

第2次浦添市観光振興計画（素案）

パブリックコメント用

令和8年 1月

はじめに

市長挨拶が入ります

目次

1章 計画概要	1
1. 浦添市観光計画改定の概要	1
2. 計画の位置づけ	3
3. 第2次浦添市観光振興計画の計画期間	4
2章 観光を取り巻く現状と課題	5
1. 観光の動向	5
(1)世界の情勢	5
(2)国の動向	8
(3)県の動向	11
(4)浦添観光に求められる視点	16
2. 浦添観光の実態・課題把握のための取り組み	18
(1)来訪者アンケートの結果について	18
(2)市民向けアンケートの結果について	21
(3)人流データの分析結果について	27
(4)市民ワークショップ開催報告	32
(5)関連する事業者・団体へのヒアリング調査	42
3. 前回計画の振り返り	45
4. 解決すべき浦添観光の課題について	46
(1)市民に対する浦添市観光の魅力発信と価値の再発見	46
(2)浦添市が持つ観光地としての魅力の最大活用	46
(3)情報発信の強化	46
(4)観光客受け入れ環境の充実	46
(5)観光関連施設・事業者との連携強化	47
3章 観光振興の考え方	48
4章 基本施策及び施策展開	53
●基本方向に紐づく施策一覧	53
●役割の考え方	55
基本方向① 市民と観光の接点の深化	56
1-1 【重点】観光への機運の醸成	56
1-2 浦添市民が満足できる観光地づくり	58
基本方向② 浦添の魅力を最大限活用した観光のあり方の提案	60
2-1 【重点】歴史・文化・芸能資源の活用	60
2-2 【重点】食を活かした観光コンテンツの充実	64
2-3 モノレール駅周辺の活用	65

2-4 西海岸地域の活用	67
2-5 スポーツツーリズムや MICE の実施	68
2-6 浦添市の魅力の創出と発信	71
基本方向③ マーケティング・情報発信体制の強化	74
3-1 【重点】情報収集・発信体制の強化	74
3-2 データを利活用した観光地づくり	76
基本方向④ ハード面・ソフト面での受け入れ環境の充実	78
4-1 【重点】宿泊基盤の拡充と地域回遊の促進	78
4-2 観光施設等の機能強化・体験の高度化	80
4-3 観光関連人材の受入・育成	82
4-4 【重点】観光客の周遊利便性を考慮した二次交通の整備	84
4-5 安心・安全でサステナブルな観光地づくり	85
4-6 新たな財源による観光振興	87
4-7 インバウンド受け入れ態勢の強化	89
基本方向⑤ 事業者・自治体による連携強化	93
5-1 【重点】周辺自治体や地域事業者等と連携した観光地づくり	93
5-2 長期的な開発を視野に入れた浦添市観光のあり方の検討	95
5章 推進体制と進捗管理	99
1. 推進体制	99
(1)基本的な考え方	99
(2)役割分担	99
2. 進捗管理	101
(1)PDCA サイクルの運用	101
(2)市民や事業者への結果の公表	101

1章 計画概要

1. 浦添市観光計画改定の概要

(1) 改定の経緯

浦添市では、『第四次・第五次浦添市総合計画(第四次:2011年度～2020年度、第五次:2021年度～2030年度)』において「～太陽とみどりにあふれた国際性ゆたかな文化都市～」を目指したまちづくりが行われてきました。また、観光の分野においては、『浦添市観光振興計画(2018年度～2025年度)』を定め、「^{いにしえ}古の王城と新たないぎきに出会うてだこ(太陽の子)のまち うらそえ」をキャッチフレーズに様々な観光振興の施策や取り組みを進めてきました。

『浦添市観光振興計画(以下、「前計画」という)』期間中には、浦添市へのモノレール延伸や西海岸地区での大型商業施設の開業、基地跡地を活用した大規模なプロジェクトの公表などが行われるなど浦添市の観光振興の鍵となる出来事が多くありました。また、技術の発展により、衛星データを活用した人流の把握など、観光に関連する様々なデータが比較的容易に取得できるようにもなりました。

一方で、2020年から新型コロナウイルス感染症が世界的に流行したことにより、浦添市にとどまらず、沖縄県、日本全国で人の移動が大きく制限され、観光は大きく停滞しました。新型コロナウイルス感染症の終息後、観光客の動きは再び活発になっていますが、以前とはニーズも変わってきています。

上記を踏まえ、前計画期間中の様々な出来事や、国・県の観光振興施策を基に、浦添市観光のポテンシャルや課題を整理し、行政だけでなく市民や事業者も巻き込んだ地域一体での観光振興に取り組むべく『第2次浦添市観光振興計画(以下、「本計画」という)』を策定します。

(2) 観光振興計画の目的

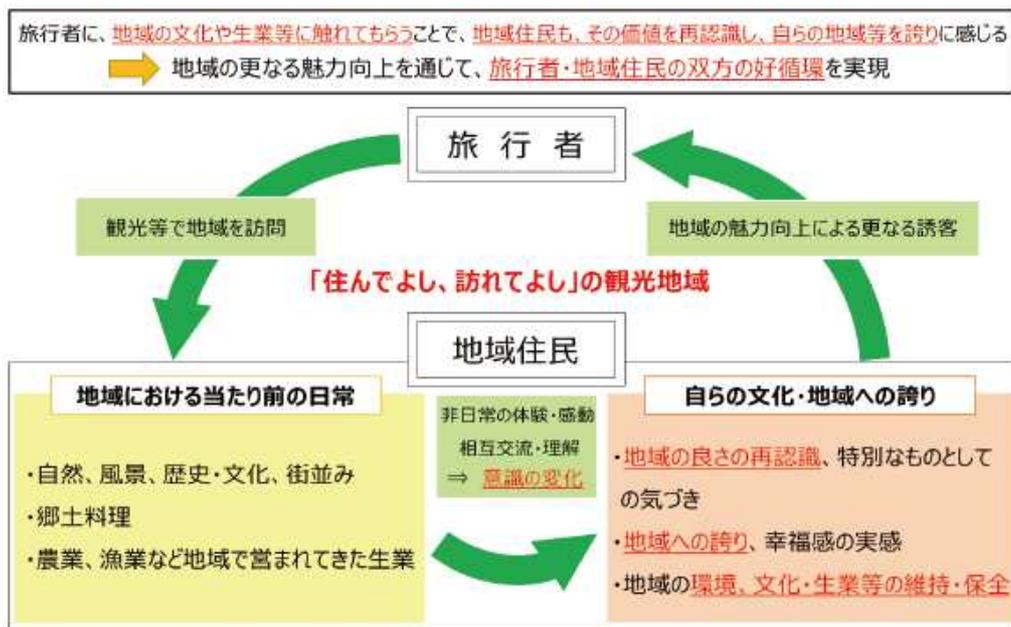
観光産業は様々な業種の関連によって成り立つ産業であることから、裾野が広く、経済波及効果が高い産業といわれています。交流人口の増加により、交通機関の利用、飲食や宿泊、地場製品の購入等その消費活動は多岐に渡ります。これにより、地域経済の活性化や雇用需要の拡大など、市民生活の安定と向上につながることを期待されます。

また、観光客を受け入れる地域にとっては、さまざまな人がその地域の資源を認め、訪れ、称えてくれることにより、自らの地域の価値を再認識し、それが自信となり、地域の誇りやアイデンティティが醸成されます。地域住民が自らの地域の資源の価値を認識することで、文化や自然、伝統が保全、継承、活用されていくことにもつながります。

そして、浦添市は、国指定文化財である浦添城跡やカーミージーの豊かな自然、桑関連の市産品等、多くの知られざる観光資源を有しています。これらの観光資源と先述した前計画期間中の浦添市の様々な開発との相乗効果により、浦添に多くの観光客を呼び込み、経済効果をもたらされることを目的としています。

本計画では、「地域の誇りやアイデンティティが醸成されていること」と「観光客による経済効果」が両立する「住んでよし 訪れてよし」の「観光地域づくり」の実現を目指して取り組むものとしします。

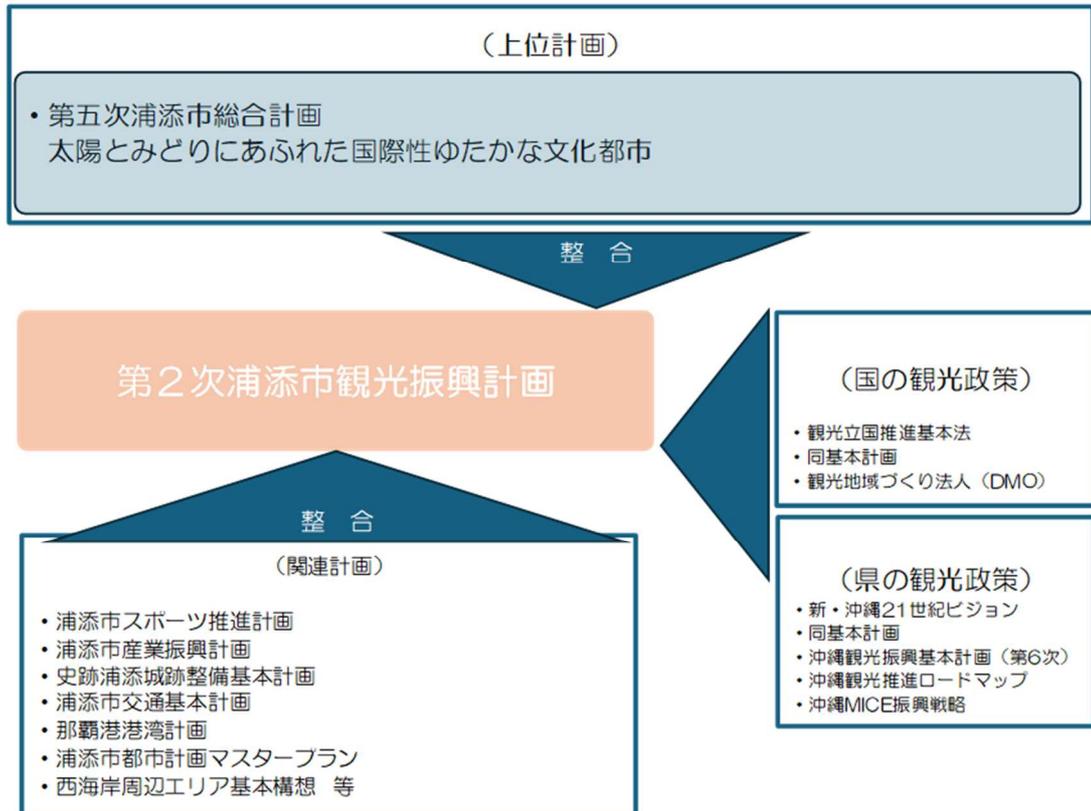
「住んでよし、訪れてよし」の観光地づくり(イメージ)



出所:「観光地域づくり法人(DMO)による観光地経営ガイドブック」、観光庁

2. 計画の位置づけ

第2次浦添市観光振興計画は、浦添市の上位計画である第五次浦添市総合計画(基本構想・後期基本計画)及び浦添市の関連計画と密接に関連しています。総合計画や国及び沖縄県の観光関連計画、浦添市が策定している関連計画等との整合を図ります。



3. 第2次浦添市観光振興計画の計画期間

本計画の計画期間は、2026年度から2035年度までの10年間とします。

年度	2026年度	2027年度	2028年度	2029年度	2030年度	2031年度	2032年度	2033年度	2034年度	2035年度
各種計画	第五次浦添市総合計画・後期基本計画					(仮)第六次浦添市総合計画				
	第2次浦添市観光振興計画 (前期:5年)					第2次浦添市観光振興計画 (後期:5年)				
	目指す姿									
	基本方向					基本方向				
	5年目終了時点で見直し									

2章 観光を取り巻く現状と課題

浦添市観光振興計画では、今回の改定にあたり、浦添市観光に関する現状と課題を把握すべく、観光の動向調査や、来訪者アンケート等の様々な取組を行いました。本章では、それらの調査等の結果とそこから見えた課題の整理を行うとともに、既存の計画期間の振り返りを行い取りまとめました。

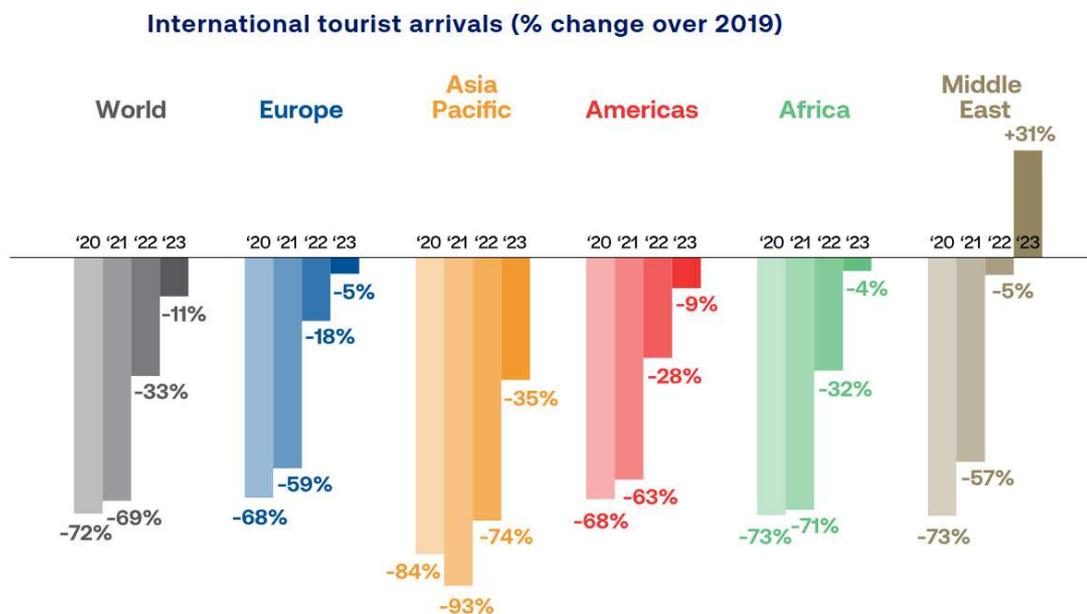
1. 観光の動向

(1)世界の情勢

1. 世界の観光をめぐる情勢と回復動向

新型コロナウイルス感染症の世界的流行による停滞を経て、世界の観光需要は、2024年までにコロナ禍以前の水準を概ね回復しました。

UN Tourism(国連世界観光機関)によれば、2023年の国際観光客数はコロナ禍以前の約89%まで回復。2024年には、欧州・中東・米州では「ほぼ完全回復」と評価される水準に達しています。(この回復傾向は、日本・沖縄県も同様です)



Source: UN Tourism

Data as of September 2024

(出典) International Tourism Highlights, 2024 Edition

2026年現在、観光市場は「量の回復」から、以下の通り、「質の転換」へと移行しています。

2. 旅行者ニーズ・価値観の変容

ポスト・コロナ期の旅行者は、単に「元の行動に戻った」のではなく、価値観や行動様式が質的に変化しています。

① 見る観光から体験型の観光へ

旅行の目的が「観光地を見る」ことから、「そこでしか得られない体験を深める」ことへと移行。自然環境の中での滞在やアクティビティ、地域の生活や食文化の体験、地域住民との交流などを重視した旅行が増加し、ウェルネス・マインドフルネス、ワーケーションなど、仕事と余暇の境界を柔軟に捉えた新しい旅のスタイルも広がりつつあります。

② サステナビリティとデジタル化の標準化

世界的な旅行者の価値観は、環境・社会への配慮を前提とする、責任ある「サステナブルツーリズム」へと定着しました。また、旅の全行程におけるデジタル化が進展しており、選ばれる観光地となるためには、国際基準(GSTC等)に準拠した持続可能性の確保と、高度なデジタルマーケティング基盤が必須条件となっています。

③ 旅行のデジタルネイティブ化・SNS 主導型化

旅行情報の収集や意思決定は、ガイドブックやパンフレットから SNS や Web コンテンツへ移行。旅先の魅力は、ショート動画やインフルエンサーの発信によって描かれるようになりました。旅行は体験の共有や自己表現の場と位置付けられ、写真や動画映えするスポットや演出、ストーリー性のあるコンテンツが、観光地選択や現地での行動を大きく左右しています。

以上のように、旅行のスタイルは単なる娯楽・消費活動から、自己実現や価値の共感、社会・環境への配慮を伴う行動へと変化しました。これに伴い、旅行者のニーズとそれに応える観光産業の課題は、「量の拡大」から「質と価値の選択」へと軸足を移しつつあります。

3. 観光市場の構造変化と課題

世界的なインフレや燃料費の高騰、航空会社の運航体制縮小などの影響で、航空運賃や宿泊費が高止まりしています。これにより、旅行者には「滞在期間を短縮する」「回数は抑えて1回あたりの満足度を高める」といった傾向が強まっています。短期・高付加価値型や、特定のテーマや目的に特化した旅行への需要に対応するため、観光地や事業者には、画一的なパッケージ商品ではなく、ターゲットに合わせた柔軟な商品設計が求められています。

一方、観光産業における人材不足は、世界共通の深刻な課題となっています。パンデミック

期に業界を離れた人材が他産業へ転職し、その後も観光業界に戻らないケースが多く、観光の現場では慢性的に人手が不足しています。

また、旅行者の意思決定における SNS や OTA「オンライントラベルエージェント」の影響力が強まり、オンライン上での評価や認知度によって観光地や観光事業者の需要が大きく左右されるようになりました。自治体や観光地域づくり法人(DMO)では、人流データや決済データなどを活用したデジタルマーケティングやターゲット分析が不可欠となり、観光政策をデータドリブンに展開する能力が問われています。

4. 各国・都市にみる観光政策の新潮流

こうした環境変化を踏まえ、各国・各都市の観光政策は、入域観光客数などの「量」ではなく、「地域との共生」「質的向上」「持続可能性」を重視する段階へとシフトしています。

① オーバーツーリズム対策の高度化

欧州などの人気観光地では、観光客の集中による生活環境の悪化や文化財保全への影響が問題化。入域税の導入、時間帯制限・予約制、クルーズ船の受け入れ制限など、多様な対策が講じられています。

② 高付加価値型観光への転換

シンガポール、ニュージーランド、北欧諸国などでは、限られた国土や脆弱な自然環境を前提としつつ、安定的な観光収入を確保するため、「量より質」を掲げたハイバリュー戦略が推進されています。富裕層を中心とする高付加価値市場の開拓に加え、観光客一人ひとりの滞在時間と消費額を高めることで、自然環境の負荷を抑えつつ、地域経済への還元を最大化しようとしています。

③ 文化資源の再編集とブランド化

欧州やアジアの多くの都市では、歴史的建造物や伝統文化と現代アート、デザイン、クリエイティブ産業を組み合わせた都市型観光が展開されています。旧市街地や港湾エリアのリノベーション、文化施設の再生、国際的なアートイベントの開催などを通じて、都市全体を「体験の舞台」として再編集し、独自の都市ブランドを発信する動きが加速しています。

④ 住民目線の観光政策

観光による経済効果を追求する一方で、住民の生活環境や心理的な受容度を重視する動きも広がっています。観光政策の成果指標に、住民満足度や幸福度、地域コミュニティの活性度などを組み込む例が増加し、「住んでよし、訪れてよし」のバランスをいかに確

保するかが重要なテーマとなっています。観光は地域経営の重要な手段であると同時に、住民の日常生活と不可分なものであり、その調和を図る政策デザインが各地で模索されています。

これらのシフトは、地方都市や小規模自治体にも無関係ではなく、観光の質的向上、地域経済への波及効果の最大化、住民生活との調和、気候変動への適応など、世界的な潮流を踏まえた観光地経営の視点を取り入れることが、今後の観光振興における重要な課題となると考えられます。

5. まとめ

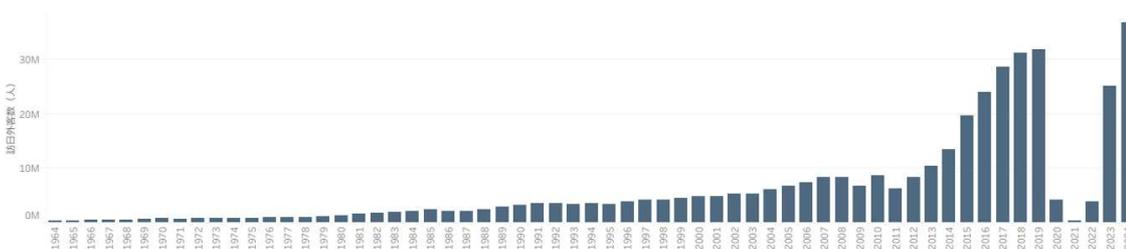
世界の観光は急速に回復する一方、量の拡大を追う段階から、体験価値や持続可能性を重視する質的転換が進んでいます。旅行者は本物志向で環境への配慮を重視し、デジタルを前提とした利便性を求め、観光地には混雑管理や地域との共生が不可欠となっています。観光は「地域価値を高める産業」として再定義されつつあり、各地域はこうした世界潮流を踏まえた観光経営力の強化が求められています。

(2)国の動向

1. 全国の観光の情勢

我が国の観光需要は、コロナ禍を経て力強い回復を見せており、2025年には訪日客数・消費額ともに過去最高水準で推移しています。

年別 訪日外客数の推移



(出典) 日本政府観光局(JNTO)「日本の観光統計データ」

年間の旅行消費額・1人当たり旅行支出の推移



(出典) 観光庁「インバウンド消費動向調査 2024 年暦年の調査結果」

2. 政府の観光政策の基本方針

政府は「観光立国推進基本法」に基づき、2023 年3月に「第4次観光立国推進基本計画 (2023～2027 年度)」を閣議決定しました。本計画では、「観光先進国の実現」を将来像に掲げ、観光を我が国の成長戦略と地域活性化の中核と位置づけています。

計画の柱は以下の3点です。

- ① 観光需要の拡大と地域経済の活性化(観光需要の回復・拡大、観光消費の地域還元)
- ② 観光の質向上と持続可能性の確保(観光公害対策、地域共生、サステナブルツーリズム)
- ③ 観光の国際競争力強化(国際会議・文化・教育・スポーツを含む観光分野の総合力向上)

2030 年を目標年次として、訪日外国人旅行者数 6,000 万人、旅行消費額 15 兆円、地方部滞在率 60%などの国家目標が設定されています。

3. 観光庁(政府)の主要施策と重点分野

観光庁では、上記の方針に基づき、観光の質的転換を推進するため、以下のような重点施策を展開しています。

① 観光 DX の推進

観光地域づくり法人(DMO)のデータ活用力を強化し、人流・消費データを基にした地域経営の高度化を支援。観光データプラットフォームの構築や、マーケティング支援事業を展開しています。

② 持続可能な観光の推進

UNWTO(国連世界観光機関)や OECD(経済協力開発機構)と連携し、サステナブルツーリズムの指標(GSTC 等)を導入。オーバーツーリズム対策、脱炭素型観光、住民との共生型観光の普及に取り組んでいます。

③ インバウンド市場の多極化

東アジア中心であった訪日市場を、欧米・豪州・東南アジアなどへ多様化。ビザ緩和・航空ネットワーク拡充などにより新市場の開拓を進めています。

4. 観光市場の構造変化と課題

観光市場の質的転換は旅行単価の上昇に貢献しており、体験型・文化交流型・ウェルネス型など、目的志向の高い旅行が増加しています。これに対し、交通や宿泊の供給体制、人材の量的不足が課題として顕在化しています。

都市部や人気観光地への集中によるオーバーツーリズムの問題が顕著となり、観光地経営のあり方が問われています。観光庁は「観光地経営の見える化・KPI 管理」を導入し、地域単位でのマネジメント体制構築を推進しています。

一方、地方圏では情報発信力や交通アクセス、人材確保などの面で地域間格差が拡大しており、持続可能な観光地域経営への転換が求められています。

5. 最新の観光市場の動向と課題

近年、観光市場は次のような特徴的な変化を示しています。

訪日外国人市場の回復と多極化

2024年の訪日外国人は約3,000万人規模に達し、アジアに加えて欧米豪市場が拡大しています。消費単価も上昇し、観光消費額は5兆円超と過去最高を更新しました。

国内旅行市場の安定と高付加価値化

コロナ後の旅行再開以降、全国旅行支援終了後も堅調に推移。体験型旅行やラグジュアリー宿泊、地方型ワーケーションなど、消費単価の高い旅行形態が定着しています。

観光 DX の進展

人流データや電子決済情報を用いた観光分析が一般化。自治体・DMO のマーケティング活用が広がり、観光政策のデータドリブン化が進んでいます。

サステナビリティへの意識の高まり

旅行者の環境・社会意識が向上し、脱炭素化、プラスチック削減、地産地消などへの関心が拡大。観光地経営でも SDGs への取り組みが不可欠となっています。

MICE・ビジネスイベントの回復と多様化

国際会議・展示会などの開催件数は 2023 年以降回復傾向にあり、観光庁と経済産業省が連携して「観光と MICE の一体的推進」を掲げています。MICE は、観光消費の増加に加え、「知的交流」「産業間連携」「地域イノベーション創出」の装置として位置づけられ、東京・大阪・沖縄をはじめ地方都市への分散開催も進んでいます。今後は、地域資源や文化施設、港湾などを活用した都市型 MICE の展開が求められています。

6. まとめ

近年の国の観光政策は、「量から質への転換」と「成長から持続可能性への転換」を明確に打ち出しています。その上で、地域ごとの観光経営力を高め、観光を通じた地域内経済循環を重視しています。

(3) 県の動向

1. 沖縄観光の概略と最上位計画

沖縄県の観光は、コロナ禍からの回復を経て、新たな成長局面へと移行しています。こうした中、沖縄県は令和4年度に「新・沖縄 21 世紀ビジョン基本計画」(令和4～13 年度)を策定し、「社会」「経済」に加えて「環境」を第三の柱としました。観光は「希望と活力にあふれる豊かな島」の実現に向けた基本施策の一つとして、「世界から選ばれる持続可能な観光地の形成と沖縄観光の変革」が掲げられており、単なる経済的成長だけでなく、社会・環境の側面と調和した「持続可能性」が県政の柱として明確に位置づけられています。

圏域別展開において、本市は、特に那覇港浦添ふ頭地区における富裕層向け観光・ビジネス拠点の形成や、浦添西原線等の広域交通インフラ整備と駐留軍用地跡地利用、国立劇場おきなわを含む文化機能の充実等について触れられています。浦添市観光に関連する主な内容をまとめると、以下のとおりです。

1. 富裕層の長期滞在型観光の拠点形成

- 那覇港においては、フライ・アンド・クルーズ(飛行機で発着港まで行き、そこからク

ルーズ旅行を楽しむ旅行形態)等の付加価値の高いクルーズ誘致を行うため、クルーズバースの整備を推進するとともに、浦添ふ頭地区においては、富裕層の長期滞在型観光の拠点となる世界から選ばれる持続可能な観光地の形成に向けて、自然環境を生かし、マリーナ・ビーチ等で構成する観光・ビジネス拠点の形成に取り組む。

2. 都市構造の再編と駐留軍用地跡地利用

- 陸上交通については、拠点都市間の移動の円滑化、慢性的な交通渋滞の緩和に向けた体系的な幹線道路網の構築を図るため、東西軸である浦添西原線等や、那覇空港自動車道、沖縄西海岸道路などの整備促進を推進する。
- 駐留軍用地跡地における計画的な開発整備を速やかに進めるため、返還後できるだけ速やかに道路、学校、公園・緑地等の整備を行うことが重要である。この早期着手に向けた取り組みとして、牧港補給地区においては、公園・緑地用地等の先行取得に取り組む。

3. 南部圏域の基幹都市圏としての機能集積

- 南部圏域は、沖縄県の行政、産業等の機能が高度に集積している特性を有しており、他圏域との機能分担と連携を図りながら、国際交流都市機能や臨空・臨港都市機能など高度な都市機能を有する基幹都市圏の形成を図ることを基本方向としている。
- 那覇新都心地区における沖縄県立博物館・美術館 や、浦添市における国立劇場おきなわなど文化機能の充実を図る。

2. 第6次沖縄県観光振興基本計画

県の最上位計画である「新・沖縄 21 世紀ビジョン基本計画」の観光分野における部門別計画として、令和4年7月に「第6次沖縄県観光振興基本計画」(令和4～13 年度)が策定されました。本計画は、コロナ禍を経た新しい観光情勢を踏まえ、観光の質的転換と地域共生を重視しています。将来像として「世界から選ばれる持続可能な観光地－世界とつながり、時代を切り拓く『美ら島沖縄』－」を掲げ、経済・社会・環境の三側面で目標(KGI)を設定しています。

計画の目標値(KGI)

視点	目標値	
社会	県民の幸せ感	90%
	観光事業者の満足度	80%
	観光客の満足度	80%
経済	観光収入	1.2 兆円
	人泊数(延宿泊者数)	4,200 万人
	観光事業者(正社員・正規職員)20 代の平均年収	280 万円

	観光事業者における役職者(部長級・課長級・係長級)の平均年収	448万円
環境	観光関連施設等における再生可能エネルギー対応施設数	100件
	宿泊施設におけるアメニティグッズ廃止を導入している施設数	100件
	「3010」運動(フードロス削減)を推奨しているホテル数	100件

(出典)第6次沖縄県観光振興基本計画

3.おきなわブランド戦略

県は、観光消費や県産品需要の拡大を通じた「地域の稼ぐ力」の強化を目指し、農林水産・商工・観光の各分野が連携する産業横断的なブランド戦略として、「おきなわブランド戦略」を令和6年3月に策定しました。

主な内容をまとめると、以下のとおりです。

<p><ターゲット設定></p> <ul style="list-style-type: none"> 市場全体を狙うのではなく、「旅行にお金を惜しまない本格志向層」(質を重視)や、「家族・仲間と感動を分かち合う層」(同行者満足を重視)を「コアターゲット」に設定 <p><提供価値(WHAT)></p> <ul style="list-style-type: none"> 沖縄が提供すべき価値を「心と体がゆったりと解放され、まっさらな自分にエネルギーがみなぎり、新しい出会いにこころ躍る」状態と定義 単なるリゾート滞在(日常からの解放)に加え、「知的好奇心(歴史・文化の探求)」や「自己変革(ぬちぐすい)」といった深い体験価値を重視 <p><産業間連携></p> <ul style="list-style-type: none"> 観光客に対して県産品(農水産物・工芸品)の魅力を効果的に伝え、地域内経済循環を高めるためのマッチングを推進

4.県の主要施策と推進体制

「第6次沖縄県観光振興基本計画」は、将来像を実現するための具体的な戦略として以下の「6つの基本施策」を掲げています。

第6次沖縄県観光振興基本計画の基本施策の概要

<ol style="list-style-type: none"> 安全・安心・快適でSDGsに適応した観光地マネジメント <ul style="list-style-type: none"> 危機管理体制の強化、県民生活との調和、サステナブルツーリズム、レスポンスブルツーリズム、ユニバーサルツーリズムの推進、安定財源の確保など 多彩かつ質の高い観光に向けたDXの推進 <ul style="list-style-type: none"> ターゲットマーケティング、デジタル化・観光DX・ICT活用による利便性向上、外国人観光客への対応強化、観光収入の確保など 沖縄のソフトパワーを生かしたツーリズムの推進
--

- 自然、文化・伝統・芸能、食、MICE、教育旅行、空手、スポーツ、ウェルネス、クルーズ、カップルアニバーサリー、ICT 活用コンテンツなど、沖縄独自の資源を活かした多様な観光形態の推進

4. 基盤となる旅行環境の整備

- 空港、港湾、観光二次交通、宿泊施設、拠点整備、沖縄らしい風景づくりなど

5. 脱炭素・グリーンリカバリーへの積極的な対応

- 観光分野における脱炭素化の推進

6. 人材育成と人材確保の推進

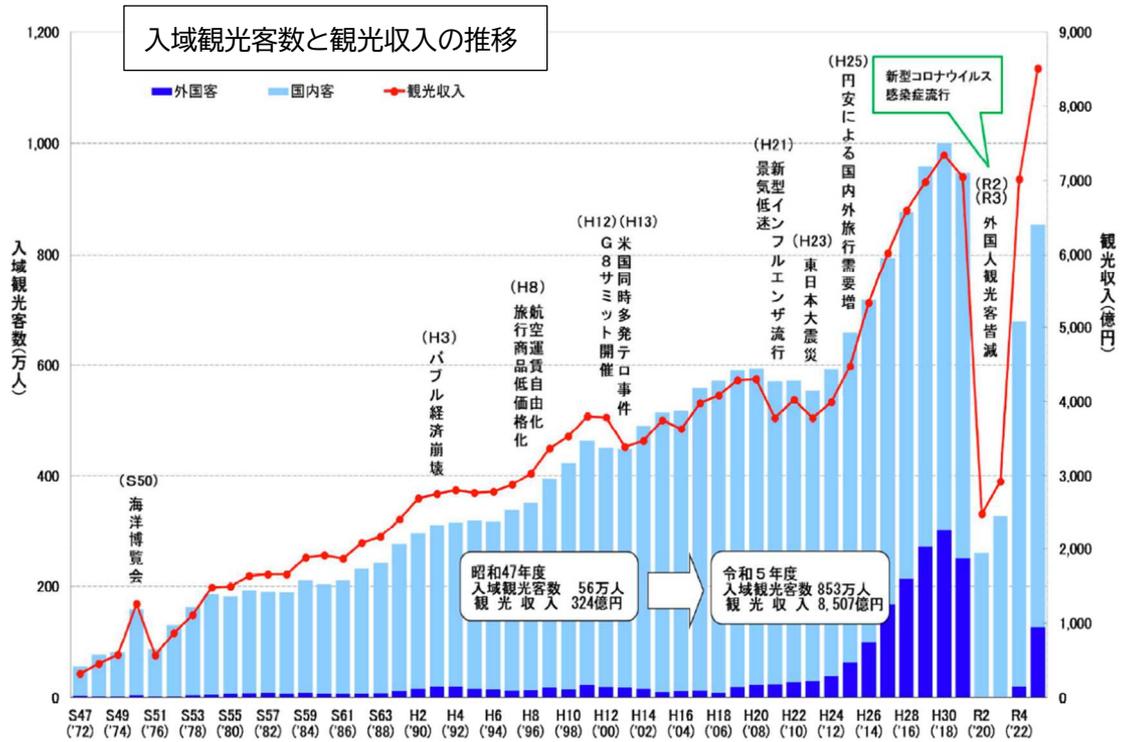
- 質の高いサービスの提供、雇用環境の改善など

(出典)第 6 次沖縄県観光振興基本計画

5.観光の現状と動向

ア.入域観光客数と観光収入の推移

コロナ禍で激減した入域観光客数は、V 字回復しています。特に注目すべき点は、入域観光客数がまだコロナ禍前の水準(平成 30 年度:1,000 万人)には戻っていないにもかかわらず、観光収入は令和 5 年度(2023 年度)に 8,507 億円に達し、コロナ禍前のピークを既に上回っている点です。これは、観光客一人当たりの消費額が増加傾向にあることを示しており、県が目指す「量から質への転換」が進みつつあるとみられます。



※ 観光収入は、平成 17 年度までは暦年の数値、平成 18 年度以降から年度の数値。外国客には特例上陸者を含む。

(出典)沖縄県観光要覧

イ.最新の観光動向と観光客の傾向

令和7年(2025年)8月の入域観光客数(速報値)は、107万5,000人(対前年同月比+7.1%)となり、8月として過去最高を記録しました。内訳は国内客が78万3,400人(過去最多)、外国客が29万1,600人であり、観光需要は極めて好調に推移しています。

1)国内観光客の傾向

令和5年度の県外客(国内客)は、1人当たり消費単価が101,530円、平均泊数：3.06泊。旅行全体の満足度は「大変満足」71.3%と「やや満足」26.3%の合計は97.6%、安全・安心に関する意識について「安全・安心と感じた」95.3%と、満足度や安全・安心感は極めて高い水準にあります。一方、県の施策の柱である「持続可能な観光」の取組に関する認知・実感はまだ低い水準にあり、今後の課題であることがわかります。(出典：令和5年度沖縄県観光統計実態調査)

2)外国人観光客(インバウンド)の傾向

令和5年度の外国人入域観光客の国籍・地域別動向(空路国際線)では、台湾44.8%、韓国28.8%、香港14.5%が中心で市場の回復を牽引していますが、県は市場の偏在を是正し、欧米・豪州・東南アジアなど多極化を推進する方針を明確にしています。(出典：令和5年度沖縄県観光統計実態調査)

ウ.隣接市の観光動向

県全体の動向に加え、本市と隣接し、観光客の往来が密接に関連する那覇市および宜野湾市の動向は、本市の観光振興を広域的に推進する上で重要です。

1)那覇市の動向

那覇市においては、沖縄観光の象徴である首里城の復旧工事が進捗しており、その過程を公開する「見せる復興」が新たな観光コンテンツとして国内外から注目を集め、観光客の増加に寄与していると見られます。また、那覇港(那覇クルーズターミナル)へのクルーズ船の寄港が急速に回復しており、特に台湾や韓国をはじめとする外国人観光客(インバウンド)の増加が顕著です。こうしたクルーズ船客の一部が、タクシー等を利用して本市の「浦添ようどれ館」へも訪れる事例がみられるなど、近隣市である本市への波及効果も生み出し始めています。

2)宜野湾市の動向

宜野湾市には、県内最大規模の MICE 施設である沖縄コンベンションセンターが立地しています。同施設では、国内外の大規模な学会、インセンティブツアー、コンサート、展示会などが開催されており、これらの MICE 開催に伴う参加者や関係者の来訪は、イベント参加のみならず、宿泊、飲食、周遊観光といった広域的な観光需要を生み出す源泉となっています。

6.まとめ

県の観光政策は、回復から持続的成長への転換期を迎えており、次の3点が潮流として整理できます。

ア.量から質への転換

入域客数の拡大よりも、滞在価値・地域還元・満足度の向上を重視する方向へ。

イ.サステナブルツーリズムの確立

環境・社会・経済が調和する観光地経営を県全体で推進。観光公害の抑制や住民参加型観光も新たなテーマとなっている。

ウ.観光の多極化と多様化

インバウンドの国際多極化、国内市場の多世代・多目的化、MICE・教育・文化観光など多様な形態の拡大。

あわせて、本市に隣接する那覇市においては首里城復興事業の進捗やクルーズ船寄港の回復、宜野湾市においては沖縄コンベンションセンターを核とした MICE の開催といった、具体的な観光需要の動きが活発化していることも、県内の重要な観光動向として挙げられます。

(4)浦添観光に求められる視点

以上の調査から、浦添市観光においては、

- 世界や国の動向を踏まえ、地域資源を活かした高付加価値化や、「量」を追い求める成長から「質」への転換、そして住民生活との調和を前提とした戦略の展開を図ること
- 県の想定ターゲット:知的好奇心を満たしたい本格志向層 への価値提供として親和性が高い、市の歴史・文化・芸能資源を誘引コンテンツとして、観光の付加価値を向上させていくこと
- 県の重点テーマである「飲食業・特産品などとの産業間連携」や「持続可能な観光」、「観光 DX」、「国際多極化するインバウンドへの対応」などを施策展開に反映させていくこと

- 沖縄県の中南部広域圏の中核都市として、都市型観光・文化スポーツ・港湾を活かした MICE やクルーズ対応などの機能強化を図ること
等が、重要と考えられます。

2. 浦添観光の実態・課題把握のための取り組み

(1) 来訪者アンケートの結果について

対象者: 観光で浦添市を訪れたことのある方

手法: アンケート調査会社等のモニターを対象とした Web 調査。

項目: 消費動向や満足度、浦添市の食や文化等に関する項目等

① 実施概要

対象者	国内県外、市外県内 (海外客は除く)
実施期間	2025 年 2/14~17 (4 日間)
実施方法	WEB アンケート (実施は民間アンケート会社へ依頼)
回答数	581 (国内県外 310、市外県内 271)

② 実施結果

静態調査においては、今回、沖縄県外在住者(国内県外客)及び沖縄県内在住者(市外県外客)に対して、それぞれに沖縄旅行と浦添観光についての訪問時の実態を尋ねています。今回は、アンケート結果から見えた浦添市観光における課題に関する箇所を一部抜粋して掲載します。

来訪時の一人当たりの旅行総額をみると、国内県外客では「5～10万円未満」が約半数を占めており、市外県内客では「5万円未満」が全体の7割近くを占めています。

また、浦添市内での一人当たり支出額の内訳をみると、国内県外客では「宿泊費」や「娯楽・入場費」、「その他」で0円が全体の半数以上をしており、「飲食費」や「土産・買物費」で3,000円未満が全体の6割程度を占めています。他方、市外県内客では「宿泊費」や「娯楽・入場費」、「その他」で0円が全体の6割以上を占めており、「交通費」や「土産・買物費」、「飲食費」で3,000円未満が多くしていることがわかります。

浦添市観光の満足度について、国内県外客では「該当しない」が各項目で3割前後(宿泊施設は約4割)を占めており、「景観」や「海的美しさ」に対する満足度(大変満足+やや満足)が4割を超えており、それ以外の項目では「交通インフラ」

や「土産品」、「食事」、「観光施設」、「宿泊施設」で4割以下となっています。他方、市外県内客でも「該当しない」が各項目で3割前後（宿泊施設は約4割）を占めており、「宿泊施設」や「交通インフラ」に対する満足度が全体の約5割を占めている以外は6割以上が満足と回答しています。

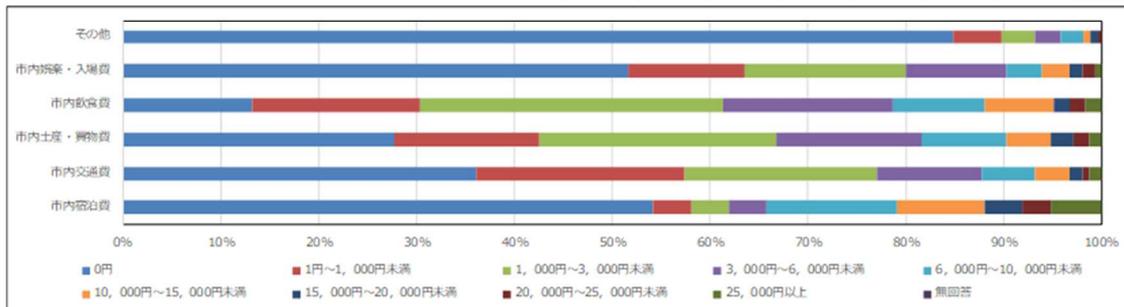
Q4:あなたが直近の浦添市を訪問した沖縄旅行は何回目ですか。(SA)

No	項目	(回答数)		(%)	
		国内県外	市外県内	国内県外	市外県内
1	初めて	70	19	22.6	7.0
2	2回目	68	21	21.9	7.7
3	3回目	45	26	14.5	9.6
4	4回目	28	13	9.0	4.8
5	5~9回目	53	32	17.1	11.8
6	10~19回目	23	36	7.4	13.3
7	20回目以上	23	124	7.4	45.8
合計		310	271	100.0	100.0

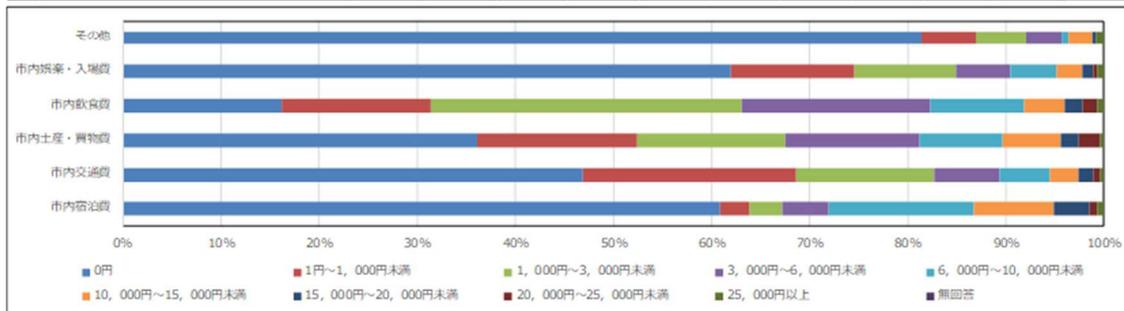
581

Q17:直近の浦添市を訪問した沖縄旅行において、浦添市だけの支出額（前問で回答した一人当たりの総額）の内訳をお答えください。

	(回答数)										合計
	0円	1円~1,000円未満	1,000円~3,000円未満	3,000円~6,000円未満	6,000円~10,000円未満	10,000円~15,000円未満	15,000円~20,000円未満	20,000円~25,000円未満	25,000円以上	無回答	
1 市内宿泊費	168	12	12	12	41	28	12	9	16		310
2 市内交通費	112	66	61	33	17	11	4	2	4		310
3 市内土産・買物費	86	46	75	46	27	14	7	5	4		310
4 市内飲食費	41	53	96	54	29	22	5	5	5		310
5 市内娯楽・入場費	160	37	51	32	11	9	4	4	2		310
6 その他	224	13	9	7	6	2	2	1	0		264

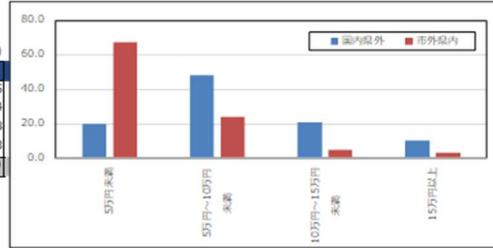


	(回答数)										合計
	0円	1円~1,000円未満	1,000円~3,000円未満	3,000円~6,000円未満	6,000円~10,000円未満	10,000円~15,000円未満	15,000円~20,000円未満	20,000円~25,000円未満	25,000円以上	無回答	
1 市内宿泊費	165	8	9	13	40	22	10	2	2		271
2 市内交通費	127	59	38	18	14	8	4	2	1		271
3 市内土産・買物費	98	44	41	37	23	16	5	6	1		271
4 市内飲食費	44	41	86	52	26	11	5	4	2		271
5 市内娯楽・入場費	168	34	28	15	13	7	3	1	2		271
6 その他	205	14	13	9	2	6	1	0	2		252



Q7: 近隣の浦添市を訪問した沖縄観光の旅行総額（一人当たり/税抜き）をお答えください。（SA）

No	項目	(回答数)		(%)	
		国内県外	市外県内	国内県外	市外県内
1	5万円未満	62	183	20.0	67.5
2	5万円～10万円未満	150	66	48.4	24.4
3	10万円～15万円未満	65	13	21.0	4.8
4	15万円以上	33	9	10.6	3.3
合計		310	271	100.0	100.0

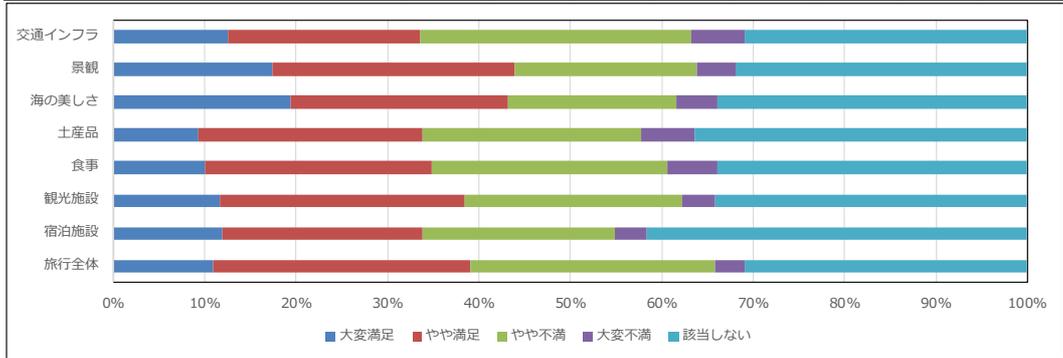


Q32 今回の浦添市内旅行について、それぞれの満足度をお答えください。（SA）

国内県外

(回答数)

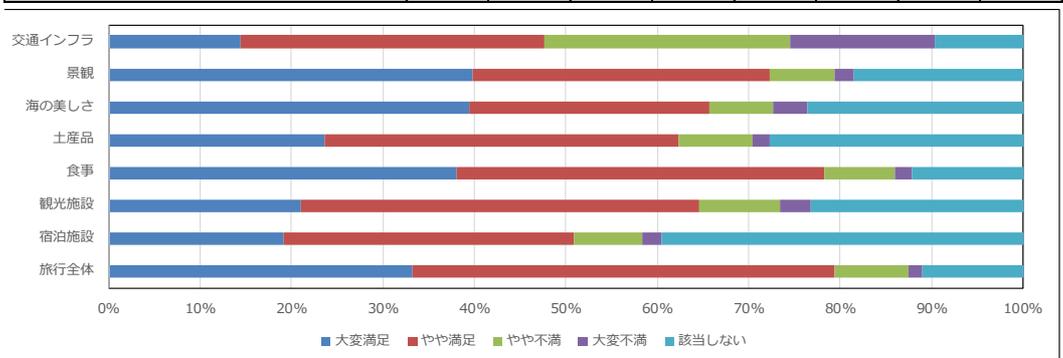
No	項目	旅行全体	宿泊施設	観光施設	食事	土産品	海のみしさ	景観	交通インフラ
1	大変満足	34	37	36	31	29	60	54	39
2	やや満足	87	68	83	77	76	74	82	65
3	やや不満	83	65	74	80	74	57	62	92
4	大変不満	10	11	11	17	18	14	13	18
5	該当しない	96	129	106	105	113	105	99	96
合計		310	310	310	310	310	310	310	310



市外県内

(回答数)

No	項目	旅行全体	宿泊施設	観光施設	食事	土産品	海のみしさ	景観	交通インフラ
1	大変満足	90	52	57	103	64	107	108	39
2	やや満足	125	86	118	109	105	71	88	90
3	やや不満	22	20	24	21	22	19	19	73
4	大変不満	4	6	9	5	5	10	6	43
5	該当しない	30	107	63	33	75	64	50	26
合計		271	271	271	271	271	271	271	271



(2)市民向けアンケートの結果について

①実施概要

対象者	浦添市内在住者 (在学・在勤者は除く)
実施期間	2025年1/31～2/20 (21日間)
実施方法	WEB アンケート
回答数	205

②実施結果

現状、浦添市においては市民が観光客を見かけることはあっても、日常的に接する機会は少ないことがわかりました。

浦添市に観光客が訪れることによる影響については、プラスの面である【地域の産業が発展する】とマイナスの面である【混雑により交通が不便になる】がそれぞれ最も高い割合となっています。

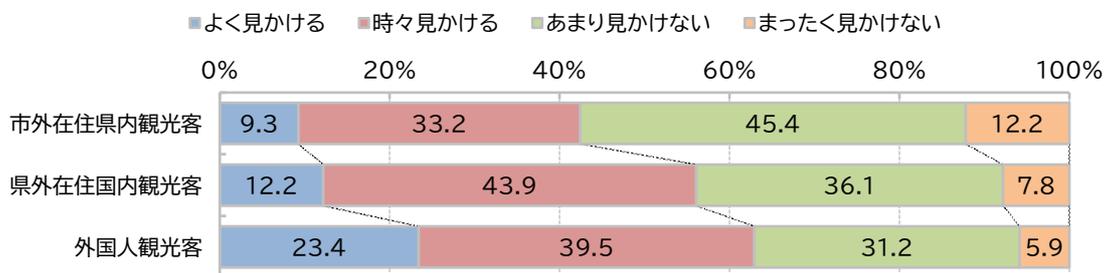
観光振興に対する市民の意向については、【問：浦添市の発展に、観光が重要な役割を果たしていると思いますか】、【問：観光が発展する浦添市に居住することであなたは幸せを感じられると思いますか】、【問：今後、浦添市観光を推進していくことは重要だと思いますか】で「とても思う」、「やや思う」の合計が過半数を占めており、市民が観光を重要なコンテンツだと認識していることが伺えます。一方で、【問：浦添市の観光が発展するとあなたの生活も豊かになるとは思いますか】については過半数に届かず、観光と自身の暮らしはあまり結びついていないことが推察されます。

観光客の来訪意向については、概ね増えてほしいとの回答が多いものの、外国人観光客の増加については、慎重であることもわかりました。

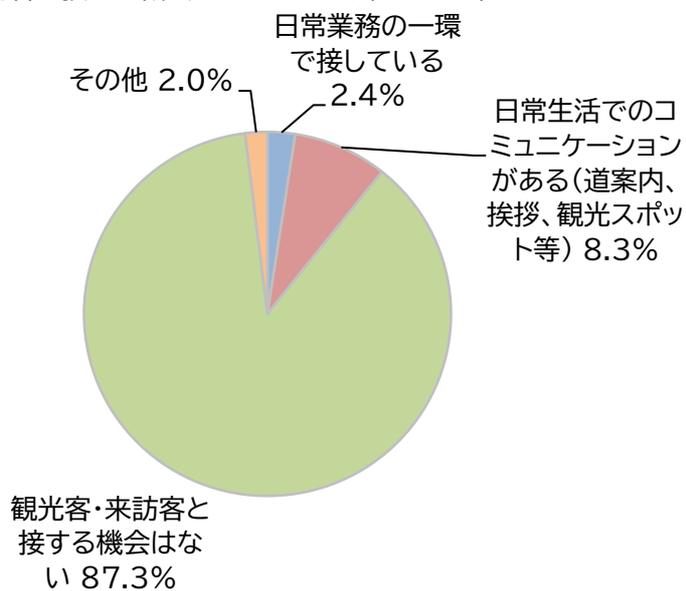
浦添市のスポット認知度やイベントへの参加経験については、項目やイベントごとに差が大きいことがわかりました。市内のスポットやイベントの魅力を高めることも必要ですが、浦添市民が浦添市の魅力をより深く知ることも重要であり、そのための取り組みの必要性が推察されます。

また、今後は浦添観光に対する市民からの幅広い意見を集めるために、アンケート等の定期的な実施やサンプル収集のための周知活動の拡大が求められます。

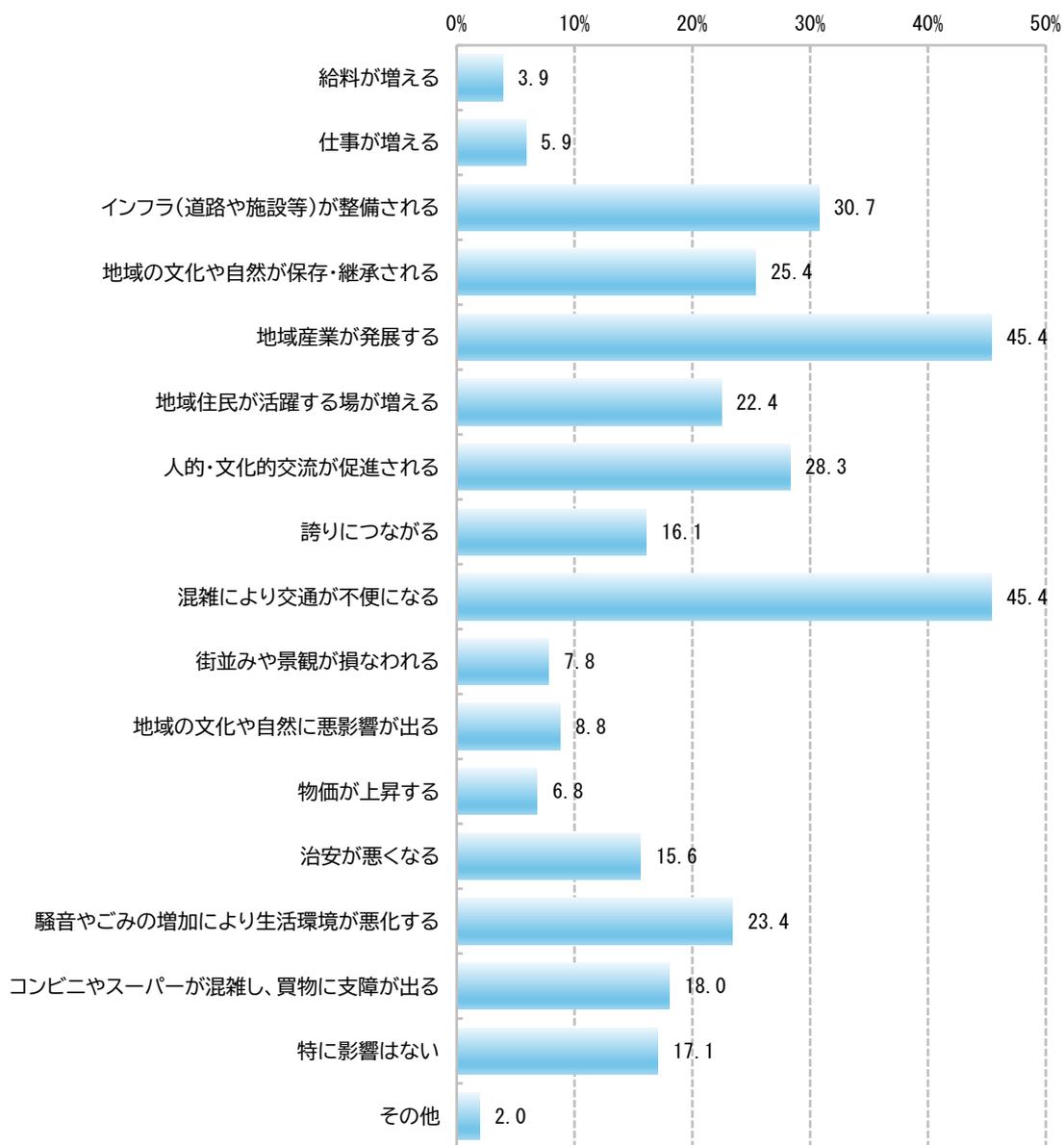
浦添市内で次の観光客を見かけることがありますか。



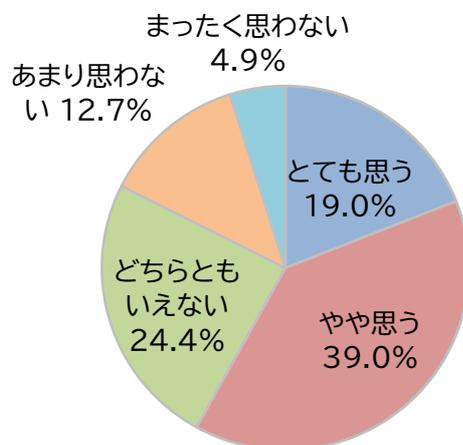
あなたは浦添市内で観光客と接する機会がありますか。(n=205)



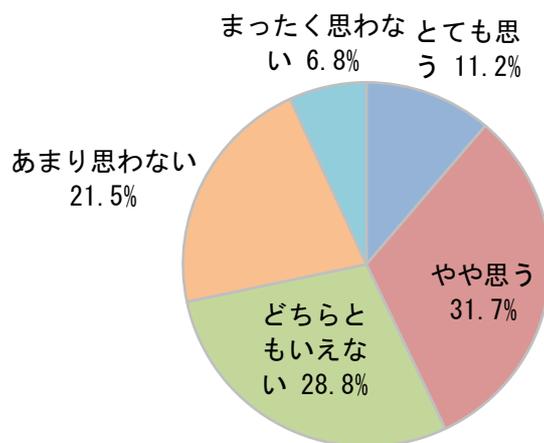
浦添市内に観光客が訪れることであなたの生活にどのような影響がありますか。(n=205)



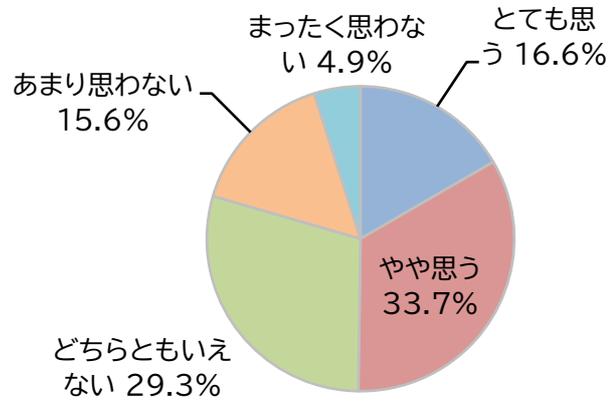
浦添市の発展に、観光が重要な役割を果たしていると思いますか。
(n=205)



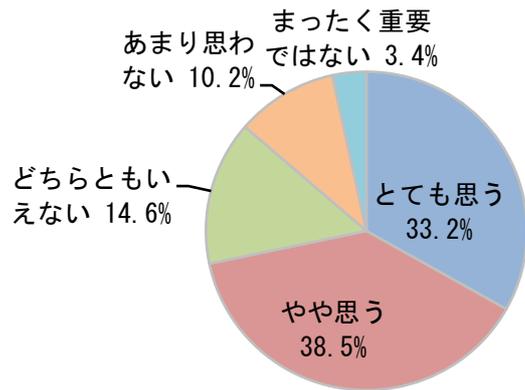
浦添市の観光が発展するとあなたの生活も豊かになると思いますか。
(n=205)



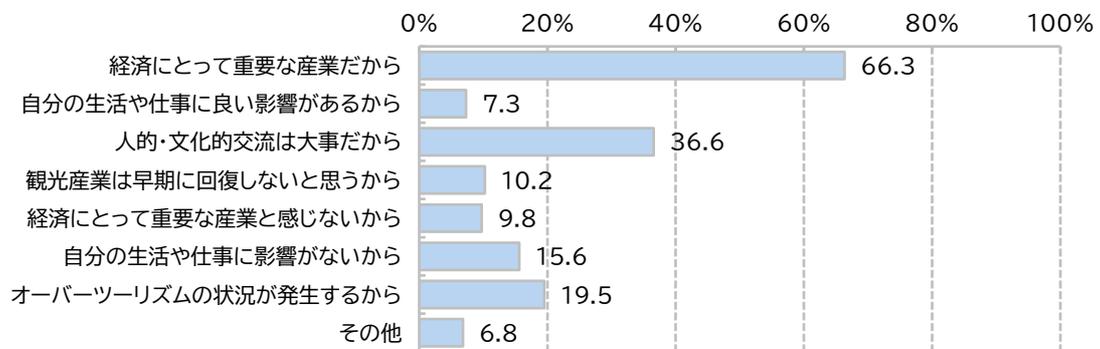
観光が発展する浦添市に居住することであなたは幸せを感じられると思いますか。(n=205)



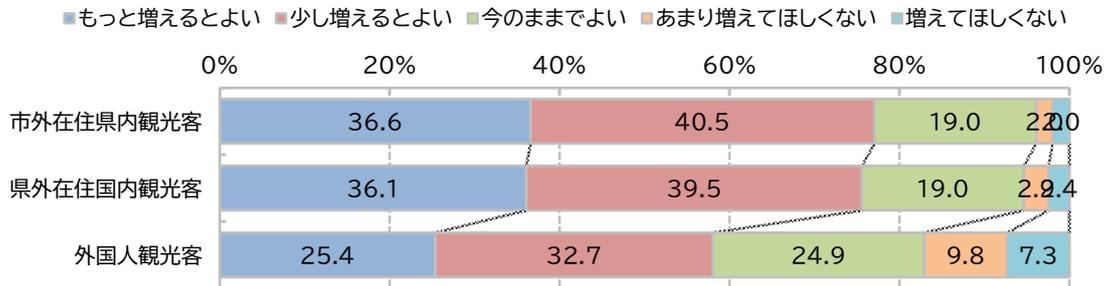
今後、浦添市観光を推進していくことは重要だと思いますか。(n=205)



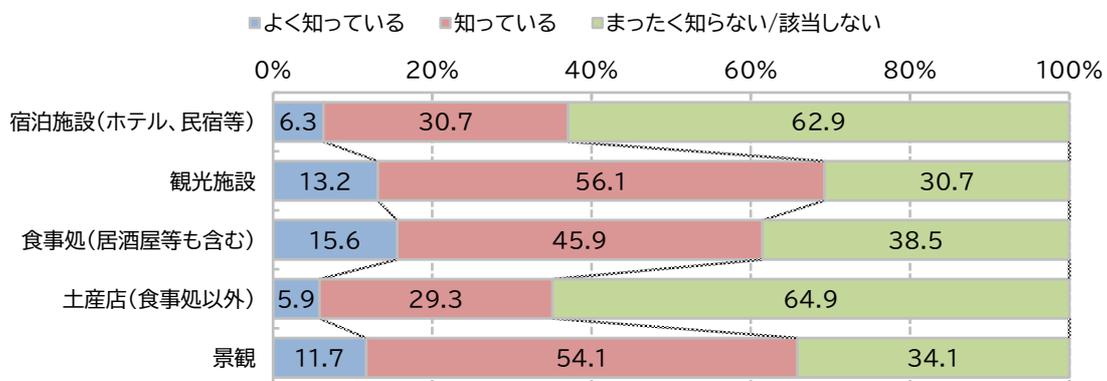
前2問の選択理由として当てはまるものをお選びください。(n=205)



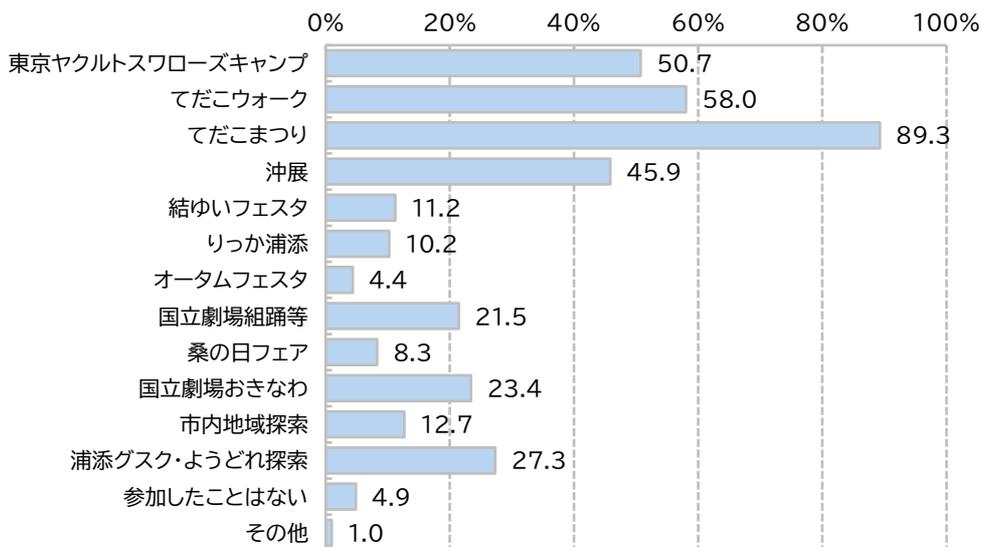
あなたが住む浦添市を訪れる次の観光客が今後もっと増えるとよいと思いますか



あなたが住む浦添市について、観光客が多く訪れる下記項目についてどの程度知っていますか。



あなたが住む浦添市において参加したことがあるイベントとその参加理由を教えてください。(n=205)



(3)人流データの分析結果について

①実施概要

市内への県内外来訪者の発地、来訪、宿泊、滞在時間帯等を携帯位置情報データより把握し、マーケティングに資する分析を行いました。

本調査の分析は、ブログウォッチャー社の全キャリア横断型のGPSデータ「おでかけウォッチャー」を用いて分析を行いました。

調査対象	○対象エリアに30分以上滞在した県内外の来訪者
調査方法 (利用データ)	○ブログウォッチャー社が提携するスマートフォンアプリ(140種類以上)ユーザーから位置情報取得の同意を得て、個人を特定できない様に加工した、帯GPSデータ「おでかけウォッチャー」の月間約3,000万人(全国)のGPS位置情報に基づく「人流データ」を利用して分析を実施
調査期間 (データ取得期間)	○(「時系列分析」を除き)以下、3つの期間を設定し、詳細な分析を実施 期間1:令和6年2月1日~令和6年2月28日 期間2:令和6年8月1日~令和6年8月31日 期間3:令和6年10月1日~令和6年10月31日
対象エリア	○市内の全スポット(一部集計(「その他」)) ①ANA SPORTS PARK 浦添周辺 (「浦添カルチャーパーク」、「浦添美術館」を含む) ②ホテルアラクージュオキナワ周辺 (「字港川(浦添市)」を含む) ③サンエー浦添西海岸パルコシティ ④港川ステイツサイドタウン周辺 (「港川2丁目(浦添市)」を含む) ⑤浦添大公園 (「浦添大公園(ふれあい広場ゾーン)」、「浦添大公園(憩いの広場ゾーン)」、「浦添大公園(歴史学習ゾーン)」を含む) ⑥カーミーゼ ⑦てだこ浦西駅 ⑧ブルーシール 牧港本店 ⑨伊祖2(イオン伊祖) ⑩伊祖3(公園) ⑪伊奈武瀬(浦添市) ⑫浦西ショッピングエリア ⑬浦添前田駅周辺 ⑭屋富祖大通り ⑮経塚駅周辺 ⑯国立劇場おきなわ周辺 ⑰字経塚(サンエー) ⑱字城間(メイクマン) ⑲城間4(リウボウ) ⑳当山2(パークレーズ)

	<p>②①牧港1丁目（コアスポット不明） ②②牧港4（A&W） ②③牧港5（太陽食堂） ②④その他（来訪者数50%未満）</p> <p>の計24箇所（※うち①～⑤のスポットに関しては別途サマリーを作成）。②④は来往者数が全体の50%未満のスポットの小計</p> <p>「周遊分析」に関しては、市外スポット全スポット（一部集計（「その他」）を、①～⑤の市内スポット（経由地）への前後の主な来訪地として分析</p> <p>①イオンモール沖縄ライカム ②コンベンションシティ周辺 ③ハンビーエリア ④那覇バスターミナル周辺 ⑤那覇メインプレイス周辺 ⑥那覇空港 ⑦その他</p> <p>の計7箇所。⑦は周遊者数が全体の50%未満の市外スポットの小計</p>
調査項目	<p>①時系列分析：2021年～2024年の月次データを用いた属性別の沖縄県と浦添市の来訪者数の推移分析 対象エリア①～⑤のスポットのサマリーで県外客の発地（都道府県）、市外県内客（県内市町村）を分析</p> <p>②来訪地分析：属性別の市内スポットへの来訪動向の分析</p> <p>③時間分析：時間帯（朝：5時～9時、昼：10時～17時、夜：18時～23時、深夜：24時～28時）を軸とした属性別の市内スポットへの滞在動向の分析</p> <p>④旅程分析：旅程（日帰り、帰宅日、宿泊日）を軸とした属性別の市内スポットへの立寄り状況や宿泊先県内市町村の分析</p> <p>⑤周遊分析：対象エリア①～⑤のスポット（経由地）を軸とした属性別の前後立寄先の分析</p> <p>⑥スポットサマリー：②～⑤の情報を対象エリア①～⑤のスポット毎に集約、レポートを作成</p>

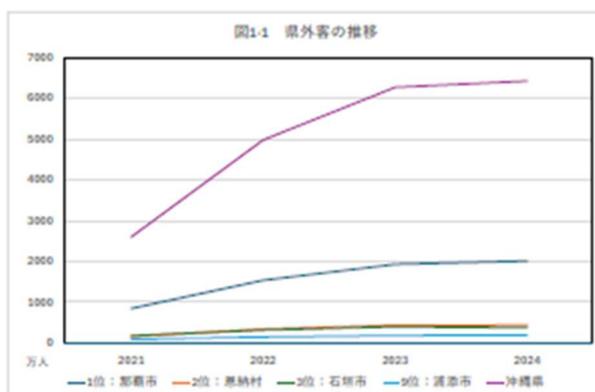
②調査項目のまとめと課題

【時系列分析】2021年～2024年の月次データを用いた属性別の沖縄県と浦添市の来訪者数の推移分析

2021年から2024年の浦添市の来訪者の動向を分析すると、浦添市の県外客数は、県全体や那覇市ほどの急増は見られないものの、一貫して増加を続けており、2024年においても増加傾向が鈍化していない点が特徴的です。一方、市外県内客については、微減傾向にありながらも、一定の集客力を維持しています。市内客に関しては、浦添市内で消費が完結している割合が減少傾向にあり、隣接する那覇市や宜野湾市への流出が進んでいることが示唆されます。

2月のプロ野球キャンプは、特に週末・祝日に県外客や市外県内客の来訪を大きく増加させる効果があるものの、平日は低調であり、月全体の来訪者数の増加にはつながっていません。このため、キャンプ期間中の平日の誘客策の検討が課題となります。

10月のてだこまつりでは、市外県内客と市内客の来訪が顕著に増加し、特に市内客の集客効果が大きい傾向があります。しかし、県外客の増加は限定的であり、祭り終了後は急激に来訪者数が減少しています。



【来訪地分析】属性別の市内スポットへの来訪動向の分析

浦添市の観光動向を分析すると、訪問者の特性ごとに適切なターゲット層を設定し、それに応じた施策を展開することが求められます。

まず、県外客は、「パルコシティ」や「ANA SPORTS PARK 浦添周辺」、「港川ステイツサイド周辺」などが主な来訪先となっており、ショッピングやスポーツ観戦、異国情緒を求める層が多いです。特にプロ野球キャンプが開催される2月にはANA SPORTS PARK 浦添周辺の訪問者が増加し、観戦目的の旅行者が多いことが分かります。また、「港川ステイツサイド周辺」は米軍住宅跡地を活用した観光地であり、外国文化に関心のある県外客の誘致に適しています。

次に、市外県内客に関しては、「字経塚(サンエー)」や「当山2(パークレーズ)」などの生活圏に近い商業施設の利用が多く、買い物を目的とした来訪が中心となっています。「パルコシティ」も市外県内客の割合が高く、安定した集客が見られます。また、「浦添大公園」は歴史・文化に関心のある層や家族連れの出かけが多く見られます。

さらに、性・年代別の傾向を見ると、「ブルーシール牧港本店」では20代男性の来訪が多く、「パルコシティ」では30～50代の女性や家族連れの来訪が目立ちます。「港川ステイツサイド周辺」は20～30代の女性に人気があります。



【時間分析】

昼間(10時～17時)は最も訪問者が多く、「パルコシティ」や「字経塚(サンエー)」といった商業施設に集中しています。夜間(18時～23時)は、「城間4(リウボウ)」や「当山2(パークレーズ)」などの商業施設や飲食店の利用が増加します。深夜(24時～28時)は、「ホテルアラクージュオキナワ周辺」などの宿泊施設周辺に一定の訪問者が見られます。朝(5時～9時)は、「字経塚(サンエー)」や「経塚駅周辺」で訪問が多く、通勤・通学者の利用が目立ちます。

2月(プロ野球キャンプ期間)は、「ANA SPORTS PARK 浦添周辺」への訪問者が急増し、県外客の割合が高まります。8月(夏休みシーズン)は、家族連れや観光客が増加し、「パルコシティ」や「浦添大公園」への訪問が増えます。10月(てだこまつり期間)は、「浦添大公園」への来訪が顕著になり、市内客・市外県内客が主な訪問者となります。

日帰り客は、「パルコシティ」や「字経塚(サンエー)」などの商業施設への訪問が多く、買い物目的が中心です。宿泊客は、「ホテルアラクージュオキナワ周辺」や「ANA SPORTS PARK 浦添周辺」に多く滞在し、夜間の訪問者が増加します。帰宅日(チェックアウト日)の観光客は、午前中に「パルコシティ」や「字経塚(サンエー)」を訪れる傾向があります。



【宿泊先分析】

県外客の宿泊は主に那覇市や恩納村に集中し、浦添市内の宿泊施設には限りがあるため、これらの地域の宿泊者を浦添市の観光スポットへ誘導する施策が求められます。特に、恩納村の宿泊者は「港川ステイツサイド周辺」への訪問が多く、異国情緒のあるカフェや雑貨店への関心が高いことが分かります。

また、那覇市の宿泊者は2月の「ANA SPORTS PARK 浦添周辺」への訪問が多く、プロ野球キャンプの影響が顕著です。

【周遊分析】

浦添市内の各スポットの周遊パターンを分析すると、観光客や地元客の動向に一定の傾向が見られます。空港から立ち寄る傾向が強いスポットとして、「パルコシティ」、「浦添大公園」などが挙げられます。県外客はショッピングを目的として訪れることが多く、特に30代、40代の利用が目立ちます。

次に、「ANA SPORTS PARK 浦添周辺」や「ホテルアラージュオキナワ周辺」を経由す

る観光客は、プロ野球キャンプや観光目的で訪れた後に「浦添大公園」、「港川ステイツサイド周辺」などへ移動する傾向があります。特に2月には、男性観光客が「ANA SPORTS PARK 浦添周辺」から「浦添大公園」や「港川ステイツサイド周辺」に向かい、10月には女性観光客が「パルコシティ」や「浦添大公園」へ向かうケースが増加しています。

また、「港川ステイツサイド周辺」は、買い物や飲食を目的とする訪問が多く、県外客は観光スポットを巡った後に訪れ、市外県内客は生活圏内の施設を訪れた後に立ち寄る傾向があります。特に20代の女性県外客は、ショッピングを目的に「パルコシティ」や「ANA SPORTS PARK 浦添周辺」から訪れる傾向にあります。

(4)市民ワークショップ開催報告

i)計画素案策定前(第1回・第2回)

①実施概要

実施日時

第1回:2025年8月22日(金)19:00~21:00

第2回:2025年8月29日(金)19:00~21:00

実施場所

浦添市役所 6階会議室

参加人数

第1回29名、第2回25名、合計54名

参加者属性

- 年代:10代6名、20代16名、30代6名、40代8名、50代11名、60代5名、70代2名
- 居住地:浦添市内を中心に、那覇市・宜野湾市・西原町・北谷町など
- 勤務・通学状況:浦添市内51%、県内(浦添市外)35%、その他14%

②ワークショップの目的と位置づけ

本ワークショップは、浦添市観光振興計画の改定にあたり、市民から広く観光に関する意見を収集し、計画に反映することを目的として実施しました。特に10代・20代をはじめとする若年層からの意見を重視し、市民に浦添の観光について考える機会を提供する場として位置づけました。

③実施方法

進行手順

1. 主催者挨拶
2. チェックイン(参加者自己紹介・グループワーク)
3. 観光の切り口を知ろう！(5W1Hの視点共有・インプット)
4. 浦添市の観光のいま(昨年度調査データの共有・インプット)
5. 新たな「魅力」を発見しよう！(カードワーク・グループディスカッション)
6. 振り返り(浦添市からの感想共有など)
7. アンケート&集合写真撮影

④ワークショップの結果

(1)強み(浦添市の観光資源・特徴)

・てだこまつり

11回と最も多く言及。花火の壮大さや歴史絵巻、エイサーなど文化的魅力が高く評価されました。

・港川ステイツサイドタウン

「おしゃれなお店」「カフェ巡り」「アート」など若者や観光客に魅力的とされました(9回)。

・ホテルアラクージュオキナワ

「プール」「海を一望できるランチ」などリゾート性や家族連れ向けの要素が評価されました(9回)。

・国立劇場おきなわ

組踊や伝統芸能の鑑賞機会が浦添市の文化的魅力として挙げられました。

・屋富祖通り

「地元の交流の場」「友人の店」など、人との繋がりが魅力として言及されました。



※「うらそえ魅力発見カード」として浦添市内の体験施設、宿泊施設、飲食店、イベント、文化、取組など 37 枚を事務局で作成。参加者が考える魅力や切り口（6W1H）を記述した付箋紙が多く貼られたカードを強みとしてカウントしました。

(2)課題(受入体制・交通・情報発信・人材など)

- ワークシート記入内容
 - 交通渋滞、公共交通機関の不足、駐車問題
 - 物価高や混雑、夜間騒音による生活の質の低下
 - ゴミ増加など環境問題への懸念
- 事後アンケート記入内容
 - 写真映えスポットや体験型コンテンツなど若者向け観光の不足
 - 宿泊施設や市内循環バスの整備への要望
 - 浦添の歴史・文化資源の再発見と効果的な情報発信の必要性

浦添市の観光が盛り上がりました。私の生活は

そのせいで・・・

そのおかげで・・・

ワークシート
魅力発見

※参加前後で浦添の観光が盛り上がった結果、どのようなポジティブ/ネガティブな影響があるかを記入したワークシートと、事後アンケートの2つから課題を抽出しました。

(3) アイデア・提案

- 歴史追体験や音楽・食など、テーマに特化したツアー企画
- てだこまつり花火を「ワカリジー」から鑑賞する新企画
- 若者向け体験型観光(アート・音楽・写真映えスポットの充実)

魅力発見ワークショップ

※「うらそえ魅力カード」を活用し、新たな観光魅力プロジェクトをチームごとに企画し、発表しました。

⑤まとめ

- ワークショップの結果、参加者からは「てだこまつり」や「港川ステイツサイドタウン」、「地元のカフェ」などが魅力として数多く挙げられました。これは、多くの市民が地元の資源を「自分たちが楽しむための生活資産」としては十分に認知し、愛着を持っていることを示しているものと考えられます。
- 一方で、市民向けアンケート結果において「観光が生活を豊かにする」という実感が低かったことと照らし合わせると、市民はこれらの資源を、市外から人を呼び込むための「観光資源」としては、まだ十分に認識できていないことが示唆されます。
- また、観光振興時の交通渋滞やインフラ不足といった市民生活に直結する課題への懸念も強いことが、確認できました。
- 今後は、市民が日頃親しんでいる生活資産・地域資源が実は市外の人にとっても魅力的な「観光資源」であることを再発見し、観光振興が市民生活の質の維持・向上（インフラ改善や誇りの醸成など）にもつながるという、「住んでよし、訪れてよし」に向けた意識を醸成していくことが重要と考えられます。

ii) 計画素案策定後(第3回)

①実施概要

実施日時

2025年12月12日(金)19:00~20:30

実施場所

浦添市役所 7階 702 会議室

参加人数

9名

参加者属性

- 年代:10代1名、20代2名、30代1名、40代1名、50代4名
- 居住地:浦添市内(宮城、伊祖、港川、経塚など)および那覇市
- 勤務・通学:市内勤務・通学者が過半数を占めるほか、県内他市町村勤務、リモートワーク等の県外勤務者も参加



②ワークショップの目的と位置づけ

本ワークショップでは、第1回・第2回における地域資源の魅力発見のフェーズから一歩踏み込み、観光振興に向けた「具体的なアクションプラン(施策)」を市民と共創することとしました。この時、単にアイデアを出すだけでなく、その施策において「市民自身がどのような役割(プレイヤー)を担うか」を議論することで、観光振興を他人ごとではなく「自分ごと」として捉える変化が生まれることを狙い、計画実行時の担い手候補の発掘・育成にもつなげる場として位置づけました。

③実施方法

進行手順

1. オープニング・主催者挨拶
2. チェックイン
3. 導入インプット(浦添市の観光のいま)
4. 展開ワーク:コンテンツづくり(観光をデザインしよう!)

5. 発表・シェア
6. 振り返り・アンケート

施策検討テーマ(以下の 5 つから選択)

1. 市民へ浦添の地域資源や観光の魅力を伝える機会の創出
2. 地域飲食店と連携した誘客促進
3. 魅力的な市産品の開発・消費拡大
4. ナイトタイムエコノミーの創出による滞在時間延長
5. インバウンド(海外客)向けの情報発信体制の整備

④ワークショップの結果

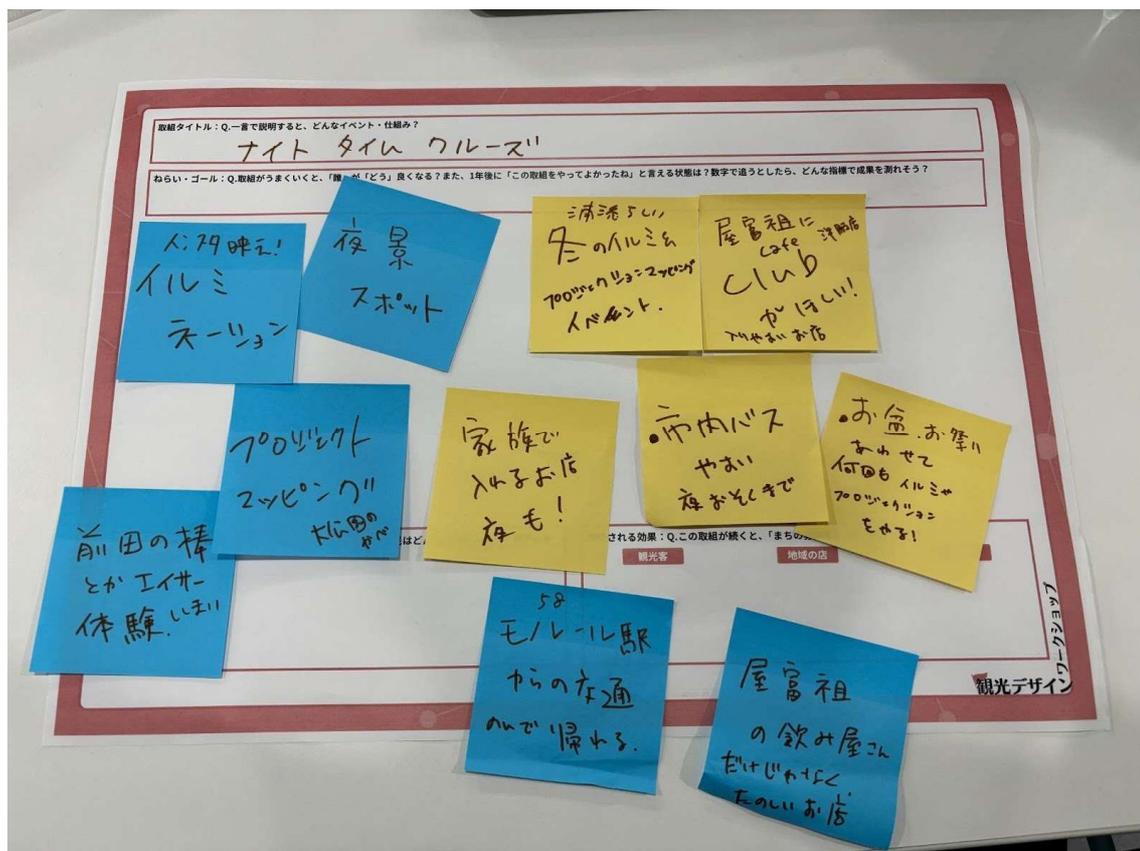
参加者は提示された 5 つの施策検討テーマから関心領域を選択し、3 つのグループに分かれて、具体的な施策案の検討を行いました。

事務局が準備した Notion 資料やエリアマップ等のリソースも活用し、単なる願望(～したい)ではなく、ターゲットや効果指標を含めた「施策(アクション)」として具体化されました。

(1)成果:具体的なアクションプランの創出(施策案)

各グループからアウトプットされた施策案は以下の通りでした。これらは、実現可能性が意識されており、また、第 1 回・第 2 回の「スポットの羅列」とは異なり、「誰が・どう動くか」という事業構造を伴った提案となっています。

i)ナイト タイム クルーズ(テーマ:ナイトタイムエコノミーの創出による滞在時間延長)



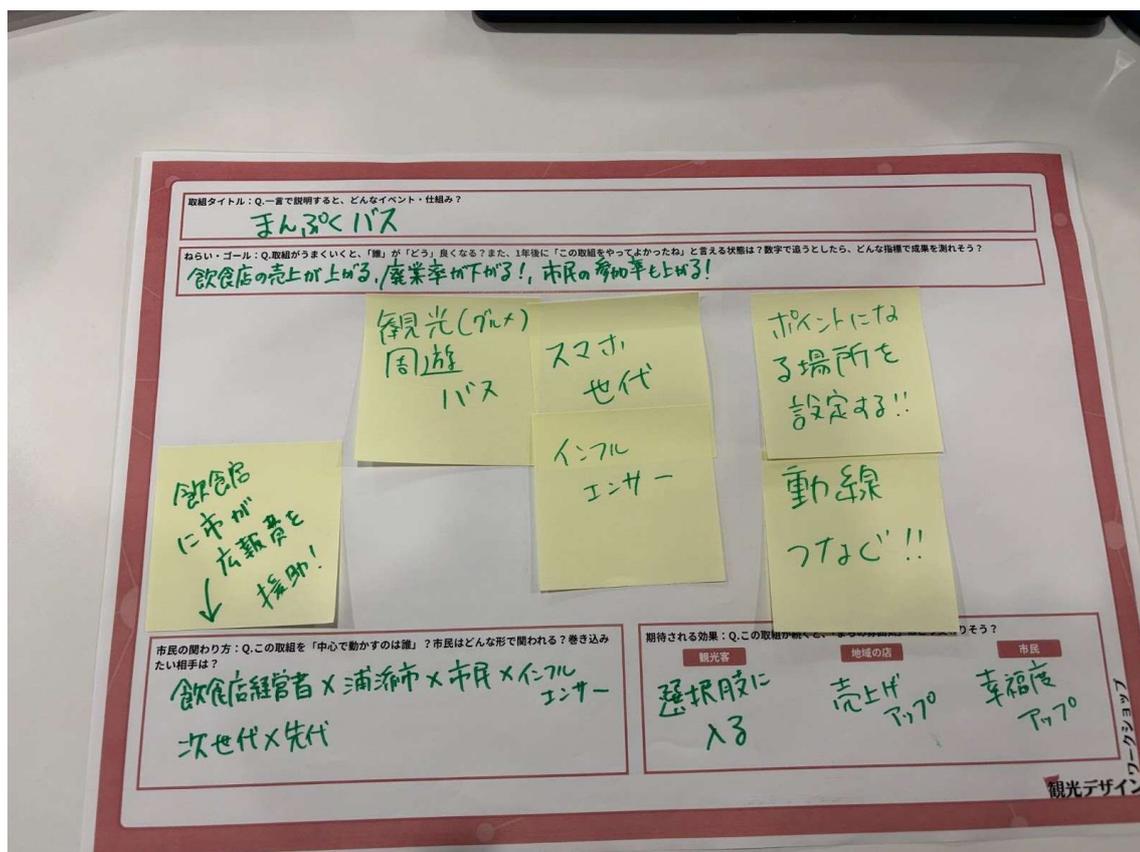
概要

浦添の夜の資源を活用し、観光客が夜遅くまで楽しみ、かつ安全に帰宅できる仕組みづくり

具体的な取り組み

- コンテンツ: 冬のイルミネーションや、浦添城跡等でのプロジェクションマッピングイベントの実施。イイサー体験や前田の棒など、伝統芸能との掛け合わせ。
- エリア連携: 屋富祖通りを単なる飲み屋街ではなく、「カフェ」や「クラブ」など若者や観光客が入りやすい店舗を増やし、夜の周遊スポットとする。
- 交通整備: モノレール駅からの交通確保や、夜遅くまで走る市内バスの運行により、安心して楽しめる環境を整える。
- ねらい・効果: 「インスタ映え」を意識した視覚的な魅力創出により、若者や家族連れの来訪を促進する。

ii) まんぷくバス(テーマ: 地域飲食店と連携した誘客促進)



概要

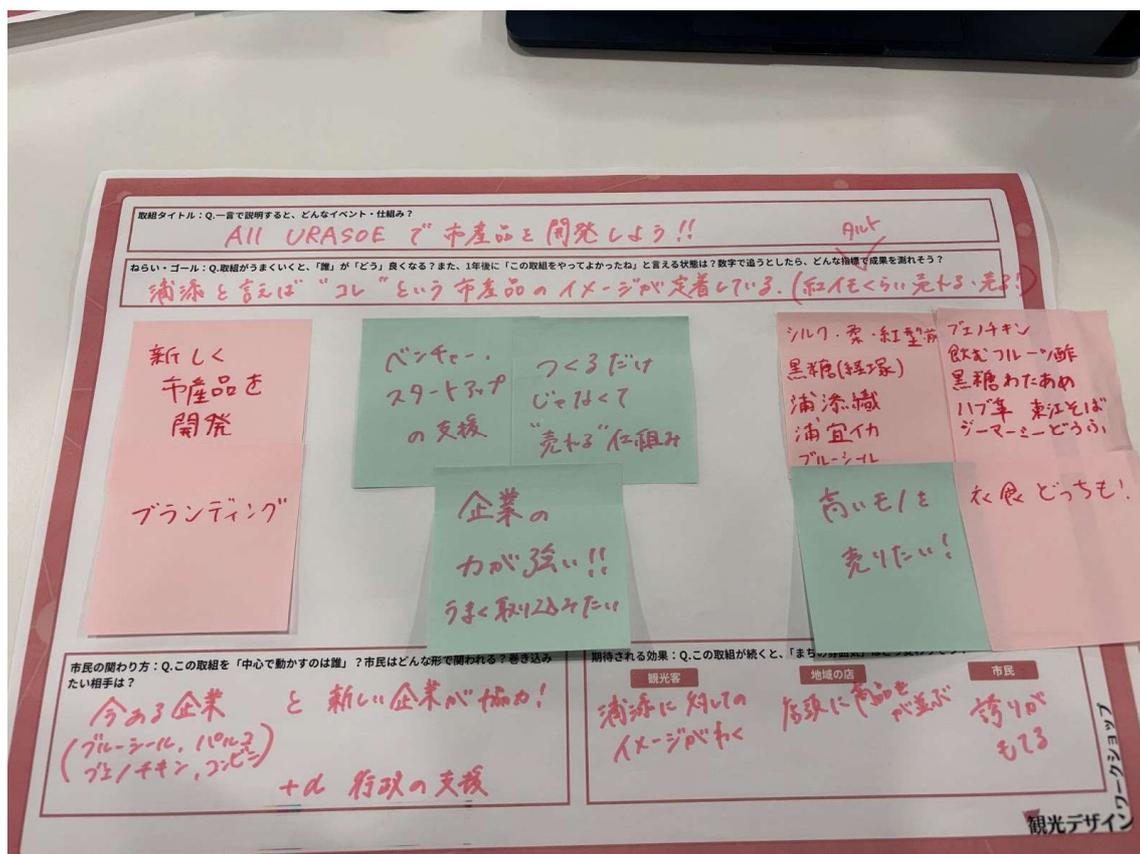
市内の飲食店を周遊する「観光グルメバス」を運行し、食を通じた地域活性化を図る

具体的な取り組み

- 仕組み：スマホ世代をターゲットに、インフルエンサーと連携して「ポイントになる場所(映えスポット等)」を設定し、動線をつなぐバスを運行する。
- 体制：飲食店経営者×浦添市×市民×インフルエンサーに加え、「次世代×先代」の協力体制を築く。
- ねらい・効果：飲食店の売上向上だけでなく、廃業率の低下や市民の幸福度アップを目指す。移動手段を提供することで、飲酒運転防止等の交通課題解決も視野に入れる。

iii) All URASOE で市産品を開発しよう!!

(テーマ：魅力的な市産品の開発・消費拡大)



概要

「浦添といえはコレ!」と言われる、紅いもタルトのような圧倒的な知名度を持つ市産品の開発とブランディング

具体的な取り組み

- 資源の活用: 既存の資源(経塚の黒糖、浦添織、浦添イカ、桑、フェノチキン、飲むフルーツ酢など)を再編集し、新しい商品を開発する。
- 仕組み: 単に作るだけでなく、「売れる仕組み(ブランディング)」を重視し、スタートアップやベンチャー企業の支援を行う。
- 連携: ブルーシールやパルコシティなどの既存大手企業と、新しい企業が協力する体制構築。行政は「+α」の支援を行う。
- ねらい・効果: 高いもの(高付加価値)と衣食(大衆向け)の両面を展開し、浦添に対するブランドイメージを醸成する。

(2)全体を通じた傾向と考察

参加者が作成した成果物および議論からは、以下の共通する視点が見受けられました。

- 「交通・移動手段」の確保が前提

「ナイトタイムエコノミー」や「食の周遊」などのいずれのテーマにおいても、バス・モノレールからの二次交通など、「移動の足」の確保が施策成功の鍵であるという認識が示されました。

- **新旧・官民の連携**

「次世代×先代」「今ある企業×新しい企業」といった記述に見られるように、既存の資源や事業者を尊重しつつ、新しい感性やプレイヤー（若者、インフルエンサー、スタートアップ）を巻き込む「共創」のスタイルが強く求められていました。

- **「発信」と「見せ方」への意識**

「インスタ映え」「ブランディング」「売れる仕組み」といったキーワードが多用されており、単に良いものがあるだけでなく、それを現代的な手法でどう届けるかという、マーケティング視点を持った意見が多く見られました。

(3)参加者の意識変容

アクションを検討するプロセスを通じ、以下の通り、参加者自身の意識が「客観的な評論」から「主体的関与」へと大きくシフトしたことが確認されました。

- **「伝える側」としての自覚**

具体的な施策を議論する中で、「観光客を呼ぶには、まず自分たちが地元の歴史や魅力を正しく語れなければならない」という「インナープロモーション（市民への浸透）」の必要性が、市民側から自発的なアクションとして定義されました。

「魅力に気づいた」段階を超え、「魅力を伝えるために学ぶ必要がある」というプレイヤーとしての課題意識が芽生えたことは大きな成果です。

- **異世代・異業種連携への意欲**

ワークシートに記された「次世代×先代」「今ある企業×新しい企業」という言葉の通り、10代から50代までの参加者において、世代を超えた連携こそが浦添観光の鍵であるという共通認識を得ました。事後アンケートでも「交流できたことが最大の収穫」「世代をつなぐ雰囲気作りを目指したい」との記述があり、実行組織の土壌が形成されつつあることが確認できました。

⑤まとめ

本ワークショップを通じ、市民が「観光施策」を具体的に描いた結果、その実行には「交通インフラの整備（行政の役割）」と「市民自身による発信と学び（市民の役割）」の両輪が不可欠であるという結論に、市民自身の議論で到達していました。前回までの「魅力発見」から確実にステップを進め、計画を実行に移すための「具体的な事業の種」と、それを担う「市民プレイヤーの芽」を確認することができました。

計画策定においては、提案された「ナイトタイム」「食の周遊」等を施策に盛り込むとともに、今回芽生えた市民の主体性を維持・発展させるため、計画の実行段階では、座談会やフィールドワークを通じた「市民が観光を学び、実践する場の継続的な提供」が重要となります。

(5)関連する事業者・団体へのヒアリング調査

①調査概要

対象となる事業者・団体	浦添市内に拠点を置く観光に関連する事業者や団体、施設 (本社が浦添市外にある場合も対象)
実施期間	2025年8～11月
実施方法	対面によるヒアリング
ヒアリング事項	<ol style="list-style-type: none"> 1.観光客の来客は多いか 2.どのような属性の観光客が多いか(国内客/インバウンド、アジア/欧米…) 3.観光客はどのように情報を得て訪れているか 4.今後観光客の集客を増やしたいか(不要かも) 5.観光客対応における課題 6.観光客から寄せられる意見や要望 7.浦添市に求めること 8.浦添市との連携のありかた(観光協会、通り会、商工会議所) 9.観光の資源や魅力となりうる要素や取組について(自社及び他社) 10.今後観光客に対してどのようなサービス、職種に需要があるか <p>(※上記からヒアリング先の業種や形態に応じて質問)</p>

②調査結果

各団体や事業者ヒアリングを行い、浦添観光について感じる課題や今後の計画や施策に関連する事項を抜粋しまとめました。

【歴史・文化施設ガイド】

- 浦添城跡周辺には魅力的で観光客に案内したい場所がたくさんある。発信する方法や順序を検討することが大切だと考えている。
- 客層としては、個人で情報収集して来る人が多い。一部修学旅行で、平和教育の一環として学生が訪れることもある。
- 長期的な運営維持のために若手ガイドも採用していきたいが、予算の課題が大きく、難しい。アップダウンの多い場所でもあり、現状のままでは、ガイドの高齢化が進み、運営維持にも影響が出る。予算が増額されればありがたい。

【文化・芸能施設】

- 直近の来訪割合は、地元客 90%弱、県外客10%、インバウンド 2~3%程度。コロナ前はインバウンドの来訪は1%程度だったので、倍以上に増え、過去最高の数字となっている。
- 国や県も伝統文化に触れる機会を増やしていきたい方針を持っているので、今後も来場者を増やしていきたい。
- 現状、来場者の年齢層が高く、立地的にも車がほぼ必須なので今後の来場者減を懸念している。
- 浦添市の外国客向けの発信方法に課題を感じる。運営している中でポスター1枚の言語の表示だけでも、変わってくると感じている。沖縄県の観光客増加は続くため、閲覧の多言語化や浦添市として発信したい内容ポスターなどでも多言語でアプローチするなど特徴を出したアプローチが必要だと考える。
- 主要施設間のバス運営(周遊)など検討できないか。

【小売事業者】

- 開業当時はインバウンドの来客目標を2割としていた。現在はおよそ17~8%程度。国内観光客も含めた観光客売り上げのトータルは3割近い認識。コロナ収束後順調に増加している。
- SNSによる情報発信や現地(台湾)の事業者とタイアップすることでインバウンドを呼び込んでいる。旅行会社のツアーパッケージに組み込む契約も行った。今後もインバウンド、特に台湾からの誘客に注力する。リピーター化している顧客もいるのでニーズをつかんで先手を打てるようにしたい。沖縄らしさだけでなく、日本らしさも意識している。
- 浦添市特産の桑の商品はよく売れたが、浦添から特産品を取り扱ってほしいという要望

は少ない。(他の市町村からの販促に向けた要請は多く、受けることもある)

センタービジョンで浦添の観光スポットを提示し地域のスポットを常に PR している。

最大の魅力は空港と港に近い立地だと考えている。

浦添市は、周辺市町村と比較して平均年齢が若いため地域のポテンシャルを感じている。

- もっと観光客に向けてのアピールが必要。一事業者の取り組みだけでは限界がある。
自治体とは常々協力したいと考えているので、要請があれば前向きに取り組みたい。将来的な軍港移設や牧港補給地区(キャンプ・キンザー)返還の折には近隣の土地を利用したい意向もあるので、様々な面で市とはコミュニケーションを取りたいと考えている。
- 具体的な連携の方策として、市内観光施設の入場券を持っていれば当社で割引サービスを適用したり、逆に観光施設を有料化し、当社のレシートがあれば観光施設の入場料割引などをして相乗効果が生まれるような取り組みをしたい。

【飲食店】

- 店舗ごとの差はあるが、全県平均の来客者属性は、県内4割、県外4割、海外2割となっていて、北谷などの観光地は県内客の割合が下がる。特にインバウンドの来客が増加しており、アジア系が多いが、ヨーロッパ系の来客も増えつつある。
- 個人単位の来客が多く、リサーチは行っていない。ただし、台湾の方などは、SNS などの閲覧からの来店が多いと聞いている。
以前は、観光関連のバスも不定期で来ていた時期もあったが、最近は来ていない。観光事業者と連携した送客についても、現時点では行っていない。
- 観光においては、スポット場所が少ないと感じます。浦添城跡などの魅力のある歴史文化もあるが、発信にもっと力を入れて取り組んだ方が良いと感じる。特産品についても、PR を行った方がいい。
交通渋滞についても、課題が多いと感じる。浦添から那覇向けの渋滞が多く、道路拡張によりある程度は良くなったものの、未だ課題があると感じる。渋滞により、観光客の立ち寄りも少なくなる可能性もある。
- 浦添市に住んでいる子供達の地元企業への体験学習や、啓発に繋がる活動などについては、弊社としても協力できる部分もあると思う。その結果、市内の方の浦添の魅力発見などに繋がるのではないかと感じます。
また、国立劇場(伝統芸能分野)においても、大変魅力のある文化であり、集客への取組強化などにより PR ができるのではないかと感じます。

3. 前回計画の振り返り

浦添市観光振興計画(2018～2025)は、以下の各項目に数値目標を設定し、様々な取り組みを実施してきました。計画改定に当たり、直近の実績値を集計し、全体及び各項目に関する振り返りを行いました。

前回計画の数値の推移を振り返ると、総じてコロナ禍における沖縄県全体の観光の停滞と同様の動きでした。数値を集計を行った 2023 年(2024 年)実績はコロナ禍からの回復の途上にあり、当初の設定した目標とは乖離がある結果となりました。

また、今回の振り返りを行うにあたり、各数値目標に紐づく施策の定量的な評価が実施されていないため、目標未達成である要因の特定が難しくなっていることも新たな課題として分かりました。これを踏まえると、本計画においては、将来像実現のための KGI だけでなく、重要度に応じて個別施策に対しても定量的に評価できるよう数値目標(KPI)を設定することが肝要と考えられます。

	2018 年	2023 年又は 2024 年 (実績値)	
イベント参加者数	31 万人	23 万人	2020～2022 年にコロナの影響でイベントの中止が多く、予想より参加者増加の伸びが少なかったと考えられる。
ウェブサイト閲覧数	52 万件	38 万件	2020 年度までは堅調であったが、コロナの影響により減少に転じ、その後の回復が芳しくない状況がうかがえる。
入域観光客数	40 万人 ・ <u>県外 23 万人</u> ・ <u>県内 17 万人</u>	23 万人 (県外のみ)	前回調査から算出方法を改変したため、単純な比較は困難である。2020 年からコロナの影響により減少し、その後は細かな増減を繰り返しながら、徐々に回復傾向にある。(県外客のみ)
宿泊者数	—	3.6 万人	コロナの影響を受け 2020～2022 年は減少傾向にあったが、2022 年後半、市内に新たな宿泊施設がオープンした影響もあってか、微増の傾向がうかがえる。
観光消費額	23 億円	34 億円	県外観光客の消費金額×入域数にて算出

4. 解決すべき浦添観光の課題について

(1) 市民に対する浦添市観光の魅力発信と価値の再発見

市民への情報発信は前回計画でも課題として取り上げられていたものの、市民向けアンケートの結果からは、観光が生活を豊かにするという実感の低さが課題として見られました。一方で市民向けワークショップでは、市民が地元のイベントやスポット等に強い愛着を持っていることが確認されました。現状は、市民に対し、市内の歴史・文化施設や商業施設が、市外から観光客が訪れる価値のある「観光資源」であることを伝えられておらず、市民としても十分に認識できていない状況にあります

市民において、自分たちが日頃親しんでいる資源が「観光資源」にもなるという価値の再発見が進むことで、市民による主体的な情報発信や誇りの醸成にもつながり、観光客が多く訪れることに対する理解も得られるようになります。

本計画においては、市民に対する魅力発信と市民の観光に対する更なる理解を深めるための取り組みを行うことが重要となります。

(2) 浦添市が持つ観光地としての魅力の最大活用

観光客向けアンケートの浦添市観光満足度に関する結果では、県外客からの回答で「満足した(大変満足+やや満足の合算)」割合が全ての項目で5割を下回りました。

前回計画の「施設を核とした賑わいの創出」はまだ発展する余地を残しており、浦添市と浦添市の施設が持つ魅力を磨き上げ、確立された観光地となることで、より多くの観光客の満足を得られるような観光のあり方を作り上げる必要があります。

(3) 情報発信の強化

市民に対してだけでなく、観光客に対する情報発信についても、現状、企業や団体、施設に依っている面が強くなっています。SNSを通じたアプローチや、インバウンドに向けての多言語対応など、情報発信体制を強化する必要があります。また、どの層にどのような情報を届けるのか、どのスポットに訪れてもらいたいかというようなマーケティング戦略をより有用にするために、人流データなどの定期的な情報収集も求められます。

(4) 観光客受け入れ環境の充実

前回計画から続く観光振興の一つのゴールでもある「地域経済の発展」を達成する上で、域内消費額の拡大と滞在時間の伸長は欠かすことができない課題となります。前回計画期間中に新たなホテルが開業したものの、いまだに宿泊先が限られる浦添市におい

ては、その他の受け入れ環境充実も重要です。ヒアリングで取り上げられた公共交通機能の充実や駐車場不足、渋滞改善などについては引き続き取り組むべき項目となります。

(5)観光関連施設・事業者との連携強化

前回計画において、市内事業者の観光における役割は、「観光の主体的な担い手」とされていましたが、ヒアリング調査の結果、行政に対する様々な要望を持っていることが分かりました。また、事業者としてできることには限界があるとの声もありました。

一方で、要望だけでなく、行政と事業者が連携して観光客を呼び込むためのアイデアや意欲を持っていることも分かりました。行政だけでは対応できない範囲を、観光協会や観光施設や事業者と協働することで、更なる観光振興に取り組む必要があります。また、今回ヒアリングの対象となっていない施設や事業者においても、行政に対する要望や協働の余地があることも想定されるため、更に広く声を集めるための体制づくりも必要となります。

3章 観光振興の考え方

浦添市観光振興のキャッチフレーズ
 古の王城と新たないぶきに出会う てだこのまち うらそえ
 ～住んでよし、訪れてよしの持続可能な観光地形成に向けて～

●浦添市観光における目標

<p>1.市民や事業者が浦添観光の魅力を理解する。 ～市民に満足してもらう～</p>	<p>2.浦添市の楽しみ方、過ごし方を観光客に知ってもらう。 ～知ってもらう～</p>	<p>3.市内への観光客が増え、宿泊を伴う滞在が増える。 ～滞在してもらう～</p>	<p>4.持続可能な観光を推進し、観光客の満足度を高める。 ～観光客に満足してもらう～</p>	<p>5.観光客による消費が増え、地域経済が活性化する。 ～経済効果を上げる～</p>																																								
<table border="1"> <thead> <tr> <th>指標</th> <th>実績値</th> <th>目標値</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="3">観光客に訪れてほしいと思う市民の割合</td> <td>市外県内： 81.8%</td> <td>市外県内： 90%</td> </tr> <tr> <td>県外国内： 75.6%</td> <td>県外国内： 85%</td> </tr> <tr> <td>海外： 58.1%</td> <td>海外： 70%</td> </tr> </tbody> </table>	指標	実績値	目標値	観光客に訪れてほしいと思う市民の割合	市外県内： 81.8%	市外県内： 90%	県外国内： 75.6%	県外国内： 85%	海外： 58.1%	海外： 70%	<table border="1"> <thead> <tr> <th>指標</th> <th>実績値</th> <th>目標値</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>ウェブサイト閲覧数</td> <td>38万件</td> <td>50万件</td> </tr> <tr> <td>SNSフォローワー</td> <td>約7,500人</td> <td>17,000人</td> </tr> </tbody> </table>	指標	実績値	目標値	ウェブサイト閲覧数	38万件	50万件	SNSフォローワー	約7,500人	17,000人	<table border="1"> <thead> <tr> <th>指標</th> <th>実績値</th> <th>目標値</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>入域観光客数</td> <td>23万人</td> <td>54万人</td> </tr> <tr> <td>宿泊者数</td> <td>15.5万人</td> <td>36.4万人</td> </tr> </tbody> </table>	指標	実績値	目標値	入域観光客数	23万人	54万人	宿泊者数	15.5万人	36.4万人	<table border="1"> <thead> <tr> <th>指標</th> <th>実績値</th> <th>目標値</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>浦添観光に満足したと感じる観光客の割合</td> <td>39.9%</td> <td>70.9%</td> </tr> </tbody> </table>	指標	実績値	目標値	浦添観光に満足したと感じる観光客の割合	39.9%	70.9%	<table border="1"> <thead> <tr> <th>指標</th> <th>実績値</th> <th>目標値</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>観光消費額</td> <td>34億円</td> <td>84億円</td> </tr> </tbody> </table>	指標	実績値	目標値	観光消費額	34億円	84億円
指標	実績値	目標値																																										
観光客に訪れてほしいと思う市民の割合	市外県内： 81.8%	市外県内： 90%																																										
	県外国内： 75.6%	県外国内： 85%																																										
	海外： 58.1%	海外： 70%																																										
指標	実績値	目標値																																										
ウェブサイト閲覧数	38万件	50万件																																										
SNSフォローワー	約7,500人	17,000人																																										
指標	実績値	目標値																																										
入域観光客数	23万人	54万人																																										
宿泊者数	15.5万人	36.4万人																																										
指標	実績値	目標値																																										
浦添観光に満足したと感じる観光客の割合	39.9%	70.9%																																										
指標	実績値	目標値																																										
観光消費額	34億円	84億円																																										

目指す姿

<p>➤ 浦添市民が、地域の魅力を理解し、多くの人に訪れてほしいと感じる。</p>	<p>➤ 多くの人々が浦添という地域の魅力を来訪前から知ることができ、なおかつ訪れたいと思う。</p>	<p>➤ 浦添の魅力を知る人たちが実際に浦添を訪れ、滞在する。</p>	<p>➤ 浦添に滞在した人たちが、その体験に満足し、また訪れたいと思う。</p>	<p>➤ 地域の魅力と市民の理解により多くの観光客が訪れるようになり、地域の経済が活性化する。</p>
---	---	-------------------------------------	--	---

●目標達成に向けた施策の基本方向

①
市民と観光の接
点の深化

施策
1-1【重点項目】 観光への機運の醸成
1-2 浦添市民が満足できる観光地づくり

②
浦添の魅力を最大限活用した観光のあり方の提案

施策
2-1【重点項目】 歴史・文化・芸能資源の活用
2-2【重点項目】 食を活かしたコンテンツの充実
2-3 モノレール駅周辺の開発
2-4 西海岸地域の保全・活用
2-5 スポーツツーリズムやMICEの実施
2-6 浦添市の魅力の創出と発信

③
マーケティング・情報発信体制の強化

施策
3-1【重点項目】 情報収集・発信体制の強化
3-2 データを活用した観光地づくり

④
ハード面・ソフト面での受け入れ環境の充実

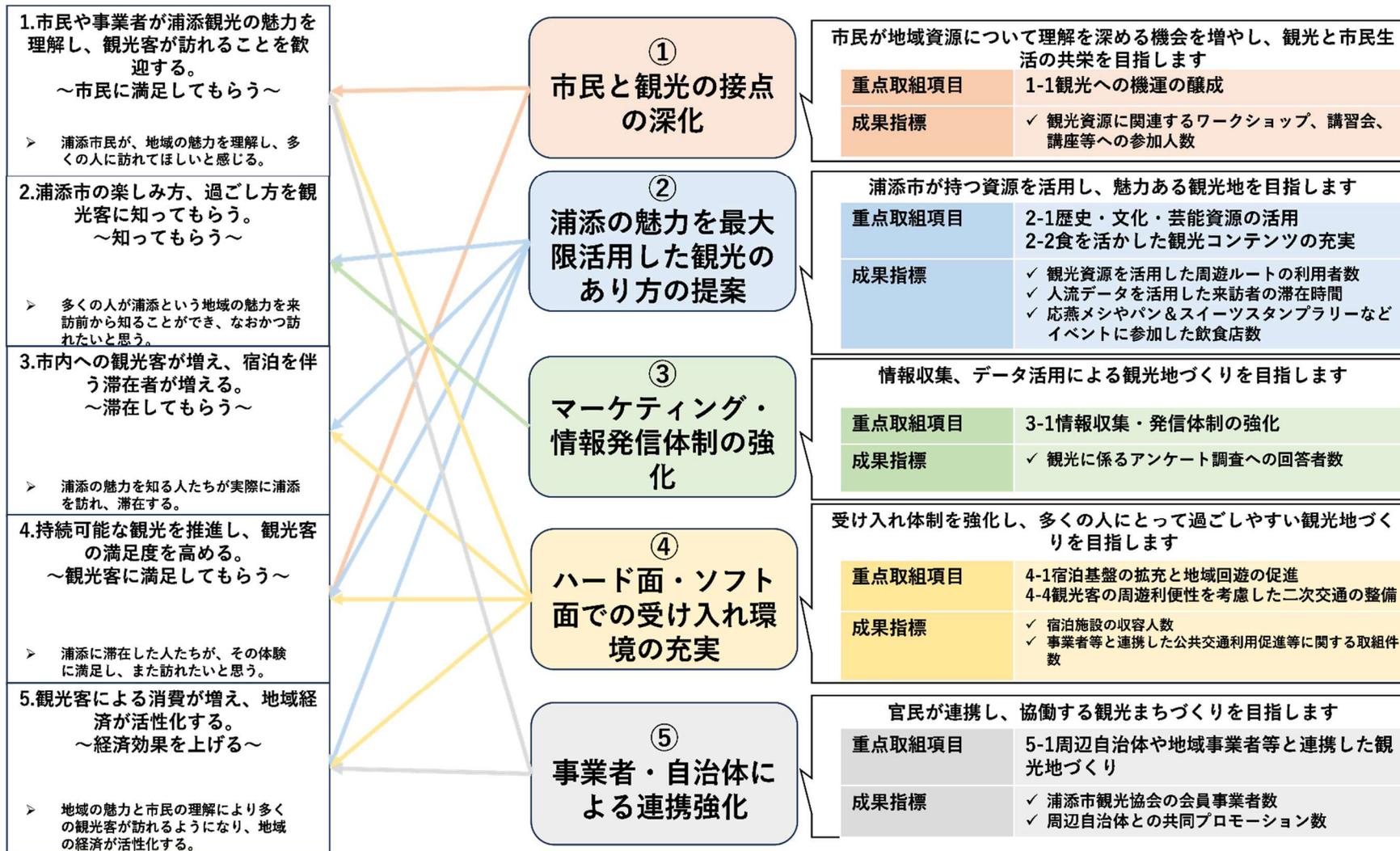
施策
4-1【重点項目】 宿泊基盤の拡充と地域回遊の促進
4-2 観光施設等の機能強化・体験の高度化
4-3 観光関連人材の受入・育成
4-4【重点項目】 観光客の周遊利便性を考慮した二次交通の整備
4-5 安心・安全でサステナブルな観光地づくり
4-6 新たな財源による観光振興
4-7 インバウンド受け入れ態勢の強化

⑤
事業者・自治体による連携強化

施策
5-1【重点項目】 周辺自治体や地域事業者等と連携した観光地づくり
5-2 長期的な開発を視野に入れた浦添市観光のあり方の検討

5つの目標達成に向けて、
基本方針に基づいた施策を実施する

●目指す姿の実現に向けた各基本方向の役割について



●目標値設定の考え方について

1

市民や事業者が浦添観光の魅力を理解し、観光客の来訪を歓迎する

- ◆ 今後、計画に基づき、浦添市の観光を推進するにあたり、市民の理解や官民が連携した取り組みが重要ですが、前年度調査では市民が地域の観光資源を十分に理解できていないという結果が得られています。
- ◆ 地域の特産品を活用する「桑の日フェア」、事業者と連携する「りっか浦添」などの参加割合が低く、歴史・文化に触れる「てだこウォーク」も参加経験も6割未満となっています。
- ◆ 上位計画である「沖縄県観光振興基本計画」でも地域住民の参画がうたわれていることから、本項目を目指すべき姿として設定しました。
- ◆ 前計画の「市民満足度(5段階評価)」を、より詳細な数値把握が可能な体系に変更し、各項目10ポイント増を目標としました。

【目標数値】

指標	実績値	2035年 目標値
観光客に訪れてほしいと思う市民の割合	市外県内:81.8% 県外国内:75.6% 海外:58.1%	市外県内:90% 県外国内:85% 海外:70%

2

浦添市の楽しみ方、過ごし方を観光客に知ってもらう

- ◆ 前計画から、観光客が浦添市の情報を得る主要指標として継続採用しています。目標値は入域観光客の推計値に対するページビュー比率から算出しました。
- ◆ また、SNSは旅マエ・旅ナカの情報収集手段として重要性が増し、他自治体との比較も容易なため新たに採用しています。SNSの目標値も入域観光客の推計値に対するフォローワー比率から算出しました。

【目標数値】

指標	実績値	2035年 目標値
ウェブサイト閲覧数	38万件	50万件
SNSフォローワー(X+Instagram)	約7,500人	17,000人

3 市内への観光客が増え、宿泊を伴う滞在が増える

- ◆ 沖縄県は観光の方針として「量から質へ」の転換を掲げる一方、浦添市は質への転換に足る入域が十分でないため指標として継続採用しました。目標値は2024年度の実績値に入域観光客数目標の増加割合を乗じて算出しました。

【目標数値】

指標	実績値	2035年 目標値
入域観光客数(県外のみ)	23万人(県外国内客のみ)	54万人
宿泊者数	15.5万人(インバウンド含む 全ての観光客)	36.4万人

4 持続可能な観光を推進し、観光客の満足度を高める

- ◆ 観光客満足度は沖縄県の観光振興基本計画におけるKGIでもあり、リピーター獲得に資する重要指標です。前年度調査では「海的美しさ」を除く項目で『大変満足』が半数未満となり、県全体を下回るため強化が必要です。(比較のため『該当しない』回答を除いて算出)県全体の『大変満足』割合を目標として設定。

【目標数値】

指標	実績値	2035年 目標値
浦添観光に満足したと感じる観光客の割合	39.9%	70.9%

5 観光客による消費が増え、地域経済が活性化する

- ◆ 観光消費額は地域経済に直結し、国・県の計画でもKGIとして重視されるため採用しました。前年度調査による県外からの来訪者の消費単価12,955円に各施策による単価の増加10%と入域観光客の目標値537,774人を乗じた数値に端数処理を行い、84億円としました。

【目標数値】

指標	実績値	2035年 目標値
観光消費額	34億円	84億円

※単価20%増については、物価の上昇分と施策の取り組み成果を合算した値として採用。

4章 基本施策及び施策展開

●基本方向に紐づく施策一覧

基本方針	施策	具体的な取組	関連部署	関連する団体	取組の期間
①市民と観光の接点の深化	1-1 観光への機運の醸成	1-1-1 市民へ浦添の観光資源や観光の魅力を伝える場の創出	◎観光振興課	●観光協会	長期
		1-1-2 市民に向けた観光PRコンテンツの作成やイベント実施等の発信活動	◎観光振興課	●観光協会 ○観光関連事業者	長期
	1-2 浦添市民が満足できる観光地づくり	1-2-1 観光客と市民が交流する機会の創出	◎観光振興課	●観光協会	短期
		1-2-2 旅行者のマナー向上・啓発を意識した発信	◎観光振興課	●観光協会 ○観光関連事業者	中期
②浦添の魅力を最大限活用した観光のあり方の提案	2-1 歴史・文化・芸能資源の活用	2-1-1 浦添城跡を中心とする「琉球文化日本遺産」構成文化財などの歴史・文化資源を活用した周遊ルートの構築・活用	◎観光振興課 ◎文化財課	●観光協会 ●うらおそい歴史ガイド友の会 ○観光関連事業者	短期
		2-1-2 地域固有の活動の観光コンテンツ化	◎観光振興課 ◎文化スポーツ振興課 ◎文化財課 ○市民生活課	●観光協会 ○観光関連事業者	長期
		2-1-3 国立劇場おきなわ・てだこホールを中心とした芸能の発信強化	◎観光振興課 ◎文化スポーツ振興課 ◎文化財課	●国立劇場おきなわ ●浦添市文化協会	長期
		2-1-4 浦添の魅力が発揮される(観光地)のまちなみづくり	◎観光振興課 ◎美らまち推進課	○地域事業者	中期
	2-2 食を活かした観光コンテンツの充実	2-2-1 地産品の活用及び地域飲食店と連携した誘客促進	◎観光振興課 ◎産業振興課	●観光協会 ●浦添市商工会議所 ○地域事業者	短期
	2-3 モノレール駅周辺の活用	2-3-1 駅を中心とした賑わい創出	◎観光振興課 ◎美らまち推進課 ○都市計画課	●観光協会	中期
		2-3-2 観光施設への導線を考慮した駅周辺の道路、交通体系の整備	◎観光振興課 ◎都市計画課 ○道路課	○地域事業者	中期
	2-4 西海岸地域の保全・活用	2-4-1 周辺観光施設との周遊ルートの形成	◎観光振興課 ○都市計画課 ○跡地未来課 ○港湾課	○地域事業者	短期
		2-4-2 カーミーゼを中心とした西海岸の自然環境の保全・利活用	◎観光振興課 ◎環境保全課 ◎美らまち推進課 ○港湾課		長期
	2-5 スポーツツーリズムやMICEの実施	2-5-1 MICE誘致への取り組み	◎観光振興課 ◎文化スポーツ振興課	●観光協会 ○地域事業者	長期
		2-5-2 プロ野球キャンプ等を活用したスポーツツーリズムの充実	◎観光振興課 ◎文化スポーツ振興課	●観光協会 ○地域事業者	短期
		2-5-3 新たな施設の活用	◎観光振興課 ◎文化スポーツ振興課		中期
	2-6 浦添市の魅力の創出と発信	2-6-1 魅力的な市産品の開発・消費拡大	◎観光振興課 ◎産業振興課	●浦添市商工会議所 ○地域事業者	中期
		2-6-2 ナイトタイムエコノミーの創出による滞在時間延長	◎観光振興課	●観光協会	短期
		2-6-3 地域イベントの発信・PR強化	◎観光振興課 ◎市民生活課 ◎産業振興課	●市内通り会	短期

③マーケティング・情報発信体制の強化	3-1 情報収集・発信体制の強化	3-1-1 市民・観光客向けアンケートの実施	◎観光振興課	●観光協会	短期
		3-1-2 うらそナビやSNS等を活用した情報発信の強化	◎観光振興課	●観光協会	短期
	3-2 データを利活用した観光地づくり	3-2-1 定期的なデータ収集による観光客動態情報の蓄積	◎観光振興課	●観光協会	中期
		3-2-2 観光統計情報や人流データを基にした観光関連施策の立案	◎観光振興課 ○行政改革推進課	●観光協会	短期
④ハード面・ソフト面での受け入れ環境の充実	4-1 宿泊基盤の拡充と地域回遊の促進	4-1-1 宿泊施設の充実	◎観光振興課 ◎産業振興課	●開発事業者 ●小規模宿泊事業者	長期
		4-1-2 宿泊施設と連動した周辺施設の魅力向上	◎観光振興課	●観光協会 ●周辺飲食店 ●宿泊事業者	短期
	4-2 観光施設等の機能強化・体験の高度化	4-2-1 文化財・公園・道路等の維持管理・魅力向上	◎文化財課 ◎美らまち推進課 ◎道路課 ○観光振興課	●指定管理者	長期
		4-2-2 駐車場や公共サイン(案内板や誘導板)等の設備強化	◎観光振興課 ◎文化財課 ○美らまち推進課 ○都市計画課	●駐車場運営事業者	短期
		4-2-3 デジタル技術を活用した観光体験の高度化	◎観光振興課 ○文化財課	●観光協会 ●IT事業者	中期
	4-3 観光関連人材の受入・育成	4-3-1 観光推進の担い手発掘・育成	◎観光振興課 ◎産業振興課 ◎文化財課	●観光協会	中期
		4-3-2 ガイド人材の発掘・育成	◎観光振興課 ◎文化財課	●ガイド団体	長期
	4-4 観光客の周遊利便性を考慮した二次交通の整備	4-4-1 交通結節や交通手段の充実	◎都市計画課 ○観光振興課	●交通事業者	短期
		4-4-2 2次交通・パーソナルモビリティの推進	◎観光振興課 ◎都市計画課	●観光協会 ●モビリティ事業者	短期
	4-5 安心・安全でサステナブルな観光地づくり	4-5-1 災害や疫病に備えた受け入れ態勢の構築	◎観光振興課 ◎防災危機管理課	●観光協会 ●観光・宿泊事業者	短期
		4-5-2 持続可能な観光地づくりの推進(SDGs)	◎観光振興課 ○環境保全課	●観光協会	長期
		4-5-3 ユニバーサルツーリズムの推進(バリアフリー)	◎観光振興課 ○各施設担当課	●福祉団体・NPO	中期
	4-6 新たな財源による観光振興	4-6-1 宿泊税を活用した観光地づくり	◎観光振興課	●観光協会 ●宿泊事業者	中期
		4-6-2 ふるさと納税制度の戦略的な活用	◎観光振興課 ◎企画課 ○産業振興課	●返礼品提供事業者	中期
	4-7 インバウンド受け入れ態勢の強化	4-7-1 多言語対応の推進	◎観光振興課	●観光事業者	短期
		4-7-2 クルーズバス活用を含むインバウンド客の誘客施策の検討	◎観光振興課 ○港湾課 ○跡地未来課 ○都市計画課	●観光協会	長期
		4-7-3 インバウンド向け情報発信体制の整備	◎観光振興課 ○文化財課	●観光協会	長期
⑤事業者・自治体による連携強化	5-1 周辺自治体や地域事業者等と連携した観光地づくり	5-1-1 地域事業者や関連団体との新たな連携方法の検討	◎観光振興課 ○産業振興課	●通り会・自治会等	中期
		5-1-2 観光に関連する団体や事業者、周辺自治体等との連携強化	◎観光振興課 ○産業振興課 ○文化財課	●観光協会 ○周辺自治体観光協会	長期
	5-2 長期的な開発を視野に入れた浦添市観光のあり方の検討	5-2-1 キャンプ・キンザー跡地を含む西海岸エリアの一体的な利用の検討	◎跡地未来課 ◎観光振興課 ○産業振興課 ○港湾課	●経済団体	中期
		5-2-2 地域全体の未来をみすえた観光の検討	◎跡地未来課 ○観光振興課 ○産業振興課 ○港湾課	●観光協会	長期

●役割の考え方

本計画の施策の関係先を、庁内と庁外に分けて、施策ごとに役割(取組イメージ)を示します。

分類	主な役割の担い手	役割の凡例と概要
庁内	浦添市観光振興課、関係各課など	◎:リード役 (施策の方向性を示し、推進のための体制整備や全体調整を担う) ○:連携先 (本来業務や専門性を活かし、関連施策との相乗効果を図る)
庁外	浦添市観光協会(登録DMO)、商工会議所、各種事業者、周辺自治体、通り会、自治会、市民 など	●:協働パートナー (行政と密接に連携し、イベントや特定分野の事業など現場の具体的な活動を推進する) ○:連携先 (本来業務や専門性を活かし、関連施策との相乗効果を図る) ◇:地域サポーター (観光を理解し、暮らしの中での発信や環境美化等を通じて魅力を支え、共に楽しむ)

基本方向① 市民と観光の接点の深化

各種調査や市民ワークショップ等の結果を踏まえると、市民が地元のイベントやスポット等に愛着を持っているものの、それらが市外の人々を惹きつける「観光の魅力」であるという認識は限定的であることが分かりました。

本計画においては、市民が日頃親しんでいる資源の価値を再発見し、浦添市が有する観光資源の魅力をより深く理解するための施策を推進することで、浦添市の観光に対する市民の誇りを醸成し、浦添観光の土壌を形成することを目指します。

1-1 【重点】観光への機運の醸成

i) 市民へ浦添の地域資源や観光の魅力を伝える機会の創出

浦添市は、浦添城跡をはじめとする様々な魅力ある観光資源を有していますが、市民の観光資源としての認知度が低いものや訪れたことがないスポットもあり、情報発信も対外的なものが多くなっています。現状の取り組みに加えて、浦添の観光資源を浦添市民に伝える機会を創出します。

浦添城跡復元城壁



施策推進の取組イメージ

◎観光振興課

ワークショップの開催
学生や若者に向けた地域資源の紹介

(庁外)施策推進の取組イメージ

●観光協会	地域資源の発信者としての活動
◇市民	得た情報の市外への発信

ii) 市民に向けた観光 PR コンテンツの作成やイベント実施等の発信活動

現在、対外的な情報発信がメインとなっている浦添市内の観光資源を紹介する web ページなどの観光 PR コンテンツを、市民向けにも作成することで市民の観光に対する意識醸成を図ります。これまで市民に対しては、歴史・文化の側面から語られることが多かった浦添市内の各施設を、PR コンテンツを活用して観光地としての側面を新たに市民に向けて発信します。また、市民へ向けたイベントを実施し、浦添の観光地としての魅力を直接感じてもらい、市民が観光地としての浦添市を発信する機会創出を目指します。

施策推進の取組イメージ	
◎観光振興課	市民向け PR コンテンツ作成やイベントの実施

(庁外)施策推進の取組イメージ	
●観光協会	観光振興課と連携したコンテンツ作成やイベントの実施
○観光関連事業者	イベント等への協力、市民をターゲットにした商品・サービスの提供
◇市民	イベントへの積極的な参加

取り組み	ロードマップ		
	短期(~2年)	中期(~5年)	長期(6年~)
i) 市民へ浦添の地域資源や観光の魅力を伝える機会の創出			
ii) 市民に向けた観光 PR コンテンツの作成やイベント実施等の発信活動			

成果指標	KPI(2030年)	KPI(2035年)
------	------------	------------

観光資源に関連するワークショップ、講習会、講座等の市民参加者数(人/年)	400人	700人
--------------------------------------	------	------

※現在も歴史等に係る地域資源への市民の理解を深める講座等は定期的を実施している(2~300人/年程度の参加)が、それら地域資源が観光客にとっても魅力的なものであることに着目した開催は限定的。

1-2 浦添市民が満足できる観光地づくり

i) 観光客と市民が交流する機会の創出

イベントや観光施設において、市民と観光客が交流する機会を創出し、市民と観光客の相互理解を深めます。観光客が浦添での過ごし方や文化を理解し、浦添市民は観光地としての浦添の魅力に気づく機会とすることを目指します。

施策推進の取組イメージ	
◎観光振興課	イベント内で市民と観光客が交流できるプログラムを設ける

(庁外)施策推進の取組イメージ	
●観光協会	観光振興課と連携しイベント内で市民と観光客が交流できるプログラムを設ける
◇市民	観光客への地域の魅力発信

ii) 旅行者のマナー向上・啓発を意識した発信

観光地としての魅力発信だけでなく、旅行者のマナー向上を求める発信も同時に行うことで、観光客数増加に伴う渋滞や騒音、ゴミ問題の低減を図ります。観光客にマナーを守ってもらうことで、観光地としての賑わいと暮らしやすい住環境の両立を目指すとともに、浦添市民の「観光客に来てもらいたい」という意識醸成に繋がります。

施策推進の取組イメージ	
◎観光振興課	観光客に求めるマナーや過ごし方の提示、市民からの情報収集

(庁外)施策推進の取組イメージ

●観光協会	観光客向けマナー向上案内の発信
○観光関連事業者	事業所等へのマナー向上コンテンツの掲示等
◇市民	イベントへの積極的な参加

基本方向② 浦添の魅力を最大限活用した観光のあり方の提案

浦添市は、浦添城跡や国立劇場おきなわ、浦添市美術館など多様な歴史文化資源を有しています。他にも、大型商業施設や個性豊かな飲食店、手つかずの自然など観光客にとっての魅力となり得るコンテンツが数多く点在しています。また、モノレールの延伸によるアクセス向上、今後の高速道路インターチェンジ開設により、多くの人にとって訪れやすい地域になります。

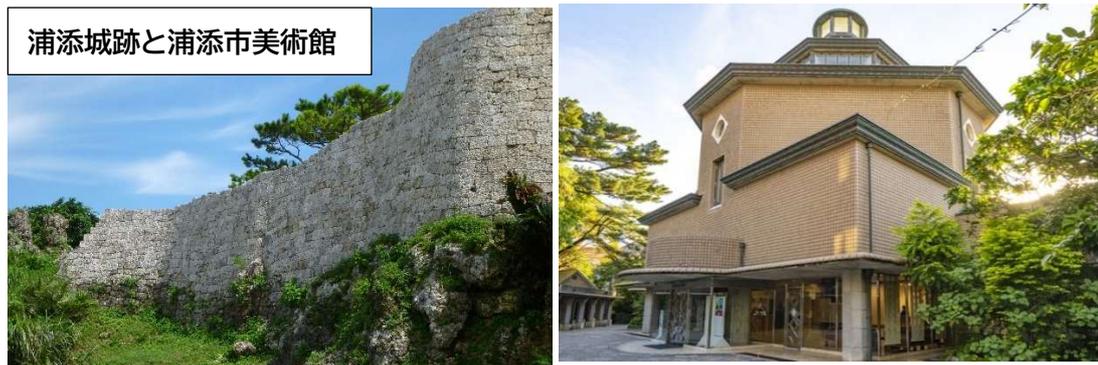
交通利便性の高さの魅力あるコンテンツを最大限活用し、観光客への訴求力を高めるための施策を推進します。

2-1 【重点】歴史・文化・芸能資源の活用

i) 浦添城跡を中心とする「琉球文化日本遺産」構成文化財などの歴史・文化・芸能資源を活用した周遊ルートの構築・活用

浦添城跡や浦添ようどれ、ハクソー・リッジでは現在も歴史ガイドによる案内が行われており、観光客が歴史・文化等に触れる機会となっています。これらの取り組みを発展させ、歴史・文化施設(浦添市美術館など)の見学や、伝統芸能の観覧にとどまらない、周辺の飲食店や商店をつなぐ「周遊ルート」を構築します。

多様な地域資源を深く味わう案内を推進することで、滞在時間の延長と観光消費額の向上を図ります。



浦添城跡と浦添市美術館

施策推進の取組イメージ	
◎観光振興課 ◎文化財課	歴史・文化・芸能資源を活用した周遊ルートの構築

(庁外)施策推進の取組イメージ	
●観光協会	観光振興課と連携した周遊ルートの構築

●うらおそい歴史ガイド友の会	周遊ルートのガイドとしての役割
○観光関連事業者	周遊ルート内のコンテンツとしての積極的な参画
◇市民	周遊ルート近隣住民の観光客に対する積極的な受容

ii) 地域固有の活動の観光コンテンツ化

浦添市内で地域固有の伝統として根付いている棒術や綱引き、獅子舞などのコンテンツ化をさらに進め、市内外から地域のイベントを見に来る観光客を呼び込むことで、観光の振興と地域活性化を両輪で推進します。



内間の獅子舞

施策推進の取組イメージ	
◎観光振興課 ◎文化スポーツ振興課 ◎文化財課 ○市民生活課	地域の伝統を活用した観光コンテンツの作成

(庁外)施策推進の取組イメージ	
●観光協会	観光振興課と連携した地域の伝統を活用した観光コンテンツの作成
○観光関連事業者	地域活動の支援や協賛
◇市民	地域の活動が観光コンテンツになることへの理解と対外的な発信

iii) 国立劇場おきなわ・てだこホールを中心とした芸能の発信強化

日本遺産にも指定されている「組踊」は、国立劇場おきなわを中心として、保存や振興が図られています。同じく浦添市の核となる施設の一つであるてだこホールでも様々なイベントが開催されており地域の魅力を感じることができる施設となっています。また、両施設は、季節・天候に左右されない施設であることから、安定した観光客の確保につなげることもで

きます。これらの施設での公演の積極的な実施や情報発信の取組強化を通じ、観光客数の増加を目指します。



施策推進の取組イメージ	
◎観光振興課 ◎文化スポーツ振興課 ○文化財課	伝統芸能公演の実施支援

(庁外)施策推進の取組イメージ	
●国立劇場おきなわ	市内観光スポットとの連携、浦添市に関連するコンテンツの公演実施
●浦添市文化協会	上記施設を活用した浦添の文化・芸能の発信
◇市民	上記施設で行われる芸能イベント等への積極的な参加

iv) 浦添の魅力が発揮されるまちなみづくり

浦添城跡周辺などの景観保全・活用を推進し、新旧の開発地区においても「浦添らしさ」を感じることができるまちなみを形成します。

あわせて、固有の歴史や景観を活かしたロケ誘致を強化し、作品の舞台を巡る「フィルムツーリズム」の推進により、新たな層の誘客と話題性の創出を図ります。

浦添城跡周辺の街並み



施策推進の取組イメージ

◎観光振興課 ◎美らまち推進課	浦添城跡周辺等の景観保全や開発地区の意匠に関する調整 ロケ受入の体制整備
--------------------	---

(庁外)施策推進の取組イメージ

●浦添市観光協会	ロケ地マップの製作や聖地巡礼コンテンツの検討
○地域事業者	地域景観に配慮した事業活動の展開 撮影場所の提供
◇市民	地域の積極的な美化活動 撮影への理解やエキストラ参加

取り組み	ロードマップ		
	短期(~2年)	中期(~5年)	長期(6年~)
i) 浦添城跡を中心とする「琉球文化日本遺産」構成文化財などの歴史・文化・芸能資源を活用した周遊ルートの構築・活用			
ii) 地域固有の活動の観光コンテンツ化			

iii) 国立劇場おきなわ・てだこホールを中心とした芸能の発信強化			
iv) 浦添の魅力が発揮されるまちなみづくり			

成果指標	KPI(2030年)	KPI(2035年)
歴史・文化資源を活用した周遊ルートの利用観光客数(人/年)	6,000人	9.1万人

2-2 【重点】食を活かした観光コンテンツの充実

i) 地産品の活用及び地域飲食店と連携した誘客促進

浦添市には、市内各地域に魅力的な飲食店が点在しており、すでに多くの観光客が訪れている店舗もあります。

現在、プロ野球キャンプ期間中に実施されているスタンプラリーイベントのように、行政が主体となり観光客の立ち寄りを促し、地域飲食事業者を巻き込んだ観光客の誘客及び滞在時間増加に向けた取り組みを強化します。

また、桑やイカなど市産品を活用した飲食店の連携・支援を行います。



施策推進の取組イメージ

◎観光振興課	飲食店等と連携した食のイベントの企画
◎産業振興課	地産品を活用したメニュー開発支援

(庁外)施策推進の取組イメージ	
●浦添市観光協会	観光振興課、地域飲食店と連携したイベントの企画
●浦添市商工会議所	地域事業者の支援、地産品の製造・加工・販売事業者と飲食店の連携支援
○地域事業者	イベントへの積極的な参加、観光客をターゲットにした商品の開発

取り組み	ロードマップ		
	短期(~2年)	中期(~5年)	長期(6年~)
i) 地産品の活用及び地域飲食店と連携した誘客促進		参加飲食店数のさらなる拡大	

成果指標	KPI(2030年)	KPI(2035年)
東京ヤクルトスワローズ応援(おうえん)メシヤパン&スイーツスタンプラリーなどイベントに参加した飲食店数(店舗/年)	150 店舗	200 店舗

※同年内に複数のイベントが開催された場合、重複カウントはせず、ユニーク数を KPI とする。

2-3 モノレール駅周辺の活用

i) 駅周辺での賑わい創出

モノレール駅周辺(公園等)で展開しているオータムフェスタなどの地域イベントを継続し、それらが生み出す活気を観光の魅力へとつなげます。

また、イベント実施だけでなく、景観の維持にも取り組み、モノレールを利用して訪れる観光客の満足度向上を図ります。

浦添前田駅とてだこ浦西駅



施策推進の取組イメージ	
◎観光振興課	駅周辺を活用したイベントの継続実施
◎美らまち推進課	駅周辺の景観維持・保全
○都市計画課	

(庁外)施策推進の取組イメージ	
●浦添市観光協会	行政と連携した、駅周辺を活用したイベントの継続実施

ii) 観光施設への導線を考慮した駅周辺の道路、交通体系の整備

モノレール駅と市内主要観光スポットを結ぶ交通体系の整備を行います。課題である駐車場不足や観光客による渋滞を防ぐため、公共交通やシェアサイクルを優先的に活用することによって、車移動に依存しない観光客の交通体系を目指します。

浦添で導入されているシェアサイクル



施策推進の取組イメージ	
◎観光振興課	観光施設とモノレール駅間の導線の整備
◎都市計画課	
○道路課	

(庁外)施策推進の取組イメージ	
○地域事業者	観光視点での新規路線の整備、ポートの設置

2-4 西海岸地域の活用

i) 周辺観光施設との周遊ルートの形成

現在、西海岸地域には大型商業施設を中心に国内外から多くの観光客が訪れています。このような観光客の滞在時間延長を目指し、西海岸地域と浦添城跡周辺など市内観光スポットをつなぐ周遊ルートを形成し、西海岸地域を起点とした浦添市観光の過ごし方を提案します。



浦添の西海岸地域

施策推進の取組イメージ	
◎観光振興課 ○都市計画課 ○跡地未来課 ○港湾課	西海岸地域と浦添城跡周辺など市内観光スポットをつなぐ周遊ルートを形成

(庁外)施策推進の取組イメージ	
○地域事業者	宿泊施設へのバス停、シェアサイクルポートの設置

ii) カーミージーを中心とした西海岸の自然環境の活用

カーミージー周辺は、中南部の西海岸で最大規模の自然海浜が残るとされます。まずは、現在行われている環境学習等の取り組みを継続し、自然への理解を深める場としての活用を重視します。将来的には、これらの活動の積み重ねを基盤とし、周辺の開発状況等も踏まえながら、自然環境と調和した観光コンテンツの創出について検討を進めます。



施策推進の取組イメージ	
◎観光振興課◎環境保全課	環境学習等の継続的な実施
○美らまち推進課○港湾課	将来的な自然環境と調和した観光コンテンツ創出の検討

(庁外)施策推進の取組イメージ	
◇市民	環境学習への参加や、地域全体での自然環境の維持・見守り

2-5 スポーツツーリズムや MICE の実施

i) MICE 誘致への取り組み

てだこホールなど大人数の収容が可能な既存施設の活用や、今後ハード開発が検討されている地域との連携などによる、MICE 誘致に向けた取り組みを推進します。

てだこホール(外観)



施策推進の取組イメージ	
◎観光振興課	MICE 誘致活動の実施
◎文化スポーツ振興課	

(庁外)施策推進の取組イメージ	
●浦添市観光協会	観光振興課と連携した誘致活動の実施
○地域事業者	MICE開催時の会議室やホールの整備

ii) 多様なスポーツイベントを活用したスポーツツーリズムの充実

東京ヤクルトスワローズの春季キャンプ、てだこウォーク、ハンドボールの試合等の多様なスポーツイベントを観光資源として活用します。地域の商店や飲食店と連携したイベント等を通じて、参加者・観戦客の滞在時間延長と市内消費の拡大を図り、街全体を楽しめるスポーツツーリズムを推進します。



施策推進の取組イメージ	
◎観光振興課	春季キャンプ、てだこウォーク、ハンドボールの試合等の

◎文化スポーツ振興課	イベントと連動した市内回遊イベントの共同企画・開催
------------	---------------------------

(庁外)施策推進の取組イメージ	
●浦添市観光協会	行政と連携した、スポーツイベント連動型のイベントの企画・開催および地域事業者との調整
○地域事業者	イベントへの積極的な参加・協力 スポーツファン向けサービスの提供
◇市民	イベントへの参加・協力や、外部への情報発信と拡散

iii) 新たな施設の活用

整備が進む多目的運動施設(新市民体育館)等の新拠点を活用し、ハンドボールや、成長分野である e スポーツなどの試合・合宿誘致に向けた検討を進めていきます。



施策推進の取組イメージ	
◎観光振興課 ◎文化スポーツ振興課	新市民体育館等の新施設を活用した、ハンドボールや e スポーツ等の試合・合宿誘致、および利活用策の共同検討・実施

(庁外)施策推進の取組イメージ	
●浦添市観光協会	行政と連携した、新施設への試合・合宿誘致活動の展開 新たな施設に対応した受け入れサービスの検討

2-6 浦添市の魅力の創出と発信

i) 魅力的な市産品の開発・消費拡大

観光消費額の拡大、地域ブランド強化を目的とし桑製品やうらそえ織などの市産品の開発や販売強化を図ります。また、販路拡大のための官民連携や行政による事業者間連携のサポートを実施します。



施策推進の取組イメージ	
◎観光振興課	商品開発、販路拡大などの事業者支援
◎産業振興課	

(庁外)施策推進の取組イメージ	
●浦添市商工会議所	商品開発、販路拡大などの事業者支援
○地域事業者	積極的な新商品の開発
◇市民	市産品を積極的に購入・利用することで地域の魅力を理解する

ii) ナイトタイムエコノミーの創出による滞在時間延長

浦添市には、様々な店舗が賑わう屋富祖商店街や「沖縄三大夜景」に認定された「てだこの夜景」など夜間の魅力的なスポットがあります。これらを活用し、ナイトタイムエコノミーの創出に繋げるとともに、一日中楽しむことができる浦添観光のあり方を発信します。

夜の屋富祖商店街



施策推進の取組イメージ

◎観光振興課

夜の浦添の過ごし方の提案・発信

(庁外)施策推進の取組イメージ

●浦添市観光協会

夜の浦添の過ごし方の提案・発信

iii) 地域イベントの発信・PR 強化

浦添市を代表するイベントであるてだこまつりをはじめ、浦添市内では大小さまざまな規模のイベントが行われています。このような市内で開催されるイベントを観光客に向けてPRし、誘客を図ることで観光消費額の増加や市民と観光客の接点づくりに繋がります。

てだこまつりと前夜祭



施策推進の取組イメージ

◎観光振興課

◎市民生活課

◎産業振興課

市内イベントのPR 強化

(庁外)施策推進の取組イメージ	
●各通り会	地域の祭り等への観光客の誘致や訴求力を持つコンテンツの導入
◇市民	地域の祭りやイベントに観光客が訪れることへの理解

基本方向③ マーケティング・情報発信体制の強化

歴史・文化・芸能資源を活用した周遊観光の構築等の観光の質の転換に向けて、データ駆動型の観光振興の体制基盤を整備・強化します。

人流データ(GPS)などの動態情報を定期的に収集・分析することに加え、アンケートを通じて市民・観光客からの静態情報を収集することで、実態に即したマーケティング戦略を立案します。また、観光ポータルサイト「うらそえナビ」等の情報発信を強化し、効果検証(PDCA)に基づき継続的に施策を改善することを目指します。

3-1 【重点】情報収集・発信体制の強化

i)市民・観光客向けアンケートの実施

観光動向を的確に把握するため、市民や来訪者を対象としたアンケート調査を定期的実施します。来訪目的や満足度、地域資源の評価などを継続的に把握し、その結果を観光施策の検証や新規事業の立案に反映できるよう、観光客の視点と市民の意識の双方の観点から分析します。

施策推進の取組イメージ	
◎観光振興課	市民・観光客向けアンケートの定期的な実施

(庁外)施策推進の取組イメージ	
●観光協会	観光振興課と連携したアンケートの設計から実施、集計、分析までの一元的な管理
○観光関連事業者	店舗等でのアンケート設置・アンケート回答呼びかけ協力
◇市民	アンケート調査への回答

ii)うらそえナビや SNS 等を活用した情報発信の強化

観光情報 WEB サイト「うらそえナビ」や SNS を活用し、ターゲット層に合わせた効果的な情報発信を行います。観光施設やイベント、特産品などの魅力を分かりやすく発信し、旅マエ・旅ナカの各段階で来訪意欲や回遊を促進します。また、閲覧データ等を分析し、発信内容の改善を図ります。



施策推進の取組イメージ	
◎観光振興課	アクセス解析に基づく Web サイトの SEO 対策・記事更新 エンゲージメント(いいね、シェア)を指標とした SNS 運用

(庁外)施策推進の取組イメージ	
●観光協会	観光振興課と連携した SEO 対策・記事更新、SNS 運用
◇市民	市公式 SNS アカウント等のフォローや情報のシェア

取り組み	ロードマップ		
	短期(~2年)	中期(~5年)	長期(6年~)
i) 市民・観光客向けアンケートの実施	→		
ii) うらそえナビや SNS 等を活用した情報発信の強化	→	継続的に改善	

成果指標	KPI(2030年)	KPI(2035年)
観光にかかるアンケートの市民・観光客の回答者数(人/年)	市民 :500人 観光客:1,000人	市民 :1,000人 観光客:2,000人

3-2 データを活用した観光地づくり

i) 定期的なデータ収集による観光客動態情報の蓄積

観光客の来訪傾向や周遊行動、滞在時間、宿泊場所を定量的に把握するため、人流データや消費動向データなどを継続的に収集・更新します。特に、イベント効果(プロ野球キャンプ、てだこまつり等)や季節変動を多角的に検証できるよう、データ収集の定義・手法(カウント方法や属性別取得等)を他部署や関係機関と連携し、統一化を進めます。

施策推進の取組イメージ	
◎観光振興課	人流データ等の継続的な収集およびデータベース化

(庁外)施策推進の取組イメージ	
●観光協会	人流データ等の継続的な収集およびデータベース化

ii) 観光統計情報や人流データを基にした観光関連施策の立案

人流データや観光統計情報等から把握される、観光客の属性や動線、滞在傾向、観光消費額や満足度等の分析結果を、施策立案や効果検証に活用します。具体的には、那覇市等に宿泊する県外客の動向を踏まえた周遊ルート設計や、ターゲット別プロモーション戦略の策定・PDCAに反映させ、科学的根拠に基づく観光政策の推進を図ります。



施策推進の取組イメージ	
◎観光振興課	データ分析レポートの定期的な発行・提供

○行政改革推進課	エビデンスに基づく具体施策の推進
(庁外)施策推進の取組イメージ	
●観光協会	データ分析レポートの定期的な発行・提供 エビデンスに基づく具体施策の提言

基本方向④ ハード面・ソフト面での受け入れ環境の充実

課題である「非宿泊」(宿泊施設の不足)と「交通インフラへの不満」を解消し、観光客の満足度(訪れてよし)と市民の利便性(住んでよし)の双方を向上させるため、ハード面・ソフト面の受入体制の基盤強化を推進します。

宿泊基盤を拡充し、観光客の滞在時間と消費を拡大する「滞在型経済」の実現を目指します。また、市民ワークショップ等において市民から課題として挙げられた交通渋滞の緩和に直結する二次交通(周遊バス等)の整備等を進めます。さらに、文化財・公園・道路などの観光基盤の適切な維持管理とともに、デジタルを活用した多言語対応や、ガイド人材の育成など、ソフト面での質の向上を包括的に図ります。

4-1 【重点】宿泊基盤の拡充と地域回遊の促進

i) 宿泊施設の充実

多様な来訪者ニーズを見据えて、ビジネス利用から観光・長期滞在まで、また、簡易宿泊施設からホテルまで、宿泊施設を充実させることを促し、市内での滞在時間と滞在価値の向上につなげます。

施策推進の取組イメージ	
◎観光振興課	宿泊施設の充実に向けた事業者との対話や環境整備
○産業振興課	

(庁外)施策推進の取組イメージ	
●開発事業者	地域特性を活かしたホテル等の開発・リノベーション
●小規模宿泊事業者	地域と融和した簡易宿泊施設等の展開
◇市民	民泊等の多様な宿泊形態に対する理解 空き家情報の提供

ii) 宿泊施設と連動した周辺地域の魅力向上

宿泊施設を起点とした周辺地域の回遊性を高め、多様な体験を享受できるように、宿泊者に向けた周辺地域の情報提供を強化します。宿泊施設と地域事業者が協働し、宿泊者向けの特典や周遊プログラムを展開するなど、滞在時間の延長、消費額を増やす仕組みづ

くりも進めます。



施策推進の取組イメージ	
◎観光振興課	周辺飲食店等と連携した周遊プログラムの企画

(庁外)施策推進の取組イメージ	
●観光協会	宿泊施設周辺の飲食店マップの作成・配布 観光振興課等と連携した周遊プログラムの企画 宿泊者限定クーポン等の展開
●周辺飲食店	夜間営業やテイクアウト対応等による利便性向上 複数事業者で連携した周遊プログラムの展開
●宿泊事業者	宿泊者に向けた周遊プログラムやクーポン等のPR

取り組み	ロードマップ		
	短期(~2年)	中期(~5年)	長期(6年~)
i) 宿泊施設の充実	簡易宿泊施設等は短期から		
ii) 宿泊施設と連動した周辺地域の魅力向上		継続的に改善	

成果指標	KPI(2030年)	KPI(2035年)
宿泊施設の収容人数(2035年時点)	1,100人	1,800人

4-2 観光施設等の機能強化・体験の高度化

i)文化財・公園・道路等の維持管理・魅力向上

市内の文化財、公園・道路など、観光の基盤となる公共空間を適切に維持管理し、安心して来訪でき、かつ観光客に魅力的な基盤環境を整備します。具体的には、史跡や文化施設は、保存状態の把握や修繕によって観光資源としての魅力向上を図ります。公園や道路は、安全性の向上や案内表示の整備などを推進するとともに、効果的な美化強化によって魅力向上を図り、観光客と市民双方にとって快適な利用環境を整えます。



施策推進の取組イメージ	
◎文化財課 ◎美らまち推進課 ◎道路課 ○観光振興課	各施設の整備実施及び市民からの要望の収集

(庁外)施策推進の取組イメージ	
●指定管理者	利用者ニーズを踏まえた施設運営や修繕・改善の実施
◇市民	公園・施設等の適正利用 清掃ボランティア活動への参加

ii) 駐車場や公共サイン(案内板や誘導板)等の設備強化

観光客が市内を円滑に移動できるよう、駐車場や公共サインなどの維持・整備を進めます。主要な観光スポットの駐車場については、利用状況の把握や案内の改善を進め、使いやすい環境を整備します。サインの視認性や配置の最適化に取り組むことで、観光客の満足度向上と市内回遊の促進につなげます。

インバウンド向け公共サインの例



施策推進の取組イメージ	
◎観光振興課 ◎文化財課 ○美らまち推進課 ○都市計画課	既存駐車場の利活用促進
(庁外)施策推進の取組イメージ	
●駐車場運営事業者	満空情報のオープンデータ化への協力

iii) デジタル技術を活用した観光体験の高度化

史跡や文化施設における、AR・VRを活用した解説やデジタルコンテンツの導入など、デジタル技術の活用によって体験価値の向上させる取組を推進します。スマートフォンを活用したマップ機能や周遊支援ツールの整備、多言語対応やキャッシュレス決済の促進など、インバウンドを含めた多様な来訪者の利便性向上にも取り組みます。

浦添城跡南エントランスのVR 機器



施策推進の取組イメージ	
◎観光振興課 ○文化財課	AR・VR を活用した解説やデジタルコンテンツの導入

(庁外)施策推進の取組イメージ	
●観光協会	デジタルコンテンツのプロモーション・利用促進
●IT 事業者	AR・VR 等を活用したデジタルコンテンツの企画・開発 多言語ガイドアプリの提供

4-3 観光関連人材の受入・育成

i)観光推進の担い手発掘・育成

観光振興を総合的に担う人材の裾野拡大に向け、学生・社会人・事業者など多様な主体が参加できる環境づくりを進めます。観光企画や地域イベントの運営、情報発信など、観光推進に関わる幅広い活動に携わる機会を設け、それぞれの関心に応じたスキル習得も支援します。また、参画者同士のネットワーク形成を促し、協働できる基盤を整えます。

施策推進の取組イメージ	
◎観光振興課	観光人材育成セミナーの開催
◎産業振興課	異業種参入の支援
◎文化財課	

(庁外)施策推進の取組イメージ	
●観光協会	観光人材育成セミナーの開催 異業種参入の支援

ii)ガイド人材の発掘・育成

浦添市の歴史・文化・芸能資源や自然環境について来訪者へ的確に伝えるスポットガイドに加え、近隣飲食店や商店を含む周遊ルートや市内全体を案内・誘導できる「エリアガイド」を育成します。

体系的な研修で実践力を養うとともに、地域団体等と連携し、継続的な学びと発信ができる体制を整えます。



施策推進の取組イメージ	
◎観光振興課 ◎文化財課	ガイド人材の研修・連携(歴史・文化・芸能資源等に加え、商店街や飲食店等を案内するエリアガイド研修を含む)

(庁外)施策推進の取組イメージ	
●ガイド団体	新人ガイド育成カリキュラム(周遊案内を含む)の策定やOJT研修の実施 現役ガイド向けのブラッシュアップ研修の開催

◇市民	ガイド養成講座への参加 学んだ知識のスキル向上を目的とした SNS 等による魅力発信の実践
-----	--

4-4 【重点】観光客の周遊利便性を考慮した二次交通の整備

i)交通結節や交通手段の充実

モノレール駅や主要バス停などの交通結節点(ハブ)の機能を強化し、市内外から主要観光資源へのアクセス性を高めます。各交通手段の乗り継ぎがスムーズに行えるよう、動線の整理や案内表示の改善を図ります。また、交通事業者と連携し、運行情報のより分かりやすい提供を検討します。

施策推進の取組イメージ	
◎都市計画課 ○観光振興課	モノレール駅や主要バス停等の結節点における観光案内の強化 結節点と主要観光資源の接続を促す MaaS 等との連携検討 交通事業者等と連携したより分かりやすい運行情報の提供に向けた環境整備

(庁外)施策推進の取組イメージ	
●交通事業者	結節点における導線や乗継案内の改善 より分かりやすい運行情報の提供

ii)2次交通・パーソナルモビリティの推進

点在する観光拠点間の周遊の利便性強化に向け、2次交通やパーソナルモビリティを充実させます。具体的には、モノレール駅と浦添城跡、港川ステイツサイドタウンなどの主要スポットを結ぶ観光周遊バスやコミュニティバス等の導入検討に加え、短距離の移動に適したシェアサイクル等のパーソナルモビリティの利用環境整備を進めます。

施策推進の取組イメージ	
◎観光振興課	観光周遊バスルートやコミュニティバス等の導入検討

◎都市計画課	パーソナルモビリティの利用環境整備
--------	-------------------

(庁外)施策推進の取組イメージ	
●観光協会	観光振興課等と連携した周遊バスルートの提案や利用促進キャンペーンの実施
●モビリティ事業者	シェアサイクルポート等の設置拡大や機材の適切なメンテナンス
◇市民	公共交通やシェアサイクルの積極的な利用

取組み	ロードマップ		
	短期(~2年)	中期(~5年)	長期(6年~)
i) 交通結節や交通手段の充実	案内表示の改善は短期から		MaaS連携等
ii) 2次交通・パーソナルモビリティの推進			運用の継続改善

成果指標	KPI(2030年)	KPI(2035年)
事業者等と連携した公共交通利用促進等に関する取組件数(累計)	5件	10件

4-5 安心・安全でサステナブルな観光地づくり

i) 災害や疫病に備えた受け入れ態勢の構築

観光客(インバウンド含む)が予期せぬ事態においても安心して滞在できるよう、レジリエンス(強靭性)の高い受入体制を平常時から構築します。観光関連事業者や防災担当部署と連携し、災害発生時や感染症拡大時における観光客への迅速な情報伝達手段、避難誘導体制、および多言語対応マニュアルを整備します。

施策推進の取組イメージ	
◎観光振興課 ◎防災危機管理課	観光危機管理計画の検討、情報共有体制の構築

(庁外)施策推進の取組イメージ	
●観光協会	観光危機管理計画(TCP)の運用 情報共有体制の構築
●観光・宿泊事業者	災害対応マニュアルの整備 避難誘導訓練の実施
◇市民	災害時における観光客への避難支援(声掛け等)

ii)持続可能な観光地づくりの推進(SDGs)

沖縄県が推進する「持続可能な観光」の理念に基づき、環境保全と地域社会に貢献する取り組みを推進します。カーミージーの自然環境や歴史的資産である浦添城跡の保全活動を支援するとともに、飲食店と連携した地産地消の促進や、市民生活への負荷軽減に配慮した観光振興を進めます。



施策推進の取組イメージ	
◎観光振興課 ○環境保全課	サステナブルツーリズムの推進

(庁外)施策推進の取組イメージ	
-----------------	--

●観光協会	国際基準(GSTC 等)に基づくサステナブルツーリズムの 推進・認証取得支援
-------	---

iii)ユニバーサルツーリズムの推進(バリアフリー)

高齢者や障がいのある方を含む、すべての来訪者が快適に観光を楽しむユニバーサルデザインのまちづくりを目指します。そのためのハード整備として、主要な観光施設等におけるスロープや多目的トイレの設置を促進するとともに、観光地のバリアフリー情報をウェブサイト等で積極的に発信し、安心して訪問できる環境を整備します。

施策推進の取組イメージ	
◎観光振興課 ○各施設担当課	観光施設におけるバリアフリー環境の整備

(庁外)施策推進の取組イメージ	
●福祉団体・NPO	バリアフリー情報の収集・発信 介助ボランティアの育成
◇市民	高齢者や障がいのある方への配慮ある行動やサポート

4-6 新たな財源による観光振興

i)宿泊税を活用した観光地づくり

沖縄県における宿泊税の導入決定を踏まえ、本市に配分される財源を、観光客の利便性向上と市民生活の質の維持・向上の両立のために活用します。具体的には、交通渋滞の緩和に向けた二次交通の充実や、周遊促進施策、浦添城跡やカーミージーといった歴史・自然環境の保全、戦略的な情報発信の強化などへの充当を検討します。

【宿泊税とは】

- ◆ 宿泊料金（素泊まり料金）に応じて、宿泊者に納めていただくものです。
- ◆ 宿泊事業者が、宿泊者から税を徴収し、県に納入していただく予定としています。
- ◆ 納めて頂いた税収は、観光の振興を図る施策に充てられます。
- ◆ 宿泊税は、現在の県案で素泊り料金に2%（定率制）をかけて算出することになります。

例：素泊り料金（1名/1泊）8,500円
 （課税標準）8,000円（1,000円未満切捨）×2% = 160円

※**素泊り料金**（課税標準額）（1,000円未満切捨）
 = 支払い料金－宿泊以外の代金（朝食、アクティビティ等）

○宿泊事業者の役割

- ① 宿泊者から宿泊料金の支払いを受ける際に、あわせて宿泊税を徴収します。
- ② 宿泊者から徴収した宿泊税を沖縄県に申告納入します。

○特別徴収制度

宿泊税はホテル・旅館・民宿・民泊（以下「ホテルなど」という。）の宿泊者に納めていただくものですが、沖縄県が直接徴収するのではなく、ホテルなどが宿泊代金の会計時などに税を徴収し、その徴収した税を沖縄県に納入することを予定しています。このような制度を「特別徴収制度」といいます。



施策推進の取組イメージ	
◎観光振興課	宿泊税使途に関する事業者意見の集約や活用事業の提案・実施

(庁外)施策推進の取組イメージ	
●観光協会	宿泊税使途に関する事業者意見の集約や活用事業の提案・実施
●宿泊事業者	宿泊客への税趣旨説明や徴収・納付業務の遂行
◇市民	税活用事業に対するモニタリング

ii)ふるさと納税制度の戦略的活用

市の財源確保と市内産品のプロモーションを両立させるため、ふるさと納税制度の活用を一層推進します。具体的には、桑やうらそえ織などの地産品や地域事業者の取り扱い商品など地域資源を活用した魅力ある返礼品の新規開拓を市内事業者と連携して進めます。



施策推進の取組イメージ	
◎観光振興課 ◎企画課 ○産業振興課	新たな返礼品事業者の掘り起こしや商品開発支援
(庁外)施策推進の取組イメージ	
●返礼品提供事業者	魅力的な体験型商品等の開発・提供や顧客対応の充実

4-7 インバウンド受け入れ態勢の強化

i)多言語対応の推進

インバウンドがストレスなく周遊できる環境を整備します。具体的には、観光案内サイン、パンフレット、市の観光ポータルサイト「うらそえナビ」における多言語表記(英語、中国語、韓国語等)を推進します。また、飲食店等における多言語メニューの整備を支援します。



施策推進の取組イメージ	
◎観光振興課	公共的な施設の多言語対応及び民間事業者への支援

(庁外)施策推進の取組イメージ	
●観光事業者	メニュー・案内板の多言語化

ii)クルーズバス活用を含むインバウンド客の誘客施策の検討

西海岸開発との連携を見据え、那覇港に寄港するクルーズ船の観光客の誘客施策を検討します。限られた時間内でも浦添城跡・ようどれ館や港川ステイツサイドタウンなどの魅力を体験できるショアエクスカージョン(寄港地ツアー)の造成や、港湾管理者・旅行会社との連携を強化します。

施策推進の取組イメージ	
◎観光振興課	短時間周遊プランの造成
○港湾課	港湾管理者・旅行会社との連携を強化
○跡地未来課	
○都市計画課	

(庁外)施策推進の取組イメージ	
●観光協会	短時間周遊プラン(ショアエクスカージョン)の造成 港での歓迎受入

iii) インバウンド向け情報発信体制の整備

観光協会や民間事業者(商業施設、ホテル等)と連携し、戦略的なインバウンド向け情報発信体制の構築を進めます。具体的には、インバウンドの主要ターゲット国・地域を定め、プロモーション戦略を策定します。また、情報発信効果を測定するためのデータ連携の仕組みを確立し、PDCA サイクルに基づく情報発信の質的向上を図ります。

施策推進の取組イメージ	
◎観光振興課	ターゲット国別 SNS 運用
○文化財課	展示会等でのプロモーション実施

(庁外)施策推進の取組イメージ	
●観光協会	ターゲット国別 SNS 運用 展示会等でのプロモーション実施
◇市民	異文化への理解 簡単な外国語等でのコミュニケーションの実践

●インバウンド誘客の事例

地域・日本の新たなレガシー形成事業

～浦添グスクを中心とした「古都浦添」歴史文化平和継承事業～

地域・日本の新たなレガシー形成事業



事業目的・背景・課題

- 将来にわたって国内外から旅行者を惹きつけ、継続的な来訪や消費額向上につながる、**地域・日本のレガシー（遺産）となる新たな観光資源を形成**するため、令和4年度より各地方運輸局等で実現可能性調査・プラン作成を実施。
- 令和7年度以降は、令和6年度までに発掘した事業のうち**日本を代表する魅力となり得る良質な案件を対象に、事業の実現に向け重点的に検討**する。

事業内容

取組内容：
レガシー形成を促進するための実現可能性調査及び調査結果を踏まえたプラン作成、事業化に向けた検討、関係者調整等

実施主体：
観光庁・各地方運輸局等（地方公共団体等と連携）

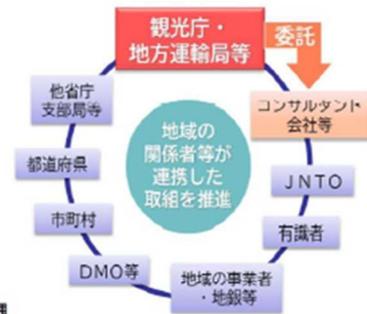
推進イメージ：

R4年度～ **実現可能性調査・プラン作成**
※6年単位算出も継続

R6・R7年度 **良質な案件の実現に向けた合意形成・概略設計等**
※案件の状況に応じ、1年単位でも継続

R8年度～ **事業化・整備**

実施体制





歴史的建築物の保存・整備と観光拠点等への活用
(神奈川県伊勢原市)

レガシー形成の考え方：

1. 地域において最も輝いていた時代の建築物や文化を面的に再現し、活用していく取組
2. 地域で脈々と受け継がれてきた自然・景観、食、文化、遺産（日本遺産、重要文化財、伝統技術等）等を、面的に又は線で再現し、活用していく取組
3. 地域における自然・景観、食、文化、人（住民）と、アートなど新しく創出した資源との融合により、地域に人々を惹きつける取組
4. シンボリックで一点豪華主義なものを創出していく取組

同事業では、「琉球王国の生誕地・浦添の“歴史”と“文化”を巡る」と題したモニターツアーが実施され、『浦添グスク周辺→伝統料理を味わえる飲食店→浦添市美術館→伝統工芸体験』を周遊しました。一日をかけて浦添の歴史・文化に触れるだけでなく、地域事業者も巻き込んだ取り組みとなっています。



基本方向⑤ 事業者・自治体による連携強化

地域全体の都市魅力と経済波及効果の最大化を図るため、観光協会や通り会、産業団体といった地域事業者との連携を強化するとともに、てだこまつり等のイベントと連動した地域連携企画や、農林水産業と観光業を組み合わせた産業間連携を推進します。また、那覇市や宜野湾市など周辺自治体との広域的な連携による周遊ルートの共同形成の調整を進めます。

さらに、西海岸開発や基地跡地利用といった大規模な将来機会を見据えた検討や、方向性に照らしたモニタリングを進めます。

5-1 【重点】周辺自治体や地域事業者等と連携した観光地づくり

i) 地域事業者や関連団体との新たな連携方法の検討

地域コミュニティのにぎわい創出と観光振興の両立に向け、「てだこまつり」や「てだこウォーク」等の大型イベントについて、開催前後に通り会や自治会等と連携して関連企画を展開することを検討します。また、通り会の空き店舗対策と連携し、ダンス・アート・クラフト等の体験型プログラム等を導入し、地域の文化的魅力の発信を支援します。

市が実施するウォーキングイベント-てだこウォーク



第22回
てだこウォーク2025 **Tedako Walk 2025**
2025.2.15(土) 9:00~21:00 **会場** 浦添カルチャーパーク内てだこ広場



施策推進の取組イメージ	
◎観光振興課 ○産業振興課	市内大型イベントや施策と連動した企画の検討およびその実現に向けた通り会・自治会等との調整 通り会の空き店舗対策と連携した地域の文化的魅力の発信支援策の検討

(庁外) 施策推進の取組イメージ	
●通り会	市内大型イベントや施策と連動した企画の造成

◇自治会	市内大型イベントや施策と連動した企画の支援
------	-----------------------

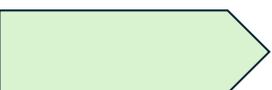
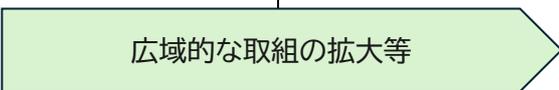
ii)観光に関連する団体や事業者、周辺自治体等との連携強化

官民一体での観光振興に向け、データに基づく観光マーケティング等の戦略的展開を進めるとともに、関係団体の役割を「見える化」します。また、那覇市や宜野湾市など隣接自治体や人流データを活用し浦添訪問の前後に訪れている自治体と広域的に連携した、観光回遊ルート形成やイベント連携について調整を進めます。

さらに、農業・水産業・地域資源活用産業等と連携した地産地消型の体験プログラムの開発等、地域産業の観光化を検討します。

施策推進の取組イメージ	
◎観光振興課	関係団体の役割の見える化
○産業振興課	広域的な周遊ルート等の企画およびその実現に向けた周
○文化財課	辺自治体との調整
	地産地消型の体験プログラムの企画

(庁外)施策推進の取組イメージ	
●観光協会	観光振興課と連携した広域連携における調整ハブ機能の 発揮や事務局運営 観光振興課等と連携した地産地消型の体験プログラムの 企画
○周辺自治体観光協会	広域周遊ルートの共同開発および相互送客の実施

取り組み	ロードマップ		
	短期(~2年)	中期(~5年)	長期(6年~)
i) 地域事業者や関連団体との新たな連携方法の検討	検討・調整が完了したのから随時実施 		
ii) 観光に関連する団体や事業者、周辺自治体等との連携強化		広域的な取組の拡大等 	

成果指標	KPI(2030年)	KPI(2035年)
浦添市観光協会の会員事業者数(2035年時点)	150社	180社
周辺自治体との共同プロモーション数(回/年)	3回	3回

5-2 長期的な開発を視野に入れた浦添市観光のあり方の検討

i) 牧港補給地区(キャンプ・キンザー)跡地を含む西海岸エリアの一体的な利用の検討

牧港補給地区(キャンプ・キンザー)に関して、市の「牧港補給地区跡地利用計画」に基づき、今後の検討課題対応も含め、返還時の跡地利用に向けた取り組みを進めるとともに、西海岸エリアの一体的な利用による観光振興の可能性について検討します。と推進にあたっては、地権者及び市民への情報提供や意見集約による合意形成を、適切に図っていきます。



施策推進の取組イメージ	
◎跡地未来課	経済団体との情報共有
○観光振興課	浦添市として求める事項の整備
○産業振興課	
○港湾課	

(庁外)施策推進の取組イメージ

●経済団体	跡地利用における観光機能導入に向けた合意形成への 参画
-------	--------------------------------

ii)地域全体の未来を見据えた観光の検討

古琉球時代から続く文化・歴史的資源と、新たに整備される観光拠点・施設を融合させる「新旧の共存型観光モデル」のあり方を継続的に検討します。

また、観光振興と市民生活との調和の観点で、混雑・交通不便などの負荷を軽減しながら、市民・観光客・事業者の「三方よし」の関係となっているか、継続的な市民や観光客へのアンケートに加え、事業者との対話等も行いながら、KGIのモニタリング等を推進します。

施策推進の取組イメージ	
◎跡地未来課	将来的な浦添市のあるべき姿の検討
◎観光振興課	市民、観光客、事業者との継続的な関係構築
○産業振興課	
○港湾課	

(庁外)施策推進の取組イメージ	
●観光協会	将来の観光需要予測やあるべき姿(ビジョン)の提言
◇市民	将来ビジョンに関する議論への参加

GW2050PROJECTS 概要について記載予定

マップ挿入予定

5章 推進体制と進捗管理

1. 推進体制

(1)基本的な考え方

本計画の推進にあたっては、浦添市観光協会が国の登録 DMO であることを踏まえつつも、移行期として、行政が戦略立案と基盤整備の責任を持つ体制を基本とします。

同時に、観光振興は、行政や DMO だけで成し遂げられるものではありません。「住んでよし、訪れてよし」の実現には、サービスを提供する各種事業者や、地域で暮らす市民の理解と協力が不可欠です。そのため、行政がリーダーシップを発揮しながらも、事業者や市民を単なる「受益者」ではなく、共に計画を推進する「プレイヤー(活動の当事者)」として位置づけ、地域一体となって取り組む体制を目指します。

(2)役割分担

推進体制を以下の 5 層構造で定義し、各主体が役割を果たしながら連携する仕組みとします。

推進体制における層	主な主体	果たすべき役割
評価・提言層	浦添市観光振興審議会	・計画全体の進捗状況(KGI 達成度等)に対する客観的な評価・検証 ・社会情勢の変化に対応した施策の見直しに関する提言 ・DMO の活動成果に対する評価と助言
施策等の牽引・調整層 (◎リード役)	浦添市(観光振興課および関係各課)	・全体調整、体制整備 [観光振興課] ・第 4 章にて◎で示した施策の推進 [関係各課]
施策に関する事業等の現場実践層 (●協働パートナー)	浦添市観光協会[登録 DMO]、特定分野の事業者、通り会	・第 4 章にて●で示した具体的施策・事業の実施 ・地域事業者間の合意形成および現場ニーズの吸い上げ[浦添市観光協会] ・収益事業(物販・ツアー等)の試行・展開[浦添市観光協会]

連携・波及層 (○連携先)	浦添市(関係各課)、周辺自治体、関連事業者	・本来業務を通じた、第4章にて○で示した具体的施策・事業への協力や相乗効果創出
地域共創・応援層 (◇地域サポーター)	市民、自治会など	・第4章にて◇で示した、暮らしの中での共創や応援

<DMOの機能強化支援>

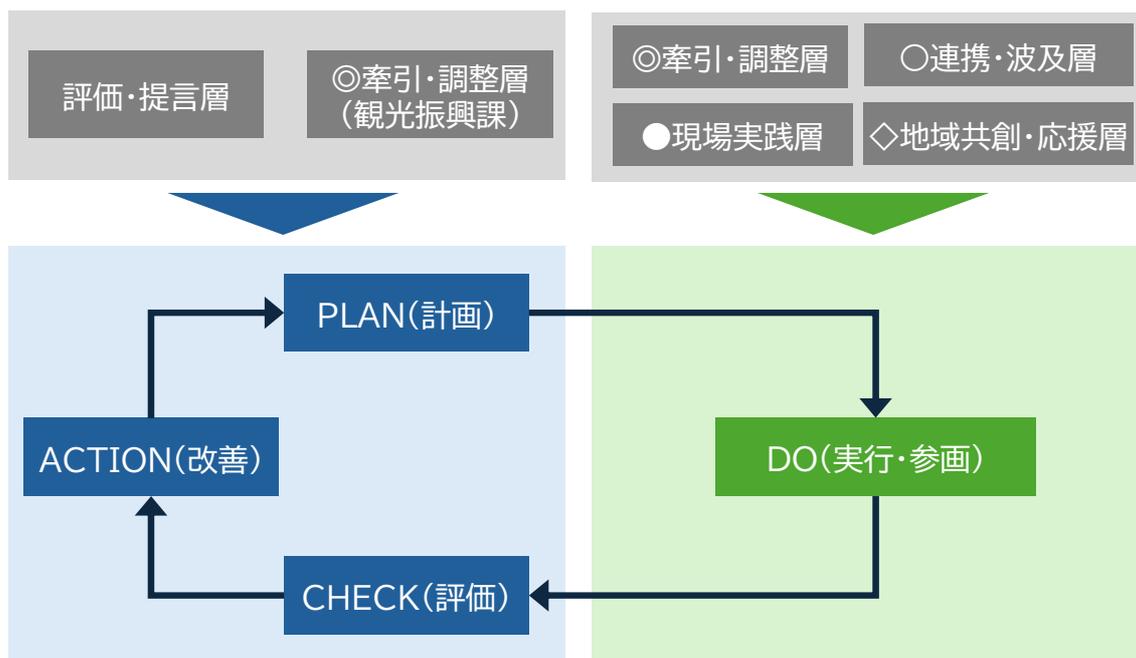
行政は、DMOである観光協会が将来的に観光経営の舵取り役となれるよう、段階的な機能強化を支援します。

- 第4章 基本方向③ 3-2の施策に掲げるように、データを利活用した観光地づくりを推進するにあたり、データ基盤の整備やデータ収集・分析について、行政と観光協会で適切な役割分担を行う
- 具体的には、データ収集やデータ基盤の整備(データベース化)については、観光協会が主体的に実施する
- 高度な分析を要する「人流データ」や「消費データ」等の分析は、当面の間、行政が実施し、行政は分析結果を分かりやすく加工した上で、観光協会等に提供する
- また、自主財源を含めたDMOの多様な財源確保に向け、行政は、DMOの果たすべき公益性も踏まえながら、財源の検討や事業フィールド提供等の検討を行う

2. 進捗管理

(1)PDCA サイクルの運用

本計画は、第4章の各主体(◎/●/○/◇)の活動に対し、客観的データに基づく迅速な改善を促すPDCAサイクルによって、進捗を管理・推進します。



(2)市民や事業者への結果の公表

年次での目標の達成状況など、計画の進捗状況等について、市ホームページや広報誌を通じて、市民や事業者に分かりやすく公表します。これにより、観光に対する理解と参画意欲を高めます。