

# 第2次南城市観光振興計画の概要 ～持続可能な観光まちづくりを目指して～

## 南城市観光振興計画（H19）・アクションプラン（H26）の総括と南城市観光の課題

### 南城市観光振興計画（H19）およびアクションプラン（H26）の総括

#### 観光振興計画の前提

沖縄最高の精神文化の聖地であることの誇りと自然や歴史・文化遺産を将来へ継承していく

#### 基本理念

自然・歴史・文化が織りなすハーモニー  
～ここからだの健康・癒し なんじょう～

#### 施策の進捗

	観光振興計画 (H19)	アクションプラン (H26)
完了	18	23
継続	25	10
未実施	2	0

ワーキングでの意見等より計画で引き続き位置づける必要性等を勘案し、16の施策を第2次計画でも位置付け

#### 現在の南城市観光の取組課題

- ① 市民と地域事業者の取組意識の向上
- ② 市内での観光消費額の増加
- ③ これまであまり使われていなかった幅広い地域資源の活用
- ④ 南城市の観光資源の魅力を伝えるプロモーションの拡大
- ⑤ 今後も急増するインバウンドへの対応
- ⑥ 今後南城市に求められる観光ニーズへの対応

H20-29

## 第2次南城市観光振興計画の目標と観光振興において大事にしたいこと

### 第2次南城市観光振興計画の目標

1. 市民が誇りや豊かさを実感する観光まちづくりを推進する
2. 南城市の持つ多様な資源を活用し、南城市の持つ魅力の強化を図る
3. 南城市の魅力を発信し共感してもらおう（＝好きになってもらう）

### 観光振興において大事にしたいこと（WG等を踏まえた総括）

#### 市民の観光に関する理解や参画の促進

子ども、教育、職場体験、市民の観光まちづくりへの参画の場づくり・空気づくり、市内事業者による観光の最新動向などの勉強会など

#### プレイヤーの育成

ガイド人材、地域コーディネーター、多言語対応人材 など

#### マーケティング&観光プラットフォームの強化

ターゲット設定、オープンデータ化、市内の観光推進体制の構築、デジタルマーケティングの活用、AI、IoT等の新技術の活用 など

#### 観光振興と持続可能な地域づくりのバランス

資源や地域の保全・活用ルール など

#### 安心・安全な観光地づくり

官民一体となった観光危機管理や食のバリアフリー対応 など

## 第2次南城市観光振興計画の基本方針・基本施策・具体的な取組

### 基本方針

1. 市民ひとりひとりが効果を実感でき、参画できる観光まちづくり

2. 観光人材の育成

3. マーケティングの強化とプラットフォームの組成

4. 南城市らしさを活かした体験観光、特産品等の創出と推進

5. 魅力を伝えるプロモーション

6. 地域資源の適正利用

7. 安心・安全、快適な「おもてなし観光地」づくり

### 基本施策

- (1) 市民と事業者・行政の観光意識の醸成
- (2) 地域主体の観光まちづくりの推進
- (3) 学校教育との連携
- (4) 市民によるプログラム、市民のためのプログラム
- (5) 推進主体の組成

- (6) 観光事業の一端を担う人材を育成
- (7) 人材育成の体制構築
- (8) 観光事業立ち上げの支援

- (9) 観光推進体制の強化
- (10) DMO化に向けた検討
- (11) データの積極的な公開
- (12) 新技術等の活用
- (13) 南城ファンの獲得
- (14) 広域連携

- (15) 新たな着地型体験プログラムの構築
- (16) 滞在型観光の推進
- (17) 特産品の開発

- (18) 情報発信の強化
- (19) 海外交流の継続
- (20) 既存コンテンツの多言語化

- (21) 資源保全のルール作り

- (22) コア施設の活用
- (23) 利便性向上に資するインフラ整備等の推進

- (24) 二次交通対策
- (25) 安心・安全な観光地づくり

- (26) 外国人観光客の受入対応

### 具体的な取組

- ① 広報なんじょうでの市民向けの観光コラム掲載
- ② 観光まちづくりゆんたく会の定期開催
- ③ 職場体験の拡充・活用
- ④ こどもを対象とした地域文化・芸能体験の推進
- ⑤ 市民向け観光プログラムの構築
- ⑥ 市民による芸能・スキル等の披露の場の創出
- ⑦ 観光盛り上げ隊の組成

- ⑧ 観光ガイドの養成
- ⑨ リーダー育成
- ⑩ 多言語対応人材の育成
- ⑪ 高校・大学との連携
- ⑫ C to C ビジネスの事例モデルの整理

- ⑬ 観光協会組織の強化
- ⑭ 南城版 DMO 組成に向けた検討
- ⑮ 観光関連情報のオープンデータ化
- ⑯ AIやIoTを活用したデジタルマーケティングの推進
- ⑰ 南城ファンクラブの創設
- ⑱ 周辺地域との広域連携

- ⑲ 生活文化を活かした着地型観光プログラム
- ⑳ 自然や文化遺産等を活用したプログラム構築
- ㉑ MICE の推進
- ㉒ ナイトツーリズムの推進
- ㉓ ウェルネスプログラムの拡充
- ㉔ 農泊の推進
- ㉕ 特産品の開発

- ㉖ 地元のローカル情報の整理・発信
- ㉗ 多様な媒体による継続した情報発信
- ㉘ 海外交流事業による外国人の受入の継続
- ㉙ 動画等の多言語化

- ㉚ 資源・地域ごとの保全ルールの明文化
- ㉛ 倫理的な観光の浸透

- ㉜ コア施設を活かした観光振興方策の検討
- ㉝ 駐車場から斎場御嶽までの区間の景観形成
- ㉞ 周辺史跡の駐車場整備
- ㉟ 店舗における電子決済の推進
- ㊱ 路線バスおよびデマンドバスの観光活用の検討
- ㊲ 大型駐車場・バスターミナルの活用検討
- ㊳ 食のバリアフリー・アレルギー対応の推進
- ㊴ 市民への AED、心肺蘇生法の浸透
- ㊵ 南城市観光危機対応マニュアルの普及啓発
- ㊶ 外国人観光客のターゲット設定と滞在モデルの構築
- ㊷ 外国人観光客の受入機運の醸成
- ㊸ 外国人対応可能団体のネットワーク化

H30-39