戦略の柱 沖縄の文化観光商品の販売促進を強化する
～発地特性やターゲットの観光形態に応じた効果的なセールスプロモーションの展開

Ⅲ－1 国内観光客に向けた文化観光コンテンツのセールスプロモーション

現在の本県の主力市場である国内観光客に対して、沖縄の文化観光を先導する位置づけの文化観光コンテンツを中心に、観光商品魅力の高いコンテンツのセールスプロモーションを行います。

最も費用対効果が高いと考えられる、現在沖縄を訪れているリピーターを含む多くの国内観光客に対して、総合的なおもてなしの強化の取組を通じたセールスを展開するとともに、修学旅行生やファミリー客・客層ビジネス客などの具体的なターゲットを設定したプログラム・メニューのセールスを行います。さらに、潜在的な沖縄への観光客も視野に入れて、文化観光が新たな本県の定番観光商品としての認知度・関心度を高めるため、観光関連対応を中心とした媒体への露出強化を図ります。また、県外からの観光客にとって、県民に親しまれ、支持されていることが観光商品魅力を高める根幹であるとともに、文化観光コンテンツにとって県民も貴重なお客様であるため、沖縄県民に向けたセールスの取組もさらに推進します。

取組内容
① 沖縄に来訪した国内観光客に向けたセールスプロモーション
② 修学旅行生、ファミリー客、ビジネス客などに向けたセールスプロモーション
③ 国内の主要な観光関連媒体への露出強化
④ 沖縄県民に向けたセールスプロモーション

Ⅲ－2 外国人観光客に向けた文化観光コンテンツのセールスプロモーション

国内観光の発展率が鈍化されるなか、国際的な観光客誘致の重要性がますます高まっています。ターゲットとする国や地域のニーズに対応した外国人観光客向けのセールスプロモーションを行います。

国際便数拡大やクルーズ船などの機会を活かして、沖縄に来訪した外国人観光客に対して、総合的なおもてなしの強化の取組を通じたセールスを展開するとともに、本県の有する海外の各拠点を通じたセールスを強化します。また、併せて、海外の主要な観光関連媒体への露出強化を図ります。

取組内容
① 沖縄に来訪した外国人観光客に向けたセールスプロモーション
② 海外の各拠点を通じた発地特性を踏まえたセールスプロモーション
③ 海外の主要な観光関連媒体への露出強化

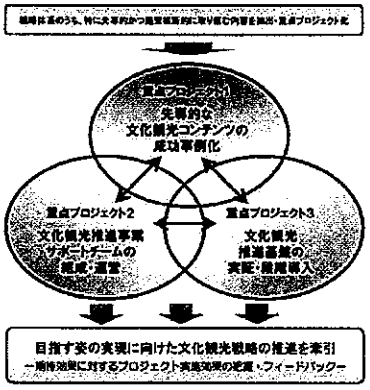
V. 重点プロジェクト

■重点プロジェクトとは…

"もっと深く、おきなわ。～「まず1回」「あと1泊」「もう1度」を実現するため、向こう10年間を目標に戦略に取り組むことになるが、直近の概ね3年間を目途に、先導的かつ施策横断的に取り組みをおこない、戦略全体の推進を牽引していくもの。

重点プロジェクトは以下の3つで構成されます。なお、3つのプロジェクトは、それぞれ独立性の関係にあり、三位一体となって推進されるものです。

[3つの重点プロジェクト]



重点プロジェクト1 先導的な文化観光コンテンツの成功事例化

本戦略を推進するための基幹的な重点プロジェクトとして、沖縄の文化観光を先導する位置づけの取組を設定し、選択と集中の下で観光客を強く引き付ける文化観光コンテンツ（マグネットコンテンツ）をつくりこみ、自立的に展開できる状況まで全面的に支援を行います。

■プロジェクトの主な役割

- ○ 観光客の「まず1回」「もう1泊」「もう1度」の実現に直接的に貢献する
- ○ 文化観光を沖縄観光の定番として定着させることに貢献する
- ○ 多種多様な県下の文化観光コンテンツに対する観光客の関心を高め、誘う
- ○ 県下の文化観光コンテンツの育成・確立を牽引する　など

■文化観光を先導する位置づけとしての条件及び設定要件(例)

- ＊ 若い子の視点が観光客の目線に立脚していること
- ＊ 観光商品魅力を高めるための要目があること
- ＊ 集客波及性が高く見込めそうなこと　＊ 費用対効果が高く見込めそうなこと
- ＊ ボトム層の定番商品となりえること　＊ 定時・定時で実施できること
- ＊ 夜及び雨天にも実施できること　など

■つくりこみの概要(例)

事業計画のつくりこみ
具体的なターゲットの設定／事業目標の設定／事業体制／実施計画／販売計画／事業収支計画　など

事業実施事業
コンテンツのつくりこみ（演出の工夫など）
販売促進のためのツールのつくりこみ、チャネルの開拓
外部資金の調達　など
必要に応じて外部人材・パートナー企業などをマッチング
（演出家・デザイナー・クリエイター・メディア関係者、販売店など）

事業評価
コンテンツの評価
事業計画に対する達成・未達成の要因分析
次年度以降の自立展開に向けた各種の管理・解決方法の提案　など

■実施主体

- ○ 文化観光推進事業サポートチームにより支援
  ※重点プロジェクト2と連動

■その他の支援内容・手法

- ○ つくりこみの過程において、観光客を強く引き付ける文化観光コンテンツの育成・確立に必要な県下共有の環境基盤として提案が求められるものを事業化を見据えてトライアルの形で支援
  ※重点プロジェクト3と連動

■プロジェクト評価指標(例)

- ・総公演数　・総観客数（うち県外観光客数）　・事業収入、事業収益
- ・観客満足度、再訪意向　・関係事業者満足・提携企業数　など

[関連する戦略の事業内容]

- Ⅰ.1.① 高いエンターテインメント性を有する沖縄オリジナルの文化観光コンテンツの目標
- Ⅰ.1.② 事業の自立化；安定的・定期的なコンテンツ提供の定着化の促進
- Ⅰ.1.③ 観光商品魅力を高めるマーケティングの強化（ニーズの収集・反映の仕組みなど）
- Ⅱ.1.① 恒常的な交流・異業交流機会を活用したプログラムの開発・検討
- Ⅱ.1.② 修学旅行メニュー・ナイトカルチャーメニュー・VIPメニューなどの開発・検討
- Ⅲ.1.① 沖縄に来訪した国内観光客に向けたセールスプロモーション
- Ⅲ.1.② 修学旅行生、ファミリー客、ビジネス客などに向けたセールスプロモーション
- Ⅲ.1.④ 沖縄県民に向けたセールスプロモーション
- Ⅲ.2.① 沖縄に来訪した外国人観光客に向けたセールスプロモーション

重点プロジェクト2．文化観光推進事業サポートチームの組成・運営

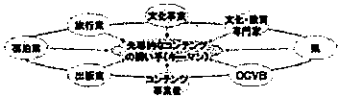
沖縄の文化観光を先導する位置づけの文化観光コンテンツの全面的なサポートを中心的な役割に据えながら、県下の文化観光の事業化を推進する人材の育成強化も視野に入れた、主に実務者で構成する文化観光推進事業のサポートチームの組成・運営を行います。本サポートチームは文化観光推進の当面のエンジンとして機能します。

■プロジェクトの主な役割

- ○ 先導的な文化観光コンテンツのつくりこみの全面的な支援を行こなう
- ○ 文化観光コンテンツの事業化推進に関するノウハウ・ネットワークをストックする
- ○ 文化観光コンテンツの事業化推進に関するノウハウの県内共有を促進する　など

■文化観光推進サポートチームの概要

実務者を中心に組成
必要に応じてゲスト（その道専門家等）を招聘して総合的なサポートを展開
推進者は参加先等自由な開かれた場



文化観光コンテンツの事業化のノウハウ・ネットワークをストック・体系化
→県下の文化観光に関わる人材へのノウハウの普及・浸透を実現

■プロジェクト評価指標(例)

- ・先導的な文化観光コンテンツの自立状況　・ネットワークストック状況
- ・県全体を対象とした文化観光に関わる人材への普及・浸透の取組状況　など

【関連する戦略の取組内容】

- 1.3① 文化観光コンテンツの担い手間の交流・連携機会の提供
- 1.3② 文化観光コンテンツの担い手と異業種・異分野の人材とのマッチング機会の提供
- 2.4① 文化観光を総合的に推進する体制の組織化

重点プロジェクト3．文化観光推進基盤の実証・段階導入

文化観光コンテンツをより身近に、よりストレスなく見る・触れる・関わることができる環境を整えるため、観光客を強く引き付ける文化観光コンテンツ（マグネットコンテンツ）の育成・確立に必要で、県下で共有する環境基盤としてふさわしいものを実証的・段階的に整備します。（先導的な文化観光コンテンツ以外にも共有インフラとして汎用的に展開）

■プロジェクトの主な役割

- ○ 先導的な文化観光コンテンツの事業環境を高める
- ○ その結果下の文化観光コンテンツの育成・確立に求められる共有環境基盤を実証的・段階的に整備する　など

■共有環境基盤(例)

ポータルサイトの開設・運営
文化観光コンテンツの情報発信
（付加価値を高めた情報提供）
チケットの販売　など

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

販売提携事業者の組織化
宿泊施設・飲食施設・その他観光資源
販売提携事業者の組織化
など

二次交通円滑化事業支援
各種の施設または主要地点と公園会場を送迎バスで結ぶ実証事業
など

→ 民間活力の活用を視野に入れた自立的・持続的な運営可能性を検証

■プロジェクト評価指標(例)

- ・各共有環境基盤の利活用実態　・共有環境基盤を活用した事業の効果
- ・自立的・持続的な運営を見通した事業性（民間運営の可能性評価）　など

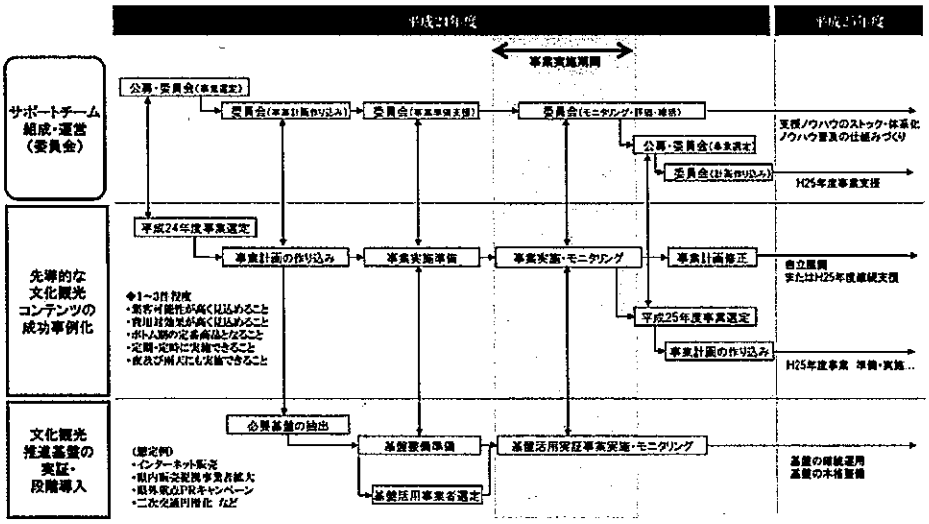
【関連する戦略の取組内容】

- 2.2① 多彩な文化観光コンテンツの情報の一元的な管理の仕組みづくり
- 2.2② 効果的な情報発信媒体の開発・活用
- 2.3① チケット購入・支払方法等の新たな仕組みの構築
- 2.3② 観光施設・飲食施設などのタッチポイント（案内・チケット販売機能）の拡充

10

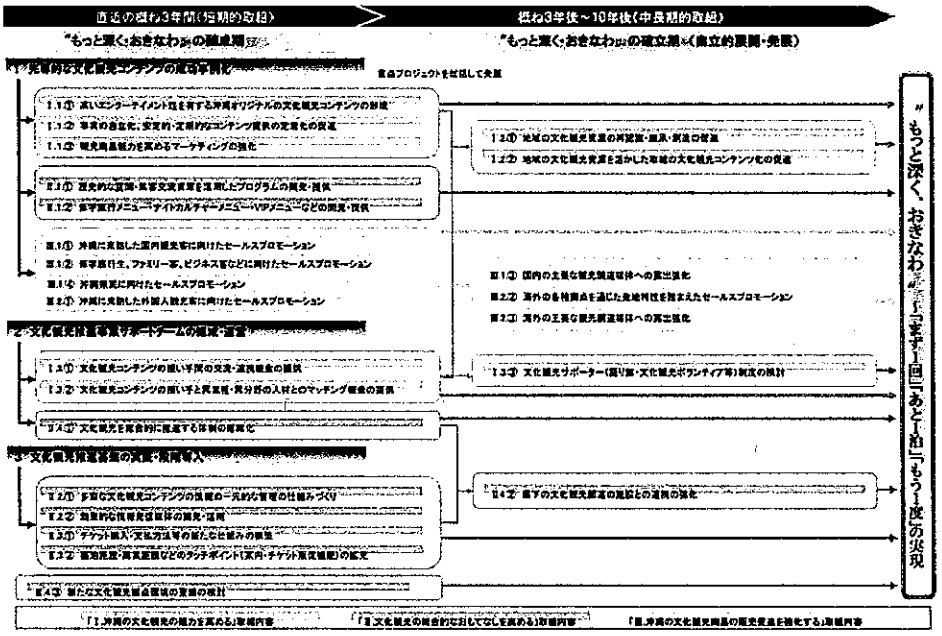
■重点プロジェクト展開スケジュール

毎年度、重点プロジェクトの総括を行い、必要に応じて変更を行います。



11

■重点プロジェクトが牽引する戦略全体の展開ロードマップ



VI. 戦略の持続的な推進に向けて

1. 自立的・持続的推進体制の構築

○サポートチームのノウハウ・ネットワークの体系化・ストック

サポートチームのノウハウ・ネットワークを継続的な機能として体系化
県下全体のノウハウ・ネットワークとして県下文化関連施設へ普及
県立芸大のマネジメントカリキュラムとして活用

○サポートチームの発展的解消

概ね3年間をめどに、サポートチームの発展的解消を検討
沖縄文化観光カウンシル設立提案、(財)文化振興会の機能強化など

2. 戦略の評価・PDCAの仕組み

○重点プロジェクトの評価・PDCA(概ね3年間)

毎年プロジェクトの事業評価を実施、内容を反映して一過性ではない発展的な取組として展開
サポートチームにて実施
加えて、ファン(観光客)が直接評価する仕組みも導入、ダイレクトマーケティングの展開

○戦略全体の進捗評価・PDCA

概ね3年ごとをめどに、戦略の進捗状況を確認
必要に応じた取組内容の軌道修正を実施
文化観光戦略推進検討委員会をベースに節目節目に評価委員会を組成・開催

④ 第４回文化観光戦略構築検討委員会

資料1

沖縄県文化観光戦略（案）

～"もっと深く、おきなわ"～

平成 24 年 3 月 9 日時点版

平成 24 年 3 月

沖縄県

－ 目次 －

I. 沖縄県文化観光戦略策定の趣旨 …… 1
1. 戦略策定の背景と目的 …… 1
2. 戦略の位置づけ …… 1
3. 戦略の構成と期間 …… 1
4. 本戦略における文化観光の主たる対象領域 …… 1

II. 沖縄県の文化観光の現状及び課題 …… 2
1. 沖縄県の文化観光のポテンシャル …… 2
2. 本県の文化観光に関する市場環境を踏まえた文化観光振興の主な視点 …… 3
3. 文化観光商品を取り巻く観光者と担い手の実情のミスマッチと取組課題 …… 4

III. 文化観光戦略により実現を目指す姿と戦略の柱 …… 5
1. 文化観光戦略により実現を目指す姿と期待効果 …… 5
2. 目指す姿の実現に向けた戦略の3つの柱 …… 5

IV. 取組方策 …… 6
1. 戦略体系 …… 6
2. 戦略の柱に基づく施策及び取組内容 …… 7

V. 重点プロジェクト …… 9

VI. 戦略の持続的な推進に向けて …… 14
1. 自立的・持続的推進体制の構築 …… 14
2. 戦略の評価・PDCAの仕組み …… 14

I. 沖縄県文化観光戦略策定の趣旨

1. 戦略策定の背景と目的

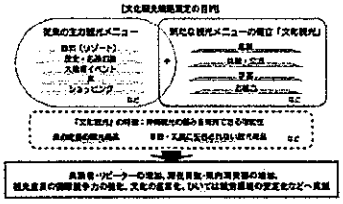
昨今、世界各国の国を挙げての観光客誘致の展開やLCCの出現などにより国際的な交流が促進され、世界的に観光競争が激化しています。我が国においてもビジットジャパンキャンペーンが展開されるとともに、新たな余暇制度のあり方も検討されるなど、国際・国内観光の状況が大きく転換してきています。

近年の旅行形態も沖縄が強みとしてきた自然・景勝地や観光施設を巡る周遊型観光から、休暇や滞在型を目的とした個人型旅行へ変化しており、従来の観光に加え、「沖縄らしさ」、「沖縄ならでは」を求める観光者のニーズに応えられる、新たな観光資源の充実・観光商品の確立が求められているところです。

沖縄は、特色ある伝統行事や伝統芸能などに代表される多様で豊かな文化資源を有しており、沖縄の魅力の源泉となっています。これらは観光者のニーズに応える新たな観光資源としての高いポテンシャルも有している一方で、その観光活用の余地は大きく残されている状況にあります。

そこで本県では、沖縄が特色ある文化・芸能等を観光資源として活用する視点から「文化観光戦略」を策定し、本戦略の推進により、従来の主力観光メニューに加えて「文化観光」の観光メニューを確立し、本県の観光の厚みを増やすことで、多様な観光者・リピーターの増加や滞在日数・県内消費額の増加、観光産業の国際競争力の強化、文化の産業化、ひいては経済波及の安定化などに貢献することをねらいとしています。

【文化観光戦略策定の目的】



2. 戦略の位置づけ

本戦略は、「沖縄21世紀ビジョン」（平成22年3月）及び「沖縄21世紀ビジョン基本計画（仮称）」（平成24年度～平成33年度の計画期間）、観光振興についての基本方針を示す「第5次沖縄県観光振興基本計画」（平成24年度～平成33年度の計画期間）の実現を目的とした、本県の「文化観光」分野のグランドデザインであり、今後の文化観光振興の取組を展開するための道標としての役割を有しています。

【戦略の位置づけ】

3. 戦略の構成と期間

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

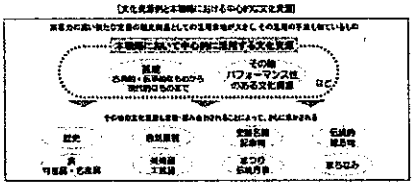
本戦略の計画期間は、平成 24 年度から平成 33 年度までの 10 年間を想定しています。

4. 本戦略における文化観光の主たる対象領域

本県は多種多様な文化資源を有しており、歴史や自然景観、史跡名勝など、様々な文化資源が既に従来の主力観光メニューに組み込まれ、本県の魅客性の発揮に貢献しています。そのなかにおいて、芸能（古典的・伝統的なものから、現代的なものまで）をはじめとするパフォーマンス性のある文化資源に関しては、観光客の認知度・関心度ともにまだまだ低い状況にあるとは言えず、魅客力の高い新たな資源の観光商品として確立されることが期待されています。

そこで、本戦略では、芸能（古典的・伝統的なものから、現代的なものまで）をはじめとするパフォーマンス性のある文化資源を中心的に活用した観光を主たる対象領域として設定します。なお、その他の多様な文化資源を対象から外すのではなく、中心的な文化資源と効果的に組み合わせることで対象領域に含まれることになります。

【文化資源例と本戦略における中心的な文化資源】



II. 沖縄県の文化観光の現状及び課題

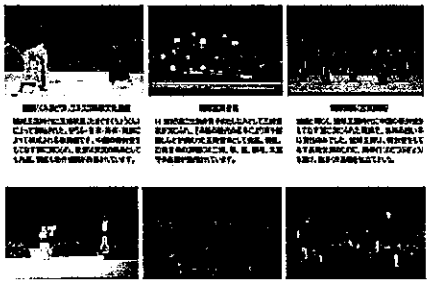
1. 沖縄県の文化観光のポテンシャル

● 「芸能の宝庫」「歌の島」沖縄

沖縄は、まさに「芸能の宝庫」「歌の島」で、見たり聞いたりしたひとが、「楽しい・笑顔になる」「元気になれる」「癒される」「心安らかになる」「ここころ」（平成23年度沖縄県文化観光調査（来客アンケート調査））ようなパワーを有しています。日常との共生や平和への祈り、豊かな生活シーンにおける多様な営など、沖縄がこれまで育み、継承してきた「こころ」や「思いは、現在に生かす」ことのできるべき人類共通の普遍的な価値として、その地域の自色や気質などとあいまって、文化観光商品としての魅力の源泉となっています。

沖縄の芸能的・伝統的な芸能は、琉球王朝の文化やアジア民族・アジア文化との歴史的・文化的なつながりなどを背景として、地域に愛され、支えられながら創造・アレンジ・演奏・継承がなされてきました。また現在も、沖縄県芸術大学や県立劇場はじめとした場において、若い担い手の育成が行われるとともに、芸能的・伝統的な芸能の要素を残しながら、空手やポップス、ダンスなどの要素を組み込んだ現代風にアレンジされた新しい文化も生まれてきているところです。

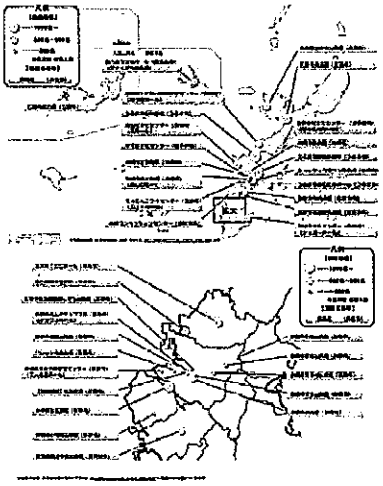
【沖縄のパフォーマンス性のある主な文化資源（例）】



● 県下各地に広がる文化観光に触れる環境・機会

国立劇場おきなわをはじめ、県下には大小の文化関連施設（劇場やホール）が立地しています。首里城やグスクなどの歴史的な遺産や、空港や港湾施設などの来客空間、伝統のホールや劇場など含めて、沖縄の文化観光に触れる環境・機会は県下全域に広がっています。

【県下の主な公立文化関連施設等の立地状況】

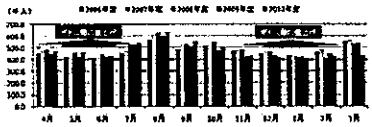


2. 本県の文化観光に関する市場環境を踏まえた文化観光振興の主な視点

■ 夏及び春にピークを迎える沖縄観光 ：定常的な定番メニューとして確立・収入増の底上げを図る

本県への月別の観光客数は、8月前後の夏季と3月の春季がピークを迎える一方、1月前後の冬季はボトム期となっており、ピーク時の3分の2程度の観光客数にとどまっています。ピーク期の観光客を取込みながら文化観光を定番の観光メニューとして確立していくとともに、ボトム期の新たな定常的な観光商品として新たな試みに触れるような地域的な取組が求められます。

【月別観光客数（沖縄県観光客数平成22年度より作成）】



■ 近年の一人あたり県内消費額は横ばい ：より商品単価の高い文化観光商品のつくりこみ

近年の観光客一人あたりの県内消費額は、約7万円で横ばいの状況にあります。観光客一人あたりの県内消費額が増加するような市場の新天地にも新たな魅力観光メニューとして育てあげ、観光収入の拡大に貢献するため、文化観光商品の価値や魅力を高めるべく、より高い単価設定を可能にする高付加価値性やエンターテインメント性の高い商品のつくりこみが必要になります。

【一人あたり県内消費額（沖縄県観光客数平成22年度より作成）】

■ 平均滞在日数は横ばい ：夜の定番メニューとして宿泊を促すなど滞在日数の増加を図る

近年の観光客の平均滞在日数は、3.5～4.0日の間で横ばいとなっています。文化観光商品を夜の定番メニューとして確立することで、日帰りを1泊へ、1泊を2泊へ、観光客の滞在日数を延ばすことに貢献することが期待されます。

【年次別宿泊日数（沖縄県観光客数実態調査平成22年度より作成）】

■ 高まるリピーター比率 ：リピート回数の増加と満足度向上に貢献する文化観光商品のつくりこみ

本県を訪れる観光客のリピーター比率は増え続け、2010年には約8割がリピーターが占めています。文化観光商品の充実を図ることで、自国以外の交流・体験や豊かな発見を提供し、満足度を高く保ちながら、リピート回数が増加することに貢献するような取組が求められます。

また、現在のボトム期における観客に大きく貢献し、将来的なリピーターとして期待される修学旅行も、近年は約2,500校・約44万人が受け入れています。沢山訪れたいといった教育機関であるような空港・体験型の修学旅行プログラムとしての文化観光商品の充実も必要になります。

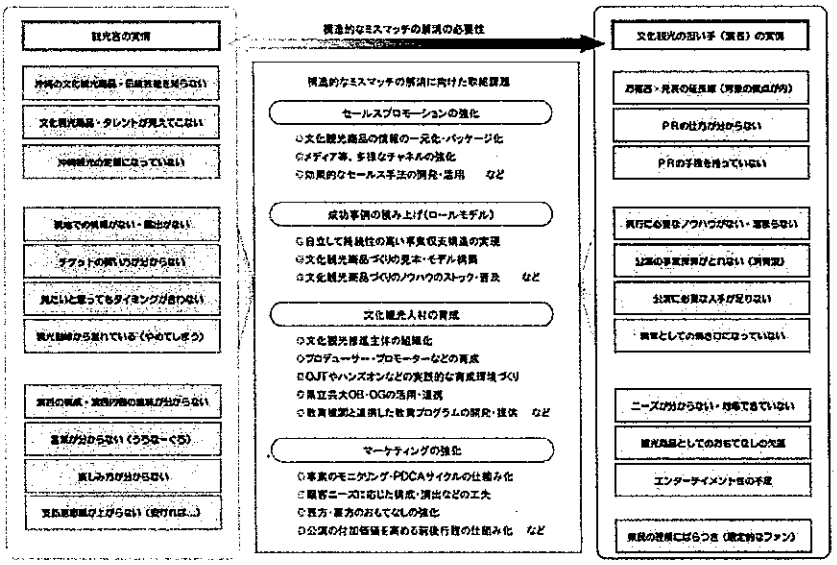
【時期別観光客数（平成22年度観光統計実態調査）】

■ 外国人観光客誘客環境の向上 ：文化観光の外国人観光客向けのおもてなしを高める

本県を訪れる外国人観光客は、入域観光客全体の6%前後にとどまっていますが、定期クルーズ船や定期航空路線の開設、チャーター便の増便などにより外国からの入域の利便性が高まり、外国人観光客数は増加傾向にあります。国内観光客の減少が人口減少とともに続いていく状況の下、今後も増えていくことが予測される外国人観光客を主要なターゲットとして捉えて、本県の国際的な観光競争力を強化するためにも、文化観光商品の多言語化などの対応を進め、外国人観光客向けのおもてなしを高めていく必要があります。

3. 文化観光商品を取り巻く観光客と担い手の実情のミスマッチと取組課題

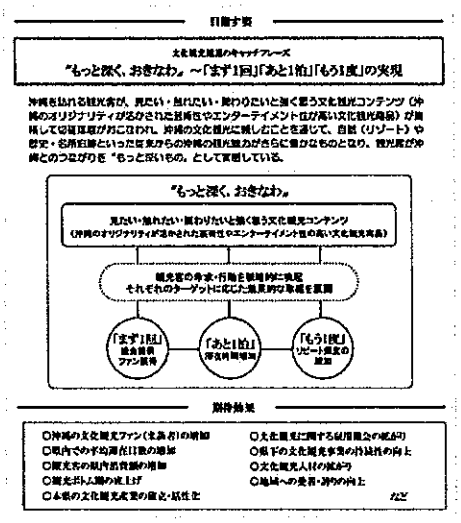
観光客と県内の文化観光の担い手（業者）の間には構造的なミスマッチが存在しており、解消するための主な取り組み課題として、以下のようなものが挙げられます。



Ⅱ. 文化観光戦略により実現を目指す姿と戦略の柱

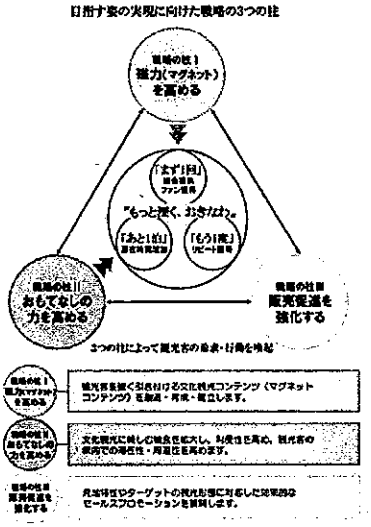
1. 文化観光戦略により実現を目指す姿と期待効果

本戦略では、文化観光を取り巻く主な環境を踏まえ、本県の文化観光のポテンシャルを最大限活用し、観光客と文化観光の担い手（業者）の間に存在する構造的なミスマッチを解消する取組を進めていきますが、本戦略によって実現を目指す姿と、その期待効果を以下のように設定します。



2. 目指す姿の実現に向けた戦略の3つの柱

"もっと深く、おきなわ。～「まず1回」「あと1泊」「もう1度」の実現に向けて、本戦略は3つの柱で構成されます。



Ⅳ. 取組方策

1. 戦略体系

・もっと深く、おきなわ！「まず1回」「あと1泊」「もう1度」の実現

戦略の柱Ⅰ　沖縄の文化観光の魅力を高める　～観光客を強く引き付ける文化観光コンテンツ（マグネットコンテンツ）の創造・育成・確立

- **Ⅰ－1　沖縄の文化観光振興を先導する文化観光コンテンツの事業化促進**
  - ①高い芸術性やエンターテイメント性を有する沖縄オリジナルの文化観光コンテンツの創造・育成
  - ②事業の自立化、安定的・定期的なコンテンツ提供の定着化の促進
  - ③観光商品魅力を高めるマーケティングの強化
- **Ⅰ－2　地域の特色を活かした新たな文化観光コンテンツの育成**
  - ①地域の文化観光資源の再認識・継承・創造の促進
  - ②地域の文化観光資源を活かした取組の文化観光コンテンツ化の促進
- **Ⅰ－3　文化観光人材の育成**
  - ①文化観光コンテンツの担い手間の交流・連携機会の提供
  - ②文化観光コンテンツの担い手と資源・異分野の人材とのマッチング機会の提供
  - ③文化観光サポーター（語り部・文化観光ボランティア等）制度の検討
  - ④県民の文化観光への理解が深まりおもてなしの心が育まれるような機会づくり

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

- **Ⅱ－1　文化観光コンテンツの効果的なパッケージ化の促進**
  - ①既定的な空間・資客交流資源を活用したプログラムの開発・提供
  - ②郷土料理メニュー・ナイトカルチャーメニュー・VIPメニューなどの開発・提供
- **Ⅱ－2　文化観光コンテンツの情報連携の強化**
  - ①多数の文化観光コンテンツの情報の一元的な管理の仕組みづくり
  - ②効果的な情報発信媒体の開発・活用
- **Ⅱ－3　多種多様なタッチポイント機能の拡充**
  - ①チケット購入・支払方法等の新たな仕組みの構築
  - ②観光案内・観光施設などのタッチポイント（案内・チケット販売機等）の拡充
- **Ⅱ－4　文化観光拠点環境の機能拡充**
  - ①文化観光を総合的に推進する体制の確立化
  - ②県下の文化観光施設の施設と内容の強化
  - ③新たな文化観光拠点環境の整備の検討

戦略の柱Ⅲ　沖縄の文化観光商品の販売促進を強化する　～発地特性やターゲットの観光形態に応じた効果的なセールスプロモーションの展開

- **Ⅲ－1　国内観光客に向けた文化観光コンテンツのセールスプロモーション**
  - ①沖縄に来訪した国内観光客に向けたセールスプロモーション
  - ②修学旅行生、ファミリー客、ビジネス客などに向けたセールスプロモーション
  - ③国内の主要な観光関連媒体への露出強化
  - ④沖縄県民に向けたセールスプロモーション
- **Ⅲ－2　外国人観光客に向けた文化観光コンテンツのセールスプロモーション**
  - ①沖縄に来訪した外国人観光客に向けたセールスプロモーション
  - ②海外の各拠点点を通じた発地特性を踏まえたセールスプロモーション
  - ③海外の主要な観光関連媒体への露出強化

2. 戦略の柱に基づく施策及び取組内容

戦略の柱Ⅰ　沖縄の文化観光の魅力を高める
～観光客を強く引き付ける文化観光コンテンツ（マグネットコンテンツ）の創造・育成・確立

Ⅰ－1　沖縄の文化観光振興を先導する文化観光コンテンツの事業化促進

観光客を強く引き付ける文化観光コンテンツを創造・育成・確立して、「まず1回」「あと1泊」「もう1度」を実現するため、沖縄の文化観光を先導する位置づけの取組を設定し、重点的に事業化を促進します。

沖縄の文化観光を先導する位置づけの文化観光コンテンツには、観光客が「見たい・触れたい・聞いてみたい」と強く思い、訪れるような、高い芸術性が求められます。観光客の希求と行動を強く喚起する、沖縄のオリジナリティが活かされた芸術性やエンターテイメント性の高いコンテンツを育成し、事業として自立して、観光客に定常的・定期的に楽しんでいただけるように取組の定着を図ります。また、供給で、必要とされるノウハウを有する実務者や専門家の協力の下、観光商品魅力を高めるために必要なニーズの収集・分析の仕組みづくりなど、マーケティングを強化します。

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

Ⅰ－2　地域の特色を活かした新たな文化観光コンテンツの育成

「まず1回」「あと1泊」「もう1度」をさらに効果的に実現するためには、観光客を強く引き付ける文化観光コンテンツの核や種類を充実させていく必要があり、県下各地域の特色を活かした新たな文化観光コンテンツを育成します。

県下の島々には地域性溢れる資産が存在し、その多様性が沖縄の魅力を形成しています。沖縄の文化観光振興を先導する文化観光コンテンツの取組の効果やノウハウを県下に広く周知することを通じて、県下各地域の中心的な文化観光資源の担い手や地域住民が自らの取組の価値や可能性を再認識し、地域の文化観光資源の継承・創造に向けた取組が自発的に行われていくことを促進します。また、担い手の自立的取組の下、次なる沖縄の文化観光振興を先導する文化観光コンテンツとしての役割が期待されるものについて、文化観光コンテンツ化を促進します。

取組内容
① 地域の文化観光資源の再認識・継承・創造の促進
② 地域の文化観光資源を活かした取組の文化観光コンテンツ化の促進

Ⅰ－3　文化観光人材の育成

観光客を強く引き付ける文化観光コンテンツを育成・確立させるため、文化観光人材の育成を行います。文化観光人材には、文化観光コンテンツの担い手（演者）と、文化観光コンテンツの観光商品としての競争力を高めるために必要な職能を有する人材があり、どちらの育成も欠かせません。

国立劇場おきなわ運営財団の設立など、関連する施設や団体との連携体制を密なものにしながら、文化観光コンテンツの担い手間の交流・連携を促進して、文化観光コンテンツの芸術性やエンターテイメント性を高める状況をつくっていくとともに、文化観光コンテンツの担い手と、旅行代理店や観光関連出版事業者、クリエイターやデザイナー、コンテンツ関連事業者など、文化観光コンテンツの商品競争力を高めるノウハウを有する実務・異分野の人材とのマッチングを促進します。

また、観光客を強く引き付ける文化観光コンテンツの確立状況に応じて、語り部の文化観光ボランティアなど、文化観光コンテンツの魅力を的確に観光客に伝え、文化観光コンテンツの円滑な提供をサポートする文化観光サポーター制度などの制度に向けた検討を行います。さらに、文化観光コンテンツは、県民に愛され、誇りに感じられてこそ、観光客にとっても魅力的なものとして映るため、子どもの頃から芸術性やエンターテイメント性の高い文化観光コンテンツに触れ、親しみ、愛着を深めるなど、県民の文化観光への理解が深まりおもてなしの心が育まれるような機会づくりを進めます。

取組内容
① 文化観光コンテンツの担い手間の交流・連携機会の提供
② 文化観光コンテンツの担い手と資源・異分野の人材とのマッチング機会の提供
③ 文化観光サポーター（語り部・文化観光ボランティア等）制度の検討
④ 県民の文化観光への理解が深まりおもてなしの心が育まれるような機会づくり

戦略の柱Ⅱ　文化観光の総合的なおもてなしの力を高める
～文化観光に関した検査拡大・利便性向上による滞在性・周遊性の向上

Ⅱ－1　文化観光コンテンツの効果的なパッケージ化の促進

沖縄の文化観光を先導する位置づけの文化観光コンテンツをはじめとする観光客を強く引き付ける文化観光コンテンツを核に据えて、観光客のニーズに応じた効果的なパッケージ化を進めることで、観光客の「まず1回」「あと1泊」「もう1度」を促進します。

「まず1回」を具体的に実現するために、沖縄の文化観光を先導する位置づけの文化観光コンテンツを中心に、既に観光客が集まっている県下の歴史的な空間や観光スポットなどを活用して、従来の来客力を活かして滞在性を高めるプログラムの開発・提供に取り組みます。また、年間多くの修学旅行生が本県を訪れている機会を活かした修学旅行生向けメニューによる「まず1回」の促進や、沖縄の夜間の新たな観光メニューによる「あと1泊」の促進、リピーター向けの付加価値の高い差別化された VIP メニューによる「もう1度」の促進など、より詳細にターゲットを絞り込んだ上での具体個別のパッケージの開発・提供に取り組みます。

取組内容
① 歴史的な空間・観客交流資源を活用したプログラムの開発・提供
② 修学旅行メニュー・ナイトカルチャーメニュー・VIP メニューなどの開発・提供

Ⅱ－2　文化観光コンテンツの情報連携の強化

観光客の文化観光による滞在性・周遊性を高めるためには、「いつ、どこで、どんな魅力的な文化観光コンテンツが行われているか」という情報が観光客に的確に伝わらなければなりません。

沖縄の文化観光を先導する位置づけの文化観光コンテンツを中心に、文化観光コンテンツの担い手（キーマン）との情報連携体制を構築するなど、県下の文化観光コンテンツの内容や開催場所・開催時間といった情報を一元的に把握し、管理する仕組みづくりを進めます。また、観光客の属性や観光形態などを考慮しながら、文化観光コンテンツを核とした文化観光のポータルサイトの開設・運営など、個人観光客や旅行社が現地において一元的に文化観光コンテンツの情報を得ることができる媒体や、文化観光コンテンツに関する月刊ガイドなど、県内において個人観光客がリアルタイムで文化観光コンテンツの情報を得ることができるような効果的な情報発信媒体の開発・活用を進めます。

取組内容
① 多彩な文化観光コンテンツの情報の一元的な管理の仕組みづくり
② 効果的な情報発信媒体の開発・活用

Ⅱ－3　多種多様なタッチポイント機能の拡充

文化観光による滞在性・周遊性を高めるためには、文化観光コンテンツの情報連携を強化して的確な情報を提供するとともに、観光客のライフスタイルや旅行スタイルに応じて、文化観光に関した新たな機会を拡大し、利便性を高めるような多種多様なタッチポイント（直接的な接点）を増やしていく必要があります。

個人観光客や旅行社が文化観光コンテンツのチケット購入・支払を現地で手配できたり、宿泊施設や商業施設などの観光客が集まる施設で文化観光コンテンツの詳細の説明を受けることができ、その場で手軽にチケットを購入することができたりするなど、観光客が文化観光に関した機会を拡大する直接的な接点を拡充し、観光客の利便性を高める仕組みづくり（情報連携）を進めます。

取組内容
① チケット購入・支払方法等の新たな仕組みの構築
② 宿泊施設・商業施設などのタッチポイント（窓口・チケット販売機能）の拡充

Ⅱ－4　文化観光拠点環境の機能拡充

「まず1回」「あと1泊」「もう1度」の実現に向けて、「ここにいれば、いつでも感動できる文化観光コンテンツを見ることができる・触れることができる・関わることができる」という県下の状況を整えるため、文化観光の拠点環境の機能拡充を図ります。

沖縄の文化観光を先導する位置づけの文化観光コンテンツを中心に、観光客を強く引き付ける文化観光コンテンツを定期的・定時的に提供するためには、様々な企画調整・連絡・セールス・モニタリングなど、拠点環境を円滑に運営する主体が欠かせず、本県の文化観光を総合的に推進する投資・機能を持つ体制の組織化を行います。また、県下の文化観光関連の施設と連携を強化し、文化観光コンテンツの多様性を高めるノウハウなどの共有化や、コンテンツの適切の促進、文化観光振興に貢献する人材の育成など、県全体で連携した取組を進めます。さらに、必要性の高まりに応じて、県の役割と機能を明確にした中心的な文化観光拠点環境を整備していくことも考えられます。

取組内容
① 文化観光を総合的に推進する体制の組織化
② 県下の文化観光関連の施設との連携の強化
③ 新たな文化観光拠点環境の整備の検討

8

戦略の柱Ⅲ　沖縄の文化観光商品の販売促進を強化する
～先端的なターゲットの観光客層に対した効果的なセールスプロモーションの展開

Ⅲ－1　国内観光客に向けた文化観光コンテンツのセールスプロモーション

現在の本県の主力市場である国内観光客に対して、沖縄の文化観光を先導する位置づけの文化観光コンテンツを中心に、観光商品魅力の高いコンテンツのセールスプロモーションを行います。

最も費用対効果が高いと考えられる、現在沖縄を訪れているリピーターを含む多くの国内観光客に対して、総合的なおもてなしの強化の取組を通じたセールスを展開するとともに、修学旅行生やファミリー客・宿泊ビジネス客などの具体的なターゲットを設定したプログラム・メニューのセールスを行います。さらに、潜在的な沖縄への観光客も視野に入れて、文化観光が新たな本県の定番観光商品としての認知度・関心度を高めるため、観光関連業種を中心とした媒体への露出強化を図ります。また、県外からの観光客にとって、県民に親しまれ、支持されていることが観光商品魅力を際立たせる要件であるとともに、文化観光コンテンツにとって県民も貴重なお客様であるため、沖縄県民に向けたセールスの取組もさらに推進します。

取組内容
① 沖縄に来訪した国内観光客に向けたセールスプロモーション
② 修学旅行生、ファミリー客、ビジネス客などに向けたセールスプロモーション
③ 国内の主要な観光関連媒体への露出強化
④ 沖縄県民に向けたセールスプロモーション

Ⅲ－2　外国人観光客に向けた文化観光コンテンツのセールスプロモーション

国内観光の消費単価が低下されるなか、国際的な観光客誘致の重要性がますます高まっています。ターゲットとする国や都市のニーズに対応した外国人観光客向けのセールスプロモーションを行います。

国際定期便やクルーズ船などの機会を活かして、沖縄に来訪した外国人観光客に対して、総合的なおもてなしの強化の取組を通じたセールスを展開するとともに、本県の有する海外の各視点を通じたセールスを強化します。また、併せて、海外の主要な観光関連媒体を中心とした媒体への露出強化を図ります。

取組内容
① 沖縄に来訪した外国人観光客に向けたセールスプロモーション
② 海外の各拠点を通じた見地特性を踏まえたセールスプロモーション
③ 海外の主要な観光関連媒体への露出強化

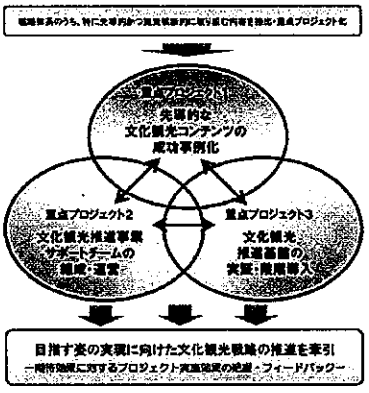
V. 重点プロジェクト

■重点プロジェクトとは…

> **"もっと深く、おきなわ。～「まず1回」「あと1泊」「もう1度」を実現するため、向こう10年間を目標に戦略に取り組むことになるが、直近の概ね3年間を目途に、先導的かつ施策横断的に取り組みをおこない、戦略全体の推進を牽引していくもの。**

重点プロジェクトは以下の3つで構成されます。なお、3つのプロジェクトは、それぞれ密接な関係にあり、三位一体となって推進されるものです。

【3つの重点プロジェクト】



9

重点プロジェクト1. 先導的な文化観光コンテンツの成功事例化

本戦略を推進するための基幹的な重点プロジェクトとして、厳しい競争と逆中の下で、観光客を強く引き付ける"目玉"となる強力な文化観光コンテンツ(マグネットコンテンツ)を つくりこみ、育ちんでいくための全面的な支援を行います。

■プロジェクトの主な役割

- ○ 観光客の「ほす1泊」「ちう1日」「ちう1夜」の実現に直接的に貢献する
- ○ 文化観光を沖縄観光の主軸として定着させることに貢献する
- ○ 多種多様な県下の文化観光コンテンツに対する観光客の関心を高め、誘う
- ○ 県下の文化観光コンテンツの育成・確立を牽引する　など

■文化観光を実現する位置づけとしての条件及び設定要件(例)

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

■つくりこみの展開(例)

事業計画のつくりこみ

ターゲットの明確化（ほす1泊・ちう1日・ちう1夜のターゲットは異なる）
事業目標の設定、事業体制、実施計画、販売計画、事業収支計画　など

事業実施準備

ターゲットに合わせた 沖縄文化観光関心客／文化観ファン・リピーター、個人旅行者／修学旅行・団体旅行者、国内観光客／外国人観光客　など）
沖縄のオリジナリティを活かした興味性やエンターテイメント性の高い文化観光商品のつくりこみ・セールス
外部資金の調達　など
※必要に応じて外部人材・パートナー企業などをマッチング
（演出家・デザイナー・クリエイター・メディア関係者、販売店など）

事業評価

コンテンツの評価（外からの客観的な評価を社に反映する）
事業計画に対する達成・未達成の要因分析
次年度以降の自立展開に向けた改善点の整理・解決方法の提案　など

■支援主体

- ○ 文化観光推進事業サポートチームにより支援
  ※重点プロジェクト2と連動

■その他の支援内容・手法

- ○ つくりこみの過程において、観光客を強く引き付ける文化観光コンテンツの育成・確立に必要な県下共有の環境基盤として提供が求められるものを事業化を見据えてトライアル的に支援
  ※重点プロジェクト3と連動

■プロジェクト評価指標(例)

- ・総公演数　・総動員数（うち県外観光客数）　・事業収入、事業収益
- ・観客満足度、再訪意向　・関係事業者雇用・提供企業数　など

【関連する戦略の取組内容】

- Ⅰ.1① 高いエンターテイメント性を有する沖縄オリジナルの文化観光コンテンツの制作・育成
- Ⅰ.1② 事業の自立化、安定的・定期的なコンテンツ提供の定着化の促進
- Ⅰ.1③ 観光商品魅力を高めるマーケティングの強化（ニーズの収集・反映の仕組み化など）
- Ⅰ.1④ 自主的な交流・集客支援資源を活用したプログラムの開発・提供
- Ⅰ.1⑤ 修学旅行メニュー・ナイトカルチャーメニュー・VIPメニューなどの開発・提供
- Ⅲ.1① 沖縄に来訪した国内観光客に向けたセールスプロモーション
- Ⅲ.1② 修学旅行生、ファミリー客、ビジネス客などに向けたセールスプロモーション
- Ⅲ.1④ 沖縄県民に向けたセールスプロモーション
- Ⅲ.2① 沖縄に来訪した外国人観光客に向けたセールスプロモーション

10

重点プロジェクト2. 文化観光推進事業サポートチームの組成・運営

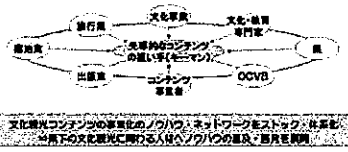
沖縄の文化観光を先導する位置づけの文化観光コンテンツの全面的なサポートを中心的な役割に据えながら、県下の文化観光の事業化を推進する人材の育成強化も視野に入れた、主に実務者で構成する文化観光推進事業のサポートチームの組成・運営を行います。本サポートチームは文化観光戦略推進の強固のエンジンとして機能します。

■プロジェクトの主な役割

- ○ 先導的な文化観光コンテンツのつくりこみの全面的な支援をおこなう
- ○ 文化観光コンテンツの事業化推進に関するノウハウ・ネットワークをストックする
- ○ 文化観光コンテンツの事業化推進に関するノウハウの県内共有を促進する　など

■文化観光推進サポートチームの組織

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



文化観光コンテンツの事業化のノウハウ・ネットワークをストック・体系化
→県下の文化観光に関わる人材へノウハウの普及・浸透を展開

■プロジェクト評価指標(例)

- ・先導的な文化観光コンテンツの自立状況　・ネットワークストック企業数
- ・県全体を対象とした文化観光に関わる人材への普及・浸透の取組回数　など

【関連する戦略の取組内容】

- Ⅰ.3① 文化観光コンテンツの担い手間の交流・連携機会の提供
- Ⅰ.3② 文化観光コンテンツの担い手と異業種・異分野の人材とのマッチング機会の提供
- Ⅰ.4① 文化観光を総合的に推進する体制の組織化

重点プロジェクト3. 文化観光推進基盤の実証・発展導入

文化観光コンテンツをより魅力的に、よりストレスなく見る・触れる・買わることができる環境を整えるため、観光客を強く引き付ける文化観光コンテンツ(マグネットコンテンツ)の育成・確立に必要で、県下で共有する環境基盤として求められるものを実証的・段階的に整備します。(先導的な文化観光コンテンツ以外にも共有インフラとして試行的に開放)

■プロジェクトの主な役割

- ○ 先導的な文化観光コンテンツの事業環境を高める
- ○ その他県下の文化観光コンテンツの育成・確立に求められる共有環境基盤を実証的・段階的に整備する　など

■共有環境基盤(例)

ポータルサイトの開設・運営

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

重点セールスキャンペーン

具体的なターゲットに応じた月単位でのセールスキャンペーン
旅行商談への重点PR　など

販売提携事業者の組織化

地方拠点・現業基盤・その他販売協力店など、販売提携事業者の組織化
など

二次交通円滑化事業支援

各種拠点基盤または主要地点と観光地を送迎バスで結ぶ実証事業
など

※戦略遂行の過程を視野に入れた自立的・持続的な展開可能性を検証

■プロジェクト評価指標(例)

- ・各共有環境基盤の利活用実態　・共有環境基盤を活用した事業の効果
- ・自立的・持続的な展開を見越した事業性（民間運営の可能性評価）　など

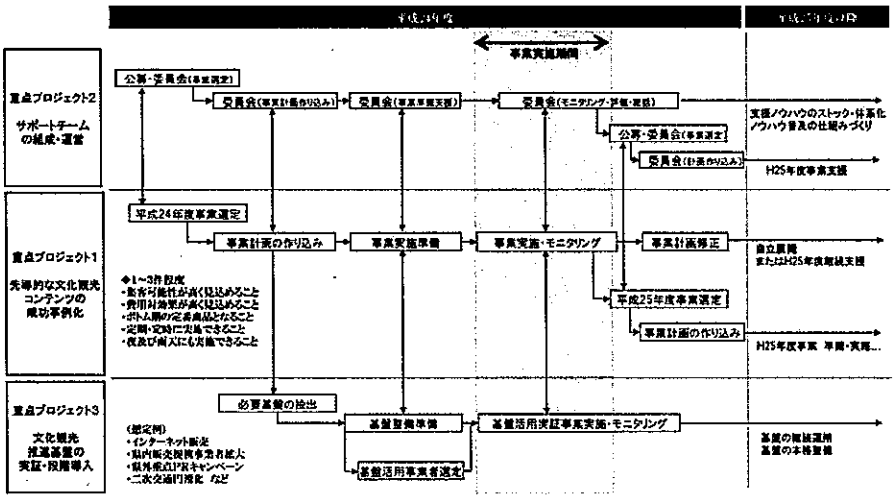
【関連する戦略の取組内容】

- Ⅱ.2① 多種な文化観光コンテンツの情報の一元的な管理の仕組みづくり
- Ⅱ.2② 独自的に情報発信媒体の開発・活用
- Ⅱ.3① チケット購入・決済方法等の新たな仕組みの構築
- Ⅱ.3② 宿泊施設・商業施設などのタッチポイント（案内・チケット販売機能）の拡充

11

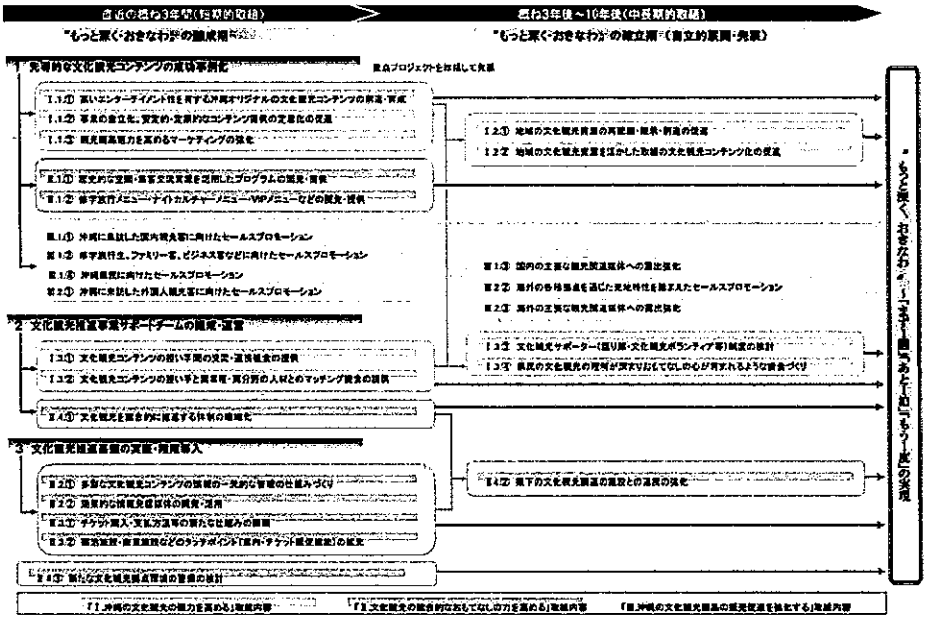
■重点プロジェクト展開スケジュール

毎年度各重点プロジェクトの総括を行い、必要に応じて見直しを行います。



12

■重点プロジェクトが牽引する戦略全体の展開ロードマップ



13

VI. 戦略の持続的な推進に向けて

1. 自立的・持続的推進体制の構築

計画期間である10年間に渡って、本戦略を確実に推進する自立的・持続的な体制を構築します。

○サポートチームのノウハウ・ネットワークの体系化・ストック

直近の概ね3年間は、沖縄県が事務局を務め、重点プロジェクト2のサポートチームが中核的な推進体制としての役割を果たします。

サポートチームのノウハウ・ネットワークを有機的な組織として体系化し、各地域における文化観光コンテンツの洗い出しのキーマンや県下市町村の観光振興セクション、県下文化関連施設などへ広く協力を仰ぎます。また、体系化されたノウハウやネットワークは、沖縄県立芸術大学のアートマネジメントに関するカリキュラムとして活用するなど、大学等との連携も図ります。

○サポートチームの発展的継承

概ね3年後には、サポートチームの取組の総括を行い、独立した文化観光推進体制への発展的継承を視野に入れます。沖縄の文化観光に関する関係者機能を確立することを基軸として、例えば(財)文化振興会の機能強化・組織再編を行うなど、それぞれ別の自立的・永続的な文化観光振興を図る組織の形成を見据えます。

また、本県の重要な文観光資源である国立劇場おきなわの戦略の方向性と連動しながら、文化観光の総合的な魅力を発揮する推進体制・機能のあり方を検討します。

2. 戦略の評価・PDCAの仕組み

21世紀ビジョン基本計画(仮称)や観光振興基本計画の進捗状況に応じながら、必要に応じて適宜戦略の評価・見直しを行うこととします。

○重点プロジェクトの評価・PDCAの方法(概ね3年間)

直近の概ね3年間については、毎年重点プロジェクトの事業評価(事業計画)における実施効果の把握と評価の構造分析及びフィードバックを実施し、PDCAを機能させた継続的な取組として展開します。

事業評価に関しては、上記サポートチームにて実施することを想定していますが、加えて、ファン(観光客)が直接評価を行う仕組みのあり方などを検討します。

○戦略全体の進捗評価・PDCAの方法

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

戦略全体の評価は、文化観光戦略戦略検討委員会をベースに、節目ごとに評価委員会を組成・開催することを想定しています。

○戦略全体の評価に関する目指す状態及び参考成果指標例

戦略全体の評価に向けて、現時点で想定される戦略推進による目指す状態及び参考成果指標例は下のように設定します。本指標等も、評価結果に応じて適宜柔軟に見直しを行います。

指標値	ターゲット	<短期>3年後(平成27年度) 目指す状態及び参考成果指標	<中期>5年後(平成29年度) 目指す状態及び参考成果指標	<長期>10年後(平成34年度) 目指す状態及び参考成果指標
まず1回	県民	先導的な文化観光コンテンツの県民認知度が30% 先導的な文化観光コンテンツに触れる県民が10%以上	先導的な文化観光コンテンツの県民認知度が50% 多様な文化観光コンテンツに触れる県民が30%以上	同左
	(直近データを基準とした参考数値)	先導的な文化観光コンテンツを認知している県民:約42万人 先導的な文化観光コンテンツに触れる県民:約14万人	先導的な文化観光コンテンツを認知している県民:約70万人 多様な文化観光コンテンツに触れる県民:約14万人	—
	観光客	活動内容が「イベント・伝統行事」の観光客が5% ※H22年度の「イベント・伝統行事」は4.3% 先導的な文化観光コンテンツをはじめとする多様な文化観光コンテンツに触れる外国人観光客が5% 沖縄修学旅行メニューに先導的な文化観光コンテンツをはじめとする多様な文化観光コンテンツを組み込む校数が5%	活動内容が「イベント・伝統行事」の観光客が10%(H22年度の「ダイビング」「戦跡巡参拝」並み) 先導的な文化観光コンテンツをはじめとする文化観光コンテンツに触れる外国人観光客が10% 沖縄修学旅行メニューに先導的な文化観光コンテンツをはじめとする多様な文化観光コンテンツを組み込む校数が10%	旅行内容に「イベント・伝統行事」を挙げる観光客が30%(H22年度の「ショッピング」「海水浴・マリンレジャー」並み) 先導的な文化観光コンテンツをはじめとする多様な文化観光コンテンツに触れている外国人観光客が30% 沖縄修学旅行メニューに先導的な文化観光コンテンツをはじめとする多様な文化観光コンテンツを組み込む校数が30%
	(直近データを基準とした参考数値)	活動内容が「イベント・伝統行事」の観光客:約27万人 先導的な文化観光コンテンツをはじめとする多様な文化観光コンテンツに触れている外国人観光客:1.4万人 沖縄修学旅行メニューに先導的な文化観光コンテンツをはじめとする多様な文化観光コンテンツを組み込む校数:約130校	活動内容が「イベント・伝統行事」の観光客:約55万人 先導的な文化観光コンテンツをはじめとする多様な文化観光コンテンツに触れている外国人観光客:2.8万人 沖縄修学旅行メニューに先導的な文化観光コンテンツをはじめとする多様な文化観光コンテンツを組み込む校数:約250校	活動内容が「イベント・伝統行事」の観光客:約164万人 先導的な文化観光コンテンツをはじめとする多様な文化観光コンテンツに触れている外国人観光客:8.4万人 沖縄修学旅行メニューに先導的な文化観光コンテンツをはじめとする多様な文化観光コンテンツを組み込む校数:約770校
あと1泊	観光客	活動内容が「イベント・伝統行事」の平均泊数3.3泊(H22年度の「ダイビング」「スパ・エステ」並み) ※H22年度のイベント・伝統行事は3.2泊	活動内容が「イベント・伝統行事」の全四半期での平均泊数3泊以上 ※H22年度の「イベント・伝統行事」の最低平均泊数は2.7泊(4-6月、1-3月)	同左
もう1度	県民	先導的な文化観光コンテンツに年に複数回触れる県民が5%以上	先導的な文化観光コンテンツに年に複数回触れる県民が15%以上 伝統的・古典的な芸能をはじめとする多様な文化観光コンテンツに年に複数回触れる県民が15%以上	同左
	(直近データを基準とした参考数値)	先導的な文化観光コンテンツに年に複数回触れる県民:約7万人	先導的な文化観光コンテンツに年に複数回触れる県民:約21万人 伝統的・古典的な芸能をはじめとする多様な文化観光コンテンツに年に複数回触れる県民:約21万人	—
	観光客	再訪動機として、「イベント・伝統行事」が上位に入る 再訪の際に先導的な文化観光コンテンツに触れる	再訪動機として、「イベント・伝統行事」が上位に入る 再訪の際に、伝統的・古典的な芸能をはじめとする多様な文化観光コンテンツに触れる	同左
経済的効果	県内消費額	活動内容が「娯楽・入場費」の消費単価8,000円 ※H22年度は7,831円 活動内容が「イベント・伝統行事」の県外客一人あたりの総消費単価80,000円(平成22年度の「海水浴・マリンレジャー」並み) ※H22年度は74,114円	活動内容が「娯楽・入場費」の消費単価8,500円 活動内容が「イベント・伝統行事」の県外客一人あたりの総消費単価85,000円	活動内容が「娯楽・入場費」の消費単価9,000円 活動内容が「イベント・伝統行事」の県外客一人あたりの総消費単価90,000円(平成22年度の「ダイビング」並み)
各目標年次における文化観光コンテンツの提供目標		先導的な文化観光コンテンツの持続的な事業性が確立 先導的な文化観光コンテンツに関わる専門職業が成り立ち始めている	持続的な事業性を有する文化観光コンテンツが増えている 文化観光コンテンツに関する多様な産業とのつながり(関係事業者の広がり)が生まれて来ている	県民のあこがれの職業として文化観光コンテンツが認識されている 仕事として文化観光コンテンツに携わる国内外の人材が増えている

資料2

戦略全体の評価に関する目指す状態及び参考成果指標例

指標値	ターゲット	<短期>3年後(平成27年度) 目指す状態及び参考成果指標	<中期>5年後(平成29年度) 目指す状態及び参考成果指標	<長期>10年後(平成34年度) 目指す状態及び参考成果指標	備考
まず1回	県民	先導的な文化観光コンテンツの県民認知度が30% 先導的な文化観光コンテンツに触れる県民が10%以上	先導的な文化観光コンテンツの県民認知度が50% 多様な文化観光コンテンツに触れる県民が30%以上	同左	沖縄県人口:141万人(2012.2) 推計人口・2012年2月1日現在推計
	(直近データを基準とした参考数値)	先導的な文化観光コンテンツを認知している県民:約42万人 先導的な文化観光コンテンツに触れる県民:約14万人	先導的な文化観光コンテンツを認知している県民:約70万人 多様な文化観光コンテンツに触れる県民:約14万人	—	
	観光客	活動内容が「イベント・伝統行事」の観光客が5% ※H22年度の「イベント・伝統行事」は4.3% 先導的な文化観光コンテンツをはじめとする多様な文化観光コンテンツに触れる外国人観光客が5% 沖縄修学旅行メニューに先導的な文化観光コンテンツをはじめとする多様な文化観光コンテンツを組み込む校数が5%	活動内容が「イベント・伝統行事」の観光客が10%(H22年度の「ダイビング」「戦跡巡参拝」並み) 先導的な文化観光コンテンツをはじめとする文化観光コンテンツに触れる外国人観光客が10% 沖縄修学旅行メニューに先導的な文化観光コンテンツをはじめとする多様な文化観光コンテンツを組み込む校数が10%	旅行内容に「イベント・伝統行事」を挙げる観光客が30%(H22年度の「ショッピング」「海水浴・マリンレジャー」並み) 先導的な文化観光コンテンツをはじめとする多様な文化観光コンテンツに触れている外国人観光客が30% 沖縄修学旅行メニューに先導的な文化観光コンテンツをはじめとする多様な文化観光コンテンツを組み込む校数が30%	入域観光客数:548万人 うち、国内客:520万人 外国客:28万人 【暦年】平成23年入域観光客統計概況(平成24年1月13日) 平成22年(暦年)沖縄修学旅行入込実績 校数:2,562校 人数:438,194人 修学旅行入込状況調査結果(平成23年7月15日)
	(直近データを基準とした参考数値)	活動内容が「イベント・伝統行事」の観光客:約27万人 先導的な文化観光コンテンツをはじめとする多様な文化観光コンテンツに触れている外国人観光客:1.4万人 沖縄修学旅行メニューに先導的な文化観光コンテンツをはじめとする多様な文化観光コンテンツを組み込む校数:約130校	活動内容が「イベント・伝統行事」の観光客:約55万人 先導的な文化観光コンテンツをはじめとする多様な文化観光コンテンツに触れている外国人観光客:2.8万人 沖縄修学旅行メニューに先導的な文化観光コンテンツをはじめとする多様な文化観光コンテンツを組み込む校数:約250校	活動内容が「イベント・伝統行事」の観光客:約164万人 先導的な文化観光コンテンツをはじめとする多様な文化観光コンテンツに触れている外国人観光客:8.4万人 沖縄修学旅行メニューに先導的な文化観光コンテンツをはじめとする多様な文化観光コンテンツを組み込む校数:約770校	
あと1泊	観光客	活動内容が「イベント・伝統行事」の平均泊数3.3泊(H22年度の「ダイビング」「スパ・エステ」並み) ※H22年度のイベント・伝統行事は3.2泊	活動内容が「イベント・伝統行事」の全四半期での平均泊数3泊以上 ※H22年度の「イベント・伝統行事」の最低平均泊数は2.7泊(4-6月、1-3月)	同左	
もう1度	県民	先導的な文化観光コンテンツに年に複数回触れる県民が5%以上	先導的な文化観光コンテンツに年に複数回触れる県民が15%以上 伝統的・古典的な芸能をはじめとする多様な文化観光コンテンツに年に複数回触れる県民が15%以上	同左	
	(直近データを基準とした参考数値)	先導的な文化観光コンテンツに年に複数回触れる県民:約7万人	先導的な文化観光コンテンツに年に複数回触れる県民:約21万人 伝統的・古典的な芸能をはじめとする多様な文化観光コンテンツに年に複数回触れる県民:約21万人	—	
	観光客	再訪動機として、「イベント・伝統行事」が上位に入る 再訪の際に先導的な文化観光コンテンツに触れる	再訪動機として、「イベント・伝統行事」が上位に入る 再訪の際に、伝統的・古典的な芸能をはじめとする多様な文化観光コンテンツに触れる	同左	
経済的効果	県内消費額	活動内容が「娯楽・入場費」の消費単価8,000円 ※H22年度は7,831円 活動内容が「イベント・伝統行事」の県外客一人あたりの総消費単価80,000円(平成22年度の「海水浴・マリンレジャー」並み) ※H22年度は74,114円	活動内容が「娯楽・入場費」の消費単価8,500円 活動内容が「イベント・伝統行事」の県外客一人あたりの総消費単価85,000円	活動内容が「娯楽・入場費」の消費単価9,000円 活動内容が「イベント・伝統行事」の県外客一人あたりの総消費単価90,000円(平成22年度の「ダイビング」並み)	
各目標年次における文化観光コンテンツの提供目標		先導的な文化観光コンテンツの持続的な事業性が確立 先導的な文化観光コンテンツに関わる専門職業が成り立ち始めている	持続的な事業性を有する文化観光コンテンツが増えている 文化観光コンテンツに関する多様な産業とのつながり(関係事業者の広がり)が生まれて来ている	県民のあこがれの職業として文化観光コンテンツが認識されている 仕事として文化観光コンテンツに携わる国内外の人材が増えている	

(2) 議事録

① 第1回文化観光戦略構築検討委員会

○開催日時：平成23年9月16日（金）　15:00～17:30
○場　　所：南部合同庁舎5階第1会議室

◎：委員長、○：委員、●：事務局

1. 開会
(1)挨拶
(沖縄県文化観光スポーツ部長　平田大一氏)
・ 本日は台風が近づいている中お集まりいただき感謝する。
・ つい先日、文化交流拠点に関するあり方の検討員会を開催し、その中で色々な意見が出された。また文化議員連盟の皆様にオブザーバーで入っていただき、いわゆる行政と県民の皆様と一緒になり、沖縄の新しい文化発信交流拠点に関して話し合ってきた。
・ 本日もその意味で言うなら、まさに文化観光戦略の構築にとって大きな柱となる会議になると思う。沖縄の文化のあり方や発展など、幅広く文化について話し合いをしながら、交流発信拠点としての施設の利活用、さらに国際競争力ある文化に高めていく。その意味での魅力発信事業がある。
・ 後ほど、事務局から3つの柱について説明していただく。一番大事な部分がビジョンを明確にして決めていくことになる。
・ 従って、実のある議論になるよう忌憚のない意見をいただき、色々な意見を一つにまとめ、是非とも実現に向けてがんばっていきたいと思っている。是非ご協力をお願いする。

(2)委員紹介(省略)

(3)委員長選出
●事務局
・ 事務局案として昨年度に続き本委員会の委員長を平敷先生にお願いしたいと考えているが、皆様いかがだろうか。
(一同異議なし)

●事務局
・ 皆様にご承認いただいただので、委員長を平敷先生にお願いし、これ以降の会の進行をお願する。

◎平敷委員長
・ ご指名いただいたので委員長を務めさせていただく。これだけのメンバーの中で委員長という名称が付いていることに気後れするが、今回は進行役を務めさせていただく。
・ 第一線でご活躍の委員の皆様には、それぞれの立場からご自由にご発言いただき、忌憚のないご意見をいただければと思っている。
・ では次第にそって進めていく。まず次第2「事業説明」について事務局から説明をお願いする。

2. 事業説明
(1)「文化観光戦略推進事業」について
●事務局
・ 資料説明

(2) 文化観光戦略構築検討会委員会等運営業務について
●事務局
・ 資料説明

（質疑応答）
◎平敷委員長
・ 事務局の説明に対して質問等あるだろうか。

○平田大一委員
・ 参考までに今年度 8 件モデル事業が選出されているが、公募自体は何件あったのか知りたい。

●事務局
・ 今年度の募集については 43 件となっている。

◎平敷委員長
・ 事業内容に関連して各事業に対する質問はあるだろうか。

○渕辺委員
・ 3 つの委員会の関連性について、例えば 8 つの支援事業がピックアップされているが、環境整備促進に係る取り組みの事業は、この 8 つの支援事業の環境整備という理解でよいのか。
・ また、モデル事業の評価とモデル事業の選定の部分について、モデル事業の評価を 8 月から来年 3 月まで継続して事業が続いていくのに対して、選定が 1 月になっているが、一般的な流れとしてはどうなのだろうか。
・ つまり、流れとして評価した後で選定するのが一般的だと思う。評価が続いているなかで、ここだけ選定することに対して仕事の段取りとして理解できない。

●事務局
・ まず後者の質問に対して、ここでいうモデル事業の評価は、平成 23 年度の支援を行う事業、これが 23 年度の中で順次行われていき、それらの事業についての効果、成果という部分をきちんと測り評価していく。
・ この下に書いてあるモデル事業の選定は平成 24 年度の支援事業についてのスケジュールという形で書かせていただいた。時間の間隔の抜けがあったので、少し混乱する形になっている。
・ モデル事業の総括は平成 23 年度の実施事業、モデル事業の選定は平成 24 年度に支援を行う事業を対象にしたスケジュールを示している。
・ 前者の質問に対して、個別の支援事業についての環境整備にかかる事業を抽出することではなく、政策の全体像の中で検討する事項という意味である。
・ 青色の部分のスケジュールは個別に支援していく事業に関すること、支援するという仕掛けの部分についてのスケジュールになる。ピンク色の部分は戦略という構築してまとめていくという部分の中での、作業工程として必要な項目についての検討を、このスケジュールの中で行うという意味である。

○渕辺委員
・ 委員会の 2 番目についてよくわかった。1 番目はあくまでも取り組み事業は一般的という捉え方で考えてよろしいわけだろうか。
・ 例えば既に 8 つの事業がピックアップされているが、これを見て具体的にこの中から検討すべき項目を抽出するのではなく、一般論としてどのような取り組み事項が必要かということを検討することになるのだろうか。

●事務局
・ 当然、戦略を議論していく上で、過去に 2 カ年度既にモデル事業として支援してきた成果、捉えられた事象、課題など、それから今年度実施する事業の内容をこの検討の中に反映させていく。
・ 従って、分離しているわけではないが、使える情報については取り上げて、検討の中で生かしていくという連携を取っていきたいと思う。

●中村委員

・ 渕辺委員の質問に関連して、文化振興拠点は具体的に何かハードを意識されているのだろうか。
・ もう一つの質問は、事業評価に関して評価基準についての一定のメルクマールとなる仮説を持っているのだろうか。

●事務局
・ 文化発信交流拠点環境整備調査に関してハードも想定している。ただハードをつくることが目的ではない。
・ 最終的に文化発信交流拠点は、箱ものというより拠点環境をどういうように高度に整備していくのか、そのために必要なハードがどういったものか、というスタンス(考え方)で検討が進められている。
・ 事業評価について、実はモデル事業が今年で3年目を迎えている。1年目は桜祭りなど幅広い地域資源を活用したというかたちになっているが、2 年目、今年度の 3 年目に関しては、より歴史伝統的な資源を活用すること、例えば芸能などにフォーカスするかたちの方へ、モデル事業のそもそもの募集方法もシフト化されてきている。
・ 特に評価の視点について、昨年度の募集要項を一つの選定の軸として、もともと事務局内でも想定している。その募集基準を超える水準を要求している項目についてどうだったのか、という点を定量的、定性的に今年度またローリングをかけ把握していくよう想定している。
・ 事業化検討委員会の昨年度の募集要項が手元にないので、また必要に応じてメール等で送付させていただく。

○中村委員
・ 募集要項はよく存じ上げているが、終わった後のローリングの資料をいただいていない。だから、結果評価がわからないまま次に事業を行ってしまうと、改善されているのか、なかなか評価がわかりにくいので質問した。

◎平敷委員長
・ 3 つの関連について、その関連性の結果について委員会にきちんと反映されるかたちにできればと思っている。

○和久屋委員(馬場委員代理)
・ 評価について、この事業の本質的なものは、文化を活用して観光客に沖縄へ来ていただくことなので、最終的な成果の一つとして、どれだけ観光客を呼び込むことにつながったのか、ということを評価対象にしていただきたいと思う。

○平田大一委員
・ 恐らく3年目は一つの節目だと思う。その節目の中で見えてきたものをもとにして、次年度からまた新しいスタートを切るかたちで、マグネットをしっかり持った文化の新しいコンテンツづくりを行っていこうとしている。
・ 今回の検討委員会を経て、今年も含め来年以降の大きな指標となる文化観光戦略としての、政策に係る新しい、色々なビジョンを皆さんからいただき、10 月中旬から募集を開始していく中で、できれば反映させていきたいと考えている。
・ 本日のものが次年度からのものになる。毎年のことで県が行う事業は4月からスタートしてしまうと、募集要項等を作成し、結局 10 月以降から事業が開始されないので、何とか繰り上げていきたいと考えている。
・ 従って、4月から動けるように前倒し的に進め、来年に関する部分は3年間の積み上げをベースにしながら、新しいコンセプトでできれば募集していきたいと思いがある。
・ その中で、しっかりと観光戦略と文化戦略をマッチングさせることが大事なポイントになるのではないかと考えている。

◎平敷委員長
・ これまでは事業内容の確認を行った。次の議題から、事業趣旨等を念頭に置きながら色々とご意

見をいただければと思う。
- 本委員会について先ほどから説明があったように、昨年までの検討を踏まえて今年度は文化観光戦略を策定するにあたり、特に重点的に取組む内容について検討を進めることになる。
- 議事として(1)～(3)まで用意している。まず事務局から説明していただき、その後委員の皆様から意見をいただきたいと思う。

3. 議事
(1)本件の文化観光振興を先導するシンボルとしての文化観光コンテンツの想定について
(2)セールスプロモーションの方針について
●事務局
資料 5 の説明

◎平敷委員長
- 協議内容の全体をみていただくため、まとめて議事説明していただいた。それぞれの内容について委員の皆様からご意見をいただきたい。
- 意見をいただく前に、説明に対して質問があるだろうか。ないようなので、具体的にご意見をいただきたい。

○渕辺委員
- 説明の中で、マグネットコンテンツの大枠が、組踊、現代版組踊、エイサーという 3 つの分け方は、それぞれ沖縄県民もよくわかっていることなので、良いと思う。
- エイサーは子ども達が一番早く伝統文化に接するものになるので、エンターテイメントの面からも大きな割合を占めていると思う。
- 次にこの 3 つを如何にしてビジネスに結び付けるかがポイントになる。分け方がこれで良いとしてもどうやって発信していくかということが大きな課題になる。
- 色々と資料にはセールスプロモーションとして書かれているが、多くは一過性で終わっていると感じる。行った後の評価や反応がわからないまま、次から次へと行っていることが今まで多かったのではないかと思う。
- 沖縄はリピーターが多くなり、そうはいってもまだ来ていない人達は半分以上いる。いかに沖縄に魅力的なものがあるかと知ってもらうという意味では、大変良い機会だと思う。
- 行ったことだけでなく、現地でどのように評価されたのか、1 回目は沖縄へ興味本位で訪れるので、2 回目、3 回目こそ、ひょっとすれば本音の評価が出てくる可能性があると感じた。調査は一過性ではなく、連続性、定期性が必要だと思っている。
- 資料に書かれているように、実際興味を持って、見たい、聞きたいという場合、本当に良く聞くことが、どこに問い合わせれば良いのかわからないと聞く。
- だから、観光客あるいは県民の方も直ぐにチケットを購入できる、あるいは情報を収集できる拠点を拡充すべきではないかと思う。
- 例えば、コンビニ等の活用も十分に有効だと思うし、観光客の動線を考えた上でのチケットの購入場所なども考えるべきだと思う。
- これからの 10 年間は県外のみならず海外を想定し、チケットの購入する場合でも多言語での案内は不可欠になるので、その対策やあるいはチケット購入の前にストーリー性のあるものはその説明を行うなど、観光客目線に合わせた設置をしたほうが良いと思う。

○嘉数委員
- 日頃、琉球芸能の実演をしている立場として、3 つのマグネットコンテンツに組踊が入っているのは、率直にいって嬉しく思う。
- その半面少し疑問もある。というのは、マグネットコンテンツの要件という部分で県民に広く愛されるものとある。3 つの内、組踊がそこまで愛されているのか疑問を持っている。実演側は組踊を愛しているが、そこまで魅力が広く伝わっていないことが、実情だと思う。
- 演手として、わかりやすく、感動や共感を訴求できるものだと思っているが、現実的にはそこまでに至っていないのが組踊の現状だと思う。しかし、その現状に止まらず、どうやって魅力を広く伝えて

いくかという課題は観光に限らず実演側の問題でもある。

- 極力、明るい未来に向かっていきたいという夢を実演側は持っている。伝統文化の質の向上が必要だと思う。
- 組踊の発信について、対象となるのが文化知識の高い層、高所得者層向けという言葉が出てきたのにも驚いた。文化の知識の高い層に対して、果たしてみせるに耐えるものなのか。もちろん組踊自体はレベルの高いものだと思うが、実演側が質の高いものをもっと追い求めていかなければならないという現状にあると思う。
- 対象とする層と、実演側のヅレといった問題もあるかと正直思っている。しかしながら、そうした中でも、やはり良いものをつくりたいと思うのは、実演側が一番思っていることである。
- 観光という面から県外、海外へ発信するという時にも、やはり良いものとして紹介していきたというのが実演側の正直な意見である。そのためには良いものをつくりあげ、どこの地域にも劣らない沖縄独自の高い文化であるというものを追い求めて、本事業は行っていくべきだと思う。
- その入口となるきっかけとして現代版組踊があると思う。またエイサーのように誰でも親しみやすく、入りやすい芸能がある。それと違い、確かに時代的には厳しいのかもしれないが、王朝時代の文化、宮廷文化が沖縄にあったという事実と、その文化が高い質であるという部分をぜひ追い求めて、観光文化の発信につなげることができれば良いと思う。

◎平敷委員長

- 最初に事務局から説明があったが、今回は前年度から続いている事業でもあり、今回の場合、現場の視点もできるだけ加え、実現性の高いものにしたいということでもある。現場の視点も色々と聞かせていただきたい。

○名城委員

- 芸大出身で観光と文化に直接関わっている。嘉数委員が言うよう、組踊が取り上げられていることは、嬉しい限りである。しかしなぜ、琉球舞踊が入っていないのかと疑問に持った。
- 組踊と琉球舞踊の関係は、琉球舞踊あっての組踊であり、組踊あっての琉球舞踊なので、この 2 つは不可欠だと思う。現代版組踊が組踊の入口だとすれば、組踊の入口は琉球舞踊だと思っているので、ぜひ琉球舞踊を入れていただけないかと思う。
- プロモーションをかける際、現在池袋のサンシャインシティとタイアップして直で恩納村の観光 PR と、沖縄県立芸大の琉球芸能専攻 OB 会を使っての実演により、なるべく質の高い芸能を県外の方達にみていただき、質の高い芸能が沖縄にあるのでぜひ沖縄に来てください、とプロモーションを行っている。
- その際には、付加価値として池袋サンシャインシティの館内で 3,000 円以上の商品を買えばクーポン券をもらえる。それに恩納村の大型リゾートホテル 7 社の無料宿泊 200 名付きを特典で付け、航空券は池袋サンシャインシティに買っていただき、それを特典として沖縄に誘客をかけている。
- プロモーションとしては、現地で物産展なども県外でかなりの数を行っているので、そこに組踊や琉球舞踊や三線、エイサーなど、沖縄にあるものを紹介しながら、どんどんプロモーションをかければ、お客さんは結構興味を持ってくれると思った。
- 実際に、今年の 6 月に池袋サンシャインシティで三線教室に来た 4 名の方が沖縄を訪れてくれた。県の事業では 10 月 9 日に京都公演があるが、それに出演する京都の人が沖縄にきて三線を習っている。
- 実際に現場で立つ人間が教えながら、プロモーション、ある意味、コーディネーターのような感覚でどんどん発展していくと良いと思った。そのようなかたちでプロモーションをかけながら、加えて、お客さんにわかるよう伝えていくため、字幕を挿入するなど、かなり噛み砕いたかたちにすることで、沖縄へ足を運ぶ観光客も増えると思った。
- いま試行錯誤しながら行っているが、実際に少人数ではあるが数字には出てきているので、このようなかたちで携わり、協力できればと思っている。

◎平敷委員長

- 先ほど渕辺委員からもお話があったが、ビジネスとして成り立つのかという話もあった。そのマグネットコンテンツの要件の中に、興業、職業として成り立ちうるものを要件として行っているビジネス視

点も重要だと思う。

- ストーリーを多言語で表現するという意見で、県外、海外を対象にする場合は、例えば組踊なら言葉を使いながらの説明的な対応も重要だと思う。
- マグネットコンテンツはあくまでも事務局案で、琉球舞踊を加えた方が良いという意見があったので、コンテンツとして良いかどうか。それからコンテンツに参加する要件の確認についても意見があれば頂戴したい。それをどう伝えていくのかという部分はプロモーション活動になるが、その流れで意見をいただければと思う。

○崎山委員

- 先ほど名城委員から指摘があったように、琉球舞踊の位置づけに関して、このコンテンツで十分なのか疑問を感じた一人である。
- 組踊、現代版組踊、エイサーと 3 つに分けた際、現代版組踊は若い層だけでなく評価されていることはよくわかる。ただ、組踊、エイサーと並ぶとしたら、項目として適しているのかどうか率直な感想である。あくまでも現代版組踊は一つの分野の中のメニューではないかと思う。言ってみれば組踊の中のメニューになってくるかと思う。
- 現代版組踊は、地域の中の新しい芸能運動ではないかと思う。これまでやったことがない、新しい革新的な運動ではないかと思う。
- 子どもたちを巻き込んだ上で、地域ぐるみで、新たに自分達の地域を見詰めながら、地域から発信しながら、多くの人達を受け入れるという、新しい事業だと思う。その意味では現代版組踊と、組踊、エイサーの 3 つが項目として並んでいることに違和感を持っている。
- 県民の多くは、組踊があり、琉球舞踊があり、そして現代版組踊はある意味それぞれの地域にある運動の一つとしてあると思っている。
- 沖縄はもともと組踊に集約されていた。琉球古典舞踊に集約されていった文化も、もともとはたくさんの地域の民族芸能を集約し宣伝し、それぞれの地域のものを取り出して、首里王朝文化として栄えたわけで、その意味では首里王朝文化を、ある意味シンボリックに表現する組踊や琉球舞踊があり、それとあわせて地域の新しい芸能としての現代版組踊がある方がわかりやすいと思う。
- 現代版組踊に続くものとして、宮古で新しいものがスタートするなど、もっとダイナミックな変身をさせるものが逆にみえてくると思った。だから、一番大切な組踊、どう分けていくかというコンテンツの想定について改めてお互いに了解すべきものがあるのではないかと思う。

○中村委員

- 資料の挙がっているものは全てパブリックアーツが中心になっており、商品ではなく人間が資源なので、少しひっかかっている。
- この中に出ているコンテンツは、色々な次元のコンテンツが同一に並べられていると思った。コンテンツそのものが、文化観光産業を牽引できるという、ある意味コンテンポラリー的な、ビジネス的な匂いを持ったエンターテイメント的なものと、コンテンツにはそのような力がないが、コンテンツがあることによって沖縄という周辺環境が独特のイメージ、アメニティを生み出していって、それが沖縄に人を呼び寄せていく誘因となるものと区別しておかないと、組踊と現代版組踊と同列で論じるのは無理があると感じる。
- 組踊、琉球舞踊の方が、後に述べた方の沖縄のイメージ形成につながっていく大事な誘因でもある。
- それから現代版組踊というが、沖縄も含め若者達はもっと非常に多様な趣味を持っている。沖縄は一地方県としては独自のエッセンスを材料にしながら、どんどん新しい演劇や音楽劇、舞踊をつくっているので、それが例えばキジムナーフェスタという国際行事のなかで高い評価を受けて、アメリカやヨーロッパに招待を受けている。これは自力で動いており、それに対する反応がだんだんと高まってきているが、現代版組踊はそういうものの一つだと思う。
- だから、その意味では、例えば、(現代版組踊は)現代版沖縄舞台創造のような、名前は堅いので直した方が良いが、その考え方があっても良いと思う。
- 発地言語化の意味を教えてほしい。

●事務局

・ 多言語化にあたり発地に対応した言語化をしていくということである。

○中村委員
・ 例えば、アメリカ人には彼らがわかる言語で行う。ということは、沖縄の言語はウチナーチュで上演することが多いが、名古屋行けば彼らがわかる言語で行うのだろうか。

●事務局
・ ここで言いたかったことは言葉として通じる言葉で話すのと、話される内容もそこの地域の人達が理解できる流れで話をしていく必要がある。そのことを発地言語化で表現している。

○中村委員
・ それは結構大変である。受入れ側の文化がどうなっているのか、消費経済も含めてコンテンツをしっかりと理解しないと、それを応用させることができない。
・ 言うに優しいがやることは難しいと感じた。

◎平敷委員長
・ この点に関してはもう少し議論が必要だと思う。いわゆるマグネットコンテンツの、どのタイトルにして、その中身についてどう考えていくのかという点についてもう少し意見をいただきたい。
・ 事前に欠席の連絡をもらっていた東委員と平田オリザ委員から意見をいただいているので、事務局から説明をお願いしたい。

●事務局
・ 事前に欠席することがわかっていた委員の方には第 1 回目ということで事前に意見をいただいている。
・ まず、平田オリザ委員には議事(1)と(2)に関して意見をいただいている。まず、前提の認識としてLCC 時代を沖縄としてどう克服していくのかという部分の認識を十分に持つ必要がある。
・ 短期で成果を得られるもの、中長期的に腰を据えて取組むことで成果が上がるものがある。特に短期で成果が得られるものを中心に添えて、成功事例を積み上げていく視点から資源を想定して、それを組み替えていくという視点が重要になる。
・ 個別のジャンルに関して、組踊はまず本家本元として訪れるありがたいものとして捉える、触れるような付加価値を高めていく必要があるということである。特にインバウンドのリピーターなど差別化を図るアイテムとして位置づける必要がある。
・ 現代版組踊に関して、やはりエンターテイメント性が高いということでポテンシャルがあり、特に修学旅行生向けのコンテンツとしてもっと積極的に活用できる重要な位置けにある。その観点から、1時間程度の旅程に合った演目を用意しながら、そこに前後を含めたかたちで新たな交流や体験を組み合わせていく。
・ また、作や演出など県外の力をうまく取り込みながら、芸術的な質と恒常性をきちんと担保していき、大人の夜の鑑賞コンテンツとしても展開できればさらに広がってくるのではと思う。
・ エイサーは全国的にみても競争力が高い。阿波踊りやよさこい踊りと肩を並べるもので位置づけることができる。そのなかで例えば、全国エイサー祭り、世界エイサー祭りを開催しながら、全国規模でのムーブメントをさらにもう一押しして高めていくよう取組みがあれば非常に有効ではないか。
・ キジムナーフェスタやスポーツについて、基本的に集客交流の都市、クリエイティブアイランド沖縄の多様な集積、魅力のあるコンテンツとして位置ける必要があるということで、いわゆる組踊、現代版組踊、エイサーとはフェーズが違うので分けておく必要がある。
・ プロモーションに関して、アジアを中心としてインバウンドの強化が大きな軸になってくる。そのなかで外国人向けのおもてなし機能を備えて拠点というものも考える余地がると思う。
・ 加えて海外から修学旅行の需要をどのように直接的に獲得していくのか、そのためのプログラムとして組踊、ないしは現代版組踊等、エイサー等を具体的にどのように組み込んでいくのか、その点が非常に重要になってくると思う。
・ さらに、最大のマーケットとして認識される中国に目を向けると中国は他国の伝統にあまり興味がないので、単に伝統や文化だけでは訴求しづらい側面がある。特に日本観光の 2 回目、3 回目と

沖縄へリピーターになることを考えれば、ハイクラス感やステイタス感をくすぐるような付加価値、差別化が必要になってくる。

- 東委員の意見に関して、それぞれビジネスの観点から特に旅行商品を成立させるという観点から、組踊、現代版組踊、エイサーにについて意見をいただいている。それぞれは伝統的な総合芸術として継承しなければならない。高尚な伝統を重んじるターゲットに訴求する必要がある。
- 観光商品としての魅力を高めるという観点からいえば、例えば、毎週末に最も有名な玉城朝薫の五番を必ずみることができる状況にしていくことが必要である。まず、一つをヒーローにしていく。そこを組踊として玉城朝薫の五番は絶対に週末にみることができる状況をつくっていく。
- その際、昼食と夕食にかからない時間帯で昼夜の二公演、しかも全体で一時間程度にまとめることが重要で売り込みの視点に立つと、現在の竜宮や歌サンシンとの組み合わせではなく、15 分程度の舞踊解説や、例えばバックステージフィルム、お稽古の映写を実演の前に流し紹介し、魅力を訴求していく。そのような仕立てで 1 時間程度プログラムを組み立てていく。そのような仕掛けが必要ではないか。
- また、現代版組踊等に関して、現代版組踊という名称はわかりにくい。もっと国内外にわかりやすく発信していくためには、例えば、かりゆしウェアを挙げられているが、新しいネーミング、括りで琉球歌劇をつくっていく必要がある。
- 例えば、歴史的なテーマがある総合的なエンターテイメントのパフォーマンス、このキーワードを受けるような琉球歌劇、琉球ミュージカルみたいな名を表すような括り、ネーミングが必要だと思う。
- エイサーに関して、観光商品の観点からいうと、集客効率の高い施設やスポットに、具体的に組み込んでいく。夕食後 40 分程度の演目を楽しめるようなプログラムを実際にそこに埋め込んでいくというような仕掛け。とくにか毎日そこに行けばみることができる状況をつくっていくこと。それを実際に送客(そうきゃく)と結び付けながら、毎日ごと何人かは来ているという成功事例をつくっていくことが重要だろう。
- 効果的なセールスプロモーションに向けて、機能集約、集積が非常に重要になってくる。例えば、芸能プラストラベルカフェ、プラスエステ・スパというように旅行者のニーズに応じた総合的なサービスを集中的に体現できるセンター施設が、モノレールの駅に隣接してあるのが理想である。加えてニューヨークのチケット売り場のようにそこに行けば演目の情報を仕入れることができ、しかも当日空いている席が安く買えるような、バーチャルではなく実際の空間としてのスポットが必要である。

◎平敷委員長

- お二人の意見に対しても意見や他の委員の意見もあると思うので、それについても後にお伺いしたいと思う。
- お二人の意見についてもコンテンツは組踊、現代版組踊、エイサーを一応認めた上で、どのように取組んでいくかという点について意見だと思う。この点について、平田オリザ委員は例えば現代版組踊なら 1 時間程度に演目を準備する、東委員でも観光商品として考えた場合に 1 時間程度にまとめることが重要である、という意見があり、そのあたりを演者サイドから意見があればいただきたい。

○中村委員

- 民間の団体のことだが、秋田県で、ホテルも劇場も、レストランも温泉も全て備わっているという、長い時間かけて整えられた場所があり、80 人以上の座員がかなり厳しいトレーニングを受け、8 つぐらいに分かれて全国公演をしつつ、その 1 団体が必ずそこにいて、修学旅行生を呼び込み、そこで公演をみせるだけではなく、ワークショップや踊りの稽古、歌の練習を行うなど、滞在型の施設でいまがんばっている。平田オリザ委員も 8 月にそこへ行っているはずである。
- 自立して運営している。もちろん公演に関しては様々な特定の資金、体制補助を得ながら運営している。

◎平敷委員長

- コンテンツを選ぶ際にも職業が成り立つことや、ビジネス的な事業性はどの程度かという視点も検討していただきたいので、中村委員からの情報は参考になると思う。

・ 一通り委員の皆様からご意見を頂戴してから補足的に意見交換していきたい。

○井上委員
・ まず、広義の文化観光では、今ある沖縄の海のイメージが一番強いと思うが、もともと沖縄の風土にあった文化的なエッセンスを加えたものを地域としてブランド化していくことが重要だと思う。
・ 沖縄にあるマグネットコンテンツは、ブランディングしていく核になるようなエッセンスのシンボルになると思うので、実際にコンテンツに関しては恐らくはいろいろあって良いと思う。ただ、核になるのもはきちんと伝えていくことが必要だと思う。
・ 伝える際、沖縄は観光産業もかなり進んでいる地域であり、地域全体のプレイヤーも多いところでもあるので、プレイヤーの方や先端分野の方々が、「これを沖縄の売りにしていく」というものを、全員が認識しておくことができるようにすることが重要である。
・ 同じように打ち出す必要はないと思うが、必ず、核になるものを認識しながら取り組むことが、地域の魅力を高めることにつながると思う。
・ 地域の関係者をまとめることが一つ必要だと思う。特に行政が力を入れて行うべきことだと思う。
・ シンボルをみていくときには、一番重要なのは背景にある歴史やそれを支える工芸や美術といったものの価値を伝えていくことになると思う。例えば、それぞれの組踊、現代版組踊、エイサーを商品として売っていくということはもちろん必要だが、特にそれと同時にその背景にあるものをきちんと伝えていくことが必要だと思う。
・ 実際にそれぞれのものを売っていくことは、それに携わる人達がそれで生計を立てていく時に必ず必要になることだと思う。その方策は平田オリザ委員、東委員など現場でずっとやられていた立場から、資料に書いてある内容は本当にその通りだと思うので、やはりこのメニューを着実に実行していくことが必要だと思う。

○和久屋委員(馬場委員代理)
・ マグネットコンテンツという言葉を初めて聞き、何を示しているのか聞いていたが、集客力のあるコンテンツのことだと思う。それならば、まず要件として集客力があると明示したほうが良いと思う。
・ 集客力があれば、職業として成り立つことと関連していく可能性があるかもしれない。集客力があることを前面に出すことは良いと思う。
・ 東委員のコメントに近いが、やはりシンボルとしてコンテンツづくりを行うなら、観光客の立場からすると何時行けば見られることが予めわかっているほうが良いと思う。
・ コンテンツは大きく 2 種類あり、演劇のように年内に何度も開催するようなものもあれば、イベントのように年 1 回の開催もあるかもしれないが、前者の場合は毎週土日開催する、あるいは定期的に開催するなど、ある程度不定期ではなく、何時行けば良いのかわかることが大事だと思う。
・ また、毎年 1 回のイベントでも開催時期が事前に分かっているようにしたほうが良いと思う。そうでなければ、いくらセールスプロモーションを行っても、行ってみたけど開催されていなかったとわかれば、逆にがっかりしてしまうので、セールスプロモーションと合わせて開催日時を告知する必要がある。
・ 具体的に挙がっている 3 つのコンテンツが良いかどうかわからない。早急に決める必要はなく、要件を固めてからでも遅くはないと思う。

◎平敷委員長
・ 定期性がないという点について東委員が以前から言われていて、そうでなければ商品化できないという問題を指摘されていた。
・ 実際に県民に広く愛されているものとして組踊があるのか、こちらの方から逆に発信して、組踊をこれからつくりあげていくことも考えられる。
・ 現在既に誘客力があるもの以外に、これから誘客力を付けるために沖縄側から戦略的に組み込みたいという面もあると考えている。

○平田大一委員
・ 現代版組踊は 12 年前に立ちあげたもので、この委員会に加わり改めて自分自身が考えてきた道を検証しているところである。

- 要は集客力があり、それから発信力があることが重要だと思う。舞台化する際、こだわったことは集客力と集客の達成化であり、この2つがある事業は必ず継続する。集客ができないということは、決して内容が悪いとは言えず、やはりマネジメントの力に左右されると思う。
- そして何よりもストーリー性が重要である。いわゆるバックグラウンド、つまり子ども達が必死になり、地域の誇りを持ってやるというストーリーが人を集めるマグネットになると感じている。一つは県外、国外の人達の目線をみた際に、現代版組踊という言葉を知らなくても、あの子ども達の舞台だということを知っていることもマグネットの一つになると思っている。そこに人が来るということで、きちんとしたチケット収入があり、それで持って実際にこの舞台は補助金なしで継続して12年間、200回公演も行うことができた。
- マグネットコンテンツという視点でいえば、子ども達が演じていようが、プロが演じていようが、人を集める力があるかどうかという点が重要だと、お話を伺い、改めて分析しながら考えていた。併せてそこに地域づくりという視点があるので、やはり人が集まるという点は、それを戦略的に仕込んだ面もある。
- 主にこの資料を見て言うと、やはり組踊、現代版組踊、エイサーもざっくりしている感があるが、一つは、マグネットコンテンツは誰に対してしっかりと情報発信していくのか、ターゲットによって変わってくると思う。だから、マグネットコンテンツが一つではないという意見は同感であり色々ある。
- 私自身が考えるマグネットコンテンツの組踊は、十分可能性があると確信している。なぜなら、プロモーションの方針のなかでコンテンツの親和性や、ナビゲートの工夫とあるが、要するに組踊そのものは精神性、いわゆる沖縄の奥座席と書かれているが、奥に行けば出会えるものという感覚でやりつつ、ハワイのように語り部、つまりMC役が、お客さんに対してのジョイント役を担っている。
- 組踊そのものにMCは要らないと思うが、組踊をわかりやすくお客さんに説明してくれるという意味では、東委員の言われるように演出の仕方で、組踊の質の高いものをしっかりと提供することが重要である。
- 2つ目の現代版組踊は、一つ課題があるならば、子ども達でやっている舞台を地域という枠組みを超えて、オール沖縄、大人で現代版組踊ができるのかという点が課題になると思っている。
- もう一つ、「エイサー等」に関しては、この「等」の部分が注目だと思う。つまり、ストーリーがなくて、エイサーは曲だけでつなぎ、15分みせることができる。
- 地球の反対側の南米に行ってもエイサーを踊っていた。昔20年前に私がつくった曲で踊っていたが、すごく嬉しかった。その際、エイサー「等」に入っていたのは、獅子舞、空手などを積極的に取り入れてやられていた。つまり、言葉が伝わらなくても感動できる、共有できるものがあるということである。
- 琉球舞踊は言われるように物語としてのストーリー性はないが、琉球舞踊という一つの世界観を持っている。これはさすがにエイサーとは一緒に出てこないが、新しい伝統芸能の見せ方というかたちで琉球舞踊などがあると思う。
- もう一つはこの間、嘉数委員が演じている舞台でウチナー芝居をみに行ったが、非常にそれに感動した。ウチナー芝居も十分に可能性があるものだと思った。
- ウチナー芝居にせよ、組踊にせよ、琉球舞踊にせよ、いわゆる説明商品に近いものがある。説明をしてあげてみせないと伝わらないものがある。現代版組踊やエイサーは逆に言葉が通じないところでも、そのインパクトや感動、勢いをもたらすことができる。
- 組踊の良い点は、組踊そのものをそのままで演じてみせる、変にかえることをしない点である。その代わりそこに導入する部分、インプットとアウトプットの部分をきちんと行えば、十分マグネットに足るものだと思う。
- 点線の枠内にある、沖縄の話芸がある。私の感覚とは違うが、沖縄のお笑いが一つのテーマとして新しいマグネットになりつつあるのではと感じている。特に、小那覇舞天（おなはぶーてん)が始まり、吉本興業とは違う沖縄らしい命を原点にしたお笑いがある。沖縄のお笑いの世界を、ここでは話芸と言っているが、一つ何かできるのではないかと思う。
- 結論からいえば、観光はイメージ戦略なので、地域に行ったことがない人が行ってみたいと思わせる力がなければ、足を運ばない。その意味でのマグネットとなるコンテンツであるが、どこの部分にヒットするということを戦略として捉えていれば、組踊、ウチナー芝居、現代版組踊、琉球舞踊、エイサー、沖縄の話芸が十分にマグネットコンテンツになり、力を発揮すると思う。
- 沖縄にある伝統的なものと観光がマッチングされていない面があり、下手に迎合する必要はないと

思っているが、むしろマッチングする上でしたたかに変えないというものが一個あり、後はしたたかに変えていくような勢いがないと人が来てくれないと思う。

◎平敷委員長
- 最初に出たマグネットコンテンツの細かい言葉に対してご意見いただいたが、それで良いだろうか。
- 組踊、現代版組踊、エイサーの 3 つが挙がっているが、例えば琉球舞踊、ウチナー芝居などマグネットコンテンツとしてある程度、今年度は絞り込んでプロモーションの流れをつくりたい、という中で表現として現代版組踊として少し気になる意見があったと思う。
- ご指摘いただいたご意見について、仮説的に例えば現代版組踊という名称を何か一つもっと大きな名称を付け、下に現代版組踊を入れた方が良いのだろうか。

○中村委員
- 先ほどの意見を聞いていて、大事なのは井上委員が言われるように、コンテンツは極端に言えば何でも良く、問題は恒常性と地域性と、沖縄の歴史や文化につながっていく周辺にある背景として文化について、きちんとセットされて、いつもみえているということで、そういう立場に立つと、名称にこだわっていても仕方がないと思う。
- つまり、どういう方法論で何を恒常的にきちんとセットし、そのためには何が必要なのかということであり、そうすると何かハードが必要かもしれない。
- 一方でコンテンツそのものが一過性だと具合が悪いので、継続的に行えるためには、例えば平成 23 年度の推進事業をどのようにローリングをかけ、その中からどのようにリピートできるのかということを選択していき、恒常性を持たせるというあり方、つまりマネジメントの戦略を一緒に論じないと名前にこだわっていても仕方がない。

◎平敷委員長
- その通りで、マグネットコンテンツの要件のなかに歴史・工芸・美術など背景的なものが含まれる。つまり、提供の仕方が問題になる。提供する場合はセットにならないといけないというように。

○井上委員
- 東京出身なので外からの視点でみると、沖縄の魅力は、東京からみると異文化な部分だと思う。インバウンドの視点から言っても自分達とは違う、脈々と続く文化だと思う。
- トータル的に紹介しているものが、組踊になると思う。踊りそのものにはソフトなので、例えば身に付けているものや舞台ソースなどを想起しても、歴史的に、昔そこで演じられていた場所にあったものを皆さんイメージすると思う。
- シンボルは何でも良いと思うが、それがあってセールスしていくときに、総合的な沖縄の歴史や文化がきちんとセットとしてイメージできるよう提供することが必要だと感じる。

◎平敷委員長
- その意味でハード面でも変わってくるかもしれない。たぶん、平田大一委員のように、定石を舞台として演じているように、その都度、歴史的な場所で演じているという面がある。

○平田大一委員
- 現代版組踊という話は、ウチナー芝居もそうだが、必ず地域ごとの偉人伝のような、その地域の歴史物語を子ども達が演じるということで非常に高い注目を得る部分がそこにあると思っている。
- ただ、わかりやすさという点については誤解のないようにしたい。要するに必ずしもお客さんにわかりやすいものが全部伝わるというわけではなく、その中の核になる部分に自分達の地域への誇りや沖縄の芸能に対する誇りがあれば、確実に伝わってきたということが、海外公演した結果わかったことであった。
- 実はその衣装や歴史はそれに裏打ちされたものであれば、だからこそ子ども達が自信を持って演じている。その演じている姿に感動する面がある。それから中に入ってくる。要するに興味を持った人達がもっと深く知りたいというきっかけづくりがまずあるという意味である。

○崎山委員

- 先ほどの井上委員の指摘でいうと、表現しやすいのはやはり琉球舞踊である。動く工芸というか、紹介が大変しやすい。これに新しい創作を入れることで、創作と各地域の工芸品をジョイントさせれば、新しい展望が生まれる。
- せっかく芸大もあり、そこでデザインをしながら、新しい素材も出てきても良いと思うし、新しいコンテンツがあるのなら、むしろ売っていくものがあると思う。
- もう一点は、沖縄に来る人達を前提に議論しているが、実際は組踊など、定期的に県外公演をしている。ところが、県外公演していることがどうなっているのかというフィードバックに対する意識を県民があまり持っていない。
- この点は、県外公演をしている組踊の実績を私達が共有でき、評価できるようにする必要がある。県外公演をただこなしているだけでは、私達の体験につながっていない部分がある。
- 県外公演の組踊が、年に何回か組まれているが、無料だからたくさん人が来るのか、もし有料ならばどうなるのか、といったケースも含めて想定し、実施するべきであろう。
- 琉球舞踊の公演に関しては、無料で、毎日首里城で見られる。一日何ステージかある。だから、全く公演がないわけではない。
- 実際に、発信し続けているものと、これからどう発信するのかということも併せて整理していく必要がある。やりっぱなしでは、結び付かないことは不幸だと思うので検討していただきたい。
- それから個人の舞踊家が様々な自主公演で県外公演をしている。あるいは県外から呼ばれているが、個人のレベルで終わっている。もう少し県全体として、バックアップできる部分があると思う。県としてバックアップし、それに対してお互いに共通認識を持つことができるようにした方が良い。
- 琉球舞踊の方々に頼まれ横浜や福岡で講演をするが、とても良い機会であり、県の文化振興課と一緒になり、もっとここで沖縄県全体を紹介できるよう、個人の観賞会に終わらずにつなげていくことができる仕組みがないものかといつも思っている。

◎平敷委員長

- 色々な論点が出てご指摘があってので、それを整理していただき次回の委員会に反映させていただきたいと思う。
- 最初にマグネットコンテンツに関して誰に何をどう提供していくのかということがまとめられているが、何をという部分で、例えば今回は実現性の高いのもの、実行性を確認したいという意図があり、最初の方でコンテンツを持ってきたという思いがあると思う。この表現について、どうすれば良いのだろうか。

○渕辺委員

- まず、どういうかたちでピックアップするかということで、現代版組踊、組踊、エイサーの辺りから琉球舞踊を入れるかということだったと思うが、目的が何かをもう一度考えた時に、この委員会の目的が沖縄の伝統文化をいかにして大事にしていくかという点と、それが沖縄の観光にどう貢献していくのかという点の 2 つがあると思う。
- タイトルに「本県の文化観光振興を先導するシンボル」ときちんと書いてあるので、これが文化観光コンテンツという捉え方だと思う。
- だからあえて括弧書きでマグネットコンテンツと書く必要がないと思う。文化観光振興を先導するシンボルとして文化観光コンテンツとして何を捉えるのか、これだけで良いと思う。

◎平敷委員長

- やはり誘客力が基本的な発想だと思う。
- 例えば現代版組踊に関してはネーミングの変更、あるいはもっと大きなタイトルにして、沖縄の芸能的な全体を示すネーミングで、そのなかに組み込む案が出ている。

●事務局

- 今までのご意見のなかで、括り方の問題、具体的な演目の名称を出す方が良いのかどうか、色々と選択肢をいただいたので、事務局の中で整理を行いたい。

・ 特に今回ご議論いただいている部分が総花的な一つの戦略の一つの整理があり、それをオーダー的につなぐ、特に重点的な取り組み事業、いわゆる戦略プロジェクトと位置づけて、その下により具体的に位置づけるようなかたちの論点になるので、一旦その整理を事務局案としてさせていただく。
・ その整理をする間も、個別にお伺いする予定にしているので、そこで確認しながら、個別に意見交換させていただき、2 回目の委員会に諮りさせていただくことにする。

◎平敷委員長
・ その整理をしていただければと思う。
・ 次の議題(3)について意見をいただきたい。
・ 前段を踏まえ具体的に実施していく体制に関して意見をいただきたい。

(3) 文化観光戦略の着実な推進に向けた環境整備について
○渕辺委員
・ この運営母体がしっかりしないことには、委員会での議論が絵にかいたもちになるので、推進母体としてのものをしっかりつくるべきだと思う。
・ 推進母体に課せられる機能について、もちろん官民にとらわれずに、実際の技術を有している人、あるいはそこに入って来ること自体が人材育成にもつながっていくと思うので、その意味合いでの推進母体のつくり方ができないかと思う。
・ 予算の関係もあると思うので、それを具体的に単独で設置するのか、あるいはどこかの従来の組織の中にそのものとして含めるのかという点について、また考えられたら良いと思う。
・ せっかくの機会なのでしっかりとした人員で舞台づくりを行ってほしい。

◎平敷委員長
・ この中で着実な推進に求められる機能が列挙されており、具体的に推進していくためには、このような機能が必要という意味で整理されている。それ以外の機能も考えるのかどうか。そしてその機能を達成するために、どのようなところが推進主体になるべきかどうか、ということで整理されている。
・ 最初の方で自立的なという言葉があり、自立的な体制をどのようにつくっていくのか考えた意見をいまいただいている。その推進主体について意見を伺いたい。

○嘉数委員
・ 実際に行う環境整備についてどのように進めていくかという点について、実際に誰が演じ、どこで演じるのかという問題が出てくると思う。
・ 東委員のコメントにあるよう定期的になると、芸能団体のみで生活している人達は少ないので、正直なところ人材不足という面があると思う。それぞれ仕事を抱えながら舞台活動をしている中で、定期的に週何回公演することが現実的にできるのだろうか。
・ 公演の準備のために、お勤めを少し休み、あるいは辞める場合、生活基盤の安定性が壊れてしまうことになるだろう。
・ 実際、公演をする人達は出てくると思われるが、自分達が納得いく公演ができるのか。組踊の場合、実際に見せ切れるものになるのかどうか。求められるものに応えることができるのかどうか正直心配している。

◎平敷委員長
・ 先ほど東委員が観光を商品化するためには、組踊を 1 時間の演目にするなど、調整が可能なのかどうか、あるいはこちらで決めたものを提供し逆に伝えていくということで、こちら側は変えないというスタンスを取るケースも考えられる。その意味では観光が関わることによって、こちら側が変わる面もあるかもしれない。

○嘉数委員
・ できるだけ伝統芸能として立場、見せ方を、演じ手としては強く持っていきたい。

・ あえて好かれる組踊をやるのではなく、いま私達が好きなものの魅力をわかってもらう努力は多いにすべきだと思う。あえて好みの味に変える必要ないないと思う。

○名城委員
・ 文化観光戦略を着実に推進していくために、文化観光戦略のコンテンツとして何がいいのか、観光客を増やすために集客力が一番大事だと思う。そのコンテンツを得るためにはどのような主体になっても良いと考えている。
・ このコンテンツを持って観光客を呼ぶことがえきるのかどうか、実際に県の観光課で事務局をつくり、やりたい活動に対して観光につながる取り組みなので補助してほしいという相談ができる窓口があれば良い。
・ 組踊を観光コンテンツとして、実演者が、観光客を呼ぶ込むため集客方法を考えるとは無理だろう。県などに相談できる窓口があると、文化と観光がつながっていくことができるような気がした。

○崎山委員
・ 例えば国立劇場おきなわ運営財団なら、沖縄運営財団に派遣される人達は、例えば専門性を要求されると思う。本当にその人材が適材適所に配置されているのかと思った。人数合わせだけでなく、国立劇場を沖縄で運営するにあたっての企画力や集客力も含めて持った人材が実際に国立劇場おきなわへ派遣されているのかどうか。
・ 2年後、3年後で担当者が変わってしまうと、その期間で結論がでるものではないので、そのスパンをどう捉えているか問題である。劇場側に劇場をどう運営していくのかみると、あまり前例のないことをまずしてくださらない。ところが、前例のない国立劇場自体ができたので、このなかでどう文化を振興するかと考えた際、人材面で時々ジレンマを感じる。慣れてきた時に担当者が他の部署に異動される。
・ 国立劇場おきなわに派遣される人はある意味で専門的な知識を持っている方がより多くいたほうが、運営や色々な意味において良いと思う。
・ その意味で県の内部の人材育成がしっかりと機能しているのかどうか。機能させるためのプログラムとしての考え方もあると思う。
・ 資料にある例えば、各種公演団体や民間企業について、どのようなものをイメージされているのだろうか。その説明をお願いする。

●事務局
・ 各種公演団体は、例えば琉球舞踊は家元流派も含めて幅広く受け止めている。特定の団体に限定しているわけではない。
・ この戦略に実際表明いただき、ご協力していただけるような公演団体という意味で広く捉えている。もちろん沖縄が持つ色々な分野、ジャンルに携わる方々になる。
・ 民間企業は例えば、そのようなコンテンツを活用していただく交通事業者、宿泊事業者、飲食業者などを中心として想定している。ただ、これから例えば新しいコンテンツを産業化するという意味でどんどん広がりが出てきてほしいところである。

○中村委員
・ 人材面は一番肝心なことで昨年から悩ましいことだと思っている。資料の中では機能を明らかにしているが主語がない。主語らしきものがあるが、船頭多くして船山に登るというような話し合いで進むわけがない。
・ 先ほどの話に戻るが、例えば観光客でもハイアートな世界を感じた人を対象にした一つの琉球伝統として、祈りと想いのプログラムがある。それから、いわゆるエイサーに代表されるような沖縄のコミュニティの和づくりのような共同プログラム。それから現代版組踊も含めて新しい魅力あるパフォーマンスというよう3つくらのジャンルがある。
・ ターゲットが重なる部分もあるが、かなり違う部分もある。そういったことをプロジェクトの概念のなかで組み込んでいく。また、周辺にある有形の沖縄文化を配置できるようなアイデアをそれぞれのプロジェクトに組み込んでいく。
・ そのためには、一つはビジネスとして関与できる人材。もう一つは、業界ではアートマネジメントと

いう言葉を使うが、つまり芸術芸能を社会とどのように接点を見出し有用にしていくかという考え方である。どちらかというと利益追求というより、多少公的なお金を使いながらアートのクオリティをしっかり維持していきながら、社会的にしっかりと通用するものにしていく。アートマネジメントできるプロデュースチームをやはりつくらざるをえないと思う。

- 東委員の資料の最後に、プロデューサーを演じ、流通、顧客が自由きままに意見交換できるナイトが必要だという点がおもしろい。
- この点にヒントを得たが、これをお酒飲みの終わりではなく、チームを立ち上げ例えば2年ぐらい恒常的に支援していくような方法を取り審査をしつつ、ある程度どこかが仕掛けないとできないことである。そのようにならないと動かないと思う。
- 大きな概念を資料で整理しているが、それをどう具体化するか、そのためには、カネとヒトが要る。また、一定期間の恒常性がいる。そこから先で自立してどのように民活で行っていくのかという先の話になると思う。

◎平敷委員長

- 実現性がテーマなので中村委員の意見は重要な指摘だと思った。

○井上委員

- 何が必要かという部分をもう少し細かくマッピングして、それぞれの役割を誰が担えるのかという点を、またそこにマッピングして、足りない部分を埋めていく作業が必要になると思う。
- また、これだけ大きなことなので、最初はかなり体力が要る。だから、熱意のある人がプロデューサー的にひっぱっていかないとなかなか実現が難しいと思うが、きちんとマッピングし、人材を見つけ、予算を確保できれば、必ず実現すると思う。

◎平敷委員長

- 中村委員も同じ考えを持っていると思われるが、実際に具体的に誰に何を提供するのか、その提供内容によって仕方も変わってくる。そうすると何が決まり、それについてどう推進していくか、それぞれ主体が違ってくるという意味だと思う。
- その意味でもう少し具体的に機能と役割分担をもう少し具体的にマッピングしてほしいという意見だった。

○和久屋委員（馬場委員代理）

- 機能の部分で資料に書かれているように、県か市町村との連携、協働の調整など、それも含めて、県下の市町村が入らなくても良いのか気になる。
- 一方で、各種公演団体、民間企業など入ってきて、全体として当事者があまりにも多くなりすぎる面があると思う。
- 推進体制をつくる場合、業界団体の代表者などというかたちでまとめていないと、個々の企業をたくさん挙げるとなかなか利害対立して進まなくなるので、特に公演団体や民間企業は個々の企業というよりは、業界を代表するかたに入っていただくほうが、まとまりやすいと思う。

○渕辺委員

- 推進母体は必ず必要だと申し上げたが、さきほど中村委員からもあったようにプロデュースチームというかたちでも良いと思う。ただ、求められる項目、機能は1つ1つ、官が得意なのか、民が得意なのか、きちんと分けたうえで、ヘッドはどちらがなれば一番機能するかという面まで考えたほうが良い。
- あまり、それが大きくなってもいけないので、中心になってどれをメインにして動き、その後はアドバイザー的に外から誘致するかたちでも良いと思う。

◎平敷委員長

- ある意味、こちらで整理している機能的なものはある程度固まられているが、具体的に誰が実行するのか、その意味では細かいマッピングが必要だと意見と重なると思う。

○平田大一委員

- 行政の立場として非常に複雑な思いがある。ただ、知事のキャスティングは、これまでの文化行政の内容からシフトしなければならないものだと思う。
- つまり、文化行政の中で文化振興課も含め、今回は観光振興課が入っているが、文化と観光は二つで一つを狙っているので、ある意味で今までにはないかたちのものが、ここで、いわゆる沖縄の中で文化をこれだけ観光とマッチングさせていくという、大きなシフト、変化が起こりつつあると思う。
- その意味で言うなら、いわゆるプロジェクトチームとして、その中で、少し議論をみんなで行うべき部分もあると思う。併せて成功事例的なものとしてみんなで検証しながら進めていくことも必要だと思う。
- 崎山委員から国立劇場おきなわの人材配置の意見をいただいた件について、文化専門のプロパーが行政も含め沖縄にはあまりおらず、3 年で交代する人事システムの中で、なかなかノウハウの蓄積が難しいと思う。
- 一つの提案として 8 月から試行的に始めていることがある。国立劇場おきなわ、芸大、文化振興会、県立博物館・美術館、文化振興課と、5 つの主体で文化に関わる行政の出先機関も含めて月に 1 回の意見交換会(勉強会)を始めている。
- もし人材を育成するなら、5 つの主体間での人材交流というかたちも含めて、芸大出身、芸大のなかでアートマネジメントを試行していくなかで、沖縄の中でのアートマネジメントをどのようにするのかという部分をできれば進めていきたいと思っている。
- どういうアウトプットになるか、わかないが、まずその動きを行政側から行っていきたいということで、これまで横の連携がなかった部分を積極的につなげる作業を一生懸命行っているところである。そのなかで、沖縄らしい文化観光の仕事のかたちを試行していかなければならない。
- その流れをつくるためには、嘉数委員がいわれたように人材不足という課題もある。だから、沖縄はマグネットコンテンツと言われているものは一つにこだわるものではなく、沖縄にあるものを常にどこに行けばみられるというかたちの、そのような文化の集積という面も含め多種多様な沖縄のパワーやエネルギーがあるというものを紹介していくことが重要だと思っている。
- マグネットコンテンツと言葉にこだわる必要はないし、現代版組踊についてもこの言葉を使っている人達がいるだけで、委員会でマグネットコンテンツとして現代版組踊の名前に変えるという話ではないと思う。
- そのようにあちこちであるものに光をしっかりとあてていくことで、そのマグネットがきちんと機能すると感じた。
- 是非、そのようなかたちでのもっと激しい議論を行っていくことが重要だと思う。そのようなきっかけづくりがこれからも必要だと思った。
-

◎平敷委員長

- 今回の委員会は前年度に続いてということで、より具体的に、実現性を念頭に置いたという面で議論内容がかなり細かくなってきた面がある。その意味では実際に現場に即したご意見を頂戴できて感謝する。
- 推進体制はいまのようなかたちで色々なご意見をまとめていただければ良いと思う。
- (1)(2)はもう少し事務局で整理してもらい、個別でご意見をいただきたいと思う。
- マグネットコンテンツについて今回の場合は、具体的に動かしていくことが先行してくので、現在動いているものを核にして、それから波及していき、その他の文化を資源活用の中に組み込んでいこうということで、代表的なコンテンツが挙がっていると感じた。
- 表現について、琉球舞踊を含め整理をし直してほしい。

5.閉会

●事務局

- 委員長を初め各委員の皆様、ありがとうございました。
- 議事(1)、(2)については、いただいた意見をまとめて戦略案に反映させていく。
- 環境整備はまず触りの部分でご意見をいただいた。
- 第 2 回の委員会では環境整備を中心に、特に人材育成、体制、戦略推進の項目に対して具体的

な方向性や進め方を重点的に意見交換したいと思っている。
- 次回の検討委員会は、11 月中下旬ごろを想定している。他の委員会と足並みをそろえるかたちでできれば進めていきたい。
- 戦略案のたたき台を用意し個別に委員の皆様に意見を頂戴したいと思っている。
- 次回の委員会の日程調整は、事務局よりご連絡させていただくのでよろしくお願いする。
- 以上をもって、文化観光戦略推進事業、第 1 回観光戦略構築検討委員会、検討委員会を終了させていただく。

（以　上）

② 第 2 回文化観光戦略構築検討委員会

○開催日時：平成 23 年 11 月 29 日（火）　15:00～17:30
○場　　所：本庁舎 6 階第 2 特別会議室

◎：委員長、○：委員、●：事務局

1. 開会
●事務局
- 定刻になったので、文化観光戦略推進事業「文化観光戦略構築検討委員会等運営業務」、第 2 回文化観光戦略構築検討委員会を開催させていただく。
- 本日は嘉数委員が体調不良で欠席。平田委員もご都合により欠席。平田委員の代理に下地委員に出席していただいている。
- まず資料確認をさせていただく。

2. 報告
●事務局
- 議事に入る前に事務局より報告をさせていただく。
- まずは委員会のスケジュールについてである。資料 1 をご覧いただきたい。当初委員会は 3 回の予定だったが、県として余力が出て計 4 回実施することになった。1 月、2 月に第 3 回、第 4 回を開催させていただきたい。
- それに伴って第 3 回、第 4 回で戦略の中身の意見をいただきながら取りまとめを行っていく。
- 本日は、戦略の体系、重点的プロジェクト、加えてこれらを具体的に進めていく推進手法について重点的にご意見を頂戴したい。
- 報告 2 について、内閣府より本事業に関する報告に時間を取らせていただく。

○新垣委員
- 報道等でご承知の通り、本年度も行政刷新会議において事業仕分けが行われた。
- 内閣府の文化観光戦略事業について、11 月 11 日に開催されたその会議で、平成 22 年行政事業レビュー公開プロセスにおいて、廃止含め見直しが指摘されているが、レビューを踏まえての事業の見直しが不十分だとの指摘があった。
- 内閣府では昨年レビューの結果を踏まえて、沖縄県と共に見直しを行い事業化支援の要件を明確にする、あるいはプロモーションを旅行観光会社に任せていたものを地域主体にする、グランドデザインとの関係や方向を明確化するという等の改正を行った。
- 内閣府としては関係方面に対して丁寧に説明した。沖縄の文化観光の必要性は浸透しつつあるが、特に費用対効果の観点から厳しい指摘があった。
- 具体的には事業化を支援した個々の取組ごとに、県外から何人集客があったのか、把握していないのであれば問題だという指摘があった。また、事業が終了した後、補助金なしでも自走していけるかどうかの検討を行っているかなど、厳しい指摘があった。
- 平成 24 年度予算要求については現在、折衝中である。政府案が取りまとまり次第、次の委員会でご報告させていただく予定である。

◎平敷委員長
- スケジュールについて1回分、委員会の開催回数が増えるのでご協力いただきたい。
- 内閣府の報告について、文化観光の面で国の支援があればそれに越したことはないが、なくても取組まなければならない重要な点なので、取りまとめにご協力していただきたい。
- 本日4つの議事が準備されているが、4つの議事に関する資料について事務局の方からまとめてご説明していただき、その後議論に入りたい。
- それでは事務局の方で、ご説明をお願いしたい。

2. 議事
●事務局
- 資料説明(省略)

(質疑応答)
◎平敷委員長
- ありがとうございました。
- 協議に入る前に質問等があればお願いしたい。内容を理解した上で協議に移る。

○東委員
- 内閣府による事業仕分けの評価についての報告を伺い、その後に資料説明で全体の流れを聞いたが、評価の流れにジレンマ、自己矛盾があると感じた。
- 結論から言うと、観光には県外からの誘客もあるが、県内からの誘客もある。例えば、浦添のアオリヤエへのバスツアーを組み好評いただいた。また肝高の阿麻和利も好評だった。うるま市へ行くため利用する那覇市からのバスの観光ルートが既にあるが、切符が売り切れ、その結果増発した。組踊は全て那覇発、名護発で行っている。
- 沖縄の観光業界では、島国なので県外の人を観光客と指している。600 万人弱の観光客は県外からの観光客を指しているが、北海道の観光客は統計上 5,000 万人となっており、これには北海道内の観光客も含めた数字である。鹿児島の観光客も 5,000 万人である。鹿児島の場合は、日帰りで県境を越えることができるので、それくらいの人数が訪れている。
- 北海道は道内観光客が8割強いて、実際道外から来ている観光客 1,500 万人弱である。
- 沖縄は本土から、または海外からの観光客の誘客力が弱いと判断され、文化的なマグネットコンテンツとして弱いと言われるのであれば、東京にある国立劇場が、関東圏の方ではなく飛行機に乗ってやってくる人が、極端に少なければ、東京の文化的なマグネットコンテンツが同じように弱いといわざるを得ないことになる。
- 位置的な問題で評価が変わるのであれば、由々しい問題である。本土からもし人を動かして、例えば飛行機で追うほど文化的評価が高いとすれば、いまやジャニーズと福山雅治ぐらいしかいないだろう。つまり、沖縄にこれだけの芸能文化があっても、飛行機に乗って沖縄県外から見に来ていない、というような指摘は評価の視点が間違っている。
- また、今後のプロジェクトの中に県外の観光客だけでなく、県内の観光客がどれだけ動いているのかという視点を入れ込まなければ、土俵が違うまま議論がスタートしてしまう。
- 例えば、ニューヨークのブロードウェイの1演目がみたいから行く人はいないだろう。2日間フリータイムがあるからチケットセンターに行き、いわゆるディスカウントチケットで見るケースは考えられる。しかし、文化の集積が人を惹きつけているということには変わりない。
- 県内客、県外客の捉え方を考えておく必要がある。県外客だけを視野に入れているのであれば、県が今考えている文化観光戦略は少し変えていった方が良い。

◎平敷委員長
- 費用対効果の基準として事業の成果を測るのかということが問われる。その評価指標としてどのような指標を設定するのが効果的なのか、皆さんと議論していきたいと思っていた。
- それ以前に全体的な指標について意見が出たが、それに対して何らかのコメントがあるだろうか。

●事務局

- 県としてはもともと東委員の指摘のような考え方を持っていなかったのが正直なところである。
- 観光客 600 万人、将来 1,000 万人で 1 兆円という目標を達成するための、道具として何をどのようにしてブラッシュアップしていくか、ツールとしてどのように活用していくのかという観点から議論に入った。
- 行政刷新会議の評価の中で求められている視点とは矛盾があるというのはその通りだと思う。しかい現段階では、そのご意見をどう受け止めて、どう対処するかというコメントはできない。
- 本事業を通じて県内で人の動きを作りだし、その流れを外に向かって有効に発信し、その結果、外からの誘客にも繋がるような構造になるのが理想だと思う。現代版組踊はその先行的な事例の一つになっていると感じている。

◎平敷委員長
- この問題は会議の後半に時間があれば議論したい。
- 資料についてまとめて説明いただいたが、3 つほどに分けてご意見いただきたい。
- 議題 1:文化観光推進に関する構造、議題 2:文化観光戦略・戦略体系精査案と重点プロジェクト案、議題 3:文化観光戦略の推進方法、の 3 つに分けたい。
- 資料 2 を見ていただきたい。文化観光推進における構造の整理について昨年度の骨子案、これまで委員会の議論、各委員への個別ヒアリングなどを参考にしてまとめられている。
- 大きく 3 点に分かれている。(1)沖縄県文化観光戦略が目指すもの、(2)沖縄の文化観光消費について、(3)沖縄の文化観光に関するミスマッチと求められる課題、3 点になる。
- まず議題 1 について意見をいただきたい。

(1) 文化観光推進に関する構造について
○中村委員
- (資料 2 の 2 枚目)「観光客の日常と県内の実情のミスマッチ」の部分について、沖縄の伝統芸能は、ローカルコミュニティを繋いでいくという機能が大きい。
- 例えば、沖縄は都市部でも流派等を広げていくとローカルコミュニティにつながる部分があり、外部より内部に向かって何かを集結していく性格が強い。だから、その中にはレベルが高いものがあれば、別の目的のものなど色々混在しており、それがミスマッチの背景にあると思う。
- マーケティングの強化について、議論の流れとしてまだ政策理念の段階だと感じた。そればかりでは哲学的な話になる。
- むしろ、(3 番目の)「文化観光人材の育成」の優先順位を高めるべきである。誰がどのような場を保障して、どのような財政措置を取って、理念を施策として具体的に展開していくのかを決める段階に踏み出すべきだと考える。
- プロジェクトの中心はまずはコンテンツになる。コンテンツも今のところ現代版組踊だけになっているが、他にもある。ただ、問題は色々なコンテンツが外に向いていない。
- 外部に訴求性のあるコンテンツや、芸術性のあるコンテンツをしっかりリサーチして、それを編集して外に向けて情報発信していき、あるいは働きかけて情報を加工していくというステーションが必要だと思う。
- このステーションには人材が必要になる。その人材をどの場にどのように集積させ、実際にプロモーションを展開していくのか。そのためには色々なコンテンツを見るという調査をする必要がある。また、理念に従ってコーディネートしていく力も要る。その意味では資金が要ると思う。
- 実験的ステーションを小さい形でも良いから作動させていく必要がある。現状では、今あるコンテンツにぶら下がっているだけのように見える。

◎平敷委員長
- これから戦略の詳細を取りまとめていくことになる。色々意見を出していただき、最終的には事務局で吸収した形でまとめていただくので、委員の皆様からは気になる点について意見をいただければと思う。

○渕辺委員
- 中村委員の意見のように、具体的にどうするかということがポイントになると思う。

- とはいえ、沖縄が目指す文化観光が何なのかが明確にならないと、議論も施策展開もバラバラになっていくと感じる。
- まずはコンテンツが大事だと思う。地域の方が参加する手づくりの催し物も魅力的であるし、あるいは組踊のように、伝統的なものを維持させるというのも大事である。ただこの場でいうコンテンツは、よりプロフェッショナルなものという捉え方になるだろう。
- 沖縄のブランド化されたプロフェッショナルなコンテンツをどう育てていけばよいのか、ということがポイントになると思う。

○平田オリザ委員
- よくまとめていただいたと思う。ここで繰り返し申し上げていたように、今の沖縄のままで良いのか、という問題意識がある。リゾートだけに頼っているこの現状のままでよいのかということである。
- インバウンドについて、地理的な条件があり、現在は台湾からの観光客は増えるだろうが、中国、韓国からの観光客が本格化するのは10年後ぐらいになるかもしれない。中国人観光客は、まず東京や京都を訪れ、そのリピーターが沖縄に来るかどうかがポイントになると思う。
- 観光庁の観光戦略においても、インバウンドの必要条件としては国内マーケットの整備が挙げられている。つまり、インバウンドの前に国内から沖縄へ来る観光客、今来ている国内の観光客より前に、沖縄県民による観光客が重要である。この点は、時系列で階層化することができるかもしれない。
- もう一つは、同心円的な集客が大事だという点である。要するに地元住民が誇りを持っていないものに外から観光客が訪れることはない。
- 例えばディズニーランドの年間パスポートは、浦安市民が最も多く持っている。浦安市民は全国から友達や親戚が来れば年間パスポートを利用して一緒に連れていく。
- 沖縄人は組踊が良いと言いながら、こっそりと、退屈な部分が少しあると言っている。手を引っ張ってでも連れて行くような魅力のあるコンテンツにしないと競争力を持つことができない。まずは沖縄の人が楽しめ、誇りに思えるコンテンツを是非つくっていただきたいと思う。

○崎山委員
- 文化観光人材の育成について、芸大 OB の活用は以前から言われている。
- 一方現在、国立劇場の研修生が 3 期生になる。国立劇場はできたが、組踊を見る県民は大変少ない。ただし、リピーターは増えているようである。
- また、組踊が世界遺産になったこともあり、実際に集客効果は上がっている。
- 3 期の研修生が、芸大生とは違う舞台を踏みながら大変いい舞台をしている。研修生は男性ばかりだが、研修生たちのあり方、国立劇場の機能のあり方、何も催しが行われない時の建物の機能も含め検討する必要がある。
- 国立劇場の研修生がしっかりと育っているということは確かで、それを踏まえた人材育成を考えてほしい。
- また、各地域のプログラムにおいて、多良間村の八月踊りなど国の民族舞踊としての無形文化財になっているものもある。それ以前にその踊りは 3 日間行われるが、踊りの中身というよりその舞台をみるために足を運ぶことに意味があり、おもしろい要素だと思う。
- 宿泊施設へ観光客が集中し混雑して、移動手段が限定されているが、それらを鑑賞に訪れるということも一つの大きな資源だと思う。
- 宮古くいちゃあーにも様々な種類がある。また伊江島の踊りで言うと仮名手本忠臣蔵もうちなーぐちに変えただけのもので大変人気が高い。
- 伊江島の芸能は国立劇場で公演するとチケットが売れる。各地域の芸能をプログラムしていくことが必要だと思う。
- 最近は竜神マブヤーが人気で、東京の子どもにも受けている。新しい可能性を感じる。
- 固定化せず動いているものと、普遍化しているものとを合わせてプログラムの中に織り込み、メニューをもう少し掘り下げて、情報を共有する価値があると思っている。

◎平敷委員長
- 委員の皆様の気になることをお話いただいて、事務局で意見整理していただきたい。

- 構造の整理で例えばミスマッチの問題が指摘されてきたが、4 つのミスマッチを解消する方法を持ってして、果たして解消されるといえるのだろうか。
- あるいは委員の方が前回意見やヒアリング等で発言されたことで、資料から漏れている部分などあれば、関連して発言していただきたい。
- 第 1 回目の委員会でもあがっていたが、経済性の問題で、小さいとこをまとめること、あるいは大きなところをまとめることについて、誘客力の基準をどう考えるのかという点はコンテンツを考える上でも関係があると思う。

○東委員
- 観光客の実情として、見たいときのタイミングが合わないということと同じかもしれないが、いつ何が行われているのか、わからないという面がある。タイミングが合ったけれども、移動手段がないというのも一つの実情だと思う。
- 公演は那覇市内ばかりで行っているわけではない。逆に言うとシュガーホールやうるま市のきむたかホールなど、遠くて路線バスでも行きづらいとこでも上演されている。
- 観光で言えば、二次交通の問題だが、電車交通が発達していないことは、沖縄にとって一つの大きな問題だと思う。

○平田オリザ委員
- 人材の調査について、国の調査によってわかった全国の傾向を報告する。文化庁がアーツカウンシルの設立に取り組んでいるが、最も先進的なのは東京都である。
- 通常プログラムディレクター、プログラムオフィサーを配置し、後者は若手の芸能関係者が就任し、情報収集して有望な芸能団体等の調査を行っている。
- 例えば、プログラムオフィサーが沖縄の文化芸能活動の全てを足で見てまわり、プログラムディレクターはその中から、どこに助成金を出すか、次にどういう施策が必要になるかを考えて、その上にある評議委員会に出すという流れが基本的な仕組みである。
- 今までにように諮問委員会の有識者が決めるのではなく、恒常的に見て回る人を配置して、組織として対応するという性格のものである。
- 東京都は特任プログラムオフィサーというものを設置し、有期で雇用契約を結んでいる。東京には若手のプロデューサーが多いという事情もあり、年間 150～200 万円くらいの年棒で、芸能活動をしながら、夜だけ芸能を見てまわることをさせている。先進事例としてその情報を得ることができる。
- 沖縄は特殊事例で、観光と文化があるため、観光を学んだ学生と文化を学んだ学生をアーツカウンシルに含めていくことも考えられると思う。

○渕辺委員
- 人材育成について、プロデューサー、コーディネーターはとても大事な役割だと思う。しかし、それと同じぐらい大事なのは、担い手の育成だと思う。
- 現在、担い手の収入が極めて不安定だと思う。演者が安定的な収入を得ることができるようにすることが一番大事だと感じている。

○名城委員
- 現在、県芸大 OB 会の副会長を務めている。安定的な収入がないという事情があり、OB 会を立ち上げ、なるべく県内の観光イベントに参加し、そこで得た収入をメンバーに配分している。7 年間続けており、踊り手や三線の担い手は育っている。
- 観光商品として居酒屋で歌っている担い手もいるが、買い叩かれている面がある。実際、実力をつけなければいけないし、実力が達しているとは言い切れない面もあることはある。
- 買い叩かれても、皆を生かすためには、例えば今回は 5 万円で公演したとしても、次回は 10 万円で公演させていただくというような商談を行っている。
- それらは観光と文化の間で行っている活動だが、個人的な活動はできていない。支援してくれる何かがあればと思う。その意識を高めてもらうということも組み込んでもらった方が良いと思った。
- 昨年、観光客をメインに公演を行った。一応 3,000 人の集客があったが、県内 8 割、県外 2 割の観客が集まるように設定した。なぜなら県内 8 割の観客にすることによって舞台がより沖縄らしさを増

すと思ったからである。拍手打つタイミング、笑うタイミング等、県民しか知らないことも多いためである。
- 来年 2 月の公演では県内でチケットをまず売り、その後、外部へ向けて情報を発信していこうと考えている。その意味では県民も観光客の一人だという考えを持っている。
- 県内の文化観光のコンテンツが対象とする相手として、沖縄県民も入れても良いと思う。

○平田オリザ委員
- フランスではアンテルミタンという芸術分野における最低所得保障制度がある。この制度は非常に有効で、人材の流出を防ぐことができている。
- 若手は月に 10 万円あればアルバイトしなくて済み、もっと仕事を増やすことができる人がたくさんいると思う。例えば 3 年期限付きで 10 人から 20 人を選んで実施すれば、大きな予算がなくても可能だと思う。ただし、沖縄県の施策に合った文化・観光施策については優先的に仕事をしてもらうという形を取ることが十分に考えられる。
- アーツカウンシルは沖縄には向いていると思う。最終的には予算も少なくて済む。
- 芸術家に対する最低所得保障の問題に特化してしまうと、それは完全に文化施策の問題であり、観光を視野に入れた本委員会に馴染まないかしれないが、せっかく文化観光スポーツを一箇所にまとめた画期的な人事をされたわけであるから、沖縄県に大胆な施策を期待したい。

◎平敷委員長
- 息子はフランスでコンテンポラリーダンスをやっている。やはり所得が低く、文化関連の色々な補助のおかげで生活を続けることができていると言っている。

○平田オリザ委員
- フランスは国立の演劇や音楽学校を出たら、3 年は国が個人の活動を補助するが、その間に自立するよう促すという考えを持っている。

○大木委員
- 最低所得保障について、折に触れて国の議論になる。日本の場合、民度の問題があるかもしれないが、議論が進まない。沖縄県でそれをやるといってもなかなか前に進まないだろう。
- 人材育成、集客効果などのキーワードを束ねてやっていくとすれば、優れた人達や団体に対して、コンテストで評価してきちんと芸術性、エンターテイメント性が認められた代償として、ご褒美のためにある程度のお金を出すことはやりやすいのではないだろうか。
- もっと丁寧にするとすれば、テレビ業界の目に止まるようにして、琉球芸能を仕事としてやっていく道筋ができるようにする、また、県の補助も一定期間出て、県の広報媒体とタイアップするなど抱き合わせでプロモーション活動を行うことができる仕組みがあれば進めやすいと思った。

○井上委員
- 構想の資料はよく整理されている。
- 人材育成について、芸能文化の担い手と観光施策の間をつないで商品化する人材が必要になる。コーディネートできる人材を育成しなければ結局、観光施策に繋がらない面があるので、その観点を入れ込んでいく必要がある。
- 色々取り組みが書かれているが、誰が担うのかという点が抜けている。誰が責任を持つのか書かれていないと、結局絵に描いた餅になることが危惧されるのできちんと明記した方が良い。

○大木委員
- 文化観光人材といったときに、プレイヤーなのか、マネージャーなのか、ジャッジメントする役割を持った人材なのか、よく分からない。

◎平敷委員長
- 「人材育成」において、育成する人材の位置づけの整理を行ってほしい。

○下地委員

- 今年度から観光政策と文化政策を同じ部で検討しているが、県庁の中にて、文化資源を観光のコンテンツと扱いながらも、文化芸能面での人材育成の仕組みなどわからない面が多かった。
- 観光の視点から見ると、いかに魅力あるプログラムを作って、どのようにPRして、どのように観光客を受け入れていくかという、単純にいうと3つの流れでやっていくが、誰がそのプログラムを作っているのかに目が向いておらず、できあがったものを中心に、それを売るだけの視点になっていた。
- 文化芸能の担い手を観光側からどうサポートするべきかという部分で、県の予算措置からみても、観光に踏み込んでサポートしていく必要があると強く思った。
- もう一つは、誰に向かって文化観光をアピールしていくのかという視点が重要である。現在、観光客の年齢層は 40～50 代が中心となっている。
- 最近、沖縄も若者層の旅行回数が減っているので、どうすれば若者が観光するのかというテーマで議論しているが、ターゲットに対して提供するコンテンツの中身を観光側から常に問いかけていく必要があると思っている。
- 最後に、資料 2 で従来型の主力観光様式として、自然、歴史、イベント等が挙げられており、文化が抜けているが、従来からも文化が沖縄の観光の大きなコンテンツになっていたのは間違いないので、誤解のないようにお願いしたい。

○東委員

- 観光側の視点に立てば、毎日定時に行われるプログラムがあれば一番良いが、それがレストランシアターや民謡酒場で行われているレベルでは、あまり満足度が高まっていかない。
- 弊社も応援しているが、「篦柄暦（ぴらつかこよみ）」という毎日どのような催しが開催されているのかというチラシが作られている。
- 会社として取組もうと思っていることがあり、例えば、文化の秋なので浦添市の琉球オペラ、肝高の阿麻和利、組踊、2 月には 25 日 26 日の土日に文楽も来るので既に企画している、というように催しを毎週末行っているが、毎週末行うことによって、観光客は予めそれらについてのその情報を得ることができるようになり、例えばパレットくもじの前から、必ず開演の 2 時間前にバスが出るなどの情報があれば、毎週土日には沖縄の芸能鑑賞というツアーがあるということが分かるようになる。
- それぞれ異なる人たちが色々なところで公演を行っているが、ここに行けば必ず連れて行ってもらえて、同じ場所に戻ってこられるので不安がない。そのような移動手段を整備し、その情報を提供することは、あまり難しくなく実施できると思う。
- バスによる送迎代はそれほど大きな負担ではない。主催者側と旅行会社が折半してできるし、案外簡単にできると思う。
- ある地点に行けば、毎週末、必ず文化芸能活動を気軽に見に行くことができるようにして、県民だけでなくOCVBも巻き込めば、十分、観光客を取り込んで行けるようになるのではないかと思う。

○中村委員

- それに関連して色々なところで多様な催し物が行われているが、それを一括して集約して行わなければ県民は見ることができない。
- 県によっては県立劇場に情報を集約してあらゆる市町村の催し物が一度にみることができるシステムがあると思うのだが、どうだろうか。

○平田オリザ委員

- 他府県でもまだそれほどはない。先進事例としては、滋賀県、三重県あたりが該当する。
- 三重県は特殊な事例で、完全に独立した財団で事業を行っており、財団には県の出向職員が全くいない。3 年間で 2 億円の黒字を出した。館長は元民間人、プロジェクトリーダーは元ディーラーという体制である。県立劇場の役目として劇場側が送迎バスを出している。
- しかも、県にある小規模の会館の人材育成の面倒も見ている。これについては、人材育成の面で面倒をみる県立劇場は結構出てきている。この点は相当、県によって格差がある。県庁所在地にある市立劇場の方が活発に動いている県もある。
- 別のケースとして愛媛県は坊ちゃん劇場がある。民間劇場だが、県が主導でサポートし、民間事業者にお金を出させて、県内高校、中学校が希望すれば、民間事業者の寄付と県による資金の

折半で、県が送迎バス代を賄っているような例もある。

◎平敷委員長
- 細かい意見もあったが、ニーズがあるにもかかわらず、供給されていないというミスマッチの中で、内容を吸収できる意見だと思うので少し事務局で整理していただきたい。
- また、セールスプロモーションやマーケティングの部分で誰をターゲットにするのか明確にすること、それから、人材育成についても色々な人材があるという意見が多かったので、マッチングの項目で吸収していければ良いと思う。
- 文化観光戦略が目指すものとして、「もう一泊、もう一度、もう一回」の定着が一つである。観光商品については沖縄の歴史文化伝統技能などオリジナルなエンターテイメントが必要である。この 3 項目で整理していくことになるがこの構造で良いか確認をしたいと思う。
- 良いようなので、2 番目の議事に移りたい。資料 3、4 まとめて見ていただきたい。
- 資料 3 については県民と関係者の皆様にわかりやすいような集約の仕方がされていると思う。
- 基本方針、施策、取り組み内容と整理し、その中から重点プロジェクト案として 3 つの大きなプロジェクトに分かれている。
- 文言や仮称のネーミングについてもご意見いただければと思う。

(2) 文化観光戦略・戦略体系精査案について／重点プロジェクト案について
○東委員
- やはり県内観光客もどこかに対象として入れておいた方が良い。実際、県内客、国内客をバスに混載して連れて行くという方が、経済的にみても実施可能性のあるプログラムになると思う。
- 資料 4 の 2 枚目の上から 3 つ目(3)、「来沖日本人」というのは、「国内客」で良いと思う。マスコミは、日本人に対しては「来県」、国外からについては「来沖」と使っている。
- 日本人客、外国人客、そして県内客と分けたが良いと思う。実際、中部と那覇では商圏は違うので、観光客として数えるべきである。その意味で県内客もどんどん動かしていくことが重要だと思う。

○下地委員
- 文化コンテンツではないが、目指す県内消費額の増加は観光の視点から見て大きい。
- 資料 3 と 4 の整合性で、プロジェクト指標の総売上高にグッズ等販売を含むとあるが、今回進めている事業で文化観光コンテンツの育成という中では、グッズのようなものの扱いはどのように考えているのだろうか。

●事務局
- これまでの議論の中で、特にその意見をお聞きしていないが、周辺分野としては存在していると思う。
- 指標としてプロジェクトの中に入れ込むのは現段階では難しい。目標数値を意識しながらプロジェクトを進める必要があり、目標設定として何が考えられるのか例として挙げた。
- 現時点ではグッズの点まで踏み込んだ議論はできていない。

◎平敷委員長
- 資料には内容の取組例があるが、挙がっているもの以外に何かあれば意見をいただきたい。またプロジェクト評価指標が他にあれば意見をいただきたい。

○中村委員
- 「海外」や「国際」という言葉が散見される。実は沖縄科学技術大学院大学ができて現在ホールを建設中である。海外の自然科学の研究者は、学術と芸術を非常に大事にしている。大学の周辺は芸術文化の環境はどうか、という目で見ている。
- 伝統の中でもレベルの高いものや、あるいは必ずしも伝統にこだわらず色々なアートに対して提供できることを考える必要がある。
- 来た研究者は沖縄に住むので地域住民との接触がかなり大事だと思っているので、そういった機能を備えている可能性はあるのではないかと思う。

○渕辺委員
- 資料3にある3番目「文化観光人材の育成」について、3つの取組は、それなりの技術を持っていることが前提で書かれている気がする。
- そうではなく、コーディネーター、マネージャーやプレイヤーなどの技術の向上を目指させる、あるいは技術を身につけさせるのであれば、その項目も必要だと思う。

◎平敷委員長
- 例えば「人材の育成、推進主体の形成」の近辺のなかで反映できないだろうか。

○崎山委員
- 資料4の「沖縄エンターテイメントの夜明け」という仮称のイメージを聞かせてほしい。
- ナイトツアーの話も出ているが、沖縄の観光において県民の間でも意見が分かれるカジノ構想の延長線上に沖縄エンターテイメントが含まれるのか気になる。
- エンターテイメントの夜明け、という表現はデリケートな部分もある。

●事務局
- 言葉については悩ましい。
- ニーズに立脚した形で収益性が高いという戦略の目的に合致するような、幅広い括りの中で、外国人にわかりやすい言葉を考え、色々と検討した結果、沖縄エンターテイメントという括りで訴求していくという考え方がその背景にある。

○大木委員
- 英語読みした際の、ルネッサンスは復興というイメージが強い。その背景には何があるのだろうか。

●事務局
- ネーミングの必要性と、どのようなネーミングが相応しいのか、という2点の論点がある。
- 資料4の2枚目のように10年の流れがあるなかで、まず先導する3年の取組に対して何かまとめとしてネーミングしていきたい、という思いがあり、その意識を感じることができるようなネーミングづくりをしていきたいという考えがある。

○下地委員
- 最後に一気にエンターテイメントの夜明けという部分に至っているのが気になる。
- エンターテイメントという言葉の示す幅は広く、これまで2年間議論してきた文化観光の内容と、少し飛躍があるような気がする。

◎平敷委員長
- プロジェクトの仮称は誘客力の方に傾くような部分があり、観光的な視点からするとエンターテイメントということになるが、それが発展して文化の伝承につながるという方向性もあると思う。
- ただエンターテイメントが前面に出ると、疑問を持たれる可能性がある。
- ネーミングについては少し預からせていただければと思う。

●事務局
- 経緯と思いを少しお伝えしたい。ネーミングについては無理やりに作る必要はないと考えている。
- 県民や芸能関係者が合言葉として使えるような言葉、なおかつ従来からの組踊のジャンル、流派を超えて統括して、観光客へのおもてなしとしてきちんと物事をつくりあげて披露して伝えていくという一連の流れを、もう一度改めて観光客目線で呼び起こして県民の皆さんで共有しながらつくりあげていくための言葉がないかということで、その様を何かしら名付けることができないかと悩んできた。
- 良いアイデアがあればいただきたい。

○名城委員
・ エンターテイメントという言葉は意味が広すぎてわかりにくいと思う。沖縄文化観光プロジェクトの方がわかりやすいかと思う。

○平田オリザ委員
・ プロジェクト名はそれでよいが、キャッチフレーズとしては、もっと曖昧にした方が良い。例えば「もっと深く沖縄」などである。

○中村委員
・ エンターテイメントは市場性に任せて成り立つ娯楽系の芸能であり、伝統芸能とは違うとはっきり定義する学者もいる。

◎平敷委員長
・ ネーミングについては、少し検討させていただく。
・ 資料 3 について意見があればお願いしたい。

○井上委員
・ 資料 4 の評価指標については、他に、認知度、満足度、露出回数を入れた方が良いだろう。それらの指標は、それらが上昇して、その結果、売上げが上がるものである。売上げが上がるプロセスが見えていないと、なかなか改善に結びつかないと思う。

◎平敷委員長
・ 目標数値を指標に追加していただければと思う。

○名城委員
・ 資料 3 の「国内観光客に向けた包括的なセールスプロモーション」の取組内容として、県外では沖縄観光物産展が多数開催されており、さらに展開していけば売上の効果があると思われるので入れた方が良い。

○崎山委員
・ 東委員から問題提起があったように国内と海外に分かれているが、やはり県内で文化の魅力を掘り起こすことが大事なポイントになると思うので明記した方が良い。
・ また海外観光客については、日本全体で外国人観光客をどう呼び込むかが大きな課題なので、その延長線上で沖縄はどう展開していくのかという課題も出てくると思われる。
・ 日本全体の動向を踏まえ、現実的な視点を入れた方が良いと思う。

○渕辺委員
・ プロモーションの部分で「沖縄未経験者」という言葉が気になる。

◎平敷委員長
・ 言葉遣い等も今お気づきであれば指摘してほしい。

○平田オリザ委員
・ 県内のことが話題になっているが、金沢市の 21 世紀美術館は小学 4 年生が全校訪れ、その生徒に「もう一回券」を無料で配る取組を行っている。親戚などが金沢へ来た時に一緒に訪れることになるので、収支のバランスを取ることができている。
・ 誘客として、例えば地方では民宿の女将さんが薦める場所へ観光客は行きたくなる傾向がある。沖縄の場合、特に若者は土産屋さんの店頭にいる売り子さんが薦める場所へ訪れてみたくなると思われる。そのような若者を優先的にターゲットに置き、誘客してはどうだろうか。

◎平敷委員長

・ その点は具体的な取組内容の部分で吸収できると思われる。
・ 最後に、議事4の資料5について、具体的な推進事業に対する意見を頂戴したい。

(3) 文化観光戦略の推進方法について

○新垣委員

・ 事業化支援の取組では、評価の際に定量的な評価をきちんと行うという理解でよかっただろうか。

●事務局

・ ヒアリングによってであるが、数字は把握している。

○中村委員

・ 全体的に沖縄の伝統芸能を強調されていて、特に異論はない。ただし、将来的にアジアと交流し巻き込んでいく場合に、沖縄の伝統芸能を強調し過ぎると沖縄が閉鎖的なイメージとして受け取られるのではないだろうか。
・ 沖縄の魅力は身体芸能にある。大まかに言うと、パフォーミングアーツと呼んで良いと思うが、現在の若者は伝統芸能ばかりに関わっているわけではなく、歌やミュージカルなどにも関わっている。
・ 逐次広がりのある言葉を使っても良いのではという印象を受けている。

○大木委員

・ 最後に推進方法の案が出ているが、資料3、4までの取組内容は大きく2点に分かれると思う。
・ 一つは、沖縄のコンテンツの質を高めること、演目や団体に助成金を入れて多少なりとも良いものを生み出すことができる環境を整えることである。
・ もう一つは助成金以外の要素として、人材育成、情報、広報、ネットワークなど良いコンテンツをつくる前提としてのプラットホームを整えていことだが、少なくともこの推進方法の中にはない。
・ 文化庁でいうと団体助成事業に近いと感じる。それ以外にも情報化、人材育成など助成すべき分野があると思う。
・ 気をつけなければ、文化庁が批判を受けているように、ばら撒き、というそしりを受ける可能性がある。
・ 例えば平板で人材育成をするところに助成するのではなく、コンテストを企画し若手の登竜門として位置づける団体には県として助成したり、力のある団体が包括的団体になり研修の場を設ける際に、県として助成したりするなどの方法が考えられる。
・ ネットワーク化や情報化に関しては、例えば情報が集められるコンテンツ作りから始まり、広報の一環としてバスの運行のための広報スポットを用意するような経費は助成ができるような、受け皿となる団体があるのであれば、その団体をしっかり助成しなければ、なかなか推進事業が進まないという印象を持った。
・ もう一つ、要綱案には様式が含まれていない点が気になる。様式に何を書かせるかでもって、将来こうあるべしという方向に行政が誘導できる。そのための書き込みをさせれば、その方向へ向かうことになる。
・ 例えば、学生のインターンシップを受け入れている団体は、様式にその旨書いてもらうように添えることによって、応募団体を絞ることができる。
・ ちょっとした工夫は、要項ではなく最後の様式で何を書かせるか、ということによるのではないかと思う。

○東委員

・ 既存の催しなどに対して助成していくという方向が要綱から見える。
・ 既存の取組に助成する場合には、新しい何かの要素を付け加えることで発展していくというプロセスがはっきり見えなければ、効果的な助成にならない。
・ 来年はこのような取組をするので予算を確保する、というのでは効果的な予算の使い方ではない。
・ ①人材育成の問題、②新たな広報や流通システムの構築の方法、③既存のプログラムの展開方法、という3つの段階に分けて考える必要がある。
・ 既存の取組だけを応援したということになれば、非常にもったいない。

○大木委員
- 議論する必要がある部分で、そもそも経済的な基盤、例えば運営経費の部分で最低限の基盤を強固にしなければ継続できないという意見がこの分野にあるということはわかっている。
- 考え方の問題で、県としてお金を出すときにどのように認識するのかということによる。8 割ぐらいは既存の取組でもやむを得ない部分があるが、残りの 2 割は少し新規のものを入れ込んでいくという方法もあるだろう。あるいは、そもそも生活費になってしまうようなものには助成しないという条件のつけ方もあるかもしれない。
- ただ、そこは難しいところで、現実的には食っていけなくて困っていて、なかなか飛び立てないような団体ばかりだと、綺麗ごとばかりではうまくいかないだろう。

○渕辺委員
- 資料 5 のプロジェクトチームのメンバーについて、本当に動かすのであれば、推進母体をしっかりさせないと動かないものだと思う。
- 書いてあるように、検討委員会の委員会の委員＋事業キーマン＋αとあるが、より現場がわかる実務的な人を取り込むことと、その人たちが動けるような具体的な環境整備が必要になると思う。
- 推進母体作りをしっかり行うことも入れ込んでいただきたい。

○平田オリザ委員
- 大木委員のご指摘の通りで良いと思う。
- 今日の議論は観光文化政策だが、所得保障等は文化政策の範疇になる。
- 確認したいのは、推進事業は全体の戦略推進事業の一部という位置づけで良いか。人材育成等はまた別の事業で行うという認識で良いか。

●事務局
- 今年戦略としてまとめた上で、それに必要な施策を推進するための予算づけはここからスタートなる。
- ただ、戦略を作りかけているので、キーになるコンテンツの部分については先行的に予算を付けながら走らせていこうと考えている。
- 戦略を実現するために、事業者が転換する必要がある部分に対して支援を行いながら転換をしていただき、戦略のモデル的、先導的な役割を果たすコンテンツを育て上げていきたい。この事業を平成 24 年度支援事業という中で行いたいというのが一つの考え方である。

○平田オリザ委員
- だとすれば、大木委員のご指摘通り、もう少し戦略的な色を出し、これを行っている団体には重点的に支援するという狙いをもっと色濃く出しても良いと思う。

○中村委員
- 各個別事業の評価やチェックは、公表されているのだろうか。

●事務局
- 昨年度行われたモデル事業については、冊子として公表されている。ただ、積極的にWebで公開する等は行っていない。
- 事業のスキームとしては支援して終わりというわけではなく、実施者から報告を求めて、改善点の指摘を委員会の中で 2 年間、重ねてきている。一応、まとめた報告書もある。

○中村委員
- 評価委員は文化観光振興についての議論を共有されているのだろうか。

●事務局
- 昨年の事業化検討推進委員会に関しては、議論の内容をポイントごとに伝えているが、どこまで

周知していただけているかはわからない。

○中村委員
・ 狭い沖縄では顔の見えるところだけで、仕事が決まったりする場合があるので、そのようなことがないようにしなければならない。

●事務局
・ これまでの戦略の委員会と事業の委員会は、昨年からこの構成を取り進めてきた部分があり、後追いでつくってきた部分があるため連携がうまくいっていない部分があった。
・ 事業化の推進の中に、戦略の委員の皆様に全員ではないが、加わっていただこうと考えている。両方の仕組みの中におられる委員を取り込んで構成を組んでいくのが、今年の考え方である。

○大木委員
・ 私の場合、事業が終わった後に出てくる報告書をろくに読んでいない。
・ 担当者の陣容にもよるが、何が一番手っ取り早く議論が活性化するのかと考えた場合、最初に要綱の中で「報告会を開催するので資料を用いてプレゼンテーションを行ってもらう」旨を書いておき、その場で評価委員が批評し応募者に緊張感を持ってもらいながら次に望むという流れが必要と思う。

●事務局
・ 今年度の評価については、モデル事業のキーマンに登場してもらい、委員会の中で意見交換をする場を設けたいと検討している。

○下地委員
・ モデル事業の選定に関して、応募主体の記載のところで、法人格を有する等と書いているが、に絞って支援をするということは考えなのか。将来的な可能性・危険性を含めて実施する場合、応募主体の団体に問題がある可能性があるのではないかと思うが、何か団体の縛りがあるのだろうか。

●事務局
・ 内閣府の補助を受け行っている事業だが、縛りはない。
・ 今議論中だが、これまでは市町村が主体になるよう進めてきたが、戦略として進める上で適切ではない。戦略の中で重点化するなら、事業の継続性や変化が付けられる団体に的を絞った方が良いのでは、というのが事務局内での議論である。
・ その議論のもと、応募主体として枠を付けていくのが良いと考え要綱案を作成している。

○下地委員
・ 応募する側の想定がある程度あり、それが県との統一の認識の下で応募できるのであれば、それでよいと思う。
・ 他の事業で、内部事情により法人格を有するところでなければ提案できないとしてしまって、新しい魅力づくりを行うと考えて応募しようと検討しているところが、応募できないということも起こっている。
・ この事業の目的を踏まえて来年の戦略に基づいて人材育成などと整合性を取りながら、応募の主体の中身を決める必要があると思う。

○平田オリザ委員
・ アーツカウンシルの議論がなぜ出てきたかというと、アートや観光に関して今までのような公募、審査、採択というサイクルが成立しなくなっているからである。
・ 民間の財団では、常勤の事務局スタッフがいて、若手を発掘しながら助成に応募しないかと意図的に声をかけるようになっている。
・ こちらから声をかけるような方法は行政には馴染まないので、そこで別の独立機関としてアーツカウンシルを作ったほうが良い、という議論が背景にある。検討の余地はあると思う。観光も文化もわ

かった人材を育成する人材育成ファームにも繋がっていくと思う。
・ 他県に先駆けて観光と文化の両方を目利きできるエキスパートを育てていくような機関に是非していただきたいと思っている。

◎平敷委員長
・ これまでの意見を聞いて、事業の範囲に入らないかもしれないが全体として文化的な発想が必要だと感じた。

○中村委員
・ 沖縄という特殊性を考えた際に 2 面ある。①沖縄独自の伝統芸能を持つこと、②沖縄はローカルコミュニティの意識が強いということ。②によって公共に対して門戸が広がっていかない部分がある。
・ それがある意味で、沖縄県全体として観光の視点から芸能文化を底上げするのに、一つの障壁になっていると思う。

○平田オリザ委員
・ アーツカウンシルは、業界から反対意見がある。例えば、審査員は評論家にしてもらいたいという意見がある。
・ しかし、アーツカウンシルは人治主義から法治主義へ変えようという理念がある。ある程度、文化予算が増えてくると審査委員形式では無理なので、恒常的に若い人でも良いから、たくさんの量を見てもらって、量で公平性を担保するという考え方である。
・ 沖縄は人と人の繋がりがあるため、若手に対してはある程度、数で公平性を担保するように、どこかで変換しないと、予算が増えていく一方で、あるところで限界が来ると思う。

○新垣委員
・ 平成 22 年度のレビューを受けて作り変える時に忘れて欲しくないのは、地域性を重点的に置くという視点である。
・ 助成は、ある会社が何かを行いたいから支援するというものではおかしい。法人格を有する団体でも良いが、ある程度の地域性、地域の発展に寄与するような事業であることが必要である。そして、やがて補助がなくなっても継続できる点が一番大事である。

(4) その他
◎平敷委員長
・ 全体を通してコメントはあるだろうか。
・ よろしいようなので、最後に中村委員から提供のあった資料を説明してもらいたい。

○中村委員
・ アシテジという国際児童青少年演劇協会が、キジムナーフェスタを開催している。
・ 来年は国際会議を沖縄で行うと聞き、関係者に確認すれば確定のようだ。
・ 例えば昨年度延べ3万6千人、県外(外国人も含め)が1週間滞在している。その間に芸能を見たり、シンポジウムを開いたり、日本でも評価の高い国際会議である。
・ 県の方でも十分関心をはらっていただきたいという意図があり、資料を提供した。
・ 今日議論したことと密接に係わっており、ある程度の実績を示しているものであると思う。

○大木委員
・ 主催はどこになるのだろうか。

○中村委員
・ 知っている範囲では、沖縄市と民間のプロデュース団体、文化庁も助成しているとのことである。

○平田オリザ委員

・文化庁はもちろん助成しているが、今は沖縄市がメインである。

◎平敷委員長
・ 本日の意見を踏まえて、事務局側でとりまとめ素案づくりができると思う。
・ 今後、2 回委員会を開催するので協力をお願いする。

4.閉会
●事務局
・ 委員長、各委員の皆様ありがとうございました。
・ 本日の意見を踏まえ、再度とりまとめをさせていただくが、その間逐次ご意見いただくこともあろうかと思う。協力をお願いする。
・ 次回の検討委員会は平成 24 年 1 月中下旬を予定している。事務局より日程調整で連絡させていただく。
・ 以上をもって、第 2 回委員会を閉会させていただく。ご多忙の中ご出席お礼申し上げる。

（以 上）

③ 第 3 回文化観光戦略構築検討委員会

○開催日時：平成 24 年 2 月 3 日（金） 10:00～12:30
○場　　所：本庁舎 6 階第 2 特別会議室

◎：委員長、○：委員、●：事務局

1. 開会
●事務局
・ 定刻になったので、第 3 回文化観光戦略構築検討委員会を開催させていただく。
・ 本日新たに委員に加わっていただいた委員の方がいるのでご紹介させていだく。文化庁の政策課長の山崎委員。観光庁観光地域振興部、観光資源課長の新垣委員になる。
・ まず資料確認をさせていただく。
・ 議事に先立ち、次第2の報告の(1)、(2)をまとめて県から説明させていただく。

2. 報告
●事務局
・ 資料説明(省略)

●事務局
・ 以上2点のご報告に対して、ご質問があればお願いしたい。

○和久屋委員
・ 過年度のモデル事業の状況について、助成金を出した事業が全て自立化することはなかなか難しい。というのは、ある意味、ベンチャー起業を支援するかたちになるからである。
・ 継続できなかった事業は1つ、それ以外は継続して事業を進めているので、それなりに評価できると思う。
・ 財政当局との議論の中で言われていたことは、何人の観光客を誘客することができたのかという点。それに対し未調査という回答をせざるを得なかったことが結構あった。
・ 今後、実施するに当たり、実際にどのぐらいの観光客が県外から沖縄へ訪れたのか、その数字と助成額と比較することによって費用対効果を計測し検証することができればと思っている。

●事務局(神谷)
・ 県は各事業の必要性を議論し、民間や市町村に任せる事業を仕分けし、その情報を発信してい

る。その結果、毎年県が行う事業の棚卸作業は外部の委員会で評価されている。
- 国庫の予算について、事業の必要性と費用対効果が問われている。したがって、申請段階から事業の継続性など厳しく県が審査していきたいと考えている。

○東委員
- 他府県の基準を沖縄県でも採用してほしい。
- 例えば北海道は、年間約 5,000 万人の観光客数の内、域内観光客が8割を占めているので、道外からの観光客数はあまり問題にはならない。
- 一方、沖縄県は県外の観光客だけを観光客と呼んでいる。しかし、宮古島市のロックフェスティバルにおいては本土から多くの観光客が訪れている。
- 他府県と同じ基準を持って不利にならないように交渉にあたってほしい。沖縄県だけが県外の観光客だけを観光客と定義している状態である。

●事務局(神谷)
- 東委員の仰る通りである。
- 例えば、4月 21 日に行われる「琉球海炎祭 2012」は、県内の観光客も相当数訪れ、楽しみにしている方は多い。
- 県外からの観光客数だけでなく、県内からの観光客数も区別して実態を把握したいと考えている。
- 県内観光客はフェスティバルへ参加するため、飛行機を利用される。地域の活性化という意味では同じ観光客数なので数字を把握し対応させていただく。

○渕辺委員
- 補助金を得て実際に効果があった団体が幾つかあることは理解できる。しかし、あくまでも補助金なので、いずれ自立への道が必要だと思う。自立に向けてのロードマップの作成や補助金がなくなっても事業を継続する意志などは確認しているのだろうか。

●事務局(神谷)
- 何年補助金を交付し続けるかどうかは、県の財源との関係で変わる。交付している間に各団体が何とか知恵をつけほしい。
- 補助金事業の仕組みの中にはハンズオン・マネジメントの仕組みもあり、ホップス・テップ・ジャンプの段階で各団体が継続して活動を行えるように検討している。
- 成長が期待できる事業かどうかを精査し、なるべく一つでも多くの事業が継続できるよう支援していきたいと考えている。

●事務局(加賀谷)
- 補足説明する。
- 過去2年間と平成 23 年度にわたり、イベントの自走化へ向けの支援を中心に取り組んできたが、これまでの状況を踏まえ、もう少し県が入り込んで自走化に向けた事業化をするための支援する仕組みづくりをする必要がある。
- その観点を持って、「戦略の方向性、それを実現するプロジェクト」を考えている。プロジェクトを来年度実行するにあたり、これまでの資金支援だけでなく、自走化に向けた団体のサポートのための取り組みを展開していきたいと考えている。

●事務局
- それでは以降の進行を平敷委員長にお願いしたい。

◎平敷委員長
- 次第に沿い本日の議事に入る。
- まず、議事1について事務局から資料説明をお願いする。

3. 議事

●事務局
・ 資料説明(省略)

◎平敷委員長
・ 議事(1)について、特に質問がないようであれば、議事の(2)に入りたい。
・ 議事の(2)が本日のメインになる。「沖縄県文化観光戦略素案」について次回にかけて作成していくことになる。事務局のから、資料4について説明をお願いする。

●事務局
・ 資料説明(省略)

◎平敷委員長
・ 資料4「沖縄県文化観光戦略素案」としてまとめて説明していただいた。各々について、ご意見をいただきたい。
・ まず、「Ⅰ.沖縄県文化観光戦略策定の趣旨」、「Ⅱ.沖縄県の文化観光に関する現状と課題」について関連して意見を頂戴したい。次回に最終案に盛り込んでもらえるよう、色々と意見を頂戴したい。

○東委員
・ かなり具体的な内容になってきたと感じている。旅行社の立場から厳しい発言になるかもしれないが、以下意見を述べさせていただく。
・ 「Ⅱ.沖縄県の文化観光に関する現状と課題」について、LCC(格安航空会社)を最初に挙げられているが、他の観光事業と同じように、まず、沖縄県の文化観光に対して県民の理解を深めていく必要がある。
・ 先週の新聞のコラムに、ある県民が 50 歳を超えて組踊を鑑賞して感動したという内容が掲載されていたが、県民が組踊に対してそのレベルの認識でよいのかどうか。県民の理解を促進するため本気で取り組む必要がある。
・ もう一つは、文化関連施設が点在している点。各市町村が「箱モノ」を一つずつ持ち、本土は公共交通機関が発達しているので構わないが、県の場合は、二次交通が欠落している問題がある。しかも情報の一元化もされていないので、国、県、市、町立の施設の情報が一元化されずに発信されてしまっている。その点、非常に問題だと思うので、その問題を認識しておく必要がある。
・ 「もっと深く、おきなわ」はディープになればなるほど一般の方が離れていくような気がする。観光客向けなら、「もっとプロフェッショナルに」というかたちで、有料にしてみせることができるレベルとして芸術芸能をいかに確立していくかということ。もっと面白くみせていく方法が必要である。
・ 常連客に人気のある、民謡酒場、ジャズ・ロック酒場などは、観光客が怖く感じて足を運ばないと思う。深いという意味がディープならば、誤解されないように、例えば、「もっと広く」の方がよいと感じる。
・ 一例を挙げると、「オリオンビアフェスト」は民間企業が行っているので、一般の方が参加しても構わないというイメージがある。しかし、「産業まつり」では、工業連合会が中心になっているというイメージがあり、間口を広くして参加を呼び掛ける方が効果的である。
・ 内部では深さを求める方がよい。成功例として JR の「そうだ京都に行こう」キャンペーンは、学生時代に京都の歴史に興味がなかった方達にとって、歴史が分からなくても京都を訪れてもよい、というイメージを発信できたことが、成功の要因だと聞いている。
・ 沖縄はアマチュアとプロが一緒になってイベントをつくっている。高い航空運賃を払い、貴重な滞在時間にお金を払って鑑賞する芸能は、やはりプロが開催する芸能になる。楽しませてくれて、お金を払う価値がある芸能をみせることこそが重要である。

◎平敷委員長
・ フレーム(案)のキーワードや細かい表現も指摘していただきたい。
・ 新たな項目が必要だと感じる場合、追加的にキーワードを提示してほしい。

○崎山委員

- 東委員の県民理解の問題について50歳を超えても組踊を知らない人がいることが現実。
- 県民理解の問題は非常に重要。観光客をもてなす県民の体力や県民の魅力がどこにあるのか、問われることなる。
- 那覇の市場近くに住んでいるので、365 日市場に買い物に行き、観光客の生の声を耳にしている。
- 肥満率が男女とも全国1位が沖縄であるため、その市場で売る健康食品にしても眉唾ものだ、という話を観光客がしていた。県民の肥満率は、長寿のイメージ、食文化、土産物等、沖縄文化にも大きく影響を与えているようになっている。それに対しての県民の認識は低い。
- 戦略として外に出す県民像と、その県民像に対して県民がどう活動しているのか、密接に関連する部分があると思う。そこには、文化に対する触れ方だけでなく、教育も関係している。
- 県民像を形成する際に、戦後の文化の変遷において、琉球政府、アメリカなど各々の思惑のなかで、文化の先頭を切って引っ張っていたのが、民間の文化人を中心とする県民だった。その県民の危機意識が美術や創造芸術となって、その利子で県民が生活している部分がある。
- 沖縄の魅力を高める場合、県民一人ひとりが意識をどう持つか、とても重要な点である。県民がもっと自覚する場面がとても必要である。
- その場合、県庁から全てをリードしていくのではなく、県民が持つノウハウを吸い上げ、よい形で文化に対する県民像をつくり上げるという発想が非常に大事である。その意味では、財団法人文化振興財団は沖縄文化を網羅した形の一つの組織として、多角的に将来の文化を見据えることができると思う。
- 県民の内なる部分を検討しなければ、もてなしの文化も根付かず、売っていく文化も先細りになると思う。
- 「もっと深く、おきなわ」という言葉は私が結構響いたので、県民にも受けると思う。あるいは、「もっと沖縄」でもよいと感じた。というのは、「広く」や「深く」を外し、県民の一人ひとりや国内外観光客に対する、「もっと沖縄」という思いがあるので、その言葉を提案したい。

○東委員

- 外に対して打ち出すキャッチフレーズでなければ、戦略的なものでも、内部に発信する分には全く問題ない。
- 「深く」を付けると、「深く」という部分は要らないと考える県外の観光客が出てくるといけないので、避けなければならないと感じる。
- 社訓と同じで、例えば「顧客満足度の向上」は、外部からみえてしまうと、しらけてしまう。「もっと深く」という部分を県内で共有できれば別によいと思う。

○平田オリザ委員

- 提案ではないので、「もっと深く、おきなわ」のキャッチフレーズをどう変更してもらっても構わない。
- 「琉球」をキャッチフレーズに使う場合、琉球は国内では通用するが、海外では分からないと考えた。また、英語にするのか日本語にするのか、インバウンド向け、県内向け、県外向けかによっても変わってくるだろう。
- さらに、キャッチフレーズをポスターやチラシなどに全て入れるのかどうか、使い方によって変わってくると思う。キャッチフレーズをどのように使うのかということを決めていかないと判断できない。
- 「もっと沖縄」の場合、「もっともっと沖縄」でもよいが、お弁当屋さんが利用するフレーズみたいになる。軽くするのか、深くするのか、相対比較の議論でどちらがダメかという議論ではない。

◎平敷委員長

- 京都のキャッチフレーズもかなり有効だった。キャッチフレーズは広範囲に利用したい。

○平田委員

- 当委員会は文化観光の委員会であり、観光政策の委員会ではない。沖縄県の観光のキャッチフレーズを決めるわけではない。

○東委員

- モデル事業は一つひとつ尖がりがあるので、モデル事業のポスターには、提案のキャッチフレーズが合っていると思う。
- 二次交通を含めて、モデル事業を目的として沖縄に訪れていない観光客が、オプショナルツアーで、国立劇場おきなわで何か上演されているので鑑賞したいと考えた場合、イメージとしてはディープさよりも気軽さをキャッチフレーズに持たせたほうがよいと感じる。
- モデル事業には、ディープさを持たせても構わないと思う。

◎平敷委員長

- 使い方も含めて事務局で再度検討させていただく。

○中村委員

- 文化観光コンテンツに関して、使われている言葉が「高いエンターテイメント性」だけである。エンターテイメント性は、単に娯楽性として捉えられる可能性があるので気になる。
- 今後 10 年間の文化観光戦略を考えた場合、高い芸術性、あるいは実験的な舞台づくりも含めた、新しい資源として文化を開発していくという視点が欠落している。
- 過去の事業についてそれなりに評価してもよいが、内部で礼賛しているローカルなプロダクトが中心となっている。しかし、今後 10 年間を見据えて、全国公演を行うことによって、沖縄県への観光客を増やすことができる文化観光コンテンツを開発するためには、芸術性という言葉が必要になると思う。
- 「もう一泊」という言葉は、妙に切ない旅の消費行動だと感じた。目の前の経済効果を狙っているという印象を受ける。
- 沖縄で深く沈殿している舞台芸術パフォーマンスに対するポリシーが育っていかないどころか矮小化していくという不安を覚える。
- グローバル展開をしている企業は高級車だけでなく大衆車も生産している。将来、高級車を生産するために、何年かかけて開発していくという投資も必要になる。
- 離島である沖縄でコミュニティが分散しているエリアは、力を結集して多少実験的であっても新しい芸術を創造していくというクリエイティブな発想がないと、切り売りになってしまうのではないか。
- 「創造性」や「高度な芸術」という言葉をどこかに盛り込んでいただきたい。

◎平敷委員長

- P1「文化観光の主たる対象領域」の中で「パフォーマンス性のある文化資源を中心」という表現があり、「中心的な文化資源と効果的に組み合わせることで対象領域に含まれる」という含みの中でその他の領域を拾うという意図があるだろう。
- 少し表現を工夫し、美術館や博物館もパフォーマンス性という意味で抜けると思われるが、何らかの形で中村委員の指摘を吸収できればよい。

●事務局(加賀谷)

- 中村委員のご指摘の通り「芸術性の高いもの」に対し視点が抜けている。短期的な視点と長期的な視点の両方を意味するような表現を工夫していきたい。

●事務局(神谷)

- 観光振興課が管轄している NPO 法人沖縄エコツーリズム推進協議会は、170 団体の会員を有する。例えば、3. 11 以降も協議会を開き、沖縄の観光がピンチになったときのことを検討するなど、県民に対しアプローチしている。
- 今後、文化面も含め、なるべく周知徹底して県民あげて文化を振興させていきたい。

◎平敷委員長

- 「ハワイビジターズビューロ」を訪れた時に聞いた話であるが、ハワイ観光において、最大の課題は教育であり、州民がホスピリティ精神を持てるよう州民教育が重要となるということだ。新たな項目として盛り込んでいただければと思う。

・ P5「IV.取組方策」には、「戦略の体系」があり、各戦略の項目立てで拾われていない項目や、新たに盛り込むべきキーワードや表現など気になる部分を指摘してほしい。

○中村委員
・ P2、「2.本県の文化観光のポテンシャル」において、「(1)アジアとの近接、つながり」とあるが、「アジア諸都市との近接性」はよいが、「アジア諸都市との歴史的文化的つながり」という言い方がおかしいと思う。
・ 例えば「アジア文化やアジア民族との歴史的文化的つながり」であれば理解できるが、沖縄は都市化しているのだろうか。アジア諸国もまだ都市化という過程だと思う。したがって、都市とのつながりではなく、歴史的な民族とのつながりなので、表現を変更した方がよい。

◎平敷委員長
・ 細かい表現に対しても意見を頂戴したい。

○東委員
・ P12、「重点プロジェクトが牽引する戦略全体の展開ロードマップ」の「1 先導的な文化観光コンテンツの成功事例化」において、「Ⅲ-1-② 修学旅行生、ファミリー客、ビジネス客などに向けたセールスプロモーション」とあるが、文化観光や滞在体験型で一番難しいのは、個人旅行者が自分の金を使って沖縄へ訪れることである。
・ 修学旅行生の場合、先生あるいは旅行会社が情報を収集し、先生の意思や両親のお金を使って沖縄を訪れる。したがって、一旦、団体旅行者を捕まえれば集客数が一気に増えることになる。
・ 修学旅行生を誘致しても個人旅行者の誘致にはつながらない。戦略では別に考えることによって初めて二次交通の問題、情報の一元化の問題が出てくるのではないか。進め方の部分では、セグメントごとに検討する必要がある。
・ 個人旅行者を増やすことができれば、大成功だと言える。団体旅行者と分けて考えることによって、様々な課題が抽出できると思う。

○崎山委員
・ 修学旅行生は何年後には自分のお金を使って沖縄へ来ることになるだろう。
・ 宮古島市には修学旅行生を受け入れている民宿があり、大人になってから再度訪問するケースがある。将来、自分のお金を使って沖縄へ来るというターゲットとして修学旅行生を考え、おもてなしをする必要があると思う。

○東委員
・ 沖縄との最初の出会いとして、親、先生、旅行会社が設定している。MICE など団体旅行も同様になる。
・ 日本全国の体験滞在を推進している観光地がまさに個人旅行者を誘客することができず、行き詰ってしまっている。結局、団体旅行や修学旅行に頼ることになる。
・ 個人旅行者を誘客できれば、全国の中で先進事例になると思う。

◎平敷委員長
・ 販売促進活動において、国内・国外という分け方ではなく、初めて沖縄に来る観光客と2回目以降の観光客ではアプローチの方法が違う。男女別、年齢層など細かくターゲットに合わせた設定の仕方があると思う。

○平田オリザ委員
・ 中村委員のご指摘は文化政策に重点が置かれると思う。文化政策は応用科学で実利を得るものだが、その応用科学を支えるためには、先端研究と基礎研究が必要になる。
・ したがって、10 年後の観光立県・沖縄を支えるために、先端研究である高度な芸術文化の振興や、あるいは幅広い伝統芸能に対する子どもたちの教育という、いわゆる頂点と裾野において、広げるような文化政策を文化政策課にお願いすることはできる。しかし、観光文化政策の中に落とし込む

のはなかなか難しいと思う。

- 一方で、観光教育という視点もあり入れておいた方がよい。子どもの時から観光意識を高めていき、中学生や高校生に対しては国際教育を兼ねてもよいので、観光教育を必修にする。あるいは総合的な学習の中に取り入れる趣旨を文書の中に入れることが必要である。
- LCC 時代、インバウンドの重要性など、戦略案にある内容の理屈は共有できていると思う。
- おおざっぱな数字だが、10 年後は、県内、国内、国外の消費量が、現在の3分の1ずつになることが予測されている。その際に最も重要な視点は、国際競争力を持てるための県内観光業の基盤整備にきちんと取り組むことである。
- 沖縄の特殊性として季節が非常に偏っている。夏場は非正規雇用の労働者に頼っている現状があるが、本来は企業の競争力を高めるためには正規雇用を確保する必要がある(観光のエキスパートは正規雇用の中からしか出てこないため)。
- 文化観光は季節や天候に左右される面が少ないので、「正規雇用を生みやすい」という理屈を少し書いた方がよい。正規雇用の確保は沖縄の最大の課題でもあり、政策的にも解決しやすいもの。正規雇用を生み出すことを官民一体となり訴えていくことは非常に重要である。
- 文化観光コンテンツは多数要らない。とにかく選択と集中で絞る必要がある。
- 継続性は大事だが、ダメなものを一年でもやめることが重要。スクラップ&ビルドをきちんと行っていることを示す必要があり、「厳しい選択と集中」と謳っておいた方が今後説得力を持つようになる。
- 文化や教育は内向きの視線で自家撞着に陥りやすいので、外部人材や実務者をさらに投入し、将来的には外国人を登用しながら、評価していく必要がある。観光は数字で定量評価できるが、文化や教育は自己満足で終わりがちになる。

○和久屋委員

- P1で、21 世紀ビジョンから連なる体系の中に「沖縄県文化観光戦略」を位置づけるなら、10 年後の観光客数、平均滞在日数など、文化観光がどの程度貢献するかという数値目標を設定すればよい。最終的には数値目標を全体計画のなかで位置づけ、設定できればよい。
- P2 の「沖縄県の文化観光を取り巻く主な環境認識」において、(1)～(6)は観光一般の事柄が書かれており、タイトルと中身にズレがある。観光全般を書く場合、(1)観光全般、(2)文化観光を取り巻く環境認識、(3)ポテンシャル、という構成でもよい。

◎平敷委員長

- 全体を通して気になる部分を一言ずつ聞きたい。

○嘉数委員

- 実演する立場から資料をみれば、将来、伝統芸能が夢のある内容になると感じている。
- 観光客にみせるために組踊をスタートしたわけではない。自分自身の修練や芸を高めていく自分との戦いという部分が大きい。その中でも県民性かどうか分からないが、皆で分かち合いたい、あるいは知ってほしい、共有してほしいという面では、県内、県外にみせる工夫が必要になってくると思う。
- 芸の質の向上をしっかり行っていく中で、発信していく面と、組み合えばとてもよい方向に行くと思うが、まだその感覚を持てない。
- 鑑賞会でも子どもたちが誇りを持てるような、質の良い芸能を上演する必要がある。ただ見るだけで、これが沖縄の芸能だと子どもながら感じるものがないと、将来の沖縄につながっていかないと思う。
- 実演家として責任を持ってしっかりとしたものつくりあげていくこと。それを原点に置き情報発信していく。実演家は、対外向けの情報発信は不得意であるが、事業者など手を取り合い、活動が盛んになれば、明るい伝統芸能の将来がみえてくると思う。

○名城委員

- ネーミングの問題がある。現在、琉歌を全国的に広めようと考えている。全国的に分かりやすいキャッチフレーズとして、「沖縄川柳琉歌」のようなネーミングを付けて、沖縄川柳が実際には琉歌に

なっていると示すことができるよう、沖縄の文化を検討できればよいと思う。
- 現在、県の物産展では、芸術性の低い歌や踊りを上演されているのが現状であるが、中村委員のご指摘のように、芸術性の高いものが最終的には残ると思う。
- 芸術性を基本に置き、それに加えてパフォーマンス性やエンターテイメント性のレベルをもう少し高めていければと思う。

◎平敷委員長
- 細かい戦略については今後検討することになるので記録に留めておいてほしい。

○新垣委員
- 現在のキャッチフレーズはメッセージ性もあってよいと感じている。
- 今後、重点プロジェクトをどうするかが課題になる。
- もう一泊すればもっと、もっと面白いことを楽しむことができる、休みを取らせるようなアピールの仕方が必要。そのために、例えば、家族同伴旅行でも気軽に参加できるように、興行者、実演家の協力をもとに、ホテルとパッケージ商品として提供できれば、22 時ぐらいまで滞在でき、もっと深いところまで体験できるようになるだろうし、もう一泊する動機づけになるかもしれない。
- 出演者、スケジュールの設定など観光客に訴えかけることができるような重点プロジェクトを打つよう工夫をすることが重要だと思う。

○山崎委員
- 組踊に関して国立劇場おきなわでは、主催公演の回数が少ない、稼働率が低いという課題がある。したがって、質の高いコンテンツ、質の高い文化芸術の成果という意味で国立劇場おきなわの果たす役割が大きい。
- 資料には強調されていないが、国立劇場おきなわと連携を図りながら進めていく必要がある。
- 人材育成について、後継者の育成と関連して生業として収入を得ることができないとなかなか伝統芸能の分野で活動することは難しい部分がある。
- 組踊の人間国宝クラスの演者でさえ、国立劇場おきなわでの主催公演の出演料が、たかだか数万円程度になり、お弟子さんへのお稽古で収入を得るなど、複合的な収入を得て新たな生業として形成していかないと難しい。
- 集客力とも関係するが、長期的にみて後継者を確実に育成・継承していくとうい面でサポートできる施策も必要だと日頃から考えている。
- 宣伝になるが、文化庁の 24 年度新規事業で「地域発文化芸術創造発信イニシアチブ」事業が、32 億円の予算を持って国会で可決する可能性がある。
- 新規事業は主催が都道府県、市町村となるよう設定されている。国が2分の1補助を行い、中身は工夫次第でできる。県や市町村から申請していただき、審査し決定する。
- 文化庁の WEB にもその情報を掲載している。

○平田太一委員
- 本日いただいた意見をしっかり反映させていきたいと思う。
- 嘉数委員や名城委員のように若い実演家に是非、本会議に入ってもらえるよう推薦した。他の若い実演家にももっと加わってもらえれば、活かす方策や頭の中に新しい柱が実演家の中に立つという気がする。あらためて芸能の大切さを感じるようになると思う。
- 今後、文化観光を含めた議論をする場に沖縄のアーティストの方々も一緒になって議論できればと思っている。
- 次に、どうすれば事業化できるかを継続して考えている。戦略が台本として実演されない限り、活かされないわけなので、戦略をどのように予算化していくかが次のテーマになってくる。
- 事業化する際の課題は、観光振興課だけではなく文化振興課や交流推進課が関わっていく必要があるので、他のセクションがもっと加わることができるよう、展開していきたと思う。
- 最後に重要な沖縄のテーマとして平準化、いわゆる沖縄の四季折々をどうやってメッセージを持ったかたちで発信するかとういことが重要になる。
- 沖縄は全てがオンシーズンだと言われるよう平準化するために、文化の力が必要になる。

・ もう一つは、滞在日数を一泊増やしてもらうことは、大きな課題となっている。県では、まず一回来てもらう、あと一泊してもらう、もう一度来てもらうためのプロモーション活動として「トリプル・ワン・プロジェクト」を掲げている。観光客が700万人に増え、もう一泊するだけで1,000万人の観光客数と同規模の経済波及効果がある。具体的には、離島にもう一泊するための取り組み、あるいはナイトカルチャーなどに力を入れて取り組んでいる。
・ 本物の感動体験がなければ、リピーターにつながらない。「トリプル・ワン・プロジェクト」の事業化をテーマに取り組んでいきたいと考えている。
・ 本日頂戴したご意見を参考にして次の戦略に描いていきたい。

◎平敷委員長
・ 事務局には最終案のとりまとめをお願いしたい。それに伴い、事務局から確認しておきたいところがあれば発言してほしい。

●事務局(神谷)
・ 県の内部では相当活発なご議論をさせていただいている。文化サイドから検討するのは初めてのこと。文化観光スポーツ部では、文化、スポーツを含めて、どう沖縄が振興していくかという点も含め、とても大切な委員会だと考えている。
・ 今後も議論しながら、皆様からご意見を頂戴したい。沖縄は文化のポテンシャルが高いと認識している。高い芸術の創出、経済波及効果として一人あたりの消費額を高めていくなど、喫緊の課題となっているので、その点に関して今後もご支援賜わりたい。

4.事務局連絡
●事務局
・ 本日頂いた意見を踏まえとりまとめを行い、次回最終の案としてお示しさせていただく。
・ 事務局内部で詰め切ることができなかった部分について明確にして、次回の委員会で提起させていただき、次回の委員会を踏まえた形で最終的に微修正をさせていただく。
・ その間、お気づきの点があれば委員の意見を反映させていただきながら公開する段取りを考えている。
・ ご意見があれば観光振興課の方へいただければと思う。それを踏まえ、次回の委員会を開催し、最後の修正した内容をメール等で確認していただく。引き続き宜しくお願いする。
・ 次回の委員会は3月9日(金)午後を予定させていただいている。以上を持ちまして、第3回文化観光戦略構築検討委員会を閉会させていただく。

5.閉会

(以 上)

④ 第4回文化観光戦略構築検討委員会

○開催日時：平成24年3月9日（金） 15:30～17:30
○場　　所：沖縄県庁6階特別第2会議室

◎：委員長、○：委員、●：事務局

1. 開会
●事務局
・ 定刻になったので、第4回文化観光戦略構築検討委員会を開催させていただく。
・ 本日は年度末や講演の重なりがあり欠席委員が多い。欠席委員は、嘉数委員、武濤委員、名城委員、平田オリザ委員、渕辺委員、新垣委員である。
・ 本委員会前に個別に委員の皆様にご意見を伺う機会があったため、本日はそれも踏まえ議論する。
・ まず資料確認をさせていただく。

2. 議事
◎平敷委員長
・ 本日が最終の委員会である。
・ 今までの議論をまとめたものが、資料1「沖縄県文化観戦略(案)」である。これについて、皆様のご意見を伺いたい。
・ まず事務局から資料1、2を説明させていただく。

●事務局
・ 資料説明(省略)

●事務局(日隈)
・ 第3回から第4回の会議にかけて、本日欠席の委員も含め各委員から多くのご意見をいただき、資料1に反映した。いただいた意見について参考までに紹介する。
＜武並委員から＞
・ 「戦略の柱Ⅰ」で、具体的な文言修正のご指摘をいただいた。
・ 「戦略の柱Ⅱ」でも、「おもてなしの力を高める」という表現の文言修正のご指摘をいただいた。
・ 「重点プロジェクト」については、「この3つのプロジェクトを総括した3年後の目標は何か」「中長期計画として、5年後、10 年後の節目に達成すべきことは何か」という具体的な目標設定があれば分かりやすい、というご指摘をいただいた。
・ キャッチフレーズについては、県民始め、県下の方々が共有するキャッチフレーズはよいが、戦略の最終目標にあるように、「どういう場所にこれを利用するのか、表記、対象について慎重な議論が必要」ということには賛同する、というご意見をいただいた。
＜平敷委員長から＞
・ キャッチフレーズは、各委員のご指摘のように様々な捉え方はあるが、まずは「もっと深く」はこのままとして最終的な議論をいただきたい、というご意見をいただいた。
・ 中村委員からご指摘のあった芸術性についてもきちんと据え置くが、据え置き方についての確認は必要である、というご意見をいただいた。
・ 「沖縄県の文化観光を取り巻く主な環境認識」については、より充実すべき環境が説明されるようになっている、というご意見をいただいた。
・ 東委員からいただいた二次交通のご指摘を踏まえ、文化観光がより重視されるような環境、文化観光をより推進するような消費となる環境、という両面を見据える形で前段の整理を行なっている。
＜東委員から＞
・ 拝読いただいたという連絡をいただいている。
＜名城委員から＞
・ 文化観光コンテンツに触れる機会、環境の中に、名城委員の活動拠点である恩納村も加えてほしいというご意見をいただいた。
・ その他細かい文言修正のご指摘をいただいた。

◎平敷委員長
・ 本日の議事は、文化観光戦略(案)の最終確認のみである。
・ 今までの議論と個別のご意見を踏まえてまとめてあるため、これについて議論いただきたい。
・ 赤字部分は修正箇所であり、P2、3、14 の青字部分は、今回追記しているところである。適切な表現かどうかを確認していただきたい。また全体を通してのご意見もいただきたい。
・ 今回が最終回のため、各委員に順番にご意見を伺う。

○東委員
・ 事務局は苦労されたと思う。
・ 中長期計画における目指すべき成果指標は、内輪の観光業界や観光業者にとってはよいかもしれないが、県民や県外に出すには少しインパクトが弱く、ぼやけて分かりにくい。%や人数などの数字より、「沖縄に来るお客さんは2人に1人は必ず芸能を観る」など、もっと分かりやすい指標が

必要である。

- 「もっと深く、おきなわ」もよいが、「芸術列島沖縄」などもっと芸術が爆発するような躍動感あふれる標語を設定し、それに対し分かりやすい指標が必要である。これは全体の戦略であり、実施計画のようなものを作成する段階ではより具体的な内容を記載していく構成にすべきである。今の案では内輪だけのものとなってしまい、外に対してアピールできない。
- 拠点整備の分野になるかもしれないが、これだけ多くの人に観ていただくためには、それだけのキャパシティをもつ器が必要である。シアターコンプレックスなど常に何か開催している劇場がなければ、観光客の誘客は現実的には難しい。「パレットくもじ」の中には映画館もあるが、あまり人が入っていないようである。ステージ付のビアガーデンや市民劇場もあるため、「パレットくもじ」にシアターコンプレックスを作ることができる。そこを県が借り上げて活用すれば、それほどお金をかけなくても、観光客の誘客が現実的なものになると思う。

◎平敷委員長

- キャッチフレーズや拠点については、以前もご指摘があり、検討に値する。
- 他の委員のご意見も含め、崎山委員にご意見を伺いたい。

○崎山委員

- P2「沖縄のパフォーマンス性のある主な文化資源(例)」は、整理の仕方に偏りがある。琉球舞踊の中に古典と雑踊がはいっているが、ジャンルの分け方も含め再整理が必要である。空手や民俗芸能を出すというくくり方もある。
- 文化観光というと、舞台を中心とするイメージの文化が先行しがちだが、工芸との結びつきも重要である。漆器は昔ヨーロッパに渡って琉球という言葉をもらったほどの文化だが、現在は漆器の技法の何分の一しか使われておらず深刻な状況である。工芸の歴史や文化を考えると、お土産として「買ってもらう」ことも重要である。全体として芸能が中心になり過ぎている。また、芸能の中でも整理がし切れていないと感じる。
- 目標数値には少し疑問がある。観光客 1,000 万人という目標は、県知事の大きな目標でもあるため、改めて県民にもアピールする必要がある。「あと1泊」、「もう1度」は、観光客の数だけで図れるものかどうかは疑問がある。
- 分かりやすくなった部分はあるが、外に向けてアピールする際には、もっと知恵と感性が必要だと感じた。

◎平敷委員長

- ご指摘の件について事務局より何かあればお願いする。
- 工芸は、P1「パフォーマンス性のある文化資源」の中に含めているが、それをどのように考えるかという問題である。
- 1,000 万人構想と、「あと1泊」、「もう1度」との関連性について、事務局に考えがあればお願いしたい。
- 前回、1,000 万人という数と、単価を上げるという質の議論があった。数と質のバランスについて、どのように考えているか。

●事務局(加賀谷)

- 数については、この委員会で議論すべきことではないと考えている。
- 工芸と観光は密着にリンクさせて考えるべきだと思っている。しかし今回は、「まず先導するものを作る」という戦略であり、その手法、方法論をまとめている。「先導するものから、周辺分野にどのような波及効果を及ぼしていくか」については、次のステージで検討したいと考えている。工芸を考えていないわけではなく、まずは戦略として引っ張る部分を作りたいということである。

◎平敷委員長

- 続いて中村委員にご意見をお願いする。

○中村委員

・ 大変ご苦労されたと思う。
・ 前回、「芸術性という言葉をぜひ入れてほしい」と言ったことが反映されており、よかった。
・ 沖縄には、長い歴史や伝統から、人間の技として継承すべき芸術性の高いものが非常に多い。それが、「観光コンテンツ」という表現で強調し過ぎると、商品として売れるかという視点に流される危険性があるため、どこかで歯止めをしていただきたかった。三角形の頂点に非常に芸術性の高いものがあり、すそ野が広がっていることが理想だと思うため、あえて述べさせていただいた。
・ P1左中段の赤字部分の「本県の観光の弱みを補完する」という表現が少し気になった。どのようなニュアンスなのか。

●事務局（日隈）
・ P3の「文化観光振興の主な視点」とも関係する。文化観光を推進するうえで期待される大きな柱として、ボトム期の解消と、平均滞在日数や県内消費額を従来定着しきっているものから上のレベルに上げることを、この文化観光で担う、というエッセンスを打ち出している。「弱み」という表現の必要はないかもしれない。

○中村委員
・ 「弱み」より、「ポテンシャルを開いていく」という前向きな表現の方がよいと思う。
・ P3「高まるリピーター比率」ついては、何度も同じ観光ルートを組む人もいるが、リピーターの中には少しずつ芸術文化や芸能に対して、より能動的に関わり、鑑賞力を高めたいと思い、そこから沖縄の文化に対して幅広い着眼点や楽しみを持つようになる人も多いと思う。特に団塊世代にはそのポテンシャルをもつ人が多いと思われる。「高まるリピーターに対して、どのようなコンテンツを多様に用意できるか」がポイントである。
・ P7「Ｉ－３　文化観光人材の育成」では、かなり修正されているが、人材育成そのものも大事な事業であると認識している。しかし、ここでは「人材の育成を前提として連携によって振興する」という形になっている。人材の育成は、かなり大変なため、書き方を考えていただきたい。
・ 「県立芸大や国立劇場おきなわと連携する」という表現が多々出ているが、黙っていてはそこでは育成そのものはしてくれない。もっとポジティブにアクションをかけるような書き方でなければ、政策に反映しにくいという印象を受けた。

●事務局（日隈）
・ 中村委員より最後にいただいたご意見については、観光振興課のみならず、文化振興課でも非常に大きな論点であり、どちらかというと文化振興課で重点をおくべきところである。
・ そのような意味合いもあり、観光の作り込みはこの戦略できちんと行い、人材育成は文化振興課で行なうべきものとして、例に出させていただいている。産業としての観光と、文化関連の人材育成は一緒にまわす必要がある。「文化観光人材についてはこの戦略で行なうが、文化関連の人材育成は文化振興課でしっかりと行なう」という線引きをして整理した。

●事務局（神谷）
・ 今の説明を補足する。この事業は来年4月から文化振興課に移管され、文化振興課が、人材育成も含め戦略を担っていくことになる。観光振興課も一緒になって、この事業に関わっていく考えである。

◎平敷委員長
・ 次に、山崎委員にお願いしたい。

○山崎委員
・ 前回からの参加のため、前提など理解していない部分もある。
・ 今回の戦略の中心として、P1で「パフォーマンス性のある文化資源」に限定しているが、個人的には、沖縄といえば世界遺産のイメージのほうが強い。それが、下にその他のように記載されていることに違和感がある。このような形にしている理由は何か。

●事務局(加賀谷)
- 今までの沖縄観光の主要な楽しみ方をみると、世界遺産は当然のこととして観光メニューに組み込まれているため、このような記述にした。そのうえでさらに積み上げるものとして、この委員会では、人が持っている芸術や技能を生かした部分をいかに活用するか、という観点で考えてきた、ということである。

○山崎委員
- 文化資源という言葉と並んで、「文化観光コンテンツ」という言葉が使われているが、これは、具体的にはパフォーミングアーツをイメージしているのか。絵画や工芸品などは除いているのか、含まれているのか。
- P4で、「文化観光の担い手(演者)」とあるが、絵画や工芸も含むのであれば「演者」は適さないため、担い手だけでよいのではないか。

●事務局(日隈)
- ここでは、まず人が絡むパフォーミングアーツを特化して打ち出している。絵画や工芸品は、連携の文化資源としては含めているが、位置づけとしてはレベル感を下げた。
- パフォーミングアーツは、観光商品を組み立てるにあたり、活用余地が大きく、作り込みや売り込みの手法が似ているという点で、先導的な文化観光コンテンツとして位置付けた。
- その他の多様な文化観光コンテンツとして、パフォーミングアーツを核とした芸能などの広がりをもたせている。

○山崎委員
- パフォーミングアーツにも、演者だけではなく、演出家やアートマネージャーなど様々な担い手がいるため、あえて演者に限定する必要はない。P7に「クリエイター」、「デザイナー」という表現が出てくるが、これらも担い手の中に含まれるものである。さらに言えば、パフォーミングアーツには入らないが、アートインレジデンスなどで、絵画などを実演しながら観光客に見せることもパフォーミング性がある。このようなことから、あまり言葉を限定しないほうがよいと思う。
- P1の右下の枠で、芸能を「古典的・伝承的なものから現代的なものまで」としているが、P2以降では、「古典的・伝統的な芸能」となっている。「古典的・伝統的なもの」に統一してはどうか。
- P1の右下の枠で、「史跡名勝記念物」とあるが、文化財保護法の概念では、史跡と名勝と天然記念物を合わせて「記念物」としている。また、文化財保護法の概念では、「美術工芸品」となる。現代美術として「美術品」と「工芸品」を並べるのであれば構わないが、そうでなければ、「美術工芸品」がふさわしい。なお、「伝統的建造物」は、「伝統的建造物群保存地区」、「重要伝統的建造物保存地区」となる。

◎平敷委員長
- 今の表現については対応をお願いする。
- 今後個別に情報提供を依頼するかもしれない。

●事務局(神谷)
- ご指摘の美術品・工芸品については、事務局でも相当議論をしてきた。
- 沖縄市でも、空き店舗を活用したアート的な取り組みをしており、見せ方によっては観光客の誘客も可能であると思う。
- このような取り組みとも連携して発展させていただきたい。

◎平敷委員長
- ポジションをどうするかという根本的な考え方に関連するため、検討いただきたい。イベントや行事は、あくまでもパフォーマンス性を前提とした活動内容になっていると思う。単価を上げるためには、他の活動も挙げられるため、どこに立ち位置を置くかを検討していただきたい。

○和久屋委員

- 前回、成果指標の導入を意見として述べた。まずは入れていただいたことにお礼を申しあげる。既存のデータがない中で苦労されたことがにじみ出ている。そのような中で、「まず1回」、「あと1泊」、「もう1度」という指標を探し出されたのだと思う。
- 目標を数字として設定することは難しいと思うが、「イベント・伝統行事」の観光客をシェア的に引き上げ、ダイビングやショッピング並にしたい、ということだと受け止めた。
- そもそも戦略の出発点が、沖縄の観光が良くも悪くも自然やレジャーに偏っている、ということだった。ポテンシャルがありながら伸びていない部分を伸ばすことで、年間通じて安定的な観光客を確保することだと感じた。バランスの取れた観光目的にするために指標を設けるという点は、基本的に賛同できる。
- ただし、資料2の指標だけをみると、「先導的な文化観光コンテンツの県民認知度が 30%」といわれても、県民には分からない。観光客のところでも「活動内容が『イベント・伝統行事』の観光客が5%」は、もっと噛み砕いて「観光客のうち、『イベント・伝統行事』を主目的に来られる方が5%」というほうが分かりやすいと思う。
- 「先導的な文化観光コンテンツ」とは何を指しているか。一般的なことか、個々の事業を指しているのか。本文では「マグネットコンテンツ」という表現もあるが、統一した定義をするほうがよいのではないか。分かりにくいのであれば、もっとやわらかい表現にするほうがよい。
- 総論としては、よいものができていると思う。
- 成果指標について、これほど数多く設ける必要があるのか、もっと絞ってもよいのではと思うが、方向性としてはよいと思う。
- P 14 左「サポートチームの発展的継承」では、文化振興会をあえて特出しする必要はないのではと感じた。文化振興会でもあまり議論されていない中で出されると、当事者も戸惑うであろう。文化を振興する観点では、知見があるかもしれないが、観光面にどれだけ知見があるかは不明である。あえて今の段階で例示する必要はないのではないか。

●事務局（日隈）
- ご指摘の通り、様々なコンテンツが出ているため、改めて整理したい。
- 先導的なマグネットコンテンツは、重点プロジェクトⅠで作り込むコンテンツを特定して使っている面がある。これをもっと分かりやすく、文言にあまりバラツキが出ない形で再整理する。

◎平敷委員長
- 平田委員はいかがか。

○平田委員
- 各委員のご意見はそれぞれ納得できる。
- 文化の成果指標は必要性がないとずっと言われている中で、実際にコンセプトと施策、事業、予算があるとなってきたときに、ここで腰砕けになる。攻めの文化として考えるうえで、文化の成果指標をどのように位置づけるかが課題である。そういった中で、「観光」という視点での文化の成果指標は、新しい観点であり確立されるとよいと思う。
- 観光については様々な調査をしているが、文化については調査がなく、拠点の数も把握されていない。文化振興は数値では図れないといわれるが、文化に関する指標がないのであれば、沖縄県で積極的に文化独自の成果指標を作ればよいと考えている。
- 補助金がついても、その成果の報告やチェックがないのが現状である。
- このような状況を考えると、文化観光戦略は、観光が思い切って文化と連携する大きなチャレンジだと思っている。昔から「文化と観光は相容れない」と言われているが、文化振興課に移管されることで、もっと積極的に、文化と観光が結びつくものにしなければならないと、自戒の念も込めながら思っている。かりゆし芸能公演というのがベースにあり、ここで伝統芸能に携わってきた方々が、「文化と観光は相容れない」という意見がある中で、文化観光というものをコンセプトとして作ること自体が画期的である。
- 沖縄県文化観光戦略を、ユニークさとインパクトで大々的に宣言をしていくべきだと思う。自分自身、それだけ沖縄県の文化には力があると信じている1人として、観光と結びつくことで、文化の持つポテンシャルや人材が広がることに重点を置いて、沖縄県文化観光戦略を大きく旗上げするチ

ャンスだと思っている。

- 2点目は、「もっと深く、おきなわ」である。文化と観光を結びつけて感動を与える「感動体験型産業」として、文化に特化すれば文化のお祝いの始まりでもあり、「島との対話」もキーワードの1つである。
- あくまでも個人的な意見であるが、「もっと深く、おきなわ」より、「もっとおきなわ」と、さっくりいくのがよいとも思う。
- 今、言っていることを1つずつ入れ込めば、いったんはこれでよいのではないか。このコンセプトをもとに、これが基本構想、基本設計であるとしたら、実施設計に移り、実際の事業を滑り出させていく中で、コンセプトや考え方を修正していけばよいと思う。
- 沖縄がチャンレンジすることで、沖縄の文化力が日本全体の文化の課題解決に大いに役立つチャンスだと思っている。改めて、文化と観光でがっちりタッグを組んで行いたいと思っている。

○東委員

- 今の平田委員の意見に私も同感である。
- 私自身が域内観光も観光と言っていたため、「県民」という部分がでてきたと思うが、今回はあくまでも文化観光振興という切り口でいくべきだと思う。
- 成果指標においても、「観光客」では人数や%があってもよいが、県民をターゲットとする場合は、「あるべき姿」という観点とし、「10 年後には全ての県民が組踊などの先導的なものを体験している」など、数字ではなく定性的なものでもよいと思う。県民に対して成果指標を求めると誤解が生じる可能性もある。少なくとも、順序としては、観光客を上にし、県民はホストという立場も含めた定性的なあるべき姿でよいと思う。
- ただし、観光客というと、沖縄では「県外から」というイメージがあるが、那覇から石垣島に行って芸能を観るのも観光である。県内からの観光も観光客であることから、そのあたりは少しぼかしてもよいのではないか。
- 先日の観光審議会で「5年後 800 万人、10 年後 1,000 万人、そのうち 800 万人が国内からの日本人と外国人」という指針が出された。「文化はあくまでも観光についての部分」ということであれば、この指針達成のために、健全な観光振興への貢献を目指して文化資源についても積極的に活用することに向け、合意を得ながら総力を結集する、という位置づけは書いたほうがよいと思う。
- 年度がずれている。正しくは、中期は平成 28 年度、長期は「沖縄 21 世紀ビジョン」の観光振興計画でも平成 33 年度が最終年度である。修正をお願いしたい。

◎平敷委員長

- 数字については確認をお願いする。
- 本日様々な意見があったが、事務局から発言の趣旨等についての確認事項、ならびに今後のスケジュール等について説明をお願いしたい。委員の皆様が本日の反映分を最終確認する機会はあるか、事務局に一任になるか。

●事務局(加賀谷)

- 本日のご意見については、修正の方向性のみをお返しをさせていただき、具体的な記載内容については委員長と調整させていただきたい。

◎平敷委員長

- 最終案については、事務局と委員長に一任いただく。
- 2年に渡って議論いただいたが、これだけのメンバーに集まっていただくことは大変貴重であり、コミッションに対する県の意気込みの表れでもあったと思う。様々な視点の議論が行なわれ、事務局は日程調整やまとめに苦労されたと思う。
- 現状分析に基づいて3つの戦略案が出され、具体的な取り組み内容の最終案がまとまった。最終目標は 10 年後だが、短期、中期、長期に分け、最初の3年で重点プロジェクトに取り組み、その後は持続的な推進体制を整えるという流れもできた。
- 委員の皆様に、進捗状況を見極めていただく機会を考えていきたい。
- 最後に県を代表して一言お願いしたい。

○平田委員

- 沖縄は、これだけ大きな「文化」の可能性がありながらも、かつては予算がないので文化振興の予算がとりにくいと考えていたが、この度一括交付金がついたことにより、プレッシャーも感じている。しかし、文化観光スポーツ部の7割は観光の予算であり、まだまだ戦わなくてはいけないところがある。その点で、観光につながりながらの文化の生かし方もあるかもしれないが、文化振興、芸術振興における予算をどのように取るべきか、危機感を感じているところである。目に見えないものをどのように数値化していくかについては、これまで議論がされないままできていた。国でもPDCAを使った新しい流れが始まるようだが、どの市町村、県でも抱えている文化行政の課題である。今回、「文化観光戦略」という新しい視点で取り組ませてもらえたため、ぜひ形にしていきたい。モデルケースは海外にしかないかもしれない。なければ沖縄独自で新しい事例を作ることになる。
- 「攻めの文化」とは、人材や事業において、自分たちが積極的にチャレンジしていくことを表している。間口を広げるとともに、継承すべき文化をしっかりと守っていく必要があると感じている。
- 県外からの委員の皆様の見識が非常にグローバルで、それぞれの立場で自分たちの思いを率直に述べていただいたことを、非常に嬉しく思っている。
- これを形にして実行しなければ、2年間の会議の成果が生かされない。基本構想、基本設計、実施設計としっかりと行なっていくので今後もお力をお借りしたい。よろしくお願いする。

◎平敷委員長

- 委員の皆様には2年間大変ご協力をいただき、感謝の意を述べる。

●事務局（日隈）

- 本日の議論を踏まえ修正を行ない、変更のポイントは委員の皆様に提示させていただく。
- 最終的に平敷委員長に確認いただき、確定する。
- 県民を始め幅広い人に見てもらえるような概要のリーフレット版を発行する予定である。出来上がり次第、委員の皆様に送付する。

3. 事務局連絡

●事務局

- 以上を持ちまして、第4回文化観光戦略構築検討委員会を閉会させていただく。

4. 閉会

（以　上）