

「施策」総括票

施策展開	3-(2)-イ	市場特性に対応した誘客活動の展開
施策	②海外誘客活動の戦略的展開	
対応する 主な課題	○海外からの誘客については、アジアからの観光客が増加傾向にあるが、海外における沖縄の認知度は依然として低い状況にあることから、観光マーケティング力を強化し、アジア諸国や欧米を中心に誘客ターゲットを絞り込み、効果的で戦略的なプロモーション活動を展開することが重要である。	
関係部等	商工労働部、文化観光スポーツ部、土木建築部	

I 主な取組の推進状況 (Plan・Do)

(単位:千円)

平成24年度				
主な取組		決算見込額	推進状況	活動概要
○海外誘客の推進				
1	沖縄観光国際化ビッグバン事業	2,976,635 の内数	順調	○沖縄の知名度向上のため、台湾、韓国等、海外誘客の重点市場・新規市場において、22地域でのプロモーション活動等を行った。(1)
2	クルーズ船プロモーション事業	105,317	順調	○クルーズ船寄港促進のため、8地域でプロモーション活動を実施したほか、入港経費支援等を実施した。(2)
3	那覇港人流機能強化関連事業	那覇港管理組合	順調	○那覇港においてクルーズ船受入を促進するため、クルーズ船入出港時等において、エイサーなどの歓送迎セレモニー等を推進した。(3)
4	外国人対応基盤整備事業	37,061	順調	○県内の主要観光施設をはじめ、大型ショッピング施設や那覇空港等の交通機関施設に、ATM及び外貨両替機端末及びWi-Fi機器の設置を合計19台行った。(4)

様式2(施策)

5	Next沖縄事業	52,210	順調	○海外観光客のゴールデンルート(東京、横浜、名古屋、京都、大阪)にて、バス広告、空港広告、フリーペーパー配布等実施。Webを活用して訪日リピーターを対象としたPR実施。(5)
6	外国人観光客誘致強化戦略策定事業	14,790	順調	○世界15カ国17地域において海外旅行に求める「期待」を調査し、沖縄観光マーケティング戦略を策定した。また、プーケット観光協会、スイス政府観光局の講演会を開催した。(6)
7	沖縄観光イメージ浸透促進事業	99,525	順調	○県民1000人アンケートを実施し、県民が海外に発信したい沖縄観光の「ありたい姿」「あるべき姿」を把握したほか、有識者会議を公開で開催し、県内業界への戦略の共有化を図り、沖縄観光ブランドコンセプト「Be.Okinawa」を決定した。(7)
8	海外事務所等による海外誘客支援(海外展開支援事業)	113,560	順調	○国際観光展等の現地イベント出展や航空会社等と連携した沖縄PRイベントの実施を合計70回開催したほか、チャーター便の造成や直行便及び経由便就航への働きかけを実施した。(8)

II 成果指標の達成状況 (Do)

(1) 成果指標

		成果指標名	基準値	現状値	H28目標値	改善幅	全国の現状
1		沖縄旅行に対する外国人観光客の満足度(「旅行全体の評価が「大変満足」の比率)	31.1% (23年度)	38.7% (24年度)	45%	7.6ポイント	-
	状況説明	順調に向上しており、取組の一定の成果が見られる。引き続き、海外カードATM設置等、外国人観光客の受入体制整備を推進し、H28目標値の達成に向け、各取組を推進していく。					

様式2(施策)

		成果指標名	基準値	現状値	H28目標値	改善幅	全国の現状
2		外国人観光客数(空路)	18.2万人 (23年度)	23.8万人 (24年度)	97万人	5.6万人	-
	状況説明	平成24年9月以降、尖閣諸島の領有権をめぐる日中関係の悪化により中国国内において訪日旅行商品の販売が困難となったこと等により、北京沖縄直行便が運休、上海沖縄直行便が減便になるなど、入域観光客数の実績が目標を下回る結果となったが、中国からの入域観光客数は平成24年9月以前は飛躍的に増加しており、年度累計では前年度比132%の58,900人で過去最高を記録した。平成24年度の外国人観光客全体でも23.8万人となり、過去最高を記録した。(前年度比約27%増)					
		成果指標名	基準値	現状値	H28目標値	改善幅	全国の現状
3		外国人観光客数(海路)	11.9万人 (23年度)	14.4万人 (24年度)	23万人	2.5万人	-
	状況説明	海路による外国人観光客数は増加しているものの、H28目標値達成に向けては十分な改善幅ではない。尖閣の影響による中国からのクルーズ船のキャンセルも出ているため、今後は、特定地域に偏らないプロモーション展開が必要である。					

(2)参考データ

参考データ名	沖縄県の現状			傾向	全国の現状
外国人満足度調査(H22) 両替利便性	-	52.6% (23年)	55.1% (24年)	↗	-

Ⅲ 内部要因の分析 (Check)

○海外誘客の推進

- ・将来目標である外国人観光客数200万人を達成するため、多様な地域で沖縄ブランドの認知度を向上させる必要がある。
- ・さらなるクルーズ船寄港促進に向けて、寄港地としての認知度向上に加え、船会社やランドオペレーター(寄港地ツアー助成事業者)、乗客が求める寄港地への要望を幅広く組み入れた港での受入体制の一層の強化が必要である。
- ・外国人観光誘致強化戦略策定事業において、世界15カ国17地域における沖縄観光マーケティングを実施し、戦略を策定したが、一定期間経過後、市場の変化に応じて戦略を見直す必要がある。
- ・国際観光を促進するためには、精度の高い海外経済情報やビジネスニーズ等を広く収集するためのネットワーク形成が重要となる。

IV 外部環境の分析 (Check)

○海外誘客の推進

- ・中国市場については、日本のみならず世界各国が注目しており、早急な沖縄観光ブランドの構築が必要である。
- ・東アジアのクルーズ市場は拡大の一途をたどっており、これに伴い、国内外の港とのクルーズ船の寄港誘致競争が激化している。
- ・政治的な問題が発生して反日感情が高まった場合に観光客数が減少するなど、社会情勢の影響を受ける。

V 施策の推進戦略案 (Action)

○海外誘客の推進

- ・市場の特性に応じて、ブランディング(認知度の向上)を主眼に置いた広告展開と、実際のプロモーション(需要の刈り取り)に主眼を置いた取組に濃淡をつける。具体的には、重点市場においては旅行社とタイアップした沖縄旅行商品の販促プロモーション広告の露出を増やし、戦略開拓市場や新規市場においては、沖縄ブランドイメージ広告の露出を増やす。
- ・クルーズ船寄港促進のため、平成25年度の調査事業で、船社ヒアリングや乗客アンケート等を実施し、クルーズ船誘致・受入にあたっての課題を洗い出し、次年度以降の事業スキームに反映させていく。
- ・クルーズ船の誘致競争が激化している中、海外や県外の港では広域連携の取り組みも盛んになっている。そのため本県においても、これまでの単独プロモーションに加えて、香港や台湾の政府観光局等とのエリア連携プロモーションを模索する。
- ・外国人観光誘致強化戦略策定事業におけるマーケティング戦略については、検討した結果、3年後に検証し、修正を行う。また、調査対象地域については、潜在的に可能性のある中東等の地域の調査に着手する。
- ・中国市場においては、外部環境を見極めながら、直行便の再開、沖縄旅行商品の販売再開を支援する。
- ・国際観光を促進するため、世界のウチナーネットワークを活用しながら海外経済情報やビジネスニーズ等を広く収集して誘客ターゲットを絞り込み、沖縄観光コンベンションビューローや沖縄県産業振興公社等による連携をより強化し、ターゲットとなる国・地域のニーズ等に応じた誘客活動を実施する。また、あわせて政治的な問題が比較的起こりにくい国・地域に対する誘客活動をより推進する。