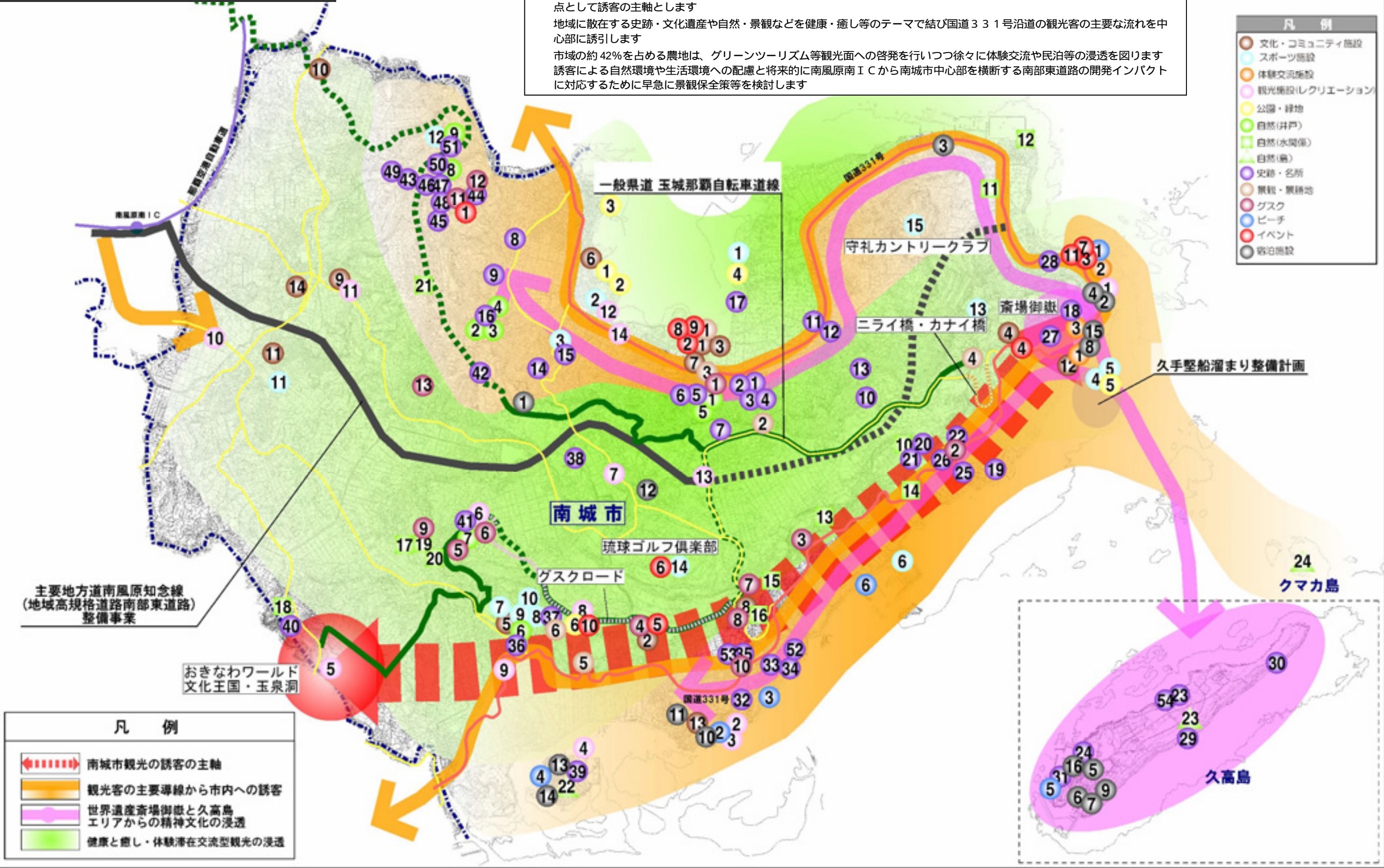


施策の展開図

基本方針に基づく施策の展開図

観光施策の実行体制構築と市民（住民・企業）の観光振興への理解と協力体制構築に努めます
 年間130万人の集客施設である「おきなわワールド文化王国・玉泉洞」と世界遺産斎場御嶽・久高島エリアを精神文化の拠点として誘客の軸とします
 地域に散在する史跡・文化遺産や自然・景観などを健康・癒し等のテーマで結び国道331号沿道の観光客の主要な流れを中心に誘引します
 市域の約42%を占める農地は、グリーンツーリズム等観光面への啓発を行いつつ徐々に体験交流や民泊等の浸透を図ります
 誘客による自然環境や生活環境への配慮と将来的に南風原南ICから南城市中心部を横断する南部東道路の開発インパクトに対応するために早急に景観保全策等を検討します

- | 凡例 | |
|----|----------------|
| ● | 文化・コミュニティ施設 |
| ● | スポーツ施設 |
| ● | 体験交流施設 |
| ● | 観光施設(レクリエーション) |
| ● | 公園・緑地 |
| ● | 自然(井戸) |
| ● | 自然(水関係) |
| ● | 自然(鳥) |
| ● | 史跡・名所 |
| ● | 景観・景勝地 |
| ● | グスク |
| ● | ビーチ |
| ● | イベント |
| ● | 宿泊施設 |



- | 凡例 | |
|----|---------------------------|
| → | 南城市観光の誘客の軸 |
| → | 観光客の主要導線から市内への誘客 |
| → | 世界遺産斎場御嶽と久高島エリアからの精神文化の浸透 |
| → | 健康と癒し・体験滞在交流型観光の浸透 |

主要地方道南風原知念線
 (地域高規格道路南部東道路)
 整備事業

おきなわワールド
 文化王国・玉泉洞

一般県道 玉城那覇自転車道線

国道331号

守礼カントリークラブ

ニライ橋・カナイ橋

斎場御嶽

久手堅船溜まり整備計画

南城市

琉球ゴルフ倶楽部

グスクロード

クマカ島

久高島

観光振興への取組の優先順位（１）

	前 期	中 期	後 期
行政の内部的な取組み	<ul style="list-style-type: none"> 観光振興予算の確保（財源の検討） 庁内の横の連携強化 施策の研究と実施内容・主体の検討 	<ul style="list-style-type: none"> 学校教育との連携 取り組む順番を十分検討する 県・市との利用目的等の調整 	
実行組織等の検討	<ul style="list-style-type: none"> 観光に取り組む準備組織（協議会）等の立上げ 観光協会等専門組織の立上げ 	<ul style="list-style-type: none"> 市内イベントの企画・運営部門の検討 農業・漁業関連業者等との連携 観光案内機能の一元化 地域ネットワーク運営組織等の検討 	<ul style="list-style-type: none"> 南部広域市町村圏事務組合との連携
必要調査関連	<ul style="list-style-type: none"> 観光統計（南城市）等の整備 市内外の史跡等の研究・整理 	<ul style="list-style-type: none"> マーケティング調査の実施 観光の安全性確保のための調査（整備必要箇所の抽出） 	<ul style="list-style-type: none"> 観光統計の分析

観光振興への取組の優先順位（２）

	前 期	中 期	後 期
環境保護や各種基準づくりに関する取組み	<p>景観法による景観計画の検討</p>		
各種連携に関する取組み	<p>市内企業等の連携</p> <p>市民・企業への説明会や勉強会の実施</p>	<p>各産業と市内企業等の連携</p> <p>●.....→ 違う立場の人が集まる場の提供（企業や市民参加型のワークショップの開催）</p>	
観光客・市民の利用促進のための取組み	<p>健康の指標と統合医療等の促進</p>	<p>●.....→ 施設利用の割引クーポンや地域通貨の導入検討</p>	
案内ガイド等育成に関する活動	<p>案内ガイド等の人員増</p> <p>案内ガイド養成講座の定期的な開設</p> <p>観光人材バンクの組織強化</p>		
その他	<p>地元ローカル情報の周知方法の検討</p> <p>標識、案内板の設置</p>	<p>情報提供や発信等の仕方を効果的かつ組織的に行う</p>	

【南城ツーリズムの構想イメージ】

() 地位発の商品・サービスのブランド化

観光コース
割引チケット
お土産

地元との触れ合い
心と体の健康・癒し
特産物等の食事

() 地域イメージのブランド化

南城市の自然・史跡等
体験滞在交流型観光
統合医療
地元精通したガイド
南部最大の観光施設
(おきなわワールド)
精神文化の中心地
(久高島・斎場御嶽)
おもてなしの心
(まちの美化等)
農産物や海産物

消費者からの評価 信頼の確保

メニューの多様性
内容の充実

コストパフォーマンス
満足度高

商品の魅力

付加価値の創出

季節別のメニュー
年齢層毎の楽しみ方
企業間連携
南城市の資源を活かした
多様なメニュー設定
旅行業者等との連携した
商品開発

地域の協力

地域の活性化

地元ガイドの育成
雇用機会の創出
交流人口増
地産地消の推進
地域を愛する心の育成

南 城 ツ ー リ ズ ム の 構 築

実現に向けた戦略的な展開

南城ツーリズム構築体制について

市民・企業・行政等の様々な立場の人々が集まった中で、それぞれ役割を認識しつつ検討を行い、旅行業者など早い段階から加わることにより、より具体的かつ戦略的な展開を行います。また、県内の大学等観光関連教育を行う機関と連携し、南城ツーリズムの多様性や人材育成を図っていく必要があります。

客層を意識した展開について

客層に合わせた宣伝やサービスを提供していく必要があります。

- (1) ロイヤルユーザー：特別なサービスや商品などを整え、客層の優位性を高めます。
- (2) 一般ユーザー：南城市に強い魅力と興味を持たせ、日帰りから滞在へと多くの経済効果を生みます。
- (3) 潜在ユーザー：イベント参加や市場利用をきっかけに、また来てみようと思わせます。

南城ツーリズム展開に向けて

観光キャッチフレーズの設定

一般ユーザーや潜在ユーザーを対象に、旅行業者などが誘客を行う際や情報誌等へ、「南城市はこんなところ」を容易にイメージができるフレーズを掲載します。

南城市観光振興協議会(仮)の設置

商工会では企業間の連携の素地が整い始めており、これと合わせ協議会を設置し、上記の実現に向けた検討などを具体的に推進していく必要があります。

南城市のお勧めスポット（住民アンケートより）

合併した旧町村エリア毎のお勧めスポットは、南城市で誇れるものを具体化するような傾向が出ている。また、佐敷地域はシュガーホール・知念地域は斎場御獄・大里地域は島添大里グスクがお勧めスポットとして突出しているのに対し、玉城地域は大きく突出したお勧めスポットは無かった。これは、グスクやヒージャーなど多くの歴史文化遺産をもつため、傾向が分散したものと考えられる。

