縄」を目指し、関係団体、OCVB評議員及び理事・監事、国・県関係者、歴代会長、各地域観光協会、各産業団体が集まり、さらなる沖縄観光の成長に向けての団結を示した。

- ・日時：令和8年1月5日
- ・会場：パシフィックホテル沖縄

- ・参加者数：700人

2.2. 沖縄観光大使事業

情報発信手法の多様化やジェンダー平等の実現など社会環境の変化を受け、沖縄観光親善大使ミス沖縄選出事業(制度)の見直しを行い、令和6年度に新たに「沖縄観光大使」を設置した。伝統芸能、自然、沖縄の食、スポーツなどの特性を活かした地域ブランド、魅力および観光情報を広く発信することを目的とし、4名の観光大使を任命している。

令和7年度においては、県内外での各種イベントやプロモーションへ引き続き参加し、それぞれの専門知識を活かした沖縄観光PRを実施した。特に、複数名での派遣時には、伝統芸能やスポーツなど異なる分野の視点から対談形式で発信を行うなど、従来とは異なる切り口による魅力発信を行い、より多角的な沖縄観光のPRに寄与した。

【初代「沖縄観光大使」】

伝統芸能部門 與那國 太介（三線演奏家）

沖縄の食部門 嘉陽 かずみ（琉球料理家）

自然部門 張 エンユウ（ネイチャーガイド）

スポーツ部門 仲本 百合香（タレント）

・活動期間：令和6年7月1日～令和8年6月30日

・派遣回数実績：10回（令和7年度）

【公式 SNS 発信回数】（令和7年度）

Instagram 発信回数：48回

Facebook 発信回数：48回

2.3. 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公園内の海中展望塔及びグラスボート（2隻）の管理運営を行った。海中展望塔は開業から50年以上が経過し老朽化が進んでいることを踏まえ、施設のメンテナンスや修繕を計画的に実施した。

県内外における広報宣伝・営業活動を強化し、県内での着地型チケット販売網の拡充、県内外の各旅行代理店やレンタカー事業者の発行する情報誌・特典ブック等への情報掲載、各種観光情報誌等の割引特典の拡充、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た。また、公式HP、FB、ブログ、Xなど、デジタルマーケティングを活用した情報発信を行い誘客につなげた。

「沖縄の最も重要な観光資源である海の魅力を沖縄県民並びに国内外の観光客に伝え、またサンゴ礁をはじめとする自然環境の保全に努める」をキャッチフレーズとし、OCVBのSDGs活動の一環として、タマンの稚魚放流や植え付けしたサンゴのモニタリング、地域貢献として近隣の小学校との交流を行った。

さらにインターネットバンキングの導入、防犯及び現場のリアルタイムな状況把握のための防犯カメラの設置、チケット購入後の返金の仕組みを取り入れ現場でのトラブル回避など事業所としての業務効率化を図った。

令和7年度の収入については、国内客及び海外客が堅調に推移するなか、特にグラスボートの売り上げが増加したが、令和6年度に台風被害の保険料収入（約1,500万円）があったこと、また経費削減の取り組みや人材不足による人件費の減少の影響で費用が抑えられたことで、全体としては減収増益となった。

【入場者数 293,239人（令和6年度 292,063人）】

【事業収入 292,872千円（令和6年度 304,517千円）】

24. 25. 旧海軍司令部壕事業所運営事業／海軍壕公園（指定管理）

（1）旧海軍司令部壕事業所運営事業

「旧海軍司令部壕」は、悲惨な戦争を二度と繰り返さないことを目的に恒久平和を祈念する戦跡地として昭和45年（1970年）に当財団の前身、特殊法人沖縄観光開発事業団により再開発・整備され、当時のままに保存されている地下壕と海軍戦没者慰霊之塔、資料館を併設している。運営については、終戦から81年、開業から55年が経過する中、戦争体験者の高齢化や戦争の風化等により慰霊参拝客が減少するなど取り巻く環境は大きく変化している。また、参観者も団体旅行から個人旅行に移行していることを踏まえ、「親子で学ぶ平和学習」など、家族やグループの個人旅行にターゲットを絞った広報宣伝の展開と平和ガイド・講話の実施など顧客満足度の向上に向けた取り組みを強化した。

ア. 取り組み内容

（ア）平和ガイド・講話、展示等の取り組み強化

①毎週金曜日の定期ガイド、団体・修学旅行への平和ガイドミニ講話
（実績：562件／19,942人）

②ビデオ映像や音声ガイダンス取り組み

③展示資料の追加

（イ）SDGsを意識したプログラム開発

（ウ）親子で学ぶ平和学習、教育旅行、戦史教育ツアー

（エ）ターゲット別誘客宣伝やX（旧ツイッター）、インスタグラム、ホームページなど、SNSを活用した広報活動

（2）海軍壕公園管理運営（指定管理）

沖縄県営都市公園「海軍壕公園」は、豊見城市から那覇市にまたがる丘陵地に位置

し、敷地面積は6.7㊦（約2万坪）。都心部から最も近い近隣公園として、市民の憩いの場、更には県内小中学校の遠足・校外学習の場所として広く活用されている。なお、遊具広場の遊具施設設置工事が完了し、リニューアルオープンしたことで利用者が大幅に増加し、指定管理者として安全・安心・快適な公園を第一に管理するとともに、市民と連携した緑化活動では、近隣児童園の参加や沖縄海友会、海上自衛隊等、関係機関協力のもと草花の植栽を行うなど緑豊かな環境美化に努め、旧海軍司令部壕との一元管理による利用促進に努めた。

【地下壕入場者数：125,490人（令和6年度：120,884人）】

【事業収入：75,237千円（令和6年度：91,814千円）】

【指定管理収入：25,782千円（令和6年度：20,780千円）】

26. 沖縄県観光協会等協議会運営事業

沖縄県観光振興基本計画で設定した各種目標値達成に向けて、計画的・戦略的に施策を展開するため、各地域の観光協会及び関連団体と全県的な観光推進体制の構築、地域観光団体の運営体制の強化を図るべく、地区協議会（6地区）および新たに開催した担当者会議にて情報共有や課題解決に向けた議論を行い、それらを総括する全体協議会を開催した。

また、同報メールや各地域の観光協会間で共同利用できるコミュニケーションツール「Microsoft Teams」、新たにLINEグループチャットも活用し、各協会の取り組みや国・県などの各種支援事業・セミナー等の情報交換を実施し連携強化に努め、本県における観光振興を推進した。

※20. 観光振興事業（日本観光振興協会出捐金）、

27. 観光振興事業補助金（DMO補助金）を活用しての事業実施

ア. 担当者会議

1回目：令和7年8月8日 2回目：令和8年1月21日

イ. 本会議・エリア会議

南部地区	令和7年9月18日
中部地区	令和7年10月8日
久米島地区	令和7年10月21日
北部地区	令和7年11月6日
宮古地区	令和7年11月20日
八重山地区	令和7年12月18日
本会議（全体）	令和8年2月3日

ウ. 沖縄県観光案内所連絡会

第1回：令和7年7月17日 第2回：令和8年1月15日

27. 観光振興事業補助金（DMO補助金）

（1）合意形成・マネジメント強化事業

OCVBは広域連携DMOとして、観光地域づくりにおいて主導的な役割を果たすことに加え、主要なステークホルダーとして沖縄県の観光振興を牽引していくことが期待されている。そのため、県内外の多様な関係者で合意形成する仕組みを構築し、主導し、戦略と取組の整合性に関する調整や仕組みづくりを行った。

ア. 沖縄ツーリズム産業団体協議会関連

沖縄観光関連 35 団体から構成される「沖縄ツーリズム産業団体協議会」を開催し、令和 8 年度に導入が予定されている観光目的税（宿泊税）に関して、昨年度から引き続き議論を行い、観光業界の意見を取りまとめるとともに、より良い税制度の実現に向けて、業界の声を反映できるよう県とのパイプ役としての役割を果たした。この取組の一環として、正副会長会議 2 回の会議を開催した。

イ. 沖縄県観光協会・DMOとの連携強化

県内各地域の観光協会・DMOとの連携強化を目的に、「沖縄県観光協会等協議会」の運営を通じて、地域の現状把握や課題の共有、県およびOCVBの関連事業との連携促進に取り組んだ。令和 7 年度は、沖縄本島および離島を 6 つの地区に分けた地区協議会と、担当者会議、それらを統括する全体協議会を開催し、地域主体の運営体制づくりと地域間連携の推進を図った。あわせて県運営の観光案内所も含めた「観光案内所連絡会」も開催した。

観光地域カルテについては協会・DMOに加え市町村役場も含めた形でのヒアリングや活用セミナーを開催し利活用促進に取り組んだ他、機能開発やスポット変更についても各地域と連携し対応を行った。その他、各団体へのヒアリングや支援情報の提供などを通じて、実践的かつ持続的な地域観光推進体制の構築に貢献した。

ウ. 外部関係機関(ステークホルダー)との連携強化

国や沖縄県、市町村、関連団体、さらには観光関連以外の多様な事業者・産業との連携を強化し、広域的なネットワークの構築を図った。全国のDMOが集まる会議や広域連携DMO政策研究会等にも積極的に出席し、他地域との意見交換を通じて、今後のDMOの役割や運営体制のあり方についての整理と強化に取り組んだ。

「広域連携 DMO 政策研究会」においては、協議を続け 10 月には観光庁への要望書提出を行った。結果、観光庁の新たな広域補助金制度「令和 8 年度 DMO 総合支援事業（広域連携観光促進事業）」が実現し、沖縄総合事務局、沖縄県等と連携し、申請を行った。

エ. 国外トップセールス強化

MOU 提携機関（済州観光協会）との交流促進及び意見交換を通じた相互発展を目指し、済州訪問を行った。両機関の親睦を深めるとともに、同日に開催された会議に出席し、両地域に共通する課題や観光に関する情報について意見交換を行った。

オ. 外部情報発信強化

OCVBの取り組みや観光関連情報を県内外へ効果的に発信するため、情報発信体制の強化を図った。公式ホームページに加え、プレスリリース配信代行サービス「PR TIMES」を活用し、DMOとしての活動内容を広く公開。3月31日時点で14件のメディアリリースを配信し、11,328 ページビュー、11,305 人の訪問者数、352 の転載サイトを記録するなど、情報の到達範囲を大きく拡大した。これにより、組織の透明性向上と多様なステークホルダーへの広報強化を実現した。

カ. SDGs の普及啓発

観光庁が推進する持続可能な観光地マネジメントの実現、及び第6次観光振興基本計画にある「世界から選ばれる持続可能な観光地」の実現に向けて、おきなわ SDGs プラチナパートナー認証団体として、OCVB 全体の SDGs に資する取組推進及び新たな活動創出を目途に、今年度は組織横断的に各課及び東京事業所に SDGs 担当者を配置し、定例 MTG（全5回開催）を中心に以下取組を実施した。

<優先取組事項>

- ・ SDGs 認証制度5本の柱（おきなわ SDGs プラチナパートナー）の進捗確認と推進
⇒今年度は2年更新の1年目にあたるため、定例 MTG 内で定期的に KPI 進捗確認と対応策協議を行うことで、中間報告時点ではいずれの柱も順調に推移。令和8年2月更新に向けて良い形で折り返すことができた。
- ・ サステナブルツーリズム宣言&行動指針との OCVB 内での事業連携
⇒計4回のサステナブルツーリズム検討委員会での協議内容を定例 MTG 内で共有し社内理解促進を図るとともに、県主催の周知イベント参加。

上記以外にも、ユニセフ外貨募金、古紙回収、コピー用紙の再生紙切替といった取組や、昼休み電話当番廃止&アナウンス対応化や議事録 AI 生成ツールの導入など SDGs に資する取組推進及び社内機運醸成を図った。

(2) デジタルマーケティング強化事業

広域連携DMOとして、データに基づく戦略策定など観光地域づくりに科学的なアプローチを取り入れ、マーケットインを徹底するための旅行者目線を持つ。加えて、地域が効果的な誘客や旅行消費額拡大に取り組みやすいように、各種データの収集・分析・可視化を行い、観光地域づくりを支援できる環境を構築した。

ア. おきなわ地域カルテ開発・運用

地域の観光協会等と連携しながら観光地経営の高度化を図るため、「おきなわ観光地域カルテ (<https://areakarte.ocvb.or.jp/>)」の開発・運用を推進した。市町村単位での観光関連データを可視化・一元化し、地域の状況をリアルタイムで把握できる仕組みを整備した。

令和7年度は、令和6年度までに開発した「おきなわ観光地域カルテ」および「インバウンドプロトタイプ版」の保守・運用・改善に加え、カルテ開発にあたり入手した元データを稼ぐ力に変えていくため、OCVBをはじめ観光協会・DMOのデータ人材育成も視野に入れた利活用促進や事例検証、情報発信により注力した。5月にはインバウンド人流分析(検証版)をリリースし、その後、観光協会・DMO・市町村へのヒアリングを強化し、改善点や今後の新機能に向けた意を収集した結果、地域からのニーズを踏まえ、レポート出力機能を追加開発した。また、「解説コラム」のAI自動化も追加開発し、データ読み解きから打ち手の速化を企図し、AI活用による業務効率化の第一弾とした。Webサイトのアクション数は令和8年度末の目標100万回に対し71.3万回(3月末時点)と一定の成果を上げ、順調に推移している。利活用地域も32市町村に広がり、令和8年度末の目標利活用率80%に対し78%を達成した。

イ. 修学旅行データ収集

県内修学旅行市場の動向をリアルタイムで把握するため、県内70ホテルの予約状況を把握できる「ぐるトラ」を活用し、修学旅行の受入体制強化に向けたデータ収集を行った。都道府県別の実施状況や時期の分散傾向、バスの未手配状況等の情報を蓄積・整理し、従来の旅行会社ヒアリングよりも詳細かつ即時性の高いデータを取得した。これらのデータは県内観光協会やDMO、沖縄県修学旅行推進協議会分科会等の関係者と共有し、今後の受入環境の整備や戦略的な誘致活動に活用した。

28. 沖縄リゾートワーケーション推進事業

本県経済・産業・地域の成長発展や振興を図るため、多様な関係者が産業分野の垣根を超え、互いに連携・協働し、沖縄での新たな滞在スタイルの提案から多様な産業・地域への波及へと繋がる取組みを推進することを目的とし「沖縄リゾートワーケーション推進協議会」の運営を行った。県内のワーケーション施策を集約し、国内外への情報発信を目的として情報プラットフォームを整備し、WEBサイトにて公開した。また、台湾及び韓国において需要把握に向けたプロモーション及び実態調査を実施し、関連ビジネスの可能性を検証した。あわせて、県外展示会への出展による情報発信、県内イベントへの参加による普及啓発、全国動向や離島における実態の情報収集を行った。

<OCVB組織運営>

1. 組織運営

組織、人事、給与、システム運用など労働環境の整備や、予算・決算、財産管理、評議員会・理事会に関する事項など、経営全般に組織運営を行った。具体的には、理事会5回、評議員会を3回開催し、適切な組織運営を図るとともに、法改正に準じた社内規程整備や職員の給与・待遇改善を実施した。

2. 職場環境改善

職員の健康維持と快適な職場環境形成に向けて安全衛生委員会を設置し、職員の超過勤務管理や産業医と連携した職場点検を実施し、職場環境改善に取り組んだ。

(1) 安全衛生委員会

年間10回開催

(2) 産業医巡視

本社、ブセナ海中公園事業所、旧海軍司令部壕事業所にて実施

(3) 職場内定期清掃

年間5回開催

3. 組織広報

OCVB公式サイトや定例記者懇談会開催を通して、各ステークホルダーやメディア、社内に向けて組織の活動内容に関する情報発信を強化し、組織の存在価値向上を図った。

(1) 社外向けプレスリリース配信・公式サイトでの情報発信強化

※「27. 観光振興事業補助金（DMO補助金）（1）合意形成・マネジメント強化事業オ. 外部情報発信強化」を参照

(2) 定例記者懇談会

年間4回開催

(3) 社内広報

県内外のイベント情報や定例会議資料など、社内 Teams を活用し情報共有を図った。

4. 人材の確保・育成・定着

人材確保のため、ブセナ海中公園事業所を中心にOCVB職員に向けた採用戦略研修を実施し、年間通じて必要人員を確保するための採用活動計画を策定した。また、期間契約職員の給与改定を行った他、育児介護休業法改正に伴い仕事と育児・介護を両立するための休暇制度導入など職員の待遇改善を行った。人材育成としてOCVB事業への理解を深めるための職場研修及び外部研修への職員派遣を実施した。

(1) 研修実績

- ア. 採用専門家による採用戦略研修（ブセナ海中公園事業所）
- イ. 採用活動計画策定と職員向け説明会（全職員）
- ウ. OCVB事業説明（全職員）
- エ. 県内事業所研修（新採用プロパー職員）
- オ. 導入研修（新採用職員）
- カ. 外部研修への派遣（対象者のみ）

5. 広域連携DMO機能の強化

※「27. 観光振興事業補助金（DMO補助金）を参照

6. 沖縄ツーリズム産業団体協議会の運営

※「27. 観光振興事業補助金（DMO補助金）（1）合意形成・マネジメント強化事業」を参照

7. 日本観光振興協会沖縄事務局の運営

※「20. 観光振興事業（日本観光振興協会出捐金）」を参照

8. 賛助会員事業

(1) 賛助会員へのメールマガジン配信

年間127回

(2) 令和7年度OCVB賛助会員限定シンポジウム

日 時：令和7年5月23日

(3) 令和7年度OCVB事業説明会（オンライン）

日 時：令和7年6月30日

(4) 賛助会員交流会

日 時：令和7年12月4日

参加者：200名

(5) 沖縄観光新春のつどい

※「21. 観光行催事業（沖縄観光新春の集い）」を参照

(6) 交流掲示板のシステム運用

従来の賛助会員メルマガでは叶わなかったOCVBからの速やかな情報の共有と

取りこぼしの削減、賛助会員様からの情報発信、賛助会員様同士のマッチングを可能とする掲示板システムを令和5年12月より試験運用を開始し、令和8年4月1日の本格運用に向け準備を行った。

賛助会員掲示板登録社 290社 (3/31時点)

(7) 東京事務所へのパンフレット設置

東京事務所の観光案内スペースへ賛助会員を中心に施設等のパンフレットの設置を行い、来所者への提供を行った。(令和7年度来所者数3,110名)

9. 観光目的税(宿泊税)についての取組

OCVBでは、宿泊税の使途検討に係る取組として、「観光関連団体の建設的意見を取りまとめ、現在の観光振興計画に基づき観光目的税の使途について、客観性ある合意形成の下で税の使途を検討する」ことを目的に、OCVB観光戦略協議会(仮称)の立ち上げを予定している。

構成メンバーについては、宿泊事業者、旅行業関連、観光施設関係、二次交通事業者、マリンレジャー関係、MICE事業者、地域観光協会、県内DMO、沖縄県などに参加いただくことを想定している。

今後は、本協議会を通して、観光関連団体の意見を集約および使途を検討し、県へ提案していく。

10. 沖縄県観光協会等協議会運営事業

※「26. 沖縄県観光協会等協議会運営事業」を参照