

**平成 25 年度やんばる観光連携推進事業
実施報告書**

**平成 26 年 3 月
北部広域市町村圏事務組合**

目次

序章 事業の概要	1
1. 事業の背景.....	1
2. 事業の目的.....	1
第1章 観光情報の収集・共有の仕組みづくり	3
1. 目的・方法.....	3
(1) 目的.....	3
(2) 実施方法.....	3
2. 実施状況.....	7
(1) エリアコーディネーターの配置.....	7
(2) エリアワークショップの実施.....	12
(3) 情報収集・共有の仕組みづくり.....	29
3. 成果と課題.....	41
(1) 事業の成果.....	41
(2) 今後の課題.....	41
第2章 情報配信モデルの実証	42
1. 目的・方法.....	42
(1) 目的.....	42
(2) 実施方法.....	42
2. 実施状況.....	43
(1) 情報サイトの制作.....	44
(2) 情報拠点の設置.....	50
3. 成果と課題.....	59
(1) 情報サイトの成果と課題.....	59
(2) 情報拠点の成果と課題.....	59
第3章 観光キャラバン	61
1. 目的・方法.....	61
(1) 目的.....	61
(2) 実施方法.....	61
2. 実施状況.....	61
(1) 「沖縄観光&MICE コンテンツフェア」の概要.....	61
(2) PR内容.....	62
(3) 観光キャラバンアンケート調査結果.....	68
(4) 実績.....	72
(5) 表敬訪問.....	72
3. 成果と課題.....	73
(1) 事業の成果.....	73
(2) 今後の課題.....	73

第4章 アンケート調査	74
1. 目的・方法	74
(1) 目的.....	74
(2) 実施方法.....	74
2. 実施状況.....	75
(1) 産業まつりアンケート調査結果.....	75
(2) 観光客向けアンケート調査結果.....	80
3 成果と課題.....	87
(1) 事業の成果.....	87
(2) 今後の課題.....	88
第5章 とりまとめ	89
1. 取組課題と今後の展開.....	89
(1) WG・懇談会・連絡会・協議会の整理.....	89
(2) 今後の推進方策.....	94
(2) 事業展開の方向性.....	95
(3) 将来目標と事業展開イメージについて.....	98
2 平成26年度の業務内容(案).....	103
(1) 次年度業務の全体像.....	103
(2) 業務内容.....	103
平成25年度 委員名簿	114

序章 事業の概要

1. 事業の背景

北部地域は、豊かな自然環境と歴史文化に育まれた観光資源が多く点在し、沖縄観光のリゾートイメージを印象づける大型リゾート施設は、恩納村から名護市に至る西海岸線に群立している。特に沖縄県の観光客増大に寄与している「美ら海水族館」には、年間300万人以上の観光客が訪れている。また、全国に先駆けて開花する「桜まつり」や、冬場の温暖な気候を活かしたプロ野球キャンプが定着している。さらには九州沖縄サミット開催の経験や大学院大学の立地などMICE開催地としての要素も有し、観光資源の多様性と潜在的な観光資源を活かした観光振興の可能性を秘めた地域といえる。

一方で、その観光客をやんばる地域に滞在・消費させることが出来ていないことがあげられ、平成24年度に「やんばる観光連携推進事業」を実施して、市町村の副長で構成する「協議会」や有識者等で構成する「懇談会」、やんばる観光の重要な5つのテーマ(①交通サイン②イベント・観光PR③花と緑④スポーツコンベンション⑤観光人材育成)毎の「ワーキング・グループ会議(以下「WG」とする)」を開催した。

各会議では、市町村間で情報の共有が不十分で、相互の紹介やPRが困難な状況にあることや、やんばるのイメージが共有されておらず、プロモーション力が弱いことなど課題が整理された。

これに対し、連携施策の仕組みや体制の構築を図るには、まずは情報交換の場の設定、情報の集約と共有化、さらには情報発信とワンストップ窓口を設けることなどが必要とされた。

また、連携施策を推進していくためには、やんばるのイメージの共有や共通テーマを設けること、関係機関や地域のコンセンサスを得ていくことなど、広域連携の実行性を実証する必要性があげられた。

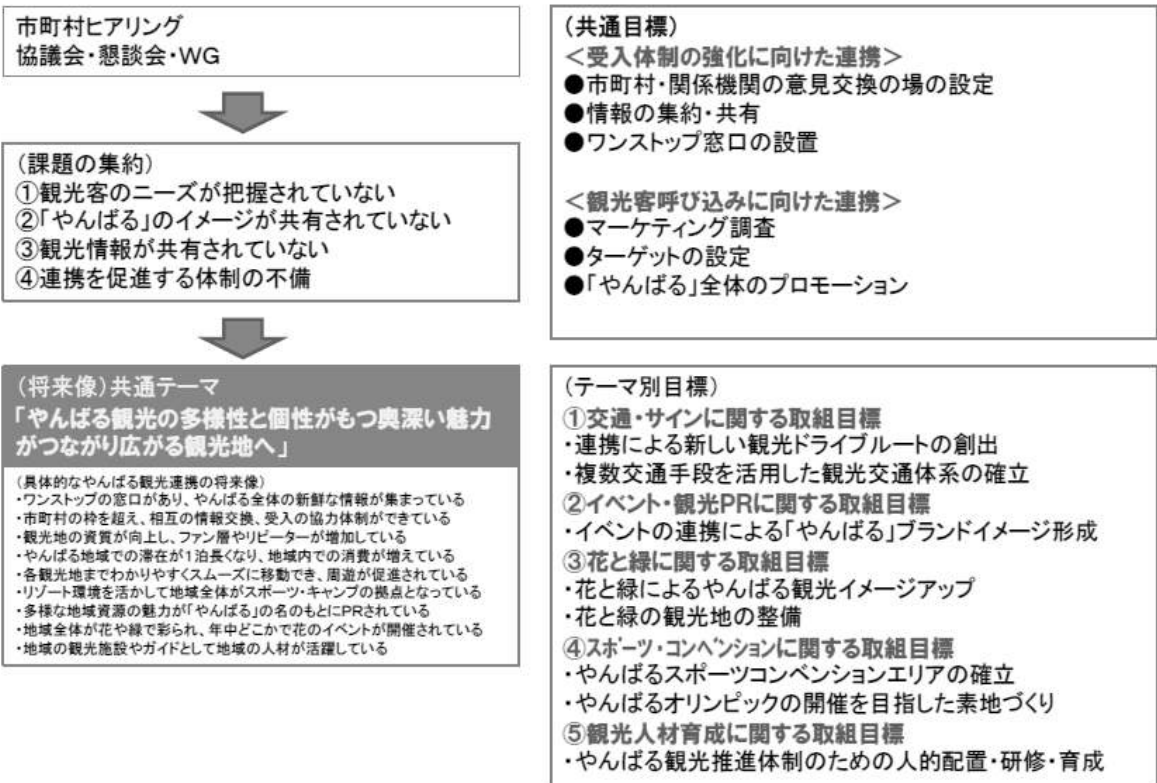
2. 事業の目的

平成25年度は、やんばる観光連携の仕組みや体制の構築を目的に、「受入体制の強化に向けた連携施策」として、観光情報の収集・共有の仕組み実証(エリアコーディネーター配置による観光素材の取集と更新の仕組みづくり等)、さらに「観光客増大に向けた連携施策」として、やんばる情報配信の実証(観光情報サイト構築・やんばる情報配信モデルの実証(観光情報サイト構築、情報拠点へのコーディネーター配置 観光キャラバン、観光PRブース設置等)、やんばる観光をターゲットにあった戦略策定のため「やんばる」に求める観光客ニーズを把握するための、マーケティング調査を行う。

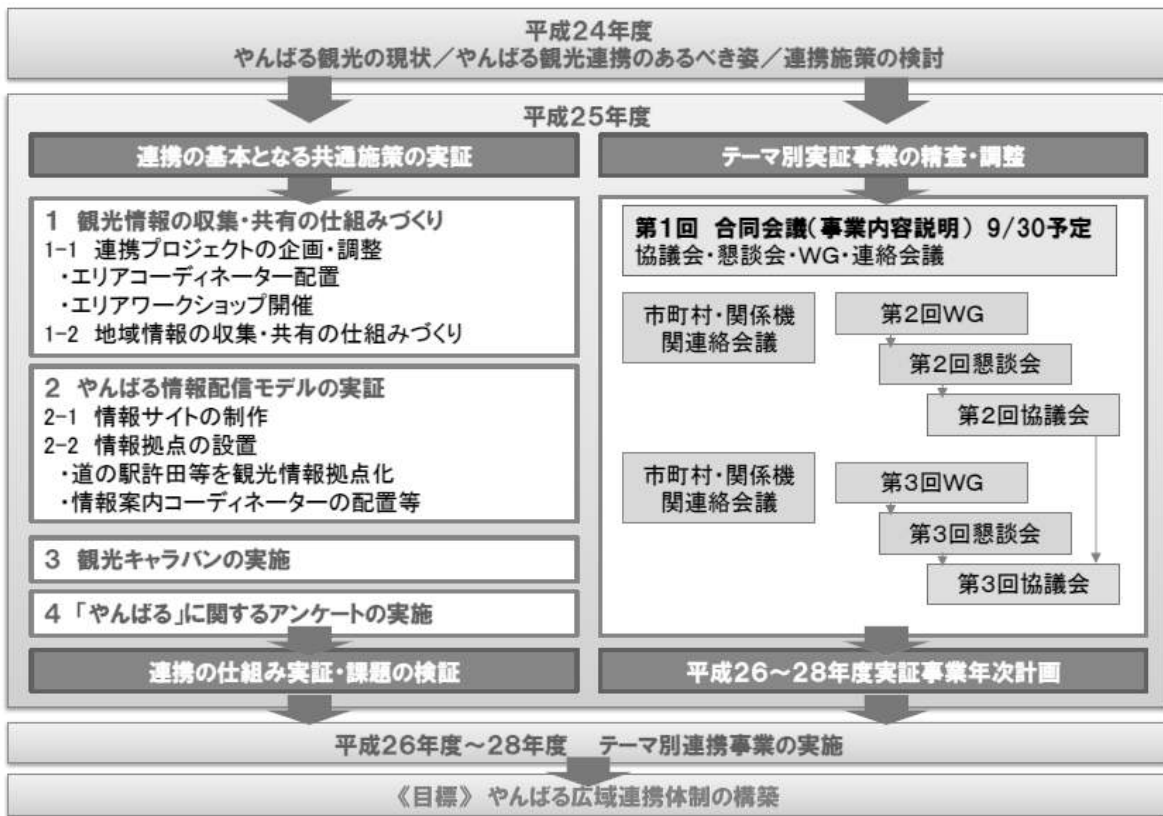
なお、これらの事業を進めるに当たっては前年度に引き続き協議会、懇談会、WG会議を開催し、平成25年度事業の進捗管理や平成26年度以降の実証事業案を策定する。

さらに、市町村観光情報の提供、広域連携事業の協力、市町村内の観光関連事業者等の紹介など市町村間の連携を密にする事を目的に、「(仮称)市町村・観光関係機関連絡会議」を新たに設置し事業内容の共有化を図る。

【平成 24 年度の概要】



【平成 25 年度の概要】



第1章 観光情報の収集・共有の仕組みづくり

1. 目的・方法

(1)目的

平成 24 年度の議論において、情報の収集、共有化は基本的に必要な施策としてあげられた。観光情報を地域内で共有し発信していく仕組みづくりや連携を促進する体制づくりのため、専門的なノウハウを持つコーディネーターを招聘する。

やんばる地域をエリア区分し、それぞれ担当コーディネーターを配置する。各エリアではコーディネーターを中心に観光行政・観光協会、関係団体など地域内のネットワーク構築を進め、地域情報の収集・拡散の仕組みづくり、体制を築いていく。

また、コーディネーターは、連携プロジェクトの企画を目的としたワークショップを開催し、連携アイデアや観光素材の提案などを行いながら連携の機運づくりを行う。

また、各地域の人材の中から、コーディネーター人材の発掘・育成も行う。

(2)実施方法

①エリアコーディネーターの配置

やんばる地域を 3 つのエリア(※1)に区分し、各エリアに担当コーディネーターを配置する。

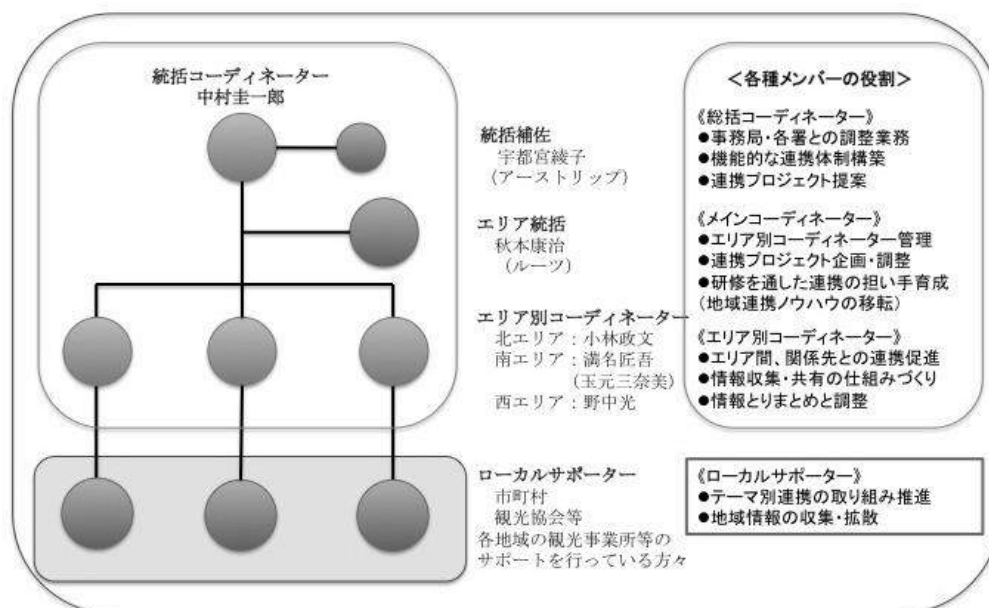
各エリアコーディネーターは地域内連携の取組推進や、地域情報の収集・拡散の仕組みづくりの業務を遂行し、ローカルサポーター(観光行政や観光協会等の各地域で事業所等のサポートを行っている方々)とのネットワーク構築を図る。また、エリア統括はそれらの取りまとめと連携プロジェクトの企画・調整と担い手の育成など持続的な運営手法を模索する。統括コーディネーターは、エリア統括と共に事務局・各所との調整にあたり、機能的な連携体制の構築に取り組む。

※1：北エリア(国頭村、東村、大宜味村、名護市)

本部半島・離島エリア(今帰仁村、本部町、伊江村、伊是名村、伊平屋村、名護市)

南エリア(恩納村、金武町、宜野座村、名護市)

図 エリアコーディネーター体制図



②エリアワークショップの開催

連携プロジェクトの企画・立案にあたり、関係者を集めた「エリア別連携会議」及び「ワークショップ」を開催する。ワークショップをとおして各エリアに地域リーダーとなる人材を発掘し、今後の連携プロジェクトの担い手としてノウハウを移転する。

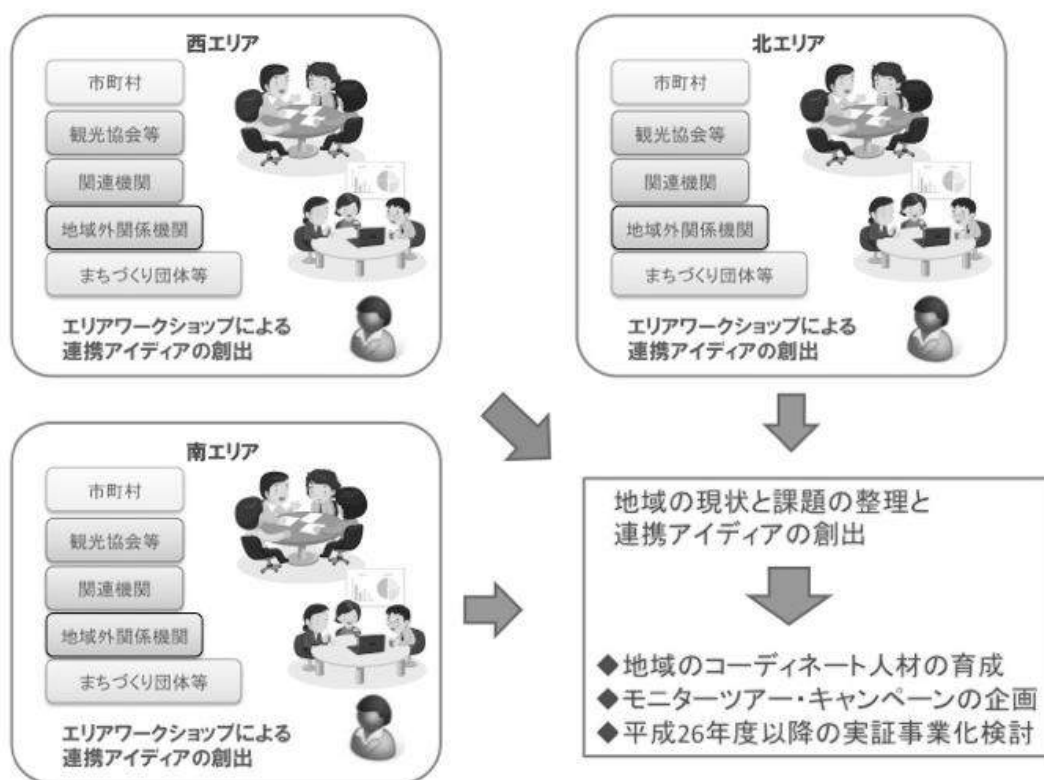
ワークショップ実施にあたり、まずはエリアコーディネーター・ローカルサポーターが連携しながら、それぞれのエリア別の現状・ニーズ・課題・資源の把握と整理を行う。コーディネーターは、その整理に基づいて地域内のワークショップ企画運営を行う。

連携プロジェクトのアイデアを創出するため、各エリアでワークショップを開催し、連携のメリット・デメリットやより機能的な連携体制を構築することで解決・改善されることへの意識共有と具体的なイメージを創出する。

出された連携アイデアについては、実現可能性や効果の大小などを加味し、優先順位付けを行っていく。また、連携していくための課題とタスクの整理、地域内での連携の体制づくりを行ない、平成26年度の連携事業の企画書の作成を行う。

連携事業の担い手には、コーディネーターを通じて企画立案ノウハウ・コーディネートノウハウの移転を行い、地域リーダーの育成に務める。

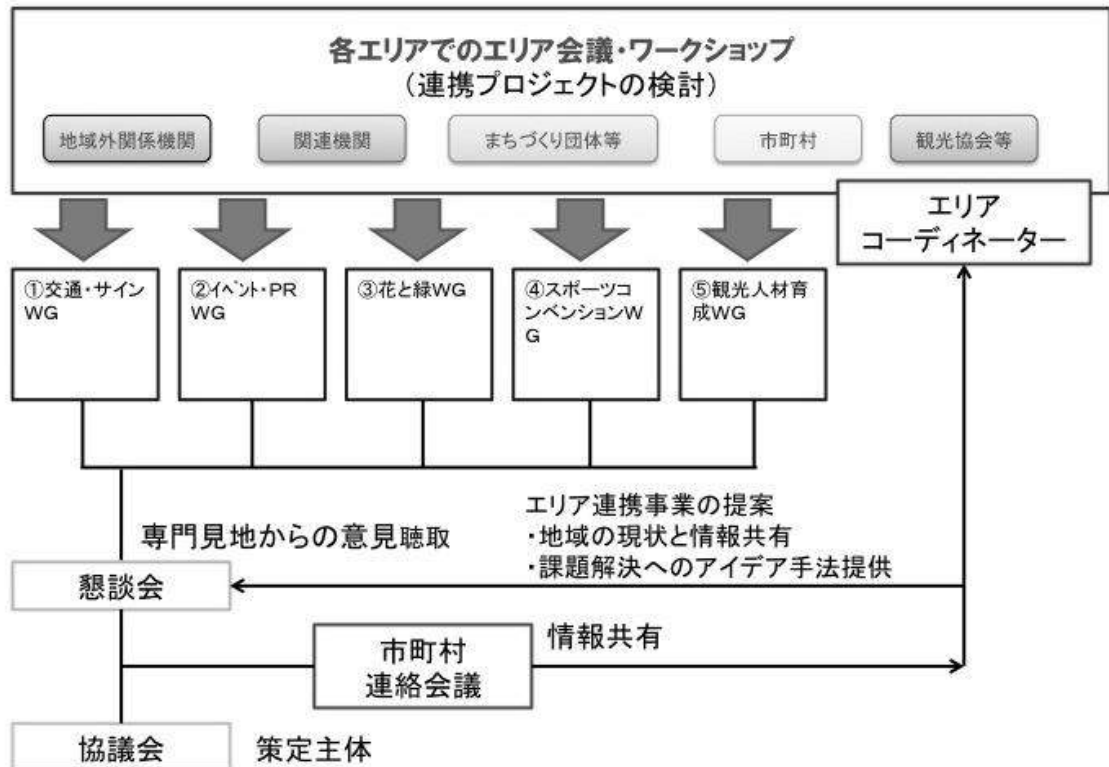
図 エリアワークショップの開催イメージ



各エリアでの会議、ワークショップは、連携プロジェクトの検討を目的として、地域資源を活かした連携のアイデアなどを提案していく。

各WG会議、懇談会では、ワークショップの検討を基に、それぞれのテーマの視点や専門的な視点から連携の仕組みづくりや連携プロジェクト内容を検証していく。

図 ワークショップと各会議の関係図



②地域情報の収集・共有の仕組みづくり

a.情報サイトへの投稿

地域のPR情報について収集・共有・更新する仕組みについて「2 やんばる情報配信モデルの実証」における、情報サイトの制作と連動し実証する。

投稿に当たっては、地域の旬な情報をエリア内のネットワークを活かして地域と連携しながら情報を収集し、発信する仕組みをつくる。

b.やんばるまんまるキャンペーンの実施

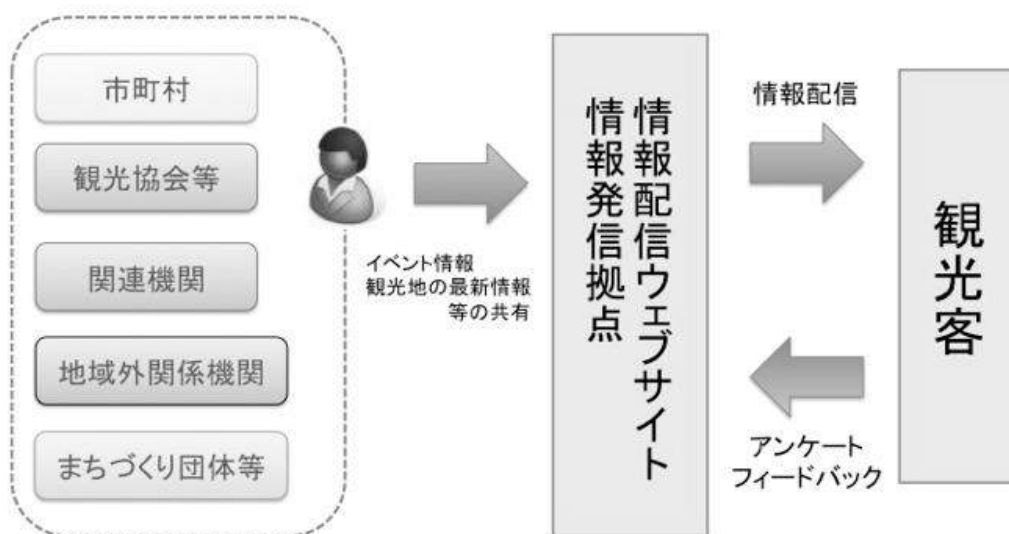
情報配信モデルの実証と連動しながら、エリアコーディネーター、各エリアのローカルサポーターと連携して、やんばるの魅力を発信するキャンペーンを実施し、情報収集・共有の仕組みを構築する。キャンペーンは観光客の参加型とし、やんばるの地域資源に目を向け、興味を誘うような内容とする。

c.地域のキーマンへのインタビュー実施 冊子の編集・制作

従来から提供されている観光地のプロフィール的な情報に加え、エリアコーディネーターやメインコーディネーターによって、各エリアの観光に携わる方々に対し「どんな想いでその地域に暮らし、その地域で業を営んでいるか」インタビューを実施し、「やんばるの想い」というテーマで情報サイト等を通じて発信していく。インタビュー以外にも地域でのワークショップなどを通じて情報を収集し、より多様で充実したものとなるようにする。

やんばるの「人」や「想い」にフォーカスを当て情報を配信していくことにより、場所を目指す観光にとどまらず、人に会いに行くという観光の形を提供することができる。集めた情報は、年度末に小冊子にまとめ、情報発信拠点で配布していく。また、集めた情報を元にして、モニターツアー・キャンペーンを企画し、アンケートとも連動しながら、観光客のニーズの把握に活用し、より観光客のニーズに即した情報提供に努めていく。

図 情報収集・発信の仕組みづくりイメージ図



2. 実施状況

(1) エリアコーディネーターの配置

エリアコーディネーターの配置にあたり、コーディネーター相互の連携と意識の共有を目的に、集中して地域連携のためのノウハウ移転を行う集合研修を実施する。研修には各地域でコーディネーター人材として活躍されている方や今後コーディネーターとなりうる方にもご参加いただき、各地域の人材にも地域連携コーディネートのノウハウ移転を行っていく。

また、八重山地域の視察を実施し、ヒアリングや意見交換を実施する。現場での現状と課題の整理や連携づくりのポイント等、地域連携を実現するためのノウハウを参考とする。

① エリアコーディネーター研修実施報告

開催日時: 2013年9月23日(月曜日)10時~16時

開催場所: 北部会館 3階会議室

実施内容

- ・事業目的及びコーディネートノウハウ、手法の検討
自己紹介ワーク
- ・事業目的及びコーディネートノウハウ、手法の共有

<話し合った内容>

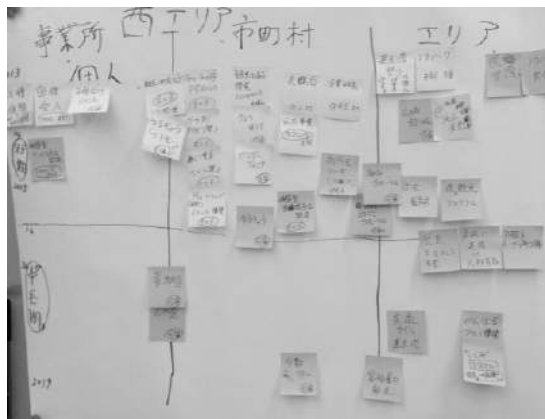
- ・市町村はすでに美ら海水族館に来ているレンタカー利用観光客をどう引っ張ってくるかという発想が主で、地域同士の連携によって観光客を呼びこもうというアイデアについては話しあえていない。
- ・連携するための”思考”、”仕掛け”をどうつくるかが重要になる。これまで箱物をつくれれば人が来ると信じてきたが、結局人は来なかった。しかし、担当者の中には未だ箱物発想の人もいる。私たちコーディネーターの役割は、広域で行うソフト事業をどう担当者とつくっていけるかである。
- ・この事業で、地域の施設やキーマンにヒアリングに行く際に、他の市町村の方々も一緒になって訪問することで、人と人が繋がり、事業が進んでいるイメージを目で伝えることができる。そのような、地域フィールドワークをコーディネーターが主体となって実施すると良いと思われる。
- ・エリアワークショップでは、開催地をエリア内の市町村の持ちまわりで実施すると良いと思われる。そうすることで、他の地域の取り組みを理解することができ、自然と連携を促進することに繋がると感じる。また、地域間の共通点と差異を発見し、各地域の取り組みや連携プロジェクトにも活かすことができる。
- ・やんばる観光の未来を語るワークショップ
- ・各エリアとやんばる(12市町村)観光の現状について議論・共有及び、中期的目標

と本年度ゴールの設定

【北エリア】



【西エリア】



【南エリア】



②八重山観光の事例視察

実施日時:平成25年11月3日(日)～5日(火) 2泊3日

視察先 :平田観光株式会社、石垣市企画部観光文化スポーツ局、竹富島ビジターセンター
ゆがふ館、株式会社島藍農園、株式会社シマンチュリパブリック、WWF サンゴ礁
保全研究センター

実施目的:石垣島における離島桟橋を拠点とした八重山諸島との観光連携がどのように行われているのかを現地にて視察、調査、情報交換を行う

(調査の内容)

・石垣市役所 企画部 観光文化スポーツ課 西銘基恭 氏

石垣島企画部観光文化スポーツ課の概要及び、八重山ビジターズビューローの役割など、八重山諸島観光情報発信における主要行政機関の取り組みについて伺い、やんばる観光連携に関する意見交換を行った。

八重山では、石垣市が観光の拠点となり島々への空路・海路の発着点となっている。竹富町や与那国町などへの島づたい観光も八重山エリア全体の観光資源ととらえ、八重山ビジターズビューローはプロモーションを共同で行う役割を担っている。事務局は石垣市観光協会内に位置付けられている。

また、LCC 就航により観光客が増えたが、ホテルや飲食店が混雑して予約がとれない、ホテル組合がなく各ホテルの空き状況がわからない、などといった課題も上げられた。



・平田観光株式会社 代表取締役 奥平まゆみ氏 取締役社長室長 奥平 崇史 氏

バナナ公園の散策に活用しているセグウェイ、またはセグウェイツアー実施方法について伺い、やんばる観光への導入について意見交換を行った。

セグウェイツアーは、若い世代を中心に人気があり、セグウェイ自体を操作する感覚に加えて自然環境の中でゆっくり景色を見ながら移動する魅力が人気を集めている。セグウェイの導入がバナナ公園の資源の新たな活用につながっており、自然環境を活かした散策コースはやんばるにも多いことから、導入の可能性は高いとの意見をいただいた。



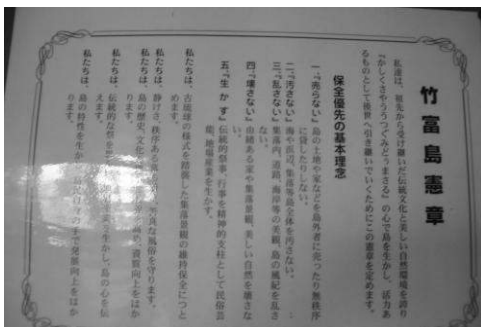
・竹富島ビジターセンター ゆがふ館 牛尾 佳渚 氏
(運営 特定非営利活動法人 たきどうん)

竹富島ビジターセンターの活動や旅行者に対する環境保全意識の啓発方法などについて意見交換を行った。

竹富島では「竹富島憲章」(昭和 61 年)を制定して、祖先から受け継いだ優れた伝統文化と美しい自然環境を守ってきた。島民自らがこれを遵守するとともに、島を訪れる観光客にも集落に入る前に説明し、理解してもらっている。

このような地域のルールづくりは、自然環境の豊かなやんばるでも参考にすべき点としてあげられる。

意見交換では、那覇～北部市町村への高速バス、離島行きフェリー、港ターミナル、レンタカーステーションなどでの環境啓発ビデオの活用に関する意見などが上がった。



・株式会社 Shiman-chu Republic 代表取締役 池淵 功寛 氏

・株式会社 島藍農園 代表取締役 大濱 豪 氏

石垣島食品・ものづくりブランディングプロジェクト「石垣島スパイスマーケット」の設立経緯や、経営戦略、運営方法について伺い、それをもとに、やんばるにおける広域連携で行いうる食ブランディングに関する意見交換を行った。

スパイスマーケットのメンバーは、食品、工芸など分野がまたがっているが、「スパイスマーケット」という一つのブランドとして売り出すことで、イメージ戦略としてスケールメリットがあるとされた。

また、素材は八重山の地域資源をベースとしたものとするのが強みであり、持続可能となっていくことなどの意見も頂いた。



・WWF サンゴ礁保全研究センター センター長 上村 真仁 氏

WWF サンゴ礁保全研究センターの活動内容や、持続可能な環境保全を行うために取り組んでいる、地域住民と連携した産業づくり、地域づくりについて伺った。

しらほサンゴ村を拠点とした日曜日や商品開発での収益事業づくりの取り組み、伝統的な漁法「海垣」の復活など、地域にある資源を保全しながら地域にお金を落とす観光の仕組みづくりに取り組んでいる。

調査研究をとおして地域住民のこうした活動を支援し、地道に関係を作り上げていくことが大切とし、地域を主体として地域資源を観光に活かしていく仕組みづくりに参考になる意見をいただいた。



(2)エリアワークショップの実施

①第1回ワークショップ

第1回エリアワークショップは3つのエリアそれぞれでワークショップを実施し、観光連携事業のアイデア出しを行った。

a.第1回 北エリアワークショップ実施概要

- 日時 : 平成25年10月28日(月) 9:00~11:30
会場 : 大保ダムぶながや館
参加者 : 21名(うち事務局9名)
概要 : 1、事業についての共有(30分)
2、人材や施設の共有(今後の連携のあり方を考える)(60分)
3、プロモーション・連携事業の企画(60分)

実施風景



b.第1回 本部半島・離島エリアワークショップ実施概要

- 日時 : 平成25年10月28日(月) 14:00~17:00
会場 : 今帰仁村コミュニティセンター ホール
参加者 : 26名(うち事務局9名)
概要 : 1、アイスブレイク(30分)
2、観光連携事業の概要説明、目的共有(30分)
3、ワークショップ「やんばるの可能性、アイデア創出」(90分)
4、次回ワークショップについて(5分)

実施風景



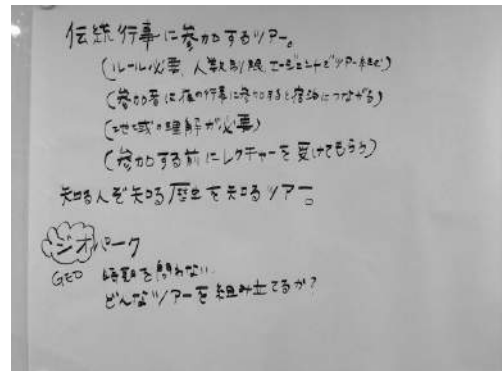
アイスブレイク風景



ワークショップ風景



ワークショップの結果①



ワークショップ結果②「歴史・自然」

c.第1回 南エリアワークショップ実施概要

- 日時 : 平成 25 年 10 月 31 日 (木) 09:00-12:00
会場 : 金武町役場 3 階会議室
参加者 : 17 名 (うち事務局 10 名)
概要 : 1、観光連携事業の概要説明、目的共有 (30 分)
2、アイスブレイク (30 分)
3、ワークショップ「やんばるの可能性、アイデア創出」(90 分)
4、次回ワークショップについて (10 分)

実施風景



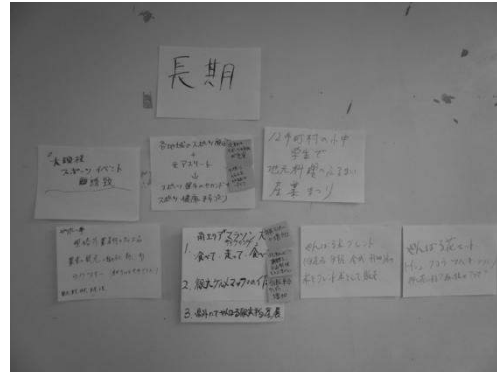
アイデア創出のワークショップ



短期・長期のアクションに分けグルーピング



ワークショップの結果①(短期)



ワークショップの結果②(長期)

表 第1回ワークショップを通じて出された連携アイデア

分類	連携アイデア
<p>①地域の魅力を創出(活用)するアイデア</p>	<p>【自然を活用したツアー/イベント】</p> <ul style="list-style-type: none"> • 年間通じ花のイベントを開催 (北)(本離)(南) • 花のプロムナードづくり (南) • 市町村をまたぐマリンアクティビティ(北)(本離)(南) • 森林セラピーなどの効用を体感させるアウトドアツアー (北) • 登山スタンプラリー／山頂を対象としたロゲイニング(北)(本離) • ヘリコプターを活用しやんばるの自然を眺めるツアー(北)(本離) • 原風景をめぐる旅(本離) • サイクリングコースの設置：例) 美ら海～今帰仁城跡 (本離) • 水源地めぐりツアー (南) <p>【歴史/地域住民の暮らし/文化の魅力を活用したツアー/イベント】</p> <ul style="list-style-type: none"> • 庭づくりに力を入れている方々と連携したオープンガーデン(北) • 古い道や町とおじいおばあで古きよき暮らしを巡るツアー (北) • 豊年祭など伝統行事を活用したツアー (北)(本離) • 北山文化/伝統文化の観光プログラム化(本離) • 各島の音楽・芸術・方言等の各々の個性を活かしたプログラム(本離) • 米軍と観光客で町民も、ブートキャンプ体験 (南) <p>【食の魅力を活用したイベント】</p> <ul style="list-style-type: none"> • 飲食店/酒蔵を紹介するグルメ地図/パンフレット制作 (北)(本離)(南) • 12市町村対抗ご当地料理自慢コンテスト (北)(本離)(南) • 特産品共同開発／ホテルとのタイアップしたオリジナル陶器等の制作 (北)(本離)(南) • 地域素材の活用：農家レストラン／高校生レストラン／野草カフェ(北) • バーガーフェスティバル/タコライス選手権/そばフェスティバル(南)(本離)
<p>②観光客が利用したい(ニーズ)コンテンツに繋げるアイデア</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 自然環境を守るツーリズム規定策定 • 12市町村で1つずつ在来種を残していく活動の実施 • 交通弱者(体の不自由な方やその家族)に負担がかからないプログラム、バリアフリー・高齢化対策の充実

<p>③地域や事業の関係性構築に貢献できるアイデア</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 拠点の整備に関して、12 市町村の自慢の特産品を全て提供できるカフェ兼ビジターセンター的な施設機能を持たせる • 合同観光協会を設立し、プロモーションを強化 • 船の連携、貸切型アクセス・観光地を周遊するバスの運航 • 拠点を整備し、拠点間の連携を強化すると共に拠点からの枝葉の観光コース・プログラムを充実 • 民泊の連携（繁忙期受入連携、危機管理ノウハウ） • 美ら海水族館来訪者へのプロモーション連携 • 各市町村の取り組み情報交換、事例視察 • 12 市町村の郷友会（ファン）などでやんばる応援団を結成（広報協力） • 民泊広域連携
<p>④国外観光客のファン獲得に貢献できそうなアイデア</p>	<ul style="list-style-type: none"> • インターネット（Facebook、blog、HP 等）の活用によるやんばる内での連携強化、ならびに外への情報発信の強化。 • 12 市町村観光関係者の代表者数人で海外富裕層向けトップセールス • パラリンピックの合宿誘致、障害者スポーツの先進地を目指す • 世界のウチナーンチュとコラボ商品づくり及び海外へ PR
<p>⑤12 市町村全体でつながり取り組みを推進できそうなアイデア</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 趣向にあった観光資源をクリックするとドライブルートや時間を作ってくれるサイト • レンタカー税 入込客税 • 12 市町村広報担当とパートナーカメラマンでやんばる beauty 写真・動画を発信／12 市町村でやんばる CLIP（風景、生活、人、イベントなど） • 県外でのやんばる産業まつりの実施 • 12 市町村観光ガイドブック共同発行 • プロモーションビデオを使ってイメージ PR/イメージ展/ポスター展/ポストカード展 • タイアップ FM ラジオ番組づくり

②第 2 回エリアワークショップ実施概要

日時 :平成 25 年 12 月 11 日(水) 15:30-18:30

会場 :北部会館3階 会議室 (名護市宇茂佐の森5-2-7)

参加者:46 名(うち事務局 14 名)

概要 :

- 1、あいさつ・事業進捗報告(20 分)
- 2、他地域事例報告・玉沖氏による事業コメント(25 分)
- 3、ワークショップ「観光連携企画アイデア創出実現ワーク」(120 分)
- 4、まとめ・今年度プロモーション事業について説明(15 分)

本事業アドバイザーの玉沖氏より、本事業の推進に向けて下記 3 点のアドバイスを全国の事例を交えながら講話をいただいた。

- 「広域」...大きな組織よりも小さな歯車を回したほうが、意思決定が早くなる理由から企業は HD (ホールディング) 化の動きを行っており、また、国の単位でも 2013 年 12 月に地方中枢拠点都市化法案が可決され、自治体間の相互連携強化に向けた動きがされていることから、広域連携の必要性が強調されている。
- 新交流人口プロジェクト...昨今、日々の生業や営みを体験させる新たな観光が注目させている。また、受入に際し、受入団体の動機・目的を明確にし、それを達成するためのプログラム作成がポイントとなる。
- 事務局...事業を行う際には、目標設定・意思決定者や問題発生時の責任者の明確化など事務局機能の充実が不可欠である。

実施風景



事業進捗報告



ワークショップ全体風景



奄美広域連携事例紹介 石原みどり氏



事業について玉沖仁美氏よりコメント

表 第2回ワークショップを通じて整理された4つのテーマ

分類	連携アイデア
<p>①やんばるの宝探し 地域へ貢献できる観光</p>	<p>【やんばるの宝探し 地域へ貢献できる観光】 道の花、山に花木を植樹、育樹→PRに / 民泊事業・シニアの方達とゆんたく（社会福祉） / 地域の誇り・自慢の「宝」をもつこと / 地域にお金落ちる仕組み / 地域の生産者、販売事業所に関わり、特産品の開発・流通に繋げる→経済性は？体制は？</p> <p>【具体的な取り組みとして】 地域の宝探し活動 : 具体的に宝探しをして意見を交わし創っていけないか / PR・プロモーションにもつながる 例) 奄美群島時々新聞 集落の祭・催しは地域に必要 : 残したいもの(残すべきもの) →そのために観光交流をつくる取り組みにつなげる / 花街道連携 : 東海岸で既にある企画を更に広げていく</p> <p>【体制づくり】 民泊事業連携がスタートしている / 北部3村は広域圏の中でも大きなエリアである。 / 組織化する、機能させるには工夫が必要だと思う。</p>
<p>②離島連携</p>	<p>【連携アイデアについて】 ジオパーク認定・プログラム化 / 離島をアートに 大地のアート / 民泊連携 / ブランド農業 / クルージング / ヘリコプター(ホイールウォッチング、花見、ゆり祭り、離島ランチ) / マリンカップ / シーカヤックマラソンのような離島をつなぐ大会 / 漁火体験 / 島ガール / ナイトプラン 海 / マラソン大会 / 闘牛と散歩 / 情報誌に広告記事+北山文化 / 12市町村ガイドブック作成 / やんばるフットパス(宿道)</p> <p>【事務局機能について】 北部広域の観光協会→各市町村へフィードバック / 広域事務組合の意義を思い出せる機能(H・D) 組織体制づくり / 広域のマーケティング 部門機能 / 一市町村では対応できないマーケティング 消費額・泊数調査を実施 / 広域のプロモーション広告イベント観光案内所 /</p>
<p>③エコ&スポーツ</p>	<p>【誰が】 12市町村が現在あるものを合わせて / 強化された事務局 【誰と】 区長との調整 必須 【何を】 事務局の強化 お金を落とす仕組み / 各1つずつのスポーツイベント / 専門家のノウハウを地域に還元 →WSで地域でのっかれるアイデアを出す / スポーツする人が食べる飲む / 田んぼでどろんこイベント / 地域の特産品と合わせたグルメマラソン / 川イベント / トレイルランニングツアー(国頭・東・慶佐次) / トレッキングツアー 【誰に】 内地と県内のスポーツファン / 考えをしっかりと持っている人 【どのような手法で】 やんばるハーフマラソン in 東京 in 大阪(やんばるの入</p>

	<p>り口をつくる) / 物産展2万人の顧客獲得 首都圏在住社の(学生・20代)のネットワーク化 / 宿泊とセットのプラン にして売る/滞在・宿泊してもらうプログラム作り / 早朝・土曜開催 / ドリンク、クーラーボックス持ち込み禁止/参加費と食券をセットで売る / スポーツを来た人たちにもっとやんばるを楽しんでもらう事が課題 / 田 んば海川山を活用 / ルール作りをして環境教育につなげる</p>
④食の連携	<p>【Idea】 果物を活かす / 地域食自慢大会 / やんばる女性の会からの情報 / 自 然の中での食 / やんばる食マップ / くだもの</p> <p>【What】 食材の見当</p> <p>【When】 時間軸を使うのか / シーズンを活かす</p> <p>【Where】 やんばる / 販売場所 / 流通場所</p> <p>【What】 まずはここから! 地域住民の意識 / やんばる畑秘人プロジェクト / や んばる料理研究会 / やんばる女性の会 本心</p> <p>【課題】 個々で動いている / やんばる物産公社の設立 / 市町村の教育委員会 / JA / 山間の朝市 母ちゃんの会 / 連携・協会のPR不足 etc</p> <p>【PR】 観光協会 / 商工会</p>

③第3回エリアワークショップ実施概要

日時 :平成26年2月4日(火) 14:00-17:00

会場 :北部会館3階 会議室 (名護市宇茂佐の森5-2-7)

参加者:27名(うち事務局12名)

概要 :

- 1、あいさつ・事業進捗報告(40分)
- 2、玉沖氏によるプレゼンテーション(20分)
- 3、エリアコーディネーター業務の成果共有(30分)
- 4、ワークショップ「連携事業企画具体化ワーク」(65分)
- 5、まとめ

本事業アドバイザーの玉沖氏より、本事業の推進、来年度実証事業を地域の観光振興に繋げるために、下記2点の内容について講話をいただいた。

➤ 観光は総合産業

◇ 観光は「総合産業」と言われるくらい多くの経済効果を秘めている。そこで重要なのは、観光に取り組む背景・目標。

➤ 意志・目的を持つこと・それを関わる人全体で共有すること重要性

◇ 島根県奥出雲町・海士町の例を交えて、目標設定を明確に共有し、意志を持って主体的に事業を推進することについて説明した。

➤ 島根県奥出雲町の例

◇ 目的:交流人口を伸ばしたい

1. 滞留時間を伸ばすことで地元の経済効果 UP
2. 定住人口へとつなげたい
3. ショートステイプログラムに発展させたい

◇ これらを時間をかけ明確化していくことで、事業を軌道修正したり、視察先の変更を行い、新たな展開に関わる人達で構築した。

➤ 島根県隠岐郡海士町の例

◇ 役場・観光協会を筆頭に、島全体で観光・地域づくりを推進。これまでに200名を超えるUIターン者の誘客実績を出している。

実施風景



あいさつ北部広城市町村事務組合



ワークショップ全体風景



ワークショップ発表の様子



事業について玉沖仁美氏よりコメント

表 第3回 ワークショップを通じて議論された4つの連携事業企画

分類	連携アイデア
<p>連携事業案 1 やんばる散策プロジェクト 北エリア(国頭村・東村・大宜味村・名護市)</p>	<p>連携事業案 1 やんばる散策プロジェクト 北エリア (国頭村・東村・大宜味村・名護市)</p> <p>【観光協会】 →保全 やんばるの森の花・植物／マップ作りから地域の人が参加する／伝統芸能</p> <p>→豊年祭：コーディネーター（調整）→ 地域のガイド 地域の年間予定表をベースにする／12ヶ月の暦（エリア内で）／まちまーい／豊年祭（平良、名護市内）／観光協会、青年会、区長／交流地域と／参加者（地域のコーディネーターにお金が落ちるしくみ）／通常の事業にいかにつなげるか／人材のリスト／世界遺産／宝探し、12ヶ月のカレンダー／わんさか集落散策マップ／林道パトロール</p>
<p>連携事業案 2 エコ&スポーツプロジェクト 東海岸エリア (東村・名護市東海岸・宜野座村・金武町・恩納村)</p>	<p>連携事業案 2 エコ&スポーツプロジェクト 東海岸エリア (東村・名護市東海岸・宜野座村・金武町・恩納村)</p> <p>[<u>エコツーリズムの連携</u>] フィールド・自然の活用／地域の経済効果を考える</p> <p>[<u>市町村主体事業の連携推進</u>] 各市町村のエコスポーツの取り組みと整理／施設（あるもの）の活用／キャンプ場、キャンプスポーツ インストラクターの育成／案内人の育成</p> <p>[<u>受入ノウハウの蓄積・強化</u>] アドベンチャーラーモデル／馬・カヌー、マングローブ、フィールドの検討／学びをもてるプログラム（検定、etc)</p> <p>[<u>ルール・協定作り</u>] ルール作り</p> <p>[<u>フィールドの持つポテンシャルの検討</u>] 世代間のきりわけ／子供・家族にとってのアドベンチャー／季節ごとにターゲットをしぼる長期滞在者の誘客</p>
<p>連携事業案 3 地域密着型 MICE 誘致プロジェクト 本部半島・離島エリア(本部町・今帰仁村・伊江村・伊是名村・伊平屋村)</p>	<p>連携事業案 3 地域密着型 MICE 誘致プロジェクト 本部半島・離島エリア (本部町・今帰仁村・伊江村・伊是名村・伊平屋村)</p> <p>【目的】 ・遠路はるばる訪れる観光客にビジネス上の表面的なサービスではなく、本物のサービスを提供する。民泊が立ち上がったころの原点に立ち戻ろう。 ・島の人に夢を届ける事業に</p> <p>【呼びたい層】 企業： 企業研修、社員教育、福利厚生等の社員旅行</p>

分類	連携アイデア
	<p>学会： 大型 MICE のアフターコンベンション誘致 女性： 島ガール等をテーマにした旅行 インドネシア人・中東観光客（イスラム教徒）： ハラル認証を順守した受入 都会・ビジネスに疲れた人： 自然の中でリフレッシュするツアー ホースセラピー等</p> <p>【留意点】 エリアが客の奪い合いにならないようなルールづくり／ 意志統一を何度も行う 受入ノウハウ・リスク対応ノウハウの共有化</p>
<p>連携事業案 4 食の連携プロジェクト 12 市町村全域</p>	<p>連携事業案 4 食の連携プロジェクト 12 市町村全域</p> <p>食に期待すること</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 食を誘客のきっかけにしたい ・ 農産物を高く買って貰いたい ・ 食に関する団体がつながる場 → 同じ目的で動いている所が <p>地域ならではの食を活かす 食材→国頭の根菜／本部のアセローラ／伊江島のカラシナを使ったマスタード → ハンバーガーで使える／二見マコモが有名だった／田芋（金武） 料理→二見 なんと／金武 タコライス／ 知らない食を通じて学び合う／やんばるはそれぞれの地域にコレ！といういい食材がある 畑人プロジェクト、スパイス →タコライスミート</p> <p>地域に点在する食をつなぐ おいしいつながり → 他のシマを知ること／県外の人→どこに食べに行ったらいいかわからない／地域を学ぶ知る / タクシーの運転手に聞く食／地域の人が投票する食</p> <p>アクション</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ やんばるのおみやげ ・ 地元産の食を使っているお店のわかりやすい伝え方 → cf) 緑提灯 ・ おいしいを料理人がめぐっていく → おいしいでつながる ・ 地域もちまわりで市をやる。その地域の雰囲気味わう地域の食 ・ 体験 × 食→例) タコライスってこうやってつくるんだ！！

④事業を通じて抽出された4つの連携事業テーマ

やんばる散策プロジェクト

【プロジェクトの目的・モデル性】

地域づくりのソリューションとして観光ができることのモデル化

地元の人が地域をパトロールし、それに観光客が同行するという仕組みづくり

地域資源を活用するにあたっての、ルールづくり

【実証に取り組むエリア】

北エリア（国頭村・大宜味村・東村）

地域資源の活用について、集落散策マップを作る等既に実践が進んでいる

【具体的取組案】

- 1、モニターツアーの実施
- 2、地域保全「まち歩き・さと歩き」、「冊子づくり」

【実施にあたってのポイント】

プロセスから地域の人が参加していく

豊年祭：コーディネーター（調整）→ 地域のガイド

地域のコーディネーターにお金が落ちる仕組みをつくる

まちまーいと連携した誘客

観光客の満足度やいくらお金を落としていったかを指標としていく

林道パトロールとの連携

エコ&スポーツプロジェクト

【プロジェクトの目的・モデル性】

やんばるの自然資源はエコ&スポーツで活用できるポテンシャルが高いが、持続可能に資源を活用して行くためのルール作りや、エリアで連携した受け入れ体制構築にまだまだ課題がある。

【実証事業に取り組むエリア】

東海岸エリア

東海岸は西海岸に比べると訪れる観光客が少なく、どう東海岸に誘客するかが課題であるが、その一方で開発されずに残っている豊かな自然資源が豊富である。

東海岸では、そのポテンシャルを活用したエコ・スポーツをテーマにした施設・観光がうまれてきている。

【具体的取組案】

- 1、自然を活かしたツーリズムの連携
- 2、市町村主体で取り組んでいる事業の連携・推進
- 3、受け入れノウハウの蓄積・強化
- 4、資源を活用し持続可能な観光地域づくりを行っていくためのルール・協定作り
- 5、フィールドの持つポテンシャルの検討

【実施していくにあたってのポイント】

地域の経済効果を考える

アウトドア&スポーツに活用しやすい地域を目指す 例) キャンプ

各地域の大会をシリーズ化

広域での管理組合をつくり、活用のためルール作りを行う

地域密着型 MICE 誘致プロジェクト

【プロジェクトの目的・モデル性】

特定のターゲットに対してのプログラムを構築し、訴求する観光の形として、民泊を活用した修学旅行の受け入れは各エリアで行われているが、その団体受け入れノウハウを、企業研修・インセンティブ旅行・イベント・エキシビジョン・CSR 等の受け入れに活用するモデルを構築する。

【実証に取り組むエリア】

本部半島離島エリア

離島を含むエリアのアクセスの多様性を活かして

チームビルディングのしやすい環境

団体受け入れの実績・ノウハウが有る

【具体的取組案】

1. 開発するサービス一覧 (例) ※10~100名規模の団体客誘客施策

(1) 企業研修・社員旅行(福利厚生)受入プログラム

(2) MICE アフターコンベンション誘致

(3) 島好き自然派女子(島ガール)誘客プログラム

2. 営業ツール制作

(1). パンフレット (2). WEB 配信用素材 ※エリアの各町村観光 HP にページを追加

3. 受入対応体制強化 (各地域の民泊事業の質の向上にも繋げる)

(1). 人材育成 (2). 事業で培うノウハウ・マニュアルの資料化・共有化

【実施に向けてのポイント】

旅行会社とタイアップして団体営業を行っていく

MICE の中でも農業・環境・海洋系といったテーマや、CSR や教育的な要素も含めたインセンティブ旅行等にターゲットを絞っていったほうがいいのではないか

ホスピタリティ

食の連携プロジェクト

【プロジェクトの目的・モデル性】

地域の食材に対して、どこで手に入るかわからない等認知度が低い

生産者・消費者・地域住民のつながりを

観光・誘客に地域の食の魅力を活かしきれていない

【実証に取り組むエリア】

北部 12 市町村全域

やんばるの外と中を食でつなぐ=ファンづくりのモデルとして、食にスポットを当て、

エリアのブランディングを行う

【具体的事業案】

- 1、ワーキンググループを組織
- 2、食の現場のフィールドワーク 生産者 × “地域の食の関係者”
- 3、食の市場 生産者 × 消費者・観光客
- 4、県外・海外で食のPR 現場 × 県外・海外

【実施に向けたポイント】

地域にいる食のプロデュースチームと連携して、やんばるの食をプロデュースするチームをつくり、地域の産業を育てる

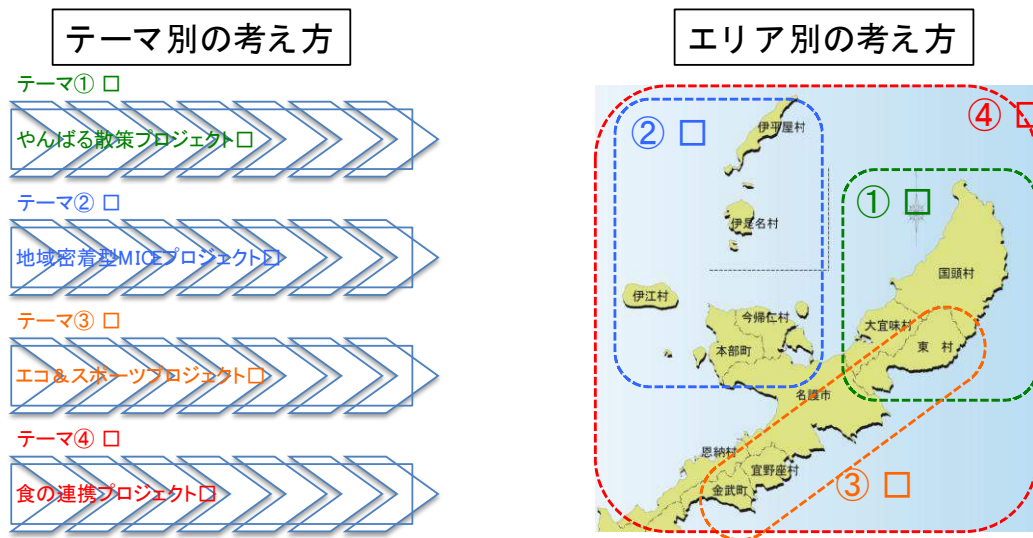
飲食店・レストランとの連携

食×体験、食×交流

やんばるのおみやげ すぐりむんとの連携

⑤今後の実証事業実施に向けた考え方

やんばる 12 市町村の観光連携体制の構築に寄与できる事業について、まずはエリアを限定して取り組みモデルを構築する。そこでのノウハウを他地域に移転し、12 市町村全体へ波及させる。



各々のエリアにおいて、テーマに基づいた実証事業を行うことで各々のエリアの観光のポテンシャルを検証し、12市町村で連携し共有することで、やんばるの多様な地域の課題に対応した解決策をみいだしていく。

⑥実施体制

連携プロジェクトの実証については、平成25年度事業においてエリアワークショップ等を通じて構築したネットワークを基盤とし、地域の団体等を中心とした実行体制のモデルを作り、実施する。

モニターツアー等の受け入れにより連携体制を実践しながら、自主的な連携の動きを北部全体に促すような取り組みとしていく。

(3)情報収集・共有の仕組みづくり

①エリアコーディネーターによる記事の投稿

a.情報サイトへの投稿のための研修

目的 : 情報サイトの構築で設置する「沖縄北部観光情報コミュニケーションサイト」の「やんばるファンひろば」に、エリアコーディネーターが記事を投稿するための基本的なルールと投稿方法について研修を実施した。

実施日時 : 2014年1月22日(水) 15:00-17:00

会場 : 名桜大学エクステンションセンター

b.エリアコーディネーターによる記事の投稿

エリアコーディネーターで地域の旬な情報の収集を行い、記事の投稿を実施した。
エリアコーディネーターにより投稿された記事は以下。

【タイトル】今帰仁の駅そーれ

【投稿日】平成26年2月18日

<http://www.okitour.net/sightseeing/news/00918.aspx>

Facebook いいね! 61 いいね!
Google+ 47 のおすすめ
はてなブックマーク 0 ブックマーク
Twitter 3 ツイート

(2014年3月26日現在)



【タイトル】もう春ですね!名護市東海岸で

『やんばる風景花街道フラワーフェスティバル』開催

【投稿日】平成26年2月24日

<http://www.okitour.net/sightseeing/news/00923.aspx>

Facebook いいね! 73 いいね!
Google+ 21 のおすすめ
はてなブックマーク 1 ブックマーク
Twitter 8 ツイート

(2014年3月26日現在)



【タイトル】【沖縄北部へ行こう】写真投稿で特産品が当たる

「やんばるまんまるキャンペーン」開催 3月1日～9日

【投稿日】平成26年2月26日

<http://www.okitour.net/sightseeing/news/00897.aspx>

Facebook いいね！ 492 いいね！
Google+ 41 のおすすめ
はてなブックマーク 2 ブックマーク
Twitter 31 ツイート

(2014年3月10日現在)



【タイトル】離島の小学生による笑顔つなげる黒砂糖づくり

【投稿日】平成26年2月26日

<http://www.okitour.net/sightseeing/news/00919.aspx>

Facebook いいね！ 12 いいね！
Google+ 21 のおすすめ
はてなブックマーク 1 ブックマーク
Twitter 1 ツイート

(2014年3月26日現在)



【タイトル】【野菜直売所情報】葉物野菜の季節！？

【投稿日】平成26年3月12日

<http://www.okitour.net/sightseeing/news/00939.aspx>

Facebook いいね！ 33 いいね！
Google+ 30 のおすすめ
はてなブックマーク 2 ブックマーク
Twitter 0 ツイート

(2014年3月26日現在)



【タイトル】やんばるは新緑が美しい！

【投稿日】平成26年3月14日

<http://www.okitour.net/sightseeing/news/00941.aspx>

Facebook いいね！ 68 いいね！
Google+ 35 のおすすめ
はてなブックマーク 3 ブックマーク
Twitter 7 ツイート

(2014年3月26日現在)



【タイトル】やんばるは無人販売がお得！

【投稿日】平成 26 年 3 月 18 日

<http://www.okitour.net/sightseeing/news/00942.aspx>

Facebook いいね！ 62 いいね！
Google+ 21 のおすすめ
はてなブックマーク 2 ブックマーク
Twitter 2 ツイート

(2014 年 3 月 26 日現在)



【タイトル】今が旬！自然と人が集まる特産品センター「未来ぎのぞ」

【投稿日】平成 26 年 3 月 19 日

<http://www.okitour.net/sightseeing/news/00944.aspx>

Facebook いいね！ 23 いいね！
Google+ 13 のおすすめ
はてなブックマーク 3 ブックマーク
Twitter 2 ツイート

(2014 年 3 月 26 日現在)



【タイトル】異国を漂わせる街並み「海外移民の地」

【投稿日】平成 26 年 3 月 22 日

<http://www.okitour.net/sightseeing/news/00946.aspx>

Facebook いいね！ 19 いいね！
Google+ 22 のおすすめ
はてなブックマーク 3 ブックマーク
Twitter 3 ツイート

(2014 年 3 月 26 日現在)



【タイトル】島らっきょうで健康ライフ

【投稿日】平成 26 年 3 月 23 日

<http://www.okitour.net/sightseeing/news/00949.aspx>

Facebook いいね！ 671 いいね！
Google+ 18 のおすすめ
はてなブックマーク 2 ブックマーク
Twitter 11 ツイート

(2014 年 3 月 26 日現在)



【タイトル】 壮大な「地球」の歴史ロマンを感じるカルスト

【投稿日】 平成 26 年 3 月 24 日

<http://www.okitour.net/sightseeing/news/00948.aspx>

Facebook いいね！ 27 いいね！
Google+ 7 のおすすめ
はてなブックマーク 3 ブックマーク
Twitter 2 ツイート
(2014 年 3 月 26 日現在)



【タイトル】 イチゴ探しの季節！？

【投稿日】 平成 26 年 3 月 25 日

<http://www.okitour.net/sightseeing/news/00950.aspx>

Facebook いいね！ 54 いいね！
Google+ 0 のおすすめ
はてなブックマーク 1 ブックマーク
Twitter 0 ツイート
(2014 年 3 月 26 日現在)



②やんばるまんまるキャンペーンの実施

a.目的

本キャンペーンは、地域の観光素材を「やんばるまんまる」というコンセプトでまとめて発信することにより、やんばるへの人の流れをつくと同時に、多くの人々が魅力を発見しファン（リピーター）となり、地域にお金が落ちる仕組みをつくることを目的とする。

b.内容

キャンペーン参加がやんばる 12 市町村を観光する中で自ら“まんまる”なモノゴトを発見し、Facebook および Twitter ハッシュタグ #やんばるまんまる に投稿します。アカウントをお持ちでない方向けにメールでの投稿も受け付ける。投稿された中から毎日 10 名様（のべ 90 名様）に やんばるの素敵なお土産をプレゼントする。また、地域の観光のキーパーソンがオススメする“まんまる”な観光素材の発信を行うことで、地域の隠れた観光素材を多くの人に認知する機会をつくる。

期間：2014 年 3 月 1 日（土）から 9 日（日）まで

賞品：各エリアの企業様より地域の特産品を購入させていただき、日ごとに“まんまる賞”として参加者 10 名にプレゼントします。

広報：

チラシ：やんばるキャンペーンを認知を目的とした A4 チラシ（片面）を制作。

道の駅許田・OTS レンタカー豊崎営業所の情報発信拠点はじめ、ホテル・飲食店・各観光施設等でチラシ 5000 部を設置及び直接手渡しで配布。

HP、facebook：公式HP「沖縄北部観光情報コミュニケーションサイト」及び、独自の facebook ページでのインターネット広報を実施。

メディアへのプレスリリース

県内メディアへのプレスリリースを実施し、沖縄タイムス紙面に掲載された。

図 キャンペーンチラシ

沖縄の北部を「やんばる」といいます!

まんまるなやんばるを探そう!

まんまるフルーツ

まんまるを
見つけにきてね~

沖縄そばを
まんまる~

まんまる笑顔!

まんまる
泡盛のカメ

やんばる まんまる week

2014 **3.1 sat ▶ 3.9 san**

キャンペーン期間

毎日10名様に
やんばるの
特産品
プレゼント!

やんばるで撮影した「まんまる」な写真を投稿してご応募ください。
期間中、抽選で毎日10名様にすてきな「やんばるの特産品」をプレゼント!
沖縄県外からのご参加もOK! たくさんのご応募、お待ちしております。

写真を投稿する 投稿方法は2通り!

- 1 Facebook または Twitter で「#やんばるまんまる」をつけて写真を投稿
- 2 yanbarumanmaru@gmail.com 宛に写真を投稿

公式HP/Facebook 当選発表はこちらで確認できます!

www.yanbaru-tour.net/event/p46.html

www.facebook.com/yanbarumanmaru

※プレゼントは、道の駅許田・OTS レンタカー豊崎営業所内の「やんばる観光案内コーナー」でお受け取り可能です。
※当選された方には Facebook・Twitter のメッセージ、投稿いただいたメールアドレスにてご連絡させていただきます。
※ご連絡がつかない場合、当選無効となる場合もございますのでご了承下さい。

アセロラフレッシュ賞



アセロラ商品
詰め合わせ

伊江島物産センター賞



イエソーダXXX
(トリプルエックス)
4本BOXセット

やんばる畑人賞



やんばる
スパイス

地元の人にとっておき

やんばるまんまる
スポットの
情報を配信中!

公式HPまたは
Facebookをご覧ください

QRコードはこちら



Facebook



公式HP



mail

【お問合せ】やんばるまんまるキャンペーン事務局(沖縄民間観光案内所「アーストリップ」内) ☎070-5278-8633 ✉yanbarumanmaru@gmail.com

北部広域市町村圏事務組合・平成25年度やんばる観光連携推進事業

c. キャンペーン結果

投稿写真数: 110枚 (Facebook・twitter・HP 投稿の合計)

リーチ数: 下記のように Facebook・twitter・HP でのべ 40,000リーチ数を得た。

それにより、”やんばる”というキーワードの拡散に繋がった。

facebook 30,000 人

(キャンペーン facebook ページ 5,000 人 投稿者各 facebook ページ 25,000 人)

twitter 10,000 人

(キャンペーン twitter ページ 5,000 人 投稿者各 twitter ページ 5,000 人)

(2014 年 3 月 8 日現在)

☒ facebook「やんばるまんまる専用ページ」

<https://www.facebook.com/yanbarumanmaru>



写真 当選写真一覧

	3/1(土)	3/2(日)	3/3(月)	3/4(火)	3/5(水)	3/6(木)	3/7(金)	3/8(土)
1	磯と水納島でキャンプ 	備瀬 	ごー"まる"ご号線 	古宇利大橋の上から見たオレンジ色に輝くまんまる夕日 	平たいまんまるの石で水切り遊び 	おっほのミルクアイス★濃厚で美味でした(๖^๖^) 	やんばるのデカイ島ダコの飯屋 	ケーキ屋さんのエピソード、まんまるドラスもんケーキ
2	初めての家族旅行 	よへなあじさい園 	福地フジ祭り満開まであと少し 	しまどーナツツ 	まんまる山頂のポーゼムイ ◎大豆味 	名産の美味しい #やんばるまんまる 山芋汁 	アセローラフレッシュの アセローラジュース！ 	八重堂で飲んだ シーカーサージュース
3	海で拾ったまんまる【思い出の宝箱】 	アンモナイトの化石 	花のアート@わんさか大浦パーク 	名産博物館30年のあゆみ、まんまるに人がつながる博物館 	コリアンダーの種。 	たんかんスライスをドライ。 	今が旬のやんばるのトマト 	急須のイカスミそば食べました！
4	大石林山 	まんまるさんご 	まんまる夕日 	まんまる衣装のナマコ◎瀬底 	伊豆名島の港のターミナル 名産店さんの作品 	国譲村・大宮味村・東村で 修学旅行生を 受け入れている民家さんたち 	敷もよい天気 	まるがいっぱい
5	八重堂カワイイ桜 	なみじんまんまる 	まんまるえんどう 	産地の花すば。器も美味しさもまんまる 	与那覇岳のキノボリカガ 	まんまる光がやんばる緑を作る 	地球はまんまる？◎辺戸岳 	山の裾野がまんまるな 円筒カルスト地形 本部町
6	大船ブッキーニ 	やんばる各所にある無人販売所 	県道70号からの風景 	平たいまんまるの石で水切り遊 国譲村 伊江川 	急須のイカスミそば食べました 	古宇利島から釣りへ出発～ 	カヤック散歩 	置風そば
7	やんばるアイス 	名産産に沈む夕日 	瀬底大橋からの海の青 比嘉 千穂 FB 	新鮮野菜で赤飯女子に 	古宇利橋とビーチ 	光が差した瀬底大橋 	美味しかった金武町の真夜中 大盛りタコス#King Tacos 	まんまる笑顔とアイスクリーム
8	ゆっくり走ろうやんばる路 	備瀬2 	まんまる古宇利島Q 	泳ぎシーサー まんまるおめ のびっけり顔 二見以北 嘉瀬 	さめ顔いけい。かわいい。 twitter #reinyan.ppp 	鳥 オアシスタワー シェルビュー twitter @GattaPan 	やんばる必見！沖村北部で 1番大きい まんまる古宇利島 twitter @GattaPan 	「山原屋」 川田のおじさんのそば屋 最後の一杯
9	アンマー料理 笑味の店 	まんまる夕日 	傾斜の輪(まんまる)サバニレー ス 	泳ぎシーサー 	今日の月☆..+ 	わんさか大浦パークでパチンコ ♪フリカスチャナナフェスタ♪ 	オオタコワタリ 	
10	本部町備瀬のフクギ並木 	塩バイン@カナスローファーム 	サンゴモ化石 	蛇口から泡盛? 	カナスローファームのランチプレ 	友達のつくる酒造 	美味しい本部町の#やんばる まんまるまちーみちのき のコーヒー。 	八重堂 そばのだしはまんまるヤカン から注ぎます

キャンペーン参加者の居住地:

県外からの参加者: 神奈川県 2名・大阪府 2名・東京都・北海道・千葉県・徳島県
他、県内中南部からの参加者が多数。

d. キャンペーン参加者からのコメント

- LCC(Peach やジェットスター)のお陰で、沖縄が随分近くなりました。離島も含め、ここ2年で10回ほど行っています(笑)またいきます！(大阪府・女性)
- ちょうどキャンペーン中にやんばるへ旅行しました。
伊江島、古宇利島、名護、今帰仁城、美ら海水族館、どこも楽しかったです。
(東京都・女性)
- 先週、父のトウシビー祝いに、家族でやんばるに1泊旅行に行った時、道の駅でこのキャンペーンを知り、その時、訪れた場所の写真を投稿しました！
とてもいい旅で、当選もして、ますますいい思い出になります！嬉しいです！ありがとうございます！(沖縄県・女性)
- これからもワクワクと楽しいイベントをたくさん企画してください☆楽しみにしています。(沖縄県・男性)

e. 考察

当選90枚中の写真のうち、食品関係が30枚(料理22枚・食材8枚)、風景関係37枚、施設20枚、人関係3枚だったことから、食および自然への関心の高さが感じられた。

県民の多くからの寄稿もあり、沖縄中南部の人のやんばるへの関心の高さが感じられた。また、沖縄県民や観光従事者の投稿を観光客(または県外在住者)がfacebookやtwitterで拡散するなど、地域にある旬な話題や隠れた観光情報への関心の高さを感じられた。

当初の狙いとして、やんばるまんまるキャンペーンを通じて、地元の人がおすすめる観光資源と観光客とのマッチングを想定していたが、参加した観光客の方々には、自分の訪れた思い出の場所での写真を投稿いただいた。結果として、観光客がどのような場所を訪れ、そこで思い出の写真としてどのような写真を撮影しているかについてのマーケティング調査としての成果が見られた。

アンケート調査では、やんばるのイメージとして森や山を上げる方が多かったが、実際にキャンペーンで投稿された写真は、食に関する写真が多く、海に関する写真も多かった。

県内からの観光客は、Facebookでの投稿が多く、県外からの観光客はメールでの投稿が多かった。

f. 今後の展開

やんばるまんまるキャンペーンにより立ちあげたFacebookページは524いいね！(2014年3月26日現在)を獲得し、観光客をはじめとした方々が投稿した「やんばるのまんまるなものごと」の写真がストックされている。今後もやんばるの写真をストックし、観光客がやんばるのどのような地域資源を写真撮影の対象として興味関心を持っているのかについてのマーケティングプラットフォームとして、Facebookページ等を活用していく。

③「やんばるつながる」冊子の制作

a. 冊子制作の目的

平成25年度やんばる観光連携推進事業エリアコーディネーター業務の取り組み内容と成果を、各市町村や今年度の事業で関わった方々、今後関わって欲しい方々に対し、取り組み内容や、やんばるのそれぞれの地域で思いを持って活動している人を紹介し、活動に参画し連携して一緒に事業を企画していくメンバーの裾野を拡大し、今後のさらなる観光連携体制の構築・強化を目的として冊子の制作を行った。

b. 冊子の概要

タイトル：やんばるつながる～「やんばる観光連携体制づくり」のための取り組み紹介
仕様：A4 8ページ
発行部数：500部

c. 冊子の構成

図 表紙・裏表紙



図 今年度業務の流れと成果

ワークショップを通じて整理された 4つの連携事業企画案

やんばる散策プロジェクト

地域づくりのソリューションとして
観光ができることモデル化

具体的取り組み案

1. モニターツアーの実施
2. 地域探検「まち歩き、さと歩き」「森づくり」

実施にあたってのポイント

- 地域の誇りの資源を活かし、地域内に豊富な自然資源を活かす
- 観光客の満足度が高い自然資源を活用し、観光客の期待に応える

地域密着型MICE誘致プロジェクト

団体向け入れのノウハウを、企業研修・インセンティブ旅行・イベント・エキシビジョン・CSR等の受け入れに活用するモデルを構築する。

具体的取り組み案

企業研修・社員旅行・地域研修向け受け入れプログラムなどの開発、営業ツール制作・導入の体制強化。

実施にあたってのポイント

- MICEの中でも企業研修・環境・海外系といったテーマや、CSRや社会的な意義も高めたインセンティブ旅行などにターゲットを絞っていったほうが良い
- MICEとして、企業研修向け研修、観光・地域体験の組み合わせ(Business Travel and Local Experience)の開発、企業・イベント・地域密着型MICEの企画・実施・運営・サポート体制の強化を図る。

エコ&スポーツプロジェクト

持続可能な資源を活用してのためのルールづくりや、エリアで連携した受け入れ体制構築

具体的取り組み案

自然を活かしたツアーの企画・実施
持続可能な観光地づくりを
行っていくためのルール・協定づくり

実施にあたってのポイント

- アットホームなスポーツに活用しやすい地域を目指す
- 高規格の観光客にアピールし、高規格の観光客を呼び込む。連携のためのルールづくりを行う

食の連携プロジェクト

生産者・消費者・地域住民のつながりをつくる
観光・誘客に地域の食の魅力を活かす。

具体的取り組み案

生産者 地産の食の探検者
食の探検のフィールドワーク
生産者 消費者 観光客
食の連携 観光 観光客 観光客

実施にあたってのポイント

- やんばるの食をテーマとするチームづくり、地域の産物活用
- やんばるの食材を使ったおみやげを開発する

エリアコーディネーター 業務の背景と目的

平成24年度事業において集約された課題

- 1 観光客のコースが把握されていない
- 2 やんばるのイメージが共有されていない
- 3 観光情報が共有されていない
- 4 連携を促進する体制の不備

平成25年度エリアコーディネーター業務

- 1 連携プロジェクトの企画・調整
- 2 地域情報の収集・共有の仕組みづくりの実証事業として、エリアコーディネーター業務を実施



エリアワークショップ の取り組み

各回、話し合いのテーマを設定し、段階的に地域の方々の意見を整理・確認しながら、連携事業の企画テーマをまとめてきました。

第1回

観光連携のための
アイデア創出

第2回

連携アイデアの
テーマ設定

第3回

具体的な取り組み内容
への落とし込み

北エリア・本部半島鶴島エリア・南エリアのそれぞれでワークショップを実施し、第1回のワークショップで出したアイデアを整理し、4つのテーマに整理しました。

3回にわたるエリアワークショップを軸に、地域の観光関係者たちがやんばる観光の連携について話し合い、連携事業の企画案をまとめました。また、このプロセスを通じて、地域の観光関係者たちのネットワークもつくられました。

図 やんばる観光に関わる方々の対談

やんばる観光の未来を 拓くための課題

やんばる観光の未来を拓くためには、観光客のニーズや地域の魅力を最大限に活かすことが重要です。また、観光客の満足度を高めるためには、観光客のニーズや地域の魅力を最大限に活かすことが重要です。

やんばる観光の未来を拓くためには、観光客のニーズや地域の魅力を最大限に活かすことが重要です。また、観光客の満足度を高めるためには、観光客のニーズや地域の魅力を最大限に活かすことが重要です。

やんばるが おもしろい!

地域が主体になって進めるツーリズムが今観光を浴びています。北部12市町村により平成24年度から進められているやんばる観光連携推進事業もそのひとつ。豊かな自然環境をはじめとした沖縄本島北部の恵まれた観光資源の活用について、知恵を出し合っています。事業を引っ張る人たちにやんばる観光の課題と将来像を聞いてみました。

観光客は「沖縄」に来ている。それぞれが連携して『やんばる』としてとらえられれば

人はもちろん食材も個性が魅力になるので、さらにアピールしたい

情景が思わずわくわく感というのが重要

仲間けんさん
部長、観光振興課長
観光振興課長として、観光客のニーズや地域の魅力を最大限に活かすことが重要です。

高橋秋實さん
部長、観光振興課長
観光客のニーズや地域の魅力を最大限に活かすことが重要です。

又吉清さん
部長、観光振興課長
観光客のニーズや地域の魅力を最大限に活かすことが重要です。

赤尾啓彦さん
部長、観光振興課長
観光客のニーズや地域の魅力を最大限に活かすことが重要です。

図 地域で観光に関わる方々の紹介



やんばるの未来を拓く!

市町村の枠を越えた「やんばる」としての連携は始まったばかりで、まだまだ課題も多い。しかし、それぞれが持つ問題やノウハウの共有を通して、その関係性は確実に深まっています。今事業に参加した各地域の未来を担う人々を紹介いたします。

<p>一般社団法人伊江島観光協会 金城盛和さん</p> <p>同泊体験を軸として農業体験や漁業体験、マリン体験を取り組んでいます。沖縄八景の1位とされる城山（イージマツチツチャー）などの自然はもちろん、島人の暖かさや素材で静かな暮らしをさらに伝えていきたいです。</p>	<p>一般社団法人本部町観光協会 富山清博さん</p> <p>煮まれた自然環境を活かし、これまで八重岳桜花見まつりや海洋まつり、まちぐるみ花いっぱい推進事業などに取り組んできました。今後は、地域とのコミュニケーションを促し、アイデアを得、差地型観光を推進していきます。</p>	<p>伊平屋村観光協議会 上江洲清彦さん</p> <p>伊平屋ムーンライトマラソンを中心に自然資源を活用するほか、餅など受け継がれる伝統芸能文化も魅力です。多言語観光パンフレットなどの制作、多言語観光案内板の設置で新しい層を受け入れる体制を整えています。</p>	<p>公益社団法人読者観光協会 宮城良雄さん</p> <p>地域が観光で元気になる仕組みづくりを進めており、まちなかガイドを始め、エコツアーリズム協会の立ち上げや人材育成に力をかけています。魅力的な人を前面に押し出し、さらなるおもてなしをしたいです。</p>	<p>NPO法人 石垣島観光ツーリズム協会 稲橋元子さん</p> <p>「大宜味型体験・滞在・交流観光ツーリズム」では、農業漁業を中心にした大宜味村の自然を活用したエコツーリズムを展開中です。長寿・高橋布・シークワラー・ぶながやという4つの魅力をさらに周知してもらいたいです。</p>	<p>合同会社 結くにくみ 仲本美智子さん</p> <p>国頭村観光案内所で観光コーディネーターとして、民家への宿泊体験などといったツアー商品の企画をしています。天然記念物の宝庫と地域の人材を組み合わせたいコミニティビジネスの構築が当面の目標です。</p>	<p>本部半島ジオパーク推進協議会 比嘉賢一郎さん</p> <p>ジオパークは地球と人間の関わりをテーマとする自然公園。地形や地質、その上に成り立つ生態系を学び、人間との関わりを学び、楽しむ場所です。本部半島ジオパーク推進協会の研究員として現場整備と普及活動を進めています。</p>	
<p>NPO法人はれあいネットワークONNA 名城一幸さん</p> <p>惣村文化観光促進事業「はんな WEEK」で参ります。伝統芸能「影・壺・音」やカナルダンスグループ「なび一藍」の立ち上げに携わってきました。観光客と村員が一緒に楽しめる村づくりがこれからの課題です。</p>	<p>金武町観光協会 山川崇仁さん</p> <p>昨年金武町観光協会の立ち上げに関わり、現在は事務部の執行理事として活動しています。金武町にはスポーツ施設が充実しているため、合宿などに利用してもらうほか、スポーツ観光にも力を入れていきたいです。</p>	<p>自然体験学習施設 「ネイチャーみらい館」 松田隼人さん</p> <p>平成19年より大型観光施設「自然体験学習施設ネイチャーみらい館」の事務総長を務め、異国情緒あふれる豊かな自然を活用して新しい観光産業の育成に取り組んでいます。やんばる地域の活用が今後の鍵ですね。</p>	<p>農業生産法人 株式会社アセローラフレッジ 望重康次郎さん</p> <p>本部町産アセローラを原料にし、果汁（ピューレ）をジュースやスムージーなどの加工商品にしています。認知度も上がり本部町を代表する果物になったので、アセローラを通して町を元気に元気づけられるように頑張ります。</p>	<p>伊平屋村観光協議会 東江隆裕さん</p> <p>総琉球住宅を代表とする木造住宅が今も残る伊平屋では昔ながらの集落が静かですが、実際にそこに泊まることで大きな魅力です。実際にそこに泊まることで、観光客の取り組みも面白くしたいと思います。</p>	<p>わんさか大浦パーク 大城光典さん</p> <p>地盤地湧水の地域振興を目的し、二見以北10区の伝統芸能・自然文化資源を活かしたプログラム開発に取り組んでいます。今後は地域住民によるガイドや民俗事業を進め、地域全体の豊かさの実現に向けて頑張ります。</p>	<p>NPO法人国頭観光推進協議会 小田真久さん</p> <p>グリーンツーリズムに力を入れ、農業体験や宿泊体験で手応えがあります。フィールドの資源活用協定の整備や外国人観光客の受け入れを進めるために、英語の講習会を実施するなど、新しい取り組みを試しています。</p>	<p>特定非営利活動法人 国頭ツーリズム協会 大城聖聖さん</p> <p>現地ガイドツアー「やんばる学びの森」の運営に携わっています。国頭村の持つ豊かな地域資源を守りながら活かせるよう、活動を行っています。様々なツアープログラムで国頭村を拓いてもらいたいです。</p>

3. 成果と課題

(1) 事業の成果

エリアコーディネーターにより、中立的な立場でそれぞれの地域で観光に従事する方たちとコミュニケーションを取り、エリアワークショップを開催してきた。これまで近いようで一緒に何かやることがなかった地域のプレーヤー同士がワークショップを通じてつながる場となった。

会議ではなく、ワークショップという形式を取ったことで、参加した方々が言いたいことを言い合え、各々が持つノウハウ・悩み・アイデアが共有され、それぞれの強みを活かしながら地域が一体となってやんばるの未来を考えていく場がつけられた。

また、エリアコーディネーターが、中立的な立場で場をコーディネートしたことが、互いの利害調整の役割も果たし、抵抗なく様々な方が参加できる場づくりができた。

また、地域の現場で観光に従事している方々と、お客様への案内を行う方々との間に情報の共有がおこなわれ、顔の見える関係性がつくられることで、より地域に根ざした情報を観光客にダイレクトに届けられるようになった。

地域の旬な情報を収集し、発信する場や仕組みができたこと、キャンペーン等により集中的にPRする方法や、参加型とすること、WEB 上でのコミュニケーション、案内拠点での対面でのコミュニケーション方法などを組み合わせる方向性や可能性などを示すことができた。

(2) 今後の課題

各地域でコーディネート役を担う観光行政・観光協会間で連携に向けて意見を交わし合う場は作られたが、より地域の現場で活躍している方々が連携するメリットを意識して、自主的な連携の動きを作り出していく必要がある。

また、やんばるで地域に根ざした持続可能な観光を展開していくにあたっては、個々のスキルアップが必要であり、ワークショップをとおして生まれたつながりを活かし、相互に情報交換やノウハウの共有を行うことで、やんばる全体でスキルアップを図っていく必要がある。

情報の収集発信については、今後も情報配信モデルの成果と連動して、観光の現場と観光客をつなぐ方策を模索していく必要がある。

第2章 情報配信モデルの実証

1. 目的・方法

(1)目的

平成 24 年度の議論の中で、やんばる地域の課題の一つに、「観光情報が共有されていない」ことがあげられた。

やんばる地域は、12 の市町村で構成され、広範に山岳地域と離島から成っている。一方で観光客は市町村の区分はあまり意識されることなく、各地の観光窓口では近隣市町村の問い合わせを受ける場合も多く、情報の共有がないことから対応に苦慮しているなどの現状がある。

また、市町村のホームページなども更新の作業が遅れがちになり、リアルタイムな情報をできていないのが現状で、観光客の情報ニーズに追いついていない。

よって、やんばる全体で新鮮な情報を共有するとともに、やんばる全体で厚みのある情報を発信することで観光客の多様なニーズに応え、地域全体のビジネスチャンスを増やすことが必要となっている。

今年度の情報案内コーディネーターの業務は、やんばる地域の最新の観光情報を集約し、観光客に提供するため、観光情報サイト、観光情報を集約した拠点を設置し、やんばる全体の観光情報を集約するとともに常に最新情報を提供する方法を実証しながら、観光客の情報ニーズを把握することを目的とする。

(2)実施方法

情報配信モデルは、北部の連携ニーズとしてあがった「情報の集約と発信」を目的として、情報サイトの設置と情報拠点の設置の2パターンで行ってきた。

①情報サイトの開設

情報サイトは、沖縄に訪れる観光客に対し、発地側での観光情報の提供として設置したものである。やんばる地域では、これまでも観光地や観光施設情報を掲載した多くの観光ポータルサイトが作られていることから、今回は、現地の旬な情報、リアルタイムの情報提供、双方向コミュニケーションを目的として制作した。

②情報拠点の設置

情報拠点は、着地側での観光情報の提供を目的として、やんばる地域内に 1 か所、沖縄の玄関口である那覇周辺に 1 か所設置した。情報拠点では、大型マップを設置するとともに、各種観光パンフレットを提供するラックを設置した。また、案内人を常駐し、観光客のニーズを把握と案内誘導を試みた。

図 情報配信モデルの実証イメージ



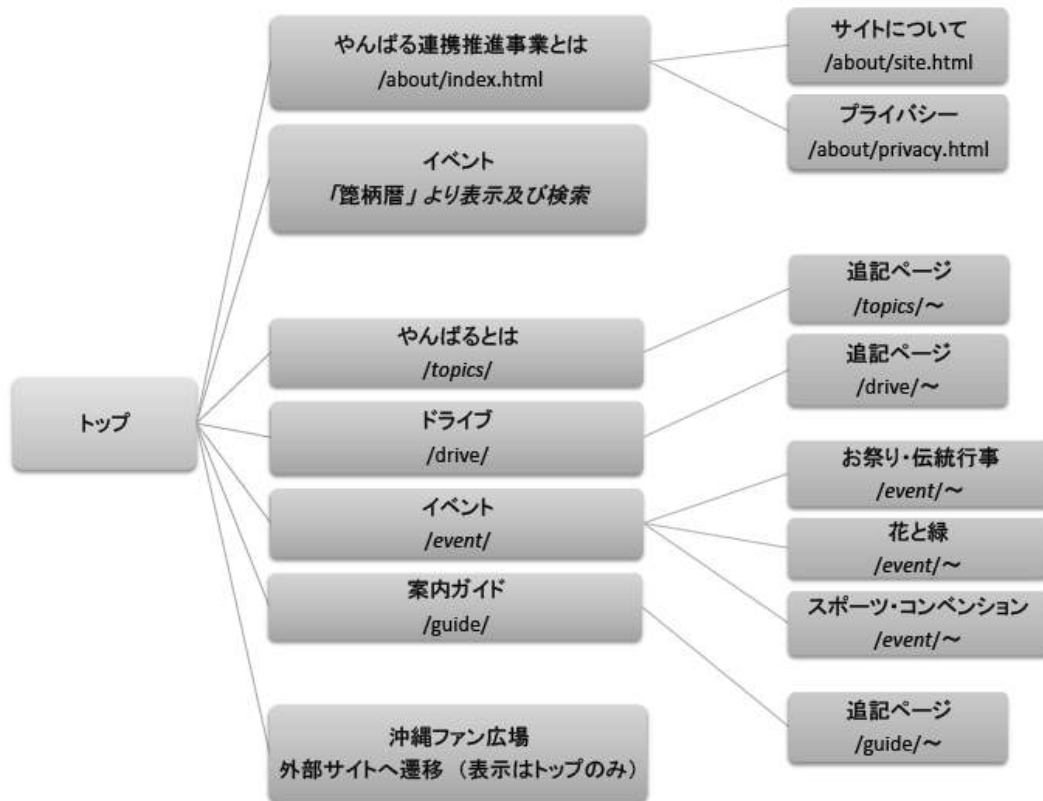
2. 実施状況

(1) 情報サイトの制作

① 情報サイトの構成

名称：「沖縄北部観光情報コミュニケーションサイト」

図 サイトマップ



a. トップページ

サイトの名称は、「沖縄北部観光情報コミュニケーションサイト」とした。名称に関しては今後、サンプルで親しみやすい名前を検討していく。

トップページは、アンケート調査を参考に、「山や森」をイメージさせるデザインとした。

主な構成は、上部にメニューバーを設けて、やんばるの基本的な情報を掲載し、その下のメイン画面にやんばるの紹介や旬なイベント情報などを掲載していく。

b. イベント

外部サイトのイベントデータベース(『筥柄暦』ぴらつかこよみ)より、北部の最新イベント情報を日替わりで紹介している。

イベントや地域行事など地域で広報したい催しがあれば、情報をぴらつか暦に送ることでデータベースに組みこまれ、掲載される仕組みとなっている。

c. やんばるとは

やんばるの沿革や、やんばるの歴史的背景、やんばるのウンチクなど、やんばるに関する基本

的な情報を紹介している。

d. やんばるをドライブ

おすすめドライブコースとして、コースプランを紹介している。コースプランに移ると、マップ上にドライブコースの主要スポットと写真が表示される。また、お天気情報やストリートビューなどの情報も掲載した。

e. やんばるのイベント

外部サイトのイベントデータベース(『筥柄暦』ぴらつかこよみ)より、当月のイベント情報を紹介している。

スポーツイベント情報や花と緑の情報は、このコーナー内で紹介している。

f. やんばるの案内ガイド

やんばるの観光案内コーナーを紹介している。

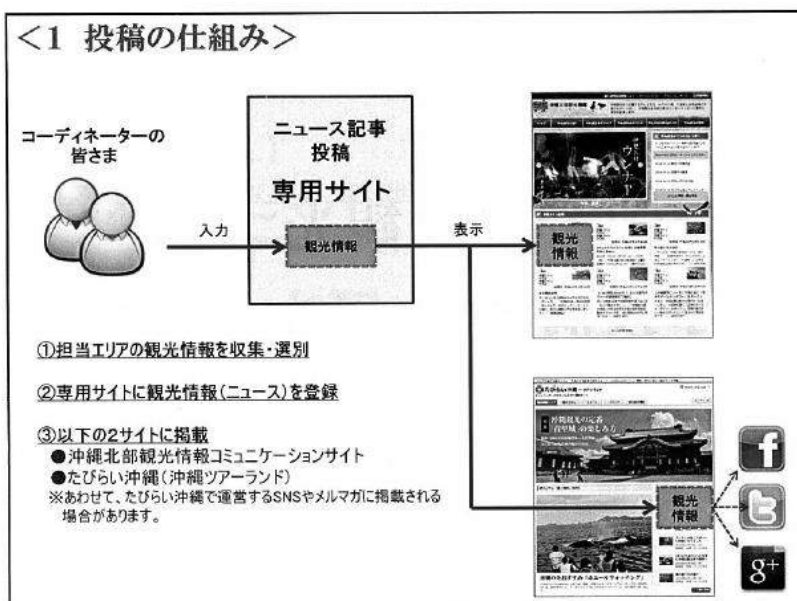
g. やんばるファン広場

既存の沖縄ファンサイト「たびらいおきなわ」より北部関連の記事(既存のライターが投稿)が掲載されるとともに、本事業のエリアコーディネーターを「やんばる応援団」として登録し、各地の旬な情報を届ける仕組みを構築した。

《投稿内容・方法》

- ・コーディネーターらが、投稿専用サイトに投稿した記事が、沖縄観光情報コミュニケーションサイトトップページの「沖縄ファンひろば」に掲載される。
- ・同時に、今回連携する「たびらい沖縄」にも掲載され、フェイスブックやツイッターなどのSNSで拡散、双方向コミュニケーションが可能となる仕組みとなっている。

図 投稿の仕組み



《記事の投稿に当たって》

- ・投稿にあたっては、「たびらい沖縄」の運営者より、コーディネーターを対象に説明会を開催し、次のことが確認された。

○全体コンセプト

- ・「やんばる」の魅力を発信し、やんばるファンを増やす

○ニュース配信の目的

- ・良質な観光情報を発信し、日常的にやんばるの魅力に接してもらう
- ・SNSを活用し、日常的にやんばるの魅力に接してもらう
- ・現地の人の人においのする情報発信で、やんばるに親しみを感じてもらう

h. やんばる各市町村サイトリンク

- ・ やんばるの 12 市町村のホームページとのリンク

i. おすすめトピックス

- ・ やんばるの基本情報より、お勧めの情報を抽出し掲載している。

j. 公共サイトリンク

- ・ やんばる観光に関連する公共サイトとのリンク。今後もリンクを増やしていく。

(現在のリンク)

1 沖縄県(運営：沖縄県)

- ・ 沖縄県の県政トピックス

2 やんばる旅ナビ (運営：一般財団法人沖縄美ら島財団)

- ・ 沖縄北部の旅行ガイド情報を集めたポータルサイト

3 イチダースネット (運営：北部広域市町村圏事務組合)

- ・ 沖縄県北部 12 市町村をつなぐ、総合ポータルサイト

4 一般財団法人沖縄観光コンベンションビューロー (運営：一般財団法人沖縄観光コンベンションビューロー)

- ・ 沖縄観光のポータルサイト

k. 多言語表示について

多言語表示については、英語、韓国語、中国語(繁体)、中国語(簡体)で表示可能としている。

l. 予約導線について

本事業は、やんばるでの周遊・滞在・消費を促進し、経済効果を高めることを課題としていることから、経済効果を図る一つの方策として当ホームページから直接予約できる仕組みを施策した。現在のところレンタカーのページが閲覧でき予約可能である。

図 沖縄北部観光情報コミュニケーションサイト



②情報サイトの実績

a.情報サイトの広報

情報サイトの設置に関する案内、広報については以下の方法で行った。

なお、今年度は仕組みづくりを目的としており、公開後も試験的な運用であったことから、新聞などメディアを活用した本格的な広報は行っていない。

(今年度実施した情報サイトの広報)

- ・本事業の各会議関係者にチラシ配布（ワーキンググループ、懇談会、協議会、市町村担当者連絡会、ワークショップ）
- ・リーフレット「やんばるの観光」への掲載（5,000部印刷）
- ・沖縄観光&MICEコンテンツフェア来場者にチラシ、リーフレット配布
- ・観光案内コーナー（許田、豊崎）でのリーフレット配布
- ・「やんばるまんまる」キャンペーンのチラシへの掲載（5,000部印刷）
- ・「やんばるまんまる」キャンペーン専用facebook内での紹介、案内
- ・エリアワークショップ紹介用パンフレット「やんばるつながる」への掲載

図 配布資料（ワーキンググループ、懇談会、協議会、市町村担当者連絡会、ワークショップ）

「沖縄観光情報コミュニケーションサイト」開設！

★最新情報満載！

★イベントカレンダー／現地投稿記事によりやんばるの「今」を発信！

沖縄観光情報コミュニケーションサイト URL

<http://yanbaru-tour.net/>

沖縄観光情報コミュニケーションサイト QRコード



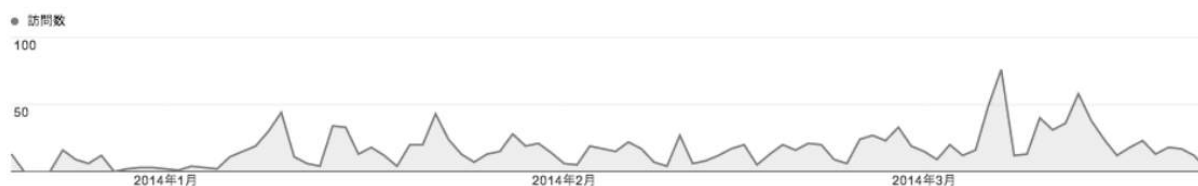
b.情報サイトの実績

情報サイトは、ネット上への公開は平成 25 年 12 月 20 日から実施している。公開から 3 月 24 日までの実績(アクセス状況)を下図に示す。

なお、今年度は仕組みづくりを目的とした試験的な運用であり、本格的な広報はしていない。このため、結果はまだ効果を評価できる状況にない。

結果としては、(12/20～3/24 の 95 日間)訪問数 1,596 件であり、最も多かったのは 3 月 7 日の 76 件であった。3 月 7 日は「やんばるまんまるキャンペーン」の期間中であり、投稿された写真を掲載しはじめたことが影響したと考えられる。ただし、次の日には減少している。

図 情報サイトアクセス実績



2013年12月 訪問数	
2013/12/20	13
2013/12/21	0
2013/12/22	0
2013/12/23	0
2013/12/24	16
2013/12/25	9
2013/12/26	6
2013/12/27	12
2013/12/28	0
2013/12/29	2
2013/12/30	3
2013/12/31	3
合計	64

2014年1月 訪問数	
2014/1/1	2
2014/1/2	1
2014/1/3	4
2014/1/4	3
2014/1/5	2
2014/1/6	11
2014/1/7	15
2014/1/8	19
2014/1/9	30
2014/1/10	44
2014/1/11	11
2014/1/12	6
2014/1/13	4
2014/1/14	34
2014/1/15	33
2014/1/16	13
2014/1/17	18
2014/1/18	12
2014/1/19	4
2014/1/20	20
2014/1/21	20
2014/1/22	43
2014/1/23	24
2014/1/24	13
2014/1/25	7
2014/1/26	13
2014/1/27	15
2014/1/28	28
2014/1/29	19
2014/1/30	21
2014/1/31	14
合計	503

2014年2月 訪問数	
2014/2/1	6
2014/2/2	5
2014/2/3	19
2014/2/4	17
2014/2/5	15
2014/2/6	22
2014/2/7	17
2014/2/8	7
2014/2/9	4
2014/2/10	27
2014/2/11	6
2014/2/12	8
2014/2/13	12
2014/2/14	17
2014/2/15	20
2014/2/16	5
2014/2/17	13
2014/2/18	20
2014/2/19	16
2014/2/20	21
2014/2/21	20
2014/2/22	9
2014/2/23	6
2014/2/24	24
2014/2/25	27
2014/2/26	23
2014/2/27	33
2014/2/28	19
合計	438

2014年3月 訪問数	
2014/3/1	15
2014/3/2	9
2014/3/3	20
2014/3/4	12
2014/3/5	16
2014/3/6	49
2014/3/7	76
2014/3/8	12
2014/3/9	13
2014/3/10	40
2014/3/11	31
2014/3/12	36
2014/3/13	58
2014/3/14	38
2014/3/15	24
2014/3/16	12
2014/3/17	18
2014/3/18	23
2014/3/19	13
2014/3/20	18
2014/3/21	17
2014/3/22	12
2014/3/23	2
2014/3/24	24
合計	588

今後本格的に運用を進めるにあたっては、親しみのあるサイト名称の設定や、SEO 対策、新聞等のメディアの活用や、各市町村や関係機関へのリンクバナー設置依頼、各観光業者、観光施設へのチラシ配布などでアクセス数の向上を図ることが求められる。

(2)情報拠点の設置

1)情報収集と提供方法

①観光パンフレットの収集・陳列

市町村及の発行する観光関連パンフレット、チラシをはじめ、やんばる観光の情報媒体を陳列する。

②最新情報の収集

エリアコーディネーター、既存のイベント情報などを活用し、イベント、キャンペーン、その他北部 12 市町村で行われる催しを収集し、掲示する。

③案内ガイドの配置

観光情報を案内する人を一定期間配置し、観光客からの問い合わせに対応するとともに、利用状況や情報ニーズを記録する。地域の観光情報について一定の知識と経験を有した人材を登用するものとして、下記の人材を配置した。

○許田道の駅道路情報ターミナル やんばる観光案内コーナー

⇒ガイド：名護市観光協会「桜ガイド」のみなさんが担当

さくらガイドとは、名護市観光協会が認定するまちなかガイド
名護さくらガイドHP

<http://www.nago-sakuraguide.jp/about/>



○OTSレンタカー臨空豊崎営業所

⇒ガイド：赤瓦ちょーびんさん が担当

ラジオ沖縄で、地域の歴史散歩などの番組パーソナリティーを務める。「沖縄観光コンベンションビューロー」のコーディネーターとして、観光施設やガイドへの出前講習を担当した後、フリーガイドとして活躍中。



砂川 正邦氏

フリーガイド

・元沖縄観光コンベンションビューローの歴史文化コーディネーター

・沖縄観光コンベンションビューローの沖縄観光情報 WEB サイト
「赤瓦ちょーびんと行く 沖縄散歩」

<http://www.okinawastory.jp/special/sanpo/index.html>

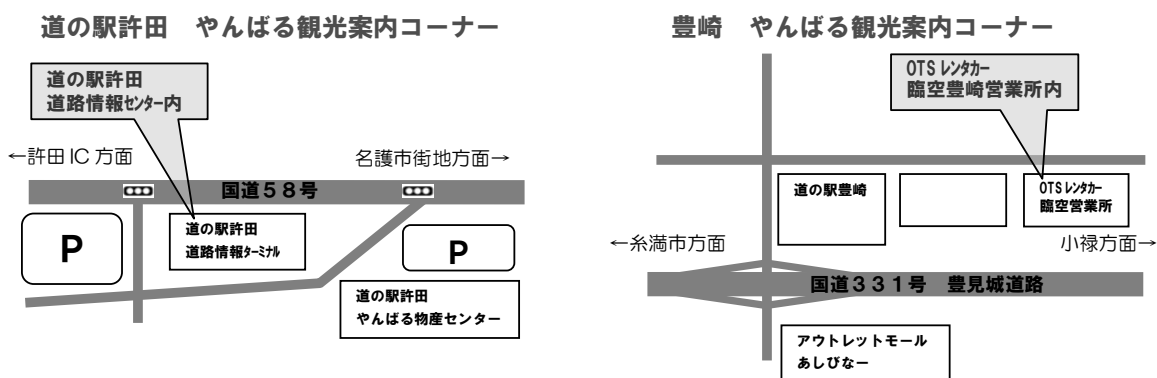
・ROK ラジオ沖縄

「赤瓦ちょーびんのぐぶりーさびら」

毎週日曜日 9:00~9:30

2)設置状況

やんばる観光案内コーナーを平成 25 年 11 月 18 日より下記の場所に設置した。



①道の駅許田道路情報ターミナルへの設置

a. 設置場所について

「道の駅」許田は、国道 58 号沿い、沖縄自動車道から北に 3 分程度の場所にあり、沖縄自動車道を介して北部地域に入る玄関口に位置している。

「道の駅」許田は、名護市第三セクター法人「やんばる物産株式会社」が監理・運営する「やんばる物産センター地区」と、沖縄総合事務局が管理・運営する「道路情報ターミナル地区」により構成されている。

本事業における観光案内コーナーは、情報ターミナル地区の「情報ターミナル内」に設置した。

観光案内コーナーへの導線は、やんばる物産センター地区からの導線および第2駐車場からの導線が主となる。適所に案内版を設置して、観光客の誘導、やんばる物産センターとの相互利用の促進を図った。

■やんばる物産センター地区

- ・「やんばる物産センター地区」には、物産のセンター直営の物販コーナーやテナント商業施設、宝くじ売り場など観光客向けの様々な施設がある。

■情報ターミナル地区

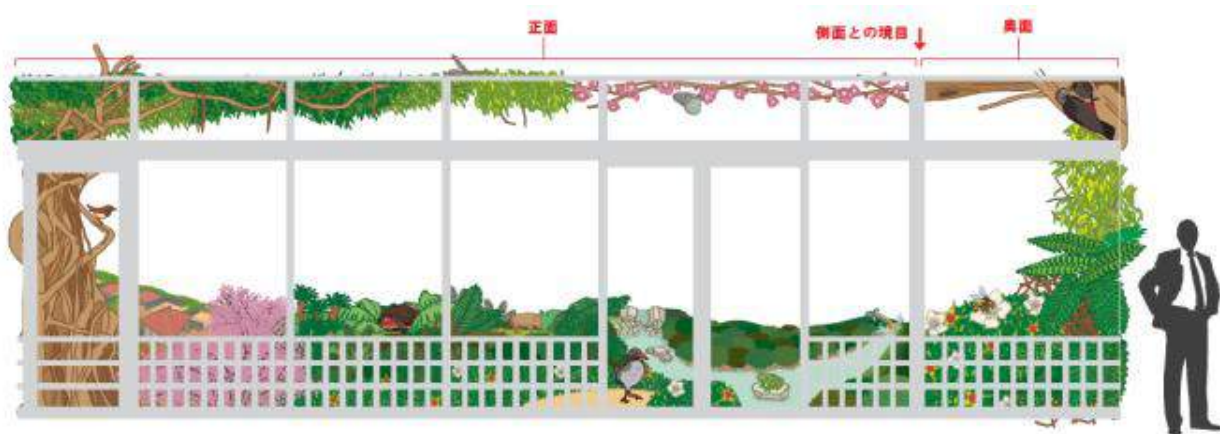
- ・道路情報ターミナル地区では、大型表示装置やリクエスト型情報端末による道路情報提供サービスを行っている。また、スペース内に休憩ラウンジや仮眠コーナーを備えており、利用者がゆっくりくつろげる空間となっている。

図「道の駅許田」平面図



b. エントランスの装飾

来訪者が惹きつけられるようなエントランスの演出を施した。アンケート調査結果をもとに、「山や森」をイメージづけるデザインとした。



入口(正面より)



風除室を利用した入口演出

c. 設置状況写真 道の駅許田 道路情報ターミナル やんばる観光案内コーナー



入口看板による案内



入口を山や森のデザインシールで演出



入口正面にやんばるマップを配置(270×300)



観葉植物による山・森のイメージ演出



観光パンフレットの配布



最新イベント情報の告知・案内



案内カウンター 案内人の配置



大型マップを活用した案内



カウンターでの問合せに丁寧に答える



マップで距離や時間などの情報を提供



OCVB の多言語パンフ、コールセンターの紹介



イメージ映像の放映、本日のイベント告知



市町村ポスター等で演出



トピック的に情報も掲載



他の展示イベントとともに併設する(お茶会)



北部国道 震災に関する展示

②OTSレンタカー臨空豊崎営業所内への設置

やんばる観光案内所の設置にあたっては、やんばるの入口許田に加え、沖縄からの出発地となる那覇空港周辺への設置も検討されてきた。

空港、那覇国際通り、レンタカープール近辺といった場所を候補として設置場所を検討してきたところ、OTSレンタカー臨空豊崎営業所内に観光案内コーディネーターが常駐する窓口があり、そこを本事業で活用することとした。

a. 設置場所 OTS レンタカー臨空豊崎) 内

OTS レンタカー臨空豊崎営業所は、那覇の南に位置する豊見城市の豊崎に位置する。周辺はレンタカー業者が集積し、空港からシャトルバスが往来している。

那覇空港より⇒小録バイパス⇒国道 331 豊見城道路(車で約 12 分)

那覇空港自動車道 最寄りの名嘉地ICより⇒国道 331 号小録バイパス⇒豊見城道路(車で約 5~6 分)



b. 設置状況

OTS臨空豊崎営業所は、レンタカーステーションとして那覇空港よりシャトルバスで利用者が訪れる。待合室の一角に観光案内コーナーを設置した。



OTSレンタカー待合所内へのカウンター設置



OTSレンタカー待合所内へのカウンター設置

3)利用実績

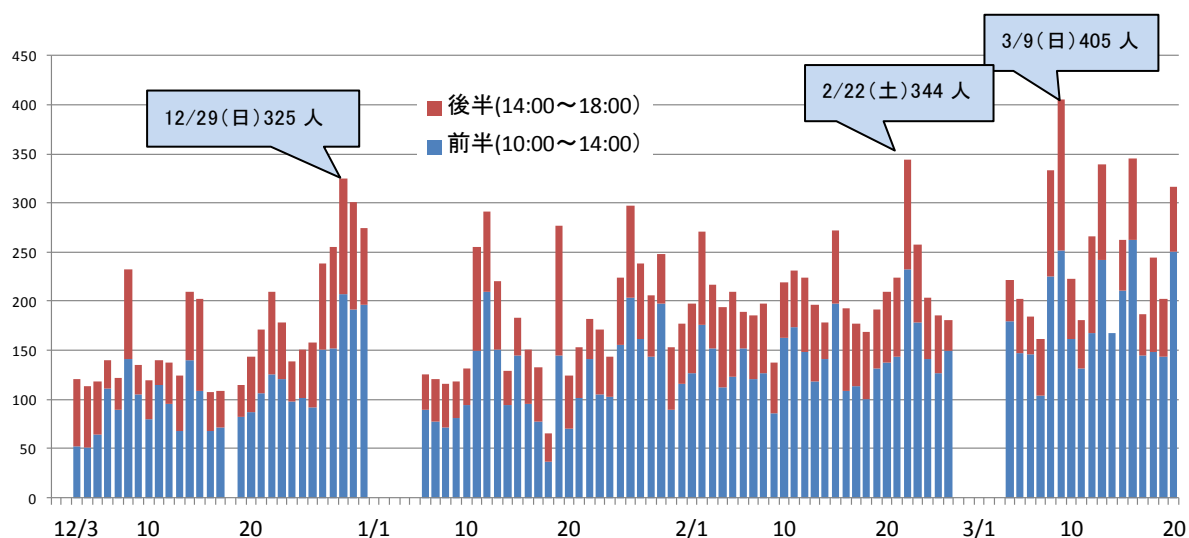
①道の駅許田 道路情報ターミナル やんばんる観光案内コーナー

道の駅許田の観光案内コーナーでは、12月3日より来場者のカウントを始めた。道路情報ターミナルに入り観光情報の閲覧、パンフレット取得など何らかの観光情報を得た人数をカウントしている。（※道の駅関係者の休憩などは省く）

平成25年12月3日～平成26年3月20日までの期間で19,323人の利用があり、1日当たりの平均に換算すると197.2人/日となる。土日は200人を超える日が多く、最大は3/9（日）の405人であり、12/29（日）、2/22（土）に300人を超えている。

また、時間帯を10:00～14:00を前半とし、14:00～18:00を後半として来場者数を見てみると、前半に67.7%が集中している。

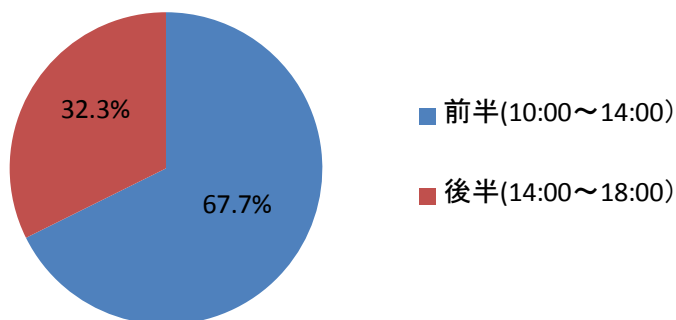
図 来場者実績（道の駅許田 道路情報ターミナル やんばんる観光案内コーナー）



※来場者のカウントは、道路情報ターミナルに入り、観光情報の閲覧、パンフレット取得など何らかの観光情報を得た人数をカウントしている。（※道の駅関係者の休憩などは省く）

※12/18はガイド不在、1/1～1/5は正月休み、2/27～3/2はイベント開催（ひな祭り展示会）のため、カウント無し。

図 来場者時間帯比率（前半、後半）



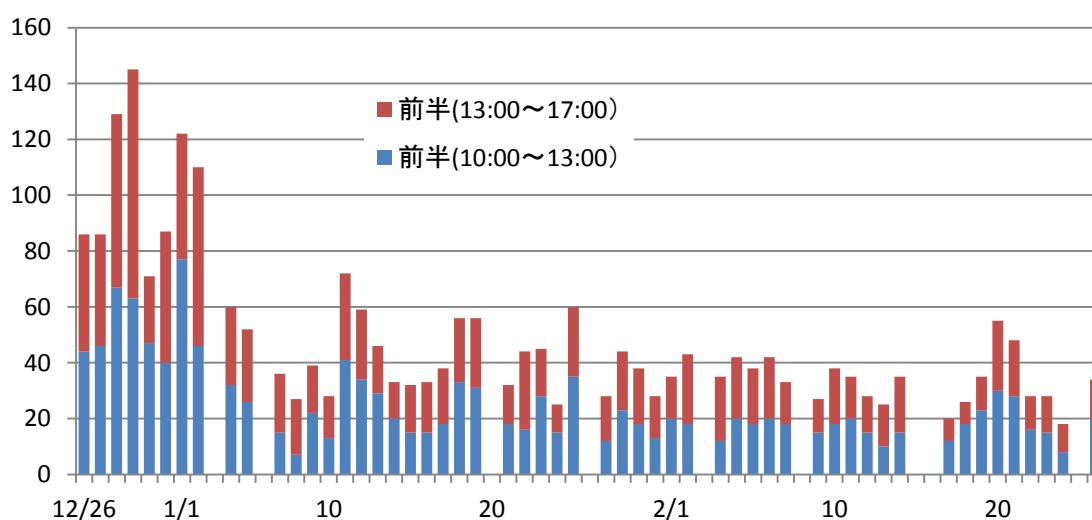
②OTSレンタカー臨空豊崎営業所内 やんばん観光案内コーナー

OTS レンタカー臨空豊崎営業所内の観光案内コーナーでは、12月26日より来場者のカウントを始めた。OTS レンタカー利用者のうち、観光案内コーナーを訪れて、観光情報の閲覧、パンフレット取得など、コーナーから何らかの観光情報を得た人数をカウントしている。

平成25年12月26日～平成26年2月26日までの期間で2,595人の利用があり、1日当たりの平均に換算すると48.1人/日となる。年末は100人を超える日が続いたが、年明けからは、20～60人前後であった。最大は12/29(日)の145人。

また、時間帯を10:00～14:00を前半とし、14:00～18:00を後半として来場者数を見てみると、前半51.9%、後半48.1%と、ほぼ半々となっている。

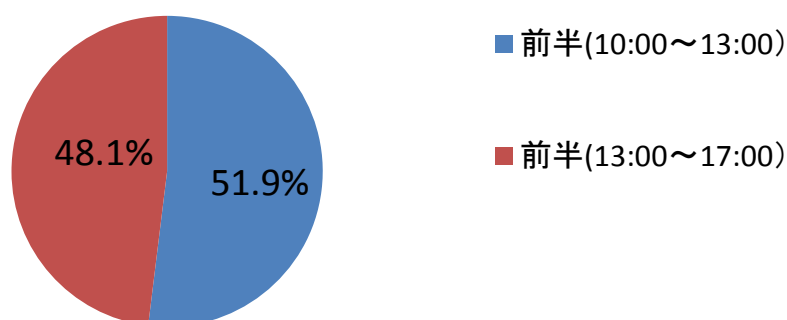
図 来場者実績 (道の駅許田 道路情報ターミナル やんばん観光案内コーナー)



※来場者のカウントは、OTS レンタカー臨空豊崎営業所内に入り、観光コーナーで観光情報の閲覧、パンフレット取得など何らかの観光情報を得た人数をカウントしている。

※グラフ中、カウントの無いところは、案内ガイド不在のためカウント無し。

図 来場者時間帯比率 (前半、後半)



③情報ニーズ(ガイド日誌及びヒアリングより)

許田道の駅情報ターミナルの観光案内コーナーでは、やんばる物産センターで販売している美ら海水族館その他施設の割引チケットを買いに来る客が、ついでに寄る場合が多い。

これに伴い、美ら海水族館(その他主要観光地)に行くが、通り道での見所、飲食店の情報などに関する問合せが多い。

豊崎でも、主要な観光地に行く道においての見所に関する問合せが多かった。

近年、沖縄を訪れる観光客はフリープランや個人旅行の割合が高くなっている。このような観光客は、ネット等で来る前のある程度の行程を計画していると考えられるが、観光案内コーナーなどの問合せ状況を見ると、着地側での情報提供により観光客にとっては時間を有効につかえることができ、地域にとっては周遊・滞在・消費を促進するチャンスととらえることができる。

a.概ねの傾向

- 美ら海水族館(その他主要観光地)に行くが、そこに行くまでの間や周辺に、見どころやお勧めの飲食店に関する問い合わせ。
- 目的地までの距離や時間に関する問い合わせ。辺戸岬や国頭東海岸まではどれぐらいの時間かかるのか?など。

b.その他問い合わせの多い事項

- 道の駅物産センターの割引チケットの購入に関する(場所や値段)
- 古宇利島までの道のり
- 水族館が休みの時の観光ポイント
- 雨の日の観光ポイント
- 許田から空港までの渋滞情報
- 古宇利島のオーシャンタワーの情報
- ネオパークオキナワの情報
- 沖縄本島全体の地図の要望多い
- 那覇に戻る客に、万座毛や恩納の駅
- 食事のおすすめのところ(そば、ステーキなど)
- ドライブコース(3時間、4時間、5時間)と時間でわけて説明
- アグーを食べられる店
- 国頭村の大石林山までの所要時間
- 桜の開花情報
- 津嘉山酒造所の場所
- ヤンバルクイナの見られるところ

3. 成果と課題

(1) 情報サイトの成果と課題

① 事業の成果

「沖縄北部観光情報コミュニケーションサイト」は、数ある観光ポータルサイトと同様に北部観光の情報が網羅されたサイトを作るのではなく、イベントや地域の旬な情報などが常にアップされる動きのあるサイトを作ることを目的に制作した。

既存の沖縄ファンサイト「沖縄ファンひろば(2月から『たびらいおきなわ』に名称変更)と連動し、常に地域の旬な情報がアップされる仕組みとした。また、投稿された記事と、レンタカーや宿泊の予約が可能な動線をつくり、このサイトを通して発生する経済効果が図れる仕組みを構築した。

「やんばるファンひろば」は既存の投稿サイト(「たびらいおきなわ」と連携してエリアコーディネーターが旬な情報を発信する仕組みを創出した。投稿にあたっては、観光客を誘客するために必要な文章の書き方や写真の撮り方、最低限のルールなどについて講習会を開き、情報の質の確保に努めた。

② 今後の課題

今年度は、仕組みづくりを主眼にしており、当WEBサイトについてSEO対策や広告、PRなどは行っておらず、今後は各メディアの活用や観光施設等への広報を行い、積極的にアクセス数を増しながら、本格的な運用で経済効果につながる発信方法を構築する。

投稿者は、今後やんばる各地の団体などに拡大を図り、最新情報のPR、現地情報の発信など誘客手段としての活用を図っていく。

(2) 情報拠点の成果と課題

① 事業の成果

観光客が沖縄に来てからの情報提供の方法として、「観光案内コーナー」を2か所(道の駅許田道路情報ターミナル、OTS豊崎臨空営業所)設置した。

着地側における情報ニーズとしては、「美ら海水族館」やその他、主要な観光地を目的としながらも、周辺の見どころや立寄りスポット、飲食店などの情報(おすすめ)に関する問合せが多かった。

また、目的地までの時間や距離などの質問も多く、マップを利用してガイドが案内し、イメージさせることができた。観光客は、時間や距離に関するイメージがしにくいことから、遠方を目指して途中で断念したり、時間を持て余しているケースも見られた。

また、案内ガイドが積極的に声をかけることで、観光客とのコミュニケーションが生まれ、実際にガイドの情報を得て観光し、帰りに寄って感想を伝えるケースも多く、ガイドが有効に機能していることが把握された。

②今後の課題

情報拠点の設置により、得られた観光客のニーズよると、着地側で時間帯や立ち寄りスポットなどニーズに合わせたコースを紹介することで、周遊、滞在、消費を促す可能性が高いことがわかった。

そのためには、観光客の多様なニーズに応じた情報の蓄積が必要であり、やんばる各地の最新情報を提供するためには、各地の観光窓口や現場とのネットワーク形成が不可欠である。

今後はこれらのネットワークを築いていくことが必要である。

また、着地側での情報提要で周遊、滞在、消費を促進するためには、時間帯やニーズに応じたコースパターンの紹介や、これに沿った立ち寄りスポット、特に飲食店や土産品店の情報を提供することが必要である。

許田の情報拠点では1日平均197.2人が訪れており、今後も継続し、さらに情報を充実して、この場の機能が周遊、滞在、消費に活かされるような方策が求められる。

第3章 観光キャラバン

1. 目的・方法

(1)目的

観光キャラバンでは、「やんばる」の知名度向上と、12 市町村が連携したPRを実証することを主な目的として実施した。

実施に当たっては、沖縄観光のなかでの「やんばる」の特性をどのように出し、どのようにPRしていくか、その方法についても検証する機会としてとらえることとした。

(2)実施方法

沖縄県外の観光業界関係者や MICE を予定する企業等を対象にした「沖縄観光キックオフ・プロジェクト2014 沖縄観光&MICE コンテンツフェア in 東京・大阪 ～オールおきなわ大博覧会～」に参加し、やんばる観光を紹介するブースを出展した。

2. 実施状況

(1)「沖縄観光&MICE コンテンツフェア」の概要

「沖縄観光&MICE コンテンツフェア」は、沖縄観光および MICE の新たな魅力を発信する機会として、沖縄県および一般財団法人沖縄観光コンベンションビューローが主催する「沖縄観光キックオフ・プロジェクト 2014」の一環として開催されたものである。

表 沖縄観光&MICE コンテンツフェア開催概要

名 称	沖縄観光&MICE コンテンツフェア ～オールおきなわ大博覧会～
主 催	沖縄県、一般財団法人沖縄観光コンベンションビューロー（OCVB）
場 所	大阪会場：ナレッジキャピタル コングレコンベンションセンター ホールA 東京会場：グランドプリンスホテル新高輪 国際館パミール 3F
日 時	大阪会場：平成 26 年 1 月 28 日（火）13：00～17：00 東京会場：平成 26 年 1 月 29 日（水）13：00～17：00
出展事業数	大阪会場：60 事業者 東京会場：88 事業者
内 容	沖縄観光事業者によるブース出展 ミニステージ、セミナールームにおけるプレゼンテーション、映像紹介、抽選会
対 象	旅行社、航空会社、メディア関係者、イベント企画会社、MICE 関係事業者、PCO、MICE キーパーソン等

大阪会場では1ブース、東京会場では3ブースを使って、やんばるをイメージするような装飾、パンフレット陳列等を行った。

今回は「やんばる」の知名度向上を主な目的としていたことから、できるだけインパクトを与えるようなブース演出に努めた。

表 沖縄観光&MICE コンテンツフェア出典概要

出展団体	北部広域市町村圏事務組合 やんばる観光連携推進事業
出展内容	平成24年度より、「やんばる」12市町村広域連携の取組みをはじめている。「やんばる」の知名度の向上を図るべく、ポスター、パンフレット等を用いて、「やんばる」の名称、イメージの売り込みと、各地域の新たな取組みなど多様な資源を紹介する。今年度設置する情報サイトや拠点の紹介、2月に行う（仮称）やんばるキャンペーンのPRも行う。
出展PR	やんばると称する沖縄の北部。空、海、森の色、人の暮らしなど、沖縄の原風景が残ります。あなたの「やんばる」を感じてください！



大阪会場のやんばるブース(1ブース)



東京会場のやんばるブース(3ブース)

(2)PR内容

①やんばるイメージPR

a. リーフレットの制作・配布

やんばるの知名度向上、イメージ付けを図るため、リーフレット(A2版 8つ折り)を作成し、来場者に配布した。

制作にあたっては、題目を「やんばるの観光」とし、副題に「美ら海の一步先へ～沖縄再発見の旅」として、「やんばる」とは何か?という基本的なところから、地域の奥深い多様な魅力を伝えるよう努めた。

図 配布用に作成したリーフレット (A2版 8つ折り)

「やんばる」とは?

沖縄島の北部に位置し、古くから「山岳」や「やんばる」と呼ばれてきました。このやんばるは、自然の豊かさを誇り、歴史や文化の宝庫でもあります。...

やんばるへ行こう!

やんばるは奥が深い! まだ見たことのない沖縄の自然、山、川、海、島、の魅力を堪能してください。...

おきなわ再発見!

東洋のガラパゴスと称される多様な生態系! やんばる地域の独特な自然環境と生物多様性を紹介します。...

やんばるの観光

美しい自然と歴史の宝庫。観光客の心を魅了する絶景スポットを紹介します。...

北山文化園

琉球王国時代における北山王統の繁栄の地。歴史と文化の宝庫を体験してください。...

イベント天国! やんばる

年間を通して様々なイベントが開催されます。家族連れから学生まで楽しめる多彩なプログラムをご用意しています。...

あなたの「やんばる」を探しに来ませんか?

「やんばる」は、自然の宝庫です。自然の中で心身をリフレッシュしてください。...

琉球王国の歴史と食文化に触れる!

琉球王国の歴史と食文化に触れる。伝統的な料理や文化を体験してください。...

やんばるドライブマップ

南エリア

沖縄を代表するリゾート施設が集中する西海岸とその対照的な表情を見せる東海岸。新しい交流、新しい発見は頭と心を開いてください。...

北エリア

サンバシカ、ノグチグサ、ヤンバルトナリコガネなど貴重な生物をはじめ多様な生態系からなる森を持ち、人々が自然に包まれるような場所。やんばるの中のやんばるといえる場所。...

半島エリア

世界文化遺産の今帰仁城跡とその城下町的な役割を担った今帰仁アークホテルの美しい海洋博物館に隣接した商業施設。これらに代表される沖縄の高山農村の歴史を多岐にわたるこのエリア。人の暮らしや過去の生活文化が交錯する場所でもあり、きっと懐かしも新鮮な気持を感じられるでしょう。...

商社エリア

やんばるには3つの商社エリアがありそれぞれ特色があります。プロダクトのコンプレックスは近年にはない充実した施設を揃えています。また、自然環境や文化の宝庫を体験できる場所でもあります。...

沖縄本島

東シナ海、太平洋。アクセスマップ (名鉄バス利用) 沖縄本島の主要な交通ルートと観光地を示しています。...

名護市

名護市の主要な施設や観光地を詳しく紹介します。...

やんばるでは、自然の宝庫を堪能し、心身をリフレッシュしてください。...

やんばるの魅力を最大限に楽しむために、ぜひこのドライブマップを活用してください。...

b. バナーサインの制作・展示

やんばる地域をイメージさせる写真を掲載したバナーサイン(布幕)を制作した。制作にあたっては、アンケート調査を参考に、「森、山」、「海」、「沖縄の原風景」のイメージとした。また、ワークショップで出された4つのテーマ「やんばるの宝探し」「エコ&スポーツ」「歴史文化」「食文化」などのイメージとした。

写真 バナーサインの制作



展示状況



展示状況

c. やんばるのイメージ演出

やんばるをイメージづけるためにはインパクトが必要とのことで、やんばるをイメージさせる衣装を着て、やんばるブース前に立ち、誘導およびやんばるの説明、アンケート調査等を行った。
(エリアコーディネーターのスタッフが努めた)

大阪会場では、ゆるキャラとともに紹介され、場を盛り上げるとともに「やんばる」をPRすることができた。



やんばるのイメージ衣装とブース装飾



ゆるキャラとともに紹介された



ブースへの案内や説明



アンケート調査

また、ブース背後には、植物を活用し森や山など緑豊かな地域のイメージ形成を図った。また、東京会場ではサバニの模型展示などを行い、沖縄の原風景や独特の文化が残る地域であることをアピールした。



ブースを本物の植物で演出



サバニの模型展示

d. ブルゾンの制作

スタッフ用にやんばるの地図がプリントされたブルゾンを着用しPRに活用した。
統一感を出すとともに、来場者の目に留まることで「やんばる」の知名度向上を図った。



来訪者に「やんばる」を説明



やんばるのブルゾンを着用してのPR

e. やんばる関連ブースの一体化

今回のフェアでは、やんばる地域から多数の出展があったが、主催者にできるだけやんばる地域のブースを隣り合わせてもらうよう依頼した。結果的に名護市観光協会、今帰仁村観光協会、伊江村観光協会と隣接して出展することができた。

北部地域が隣り合わせにブースを構えることで、来場者の呼び込みなど相互に協力してPRすることができた。



名護市観光協会、今帰仁村観光協会、伊江村観光協会と連携したPR



ブースが連なっていることで、相互に来場者を紹介・誘導することができた。

②観光パンフレット配布

北部 12 市町村の観光パンフレットとイベントチラシ等を封筒に詰めて、ブース来訪者やアンケート記入者へ配布した。



12市町村のパンフレットおよび開催中のキャンペーンや催しなどをセットとして配布した。



12 市町村パンフレットの配布

③やんばるサイト、キャンペーンの告知

本事業で製作した「やんばるサイト」の URL 案内、やんばるの魅力的な資源・モノを再認識するようなキャンペーン「やんばるまんまる」の告知等を行った。

④アンケート調査

ブース来訪者に対し、やんばるの認知度、PRすべき魅力等に関するアンケート調査を実施した。(結果は次ページより掲載)

アンケート調査の回答をいただいた方々からは、回答記入後に質問を受けることも多く、パンフレットを配布するなどやんばるを知ってもらうきっかけともなった。



来訪者へのアンケート実施状況



来訪者へのアンケート実施状況

(3)観光キャラバンアンケート調査結果

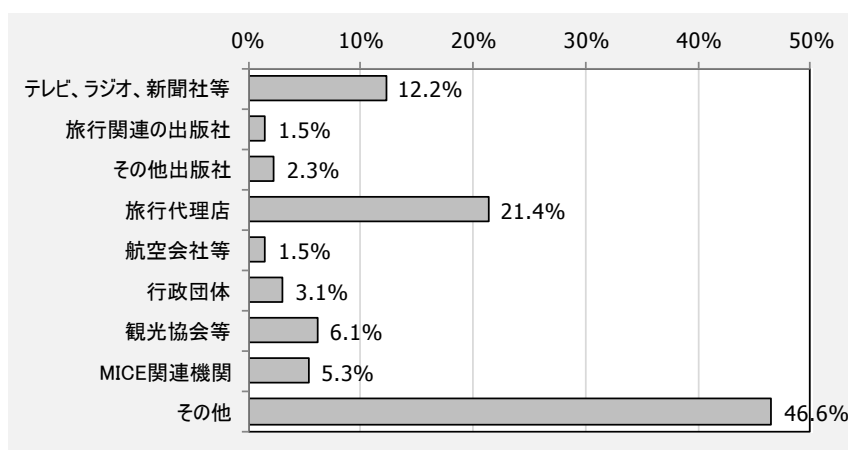
①回答者の業種

アンケートは大阪会場、東京会場を合わせて131件の回収となった。

回答者の業種としては、「その他」が47%と最も多く、次いで「旅行代理店」が21%となっている。

[来訪者の業種]

	大阪	東京	計	%
テレビ、ラジオ、新聞社等	5	11	16	12.2%
旅行関連の出版社	0	2	2	1.5%
その他出版社	0	3	3	2.3%
旅行代理店	14	14	28	21.4%
航空会社等	1	1	2	1.5%
行政団体	0	4	4	3.1%
観光協会等	4	4	8	6.1%
MICE関連機関	2	5	7	5.3%
その他	25	36	61	46.6%
無回答	0	0	0	0.0%
全体	51	80	131	100.0%



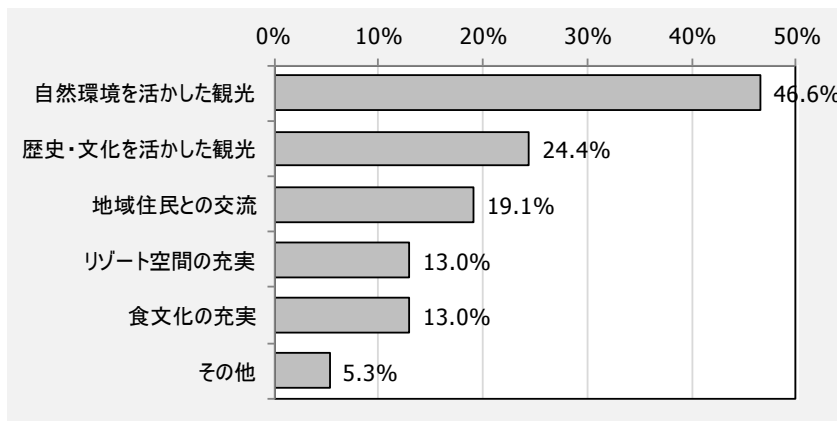
【その他の内訳】
 鉄道会社、飲食店、広告代理店、クルーズ事業者、ホテル関係者、福利厚生代行業者、イベント企画制作会社、広告・サイト制作会社、翻訳会社等

②今後の沖縄観光に求められているもの

今後の沖縄観光に求められる視点としては、「自然環境を活かした観光」が47%と最も多く、次いで「歴史・文化を活かした観光」が24%、「地域住民との交流」が19%となった。

[今後の沖縄観光に求められるもの]

	大阪	東京	計	%
自然環境を活かした観光	20	41	61	46.6%
歴史・文化を活かした観光	13	19	32	24.4%
地域住民との交流	11	14	25	19.1%
リゾート空間の充実	9	8	17	13.0%
食文化の充実	6	11	17	13.0%
その他	2	5	7	5.3%
無回答	0	0	0	0.0%
複数回答全体	61	98	159	
全体	51	80	131	100.0%



【その他の内訳】

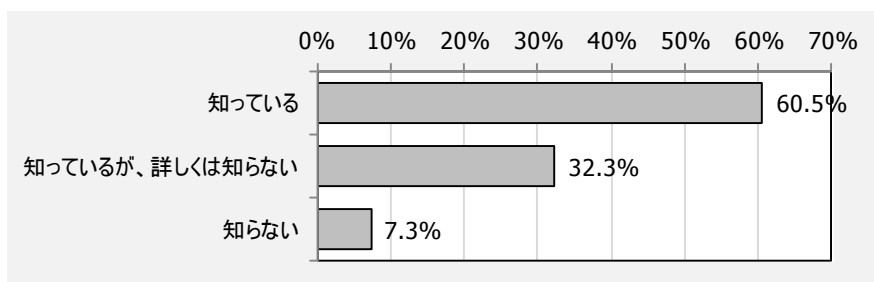
- ・ 音楽芸能によるエンターテインメント
- ・ 企業をひきつける視察コンテンツ
- ・ 三国間貿易
- ・ メディアへの効果的露出、英語版のガイド充実
- ・ 町並み。雨に影響されない。リピーター多い。
- ・ 良い点とどこが魅力かを示す。未体験への憧れ、違いをどんどん出す
- ・ “足”の充実とマーケティング
- ・ もっともっと PR

③「やんばる」の地名の認知度

「やんばる」の地名の認知度については、回答者の過半数が「知っている」(61%)と回答している。しかし、地名としての“やんばる”ではなく、ヤンバルクイナとして認知していたという人も多くいた。

[やんばるの認知度]

	大阪	東京	計	%
知っている	25	50	75	60.5%
知っているが、詳しくは知らない	23	17	40	32.3%
知らない	3	6	9	7.3%
全体	51	73	124	100%



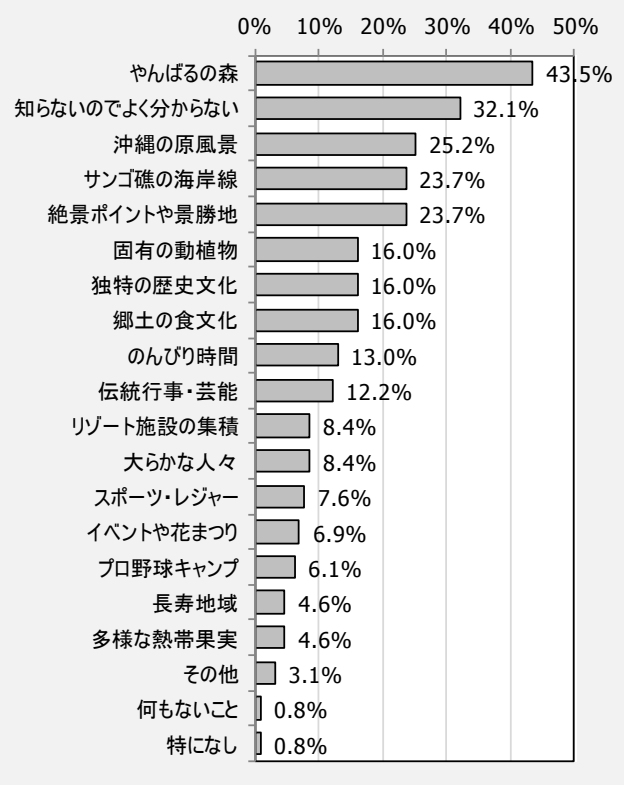
④「やんばる」のPRすべき魅力とは

「やんばる」のPR する必要がある魅力については、「やんばるの森」が44%で最も多く、次いで「知らないのよよくわからない」が32%であった。

やんばるを知る回答者の多くは、やんばるの自然環境に魅力を感じており、古き良き沖縄の集落風景などが残る場所として認識している。

【やんばるのPRすべき魅力】

	大阪	東京	計	%
知らないのよよくわからない	35	7	42	32.1%
サンゴ礁の海岸線	15	16	31	23.7%
やんばるの森	17	40	57	43.5%
固有の動植物	12	9	21	16.0%
リゾート施設の集積	7	4	11	8.4%
イベントや花まつり	6	3	9	6.9%
絶景ポイントや景勝地	18	13	31	23.7%
独特の歴史文化	9	12	21	16.0%
伝統行事・芸能	6	10	16	12.2%
沖縄の原風景	11	22	33	25.2%
長寿地域	3	3	6	4.6%
郷土の食文化	6	15	21	16.0%
多様な熱帯果実	2	4	6	4.6%
プロ野球キャンプ	1	7	8	6.1%
スポーツ・レジャー	3	7	10	7.6%
大らかな人々	1	10	11	8.4%
のんびり時間	6	11	17	13.0%
何もないこと	1	0	1	0.8%
特になし	0	1	1	0.8%
その他	0	4	4	3.1%
無回答	0	0	0	0.0%
複数回答全体	159	198	357	
全体	51	80	131	100.0%

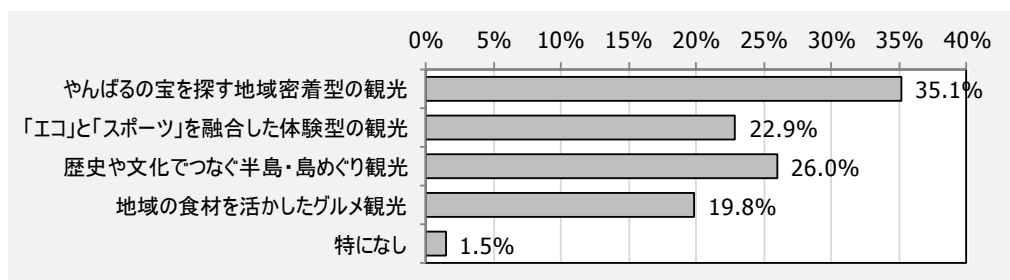


⑤今後、やんばるで展開する観光の取り組みで興味があるもの

興味のある観光の取り組みについては、「やんばるの宝を探す地域密着型の観光」が35%で最も多かった。

【今後、やんばるで展開する観光の取り組みで興味があるもの】

	大阪	東京	計	%
やんばるの宝を探す地域密着型の観光	16	30	46	35.1%
「エコ」と「スポーツ」を融合した体験型の観光	11	19	30	22.9%
歴史や文化でつなぐ半島・島めぐり観光	13	21	34	26.0%
地域の食材を活かしたグルメ観光	10	16	26	19.8%
特になし	1	1	2	1.5%
無回答	0	0	0	0.0%
複数回答全体	51	87	138	
全体	51	80	131	100.0%



⑥自由意見、アドバイス等

・ 自然を活用した観光
・ 地元の人々とのふれあいがあるかないかで観光客の満足度が変わってくると思います。
・ 英語のガイドあればアメリカ、アイルランドへ PR 致します。
・ 森林浴の聖地をたてて、毎年学会を開く。
・ 本当の民宿
・ 年代別のニーズにあわせたプログラム。60代でもアクティブねらい、20代でもねらい、近道をさぐる。
・ 海外に向けて外国人観光客にも観光を広めてください。
・ 自然豊かな地域と思うので、これを大事にして事業や地域の活性化を進めてほしい
・ 那覇から車で約4~5時間ぐらいかかるので、自然を大切にしながら、スポーツ(例えばダイビングまたはカヌー)などで大自然を体験できるものがあればもっと良いですね。国頭村の自然は大好きです。携帯も繋がらないけど、それが逆にいいですね。
・ 沖縄の原風景が味わえて、かつ本島にある利便性、都会の喧騒から離れたいけど、コンビニが一件もないようなところは厳しいような都会人にうってつけだと思う。名護をベースにして北部で遊ぶ、特に観光地である必要はなく、自分で探し出す楽しみ。沖縄を2~3回経験したツアーにおすすめとします。お仕着せでない自分の沖縄を見つけるのに最適化と。
・ やんばるくいな見学ツアー
・ 地道な観光促進展開が基本。まず、地元の人達の理解と支援を得る。
・ コーヒー園(北部)、→修学旅行対応
・ ネイチャーガイドによるツアー
・ 沖縄県民自体やんばるは知らないことばかりなので、県内でPRを行うのも良いかと。親子でできること(科学、自然)を用いたイベントなど。
・ 沖縄の中でも独特の雰囲気があるやんばるを売りに地域全体で誘致に取り組む。
・ アクセスの改善
・ 各ポイントをめぐると、サインなど分かりやすく表示PRすることで訪問客が増えるようにも思います。絶景ランキングなどは是非！！のアピールをするとgoodです。
・ 魅力ある場所だと思うので、今後PRを続けてほしいです。
・ 長く滞在するための具体的な過ごし方がわかるといいと考える。
・ 人や動物、自然のふれあいがしたいです！
・ 海外のお客様が喜ぶものが揃っているので、もっとPRしたいです。
・ 空港から離れているので、足となる何かをつければ客足も増えるのではないかと思います。
・ あまり認知されていない観光地をPRして。良さを発信していただきたいです。
・ 体験アクティビティ、やんばるの森を歩くとかがいつも気軽に参加できる。
・ 世界遺産などに登録してしっかりと自然を守ってほしい
・ 日本と台湾との間で独特の習慣文化を育んだ歴史をもっと若い人に伝えていってほしいと思う
・ 「ヤンバルクイナ」までは知っていましたが、「やんばる」というのが何を示しているのかまでは知りませんでした。その魅力発信が大阪にも伝わればと思います。
・ ヤンバルクイナをフックに、「それだけじゃない」やんばるの魅力を打ち出していくと人は来ると思います。コレ！という目玉観光地を定めてはどうでしょうか。
・ 美ら海水族館、熱帯ドリームセンターという沖縄を代表する観光スポットがあるので、その次に観光客が訪れることのできるスポット、イベントの実施があればよいと思います。
・ 豊富な自然を残して欲しい
・ ヤンバルクイナ、やんばるって動物だと思ってた
・ 道路がずいぶん新しくなり便利になっているが、どのくらい所要時間がかかるのかわからないのもっとアピールするとよいと思う
・ やんばるらしいやんばるにして欲しい
・ 観光資源を活かす/ホテルをネットワーク化/花まつり/フローラルステイ/ロングステイの花まつり版
・ ご当地キャラを活用した方がすぐにわかる。ヤンバルクイナがいればすぐわかる、子供達も喜ぶのに
・ 空港からのアクセスについて具体的な提案、バスのチャーター便、定期便等
・ 日本本土よりも中国・台湾・香港を相手にするべき

(4)実績

①沖縄観光&MICEコンテンツフェア来場者実績(OCVBより)

- 1月28日 大阪会場 450人
- 1月29日 東京会場 950人

②パンフレット等の配布

- 12市町村パンフレット100セット配布(大阪50セット、東京50セット)

③アンケート回収数

- 1月28日 大阪会場 51票
- 1月29日 東京会場 80票

計 131票

(5)表敬訪問

今後の本土とのネットワーク作りのため、関係機関への表敬訪問を行った。やんばる観光のPRを図る上で、今後の情報交換や支援について依頼した。

①大阪エリア

a.大阪県人会連合会

日 時:平成26年1月27日(月)16:00~17:00

対 応 者:会長:嘉手川 重義氏 事務局長:名幸 祥夫氏

b.沖縄県大阪事務所

日 時:平成26年1月28日(火)10:00~10:30

対 応 者:所長:登川 安政氏

②東京エリア

a.(財)沖縄観光コンベンションビューロー東京事務所

日 時:平成26年1月30日(木)10:00~10:30

対 応 者:国際会議誘致班 副参事 赤嶺直哉氏

b.沖縄県東京事務所

日 時:平成26年1月30日(木)11:00~12:00

対 応 者:文厚商工課長 安里 尚司氏

3. 成果と課題

(1) 事業の成果

今回の観光キャラバンは、「やんばる」の知名度向上や、12市町村を一体としたPRを試行することを目的としていた。

知名度向上については、まずは目を向けてもらうことを目的に、ポスター張り出し、植物、イメージ写真等の貼り出し、やんばるキャラクターの試行、サバニの模型展示などで装飾、演出し、アンケート調査の依頼など来場者に積極的にアプローチし、効果的に誘引することができた。

また、アンケート調査の回答記入後に、「やんばるとは？」など質問を多く受けるなどやんばる地域を詳しく知らない、または全く知らない来場者（観光関係の事業者）に、「やんばる」を周知することができた。来場者からの具体的な質問として、「おすすめのレストランを教えてください」、「自然を満喫できる宿泊施設が知りたい」、「やんばるはどんなところ？」、「“やんばる”って生き物の名前じゃないの？」などがあった。

12市町村を一体としたPRについては、制作したやんばるリーフレットと、12市町村のパンフレットを1袋にセットにし、各会場で配布した。これまで地域が個々で行っていたことを、やんばる地域をお一体として集約することで、多様な魅力を効率的に発信する方法を示すことができた。

(2) 今後の課題

フェア出展会場での質問やアンケート調査結果から「やんばる」のイメージを売り込むことは、継続して必要であることが感じられた。今回は写真や模型等での演出を行ったが、他のブースでみられたが、イメージ映像の放映や、パンフレットやお土産などを配布する際にイメージデザインが施された袋など、配布用のグッズ利用等も課題である。

来場者からも質問があったが、実際に観光として何ができるのか？具体的な商品を用いたセールスにより実際に来訪に結び付けることが課題となる。

また、こうした観光フェア等への出展は一過性に終わる懸念があるが、新聞や雑誌、テレビ等のメディア、並びに旅行代理店などに情報提供や紹介対応等を継続的に実施することも課題である。

ワーキングや懇談会からは、「やんばる」をひとくくりとした出展が効果的との意見や、大阪や東京などの大都市圏に所在する「県人会」や「郷友会」との協力体制を作り情報発信をすることで、口コミなど効果的なPRが期待できることなどもあげられた。これらは今後フェア出展にあたっての課題とする。

第4章 アンケート調査

1. 目的・方法

(1)目的

平成 24 年度事業において、観光客が「やんばる」にどのようなイメージを持ち、何を求めているか、中南部との差別化を図る上でもマーケティング調査が必要との指摘が多くあった。

これを受け、平成 25 年度においてやんばる来訪者へのアンケート調査を行い、「やんばる観光」への意識調査を行った。

アンケート調査にあたっては、観光客が多く集まる観光地において来訪者（県内・県外を問わず）へのアンケート調査を行い、県内外観光客の「やんばる」に対するイメージやニーズを把握する。

(2)実施方法

①地域住民の意識調査

『やんばるの産業まつりアンケート』

対象者：第 29 回やんばるの産業まつり来場者

抽出方法：会場に調査員を配置し、来場者を無作為に選出し回答（記入）を依頼した。

調査時期：平成 25 年 10 月 12 日（土）、10 月 13 日（日）

回収実績：531 票

※調査結果は別紙参照

②沖縄来訪者の意識調査

『観光客アンケート』

対象者：沖縄来訪した観光客

調査場所：道の駅許田やんばる物産センター、那覇国際通りぶんかテンプス館前

調査時期：平成 25 年 11 月 23 日（土）、11 月 27 日（水） ※平日と休日の2日間

平成 26 年 1 月 18 日（土）、1 月 22 日（水）

回収実績：1,081 票（11 月調査時 575 票、1 月調査時 506 票）

2. 実施状況

(1)産業まつりアンケート調査結果

①調査概要

目的：やんばるの産業まつり来場者を対象に「やんばる」のイメージ、活動ニーズを把握することを目的に実施した。

対象者：第29回やんばるの産業まつりの来場者を対象。

※観光の魅力づくりにおいては、まずは地域住民に親しまれることが重要であることから、地域住民・県民ニーズを把握するため、例年、来場者の約9割が地域住民、県民である、やんばるの産業まつりでアンケート調査を実施した。

抽出方法：調査員を配置し、来場者を無作為に選出して回答（記入）を依頼。

調査時期：平成25年10月12日（土）、10月13日（日）

回収数：531票

②調査項目

➤ 回答者の属性（性別、年齢、居住地、職業、交通手段、情報源、同行者）

1. 「やんばる」の認知度、認知方法、やんばるの範囲、及びイメージ
2. 「沖縄北部地域」の一番の魅力、来訪回数
3. 「沖縄北部地域」でやったこと、今後やってみたいこと・興味のあること
4. 観光・レジャー時に必要な情報
5. 北部地域の魅力向上に関する意見

※調査結果全容は資料編に掲載。

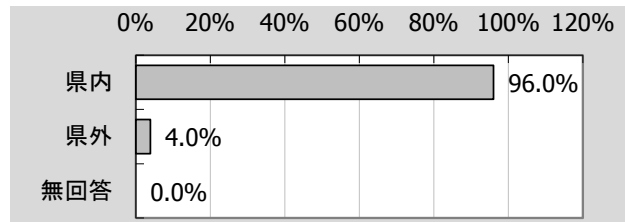
③結果概要(一部を掲載)

a.回答者の属性

やんばるの産業まつりは、例年来場者の9割が県内客とされる。回答者の96%が県内客であった。

Q:お住まいの地域

	件数	%
県内	510	96.0%
県外	21	4.0%
無回答	0	0.0%
合計	531	100.0%



やんばる地域住民 340人（58.9%）

うち名護市 224人（42.2%）

中南部 170人（32.0%）

<県内・県外の内訳>

	件数	%
国頭村	10	2.0%
大宜味村	7	1.4%
東村	4	0.8%
今帰仁村	15	2.9%
本部町	17	3.3%
名護市	224	43.9%
恩納村	5	1.0%
宜野座村	10	2.0%
金武町	14	2.7%
伊江村	2	0.4%
伊平屋村	3	0.6%
伊是名村	2	0.4%
うるま市	20	3.9%
沖縄市	27	5.3%
その他中部	62	12.2%
那覇市	41	8.0%
その他南部	20	3.9%
無回答	27	5.3%
合計	510	100.0%

	件数	%
北海道	1	4.8%
東京都	5	23.8%
その他関東地方	4	19.0%
中部地方	1	4.8%
近畿地方	5	23.8%
四国地方	1	4.8%
九州地方	3	14.3%
海外	1	4.8%
合計	21	100.0%

b. やんばるのイメージについて

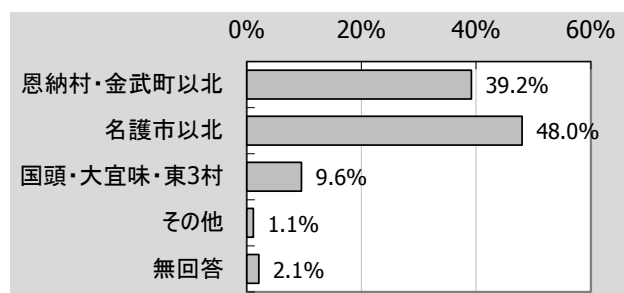
『やんばるは名護から北の地域で、森林・山のイメージが強い』

やんばるのイメージとして、地理的には名護以北との答えが約半数、国頭、大宜味、東3村と答えたのが9.6%、恩納村、金武町以北が39.2%となった。

「やんばる」と聞いて連想するイメージは、森林・山が82.7%で、青い空、青い海を大きく上回った。

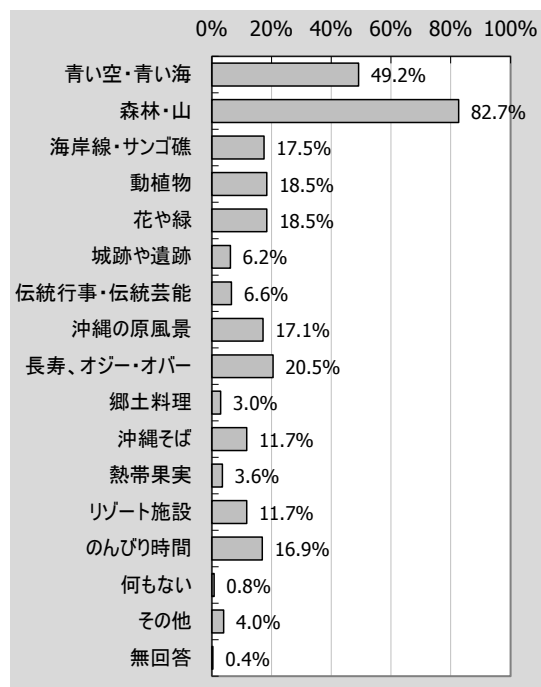
Q: 「やんばる」を指す地域はどの範囲とお考えですか？

	全体		30歳以下		31~44歳		45歳以上	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
恩納村・金武町以北	205	39.2%	28	30.8%	63	33.0%	109	49.1%
名護市以北	251	48.0%	48	52.7%	106	55.5%	87	39.2%
国頭・大宜味・東3村	50	9.6%	11	12.1%	19	9.9%	17	7.7%
その他	6	1.1%	2	2.2%	1	0.5%	3	1.4%
無回答	11	2.1%	2	2.2%	2	1.0%	6	2.7%
合計	523	100.0%	91	100.0%	191	100.0%	222	100.0%



Q:「やんばる」と聞いて、連想するものは何ですか？最も近いものをお答えください(3つまで選択)

	件数	%
青い空・青い海	261	49.2%
森林・山	439	82.7%
海岸線・サンゴ礁	93	17.5%
動植物	98	18.5%
花や緑	98	18.5%
城跡や遺跡	33	6.2%
伝統行事・伝統芸能	35	6.6%
沖縄の原風景	91	17.1%
長寿、オジー・オーバー	109	20.5%
郷土料理	16	3.0%
沖縄そば	62	11.7%
熱帯果実	19	3.6%
リゾート施設	62	11.7%
のんびり時間	90	16.9%
何もない	4	0.8%
その他	21	4.0%
無回答	2	0.4%
合計	531	100.0%
複数回答計	1,533	



c.やんばるでの活動ニーズについて

『キャンプ・バーベキュー、ダイビング、エコツアーなど地元住民も今後やってみたい！』

やったことと、今後やってみたいことを比較すると、ニーズが上がるのはダイビングやスパ・エステ、エコツアーなど観光客に人気のある活動であった。

Q:北部地域でやったことがあること、今後やってみたいこと・興味のあることは何ですか。

【やったこと】

	件数	%
特になし	27	5.1%
観光地めぐり	216	40.7%
ドライブ	339	63.8%
保養・休養	96	18.1%
海水浴・海洋レジャー	221	41.6%
ダイビング	43	8.1%
ゴルフ	65	12.2%
釣り	143	26.9%
スパ・エステ	24	4.5%
スポーツ参加	60	11.3%
スポーツ観戦	67	12.6%
エコツアー	42	7.9%
キャンプ・バーベキュー	171	32.2%
食事(飲食店等)	212	39.9%
買い物(生活用品等)	145	27.3%
ショッピング(土産等)	118	22.2%
文化・歴史探訪	98	18.5%
伝統行事・伝統芸能	81	15.3%
親戚・知人訪問	87	16.4%
慶事・法事	74	13.9%
会議・研修参加	57	10.7%
業務・仕事	93	17.5%
その他	16	3.0%
無回答	27	5.1%
合計	531	100.0%
複数回答計	2,522	

【今後やってみたいこと、興味のあること】

	件数	%
特になし	36	6.8%
観光地めぐり	76	14.3%
ドライブ	80	15.1%
保養・休養	48	9.0%
海水浴・海洋レジャー	64	12.1%
ダイビング	79	14.9%
ゴルフ	40	7.5%
釣り	70	13.2%
スパ・エステ	46	8.7%
スポーツ参加	32	6.0%
スポーツ観戦	32	6.0%
エコツアー	89	16.8%
キャンプ・バーベキュー	92	17.3%
食事(飲食店等)	63	11.9%
買い物(生活用品等)	37	7.0%
ショッピング(土産等)	29	5.5%
文化・歴史探訪	71	13.4%
伝統行事・伝統芸能	76	14.3%
親戚・知人訪問	13	2.4%
慶事・法事	11	2.1%
会議・研修参加	15	2.8%
業務・仕事	23	4.3%
その他	28	5.3%
無回答	61	11.5%
合計	531	100.0%
複数回答計	1,211	

〈年齢別、住まい別クロス〉

『若者は海のレジャー、子育て世代はエコツアーやキャンプ・バーベキュー、壮年以上はドライブ、観光地巡りで高い』

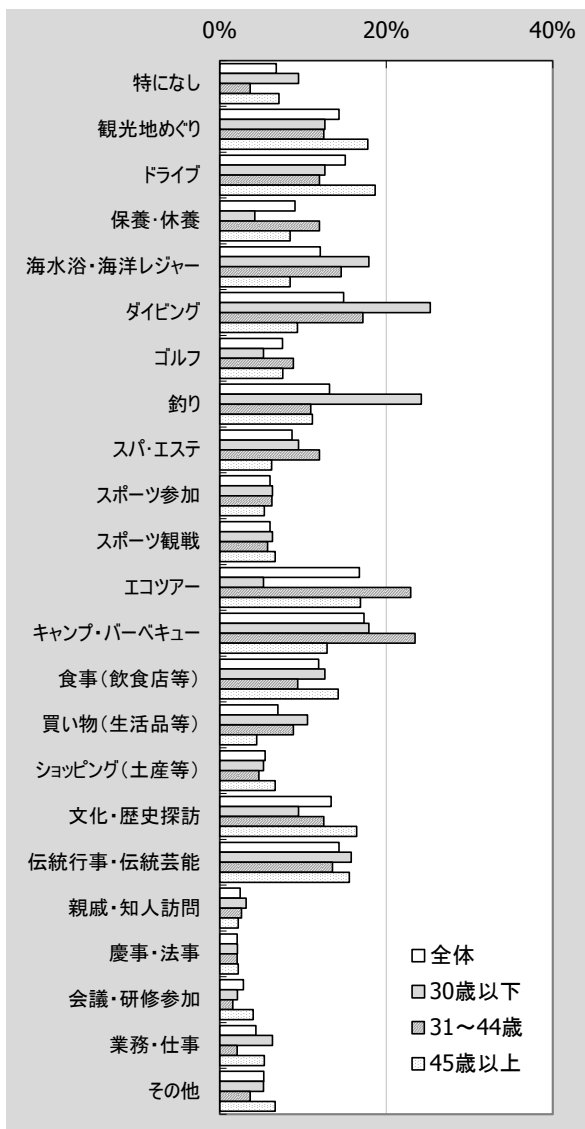
「今後やってみたいこと、興味のあること」を年齢別にみると、特徴が現れるのは、30歳以下の若い世代でダイビングや釣り、子育て世代の31歳～44歳ではエコツアー、キャンプ・バーベキュー、45歳以上では観光地巡り、ドライブ、観光地めぐりがそれぞれ高くなっており、年齢別に差が出る。

『中南部客はエコツアーやキャンプ・バーベキュー、県外客は海のレジャーのニーズが高い』

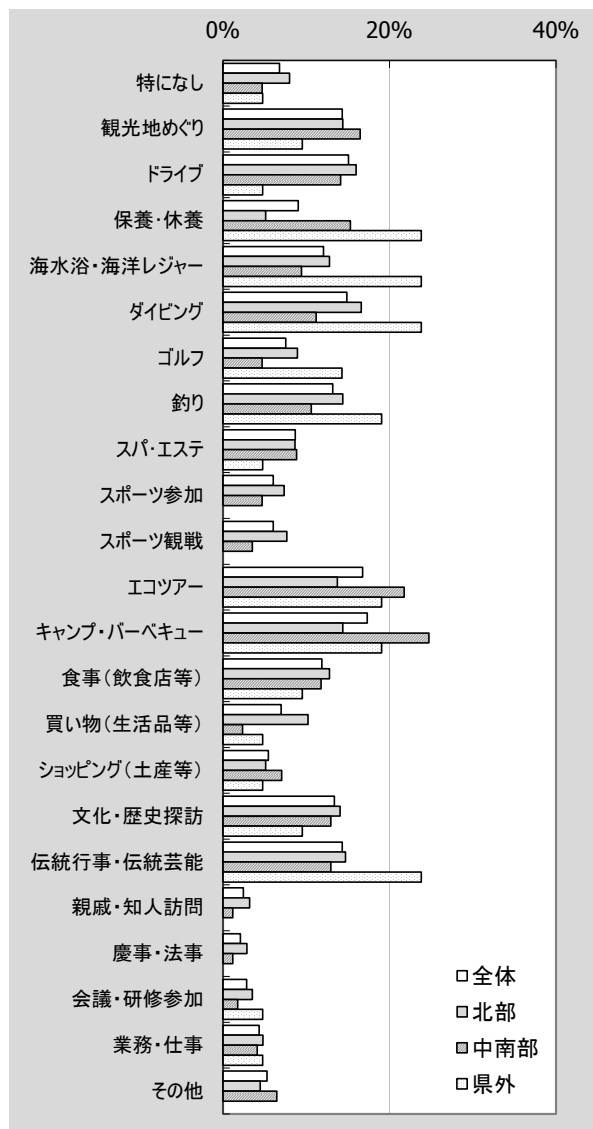
「今後やってみたいこと、興味のあること」を居住地別にみると、特徴が現れるのは、30歳以下の若い世代でダイビングや釣り、子育て世代の31歳～44歳ではエコツアー、キャンプ・バーベキュー、45歳以上では観光地巡り、ドライブ、観光地めぐりがそれぞれ高くなっており、年齢別に差が出る。

Q: 今後やってみたいこと、興味のあること

[年齢層クロス]



[住まい別クロス]



d.北部地域の魅力向上に関する意見

『自然環境を守り今のままの魅力を活かし、もっとPRが必要！』

自由意見として多種多様なものが寄せられているが、以下に示すように大まかに 9 つに分類し整理を行った。特に、「やんばる」の豊かな自然を守り、育てるような主旨の意見が多くみられた。

Q: 北部地域が今後どうあってほしいか、もっと魅力ある場所にするために必要なことなど、何でも構いませんので下の欄にご記入下さい。

カテゴリ区分 (回答数の多い順)	回答数	主な内容 (要約)
自然保護および活用方向等に関する意見	111	・自然を守ってほしい、今のままで残してほしい、自然を活かした観光地、良さをPRしてほしい 等
生活環境の充実や施設整備等に関する意見	79	・もっと発展してほしい、市街地の活性化、子育て、病院などの環境整備を！ 等
情報発信等に関する意見	62	・PRが不足している、もっと魅力をPRしてほしい、観光案内、サイン、マップなど充実してほしい 等
アクセスの向上等に関する意見	43	・交通の利便性を向上させてほしい、鉄道の敷設やバス等公共交通機関を充実してほしい 等
イベント等の充実に関する意見	22	・イベントを増やしてほしい、自然を活かすなどやんばるらしいイベントを！ 等
特産品等の開発に関する意見	11	・特産品開発、ブランド化 等
人材育成等に関する意見	8	・接客をよくすること 等
地域間連携等に関する意見	7	・地域の協力体制など 等
その他意見	33	・基地問題など 等

(2)観光客向けアンケート調査結果

①調査概要

目的：観光スポットを訪れる方々（観光客・県民含む）を対象に「やんばる」のイメージ、活動ニーズなどを把握することを目的に実施した。

対象者：観光スポット（道の駅許田・国際通り）の来訪者。

抽出方法：調査員を配置し、対象者を無作為に選出して回答（記入）を依頼。

調査時期：秋期調査 平成25年11月23日（土）、11月27日（水）

冬期調査 平成26年1月18日（土）、1月22日（水）

回収数：秋期575票、冬期506票、合計1,081票

②調査項目

1. 回答者の属性（性別、年齢、居住地、職業、交通手段、同行者、旅行形態）
2. 旅行に関する情報源（出発前、旅行中）
3. 「やんばる」について（認知度、イメージ）
4. 沖縄県、沖縄県北部地域への来訪回数、滞在日数、宿泊場所
5. 北部地域での観光について（訪問予定、離島への訪問意向、訪問場所、活動内容、必要な情報、支払金額）
6. 北部地域の魅力向上に関する意見

③結果概要（一部を掲載）

a.回答者の属性

〈居住地〉

『県外客は3大都市圏のほか、九州、北海道からの客が多い』

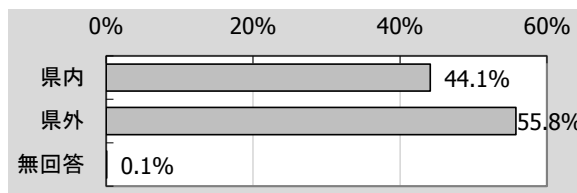
県外客と県内客（中南部中心）を対象とし、県内外の傾向を比較することとした。

県内客は44.1%、県外客55.8%であった。

県外客は、関東地方が4割、近畿地方2割、中部地方1割で、九州、北海道と続いている。

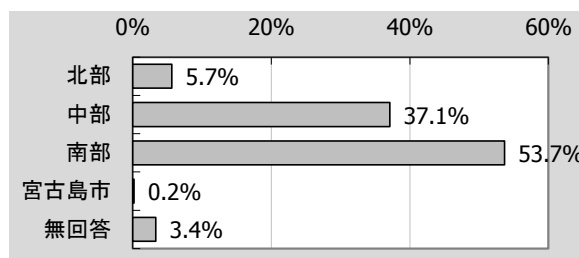
[住まいの地域]

	件数	%
県内	477	44.1%
県外	603	55.8%
無回答	1	0.1%
合計	1081	100%



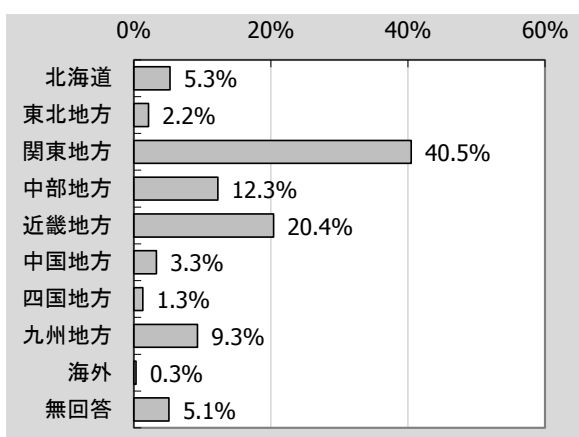
〈県内回答者の内訳〉

	件数	%
北部	27	5.7%
うるま市	31	6.5%
沖縄市	36	7.5%
宜野湾市	28	5.9%
浦添市	30	6.3%
その他中部	52	10.9%
那覇市	177	37.1%
糸満市	17	3.6%
豊見城市	27	5.7%
その他南部	35	7.3%
宮古島市	1	0.2%
無回答	16	3.4%
合計	477	100%



〈県外回答者の内訳〉

	件数	%
北海道	32	5.3%
東北地方	13	2.2%
埼玉県	23	3.8%
千葉県	35	5.8%
東京都	110	18.2%
神奈川県	50	8.3%
その他関東	26	4.3%
愛知県	27	4.5%
その他中部地方	47	7.8%
京都府	26	4.3%
大阪府	41	6.8%
兵庫県	29	4.8%
その他近畿地方	27	4.5%
中国地方	20	3.3%
四国地方	8	1.3%
福岡県	28	4.6%
その他九州地方	28	4.6%
海外	2	0.3%
無解答	31	5.1%
合計	603	100%



〈交通手段〉

『交通手段は、県内客自家用車 73.8%、県外客レンタカー54.2%』

交通手段は、県内客は自家用車 73.8%、県外客はレンタカーが 54.2%、バスが 11.4%となっている。

Q: 空港、宿泊施設等から、ここまでの交通手段

	全体		県内		県外	
	件数	%	件数	%	件数	%
自家用車	388	35.9%	352	73.8%	36	6.0%
路線バス	41	3.8%	27	5.7%	14	2.3%
観光バス	79	7.3%	9	1.9%	69	11.4%
タクシー	57	5.3%	5	1.0%	52	8.6%
レンタカー	333	30.8%	6	1.3%	327	54.2%
自転車	14	1.3%	11	2.3%	3	0.5%
徒歩	74	6.8%	28	5.9%	46	7.6%
その他	70	6.5%	18	3.8%	52	8.6%
無回答	25	2.3%	21	4.4%	4	0.7%
合計	1081	100%	477	100%	603	100%

b. 旅行に関する情報源

〈旅行計画の情報源〉

『県内客は口コミ、県外客はインターネット、旅行会社の他口コミを主な情報源としている。』

旅行計画中の情報源としては、「知人・友人」が 20%で最も多く、次いで「インターネット」が 16%、「旅行会社」が 14%で、県外客に関しては「インターネット」「旅行会社」が 25%、次いで「知人・友人」が 18%、「雑誌・ガイドブック」が 18%となっている。

県内客は知人・友人が 22.6%で最も多く、県外客はインターネット、旅行会社が 20%を越えており、次いで知人友人と、口コミによる情報も多い。

Q: 今回の旅行を計画されるに当たり参考にされた情報源は何でしょうか？

	全体		県内		県外	
	件数	%	件数	%	件数	%
知人・友人	216	20.0%	108	22.6%	108	17.9%
旅行会社	155	14.3%	5	1.0%	150	24.9%
ポスター・パンフレット	40	3.7%	9	1.9%	31	5.1%
テレビ、ラジオ	26	2.4%	18	3.8%	8	1.3%
新聞	39	3.6%	19	4.0%	20	3.3%
雑誌・ガイドブック	132	12.2%	26	5.5%	106	17.6%
インターネット	175	16.2%	22	4.6%	153	25.4%
その他	126	11.7%	27	5.7%	99	16.4%
無回答	283	26.2%	269	56.4%	13	2.2%
合計	1081	100%	477	100%	603	100%

d. 旅行中の情報源

『県外客は旅行中インターネット、知人・友人などの口コミ情報を情報源としている』

旅行中の情報源としては、「知人・友人」が 24%で最も多く、次いで「インターネット」が 22%、「旅行専門誌」が 13%で、県外客に関しては「インターネット」が 32%で最も多く、次いで「知人・友人」が 25%、「旅行専門誌」が 23%の順で、「クーポン付きフリーペーパー」も 13%を占めている。

県内客は計画中と同じく同じく知人・友人が最も多い。県外客は計画中に比べインターネット、知人・友人の比率は高くなる。次いで旅行専門誌やクーポン付フリーペーパーなど紙媒体の順となる。

Q: 今回の旅行中において必要とする情報は、何で入手されましたか？

	全体		県内		県外	
	件数	%	件数	%	件数	%
知人・友人	261	24.1%	113	23.7%	148	24.5%
地元住民等	41	3.8%	14	2.9%	27	4.5%
クーポン付フリーペーパー	85	7.9%	9	1.9%	76	12.6%
機内誌	15	1.4%	0	0.0%	15	2.5%
地元のテレビ、ラジオ	37	3.4%	29	6.1%	8	1.3%
旅行専門誌	145	13.4%	4	0.8%	141	23.4%
自治体発行パンフ等	15	1.4%	6	1.3%	9	1.5%
インターネット	232	21.5%	39	8.2%	193	32.0%
その他	41	3.8%	6	1.3%	35	5.8%
無回答	296	27.4%	273	57.2%	22	3.6%
合計	1081	100%	477	100%	603	100%

③「やんばる」について

a. 「やんばる」という地名の認知度

『県外客で「やんばる」を場所も含め知っているのは 16.6%、全く知らないのは 10%』

「場所も含め知っている」が 39%、「少しは知っている」が 27%、「聞いたことはある」が 26%となっており、県外客は「聞いたことはある」が 43%で最も多く、「少しは知っている」が 30%、「場所も含め知っている」が 17%の順で、「全く知らない」が 10%を占めている。

Q: 「やんばる」という地名をご存知ですか？

	全体		県内		県外	
	件数	%	件数	%	件数	%
場所も含め知っている	423	39.1%	323	67.7%	100	16.6%
少しは知っている	289	26.7%	109	22.9%	180	29.9%
聞いたことはある	283	26.2%	22	4.6%	261	43.3%
全く知らない	63	5.8%	2	0.4%	60	10.0%
無回答	23	2.1%	21	4.4%	2	0.3%
合計	1,081	100%	477	100%	603	100%

b. 「やんばる」から連想されるもの

『県民や訪問回数が多い県外客ほど、やんばるは「森林・山」のイメージが強くなる』

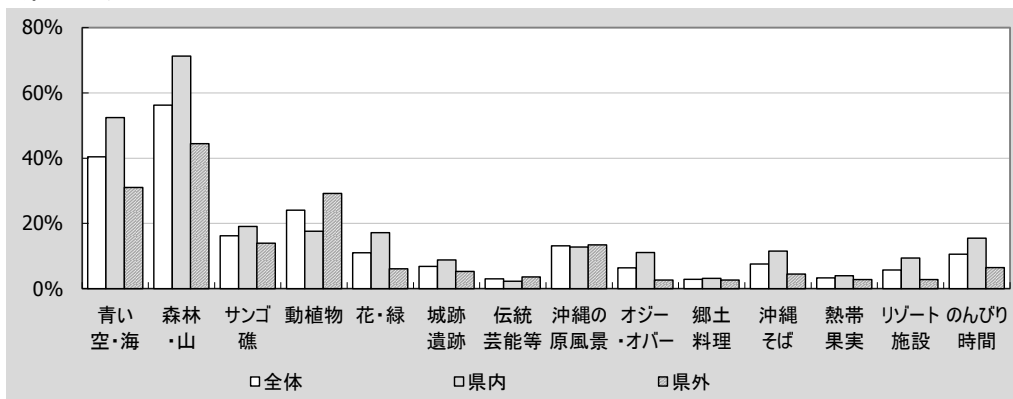
やんばるのイメージについては、「森林・山」が 56%で最も多く、次いで「青い空・青い海」が 40%、「動植物」24%と豊かな自然を背景としたイメージが強い状況が伺える。

県内外で比較すると、県外の方が高くなっているのは、「動植物」、「沖縄の原風景」のみである。

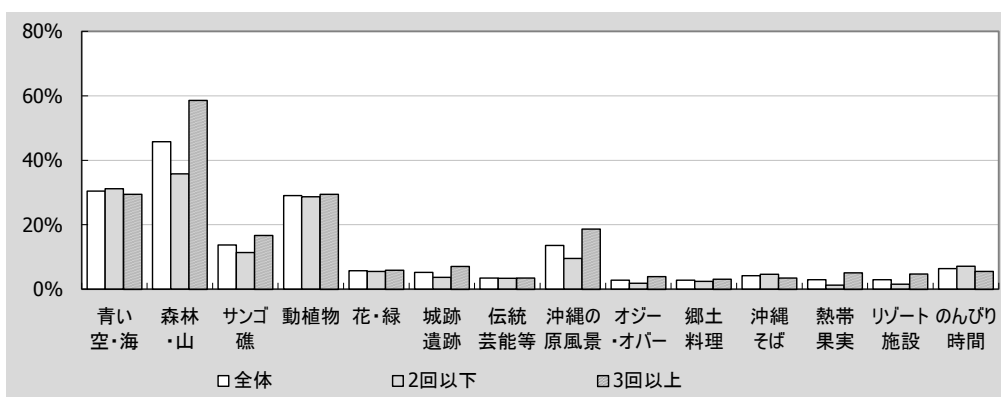
また、県外客を訪問回数別で比較してみると、3 回以上の訪問で「森林・山」、「沖縄の原風景」のイメージが強くなっている。

Q:「やんばる」と聞いて、連想するものは何ですか？最も近いものをお答えください(3 つまで選択)

〈県内外別クロス〉



〈県外 × 訪問回数クロス〉



	全体		県内		県外	
	件数	%	件数	%	件数	%
青い空・青い海	437	40.4%	250	52.4%	187	31.0%
森林・山	608	56.2%	340	71.3%	268	44.4%
海岸線・サンゴ礁	175	16.2%	91	19.1%	84	13.9%
動植物	260	24.1%	84	17.6%	176	29.2%
花や緑	119	11.0%	82	17.2%	37	6.1%
城跡や遺跡	74	6.8%	42	8.8%	32	5.3%
伝統行事・伝統芸能	33	3.1%	11	2.3%	22	3.6%
沖縄の原風景	142	13.1%	61	12.8%	81	13.4%
長寿、オジー・オーバー	69	6.4%	53	11.1%	16	2.7%
郷土料理	31	2.9%	15	3.1%	16	2.7%
沖縄そば	82	7.6%	55	11.5%	27	4.5%
熱帯果実	36	3.3%	19	4.0%	17	2.8%
リゾート施設	62	5.7%	45	9.4%	17	2.8%
のんびり時間	114	10.5%	74	15.5%	39	6.5%
何もない	33	3.1%	9	1.9%	24	4.0%
その他	104	9.6%	23	4.8%	81	13.4%
無回答	11	1.0%	4	0.8%	7	1.2%
合計	1,081	100.0%	477	100.0%	603	100.0%

	県外		2回以下		3回以上	
	件数	%	件数	%	件数	%
青い空・青い海	175	30.4%	101	31.2%	74	29.5%
森林・山	263	45.7%	116	35.8%	147	58.6%
海岸線・サンゴ礁	79	13.7%	37	11.4%	42	16.7%
動植物	167	29.0%	93	28.7%	74	29.5%
花や緑	33	5.7%	18	5.6%	15	6.0%
城跡や遺跡	30	5.2%	12	3.7%	18	7.2%
伝統行事・伝統芸能	20	3.5%	11	3.4%	9	3.6%
沖縄の原風景	78	13.6%	31	9.6%	47	18.7%
長寿、オジー・オーバー	16	2.8%	6	1.9%	10	4.0%
郷土料理	16	2.8%	8	2.5%	8	3.2%
沖縄そば	24	4.2%	15	4.6%	9	3.6%
熱帯果実	17	3.0%	4	1.2%	13	5.2%
リゾート施設	17	3.0%	5	1.5%	12	4.8%
のんびり時間	37	6.4%	23	7.1%	14	5.6%
何もない	23	4.0%	21	6.5%	2	0.8%
その他	75	13.0%	38	11.7%	37	14.7%
無回答	7	1.2%	6	1.9%	1	0.4%
合計	575	100.0%	324	100.0%	251	100.0%

④やんばるの観光について

a. 行った場所、行ってみたい場所

『県外客の人気は美ら海水族館がダントツ、東海岸、離島が弱い』

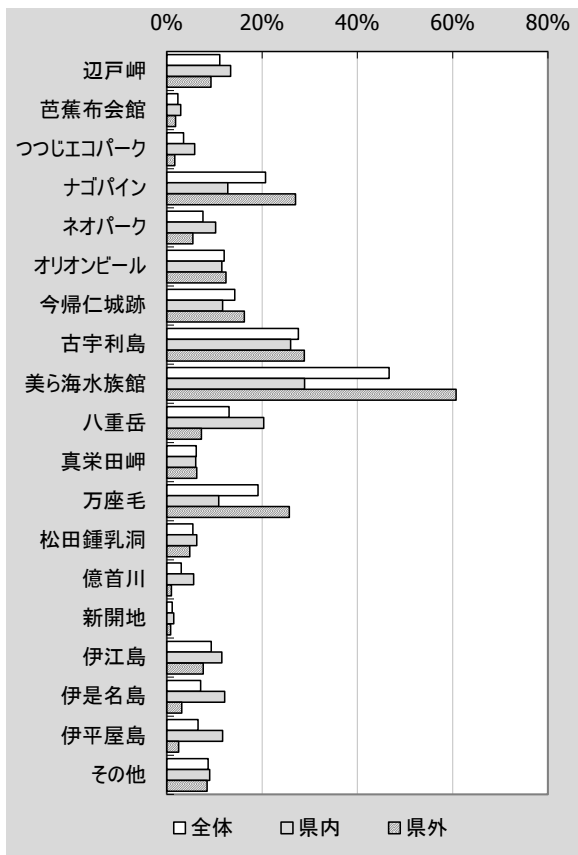
「美ら海水族館」が47%で最も多く、次いで「古宇利島」が28%、「ナゴパイン」が21%、「万座毛」が19%で、この4カ所が20%前後以上であり、それ以外は14%以下(7人1人が行く)となっている。

県外客は「美ら海水族館」が61%で最も多く、次いで「古宇利島」が29%、「ナゴパイン」が27%、「万座毛」が26%で20%を越え、県民も「美ら海水族館」が一番多いが29%と県外客の半分以下で、また「ナゴパイン」「万座毛」も県外客の半分以下となっている。県民は、「八重岳」が20%と3番目(2番目は県外客と一緒に)となっている。

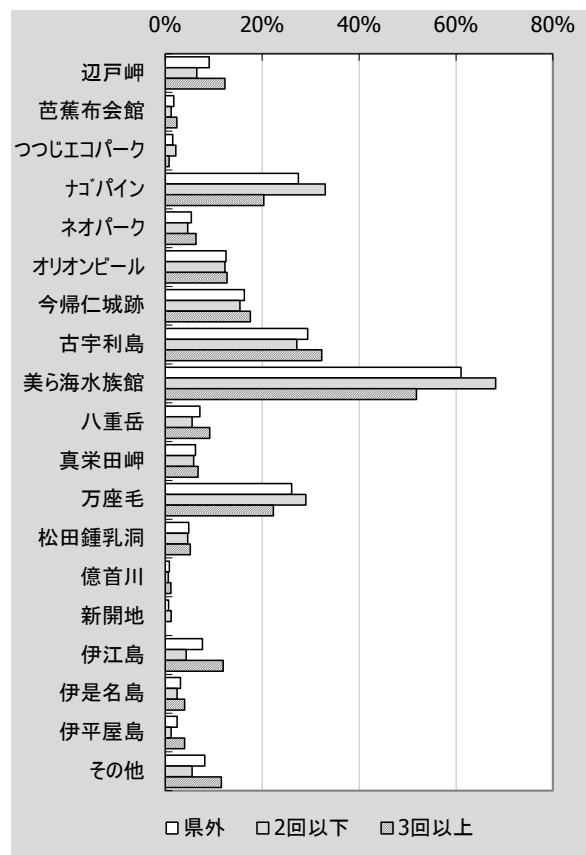
県外客に関し来沖回数別にみると、1番目の「美ら海水族館」、2番目の「古宇利島」まで順位に相違はないが、“2回以下”は「美ら海水族館」が68%で“3回以上”より16ポイント高く、「古宇利島」は27%と“3回以上”より5ポイント低い。また“3回以上”は「伊江島」「辺戸岬」が12%と“2回以下”より6ポイント以上高く、興味を持ち各所に訪れる傾向にあるものと解される。

Q: 今回のご旅行で訪れた(訪れる予定)、または行ってみたい施設・場所をお答え下さい(該当するもの全てに○)

<県内外クロス>



<県外×来訪回数別クロス>



	全体		県内		県外	
	件数	%	件数	%	件数	%
辺戸岬	120	11.1%	64	13.4%	56	9.3%
芭蕉布会館	25	2.3%	14	2.9%	11	1.8%
つつじエコパーク	38	3.5%	28	5.9%	10	1.7%
ナゴバイン	224	20.7%	61	12.8%	163	27.0%
ネオパーク	82	7.6%	49	10.3%	33	5.5%
オリオンビール	130	12.0%	55	11.5%	75	12.4%
今帰仁城跡	154	14.3%	56	11.7%	98	16.3%
古宇利島	298	27.6%	124	26.0%	174	28.9%
美ら海水族館	504	46.7%	138	28.9%	366	60.7%
八重岳	141	13.1%	97	20.3%	44	7.3%
真栄田岬	67	6.2%	29	6.1%	38	6.3%
万座毛	207	19.2%	52	10.9%	155	25.7%
松田鍾乳洞	59	5.5%	30	6.3%	29	4.8%
億首川	33	3.1%	27	5.7%	6	1.0%
新開地	12	1.1%	7	1.5%	5	0.8%
伊江島	101	9.4%	55	11.5%	46	7.6%
伊是名島	77	7.1%	58	12.2%	19	3.2%
伊平屋島	71	6.6%	56	11.7%	15	2.5%
その他	94	8.7%	43	9.0%	51	8.5%
無回答	165	15.3%	124	26.0%	40	6.6%
合計	1,080	100%	477	100%	603	100%

	県外		2回以下		3回以上	
	件数	%	件数	%	件数	%
辺戸岬	52	9.0%	21	6.5%	31	12.4%
芭蕉布会館	10	1.7%	4	1.2%	6	2.4%
つつじエコパーク	9	1.6%	7	2.2%	2	0.8%
ナゴバイン	158	27.5%	107	33.0%	51	20.3%
ネオパーク	31	5.4%	15	4.6%	16	6.4%
オリオンビール	72	12.5%	40	12.3%	32	12.7%
今帰仁城跡	94	16.3%	50	15.4%	44	17.5%
古宇利島	169	29.4%	88	27.2%	81	32.3%
美ら海水族館	351	61.0%	221	68.2%	130	51.8%
八重岳	41	7.1%	18	5.6%	23	9.2%
真栄田岬	36	6.3%	19	5.9%	17	6.8%
万座毛	150	26.1%	94	29.0%	56	22.3%
松田鍾乳洞	28	4.9%	15	4.6%	13	5.2%
億首川	5	0.9%	2	0.6%	3	1.2%
新開地	4	0.7%	4	1.2%	0	0.0%
伊江島	44	7.7%	14	4.3%	30	12.0%
伊是名島	18	3.1%	8	2.5%	10	4.0%
伊平屋島	14	2.4%	4	1.2%	10	4.0%
その他	47	8.2%	18	5.6%	29	11.6%
無回答	36	6.3%	15	4.6%	21	8.4%
合計	575	100%	324	100%	251	100%

b. やったこと、やってみたいこと

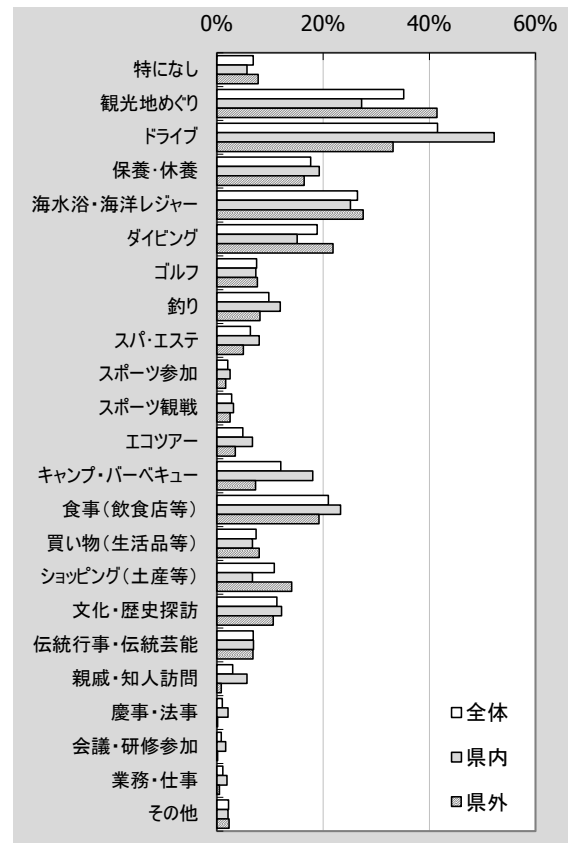
『ドライブ、観光地めぐりのニーズが高い。特徴的なのは県民はキャンプ・バーベキューのニーズが高く、県外客はダイビング、ショッピング(土産等)のニーズが高い』

全体では「ドライブ」が 42%、次いで「観光地めぐり」35%、「海水浴・海洋レジャー」27%、「食事」21%で、20%を超えている。

県外客は「観光地めぐり」が 42%で最も多く、次いで「ドライブ」が 33%、「海水浴・海洋レジャー」が 28%、「ダイビング」が 22%と続く。県民は「ドライブ」が 52%、次いで「観光地めぐり」が 27%、「海水浴・海洋レジャー」が 25%、「食事」が 23%である。

Q: 北部地域でやったことは、又はやってみたいことは何ですか(該当するもの全てに○)

	全体		県内		県外	
	件数	%	件数	%	件数	%
特になし	74	6.8%	27	5.7%	47	7.8%
観光地めぐり	380	35.2%	130	27.3%	250	41.5%
ドライブ	449	41.5%	249	52.2%	200	33.2%
保養・休養	191	17.7%	92	19.3%	99	16.4%
海水浴・海洋レジャー	286	26.5%	120	25.2%	166	27.5%
ダイビング	204	18.9%	72	15.1%	132	21.9%
ゴルフ	81	7.5%	35	7.3%	46	7.6%
釣り	106	9.8%	57	11.9%	49	8.1%
スパ・エステ	68	6.3%	38	8.0%	30	5.0%
スポーツ参加	22	2.0%	12	2.5%	10	1.7%
スポーツ観戦	30	2.8%	15	3.1%	15	2.5%
エコツアー	53	4.9%	32	6.7%	21	3.5%
キャンプ・バーベキュー	130	12.0%	86	18.0%	44	7.3%
食事(飲食店等)	227	21.0%	111	23.3%	116	19.2%
買い物(生活用品等)	80	7.4%	32	6.7%	48	8.0%
ショッピング(土産等)	117	10.8%	32	6.7%	85	14.1%
文化・歴史探訪	122	11.3%	58	12.2%	64	10.6%
伝統行事・伝統芸能	74	6.8%	33	6.9%	41	6.8%
親戚・知人訪問	32	3.0%	27	5.7%	5	0.8%
慶事・法事	11	1.0%	10	2.1%	1	0.2%
会議・研修参加	9	0.8%	8	1.7%	1	0.2%
業務・仕事	12	1.1%	9	1.9%	3	0.5%
その他	24	2.2%	10	2.1%	14	2.3%
無回答	28	2.6%	18	3.8%	9	1.5%
合計	1,081	100.0%	477	100.0%	603	100.0%



3 成果と課題

(1)事業の成果

①県民アンケート

- 「やんばる」を示す地理的なイメージは、「名護市以北」が48%、「国頭村、大宜味村、東村の3村」を加えると約6割となる。「金武・恩納以北」との回答が約40%だった。この結果から、北部住民を含む県民は、「やんばる」とは名護市以北と考えていることがわかる。
- やんばるのイメージとしては、「森林・山」との回答が約83%、「青い空・青い海」が約49%、「長寿、オジー・オーバー」が約21%であった。県民はやんばるに対し、自然環境が豊かな場所とイメージしており、海よりは緑が豊かな地域としてのイメージが強いことがうかがえる。また、
- やんばるでやってみたい活動については、「キャンプ・バーベキュー」と「エコツアー」が挙げられた。自然を活かすこと、自然を大切にすること等の意見も多いことから、自然との触れ合いの場としてのニーズが高いことがわかる。

(県民アンケートから読み取れる傾向)

『やんばるは名護から北の地域で、森林・山のイメージが強い』

『キャンプ・バーベキューのほか、ダイビング、エコツアーなど地元住民も今後やってみたい!』

『若者は海のレジャー、子育て世代はエコツアーやキャンプ・バーベキュー、壮年以上はドライブ、観光地巡りで高い』

『中南部客はエコツアーやキャンプ・バーベキュー、県外客は海のレジャーのニーズが高い』

『自然環境を守り今のままの魅力を活かし、もっとPRが必要!』

②観光客アンケート

- やんばるの認知度について、「場所も含めて知っている」との回答は約17%しかなく、低い認知度となっていることがわかった。
- やんばるを訪れる観光客は、滞在日数が「0日」という回答が多くおり、滞在を誘導することが重要な課題となっている。
- 観光客の約6割がやんばるを訪れており、それには美ら海水族館の存在が大きく貢献しているが、その後は北部地域で宿泊せずに他地域の宿泊施設へ戻っている状況である。
- やんばるを訪れない観光客は約3割おり、その理由として「遠い」「知らない」ということが挙げられることから、北部地域までの距離や時間など、具体的な情報提供を図ること等の取り組みが課題である。
- やんばるの主なイメージとしては、「森林・山」「青い空・青い海」「動植物」となっており、観光客は県民よりも緑をイメージしている傾向があり、やんばるを貴重な動植物の宝庫だとイメージしていることがわかる。

(観光客アンケートから読み取れる傾向)

『県外客は3大都市圏のほか、九州、北海道からの客が多い』

『交通手段は、県内客自家用車 73.8%、県外客レンタカー54.2%』

『県内客は口コミ、県外客はインターネット、旅行会社の他口コミを主な情報源としている。』

『県外客は旅行中はインターネット、知人・友人などの口コミ情報を情報源としている』

『県外客で「やんばる」を場所も含め知っているのは 16.6%、全く知らないのは 10%』

『県民や訪問回数が多い県外客ほど、やんばるは「森林・山」のイメージが強くなる』

『県外客の人気は美ら海水族館がダントツ、東海岸、離島が弱い』

『ドライブ、観光地めぐりのニーズが高い。特徴的なのは県民はキャンプ・バーベキューのニーズが高く、県外客はダイビング、ショッピング（土産等）のニーズが高い』

(2)今後の課題

美ら海水族館が県外客を北部に誘引している傾向は顕著にみられるが、訪問回数が多い客ほどその他の地域の多様な奥深い魅力へとニーズが高まる傾向にある。

北部のイメージは「海」より「森林・山」のイメージが強く、リピート回数が増えるにつれその傾向が強まるとともに、イメージが多様化してくる。

「やんばる」は知名度もまだ低く、自然環境のみならず多様な魅力を持ちながらも、まだその魅力が十分に発信できていない。裏を返せば、うまく魅力を伝えることでもっと周遊・滞在・消費を促進する可能性がある。

県外観光客は、美ら海水族館やその他施設系の観光拠点が誘引しており、その客向け、または既に沖縄のメジャーな観光地を経験済みのリピーター向けに、やんばるの多様な魅力をPRしていく必要がある。

やんばるでの観光客の行動パターンを把握し、周遊・滞在・消費を促進するための効果的な情報提供や、PR戦略に活かす必要がある。

また、今回は国内客のアンケートにとどまったが、今後はインバウンドに関する動向を把握していく必要がある。

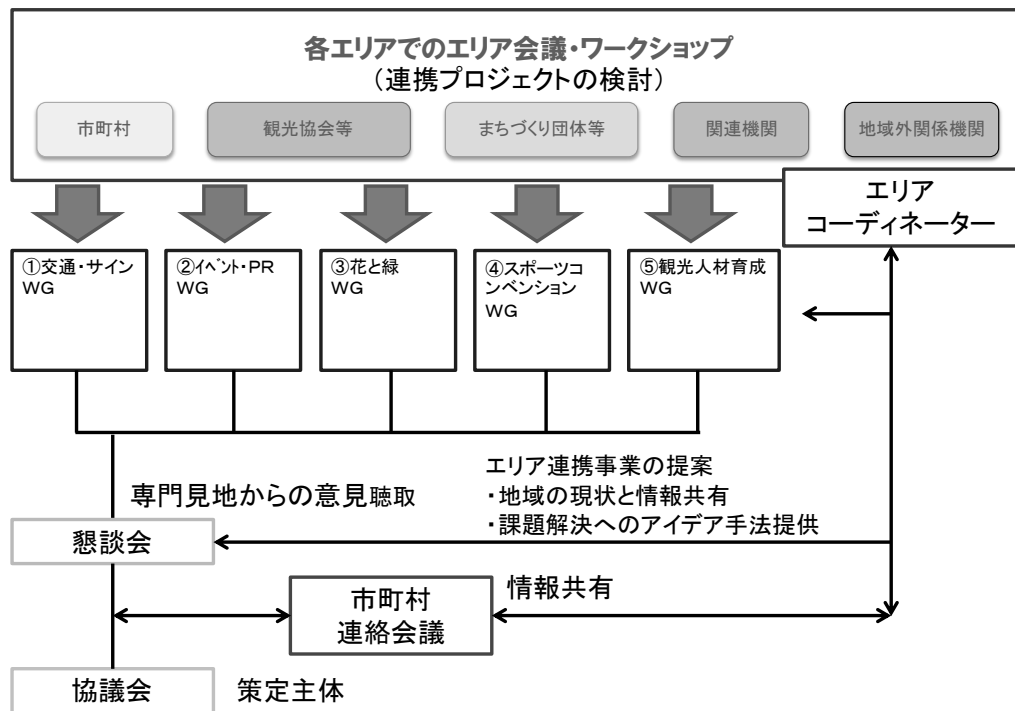
第5章 とりまとめ

1. 取組課題と今後の展開

(1)WG・懇談会・連絡会・協議会の整理

平成 24 年度に設置した、やんばる観光連携推進事業ワーキンググループ(以下「WG」という)、やんばる観光連携推進事業懇談会(以下「懇談会」という)、やんばる観光連携推進事業協議会(以下「協議会」という)に加えて、平成 25 年度は各エリアでのワークショップと、市町村連絡会議を設けて、下記のような体制で実施した。

図 平成 25 年度 やんばる観光連携事業推進体制



①ワーキンググループ会議の意見集約

平成 24 年度より5つのワーキンググループを設けてやんばるの観光連携推進についてテーマ別の検討を行ってきた結果を次のように集約し、今後の取組課題としていく。

《交通サインWG意見の集約》

- 周遊・消費促進を促すモデルルート紹介
- ・観光客のニーズに合わせたテーマや時間帯別の推奨ルートと消費を促進するため飲食店や土産品の情報を組み合わせて提供する。
- レンタカー・バス・タクシーの情報集約
- ・観光客目線でレンタカーのみならずバス、タクシーなどの交通情報を集約する。
- 多言語情報の提供
- ・外国人観光客の受け入れに対し、多言語情報は今後欠かせないものとなる。交通情報は基本的なものであり、多言語化を図っていく。

※元気プロジェクト「統合型やんばる観光推進事業」との連携とすみ分け

《イベント・観光PRWG意見の集約》

- 地域の資源を活かした受地主導の体制づくり
- ・ 近年は地域の奥深い魅力を活かした地域密着型の観光形態が求められるようになってきており、やんばる地域の連携により着地型の観光地づくりを進める。
- 地元メディアや郷友会等のネットワーク活用
- ・ 地域の新聞やラジオなど身近なメディアをうまく活用したPRを行っていく。また、本土市場側に在する県人会や郷友会など関係機関の協力体制を築いていく。
- 情報管理、ルールづくり
- ・ やんばるの自然環境や歴史文化資源など、地域が守り育ててきた資源を持続的に観光に活かしていく場合には情報管理や地域に入る際のルールづくりが必要である。
- 市場動向調査の継続
- ・ 観光ニーズは常に変化する。市場動向は常に把握し戦略を立てていく必要がある。

《花と緑WG意見の集約》

- 開花状況、イベント情報などの集約・発信
- ・ 花の持つ集客性を活かし、やんばるに咲く花の開花情報、イベント情報などを集約し、発信していく。
- 花の名所、名木などツアーに活かす
- ・ 市町村の花、名木などを地域の資源として、これらに纏わる様々なストーリーをつないで、モデルツアーのメニューに活かしていく。
- 花植えなどに取り組む団体の情報共有
- ・ 地域で花植えや環境美化に取り組む団体の情報交換やネットワークづくりを進める。
- 「花と緑の回廊」を意識した各拠点の整備
- ・ 今後、やんばる地域で緑の拠点を作る際には、やんばる全体を花と緑の回廊づくりを意識して、それぞれのつながりを作っていく。

※元気プロジェクト「春先へひとつ飛び やんばる春めぐり」との連携とすみ分け

《スポーツ・コンベンションWG意見の集約》

- スポーツ施設情報の集約
- ・ スポーツ施設の情報は一カ所に集約されていることが望まれる。今後は県全体の動きと連動していく。
- 競技型スポーツ大会、合宿の誘致促進PR
- ・ スポーツコンベンションで経済効果を得ていくためには、合宿の誘致を進め、滞在を促進することが必要である。
- 地域の経済効果につなげる
- ・ スポーツ大会開催にあたっては、地域の産業とのつながりを作り、経済効果を得ていくことが必要である。
- 閑散期の底上げ対策(4～6月、12月中旬)

- ・ スポーツ大会の誘致にあたっては、閑散期の底上げ対策となる4～6月、12月中旬を対象としていくことが望ましい。

《観光人材育成WG意見の集約》

- インバウンド人材の確保・育成
 - ・ 外国人観光客の受け入れに対し、多言語対応は今後欠かせないものとなる。対応する人材の確保・育成が必要である。(※通訳案内士の拡充等)
- コーディネーター人材の育成
 - ・ 地域連の連携を進めるうえで連携をコーディネートする人材が必要であり、これらのスキルを持った人材の育成を図る必要がある。
- やんばる地域の深い知識を持った人材育成
 - ・ 地域密着型の着地型観光を進めるには、やんばるの自然、伝統文化など奥深い魅力を伝える人材の育成が必要である。
- 幼少期からの観光産業への意識付け
 - ・ 地域の観光産業振興を図るには、幼少期からやんばるが観光地であることの意識づけを進める必要がある。

②懇談会の意見集約

- WEBサイトの充実、情報の更新・管理
 - ・ 情報サイトの今後の運営にあたっては、情報管理を徹底して行く必要がある。
- インバウンド、本部港クルーズ対応
 - ・ 外国人観光客の受け入れに対し、多言語対応は今後欠かせないものとなる。対応する人材の確保・育成が必要である。本部港のクルーズ船入港は喫緊の課題である。
- 圏域での共通テーマ、共通化と差別化
 - ・ 今後の事業展開の中で北部全体が共通の目標で取り組むビジョン、統一感を醸成することにより、他地域との差別化を図る。
- 観光客の行動パターン把握
 - ・ 周遊、滞在、消費を促進するには、観光客の行動パターンを把握して、PRする場所、時間単位のコース設定など効果的な戦略に活かす必要がある。
- ターゲット絞り込み、地域と需要のマッチング
 - ・ 着地型観光を考える上で、地域が売り出したい資源と観光客のニーズをマッチさせていく必要がある。
- アンケート調査の継続
 - ・ 観光市場は常に変動していくものであり、市場動向は継続していく必要がある。
- ワンストップ機能と物産拠点との連携
 - ・ ワンストップ窓口は、情報や人の集まる各地の物産拠点と連携していくことで連携有効なネットワークが築ける。
- 意見の整理(優先度、中長期、公共・民間 等)
 - ・ これまでの会議であがった意見について、広域行政の取組として必要なこと、優先的に進める必要があることなど整理する必要がある。

③協議会の意見集約

- 那覇空港での情報発信検討
 - ・ 沖縄を訪れるほとんどの観光客の入口となっている那覇空港において、「やんばる」へ誘導する情報を発信する必要がある。
- 「森林・山」のイメージの活用
 - ・ アンケート調査の結果から、やんばるは「山・森林」のイメージが強いことが把握されており、今後の事業展開の中で活かしていく。
- 工事や災害時の情報、空港までの所要時間等
 - ・ 観光客は現地で距離や時間の感覚がつかみづらい。また、工事による交通の滞りや災害時の交通情報などを提供する必要がある。
- 滞在を1泊増やすことが必要
 - ・ やんばる全体の連携により周遊を促進し、滞在日を1泊延長する効果を出し、全体のかさ上げにつなげる必要がある。
- 海洋博など施設型に対し本当の自然をPR
 - ・ 西海岸の施設型観光の集客性を活かし、本物の自然が残るやんばる地域の魅力をPRし、誘導する必要がある。
- 所要時間別周遊ガイド作成
 - ・ 観光客のニーズに応じて、時間単位別での周遊コースを紹介するなど効率的に周遊させる方策が必要である。
- 機内パンフレットの検討
 - ・ パンフレットなどは、機内誌などとしてPR効果の高い場所で配布していくことを考える必要がある。

④各会議から4つの事業への集約

平成25年度は、平成24年度事業で策定した「テーマ別取り組みと施策の実施方針」をふまえて、実証事業と並行して平成26年度以降の事業実施に関する方向性を議論してきた。

各会議を通して、ワーキンググループのテーマに沿った意見や総括的な意見など様々な意見が出されたが、広域連携事業としてこれらを包括的に進めていくため、事業内容を下記の4つに集約整理した。

各会議よりいただいた様々な意見は、次年度以降、これらの事業内容の取り組み課題としていく。

表 事業内容の集約・整理

事業内容の集約化	整理の視点(下記につながる意見を集約)
1 連携の仕組みづくり	連携体制づくり、広域連携による着地型観光づくりに関すること
2 情報収集・発信	情報集約・発信の拠点づくり(WEB上の拠点、現地の拠点)に関すること
3 観光プロモーション	広域連携による観光プロモーションに関すること
4 ニーズ把握	やんばる観光に関するニーズ把握に関すること

連携テーマ	取組目標(案)	H25 実施方針 (H24 実施計画書)	H25事業の実績・検討(要約)
基本的な連携施策	<p>《目標》</p> <ul style="list-style-type: none"> 広域連携の仕組み構築 ワンストップ窓口形成 	<ul style="list-style-type: none"> 観光素材・地域の情報収集 情報拠点の設置・人材配置 マーケティング調査 やんばる観光プロモーション 	<p>(実施事業)</p> <ul style="list-style-type: none"> OWSを通じた情報共有の場づくり 1 やんばる観光プロジェクト 2 地域密着型 MICE 誘致プロジェクト 3 エコ&スポーツプロジェクト 4 食の連携プロジェクト <p>WEB サイト設置、情報拠点の設置</p> <p>観光フェア「やんばる」出展(東京・大阪)</p> <p>県内外客アンケート調査</p>
①交通・サイインに関する連携施策	<p>《目標》</p> <ul style="list-style-type: none"> 連携による新しい観光ドライブインの創出 複数交通手段を活用した観光交通体系の確立 	<ul style="list-style-type: none"> ルート設定の明確化 ルートの魅力づくり検討 利用促進方策の検討 公共交通運行計画の作成 ノード(結節点)の魅力づくり 	<p>《交通サインWG意見の集約》</p> <ul style="list-style-type: none"> 周遊・消費促進を促すモデルルート紹介 レンタカー・バス・タクシーの情報集約 多言語情報の提供 <p>※元気プロジェクト「統合型やんばる観光推進事業」などの連携とすみ分け</p>
②イベント・観光PRに関する連携施策	<p>《目標》</p> <ul style="list-style-type: none"> イベントの連携による「やんばる」ブランドイメージ形成 	<ul style="list-style-type: none"> 連携テーマの設定 実行委員会の組織化 開催に向けた取り組み 情報の集約とリアルタイム情報の発信 	<p>《イベント・観光PRWG意見の集約》</p> <ul style="list-style-type: none"> 地域の資源を活かした受地主導の体制づくり 地元メディアや親友会等のネットワーク活用 情報管理、ルールづくり 市場動向調査の継続
③花と緑に関する連携施策	<p>《目標》</p> <ul style="list-style-type: none"> 花と緑によるやんばる観光イメージアップ 花と緑の観光地の整備 	<ul style="list-style-type: none"> 花と緑のマップ・カレンダー等の製作 花と緑の整備強化拠点の選定 「花と緑のネットワーク基本構想」の検討 	<p>《花と緑WG意見の集約》</p> <ul style="list-style-type: none"> 開花状況、イベント情報などの集約・発信 〇花の名所、名木などツアーに活かす 〇花権えなどに取組む団体の情報共有 〇「花と緑の回廊」を意識した各拠点の整備 <p>※元気プロジェクト「着先へひとっ飛び やんばる春めぐり」との連携とすみ分け</p>
④スポーツ・コンベンションに関する連携施策	<p>《目標》</p> <ul style="list-style-type: none"> やんばるスポーツ・コンベンションエリアの確立 やんばるオリンピック・ビックの開催を目指す素地づくり 	<ul style="list-style-type: none"> 施設情報の集約化と共有化 情報の共有化方策 スポーツ・コンベンションエリアとしてのPR活動 	<p>《スポーツ・コンベンションWG意見の集約》</p> <ul style="list-style-type: none"> 〇スポーツ施設情報の集約 〇競技型スポーツ大会、合宿の誘致促進PR 〇地域の経済効果につなげる 〇開会期の底上げ対策(4~6月、12月中旬)
⑤観光人材育成に関する連携施策	<p>《目標》</p> <ul style="list-style-type: none"> やんばる観光連携推進のための人材配置・研修・育成 	<ul style="list-style-type: none"> 地域コーディネーターの配置とネットワーク会議の開催 体験型観光人材の育成連携方針の検討 大学と連携した観光人材育成カリキュラム検討 	<p>《観光人材育成WG意見の集約》</p> <ul style="list-style-type: none"> 〇インバウンド人材の確保・育成 〇コーディネーター人材の育成 〇やんばる地域の深い知識を持った人材育成 〇幼少期からの観光産業への意識付け <p>※通訳案内士の活用検討</p>

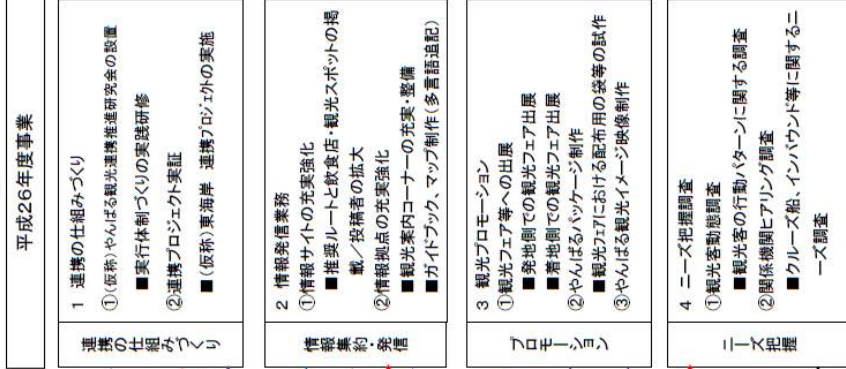
《観光意見集約》

- WEB サイトの充実、情報の更新・管理
- 〇インバウンド、本部各クルーズ対応
- 〇圏域での共通テーマ、共通化と差別化
- 〇観光客の行動パターン把握
- 〇ターゲット絞り込み、地域と需要のマッチング
- 〇アンケート調査の継続
- 〇ワンストップ機能と物産拠点との連携
- 〇意見の整理(優先度、中長期、公共・民間等)

《観光意見集約》

- 〇那覇空港への情報発信検討
- 〇「森林・山」のイメージの活用
- 〇工事や災害時の情報、空港までの所要時間等
- 〇滞在1泊増やすことが必要
- 〇海洋博など施設型に対し本場の自然をPR
- 〇所要時間別周遊ガイド作成
- 〇機内パンフレットの検討

4つの事業内容に集約し、それぞれの取組課題としていく



(2)今後の推進方策

①実証事業の年次計画

平成 24 年度より取組んできた本事業は、平成 25 年度には、一部実証事業を進めながら、並行してWG、懇談会、協議会、市町村担当者連絡会議、エリアワークショップで議論を続けてきた。

これをふまえ、平成 26 年度からは、先にあげた 4 つの事業内容に集約し、実践的な事業を中心に進めていく。

なお、取組にあたっては、ワーキンググループ、懇談会、協議会、ワークショップなどであげられた意見を取組課題とし、内容を充実させていく。

図 今後の事業展開

平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27～28年度
WG、懇談会、協議会	WG、懇談会、協議会、連絡会、ワークショップ	協議会(副長会)	協議会
<p>○課題の抽出</p> <ul style="list-style-type: none"> ・連携の場 ・情報共有 ・情報発信 ・ニーズ把握 <p>○目標</p> <p>連携により・・・</p> <ul style="list-style-type: none"> ・滞在促進 ・消費拡大 <p>○将来像</p> <p>やんばるの観光の多様性と個性がもつ奥深い魅力が広がる観光地へ</p>	<p>1 連携の仕組みづくり</p> <ul style="list-style-type: none"> ・コーディネーター配置 ・ワークショップの開催 ・連携プロジェクトの検討 	<p>1 連携の仕組みづくり</p> <ul style="list-style-type: none"> ●(仮称)やんばる観光連携推進研究会の設置 ・実行体制づくりの実践研修 ●連携プロジェクト実証 ・(仮称)東海岸連携プロジェクトの実施(モニターツアー) 	<p>1 連携体制検討</p> <ul style="list-style-type: none"> ・(案)研究会継続 ・(案)事務局機能の検討 ・(案)連携継続 ・(案)商品化検討
	<p>2 情報発信</p> <ul style="list-style-type: none"> ・情報サイト制作 ・情報拠点の設置 	<p>2 情報発信</p> <ul style="list-style-type: none"> ●情報サイトの充実強化 ・推奨ルートと飲食店・観光スポットの掲載/投稿者の拡大 ●情報拠点の充実強化 ・観光案内コーナーの充実・整備 ・ガイドブック、マップ制作(多言語追記) 	<p>2 情報発信</p> <ul style="list-style-type: none"> ・(案)情報充実 ・(案)情報拠点の継続・充実
	<p>3 観光プロモーション</p> <ul style="list-style-type: none"> ・観光フェア出展 「やんばる」全体の売込 	<p>3 観光プロモーション</p> <ul style="list-style-type: none"> ●観光フェア等への出展 ・発地側での観光フェア出展 ・着地側での観光フェア出展 ●やんばるパッケージ制作 ・観光フェアにおける配布用の袋等の試作 ●プロモーション用やんばる観光イメージ映像制作 	<p>3 観光プロモーション</p> <ul style="list-style-type: none"> ・(案)広域連携によるPR ・(案)観光土産品販売
	<p>4 ニーズ把握</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「やんばる」のイメージやニーズ把握 	<p>4 ニーズ把握</p> <ul style="list-style-type: none"> ●観光客動態調査 ・観光客の行動パターンに関する調査 ●関係機関にアリイング調査 ・クルーズ船、インバウンド等に関するニーズ調査 	<p>4 ニーズ把握</p> <ul style="list-style-type: none"> ・(案)アンケート調査の継続

(2)事業展開の方向性

①連携の仕組みづくりの展開方向

連携の仕組みづくりとして、平成 25 年度はエリアコーディネーターを配置して、連携を考える場を設置し、連携プロジェクトの検討をとおして人々のつながりを作ってきた。

平成 26 年度は具体的な実践に移行していく必要があり、(仮称)やんばる観光連携推進研究会(以下「研究会」という)を設置して、自主的な連携体制を促すコーディネートのノウハウに関する研修や、モデル的に連携プロジェクトの実行体制を作りモニターツアーの受入れを実践する。

平成 27 年度以降は、実践からの成果や課題をふまえ、ブラッシュアップしながら、やんばる全体の連携を持続していくための体制や事務局機能を検討していく。連携プロジェクトの商品化を目指す。

なお、情報収集発信のしくみづくりの成果と課題は、今後「②情報発信」の事業展開に活かしていく。

表 H25 の成果と今後の課題

H25の成果	今後の課題
<p>(エリアコーディネーターの配置、ワークショップの開催)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・やんばる地域の観光関係者が集まり、顔合わせ、情報交換、課題の共有ができる場が作られた。 ・連携プロジェクトの検討をとおして、観光素材やアイデアが共有された。 <p>〈連携プロジェクトの4つのテーマ〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ○やんばる散策プロジェクト ○地域密着型 MICE 誘致プロジェクト ○エコ&スポーツプロジェクト ○食の連携プロジェクト <ul style="list-style-type: none"> ・各地域で連携のキーマンとなりそうな人材が見えてきた。 	<ul style="list-style-type: none"> ・実行体制を作り、具体的な連携プロジェクトの実践が必要である。 ・連携プロジェクトにより成功事例のモデルを作り、自主的な連携の動きを促していく必要がある。
<p>(情報収集・発信の仕組みづくり)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地域から現地の旬な情報、地域に密着した情報を収集し、発信される仕組みができた。 ・参加型のキャンペーンで、参加者相互、地域と観光客双方向のコミュニケーションの仕組みが実証された。 	<ul style="list-style-type: none"> ・投稿者を地域の団体などに拡大して情報の充実を図る必要がある。 ・イベントとの連携で相乗効果を上げる方策も考えられる。 <p>⇒今後の情報発信の事業展開に活かしていく。</p>

②情報発信の展開方向

情報発信については、平成 25 年度は情報サイトの制作、情報拠点の設置をとおして、やんばる全体の情報を集約し、発信する仕組みを作ってきた。

平成 26 年度はこれまでに構築した仕組みを本格的に運用しながら、観光客の周遊・滞在・消費効果が得られるよう、情報発信のツールや情報案内を充実強化する。具体的には時間帯別の推奨ルートの紹介や、これに沿った飲食店、土産品店の情報を充実させる。また、インバウンド対応に向けて多言語化情報の充実を図る。これらのツールを活用して、情報拠点でガイドが丁寧に紹介・案内していく。

平成 27 年度以降は、実践から成果や課題をふまえ、ブラッシュアップしながら、やんばる全体の情報集約と発信を持続していくための運営方策や事務局機能を検討していく。

表 H25 の成果と今後の課題

H25の成果	今後の課題
(情報サイトの制作) <ul style="list-style-type: none"> ・イベントや地域の旬な情報が常にアップされる動きのあるサイトが作られた。 ・地域と観光客双方向のコミュニケーションの仕組みが実証された。 ・新たなイベント、地域のイベントなどが広報できる場が作られた。 ・閲覧者がその場(サイト内)で予約できる仕組みが作られた。 	<ul style="list-style-type: none"> ・本格運用に向けて広報などでアクセス数を増やす必要がある。 ・投稿に対する閲覧を増やすよう、地元関係機関とのリンクやメディアを活用した広報の協力体制を築く必要がある。 ・広報ターゲットを絞り込んだ効果的な広報が必要である。 ・観光客のニーズに応じ、推奨コースや飲食、土産などの情報を組み合わせて周遊・滞在・消費を促す情報の掲載が必要である。
(情報拠点の設置) <ul style="list-style-type: none"> ・やんばるの観光情報が集約された場を設けることで、効率的に発信できる仕組みが作られた。 ・対面式とすることで着地側で観光客の多様なニーズに丁寧に応えられる仕組みが作られた。 	<ul style="list-style-type: none"> ・周辺の観光施設やメディアを活用した広報による観光客への周知、各地の観光地との連携により認知度を高め、利用を促進する必要がある。 ・観光客のニーズに応じ、推奨コースや飲食、土産などの情報を組み合わせて周遊・滞在・消費を促す情報提供が必要である。 ・那覇近辺では、レンタカー利用者に偏らないよう、設置場所を検討する必要がある。

③観光プロモーションの展開方向

観光プロモーションについては、平成 25 年度は「やんばる」の認知度向上や、観光フェアに出向いて 12 市町村が一体となったプロモーションを実践してきた。

平成 26 年度は、継続してやんばるを一体としたプロモーションを続けながら、連携プロジェクトの商品化等を見据えた具体的なPRを図っていくほか、やんばるの統一感を醸成するパッケージのデザイン制作、やんばるのイメージを視覚的に伝えるイメージ映像制作等をすすめていく。

平成 27 年度以降は、実践から成果や課題をふまえ、ブラッシュアップしながら、やんばる全体のプロモーションを持続していくための運営方策や事務局機能を検討していく。

表 H25 の成果と今後の課題

H25の成果	今後の課題
・これまで各地域が単体で別々に出展していたが、やんばるを一つとして集約し、発信できる仕組みが作られた。	・連携プロジェクトなどの商品化等を見据えて、具体的な商品のセールスを行う方向で出展を検討する。 ・パンフレットやお土産などを配布する際の袋など、やんばるの統一感のあるデザインなどパッケージデザインの施策など、やんばるを売り込む効果的な方策を考える必要がある。

④ニーズ把握の展開方向

ニーズ把握については、平成 25 年度は県民や観光客が持つ「やんばる」のイメージやニーズ等を把握するためのアンケート調査を行ってきた。

平成 26 年度は、観光客がやんばるで実施にどのように行動しているのかを把握し、調査結果を基に、今後の情報提供やプロモーションを効果的に行うための資料として活かし、周遊・滞在・消費を促していく。また、ワーキングや懇談会、協議会で指摘のあったインバウンド観光について、やんばるでのニーズを把握するため関係機関へのヒアリング等を行う。

平成 27 年度以降は、ニーズ調査の成果や課題をふまえ、必要なニーズ調査を継続しながら市場動向を継続するための方策を検討していく。

表 H25 の成果と今後の課題

H25の成果	今後の課題
・「やんばる」のイメージやニーズに関して、県民と観光客、ビギナーとリピーターの傾向を把握できた。 ・観光客にとっては、やんばる認知度はまだまだ低いですが、情報発信することで周遊・滞在・消費を促すことの可能性が示唆された。	・やんばるでの観光客の行動パターンを把握し、周遊・滞在・消費を促進するための戦略に活かす必要がある。 ・沖縄に住んでいる人、来ている人を対象としたアンケートのみならず、全国的な市場を対象とする必要がある。 ・インバウンドに関する動向を把握する必要がある。

(3) 将来目標と事業展開イメージについて

① 将来目標について

事業推進にあたっては、将来目標を掲げこれに向けた施策としていくことが必要である。

平成 24 年度事業では、「やんばる観光連携の将来イメージ(案)」及び各ワーキングのテーマにおいても連携施策の取組み目標を設定している。

平成 25 年度事業では、北部全体を「つながる やんばる回廊」とした将来イメージ図とこれに向けた事業展開イメージ図を作成した。これらを今後の目標として事業を展開する。

図 「やんばる観光連携の将来イメージ(案)」(平成 24 年度)

《やんばる観光連携の将来像のイメージ(案)》

「やんばる観光の多様性と個性がもつ奥深い魅力がつながり広がる観光地へ」

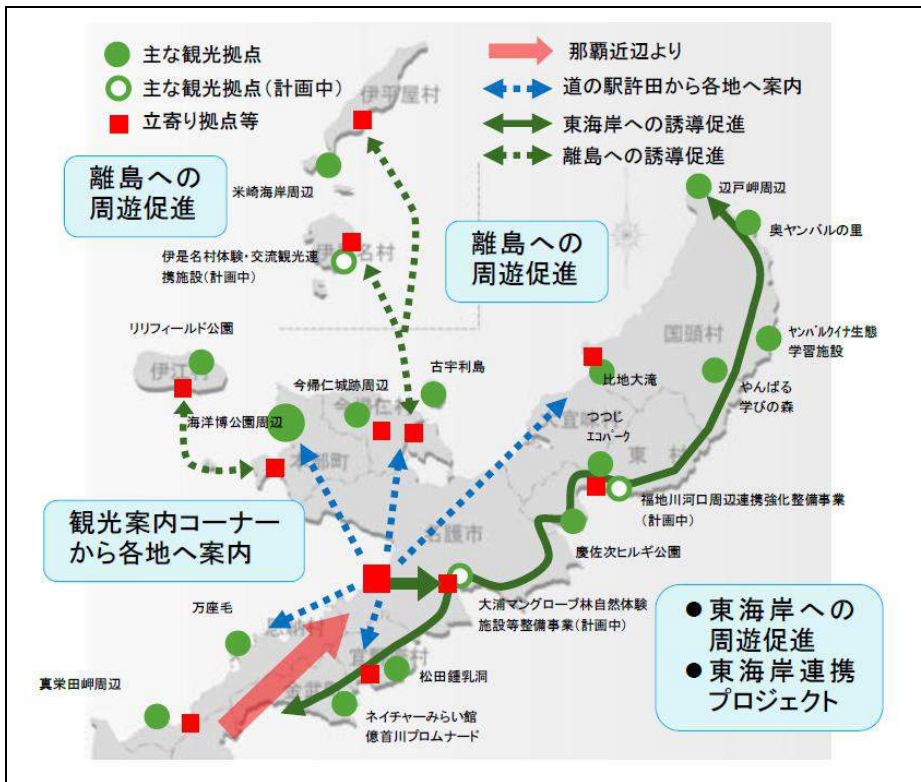
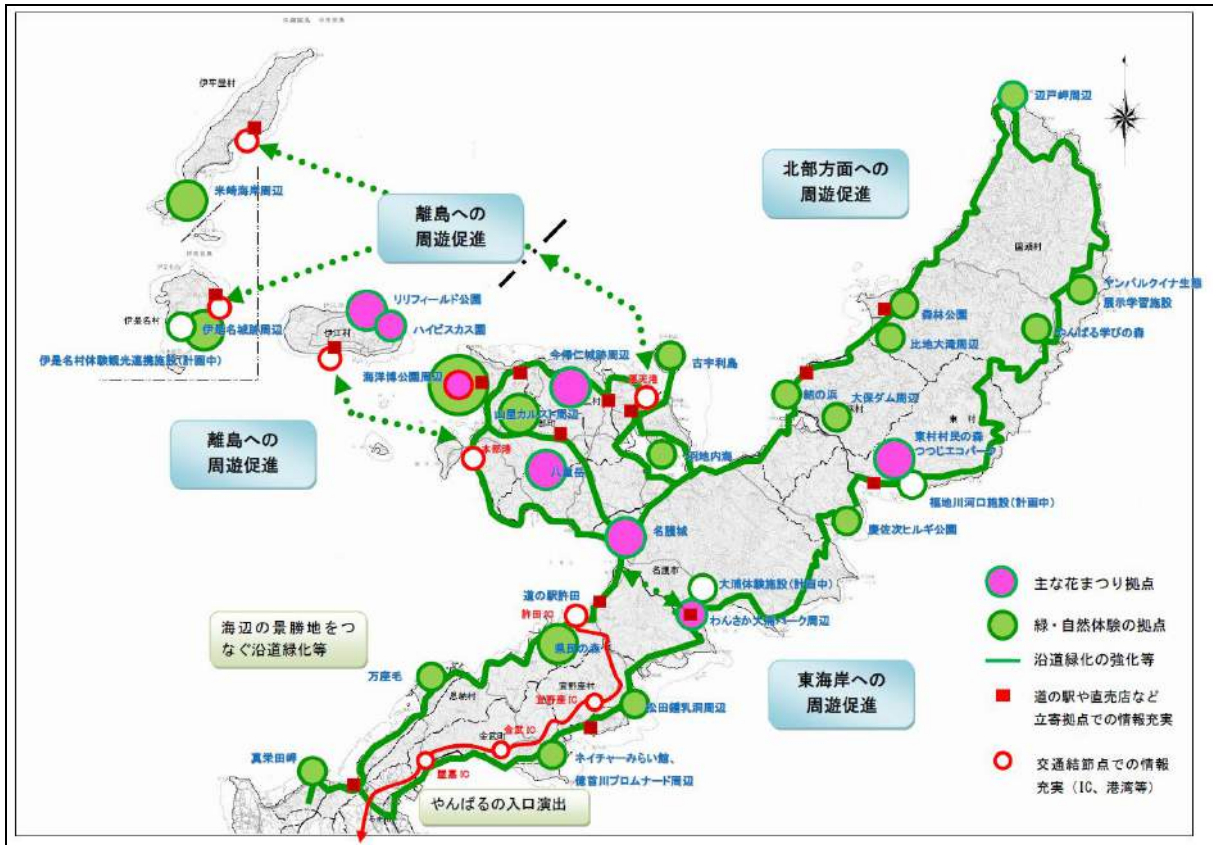
(具体的なやんばる観光連携の将来像)

- ・ワンストップの窓口があり、やんばる全体の新鮮な情報が集まっている
- ・市町村の枠を超え、相互の情報交換、受入の協力体制ができています
- ・観光地の資質が向上し、ファン層やリピーターが増加している
- ・やんばる地域での滞在が1泊長くなり、地域内での消費が増えている
- ・各観光地までわかりやすくスムーズに移動でき、周遊が促進されている
- ・リゾート環境を活かして地域全体がスポーツ・キャンプの拠点となっている
- ・多様な地域資源の魅力が「やんばる」の名のもとにPRされている
- ・地域全体が花や緑で彩られ、年中どこかで花のイベントが開催されている
- ・地域の観光施設やガイドとして地域の人材が活躍している

表 連携テーマ別取組み目標(平成 24 年度)

連携テーマ	取組目標(案)
基本的な連携施策	<ul style="list-style-type: none"> ・広域連携の仕組構築 ・ワンストップ窓口形成
①交通・サインに関する連携施策	<ul style="list-style-type: none"> ・連携による新しい観光ドライブルートの創出 ・複数交通手段を活用した観光交通体系の確立
②イベント・観光PRに関する連携施策	<ul style="list-style-type: none"> ・イベントの連携による「やんばる」ブランドイメージ形成
③花と緑に関する連携施策	<ul style="list-style-type: none"> ・花と緑によるやんばる観光イメージアップ ・花と緑の観光地の整備
④スポーツ・コンベンションに関する連携施策	<ul style="list-style-type: none"> ・やんばるスポーツコンベンションエリアの確立 ・やんばるオリンピックの開催を目指した素地づくり
⑤観光人材育成に関する連携施策	<ul style="list-style-type: none"> ・やんばる観光連携推進のための人材配置・研修・育成

図 つながる やんばる回廊 将来イメージ



(4) 推進体制について

① 北部地域の観光連携体制づくりにむけて

本事業の最終的な目標は、やんばる地域の持続可能な連携体制をつくることにある。

これまで、5つのテーマによるワーキング・グループ会議や、懇談会、協議会、連絡会議をもって進めてきた。

また、平成 25 年度にはやんばるを3つのエリアに区分し、各エリアコーディネーターを中心にワークショップを行ってきており、やんばる広域連携に向けて機運が高まりつつある。

現在のモチベーションを保ちつつ、一つ前に進むため何らかの連携体制を形づくり、集会や話し合いを継続させていく必要がある。

例えば、「(仮称)やんばる観光連携 研究会」として、共同で地域観光の課題等について研究を進めながら徐々に核となる事務局を整えていくことが考えられる。

将来的には、北部広域の観光連携のワンストップ窓口となる組織体制をつくり、マーケティングやプロモーション、企画立案、コンシェルジュなどの役割を担っていくことが目指される。

② 観光を活かしたまちづくりを推進する体制づくり

観光旅行は、1989 年代ごろまで旅行すること自体が目的だったが、観光旅行の定着や情報化社会の進展により、個人のニーズが多様化し、団体旅行から個人旅行へシフトし、各個人の志向にあった旅行の提供が求められるようになってきている。

旅行ニーズの変化に伴い、観光地に求められるものも変わってきている。

観光庁が平成 20 年度に行った持続的な観光まちづくり事業体の創出支援調査事業報告書は、「観光を活かしたまちづくりを推進する体制づくり」として、次のように報告している。

【観光を活かしたまちづくりを推進する体制づくり(平成 21 年 3 月 観光庁)より】

1. 観光旅行の変化と現状とは？

- ・1980年代半ばまで観光旅行は、旅行者にとってまず旅行すること自体が目的であり、お仕着せ型の団体旅行で満足できていた時代であった。
- ・1980年代後半になると、観光旅行が定着し、個人のニーズが多様化したことから、旅行の形態も団体旅行から個人旅行へとシフトし、各個人の志向にあった旅行の提供が求められるようになってきている。

2. 観光を活かしたまちづくりとして求められるものは？

- ・上記の旅行形態やニーズの変化に伴い、各観光地には、他の地域にはない魅力、新しさ、個人のニーズにあった豊富な観光メニューが求められている。
- ・このニーズの変化に対応するには、地域独自の歴史文化、景観等の地域資源を活かした旅行商品が求められており、これを各地域内の幅広い分野の人々が連携し、つくりあげる受入地主導型の“着地型観光”への取り組みが必要である。

3. 観光を活かしたまちづくりを支える体制とは？

- ・こうした地域の様々な主体が連携した観光地づくりは、「観光を活かしたまちづくり」といえ、その取り組みには地域

を横断し中核となって推進する「中核的推進機能」が求められる。

- ・その役割を継続的に維持するためには組織が必要であり、その形としては、既存の観光協会だけでなく、株式会社形態、NPO形態、合同会社形態等様々な形態が考えられる。
- ・観光を活かしたまちづくり行おうとする地域は、まちづくりに取り組む背景、まちづくりの進展状況、既存の観光関係団体の状況等を踏まえ、各地域の事情にあった組織形態を選択するべきである。
- ・なお、観光を活かしたまちづくりの中核的推進機能は、既存団体組織を撤廃統合して一組織化することが前提ではない。既存の観光協会や他の団体がそれぞれの機能を発揮しつつ、地域内で密接な連携が果たせるならば、複数の団体組織によって観光を活かしたまちづくりを推進するという体制も選択肢の一つとなる。

地域ぐるみで観光を活かしたまちづくりを推進するには、観光客ニーズの変化、マーケットの変化を着実に捉え、地域独自の資源を活用して受地主導型の旅行商品を開発する“着地型観光”のスタイルが求められ、地域住民の参加・参画も視野に入れた“地域ぐるみ”での観光を活かしたまちづくりの展開が必要として、下記のような中核推進組織の必要性をあげている。

本事業でも、北部地域の多様で独自性のある資源を活かし、やんばる地域が一体となった地域主体の観光を進め、周遊・滞在・消費を促していくことを目的に、連携推進機能を備えていくことが目指される。

◆対外的 ランドオペレーター機能

⇒潜在的来訪者に対して、観光客誘致に向けた各種取組み、また、地域来訪者に対しては地域の受入窓口として地域の案内役となるコンシェルジュ的役割が求められる。

◆対内的 地域コーディネーター機能

⇒地域の関係機関や人材との緊密な連携調整を図り、地域内の資源を束ねた着地型の旅行商品づくり、地域の特産品の開発やその販売を行う機能

図 観光を活かしたまちづくりの中核的推進機能



参考: 観光を活かしたまちづくりを推進する体制づくり(平成 21 年 3 月 観光庁)

また、当報告書では国内の様々な観光まちづくり組織の事例から、組織の目的、継続にあたっての組織形態や収益源などについて整理している。やんばるでも、連携体制を創っていく場合の目的、体制検討する必要がある。

表 先進事例と主な収益源

名称	所在地	組織形態	主な収益源													
			旅行事業			物販事業			その他				施設管理委託			
			着地型商品造成	着地型商品販売 (旅行業取得)	地域内の各種施設予約・手配	住民向け旅行手配(発営業)	特産品加工・販売	地域内生産品の販売 (農産物など)	飲食施設運営	観光ガイド運営	コンサルティング業務	観光施設・交通機関など チケット代売	地域情報発信	レンタサイクル	調査事業	公共施設運営指定管理者
株式会社南信州観光公社	長野県飯田市	株式会社	○	○	○		○		○							
株式会社ニセコリゾート観光協会	北海道ニセコ町	株式会社	○	○	○	○		○						○	○	○
株式会社とみうら	千葉県南房総市	株式会社	○		○		○	○							○	
福取温泉観光合同会社	静岡県東伊豆町	合同会社	○	○	○	○				○						
社団法人唐津観光協会	佐賀県唐津市	社団法人	○	○						○					○	○
NPO法人ハットウ・オンパク	大分県別府市	NPO法人	○		○				○			○			○	
株式会社出石まちづくり会社	兵庫県豊岡市	株式会社				○		○	○							
株式会社大洲街なか再生館	愛媛県大洲市	株式会社	○					○	○	○		○				
有限責任中間法人飯山市観光協会	長野県飯山市	有限責任事業組合	○	○	○							○				
NPO法人遊佐島海観光協会	山形県遊佐町	NPO法人	○	○								○		○		
社団法人平戸観光協会	長崎県平戸市	社団法人	○	○				○				○		○		
南会津観光株式会社	福島県田島町	株式会社	○	○	○	○		○	○	○					○	
松之山温泉合同会社まんなま	新潟県十日町市	合同会社	○	○				○								

出典：観光を活かしたまちづくりを推進する体制づくり(平成 21 年 3 月 観光庁)

2 平成26年度の業務内容(案)

(1)次年度業務の全体像

協議会 研究会 アドバイザー

1 連携の仕組みづくり

- ①(仮称)やんばる観光連携推進研究会の設置(市町村観光担当課長等、観光協会等)
 - 実行体制づくりの実践研修
- ②連携プロジェクト実証
 - (仮称)東海岸 連携プロジェクトの実施(モニターツアー)

2 情報発信業務

- ①情報サイトの充実強化
 - 推奨ルートと飲食店・観光スポットの掲載／投稿者の拡大
- ②情報拠点の充実強化
 - 観光案内コーナーの充実強化
 - ガイドブック、マップ制作(多言語追記)

3 観光プロモーション

- ①観光フェア等への出展
 - 発地側での観光フェア出展(沖縄観光&MICEコンテンツフェア／東京・大阪)
 - 着地側での観光フェア出展(やんばるの産業まつり／那覇空港ウェルカムホール)
- ②やんばるパッケージ制作
 - 観光フェアにおける配布用の袋等の試作
- ③プロモーション用やんばる観光イメージ映像制作

4 ニーズ把握調査

- ①観光客動態調査
 - 観光客の行動パターンに関する調査
- ②関係機関ヒアリング調査
 - クルーズ船、インバウンド等に関するニーズ調査

(2)業務内容

1) 連携の仕組みづくり

① (仮称)やんばる観光連携推進研究会の設置

連携プロジェクト実行体制の設置・受け入れ実施をととした実践研修

平成 24 年度、25 年度に行ってきた各会議やワークショップを通して、関係機関の横のつながりができてきており、今後はこれを連携の実行体制としてステップアップしていくことが望まれている。また実行体制は、自主的な取組として事業終了後も継続していくことが必要である。

研究会は、そのような自主的な連携の取組を促し、地域を主体とした着地型観光を進める事務局のコーディネート力を強化するための取組を行う場とする。

研究会は各市町村行政の観光担当部局、観光協会及びこれに準ずる団体(各市町村で観光の窓口となる組織など 市町村の推薦に基づく)をメンバーで構成する。

平成 26 年度は、実践研修として東海岸をモデルとした連携プロジェクトを題材に、アドバイザーを交えて着地型観光の実行体制づくり、地域の素材の商品化、地域観光とルール作りなどについて連携プロジェクトを実行するプロセスを通じた実践研修とする。

■実行体制作りの実践研修（アドバイザーを交えた企画会議 3回程度）

- ◇ 地域の自主的な連携を促し、着地型観光を推進する体制作りに関する研修
- ◇ 地域の素材を活かし、観光商品化に至るプロセスに関する研修
- ◇ 地域の観光とルール作り



②連携プロジェクト実証

「プロジェクト実行体制を立上げ、着地型の観光連携プログラムでモニターツアーを実施」

平成24年度事業において、ワークショップを開催し、地域連携でどのようなことができるか、アイデア出しから具体的なプロジェクト内容までの検討を進めてきた。

ワークショップの検討結果として、下記の4つの実証事業のテーマが挙がっている。これらのテーマをもとに、実際にツアー企画から受入れ実施(モニター)までを行い、連携の効果や課題を検証する。

(実証事業のテーマ) ※平成25年度ワークショップの結果より

- やんばる散策プロジェクト
- 地域密着型 MICE 誘致プロジェクト
- エコ&スポーツプロジェクト
- 食の連携プロジェクト

本事業は「やんばるでの周遊・滞在・消費の促進」を課題としてきた。平成24、25年度の各会議をとおして、周遊・滞在・消費の促進を考えた場合これまで観光客が比較的少なかった東海岸や離島に人の流れを作っていくことが課題とされた。

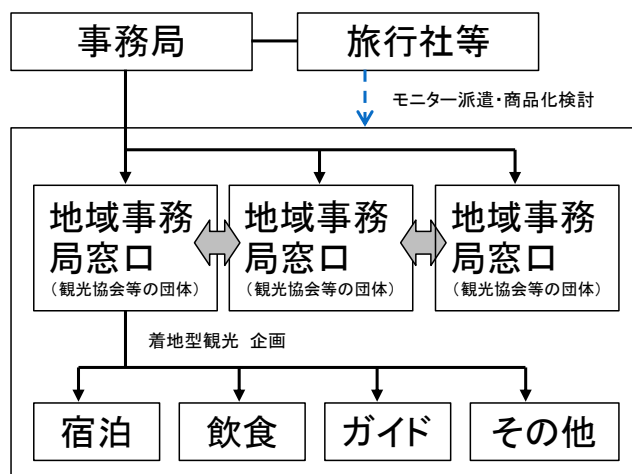
このうち、平成26年度事業における、連携プロジェクトの実証は、まず東海岸をモデルとして実施する。

※他の地域については、東海岸モデルの実施を参考として自主的に連携プロジェクト実行体制をつくり、企画することで平成27年度以降の実証事業として取りこんでいくことを予定する。

(連携プロジェクトの実施方針)

- 複数市町村の連携による地域主体の取り組みとする。
- 実行体制は、地域の団体が連携し、窓口を設けて事務局、旅行社等と調整しながらモニターツアー受入を実践する。
- ワークショップのテーマを踏襲する。(複数テーマにまたがっても可とする)
- モニターについては、地域の実行体制がターゲットを設定し旅行社、あるいは関係機関をとおして募集する。
- 持続可能な取り組みとしていく。

<実行体制のイメージ(案)>



■（仮称）東海岸 連携プロジェクト概要（案）

＜沖繩本島北部東海岸の特性＞

- ・ 沖繩本島北部東海岸は、西海岸に比較して人口が少ない。平成 22 年の国勢調査によると、80.5%が西海岸に偏っている。
- ・ また、人口減少や高齢化の進む地域でもあり、65 歳以上人口が 22.7%と西海岸と比較して高くなっており、地域の活力低下が懸念されている。
- ・ 一方、東海岸は、西海岸と比較して沖繩の本来の自然環境や集落形態などが残されており、これらを資源とした観光もすすめられてきている。

表 沖繩本島北部西海岸と東海岸の人口構成比較

	人口				
	総数	(構成比)	0-14歳	15-64歳	65歳以上
本島西海岸	96,651	80.5%	15,548 16.1%	60,250 62.3%	19,364 20.0%
本島東海岸	23,451	19.5%	3,824 16.3%	14,295 61.0%	5,318 22.7%
	120,102	100.0%	19,372 16.1%	74,545 62.1%	24,682 20.6%

注1. 沖繩本島北部東海岸（国頭東海岸、東村、名護市東海岸、宜野座村、金武町）

注2. 総数には年齢不詳を含む

＜連携による沖繩本島北部東海岸の交流促進＞

- ・ 沖繩本島北部東海岸地域では、平成 8 年頃から東村が「交流型農村」をコンセプトにエコツーリズムに取り組んでから、平成 23 年現在で年間約 30 万人が訪れるようになっている。また、名護市東海岸では、平成 22 年に二見以北 10 区の交流拠点としてわんさか大浦パークが開設され、地域が一体となった取組により平成 23 年度には 10 万人以上が訪れている。
- ・ しかし、東海岸は西海岸に比較するとまだまだ交流人口の差は大きく、今後も交流促進により地域の活力を向上させていくことが望まれている。
- ・ 東村では「ヒルギ公園」や「つつじエコパーク」といった交流拠点を活かし集客力の向上が図られてきた。
- ・ さらに東海岸では、国頭村安波における「やんばる学びの森」、金武町における「ネイチャーみらい館」や「億首川プロムナード」、宜野座村における「松田鍾乳洞」の観察施設など自然体験型の拠点づくりが進みつつある。
- ・ 平成 25 年度には「福地川河口周辺整備事業」及び「大浦マングローブ林自然体験学習施設等整備事業」が事業化し、東海岸のネットワーク拠点となっていくことが期待されている。
- ・ 沖繩本島北部東海岸全体で自然体験型の観光地として P R しながら、各地の個性を活かした多様なバリエーションを増やすとともに、それぞれのキャパシティに応じて観光客を分散して受け入れ、地域全体で交流人口の増大を図ることが目指される。

■(仮称)東海岸 連携プロジェクト概要(案)

(仮称)東海岸連携プロジェクトは、各地域の観光素材を活かした着地型の観光形態を目指し、地域の団体共同で企画し受け入れを実践する。モニター募集、販売等については旅行社との協力関係を作って実施する。

連携プロジェクト名称	(仮称) やんばる東海岸リレーツアー
関係市町村	国頭村、東村、名護市、宜野座村、金武町
実行主体	(仮称) やんばる東海岸プロジェクト実行委員会
関係団体(案)	国頭ツーリズム協会、東村観光推進協議会、二見以北地域振興会、宜野座村観光推進協議会、雄飛ツーリズムネットワーク、県内旅行社
幹事団体	研究会での協議により位置付ける
該当する連携プロジェクトのテーマ	やんばる散策プロジェクト/地域密着型 MICE 誘致プロジェクト/エコ&スポーツプロジェクト/食の連携プロジェクト(4テーマすべて該当)
実施形態	<ul style="list-style-type: none"> ・モニターツアーの実施 ・東海岸リーフレット、集落散策案内冊子の作成
実施の目的	<ul style="list-style-type: none"> ・やんばる東海岸をめぐるツアーのモデル(試作品)を作る ・修学旅行以外の新たなターゲットを開拓する
実施目標(定量)	<ul style="list-style-type: none"> ・東海岸各地の直売店における売上増加(指標店舗設定 公共直売店など) ・東海岸各地の宿泊施設で宿泊者数増加 ・東海岸各地で大人の民泊数増加
実施目標(定性)	<ul style="list-style-type: none"> ・東海岸の観光地の認知度向上(アンケートにて確認) ・東海岸コースの観光モデルが出来上がる ・キャパ拡大のための相互紹介や受入の連携体制ができる
実施時期(いつ?)	9月 豊年祭等の地域の行事を活かす 1~2月 冬場の東海岸の魅力を活かす
PR内容(どこを?)	<ul style="list-style-type: none"> ・昔おきなわ 自然・人の営みの原風景 民泊による生活体験など ・森・山・川・海とつながる自然環境、その中でのアクティビティ ・ダイナミックな地形景観・ドライブコース絶景ポイント ・サンライズ、ナイトトレッキング
ターゲット(誰を?)	<ul style="list-style-type: none"> ・沖縄リピーター(沖縄ファン、ヘビーリピーター) ・カメラファン、沖縄のありのままを嗜好する人々(中高年) ・企業研修、大学生、ボランティアツアー ・アクティブシニア、バリアフリー
方法(どうやって?)	<ul style="list-style-type: none"> ・自然環境・原風景が残るエリア、かつてのやんばる船の寄港地をたどるなど、東海岸に共通する特性を活かしたコンセプト。 ・東海岸の市町村各団体がリレー方式で観光客を受入れる。 ・コンセプトに基づいて各地域の特徴を活かした体験メニューを提供し、次の地域にバトンタッチしていく。(3泊4日 ~ 4泊5日) ・伝統芸能、伝統行事などを盛り込み、地元の人々との交流を図る。 ・宿泊は民泊、民宿、ホテル、公共宿泊施設などの選択肢を設ける。 ・地元の食材を活かした料理の提供(バーベキューなども盛り込む) ・移動手段はバス、レンタカー、自転車などを組み合わせる。

2) 情報発信

①情報サイトの充実強化

やんばるの周遊を促進する情報発信ツールの充実強化

平成 24 年度事業において、情報の集約・発信の必要性があげられ、平成 25 年度にはやんばるの観光情報を発信する WEB サイトを制作し、情報収集・発信の仕組みを作ってきた。

今年度制作した WEB サイト(沖縄北部観光情報コミュニケーションサイト)では、「情報の更新」に重点を置き、最新情報、現地情報の投稿の仕組みを作ってきた。

今後はこの仕組みを活用して、観光客の周遊・滞在・消費を促進していくことが求められている。

平成 25 年度の各会議では、観光ルートの紹介とともに飲食や土産品の情報と組み合わせ、経済効果につなげる必要があることや、また、バス、タクシー、レンタカーなどの情報集約、花のスポット、開花状況、スポーツ施設情報の集約などがそれぞれ求められている。また、効果的な情報配信のためにはターゲット設定や情報管理の必要性があげられてきた。

これらの結果を受け、平成 26 年度は情報サイトの充実・強化を図っていく。

東海岸や離島の情報の充実により、周遊・滞在・消費を促す。

■推奨ルートと飲食店・観光スポットの掲載

- ◇ 情報拠点(名護市道の駅許田、那覇国際通り美ら島財団アンテナショップ内)などの情報、案内ニーズを検証し、推奨ルートを設定する。
- ◇ 推奨ルート沿いの飲食、土産品店などの情報を組み合わせ、周遊・消費を促進する情報の充実を図る。
- ◇ WEB サイトの情報充実、情報の拡散。周遊促進ツールの制作により、観光客の周遊・滞在・消費促進の効果を図る検証を行う。(観光客動態調査と連動)

図 沖縄観光情報コミュニケーションサイト やんばるドライブ



- ・推奨コースと飲食店等の情報を追加で掲載し経済効果を促す。
- ・バス、タクシー等の情報を集約す

②情報拠点の充実強化

やんばるの周遊を促進する観光案内拠点の充実強化

平成 24 年度事業において、情報の集約・発信の必要性があげられ、平成 25 年度にはやんばるの観光情報を発信する観光案内コーナーを 2 か所(名護市許田、豊見城市豊崎)設置し、観光客のニーズ把握や観光案内を行ってきた。

今年度設置した観光案内コーナーでは、「観光客のニーズ把握」に重点を置き、案内ガイドによる報告でその傾向を把握してきた。概ねの傾向は美ら海水族館など主な目的地を訪問する前後の時間で回れる観光地や飲食店の紹介・案内、やんばる各地への距離や時間に関する情報ニーズが高いことが確認できた。

時間単位でいくつかの周遊パターンを作り、ガイドが紹介することで観光客にとっては時間を有効活用でき、地域観光にとっては周遊・滞在・消費の促進につながる可能性が示唆された。

また、WGや懇談会で外国人観光客の増加に対してインバウンド対策は今後必須とされており、情報拠点でも外国人観光客の利用が多く、ガイドブック、マップの多言語化の必要性があげられた。

これらの結果を受け、平成 26 年度は情報拠点の充実強化を図っていく。

東海岸や離島の情報の充実により、周遊・滞在・消費を促す。

なお、平成 26 年度は、許田道の駅情報ターミナルへの設置は継続していくとともに、一般財団法人美ら島財団が那覇市国際通り「わしたショップ」に開設するにアンテナショップへのコーナー設置を検討する。

■観光案内コーナーの充実・整備

(許田道の駅道路情報ターミナル内)

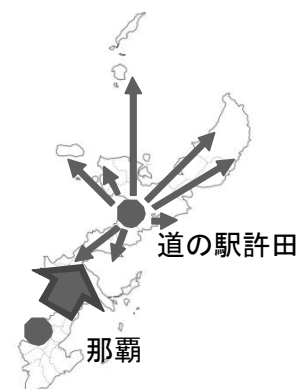
- ◇ 看板、掲示板等の充実強化
- ◇ 観葉植物等による演出
- ◇ 案内ガイドの配置の継続



観光案内コーナーで推奨ルートを紹介し、周遊・滞在・消費を促進する。

(那覇国際通り美ら島財団アンテナショップ内)

- ◇ やんばる観光案内コーナーの設置
- ◇ 情報案内版、パンフレット台等の設置



那覇でやんばるを案内し、許田でより詳しい案内を行い、各地につないでいく。

■ガイドブック・多言語マップ制作

- ◇ガイドブック：地域の基本情報（多言語追記）、推奨ルート、飲食・土産品情報等
- ◇多言語マップ：ガイドブックの概要をまとめた基本情報とマップ（多言語）を掲載したリーフレットとする。

3) 観光プロモーション

① 観光フェア等への出展

「『やんばる』全体のスケールメリットを生かして魅力を発信」

平成 24 年度事業において、課題として、やんばるのイメージが共有されていないことや、やんばる全体のスケールメリットを生かしたプロモーションを行う必要があるとされた。

これを受け、平成 25 年度は、「やんばる」の知名度向上、ニーズの把握を目的として、一般財団法人沖縄観光コンベンションビューロー主催の「沖縄観光&MICE コンテンツフェア(東京・大阪両会場)」への出展を行った。

出展ブースはやんばるのイメージ写真や植物、サバニ模型等を用いて演出し、スタッフのブルゾン統一や、やんばるのイメージ衣装を着たスタッフによるPR、やんばる 12 市町村のパンフレット紹介・配布、アンケート調査などを行った。

各ワーキング、懇談会でも、こうしたプロモーションはやんばるを一つとしてやるべきことや、PR に際しては、具体的な観光商品、コンテンツを持ってすべきとの意見があった。

これらをふまえ平成 26 年度事業では、発地側(本土)での出展を継続するとともに、着地側(那覇/やんばる)において出展を行い、効果を検証する。

■発地側での観光フェア出展

- ◇ 一般財団法人沖縄観光コンベンションビューローと連携し、やんばる全体で観光フェアに出展する。
- ◇ H26 連携プロジェクトとして東海岸で行う内容や、やんばるの推奨コース、その他具体的な観光商品を持ってPRを図る。

■着地側での観光フェア出展

(やんばる産業まつり)

- ◇ やんばるで毎年行われている「やんばるの産業まつり」において、やんばるの産業の一つとして観光産業を紹介するブースをやんばるの全体で出展する。
- ◇ 出展に際しては、旅行社、メディアなどを招聘する。(個々の事業者のネットワークを活かして招聘)
- ◇ ブース出展と連動して、実際に観光商品を体験できる企画とする。

(那覇空港ウェルカムホール)

- ◇ 那覇空港ビル2Fのウェルカムホールにて、「やんばる観光フェア」を開催し、やんばるへの周遊・滞在・消費を促進する。

① やんばるパッケージ制作

やんばるをイメージする統一感のあるパッケージデザイン等の試作

平成 24 年度の事業では、やんばる地域の課題としてやんばるのイメージが共有されていないことがあげられている。

平成 25 年度事業では、アンケート調査などから、「やんばる」は海よりも森や山のイメージが強いことなどから、WEB サイトの背景デザインや情報拠点のイメージデザイン、観光フェア出展時のブース演出なども「森・山」を中心としたものとした。

また、沖縄観光&MICE コンテンツ観光フェアでは、抽選会用の景品、粗品などの配布、12 市町村のパンフレットのセットを配布したが、配布の際にやんばる全体をイメージするデザインのパッケージが必要であることも課題となった。

今後「やんばる」を売出していく場合には、やんばるをイメージさせる統一デザインなどが求められてくることから、観光フェアにおける配布用の袋などを試作する。

■観光フェアにおける配布用の袋等の試作

- ◇ 観光フェア等において、12 市町村のパンフレット類などをまとめて配布する際の袋を、やんばるをイメージさせるデザインで制作する。

② プロモーション用やんばる観光イメージ映像制作

やんばるのイメージをPRするストーリー性のある映像制作

やんばるには多様なイメージがあり、県外にはまだよく知られていない現状がある。このため、やんばるの多様な魅力をイメージしPRするやんばるの観光映像を制作し、沖縄観光情報近コミュニケーションサイトをはじめ、Youtube、Facebook など WEB サイト上で公開するとともに、観光案内コーナーや、観光フェア出展ブースで放映する。

■プロモーション用やんばる観光イメージ映像制作

- ◇ やんばるをイメージさせるコンセプトづくりと、これに応じた映像を制作する。映像制作にあたっては、平成 25 年度アンケート調査等を基に、誰向けに、どこで、どのような内容を配信するか、研究会等で方向性を定める。

4) ニーズ調査

① 観光客アンケート調査

観光客のニーズを的確にとらえる

平成 24 年度事業では、やんばるに訪れる観光客のニーズを的確にとらえることの必要性があげられた。平成 25 年度事業では、アンケート調査として沖縄に住んでいる人、訪れている人向けに、やんばるのイメージやニーズなどについてアンケート調査を行った。

平成 26 年度は沖縄に訪れている観光客の動態調査等を行う。

■観光客の周遊に関する検証

- ◇ やんばるに観光客を誘致し、訪れる観光客の滞在促進、消費行動の促進をするにはどこに力を入れるべきか、やんばるに訪れる観光客の観光動態を把握し、滞在・消費促進に向けどのような対策を図るべきか、を分析する。
- ◇ 位置情報データを利用し、特に事前に必要な位置情報データのみを抽出し、個人が特定できない形式に加工した上で第三者に情報提供することに同意を頂いたスマートフォンユーザーの情報を取得し、特定地域の観光動態調査・分析及び調査レポートを行う。

① 関係機関ヒアリング調査

平成 24 年度から平成 25 年度の各会議を通して、インバウンドへの対応の必要性があげられた。特に、クルーズ船の本部港への寄港はすでに始まっており、急務であるとされた。

今後の展開にあたり、関係機関へのヒアリングによりニーズ調査を行う。

■クルーズ船・インバウンド等ニーズ調査

- ◇ やんばるにおけるクルーズ船の寄港やインバウンドニーズに関して、関係機関へのヒアリング等を行い、可能性と必要な対策について調査する。

(ヒアリング先の例)

- ・一般財団法人沖縄観光コンベンションビューロー
- ・沖縄県関連部局
- ・旅行会社（県内主要代理店）
- ・クルーズ船運航会社関係者
- ・沖縄科学技術大学院大学 等々

5) 協議会の開催

前年度に続き北部広域市町村圏事務組合を事務局として「やんばる観光連携推進事業協議会」(以下、「協議会」という)を設置する。

協議会は北部広域市町村圏事務組合の構成市町村副長で構成し、事務局の実証事業立案や進捗について報告を受け、承認する。

協議会は事業期間中に3回の開催を予定する。

(協議会委員構成)

- ・北部広域市町村圏事務組合構成市町村（12市町村）の副長

6) 研究会の開催

前年度に続き北部広域市町村圏事務組合を事務局として「やんばる観光連携推進研究会」(以下、「研究会」という)を設置する。

研究会は北部12市町村の観光担当課長等や北部地域内の観光協会やこれに準ずる観光関係団体で構成し、事務局の実証事業立案や進捗について報告を受け、意見交換する。

研究会は事業期間中に3回の開催を予定する。

(研究会構成)

- ・北部広域市町村圏事務組合構成市町村（12市町村）の観光担当課長等、北部地域内の観光協会やこれに準ずる観光関係団体等で構成

7) アドバイザー招聘

本事業の実施にあたっては、前年度に続き学識経験者等の専門家をアドバイザーとして招聘する。アドバイザーは、事務局や受託者の要請に応じて観光の専門的見地から事業全体についての助言を行う。

平成25年度 委員名簿

やんばる観光連携推進事業協議会 委員名簿

座長	親川 敬	名護市	副市長
	小川 剛男	国頭村	副村長
	山城 清臣	大宜味村	副村長
	金城 紀昭	東村	副村長
	大城 清紀	今帰仁村	副村長
	平良 武康	本部町	副町長
	池宮城 秀光	恩納村	副村長
	岸本 宏和	宜野座村	副村長
	伊芸 達博	金武町	副町長
	名城 政英	伊江村	副村長
	伊礼 清	伊平屋村	副村長
	上里 政豊	伊是名村	副村長

やんばる観光連携推進事業懇談会委員 名簿

座長	平敷 徹男	国立大学法人 琉球大学	名誉教授
	新垣 裕治	公立大学法人 名桜大学	教授
	大谷 健太郎	公立大学法人 名桜大学	准教授
	伊良皆 啓	公立大学法人 名桜大学	准教授
	内間 仁春	一般財団法人 沖縄観光コンベンションビューロー	常務理事
	上江洲 富佐子	北部地区連合婦人会	会長
	花城 良廣	一般財団法人 沖縄美ら島財団	常務理事
	白石 武博	一般社団法人 沖縄レンタカー協会	会長
	川添 博明	おきなわ北部観光推進協議会	会長
	武田 寛枝	(株)リクルートライフスタイル沖縄	代表取締役社長
	丸山 裕司	(株)JTB沖縄	地域交流ビジネスカンパニー長
	野甫 聡	北部広域市町村圏事務組合	幹事長
	小野 協子	沖縄総合事務局運輸部	企画室長
	前田 光幸	沖縄県文化観光スポーツ部	統括監

やんばる観光連携推進事業ワーキンググループ 名簿

交通サインワーキンググループ

座長	大谷 健太郎	公立大学法人名桜大学	准教授
	伊佐 清志	一般社団法人沖縄県レンタカー協会	専務理事
	慶田 佳春	一般社団法人沖縄県バス協会	専務理事
	湖城 秀實	一般社団法人沖縄県ハイヤー・タクシー協会	会長
	宮城 敦	北部観光バス	次長
	中村 靖	OTSレンタカー	部長
	砂川 聡	沖縄総合事務局北部国道事務所	副所長
	中村 栄秀	沖縄県北部土木事務所	技術総括

イベント PR ワーキンググループ

座長	伊良皆 啓	公立大学法人名桜大学	准教授
	港川 實登	やんばる交流推進連絡協議会	理事
	比嘉 雅貴	道の駅許田やんばる物産センター	常務取締役
	與古田 悦子	やんばる女性農業者の会	会長
	山川 安雄	やんばる国頭の森を守り活かす連絡協議会	副会長
	仲間 赴人	宜野座村観光推進協議会	事務局長
	小宮 啓明	(株) JTB沖縄	交流事業部営業開発課
	仲本 博重	沖縄ツーリスト(株) グローバル経営戦略室	地域資源創出課 課長
	安里 考夫	本部半島ジオパーク推進協議会	事務局長

花と緑ワーキンググループ

座長	林 優子	公立大学法人名桜大学	准教授
	西銘 宜孝	一般財団法人 沖縄美ら島財団	経営企画課長
	平良 一男	一般社団法人 ふるさと環境企画	理事
	深田 友樹英	やんばる風景花街道パートナーシップ	
	島袋 陽平	(株) 近畿日本ツーリスト沖縄	インバウンド事業部商品開発課
	仲松 徳修	沖縄総合事務局北部国道事務所	調査課長
	新垣 義秀	沖縄県北部土木事務所	調査計画スタッフ 主幹

スポーツコンベンションワーキンググループ

座長	小賦 肇	公立大学法人名桜大学	准教授
	喜久里 忍	スポーツ・ツーリズム沖縄	代表
	森 兵次	特定非営利活動法人ツール・ド・おきなわ協会	副理事長
	新城 光	特定非営利活動法人名護市体育協会	事務局長
	儀間 権	国頭郡体育協会	理事長
	饒波 正仁	おきなわ北部観光推進協議会	事務局長
	比嘉 重史	公益財団法人 名護市観光協会	事務局長

観光人材育成ワーキンググループ

座長	新垣 裕治	公立大学法人名桜大学	教授
	桃原 博信	おきなわ北部観光推進協議会	副会長
	坂下 宙子	屋我地エコツーネット	代表
	坂本 公敏	ONNAGOリゾートヴィレッジ	村長
	渡具知 豊	有限会社渡具知	代表

やんばる観光連携推進 市町村連絡会義委員 名簿

金城 進	名護市	商工観光課	課長
平川 洋一郎	名護市	商工観光課	係長
知花 靖	国頭村	企画商工観光課	課長
前田 浩也	国頭村	企画商工観光課	係長
山城 均	大宜味村	企画観光課	課長
藤田 元也	大宜味村	企画観光課	係長
金城 幸人	東村	企画観光課	課長
仲嶺 真文	東村	企画観光課	課長補佐
小那覇 安隆	今帰仁村	経済課(商工観光係)	課長
立津 剛志	今帰仁村	経済課(商工観光係)	商工観光補佐兼係長
宮城 健	本部町	商工観光課	課長
謝花 裕作	本部町	商工観光課	班長
長浜 保治	恩納村	商工観光課	課長
野原 みちよ	恩納村	商工観光課	係長
山城 智	宜野座村	産業振興課	課長
仲間 出	宜野座村	産業振興課	係長
池原 均	金武町	産業振興課	課長
伊芸 勲	金武町	産業振興課	主幹
東江 民雄	伊江村	商工観光課	課長
松本 壮	伊江村	商工観光課	課長補佐
前田 敦弘	伊平屋村	商工観光課	課長
上江洲 清彦	伊平屋村	商工観光課	係長
東江 清和	伊是名村	観光振興課	課長
東江 隆路	伊是名村	観光振興課	係長