

平成 28 年度

渡嘉敷村観光振興実施計画策定に向けた基礎調査業務

今後の渡嘉敷村観光振興の 方向性について

株式会社ライヴス

代表取締役 清家 貴

沖縄県那覇市字小禄 1831-1 沖縄産業支援センター509 号室

TEL:098-996-2272 FAX:098-996-2273

目次

I 総説

1. 計画策定の意義
2. 計画の性格
3. 計画の期間
4. 計画の目標
5. 目標フレーム

II 総説

1. 渡嘉敷観光にかかわる外部環境
 - (1) 国内市場の動向
 - (2) 海外市場の動向
 - (3) 沖縄観光の現況
2. 渡嘉敷観光にかかわる内部環境
 - (1) 入域観光客の動向
 - (2) 観光地としての整備状況
3. 今後 5 年間で対応すべき渡嘉敷村観光の課題
 - (1) 海外旅行客の誘客
 - (2) オフシーズンに楽しめる観光コンテンツの造成
 - (3) 事業者の受入状況
 - (4) 環境に対する対応
 - (5) 観光消費における村内調達率の向上
 - (6) 観光推進組織の設立

III 今後の流れ

I 総説

1. 計画策定の意義

渡嘉敷村では、平成 26 年 3 月 5 日「サンゴの日」に渡嘉敷村と座間味村からなる慶良間諸島が全国で 31 番目の国立公園に指定されたことにより知名度がアップした。また、全国的にエコツーリズムへの関心が高まり自然との触れ合いを求める旅行者が増えたことなどから、島を訪れる観光客が年々増加する傾向にある。さらに、平成 28 年には、国立公園を世界水準のナショナルパークとしてブランド化することを目的とした「国立公園満喫プロジェクト」に選定され、今まで以上に外国人観光客の受入推進が求められている。

また、国立沖縄青少年交流の家の整備により、県外・県内利用者に向けた社会教育及び生涯教育の分野でも、めざましい進展を遂げている。

世界でも有数のダイビングスポットの美しい海、沖縄本島からのアクセスの良さ（泊港から高速フェリーで片道 35 分）、沖縄離島の中では珍しく山林にも恵まれていることなど、今後の観光振興に向けて期待できる強みが多くある。一方で、全国各地の観光振興の取り組みによる観光客誘客競争の激化を見据え、前述した強みを活かし、持続的に渡嘉敷村の観光を維持・発展させるためには、中長期の計画を立て、観光振興に取り組んでいく必要がある。

2. 計画の性格

次年度に策定する計画は、渡嘉敷村観光の基本的な方向を明らかにするために策定するものである。また、この計画は行政だけではなく、村民をはじめ、渡嘉敷村に関わるすべての人が認識すべき渡嘉敷村の観光ビジョンを指し示す計画であり、各主体が協働してそのビジョンを実現するための基本的な方針を指し示すものである。

3. 計画の期間

次年度策定する計画の期間は、平成 30 年度から平成 34 年度の 5 か年とする。

4. 計画の目標

次年度策定する計画は、渡嘉敷村が観光地として国内外に広く認知される基盤を構築することを目的とし、長期的視点に立った渡嘉敷村の観光振興に向けた課題を整理した上で、前述したとおり渡嘉敷村固有の強みを活かし、環境と共生する施策を推進するものとする。

各施策には、目標値となる基本的な指標を設定し、諸施策の実施後に検証を行うことにより、計画の進捗状況や施策効果を踏まえた適切なフォローアップを実施する。

5. 目標フレーム

次年度策定する計画に掲げた諸施策を積極的に展開することにより、目標値の達成を目指す

すものとする。目標のフレームとしては以下が考えられる。

(今後要検討)

- (1) 観光収入
- (2) 観光客一人当たり島内消費額
- (3) 平均滞在日数
- (4) 観光客消費における村内調達率
- (5) 人泊数(国内客 外国客)
- (6) 入域観光客総数(国内客 外国客)

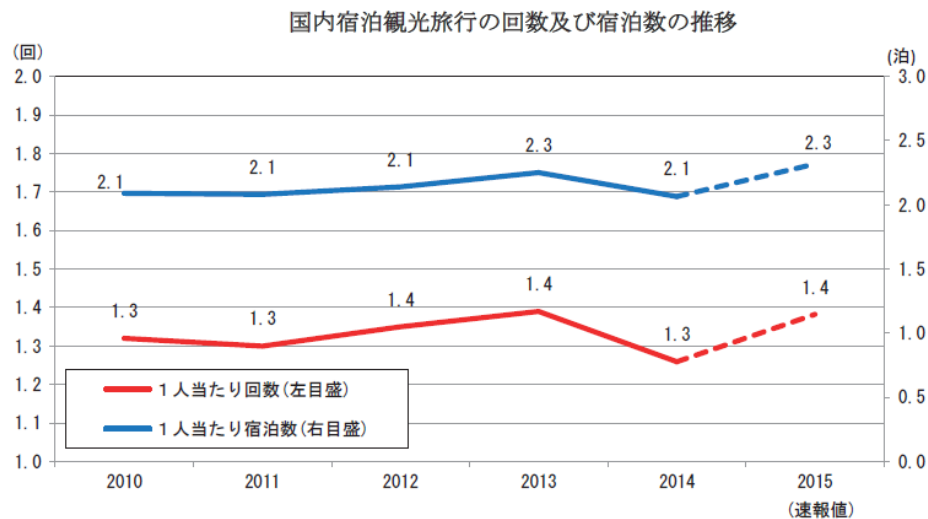
Ⅱ 総説

1. 渡嘉敷観光にかかわる外部環境

(1) 国内市場の動向

ア 国内旅行の動向

2015年において国民一人当たりの年間国内宿泊旅行回数は1.4回(前年比9.8%増)、宿泊数は2.3泊(同12.3%増)となっている。2014年は消費税率引き上げの影響もあり現象に転じたが、2015年はその反動や3月に開業した北陸新幹線の開業効果、9月のシルバーウィークの日並びなどもあり増加した。



資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

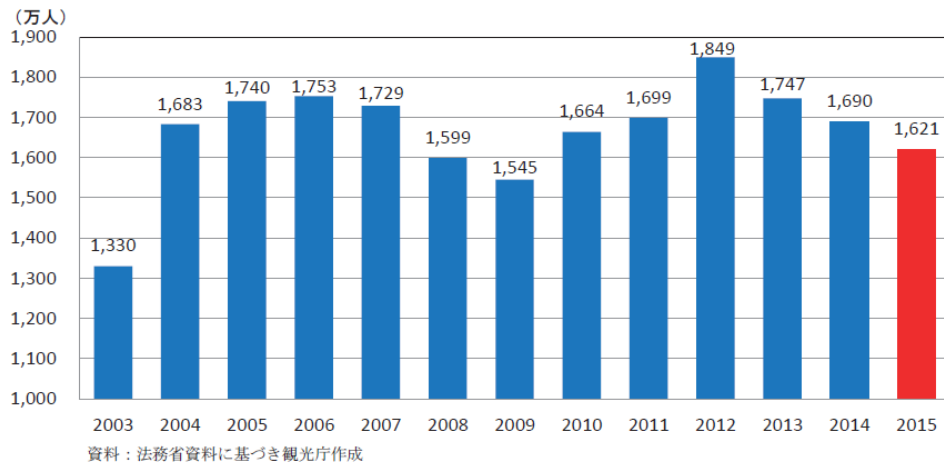
注1：2015年(平成27年)は速報値。なお、数値の出典である「旅行・観光消費動向調査」は速報値が確報値より大きい数値となる傾向にあるため、2015年(平成27年)の数値はあくまでも参考値として算出したものである。

イ 海外旅行の動向

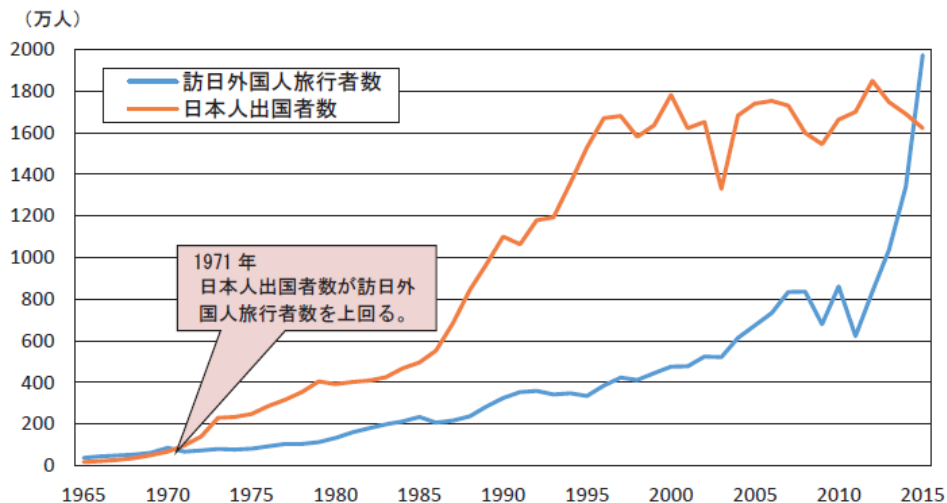
2015年度における日本人の海外旅行者数は1621万人(前年比4.1%減)となり、3年連続の現象となった。円安やテロなどの地政学リスクの上昇によるものと考えられる。

なお、2015年は出国日本人数が1621万人に対し、訪日外国人旅行者数が1974万人となり、45年ぶりに訪日外国人旅行者数が、出国日本人数を上回った。

日本人の海外旅行者数の推移



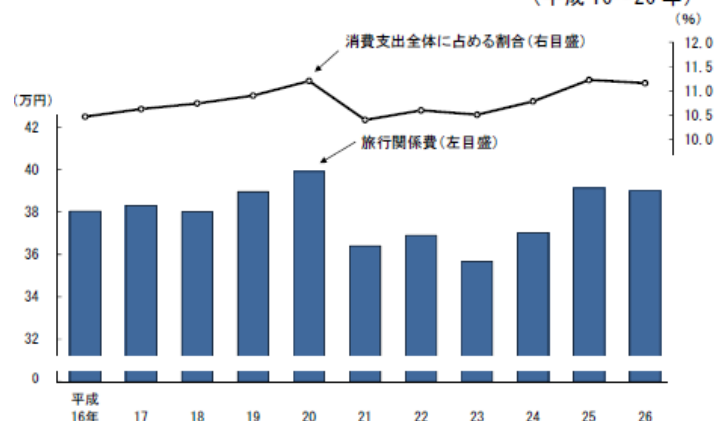
訪日外国人旅行者数と出国日本人数の推移



ウ 旅行消費の動向

一世帯あたりの旅行関係費は、平成 20 年には 399,122 円だったが、リーマンショックの影響で 21 年に 363,969 円に大きく減少。平成 23 年の東日本大震災によりさらに減少した。しかし、その後は増加し、平成 25 年には 391,128 円で消費支出に占める割合も 11.2%と平成 20 年と同水準にまで回復。平成 26 年もほぼ同様の結果となっている。

旅行関係費への年間支出金額及び消費支出全体に占める割合の推移
(平成16～26年)



「家計調査通信第499号（平成27年9月15日発行）」より

エ 旅行に関する意識

2015年の日本人の余暇活動参加人口では、「国内観光旅行（秘書、避暑、温泉など）」（5500万人）が5年連続で一位。2015年は参加人口が減少する種目が多かったが、「国内観光」は前年よりも100万人増加。2015年では唯一5000万人を超え、旅行への参加人口は他の余暇活動に比べ多かった。

余暇活動の参加人口上位20位（2014年～2015年）

2014年			2015年		
順位	余暇活動種目	万人	順位	余暇活動種目	万人
1	国内観光旅行（避暑、避暑、温泉など）	5,400	1	国内観光旅行（避暑、避暑、温泉など）	5,500
2	外食（日常的なものは除く）	5,000	2	外食（日常的なものは除く）	4,390
3	読書（仕事、勉強などを除く娯楽としての）	4,990	3	ドライブ	4,340
4	ドライブ	4,870	4	読書（仕事、勉強などを除く娯楽としての）	4,230
5	ウィンドウショッピング（見て歩きなど娯楽としての）	4,510	5	映画（テレビは除く）	3,660
6	複合ショッピングセンター、アウトレットモール	4,430	6	複合ショッピングセンター、アウトレットモール	3,620
7	映画（テレビは除く）	4,050	7	動物園、植物園、水族館、博物館	3,460
8	動物園、植物園、水族館、博物館	3,690	8	音楽鑑賞（配信、CD、レコード、テープ、FMなど）	3,340
9	ウォーキング	3,630	9	ウォーキング	3,290
10	ビデオの鑑賞（レンタルを含む）	3,590	10	カラオケ	3,160
11	温泉施設（健康ランド、クアハウス、スーパー銭湯等）	3,570	11	宝くじ	3,050
12	音楽鑑賞（配信、CD、レコード、テープ、FMなど）	3,560	12	ウィンドウショッピング（見て歩きなど娯楽としての）	2,930
13	カラオケ	3,400	13	温泉施設（健康ランド、クアハウス、スーパー銭湯等）	2,880
14	宝くじ	3,340	14	ビデオの鑑賞（レンタルを含む）	2,860
15	園芸、庭いじり	3,000	15	園芸、庭いじり	2,670
16	トランプ、オセロ、カルタ、花札など	2,900	16	音楽会、コンサートなど	2,430
17	SNS、ツイッターなどのデジタルコミュニケーション	2,770	17	SNS、ツイッターなどのデジタルコミュニケーション	2,330
18	テレビゲーム（家庭での）	2,680	18	トランプ、オセロ、カルタ、花札など	2,300
19	音楽会、コンサートなど	2,560	19	ジョギング、マラソン	2,190
20	ピクニック、ハイキング、野外散歩	2,440	20	テレビゲーム（家庭での）	2,170

（注1）2015年の網かけは前年に比べ順位の上昇、参加人口の増加があったことを示す。

（公益財団法人日本生産性本部「レジャー白書 2016」より）

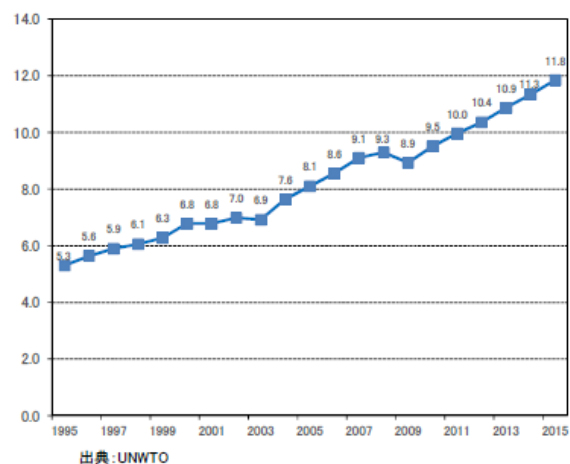
(2) 海外市場の動向

ア 世界の国際観光の動向

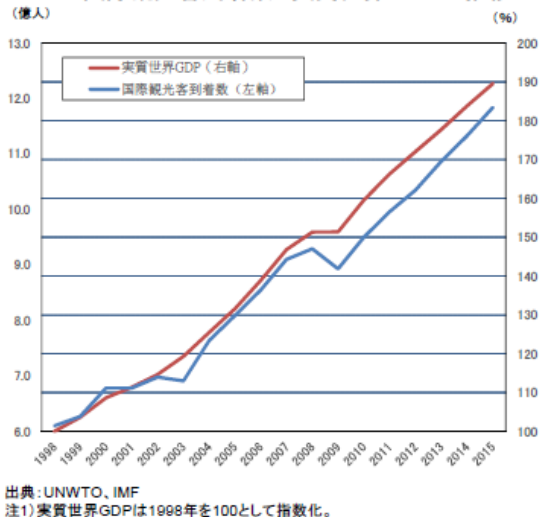
国際観光客数は、右肩上がりに伸びており、2015 年は前年比 4.4% 増の 11 億 8400 万人で過去最高となった。この数字は、2014 年と比較して国際観光客数が 5000 万人以上増えたことを示す。また、国際観光客到着数と実質世界 GDP とは強い相関関係があることも指摘されている。

観光客受入数を地域別にみるとヨーロッパが最も多いが、全体に占める割合は 2005 年の 55.7% が、2015 年には 51.4% に低下している。一方でアジア・太平洋は 19.0% から 23.4% と伸びている。

(億人) 国際観光客到着数の推移

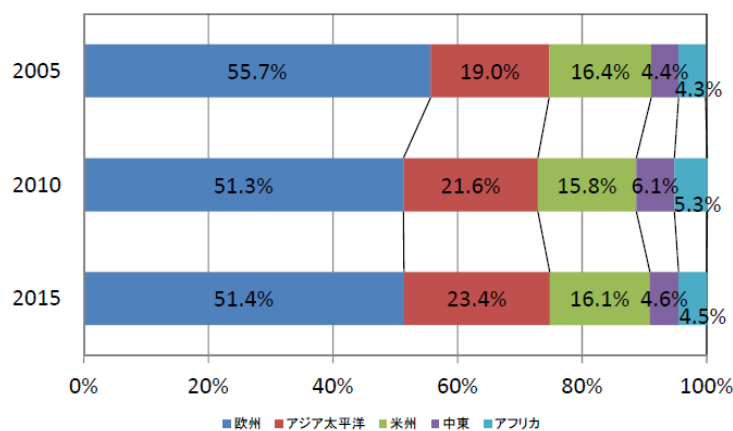


国際観光客到着数と実質世界GDPの推移



(国道交通省観光庁「平成 28 年版観光白書について」より)

国際観光客受入数の地域別シェア
(2005年(平成17年)－2015年(平成27年))



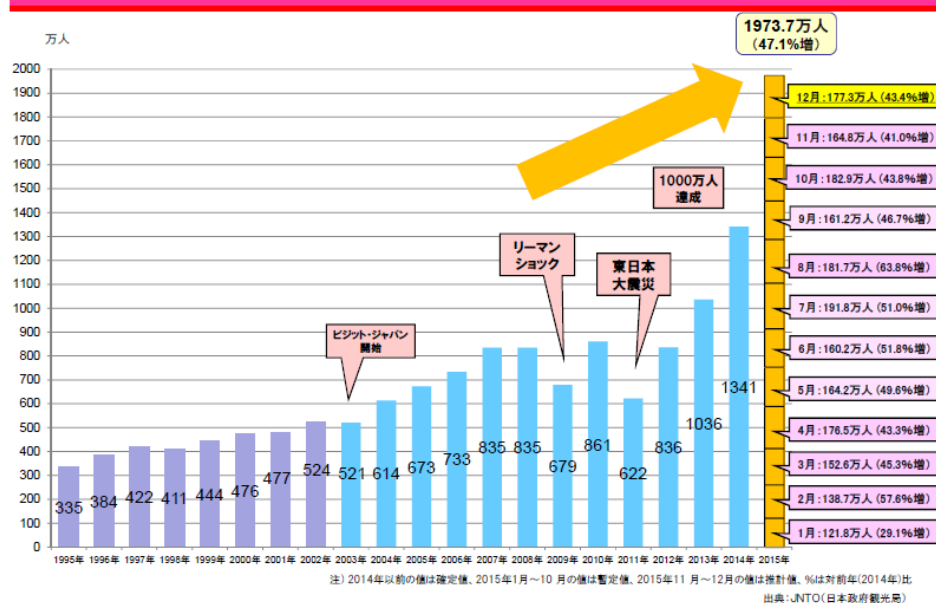
(国道交通省観光庁「平成 28 年版観光白書について」より)

イ 訪日外国人の動向

訪日外国人観光客数は、1998 年からの 10 年間で約 2 倍に急増し、一時経済状況や急速な円高の影響を受け減少した。平成 24 年度には回復傾向に転じ、平成25 年度に過去最高となった。

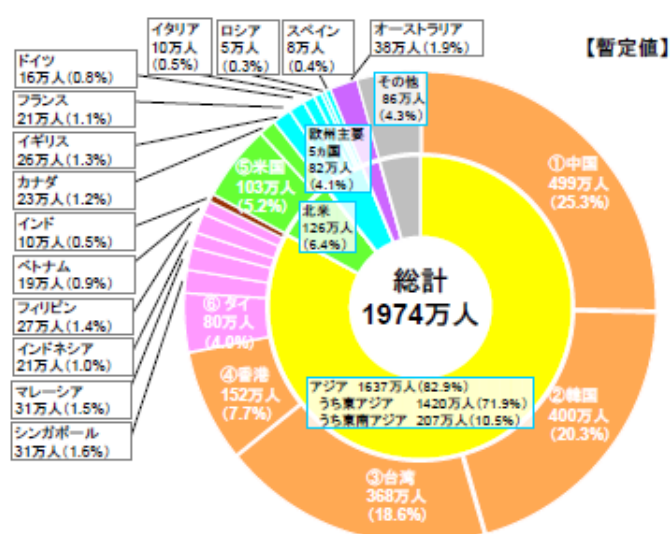
国別でみると、最も多いのが中国からの観光客。中国、韓国、台湾、香港の東アジアからの観光客が全体の 71.9%を占め、アジア全体だと 82.9%を占める。

訪日外国人旅行者数の推移



(日本政府観光局(JNTO)「訪日外客数」より)

訪日外国人旅行者数の内訳(2015年(平成27年))

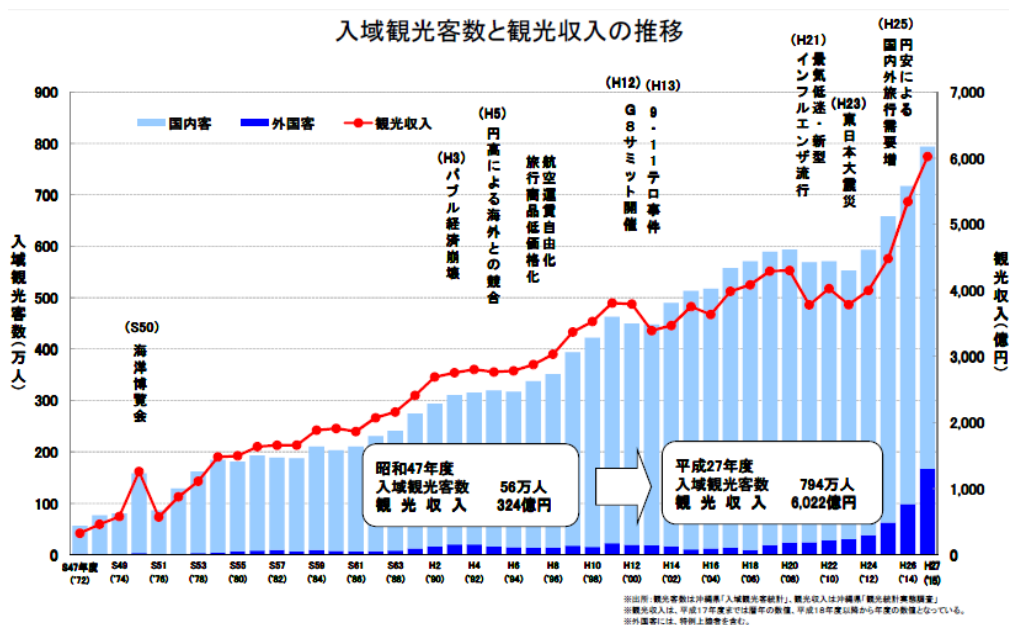


(国道交通省観光庁「平成 28 年版観光白書について」より)

(3) 沖縄観光の現況

ア 入域観光客数・観光収入の推移

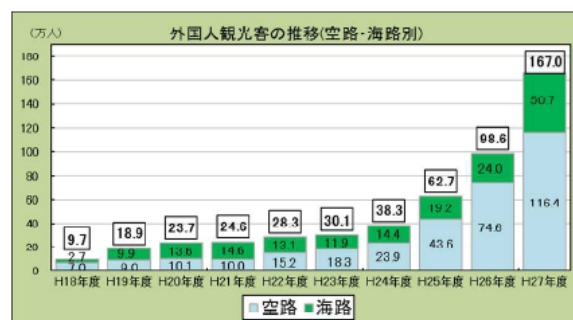
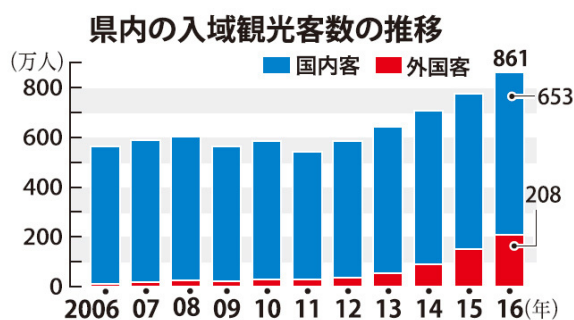
平成 27 年度の観光客数は、過去最高の 794 万人。平成 26 年度の観光収入についても、過去最高の 6,022 億円となった。



(沖縄県「入域観光客&観光収入の推移」より)

イ 外国人観光客数の推移

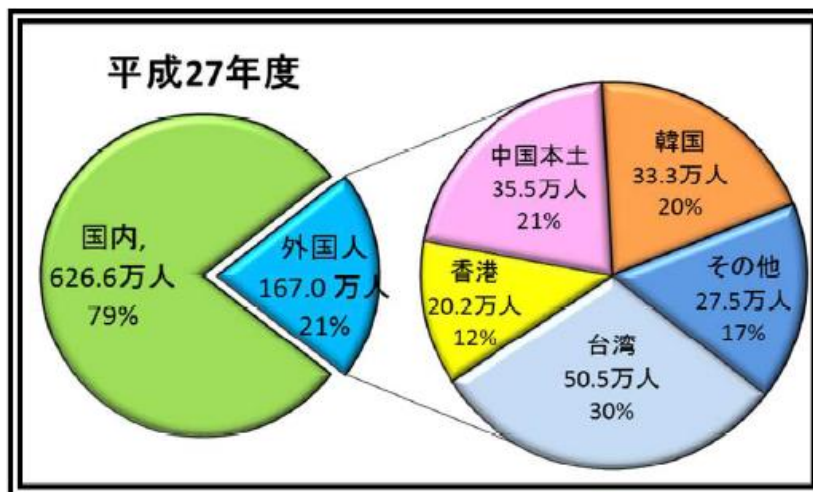
平成 27 年の沖縄県の外国人観光客数は 208 万人で 4 年連続過去最高を記録した。空路線が週171便(前年同期比59便)に増えたことや、クルーズ船寄港が前年比 1.8 倍に増えたことが増加の要因になった。



(沖縄県「平成 28 年度ビジットジャパン戦略」より)

ウ 外国人観光客の国籍別構成比（単位:千人）

近年、観光客に占める外国人観光客数の比率は増加傾向にある。特に中国本土の増加が著しい。



（沖縄県「平成 28 年度ビジットジャパン戦略」より）

エ 観光客一人当たりの消費額の推移

平成 27 年度の県外観光客一人当たりの消費額は、対前年度比約 2.0%増の 74,083 円となり、2 年連続で 7 万円台を記録。外国人客の一人当たりの消費額(空路)は前年度比 1.2%増の 107,302 円。国内客に比べ 3 万円余り高く、外国人観光客の経済効果の大きさが見て取れる。



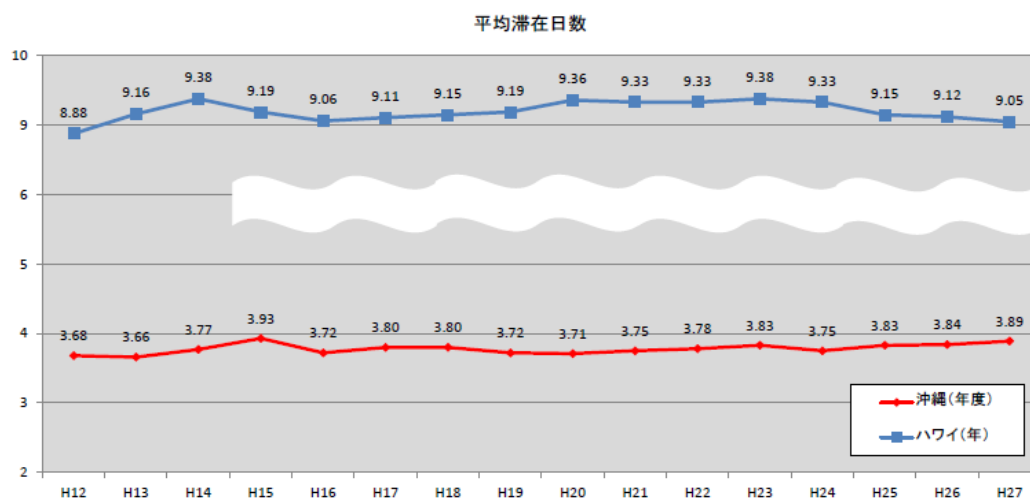
（沖縄県「平成 28 年度ビジットジャパン戦略」より）

オ 平均滞在日数の推移

平成 26 年度の平均滞在日数は、前年度と比べ、0.05 日増の 3.89 日となった。観光先進地であるハワイと比較した場合、半数以下の日数となっているため、今後、伸びしろがあると考えられる。

沖縄観光は、観光収入、入域観光客数の向上のためには、客数の増加だけでなく、消費額の高い層への効果的なプロモーションの展開など、観光収入の増加を考慮した誘客活動が必要である。

全体的に成熟している国内市場においては、市場特性に応じたプロモーションを実施し、ウェブサイト・SNS等を活用し、滞在日数の延伸、消費額の増加、再訪促進を行う。併せて、海外市場に対しては重点市場である東アジア地域へ市場特性に応じたプロモーションを実施し、リピーター化と高付加価値商品の販売拡大を目指す。



(沖縄県文化観光スポーツ部 『平成 28 年度ビジッとおきなわ計画』より)

2. 渡嘉敷観光にかかわる内部環境

※データは、平成 28 年度実施の「渡嘉敷村観光客アンケート」より抜粋

※詳細は別紙「渡嘉敷村観光客アンケート調査報告書」を参照

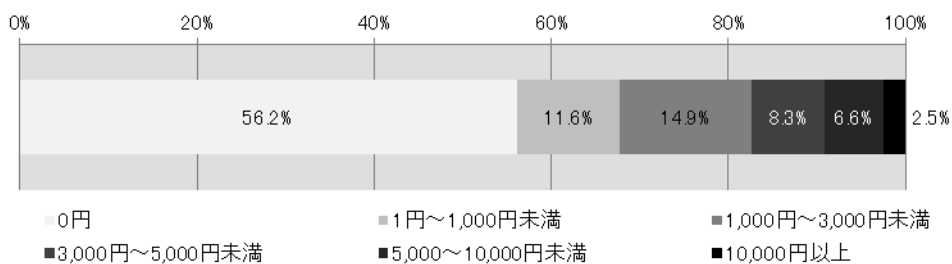
(1) 入域観光客の動向

ア 観光客が渡嘉敷島で使った費用

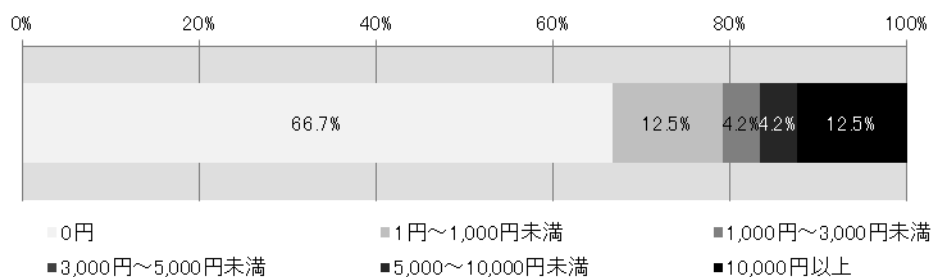
a. お土産代

日本人観光客、外国人観光客ともに「0 円」と回答した人が最も多かった。主にリピーター客においては、2 回目、3 回目になるにつれて土産物消費が低下する傾向があるが、今回の調査対象については、全体のおよそ 80%の人が初めて渡嘉敷島を訪れたと回答していることも含め、「渡嘉敷島だからこそ買うことのできる」土産物の種類の少なさ、認知度の低さ、販路が限られている、等が要因として考えられる。

●日本人



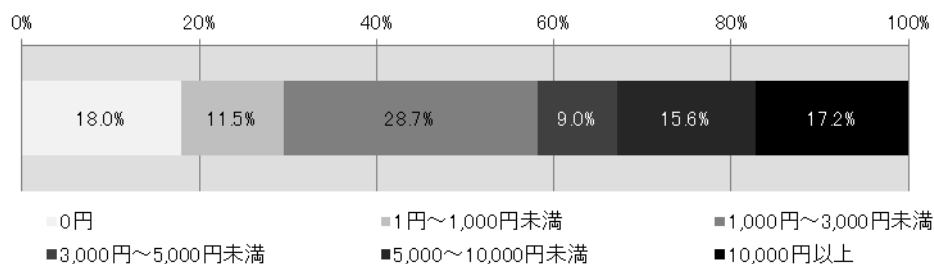
●外国人



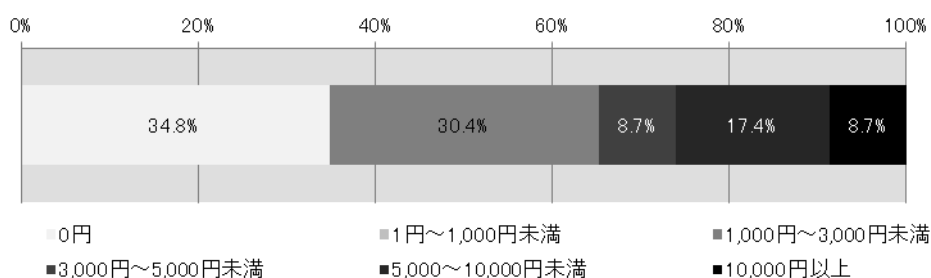
b. レジャー代

日本人観光客は、「1,000 円～3,000 円未満(28.7%)」が最も高い。しかし、日本人・外国人観光客共に「0 円」と回答した人も多く、特に外国人では全体の 34.8%の人が「0 円」と回答した。外国人でも楽しめるレジャー商品の充実とその周知が必要である。

●日本人



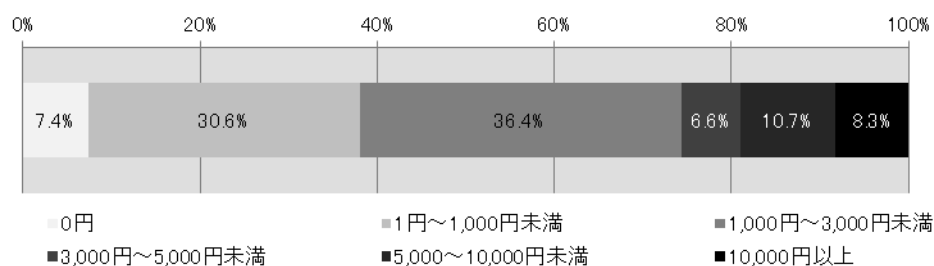
●外国人



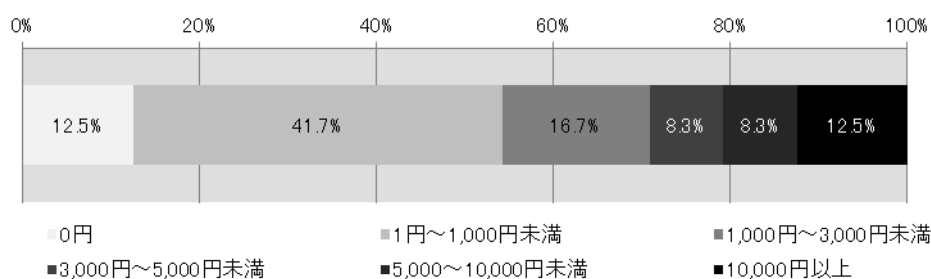
c. 飲食代

日本人観光客は、「1,000円～3,000円未満(36.4%)」が最も高い。今回の回答者では、日帰り客の割合はおよそ54%であり、日帰り客では、島内では主に昼食のみを取っていることを考えると金額的には妥当か。いずれにしても、一回あたりの飲食の単価を上げることは難しいため、飲食の消費を上げるには、滞在時間数を伸ばすことが有効だと考えられる。

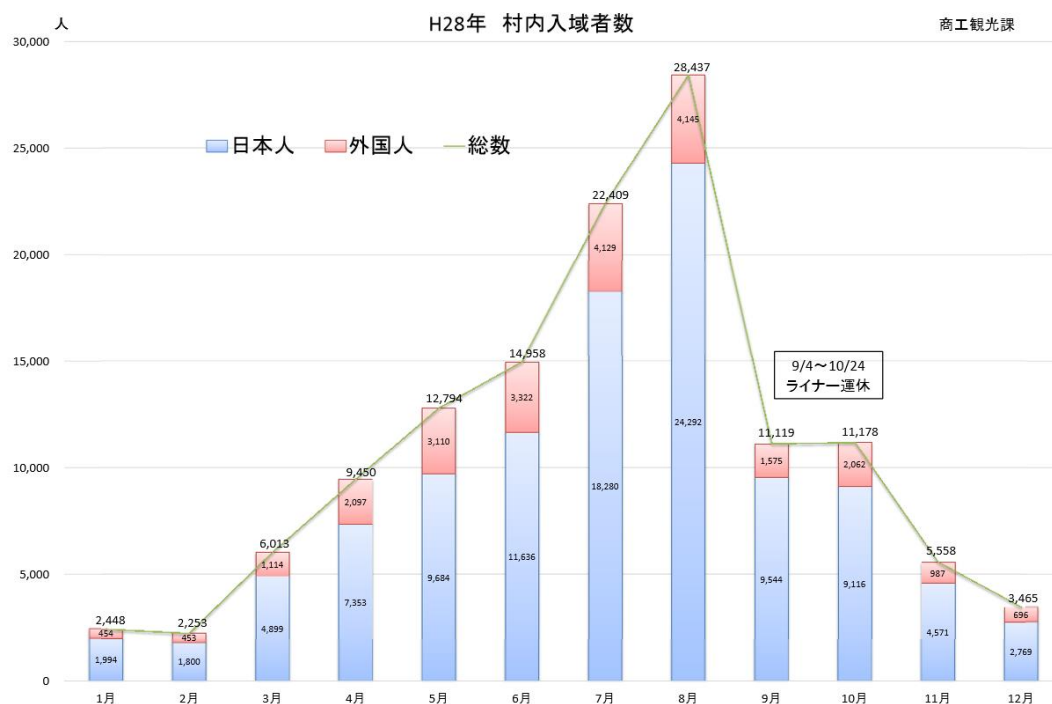
●日本人



●外国人



イ 入域観光客数の推移



平成 28 年度の入域観光客総数は、130,082 名(昨対 105.5%)であった。このうち、日本人観光客は 105,938 名(昨対 99.8%)である。一方外国人観光客数は、24,144 名(昨対 140.5%)だった。日本人観光客数は前年通りに推移し、外国人観光客数の増加が全体の数字をけん引している。

全体としては、渡嘉敷村への入域観光客数は、平成 20 年のリーマンブラザーズ破たん以降、減少傾向にあったが、平成 23 年の東日本大震災を契機に地震の少ない沖縄への旅行者が増えたことを背景に増加に転じたと考えられる。

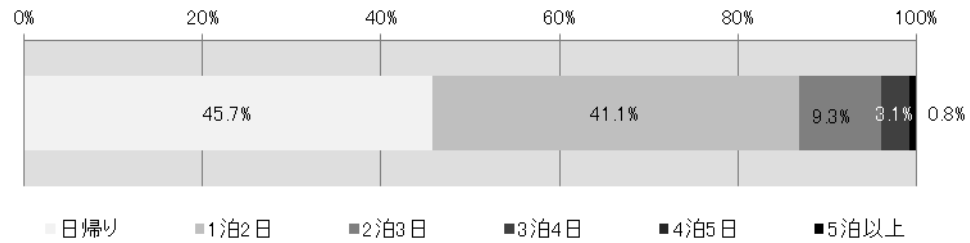
渡嘉敷村を含む慶良間諸島が国立公園に指定された平成 26 年以降、さらに増加している。

ウ 滞在日数

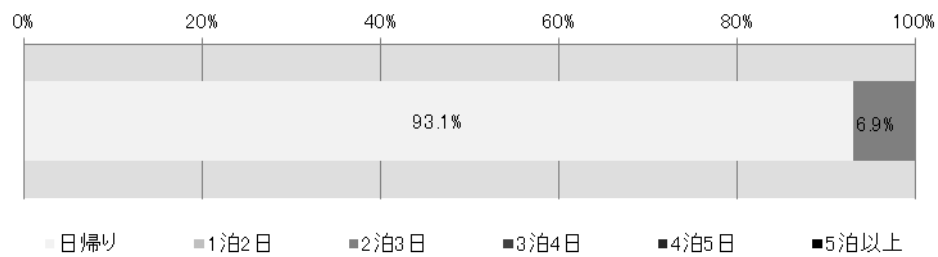
日本人・外国人観光客共に、「日帰り」と回答した人が最も多い。滞在日数をあげるような施策が必要だと思われるが、外国人観光客では、「沖縄県に来てから決めた(10%)」、「泊港のロビーで情報を得て決めた(23.3%)」と回答した人が合わせて 3 割を超えることを鑑み、先ず、「出発前から(渡嘉敷島に来ることを)予定していた」と回答した人の割合が高い(およそ 80%)日本人観光客に対してアプローチをしたほうが良いと考えられる。

外国人観光客へのアプローチは、沖縄県に旅行を決める際に、渡嘉敷村への来島を合わせて決めてもらえるような施策を中長期的な視点で探っていく必要がある。

●日本人



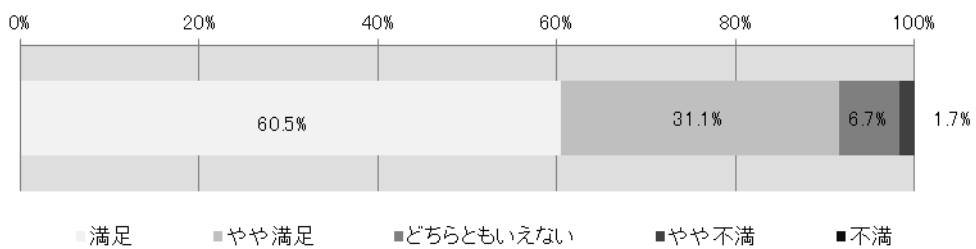
●外国人



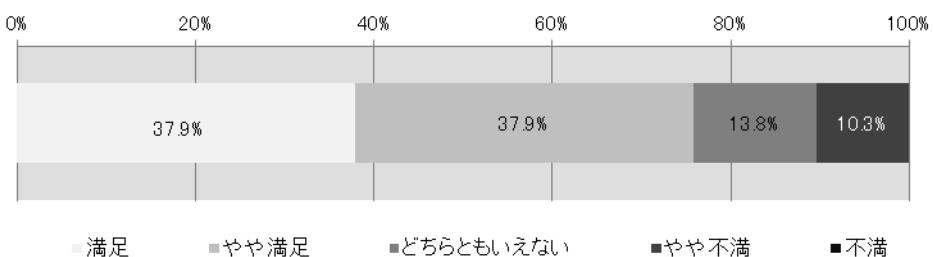
エ 渡嘉敷旅行の満足度

日本人・外国人観光客共に、「満足」「やや満足」と回答した人がほとんど。しいて言えば、外国人観光客では、「やや不満(13.8%)」「不満(10.3%)」と回答した人の割合が高い。この不満が言語等、受入環境の不足から来るのか、今後さらなる調査が必要である。

●日本人



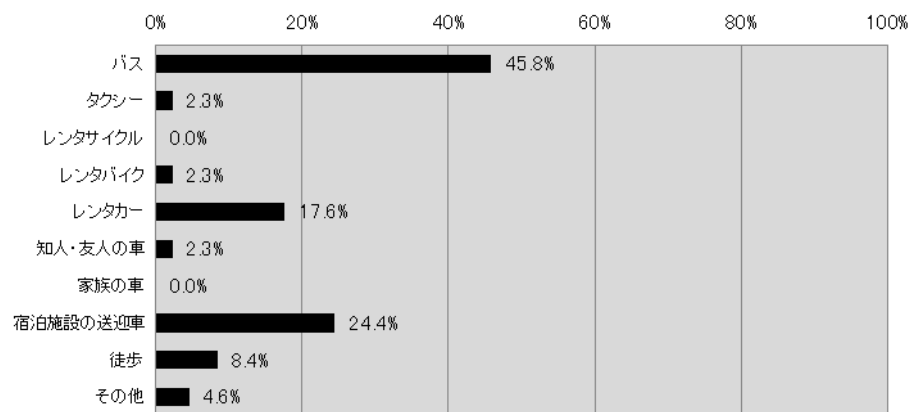
●外国人



(2) 観光地としての整備状況

ア 島内交通手段の整備

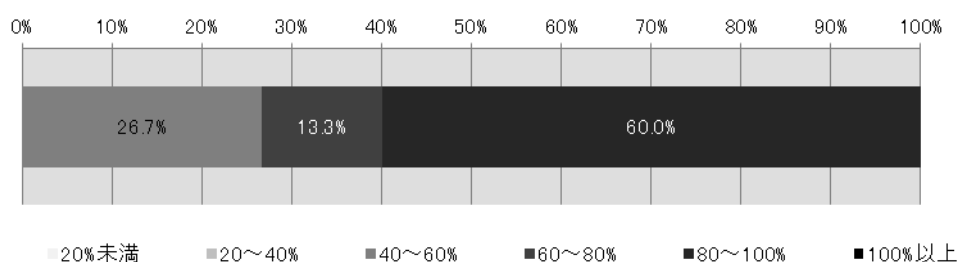
最も高いのは、「バス(45.8%)」であることがわかる。次いで「宿泊施設の送迎車(24.4%)」が多いことから、自分で移動手段を確保して、自由な観光を楽しんだ人が少ないことがわかる。別途自由回答でも「島内の移動手段が不便」という声があがっており、改善についてはさらなる議論が必要である。



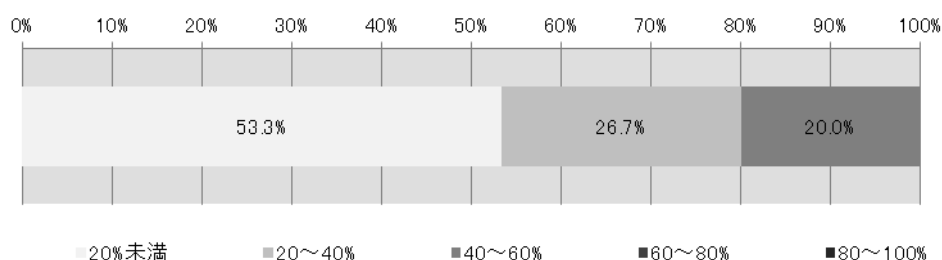
イ 宿泊施設の整備状況

渡嘉敷村が発表している平成 18 年度の飲食・宿泊業の事業者数は、33 事業者。今年度実施した調査では、飲食・宿泊業の事業者数は、39 事業者であることから増加傾向であることがわかる。各施設の稼働率は、繁忙期と閑散期で大きな差がでており、繁忙期を平準化させる必要がある。

●繁忙期稼働率



●閑散期稼働率

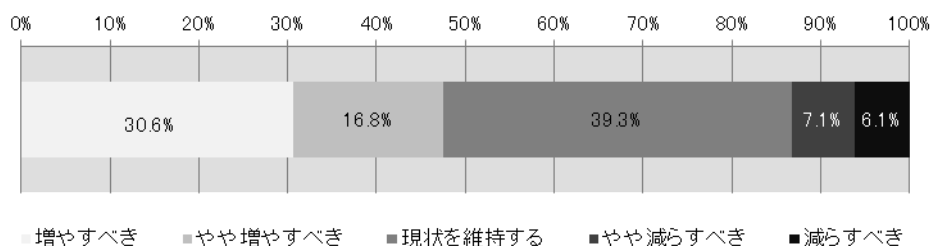


(昨年度実施した「渡嘉敷村事業者アンケート調査結果」より抜粋)

ウ 村民の観光への意識

今年度実施した調査では、「渡嘉敷村は積極的に観光客を増やすべきだと思いますか。」という問いに対して、「現状を維持する(39.3%)」と答えた人が最も多く、次いで「増やすべき(30.6%)」と回答した人が多いという結果になった。

「増やすべき」と回答した人の理由としては、「村が発展するために」「観光しか収入源がないから」といった意見が多かった。しかし、村の受入体制の不足に対する不安や、自然環境破壊に対する懸念の声も一部あがっている。受入体制や自然環境保護のためのルール作りと並行して観光振興を実施する必要がある。



3. 今後 5 年間で対応すべき渡嘉敷村観光の課題

(1) 海外旅行客の誘客

現在の主要市場である国内観光客増加への取り組みは、国内人口の減少など沖縄県全体としても厳しい状況を迎えつつある。このため、伸び率が著しい外国人観光客の誘致は必要である。一方で、海外の観光地(特に沖縄と競合するアジア太平洋地域における観光地)でも積極的に観光振興が進められており、それらに対抗し、厳しい国際競争の中で、選ばれる観光地となることが求められている。

ただし、今回の調査において、村民から、外国人観光客増加への不安の声が上がったことに向き合い、受入体制などの環境整備を整えつつ進めていくことが大切である。

(2) オフシーズンに楽しめる観光コンテンツの造成

観光ピークの夏場の時期は、マリナクティビティを中心とした観光で観光客の支持を得ているが、冬場(オフシーズン)の観光コンテンツが不足している。オフシーズンの観光コンテンツとして、競争力のある、渡嘉敷村らしい観光コンテンツを整理し、環境を整備し、明確な PR を実施する必要がある。

(3) 事業者の受入状況

近年特に増加している外国客に対する事業者の受入状況を調査し、必要な改善を加えていく必要がある。一度来た観光客に何度も選ばれる観光地となるために、受入体制の質を上げ、渡嘉敷村滞在中の満足度を UP させる必要がある。具体的には標識、館内での掲示物の多言語化や、接客時の指差し会話帳等の業態ごとにツールの整備が必要だと考える。

(4) 環境に対する対応

平成 26 年 3 月 5 日「サンゴの日」に渡嘉敷村と座間味村からなる慶良間諸島が全国で 31 番目の国立公園に指定され、さらには、平成 28 年には、国立公園満喫プロジェクトに選定され、今後ますます観光客が増加することが見込まれる。このような状況の中、渡嘉敷村の自然と、そこから得られる豊かな資源を次世代へ継承していくため、環境保全に配慮した持続可能な観光振興を図っていく必要がある。

(5) 観光消費における村内調達率の向上

今後渡嘉敷村では、観光消費における村内調達率を向上させる必要がある。観光客が村内で消費する食事代、お土産物代等、観光事業者が積極的に材料を、その他の村内事業者より仕入れることによって、観光で得られた収益を、観光事業者だけでなく、村内の事業者に広く行きわたらせることができる。この循環が村の発展にプラスの影響を及ぼすと考えられる。このため、次年度の計画策定を行うメンバーは観光事業者に偏らず、様々な業種のメンバーで構成され

ていることが望ましい。

(6) 観光推進組織の設立

近年の世界的に不安定な経済状況や、新型インフルエンザ等の世界的流行、紛争やテロの発生、主要市場である国内人口の減少など、日々目まぐるしく変化する中で、状況に応じた観光戦略を練り、実行していく必要がある。また、村内産業の活性化につながる地域文化の振興等、活力ある村の形成を目指し、村民生活の向上に寄与することを目的とした情報発信を継続的かつ戦略的に実施するため、観光推進組織を設立する必要がある。

なお、観光推進組織の目的や役割については、村内関係者と共にさらに深い考察と共有が必要だと考える。

Ⅲ 今後の流れ

平成 29 年度「観光振興実施計画」策定までの流れ(案)

1. 目指す将来像(Vision)の設定

(1) 将来像 (Vision)

(2) 達成イメージ(Outcome)

以下の視点から、達成イメージを共有する。

＜観光客の視点／観光産業の視点／村民の視点／観光資源の状態＞

設定時期 平成 29 年 5 月～7 月上旬

↓

2. ターゲット市場の考え方 (Target Market) の共有

実施時期 平成 29 年 7 月～9 月末

↓

3. 将来像実現の核となる 3 要素 (Key Value) の設定

設定時期 平成 29 年 7 月～9 月末

↓

4. 施策の基本方向性 (Strategic Directions) の共有

実施時期 平成 29 年 10 月～11 月

↓

5. 具体的な施策とそのスケジュールの設定

設定時期 平成 29 年 11 月～12 月末

↓

6. KPI 設定

設定時期 平成 29 年 11 月～12 月末

以上